

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

台灣伴手禮印象及在地連結之研究

A Study on the Local Connection of Taiwan Souvenirs

翁靖俞

Ching-Yu Weng

指導教授：黃昱凱 博士

楊聰仁 博士

Advisor: Yu-Kai Huang, Ph.D.

Tsung-Jen Yang, 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

台灣伴手禮印象及在地連結之研究

A Study on the Local Connection of Taiwan Souvenirs

研究生：翁請俞

經考試合格特此證明

口試委員：黃昱凱

王淑美

趙宗元

指導教授：黃昱凱

楊聰仁

系主任(所長)：洪子柏

口試日期：中華民國 110 年 06 月 06 日

中文摘要

傳統農業社會重視人情味，凡是出外旅行或者年節回鄉，攜帶禮物送給親朋好友是臺灣的習俗。跟交通部觀光局統計顯示，臺灣旅遊每人每次平均旅遊支出以花費在「加工農特產」之金額最高，可見觀光旅遊除帶動地方產業發展，也提高地方特產銷售。108年1月3日行政院核定「地方創生國家戰略計畫」，該計畫推動目的是根據各地的特色發展地方創生願景，並建立地方品牌形象。這些工作包含建立品牌識別、行銷地方特色產品，以及提高觀光遊憩附加價值。為了吸引消費者購買意願，伴手禮除需具有地方特色外，也需注意商品外觀、包裝方式，以及將商品融入在地特色。經由將歷史、文化、藝術、知識、創意、圖像等元素融入商品設計中，經由提高消費者與產品間共鳴而提高購買意願。

本研究收集文獻、網站等不同類型的資料，經由內容分析法探討臺灣各縣市伴手禮的不同個案。並經由問卷設計收集資料，經由統計分析技術探討不同人口統計變數對臺灣不同縣市伴手禮的喜好與同意程度。經卡方分析結果發現，不同性別對部分縣市伴手禮的代表性與喜好程度有顯著差異。本文分析結果可提供有用的資訊協助各縣市推動地方創生產業的參考依據。

關鍵詞： 伴手禮、地方創生、卡方分析

Abstract

Traditional agricultural society values the human touch. It is a custom in Taiwan to bring gifts to relatives and friends when traveling abroad or returning home during the New Year. Statistics from the Tourism Bureau of the Ministry of Transport show that the average travel expenditure per person per trip in Taiwan is the highest amount spent on "processing agricultural specialty products". It can be seen that tourism and tourism not only promote the development of local industries but also increase the sales of local specialty products. On January 3, 108, the Executive Yuan approved the "National Strategic Plan for Local Creation of Life". The purpose of this plan is to develop the vision of the creation of a local community based on the characteristics of each region and establish a local brand image. These tasks include establishing brand identity, marketing local specialty products, and increasing the added value of tourism and recreation. In order to attract consumers' purchase intentions, souvenirs must not only have local characteristics, but also pay attention to the appearance of the goods, the way of packaging, and the integration of the goods into the local characteristics. Through the integration of history, culture, art, knowledge, creativity, images, and other elements into the product design, the purchase intention can be increased by improving the resonance between consumers and products.

This study collects different types of materials such as literature and websites and explores different cases of souvenirs in various counties and cities in Taiwan through content analysis. And collect data through questionnaire design, and use statistical analysis techniques to explore the preferences and consent levels of different demographic variables for souvenirs in different counties and cities in Taiwan. The results of chi-square analysis found that different genders have significant differences in the representativeness and preference of souvenirs in some counties and cities. The analysis results of this article can provide useful information to assist counties and cities in promoting local entrepreneurship.

Keywords: Souvenirs, Regional revitalization, The Chi-Squared Test

目錄

中文摘要	i
Abstract.....	ii
目錄	iii
表目錄	vi
圖目錄	viii
第一章 緒論	1
1.1 研究背景	1
1.2 研究動機	2
1.3 研究目的	2
1.4 研究流程	2
第二章 文獻回顧	4
2.1 地方創生相關研究	4
2.2 伴手禮相關研究	9
2.3 文獻評析	12
第三章 台灣伴手禮現況分析	16
3.1 北部地區	16
3.1.1 臺北市	16
3.1.2 新北市	17
3.1.3 桃園市	18
3.1.4 新竹縣	19
3.1.5 新竹市	21
3.1.6 基隆市	22
3.1.7 宜蘭縣	23
3.2 中部地區	24
3.2.1 苗栗縣	24
3.2.2 台中市	26

3.2.3	彰化縣	27
3.2.4	南投縣	29
3.2.5	雲林縣	30
3.3	南部地區	31
3.3.1	嘉義縣	31
3.3.2	嘉義市	32
3.3.3	台南市	33
3.3.4	高雄市	35
3.3.5	屏東縣	36
3.4	東部與外島地區	37
3.4.1	花蓮縣	37
3.4.2	台東縣	38
3.4.3	澎湖縣	40
3.4.4	金門縣	41
3.4.5	連江縣	42
第四章	資料收集與分析	44
4.1	問卷設計與樣本描述	44
4.2	北部地區分析	47
4.2.1	台北市伴手禮分析	47
4.2.2	新北市伴手禮分析	48
4.2.3	桃園市伴手禮分析	49
4.2.4	新竹縣伴手禮分析	51
4.2.5	新竹市伴手禮分析	52
4.2.6	基隆市伴手禮分析	53
4.2.7	宜蘭縣伴手禮分析	55
4.3	中部地區分析	56
4.3.1	苗栗縣伴手禮分析	56

4.3.2	台中市伴手禮分析	57
4.3.3	彰化縣伴手禮分析	59
4.3.4	南投縣伴手禮分析	60
4.3.5	雲林縣伴手禮分析	62
4.4	南部地區分析	63
4.4.1	嘉義縣伴手禮分析	63
4.4.2	嘉義市伴手禮分析	64
4.4.3	台南市伴手禮分析	65
4.4.4	高雄市伴手禮分析	67
4.4.5	屏東縣伴手禮分析	68
4.5	東部與外島分析	69
4.5.1	花蓮縣伴手禮分析	69
4.5.2	台東縣伴手禮分析	71
4.5.3	澎湖縣伴手禮分析	72
4.5.4	金門縣伴手禮分析	73
4.5.5	連江縣伴手禮分析	74
4.6	綜合討論	76
第五章	結論與建議	78
5.1	結論	78
5.2	建議	80
	參考文獻	82

表目錄

表 2-1 台灣地方創生政策及目標.....	6
表 2-2 地方創生六大推動戰略資料.....	6
表 2-3 政府機關或民間團體辦理伴手禮相關競賽統整表.....	10
表 4-1 台北市伴手禮基本統計分析.....	47
表 4-2 台北市性別對伴手禮的卡方分析.....	47
表 4-3 新北市伴手禮基本統計分析.....	48
表 4-4 新北市性別對伴手禮的卡方分析.....	49
表 4-5 桃園市伴手禮基本統計分析.....	50
表 4-6 桃園市性別對伴手禮的卡方分析.....	50
表 4-7 新竹縣伴手禮基本統計分析.....	51
表 4-8 新竹縣性別對伴手禮的卡方分析.....	51
表 4-9 新竹市伴手禮基本統計分析.....	52
表 4-10 新竹市性別對伴手禮的卡方分析.....	53
表 4-11 基隆市伴手禮基本統計分析.....	54
表 4-12 基隆市性別對伴手禮的卡方分析.....	54
表 4-13 宜蘭縣伴手禮基本統計分析.....	55
表 4-14 宜蘭縣性別對伴手禮的卡方分析.....	55
表 4-15 苗栗縣伴手禮基本統計分析.....	56
表 4-16 苗栗縣性別對伴手禮的卡方分析.....	56
表 4-17 台中市伴手禮基本統計分析.....	58
表 4-18 台中市性別對伴手禮的卡方分析.....	58
表 4-19 彰化縣伴手禮基本統計分析.....	59
表 4-20 彰化縣性別對伴手禮的卡方分析.....	60
表 4-21 南投縣伴手禮基本統計分析.....	61
表 4-22 南投縣性別對伴手禮的卡方分析.....	61
表 4-23 雲林縣伴手禮基本統計分析.....	62

表 4-24 雲林縣性別對伴手禮的卡方分析	62
表 4-25 嘉義縣伴手禮基本統計分析	63
表 4-26 嘉義縣性別對伴手禮的卡方分析	63
表 4-27 嘉義市伴手禮基本統計分析	64
表 4-28 嘉義市性別對伴手禮的卡方分析	65
表 4-29 台南市伴手禮基本統計分析	66
表 4-30 台南市性別對伴手禮的卡方分析	66
表 4-31 高雄市伴手禮基本統計分析	67
表 4-32 高雄市性別對伴手禮的卡方分析	67
表 4-33 屏東縣伴手禮基本統計分析	68
表 4-34 屏東縣性別對伴手禮的卡方分析	68
表 4-35 花蓮縣伴手禮基本統計分析	70
表 4-36 花蓮縣性別對伴手禮的卡方分析	70
表 4-37 台東縣伴手禮基本統計分析	71
表 4-38 台東縣性別對伴手禮的卡方分析	71
表 4-39 澎湖縣伴手禮基本統計分析	72
表 4-40 澎湖縣性別對伴手禮的卡方分析	72
表 4-41 金門縣伴手禮基本統計分析	73
表 4-42 金門縣性別對伴手禮的卡方分析	73
表 4-43 連江縣伴手禮基本統計分析	74
表 4-44 連江縣性別對伴手禮的卡方分析	75
表 4-45 本研究篩選伴手禮較不具代表性統整表	76
表 4-46 本研究篩選伴手禮較具代表性且有性別差異統整表	77

圖目錄

圖 2-1 臺灣人口成長趨勢(來源：摘自中華民國人口推估 (2020 至 2070 年).....	4
圖 2-2 人口高齡化時程(來源：摘自中華民國人口推估 (2020 至 2070 年).....	4
圖 2-3 地方創生架構圖	8



第一章 緒論

1.1 研究背景

在過去傳統農業社會，重視人情味，凡是出外旅行或者年節回鄉，攜帶隨手禮物送給親朋好友是很好表達關心與禮數方式。這些伴手禮不是價值不菲貴重物品，大多是地方的名產、紀念小物等等，伴手小禮代表著送禮者的真心，也使人與人之間情感更多交流。而現代社會，伴手禮已變成為行銷特產專有名詞，也提供大眾更多的送禮選擇。

據交通部觀光局網站發佈「中華民國 108 年臺灣旅遊狀況調查摘要」，統計 108 年 12 歲以上國人旅遊狀況調查，國內旅遊每人每次平均旅遊支出為新臺幣 2,320 元，各項支出由高至低依序是餐飲、交通、購物、住宿、娛樂及其他支出；其中購物費佔總花費約 (21.4%)，購物以花費在「加工農特產」(51.6%) 之金額最高，可見觀光旅遊除帶動地方產業發展，也提高地方特產銷售。行政院農業委員會自 92 年起辦理地方伴手禮發展計畫，輔導地方農漁會、農場等單位利用在地農特產品，開發具地方特色及經濟價值的旅遊伴手禮，全台逾 400 項農業伴手禮，希望伴手禮產品能與觀光產業發展結合，成為旅遊中購買伴手禮產品，不僅讓旅客對地方觀光留下深刻印象，也能把各地的特色美食、在地名產帶回家，並與親友分享。

在國家發展委員會網站公布推動地方創生政策中，行政院 107 年 5 月 21 日及 11 月 30 日兩度召開「地方創生會報」，宣示 108 年為台灣地方創生元年，各地方政府開始積極推動地方產業發展，在地伴手禮推廣也成為地方創生產業的重要一環，各縣政府邀集在地店家、商圈及農漁會代表社團等參與，盤點及鼓勵開發具區域特色及代表性之伴手禮，規劃伴手禮展售活動，並藉由包裝行銷，推廣獨有資源，依在地特色、物產、文化、意象、故事性等特質及伴手禮的創意，或獨特性、技術傳承或改良、市場接受度等，以推廣在地特色、創新性及具有市場發展性的伴手禮，進而帶動店家及地方觀光消費商機，提升產業競爭力。

1.2 研究動機

在各縣市競爭及琳琅滿目伴手禮市場中，消費者往往透過媒體、報章雜誌、網路行銷、美食部落客及親朋好友推薦等，作為選擇購買參考依據；採買目的來自於自己享用、送禮或紀念，購物當下，商店環境、產品包裝、店員行銷、美味都影響當下購買伴手禮的意願；本研究主要想探討在眾多伴手禮選擇中，台灣伴手禮印象及在地連結性，也與不同消費者選擇伴手禮上的不同差異性。

1.3 研究目的

本研究從網路、觀光網站推介或網路部落客、美食專家等推薦臺灣各縣市在地伴手禮，再由各縣市伴手禮中挑選三樣，主旨在探討性別對於伴手禮印象及喜好程度差異及地方代表性，並歸納伴手禮與地方產業、商業行為或歷史文化的連結性，透過統計分析分析代表性及喜好程度，了解產品特性及如何價值提升，但限於人力與時間等因素上的考量，故在研究範圍之界定上，做以下之限制：

1. 伴手禮種類繁多，本研究多以食品類或大家耳熟能詳的伴手禮為主要研究對象。
2. 由於各地方伴手禮很多，故以網路部落客、網路團購、觀光網站推介或網路部落客、美食專家等推薦等，各縣市篩選3樣伴手禮代表作為研究對象。

1.4 研究流程

本論文研究流程簡述如下：

1. 研究主題的選定與研究目的確認：

撰寫論文背景與動機、確認研究主題、闡述研究目的。

2. 相關文獻的探討與闡述：

歸納行政院推動地方創生相關政策，縣市政府積極推廣在地觀光及伴手禮，了解伴手禮行銷關鍵因素等相關研究資料，作為消費者在商品選購上參考，並分析其相異點。

3. 針對全台灣各地選擇三種代表性伴手禮分析:

闡述各縣市地理、氣候環境及族群分布等，並篩選出三種地方伴手禮，闡述產品的特色。

4. 調查成果資料蒐集及分析

藉由問卷設計及調查，回收問卷，以卡方分析不同族群，在伴手禮選擇上看法是否具有相關性。

5. 結論與建議

根據分析成果綜整本研究結論，並提供其他研究者或消費者購物建議。



第二章 文獻回顧

2.1 地方創生相關研究

根據國家發展委員會「中華民國人口推估（2020至2070年）」報告指出，未來人口變遷趨勢包含人口即將開始負成長、勞動力將面臨不足、少子化趨勢難改善、人口老化情形嚴重等。面對我國總人口減少、高齡少子化、人口過度集中大都會，以及城鄉發展失衡等問題，行政院於106年12月宣示「安居樂業」、「生生不息」及「均衡臺灣」等三大施政主軸，其中在「均衡臺灣」方面，要根據地方特色，發展地方產業，讓人口回流，青年返鄉，解決人口變化，積極推動「地方創生」政策。

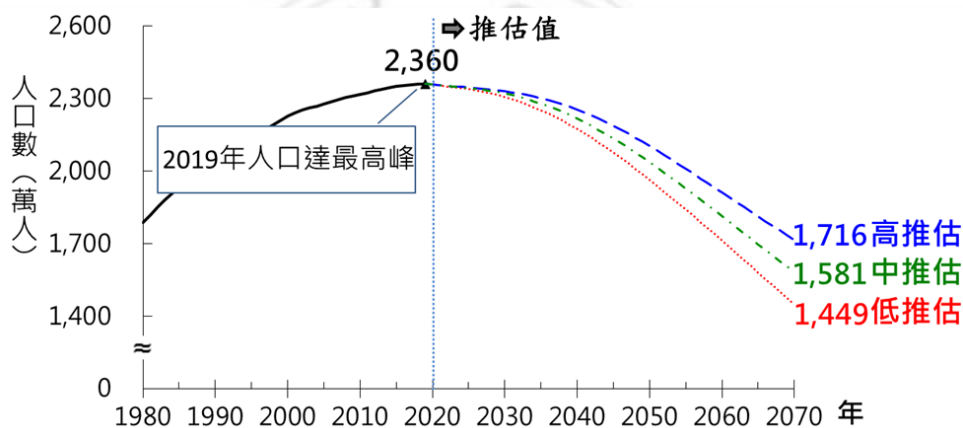


圖 2-1 臺灣人口成長趨勢 (來源：摘自中華民國人口推估 (2020 至 2070 年))

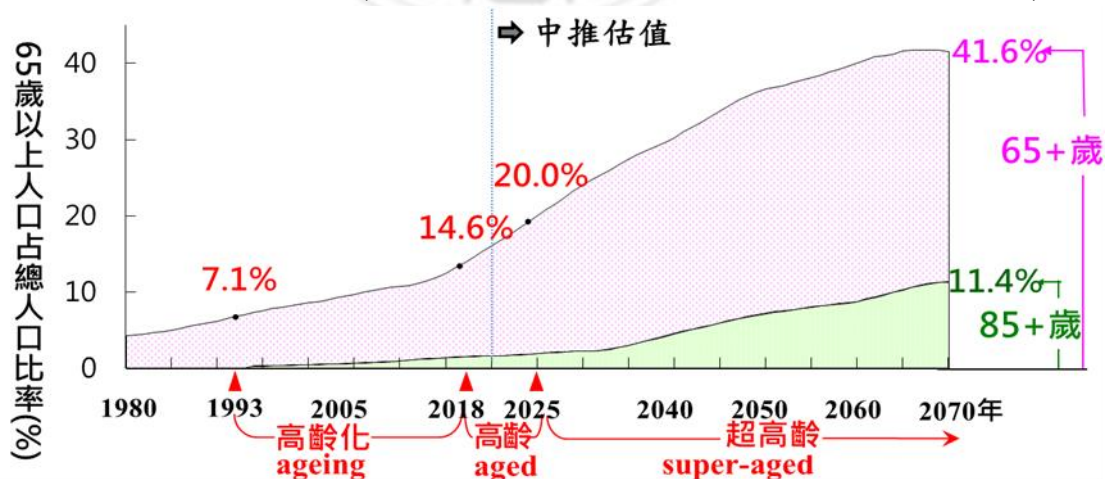


圖 2-2 人口高齡化時程 (來源：摘自中華民國人口推估 (2020 至 2070 年))

「地方創生」這一名詞源自日本，中心思想為「產、地、人」三者一體，地方能結合地理特色及人文風情特性，而發展出最適合自身的產業。神尾文彥、松林一裕著（2020）地方創生關鍵在於「地方經濟樞紐」，主要讓地方核心城市作為地方經濟樞紐而達到城鎮再生，就可發揮人口外移、緩和資源過度集中及減少人口減少及高齡化等社會問題。

我國參考日本「地方創生」推動經驗，自 105 年起推動「設計翻轉、地方創生」示範計畫，期透過盤點地方既有「地、產、人」的資源優勢、確立地方特有的獨特性與核心價值，及導入「創意（設計力）、創新（生產力）、創業（行銷力）」的輔導機制，為地方注入產業發展動能。

面對我國總人口減少、人口過度集中大都市，以及城鄉發展失衡等問題，成立「地方創生會報」，由中央部會、地方政府及關心地方創生領域的民間產業負責人與學者專家組成，並由國發會負責統籌及協調整合部會地方創生相關資源，落實推動地方創生工作。

108 年 1 月 3 日行政院核定「地方創生國家戰略計畫」，其計畫推動目的，主要係依各地方特色發展獨有經濟，減緩人口過度集中，因此，以維持未來總人口數不低於兩千萬人為願景，並透過各縣府鄉鎮均衡發展、島內逐步移民，讓人口密集城市減壓，期望 2022 年地方移入及移出人口平衡，2030 年地方人口回流，達成「均衡臺灣」的目標，整體發展策略主要包含下列各項：

- (一) 優化地方產業，創造地方「工作」與「人」的良性循環，讓工作帶動地方人口成長，從產業創造地方就業，根據地方特色開發屬於地方的特色產品，推動地產地銷，提高產品價值；並培養符合地方產業需求之相關人才，鼓勵在地就業，厚植地方產業技術與人力。
- (二) 建設鄉鎮都市，提升教育、醫療照護及相關公共服務機能，並強化交通系統等相關基礎設施，以確保地方產業與都市間之連結，吸引都市人口移住地方，逐步於地方穩定居住。
- (三) 推動地方品牌，透過發掘地方特色，打造地方品牌，發展「地方限定」產品與體驗服務，提高產品知名度與附加價值，並透過科技力行銷在地產品，擴大國內及國際市場之連結。

為推動地方創生，歸納行政院推動政策及目標詳表 2-1 以推動人口，均衡發展及穩定人口，確定包容性成長等兩大推動願景，賡續於 2019~2022 年透過地方再造、推動地方產業及觀光發展達到地方創生的目標，活化地方、減少城鄉差距及人口過度集中，另政府亦透過企業投資故鄉、科技導入、整合部會創生資源、社會參與創生及品牌建立等六大推動戰略（彙整如表 2-2），並配合法規調適，落實地方創生工作。

表 2-1 台灣地方創生政策及目標

願景	效益	目標	策略(2019~2022)	執行方針
1. 推動人口，均衡發展	-維持全國總人口數 -減緩都市集中化	2022 年地方移入人口等於移出人口	(一) 優化地方產業，鞏固就業機會 (二) 建設鄉鎮都市，	-創造地方就業 -培訓地方人才 -鼓勵新創事業
2. 穩定人口，確定包容性成長	以永續發展為目標	2030 年地方人口能夠回流,達成「均衡臺灣」	點亮城鎮偏鄉 (三) 推動地方品牌，擴大國際連結	-強化生活機能 -吸引人口移住 -發展街區活化 -型塑地方品牌 -推廣觀光發展 -吸引國際商機

表 2-2 地方創生六大推動戰略資料

戰略	執行策略	具體作法
(一) 企業投資故鄉	1. 企業認養創生事業。 2. 政府政策誘因鼓勵。	企業投入資金及技術、人力，政府則賦稅優惠及政策鬆綁鼓勵創生事業。

表 2-2 地方創生六大推動戰略資料（續）

戰略	執行策略	具體作法
(二) 科技導入	1. 結合科技輔助創生事業。 2. 推動各項基礎建設。	導入互聯網及人工智慧協助地方創生，提升效益降低成本。
(三) 整合部會 創生資源	中央部會從財政、資訊及人才等面向，支援地方創生之推動。	以「投資代替補助」為原則，支援地方創生事業之推動。
(四) 社會參與	讓多方共同參與地方創生活動。	產官學研社之資金、技術及人才共同參與，協助地方發掘在地特色。
(五) 品牌建立	發展在地特有品牌，展現出各有的獨特性。	整合地方文化歷史、物產或觀光景點等地方資源，營造地方魅力，拓展行銷通路，帶動地方整體產業發展。
(六) 法規調適	1. 提供稅賦及租金優惠，鼓勵企業認養創生事業。 2. 調適土地使用及觀光法規，促進地方產業發展。 3. 活化既有土地及設施，協助展開創生事業。	租稅及租金優惠，鼓勵企業投資，結合區域產業及觀光，並活化閒置既有設施。

「地方創生」是為協助地方發揮特色，吸引產業進駐、振興地方經濟、再造地方生機、吸引人口回流，繁榮地方及促進城鄉發展的計畫。它是一項跨領域、綜整各界量能，以鄉鎮為單元採由下而上形成與推動；跨鄉鎮範圍，則採由上而下之政策引導方式。政府已將 108 年定為台灣地方創生元年，未來需要全民共同的參與，讓它成為全民運動，以促進島內移民及都市減壓，達成「均衡台灣」的目標。地方創生針對地方文化歷史、物產或觀光景點等地方資源及相關產品服務進行特色加值，營造地方魅力，拓展行銷通路，帶動地方整體產業發展。

地方創生願景其中一環為建立地方品牌形象，包含建立品牌識別、行銷地方特色產品及觀光遊憩亮點加值，發展地方產業是重要一環，地方產業中常結合觀光特性、吸引觀光客購買作為紀念、送禮或收藏的物品，即為我們常稱的伴手禮。地方特色伴手禮通常結合文化、原料生產地、地方歷史、行銷手法等，呈現於產品或包裝特色上，讓民眾購買或收到該物品時，就直覺去聯結到該地方及產品，也同時達到地方產業發展、提高就業機會，亦發展觀光產業，行銷地方。

地方政府亦積極投入發展地方創生，希望透過地方的認同及信心凝聚，打造品牌特有故事，使產業及文化融入民眾生活，吸引年輕人回流家鄉，並邀集在地店家、商圈、協會團體及農漁會代表等共同參與研商，以鼓勵開發改良具地方特色的伴手禮，伴手禮亦為地方發展創生及促進觀光發展的重要產業特色。



圖 2-3 地方創生架構圖

(來源摘自：國家發展委員會推動「設計翻轉、地方創生」示範計畫)

2.2 伴手禮相關研究

伴手禮定義(解釋)有很多種,「伴手」是伴人所攜帶的手禮,也就是古人「伴禮」的意思,包括年節送親友的禮物、傳統初二回娘家攜帶禮物、探親或聯繫情誼所送禮物...等,伴手禮通常是非昂貴的物品、隨手可攜帶或拜訪者來自異地的特色產品,可築起人與人情感交流橋樑及延續人際之間關係的工具,雖非直接必要性,但往往可錦上添花及增進彼此情感。

「伴手禮」目前已發展成為一種行銷策略或具地區代表性商品,常在觀光區、交通樞紐、市集或百貨公司等地販售,販售伴手禮商店也有發展成專賣店,讓消費者省去交通通行時間,且提供更多樣化的商品選擇及便利性。另外,伴手禮除一般常見地區性食用商品(土產),也可以具實用性、娛樂性或紀念性高商品,如印製地區特色衣物帽子、鑰匙圈、磁鐵、擺飾及(手)工藝品等,樣式琳瑯滿目;伴手禮發展可能跟區域族群生活方式(閩南、客家或原住民)、氣候環境(氣溫、緯度及降雨量)及地理位置(高山、平原或臨海縣市)有相關,如新竹客家鹹菜、桃園拉拉山種植水蜜桃及屏東東港三寶...等,皆與當地特有族群、環境及文化具有高度相關性,以當地特有特色所發展出伴手禮,更讓其具濃厚地方特色及獨特性。

為了吸引消費者購買意願,伴手禮除建置具有地方特色的購物環境,更在商品上運用包裝、外觀及口味融入在地特色,將歷史、文化、藝術、知識、創意、圖像等元素融入商品設計中,使消費者對在感性與理性間同時獲得吸引,提高消費者與產品間共鳴,進而提高購買意願。

由於週休二日已成為國人主要生活型態,對休閒旅遊有明顯需求,加上台灣產業結構變遷,傳統以製造業為主的工廠逐漸凋零或外移,但企業主基於產業文化傳承、增加收益或塑造企業形象等因素,有轉型經營的迫切需要,於是以服務為主的產業觀光逐漸興起,並效仿國外經驗,將工藝品、釀酒、食品...等工廠結合,開始推動傳統工廠轉型為觀光工廠的政策,協助具有產業文化或觀光教育價值的傳統工廠轉型,讓原本具有特色的工廠更彰顯育教於樂與觀光遊憩價值,使民眾加深對

產業知識與在地文化的認識，故許多品牌伴手禮業者，將生產製程體驗、遊憩娛樂、購物等多樣化，發展成觀光工廠，更創造產業特色，提高知名度。

為了促進地方旅遊業發展，各縣市政府辦理具有特色的地方伴手禮的競選活動，評比具有地方特色，創新或獨特風格的地方伴手禮。但是，並非每種伴手禮都能給旅遊景點留下深刻的印象，透過行銷地方伴手禮，亦可帶動地區觀光產業發展，政府機關或民間團體每年相繼辦理伴手禮相關競賽（彙整於

表），如台灣省商業總會偕同各直轄市商業會及縣市商業會響應選拔及展覽「台灣百大伴手禮」，由各商業會精選代表各縣市在地特色、或符合創新概念、或獨具風格品味的優質伴手禮，獲選伴手禮之廠商即可公開表揚並設立專區展覽，提供廣告宣傳機會，讓產品曝光度更高，營造產品商機及獲取更多利潤；另各縣市非常重視伴手禮所帶來觀光及經濟效益，每年皆舉辦相關伴手禮評比賽事，並且利用社群媒體網路端行銷，除了獲取競賽獎勵外，可藉由媒體宣傳提高知名度，引領伴手禮走出地方，行銷全台，為地方創造更多的觀光財。

表 2-3 政府機關或民間團體辦理伴手禮相關競賽統整表（由網路及新聞蒐集）

單位	伴手禮徵選活動名稱	近期辦理年度
台北市政府	台北市伴手禮徵選活動	2008 年
新北市政府	新北特色好禮徵選活動	2008~2020 年 (2 年 1 次)
桃園市政府	-桃原十大伴手禮甄選活動	~2020 年
	-原住民族最美伴手禮包裝設計競賽	~2020 年
新竹市政府	新竹市 10 大伴手禮暨竹好呷美食評選活動	2016 年
新竹縣政府	新竹縣十大伴手禮甄選活動	2010~2012 年
基隆市政府	基隆市十大特色伴手禮甄選活動	2013~2019 年
宜蘭縣政府	「幸福宜蘭 拾在好禮」伴手禮甄選活動	2014 年
苗栗縣政府	苗栗慢城十大好等路徵選活動	2016~2017 年
台中市政府	台中市 10 大伴手禮票選活動	2008~2021 年
彰化縣政府	彰化金好禮甄選活動	2016~2018 年

表 2-3 政府機關或民間團體辦理伴手禮相關競賽統整表 (由網路及新聞蒐集)

(續)

單位	伴手禮徵選活動名稱	近期辦理年度
雲林縣政府	「雲林良品」伴手禮徵選活動	2019~2020 年
嘉義縣政府	嘉義市特色美食伴手禮徵選活動	2019~2021 年
台南市政府	-府城 10 大伴手禮暨傳統美食甄選活動	2010~2012
	-臺南伴手禮文創美食購物節暨公益慈善活動	2020 年
	-新春農特產伴手禮推薦會	2020 年
高雄市政府	高雄伴手禮選拔大賽	2019 年
屏東縣政府	「有厚禮數」屏東十大伴手禮暨好店徵選活動	2019~2020 年
花蓮縣政府	-花蓮縣百大伴手禮徵選活動	2019 年
	-「台東必買伴手禮 TOP 10」分享及抽獎活動	2019 年
台東縣政府	-「臺東 GO 設計」包裝設計競賽活動 (伴手禮)	2017~2018 年
澎湖縣政府	澎湖縣十大伴手禮票選活動	2019~2020 年
金門縣政府	金門縣十大特色伴手禮選拔活動	2009~2010 年
連江縣政府	馬祖特色伴手禮創意徵選比賽活動	~2020 年
台灣省商業總會	「台灣百大伴手禮」選拔活動	2011~2021 年
行政院農業委會	臺灣農業旅遊伴手禮徵選活動	2019~2020 年
農糧署	「全國特色米製伴手禮創意大賽」 競賽活動	2018~2019 年

2.3 文獻評析

伴手禮購買影響因素非常多，包含消費者自身購買動機、購買意願及消費行為，還有商品本身產品屬性，包含品牌形象、價格、包裝設計、攜帶性、紀念性...等等。

1. 消費者購買伴手禮動機及意願

據多數學者研究歸納，伴手禮「購買的動機」不外乎紀念性質、購物分享及餽贈他人等用途；范明貞（2012）探討旅客購買旅遊紀念品動機、購買情境影響旅遊回憶情形，分析結果顯示，購買動機及購買情境皆對旅遊回憶呈現正相關，在購買動機上，以「紀念動機」最強，「餽贈動機」次之，「價值動機」較低，顯示遊客購買紀念品主要目的在於留念及餽贈；另購買動機及情境上，與消費者性別、年齡、教育及收入較無明顯差異，推測購買紀念品常是非計畫性的，多為紀念品店情境所感染的購買行為，顯示當下雖對紀念品沒有強烈購買動機，仍會受到外在刺激，影響消費行為；Wilkins (2011) 說明紀念品是旅遊體驗重要組成部分，紀念品可做為旅遊證據及經驗紀錄，紀念品可引領消費者心中旅遊中回憶，亦可做為旅遊回來的禮物，贈與自己的親朋好友，研究中確認紀念品作為經驗的證據以及記憶和禮物的作用的核心重要性。

盧育佑（2015）探討伴手禮購買意圖，在品牌知名度、地方特色、價格促銷、商店氣氛對於購買意圖皆有正向影響，品牌知名度、地方特色、價格促銷及商店氣氛與購買行為，即最後購買的決策無顯著影響，購買意圖則會對購買行為正向影響。

陳惠淳（2015）探討商店形象與商品屬性對消費者伴手禮購買意願的影響，其中在 50 歲以下者、平均月收入較低者或伴手禮自用者對於商店形象感受較佳，研究也發現，影響購買意願效果最大者為「交通地點」及「商品獨特性」。

綜整上述研究者分析，影響消費者購買動機及意願，包含購買者用途包含作為具紀念性的回憶及贈送分享用途為主，購買意願也隨者購買環境影響，包含商品購買地點方便性及商店購買環境等，常見機場商店購物者除了免稅商品外，另外伴手禮及紀念品購物可能因少買了、買不足或錯過買不到(地點)心理因素，增加購買慾望，所以常出現大排長龍結帳盛況。

2. 伴手禮特性影響購買行為

在伴手禮產品屬性影響消費行為方面，余秀鑾（2015）調查消費者購買伴手禮消費行為，將產品屬性分為產品特性、產品包裝、在地文化及品牌形象四大方向探討，分析結果顯示，不同性別、年齡對於產品屬性具顯著差異，產品特性與產品包裝、在地文化與品牌形象具有高度的關聯性，消費者對於彼此間重視影響消費行為。

王貞尹（2019）以台灣最指標性伴手禮-鳳梨酥的經營成功關鍵因素為研究主題，以層級分析法來探討「產品品質」、「市場通路」及「促銷策略」三大面向，結果顯示：「產品品質」是最重要的構面，又以「產品品質」分項的「口感風味」、「食材製作」及「產品包裝設計」評估項目在所有整體權重分析中也分占前三位，較「市場通路」的「店面販售」、「網路販售」及「機場免稅店」方向，「促銷策略」的「體驗活動」、「媒體廣告」及「置入性行銷」更為重要，「產品品質」是整體比重是最重要的關鍵成功因素。

徐啓原（2018）伴手禮屬性與收禮者認知價值關係之研究中，指出在產品品質方面，受訪者認為「口感獨特」、「產品衛生健康」是重要的。其次，在內外包裝設計部分，則以「伴手禮具有造型與創意」、「攜帶方便」、「內外包裝設計具有造型與創意」、「文宣設計具有造型與創意。」和「具有環保概念」，作者另外強調，現在消費者越來越有富有環保意識，購買選擇會優先選購使用環保材質包裝的伴手禮。

顏小如（2015）針對地方性(雲林縣)伴手禮消費者購買伴手禮意願上，以「產品美味」影響層面大，其次是「商品口碑」，再者產品為「十大伴手禮」；在選擇偏好與認同感上，則以產品衛生安全與十大伴手禮因素具有顯著差異。伴手禮選擇偏好與認同感之間存在著正向的關連性，表示消費者所購買的伴手禮選擇具有「在地特色代表性」與「商品產業價值和發展潛力」的商品，也就是重視地方認同之消費者會較願意去購買具有地方特色伴手禮，提高伴手禮的效益及地方產業的價值性。

楊家欽(2019)研究伴手禮在區域發展與觀光中的定位—以蕉城旗山為例，伴手禮是地方象徵，購買伴手禮的動機往往須由觀光旅遊點動機來促成，藉由旅遊路線串連，建構旅遊及消費網絡，以在地農特產原料製成精緻糕點餅乾或仿外型製作在地文藝商品，觀光客將富有在地象徵和味道伴手禮或紀念品旅遊體驗及回憶連結，這些伴手禮在餽贈親朋好友時，也無形行銷地方特色及產業。

蔡旻樺(2019)在地方特色伴手禮創新研發之研究中，指出消費者以價位201~400元左右伴手禮購買意願較高，另在產品特性購買選擇上，除具地方特色外，著重產品在製造中的衛生、成分及保存期限標示，以地方食材及天然在消費者選購上喜好程度較高，而在產品廣告及宣傳手法影響程度較低。因此推廣具地方食材研發伴手禮，除促使地方農業發展、增加觀光收益，更能使在地農民增加收益，並建議開發常溫性創意產品、結合在地產業、以多元行銷通路及包裝的伴手禮。

綜整上述研究者分析，伴手禮的「品質」是重要經營關鍵因素，業者提供穩定且高品質或重視食品衛生的產品，影響消費者購買意願及回購意願，並可能藉由更多口耳相傳或網路部落客作為媒介推薦，使產品塑造獨有特性，也建立消費者的消費信心，勝過多樣商業行銷手法。

3. 伴手禮與地方連結

黃意閔(2019)歸納消費者對於伴手禮喜好受到(1)合理價格(2)創新性商品(3)富有地方特色商品(4)具吸引力包裝設計等皆影響購買意願。林煒杰(2019)品牌知名度、商店氣氛、價格促銷、地方特色、產品屬性及品牌故事會正向影響消費者對購買伴手禮商品之再購意願。胡乃韻(2018)發表地方產業認知影響了消費者對於商品滿意度，也會增加購買意願。

顏小如(2015)分析結果顯現，消費者若不了解當地產品時，藉由有地方政府舉辦，地區伴手禮競賽，若標榜為當地「十大伴手禮」的產品，更是一種對商品品質的肯定，其中評比出的「十大伴手禮」中，其具有商品產業價值和發展潛力最高，對於提升地方產業的價值與發展潛力具有很大益處，可評選出具有商業潛力或銷售市場商品，而商品的包裝與宣傳，皆只是商品購買附加參酌依據。

另雷曉予(2015)在城市伴手禮遴選活動對銷售效益的影響研究中提出不同看法,指出相較於多個縣市以擴大或每年增加辦理伴手禮遴選活動頻率,反倒對於品牌資訊過度曝露,容易讓消費者失去注意及興趣,但若提供消費者族群透過網路票選或現場等親自評選時,對產品之關切度更高,在各項銷售之品牌記憶、購買動機、降低價格敏感或提升客戶忠誠均具有顯著正向相關性,提升消費者對產品認知。所以,在舉辦城市伴手禮競賽時之真實效益不在於促進銷售,而在於產品品質形象提升。

溫秀華(2018)在鄉村旅遊地方特色伴手禮設計原則之研究中,闡述台灣許多的鄉村旅遊特色及地方伴手禮市場的行銷中,具高同質化產品特性、市場小及競爭激烈的隱憂,同屬性質高不易引起消費者的新鮮感,提出增加鄉村在地旅遊、地方伴手禮與觀光消費者三者之間的情感觸動,並強化伴手禮與在地的獨有意涵,融入適切的人、物、時、景的心理感情色彩,對於購買者來言兼富有紀念及收藏價值,這樣產品才有成為營銷市場中的成功佼佼者的潛力。

總整上述銷售策略中,品牌知名度及融入具地方特色伴手禮,消費者在購買時才能感受其價值性,產品能勾勒旅遊時購買回憶、傳達贈禮者情意,而收禮者也能感受到購買者用心,並了解為何此商品在當地具有代表性,達到以物傳情,讓人與人之間情感更多交流。

第三章 台灣伴手禮現況分析

3.1 北部地區

3.1.1 臺北市

臺北市，包含臺北盆地東北半部及鄰近的丘陵區，行政區面積約 271.8 平方公里，氣候屬亞熱帶氣候，氣候平均低溫為 20.3 度，平均高溫為 26.6 度，降雨量約 2405 毫米，市花為杜鵑花、市鳥為臺灣藍鵲、市樹為榕樹。行政區現劃分為 12 區，設籍人口數約為 265 萬，人口數最多集中於大安、松山及大同區等行政區。臺北市居民具多數的外來人口，包括原住民、閩南人、客家人、外省人、新移民與外籍人口，由於經濟、建設及貿易蓬勃發展，加上交通運輸網完善，資訊、商貿及人才等多元發展且易與國際接軌。(資料來源：臺北市政府全球資訊網¹)

本節蒐集近 5 年臺北市觀光資訊及部落客網站挑選出代表性伴手禮為以下三個：

- ◇ A1 江記華隆肉紙：口感紮實，採用豬的腰內肉，經過獨家秘方醃製後，其風味特別獨特。
- ◇ A2 佳德糕餅：對產品標榜絕不添加防腐劑、採現烤、新鮮食材來吸引顧客，口感十分美味，讓您迫不及待就想咬上一口。
- ◇ A3 快車肉乾：採用豬後腿肉，以古法曝曬的方法煉製，使豬肉紙的口感獨特，成就新一代超薄香脆豬肉紙。

¹ 資料來源：<https://www.gov.taipei>，摘錄日期 110 年 1 月 2 日

		
A1 江記華隆肉紙 ²	A2 佳德糕餅 ³	A3 快車肉乾 ⁴

3.1.2 新北市

新北市，地理位置處台灣西北部，中心位置為石碇區之石碇，行政區劃分為 29 區，面積為 2,052 平方公里，人口超過 400 人萬，人口密度 1,963.68 人/平方公里，市花為茶花、市鳥為鷺鷥、市樹為臺灣山櫻，氣候平均低溫為 19.4 度，平均高溫為 26.6 度，平均降雨量約為 2,180.2 毫米，人口主要集中於板橋、新莊、中和及三重等行政區，是全臺人口最多的市。境內環繞著台北市及商港城基隆市，形成大台北都會區共同生活圈，並與桃園市、宜蘭縣接壤。⁵

本節蒐集近 5 年新北市觀光旅遊局網站及網路部落客選擇代表性伴手禮為以下三個：

- ◇ B1 三峽金牛角：有著超濃郁奶香，香酥外殼，扎實口感，獨特口味，堅持使用品質最高級、最新鮮的材料製作且口味多樣，堅持低油、低糖，讓所有人安心享用，曾獲得新北市十大伴手禮殊榮。
- ◇ B2 小潘鳳梨酥：有著淡淡奶油香，酥鬆餅皮包裹著鹹香蛋黃及甜而不膩的鳳梨餡，吃過的人都令人讚不絕口。
- ◇ B3 龍鳳堂蛋黃酥：一甲子的烘焙技術烘烤出的金黃色外觀，上頭點綴著幾顆芝麻切開後層層的酥皮搭配著簡單卻又時尚的內餡裡頭包覆著師傅特選的一

² 圖片來源：<http://0225528327.tw.tranews.com>，摘錄日期 109 年 10 月 28 日

³ 圖片來源：<https://www.chiate88.com>，摘錄日期 109 年 10 月 28 日

⁴ 圖片來源：<https://www.kuaiche.com.tw/SalePage/Index/2537218>，摘錄日期 109 年 10 月 28 日

⁵ 資料來源：新北市政府資訊網及維基百科

類熟成 30 天的鹹鴨蛋，特殊好吃口感，也多次獲得新北市蛋黃酥及伴手禮競賽獎勵殊榮。

		
B1 三峽金牛角 ⁶	B2 小潘鳳梨酥 ⁷	B3 龍鳳堂蛋黃酥 ⁸

3.1.3 桃園市

桃園市，桃園市位於台灣西北部，緊靠台北都會區，行政區劃分為 13 個區，面積為 1,221 平方公里，人口超過 226 人萬，人口密度 1,854.48 人／平方公里，主要人口主要集中於桃園及中壢等行政區，為台灣北部第三個直轄市，市花為桃花、市鳥為臺灣藍鵲、市樹為桃樹，氣候年雨量在 1,500 至 2,000 毫米（山區 2,000 至 4,000 公毫米），以夏季較多，冬季較少，但降雨日數反以冬季為多。全年平均溫度約為攝氏 22.6 度；桃園人口族群組成包含原住民、閩南人、客家人、外省人、新移民與外籍人口等多族群融合之貌，又由於桃園為台灣工業重鎮，也是引入來自東南亞外籍勞工人數最多的直轄市。桃園市內有桃園國際機場、桃園航空城、高鐵站等多項重大建設，具交通樞紐、工業發展中心，經濟發展潛力無窮。⁹

本節蒐集近 5 年桃園觀光導覽網及部落客網站篩選出代表性伴手禮為以下三個：

⁶ 圖片來源：<https://jsx.tw/shop/index.php?route=product/category&path=59>，摘錄日期 109 年 12 月 20 日

⁷ 圖片來源：<https://icarry.me/product-item/4204>，摘錄日期 109 年 12 月 20 日

⁸ 圖片來源：<https://www.lft-cake.com.tw/store/product/32>，摘錄日期 110 年 1 月 3 日

⁹ 資料來源：桃園市政府網站及維基百科

- ◇ C1 大溪豆干：以精心挑選優質黃豆及秘方燉滷的老道醬汁熬煮，滷汁襯托醇厚濃烈的豆香味，由於桃園大溪豆干遠近馳名，桃園市政府每年舉辦大溪豆干節特色慶典活動，特別行銷大溪豆干。
- ◇ C2 許燕斌手作烘焙：以自然健康出發，以在地食材為基底，以蔬果表現樸實原味呈現屬於台灣在地農特的手作烘焙麵包，採法國、日本頂級麵粉自製麵糰，以台灣在地小農食材為原料，無添加防腐劑及香精。
- ◇ C3 水蜜桃：高海拔水蜜桃因其果肉柔嫩、入口即化、甜蜜多汁的口感享有盛名。而拉拉山水蜜桃正具有高海拔水蜜桃的特色，隨不同海拔栽種不同品種，產期為 6 至 8 月，不同品種的水蜜桃各具風味，桃園市政府亦每年辦理行銷拉拉山記者會鼓勵民眾購買，並行銷鄰近觀光景點。



3.1.4 新竹縣

新竹縣，北連桃園縣，南銜接苗栗縣，西為台灣海峽，東鄰雪山山脈，大霸尖山。新竹縣三面環山，劃分 13 個鄉鎮，人口數約 57 萬人，人口密度 400 人／平方公里，人口集中在竹北市。縣花為茶花、縣鳥為五色鳥、縣樹為竹柏；氣候屬副熱帶季風氣候，全年平均溫度為攝氏 22.6 度，最冷月為 12 月和 1 月、最熱月則是 8 月，年平均雨量為 1,949.1 毫米；新竹縣族群以客家人佔多數，竹北、新豐沿海的泉州裔

¹⁰圖片來源：<http://www.da-shi.com.tw/>，摘錄日期 110 年 1 月 2 日

¹¹圖片來源：<http://www.memory1971.com.tw/product/detail/63/>，摘錄日期 110 年 1 月 2 日

¹²圖片來源：<https://www.tycg.gov.tw/市政新聞/2020拉拉山水蜜桃正式上市>，摘錄日期 110 年 1 月 2 日

閩南人次之，原住民族泰雅族、賽夏族主要居住地尖石及五峰鄉。在經濟產業方面，新竹科學工業園區部分範圍在轄內，因鄰近新興高科技產業，使得新竹縣成為北台灣的高科技產業重鎮，而人口也在近幾年急速增加。(資料來源:新竹縣政府資訊網)

本節蒐集近 5 年台灣省商會台灣伴手禮及部落客網站篩選出代表性伴手禮為以下三個：

- ◇ D1 東方美人茶：東方美人又名白毫烏龍茶、蜒仔茶、膨風茶，發酵度為 60%~85%不苦不澀，茶葉呈現白、綠、黃、紅、褐五色相間，茶湯呈紅橘金黃琥珀色，堪稱台灣烏龍之極品，帶有天然蜂蜜香與熟果味，入口濃厚甘醇，回味深長，新竹縣政府亦每年舉辦東方美人茶評鑑大賽推廣產業。
- ◇ D2 進益損丸：口感紮實不油膩，吃得到新鮮豬後腿肉的彈性，曾獲得台灣省商業會「台灣百大伴手禮獎」。
- ◇ D3 阿娟姐客家鹹菜：口感脆嫩，開胃提神，去油膩，能增進食慾、幫助消化，曾獲得台灣省商業會「台灣百大伴手禮獎」。

		
D1 東方美人茶 ¹³	D2 進益貢丸 ¹⁴	D3 阿娟姐客家鹹菜 ¹⁵

¹³圖片來源：<http://www.taiwanbest100.com.tw/products/101-03-2>，摘錄日期 110 年 1 月 2 日

¹⁴圖片來源：

<http://w.tw.mawebcenters.com/Jinchi2015/ecommerce/%E9%80%B2%E7%9B%8A%E6%91%83%E4%B8%B8-1.html>，摘錄日期 110 年 1 月 2 日

¹⁵圖片來源：<http://www.taiwanbest100.com.tw/products/105-02-08>，摘錄日期 110 年 1 月 2 日

3.1.5 新竹市

新竹市，西面台灣海峽，南鄰苗栗縣，北邊、東北邊與新竹縣相連，土地面積為約為 104 平方公里，劃分 3 個行政區，人口數約 45 萬人，人口密度 4334 人／平方公里，市花為杜鵑花，市樹為黑松，市鳥為喜鵲。新竹氣候因為冬季季風強盛，為全台之冠，所以有「風城」之稱，因新竹的沖積平原由東南向西北呈「喇叭狀」開敞，無論東北季風或西南季風一進入本市，風勢即受約束而增強，年平均雨量為 1,718 毫米。新竹市還是以閩南人為多數，而客家人居次，客家人集中東區及香山區。於新竹的高科技產業聞名國際，該區設有工業技術研究院、新竹科學園區、國家太空中心、國家同步輻射研究中心、財團法人食品工業發展研究所、國家衛生研究院等科技研發園區，是目前國家重點高科技發展中心。¹⁶

本節蒐集近 5 年台灣省商會台灣伴手禮及部落客網站篩選出代表性伴手禮為以下三個：

- ◇ E1 新福源花生醬：將花生去膜經過人工挑選，拌勻後倒進磨漿機磨出來就是香濃的新福源花生醬，花生香氣濃郁及油而不膩的新鮮口感令人印象深刻。曾獲得台灣省商業會「台灣百大伴手禮獎」。
- ◇ E2 三川行新竹米粉：嚴選在來米品質，手工純米精製，無添加防腐劑及任何化學成分。
- ◇ E3 西大發城隍包：包子的外皮則是用以老麵製作，內餡嚴選台灣溫體豬五花肉與梅花肉，再佐以醬油冰糖與獨家配方滷汁細火慢悶熬煮而成，略有嚼勁的外皮麵香甜味，緊隨著肉餡湯汁的鮮甜，口感絕佳！

¹⁶ 資料來源：新竹市政府網站及維基百科

		
E1 新福源花生醬 ¹⁷	E2 三川行新竹米粉 ¹⁸	E3 西大發城隍包 ¹⁹

3.1.6 基隆市

基隆市，位於台灣本島最北端，北臨東海，基隆嶼及和平島屏障於外，七個行政區域，另有七個附屬島嶼，全市總面積為 132.76 平方公里，人數約為 37 萬人原住民計有 9,268 人，約佔全市人口數 2.49%，新住民人數更已達 10,110 人，人數佔基隆市人口比例 2.72% 全台居冠，人口密度為 2,769.9 人／平方公里，市花為紫薇，市樹為楓香，市鳥為老鷹。基隆港是北台灣最大的天然良港，其港區範圍深入市區之自然地形，為港灣城市極其少見之特例。也因此，基隆港不僅牽動著產業發展，亦影響著都市景觀。在地形方面，除了基隆港區為風口地形外，其餘地區則為環山所圍繞。²⁰

本節蒐集近 5 年台灣省商會台灣伴手禮及部落客網站篩選出代表性伴手禮為以下三個：

- ◇ O1 泉利米香：基隆泉利米香嚴選原料，結合台灣在地食材，健康入味，包括和平島海藻、八斗子丁香魚等二十多種口味，更研發出冰凍米香，以孫子最愛吃的米香為主角，開創另一番新的點心事業，曾獲得台灣省商業會「台灣百大伴手禮獎」。

¹⁷圖片來源：<http://www.taiwanbest100.com.tw/products/103-16-3>，摘錄日期 110 年 1 月 2 日

¹⁸圖片來源：<http://www.mifan.com.tw/pro.asp>，摘錄日期 110 年 1 月 2 日

¹⁹圖片來源：https://www.shidafa.com.tw/order_detail/20，摘錄日期 110 年 1 月 2 日

²⁰資料來源：基隆市政府全球資訊網及維基百科

- ◇ O2 連珍糕餅：採用高級糯米，以純手工捏搓打轉抓等手法使糕粉和配料能緊密融合，做出口及化的糕餅。
- ◇ O3 新新牛軋糖：產品均使用天然的 L-阿拉伯糖，具有抑制蔗糖代謝與吸收、抑制脂肪堆積、促進腸道健康...等功效，以現炒的台灣花生，最高級的紐西蘭進口乳製品為原料，現做現賣，控制糖果跟生產時間不超過 24 小時。

		
O1 泉利米香 ²¹	O2 連珍糕餅 ²²	O3 新新牛軋糖 ²³

3.1.7 宜蘭縣

宜蘭縣，地處台灣東北部，縣境東西最寬 63 公里，南北最長 74 公里，略呈三角形。北、西、南三面為雪山山脈和中央山脈，只有東面向太平洋，兩山之間，蘭陽溪穿流而出，沖積成蘭陽平原，縣治設於宜蘭市，轄 1 市、2 鎮、9 鄉，面積約 2,143 平方公里，總人口數約為 453,246 人，人口密度為 211.44 人/平方公里。氣候年雨量超過 2,700 毫米(mm)以上，縣樹台灣欖樹，縣花為蕙蘭，縣鳥為彩鶺。自雪山隧道通車後，拉近與台北都會區距離，使觀光產業蓬勃發展，宜蘭的公共建設工程都有不錯的藝術表現，如冬山河親水公園、羅東運動公園等「重大建設」，行經幾座新建橋樑，可發現造型變得多彩而富變化，即使到了山巔海湄，也可看到學校建築融合在當地的景致風物中²⁴。

²¹圖片來源：<http://www.taiwanbest100.com.tw/products/100-16-2>，摘錄日期 110 年 1 月 2 日

²²圖片來源：<https://www.lenjen.tw/>，摘錄日期 110 年 1 月 6 日

²³圖片來源：<https://www.xinxincandy.com.tw/index.html>，摘錄日期 110 年 1 月 2 日

²⁴資料來源：宜蘭縣政府全球資訊網及維基百科

本節蒐集近 5 年台灣省商會台灣伴手禮及部落客網站篩選出代表性伴手禮為以下三個：

- ◇ T1 蜜餞：宜蘭蜜餞具有提升食慾，強身健體，滋陰補虛等功效，適量蜜餞有助於促進消化，蜜餞具有果酸、礦物質和維生素 C，營養價值較高，但不可過量，吃太多恐傷脾胃，反倒對身體不好。
- ◇ T2 諾貝爾奶凍捲：嚴選最頂級的食材，研究最創新、最新鮮、最營養、最衛生的美味糕點，奶凍系列、奶糖酥、燒起士等多項產品皆曾獲選為「台灣百大伴手禮」。
- ◇ T3 牛舌餅：宜蘭牛舌餅廣被喜愛，其口感酥脆，嘴裡會散發楓糖特殊的甜香，香氣會漸漸擴散，甜度適中，是去宜蘭必買伴手禮之一。

		
T1 蜜餞 ²⁵	T2 諾貝爾奶凍捲 ²⁶	T3 牛舌餅 ²⁷

3.2 中部地區

3.2.1 苗栗縣

苗栗縣，位於臺灣的中北部，北邊和東北邊與新竹縣為鄰，南邊和東南邊隔著大安溪、雪山山脈與臺中市接壤，西濱臺灣海峽，全縣面積約為 1820 平方公里，苗栗縣 18 個鄉鎮市，除廣義海線 4 個鎮，與一個山地鄉泰安鄉外，其餘 13 個鄉鎮市，都是客家人為主，苗栗縣也跟新竹縣一樣，是臺灣的「客家大縣」，

²⁵圖片來源：http://www.laojansow.com.tw/page/2cover_p1_show.php?seq=15，摘錄日期 110 年 1 月 2 日

²⁶圖片來源：<http://www.taiwanbest100.com.tw/products/109-01-3>，摘錄日期 110 年 1 月 6 日

²⁷圖片來源：<https://www.pon.com.tw/main.php?sub=product&moj=index&cmd=classList&sn=12>，摘錄日期 110 年 1 月 2 日

人口數約為 542,985 人，人口 298.29 人／平方公里；氣候其氣候屬亞熱帶季風型氣候，年平均氣溫在 20~22°C 之間，年雨量約 1,600 公釐，縣花為桂花，縣樹為樟樹，縣鳥為喜鵲。苗栗縣經濟活動以往以農牧業為主，苗栗大湖鄉草莓文化季及客家桐花季是大家耳熟能詳的農特產及文化特展為主軸的觀光節慶活動，近年來工商業發展迅速，產業結構已有大幅改變。²⁸

本節蒐集近 5 年台灣省商會台灣伴手禮及部落客網站篩選出代表性伴手禮為以下三個：

- ◇ F1 王記魚丸：新鮮現做手工鯊魚丸使用品質最好的鯊魚，每日現打現做，未添加過任何對於人體有害的原料，使用極速冷凍將好的品質，清爽無腥味。
- ◇ F2 草莓：苗栗大湖草莓是遠近馳名觀光活動，全國草莓種植面積約 600 公頃，大湖就獨占 450 公頃，是國內最大產地，草莓點點紅在綠葉叢中點綴，嘗起來酸甜滋味，結合觀光農場，除了體驗摘草莓樂趣，也品嚐草莓好滋味。
- ◇ F3 柿子餅：以苗栗公館柿之鄉柿餅為特色，結合奶油乳酪與核桃，香醇濃郁，口感溫潤，激發出全新味蕾感受，圖片中之柿餅核桃乳酪曾獲得台灣省商業會「台灣百大伴手禮獎」。

		
F1 王記魚丸 ²⁹	F2 草莓 ³⁰	F3 柿子餅 ³¹

²⁸資料來源：苗栗縣政府全球資訊網及維基百科。

²⁹圖片來源：<http://www.kf2100.com.tw/introduce.html>，摘錄日期 110 年 1 月 2 日。

³⁰圖片來源：https://www.miaoli.gov.tw/News_Content2.aspx?n=285&sms=9462&s=371098，摘錄日期 110 年 1 月 6 日。

³¹圖片來源：<http://www.taiwanbest100.com.tw/products/108-03-04>，摘錄日期 110 年 1 月 2 日。

3.2.2 台中市

台中市，位於臺灣西半部的樞紐位置，境北與苗栗縣與新竹縣接壤、南臨彰化縣、南投縣、東方與宜蘭縣、花蓮縣相鄰，縣市合併後，共分成 29 個行政區，人口數 2,820,787 人，人口密度 1,274 人／平方公里，中部以臺中市為區域中心，形成了一個近 700 萬人口的都會地帶，市樹為臺灣五葉松，市花為山櫻花(薔薇科)，市鳥為白耳畫眉(畫眉科)；台中市氣候各轄區幾乎都屬於副熱帶季風氣候，平均降雨量 1,641 公厘，四季氣候宜人。台中市產業由初期傳統農業導向轉型為科技型、精緻型產業之後，至今農業仍依然保有相當高的競爭力，另伴隨者中部科學園區、工業園區及都市更新，成為台灣三大都市圈之一——臺中彰化都會區。³²

本節蒐集近 5 年台中市舉辦十大伴手禮、台灣省商會台灣伴手禮及部落客網站篩選出代表性伴手禮為以下六個（包括未合併前台中縣及台中市）：

- ◇ G1 太陽餅：台中的伴手禮第一聯想到就是太陽餅，太陽餅是台中廣被人所知伴手禮香酥外皮，包軟麥芽餡，入口即化、香味四溢，是老少咸宜的茗點。內有甜蜜奶香味，香氣鮮甜濃郁，讓人愛不釋口，越吃越順口，圖片中之「鮮奶太陽餅」曾獲得台灣省商業會「台灣百大伴手禮獎」。
- ◇ G2 檸檬蛋糕：檸檬蛋糕內加入柚子跟橘子絲以及新鮮檸檬汁，綿密鬆軟的蛋糕讓檸檬的清香變的更加鮮明，並咬得到柚子絲跟橘子絲的豐富口感，近年連續榮獲「台中十大伴手禮」殊榮。
- ◇ G3 奶油酥餅：外皮酥脆，由天然奶油、麥芽糖製成，添加牛奶，多了濃郁的奶香味，曾多次榮獲「台中十大伴手禮」殊榮
- ◇ H1 蜂蜜：深邃的晶透琥珀色澤是蜂蜜中品質極好者也最具代表台灣特色蜜種，圖片中蜂蜜曾榮獲「台中十大伴手禮」及台灣省商業會「台灣百大伴手禮獎」。
- ◇ H2 龍眼乾：龍眼除可直接食用外，亦可烘焙成龍眼乾，或再經去殼剝肉後成為桂圓肉，龍眼乾是以龍眼木慢火煙燻焙製，經過 4-5 天不分晝夜進行烘焙，緩慢除去水分，以濃縮保留龍眼精華，圖為台中市大里區農會推廣龍眼乾系列產品。

³² 資料來源：台中市政府全球資訊網及維基百科。

- ◇ H3 芋頭酥餅：選用最上等的檳榔心芋食材原料，以天然植物油製成，一片片層次分明的玫瑰花瓣芋頭色條紋，純手工製作，每日新鮮烘焙，曾榮獲「台中十大伴手禮」及台灣省商業會「台灣百大伴手禮獎」等殊榮。

		
G1 太陽餅 ³³	G2 檸檬蛋糕 ³⁴	G3 奶油酥餅 ³⁵
		
H1 蜂蜜 ³⁶	H2 龍眼乾 ³⁷	H3 芋頭酥餅 ³⁸

3.2.3 彰化縣

彰化縣，位於臺灣本島中西部，北以大肚溪為界，與臺中市相隔，東倚八卦山脈與南投縣為臨，南以濁水溪與雲林縣遙遙相望，西濱臺灣海峽，北邊屬於彰化平原，南邊則是濁水溪沖積平原，本縣常與臺中市及南投縣合稱中彰投地區，或與雲林縣、嘉義市、嘉義縣等三縣市合稱彰雲嘉地區。全縣轄有 2 市（彰化市、員林

³³ 圖片來源：<http://www.taiwanbest100.com.tw/products/103-17-5>，摘錄日期 110 年 1 月 10 日。

³⁴ 圖片來源：<https://www.chenyunpaochuan.com.tw/index.php>，摘錄日期 110 年 1 月 10 日。

³⁵ 圖片來源：<http://www.yjs.com.tw/productsInfo.php?u=S000204&t=T000001&t2=U1000023>，摘錄日期 110 年 1 月 10 日。

³⁶ 圖片來源：<http://www.taiwanbest100.com.tw/products/105-17-07>，摘錄日期 110 年 1 月 10 日。

³⁷ 圖片來源：<http://www.tfa.com.tw/product.php>，摘錄日期 110 年 1 月 6 日。

³⁸ 圖片來源：<http://www.taiwanbest100.com.tw/products/100-05-2>，摘錄日期 110 年 1 月 10 日。

市)、6 鎮、18 鄉，共有 26 個鄉鎮市，總面積為 1074 平方公里，人口約 126.7 萬人，人口密度約為 1,178.96 人／平方公里。縣花為菊花，縣樹為菩提樹，縣鳥為灰面鷲，氣候年降雨量 1,231 公厘；彰化縣工業發達，同時也是農業大縣，富有「臺灣米倉」之稱。³⁹

本節蒐集近 5 年部落客及相關網站篩選出代表性伴手禮為以下三個：

- ◇ I1 牛舌餅：原料使用糖、麵粉、麥芽、植物油製成，每日新鮮現做，外酥內香甜的好滋味，聞到淡淡餅香飄出，氣味相當迷人聞到淡淡餅香飄出。與宜蘭牛舌餅主要差異薄，宜蘭牛舌餅脆無內餡，口感像餅乾；彰化牛舌餅較厚、有內餡（通常包麥芽糖），口感外酥內軟。
- ◇ I2 大三元麻糬：以本土產農畜產品，主要原料如糯米、蔗糖、豬肉、豆沙、芋頭等等，對製造過程絕對禁止加添人工甘味、化學香料、防腐劑等等，堅持保持本土、傳統、古早味土產。
- ◇ I3 桂圓核桃蛋糕：以嚴選上等龍眼乾及核桃作為內餡，口感紮實綿密，內餡料多實在，不含防腐劑，口感綿密扎實，深受老饕喜愛。

		
<p>I1 牛舌餅⁴⁰</p>	<p>I2 大三元麻糬⁴¹</p>	<p>I3 桂圓核桃蛋糕⁴²</p>

³⁹資料來源：彰化縣政府全球資訊網及維基百科。

⁴⁰圖片來源：<https://www.facebook.com/love047763390/>，摘錄日期 110 年 1 月 2 日。

⁴¹圖片來源：<http://www.da-yuan.com.tw/index.php>，摘錄日期 110 年 1 月 6 日。

⁴²圖片來源：https://www.bzx.tw/products.php?func=p_detail&p_id=1&pc_parent=7，摘錄日期 110 年 1 月 2 日。

3.2.4 南投縣

南投縣，位於台灣正中央，像台灣的心臟，縣境絕大部分位於北回歸線以北（北回歸線通過其極南端），位於台灣島正中央，亦是唯一不靠海的縣份，轄有 1 市 4 鎮 8 鄉，總面積為 4,106.4 平方公里，總人口數約為 490,832 人，人口密度約為 119.53 人／平方公里，縣花為梅花，縣樹為樟樹。縣內氣候因眾多的高山擋下來自南太平洋與東太平洋的季風水氣，提供台灣豐富的雨水來源，使台灣較同緯度的地區擁有更多的年雨量。本縣境內族群繁多，就原住民族而言，至今原鄉地區主要有泰雅族、布農族、鄒族、賽德克族及居住在日月潭畔之邵族，相應原住民及高山特產包括青梅、香蕉、甘蔗、凍頂烏龍茶、紹興酒、竹藝品、南投陶、花卉等。

43

本節蒐集近 5 年台灣省商會台灣伴手禮及部落客網站篩選出代表性伴手禮為以下三個：

- ◇ J1 微熱山丘鳳梨酥：有別於一般形狀的方長的鳳梨酥，嚐起來外皮酥軟，內餡帶點微酸，有鳳梨的香氣及果肉纖維的口感，是南投非常知名伴手禮。
- ◇ J2 阿霞手工蛋捲：阿霞手工蛋捲是用新鮮雞蛋和植物奶油及高級麵粉調製，以手工一根一卷製作而成，所以口感扎實酥脆，多層次豐富的口感令人一口接著一口。
- ◇ J3 草屯手工麻糬：麻糬外皮 Q 軟，口感很好內餡也很香，有多種口味，曾榮獲南投美食十大伴手禮殊榮。

⁴³資料來源：南投縣政府全球資訊網及維基百科。



		
J1 微熱山丘鳳梨酥 ⁴⁴	J2 阿霞手工蛋捲 ⁴⁵	J3 草屯手工麻糬 ⁴⁶

3.2.5 雲林縣

雲林縣，位在台灣西方的中南部，在嘉南平原最北端。東邊是南投縣，西臨台灣海峽，南邊隔著北港溪與嘉義縣為鄰，北邊沿著濁水溪和彰化縣接壤，其中十分之九為平原，十分之一為山地，全縣面積總計 1290.8 平方公里，縣內轄有 1 市 5 鎮 14 鄉，人口約 676,873 人，人口密度 524.37 人／平方公里，縣花為蝴蝶蘭，縣樹為樟樹，縣鳥台灣藍鵲。氣候屬亞熱帶型氣候，年均溫攝氏 22.6 度，年均雨量 1028.9 毫米。雲林縣位於台灣中南部的嘉南平原以農漁業、糖業為主要產業，乃全國農業產值最高縣市，縣內有全國最大的石化工業區。⁴⁷

本節蒐集近 5 年台灣省商會台灣伴手禮、雲林縣政府十大伴手禮及部落客網站篩選出代表性伴手禮為以下三個：

- ◇ K1 天然地瓜脆餅：採用非油炸，利用真空低溫去除地瓜中的水分做出來的健康零嘴，保留了地瓜原本的營養，吃得安心又健康。
- ◇ K2 憨吉濃濃乳酪：地瓜與乳酪的組合，有著密實口感，吃起來綿密，並散發出龍眼蜂蜜清甜的餘韻，曾獲得比利時風味評鑑大賞比利時風味評鑑大賞一星評鑑，成為第一顆躍上國際的台灣地瓜。

⁴⁴圖片來源：<https://www.sunnyhills.com.tw/index/zh-tw/>，摘錄日期 110 年 1 月 14 日。

⁴⁵圖片來源：<https://zh-tw.facebook.com/pages/%E9%98%BF%E9%9C%9E%E6%89%8B%E5%B7%A5%E8%9B%8B%E6%8D%B2/139045176163538>，摘錄日期 110 年 1 月 14 日。

⁴⁶圖片來源：<https://www.xn--phtz3i6te2s4ax8g038a4oh.tw/index.html>，摘錄日期 110 年 1 月 14 日。

⁴⁷資料來源：雲林縣政府全球資訊網及維基百科

◇ K3 虎丸御皇吉：「芋」頭的香、鴨蛋「黃」的鹹、憨「吉」的甜，淺嚐一口，感受三種滋味層次分明、各有千秋的恣意綻放，曾獲得台灣省商業會「台灣百大伴手禮獎」肯定。

		
K1 天然地瓜脆餅 ⁴⁸	K2 憨吉濃濃乳酪 ⁴⁹	K3 虎丸御皇吉 ⁵⁰

3.3 南部地區

3.3.1 嘉義縣

嘉義縣，東倚玉山，西瀕臺灣海峽，南臨臺南市，北接雲林縣。全縣面積：1903.6367 平方公里，全縣人口約 53 萬 5 千餘人，人口密度為 262.38 人／平方公里，行政區劃分為二市、二鎮、十四鄉，總面積為 1,903.6367 平方公里，縣樹為臺灣欒樹，縣花為玉蘭花，縣鳥為藍腹鷓鴣。氣候在北迴歸線通過的陸地中，多半祇形成沙漠或半沙漠，但唯有臺灣，因為季風與氣流帶來的充足雨水，而使森林能蓬勃生長，平均的年降雨量約為 1,762 公釐。嘉義縣為臺灣高度重要的農業縣，近年嘉義縣政府經濟發展處規劃以吸引投資設廠，擴大招商將爭取臺商、外商到嘉義設廠，以發展精密機械、高科技產業、生物科技產業等。⁵¹

⁴⁸圖片來源：

<https://www.facebook.com/huwei.HJTang/photos/pcb.2306304096362101/2306303859695458/?type=3&theater>，摘錄日期 110 年 1 月 14 日。

⁴⁹圖片來源：

<https://www.facebook.com/huwei.HJTang/photos/a.1628824377443413/2769558886703284/?type=3&theater>，摘錄日期 110 年 1 月 14 日。

⁵⁰圖片來源：<http://www.taiwanbest100.com.tw/products/109-06-3>，摘錄日期 110 年 1 月 14 日。

⁵¹資料來源：嘉義縣政府全球資訊網及維基百科。

本節蒐集近 5 年台灣省商會台灣伴手禮及部落客網站篩選出代表性伴手禮為以下三個：

- ◇ L1 小夫妻拌麵：以陽光日曬麵條，讓口感 Q 彈有勁，百分百新鮮厚工熬煮醬料，讓醬香入味四溢，外銷到世界各國的人氣拌麵，為嘉義市特色伴手禮。
- ◇ L2 阿里山萬客香：各類咖啡豆、餅乾、果乾等零食，餅乾口感不是屬於脆口的那種，反而有點像是美式軟餅乾那樣鬆脆中又帶著鬆軟的感覺。
- ◇ L3 老楊方塊酥：其酥脆特殊的好口感，多層次餅皮的香氣，樸實甜美的風味，曾榮獲嘉義縣政府十大伴手禮獎。

		
L1 小夫妻拌麵 ⁵²	L2 阿里山萬客香 ⁵³	L3 老楊方塊酥 ⁵⁴

3.3.2 嘉義市

嘉義市，位於臺灣西南部嘉南平原北端，全市在北回歸線以北（但極靠近北回歸線），除東邊一部份屬竹崎丘陵地帶外，其餘均為肥沃之平原，地勢由東向西緩降，地形平坦廣闊，行政區劃分為東區、西區等兩個區，人口總數約為 266,005 人，人口密度約為 4,431.53 人／平方公里，市花為艷紫荊。氣候介於熱帶和副熱帶的分界上，平均降雨量為 1774.3 公厘。嘉義市是具有歷史淵源的城市、人文薈萃，擁有「畫都」的美譽，臺灣最珍貴的「交趾陶」工藝也發源於此，是充滿熱情與藝術的文化藝術之都。獨具特色的古蹟，道地的傳統小吃，富人文色彩的遊憩景點，交織

⁵²圖片來源：<https://travel.chiayi.gov.tw/delicacy-content?id=231>，摘錄日期 110 年 1 月 14 日。

⁵³圖片來源：<https://www.wkh888.com.tw/index.aspx>，摘錄日期 110 年 1 月 14 日。

⁵⁴圖片來源：<https://www.tkfood.com.tw/>，摘錄日期 110 年 1 月 14 日。

成為既知性又感性的情愫與風采。⁵⁵

本節蒐集近 5 年台灣省商會台灣伴手禮及部落客網站篩選出代表性伴手禮為以下三個：

- ◇ M1 福義軒：特選無抗生素殘留的新鮮雞蛋與天然奶油，純手工製作，將雞蛋的滋味與淡雅奶香交互融合，創造多層紮實、奶香與蛋香滿滿的幸福口感，頗具盛名排隊及團購伴手禮。
- ◇ M2 方塊土司：以老麵自然發酵，採低油、低糖的方法製作，多種口味內餡，讓人可以多嘗其他口味。
- ◇ M3 杏仁豬肉薄片：以溫體肉手工現做比紙還薄的蛋捲型肉乾，濃濃的肉乾香味，又香又脆，不油不膩，創新獨特的口感，曾獲得台灣省商業會「台灣百大伴手禮獎」肯定。



3.3.3 台南市

台南市，依山傍海，居臺灣西南部，地勢東部高聳，西部平坦，位於臺灣最大平原嘉南平原之中心，東臨中央山脈的前山地帶，西臨臺灣海峽，北接嘉義縣、市，南與高雄市為界，全市面積 2191.6531 平方公里，全市分六個行政區，人口 188 萬

⁵⁵參考資料：嘉義市政府全球資訊網及維基百科。

⁵⁶圖片來源：<https://www.fuyishan.com.tw/news/bulletin>，摘錄日期 110 年 1 月 16 日。




⁵⁷圖片來源：<https://www.cubetoast.com.tw/products/for60freight100off>，摘錄日期 110 年 1 月 14 日。

⁵⁸圖片來源：<http://www.taiwanbest100.com.tw/products/105-18-06>，摘錄日期 110 年 1 月 16 日。

餘人，人口密度約為 855.48 人／平方公里，市花為蝴蝶蘭，市樹為鳳凰木，市鳥為水雉。氣候全市位於北回歸線以南，屬亞熱帶，氣候溫和，農產豐富，主要以稻米、甘蔗、雜糧為主，地方特產極多，其中水田、旱田、魚塭、鹽田、蓮田、菱角田面積均佔全國之冠。臺南市的一級產業主要為漁業與農業，工業上有化學工業、食品產業、汽車零件工業、金屬工業、化纖業、紡織業、螺絲業、電子業與其他製造業等，而服務業為臺南市經濟結構之主力，以金融業、批發與零售業居多。⁵⁹

本節蒐集近 5 年台灣省商會台灣伴手禮及部落客網站篩選出代表性伴手禮為以下三個：

- ◇ N1 蜜餞：以鹽醃水果脫去水分之古法釀製，漬料以砂糖、蜂蜜、甘草粉、特配香料為主，吃起來酸甘甜。
- ◇ N2 周氏蝦捲：堅持傳統風味，嚴選上等新鮮火燒蝦，加上上等豬絞肉、魚漿、芹菜、蔥等材料充分攪拌混合，外皮則以豬腹膜包裹後，在裹上一層特製裹粉，下鍋油炸而成。
- ◇ N3 芒果乾：嚴選台南玉井愛文芒果，厚實且 Q 勁，遵循古法純手工製作，結合百年傳統技術和創新烘焙手法，不添加色素、香料、防腐劑，保持新鮮水果的獨特風味與香氣，曾獲得台灣省商業會「台灣百大伴手禮獎」及府城十大伴手禮商家肯定。

		
N1 蜜餞 ⁶⁰	N2 周氏蝦捲 ⁶¹	N3 芒果乾 ⁶²

⁵⁹資料來源：台南市政府全球資訊網及維基百科。

⁶⁰圖片來源：<https://www.chycutayshing.com.tw/about-us.html>，摘錄日期 110 年 1 月 16 日。

⁶¹圖片來源：<http://www.chous.com.tw/>，摘錄日期 110 年 1 月 16 日。

⁶²圖片來源：<http://www.taiwanbest100.com.tw/products/102-20-1>，摘錄日期 110 年 1 月 16 日。

3.3.4 高雄市

高雄市，東起桃源區與花蓮縣、台東縣相鄰，西至台灣海峽，南為林園區與屏東縣接壤，並納管南海上的東沙島及南沙太平島，北為桃源區玉山山頂，毗鄰嘉義與台南，面積約 2951.8524 平方公里，人口數約為 277 萬人，人口密度約為 937.02 人／平方公里，行政區劃分為 38 個區，市花為木棉花、朱槿，市樹為木棉樹，市鳥為綠繡眼。氣候屬熱帶季風氣候，降雨量全年 1884.9 毫米。高雄市發展重化工業的負面代價逐漸顯現，使產業開始朝向低耗能、低污染、高附加價值的新興策略性工業邁進，以資訊技術革新為導向的產業轉型。⁶³

本節蒐集近 5 年高雄市區域農會及部落客網站篩選出代表性伴手禮為以下三個：

- ◇ P1 芭樂：珍珠芭樂，富含維他命 C、熱量低、纖維高，果肉白至黃色肉質細緻，還有特殊的甘甜與芳香，果肉香甜脆度高，高雄地區大社及燕巢等農會行銷農產品。
- ◇ P2 棗子：果實完整豐滿、口感脆甜、色澤青翠大社與燕巢兩地，農民栽種的蜜棗又大又甜，口感可比擬蘋果，高雄地區大社及燕巢等農會行銷農產品。
- ◇ P3 甲百二鳳梨酥：100%高雄大樹台農 17 號金鑽鳳梨，宛如璀璨的黃金塊，天然微酸，如徜徉在南國陽光般地和煦酥軟。從產地與農民簽約契作、自製純鳳梨餡、使用歐洲頂級奶油研發完美餅皮比例，曾獲得高雄十大伴手禮肯定。

⁶³資料來源：高雄市政府全球資訊網及維基百科。

		
<p>P1 芭樂⁶⁴</p>	<p>P2 棗子⁶⁵</p>	<p>P3 甲百二鳳梨酥⁶⁶</p>

3.3.5 屏東縣

屏東縣位於臺灣西南部最南端，也是臺灣西部南北最狹長的縣份，北與高雄市為界，東過北大武山與臺東縣為界，全縣轄有 1 市、3 鎮、29 鄉，總面積 2,775.6003 平方公里，人口總數約為 812,658 人，人口密度約為 292.79 人／平方公里，縣花為九重葛，縣樹為椰子樹，縣鳥為紅尾伯勞。全境皆在北回歸線以南，全年溫差不大，年平均氣溫約為攝氏 25.5 度，素有「熱帶之都」稱呼。屏東縣境內以漢族為多，其中以閩南人為主，客家人比例達 23%，而外省人的比例占 8.4%，原住民族在本縣則占有 7.4%，主要是排灣族和魯凱族，分別約占 6.03%和 0.75%，為臺灣原住民比例第三高的縣，僅次於臺東縣及花蓮縣。產業結構上偏重農、漁業，但近年來大力推動觀光產業，牛蒡、紅豆、皮蛋、鹹鴨蛋、紅仁鴨蛋、鳳梨、芒果、蜜棗、蓮霧（黑珍珠）及石斑魚、櫻花蝦、黑鮪魚、可可、洋蔥已成為屏東縣最具代表性的特產。⁶⁷

本節蒐集近 5 年屏東縣舉辦伴手禮競賽及部落客網站篩選出代表性伴手禮為以下三個：

- ◇ Q1 萬巒豬腳：豬腳肉口感吃起來帶有纖維感，但肉質不柴，還會伴隨著油脂以及膠質黏黏滑滑的口感，下圖萬巒豬腳曾榮獲屏東縣十大伴手禮肯定。




⁶⁴圖片來源：<https://dsrtg.kcg.gov.tw/cp.aspx?n=D89CA93749EE0127>，摘錄日期 110 年 1 月 16 日。

⁶⁵圖片來源：<http://www.chous.com.tw/>，摘錄日期 110 年 1 月 16 日。

⁶⁶圖片來源：<http://www.taiwanbest100.com.tw/products/102-20-1>，摘錄日期 110 年 1 月 16 日。

⁶⁷資料來源：屏東縣政府全球資訊網及維基百科。

- ◇ Q2 東港三寶：東港以漁業著稱，特產小吃及其配料多離不開海產。近年來打響名號的「東港三寶」是產量有限價格不俗的黑鮪魚、櫻花蝦和油魚子。
- ◇ Q3 巧克力：採用屏東在新鮮在地的可可豆，以「台灣一號屏東黑巧克力 62%」，奪下 ICA 世界巧克力大賽總決賽-3 項金牌。

		
Q1 萬巒豬腳 ⁶⁸	Q2 東港三寶 ⁶⁹	Q3 巧克力 ⁷⁰

3.4 東部與外島地區

3.4.1 花蓮縣

花蓮縣，位於臺灣本島東部，西臨的中央山脈，海岸山脈縱貫於境內東側，東臨太平洋（菲律賓海），北與宜蘭縣、西北與台中市、西與南投縣、西南與高雄市、南與台東縣相鄰，總面積為 4,628 平方公里，是臺灣面積最大的縣級行政區，行政區共劃分為 1 市、2 鎮及 7 鄉與 3 個山地原住民鄉，總面積為 4,628.5714 平方公里人口數約為 324,372 人，人口密度約為 70.08 人／平方公里，縣花為蓮花 縣樹為菩提樹縣鳥為朱鷗。氣候境內有北迴歸線通過，年降雨量為 1843 公厘。花蓮縣是台灣原住民最多的區域，境內原住民以台灣原住民第一大族阿美族分布最廣。縣內人口主要聚集於花東縱谷北側的沿海地帶，其以自然觀光資源著名，觀光產業相當豐富，境內有太魯閣國家公園、玉山國家公園。⁷¹

⁶⁸圖片來源：https://www.wl-bear.com.tw/shopping.html?gclid=CjwKCAiAgJWABhArEiwAmNVTB7wVpsDauYT6dyV7iwYY3znzVUZx9Ieh03XjVsmNSYiNuZ8ewpZ6xhoCNIMQAvD_BwE，摘錄日期 110 年 1 月 19 日。

⁶⁹圖片來源：<https://www.pthg.gov.tw/TownDto/cp.aspx?n=AE4924DD4FA9AC70>，摘錄日期 110 年 1 月 19 日。

⁷⁰圖片來源：<https://www.fuwanshop.com/>，摘錄日期 110 年 1 月 19 日。

⁷¹資料來源：花蓮縣政府全球資訊網及維基百科。

本節蒐集近 5 年台灣省商會台灣伴手禮及部落客網站篩選出代表性伴手禮為以下三個：

- ◇ S1 麻糬：以手工製法，著重傳統「搓、揉、拋、拍、摔」工法，打造出米麻糬的彈性及 Q 勁，曾獲得台灣省商業會「台灣百大伴手禮獎」肯定。
- ◇ S2 奶油酥條：每天新鮮手工製作供不應求，嚴選使用純鮮奶提煉的奶油，全蛋使用，屬蛋奶素食，吃起來酥鬆又有濃郁香氣。
- ◇ S3 漂流木餅：吃起來的口感跟奶油酥餅一樣 口感香酥脆而不油膩，越嚼越香。

		
S1 麻糬 ⁷²	S2 奶油酥條 ⁷³	S3 漂流木餅 ⁷⁴

3.4.2 台東縣

臺東縣縣境絕大部分位於北回歸線以南（北回歸線通過其極北端），東臨太平洋（菲律賓海），南面和西面與屏東縣、高雄市以中央山脈為界，北面與花蓮縣為鄰，全縣面積約 3515 平方公里，佔臺灣總面積近十分之一，為第三大縣。人口密度約 62 人/km²，人口約 21 萬人，為全國人口密度最低及台灣本島人口最少的縣市，1 縣轄市、2 鎮、8 鄉及 5 個山地鄉，縣花為蝴蝶蘭、縣樹為樟樹，縣鳥為烏頭翁。因開發較晚，所以有豐富的臺灣原住民文化能保留下來，縣內的阿美族、卑南族、魯凱族、布農族、排灣族以及達悟族等六族佔全縣人口比例三成以上，為全國原住民比例最高的縣市。氣候位處熱帶氣候區且面山近海。產業特性以農業為主，

⁷²圖文來源：<http://www.taiwanbest100.com.tw/products/101-14-2>，摘錄日期 110 年 1 月 19 日。

⁷³圖文來源：<https://www.hling.com.tw>，摘錄日期 110 年 1 月 19 日。

⁷⁴圖文來源：<https://www.fuwanshop.com/>，摘錄日期 110 年 1 月 19 日。

境內保有多處自然文化保留區，臺東縣各式特產包含裡的柴魚或農產釋迦，甚至是山上的茶葉、鳳梨、金針、洛神花等名聞全臺。⁷⁵

本節蒐集近 5 年台東縣政府「台東必買伴手禮 TOP 10」、池上農會及部落客網站篩選出代表性伴手禮為以下三個：

- ◇ R1 釋迦：番荔枝俗稱釋迦，原產熱帶美洲，果實甜度高，目前台東縣栽培面積約有 2,524 公頃，每年 7 月起至翌年 3 月都有鮮美的果實供應市場，是台東縣的最重要經濟果樹之一
- ◇ R2 地瓜酥：以甘薯變成精緻的風味美食，加入深層海水並搭配在地特色食材，製造出旗魚香蔥、柴魚芝麻、蔚藍海苔、甘梅等新口味地瓜酥。
- ◇ R3 米：台東縣池上鄉生產的池上米品質掛保證，香、Q、黏度適中且晶瑩剔透，絕佳的口感，並外銷國外，曾榮獲台東縣政府舉辦「台東必買伴手禮 TOP 10」肯定，池上鄉亦常舉辦稻米品質競賽。

		
R1 釋迦 ⁷⁶	R2 地瓜酥 ⁷⁷	R3 米 ⁷⁸

⁷⁵資料來源：台東縣政府全球資訊網及維基百科。

⁷⁶圖文來源：<http://www.taiwanbest100.com.tw/products/101-14-2>，摘錄日期 110 年 1 月 19 日。

⁷⁷圖文來源：<http://www.taiwanbest100.com.tw/products/103-12-4>，摘錄日期 110 年 1 月 19 日。

⁷⁸圖文來源：<https://www.csfa.com.tw/>，摘錄日期 110 年 1 月 19 日。

3.4.3 澎湖縣

澎湖縣，澎湖群島位於臺灣海峽上，是臺灣唯一的島縣，由 90 座島嶼組成，土地總面積為 127.9636 平方公里，全縣六鄉市，人口總數約為 105,952 人，人口密度約為 835.16 人／平方公里，縣花為天人菊，縣樹為榕樹，縣鳥為小雲雀。氣候澎湖因地勢平坦，缺乏高山，不能產生地形雨，平均年降雨量僅約 1000mm。又由於風速、日照等氣候因子的影響，年蒸發量可高達 1600 多公厘，強勁的季風是澎湖特殊的自然現象，澎湖位於季風標準區域內，當秋末初冬的東北季風通過管狀的臺灣海峽時，風力加速，使得澎湖冬季經常籠罩在凜冽的季風之下。全縣四面環海，居民主要是以漁業維生，礦產以文石為主，但近年來大力推動觀光產業。⁷⁹

本節蒐集近 5 年台灣省商會台灣伴手禮及部落客網站篩選出代表性伴手禮為以下三個：

- ◇ U1 黑糖糕：澎湖最著名糕點即黑糖糕，好吃又香 Q，圖文媽宮黑糖糕除了可讓觀光客買得到當日現做的黑糖糕，亦可觀看到黑糖糕的製作流程，讓顧客吃的安心，曾獲得台灣省商業會「台灣百大伴手禮獎」肯定。
- ◇ U2 鹹餅：鹹餅為澎湖群島傳統特色糕餅之一，傳承迄今已有一百多年歷史，以傳統手工製作，採用地方特有天然食材烘焙而成，香氣獨特，酥而不膩，並堅持不添加防腐劑，曾榮獲優良食品評鑑金牌獎及台灣省商業會「台灣百大伴手禮獎」肯定。
- ◇ U3 干貝醬：以新鮮干貝，搭配丁香小魚乾、辣椒、油蔥等精心調配製成，料鮮味美，再經高溫殺菌，真空包裝，讓您品嚐到澎湖最鮮甜的口感，曾獲得台灣省商業會「台灣百大伴手禮獎」肯定。

⁷⁹資料來源：澎湖縣政府全球資訊網及維基百科。

		
<p>U1 黑糖糕⁸⁰</p>	<p>U2 鹹餅⁸¹</p>	<p>U3 干貝醬⁸²</p>

3.4.4 金門縣

金門縣，總面積為 150 平方公里，島形中狹，東西端較寬，誠如金錠狀。金門包括大、小金門等 12 個島嶼，行政區劃分有 3 鎮、3 鄉，人口總數約為 140,597 人，人口密度約為 927.08 人／平方公，縣花為四季蘭，縣樹為木棉，縣鳥為戴勝，金門島主峰為太武山。金門屬亞熱帶海洋性氣候，全年降雨量多在四至九月，年降雨量約為 1050 公厘。金門以生產高粱酒而聞名，高粱酒占台灣市場份額的 75% 左右，是金門縣強大的經濟支柱。農業、漁業和畜牧業等傳統產業也得到了保護和改善。金門有一個良好的漁業環境，因為它的自然環境被無污染的海洋包圍。金門還生產其獨特的金門菜刀，其原材料取自兩岸 1958-1978 年發射的炮彈殘片。

本節蒐集近 5 年台灣省商會台灣伴手禮及部落客網站篩選出代表性伴手禮為以下三個：

- ◇ V1 貢糖：金門貢糖遠近馳名，以花生為主要原料，下圖為豬腳貢糖，外皮是高品质麥芽糖加上麵粉熬煮製成，外 Q 內酥的雙層口感。
- ◇ V2 高粱酒：高粱酒為金門最著名特產，金門高粱酒之香、純、甘、冽原味，由舌尖入喉，真實原味、清香恣意散發，豪情的純飲將能品酌出金門高粱酒的道地風味，多次榮獲國際烈酒大賽獎。
- ◇ V3 菜刀：西元 1958 年 823 砲戰所遺留碎彈片，是為早期製造鋼刀的來源，1958 年使用的是碎片，宣傳彈是 1996 年開始使用；製刀用的砲彈大多是宣傳

⁸⁰圖文來源：<http://www.taiwanbest100.com.tw/products/100-15-3>，摘錄日期 110 年 1 月 19 日。

⁸¹圖文來源：<http://www.taiwanbest100.com.tw/products/105-14-01>，摘錄日期 110 年 1 月 19 日。

⁸²圖文來源：<http://www.taiwanbest100.com.tw/products/102-15-4>，摘錄日期 110 年 1 月 19 日。

彈。宣傳彈僅填充少量火藥，火藥會將保宣品的鋼片從砲彈底部推出，因此彈殼保存完整，為鍛造鋼刀最佳質材。

		
<p>V1 貢糖⁸³</p>	<p>V2 高粱酒⁸⁴</p>	<p>V3 菜刀⁸⁵</p>

3.4.5 連江縣

連江縣(馬祖)，位於台灣海峽正北方，面臨閩江口、敖江口和羅源灣，與中國大陸只有一水之隔，為海運要衝。現主要由南竿島、北竿島、高登島、亮島、東莒島、西莒島、東引島、西引島及其附屬小島共計三十六個島嶼、礁嶼組成，行政區劃分為4鄉，總面積28.8平方公里，人口總數約為13,279人，人口密度約為461.08人/平方公里，縣花為紅花石蒜，縣樹為海桐，縣鳥為黑嘴端鳳頭燕鷗。氣候屬於副熱帶季風氣候，四季分明，夏季炎熱，冬季寒冷。降雨量全年1,082.4公釐。近年隨著馬祖地區開放觀光，以戰地文化風情及自然景觀吸引遊客。⁸⁶

本節蒐集近5年台灣省商會台灣伴手禮及部落客網站篩選出代表性伴手禮為以下三個：

- ✧ X1 高粱酒：馬祖高粱要經過「二蒸二釀」，即各兩次的蒸餾與發酵，再放進「八八坑道」儲存，綿柔、喝起來不辣、好入口是馬祖高粱酒象徵。

⁸³圖文來源：<http://www.taiwanbest100.com.tw/products/106-23-02>，摘錄日期110年1月19日。

⁸⁴圖文來源：<https://www.kkl.com.tw/tc/home.aspx>，摘錄日期110年1月19日。

⁸⁵圖文來源：<https://www.maestrowu.com.tw/>，摘錄日期110年1月19日。

⁸⁶資料來源：連江縣政府全球資訊網及維基百科。

- ◇ X2 地瓜餃：黃金地瓜餃主要也就是用地瓜熬成泥，然後加上太白粉，揉成麵糰，內餡有花生、芝麻、蔥、糖，雖然只是簡簡單的食材，但它是蘊含著，馬祖人早年的生活清苦。
- ◇ X3 繼光餅：外酥內軟的繼光餅，富有嚼勁，夾著蔥蛋跟豬肉一起食用，香味十足。

		
X1 高粱酒 ⁸⁷	X2 地瓜餃 ⁸⁸	X3 繼光餅 ⁸⁹

⁸⁷圖文來源：<http://www.taiwanbest100.com.tw/products/109-24-1>，摘錄日期 110 年 1 月 19 日。

⁸⁸圖文來源：<http://083655236.com.tw/>，摘錄日期 110 年 1 月 19 日。

⁸⁹圖文來源：

https://www.google.com/maps/uv?pb=!1s0x3441711bb332933d%3A0xc4a19839b5a4372d!3m1!7e115!4shhttps%3A%2F%2Fh5.googleusercontent.com%2Fp%2FAF1QipPdG9v-80OINXW5UYExNOR8a9ATziMWc18IUjeM%3Dw240-h160-k-no!5z6LaF576k57m85YWJ6aSFIC0gR29vZ2xllOaQnOWwiw!15sCgIgAQ&imagekey=!1e10!2sAF1QipNa7qIvgGJk0siMd8_ddY6eXJDYnPY8do9FXU5b&hl=zh-TW&sa=X&ved=2ahUKEwi684motKruAhWIwpQKHbSfBqAQoiowCnoECBUQAw，摘錄日期 110 年 1 月 19 日。

第四章 資料收集與分析

4.1 問卷設計與樣本描述

本研究根據研究架構所擬定之各變項、依照文獻回顧所定的選項來設計問卷，問卷是屬於「封閉式問卷」。以下將分別說明問卷設計內容：

一、基本資料調查

在受訪者基本基本資料方面包含了：性別、戶籍、血型、就讀院系、星座等五項問題。

1. 您的性別？男女
2. 請問您的戶籍地是？北部中部南部東部其他
3. 請問您的星座是？白羊座 金牛座 雙子座 巨蟹座 獅子座 處女座
天秤座 天蠍座 射手座 魔羯座 水瓶座 雙魚座
4. 您的血型？AB型A型 B型 O型 → 5.您目前就讀？大學部 研究所
6. 您的科系是？文學院 管理學院 理工科技學院 藝術學院 農學院 其他

二、伴手禮喜好調查：

在受訪者對於伴手禮購買的特性喜好及購買意向，及對於台灣各地伴手禮的喜好程度做評比，設計相關問題讓受訪者試驗，並經過卡方獨立性檢定，分析男女性別選擇上的關聯性。

1. 請問您最可能在那些國家買比較多的伴手禮(複選)日本 韓國 北美 南美 中國 西歐 北歐 東歐 南歐 紐澳 俄羅斯 東南亞
2. 您較可能買的伴手禮類型(複選)食品 裝飾品 衣服 鑰匙圈 杯子 其他
3. 您最可能買伴手禮的地點(複選)展館 機場 名產店 車站 風景區 其他
4. 請您對底下每個伴手禮給予評分，分數由1分~10分(1分表示最不喜歡，10分表示最喜歡)

縣市別		類別	分數	類別	分數	類別	分數
台北市	A	A1 江記華隆肉紙		A2 佳德糕餅		A3 快車肉乾	
新北市	B	B1 三峽金牛角		B2 小潘鳳梨酥		B3 龍鳳堂蛋黃酥	
桃園市	C	C1 大溪豆干		C2 許燕斌手作烘焙		C3 水蜜桃	
新竹縣	D	D1 東方美人茶		D2 進益貢丸		D3 阿娟姐客家鹹菜	
新竹市	E	E1 新福源花生醬		E2 三川行新竹米粉		E3 西大發城隍包	
苗栗縣	F	F1 王記魚丸		F2 草莓		F3 柿子餅	
台中市	G	G1 太陽餅		G2 檸檬蛋糕		G3 奶油酥餅	
台中市	H	H1 蜂蜜		H2 龍眼乾		H3 芋頭酥餅	
彰化縣	I	I1 牛舌餅		I2 大三元麻糬		I3 桂圓核桃蛋糕	
南投縣	J	J1 微熱山丘鳳梨酥		J2 阿霞手工蛋捲		J3 草屯手工麻糬	
雲林縣	K	K1 天然地瓜脆餅		K2 憨吉濃濃乳酪		K3 虎丸御皇吉	
嘉義縣	L	L1 小夫妻拌麵		L2 阿里山萬客香		L2 老楊方塊酥	

縣市別		類別	分數	類別	分數	類別	分數
嘉義市	M	M1 福義軒		M2 方塊土司		M3 杏仁豬肉薄片	
台南市	N	N1 蜜餞		N2 周氏蝦捲		N3 芒果乾	
基隆市	O	O1 泉利米香		O2 連珍糕餅		O3 新新牛軋堂	
高雄市	P	P1 芭樂		P2 棗子		P3 甲百二鳳梨酥	
屏東縣	Q	Q1 萬巒豬腳		Q2 東港三寶		Q3 巧克力	
台東縣	R	R1 釋迦		R2 地瓜酥		R3 米	
花蓮縣	S	S1 麻糬		S2 奶油酥條		S3 漂流木餅	
宜蘭縣	T	T1 蜜餞		T2 若貝爾奶凍捲		T3 牛舌餅	
澎湖縣	U	U1 黑糖糕		U2 鹹餅		U3 干貝醬	
金門縣	V	V1 貢糖		V2 高粱酒		V3 菜刀	
連江縣	X	X1 高粱酒		X2 地瓜餃		X3 繼光餅	

4.2 北部地區分析

4.2.1 台北市伴手禮分析

本文選擇江記華隆肉紙、佳德糕餅及快車肉乾均為臺北市伴手禮之代表，分析結果詳如表所示，由表 4-1 得知江記華隆肉紙、佳德糕餅及快車肉乾，具代表性最小值為 1，最大值為 10，平均數分別為 5.52、4.67 及 6.34，標準差分別為 2.463、2.275 及 2.698。因此根據表 4-1 可以知道這三個商品的標準差介於 2.275~2.698，其中「江記華隆肉紙」以及「快車肉乾」的平均值大於 5，表示該兩項伴手禮在受訪者心中具有一定程度的代表性。

表 4-1 台北市伴手禮基本統計分析

代號	代表性伴手禮	最小值	最大值	平均數	標準差
A1	江記華隆肉紙	1	10	5.52	2.463
A2	佳德糕餅	1	10	4.67	2.275
A3	快車肉乾	1	10	6.34	2.698

表 4-2 台北市性別對伴手禮的卡方分析

代號	性別	男生		女生		p-value	
		分數區間	1-5	6-10	1-5		6-10
A1	江記華隆肉紙		45.0%	55.0%	58.1%	41.9%	0.029
A2	佳德糕餅		67.0%	33.0%	71.6%	28.4%	0.262
A3	快車肉乾		36.0%	64.0%	33.8%	66.2%	0.411

男生及女生對台北市伴手禮的卡方分析如下：

- ◇ 江記華隆肉紙：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.029（小於 0.05）表示性別對江記華隆肉紙伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法具有統計上的顯著差異，交叉分析的報表顯示男生及女生在該項伴手禮的評分數值介於 1-5 區間的比例分別為 45.0%及 58.1%，而評分數值介於 6-10 區間的比例則分

別是 55.0%及 41.9%，表示男性樣本比女性樣本更認為江記華隆肉紙伴手禮更可以代表當地的伴手禮。

- ◇ 佳德糕餅：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.262（大於 0.05），表示性別對佳德糕餅數伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法不具有統計上的顯著差異。
- ◇ 快車肉乾：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.411（大於 0.05），表示性別對快車肉乾數伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法不具有統計上的顯著差異。

4.2.2 新北市伴手禮分析

本文選擇三峽金牛角、小潘鳳梨酥及龍鳳堂蛋黃酥均為新北市伴手禮之代表，分析結果詳如表所示，由表 4-3 得知三峽金牛角、小潘鳳梨酥及龍鳳堂蛋黃酥，具代表性最小值為 1，最大值為 10，平均數分別為 5.89、5.77 及 5.48，標準差分別為 2.309、2.472 及 2.239，因此根據表 4-3 可以知道這三個商品的標準差介於 2.309~2.472，平均值皆大於 5，表示該三項伴手禮在受訪者心中均具有一定程度的代表性。

表 4-3 新北市伴手禮基本統計分析

代號	代表性伴手禮	最小值	最大值	平均數	標準差
B1	三峽金牛角	1	10	5.89	2.309
B2	小潘鳳梨酥	1	10	5.77	2.472
B3	龍鳳堂蛋黃酥	1	10	5.48	2.239

表 4-4 新北市性別對伴手禮的卡方分析

代號	性別 分數區間	男生		女生		p-value
		1-5	6-10	1-5	6-10	
B1	三峽金牛角	43.0%	57.0%	43.9%	56.1%	0.495
B2	小潘鳳梨酥	43.0%	57.0%	46.6%	53.4%	0.333
B3	龍鳳堂蛋黃酥	51.0%	49.0%	54.7%	45.3%	0.327

男生及女生對台北市伴手禮的卡方分析如下：

- ◇ 三峽金牛角：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.495（大於 0.05），表示性別對三峽金牛角數伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法不具有統計上的顯著差異。
- ◇ 小潘鳳梨酥：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.333（大於 0.05），表示性別對小潘鳳梨酥數伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法不具有統計上的顯著差異。
- ◇ 龍鳳堂蛋黃酥：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.327（大於 0.05），表示性別對龍鳳堂蛋黃酥數伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法不具有統計上的顯著差異。

4.2.3 桃園市伴手禮分析

本文選擇大溪豆干、許燕斌手作烘焙及水蜜桃均為桃園市伴手禮之代表，分析結果詳如表所示，由表 4-5 得知大溪豆干、許燕斌手作烘焙及水蜜桃，具代表性最小值為 1，最大值為 10，平均數分別為 6.14、5.39 及 6.63，標準差分別為 2.125、2.153 及 2.413，因此根據表 4-5 可以知道這三個商品的標準差介於 2.125~2.413，其中「大溪豆干」、「許燕斌手作烘焙」以及「水蜜桃」的平均值大於 5，表示該三項伴手禮在受訪者心中均具有一定程度的代表性。

表 4-5 桃園市伴手禮基本統計分析

代號	代表性伴手禮	最小值	最大值	平均數	標準差
C1	大溪豆干	1	10	6.14	2.125
C2	許燕斌手作烘焙	1	10	5.39	2.153
C3	水蜜桃	1	10	6.63	2.413

表 4-6 桃園市性別對伴手禮的卡方分析

代號	性別 分數區間	男生		女生		p-value
		1-5	6-10	1-5	6-10	
C1	大溪豆干	41.0%	59.0%	34.5%	65.5%	0.181
C2	許燕斌手作烘焙	55.0%	45.0%	53.4%	46.6%	0.452
C3	水蜜桃	43.0%	57.0%	23.0%	77.0%	0.001

男生及女生對桃園市伴手禮的卡方分析如下：

- ◇ 大溪豆干：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.181（大於 0.05），表示性別對大溪豆干數伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法不具有統計上的顯著差異。
- ◇ 許燕斌手作烘焙：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.452（大於 0.05），表示性別對許燕斌手作烘焙數伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法不具有統計上的顯著差異。
- ◇ 水蜜桃：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.001（小於 0.05）表示性別對水蜜桃伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法具有統計上的顯著差異，交叉分析的報表顯示男生及女生在該項伴手禮的評分數值介於 1-5 區間的比例分別為 43.0%及 23.0%，而評分數值介於 6-10 區間的比例則分別是 57.0%及 77.0%，表示女性樣本比男性樣本更認為水蜜桃伴手禮更可以代表當地的伴手禮。

4.2.4 新竹縣伴手禮分析

本文選擇東方美人茶、進益貢丸及阿娟姐客家鹹菜均為新竹縣伴手禮之代表，分析結果詳如表所示，由表 4-7 得知東方美人茶、進益貢丸及阿娟姐客家鹹菜，具代表性最小值為 1，最大值為 10，平均數分別為 5.46、5.72 及 4.66，標準差分別為 2.206、2.324 及 2.362，因此根據 4-7 可以知道這三個商品的標準差介於 2.206~2.362，其中「東方美人茶」以及「進益貢丸」的平均值大於 5，表示該兩項伴手禮在受訪者心中具有一定程度的代表性。

表 4-7 新竹縣伴手禮基本統計分析

代號	代表性伴手禮	最小值	最大值	平均數	標準差
D1	東方美人茶	1	10	5.46	2.206
D2	進益貢丸	1	10	5.72	2.324
D3	阿娟姐客家鹹菜	1	10	4.66	2.362

表 4-8 新竹縣性別對伴手禮的卡方分析

代號	性別 分數區間	男生		女生		p-value
		1-5	6-10	1-5	6-10	
D1	東方美人茶	50.0%	50.0%	58.1%	41.9%	0.130
D2	進益貢丸	34.0%	66.0%	48.6%	51.4%	0.015
D3	阿娟姐客家鹹菜	57.0%	43.0%	68.9%	31.1%	0.037

男生及女生對新竹縣伴手禮的卡方分析如下：

- ◇ 東方美人茶：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.130（大於 0.05），表示性別對東方美人茶數伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法不具有統計上的顯著差異。
- ◇ 進益貢丸：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.015（小於 0.05）表示性別對進益貢丸伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法具有統計上的顯著差

異，交叉分析的報表顯示男生及女生在該項伴手禮的評分數值介於 1-5 區間的比例分別為 34.0%及 48.6%，而評分數值介於 6-10 區間的比例則分別是 66.0%及 51.4%，表示男性樣本比女性樣本更認為進益貢丸伴手禮更可以代表當地的伴手禮。

- ◇ 阿娟姐客家鹹菜：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.037（小於 0.05）表示性別對阿娟姐客家鹹菜伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法具有統計上的顯著差異，交叉分析的報表顯示男生及女生在該項伴手禮的評分數值介於 1-5 區間的比例分別為 57.0%及 68.9%，而評分數值介於 6-10 區間的比例則分別是 43.0%及 31.1%，表示男性樣本比女性樣本更認為阿娟姐客家鹹菜伴手禮更可以代表當地的伴手禮。

4.2.5 新竹市伴手禮分析

本文選擇新福源花生醬、三川行新竹米粉及西大發城隍包均為新竹市伴手禮之代表，分析結果詳如表所示，由表 4-9 得知新福源花生醬、三川行新竹米粉及西大發城隍包，具代表性最小值為 1，最大值為 10，平均數分別為 5.34、5.78 及 4.99，標準差分別為 2.207、2.167 及 2.288，因此根據表 4-9 可以知道這三個商品的標準差介於 2.207~2.288，其中「新福源花生醬」以及「三川行新竹米粉」的平均值大於 5，表示該兩項伴手禮在受訪者心中具有一定程度的代表性。

表 4-9 新竹市伴手禮基本統計分析

代號	代表性伴手禮	最小值	最大值	平均數	標準差
E1	新福源花生醬	1	10	5.34	2.207
E2	三川行新竹米粉	1	10	5.78	2.167
E3	西大發城隍包	1	10	4.99	2.288

表 4-10 新竹市性別對伴手禮的卡方分析

代號	性別 分數區間	男生		女生		p-value
		1-5	6-10	1-5	6-10	
E1	新福源花生醬	52.0%	48.0%	61.5%	38.5%	0.088
E2	三川行新竹米粉	45.0%	55.0%	45.3%	54.7%	0.535
E3	西大發城隍包	56.0%	44.0%	62.2%	37.8%	0.201

男生及女生對新竹市伴手禮的卡方分析如下：

- ◇ 新福源花生醬：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.088（大於 0.05），表示性別對新福源花生醬伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法不具有統計上的顯著差異。
- ◇ 三川行新竹米粉：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.535（大於 0.05），表示性別對三川行新竹米粉伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法不具有統計上的顯著差異。
- ◇ 西大發城隍包：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.201（大於 0.05），表示性別對西大發城隍包伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法不具有統計上的顯著差異。

4.2.6 基隆市伴手禮分析

本文選擇泉利米香、連珍糕餅及新新牛軋糖均為基隆市伴手禮之代表，分析結果詳如表所示，由表 4-11 得知泉利米香、連珍糕餅及新新牛軋糖，具代表性最小值為 1，最大值為 10，平均數分別為 5.15、4.67 及 5.99，標準差分別為 3.818、2.173 及 2.329，因此根據表 4-11 可以知道這三個商品的標準差介於 2.173~3.818，其中「泉利米香」以及「新新牛軋糖」的平均值大於 5，表示該兩項伴手禮在受訪者心中具有一定程度的代表性。

表 4-11 基隆市伴手禮基本統計分析

代號	代表性伴手禮	最小值	最大值	平均數	標準差
O1	泉利米香	1	10	5.15	3.818
O2	連珍糕餅	1	10	4.67	2.173
O3	新新牛軋糖	1	10	5.99	2.329

表 4-12 基隆市性別對伴手禮的卡方分析

代號	性別 分數區間	男生		女生		p-value
		1-5	6-10	1-5	6-10	
O1	泉利米香	61.0%	39.0%	62.8%	37.2%	0.436
O2	連珍糕餅	63.0%	37.0%	72.3%	27.7%	0.080
O3	新新牛軋糖	51.0%	49.0%	41.9%	58.1%	0.10

男生及女生對新竹市伴手禮的卡方分析如下：

- ◇ 泉利米香：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.436（大於 0.05），表示性別對泉利米香伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法不具有統計上的顯著差異。
- ◇ 連珍糕餅：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.080（大於 0.05），表示性別對連珍糕餅伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法不具有統計上的顯著差異。
- ◇ 新新牛軋糖：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.10（大於 0.05），表示性別對新新牛軋糖伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法不具有統計上的顯著差異。

4.2.7 宜蘭縣伴手禮分析

本文選擇蜜餞、諾貝爾奶凍捲及牛舌餅均為宜蘭縣伴手禮之代表，分析結果詳如表所示，由表 4-13 得知蜜餞、諾貝爾奶凍捲及牛舌餅，具代表性最小值為 1，最大值為 10，平均數分別為 5.11、7.25 及 6.26，標準差分別為 2.463、2.175 及 2.524，因此根據 4-13 可以知道這三個商品的標準差介於 2.175~2.524，其中「蜜餞」、「諾貝爾奶凍捲」以及「牛舌餅」的平均值大於 5，表示該三項伴手禮在受訪者心中皆具有一定程度的代表性。

表 4-13 宜蘭縣伴手禮基本統計分析

代號	代表性伴手禮	最小值	最大值	平均數	標準差
T1	蜜餞	1	10	5.11	2.463
T2	諾貝爾奶凍捲	1	10	7.25	2.175
T3	牛舌餅	1	10	6.26	2.524

表 4-14 宜蘭縣性別對伴手禮的卡方分析

代號	性別 分數區間	男生		女生		p-value
		1-5	6-10	1-5	6-10	
T1	蜜餞	51.0%	49.0%	58.8%	41.2%	0.140
T2	諾貝爾奶凍捲	24.0%	76.0%	17.6%	82.4%	0.141
T3	牛舌餅	44.0%	56.0%	33.1%	66.9%	0.055

男生及女生對新竹市伴手禮的卡方分析如下：

- ◇ 蜜餞：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.140（大於 0.05），表示性別對蜜餞伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法不具有統計上的顯著差異。
- ◇ 諾貝爾奶凍捲：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.141（大於 0.05），表示性別對諾貝爾奶凍捲伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法不具有統計上的顯著差異。

- ◇ 牛舌餅：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.055（大於 0.05），表示性別對牛舌餅伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法不具有統計上的顯著差異。

4.3 中部地區分析

4.3.1 苗栗縣伴手禮分析

本文選擇王記魚丸、草莓及柿子餅均為苗栗縣伴手禮之代表，分析結果詳如表所示，由表 4-15 得知王記魚丸、草莓及柿子餅，具代表性最小值為 1，最大值為 10，平均數分別為 5.6、7.13 及 4.69，標準差分別為 2.434、2.37 及 2.593，因此根據-15 可以知道這三個商品的標準差介於 2.37~2.593，其中「王記魚丸」以及「草莓」的平均值大於 5，表示該兩項伴手禮在受訪者心中具有一定程度的代表性。

表 4-15 苗栗縣伴手禮基本統計分析

代號	代表性伴手禮	最小值	最大值	平均數	標準差
F1	王記魚丸	1	10	5.6	2.434
F2	草莓	1	10	7.13	2.37
F3	柿子餅	1	10	4.69	2.593

表 4-16 苗栗縣性別對伴手禮的卡方分析

代號	性別 分數區間	男生		女生		p-value
		1-5	6-10	1-5	6-10	
F1	王記魚丸	36.0%	64.0%	54.7%	45.3%	0.03
F2	草莓	33.0%	67.0%	23.6%	76.4%	0.071
F3	柿子餅	61.0%	39.0%	73.0%	27.0%	0.033

男生及女生對苗栗縣伴手禮的卡方分析如下：

- ◇ 王記魚丸：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.03（小於 0.05）表示性別對王記魚丸伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法具有統計上的顯著差異，交叉分析的報表顯示男生及女生在該項伴手禮的評分數值介於 1-5 區間的比例分別為 36.0%及 54.7%，而評分數值介於 6-10 區間的比例則分別是 64.0%及 45.3%，表示男性樣本比女性樣本更認為王記魚丸伴手禮更可以代表當地的伴手禮。
- ◇ 草莓：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.071（大於 0.05），表示性別對草莓伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法不具有統計上的顯著差異。
- ◇ 柿子餅：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.033（小於 0.05）表示性別對柿子餅伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法具有統計上的顯著差異，交叉分析的報表顯示男生及女生在該項伴手禮的評分數值介於 1-5 區間的比例分別為 61.0%及 73.0%，而評分數值介於 6-10 區間的比例則分別是 39.0%及 27.0%，表示男性樣本比女性樣本更認為柿子餅伴手禮更可以代表當地的伴手禮。

4.3.2 台中市伴手禮分析

本文選擇太陽餅、檸檬蛋糕、奶油酥餅、蜂蜜、龍眼乾及芋頭酥餅均為台中市（包括未合併前台中縣及台中市）伴手禮之代表，分析結果詳如表所示，由表 4-17 得知太陽餅、檸檬蛋糕、奶油酥餅、蜂蜜、龍眼乾及芋頭酥餅，具代表性最小值為 1，最大值為 10，平均數分別為 6.94、6.74、6.6、6.97、5.01 及 5.51，標準差分別為 2.244、2.367、2.195、2.413、2.494 及 2.666，因此根據表 4-17 可以知道這六個商品的標準差介於 2.195~2.666，平均值皆大於 5，表示該六項伴手禮在受訪者心中均具有一定程度的代表性。

表 4-17 台中市伴手禮基本統計分析

代號	代表性伴手禮	最小值	最大值	平均數	標準差
G1	太陽餅	1	10	6.94	2.244
G2	檸檬蛋糕	1	10	6.74	2.367
G3	奶油酥餅	1	10	6.6	2.195
H1	蜂蜜	1	10	6.97	2.413
H2	龍眼乾	1	10	5.01	2.494
H3	芋頭酥餅	1	10	5.51	2.666

表 4-18 台中市性別對伴手禮的卡方分析

代號	性別 分數區間	男生		女生		p-value
		1-5	6-10	1-5	6-10	
G1	太陽餅	31.0%	69.0%	20.9%	79.1%	0.051
G2	檸檬蛋糕	41.0%	59.0%	29.1%	70.9%	0.035
G3	奶油酥餅	35.0%	65.0%	29.7%	70.3%	0.231
H1	蜂蜜	24.0%	76.0%	27.0%	73.0%	0.351
H2	龍眼乾	58.0%	42.0%	61.5%	38.5%	0.338
H3	芋頭酥餅	51.0%	49.0%	48.6%	51.4%	0.408

男生及女生對苗栗縣伴手禮的卡方分析如下：

- ◇ 太陽餅：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.051（大於 0.05），表示性別對太陽餅伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法不具有統計上的顯著差異。
- ◇ 檸檬蛋糕：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.035（小於 0.05）表示性別對檸檬蛋糕伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法具有統計上的顯著差異，交叉分析的報表顯示男生及女生在該項伴手禮的評分數值介於 1-5 區間的

比例分別為 41.0%及 29.1%，而評分數值介於 6-10 區間的比例則分別是 59.0%及 70.9%，表示女性樣本比男性樣本更認為檸檬蛋糕伴手禮更可以代表當地的伴手禮。

- ◇ 奶油酥餅：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.231（大於 0.05），表示性別對奶油酥餅伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法不具有統計上的顯著差異。
- ◇ 蜂蜜：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.351（大於 0.05），表示性別對蜂蜜伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法不具有統計上的顯著差異。
- ◇ 龍眼乾：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.338（大於 0.05），表示性別對龍眼乾伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法不具有統計上的顯著差異。
- ◇ 芋頭酥餅：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.408（大於 0.05），表示性別對芋頭酥餅伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法不具有統計上的顯著差異。

4.3.3 彰化縣伴手禮分析

本文選擇牛舌餅、大三元麻糬及桂圓核桃蛋糕均為彰化縣伴手禮之代表，分析結果詳如表所示，由表 4-19 得知牛舌餅、大三元麻糬及桂圓核桃蛋糕，具代表性最小值為 1，最大值為 10，平均數分別為 6.77、6.12 及 5.48，標準差分別為 2.298、2.406 及 2.657，因此根據表 4-19 可以知道這三個商品的標準差介於 2.298~2.657，平均值皆大於 5，表示該三項伴手禮在受訪者心中具有一定程度的代表性。

表 4-19 彰化縣伴手禮基本統計分析

代號	代表性伴手禮	最小值	最大值	平均數	標準差
I1	牛舌餅	1	10	6.77	2.298
I2	大三元麻糬	1	10	6.12	2.406
I3	桂圓核桃蛋糕	1	10	5.48	2.657

表 4-20 彰化縣性別對伴手禮的卡方分析

代號	性別	男生		女生		p-value
	分數區間	1-5	6-10	1-5	6-10	
I1	牛舌餅	32.0%	68.0%	25.0%	75.0%	0.144
I2	大三元麻糬	46.0%	54.0%	36.5%	63.5%	0.086
I3	桂圓核桃蛋糕	47.0%	53.0%	50.0%	50.0%	0.369

男生及女生對彰化縣伴手禮的卡方分析如下：

- ◇ 牛舌餅：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.144（大於 0.05），表示性別對牛舌餅伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法不具有統計上的顯著差異。
- ◇ 大三元麻糬：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.086（大於 0.05），表示性別對大三元麻糬伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法不具有統計上的顯著差異。
- ◇ 桂圓核桃蛋糕：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.369（大於 0.05），表示性別對桂圓核桃蛋糕伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法不具有統計上的顯著差異。

4.3.4 南投縣伴手禮分析

本文選擇微熱山丘鳳梨酥、阿霞手工蛋捲及草屯手工麻糬均為南投縣伴手禮之代表，分析結果詳如表所示，由表 4-21 得知微熱山丘鳳梨酥、阿霞手工蛋捲及草屯手工麻糬，具代表性最小值為 1，最大值為 10，平均數分別為 6.68、6.58 及 6.43，標準差分別為 2.369、2.16 及 2.345，因此根據表 4-21 可以知道這三個商品的標準差介於 2.16~2.369，平均值皆大於 5，表示該三項伴手禮在受訪者心中具有一定程度的代表性。

表 4-21 南投縣伴手禮基本統計分析

代號	代表性伴手禮	最小值	最大值	平均數	標準差
J1	微熱山丘鳳梨酥	1	10	6.68	2.369
J2	阿霞手工蛋捲	1	10	6.58	2.16
J3	草屯手工麻糬	1	10	6.43	2.345

表 4-22 南投縣性別對伴手禮的卡方分析

代號	性別 分數區間	男生		女生		p-value
		1-5	6-10	1-5	6-10	
J1	微熱山丘鳳梨酥	26.0%	74.0%	33.8%	66.2%	0.122
J2	阿霞手工蛋捲	35.0%	65.0%	31.8%	68.2%	0.346
J3	草屯手工麻糬	38.0%	62.0%	36.5%	63.5%	0.456

男生及女生對彰化縣伴手禮的卡方分析如下：

- ◇ 微熱山丘鳳梨酥：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.122（大於 0.05），表示性別對微熱山丘鳳梨酥伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法不具有統計上的顯著差異。
- ◇ 阿霞手工蛋捲：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.346（大於 0.05），表示性別對阿霞手工蛋捲伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法不具有統計上的顯著差異。
- ◇ 草屯手工麻糬：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.456（大於 0.05），表示性別對草屯手工麻糬伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法不具有統計上的顯著差異。

4.3.5 雲林縣伴手禮分析

本文選擇天然地瓜脆餅、憨吉濃濃乳酪及虎丸御皇吉均為雲林縣伴手禮之代表，分析結果詳如表所示，由表 4-23 得知天然地瓜脆餅、憨吉濃濃乳酪及虎丸御皇吉，具代表性最小值為 1，最大值為 10，平均數分別為 6.22、6.77 及 4.83，標準差分別為 2.23、2.306 及 2.144，因此根據表 4-23 可以知道這三個商品的標準差介於 2.144~2.306，其中「天然地瓜脆餅」以及「憨吉濃濃乳酪」的平均值大於 5，表示該兩項伴手禮在受訪者心中具有一定程度的代表性。

表 4-23 雲林縣伴手禮基本統計分析

代號	代表性伴手禮	最小值	最大值	平均數	標準差
K1	天然地瓜脆餅	1	10	6.22	2.23
K2	憨吉濃濃乳酪	1	10	6.77	2.306
K3	虎丸御皇吉	1	10	4.83	2.144

表 4-24 雲林縣性別對伴手禮的卡方分析

代號	性別 分數區間	男生		女生		p-value
		1-5	6-10	1-5	6-10	
K1	天然地瓜脆餅	38.0%	62.0%	36.5%	63.5%	0.456
K2	憨吉濃濃乳酪	27.0%	73.0%	35.8%	64.2%	0.093
K3	虎丸御皇吉	58.0%	42.0%	67.6%	32.4%	0.081

男生及女生對雲林縣伴手禮的卡方分析如下：

- ◇ 天然地瓜脆餅：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.456（大於 0.05），表示性別對天然地瓜脆餅伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法不具有統計上的顯著差異。
- ◇ 憨吉濃濃乳酪：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.093（大於 0.05），表示性別對憨吉濃濃乳酪伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法不具有統計上的顯著差異。

計上的顯著差異。

- ◇ 虎丸御皇吉：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.081（大於 0.05），表示性別對虎丸御皇吉伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法不具有統計上的顯著差異。

4.4 南部地區分析

4.4.1 嘉義縣伴手禮分析

本文選擇小夫妻拌麵、阿里山萬客香及老楊方塊酥均為嘉義縣伴手禮之代表，分析結果詳如表所示，由表 4-25 得知小夫妻拌麵、阿里山萬客香及老楊方塊酥，具代表性最小值為 1，最大值為 10，平均數分別為 5.69、5.22 及 5.91，標準差分別為 2.415、2.287 及 2.486，因此根據表 4.2 可以知道這三個商品的標準差介於 2.287~2.486，平均值皆大於 5，表示該三項伴手禮在受訪者心中具有一定程度的代表性。

表 4-25 嘉義縣伴手禮基本統計分析

代號	代表性伴手禮	最小值	最大值	平均數	標準差
L1	小夫妻拌麵	1	10	5.69	2.415
L2	阿里山萬客香	1	10	5.22	2.287
L3	老楊方塊酥	1	10	5.91	2.486

表 4-26 嘉義縣性別對伴手禮的卡方分析

代號	性別 分數區間	男生		女生		p-value
		1-5	6-10	1-5	6-10	
L1	小夫妻拌麵	46.0%	54.0%	52.0%	48.0%	0.211
L2	阿里山萬客香	49.0%	51.0%	61.5%	38.5%	0.035
L3	老楊方塊酥	47.0%	53.0%	44.6%	55.4%	0.404

男生及女生對嘉義縣伴手禮的卡方分析如下：

- ◇ 小夫妻拌麵：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.211（大於 0.05），表示性別對小夫妻拌麵伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法不具有統計上的顯著差異。
- ◇ 阿里山萬客香：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.035（小於 0.05）表示性別對阿里山萬客香伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法具有統計上的顯著差異，交叉分析的報表顯示男生及女生在該項伴手禮的評分數值介於 1-5 區間的比例分別為 49.0%及 61.5%，而評分數值介於 6-10 區間的比例則分別是 51.0%及 38.5%，表示女性樣本比男性樣本更認為阿里山萬客香伴手禮更可以代表當地的伴手禮。
- ◇ 老楊方塊酥：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.404（大於 0.05），表示性別對老楊方塊酥伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法不具有統計上的顯著差異。

4.4.2 嘉義市伴手禮分析

本文選擇福義軒、方塊土司及杏仁豬肉薄片均為嘉義市伴手禮之代表，分析結果詳如表所示，由表 4-27 得知福義軒、方塊土司及杏仁豬肉薄片，具代表性最小值為 1，最大值為 10，平均數分別為 6.39、5.82 及 6.33，標準差分別為 2.37、2.275 及 2.563，因此根據表 4-27 可以知道這三個商品的標準差介於 2.275~2.563，平均值皆大於 5，表示該三項伴手禮在受訪者心中皆具有一定程度的代表性。

表 4-27 嘉義市伴手禮基本統計分析

代號	代表性伴手禮	最小值	最大值	平均數	標準差
M1	福義軒	1	10	6.39	2.37
M2	方塊土司	1	10	5.82	2.275
M3	杏仁豬肉薄片	1	10	6.33	2.563

表 4-28 嘉義市性別對伴手禮的卡方分析

代號	性別	男生		女生		p-value
	分數區間	1-5	6-10	1-5	6-10	
M1	福義軒	30.0%	70.0%	35.1%	64.9%	0.241
M2	方塊土司	52.0%	48.0%	42.6%	57.4%	0.092
M3	杏仁豬肉薄片	36.0%	64.0%	39.9%	60.1%	0.316

男生及女生對嘉義市伴手禮的卡方分析如下：

- ◇ 福義軒：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.241（大於 0.05），表示性別對福義軒伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法不具有統計上的顯著差異。
- ◇ 方塊土司：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.092（大於 0.05），表示性別對方塊土司伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法不具有統計上的顯著差異。
- ◇ 杏仁豬肉薄片：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.316（大於 0.05），表示性別對方塊土司伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法不具有統計上的顯著差異。

4.4.3 台南市伴手禮分析

本文選擇蜜餞、周氏蝦捲及芒果乾均為嘉義市伴手禮之代表，分析結果詳如表所示，由表 4-29 得知蜜餞、周氏蝦捲及芒果乾，具代表性最小值為 1，最大值為 10，平均數分別為 5.29、5.66 及 5.66，標準差分別為 2.511、2.551 及 2.698，因此根據表 4-29 可以知道這三個商品的標準差介於 2.511~2.698，平均值皆大於 5，表示該三項伴手禮在受訪者心中皆具有一定程度的代表性。

表 4-29 台南市伴手禮基本統計分析

代號	代表性伴手禮	最小值	最大值	平均數	標準差
N1	蜜餞	1	10	5.29	2.511
N2	周氏蝦捲	1	10	5.66	2.551
N3	芒果乾	1	10	5.66	2.698

表 4-30 台南市性別對伴手禮的卡方分析

代號	性別 分數區間	男生		女生		p-value
		1-5	6-10	1-5	6-10	
N1	蜜餞	58.0%	42.0%	54.7%	45.3%	0.353
N2	周氏蝦捲	48.0%	52.0%	48.0%	52.0%	0.550
N3	芒果乾	51.0%	49.0%	48.6%	51.4%	0.408

男生及女生對台南市伴手禮的卡方分析如下：

- ◇ 蜜餞：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.353（大於 0.05），表示性別對蜜餞伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法不具有統計上的顯著差異。
- ◇ 周氏蝦捲：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.550（大於 0.05），表示性別對周氏蝦捲伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法不具有統計上的顯著差異。
- ◇ 芒果乾：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.408（大於 0.05），表示性別對芒果乾伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法不具有統計上的顯著差異。

4.4.4 高雄市伴手禮分析

本文選擇芭樂、棗子及甲百二鳳梨酥均為高雄市伴手禮之代表，分析結果詳如表所示，由表 4-31 得知芭樂、棗子及甲百二鳳梨酥，具代表性最小值為 1，最大值為 10，平均數分別為 5.69、4.66 及 5.94，標準差分別為 2.567、2.546 及 2.506，因此根據表 4-31 可以知道這三個商品的標準差介於 2.506~2.567，其中「芭樂」以及「甲百二鳳梨酥」的平均值大於 5，表示該兩項伴手禮在受訪者心中具有一定程度的代表性。

表 4-31 高雄市伴手禮基本統計分析

代號	代表性伴手禮	最小值	最大值	平均數	標準差
P1	芭樂	1	10	5.69	2.567
P2	棗子	1	10	4.66	2.546
P3	甲百二鳳梨酥	1	10	5.94	2.506

表 4-32 高雄市性別對伴手禮的卡方分析

代號	性別 分數區間	男生		女生		p-value
		1-5	6-10	1-5	6-10	
P1	芭樂	59.0%	41.0%	43.9%	56.1%	0.014
P2	棗子	65.0%	35.0%	67.6%	32.4%	0.388
P3	甲百二鳳梨酥	40.0%	60.0%	44.6%	55.4%	0.279

男生及女生對高雄市伴手禮的卡方分析如下：

- ◇ 芭樂：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.014（小於 0.05）表示性別對芭樂伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法具有統計上的顯著差異，交叉分析的報表顯示男生及女生在該項伴手禮的評分數值介於 1-5 區間的比例分別為 59.0%及 43.9%，而評分數值介於 6-10 區間的比例則分別是 41.0%及 56.1%，表示女性樣本比男性樣本更認為芭樂伴手禮更可以代表當地的伴手禮。

- ◇ 棗子：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.388（大於 0.05），表示性別對棗子伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法不具有統計上的顯著差異。
- ◇ 甲百二鳳梨酥：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.279（大於 0.05），表示性別對甲百二鳳梨酥伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法不具有統計上的顯著差異。

4.4.5 屏東縣伴手禮分析

本文選擇萬巒豬腳、東港三寶及巧克力均為屏東縣伴手禮之代表，分析結果詳如表所示，由表 4-33 得知萬巒豬腳、東港三寶及巧克力，具代表性最小值為 1，最大值為 10，平均數分別為 6.05、5.32 及 6.79，標準差分別為 2.783、2.565 及 2.607，因此根據表 4-33 可以知道這三個商品的標準差介於 2.565~2.783，平均值皆大於 5，表示該三項伴手禮在受訪者心中皆具有一定程度的代表性。

表 4-33 屏東縣伴手禮基本統計分析

代號	代表性伴手禮	最小值	最大值	平均數	標準差
Q1	萬巒豬腳	1	10	6.05	2.783
Q2	東港三寶	1	10	5.31	2.565
Q3	巧克力	1	10	6.79	2.607

表 4-34 屏東縣性別對伴手禮的卡方分析

代號	性別 分數區間	男生		女生		p-value
		1-5	6-10	1-5	6-10	
Q1	萬巒豬腳	29.0%	71.0%	42.6%	57.4%	0.020
Q2	東港三寶	48.0%	52.0%	64.9%	35.1%	0.006
Q3	巧克力	32.0%	68.0%	28.4%	71.6%	0.318

男生及女生對屏東縣伴手禮的卡方分析如下：

- ◇ 萬巒豬腳：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.020（小於 0.05）表示性別對萬巒豬腳伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法具有統計上的顯著差異，交叉分析的報表顯示男生及女生在該項伴手禮的評分數值介於 1-5 區間的比例分別為 29.0%及 42.6%，而評分數值介於 6-10 區間的比例則分別是 71.0%及 57.4%，表示男性樣本比女性樣本更認為萬巒豬腳伴手禮更可以代表當地的伴手禮。
- ◇ 東港三寶：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.006（小於 0.05）表示性別對東港三寶伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法具有統計上的顯著差異，交叉分析的報表顯示男生及女生在該項伴手禮的評分數值介於 1-5 區間的比例分別為 48.0%及 64.9%，而評分數值介於 6-10 區間的比例則分別是 52.0%及 35.1%，表示男性樣本比女性樣本更認為東港三寶伴手禮更可以代表當地的伴手禮。
- ◇ 巧克力：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.318（大於 0.05），表示性別對巧克力伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法不具有統計上的顯著差異。

4.5 東部與外島分析

4.5.1 花蓮縣伴手禮分析

本文選擇麻糬、奶油酥條及漂流木餅均為花蓮縣伴手禮之代表，分析結果詳如表所示，由表 4-35 得知麻糬、奶油酥條及漂流木餅，具代表性最小值為 1，最大值為 10，平均數分別為 6.75、6.57 及 4.95，標準差分別為 2.362、2.423 及 2.21，因此根據表 4-35 可以知道這三個商品的標準差介於 2.21~2.423，其中「麻糬」以及「奶油酥條」的平均值大於 5，表示該兩項伴手禮在受訪者心中具有一定程度的代表性。

表 4-35 花蓮縣伴手禮基本統計分析

代號	代表性伴手禮	最小值	最大值	平均數	標準差
S1	麻糬	1	10	6.75	2.362
S2	奶油酥條	1	10	6.57	2.423
S3	漂流木餅力	1	10	4.95	2.21

表 4-36 花蓮縣性別對伴手禮的卡方分析

代號	性別 分數區間	男生		女生		p-value
		1-5	6-10	1-5	6-10	
S1	麻糬	26.0%	74.0%	36.5%	63.5%	0.055
S2	奶油酥條	34.0%	66.0%	38.5%	61.5%	0.278
S3	漂流木餅力	51.0%	49.0%	64.9%	35.1%	0.020

男生及女生對屏東縣伴手禮的卡方分析如下：

- ◇ 麻糬：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.055（大於 0.05），表示性別對麻糬伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法不具有統計上的顯著差異。
- ◇ 奶油酥條：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.278（大於 0.05），表示性別對麻糬伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法不具有統計上的顯著差異。
- ◇ 漂流木餅力：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.020（小於 0.05）表示性別對漂流木餅力伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法具有統計上的顯著差異，交叉分析的報表顯示男生及女生在該項伴手禮的評分數值介於 1-5 區間的比例分別為 51.0%及 64.9%，而評分數值介於 6-10 區間的比例則分別是 49.0%及 35.1%，表示男性樣本比女性樣本更認為漂流木餅力伴手禮更可以代表當地的伴手禮。

4.5.2 台東縣伴手禮分析

本文選擇釋迦、地瓜酥及米均為台東縣伴手禮之代表，分析結果詳如表所示，由表 4-37 得知釋迦、地瓜酥及米，具代表性最小值為 1，最大值為 10，平均數分別為 6.75、6.57 及 4.95，標準差分別為 2.362、2.423 及 2.21，因此根據表 4-37 可以知道這三個商品的標準差介於 2.21~2.423，平均值皆大於 5，表示該三項伴手禮在受訪者心中皆具有一定程度的代表性。

表 4-37 台東縣伴手禮基本統計分析

代號	代表性伴手禮	最小值	最大值	平均數	標準差
R1	釋迦	1	10	6.31	2.362
R2	地瓜酥	1	10	6.11	2.423
R3	米	1	10	5.94	2.21

表 4-38 台東縣性別對伴手禮的卡方分析

代號	性別 分數區間	男生		女生		p-value
		1-5	6-10	1-5	6-10	
R1	釋迦	46.0%	54.0%	51.4%	48.6%	0.243
R2	地瓜酥	33.0%	67.0%	41.2%	58.8%	0.120
R3	米	40.0%	60.0%	45.3%	54.7%	0.245

男生及女生對台東縣伴手禮的卡方分析如下：

- ◇ 釋迦：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.243（大於 0.05），表示性別對麻糬伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法不具有統計上的顯著差異。
- ◇ 地瓜酥：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.120（大於 0.05），表示性別對地瓜酥伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法不具有統計上的顯著差異。
- ◇ 米：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.245（大於 0.05），表示性別對米伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法不具有統計上的顯著差異。

4.5.3 澎湖縣伴手禮分析

本文選擇黑糖糕、鹹餅及干貝醬均為湖澎縣伴手禮之代表，分析結果詳如表所示，由表 4-39 得知黑糖糕、鹹餅及干貝醬，具代表性最小值為 1，最大值為 10，平均數分別為 6.87、4.68 及 5.95，標準差分別為 2.455、2.345 及 2.724，因此根據表 4-39 可以知道這三個商品的標準差介於 2.345~2.724，其中「黑糖糕」以及「干貝醬」的平均值大於 5，表示該兩項伴手禮在受訪者心中具有一定程度的代表性。

表 4-39 澎湖縣伴手禮基本統計分析

代號	代表性伴手禮	最小值	最大值	平均數	標準差
U1	黑糖糕	1	10	6.87	2.455
U2	鹹餅	1	10	4.68	2.345
U3	干貝醬	1	10	5.95	2.724

表 4-40 澎湖縣性別對伴手禮的卡方分析

代號	性別 分數區間	男生		女生		p-value
		1-5	6-10	1-5	6-10	
U1	黑糖糕	34.0%	66.0%	25.7%	74.3%	0.102
U2	鹹餅	60.0%	40.0%	69.6%	30.4%	0.077
U3	干貝醬	34.0%	66.0%	47.3%	52.7%	0.025

男生及女生對澎湖縣伴手禮的卡方分析如下：

- ◇ 黑糖糕：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.102（大於 0.05），表示性別對黑糖糕伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法不具有統計上的顯著差異。
- ◇ 鹹餅：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.077（大於 0.05），表示性別對鹹餅伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法不具有統計上的顯著差異。
- ◇ 干貝醬：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.025（小於 0.05）表示性別

對干貝醬伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法具有統計上的顯著差異，交叉分析的報表顯示男生及女生在該項伴手禮的評分數值介於 1-5 區間的比例分別為 34.0%及 47.3%，而評分數值介於 6-10 區間的比例則分別是 66.0%及 52.7%，表示男性樣本比女性樣本更認為漂流木餅力伴手禮更可以代表當地的伴手禮。

4.5.4 金門縣伴手禮分析

本文選擇貢糖、高粱酒及菜刀均為金門縣伴手禮之代表，分析結果詳如表所示，由表 4-41 得知貢糖、高粱酒及菜刀，具代表性最小值為 1，最大值為 10，平均數分別為 5.95、4.88 及 5.14，標準差分別為 2.688、3.192 及 2.98，因此根據 4-41 可以知道這三個商品的標準差介於 2.688~3.192，其中「貢糖」以及「菜刀」的平均值大於 5，表示該兩項伴手禮在受訪者心中具有一定程度的代表性。

表 4-41 金門縣伴手禮基本統計分析

代號	代表性伴手禮	最小值	最大值	平均數	標準差
V1	貢糖	1	10	5.95	2.688
V2	高粱酒	1	10	4.88	3.192
V3	菜刀	1	10	5.14	2.98

表 4-42 金門縣性別對伴手禮的卡方分析

代號	性別 分數區間	男生		女生		p-value
		1-5	6-10	1-5	6-10	
V1	貢糖	38.0%	62.0%	43.2%	56.8%	0.245
V2	高粱酒	42.0%	58.0%	64.9%	35.1%	0.000
V3	菜刀	49.0%	51.0%	61.5%	38.5%	0.035

男生及女生對金門縣伴手禮的卡方分析如下：

- ◇ 貢糖：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.245（大於 0.05），表示性別對貢糖伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法不具有統計上的顯著差異。
- ◇ 高粱酒：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.000（小於 0.05）表示性別對高粱酒伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法具有統計上的顯著差異，交叉分析的報表顯示男生及女生在該項伴手禮的評分數值介於 1-5 區間的比例分別為 42.0%及 64.9%，而評分數值介於 6-10 區間的比例則分別是 58.0%及 35.1%，表示男性樣本比女性樣本更認為高粱酒伴手禮更可以代表當地的伴手禮。
- ◇ 菜刀：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.035（小於 0.05）表示性別對菜刀伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法具有統計上的顯著差異，交叉分析的報表顯示男生及女生在該項伴手禮的評分數值介於 1-5 區間的比例分別為 49.0%及 61.5%，而評分數值介於 6-10 區間的比例則分別是 51.0%及 38.5%，表示男性樣本比女性樣本更認為菜刀伴手禮更可以代表當地的伴手禮。

4.5.5 連江縣伴手禮分析

本文選擇高粱酒、地瓜餃及繼光餅均為連江縣伴手禮之代表，分析結果詳如表所示，由表 4-43 得知高粱酒、地瓜餃及繼光餅，具代表性最小值為 1，最大值為 10，平均數分別為 4.87、4.44 及 4.3，標準差分別為 3.215、2.263 及 2.215，因此根據表 4-43 可以知道這三個商品的標準差介於 2.215~3.215，平均值皆小於 5，表示該兩項伴手禮在受訪者心中皆不具有一定程度的代表性。

表 4-43 連江縣伴手禮基本統計分析

代號	代表性伴手禮	最小值	最大值	平均數	標準差
X1	高粱酒	1	10	4.87	3.215
X2	地瓜餃	1	10	4.44	2.263
X3	繼光餅	1	10	4.3	2.215

表 4-44 連江縣性別對伴手禮的卡方分析

代號	性別	男生		女生		p-value
	分數區間	1-5	6-10	1-5	6-10	
X1	高粱酒	42.0%	58.0%	63.5%	36.5%	0.001
X2	地瓜餃	61.0%	39.0%	73.6%	26.4%	0.025
X3	繼光餅	59.0%	41.0%	78.4%	21.6%	0.001

男生及女生對連江縣伴手禮的卡方分析如下：

- ◇ 高粱酒：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.001（小於 0.05）表示性別對高粱酒伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法具有統計上的顯著差異，交叉分析的報表顯示男生及女生在該項伴手禮的評分數值介於 1-5 區間的比例分別為 42.0%及 63.5%，而評分數值介於 6-10 區間的比例則分別是 58.0%及 36.5%，表示男性樣本比女性樣本更認為高粱酒伴手禮更可以代表當地的伴手禮。
- ◇ 地瓜餃：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.025（小於 0.05）表示性別對地瓜餃伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法具有統計上的顯著差異，交叉分析的報表顯示男生及女生在該項伴手禮的評分數值介於 1-5 區間的比例分別為 61.0%及 73.6%，而評分數值介於 6-10 區間的比例則分別是 39.0%及 26.4%，表示男性樣本比女性樣本更認為地瓜餃伴手禮更可以代表當地的伴手禮。
- ◇ 繼光餅：經卡方檢定分析結果顯示，其 p-value 為 0.001（小於 0.05）表示性別對繼光餅伴手禮是否可以代表當地的伴手禮之看法具有統計上的顯著差異，交叉分析的報表顯示男生及女生在該項伴手禮的評分數值介於 1-5 區間的比例分別為 59.0%及 78.4%，而評分數值介於 6-10 區間的比例則分別是 41.0%及 21.6%，表示男性樣本比女性樣本更認為繼光餅伴手禮更可以代表當地的伴手禮。

4.6 綜合討論

依據喜好平均數，本研究綜整各縣市挑選出伴手禮在受訪者心中較不具有代表性(平均值 <5)，歸納其可能原因可能包含產品知名度不高、受試者喜好度較低或其他更知名同類型產品影響受試者評定喜好程度，綜整如表 4-45，另較特別這些對於受試者不具代表性的伴手禮，經卡方分析仍部分有性別顯著差異，可能這些產品對於某種性別較有吸引力、知名度或在購買意願上相對較高。

表 4-45 本研究篩選伴手禮較不具代表性統整表

縣市	伴手禮品項	是否顯著差異 ／喜好度高的性別
台北市	佳德糕餅	無
新竹縣	阿娟姐客家鹹菜	有／男性
新竹市	西大發城隍包	無
基隆市	連珍糕餅	無
苗栗縣	柿子餅	有／男性
雲林縣	虎丸御皇吉	無
高雄市	棗子	無
花蓮縣	漂流木餅力	有／男性
澎湖縣	鹹餅	無
金門縣	高粱酒	有／男性
連江縣	高粱酒	有／男性
連江縣	地瓜餃	有／男性
連江縣	繼光餅	有／男性

依據卡方分析，本研究綜整各縣市挑選出伴手禮在受訪者心中較具有代表性(平均值>5)如表 4-46，經卡方分析有性別顯著差異，可能這些產品對於受試者普遍皆具高程度喜好，尤其對個別性別較有吸引力、知名度、口味喜好或在購買意願上相對較高，從表 4-46 女性喜好度較高結果，以水果、餅乾及蛋糕類型為主的伴手禮；另經卡方分析後較不具性別差異的伴手禮，代表受試者的性別對於此項伴手禮都具有較高評價及喜好程度，卻沒有明顯差異性，換言之屬普遍大家所喜愛或知名的伴手禮。

表 4-46 本研究篩選伴手禮較具代表性且有性別差異統整表

縣市	伴手禮品項	喜好度高的性別
台北市	江記華隆肉紙	男性
桃園市	水蜜桃	女性
新竹縣	進益貢丸	男性
苗栗縣	王記魚丸	男性
台中市	檸檬蛋糕	女性
嘉義縣	阿里山萬客香	女性
高雄市	芭樂	女性
屏東縣	萬巒豬腳	男性
屏東縣	東港三寶	男性
澎湖縣	干貝醬	男性
金門縣	菜刀	男性

第五章 結論與建議

5.1 結論

在傳統重視人情味農業社會，在出遊、返鄉或過年過節隨手攜帶伴手禮送給親朋好友，是很好表達關心與增添禮數方式。這些伴手禮多為地方特色的名產，根據臺灣旅遊狀況調查，國內旅遊每人每次平均旅遊支出購物為第 3 高旅遊支出(佔總花費約 21.4%)，購物尤其以花費在「加工農特產」(51.6%)之金額最高，可見觀光旅遊除帶動地方產業發展，也提高地方特產(伴手禮)的銷售。

為了促進地方旅遊業發展及產業發展，政府機關或民間團體每年相繼辦理伴手禮相關競賽，如「台灣百大伴手禮」為台灣省商業總會偕同各直轄市商業會及縣市商業會響應選拔及展覽，獲選伴手禮之廠商即可公開表揚並設立專區展覽，提供廣告宣傳機會，讓產品曝光度更高，營造產品商機及獲取更多利潤；另各縣市非常重視伴手禮所帶來觀光及經濟效益，每年亦舉辦相關伴手禮評比賽事，並且利用社群媒體網路端行銷，除了獲取競賽獎勵外，可藉由媒體宣傳提高知名度，引領伴手禮走出地方，行銷全台，為地方創造更多的觀光財。

本研究透過網路、觀光網站推薦或網路部落客、美食專家等推薦各樣伴手禮中，在各縣市篩選出三個較具代表性伴手禮製作成問卷，經由受試者進行問卷調查，依據喜好平均數，區分是否具有代表性，再利用卡方分析不同性別挑選伴手禮的差異性。

依分析調查成果，在受訪者心中較具有代表性的伴手禮(平均值 >5)，這些伴手禮對於受試者普遍較有高精度喜好及印象，包含在食材品質、行銷廣告、口味、包裝或具在地特定特色上廣受消費者青睞，並在口味喜好或在購買意願上相對較高，且大部分都是耳熟能詳，如只要被提及某地方特產伴手禮，毫不猶豫就可直接聯想到的特色伴手禮，如新北三峽金牛角、桃園大溪豆干、宜蘭牛舌餅、苗栗大湖草莓、新竹縣東方美人茶、台中太陽餅、南投阿霞手工蛋捲、花蓮麻糬、台東釋迦、澎湖黑糖糕、金門貢糖...等等。這些伴手禮通常沒有精美包裝、主要還是以獨特口味及與在地連結性取勝，在行銷上也透過網路及媒體提高知名度，甚至外銷國外。

另在問卷分析過程中，受訪者心中較不具有代表性(平均值 <5)，歸納其可能原因為受試者可能包含對於產品知名度不高、陌生、口味喜好度較低或其他更知名同類型產品影響受試者評定喜好程度。以與金門同是外島的連江縣為例，受訪者對於所篩選三種伴手禮喜好度皆低，不具代表性，推測其原因，可能由金門及連江縣平均觀光人數統計資料(姚名鴻、許庭維，2019)差異得知，連江縣相較於金門觀光人口數較低、交通亦較金門不便捷及小三通旅客數不及金門多，受訪者如果沒有當地旅遊經驗的話，對於產品將會十分陌生，再加上可能行銷策略仍以當地為主，只有觀光客去當地才有機會去購買當地伴手禮。

本研究也針對這些各縣市所篩選的伴手禮，經卡方檢定分析結果顯示，其以 p-value 小於 0.05，來判斷性別對於伴手禮可否代表當地的伴手禮之看法在統計上的差異性。受訪者心中較具有代表性的伴手禮(平均值 >5)，再從卡方分析 p-value 小於 0.05，歸納各縣伴手禮不同性別分析結果，女性較偏愛伴手禮類型，以水果、餅乾及蛋糕類型為主的伴手禮，如水蜜桃較鮮甜、芭樂營養價值高及精緻蛋糕餅乾類較美味可口；男性則偏好地區美食，如或地方特色伴手禮為主，如萬巒豬腳、東港三寶及王記魚丸等等，男女生選擇上較有明顯差異。

另外在受訪者心中較不具有代表性的伴手禮(平均值 <5)中，且卡方分析仍有性別顯著差異時，可能這些產品對於某種性別較有吸引力、知名度或在無其他選擇情況下，男性或女性在購買意願上仍相對較高的伴手禮。

綜整上述結果發現，在不同性別受訪者心中，較具有代表性的伴手禮(平均值 >5)的伴手禮，這些伴手禮與地方產業、地方文化連結性，及業者產品經營行銷有密切關係，以下分為三類簡略區分如下：

1. 以在地農、漁產品或融合在地特產的食材原料，經由加工或包裝做為伴手禮，如來自自身產地的食材，如桃園拉拉山水蜜桃、新竹東方美人茶、苗栗大湖草莓、台南蜜餞、屏東東港三寶、台東池上米、台東釋迦、花蓮麻糬、澎湖干貝醬、金門貢糖...等等，這些伴手禮主要分布中、南及東部等以豐富農、漁等產業特性的縣市伴手禮。
2. 以各地食材(原料)做成當地最具代表性的伴手禮，如台北快車肉乾、宜蘭諾貝爾奶凍捲、台中太陽餅、三峽金牛角...等等，這些伴手禮主要以獨特口味

及經營行銷成為熱銷伴手禮。

3. 以地方文化相關伴手禮，如歷經戰爭、富有戰地歷史文化的金門菜刀伴手禮，滿滿戰地情感，賦予這伴手禮（菜刀）是有故事及情感的。

本研究讓我們了解到各縣市伴手禮在推廣上的特色及對於受試者吸引程度，透過公部門舉辦競賽、媒體廣告、美食部落客分享、社群行銷推薦等，各樣資訊提供給消費者，提高伴手禮曝光度，讓消費者在選擇上更具多元化，對於臺灣各縣市伴手禮性別差異性的喜好程度，透過分析，可了解產品特性及如何讓產品價值提升。

在伴手禮特色而言，在地食材或經加工後做成伴手禮，往往對於消費者產生共鳴性較高，伴手禮可搭配在地其他產業文化輔以行銷、在製程上用在地原料也可達節省成本，促進地方其他產業經濟發展；另在性別選擇喜好及銷售策略上，可以盡量將在地食材，研發多樣化製成不同的類型的伴手禮，來吸引更多不同顧客群的消費，創造更多經濟效益。

5.2 建議

本研究從網路、觀光網站推介或網路部落客、美食專家等推薦各樣伴手禮中篩選出伴手禮，透過探討性別對於臺灣各縣市伴手禮喜好程度，透過分析喜好程度，了解產品特性及如何價值提升，針對各縣市伴手禮幾項實務建議：

1. 鼓勵各縣市政府常舉辦伴手禮相關競賽，藉由競爭提高產業進步動力，競爭過程中也無形提高產品行銷及曝光度，並鼓勵商家研發高價值及地方特色伴手禮，讓產品行銷國內外。
2. 伴手禮與地方連結性越高，越能凸顯地區價值，也可以促進地區其他產業同時發展，以在地食材、在地製作、特色包裝及行銷販售等，融入地方元素，給予伴手禮專屬的生命故事來打動消費族群，也利於建立品牌的形象。
3. 鼓勵業者研發多樣化新產品，包含不同口味、不同類型伴手禮來吸引不同年齡、性別族群，提供消費者更多元化購買選擇。
4. 在旅遊景點或釋出公共空間做為伴手禮銷售點，「交通地點」亦影響消費者購買意願，這些交通地點方便的閒置空間租賃作為伴手禮銷售點，可收

取租金，並營造雙方互惠共利。

本研究由於受限論文篇幅，無法針對各縣市所有伴手禮都納入去研究，因此結果可能因提供選項所限制，給予後續研究者幾項建議：

1. 針對縣市政府推動地方創生產業，可以藉由廠商特性、產品屬性、及民眾接收度等投入更多不同的市場調查，有助於對於產品及產業發展。
2. 本研究伴手禮主要多以常見食品類為調查對象，另外在各旅遊區的文藝商品、當地紀念品之消費能力也不容小覷，未來可將納入其共同研究與討論。
3. 針對各縣市經選拔獲選當地特色伴手禮中，未來銷售情形、品牌建立及顧客喜好程度等再深入分析，可當作各縣市辦理該類活動時檢討及精進空間。
4. 現在伴手禮購買途徑非常多元，除了去當地實體店面購買外，網路銷售也逐漸成為經營模式，貨運通路更可短時間保持鮮度的送達客戶手中，在後續銷售策略如何再精進及調整。

參考文獻

1. 王榆琮譯 (2020), 神尾文彥及松林一裕著, 地方創生 2.0, 台北: 時報文化出版社企業股份有限公司出版。
2. 余秀鑾 (2015), 台灣北部地區購買伴手禮之消費者行為探討, 開南大學商學院國際企業學系碩士論文。
3. 范明貞 (2012), 旅遊紀念品購買動機購買情境與旅客回憶影響之研究, 朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文。
4. 陳惠淳 (2015), 商店形象、商品屬性與消費者伴手禮購買意願之研究—以日日股份有限公司為例, 朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文。
5. 盧育佑 (2015), 影響觀光客購買伴手禮之行為模式驗證—以淡水地區伴手禮為例, 國立嘉義大學體育與健康休閒學系研究所碩士論文。
6. 顏小如 (2015), 消費者旅遊紀念品的選擇偏好對伴手禮認同感影響之研究—以雲林縣十大伴手禮為例, 南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士論文。
7. 王貞尹 (2019), 台灣伴手禮關鍵成功因素之研究：以鳳梨酥為例。南華大學文化創意事業管理學系碩士論文。
8. 姚名鴻、許庭維 (2019), 影響我國離島觀光人數因素之實證分析, 全球商業經營管理學報, 11 期, 133-142 頁。
9. 楊家欽 (2019), 伴手禮在區域發展與觀光中的定位—以蕉城旗山為例, 國立高雄科技大學觀光管理系觀光與餐旅管理碩士班論文。
10. 黃意閔 (2019), 台灣烘焙食品類伴手禮行銷策略之研究—以台北火車站微風廣場為例, 世新大學觀光學研究所碩士論文。
11. 林煒杰 (2019), 伴手禮之消費者行為研究, 真理大學企業管理學系碩士班論文。
12. 蔡旻樺 (2019), 地方特色伴手禮創新研發之研究, 嶺東科技大學觀光與休閒管理系碩士論文。

13. 雷曉予 (2015), 城市伴手禮遴選活動對銷售效益的影響, 崇右技術學院經營管理研究所碩士論文。
14. 溫秀華 (2018), 鄉村旅遊地方特色伴手禮設計原則之研究, 景文科技大學旅遊管理系觀光與餐旅管理碩士論文。
15. 徐啓原 (2018), 伴手禮屬性與收禮者認知價值關係, 玄奘大學企業管理學系碩士論文。
16. 胡乃韻 (2018), 探討地方特色產業認知、顧客滿意度與購買意願之關係—以集集鎮伴手禮為例, 亞洲大學休閒與遊憩管理學系碩士在職專班論文。
17. 臺灣旅遊狀況調查 (2019), 觀光統計, 交通部觀光局。取自：
<https://admin.taiwan.net.tw/FileUploadCategoryListC003340.aspx?CategoryID=7b8dffa9-3b9c-4b18-bf05-0ab402789d59&appname=FileUploadCategoryListC003340%20http>
18. 國家發展委員會「中華民國人口推估(2020至2070年)」, 2020年8月。
<https://pop-proj.ndc.gov.tw/download.aspx?uid=70&pid=70>
19. 地方創生國家戰略計畫(2019), 推動地方創生政策, 國家發展委員會網站。取自：
https://www.ndc.gov.tw/Content_List.aspx?n=78EEEF8C1D5A43877&upn=C4DB8C419A82AA5E
20. 「設計翻轉、地方創生」示範計畫(2016), 國家發展委員會。取自：
https://www.ndc.gov.tw/Content_List.aspx?n=4A000EF83D724A25
21. Wilkins, H. (2011), Souvenirs what and why we buy, Journal of Travel Research, Vol.50, No.3, pp.239-247.