

南華大學管理學院文化創意事業管理學系

碩士論文

Department of Cultural & Creative Enterprise Management

College of Management

Nanhua University

Master Thesis

澎湖特色民宿經營模式之研究－以澎湖人魚之丘為例

Study on the Business Model of Penghu Characteristic B&B--

A case of La villa de la sirene Penghu B&B As the Example

莊又臻

Yu-Chen Chuang

指導教授：趙家民 博士

黃昱凱 博士

Advisor: Chia-Min Chao, Ph.D.

Yu-Kai Huang, Ph. D.

中華民國 108 年 6 月

June 2019

南華大學  
文化創意事業管理學系

碩士學位論文

澎湖特色民宿經營模式之研究—

以澎湖人魚之丘為例

Study on the Business Model of Penghu Characteristic B&B--

A case of La villa de la sirene Penghu B&B as the Example

研究生： 符又臻

經考試合格特此證明

口試委員： 謝知昂  
施能木  
趙子元

指導教授： 趙子元 黃凱

系主任(所長)： 楊政郎

口試日期：中華民國 108 年 6 月 1 日

南華大學文化創意事業管理學系 107 學年度第 2 學期碩士論文摘要

論文題目：澎湖特色民宿經營模式之研究－以澎湖人魚之丘為例

研究生：莊又臻

指導教授：趙家民 博士

黃昱凱 博士

### 論文摘要內容：

澎湖民宿需以何種方式發展正確管理策略；大部份經營者對於可利用的豐富自然與人文資源不知如何善加利用，因此無法有效發展適當管理策略，然而效率也較差，使民宿的特色無法彰顯出來，且吸引不到消費者，以致於失去競爭上優勢；民宿經營者大部分是以個體經營模式，因此一般民宿業者並無專業經營管理的經驗及理念。以人魚之丘為例，其建築與環境結合，追求經營與環境的永續，看其如何在民宿林立的澎湖佔有一席之地。研究以深度訪談法，分別對個案的相關人員進行深度性訪談，探討個案經營管理、行銷策略等問題，以受訪者本身、公司員工、同業業者、風景管理處及遊客等面向，受訪者自由論述其主觀意見及提出說明，以供整理探討。

在此立基下，唯有將不同的經營方式及創新的觀念導入，整合澎湖地區各種跨領域專業，以異業結盟或同業互助的方式，運用創新營運思維，讓澎湖躍進世界舞台成為一顆發亮之星。

關鍵字：澎湖人魚之丘、澎湖民宿、經營行銷

**Title of Thesis: Study on the Business Model of Penghu**

**Characteristic B&B--A case of La villa de la sirene Penghu B&B As the Example**

**Graduate date:** June 2019

**Degree Conferred:** M.B.A.

**Name of student:** Yu-Chen Chuang

**Advisors:** Chia-Min Chao, Ph.D

Yu-Kai Huang, Ph.D

### **Abstract**

The way in which Wuhu B&B needs to develop a proper management strategy; most operators do not know how to make good use of the rich natural and human resources available, so they cannot effectively develop appropriate management strategies, but the efficiency is also poor, making the characteristics of the B&B impossible. It is manifested and does not attract consumers, so that it loses its competitive advantage. Most of the hotel operators are self-employed. Therefore, the general hotel owners do not have the experience and ideas of professional management. Take the mermaid's mound as an example, the combination of architecture and environment, the pursuit of business and environmental sustainability, see how it has a place in the lakes and lakes. The study conducted in-depth interviews with relevant personnel of the case through in-depth interviews, and discussed issues such as case management and marketing strategies. The interviewees themselves, company employees, peers, landscape management offices and tourists

were interviewed. Freely discuss its subjective opinions and provide explanations for discussion.

Under this foundation, we can only introduce different business methods and innovative concepts, integrate various cross-disciplinary professions in Wuhu, and use innovative business thinking in a way of mutual business alliance or mutual help, so that Wuhu will leap into the world stage and become a Shining star.

**Keywords: La villa de la sirene Penghu, Penghu Characteristic, Business model**



# 目錄

中文論文摘要.....	i
Abstract.....	ii
目錄.....	iv
表目錄.....	vi
圖目錄.....	vii
第一章 緒論.....	1
1.1 研究背景與動機.....	1
1.2 研究目的.....	4
1.3 研究範圍與對象.....	6
1.3.1 研究範圍.....	6
1.3.2 研究對象.....	7
1.4 研究流程.....	9
1.5 研究內容.....	10
第二章 文獻回顧.....	12
2.1 民宿的定義.....	12
2.2 民宿的緣起.....	14
2.2.1 相關法規.....	15
2.3 行銷策略.....	20

2.3.1 網路行銷相關研究.....	22
2.3.2 文創行銷之相關研究.....	24
第三章 研究方法 .....	26
3.1 個案研究概述.....	26
3.2 案例研究法.....	27
3.3 訪談對象問題設計.....	29
第四章 資料分析與整理 .....	32
4.1 訪談對象.....	32
4.2 訪談問題與內容.....	32
4.3 SWOT 分析.....	42
五、結論與建議 .....	44
5.1 結論.....	44
5.2 建議.....	45
參考文獻.....	46
附錄一 訪談逐字稿 .....	49
附錄二 附圖.....	69

## 表目錄

表 1.1	107 年度澎湖縣觀光人數統計總表.....	2
表 1.2	2018 年 11 月民宿家數、房間數、經營人數統計表.....	5
表 1.4	研究流程.....	9
表 2.1	我國旅館業之分類定義.....	14
表 3.1	訪談人員基本資料 .....	29
表 4.1	民宿的經營理念及策略方向.....	33
表 4.2	民宿投資獲利狀況為何 .....	33
表 4.3	觀光旅遊推動、文創政策的實施、民宿法規的制定看法 .....	34
表 4.4	人魚之丘民宿 SWOT 分析.....	42

## 圖目錄

圖 1. 1 澎湖民宿分佈圖.....	3
圖 1. 2 人魚之丘民宿外觀.....	7
圖 3. 1 人魚之丘外觀.....	26
圖 4. 1 經營者臉書.....	36



# 第一章 緒論

## 1.1 研究背景與動機

澎湖是一個擁有豐富觀光資源、完整的歷史古蹟與文化傳統的小島，包括黃金沙灘、柱狀玄武岩地景、古厝及石滬等珍貴的文化古蹟、蔚藍海洋、手工藝品及多樣化的美食，以及綠蠵龜洄游產卵、燕鷗繁殖等豐富生態等。因此在觀光發展產業具有相當好的優勢之條件。

因觀光業盛行，澎湖地區有許多民宿經營成立(圖 1-1)，民宿業發展已成為新興觀光產業的重點發展項目之一，但隨著民宿業者大量的投入市場，或許象徵澎湖庶民經濟的起飛，但相對的，這也代表澎湖旅遊將面對「旅遊品質低落」、「環境生態遭受破壞」、「同業割喉式的削價競爭」、「產業惡性競爭」及「社會資源浪費」等問題的將隨之接踵而來。

即使觀光人數增加(表 1-1)使得澎湖民宿數量大增，但多數的民宿並未有效結合地方產業及文化資源來建立屬於自己的特色，而是一直停留在一般的住宿的型態，無法有更多創意元素帶入民宿。

表 1.1 107 年度澎湖縣觀光人數統計總表

月份	106 年			107 年			107 年觀光客增減人數
	航空人次	輪船人次	觀光客人次	航空人次	輪船人次	觀光客人次	
1	44,065	1,309	45,374	37,836	565	38,401	-6,973
2	42,322	1,058	43,380	49,663	1,686	51,350	7,970
3	49,266	1,740	51,006	54,762	1,917	56,679	5,673
4	83,900	28,896	112,796	98,989	33,137	132,126	19,330
5	121,356	56,633	177,989	122,198	39,670	161,868	-16,121
6	106,849	39,636	146,485	116,535	31,581	148,117	1,632
7	116,122	45,644	161,766	124,611	39,119	163,730	1,964
8	106,431	38,197	144,628	114,083	26,175	140,258	-4,370
9	68,430	15,664	84,094	89,865	13,243	103,108	19,014
10	70,335	10,126	80,461	79,444	2,552	81,996	1,535
11	44,320	1,397	45,717	46,221	1,262	7,483	1,766
12	56,712	124	56,836				
合計	910,108	240,424	1,150,532	934,207	190,907	1,125,116	31,420

資料來源：澎湖縣政府

因此，結合澎湖當地文化產業與現有的觀光資源，且提高住宿品質並開創出有地方文化特色的民宿，必然成為澎湖觀光產業一項相當重要的課題。

面對澎湖民宿的大量增加、不當的削價競爭、機票調漲及冬天東北季風的氣候影響，如何提高競爭力且達到永續經營的目標，是目前所有澎湖民宿必需面對的共同問題。而如何塑造成不同於一般的民宿，勢必要創造出更多具有特色的民宿，且以產業經營和文化創意的意象來塑造出更精緻且舒適的旅遊品質，如此一來才能有效的與其他的民宿有所區隔，也將有助於文化觀光旅遊的發展。

本文針對澎湖地區民宿發展行銷策略進行研究，研擬出可行且具體的行銷經營管理策略以作為參考，希望能藉此提振澎湖的文化觀光產業，且帶動地方繁榮。

圖 1.1 澎湖民宿分佈圖



## 1.2 研究目的

民宿主要是結合當地文化、自然景觀及觀光特色等因素發展而成，以家庭副業的方式經營。提供遊客舒適居住的環境與永續經營為目標是所有民宿經營者共同追求的目標，因此發展正確管理策略勢必成為最重要的一環，也是經營者在管理上所必須去面對及注重的。民宿經營者大部分是以個體經營模式，因此在經營民宿上缺乏專業經營行銷管理及理念。大部份經營者對於可利用的豐富自然與人文資源並未善加利用，因此無法有效發展適當管理策略，經營行銷管理模式的效率也相對較差，使得民宿的特色無法彰顯出來，且吸引不到消費者，以致於失去競爭上優勢。

台灣民宿經過這幾年的蓬勃發展，市場已經呈現過於飽和的狀態。導致供需失衡，結至 2018 年 11 月底全台已立案合法民宿已達 8397 家。(表 1.2-1)

澎湖民宿行銷管理策略研究仍屬缺乏，為了能夠幫助澎湖地區民宿經營者能夠有效的使用策略運經營，本研究針對澎湖地區民宿經營行銷管理進行研究，期望可以有效利用周邊的豐富自然資源與人文資源，能夠對澎湖地區之民宿經營管理有所幫助。

澎湖地區絕對有足夠的地方特色及旅遊觀光資源來推動觀光產業，但面臨人口外移，澎湖的人口結構以老人和青少年居多，在文化創意產業結合民宿發展方面也未形成趨勢，只有少數業者會以藝文創作結合民宿經營，綜合這些問題可知，如何使用文化創意產業結合的民宿經營，且運用文創商品來增加經營利益，將是澎湖民宿業者都必須審慎評估的焦點。

由於民宿的特色取決於主人的人格特質、涉入程度、知覺價值及行為意圖，因此住宿與服務品質也參差不齊，價格的級距也相當大，所以民宿經營必須要以獨特的風格與服務品質作為主軸，再搭配特色建築或主題式的房內擺設作為硬體，才能吸引到客人前來住宿；因此在投入民宿產業之初必須要先思考其定位，及如何創造無可取代的價值，才不會被紅海市場淹沒。

表 1.2 2018 年 11 月民宿家數、房間數、經營人數統計表

2018 年 11 月 民宿家數、房間數、經營人數統計表									
縣市別	合法民宿			未合法民宿			小計		
	家數	房間數	經營人數	家數	房間數	經營人數	家數	房間數	經營人數
新北市	244	820	335	23	124	52	267	944	387
臺北市	1	5	1	0	0	0	1	5	1
桃園市	48	206	87	22	91	30	70	297	117
臺中市	92	346	151	17	118	8	109	464	159
臺南市	260	930	387	2	15	2	262	945	389
高雄市	60	247	70	5	23	4	65	270	74
宜蘭縣	1411	5456	1824	67	371	48	1478	5827	1872
新竹縣	74	297	96	13	66	13	87	363	109
苗栗縣	301	1074	396	1	3	1	302	1077	397
彰化縣	56	228	90	11	43	10	67	271	100
南投縣	667	3242	854	136	677	121	803	3919	975
雲林縣	66	297	72	6	20	5	72	317	77
嘉義縣	199	688	366	39	170	44	238	858	410
屏東縣	754	3226	1007	183	1148	155	937	4374	1162
臺東縣	1225	5298	1631	41	147	29	1266	5445	1660
花蓮縣	1806	7062	1896	28	119	14	1834	7181	1910
澎湖縣	676	3201	763	33	245	29	709	3446	792
基隆市	1	5	1	0	0	0	1	5	1
金門縣	322	1550	522	0	0	0	322	1550	522
連江縣	134	506	172	5	23	9	139	529	181
總計	8397	34684	10721	632	3403	574	9029	38087	11295

資料來源:作者自行依照縣市政府資料彙整。

此外，自然資源及環境資源是會被破壞和消耗的，唯有歷史與文化，在妥善的保存及維護之下，將可以永久流傳。

在此契機下，發現澎湖 IN 公司，都在群雄林立的澎湖民宿中，已經發展出一條屬於自己的經營行銷模式及策略。而其中的人魚之丘不但提供了不同以往的住宿體驗，不只是單純提供住宿空間，更結合文創商品及生態環境，營造一個可以讓客人感染文藝氣息及身心寧放鬆的空間。

綜觀以上觀點，將研究目的精列為下列幾項：

1. 提供遊客舒適的居住環境及永續經營為主要目標。因此發展正確的管理策略是最重要的一環。
2. 運用有效的管理策略經營，以達到自然資源與人文資源互相融合及利用。
3. 利用文化創意產業結合民宿的經營，且運用文創商品來增加經營利益，將是澎湖民宿業者必需審慎評估的焦點。
4. 民宿經營必須以獨特風格與服務品質為主軸，再搭配特色建築或主題式的房內擺設作為硬體才能吸引客戶。

## 1.3 研究範圍與對象

### 1.3.1 研究範圍

本研究的研究範圍，主要以「民宿」和「行銷」二個觀點著手，依法令規定「民宿」經營規模係一般客房數需為 5 間以下，且客房總樓地板面積一百五十平方公尺以下為原則(註 1)；

目前澎湖在多年經營後，已具有生態或景觀特色、文化文史特色、建築特色、休閒農漁牧業特色的民宿日益增多，凡具備生態或景觀特色、文化文史特色、建築特色、休閒農漁牧特色、配合地方政府發展觀光產業（活動）特色、經營者特

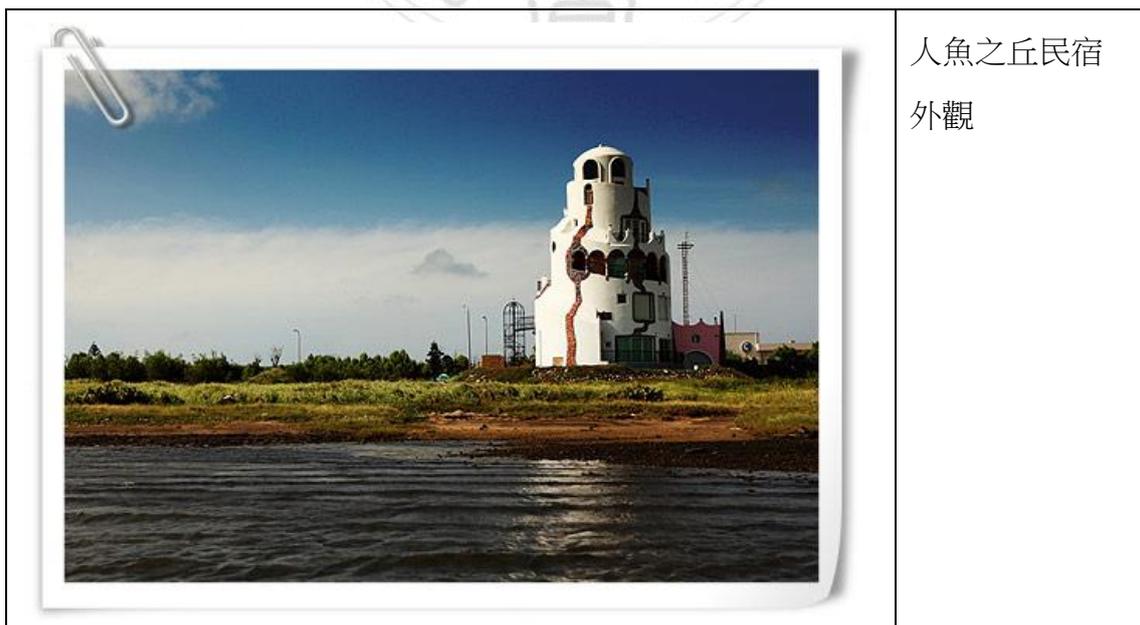
色等，皆可納為特色民宿(註 2)。而文創部分，即以文化部對文創的解釋，「源自創意或文化積累，透過智慧財產之形成及運用，具有創造財富與就業機會之潛力，並促進全民美學素養，使國民生活環境提升之產業」，以研究澎湖地區特有的文化創意資源為主(註 3)。

在澎湖地區民宿眾多，如何在眾民宿中提高能見度及入注意願，還有再次來澎湖旅遊居住於人魚之丘的回頭率。根據澎湖縣政府旅遊處(2018)澎湖 107 年每月旅遊人次分佈之情況，可見 4 至 9 月份為旅遊高峰期，如下圖(表 1)，因此澎湖旅遊明顯區分淡旺季：

### 1.3.2 研究對象

本案在此範圍前題下，依照我國民宿產業市場現況以及未來民宿產業的發展趨勢，探討位於澎湖之人魚之丘。因該民宿是以澎湖 IN 公司的「集團式」多元化經營的民宿之一，經營模式有別於澎湖一般民宿，能藉由不同的建築風格、特色房型、及特色文創小物，營造出一種讓人感覺自己像悠游在深藍國度的人魚，夢幻般的住宿體驗。一個身心安頓的空間，朝向高品質、中單價的方向來經營，並明顯做出市場區隔，所以將以此民宿為研究對象。

圖 1.2 人魚之丘民宿外觀



(註 1)民宿管理辦法第 6 條，民國 90 年 12 月 12 日公布(內政部全國法規資料庫

(註 2)澎湖縣特色民宿審查作業要點第 3 條(資料來源：澎湖縣旅遊處全球資訊網)。

(註 3)中華民國文化部 <https://www.moc.gov.tw/>

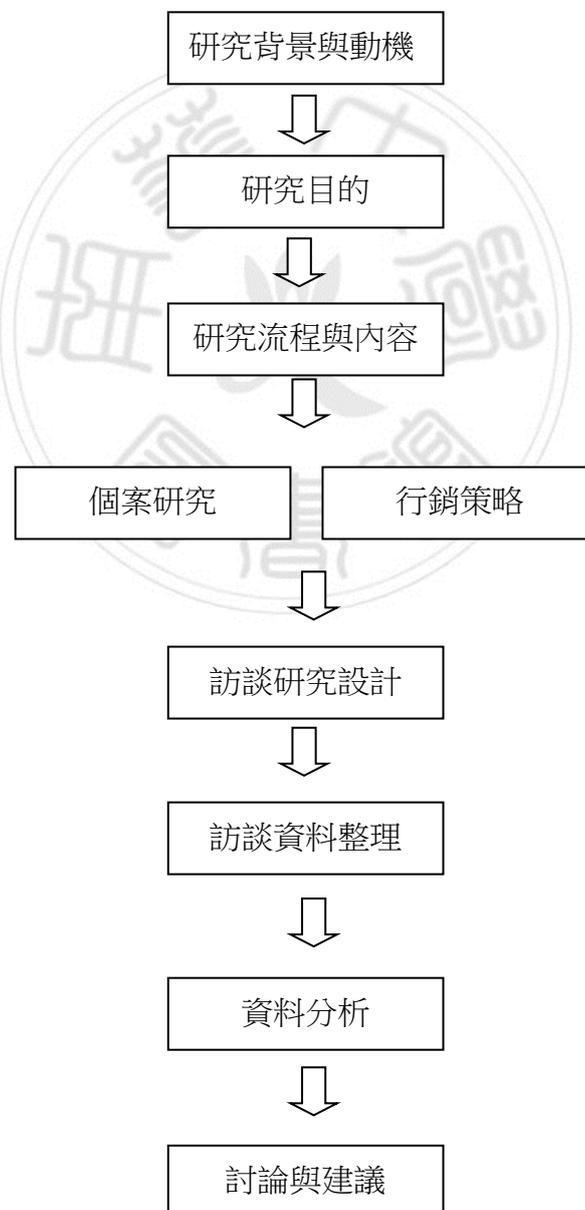
圖片出處:澎湖 IN 集團官網(<http://penghu.in/>)



## 1.4 研究流程

從研究背景及動機、目的，再進行相關文獻的收集與整理，並規畫，建立起研究架構與訪談題目研究設計，經實深入訪談後，實施資料分析以得出研究結果，最後提出研究結論與建議。(如表 1.4)

表 1.4 研究流程



1. 研究背景與動機:針對澎湖民宿大量增加、不當的削價競爭、機票調漲及冬天東已季風的氣候影響，如何提高競爭力且達永續經營的目標，是目前所有澎湖民宿必需面對的共同問題。我們針對這樣的動機，研擬出可行且具體的行銷經營管理策略以作為參考，希望可以提振澎湖的觀光產業，且帶動地方繁榮。
2. 研究目的:如何達到民宿業者的永續經營及將民宿與文創及自然、人文資源結合，以達到有效的策略經營。
3. 研究流程:收集相關文獻資料及人魚之丘民宿相關經營模式訪談加以研究分析。
4. 將此研究分割為:個案研究及行銷策略二個方向。
5. 訪談研究設計:將開設民宿會遇到的問題及處理方式做一個訪談大綱。以深度訪談業者、員工、遊客及官方單位藉以收集各方資料。
6. 訪談資料整理:藉由訪談各方意見後，將資料整理完備。
7. 資料分析:將上列所得資料做一個總整理及分析。讓有意加入民宿行列的人有個基本參考的依據。
8. 討論與建議:針對以上分析結論，做一個適當的分析及建議。

## 1.5 研究內容

本研究內容共區分五章，各章節安排如下：

### 第一章緒論

內容包含研究的背景與研究動機、研究之目的、研究的範圍與對象選擇、研究方法與流程及研究內容。

### 第二章文獻回顧

內容以地方產業發展、文化產業的現況與文化創意產業之相關理論探討、政府單位推動文化創意產業之政策與近況

### 第三章研究方法

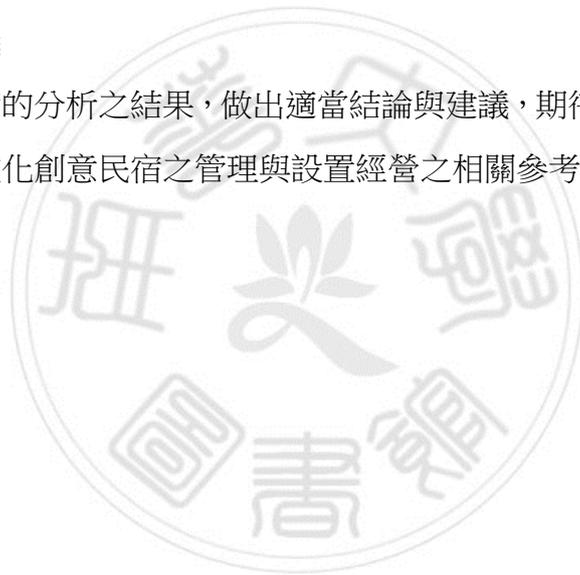
內容以研究方法的選擇，研究流程、訪談對象選擇與深度訪談方式、研究訪談對象的經營選擇方式等。

### 第四章證實分析

內容以人魚之丘民宿的屬性分析、民宿現況分析、實際經營方式轉型為文創民宿的差異性；另就專家、學者深度訪談評析，業者目前所具有的優勢及會面臨的困難；政府公部門對業者是否積極輔導或有其他的作為。並依此各構面之訪談結果，以SWOT分析比對，給予業者作為民宿建構、行銷策略之評估。

### 第五章結論與建議

內容包含針對證實的分析之結果，做出適當結論與建議，期待提供政府權責管理單位及業者對於文化創意民宿之管理與設置經營之相關參考與後續研究之用。



## 第二章 文獻回顧

本章節的主要目的，主要是希望藉由參研相關文獻及相關法規等，來說明民宿業者所需遵守的相關規定；另以相關學者的研究資料及政府機關的統計資料，收集、彙整有關澎湖地區各家民宿的現況，藉由每家民宿不同的經營模式、行銷方式、主題特色、經營者特質、遊客住宿喜好及需求等面相，來探究人魚之丘的經營方向，藉以界定出市場區隔；並針對澎湖地區現有的旅遊產業，彙整澎湖地區特有的自然景觀、人文風情及民俗特色等相關資訊，以作為研究其發展的支撐。

### 2.1 民宿的定義

民宿(表 2-1)是指利用自用住宅閒置的房間，結合當地人文、自然景觀、生態、環境資源及農林漁牧生產活動，為外出郊遊或遠行的旅客提供住宿場所。除了一般常見的飯店以及旅社之外，其它可以提供旅客住宿的地方，例如民宅、休閒中心、農莊、農舍、牧場等，都可以歸納成民宿類。而民宿的產生是必然的，並不僅止於日本或台灣，世界各地都可看到類似性質的服務，民宿這個名字，在世界各國會因環境與文化生活不同而略有差異，歐陸方面多是採農莊式民宿(Accommodation in the Farm)經營，讓一般民宿能夠舒適地享受農莊式田園生活環境，體驗農莊生活；加拿大則是採假日農莊(Vacation Farm)的模式，提供一般民宿假日可以享受農莊生活；美國都多見居家式民宿(Homestay)或青年旅舍(Hostel)，不刻意佈置的居家住宿，價格相對飯店便宜的住宿選擇；英國則慣稱 Bed and Breakfast(BNB)，按字面解釋，意謂提供睡覺的地區以及簡單早餐，索費大多每人每晚約二、三十英鎊，視星級而定，當然價格會比一般旅館便宜許多。國內外學者也對民宿做了定義：

潘正華(1994) 廣義的民宿並不限定為出租農莊或農宅，只要是鄉村地方之民間住所，具有住宿之行為即可稱之為民宿。

美國學者 Marc Lubetkin (1999) 則依美國境內盛行的四種民宿區分為 Homestay(註一)、B&B(註二)、B&B Inn(註三)、Country Inn(註四)，其定義為私人住宅，住宿費用也包含餐點，主要的差異在房費用內。

Lanier, P., Caples, D., & Cook, H. (2000) B&B 定義為「小型的，卻獨立具有商務性質的私人住屋，通常能夠提供三至十位客人的住宿或更多。只提供早餐，並且已包含在房間費用內。一般不提供酒飲料，房屋的所有人可能就是民宿老闆且就居住在屋」。

韓選棠(1994)將民宿定義為「一般個人住宅將其一部分居室，以副業方式經營的住宿設施」。

姜惠娟(1997)則認為「在海濱、山村或觀光地，可供不特定或多數旅者住宿之設施且有執照者，提供當地特產自製料理有家庭氣氛，其勞動力以家族，顧客自我服務為主是為民宿」。

林宜甲，(1997)在民宿的定義上將其歸納出三個部分，一為民宿的定位，二為營運組織上的人力，三為如何與鄰近環境的資源結合等三個項目。

歐榮盛 (1997) 在民宿相當普遍且身受歡迎的日本，民宿通常是指「家族經營，工作人員不超過五人，房客十間、容納二十五人左右，價位並不貴之住宿設施，且有效運用資源，提供鄉野住宿及休閒活動」。

魏小安(2016)(民宿是非標準住宿，民宿是自成一體的，酒店可以說是一種城市型的代表，農家樂完全是小微，是原子化、碎片化的，但是民宿不同，民宿是一種整合，一種提升。民宿特點應該是鄉村的家;規模小，服務細，設施舒服，環境適宜;環境引人，生活留人，情感動人，口碑來人;有好的場景等。

民宿管理辦法(2002)明文指出:「本辦法所稱民宿,指利用自用住宅空閒房間,結合當地人文、自然景觀、生態、環境資源及農林漁牧生產活動,以家庭副業方式經營,提供旅客鄉野生活之住宿處所。」

依據我國 2017 年頒布修正的民宿管理辦法中民宿並未重新定義，延用 2002 版本。

表 2.1 我國旅館業之分類定義

分類項目	定義
觀光旅館	指經營國際觀光旅館或一般觀光旅館，對旅客提供住宿及相關服務之營利事業
一般旅館	指觀光旅館外，對旅客提供住宿、休息及其他經中央主管機關核定相關業務之營利事業。
民宿	指利用自用空閒房間，結合當地人文、自然景觀、生態、環境資源及農林漁牧生產活動，以家庭副業方式經營，提供旅客鄉野生活之住宿處所。

資料來源：交通部觀光局(2015)

(註一)homestay:寄宿家庭（又譯作家庭生活體驗，）是遊客或留學生在國外旅行或遊學時的一種方式，可以向當地的家庭租用一個房間，既能學習當地的生活方式，又可以增進語言能力。

(註二)B&B:僅提供床及早餐「Bed & Breakfast」(簡稱 B&B)

(註三)B&B INN:僅提供床及早餐，但較小的旅館則稱之 B&B Inn

(註四)Country Inn:鄉村旅店

## 2.2 民宿的緣起

在日本農業旅遊解釋為：「農業旅遊為農林水產省（即農業部）在泡沫經濟後推動的農村度假開發方式」。初始原因是經歷過經濟泡沫化使民眾對大規模的度假吃足苦頭後，進而轉向鄉村、農漁牧，重新探訪自然與文化，形成一種單純的以家族為單位，長期停留住宿於農家民宿的新型旅遊模式。因此，地方公共、自治團體或農家都可經營民宿，接待遊客。

但不代表是採取放任式可以隨意創立民宿，而是必需由官方授權委託民間財團法人進行輔導、審核、認證及登錄作業，故非由政府機關部門主辦。因此，民宿在立法上是學習歐洲的模式採許可製，且命名為「體驗民宿」，進一步說明了農業體驗是農遊民宿的主軸。

有意願從事農遊事業者，不限於農業背景，也無需由農協經營。

日本近年都市民眾的旅遊型態改變，農家也需要農遊提供新的經濟來源，因此日本未來農業旅遊及農家民宿扮演了重要的城鄉交流模式。

林宜甲(1998)早期全國各地著名景點，都是先由熱門的旅遊區域開始，景點內之旅館無法容納短時間大量湧入的遊客所需求的住宿服務。另一種是開發尚未完全之遊憩區，因缺乏具有規模的觀光旅館或者是為定點深度旅遊，進而出現遊憩住宿的需求。國外之民宿已發展成熟，且民宿亦起源於外國。

王姿懿(2004)，針對英國、美國、德國及日本提出民宿之起源及概況介紹：英國稱民宿為 B&B，是將家中閒置房間，提供床位及早餐的方式租借給外出旅客，並收取低廉的費用，讓旅客有不同於飯店的服務，其特性較接近於家庭。德國稱民宿為 Pensionen、Gashäuser、Ferienzimmer，因地理、氣候條件適合發展觀光旅遊，在大量遊客湧入後產生旅館供不應求的情況。而民宿提供了安全又省錢的結合方式

日本稱民宿 Minsuu，但至目前為止尚未設置專屬法令規範民宿，於是設立民宿協會。只要符合如旅館業法、建築法、食品衛生法…等法規都可以加入該協會。

美國稱民宿為 B&B 或是 Inn，美國的民宿是為了解決偏鄉地帶旅客住宿之需求而產生。

## 2.2.1 相關法規

目前台灣用於規範民宿設立的法規有:文化創意發展法中的發展觀光條例、規劃建設、經營管理、獎勵與處罰、附則。不但如此，還必需與民宿管理法相互配合才能完全取得開立民宿的資格。這是政府為了保障人民的權益所設立的一些規範。

表 2.2 民宿管理辦法 第六條 修正比較

原條文	修正條文	說明
第四條民宿之經	第六條民宿之經	一、條次變更。二、原住民族基本法第二

<p>營規模，應為客房數八間以下，且客房總樓地板面積二百四十平方公尺以下。但位於原住民族地區、經農業主管機關核發許可登記證之休閒農場、經農業主管機關劃定之休閒農業區、觀光地區、偏遠地區及離島地區之民宿，得以客房數十五間以下，且客房總樓地板面積四百平方公尺以下之規模經營之。前項但書規定地區內，以農舍供作民宿使用者，其客房總樓地板面積，以三百平方公尺以下為限。第一項偏遠地區由地方主管機關認定，報請交通部備查後實施。並得視實際需要予</p>	<p>營規模，以客房數五間以下，且客房總樓地板面積一百五十平方公尺以下為原則。但位於原住民保留地、經農業主管機關核發經營許可登記證之休閒農場、經農業主管機關劃定之休閒農業區、觀光地區、偏遠地區及離島地區之特色民宿，得以客房數十五間以下，且客房總樓地板面積二百平方公尺以下之規模經營之。前項偏遠地區及特色項目，由當地主管機關認定，報請中央主管機關備查後實施。並得視實際需要予以調整。</p>	<p>條第三款規定，「原住民族地區：係指原住民傳統居住，具有原住民族歷史淵源及文化特色，經中央原住民族主管機關報請行政院核定之地區。」；另原住民保留地開發管理辦法第三條之規定，「原住民保留地，指為保障原住民生計，推行原住民族行政所保留之原有山地保留地及經依規定劃編，增編供原住民使用之保留地。」，二者範圍不同，爰依據原住民族委員會之建議，將「原住民保留地」修正為「原住民族地區」。三、另民宿既屬家庭副業，經營規模當有所限制，惟務實面對其蓬勃發展，與各種自用住宅類型，及因應旅宿需求量，並兼顧各方權益前提下，將現行規定客房五間以下酌予提高至八間以下，以期導正民宿發展；另為符民宿特色營造之需求，修正客房總樓地板面積之規第 8 頁，共 39 頁定，爰修正第一項之規定。四、第一項客房數及總樓地板面積之規定修正後，民宿公共安全相關管理規範，現行條文第七條及第八條亦配合修正。五、刪除第一項經農業主管機關核發經營許可登記證之休閒農場之「經營」贅字。六、於第一項但書規定地區，依第八條第一款但書規定，得以農舍供作民宿使用，惟農舍既係依據農業發展條例與農業用地興建農舍辦法等有關法令規定所設置，應保留部分空間 供自（農）用（住），爰依據行</p>
---	--	---

<p>以調整。</p>		<p>政院農業委員會之建議，增訂第二項規定。</p> <p>七、客房數六間（含）以上之民宿建築物使用類組為H1，其建築物公共安全檢查簽證事宜，仍應依內政部所定建築物公共安全檢查簽證及申報辦法規定辦理。</p> <p>八、民宿依其定義，本應具有特色，毋須另由地方主管機關認定其特色項目，爰刪除前二項有關特色民宿之規定。</p> <p>九、財政部九十年十二月二十七日台財稅字第零九零零零七一五二九號函規定：「鄉村住宅供民宿使用，在符合客房數五間以下，客房總面積不超過一百五十平方公尺以下，及未僱用員工，自行經營情形下，將民宿視為家庭副業，得免辦營業登記，免徵營業稅，依住宅用房屋稅率課徵房屋稅，按一般用地稅率課徵地價稅及所得課徵綜合所得稅。」，基於賦稅衡平原則，財政部上開函釋民宿家庭副業之認定基準，不因本條修正而改變。</p> <p>十、現行條文第二項「中央主管機關」文字，配合本條例第三條關於主管機關規定，直接修正為「交通部」，本項並配合修正條文第二項新增，移列為第三項。</p>
-------------	--	--

此次修改條文的目的是為符民宿特色營造的需求，修正客房總樓地板面積的目的是為了就務實面更易於讓民宿可以迅速發展、因應住宿的需求量，將規定放寬使客房數原為最高五間以下，提高至八間以下；民宿原本就應具有特色，不須要再由地方主管機關認定其特色項目，所以刪除原規定。

表 2.3 民宿管理辦法 第七條 修正比較

原條文	修正條文	說明
<p>第五條民宿建築物設施，應符合地方主管機關基於地區及建築物特性，會商當地建築主管機關，依地方制度法相關規定制定之自治法規。地方主管機關未制定前項規定所稱自治法規，且客房數八間以下者，民宿建築物設施應符合下列規定：一、內部牆面及天花板應以耐燃材料裝修。二、非防火區劃分間牆依現行規定應具一小時防火時效者，得以不燃材料裝修其牆面替代之。三、中華民國六十三年二月十六日以前興建完成者，走廊淨寬度不得小於九十公分；走廊一側為外牆者，其寬度不得小於八十公分；走廊內部應以不燃材料裝修。六十三年二月十七日至八十五年四月十八日間興建完成者，同一層內之居室樓地板面積二百平方公尺以上或地下層一百平方公尺以上，雙側居室之走廊，寬度為一百六十公分以上，其他走廊一點一公尺以上；未達上開面積者，走廊均為零點九公尺以上。四、地面層以上每層之居室樓地板面積超過二百平方公尺或地下層面積超過二百平方公尺者，其直通樓梯及平臺淨寬為一點二公尺以上；未達上開面積者，不得小於七</p>	<p>第七條民宿建築物之設施應符合下列規定：一、內部牆面及天花板之裝修材料、分間牆之構造、走廊構造及淨寬應分別符合舊有建築物防火避難設施及消防設備改善辦法第九條、第十條及第十二條規定。二、地面層以上每層之居室樓地板面積超過二百平方公尺或地下層面積超過二百平方公尺者，其樓梯及平台淨寬為一點二公尺以上；該樓層之樓地板面積超過二百四十平方公尺者，應自各該層</p>	<p>一、條次變更。二、考量建築及民宿皆有部分屬地方自治事項，地方主管機關因地制宜，依地方制度法相關規定訂定民宿建築物設施之規範，以符合各地不同需求與現況者，仍應予遵守，爰增訂第一項規定。三、另民宿之建築基準，為本條例第二十五條第三項授權本辦法訂定之事項，地方主管機關如未制定相關自治法規者，其建築物設施即應符合本辦法規定；又配合內政部九十六年五月十六日修正發布原有合法建築物防火避難設施及消防設備改善辦</p>

<p>十五公分。樓地板面積在避難層直上層超過四百平方公尺，其他任一層超過二百四十平方公尺者，應自各該層設置二座以上之直通樓梯。未符合上開規定者，應符合下列規定：(一)各樓層應設置一座以上直通樓梯通達避難層或地面。(二)步行距離不得超過五十公尺。(三)直通樓梯應為防火構造，內部並以不燃材料裝修。(四)增設直通樓梯，應為安全梯，且寬度應為九十公分以上。</p> <p>地方主管機關未制定第一項規定所稱自治法規，且客房數達九間以上者，其建築物設施應符合下列規定：一、內部牆面及天花板之裝修材料，居室部分應為耐燃三級以上，通達地面之走廊及樓梯部分應為耐燃二級以上。二、防火區劃內之分間牆應以不燃材料建造。三、地面層以上每層之居室樓地板面積超過二百平方公尺或地下層超過一百平方公尺，雙側居室之走廊，寬度為一百六十公分以上，單側居室之走廊，寬度為一百二十公分以上；地面層以上每層之居室樓地板面積未滿二百平方公尺或地下層未滿一百平方公尺，走廊寬度均為一百二十公分以上。四、地面層以上每層之居室樓地板面積超過二百平方公尺或地下層面積超過一百平方公尺者，其直通樓梯及平臺淨寬為一</p>	<p>設置二座以上之直通樓梯。未符合上開規定者，依前款改善辦法第十三條規定辦理。前條第一項但書規定地區之民宿，其建築物設施基準，不適用前項之規定。</p>	<p>法，考量住宿安全及公平原則，不同客房數之經營規模應適用不同之設施規範，爰修正現行條文第一項規定並配合修正條文第一項新增，順次移列為第二項，且另增訂第三項規定。</p> <p>四、現行條文第二項配合前揭項次增列，順次移列為第四項，並修正相關文字。</p>
---	---	---

<p>點二公尺以上；未達上開面積者，不得小於七十五公分。設置於室外並供作安全梯使用，其寬度得減為九十公分以上，其他戶外直通樓梯淨寬度，應為七十五公分以上。五、該樓層之樓地板面積超過二百四十平方公尺者，應自各該層設置二座以上之直通樓梯。前條第一項但書規定地區之民宿，其建築物設施基準，不適用前二項規定。</p>		
--	--	--

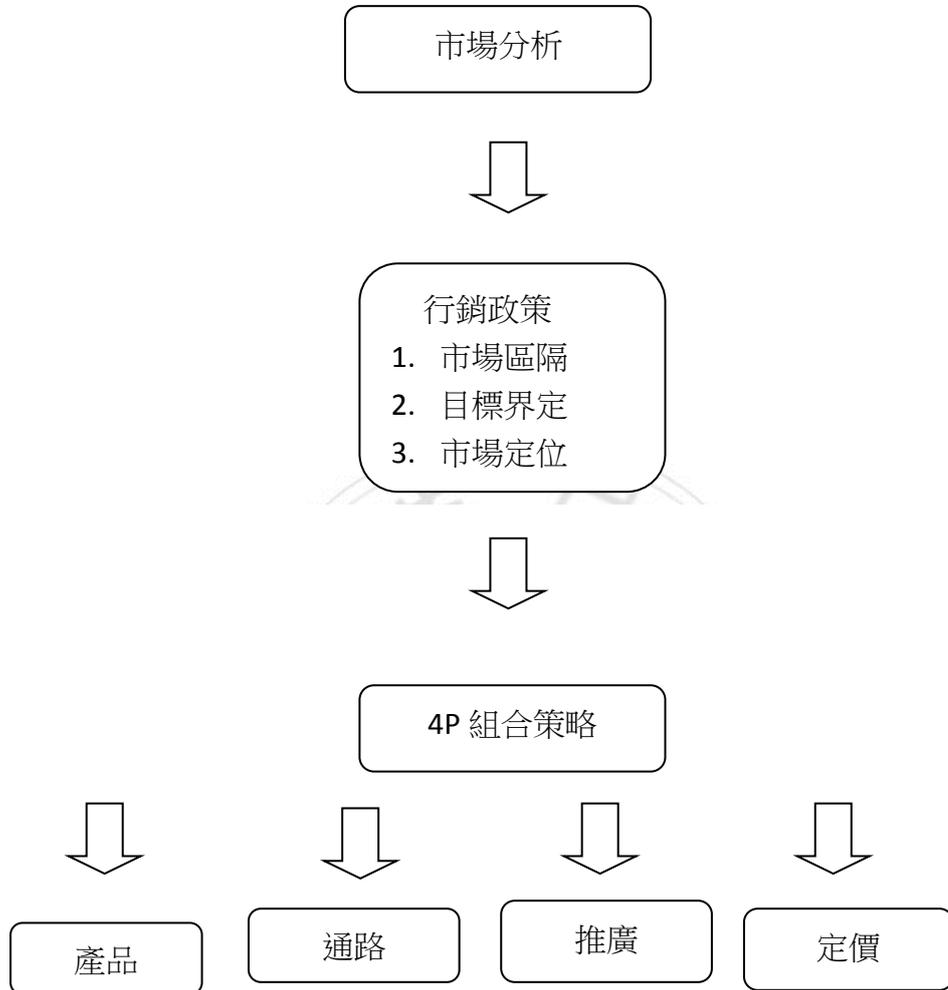
這次修改的目的是因為每個地區現況及建物特性不同，所以必需要修改法規才能更符合該地區的風俗民情。而民宿建築設施的自治法規者，建築都必需符合這些規定。只有地方主管機關未制定相關自治法規者，就該符合本辦法規定。另外，因考量住宿安全及公平原則，不同客房數之經營規模應適用不同之設施規範。

資料來源：全國法規資料庫 <https://law.moj.gov.tw/Index.aspx>

## 2.3 行銷策略

行銷是一種將產品銷售給大眾的一種過程及程序，並透過行銷的行為讓個人及群體可以交換其產品。同時經由行銷的行為，銷售者可以了解顧客需要的是什麼，進而為消費者提供並介紹適合之產品。另外，經由行銷計畫的擬定，行銷策略方能切實執行並達成其銷售及推廣目的。

表 2.4 行銷策略



資料來源:周文賢(1999)

周文賢(1999)指出，行銷是滿足客戶需求，促成雙方交易，達成組織目標所進行的各種活動。4P 理論即是，產品：指一家公司提供財貨或勞務給目標市場，且可吸引消費者注意，並取得、使用或消費，並且促使他們的慾望及需求被滿足的事物。價格：指消費者必須支付取得商品的金錢數量，且價格制度的訂定必需要考量目標市場型態及產品定價等因素。通路：指將產品由生產者移轉到顧客手中，並能夠使目標客群易於取得產品而進行的活動。推廣：指宣揚產品優點及說服目標客戶來購買的活動，換句話說就是溝通的實行。

### 2.3.1 網路行銷相關研究

隨著時代的發展和進步，網際網路及電子商務的崛起創造了全新而不同以往的行銷模式。

Phelps (1986) 曾將旅遊據點印象分成主要印象和次要印象，主要印象是旅遊者過去曾實際前往該旅遊據點所形成，次要印象則是藉由該旅遊據點相關的旅遊資訊而形成；故對於未曾實際前往該旅遊據點的旅遊者而言，取得旅遊資訊的來源會影響其最後的決策。

學者 Janal (1995) 定義網路行銷是對使用網路及商業線上服務的使用者進行產品銷售及服務，並配合公司的整體行銷企劃，吸引顧客利用網路獲取資訊及購買產品。

Krauss (1998) 指出網路行銷係透過網路互動溝通以及資料庫的管理，在市場上與客戶建立直接的關係。而隨著網際網路的蓬勃發展，上網的人口不斷增加，越來越多的人會透過瀏覽網站來獲取旅遊資訊，因此，網際網路已經徹底地改變旅遊相關訊息的發佈與大眾規劃旅遊之方式 (Buhalis & Law, 2008)；但旅遊是一種無實體且以資訊為基礎的產品 (Reed, 1999)，在購買前消費者無法實際接觸及體驗，所以為了避免風險，當其作旅遊決策時，會同時參考數種的資訊來源 (Engel et al., 1993)。

學者 Fodness and Murray 在 1998 年的研究「遊客如何有系統的使用資訊蒐集策略進行旅遊規劃」中認為，資訊搜尋的結果主要受到個人特質及事件本身所影響，所謂的「事件本身」則包含情境因素(例如旅遊同伴的組合)以及產品特質(例如對旅遊據點的印象)。

Bunish, MacArthur, and Neff (2000)認為，網路強化品牌形象的建立已創造了品牌價值和獨特性，並且節省大量的廣告成本，降低了行銷的障礙。

Zarem (2000) 也證實旅遊網站會放置旅遊景點的照片，透過在網站上的搜尋與體驗，以吸引尚未造訪過該地的消費者。因此，觀光網站現已成為旅遊產業最主要的行銷與溝通工具，其運用網路等資訊科技來推廣旅遊產業之目的地是重要的，且使用者亦能透過網頁的連結來增加旅遊資訊價值與互動的程度 (Doolin, Burgess, & Cooper, 2002)。

Lin and Lu (2000) 也提到設計良好的網站可以留住顧客，甚至吸引潛在的顧客，因此網站已被視為一個有效的行銷及廣告工具，藉以提供產品及服務資訊 (Buhalis & Law, 2008)。

Thorbjornsen et al. (2002) 也提到網站可視為關係行銷的有效工具，而個人的網站體驗程度會影響互動溝通的有效性。

Urban (2002) 曾指出城市官方網站 (official city websites) 是行銷城市的一種獨特形式，網站可代表一個城市的形象，利用官方網站將城市的觀光品牌推展出去是行銷的手段之一，而如何塑造出網站的品牌形象與其核心價值，來吸引潛在的觀光客，推銷本地的觀光資源，更是政府相關單位所需思考的；且因為很多旅客是來自於不同的國家和地區，旅遊網站應重視文化差異，提供不同的語言及文字版本，才能真正達到行銷的目的。

So and Morrison (2003) 指出使用旅遊目的地網站者，有高比例因對目的地察覺，進而影響其對目的地的旅遊決策。

國內學者林國賢(2004)也提及旅遊資訊同時提供個體相關旅遊資料，有助於遊客對於旅遊對象的認知與瞭解，進而影響其旅遊態度。

Freyer (2005) 表示許多城市已把旅遊作為有發展潛力的重要資源，開始在觀光行銷做出了重大的投資。而所謂的觀光網站行銷係觀光休閒業者或地方政府透過網際網路的方式，建立專屬的網站以提供消費者觀光休閒的服務，透過觀光網站的介紹，觀光客更能全方位的認識與虛擬體驗旅遊目的地，因此能更完整的瞭解旅遊目的地。

學者 Zhou and DeSantis (2005) 認為，旅遊網站的目的通常是對於目標使用者，提供方便的以旅客為中心的資訊的功能；

在目前競爭激烈的觀光旅遊市場，對目的地行銷組織而言，設立網站已是必要的方式 (Choi et al., 2007) ；

綜合上述，網站行銷對於推廣旅遊地點具有一定程度的效果，因此本研究將觀光網站行銷界定為運用網際網路設置網站來對觀光目的地進行推廣的宣傳方式。

### 2.3.2 文創行銷之相關研究

所謂文創，是在文化基礎下，所進行的創新思維或作為；文化必須在地性，可呈現斯土斯民的生活態樣，可透過歷史、地理、人文、產業的特色來展現；創意是創新思維(idea)或做法，可提昇附加價值，並能透過傳播與行銷方式擴散；其中最重要的是價值提昇(value-added)，創意執行後可超出原有價值，創造額外的價格、功能、使用壽命、便利性……等附加價值。

「文創」簡單的說就是「商品文化化、文化商品化」，將文化中的某些元素變成可銷售的商品，或將商品賦予以文化的包裝，商品若沒有加入在地文化元素，則與一般商品沒有差別，買方就會計較原物料、價格、品牌，很難做到價值提昇；而文化必須不斷創新，不注入活水，文化會成為櫥窗塵封的古董，了無生機，與民眾疏離，文創就是避免文化僵硬的方式之一。

「文創」是替商品加值的思維或作為，亦即經由賦予商品的文化元素與創意巧思，發揮 1+1>2 的綜效(表 2.5 文創：行銷與管理)。

表 2.5 文創：行銷與管理

提高價格	經由文創增值，將售價作適當幅度的提升，如 1 本記事本加了文創元素的設計，售價即超出原先單純記事本的市場價格
擴大使用範	如杯子就是盛水用，但很多人旅遊時所買的星巴克城市杯，不是

圍	用來裝水，而是用於擺設或作為旅遊紀念
提升銷售量	商品加了文創元素，跳脫理性功能，成為有故事或有設計感的感性商品，自然可提升銷售量
區隔或擴展消費者	商品加了文創元素之後，可以區隔消費者，更明確描繪消費者圖像，達到精準行銷的作為，或經由文創元素的吸引，讓原先的非TA 成為 TA ，擴大銷售對象
提升辨識度	文創加值的條件是獨特性（unique），因獨特當然可提升商品辨識度，進而提高品牌價值。

資料來源:鄭自隆-文創：行銷與管理 (2017)



## 第三章 研究方法

### 3.1 個案研究概述

人魚之丘(圖 3-1)，位在澎湖澎南南環地帶，從山水、鎖港離開往青灣、風櫃的路上，一棟圓柱形城堡就豎立在藍天碧海旁，周圍清淨的無礙視野，像極童話般的建築就在世外桃源一丘之上。如童話故事中的城堡、有著白色外牆、像田螺又像燈塔，這是民宿主人從潮間帶海洋生物的居所啟發出來。民宿主人 Well 先生曾經常到潮間帶找民宿設計靈感，無意間發現寄居蟹在海邊堆砌的沙丘，不經意間幻想起美人魚家的樣子，於是依這樣的思維建造了人魚之丘。

本來是設計師的 Well 先生曾經走過世界各地，很欣賞西班牙藝術和奧地利風格的建築，便將彩色的馬賽克拼貼和蜿蜒的曲線用於人魚之丘的建築設計上，在海邊創造了一個如夢似幻的城堡。旁邊是五德海的潮間帶，民宿只離海 25 米，民宿樓高五層，從旋轉樓梯往上便可看到一望無際的海洋和生態豐富的潮間帶。整棟建築幾乎都找不到直角直線，整棟建築是幾乎是圓形，外觀、環繞樓梯、窗戶、燈、床、連冰箱也是圓形，還有如護城河般 360 度圍繞民宿的漂漂河，整座民宿如同夢幻般，把童話故事中的場景放在這美人魚的家裡。

圖 3.1 人魚之丘外觀



## 3.2 案例研究法

案例研究法分為非常多種，但本研究方式系採用訪談法(Interview Survey)來實施研究。訪談研究法 (Interview Survey) 是指工作分析人員通過與員工進行面對面的交流，加深對員工工作的瞭解以獲取工作信息的一種工作分析方法。其具體做法包括個人訪談、同種工作人員的群體訪談和主管人員訪談。

### 二、訪談研究法的運用

#### 〔一〕設計訪談題綱

- (1) 研究的問題是什麼？無論是哪一種形式的訪談，一般在訪談之前都要設計一個訪談提綱，明確訪談的目的和所要獲得的信息，列出所要訪談的內容和提問的主要問題。
- (2) 研究者的主張是什麼？恰當進行提問。要想通過訪談獲取所需資料，對提問有特殊的要求。在表述上要求簡單、清楚、明瞭、準確，並儘可能地適合受訪者；在類型上可以有開放型與封閉型、具體型與抽象型、清晰型與含混型之分；另外適時、適度的追問也十分重要。
- (3) 準確撲捉信息，及時收集有關資料。訪談法收集資料的主要形式是"傾聽"。"傾聽"可以在不同的層面上進行：在態度上，訪談者應該是"積極關注的聽"，而不應該是"錶面的或消極的聽"；在情感層面上，訪談者要"有情感的聽"和"共情的聽"，避免"無感情的聽"；在認知層面，要隨時將受訪者所說的話或信息迅速地納入自己的認知結構中加以理解和同化，必要時還要與對方進行對話，與對方進行平等的交流，共同建構新的認識和意義。另外"傾聽"還需要特別遵循兩個原則：不要輕易地打斷對方和容忍沉默。
- (4) 適當地作出回應。訪談者不只是提問和傾聽，還需要將自己的態度、意向和想法及時地傳遞給對方。回應的方式多種多樣，可以是諸如"對"、"是嗎"？"很好"等言語行為，也可以是點頭、微笑等非言語行為，還可以是重覆、重組和總結。
- (5) 及時作好訪談記錄，一般還要錄音或錄像。

## 〔二〕選擇案例

案例的選擇標準、研究需要回答的句題和研究對象這些都是息息相關的，這必然對何種屬性的案例研究能帶來何種意義的數據。案例研究可以使用單一或是多個案例。因為單一案例是把每一個不同的案例視為獨立的個體去分析；多個案例是在前者的立基上，對全部的案例進行抽樣和分析，進而得到更準確的答案及解釋。

## 〔三〕收集數據

案例研究的數據有 5 種來源：

- 1、文件。
- 2、檔案紀錄，和單一案例研究的其他資訊結合；這和文件證據的不同點在於，這些檔案的可用性會因不同的案例研究而有所不同。
- 3、訪談，可以採用多種形式。其中最常用的是開放型的進行方式。另一種是採取焦點式訪談，是在短時間內訪談回答者的方式。最後一種是延伸到正式型的問卷訪談法，但這限於結構化的問題。
- 4、直接觀察法，是指研究者實際走訪每個案例的研究場所。
- 5、參與觀察，指的是訪談者必需真正參與正在研究的事件。不能只是一個被動的觀察者。
- 6、實體的人造物，是一種實體或是文化的人造物是最後一種證據的資料來源。

## 〔四〕分析資料

資料分析中包括了檢視、分類、列表、或是採用其他方法去重新組織一個證據。用來研究探討最初的命題。在資料分析之前，研究者必需明確的了解自己的分析方法。就是要先明白要分析的事物是什麼、為何要分析…等。這些的優先順序必需非常明確。

分析方法約略有二種狀況：

- 1、依賴理論進行命題。也就在開始研究前就使用確立的命題為立基，進而這個

命題去反應一組研究問題、文獻回顧或是新觀點…的結果。因為資料的收集計劃應該是根據命題所擬定的，所以這個命題或許已經指出了相關分析方法的優先順序。

- 2、發展個案的描述。這種方法沒有理論命題的方法好，但當理論命題的立基不存在時。也是一個可以使用的替代方式。

#### 〔五〕撰寫報告

案例研究的成果，並沒有一個標準或是統一的格式。但在社會科學研究上，常會使用案例分析研究與整個研究過程相匹配的格式。

從將案例研究報告分為幾個部分：

- 1、背景描述
- 2、特定問題、現象的描述和分析
- 3、分析與討論
- 4、小結與建議

### 3.3 訪談對象問題設計

表 3.1 訪談人員基本資料：

編號	受訪者身分	性別	經歷
A	澎湖 IN 公司經營者	男	92 年迄今
B	工作人員：管家	男	99 年迄今
C	澎湖國家公園風景管理處	男	澎湖任職
D	遊客	女	人魚之丘回頭客
E	遊客	男	人魚之丘回頭客
F	遊客	男	由回頭客帶領第一次來住

-

訪談大綱設計如下：

一、人魚之丘民宿經營者 000 先生

- 1、請問貴民宿經營的理念與策略方向為何？
- 2、請問民宿在經營過程中，是否曾實施轉型或品牌經營？
- 3、您在經營民宿上，那些是獲利的，那些是不獲利的？
- 4、您對於政府觀光旅遊、文創政策、民宿法規的看法為何，公部門的協助又為何？
- 5、澎湖地理條件、氣候限制及空難等，是否會對民宿經營產生衝擊或影響？
- 6、澎湖旅遊淡旺季對民宿經營的影響如何?如何因應淡季?
- 7、您的民宿的行銷策略為何？您認為經營方式應如何吸引顧客，是應由民宿來吸引，還是由澎湖的景點吸引？
- 8、您認為自己民宿的特色或差異化是甚麼？
- 9、您除了民宿還涉略觀光潛水、飛靶靶場、3D 列印等產業，本身還是軍事專家，有想過做一系列套裝行程嗎。
- 10、您覺得澎湖花火節對澎湖的觀光旅遊影響如何?
- 11、對於文創民宿的導覽相觀看法?
- 12、民宿是否採低碳、環保議題?
- 13、從 2018 年底到 2019 初，政府努力推動暖冬及春遊專案，你覺得有感嗎?
- 14、目前您的澎湖 IN 公司還有那些其他民宿在經營?

二、工作人員：員工 000 先生。

- 1、您是澎湖人嗎?在業界服務多久？在人魚之丘服務多久？
- 2、您覺得人魚之丘的經營如何？
- 3、您覺得什麼是人魚之丘民宿最吸引遊客的點？次之？
- 4、您有多了解人魚之丘民宿的文創背景？
- 5、您對淡旺季的經營有何看法？
- 6、您對目前的工作內容及環境有何看法？

三、澎湖國家公園風景管理處： 000 先生。

- 1、請問風管處相關業務及辦理角色為何？
- 2、您對於政府觀光旅遊、文創政策、民宿法規何及公部門的協助的看法為？
- 3、風管處或文化局有無協助業者從事文創事項？
- 4、那縣政府業管文化或民宿的部門，對文化創意民宿推動這方面有無具體的作為或指導？是否會推動文創與民宿之結合？
- 5、風管處有無希望透過民宿業者協助去推動業務，以提升旅遊觀光效益？
- 6、那縣府對於在地文化、地方資源、文創產業等，有無透過資源活化再利用？
- 7、對於澎湖的旅遊淡季有無規劃相關活動促進遊客的到訪？

#### 五、遊客：000 三位

- 1、請問您是第一次投宿人魚之丘民宿嗎？並是藉由何種管道得知住房訊息？
- 2、您覺得人魚之丘民宿最吸引你前來住宿的地方在哪裡？
- 3、您覺得人魚之丘民宿跟別人不一樣的地方在哪裡？
- 4、你希望民宿除了提供住宿外，還可以提供甚麼樣的服務？
- 5、您對於政府觀光旅遊、文創政策、民宿法規的看法為何？
- 6、澎湖地理條件、氣候限制及空難等，是否會影響您到澎湖旅遊的意願？
- 7、您覺的民宿的何種行銷策略或經營方式應會吸引您？是應由民宿來吸引，還是由澎湖的景點吸引？

## 第四章 資料分析與整理

資料分析是一類統計方法，有些幾何方法有助於揭露不同的資料之間存在的關係，並繪製出統計資訊圖，以更簡潔的解釋這些資料中包含的主要資訊。其他一些用於收集資料，以便弄清哪些是同質的，從而更好地了解資料。資料分析可以處理大量資料，並確定這些資料最有用的部分，再進行資料的統合及整理。

### 4.1 訪談對象

訪談人員基本資料：

- 一、人魚之丘民宿主人 A 先生
- 二、人魚之丘民宿管家 B 先生
- 三、澎湖國家公園風景管理處 C 先生
- 四、人魚之丘回頭客 D 小姐
- 五、人魚之丘回頭客 E 先生
- 六、人魚之丘首住客 F 先生

### 4.2 訪談問題與內容

Q 為問題題號，A、B、C、D、E、F、為訪談對象。

Q1、請問貴民宿經營的理念與策略方向為何？

A、相信自己的直覺，一切都以自己說的為主。現在的作法務必要多角化經營，不論是同業或是異業結盟的方式都非常重要。

民宿經營者的特性會反映在特色民宿的經營管理上，資歷越久的民宿越有自己的風格特色。

表 4.1 民宿的經營理念及策略方向

民宿的經營理念 及策略方向	1. 多角化經營。 2. 民宿要有自己的特色。 3. 採取同業過異業結盟方式讓民宿更好。
------------------	--

Q2、請問民宿是否曾製作創意商品或品牌經營？

A、有設計一整套的公仔及模型放在扭蛋中，讓遊客可以將住過的民宿模型帶回家。讓遊客有一種睹物思人的感受。明信片的也可以讓遊客寫下當時的心情，不論是寄送給自己或是心裡所在意的那個人，都顯的誠意十足。有了這些文創小物，為自己的生活增添了一些記事。

Q3、您在經營民宿上，投資與獲利的狀況如何？

A、民宿的經營不像餐廳的經營是可以拼翻桌率，因為容納率是固定的。固定幾個房間就是可以住多少人。所以，有人入住才是賺錢的。如果一直沒有人來澎湖，那談什麼如何獲利都是多餘的。

民宿的各種營利活動，必定是先投資建物、環境、或品牌，之後才是營利；如何營利在於民宿的管理與行銷，差異在於如何把投資轉變為高獲利，讓民宿得以永續經營。

表 4.2 民宿投資獲利狀況為何

民宿投資獲利狀況 為何	1. 要先將人拉進來入住才能算有賺 2. 要有自己的品牌價值，才有辦法談獲利 3. 將文創或民宿週邊小物帶入整體民宿經營，讓遊客想帶品去紀念
----------------	--

Q4、您對於政府在觀光旅遊推動、文創政策的實施、民宿法規的制定有何看法，政府部門的協助又為何？

A、具體來說，政府對於業者都是採取強勢管理。不懂的分流，反而覺得業者只

能靠自己。公部門辦的活動大部份看起來都像是為了消耗經費而辦的，成功的沒有幾件。數據都是美化過的。

- C、澎湖淡旺季是大眾既有的迷思，現在極端氣候的引響下沒有春秋，只剩下夏冬，風管處有心推動淡季觀光，但是交通、民宿、店家等觀光業者皆被固有的迷思綁住，淡季就想關門休息，單靠本處大張旗鼓的推動效果微乎其微。
- D、政府一直提倡觀光旅遊，這次的補助還蠻有感。不論是暖冬補助還是春遊補助。不過這都是一次性的，以後也還不知道有沒有。四處看的到文創工廠，但是進去還是體驗不到文化氣息。門檻愈來愈低，導致民宿愈來愈多。素質參差不齊。
- E、政府近年來一直再推觀光，效果就不予置評，旅遊展的效果都比政府推的有用多了，民宿現在量那麼多，品質好壞落差太大，也沒有一定標準，一率叫民宿。至少像飯店有個星級之類的評斷標準吧。
- F、我不知道為什麼要一直推什麼春遊、冬遊。倒頭來花的還不是納稅人的錢？而且，也沒有每個人都有使用到。我最討厭出門遇到那種標榜綠色旅館的。什麼都沒提供，是要我們怎麼住？文創的方面，我是不懂啦！不就人家說那邊有什麼景點我們就去看看那邊在幹嘛而以嗎？而且，有的地方雖然政府推廣很大，但是實際上也沒什麼東西。根本就是浪費大家納稅人的錢。沒有把錢花在刀口上。民宿法規我們一般消費者是不懂的，所以我也不予置評的。

表 4.3 觀光旅遊推動、文創政策的實施、民宿法規的制定看法

觀光旅遊推動、文創政策的實施、民宿法規的制定有何看法	一直以來政府在推動觀光方面都難以讓業者有感，強推的補助吸引不到高端消費者，吸引到的都是想貪便宜的消費者，這讓市場如意陷入價格戰，並不是好現象；錢要花在刀口上，經費的運用還是需要上位者(政府單位)與業者進行通盤的溝通瞭解，改進過往只追求數據上的好看，卻忽略業者與遊客的真正感受。且補助的條件也必需要明確，不能讓客戶到了當地才知道自己並不符合補助標準，壞了遊客出外遊玩的興緻。
----------------------------	--

--	--

澎湖 2018 LAVA TRI 鐵人系列賽和 IRONMAN Taiwan 鐵人三項競賽這一兩天陸續在澎湖展開，選手們必須完成游泳、自行車、路跑三項自我挑戰，對體魄和精神都是一大考驗。

Q5、澎湖的民宿經營是否受限於地理、氣候等因數影響？

A、澎湖因東北季風的原故。來往澎湖的船隻在 10 月到隔年的 3-4 月份是沒有辦法開的。此時，只能賴以航空。但是很奇怪的是，遊客常常都無法訂到機票。這才是政府該介入調查的部份。

D、坐船來都要祈求風浪不要太大，飛機票又不好訂。

E、會。我還沒有在冬天來過澎湖，都是搭船來的，飛機的時間水上機場都是下午飛澎湖，早上飛回去台灣，這樣的時段對遊客來說很不理想，直接少了一天的時間遊玩。所以都只能選擇搭船的方式。

F、會。我沒辦法在風浪很大的時候搭船來，非常不舒服。

普遍來說，澎湖的觀光旅遊還是繞不開交通問題，無論是海運還是空運，都限制了遊客數，除了追求數量，不仿改變質量，把觀光旅遊的品質提升，讓猶可感受提升的同時，也拉大業者的獲利，這才是多方皆贏的局面。政府方面應該儘力協助業者將船票或是機票嚴加控管，不應只落入幾家固定業者手中。

圖 4.1 經營者臉書



Q6、澎湖旅遊淡旺季對民宿經營的影響如何?如何因應淡季?

- A、會來的依然會來，並不會因為折扣而有所差異。淡季不會消失，只可以想辦法將旺季延長的方式來經營。研議其他多元化的配套措施及異業、同業結盟的方案用來因應之後的旺季。可以用來整理、維護民宿甚至是員工的教育訓練，期間也會請員工在民宿附近的海域做一個淨灘的工作，對環境來說，也可以說是一個自我修復的期間。
- C、有請創意行銷公司協助辦理淡季活動。推動澎湖國際海灣馬拉松-世界最美麗海灣，續辦 106 年成果良好的社區體驗活動 10 梯次。

旅遊民宿業如果一味的只會打價格戰，那只會讓市場愈來愈小。寵壞了消費者的胃口，造成沒有折扣沒有補助就不來了。這樣對業者或是遊客來說都不是一件好事。

澎湖的旅遊淡季確實存在，受限於淡季時無船運交通，機票的價位也相對較高，遊客量是比銳減，所以澎湖才有工作半年休息半年的說法，因應方式普遍採取關店休息的模式，民宿主人所提及的整理、維護民宿甚至是員工的教育訓練，對環境來說，也可以說是一個自我修復的期間。是值得仿效的方式，對於環境的永續是有正面幫助。

Q7、您的民宿的行銷策略為何？您認為民宿應該以何種方式來吸引顧客，由民宿的特色或服務來吸引，還是由澎湖在地風光、景點來吸引遊客的到來？

A、環境永續加上親切的服務和民宿的特色，這是最基本的行銷策略。再配合一些活動搭配或是一些藝人的形象及部落客行銷。這是目前一定必需做的。有的業者只想要賺錢而去破壞自然環境，其實是非常愚蠢的行為。因為沒有了景觀，有客戶會來住你的民宿嗎？環境永續加上親切的服務和民宿的特色。這是最基本的行銷策略。

Q8、您認為人魚之丘民宿的特色或差異化是甚麼？

A、有旅遊疑問、住房狀況找民宿管家就對了。而櫃台邊也有記載著近日的潮汐資訊，還有販售人工所做的旗下民宿紀念品。人魚之丘周圍的無礙視野，一旁就是擁有五德雞母塢海岸邊一塊極平坦且生態豐富的潮間帶。民宿有白天、夜晚認識潮間帶或是探訪潮間帶的附加行程，可以洽詢民宿管家。澎湖的潮汐漲退潮很明顯，景觀風貌也會隨著漲退潮有著不同的景觀。人魚之丘的特色之一，就是環繞在民宿外圍長 53 公尺、深 1.3 公尺的 360 度環狀泳池（護城河、飄飄河）

D、是個夢幻的城堡，後面又有很漂亮的海景。而且價格合理。住進來就像童話故事般，很不錯的感受與體驗。

E、景色好，不像山海沙灘那邊，全部都是民宿，我不喜歡跟別人擠在一起的感覺，到了晚上還是很多人，這裡就很舒服，只有一間人魚，沒有人太多的吵雜聲。

F、海景很美，可以坐在房間裡完全放鬆完全不被打擾。有需要的時候，下樓問一下管家就可以像 GOOGLE 一樣搜出非常多美食、景點……

Q9、您除了民宿還涉略觀光潛水、飛靶靶場、3D 列印等產業，本身還是軍事專家，有想過做一系列套裝行程嗎？

A. 民宿不能只是一個睡一晚的地方，其他的配套也要一併做好才能貼近遊客的

心。這才能提高客戶的回住率或是願意為民宿做一個免費的宣傳去推薦給親朋好友們。

配合新人拍攝婚紗

Q10、您覺得澎湖花火節對澎湖的觀光旅遊影響如何?

A、花火節應該要再增加一些新的花招，才能吸引到不同的客源。另外，政府單位、店家、民宿業者、其他相關產業的業者都必需要同心協力的去將澎湖推向國際舞台。千萬不要為了自己一時的盈頭小利就打壞了名聲，而成為業界的老鼠屎。

Q11、對於特色民宿的導覽相觀看看法?

A、遊客目前仍停留在打卡文化好像並不太在意文創意題。所以，太著墨於文創成功性不大。什麼事都要拍個照，PO 上臉書、IG 才代表有來過。常常拍完就離開，沒有真在了解在地文化或文創的意願。

Q12、民宿是否採低碳、環保議題?

A、政府推動低碳環保議題雖然立意良善，但目前消費都仍依賴業者提供的毛巾及牙刷等物品。減少提供毛巾及牙刷等物品套在民宿身上，這非常的不合時宜。雖然這是很重要的環保議題，但是在國人還不習慣自備的情況下。貿然實施是非常不好的。

Q13、從 2018 年底到 2019 初，政府努力推動暖冬及春遊專案，你覺得有感嗎?

1. 非常的無感，而且還必需另外派一個人力來處理這些業務。你看過有人一直依賴葉克膜過日子嗎?這樣你就可以知道在民宿旅遊業的景氣有多差了。會看著這些補助而來的客戶，說真的素質也不會很好。政府一直拿錢出來補助，但是對業者來說非但沒有賺到錢，而且有的還因此賠錢。因為政府的補助條件沒有非常明確。有的遊到一直到了大廳才知道不符合條件，氣急敗壞的要找人理論。也有不肖業者靠著政府的補助方案，請消費者免費吃飯，再請消費者提供身份証讓他們向政府申請補助。政府原本的一番美意完全沒有任何

實質效益，反倒被有心人士給利用了。

Q14、目前您澎湖 IN 公司還有那些民宿在經營？

A. 目前澎湖 IN 公司除了目前您看到的人魚之丘之外，另外還有北非花園、希臘邊境和月橘。總共有 4 家民宿，每一家的風格不同。

受訪者 B:

Q1、您是澎湖人嗎？在業界服務多久？在澎湖 IN 民宿集團服務多久？

2. 是的，我在業界大約有 10 年的時間了。說長不長說短也不短了啦。我在澎湖 IN 集團裡服務了有 3 年。

2、您覺得澎湖 IN 民宿集團經營如何？

B、經營還是要 WELL 夫妻做主，應該說是 WELL 抓住整體大方向之後由夫人執行，因為 WELL 的外務太多。

3、您覺得什麼是澎湖 IN 民宿集團最吸引遊客的點？次之？

B、最吸引人的是民宿的特色及我們的服務

4、您有多了解澎湖 IN 民宿的文創背景？

B、希臘邊境就是白色的希臘風格；北非花園就是彩的摩洛哥風格；人魚之丘就是展現與後方的海做一個結合；月橘 villa 以傳統閩式風格為主搭配澎湖在地咕啫石砌起矮牆，展現獨特典雅風情。細節的呈現還是要經由我的民宿導覽來呈現。

5、您對淡旺季的經營有何看法？

B、淡旺季都有工作要做，旺季時忙碌但是薪水相對多，淡季輕鬆點點是薪水相對少，還蠻合理的。

6、您對目前的工作內容及環境有何看法？

B、整體來說還不錯

受訪者 C.:

Q1、請問風管處相關業務及辦理角色為何？

C、本處為台灣第三個成立的風管處，所以占地瞭廣，但是無經費開發；可提供場地給外資進行投資，帶動澎湖經濟。

Q3、澎湖風管處有無協助觀光旅遊業者從事各類文創事項？

C、辦理各項活動時，希望以優惠方式吸引國外旅客到訪，將澎湖推向國際。澎湖國際海灣馬拉松-世界最美麗海灣。

Q4、澎湖風管處對特色民宿的推動這方面有具體的作為或指導？是否會推動文創與民宿之結合？

C、澎湖這裡的蚵殼太多，風管處有意提供社區可將蚵殼磨成粉的工具，以利把無用之物便有用之物。目前打算跟東石、王功漁港…等。蚵殼處理方面請益，看看其他地區如何再利用。目前是已經打造了一些使用蚵殼製成的裝置藝術放置在景點供民眾拍照用。

Q5、澎湖風管處有無希望透過整合民宿業者去協助推動業務，提升觀光效益，增加各方利益？

C、民宿的供需已經失衡，供遠大於求，在這樣的情形下還是有很多新興的民宿在建造中，雖然遊客數一直增加，但還比不上民宿旅館的增加，所以這方面的觀光效益很難做為。

Q6、對於澎湖在地文化、地方資源、文創產業…等，是否提出規劃，使資源永續利用？

3. 大量蚵殼的處理，有推動社區把蚵殼加工製造成工藝品，但是銷路還無法打開，且消化量有限，還在尋求其他方式，有向嘉義東石取經的意思。也有些在地業者建議將蚵殼製成漁礁，讓蚵殼再利用歸到海中成為魚群們的棲身躲避之處。這些我們都必需再和一些專家學考研究該如何著手進行，也該研究一下可行性，因為有另一派的說法覺得蚵殼會影響海的酸鹼值。當然，我們

的地方資源必需要保護才能再談有什麼觀光發展，不然自然資源被破壞殆盡。誰還要來澎湖?目前澎湖在地的澎湖 IN 集團底下的 3DMMP 公司有先設計了一款新式的漁礁，希望可以為我們澎湖的海洋儘一份心力。我們非常的感謝他們。

受訪者 D、E、F

Q1、請問您是第一次投宿人魚之丘民宿嗎？藉由何種管道得知住房訊息？

D、現在我們家每年都會來，應該有 4-5 年左右了吧。就像一種習慣，夏天就是要來這邊住幾天。之前是朋友介紹過，也上網查詢了評價。感覺不錯就訂房了。

E、不是第一次，第三次了，已經連續來了三年；一開始是朋友介紹的。

F、這次是跟曾經來很多次的朋友一起來住的，我的朋友強力推薦。

Q4、你希望民宿除了提供住宿外，還可以提供甚麼樣的服務？

D、希望可以提供一些水上的遊樂活動。

E、訂船(幫忙機)票、餐廳跟遊樂設施之類的服務，像人魚之丘打通電話就搞定，船票、租車、烤肉、浮潛等等的，它都幫我訂好了，來只要付錢就搞定，輕鬆多了，而且沒有額外收費。

F、管家很貼心，非常樂於推薦澎湖在地有什麼好吃好玩的地方。而且從，出發前到旅遊結束一條龍的服務。讓人不必為了安排行程多花費一點心思。很適合我這種懶人。

Q7、您覺的民宿的何種行銷策略或經營方式應會吸引您？您認為民宿應該以何種方式來吸引顧客，由民宿的特色或服務來吸引，還是由澎湖在地風光、景點來吸引遊客的到來？

D、以價格為優先考量。如果民宿沒有特色，澎湖如果沒有什麼景點，那來幹嘛？應該是說二者缺一不可。

E、有特色、服務好的民宿比較能吸引我。通常是先決定到哪裡玩，再去尋找當

地的住宿；澎湖民宿，太多，所以選擇人魚除了這邊的景色太美之外還不會有遇到地雷的危險。

F、服務品質是我比較在意的，其次就是民宿的特色。(重點是不要吵雜)。我覺得，一個民宿如果是建在一個沒有任何景點的地區，那人家還要去那邊幹嘛?和待在家有不同嗎?一定是要有地方可以去吧。

### 4.3 SWOT 分析

SWOT 分析法又稱優劣分析法。是一個是一種企業競爭態勢分析方法，運用 SWOT 的重點在於「分析」，本這種分析方法只是方便我們清楚看到現時的優勢、劣勢、機會及威脅，因為我們此時在每個方格中填入一些重要的短句，並還沒有提出解決方案，我們就可以利用文叉分析法，來幫忙列出解決問題的方法。首先，你需要先定義好自己的目標針對企業內部優勢與劣勢，以及外部環境的機會與威脅來進行分析。研究中，透過訪談資料的整理，將目前澎湖民宿產業的推動現況、文創產業發展環境、政府對於民宿及文創的支持情形及民宿主人本身的理念及能力部分，運用 SWOT 分析方法，明確地將其內部能力及外部因素，做一歸納分析。

表 4.4 人魚之丘民宿 SWOT 分析

優勢(strength)	<ul style="list-style-type: none"><li>● 辦理各項活動與民宿結合</li><li>● 異業及同盟都有結合及整合的能力</li><li>● 民宿主人具備各項專長，民宿的整體建築具有獨特性</li><li>● 民宿住宿回頭率高</li><li>● 民宿具有自己的公仔</li></ul>
弱勢(weakness)	<ul style="list-style-type: none"><li>● 同業間的割喉式削價競爭</li><li>● 冬天遊客較少</li><li>● 收費與其他民宿相較之較較高</li></ul>
機會(opportunity)	<ul style="list-style-type: none"><li>● 在澎湖當地為知名度較高的民宿</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 政府支持觀光業發展</li> <li>● 異業的策略聯盟</li> <li>● 可運用建築特色吸引遊客</li> </ul>
.威脅(threat)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 受冬北季風天氣影響</li> <li>● 法規不合時宜</li> <li>● 政府推動的觀光政策無力且無效</li> <li>● 民宿開設門檻低，導致民宿量爆增</li> </ul>



## 五、結論與建議

澎湖位是由 90 座大小島嶼所組成，16 世紀時葡萄牙殖民者來到東方，發現澎湖海域漁獲豐富，島上住著許多漁民，因此稱呼澎湖為漁翁島，而「天人菊」又貴為澎湖縣的縣花。所以，澎湖又有菊島的美稱。澎湖是台灣的 6 個離島之一，是台灣最小的縣，由 6 個行政區域共 90 座島嶼所組成，其中以澎湖本島最大(馬公市及湖西鄉)，其次為西嶼鄉、白沙鄉，另外還有望安鄉和七美鄉。目前僅 19 座島嶼有人居住，所以無人島海域的海底生物極為豐富，澎湖著名的文石是舉世公認品質最佳的文石，和義大利同為世界兩大文石產區，是台灣引以為傲的特色。

近期政府大力推廣觀光旅遊，也帶動了澎湖的觀光發展更加的蓬勃。但是相對的也帶來了不少的問題，不論是環境維護或是住宿業品質的參差不齊或是店家為了一己之私將價錢任意的調漲。這將都會是傷害澎湖觀光產業的原兇。

### 5.1 結論

- 一、人魚之丘民宿以特殊的建築外觀及貼近人心的服務品質讓遊客慢慢體會澎湖的慢遊生活。人魚之丘櫃台邊有公司自製的 3D 列印文創小物，讓民宿整體結合了文創行銷模式。也一併提供了在地伴手禮的訂購服務。讓旅客不需舟車勞頓到處尋找屬於澎湖在地的好味道。這也是一種異業結盟的另類行銷模式。
- 二、人魚之丘民宿提供了夜遊潮間帶及海洋婚禮的場地。提升不少民宿的住房意願及回住率。以此，可以看出這是以推展行銷民宿週邊服務模式來拉抬民宿在遊客心中的位置。

三、人魚之丘民宿所追求的不是單純的與其他業者不同。除了建築與環境結合，也與各類的活動包裝行銷民宿。保留了民宿該有的「家的感覺」以及充份的利用了在地的景色，是早期民宿與目前新興民宿的概念結合。

## 5.2 建議

- 一、民宿目前在澎湖已經是供過於求的情況，政府應該將設立民宿的標準門檻拉高。並且定期查核，淘汰不合宜的民宿。業者本身也該自我約束，不應該為了一己之私而去破壞自然環境或是任的削價競爭。
- 二、民宿本身可以異業結盟或是自己辦理一些活動來與民宿結合。這都是可以創造多贏局面的方式。遊客也可以體驗不同以往的方式，更進一步了解澎湖。
- 三、行銷方面可以採取部落客發文或是網路行銷、旅遊雜誌的報導、藝人加持…等也是民宿拓增知名度的方式，且辦理一些特色活動來引發遊客或媒體的關注。當然，做好自己的品質及良好的服務態度，靠著住過的旅客口耳相傳的自身體驗是用錢買不到而且也是最好的行銷策略及最好的廣告。
- 四、藉由文創小物結合民宿經營。可以由這些文創公仔或是明信片。讓遊客拼湊出屬於自己的澎湖旅遊體驗。為自己的生命寫下一段精彩的故事。
- 五、架設屬於自己的網站，網站內容也要清楚介紹民宿的特色、環境、景點、位置、行程等，進一步提供遊客一個參考選擇的來源。
- 六、民宿之間雖然為同業競爭對象，但也會互相分享資源、介紹顧客，也就是所謂的策略聯盟。這樣的行為不僅達成了良性的競爭，業者之間也能藉這樣的互動，雙方彼此學習、改進，更能間接增加民宿知名度。
- 七、使用 Facebook 粉絲專頁很簡單，但要增加粉絲人數、黏著度轉變為真實消費者很不簡單，除了用心與粉絲互動，更重要的是透過 Facebook 粉絲專頁希望傳達的理念為何？IG 與 LINE@也是重要的行銷利器。

## 參考文獻

中文部份:

1. 韓選棠、顧志豪(1992)，休閒農業發展中民宿建築類型之選擇研究，農業工程學報
2. 潘正華(1994)，台灣農村地區發展休閒農業於農牧用地上興建宿建築之法令可行性研究，國立台灣大學農業工程學研究所碩士論文。
3. 徐宗國譯（1997）。質性研究概論。台北：巨流。
4. 林宜甲，(1997)。國內民宿經營上所面臨問題與個案分析-以花蓮縣瑞穗鄉舞鶴地區為例，東華大學自然資源管理研究所碩士論文
5. 歐聖榮、姜惠娟(1997)，休閒農業民宿系統旅客特性與動機之研究，觀光研究學報。
6. 葉至誠（2000）。社會科學概論。台北：揚智文化。
7. 朱柔若譯（2000）。社會研究方法（質化與量化取向）。台北：揚智文化。
8. 陳月娥（2000）。社會研究法（含概要）。台北：千華。
9. 吳乾正(2002)，「渡假民宿管理」，全華科技圖書。
10. 袁方（2002）。社會研究方法。台北：五南。
11. 潘淑滿（2003）。質性研究理論與應用。台北：心理。
12. 潘明宏、陳志瑋譯（2003）。最新社會科學研究方法。台北：韋伯文化。
13. 王姿懿(2004)。以 Kano 二維模式分析台灣民宿品質之研究碩士論文 (私立臺中健康暨管理學院)
14. 林國賢(2004)。大陸民眾來台旅遊態度與動機之研究。朝陽科技大學休閒事業管理系研究所碩士論文
15. 吳碩文(2007) 民宿管理政策論證之研究 碩士論文(東華大學)
16. 葉惠文(2012) 以 IPA 模式探討澎湖民宿業之服務品質-以澎湖山水衝浪民宿為例 碩士論文(高雄大學)
17. 莊子慧(2015) 澎湖特色民宿經營模式轉型之研究—以澎湖 23.5 蔚藍民宿為例 碩士論文(南華大學)

18. 陳冠樺(2016) 澎湖在地旅館經營策略之探討：以企業史研究為觀點 碩士論文(澎湖大學)
19. 林碧霞(2016) 臺灣民眾對澎湖觀光意象、旅遊阻礙及旅遊動機之研究 碩士論文(南開科技大學)
20. 王文彬(2016) 民宿經營管理關鍵成功因素之研究-以高雄旗津地區為例 碩士論文(南華大學)
21. 王瑞玲(2017)。外籍遊客對觀光網站之瀏覽體驗、吸引力與旅遊意願之研究—以澎湖為例，碩士論文(國立澎湖科技大學)
22. 鄭自隆(2017)文創：行銷與管理，五南圖書出版
23. 全國法規之料庫 <https://law.moj.gov.tw/Index.aspx>
24. 交通部觀光局 <https://www.taiwan.net.tw/>
25. 澎湖縣政府主計處 <https://www.penghu.gov.tw/accounting/>
26. 澎湖國家風景區管理處 <https://www.penghu-nsa.gov.tw/>

#### 英文部份

1. Choi et al., (2007) 。What does the consumer want from a DMO website ? A study of US and Canadian tourists’ perspectives. *International Journal of Tourism Research*, 9(2), 59-72.
2. Engel, James E., Roger D. Blackwell & David T. Kollat (1993). *Consumer Behavior*, 7th, ed., Fort Worth : Dryden Press.
3. Fodness, Dale & Brian Murray (1998). A Typology of Tourist Information Search Strategies, *Journal of Travel Research*, 37(November), 108-119
4. Freyer (2005) 。Stade Tourismus, in Landgrebe, S. & Schnell, P. (Eds.), *Stadt marketing und Tourismus* (29-49). Munich: Oldenbourg
5. Janal, D.S. (1995). *Online Marketing Handbook : How to Sell, Advertise Publicize, and Promote Your Products and Services on the Internet and Commercial online Systems*, Van Nostrand Reinhold. *Journal of Retailing*, 76 (3), 309-322. Jarvenpaa SL,

6. Krauss, M., (1998). How the web is changing the customers, *Marketing News*, Vol. 32, Iss.10, pp.10.
7. Lanier, P., Caples, D., & Cook, H. (2000). How big is small? A study of bed & breakfasts, country inns, and small hotels. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 41(5), 90-95.
8. Lin and Lu (2000) ◦ Towards an understanding of the behavioural intention to use a website. *International Journal of Information*
9. Marc Lubetkin (1999) ◦ Bed-and-breakfasts: advertising and promotion. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 40(4), 84-90.
10. Phelps, A. (1986). Holiday Destination Image-the Problem of Assessment : An Example Developed in Menorca. *Tourism Management*, 7 (3), 168-180.
11. So and Morrison (2003) ◦ Destination marketing organizations' web site users and nonusers: a comparison of actual visits and revisit intentions. *Information Technology and Tourism*, 6(2), 129-139.
12. Thorbjornsen et al. (2002) ◦ Building Brand Relationships Online : A Comparison of Two Interactive Applications. *Journal of Interactive Marketing*, 16(3), 17-34.
13. Zhou and DeSantis (2005) ◦ Usability issues in city tourism website design: a content analysis. *IEEE International Professional Communication Conference Proceedings*, 789-796.

## 附錄一 訪談逐字稿

採訪對象 A: 民宿主人 000 先生	重點摘要整理編碼
<p>1、請問貴民宿經營的理念與策略方向為何？</p> <p>答：<u>相信自己的直覺，一切都以自己說的為主。因為我涉及非常多不同的領域，所以我覺得我的想法及做法應該是比較符合現在時下該有的管理模式。現在這種社會如果採用古老的那種單純提供住宿又沒有任何配套方式的管理。我相信只有死路一條，那種沒有服務又沒有特色的民宿，你覺得現在的年輕人或是一般中產階級的人會去住嗎？</u><u>現在的做法務必要多角化經營，不論是同業或是異業結盟的方式都非常重要。不但如此，還必須要常常有新的話題，新的梗出來。當然這是民宿主人必需自己想辦法的地方，如果一直仰賴政府提供什麼方案，應該死的比較快。</u></p> <p>2、請問民宿在經營過程中，是否曾實施轉型或品牌經營？</p> <p>答：<u>針對民宿，有設計一整套的公仔及模型放在扭蛋中，讓遊客可以將住過的民宿模型帶回家。讓遊客有一種睹物思人的感受。名信片的也可以讓遊客寫下當時的心情，不論是寄送給自己或是心裡</u></p>	<p>A.Q-1</p> <p>相信自己的直覺，一切都以自己說的為主。現在的做法務必要多角化經營，不論是同業或是異業結盟的方式都非常重要。</p> <p>A.Q-2</p> <p>有設計一整套的公仔及模型放在扭蛋中，讓遊客可以將住過的民宿模型帶回家。讓遊客有一種睹物思人的感受。名信片的也可以讓遊客寫下當時的心情，不論是寄送給自己或是心裡所在意的那個人，都顯的誠意十足。有了這些文創小物，為自己的生活增添了一些記事。</p>

所在意的那個人，都顯的誠意十足。有了這些文創小物，為自已的生活增添了一些記事。老了以後也有個故事可以說。告訴後代或是朋友們說自已曾經到過那些地方，那裡的風光有多麼明媚。當時又發生了那些趣事…。就像我們去故宮就會帶一些什麼古畫或是去販賣部多少買幾樣紀念品，不論是送禮或是自已留作紀念都好。反正，都是一種我來過這裡，是一個人生的新紀錄的感覺。就像時下年輕人為什麼愛打卡，愛使用 IG 帳號?其實說穿了除了炫耀之外，也是一種為自已生活留下些什麼日記或留念的東西。不然好像都沒來過這些地方，老了還有什麼東西可以回味啦!就像男生當兵，永遠都是一群男生聚在一起必談的事情啦!永生難忘……

3、您在經營民宿上，那些是獲利的，那些是不獲利的？  
答：民宿的經營不像餐廳的經營是可以拼翻桌率，因為容納率是固定的。固定幾個房間就是可以住多少人。所以，有人入住才是賺錢的。如果一直沒有人來澎湖，那談什麼如何獲利都是多餘的。你總不可能叫好多人一起睡一個大通舖吧!做好該有的品質及口碑才是最重要的，不然說再多都是空口說白話。套

A.Q-3

民宿的經營不像餐廳的經營是可以拼翻桌率，因為容納率是固定的。固定幾個房間就是可以住多少人。所以，有人入住才是賺錢的。如果一直沒有人來澎湖，那談什麼如何獲利都是多餘的。

A.Q-4

具體來說，政府對於業者都是採取強勢管理。不懂的分流，反而覺得業者只能靠自己。公部門辦的活動大部份看起來都像是為了消耗經費而辦的，成功的沒有幾件。數據都是美化過的。

句政治人物的口號:人進的來,貨出的去  
才會發大財吧..這不止是業者所想的,  
也是老百姓想要的吧?

4、您對於政府觀光旅遊、文創政策、  
民宿法規的看法為何,公部門的協助又  
為何?

答:具體來說,政府對於業者都是採取強  
勢管理。不懂的分流,反而覺得業者只  
能靠自己。公部門辦的活動大部份看起  
來都像是為了消耗經費而辦的,成功的  
沒有幾件。數據都是美化過的。政府會  
做的只有限制、限制、再限制...那業者  
還能做什麼?要大家坐吃山空嗎?目前看  
來,政府單位那有給什麼很具體的協  
助,不要扯後腿就很好了吧。坐辦公室  
的那懂的人家經營的現實面是什麼?跟  
他們說什麼對他們來說就只是一個業  
務,要辦不辦隨他們。太麻煩的業務就  
推三阻四的。

5、澎湖地理條件、氣候限制及空難等,  
是否會對民宿經營產生衝擊或影響?

答:當然會有影響,花火節這個活動就是  
之前華航為了華航空難導致澎湖的觀  
光旅遊重創而辦理的。但是,澎湖因東  
北季風的原故。來往澎湖的船隻在 10  
月到隔年的 3-4 月份是沒有辦法開的。

A.Q-5

澎湖因東北季風的原故。來往澎湖的船  
隻在 10 月到隔年的 3-4 月份是沒有辦法  
開的。此時,只能賴以航空。但是很奇  
怪的是,遊客常常都無法訂到機票。  
這才是政府該介入調查的部份

A.Q-6.1

會來的依然會來,並不會因為折扣而有  
所差異。淡季不會消失,只可以想辦法  
將旺季延長的方式來經營。

A.Q-6.2

研議其他多元化的配套措施及異業、同  
業結盟的方案用來因應之後的旺季。

此時，只能賴以航空。但是很奇怪的是，遊客常常都無法訂到機票。跑到機場看看，卻空盪盪的，這些機票到底跑去那裡了?是不是一直都掌握在特定人士手中?或是某些旅行業者把持住了?這些是不是政府該出手管一管...不然民宿業者如何存活?想來的人來不了，不想來的人也永遠不會來。對於這點，我想大家都看的到，只有政府看不到吧。蒙著眼說好多人來?真的有嗎?連平日居民往來的次數也一併計算進去，交個漂漂亮亮的成績單給上級。

6、澎湖旅遊淡旺季對民宿經營的影響如何?如何因應淡季?

答：旺季的時候，當然是儘其所能的服務客戶，讓他們有家的感覺。這樣才能談回住率吧!在淡季的時候嚐試過從 8 折打到 3 折，結果來客數卻是一樣的。會來的依然會來，並不會因為折扣而有所差異。淡季不會消失，只可以想辦法將旺季延長的方式來經營。例如將旺季延長到 11 月之類的。其他時間可以用來整理、維護民宿甚至是員工的教育訓練，對環境來說，也可以說是一個自我修復的期間。在淡季的時候也一併的可以檢討，在這段時間內有什麼地方需要改善。研議其他多元化的配套措施及異

A.Q-7.1

環境永續加上親切的服務和民宿的特色，這是最基本的行銷策略。再配合一些活動搭配或是一些藝人的形象及部落客行銷。這是目前一定必需做的。

A.Q-7.2

有的業者只想要賺錢而去破壞自然環境，其實是非常愚蠢的行為。因為沒有了景觀，有客戶會來住你的民宿嗎? 環境永續加上親切的服務和民宿的特色。這是最基本的行銷策略。

A.Q-8

有旅遊疑問、住房狀況找民宿管家就對了。而櫃台邊也有記載著近日的潮汐資訊，還有販售人工所做的旗下民宿紀念品。人魚之丘周圍的無礙視野，一旁就

業、同業結盟的方案用來因應之後的旺季。

7、您的民宿的行銷策略為何？您認為經營方式應如何吸引顧客，是應由民宿來吸引，還是由澎湖的景點吸引？

答：一間民宿的主體風格不同，不單只是建築外觀特色。內部而言，打掃、廚房、管理、店長、管家都有一套固定的 SOP 流程。裡面所使用論是洗髮、沐浴…等產品，也是使用在澎湖農會的產品。(這也是一種在地融入的概念)你說，如果民宿一點特色也沒有的話誰想要來住?那如果沒有景點，誰會想來澎湖?這是魚幫水，水幫魚的概念。我覺得是分不開的。有的業者只想要賺錢而去破壞自然環境，其實是非常愚蠢的行為。因為沒有了景觀，有客戶會來住你的民宿嗎?這是自斷後路的做法。環境永續加上親切的服務和民宿的特色。這是最基本的行銷策略。再配合一些活動搭配或是一些藝人的形象及部落客行銷。這是目前一定必需做的。把自己推銷出去…

8、您認為人魚之丘民宿的特色或差異化是甚麼？

答:人魚之丘是以與後方的海和潮間帶

是擁有五德雞母塢海岸邊一塊極平坦且生態豐富的潮間帶。民宿有白天、夜晚認識潮間帶或是探訪潮間帶的附加行程，可以洽詢民宿管家。

澎湖的潮汐漲退潮很明顯，景觀風貌也會隨著漲退潮有著不同的景觀。

人魚之丘的特色之一，就是環繞在民宿外圍長 53 公尺、深 1.3 公尺的 360 度環狀泳池（護城河、飄飄河）

A.Q-9

民宿不能只是一個睡一晚的地方，其他的配套也要一併做好才能貼近遊客的心。這才能提高客戶的回住率或是願意為民宿做一個免費的宣傳去推薦給親朋好友們。

做一個完全的結合。位於一樓大廳、櫃台，提供旅遊資訊、上網、用餐、短暫休憩…等服務，有旅遊疑問、住房狀況找民宿管家就對了。而櫃台邊也有記載著近日的潮汐資訊，還有販售人工所做的旗下民宿紀念品。人魚之丘周圍的無礙視野，一旁就是擁有五德雞母塢海岸邊一塊極平坦且生態豐富的潮間帶。民宿有白天、夜晚認識潮間帶或是探訪潮間帶的附加行程，可以洽詢民宿管家。澎湖的潮汐漲退潮很明顯，景觀風貌也會隨著漲退潮有著不同的景觀。人魚之丘的特色之一，就是環繞在民宿外圍長 53 公尺、深 1.3 公尺的 360 度環狀泳池（護城河、飄飄河）

9、您除了民宿還涉略觀光潛水、飛靶靶場、3D 列印等產業，本身還是軍事專家，有想過做一系列套裝行程嗎？  
答：有採取套裝行程的模式，有辦生存遊戲活動來吸引遊客，在淡季辦理飛靶射擊比賽吸引人潮。且結合媒體力量來一起來推動專屬於澎湖軍事活動。當然還可以藉由自家民宿及場地讓新人拍攝或是辦理與眾不同的婚禮。辦活動還是需要媒體的傳和政府的協助，像這次辦的「菊島防衛」活動。中外媒體都有報導，這樣一方面也提高了澎湖在國際上

A.Q-10

花火節應該要再增加一些新的花招，才能吸引到不同的客源。另外，政府單位、店家、民宿業者、其他相關產業的業者都必需要同心協力的去將澎湖推向國際舞台。千萬不要為了自己一時的盈頭小利就打壞了名聲，而成為業界的老鼠屎。

A.Q-11

遊客目前仍停留在打卡文化好像並不太在意文創意題。所以，太著墨於文創成功性不大。

A.Q-12

目前消費都仍依賴業者提供的毛巾及牙刷等物品。減少提供毛巾及牙刷等物品套在民宿身上，這非常的不合時宜。雖然這是很重要的環保議題，但是在國人還不習慣自備的情況下。貿然實施是

的能見度。有人來參加活動，當然也會有人氣及買氣。帶動了澎湖的觀光及住宿率。因為有的選手他們不會支身前來，也會帶著家人一起同樂。相對的我們的海上活動，不論是浮潛或是水上活動、夜釣小管...大家都有錢可以賺。所以，我們民宿從最初的代訂船票開始一直到來到澎湖租車、住宿、水上活動，甚至是晚上想要來個夜釣小管或是 BBQ 烤肉，我們都可以服務。民宿不能只是一個睡一晚的地方，其他的配套也要一併做好才能貼近遊客的心。這才能提高客戶的回住率或是願意為民宿做一個免費的宣傳去推薦給親朋好友們。

10、您覺得澎湖花火節對澎湖的觀光旅遊影響如何？

答：澎湖在地人對於花火節已經呈現無感的狀態，但仍能吸引很多外來的遊客。我覺得花火節應該要再增加一些新的花招，才能吸引到不同的客源。另外，政府單位、店家、民宿業者、其他相關產業的業者都必需要同心協力的去將澎湖推向國際舞台。千萬不要為了自己一時的盈頭小利就打壞了名聲，而成為業界的老鼠屎。

11、對於文創民宿的導覽相觀看法？

非常不好的。

A.Q-13

非常的無感。沒有把納稅人的錢花在刀口上，解決真正的問題。而是只會一直亂花錢製造觀光產業繁榮假象而以。

A.Q-14

共有 4 家民宿，每一家的風格不同。希臘邊境就是希臘風格、北非花園就是摩洛哥風格，人魚之丘就是與後方的海做一個結合，月橘 villa 以傳統閩式風格為主搭配澎湖在地咕佬石砌起矮牆，展現

答:現今的遊客目前仍停留在打卡文化，每到一個景點就要快點拍照 PO 在臉書或 IG 上，告訴大家來了什麼地方。好像並不太在意文創意題。所以，太著墨於文創成功性不大。

12、民宿是否採低碳、環保議題?

答：目前消費都仍依賴業者提供的毛巾及牙刷等物品。而且如果真的這樣實施，相對的我們的服務及客戶觀感一定會影響房價及旅客入注意願，政府把減碳的 8 項指標裡最容易達成的減少提供毛巾及牙刷等物品套在民宿身上，這非常的不合時宜。請問現在還有人會帶一堆東西出門旅行嗎?你如果花了錢，卻發現房間什麼都沒提供，你還會想要來嗎? 雖然這是很重要的環保議題，但是在國人還不習慣自備的情況下。貿然實施是非常不好的。

13、從 2018 年底到 2019 初，政府努力推動暖冬及春遊專案，你覺得有感嗎?

A. 非常的無感，而且還必需另外派一個人力來處理這些業務。你看過有人一直依賴葉克膜過日子嗎?這樣你就可以知道在民宿旅遊業的景氣有多差了。會看著這些補助而來的客戶，說真的素質也不會很好。政府一直拿錢出來補助，但是對業者

獨特典雅風情。這些差異就是為了吸引不同客群的遊客。

來說非但沒有賺到錢，而且有的還因此賠錢。因為政府的補助條件沒有非常明確。有的遊到一直到了大廳才知道不符合條件，氣急敗壞的要找人理論。也有不肖業者靠著政府的補助方案，請消費者免費吃飯，再請消費者提供身份証讓他們向政府申請補助。政府原本的一番美意完全沒有任何實質效益，反倒被有心人士給利用了。整個感覺就是沒有把納稅人的錢花在刀口上，解決真正的問題。而是只會一直亂花錢製造觀光產業繁榮假象而以。

Q14、目前您澎湖 IN 公司還有那些民宿在經營?

B. 目前澎湖 IN 公司除了目前您看到的人魚之丘之外，另外還有北非花園、希臘邊境和月橘。總共有 4 家民宿，每一家的風格不同。希臘邊境就是希臘風格、北非花園就是摩洛哥風格，人魚之丘就是與後方的海做一個結合，月橘 villa 以傳統閩式風格為主搭配澎湖在地咕啫石砌起矮牆，展現獨特典雅風情。這些差異就是為了吸引不同客群的遊客。

採訪對象 B:工作人員 000 先生	重點摘要整理編碼
<p>1、您是澎湖人嗎?在業界服務多久?在澎湖IN民宿集團服務多久?</p> <p>答：<u>我本人是，部分同事是澎湖人，部分不是澎湖人；服務10年了；來這裡3年多了。也有些服務生是學生來不了多久。</u></p>	<p>B Q-1.1 是</p> <p>B Q-1.2 服務 10 年了</p> <p>B Q-1.3 3 年多</p>
<p>2、您覺得澎湖 IN 民宿集團經營如何?</p> <p>答：<u>還不錯啦!呵呵，經營還是要 WELL 夫妻做主，應該說是 WELL 抓住整體大方向之後由夫人執行，WELL 的外務太多了，呵呵。像你們來也都是跟夫人聯絡的吧!【回答:是啊!】WELL 還要處理飛靶場的事!也常常當空中飛人，夫人處理也是當然的。</u></p>	<p>B Q-2 經營還是要 WELL 夫妻做主，應該說是 WELL 抓住整體大方向之後由夫人執行，因為 WELL 的外務太多</p>
<p>3、您覺得什麼是澎湖 IN 民宿集團最吸引遊客的點?次之?</p> <p>答：<u>最吸引人的當然是民宿的特色；當然我們的服務也很讚的。畢竟是老牌的民宿了，雖然這些年被抄襲，但是對我們的引響不大。</u></p>	<p>B Q-3.1 最吸引人的是民宿的特色</p> <p>A-2 Q-3.2 我們的服務</p>
<p>4、您有多了解人澎湖IN民宿的文創背景?</p> <p>答：<u>希臘邊境就是白色的希臘風格；北非花園就是彩的摩洛哥風格；人魚之丘就是展現與後方的海做一個結合；月橘 villa以傳統閩式風格為主搭配澎湖在地咕啞石砌起矮牆，展現獨特典雅風情。</u></p>	<p>B Q-4 希臘邊境就是白色的希臘風格；北非花園就是彩的摩洛哥風格；人魚之丘就是展現與後方的海做一個結合；月橘 villa以傳統閩式風格為主搭配澎湖在地咕啞石砌起矮牆，展現獨特典雅風情。細節的呈現還是要經由我的民宿導覽來</p>

<p>大致上是這樣，<u>細節的呈現還是要經由我的民宿導覽來呈現。</u></p>	<p>呈現。</p>
<p>5、您對淡旺季的經營有何看法？ 答：<u>在我們這裡不論是淡旺季都有工作要做，旺季時忙碌但是薪水相對多，淡季輕鬆點點是薪水相對少，還蠻合理的。</u></p>	<p>B Q-5 淡旺季都有工作要做，旺季時忙碌但是薪水相對多，淡季輕鬆點點是薪水相對少，還蠻合理的。</p>
<p>6、您對目前的工作內容及環境有何看法？ 答：整體來說還不錯啦。問一下你們住過幾間了？我們之前在北非就遇過了是吧？【回答：我住過北非花園跟人魚之丘，希臘邊境跟月橘VILLA只有參觀過】那我建議你們下次來可以住月橘VILLA，很適合你們一家四口。【回答：好的，下次來在規劃】那到時候見了，謝謝。</p>	<p>B Q-6 整體來說還不錯</p>

<p>訪談對象 C：澎湖國家公園風景管理處 OOO 先生</p>	<p>重點摘要整理編碼</p>
<p>1、請問風管處相關業務及辦理角色為何？ 答：<u>本處為台灣第三個成立的風管處，所以占地瞭廣，但是無經費開發；可提供場地給外資進行投資，帶動澎湖經濟。</u>這些反倒是希望借助你們的幫忙，看能不能介紹一些公司來洽談投資內容，介紹認識認識也行。</p>	<p>C Q-1 本處為台灣第三個成立的風管處，所以占地瞭廣，但是無經費開發；可提供場地給外資進行投資，帶動澎湖經濟</p>
<p>2、您對於政府觀光旅遊、文創政策、民宿法規何及公部門的協助的看法為？ 答：<u>澎湖淡旺季是大眾既有的迷思，現在極端氣候的引響下沒有春秋，只剩下夏冬，風管處有心推動淡季觀光，但是交通、民宿、店家等觀光業者皆被固有的迷思綁住，淡季就想關門休息，單靠本處大張旗鼓的推動效果微乎其微。</u>每年的淡季店家就關門休息了，也不會想說做一下生意，這個想法根深蒂固，我們溝通之後也還是這樣，要推是大家一起推，我們公部門能作但是店家不配合也沒辦法。</p>	<p>C Q-2 澎湖淡旺季是大眾既有的迷思，現在極端氣候的引響下沒有春秋，只剩下夏冬，風管處有心推動淡季觀光，但是交通、民宿、店家等觀光業者皆被固有的迷思綁住，淡季就想關門休息，單靠本處大張旗鼓的推動效果微乎其微。</p>
<p>3、風管處有無協助業者從事文創事項？ 答：<u>有；在辦理各項活動時，希望以優惠方式吸引國外旅客到訪，將澎湖堆向國際。</u></p>	<p>C Q-3 辦理各項活動時，希望以優惠方式吸引國外旅客到訪，將澎湖堆向國際。澎湖國際海灣馬拉松-世界最美麗海灣</p>

<p><u>國際。澎湖國際海灣馬拉松-世界最美麗海灣</u>，這就是我們推的活動。</p>	
<p>4、那風管處對文化創意民宿推動這方面有無具體的作為或指導？是否會推動文創與民宿之結合？</p> <p>答：<u>澎湖這裡的蚵殼太多，風管處有意提供社區可將蚵殼磨成粉的工具，以利把無用之物便有用之物。至於民宿方面還在接洽中。</u></p>	<p>C Q-1</p> <p>澎湖這裡的蚵殼太多，風管處有意提供社區可將蚵殼磨成粉的工具，以利把無用之物便有用之物</p> <p>C Q-2</p> <p>民宿方面還在接洽中</p>
<p>5、風管處有無希望透過民宿業者協助去推動業務，以提升旅遊觀光效益？</p> <p>答：現在澎湖這裡有六十多間合法登記飯店、八百多間合法登記民宿，合法家非法民宿達上千間，近年遊客成長由每年6X萬人次增長至去年115萬人次，民宿需求已經過飽和。這情形還可能更惡化。老實說民宿的供需已經失衡，供遠大於求，在這樣的情形下還是有很多新興的民宿在建造中，雖然遊客數一直增加，但還比不上民宿旅館的增加，所以這方面的觀光效益很難做為，還是希望大家一起努力。</p>	<p>C Q-5</p> <p>民宿的供需已經失衡，供遠大於求，在這樣的情形下還是有很多新興的民宿在建造中，雖然遊客數一直增加，但還比不上民宿旅館的增加，所以這方面的觀光效益很難做為</p>
<p>6、那對於在地文化、地方資源、文創產業等，有無透過資源活化再利用？</p> <p>答：<u>大量蚵殼的處理，有推動社區把蚵殼加工製造成工藝品，但是銷路還無法打開，且消化量有限，還在尋求其他方</u></p>	<p>C Q-6</p> <p>大量蚵殼的處理，有推動社區把蚵殼加工製造成工藝品，但是銷路還無法打開，且消化量有限，還在尋求其他方式，有向嘉義東石取經的意思。</p>

<p>式，有向嘉義東石取經的意思。海上牧場很風光沒錯，但是每年製造的蚵殼垃圾都直接往海裡丟，這些年來的量實在驚人，沒有相關的處理方法，很麻煩。</p>	
<p>7、對於澎湖的旅遊淡季有無規劃相關活動促進遊客的到訪? 答：風管處有請創意行銷公司協助辦理<u>淡季活動。推動澎湖國際海灣馬拉松-世界最美麗海灣</u>，這種已經打出名聲的活動，我們會持續辦理；並且續辦106年成果良好的社區體驗活動10梯次。</p>	<p>C Q-7 有請創意行銷公司協助辦理淡季活動。推動澎湖國際海灣馬拉松-世界最美麗海灣，續辦 106 年成果良好的社區體驗活動 10 梯次</p>



訪談對象:遊客-D 000 小姐	重點摘要整理編碼
<p>1、請問您是第一次投宿人魚之丘民宿嗎？藉由何種管道得知住房訊息？</p> <p>答：現在我們家每年都會來，應該有4-5 年左右了吧。就像一種習慣，夏天就是要來這邊住幾天。之前是朋友介紹過，也上網查詢了評價。感覺不錯就訂房了。</p> <p>之前路過有進來參觀詢問過，所以這次再來澎湖就來住了。朋友介紹過，也上網查詢了評價。感覺不錯就訂房了</p>	<p>D Q-1</p> <p>朋友介紹過，也上網查詢了評價。感覺不錯就訂房了</p>
<p>2、您覺得人魚之丘民宿吸引你來住宿的地方在哪裡？</p> <p>答：第一眼看來就覺得是個夢幻的城堡，後面又有很漂亮的海景。而且價格合理。</p>	<p>D Q-2</p> <p>是個夢幻的城堡，後面又有很漂亮的海景。而且價格合理。</p>
<p>3、您覺得人魚之丘民宿跟別人不一樣的地方在哪裡？</p> <p>答：它與海景融合在一起，不是一般民宿座落在都市中的那種建築。住進來就像童話故事般，很不錯的感受與體驗。</p>	<p>D Q-3</p> <p>住進來就像童話故事般，很不錯的感受與體驗。</p>
<p>4、你希望民宿除了提供住宿外，還可以提供甚麼樣的服務？</p> <p>答：既然這邊離海這麼近，希望可以提供一些水上的遊樂活動，例如:潛水、浮潛、衝浪..等等。晚上可以有烤肉活動。</p>	<p>D Q-4</p> <p>希望可以提供一些水上的遊樂活動</p>
<p>5、您對於政府觀光旅遊、文創政策、</p>	<p>D Q-5.1</p>

<p>民宿法規的看法為何？</p> <p>答：<u>政府一直提倡觀光旅遊，這次的補助還蠻有感</u>的。不論是暖冬補助還是春遊補助。不過這都是一次性的，以後也還不知道有沒有。不過，玩還是要照常去玩，不論有沒有補助都一樣。雖然現在四處看的到文創工廠，但是進去還是體驗不到文化氣息，總是覺得少了一些導覽之類的。民宿法規的門檻愈來愈低，導致民宿愈來愈多。素質參差不齊。除了住房網站的評價，好像也沒有什麼參考依據。</p>	<p><u>政府一直提倡觀光旅遊，這次的補助還蠻有感</u>的。不論是暖冬補助還是春遊補助。不過這都是一次性的，以後也還不知道有沒有。</p> <p>D Q-5.2</p> <p><u>四處看的到文創工廠，但是進去還是體驗不到文化氣息</u></p> <p>EDQ-5.3</p> <p><u>門檻愈來愈低，導致民宿愈來愈多。素質參差不齊。</u></p>
<p>6、澎湖地理條件、氣候限制及空難等，是否會影響您到澎湖旅遊的意願？</p> <p>答：<u>會啊!每次坐船來都要祈求風浪不要太大</u>。我自身是還好，但是我的家人都會暈船。<u>飛機票又不好訂</u>，還沒有嚐試過在冬天搭飛機來過。</p>	<p>D Q-6.1</p> <p><u>坐船來都要祈求風浪不要太大，飛機票又不好訂</u></p>
<p>7、您覺的民宿的何種行銷策略或經營方式應會吸引您？是應由民宿來吸引，還是由澎湖的景點吸引？</p> <p>答：和一般消費者一樣，當然是以價格為優先考量的重點啊。我覺得如果民宿沒有特色，來住好像也沒有什麼意義。澎湖如果沒有什麼景點，那來幹嘛?總不會一直關在民宿房間裡吧!應該是說二者缺一不可。</p>	<p>D Q-7.1</p> <p>以價格為優先考量</p> <p>D Q-7.2</p> <p>如果民宿沒有特色，澎湖如果沒有什麼景點，那來幹嘛? 應該是說二者缺一不可。</p>

訪談對象:遊客-E 000先生	重點摘要整理編碼
<p>1、請問您是第一次投宿人魚之丘民宿嗎？並是藉由何種管道得知住房訊息？</p> <p>答：不是第一次，<u>第三次了</u>，已經連續來了三年；一開始是<u>朋友介紹的</u>。</p>	<p>E Q-1.1 第三次 C-2 Q-1.3 朋友介紹的</p>
<p>2、您覺得人魚之丘民宿最吸引你前來住宿的地方在哪裡？</p> <p>答：人魚之丘<u>感覺很夢幻</u>，特別是海景，晚上看出去超美的，坐在房間往外望就是一種享受，<u>整個人都放鬆了</u>。</p>	<p>E Q-2 感覺很夢幻，是一種享受，整個人都放鬆了。</p>
<p>3、您覺得人魚之丘民宿跟別人不一樣的地方在哪裡？</p> <p>答：景色好，不像山海沙灘那邊，全部都是民宿，<u>我不喜歡跟別人擠在一起的感覺</u>，到了晚上還是很多人，<u>這裡就很舒服，只有一間人魚，沒有人太多的吵雜聲</u>。</p>	<p>E Q-3 我不喜歡跟別人擠在一起的感覺，這裡就很舒服，只有一間人魚，沒有人太多的吵雜聲。</p>
<p>4、你希望民宿除了提供住宿外，還可以提供甚麼樣的服務？</p> <p>答：<u>幫忙訂船(機)票、餐廳跟遊樂設施</u>之類的服務，像人魚之丘打通電話就搞定，船票、租車、烤肉、浮潛等等的，它都幫我訂好了，來只要付錢就搞定，輕鬆多了，而且沒有額外收費。</p>	<p>E Q-4 幫忙訂船(機)票、餐廳跟遊樂設施</p>
<p>5、您對於政府觀光旅遊、文創政策、民宿法規的看法為何？</p> <p>答：政府近年來一直再推觀光，<u>效果就</u></p>	<p>E Q-5 ，效果就不予置評，旅遊展的效果都比政府推的有用多了，品質好壞落差</p>

<p><u>不予置評，旅遊展的效果都比政府推的有用多了，民宿現在量那麼多，品質好壞落差太大，也沒有一定標準，一率叫民宿。至少像飯店有個星級之類的評斷標準吧。</u></p>	<p>太大，也沒有一定標準，一率叫民宿。至少像飯店有個星級之類的評斷標準</p>
<p>6、澎湖地理條件、氣候限制及空難等，是否會影響您到澎湖旅遊的意願？</p> <p>答：<u>會。我還沒有在冬天來過澎湖，都是搭船來的，飛機的時間水上機場都是下午飛澎湖，早上飛回去台灣，這樣的時段對遊客來說很不理想，直接少了一天的時間遊玩。所以都只能選擇搭船的方式。</u></p>	<p>E Q-6</p> <p>會；飛機的時間水上機場都是下午飛澎湖，早上飛回去台灣，這樣的時段對遊客來說很不理想。</p>
<p>7、您覺的民宿的何種行銷策略或經營方式應會吸引您？是應由民宿來吸引，還是由澎湖的景點吸引？</p> <p>答：<u>有特色、服務好的民宿比較能吸引我。通常是先決定到哪裡玩，再去尋找當地的住宿；澎湖民宿太多，所以選擇人魚除了這邊的景色太美之外，還不會有遇到地雷的危險。</u></p>	<p>E Q-7.1</p> <p>有特色、服務好的民宿比較能吸引，選擇人魚除了這邊的景色太美之外，還不會有遇到地雷的危險。</p>

訪談對象:遊客-F 000先生	重點摘要整理編碼
<p>1、請問您是第一次投宿人魚之丘民宿嗎？並是藉由何種管道得知住房訊息？</p> <p>答：這次是跟曾經來很多次的朋友一起來住的，我的朋友強力推薦。</p>	<p>F Q-1.1 第一次 F Q-1.2 Q-1.3 朋友帶我來的</p>
<p>2、您覺得人魚之丘民宿最吸引你前來住宿的地方在哪裡？</p> <p>答：面海的房間，整個人都放鬆下來。完全都不想離開了。</p>	<p>F Q-2 看著海讓人心情放鬆許多</p>
<p>3、您覺得人魚之丘民宿跟別人不一樣的地方在哪裡？</p> <p>答：海景很美，可以坐在房間裡完全放鬆完全不被打擾。有需要的時候，下樓問一下管家就可以像GOOGLE一樣搜出非常多美食、景點….</p>	<p>F Q-3 海景加上管家的貼心服務讓人很愉悅</p>
<p>4、你希望民宿除了提供住宿外，還可以提供甚麼樣的服務？</p> <p>答：<u>管家很貼心，非常樂於推薦澎湖在地有什麼好吃好玩的地方。而且，從出發前到旅遊結束一條龍的服務。讓人不必為了安排行程多花費一點心思。很適合我這種懶人。</u></p>	<p>F Q-4 一條龍的服務及親切的服務態度</p>
<p>5、您對於政府觀光旅遊、文創政策、民宿法規的看法為何？</p> <p>答：我不知道為什麼要一直推什麼春遊、冬遊。倒頭來花的還不是納稅人的錢?而且，也沒有每個人都有使用到。</p>	<p>F Q-5 政府一味的推廣自己覺得好的政策，並沒有真正把錢花在刀口上，反而讓人民反感。文創什麼之類的也只是喊喊口號，去到當地看到的也只是看到</p>

<p>我最討厭出門遇到那種標榜綠色旅館的。什麼都沒提供，是要我們怎麼住? 文創的方面，我是不懂啦!不就人家說那邊有什麼景點我們就去看看那邊在幹嘛而以嗎?而且，有的地方雖然政府推廣很大，但是實際上也沒什麼東西。根本就是浪費大家納稅人的錢。沒有把錢花在刀口上。民宿法規我們一般消費者是不懂的，所以我也不予置評的。</p>	<p>一堆大家都賣一樣的古老物品，沒有特色可言。</p>
<p>6、澎湖地理條件、氣候限制及空難等，是否會影響您到澎湖旅遊的意願? 答：會。我沒辦法在風浪很大的時候搭船來，非常不舒服。</p>	<p>F Q-6 會；因為風浪很大除了危險之外，也很不舒服</p>
<p>7、您覺的民宿的何種行銷策略或經營方式應會吸引您？是應由民宿來吸引，還是由澎湖的景點吸引？ 答：服務品質是我比較在意的，其次就是民宿的特色。(重點是不要吵雜)。我覺得，一個民宿如果是建在一個沒有任何景點的地區，那人家還要去那邊幹嘛?和待在家有不同嗎?一定是要有地方可以去吧。</p>	<p>F Q-7.1 服務品質及民宿特色; 景點和民宿一樣重要</p>

## 附錄二 附圖



二崁聚落



摩西分海



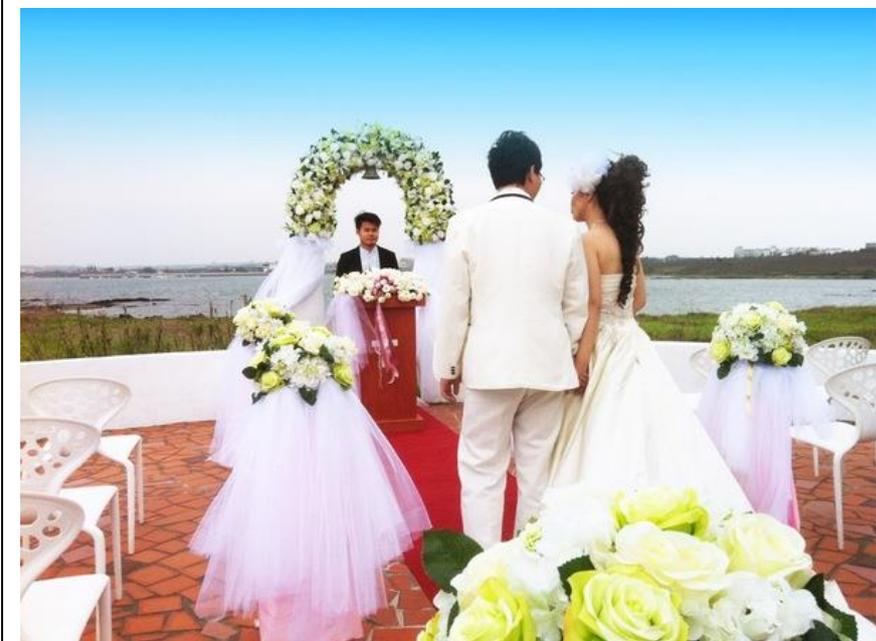
風櫃洞



澎湖柱狀玄武岩



潮間帶特色  
房型



幸福的鐘聲



面海特色房  
型



人魚之丘臨  
海僅 25 米



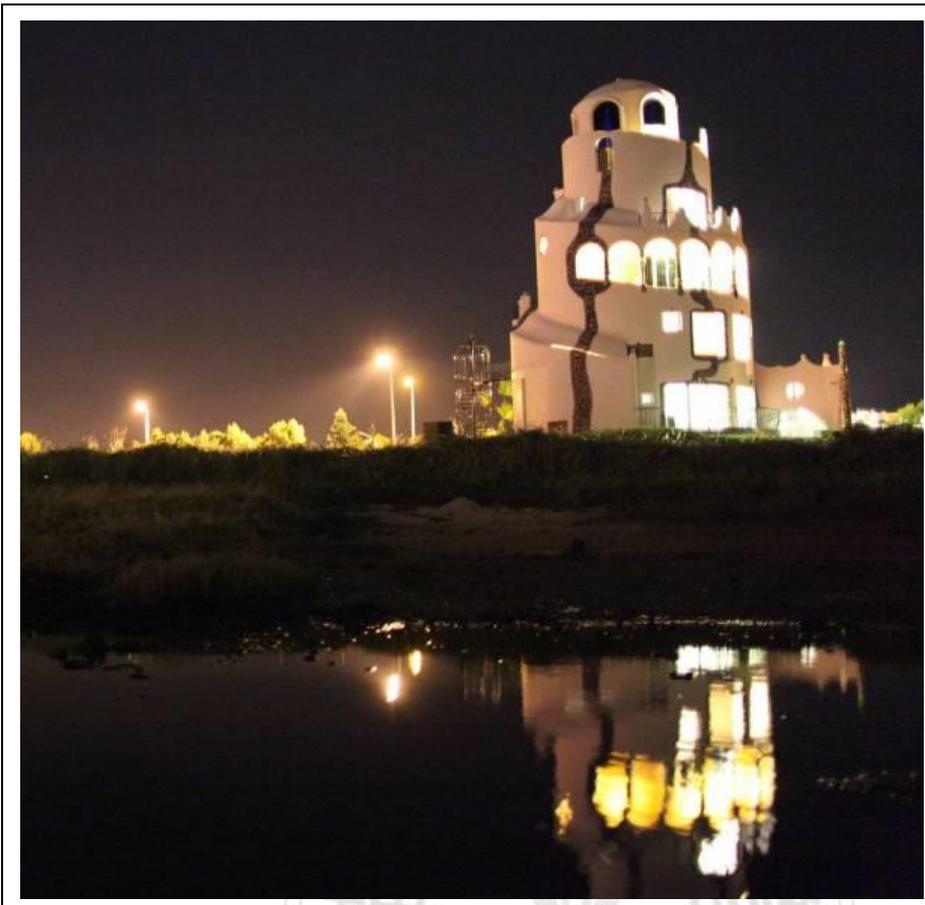
澎湖 IN 公  
司 3D 列印  
模型



澎湖 IN 公  
司 3D 列印  
模型



澎湖 IN 公  
司 3D 列印  
模型



人魚之丘夜  
景



人魚之丘配  
合客戶婚禮  
佈置



澎湖 鐵人  
三項活動

2019 4.18 - 6.27  
澎湖國際  
海上花火節  
2019 Penghu International  
Fireworks Festival

APRIL 4月	開幕	4/18 四	4/22 -		
		4/25 四	4/29 -		
MAY 5月		5/02 四	5/06 -	5/09 四	母親節加場 5/12 日
		5/13 -	5/16 四	5/20 -	5/23 四
		5/27 -	5/30 四		
JUNE 6月		6/03 -	6/06 四	6/10 -	6/13 四
		6/17 -	6/20 四	6/24 -	6/27 四 閉幕

活動地點：馬公市觀音亭

澎湖通遊

●各場次時間地點如有變動，請依活動官網、粉絲頁或澎湖通遊網站、粉絲頁最新公告為準。  
The program schedule of firework shows is subject to change, please refer to the latest official announcement on our official websites, Penghu Tour Website, and Facebook fan pages.

澎湖縣政府 [馬公]

澎湖 國際  
海上花火節  
宣傳海報



睽違已久的離島作戰 強力募集中

2019年3月2日 澎湖不見不散



贊助廠商



2019 菊島  
防衛宣傳海  
報



2018 風景  
管理處辦理  
海灣嘉年華

# 2018 世界最美麗海灣嘉年華在澎湖

THE MOST BEAUTIFUL BAY CARNIVAL IN PENGHU, TAIWAN

**8/6-11/3** 海島嘉年華  
Carnival of Penghu Island

**8/17-19** 2018 澎湖吉貝沙灘嘉年華  
2018 Penghu Jibeyu Beach Carnival

**9/5-7** 澎湖灣自然生態保育國際交流工作坊  
International Workshop on Ecosystem Conservation of Penghu Bay

**9/15** 寶島仲夏節-澎湖最美麗海灣音樂會  
Formosa Summer Festival- Penghu's Most Beautiful Concert

**9/20-24** 泳渡世界最美麗海灣  
Swimming across Two Beautiful Islands of Penghu

**9/20-10/31** 全球海洋城市博覽會  
Worldwide Ocean Cities Exposition

**9/25-10/2** 世界最美麗海灣旅遊觀音皇后大使  
Global Tourism Charity Queen Pageant

**9/26-10/2** 騎動臺灣探索在地-菊島鐵馬行  
Gaillardia Island Cycling Tour

**9/26-10/31** 國際海灣地景藝術節  
Bay Landscape Art Festival

**9/27** 世界最美麗海灣年會  
World Congress of the MBBW

**9/27-11/3** 2018 澎湖國際海灣燈光節  
2018 Penghu Lights Festival

**9/27-10/12** 國際海灣嘉年華遊行  
Carnival Street Parade

**9/28** 2018 國際海洋廢棄物治理-台灣經驗國際研討會  
Marine Debris Treatment Systems - 2018 International Colloquium

**9/28-30** 2018 海洋環境與氣候變遷國際研討會  
International Colloquium on Climate Change and Marine Environment

**9/29-10/5** 國際海灣之夜  
Night in Penghu

**10/4-7** 2018 全國沙灘木球錦標賽  
2018 National Beach Woodball Championship

**10/6-7** 國際鐵人三項  
Ironman Triathlon

**10/6-7** 菊島風箏表演賽  
Gaillardia Island - Kite Performance

**10/11-13** 澎湖漁業及海洋生態環境永續發展論壇  
Conference on Sustainable Development of Marine Ecology and Fisheries

**10/12-15** 2018 全國風島盃羽球-籃球錦標賽  
2018 Badminton and Basketball Championships

**10/13** 2018 舞動澎湖灣年會國際標準舞邀請賽  
2018 Invitational Ballroom Dance Competition

**10/19-22** 2108 全國風島盃壘球-排球錦標賽  
2018 Softball and Volleyball Championships

**10/20-21** 澎湖研究第18屆學術研討會-有形及無形文化資產研討  
18th Academic Conference - Tangible and Intangible Cultural Heritage

**10/25-28** 2018 澎湖國際風箏板邀請賽  
2018 International Kiteboarding Tournament

**10/26-27** 2018 澎湖農漁產品國際採購洽談會  
2018 International Agriculture and Fisheries Fair

**10/28** 2018 澎湖遠航馬拉松  
2018 Far Eastern Air Transport Marathon

**11/3-8** 2018 RS:ONE 世界錦標賽  
RS:ONE WORLD

**11/4** 2018 菊島跨海馬拉松  
Gaillardia Island - 2018 Penghu Cross-sea Marathon

**11/8-10** 2018 亞洲盃國際小艇風浪錦標賽  
2018 Asian Windsurfing Championships

**12/31** 2018 賞夕燭音樂會  
2018 Sunset Concert

**12/31** 迎接2019跨年晚會  
New Year Countdown Party Celebration for 2019

澎湖縣政府 廣告

2018 風景  
管理處辦理  
海灣嘉年華

**PENGHU**  
**澎湖**  
**國際海灣馬拉松**

世界最美麗海灣 世界で最も美しい湾

★ 2017 ★

**2017.10.15**  
**6:00AM**  
起點 | 澎湖縣立體育場  
澎湖國際マラソン  
**PENGHU INTERNATIONAL MARATHON**

澎湖國際馬  
拉松



人魚之丘民  
宿導覽



人魚之丘外  
觀-無角  
度，全圓弧  
狀



人魚之丘-  
潮間帶



澎湖 IN 公  
司旗下-北  
非花園民宿



3D列印6尺  
人物模型



飛靶靶場配  
合婚紗照

 <p>2019 澎湖花火節 用圖秒懂 時間、交通、住宿、行程</p>	<p>2019 澎湖國際花火節</p>
---	---------------------

 <p>北非花園 暖冬補助方案 0元入住 活動期間 2019年 1月1日至1月15日 五六除外 詳請請來電 06-9951926</p>	<p>澎湖IN民 宿配合政府 暖冬補助方 案</p>
---	--

<p><b>擴大國旅暖冬遊-方案內容(一)</b></p>		<p>政府暖冬方 案</p>
<p>➢獎勵旅行業包裝國內「團體旅遊」行程</p>		
 <p>補助對象 及範疇</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>組團前往<b>全國各縣市</b>旅遊之合法旅行業者</li> <li>2天1夜以上(安排於放假日未超過一天)</li> <li>每團本國籍旅客10人以上</li> </ul>	
 <p>補助費用 及額度</p>	<p>補助旅行業之旅遊團費用：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>每人每日最高<b>500元</b>，<b>60歲(含)以上樂齡族群</b>加碼補助至<b>1,000元</b></li> <li>每團最高補助3萬元、離島最高補助5萬元</li> <li>每家旅行社以補助<b>15團</b>為限(原申請「前進宜花東·高屏暖冬遊」方案已滿10團之旅行業者，得再申請5團)</li> </ul>	
 <p>預期效益</p>	<p>活動期間預計可增加<b>5萬</b>個客房住用數，帶動約<b>10萬</b>名旅客出遊，創造<b>超過5億元</b>之觀光效益</p>	

# 春遊專案-獎助內容1



政府春遊方案

▶ 地方政府依需求提計畫，並自訂實施期程

優惠獎助措施	自由行旅客 住宿優惠(方案A)	團體旅遊 優惠(方案B)	縣市自行提案活動 優惠(方案C)
<b>基本方案</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>每房<b>500元</b></li> <li>每人優惠1次</li> <li>每周<b>5天</b>(週日到週四)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>每人每日獎助<b>500元</b></li> <li>每團獎助上限<b>3萬元</b></li> <li>每團<b>10人</b>以上</li> </ul>	舉辦民俗節慶或彰顯地方特色之觀光活動或推廣會，每縣市最高獎助 <b>1,000萬元</b>
<b>加碼方案</b>	<b>青年加碼</b> 青年住宿離島，多享1次優惠 <b>+500元</b>	<b>離島</b> 前往離島加碼獎助上限每團 <b>5萬元</b>	(地方自行整合)
	青年入住 <b>小鎮民宿</b> ，多享1次優惠 <b>+500元</b>	<b>星級旅館</b> 入住星級旅館加碼獎助上限每團 <b>5萬元</b>	(地方自行整合)
		<b>員工旅遊</b> 企業員工旅遊加碼獎助上限每團 <b>5萬元</b>	(地方自行整合)
<b>小鎮行銷</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>十萬青年獎百萬</li> <li>40小鎮寄送風景明信片免郵資(1鎮1萬張)</li> <li>與中華電信合作，針對用戶推播小鎮旅遊資訊</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>40小鎮寄送風景明信片免郵資(1鎮1萬張)</li> <li>與中華電信合作，針對用戶推播小鎮旅遊資訊</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>小鎮自行提案並給予<b>100萬行銷費</b></li> <li>-30經典小鎮觀光局協助</li> <li>-10客家小鎮客委會協助</li> </ul>

政府春遊方案

**春遊專案**

自由來往

**自由行**

每房折抵**500元**/每人優惠1次  
每周5天適用(週日到週四)

青年加碼 18-40歲

前往離島或入住小鎮民宿  
各再優惠1次，**500元**  
(含第1次，共3次)

**團體旅遊**  
(需透過旅行社)

行程含小鎮需2天1夜以上  
(行程中放假日未超過1天)  
每人每日獎助**500元**

- 一般團旅遊 **上限3萬元**
- 離島
- 企業員工旅遊
- 住星級旅館 **上限5萬元**

獎助期間：**108年4-6月**(確切日期依各縣市政府規劃)

Taiwan 交通部觀光局  
Taiwan Tourism Bureau, MOTC



澎湖 IN 公  
司旗下-希  
臘邊境民宿



澎湖 IN 公  
司旗下-希  
臘邊境民宿



澎湖 IN 公  
司旗下-月  
橘民宿

	<p>澎湖IN公司旗下-北非花園民宿</p>
	<p>澎湖地區蚵殼問題嚴重</p>
	<p>澎湖地區蚵殼再利用</p>



為澎湖的海洋復育盡力  
-----3dmp  
設計的新式  
人工魚礁



澎湖地區蚵  
殼再利用



澎湖地區蚵  
殼再利用

