

出國報告(出國類別：其他)

赴韓國 KCTI 進行文化觀光交流暨考察 K Style Hub 智慧旅遊宣傳策略作法

服務機關：交通部觀光局

姓名職稱：林坤源 主任秘書

洪佑銘 科長

陳逸淞 專員

派赴國家：韓國（首爾）

出國期間：107 年 12 月 16 日至 12 月 19 日

報告日期：108 年 3 月 27 日

赴韓國 KCTI 進行文化觀光交流暨
考察 K Style Hub 智慧旅遊宣傳策略作法

目 次

壹、目的-----	2
貳、活動過程-----	2
參、心得與建議事項-----	17

壹、目的

韓國文化觀光研究院 (Korea Culture and Tourism Institute, KCTI)，係韓國核心政策機構之一，主要進行文化觀光相關政策規劃、統計、評估與施政監督等工作，提出相關方案，屬韓國國家文化政策研究智庫，扮演連結中央、地方及民間之角色，致力於提升文化觀光效益及文化生活品質。這次交流係本局偕同台灣觀光協會擬與該研究院合作，強化台韓雙方資訊與推動文化觀光之經驗交流。

本局 107 年 10 月接管華僑會館，刻正規劃具觀光人才培育、產學合作、產業輔導、展覽等多元功能之觀光產學合作研訓服務園區，未來展區將朝智慧觀光、推展體驗觀光等面向規劃，故安排考察韓國觀光公社 K Style Hub 等，做為服務園區未來透過現代科技、人工智慧打造台灣燈會故事館、台灣美食故事館、喔熊夢工廠等常設展區，讓觀光人才率先體驗及了解台灣觀光、美食、文化等，再推廣給來台旅客。

貳、活動過程

- 一、 日期：107 年 12 月 16 日至 12 月 19 日
- 二、 行程：桃園→首爾→桃園
- 三、 活動概要：

日期	行程
第一天 12 月 16 日(日)	桃園國際機場→仁川國際機場→飯店 Check in
第二天 12 月 17 日(一)	上午參訪三星電子宣傳館 下午拜會韓國文化觀光研究院
第三天 12 月 18 日(二)	拜訪本局首爾辦事處、參訪韓國觀光公社 K Style Hub、清溪川(都會區生態觀光共存做法)、首爾塔(暗空景點建置)
第四天 12 月 19 日(三)	參訪首爾鐵道商圈建置、韓屋村(韓國舊市街運用於觀光活化範例)→ 仁川國際機場→桃園國際機場

(一)12月17日上午參訪三星電子宣傳館

三星電子宣傳館（「Samsung d'light」位於首爾瑞草洞三星電子大樓內）：d'light 是「digital」和「light」合成詞，蘊含三星電子公司「點亮數字世界，為世界增添樂趣與快樂」的藍圖。該館以「Live Your Tomorrow」（你未來的可能性）為主題，分為3層樓，1樓讓遊客體驗三星電子的科技創新技術發現自我的可能性，2樓則是讓遊客體驗三星電子透過創新以人為本的哲學創造新的生活風格，地下1樓則為電子產品賣場，相關體驗敘明如下：

1. 入場時，服務人員發給遊客 D'light Band(電子手環有簡體中文、英、韓3種語言)，在 SYNC 區門禁系統掃描儀進行掃描，輸入遊客的簡單資料，手環就是每個體驗活動的識別開關，且會依據遊客所選擇的語言，提供相對應的語言操作說明，便於體驗與了解互動的方式。

	
以 D'light Band 註冊	SYNC 完成，會秀出照片與註冊號

2. 進入1樓「發現我的可能性之旅」的各項互動體驗，分別為 EMOTION(尋找屬於我的感性)、SENSE(尋找深藏在內心的感覺)、INTUITION(尋找直觀的力量)、IMAGINATION(尋找我的未來)及 SHARE(與世界溝通)。互動操作設計是提供4-8個簡單的圖像、符號上供遊客憑直覺選擇，無需閱讀操作說明就易上手，進行互動體驗。

	
<p>手環在感應區感應後，開始體驗</p>	<p>SHARE 將前 4 項互動遊戲合成圖像，製成一張屬於自己的創意海報，可以電子郵件傳送至遊客自己的信箱</p>

3. 進到 2 樓迎面而來的是 CONNECT TOMORROW (引領嶄新的未來) 則是三星電子介紹半導體的應用，接下來則進入未來生活的應用。

- (1) LIVE (讓生活變得更便利): 透過未來的智能家電，分析使用人的行為和需要，提供符合使用人生活習慣的生活空間，享受便利、舒適、安全的生活。
- (2) LEARN (讓學習變得更快樂): 透過電子白板、平板電腦等工具進行互動教學，打造快樂、主動的教學環境。
- (3) SHOP (讓購物變得更合理): 透過安全便利的支付系統，讓購物變得更合理、更愉快。

	
<p>利用智能顯示器設計的點餐系統，由用餐人自行點餐付款，可節能商店人事成本等</p>	<p>臥室鏡面顯示屏，除具鏡子功能，還記錄著衣櫃內服裝，再依使用人的習慣、出席場合建議穿著搭配，也適用於賣場適用</p>

韓國三星公司，利用自家公司優勢及產品，在宣傳館中提供互動科技體驗，除了前述體驗外，還提供了 3D-V R，V R 遊戲等體驗，也成為各級學校科技校外教學最佳場所，讓青年學子真實感受科技的魅力及無限的可能。宣傳館中也僅利用 2 層樓的空間，延伸科技無限的想像空間，營造出生活中多種可能的變化，適合各種年齡層參觀，也令人想一再的體驗。

(二) 12 月 17 日下午 2 時拜會韓國文化觀光研究院進行台灣韓國觀光研究交流會，由院長金正晚率領觀光政策研究室、觀光產業研究室及企劃調整組部長等相關人員與本局林主任秘書坤源、國立高雄餐旅大學林校長珣秀、台灣觀光協會葉副秘書長文健等人進行座談交流，交流過程及紀要敘明如下：

1. 由該院先進行簡報，內容摘要如下：

(1) 該院於 1985 年原為交通開發院內設立觀光研究室，經歷多次組織調整，於 2007 年正式更名為財團法人韓國文化觀光研究院，

下設 3 本部 2 中心 6 室 7 小組，主要任務係助推文化藝術發展、調查研究及評價文化產業與觀光振興方案，並作為涉及文化藝術、觀光、內容的開放型知識平台，其願景：文化、藝術、觀光內容開放性平台(Openness, People, Expertise, Network)。

- (2) 該院 2018 年預算 240 億韓元，研究課題 138 件，其中中央政府補助 100 億，進行政策研究 39 件，其他經費係由該院接受中央、地方政府、民間機構委託研究案件 99 件所得；70%為受政府委託(韓國文化體育觀光部)，30%為受地方政府及民間機構委託研究，地方政府研究內容多為研擬活絡地方觀光或藝術層面的中長期規劃，中央政府研究內容為觀光相關財政運作、法律修改與制定、旅遊產業人才培養與福利等觀光政策擬定建議。
- (3) 主要觀光統計有外國遊客實況調查、國民觀光實況調查、旅遊公司基礎統計調查、主要觀光景點訪客調查等，發布於該院觀光統計平台，但僅有韓文版及英文摘要。

	外國遊客實況調查	國民觀光實況調查	旅遊公司基礎統計調查	主要觀光景點訪客調查
調查週期	每月 3 至 4 週	上半年 下半年	每年 6 月	每月
調查範圍	16 個國家遊客	家庭、個人觀光調查	普通公司現況及特殊項目	國內外訪客流量
抽樣數	每月 1000 名	2506 戶 6537 名	3550 家	大約 1600 個地點
公布時期	次年 5 月	次年 5 月	次年 10 月	次年 5 月

- (4) 該院與 71 個國內外政府機構、學校、民間機構交流合作，包括 UNWTO、UNESCO、IFACCA 等文化觀光領域機構，合作方式舉辦文化、觀光、內容領域的政策論壇及討論會、觀光產業座談會和內容產業經濟論壇等，金正晚院長也表示未來期望與台灣能建立定

期論壇及簽署合作備忘錄。

2. 議題討論

(1) 該院進行觀光衛星帳調查有遇到何種困難？

韓國觀光衛星帳係由中央政府委託該院辦理，2010 辦理過一次，去年到今年也進行調查，執行上最大困難為成本高，再來為中央、地方政府與民間產業的投資規模拓展，該院雖已收集到觀光客的消費支出相關數據，但更正確完整資訊仍面臨收集上的挑戰。

(2) 該院 2002 年整合機能開院，針對整合前後在觀光業務推動與運作有何益處？

原先文化與旅遊部門分別隸屬交通部與隸屬韓國文化體育觀光部，人員結構較吃緊，整合後人員由 50 人增加到 130 人，人力與資源更集中，擴大文化觀光研究規模，更提高研究效率。

(3) 人才如何招募？

研究人員係根據研究項目公開招募具專長特聘職員。

(4) 韓國面臨觀光危機(如災害、疫情)政府與該院如何合作應對，度過難關？

針對 2015 年爆發的中東呼吸症候群 (MERS)，對韓國觀光產業造成衝擊，當時中央政府、韓國觀光公社、民間旅遊公司及該院組成特別小組定期召開會議，民間企業、協會提供相關虧損與數據、韓國觀光公社則持續追蹤訪韓遊客動向，再由該院就面臨的問題或觀光危機進行分析，評估分析未來的狀況與展望，研擬方案供韓國政府作為政策制定考量，最後也度過難關。

(5) 現今 OTA 產業發達，韓國 airbnb 是否有影響合法旅館業者，及

韓國政府的因應做法及相關政策為何？

airbnb 使整體住房價格下跌，雖讓消費者受益，擴大整體旅遊產業，惟使得旅館業者虧損，這是目前韓國政府遭遇的困難。

韓國政府對於 OTA 等共享經濟產業發展，想放寬但遭合法業者反對，目前該院與韓國文化體育觀光部正進行協調，已輔導部分漁村、農村設置 139 家民宿，獲得不錯的評價；至於在首爾等大都市未放寬業者經營民宿，但對外國人則有條件（如房子面積等）放寬，以利進行監管。也在研擬如開放 airbnb 等 OTA 產業，彌補旅館業者虧損之相關措施，以提升整體觀光市場，及旅遊產業的競爭力。

- (6) 台灣觀光協會於會中邀請該院參加該會辦理的觀光論壇、台灣美食展及簽署觀光合作備忘錄等事項，該院樂意與台灣合作，包括共享研究資料（研究數據、報告書等）、透過研討會及講座等促進人員交流、共同研究觀光議題、建構合作體系(如簽訂 MOU 等)，未來希望能建立交流平台，以利後續雙方更緊密合作交流。

	
<p>金正晚院長(左)與觀光局林坤源主任秘書(右)合照</p>	<p>韓國文化觀光研究院人員與參訪團員大合照</p>



中韓語會議展示架，可見韓方對本次會議的重視

(三) 12月18日下午2時參訪韓國觀光公社K Style Hub

1. 位於韓國觀光公社首爾中心大樓（清溪川舊址），是一個以資訊與通訊、科技（ICT）打造的互動式體驗館，取名「K Style Hub」，意旨將韓國 Style 作為與國外旅客的樞紐橋梁，提供旅客對韓流、觀光、韓食、韓國文化等的過去、現在及未來充分的了解和體驗後，再展開韓國之旅。
2. 「K Style Hub」分為四層樓（2F-5F），網羅韓國各地旅遊資訊，並結合豐富體驗、展覽與購物等複合式空間，摘述如下：
 - (1) 2樓由韓國觀光公社旅遊諮詢中心（TIC）營運（中英日韓 9AM-8PM 全年無休），提供旅遊諮詢服務、以虛擬實境（VR）設計平昌冬奧宣傳館及以擴增實境（AAR）設置韓流明星立體影像互動區、醫療觀光及咖啡館等服務空間。
 - A. 旅遊資訊服務區：全國綜合旅遊諮詢中心提供旅遊諮詢、旅行用品出租及物品保管等服務，結合環境舒適的咖啡館為旅客取得旅遊資訊，兼具休憩的最佳地方。
 - B. 平昌冬奧宣傳館：以虛擬實境（Virtual Reality,VR）：讓旅客體

驗冬奧比賽項目跳台滑雪，達到宣傳平昌冬奧之目的。

C. 韓流明星立體影像互動區 (K-Star Zone)：韓流體驗區除於入口處設置 Big Bang 的人形立牌供旅客拍照外，更以擴增實境 (Augmented Reality, AR) 設計按門鈴到明星家作客、和明星一起這樣做及和明星親密接觸等 3 種逗趣主題，讓旅客與韓流明星立體影像進行互動。

D. 醫療觀光體驗區：設有身體年齡、心靈壓力、身體脂肪、肌肉狀態、膚質狀況檢測等機台，免費供民眾體驗了解健康狀況，並於現場提供各型醫院與旅行社等相關資訊服務。

	
<p>2 樓入口處設置 Big Bang 的人形立牌供旅客拍照</p>	<p>2 樓旅遊諮詢服務中心及休憩區</p>
	
<p>以 AR 設計按門鈴到明星家作客</p>	<p>以 AR 設計和明星親密接觸</p>

<p>以 AR 設計和明星一起這樣做</p>	<p>以 VR 讓旅客體驗冬奧比賽項目跳台滑雪</p>
<p>身體脂肪、膚質狀況檢測等機台，免費供旅客體驗</p>	<p>以電腦導引旅客回答問題，測出適合自己體質的韓方茶後並進行試喝</p>

(2) 3 樓、4 樓由韓國觀光公社及韓食財團共同營運的韓食文化館 (10AM-8PM 全年無休)，提供韓食料理教室 (需自費)、韓食試吃、韓食文化展示等服務。

A.3 樓韓食文化展示館：透過 24 節氣歲時習俗及醬缸文化來介紹常民生活，以展現韓食文化，並介紹韓國各式穀類、調味料及食材，最後則是在醬缸台上搭配阿里郎音樂播出食物影片「甕器表演」。

	
<p>以影片介紹韓國的醬缸文化</p>	<p>醬缸台搭配阿里郎音樂播出食物影片「甕器表演」</p>

B.4 樓韓食體驗館：分為 3 個區域，有可以製作料理的「韓食學習區」（付費，英語教學）、品味韓國代表茶點及食物的「韓食體驗庭院」（付費）以及展示韓國傳統器皿、可領取韓食食譜等資料的「韓食舍廊房」。

	
<p>韓食體驗庭院，除可讓遊客品嚐韓食外，並提供點餐系統，由用餐人自行點餐付款</p>	<p>韓食學習區，有韓國料理課程，以英語教學</p>

	
<p>韓食食譜則有中、英文可供索取</p>	<p>以食器牆方式展示韓國各項食器</p>

(3) 5樓由韓國觀光公社管理的「ART MARKET 館」營運（10AM-8PM 每周二公休），包含韓服體驗、工藝品、陶瓷器等展示及相關商品販賣、景點介紹等服務。

- A. 韓服體驗區：提供多樣款式韓服，包括國王、王后等宮廷服飾到改良韓服、兒童韓服，均可免費體驗。
- B. 藝術商品、紀念品區：展示宣傳韓國優質文化商品、旅遊紀念品，展示區陳列著被指定為韓國優秀文化的藝術商品，讓人可一窺韓國藝術家的美感與獨特創意，宣傳區則以投影機宣傳韓國四季旅遊景點，並設置往美拍照空間，內容相當豐富有趣。

	
<p>提供韓服供旅客免費體驗</p>	<p>付費手工藝 DIY</p>

	
<p>以 QR Code 掃瞄來查詢景點相關資料</p>	<p>設置網美拍照空間</p>

體驗 K Style Hub 的展示及設施，是值得花半天，甚至 1 天的時間，好好感受一下韓風的魅力，而且透過每 3 至 6 個月不定期更換展覽，更讓人有一去再去的衝動，美食區的設置，更讓旅客不用擔心午餐及飲食問題，似乎告訴旅客，只要你來就對了，K Style Hub 隨時做好服務旅客的準備。

(四) 首爾鐵道商圈(首爾站 7017)

臨近首爾車站旁的一處高架橋，是在首爾市發展的年代，為了解決驟增人口所產生的交通問題，建造了橫跨首爾東西部及首爾車站鐵道的一座汽機車專用道路，於 1970 年代竣工。對首爾人來說，是一條充滿回憶的路，其存在的重要性，不亞於台北市忠孝橋(忠孝西路高架道路)。

但每個建築都有其階段性任務，如同台北市忠孝橋的拆除，首爾站高架橋也因每年檢測出安全問題，每年實施維修工程，於是乎於 2006 年安全報告出爐後，全面停止了車輛的行駛，並開始思考其拆遷工程的施行。

在拆除與保存歷史記憶的兩相衝突下，首爾市政府選擇活化創新，重新賦予高架橋一個新的生命：如果汽機車重量帶給高架橋無法承受的荷重，那麼僅由民眾通行是否可行？於是高架橋有了新的名字－首爾站 7017，以人行道的的方式連接南大門市場、明洞、南山以及首爾東西部，讓通勤族及旅客能在這繁忙的首爾市中，不受號誌及路口所限，能盡情的漫步至各遊憩

觀光地區，為首爾車站地區添加新的活力。一個承接前人歷史足跡，又重新活出新生命力的高架橋，不但刻劃出首爾市的過去，也吸引了觀光旅客一探首爾市的現在與未來。

首爾車站是一個匯聚路上鐵路、地鐵、機場鐵路等交通轉運站，該車站的重要性自然不言可喻，但在發展交通運輸的同時，大量的乘車人潮便帶來了龐大的商機，於是在車站腹地發展出(樂天)超市、(精品)百貨等商業行為。而在 2017 年改建完成的首爾站 7017 空橋，更是為此處帶來了綿延不絕的人潮；走過空橋，你可以自由無拘束地橫越鐵路兩側東西部地區及交通路口的紅綠燈的限制，在空橋上，也設計了許多亮麗的燈飾，有星座、樹海、各式動物等，在夜晚行走時，亦更添許浪漫情調，讓人更願意多花點時間在橋上駐留，不論是欣賞夜燈的美，或是欣賞橋下川流不息的車流，都足以在這時間匆促車站中，找回一點寧靜的心靈。

	
<p>首爾站高架橋已改為人行道連接南大門、明洞、南山等</p>	<p>首爾車站是三鐵共構的重要交通轉運站</p>
	
<p>放置風琴供民眾或遊客一展琴藝</p>	<p>以園藝綠美化人行道景觀</p>

(五) 韓屋村

北村韓屋村是一個擁有朝鮮時代瓦屋的地方，也是韓國民眾所皆知的王室高官或王族們居住地區，迄今仍然大量完整保存了上流階層的建築形式，該地區位於景福宮、昌德宮和宗廟間，是與首爾市一同走過 600 年歷史歲月的住宅區。緊鄰兩大宮闕之間的傳統韓屋聚落，依舊保留了樹枝狀般分岔的小巷弄，巷弄間處處可見韓式傳統建物的雄偉及美麗，穿梭其中，更可感受 600 年歷史都市的迷人風景。這樣的韓式傳統建築型式，現今活絡於當地傳統文化體驗館或韓屋餐廳等，身處當下，朝鮮時代的氛圍將環繞四周。

相較於南村韓屋村係供遊客參觀的性質不同，雖然南村有著許多韓國舊式建築、民俗文化館，造景也很美麗，亦有許多傳統技藝及服飾等供遊客體驗，但北村則有著現代與傳統的融合感，走在北村的街道中，隨處可見「請勿大聲喧嘩」的字樣，原因就在於北村仍有現存的住戶生活其中，而且商業行為的發生鮮少在北村的各個街道巷弄，但卻是緊緊地環繞在北村外圍，讓北村確實保留了舊建築與人文之美。觀光旅客與現地居民日常生活並不衝突，反而像是合奏的交響樂，彼此和諧地共存共生，透過北村現地解說員的說明，讓觀光旅客更加了解該地區的歷史足跡，也更懂得尊重當地居民的生活日常。漫步在北村中，深深被韓式建築所吸引，也仿佛回到了更早期的韓國生活環境，不失為感受韓國風情景點之一。

	
<p>北村韓村屋完整保存傳統韓屋聚落</p>	<p>公共澡堂已改為民宿，提供旅客體驗傳統韓屋</p>
	
<p>北村有著現代與傳統的融合感，走在仍有居民生活其中的街道中，隨處可見「請勿大聲喧嘩」的字樣</p>	

參、 心得與建議：

一、 重視觀光研究及數據統計

韓國文化觀光研究院(KCTI)的成立與運作，提供了韓國觀光相關機構的數據分析來源，使各公私部門可以依據不斷更新的數據，為自家產業研擬最佳的觀光解方，為韓國觀光產業政策與策略擬定提供最良方參考；反觀我國，在觀光產業上並沒有像韓國有一個觀光專門的研究分析機構，僅能藉由一般調查方式，了解相關觀光市場的大致軌跡，較缺乏整

體性、延續性的觀光週期分析報告及對未來觀光市場的預測走向，故難以對瞬息萬變的觀光產業具前瞻性預測及因應的幫助。但成立一個專業的觀光研究分析機構並非易事，可考慮與如 KCTI 等類似功能的鄰國研究機構合作，定期進行交流，建立資料共享途徑，分享彼此觀光成果及經驗，加強彼此觀光產能，畢竟，各國觀光對遊客而言，並沒有完全的排他性，而是該國觀光對遊客的吸引程度，才是真正遊客到訪的重點。

二、 加強政府機構及民間產業合作關係

參觀過韓國觀光公社 K Style Hub 後，就會知道為什麼在 2016 年開幕後，就受到廣大遊客喜愛至今：全棟 5 樓的展示規劃中，不僅僅有韓國觀光公社的參與，還包含了韓國農業部、文化部等機構的努力，例如韓食體驗館、韓流體驗館等。另外，在 K Style Hub 不僅可以遇見韓星、透過最新 VR 科技看到韓國，還展示了韓國極力推廣的觀光醫療、傳統文化介紹(服飾、食物、手飾等)，一進到 K Style Hub，基本上韓國最潮、最新、最具傳統的項目，在這裡全部找得到，首次到訪韓國的遊客，怎麼能錯過！

K Style Hub 之成功，在於最新、最推薦、最新技術的呈現，這些都是需要靠(觀光)各領域的人一起努力，共同構思，如果僅以觀光局的力量，將會讓 T Style Hub 事倍功半，所以必需慎思，遊客最喜愛項目是什麼，最好、最強、最具代表臺灣的項目是什麼？

臺灣有全世界引以為傲的科技產業，但是科技日新月異，展示館一旦進入政府制式行政流程作業，便可能永遠在追著科技跑，所以如果能與科技產業公司共同合作或贊助，藉由該公司及產業最新技術及產品，不斷引領向前，也才有吸引更多遊客的條件。K style Hub 設計理念及呈現模式可提供我國國家風景區旅客服務中心參考，來加強區域觀光特色展示吸引力。

三、 增加觀光場域多元化附加價值

一個觀光場域如果僅以風景、小吃、名勝等單一條件吸引旅客，雖能在短時間帶來大量人潮及金流，但長期而言，似可預見旅客人數的減少及逐降的重遊率，這樣的觀光模式似乎不斷地興起，再沒落；反觀韓國三星電子宣傳館以自身公司的科技優勢，結合以人為本的生活體驗方式，不論對於現在或是未來生活，都有令人耳目一新的想像，不但適合各年齡層的參與，也發展出校外教學的多元客群，而在地下 1 樓的電子產品賣場，則可滿足地面 1、2 樓體驗科技產品後的購買慾望。是以科技展示為觀光導向，滿足多元客群及創造附加價值的最佳範例之一。該展示館面積不大，但均以數位互動設計呈現，確可吸引參觀遊客多時停留且留下深刻體驗。因此，一個主題式的觀光活動，或許可以短暫吸引旅客過往，但做為長久生計的觀光場域，則需要多元附加價值吸客、攬客及留客；從旅客角度思考，以提供旅客多元附加價值為目標，可為旅客及觀光商家帶來更多意想不到的體驗與經濟效益。

四、 發掘以文化傳統為基礎之觀光產業

清溪川、首爾鐵道商圈(首爾路 7017)、韓屋村這些具有歷史傳承意義的觀光景點，即使沒有遊客的到訪，它依然矗立在原本的位置，為當地的人們服務著，這是一種文化傳統搭上觀光的驚喜，也是這類觀光景點得以綿遠流長的主因；文化傳統也可以搭上地方創生，但重點在傳統，地方創生只是燃起文化傳統的一個火花；文化傳統也可以什麼都不搭，當地人們生活中的起居、地方節慶活動，自然成為最吸引遊客到訪的條件。一旦發掘出文化傳統觀光產業，週邊的商業行為自然應運而生，如韓屋村保有韓國舊式建築，卻不完全在該建築中進行觀光商業行為，反倒是週遭地區的商业蓬勃發展，這實在是值得我國借鏡的地方。我國有許多老街建築因應觀光而重生，但當地卻不斷消費該傳統文化建物，任大量遊客在其內進行吃喝玩樂的商業行為，完全無視於傳統文化建物的保存與人文發展，此與舉辦短期性大型活動差異幾稀，僅看遊客熱情能維持多久時間罷了，最終仍將無法永續發展。