

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

糖業文化轉型為文創觀光產業研究

—以蒜頭糖廠蔗埕文化園區五分車為例

A Study on the Transformation of Sugar Industrial Culture to
Cultural and Creative Tourism Industry--A Case of the Tourism
Train Suantou Sugar Factory Cultural Park

蔡宗興

Tsung-Hsing Tsai

指導教授：趙家民 博士

賴文儀 博士

Advisor: Chia-Min Chao, Ph.D.

Wen-Yi Lai, Ph.D.

中華民國 110 年 6 月

June 2021

南華大學
文化創意事業管理學系
碩士學位論文

糖業文化轉型為文創觀光產業研究－以蒜頭糖廠蔗埕文化
園區五分車為例

A Study on the Transformation of Sugar Industrial Culture to
Cultural and Creative Tourism Industry – A Case of the Tourism
Train Suantou Sugar Factory Cultural Park

研究生：蔡宗璽

經考試合格特此證明

口試委員：施能木

謝昆霖

趙家民

指導教授：趙宇元 賴文儀

系主任(所長)：張子平

口試日期：中華民國 110 年 6 月 6 日

謝誌

首先感謝指導教授趙家民、賴文儀博士精心教導撰寫論文研究及寫作方向；同時也要感謝口試委員施能木、謝昆霖教授惠賜建議，提供修改論文的寶貴意見，使我的論文內容更加充實完整；在蒐集豐富訪談資料中，必須感謝受訪者在忙碌期間特別撥出時間接受我的訪談。因緣際會下認識趙家民教授，在他鼓勵提攜下才讓我重拾課本進入南華大學就讀研究所在職專班，撰寫此篇論文，時常背負著工作與撰寫時限的雙重壓力，過程中可說是嘗盡酸甜苦辣，雖然辛苦但也獲得更精深的學術涵養以及專業知識，就讀研究所期間所幸太太周怡玲及家人溫馨支持，以及姪兒謝博全提供意見下，在諸多鼓勵幫忙下才能順利完成本篇論文，我銘感五內在此獻上最真誠的謝意。

最後，僅以此篇論文獻給我最親愛的家人以及關心我的好朋友共同分享，爾後必將學習知能全力以赴投入職場，發揮所長不負眾望，持續精進奮發向上。

蔡宗興 謹誌 2021.06

中文摘要

台灣糖業據文史記載十七世紀就已經存在事實，發展至近代已有好幾百年的歷史，台糖公司因全球化貿易及成本考量下，將產糖的工廠陸續關閉，各廠區積極轉型至發展文化觀光產業園區。蒜頭糖廠曾是日本時期全台三大產糖的工廠，也逃不過時代的巨輪壓毀，面臨關廠命運，首先衝擊的是員工的生計，經由台灣糖業公司及員工多方努力下，將原有的載糖、載客五分車改變成觀光小火車的文化創意巧思。尤其台灣每年觀光旅遊所帶來的效益可觀，由傳統產業轉型至觀光產業，保留了糖廠鐵道原始的地情地貌，並致力於傳統糖業文化的保存，在推廣上以觀光旅遊及社區總體營造為永續經營的核心，順應了現今產業文化資產保存、活化與再利用的風潮。本研究以此為研究背景，在確立研究動機後，所訂定研究目的為：

- 一、探討「蒜頭糖廠蔗埕文化園區五分車」發展分析及營運概況。
 - 二、分析「蒜頭糖廠蔗埕文化園區」推動整體文化觀光策略。
 - 三、探討蒜頭糖廠蔗埕文化園區如何推廣「五分車」產業競爭力。
- 並以質性研究的訪談法與文獻分析法作為研究方法，經由訪談所得資料與所蒐集之文獻，進行整理與比對，再藉由SWOT分析「蒜頭糖廠蔗埕文化園區五分車」推廣的優勢、劣勢、機會與威脅，得到如何發展歷史文化產業與如何推廣情形之研究結果。研究結論是以「蒜頭糖廠蔗埕文化園區五分車」結合周邊景點做為深度小旅遊的推廣為永續經營的核心，並致力於糖業文化資產保存與發展的工作，最後綜合受訪者與研究者的看法，提出「蒜頭糖廠蔗埕文化園區五分車」推廣文化觀光旅遊與後續研究建議。

關鍵詞：傳統產業、文化觀光、五分車、社區總體營造

Abstract

According to the literary history records, Taiwan's sugar industry has been existent since the 17th century. The industry's development has hundreds of years of history till today. Due to global trade and cost considerations; Taiwan Sugar Company closed down the sugar factories one after another. Each factory actively transformed from a sugar factory to being developed as a cultural tourism industrial park.

Chia Yi Suantou Sugar Factory was one of the three major sugar factories in Taiwan during the Japanese period. However, the factory couldn't escape the fate of the closures. Through the efforts of Taiwan Sugar Company and its employees, the original small sugar- carrying trains were converted into tourist trains to carry passengers . Due to the booming with tourism each year in Taiwan, the traditional sugar industry was successfully transformed into a tourism industry.

Not only has the original design of the sugar factory railway been preserved , but it has also been committed to promoting the preservation of the traditional sugar industry. The study is based on this research background. After confirming the research motivation, the purposes of the study are as follows:

- (1)Discussing the development and operation overview of Suantou Sugar Factory Cultural Park - Wufenzaiju.
- (2)Analyzing the strategies in promoting cultural tourism in Suantou Sugar Facory Cultural Park.
- (3)Discussing the cultural tourism benefits of Suantou Sugar Factory Cultural Park from promoting Wufenzaiju.

In-depth interview was used to collect information. The research method was to compare the information with collected literature and analyse them. Furthermore, using SWOT analyzing (knowing its advantages, disadvantages, opportunities and threat) to develop its cultural industry and how to popularize the sugar factory cultural park.

The conclusion of the study is to combine the small sugar- carrying trains of Suantou Sugar Factory Cultural Park with its surrounding attractions to create a sustainable operation and commitment to preserve and continual development of the sugar industry culture.

Finally, based on the views of the interviewees and researchers; this paper puts forward suggestions in promoting cultural tourism and to encourage more research on the small sugar-carrying train in Suantou Sugar Facory Cultural Park.

Keywords:

Traditional Industry, Cultural Tourism, Wufenzaiju, Community Building



目錄

謝誌.....	i
中文摘要.....	ii
Abstract.....	iii
目錄.....	v
表目錄.....	viii
圖目錄.....	ix
第一章 緒論.....	1
1.1 研究背景與動機.....	1
1.2 研究目的.....	5
1.3 研究範圍.....	6
1.4 研究流程.....	7
第二章 文獻探討.....	9
2.1 糖業歷史.....	9
2.2 傳統產業.....	17
2.3 觀光產業.....	21
2.4 文化觀光.....	24
2.5 社區總體營造.....	34
2.5.1 社區定義.....	36
2.5.2 社區文化創意.....	39
第三章 研究設計與執行.....	43
3.1 研究方法.....	43
3.1.1 訪談法.....	43
3.1.2 文獻分析法.....	44
3.2 研究設計.....	46
3.2.1 選定訪談對象.....	46

3.2.2 訪談大綱設計.....	46
3.3 資料分析編碼.....	48
第四章 研究分析與討論.....	49
4.1 「蒜頭糖廠蔗埕文化園區五分車」發展歷程及營運概況....	49
4.1.1 請您概述「五分車」轉型文化觀光沿革.....	49
4.1.2 請問您台糖實業公司轉型「五分車」的經營策略.....	52
4.1.3 請問您園區如何宣傳文化觀光用途的「五分車」.....	53
4.1.4 搭乘五分車並做深度小旅遊，有何推薦行程.....	53
4.1.5 您覺得「五分車」轉型文化觀光面臨的挑戰.....	54
4.2 「蒜頭糖廠蔗埕文化園區」推動整體文化觀光策略.....	56
4.2.1 您覺得園區發展「五分車」觀光對社區有何幫助.....	56
4.2.2 您認為「五分車」發展觀光，結合社區營造策略為何...	57
4.2.3 依您觀察，搭乘「五分車」遊客類型係屬團體客或自行前 來之遊客數量占大多數；其年齡層分布及到訪停留時間大約 多長.....	59
4.2.4 您覺得遊客參訪期間對在地的環境、交通及社區上有何整 體影響.....	59
4.2.5 針對工廠村社區發展觀光相關單位規劃情形為何.....	60
4.3 蒜頭糖廠蔗埕文化園區推廣「五分車」產業的競爭力.....	63
4.3.1 請問您，有何措施提升五分車的觀光發展效益.....	63
4.3.2 糖業小火車轉型文化觀光產業，如何吸引更多遊客.....	64
4.3.3 在產業轉型上，您認為「五分車」的轉型成果如何.....	65
4.4 研究結果與討論.....	67
第五章 結論與建議.....	71
5.1 研究結論.....	71

5.1.1 「蒜頭糖廠蔗埕文化園區五分車」發展歷程及營運概況..	71
5.1.2 「蒜頭糖廠蔗埕文化園區」推動整體文化觀光策略.....	72
5.1.3 蒜頭糖廠蔗埕文化園區推廣「五分車」產業的競爭力 ...	73
5.2 研究建議.....	74
參考文獻.....	77
附錄一：訪談逐字稿.....	81
附錄二：五分車車頭篇.....	109
附錄三：五分車車體篇.....	111
附錄四：蒜頭糖廠懷舊照片.....	113
附錄五：園區附近旅遊景點.....	115



表目錄

表 2.1	歷史沿革.....	14
表 2.2	傳統產業定義彙整.....	17
表 2.3	各界對觀光之定義.....	21
表 2.4.1	觀光主軸差異.....	24
表 2.4.2	國內學者對文化觀光之看法.....	25
表 2.4.3	糖廠轉型文化觀光糖廠演變歷程.....	29
表 2.5.1	國內專家學者對「社區」定義.....	37
表 2.5.2	國內外及組織對於文化創意產業定義.....	41
表 3.2	本研究訪談對象、日期、地點.....	46
表 4.1.1	蒜頭糖廠蔗埕文化園區五分車票價表.....	50
表 4.1.2	遊客數及營收統計表.....	51
表 4.4	五分車轉型文化觀光小火車 SWOT 分析表.....	67

圖目錄

圖 1.1.1	109 年國人國內旅遊重要指標統計.....	1
圖 1.1.2	Tourism 2020—台灣永續觀光發展方案.....	2
圖 1.4	本研究流程圖.....	8
圖 2.1.1	(臺灣所見)製糖場と甘蔗の列車.....	11
圖 2.1.2	1929 年蒜頭糖廠.....	16
圖 2.4	文化與觀光特性關係圖.....	29
圖 2.5	台灣健康六星計畫推動架構圖.....	35
圖 4.1.1	永續發展政策圖說.....	52
圖 4.1.2	嘉義縣環保局與台糖公司合作，五分車加裝濾煙器.....	55
圖 4.2.1	工廠村社區營造策略.....	58
圖 4.2.2	235 環境教育綠能生活館.....	61



第一章 緒論

1.1 研究背景與動機

台灣自從2001年起開始實施週休二日制度後，隨著國人越來越注重休閒娛樂活動，因此政府也提出多項休假制度的修改，且於2016年修改勞工的工作及休假重大政策，推行「一例一休」方案。各項休假制度修法目的在於讓我國國人全面落实能週休二日，且有更充裕和彈性的時間來安排全家休閒旅遊活動，由於觀光旅遊需求及風氣大增，各縣市政府積極推動在地的文化產業特色，並進一步將產業與觀光互相結合，不斷地協助地方推展當地觀光活動及活化景點並且也祭出各項優惠活動，讓在地的文化特色得以推廣出去，吸引人潮同時也能提升當地經濟效益，畢竟觀光旅遊總是帶來「人潮等於錢潮」的概念。

根據交通部觀光局在109年統計「國人國內旅遊重要指標」報告中顯示，國人從事國內觀光旅遊活動之比率為91.1%、平均每年每人旅遊次數7.99次、國內旅遊總旅次為185,184,000旅次(包含未滿12歲兒童)、假日旅遊比率66.9%。各項資料顯示出國人從事觀光休閒旅遊活動之人數及次數漸趨頻繁，且對於觀光旅遊服務設施之需求日益增加且喜歡尋求更多元化的旅遊活動，對於戶外休閒遊憩之質與量的需求也提高。如圖1-1-1所示為我國國人旅遊時主要從事的旅遊活動所佔之比率。

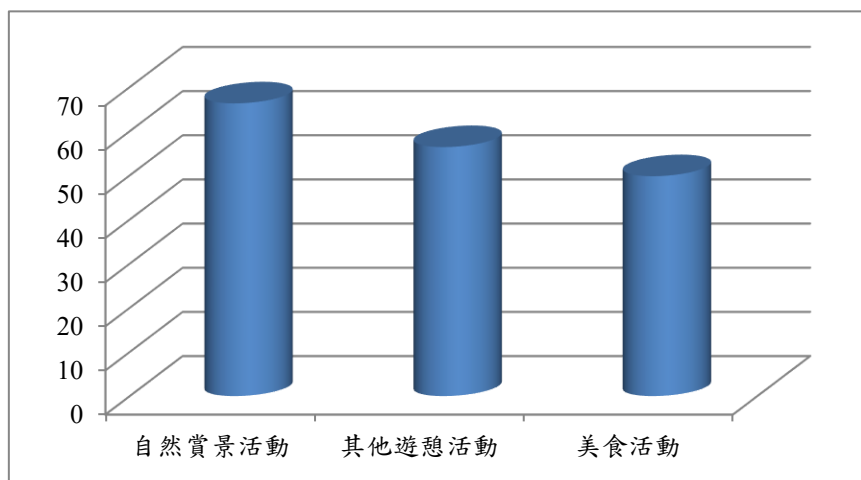


圖 1.1.1 109 年國人國內旅遊重要指標統計（資料來源：交通部觀光局）

再就遊憩活動分做細項來看，國人從事「觀賞地質景觀、濕地生態」有55.6%為最多，其次就是「逛街Shopping」有44.8%，再其次者是「品嚐當地盛產特產、特色美食小吃」有41.7%（109國人旅遊狀況調查報告）。加上當今大眾運輸系統發展，一日生活圈並非難事，遊憩模式及行為也逐漸傾向定點、主題樂園、養生健康之旅遊風潮、樂活（LOHAS），而賞鳥賞花、賞鯨、地質生態旅遊、宗教知性之旅、休閒農場或是文化觀光等較有主題性旅遊，極具發展潛力。（資料來源：中華民國109年國人旅遊狀況調查）。

然而發展觀光可以讓當地增加收入，提升整體設施建設。但一個地區的觀光產業開發及綜劃，除了考量消費者市場外，並要探究居民對遊憩區觀光開發態度和認同看法程度。盡量延續其原有資源的情形下減少破壞程度，發展出適合當地的旅遊觀光設施，這才是地區永續發展觀光的重要考量。

衡酌我國觀光面臨全球化、數位化、在地化等趨勢，面對來台客源市場結構盤整、區域旅遊競爭激烈及產業關鍵轉型等挑戰，行政院於107年1月核定「Tourism 2020—台灣永續觀光發展方案（106-109年）」，期透過「開拓多元市場、活絡國民旅遊、輔導產業轉型、發展智慧觀光及推廣體驗觀光」5大策略，持續厚植國民旅遊基礎及開拓國際市場。



圖 1.1.2 Tourism 2020—台灣永續觀光發展方案（資料來源：行政院）

自台灣光復後十餘年間，台糖公司砂糖外銷產量，始終佔我國外銷的首位。在外銷產量最高時，產糖收入最高曾佔外匯總收入74%，不僅繁榮了農家村庄地區，更為工業發展上奠定勝利基礎。但自1964年後，由於國內產業結構的改變，糖業在整個經濟中的比重逐漸降低（台糖公司，2002）。再者，自1970年代台灣經濟起飛，工商業發展迅速，人力成本、製糖成本不斷提高，加以政府加入國際貿易組織（WTO），砂糖自2002年開放進口，製糖產業受到保護的程度大幅降低，砂糖生產已難以符合經濟效益，台糖公司面臨極大的經營壓力（台糖公司，1999）。面對丕變的產業環境，傳統產業莫不求新求變求發展，紛紛轉型為觀光產業才能得到永續經營。政府亦於2002年提出「挑戰2008國家發展重點計劃」，正式將能與結合文化創意這項產業視為重點產業。

文化部（前身為文化建設委員會）曾在「2004年文化創意產業發展年報」中提出，面對正在興起開發中的國家與全球性產業，包括台灣產業紛紛外移至中國，早期台灣人民賴以生存的製造業也因為西進政策造成產業的空檔，因此我們更需要找到更適合的產業做遞補。在百行百業產業中，文化創意產業結合靈感、創意，知識經濟附加價值也高，足以替我們國家帶來更多新的發展潛能與創造經濟成長和工作機會，資訊發達的時代中找到新出路。

在政府著重地方文創產業發展之際，台糖公司也因此積極在各地廠區接一連二的籌設轉型文化園區，例如：台南十鼓仁糖文創園區、烏樹林鐵道文化園區、橋頭糖廠文化園區、溪湖糖業鐵道文化園區...等。

蒜頭糖廠地處嘉義縣六腳鄉工廠村於1906年建廠，其原料區是歷史悠久的蔗作區，因嘉南平原地形平坦，且蔗農栽種甘蔗技術純熟，生長狀況良好，生產效能品質特佳，加上壓榨製糖能力為「明治製糖會社」最高的工場，在日治時期就有「明治寶庫」之名（張宏謀，1990），在民國時期更享有「台糖寶庫」之稱號。蒜頭糖廠亦於2002年成立蔗埕文化園區，堪稱文創產業界的先鋒，其利用百年的製糖與鐵道文化，改善硬體設施與園區景觀，將運輸甘蔗的五分車改裝為承載遊客的遊園車，經由專業導覽人員解說，帶領著遊客重遊舊時的回憶，每年吸引數以萬計的人潮至此乘坐五分車遊園以及騎腳踏車至自行車專用道享受田園風光知性之旅。

台灣於 2007 年正式通車營運時速達 300 公里的高速鐵路，對於時速僅 10 公里左右的觀光小火車依然有其獨特魅力，乘坐一趟簡單的糖業鐵道旅程後，隱身其後的人物歷史背景與時代發展的故事，不容小覷的文化價值更是我們所應珍惜與保存的。

因此以「糖業文化轉型為文創觀光產業研究－以蒜頭蔗埕文化園區五分車為例」當作題材，除了希望能對整個台灣糖業鐵道建構的始末做一完整分析，更希望藉由載糖、載客的小火車轉型文化觀光產業研究是否能帶動社區繁榮來探討文化資產的保存與再利用之可行性與推廣重要性。



1.2研究目的

本研究是以「蒜頭糖廠蔗埕文化園區五分車」為研究個案，主要探討傳統產業轉型文化創意產業之行銷策略。經由園區的經營現況、產業特色及行銷策略，選用適當的行銷策略組合，並希望藉由此研究能夠：

- 一、探討「蒜頭糖廠蔗埕文化園區五分車」發展歷程及營運概況。
- 二、分析「蒜頭糖廠蔗埕文化園區」推動整體文化觀光策略。
- 三、探討蒜頭糖廠蔗埕文化園區推廣「五分車」產業的競爭力。



1.3研究範圍

本次研究空間範圍以蒜頭糖廠蔗埕文化園區為主，並延伸至觀光小火車行駛之路線與未來規劃之景點開發處。除對園區內相關之文化資產做一系列調查紀錄外，並對園區環境之規劃與改變對整體經營是否有所影響做一探討。期能收以小窺大，見微知著之效。本研究為彰顯五分車及糖廠之歷史與文化價值，藉由世界糖業歷史的演進加以印證，五分車最初設置之目的即是為了運輸更大量甘蔗及砂糖且擔任早期載客運輸之重任，但因時代變遷產生經營變革乃至目前的積極轉型等幾個重要節點上，尤其是2002年蒜頭糖廠觀光小火車啟動後至今更是本個案研究探討之重心。目前轉型為觀光小火車經營的糖廠目前共有五家，而每一家糖廠皆深具豐富之歷史文化背景與價值，且各家糖廠轉型經營特色不一，富含著文化創意深具產業與時俱進的構思，本研究以蒜頭糖廠蔗埕文化園區之五分車轉型觀光小火車經營為探討之主要範疇。

1.4 研究流程

本篇研究流程總共分為七個部分，依序步驟進行，內容概述如下：

- 一、根據研究動機及背景，確認研究方向。
 - 二、擬定本篇研究目的。
 - 三、文獻資料蒐集與回顧，針對「糖業歷史、傳統產業、觀光產業、文化觀光、社區總體營造」，進行文獻資料蒐集整理，作為本研究的資料依據，並擬定研究架構與假說。
 - 四、擬定訪談題目及對象。
 - 五、進行訪談，並將訪談錄音檔進行重點整理及歸類。
 - 六、將訪談內容與文獻資料進行分析整理。
 - 七、根據資料分析結果，提出建議與結論。
- 本研究依上述流程整理出研究流程圖(如圖1.4)

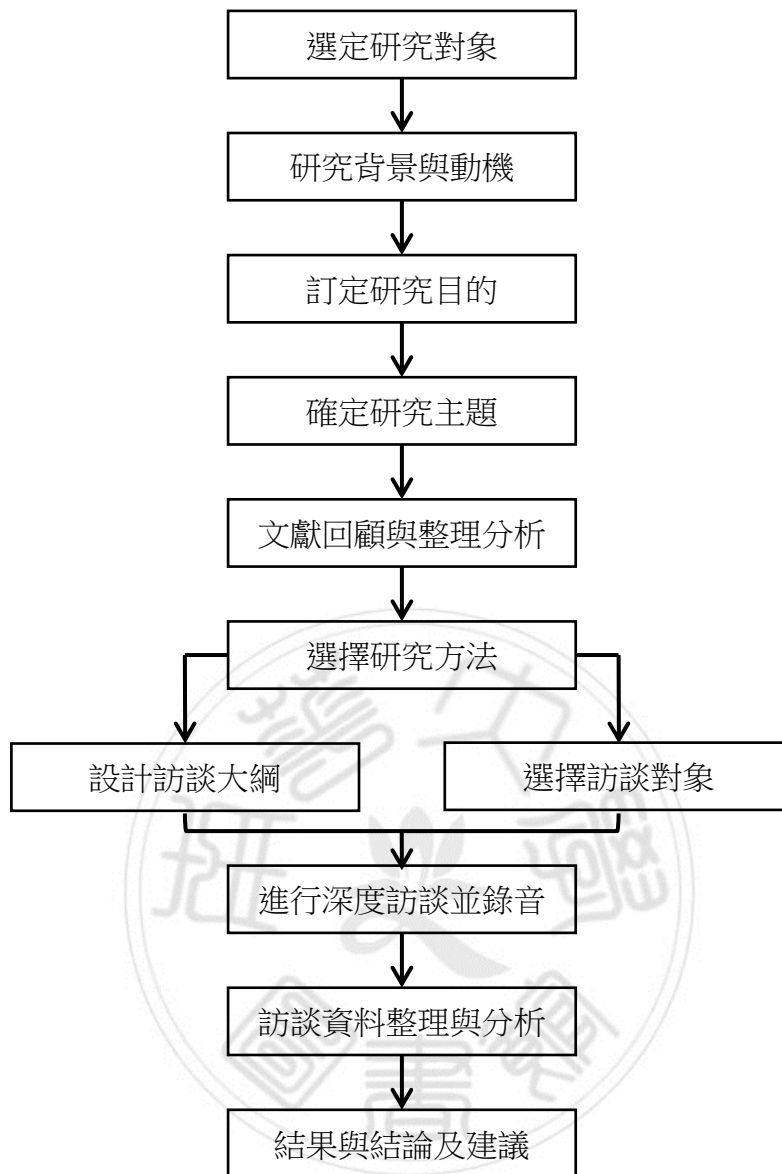


圖 1.4 本研究流程圖

第二章 文獻探討

本章基於第一章所確立之研究背景、動機及目的，執行蒐集與本研究相關的文獻資料，透過文獻分析法來探討有助於本研究之各項資料，完成文獻回顧與探討。本章總共分為5節，分別為2.1糖業歷史；2.2傳統產業；2.3觀光產業；2.4文化觀光；2.5社區總體營造。

2.1糖業歷史

一、台灣糖業史

根據歷史記載十七世紀當時為荷蘭時期統治的台灣，當時有種植大面積的甘蔗並生產蔗糖，為主要的出口商品。1939年的日治時期台灣蔗糖產量為最高峰，由於二次大戰戰爭中糖廠受到嚴重破壞，台糖公司雖已修復了製糖所並且將其整併為36間糖廠，隨著時代的演進，產量也隨之減少，近年來蔗糖皆仰賴進口為主，台灣糖廠也陸續關閉廠區。台糖公司到了2010年關閉到只剩下虎尾、南靖、善化三間蔗糖廠，以及小港煉糖廠。

（一）台灣糖業發展歷史簡介

1. 史前時代：

元朝汪大淵所著之《島夷志略》中提及「琉求」居民會「釀蔗漿為酒」；荷蘭的《巴達維亞城日記》於1624年2月記載「蕭壠產甘蔗」。資料顯示，臺灣平埔族有可能在14世紀時就已經有種植甘蔗。

2. 荷治時代：

荷蘭統治初期，將砂糖當成一種經濟性農業產品。荷蘭東印度公司便招募漢人來到臺灣種植甘蔗，1638年當時來臺漢人已達萬人以上。

3. 明鄭時代：

清乾隆年間成書的《續修臺灣府志》中提到1682年時輸出到日本長崎的糖有9,923擔。西元1677年紀錄有一英船福爾摩沙號載運臺灣糖到印度。

4. 清治時代：

清朝統治台灣之後，製糖業興盛，而糖廠八成主要集中於今天的台南地區一

帶。台灣開港之後，外銷市場擴大，同治 12 年（西元 1873 年），澳洲墨爾本砂糖公司即派人到打狗訂購大批砂糖。

5. 日治時代：

明治 33 年成立台灣製糖株式會社，並於今高雄橋頭設置台灣第一座新式糖廠「橋仔頭製糖所」，引進新式製糖技術和機械，提升砂糖生產效率。

6. 昭和時代：

西元 1939 年 10 月頒布「臺灣糖業令」，將甘蔗收購價格列入認可制範圍內。西元 1941 年，台灣新式糖廠已達 50 座，每日壓榨量可達 70,120 公噸，為台灣糖業堪稱為最盛的時期。

7. 台灣光復後至現代：

台灣光復後，糖業經營的廣大土地資源由國民政府從其獨佔性質的會社手中接收、合併，總計數萬公頃的土地，佔全島公有農地的 2/3，可耕地的 17.5%，間接使台糖公司成為最大的地主。由於過去良好的經營基礎及政府的保護措施，使蔗糖的出口成為戰後初期最重要的外匯來源，即便遭逢土地改革的壓力，仍舊能維持其生產規模（陳正祥，1993）。台糖公司 1946 年成立，最盛時期於所產外銷砂糖收入曾佔外匯總收入 74%，不但促進了農村繁榮，相對地帶動工業發展。民國 53 年後國內經濟結構轉變，糖業在整個經濟中比重相對減低（台糖公司，2002）。台灣產業轉型工商時代來臨，以及政府加入 WTO 國際貿易組織後產糖事業受到嚴重衝擊，蔗糖幾乎改為進口，多數糖廠皆於 1990 至 2005 年間陸續關閉，目前僅剩下虎尾及善化兩座糖廠仍在運作，糖鐵部分也只剩下虎尾地區在甘蔗採收季節可以看見運轉。

（二）小結

台灣糖業的興廢歷程，自從史前、荷治、明鄭、清治、日治、昭和時期一直到台灣光復以後，每個時期都有其代表歷史意義及背景，如今生產糖業已沒落，面臨逐一轉型觀光產業。這個過程除了受到政府制度與國家發展政策的影響，也面臨著社會發展的嚴格考驗，以及產業經濟以逐利為目的之現實面。政治、社會、經濟這三股力量交叉運作，在不同時期以不同力量牽引糖業發展，讓台灣糖業文化能走出另外一條的道路，再次見證台灣經濟奇蹟的一面。

二、台灣糖業鐵路歷史

台灣糖業鐵路簡稱糖鐵，用途在承載運輸甘蔗。當時稱「五分車」、「五分仔車」，其年代是為了配合台灣糖業載運甘蔗和糖包需要而建造的專用鐵路，以糖廠為主要中心成放射狀分布。主要用途以運送原料（甘蔗）為主，另一功能亦能載運旅客。在當時交通不發達的時期肩負著重要功能。糖鐵路線普遍採用 762 公釐窄軌軌距，其鋪設成本較少、曲率半徑較小、車廂重量較輕不需要動力大引擎帶動以及可以行駛較大的路線坡度，為其優點，但車廂空間小及行駛速度受限為其缺點。

糖業鐵路以其運輸為主要目的，分別為「營業線」以及「專用線」等兩種。營業線多鋪設於鄉鎮市區，除有運輸糖廠貨品功能外，也載運一般民眾，滿足地方客貨運輸需求；專用線多鋪設於原料區分布區域，以運輸甘蔗原料為主。貨運車廂為黑底白字，分有蓋及無蓋，包括郵政車、甘蔗車、行李車等。客運藍底白字，是中南部各城鄉間的主要交通工具。其中「營業線」對外開放，提供客貨運輸的服務，總長度在全盛期超過 3000 公里以上。服務範圍深入不同的大小鄉鎮，這也足以彌補省鐵（台鐵）未到之處。而「專用線」以載運甘蔗及蔗糖為主，並不對外開放。

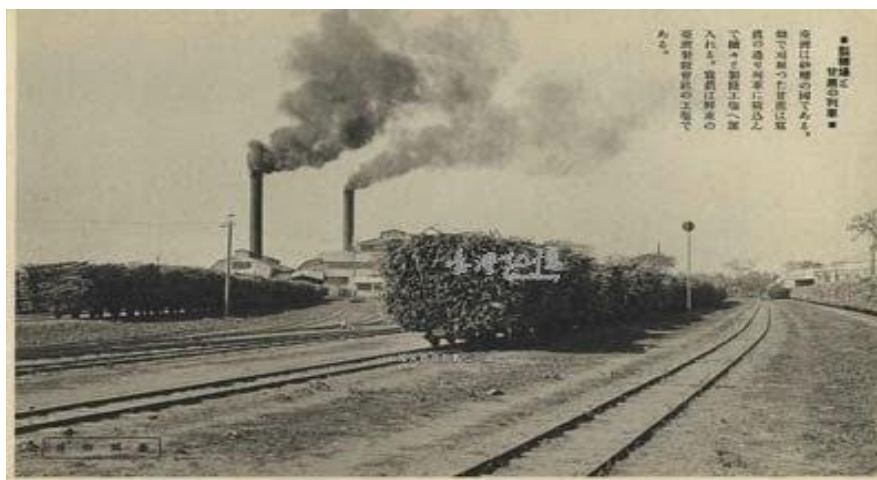


圖 2.1.1 (臺灣所見)製糖場と甘蔗の列車 (資料來源：國家圖書館 臺灣記憶)

台灣糖業鐵路創立於1906年臺灣製糖株式會社的橋頭糖廠鋪設的762公釐鐵道，不過當時技術僅是用水牛牽引或人力推行的臺車軌道，1907年，高雄橋頭糖廠才開始廣設原料線，於該年11月使用蒸汽機車拖運。而最早開始經營長期糖鐵客運的是鹽水港製糖的「新營至岸內」路線，於1909年5月20日開始營運，這條路線也就是後來所謂的「布袋線」，並在1957、1958年時達到全盛期，每日旅客約有6萬人。二戰期間，糖鐵遭到嚴重破壞，戰後經台糖努力維修，恢復行駛。由於各糖廠列車在戰前分屬四大糖業株式會社所有，行制各有區別，隨著戰後糖業組織的整合，糖鐵也一併進行統整。1950年應政府國防需要，糖鐵進行南北串連，成為與台鐵平行的「南北平行預備線」，1952年年底完工，北從台中、南至高雄，全線262.5公里，也使糖鐵的運輸網路更形完備。

然而在鄉鎮道路發展的客運也慢慢興起，糖業鐵路也逐漸進入衰退期，1961年時糖鐵只剩 25 條路線、1971 年糖鐵路線則剩下 17 條、1981 年只剩下 3 條，而在 1982 年 8 月 17 日，最後一條營業線-北港線宣告停駛，這也代表著糖鐵客運的終止。儘管糖鐵最初的貨運功能，也在公路客運出現後逐漸受到衝擊，更隨著糖廠逐漸關閉即停駛，到了 2010 年代僅剩下雲林虎尾糖廠馬公厝線仍在運作。

雖然大部分糖鐵已經停止運作，但近年來，糖鐵也不斷嘗試轉型，轉向文化觀光發展，目前隸屬台糖公司五處營業線皆轉型為觀光旅遊用途：

1. 蒜頭糖廠蔗埕線：

蒜頭糖廠蔗埕文化園區五分車，全程路線 5.3 公里，一趟旅程約 35 分鐘。列車自車站出發往太保、南靖方向行駛，車上會有導覽人員為乘客講解沿途田園景致且與遊客親切互動。

2. 新營糖廠八翁線：

全台灣最長的一條五分車路線，全長約 4.6 公里。由都市駛向農村（由新營市到柳營鄉），自新營中興車站發車後沿途經過急水溪大橋、果毅後站、舊八老爺站，最後在八老爺站（乳牛的家）結束，除了可以見到急水溪大橋下的田野風光外，還可以見到柳營鄉純樸的農村景色。全程有解說員解說產業、文化。車上所放的音樂也是懷舊的台語老歌，在吳晉淮懷念老歌播放伴隨下，聆聽古

老的旋律，感受其優美中帶著樸實的風味。在果毅後旗站兩列車可交會車，是其他路線所沒有的。

3. 溪湖糖廠溪湖線：

本蒸汽火車頭編號為 346，於 1948 年在比利時 TUBIZE 廠製造，軌距 762mm，參與原料甘蔗運輸工作。由於糖廠配合鐵道運輸柴油內燃化，於 1977 年 5 月蒸汽火車全部停用，走入歷史。2007 年修復於 12 月 9 日起正式復行，目前每逢假日上、下午各 1 班次行駛，沿線行經鄉村聚落、田野風光，歡迎享受一趟懷舊之旅。

4. 橋頭糖廠橋頭線：

台灣糖業博館行駛的觀光五分車路線，起點為台糖高雄花卉農園中心，終點為高雄捷運橋頭糖廠站 3 號出口，行車速度相當緩，時速約 5~10 公里，正可欣賞沿途景緻。五分仔的前身是以「牛牽輕便軌道」來運送甘蔗，直到 1907 年橋仔頭專用的甘蔗鐵道運轉，五分仔鐵路才正式誕生，成為產業鐵路。橋仔頭火車站，更因此成為難得一見的「五分仔鐵路」和「縱貫線」共用的車站。橋仔頭境內有四條五分仔鐵路，甘蔗採收季節一到，小火車就會在橋仔頭四處穿梭，像是在橋仔頭播撒甘蔗的香味。

5. 烏樹林糖廠新港東線：

美麗的烏樹林糖廠建於西元 1910 年（明治 43 年），曾經是遠近馳名的白糖產地，而轄屬的烏樹林車站，亦曾擔任早期台南縣後壁、白河、東山與新營都會五分車鐵道連結的樞紐，在日治時期曾因生產的糖品質優良且風味獨特而獲得日本皇室採用，有「御用糖」之稱號。西元 1983 年基於營業考量，結束烏樹林糖廠製糖業務。西元 2001 年，就讀於台南藝術學院的研究生，源於對鐵道的熱愛，向台糖呈送一份「開往烏樹林」的計畫書，從此開啟五分車的新頁，俗稱觀光小火車時代來臨。

（資料來源：台灣糖業公司官方網站）

2017年，行政院公布前瞻基礎建設計畫，其中一項「中南部觀光鐵路」，預計復駛雲林、嘉義等兩地糖業鐵路，作為觀光及通勤之用途。嘉義縣政府提出蒜頭糖廠蔗埕文化園區五分車延駛至高鐵嘉義站計畫，獲得當時的行政院長林全支持編預算，推動首例糖鐵連接高鐵軌道建設，林全院長還親自南下搭五分車體驗，經相關單位協調，定於2021年5月開工，預計2022年底完工行駛。

三、蒜頭糖廠轉型歷程

(一) 蒜頭糖廠產業結構歷史沿革

表 2.1 歷史沿革

年份	發生事蹟
1906年	蒜頭糖廠成立，此糖廠隸屬於明治製糖株式會社，且由相馬半治擔任此糖廠的首任社長，並選定台南州東石郡六腳庄蒜頭 687 番地設立「蒜頭製糖工場」。
1908年	開始興建，首先在西部鐵道幹線上的嘉義站內建設事務所和倉庫，並於嘉義和蒜頭間鋪設輕便鐵道。
1909年	製糖工廠基礎工程與廠區內事務所、宿舍、修理工場、醫務室、郵便局等重要設施開始動工。
1910年11月	開始製糖工作。
1911年	更興建附設酒精工廠。因廠內生產效能高，也有了「明治寶庫」之稱，更是全台製糖工廠中壓榨能力排名第四的製糖工廠。也因生產力強，在二次大戰期間被列為重點轟炸目標，在戰後糖廠的損毀調查中被列為”大破”，可知廠區毀壞情形非常嚴重。
戰爭結束後	蒜頭製糖所更名為蒜頭糖廠，因損壞過於嚴重廠區暫停製糖業務，期間甘蔗改由南靖製糖所代為壓榨。

表 2.1 歷史沿革（續）

1946 年	完成製糖工廠與酒精工廠的修復，隔年製糖季(民國 36/37 年期)才重新開始製糖作業。在整修的過程中，除了將受損之建物改以水泥結構建築，在廠區中還興建了八角樓、碉堡與水泥圍牆等防禦工事，以確保廠區與砂糖安全。後因規模逐漸增大、員工人數眾多，陸續將廠區機能再次強化，除了增建員工宿舍，還設立了市場、運動場和許多民生用品商店。
2001 年	受到納莉颱風侵襲，廠區嚴重淹水導致製糖設備受損嚴重，加上製糖收益已相當微薄。
2002 年	7 月 1 日正式停閉製糖工廠，並將廠區轉型為蒜頭糖廠蔗埕文化園區，朝向休閒觀光發展。
2004 年	台糖已建構精緻農業、量販店、休閒遊憩、砂糖、生物科技、畜殖、商品行銷、油品等八大事業部，並規畫將砂糖以外事業部轉為公司化經營，也以控股公司型態為未來的經營方向。

（資料來源：本研究整理）

（二）轉型觀光：蒜頭糖廠蔗埕觀光文化園區

台灣糖業公司在轉型的政策下，於民國 79 年成立「土地開發處」，並已於民國 93 年 1 月 1 日成立「休閒遊憩事業部」積極發展休閒遊憩事業，利用即有資源予以保存糖業文化精華，促進土地再利用並結合當地觀光休閒需求，積極開發兼具保存、糖業文化、教育及休憩功能之場所，其中蒜頭糖廠廢棄員工宿舍改建為高爾夫球練習場，希望利用廣大土地多角化經營。

在上述前提之下，加上納莉水災造成糖廠損壞嚴重，促使蒜頭糖廠走向了轉型之路，並於民國 91 年正式成為「蒜頭糖廠蔗埕觀光文化園區」，因應觀光之轉型，近幾年也陸續進行許多環境改善計畫。

1. 2002 至 2005 年度總經費約 2 億元，陸續整修項目有大門改建、老榕園、廁所、農特產展售中心、黑糖園咖啡簡餐館、百年車站整修、五分車車廂及鐵路、機車頭、號誌等整修、鐵道文物館、烤肉土窯區、冷飲冰品。

2. 2006 年「蒜頭糖廠旁朴子溪沿岸生態園區景觀工程」總經費約 7,000 萬元，分三部分施工，第一工期在台糖介壽橋朴子溪沿岸的 4.4 公頃土地上進行濕地水質淨化處景觀工程，總工程費為 2,700 萬元。第二工期為約 1.6 公頃的朴子溪生態列車，於廠區西側增設生態園區，總經費為 1,300 萬元。第三工期為以 2,000 萬元的經費將廠區西側 6 棟閒置的倉庫，加以整修活化其使用價值，規畫為多媒體展示館、環保生態展示館、資源回收展示館、生態復育展示館、水質處理展示館、環保藝術工坊。
3. 「蒜鰲自行車專用道」再生計畫斥資 4,300 萬元打造，以蒜頭糖廠園區為起點，沿著台糖鐵道為基礎，沿途經過六腳大排、古林部落再銜接原有的朴子溪北岸堤頂自行車道，穿越東石大橋下進入東石市區，再轉進東石漁人碼頭，全長大約 22 公里。蒜鰲自行車專用道沿途設有聚落車埕、乘涼橋亭和夜間照明設備。
4. 隨著國家級故宮南院 2005 年的開館，比鄰的在地產業蒜頭糖廠，在中央部會、地方政府、學術單位與民間機構的通力合作策畫下，積極轉型，園區內展示傳統文化價值轉型以及新時代下之保存文化產業，獲得一個給世界各國遊客參訪的機會。(資料來源：嘉義縣政府，蒜頭糖廠歷史現場再造計畫)



圖 2.1.2 1929 年蒜頭糖廠 (資料來源：朴子郡 生活圈)

2.2 傳統產業

一般通常認為技術或創產時期較為久遠、傳統，或者非現代新興之產業樣態或功能類型均屬之，但以此為定義似乎過於草率且欠周延，包含範圍太過狹隘，無法代表其真實意義（曾彬吉，2016）。由於傳統產業因全球化、機械化、資訊化等等因素，已漸漸為時代所忽略甚至淘汰，為求生存與傳承，無不尋求文化資產保存或轉型的途徑，為目前台灣的主流模式。然而，台灣的糖業在 2005 年以前，在傳統產業中占有一席之地，故此節以何謂傳統產業?在傳統產業的定義上來加以說明。本研究於參考各種文獻後，彙整了各界對傳統產業的定義，如表（2-2-1）

表 2.2 傳統產業定義彙整

資料來源	傳統產業定義
蔡宏明(2000)	產品的生命週期中之成熟期與衰退期，亦即該產業的市場份額將不再增加甚至已開始衰退之產業稱之。
謝依珊(2001)	傳統產業包括食品業、皮革毛皮及其製品業、木竹製品業、家具及裝設品業、紙漿及紙製品業、印刷及有關事業、非金屬礦物製品業和雜項工業。
王健全(2001)	傳統產業須具備兩項特質，一是產業的產量、產值及利潤呈現長期遞減；二是衰退的原因與景氣循環無關。
行政院 經濟建設委員會	提出的《傳統產業維新策略之研究》報告中，將「傳統產業」定義為「傳統製造業」、「非知識密集服務業」以及「農、林、漁、牧業」全部等三大類
中華民國行政院	新興重要策略性產業以外之其他產業，包括:數位3C、精密機械設備、精密電子元件、生醫及特化、航太、綠色技術及高級材料工業等七大行業外，均屬於傳統產業的範圍。
MBA智庫百科	傳統產業是指在歷史上曾經高速增長，但目前發展速度趨緩，進入成熟階段，資源消耗大和環保水平低的產業。

表 2.2 傳統產業定義彙整（續）

中華民國經濟部	傳統製造業分為化學製品、化學材料、石油及煤製品、塑膠製品、橡膠製品、食品、紡織、菸草、皮革毛衣、成衣及服飾、木竹製品、家具及其裝飾品、印刷、紙漿及紙製品、金屬製品、金屬基本工業、非金屬礦物及其他，等十八項中之行業。且將傳統產業定義為製造業之民生工業、化學工業、金屬機械業，也排除了資訊電子業。
中華民國行政院 主計總處	在製造業裡區分為傳統產業、基礎產業與技術密集產業，而「傳統產業」包括紡織業、食品業、菸草業、木竹製品業、成衣及服飾業、皮革毛皮及其製品業、家具及裝飾品業、印刷及有關事業、紙漿及紙製品業、非金屬礦物製品業、雜項工業。
台灣經濟研究院	與民生工業有關的傳統製造業:如食品業、菸草業、成衣及服飾業、木竹製品業、家具及裝設品業、非金屬礦物製品業和雜項工業。
張禎元（2018）	以傳統或是過時的思維在創造價值。相對於高科技產業，除了服務業之外，大多以傳統產業來統稱。

（資料來源：本研究整理）

政府近年來大力推動許多政策來挽救傳統產業，不過多數民眾對於傳統產業的意涵仍然不清楚。除上述定義外，傳統產業還必須具備以下幾項特質（徐文復、廖明芳，2000）：

1. 對於勞力需求較為募集的產業。
2. 生產線較為固定長久。
3. 以技術為本體，對於創新研發的投入較低。
4. 民生用品相關的產業，如食品加工、布料紡織、汽車業等。
5. 較長的產品生命週期，不過成長率相對緩慢的產業。

6. 多為家族代代相傳的產業，家族性色彩濃厚。
7. 國際化程度較低，較不具市場競爭力的產業。

台灣的經濟發展蓬勃，是傳統產業打出的基礎，但時至今日，由於科技日新月異，加上金融危機、股市風暴及資金挹注股市皆從高科技產業股進行投資，而傳統產業已乏人問津，股市也紛紛出現跌破淨值的慘況，台灣往日賴以為生的傳統產業，已被高科技產業全面攻佔而無法生存。

下面列出幾項傳統業所面臨的危機（晉麗明，2000）：

1. 人口外流嚴重，人力資源不足。
2. 經營者的限制，管理機能無法應付組織規模。
3. 資金籌備不易，組織內外信任度較低。
4. 對於研發創新的投入程度低。
5. 老企業轉型困難，無創新經營的信念。
6. 產業電腦資訊化進步緩慢。
7. 通路革命的省思。

面對時代背景的轉換，科技資訊發展扶搖直上，傳統產業必須在時代夾縫中找到突破口，做出完整的改變，才能創造出更多的價值。企業更需積極地將產業型態轉型，以下列出產業可以改革實踐的方向（林士和、謝依珊，2001）：

1. 以人為本，強化組織的人才培養：

組織文化的塑造是企業不可忽視且極為重要，而建立完整的組織架構及授權分權制度，使企業邁向良性循環，自然可以吸引人才。企業可以定期舉辦員工教育訓練，培養員工的實務能力，開發員工的內在潛力，使員工能向上發展，這樣才是企業永續經營的良方。

2. 傳統產業應結合新式科技：

傳統產業應該順從國際趨勢，推動全球化、分工化，並加強資源整合，發揮產業潛在優勢。同時將上下游供應商及顧客連結成一體，以全面性之產業鏈的整體結構，以共享的方式交換科技、市場、產業等資訊，作為企業努力的對策。

3. 管理重心與組織明確定位：

層層節制的監督管理制度已不符新時代趨勢，為了符合人性面，權責相符之授權管理方式取而代之原有的監督管理制度，全面性管理以數量化模式，亦會取代只注重成本金額的短視，創新的領導者必須洞悉多變的時代趨勢，內部架構適時調整，適才適所，並積極建立內部溝通管道，才能使組織的定位明確。

4. 注重研發品質，並保持積極求新、求變的態度：

在全球化競爭的時代，貿易自由化的衝擊下，傳統產業升級的關鍵在於技術是否能提升，以及完善的品質管理，將產品品質的妥善率（Availability）提高，並注重產品研發企業才能得以永續經營。企業經營者應獎勵員工創新的作為，自我挑戰機發出新思維，將產品走入全球市場接納入其思考範圍，並以世界一流之企業目標為努力。

5. 研發新產品因應市場需求：

傳統產業在面對淡旺季需求並不平均，以過去經驗採取生產管理的計量模型來因應，導致淡季市場資金不確定因素過高。但可透過開發新式產品因應市場需求填補缺口，維護基本生產線的產能，應該就可以解決傳統思考邏輯所無法克服的淡季市場問題。

2.3 觀光產業

由於社會經濟結構的變遷，科技進步、工時縮短、所得提高，改變了人們生活的方式，對於生活品質的要求也日益提升，人們不再僅限於物質生活的享受，取而代之的是追求能夠滿足精神及心理需求的享樂活動，休閒旅遊蔚成風氣，「觀光產業」成為二十世紀末各國最具社會經濟指標的產業，根據 2000 年版世界觀光組織（World Tourism Organization，WTO）的分析報告指出，「觀光」已成為許多國家賺取外匯的首要來源，2014 年全球國際旅客已達 11.35 億人次，觀光收入美金 1 兆 2,450 億元。近年來，在政府積極推動下，「觀光產業」躍升為政府促進經濟發展之重點產業，並將其列為「六大新興產業」之一。觀光事業是一項「沒有煙囪的工業」、「沒有教室的教育，沒有文字的宣傳，沒有口號的政治，沒有大使的外交」，觀光是「服務業的火車頭」。現今是我國經濟外匯收支的重要關鍵。在全球經濟發展或單一國家之經濟發展，都扮演很重要的關鍵，在未來會更加重要。

觀光一詞英文稱為「Tour」，其語源來自拉丁語Tornus，係指含有前往各地且會回到原出發點的巡迴旅行的意思（林連聰、宋秉明&陳思倫，2014）。對於觀光之定義，目前世界專家學者、專業機構及國內學者對其解釋不一：

表 2.3 各界對觀光之定義

資料來源	觀光的定義
世界觀光組織2000年版 （World Tourism Organization，WTO）	觀光是指一個人到他(她)平常居住環境以外的地方進行參觀旅遊，時間不超過一年。旅行的主要目的並不是要在到訪地方從事營利的活動（Smith, 1995）。
瑞士學者漢契克和克拉克夫於1942年所合著的 《普通旅遊學綱要》	觀光是非定居者的旅行和暫時居留而引起的社會現象和關係的總和。這些人不會導致長期居留，而且不從事賺錢的活動。其強調人們在不同目的地移動，並作停留的活動，其活動有異於當地居民的活動，在一段時間後折返其原居住地。

表 2.3 各界對觀光之定義（續）

<p>德國包爾曼博士於1931年所著《觀光學概論》</p>	<p>「不論旅行的目的是由於商事、遊覽、休養任何一項，凡是暫時離開其居住地旅行，均稱之為觀光。但定期往來其定居地與工作地之職業性的區間上下班著除外。」</p>
<p>楊明賢（1999）</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 觀光是人們的一種空間性活動，遠離或離開自己原本所居住地到另一個地方或空間作短暫性或暫時性的停留及逗留，其目的可能包括觀賞人文風光或自然生態、享受美食、體驗不同的異地風情，讓自己身心可以獲得疏解和放鬆，這一項反應出了觀光旅遊中的異地性。 2. 觀光是屬於人類的一項短暫性的活動。人們前往自身想去的目的地，並作一個短期或暫時性的停留，通常這個停留是會超過二十四小時。 3. 觀光是屬於人們暫時性居留和旅行甚至短暫滯留某一個景點，其所引起的各種現象和關係的總合。不僅僅包含觀光客各種活動項目，如會議、展覽、旅行、考察、購物、工作等，亦包括在此活動中所牽涉的一切現象和關係。
<p>Kelly & Freysinger （2000）</p>	<p>認為觀光就是一種消費行為，需要吸引消費者進行觀光活動來創造消費，但前提必須要有時間且有收入才能進行觀光。</p>
<p>歐聖榮（2007）</p>	<p>以觀光而言，它應具有的三個基本要素：旅客從事的活動是離開日常生活居住地；這些活動需要交通運輸將旅客帶到目的地；旅遊目的地有充分的軟硬體設施與服務等，能夠滿足旅客旅遊準備以及在該地停留期間的需要。</p>

表 2.3 各界對觀光之定義（續）

<p>王怡茹（2020）</p>	<p>觀光是一種具有異地性和暫時性的休閒娛樂活動，且觀光已是一種將遊客視為消費者的一項產業。換言之，觀光是吸引消費者來體驗各種資源的一種休閒活動，為了讓消費者藉由觀光感受的身心靈休閒感，需要透過國家的政策宣傳環境、資訊、服務等來滿足上方所述。</p>
------------------	---

（資料來源：本研究整理）

依據發展觀光條例第二條第一款，觀光產業定義：指有關觀光建設與維護、資源之開發，觀光設施之改善、興建，為觀光旅客旅遊、食宿提供便利與服務及提供舉辦各類型展覽或是國際會議相關之旅遊服務產業。

綜合以上之論述，本研究將「觀光」定義歸納為：

1. 居於工作以外的目的，離開日常生活居住地。
2. 不以營利為目的。
3. 僅短暫離開其居住地，停留一段時間後，仍須回居住地。
4. 除旅遊外，包括經濟、文化、學術等活動。
5. 人們遠離或離開自己所居住的地方，到另一個地方作短期、短暫或暫時性的停留，以玩樂、休閒、放鬆、遊覽、購物、探親、考察等各項活動為目的，來達到觀光活動的行為。

2.4文化觀光

「文化觀光」一詞，在聯合國教科文組織(United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, UNESCO)將其定義為：「一種與文化環境，包括景觀、視覺和表演藝術和其它特殊地區生活型態、價值傳統、事件活動和其它具創造和文化交流的過程的一種旅遊活動」。以往文化觀光的定義被侷限在藝術或遺產觀光的形式，刻板印象中也只能以文化藝術出發點，才算是文化觀光。

Greg在1996年出版「歐洲的文化觀光 (Cultural Tourism In Europe)」，才給予廣義的定義為：人們離開平常的居住地，到有文化氣息的地方吸收新的資訊和體驗，以滿足他們對文化的需求。文化觀光涵蓋了各式各樣的旅遊，讓人們得以去學習不同文化的想法和生活方式。一個國家的文化景點除了要以知識、創新的方式來呈現外，更需要鼓勵文化上的差異化和獨特性。

因此「文化觀光」應被界定為：因歷史遺跡、區域、社區或團體機構提供的全部或部分的歷史，且具有歷史性的、知識性的、藝術性的、科學的、美感的、情感的、心理的或是生活方式，皆以不同形式的活動與經驗等，將觀光客從原本所居住區域或地方吸引而來，並因此而受到感動。「文化觀光」包括許多不同層次的經驗形式且所包含的面向亦相當廣泛，諸如：歷史遺跡、參觀博物館、美術館、出席表演藝術活動，甚至於是特定取向的觀光，像是教育取向的觀光、生態觀光、冒險觀光，乃至於購物、美食和體驗異國風俗民情、文化等面向的體驗皆包含在內。文化觀光因各國政府及本國之優勢的不同而有四種不同的分類方式如下表所示。

表 2.4.1 觀光主軸差異

文化遺產觀光	係指以歷史遺跡、古蹟、建築等以人文歷史的探訪為主要的觀光導向，亦即人類文化遺產為這些觀光客主要旅遊目的。例如祕魯的Machubichu、墨西哥的Palenque、Teotihuacán、智利的Isla De Pascua等。
--------	--

表 2.4.1 觀光主軸差異（續）

城市體驗觀光	參訪世界知名的城市地標或象徵、尋求不同城市的文化生活體驗等消費性的觀光活動即稱為「城市觀光」，例如參觀巴黎鐵塔、體驗巴黎風情，或是探訪西班牙的神秘熱情與巴塞隆納的Gaudi建築。
學習性文化觀光	係指從事歌劇、音樂等觀光活動，藉由實際參與藝文活動，並觀摩學習其他區域地方文化中的長處及優點，更學以致用深入其境。
事件型文化觀光	事件型文化觀光係指直接參與該區域地方限定的旅遊活動，如西班牙的奔牛節、巴西的嘉年華會、宜蘭的童玩節、貢寮的海洋音樂祭等節慶或博覽會性質的文化節慶觀光等。

（資料來源：本研究整理）

因此，在理想的情況下，文化與觀光兩個的關係可以成為相輔相成、互惠互利的合作伙伴；反之，如果未經過妥善的規劃，文化與觀光同時也可能淪為勢不兩立而彼此掣肘的敵對狀態。國內學者亦針對文觀光提出其看法：

表 2.4.2 國內學者對文化觀光之看法

國內學者	對觀光的看法
李貽鴻（1986）	對於文化的振興給予正面的回應，特別是有的國家或地區為了觀光發展將已被拋棄，甚至於全然遺忘的民俗、技藝、文化遺產等，再度的受到重視，同時被大力的發揚，以展露在觀光客面前。因此，今日觀光旅遊的發展，促使多數的民眾加深對於文化的瞭解，提高保護歷史文物的自覺性，也使得政府相關部門採取保護、開發與利用的措施，同時加強對於文化價值的重視，動員社會各界力量維護、保存或延續文化傳統。

表 2.4.2 國內學者對文化觀光之看法（續）

<p>楊嵐雅（1993）</p>	<p>「文化觀光」的意義係為一個國家或地區，藉由民族習慣、宗教儀式、民俗藝術、傳統技藝，以及人類在不同的空間與時間所展現的各類人文活動，而向觀光客所呈現其所擁有的一切文化活動風貌，而這也可以說明，人類對於觀光遊憩活動的追求，可以說是由經濟發展進入文化發展的重要指標。</p>
<p>許功明（1994） 李銘輝（1997）</p>	<p>「文化觀光」係指以一個地區或是國家的文化遺產，諸如人類地理、美術、音樂、舞蹈、手工藝、工業、商業、農業、教育、文學、語言、科學、政治、宗教、飲食及歷史等族群風貌及特殊歷史，來做為保存與再現的主題。</p>
<p>田佳靜（2000）</p>	<p>文化觀光最重要的是如何與地方在地文化作結合，如何創造出屬於自己的風貌特色，文化觀光是幫助地方經濟發展的一大利器，為了向來遊玩觀光的旅客呈現出在地文化活動風貌，內容包含：節慶、音樂、風俗習慣、畫家、藝術、建築等項目，都是可以吸引遊客前來遊玩的原因之一。</p>
<p>林慧雯（2003）</p>	<p>文化觀光發展目的是為了使地方經濟提升，透過地方定期舉辦活動及社區總體營造之方式來推行，不僅僅可以提升地方經濟，創造地方民眾就業機會，還可透過地方特色文化包含：藝術、音樂等項目與地方產業結合，吸引民眾及觀光客，其目的是為了發展當地文化觀光及振興地方經濟，不只僅僅是來遊玩的遊客，並可以讓當地居民更加認同自己社區的文化，並提升當地社區品質。</p>

表 2.4.2 國內學者對文化觀光之看法（續）

<p>林秀芳（2010）</p>	<p>文化觀光是地方振興的重要利器，是一個地區或國家，向觀光客所呈現的一切文化活動風貌，主要包括：民族習慣、宗教儀式、民俗藝術與技藝，以及人類在不同空間與時間所展現的各類人文活動，是旅客為了體驗不同的文化，包括觀念、風俗習慣、藝術及制度等或被某地的文化包括當地的博物館、節慶、音樂家、畫家、劇院及建築等，所吸引而去旅遊的現象。</p>
<p>黃躍雯（2018）</p>	<p>文化觀光是一種側重在以文化為主體的旅遊形式，它的內容涉及了文化環境（包括目的地風景）、價值觀、生活方式、在地文物資產、視覺藝術與其表演者、產業、傳統以及當地社區的休閒資源；內容可包括各種文化活動的參與、參觀博物館與歷史建物，以及與在地居民交流，其不應被純粹地視為經濟活動，而是涵蓋了遊客對當地日常生活的所有體驗，是旅客「異地、隔夜」的文化實踐，且需要至少一晚以上的空間移動。</p>

（資料來源：本研究整理）

時至今日，「觀光產業」現階段儼然已成為全球最大的服務業的火車頭，世界各地湧入的觀光人潮所帶來的龐大商機以及產生的經濟效益，不容小覷。現今，國際上不管是民主國家或是共產獨裁國家，執政者積極發展觀光產業也都列為首要任務，成為重要施政方針。雖然各地政府發展觀光是一種趨勢，但事實上觀光產業是把兩面刃，利弊之間如何取捨，畢竟發展觀光產業對一個地區的文化、社會、經濟與環境生態甚至國家安全等各方面，可能會帶來種種利與弊以及廣泛而長遠的影響(劉以德，2010)。但就觀光產業的本質上應屬於利大於弊，畢竟現階段的世界潮流無非“觀光”兩字莫屬，誰也無法置身事外。「蒜頭糖廠」是否應朝向觀光產業靠攏，必須靠經營者的智慧與經營策略，才能謀取更多的產業價值。

「觀光旅遊產業、文化創意產業、醫療照護產業、生物科技產業、精緻農業產業、綠色能源產業」，行政院於2009年公告為「台灣六大新興產業」，在未來積極發展施政之重點。其中尤以「文化創意產業」、「觀光旅遊產業」被認為是最可以行銷台灣的美好價值，創造下一波產業的契機（行政院全球資訊網，2018）。近年來，不管是中央、地方政府或民間團體互相結合，將地方文化特色為推動主軸的觀光活動上付出很多的心力，更期望延續地方傳統文化與凝聚社群認同感，但就活動的精緻度與內容深度來說，國內的文化觀光產業仍然還須加把勁，期待有朝一日發展才能在世界上發光發熱。

現今趨勢，文化觀光發展已經將文化產業與觀光產業互相結合，也可以在許多情況下用來作為各種行銷和發展之媒介，更可當作各種不同文化及觀光政策的目標（劉以德，2010），因此文化觀光亦成為全球觀光產業當中發展最為迅速且最重要的一個環節。依據「世界觀光組織（WTO）」所做的調查報告，全球對文化觀光之需求每年成長約15%，而且約有37%的國際觀光旅遊會是以文化觀光作為前提。文化觀光更強調的是，深入另一種文化與場域的旅行，以便了解不同民族性質、生活樣態、文化資產與藝術（Craik，1995）。再者，文化觀光景點為一種結合在地的文化特色，是一項極具開發力的文化資源與經濟資源，經由傳統、產業、習俗、建築物、地理景觀等等吸引人們前往觀光，其建構而成的文化活動風貌，包含當地的風俗習慣、傳統產業、民俗技藝、宗教儀式等，為的也是讓遊客體驗不同民情與文化的差異性。

包羅萬象文化觀光，兩者相輔相成，文化包含有適應、社會、整合、學習、限制及創造新的慾望等六種特性（張萍珊，2012），從不同區域所衍生出來文化產業，必須強調其文化的三大性質，分別為「在地化」、「獨特性」、「個殊性」（郭曜棻，2005）。此外地區/地方文化產業的發掘必須在當地具特色、對居民有福祉以及必須是當地文化條件，最關鍵因素是需要當地區居民集思廣益以獨特創意，共同進取（葉智魁，2002）；而觀光則包含有雙向、服務、自由、普遍、複合、季節、昇華、國際及經濟等九種特性。文化即便是發展觀光的基礎和重要要件，但觀光的發展一定要掌握其中的文化特徵或特性，才能可以順利推動及行銷，因此整合文化觀光的特性也是一門重要課題。

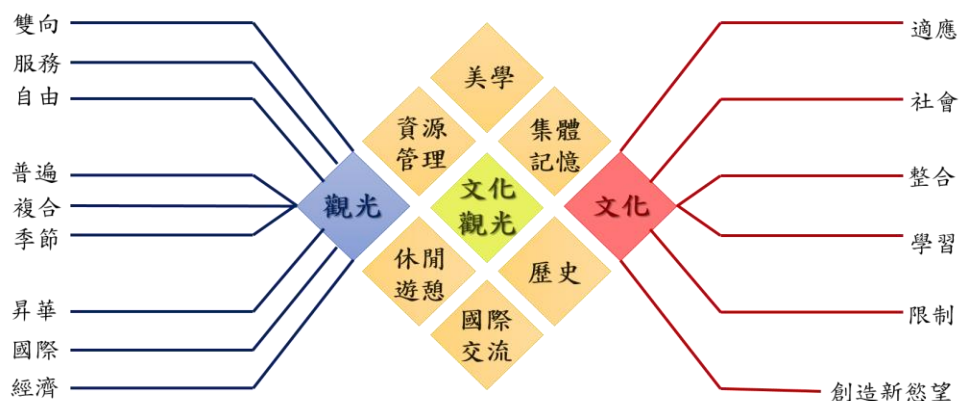


圖 2.4 文化與觀光特性關係圖（資料來源：張萍珊，2012）

在先前研究也歸納整理出不同考量項目及評估準則，從當地產業的發展、地方文化活動、文化資產保存、地方歷史記憶、供更空間的規劃、都市行銷規劃等大方向，最終細分成十九項（康孟承，2020）。本研究也以此十九項作為該研究的文化觀光比對台糖製糖到現在的觀光景點，皆有著不同的意義，如下表：

表 2.4.3 糖廠轉型文化觀光糖廠演變歷程

項目	規劃內容
都市保存與更新	<p>本文前面敘述到糖廠的歷史沿革，而在第二次世界大戰後，台糖公司整併為 36 間糖廠，但在製糖產業衰退下，至今僅剩兩個製糖所（虎尾製糖所、灣裡製糖所）。並將其中幾個較有特色的糖廠轉為觀光糖廠。將無需使用到的糖廠讓更多人可以參觀了解，也蛻變成不同產業樣貌讓人們更接近製糖產業。如下列所示不同糖廠的保有的特色。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 月眉糖廠：全台唯一的囟底隧道。 2. 溪湖糖廠：五分車以及蒸汽火車。 3. 大林糖廠：有部分區域已成了台糖生技廠，但還保留當時的隧道、集會所以及宿舍。

表 2.4.3 糖廠轉型文化觀光糖廠演變歷程（續）

<p>都市保存與更新</p>	<ol style="list-style-type: none"> 4. 蒜頭糖廠：五分車、小板車、以及紅檜木的百年車站，也是八點檔拍攝景點。 5. 南靖糖廠：展示舊式火車頭、高砲與戰機。 6. 新營糖廠：五分車、文物、也有最具獨特且傳統的鉛字印刷技術，也是最多軌道的糖廠。 7. 橋頭糖廠：保存豐富的古蹟文物更有創新及藝術文物在內，此為最創新糖廠。 8. 南州糖廠：主打文物、空間、資材的再利及空間場域活化（遊憩場域、展示空間、觀光糖廠）、資材循環利用（廠區廢棄資材）、文化老物利用（整修再利用）藝術品創作呈現無限循環模式。此糖廠為全台最南端糖廠。 9. 花蓮糖廠：日式木聚落是在台灣保留最完善。 10. 虎尾糖廠：保留著日治時期的文物資源（百年茄苳老樹、日式廠長宿舍、小火車、文物等）。 11. 台北製糖所（現糖廊文化園區）：保留當時的老建築以及五分車等。 12. 麻豆糖廠（現總爺藝文中心）：保留日載運甘蔗的老火車頭、糖廊榨石以及當時紅樓辦公室、廠長宿舍、招待所、紅磚員工餐廳、日式庭園，以及百年樟樹群為縣定古蹟。 13. 玉井糖廠（噍吧哖事件紀念園區）：原為反抗殖民不公的事件，以此做為紀念園區。並保留原有日式建築。 14. 佳里糖廠（蕭壠文化園區）：保留原有糖廠倉庫。 15. 仁德糖廠（十鼓仁糖文創園區）：雖已成了問創主題園區，但在此卻是保留 22 座日治時期的建築倉庫。
----------------	---

表 2.4.3 糖廠轉型文化觀光糖廠演變歷程（續）

都市保存與更新	16. 台東糖廠（台東糖廠文化創意產業園區）：保留遠有的防空洞以及鐵道。現今則有許多創意鐵路雕裝飾，並以歷史文化創新特色方式保存。
閒置空間活化	有上表格所示，許多的閒置空間以文化創新的方式將閒置空間轉變為文化創意園區方式來活化這些多年閒置空間。例如：十鼓仁糖文創園區。
文資保存管理	觀光糖廠中大多數都保有五分車、鐵道、宿舍、倉庫，或是日式建築等。
法令與制度	就以現今總爺藝文中心（麻豆糖廠為例）。在社區居民努力推動保留原物下，政府也積極推動「社區總體營造政策」也正式營運並進行了歷史古蹟保留及修繕工程。
街區巷弄改善	在觀光園區開設後，當地街區巷弄社區也紛紛出現不同的社區彩繪，周邊住戶也絞盡腦汁在自家設立不同的小攤位，這帶動了當地的經濟效益。
交通系統規畫	在不同觀光園區網站中也提供了不同的抵達交通方式，更開通不少地方公車的路線。在有些園區網站中也會出現不同的故事介紹已經交通旅遊的規劃及周遭旅遊介紹。更興起不少遊客遠道而來進行觀光旅遊體驗活動。
環境自明性	現今社會大多數人不知道糖是怎麼來的。回想小時候看個火車城仔滿滿的甘蔗，以人工手動的方式去使用板車幫忙搬運。這些也紛紛沒落，唯有以觀光糖廠的面貌呈現。才有可能讓更多人了解。在當時小朋友追著載滿甘蔗蒸汽火車，就算滿臉都是蒸汽的黑墨也很開心，聞著熬糖的撲鼻香氣……等。

表 2.4.3 糖廠轉型文化觀光糖廠演變歷程（續）

<p>公共設施使用</p>	<p>園區與社區居民之間存在的互利共生現象，但在園區的周遭環境設計上也是相當完善，停車場設置或是周遭環境維護也是下費不少苦心，尤其是在糖廠改造成觀光園區，周圍種植的植物也是做了最大的維護修剪。</p>
<p>綠帶廊道串聯</p>	<p>在糖廠轉為觀光園區中，整地、計劃設計、動向設計...到最終完整版，為了防止原有設備文物的流失，盡力保留原樣，除此之外也呼應現今年輕人的風潮，帶了許多網美拍攝景點或是文創商品的元素，也讓原有文物或是建設在創意及整修下也有了全新的面貌。</p>
<p>居住環境維護</p>	<p>其實在糖廠附近周圍的住戶大多都希望為此這些美好的生活回憶，就如麻豆糖廠（總爺藝文中心）以是因為社區居民的共同努力，才保有且維護原有的建築。而在這些舊酒廠的保留轉為文創園區或觀光園區，也帶動社區區民的經濟發展。</p>
<p>永續環境發展</p>	<p>在不同的舊糖廠有的面臨閉廠有的卻是由不同方式相同的樣貌保留下去。卻是以更有價值意義的方式保留著原有的歷史建築、運輸體驗。在解說員的生動解說下，聆聽時彷彿也回到當時時代回憶。糖的製程、運輸、販售到現今的觀光模式每個轉變的時刻。</p>
<p>在地產業文化</p>	<p>不同地區也有著不同的地理資源及歷史。在舊糖廠中也有需多是以傳承傳統文化、故事等方式繼續營運。</p>
<p>社區公民參與</p>	<p>麻豆糖廠（總爺藝文中心）因為社區居民的共同規畫努力，希望保留原有建築也能傳承當地的藝文文化傳統。</p>
<p>地方集體記憶</p>	<p>其實在台糖通訊錄中也記載無數的大家一同努力的回憶。一起讓糖廠繼續經營，在經營衰退時，想辦法讓他可以永存在我們的心中。</p>

表 2.4.3 糖廠轉型文化觀光糖廠演變歷程（續）

<p>地方意象營造</p>	<p>台糖通訊錄原本為半個月一刊，到後來一個月一刊。在每一本月刊中，都有不同的回憶相冊、故事、及規劃。讓人們可以更了解糖廠。為了讓大家更生動的閱讀，在刊別中也會放置不同的二維條碼，讓有興趣了解更多的讀者可以掃描二維條碼看更多有關糖廠的影片。</p>
<p>都市經營策略</p>	<p>人們生活品質意識的興起，其實觀光糖廠有體驗活動，福利社以外，也有許多進駐了餐飲，文創，傳統藝文等結合。</p>
<p>文化旅遊行銷</p>	<p>在不同地區的觀光糖廠也結合的附近當地的文化也會推廣不同的活動，吸引更多人參予。</p>
<p>城市品牌塑造</p>	<p>台糖除了製糖以外其實也有許多的台糖相關的品牌企業，像是台糖加油站、台糖營業據點、蜜鄰便利超市，也有許多的自有品牌的生活用品。</p>
<p>永續經營成長</p>	<p>為了維護地球環境協調，如南州糖廠主打文物、空間、資材的再利用。將廠內的廢材再生利用成了園區的創意造景。</p>

（資料來源：本研究整理）

2.5 社區總體營造

何謂「社區營造」？簡單來說，居住在同一個地理範圍內的居民，相處之間以及社區環境之間所建立起來的緊密社會連繫，持續利用集體的行動來共同處理其一起面對社區內生活問題、解決問題同時也能創造共同的生活福祉的概念。台灣「社區總體營造」一詞，時任文建會主委的申學庸先生於1993年提出施政總報告時提出，響應前總統李登輝先生所提倡「生命共同體」的理念，提出「建立社區文化、凝聚社區共識、建構社區生命共同體的概念，來作為文化行政的新思維與政策」作為首要目標，其主要目的在整合「人、文、地、景、產」五大社區發展面向。接著前文建會主委陳其南先生於1994年更提倡「社區總體營造」新概念，希望藉由社區重建，喚起社區民眾群體共識，認同並經營自己的家園，不僅培育許多社區營造人才，更推行多項促進社區治理以及推廣社區營造的理念，近年來，在全球一片分權化（decentralisation）及地方化（localisation）的改革呼聲下，社區營造（community empowerment）儼然成為政府未來施政的主要重點。推行計畫例如：2002至2007年間的「挑戰2008－國家發展重點計畫」之「新故鄉社區營造計畫」、2007年策劃的「新故鄉社區營造第二期計畫」以及2005年「臺灣健康社區六星計畫」、2009年「新故鄉社區營造第三期計畫」年等，目的在於透過當地居民的共同參與，凝聚社區居民的意識，使社區居民的生活品質向上提升，將原有地景美化後，使原有地方文化產業得以復甦，並結合當地傳統產業、地方文化及生態環境等，逐步邁向社區永續發展的願景。蔣玉嬋在2006年研究提出社區總體營造的指標是地方的文化，藉此可以讓社區居們自主參與共同發現所居住地的文化特色，更能凝聚社區居民一同活化社區文化、環境及特色。麻豆糖廠也是個社區總體營造的案例。1998年進行廠房拆除工程時，當地區民深怕這些生活記憶就此消失，當地居民並向政府提出保留此廠。隨著「古蹟活化再生」、「閒置空間再利用」逐漸受到國人重視，也在政府「社區總體營造政策」中2001年麻豆糖廠(改設為南瀛總爺藝文中心)也正式營運並進行歷史古蹟建築物的修繕工程。另為延續已被點燃的民間活力，針對過往的執行成果及侷限，文化部於2016年推動「社區營造三期及村落文化發展計畫」，以因應當前全球數位化及經濟泡沫化等外部危機與挑戰，以及日漸嚴峻的資源分配不均、社會

力不足、人口老年化及少子化等內部社會現象（文化部網站，2018）。

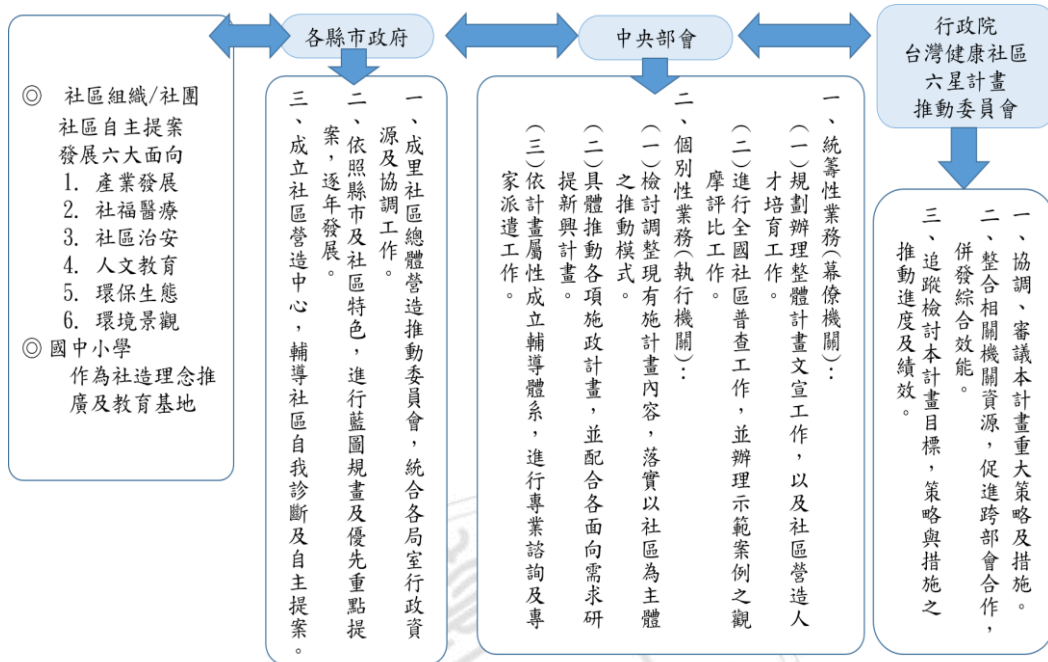


圖 2.5 台灣健康六星計畫推動架構圖（資料來源：台灣社區通網頁資料）

現階段「社區總體營造」對於台灣而言，不僅僅是單一項文化政策，也是提倡民眾參與社區活動最重要的基礎建設。多年來，從認識自己與了解地方，民眾透過社區營造的各種社會公共議題參與機制，乃至於學習解決如何去地方性的問題，重視台灣各族群文化在表現形式之多樣性及落實文化上的平權，使台灣社會整體素質向上提升。鑑此，為持續厚植在地特色、強化文化競爭力，政府共同打造跨部會協力合作方案，以持續發展各地方多元文化產業特色，強化社區居民參與感。因此，不論是傳統文化保存、技藝傳承、產業創新或環境生態，均可於各地社區或村落發掘，以呼應全球化所產生的「在地發展」及「永續經營」之相關議題，更進一步的讓參與者實際透過參與社區營運、活用數位資訊科技及連結跨域資源，而積極面對當前社區問題，並主動的參與協助解決。政府部門未來也將持續透過「由內而外」及「由外而內」的雙向輔導策略，促使「公民參與深度」及「藝文推展廣度」兩方面達到相互加乘、互利互惠之效果，並擴大整合各部會相關資源、文化部所屬機關、各縣(市)政府、民間團體、青年及第二部門（含基金會）等資源共同協力合作，以延續推動文化藝術向下扎根，藉由引進國外新文化的力量來強化交流，更可提升創

新能量強度，並持續累積台灣的文化智慧資本及跨領域合作成果，豐富地方文化多元性及展現文化治理之民主精神（文化部網站，2018）。

綜合上述的分析，社區總體營造是最近幾年台灣突破性的政策，社區並沒有固定的形象，社區總體營造也沒有固定的經營方式，在文化部的主導下，社區最大的意義在於「認同」與「實踐」，也強調「以社區民眾為主軸，由下而上推展工作」，以凝聚力及溝通的方式，讓居民與居民之間或居民與環境之間，產生聯繫凝聚公眾意識，來達成社區總體營造的模式。

2.5.1 社區定義

社區（Community）一詞來自英文所直譯而來，經由社會學家Hillery檢視相關文獻，歸納各專家學者整理出之社區定義：

1. 一群人，居住在一地理區。
2. 一群人進行持續的社會互動。
3. 指該團體內關係的品質，從社區的成員由文化、價值、態度等共同特性所結合在一起。（徐震，1998）

依照此定義，將社區的組成中主要可分為五個要素：

1. 居民：社區是由人所組成，要了解一個社區，必須先了解其居民。
2. 地區：社區的地理要素內容包含社區公共設施、自然形勢、天然資源、建築及交通等。在這個區域內，居民的互動較多，此一地區之外，互動較少。
3. 共同的關係：過去對社區的共同關係著重於共同的文化背景，例如：共同、利益的問題及共同的目標等後天性的關係為重要因素。
4. 社區的組織：社區居民必然有代表其若干關係的社會組織，此種組織可能是正式的或非正式的，以解決共同問題，達成共同目標的管道。
5. 社區的意識：居住於某一社區的人對於這個社區有一種心理上的認同，亦即所謂同屬感。他認為這個地區是屬於他的，而他也是屬於這個地區的。（謝婷慧，2004）

台灣對於「社區」這個名詞，在「社區發展工作綱要」第二條規定：本綱要所稱社區，係指經鄉（鎮、市、區）社區發展主管機關界定，依法設立社區發展協會，主要推動社區發展工作之組織及活動區域。社區發展指社區居民基於共同需要，循自動和互助精神，配合政府技術指導、行政支援，有效利用各種資源，從事綜合建設，以改進社區居民生活品質。社區居民係指設戶籍並居住本社區之居民。（衛生福利部，2014）「社區」這個名詞在台灣非常普遍，範圍也很廣泛，村落中兩三戶人家也稱之為某某社區，城市裡大樓也稱為社區，並沒有很明確對於社區劃分的定義做出規範，台灣在地域之劃分主要以村里、鄉鎮區、縣(市)為單位。

國內學者歷年來，針對社區的定義及內涵眾多解釋，以下針對各學者之敘述，整理出符合本研究之定義。

表 2.5.1 國內專家學者對「社區」定義

專家學者	社區定義
徐震（1985）	社區定義為： <ol style="list-style-type: none"> 1.側重地理的或結構的概念。 2.側重心理的或互動的概念。 3.側重行動的功能的概念。 4.新興綜合的或體系的概念。
李增祿（1985）	將社區定義為： <ol style="list-style-type: none"> 1.側重地理的或結構的概念。 2.側重心理的或互動的概念。 3.側重行動的功能的概念。
蔡宏進（1991）	社區為一群人對一個地理區域，社會性活動及現象的總稱。
林振春（1993）	社區是一種心理互動的團體組織、一個地理位置、一個包含各單位功能的系統。

表 2.5.1 國內專家學者對「社區」定義（續）

<p>蔡培村（1996）</p>	<p>社區指的是具有群體意識的人群與共同理念或社群。居住在相同領域、基於共同的理念與意識、利益與問題；成員間透過密切的互動，以求共同問題的克服或社區整體的發展。</p>
<p>江明修（1996）</p>	<p>認為Community 即為「共同體」，也做了很好的定義，其指出：它包括了其成員之間所有形式之關係，如社會凝聚力、道德承諾、情緒、親密感等。成員生活在共同體中，具有深層的心理依存感覺，並不僅只具有利益或意志而已。</p>
<p>呂育誠（1998）</p>	<p>從公共行政的角度指出社區的形成主要來自於兩種動力：第一種動力是客觀動力，乃是因為地方政府普遍面臨資源困窘的狀況，無法為地方民眾提供即時、有效與周到的公共服務，社區乃成為服務提供者的角色。第二種動力是主觀動力，主要是來自於社區自主意識的增強，足以維繫居民情感，保障社區利益。</p>
<p>李宗勳（2000）</p>	<p>彼此一體，共享、共治、共有的情感，所建立的夥伴關係為基礎，所強調的資源聯結是社區形成的主要關鍵，透過自發性的社區意識，發揮區域防衛的合作功能。</p>
<p>吳國光（2005）</p>	<p>社區的界定並不強調固定的地理區域，但應具備有共同體的社會互動及社區意識關係。</p>
<p>蔡宏進（2005）</p>	<p>對於生活需求有共同的焦點互相分享經驗和生活態度，受相同的社會情境影響緊密結合關係，及基於共同的理念與利益、意識與問題透過密切的互動，以求共同問題的克服擁有共治、共有、共享的情感，透過資源的連結與自發性的意識發揮區域防衛的合作功能而形成一個社區。</p>
<p>曾旭正（2007）</p>	<p>社區是在地理上又聚在一起的一群人，彼此間形成生命共同體。</p>

表 2.5.1 國內專家學者對「社區」定義（續）

黃舒瑋（2010）	一個社區的形成，是需要具備幾個條件因素；如一群人共同生活在同一塊區域，擁有相同的語言、文化背景、習慣與信仰，而在大家共同處理社區的問題，增進連帶依存的關係，維護大家共同生活的空間以服務社區的人。諸如：安全保護、教育文化、經濟產業、社會福利、醫療保健、休閒娛樂、宗教藝術及公共事務的管理等。
黃偉庭（2015）	將社區視為具共同利益是一種普遍的現象，社區應是落實服務和營造通路，家庭和社區是相互連結的，而不是排斥的，基於這樣的基礎，發掘社區以及其所處環境中資源與優勢，讓更多的社區發揮或儲藏更多的能力，是值得推展的議題。
蔡蕙篷（2016）	除需有地區、居民、共同關係、社區意識及社會組織外，亦應強調社區參與，唯有社區居民實質參與社區公共事務，才具社區實質存在的意義與價值。

（資料來源：本研究整理）

綜合以上文獻資料，國內專家學者對於社區定義之敘述，各有不同的解釋，但可以得知社區的組成需有一些要件，涵意在於凝聚社區內居民的情感，使居民對於生活需求及理念意識達成共識，共同改善生活環境提升生活品質。

2.5.2 社區文化創意

我國根據國內產業發展、文化及創意的獨特性等三項特性，將文化創意產業定義為：「源自歷史文化累積加上智慧財產的形成運用並透過創意巧思，創造具有財富與就業機會潛能，並促進整體生活環境提升的行業。」

文化產業或可被視為『創意產業』（Creative Industries）、以經濟觀點來分析，UNESCO 認為文化產業的概念包含：出版印刷、多媒體、聽覺與視覺、攝影與電影出品，就等同於工藝與設計。文化創業產業主要訴求是憑藉人類獨特性的創意及創造力，讓原本著重於資金與人力投入，強調量大、快速的生產模

式，有機會邁向少量而多樣，細緻而深刻的嶄新產業模式（陳志誠，2020）。對於其他國家而言，創意產業概念也包含建築、視覺與表演藝術、音樂器具的製造、廣告與文化觀光以及運動（孫華翔，2004）。政府在定義文化創意產業範疇，除了考量是否符合文化創意產業的定義與精神外，亦加上了產業發展面上的考量依據，大致分為：

1. 產業就業人數多寡。
2. 產業相關經濟效益高。
3. 產業是否有成長空間。
4. 產業是否具有創新性但不失其原創元素。
5. 產業是否存有高附加價值性。

根據上述的定義，相關單位界定台灣文化創意產業的產業及其範疇，並根據其屬性選擇相關機關負責各個產業的推動。（徐文彬，2017）

「文化創意產業」根據我國行政院定案的內容中大至可分為三個項目：

1. 精緻藝術的創作和發展，例如：表演藝術、視覺藝術、傳統藝術等。
2. 建立文化藝術核心基礎之上的應用藝術，例如：流行音樂、服裝設計、廣告與平面設計、影像與廣播製作、遊戲軟體設計等。
3. 創意支援與周邊創意產業/支援前述產業的相關部門，例如：展覽設施經營、策展、藝術經紀、出版、廣告等（康旗琳，2012、簡素琴，2013）。文化創意產業政策結合商業行為中「供給」與「需求」之間的互動，使文化得以重新啟動，並創造出更多的機會。對地方發展而言，商業行為的經濟循環是振興地方產業，同時改善地方的經濟發展。而在商業活動的過程中，也可以在有形無形之間取得平衡並解決地方「認同」、「存續」的問題。故以現今社會狀態來說，地方文化是地方發展中不可缺少的元素，同時也是地方發展項目中的重要關鍵（趙勝傑，2013）。

社區資源中的人民、文化、地理、產業、景觀，是社區特色的全體表現，「文化」是其中最重要的一項，對地方來說不僅是地方精神、文明的重要指標，對於經濟發展更是一大助力。文化創意產業是運用文化發展與創造新文化價值，而「文化」是地方居民日常生活在時間軸上累積的產物，與地方社區有密不可分

的關係，社區中必須靠居民透過凝聚意識來塑造專屬的社區文化，建立組織推動社區文化，尋找社區文化資源，調查居民對於文化的需求，規劃相關活動讓社區居民來參與，如此才能落實社區文化，這樣的文化再透過設計包裝並推廣，變成一種文化創意產業，使其成為一個地方性的特色，並促進地方發展。

蒜頭糖廠蔗埕文化園區五分車的經營必須跳脫目前之營運模式，讓員工盡情發揮其創意與意念，畢竟他們對於五分車是最有感情與牽連的，如果連他們都失去對觀光小火車的熱情，那如何把感動傳達給遊客。只是台糖公司目前一切以盈虧定勝敗，那註定是要與文化產業相違背的。其實台糖公司還有許多歷經「輝煌時代」的老員工，他們一定仍對台糖有著難以割捨的使命感，尤其是許多與五分車相處「大半輩子」的老糖鐵人，他們正如寶庫與故事的活泉一般，如何善用並尋找這些寶貴的「活文化資產」，讓他們樂為產業的一員，讓遊客真正感受到台糖與五分車的文化價值與動人樂章，才是永續經營之道。

綜合上述的研究分析，社區文化創意發展該多運用當地的再生資源並與當地居民共同參與，且必須同時照顧到社區的生活、生態、環境等，並維護社區的歷史文化及傳承。而對於五分車而言，應完整規劃地方觀光資源及在地文化作完整的結合，並不斷的修正、調整的觀光發展，才能永續的讓遊客願意在前來乘坐這個百年傳統的遺留下來的復古裝置。

表 2.5.2 國內外及組織對於文化創意產業定義

各國	文化創意產業定義
聯合國教科文組織 (UNESCO)	結合創作、生產與商業的內容，同時這內容在本質上，是具有無形資產與文化概念的特性，並獲得智慧財產權的保護，而以產品或服務的形式來呈現。」從內容來看，文化產業也可以被視為創意產業 (Creative Industries)；或在經濟領域中，稱之為未來性產業 (Future Oriented Industries)；或在科技領域中，稱之為內容產業 (Content Industries)。
英國 紐西蘭	以個人的創造力、技藝與才能為基礎，透過智慧財產權的建立與開發，創造財富與就業機會。

表 2.5.2 國內外及組織對於文化創意產業定義（續）

美國	美國稱文化創意產業為「版權產業（Copyright Industries）」，其版權產業的分類為核心版權產業（Core Industries）、部分版權產業（Partial Copyright Industries）相互依賴的版權產業（Interdependent Industries）、邊緣版權產業（Non-Dedicated Support Industries）。
加拿大	藝術與文化被界定為文化產業。
芬蘭	使用文化產業結合文化與經濟，透過傳統與現代的文化藝術，結合成功的商業機制、大眾閱聽者與近代電子生產與文化的創業精神。
法國	著重文化的可複製性，其文化產業包括傳統文化事業中特別具有可大量複製的產業。
南韓	文化內容產業包括各類經濟活動，如創作、生產、製造、流通等，而其活動內容源自於任何知識、資訊及文化相關之基礎資源。
中國	就提供產品的性質而言，文化產業可以被視為向消費者提供精神產品或服務的行業；就經濟過程的性質而言，文化產業可以被定義為「按照工業標準生產、再生產、儲存以及分配文化產品與服務的一系列活動」；在這樣一個特定的制度環境中，文化產業除了具有一般產業屬性外，還具有某些特殊的社會和意識型態屬性。
台灣	源自歷史文化累積加上智慧財產的形成運用並透過創意巧思，創造具有財富與就業機會潛能，並促進整體生活環境提升的行業。

（資料來源：本研究整理）

第三章 研究設計與執行

此章節依據研究其背景、動機以及目的，先進行相關文獻資料之探討，藉此瞭解相關問題並進行資料分析；再運用訪談法，去拜訪訪談對象瞭解其研究問題、觀光發展之探討及研究，更深入瞭解蒜頭糖廠的現況；並將上述所得之資料，探討出五分車對於社區觀光發展的影響程度。本章共分為三節，第一節為「研究方法」，包含文獻分析法以及訪談法；第二節為「研究設計」，包含訪談對象的選取、訪談大綱的設計；第三節為「研究執行」，包含訪談的進行過程。各節內容分別說明如下：

3.1 研究方法

首先確定本研究方向之後，針對研究目的進一步擬定訪談大綱，並採用質性研究方法，採用現有的資料進行文獻分析，並採用訪談法，針對研究議題的相關人士進行訪談，並透過訪談紀錄繕打逐字稿彙整分析，最後整理完成出本研究之結論與建議，本研究方法說明如下：

1. 訪談法。
2. 文獻分析法。

3.1.1 訪談法

「訪談法」係指利用兩個人以上之交談對話，其中所具備的要件是至少要有一位受訪人員以上，以及加上一位以上的訪談人員。透過訪談人員的對談語詞、聊天溝通、相互對話來獲得受訪者的所知的資訊及知識，訪談的模式如同像是對話一般，在提出問題與回答答案的交流互動過程之中，用來蒐集訪談人員擬定題目所需要得到的資訊（萬文隆，2004）。

「訪談法」是質化研究中最常使用一種方式，也被公認是重要的蒐集資訊及資料的方法，透過訪談過程中由研究者利用引導方式來引導受訪人員有目的性的談話，藉著談話過程來蒐集內容資料及資訊並且了解研究對象其想法和建議（黃瑞琴，1997）。

質性的研究訪談方式大致分為三種方式進行調查：

1. 「半結構式訪談」(Semi-Unstructured Interview)
2. 「結構式訪談」(Structured interview)
3. 「非結構式訪談」(Unstructured Interview)

茲別分述如下：

(1) 半結構式訪談：

半結構式訪談是以訪談大綱作為輔助，研究者採用特定的訪談內容議題，向受訪者提出一整系列結構性的問題，但進行訪談的過程中，受訪者可視情況來調整訪談內容的順序，然而為深入研究內容起見，也可利用開放性問題，以獲得更詳盡的訪談資料。

(2) 非結構式訪談：

非結構式訪談是由受訪者以日常生活閒聊方式，通常不會事先準備訪談的調查表，是採用自由進行與專家學者或知情人士訪談來取得研究的資料，同時受訪者也有自由的空間題材來進行問答，也算是一種開放性的訪談方法。

(3) 結構式訪談：

結構式訪談又可稱為標準式訪談、導向式訪談或控制式訪談，有排序法(Rank Order)、累積分類(Pile Sort)，等更進一步的研究技術輔助，通常只會依照設計者的訪談內容去進行訪問，不太會有較大的變化空間，通常採這類型的訪談對話，比較屬於封閉的情境訪談(胡幼慧、姚美華，1996)。

本研究採用半結構式訪談法，事先會擬定一系列的訪談大綱內容，依造選定訪談的特定人士對象來做進一步的分析及討論，並整理出適當的問題訪談。

3.1.2 文獻分析法

文獻分析法(Document Analysis)指的是根據需要的研究課題或目標目的，利用蒐集相關調查報告、產業動態、市場資訊等文獻資料，然而針對研究者自身問題精準地掌握的一種方法。資料內容盡量要求能夠廣博、豐富及正確性，再將各處收集得到的資料，利用分析、歸納、整合，再分析整個事件原因、淵源、影響、背景及其意義

等。其分析步驟有四個，即閱覽與整理(Reading and Organizing)、描述(Description)、分類(Classifying)及詮釋(Interpretation)(朱柔若，2000)。

文獻分析所指的是蒐集其他人所做出的研究，分析其中的建議與結果，找出需要證實的假設題目，並列出說明這些建議性的假設是否有價值拿來應用價值性，其範圍與來源大約可分成下列幾種(楊國樞，1998)：

1. 一般著作、民間通俗故事典故、具有創作及探討性的文章。
2. 類似學科學說與理論。
3. 相關學科的研究報告、定期刊物及學位論文。

本研究使用臺灣博碩士論文知識加值系統等相關網站來進行蒐集資料、期刊、論文等研究之文獻，並對相關參考文獻仔細的探討及閱讀後，再加強蒐集資料不足的部分，然後再來整理出適合本研究的重點基礎。



3.2 研究設計

3.2.1 選定訪談對象

本研究訪談的對象為蒜頭糖廠蔗埕文化園區員工兼五分車導覽解說員、蒜頭糖廠蔗埕文化園區資深經理、六腳鄉工廠村村長、六腳鄉工廠村社區理事長、故宮南院科長，共計有五人。

表 3.2 本研究訪談對象、日期、地點

受訪者編號	受訪者	訪談日期	訪談地點
A	蒜頭糖廠蔗埕文化園區資深員工 兼五分車導覽解說員	109.12.10 109.12.17	五分車車站
B	蒜頭糖廠蔗埕文化園區資深經理	109.12.10 109.12.19	蒜頭糖廠辦公室
C	六腳鄉工廠村村長	109.12.06 110.01.08	村長辦公室
D	六腳鄉工廠村社區理事長	109.12.25	理事長家裡
E	故宮南院科長	110.01.29	科長辦公室

3.2.2 訪談大綱設計

本研究依據研究目的及動機確認執行方向後，依據訪談對象擬定訪談題目大綱，蒐集大量相關之研究、論文、期刊等，並與指導教授討論問題的可行性，經過多次的修正而確定訪談大綱，訪談問卷的方向，整體架構方向為下列幾項：

訪談大綱	訪談對象				
	A	B	C	D	E
第一部分:探討「蒜頭糖廠蔗埕文化園區五分車」發展歷程及營運概況。					
1.請您概述「五分車」轉型文化觀光沿革。	■	■			
2.請問您台灣糖業公司轉型「五分車」的經營策略?	■	■			
3.請問您園區如何宣傳文化觀光用途的「五分車」?	■	■			
4.搭乘五分車並做深度小旅遊，有何推薦行程?	■	■			
5.您覺得「五分車」轉型文化觀光產業面臨的挑戰?	■	■			■
第二部分:分析「蒜頭糖廠蔗埕文化園區」推動整體文化觀光策略。					
1.您覺得園區發展「五分車」觀光對社區有何幫助?	■	■	■	■	
2.您認為「五分車」發展觀光，結合社區營造策略為何?	■	■	■	■	■
3.依您觀察，搭乘「五分車」遊客類型係屬團體客或自行前來之遊客數量占大多數?其年齡層分布及到訪停留時間大約多長。	■	■	■	■	
4.您覺得遊客參訪期間對在地的環境、交通及社區上有何影響?	■	■	■	■	
5.請問您針對工廠村社區發展觀光相關單位規劃情形為何?		■	■	■	■
第三部份:探討蒜頭糖廠蔗埕文化園區推廣「五分車」產業的競爭力。					
1.請問您有何措施提升「五分車」的觀光發展效益?	■	■			■
2.糖業小火車轉型文化觀光產業，如何吸引更多遊客到訪?	■	■	■	■	
3.在產業轉型上，您認為「五分車」的轉型成果如何?	■	■	■	■	■

3.3 資料分析編碼

訪談逐字稿編碼的方式為，將訪談的過程利用文字進行逐字稿的撰寫，再用表格的方式將逐字稿分為左邊右邊兩欄，左邊欄位為訪談人原始大綱及逐字稿的原文內容，右邊欄位為原始錄音逐字稿經過整理後的訪談重點。

本研究在訪談對象分別以編碼代號（A）代表蒜頭糖廠蔗埕文化園區資深員工兼五分車導覽解說員、編碼代號（B）代表蒜頭糖廠蔗埕文化園區資深經理、編碼代號（C）代表六腳鄉工廠村村長、編碼代號（D）代表六腳鄉工廠村社區理事長、編碼代號（E）代表故宮南院科長。

針對訪談大綱內容主軸進行資料編碼，以下為其編碼的代表內容：

第一部分：探討「蒜頭糖廠蔗埕文化園區五分車」發展歷程及營運概況1-1 代表第一部分的1.請概述「五分車」轉型文化觀光沿革？1-2代表第一部分的2.請問您台灣糖業公司在轉型「五分車」的經營策略？若是第二部分的第一細目則為2-1，第二細目為2-2，第三細目為2-3，編碼方式以此類推。假如在文中引用到受訪者A，其談到有關「第一部分：探討「蒜頭糖廠蔗埕文化園區五分車」發展歷程及營運概況」中的第一細目1. 請您概述「五分車」轉型文化觀光沿革？」時，就以（A-1-1）表示；第一部分中的第二細目「2.請問您台灣糖業公司轉型「五分車」的經營策略」，就以（A-1-2）表示，後續以此類推。

第四章 研究分析與討論

本章節透過訪談所獲得的資料進行整理分析及說明，共分為三大章節，4.1探討「蒜頭糖廠蔗埕文化園區五分車」發展歷程及營運概況；4.2分析「蒜頭糖廠蔗埕文化園區」推動整體文化觀光策略；4.3探討蒜頭糖廠蔗埕文化園區推廣「五分車」產業的競爭力。

本研究將研究的對象以編碼代號表示，編碼代號（A）代表蒜頭糖廠蔗埕文化園區資深員工兼五分車導覽解說員、編碼代號（B）代表蒜頭糖廠蔗埕文化園區資深經理、編碼代號（C）六腳鄉工廠村村長、編碼代號（D）代表六腳鄉工廠村社區理事長、編碼代號（E）代表故宮南院科長。作為此章節受訪談對象之代號。

4.1 「蒜頭糖廠蔗埕文化園區五分車」發展歷程及營運概況

4.1.1 請您概述「五分車」轉型文化觀光沿革

依據受訪者A表示：蒜頭糖廠是日治時期全台三大糖廠之一，肩負著客運與貨運的五分車行駛路線稱為嘉朴線，以蒜頭糖廠為中心點往東約18公里往西約6公里，是一條交通運輸的樞紐。民國90年納莉颱風造成廠區嚴重淹水約2公尺高，製糖設備嚴重毀損，製糖業務也因此停止，而且加上交通運輸型態發達轉而改變，五分車也開始走入停駛窘境，經過大家集思廣益下，利用原有的鐵道以及車廂改裝成觀光休閒的五分車，傳統產業轉型觀光產業，也替蒜頭糖廠另闢一項營業收入來源。轉型後的五分車從民國92年開始試營運，一趟旅程約35至40分鐘，全程距離約5公里。五分車自車站出發，列車往太保、南靖方向行駛，車上導覽人員講解沿途田園景致及其歷史文化背景並且會與遊客親切互動，增添旅遊樂趣。【解說版本為商請黃哲永老師製作65首有關蒜糖人文歷史、景觀建築、文物機具、佚事等，為園區解說員底稿。例如，以老鋼鐘為開車典禮，驛頭的簷前腳，有一個鋼鐘掛於遐將近百年囉，吸收日月天地的精華，地方流傳一句話：「老鋼鐘有靈氣，老人來摸食百二，囡仔來摸好育飼，小姐來摸皮膚幼綿綿，咱今仔邀請這隊的會長來舉辦開車典禮，噹！噹！噹！噹！一聲智慧開，兩聲福運來，三聲咱大家平安大發財】（A-1-1）

依據受訪者B表示：台灣鐵路歷史以來，有分為三分車、五分車、七分車、十分車。所謂三分車就是礦車，五分車就是載客、載糖、載鹽、載木材，七分車就是台鐵軌道，十分車就是高速鐵路。因納莉颱風的因素以及糖業的沒落，當時即須轉型，台糖公司向交通部提出申請轉型為觀光運輸的功能，從一個傳統產業的轉型為觀光產業，原本只在園區內行駛大約2公里，後來經過我們投入了很多心力人力整理軌道，也將路線延長至南靖，這是當時所稱的南北線。園區一年營業額都有一千萬元以上，且都是正成長增加中，到訪遊客每年也都是正成長趨勢。(B-1-1)

表 4.1.1 蒜頭糖廠蔗埕文化園區五分車票價表

票 別	票價 (元/人)	適用對象
全票	100	滿 12 歲以上者或兒童身高滿 150 公分以上者。
半票	50	1.兒童身高滿 115 公分未滿 150 公分者。 2.兒童身高滿 150 公分未滿 12 歲者，經出示身分證件者。 3.身心障礙者及陪伴者以 1 人為限（應出示身心障礙證明）。
優惠票	80	國中生（應出示身份證件）。
免票	—	1.兒童身高未滿 115 公分者。 2.兒童滿 115 公分而未滿 6 歲者，經出示身分證件者。 3.免費之兒童，須由已購買全票或成年之旅客攜帶，每一旅客以攜帶 2 位免費兒童為限；逾限者，應購買兒童票。
備註	營業時間：每天 2 班次，10：00 及 15:00 各開 1 班。	

（資料來源：蒜頭糖廠蔗埕文化園區提供）

表 4.1.2 遊客數及營收統計表

蒜頭糖廠蔗埕文化園區108至109年各月份遊客數及營收統計表				
年度	108		109	
月份	遊客數	營業額	遊客數	營業額
1	9000	900000	22000	2200000
2	28000	2800000	14100	1410000
3	16500	1650000	18500	1850000
4	21600	2160000	16800	1680000
5	20800	2080000	22550	2255000
6	23450	2345000	32400	3240000
7	25550	2555000	29000	2900000
8	18700	1870000	28500	2850000
9	22000	2200000	20300	2030000
10	24800	2480000	27000	2700000
11	19000	1900000	17350	1735000
12	14500	1450000	14600	1460000
小計	243900	24390000	263100	26310000

(資料來源：蒜頭糖廠蔗埕文化園區資訊公開之統計；本研究整理)

綜上所述，蒜頭糖廠蔗埕文化園區五分車由來，是一條肩負著客運與貨運交通運輸的樞紐。但由於納莉颱風及製糖業務的沒落，不得不轉型另謀出路，台糖公司利用原有的鐵道以及車廂改裝成觀光休閒的功能，帶動五分車的延續營運的生命，加長行駛路線，車上導覽人員講解沿途田園景致及其歷史文化背景並且會與遊客親切互動，使用早期俚語介紹增添旅遊樂趣，帶動歡樂氣氛，也因此帶來更多的遊客，促進園區經濟收入，轉型觀光產業成效似乎有了一番成就，在各地文化園區林立的旅遊市場，佔有一席之地。

4.1.2 請問您台糖實業公司轉型「五分車」的經營策略

依據受訪者A表示：台糖公司除了是一個經營者同時也扮演著輔導的角色積極替蒜頭糖廠找出新出路。培訓導覽解說員、裝置藝術設立，公司每年都會向中央或是地方政府爭取在園區舉辦糖業文化節及鐵道迷攝影或是展覽活動，替五分車注入很多新元素。(A-1-2)

依據受訪者B表示：台糖公司除了是一個主管單位，也是本園區最大的支持者，因為不只我們這個園區面臨轉型，其他的園區也是陸續轉型，國營事業如果沒有一番成績呈現，勢必會遭到關廠的命運。(B-1-2)



圖4.1.1 永續發展政策圖說 (資料來源：台灣糖業公司)

綜上所述，五分車在經營及轉型上，台灣糖業公司扮演著輔導的角色積極替蒜頭糖廠找出新出路，尤其轉型為觀光旅遊的產業，克服許多困難，不論是政府單位計畫審核還是鐵道技術層面的改良，都經由一番的協調及努力，才能有現今的成果。

4.1.3 請問您園區如何宣傳文化觀光用途的「五分車」

依據受訪者A表示：在傳播媒體或網路行銷方面因為我們公司因經費有限，無法靠媒體來大力行銷，所以我們靠的是在經營上發揮更大的努力，讓遊客感受糖廠關廠轉型文化創意的園區不同凡響的樣貌。讓遊客來園區遊玩後，會主動在網路部落客或是Facebook打卡上傳，廣播電台A-Line Radio也免費幫我們做廣告宣傳。

(A-1-3)

依據受訪者B表示：透過平面媒體或是地方電視台來宣傳，還有設立一個網站來做行銷，我們還會發動園區員工以最原始方式至各大景點去發放宣傳單，採取多方面行銷方式，來得到園區的知名度。知名綜藝節目也會主動來園區拍攝五分車的遊戲，還有大愛電視台及民視電視台也都會來取景。(B-1-3)

綜上所述，蒜頭糖廠五分車自轉型為觀光旅遊產業，由於政府補助資金有限，行銷活動上必定捉襟見肘，經過了經營團隊集思永續經營方向後，將傳統糖業文化的五分車做過一番包裝，也逐漸的開發商店街，活化了園區產業，在到訪遊客口耳相傳下，知名度也明顯的提升，也吸引許多媒體的免費推廣。

4.1.4 搭乘五分車並做深度小旅遊，有何推薦行程

依據受訪者A表示：以蒜頭糖廠周遭景點旅遊上有做出一系列建議，例如，方案一：白人牙膏工廠、品皇咖啡觀光工廠、故宮南院、配天宮廟宇文化參訪、余順豐花生觀光工廠、東石漁人碼頭、布袋高跟鞋教堂...等景點。方案二：園區參訪日治時期一些建築還有糖廠內一些保存下來文化古物，在搭乘蒜頭糖廠五分車之旅後，可以租借腳踏車騎至全台最長自行車景觀吊橋或是腳踏車步道遊玩。(A-1-4)

依據受訪者B表示：縣政府如果要辦活動盡量都會選在我們園區辦理並且提供免費公車來載送遊客。由以前五分車鐵路橋改建全台最長自行車步道，是一個很大行銷景點，沿途自行車步道也會經過苦楝樹及風鈴木，都是一個拍照打卡的好地方。當然我們推薦遊客附近的新港香藝文化園區、新港板陶窯...等景點遊玩，形成一個旅遊圈。(B-1-4)

綜上所述，蒜頭糖廠目前推廣方式與情形，不外乎分為深度小旅遊及文化觀光方面結合。因為五分車轉型的目的，是要將有有歷史文化的產物再延續其生命，希望成為熱門景點並結合周邊景點來做一趟深度小旅遊、更是一種有特色的社區小旅行。景點推薦例如，白人牙膏工廠、品皇咖啡觀光工廠、故宮南院、配天宮廟宇文化參訪、余順豐花生觀光工廠、東石漁人碼頭、布袋高跟鞋教堂、園區日式建築、全台最長自行車景觀吊橋、腳踏車步道沿途風景打卡拍照、新港香藝文化園區、板陶窯。園區積極規劃各種活動主軸，期望透過更豐富的視野與媒材，發展園區旅遊的多元性。

4.1.5 您覺得「五分車」轉型文化觀光面臨的挑戰

依據受訪者A表示：五分車被交通相關單位認定是一種交通工具，並以台鐵相關法令規格納管，受到交通部及嘉義縣縣政府交通局的督促，以至於五分車想要做出任何改變或是更新營運狀況，都必須考量安全性、環境影響、票價合理性，而且都是要經過相關單位多層的審核及把關，所以在執行上有時都會窒礙難行，綁手綁腳。加上環保意識的抬頭，五分車車頭以柴油引擎帶動，所造成的空污影響，都是未來極力需要改善的地方。(A-1-5)

依據受訪者B表示：五分車同時要保存文化歷史又要兼具環保問題，似乎也會遇到瓶頸。因為園區屬於公營事業機構，如要改變現狀，也都需要經過層層關卡審查，加上經費取得不易，計畫上有時會停滯不前，造成執行上的阻礙。(B-1-5)

依據受訪者E表示：糖廠是否能夠清楚的論述過去佔有龐大的土地、附近的居民和糖廠的關係，但是這些有意義的歷史，並沒有被糖廠寫進歷史中，反而只關心工廠村居民的話，窄化了糖業的歷史，也窄化了社區的發展以及現在地方產業特色。(E-1-5)



圖4.1.2 嘉義縣環保局與台糖公司合作，五分車加裝濾煙器。

(資料來源：中時新聞網)

綜上所述，對於五分車的建設過程中從土地、交通、環保及車廂都需要經過層層的關卡審查，想要保存糖業文化歷史又想要有大量觀光遊客到訪，求新求變的思維似乎考驗著園區能耐，若不能升級周邊景點完整的配套措施，是無法留住遊客與其旅遊樂趣。公營事業機構的永續經營，除了有政府機關的補助經費，本身也要有一番績效作為，蒜頭糖廠其特殊地理位置，位在工廠村社區，發展觀光產業其實也須兼顧社區的繁榮，畢竟糖廠有一筆觀光財，卻要社區一起承擔遊客到訪期間所產生環境衛生、交通、噪音等等的問題，這都是值得去思考且要面對解決的問題。

4.2 「蒜頭糖廠蔗埕文化園區」推動整體文化觀光策略

4.2.1 您覺得園區發展「五分車」觀光對社區有何幫助

依據受訪者A表示：因為糖廠的轉型，搭乘五分車遊客的到訪，相對地就有消費行為產生，當地居民也會推出當季農作物或水果及小吃來賺取生活費，園區內的賣場以及工作人員，也都是會請當地居民來擔任，創造當地居民的經濟效益。社區志工培育目前有訓練過三梯次，但因為社區人口老年化，想參與的居民卻是寥寥無幾。(A-2-1)

依據受訪者B表示：如果每個糖廠都有用心經營，必有其發展觀光的產業，廠區必也不會沒落，隨著我們園區五分車知名度的展開，做生意的社區居民必然也會增加，原本關閉的柑仔店也開始恢復營業。目前園內區分有三區：鐵道區、宿舍區及文化區，透過導覽介紹給遊客認識糖業文化的歷史發展，對於居民幫助很大。還有電視劇及電影台最喜歡拍攝的鐵道歷史現場，拍攝時所需要的居民充當演員，或是吸引前來觀賞拍攝場景的遊客，都會有其經濟效益。(B-2-1)

依據受訪者C表示：我們蒜頭糖廠的五分車經營的成績應該排名在數一數二，遊客來搭乘五分車或是園區遊玩後，也會順道走進社區內參觀，所以對社區當然會有幫助。台糖公司人事更替，導致政策施行上也會跟著改變，社區志工培育總是沒有那麼順利，再加上社區人口老年化，恐怕還需要另謀出路，目前社區志工的角色都是由台糖公司退休員工來擔任導覽。(C-2-1)

依據受訪者D表示：其實社區跟糖廠是比較沒有交集的，因為他們是公營事業機構，如果是針對五分車部分，他們都是由員工擔任解說員，社區是無法參與的。目前社區導覽是由村長負責培訓。(D-2-1)

綜上所述，蒜頭糖廠是屬於小型工廠小鎮，早期居民們的生活都與糖業有關係，原本蒜頭糖廠遭到關廠命運，但由於轉型觀光旅遊後創造一波觀光商機，希望可以透過這個擁有糖業文化特色吸引了大量的遊客及人潮。據研究者觀察，五分車確實吸引了大量的遊客及人潮，也確實讓廠區商場的生意變得更好，營業額成長這些都是有憑據的，對於居民的生活是否有因為五分車的建設而作改變，我想是沒有，畢竟蒜頭糖廠是屬於公營事業機構社區居民是無法參與的。其實對於社區總體營造

的努力除了公部門的努力外，其實重要的還是當地社區居民的自主意識，如社區居民能組成環境志工，對於蒜頭糖廠園區內部設施、周邊環境，定期進行環境的整理清潔，讓民眾來參觀時有煥然一新的感覺，這不僅僅可以吸引遊客來參觀更能凝聚社區的意識，讓居民能夠一起共同維護這個歷史文化的產物，但因為社區志工的培育也因人口老年化參與度極少。要如何整體規劃，招商引入人才，讓社區活躍，促進經濟，將是下一個努力的目標。

4.2.2您認為「五分車」發展觀光，結合社區營造策略為何

依據受訪者A表示：當地居民自組成立「笑謎謎懸絲偶劇團」，遊客搭乘五分車後再至社區內欣賞精彩表演，我們也會給予優惠，形成互利。(A-2-2)

依據受訪者B表示：乘坐五分車，雖然是一個懷舊文化的觀光，其實帶來的觀光效益並不大，所以文化創意的結合是必須的。社區目前成立「笑謎謎懸絲偶劇團」表演，乘坐五分車後再來去看個劇團表演，然後在園區逛一逛，瞭解以前糖廠所規劃的文物。(B-2-2)

依據受訪者C表示：我們經常講社區營造三要素：文化、產業及人才。既然蒜頭糖廠擁有歷史糖業文化，如果能好好經營，必能做出一番成績。蒜頭糖廠五分車開出去後沿途必須規劃文化創意特色景點。政府也有考量想到這個，所以已經著手規劃，從高鐵嘉義站下車後座五分車進來園區，沿途就會經過目前已與業者合作設立棉花田有機農場，更會有一些吸引力，得到遊客的親睽。(C-2-2)

依據受訪者D表示：我們當然希望可以讓五分車更多元豐富，如果可以作像車票文創、火車頭文創...等等，應該會吸引更多年輕民眾，也能為社區帶來動能，發展活化社區。(D-2-2)

依據受訪者E表示：文創產業並非社區總體營造，在概念上應該避免把社區與文化創意產業合併為同一概念。所謂地方文化特色產業，其目標在發展人文地產景中，以人文加上產業特色發展，例如新竹柿餅。(E-2-2)

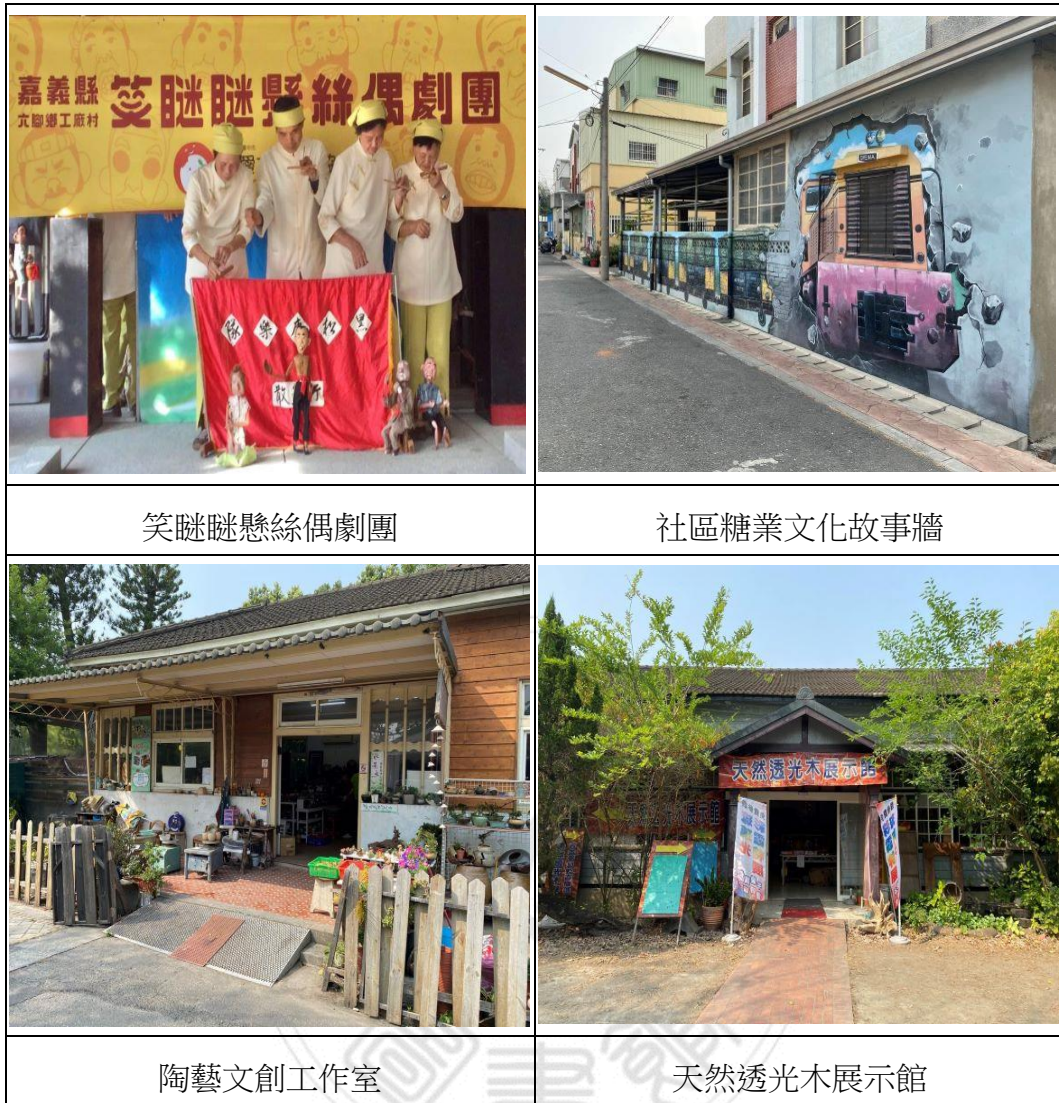


圖 4.2.1 工廠村社區營造策略(資料來源：本研究者拍攝)

綜上所述，園區應該完整規劃蒜頭糖廠周邊景點或是表演團體，甚至可以多開發一些景點及遊憩區可供遊客觀賞、遊玩和消費，有景點就能多吸引觀光客，人潮變多了相對的就可以促進周邊的經濟，也能讓地方觀光產業提升，產業人力願意留下來，就能使當地業者收入增加，而北漂的年輕人，也會因為蒜頭糖廠周邊的建設越來越多而看見更多的商機，願意回來家鄉創業，永續經營。社區內居民自組成立「笑眯眯懸絲偶劇團」，目前也吸引多數遊客來看劇團表演，表演收入將可提供社區發展建設的經費來源，形成互利互助的關係。

4.2.3 依您觀察，搭乘「五分車」遊客類型係屬團體客或自行前來之遊客數量占大多數；其年齡層分布及到訪停留時間大約多長

依據受訪者A表示：團體客及自行前來的遊客數量大約各占一半，年齡層早期都是50至60歲左右，但現在各個年齡層都有，反而是年輕人占多數。在園區停留時間幾乎都可以達到半天時間，旅行社也喜歡安排行程至園區旅遊，創造三贏局面。
(A-2-3)

依據受訪者B表示：團體客及自行前來的遊客各佔一半，年齡層也大約落在50歲左右，他們學歷也比較高。自行前來大約半天，團體客大約2小時左右。(B-2-3)

依據受訪者C表示：團體客因為2020年新型冠狀病毒所影響，數量應該會比較減少一點，但自行前來的遊客反而增多，年齡層現在幾乎都有，年輕人反而越來越多來遊玩。(C-2-3)

依據受訪者D表示：我認為團體客居多，但假日散客也不少，但還是團體客為主，年齡大概都40-60歲吧！停留時間大概都有1小時以上。(D-2-3)

綜上所述，蒜頭糖廠遊客的型態上屬於一個大眾化的景點，遊客類型大致上可分為遊覽車的團體客及自行前來的遊客，因蒜頭糖廠屬於免門票的觀光景點且搭乘五分車的票價便宜，許多遊覽車或是旅行團都會將此景點安排進入行程當中，近年來因為COVID-19疫情影響，自行開車前往的旅客反而增多。但團體客屬於到此地乘坐完五分車後就會離開，停留的時間相對較短，消費行為也較少，反觀自行開車前往的旅客，園區內有相當多的糖業文化歷史場景可以參觀，相對的停留時間就會比較長，較能有消費行為產生。依經營團隊的統計數據來看，遊客數每年都有正成長的情形。

4.2.4 您覺得遊客參訪期間對在地的環境、交通及社區上有何整體影響

依據受訪者A表示：環境整理方面平日我們也有請專人在打掃。交通方便的園區，不管是往東邊或是往西邊都有很便利的道路來做連結，由於遊客的來訪相對也會帶動社區的繁榮，一些出外的遊子也會願意返回故鄉來工作。(A-2-4)

依據受訪者B表示：交通方面算是便利，只有在過年期間，因參訪遊客人數較多，會造成部分塞車。對於社區居民必然會造成影響，園區內腳踏車可能會亂騎亂

停，還有垃圾的問題。(B-2-4)

依據受訪者C表示：我常用一句諺語來形容遊客的到訪情形：「生雞蛋無，放雞屎有」。當然遊客進來社區會造成一些環境污染的問題，垃圾清理是一大問題，尤其是每年春節期間，大量遊客進來，垃圾問題都是對社區一大考驗，雖然我們都會放置大型垃圾桶，可是卻是不敷使用，加上社區老年人多，無法幫忙清理垃圾，所以環境規劃問題都是我們與蒜頭糖廠必須共同面對需要解決的問題。(C-2-4)

依據受訪者D表示：其實社區組成單純，也是純住宅的社區，太多遊客真的會影響生活品質。還有五分車的喇叭聲也是會影響社區。(D-2-4)

綜上所述，遊客參訪蒜頭糖廠的期間，對在地的環境多少會造成影響，尤其以垃圾的問題，因假日遊客太多導致環境髒亂且大型垃圾桶清理工作無法落實；在交通上，因園區交通四通八達且腹地廣大，故平時不會造成塞車與停車的困擾，唯有春節或連假期間車輛湧入園區會有交通打結的情形。最後在對社區影響上，如上所述遊客進到社區內或僅是騎單車拜訪，經過社區時算是有秩序，但是有些遊客腳踏車亂停的現象也是會發生，再者，五分車行駛的噪音及廢氣，但居民亦並未向園區或其他單位反應過這方面的問題。所以整體來看，遊客參訪期間對社區而言並未造成太大的影響。

4.2.5 針對工廠村社區發展觀光相關單位規劃情形為何

依據受訪者B表示：政府對於社區發展觀光及推動社區營造不遺餘力，現場文化再造，將原有鐵道路線改成自行車路線，將整個遊玩路線連結起來，從點到線再到面，成為一個很大的觀光網，提供經費上的補助以及社區永續發展的計畫期程。(B-2-5)

依據受訪者C表示：政府對於社區營造這個部分也滿25週年，藉由在地文化與糖業文化結合，政府也提倡歷史現場再造計畫，包含東倉庫、西倉庫以及日本宿舍等這三大區域，目前都是積極著手整修中。「社區總體營造」三大要素，簡單六個字「文化、產業、人才」，其中人才這個大難題，如何讓年輕人願意投入文創產業這個區塊，畢竟年輕人的創意行銷點子較多，社區特色能夠推廣出去，遊客自然願意來。中央政府單位對於社區營造補助經費也是大力支持，包含文化部、農委會、

教育部...等。但是也因為有首長政治上的考量下，政策不願蕭規曹隨，造成分散文化資源無法統合，社區文化創意的間斷，終究不了了之。(C-2-5)

依據受訪者D表示：嘉義縣政府的文化觀光局也有工廠社區發展觀光的相關企劃，但對社區來說有個最大問題就是土地使用難以取得，糖廠裡面除了自宅外，馬路是住戶共有，其他都是糖廠的地，需要租金，社區無法負擔，所以也失去不少送企劃的機會。(D-2-5)

依據受訪者E表示：觀光發展除了是社區的心願外，多半由交通部觀光局所屬的國家風景區等機關就近輔導社區，或者觀光局委由地方政府協助鄉鎮或社區推動。然而推動社區具有特色與魅力，才能夠成為深度旅遊的地點。當社區能量充足時，才有機會入選交通部觀光局每年推動的特色小鎮或者具有特色的旗艦型活動。(E-2-5)



圖 4.2.2 235 環境教育綠能生活館（資料來源：本研究者拍攝）

綜上所述，觀光發展除了是社區的心願外亦是政府各部會極力所提倡的計畫，現場文化再造，還原歷史現場，提供經費上的補助以及社區永續發展的計畫期程不遺餘力。但推動社區具有特色與魅力的推手是為地方縣市政府，因為政治資源的分配，卻也間接分散文化資源無法統合，社區文化創意的間斷，虎頭蛇尾

的現象產生。嘉義縣文化觀光局於 2018 年建置「235 環境教育綠能生活館」，位於蒜頭糖廠園區內蒜南國小舊校址。以「綠能與生態」、「生產」、「生活」為主題搭建三座以再生能源為概念之貨櫃群體驗館，供參觀者免費體驗，也是提供社區營造的一大進步。



4.3蒜頭糖廠蔗埕文化園區推廣「五分車」產業的競爭力

4.3.1請問您，有何措施提升五分車的觀光發展效益

依據受訪者A表示：政府目前提出納入前瞻計畫，提出「嘉義縣治綠色觀光環狀運輸縫合計畫」該項計畫，規劃第一期係將蒜頭糖廠蔗埕文化園區五分車鐵道可延伸至高鐵嘉義站以及故宮南院園區。透過蒜頭糖廠鐵路線延伸至嘉義高鐵車站，以及研議設置低碳轉運中心，提供多元交通運輸工具，期望達成節能低碳運輸又可帶動觀光產業，互利共榮效益。(A-3-1)

依據受訪者B表示：五分車延駛至高鐵嘉義站，最慢的小火車與最快的高速鐵路車站接合，這將會吸引更多的遊客形成一個很大的亮點。再來鐵路歷史再造、車站整修、園區糖廠整修完成，保存完整的宿舍群，都是未來可以應用的地方。(B-3-1)

依據受訪者E表示：故宮南院被嘉義縣政府認為是觀光的發動引擎，但是觀光除了政策引導外，民間意願更為重要，台糖公司為公營事業機構，事業機構有營利需求，因此，由糖廠發動比博物館主導方為成功關鍵。故宮南院將於110年研提門票加小火車票的串聯計畫，相信可以帶動旅遊需求，是否能造成人潮，則必須靠著周邊的發展，例如旅宿業、餐飲業的共同發展，才能帶動。(E-3-1)

綜上所述，蒜頭糖廠之優勢在於它有一個很好的地理位置，鄰近周邊景點都能連結成一個旅遊契機，搭乘五分車的遊客本身就有固定人數作為基礎，且每年遊客人數增加的趨勢，全球COVID-19疫情肆虐，反而遊客喜愛至戶外場所旅遊營收並無影響。加上比鄰國家級故宮南院開館，園區內展示傳統文化價值轉型以及新時代下之保存文化產業，獲得一個給世界各國遊客參訪的機會，2021年研提門票加小火車票的串聯計畫，帶動旅遊需求機會將提高。再者，五分車延駛至高鐵嘉義站，最慢的小火車與最快的高速鐵路車站接合，將不再是夢想。多方位經營策略，例如：歷史文化現場再造，利用故事性的方式帶領學童知道糖業文化的轉變以及其歷史背景，深具教育意義。這些都屬於五分車發展的優勢。一連串觀光產業鍊，住宿也必須考慮其中。據研究者的看法，規劃蒜頭糖廠製糖工廠整修成觀光工廠，加上周邊景點眾多，相關單位如果能利用這些特點，發展出一套旅遊套裝行程，或是定期

舉辦鐵道攝影展吸引鐵道迷以及糖業文化活動人潮，我們樂觀期待五分車未來的發展是有前瞻性的。

4.3.2糖業小火車轉型文化觀光產業，如何吸引更多遊客

依據受訪者A表示：搭乘五分車時，要有不同年齡層的講解方式，年長或是親子的就是講糖廠故事兼具笑話、如果學生就是要以詼諧風趣的方式來帶團。再來周邊綠美化環境，增加拍照打卡景點，還有將原有倉庫或宿舍來改建，活化再利用這些設施，保存又可以讓遊客回憶起幾十年前的糖廠文化，歷史現場重造。交通部觀光局為了遊客前往臺灣各個主要觀光旅遊景點便利性，接送旅客至鄰近各主要臺鐵火車站、高鐵車站推出「台灣好行」服務，彌補現有公路客運路段或無行駛路線系統的不足，這個服務應可吸引更多自由行旅客及背包客到來。(A-3-2)

依據受訪者B表示：轉型觀光產業的五分車鐵道文化當然不能失去其原始原味，以文化前提下做包裝，創意構思達成此項產業的永續經營。若能推出套票行程，藉由各景點的結合，產生更多優惠活動，都是可以吸引更多遊客到訪。(B-3-2)

依據受訪者C表示：社區有彩繪文化故事牆，以糖業文化為主題，介紹以前糖業的歷史，讓到訪遊客可以拍照打卡，順便了解糖業歷史的由來。社區也可以跟蒜頭糖廠舉辦煮糖活動，讓遊客可以親身體驗煮糖樂趣，還有甘蔗花的DIY，剖甘蔗比賽，諸如此類的活動，賦予糖業文化新生命。結合鄰近鄉鎮市的一些傳統手工工藝現場DIY製作。增設地方美食伴手禮賣場，讓消費者有多樣化的選擇。還原歷史現場，讓現代人去了解過去先人的努力製糖的工作，這都是吸引遊客前來的旅遊動機。(C-3-2)

依據受訪者D表示：設計文創車票，還有火車頭紙雕之類的商品，我覺得都可以作為參考，現在吹起懷舊風，又開始建設與高鐵相接，我想以後應該可以吸引讓更多人體驗乘坐五分車。(D-3-2)

綜上所述，受訪者在五分車轉型觀光產業如何吸引更多遊客部分，認為歷史文化若要達到永續經營，必須有一番新思維及加上文化創意構思，豐富的導覽解說內容、傳統糖業文化體驗DIY、社區資源整合及文創商品的誕生等作為。且園區內設有冰品部，著名的紅豆牛乳冰淇淋、三明治冰淇淋以及台糖自製各式冰品，乘坐五

分車享用沁心涼的冰品，必可吸引更多大人小孩。現有的歷史文物建築整建、活化再利用，更應考量到周邊的軟、硬體規劃，如商店街、美食街、停車場、公共廁所、休息區、遊憩區等設施。網路發達的時代，增加行銷策略及串聯起鄰近地區觀光景點，並定期舉辦活動及環境整潔的維護，才能持續的吸引更多人潮，在吸引人潮創造文化觀光財的同時也要能兼具到環境保護與傳統文化的保存，這樣才能使觀光產業永續發展下去。

4.3.3在產業轉型上，您認為「五分車」的轉型成果如何

依據受訪者A表示：透過政府與社區之推動，再加上蒜頭糖廠所有的員工一起努力下，五分車轉型已有一番成效。蒜頭糖廠鄰近週邊之歷史悠久文化地景與農產品產業聚落特色明顯，故宮南院、朴子配天宮廟前老街街景、新港與北港宗教文化信仰圈等特色當起領頭羊下，配合周休節慶假期，連結一系列的觀光資源，擴大服務的層面，積極推廣行銷，吸引各地觀光人潮，必可發展帶動當地觀光旅遊事業，這是我們有目共睹的，希望未來發展能更上一層樓。(A-3-3)

依據受訪者B表示：我們的轉型是成功的，因為從種種因素來看，每年園區營業額的正成長以及每年遊客數的增加，以及相關單位願意繼續提供經費的補助下。園區內環境的整理，設施的維護，五分車沿路行駛的景觀綠美化，以及四季花海的規劃，還有加強車廂舒適度，改成無煙五分車頭，也都是我們未來加強的重點，一趟除了讓遊客感受歷史文化的薰陶且還能賞心悅目享受風景的旅遊。(B-3-3)

依據受訪者C表示：在產業轉型上我認為是成功的。五分車如果再將這些鐵路路線連結成功，從台灣高鐵嘉義站行駛至蒜頭糖廠再進入故宮南院園區，再從故宮南院搭乘接駁車至朴子老街、宗教文化聖地，形成一個交通旅遊網。同時蒜頭糖廠再規劃沿途增設景點可供遊客上下車參觀，週邊形成一個群聚的作用，一系列的串連起來，整個五分車帶動觀光旅遊是可期待的。(C-3-3)

依據受訪者D表示：我覺得五分車轉型的算是成功，因為我從小住在這裡，從載甘蔗轉換成載遊客，這其中真的花了不少心思，也一直在進步，美化車箱、解說員進修，沿路種植植栽，豐富景觀，大致上是有用心的。五分車的車站已經開始整修，我想未來會煥然一新，會呈現出更多的風貌。(D-3-3)

依據受訪者E表示：傳統產業轉型觀光，多半以製造業觀光工廠為例，當然五分車屬於糖廠重要資產，尤其五分車曾經擔任鄉鎮中重要的對外交通工具。但是觀光不僅僅是讓遊客遊玩，更重要的是能讓遊客住一夜，才稱得上觀光。(E-3-3)

綜上所述，五分車的轉型成果，似乎有了一頁新的里程碑，除了現有歷史文物的持續維護外，無論地方與公部門，都希望能針對社區結合，居民參與其中，成為「社區總體營造」，使整個糖廠及社區都能夠一同繁榮發展。因為糖廠廠區及五分車有其歷史文化，讓遊客乘坐其間能一邊欣賞沿途美景一邊又能知悉歷史文化，必定產生更多吸引力。對內必須製糖工廠整建、商店街設立、綠美化工程、自行車步道以及整體社區營造的規劃與建設，於外是整個鄰近地區景點的增加與串聯，軟體方面則是藝文活動的舉辦與環境的維持，才能持續吸引遊客前來，並讓社區發展的種子得以持續開花結果。



4.4研究結果與討論

一、本研究依據受訪者訪談結果資料整理出「蒜頭糖廠蔗埕文化園區五分車」觀光發展上的優勢、劣勢、機會與威脅，故本節綜合以上受訪者的訪談資料經過整理後，加以分析跟比對，得到研究之結果。（如表4-4-1）

表 4.4 五分車轉型文化觀光小火車 SWOT 分析表

優勢（Strengths）	劣勢（Weaknesses）
S1.文化觀光資源可及性	W1.廠區軟硬體設施不足
S2.深具文化觀光資源教育意義	W2.園區缺乏總體營造
S3.歷史空間活化翻轉運用	W3.志工培訓不易
S4.發展園區創造就業機會	W4.觀光產業缺乏創新思維
機會（Opportunity）	威脅（Threats）
O1.前瞻基礎建設計畫支持	T1.文創園區陸續成立
O2.觀光旅遊風潮興盛	T2.自主經營，外援無法介入
O3.加強產學觀光合作	T3.園區整體景觀欠缺規劃
O4.行銷觀光策略多元化	T4.全球疫情影響

（資料來源：本研究整理）

（一）優勢（Strengths）

1. 文化觀光資源可及性：

地處嘉南平原的蒜頭糖廠，其位置算是山海交通的中心點，鄰近有高速公路、快速道路以及高鐵嘉義站的交通連結，再加上「國家級的故宮南院」以及「長榮文苑嘉義館」陸續開館相互輝映下，每到假日都會有固定量的人潮到訪，平日亦有團體客前來乘坐五分車，有著較佳的旅遊人口吸引潛力。也因具有交通便利特性，車程距離大約在半小時以內，所以易於規劃其他景點之搭配，適合各年齡層從事深度小旅遊行程選擇。

2. 深具文化觀光資源教育意義：

五分車行駛途中，小火車上解說人員細說早期糖業文化的歷史及其發展由來，使遊客了解早期台灣糖業鐵路重要運輸系統，深具歷史、文化與趣味性，尤其可提供辦理學校戶外教學、團體自強活動的好地點。

3. 歷史空間活化翻轉運用：

具有百年歷史但仍保存完整的五分車車站，不僅是深具文化價值更是五分車最佳見證的重要文化資產，彷彿走入歷史的時光隧道，再造現場亦可結合戲劇單位拍攝製作節目，吸引時下年輕人前來拍照取景，增加園區人氣指數。

4. 文化創意產業人力需求：

傳統產業的沒落，在地年輕人都往都市去發展，園區發展五分車觀光如果有一番績效，相對地可以為年輕人帶動創業機會，吸引更多文化人才投入創思，發揮創新與融合創新思維，產業優質化，在文化創意產業競爭中勝出，帶動園區整體觀光經濟發展。

(二) 劣勢 (Weaknesses)

1. 廠區軟硬體設施不足：

廠區內缺乏文創商店街、美食區、遊憩區且拍照打卡景點少，若能有商店街、美食區可以讓民眾逛街購物用餐，遊憩區可以讓小孩遊玩，讓遊客增加停留時間，觀光效益必可大增。

2. 園區缺乏總體營造：

隸屬台糖公司的蒜頭糖廠與工廠村社區，雖同屬一個地理區，但因行政管轄權不同，導致無法整合規劃整體社區，形成空間浪費，喪失一個推廣觀光的契機。

3. 志工培訓不易：

志工培育招募乏人問津，工廠村社區內也因人口老年化無法勝任，目前只能由蒜頭糖廠員工及退休員工充當應急，在整體觀光產業發展中缺少活力注入，減低民眾旅遊新鮮感。

4. 觀光產業缺乏創新思維：

身為公營事業機構的蒜頭糖廠，若要策畫創新作為，都必須經過政府相關單位層層審核，歷史建物使用申請計畫耗費時間，實際營運與行政流程上常互相衝突，導致創新計畫停滯不前的窘境。

(三) 機會 (Opportunity)

1. 前瞻基礎建設計畫支持：

政府目前提出納入前瞻計畫，提出「嘉義縣治綠色觀光環狀運輸縫合計畫」該項計畫，規劃第一期係將蒜頭糖廠五分車鐵路可延伸至高鐵嘉義站以及故宮南院園區。透過蒜頭糖廠鐵路線延伸至嘉義高鐵車站，以及研議設置低碳轉運中心，提供多元交通運輸工具，期望達成節能低碳運輸又可帶動觀光產業，互利共榮效益。

2. 觀光旅遊風潮興盛：

台灣近年來休假制度的完善，人民注重觀光旅遊，每到假日期間，全家大小邀約出遊，根據交通部觀光局統計資料顯示國民旅遊達1.9億人次、觀光效益約8,215億元。

3. 加強產學觀光合作：

與附近的大專院校合作，提供創作空間與材料給美術設計相關科系學生發揮，大大增加園區的藝術美感與空間的創意性，是創造多贏的極佳方式。

4. 行銷觀光策略多元化：

一個旅遊景點，倘若沒有妥善規劃行銷策略，很難讓消費者「無時無刻」接收旅遊資訊，加上行動上網的便利性和數位媒體、社群平台的多元性，發展智慧觀光，完備智慧行旅，運用大數據與資通訊科技，開創觀光嶄新視野。運用智慧科技及行動載具技術，透過「台灣好玩卡」整合縣市熱門景點、交通票證、食、住、遊、購等產業優惠措施，行銷地方城市觀光魅力。如果不做好完整的行銷規劃，肯定會在這場「數位之戰」當中，錯失許多市場機會，甚至最後會失去整個旅遊市場份額。

(四) 威脅 (Threats)

1. 文創園區陸續成立：

全台文創園區如雨後春筍般陸續成立，至今官、民營的園區保守估計約三十個。各園區均絞盡腦汁運用多元活動塑造亮點吸引人潮，如未能整體營運效率提升，擦亮品牌，必會遭到淘汰的命運。

2. 自主經營，外援無法介入：

蒜頭糖廠蔗埕文化園區自主經營模式，加上人員緊縮政策導致營運績效不彰之現象。但此一情況卻會讓政府、社會各界、企業財團無法支援發展與推廣，甚至擴大營運規模，關係到利弊間的權衡問題。

3. 園區整體景觀欠缺規劃：

五分車行駛沿線之景觀視野較單調，部分地區設施閒置且乏人規劃整理。園區外尚有許多廣大的糖廠農場地，如能善加運用與規劃，將路線延長其發展潛力更是難以限量。糖業文化歷史淵源流長，保存文物深具復古懷舊，卻無設置專門展示空間或是參觀地點，園區應該利用原有之建築空間做出完整的配套措施，如：日式宿舍區或是倉庫區整建設置。語音導覽搭配遊客 3C 產品來建置，也可解決志工荒的方法。

4. 全球疫情影響：

2019 年全球疫情 COVID-19 肆虐，觀光業一遍慘淡哀嚎，嚴重威脅觀光業之生存，五分車之旅成為戶外的旅遊景點選擇之一，但各家業者為了搶食旅遊大餅，紛紛祭出優惠活動，但畢竟整體旅遊人數有限，造成客源瓜分現象。

二、依據受訪者A、B、C、D、E在推廣上的建議如下:

1. 公部門持續投入人力、經費維護園區設施。
2. 持續發展自行車步道，連結其他景點。
3. 規劃設置商店街、美食街，使攤販集中。
4. 社區內綠美化建設、發動志工整頓空地及空屋環境。
5. 設計周邊文創商品以及DIY糖業及鐵道文化產品。
6. 園區定期舉辦活動吸引人潮並與合法旅宿業合作旅客住宿優惠活動。

第五章 結論與建議

本研究主要在探討傳統糖業文化所遺留產物之發展與推廣，藉由擁有傳統糖業文化的五分車為研究對象，進行相關的文獻蒐集與整理，再透過產官學界的訪談對象所得之訪談資料，兩者進行整理、比對與分析得出研究結果，最後依據研究結果做成本章之研究結論與建議。本章5.1為研究結論，將第四章訪談資料之研究結果進行分析，再將所分析之結果與文獻探討成果做成研究結論；5.2為研究建議，整合受訪者與研究者對蒜頭糖廠蔗埕文化園區五分車在推廣上提出建議，並為後續研究者提出研究面向。

5.1 研究結論

本研究之研究目的為：一、探討「蒜頭糖廠蔗埕文化園區五分車」發展歷程及營運概況；二、分析「蒜頭糖廠蔗埕文化園區」推動整體文化觀光策略；三、探討蒜頭糖廠蔗埕文化園區推廣「五分車」產業的競爭力。針對研究目的，經由文獻探討與訪談法得到研究結果，再由所得之研究結果做成最後之研究結論。

5.1.1 「蒜頭糖廠蔗埕文化園區五分車」發展歷程及營運概況

關於蒜頭糖廠蔗埕文化園區五分車發展的歷史，可溯源於糖業鐵路的組織與運作。早期除了是載運甘蔗、砂糖的列車，更是在地學子通勤、鄉親往來的最佳交通工具。戰後初期的糖鐵，長度達29646公里，比當時台灣省政府交通處鐵路管理局的鐵道還長。台灣糖業公司在製作砂糖的過程中，運用各種交通工具，包括牛車、輕便車及五分車，將甘蔗運至糖廠，製成砂糖後，再由糖廠倉庫搬運上五分車，先轉運至台鐵的倉庫，再經台鐵轉運至港口倉庫等待船期出口。此外，大眾也仰賴糖鐵通勤、載貨。糖鐵深入鄉鎮，成為在地人們日常生活的一環。以蒜頭糖廠為中心點往東約18公里往西約6公里行駛路線稱為嘉朴線，是一條交通運輸的樞紐。2011年因納莉颱風造成廠區嚴重淹水約2公尺高，製糖設備嚴重毀損，製糖業務也因此停止，且因全球貿易化進口蔗糖，再加上交通運輸型態發達改變，五分車面臨停駛命運，具有糖業文化的五分車原本將走入歷史，經過大家集思廣益下利用原有的鐵道以及車廂改裝成觀光休閒小火車，卻有意外的收穫，

吸引各年齡層團體客及自行前來遊客乘坐，五分車車上配有導覽人員講解沿途田園景致及其歷史文化背景並且會與遊客親切互動，增添旅遊樂趣，帶動歡樂氣氛。轉型觀光產業的五分車每年雖有大量的遊客，但經營的模式若是一層不變，沒有新元素、新樣貌加入，觀光客的新鮮感退燒，必會導致營運上遇到瓶頸。蒜頭糖廠自1906年設廠後，半農半工的產糖事業，曾有著一段輝煌的黃金時代，產值屢屢創下佳績，但隨著時代的變遷，傳統產業的沒落、經濟產業的轉變，導致許多年輕人口的外流，加上建設及公共設施的不足，農村的發展逐漸沒落，為了活化地方傳統產業，及創造新的農村經濟價值，轉型觀光產業的園區勢在必行，且國人越來越注重休閒旅遊活動，經過文化創意包裝的五分車，掀起一股搭乘熱潮，歷史鐵道文化事業的重建，寓教於樂，喚回百年傳統的記憶。擁有得天獨厚糖業及鐵道歷史文化背景的蒜頭糖廠蔗埕文化園區，如何吸引世界各地而來的遊客目光，達成永續經營的目標，都是未來努力的方向。

5.1.2 「蒜頭糖廠蔗埕文化園區」推動整體文化觀光策略

發展觀光視為振興當地經濟、強化地方產業體質、增加就業機會及改善收入的重要策略。各縣市政府也會推出旅遊優惠活動積極吸引遊客消費，搶得觀光財這塊大餅。但是觀光不僅僅是讓遊客遊玩，增加停留時間，更重要的是能讓遊客住一夜，才稱得上觀光。傳統產業之變遷隨時代進步而異動，以往的風光都只能成為追憶，無法繼續傳承，如何善用與規劃鐵道文化的五分車或是這些停產的製糖工廠，使其成為產業變動的最佳歷史見證，更可能讓該產業歷史現場再生轉化為文化創意產業。全台文化園區的相繼成立，大多數以地方文化產業作為觀光產業的基礎並朝此方向來規劃，讓地方年輕人願意回鄉發展以及文化創意人才的投入，文化觀光相互結合，開創另一個新局面，如果只是單純搭乘一趟五分車之旅，新鮮感過後人潮必會慢慢流失。有鑑於此，蒜頭糖廠文化園區也提出多項觀光永續發展經營計畫爭取經費，提出「嘉義縣治綠色觀光環狀運輸縫合計畫」該項計畫，規劃第一期係將蒜頭糖廠蔗埕文化園區五分車鐵路可延伸至高鐵嘉義站以及故宮南院院區，加上整建製糖工廠成為觀光工廠以及日式宿舍區、倉庫區、五分車車站的一系列歷史現場重建，藉以活絡觀光發展。

蒜頭糖廠蔗埕文化園區地處嘉義縣六腳鄉工廠村內，與居民日常生活密切，台灣糖業公司積極開發、改建觀光客活動區域，並為某些區域換上新衣招攬遊客，在發展觀光的同時，應切身的為當地居民的生活思索回饋，畢竟這群人也曾為糖廠努力奮鬥過，替他們保留著深厚的情感的「家」及生活脈絡，園區轉型的時代必會引入大量的觀光行為，應避免對社區造成了極大的衝突。五分車轉型發展觀光後所帶來的人潮，相對的也對社區交通、環境帶來了許多問題，如垃圾、車輛亂停、吵雜的噪音等影響，對社區原本的生活環境帶來了改變。再者，社區人口老年化，五分車想培育導覽志工的動能嚴重縮減，不穩定的觀光財，亦無法吸引在地年輕人返鄉就業的前景產生。政府主張「社區總體營造」，藉以活絡地方產業特色，一鄉一特色的計畫也積極籌辦中，糖廠與社區雖然有著密不可分的關係，但礙於管轄權之不同，卻也喪失很多永續發展合作的機會，社區營造計畫胎死腹中，對於發展觀光產業的園區卻步不前面臨阻礙，畢竟社區營造三要素：文化、產業及人才，缺一不可。

目前園區替社區住戶牆壁做了彩繪故事牆，主題為糖業文化發展史兼具美化社區，在環境的清潔上工廠村村長發動村民一起為了社區的環境整潔共同努力來維護，算是一種回饋的反應。居民自組成立的「笑眯眯懸絲偶劇團」，目前已推出「媽祖降妖」、「罔腰罔飼運動趣」、「烏龍康樂隊」、「廟口雜耍特技」等不同劇碼，遊客搭乘五分車後再至社區內欣賞精彩表演，園區也會給予優惠，形成互助。然而政府單位應繼續蒜頭糖廠社區的營造，應打破官方思維，投入更多的經費建設這個百年傳統遺留下來的特殊景點，得到更多遊客的讚賞。

5.1.3 蒜頭糖廠蔗埕文化園區推廣「五分車」產業的競爭力

蒜頭糖廠之優勢在於它有一個很好的地理位置，鄰近周邊景點都能連結成一個旅遊契機，搭乘五分車的遊客本身就有固定人數作為基礎，且每年遊客人數增加的趨勢，全球COVID-19疫情肆虐，反而遊客喜愛至戶外場所旅遊營收並無影響。加上比鄰國家級故宮南院開館，園區內展示傳統文化價值轉型以及新時代下之保存文化產業，獲得一個給世界各國遊客參訪的機會，2021年研提門票加小火車票的串聯計畫，帶動旅遊需求機會將提高。再者，五分車延駛至高鐵嘉義站，

最慢的小火車與最快的高速鐵路車站接合，將不再是夢想。多方位經營策略，例如：歷史文化現場再造，利用故事性的方式帶領學童知道糖業文化的轉變以及其歷史背景，深具教育意義。這些都屬於五分車發展的優勢。一連串觀光產業鍊，住宿也必須考慮其中。據研究者的看法，規劃蒜頭糖廠製糖工廠整修成觀光工廠，加上周邊景點眾多，相關單位如果能利用這些特點，發展出一套旅遊套裝行程，或是定期舉辦鐵道攝影展吸引鐵道迷以及糖業文化活動人潮，我們樂觀期待五分車未來的發展是有前瞻性的。綜合受訪者所述，在五分車轉型觀光產業如何吸引更多遊客部分，認為歷史文化若要達到永續經營，必須有一番新思維及加上文化創意構思，豐富的導覽解說內容、傳統糖業文化體驗DIY、社區資源整合及文創商品的誕生等作為。且園區內設有冰品部，著名的紅豆牛乳冰淇淋、三明治冰淇淋以及台糖自製各式冰品，乘坐五分車享用沁心涼的冰品，必可吸引更多大人小孩。現有的歷史文物建築整建、活化再利用，更應考量到周邊的軟、硬體規劃，如商店街、美食街、停車場、公共廁所、休息區、遊憩區等設施。網路發達的時代，增加行銷策略及串聯起鄰近地區觀光景點，並定期舉辦活動及環境整潔的維護，才能持續的吸引更多人潮，在吸引人潮創造文化觀光財的同時也要能兼具到環境保護與傳統文化的保存，這樣才能使觀光產業永續發展。

5.2 研究建議

依據本研究之目的及結論，以及研究者實際觀察提出下列建議，供後續研究者及公部門、蒜頭糖廠蔗埕文化園區推廣五分車產業的競爭力作為參考。

1. 園區完善的軟硬體建設：

研究者對於蒜頭糖廠文化園區的觀察，內部設施應加以改善，例如：商店街、美食區及咖啡廳的設置。增加園區內有特色地景場域、五分車行駛路線周邊的綠美化、遊憩區的增建等；園區外五分車行駛路線延長，沿途周邊景點設施增設，使園區內外設施更加完整，增加遊客停留時間及消費能力。

2. 規劃深度旅遊活動：

蒜頭糖廠地理位置交通便利，鄰近周邊景點眾多且車程不遠，搭乘五分車後，也可騎乘自行車在專屬步道四處遨遊，也可開車至鰲鼓溼地自然生態、東石漁

人碼頭美麗的夕陽、外傘頂洲以及有布袋觀光漁市場及高跟鞋教堂光雕秀，串聯成一整套的懷舊、生態旅遊，這樣不止餐飲業者能提昇經濟，周邊的旅宿業者也能受惠，才算是真正的觀光旅遊。

3. 行銷策略的多元化：

除了電視媒體、新聞、廣播、平面廣告之類的方式來推廣推撥外，網路發達的世代，行動上網的便利性和數位媒體、社群平台的多元性，旅遊景點做好完整的行銷規劃，利用網路的便利性進行觀光的行銷，並不定時舉辦活動，增加五分車的曝光率，必能吸引更多觀光客來搭乘。園區應成立官方網站提供旅遊指引、旅遊住宿網站，並隨時更新最新旅遊資訊；成立Facebook粉絲團、部落格等等的方式由專人負責管理；QR Code掃描即可得到旅遊資訊；社群LINE軟體傳送旅遊訊息或優惠訊息。「異業合作」也是一個新思維，搭乘五分車即可獲得優惠卷，購買指定商家商品，或是結合旅宿業者搭配住宿優惠，多元化的經營，拓展旅遊新視野。

4. 推廣產學觀光合作計畫：

基礎觀光產業專業能力之培養，鼓勵學生參與業界實習課程，進而強化就業競爭力的前提下，園區可以藉由產學合作計畫，提供學生藝術美感與空間的創意性，遴聘業界實務經驗豐富師資指導下，將園區閒置空間做出整體規劃，結合文化創意構思，得到一個充滿歷史文化、文化創意、旅遊觀光的好景點。

5. 設計文創商品、伴手禮販售：

利用鐵道文化元素與創意相結合，加值產品設計出一套專屬自己園區的代表性商品，例如：五分車模型鑰匙圈或存錢筒、鐵道歷史文化懷舊明信片、五分車文創車票、火車頭紙雕等等之類的商品。再者，可將台灣糖業公司所出產產品包裝成禮盒的伴手禮，提供遊客選擇商品消費。

6. 定期籌畫舉辦活動：

舉辦活動即是最佳的宣傳，媒體追逐的焦點，例如：2018世界博茶會。因此園區應定期舉辦各式各樣文化及教育性活動，規劃適當體驗活動之設計，結合社教機構資源進行成為校外教學景點，落實「在地遊學－發現台灣」的觀念，藉由更多活動的主軸吸引遊客、學童搭乘五分車，絕對是一趟可以兼顧知性、感

性與趣味性的旅遊行程。

7. 鼓勵員工進修、招募導覽志工：

文化產業的經營有別於傳統產業工作樣態，員工必須定期進修培養知識技能的精進與提升，因應科技來臨的時代。在招募導覽志工部分，遊客對於園區的導覽還是有相當層面的需求，可透過與社區發展協會或大專院校招募，再由園區辦理教育訓練，取得志工資格。

8. 設立「糖業歷史博物館」：

設立屬於蒜頭糖廠糖業文化的博物館，將以前那些糖業輝煌歷史的史料、文物、器具、工法等等的收存在館內，透過歷史文物陳列，採用故事性的連結，讓參觀民眾更有深一層的認知，館內可撥放五分車的由來簡介或曾經利用五分車所拍攝過的影片，讓遊客在乘坐小火車之前先有一番的認識，相信乘坐時更能體驗其文化意義與價值性。

9. 推動與社區總體營造：

早期社區居民大部分是糖廠員工，隨著時代的轉變，園區其所帶來的經濟效益並無法改變在地原有的經濟型態，導致外移人口嚴重，社區卻也逐漸沒落，無論是公部門、公民或在地居民，面對未來的相關政策，應思考是否能產生共榮共存的認同感，重視在地認同的重要性。把工廠村社區與蒜頭糖廠文化園區應視為一體納入未來重建的考量，社區居民共識的形成與認同感的提升會決定這股觀光風潮會不會持續延續。

10. 推行永續發展計畫：

觀光發展所追求的是永續的經營，觀光發展應重視「取之地方、用之於地方」觀念，若公部門若能聆聽社區意見，並與各相關領域學者以及社區居民作溝通協助社區發展，培育社區人才鼓勵外出青年返鄉就業發展，必能再創造糖廠社區風華，造就雙贏局面。

本研究利用質性研究的方式，針對公部門、蒜頭糖廠蔗埕文化園區資深經理、資深員工、工廠村村長、社區理事長及故宮南院科長做訪談，建議後續研究者可訪談不同的對象，或採用量化研究的問卷調查方式來探討遊客對蒜頭糖廠蔗埕文化園區五分車的想法，使相關研究完整性能更全面更紮實。

參考文獻

一、中文文獻

1. 川北稔著，陳惠文譯（2004），砂糖世界史，台北:玉山社出版社。
2. 文化環境基金會（1999），台灣社區總體營造的軌跡，台北市：行政院文化建設委員會。
3. 文建會（1994），行政院文化建設委員會工作報告，台北市：行政院文建設委員會。
4. 王怡茹（2020），地方觀光發展策略之探討-以嘉義縣竹崎鄉為例，國立嘉義大學管理學院碩士班論文。
5. 王健全（2001），再造傳統製造業競爭優勢，台北:中華經濟研究院。
6. 台糖公司（2002），台糖公司當前的產業政策。
7. 張宏謨（1990），台灣糖業前期發展史，台糖通訊86(9)，23頁。
8. 田佳靜（2000）俄羅斯文化觀光:歷史背景與展望，淡江大學俄羅斯研究所碩士論文。
9. 朱柔若（2000），社會研究方法:質化與量化取向，台北：揚智出版社。
10. 江佩蓉（2017），文化觀光景點對地方發展影響之研究-以嘉義縣布袋鎮為例，南華大學文化創意事業管理學系研究所碩士論文。
11. 江明修（1996），社區意識與公民參與，教育研究雙月刊51, 41-52頁。
12. 吳國光（2005），社區營造人員及社區居民對觀光發展認知之研究—以霧峰鄉為例，朝陽科技大學休閒事業管理研究所碩士論文。
13. 呂育誠（1998），整體觀點下組織文化的意涵與管理者之因應之道。
14. 李宗勳（2000），社區聯防夥伴關係之治理體制初探，中國行政評論第9期第4卷，35-80頁。
15. 李長明（2004），糖廠鐵道五分車，台北:人人出版社。
16. 李貽鴻（1986），觀光行銷學-供應與需求，台北:淑馨出版社。
17. 李銘輝（1998），觀光地理，台北市：揚智文化。

18. 李增祿主編（1985），社會工作概論，臺北：巨流圖書公司。
19. 林士和（2001），開創傳統產業的璀璨未來，管理雜誌第320期，138-144頁。
20. 林秀芳（2010），文化創意與觀光產業發展——以恆春半島觀光為例，文化創意永續與前瞻研討會。
21. 林振春（1995），凝聚社區意識、建構社區文化，社區發展季刊。
22. 林連聰、宋秉明&陳思倫（2011），觀光學概論，台北：五南出版社。
23. 林慧雯（2003），推展文化觀光策略之研究-以阿罩霧地區再開發為例，朝陽科技大學建築及都市設計研究所碩士論文。
24. 胡幼慧（2008），質性研究：理論、方法及本土女性研究實例，台北：巨流圖書公司。
25. 孫華翔（2004），文化與產業間的游移—九十年代台灣文化政策發展脈絡初探，國立臺北藝術大學傳統藝術研究所碩士論文。
26. 徐文彬（2017），社區產業與社區觀光推動之研究—以嘉義縣大林鎮明華社區為例，南華大學文化創意事業管理學系碩士論文。
27. 徐文復、廖明芳（2000），傳統產業的新春天，管理雜誌第124期，124-126頁。
28. 徐震（1985），社區發展—方法與研究，台北：中國文化大學出版部。
29. 徐震（1998），社區與社區發展，台北：正中書局。
30. 晉麗明（2000），傳統產業的十大危機，管理雜誌第307期，30-33頁。
31. 康孟承（2020），環境再生評估指標建構之研究—以苗栗火車站周邊地區為例，國立聯合大學建築學系碩士班碩士論文。
32. 康旗琳（2013），「文化」、「創意」與「產業」的美學向度—文化創意產業的「參與觀察」之研究，南華大學文學系碩士論文。
33. 張萍珊（2012），再造澎湖灣傳奇—澎湖文化觀光資源保存與活化，國立雲林科技大學文化資產維護系碩士論文。
34. 張禎元（2018），機械工業雜誌【第423期】，新竹市：工業技術研究院機械與機電系統研究所。

35. 許功明（1994），文化、觀光與博物館，博物館學季刊8卷2期，3-8頁。
36. 郭曜棻（2007），全球化與地方文化產業之壟斷邏輯，台北:師大書苑。
37. 陳正祥（1993），台灣地誌，台北:南天書局。
38. 陳其南（1995），社區總體營造與文化產業發展，「文化:產業」研討會論文集，行政院文化建設委員會。
39. 陳怡行（2019），顆粒.刻歷:刻劃臺灣糖業歷史記憶，新北市:檔案局。
40. 曾旭正（2007），台灣的社區營造。台北：遠足文化。
41. 曾彬吉（2016），全球在地化下臺灣傳統產業的轉型與創新-以家具產業為例，國防大學政治作戰學院政治學系政治研究碩士班碩士論文。
42. 黃偉庭（2015），社區彩繪對居民生活環境與旅遊之研究—以虎尾鎮頂溪里為例，文化事業與管理研究13期，57-72頁。
43. 黃舒瑋（2010），高齡人口住宅社區開放空間偏好與滿意度之研究—以台南市長榮集合住宅大樓社區為例，成功大學都市計劃學系學位論文。
44. 黃躍雯（2018），文化觀光邁向永續的規劃與經營，台北:五南出版社。
45. 楊明賢（1999），觀光學概論，台北:揚智出版社。
46. 楊國樞（1988），中國人的心理，台北:桂冠圖書公司。
47. 楊嵐雅（1993），臺灣主要民俗活動應用於文化觀光方式之研究，逢甲大學建築及都市計畫研究所碩士論文。
48. 萬文隆（2004），深度訪談在質性研究中的應用，生活科技教育月刊37卷4期，17-23頁。
49. 葉智魁（2002），發展的迷思與危機：文化產業的契機，哲學雜誌第38期，4-25頁。
50. 趙勝傑（2013），文化創意產業與社區發展之研究—以大雅趙家窯為例，南華大學視覺與媒體藝術系碩士論文。
51. 歐聖榮（2007），休閒遊憩：理論與實務，台北：前程文化。
52. 蔡宏明（2000），由產業演化看傳統產業競爭力的提升，經濟情勢暨評論期刊，第5卷第4期，37-64頁。
53. 蔡宏進（2006），社區原理，台北：三民書局。

54. 蔡培村（1996），教師生涯與職級制度，麗文文化事業股份有限公司。
55. 蔡蕙蓬（2016），農村公共藝術與社區發展影響之研究---以台南市土溝社區為例，南華大學文化創意事業管理學系碩士論文。
56. 謝依珊（2001），淺談台灣傳統產業的轉型，生活科技教育第34卷8期，20-24頁。
57. 謝婷慧（2004），花蓮社區組織對社區觀光想像初探—從社區規劃師培力過程談起，國立東華大學觀光暨遊憩管理研究所碩士論文。
58. 簡素琴（2013），地方文化與產業對社區觀光發展之研究—以南投縣仁愛鄉親愛村為例，南華大學文化創意事業管理學系碩士論文。

二、英文文獻

1. Craik,J.（1995），Is Culture Tourism Viable，Smart.，pp6-7。
2. Department for Digital, Culture, Media and Sport(DCMS)（2020）。
<https://www.gov.uk>
3. United Nations Education, Scientific and Cultural Organization(UNESCO)（2020）。
<https://en.unesco.org/>

三、電子網路資源

1. MBA智庫百科（2015）。資料引自<http://wiki.mbalib.com/zh-tw/>
2. 中華民國經濟部（2021）。資料引自<https://www.moea.gov.tw/>
3. 世界觀光組織官方網站（2020）。資料引自 <http://www2.unwto.org/>
4. 台灣糖業股份有限公司（2021）。資料引自<https://www.taisugar.com.tw/>
5. 行政院主計總處（2021）。資料引自<https://www.dgbas.gov.tw/>
6. 嘉義縣六腳鄉公所全球資訊網（2021）。資料引自<https://lioujiao.cyhg.gov.tw/>
7. 嘉義縣政府全球資訊網站（2021）。資料引自<https://www.cyhg.gov.tw/>
8. 觀光局行政資訊系統-Tourism2020—臺灣永續觀光發展方案（2020）。資料引自<http://admin.taiwan.net.tw/>

附錄一：訪談逐字稿

訪談對象編號:A

訪談對象單位及姓名:蒜頭糖廠蔗埕文化園區資深員工及五分車解說員

訪談日期:109.12.10、109.12.17

訪談地點:五分車車站

訪談方式：深入訪談並錄音

訪談逐字稿內容	編碼分析
第一部分:「蒜頭糖廠蔗埕文化園區五分車」發展歷程及營運概況。	
<p>1.請您概述「五分車」轉型文化觀光沿革。</p> <p><u>蒜頭糖廠建於1906年，日治時期是全台三大糖廠之一，肩負著客運與貨運的五分車行駛路線稱為嘉朴線，以蒜頭糖廠為中心點往東約18公里往西約6公里，是一條交通運輸的樞紐。民國90年納莉颱風造成廠區嚴重淹水約2公尺高，製糖設備嚴重毀損，製糖業務也因此停止，而且加上交通運輸型態發達轉而改變，五分車也開始走入停駛窘境，糖廠員工也面臨被裁員的困境。台糖公司為了照顧這群奮鬥數十載的員工們，經過大家集思廣益下，利用原有的鐵道以及車廂改裝成觀光休閒的五分車，傳統產業轉型觀光產業，也替蒜頭糖廠另闢一項營業收入來源。轉型後的五分車從民國92年開始試營運，全程路線5.3公里，一趟旅程約35分鐘。列車自車站出發往</u></p>	<p>蒜頭糖廠建於1906年，日治時期是全台三大糖廠之一，肩負著客運與貨運的五分車行駛路線稱為嘉朴線，以蒜頭糖廠為中心點往東約18公里往西約6公里，是一條交通運輸的樞紐。民國90年納莉颱風造成廠區嚴重淹水約2公尺高，製糖設備嚴重毀損，製糖業務也因此停止，而且加上交通運輸型態發達轉而改變，五分車也開始走入停駛窘境，經過大家集思廣益下，利用原有的鐵道以及車廂改裝成觀光休閒的五分車，傳統產業轉型觀光產業，也替蒜頭糖廠另闢一項營業收入來源。轉型後的五分車從民國92年開始試營運，全程路線5.3公里，一趟旅程約35分鐘。列車自車站出發往太保、南靖方向行駛，車上會有導覽人員為乘客講解沿途田園景致且與遊客親切互動。（A-1-1）</p>

<p>太保、南靖方向行駛，車上會有導覽人員為乘客講解沿途田園景致且與遊客親切互動。再經過縣政府積極輔導轉型下，因園區入園免費且五分車車票不貴所花費不多，搭乘五分車親子或是糖業知識之旅後再享用台糖冰品，寓教於樂。每年吸引觀光旅客人數及園區營業額都是呈現正成長現象，2020年新型冠狀肺炎疫情，我們到訪遊客反而不減反增，也算是替蒜頭糖廠創造一個雙贏的局面，用心、努力、熱情、內容豐富的五分車之旅，才能永續經營獲得更好的績效。</p>	
<p>2.請問您台灣糖業公司轉型「五分車」的經營策略?</p> <p>台糖公司除了是一個經營者同時也扮演著輔導的角色積極替蒜頭糖廠找出新出路。培訓導覽解說員、裝置藝術設立，公司每年都會向中央或是地方政府爭取在園區舉辦糖業文化節及鐵道迷攝影或是展覽活動，替五分車注入很多新元素，讓遊客願意會再次到訪甚至介紹更多人來園區遊玩搭乘五分車。</p>	<p>台糖公司除了是一個經營者同時也扮演著輔導的角色積極替蒜頭糖廠找出新出路。培訓導覽解說員、裝置藝術設立，公司每年都會向中央或是地方政府爭取在園區舉辦糖業文化節及鐵道迷攝影或是展覽活動，替五分車注入很多新元素。（A-1-2）</p>

<p>3.請問您園區如何宣傳文化觀光用途的「五分車」?</p> <p><u>在傳播媒體或網路行銷方面因為我們公司因經費有限，無法靠媒體來大力行銷，所以我們靠的是在經營上發揮更大的努力，讓遊客感受糖廠關廠轉型文化創意的園區不同凡響的樣貌。讓遊客來園區遊玩後，會主動在網路部落客或是Facebook打卡上傳，廣播電台A-Line Radio也免費幫我們做廣告宣傳，在口耳相傳下，慢慢的我們知名度也打開，讓外地人來嘉義縣旅遊的首選站之一。</u></p>	<p>在傳播媒體或網路行銷方面因為我們公司因經費有限，無法靠媒體來大力行銷，所以我們靠的是在經營上發揮更大的努力，讓遊客感受糖廠關廠轉型文化創意的園區不同凡響的樣貌。讓遊客來園區遊玩後，會主動在網路部落客或是Facebook打卡上傳，廣播電台A-Line Radio也免費幫我們做廣告宣傳。</p> <p>(A-1-3)</p>
<p>4.搭乘五分車並做深度小旅遊，有何推薦行程?</p> <p><u>嘉義縣政府文化觀光局及本園區在規劃團客或是自行遊玩旅客，以蒜頭糖廠周遭景點旅遊上有做出一系列建議，例如，方案一:白人牙膏工廠、品皇咖啡觀光工廠、故宮南院、余順豐花生觀光工廠、東石漁人碼頭...等景點。方案二:園區參訪日治時期一些建築還有糖廠內一些保存下來文化古物，在搭乘蒜頭糖廠五分車之旅後，可以租借腳踏車騎至全台最長自行車景觀吊橋或是腳踏車步道遊玩。我們園區兼具歷史、生態、文物、親子旅遊知性之旅，是一個多方</u></p>	<p>以蒜頭糖廠周遭景點旅遊上有做出一系列建議，例如，方案一:白人牙膏工廠、品皇咖啡觀光工廠、故宮南院、余順豐花生觀光工廠、東石漁人碼頭...等景點。方案二:園區參訪日治時期一些建築還有糖廠內一些保存下來文化古物，在搭乘蒜頭糖廠五分車之旅後，可以租借腳踏車騎至全台最長自行車景觀吊橋或是腳踏車步道遊玩。(A-1-4)</p>

<p>位相互結合下的文化創意園區。</p>	
<p>5.您覺得「五分車」轉型文化觀光產業面臨的挑戰?</p> <p>由一個傳統產業轉型至觀光產業的過程中，當然有遇到很多的瓶頸，<u>五分車被交通相關單位認定是一種交通工具，並以台鐵相關法令規格納管，受到交通部及嘉義縣縣政府交通局的督促，以至於五分車想要做出任何改變或是更新營運狀況，都必須考量安全性、環境影響、票價合理性，而且都是要經過相關單位多層的審核及把關，所以在執行上有時都會窒礙難行，綁手綁腳。且開發創新園區設施都必須有相關單位經費的挹注，若不能做出一番好績效，在經費補助上就是一個很大的劣勢，加上環保意識的抬頭，五分車車頭以柴油引擎帶動，所造成的空污影響，都是未來極力需要改善的地方。</u></p>	<p>五分車被交通相關單位認定是一種交通工具，並以台鐵相關法令規格納管，受到交通部及嘉義縣縣政府交通局的督促，以至於五分車想要做出任何改變或是更新營運狀況，都必須考量安全性、環境影響、票價合理性，而且都是要經過相關單位多層的審核及把關，所以在執行上有時都會窒礙難行，綁手綁腳。加上環保意識的抬頭，五分車車頭以柴油引擎帶動，所造成的空污影響，都是未來極力需要改善的地方。</p> <p>(A-1-5)</p>
<p>第二部分:分析「蒜頭糖廠蔗埕文化園區」推動整體文化觀光策略。</p>	
<p>1.您覺得園區發展「五分車」觀光對社區有何幫助?</p> <p>蒜頭糖廠內有一個社區，也是一個獨特的村落，早期住了很多糖廠員工，但是<u>因為糖廠的轉型，搭乘五分車遊客的到訪，相對地就有消費行為產生，當地居</u></p>	<p>因為糖廠的轉型，搭乘五分車遊客的到訪，相對地就有消費行為產生，當地居民也會推出當季農作物或水果及小吃來賺取生活費，園區內的賣場以及工作人員，也都是會請當地居民來擔任，創造當地居民的經濟效益。社區志工培育</p>

<p>民也會推出當季農作物或水果及小吃來賺取生活費，園區內的賣場以及工作人員，也都是會請當地居民來擔任，創造當地居民的經濟效益。社區志工培育</p> <p>目前有訓練過三梯次，但因為社區人口老年化，想參與的居民卻是寥寥無幾。目前只能找退休員工來幫忙，未來應該會尋找大學相關科系學生來訓練。</p>	<p>目前有訓練過三梯次，但因為社區人口老年化，想參與的居民卻是寥寥無幾。</p> <p>(A-2-1)</p>
<p>2.您認為「五分車」發展觀光，結合社區營造策略為何？</p> <p>園區內屬於嘉義縣六腳鄉工廠村，該村村長也積極投入社區發展工作，由當地居民自組成立「笑眯眯懸絲偶劇團」，遊客搭乘五分車後再至社區內欣賞精彩表演，我們也會給予優惠，形成互利。</p> <p>為了迎合遊客的再次到訪意願，園區內也開放給街頭藝人、捏麵人、爵士鼓...等團體表演，只要是文化創意表演，我們都歡迎他們來做演出。</p>	<p>當地居民自組成立「笑眯眯懸絲偶劇團」，遊客搭乘五分車後再至社區內欣賞精彩表演，我們也會給予優惠，形成互利。</p> <p>(A-2-2)</p>
<p>3.依您觀察，搭乘「五分車」遊客類型係屬團體客或自行前來之遊客數量占大多數？其年齡層分布及到訪停留時間大約多長？</p> <p>團體客及自行前來的遊客數量大約各占一半，年齡層早期都是50至60歲左</p>	<p>團體客及自行前來的遊客數量大約各占一半，年齡層早期都是50至60歲左右，但現在各個年齡層都有，反而是年輕人占多數。在園區停留時間幾乎都可以達到半天時間，旅行社也喜歡安排行程至園區旅遊，創造三贏局面。</p>

<p>右，但現在各個年齡層都有，反而是年輕人占多數。在園區停留時間幾乎都可以達到半天時間，旅行社也喜歡安排行程至園區旅遊，創造三贏局面。雖然有COVID-19疫情影響，但我們園區業績還是蒸蒸日上並沒有減少的跡象。</p>	<p>(A-2-3)</p>
<p>4.您覺得遊客參訪期間對在地的環境、交通及社區上有何整體影響？</p> <p>環境整理方面平日我們也有請專人在打掃，在假日期間我們也會增加人力加強環境整潔，隨時要給遊客一個清新的環境。交通方便的園區，不管是往東邊或是往西邊都有很便利的道路來做連結，由於遊客的來訪相對也會帶動社區的繁榮，一些出外的遊子也會願意返回故鄉來工作。</p>	<p>環境整理方面平日我們也有請專人在打掃。交通方便的園區，不管是往東邊或是往西邊都有很便利的道路來做連結，由於遊客的來訪相對也會帶動社區的繁榮，一些出外的遊子也會願意返回故鄉來工作。(A-2-4)</p>
<p>第三部份:探討蒜頭糖廠蔗埕文化園區推廣「五分車」產業的競爭力。</p>	
<p>1.請問您有何措施更加促進「五分車」的觀光發展效益?</p> <p>園區目前積極整修各項糖廠措施，也預計110年底整修完畢，屆時整個園區也會有全新樣貌展現，同時嘉義縣政府提出「嘉義縣治綠色觀光環狀運輸縫合計畫」，第一期係將台糖蒜頭糖廠五分車鐵路延伸至高鐵嘉義站與故宮南院，交通部納入前瞻計畫編列經費補助辦理。</p>	<p>嘉義縣政府提出「嘉義縣治綠色觀光環狀運輸縫合計畫」，第一期係將台糖蒜頭糖廠五分車鐵路延伸至高鐵嘉義站與故宮南院，交通部納入前瞻計畫編列經費補助辦理。透過蒜頭糖鐵路線延伸至嘉義高鐵車站，以及嘉義縣政府規劃之低碳轉運中心，提供多元交通工具，預期達成低碳運輸與觀光產業互利共</p>

<p><u>通部納入前瞻計畫編列經費補助辦理。</u></p> <p><u>透過蒜頭糖鐵路線延伸至嘉義高鐵車站，以及嘉義縣政府規劃之低碳轉運中心，提供多元交通工具，預期達成低碳運輸與觀光產業互利共榮效益。</u>此項計畫若能成功必可替五分車帶來更大的觀光效益。</p>	<p>榮效益。(A-3-1)</p>
<p>2.糖業小火車轉型文化觀光產業，如何吸引更多遊客到訪？</p> <p>如何吸引更多的遊客，也讓來過遊客回流，除了在<u>搭乘五分車時，要有不同年齡層的講解方式，年長或是親子的就是講糖廠故事兼具笑話、如果學生就是要以詼諧風趣的方式來帶團。</u>再來<u>周邊綠美化環境，增加拍照打卡景點，還有將原有倉庫或宿舍來改建，活化再利用這些設施，保存又可以讓遊客回憶起幾十年前的糖廠文化，歷史現場重造。</u>另外，可<u>利用中華民國交通部觀光局為了便利遊客前往臺灣各個主要旅遊景點，接送旅客來往鄰近各主要臺鐵、高鐵車站推出「台灣好行」服務，彌補現有公路客運系統的不足，這個服務可吸引自由</u>行旅客及背包客到來。</p>	<p>搭乘五分車時，要有不同年齡層的講解方式，年長或是親子的就是講糖廠故事兼具笑話、如果學生就是要以詼諧風趣的方式來帶團。再來周邊綠美化環境，增加拍照打卡景點，還有將原有倉庫或宿舍來改建，活化再利用這些設施，保存又可以讓遊客回憶起幾十年前的糖廠文化，歷史現場重造。中華民國交通部觀光局為了便利遊客前往臺灣各個主要旅遊景點，接送旅客來往鄰近各主要臺鐵、高鐵車站推出「台灣好行」服務，彌補現有公路客運系統的不足，這個服務可吸引自由</p> <p>行旅客及背包客到來。(A-3-2)</p>

3.在產業轉型上，您認為「五分車」的轉型成果如何？

透過政府與社區之推動，再加上蒜頭糖廠所有的員工一起努力下，五分車轉型已有一番成效，也讓大家知道蒜頭糖廠五分車。且蒜頭糖廠週邊之文化地景與產業聚落特色明顯，在鄰近的故宮南院、朴子配天宮歷史街區、新港與北港信仰圈等文化引擎帶領下，連結成一系列的觀光資源，配合節慶假日，擴大服務層面，吸引多重觀光人潮，帶動當地觀光事業發展，這是我們有目共睹的，希望未來發展能更上一層樓。

透過政府與社區之推動，再加上蒜頭糖廠所有的員工一起努力下，五分車轉型已有一番成效。蒜頭糖廠週邊之文化地景與產業聚落特色明顯，在鄰近的故宮南院、朴子配天宮歷史街區、新港與北港信仰圈等文化引擎帶領下，連結成一系列的觀光資源，配合節慶假日，擴大服務層面，吸引多重觀光人潮，帶動當地觀光事業發展，這是我們有目共睹的，希望未來發展能更上一層樓。

(A-3-3)

訪談對象編號:B

訪談對象單位及姓名:蒜頭糖廠蔗埕文化園區資深經理

訪談日期:109.12.10、109.12.19

訪談地點:蒜頭糖廠辦公室

訪談方式:深入訪談並錄音

訪談逐字稿內容	編碼分析
第一部分:探討「蒜頭糖廠蔗埕文化園區五分車」發展歷程及營運概況。	
<p>1.請您概述「五分車」轉型文化觀光沿革。</p> <p><u>台灣鐵路歷史以來，有分為三分車、五分車、七分車、十分車。所謂三分車就是礦車，五分車就是載客、載糖、載鹽、載木材，七分車就是台鐵軌道，十分車就是高速鐵路。蒜頭糖廠五分車早期就是以載甘蔗為主，民國90年因納莉颱風的因素以及糖業的沒落，當時即須轉型，台糖公司向交通部提出申請轉型為觀光運輸的功能，從一個傳統產業的轉型為觀光產業，原本只在園區內行駛大約2公里，後來經過我們投入了很多心力人力整理軌道，也將路線延長至南靖，這是當時所稱的南北線，往南可開至小港，但是後來路線被切斷現在只能行駛至高鐵嘉義站。園區一年營業額都有一千萬元以上，且都是正成長增加中，到訪遊客每年也都是正成長。</u></p>	<p>台灣鐵路歷史以來，有分為三分車、五分車、七分車、十分車。所謂三分車就是礦車，五分車就是載客、載糖、載鹽、載木材，七分車就是台鐵軌道，十分車就是高速鐵路。因納莉颱風的因素以及糖業的沒落，當時即須轉型，台糖公司向交通部提出申請轉型為觀光運輸的功能，從一個傳統產業的轉型為觀光產業，原本只在園區內行駛大約2公里，後來經過我們投入了很多心力人力整理軌道，也將路線延長至南靖，這是當時所稱的南北線。園區一年營業額都有一千萬元以上，且都是正成長增加中，到訪遊客每年也都是正成長。（B-1-1）</p>

<p>2.請問您台灣糖業公司轉型「五分車」的經營策略?</p> <p>五分車的轉型創立，那時候是由擔任園區經理的我所一手包辦，包含整理環境、設立賣場、餐飲、冰品、咖啡以及一些招商事宜，<u>台糖公司除了是一個主管單位，也是本園區最大的支持者，因為不只我們這個園區面臨轉型，其他的園區也是陸續轉型，國營事業如果沒有一番成績呈現，勢必會遭到關廠的命運。</u></p>	<p>台糖公司除了是一個主管單位，也是本園區最大的支持者，因為不只我們這個園區面臨轉型，其他的園區也是陸續轉型，國營事業如果沒有一番成績呈現，勢必會遭到關廠的命運。（B-1-2）</p>
<p>3.請問園區如何宣傳文化觀光用途的「五分車」?</p> <p>當時我們都會<u>透過平面媒體或是地方電視台來宣傳，還有設立一個網站來做行銷，我們還會發動園區員工以最原始方式至各大景點去發放宣傳單，採取多方面行銷方式，來得到園區的知名度。知名綜藝節目也會主動來園區拍攝五分車的遊戲，還有大愛電視台及民視電視台也都會來取景。</u></p>	<p>透過平面媒體或是地方電視台來宣傳，還有設立一個網站來做行銷，我們還會發動園區員工以最原始方式至各大景點去發放宣傳單，採取多方面行銷方式，來得到園區的知名度。知名綜藝節目也會主動來園區拍攝五分車的遊戲，還有大愛電視台及民視電視台也都會來取景。（B-1-3）</p>
<p>4.搭乘五分車並做深度小旅遊，有何推薦行程?</p> <p>地處嘉南平原的蒜頭糖廠，其位置算是山海交通的中心點，風景區的樞紐，縣</p>	<p>縣政府如果要辦活動盡量都會選在我們園區辦理並且提供免費公車來載送遊客。由以前五分車鐵路橋改建全台最長自行車步道，是一個很大行銷景點，</p>

<p>政府如果要辦活動盡量都會選在我們園區辦理並且提供免費公車來載送遊客。由以前五分車鐵路橋改建全台最長自行車步道，是一個很大行銷景點，沿途自行車步道也會經過苦楝樹及風鈴木，都是一個拍照打卡的好地方。當然我們推薦遊客附近的新港香藝文化園區、板陶窯...等景點遊玩，形成一個旅遊圈。</p>	<p>沿途自行車步道也會經過苦楝樹及風鈴木，都是一個拍照打卡的好地方。當然我們推薦遊客附近的新港香藝文化園區、板陶窯...等景點遊玩，形成一個旅遊圈。（B-1-4）</p>
<p>5.您覺得「五分車」轉型文化觀光產業面臨的挑戰?</p> <p>五分車同時要保存文化歷史又要兼具環保問題，似乎也會遇到瓶頸。因為它是由以前載甘蔗的車廂所改製，所以遊客乘坐起來舒適感比較不好，還有五分車柴油車頭行駛中吐煙產生廢氣問題，經營一久問題也會慢慢產生。因為園區屬於國營事業，如要改變現狀，也都需要經過層層關卡審查，計畫上有時會停滯不前，造成執行上的阻礙。</p>	<p>五分車同時要保存文化歷史又要兼具環保問題，似乎也會遇到瓶頸。因為園區屬於國營事業，如要改變現狀，也都需要經過層層關卡審查，計畫上有時會停滯不前，造成執行上的阻礙。（B-1-5）</p>
<p>第二部分:分析「蒜頭糖廠蔗埕文化園區」推動整體文化觀光策略。</p>	
<p>1.您覺得園區發展「五分車」觀光對社區有何幫助?</p> <p>簡單來說，如果每個糖廠都有用心經營，必有其發展觀光的產業，廠區必也</p>	<p>如果每個糖廠都有用心經營，必有其發展觀光的產業，廠區必也不會沒落，隨著我們園區五分車知名度的展開，做生意的社區居民必然也會增加，原本關閉</p>

<p><u>不會沒落，隨著我們園區五分車知名度的展開，做生意的社區居民必然也會增加，原本關閉的柑仔店也開始恢復營業。工廠村社區發展協會也成立有一段期間，社區志工導覽人員的培育也都有在培養，但因為工廠村內居民老年化人嚴重，所以目前都必須仰賴退休的糖廠員工來擔任。目前園內區分有三區：鐵道區、宿舍區及文化區，透過導覽介紹給遊客認識糖業文化的歷史發展，對於居民幫助很大。</u></p> <p><u>還有電視劇及電影台最喜歡拍攝的鐵道歷史現場，拍攝時所需要的居民充當演員，或是吸引前來觀賞拍攝場景的遊客，都會有其經濟效益。</u></p>	<p>的柑仔店也開始恢復營業。目前園內區分有三區：鐵道區、宿舍區及文化區，透過導覽介紹給遊客認識糖業文化的歷史發展，對於居民幫助很大。還有電視劇及電影台最喜歡拍攝的鐵道歷史現場，拍攝時所需要的居民充當演員，或是吸引前來觀賞拍攝場景的遊客，都會有其經濟效益。（B-2-1）</p>
<p>2.您認為「五分車」發展觀光，結合社區營造策略為何？</p> <p><u>如果單純來乘坐五分車，雖然是一個懷舊文化的觀光，其實帶來的觀光效益並不大，所以文化創意的結合是必須的，例如：車票或是五分車懷舊馬克杯...等等。社區目前成立「笑眯眯懸絲偶劇團」表演，乘坐五分車後再來去看個劇團表演，然後在園區逛一逛，瞭解以前糖廠所規劃的文物，是一趟不錯的懷舊之旅。</u></p>	<p>乘坐五分車，雖然是一個懷舊文化的觀光，其實帶來的觀光效益並不大，所以文化創意的結合是必須的。社區目前成立「笑眯眯懸絲偶劇團」表演，乘坐五分車後再來去看個劇團表演，然後在園區逛一逛，瞭解以前糖廠所規劃的文物。（B-2-2）</p>

<p>3.依您觀察，搭乘「五分車」遊客類型係屬團體客或自行前來之遊客數量占大多數？其年齡層分布及到訪停留時間大約多長。</p> <p>根據我們園區統計分析，<u>團體客及自行前來的遊客各佔一半，年齡層也大約落在50歲左右，他們學歷也比較高。自行前來大約半天，團體客大約2小時左右。</u></p>	<p>團體客及自行前來的遊客各佔一半，年齡層也大約落在50歲左右，他們學歷也比較高。自行前來大約半天，團體客大約2小時左右。（B-2-3）</p>
<p>4.您覺得遊客參訪期間對在地的環境、交通及社區上有何整體影響？</p> <p>蒜頭糖廠的環境並不在都會地區，所以並不會有太大影響，<u>交通方面算是便利，只有在過年期間，因參訪遊客人數較多，會造成部分塞車，但我們有一個很大的停車場，停車並不是問題，但因為人潮眾多的時候，對於社區居民必然會造成影響，園區內腳踏車可能會亂騎亂停，還有垃圾的問題</u>，但為了社區發展觀光及繁榮著想，居民想必也可以體諒，沒有太大的不滿聲音。</p>	<p>交通方面算是便利，只有在過年期間，因參訪遊客人數較多，會造成部分塞車。對於社區居民必然會造成影響，園區內腳踏車可能會亂騎亂停，還有垃圾的問題。（B-2-4）</p>
<p>5.請問您針對工廠村社區發展觀光相關單位規劃情形為何？</p> <p><u>政府對於社區發展觀光及推動社區營造不遺餘力，現場文化再造，將原有鐵道路線改成自行車路線，將整個遊玩路</u></p>	<p>政府對於社區發展觀光及推動社區營造不遺餘力，現場文化再造，將原有鐵道路線改成自行車路線，將整個遊玩路線連結起來，成為一個很大的觀光網，從點到線到面，提供經費上的補助以及</p>

<p>線連結起來，成為一個很大的觀光網， 從點到線到面，提供經費上的補助以及 社區永續發展的計畫期程。</p>	<p>社區永續發展的計畫期程。(B-2-5)</p>
<p>第三部份:探討蒜頭糖廠蔗埕文化園區推廣「五分車」產業的競爭力。</p>	
<p>1.請問您有何措施提升「五分車」的觀光發展效益? <u>五分車延駛至高鐵嘉義站，最慢的小火車與最快的高速鐵路接合，這將是一個很大的亮點。五分車如果能發展起來，想必也會帶來更多的遊客，再來鐵路歷史再造、車站整修、園區糖廠整修完成，保存完整的宿舍群，都是未來可以應用的地方。</u></p>	<p>五分車延駛至高鐵嘉義站，最慢的小火車與最快的高速鐵路接合，這將是一個很大的亮點。再來鐵路歷史再造、車站整修、園區糖廠整修完成，保存完整的宿舍群，都是未來可以應用的地方。 (B-3-1)</p>
<p>2.糖業小火車轉型觀光產業，如何吸引更多遊客到訪? <u>轉型觀光產業的五分車鐵道文化當然不能失去其原始原味，以文化前提下做包裝，創意構思達成此項產業的永續經營，當然能以故宮南院活動做結合，或是我們辦活動協請院區幫忙。若能推出套票行程，藉由各景點的結合，產生更多優惠活動，都是可以吸引更多遊客到訪。</u></p>	<p>轉型觀光產業的五分車鐵道文化當然不能失去其原始原味，以文化前提下做包裝，創意構思達成此項產業的永續經營。若能推出套票行程，藉由各景點的結合，產生更多優惠活動，都是可以吸引更多遊客到訪。(B-3-2)</p>

<p>3.在產業轉型上，您認為「五分車」的轉型成果如何？</p> <p>五分車轉型至今，當然還需要再接再厲努力的地方，但也不可否認的我們的轉型是成功的，因為從種種因素來看，<u>每年園區營業額的正成長以及每年遊客數的增加，以及相關單位願意繼續提供經費的補助下。園區內環境的整理，設施的維護，五分車沿路行駛的景觀綠美化，以及四季花海的規劃，還有加強車廂舒適度，改成無煙引擎車頭，也都是我們未來加強的重點，一趟除了讓遊客感受歷史文化的薰陶且還能賞心悅目享受風景的旅遊</u>，相信會帶來越來越好的觀光旅遊效益。</p>	<p>我們的轉型是成功的，因為從種種因素來看，每年園區營業額的正成長以及每年遊客數的增加，以及相關單位願意繼續提供經費的補助下。園區內環境的整理，設施的維護，五分車沿路行駛的景觀綠美化，以及四季花海的規劃，還有加強車廂舒適度，改成無煙引擎車頭，也都是我們未來加強的重點，一趟除了讓遊客感受歷史文化的薰陶且還能賞心悅目享受風景的旅遊。（B-3-3）</p>
---	---

訪談對象編號:C

訪談對象單位及姓名:六腳鄉工廠村村長

訪談日期:109.12.6、110.1.8

訪談地點:村長辦公室

訪談方式:深入訪談並錄音

訪談逐字稿內容	編碼分析
第二部分:分析「蒜頭糖廠蔗埕文化園區」推動整體文化觀光策略。	
<p>1.您覺得園區發展「五分車」觀光對社區有何幫助?</p> <p>全台擁有五分車的糖廠園區,據我所知應該還有五處,但是我們蒜頭糖廠的<u>五分車經營的成績應該排名在數一數二,遊客來搭乘五分車或是園區遊玩後,也會順道走進社區內參觀,所以對社區當然會有幫助。社區志工培育的過程中,因為台糖公司人事更替,導致政策施行上也會跟著改變,社區志工培育總是沒有那麼順利,再加上社區人口老年化,恐怕還需要另謀出路,目前社區志工的角色都是由台糖公司退休員工來擔任導覽。</u></p>	<p>我們蒜頭糖廠的五分車經營的成績應該排名在數一數二,遊客來搭乘五分車或是園區遊玩後,也會順道走進社區內參觀,所以對社區當然會有幫助。台糖公司人事更替,導致政策施行上也會跟著改變,社區志工培育總是沒有那麼順利,再加上社區人口老年化,恐怕還需要另謀出路,目前社區志工的角色都是由台糖公司退休員工來擔任導覽。</p> <p>(C-2-1)</p>
<p>2.您認為「五分車」發展觀光,結合社區營造策略為何?</p> <p>當然五分車本來必須要跟社區文化創意特色與社區發展結合,我們經常講社區營造三要素:文化、產業及人才。既</p>	<p>我們經常講社區營造三要素:文化、產業及人才。既然蒜頭糖廠擁有歷史糖業文化,如果能好好經營,必能做出一番成績。蒜頭糖廠五分車開出去後沿途必須規劃文化創意特色景點。政府也有考</p>

<p>然蒜頭糖廠擁有歷史糖業文化，如果能好好經營，必能做出一番成績。但我覺得，蒜頭糖廠五分車開出去後沿途必須規劃文化創意特色景點，雖然導覽人員講講很精彩，但並非每個人希歡聽，政府也有考量想到這個，所以已經著手規劃，從高鐵嘉義站下車後座五分車進來園區，沿途就會經過目前已與業者合作設立棉花田有機農場，更會有一些吸引力，得到遊客的親睽。</p>	<p>量想到這個，所以已經著手規劃，從高鐵嘉義站下車後座五分車進來園區，沿途就會經過目前已與業者合作設立棉花田有機農場，更會有一些吸引力，得到遊客的親睽。（C-2-2）</p>
<p>3.依您觀察，搭乘「五分車」遊客類型係屬團體客或自行前來之遊客數量占大多數？其年齡層分布及到訪停留時間大約多長。</p> <p>團體客因為COVID-19疫情所影響，數量應該會比較減少一點，但自行前來的遊客反而增多，年齡層現在幾乎都有，年輕人反而越來越多來遊玩，停留時間目前應該都可以達2小時以上。</p>	<p>團體客因為COVID-19疫情所影響，數量應該會比較減少一點，但自行前來的遊客反而增多，年齡層現在幾乎都有，年輕人反而越來越多來遊玩。（C-2-3）</p>
<p>4.您覺得遊客參訪期間對在地的環境、交通及社區上有何整體影響？</p> <p>身為工廠村村長的我，我常用一句諺語來形容遊客的到訪情形：「生雞蛋無，放雞屎有」。當然遊客進來社區會造成一些環境污染的問題，垃圾清理是一大</p>	<p>我常用一句諺語來形容遊客的到訪情形：「生雞蛋無，放雞屎有」。當然遊客進來社區會造成一些環境污染的問題，垃圾清理是一大問題，尤其是每年春節期間，大量遊客進來，垃圾問題都是對社區一大考驗，雖然我們都會放置</p>

<p>問題，尤其是每年春節期間，大量遊客進來，垃圾問題都是對社區一大考驗，雖然我們都會放置大型垃圾桶，可是卻是不敷使用，加上社區老年人多，無法幫忙清理垃圾，所以環境規劃問題都是我們與蒜頭糖廠必須共同面對需要解決的問題。交通因為園區地處便利位置，也有停車場，不會有太大問題，只是我們居民如果在一些特定活動期間車輛進出會比較不方便，但為了社區的發展性，我們都是可以接受的。</p>	<p>大型垃圾桶，可是卻是不敷使用，加上社區老年人多，無法幫忙清理垃圾，所以環境規劃問題都是我們與蒜頭糖廠必須共同面對需要解決的問題。</p> <p>(C-2-4)</p>
<p>5.請問您針對工廠村社區發展觀光相關單位規劃情形為何?</p> <p>政府對於社區營造這個部分也滿25週年，藉由在地文化與糖業文化結合，政府也提倡歷史現場再造計畫，包含東倉庫、西倉庫以及日本宿舍等這三大區域，目前都是積極著手整修中。下一個目標就是地方創生，把自己的社區做好，因為社區有什麼文化社區的人最知道，「社區總體營造」三大要素，簡單六個字「文化、產業、人才」，其中人才這個大難題，如何讓年輕人願意投入文創產業這個區塊，畢竟年輕人的創意行銷點子較多，社區特色能夠推廣出去，遊客自然願意來。中央政府單位對</p>	<p>政府對於社區營造這個部分也滿25週年，藉由在地文化與糖業文化結合，政府也提倡歷史現場再造計畫，包含東倉庫、西倉庫以及日本宿舍等這三大區域，目前都是積極著手整修中。「社區總體營造」三大要素，簡單六個字「文化、產業、人才」，其中人才這個大難題，如何讓年輕人願意投入文創產業這個區塊，畢竟年輕人的創意行銷點子較多，社區特色能夠推廣出去，遊客自然願意來。中央政府單位對於社區營造補助經費也是大力支持，包含文化部、農委會、教育部...等。但是也因為有首長政治上的考量下，政策不願蕭規曹隨，造成分散文化資源無法統合，社區文化</p>

<p>於社區營造補助經費也是大力支持，包含文化部、農委會、教育部...等。目前嘉義縣很多鄉鎮市的公所也都積極投入社區觀光及營造的構思。但是也因為有首長政治上的考量下，政策不願蕭規曹隨，造成分散文化資源無法統合，社區文化創意的間斷，終究不了了之。</p>	<p>創意的間斷，終究不了了之。(C-2-5)</p>
<p>第三部份:探討蒜頭糖廠蔗埕文化園區推廣「五分車」產業的競爭力。</p>	
<p>2.糖業小火車轉型觀光產業，如何吸引更多遊客到訪？</p> <p>在我們社區有彩繪文化故事牆，以糖業文化為主題，介紹以前糖業的歷史，讓到訪遊客可以拍照打卡，順便了解糖業歷史的由來。還有社區也可以跟蒜頭糖廠舉辦煮糖活動，讓遊客可以親身體驗煮糖樂趣，還有甘蔗花的DIY，剖甘蔗比賽，諸如此類的活動，賦予糖業文化新生命。在社區方面還有組成笑咪咪懸絲偶劇團，目前也已經快十年有成，遊覽車來參觀的團數也超過100團，知名度慢慢打開。再者，結合鄰近鄉鎮市的一些傳統手工工藝現場DIY製作，也是一個可以思考的方向，例如:六腳鄉潭墘窯、鹿草鄉手作蒸籠。還有，增設地方美食伴手禮賣場，讓消費者有多樣化的選擇。當然蒜頭糖廠也有將製糖工廠重</p>	<p>社區有彩繪文化故事牆，以糖業文化為主題，介紹以前糖業的歷史，讓到訪遊客可以拍照打卡，順便了解糖業歷史的由來。社區也可以跟蒜頭糖廠舉辦煮糖活動，讓遊客可以親身體驗煮糖樂趣，還有甘蔗花的DIY，剖甘蔗比賽，諸如此類的活動，賦予糖業文化新生命。結合鄰近鄉鎮市的一些傳統手工工藝現場DIY製作。增設地方美食伴手禮賣場，讓消費者有多樣化的選擇。還原歷史現場，讓現代人去了解過去先人的努力製糖的工作，這都是吸引遊客前來的旅遊動機。(C-3-2)</p>

<p>新整建，<u>還原歷史現場，讓現代人去了解過去先人的努力製糖的工作，這都是吸引遊客前來的旅遊動機。</u></p>	
<p>3.在產業轉型上，您認為「五分車」的轉型成果如何？</p> <p><u>在產業轉型上我認為是成功的。未來園區五分車如果再將這些鐵路路線連結成功，從高鐵嘉義站至蒜頭糖廠再至故宮南院，再從故宮南院搭乘接駁車至朴子老街宗教文化聖地，形成一個交通旅遊網。同時蒜頭糖廠再規劃沿途增設景點可供遊客上下車參觀，週邊形成一個群聚的作用，一列列的串連起來，整個五分車帶動觀光旅遊是可期待的，相對的只要有人潮就有錢潮的概念是不會變的，未來發展是樂觀其成的。</u></p>	<p>在產業轉型上我認為是成功的。五分車如果再將這些鐵路路線連結成功，從高鐵嘉義站至蒜頭糖廠再至故宮南院，再從故宮南院搭乘接駁車至朴子老街宗教文化聖地，形成一個交通旅遊網。同時蒜頭糖廠再規劃沿途增設景點可供遊客上下車參觀，週邊形成一個群聚的作用，一列列的串連起來，整個五分車帶動觀光旅遊是可期待的。（C-3-3）</p>

訪談對象編號:D

訪談對象單位及姓名:六腳鄉工廠村社區理事長

訪談日期:109.12.25

訪談地點: 社區理事長家中

訪談方式：深入訪談並錄音

訪談逐字稿內容	編碼分析
第二部分:分析「蒜頭糖廠蔗埕文化園區」推動整體文化觀光策略。	
<p>1.您覺得園區發展「五分車」觀光對社區有何幫助?</p> <p><u>其實社區跟糖廠是比較沒有交集的，因為他們是公營事業機構，如果是針對五分車部分，他們都是由員工擔任解說員，社區是無法參與的</u>，但也因為五分車帶來不少遊客，有些團體會想一起了解廠區歷史，旅遊團遊客就會進入社區去參觀日式宿舍和我們這裡信仰中心媽祖廟-副配天宮。簡單來說，社區會進來一些想了解糖廠的遊客，雖然不多，但還是有啦！</p> <p><u>目前社區導覽是由村長負責培訓</u>，社區大多是70至80歲的老人家，其實也不太能負荷，那村長那邊有懸絲偶團員，有些是外面來的幫手，所以這部分讓他去處理。</p>	<p>其實社區跟糖廠是比較沒有交集的，因為他們是公營事業機構，如果是針對五分車部分，他們都是由員工擔任解說員，社區是無法參與的。目前社區導覽是由村長負責培訓。(E-2-1)</p>
<p>2.您認為「五分車」發展觀光，結合社區營造策略為何？</p>	<p>我們當然希望可以讓五分車更多元豐富，如果可以作像車票文創、火車頭</p>

<p>工廠社區組成就是台糖員工，有些在職有些退休，最了解糖廠的就是社區居民了！但像我前面說過，糖廠的決策我們是無法參與的，<u>我們當然希望可以讓五分車更多元豐富，如果可以作像車票文創、火車頭文創...等等，應該會吸引更多年輕民眾，也能為社區帶來動能，發展活化社區。</u>但前提都是要糖廠釋出善意，否則我們是無法插手的。</p>	<p>文創...等等，應該會吸引更多年輕民眾，也能為社區帶來動能，發展活化社區。（E-2-2）</p>
<p>3.依您觀察，搭乘「五分車」遊客類型係屬團體客或自行前來之遊客數量占大多數？其年齡層分布及到訪停留時間大約多長。</p> <p><u>我認為團體客居多，但假日散客也不少，但還是團體客為主，年齡大概都40-60歲吧！停留時間大概都有1小時以上，</u>如果還有搭乘小火車時間應該會再長一點。</p>	<p>我認為團體客居多，但假日散客也不少，但還是團體客為主，年齡大概都40-60歲吧！停留時間大概都有1小時以上。（E-2-3）</p>
<p>4.您覺得遊客參訪期間對在地的環境、交通及社區上有何整體影響？</p> <p><u>其實社區組成單純，也是純住宅的社區，太多遊客真的會影響生活品質，之前台灣燈會就把糖廠門口擠爆了！</u>出入都很不方便，現在故宮南院遊客</p>	<p>其實社區組成單純，也是純住宅的社區，太多遊客真的會影響生活品質。還有五分車的喇叭聲也是會影響社區。（E-2-4）</p>

<p>也越來越多，很多人會順道來糖廠玩，有時候的確會影響居民的交通，<u>還有五分車的喇叭聲也是會影響社區啊！</u></p>	
<p>5.請問您針對工廠村社區發展觀光相關單位規劃情形為何？</p> <p>我覺得工廠社區這點可以算幸運但也蠻不幸的啦！因為<u>嘉義縣政府的文化觀光局也有工廠社區發展觀光的相關企劃，但對社區來說有個最大問題就是土地使用難以取得，糖廠裡面除了自宅外，馬路是住戶共有，其他都是糖廠的地，需要租金，社區無法負擔，所以也失去不少送企劃的機會，這點之前有跟縣府建議，看能不能跟台糖商量，目前縣府在整修倉庫和停車場，也跟台糖租了二十年，希望整修好之後，社區有機會參與規劃。</u></p>	<p>嘉義縣政府的文化觀光局也有工廠社區發展觀光的相關企劃，但對社區來說有個最大問題就是土地使用難以取得，糖廠裡面除了自宅外，馬路是住戶共有，其他都是糖廠的地，需要租金，社區無法負擔，所以也失去不少送企劃的機會。（E-2-5）</p>
<p>第三部份:探討蒜頭糖廠蔗埕文化園區推廣「五分車」產業的競爭力。</p>	
<p>2.糖業小火車轉型觀光產業，如何吸引更多遊客到訪？</p> <p>我覺得阿里山森林鐵路可以作為範本，他們一直凸顯森林鐵路的歷史典故，這陣子也作了<u>設計文創車票</u>，之前還有<u>火車頭紙雕之類</u>的商品，我覺得都可以作為參考，其實糖鐵非常深</p>	<p>設計文創車票，還有火車頭紙雕之類的商品，我覺得都可以作為參考，現在吹起懷舊風，又開始建設與高鐵相接，我想以後應該可以吸引讓更多人體驗五分車。（E-3-2）</p>

<p>入嘉義的鄉村，以前從東石來的魚販、朴子、蒜頭地區民眾要到嘉義市念書、辦事情，都是靠糖鐵運送，<u>現在吹起懷舊風，又開始建設與高鐵相接，我想以後應該可以吸引讓更多人體驗五分車。</u></p>	
<p>3.在產業轉型上，您認為「五分車」的轉型成果如何？</p> <p><u>我覺得五分車轉型的算是成功，因為我從小住在這裡，從載甘蔗轉換成載遊客，這其中真的花了不少心思，也一直在進步，美化車箱、解說員進修，沿路種植植栽，豐富景觀，大致上是有用心的。</u></p> <p>未來我想還是看跟高鐵相接後的成效吧！前幾天<u>五分車站已經開始整修，我想未來會煥然一新，會呈現出更多的風貌。</u></p>	<p>我覺得五分車轉型的算是成功，因為我從小住在這裡，從載甘蔗轉換成載遊客，這其中真的花了不少心思，也一直在進步，美化車箱、解說員進修，沿路種植植栽，豐富景觀，大致上是有用心的。五分車站已經開始整修，我想未來會煥然一新，會呈現出更多的風貌。（E-3-3）</p>

訪談對象編號:E

訪談對象單位及姓名:故宮南院于科長

訪談日期:110.1.29

訪談地點:科長辦公室

訪談方式：深入訪談並錄音

訪談逐字稿內容	編碼分析
第一部分:探討「蒜頭糖廠蔗埕文化園區五分車」發展歷程及營運概況。	
<p>5.您覺得「五分車」轉型文化觀光產業面臨的挑戰?</p> <p>如果蒜頭糖廠五分車是蒜頭糖廠的核心(蛋黃),那麼誰是蛋白呢?蒜頭糖廠內的糖業脈絡是否被清楚的論述?顯然沒有,當國際上工業轉型為觀光業開始之時,目標都在能夠清楚的說明原產業對於區域發展的重要性,因此能夠吸引遊客願意瞭解轉變,並且有意義的串聯。</p> <p>就蒜頭糖廠而言,<u>糖廠是否能夠清楚的論述過去佔有龐大的土地、附近的居民和糖廠的關係</u>,例如糖廠周邊土地並非全數種蔗,有些為了發展工業製造酒精,因此附近種植數量龐大的地瓜,鄰近居民被分配種植地瓜,在工業起飛時代,更肩負了國防工業的需求,<u>但是這些有意義的歷史,並沒有被糖廠寫進歷史中,反而只關心工廠村居民的話,窄化了糖業的歷史,</u></p>	<p>糖廠是否能夠清楚的論述過去佔有龐大的土地、附近的居民和糖廠的關係,但是這些有意義的歷史,並沒有被糖廠寫進歷史中,反而只關心工廠村居民的話,窄化了糖業的歷史,也窄化了社區的發展以及現在地方產業特色。(E-1-5)</p>

<p>也窄化了社區的發展以及現在地方產業特色。</p>	
<p>第二部分:分析「蒜頭糖廠蔗埕文化園區」推動整體文化觀光策略。</p>	
<p>2.您認為「五分車」發展觀光，結合社區營造策略為何？</p> <p>政府確實有提供推動文創產業的協助方案，不過，<u>文創產業並非社區總體營造，在概念上應該避免把社區與文化創意產業合併為同一概念</u>。因為文化創意產業是以市場面為主，而非社區發展面，在政策上非屬同一性質。另外，所謂地方文化特色產業，與社區特色產業相關，輔導機關應為經濟部。<u>所謂地方文化特色產業，可以Google搜尋關鍵字了解其意，其目標在發展人文地產景中，以人文加上產業特色發展，例如新竹柿餅。</u></p>	<p>文創產業並非社區總體營造，在概念上應該避免把社區與文化創意產業合併為同一概念。所謂地方文化特色產業，其目標在發展人文地產景中，以人文加上產業特色發展，例如新竹柿餅。(E-2-2)</p>
<p>5.請問您針對工廠村社區發展觀光相關單位規劃情形為何？</p> <p>題目面向甚大，應該從發展觀光和社區營造兩個方向討論，且社區營造目前有文化部(文化局系統)、內政部(社會局系統)、水保局(農業局系統)等多方推動，而<u>觀光發展除了是社區的心願外，多半由交通部觀光局所屬的國</u></p>	<p>觀光發展除了是社區的心願外，多半由交通部觀光局所屬的國家風景區等機關就近輔導社區，或者觀光局委由地方政府協助鄉鎮或社區推動。然而推動社區具有特色與魅力，才能夠成為深度旅遊的地點。當社區能量充足時，才有機會入選交通部觀光局每年推動的特色小鎮或者.....具有特色的</p>

<p><u>家風景區等機關就近輔導社區，或者觀光局委由地方政府協助鄉鎮或社區推動。社區發展觀光可以參考文化部推動社造三期的政策，然而推動社區具有特色與魅力，才能夠成為深度旅遊的地點，請注意觀光屬於交通部觀光局主管，社區本身並沒有符合發展觀光條例中的甲種、乙種的觀光業，因此，社區發展觀光還是需要搭配具有發展旅遊產品的旅行社才能夠進行，否則僅能輔導成立民宿。</u></p> <p><u>當社區能量充足時，才有機會入選交通部觀光局每年推動的特色小鎮或者.....具有特色的旗艦型活動，例如搭配國際的慢城、經典小鎮等，觀光需要社區的發展成熟後才能進行，各個輔導進階都可以從文化部社造補助、農委會水保局社區服務等依序推進。</u></p>	<p>旗艦型活動。(E-2-5)</p>
<p>第三部份:探討蒜頭糖廠蔗埕文化園區推廣「五分車」產業的競爭力。</p>	
<p>1.請問您有何措施提升「五分車」的觀光發展效益?</p> <p><u>故宮南院被嘉義縣政府認為是觀光的發動引擎,但是觀光除了政策引導外,民間意願更為重要,台糖公司為公營事業機構,也因此有營收營利需求,</u></p>	<p>故宮南院被嘉義縣政府認為是觀光的發動引擎,但是觀光除了政策引導外,民間意願更為重要,台糖公司為公營事業機構,也因此有營收營利需求,因此,由糖廠發動比博物館主導方為成功關鍵。故宮南院將於110年研提門</p>

<p><u>因此，由糖廠發動比博物館主導方為成功關鍵。</u></p> <p>五分車若能開進故宮南院，現已為發展政策，只是如何推進，尚有土地、路權等問題，並非博物館所能決定，不過博物館已經展開鄉鎮及周邊連結，<u>故宮南院將於110年研提門票加小火車票的串聯計畫，相信可以帶動旅遊需求，是否能造成人潮，則必須靠著周邊的發展，例如旅宿業、餐飲業的共同發展，才能帶動。</u></p>	<p>票加小火車票的串聯計畫，相信可以帶動旅遊需求，是否能造成人潮，則必須靠著周邊的發展，例如旅宿業、餐飲業的共同發展，才能帶動。</p> <p>(E-3-1)</p>
<p>3.在產業轉型上，您認為「五分車」的轉型成果如何?</p> <p><u>傳統產業轉型觀光，多半以製造業觀光工廠為例，當然五分車屬於糖廠重要資產，尤其五分車曾經擔任鄉鎮中重要的對外交通工具。嘉義縣糖業五分仔車曾經可以串聯嘉義縣境內各鄉鎮，連絡上台鐵運輸，甚為重要，但是觀光不僅僅是讓遊客遊玩，更重要的是能讓遊客住一夜，才稱得上觀光，因此，在定義蒜頭糖廠五分車是否有助於觀光或稱為轉型，都要看其是否能夠帶動周邊效益。</u></p>	<p>傳統產業轉型觀光，多半以製造業觀光工廠為例，當然五分車屬於糖廠重要資產，尤其五分車曾經擔任鄉鎮中重要的對外交通工具。但是觀光不僅僅是讓遊客遊玩，更重要的是能讓遊客住一夜，才稱得上觀光。(E-3-3)</p>


附錄二：五分車車頭篇



	<p style="text-align: center;">【蒸氣機車】</p> <p>台糖現存的蒸氣火車頭已全數退役，散置在全台各地作靜態展示，現在很難看到它們冒著白煙、氣勢十足的行駛模樣；數量與種類相當眾多，就出廠地來區分就有比利時、德國、日本之分，亦有台灣自製、年份最早的為西元1907年，最晚為1958年。</p>
	<p style="text-align: center;">【順風牌機車】</p> <p>為美國Plymouth公司所製造，乃是民國38年引進的第一批汽油車頭，車頭較短，造型小巧、可愛。順風牌機車曾一度改以台糖本身製造生產的酒精當燃料，民國53年改裝美國Allis Chalmers的柴油引擎，至民國80年全數退役。</p>
	<p style="text-align: center;">【金馬牌機車】</p> <p>石灰為製糖過程中的必須物質，台糖為了到台南關子嶺原料區牽引石灰石列車，於民國49年購入4輛金馬牌柴油機車，全配置在烏樹林糖廠。直到民國88年才除役。當年走的鐵道稱為坎頭厝線，經過坎子頭至今日的南二高白河交流道附近。</p>
	<p style="text-align: center;">【溪洲牌機車】</p> <p>於民國46、47年分批向美國Brookville公司買進50輛，因當時台糖總公司設在彰化溪州糖廠而得名。原來是汽油引擎，後來在民國62年及65年換成美國Allis Chalmers的柴油引擎，車身則換成跟日立牌一樣的車殼，因此兩者外觀相當接近。</p>

	<p style="text-align: center;">【日立牌機車】</p> <p>為了替代老式的蒸氣火車頭，民國56年起從日本買進大量日立牌柴油機車，為日立(HITACHI)公司所製造，使用三菱DH24L引擎。外觀特徵是車輪以橫桿相連，行駛車速在糖鐵機車種類裡稱霸，時速可達33公里，但牽引力不及德馬牌B型機車。</p>
	<p style="text-align: center;">【德馬牌B型機車】</p> <p>自民國66年起，台糖共買進66台分配到各糖廠。它採用的是德國賓士公司(MercedesBenz)所製造的V10柴油引擎，性能及牽引力相當優越，車身前後皆鑲有「DIEMA」字樣，糖廠員工慣稱為德馬，但有A、B型之分別，此款為B型。</p>
	<p style="text-align: center;">【德馬牌A型機車】</p> <p>在民國69年起再度買進25輛德馬牌機車:但內部採用美國Allis Chalmers製柴油引擎，被稱為德馬牌A型。A、B型兩者外觀相當雷同，但仍有一些差異；B型的筒狀風缸外露在動輪旁，A型則內藏；A型駕駛艙前後皆裝有遮陽板，B型則無。</p>
	<p style="text-align: center;">【日立牌機車(軌距1067mm)】</p> <p>俗稱「大日立」，牽引力比小日立大上許多，便用在與台鐵的聯絡線上，需鋪設1067mm與762mm軌距共構的三軌鐵道，全台共有8輛大日立。</p>

(資料來源：工廠村社區理事長提供)

附錄三：五分車車體篇

 <p>1</p>	<p>【糖蜜車】</p> <p>這種外觀長得像潛水艇的筒狀罐車，專門用來運送製糖過程最後產生的糖蜜；糖蜜可以加工製成酒精、味精、醬油、健素糖等用品。糖蜜車分為5噸、10噸、12噸、15噸和1067軌距用等5種，圖中為15噸糖蜜車。</p>
 <p>2</p>	<p>【蓬車】</p> <p>為了避免最後完工的砂糖成品在運送過程中遭受雨淋，此刻就輪到蓬車上場了；蓬車有圓弧形的頂蓋，為密閉式車體，以可開關的鐵門當出入口。蓬車在客運路線充當行李車，通常列車前後各掛一節。</p>
 <p>3</p>	<p>【糖搬車】</p> <p>又稱一般甘蔗車，此為早期以人工採收時載運甘蔗之用，車體前後有柵欄，兩側則鏤空，方便搬運甘蔗上車。改以機械採收後，改用更為便利的網車搬運甘蔗，這種早期的甘蔗車則轉為載運蔗渣，或在糖廠內搬糖出工廠進入倉庫之用。</p>
 <p>4</p>	<p>【守車】</p> <p>守車體型較小，從前內部設有床鋪或榻榻米，開長程線時供車長及副車長休息。此外製糖期一列車常有數十輛車廂，守車通常掛在最後一節，行駛至彎道處時，車長只要探頭察看車尾的守車在否，即可知道途中是否有車廂脫軌。</p>

	<p style="text-align: center;">【飼料車】</p> <p>車身為不鏽鋼材質，車頂呈梯形，以前專門用來運送養殖事業所需之飼料。以蒜頭糖廠來說，從前有飼養肉豬，得不定時派出這種車至高雄小港載運飼料，後來沒使用則集中停放在廠區內。</p>
	<p style="text-align: center;">【網車】</p> <p>又稱蔗箱車，乃是糖業鐵路車體中數量最多者。四面以鐵絲網圍住，可從高台或以機械將甘蔗從上方倒進車廂，送到製糖廠時再將其中一面打開，將甘蔗卸下送進壓榨機。圖中車體上方之稻草頂蓋為後來加上，僅為裝飾。</p>

（資料來源：工廠村社區理事長提供）

附錄四：蒜頭糖廠懷舊照片



蒜頭糖廠舊大門



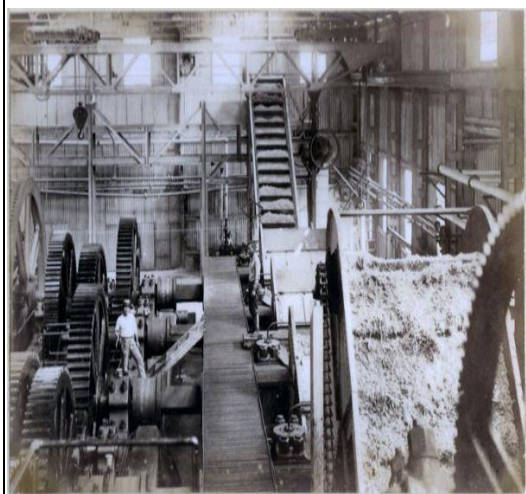
蒜頭糖廠農務課



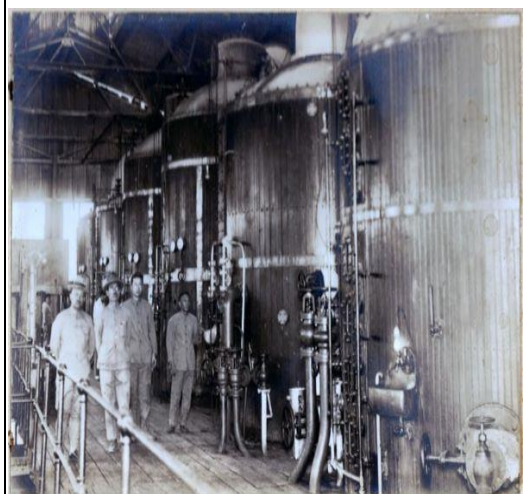
蒜頭分社



蒜頭糖廠全貌



蔗渣傳送設備



結晶罐



五分車運送糖包



五分車運送糖包



糖工包裝砂糖



拵裝車倒甘蔗



五分車維修工



甘蔗採收工

(資料來源：工廠村社區理事長提供)

附錄五：園區附近旅遊景點



東石漁人碼頭



東石自然生態展示館



向禾休閒農場



鰲鼓溼地森林園區



外傘頂洲



高跟鞋教堂



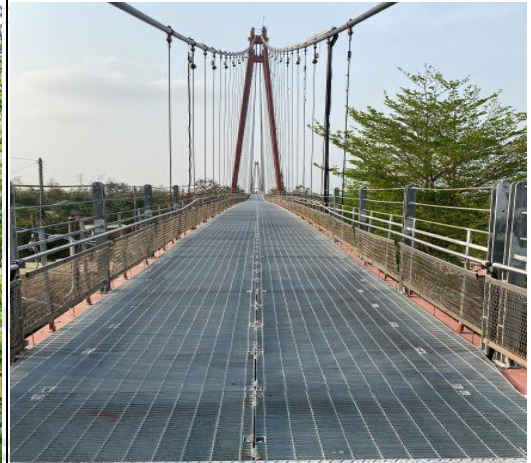
布袋鹽山



好美里3D彩繪村



蒜鰲自行車專用道



六家佃長壽橋自行車專用道



國立故宮博物院南部院區
(資料來源：雲嘉南濱海國家風景區)



用久柑仔店



朴子配天宮



新港奉天宮



笨港口港口宮



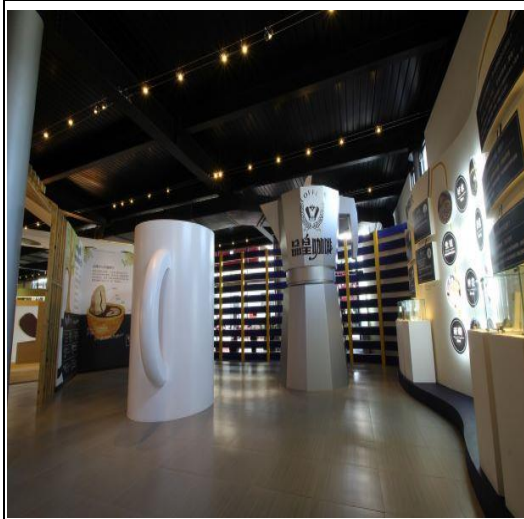
朴子刺繡文化館



新港板陶窯



新港香藝文化園區



品皇咖啡觀光工廠



白人牙膏觀光工廠

(資料來源：本研究者拍攝)

