

2025 第二十七屆

休閒、遊憩、觀光

學術研討會暨國際論壇

Leisure, Recreation and Tourism Research Symposium and International Forum

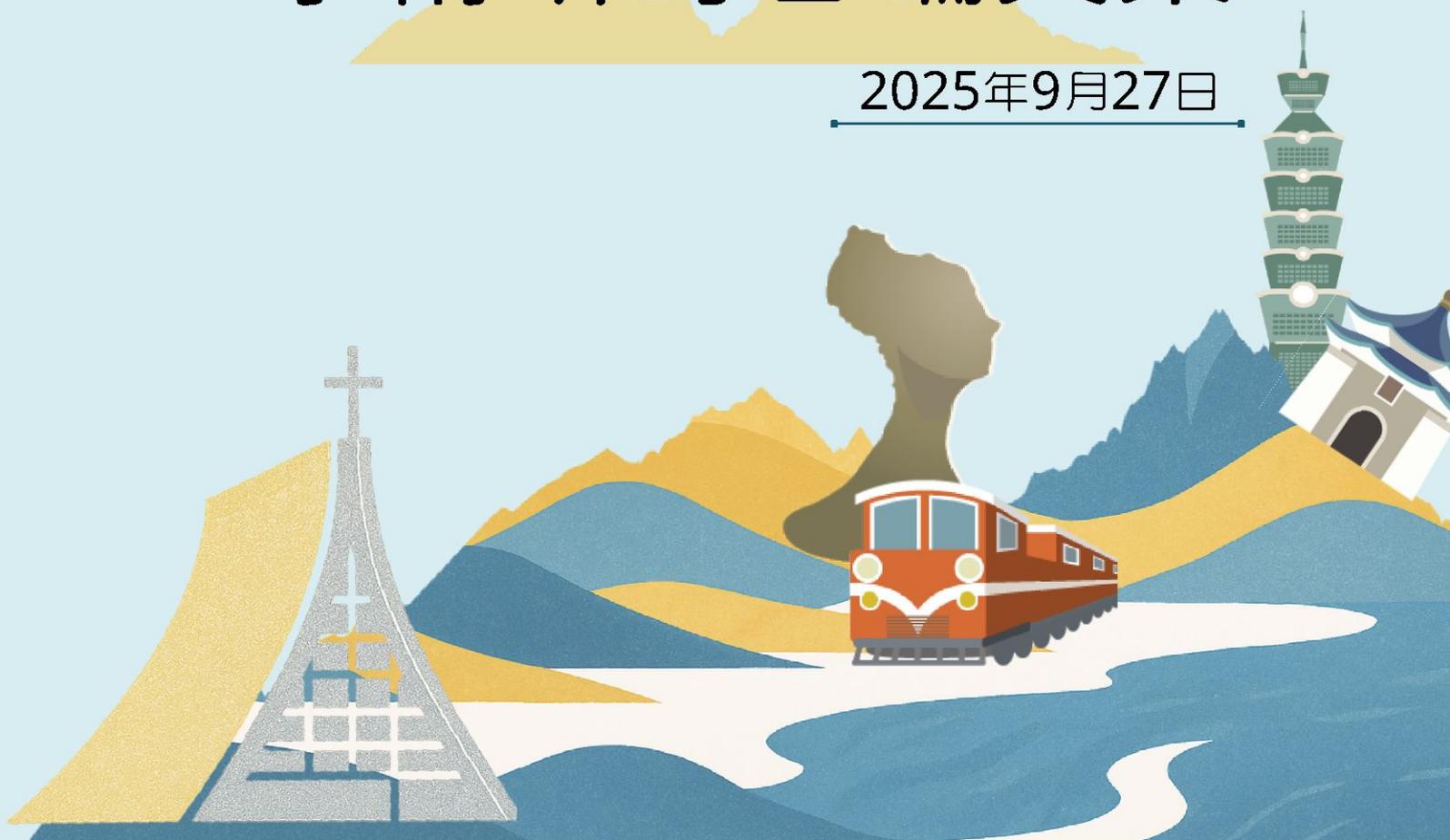
國際論壇
主題

永續休閒遊憩景觀：2050議程

Sustainable Leisurescape: Agenda 2050

學術研討會論文集

2025年9月27日



序

中華民國戶外遊憩學會自 1988 年創立以來迄今已邁入第 38 年，成立後本會便積極投入休閒、遊憩、觀光領域之學術推廣工作。長久以來在歷屆理監事、會員的努力下藉由舉辦學術研討會暨國際論壇，與國內外各界進行學術對話。不僅提升了休閒、遊憩、觀光領域之學術研究水平，亦帶動了本土休閒遊憩與觀光研究的國際化。本學會舉辦學術研討會暨國際論壇，至今已邁入第 27 屆，往年都是休閒、遊憩與觀光相關領域產官學界的盛事。期望此次學術研討會暨國際論壇與會者的研究成果，能讓與會的朋友們在研究方向、實務運用等方面都有所收穫。

「2025 第 27 屆休閒、遊憩、觀光學術研討會暨國際論壇」是繼 2019 年之後再度由東海大學景觀學系主辦。聯合國 2015 年宣布「2030 永續發展目標」SDG's 之核心目標，其中包括休閒、遊憩、觀光業，緣此謹訂本年度學術研討會主題為「永續休閒、遊憩景觀：2050 議程 (Sustainable Leisurescape: Agenda 2050)」，感謝各界熱烈的參與及踴躍支持投稿。投稿之論文經評審委員採匿名方式審稿，最後共接受 133 篇論文，包括口頭發表 79 篇(含傑出會議論文)、海報展示發表 45 篇。從本屆投稿數量及與會人員之組成，足見本學會舉辦之研討會已茁壯發展並受到各界的肯定。

本次國際論壇特別邀請了 Dr. William Stewart、Dr. Pairach Piboonrunroj 以及蕭耕偉郎教授等三位國際知名學者蒞臨演講，並進行國際學術交流。期望此次國際論壇與研討會能提供與會學者廣泛國際及國內學術交流的機會，且促進更多面向之討論與腦力激盪，為國內休閒、遊憩、觀光領域注入新的研究發想與學術合作的契機。

感謝我的母系東海大學景觀學系全體師生的鼎力相助，感謝東海大學以及國家科學及技術委員會在經費上的補助；也謝謝戶外遊憩學會理監事及工作人員的辛勞付出。最重要的是各界對於本會的關注與支持！最後感謝所有與會者，您的參與讓此次研討會及國際論壇更加豐富，同時也為臺灣的休閒、遊憩、觀光領域添加新的色彩與氣息。感謝！

中華民國戶外遊憩學會 理事長

郭彰仁

謹誌

2025 年 9 月臺中

2025 第 27 屆休閒、遊憩、觀光學術研討會暨國際論壇議程

日期：2025 年 9 月 26 日 (星期五) 地點：東海大學求真廳 (基礎科學實驗館B1)

時間	議程	
09:00~09:30	報到	
09:30~09:35	開幕式	
09:35~09:50	貴賓致詞	
09:50~10:10	開幕茶敘	
10:10~11:50	專題演講題目： 『Sustainable Landscape of Leisure, Recreation and Tourism: Connecting Place-making and Resilience at Denali National Park, Alaska』 主講人：William Stewart (with co-authors: Shi Xue and Carena van Riper) Professor Emeritus, Department of Recreation, Sport, and Tourism, University of Illinois Urbana-Champaign 主持人：張俊彥教授/國立台灣大學園藝暨景觀學系 與談人：鄭佳昆副教授/國立台灣大學園藝暨景觀學系	
11:50~13:00	午餐時間	
13:00~14:40	專題演講題目： 『Green Gentrification or Housing Attributes? Explaining Housing Price Dynamics Around Urban Parks from the Evidence of Osaka City, Japan』 主講人：Kojiro Sho (蕭 耕偉郎) Associate Professor, Graduate School of Engineering, The University of Tokyo 主持人：歐聖榮教授/朝陽科技大學景觀及都市設計系 與談人：黃裕智特聘教授/國立暨南國際大學光休閒與餐旅管理學系	
14:40~15:00	休息茶敘	
15:00~16:40	專題演講題目： 『Why and how to measure social impacts of leisure, recreation and tourism development: an SDG Impact Standard approach』 主講人：Pairach Piboonrunroj Assistant Professor, Assistant to the resident, Faculty of Economics, Chiang Mai University 主持人：李素馨退休教授/國立臺灣師範大學地理學系 與談人：原友蘭副教授/東海大學景觀學系	
16:40~17:30	東海大學永續校園導覽	江智民教授/東海大學生命科學系
18:00	貴賓餐敘	

2025 第 27 屆休閒、遊憩、觀光學術研討會議程

- 日期：2025 年 9 月 27 日（星期六）
- 時間：09：00～17：20
- 地點：景觀系館、LA109、LA001、AG101、AG102、AG122

時間	會議內容	主持人	地點	
09:00-09:30	報到及領取資料		景觀系館	
09:30~11:10	口頭論文發表（I）			
	A1	永續觀光與治理	楊明青 教授	LA109(景觀系館)
	B1	永續城鄉空間與景觀（I）	謝宗恒 教授	LA001(景觀系館)
	C1	生態旅遊與環境保育	顏宏旭 副教授	AG122(農學院)
	D1	韌性觀光-環境與體驗	張伯茹 副教授	AG101(農學院)
	E1	觀光旅遊市場研究（I）	黃宜瑜 副教授	AG102(農學院)
11:10-11:20	休息茶敘		景觀系館	
11:20~12:00	海報發表		LA101(景觀系館)	
12:00~13:00	午餐		景觀系館	
13:00~14:40	口頭論文發表（II）			
	A2	韌性觀光與市場	王正平 教授	LA109(景觀系館)
	B2	永續城鄉空間與景觀（II）	李麗雪 教授	LA001(景觀系館)
	C2	全球變遷議題與休閒、遊憩、觀光	蘇愛嬪 助理教授	AG122(農學院)
	D2	觀光休閒餐旅體驗、管理與教育訓練	李英弘 教授	AG101(農學院)
14:40-15:00	休息茶敘		景觀系館	
15:00~16:40	口頭論文發表（III）			

	A3	休閒遊憩與健康促進	林宗賢 教授	LA109(景觀系館)
	B3	創新科技應用與目的地意象	何立智 教授	LA001 (景觀系館)
	C3	觀光旅遊市場研究 (II)	戴有德 教授	AG122(農學院)
	D3	高齡化與少子化議題	李美芬 副教授	AG101(農學院)
16:40~17:20	論文獎頒獎典禮、閉幕式			LA109(景觀系館)
17:20	賦歸			
18:00	貴賓餐敘			

口頭論文發表 (I)

日期：9/27(六) 上午 09:30~11:10

A1 永續觀光與治理		主持人：楊明青 教授		地點：LA109 (景觀系館)	
編號	時間	論文名稱	作者		
1	09:30~09:42	目的地社會責任感的認知如何塑造環保行為？以越南 Phong Nha-Ke Bang 國家公園為例	Nguyen Thi Phi Yen、李際偉		
2	09:42~09:54	綠色旅遊網紅影響粉絲入住綠色飯店意圖之研究：以 AIDA 模型為基礎	陳建文、遲銘璋、阮楊垂庄		
3	09:54~10:06	消費者對企業實踐永續目標之願付價格：以綠色民宿為例的聯合分析研究	施權峰、林育均		
4	10:06~10:18	應用傾向分數配對法於休閒漁業對漁村收益的因果推論—漁業普查村里資料之驗證	黃姿文		
5	10:18~10:30	ESG 永續治理模型應用於國家公園績效評估：墾丁與台江實證研究	麥永竑		
6	10:30~10:42	The later, the more beautiful! A study on night tourism image – conceptualization and scale development	Ky Vien Nguyen, You-De Dai, Shen Yi Lee, Nu Kha Uyen Ton		
10:42~11:10		綜合討論			
B1 永續城鄉空間與景觀(I)		主持人：謝宗恒 教授		地點：LA001 (景觀系館)	
編號	時間	論文名稱	作者		
1	09:30~09:42	臺南市鯤喜灣地區景點資源評估分析—AHP 與 FAHP 之比較應用	黃宗誠、向婉蕎		
2	09:42~09:54	音樂節的現場感與空間感：音樂祭參與者的現場觀察	張鴻邦		
3	09:54~10:06	探討邊界特性對可及性在空間感知中的影響	張逸華、鄭佳昆、沈立		
4	10:06~10:18	景觀及植栽的設計與維管手法應用於都市公園蚊蟲防治研究	顏晟峰、李麗雪		
5	10:18~10:30	車站城市驅動都市空間發展之研究	張政源、曾睿偉、董育任、陳俊文		
6	10:30~10:42	以系統性文獻回顧探討綠色基盤對醫療支出之影響	徐佳珮、江彥政		
10:42~11:10		綜合討論			
C1 生態旅遊與環境保育		主持人：顏宏旭 副教授		地點：AG122 (農學院)	
編號	時間	論文名稱	作者		
1	09:30~09:42	走向我仰望的高度—Everest Base Camp 與 Kilimanjaro 之巔峰體驗	陳孟沄、洪昇葆		
2	09:42~09:54	走進東部山林：以質性研究探討大學生登山健行經驗對無痕山林知識與行為之影響	廖雪霏、賴來新		
3	09:54~10:06	探討環境承諾在驚嘆與負責環境行為間所扮演的中介角色：以越南下龍灣為例	龍世卿、吳忠宏、曾筠涵		
4	10:06~10:18	以新生態典範區隔低碳旅遊市場之研究	張楊一嘉、王正平、李維貞		
5	10:18~10:30	景點知名度與擁擠感知對自然景點吸引力之影響	蔡佳璇、鄭佳昆、蘇愛娟		
6	10:30~10:42	自然休閒：室內植物對學生環境保育態度之初探	Gyslaine Niyokwizera、蔡森宇、洪璽鈞、洪詩涵		
10:42~11:10		綜合討論			

D1 韌性觀光-環境與體驗		主持人：張伯茹 副教授	地點：AG101（農學院）
編號	時間	論文名稱	作者
1	09:30~09:42	Information, Misinformation and Disinformation: The Role of Translation in the Context of Resilient Tourism	謝宏濱
2	09:42~09:54	探索遊客在災難風險下之心理韌性—花蓮之個案研究	賴柏欣、李易儒
3	09:54~10:06	Trust Repair in the Tourism Industry: Government and Third-Party Interventions During the Pandemic	吳志正、連哲輝、劉馨懿、張恬、施旻璇、周以絮
4	10:06~10:18	遊客知識獲得對食農教育導向體驗活動之影響性研究	吳淑玲、徐婉婷
5	10:18~10:30	目的地遊客感恩概念初探	章維玲、張淑雲
	10:30~11:10	綜合討論	
E1 觀光旅遊市場研究 (I)		主持人：黃宜瑜 副教授	地點：AG102（農學院）
編號	時間	論文名稱	作者
1	09:30~09:42	使用解釋水平理論、休閒阻礙理論、旅遊動機探討旅遊前遊客規劃行為之研究	林芸安、陳偉慶
2	09:42~09:54	團體套裝旅遊中關係利益、難忘旅遊體驗與推薦意圖之關聯性	吳星霽、張淑雲、章維玲
3	09:54~10:06	自由行旅客造訪大溪老街之旅遊動機與路線模式選擇	黃盛亞、鐘珮瑄
4	10:06~10:18	音樂節永續經營的探討：參與動機、滿意度與忠誠度關係之回顧	林孟璇、賴來新
5	10:18~10:30	台灣旅客對航空套裝行程價值認知與選擇偏好之研究	呂錦隆、賴念慈
6	10:30~10:42	線上美食直播平台之知覺價值 對於線上顧客品牌參與實證研究	葉俊廷
	10:42~11:10	綜合討論	

口頭論文發表（II） 日期：9/27(六) 下午 13:00~14:40

A2 韌性觀光與市場		主持人：王正平 教授	地點：LA109（景觀系館）
編號	時間	論文名稱	作者
1	13:00~13:12	你還敢去這些地方旅遊嗎?旅遊目的地污名化之概念化與量表發展-以遊客觀點探討之	戴有德、鍾火生、李倩兒、吳紹全
2	13:12~13:24	COVID-19 疫情前後家庭旅遊支出及其決定因子—臺灣之驗證	黃姿穎
3	13:24~13:36	CMS 動態市場分解模型與 VECM 時間序列模型結合分析外籍旅客訪臺影響:COVID-19 前後之驗證	劉欣宜
4	13:36~13:48	踏入藍色空間，凝望金馬榮光—以海洋療癒的懷抱與自我復原的力量，細聽工作壓力與工作熱情交織的低語	楊仲斌、李素馨
5	13:48~14:00	米其林之星的失落與重拾：AI 與大數據如何重塑跨文化餐飲服務評估	劉興倫、王國欽
6	14:00~14:12	實體與虛擬環境中彩色照明對心理反應的影響比較	陳嘉妤、鄭佳昆
	14:12~14:40	綜合討論	

B2 永續城鄉空間與景觀 (II) 主持人：李麗雪 教授 地點：LA001 (景觀系館)			
編號	時間	論文名稱	作者
1	13:00~13:12	探討安全感與隱私感對景觀偏好之影響	周歆莘、鄭佳昆
2	13:12~13:24	探討可控性對感知危險架構及評估歷程之影響	郭怡君、鄭佳昆
3	13:24~13:36	步行城市路網建構評估指標	林絮薰
4	13:36~13:48	夜間賞景環境之環境特性偏好探索	周冠安、賴宥筑、高瑋伶、蘇愛嬪、沈立
5	13:48~14:00	探討臺灣不同地理區域間都市綠地周邊環境之評估	廖奕丞、宋佩芸、鄧莉潔、賴品仔、王楚君、沈立
6	14:00~14:12	都市公園作為心理生態系服務：環境、活動與情緒關聯之研究	葉昱辰、李宜嘉、洪詩涵
14:12~14:40		綜合討論	
C2 全球變遷議題與休閒、遊憩、觀光 主持人：蘇愛嬪 助理教授 地點：AG122 (農學院)			
編號	時間	論文名稱	作者
1	13:00~13:12	Thermal Performance of the Ultra-thin Wetland Green Roofs in Subtropical Climate	黃宜瑜、古耕語
2	13:12~13:24	景觀工程中碳平衡之個案研究—以國立中興大學園藝療育園區為例	鄒芷芃、陳紀元、吳振發
3	13:24~13:36	栽培方法、休閒與減碳說明對休閒農場旅遊意願與願付價格之影響	吳庭玟、涂宏明
4	13:36~13:48	應用推-拉-繫住力模型和中立化技術理論探討消費者自行攜帶旅館備品之轉換意願	陳韻如、陳偉慶
5	13:48~14:00	探討文資活化對目的地意象與觀光意願之關係：以臺中驛鐵道文化園區為例	朱宏晉、葉美智
6	14:00~14:12	聽覺障礙學生休閒參與之個案研究	蔡黎慧、黃玉琴、王敬儒
14:12~14:40		綜合討論	
D2 觀光休閒餐旅體驗、管理與教育訓練 主持人：李英弘 教授 地點：AG101 (農學院)			
編號	時間	論文名稱	作者
1	13:00~13:12	走路還是走心?探討法國之路徒步旅行體驗	辜育雅、王志宏
2	13:12~13:24	「喪失日本旅遊症候群」的心理動態：補償、記憶與在地替代的多重實踐	林信宏
3	13:24~13:36	專業學習態度、師徒關係與職涯發展之研究—以西餐廚師為例	簡秋蘭
4	13:36~13:48	餐飲及旅宿業之服務模式數位轉型對第一線服務員情緒勞動之影響—以科技接受度為中介變項及情緒耗竭為調節變項之驗證	黃安琪、張玉芳、康雅菁
5	13:48~14:00	運用台語新聞介入園藝景觀與遊憩課程對專業與語言學習動機之影響	涂宏明
6	14:00~14:12	工作耗竭對安靜離職的影響：知覺組織休閒支持與休閒雕琢的角色	曹勝雄、顏昌華、顏卉萱、林瑩萱
14:12~14:40		綜合討論	

口頭論文發表 (III)

日期：9/27(六) 下午 15:00~16:40

A3 休閒遊憩與健康促進			
		主持人：林宗賢 教授	地點：LA109 (景觀系館)
編號	時間	論文名稱	作者
1	15:00~15:12	赤腳觸覺體驗：探討童年自然接觸對成年自然連結、心理效益之影響	謝欣宸、張伯茹
2	15:12~15:24	大學校園規劃對學生休閒活動與心理健康狀況之影響	徐丞彥、李夏、江啟慧、陶美吟、張伯茹
3	15:24~15:36	社會支持在人格特質與自然療復經驗的中介效果	劉祐彰、黃秋蓮
4	15:36~15:48	疫情期間綠地面積與植生指標對心理疾病之影響	吳曜宇、涂宏明
5	15:48~16:00	以試驗對照之統合分析探討音樂治療與自然音樂對焦慮症患者焦慮狀態之效果	葉芳妃、涂宏明
6	16:00~16:12	芳香療法對高齡者之健康促進效益	江佩芬、黃裕智
16:12~16:40		綜合討論	
B3 創新科技應用與目的地意象			
		主持人：何立智 教授	地點：LA001 (景觀系館)
編號	時間	論文名稱	作者
1	15:00~15:12	服務機器人互動性對顧客體驗與再購意圖之影響：情緒的中介角色	張淑婷、鄧秀玉、林意勳、陳慧
2	15:12~15:24	以數據驅動的新媒體運動科學科普：整合行銷策略與健康傳播之實務分析	蘇靖雅
3	15:24~15:36	以社群媒體分析探索外國旅客眼中的台灣旅遊意象	徐欣儀、葉芷柔、楊錦生
4	15:36~15:48	日文旅遊部落格中的臺灣客家觀光意象分析：以 4travel.jp 評論為例	羅濟立
5	15:48~16:00	森林育樂場域遊客狂犬病知識與態度對有條件開放寵物入園規範態度之影響	王正平、陳家瑜
6	16:00~16:12	環境中負面熟悉感之初探	康庭瑜、鄭佳昆
16:12~16:40		綜合討論	
C3 觀光旅遊市場研究 (II)			
		主持人：戴有德 教授	地點：AG122 (農學院)
編號	時間	論文名稱	作者
1	15:00~15:12	消費者對客製化旅遊產品之採用與購買傾向：旅遊設計師的角色探討	黃冠中、王郁彬
2	15:12~15:24	消費價值視角下的部落旅遊再訪意圖探討	許智涵、高立學、張嵐蘭
3	15:24~15:36	素食餐飲網絡與觀光景觀發展—以高雄佛光山 2025 年春節平安燈會為例	童靜瑩
4	15:36~15:48	與信仰旅行-從互動儀式鏈理論探討難忘節慶活動體驗之研究	薛育如、方進義
5	15:48~16:00	運用權益關係者視角探討節慶活動建構關鍵因素—以宜蘭綠色博覽會為例	賴來新、魏克燦
6	16:00~16:12	旅客工作壓力對療癒旅遊態度與意圖之影響	黃秋蓮
16:12~16:40		綜合討論	

D3 高齡化與少子化議題		主持人：李美芬 副教授	地點：AG101（農學院）
編號	時間	論文名稱	作者
1	15:00~15:12	自然遊戲理念運用在幼兒園戶外空間設計可行性探討	陳鈺雯、李麗雪
2	15:12~15:24	都市公園高齡友善設計、環境品質與鄰里社會氛圍之關聯初探	張惠甯、謝欣宸、楊永琦、張伯茹
3	15:24~15:36	異鄉成家：女性印尼新住民中晚年在台灣的地方依附、休閒實踐與在地老化經驗	林香香、陳上迪
4	15:36~15:48	自然導向戶外冒險活動與高齡者主觀幸福感：以山岳健行經驗為例	曾子瑄、Iryna Sharaievska
5	15:48~16:00	以休閒教育探討降低學童使用 3C 產品之策略	黃千華、張嵐蘭
6	16:00~16:12	樂齡休閒活動之成效-以埔里長照教學中心為例	溫雅婷、曾永平
16:12~16:40		綜合討論	

海報論文發表

日期：9/27(六)

場地：LA101

編號	論文名稱	作者
1	都市為何需要一畝田？都市居民的耕種實踐與情感認同	洪瑞雲、邱玉蟬
2	旅遊網紅對粉絲幸福感與社會凝聚力影響之研究：基於激勵理論的觀點	陳建文、阮楊垂庄、楊詠文
3	新興科技在觀光行銷之應用以中興新村 VR 虛擬遊戲為例	劉俊權
4	臺北生態公園使用者之自然連結感研究構想	廖婉瑜
5	幼兒園食育教育經營策略—食物藝術活動對幼兒飲食行為之改變	王靖玟、張嵐蘭
6	夜市智慧導覽與擁擠管理之成效評估：XR 行前試遊與在地化 AI 導覽的雙方法研究	周慧光
7	社群平台的從眾效應與羨慕情緒對豪華露營市場的影響研究	范以欣、許凱傑
8	廢棄加油站以本土植物進行植物去污染策略研究：「以日月潭國家風景特定區」為例	蕭亦程、李麗雪
9	社群媒體於觀光餐飲產業之應用研究	曾君懿
10	疑似失智、極輕度至輕度失智高齡者對社區關懷據點場所依附研究	張育菁、李麗雪
11	臺灣機車旅遊經驗對休閒阻礙感知之影響研究	王滿麗、王逸峰
12	夏令營活動參與價值之文獻回顧研究	黃憲威、王建興
13	國道路網串聯對於地方遊憩發展擴散歷程分析—以國道 3 號後龍至竹南路段為例	吳俊樺、鄒君瑋
14	從 2025 ZEPRO RUN 全國半程馬拉松活動新北場探討企業形象、員工生產力、消費者購買行為之影響以台灣北部某休閒體育用品專賣店為例	邱垂賢、尹湘蕾、邱顯驊
15	憂鬱症青少年之因應緩解策略-景觀的效益	蔡依杉、黃章展
16	利用 S-O-R 理論探討避免食物浪費意圖之研究	廖致豪、柯文華
17	高齡友善步行環境影響因子探討	溫思婷、李麗雪
18	台中市大雅區橫山里高齡者地方依附之研究	呂函霖、李麗雪
19	旅館組織文化對員工工作滿意度、留任意願影響之研究：兼論情緒勒索之調	趙家立、蘇靖淑

	節作用	
20	節慶活動之參與動機、滿意度、重遊意願之研究—以龍潭元宵節為例	陳勝皇、林芳珍
21	公園高齡友善遛狗環境研究	王昱婷、李麗雪
22	台灣自創手搖飲品牌的創業路徑與永續發展挑戰	林志遠、Athena Hong Ni Mak
23	集合住宅戶外空間親生命設計要項建置研究	古普仁、李麗雪
24	赴日旅行者旅遊動機、資訊收集能力與自助旅遊意願關係之研究	郭彰仁、宋靜昀、許亦萱、陳亮言、廖庭涵
25	社群媒體行銷於航空品牌經營之應用：以星宇航空為例	高宇威、Athena Hong Ni Mak
26	應用地理資訊系統於農村旅遊發展之空間分析—以雲林縣農村再生社區為例	張鈞雲、黃志成、張子庭
27	南芳苑生態旅遊與體驗經濟研究：以海牛遊程、海空步道為例	蔡宗成、李素馨
28	跑得快也要跑得開心？—探討頤宮餐廳跑菜人員的工作滿意因素	陸瑋婕
29	行程設計大未來 你所不知的 AI 研究 旅遊規劃中生成式 AI 應用使用者接受度與體驗之實證研究	林孝仙、王國欽
30	森林健康旅遊關係初探：知覺恢復力觀點	林庭瑤、許立群
31	誰能接近綠地？臺北市都市綠地可及性研究	黃信凱、原友蘭、莊詠凱
32	運用評價構造法探討恆春半島遊程之魅力因子研究	陳亭蓉、黃柔鎔、張嘉玲
33	景觀環境中的反射成像表面對於封閉感的影響之研究	盧芃妤、鄭佳昆
34	景觀步道之遊憩衝擊監測研究：結合公民科學資料與影像辨識之分析	莊詠凱、原友蘭、黃信凱
35	基於自然的解決方案於都市水圳整治之探討—以彰化八堡二圳田中段為例	石立德、莊士瑩、吳佩玲、黃宜瑜、廖賢波、沈同生
36	鳳凰自然教育園區櫻花季遊憩體驗之研究	周宏祈、王介鼎、蕭文偉、陳勇至
37	傳統市場通路對職業婦女吸引因素及購買意願之研究	林佳馨、劉馨嵐
38	東海大學文理大道鋪面更新再造景觀設計導入淨零碳排專案	余士豪、許正杰、李友平、楊雨蒼、莊詠凱
39	當韌性應用於觀光：系統性文獻回顧	黃裕森、李梓彥、曾慈慧、丁志堅
40	社區對海平面上升的認知與調適：對南卡羅來納州沿海旅遊觀光地土地利用的影響	曾子瑄、Charles Chancellor
41	國小高年級學童使用智慧型手機之休閒行為、休閒動機及休閒滿意度之城鄉差異	尤聖涵、李彥希
42	傳統文化圖騰在遊憩區景觀設計運用之研究-以龍圖騰在休閒景區之規劃設計運用為例	秦嘉遠
43	遊憩者目的地屬性與地方依附之研究：兼論遊憩環境契合度之調節作用	陳建良、劉盈嬋、許孟爵、張鳳書

目錄

A1 永續觀光與治理

目的地社會責任感的認知如何塑造環保行為？以越南 Phong Nha-Ke Bang 國家公園為例.....	3
綠色旅遊網紅影響粉絲入住綠色飯店意圖之研究：以 AIDA 模型為基礎.....	5
消費者對企業實踐永續目標之願付價格：以綠色民宿為例的聯合分析研究.....	7
應用傾向分數配對法於休閒漁業對漁村收益的因果推論—漁業普查村里資料之驗證....	9
ESG 永續治理模型應用於國家公園績效評估：墾丁與台江實證研究.....	11
The later, the more beautiful! A study on night tourism image – conceptualization and scale development.....	12

B1 永續城鄉空間與景觀(I)

臺南市鯤喜灣地區景點資源評估分析—AHP 與 FAHP 之比較應用.....	15
音樂節的現場感與空間感：音樂祭參與者的現場觀察.....	16
探討邊界特性對可及性在空間感知中的影響.....	18
景觀及植栽的設計與維管手法應用於都市公園蚊蟲防治研究.....	20
車站城市驅動都市空間發展之研究.....	22
以系統性文獻回顧探討綠色基盤對醫療支出之影響.....	24

C1 生態旅遊與環境保育

走向我仰望的高度—Everest Base Camp 與 Kilimanjaro 之巔峰體驗.....	27
走進東部山林：以質性研究探討大學生登山健行經驗對無痕山林知識與行為之影響..	28
探討環境承諾在驚嘆與負責環境行為間所扮演的中介角色：以越南下龍灣為例.....	30
以新生態典範區隔低碳旅遊市場之研究.....	31
景點知名度與擁擠感知對自然景點吸引力之影響.....	33
自然休閒：室內植物對學生環境保育態度之初探.....	34

D1 韌性觀光-環境與體驗

Information, Misinformation and Disinformation: The Role of Translation in the Context of Resilient Tourism.....	39
探索遊客在災難風險下之心理韌性—花蓮之個案研究.....	41
Trust Repair in the Tourism Industry: Government and Third-Party Interventions During the	

Pandemic	43
遊客知識獲得對食農教育導向體驗活動之影響性研究	45
目的地遊客感恩概念初探	46

E1 觀光旅遊市場研究(I)

使用解釋水平理論、休閒阻礙理論、旅遊動機探討旅遊前遊客規劃行為之研究	49
團體套裝旅遊中關係利益、難忘旅遊體驗與推薦意圖之關聯性	51
自由行旅客造訪大溪老街之旅遊動機與路線模式選擇	52
音樂節永續經營的探討：參與動機、滿意度與忠誠度關係之回顧	54
台灣旅客對航空套裝行程價值認知與選擇偏好之研究	55
線上美食直播平台之知覺價值 對於線上顧客品牌參與實證研究	57

A2 韌性觀光與市場

你還敢去這些地方旅遊嗎?旅遊目的地污名化之概念化與量表發展—以遊客觀點探討之	61
COVID-19 疫情前後家庭旅遊支出及其決定因子—臺灣之驗證	62
CMS 動態市場分解模型與 VECM 時間序列模型結合分析外籍旅客訪臺影響： COVID-19 前後之驗證	64
踏入藍色空間，凝望金馬榮光—以海洋療癒的懷抱與自我復原的力量，細聽工作壓力與工作熱情交織的低語	66
米其林之星的失落與重拾：AI 與大數據如何重塑跨文化餐飲服務評估	68
實體與虛擬環境中彩色照明對心理反應的影響比較	69

B2 永續城鄉空間與景觀(II)

探討安全感與隱私感對景觀偏好之影響	73
探討可控性對感知危險架構及評估歷程之影響	75
步行城市路網建構評估指標	76
夜間賞景環境之環境特性偏好探索	77
探討臺灣不同地理區域間都市綠地周邊環境之評估	79
都市公園作為心理生態系服務：環境、活動與情緒關聯之研究	81

C2 全球變遷議題與休閒、遊憩、觀光

Thermal Performance of the Ultra-thin Wetland Green Roofs in Subtropical Climate	85
景觀工程中碳平衡之個案研究—以國立中興大學園藝療育園區為例	87
栽培方法、休閒與減碳說明對休閒農場旅遊意願與願付價格之影響	89
應用推-拉-繫住力模型和 中立化技術理論探討消費者自行攜帶旅館備品之轉換意願 ...	91
探討文資活化對目的地意象與觀光意願之關係：以臺中驛鐵道文化園區為例	93
聽覺障礙學生休閒參與之個案研究	94

D2 觀光休閒餐旅體驗、管理與教育訓練

走路還是走心？探討法國之路徒步旅行體驗	97
「喪失日本旅遊症候群」的心理動態：補償、記憶與在地替代的多重實踐	98
專業學習態度、師徒關係與職涯發展之研究—以西餐廚師為例	100
餐飲及旅宿業之服務模式數位轉型對第一線服務員情緒勞動之影響—以科技接受度 為中介變項及情緒耗竭為調節變項之驗證	101
運用台語新聞介入園藝景觀與遊憩課程對專業與語言學習動機之影響	102
工作耗竭對安靜離職的影響：知覺組織休閒支持與休閒雕琢的角色	104

A3 休閒遊憩與健康促進

赤腳觸覺體驗：探討童年自然接觸對成年自然連結、心理效益之影響	107
大學校園規劃對學生休閒活動與心理健康狀況之影響	108
社會支持在人格特質與自然療復經驗的中介效果	110
疫情期間綠地面積與植生指標對心理疾病之影響	111
以試驗對照之統合分析探討音樂治療與自然音樂對焦慮症患者焦慮狀態之效果	113
芳香療法對高齡者之健康促進效益	115

B3 創新科技應用與目的地意象

服務機器人互動性對顧客體驗與再購意圖之影響：情緒的中介角色	119
以數據驅動的新媒體運動科學科普：整合行銷策略與健康傳播之實務分析	120
以社群媒體分析探索外國旅客眼中的台灣旅遊意象	122
日文旅遊部落格中的臺灣客家觀光意象分析：以 4travel.jp 評論為例	123
森林育樂場域遊客狂犬病知識與態度對有條件開放寵物入園規範態度之影響	125
環境中負面熟悉感之初探	126

C3 觀光旅遊市場研究(II)

消費者對客製化旅遊產品之採用與購買傾向：旅遊設計師的角色探討.....	129
消費價值視角下的部落旅遊再訪意圖探討.....	131
素食餐飲網絡與觀光景觀發展—以高雄佛光山 2025 年春節平安燈會為例.....	132
與信仰旅行—從互動儀式鏈理論探討難忘節慶活動體驗之研究.....	133
運用權益關係者視角探討節慶活動建構關鍵因素—以宜蘭綠色博覽會為例.....	134
旅客工作壓力對療癒旅遊態度與意圖之影響.....	135

D3 高齡化與少子化議題

自然遊戲理念運用在幼兒園戶外空間設計可行性探討.....	139
都市公園高齡友善設計、環境品質與鄰里社會氛圍之關聯初探.....	141
異鄉成家：女性印尼新住民中晚年在台灣的地方依附、休閒實踐與在地老化經驗....	142
自然導向戶外冒險活動與高齡者主觀幸福感：以山岳健行經驗為例.....	144
以休閒教育探討降低學童使用 3C 產品之策略.....	146
樂齡休閒活動之成效—以埔里長照教學中心為例.....	147

海報發表

都市為何需要一畝田？都市居民的耕種實踐與情感認同.....	151
旅遊網紅對粉絲幸福感與社會凝聚力影響之研究：基於激勵理論的觀點.....	152
新興科技在觀光行銷之應用以中興新村 VR 虛擬遊戲為例.....	153
臺北生態公園使用者之自然連結感研究構想.....	154
幼兒園食育教育經營策略—食物藝術活動對幼兒飲食行為之改變.....	155
夜市智慧導覽與擁擠管理之成效評估：XR 行前試遊與在地化 AI 導覽的雙方法研究.....	156
社群平台的從眾效應與羨慕情緒對豪華露營市場的影響研究.....	158
廢棄加油站以本土植物進行植物去污染策略研究:「以日月潭國家風景特定區」為例.....	160
社群媒體於觀光餐飲產業之應用研究.....	161
疑似失智、極輕度至輕度失智高齡者對社區關懷據點場所依附研究.....	162
臺灣機車旅遊經驗對休閒阻礙感知之影響研究.....	164
夏令營活動參與價值之文獻回顧研究.....	166
國道路網串聯對於地方遊憩發展擴散歷程分析—以國道 3 號後龍至竹南路段為例....	167
從 2025 ZEPRO RUN 全國半程馬拉松活動新北場探討企業形象，員工生產力，消費者購買行為之影響以台灣北部某休閒體育用品專賣店為例.....	169
憂鬱症青少年之因應緩解策略-景觀的效益.....	170
利用 S-O-R 理論探討避免食物浪費意圖之研究.....	171
高齡友善步行環境影響因子探討.....	172
台中市大雅區橫山里高齡者地方依附之研究.....	174
旅館組織文化對員工工作滿意度、留任意願影響之研究：兼論情緒勒索之調節作用.....	176
節慶活動之參與動機、滿意度、重遊意願之研究—以龍潭元宵節為例.....	178
公園高齡友善遛狗環境研究.....	179
台灣自創手搖飲品牌的創業路徑與永續發展挑戰.....	181
集合住宅戶外空間親生命設計要項建置研究.....	183
赴日旅行者旅遊動機、資訊收集能力與自助旅遊意願關係之研究.....	185
社群媒體行銷於航空品牌經營之應用：以星宇航空為例.....	186
應用地理資訊系統於農村旅遊發展之空間分析—以雲林縣農村再生社區為例.....	188
南芳苑生態旅遊與體驗經濟研究：以海牛遊程、海空步道為例.....	190
跑得快也要跑得開心？—探討頤宮餐廳跑菜人員的工作滿意因素.....	191
行程設計大未來 你所不知的 AI 研究 旅遊規劃中生成式 AI 應用使用者接受度與體驗之實證研究.....	192
森林健康旅遊關係初探：知覺恢復力觀點.....	194
誰能接近綠地？臺北市都市綠地可及性研究.....	195
運用評價構造法探討恆春半島遊程之魅力因子研究.....	196
景觀環境中的反射成像表面對於封閉感的影響之研究.....	197
景觀步道之遊憩衝擊監測研究：結合公民科學資料與影像辨識之分析.....	198
基於自然的解決方案於都市水圳整治之探討—以彰化八堡二圳田中段為例.....	200

鳳凰自然教育園區櫻花季遊憩體驗之研究.....	202
傳統市場通路對職業婦女吸引因素及購買意願之研究.....	203
東海大學文理大道鋪面更新再造景觀設計導入淨零碳排專案.....	204
當韌性應用於觀光：系統性文獻回顧.....	205
社區對海平面上升的認知與調適：對南卡羅來納州沿海旅遊觀光地土地利用的影響	207
國小高年級學童使用智慧型手機之休閒行為、休閒動機及休閒滿意度之城鄉差異....	209
傳統文化圖騰在遊憩區景觀設計運用之研究—以龍圖騰在休閒景區之規劃設計運用 為例.....	210
遊憩者目的地屬性與地方依附之研究：兼論遊憩環境契合度之調節作用.....	212

A1

永續觀光與治理

目的地社會責任感的認知如何塑造環保行為？以越南Phong Nha-Ke Bang國家公園為例

How Does Perception of Destination Social Responsibility Shape Environmentally Responsible Behavior? A Case Study: Phong Nha-Ke Bang National Park, Vietnam

阮氏飛燕

李際偉

Nguyen Thi Phi Yen¹

Vincent C. Li^{2*}

【摘要】

這項研究運用刺激-有機體-反應（S-O-R）框架，探討遊客對目的地社會責任的感知如何形塑其環保行為。本研究以越南的Phong Nha-Ke Bang國家公園為焦點，將探討目的地認同與目的地滿意度所扮演的中介角色，以及文化價值觀（特別是個人主義和長期導向）的調節作用。研究採用量化設計，透過線上與實地問卷調查方式，收集國內外遊客的數據。基於利害關係人理論、社會交換理論和社會認同理論所提出的研究假設，將運用SmartPLS 4.0軟體，透過偏最小平方結構方程模型（PLS-SEM）進行檢驗。本研究旨在釐清社會責任、心理中介因素與文化調節因素之間對遊客行為所產生的複雜相互影響。研究結果旨在為新興市場的目的地管理組織和政策制定者提供可行的見解，以促進永續旅遊發展，並應對成長與保育相關的挑戰。

This study applies the stimulus-organism-response (S-O-R) framework to examine how tourists' perceptions of destination social responsibility shape their environmentally responsible behavior. Focusing on Phong Nha-Ke Bang national park in Vietnam, this study will explore the mediating roles of destination identification and destination satisfaction, as well as the moderating effects of cultural values—specifically individualism and long-term orientation. Using a quantitative design, data will be collected from domestic and international tourists through online and on-site surveys. Hypotheses, anchored in stakeholder, social exchange, and social identity theories, will be tested using partial least squares structural equation modeling with SmartPLS 4.0. The study seeks to clarify the complex interplay between social responsibility, psychological mediators, and cultural moderators influencing tourist behavior. The findings aim to provide actionable insights for destination management organizations and policymakers in emerging markets to foster sustainable tourism and manage the challenges associated with growth and conservation.

【關鍵字】目的地社會責任、環保行為、遊客心理涉入、文化價值觀

¹Master's Student, Global Master Program of Tourism and Management, National Chiayi University

²Associate Professor, Department of Business Administration, National Chiayi University

*Contact information: E-mail: vincentli@mail.ncyu.edu.tw

【Keywords】 Destination social responsibility, environmentally responsible behavior, tourist psychological engagement, cultural values

綠色旅遊網紅影響粉絲入住綠色飯店意圖之研究：以AIDA模型為基礎

A Study on the Influence of Green Tourism Influencers on Fans' Intentions to Visit Green Hotels: An AIDA Model Perspective

陳建文¹
Chien-Wen Chen

遲銘璋²
Ming-Chang Chih

阮楊垂庄^{3*}
Duong Thuy Trang Nguyen

【摘要】

世界旅遊和觀光協會（2023）指出，旅遊業佔全球溫室氣體排放量8-11%；旅宿業作為旅遊產業重要環節，約佔全球10%碳排放量（Clemency Newman, 2021），讓旅遊業面臨環境永續挑戰。台灣將綠色旅遊納入2050淨零排碳關鍵行動，政府積極推動綠色環保標章旅館認證（行政院環境保護署，2023）；而隨著環保永續議題在社群媒體討論大幅成長，其中綠色旅遊網紅透過社群媒體推動環保理念，影響粉絲旅遊決策。現有研究多關注旅客旅遊忠誠度或景點再訪意願，較少探討網紅如何影響粉絲綠色飯店入注意圖及心理轉換歷程。由於旅遊產品無法事先試用，本研究運用AIDA模型（關注 Attention、興趣 Interest、欲望 Desire、行動 Action），探討粉絲從關注網紅到產生興趣、轉化為欲望，最終形成行為意圖的過程：在關注階段，本研究首先透過自我決定理論（Self-Determination Theory）闡述環境意識（environmental consciousness）如何驅動粉絲觀看動機，再結合社會認同理論（Social Identity Theory）的綠色自我認同概念，評估粉絲對綠色價值的內化程度；其次，結合網紅環保認同（pro-environmental identity）與利他主義（altruism），了解粉絲如何關注綠色旅遊網紅。此外，由於綠色旅遊網紅通常被賦予關懷環境、富有同理心等特質，並因環保貢獻而被視為值得欽佩（admiration）的群體，因此本研究在興趣轉化為欲望的階段結合刻板印象內容模型（Stereotype Content Model），探討粉絲在觀看影片過程中，如何透過網紅言行表現形成對其溫情（warmth）與能力（competence）的正向印象（興趣），接著轉化為欽佩（欲望），最終影響綠色飯店入注意圖（行動）。

本研究採用網路問卷調查，以曾在YouTube觀看綠色旅遊網紅影片的粉絲為對象，收回420份有效問卷，研究結果顯示：粉絲動機（環境意識）及網紅特性（環保認同、利他主義）正向影響溫情；網紅特性（環保認同、利他主義）正向影響能力；溫情、能力正向影響欽佩，欽佩正向影響綠色飯店入注意圖。本研究確認粉絲觀看後的心理轉換歷程，發現綠色旅遊網紅可透過影片展現環保認同，實施有利社會環境的行為，使粉絲產生正向情感，進而促進入注意圖。本研究結合AIDA模型與刻板印象內容模型，完整理解

¹逢甲大學企業管理學系 教授

²國立中興大學企業管理學系 副教授

³國立中興大學企業管理學系 博士生

*通訊方式：臺中市南區興大路 145 號企業管理學系。E-mail: ndt.trangrs@gmail.com

粉絲心理轉換歷程，為學術界與產業提供新見解，對綠色旅遊推廣具實質助益。

【關鍵字】 綠色旅遊網紅、綠色飯店入注意圖、刻板印象模型、AIDA 模型

消費者對企業實踐永續目標之願付價格：以綠色民宿為例的聯合分析研究

Consumers' Willingness to Pay for Corporate Sustainability Practices: A Conjoint Analysis of Green B&B

施權峰^{1*} 林宥均²
Chuan-Feng Shih You-Jun Lin

【摘要】

由於人類過度開發造成地球資源耗竭、品質惡化，「永續發展」已成為了當前國內外高度關注的議題。因此，許多企業採用綠色行銷的方式來提升消費者購買意願，同時強調綠色消費的重要性。然而，相較於綠色商品，企業落實永續發展目標的付出難以被消費者直接感知，也無法在消費過程中獲得直接效益。若以消費者效益的視角來探討消費者的綠色願付價格，綠色商品與企業實施SDGs的概念是截然不同的。

再者，企業在研發與生產綠色產品時，勢必要投入大量的人力與資源，相對應的成本也會提高，但對於旅宿業者而言，在推動永續策略時，有些綠色措施甚至還能降低營運成本。例如：不提供任何一次性用品、不每日清潔續住房間與更換床單、毛巾等。此外，若消費者在住宿過程中明顯感受到不便利或利益損失，例如：淋浴時水壓受限、空調溫度範圍被限制等措施，其住宿體驗將大打折扣。這與消費者普遍所認知的「綠色的比較貴、比較好」形成強烈的反差。在此矛盾情境下，消費者是否仍願意支付更高價格，來支持心目中的永續理念，成為一項尚未充分探討的研究空白。

本研究以綠色民宿為情境背景，運用聯合分析法探討消費者對企業實施SDGs相關永續措施之願付價格為何。研究分為兩階段：首先，透過質性研究選定四項具代表性的SDGs目標作為分析基礎，分別為SDGs6（節水措施）、SDGs7（節電措施）、SDGs12（不提供一次性用品）與SDGs13（不每日清潔房間與更換床單毛巾），並據此製作16張整體輪廓卡供受測者評估；其次，以問卷方式針對具潛水住宿需求的墾丁地區旅客進行調查。

量化分析結果顯示，消費者普遍認為綠色民宿實現SDGs6的重要性最高，之後依序為SDGs7、SDGs12以及SDGs13，而在願付價格部份順序則剛好相反，顯示消費者在不同永續措施上，對其重要性的認知與實際願意支付的金額之間存在落差。進一步的市場區隔分析發現，利己主義群在SDGs6、SDGs12與SDGs13上表現出較高的支付意願；功利主義群則在SDGs7、SDGs12與SDGs13上願意支付更多；而利他主義群在四項SDGs措

¹國立臺北商業大學企業管理系 助理教授

²國立臺北商業大學企業管理科 專科生

*通訊方式：台北市中正區濟南路一段 321 號。E-mail: cfshih@ntub.edu.tw

施中皆呈現最低願付價格。

本研究不僅補足現有文獻在消費者綠色願付價格與SDGs實踐之間的研究缺口，亦拓展聯合分析法於永續消費領域的應用範疇。透過深入剖析消費者對各項SDGs政策的重視程度與支付意願，為企業制定綠色策略與溝通方向提供實證基礎，協助其掌握消費者偏好，進而規劃更具策略性的永續行動方案，尋求環境永續與市場效益兼顧的最佳實踐途徑。

【關鍵字】 永續發展目標、綠色民宿、願付價格、聯合分析法、綠色生活型態

應用傾向分數配對法於休閒漁業對漁村收益的因果推論—漁業普查村里資料之驗證

The Causal Effect of Leisure Fisheries on Fishing Village Income Using Propensity Score Matching: Evidence from Fisheries Census Village-Level Data

黃姿文^{1*}

Tzu-Wen Huang

【摘要】

壹、研究議題的重要性

休閒漁業為政府推動漁業多元化的具體政策之一，也成為台灣漁村轉型的重點產業，其成效值得探討。政府推動的多項休閒漁業發展政策，起始於1999年的「漁港功能多元化」計畫，從而包含美食、教育、運動、體驗以及生態等發展型態(江英智，1999、謝勝雄，2012)。本研究針對所推動的休閒漁業政策成效進行分析，擬探討休閒漁業對漁村漁產品銷售與銷售服務收益(漁村收益)的可能影響。

貳、研究方法的適當性

本研究以主計處2020年漁業普查村里層級資料為基礎，選取具完整變數資料之1,581筆觀察值作為分析樣本，並以「是否經營休閒漁業」作為處置變數，將有經營休閒漁業的村里與無經營休閒漁業的村里分成實驗組與對照組。由於是否經營休閒漁業並非隨機，為避免樣本偏誤，本研究參考陸怡蕙等(2016)、Chang et al. (2019)以及Lee et al.(2023)等文獻，採用傾向分數配對法(Propensity Score Matching, PSM)進行橫斷面資料分析。首先以Logit迴歸模型估計傾向分數，控制背景變數包含經營管理者平均年齡、教育程度、水產養繁殖總面積(不含箱網)、男性經營管理者人數等，並使用1:1近鄰配對法篩選樣本，進一步計算「平均處置效果」(Average Treatment Effects on the Treated, ATT)以推論休閒漁業對漁戶收益的影響。

參、分析結果的正確性

估計結果顯示，在未配對前，有經營休閒漁業的村里其漁村收益(tr)平均為3,336萬元，顯著高於未經營休閒漁業的村里平均2,344萬元，差異達992萬元，具高度統計顯著性。然而，在控制背景變數後，ATT落為 -1,395萬元，且無統計顯著性，表示漁村收益差異主要來自個體特徵而非經營休閒漁業本身的效果。

在平衡性檢查方面，配對後平均偏誤(mean bias)從19.3%降為10.4%，Pseudo R² 從0.041 降至 0.005，LR檢定不顯著(p = 0.762)，顯示傾向分數模型具良好辨識力，配

¹國立中興大學應用經濟學系 研究生

*通訊方式：臺中市南區興大路 145 號。E-mail: a0929551600@gmail.com

對品質亦高度符合準則。

肆、理論的創新與價值性

本研究在理論層面上具創新性，運用全國漁戶普查村里層級資料與傾向分數配對方法，對經營休閒漁業的效果進行因果推論，填補過去文獻僅有敘述性比較的空白。在配對方法上也強調配對品質檢查與模型敏感度的重要性。

伍、實務的價值與應用性

本研究結果在實務面上對政策制定具有參考價值。即使休閒漁業被視為漁村轉型的利器，實證結果卻顯示「有經營休閒漁業的村里」尚未能明顯提升村里的漁業收益。此種結果提醒政策決策單位，將來更應檢視休閒漁業在不同區域、經營模式、技術條件下的效果差異以及如何補強效果。此外，政策資源投入還需聚焦於具潛力者、輔導經營管理與行銷，才能實現其提升收益的真正效果。建議應加強有經營休閒漁業的村里建設適合休閒活動的基礎建設，以及加強輔導漁村轉型往觀光旅遊服務產業發展。未來研究可延伸至異質性分析與長期效果評估，以深化對休閒漁業政策價值的理解與實務策略的制定。

【關鍵字】 休閒漁業政策、漁村收益、傾向分數配對法、漁業普查村里資料

ESG永續治理模型應用於國家公園績效評估：墾丁與台江實證研究

Applying ESG Framework to National Park Performance Evaluation: A Comparative Analysis of Kenting and Taijiang National Parks in Taiwan

麥永竝^{1*}

Ving-Vunk Mak

【摘要】

本研究建構一套融合ESG(環境、社會、治理)理念與臺灣國家公園治理實務的永續績效評估模型，首創將企業永續治理架構導入自然保育領域(Eccles et al., 2014)，有效補足現行國家公園評鑑偏重生態面向而忽略社會與治理構面的理論缺口(Borrini-Feyerabend et al., 2013)。研究以墾丁與台江國家公園為實證場域，採用文獻回顧與次級資料分析方法，運用層級分析程序(AHP)量化建構三大構面與12項指標，以等權重配置並輔以雷達圖進行視覺化比較分析(Saaty, 1980; Ho, 2008)。

實證結果顯示：台江國家公園在環境與社會構面表現優異，得益於完整的濕地生態系統與成熟的社區共管機制(王曉雯與林美吟，2019)，展現出高度的生態韌性與在地認同。相對而言，墾丁國家公園因長期承受高強度遊憩壓力，在生態承载力與遊客管理方面面臨嚴峻挑戰(陳信仲與黃郁婷，2022)。在治理構面上，兩園區皆建立了完善的法規制度與跨部門協作基礎，惟在資訊透明化與利害關係人實質參與程度仍有強化空間。

基於研究發現，本研究提出三項政策建議：(1)建構多元利害關係人協作治理平台，提升地方共治機制與社區參與的實質效能；(2)強化環境監測與治理資訊的公開透明度，建立動態績效追蹤與評估機制；(3)推動結合企業社會責任與生態復育的跨域合作模式，引入如萬海航運等企業推動的自然為本解決方案(UNEP, 2021)。本研究提供一套具在地適用性與系統擴充性的國家公園ESG評估架構，未來可作為政策優化、資源有效配置與國際永續對話的重要依據，深化臺灣在永續觀光與保育治理領域的系統韌性與競爭優勢。

【關鍵字】 ESG 永續評估、國家公園治理、績效管理、社區共治、自然為本解方

¹國立高雄科技大學財務金融學院 博士候選人

*通訊方式：E-mail: i109131112@nkust.edu.tw

The later, the more beautiful! A study on night tourism image – conceptualization and scale development

Ky Vien Nguyen^{1*} You-De Dai² Shen Yi Lee³ Nu Kha Uyen Ton⁴

【Abstract】

With multi-day (overnight) trips becoming increasingly common and participation in daytime outdoor activities declining due to rising temperatures from climate change, more tourists are turning to night-time leisure. In response, many destinations have developed diverse night tourism facilities and events, underscoring the growing importance of the night tourism economy within the industry. Despite this trend, limited research has examined night tourism phenomena and tourist perceptions, and a comprehensive measurement scale for night tourism image is still lacking. Therefore, this study aims to develop and validate a scale measuring night tourism image. The research is conducted in two stages. First, the conceptual foundation of night tourism image is explored through a literature review and in-depth interviews with scholars, industry practitioners, and tourists, followed by content analysis to develop initial items. Second, survey data from tourists are used to conduct confirmatory factor analysis, testing the factorial structure, reliability, and validity of the scale. Theoretically, this research fills important research gaps and expands the knowledge of night tourist behavior in tourism industry. Practically, the findings provide actionable insights for designing night tourism strategies and supporting the growth of the night-time economy, while also helping tourism managers enhance the planning and management of night tourism events.

【Keywords】 night tourism, night-time economy, night tourism image, night tourist behavior, scale development, mixed method.

¹Graduate student, College of Management, National Chi Nan University, Taiwan

²Distinguished Professor, Department of Tourism, Leisure and Hospitality Management, National Chi Nan University, Taiwan

³Master student, Department of Tourism, Leisure and Hospitality Management, National Chi Nan University, Taiwan

⁴Master student, Master's Degree Program in Business Administration and Information Technology Innovation and Application, National Chi Nan University, Taiwan

*No.1, Da Xue R., Puli Township, Nantou County, E-mail: nguyenkyvien.4290@gmail.com

B1

永續城鄉空間與景觀 (I)

臺南市鯤喜灣地區景點資源評估分析—AHP 與 FAHP 之比較應用

Assessment and Analysis of Tourist Resources in the KunXiWan Area of Tainan City-A Comparison of AHP and FAHP Applications

黃宗誠¹

Tsung-Cheng Huang

向婉蕎^{2*}

Wan-Qiao Xiang

【摘要】

依據馬斯洛需求金字塔理論之意涵，人們由初始重視生理、安全、社會與尊重的需求層級，漸次邁入重視休閒價值的後現代社會。然而隨著現今高齡化與失業問題，日益形成國家負面衝擊之情形下，地方創生成為近年國家安全戰略層級之重要政策，為能落實推展相關施政作為，因此掌握地區休閒資源特色，成為基礎性之重要先導工作。基於前述，本研究系統性回顧過去相關文獻與研究成果，以鯤喜灣地區進行休閒資源盤點實證。本研究先行將休閒資源評估指標區分為①傳統文化建築資源群、②四季特色景觀資源群與③水陸特性資源群三大特色群，接續應用層級分析法(analytic hierarchy Process, AHP)求得指標權重：①傳統文化建築資源群(0.483)、②四季特色景觀資源群(0.257)與③水陸特性資源群(0.259)。最後透過模糊層級分析法嘗試建立模糊權重：①傳統文化建築資源群(0.439)、②四季特色景觀資源群(0.362)與③水陸特性資源群(0.336)。經由配適度指標交互驗證兩者權重數據差異，結果得到模糊層級分析法之數值應更具精確程度。以上成果提供相關單位作為傳統地區發展，以及規劃後現代地方創生休閒資源運用之參考策略。

【關鍵字】 傳統村落、後現代、地區行銷、模糊集

¹嘉南藥理大學休閒保健管理系 副教授

²嘉南藥理大學休閒保健管理系 研究生

*通訊方式：臺南市仁德區二仁路一段 60 號。E-mail: G1311011@gm.cnu.edu.tw

音樂節的現場感與空間感：音樂祭參與者的現場觀察

Embodied Experiences and Spatialities at Music Festivals: A Field Observation of Music Festivals

張鴻邦^{1*}

Marang Saway

【摘要】

台灣的音樂節自1990年代後期起，逐漸發展成地方政府的重要觀光活動。參考文化內容策進院（2022a）的調查，台灣2020年戶外流行音樂展演活動，達1,704場；2021年遭逢COVID-19疫情，戶外活動為1,650場。再參考文策院（2022b）針對消費者進行的調查報告，疫情解封後的2022年，消費者參與流行音樂展演活動的次數明顯增加，多數參與者至少參加3場以上的音樂活動，願意付費比例與費用呈現成長趨勢。若說在戶外舉辦的音樂節，近年全台場數皆達破千場，民眾參與音樂節可說是親民且便利的事情。

台灣觀光領域關注音樂節作為一種音樂團體執行售票營運的觀光產業，或是由地方政府經費挹注甚而主動舉辦的觀光活動，強調音樂節能夠成為打造成地方形象與行銷城市、提升地方經濟產業的重要觀光政策。（許文英，2010；黃致穎，2010）。地方音樂節典的舉辦，吸引感興趣者分從地方觀光行銷（許文傑，2013；吳佩娟，2015；楊嘉惠，2021）、音樂節觀光商業策略（張維恩，2022）、地方居民參與到建構社區意識（趙竹涵，2011；廖培伶，2016）等面向，探討音樂節之觀光效益與地方連結。另一方面，論者關注參與音樂節之觀光客的消費滿意度與行為（王思文、張弘遠，2010；鍾政偉，2015）。

前述研究多偏向運用數據調查以理解音樂展演活動參與者的動機與滿意度，進而提出音樂活動主辦方應當透過空間設計以營造特定氛圍、氣氛、或現場感。然而，究竟參與者在不同音樂活動中如何佔據空間並在其中感到「如家」（Pitts, 2005），參與者如何身處特定空間並與周遭環境互動來聆聽音樂，從而獲得特定情緒（Matheson, 2008）。對此，研究者應當採取更為具體、經驗或感官、空間分析等多方策略，透過無意識且非刻意關注某件事物的注意周遭環境的感受觀察，以理解參與者如何享受音樂節之現場氛圍（Moss et al., 2020, Pallasmaa, 2014）。

具體來說，本文關注的研究問題為：音樂節參與者體驗各類活動時的身體感官經驗是否／如何影響參與者享受音樂節；以及，參與者透過那些行為與活動進而建構出音樂節的獨特空間感。對此，研究者以自身參與音樂節的現場觀察與身體感官作為分析基礎，試圖指出音樂節作為特定音樂表演場域，其現場感受乃受到表演流程之變動、參與者之預期與不預期行為，彼此互動進而不斷重新建構、形塑各別場次獨特的音樂聆聽空間。

¹國立聯合大學設計學院原住民學士學位學程專班 助理教授

*通訊方式：E-mail: marang@nuu.edu.tw

在此種空間持續建構、破解與再建構的過程中，音樂節參與者應對所在環境與所處位置的那些空間配置、燈光音響、周遭人群的臨時／共時互動，讓自身持續處於隨遇而安的流動狀態，形成獨特的音樂節聆聽現場感。

【關鍵字】 氛圍、空間建構、音樂節、現場感、聆聽經驗

探討邊界特性對可及性在空間感知中的影響

Exploring the Impact of Boundary Characteristics and Accessibility on Spatial Perception

張逸華¹
Yi-Hua Chang

鄭佳昆²
Chia-Kuen Cheng

沈立³
Li Shen

【摘要】

空間感知是景觀遊憩領域中的重要議題之一，亦為影響人們安全感、環境偏好與心理健康的重要指標。許多研究指出，視覺可及性和物理可及性是空間感知中的主要構面，並影響人們對空間封閉與寬敞的感受。然而，過去研究在視覺可及性方面，多數研究僅討論遮蔽與開放的比例；而根據心理學中的非型式補整（Amodal Completion）理論，即使視線被遮擋，人腦仍具有推論被遮擋環境元素的能力，並且遮擋方式與連續性會影響其推論的效果，進而可能會影響視覺可及性。另一方面，過去物理可及性的研究則多集中討論視覺因素(如：縫隙或間距)對物理可及性的影響，較少考慮邊界材料的形變特性，導致視覺與物理可及性多為共變的關係。過去研究已指出邊界材料的差異會影響空間感知，而且在某些情境下，因為邊界材料的形變特性導致視覺與物理可及性之間的共變關係被打破，產生視覺可及性低、物理可及性高的特殊情況(如垂藤、霧氣)。因此，本研究旨在探討環境中遮蔽分布均勻度、邊界間距、材料形變特性對視覺可及性與物理可及性的關係，並進一步理解這些因素如何影響人們的空間感知。

本研究運用沉浸式虛擬實境（Immersive Virtual Reality, IVR）技術，以3D模型構築由遮蔽物所形成的環狀空間，受測者站立在環形中央觀看虛擬場景。每位受測者會隨機分配至三種遮蔽物材料之一，手持該材料進行觸覺感知並對場景進行評估；不同材料在視覺上並無差異。場景設計方面，透過調整遮蔽與開放區域的比例，以模擬三種不同的視野百分比；遮蔽物的間距則用以模擬視覺上是否可穿越邊界，共設計四種間距寬度；共組成三十六種場景組合。遮蔽分布的均勻程度，則以遮蔽與開放區域間的轉換頻率為指標。受測者在虛擬環境體驗中針對視覺可及性、物理可及性、封閉感及寬敞感進行評估；受測者則於大專院校中以便利抽樣招募。

結果顯示，遮蔽分布均勻度對視覺可及性具有正向影響，且在視野較低的情況下其影響力更強。間距寬度則會干擾視覺與物理可及性之間的正向關係；在中等間距寬度時，邊界材料的形變特性會提高環境的物理可及性。此外，視覺可及性與物理可及性對封閉感皆有獨立影響力，且兩者之間存在加乘效果；而物理可及性則會中介視覺可及性對寬

¹國立臺灣大學園藝暨景觀學系 研究生

²國立臺灣大學園藝暨景觀學系 副教授

³國立臺北教育大學社會與區域發展學系 助理教授

*通訊方式：E-mail: yihuahua930@gmail.com

敞感的影響，且兩者對寬敞感之間亦存在加乘效果。本研究在學術層面進一步釐清視覺與物理可及性的影響因子，以及可及性與封閉感、寬敞感之間的關係；在實務層面則為戶外景觀設計提供參考，幫助設計者理解空間邊界特性對可及性與空間感知的影響，並有助於創造多樣化的空間感知體驗。

【關鍵字】 視覺可及性、物理可及性、封閉感、寬敞感

【Keywords】 Visual Accessibility, Physical Accessibility, Enclosure, Spaciousness

景觀及植栽的設計與維管手法應用於都市公園蚊蟲防治研究

Study on applied the design and maintenance approaches of landscape and plant to mosquito control in urban parks

顏晟峰^{1*}

Cheng-Feng Yen

李麗雪²

Lee-Hsueh Lee

【摘要】

都市公園是市民重要休閒遊憩場域，有助於促進環境健康、生物多樣性和社會福祉。公園常出現的蚊子有黑蚊、家蚊、斑蚊，埃及斑蚊更是登革熱疾病的傳播媒介。在熱帶和亞熱帶地區，城市熱島效應、頻繁降雨和茂密的植被為蚊子的繁殖創造了有利條件，使得蚊子滋生的風險更加嚴重。然而，設計和維護不當的公園綠地也可能成為蚊子的溫床。蚊子叮咬嚴重不僅困擾使用者的戶外活動，更會降低其休閒遊憩的滿意度及使用意願。

傳統蚊蟲防治策略多以化學干預，因蚊蟲抗藥性、生態退化和社區健康等問題，使得這些措施難以為繼。因此，公園等開放空間的蚊蟲防治開始轉向永續方法，期使透過良好的景觀植栽設計和維管，可以最大限度地減少蚊蟲，為民眾提供更安全、更健康的綠色空間。

本研究是以文獻回顧和案例研究方法，探討都市公園蚊蟲防治的自然手段，研究重點包括：現階段都市公園中有那些景觀植栽設計及維管方法，讓公園變成蚊子的棲息地。檢視都市公園景觀植栽的空間佈局、選種、水體環境及維護管理在減少蚊子的作用。確定防止蚊子滋生的設計及維護管理手法。

研究選取研究基地為都市公園，所處環境與台灣氣候件相似，即溫暖潮濕的亞熱帶和熱帶地區的學術論文共 20 篇。文獻綜整和主要發現：蚊子在靜止清潔水體產卵，在和陰涼、潮濕區域棲息，且許多種蚊子，如埃及斑蚊非常適應都市環境，像是有水景和茂密植被的都市公園常常是複製了這些環境條件，使得公園成為蚊蟲良好棲地。都市綠化和植物多樣性與蚊蟲數量呈現正相關，一般熟知的定期除草對成蚊數量沒有顯著影響，這代表降低割草頻率不一定會增加蚊蟲，反而能降低管理成本。另外因設計或維管不當，如：循環不良的水池，土壤中排水不良的水坑、過度遮蔭或植物密集的高濕微氣候，不適合的植物種類等都為蚊子創造有利的微環境、助長蚊子滋生。

水文管理對於蚊蟲控制至關重要，如：讓噴泉和景觀池提供動態水循環系統、減少坡面和透水鋪面長時間積水、生態草溝和雨水花園應佈置良好的底基過濾層和排水良好

¹東海大學景觀學系 研究生

²東海大學景觀學系 教授

*通訊方式：E-mail: arthuryen0723@gmail.com

的土壤、人工濕地設計時應考慮蚊蟲的天敵，如蜻蜓、魚類等，並盡量減少不循環積水區域。植被密度對蚊蟲滋生起著關鍵作用，運用開放的冠層結構、間隔種植和陽光充足的佈局可減少蚊子棲息。定期維管，尤其是在雨季，包括：清理積水、修剪茂密的灌木叢、清除落葉和有機廢棄物等。使用滴灌代替地面澆水，避免在蚊子活動高峰期澆水等。值得注意的是，民眾對蚊子問題的感知更多受到景觀因素影響，而非實際蚊蟲數量，因此良好景觀設計，也可以降低民眾對蚊蟲干擾的感受。本論文研究成果是為景觀工作者提供適用公園，兼具美觀實用與有效蚊蟲防治的景觀植栽設計及維管方式，以提升公園使用滿意度及公眾健康福祉。

【關鍵字】 蚊蟲控制、景觀植栽設計、都市公園、棲地管理、永續防治

【Keywords】 Mosquito control, Vegetation strategies, Habitat management, Urban parks, Sustainable prevention

車站城市驅動都市空間發展之研究

A Study on Urban Spatial Development Driven by Station City

張政源^{1*} 曾睿偉² 董育任³ 陳俊文⁴
Chen-Yuan Chang Jui-Wei Tseng Yu-Jen Tung Chun-Wen Chen

【摘要】

本研究以「車站城市」(Station City)為核心視角，探討其在促進都市空間發展中的角色與機制。車站城市理念源自大眾運輸導向發展(Transit-Oriented Development, TOD)，TOD 強調在公共運輸節點周邊進行高密度、混合用途與以人為本的開發，以提升交通可達性與土地利用效率，活化都市空間並推動區域協調成長。然而，車站城市與 TOD 的成效受制度環境、土地政策、開發模式與治理結構影響，呈現顯著區域差異。為此，本研究透過國際與國內案例比較，歸納車站城市實踐的關鍵條件與挑戰，並以臺灣具代表性案例進行分析，提出發展策略。

在理論層面，本研究結合車站城市與都市空間發展理論，強調交通樞紐與空間機能之間的互動循環對都市競爭力的重要性。車站城市在 TOD 基礎上，整合公共運輸節點的多功能土地利用與完善步行、自行車系統，創造可持續的都市環境；都市空間發展則聚焦人口、經濟與公共服務的最佳配置。二者結合可同時提升交通效率、促進空間機能重組與土地價值提升，進而增強都市發展品質與活力。

國際案例顯示，日本品川及高輪 Gateway City 透過國際戰略特區定位與智慧城市建設，將交通節點轉型為商務與居住並重的核心區；美國紐約 Hudson Yards 採公私協力模式，在覆蓋鐵路調車場的平台進行超大型綜合開發；香港九龍站運用 Rail+Property 模式，以物業收益支撐鐵路營運並推動都市更新；臺鐵南港站則結合會展經濟與產業園區，帶動東台北成為新興商務聚落。

臺灣尚未發展成熟的案例比較分析方面，本研究選取高鐵台中站、高鐵台南站與臺鐵花蓮新站，分別代表成熟型商業樞紐、產業導向型節點與觀光生活型節點。高鐵台中站運量龐大，會展與商務設施成熟，已成為中部資源集聚與擴散的重要節點；高鐵台南站依託沙崙智慧綠能科學城與高等教育園區，逐步形塑南部科技與產學研聚落；臺鐵花蓮新站則以觀光導向結合文化與旅遊資源，有助提升東部觀光發展並縮小區域差距。

研究結果指出，成功的 TOD 發展需兼顧交通效率、土地整合、生活機能與制度配套，並透過土地增值回饋、公私協力與跨域治理，將開發所產生的經濟利益，用於改善

¹中信金融管理學院教授暨軌道經濟研究中心 主任

²中信金融管理學院軌道經濟研究中心 研究員

³台灣軌道經濟發展協會 副秘書長

⁴中信金融管理學院軌道經濟研究中心 研究員

*聯絡地址：臺南市安南區台江大道三段 600 號。E-mail: nymichang@ctbc.edu.tw

公共設施與提升當地居民的生活品質。政策上應依節點類型制定策略，成熟型樞紐深化產業鏈結與多元功能，引入文化休閒設施強化城市吸引力；產業導向型節點強化生活與商業配套，加強產學研合作以提升產業聚落能量；觀光生活型節點整合交通與觀光資源以帶動在地經濟。本研究不僅補足 TOD 在不同都市發展階段比較的研究空缺，亦為規劃與決策提供具體參考，促進交通建設與都市空間發展的雙贏目標。

【關鍵字】 車站城市、大眾運輸導向發展、都市空間發展、土地價值回饋、公私協力模式、區域均衡發展

以系統性文獻回顧探討綠色基盤對醫療支出之影響

Exploring the impact of green infrastructure on healthcare expenditure: A systematic literature review

徐佳珮^{1*} 江彥政²
Chia-Pei Hsu Yen-Cheng Chiang

【摘要】

綠色基盤(green infrastructure)是都市中由自然或半自然元素組成的綠地公共設施，如公園、街道綠帶、社區綠地與綠屋頂等，除了生態與景觀價值外，亦對居民的身心健康有正面影響。然而，都市開發導致綠地空間縮減，潛藏健康風險。但過去文獻大多聚焦於綠地與特定疾病罹患率之關係，較少從整體綠色基盤系統的角度，探討其空間特徵與配置策略如何影響民眾健康，進而對醫療支出產生實質影響。本研究以「綠色基盤」作為整體研究架構，系統性檢視其各項要素（如類型、面積、可及性與接觸頻率等）與公共健康醫療支出之間的關聯。

研究方法以系統性文獻回顧(systematic review, SR)，透過資料庫檢索並使用PRISMA流程圖進行文獻篩選，排除與研究主題無關或重複文獻，接續以CASP世代研究檢核表進行全文評讀，最終納入符合條件的73篇文獻，透過整合各疾病相對風險與醫療支出資料，估算不同綠色基盤要素對醫療費用的潛在節省金額。結果顯示，若居住環境綠地比例增加5%，發炎性腸道疾病的醫療支出可望減少約12.4至17.3萬美元；而居民每週造訪公共綠地的次數提高至4-5次，則憂鬱症相關醫療支出可減少約442萬至2,995.6萬美元。研究同時涵蓋其他疾病類別，並探討不同綠色基盤指標（如綠覆率、接觸頻率與綠地密度）對醫療成本的影響。綜言之，綠色基盤不僅有助於促進公共健康，亦能在醫療經費節省上發揮顯著作用，為都市綠化規劃與資源分配提供實證依據。

【關鍵字】綠色基盤、醫療支出、生心理健康、系統文獻回顧

【Keywords】Green infrastructure, Healthcare expenditure, Physical and mental health, Systematic literature review

¹國立嘉義大學景觀學系 研究生

²國立嘉義大學景觀學系 教授兼農學院副院長

*通訊方式：嘉義市東區學府路 300 號。Email: ycchiang@mail.ncyu.edu.tw

C1

生態旅遊與環境保育

走向我仰望的高度—Everest Base Camp與Kilimanjaro之巔峰 體驗

Towards the Heights I Admire-A Narrative of Everest Base Camp and Kilimanjaro Experiences

陳孟沄^{1*} 洪昇葆²
Meng-Yun Chen Sheng-Bao Hong

【摘要】

「山，不是為別人而爬，是為自己而爬。憑著自己堅定的意志行進，所有的一切也都會回饋到自己身上，喜悅是如此，危險也是！」(植村直己，1971/2021)。近年來，台灣登山健行人口明顯增加，遠征海外高海拔健行更成為國人新興旅遊型態，其中相對較容易入門的Everest Base Camp (EBC)及Kilimanjaro更是登山健行愛好的殿堂。而高海拔活動被視為高風險運動，在旅遊同時也為參加者帶來冒險的深層意義！對研究者而言，從冒險登山活動中，不僅加注自我抗壓能量與反思學習的內化，更是體察不同的人文與自然環境的難得經歷。

本研究嘗試探討：

- 壹、高海拔健行者對生理與環境風險的認知與應對策略；
- 貳、詮釋Everest Base Camp與Kilimanjaro旅程中的心理轉化及敘事內涵；
- 參、高海拔健行者對永續旅遊的反思與行動意識之敘事呈現。

目前文獻對於不同地點健行者敘事經驗、心理轉化與永續行動意識的多元詮釋，尚缺乏較系統性的比較與描寫。特別是同時運用自我敘事、團員及專家訪談的質性研究仍屬稀少。因此，本研究預期可提供未來進行海外高海拔健行者提高風險認知與行前準備之具體參考，同時呼籲永續旅遊意識，強調自然環境與文化尊重在高海拔區域旅遊中的重要地位，作為學術與實務上的參考文本。

研究者已於2023年9月完成19天的EBC健行，初步經驗顯示登山健行者應謹慎面對無法預期的高海拔生理風險，並親眼見證了氣候變遷為冰川帶來的巨大縮減變化。研究者亦將於2025年8月中旬完成13天非洲最高峰—Kilimanjaro的高海拔健行，本研究將以自身經歷兩座山域為例，採用自我敘事及參與觀察的田野調查法，並預計與專家、團員及家人各至少三位進行半結構式訪談，透過記錄與照片，以多元視角梳理行程前的準備、行程中的文化互動，探討巔峰體驗如何連結身體挑戰、高海拔健行活動的風險應對、心理轉化及永續反思。（預計於九月中下旬完成訪談）

【關鍵字】 Everest Base Camp、Kilimanjaro、高海拔健行、風險管理、永續旅遊

¹國立臺灣師範大學運動休閒與餐旅管理研究所 研究生

²國立臺灣師範大學運動休閒與餐旅管理研究所 博士生

*通訊方式：E-mail: irene7159@gmail.com

走進東部山林：以質性研究探討大學生登山健行經驗對無痕山林知識與行為之影響

Into the Mountain Forests of Eastern Taiwan: A Qualitative Study of University Students' Hiking Experiences on Their Leave No Trace Knowledge and Behavior

廖雪霏^{1*}

Sheue-Fei Liaw

賴來新²

Lai-Hsin Lai

【摘要】

台灣東部涵蓋中央山脈以東和海岸山脈地區，擁有豐富的山林資源和自然景觀，吸引登山健行愛好者。近年，登山健行活動在大學生族群中普及，成為其休閒遊憩與自我挑戰的途徑，然而登山健行普及亦帶來承載量與環境衝擊議題。「無痕山林」(Leave No Trace, LNT) 理念的推廣強調在享受自然的同時，應盡量降低人為影響，以維護生態與景觀完整性。考量過去研究多聚焦遊客行為與環境教育成效，對大學生如何在實際登山健行經驗中形成並實踐無痕山林原則之探討仍有限，畢竟多數登山健行者在知識層面認同此理念，但實際行為卻受環境、社會與個人因素影響而產生落差。

本研究採取質性方法，以立意取樣選取11位具不同登山健行資歷與學科背景的大學生，透過半結構式深度訪談探究其在東部山區登山健行經驗中，對無痕山林的認知與行為實踐，以及影響行動落差的因素。訪談除問答外，輔以圖片引導促進受訪者經驗回顧與觀點表達。訪談蒐集的資料經主題分析法編碼歸類，歸納認知與行為的共通性與差異。

研究結果顯示，受訪者的登山健行經驗多始於大學階段，且多以團體方式參與，頻率穩定。登山健行動機主要源於對自然風景的欣賞與生態觀察的興趣，並伴隨放鬆與紓壓需求。受訪者普遍對無痕山林具基本認知，認為其核心在於減少環境破壞及保護自然生態。行為實踐方面，多數受訪者能落實垃圾帶下山、遵守步道路徑及安全生火等原則，並願意對違規行為予以指正。影響行為實踐的因素包括個人環境知識、態度以及團隊氛圍，且多認為無痕山林應為基本且自發的行為規範。他們的環境態度深受家庭教育背景及登山健行經驗的影響，從而表現出對環境保護的高度認同與行為傾向。

本研究也發現，大學生的登山健行經驗不僅增進其對自然環境的認識，更促進了無痕山林理念的內化與行為實踐。受訪者普遍具備無痕山林的基本認知，並能在實際登山健行過程中落實相關原則；然而，具體行為與臨場抉擇上仍存在認知與行動落差。研究成果可作為未來戶外環境教育課程設計、登山健行活動規劃及步道管理的參考，特別是

¹國立東華大學觀光暨休閒遊憩學系 研究生

²國立東華大學觀光暨休閒遊憩學系 助理教授

*通訊方式：花蓮縣壽豐鄉大學路二段一號。E-mail: lhlai@gms.ndhu.edu.tw

透過同儕教導與情境經驗分享，加強無痕山林原則在真實環境中的應用。整體而言，早期環境教育及持續的登山健行經驗有助於深化環境保護態度，強化無痕山林的行為落實，在在顯示推動戶外環境教育與登山健行實踐相結合具有重要意義。最後，本研究填補了大學生登山健行經驗與環境倫理實踐關聯性之質性研究缺口，並為後續探討不同地區、年齡層與登山健行型態下的行為模式提供基礎。

【關鍵字】 登山健行行為、遊憩衝擊、環境認知、戶外教育

探討環境承諾在驚嘆與負責任環境行為間所扮演的中介角色：以 越南下龍灣為例

Exploring the mediating role of Environmental Commitment between Awe and Environmentally Responsible Behavior: A case study of Ha Long Bay, Vietnam

龍世卿^{1*} 吳忠宏² 曾筠涵³
Enivia Long Homer C. Wu Yun-Han Tseng

【摘要】

本研究旨在探討遊客對越南下龍灣的驚嘆感、環境承諾與負責任環境行為間之現況，並建構與驗證三者之因果關係模式，進而分析環境承諾在驚嘆感與負責任環境行為間扮演的中介角色。研究採便利性抽樣法，以前往下龍灣的遊客為研究對象，回收有效樣本共469份。研究結果顯示，驚嘆感會正向且顯著地影響環境承諾及負責任環境行為，而環境承諾亦會正向且顯著地影響負責任環境行為。此外，環境承諾在驚嘆感對負責任環境行為間扮演中介角色；換言之，遊客對下龍灣所感受到的驚嘆感除了會正向且顯著地影響遊客對當地的行為外，也會透過環境承諾來影響其對該旅遊目的地的行為。最後，根據研究結果提出實務管理意涵與未來研究建議，供越南廣寧省人民委員會及後續研究者做參考。

【關鍵字】驚嘆感、環境承諾、負責任環境行為、中介角色、下龍灣

¹國立臺中教育大學 研究生

²國立臺中教育大學 教授

³國立臺中教育大學 專任助理

*通訊方式：臺中市西區民生路 140 號。E-mail: BTR112901@gm.ntcu.edu.tw

以新生態典範區隔低碳旅遊市場之研究

Segmenting the Low-Carbon Tourism Market Based on the New Ecological Paradigm

張楊一嘉^{1*} 王正平² 李維貞³
I-Chia Chang Yang Cheng-Ping Wang Wei-Chen Li

【摘要】

2024年旅遊業對全球GDP 貢獻為11.1 兆美元 (WTTC,2025)。然而帶來龐大經濟利益又被稱為無煙囪產業，看似前途無量，但其實不然，旅遊與觀光產業佔全球總碳排放的 6.5%，而炭排的產生加劇了極端天氣事件、海岸侵蝕、生物多樣性喪失等 (WTTC,2024)。低碳旅遊其目的在於透過減少旅遊活動中所產生的碳排放，同時帶來更多社會、經濟與環境上的利益 (Can & Hongbin, 2011)。這也對應氣候變遷威脅「減緩策略」(mitigation)，其透過人為干預，藉由減少溫室氣體的排放量或增加溫室氣體的儲存量，使其減緩 (國家發展委員會，2012)。也使得低碳旅遊逐漸成為旅遊業的重要趨勢。

根據黃曉君 (2019) 採訪中研院社會所蕭新煌兼任研究員有關低碳政策，其表示其三十多年來，國人越來越傾向環境保護優先，同時追求經濟發展與環境保護的雙重平衡。Klain, Olmsted, Chan, & Satterfield (2017) 認為新生態典範量表 (NEP) 是衡量自然信念最廣泛使用的方法。過往的研究當中也有許多使用新生態典範量表 (NEP) 測量態度、信念、價值觀等 (許欣瑜，2009、Marcinekova, Štěrbová, Výboš'ok, Hajdúchová., Giertliova, Šulek, Sarvašová, & Šálka, 2024)。

Feng (2022) 市場區隔是一種有效的工具，可以根據某些相似的特徵、態度以及對產品或服務的需求，將市場劃分為不同的群體。Kotler表示即便市場區隔是以其他基礎 (例如人格或行為) 來劃分的，仍需掌握其人口統計特徵，才能評估其規模，並有效地接觸 (郭國慶、成棟、王晓東、宋華譯，1997)。王正平、原友蘭和劉松達 (2022) 透過新生態典範區隔陽明山現有遊客，證實其新生態典範能作為市場區隔之工具。而國內研究當中鮮少探討國人低碳旅遊之市場區隔。本研究旨在探討新生態典範如何作為市場區隔工具，分析低碳旅遊市場的消費者特性及其意願。首先回顧了相關文獻，確立了新生態典範的理論基礎，了解市場區隔應用，以及低碳旅遊發展和其他旅遊之關聯性，並透過問卷調查收集了北北基桃地區388名受訪者的數據。

研究結果顯示，受訪者的環境價值觀偏向於重視環境保護，且在低碳旅遊的態度上

¹世新大學觀光學系 研究生

²世新大學觀光學系 教授

³中國科技大學觀光與休閒事業管理系 助理教授

*通訊方式：臺北市文山區福興路 95 巷 53 號 9 樓之一。E-mail: onegary119@gmail.com

表現出積極的參與意願。根據新生態典範的分析，將受訪者劃分為低環境價值群、重視高環境價值群、環境平等保護意識群及拯救環境危機群。每個群體在低碳旅遊的行為和意願上均存在顯著差異，顯示出不同環境價值觀對旅遊選擇的影響。

本研究的結果不僅為低碳旅遊的市場行銷策略提供了實證依據，也對政府和相關機構在推動低碳旅遊政策方面具有重要的參考價值。未來的研究可以考慮擴大樣本範圍，涵蓋台灣地區受訪者或對台灣以外的地區進行的低碳旅遊市場區隔研究，藉此比較不同文化對低碳旅遊的認知和行為差異。

【關鍵字】 新生態典範量表、低碳旅遊、市場區隔

景點知名度與擁擠感知對自然景點吸引力之影響

Effects of Popularity and Crowding Perception on the Attractiveness of Natural Sites

蔡佳璇¹

Chia-Hsuan Tsai

鄭佳昆²

Chia-Kuen Cheng

蘇愛嬪^{3*}

Ai-Tsen Su

【摘要】

景點知名度可透過喚起潛在遊客的認知與記憶，激發其興趣與好奇，進而在心中形成情感連結與正面印象，促使其產生較高的造訪意願；擁擠感知具有高度主觀性，受到多重因素影響，並可能會引發負面情緒，進而降低目的地吸引力。本研究旨在探討景點知名度與擁擠感知對自然景點吸引力之影響，並進一步檢驗擁擠情境描述是否對吸引力產生不同影響。研究方法採用問卷調查，景點知名度分為不有名、國內知名、國際知名等三個等級，擁擠感知依擁擠情境描述不同，分為擁擠描述版與人潮描述版，其中擁擠描述版分為非常不擁擠、稍不擁擠、中等擁擠、稍擁擠、非常擁擠等五個等級，人潮描述版則分為人潮非常少、人潮有點少、人潮中等、人潮有點多、人潮非常多等五個等級；受測者會隨機分派至其中一個版本，並針對自然景點吸引力進行5點評分，共回收120份有效問卷。研究結果顯示景點知名度越高，景點吸引力越高，而擁擠感知負向影響景點吸引力；在擁擠描述版本中，非常擁擠與稍擁擠之吸引力評分顯著較低，而在人潮描述版本中，人潮非常多與人潮稍多之負面影響相對較小；在擁擠感知為中等之條件下，不同知名度等級、人潮中等之景點吸引力均顯著高於中等擁擠之景點吸引力，而在擁擠感知稍低之條件下，人潮有點少之國內知名景點吸引力顯著高於稍不擁擠之國內知名景點吸引力，顯示擁擠情境描述可能影響受測者對人潮狀況之感知判斷，並改變其對景點吸引力之評價。研究結果可用於自然景點行銷，在資訊發布時，透過調整描述用語可有效減緩擁擠帶來的負面印象。

【關鍵字】目的地知名度、目的地吸引力、擁擠情境描述、人潮

¹國立臺北教育大學社會與區域發展學系 研究生

²國立臺灣大學園藝暨景觀學系 副教授

³國立臺北教育大學社會與區域發展學系 助理教授

*通訊方式：臺北市大安區和平東路二段 134 號。E-mail: su@tea.ntue.edu.tw

自然休閒：室內植物對學生環境保育態度之初探

Leisure with Nature: How Do Indoor Plants Shape Students' Conservation Attitudes?

李若云¹ 蔡森宇² 洪璽鈞³ 洪詩涵^{4*}
Gyslaine Niyokwizera Sen-Yu Tsai Hsi-Chun Hung Shih-Han Hung

【Abstract】

Urbanization has reduced human interaction with nature, negatively impacting mental health and environmental attitudes and behaviors (Guo et al., 2023; Huang, 2024). University students, particularly those in dormitories, experience high stress, social isolation, and limited exposure to green spaces. This study investigated the impact of indoor plants on stress reduction and environmental attitudes and behaviors among dormitory-residing students at National Taiwan University. Grounded in the Biophilia Hypothesis (Wilson, 1984), Stress Reduction Theory (SRT) (Ulrich, 1983), and Theory of Planned Behavior (TPB) (Ajzen, 1991). The study employed a seven-week experimental design with 41 participants (53.7% male, 46.3% female; mean age = 23.61, SD = 3.44). Two groups were compared: one actively caring for edible plants and another passively exposed to artificial plants. Stress levels were assessed using the Perceived Stress Scale (PSS), natural relatedness (NR), while personal conservation behavior and attitude were measured using adapted scales from Jenkins & Pell (2006) and the Environmental Attitude Inventory (EAI), which related to conservation. Data was collected at three times. Pre-existing differences in plant cultivation experience on perceived stress, nature-relatedness, and psychological well-being, which further shaped participants' responses, highlighting the role of individual background in nature-based interventions. In addition, at Time2, participants with prior plant cultivation experience continued to report significantly higher levels of nature relatedness (NR), suggesting a stable relationship between long-term nature engagement and one's connectedness with nature. No differences in psychological responses were reported despite prior plant cultivation experience in Time3. The results indicated that there is no difference between the time period, stress, and the types of plants. However, a significant difference on environmental attitudes and behaviors and plant types. Especially, on active engagement with real plants over time period, which might contribute to short-term behavioral benefits. Factors such as plant wilting and variability in care engagement may have constrained outcomes in the active group. These findings suggest indoor leisure

¹國立臺灣大學生物多樣性國際碩士學位學程 研究生

²國立臺灣大學園藝暨景觀學系 研究生

³農業部農業試驗所花卉試驗分所產業應用系 助理研究員

⁴國立臺灣大學生物多樣性國際碩士學位學程 助理教授

*通訊方式：台北市大安區羅斯福路四段 1 號。E-mail: shellyhung6327@ntu.edu.tw

interactions with real plants effectively foster pro-environmental attitudes, which may have long-term implications for environmental sustainability.

【Keywords】 Indoor leisure activity, plants, stress reduction, environmental behavior, college students

D1

韌性觀光-環境與體驗

Information, Misinformation and Disinformation: The Role of Translation¹ in the Context of Resilient Tourism

謝宏濱^{2*}

H. Pierre Hsieh

【Abstract】

Often labelled an “industry without chimneys,” tourism has been a breadwinner for many countries around the world, accounting for a significant portion of their GDP. According to the authoritative tourism body, UNWTO, in 2023, travel and tourism's direct contribution to the global GDP was approximately 9.9 trillion U.S. dollars, or a 9.1% share of it.

This would be particularly obvious—and bittersweet—in a post-pandemic world, where many people are struggling with extreme weather as a result of climate change on top of the ripple effects of the pandemic. At the same time, however, in the United Nations report *Transport Related CO2 Emissions of the Tourism Sector*, it was revealed that tourism (or perhaps overtourism) was a significant contributor to climate change. Nowadays, a growing number of tourists have begun recognizing the negative impact their trips may have on the places and locations they cover. Against this backdrop, a brand-new concept of tourism came into being, and it was resilient tourism.

Unlike previous forms of tourism, resilient tourism focuses on building a sustainable and robust tourism sector that can withstand all sorts of disruptions such as economic downturns, natural disasters, political turmoil and health emergencies. While resilient tourism will be able to work with sustainable tourism hand in hand for a rosy outlook for global tourism, this will not be possible without translation—and adequate and effective translation for that matter.

While the role of translation might not be immediately obvious to many, tourism and translation are two categories that are in a symbiotic relationship. For one thing, translation plays a crucial role in resilient tourism by facilitating communication amongst all key players, enhancing visitor experiences and ensuring accessibility for all. It allows a host destination to effectively communicate with their potential clientele, manage visitor flows, and adapt to changing trends. Needless to say, this aspect of resilient tourism requires translation. Second of all, translation enhances understanding between host and guest, which will, in turn, enhance community engagement. In the context of resilient tourism, tourists represent a wide range of

¹Inasmuch as the subject matter of this paper is concerned, the term *translation* is supposed to include translation and interpreting, both of which are translational activities. The two activities are related but distinct, but their differences and similarities will only be dealt with minimally herein.

²逢甲大學外文系 助理教授

*通訊方式：E-mail: ping60637@yahoo.com

cultures, thereby necessitating intercultural communication. With more than 5000 languages being spoken worldwide on a daily basis, translation would be indispensable for the satisfaction for the tourist and the fulfillment of goals for the service provider, be it a hotel, a museum, a restaurant or a souvenir shop.

Thirdly, translation can enhance the visitor's overall experience by providing accurate and up-to-date information and promoting cultural immersion. What is more, in the event of emergency or disaster, which is what gave rise to the endeavor of resilient tourism in the first place, the information provided to visitors through translation could prove crucial for the dissemination of information, the provision of emergency aid, as well as trouble-shooting services, and the coordination of emergency response efforts. Admittedly, none of that would be possible without translation. Finally, translation would be instrumental for tourist destinations/attractions/sites that are trying to reach out to a wider audience and a more diverse body of tourists. This would be most obvious in the presentation of information on tourist attractions, local transportation and local rules and regulations. For all we know, for resilient tourism to be possible, every effort must be made to ensure the constant availability of adequate transportation and the visitor's timely update on all local rules and regulations, especially those that are not otherwise universal (eg., curfew schedules, quiet and "no-do days," and some religious practices, like fasting month for Muslims). Obviously, again, none of this would be possible without translation.

In sum, it is my position that for tourism to be both sustainable and resilient and, at the same time, free of misinformation and disinformation, adequate translation must be extensively engaged. Otherwise, it will defeat the entire purpose of introducing resilient tourism in the first place.

【Keywords】 Tourism, Resilient tourism, Translation, Interpreting

探索遊客在災難風險下之心理韌性—花蓮之個案研究

Exploring tourists' psychological resilience in response to risks and disasters- A case study in Hualien

賴柏欣^{1*} 李易儒²
Po-Hsin Lai Yi-Ju Lee

【摘要】

觀光學術研究日益採用「韌性」的論述與研究取向，作為風險與災害管理以提升觀光系統應對內外動盪(例如自然災害、全球或區域的地緣政治與經濟不穩定、傳染性疾病的爆發，以及人為造成的環境變遷)能力的基礎 (Hall et al., 2023; Ritchie& Jiang, 2019)。然而，這一研究取向主要集中於觀光系統的供給面(旅遊產業組織與觀光目的地)。直到近幾年，旅遊與觀光學者才開始從需求面的角度(遊客)來探討觀光系統中韌性的議題 (Liu et al., 2025; Mulcahy et al., 2025)。

災難性事件可能對觀光目的地造成長遠影響。除物理性損傷之外，這類事件常在媒體大肆渲染下廣泛傳播，使目的地蒙上負面形象，進而引發潛在遊客的負面情緒，最終可能削弱他們造訪該地的意願。觀光目的地能在多大程度上妥善應對災難事件，並協助身處災難中的遊客(這些遊客可能陷入恐懼與不確定性之中)抑制無助的情緒、保持冷靜並採取適當的因應行動，將會深刻影響遊客的心理健康與重遊意願。然而，遊客如何調節負面情緒以克服對高風險目的地的“想像”或“實際”威脅所引發的恐懼、擔憂與焦慮，目前仍不甚清楚。同時，對於觀光目的地如何積極協助並支持遊客的情緒調節，以確保其身心福祉並促進重遊意願以強化遊客心理韌性，仍有待進一步了解。此一理解至關重要，因為安全與健康是影響遊客選擇觀光目的地的重要因素 (Ruiz-Sancho et al., 2021; Singleton & Wang, 2014; Sirakaya et al., 1997)，相關資訊可納入災難與危機管理策略中，亦可應用於受災目的地的復甦行銷與形象修復 (Richie, 2004; Richie et al., 2021; UNWTO, 2011) 有助於受災目的地的永續發展。

本研究將結合資源保存理論 (Conservation of Resources, COR) (Hobfoll, 2010 & 2012) 與情緒調節歷程模型 (Emotion Regulation Process Model or ERPM) (Gross, 1998 & 2015) 建構遊客在面對可能發生自然災害的情境下的心理韌性，亦即「個體在面對壓力挑戰時，能夠承受最負面的後果，同時仍保持活力、投入與專注於重要生活任務的能力」(Hobfoll, 2010, p. 128)。依據此整合性框架，本研究將探討災難情境評價、情緒調節、目的地資源、個人應對災難資源、旅遊投入，以及重遊意圖，並以造訪花蓮這一災難易發地區的遊客所蒐集之資料作為研究測試的基礎。透過問卷調查招募遊客參與，以驗證此整合性

1國立東華大學觀光暨休閒遊憩學系 副教授

2國立東華大學觀光暨休閒遊憩學系 副教授

*通訊方式：花蓮縣壽豐鄉大學路 2 段 1 號。E-mail: pohsinlai@gms.ndhu.edu.tw

架構的可用性。花蓮因其易受自然災害影響（如地震、颱風），以及近期經歷數次重大災難事件(例去年0403地震、颱風凱米、颱風康芮)，提供了一個作為驗證此一整合模型適切的情境。問卷將於8月至9月執行，參與者為問卷資料收集期間以觀光休閒為主要目的造訪花蓮的遊客，預計收集600份完整問卷，資料分析結果與討論將於中華民國戶外遊憩學會研討會上呈現。

【關鍵字】 遊客心理韌性、災難、情緒調節、資源保存、觀光目的地管理

Trust Repair in the Tourism Industry: Government and Third-Party Interventions During the Pandemic

吳志正 連哲輝 劉馨嫻 張恬 施旻璇 周以絜
Jyh-Jeng Wu¹ Che-Hui Lien^{2*} Xin-Zhi Liu¹ Tian Zhang¹ Min-Xuan Shi¹ Yi-Jie Zhou¹

【Abstract】

Global environmental changes, whether natural or human-induced, exert profound impacts on tourism. The COVID-19 pandemic serves as a salient example of how interconnected environmental, social, and economic systems can severely disrupt travel. As the pandemic escalated, the Taiwanese government introduced a series of policies aimed at curbing the spread of the virus, which, in turn, had a substantial effect on the tourism industry. These disruptions not only reduced tourism demand but also eroded public trust in tourism-related services. Understanding how government and third-party interventions can repair this trust is therefore essential for supporting the recovery and resilience of the tourism sector.

To restore public confidence and revive tourism, both government agencies and third-party organizations took active measures. Government initiatives included stimulus vouchers, agricultural travel vouchers, and safe travel subsidies. At the same time, third-party entities—such as the Association of Travel Agents—played a coordinating role, uniting the industry and acting as a bridge between policymakers and grassroots operators. These collaborative efforts ensured that tourism policies aligned with industry needs, encouraged domestic travel and spending, and fostered positive consumer sentiment, thereby contributing to a more resilient tourism market.

Trust repair refers to the deliberate process by which an individual, organization, or institution seeks to restore trust after it has been damaged. Trust repair is a challenging process that not only requires addressing the distrust caused by the incident but also calls for a more proactive rebuilding of positive emotions. Positive emotions refer to a coping attitude when facing difficulties, and they include feelings such as happiness and joy. A review of the literature indicates that research on trust repair involving the government, and third parties remains relatively limited. The objective of this study is to explore whether the intervention of the government and third parties can generate the public's positive emotions, thereby achieving the effect of trust repair during the pandemic.

The population of this study consisted of individuals who frequently browse travel-related

¹Department of Business Management, National United University, Taiwan

²Professor, Department of Marketing, Thompson Rivers University, Canada

*通訊方式：E-mail: elien@tru.ca

online communities. Purposive sampling was used to obtain data from representative groups, including Facebook groups. The data, collected in 2021, comprised 501 valid samples. Structural equation modeling (SEM) was employed for data analysis.

The results indicate that government and third-party interventions exert a significant positive effect on individuals' positive emotions, which, in turn, significantly and positively influence trust repair. These findings enhance the theoretical robustness and generalizability of the research. Practical recommendations are offered for policymakers and tourism-related stakeholders.

【Keywords】 Government, Third Party, Positive Emotions, Trust Repair

遊客知識獲得對食農教育導向體驗活動之影響性研究

A Study on the Impact of Tourists' Knowledge Acquisition on Agri-food Education-Oriented Experiential Activities

吳淑玲^{1*}
Shu-Ling Wu

徐婉婷²
Wan-Ting Xu

【摘要】

隨著《食農教育法》的通過與推動,食農教育體驗活動在各地日益普及,不僅促進了農業與教育的結合,也對觀光發展及社會文化產生了深遠的影響。鑑此背景,本研究旨在深入探討食農教育體驗活動的價值與其背後的影響機制。本研究著重於「遊客知識獲得」對其體驗回應的影響,由此進一步將知識的影響性進一步區分為:對體驗活動的當下回應和對未來「公民意識」的遊後行為回應,藉此提供一個較為全備的架構,以理解食農教育在觀光體驗活動中所具備的深層社會意涵與教育潛力。本研究回數有效樣本271份,以PLS(偏最小平方法)為分析工具,研究結果顯示,問卷信度與效度檢驗結果良好,結構模型GoF值0.565,顯示模型適配度優良。本研究分析結果顯示,食農教育體驗活動之「價值共創」、「在地性認知」與「知覺行為控制」皆對知識獲得有顯著正向影響,知識獲得則進一步促進遊客永續公民意識(主觀規範、個人規範)的養成及活動黏性,相較之下,純粹追求玩樂、美感、成本回收與卓越服務等傳統休閒價值,則對知識獲得幫助不顯著;同時,本研究證實了知識獲得對食農教育體驗活動體驗之重要性,除了有助於體驗活動的正面評價,更能促發遊客的公民意識與體驗黏著度。

本研究具體貢獻在於整合量化前後測與PLS結構方程,提出「知識共創—在地認同—永續實踐」的食農教育觀光服務價值脈絡,於此提出了休閒觀光產業應強化知識學習情境、規劃共創互動與在地特色展現,以促進遊客深度學習與永續意識培育,進而促使在地社會與觀光永續共生,回應全球2050永續發展目標的實務建言。

【關鍵字】食農教育、知識獲得、價值共創、在地性認知

¹國立暨南國際大學觀光休閒與餐旅管理學系 副教授

²國立暨南國際大學觀光休閒與餐旅管理學系 學生

*通訊方式: E-mail: slwu@ncnu.edu.tw

目的地遊客感恩概念初探

Destination Tourist Gratitude: A Conceptual Exploration

章維玲¹

Wei-Ling Chang

張淑雲^{2*}

Shu-Yun Chang

【摘要】

隨著觀光產業邁入體驗經濟階段，遊客已不再僅僅追求消費或娛樂，而是渴望獲得更具意義、能促進個人成長與社會連結的體驗。在此趨勢下，情緒體驗的探討成為理解遊客與目的地互動的重要視角。既有的研究大多集中於「滿意度」、「忠誠度」與「目的地依附」等概念，而「感恩」作為一種具有道德基礎的正向情緒，卻長期未受到足夠關注。心理學文獻更是指出，感恩能激發回饋、助人及環境保護等親社會行為，並強化人際合作與長期互動關係。若將此情緒引入旅遊脈絡，不僅能拓展原有理論基礎，亦可為目的地經營與永續發展帶來新穎且具啟發性的實務意涵。

故本研究以 Fredrickson(2001)提出的「擴展與建構理論」(Broaden-and-Build Theory)為理論基礎，認為遊客在造訪目的地時，可能因自然景觀之美、文化交流的啟發、人際互動的溫暖，或個人成長的收穫，而對目的地產生感恩情緒。此種感恩不僅加深遊客的情感體驗，也可能轉化為持久的心理資源，進而影響其對目的地的態度與行為。

透過文獻回顧與質性訪談，本研究初步歸納「目的地遊客感恩」包含四大構面：其一為心理療癒感，即遊客在自然環境或舒適氛圍中獲得安定與撫慰；其二為意義共鳴感，文化、歷史或象徵性體驗引發生命反思與價值共鳴；其三為人際溫情感，居民或服務人員的善意與協助激發遊客的感恩情緒；其四為地方貢獻感，遊客因覺察目的地在知識、生活方式或美感上的啟發而心懷感激。此四構面顯示，「目的地遊客感恩」並非單一的情緒反應，而是一種橫跨心理、價值、人際與文化層面的多重經驗。本研究為概念探索之初步嘗試，未來可進一步建構並驗證「目的地遊客感恩」之量表，並探討其如何轉化為具體行為，以深化對遊客情緒與行為之理解。

【關鍵字】感恩、情緒擴展建構理論、遊客情感、正向情緒、親社會行為

¹國立嘉義大學行銷與觀光管理學系觀光休閒碩士班 研究生

²國立嘉義大學行銷與觀光管理學系 副教授

*通訊方式：嘉義市新民路 580 號。E-mail: emily@mail.ncyu.edu.tw

E1

觀光旅遊市場研究 (I)

使用解釋水平理論、休閒阻礙理論、旅遊動機探討旅遊前遊客規劃行為之研究

Using the Construal Level Theory, Leisure Constraint Theory, and Travel Motivation to Investigate Tourists' Pre-trip Planning

林芸安^{1*}
Yun-An Lin

陳偉慶²
Wee-Kheng Tan

【摘要】

行前規劃 (pre-trip planning) 是旅遊當中不可或缺的事前準備。行前旅遊規劃通常被視為是複雜的，規劃內容有經費預算、行程、時間、地點、住宿、交通和餐飲等等。行前旅遊規劃也有可能受到旅行何時進行，例如現在規劃的一年後或一個月後 (時間心理距離，temporal psychological distance)、旅遊目的地有多遠 (空間心理距離，spatial psychological distance)、面臨哪些潛在的問題和阻礙 (休閒阻礙，leisure constraint) 和為什麼旅行 (旅遊動機，travel motivation) 所影響。

本研究使用解釋水平理論 (construal level theory)、休閒阻礙理論 (leisure constraint theory) 和旅遊動機理論探討旅遊前遊客規劃行為。透過解釋水平理論中的空間心理距離，將時間心理距離定為調節變數 (一個月後的旅遊以及一年後的旅遊)，使用「歐洲自助旅遊」這個情境了解在不同的時間心理距離之下，空間心理距離、休閒阻礙、旅遊動機如何影響遊客行前之規劃。

本研究透過設計兩份問卷 (一個月後的旅遊以及一年後的旅遊) 蒐集資料，以臺灣 18 歲以上的民眾為對象，採取滾雪球抽樣方式，共回收 395 份問卷，一個月後的問卷為 197 份，而一年後的問卷為 198 份。本研究進行一系列測試確保收集數據的品質，測試顯示數據具有組合信度、收斂效度及區別效度。資料分析採用最小平方分析法 (partial least squares analysis) 計算各個構面間的路徑係數。

因為學術界沒有標準的旅遊規劃清單行。本研究透過探索性因素分析將旅遊規劃清單行分為五項構面 (旅遊景區規劃、費用規劃、省錢規劃、提升自我形象規劃、重要細節規劃)。

路徑分析顯示不論是一個月後的旅遊以及一年後的旅遊的情境，(1) 興趣缺乏阻礙負向影響探索旅遊動機、(2) 提升自我形象動機正向影響重要細節規劃和提升自我形象規劃、(3) 得到他人的認可動機正向影響提升自我形象的規劃、(4) 尋求享娛動機正向影響重要細節規劃。

¹國立臺灣師範大學企業管理學系 大學部學生

²國立臺灣師範大學全球經營與策略研究所 副教授

*通訊方式：台北市大安區師大路 11 號。E-mail: liny65613@gmail.com

然而，多組分析 (multigroup analysis) 顯示一個月後的旅遊以及一年後的旅遊情境的各個構面間路徑存在一些差異，例如空間心理距離影響省錢規劃、得到他人認可動機影響提升自我形象規劃。

本研究除了提供理論貢獻也提供了可幫助旅遊景點經營者滿足遊客需求的見解。

【關鍵字】 旅遊規劃、解釋水平理論、休閒阻礙理論、旅遊動機、旅遊前規劃

團體套裝旅遊中關係利益、難忘旅遊體驗與推薦意圖之關聯性

Relationships among Relationship Benefits, Memorable Tourism Experiences, and Recommendation Intentions in Group Package Tours

吳星霽¹ 張淑雲^{2*} 章維玲³
Hsing-Pei Wu Shu-Yun Chang Wei-Ling Chang

【摘要】

團體套裝旅遊(Group Package Tours, GPT)在亞洲地區持續受到遊客青睞，其高度互動的服務特性促進旅客與服務提供者之間的關係建立。隨著旅遊市場競爭日益激烈，如何深化顧客關係並促進遊客正向行為表現，已成為觀光業者關注的核心課題。

本研究以社會交換理論為理論基礎，認為團員在接收旅遊業者所提供的關係利益後，將產生心理與情感上的正向反應，進而引發互惠行為傾向。據此，本文旨在探討關係利益、難忘旅遊體驗與推薦意圖三者間的關聯，並進一步驗證難忘旅遊體驗在其中所扮演的中介角色，以補足GPT情境下顧客關係與體驗價值相關研究的實證不足。

本研究採用立意抽樣以及滾雪球抽樣方法，調查對象為近三年內曾參與國外團體套裝旅遊之台灣遊客，共計回收114份有效問卷。資料分析部分透過SPSS與偏最小平方法結構方程模型(PLS-SEM)進行驗證。

研究結果顯示，關係利益對難忘旅遊體驗與推薦意圖皆具有顯著正向影響，且難忘旅遊體驗在其中具有重要的中介作用。此結果補足GPT脈絡中關係管理與體驗價值間的實證空白，亦為後續研究提供參考。未來建議可進一步探討參團時長對體驗影響的差異，或納入其他情感變項，以更全面理解GPT情境下關係行銷對團員行為的影響。實務方面，研究結果亦可為觀光業者提供顧客關係經營與旅遊行程設計的建議，進而提升遊客的正向反饋與整體市場競爭力。

【關鍵字】 關係利益、難忘旅遊體驗、推薦意圖、團體套裝旅遊

¹國立嘉義大學行銷與觀光管理學系觀光休閒管理碩士班 研究生

²國立嘉義大學行銷與觀光管理學系 副教授

³國立嘉義大學行銷與觀光管理學系觀光休閒管理碩士班 研究生

*通訊方式：嘉義市西區新民路 580 號。E-mail: emily@mail.ncyu.edu.tw

自由行旅客造訪大溪老街之旅遊動機與路線模式選擇

Travel Motivations and Route Patterns of Independent Tourists Visiting Daxi Old Street

黃盛亞¹

鐘珮瑄^{2*}

Sheng-Ya Huang

Pei-Hsuan Chung

【摘要】

大溪老街包含和平路、中山路和中央路三條歷史老街，開發時間較早，在桃園當地頗具盛名，且具備良好交通優勢，造訪人數為桃園市觀光景點之冠。本研究利用問卷調查法進行量化統計分析，探討自由行旅客造訪大溪老街時，不同個人背景項（性別、年齡、職業、居住地、造訪大溪老街次數/年、交通工具）在旅遊動機（文化、健康、購物）及路線模式選擇（單一、小環、大環）的情況，並比較不同旅遊動機的旅客對於旅遊路線的選擇是否產生差異。

研究結果發現：造訪大溪老街的自由行旅客，女性比男性稍多、年齡層主要分布在 20-50 歲，職業多為上班族、多居住在桃竹苗地區，一年內造訪大溪老街次數主要為 1~3 次，汽車為最主要之造訪交通工具；自由行旅客造訪大溪老街主要為滿足娛樂和放鬆休息等健康動機，購物動機和文化動機相對次要；自由行旅客選擇造訪大溪老街的路線模式最主要為：家到大溪老街再返家之單一路線模式。

本研究根據旅客在問卷上旅遊動機面向的得分多寡，將自由行旅客之旅遊動機分成高、中、低三種動機程度，探討背景項與旅遊動機之關聯，以下為研究結果：性別和購物動機整體存在顯著關聯，女性在高購物動機的人數顯著高於預期，男性的高購物動機人數顯著低於預期，性別與文化動機、健康動機整體則無顯著關聯；不同年齡層與購物動機整體存在顯著關聯，40-49 歲之旅客，其高購物動機人數顯著高於預期，39 歲以下則顯著低於預期，50 歲以上之旅客，其高文化動機和高健康動機人數顯著高於預期，30-39 歲旅客之高文化動機人數則顯著少於預期；職業與健康動機整體有顯著關聯，上班族旅客在高健康動機人數顯著多於預期，公教旅客在高健康動機人數則顯著低於預期；旅客的居住地與文化、健康和購物動機整體皆無顯著關聯，但中彰投之高文化動機旅客人數顯著高於預期，桃竹苗的高購物動機旅客人數顯著高於預期，而北北基之高購物動機旅客人數則顯著低於預期；造訪大溪老街次數/年與文化、健康和購物動機整體皆無顯著關聯，但造訪大溪老街次數/年在 4 次以上的高文化動機旅客人數顯著高於預期，3 次以下的高文化動機旅客人數則顯著低於預期。背景項與旅遊路線模式選擇皆無顯著關聯。

旅遊動機與旅遊路線模式的部分，健康動機與旅遊路線選擇整體有顯著關聯，高健

¹桃園市桃園區新埔國民小學

²台北市立大學歷史與地理學系 副教授

*通訊方式：台北市愛國西路 1 號歷史與地理學系。E-mail: phchung@go.utapei.edu.tw

康動機旅客人數選擇單一路線顯著較預期多，選擇小環路線顯著較預期少；文化動機、購物動機與旅遊路線選擇整體沒有顯著關聯，但高文化動機的旅客，選擇單一路線模式的人數顯著比預期多。

【關鍵字】 自由行旅客、大溪老街、旅遊路線、旅遊模式、問卷調查

音樂節永續經營的探討：參與動機、滿意度與忠誠度關係之回顧

Exploring Sustainable Management of Music Festivals: A Review of the Relationships Among Motivation, Satisfaction, and Loyalty of Visitors

林孟璇¹

Meng-Hsuan Lin

賴來新^{2*}

Lai-Hsin Lai

【摘要】

台灣近年的音樂節數量與日俱增，從大型流行音樂祭（如台灣祭、覺醒音樂祭）到地方型文化節慶（如恆春半島民謠節、嘉義國際管樂節），這些活動不僅試著推動地方經濟，同時豐富社區文化氛圍與社會資本，並增強社區凝聚力。相關文獻指出動機作為節慶活動參與者行為的核心驅動力，涉及多樣化需求，諸如追求娛樂、文化體驗、逃避日常生活、與他人的社會連結及體驗新奇感。動機或需求的滿足程度影響到滿意度，而高滿意度與正向體驗可促進再訪意圖，並透過參與者的口碑傳播與社群媒體宣傳，進一步強化音樂節的品牌競爭力；另一方面，忠誠度作為衡量音樂節長期成功與可持續經營的重要指標，其提升方式可透過推拉因素來理解。

本研究聚焦2000年後發表的英文期刊文獻，旨在透過綜合性文獻回顧整合與比較現有理論及實證結果，以釐清音樂節參與動機、滿意度與忠誠度之間的關聯性，探討不同動機類型與滿意度中介作用對忠誠度的影響機制，期能全面理解音樂節參與者行為，為音樂節之品牌經營、顧客關係管理及永續發展策略提供實證基礎，以促進音樂節活動於全球觀光產業中之長期競爭力。研究結果發現音樂節的成功關鍵在於深入了解目標族群的需求，通過設計符合需求的活動內容與體驗場景，持續提升其整體滿意度，進而增加重遊意圖與正面口碑傳播，最終實現品牌價值的增長。

為因應數位化與全球化的迅速發展，建議未來的音樂節觀眾研究可結合先進數位科技與資料分析方法，即時捕捉並分析參與者動機變化、行為模式與忠誠度特徵，進而精準預測重遊意圖與識別核心客群。同時，透過整合外部市場趨勢與內部心理需求，建構更為全面的理論框架，不僅有助增加對音樂節參與行為多樣性與複雜性的理解，亦能推動節慶活動產業在理論與實務層面的持續創新與發展。

【關鍵字】節慶活動、觀眾滿意度、行為意圖、節慶行銷

¹國立東華大學觀光暨休閒遊憩學系 研究生

²國立東華大學觀光暨休閒遊憩學系 助理教授

*通訊方式：E-mail: lhlai@gms.ndhu.edu.tw

台灣旅客對航空套裝行程價值認知與選擇偏好之研究

A Study on the Value Perception and Choice Preferences of Taiwanese Passengers for Airline Package Tours

呂錦隆^{1*}
Jin-Long Lu

賴念慈²
Nien-Tzu Lai

【摘要】

有關航空套裝行程之研究曾指出旅客對航空套裝行程之價格認知，可能會因航空公司品牌或飯店等級差異而有不同，Kim et al. (2018) 即推論旅客面對套裝行程購買決策時，可能選擇低價機票搭配高等級飯店，也可能相反，惟該研究並未印證此一推論，其他研究也較少探討不同營運類型航空公司搭配不同等級飯店之套裝行程對旅客的偏好影響。另外，「機加酒」產品大多以全包式售價呈現，並未就機票與飯店分開定價，因此不同的定價方式是否也影響旅客對航空套裝行程價格之認知？此點在過往的研究中並未獲得一致的結論。如Bai et al. (2022) 的研究指出消費者傾向選擇全包定價方式的產品，而不是價格細節較多的行程產品（即分割定價方式）；Tanford et al. (2011) 則指出若套裝行程屬低價產品時，分別展示所有產品項目之價格，可顯著提升消費者之偏好。為此，本研究以航空套裝行程（「機加酒」）為研究標的，探討台灣旅客對航空套裝行程的價值認知，並分析航空公司品牌、飯店等級、產品價格，及不同定價方式對旅客購買決策之影響。

本研究採敘述偏好法模擬選擇情境並蒐集362位旅客之資料，從敘述統計資料可知，旅客在規劃出國旅遊行程時，仍以個別安排機票、住宿及行程之方式最為普遍，惟安排「機加酒」者仍約有2成多，平均所花費用約3萬元。另外，多數旅客重視航空服務較高於住宿服務。本研究再以個體選擇模式進行估計分析，結果發現旅客對航空套裝行程價值認知與其對各屬性偏好程度高低有密切關聯。在航空公司品牌方面，以台灣虎航為基底之條件下，旅客對星宇航空的偏好最高，進而願意支付更高價格選擇星宇航空套裝行程；又若航空套裝行程搭配五星級飯店時，旅客之認知價值亦較高，尤其是低成本航空套裝行程時，旅客願再支付更高一點的價格選擇購買，此發現支持Kim et al. (2018) 的推論。定價方式的分析則顯示旅客偏好分割定價方式的套裝行程產品，且當套裝行程價格愈趨高價時，分割定價方式愈優於全包定價方式；反之，套裝行程價格偏較低時，全包定價方式則較為旅客所偏好，此發現呼應過往研究尚未就套裝產品定價方式有一致結論。

綜合本研究成果，建議旅遊業者在設計航空套裝行程時，搭配較高等級（五星級）飯

¹國立高雄科技大學航運管理系 教授

²國立高雄科技大學航運管理系 研究生

*通訊方式：高雄市楠梓區海專路 142 號。E-mail: jlu@nkust.edu.tw

店時，較有機會提升價值，進一步從不同營運類型的航空公司來看，傳統航空公司持續強化品牌形象與服務，吸引注重航空服務的旅客，低成本航空公司則搭配高星級飯店，吸引對票價敏感、但要求住宿品質的年輕族群。此外，本研究也建議旅遊業者可嘗試導入分割定價方式，以提升較高價行程產品的價格接受度。

【關鍵字】 航空套裝行程、機加酒、個體選擇模式、分割定價、全包定價

線上美食直播平台之知覺價值 對於線上顧客品牌參與實證研究

An Empirical Study of the Perceived Value of Online Food Live-streaming Platforms to Online Customer Brand Engagement

葉俊廷^{1*}

Giun-Ting Yeh

【摘要】

由於電子商務的興起，助長了餐飲業宅經濟及電商的快速增長，也帶動了網路直播購物平台的崛起，最近線上美食直播平台行銷帶動下，顧客透過直播平台可以選購比實體商場更便宜有效的美食。透過直播主或網路紅人利用直播快速累積流量及人氣製造新話題以吸引顧客創造以往線上購物所沒有的消費體驗。因此，本研究主要探討線上美食直播平台下知覺價值對線上顧客品牌參與的影響性。透過網路調查共收集345份有效問卷，並採用偏最小平方法結構方程模型（PLS-SEM）進行分析。研究結果發現，線上直播平台顯著影響知覺價值與線上顧客品牌參與，知覺價值顯著影響線上顧客品牌參與，線上顧客品牌參與為中介顯著影響著品牌資產、品牌共創。本研究結果可提供餐飲業相關品牌更加了解如何在直播行銷提高自身品牌價值並滿足顧客喜好。

【關鍵字】線上直播平台、S-O-R 理論、知覺價值、線上顧客參與、品牌資產、品牌共創

¹台南應用科技大學餐飲系助理 教授&國際專修部 主任

*通訊方式：台南市永康區中正路 529 號。E-mail: ti0065@mail.tut.edu.tw

A2

韌性觀光與市場

你還敢去這些地方旅遊嗎?旅遊目的地污名化之概念化與量表發展—以遊客觀點探討之

Will You Go These Places? A Study on Travel Destination Stigmatization- Conceptualization, Scale Development and the Relationships between Antecedents and Consequences

戴有德¹ 鍾火生² 李倩兒³ 吳紹全^{4*}
You-De Dai Agus Wasita Shen Yi Lee Shao-Chuan Wu

【摘要】

污名(stigma)是指個體所具有不受歡迎的特徵，這種特徵會導致個體在一定社會背景下被主流文化群體貼負面標籤、貶低、侮辱而遭受到污名(stigmatization)。過去少有觀光領域研究提供旅遊目的地污名化內涵之線索或資訊，探討旅遊地污名化概念與定義之研究仍然非常罕見，且缺乏有效的度量工具。於是如何發展一個衡量旅遊目的地污名化量表，是現今觀光研究領域重要議題。本研究主要目的是建構一份量表來衡量遊客的旅遊目的地污名化。量表建構大致分成兩個階段，階段一透過文獻回顧與深度訪談之方式來找出旅遊目的地污名化之內涵，深度訪談樣本包括臺灣地區之觀光經營業者、專家學者及遊客，將透過謹慎的內容分析法得到初始題項。階段二為調查臺灣地區遊客，檢驗旅遊目的地污名化量表的因素結構，並進行驗證性因素分析確認旅遊目的地污名化量表信效度。本研究成果的重要性，在理論上可彌補目前在旅遊目的地污名化研究的缺口，增進觀光領域研究對遊客旅遊目的地污名化行為的知識擴展，並能提供旅遊目的地污名化的新見解；在實務上可供觀光經營業者擬訂旅遊目的地被污名化時之因應策略，降低旅遊目的地被污名化的衝擊；而政府觀光相關單位能在政策上制訂相關配套，以改善被污名化旅遊目的地其觀光發展。

【關鍵字】旅遊目的地污名化、量表建構、旅遊行為、旅遊經濟

¹國立暨南國際大學觀光休閒與餐旅管理學系 特聘教授

²國立暨南國際大學新興產業策略與發展博士學位學程 博士生

³國立暨南國際大學觀光休閒與餐旅管理學系 研究生

⁴弘光科技大學餐旅管理系 助理教授兼課外活動指導組長

*通訊方式：臺中市沙鹿區臺灣大道六段 1018 號。E-mail: chuan7258@hk.edu.tw

COVID-19疫情前後家庭旅遊支出及其決定因子—臺灣之驗證

Household Tourism Expenditure and Its Determinants Before and After the Covid-19 Pandemic: Evidence from Taiwan

黃姿穎^{1*}

Tzu-Ying Huang

【摘要】

壹、研究議題的重要性

2020 至 2023 年 COVID-19 疫情期間全球旅遊收入自疫情低谷以來快速回升 (UNWTO)，顯示旅遊市場經濟復甦的關鍵角色；這樣的情勢，也在臺灣引起了對應的反應。臺灣國人國內旅遊支出也在疫情期間出現明顯波動。根據觀光署統計資料顯示，2019 年國內旅遊支出為 126.98 億美元，2021 年跌至僅 92.97 億美元，但 2023 年迅速升至 159.04 億美元，在這波動中顯示此疫情顯著影響旅遊支出，其中家戶視角旅遊支出其決定因子值得深入探討。

貳、研究方法的適當性

本研究採用分量回歸(張清和等, 2015; 謝淑芬, 2007)探討家庭所得對旅遊支出之影響, 並分析不同支出族群在所得彈性上的異質性, 其中探討家計變數對旅遊支出的影響, 例如: 自有汽車數量、是否有自有住宅、戶長特徵、戶籍人口結構等相關變數(謝淑芬, 2007; 黃怡蓉, 2023)。此外, 考量樣本可能呈現非線性, 進一步加入所得之平方項, 探討旅遊支出行為隨所得變化之彎曲性, 參考 Banks et al. (1997) 所建議之二次恩格爾曲線模型架構。

參、分析結果的正確性

本研究樣本為臺灣家庭收支調查報告, 涵蓋 2016 年至 2023 年, 合計 132,224 筆觀測值。依統計結果顯示, 旅遊支出在疫情中大幅下滑, 疫情後則呈現回升趨勢, 符合預期變化。進一步的回歸分析結果, 可支配所得、戶長特徵、家庭經濟結構等變數, 多數呈正向且顯著, 結果與黃怡蓉 (2023) 及謝淑芬 (2007) 的研究趨勢一致。所得彈性部分, 低旅遊支出族群旅遊支出為正常財; 高旅遊支出族群則為奢侈財, 在張清河等 (2015) 研究中亦證實旅遊支出呈現不同彈性特性。

肆、理論的創新與價值性

首先, 本研究主要細究 COVID-19 疫情前、中、後之下旅遊支出跌落至復甦變動底下

¹國立中興大學應用經濟學系 研究生

*通訊方式: 臺中市南區興大路 145 號。E-mail: cmithsq@gmail.com

隱藏著的結構性變動，其中創新將傳統恩格爾曲線延伸至分量迴歸架構下的旅遊支出非線性模型。此外，另參考 Banks et al. (1997)，將所得平方項納入分量估計中建立分析架構，有助於理解以不同角度探討旅遊支出在不同社經背景與時點下的反應，對後疫情時期旅遊政策設計具重要參考價值。

伍、實務的價值與應用性

本研究實證結果顯示，臺灣家戶旅遊支出的所得彈性在疫情前後出現變化，突顯後疫情時期旅遊政策應有別於以往。具體而言，疫情前，高支出家庭在各分量下的所得彈性皆大於 1；然而在疫情後，所有所得彈性均低於 1，顯示旅遊支出對所得變動反應相對保守，且分量間的差異亦同步縮小，反映疫情對消費行為造成全面性的影響。基於上述，建議政府於後疫情時期應推動更具普及性的旅遊補助措施。

【關鍵字】 COVID-19、家庭旅遊支出、分量迴歸、恩格爾曲線

CMS動態市場分解模型與VECM時間序列模型結合分析外籍旅客訪臺影響:COVID-19前後之驗證

Assessing the Impacts of International Tourists Visiting Taiwan Using CMS Dynamic Market Decomposition Model and VECM Time Series Model: Evidence Before and After the Covid-19 Pandemic

劉欣宜^{1*}
Hsin-Yi Liu

【摘要】

壹、研究議題的重要性

本研究針對中、日、韓三國來臺旅客，探討2013–2023年期間，其旅遊人數變化在臺灣觀光競爭力的動態變化，並分析來臺人數變動受匯率波動與疫情前後的差異。因應COVID-19 疫情影響，各國紛紛實施邊境封鎖與政策限制導致他國旅客來臺行為出現顯著變化，而日本、韓國及中國訪臺人數市場結構變化成為本研究主要探討目的。

貳、研究方法的適當性

本研究採用2013–2023年間月資料，並運用Constant Market Share模型（林啓淵；李仁耀；余士迪，2010）分析來臺旅客人數與消費變動(蘇鈺雯；林惠玲，2012)。另外，採用時間序列VECM模型、ADF單根檢定與Johansen共整合模型（林祖嘉；孫立群；鄧鈞之，2020）探討中、日、韓來臺旅客人數的總效果、規模效果、競爭效果與匯率的長期與短期交叉比較互動關係，並分析疫情前後期間跨國旅客對單一市場的佔比變動，探討政策與疫情衝擊後的結構轉變。

參、分析結果的正確性

本研究透過 VECM 模型區分疫情前後，檢視日本、韓國與中國三國來臺旅客間的互動結構，模型在長期與短期均具有穩定的解釋力。實證結果發現，日本與韓國旅客訪臺呈現明顯的競爭關係，尤其在疫情後，韓國旅客迅速補上日本旅客下降的空缺，顯示替代效應加強。而中國旅客在受政策限制影響，其競爭效果與總效果皆下降，顯現出替代性弱化與互補性不足。此外，本研究模型中，匯率變數未呈現顯著影響，顯示其在觀察期間內對來臺旅客行為的解釋力有限。

肆、理論的創新與價值性

本研究採用CMS市場分解模型與時間序列VECM模型結合，有別於傳統時間序列模

¹國立中興大學應用經濟學系 研究生

*通訊方式：臺中市南區興大路 145 號。E-mail: sinyi60227@gmail.com

型在國際訪客的相關研究（陳宛君；邱思涵，2012），提出同步掌握「國籍別訪臺結構變化」與「變數長短期互動關係」的分析框架。以往CMS模型多數運用於分析進、出口產品，本次嘗試運用於國際旅遊業中訪客人數變動份額拆解，量化三國的總效果、規模效果及競爭效果，並以VECM模型補足長短期調整機制之缺口，揭示中國旅客貢獻在政策性波動下的恢復性有限、日本旅客回歸趨勢較為穩定。

伍、實務的價值與應用性

本研究發現，疫情後中國旅客市場貢獻下降，顯示政策改變對臺灣觀光收入的影響不可忽視，亦突顯市場過度集中於特定國家所帶來的結構性脆弱。相對地，日本與韓國旅客雖受疫情波動影響，但其回復速度與長期調整力具有一定穩定性，可視為中長期市場維繫與行銷資源配置的重點對象。透過訪臺旅客動態變化分解的比較，能協助政府更精準掌握主要市場的需求結構與變動趨勢，作為觀光產業資源配置與市場重啟順序的依據。

【關鍵字】 COVID-19、CMS、VECM、總效果、規模效果、競爭效果

踏入藍色空間，凝望金馬榮光—以海洋療癒的懷抱與自我復原的力量，細聽工作壓力與工作熱情交織的低語

Step into The Blue Space and Gaze at The Glory of Kinman & Matsu Islands—Use the Healing Embrace of The Ocean and The Power of Self-resilience to Listen Carefully to the Whispers of Work Stress and Passion

楊仲斌^{1*} 李素馨²
Chung-Pin Yang Su-Hsin Lee

【摘要】

島嶼性(islandness)並非僅指由海域包圍的物理空間，更涵蓋一種由小規模、邊緣性與文化認同所交織而成的獨特空間經驗(Baldacchino, 2004)。在社會想像中，島嶼往往被視為偏遠、隔絕與資源有限之地，並承載著集體文化記憶與心理投射。對於駐守外島的國軍官兵而言，這種經驗不僅代表著對特殊地理環境的適應挑戰，更意涵「孤島」與「前線」雙重敘事下的心理負荷。換言之，島嶼的空間特質不僅影響軍事戰略佈署，更深刻塑造官兵對所在地域的情緒意義建構與心理調適過程。

金門與馬祖作為臺海前線的戰略要衝，其軍事壓力相較其他地區更為沉重。駐地官兵需長期堅守崗位，並持續面對來自高壓勤務環境的挑戰。如何克服工作壓力與避免倦怠，成為影響其心理狀態與任務持續力的關鍵。在此脈絡下，工作熱情被視為一種能激發活力與動機的正向心理狀態，使個體展現決心、熱忱與主動承擔任務的態度(Hurley, 2007)。然而，個體不可能持續保持高度活力，因而尋求有效的壓力調適與情緒紓解方式便顯得格外重要。能夠在日常生活中安撫心靈、帶來平靜與提升專注力的環境或活動，有助於促進心理放鬆與身心復原(Rodríguez-Redondo et al., 2023)。

在此背景下，金馬地區的島嶼地景與自然環境或可作為一種非正式的療癒資源。研究指出，海洋與海岸作為「藍色空間」具有情緒調節、壓力紓解與心理恢復等效益(White et al., 2020)。然而，除了外在環境的支持，個體內在的心理資源同樣關鍵。當個體特質與工作環境高度契合時，有助於降低壓力並提升適應力(Su et al., 2014)。其中，自我復原力被視為一種穩定的人格特質，強調個體在面對挑戰與逆境時所具備的適應與調整能力(Prince-Embury, 2012)。具備較高自我復原力的人，往往能以積極與勇敢的態度回應壓力，從而在高壓工作情境中維持情緒穩定與心理健康(Cheng et al., 2023)。

本研究以駐守金門與馬祖地區、負責後勤與支援任務之官兵為調查對象，透過匿名線上問卷進行抽樣與資料蒐集，共回收150份有效樣本，並以結構方程模型(SEM)檢驗研

¹國立臺灣大學商學研究所 博士生

²國立臺灣師範大學地理學系 兼任教授

*通訊方式：新北市新店區合作路 34 號 3 樓。E-mail: 11shuweiliyang@gmail.com

究假說。研究結果顯示，自我復原力在工作壓力與工作熱情間呈現反向調節效果，此結果與多數文獻強調自我復原力能穩定情緒、促進心理健康的觀點有所差異。進一步分析顯示，此差異可能與樣本的世代特徵與工作年資相關。基於此，建議未來研究可進一步針對不同世代與年資層級進行分群比較與模型驗證，以更清楚揭示自我復原力調節機制的異質性，並提供人力資源管理與軍事心理健康介入之實務參考。

【關鍵字】 島嶼性、療癒地景、自我復原力、人力資源管理

米其林之星的失落與重拾：AI與大數據如何重塑跨文化餐飲服務評估

The Rise and Fall of Michelin Stars: How AI and Big Data Reshape Cross-Cultural Restaurant Service Evaluation

劉興倫^{1*} 王國欽²
Hsing-Lun Liu Kuo-Ching Wang

【摘要】

米其林指南作為全球最具影響力的餐飲評鑑體系，其星級變動往往牽動餐廳的國際聲譽與品牌定位。鼎泰豐作為中式連鎖餐飲的代表，曾於2010年摘得米其林一星，卻於2015年失星，突顯跨國品牌在維持服務品質與市場競爭力上的挑戰。隨著人工智慧技術在觀光與餐飲產業的快速發展，如何運用 AI 與大數據重塑服務評估並優化品牌策略，已成為重要議題。本研究以鼎泰豐在臺灣、美國與英國三地的 Google Maps 評論為資料來源，共蒐集超過14,000筆真實評論，旨在探討不同文化市場的服務表現差異，並提出數據驅動的服務改進策略。

研究方法上，本研究創新性地整合 AI 與傳統服務品質工具。首先運用網路爬蟲技術建構跨文化評論資料集，接著採用 BERT 深度學習模型進行情感分析，精確識別消費者情感傾向；再以 DINESERV 五大構面（食物品質、服務品質、環境氛圍、價格價值、便利性）進行文本分類；並結合 LDA 主題建模探索評論主題，最後透過 IPA 分析識別各市場需優先改善的服務構面。

研究結果揭示顯著的跨國差異：美國市場需優先改善服務一致性，英國市場在價格與價值感受上表現不足，而台灣市場則顯示便利性挑戰（如預訂與等候問題）。跨地區比較亦顯示，食物品質與服務品質始終是顧客最核心的關注面向。進一步的主題建模結果顯示，「食物品質」與「服務體驗」為跨市場共通主題，而「便利性」與「價值感知」則呈現明顯地域差異。

本研究的貢獻體現在三方面：在理論上，首次將 BERT 情感分析與 DINESERV 模型結合，為餐飲服務研究提供新的 AI 驅動分析範式；在方法上，建立了一套可複製的跨文化服務品質大數據分析框架；在實務上，為國際餐飲品牌制定差異化的市場策略提供數據支援，協助其提升服務品質、強化品牌韌性，並回應米其林星級評鑑所帶來的挑戰與機會。

【關鍵字】 米其林、鼎泰豐、DINESERV、情感分析（BERT）、主題建模（LDA）、線上評論

¹僑光科技大學餐飲管理系 講師

²國立臺灣師範大學運動休閒與餐旅管理研究所 教授

*通訊方式：臺中市西屯區僑光路 100 號。E-mail: allanliu@ocu.edu.tw

實體與虛擬環境中彩色照明對心理反應的影響比較

A Comparative Study on the Psychological Responses of Colored Lighting in Physical and Virtual Environments

陳嘉妤^{1*} 鄭佳昆²
Chia-Yu Chen Chia-Kuen Cheng

【摘要】

隨著都市照明設計日益追求氛圍營造與情緒喚起，彩色燈光已成夜間景觀的重要元素，然而，在實地評估彩色照明對人們的情感反應與感知卻一直面臨外部干擾與操作上的限制。近年來，虛擬實境技術因具高度控制性與可重複性，逐漸被應用於光環模擬與知覺評估，惟不同虛擬建構方式所帶來的感知差異至今仍缺乏實證探討。為此，本研究設計兩個獨立實驗，皆以實體照明環境為對照，旨在探討兩種常見虛擬建構方式對彩色照明感知反應之再現程度與評估一致性。實驗一採用Insta360全景攝影建立虛擬場景，參與者先於實驗室中體驗實體照明，再透過頭戴式顯示器觀看所攝全景影像進行虛擬評估。相較之下，實驗二則以SketchUp與Lumion建構3D虛擬場景，重現與實體空間一致之結構與六種光色條件，同樣以IVR裝置展示。兩項實驗在照明設備、亮度控制與施測流程上皆保持一致，並以7點李克特量表測量情緒反應（8題）、偏好（1題）與感知亮度（1題），並採用成對樣本t檢定與相關分析進行受測者評值的組內比較。實驗一共30位受測者，結果顯示，實體照明環境與全景攝影所建構的虛擬場景在整體評估上具有中至高度的相關性。多數感知構面未達統計顯著差異，僅在「情緒穩定」與「視覺涼爽」兩項指標上，實體環境的評分顯著高於虛擬場景。實驗二共34位受測者，結果顯示，實體場景與3D建模虛擬場景之間亦呈現穩定的中高度相關性，各感知構面大致一致，唯有「感知亮度」顯著高於實體場景。整體而言，不論是全景攝影或3D模型的虛擬環境均能有效模擬實體場景之情緒與感知反應，惟本研究指出其在特定知覺層面上仍存在偏差風險。因此，未來相關應用應更審慎控制場地條件與虛擬視覺還原精度，以提升虛擬建構於照明感知研究中的效度與應用潛力。

【關鍵字】彩色照明、虛擬實境、心理反應、景觀照明、夜間景觀

¹國立臺灣大學園藝暨景觀學系 博士生

²國立臺灣大學園藝暨景觀學系 副教授

*通訊方式：台北市大安區基隆路四段 138 號二樓 201 研究室。E-mail: d11628003@ntu.edu.tw

B2

永續城鄉空間與景觀(II)

探討安全感與隱私感對景觀偏好之影響

Exploring the Influence of Safety and Privacy on Landscape Preference

周歆苹^{1*} 鄭佳昆²
Hsin-Ping Chou Chia-Kuen Cheng

【摘要】

景觀偏好的研究是景觀領域的重要議題，透過其分析可以理解個人與景觀環境的關係。影響景觀偏好的因素眾多，其中安全感被廣泛認為是關鍵因子之一。研究指出，人們可能更偏好隱私感較強的環境，即便此類環境可能伴隨著較低的安全感；然而也有研究指出，隱私感必須建立在安全感的基礎上，唯有在安全需求滿足後，個體才會進一步追求隱私感。

既有研究多探討環境中遮蔽物對隱私感與安全感的影響，但其對安全感的作用卻呈現正負不一兩種結果。此差異可能源於既有研究未充分考量，不同危險程度下，人們在面對潛在風險時會出現風險評估、躲藏或撤離等不同策略，進而影響對安全感知。此外，多數研究都將遮蔽物視為單一要素，未進一步區分其視覺與物理上的可及性。若將兩種可及性加以拆分並與危險程度結合探討，將有助於更精確地揭示人在不同環境及情境下的反應模式及其與安全感間的關係。另一方面，環境中是否有他人存在亦可能是影響隱私感的關鍵因素：社會監控雖然可能帶來他人監督的可能性而提升安全感，但他人的存在也可能引發隱私受侵犯的感受。因此本研究推測環境背景資訊的危險程度會誘發不同程度的安全感，同時改變兩種可及性對景觀偏好之影響；而他人存在與否亦可能改變個體對安全感與隱私感的評估；且隱私感對景觀偏好之影響會被安全感所干擾。

本研究採用沉浸式虛擬實境(Immersive Virtual Reality, IVR)，以 3D 模型模擬由石板遮蔽物構成的環狀空間，透過調整遮蔽與開放比例設定三種不同的視野百分比；並以石板的間距變化模擬視覺上可否穿越邊界的兩種，同時場景區分為「有其他人存在」與「沒有其他人存在」兩種類型。此外，引入兩種不同危險程度之環境背景資訊去誘發不同的環境危險程度，並隨機分派給受測者。受測者於大學校園中便利抽樣，再於實驗室中以量表對各虛擬場景中的視覺可及性、物理可及性、安全感、實際隱私與景觀偏好進行評估。

初步研究結果顯示，相較於安全情境，危險情境會增強物理可及性對安全感的正向影響，顯示在環境較危險時人們更重視逃脫的需求。然而，環境中是否存在他人，對安全感與隱私感都沒有造成顯著影響。此外，結果也發現隱私感與安全感皆會提昇景觀偏好，且隱私感部分中介安全感對景觀偏好的影響。本研究結果於學術面不僅豐富了景觀

¹國立臺灣大學園藝暨景觀研究所 研究生

²國立臺灣大學園藝暨景觀研究所 副教授

*通訊方式：台北市大安區基隆路四段 138 號 201 研究室。E-mail: cocococ911@gmail.com

領域對安全感與隱私感的理解，同時揭示了環境危險程度如何改變視覺及物理可及性對安全感的影響；於實務面，研究結果亦可為公共空間設計提供參考，協助設計者根據不同的環境危險程度調整空間的視覺與物理可及性配置，以兼顧使用者的安全感與隱私感需求，進而提升整體使用滿意度。

【關鍵字】 安全感、隱私感、景觀偏好、環境背景資訊

探討可控性對感知危險架構及評估歷程之影響

Exploring the Influence of Perceived control on the Framework and Evaluation Process of Perceived Danger

郭怡君^{1*}
Yi-Chun Kuo

鄭佳昆²
Chia-Kuen Cheng

【摘要】

危險的感受可能會降低環境品質以及人們造訪環境的意願，因此感知危險被視為環境體驗和遊憩管理上重要的議題之一。感知危險是人們由環境線索推論而得的認知評估，由可能性及後果所組成。過往研究多將可控性視為感知危險的重要前因，大多探討其對環境危險的整體影響。然而，由於感知危險並非針對立即威脅進行評估，通常涉及對事件隨時間發展的預期推論，因此具有時間動態性與複雜性，卻鮮有研究系統性地探討可控性在感知危險評估歷程中的具體作用，特別是其對可能性與後果的影響。

前期質性訪談研究揭示，環境危險的認知評估具時間動態性，不同時間階段（事件發生前、發生後與後續處理）中，涉及不同的可能性與後果評估，而可控性在不同階段中皆具影響力。因此，僅以整體可控性解釋感知危險，可能限縮管理措施的效果及效率。此外，目前尚不清楚在實務測量中，尚不確定能否有效區辨不同時間階段的可控性、可能性與後果，並驗證其相互關係。因此，本研究藉由量化實驗，以驗證可控性於感知危險評估歷程中的影響。

本研究依據前期訪談結果，發展照片問卷與評估問項。受測者針對 12 張景觀照片評估三個時間區段的可控性、可能性與後果，以探討變項間的關係。實驗照片取自網路，並排除可能影響評估的因子。

研究結果顯示，可控性、可能性與後果在不同時間階段的評估具有良好的內部一致性，顯示儘管聚焦於事件不同階段，所測量的概念結構仍維持穩定性。分析亦發現，可控性負向影響感知危險概念架構中的可能性與後果，且此影響具有時間歷程差異：事件發生前的可控性與可能性較為相關，而事件發生後及後續處理階段的可控性則與後果評估更為密切。

本研究揭示可控性透過不同途徑分別影響可能性與後果，進而形塑感知危險的整體認知判斷，深化了對感知危險概念架構之理解，亦有助於釐清可控性、可能性與後果三者之間的關係。研究成果不僅補充理論面對感知危險認知歷程的理解，並對遊憩空間的安全管理提供理論與實務上的參考。

【關鍵字】 感知危險、可能性、後果、可控性

¹國立台灣大學園藝暨景觀學系 專任助理

²國立台灣大學園藝暨景觀學系 副教授

*通訊地址：台北市基隆路四段 138 號 201 室。E-mail: f08628307@ntu.edu.tw

步行城市路網建構評估指標

The study of Walkable City

林絜薰^{1*}

Chieh-Hsun Lin

【摘要】

面對氣候變遷與都市蔓延的雙重挑戰，永續城市發展成為全球關注的焦點。國內外針對可步行性（Walkability）及可及性（Accessibility）的研究與評估方法逐漸增加，儘管現有研究多利用地理資訊系統（GIS）與Walk Score®等工具評估城市的步行性與可及性，但多數仍侷限於土地使用層面，缺乏交通與空間規劃的協同考量。為此，本研究以步行交通尺度為出發點，探討步行城市的評估方法，透過指標分析道路網絡的可步行性，並運用空間型構法（Space Syntax）評估道路的可及性，進而檢視適合步行的道路路段。本研究以新竹市舊城區作為試算區域，提供都市永續規劃之參考。

【關鍵字】 步行城市、可步行性路段、地理資訊系統、空間型構法則

¹國立清華大學/環境與文化資源學系 研究生
*通訊方式：E-mail: syuan.en1227@gmail.com

夜間賞景環境之環境特性偏好探索

To Explore the Preference of the Environment for Night Viewpoint

周冠安¹ 賴宥筑¹ 高瑋伶¹ 蘇愛嬪² 沈立^{2*}
Kuan-An Chou Yu-Chu Lai Wei-Ling Gao Ai-Tsen Su Li Shen

【摘要】

城市夜景的觀賞地點多位於都市邊緣或郊區，具備一定的海拔高度與良好視野，人們在選擇停留賞夜景空間時，而這些觀景平台多數也呈現自然或半自然的空間特徵（李素馨，2020）。然而，日夜間在環境感知上存在顯著差異，白天的明亮光線與自然元素有助於提升愉悅感與安全感，而夜間的低能見度則可能引發不安與威脅感，降低人們對空間的整體偏好（張淑貞，2019；Beute & de Kort, 2013；Fotios et al., 2015）。雖然部分研究已觸及日夜間偏好變化，但針對夜間環境中具體空間構成要素之探討仍相對較少（李彥儒，2023）。本研究聚焦於夜間觀景空間中常見的自然構成要素，探討植被密度與偏好之間的關係，並進一步分析環境特性如何影響使用者的主觀感受。此外，進一步瞭解賞景環境中常見的步道路徑與賞景空間寬敞程度，如何與植栽密度複合後，影響觀景者之偏好。

本研究以探討之環境變項，產生16組模擬賞夜景環境相片，以用於問卷調查。本研究回收161份有效問卷，請受試者針對各場景進行整體偏好评分。研究結果顯示，植被密度對偏好的影響明顯受到環境中其他特性之影響。在顯現路徑的環境中，較高密度的植被能有效提升空間吸引力；在有前景寬闊空間的條件下，植被密度亦展現顯著的正向效果。進一步分析四種空間配置組合後發現：在「有前景且有路徑」的清晰結構中，植被密度變化對偏好影響不明顯；在「無前景但有路徑」的條件下，密度提升有助於增加視覺層次，強化整體評價；而在「有前景但無路徑」的環境中，密度同樣展現正面作用，可能因其彌補了空間導引的缺乏；僅有在「無前景且無路徑」的情境下，密度的效益趨於不明顯。整體而言，路徑為偏好形成中最穩定的正向因素，其所帶來的空間可預測性與方向感，即使在夜間光照受限的環境下，仍具高度指標性。本研究結果顯示，植被複雜性本身雖具吸引潛力，但唯有在適當的空間架構下，其正向效應才能被有效感知與轉化為偏好。

本研究指出夜間環境中植被密度對偏好的正向效應，與日間在相同空間條件下呈現的負向趨勢有所不同，果反映出日夜間在環境感知與偏好上的根本差異，顯示夜間偏好並非日間經驗的延伸，而是建立在不同的知覺邏輯上。夜間賞景空間之設計不應直接套用日間的空間配置準則，而應整合考量動線引導與植栽配置，使空間在光照受限的情境

¹國立臺北教育大學社會與區域發展學系 大學部學生

²國立臺北教育大學社會與區域發展學系 助理教授

*通訊方式：臺北市大安區和平東路二段 134 號。E-mail: shenli@tea.ntue.edu.tw

中仍具可辨識性與安全感，進而提升整體偏好，強化夜間場域的使用品質與結構引導功能。

【關鍵字】 夜間景觀、植被密度、環境特性、景觀偏好

探討臺灣不同地理區域間都市綠地周邊環境之評估

To Evaluation of the Environment around Urban Green Space between Different Regional Area

廖奕丞¹ 宋佩芸² 鄧莉潔³ 賴品仔¹ 王楚君¹ 沈立^{4*}
Yi-Cheng Liao Pei-Yun Sung Li-Chieh Teng Pin-Yu Lai Tsu-Chun Wang Li Shen

【摘要】

在都市中，綠地是能讓人感到放鬆及舒適的地方，它提供了綠化、美化及休閒遊憩的功能，並且深深地影響了居民的生活品質(吳宗瓊、莊庭禎、何秉燦，2004)，並提高了所在區域的社會福祉，不僅能調節都市生態環境，對市民健康亦具有重要作用，全球在歷經COVID-19疫情後，各國均更加重視綠地建設與居民健康福祉之間的關係，尤其是在疫情封控的條件下，人們更重視公共空間中人與人間的社交互動關係。都市中的公園植栽在環境中具有蒸散、遮蔭等調節溫度的機能，許多研究報告中皆指出公園在改善都市熱島問題時扮演相當重要的角色，不僅具有淨化空氣、降低噪音以及調節氣候等功能，同時亦是提供民眾活動遊憩的設施，是民眾藉以調劑身心、放鬆之開放空間(鄭雅勻，2018)，同時也是進行社交互動以及親近自然的重要場所。

營建署(2001) 將都市公園定義為位於都市發展地區內，經都市計畫指定或依建築、道路建設取得之公園綠地或綠帶，其型態與種類會隨著時間演變、地理環境差異及各地風俗民情而展現不同的樣貌。都市的居民使用或不使用公園，及使用公園的方式都均受到外在環境條件、居民本身特質或使用經驗的影響。本研究為探討都市環境中公園綠地在可提供的功能下，是否因為不同的區域環境與居民特性，公園使用者是否對於都市公園綠地的偏好以及使用型態是否會有所不同，在臺灣是否會呈現不同縣市的环境梯度變化。

本研究中為了瞭解居民對於都市公園綠地周圍的環境的品質與感受進行評估，以 Lucchesi et al. (2021)的宜居性量表，請居民評估都市公園綠地周邊之宜居性感受，各向度分析結果顯示，居民認為都市公園綠地周邊環境以安全性評值最高；其次是適步行性；鄰里滿意度則為最低。研究進一步，針對各向度比較北中南居民的評價，結果顯示雙北的民眾評價都市公園綠地周邊的安全性顯著高於桃園與高雄地區之居民，三個地區在適步行性與鄰里滿意度評估無顯著差。本研究分析結果顯示不同地區對於都市公園綠地的環境品質評估並不相同，聚焦在檢視不同縣市之環境梯度，居民使用都市公園綠地應依據城市環境進行未來研究，將可有效依據不同地理區域或居民組成進行都市公園綠地設

¹國立臺北教育大學社會與區域發展學系 研究生

²國立臺北教育大學社會與區域發展學系 學士班學生

³國立臺灣大學園藝暨景觀學系 研究生

⁴國立臺北教育大學社會與區域發展學系 助理教授

*通訊方式：臺北市大安區和平東路二段 134 號。E-mail: shenli@tea.ntue.edu.tw

計，以符合各地區的居民需求，並提升其在都市生活中的價值，也有助於提供後續都市規劃的參考依據。

【關鍵字】 綠視率、都市公園、社交活動

都市公園作為心理生態系服務：環境、活動與情緒關聯之研究

Urban Parks as Providers of Psychological Ecosystem Services: Exploring the Links between Environment, Activities, and Emotions

葉昱辰¹ 李宜嘉² 洪詩涵^{3*}
Yu-Chen Yeh Yi-Chia Lee Shih-Han Hung

【摘要】

都市化進程使居民接觸自然的機會逐漸減少，導致身心健康問題日益受到關注。大量研究已指出，自然環境能有效促進情緒調適、壓力恢復與心理健康（Ulrich, 1983；Kaplan & Kaplan, 1989）。在生態系統服務的框架下，自然不僅提供物質與生態效益，也能透過提升心理福祉發揮作用。近年提出的「心理生態系服務」(psychological ecosystem services) 強調人與自然互動對認知、情緒及心理健康的貢獻（Bratman et al., 2019），進一步凸顯都市公園在高度都市化環境中的功能與價值。在此脈絡下，都市公園如何透過環境特徵影響居民的行為與情緒體驗，是休閒遊憩與公共健康的重要課題。本研究以台中市五座都市公園為例，分析環境元素、使用者活動與情緒體驗的關係。研究首先盤點各公園環境與設施條件，並蒐集使用者問卷，涵蓋活動類型與情緒描述。研究以主題建模演算法（topic modeling）分析文本資料（Blei, Ng & Jordan, 2003；Chuang et al., 2012；Sievert & Shirley, 2014），並將情緒詞彙依喚起程度與正負向分類為八象限，並透過列聯表及卡方檢定了解其與環境、活動的關聯性。研究結果顯示，各公園展現不同的活動與情緒組合，例如水域及生態景觀與放鬆、寧靜等低喚起情緒相關，草地與運動設施則與活力、興奮等高喚起情緒相關。分析亦指出不同活動與環境元素對情緒體驗的影響具差異性。本研究整合量化分析與文本探勘，並建立一套檢視都市公園環境特徵、活動與情緒體驗關係的方法，對公園設計與健康導向的休閒規劃提供理論與實務上的參考價值。

【關鍵字】 都市綠地、休閒活動、情緒象限、主題分析、心理生態系服務

¹國立臺北護理健康大學 助理教授

²國立臺灣大學森林環境暨資源學系 大學部學生

³國立臺灣大學生物多樣性國際碩士學位學程 助理教授

*通訊方式：台北市大安區羅斯福路四段 1 號。E-mail: shellyhung6327@ntu.edu.tw

C2

全球變遷議題與休閒、遊憩、觀光

Thermal Performance of the Ultra-thin Wetland Green Roofs in Subtropical Climate

黃宜瑜^{1*} 古耕語²
Yi-Yu Huang Keng-Yu Ku

【Abstract】

Although non-turf extensive terrestrial green roofs contribute to cooling down building in daytime and keep building warm in nighttime during cold season in subtropical climate, their disadvantages include thick substrate, heavy weight bearing, as well as high maintenance and low resiliency during extreme climate. This study attempts to develop ultra-thin wetland green roof which has compatible thermal performance, and yet light, resilient and low maintenance.

The effect of type and depth of growth substrate, and different species of wetland plants on the thermal performance of the ultra-thin wetland green roofs were explored, and then compared with the conventional extensive terrestrial green roofs and extensive wetland green roofs. The research adopts one three-stage field experiment conducted on the flat rooftop of one concrete building in Taichung, Taiwan.

Results from the 1st stage demonstrated that the extensive field soil wetland roof without plant outperformed the extensive coconut fiber board and rock wool wetland roofs without plant by keeping the buildings warmer during daytime, and by keeping the building warmer during nighttime. Results from the 2nd stage presented that the ultra-thin 10cm-field soil wetland roof without plant outperformed the extensive 5cm-, 15cm- and 20cm-field soil wetland roofs without plant by highest passive cooling effect during daytime, and highest marginal increase in thermal insulation performance during nighttime. Results from the 3rd stage demonstrated that the ultra-thin 10cm-field soil wetland roofs with water dropwort, waterhyssop and roundleaf rotala outperformed tall scouring rush by higher passive cooling effect during daytime, and weaker thermal insulation performance during nighttime. Moreover, the ultra-thin wetland roofs had similar thermal performance as the extensive terrestrial as well as wetland green roofs with roundleaf rotala, yet their advantages also include 1/2 substrate in thickness, lighter, resilient and low maintenance.

In sum, the thermal performance of the innovative ultra-thin 10cm-wetland green roofs with water dropwort, waterhyssop and roundleaf rotala are excellent extensive green roofs to adopt which are mosquito larvae free, no need for periodical soil replacement and frequent

¹東海大學景觀學系 副教授

²東海大學景觀學系 大學部畢業生

*通訊方式：E-mail: yyhuang@thu.edu.tw

This research is funded by MOST 109-2221-E-029-001-

weeding, no risk for clogging of drainage pipe, as well as beneficial for urban flooding mitigation.

【Keywords】 thermal performance, ultra-thin wetland green roof, resilient, low maintenance, extreme climate adaption

景觀工程中碳平衡之個案研究—以國立中興大學園藝療育園區為例

Carbon Balance in Landscape Engineering: A Case Study of the Horticultural Therapeutic Garden at National Chung Hsing University

鄒芷芃¹ 陳紀元^{2*} 吳振發³
Chih-Peng Tsou Chu-Yuan Chen Chen-Fa Wu

【摘要】

碳排放議題為全球開發國家關注的焦點，自1994年生效的「聯合國氣候變化綱要公約」、1997年通過的「京都議定書」、2015年通過的「巴黎協定」，以及近年來通過的「格拉斯哥氣候協議」（2021年）、「夏姆錫克執行計畫」（2022年）、「第一次全球盤點」（2023年）、「氣候融資新集體量化目標」（2024年），世界各國皆致力去達到淨零排放的目標，台灣為響應此全球議題，提出了「2050淨零排放」的行動策略。

在景觀與造園的領域中，碳平衡的追求是一場長程馬拉松，從規劃設計階段到工程施作，以及後續的營運管理，或許以單一階段來看很難達到碳平衡，但若將時間拉長至整個生命週期，其達成的可能性將會提高。景觀工程項目繁雜，設計形式多變，且有許多綠建材等環保材料尚未有碳排放係數可供參考，這是目前在景觀工程領域計算碳排放量的困難點。本案例為國立中興大學園藝療育園區的翻新工程，以翻新工程的設施項目與現地原有植栽來做碳平衡計算。因原有步道的鋪面有多處破裂損壞，且原鋪面材質的防滑功能不佳，以及舊有的木平台結構已有多處塌陷，面板損毀，故翻新工程的項目為原有步道鋪面及木作平台更新。

研究結果顯示，園區內植栽（包含喬木、灌木、草地）的二氧化碳排放數值為-15.0355(tCO₂e)。根據本研究實地測量園區內喬木尺寸，並使用「異速成長方程式」中IPCC（政府間氣候變化專門委員會，Intergovernmental Panel on Climate Change）計算方式，得出園區內喬木的二氧化碳儲存量為28.1511(tCO₂e)；而使用學者Chave等人(2014)提出的計算方式得出的數據為30.6030(tCO₂e)。鋪面與木平台翻新工程之二氧化碳排放量約為32.0816(tCO₂e)。由計算結果可知，以學者Chave等人(2014)提出的計算方式，本園區於2025年已達到碳平衡。使用IPCC計算得出的數據在2025年離碳平衡尚差些許，本研究推估喬木生長量之公式可推估至2026年即達到碳平衡。

藉由本次研究了解到「異速成長方程式」的計算方式，是將基準年與測量年的喬木生長量納入計算，更適合用於推估喬木未來的固碳量與二氧化碳儲存量。儘管當下無法

¹國立中興大學園藝學系 博士生

²國立中興大學園藝學系 研究生

³國立中興大學園藝學系 教授

*通訊方式：臺中市南區興大路 145 號。E-mail: zipong_0205@yahoo.com.tw

達到碳平衡，但可藉由喬木生長推估公式計算出預計達到碳平衡狀態的時間。

【關鍵字】 景觀工程、碳平衡

栽培方法、休閒與減碳說明對休閒農場旅遊意願與願付價格之影響

The Influence of Cultivation Methods, Leisure and Carbon Reduction Explanation on Travel Intention and Willingness to Pay for Leisure Farm Tourism

吳庭玟¹ 涂宏明^{2*}
Ting-Wen Wu Hung-Ming Tu

【摘要】

休閒農場結合了農業生產與休閒遊憩服務，具有休閒遊憩功能也是推廣農業的良好休閒場域。由於環境保護意識興起，農場經營者為了保護生態環境，逐漸將原本採用的慣行農法改為環境友善栽培方法，包含友善栽培、有機栽培與自然農法，亦採用如減少耕犁次數、輪作不同作物、種植綠籬和減少運輸造成的碳足跡等減碳措施，期望能夠為環境保護盡一份心意。遊客也受環境保護意識影響，許多研究證實遊客開始選擇具有環境保護性質的旅遊景點或願意付錢支持環境保育的相關計畫或農產品，亦證實遊客的性別、年齡、教育程度、收入、對永續生產的認識、環境保護信念與自然關聯性等個人特質會影響對具環境保護性質旅遊景點的選擇，但是對於休閒農業領域少有相關研究。本研究欲探討休閒農場採用不同栽培方法、是否採用減碳措施與是否包含休閒功能，對遊客前往該休閒農場的旅遊意願與門票之願付價格影響，並了解遊客的個人特質是否為影響選擇休閒農場的因素。

本研究以栽培方法、休閒功能與減碳措施做為自變項，栽培方法包含慣行農法、友善栽培、有機栽培與自然農法4種，並加入無栽培方法作為對照。應變項包含旅遊意願3題與門票的願付價格1題，而影響變項包含性別、年齡、教育程度、個人月收入、家庭月收入、對環境友善栽培的認識1題、環境保護信念5題與自然關聯性6題。本研究以旅遊宣傳文宣作為自變項之測試媒體與虛擬市場資訊，內容包含相同的休閒農場圖片與作物類型，及不同的栽培方法說明、是否含休閒功能說明與是否含減碳說明，共20份旅遊宣傳文宣。受試者於閱讀完旅遊宣傳文宣後以七點尺度評估對該農場的旅遊意願與影響變項，並填寫願付價格。調查方法為以匿名問卷在網路上以性別年齡分層抽樣進行調查，最終有效樣本400份。

研究結果發現休閒農場採用友善栽培、有機栽培及自然農法能顯著提升旅遊意願與願付價格，具有休閒功能或採用農業減碳措施亦顯著提升旅遊意願與願付價格。此外，女性與年長者對休閒農場的旅遊意願較高，而年輕人與高收入者有較高的願付價格，而

¹國立中興大學園藝學系 研究生

²國立中興大學園藝學系、景觀與遊憩學士學位學程、永續農業創新發展中心 副教授
本研究計畫受永續農業創新發展中心高教深耕計畫補助

*通訊方式：臺中市南區興大路 145 號作物科學大樓。E-mail: hmtu@dragon.nchu.edu.tw

自然關聯性、環境保護信念與對環境友善栽培的認識正面影響選擇採用環境友善栽培或減碳措施的農場，並提升願付價格。本研究建議休閒農場發展環境友善栽培與農業減碳措施，並搭配完善的休閒功能以吸引遊客，同時以親自然設計與環境教育活動提升自然關聯性與環境保護認知，吸引偏好永續旅遊之潛在客群，其中女性、年長者與高收入者為主要市場，宜建立適合之活動規劃。

【關鍵字】 環境友善栽培、休閒農場、農業減碳措施、旅遊意願、願付價格

應用推-拉-繫住力模型和中立化技術理論探討消費者自行攜帶旅館備品之轉換意願

Using the Push-Pull-Mooring Model and Techniques of Neutralization Theory to Investigate Consumers Switching Behavior From Using to Not Using Hotel's Amenities

陳韻如^{1*} 陳偉慶²
Yun-Ru Chen Wee-Kheng Tan

【摘要】

全球每年生產巨量的塑膠，卻僅有微量的比例被回收利用，因此國內外政府開始推動限制或勸阻旅館提供一次性備品的政策，期望能從源頭減少塑膠的使用量。然而，儘管大多數消費者知道環境議題的重要性，對於消費者而言，旅館不提供備品卻往往被視為變相漲價，消費者自行攜帶備品的意願不如預期。

本研究應用推－拉－繫住力模型 (Push-Pull-Mooring Model) 並結合中立化技術理論 (Techniques of Neutralization Theory)，探討旅館消費者住國外旅館時從「使用旅館一次性備品」至「自行攜帶備品」的轉換意圖，和持續使用旅館一次性備品可能提供的理由及藉口，進一步分析影響其自行攜帶備品的轉換因素和心理阻力，找出兼顧環保與消費者接受度的措施，作為政府及旅館業者制定政策的明確方向。

研究模型包括推力構面 (感知環境威脅、對於一次性備品的滿意度)、拉力構面 (消費者知覺效能 [可以透過自行攜帶備品來保護環境的看法]、主觀規範)、繫住力構面 (旅館業者的動機、轉換成本、一次性備品習慣性使用) 及中立化技術六個面相。

本研究透過問卷調查蒐集資料，以臺灣 18 歲以上的民眾為對象，採取滾雪球抽樣方式，共回收 319 份有效問卷。本研究進行一系列測試以確保收集數據的品質，測試顯示數據具有組合信度、收斂效度及區別效度。資料分析採用最小平方分析法 (partial least squares analysis) 計算各個構面間的路徑係數。

研究結果顯示，感知環境威脅、消費者知覺效能及主觀規範對於轉換意圖有正向的影響；消費者對於一次性備品的滿意度及習慣性使用則對於轉換意圖有負向的影響。此外，本研究透過探索性因素分析將繫住力中的旅館業者的動機分為旅館業者隱含意圖與旅館業者假性環保兩個構面，結果指出唯假性環保與中立化技術達顯著關係。而中立化技術理論中的「必要性抗辯」 (defense of necessity technique) 和「否定責任」 (deny of

¹國立臺灣師範大學企業管理學系 研究生

²國立臺灣師範大學全球經營與策略研究所 副教授

*通訊方式：台北市大安區師大路 31 號。E-mail: rubychen0513@gmail.com

responsibility technique) 對於轉換意圖有負向和正向影響。

本研究透過推-拉-繫住力模型及中立化技術的整合運用，較以往單一理論更能全面解釋消費者在轉換行為上的心理阻力與合理化過程。實務上，政府與旅館業者在推動「禁用一次性備品」時，需同時降低消費者的心理防衛（理由及藉口）與行為成本，才能有效提升消費者轉換意願。本研究可做為未來政府推行減塑政策與永續經營的決策依據，有助於在兼顧環保與顧客接受度間取得平衡，實現具有可行性的永續發展目標。

【關鍵字】 推-拉-繫住力模型、中立化技術、一次性備品、轉換意圖

探討文資活化對目的地意象與觀光意願之關係：以臺中驛鐵道文化園區為例

Exploring the Relationship between Cultural Asset Revitalization, Destination Image and Tourist Intention: A Case Study of Taichung Railway Cultural Park

朱宏晉^{1*} 葉美智²
Hung-Chin Chu Mei-Chih Yeh

【摘要】

本研究旨在探討文化資產活化措施對目的地意象與觀光意願之影響，並以臺中驛鐵道文化園區為案例。在全球化與觀光產業高度互動的背景下，文化觀光為觀光產業的主流，其中文化資產的活化逐漸成為觀光主管機關提升地方吸引力與促進文化交流的重要策略。文資活化不僅保護了歷史文化資產，還透過創造性的再利用方式提升了目的地的吸引力(Rajesh, 2013)，成為促進地方經濟增長與文化交流的重要手段(Puh, 2014)。因此，本研究透過文獻回顧、問卷調查與量化分析，針對臺中驛鐵道文化園區於歷史建築修繕、創意展覽設計與文化活動舉辦等三項活化措施，分析其對遊客的認知性意象與情感性意象的影響，並驗證目的地意象於文資活化與觀光意願間的中介機制。

本研究參酌國內外成功案例，如台南林百貨(林思玲,2015)、松山文創園區(MOT TIMES,2023)、以及京都清水寺(張維霖,2021)，進行相關文獻回顧與探討並進行問卷設計。本研究於2025年5月間進行預試分析，各構面信度分析Cronbach's α 值介於0.804到0.902。正式問卷共發放368份問卷，回收有效問卷357份(回收率達97%)，並運用 SPSS 與 Bootstrap 進行統計分析。結果顯示，文化資產活化顯著提升遊客之認知性與情感性意象，進而增強整體性意象，促進其觀光意願，目的地意象於此間呈完全中介效果(Pike & Ryan,2004; Crompton,1979)。特別是創意展覽設計對情感性意象的影響最為顯著，而歷史建築修復與文化活動則兼具認知與情感層面之正向效益。

理論貢獻在於深化文化資產活化與觀光行為之間的作用機制；實務上則提供文化景區永續經營與行銷策略之參考，特別在提升文化互動性與社群參與方面。未來可進一步探討樣本代表性與長期影響，以全面評估文化資產活化在觀光發展中的長效價值(Ajzen,1991; Quintal & Polczynski,2010)。

【關鍵字】 臺中驛鐵道文化園區、文化資產活化、目的地意象、觀光意願

¹靜宜大學觀光事業學系 研究生

²靜宜大學觀光事業學系 副教授

*通訊地址：臺中市沙鹿區臺灣大道七段 200 號。Email: jin941227@gamil.com

聽覺障礙學生休閒參與之個案研究

A case study on leisure participation of students with hearing impairment

蔡黎慧^{1*} 黃玉琴² 王敬儒³
Li-Hui Tsai Yu-Chin Huang Ching-Ju Wang

【摘要】

本研究主要目的，在結合現今永續發展目標SDGs 10-減少國內及國家間的不平等，提倡聽覺障礙學生「休閒參與之平權」，能在本研究中，了解聽覺障礙學生對於參與休閒活動時，其內心真實感受，並深入了解聽覺障礙學生在休閒參與時，所遇到的困難、阻礙及解決方式，可為各級學校後續協助聽覺障礙學生規劃休閒活動時，能進一步了解學生想法與影響。

本研究採取個案研究方法，深入探討聽覺障礙學生在休閒參與過程中所面臨的阻礙、採取的協商策略及休閒參與的意義。本研究對象為本市立啟聰學校畢業，精熟手語使用，使用耳掛式助聽器，具有口語能力，目前就讀中部地區大學之聽覺障礙學生五人，年齡介於19至22歲，以半結構式深度訪談及研究者札記方式，探究聽覺障礙學生參與之休閒活動、頻率、夥伴、歷程、感受、想法、挑戰及因應方法。

本研究發現，聽覺障礙學生面臨多層次且複雜的休閒阻礙，包括：

- 一、學生個人內在阻礙（如自信心不足、溝通焦慮、身分認同感）。
- 二、學生之人際阻礙（如同儕接納度不足、聽障社群的連結）。
- 三、學生面臨之結構性阻礙（如環境設計不友善、經濟負擔、交通限制）。

然而休閒阻礙並非單獨存在，而是相互影響，形成複雜的阻礙網絡。面對這些阻礙，聽障學生發展出多元的協商策略：

- 一、主動溝通策略及心理調適策略。
- 二、人際與社會層面、可積極建立支持網絡。
- 三、注重活動類型之選擇、科技輔助與環境調整。

本研究亦證明休閒參與對聽障學生具有多重意義，不僅提供了娛樂和身心放鬆，更成為展現能力、建立社會連結和發展身分認同的重要途徑。

本研究結果，將提供主管教育行政機關、觀光旅遊研究相關單位及特殊教育相關單位教學與研究用，亦可將研究成果進行實務應用，推廣至各招收聽覺障礙學生之大學校院及老人福利機構參考。

【關鍵字】聽覺障礙學生、休閒參與、個案研究

¹臺中市立向上國民中學 老師

²國立臺中教育大學 教授

³臺中市立啟明學校 校長

*通訊方式：臺中市西區美村路一段 389 號。E-mail: nanaco3776@gmail.com

D2

觀光休閒餐旅體驗、管理與教育訓練

走路還是走心？探討法國之路徒步旅行體驗

Walking with the Body or the Mind? Exploring the Walking Experience on the Camino Francés

辜育雅^{1*}
Yu-Ya Ku

王志宏²
Chih-Hung Wang

【摘要】

近年來隨著徒步旅行人口逐年增加（朝聖者辦公室數據統計），結合身心靈實踐的徒步旅行日漸受到廣泛關注。法國之路（Camino Francés）作為全球知名的指標性徒步路線與世界遺產，不僅具有宗教、文化與歷史價值，更成為人們自我探索、療癒與生命轉化的重要休閒旅遊場域。本研究聚焦於完成法國之路全程（約800公里）的台灣徒步者，試圖回答：「徒步者在路上的經驗如何形成？」。儘管現代朝聖者多數不再受限於傳統宗教信仰為出走動機，行走體驗之主觀詮釋卻呈現高度個體差異與社會文化複雜性。本研究採質性研究取向，探討體驗歷程變化與敘事分析，運用Clawson與Knetsch（1966）提出的「遊憩體驗五階段模型」作為訪綱架構，詮釋徒步者於五個階段（預期、前往、現地經驗、返程與回憶）的轉變歷程。資料來源包括研究者於2024年徒步法國之路撰寫之日記、多位完成法國之路全程徒步者的半結構式訪談逐字稿，以及訪談後研究者撰寫之筆記。訪談過程融入照片引談法，以協助召喚受訪者於長距離步行之感官記憶與情感片段細節。資料分析採用Braun與Clarke（2006）提出之主題分析法，並以理論導向方式進行初始編碼與主題分類。研究者作為「行走者－研究者」的雙重角色，在資料分析與詮釋過程中進行反身性書寫（Finlay, 2002；Berger, 2013），透過訪談筆記反思資料分析立場，以處理局內人視角可能帶來的偏差與洞見，研究品質依循Lincoln與Guba（1985）提出之標準，結合三角檢核厚實描述與透明化詮釋歷程，以提升研究可信度。本研究認為，長距離徒步旅行不僅是空間的遷徙，亦為心靈的重組與構築意義歷程，走路是個體與世界連結的重要實踐，此研究結果可作為未來探索旅遊體驗、設計深度旅遊產品與發展療癒型觀光遊程之策略參考。

【關鍵字】 徒步、體驗、法國之路、訪談、主題分析、反身性

¹國立臺中教育大學永續觀光暨遊憩管理碩士學位學程 研究生

²國立臺中教育大學永續觀光暨遊憩管理碩士學位學程 教授

*通訊方式：E-mail: guyuya@gmail.com

「喪失日本旅遊症候群」的心理動態：補償、記憶與在地替代的多重實踐

The Psychological Dynamics of the Loss of Japan Travel Syndrome: Multiple Practices of Compensation, Memory, and Local Substitution

林信宏^{1*}

Sean Hsin-Hung Lin

【摘要】

新冠疫情使全球旅遊停滯，對長期以日本為主要出境地的台灣旅客而言，邊境封鎖不僅意味旅行行動的缺席，更造成文化連結與情感寄託的斷裂。雖然既有研究已探討「報復性旅遊」與「補償性消費」(Jang & Cai, 2002; Chen & Petrick, 2013)，但多偏重量化方法，忽略旅客在長期失落中如何透過日常實踐重建心理平衡。特別是對喪失日本旅遊症候群的研究相當不足，尤其缺乏從補償心理理論探討旅客是否出現失落、如何透過補償行為回應未竟期望，以及其背後心理歷程與個人因素影響。補償心理理論指出個體面臨缺失時常以替代行為維持心理均衡(Ragunathan & Corfman, 2006)，但其在旅遊領域的應用有限。本研究即回應此缺口，透過質性分析揭示後疫情旅客的補償機制，並說明個人因素的作用。

本研究以立意取樣挑選20位五年內平均每年至少赴日一次的旅客，採半結構式深度訪談，每位60至90分鐘，並進行逐字稿轉寫。資料以主題分析法處理，兩位研究者獨立編碼並交叉比對，輔以跨研究者檢視、來源比對及受訪者回饋進行三角檢證(Wang et al., 2002)。

研究發現，多數受訪者展現「情感失落」與「文化儀式缺席」，其補償行為可分三類：一為「在地日本化體驗」，如日式溫泉、居酒屋、動漫展與祭典活動；二為「媒體記憶再現」，透過舊照片、影片與社群回憶維繫情感；三為「文化消費」，購買日本食品與周邊，以強化日常文化連結。此顯示補償心理已超越旅遊替代，延伸至文化消費與媒體實踐。值得注意的是，部分受訪者並未出現強烈失落，反將疫情視為「心理釋放」與「生活再定位」的契機，轉而探索台灣資源，此一現象呼應旅遊韌性研究(Hall, Scott, & Gössling, 2020)。

「喪失日本旅遊症候群」揭示旅遊不僅是移動，更是文化儀式與情感寄託，當其缺席時旅客會啟動跨場域補償策略以維持平衡。此呼應Cohen(1979)對旅遊作為「現代儀式」的詮釋，並與Kleine, Kleine, and Kernan(1993)關於消費補償認同的觀點一致。本研究不僅補足補償心理理論在旅遊領域的不足，也凸顯失落經驗如何驅動多元心理反應，

¹慈濟大學經營管理學系 助理教授

*通訊方式：花蓮市介仁街 67 號。E-mail: sean@gms.tcu.edu.tw

為旅遊心理提供新視角。實務上，地方旅遊可引入異文化元素與沉浸式體驗，設計兼具療癒與補償性的產品，以回應後疫情時代的深層需求與復甦動能。

【關鍵字】 喪失日本旅遊症候群、補償心理、旅遊失落、文化儀式、疫情後旅遊行為、質性研究

專業學習態度、師徒關係與職涯發展之研究—以西餐廚師為例

A Study on Professional Learning Attitude, Master-Apprentice Relationship, and Career Development: The Case of Western Cuisine Chefs

簡秋蘭^{1*}

Chiou-Lan Chien

【摘要】

廚藝需藉由不斷的學習與努力而得，廚藝的訓練方式不只有一種，透過對外來西式菜餚廚師養成的瞭解，探討廚師對知能的學習態度、與傳授廚藝技能者的關係，進而瞭解廚師個人的未來職業發展。依此，本研究為瞭解台南地區西餐廚師的專業學習態度、師徒關係與職涯發展的看法，以該西餐廚師內場的師傅為研究對象。採SPSS 22.0版統計套裝軟體進行資料統計分析，研究發現：1.67.3%的西餐廚師畢業於餐飲相關科系、44.2%的廚師在進入廚房工作前，廚藝能力來自於其個人的含自學或家庭、近九成的西餐廚師進入廚房工作後，公司提供能力極佳的專人指導他們，公司亦提供教育訓練，強化員工的廚房知能、未來如果有機會更換工作，他們還是願意從事廚房工作；2.在個人背景變項方面，畢業於餐飲相關科系者的專業學習態度高於非餐飲相關科系畢業者、未來如果有機會更換工作，還是願意從事廚房工作者，他們對師徒關係和職涯發展均達顯著的差異，以及為強化自己的專業能力，經常會參加其他機關行號舉辦的研習活動者的師徒關係高於從不參加者；3.專業學習態度、師徒關係與職涯發展皆達顯著正向關係，專業學習態度對職涯發展的關係最為密切；4.專業學習態度、師徒關係對職涯發展均達顯著的正向影響，以專業學習態度對職涯發展最具影響力。並可知，餐飲學歷背景的廚師更重視實務的技術能力，再加上有著關係良好的師傅帶領他們，對於提昇他們自己的專業能力和工作信心及未來是否留任餐飲業，都有所助益。此一研究結果有助於餐飲業訓練者和學校進行訓練內容及課程設計之參考。

【關鍵字】西餐、廚師、專業學習態度、師徒關係、職涯發展

¹台南應用科技大學餐飲系 助理教授

*通訊方式：E-mail: t10156@gm.tut.edu.tw

餐飲及旅宿業之服務模式數位轉型對第一線服務員情緒勞動之影響—以科技接受度為中介變項及情緒耗竭為調節變項之驗證

The Impact of Service Model Digital Transformation on Emotional Labor among Frontline Employees in the Food and Hospitality Industry: The Mediating Role of Technology Acceptance and the Moderating Role of Emotional Exhaustion

黃安琪^{1*} 張玉芳² 康雅菁³
An-Chi Huang Yu-Fang Chang Ya-Chin Kang

【摘要】

本研究旨在探討後疫情時代，餐飲及旅宿業面臨缺工與數位科技發展下，導入數位應用對第一線服務員工作模式、情緒勞動、情緒耗竭與留任意願之影響，並驗證科技接受度在情緒勞動與留任意願間的中介角色，以及情緒耗竭與數位轉型的調節效果。疫情期間，全球餐飲及旅宿業面臨嚴重缺工的問題，業者為了提升營運效率與應對人力短缺，皆導入數位應用，如自助點餐機、送餐機器人與手機點餐系統。這些服務模式的數位轉型，不僅改變了傳統的服務流程，更是對第一線服務人員的情緒勞動產生深層的影響。

本研究採用調查分析法，以餐飲及旅宿業第一線服務人員為研究對象，透過線上問卷蒐集100份有效樣本。問卷內容涵蓋數位轉型、科技接受度、情緒勞動、情緒耗竭及留任意願等變項。透過實證分析，本研究的結果顯示，數位轉型的認知與其對員工情緒勞動及留任意願的影響具有明顯的關聯性。特別的是，在本次所蒐集的樣本中，發現較為年長的填答者對於數位轉型的認知程度，明顯高於年輕族群，此結論在過去研究中較為少見，未來可針對中高齡員工進行深入探討，作為制定人力資源管理策略的重要依據。

餐飲及旅宿業的服務模式數位轉型對第一線服務員的情緒勞動影響甚鉅，且科技接受度與情緒耗竭在其中扮演關鍵角色。本研究成果，不僅可作為台灣餐旅業者在缺工狀態下，導入數位應用的決策參考，更名為已施行數位轉型之企業，提供其員工情緒耗竭、情緒勞動影響的實證數據，並且在協助企業追求營運效率之餘，也能關注員工心理健康與留任意願，從而擬定更具同理的人力資源管理策略，實現企業與員工雙贏的永續發展。

【關鍵字】數位轉型、科技接受度、餐飲旅宿業、第一線服務員、情緒耗竭、留任意願

¹中國文化大學勞動暨人力資源系 研究生

²中國文化大學勞動暨人力資源系 大學部學生

³中國文化大學勞動暨人力資源系 教授

*通訊方式：E-mail: angelhuang0912@gmail.com

運用台語新聞介入園藝景觀與遊憩課程對專業與語言學習動機之影響

Effects of Taiwanese News in Horticulture, Landscape, and Recreation Courses on Professional and Language Learning Motivation

涂宏明^{1*}

Hung-Ming Tu

【摘要】

園藝景觀與觀光休閒遊憩領域之工作皆需要台語溝通能力，具備台語能力對於大學生未來就業有極佳的優勢與效益，對於要深耕在地者通曉台語比英文能力能為重要。園藝景觀與遊憩課程台語計畫已執行第三年計畫，第一年計畫在不影響既有課程教學上以每週簡短5至10分鐘內之台語進行練習，各課程依據其性質採用不同的台語辭彙。第二年計畫採用相同台語練習加入遊戲方法進行教學以貼近生活，成效皆有助於提升專業和語言學習動機。新聞是經常運用於課程的教學方法，有助於提高學習動機與興趣，連結專業、時事與生活最新資訊，加強批判性思考，融入語言考量考提高語言能力包含聽說讀寫。目前確實尚未有應用台語新聞時事之研究，因此第三年計畫採用台語新聞時事融入生活化議題於專業課程中，透過微小翻轉之台語新聞時事教學手法來融合台語生活化與專業課程內容，並比較與前兩年計畫之效益差異。

本計畫三年課程皆納入六門園藝景觀與遊憩選修課程，包含景觀設計(一)及(二)、景觀規劃、景觀生態學、遊憩社會心理學、景觀研究法。第一年計畫以每週5至10分鐘之專業課程台語語句和辭彙練習並錄音，第二年計畫採同樣辭彙練習加入台語遊戲，第三年計畫採同樣辭彙練習加入該課程專業之台語新聞。台語新聞挑選標準首先考量與課程專業及兼顧生活化，其二詞彙應簡單偏易，整體有趣且多影像，整體影片不宜過程。學習動機評量採用動機策略學習問卷與自我調節學業動機量表，前者強調課程學習，後者強調自主學習動機。另評估台語與園藝景觀學習動機，以及教學方法對台語和園藝景觀學習動機之影響，整體項目以採用七點尺度評分，並以開放式問題了解各自之理由。研究設計各自採用單組後測已兼顧學生匿名隱私，三年計畫有效回收樣本數分別為37人、30人與30人。

研究結果指出在台語新聞介入教學後在課程學習和自主學習動機上皆高，且有助於提升園藝景觀和台語學習之動機，質性分析指出台語教學簡單、易懂、有趣，台語新聞時事融入有助於結合時事、課程與台語聽力練習。第一年與第二年之台語教學同樣具有提升各種動機之效益，經統計檢定比較第一年與第二年台語計畫之成效間並無差異。但

¹國立中興大學園藝學系、景觀與遊憩學士學位學程、永續農業創新發展中心 副教授
本研究計畫受教育部教學實踐研究計畫補助

*通訊方式：臺中市南區興大路 145 號作物科學大樓。E-mail: hmtu@dragon.nchu.edu.tw

結果指出第三年台語新聞時事教學方法比第一年計畫單純的每週台語辭彙教學方法，在課程學習、自主學習和台語學習動機顯著提升，顯示台語新聞確實是更加提升在學習動機上的助益。因此建議未來園藝景觀與遊憩課程可適當加入母語與時事新聞，可同時提升遊憩專業與母語之教學，相得益彰。

【關鍵字】 台語新聞、微轉教學、語言學習、學習動機

工作耗竭對安靜離職的影響：知覺組織休閒支持與休閒雕琢的角色

The effect of work exhaustion to quiet quitting: The role of perceived organizational leisure support and leisure crafting

曹勝雄¹ 顏昌華^{2*} 顏卉萱³ 林瑩萱⁴

Sheng-Hsiung Tsaur Chang-Hua Yen Hui-Hsuan Yen Ying-Syuan Lin

【摘要】

本研究旨在深入探討工作耗竭對安靜離職的影響。過往有關安靜離職的研究，大多著重於工作場域內的壓力來源與資源條件，較少關注員工在非工作領域中所能獲得的支持與調適機制。然而，非工作領域的資源同樣可能影響員工在面對高壓與耗竭時的心理狀態與行為反應。據此，本研究以資源保存理論 (Conservation of resources theory) 為基礎檢視工作耗竭對安靜離職的影響，並進一步探討休閒雕琢與知覺組織休閒支持在其中所扮演的調節角色。

本研究以台灣國際觀光旅館員工為研究對象，共回收388份有效樣本，並採用偏最小平方法結構方程模型 (PLS-SEM) 進行資料分析。研究結果顯示，工作耗竭對安靜離職具有正向且顯著的影響，意味著當員工感受到較高程度的工作耗竭時，更可能出現心理抽離、降低額外投入的行為。此外，知覺組織休閒支持對安靜離職呈現顯著負向影響，顯示當員工感受到組織在休閒活動與資源上的支持時，其安靜離職傾向會顯著降低；知覺組織休閒支持亦能有效緩和工作耗竭對安靜離職的影響，最後本研究根據研究結果，提出若干理論與管理意涵，以及未來研究方向之建議。

【關鍵字】 安靜離職、工作耗竭、知覺組織休閒支持、休閒雕琢

¹國立臺中科技大學休閒事業經營系 教授

²國立成功大學交通管理科學系暨電信管理研究所 博士後助理研究員

³銘傳大學觀光事業學系 教授

⁴國立嘉義大學行銷與觀光管理學系 博士候選人

*通訊方式：台南市東區大學路一號交通管理科學系暨電信管理研究所。Email: huihsyen@gmail.com

A3

休閒遊憩與健康促進

赤腳觸覺體驗：探討童年自然接觸對成年自然連結、心理效益之影響

Barefoot Sensory Experience: Exploring the Impact of Childhood Nature Contact on Adult Nature Connectedness and Psychological Benefits

謝欣宸^{1*}

Hsin-Chen Hsieh

張伯茹²

Po-Ju Chang

【摘要】

過去疫情的爆發導致人們生活型態的巨大改變，防疫措施限制了其與外界的互動機會，大幅限制了兒童探索環境的機會，影響其神經系統的發展並增加發展遲緩的風險。在疫情期間，兒童逐漸將缺乏戶外活動或自然互動視為「常態」，而這種生活環境的變化可能對其未來的心理發展產生深遠影響。Louv (2008) 認為，兒童健康成長需要充足的自然接觸，這能促進感知、學習及創造力的發展，缺乏自然接觸可能導致「自然缺乏症」，使兒童的感官世界縮小。實證研究顯示自然接觸帶來的多感官刺激不僅能夠減少壓力、增強注意力。過去研究探討兒童在自然環境中使用和進行活動時，也經常強調觸摸各種質地和感受自身在自然環境中運動的重要性。

儘管感官接觸自然被認為能提升連結感及心理恢復，但現有研究仍多集中於視覺（如觀看自然景觀）、聽覺（如聆聽自然聲音）或視聽結合的虛擬現實模擬，直接觸摸自然的研究則相對缺乏。隨著都市化和疫情影響的疊加進一步減少了大專學生接觸自然的機會。對於以學業為核心的都市大專學生而言，他們的日常活動多被限制於室內，面對人工化的環境與長時間使用科技設備，自然接觸的頻率與質量逐漸降低；而赤腳接觸自然的體驗則是一種獨特的途徑，因為腳部直接接觸地面，能讓人感受到各種自然質地（如草地、泥土、沙灘）的多樣刺激。這種接觸不僅能帶來身心放鬆的效果，還能增強人與自然的連結感。

本研究旨在探討都市大專生童年時期的自然接觸經驗是否對其成年後的自然連結感和生心理效益產生影響，特別聚焦於赤腳接觸自然對情緒和心理健康的正面效應。研究將透過赤腳自然接觸實驗，測量參與者在踩踏不同自然鋪面前後的生理狀態，並填寫正向與負向情緒量表、情境焦慮量表以及自然連結量表，以評估自然接觸對生理和心理的影響。目前研究正在進行樣本收集，預計招募50位參與者。預期本研究將有助於深入了解自然接觸對生理和心理健康的積極影響，並探索赤腳體驗作為現代生活中有效自然療癒途徑的潛力。

【關鍵字】心理健康、感官刺激、自然療法

¹國立臺灣大學園藝暨景觀學系 研究生

²國立臺灣大學園藝暨景觀學系 副教授

*通訊方式：台北市基隆路四段 138 號。E-mail: r13628306@ntu.edu.tw

大學校園規劃對學生休閒活動與心理健康狀況之影響

The Effects of University Campus Planning on Students' Leisure Activities and Psychological Well-being

徐丞彥¹ 李夏² 江啟慧³ 陶美吟⁴ 張伯茹^{5*}
Cheng-Yan Hsu Hsia Li Chi-Hui Chiang Mei-Yin Tao Po-Ju Chang

【摘要】

本研究旨在探討大學校園及周邊環境之空間規劃對學生健康促進生活型態與心理健康之影響，特別聚焦於校園景觀特徵、學生活動頻率與健康狀況三大變項間的關係。研究動機源於近年大學生心理健康問題與自殺率逐年攀升，凸顯校園環境作為支持健康行為的重要角色。然而，現行臺灣大學雖普遍進行總體校園規劃，卻缺乏將健康促進理念融入空間設計的系統性實證研究與規劃指引。研究範圍涵蓋全臺大專院校，依人均校園面積排序並篩選出 28 所院校作為研究基地（排除跨縣市校區）。採用線上問卷進行資料收集，問卷分為三部分：(1) 校園開放空間使用，採 Holt et al. (2019) 大學生綠地使用量表；(2) 當月心理健康與社會健康，使用憂鬱量表簡短版與 Rodríguez 等人之大學生適應大學調查問卷(SACQ)；(3) 校園景觀特徵，採 James 等人之步行量表(NEWS)。研究同時參考健康促進模式(Pender, 1975)、健康促進大學(Dooris et al., 1998)及相關步行環境與社交理論，建構整體分析架構。

分析結果顯示，戶外活動頻率對學生心理健康有顯著關聯，其中社團活動頻率與大學生活滿意度、同儕社交等正向健康指標呈中度正相關 ($r > .25$)，戶外學習頻率則與「大部分時間感到疲憊」、「覺得沒有能力完成該做的事」等負向心理指標呈穩定負相關。迴歸分析進一步揭示，在多項校園景觀規劃因子中，「飲水機設置」、「樹冠或屋頂遮蔽的人行道」、「校內停車空間少以鼓勵步行」、「多條路線可抵達目的地」等對社團活動頻率的影響最大且具統計顯著性 ($p < .05$)， β 值亦較高；而維持熱舒適度的陰涼步道、減少停車位等也顯示出正向效果。綜合討論指出，空間設計對學生活動行為與健康促進具有潛在調節作用，尤其是可達性佳、動線彈性高且具備遮蔽與基本支持設施的空間，可有效提升學生非正式群體活動頻率及停留意願，進而增進心理健康與生活表現。研究亦呼應心理社會發展理論(Erikson, 1950)中「親密對孤立」的核心發展任務，認為社團活動作為促進長期穩定人際互動的場域，對大學生心理健康具有重要價值。

基於上述發現，本研究建議未來校園規劃應加強室內外活動場域的交通串聯、提升

¹國立臺灣大學園藝暨景觀學系 大學部學生

²國立臺灣大學園藝暨景觀學系 研究生

³國立臺灣大學園藝暨景觀學系 研究生

⁴國立臺灣大學園藝暨景觀學系 研究生

⁵國立臺灣大學園藝暨景觀學系 副教授

*通訊方式：台北市基隆路四段 138 號。E-mail: pojuchang@ntu.edu.tw

步行舒適度與沿線活動支持設施之設置，並推動校園無車化等政策以鼓勵步行與戶外空間使用。此外，應持續關注步行安全、景觀美感與社區連結等因素，以促進學生整體生活品質。本研究可為大學校園健康促進之開放空間規劃與設計提供實證參考，並為後續高等教育校園規劃融入健康促進理念奠定基礎。

【關鍵字】 健康促進、健康促進大學、校園景觀規劃、心理健康、步行環境

社會支持在人格特質與自然療復經驗的中介效果

The Mediating Effect of Social Support on Personality Traits and Natural Recovery Experience

劉祐彰^{1*} 黃秋蓮²
Yu-Chang Liou Chiou-Lien Huang

【摘要】

壓力對健康和福祉的不利影響已被廣泛討論與建立(Boyd et al., 2011; Ronen & Baldwin, 2010; Stansfeld & Candy, 2006; Tytherleigh et al, 2007)。因此，如何抒解壓力及身心療復，便成為社會大眾追求健康所需面對的重要課題。

依據努力恢復理論(Meijman & Mulder, 1998)及資源保護理論(Hobfoll & Wells, 1998)，工作資源的特徵是調動個體能量(Hackman & Oldham, 1976)，由於高工作要求會導致能量耗盡(Schaufeli & Bakker, 2004)，進而造成工作壓力、情感要求和認知要求等因素，進而產生明顯的產生療復需求。其中，療復經驗(recovery experiences)則定義為個體於休閒期間減少緊張工作事件後可能發生的身體和心理症狀的過程(Meijman & Mulder, 1998)，此過程中個體功能係統在壓力體驗中被調動起來，使其恢復到壓力發生前的水平(Sonnentag & Fritz, 2007)。

療復經驗除了在組織行為領域，離職活動等受到了相當大的關注(Derks & Bakker, 2014; Fritz & Sonnentag, 2006; Sonnentag & Zijlstra, 2006)外，休閒領域的學者們也特別關注如何在休閒活動的過程中舒緩壓力(Caldwell, 2005; Klitzing, 2003)，相關研究指出參加夜間或週末假日的休閒活動有助於身心的療復(Fancourt et al., 2021; Fritz & Sonnentag, 2006; Iwasaki & Mannell, 2000)，而自然環境的休閒娛樂活動，其放鬆和享受大自然亦能療復身心的疲憊(Conventry et al., 2021; Lackey et al., 2021; White et al., 2023)。

相關文獻亦指出，社會支持和自主性有助於療復經驗(Els et al., 2015)。然而相關休閒與自然療復經驗的研究偏重於休閒效益、滿意度、幸福感等關連性之探討(Chen et al., 2016a; Chen et al., 2016b; Sonnentag & Zijlstra, 2006; Weng & Chiang, 2014)，較缺乏療復體驗與個體之人格特質與社會支持之研究。因此，本研究係主要探討內外控人格特質與社會支持對於自然療復經驗之影響。本研究以陽明山國家公園遊客為研究對象，採便利抽樣方式共獲得386份有效問卷。研究結果發現，人格特質對於社會支持有顯著的正向影響；人格特質與社會支持均對自然療復體驗有正向影響，且社會支持亦在人格特質與自然療復體驗間扮演部分中介的角色。最後依據研究結果提出若干管理意涵與建議。

【關鍵字】 內外控傾向、社會支持、療復經驗

¹景文科技大學旅遊管理系 助理教授

²佛光大學樂活產業學系 助理教授

*通訊方式：新北市新店區安忠路 99 號。E-mail: ycliou@just.edu.tw

疫情期間綠地面積與植生指標對心理疾病之影響

Impact of Green Space Coverage and NDVI on Mental Health during the COVID-19 Outbreak

吳曜宇¹
Yao-Yu Wu

涂宏明^{2*}
Hung-Ming Tu

【摘要】

綠地空間已經證實會對人體生心理有一定的影響，而在過去自2020年到2023年四年疫情期間，頒布了許多限制人類生活空間的政策，許多人被迫居家上班，政策禁令對於一般公眾的娛樂聚會場所嚴格的人數規範，人們往往只能運用隨手可得的資源進行遊憩行為。亦有研究指出當疫情越嚴重時，管制越強，造成心理壓力越大，增加憂鬱症、焦慮症與失眠等症狀。然而各階段疫情管制上，綠地是否皆能提供有效心理效益減緩心理疾病發生尚未了解，疫情越嚴重管制越強時是否綠地對心理疾病的發生仍具有影響。過去研究多針對可活動之綠地如公園做探討，然疫情嚴重期間公園管制出入，民眾未避免群聚而多前往山坡地遊憩與露營，反而另種影響機制。因此本研究主要目的為探討不同疫情管制期間綠地對於心理疾病的影響，包含疾病盛行率及就診次數。

本研究分析單位為臺灣358個鄉鎮市區，疫情嚴重程度及管制時間從2019年至2023年共六個階段，依序分為尚未發生疫情：2019/01/01-2019/12/31、零星感染期：2020/01/01-2021/05/10、三級警戒期：2021/05/11-2021/07/26、二級警戒期：2021/07/27-2022/02/28、放寬政策期：2022/03/01-2023/04/30、後疫情時代：2023/05/01-2023/12/31。自變項為公園綠地空間，包含公園、農田、草地、公園之綠地，分析之變項包含綠地面積、人均綠地面積、綠地覆蓋率、綠地植生指標(Normalized Difference Vegetation Index, NDVI)、公園面積、人均公園面積、公園覆蓋率。應變項為心理疾病之盛行率及就診次數，包含憂鬱症(ICD-10-CM F32、F33)、焦慮症(F40、F41)、失眠(F51)，資料採用衛生福利資料中心之健保資料庫全人口檔。控制變項包含都市化程度、空汙程度、綜合所得稅、人口密度。研究採用多元迴歸首先排除掉控制變項，再進行綠地空間變項對心理疾病盛行率及就診次數之影響。

結果顯示自然環境對心理健康具有持續的保護作用，當城市中綠地面積增加，包括森林、農田、草地及公園在內，焦慮盛行率及失眠盛行率整體呈顯著下降趨勢。這種效益並不僅限於某個特定時間階段，而是在不同時期皆可觀察到，顯示自然環境對心理健康的影響是一個長期累積、持續存在的效應，而非集中於單一時段。就診次數與盛行率

¹國立中興大學園藝學系 研究生

²國立中興大學園藝學系、景觀與遊憩學士學位學程、永續農業創新發展中心 副教授
本研究計畫受永續農業創新發展中心高教深耕計畫補助

*通訊方式：臺中市南區興大路 145 號作物科學大樓。E-mail: hmtu@dragon.nchu.edu.tw

結果呈顯反向，顯示醫療使用行為並未完全同步反映心理健康改善的趨勢，就診次數雖已控制住多種控制變項，然疫情期間對看診意願可能有不同的影響因素在，例如都市空間就診意願較低。未來研究建議研究個人相關層次變項，如使用綠地頻率或綠地可及性等資料進行更多的研究，而針對政策制定則可以新增最低標準的綠地覆蓋率，於規劃都市時考量綠地的多寡，獲取綠地對心理健康的好處，並在未來潛在嚴重疫情時防範嚴重的心理壓力事件。

【關鍵字】 新冠疫情、公園綠地、心理疾病

以試驗對照之統合分析探討音樂治療與自然音樂對焦慮症患者焦慮狀態之效果

A Meta-Analysis of Controlled Trials on the Effects of Music Therapy and Natural Music on Anxiety in Anxiety Disorders

葉芳妃¹ 涂宏明^{2*}
Fang-Fei Yeh Hung-Ming Tu

【摘要】

現代社會壓力日益增加，焦慮症已成為影響心理健康的重要問題。面對這一挑戰，探索低成本且非侵入性的治療方式愈加迫切。音樂治療作為一種非藥物介入方法，近年來受到廣泛關注，其中自然音樂因結合流水、鳥鳴等自然界聲音而展現出獨特的療癒潛力。音樂治療目前已有針對焦慮症患者進行研究，然幾乎少有隨機試驗，對照試驗研究亦少，部分研究指出降低焦慮症患者之焦慮效果，然亦有無顯著效果之研究，可能與研究樣本數少有關。因此本研究旨在透過試驗對照之統合分析，累積各研究之樣本以探討音樂治療與自然音樂對焦慮症患者之焦慮狀態影響，並捕捉其效果值大小。

本研究從資料庫搜尋文章包含Web of Science、PubMed及Cochrane Library，關鍵字設定包括自變項包含music activity、music therapy、natur* music、natur* sound與soundscape，應變項包含anxiety，以確保搜尋範圍涵蓋相關主題，搜尋時間最早至2025年6月底。資料庫搜尋計3,707篇，排除重複內容或標題相同之文獻計645篇。有效文章納入標準為(1)研究對象為焦慮症患者；(2)需有試驗對照設計；(3)評估測量焦慮程度；(4)介入為音樂與自然音樂之治療或活動。排除不符合文獻包含非試驗對照設計、研究對象非焦慮症患者或無法抽取有效數據等，最終納入統合分析的有效文獻8篇，並進行文章品質分析。分析方法採用隨機效果值，效果值採用Hedges' g，並分析異質性與出版偏誤。

本研究計有試驗對照8篇，經敏感度分析顯示3篇研究有明顯偏高之效果值，因此效果值計算上進行排除3篇研究，最終有效篇數5篇。研究區域部分，美國研究2篇，伊朗研究2篇，德國研究1篇。音樂介入內容包含有伊朗古典音樂、古典器樂音樂、多模態音樂治療、凝視觸發音樂，並無自然音樂。音樂介入時間2篇為4週、2篇為12週、1篇17.6週。本次搜尋無自然音樂之試驗對照研究。研究指出音樂治療在緩解焦慮症狀方面具有顯著效果，效果值為0.74，屬於高效果值。雖具有顯著異質性($Z = 2.91$; $\tau = 0.47$; $Q = 13.70$; $df = 4$; $p = .008$; $I^2 = 70.81$)，但各出版偏誤分析顯示異質性並不影響研究結果，經森林圖插補2篇出版偏誤文章調整後之效果值為0.97。本研究透過統合分析，證實音樂治療對於

¹國立中興大學園藝學系 博士生

²國立中興大學園藝學系、景觀與遊憩學士學位學程、永續農業創新發展中心 副教授
本研究計畫受永續農業創新發展中心高教深耕計畫補助

*通訊方式：臺中市南區興大路 145 號作物科學大樓。E-mail: hmtu@dragon.nchu.edu.tw

緩解焦慮症狀具有顯著效果，尤其是古典音樂、器樂音樂、多模態音樂治療及凝視觸發音樂展現出較高的療效。在實務上，醫療機構或心理健康中心可考慮將古典音樂、器樂音樂、多模態音樂治療及凝視觸發音樂納入焦慮症患者的治療方案。此外，目前並未有以對照試驗探討自然音樂對焦慮症患者之研究，未來應以對照試驗探討自然音樂對焦慮症患者的效益，並與音樂治療進行效益比較。

【關鍵字】 音樂活動、音樂治療、自然音樂、自然聲音、聲景

芳香療法對高齡者之健康促進效益

Health Benefits of Aromatherapy for Older Adults

江佩芬^{1*}

Pei-Fen Chiang

黃裕智²

Yu-Chih Huang

【摘要】

隨著臺灣高齡化程度持續加劇，高齡者普遍面臨睡眠品質下降、情緒失調、孤立感增加及主觀幸福感降低等健康挑戰。傳統因應方式多仰賴藥物治療，但長期使用藥物可能導致副作用與依賴性，難以作為永續照護的策略。因此，發展非藥物性介入（Non-Pharmacological Intervention, NPI）作為身心健康促進的輔助方案，已成為高齡健康促進與社區照顧的重要方向。芳香療法（Aromatherapy）透過精油嗅吸與按摩，刺激嗅覺系統並作用於邊緣系統，可調節情緒、降低壓力反應並改善睡眠品質，近年逐漸應用於健康促進與長照服務。然而，針對社區據點長輩的系統化芳療介入之實證研究仍相對稀少，尤其缺乏同時結合主觀心理指標與客觀生理數據的綜合評估。

本研究主要在探討芳香療法對高齡者之健康促進效益，對長輩睡眠品質、情緒狀態及主觀幸福感的影響。研究採準實驗設計，以埔基醫院附設社區式長期照顧服務機構 65 歲以上的長者為研究對象，共 96 位且具活動能力的長者參與研究，回收 89 份有效樣本。介入課程為期四週，每週一次，每次 90 分鐘，內容包括：（1）精油嗅吸體驗；（2）簡易按摩教學與實作(Pehlivan, S., & Karadakovan, A., 2019)。所使用精油共 12 種，依植物部位特性分為三組：①花朵組（薰衣草、羅馬洋甘菊、依蘭等，主要效用放鬆與助眠）；②柑橘組（佛手柑、甜橙、檸檬等，主要效用偏向提振情緒）；③混合組（花朵類與柑橘類複方），均以 2%濃度介入。以問卷進行資料收集，採前後測方式進行施測，量表包含孤立感、情緒、快樂感、老人憂鬱量表(GDS)及匹茲堡睡眠品質量表(PSQI)；另外測量受試者的心率變異度(HRV)，同樣採前後測方式進行施測，以交感與副交感神經評估長者的放鬆反應。本研究成果可作為社區據點推行芳療課程的基礎，協助發展模組化長照教案，並延伸應用於長者之情緒與睡眠改善方案設計。

【關鍵字】芳香療法、睡眠品質、情緒、幸福感、高齡者

¹國立暨南國際大學新興產業策略與發展博士學程 博士生

²國立暨南國際大學 特聘教授兼系主任

*通訊方式：南投縣埔里鎮大學路 1 號。E-mail: chiang0419@gmail.com

B3

創新科技應用與目的地意象

服務機器人互動性對顧客體驗與再購意圖之影響：情緒的中介角色

The Impact of Service Robot Interactivity on Customer Experience and Repurchase Intention: The Mediating Role of Emotions

張淑婷^{1*} 鄧秀玉² 林意勳³ 陳慧⁴
Sue-Ting Chang Hsiu-Yu Teng Yi-Xun Lin Hui Chen

【摘要】

隨著新冠疫情改變顧客消費行為，對無接觸式服務的需求日益增加，使得服務機器人在餐飲產業中獲得高度關注。過去相關研究大多聚焦於技術接受與功能表現，對於顧客與服務機器人間的互動所引發之情緒反應及其後續影響則著墨甚少。因此，本研究採用認知-情感-行為(Cognitive-Affective-Conative)理論架構，探討顧客與餐廳服務機器人互動後，是否透過正負面情緒影響難忘品牌體驗與再購意圖，以填補現有文獻之研究缺口。

本研究透過立意抽樣，針對有實際使用餐飲服務機器人經驗的消費者進行問卷調查，最終有效樣本數為694份，並以Smart PLS進行結構方程模型分析。互動性區分為社會型（感知友善與感知酷）與功能型（感知安全與感知能力）兩類。研究結果顯示，四個互動性構面皆能顯著正向影響正面情緒，進而提升顧客的難忘品牌體驗與再購意圖。其中，感知酷與感知能力對正面情緒的中介效果尤為顯著，正面情緒對難忘品牌體驗與再購意圖之影響亦達高度顯著水準。相對而言，感知安全與感知能力可顯著降低負面情緒，但負面情緒對難忘體驗的影響雖達顯著，整體中介效果不具顯著性，顯示在本研究脈絡下，負面情緒並未發揮正向影響。整體而言，本研究證實正面情緒在服務機器人互動與體驗之間扮演關鍵中介角色，並強調互動設計中情緒誘發的重要性。

本研究之學術貢獻在於：第一，補足服務機器人研究中對顧客情緒與互動性的整合探討；第二，挑戰過往負面情緒皆為不利因素的假設，實證檢驗其潛在效果；第三，延伸CAB模型於智慧服務場域的應用。實務上建議餐飲業者在設計服務機器人時，應優化機器人的酷感與功能表現，以激發顧客正向情緒並創造難忘體驗，進而促進再訪意圖。

【關鍵字】服務機器人互動、正面情緒、負面情緒、難忘品牌體驗、再購意圖

¹國立臺中科技大學企業管理系 副教授

²國立臺中科技大學休閒事業經營系 教授

³國立嘉義大學行銷與觀光管理學系 博士生

⁴國立嘉義大學行銷與觀光管理學系 研究生

*通訊方式：臺中市北區三民路三段 129 號。E-mail: sueting25@gmail.com

以數據驅動的新媒體運動科學科普：整合行銷策略與健康傳播之實務分析

Data-Driven New Media Sports Science Popularization: An Integrated Analysis of Marketing Strategies and Health Communication Practices

蘇靖雅^{1*}
Ching-Ya Su

【摘要】

運動科學科普可提升大眾對運動益處的認知並促進參與 (Bopp et al., 2013)，正確知識與預防策略可降低傷害風險，推動安全運動以促進全民健康 (Meeuwisse et al., 2007; Emery & Meeuwisse, 2010)。根據台灣傳播調查資料庫 (張卿卿, 2023)，YouTube 為台灣使用率最高影音平台，在「教學」、「醫療保健」、「運動」類別分列第 7、9、10 名，顯示影音推廣運動健康議題具廣泛受眾。社群媒體在健康傳播中能促進知識普及與行為改變 (Moorhead et al., 2013)，透過影片、圖文等多元媒介可滿足不同學習風格並提升理解與記憶效果 (Fleming & Mills, 1992; Mayer, 2014)。

國家運動科學中心於2024年成立，初期社群內容以新聞發布、活動資訊與靜態圖文科普為主。社群媒體數據分析結果顯示，新聞類型發文比例最高 (36.3%，N=53)，其次為活動 (28.8%，N=42) 與科普 (19.2%，N=28)；在互動數據方面，按讚數最大值為活動N=99、新聞N=88、科普N=64；分享數則以科普類型為最高N=31，這顯示科普內容雖數量較少，但具較高分享與推廣潛力。科普內容在社群媒體中不僅能引發知識興趣尚能持續被搜尋與引用，依數位傳播理論，高分享性內容易於二次傳播，擴大觸及並增強公眾對專業知識的信任，提升企業專業形象與品牌知識影響力。

基於數據的驅動，運科中心於 2025 年 3 月成立運動科學科普頻道，透過影片介紹基礎運科知識、時事解析與進階專題，並納入競技選手與全民健康運動相關單元。頻道的設計與規劃包含多元的行銷策略結合品牌識別理論 (Henderson & Cote, 1998)，以中心品牌色彩與視覺元素統一風格，強化品牌聯想與觀眾忠誠度 (Munnukka et al., 2017)。影片內容依 AIDA 模型設計，由吸引注意 (標題、封面) 到引發興趣 (支援案例)、激發慾望 (大眾連結)、促進行動 (引導訂閱與分享)，形成完整觀眾行為轉換流程。採用整合行銷傳播策略 (Kliatchko, 2008)，將影音同步發布至 YouTube 與三個 Podcast 平台，維持固定頻率與內容架構以強化跨平台一致性。

根據頻道成立後的社群數據顯示，透過敘述性統計與獨立樣本 t 檢定，比較頻道成立前 (2024/01/01–2025/03/23) 與成立後 (2025/03/24–至今) 數據，結果顯示，觸及人數

¹國家運動科學中心 研究助理

*通訊方式：E-mail: edithsu@tiss.org.tw

由 3,719 增至 5,256 (增長率41.3%, $p < .05$)，互動次數由 723 增至 1,120 (增長率 54.8% , $p < .05$)，新增粉絲數由 101 增至 107，呈正向趨勢。YouTube 訂閱人數由 101 增至 333 (增長率229.7%)，觀看次數由 2,052 增至 5,034 (增長率145.3%)，差異均達顯著水準 ($p < .05$)。

本研究結合不同行銷模式與品牌識別策略，並顯示透過影音科普方式能在短期內顯著提升相關平台的觸及，證實新媒體平台為推廣健康與運動知識的工具，本研究透過社群聆聽與回饋方式，持續優化內容策略，以促進全民健康與運動科學知識普及。

【關鍵字】 AIDA 行銷、社群媒體、品牌識別、健康傳播、運動科普、整合行銷傳播

以社群媒體分析探索外國旅客眼中的台灣旅遊意象

Exploring Taiwan's Tourism Image through the Eyes of Foreign Tourists Using Social Media Analysis

徐欣儀^{1*} 葉芷柔² 楊錦生³
Hsin-Yi Hsu Jih-Rou Yeh Chin-Sheng Yang

【摘要】

隨著疫情緩和，全球觀光旅遊市場也同步復甦，根據聯合國世界旅遊組織的統計（World Tourism Organization, 2025），2024年全球國際旅客達14億人次，較2023年成長11%，已回到2019年疫情前水準。台灣國內旅遊也搭上這波復甦列車，交通部觀光署（2025）統計113年國人國內旅遊達2.2億旅次、旅遊支出首度突破5千億元，雙雙創下歷史新高。然而，風光數據的背後，網路上卻瀰漫著一股國旅是盤子，寧可出國旅遊，也不在國內消費的負面氛圍（黃靖文, 2024），背後原因為何，值得深入探討。目的地意象（Destination Image）分析旅客對旅遊目的地的主觀知覺和態度，包括知識和情緒反應，可以協助上述台灣國內旅遊面臨困境的分析。此外，隨著社群媒體的快速發展，目的地意象從傳統問卷式的調查研究（Pike, 2002），擴展到以使用者生成內容（User-Generated Content, UGC）為資料的語意式內容分析（Wand et al., 2021）。本研究旨在運用人工智慧中的機器學習技術，結合深度學習方法進一步分析，以文件分類、情感分析、基於屬性的情感分析、群集分析、命名實體識別等語意分析工具，來萃取社群媒體中的旅客目的地意象。本研究亦跳脫以當地旅客為主的意象分析，改用國外旅客撰寫的社群媒體文章為分析資料，以外來者觀點切入台灣旅遊意象分析。具體而言，本研究選擇Reddit作為外來者觀點獲取平台，因其為全球瀏覽訪問量前10大網站，更是論壇式社群媒體第一名。為此本研究自行撰寫網頁爬蟲來抓取Reddit上特定討論版（稱為Subreddits）上與台灣有關的討論文章；然而，並非所有文章都與旅遊相關，因此後續使用隨機森林模型來學習旅遊/非旅遊的二元文件分類模型，如此便可自動取得外國旅客撰寫的台灣旅遊討論文章。緊接著利用情感分析與進階的基於屬性的情感分析來萃取不同顆粒度的旅客主觀意見，獲取整體文章的宏觀意見，到針對特定屬性（例如，飲食、景點）的微觀意見，更進一步使用命名實體識別來萃取討論的旅遊景點，群集分析來歸納屬性的面向以提升分析深度與應用價值。藉由上述的分析，本研究預期可協助觀光業者、主管機關等關係人掌握國外旅客眼中的台灣旅遊，提供互補的觀點，更全面地掌握台灣旅遊意象，以優化旅遊服務與行銷策略，進一步提升台灣國內觀光市場的競爭力。

【關鍵字】台灣旅遊形象、社群媒體分析、語意分析、外國旅客視角

¹元智大學資訊管理學系 大學部學生

²元智大學資訊管理學系 大學部學生

³元智大學資訊管理學系 助理教授

*通訊方式：E-mail: hsinyihsu814@gmail.com

日文旅遊部落格中的臺灣客家觀光意象分析：以4travel.jp評論為例

An Analysis of Taiwanese Hakka Tourism Images in Japanese Travel Blogs:

A Case Study of 4travel.jp Reviews

羅濟立^{1*}

Ji-Li Luo

【摘要】

本研究旨在透過日文旅遊部落格的語言分析，探討臺灣客家在日本觀光客中的形象與體驗。隨著客家文化逐漸受到臺灣政府的重視，相關觀光資源日益豐富，然而日本遊客對於臺灣客家地區的了解與認識仍有顯著提升空間。本研究透過收集日本旅遊網站「4travel.jp」上的評論資料，運用網路爬蟲與文本探勘技術，分析日本遊客對臺灣客家觀光意象的認知，進一步揭示其對客家地區的觀光動機與偏好。臺灣擁有豐富的客家文化資源，但日本遊客普遍較少接觸具有客家特色的觀光景點。因此，推廣客家文化對於深化臺日文化交流與吸引更多日本觀光客來訪，具有重要意義。

本研究以日語「台湾」與「客家」為關鍵詞，透過網路爬蟲技術收集日文部落格中與臺灣客家相關的評論，共蒐集獲得2004年8月至2025年5月之 243則評論。接著運用免費文本探勘軟體KH Coder，進行詞素分析、情感分析、主題摘要與語言特徵分析，系統性識別出日本遊客對臺灣客家地區的主要認知、動機及文化偏好。

研究結果如下：

(1) 在受評的客家觀光地區中，以臺北市63則(25.90%)最多，高雄市58則(23.90%)、新竹縣市46則(18.90%)次之，三地區合計佔整體評論的68.7%。其中，臺北市以迪化街永樂布業商場最受關注，高雄市以美濃，新竹縣市則以北埔老街相關評論最多。另外，高頻提及飲食(擂茶、客家小吃)、宗教節慶(神豬祭、義民節)、建築與服飾，突顯文化旅遊焦點。

(2) 情感分析結果顯示，整體而言日本遊客對客家觀光普遍抱持正向評價。高頻詞彙如「良い」(良好)、「素敵」(很棒)、「便利」(方便)、「美味しい」(好吃)、「ゆっくり」(悠閑)反映出旅客對整體體驗、文化氛圍、交通便利性、飲食風味及悠閒步調的高度肯定。然而亦出現如「大変」(麻煩)、「残念」(可惜)、「高い」(昂貴)、「不便」(不方便)、「狭い」(狹窄)等負面詞彙，指出在交通、價格、空間或行程安排等層面仍存在不便與落差，顯示部分服務尚有改善空間。

(3) 藉由「主題分類」與「自動摘要」技術，可有效將評論文本依內容自動歸類為「料理」、「祭典」、「住宿」、「交通」及「文化體驗」等主要關心主題。

¹東吳大學日本語文學系 教授

*通訊方式：E-mail: jililuo@hotmail.com

(4) 語言特徵方面，整體評論呈現偏長、句數較多且標點符號（尤其逗號）使用頻繁的特徵，屬於典型旅遊經驗的詳細敘述文類型；評論整體以性別中性敘述為主，僅少數呈現偏女性或男性視角。

本研究期望能為臺灣客家觀光發展提供參考建議，協助地方政府與相關單位制定更具針對性的行銷策略，吸引更多日本觀光客來訪。透過深化跨文化理解與強化地方認同，本研究亦期許對客家文化的永續發展有所助益。

【關鍵字】 日文旅遊部落格、臺灣客家、觀光意象、旅遊體驗、網路爬蟲、文本探勘

森林育樂場域遊客狂犬病知識與態度對有條件開放寵物入園規範 態度之影響

The influences of forest recreational area visitors' rabies knowledge and attitudes on their attitudes towards pet conditional entry regulations

王正平^{1*}

Cheng-Ping Wang

陳家瑜²

Chia-Yu Chen

【摘要】

由於發病後具高死亡率，狂犬病為各國致力防範的公共衛生課題。臺灣自2013年發現狂犬病案例後，中央即成立狂犬病中央流行疫情指揮中心進行防疫政策的擬訂，並責成動植物防疫檢疫署對狂犬病疫情進行監測。農業部林業及資源保育署(林保署)根據疫情監測結果於2013年根據傳染病防治法禁止民眾攜帶寵物犬貓等動物進入所轄森林育樂場域。隨著狂犬病疫情趨緩，林保署於2022年遴選五處森林育樂場域進行有條件開放寵物犬貓等動物入園，透過寵物入園規範及配套措施使能兼顧民眾體驗需求並防止疫情的擴散。然而，民眾對於狂犬病、防疫措施及寵物入園管理措施制定原因並不了解，導致民眾違反寵物入園管理規定時有耳聞。本研究之目的在探討遊客之狂犬病知識與態度對森林育樂場域有條件開放寵物入園規範態度之影響。研究以現行有條件開放寵物入園之內洞、池南、知本、大農大富及林後四林等五個森林育樂場域為基地，於2024年透過便利抽樣及問卷調查遊客的狂犬病知識、狂犬病防疫態度及對寵物有條件入園規範態度，並探討狂犬病知識與防疫態度對寵物有條件入園規範態度之影響。研究共蒐集1,050份有效問卷，研究結果顯示2024年受訪者的狂犬病知識與態度均較2014年調查結果為低；此外，受訪者的狂犬病知識與態度顯著正向影響寵物有條件入園規範態度。根據研究結果建議管理單位簡化寵物入園登記作業，並透過教育宣導策略強化民眾狂犬病的知識與防疫態度及對寵物有條件入園規範態度，使能兼顧狂犬病疫情控制及民眾對攜帶寵物入園之需求。

【關鍵字】 狂犬病、森林育樂、有條件入園、遊憩衝突、寵物

¹世新大學觀光學系 教授

²世新大學觀光學系 副教授

*通訊方式：台北市文山區木柵路一段 111 號 M718 室。E-mail: cpwang@mail.shu.edu.tw

環境中負面熟悉感之初探

A Preliminary Exploration of Negative Familiarity in the Environment

康庭瑜^{1*}
Ting-Yu Kang

鄭佳昆²
Chia-Kuen Cheng

【摘要】

熟悉感被許多學者視為影響環境體驗的重要因子，其概念並非單一維度而是涵蓋不同面向。在旅遊領域中常被細分為資訊、經驗等多個不同構面加以討論；而在地方依附相關研究則將熟悉感視為個體與環境建立情感連結的初始階段。然而，儘管學者們認為熟悉感擁有多元面向，卻往往受到既有研究中熟悉感與環境偏好呈現正相關的結果，而默認其僅具有正面作用；對於「負面熟悉感」的討論仍相當有限，更鮮少探討負面的環境經驗或資訊是否會讓人產生熟悉感並進而降低對環境的評價。

本研究採用質性訪談輔以主動式照相法進行，藉由訪談了解受訪者對於環境中熟悉感之定義，進而探討是否存在負面熟悉感。訪談資料主要透過內容分析法整理，並參照內容分析之步驟歸納，最後依據分析結果提出結論。初步研究結果顯示：(1) 對於環境的直接經驗、了解和情感可各自獨立形成熟悉感，且熟悉一詞在受訪者語境中多帶有正面意涵；(2) 直接經驗對熟悉感的形成具重要影響力，多數受訪者不會將環境的二手資訊視為一種熟悉感；(3) 經驗熟悉源自於與環境的接觸，而受訪者接觸環境而熟悉的原因在於環境存在某種功能和效益；(4) 針對經驗和情感熟悉的描述中沒有負面的形式。本研究結果顯示「情感熟悉」與「知識熟悉」的差異，未來仍需針對此兩者本質與機制上的差異做更深入的探討。研究結果將可深化學界對環境中熟悉感的概念理解，開啟探討其潛在負面面向的新方向外，也將有助於往後熟悉感的完整量測，亦可作為實務界改善空間品質與使用者體驗的參考，促進人們與環境的正向連結。

【關鍵字】熟悉感、質性訪談、內容分析法、環境效益

¹國立臺灣大學園藝暨景觀學系 研究生

²國立臺灣大學園藝暨景觀學系 副教授

*通訊方式：臺北市大安區基隆路四段 138 號 201 研究室。E-mail: R13628308@ntu.edu.tw

C3

觀光旅遊市場研究(II)

消費者對客製化旅遊產品之採用與購買傾向：旅遊設計師的角色探討

Consumer Adoption and Purchase Intention toward Customized Travel Products: The Mediating Role of Travel Designers

黃冠中^{1*} 王郁彬²
Kuan-Chang Huang Yu-Bing Wang

【摘要】

在高度競爭與數位轉型加速的旅遊市場中，客製化旅遊服務逐漸取代標準化行程，成為消費者追求差異化體驗的核心價值。然而，既有文獻多著重於平台技術創新與顧客滿意度之關聯，對於人本導向設計師角色在價值共創歷程中如何影響消費者行為意圖，探討仍顯不足。有鑑於此，本研究聚焦於旅遊設計師於創新商業模式中所扮演之中介性與互動性角色，釐清其如何透過客製化服務驅動消費者的創新採用傾向與購買動機。

本研究以價值共創理論(Value Co-creation)與關係行銷理論(Relationship Marketing)為理論基礎，建構一涵蓋「創新商業模式」、「客製化服務」、「意圖性購買動機」與「創新採用傾向」之結構方程模型，並進一步檢驗客製化服務的中介效果。研究亦重新建構購買意圖之心理結構，將其區分為理性動機導向與創新涉入傾向，補足傳統購買意願單一構面之理論侷限。

研究結果顯示，創新商業模式顯著強化客製化服務的品質感知，進而正向提升消費者對旅遊產品之採用與購買意圖。尤其旅遊設計師所提供之互動式、同理性的個人化設計，強化顧客與平台之間的關係信任，進而促發其行為傾向。結構方程模型亦支持「客製化服務」在創新商業模式與兩類行為意圖之間具部分中介效果，驗證人本互動在數位服務中扮演的關鍵價值節點。

整體研究結果亦回應行為經濟學中「有限理性(bounded rationality)」與「決策啟發法(heuristic judgment)」之觀點，指出消費者並非完全依賴理性計算，而是受到旅遊設計師所帶來之情緒共鳴、感知價值與專業信任所影響。此外，研究亦呼應消費心理學中「自我涉入(self-involvement)」與「認知一致性(cognitive consistency)」理論，說明在高涉入服務情境中，消費者透過社會證明與認同連結，形成可預測之採用行為。

本研究具備三項原創性貢獻：一、重新詮釋購買意願之心理結構，區辨理性動機與創新接受之差異；二、突顯旅遊設計師於數位平台中所扮演之價值共創角色，建構人本互動與平台創新之橋梁；三、將行為經濟學與消費心理學理論導入旅遊與行銷研究脈絡，

¹逢甲大學商學院商學博士學位學程 博士生

²逢甲大學商學院行銷學系 副教授

*通訊方式：台北榮星郵局第 261 號信箱。E-mail: skycco0204@gmail.com

擴充研究模型之跨域解釋力與應用價值。

實務意涵方面，建議客製化旅遊平台業者與目的地旅遊相關產業，應強化旅遊設計師之專業品牌形象，深化顧客互動機制，並結合數據驅動的個人化設計，以提升顧客對創新服務的採用率與長期黏著度。未來研究可探討AI協作設計與人機共創下之心理轉換歷程，或進一步分析跨文化情境中消費者對專業信任與客製價值之認知差異，持續深化本研究所提出之理論架構。

【關鍵字】 客製化旅遊、旅遊設計師、購買意願、行為經濟學、消費心理學、價值共創

消費價值視角下的部落旅遊再訪意圖探討

An Investigation of Revisit Intention in Indigenous Tourism: A Consumer Value Perspective

許智涵¹ 高立學^{2*} 張嵐蘭³
Chih-Han Hsu Li-Shiue Gau Lan-Lan Chang

【摘要】

本研究以Sheth、Newman與Gross(1991)提出的消費價值理論(Theory of Consumption Values)為基礎，探討影響部落旅遊遊客重遊意圖之因素。臺灣原住民族文化與自然資源兼具，已成為觀光發展的重要基礎。然而，如何吸引遊客「再次造訪」是部落旅遊永續經營的關鍵課題。本研究從功能價值、情感價值、社會價值、知識價值與附加價值五個構面切入，分析其對重遊意圖的影響。

研究以曾參與部落旅遊的遊客為對象，採便利抽樣與滾雪球抽樣，於2025年3月至4月間進行問卷調查，共回收166份有效樣本。資料分析方法包括獨立樣本t檢定、單因子變異數分析(ANOVA)以及多元迴歸分析，以檢驗不同背景變項差異與消費價值對重遊意圖的解釋力。

結果顯示，不同性別、年齡、教育程度、婚姻狀況、職業與收入等背景變項，在消費價值認知與重遊意圖上均未達顯著差異。迴歸分析則指出，情感價值與知識價值為顯著影響因素，其中情感價值對重遊意圖具有正向效果，顯示情感體驗是促進遊客再次參與部落旅遊的關鍵；而知識價值則呈現負向效果，意味著過度強調知識或資訊傳遞，可能削弱遊客的再訪意願。

本研究結果對部落旅遊經營具有實務意涵。首先，業者應強化情感價值營造，透過故事敘事、文化互動與沉浸體驗，提升遊客的情感連結與愉悅感。其次，應持續更新並多樣化體驗內容，以避免因過度「知識化」而降低旅遊的放鬆與享樂特質。最後，本研究亦建議未來可擴大樣本範圍，並結合質性研究方法，以深入探討知識價值負向影響的心理機制。

綜合而言，本研究不僅驗證了消費價值理論於部落旅遊領域的適用性，也揭示了遊客重遊意圖的形成機制。其結果有助於部落旅遊業者發展以情感體驗為核心的行銷與服務策略，進而推動部落旅遊的永續發展。

【關鍵字】 部落旅遊、消費價值理論、重遊意圖

¹亞洲大學經營管理學系 研究生

²亞洲大學經營管理學系 教授

³亞洲大學經營管理學系 助理教授

*通訊方式：E-mail: lsgau@asia.edu.tw

素食餐飲網絡與觀光景觀發展—以高雄佛光山2025年春節平安燈會為例

Context Analysis on the Network and Landscape of Multi-Vegan-Dining -- Kaohsiung 2025 Fo Guang Shan New Year Festival of Light and Peace as a Case Study

童靜瑩^{1*}
Ching-Ying Tung

【摘要】

本脈絡研究以高雄佛光山總本山及佛陀紀念館(合併簡稱FSG)的飲食體系為對象，論述當代人間佛教推廣素食餐飲所形成的社會網絡及觀光地景。研究成果將佛光山飲食網絡略分為三類，包括寺院結緣飲食、僧團修持飲食、素食餐飲事業；前兩者的運作模式為非營利隨喜贊助，末者為社會企業型態。寺院結緣飲食如佛光茶、平安粥等廣布於FSG場域。僧團及信眾的修持飲食以佛光山雲居樓齋堂為場域，沿襲佛寺傳統於用餐期間集眾共修。隨著人間佛教推展，寺院逐漸開放，讓信眾及遊客在宗教與文化場域，選擇適合自身飲食偏好和期望價格的蔬食菜餚。素食餐飲網絡從1960年代僧團用餐，1970年代信徒服務，1990年代社會企業「滴水坊」，到2011年以後建立在地食農業者網絡及市集品牌。飲食空間日益開放的同時，也成為串聯佛光山寺與佛陀紀念館之間的休憩橋樑。

【關鍵字】 人間佛教、素食、佛光山、社會企業、文化觀光、春節平安燈會

¹國立暨南國際大學校務研究中心兼國際處 專案助理研究員
*通訊方式：E-mail: cherlintung@gmail.com

與信仰旅行—從互動儀式鏈理論探討難忘節慶活動體驗之研究

Faith-Based Tourism: An Investigation of Memorable Festival Experiences through the perspective of interaction ritual chain theory

薛育如^{1*} 方進義²
Yu-Ju Hsueh Chin-Yi Fang

【摘要】

朝聖活動的發展來自於宗教和精神實踐，信仰是常民生活樣貌。媽祖遶境進香已被國際公認為台灣獨有的非物質文化遺產，媽祖遶境進香活動具有獨特吸引力 (Tsaour & Lin, 2023)。台灣的媽祖遶境進香活動已逐漸演變為一種特有旅遊型態，從活動中人們與自然和在地宗教文化環境互動、情緒的調節、增進團體凝聚力，強化宗教信仰 (Lin et al., 2022)。本研究以曾參與大甲媽祖、白沙屯媽祖遶境進香的參與者為研究對象，目的在探討節慶體驗場景 (Festival experiencescape) 透過互動儀式鏈理論對參與者的體驗影響。本研究透過 Survey Cake 發放線上問卷，採立意抽樣收集 127 份問卷，以 Smart-PLS 4.0 等方法進行信效度及驗證分析。研究結果為 (1) 填答對象以女性居多 (60.4%)，參與者的參與天數以 1 到 4 天為多，參與三次以上的參與者為最多 (59.3%)；(2) 量表具備良好信效度 (Cronbach's $\alpha > 0.7$ ；CR > 0.7；AVE > 0.4)，在模型部分，沉浸感構面 ($R^2 = 0.387$)，難忘體驗構面 ($R^2 = 0.613$) 具有良好解釋力；(3) 沉浸感對節慶體驗場景與難忘體驗具有中介效果 (CI 不包含 0)。確認節慶體驗場景能提供參與者在活動體驗、沉浸感過程進而影響參與行為與產生難忘體驗，影響參與者在參與活動後難忘體驗程度，本研究以互動儀式鏈理論，聚焦探討節慶體驗場景對參與者在參與整體活動、過程的影響，並探討體驗場景影響之下對參與者在活動後的難忘性影響。

【關鍵字】節慶體驗場景、沉浸感、難忘體驗、互動儀式

¹國立臺灣師範大學運動休閒與餐旅管理研究所 博士候選人

²國立臺灣師範大學運動休閒與餐旅管理研究所 教授

*通訊方式：台北市和平東路一段 129-1 號綜合大樓 6 樓。E-mail: p305555@gmail.com

運用權益關係者視角探討節慶活動建構關鍵因素—以宜蘭綠色博覽會為例

Using a Stakeholder Perspective to Explore the Key Constructive Factors of Festival Events: A Case Study of the Yilan Green Expo

賴來新^{1*} 魏克燦²
Lai-Hsin Lai Ke-Tsan Wei

【摘要】

本研究聚焦於節慶活動的構成要素與權益關係者協作模式。Getz 和 Andersson (2016) 指出，節慶活動兼具文化表達、社會互動與經濟推動等功能，透過完善的規劃、管理與影響評估，可有效提升目的地的行銷效益與品牌吸引力。相關研究亦顯示，節慶成功關鍵包括縝密的策略規劃，包含：社區參與、管理與領導、財務與資源穩定、市場品牌、內容與品質(Lade & Jackson, 2004)；有效的人力資源管理(Allen et al., 2011)、穩固的社區與網絡關係(Westerbeek et al., 2002)、具文化深度的主題設計(Ensor et al., 2007)，以及充足的資金與資源支持(Einarsen & Mykletun, 2009)。同時，權益關係者理論強調，節慶規劃與執行需整合政府、企業、社區及遊客等多方利益，以確保資源配置與目標達成(Swarbrooke, 1999; Timur & Getz, 2009)；近年研究亦呼籲將社會、文化與環境面向納入長期管理策略，以實現永續發展(Luonila, 2016)。

在研究方法上，本研究透過深度訪談與內容分析蒐集資料，涵蓋五類主要權益關係者，包括主辦單位、承辦單位、合作單位、贊助單位以及在地社區與組織，探討其任務定位、參與程度、價值期待，以及對活動規劃、管理與協調機制的觀察與實務經驗。

研究結果顯示，活動成效有賴於明確的角色分工與高效的協作機制。並歸納出五項關鍵角色：規劃者、執行者、支援者、共同開發者與協力者，分別承擔策略制定、現場執行、後勤支援、內容創新與資源整合等任務。其中，在主辦單位主導下，承辦單位與在地組織的合作深度，直接影響活動的文化連結與地方認同感，而活動目標共識（如推廣環境教育、提升地方觀光能見度、促進社區參與）則是維繫合作的核心基礎。

基於上述發現，本文提出三項建議：第一，建立跨部門整合與定期溝通機制，以提升權益關係者之協作效能；第二，強化活動主題創新與在地文化融合，提升吸引力與品牌識別度；第三，發展永續經營策略與成效評估制度，確保活動長期推動並優化資源配置。本研究有助於深化對節慶活動組織動態與地方發展意涵的理解，並可作為政府與地方規劃節慶活動之政策與管理參考。

【關鍵字】節慶活動、權益關係者理論、協作機制

¹國立東華大學觀光暨休閒遊憩學系 助理教授

²國立東華大學觀光暨休閒遊憩學系 博士畢業生

*通訊方式：E-mail: lhlai@gms.ndhu.edu.tw

旅客工作壓力對療癒旅遊態度與意圖之影響

The Influence of Tourists' Work Stress on Their Attitudes and Intentions Toward Therapeutic Tourism

黃秋蓮^{1*}

Chiou-Lien Huang

【摘要】

工作壓力已成為影響人們身心健康與生活品質的重要因素，長期的工作高壓情境，不僅會導致生理疲勞與免疫力下降，亦會引發焦慮、情緒失衡等心理困擾，甚至影響整體社交互動與生活滿意度。透過休閒與旅遊活動有效紓壓，已成為現代人的選擇之一，然而療癒旅遊模式逐漸受到關注，藉由自然環境、身心療癒活動與文化體驗的結合，提供旅客遠離都市喧囂、恢復活力與促進心理平衡的機會。本研究目的為了解「工作壓力」對旅客選擇療癒旅遊的想法態度，並進一步理解其行為意圖。本研究以健康信念模式（HBM）與計畫行為理論（TPB）為理論基礎，探討工作壓力下個體的健康信念、態度與行為意圖之關聯。研究問卷調查收集280份有效樣本，主要受訪者為企業主管。量表涵蓋自覺罹患性、自覺嚴重性、自覺效益、自覺阻礙、態度與行為意圖等構面，並結合工作壓力量表進行分析。結果顯示，受訪者普遍認為壓力主要表現在心理與情緒層面，特別是焦慮、情緒管理困難與睡眠品質下降；感知嚴重性上，睡眠干擾與情緒失衡被視為最具影響力的健康問題。在療癒旅遊的評估上，受訪者對「自覺益處」的認同度極高，特別是心理健康改善、壓力舒緩與生理復原，但主要阻礙則來自工作繁忙、交通便利性不足與經濟負擔。研究進一步發現，態度對行為意圖具有顯著正向影響，其中自覺益處是推動態度與行為意圖的最關鍵因素；自覺阻礙則顯著降低參與傾向；「自覺罹患性」與「自覺嚴重性」對態度與意圖的直接影響有限，顯示旅客雖意識到壓力問題，但其實際是否參與療癒活動，更取決於他們對療癒旅遊的效益與可行性評估。研究結論指出，工作壓力不僅塑造旅客對健康威脅的感知，也間接影響其對療癒旅遊的態度與參與意願，換言之，當個體感受到壓力帶來的困擾，若能清楚認知到療癒活動的效益並降低參與障礙，就更可能展現積極的行為意圖。因此，療癒旅遊的設計與推廣應更聚焦於「壓力管理」的核心價值，透過強調紓壓功能、心理支持與長期健康效益來吸引高壓工作族群參與，也能為旅遊業者在產品規劃與市場定位上提供相關參考。

【關鍵字】工作壓力、療癒旅遊、行為意圖、健康信念模式、計畫行為理論

¹佛光大學樂活產業學系 助理教授

*通訊方式：E-mail: chlihuang@mail.fgu.edu.tw

D3

高齡化與少子化議題

自然遊戲理念運用在幼兒園戶外空間設計可行性探討

Research on the application of natural play concepts in the design of kindergarten outdoor space

陳鈺雯^{1*}
Yu-Wen Chen

李麗雪²
Lee-Hsueh Lee

【摘要】

幼兒在幼兒園度過大部分時間，然而，多數幼兒園教育在室內教室進行，戶外空間常僅作為體能鍛鍊場所，缺乏其他教育功能。研究指出，自然環境的豐富多樣性及其素材能有效刺激幼兒學習，包括觀察力、語言表達、理解與邏輯推理能力的提升，對於在自然中遊戲學習的幼兒，其身心發展有極大的助益。

支應性環境理論強調環境能激發幼兒不同的遊戲行為、探索與再詮釋物件。相較於人造玩具，自然環境更能促進幼兒自主思考與發展想像力，從而提升認知發展與美感體驗。同時，在自然環境中遊戲能增強幼兒免疫力、降低壓力並提高專注力，對師生情緒調節具有良好作用。

維護幼兒身心健康、拓展幼兒美感經驗、發展幼兒創意思維與啟發幼兒關懷環境是幼兒教育的重要目標。台灣幼兒教育課程的六大領域包含身體動作與健康、認知、語文、社會、情緒和美感。目前，台灣幼兒教育的理念已逐步從知識灌輸轉向自由遊戲。幼兒教育目標與課程六大領域，都與自然遊戲的核心內涵高度契合。自然遊戲是指幼兒在自然環境中與自然元素互動，強調以孩子為主導、自發的行為，以創造豐富的感官與身體經驗。自然環境涵蓋了自然元素、生物，以及自然的季節變化，能激發幼兒多樣化的遊戲行為。

經由文獻回顧結果，本研究整理出在幼兒教育融入自然遊戲的概念下，幼兒園戶外空間應包含以下七種類型，(1) 提供幼兒自由遊戲與多樣大肌肉活動的空間，可以結合木板、石板、木屑、草坪、沙等自然材料的鋪面型開放式空間。(2) 引導冒險性遊戲及多元感受的空間，可以運用地形變化塑造土丘、滑梯及隧道，並結合眺望藏匿空間，提供幼兒能夠躲藏的秘密基地。(3) 觀察探索自然現象的空間，以自然水循環與沙坑讓幼兒自由堆疊、建構與形塑創意。(4) 提供豐富的五感刺激體驗，增進社交合作機會，培養想像力與創造力的空間，可利用鍋碗瓢盆創造泥巴廚房與音樂牆來實踐。(5)讓幼兒親身體驗生命成長循環，培養責任感，落實食農教育的果樹與菜園。(6)培養幼兒對生態的理解，啟發環境關懷的昆蟲旅館與誘鳥蝶植栽。(7)使用各種自然材質提供多樣觸感體驗，讓幼兒透過五感與自然環境互動，培養解決問題及探險精神，如探險步道與多樣觸覺體

¹東海大學景觀學系 碩專班研究生

²東海大學景觀學系 教授

*通訊方式：E-mail: evce800811@gmail.com

驗板。然而，這七種空間類型並非絕對劃分，可以相互結合，或根據幼兒園的教育理念、環境特色進行調整與修正。

【關鍵字】 幼兒、幼兒園、自然遊戲、室外活動空間、幼兒園戶外環境

都市公園高齡友善設計、環境品質與鄰里社會氛圍之關聯初探

Exploring the Relationships among Age-Friendly Design, Environmental Quality, and Neighborhood Social Atmosphere in Urban Parks

張惠甯¹ 謝欣宸² 楊永琦³ 張伯茹^{4*}
Huei-Ning Chang Hsin-Chen Hsieh Yung-Chi Yang Po-Ju Chang

【摘要】

臺灣將於2025年正式邁入超高齡社會，都市公園除提供休憩空間外，亦承載高齡者的健康促進與社會互動功能。高齡友善城市的推動已將「戶外空間與建築」列為首要面向，但過往研究多聚焦於物理設施設計與可及性，對於其與鄰里社會氛圍間的關聯性探討仍有限。本研究以臺北市15處高齡者常訪之都市休憩綠地為案例，整合三項資料來源：(1)「高齡友善公園評估工具」量測設施設計與無障礙程度；(2)「鄰里公園現地環境品質評估」記錄步道、照明、維護與安全等物理環境要素；(3)「鄰里社會氛圍量表」調查居民對鄰里社會支持、凝聚力與安全感的主觀感知。共獲得280份有效樣本，並採皮爾森相關分析與多元迴歸檢驗變項間的關係。

分析結果顯示，高齡友善總分與環境品質總分之間存在中度正相關（ $r=0.472$, $p<0.01$ ），顯示設施友善程度較高的公園，其整體維護與環境品質亦傾向較佳。然而，社會氛圍總分與高齡友善總分（ $r=-0.049$ ）及環境品質總分（ $r=0.062$ ）的相關性皆偏低，迴歸模型亦顯示解釋力有限（ $R^2=0.032$, $p=0.175$ ），所有變項中僅「性別」接近顯著（ $p=0.077$ ），顯示男性受訪者的社會氛圍評分略高。此結果意味著，單純改善硬體設施與環境品質，未必能直接提升居民對社會氛圍的感知，社會互動、社區活動頻率與在地文化等軟性因素可能才是關鍵影響來源。

本研究的貢獻在於同時整合高齡友善設計、物理環境品質與社會氛圍三大構面，提出跨層次探討高齡者戶外休憩經驗的方法框架。結果呼籲政策與實務推動高齡友善公園時，應將硬體改善與社區營造並重，例如透過促進鄰里共遊活動、志工陪伴計畫與跨世代互動，增強高齡者的社會連結與幸福感。未來研究可進一步採用多層次模型檢驗公園層級與個人層級變項的交互作用，並納入季節性行為變化與活動參與深度，以更完整理解都市綠地在高齡者生活品質中的角色。

【關鍵字】高齡友善設計；都市公園；環境品質；社會氛圍；戶外休憩

¹國立臺灣大學園藝暨景觀學系 研究生

²國立臺灣大學園藝暨景觀學系 研究生

³國立臺灣大學園藝暨景觀學系 研究生

⁴國立臺灣大學園藝暨景觀學系 副教授

*通訊方式：台北市基隆路四段 138 號。E-mail: pojuchang@ntu.edu.tw

異鄉成家：女性印尼新住民中晚年在台灣的地方依附、休閒實踐 與在地老化經驗

Making a Home in a Foreign Land: Place Attachment, Leisure Practices, and Narratives of Aging in Place among Middle-Aged and Elderly Indonesian Female Immigrants in Hualien, Taiwan

林香香¹ 陳上迪^{2*}
Ivana Valentina Shang-Ti Chen

【摘要】

臺灣正同時面臨兩項人口結構轉變，其一是邁向「超高齡社會」的總體趨勢（國家發展委員會，2023），其二則是早期來臺的新住民逐漸步入中高齡階段。其中以女性跨國婚姻移民為多數，她們長期定居後已從「異鄉人」轉變為「在地資深成員」（內政部移民署，2025；王伯頌，2014）。然而，現行社會政策與研究多著重於新住民初期的適應與融入，對於這群已深度在地化的新住民，其獨特的老化需求卻關注不足。對她們而言，老化議題不再僅是跨文化適應的延伸，而是與本地人口共享的核心挑戰，包括健康維護（鄧旭茹，2023）、經濟保障、社會支持網絡延續（Treas & Mazumdar，2002），以及情感與文化認同的協商（Chen et al., 2022）。基於此，本研究旨在探討定居臺灣的印尼籍女性新住民如何透過休閒活動與日常實踐形塑其在地老化經驗，並揭示其因應策略與生命敘事。

本研究以社會建構論為理論視角，採質性研究方法，透過敘事分析法整理與詮釋受訪者的生命故事。研究聚焦於10位長期定居花蓮的印尼籍女性新住民，透過深度訪談法，將其經驗視為一個由生命歷程、休閒實踐、社會與地方連結，到在地老化意義生成的多層次、動態過程，旨在揭示這群跨國遷移女性如何在異鄉逐步形塑老化策略與晚年生活想像，並透過在地社會資源與文化網絡的建構，協商跨國文化認同與地方歸屬感。

研究顯示，長期定居花蓮的印尼籍女性新住民在休閒實踐與社會網絡建構對其歸屬感與在地老化意願具有關鍵影響。透過參與新住民協會、舞蹈班及課程等活動，建立社會連結並傳承印尼文化；姊妹聚會則成為重要的情感支持來源，營造如「娘家」般的歸屬空間，並透過多語言交流與家鄉話題維繫文化認同。在身份認同上，臺灣多被視為現階段的「家」，印尼則為「故鄉」，反映出文化適應與認同的動態轉化。大部分受訪者傾向在臺灣養老，理由包括健全醫療、便利生活與既有社交網絡，少數人因宗教與原生家族支持考量而希望回印尼。老化的主要擔憂包括健康衰退、照護安排、孤單感及經濟

¹國立東華大學觀光暨休閒遊憩學系 研究生

²國立東華大學觀光暨休閒遊憩學系 副教授

*通訊方式：花蓮縣壽豐鄉大學路二段一號。E-mail: svc5754@gms.ndhu.edu.tw

安全，多數人透過健康保養、儲蓄與保險購買等方式應對，並規劃退休後的生活願景，如旅遊、志工服務、社區共居或自給自足的農作生活。整體而言，新住民女性在休閒實踐、社會網絡與文化身份協商的交互作用下，形塑了兼具在地性與跨國性的老化策略與生命敘事。

【關鍵字】 新住民、在地老化、休閒實踐、歸屬感、敘事分析

自然導向戶外冒險活動與高齡者主觀幸福感：以山岳健行經驗為例

Nature-Based Outdoor Adventure Activities and Subjective Well-Being in Older Adults: Insights from Mountain Backpacking Experiences

曾子瑄^{1*}

Tzu-Hsuan Tseng

伊琳娜·沙拉耶夫斯卡²

Iryna Sharaievska

【摘要】

隨著科技進步與都市化的發展，現代人們的生活型態逐漸疏離自然。然而，研究顯示參與自然導向的戶外冒險休閒（Outdoor Adventure Recreation, OAR）不僅能促進身心健康，更能提升主觀幸福感（Subjective Well-Being, SWB），包括自信、自尊、韌性、內在動機、愉悅感與自主性，並有助於自我轉化與自我探索（Zwart & Ewert, 2022）。SWB 涵蓋個體主觀對生活的整體評價、情緒狀態及生活滿意度（Diener, 2000），對高齡化社會的老年健康有其重要性的指標。過去研究指出體能活動與自然體驗對高齡者的身心健康具有正向影響（Boyes, 2012），但針對高齡者參與自然型的戶外冒險，特別是登山健行（mountain backpacking）這種較長時間處於自然環境中的活動如何影響其 SWB 的實證研究仍相當有限。

本研究旨在填補上述的知識缺口，透過質性研究方法，以台灣的登山社團「長青登山會」作為研究的訪談對象，探討台灣高齡者參與登山健行的經驗，如何影響其主觀幸福感之各面向，包括情緒狀態、生活滿意度與整體幸福感。本研究特別關注兩個研究問題：（1）高齡者在登山健行過程中，基本心理需求（自主性、能力感、關係感與利他性）的滿足如何影響其 SWB？（2）與自然的接觸如何透過登山健行這類的戶外冒險活動增進高齡者的 SWB？

為回應上述問題，本研究以「登山健行」（mountain backpacking）作為主要研究場域。登山健行這類的冒險休閒活動兼具體能挑戰、社會互動以及深度自然沉浸的特性，能在身體、心理與精神層面同時帶來影響。在理論架構上，本研究結合自我決定理論（Self-Determination Theory, SDT）與自然連結理論（Nature Connectedness Theory, NCT）作為研究框架。SDT 強調自主性（autonomy）、能力感（competence）與關係感（relatedness）等心理需求的滿足，能增進個體的動機與幸福感（Ryan & Deci, 2000），近年來，此理論也探討利他性（beneficence）作為基本心理需求的其中一個要素（Martela & Ryan, 2016）；NCT 則指出人類天生傾向與自然連結，持續的處於自然之中可促進生活滿意度與減少壓力（Capaldi et al., 2014）。透過整合兩大理論，本研究能更全面地解釋高齡者在自然導向的冒險活動—登山健行過程中，如何透過心理需求的實現與自然的互動，提升其主

¹Clemson University, Graduate student

²Clemson University, Assistant Professor

*通訊方式：桃園市八德區廣福路 879 巷 97 號。E-mail: ttseng@clemson.edu

觀幸福感。

本研究的學術意涵在於填補高齡者參與自然導向戶外冒險休閒與幸福感之間關係的知識缺口，過去 OAR 與 SWB 的討論多著重於一般族群與青少年，對高齡者的探討相對不足。此外，以台灣高齡登山者作為研究對象，亦能提供非西方的休閒視角，對於全球性的研究有其貢獻。實務上，研究成果可作為政策制定者、休閒產業專業人員及健康促進工作者之參考，協助規劃更符合高齡者需求的戶外冒險休閒活動與健康促進方案，支持積極老化與提升生活品質。最終，本研究期望凸顯登山健行作為一種兼具自然沉浸與體能挑戰的戶外冒險活動，對促進高齡者主觀幸福感的獨特價值。

【關鍵字】 戶外冒險休閒、主觀幸福感、登山健行、高齡者、自我決定理論、自然連結理論

以休閒教育探討降低學童使用3C產品之策略

Exploring Strategies to Reduce Elementary School Students' Use of 3C Devices through Leisure Education

黃千華^{1*}

張嵐蘭²

Chien-Hua Huang

Lan-Lan Chang

【摘要】

本研究旨在探討透過休閒教育課程的介入，是否能有效降低學童的3C產品使用時間，並提升其休閒活動的多樣性與探討休閒教育的延伸作用。研究採用行動研究法，針對國小一年級學童進行休閒教育課程，本研究所設計與實施的休閒教育課程，課程核心內容主要Mundy的休閒教育模式為基礎，並依據邵祈（2017）所提出的休閒教育內容架構，著重在學童的「休閒覺知」、「休閒技巧」、「休閒資源」與「社會互動技巧」四個面向，設計了連續八週的休閒教育課程，以增強學童對休閒的認識，並引導其發展更豐富的休閒活動選擇，以降低學童3C使用時間。

研究結果顯示，休閒教育的介入能夠有效提升學童對於自身3C使用行為的自我覺察，並促使其調整休閒模式。在課程實施後，學童的假日3C使用時間顯著減少，而平日時因可從事的休閒活動相對有限，3C使用時間變化較不明顯。此外，學童的休閒活動類型變得更加多元，不再以依賴3C產品作為主要的娛樂方式，而是開始主動參與閱讀、運動、技藝創作、家事等活動，展現出更積極的休閒行為轉變。尤其在閱讀方面，學童的閱讀頻率顯著提升，從原本一週幾乎不閱讀，轉變為主動閱讀1~3本書，顯示休閒教育對於學童閱讀頻率有正向的影響。綜合而言，本研究證實休閒教育不僅能降低學童對3C產品的依賴，亦能拓展休閒選擇、增進健康生活模式，並展現休閒教育的推廣價值。

【關鍵字】 休閒教育、3C 產品使用、行動研究

¹彰化縣芬園鄉富山國民小學 教師

²亞洲大學經營管理學系 助理教授

*通訊方式：臺中市霧峰區柳豐路 500 號。E-mail: claire69@asia.edu.tw

樂齡休閒活動之成效—以埔里長照教學中心為例

The Effectiveness of Senior Leisure Activities - A Case Study of the Puli Long-term Care Teaching Center

溫雅婷^{1*} 曾永平²
Ya-Ting Wen Yung-Ping Tseng

【摘要】

目的：近年來，在台灣各地設立長照機構，其設備與軟體日新月異，機構無所不用吸引人們提高曝光率，探討樂齡休閒應用於長照機構之現況，以供長照提供未來服務面向或長照服務人員之心態應對。

方法：以埔里基督教醫院附設長照教學中心之樂齡中心學員為服務對象，成立近7年內用樂齡休閒介入長照服務之相關性的方案，訪談機構的決策者；參與學員對其介入的觀感和滿意度之感受呈現。

結果：發現長照教學中心之樂齡中心學員會因為中心設立的休閒相關活動之等級不同而有不同類型的學員參加，學員大致都有慢性疾病，他們對於中心提供的休閒活動都有非常高度的興趣，尤其對學習新知和餐點與外出方面的感受較佳。其成效能表現在身體功能層級上，舉凡在身體動作表現上都有超出平常的表現；觀察其日常生活活動的執行狀況及參與度也都提升，只是相關研究佐證資料不足。再者，研究中發現樂齡學員為參與中心推出的休閒活動會三五好友相互邀集好友參加，故中心每隔一段時間須不斷推陳出新在樂齡休閒活動上，工作人員須設計多面向之活動以吸引更多學員參加；樂齡休閒分別為學習新知；出遊；音樂欣賞；在地文化探訪；餐點為多

樂齡學員一年最少參與過一次至多5次以上，每當活動推出後就馬上秒殺；學員平均年齡為75歲；男女比為女性為多；對於每項樂齡休閒之滿意度為90%以上；。對於長照服務之相關面向，發現在中心的樂齡學員比社區長輩參與度最高，有助於活動的參與是因為趣味性的提升，相對也帶動執行率，在身體功能上相對提升讓學員認為參與中心活動是有利的；學員認為開心參與在當時的情境或遊玩才是最重要的，成效與活動設計好壞並未完全劃上等號。而樂齡休閒為主的相關活動，以團體遊玩為主，取決於選擇何種型態之樂齡休閒，未來樂齡休閒設計與科技接軌上有許多進步的空間。

結論：樂齡學員參加長照教學中心可提升身體功能，在日常生活功能與參與度上，增加活動訓練的趣味性，多變化的設計對不同疾病類別有不可忽視的狀態，維持身體功能。然而，未來仍需有大量樣本數的研究，以提升樂齡學員參加長照教學中心的各項活

¹美門口物理治療所 物理治療師

²國立暨南國際大學觀光休閒與餐旅管理學系 教授

*通訊方式：南投縣仁愛鄉南豐村中正路 132 號。E-mail: wen18291013@yahoo.com.tw

動之臨床應用情形。

臨床意義：埔里長照教學中心為使用者提供安全多樣化的活動變化與設計難易程度及中心和老師和學員相互回饋、可不斷地增加活動的趣味性，維持規律的參與以利提升成效，讓原本生活功能增添生活的豐富性。

【關鍵字】 樂齡、長照

海報發表

都市為何需要一畝田？都市居民的耕種實踐與情感認同

Why the city embraces a patch of green ? cultivation practices and emotional affiliation among urban residents

洪瑞霏^{1*} 邱玉蟬²
Jui-Ying Hung Yu-Chan Chiu

【摘要】

隨著全球都市化進程加速，都市生活衍生的空間擁擠、環境污染等問題日益嚴峻。同時，糧食安全隱憂也因耕地縮減而浮現。儘管官學界積極推動都市農業，但現有研究與觀察顯示，臺北市的推動仍面臨挑戰，例如民眾對其環境效益認知不足，以及公共空間管理與團隊交流等問題，引發對其實踐成效的疑慮。因此，本研究旨在釐清臺北在地社區居民如何面對都市農業的落地生根，並探討都市農業在社會、健康、文化等面向對參與者生活的影響，尤其著重於情感認同的建構。

本研究採質性研究取徑，並以農業的三生功能為切角，根據生產、生態與生活之效益來剖析，都市農業如何具體影響居民的耕作實踐與情感認同。本研究透過文獻分析、參與式觀察與半結構式田野訪談，試圖釐清當代農業典範轉移下，都市居民所採取的應對策略。在2025年4月至6月間，運用便利抽樣與滾雪球抽樣，對13名投入都市農業的民眾進行半結構式訪談，以瞭解耕種場域的文化脈絡與互動關係，並進一步以親自然行為及情感投射理論為基礎，呈現耕種者與在地居民進行農事的內在意涵與價值詮釋。

研究發現，臺北市投入都市農業的居民更側重於生活性的功能實踐，而非傳統的生產性或生態性效益。這主要體現在休閒娛樂、養生健康、人際交往以及食農教育四大面向。此外，本研究發現參與者對耕種形式有明顯偏好，盆植被賦予受到控制與脫離自然的特質；而地植則被賦予樸實、生命力與親和的自然連結感。這種差異凸顯人們對自然環境的理解與想像，也反映出人類與生俱來的親自然傾向。本研究更進一步揭示，在跨物種的互動實作歷程中，受訪者將個人情感與生命經驗投射到人與人、人與作物、人與土地的關係中，透過個人與自然材料的連結以及觀察栽培作物的消長，獲得情感上的歸屬與慰藉，印證耕種過程不僅是勞動，更是參與者進行自我反思與情感形塑的重要歷程。

本研究有別於過往多以量性方式呈現的都市農業研究，運用質性訪談深入挖掘參與者與都市農業之間的情感紐帶。透過親自然假說與情感投射理論的應用，捕捉參與者對人地關係和自然環境的理解，為環境心理學、人地關係研究等領域奠定延伸基礎，提供一個更全面理解人與自然互動複雜性的切入點。

【關鍵字】 都市農業、食農教育、親自然行為、生命經驗、情感投射與認同

¹國立臺灣大學生物產業傳播暨發展學系 研究生

²國立臺灣大學生物產業傳播暨發展學系 教授

*通訊方式：臺北市羅斯福路四段一號農業綜合大樓。E-mail: R13630001@ntu.edu.tw

旅遊網紅對粉絲幸福感與社會凝聚力影響之研究：基於激勵理論的觀點

The Impact of Travel Influencers on Fans Well-being and Social Glue: An Inspiration Theory Perspective

陳建文^{1*} 阮楊垂庄² 楊詠文³
Chien-Wen Chen Duong Thuy Trang Nguyen Yong-Wen Yang

【摘要】

在社群媒體高度滲透的情境下，旅遊網紅對粉絲產生很大激勵影響，根據 Böttger (2017) 激勵會造成粉絲影響有情感結果（知覺幸福感，Perceived Well-being）與態度結果（社會凝聚力，Social Glue），這兩者日益受到學界與實務界的關注。知覺幸福感反映個體在觀看旅遊網紅影片過程中的情感滿足，而社會凝聚力則強化粉絲與旅遊網紅的情感連結，這兩者不僅影響粉絲個人感受，也為旅遊產業創造更多價值。基於此，本研究以激勵理論（Inspiration Theory）為理論基礎，深入探討旅遊網紅如何透過其特性（社會吸引力與專業知識）以及主題特性（替代表達、影片美學吸引力與目的地新穎性）如何影響「受激勵（inspired by）」和「激勵後」（inspired to），進而對上述兩項結果構面產生影響。研究透過問卷調查，回收667份有效樣本，分析結果顯示：旅遊網紅的社會吸引力顯著影響粉絲的「受激勵」感受；主題特性中的替代表達、影片美學與目的地新穎性亦有顯著正向效果。當粉絲進入「激勵後」狀態，其知覺幸福感與社會凝聚力皆顯著增強。研究結果不僅深化了旅遊激勵機制對心理與行為層面的影響理解，亦提供旅遊行銷者與網紅在內容策略設計與情感行銷上的實務指引，提升粉絲知覺幸福感，並與網紅之間建立更緊密的社會連結，本研究結果不僅豐富了有關旅遊網紅影響的理論基礎，並對旅遊行銷業者、旅遊網紅提供了實務建議。

【關鍵字】激勵理論、旅遊網紅屬性、主題屬性、旅遊幸福感、社會凝聚力

¹逢甲大學企業管理學系 教授

²國立中興大學企業管理學系 博士生

³逢甲大學企業管理學系 學士生

*通訊方式：臺中市西屯區文華路 100 號。E-mail: chencw@fcu.edu.tw

新興科技在觀光行銷之應用以中興新村VR虛擬遊戲為例

The Application of Emerging technologies in Tourism Marketing Take

Zhongxing New Village as an Example

VR Virtual Game

劉俊權^{1*}

Chun-Chung Liu

【摘要】

VR虛擬遊戲應用日益進步，本研究以開發3D VR雛型，運用於推廣南投中興新村茶葉博覽會，以3D建立相關實景地標模型及茶葉元素。希望透過3D VR雛型遊戲結合觀光旅遊，吸引更多遊客來認識與參與觀光景點。研究以Unity開發3D虛擬實境製作簡易遊戲，邀請三位多媒體專家及遊客來測試體驗實作3D中興新村VR虛擬實境遊戲，從半開放式訪談了解成效及參與之意願，經由以上研究程序，本研究結論如下：3D中興新村VR虛擬實境遊戲可增加遊客旅遊意願，觀光行銷在新興科技在協助可以獲得正向有效之助益優化設計的劇情及美感，提升體驗樂趣為影響參與程度之關鍵。而新興科技的技術為帶動當地觀光行銷成功重要關鍵，研究成效可為之後科技觀光之參考。

【關鍵字】 科技觀光 虛擬實境 3D遊戲設計 茶葉博覽會

¹萬能科技大學觀光休閒與管理系 專任講師

*通訊方式：E-mail: ok025ok520@yahoo.com.tw

臺北生態公園使用者之自然連結感研究構想

Exploring Visitors' Nature Connectedness in Taipei Ecological Parks: A Research Proposal

廖婉瑜^{1*}
Yuen-Yu Liu

【摘要】

高度都市化的環境阻絕了市民親近自然的機會，晚近有愈來愈多的研究及實務工作在探索都市自然的功能及對市民健康與福祉的關連性。而臺北市的生態公園作為近自然的城市環境，是都市綠基盤重要的構成，更為市民、特別是公園使用者提供了親近自然的機會，成為建立具可及性的人與自然連結感的關鍵場域。先前關於自然連結感(Nature Connectedness)的研究主要探討不同環境類型如何影響個人與自然的關係，包括都市森林、景觀公園及其他綠地之間的比較。在臺灣，有關自然連結感(Nature Relatedness)的重要研究主要是以國家公園的解說員為研究對象來探討，有關都市生態公園對於人與自然連結感的研究仍相對稀少。另過去台北生態公園的研究多著重於物理及生態特徵，例如景觀異質性、植被組成及生態系統功能，當中也有涉及到文化生態系服務與注意力恢復。然而，對於公園使用者主觀體驗的探討仍不充分。

本研究將探討臺北市生態公園使用者對自然的感知及其與自然的連結程度，並透過量化與質性方法進行分析。研究將運用「知覺自然指標(Perceived Naturalness Indicators)」及「自然連結量表(Connectedness to Nature Scale, CNS)」為參考框架，量化並理解遊客在生態公園中所感受到的自然程度與自然連結經驗。質性部分將採用半結構式訪談方法，訪談對象為生態公園志工，志工長期參與公園維護與管理工作，對公園生態及使用者互動有深厚了解。可從中探討志工在公園維護與管理過程中獲得的自然體驗。本研究期望全面呈現臺北市 12 座生態公園所營造的自然感受，探討都市綠地對人與自然心理連結的潛在影響，並為都市公園在促進民眾身心健康提供更深入的討論。

【關鍵字】自然連結、自然連結感、知覺自然、生態公園

¹國立臺灣大學地理環境資源學系 研究生
*通訊方式：E-mail: r12228023@ntu.edu.tw

幼兒園食育教育經營策略—食物藝術活動對幼兒飲食行為之改變

Operational Strategies for Food Education in Preschools-The Impact of Food Art Activities on Young Children's Eating Behaviors

王靖玟^{1*}

張嵐蘭²

Ching-Wen Wang

Lan-Lan Chang

【摘要】

幼兒長期的偏食行為不僅影響營養的攝取，更可能導致其身心發展遲緩與健康問題。近年來，結合食農教育與親子烹飪手作活動，作為改善幼兒偏食行為的策略逐漸受到重視。然而，相關文獻中較少從「食物藝術」的角度切入，故本研究將食物藝術與食育教育方式融合，提升幼兒對食物的興趣與接受度。

本研究採行動研究法，以五位年齡介於4至5歲之幼兒為研究對象，設計以「食物藝術」為主軸的教學活動，並結合食育繪本與遊戲體驗。研究目的在於透過多感官參與的課程，引導幼兒改變其飲食態度與行為。

研究結果顯示：結合食物藝術手作活動、繪本導讀與遊戲體驗，不僅能激發幼兒主動接觸並嘗試多樣食物，也有助於改善其偏食行為。整體而言，幼兒在飲食態度與行為表現上皆呈現明顯的正向轉變。

【關鍵字】食物藝術、食育繪本、幼兒飲食行為

¹彰化縣二林鎮原斗國中小附幼

²亞洲大學經營管理學系 助理教授

*通訊方式：臺中市霧峰區柳豐路 500 號。E-mail: claire69@asia.edu.tw

夜市智慧導覽與擁擠管理之成效評估：XR 行前試遊與在地化 AI 導覽的雙方法研究

Evaluating Smart Wayfinding and Crowd Management in Night Markets: A Dual-Method Study on XR Pre-Visit Simulation and Localized AI Navigation

周慧光^{1*}

Huei-Guang Zhou

【摘要】

本研究以夜市為高密度觀光場域，整合 XR 行前「試遊」、在地化 AI 導覽與即時電商推播，評估其在接駁分流、動線優化、排隊體驗與消費轉換上的綜合效益，回應本研討會「觀光休閒創新科技應用」中之智慧旅遊、AI 與 VR 及大數據議題。首先建立人流樣態之客觀基準，蒐整行動訊號與藍牙探針資料，描繪捷運／公車出入口與夜市入口節點的時空熱點、路段擁擠度與攤位流量分布，並以網路流模型辨識高密度壓力帶與替代動線。其次於現地實施三臂隨機對照實驗，比較 (A) XR 行前試遊 + 在地化 AI 導覽 + 電商推播（語料涵蓋店家俗稱、口語路標、方言地名；推播含分流優惠券、分時領取、預點餐）、(B) 傳統紙本／官網地圖 + 現場諮詢、(C) 僅在地化 AI 導覽三種情境。同步進行看板文案 A/B 測試，一組呈現「等候人數／隊伍長度」，另一組呈現「進度百分比／完成度」，並透過推播引導旅客採用次要入口與替代路線以促成分流。

主要績效指標包含錯誤導航率、路線偏離率、入口負荷均衡度（分流採納率）、動線分散度（以攤位流量 Gini 指標衡量）、隊伍長度、棄隊率、單次消費轉換率、購買籃大小、分時取餐準時率與滿意度；另追蹤攤位覆蓋廣度、新客導入比例與商圈受益均衡性。分析採多層線性模型結合差異中的差異設計，控制天氣、節慶與到訪時段等擾動，並設定非劣效界值以檢驗 XR 行前訓練相較傳統導覽在導覽效率與擁擠管理上的實務可替代性；同時以安慰劑時窗、事件研究與叢集穩健標準誤進行穩健性驗證，並評估看板兩種呈現方式對隊伍穩定度與棄隊行為之影響。資料治理方面，採匿名化與差分化公開策略，避免個人可識別資訊外洩，並建立與目的地管理單位 (DMO) 之資料使用與保留週期規範，確保產業採用之可持續性。

預期結果顯示：XR 行前試遊可降低首次到訪者之迷航率與入口擁擠峰值，縮短進場摸索時間並提高替代路線採納；在地化 AI 導覽能顯著減少錯誤導航與棄隊、提升入口負荷均衡與動線分散度，帶動各攤位流量的更均衡分配與新客導入；結合分時取餐與分流優惠的電商推播可有效平滑尖離峰需求、提升轉換率與購買籃大小；看板以「進度百分比／完成度」呈現相較「等候人數／隊伍長度」能更穩定隊伍、降低棄隊並提升滿

¹國立臺灣師範大學教育學系 研究生

*通訊方式：台北市松山區慈祐里 10 鄰塔悠路 19 號四樓之 2。E-mail: 60800013e@ntnu.edu.tw

意度。研究輸出包括「夜市人流管理儀表板」與核心指標定義、看板文案模板、AI 導覽在地化語料清單與電商分流規則，供 DMO 與業者直接導入。整體而言，本研究提出可被複製的「行前 XR 訓練+現地 AI 導航+即時電商」整合範式，證實其在減輕擁擠、優化動線與擴大商圈受益均衡上的策略價值。

【關鍵字】 永續旅遊、韌性觀光、智慧旅遊、XR 試遊、AI 導覽

社群平台的從眾效應與羨慕情緒對豪華露營市場的影響研究

The Influence of Conformity Effects and Envy Emotions on the Glamping Market in Social Media Platforms

范以欣¹ 許凱傑^{2*}
I-Hsin Fan Kai-Chieh Hsu

【摘要】

隨著社群平台的興起，許多民眾透過社群媒體分享個人生活與消費體驗，在這樣的分享與觀看互動中，社群內容常引起觀看者的心理反應，特別是透過社會比較所產生的從眾心理與羨慕情緒，進而影響其實際的行為選擇與旅遊意願。

在疫情後國內旅遊熱潮帶動下，豪華露營逐漸受到關注，成為年輕族群與親子家庭的新興旅遊方式。相較傳統露營，豪華露營不僅強調自然體驗，亦具備舒適、高質感的設施與服務，展現高級與奢華感。這樣的特性更容易在社群平台上引發從眾與羨慕心理，因而成為本研究主題。研究問題包括：(1)社群參與程度是否影響從眾及羨慕情緒；(2)這些心理因素與豪華露營旅遊意願之關聯；(3)消費者與業者在豪華露營關注的差異；(4)如何運用影音及社群，結合豪華露營特色，制定行銷策略。

本研究以社群參與為切入點，結合從眾效應與羨慕情緒，探討這些因素對豪華露營意願的影響。研究採用混合方法，透過問卷調查，分析受試者的社群參與程度、心理反應與旅遊傾向之間的關係；另外以豪華露營品牌「蟬說」為例，蒐集Google評論，透過詞頻分析與主題歸納，了解消費者在體驗中重視的項目需求及問題，有助於補足量化研究不足，提升研究完整性。

本研究共回收311份有效問卷，樣本以女性（52.7%）略多於男性（47.3%）。區域分布以北部（40.8%）與中部（32.2%）為主，年齡層以31至40歲者最多（37.3%），教育程度則以大學學歷者最多（58.5%）。在每日社群媒體使用時間上，以1至2小時者最多（34.4%）。在豪華露營相關經驗與認知方面，高達97.1%受測者知悉豪華露營，93.6%曾有露營經驗，其中有75.2%曾參與過豪華露營。關於願付價格，以每晚1501至2000元的價位最為接受（29.9%）。

量化分析顯示，社群參與度顯著影響從眾效應與羨慕情緒，社群參與度、從眾效應、羨慕情緒與豪華露營意願呈顯著正向關係，且從眾效應影響最強。人口統計變項與旅遊意願無顯著關聯，但年齡與職業在願付價格上呈現顯著差異。

網路評論共蒐集5904筆消費者體驗豪華露營後的評價，揭示消費者重視遠離塵囂、

¹國立聯合大學文化觀光產業學系 副教授

²國立聯合大學文化觀光產業學系 大學部學生

*通訊方式：苗栗市南勢里聯大二號(八甲校區客家研究學院前棟 D1-201)。Email: jacky90109@gmail.com

親近自然及身心放鬆的體驗，強調服務品質、環境美景、餐飲水準、住宿舒適度及多元活動。良好體驗多與熱情服務、自然景觀、豐盛餐飲及完善設施相關。負面反饋集中於隔音不佳、服務態度冷漠、環境清潔、餐飲品質與價格不符等。

綜合結果顯示，豪華露營意願受社群互動與心理因素顯著影響，消費者對品質與價值有明確期待。業者應強化社群行銷與口碑經營，聚焦提升住宿品質與服務細節，結合影音與社群特色推廣，以提升市場競爭力與品牌忠誠度。

【關鍵字】 從眾效應、羨慕情緒、豪華露營、旅遊意願、網路行銷

廢棄加油站以本土植物進行植物去污染策略研究：「以日月潭國家風景特定區」為例

Applied the Native plants of Pollution Remediation on Abandoned Gas Station: the Case Study of Sun Moon Lake National Scenic Area

蕭亦程^{1*} 李麗雪²
Yi-Cheng Hsiao Lee-Hsueh Lee

【摘要】

台灣近年受產業轉型與交通運具結構變遷影響，許多早期設置於觀光地區的加油站陸續停用或廢棄。國家風景特定區同時兼具環境保育與遊憩功能，廢棄加油站用地多無法變更使用，其環境污染衝擊持久且顯著。這些加油站因設立年代久遠，多數未具備雙層油槽或洩漏監測設施，常造成總石油碳氫化合物（TPH）與揮發性有機物（BTEX）滲入土壤與地下水中，形成長期潛在污染場址，對風景區的自然生態與遊憩品質構成威脅。

本研究以日月潭國家風景特定區為例，探討廢棄加油站污染問題的特性、法規現況與整治對策，並提出結合本土植物之植物去污（Phytoremediation）策略作為低衝擊、高生態相容性的解決方案。研究首先透過政策與制度分析，梳理《發展觀光條例》、《國家風景區設置及管理辦法》與《土壤及地下水污染整治法》等法源對風景區廢棄污染設施之管制與限制，發現對於廢棄加油站整治責任雖有明文規範，惟於風景區內缺乏專屬復育與景觀整合指引，易形成長期管理真空。

研究進一步彙整台灣本土具修復潛力之植物，包括台灣杉、水社柳、赤楊、台灣水龍等，並依其根系發展、耐污染性、生態功能與景觀適應性進行篩選與比較。根據相關研究，如 Chen et al. (2021) 針對北部廢棄加油站實地應用水社柳進行植物修復的研究指出，約在三年內可顯著降低TPH與BTEX濃度，並伴隨微生物活性明顯回升與植被覆蓋增加。此外，Ghosh 與 Singh (2005)、Salt 等人 (1998) 之研究亦指出，在適當條件與植物配置下，植物修復可於三至五年內去除60%至75%的有機污染物，顯示本土植物在生態敏感地區具高度應用潛力。

研究認為，植物修復技術具備低成本、兼顧環境與景觀之優勢，尤適用於法令限制高、人工施工不易且強調美學與遊憩品質的國家風景特定區。建議主管機關可建立風景區污染場址清冊與植物修復示範區，並推動以本土植物為核心的整治政策，同時融合生態教育與景觀設計，實現永續治理策略。

【關鍵字】植物修復、國家風景特定區、廢棄加油站、台灣本土植物、TPH污染

¹東海大學景觀學系 研究生

²東海大學景觀學生 教授

*通訊方式：E-mail: eason05206@gmail.com

社群媒體於觀光餐飲產業之應用研究

The Application of Social Media in the Tourism and Hospitality Industry

曾君懿^{1*}

Chun-Yi Tseng

【摘要】

本研究旨在探討在永續觀光休閒與城鄉景觀的脈絡下，觀光餐飲產業如何透過社群媒體Facebook粉絲專頁來與消費者互動及進行口碑傳播。近年來，數位科技與社群媒體的普及深刻影響了人們的生活型態，特別是Facebook作為一個重要的網路平台，已成為許多企業與消費者建立互動關係的關鍵場域。本研究聚焦於餐飲相關產業，分析粉絲專頁會員的口碑傳播動機、意見領袖特質、涉入程度以及口碑傳播行為之間的關係。

本研究採用網路問卷調查，共回收378份問卷，其中有效問卷為366份。資料分析方法包括探索性因素分析、皮爾森相關分析及迴歸分析。研究結果發現：1. 影響Facebook粉絲會員口碑傳播動機的因素包含社群關係、社交利益和關心他人等；2. 社交利益是促使意見領袖特質展現口碑動機的重要因素；3. 意見領袖特質在社群關係、社交利益與口碑傳播行為之間扮演中介變數的角色；4. 意見領袖特質越顯著的會員，越傾向在粉絲專頁上分享正向消費經驗。此外，涉入程度對於意見領袖特質者的口碑傳播行為不具干擾作用。本研究結果可作為觀光休閒餐旅產業在規劃經營社群媒體(如Facebook)粉絲專頁行銷策略時的重要參考，尤其在智慧旅遊與電子商務議題中，提供了創新科技應用的實務見解。

【關鍵字】 智慧旅遊、電子商務、社群媒體、口碑傳播、意見領袖

¹正修科技大學 兼任講師

*通訊方式：E-mail: k6205@gcloud.csu.edu.tw

疑似失智、極輕度至輕度失智高齡者對社區關懷據點場所 依附研究

The Study on the Place Attachment of Elderly People with Suspected Dementia, Minimal to mild Dementia to Community Caring Station

張育菁^{1*} 李麗雪²
Yu-Ching Chang Lee-Hsueh Lee

【摘要】

高齡者隨著年齡增長腦部功能退化，導致記憶、思考、判斷等認知功能障礙，進而影響日常生活功能，使得高齡者本身及家人和社會等生活品質的下降。衛生福利部於2017年推動「失智照護服務計畫」開始佈建失智社區服務據點，透過認知促進、社會參與、共餐服務等達到預防失智、延緩退化、以及增強社會支持等多重效益。

場所認同指的是個人與特定地點之間的情感連結，以及對該地點的歸屬感和認同感。它涉及到對這個地方的記憶、價值觀、情感和意義的綜合感受，並影響著個人對該地的行為和態度（Proshansky et al., 1983; Korpela, 1989）。場所依附是人對特定地點所產生的情感，通常需要經過一段時間與地點的接觸才會產生，也指一個地方作為情感儲存的象徵並賦予生命意義的關係（Williams、Jerry 2003, Shamai 1991, Feldman 1993）。在環境營造或政府政策重視高齡者對居住地的場所依附，從自我、情感與時間面向整合社福資源，是實現在地老化重要手段之一。

本研究以彰化縣某權責型失智社區服務據點為研究基地，探討參與據點服務高齡者對服務據點的場所認同及場所依附關係。研究採問卷調查方式進行，問卷內容包括：受訪者基本資料、參與服務項目及頻率，採Likert 五點量表的場所認同及場所依附各6題。調查期間為114年6月30日~7月10日，初步共得問卷21份。

結果顯示，參與社區據點服務項目女性（66.7%）多於男性，參與期程多超過一年以上（67%），有90.5%的長者每週參與項目達5天。場所認同中，以社區據點給長者安全感的認同度最高（ $M=4.57$ ， $SD=0.60$ ），其它為這裡是不可被取代、這裡對他很重要，也都有達4.4以上認同度；認同度最低的是這裡可以認識許多朋友，可能與據點參給長者的流動性不大有關。場所依附，以是屬於這裡的一份子的認同度最高（ $M=4.52$ ， $SD=0.51$ ），其次為我喜歡待在這裡；認同度最低的是如果須要離開這裡我會捨不得，但分數也接近同意。場所認同及場所依附的整體認同度超過同意分數（分別為 $M=4.25$ ， $SD=0.41$ ； $M=4.24$ ， $SD=0.54$ ）。T檢定顯示不同性別、參與期程的長者在場所認同及場所依附的同意度上都没有差異。場所認同及場所依附的相關性檢定結果，二者呈中度相關（ $R=0.48$ ，

¹東海大學景觀學系 碩專班研究生

²東海大學景觀學系 教授

*通訊方式：彰化縣員林市三民東街 202 之 19 號。E-mail: jinjinz5599@gmail.com

p=0.032)。

調查也顯示，長者全程參與據點的所有服務及活動，透過持續的參與促進了場所認同。根據文獻，這種認同感是其自我認同的延伸，使其在社區中感受到歸屬與社會角色的定位，進一步提升自尊與自信。高齡者持續的參與及與一致性的課程安排下，形成穩定生活節奏，有助於減緩孤立感與生活空洞化。長者與場所之間的關係由功能性使用轉化為情感性依附連結，據點除了提供實質服務延緩退化，更提供失智社區化之預防照護，是實現在地老化的重要基礎設施。

【關鍵字】 失智症、場所依附、場所認同、社區據點

臺灣機車旅遊經驗對休閒阻礙感知之影響研究

The Influence of Motorcycle Travel Experience on the Perception of Leisure Constraints in Taiwan

王滿麗^{1*} 王逸峰²
Man-Li Wang Yi-Fong Wang

【摘要】

本研究旨在探討台灣地區機車騎士的機車旅遊經驗是否影響其休閒阻礙感知，並進一步分析不同個人背景在阻礙感知上的差異。隨著機車旅遊結合自由探索、冒險挑戰與社群參與，逐漸成為新興休閒型態，瞭解參與者所面臨的阻礙，有助於政策制定與推廣策略的發展。

本研究所稱「機車旅遊經驗」，係指曾參與過一次以上以機車為主要交通工具、單日騎乘距離超過100公里或具跨區性質（如跨縣市、長途山線、環島等）的旅遊活動。研究以 Crawford、Jackson 與 Godbey（1991）提出的休閒阻礙理論為基礎，將休閒阻礙分為內在、人際與結構三大構面，並細分為六個子構面進行探討。本研究採量化方法，透過結構式問卷進行資料蒐集，共獲得207份有效樣本，其中有60.9%的受訪者具備機車旅遊經驗。

問卷共分為四大部分、48題，涵蓋六個子構面，分別為：「動機與自我效能障礙」、「風險認知與心理負擔障礙」、「家庭與親友支持障礙」、「社群互動與同儕壓力障礙」、「時間與行程安排障礙」以及「環境與設施安全障礙」。整體量表信度良好，三大構面之 Cronbach's α 值介於 .894 至 .917，六個子構面則介於 .869 至 .897 之間，顯示問卷具高度內部一致性。

研究發現，具機車旅遊經驗者在所有休閒阻礙構面之感知程度皆顯著低於無經驗者（ $p < .001$ ），其中以「個人內部阻礙」構面之差異最為顯著（ $t = 7.80$ ），無經驗者平均得分為 3.52，顯著高於具經驗者的 2.68，反映缺乏實務經驗者更易因動機與自我效能不足而產生阻礙。其中，子構面「動機與自我效能障礙」亦呈現高度差異（如平均數差約0.6），顯示信心與目標不確定感為新手參與旅遊的重要限制因子。

在三大構面中，「結構阻礙」為受訪者感知最高之構面（ $M = 3.23, SD = 0.76$ ），其次為內在阻礙（ $M = 3.16, SD = 0.88$ ），而人際阻礙感知最低（ $M = 2.98, SD = 0.86$ ），指出時間安排、費用負擔與設施條件等外部因素，仍為影響參與機車旅遊的主要挑戰。

整體結果支持「旅遊經驗可降低休閒阻礙感知」之理論觀點（Ajzen, 1991；Scholz

¹南臺科技大學休閒事業管理系 碩專班研究生

²南臺科技大學休閒事業管理系 副教授

*通訊方式：台南市永康區南台街 1 號。E-mail: wanglily0182@gmail.com

et al., 2007)，亦提供實務建議：應針對無經驗者規劃入門友善的騎乘路線、提升交通與安全資訊可得性與透明度、並強化社群支持，以降低初次參與門檻，進而擴展潛在的機車旅遊族群。未來研究可進一步探討旅遊動機與社群參與在其中所扮演的中介或調節角色，以更全面理解休閒參與心理歷程與行為機制。

【關鍵字】 機車旅遊、旅遊經驗、休閒阻礙、休閒參與行為、台灣機車騎士

夏令營活動參與價值之文獻回顧研究

Exploring the Value of Summer Camp Participation: A Literature Review

黃憲威^{1*} 王建興²
Xian-Wei Huang Jian-Xing Wang

【摘要】

研究背景: 夏令營活動19世紀末自美國興起，原意在於讓兒童遠離都市生活、親近自然、進行身心平衡的戶外活動。發展至今，夏令營已不再只是單純的戶外體驗，而是融合教育、創意與休閒功能的非正式學習平台。在現代社會快速變遷與少子化浪潮的影響下，兒童與青少年生活型態產生顯著改變。科技產品普及導致學童長時間沉迷於被動式休閒，不僅影響身心健康與體能發展，也削弱了社交互動與自主能力養成。**研究方法:** 透過華裔線上圖書館搜尋夏令營、營隊相關文獻，初步獲得期刊論文1,557篇，再以夏令營參與者之成長價值為篩選條件，最終選擇4篇進行內容分析。**研究結果:** 結果顯示：(一)參與夏令營活動對於參與者的生理、心理、社交與認知層面皆具正面影響，包括提升自我認同感與自信心、增進人際溝通與團隊合作能力、在團體活動中學習互相協調、培養獨立自主的生活態度、脫離家庭後的自我管理、促進創意表現與專業技能；(二)夏令營超越了傳統的學習框架，若能結合多元課程設計，可更有效激發內在動機與學習欲望，不僅有助於學員個人成長，也能促進地方文化觀光與藝文產業發展。**結論:** 夏令營能有效促進參與者在身心靈、社交互動、自我探索與技能培育等多元層面之成長，建議相關單位未來在規劃夏令營活動時，可融合夏令營活動教育性、趣味性與文化性等特性，並重視師資培育、課程設計與場域經營，方能發揚其在學習與成長上之特殊價值。

【關鍵字】 休閒教育、體驗學習、營隊

¹國立台灣體育運動大學休閒系 研究生

²國立台灣體育運動大學休閒系 副教授

*通訊方式：E-mail: 11302012@gm.ntus.edu.tw

國道路網串聯對於地方遊憩發展擴散歷程分析—以國道3號後龍至竹南路段為例

Analyzing the Diffusion Process of Local Recreational Development through National Freeway Network Connectivity: A Case Study of the Houlong–Zhunan Segment

吳俊樺^{1*} 鄒君瑋²
Chun-Hua Wu Chun-Wei Tsou

【摘要】

台灣西部的交通動脈國道3號的通車，對區域發展產生深遠影響。以苗栗縣竹南至後龍路段為例，該區具獨特地理位置與豐富在地資源，然在國道開通前交通可及性有限，導致遊憩潛力未被有效發揮。本研究旨在探討國道3號於此路段通車後，如何藉由交通便利性的提升，引發遊憩活動的擴散效益。此效益不僅反映於遊客數增加，更促使區域觀光產業結構調整與升級。交通效率的改善，使遊客能更快速、便捷地抵達，進一步探索自然景觀、人文歷史與特色產業，為分析遊憩動能提供重要基礎。以龍鳳漁港為例，竹南交流道於2002年啟用後，為漁港發展注入新契機。通車前，龍鳳漁港為傳統漁港，觀光機能不足，遊客稀少。通車後交通便利性明顯提升，人流開始湧現，2008年跨海景觀橋啟用更成為地標，帶動遊客大幅成長，轉型為熱門濱海景點。根據苗栗縣政府統計，112年單月遊客人數已突破14萬人次，顯示成長趨勢穩定。

國道3號竹南至後龍段的通車，根本改變了區域交通格局，提升對外可及性。過去需仰賴省道、地方道路進出，不僅耗時且路線彎繞，限制旅遊意願。高速公路的建成大幅縮短從台北、台中等主要都會區前往的時間，提升遊客抵達意願。此交通優勢除吸引自由行旅客，也便利旅行社設計多元深度行程，進一步放大觀光效益。便利的交通降低旅遊門檻，使該區域更容易融入全台旅遊網絡，成為新興旅遊目的地。

此外，國道3號也扮演了觀光資源整合的平台角色。竹南與後龍周邊擁有多元景點，如龍鳳漁港的海鮮美食、後龍好望角的海岸風光、過港隧道的歷史地景，以及通霄的飛牛牧場等。過往受限於交通未能形成有效旅遊路線，隨著國道與地方道路銜接順暢，這些景點得以串聯，成為完整旅遊軸線。業者能規劃從交流道快速進出的套裝行程，如上午品嚐漁港海鮮、下午遠眺好望角日落，並延伸至慈雲宮老街體驗文化。國道也帶動了農漁村休閒產業結合，如農場體驗、漁村導覽等，吸引都市遊客深入體驗地方特色，形成多點串聯、多線互補的觀光網絡。

¹東海大學景觀學系 碩專班研究生

²東海大學景觀學系 助理教授

*通訊方式：E-mail: b9711107@gmail.com

整體而言，國道3號竹南至後龍段通車所帶來的交通可及性提升，是促成遊憩擴散效益的關鍵。透過高速公路便利的交通串聯，促進人流、資源整合與產業轉型，讓該區由邊陲型地區邁向潛力型旅遊熱點。未來，應持續優化聯外交通系統，結合地方文化與自然資源，開發具主題性與體驗感的遊憩活動，以強化國道3號所帶來的長遠觀光效益，實現永續發展。

【關鍵字】 國道3號、交通可及性、景點串聯、遊憩擴散

從2025 ZEPRO RUN 全國半程馬拉松活動新北場探討企業形象，員工生產力，消費者購買行為之影響以台灣北部某休閒體育用品專賣店為例

The 2025 ZEPRO RUN National Half Marathon - New Taipei explore Corporate image, Employee productivity, Consumer purchasing behavior, A leisure sporting goods store in northern Taiwan

邱垂賢^{1*} 尹湘蕾² 邱顯驊³
Chuei-Shian Chiou Siang-Lei Yin Shian-Hua Chiou

【摘要】

本研究是從2025 ZEPRO RUN 全國半程馬拉松活動新北場探討企業形象，員工生產力，消費者購買行為的影響，此為本研究探討之問題，並以台灣北部某休閒體育用品專賣店為例做為本研究之研究範圍。對來此店消費的消費者以便利抽樣(convenience sampling)的方法作為問卷調查對象。研究時間以2025年3月至2025年4月，問卷對象為來此店消費的消費者共400份問卷，有效問卷348份。由問卷調查結果發現，企業形象對員工生產力有顯著之影響，企業形象對消費者購買行為有顯著之影響。員工生產力對消費者購買行為無顯著之影響。2025 ZEPRO RUN 全國半程馬拉松活動新北場對於企業形象，員工生產力之關係，消費者購買行為具有部份干擾效果存在。

【關鍵字】 2025 ZEPRO RUN 全國半程馬拉松活動新北場、企業形象、員工生產力、消費者購買行為

¹萬能科技大學觀休系 講師

²萬能科技大學觀休系 助理教授

³台北市立大學陸上運動學系 學生

*通訊方式：桃園市平鎮區中庸路一段 209 號。E-mail: albert200418@gmail.com.tw

憂鬱症青少年之因應緩解策略-景觀的效益

Alleviating Depression in Adolescents: The Benefits of Landscape

蔡依杉^{1*} 黃章展²
Yi-Shan Tsai Chang-Chan Huang

【摘要】

青少年階段為人生中心理與生理劇烈變化的關鍵時期，個體在此時逐步建構自我認同、情緒調節能力與社會角色。然而，隨著社會快速發展與教育壓力升高，青少年的心理健康議題日益嚴峻，憂鬱症的盛行率亦呈持續上升之趨勢。根據世界衛生組織（World Health Organization, 2021）與美國疾病管制與預防中心（Centers for Disease Control and Prevention, 2023）資料顯示，自殺已成為青少年主要死因之一，而憂鬱症被認為是導致自殺行為的核心危險因子。例如，在臺灣，青少年自殺率（15-24歲）在過去十年中幾乎翻了一番，從2012年的每10萬人中有6.0人自殺到2022年的10.7人自殺（Chen, 2025）。

因此，如何在此階段提供適切的情緒支持與環境關懷，對其心理健康發展具有深遠影響。但現有療癒景觀設計的研究對象多以長者、兒童、慢性病患者或一般民眾為主，對青少年憂鬱症族群之關注相對不足。青少年正處於生理、心理快速發展的階段，其空間使用特性與情感需求顯著異於其他年齡層，通常偏好具私密性且安全的場域，亦重視社交互動、自我表達與感官體驗。在此脈絡下，針對青少年心理需求進行量身打造之療癒景觀設計與療效評估模式，目前於文獻中仍為一顯著缺口。

本研究旨在探討療癒景觀對青少年憂鬱情緒之效益，此為一個初探性研究，藉由網絡問卷調查法，調查患憂鬱症的青少年在日常生活中接觸偏好的景觀類型、感官偏好及其與憂鬱傾向之關聯性。研究以14至25歲青少年為對象，共回收有效樣本25份。

結果顯示，多數青少年認為自然環境對情緒調節具有不同程度的正向效益，超過八成受試者在情緒低落時傾向前往戶外或綠地環境，此現象與減壓理論（Ulrich et al., 1991）及注意力恢復理論（Kaplan & Kaplan, 1989）相符。偏好景觀類型以具水景、綠蔭及自然元素之空間為主，包含森林、公園及湖泊。此外，48%受試者表示偏好獨處於景觀空間，呼應眺望-藏匿理論（Appleton, 1975），顯示青少年在療癒場域中需要同時具備安全感與私密性。

【關鍵字】青少年、憂鬱症、療癒景觀、自然環境、心理健康

¹東海大學景觀學系 研究生

²東海大學景觀學系 副教授

*通訊方式：E-mail: tsaiyishan9@gmail.com

利用S-O-R理論探討避免食物浪費意圖之研究

A study on the intention to avoid food waste using the S-O-R theory

廖致豪^{1*}

柯文華²

JHIH-HAO LIAO

WEN-HWA KO

【摘要】

本研究以S-O-R理論探討永續食物知識及避免食物浪費動機與避免食物浪費行為之間的關係，研究中以問卷調查法，採用便利抽樣方式蒐集相關資料，收集700份，回收有效問卷632份，有效收率90.2。研究結果發現，永續食物知識量表的同意程度中最高項為「我能區分健康和不健康的食物。」避免食物浪費動機構面中同意程度最高題項為「外出用餐完畢後，我會帶走過剩菜餚，因為這有助於減少食物浪費。」避免食物浪費意圖構面中同意程度最高題項為「我盡量減少食物浪費」。各構面間呈現顯著正相關。進行各構面間結構方程模式分析，永續食物知識正面影響避免食物浪費動機及避免食物浪費意圖，避免食物浪費動機能顯著影響避免食物浪費意圖，本模式具有良好之配適度。

【關鍵字】 永續食物知識、避免食物浪費動機、避免食物浪費行為

¹輔仁大學餐旅系 研究生

²輔仁大學餐旅系 教授

*通訊方式：桃園市中壢區中豐路 185 號。E-mail: gino90617@gmail.com

高齡友善步行環境影響因子探討

Study on factors affecting the elderly-friendly walking environme

溫思婷^{1*} 李麗雪²
Ssu-Ting Wen Lee-Hsueh Lee

【摘要】

步行是高齡日常者非常重要的活動，對身心健康都有很大的益處，且可增加社交活動，提升生活品質。高齡者因老化而行動不便，加上環境及交通等因素，外出步行面臨著各種阻礙。社區散步除了是運動方式也是重要社交場域，在熟悉環境中散步可增強歸屬感和認同感、減少迷路風險。無障礙步行環境是高齡者獨立生活的重要影響因素，隨著年齡增長，步行環境更需兼具休憩及社交功能。因此本研究擬從生理、心理及社會三個面向探討高齡友善環境的影響因子及改善策略，以做為高齡友善社區營造參考。

WHO定義健康老化是高齡者在生理、心理及社會層面上都維持良好功能，並積極參與社會，享受高品質生活的狀態。行動能力是個人功能最適化的重要因素之一，高齡者的外出日常活動如日常生活所需、運動、社交活動，能觸進認知功能、社會支持與心理健康。有研究指出，步行對高齡者健康與生活品質有正向之影響，規律步行有助於提升心肺功能、肌力、身體組成、改善呼吸功能、認知健康和降低壓力、憂鬱和失智症的風險。快走能提升生活滿意度，增加社交機會。

高齡友善步行環境應具備安全、無障礙、人行導向與社交支持功能，在空間配置上需有足夠步道、座椅、綠地與可近目的地，並具易行性、可接近性、緊湊性與安全性等特質。良好的步行環境可降低跌倒風險、減輕過街焦慮，並透過美觀街景與社區綠化提升愉悅感與使用頻率；休憩設施則延伸高齡者步行距離與時間。整合文獻可將影響因子歸納為安全性、可及性、美觀性、舒適性、互動性與引導性六面向，共15項評估因子。

研究以這15個因子對社皮社區步行環境進行調查，觀察高齡者在步行環境活動行為，藉以探討步行環境的友善性。觀察路線涵蓋高齡者經常步行的主要活動點(市場、公園、醫療院所)，透過觀察不同時段以及高齡者不同活動類別，了解社區環境對高齡者步行活動的影響。

觀察的結果顯示，社區整體步行環境雖具一定平整度與照明條件，但在人行道管理和休憩設施配置仍有不足。部分人行道受居民障礙物(花盆、機車)占用，座椅與公廁設施有限，在步行過程缺乏遮蔭與遮雨空間，部分地面鋪面破損。社交空間數量不足，活動集中於特定時段與地點(公園)，可能會限制了高齡者的交流機會。

¹東海大學景觀學系 研究生

²東海大學景觀學系 教授

*通訊方式：E-mail: a91021317@gmail.com

建議後續應加強人行道與公共空間管理，設立人行道規範，補足公廁及休憩設施來提升動線連續性，增設遮蔭與遮雨設施和改善地面鋪面，並增加社交空間與多元化活動，以全面提升高齡友善步行環境品質。

【關鍵字】 高齡友善、日常生活、健康老化、步行環境

台中市大雅區橫山里高齡者地方依附之研究

A Study on Place Attachment of the Elderly in Hengshan Village, Daya District, Taichung City

呂函霖^{1*} 李麗雪²
Han-Lin Lu Lee-Hsueh Lee

【摘要】

台中市大雅區橫山里因中部科學園區設立而面臨的衝擊與轉變，居民積極關注家園未來並團結表達對土地與生活環境的重視。徵收行動不僅改變社區空間也影響居民情感連結，在快速都市化與產業進駐的變遷中，高齡者如何適應改變、維繫地方依附成為重要課題。本研究以地方依附為核心，探討高齡者在變動環境中維持情感連結以及追求社區永續與高齡友善的方向。

地方感概念可分為兩層：地方依戀與地方認同，其中地方依戀含有地方依賴與地方認同兩個層面。地方依賴偏重功能性依附（如日常資源與便利），而地方認同則屬文化層面的情感連結。研究指出地方依賴常是地方認同的產生基礎，即依賴感強則認同感更高。針對高齡者族群，實證研究揭示其地方依附感結構更立體：包括認同、依賴、時間感與期待感四大層面，構成高齡者與居住地的動態情感連結。此外，地方依附與孤寂感有顯著負相關，強化依附感有助於提升高齡者生活安適與心理健康。在地老化（aging in place）政策下強化高齡者對居住地的安全感、熟悉感與社會聯結，有助促進心理與生理健康，並使其更主動參與地方維護與社區規劃，地方依賴偏於功能層面，強調環境滿足日常生活與資源可及性；地方認同則為情感層面，強調歸屬感、自我與地方融合的象徵意義；高齡者的地方依附具四大層面，功能與情感維度同時存在、互為補強；當高齡者地方依附強烈時，不僅降低孤寂，也提升社會參與與心理健康。

本研究採用李克特量表(likert scale)設計問卷，內容以地方認同和地方依賴為主軸，參與者女性居多太約佔7成、教育程度多為國中以下、婚姻狀況已婚配偶健在佔5成以上、居住狀況與子女同住亦佔5成以上、分析結果顯示，高齡者的地方依賴與認同不因性別、教育程度、婚姻狀況與居住形式對地方的依賴感、認同感減少。在敘述統計分析數值中地方依賴平均值 4.64(SD=0.48)，地方認同平均值4.63(SD=0.40)，地方依附平均值 4.63(SD=0.41)，顯示在地高齡者對生活環境的情感連結程度高。進一步分析地方依賴與地方依附呈正相關，地方認同亦與地方依附高度相關且地方認同會影響地方依賴，三者之間關係密切。藉由研究數據探討都市擴張與戶外空間變遷對高齡者地方依附各層面的影響，期為未來在地老化政策與社區設計提供參考，保留具有情感意義的地方連結，培

¹東海大學景觀學系 碩專班研究生

²東海大學景觀學系 教授

*通訊方式：E-mail: honey2010889@gmail.com

養社區歸屬感，並營造高齡友善的生活環境。

【關鍵字】 地方依附、地方認同、地方依賴、在地老化

旅館組織文化對員工工作滿意度、留任意願影響之研究：兼論情緒勒索之調節作用

The relationship of organizational culture, job satisfaction and retention intention in hotel industry: The moderating effect of emotional blackmail

趙家立^{1*}

蘇靖淑²

Ka Lap Carer Chiu

Ching-Shu Su

【摘要】

隨著新冠肺炎疫情後旅宿業的復甦，人力短缺問題日益嚴重，即使開出高薪仍難以吸引和留住人才。根據觀光署統計，全台旅宿業共有15,573家業者，較前年增加672家，整體需求明顯提升，但業界普遍缺乏房務員、櫃檯服務人員、餐飲服務員、廚師及主管等五類關鍵人才。新世代員工在選擇工作時，不再單純以薪資為考量，更重視工作環境能否提供自我實現機會、企業文化是否符合個人價值觀，以及組織對員工發展的重視程度。

本研究採用Wallach (1983)的組織文化三維度模型，將組織文化分為官僚型文化、創新型文化及支持型文化。工作滿意度採用Smith等人(1969)發展的工作描述指標，包含薪資、工作本身、升遷、直屬上司及同事等五個構面。情緒勒索則使用陳燕諭、胡昌亞、黃瑞傑、陳玉芬 (2023)，依據Forward and Frazier (1997)的理論基礎，開發出威脅導向與懇求導向兩種類型情緒勒索策略，探討主管如何透過操縱手段影響員工行為。

研究架構建立在組織文化對工作滿意度和留任意願的直接影響基礎上，並進一步探討情緒勒索的調節效果。根據文獻回顧，預期結果為支持型與創新型文化能顯著提升員工滿意度和留任意願，而官僚型文化可能產生限制效果。情緒勒索作為負面的職場現象，預期會削弱組織文化的正面影響，降低員工的工作滿意度和留任意願。

研究假設包含四個主要面向：首先，組織文化對工作滿意度具有顯著影響，其中支持型與創新型文化預期產生正向影響；其次，組織文化對留任意願具有顯著影響；第三，情緒勒索在組織文化與工作滿意度之間具有調節作用；最後，情緒勒索在組織文化與留任意願之間亦具有調節作用。

本研究的預期理論貢獻在於整合組織文化、工作滿意度、留任意願及情緒勒索等重要變項，建構完整的理論模型。實務貢獻方面，本研究特別關注預防情緒勒索的議題。研究結果將有助於旅宿業管理者了解如何透過營造良好的組織文化來提升員工滿意度和留任意願，同時避免情緒勒索等負面管理行為。在當前旅宿業面臨嚴重人才短缺的挑

1銘傳大學觀光學院觀光事業學系 研究生

2銘傳大學餐旅管理學系 副教授

*通訊方式：桃園市龜山區楓樹里光榮路 13 巷 13 弄 5 號。E-mail: carerchiu@gmail.com

戰下，本研究提供的實證發現將為業者制定有效的人力資源管理策略提供重要參考，有助於改善員工流失問題，提升組織競爭力。

【關鍵字】 職場情緒勒索、人員訓練、留任意願、工作滿意度、組織文化

節慶活動之參與動機、滿意度、重遊意願之研究—以龍潭元宵節為例

A Study on Participation Motivation, Satisfaction, and Revisit Intention in Festival Activities: A Case Study of the Longtan Lantern Festival

陳勝皇¹ 林芳珍^{2*}
Sheng-Hwang Chen Fang-Chen Lin

【摘要】

隨著現今的節慶活動越來越多元，並且民眾越來越注重休閒活動。本研究以桃園市龍潭區元宵節活動為研究主題，來探討遊客參加元宵節活動的參與動機，對於活動的滿意度及願意再次參與相關性活動的意願，以了解遊客對於元宵節活動的影響因素，以及提出未來在活動上的發展應如何提升並著重在哪方面。本研究以參與龍潭元宵節活動的遊客為對象，並在元宵節活動主要辦理場地鄰近地區的龍元宮、龍潭市民活動中心及龍潭市場進行問卷資料蒐集，問卷以掃瞄QR-code連結網路表單的方式來進行填寫，讓來參與活動的遊客在體驗此節慶文化活動後能立刻協助填寫問卷。以網路表單的方式對參與遊客發放正式問卷共計300份問卷，回收問卷為294份，有效問卷回收率為98%。問卷資料分析方式採用變異數分析、迴歸分析、信度分析、相關分析等方式。根據研究分析結果顯示，不同的人口統計變項在重遊意願上並沒有顯著的差異，表示願意再次參與活動的遊客不具有某些特質。而在相關係數或是迴歸分析的結果上，滿意度對重遊意願具有顯著正向影響，並且滿意度在5%顯著水準下，對重遊意願的 β 值為0.188 ($p < 0.05$)表示滿意度對重遊意願具有顯著正向影響。其中依據迴歸分析的結果，滿意度對重遊意願的解釋力較參與動機來得高。這樣的結果表示，提高滿意度對於遊客在元宵節活動有正向的影響，遊客活動的動機也是影響其滿意度和重遊意願的重要因素，旅遊業者可以通過調整活動內容和宣傳策略，提高遊客的參與動機，進而促進旅遊業的健康發展。

【關鍵字】節慶活動、元宵節、參與動機、滿意度、重遊意願

¹新生學校財團法人新生醫護管理專科學校健康休閒管理科 副教授

²新生學校財團法人新生醫護管理專科學校醫藥保健商務科 助理教授

*通訊方式：桃園市龍潭區中豐路高平段 418 號。E-mail: fangchen@hsc.edu.tw

公園高齡友善遛狗環境研究

Research on the Elderly-Friendly Dog Walking Environment in Parks

王昱婷^{1*}
Yu-Ting Wang

李麗雪²
Lee-Hsueh Lee

【摘要】

人類渴望愛與關注，但許多長者因退休、生心理衰退、空巢、失去伴侶等狀況，難以建立新的社交網絡及強連結關係，進而對身心健康造成負面影響，如孤獨感、認知功能下降及失智症風險增加，狗被視為人類最悠久的動物夥伴，近年更成為老人的情感伴侶與替代者，賦予生活新的意義，多項研究顯示，多數情況下，寵物能滿足長者對陪伴及愛的需求，高齡飼主往往更善於溝通、保持活躍和忙碌，使其感到被需要，並建立社會聯繫，分散對痛苦事件的注意力，研究亦指出，狗飼主患病風險及心血管疾病發生率較低，整體幸福感更高，農業部統計顯示，隨都市化發展養狗戶數逐年攀升，2023年已接近150萬戶，較前一年度增加13.8%，狗公園也應運而生，長者多會選擇體型較小、精力較少、易照顧且能提供陪伴的犬種，如西施犬、貴賓犬、雪納瑞、巴哥、吉娃娃等。

寵物公園對養狗人士帶來諸多正面效益，如促進主人和犬隻身體康健、使其增進情感、促進社交活動、增強社區意識，然而狗公園對長者仍多有阻礙，如圍欄和缺乏無障礙通道，可能會使行動不便的長者難以通行使用；為訓練犬類的地形變化，對長者可能有跌倒的風險；缺乏無障礙設施，如坡道、扶手或休憩座椅，可能對長者使用造成挑戰，過度擁擠的公園或噪音過大的區域可能會讓長者感到不知所措和壓力，對某些區域感到不安全等因素都可能會阻礙他們遛狗活動。

本研究旨在建立公園高齡友善遛狗環境營造的影響因子，以兼顧高齡者生心理與社會需求，及寵物犬之活動與行為特性，歸納含括安全性、舒適性、寵物友善與社會互動四大指標，藉由文獻回顧整理出高齡友善遛狗環境營造的因子，無障礙通道：鋪面、坡道和扶手設置及維護良好，確保不同能力高齡者皆輕鬆通行，休憩座椅：帶扶手和靠背的長椅可以為老年人及其愛犬提供休息場所，標識：清晰且充足的標誌，可以幫助高齡者定位、導航和安全性，寵物區：在公園中指定不拴繩區域，狗糞收集站和飲水器等，可以為愛犬及其主人創造溫馨的環境，安靜區：提供噪音和活動較少的區域，以滿足那些喜歡更安靜環境的高齡者需求，遮蔭環境：高齡者及小型犬都有高溫風險，場域應有良好遮蓋設施。研究並以台中市馬卡龍公園及后里環保公園進行現地評估，結果顯示高齡狗飼主對遛狗環境更加注重可及性、環境衛生及社會互動等因素，兩座公園的寵物專區對高齡使用者的安全性與便利性方面仍存在可改進空間，未來應針對高齡友善設計進

¹東海大學景觀學系 研究生

²東海大學景觀學系 教授

*通訊方式：彰化縣員林是惠來東街 15 號。E-mail: yutin28183915@gmail.com

行優化，以建構更符合高齡者需求的共融遛狗環境。

【關鍵字】 寵物伴侶、休閒陪伴、寵物公園

台灣自創手搖飲品牌的創業路徑與永續發展挑戰

Entrepreneurial Pathways and Sustainable Development Challenges of Taiwanese Hand-shaken Beverage Brands

林志遠^{1*}

麥康妮²

Chih-Yuan Lin

Athena Hong Ni Mak

【摘要】

自1990年以來，台灣的手搖飲料產業迅速崛起，據經濟部統計最新數據，2024年台灣手搖飲營業額突破133.1億元，創下歷史新高，反映出消費者對手搖飲品的高度依賴與市場需求的持續增長。然而，現有研究多聚焦於財務與營運績效等量化議題，對創業初期的動機、歷程與策略決策之質性探討仍相對不足。本研究旨在探討台灣自創手搖飲品牌的創業歷程與挑戰，特別關注在資源有限與高度不確定的情境下，創業者如何運用可得資源逐步形塑品牌。

本研究採質性個案研究法，聚焦於手搖產業，選取台灣北部三個具代表性的自創手搖飲品牌為研究對象，對三位創辦人進行半結構式深度訪談並且到他們經營的飲料店參與觀察，以確保資料的多樣性與信度。資料分析採用主題分析法，使用開放式與主軸編碼，歸納創業者在真實經營場域中的決策邏輯、策略調整歷程與競爭優勢建構方式。

研究發現，三位創辦人的創業動機各具特色。第一位創辦人來自茶葉世家，創業目的是結合自家茶行原料與手搖飲的產品形式，他說：「家裡的茶葉品質很好，但如果只是賣原葉，年輕人接觸不到，所以我想用飲料的方式，讓更多人喜歡茶。」第二位創辦人原本是咖啡師，將自身興趣與專業結合，嘗試將咖啡的萃取技術應用於茶飲研發，她表示：「我想用咖啡師的方式來做茶，讓它有不一樣的可能性。」第三位創辦人則是在朋友想創立新品牌時受邀加入，她回憶：「那時候朋友說想做一個新的品牌，就邀我一起試試看，結果越做越有感覺，也慢慢變成一個自己的事業。」三位創辦人皆在創業初期設定長期品牌發展目標，包括SOP化產品與製程、鎖定明確目標客群，以及為日後加盟與擴張奠定基礎。在理論分析上，依據實效理論（Effectuation Theory），三位創辦人皆展現「手中有鳥原則」與「可承擔損失原則」，以可控制的資源與人脈為基礎採取漸進式策略，並透過合作夥伴與網絡支持降低創業風險；同時展現高度的靈活應變與拼湊精神，善用現有條件開發符合市場需求的產品。從資源基礎理論（Resource-Based View）的視角出發，可以發現成功的品牌經營除仰賴有形資源之外，更依賴具價值性、稀缺性、難以模仿性與不可替代性的無形資源，例如品牌定位、顧客信任與產品故事性，這些皆構成永續競爭優勢的核心。綜合兩大理論的觀點，本研究揭示創業者如何在高度競爭與

¹國立臺灣師範大學運動休閒與餐旅管理研究所 研究生

²國立臺灣師範大學運動休閒與餐旅管理研究所 教授

*通訊方式：新竹市學府路 365-8 號。E-mail: timlintv@gmail.com

快速變動的市場中，運用現有資源與創新拼湊策略，逐步發展出兼具差異化與永續發展潛力的品牌策略，並對餐飲創業研究與實務提供重要啟示。

【關鍵字】 手搖產業、自創品牌、實效理論、資源基礎理論、個案研究

集合住宅戶外空間親生命設計要項建置研究

Research on the key factors of biophilic design in outdoor space of congregate housing

古普仁^{1*} 李麗雪²
Pu-Jen Ku Lee-Hsueh Lee

【摘要】

集合住宅開放空間、中庭與屋頂花園是住戶居民與自然互動的重要空間，在生活及都市空間壓力下社區居民共有的綠色環境。都市緊湊發展下，綠色、生態與微氣候調節是集合住宅開放空間設計的主流。近年親生命設計在歐美被推動運用於建築和室內設計。親生命設計（Biophilic Design）將光線、通風、植物和水景等自然元素融入環境中，讓使用者與自然更加緊密地聯結。（Wilson, 1984；Kellert & Calabrese, 2015）

集合住宅開放空間景觀設計的本質及功能即在讓使用者在自然環境休閒遊憩，結合五感體驗、減緩壓力與喚起正向情緒，提升住戶居民的愉悅感與幸福感。集合住宅開放空間包括地面層外部開放空間、住戶共享空間的庭園、綠色屋頂，及其它，如陽台及垂直綠化等。景觀設計，不僅是景觀美質環境營造，還時需關照人類福祉和生態健康，因此本研究擬探討台灣集合住宅親生命設計適用的要項因素，以做為專業者及開發商設計時參考應用。

經文獻回顧探討，景觀中的親生命設計思考面向包括：與自然的視覺和非視覺連結，即在設計上結合融入多種感官元素。運用天然材料與形態、融入自然界中常見的有機形狀和圖案，營造與大地的連結感。多樣化的空間，鼓勵人們探索和與環境互動；適合不同年齡和能力人群使用的靈活空間。社區參與，確保空間切合實際並滿足他們的需求。

研究採用專家問卷法，以決斷值法（Judgment Value Method）為依據。問卷內容參考Kellert等學者之親自然設計三大原則架構：直接接觸自然、間接接觸自然、空間與地景的體驗，歸納17項設計元素。

參與問卷調查專家共11位，需工作年資20年以上的景觀或建築專業或教授。問卷設計與分析 每項設計元素由受訪者判斷是否「需要」納入集合住宅戶外空間設計中，採二元選項。判斷門檻設定為超過半數專家（即至少6位）認可，視為具有代表性與推廣潛力之設計項目。

統計分析結果顯示，17項設計要素中有16項通過決斷值門檻，僅有「土壤」（43%）

¹東海大學景觀學系 碩專班研究生

²東海大學景觀學系 教授

*通訊方式：E-mail: siuime311@gmail.com

未達標，部分專家指出因與住戶喜好、使用率、不易維管等課題，不直接被導入推動。

本研究結果與過往文獻多有呼應，顯示自然元素的多樣性與五感刺激皆為高度認可的設計考量。值得注意的是，屬於「空間與地景體驗」類的要素如場所依附、神秘感、文化連結亦有高比例支持，顯示專家重視空間的情感與文化層面。

後續本研究將選取台中5個集合住宅對住戶進行訪談與問卷調查，並現地調查，將專家、住戶及現地調查結果交叉比對，確認親生命設計對住戶的生心理效益，並探討要項的適用性與可行性，並建立設計準則。

【關鍵字】 親自然設計、集合住宅、戶外空間、專家問卷、綠化空間

赴日旅行者旅遊動機、資訊收集能力與自助旅遊意願關係之研究

A Study on the Relationships among Travel Motivation, Information-Gathering Ability, and Willingness for Independent Travel of Tourists Visiting Japan

郭彰仁¹ 宋靜昀² 許亦萱³ 陳亮言^{4*} 廖庭涵⁵

Ching-Jung Kao Ching-Yun Sung Yi-Hsuan Hsu Liang-Yen Chen Ting-Han Liao

【摘要】

在網路資訊系統普及的世代，資訊傳輸與傳播和運輸速度的提升，距離的遠近已不成問題，生活水平的提升、廉價航空的崛起，出國不再遙不可及，隨著出國機會的攀升，旅遊方式由跟旅行社購買行程的跟團旅行，進展到半自助甚至是全自助，加上旅遊相關社交媒體的蓬勃發展，許多人將旅遊經歷透過文字和照片分享在網路，旅客們嚮往深度旅遊的憧憬，更是掀起自助旅行的潮流，具備資訊收集能力可以提升計劃效率、降低不確定性、增強決策能力等等，是否對提升自助旅遊意願具有裨益，更令人想一探究竟。

本研究以曾有日本旅行經驗的個體為研究對象，並採用便利抽樣法進行問卷調查，共回收395份有效問卷，以SPSS統計軟體進行分析，研究結果顯示：不同社經背景的受訪者在旅遊動機、自助旅遊參與意願與資訊收集能力上，存在部分顯著差異。此外，旅遊動機與資訊收集能力，均對自助旅遊參與意願具有部分顯著的影響；旅遊動機則是對資訊收集能力也有部分顯著影響。因此所有假設均獲得支持，顯示這些變項在解釋旅遊行為時具有一定程度的預測力與實務應用價值。

藉由此研究，得知社群網站網友們之使用意向，了解赴日遊客的旅遊動機以及資訊收集能力與自助旅行之間的關係，希冀透過這些經驗分析，進一步推動國內觀光旅遊的發展，能對旅遊業的實務操作有所裨益，以作為觀光旅遊業及政府相關單位網路社群行銷之參考。

【關鍵字】自助旅行、旅遊動機、資訊收集能力、旅遊意願

¹國立虎尾科技大學休閒遊憩系 教授

²國立虎尾科技大學休閒遊憩系 碩專班研究生

³國立虎尾科技大學智慧產業科技研發博士學位學程 博士生

⁴國立虎尾科技大學休閒遊憩系 研究生

⁵國立虎尾科技大學休閒遊憩系 研究生

*通訊方式：雲林縣虎尾鎮文化路 64 號。E-mail: xswqaz066@gmail.com

社群媒體行銷於航空品牌經營之應用：以星宇航空為例

The Application of Social Media Marketing in Airline Brand Management: A Case Study of STARLUX Airlines

高宇威^{1*}
Yu-Wei Kao

麥康妮²
Athena Hong Ni Mak

【摘要】

在競爭高度激烈的航空市場中，社群媒體已成為品牌與顧客建立關係的重要管道。星宇航空作為疫情期間誕生的新興航空品牌，善於透過社群平台的娛樂性內容、品牌合作與品牌故事，吸引並維繫追隨者。然而，關於新創航空品牌在台灣情境下如何藉由社群互動形塑品牌關係與影響消費者體驗的質性探究仍付之闕如。本研究旨在探究消費者在與星宇航空社群互動的過程中，如何透過不同內容與訊息特質的接觸與參與，逐步形成對品牌的認同與情感連結，並理解這些經驗如何在實際情境中被轉化為具體的購買與支持行動。

本研究結合顧客基礎品牌權益、S-O-R理論、使用與滿足理論、參與理論、品牌情感依附理論與擬社會互動理論等多重視角，關注消費者在與品牌互動過程中的心理歷程與意義建構。研究採立意抽樣，邀請關注星宇航空官方帳號的社群使用者參與深度訪談，並透過滾雪球抽樣擴充樣本，最終共完成15位受訪者的訪談。此外，研究亦輔以網路民族誌方法觀察平台上的自然互動情境，並運用主題分析法進行資料詮釋與分析。

研究發現，受訪者在社群互動中展現多層次的需求滿足：部分人將社群視為即時獲取航點、優惠與服務資訊的來源；另一些受訪者也在娛樂與社交交流中獲得滿足，並逐漸形成對品牌的情感依附與認同。留言區與分享行為亦被受訪者視為一種「社交舞台」，使受訪者在與其他粉絲交流中獲得歸屬感與認同感。值得注意的是，董事長張國煒的個人形象在有些受訪者心中具有關鍵影響力——他的真誠態度、專業背景與幽默風格，透過媒體與社群曝光形成了擬社會互動，使消費者感覺與他「相識已久」，進而將這份情感轉移到品牌本身，提升信任與好感度。受訪者的敘事呈現出一種漸進的歷程：最初被視覺與情境吸引，進而透過社群中的長期互動累積好感與信任，最後在特定情境中，將這份情感化為行動。不同的旅行目的與投入程度，會讓這段過程的側重有所不同——有些受訪者更偏向在資訊與專業中尋找保障，有些則更在乎情感氛圍與品牌共鳴。

本研究不僅彌補新創航空品牌社群行銷領域的質性研究缺口，也揭示社群平台在情感生成與信任累積上的關鍵角色，進而影響消費者對品牌的理解與行動選擇。這些觀察

¹國立臺灣師範大學運動休閒與餐旅管理研究所 研究生

²國立臺灣師範大學運動休閒與餐旅管理研究所 教授

*通訊方式：台北市南港區昆陽街 97 號。E-mail: wesleykaontnu@gmail.com

與分析有助於航空公司在社群策略與品牌故事設計上，捕捉消費者的真實經驗與情感連結，進而強化市場能見度與顧客黏著度。

【關鍵字】 社群媒體行銷、顧客基礎品牌權益、S-O-R 理論、品牌情感依附理論、擬社會互動理論

應用地理資訊系統於農村旅遊發展之空間分析—以雲林縣農村再生社區為例

The Spatial Analysis of GIS Application in Rural Tourism Development -- Case Studies of Rural Regeneration Community in Yunlin County

張鈞雲¹ 黃志成² 張子庭^{3*}
Jun-Yun Zhang Chih-Cheng Huang Tzu-Ting Chang

【摘要】

疫情雖然讓台灣地區面臨鎖國的課題，卻也因此催生了以農村等偏僻區域為旅遊目的地的國內旅遊；然而待國際疫情趨緩，飛往國外的報復性旅遊產生了龐大的觀光逆差，若能從受過培根課程的農村再生社區中，透過科學方法找出具有發展潛力之社區，並規劃農村旅遊，或許能成為疫情後國際觀光報復性旅遊，在本土旅遊產業衝擊之解方，而雲林縣為台灣地區擁有最多農村再生社區之縣市。因此本研究擬透過文獻回顧，確立影響農村旅遊發展的適宜性評估指標層級，接著根據指標蒐集各單位分享於網路之公開圖資，並從中過濾、整理，以建構雲林縣農村旅遊基礎資料庫，同時邀請三位相關領域專家學者，對適宜性評估層級之因子賦予權重，再使用GIS(Geographic Information System)探討雲林縣各資源間的空間特性，最後進行空間分析（如圖層套疊、環域分析、密度分析、克利金分析以及適宜性分析等），以辨識出雲林縣具農村旅遊發展潛力之農村再生社區。研究結果顯示，在資源、社區與外部因子中，專家學者普遍認為資源因子對發展農村旅遊佔比較重，尤其資源是否具影響力最為重要；此外，空間特性的探討中，發現旅館民宿、停車場等觀光資源，於濱海地區呈現較低的空間分布；有關適宜性分析，鑒於專家問卷結果顯現出資源的重要性，因此將資源因子予以分為「自然與觀光」、「人文與觀光」以及包含自然、人文與觀光的「全因子」三類進行分析，首先在「自然與觀光」的適宜性地圖中，可以發現古坑鄉之華南、桂林與草嶺社區，皆為偏重生態願景同時具高發展潛力之社區，另外也有許多社區雖非生態相關願景，但卻擁有豐富的在地資源，其中江厝、水碓、大埔、溝墘以及田心社區，因區位緊緊相鄰，且多數社區願景為偏重生產，因此建議進行跨社區的組織合作，並整合各社區之資源，發展偏重農事體驗的生態路徑；而「人文與觀光」則以口湖鄉的梧北社區在文化農村旅遊上，展現出高度的發展潛力；至於「全因子」的適宜性分析結果，除口湖（梧北、水井）與古坑（華山、桂林、大埔等）外，虎尾、斗六等都市計畫區也獲得了可觀的適宜性分數，說明這些區域具有非常良好的發展潛力，惟位於都市區域之農村社區，並不具農村再生社區申請資格，鑒於農村再生條例三十二條之規定，建議地方政府應積極盤點位於都市計畫區之農

¹國立虎尾科技大學休閒遊憩系 研究生

²國立虎尾科技大學休閒遊憩系 副教授

³國立虎尾科技大學休閒遊憩系 研究生

*通訊方式：雲林縣虎尾鎮文化路 64 號第三校區文理暨管理大樓 5F。E-mail: 41050113@gm.nfu.edu.tw

村社區，並與中央主管機關進行協調，爭取成為農村再生社區的可能，基於現地資源發展對應的農村旅遊，並發揮位於都市區域之農村獨有的交通優勢。

【關鍵字】 農村再生社區、農村旅遊、地理資訊系統、空間分析

南芳苑生態旅遊與體驗經濟研究：以海牛遊程、海空步道為例

Ecotourism and Experience Economy in South Fangyuan Township: A Case Study of Cattle Tours and Seaside Skywalk.

蔡宗成^{1*} 李素馨²
Tsung-Cheng Tsai Su-Hsin Lee

【摘要】

本研究探討南芳苑(彰化縣芳苑鄉南部)的潮間帶生態旅遊-海牛遊程與海空步道。國光石化開發案在環保團體、地方居民與聲援民眾抗爭下，於2011年終止計畫，面對農漁村產業持續衰退的問題，社區營造結合海牛文化發展在地旅遊。以往芳苑鄉的研究多集中於農漁業生產及環境教育，對於生態旅遊的探討相對不足，因此本研究探討擁有豐富生態的南芳苑濕地，目前遇到開發的壓力為何?進行生態旅遊所面臨的困境? 不同形式的生態旅遊對地方經濟、生活與生態的影響及遊客感受有何差異? 本研究運用體驗經濟理論分析不同生態旅遊形式對社區與遊客之影響。研究方法透過文獻探討、訪談、問卷分析，Google Maps評價回饋分析，以了解南芳苑居民、業者、政府、學者與環團在生態旅遊中的互動與關係。研究結果顯示:(1)南芳苑濕地面臨再生能源開發的壓力，目前以國家級濕地劃設作為因應對策。(2)濕地上的紅樹林如何保育管理，是地方主要的討論焦點。(3)海牛遊程業者與社區關係尚待整合。(4)海空步道成為旅遊新亮點，海牛遊程與海空步道對地方產業與遊客體驗呈現複雜的時間、空間與經濟發展關係。本研究提出南芳苑整體整合建議，食宿遊購行旅遊產業鏈合作，推出多樣深度的體驗行程，以擴大南芳苑的生態旅遊市場規模，及後續研究建議。

【關鍵字】濕地、生態旅遊、海牛遊程、海空步道、體驗經濟

¹國立臺灣師範大學地理 碩專班(113 學年畢業)研究生

²國立臺灣師範大學地理系 退休教授

*通訊方式：E-mail: g261836eric@yahoo.com.tw

跑得快也要跑得開心？—探討頤宮餐廳跑菜人員的工作滿意因素

Fast but Happy? – A Study on Job Satisfaction of Food Runners at Le Palais

陸瑋婕^{1*}

Wei-Jea Lu

【摘要】

本研究旨在探討台灣米其林三星餐廳「頤宮 Le Palais」中，跑菜人員的工作滿意度與其影響因素。Le Palais 自 2018 年起連續七年獲得米其林三星肯定，並於 2025 年 8 月 19 日再度蟬聯，第八度穩坐米其林三星榮耀，成為台灣首家連續八年蟬聯三星的指標性中餐廳。這一榮耀不僅代表其在菜餚品質與服務上的持續穩定表現，也使其成為國際間檢視台灣餐飲業水準的重要窗口。頤宮高度標準化、流程化的營運體系，固然保證了餐廳在米其林體系下的競爭力，但同時也使現場工作壓力與執行強度遠高於一般餐飲現場。

過去餐飲領域的相關研究多聚焦於廚師與外場服務人員，對於介於廚房與外場之間、負責銜接與協調的「跑菜人員」卻著墨甚少。跑菜人員作為廚房出菜與餐桌服務的橋樑，肩負維持餐廳整體節奏的重要角色，其工作表現直接影響顧客體驗與餐廳營運效率。然而，他們卻往往隱身於聚光燈之外，缺乏足夠的研究關注。因此，深入探討此群體的工作經驗，對於補足文獻缺口並促進餐飲業人力資源管理具有重要意義。

本研究採用質性研究設計，透過半結構式訪談蒐集資料，邀請五位具不同年資與學歷背景的跑菜人員進行深度訪談，並以主題分析法進行整理，歸納其工作滿意度的主要來源與困境。分析架構依據 Herzberg 雙因子理論，將訪談內容分為激勵因子與保健因子兩大類進行解釋與對照。

研究結果顯示，新進或非餐飲科背景者較常經歷人際疏離、流程壓力與情緒支持不足等困難，導致成就感低落與身心耗竭；而資深與專業背景者則傾向從團隊默契、指導新人與掌握升遷制度中獲得正向認同與穩定感。多數受訪者亦指出，儘管身處米其林體系，實際工時長、環境狹窄、薪資與勞務不對等等保健因子不足的問題依然存在，反映制度下的壓力累積。

本研究不僅補足了過去文獻對跑菜人員的研究缺口，也凸顯基層員工在高端餐飲品牌中的核心價值。研究建議高端餐飲業應加強對基層人員的培訓設計、情緒支持與人際關懷，以提升員工在高標準環境下的工作滿意度與持續投入意願，進一步鞏固餐廳的競爭優勢與長期發展。

【關鍵字】 米其林、跑菜人員、工作滿意、雙因子理論

¹國立台灣師範大學運動休閒與餐旅管理學系 研究生

*通訊方式：E-mail: octopuslp33@gmail.com

行程設計大未來 你所不知的AI研究 旅遊規劃中生成式AI應用使用者接受度與體驗之實證研究

The Big Future of Itinerary Design AI Research You Didn't Know About User Acceptance and Experience of Generative AI Applications in Travel Planning

林孝仙^{1*} 王國欽²
Xiao-Xian Lin Kuo-Ching Wang

【摘要】

近年生成式人工智慧(Generative AI, 以下簡稱生成式AI)蓬勃發展,根據麥肯錫研究分析在旅遊產業中生成式AI極有可能成為完善旅遊體驗和期待的最佳工具(Almasi et al, 2023; 楊孟芯2023),在旅遊規劃中的應用也逐漸普及(Seyfi et al., 2025),然而現有研究多集中於單一AI工具的應用,缺乏對多種生成式AI工具在旅遊情境下的系統性比較與評估,針對不同AI模型在旅遊行程規劃中的效能、使用者體驗與接受度的比較研究仍相對缺乏,因此本研究旨在分析使用者對生成式AI旅遊規劃的知覺有用性、知覺易用性、主觀規範等接受構面,並歸納其在使用過程中所遇到的問題;進一步比較不同AI在旅遊行程規劃上的表現,並提出可供業者建立相關AI時參考的建議。

本研究所指之生成式AI具備透過大量數據訓練後,自動產出自然語言內容的能力,屬於生成式語言模型(Generative Language Models)的一種,廣泛應用於客服、內容創作、語意分析與行程規劃等領域(Law, 2025; OpenAI, 2023)。目前市面上主流的生成式AI,多為大型生成式語言模型(Large Language Models, LLMs)分別為(de Carvalho Souza & Weigang, 2025):

1. ChatGPT: 由美國OpenAI公司開發,採用GPT-5大型語言模型,具備強大的自然語言理解與生成能力,目前廣泛應用於教育、行銷、客服等多元領域。(OpenAI, 2025; Kung et al, 2023)

2. Grok: 由xAI公司(由Elon Musk創立)所開發,整合於X(原Twitter)平台中,致力於提供即時、有趣且個性化的回答,並強調對話內容的幽默與創新。(Corse, 2025; Gupta, et al, 2024)

3. DeepSeek: 由中國的DeepSeek團隊開發,採用自主訓練的大型語言模型,並推出強調邏輯推理與程式碼生成能力的變體,如DeepSeek-Coder,具備優秀的指令理解與多

¹國立臺灣師範大學運動休閒與餐旅管理研究所 研究生

²國立臺灣師範大學運動休閒與餐旅管理研究所 教授

*通訊方式: E-mail: aoapppp@gmail.com

模態能力。(Guo et al., 2024 ; Zhu et al., 2024)

本研究以科技接受模型3(Venkatesh & Bala, 2008)為基礎，結合使用者體驗觀點，設計三階段實驗：首先，根據2024年臺灣旅遊狀況調查(中華民國交通部觀光署，2025)設計模擬日本東京6天5夜旅遊情境，請受試者實際操作ChatGPT-4、Grok-3與DeepSeek-VL三款生成式AI規劃旅程；接著透過質性訪談與問卷輔以調查，深入了解其知覺有用性、易用性、信任度、主觀規範與焦慮等構面；最後彙整資料進行分析與驗證。

研究結果發現，受試者對於Grok普遍獲得最高評價，其行程內容詳盡、視覺呈現佳，並能提供預算與活動建議；ChatGPT語言流暢但更新落後，缺乏地方性與時效資訊；DeepSeek整體中規中矩，介面友善但行程細節略顯粗略。部分受試者表示，若行程包含不感興趣的活動（如動畫或重複地點），將影響整體體驗與滿意度。

問卷方面受試者普遍認為生成式AI在「知覺有用性」與「知覺易用性」上具有中高評價，認為其能提升旅遊規劃效率，操作上也多數覺得直觀易懂。在「自我效能」與「結果可證性」方面也顯示出正向傾向，多數人能獨立完成操作並清楚說明AI輸出的成果。然而，在「主觀規範」與「AI焦慮」構面上，部分受試者仍表達對資訊正確性、即時性與個資安全性的疑慮。

【關鍵字】 生成式 AI、旅程規劃

森林健康旅遊關係初探：知覺恢復力觀點

An Initial Exploration of Forest Health Tourism Relationships: A Perceived Restorativeness Perspective

林庭瑤^{1*} 許立群²
Lin-Ting Yao Li-Chun Hsu

【摘要】

本研究旨在探討森林健康旅遊背景下，知覺恢復力、目的地心理擁有感、幸福感與森林健康旅遊行為之間的關係，建構一完整心理歷程模型。研究以參與森林健康旅遊行程之遊客為對象，採用問卷調查法，實際發放198份問卷並回收175份有效樣本。研究工具包括描述性統計、探索性因素分析、皮爾森相關與迴歸分析，並使用 SPSS 20.0版本進行資料處理與分析。

研究結果顯示，知覺恢復力的五個構面—生活氛圍、延展性、相容性、遠離性與魅力性—皆對目的地心理擁有感有顯著正向影響，尤以魅力性與相容性影響最強；目的地心理擁有感亦能有效提升心理與社會幸福感，並對森林健康旅遊行為產生正向影響，其中心理幸福感為最關鍵預測因子。所有構面皆具良好信效度與收斂效度，假設全數獲得支持。

本研究建議，相關旅遊單位應強化場域吸引力與心理契合設計，並融入幸福感導向之活動規劃，促進遊客對森林健康旅遊行為。

【關鍵字】知覺恢復力、目的地心理擁有感、心理幸福感、社會幸福感、森林健康旅遊行為

¹國立臺東大學文化資源與休閒產業學系研究生兼舞藝舞蹈工作坊 負責人、台東現代爵士舞蹈團 團長

²國立臺東大學文化資源與休閒產業學系 教授兼系主任

*通訊方式：台東縣台東市大學路二段 369 號(文休系)。E-mail: nttulin2025@gmail.com

誰能接近綠地？臺北市都市綠地可及性研究

Who has access to green spaces? A study on the accessibility of urban green spaces in Taipei City

黃信凱¹ 原友蘭^{2*} 莊詠凱³
Hsin-Kai Huang Yu-Lan Yuan Yung-Kai Chuang

【摘要】

SDG 11.7 強調城市應確保全民皆能公平、安全且便利地接觸公共綠地(UN, 2015)。都市綠地不僅具備降溫、空氣淨化與生態涵養等環境效益，更能促進身體活動、減少心理壓力並強化社區連結，對提升居民健康與生活品質具有關鍵意義(WHO, 2016)。然而，綠地的分布、設施品質與交通可達性在城市中往往分布不均，導致不同社會群體在綠地取得上的機會存在差異，進而引發空間與健康正義的問題(Wolch et al., 2014)。

本研究以臺北市為案例，關注「誰能接近綠地」這一核心問題。研究以行政「里」為分析單元，整合土地利用現況與人口統計資料，並應用 Urban Nature Access 模型，量化不同人口群體在合理可及距離內的綠地機會，並檢視人口結構與社經條件對綠地可及性的影響。

研究結果揭示：臺北市雖整體綠地面積不低，但在人均分布與實際可及性之間存在落差，不同行政區及人口群體在綠地取得上亦顯示出顯著不均衡。部分弱勢或高密度地區居民，即使人均綠地數據尚可，實際生活中的接觸機會仍受限。

本研究指出，僅以總綠地面積評估都市綠地狀態已不足以反映公平性。透過可及性與群體差異的空間分析，能更精準揭示都市綠地配置的不均，並為推動健康與社會正義導向的都市綠地政策提供參考。

【關鍵字】 都市綠地、公共健康、綠地可及性、社會公平性、Urban Nature Access

¹東海大學景觀學系 碩專班研究生

²東海大學景觀學系 副教授

³東海大學景觀學系 碩專班研究生

*通訊方式：E-mail: yoyoyuan@go.thu.edu.tw

運用評價構造法探討恆春半島遊程之魅力因子研究

Exploring the Attractive Factors of Tourism Itineraries in the Hengchun Peninsula Using the Evaluation Grid Method (EGM)

陳亭蓉^{1*} 黃柔錚² 張嘉玲³
Ting-Jung Chen Rou-Chun Huang Chia-Ling Chang

【摘要】

恆春半島作為台灣最南端的重要觀光地區之一，擁有豐富的自然與人文資源，包括壯麗的海岸風光、多樣的生態環境、歷史悠久的城門古蹟，以及獨具地方特色的美食文化。隨著旅遊產業的快速發展與遊客需求日益多元，恆春半島正面臨如何提升旅遊魅力、在保育與發展之間取得平衡，以及提高整體遊客滿意度等多重挑戰。此外，季節性旅遊波動、國際旅遊市場競爭加劇，以及新興旅遊模式（如小團體深度旅遊、個人化行程設計）的衝擊，也使地方旅遊規劃更需精準掌握遊客偏好與市場脈動。在此背景下，深入了解並提升恆春半島遊程的魅力因素，對於促進地方經濟與觀光產業的可持續發展，具有重要戰略意義。

本研究旨在探討恆春半島遊程的魅力因子，採用魅力工學評價構造法（Evaluation Grid Method, EGM），透過深度訪談與層級分析，萃取出影響遊客體驗與選擇的主要魅力屬性。研究結果指出，恆春半島的魅力主要可歸納為六大主因：(一) 自然景觀、(二) 美食、(三) 適合大眾、親子、休閒旅遊、(四) 歷史古蹟、(五) 有冷氣設施的場所、(六) 個人化的偏好與體驗。從擁有優美海灘與夕陽的自然景點，到能夠增廣見聞的文化歷史據點，從深受喜愛的海產美食，到可滿足親子、全齡遊客的多元景點，乃至結合網紅打卡、美照分享等個人化活動體驗，甚至提供有冷氣的設施空間讓遊客避暑與休憩，皆共同構成恆春半島旅遊的多層次吸引力。研究成果可作為恆春鎮公所、觀光局及相關旅遊業者在規劃遊程與推廣活動時的重要參考，有助於提升整體旅遊品質與吸引力，進而促進當地觀光產業的永續發展。

【關鍵字】 恆春半島、魅力因子、魅力工學評價構造法

¹國立臺東大學數位媒體與文教產業學系 研究生

²國立臺東大學數位媒體與文教產業學系 研究生

³國立臺東大學數位媒體與文教產業學系 副教授

*通訊方式：屏東縣恆春鎮北門路 39 巷 26 號。E-mail: s10038e@gmail.com

景觀環境中的反射成像表面對於封閉感的影響之研究

The impact of reflective surfaces on the perceived enclosure in landscape environments

盧芃妤^{1*} 鄭佳昆²
Peng-Yu Lu Chia-Kuen Cheng

【摘要】

封閉感是景觀研究中常被關注的議題，它不僅直接形塑出人們對於空間的感受，也涉及感知安全上的必要性。許多研究均指出，不同的空間邊界材料對封閉感會造成不同的影響；然而，反射成像特性的材質雖已被普遍使用於空間設計之中，卻幾乎沒有實証研究探討其對封閉感的具體作用與影響機制。因此，本研究的目的即在於釐清具反射成像特性及相關的邊界材質是否會影響封閉感，並嘗試歸納出影響機制。

本研究採用實驗法，先使用3D 電腦軟體建構模擬場景以控制不同的邊界性質（邊界材質、成像清晰度、面積），再於沉浸式虛擬實境中讓受測者觀看場景，以四個變項評估其位於不同場景下的封閉感與寬敞感。由於信度分析顯示概念間彼此高度相關，因此本研究將以四問項之平均為單一指標「開放寬敞度」。結果顯示面積、成像清晰度與材質皆會影響開放寬敞程度，由低至高分別為「全牆面」<「鏡面」<「玻璃」<「孔隙」。其中，鏡面邊界的開放寬敞程度介於全牆面邊界跟玻璃邊界之間，顯示空間中的反射面在成像清晰度高的情況下，的確能降低封閉感和提升寬敞感，但效果仍不及玻璃。面積在鏡面開的放寬敞感的影響則需視成像清晰度而定，清晰鏡面隨面積增加，開放寬敞感也呈現上升的趨勢；而模糊的鏡面無論面積大小，都不會對開放寬敞感造成影響。推測原因在於模糊的鏡面影像無法提供明確的環境資訊，因此與一般牆面的感知差異不大。

整體而言，開放寬敞感與反射表面的成像清晰程度及面積呈正相關。鏡面較玻璃與具孔隙之牆面具較低的開放寬敞感，但依然能提升相較全牆面空間的開放寬敞感。本研究結果可確立空間設計中常用的反射成像表面與空間感知之間的關係，並做為未來通透性及反射性材質於空間設計中應用的重要參考。

【關鍵字】封閉感、寬敞感、鏡子、反射、景觀

¹國立臺灣大學園藝暨景觀研究所 研究生

²國立臺灣大學園藝暨景觀研究所 副教授

*通訊方式：台北市大安區基隆路四段 138 號 201 研究室。E-mail: R14628303@gmail.com

景觀步道之遊憩衝擊監測研究：結合公民科學資料與影像辨識之分析

Assessing Recreational Impact on Landscape Trails through Citizen Science Data and Image Recognition Analysis

莊詠凱¹ 原友蘭^{2*} 黃信凱³
Yung-Kai Chuang Yu-Lan Yuan Hsin-Kai Huang

【摘要】

台灣推動山林開放政策，登山健行活動快速普及，自然步道面臨日益嚴峻的遊憩壓力與環境退化挑戰。步道衝擊如土壤沖蝕、捷徑化、樹根裸露與坡面崩塌，已成為影響生態系完整性與遊憩安全的重要課題。近年來，公民科學平台「台灣步道守護網(iTrail)」鼓勵民眾以手機拍照上傳回報步道狀況，雖能快速蒐集大規模資料，但因參與者專業背景與經驗差異，偶有出現誤判或漏報情況，造成影像標記分類與實際衝擊類型不符。此一限制使得回報資料難以直接作為決策依據，極需引入科學化驗證機制以確保公民數據品質。

本研究提出以YOLO人工智慧的影像辨識架構，目的在訓練一個能夠準確辨識四大主要步道衝擊型態的模型，分別為：(1) 沖蝕(erosion)、(2) 樹根裸露(root exposure)、(3) 捷徑化／複線化(trail shortcutting/multipath)、以及(4) 崩塌(landslide/collapse)。此舉不僅能改善公民回報資料的可用性，更為未來自動化步道監測系統奠定基礎。

研究方法包含三大步驟。首先，在資料蒐集與標註階段，以iTrail平台累積的公民回報影像為主要來源，由研究團隊進行影像中衝擊特徵標註分類，建立標準化的訓練資料集。其次，在模型訓練階段，將進行客製化調整，包括設定適切的網路架構與超參數，並透過數據增強(data augmentation)技術增加影像多樣性，以提升模型對光線、季節、拍攝角度與地貌差異的適應性。最後，在模型驗證階段，以獨立的測試資料集進行性能評估，並與專家判讀結果進行比對，使用準確率(accuracy)、召回率(recall)、精確率(precision)與F1-score作為主要指標，檢視模型在不同衝擊類型上的辨識效能。

研究預期成果包括：其一，建立一套能自動化判別四大步道衝擊的AI模型，作為檢視公民回報數據正確性的工具；其二，透過AI初步篩選，能快速發現錯誤標記或潛在漏報，顯著降低人工審查的損耗；其三，為步道永續管理提供一個兼具大規模參與(公民科學)與高準確性(人工智慧)的混合式監測模式。可望為台灣山徑保育與管理單位提供即時且可信的監測數據，展現數位技術在自然資源管理中推動「效率化」、「自動化」

¹東海大學景觀學系 碩專班研究生

²東海大學景觀學系 副教授

³東海大學景觀學系 碩專班研究生

*通訊方式：E-mail: yoyoyuan@go.thu.edu.tw

與「參與式」治理的潛力。不僅回應公民科學數據品質不足的挑戰，更在數位轉型下，結合人工智慧與公眾參與，支持環境治理的科學化與永續化。

【關鍵字】 公民科學、影像辨識、YOLO、步道衝擊、永續管理、台灣步道守護網

基於自然的解決方案於都市水圳整治之探討—以彰化八堡二圳田 中段為例

Application of Nature-Based Solutions in Urban Irrigation Canal Restoration: The Case of the Babao Second Canal, Tianzhong Section, Changhua

石立德^{1*} 莊士瑩² 吳佩玲³ 黃宜瑜⁴ 廖賢波⁵ 沈同生⁶
Li-De Shi Shih-Ying Chuang Pei-Ling Wu Yi-Yu Huang
Shian-Po Liao Tung-Sheng Shen

【摘要】

近年全球極端氣候影響日益加劇，暴雨事件與都市熱島效應頻繁發生，導致都市地區排水不及、淹水災害與環境惡化問題層出不窮。水圳系統做為農業灌溉的重要基礎設施，更是承擔都市排水調節、降溫調適與生態緩衝的功能，在都市韌性與永續發展中扮演重要的角色。

現今多數水圳在整治改善時面臨多重挑戰，土地遭非法佔用導致水圳斷面縮減，民生廢水與垃圾隨意排放加速水質惡化，渠岸硬化缺乏生態功能，公共管理與維護不足，造成水圳逐漸失去原有效益，甚至引發居民對使用安全與環境衛生的疑慮。八堡圳啟用至今已有超過300年的歷史，灌溉彰化縣超過一半的農田，使彰化有「臺灣米倉」的美譽，但八堡二圳田中段因土地使用糾紛及管理問題，使得改善計畫遲遲未能落實，然而，田中段緊鄰學校、市區與主要道路，不僅承載灌溉功能，更是居民日常散步、休憩與社區連結的重要空間。

本研究目的希望透過基於自然的解決方案（Nature-Based Solutions, NBS），將水圳從單純的工程治理轉型為兼顧生態修復、居民參與與公共使用的空間，不僅可提升環境韌性，也能促進地方社區的永續發展。基於自然的解決方案（NBS）是指利用自然過程和生態系統來應對氣候變遷、城市化和生物多樣性喪失等社會挑戰的方法。NBS 因其能夠帶來多重效益（包括增強環境復原力、增進人類福祉和創造經濟價值）的潛力而日益受到認可，但其實施和有效性取決於具體情況、利益相關者的參與和嚴謹的評估。

透過問卷與居民訪談，調查周邊使用者對圳道整治的意見，並深入訪談土地佔用戶的看法及拆遷意願。同時，多次與農田水利署彰化管理處及里長溝通，蒐集官方與地方

¹東海大學景觀學系 研究生

²東海大學景觀學系 兼任助理教授

³東海大學景觀學系 副教授

⁴東海大學景觀學系 副教授

⁵東海大學景觀學系 兼任助理教授

⁶東海大學景觀學系 兼任助理教授

*通訊方式：E-mail: a0976356308@gmail.com

觀點，掌握計畫推動的阻力與契機。

調查顯示，逾六成居民每日會經過或使用八堡圳，最常見行為為散步、串門與通勤，而期待的空間特質為「遮蔭、可坐、可散步」的景觀空間。綜合問卷、訪談及會議成果，本研究在保有灌溉與排水功能前提下，提出整治規劃，釋放土地再利用，並整合圳道綠帶與人行動線。並進一步提出四大設計策略：1.重建視線與通行網路2.建立生態與舒適步行環境3.打造共融及多時段的休憩空間4.延續在地文化以提升居民歸屬感，透過此四大策略，水圳不僅恢復基本灌溉及排水功能，更轉型為兼具生態修復、居民生活與文化傳承的都市藍綠基盤，創造長遠社會與環境效益。

【關鍵字】 基於自然解決方案、居民參與、社區永續、水圳整治

鳳凰自然教育園區櫻花季遊憩體驗之研究

Recreational Experiences during the Cherry Blossom in Fonghuang Nature Education Area

周宏祈¹ 王介鼎¹ 蕭文偉¹ 陳勇至^{1*}
Hong-Chyi Jhou Chieh-Ting Wang Wen-Wei Hsiao Yung-Chih Chen

【摘要】

賞花活動已是現今一種流行的休閒遊憩和文化現象，常導致旅遊地區於短時間內湧入大量遊客，進一步影響遊客的遊憩體驗。因此，遊憩體驗與擁擠知覺之間的關聯性逐漸成為研究關注的核心議題。本研究以臺大實驗林鳳凰自然教育園區為例，透過櫻花季期間實地進行問卷調查，評估遊客的遊憩體驗及擁擠知覺。研究結果顯示，遊客對於園區的整體滿意度平均評分為3.83分，重遊意願為3.95分，且若園區無櫻花景觀，遊客的再訪意願會降低。本研究受訪者對於擁擠的接受程度屬於中等，並認為櫻花季時園區的擁擠程度尚可接受，對賞花樂趣的影響亦屬中等。相關性分析結果顯示，遊客對於擁擠接受度的高低是影響其滿意度與重遊意願的重要因素，且兩者之間呈現顯著正向關係，顯示在賞櫻活動期間，適度的人流密度對於維持遊憩品質與提升遊客滿意度具有重要意義。基於研究結果，建議園區規劃不同季節的花卉展示，以吸引淡季遊客，平衡季節性人流差異；增強餐飲選項的多樣性與提供具地方特色的產品選購，延長遊客停留時間並提高重遊頻率，充分發揮其遊憩功能，更能提升其整體經濟與社會價值。

【關鍵字】花季、擁擠知覺、滿意度、重遊意願

¹國立臺灣大學生物資源暨農學院實驗林管理處

*通訊方式：南投縣竹山鎮前山路一段 12 號。E-mail: yungchihchen@ntu.edu.tw

傳統市場通路對職業婦女吸引因素及購買意願之研究

A study on the attractiveness and purchasing intention of physical market channels for working women

林佳馨^{1*} 劉馨嵐²
Chia-Hsin Lin Hsin-Lan Liu

【摘要】

在超市與電子商務快速崛起的時代，傳統市場正逐漸式微，根據公共電視2024年的報導，近3年，全台收掉了91個公有零售市場，占全台總數超過15%的比例，然而傳統市場是每個都市歷史與文化的縮影，即使在購物管道多元的今日，仍有它存在的重要價值。有鑒於目前傳統市場通路的相關文獻中，較少針對職業婦女的特性與需求做相關的研究，面對新零售時代的挑戰，本研究將透過問卷調查法以職業婦女為對象，聚焦體驗行銷與知覺價值兩個構面，探討其如何影響職業婦女對實體市場的整體評價與購買決策。回收的問卷總數為326份，無效問卷8份，總計回收318份有效問卷，回收率高達97.5%。由相關分析結果得知，體驗行銷與知覺價值($r=0.778$)、體驗行銷與購買意願($r=0.712$)、知覺價值與購買意願($r=0.729$)皆為高度相關 ($p<0.001$)。另外由迴歸分析結果得知，體驗行銷對購買意願標準化迴歸係數為 $\beta=0.367$ ($t=4.511$, $p<0.001$) 非常顯著，表示體驗行銷對購買意願的影響達顯著水準。知覺價值對購買意願標準化迴歸係數為 $\beta=0.443$ ($t=5.448$, $p<0.001$) 非常顯著，表示知覺價值對購買意願的影響達顯著水準。研究結果顯示，職業婦女仍傾向選擇傳統市場作為主要通路，特點是新鮮度高、選擇多樣與可親自挑選商品，且價格相對便宜與議價彈性，富有人情味帶來社會連結與熟悉感。建議業者持續保持「當日新鮮」的優勢、建立品質檢驗標章或導入品牌化提升信任感、提供多元快速結帳服務或數位線上預定服務減少消費者等待時間、積極轉型為複合型賣場、增設美食廣場及多樣化休憩空間、延長營業時間、舉辦親子市集活動、提供試吃與文創攤商的加入，讓逛傳統市場成為新休閒生活方式。

【關鍵字】 傳統市場、吸引因素、購買意願

¹忠泰建設股份有限公司 董事長秘書，中國文化大學 研究生

²中國文化大學 副教授

*通訊方式：台北市中山區明水路 397 巷 7 弄 60 號 3 樓之 4。E-mail: chia@jut.com.tw

東海大學文理大道鋪面更新再造景觀設計導入淨零碳排專案

Net Zero Carbon Emission Project for Tunghai University Wen-Li Boulevard Pavement Renewal and Landscape Redesign Waterfront Park

余士豪^{1*} 許正杰² 李友平³ 楊雨蒼⁴ 莊詠凱⁵
Shih-Hao Yu Cheng-Chieh Lee Youe-Ping Yang Yu-Tsang Hsu Yung-Kai Chuang

【摘要】

此專案旨在響應研討會「永續休閒、遊憩景觀：2050議程」主題，並將淨零碳排理念與技術全面融入東海大學文理大道景觀設計，期在不影響校園既有歷史人文與學習活動的前提下，規劃出優質且具永續效益的鋪面改善方案。

專案的核心目標是透過新舊設計的差異，實現至少10%的碳減排效益，並預計減少約427公噸的二氧化碳排放。設計理念採「文化底蘊、淨零碳排與永續工法」的整合思維。關鍵策略高度關注材料生產、運輸與施工階段的「隱含碳」排放，其約佔景觀專案碳排放的75%。為此，專案優先採用「足夠性」原則，最大化現有設施的再利用與在地回收材料的使用。同時，透過透水鋪面、策略性植栽配置（如原生植物）等自然解方（Nature-based Solutions, NbS），增強碳固存能力及水資源管理效能。設計亦著重微氣候調節與能源效率提升，例如運用樹木遮蔭、防風設計及太陽能照明。

此專案預計將帶來顯著的環境與經濟效益，不僅提升校園環境品質，降低營運成本，更展現景觀設計在永續發展中的引領角色。透過此整合性專案管理計畫書，本研究旨在為休閒、遊憩與觀光領域，在應對全球變遷挑戰下，提供永續景觀實踐與淨零碳排目標達成之實務典範，並積極呼應多項聯合國永續發展目標（SDGs）。

【關鍵字】淨零碳排、景觀設計、永續發展、自然解方、隱含碳、透水鋪面

¹東海大學景觀學系 碩專班研究生

²東海大學景觀學系 碩專班研究生

³經濟部水利署第四河川分署 分署長

⁴東海大學景觀學系 碩專班研究生

⁵東海大學景觀學系 碩專班研究生

*通訊方式：E-mail: CIAG021177@gmail.com

當韌性應用於觀光：系統性文獻回顧

Resilience in Tourism: A Systematic Literature Review

黃裕森^{1*} 李梓彥² 曾慈慧³ 丁志堅⁴
Yu-Sum Wong Tsz-Yin Li Tzu-Hui Tseng Tsu-Jen Ding

【摘要】

本研究採系統性文獻回顧法，整合與分析當代旅遊韌性研究的核心觀點 (Félix, Ariya, & Omagwa, 2024; Jiang, Ritchie, & Verreynne, 2019)。並利用PRISMA為框架，對2012年至2024年間的九篇關鍵學術文獻進行篩選與分析，梳理旅遊韌性概念的演進、影響觀光韌性的因素，並探討COVID-19後的研究趨勢。

本研究以PRISMA為框架：

- 納入與排除標準：納入標準為探討旅遊業、韌性、危機或災害相關主題的英文學術期刊文章。
- 資料來源與篩選：透過關鍵字檢索共計獲得數千篇文獻。最終鎖定並選取九篇與韌性旅遊主題高度相關的關鍵文獻進行深入分析涵蓋了質性個案研究、混合方法研究及理論建構等類型。
- 綜合分析：提取每篇文獻的核心主題，包括韌性的定義、脆弱性評估、調適能力的構成要素。最後，採整合性分析法，將各文獻的觀點進行比較與綜合，歸納出共同的研究發現與理論缺口。

觀光韌性的三階段概念源於生態學 (Félix, Ariya, & Omagwa, 2024)，而在觀光情境下可理解為：

1. 吸收衝擊：面臨突發危機時，吸收其經濟損失，避免產業結構崩潰 (Jiang, Ritchie, & Verreynne, 2019)。
2. 恢復與適應：透過調整營運或轉移市場以適應新常態 (Ghaderi, Mat Som, & Henderson, 2012)。
3. 預期與轉型：將危機視為轉機 (Félix, Ariya, & Omagwa, 2024)，利用停滯期進行升級，實現往永續、高品質旅遊的「躍升轉型」(Calgaro, Lloyd, & Dominey-Howes, 2014;)

¹國立清華大學環境與文化資源學系 研究生

²國立清華大學環境與文化資源學系 研究生

³國立清華大學環境與文化資源學系 教授

⁴國立清華大學環境與文化資源學系 副教授

*通訊方式：E-mail: wongyusum0105@gmail.com

Sigala, 2020)。

韌性的核心在於降低「脆弱性」並建構「調適能力」(Calgaro, Lloyd, & Dominey-Howes, 2014; Félix, Ariya, & Omagwa, 2024)。

脆弱性展現於兩個層面：

- **遊客的脆弱性**：遊客因身處陌生環境與語言隔閡，在災時難以獲取援助，增加管理複雜性 (Becken & Hughey, 2013)。
- **觀光企業的脆弱性**：中小型企業因財務資源有限且高度依賴單一客源，面對衝擊時極為脆弱 (Biggs, Hall, & Stoeckl, 2012)。

而有調適能力是韌性的體現，包括：

- **治理與規劃的整合**：需改善觀光部門與官方災管體系的薄弱連結，將觀光業納入官方的減災、整備、應變、復原框架 (Becken & Hughey, 2013)。
- **組織的動態能力**：企業需具備超越標準流程的能力，能迅速培訓員工、改造空間或開發新科技以應對變局 (Jiang, Ritchie, & Verreynne, 2019)。
- **社會資本與嵌入性**：在地小型企業可運用家族社區網絡(社會資本)獲得支持；當觀光非家庭唯一收入時，更能抵禦產業蕭條 (Biggs, Hall, & Stoeckl, 2012; Dahles & Susilowati, 2015)。
- **典範轉移的需求**：後疫情時代，觀光業的成功指標應從追求經濟增長，轉向重視在地居民福祉、生態健康與文化傳承的永續模式 (Sigala, 2020; Cheer, 2020)。

本研究發現韌性取決於治理體系的整合、組織內部的動態能力，以及根植於地方的社會資本。面對全球性危機的挑戰下，觀光業的未來發展需要強化危機管理，並將人類福祉納入發展目標，朝向一個更永續的方向邁進。

【關鍵字】 韌性旅遊、調適能力、動態能力、危機管理

社區對海平面上升的認知與調適：對南卡羅來納州沿海旅遊觀光地土地利用的影響

Community Perceptions and Adaptation to Sea-Level Rise: Impacts on Land Use in South Carolina's Coastal Tourism Destinations

曾子瑄^{1*}

Tzu-Hsuan Tseng

查爾斯·錢斯勒²

Charles Chancellor

【摘要】

氣候變遷所引發的海平面上升（Sea-Level Rise, SLR）對全球沿海社區造成重大威脅。根據美國國家海洋暨大氣總署（NOAA, 2022）的估計，未來三十年（2020–2050）海平面將再上升 10 至 12 英吋，破壞性洪水事件的發生頻率增加超過十倍。到了本世紀末，美國沿岸地區可能有超過 1300 萬人口因海平面上升而面臨居住環境的威脅（Hauer et al., 2016）。南卡羅來納州（South Carolina）的沿海旅遊城市如默特爾海灘（Myrtle Beach）、查爾斯頓（Charleston）及希爾頓頭島（Hilton Head Island）長期依賴觀光產業作為經濟支柱，然而，沿岸侵蝕、淹水與基礎設施損害等問題正逐步削弱其永續發展與社區韌性（community resilience）。

雖然科學界對海平面上升的風險已有廣泛共識，但在地方治理與社區層次，仍存在兩項主要挑戰。第一，社區對於海平面上升風險的認知不足或不精確，導致民眾難以支持相關調適政策（Priestley et al., 2021）。第二，政策與土地使用之間存在落差，即使部分地區已規劃調適措施，但在具體土地利用實踐上，往往受到短期經濟利益與政策延宕的限制，造成調適行動與長期韌性目標之間的不一致（McNamara et al., 2023）。

本研究旨在探討南卡羅來納州三個主要沿海旅遊觀光社區：默特爾海灘（Myrtle Beach）、查爾斯頓（Charleston）及希爾頓頭島（Hilton Head Island），如何認知海平面上升風險，以及這些認知如何影響其調適策略與土地利用決策。研究採取混合研究方法（mixed methods）設計，第一階段將透過深度訪談蒐集地方政府官員與專業人員的意見，以掌握政策規劃與治理實況；第二階段則進行居民問卷調查，分析大眾對風險的認知、態度與支持程度。此一「質性—量化」的連續研究設計（exploratory sequential design）有助於確保問卷題項能夠呼應地方背景與居民實際關切的重點，並提高研究結果的效度與政策參考價值。

研究理論基礎採用「韌性理論」（Resilience Theory），強調社會—生態系統在面對外部衝擊時的吸收、調適與轉型能力（Lew et al., 2016）。在沿海旅遊社區的脈絡下，韌性不僅指災後回復，更包含長期因應氣候風險的制度與社區轉型。本研究亦結合「永續

¹Clemson University, Graduate student

²Clemson University, Associate Professor

*通訊方式：桃園市八德區廣福路 879 巷 97 號。E-mail: ttseng@clemson.edu

觀光」與「社區韌性」的概念，檢視如何在經濟發展、社會文化保存與環境保護之間取得平衡，並確保土地使用政策能兼顧短期生計與長期永續。

本研究的貢獻有三方面。首先，在學術上，將補足以往對南卡羅來納州旅遊社區如何認知並回應海平面上升的經驗研究不足，並透過比較不同城市的差異，凸顯區域間的脆弱性與應變模式。其次，在政策面，研究成果可為決策者提供具體建議，協助縮短社區認知與政策執行的落差，推動以社區為基礎的調適方案。最後，在實務應用上，本研究可支持地方觀光與土地規劃單位發展更具前瞻性的調適策略，提升基礎設施、自然資源與社區居民在氣候風險下的整體韌性。

【關鍵字】 海平面上升、永續旅遊、土地利用永續化、社區韌性

國小高年級學童使用智慧型手機之休閒行為、休閒動機及休閒滿意度之城鄉差異

Urban-Rural Differences in Smartphone Usage Behavior, Leisure Motivation, and Leisure Satisfaction Among Senior Elementary School Students

尤聖涵^{1*} 李彥希²
Sheng-Han Yu Yen-His Li

【摘要】

2021年COVID-19 疫情在全球蔓延，對教育和日常生活產生深遠影響。在此期間，學生逐步從傳統的面對面教學轉向線上學習，「停課不停學」的政策下，智慧型手機和平板電腦成為主要的學習工具。然而在疫情後，遠端學習需求減少，但學童使用智慧型手機進行休閒活動的頻率卻未顯著下降。智慧型手機如今已不僅僅是通訊工具，更提供了多樣化的娛樂和社交功能，如手機遊戲(包含線上遊戲)、社群平台(如Facebook、Threads、Instagram)、即時通訊(如Line)以及串流影音媒體(如YouTube、TikTok)等。

本研究旨在探討國小高年級學童使用智慧型手機之休閒行為、休閒動機與休閒滿意度的現況，並深入分析三者間的關聯性，同時檢驗「城鄉差異」是否在休閒動機影響休閒滿意度的過程中扮演調節角色。本研究採線上問卷調查法，以519位國小高年級學童為研究對象。研究結果顯示：1.不同國小高年級學童使用智慧型手機之休閒行為變項對休閒動機呈現正相關。2.不同國小高年級學童使用智慧型手機之休閒行為變項對休閒滿意度呈現正相關。3.不同休閒動機變項對於國小高年級學童使用智慧型手機之休閒滿意度呈現正相關。4.國小高年級學童使用智慧型手機的休閒動機能有效預測休閒滿意度。5.城鄉差異對國小高年級學童使用智慧型手機的休閒滿意度沒有顯著影響，未能在休閒動機與休閒滿意度的關係中扮演調節角色。主流的數位串流平台、社群平台與熱門手遊呈現了強大的文化流通及穿透力，它們所提供的內容與互動模式，創造了一種模糊城鄉界線的「共同數位文化」。

【關鍵字】 智慧型手機、休閒動機、休閒滿意度、城鄉差異

¹國立虎尾科技大學休閒遊憩系 碩專班研究生

²國立虎尾科技大學休閒遊憩系 副教授

*通訊方式：雲林縣虎尾鎮文化路 64 號。E-mail: 11270308@nfu.edu

傳統文化圖騰在遊憩區景觀設計運用之研究—以龍圖騰在休閒景區之規劃設計運用為例

Integrating Traditional Cultural Totems into Recreational Landscape Design: A Case Study of Dragon Totem in Leisure Parks

秦嘉遠^{1*}

Chia-Yuan Chin

【摘要】

傳統文化圖騰作為一種具有高度象徵性與地域辨識度的文化符號，不僅承載族群的歷史記憶、精神信仰與審美趣味，也在當代景觀規劃設計中扮演塑造空間意境與提升場域文化價值的重要角色（Ke & Xu, 2024）。在遊憩區與商業休閒空間的開發過程中，圖騰的應用不僅僅是視覺符號（visual sign），更同時具備敘事載體（narrative carrier）與詮釋教育功能（interpretive function）（Huang, 2023）。然而，實踐中往往面臨兩項挑戰：其一，如何避免表層化、裝飾化與過度商業化；其二，如何在現代材料與施工技術條件下，仍保留文化意涵與符號美感的完整性（Zhao, Li, & Wang, 2025）。因此，在尊重文化語境的同時，追求設計的可施工性、可維護性與能強化遊憩體驗的文化轉譯，已成為當代景觀設計的重要課題。

本研究以「傳統文化圖騰在遊憩區景觀設計運用之研究」為主題，聚焦於龍圖騰在景區與商業休閒空間的設計實踐。龍在中華文化中具有獨特且深遠的象徵意涵，涵蓋權威、吉祥、自然調和與超自然力量等多層面內涵，並在不同地域的建築構件、工藝紋飾與民間傳說中呈現多樣演繹（Wang, 2022）。本研究的目標包括：（1）探討傳統圖騰符號在現代景觀語境中的轉譯方法；（2）分析圖騰在不同類型空間中依功能需求所呈現的設計策略；（3）建立兼顧文化價值、空間功能與使用者體驗的圖騰應用模式。

研究方法採跨領域取徑。首先透過文獻回顧，萃取龍圖騰之核心語意與地域變體，並提出「三層轉譯框架」：語意萃取（Semantic Extraction）、形態重構（Formal Reconstruction）與體驗實踐（Experiential Embedding），作為設計流程的理論藍圖。其次，以自己主持的一個實務案例操作進行分析與印證：

——臨安「龍門秘境」景區規劃設計——以「龍」的文化象徵與在地山水意境為核心設計語彙，將龍紋、龍彩與雲紋元素轉化運用於入口廣場、景牆、遊具與導視系統中，強調在地文化轉譯並結合天然石材、鋼構、FRP、玻璃、遊憩設施等現代材料與工藝，既強化自身主題的鋪陳與延續，也兼顧耐候性與維護性。

案例實踐的圖說與照片展現了景區設計當著重文化與自然的有機結合，以及敘事完

¹東海大學景觀學系 助理教授

*通訊方式：E-mail: chin.ccy@thu.edu.tw

整性；進一步的實質設計(細部設計)更說明了互動性、功能性與對市場的吸引力也不容或缺。整體案例的執行說明了符號轉譯、空間創新與材料工法的應用，是圖騰設計運用成功的關鍵。

結論指出，傳統文化圖騰在遊憩區規劃設計中的應用，應透過「文化解讀、形態轉譯、功能融合、體驗營造」四個面向進行系統化安排，並借助創新材料與數位科技拓展文化表達與教育層次。未來可嘗試發展圖騰設計的評估模型與文化資料庫，為景觀設計師與規劃者提供精準且具文化深度的設計依據，實現文化傳承與空間創新的雙重目標。

【關鍵字】 傳統文化圖騰(Traditional Cultural Totems)、龍圖騰(Dragon Totem)、文化景觀(Cultural Landscape)、景觀設計(Landscape Design)、遊憩區規劃(Recreational Area Planning)、符號轉譯(Symbolic Translation)、體驗設計(Experiential Design)、在地化設計(Localized design)

遊憩者目的地屬性與地方依附之研究：兼論遊憩環境契合度之調節作用

A Study on Destination Attributes and Place Attachment of the Recreationist: with Moderating Effect of Recreationist Environment Fit

陳建良¹ 劉盈嫻^{2*} 許孟爵³ 張鳳書⁴
Chien-Liang Chen Ying-Chan Liu Meng-Chueh Hsu Feng-Shu Chang

【摘要】

本研究旨在探討遊憩者對休閒遊憩目的地屬性、地方依附與遊憩環境契合度之關聯，並進一步檢驗遊憩環境契合度所扮演的調節角色。研究以日月潭國家風景區為調查場域，採用自填式問卷調查法，共回收有效樣本697份，並透過結構方程式模型進行實證分析。研究結果顯示，目的地屬性與遊憩環境契合度皆對地方依附的形成具有顯著影響，且遊憩環境契合度確實發揮調節效果。進一步分析指出，地方依附的形成主要來自於休閒遊憩目的地與遊憩環境之契合程度；當此契合透過個體與遊憩環境的相容性轉化為情感依戀時，不僅能促進遊憩者追求身心健康，亦能強化其對環境的情感認同與保護意識。本研究不僅擴展了遊憩行為與地方依附領域的學術知識，也為休閒遊憩者及管理單位在環境規劃與經營管理上提供實務參考。

【關鍵字】目的地屬性、地方依附、遊憩環境契合度

¹國立暨南國際大學經濟學系 菁英特聘教授

²銘傳大學休閒遊憩管理學系 專案助理教授

³弘光科技大學老人福利與長期照顧事業系(所) 助理教授

⁴國立暨南國際大學新興產業策略與發展博士學位學程 博士生

*通訊方式：桃園市龜山區德明路 5 號。E-mail: annieliu0925@mail.mcu.edu.tw

2025 第 27 屆休閒、遊憩、觀光學術研討會暨國際論壇
論文集

主 編：中華民國戶外遊憩學會

主辦單位：中華民國戶外遊憩學會、東海大學景觀學系

發行人：郭彰仁、黃宜瑜

編 輯：黃宜瑜、黃章展、呂姿儀、林弘祥

發行所：中華民國戶外遊憩學會

通訊地址：114026 臺北市內湖區南京東路六段 150 號 4 樓之 1

電 話：0988-823869

出版日期：2025 年 9 月

論文集電子檔下載網址：<http://ithu.tw/2025papers>

※ 版權所有 敬請尊重著作權法相關規定 ※