

南華大學旅遊管理學系旅遊管理研究所碩士論文

A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER PROGRAM OF TOURISM MANAGMENT

DEPARTMENT OF TOURISM MANAGEMENT

NAN HUA UNIVERSITY

陸客來台旅遊餐飲習性之探討—以臺南、嘉義餐廳業者為例

A Study on Dietary Habits of Tourists from Mainland China When Traveling in Taiwan—Take The
Restaurants in Tainan and Chiayi as an Example



研究生：林敏代

GRADUATE STUDENT: LIN,MIN-DAI

指導教授：林倩綺博士

ADVISOR: LIN, CHIEN-CHI Ph.D.

中 華 民 國 一 百 零 一 年 六 月

南 華 大 學

旅 遊 事 業 管 理 學 系

碩 士 學 位 論 文

陸客來台旅遊餐飲習性之探討—以台南、嘉義
餐廳業者為例

研究生：林敏代

經考試合格特此證明

口試委員：林伯緯
賴奇正
鎮明常

指導教授：林伯緯

系主任(所長)：丁慧敏

口試日期：中華民國 101 年 6 月 10 日

南華大學旅遊管理學系旅遊管理研究所
一百學年度第二學期碩士論文摘要

論文題目:陸客來台旅遊餐飲習性之探討—以台南、嘉義餐廳業者為例

研究生:林敏代

指導教授:林倩綺 博士

論文摘要內容:

本研究從餐廳業者角度，以飲食文化、陸客經濟效益、味覺探討及習癖等觀點，以質性一對一深度訪談法，共訪問嘉義、台南 12 位飯店、餐廳、台南小吃業者，以業者近身觀察，了解陸客因其不同飲食文化背景與區域性分別，其來台旅遊用餐過程中，陸客確因長期習癖養成，在餐食上有省份、地區上極大的差別，來台陸客市場以居住地做為區隔之準則最為適切，雖然業者也各自有因應之道，但因生活習性迥異，陸客過度喧嘩會對台灣及其他客源國家造成排擠效應。在整體經營上，因為業者對陸客都有一定程度的依賴，在不斷政治議題干擾中，旅遊政策的反覆不定，業者會有不安感。近期據業者的觀察，隨著陸客旅遊年齡降低，在世界能見度漸開的同時，陸客在旅遊態度的變化，事實上有與日漸進的轉變。

關鍵字:飲食文化、陸客、習癖

**Title of thesis : A Study on Dietary Habits of Tourists from Mainland
China When Traveling in Taiwan
— Take The Restaurants in Tainan and Chiayi
as an Example**

**Name of Institute : Master program of Tourism management, Department
of Tourism Management ,Nan Hua UNIVERSITY**

Graduate Date : June 2012

Degree Conferred : M.B.A

Name of student: LIN MIN DAI

Advisor: LIN CHIEN-CHI Ph.D

Abstract

The study, with in-depth interview, is to discuss the dietary habits of tourists from Mainland China when traveling in Taiwan concerning their dietary culture, sense of taste, habitus and economic benefits they bring. There are 12 participants, including hotels, restaurants, snack shops in Chiayi and Tainan. According to close observation from the participants, it is shown that there are dietary differences among tourists from Mainland China with different dietary culture and from different regions. Therefore, the diet tourists from Mainland China choose is tremendously different when they travel in Taiwan due to regional differences. That is, the most appropriate standard to distinguish the markets of Chinese tourists to Taiwan is the places they inhabit. Although the restaurants have their respective strategies, because of extremely different customs, tourists from Mainland China are so noisy that they cause the crowding-out effect to customers from Taiwan and other countries. Actually, with an eye to overall management, the restaurants rely on tourists from Mainland China to a certain extent. The restaurants feel uncertain because the political issues keep interfering and the tourism policies are unsteady. According to the recent observation from the restaurants, as the tourists from Mainland China are younger and younger and more open-minded, their attitude toward traveling is getting changing.

Key Words: dietary culture, tourists from Mainland China, habitus

目 錄

中文摘要	i
英文摘要	ii
目 錄	iii
表目錄	vi
圖目錄	vii
第一章 緒 論	1
1.1 研究背景	1
1.2 研究動機	4
1.3 研究目的	9
第二章 文獻探討	10
2.1 飲食文化	10
2.1.1 中國菜	11
2.1.2 菜系	12
2.1.3 四川菜	13
2.1.4 江浙菜	14
2.1.5 廣東菜	16
2.1.6 北平菜	17
2.1.7 湖南菜	19
2.1.8 福建菜	20
2.1.9 安徽菜	21
2.1.10 台灣菜	21
2.2 陸客	23
2.2.1 陸客出境	23
2.2.2 陸客來台	26
2.2.3 陸客來台動機	31
2.3 陸客經濟效益	35
2.4 人類味覺	42
2.4.1 味覺、嗅覺的生理	42

2.4.2	味覺的地圖迷失	44
2.4.3	味道的種類	45
2.4.4	辣味	47
2.4.5	調味的味覺變化	48
2.5	習性	50
2.5.1	習慣領域	51
2.5.2	習癖	52
第三章	研究方法	55
3.1	研究方法選擇	55
3.2	研究流程	57
3.3	研究參與者	58
3.4	資料蒐集	60
3.5	研究者角色與省思	63
3.6	研究信度與效度	63
第四章	研究結果分析	65
4.1	菜單設計架構	65
4.1.1	重整菜餚特色	66
4.1.2	廚師自我提升	68
4.1.3	餐標差異	69
4.1.4	不吝展現財力	71
4.1.5	陸客來訪頻率	72
4.1.6	孔廟事件後效	74
4.1.7	掌控業績真相	75
4.2	口味上的區別	77
4.2.1	酸甜苦辣 都是鄉愁	78
4.2.2	麵食米飯 各有鍾情	81
4.2.3	山珍海味 仍循原味	83
4.3	餐飲習性	84
4.3.1	飄洋過海 我行我素	85
4.3.2	喧嘩過度 排擠效應	87
4.3.3	視野開拓 循序進步	89
4.3.4	自由行 到底行不行	91
第五章	結論與建議	95

5.1	結論	95
5.2	結語	98
5.3	建議	99
	參考文獻	100

表目錄

表 2.1 中國大陸出境旅遊人數統計表.....	25
表 2.2 歷年國人赴大陸旅遊人數與陸客來台旅遊人數比較圖.....	29
表 2.3 近 5 年來台主要客源國旅客成長趨勢.....	31
表 2.4 近 5 年觀光外匯收入比較圖.....	36
表 2.5 來台旅客每人每日平均消費額	37
表 2.6 來台旅客每人每日購物費用.....	37
表 2.7 香港旅遊人數收益表.....	39
表 3.2 訪談對象及背景資料.....	59

圖目錄

圖 2.1	豆瓣魚.....	14
圖 2.2	宮保魷魚.....	14
圖 2.3	麻婆豆腐.....	14
圖 2.4	東坡肉.....	15
圖 2.5	無錫排骨.....	15
圖 2.6	雪菜大黃魚.....	15
圖 2.7	蔥油淋雞	17
圖 2.8	咕咾肉.....	17
圖 2.9	京都排骨.....	17
圖 2.10	京醬肉絲.....	18
圖 2.11	鍋塌豆腐.....	18
圖 2.12	北平烤鴨.....	18
圖 2.13	左宗棠雞.....	19
圖 2.14	蝦鬆.....	19
圖 2.15	富貴火腿.....	19
圖 2.16	佛跳牆.....	20
圖 2.17	燕丸.....	20
圖 2.18	紅蟳米糕.....	20
圖 2.19	魚咬羊.....	21
圖 2.20	八公山豆腐	21
圖 2.21	問政山筍.....	21
圖 2.22	菊花干貝湯.....	23
圖 2.23	三杯雞.....	23
圖 2.24	如意魚捲.....	23
圖 2.25	味蕾.....	43
圖 2.26	味覺地圖.....	44
圖 3.1	研究流程圖.....	57

第一章 緒論

1.1 研究背景

飲食文化在中國文化中有非常重要地位，其哲學含意不僅僅在「吃」，更是一種生活享受與生活藝術，鄧天杰、陳煦娟(2010)以哲學思想提到：「中國古代哲學思想不僅可以直接從飲食中產生，而且也可以建立在這種生活基礎上。」並以「陰陽五行¹」、「天人合一²」、「中和為美³」、「以食療病⁴」、「烹飪喻治國⁵」等貫穿、滲透於中國飲食文化中。張立華(2012)以美學的角度看中國飲食文化，唯有「美食、美味、美器、美境」才能完整詮釋飲食文化。張建忠(2009)在談餐食文化旅遊資源發展上，認為：「在旅遊活動中，飲食早已超越單純生物學意義目的，而是體現人們熱愛生活、彰顯自我、追求高雅、注重體驗、豐富情趣的文化載體和符號，是一項包含豐富社會意義的重要文化活動。」飲食活動早已超越生理需求，在不同文化特色上，呈現形而上的美學意念；當旅遊與餐飲邂逅時，會是一場文化體驗的過程。

許多中國菜，不但具歷史淵源、有的是民間傳說、更還有神話故事，

¹陰陽是古代哲學家解釋自然中兩種對立和互相消長物質勢力學說；五行則是人們對構成合規律的整體宇宙的五種基本要素認識，傳統飲食文化中，把陰陽五行看成天地萬物根本。²人類生存保障和生活質量的提高，主要靠大自然生長食物，所以天人是相通的，人無時無刻不受天地影響。³中也者，天下之大本也；和也者，天下知答者也，意指天地萬物恰到好處的烹飪概念。⁴又稱食治，即利用食物來影響機體各方面功能，使健康或療疾防病的一種方法。⁵神農氏嘗百草，伊尹“負鼎俎，以滋味說湯，致于王道”。

多數名菜都有故事、畫面，是貼近大眾生活三餐的大小事，例如四川菜系裏的「夫妻肺片」，福建菜系裏的「佛跳牆」，北京菜系裏的「驢打滾」、「愛窩窩」，江浙菜系裏的「松鼠黃魚」，台灣菜系裏的「菊花干貝湯」等，菜名既貼切又令人摸不著頭緒；這些古樸的民間佳餚，都隱藏有地方特色內涵或造型上創意，甚至是文人雅士附會風雅的傳說。相對於西方料理，雖然從菜名中對於菜餚內容能完全看究，但就是缺乏了許多想像空間與樂趣。另外，中國菜注重大伙圍起來吃飯，酒酣耳熱氣氛高亢，所有菜餚現炒現做，熱騰騰的端上桌，所有人圍著圓桌享用大碗大盤豪邁，這充分顯示主人對客人的熱忱，更是餐廳對顧客熱烘烘的心意；最近幾年，西菜盛行，「中菜西吃」大行其道，許多比賽或所謂創意料理，都強調將中國菜以西式套餐方式呈現，為了學習西方人的精緻美食，卻犧牲了中國菜原有的溫度，沒有了熱騰騰冒煙的圖騰，就像少了靈魂的中國菜，實在令人惋惜。

餐飲教育方面，最初是高雄餐旅大學，一個完全以餐食、旅運課程為主的學校，在國內一炮而紅，影響所及，目前大學部分除了部分名校以外，幾乎每所大學都要設立與餐旅相關的科系。以高職體系來看，設立相關餐旅科別，更幾乎是私立高職唯一的生存之道，例如台南地區有一所原名「亞洲商工」的私立高職，學校經營困難之際，適時將學校改為

「亞洲餐旅學校」，在大量設立餐旅相關科別之後，學校不但起死回生，更是班班爆滿；相同的招生狀況，在許多私立高職學校不斷重演。以 99 學年度，四技二專入學考試相關資料來看，在高職的 22 個相關職種裏，報考人數共 158025，其中報考商管群有 42268 人，第二就是餐旅群的 25114 人，姑且不論人才失衡的問題，餐飲類科相關科系在台灣的崛起，是教育界擋不住的進行式。

1987 年 7 月開放大陸探親後，一開始是以單向，台灣人赴中國旅遊為主，那時候台灣人眼裏的大陸人，多數是落後、無知，就是那種靠古文明、老祖宗遺產生存的蠻邦，但也許在觀光客看不到的角落裏，其實芸芸大眾，正都抓準契機，勤勞奮鬥的眾生。所以才沒多久時間，大陸開始有效率的大興土木，老陳設消失了，取而代之是棟棟新穎大樓，大陸這幾年還辦了許多國際性大活動，彷彿是個脫胎換骨的國家。當人民有能力，他們開始到世界各地旅行了；早期因為種種限制不容易來台灣，2008 年 7 月開放陸客來台旅遊後，一台一台的遊覽車，一間一間本已乏人問津的飯店，紛紛因為接待陸客，整個興旺起來，為不景氣的台灣經濟，注入了奇蹟。

台灣與大陸隔著台灣海峽，多年來的恩怨情仇，各有堅持，怎麼也解不開。前教育部部長杜正勝以「同心圓史觀⁶」，去除「中國中心論⁷」，

認為從台灣圓心出發，然後了解中國大陸、亞洲及全世界；吳密察教授認為杜部長的理論極富挑戰性，它打破傳統在時間縱軸上的歷史敘述方式，而意圖以空間橫軸的擴散方式展現歷史，台灣史的圓圈其實無法與中國史圓圈全然割離；台灣與大陸，糾葛的歷史、詭譎的關係，一時之間難以解開。

1.2 研究動機

對我來說，上烹飪課程，是人生中的一個意外的轉折；雖然大學讀的是家政系，我卻一直害怕動刀舞鏟，連在家裡也不太做家事的。但是，當面臨不得不的職場轉換時，也只能去面對。為了想要考進目前服務的公立學校，1998年的夏天有幾個月的時間，不是在中餐廚房拜師學藝重拾學生時代的廚藝，要不就是在麵包店裏跟著師傅擀麵糰、捏麵包、烤蛋糕，等到我真的以「烹飪老師」身分面對學生時，才更又深切體認任重道遠的責任，這段時間，只要能有機會充實自己技能，總是拋夫棄子，不遠千里去上課。

進到烹飪的領域後，深深覺得烹飪是一門繁雜，卻又是十分貼近生活

⁶中央研究院院士杜正勝於1990年代所提出，係以臺灣為中心，一圈圈向外認識世界，認識歷史 同心圓作為新史觀與歷史架構，雖然並未實踐於臺灣的教育改革中，卻與新史學等學術發展息息相關。

⁷中國中心主義，是認為中國是世界的中心的一種概念，是古代中國的一種世界觀。

有樂趣的空間，看似簡單平凡的一道菜，如果要細說它的刀工、火候、調味、擺盤、整體觀感，哪還真是處處有學問，更別說是功夫菜了；但如果不是那麼講究，簡簡單單粗茶淡飯，細嚼慢嚥食物原味，即使不是那麼精緻，也自有其樂趣，其中滋味本就在個人領悟。中國地大物博，國土緯度適中，加上五千年文化醞釀，千年人文景緻推波助瀾，總有說不盡讓人能朗朗上口傳送千里的傳奇，這樣的國家，這樣的人民，吃甚麼？怎麼吃？為什麼要這樣講究吃？這都是在品味中國菜時，可以增添樂趣的。

對一個 1960 年出生如我年齡的人，對岸「大陸」在記憶中，實在是多變的：當年紀還小的時候，老師都告訴我們，大陸人吃樹皮、住人民公社，那是一個被萬惡共匪統治的國家。稍長些，印象中年輕人揮舞毛語錄激情鬥爭，四人幫洋洋得意，那是一個文革災難的國家。再長些，文革垮了，激情不再，沒有人知道發生了甚麼事情，那是一個突然消失在世界版圖的國家。長大變成社會新鮮人，聽說小鄧起來了，大陸經濟小小萌芽，鄧麗君歌曲傳遍大陸，那是一個悄悄開了門的陌生國家。幾年過去，是個不舊不新的上班族，1987 年 7 月兩岸通了，雖然只單向通，但親人互訪，電視裏不斷播出賺人熱淚的重逢畫面，那畫面裏的人近鄉情怯，不知如何面對眼前的人，只能老淚縱橫互相擁抱，這些說不盡的生離死別，不禁讓人要問：這歷史洪流到底發生甚麼事，為什麼親人不得相見？

1999年，初次訪北京，是一個寒冷的冬天，在頤和園畔，有一個大陸中年人，吵著要跟我們回台灣，他說台灣是寶島，他要來拼事業，烙印艱難歲月下的臉龐，是偷渡客氾濫的時候，大陸新娘同時大量來台，幸福的，不美滿的，都有說不完的心酸苦楚。2008年奧運在北京，全世界目光焦點都在這個新興國家，對這個野心勃勃的國家既期待又怕受傷害，儘管有層出不窮的仿冒品和黑心商品，但是個體戶起，經濟起飛，在國際上已嶄露頭角，沒有人想要錯過這個歷史時刻，更沒有企業敢漏掉這個起飛的國家。現在，當所有的民主國家正在修正資本主義的同時，他像海綿般得吸取成功捷徑，雖然貧富不均，雖然問題叢生，但國際地位不斷竄升，人民也充滿自信，現在他是一個企圖心旺盛，信心滿滿的國家。

總有人不斷提醒我們，說我們的祖先都來自大陸，但感覺上、情感上，大陸是大陸，台灣是台灣，分隔文化這麼多年，硬著要把兩地人說成一家人，許多人是穿不過這歷史隧道的。2009年3月間，我帶學生到台南的飯店體驗2天1夜的飯店實習生活，期間剛好碰上一團陸客鬧哄哄的走出飯店，在好奇心理下，跟飯店經理聊了起來，才知道飯店接陸客的苦，飯店的人說：陸客來時像千軍萬馬兵團，轟隆隆的來，又轟隆隆的離開，總是攪亂了飯店的寧靜，更離譜的是，飯店的人只要看到陸客作勢

要吐痰，他們得在第一時間捧著痰盂接好陸客的痰，否則，飯店的地毯就要遭殃了。乍聽之下，覺得非常不可思議，都甚麼時代了？怎麼可能會有這回事？但見飯店的人搖頭又嘆氣，再想想去中國的經驗，可能吧！也許吧！

2009年8月是夏天，到四川九寨溝，那個晶瑩剔透、碧海翠湖的水世界，一路上，在四川吃的都是辣滋滋、紅油泛面的菜色，盡管領隊不斷安慰我們說：已經交代他們別煮太鹹別煮太辣了！但又想既然到了四川，這個非常三國的辣椒省份，是不是就該嚐嚐當地口味？一天，來到火鍋店吃麻辣火鍋，正對著麻辣火鍋發愁時，司機大哥開口了：這鍋？我們吃不來的，問：吃不來是怎麼著？他答：不夠味啊！不夠辣啊！這怎麼吃？我們吃不來的，我的天！那四川人到底吃多辣？

2010年某個傍晚，我在家裡附近的全聯超商購物，突然聽到揚升口音的國語，是一群陸客互相討論該買甚麼東西回鄉當伴手禮時，我驚訝到不行，我當然知道陸客來台旅遊了，但是在全聯超商，這個最貼近我們生活圈的超商，都有陸客侵入時，才驚覺到陸客已經鋪天蓋地的到台灣來了，以後再在路上看到一群群穿著特別保守，在街上逛街的陸客，心理上更加要明白，自己那種自大心裏應該要改變，陸客登台灣，台灣人要依靠陸客賺觀光財是個不爭，必須面對的現實。

對我而言，結合我的專業領域，在長期受到八大菜系影響的中國民眾，來台灣用餐，他的飲食習性如何?能否適應台灣餐飲?他們的用餐習慣如何?我以台灣業者的角度，他們怎麼去看陸客習性?如果，再以另外一個角度看陸客、看自己，台灣早期剛開放出國做國際觀光時，有好長一段時間，其實也受到很多國家的排斥與歧視，台灣是經過許多年的陣痛，才有今天的旅遊文化，今天也許我們用這樣的角度看陸客，一大段時間的過渡期後，是否也如台灣，在幾年後的今天或未來，陸客也可以是一個有文化水平的旅遊大國?

1.3 研究目的

- 1.3.1 在對陸客的研究中，多數以陸客人數成長的經濟角度、來台意願為研究主題，本研究以餐飲業者角度，看陸客來台旅遊，各種飲食習性為探討對象。
- 1.3.2 陸客來自個不同省份，透過餐飲業者近身觀察與體驗，如何應付各自不同習性、不同需求。
- 1.3.3 當陸客大舉來台旅遊時，餐飲業者的心路歷程與省思。
- 1.3.4 就飯店業者、一般餐廳業者、台南小吃業者、高速公路餐廳業者，不同營業型態方式，在餐食價位與菜單設計上，各有何不同考量。
- 1.3.5 在大陸經濟快速成長過程，陸客急著追上當世界公民時，陸客餐飲習性，有沒有逐年改變?有沒有因為見識廣博，而有不同的變化?
- 1.3.6 就各種不同營業型態的餐廳，對「自由行」的期待。

第二章 文獻探討

2.1 飲食文化

「食物」二字，根據字典的定義，意指「是為了維持生活與成長，所提之必要營養的一種本質。」(張玉欣、楊秀萍，2011)大自然中發現各種食物，從食物中攝取營養素，使個人生命得以維持；但因「人類是會共食的動物」、「人類是要想去做菜的動物」(石毛直道，2001)，於是群居的過程中，漸漸有了共同價值、信仰、態度、和習慣，「文化」於是慢慢形成。莊英章(2003)論述：「飲食是一個族群獨特的展現標誌，有其對祖先記憶的痕跡，亦是該族群長期實踐而成的生活內涵，其中或許尚存有族群原始的生活飲食習性，但更多數的表現應該是族群在生存的過程中與所處的土地、環境及不同族群互動中產生的改變與沉澱的文化。」王瑤芬(2001)引用人類學家 Berger, R. L. & McBreen, J. T. 的研究，以人類學觀點分析飲食文化有四個面向：

1. 生物面向:說明人類行為受遺傳即先天體質的影響而有差異。
2. 心理面向:心理學家認為人類行為是學習來的，而學習有與知覺、認知、情緒發展等機制有關，此三者的結合性心理結構即構成一個人的性格。
3. 社會結構面向:探討社會制度(家庭、社會、組織)、社會階層以及社會

化過程中的價值、規範、角色對個人行為影響。

4. 文化面向:指一個社群內的生活模式、信仰體系對行為的影響力。

所以，飲食文化的形成來自於表面能被解釋、觀察的需求，但同時它又被錯綜複雜的內心思緒與外在文化體驗引導。「若從文化的角度來看食物的喜好，在文化的適應上或同化的過程中，飲食都是最後的時候才會被改變。」「尤其一般人們吃飯的主要地點多半是在自己家中，這部分是無法被觀察的。」(張玉欣、楊秀萍，2011)。「飲食文化最容易受原始在地影響。」 Mark L. Wahlquist (2007)；常常一組移民遠離家鄉來到異地求生存，長時間在當地生活，其飲食習慣很難被當地同化，有趣的是，當地人反過來會接受移民飲食，於是這樣的移民美食，反而能在當地落地生根，開枝散葉；這樣活絡的文化交流，事實上也隨時在世界上的每個角落發生。

2.1.1 中國菜

中國各地有一首《口味歌》是這麼傳唱的：「南味甜北味鹹，東菜辣西菜酸。南愛米北喜麵，沿海常食海鮮。辣味廣為接受，麻味獨鍾四川。勞力者重肥厚，勞心者輕鹹甜。少者香脆刺激，老者爛嫩鬆軟。秋冬偏於濃厚，春夏偏於清淡。悉心體察規律，尊客隨機應變。」姚偉鈞(2002年)口味歌中說明，中國幅員廣大，地大物博，生活緯度合宜，各地不同

時分，不同人物，各有所求、各取所需。只是這樣的平實生活瑣碎，庶民小食，實在平凡得無法引人注意，在近代多難多災的中國裏，總是難登學府之堂，遼耀東先生(2001)在《肚大能容》書中，就有感概說：「飲食雖小道，然自有其淵源與流變，不是三言兩語說得清的。」日本國立民族學博物館館長石毛直道先生更在《中國飲食文化在世界的地位》中提到：「近代世界各國所接受的飲食文明，可以說只有兩種，即歐洲飲食文明與中國的飲食文明。歐洲的食品和飲食方法是在近代世界所謂歐化這種政治、經濟的背景走向世界；相反，中國飲食文化與國家權力毫無關係，只是由於各國人民讚譽，中國飲食是真正美味佳餚，中國餐廳遍佈於世界各地。」

2.1.2 菜系

中國菜系的形成與發展，是特定地域的地理氣候、風俗習慣、歷史文化，以及古代落後生產和排外性等因素共同作用的結果。呂曉敏等(2009)研究中國菜系，說到在唐宋時期已形成兩大派，即南方菜與北方菜兩大派別。以後隨著飲食不斷發展，有四大菜系說，即魯菜、川菜、蘇菜、粵菜；到清朝末年形成魯、蘇、粵、川、浙、閩、湘、徽等八大菜系。但山東菜餚在北京經歷了幾百年滄桑，已經演變成北平菜系。而同時「台灣菜」這個概念始出現於日治時期，雖然著名酒樓供應知名台灣料理，

事實上其菜餚包含中國各地風味；經營者刻意將台灣菜凸顯為另類文化分類，以便與日本料理、西洋料理、乃至中國料理有所區隔。戰後，國民黨政府時代，台菜逐漸隱藏在少數酒家與溫泉旅館中，此「酒家菜⁸」文化被認知為「台菜」的重要源頭(陳玉箴，2008)；八零年代以來，台灣經濟起飛，餐飲業如海綿般吸取各地精華，呈現多元融合，終自成一格。以中式餐廳分類依據，和一般教科書上使用習慣，近代分成四川菜、江浙菜、台灣菜、廣東菜、福建菜、北平菜、湖南菜、安徽菜等八大菜系(張瑛紹，2003)。雖然仍有河南菜系與安徽菜系互調之說，但研究者仍以一般大眾之說法陳述八大菜系。

2.1.3 四川菜

對中國菜來說，「食在中國，味在四川」之諺語，說明四川菜實為中菜之首。川菜以成都菜和重慶菜為主，因兩地皆處內陸，所以取料也是陸多於海，不僅色香俱佳，還特別注重調味，「川菜自古講究『五味調合』、『以味為本』，川菜的味型之多，居各大菜系之首，計有二十四種味型。」(黃澄，2006)；因此有「一菜一格，百菜百味」之說，調味方法多層次變化，主味突出、明顯，鮮香麻辣的真滋味，害得四川人永遠吃不慣其

⁸北投在日據時期(1895年-1945年)期間，日本人鍾愛北投溫泉，因此陸續蓋了許多溫泉會館、旅店，成為台灣當時重要的溫泉鄉。到了1950年代，酒家文化達到高峰，商賈無不以此宴客表尊客。其菜餚特色極奢華，注重食材與排場、用料實在並結合地方料理，因口味偏重，常能引起當時酒客味蕾。

他省分的菜。調味中又以紅油、家常、魚香、麻辣、酸辣、乾燒、怪味和椒麻最具特色、最享盛名(陳一宙，1986)。

川菜主要分成高級筵席、市肆大眾便餐、家常風味餐等三大類；高級筵席選料嚴謹、刀工講究，多用山珍海味，口味變化多，整桌菜餚中，幾乎沒有辣味；而市肆大眾便餐，強調快速與實惠，一般大眾印象中的川菜像宮保雞丁、魚香茄子、水煮牛肉等便是；再如回鍋肉、鼎鼎大名的麻婆豆腐、夫妻肺片、棒棒雞則就是屬於家常小吃風味。成都人愛吃火鍋愛喝茶，「火鍋店與茶館，一個是紅白鍋子裏沸騰“江山”，一個是杯盞茶香中龍門陣“風月”，都充分映襯了四川人滾燙的生活熱情。」(黃澄，2006)



圖 2.1 豆瓣魚(本研究製)圖 2.2 宮保鮭魚(本研究製) 圖 2.3 麻婆豆腐(yahoo 圖片)

2.1.4 江浙菜

以上海為中心點，兩頭分別是浙江省與江蘇省，這物產豐饒的沿海線就是今日江浙菜系統；浙江省的重要菜系是杭州菜、寧波菜、紹興菜；江蘇省則以淮揚菜(揚州)、南京菜、無錫菜、蘇州菜為著名。此江南氣候溫和濕潤，四季分明，又多川、湖，水產資源豐富，菜蔬繁茂，自古

就有「魚米之鄉」稱謂；當地一首民謠《十二月魚諺》這樣唱到：「正月塘裏肉頭細，二月桃花桂魚肥，三月甲魚補身體，四月鮳魚加蔥細，五月白魚吃肚皮，六月魚鮮如雞，七月鰻魚醬油燜，八月肥魚要吃肺，九月鯽魚紅塞肉，十月草魚打牙祭，十一月鱸魚湯吃頭，十二月鯖魚只吃尾。」(陳慧俐，2003)，歌中道盡江浙菜系海鮮類的繁榮；這樣得天獨厚的地勢，再加上文人墨客的懷古幽情，賦於菜色無比故事性與生命力，江浙菜儼然成為當今菜系的首選。

江浙菜基本特徵為油多、味濃、糖多、富光澤、材料新鮮，味不論濃淡，都保持原味，在兼容並蓄之中，尚可見其脈絡。其中上海菜因貿易興盛，對烹調要求較為嚴格，幾經研究、創新，形成了風味獨特的「海派的各地風味菜」(曾玉明，1997)。杭州水碧山清，自然多風味，名菜有龍井蝦仁、西湖醋魚、宋嫂魚羹、東坡肉，寧波菜有剝皮大烤、雪菜大黃魚，紹興則以女兒紅、狀元紅聞名；古城南京的板鴨、鹽水鴨，蘇州船菜、叫化雞，揚州三絕的紅樓宴、三頭宴、全藕宴，乾隆每下江南朝思暮想的文思豆腐，無錫三鳳橋的無錫排骨等，與小橋流水的江南景緻相互呼應，總是充滿詩意。



圖 2.4 東坡肉(本研究製) 圖 2.5 無錫排骨(本研究製) 圖 2.6 雪菜大黃魚(yahoo)

2.1.5 廣東菜

中國有一句諺語:「生在蘇州,穿在杭州,吃在廣州,死在柳州。」廣東菜豐富的材料與精巧配製,形成菜系特殊體系可見推崇;其中最被津津樂道的是選料廣博奇異,南宋《嶺外代答》提到粵人:「深廣及溪峒人,不問鳥獸蟲蛇,無不食之」「至於遇蛇必捕,不問長短,遇鼠必執,不問大小,蝙蝠之可惡,蛤蚧之可畏,蝗蟲之微生,悉取而潦食之。」(陳慧俐,2002),粵人取材之特異性,其他省分無人能比。

粵菜擅於兼收並蓄外地技法,有焗、煎、炸西式烹調法,並以各式醬料著稱:XO 醬、冰梅醬、侯柱醬、蠔油醬、魚露等供食材變化調味;豐富的區域性,分成廣州菜、潮州菜、東江菜三大類,廣州菜歷史悠久,具相當規模,一般所謂廣東菜大多指廣州菜;潮州因移民東南亞者眾,衣錦還鄉的華僑總在烹調美食上展現財力,於是,潮州菜講究的食材原味與甘冽香鮮,常讓人艷許;而東江菜即指客家菜,烹調上重油、鹹,最具鄉土口味。粵菜美食,以製作精、味道美、花樣多、構思巧馳名於世。飲食中,不但有以精緻美味的大菜取勝,即便是茶樓的小點、路邊的小吃,各種五花八門的食品都有其特殊風味,其中飲茶(Yam Cha)、粥品、燒烤、狗肉、蛇羹、補品是廣州最具代表性的飲食(陳一宙,1987)。著名的廣東菜有:鹽焗雞、猴腦湯、咕咾肉、太史蛇羹、狀元及第粥、烤乳

豬、京都排骨、廣式烤鴨、滑蛋牛肉；廣式飲茶點心部份有叉燒包、蝦仁燒賣、牛肉丸、芝麻球、芋餃、馬蹄條、鹹水餃、咖哩餃、魚翅餃、蝦餃、芋泥西谷米、芝麻糊等，廣式點心做工精細，兼具內涵與造型，堪稱點心之最。



圖 2.7 蔥油淋雞(本研究製) 圖 2.8 咕咾肉(本研究製) 圖 2.9 京都排骨(本研究製)

2.1.6 北平菜

回顧歷史對北平菜影響最大的就是山東菜，山東「孔府菜」是中國歷史最悠久的官府菜。但因北平曾是遼、金、元、明、清五代舊都，尤其明末清初，朝廷當官多是山東人，為適應需求，山東廚師就移到北平開館子，這「天子腳下」的飲饌藝術，在這樣氛圍下，就更顯得富貴氣象。

北平是中國幾百年的帝王之都，人文薈萃，自然成為全國文化精華，也是吃的藝術之都，其烹調特色依陳慧俐(2002)與研究者分析有五特點：(一)選料考究，雞、鴨、魚、肉、蛋、時蔬、天南地北山珍海味應有盡有，(二)菜餚四季分明：講究嚐鮮及節令飲食，夏天吃春捲、夏天喝粥、秋冬時期為驅寒吃烤肉、冬天吃火鍋，(三)完整獨特的烹調技法：烹調技法完整、刀工精湛、著重火候，(四)調味適宜突出本味：口味鮮美可口，

無論南方人、北方人都愛吃，(五)佐膳精妙:客人以茶、美點、小吃相迎，吃北京烤鴨佐以荷葉餅、甜麵醬與蔥絲，小點佐菜等小細節都注重。其中結合滿族與漢族烹調藝術最高水平的宮廷飲食文化--「滿漢全席⁹」是凝結歷史鼎俎庖傑的智慧和技藝的優秀成果(吳正格，2008)。

北平人極愛麵食，「以麵為主食，家常飲食只要有麵、吃得飽，也就心滿意足了，但是麵食的花樣可就五花八門、層出不窮，不過最主要還是餃子、擀麵和烙餅」(漢光食藝叢書，1997)，有一句諺語說:「舒服不過躺著，好吃不過餃子」。道盡北平人愛麵食的程度。北平的名菜有:北京烤鴨、蔥爆羊肉、鍋塌豆腐、高麗鳳尾蝦、清宮蘇造肉、醬爆雞丁、涮羊肉等;點心類有:拔絲蘋果、牛肉餡餅、裕連火燒、愛窩窩、芸豆卷、驢打滾、杏仁豆腐等。



圖 2.10 京醬肉絲(本研究製)圖 2.11 鍋塌豆腐(本研究製)圖 2.12 北平烤鴨(yahoo 圖片)

⁹滿漢全席;袁枚「隨賀食單」的「須知賀」中寫道:「滿州乾隆皇將各地貢菜餚加以補充，親筆圈定一百零八品。」據北京第一歷史檔案館藏中記載菜單:第一份頭號五簋碗十件、第二份二號五簋碗十件、第三份細白羹碗十件、第四份毛血盤二十件、第五份洋碟二十件、熱吃勸酒二十味、小菜碟二十件、桔果十撒桌、鮮果十撒桌、最後還有點心四十四道。

2.1.7 湖南菜

湖南位長江中游，河湖遍佈，其中洞庭湖附近物產豐饒，使得湖南也有「魚米之鄉」盛名，其菜餚普遍肥厚濃腴，口味注重酸辣、香鮮、軟嫩，以辣為主。西漢時期，湘菜已有發展，只是菜式簡樸保守；晚清時期太平天國興兵做亂，曾國藩帶領湘軍子弟兵征戰，軍中伙食以湘菜為主，藉著南來北往的征戰，將湘菜傳佈並吸取各省特點，引發湖南菜的發展；民國初年，譚延闓深就廚藝，創作獨特食譜將湖南菜發揮得淋漓盡致。湖南人好客，為了使多數客人有賓至如歸感覺，湘菜講究大盤、大碗、長筷子的豪氣(陳一宙，1997)。

湘西山區，由於地理位置在山區，有各式當地風味的醃燻臘肉；塗抹花椒與鹽巴的五花肉、後腿肉，經過煙燻，香味濃厚，深得喜愛，於是湖南臘肉美名不脛而走，「湖南臘肉」今日反而變成了湖南招牌菜。湖南人共同嗜好就是吃辣椒，對辣椒珍愛有加，與主食不分軒輊，幾乎吃甚麼都要放辣椒，辣的熱汗淋漓，才能全身舒暢。湖南的名菜有：彭家豆腐、蒜苗臘肉、富貴火腿、左宗棠雞、竹節鴿盅、生菜鴿鬆等。



圖 2.13 左宗棠雞(本研究製) 圖 2.14 蝦鬆(本研究製) 圖 2.15 富貴火腿(yahoo 圖片)

2.1.8 福建菜

福建地處中國東南方，內陸山區林木參天、翠竹遍布，海岸線也長，可以說集合了山珍與海味的福地，《福建通志》裏面提到「茶筍山木之饒遍天下」，「兩信潮生海街天，魚蝦入市不論錢」。「台灣目前的居民多自福建漳州、泉州移民，因此台菜的歷史源頭可追溯至閩菜中的閩南菜」(張玉欣、楊秀萍，2011)。台灣許多著名菜餚與小吃，論其源頭與製作方法，受福建菜系影響最大，例如：花枝羹、紅燒鰻羹、四神湯等。

福州菜是福建菜的主流，清爽、鮮嫩、淡雅、偏糖醋口味，湯菜居多，擅用紅糟、蝦油、橘汁、沙茶等調味，講究湯菜，有「百湯百味，無湯不行，一湯十變」之說(張暎紹，2003)。福建菜中最耳熟能詳的菜餚就是創建於1865年福州「聚春園」餐館的「佛跳牆」，一席即興詩對：「罈起葷香飄四鄰，佛聞棄禪跳牆來。」讓「佛跳牆」飄香百年而不絕；福建菜另有一絕是「燕皮」，肉糜加粉橄製成的薄皮，不但有沁香入口的香氣，其製作過程的工夫，更讓人嘖服。



圖 2.16 佛跳牆(yahoo)



圖 2.17 燕丸(yahoo)



圖 2.18 紅蟳米糕(yahoo)

2.1.9 安徽菜

安徽因地理環境關係，主要以山產為主，另外安徽也是中國重要的茶鄉，以祁門紅茶、屯溪綠茶最有名；在台灣，一般對徽菜比較不熟悉，主要是因為安徽菜起落與安徽商人在商場上的活躍息息相關的原因；從唐朝開始，徽商在全國頗享盛名，一直到明、清兩代，徽商已成為全國十大商幫之首，考取功名的安徽人更是名列前茅，「這時的菜餚不僅要吃出美味，還要吃出意境，是集色、香、味，形於一體。」（陳慧俐，2004年），只是徽商隨著清朝滅亡而隱形，因此比較不為眾人熟知。

徽菜中最被熟知的是「問政山筍」，此山筍鮮嫩無比，「掐捏筍肉便生溢水」，在京城的徽商不惜任何代價、晝夜不分得接力運送，就是要吃到這甘脆鮮美的家鄉味；徽菜的名菜還有，李鴻章燒雜燴、魚咬羊、八公山豆腐等。



圖 2.19 魚咬羊



圖 2.20 八公山豆腐



圖 2.21 問政山筍(yahoo)

2.1.10 台灣菜

台灣閩籍移民來自閩南漳州、泉州的佔 80%，因此移民飲食習性在台灣落地生根是自然而然發生的。台灣受日本統治 50 年，這麼漫長的統治，

飲食習慣也被深深影響，李貴榮(2000)分析日本對台灣菜影響有五項：

(1) 在來米改成蓬萊米，口感偏向日本風，(2)生魚片、燒烤鰻魚、壽司等均受和風料理影響，(3)喜愛用味精，(4)白煮、清蒸之做法，是東洋味道，(5)日本人嗜高檔菜若狂，亦影響台灣人食風，於是，台灣菜發展出海味冷食及生食。1949 以後，新一批來自中國各地各種各樣料理進入台灣，因為政治因素影響了飲食主流，即所謂的「外省菜」，當時，飄洋過海最頂級的廚師聚合台灣，一度使台灣成為全世界正統中華料理精華會聚之地；而此時的台灣菜只能落腳到北投，形成「酒家菜」、「那卡西¹⁰」文化。

焦桐(2009)在《台灣味道》裏提到：「台灣餐飲可謂傳統中國、美國、日本的綜合體，這是文化雜交之後所衍生的混血菜。混血總是美麗的，檳城、馬六甲、澳門都混得很兇，很快樂。」廖炳惠在《吃的後現代》中提到：「台灣的後現代飲食可說是充分發揮了漂泊離散¹¹ (diaspora) 的面向；不同族群的人士，以不同的歷史經驗，組構出非常混雜，無法達到共識的認同結構，但食物變成是彼此連繫和鞏固認同相當重要的後

¹⁰那卡西日文音譯，是一種來自日本的賣唱模式，賣唱者多在餐廳、夜總會表演，此種模式曾經在台灣極度流行過。

¹¹漂泊離散 (diaspora) 在國內學界中有譯為「離散」、「飄零」、「流亡」、及「飄泊離散」，因為 diaspora 最初意指猶太人、希臘人、亞美尼亞人離群散居的情形，這被定義為「典型的跨國社群」(the exemplary communities of the transnational moment)，因為具有遷移、流動的形離散的主體，指的是移居、流放、流寓、僑居他鄉的人，在概念上就是「跨國空間」殖民意念。

現代方式和元素。」數十年政治環境變化與社會力量演變，台灣菜也悄悄的變化，台灣人在自己土地上的耕耘，早已脫離了飄零、流亡的刻板印象，加上台灣經濟起飛，人民有更多能力踏出國門學習，於是造成強烈的飲食文化交流，國人持旺盛的好奇心與求知慾，為台灣料理帶來更多創新與多元的生命力量。

大街小巷的台灣小吃，更具有「美味」、「懷舊」、「滿足」、「堅持」與「傳承」等核心價值(陳貞吟、孫好鑫，2008)，走在熙熙攘攘的夜市，台灣這一味緊密了大家的心，台灣美食清新的包容力與傳染力，正在向世界學習也向世界傳播。



圖 2.22 菊花干貝湯(本研究製) 圖 2.23 三杯雞(本研究製) 圖 2.24 如意魚捲(本研究製)

2.2 陸客

2.2.1 陸客出境

「出境」(Outbound)對中國大陸來說，不只是前往其他國家；香港、澳門、甚至台灣同樣是出境的意義。根據范世平(2008)文中的分類法，將陸客從 1978 年改革開放後，出境旅遊發展的過程，分三個階段進行說

明:第一階段、1980 年代港、澳、泰之出境探親階段:此為中國出境旅遊之濫觴，其規定從「由港澳親屬支付費用方可成行」到「海外親友付費、擔保」前往香港、澳門、泰國等地進行「探親」活動，一般民眾無法自費出境旅遊。第二階段、1990 年代出境旅遊試點階段:從探親旅遊轉變為觀光旅遊，但限於前往泰國、新加坡與馬來西亞；1997 年經中國國務院批准，發布《中國公民自費出國旅遊管理暫行辦法》，使自費出國旅遊有了較完整的法律規範，從 1992 年陸續開放菲律賓、韓國、澳大利亞、日本、東南亞國家。國內部份，2002 年以前，僅開放大陸北京、上海、廣州等地居民可以出境，2002 年以後，不但對全中國地區全面開放出境，可以出境的國家，也陸續開放了南美洲、歐洲與部分非洲國家。第三階段、21 世紀出境旅遊全面開展階段:2002 年 7 月 1 日開始施行《中國公民出國旅遊管理辦法》，將旅遊由「暫行」、「試辦」走向「正式」、「全面」，2005 年共有 60 個國家成為中國大陸民眾自費組團出境旅遊地區，即便是 2003 年 SARS 在世界流竄，全世界的旅遊受到強烈震盪時，中國出境旅遊人數還呈 21.8% 的成長率。

中國政治氛圍的改變，民主經濟的改革，使中國人民越來越有能力走出國門，尤其在全世界經濟不景氣，歐債危機叢生的現在，中國民眾的消費力絕對是未來全球觀光市場的主流。

表 2.1 中國大陸出境旅遊人數統計表

年度	出境總人數(萬人)
2004	2,885
2005	3,102
2006	3,400
2007	4,095
2008	4,500
2009	4,765
2010	5,739
2011	6,875

資料來源:交通部觀光局(本研究整理)

依據全球最大調查公司尼爾森 2007 年 8 月公布全球消費者線上調查顯示，有 53% 的中國人計畫將其結餘資金用於度假觀光上；世界旅遊會議 (WTM Vision Conference) 於 2011 年 4 月研究發表，在未來五年中，中國是主要的觀光及旅遊新興市場。中國旅遊研究院資料也顯示中國旅客在國際旅遊市場上的消費已達到了歷史高點，預計 2011 年將會消費 550 億美元，比 2010 年的 480 億美元增加了 14.58% 的消費力。聯合國世界觀光組織預測，至 2020 年，中國大陸預估將會有 1 億人次出境觀光，與德

國、美國、日本將並列為世界四大觀光客源國。(WTTC)

在全世界雙手敞開迎接陸客的同時，層出不窮陸客的跳機、非法滯留等事件，讓各國對陸客是既期待又怕受傷害，各國為了解決的問題；許多國家對中國旅客均有相關限制：(一)地域或旅客申請資格限制：限定中國幾個大都市居民才能到該國觀光，早期開放上海、北京、廣州等城市，陸陸續續才又批准了像蘇州、天津、山東等城市。(二)保證金制度：主要目的是做為非法滯留的居留、遣返等費用，此外也希望能遏止非法滯留打工。(三)非法滯留的處罰：像印尼、泰國對非法滯留課以罰金，馬來西亞除罰金外，還得坐牢或鞭刑，新加坡沒收 5000 美元的保證金，日本則沒收保證金外，還要吊銷承辦旅行社的營業執照。

2.2.2 陸客來台

開放陸客來台旅遊，是任何一個執政黨都必須承擔的政策，只是在決策過程中須考慮循序漸進的過程，Mahoney(2001)就政策發展架構，提出三大關鍵：關鍵時刻(critical junctures)，制度重製(institutional reproduction)，自動序列(reactive sequences)，再藉由此分析模式，將兩岸觀光交流發展分成五個部份，試圖解釋開放陸客來台觀光政策產生的過程：1. 界定可得選項及型塑選擇過程的歷史因素--實際狀況為兩岸軍事對立，互不往來；2. 從多重選擇中選出特定選項--實際狀況為戒

嚴結束，兩岸開放探親；3. 制度或結構模式的生產與再生產--實際狀況為戒急用忍，兩岸持續交流；4. 對制度或結構模式的反動與反反動--實際狀況是兩岸盡量三通，同時也有反對三通；5. 有反動與反反動所引起衝突的解決—實際狀況是政府積極開放，但同時要做到有效管理。

陸客來台決策過程中，一、要考量國家安全，總量管制，還必須以循序漸進方式進行；二、要活絡台灣旅遊市場，帶動經濟的繁榮，台灣目前外國旅客已呈飽和，如果要經濟復甦，刺激旅行業蓬勃發展，開放陸客來台觀光是最可行的；三、要解決兩岸觀光交流長期以來明顯的不對稱情況；四、中國將開放人民來台旅遊，其領導階層將此政策視為一種統戰策略，如何在正視國際現實環境中，還能保有我國一定的尊嚴，是當政者最左右為難的難題。

依據吳武忠和范世平(2006)的研究將大陸來台分成三個階段：

第一階段(1992-2000年):專業人士參訪模式，根據陸委會1992公布「台灣地區與大陸地區人民關係條例」中第十條規定：「大陸地區人民非經主管機關許可，不可進入台灣地區。經許可進入台灣地區之大陸地區之人民，不得從事與許可目的不符合之活動。」在這樣的規範下，大陸地區人民來台主要開放項目只有：人道探視(探親、團聚、探病及奔喪)及專業交流活動(文教、經貿、科技、體育、新聞等交流活動)(陳怡君，2009)。

第二階段(2000年--):小三通模式，自2001年1月1日，台灣海峽兩岸實施「跨界旅遊¹²」的模式，實現兩岸小規模的通商、通航和通郵。但在旅遊活動部分仍有許多限制規定:(1)必須團進團出，(2)停留時間最多三天兩夜，每日許可人數金門為600人，馬祖為40人。正因為「小三通」是以兩岸「和平、發展、安全」作訴求，國內民意原都給予正面評價，只可惜實施以來，「小三通」叫好不叫座，小三通被壓縮到「除罪化¹³」及「可操之在我¹⁴」。後又受制於大陸當局消極配合，與對應配套措施不足，使「小三通」政策效益不彰(樊中原，2005)

陸委會為因應兩岸直航，配合金馬中長期發展規劃，以及回應金門、馬祖、澎湖當地民意，於2010年7月15日發布修正的「試辦金門馬祖澎湖與大陸地區通航實施辦法」，其修正重點為:(一)促進海運管理之合理化與制度化，(二)全面提供大陸人民經「小三通」中轉便利性，以及放寬探親、探病奔喪等範圍的停留時間，(三)擴大便捷式入境申請，(四)

¹²跨界旅遊:過去的15年期間，全球政治地理環境發生重大變化，許多政治敏感地區相繼開放，並允許旅客可以自由出入，跨界旅遊因此在全世界發生與蔓延。迅速全球化的過程競爭不斷，結果明顯的改變了較傳統的功能和政治邊境角色，國界不再是阻礙世界觀光發展的要件，本地和跨越邊界地區的旅游業實質利益日趨重要。(張犁慧；2008)

¹³根據陸委會「離島建設條例」，「除罪化」之意義：是針對非法「小三通」之犯罪行為如走私貨品、人員非法入出境、船舶非法直航大陸、漁船或企業非法僱用大陸漁工或勞工等，藉由開放措施使非法行為合法化，或透過刑事立法手段，免除犯罪之制裁或改予較輕之處罰，達到「除罪化」目的。

¹⁴「可操之在我」內涵：主要目的在藉試辦通航，以促進離島建設及發展，其著眼點並不在「小三通」。因此，政府將優先考量開放無需兩岸協商的航運及相關貿易與商業活動，以期活絡離島的經濟。

刪除大陸地區人民經「小三通」進入金門、馬祖公告每日許可數額之限制，(五)放寬大陸人民經「小三通」之許可有效及停留時間，(六)金門、馬祖、澎湖防檢事務回歸制度化(陸委會網站)。期望小三通可以在更善意，被合理解決歧見。

第三階段(2001--):全面開放，台灣觀光市場，長期以來處於極不平衡狀態，國人觀光支出一直大於觀光收入，明顯「出超」。表 2.2 中列出台灣、大陸之間互往人數的懸殊：

表 2.2 歷年國人赴大陸旅遊人數與陸客來台旅遊人數比較

年份	國人出境總 人數	前往大陸 比例	前往大陸總 人次	陸客來台總 人次
2005 年	8,208,125	34%	2,823,595	---
2006 年	8,671,375	37.4%	3,243,094	---
2007 年	8,963,712	39.9%	3,576,521	---
2008 年	8,465,172	35.7%	3,022,066	329,204
2009 年	8,142,946	39.6%	3,224,606	972,123
2010 年	9,415,074	42.9%	4,039,066	1,630,735

資料來源：交通部觀光局(本研究整理)

2002 年通過「開放大陸地區人民來台觀光推動方案」，雖不盡人意，但起

碼開了「觀光」大門；此時大陸人民來台觀光客分為三類開放對象：

1. 第一類：經香港、澳門來台觀光之大陸地區人民。
2. 第二類：赴國外旅遊或商務考察轉來台灣地區觀光大陸地區居民。
3. 第三類：赴國外留學或旅居國外取得當地永久居留權之大陸地人民。

一開始為安全起見，僅開放第三類，但因成效不彰，截至 2002 年 4 月僅有 78 人來台觀光，同年 5 月才又開放第二類；2003 年有一萬兩千七百六十八人到台灣觀光，但過程中仍因來台資格限制、入境人數限制、參觀區域限制、團進團出限制(范世平，2006 年)，陸客旅遊人數一直無法有大幅度提升。直到 2005 年再放寬限制，2005 年才增加到十七多萬人次(陳怡君，2009)。

2008 年台灣政黨輪替，同年 6 月 13 日，兩岸海基、海協兩會簽署「海峽兩岸關於大陸居民赴台灣旅遊協議」開啟 7 月 4 日的首發團後，7 月 18 日歷史性的一日，正式開放大陸遊客赴台觀光。等待多年的商機終於開放，業者無不摩拳擦掌準備大發利市；但開放之初，人數並沒有原先預想的樂觀，開放每日 3000 名陸客，人數最壞情形有時候還不到十分之一，探究原因：資格限制問題、交通冗長問題、行程安排不良、罰則等問題，都是困擾雙方的難題。2008 年的 12 月 15 日，開始直航包機業務，讓兩岸往來時間可以縮短許多；2009 年 1 月，相關單位再進行「大陸地

區人民來台從事觀光活動許可辦法」法規的修正，經過一段時間的經營，雖然還有許多不盡人意與天災人禍發生，終於陸客來台人數急速增加，甚至在 2010 年已超越日本觀光客，成為來台旅遊最重要的客源。

表 2.3 近五年來台主要客源國旅客成長趨勢(單位:人)

國家別	2007	2008	2009	2010	2011
日本	1,166,380	1,086,691	1,000,661	1,080,153	1,294,758
東南亞 地區	700,287	725,751	689,027	911,174	1,071,975
港澳	491,437	584,959	677,059	744,878	817,944
美國	397,965	387,197	369,258	395,729	412,617
中國	0	329,204	972,123	1,630,735	1,784,185

資料來源:觀光局觀光統計圖表(本研究整理)

2.2.3 陸客來台動機

動機(Motivation)是為了要滿足人類生理及心理需求，而促使行為發生的驅動力。陳秀芬、龔熒慧、林建安(2008)在 Word-of-Mouth 的研究中，將動機在心理學的理論上，分三個不同時期做解釋:(一)第一時期發生在 19 世紀末，動機的定義是-人性的一部份，是人類行為的源頭;(二)第二時期發生在 20 世紀中(Bayton, 1957)，認為動機是一種表象，此表象來自需求、本能、願望、激勵與慾望;(三)第三時期在 20 世紀末

(Edwards, 1999)說明動機是人們會採取行動的背後想法，是行為舉止的原因。周文祥將 Deci(1975)的動機理論分成內在動機與外在動機：

內涵	內在動機	外在動機
參與目的	參與過程本身就是目的	藉由參與獲得利益
現象觀點	參與過程所體驗是一種愉快情緒，如歡喜、自由、放鬆。	參與過程中有壓力或緊張，焦點都置於工作或活動上。
報酬型態	藉由參與得到內在情意的報酬，如歡樂、愉快與內心的安寧、自在。	希望藉由參與獲得外在物質的獎賞或期望他人讚賞、肯定、受歡迎、得名聲。

周文祥(運動休閒期刊-2006年5月)

在旅遊動機方面，Drive 與 Tocher(1970)認為過去的休閒經驗與當時環境所產生的需要，形成動機後，會產生期望，進而發生休閒行為，而後心理、生理的綜合感受，就是休閒體驗；所以，動機與體驗間存在有因果關係。Cohen(1974)發現遊客在旅途中，可能會去尋找日常熟悉的飲食，但旅遊的一個深層動機是尋找新穎與變化，所以，遊客的飲食動機，

其實存在著熟悉與新奇的衝突。陳光華(2006)引用 McIntosh & Gupta 將基本旅遊動機分成四類:(1)生理動機(Physcial motivators)包括休息、運動、遊戲、治療等動機，特點為以身體的活動消除緊張與不安，(2)文化動機(Cultural motivators)了解和欣賞其他地方、國家和文化、藝術、風俗、語言與宗教，是求知的慾望，(3)人際動機(Interpersonal motivators)在異地異國結識各種朋友、探訪親友、擺脫日常生活工作、環境等，主要在逃避現實和免除壓力的願望，(4)地位和聲望動機(Status and prestige motivators)包括考察、會議及從事研究活動，主要在建立良好人際關係，滿足自尊，被承認及賞識的願望。鄭仲(2006)認為由於海峽兩岸在歷史衍變與地理位置上的關係，使大陸人民對於台灣懷有強烈民族認同感，雖受政治因素限制無法來台，卻使台灣更具有吸引力與神秘性。

幾十年來，大陸人民對台灣的了解主要是透過教科書、電視媒體及報刊雜誌，雖從歌曲、文字中見識到阿里山姑娘的美麗及日月潭群山環繞的風光，但卻未用自己的雙眼看到台灣的翠綠，也未曾用自己的雙手雙腳碰觸到台灣這片土地。正如同中共海峽兩岸關係協會副會長張銘清在「周遊寶島」旅遊專刊中說：「對大陸同胞來說，台灣是一個魂牽夢縈的寶島，但對她的了解，卻是不全面的。終於，隨著初夏陽光普照，冰封

的海峽，化為一彎盈盈春水。」大陸民眾可以如願赴台旅遊，揭開 400 年來海峽、殖民與內戰分立，與長期被阻絕的台灣面紗（滕淑芬，2008）。中國國務院總理溫家寶，在記者會上更說過：「走不動，就是爬，也要親自看看阿里山、日月潭」。姑且不論中國的統戰意識型態或懷柔政策，總理此一番話，更加強了陸客來台的旅遊動機。

2008 年 7 月北京中央財經大學對北京市民隨機抽樣電訪一份「北京市民赴台灣旅遊意向調查表」中發現，想來台灣觀光的市民比率高達 62%；鄭政宗、李世昌、林國賢(2008)在「大陸民眾來台旅遊態度與動機研究—以廣州為例」，文中顯示「大陸民眾對於來台旅遊之動機頗高，整體而言，對於來台旅遊具較高的內在驅力與實質動力」。但兩岸其實還是存在許多不確定因素，例如體制、定位、認同等問題，兩岸之間，確實還存在許多旅遊障礙。根據 AC 尼爾森 2008 年 1-2 月，針對大陸 26 個城市，4103 名出境旅客，調查顯示 46%受訪者，出境首選是香港，其次是 25%的澳門，在複雜心理層面上來看，台灣也不一定是陸客心目中首選。

鄧智彬（2009）研究陸客來台旅遊動機結果前五位排序為：1. 想對台灣有更深入的了解，2. 想實地體驗台灣民情風俗，3. 期望看同文同種的華人國度，4. 見證歷史的角度，5. 想完成了解世界每個地方的願望。在交通部觀光局的網站上，統計了來台旅遊觀光客的觀光因素，其中吸

引陸客的前三項因素分別為：風光景色、台灣民情風俗和文化、菜餚；若以整體效益來看，夜市是遊覽景點的第一名。

2.3 陸客經濟效益

在陸委會新聞稿中(2011)提到：依據「海峽兩岸關於大陸居民赴臺灣旅遊協議」，2008年6月20日實施大陸人民直接來臺觀光，主要內容包括：初期每天以3,000人次為限、採團進團出形式、每團人數10至40人、停留期間以10天為限等。2008年7月4日大陸旅客首發團抵臺，7月18日正式啟動觀光列車。2009年1月17日將大陸旅客組團人數由10人以上放寬至5人以上，旅客在臺停留期間上限從10天增加至15天，2011年1月1日將陸客來臺每天平均3千人次的數額提高為4千人次。此外，我方臺旅會與大陸海旅會已互設旅遊辦事機構，臺旅會駐北京辦事處於2010年5月4日掛牌運作，大陸海旅會駐臺北辦事處於2010年5月7日掛牌運作；雙方將持續透過臺旅會、海旅會聯繫機制，加強對旅遊者提供便捷、有效的服務，更希望維護大陸人民來臺觀光的旅遊品質。

2011年6月21日兩岸兩會已換函確認「海峽兩岸關於大陸居民赴台灣旅遊協議修正文件一」，正式開放大陸人民來臺從事個人旅遊觀光活動，2011年6月28日首批個人旅遊遊客抵台，自開放迄2011年9月底止，共計8,535人次來臺從事個人旅遊。未來政府將透過兩岸旅遊協議議定

之機制，持續與大陸方面就大陸人民來台觀光業務進行溝通，俾落實政府增進大陸人民對臺灣的認識與了解，促進兩岸關係的良性互動，以及促進臺灣觀光關聯產業加速發展的政策目標。

開放陸客來台觀光這兩年多時間裏，雖然經過多次不如大家期待的低潮，但兩會修改各種限制，盡量有效率的降低負面影響，在「機會最大化，風險最小化」的指導原則下，積極採取相關簡化與放寬措施，希望把陸客帶來的效益有效提升(陸委會，2011)。

比較台灣近5年來，台灣觀光外匯總收入是呈正向成長，2008年到2010年，成長比例以兩位數字增進，尤其2009到2010年間，成長了27.92%，若再對照表2.3陸客人數的增加比例，即可了解觀光外匯收入增加部分，其實主要還是要靠陸客創造的經濟效益。

表 2.4 近 5 年來觀光外匯收入比較圖(單位:美金)

	觀光外匯總收入	與前一年相比較
2006 年	51 億 3600 萬	成長 3.19%
2007 年	52 億 1400 萬	成長 1.52%
2008 年	59 億 3600 萬	成長 13.85%
2009 年	68 億 1600 萬	成長 14.82%

2010 年	87 億 1900 萬	成長 27.92%
--------	-------------	-----------

(資料來自交通部觀光局網站—本研究整理)

再就單日消費平均金額來比較日本與大陸觀光客消費型態，日本觀光客注重住宿品質與用餐環境，所以在平均消費額中高於全體平均值許多。就購物內容來看，陸客最愛買東西，其購物細目，最多是名產、特產，其次是珠寶、玉器類，再其次是服飾、相關配件；日本人購買最多也是名產、特產，其次是服飾、相關飾品，再其次是茶葉。

表 2.5 來台旅客每人每日平均消費額(單位:美元)

	全體平均	日本觀光客	大陸觀光客
2008 年	268.34	335.56	295.00
2009 年	250.06	314.22	232.11
2010 年	255.11	317.96	246.23

(資料來自交通部觀光局網站—本研究整理)

表 2.6 來台旅客每人每日購物費用(單位:美元)

	全體平均	日本觀光客	大陸觀光客
2008 年	89.45	97.87	131.36
2009 年	108.45	100.88	115.31
2010 年	129.11	111.10	142.37

(資料來自交通部觀光局網站—本研究整理)

在 2008 年 7 月至 2010 年 6 月間陸客在台總消費金額為 596 億元，增加國內生產總額有 1,092 億元，支撐 52,943 人就業，主要受惠產業部門為旅館、娛樂文化、陸上運輸及餐飲服務(王淑美、溫蓓章，2010)；據上述種種資料顯示，儘管交通部觀光局在觀光政策上花無數心血廣告、找代言人、辦活動等，入境台灣旅遊人口數上，多年來一直都無法有效突破，直到真正開放陸客旅遊後，旅遊人數才有了正面提升，陸客造成的經濟效益是顯而易見的事實。

在朝野各界開放更積極的觀光政策同時，陸客經濟效益背後，其實有更多潛藏問題需要面對，范世平在「當前開放大陸觀光客來台發展之政治經濟分析」(2008 年)，特別就陸客全面來台所可能發生的政治經濟影響，以經濟、政治、社會、旅遊產業四方向的思考負面因素：

(一)經濟方面的影響：

1. 台灣會對大陸的經濟會過度依賴、

香港是個例子，從 2003 年 7 月開放個人旅遊後，中國內地到香港人數大幅增加，香港的觀光收入確實也扶搖直上，但過度的依賴，問題也相對浮現，2012 年香港人抗議的「雙飛孕婦」就是沒有節制人數的惡果。

表 2.7 香港旅遊人數收益表

年份	全年造訪香港旅客人數	內地人數 (包括過夜與 不過夜)	內地比例	收益(港幣)
2008 年	2950 萬人次	1660 萬人次	56%	1589.5 億
2009 年	2959 萬人次	1769 萬人次	59%	1628.9 億
2010 年	3603 萬人次	2268 萬人次	62%	2126 億
2011 年	4192 萬人次	2810 萬人次	67%	2500 億

資料來自：香港旅遊發展局(本研究整理)

2. 觀光收益呈現不平衡發展。

據觀光局的統計，陸客來台主要活動地點在台北市與新北市，南北不平衡一直是台灣政治的隱憂，如果再加入陸客收益的差別，會使南北縣市在觀光效益上更不平衡。

(二)政治方面影響

1. 國家安全與治安的影響

國土安全、疾病傳染等都是需要有健全制度防堵，另外還有脫隊、非法打工、色情、犯罪等的治安問題；在香港、澳門的「自由行」經驗中，確實有犯罪數字增加、逾期逗留等困擾。根據台灣移民局的統計：開放陸

客來台觀光，截至 100 年 4 月底，陸客脫隊且行蹤不明，合計 68 人，查獲 40 人，28 人下落不明；據統計；陸客赴日本脫隊比例是十萬分之二百九十、赴澳洲脫隊比例是十萬分之三百，在台灣是十萬分之二十三，可見政府竭盡心力防堵。

2. 中共不改其統戰思維

大陸當局非常清楚，陸客入台對台灣經濟有直接幫助，大陸利用本身優勢對台灣慣用「軟硬兼施，外壓內拉」與「立場堅定、做法彈性」手腕，其背後政治意義，無不希望對台灣能達到「統戰」效果。

3. 台灣縣市政府陷入集體焦慮

許多縣市為怕失去陸客這個市場，無不妥協自己原來政治立場，即使是民進黨縣市也必須積極招攬陸客。

(三) 社會方面影響

2005 年陸客在馬來西亞與飯店員工發生的衝突事件，讓全世界旅行業者震驚到陸客的不文明；在台灣，陸客缺乏公德心、大聲喧嘩、爭先恐後、恣意抽菸等行為，讓旅行相關業者、本地居民與陸客之間常有擦槍走火的衝突，這種生活與文化水平的摩擦，需要彼此互相信賴與體諒。

(四) 旅遊產業方面的影響

1. 旅遊資源與服務不佳反成負面宣傳

在陸客間有一種傳言：「不到台灣終身遺憾，到了台灣遺憾終身」，陸客夢寐以求的阿里山、日月潭，與大陸的大山大水比起來，不過爾爾，加上景點規劃上的不完善，總是令人失望。另一方面，惡性競爭下的低價策略、台灣導遊的不夠專業、漫天胡亂開價的特產，都重傷了台灣旅遊品質，最後淪為負面的旅遊經驗而已。

2. 「一條龍經營模式¹⁵」與中資入台

大陸在東南亞地區投資相當數量旅行社，以一條龍方式經營，這種「肥水不落外人田」的經營方式，恐怕在陸客來台旅遊後，也會複製相同模式。台灣目前雖然未開放中資旅行社，但大陸於 2003 年通過法案，允許台商可設控股或獨資旅行社並可經營各項業務後，也可能反要求台灣開放中資獨資旅行社，屆時，台灣各種型式的旅行社將會受到無限衝擊。

3. 形成國際觀光客的排擠效應

俞克元(2009)對陸客現象對業界提出四個效應參考：(一)潮汐效應：當陸客來台人數多時，軟體硬體設備出現不足窘境，同時也要考慮退潮人少時的因應之道。(二)漣漪效應：當受惠的三、四星級飯店不敷使用，

¹⁵「一條龍經營模式」-中國觀光客來台接觸的旅行社、遊覽車、飯店、餐廳、景點、商店，全由中國的旅行社指定，台灣旅行社必須向中國報備、進行思想考核的獨霸聯盟的經營模式

隨著陸客自由行客人素質的變化，五星級飯店也會跟著受益。(三)排擠效應:陸客因習性差異常會影響到日本、歐美觀光客，無形中起了一定的排擠效應。(四)稀釋效應:以長遠效益來看，台灣應該往國際化高水平服務品質精進，千萬不可因習慣了陸客服務方式，而稀釋了專精的服務品質。

開放陸客來台的正、反效益，都是必須承擔的結果，只是過程中，如何讓台灣旅遊業，收益最多、風險最小，考驗了政府與業者的智慧。

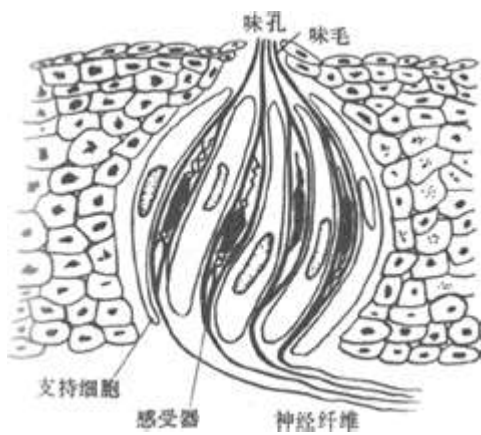
2.4 人類味覺

2003年越美小說家莫妮卡·張(Monique Truong)，在其撰寫的小說《鹽之書》中提到，書中人物在異文化中運用感官味覺覺醒，追尋生命的經驗與價值。2010年3月，來自台灣的吳寶春，以「米釀荔香麵包」勇奪世界麵包大賽冠軍，在《味覺悸動》一書中，陳述尋求完美味道更高境界的人生過程，內容充滿味覺芬芳，咀嚼細品，令人感動。

2.4.1 味覺、嗅覺生理

人類味覺受器細胞(taste receptor cell)位在舌頭表面微小突起，形成味蕾構造，每個味蕾由50-100個味覺細胞組成，以類似菊瓣的方式排列；

圖 2.25 味蕾



摘自 yahoo 圖片

知覺細胞膜上的受體蛋白質(receptor protein)與味道分子結合活化後，可產生次級傳訊者(second messenger)或開啟離子通道，促使味覺細胞釋放出神經遞質，再活化與味覺細胞相接的感覺神經末梢；負責人類味覺傳遞的腦神經有顏面神經與舌咽神經兩條，人的舌前部 2/3 味感受器受顏面神經支配，而後面的 1/3 則受舌咽神經的控制，他們會將訊息傳至第五、八、九腦神經，經延髓傳到大腦感覺皮質，如此我們才「嚐」的到味道。

2004 年諾貝爾醫學獎得主是兩位研究嗅覺的科學家，艾客謝爾(Richard Axel)和巴克(Linda Buck)，他們從「嗅覺受體」(receptor)及嗅覺細胞的訊息傳遞機制，找到負責嗅覺受體的 1000 個基因，這些受體位於鼻腔上端的內皮層薄膜，能感受外來的氣味，每一個嗅覺受體只能感受幾個氣味，但 1000 個嗅覺受體就可以偵測幾千種氣味。「腦皮層會把每一種送到的氣味整理歸檔，把這氣味的記憶留存在腦海」(林天

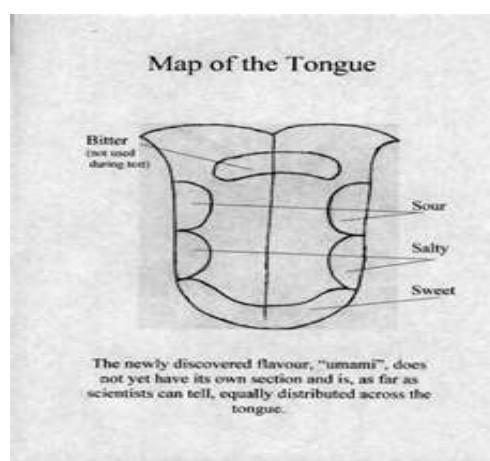
送，2010)。當生活中有特殊分子從鼻孔進入到嗅覺受體結合時，經過活化嗅覺細胞傳送電波到微型嗅球，最後傳到腦神經特定部位，對照存留在腦神經氣味的記憶，進行判斷；例如：聞到玫瑰花的香味，腦神經存檔了玫瑰花香氣味，當下次再聞到同樣香味時，就能猜出是玫瑰花香。

根據潘震澤教授(2008)分析，「在人類五官的感覺系統當中，味覺與嗅覺屬於化學感覺系統，也就是說負責味覺與嗅覺的接受器，是針對特殊的味道分子(tastant)與氣味分子(odorant)產生反應」，「味覺與嗅覺之間息息相關，我們嘗食物時，有 80% 的滋味是由嗅覺提供的，剩下的 20% 才是味覺」。每個人的味覺靈敏度都不同；但相同的是，人的味蕾更替會隨著年齡的增長而逐漸下降，因此年齡越大，對於食物的敏感度就會下降，甚至有食之無味的遺憾。常抽菸者其味蕾也會失去靈敏度，因此，餐飲業裏認定一位好的廚師是不應該抽菸，不應該嚼檳榔的。

2.4.2 味覺地圖的迷失

圖 2.26 味覺地圖

摘自 yahoo 圖片



長期以來，只要提到味覺，心理學家 Henning 於 1924 提出的「味覺地圖」(taste map)說法-舌頭上不同區域分別感受 4 種不同味覺理論，一定會被提及，並且此理論也以沿用多年，但是「現在已知舌頭上不同區域的味蕾皆能感受各種不同的味覺，並不存在 Henning 所描述的味覺地圖」(官文生，2010)，進一步說，舌頭前後左右並無特殊味覺分區，而是味蕾都能辨識各種味覺；真正解讀味覺訊息的所在，是與特定神經通路聯結的大腦，並非周邊受體。多數食物可同時刺激好幾種味覺受體，再加上食物在口腔中有不同的觸覺、溫覺或痛覺都會使味覺受體受到刺激，「因此，我們感受到食物風味，多是各種感覺在大腦整合後的產物，極少單純來自一兩種味道」(潘震澤，2008)，再則，味道的呈現，還要連接個人過去對食物的經驗、記憶、口味、習慣，甚至飲食文化，因此，味覺的傳遞，是生理與複雜心裡交雜的議題。

2.4.3 味道種類

人的味覺系統有四種基本味道，就是甜、鹹、酸、苦，在四種基本味覺中，人對鹹為感覺最快，對苦為感覺最慢：但就人對味覺的敏感度來講，苦為最容易被察覺(阿楨，2007)。其存在目的，是人類為求生命延續，一種與生俱來的本能。人的身體需要醣類產生熱能，所以甜味的引起與葡萄糖主體結構有關；另外身體需要鹽類提供微量元素，所以有以

氯化鈉引起典型的鹹味；奎寧和一些有毒植物生物鹼的結構能引起典型苦味，食物酸敗會產生不愉快的酸味，這些自然反應使人類本能得可以避開危險。因此四個基本味道中，甜味與鹹味，是味蕾本能性可接受存在的味道；相對於酸味與苦味，是避開可能對身體造成傷害的物質，於是酸味及苦味就是與厭惡感聯結。

1908年，日本東京帝國大學教授池田菊苗，在豆腐高湯中發現了使湯頭可以更美味的麩胺酸(glutamic acid)，池田認為這種美味是一種新味覺，於是就以日語漢字將這種美味寫作「旨」，旨在中國《說文解字》裏提到「旨，美也。」為了讓更多人了解這個新味道，在中國，一般就是以「鮮味」來表示，英語用法中，是直接將日語旨味音譯為「umami」，「基本上大多數人都已接受酸、鹹、苦、甜、甘旨為現代五味的概念。」(官生華，2010)；經過5年，池田的學生小玉新太郎從柴魚高湯中發現肌苷酸(inosinic acid)，之後1960年國中明從香菇湯中又發現烏苷酸(guanylic acid)。從此麩胺酸¹⁶、肌苷酸¹⁷、烏苷酸¹⁸並稱為三大甘旨味，而且三者混合可以產生更大的加成美味。

¹⁶ 麩胺酸: 昆布、乳酪、海苔、番茄、洋蔥等蔬菜。

¹⁷ 肌苷酸: 柴魚、鮪魚、雞肉、豬肉、牛肉等。

¹⁸ 烏苷酸: 香菇、松茸、干貝、海鮮等。

2009年澳大利亞阿得雷德大學、澳大利亞工業技術研究院(CSIRO)、紐西蘭梅西大學(Massey University)聯合宣稱:「經過研究,我們的結論是,人類有第6種味覺—脂肪味」,報告說:「那些對脂肪味敏感,即使脂肪酸濃度極低也能察覺的人,比不敏感的人吃下更少脂肪」。這是人類為什麼愛吃洋芋片、巧克力等高脂食品的原因,「我們發現這些人身體質量指數¹⁹(Body Mass Index 簡稱 BMI)較低」。這項研究結論待更多研究證實,但一旦能證明脂肪味的存在,將有助於人類對抗肥胖症。

2.4.4 辣味

「辣」味的產生,並非由味蕾上味覺細胞所傳遞,是口腔的神經末梢受到化學性刺激而產生的痛覺,此痛覺再與其他味覺混合而成的綜合感覺。辣椒的主要成分—辣素(capsaicin)它會刺激鼻子與嘴巴的神經,所以吃辣時會流鼻涕,但是辛辣也會強化感官的刺激,使胃口大開,同時辣素分解後有香草成分,所以中國人都說:「香從辛裏得」。

辣椒是明朝時才由秘魯經墨西哥傳入中國的,當時辣椒稱為番椒,主要用途是當觀賞花卉,後來才逐漸被用來當調味料,在徐光啟的《農政全書》裏有提到:「番椒、白花,子如禿筆頭,味甚辣」。在食用辣椒之前,中國境內在辣味的需求使用上以「三香」為多,王念孫《御覽》引

¹⁹BMI 值 = 體重(kg)/身高(m²) 體重過輕 BMI < 18.5 正常範圍 18.5 < BMI < 24 過重 24 < BMI < 27

《風土記》上：「三香，椒、欖、姜」，即花椒、食茱萸、薑。辣椒傳入的這400年中，其辛辣香嗆深深鎖住所有人的味蕾，「漸漸演變成了辣椒、姜、胡椒為主的格局」（馬健鷹，2005）。

清初，最先使食用辣椒的是貴州及其相鄰地區，《清稗類鈔·飲食類》裏提到：「各處食性不同」「滇、黔、湘、蜀人嗜辛辣品」，徐心余在《蜀遊聞見錄》中提到「惟川人食椒，須擇其極辣者，且每飯每菜，非辣不可」，流傳在香辣區的諺語說到：「湖南人不怕辣，貴州人辣不怕，四川人怕不辣，雲南人不辣怕」；若要再細說其辣椒吃法，則各有千秋，雲南人嗜香辣，要把辣椒在油裏炸一下，求其香辣；貴州人吃酸辣；四川人喜將辣椒與花椒並用，形成獨特「麻辣」風味；湖南人最愛純辣，最具代表性的菜就是「剁椒魚」了。揚州大學的馬健鷹副教授對四川人吃辣最為推崇，將辣椒的美味講得淋漓盡致：「四川人吃辣椒講求收斂與中庸，將其炸香或放糖，收斂辣味而得餘味，可謂辣而不躁，辣得適口，辣得舒服，辣得有韻味，辣得有層次，吃辣之精細，川渝之人堪稱世界第一」。

2.4.5 調味的味覺變化

從日本到台灣，從台灣到世界每個角落，美食節目多如過江之鯽，節目中，當主持人嚐到感動食物時，總是掏空心思，想盡各種詞彙要告訴

我們，食物到底有多麼美味？除了食材新鮮、刀工出眾、火候精準外，最重要就是要能完全掌控複雜的調味變化；毛羽揚(2003)將調味的味覺變化綜合成四大現象：

一、 調味中的對比現象：

把兩種或兩種以上不同味覺的呈味物質以適當的數量混合在一起，可以導致其中一種呈味更加凸顯。例如：吃西瓜時，適當蘸些鹽分，利用食鹽與西瓜甜度之間的對比作用，會使西瓜變得比較甜；再如湯中加些鹽分，可以將湯中的鮮味帶出，否則湯中不但嚐不到鮮味，甚至還會有不愉快的腥味出現。烹飪書裏常講：「要想甜，加點鹽」，正是對比作用的具體表現。

二、 調味中的相乘作用：

科學家在研究甜味劑時發現，甘草酸銨甜度原為蔗糖的 50 倍，但當甘草酸銨與蔗糖混合時，甜度爆增到蔗糖的 100 倍；再如 95 公克的味精與 5 公克的肌苷酸相互混合時，呈現的鮮度竟然相當於 600 公克味精；所以一盅「佛跳牆」中，如果同時加了金華火腿、整隻老母雞、蹄筋、排骨、干貝、海蔘、香菇時，其最後呈現出的甘甜味，不是以加法方式增加，而是以乘法上升，佛跳牆的加乘美味，沒有人能抗拒它多層甘美。

三、 調味中的相消現象

有經驗的廚師做菜，若不小心調味調得太鹹或太酸，都會以適量糖做調整，使酸味與鹹味可以減弱；再如鹹魚中，加入 20% 的鹽分，口感上會覺得很鹹，但如果在 20-30% 的鹽分中，加入適量肌苷酸，鹹味就沒有那麼強烈了。但要特別注意是，如此的相消作用，調味料其實都沒有少使用，彼此之間只是互相掩蓋而已。

四、調味中的轉化現象

非洲有一種果實，俗稱「神秘果」，放入味蕾中，可使原來酸味食物，維持長時間的甜味口感，這種奇蹟式的轉味現象，即稱為調味中的轉化現象。還好這樣的果實不多，發生在烹飪過程中的轉化現象也很少見，否則調味過程中就容易發生錯亂。目前，為了避免味道過度被干擾，最常使用「水」在不同菜餚中間做穿插，防止味道的轉化現象。

2.5 習性

習性一字的字源來自於拉丁文的動詞“habere” (to have)，意思是「持有」、「擁有」或「佔有」；潘小慧(2006)引用多瑪斯(St. Thomas Aquinas)在討論習性時，有不同於普羅大眾的看法，一般認為習慣即無意識的重複或反覆，甚至是惰性作用。多瑪斯以為，習慣不論是好是壞，都不是沒有原因而發展成的，他們是重覆不斷的產生到變成一個人的第二天性。Hull(1943)把習性界定為經學習而成立的刺激與反應的穩定關係；布

爾迪厄(Bourdieu, 1972)把習性描繪成一個普遍的生成組合體系，這些生成組合既有持久性，又可以互換位置，從一個場域轉換到另一個場域，在無意識的層面上起作用，在一個被構成的可能性的空間中發生，因此習慣，久而久之，無形當中就成了個性的一部份。

2.5.1 習慣領域

西諺說：「習慣是最好的奴隸，也是最壞的主人」，因為它會剝奪人學習、改變的「自由」，就好像只剩下一種反射行為。在國內研究習慣中，以游伯龍(1998)長期的研究最為出色，在《習慣領域》一書中提到習慣領域如同人性軟體，我們的記憶、觀念、想法、做法、判斷、反應(統稱為念頭和思路)雖然是動態的，但經過一段間後，會慢慢穩定下來，而停一個固定的範圍內，這念頭和思路的綜合範圍，包括他們的動態和組織，就是我們的習慣領域。腦中的軟體電網不管是憑空想像或真實體驗，只要電網不斷的被增強，它就會變成越來越有力，不知不覺中占據所有的注意力，因而影響到我們的性格、舉止行為，甚至是命運。「習慣領域」無所不在而影響巨大，游教授用「龜殼隨龜²⁰」(游伯龍，1998)來比喻，比用「如影隨形」恰當，不只因習慣與人同在，更因為「習慣領域」之於人，正如同龜殼之於龜一般，既是保護，也是束縛；黃漢昌(2009)擴

²⁰行為若要改變，一定是相應的習慣領域先行產生變化，所以行為之於習慣領域就如同「龜殼隨龜」，而非「如影隨形」，因為燈滅了，影子就成幻象。

大說明這個理論可以分成五種特色解釋：（一）並存性：這是習慣領域與人「生死與共」、「利弊並存」現象，但如果沒有隨機成長、改變，反而會如龜殼之束縛。（二）遍在性：習慣領域無所不在，不管是人的外顯行為、反應或是內在思維，無所不受其影響。（三）潛隱性：從外觀觀察，任何人都會有某些特殊習慣的存在，但很少有人仔細反思這些習慣是如何成形的，絕大多數人對習慣是隱而未知。（四）系統性：雖然潛隱，但只要用心體會思索，必能發現問題點，必能整理出個人在行動、反應、思維中的關聯性，從而找出自己在習慣領域上的系統連結。（五）可變性：習慣領域是多重習慣間交互的影響與組合，任何一個習慣的改變，或多或少都會影響結果，而關鍵性的改變，可以牽動整個習慣電網；所以，習慣領域

是可以改變的，而且也必須改變，隨時、隨機，適時改變或擴展。

2.5.2 習癖

據《漢語大字典》，「癖」有二義：其一、潛匿在脅間的積塊，在醫分為食癖、飲癖、寒癖、痰癖、血癖等。《玉篇·疒部》：「癖，食不消。」其二、嗜好。《字彙·疒部》：「癖，嗜好之病。」由此看來，癖從疒部，從第一個意義衍生出第二個意義，其間都蘊含著病變的字源，而且是因量過多而病變(邱德亮，2009)。「癖好」是指特別的喜好或嗜

好，但與「嗜好」有別，前者多指對特別而較不好事物的喜好，後者指對某事物的喜好已成為一種習慣。

據陳宥伶(2010)分析，習癖約略分為三類：一為「執著戀物」，即是對某種特定的物或是聲音有特別的執著之感；二為「嗜酒如命」，在《世說新語·任誕篇》中有許多記載飲酒過度之人；三為「特異行為」，即是指對某些特定或特別行為十分執著。吳慶烜(2006)解釋習癖是個體經由一特定事件不斷反覆接受刺激，將其學習到的經驗與實踐後的結果內化至意識的內在層面後，並對其產生自然而然的反應，是一切行為的指導來源，也是賦予各種特定意涵於不同的社會行為中，且具有再學習的教化功能，並能藉此產生「創造」的效用。林敬名、張家昌(2006)整理多位學者文章，邱天助(1998)等，對「習癖」下一結論：其概念是一種生成策略的原則，由特定歷史條件與環境建構而成，並與過去的經驗相結合，得到教化與學習的功效，以隨時協助個人不管在行動、知覺或判斷上發揮作用，並透過個人日常生活的活動行為而形成與運作，且導引其行動方向，是一種能應付各種情境之行為養成系統，以及能持久存在與可轉換及變更的性情傾向系統。

飲食習慣的養成有一定的環境條件，在歷史氛圍中，生活養習各有需求，周遭生活環境與內在和德也互相依存，眼睛所見、嗅覺有聞、觸膚

有感，味道自來；這種味道，不僅僅是表層，同時也有內心深處長長久久的悸動，習慣這樣養成，各種口味需求，自然孕育；在豐富的中國飲食文化中，習性也好、習癖也好，各個區域，各自表演，各自喜好，當然也各自精彩。

第三章 研究方法

針對本研究題旨特性，將本章區分為研究方法選擇、研究參與者、研究流程、資料蒐集、研究者角色與省思、研究信效度等六個小節陳述。

3.1 研究方法選擇

在已經研究過的相關陸客資料中，多以陸客來台旅遊意願、政策執行面、經濟效益面者居多，本研究設定探討內容為餐飲習性，藉由餐廳管理者近身接待陸客過程中，觀察陸客口味習性與舉止行為。

研究方法選擇會受個人主、客觀影響，本研究主題為研究者興趣並與個人專業領域聯結，在行動與實務結合中，蔡清田(2000)重視行動能力的培養外，更重視批判反省思考能力的培養，本研究透過餐廳管理者長期觀察陸客習性，加上親身經驗，期待能有豐富研究價值。

劉豐榮(2004)提到：質化研究²¹方法較適合社會與人文領域的研究，而質化研究方法包括科學探討以及藝術探討兩種方式，後者對教育、人文、藝術之研究有獨特貢獻；而前者的科學研究必須採用形式化的陳述。

Lincolna 與 Guba(1985)認為質性研究方法為非預設的研究設計，以研究者本身為工具，在自然情境下，以問題為研究焦點，透過訪談與觀察，來了解受訪者個人內在世界與現象背後的深層經驗。李慶芳(2009)認為質性研究是一種對理論觀點與田野資料不斷探索的過程，每個人都會有

獨特且不同的學習體驗，並從田野、思索與寫作中慢慢悟出其中的道理；研究者如果經常浸泡在田野之中，資料就會慢慢地深化，對於田野也會愈來愈有感覺，自然會發展出屬於個人獨特的感動和體會。陳柏璋(1990)強調質化研究企圖在方法、語言和真理之間的辯證關係中，掌握較真且較人味的真理。

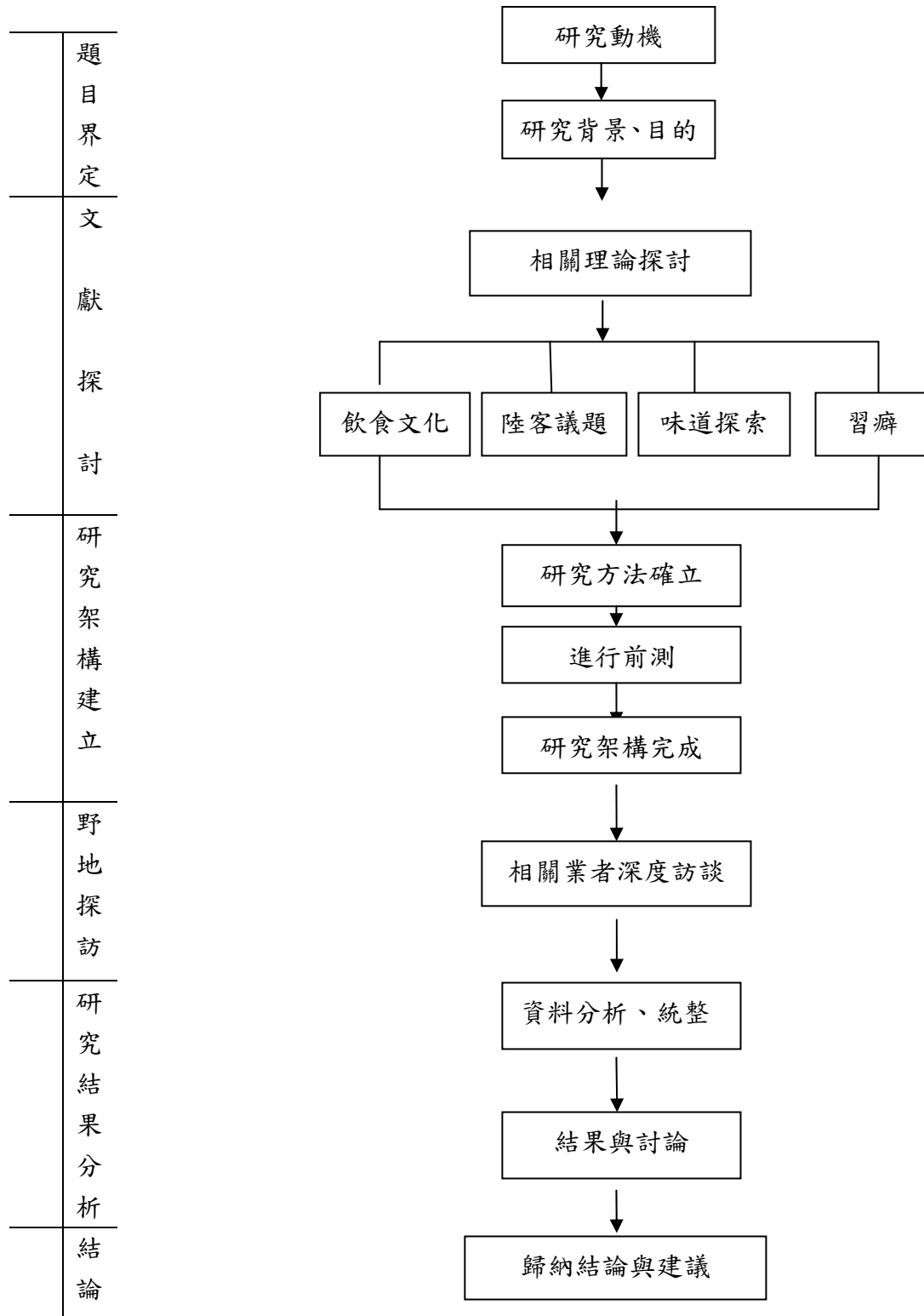
Bainbridge (1989)認為在深度訪談中，採非結構性的談法較合宜，此即訪談中沒有圈定的句型指引、表格，探討過程中的問句可依每個個案不同的情況調整訪談的技巧，就探討個案所提及之想法、問題澄清並追問遺漏的觀點。萬文隆(2004)認為深度訪談是能深入問題點的：深度訪談有別於單純訪談，深度訪談目的在於透析訪談的真正內幕、真實意涵、衝擊影響、未來發展以及解決之道。

基於研究目的與問題的豐富性，研究者採取質性方法中業者研究法，並以深度訪談蒐集所需資料進行與主題相關的探討，除深入描述事務的本質，欲有意想不到的結論。

²¹質性研究或稱為質化研究，是一種在社會科學及教育學領域常使用的研究方法，通常是相對量化研究而言。質性研究實際上並不是一種方法，而是許多不同研究方法的統稱，由於他們都不屬於量化研究，被歸成同一類探討。質性研究者的目的是更深入瞭解人類行為、及其理由。質性研究方法調查人類決策制定的理由和方法，而不只是人做出什麼決定、在何時何處做出決定而已。因此，相對於量化研究，質性研究專注於更小但更集中的樣本，產生關於特定研究個案的資訊或知識。

3.2 研究流程

圖 3.1 研究流程圖



3.3 研究參與者

本研究在探討陸客餐飲習性，並了解業者經營需求，為使研究具有豐富性、代表性，本研究深度訪談對象背景：(1)餐廳管理階層，(2)接待陸客有 2 年以上經驗，(3)熟悉陸客餐飲行為，(4)取樣上以立意抽樣為主，以專業領域裏，原先熟識飯店經理、廚師先行訪問，(5)再以「滾雪球式」(snow ball)擴展訪問對象；共計 12 家有招待陸客的餐廳、飯店；其中嘉義 6 家、台南 6 家；13 位專業人員接受訪談；6 位是星級飯店主管，5 位在一般餐廳，3 位為台南小吃特色餐廳。再者，為尊重訪問者，本研究採自願告知同意原則，事先將研究目的、進行方式、訪談主要內容、保密原則等在電話中告知受訪者，本研究純粹是學術性研究，沒有任何預設立場，請放心真實表達自己的想法或感受即可，徵求其同意後再進行訪談。訪談過程中，亦徵得受訪者同意，全程錄音，12 家受訪者中，有 11 家完全同意，僅 1 家不同意錄音，不同意者採「即時轉錄」方式，亦靠備忘錄，於結束訪談後，立即以口述錄音方式記錄資料。

表 3.2 訪談對象及背景資料

地區	餐廳名稱	性別	職稱	訪談時間	資歷	訪談地點
台南	A 大飯店	男	餐飲部經理	100、12、16	25 年	飯店 咖啡廳
台南	B 商旅	男	餐飲部主廚	100、12、19	22 年	飯店 咖啡廳
嘉義	C 餐廳	女	餐廳經理	100、12、29	8 年	餐廳 大廳
台南	D 大飯店	男	副主廚	100、12、30	28 年	飯店 咖啡廳
台南	E 大飯店	男	副主廚	101、1、2	26 年	地下 食品街
台南	F 小吃	女	國宴部經理	101、1、6	18 年	餐廳 大廳
嘉義	G 酒店	女	餐飲部副理	101、1、9	13 年	飯店 咖啡廳
台南	H 小吃	男 女	副店長 經理	101、1、16	5 年 20 年	餐廳內
嘉義	I 餐廳	女	外場負責	101、1、17	很久了	餐廳內
嘉義	J 餐廳	女	外場負責	101、1、19	20 年上	餐廳內
嘉義	K 大飯店	男	宴會廳主廚	101、2、8	20 年上	咖啡廳
嘉義	L 餐廳	女	店長	101、2、14	10 年	餐廳內

3.4 資料蒐集

陳昺麟(2001)認為知識的形成是由主體的意識作用在日常生活世界，不斷與別人或由接觸事物中建立溝通的知識，研究者從受試者學得東西，而把彼此視為「互為主體性」，是相輔相成的價值觀系。本研究試圖以餐飲業者角度，透過真實情境訪談，在互動真誠交談中，深入問題，並能對相關問題提與答案，共同探討相關問題。

Miller 和 Crabtree(1992)將質性研究資料收集方法區分有「訪談」、「觀察」與「文本」三種型式。

(1)訪談

訪談內容會因飯店或餐廳經營方式不同，內容上有些許差異；而訪談時間也會因受訪者與訪問者之間互動飽和程度不同，致使訪談長度有40-100分鐘不等情況。為使訪談內容精確，能掌握到受訪者習性，在做正式訪問前，先進行前測；前測的對象為兩位大專院校講師，一位原來工作職場是飯店主廚，另一位是飯店副行政主廚，兩位老師在職場上都有相當歷練，後因人生規畫，進修學位，目前任職於大專院校餐管系的老師；前測過程，各自先行正式訪談，訪談後，再與受訪兩位老師討論訪談內容，並以先前兩位老師在業界與廚師、餐廳經理相處的工作經驗，與研究者討論、提醒，以便修正訪談內容，修正後的問卷大綱，再與指

導教授討論，最後確認訪問內容。

正式訪談時間，大多是受訪者午餐後的休息時間，研究者親自到餐廳或飯店拜訪受訪者，受訪者有安定、不被打擾的時間接受訪問；過程以半結構式訪談²²，輔以備忘錄書寫重點，也盡量以客觀角度，適度追問，將受訪者陳述內容，不做修改，以中立立場整理問卷內容。訪談過程全程錄音記錄資料，所有資料回收後，進行逐字稿謄寫、編碼、最後做類別屬性分析，以詮釋內容意義。

(2) 觀察

Adler(1998)認為質性研究者對於研究現象之觀察，都必須在自然情境下進行。本研究以「參與觀察²³」進入研究場域，進行相關資料收集。訪問過程，因事先透過熟識人士介紹，通常都能得心應手，只是在問到餐標與業績時，一般餐廳會有抗拒，須緩和再度說明隱密性，才能獲得內容，另外大部份業者，在談到陸客舉止習性時，大都很激動敘述陸客行徑。

(3) 文本蒐集

²²半結構性訪談(Semi-structural Interviews)又稱焦點訪談(Focused Interviews)，以綱要為本，就受訪者的狀況適時以不同形式的開放式問題，引導受訪者針對主題進行深入陳述，對所有受訪者的提問，只要與預設的問題意思相同即可。

²³嚴祥鸞(1996)「參與觀察」定義:研究者進入研究場域，對研究現象或行為透過觀察方式，來進行相關資料收集與對現象的了解；其相對的研究方法是「非參與觀察」。

質性研究的主要特徵即是以人的語言、行動為主要資料來源，在設計完整的大綱要中，以參與式觀察、深度訪談、文獻檔案；針對陸客來談旅遊的相關理論、研究或資料均列為蒐集與整理範圍，其來源包括國內外學者著作、期刊、論文、統計數字及相關報導等。

受訪者在餐廳職場上有多年工作經驗，加上近身觀察陸客，均能在專業主題上提出寶貴經驗；訪談過程中亦使用訪談札記，除可維持訪談可靠程度外，在整理資料過程中也有實際助益。

文本資料分析過程是指有系統的歸納和整理逐字稿、訪談札記。研究者將自己融入現場，試著將資料分類，把每一段話適切地編碼並獲取涵義，這是一個歸納的過程，將大量文本資料透過分類整理、篩選、組織、結合為幾個主要概念(Creswell, 2005; Lichtman, 2006)，各類別之間是有關聯且主要概念都在原主題中。最後，相對於不同餐廳經營型態，業者會有不同思維模式，為使內容更加精確，整理文本時，將之分類為一般餐廳與飯店業者。

在對資料做反覆閱讀後，將逐字稿區分成幾個部分，相同主題內容歸類，並以簡意文字記錄內容意義，再以不同編號表示，以期收到濃縮資料，最後將所整理資料做全面性分析，若有不足或遺漏部分，再以電話訪談補充，以確認資料的正確性與完整性。本研究所採用的編碼原則依

序為「資料型態(收集資料方法)受訪者-日期」，例「訪談 A-1216」即代表資料來源為「A 飯店訪談資料十二月十六日」。

3.5 研究者角色與省思

訪談的過程中，研究者與被研究者間會有許多互動關係，因研究者本身是餐飲業相關者，對菜系與陸客之間關係，原就有相當研究，但同時也要避免先入為主、自以為是的偏見；問卷過程中剛好是總統選舉前後，或多或少的政治話題總會蔓延，維持中立立場與善盡引導角色，均是研究者隨時自我的省思。

3.6 研究信度與效度

信度與效度是評鑑研究品質的指標，信度是測量程序的可重複性；效度是獲得正確答案的程度。本研究採取 Denzin(1978)三角檢證法²⁴，用來提高研究的信度與效度，並以三角檢證中的四種方法做交叉驗證，以確定資料的可靠性：

- (1)資料三角檢證:檢驗不同資料來源的一致性是否相符，在處理資料時透過交叉驗證，較能檢驗出各種資料的可靠與一致。

²⁴別稱三角交叉法、三角檢定法校正法，是指使用多種方法來研究同一現象，是質化研究中不可缺少的工具，以查核與確定資料來源、資料蒐集策略、時間與理論架構等的效度，以減少研究者的偏見。

(2)研究者三角檢證:本研究指導教授、研究所同儕同為質性研究者、前測研究者，驗證、討論一致性觀點。

(3)理論三角檢證:相關文獻、時事觀點及訪談內容分析印證，以檢驗資料分析是否具有可靠性。

(4)方法論三角檢證:以相關觀察、訪談及文件資料互相驗證資料。

第四章 研究結果分析

本章是對餐廳管理者訪談後，將資料分類、歸納、整理編序後，進行內容分析，將有意義敘述分解或合併後，分別就餐廳針對陸客設計菜單架構，陸客口味區別，陸客用餐習慣，最後對自由行的期待等方向提出問題，依實際內容做深入探討。因為餐廳不同經營型態，分析資料有一般餐廳與飯店不同之區別，其研究結果如下：

4.1 菜單設計架構：

「菜單²⁵」(menu)是餐廳營運一切之首，主因是菜單可支配餐廳要如何組織與管理運作、可達成目標的程度(陳貴凰、方翠禪、吳雅君，2011)；並引用Kotschevar(2008)在所著作的「Management by Menu」的大意：餐廳營運始於「菜單」，通過菜單管理是一個非常寶貴的資源，其作為一個中心主題，在了解顧客消費與需求中，強調菜單設計對餐飲管理的重要性；尤其在經營管理理念之消費者導向中，消費者的需求，更是現代經營餐廳最重要的依歸。2011年陳貴凰等，在應用了AHP修正式德菲法²⁶

²⁵ “菜單”一詞來自拉丁語，原意為“指示的備忘錄”，本是廚師為了備忘的記錄單子。現代餐廳的菜單，不僅要給廚師看，還要給客人看。我們可以用一句話概括：“菜單是餐廳提供的商品目錄和介紹書。它是餐廳的消費指南，也是餐廳最重要的名片。”

²⁶ 宋文娟(2001)認為德菲法是一種兼具量化與質性之科際整合研究方法，研究過程中，針對設定的議題，透過專家匿名，不斷書面討論方式，誘導專家以其專業知能、經驗與意見建構一致性共識，進而解決複雜議題

研究方法，先確立評估指標架構與組成要素，再應用層級分析法求得評估指標權重，其結果：第一層級相對值排序為「顧客需求」及「企業組織」；第二層級排序前四名為「菜餚設計」、「菜餚供應」、「服務管理」及「餐廳整體感覺」；第三層級36項指標中，被視為最重要的前五名依序為「良好的員工專業教育訓練」、「新奇用餐體驗」、「餐廳主題明確」、「提升員工工作效率」及「菜餚命名與餐廳主題相關性」。陸客來台用餐過程，目前大致還掌握在旅行社手中，加上陸客行程緊迫，在菜單菜餚變化上，雖然業者是站在完全主控位置，但顧客需求仍為重點。

4.1.1 重整菜餚特色：

在業界，只要一提到陸客飲食，異口同聲的反應就是：又辣又鹹，但是，中國幅員廣大，人口眾多，從南到北、從東到西，各地特產、民俗風情不同，生活習慣迥異，其實都有不同的偏好。

(1)一般餐廳：

「我們再怎麼變，還是會以我們的菜為主，要辣的，就是盡量辣，如果他還嫌不夠，我們也沒有辦法；重點是他餐標不高，一個人頭才150，有的才120，沒有必要特別更換菜色，．．．一定要8菜1湯。」(訪談 I-0117)

「說實話，省分那麼多，需求不一樣，來個不同省分的就要換菜，那是不可能的，我們都是8菜1湯，不可以做7菜1湯，那是廣東辦喪事的數字。」(訪談 J-0119)

「不會刻意，整團裏面還會有台灣的導遊啊！可能他們經驗也豐富了，他們會自己帶辣椒．．．國旅或在地客人來吃飯，下次還會再來，我要變化菜單，但陸客就只來這麼一次就走了，所以不會爲了陸客去研發新菜單．．．8菜1湯。」(訪談 L-0214)

「一定要安排台南小吃，但看預算啦，預算不夠，鱈魚羹就要換成炒青菜；最後就是給豆花當甜點收尾。」(訪談 F-0106)

「來台南就是要吃道地的台南小吃，2年前，陸客吃不慣台灣口味，菜會剩很多，但來我們這裏就是提供小吃啊！所以，後來導遊知道了，在下車前都會先跟陸客說，就嚐嚐看，這是地方特色，只有台南才有的．．．我們有一定套餐菜單價格，都是原

汁原味道地台南小吃，通常都是基本單價。」(訪談 H-0116)

(2)飯店

「我們接的都是高檔團，不像普通百姓重口味，一套餐 12 道菜包括鹹甜點，並且在餐前會準備四小壺、五小壺菜，招待些辣的、重口味小菜，類似開胃小菜的安排，來台灣就是給你台灣道地口味，做些開胃小菜，解解鄉愁。」(訪談 D-1230)

「先要問導遊是哪個省份的，再依廚師經驗、討論做他們喜歡的菜，當然這是要經驗的，省分那麼多，就是要累積經驗，我們也怕陸客吃不慣，吃不慣，菜會剩很多。」(訪談 G-0109)

「剛開始時，有點抓不到，於是一邊做一邊調整，走了 4 年，後面 2 年比較準，主要是針對他們口味分三個菜系，北部的、中部的、南部的，一種價錢有兩個菜單選擇，北部、中部、南部都吃不一樣，所以我們有很多菜單選擇。．．．我們常要修改菜單的，要互相討論，必要時要改菜單。．．．8 菜 1 湯。」(訪談 K-0208)

陸客來台旅遊，南征北討行程匆匆，一般普通餐廳餐標²⁷不夠高，不會為了陸客特別設計菜單，尤其是所謂「高速公路」下餐廳，更不可能為陸客做家鄉菜，餐廳業者認為陸客來餐廳吃飯，僅只一次，吃吃便走，因此認為並不需要變化太多菜單結構，如果有特殊要求，就是鹹味加重，或是以補充各式沾料方法補足口感；但單價較高的飯店就會有特色小碟或開胃小菜提供陸客家鄉口味，甚至會依不同省分陸客花心思設計、討論出特別符合該省份口味的家鄉菜，飯店業者心態還是希望保持飯店信譽，讓陸客可以吃得滿意。出菜量部份，除最高檔飯店業者出 12 菜 1 湯外，以 8 菜 1 湯為最大宗，7 菜 1 湯在大陸是辦喪事才會準備的餐組，業者知情都要避開這個數字。台南小吃業者都有一定套餐組合價，並堅

²⁷餐標指的是指每人每一餐飯(如午餐、晚餐)的價格，團體行程，餐標高低維繫旅遊品質好壞，以行情來說，到大陸旅遊，較高餐標在 40-50RMB/人，一般低行情為 15-20RMB/人。

持台南小吃口味，依價格出台南小吃套餐。

4.1.2 廚師自我提升

理財周刊(2006)提到鄭衍基師傅：「能成為三任總統的『御廚』光有手藝還不夠，小學畢業的阿基師能鑽研營養學、考上高考、教大學生，除了有周詳的計畫，執行的意志力更是驚人，這才是他成功的關鍵。」阿基師不但經驗學理兼備，言談之中都能引經據典，長期以來，持續進修，阿基師幾乎已經是台灣廚師界的典範。

1. 一般餐廳

「像我們老員工，會去埔里，公司分店那邊去看，因剛接陸客甚麼都不懂，．．．看怎麼上菜，看客人用餐習慣。」(訪談 C-1229)

「沒有甚麼課啦，就是做我們的菜而已。」(訪談 L-0214)

「我常到大陸上節目介紹台灣小吃．．．基本上，由我灌輸給員工，我是種子老師，我會研究各省分的口味，再交代菜單給廚房。」(訪談 F-0106)

「起先他們衛生習慣很差很差，我們要教育員工從旁勸導，員工會很生氣，但就要他們忍耐，就是客人嘛！．．．會跟協會跑大陸做小吃宣傳．．．老闆有在評估要開分店，畢竟市場那麼大，況且大家都去了，我們也有資源。」(訪談 H-0116)

2. 飯店

「字體啦！簡體字或講話語，就是說話詞句．．．師傅們喜歡到大陸走走看看，可以的話，拿個甚麼證照回來，就是那種旅遊五天，上課兩天就給一張證照那種。」(訪談 A-1216)

「上課沒特別安排，就是開會討論，再來就是參加對岸旅遊展。」(訪談 B-1219)

「外場的會上些簡體字，內場，就是相關活動時，會找大陸的廚師來教菜，東南亞活動比較多．．．教當地名菜，他們做法有時候跟我們不一樣。」(訪談 D-1230)

「大陸那邊公司有許多分店，放假時，公司會讓我們去分店學習。」(訪談 E-0102)

「我們師傅本身許多都會自己到大陸學做菜，他們私下自己去的，現在廚師也都會想多學些東西，時代不一樣了，回來師傅之間會互相教來教去。」(訪談 G-0109)

「目前我們公司是沒有去大陸，我們是從書上、媒體、網路、業界去參考，像我自

已就去過成都、廣州、北京等地，像蘇州、杭州、天津，我都了解各地菜系，業界很多會帶廚師去看，目前我們是沒有，只去過廈門兩次做市場調查，也有去日本觀摩過兩次。．．．開分店，在評估，有必要啊!但要多方評估。」(訪談 K-0208)

一般餐廳廚師們不會為了陸客特別在菜餚上進修，僅一家餐廳因在日月潭有分店會過去觀摩學習；台南小吃反過來是到大陸推廣、介紹台灣小吃。飯店業者在這一方面就比較積極，他們會有定期課程討論，課程內容不一定只有菜單內容，舉凡簡體字、陸客習慣用語，都是上課內容；甚至大陸有分店的飯店，也會特別到大陸觀摩、學習；飯店業者提到，許多廚師私底下會到大陸走訪，也許考證照也許只是觀摩，走訪大陸，增廣見聞，是大家主動的功課。除了技能的學習外，一般員工也可能在剛開始接觸陸客時，會有適應不良的問題，員工心理層面也需要重新調整。飯店廚師不一定藉由飯店交流模式學習菜餚，網路、書籍等都是精進之道，廚師現在會明白，時代潮流演變與自我學習的重要性，只要有機會，都要自我學習與成長；對台南小吃業者與多數飯店來說，部份在大陸已有相關連鎖店，另有計畫到大陸開分店的，目前正審慎評估中，對業者來說，到大陸開店，是延續公司經營的選項之一。

4.1.3 餐標差異

陸客餐飲常被提及，為此，觀光局特別微服抽查，中通社(2010)報導:觀光局業務陳組長表示，陸客團的桌餐都很豐盛，陸客對台灣用餐滿

意度高，只是反應「為甚麼每一桌菜色都一樣？」

(1)一般餐廳:

「幾乎都是以 150 為主，應該有 9 成，那 1 成就比較高檔，其他 250-300 元的，有過 1000 的，那太少太少了! . . . 有時候看他們也蠻可憐的，剛從阿里山一路顛下來，有的都還在暈喔!」(訪談 L-0214)

「200 餐標約 7-8 成，250-300 大約 1-2 成，400 以上少多了」(訪談 H-0116)

「250 以上的才收，太低的我們不做，250 差不多 50%、300 的 30%、350 的 20%」(訪談 F-0106)

「150-200 的最多。 . . . 從阿里山下來的，有的會暈車，吃不下。」(訪談 C-1229)

「做餐標 120，就是市場青菜變化而已! . . . 有過一、兩次，導遊跟陸客說的餐標，與我們出的菜不符合，客人不滿意，就罷吃，很難處理。」(訪談 I-0117)

(2)飯店

「200 的 1 成，300 餐標的最多，大約 7 成，350-400 大約也是 1 成 . . . 像 500、600 的，1000 比較少，就是 1 成， . . . 像導遊會叫我們不可以告訴客人餐價，我們不能講的，就請他們自己問領隊、導遊。」(訪談 K-0208)

「300 的，大約 7 成，200 現在沒有了，350 約 2 成，其他的餐價 1 成， . . . 200 以下的，沒辦法他就會找外面餐廳，像公路餐廳、是茶葉包餐式²⁸的，」(訪談 G-0109)

「以 500 的居多，8 成左右，高單價的還是有限。 . . . 太低的我們不收。 . . . 有的就是只來住宿，餐標談不攏就到外面餐廳吃。」(訪談 A-1216)

「700 到 800 的 7 成，1000 到 1200 的 2 成，比 1200 高很少，1 成吧!」(訪談 E-0102)

「招待陸客，我們這邊就是 800 起跳，800 的 5 成，1000 的大約 4 成，1200-1500 的，大約就是 1 成。 . . . 都是參訪團，他們很闊氣，看起來很有錢。」(訪談 D-1230)

來台的陸客團，主要有分參訪團與旅行團，參訪團主要是社會地位較高的官員或商團，一般的餐標比較高，菜色較周全。旅行團則參差不一，受限於團費與時間窘迫，通常餐標都不高，一般餐廳餐標最低做到 120，更有些是特產綁餐廳操作手法，餐標也不高；餐廳業者提到，陸客吃晚

²⁸業者解釋:旅行社安排陸客購買某家茶葉行的茶葉，茶葉行會贈送該團午餐或晚餐的手法，這種經營模式的餐標一般都不會太高。

餐時間很早，五點是通常到達時間，嘉義餐廳會碰到客人剛從阿里山下
來，路途巔簸，都想早早回飯店，休息也好、逛街也好，早早吃完，早
早離開，菜色好壞在時間壓縮下，很難評估。訪問過程中，受訪者有抱
怨導遊傳達價格不清楚，有過陸客因誤會，造成罷吃的情況；餐廳、飯
店方面一般也不可以直接與客人提到餐價的問題。整理各不同業者餐標：
一般餐廳以 150-200 為主、台南小吃業者多集中在 200-250、四星級飯店
300-500、五星級飯店餐標可以到 700-800 之間。

4.1.4 不吝展現財力

王淑美、溫蓓章(2010):在總體面來看，開放陸客來臺對臺灣經濟帶來
正向的經濟收益。理財周刊(2009):經濟改革開放後的中國大陸，在急
速成長的經濟實力下，創造每年高達數以千萬計的出國旅遊實力派
財力富足人口，出境旅遊考察人次歷年激增，業已成為亞洲最大，
且為全球第2大的觀光人口輸出國

1.一般餐廳

「時間許可的話，會喝些酒再加些菜，最愛啤酒和高粱。」(訪談 J-0119)

「陸客會要求說:我這桌要加菜，錢我自己處理。．．．加菜，一般以海鮮為主，
不然就是下酒菜，．．．他們常喝酒，最愛台灣的高粱酒，58 度的。」(訪談 L-0214)

「會加菜，可能也是吃不慣，所以他們會要肉燥飯和麵，我們也會介紹海鮮給他
們。」「他們叫菜很豪氣的，感覺上錢很多的樣子。」(訪談 H-0116)

(2)飯店

「自己跑到櫃檯點了魚，就要紅燒魚，說多少錢都沒關係。」(訪談 A-1216)

「加菜真的很多，團體菜覺得不夠好，再加菜的方式很普遍。」「加菜的錢他們自

己付啊，他們很有錢，他們會說，你們這裏吃得便宜，比我在上海吃得便宜。．．．高粱，有時候會自己帶，是自己外面買進來，他們說飯店的酒貴，大陸的高粱酒也貴，要賣人民幣 400 塊，所以要在台灣喝個夠，一個晚上可以喝 1、2 瓶，高粱呦！男的、女的都一樣能喝。」(訪談 G-0109)

「加菜都加 menu 上的，喝酒大部分都喝高粱，58 度的，陸客喝紅酒得很少，就台灣啤酒、高粱酒，喝到醉喝到爽，都說：錢不是問題。．．．有時候，菜叫了一大堆，一直喝酒，菜又不吃，很浪費。」(訪談 K-0208)

陸客來台用餐，常有加菜的習慣，一個原因是菜餚吃不習慣，想要求餐廳要換菜，餐廳礙於製作與約定無法如願；另一個原因是，陸客喜歡喝酒聊天，尤其在飯店裏，吃飯環境比較舒適，就喜歡多叫菜來熱絡氣氛，再一個原因就是想多嚐試台灣在地風味菜；陸客加菜不在乎錢的多寡，有時候加菜的菜錢，都比原來餐價還要高，甚至菜吃不完也要加點菜。這 2 年，陸客有錢了，他們口頭禪是：「錢不是問題。」只要業者依他的意思加菜，在錢方面都很豪爽。加菜的菜色喜歡有台灣特色，通常是依飯店原來菜單變化；在台南特色小吃店裏，會嚐試台灣肉燥飯，喜歡台灣最新鮮的海鮮；在酒類選擇方面，最鍾情台灣 58 度高粱酒和台灣啤酒，男女都很能喝酒。

4.1.5 陸客來訪頻率

對多數飯店與餐廳來說，陸客到訪已經是生存必爭的事實，大部分餐廳、飯店幾乎天天都有陸客到訪。

(1) 一般餐廳

「一周 4-5 天。．．．這個月，過年前!還有選舉前，會刻意減少陸客。」(訪談 H-0116)

「我們這邊幾乎每天都有陸客，有時候一天都有 3、4 團，就最近少些，過年前，他們也要忙過年啊!」(訪談 F-0106)

「固定每天都有，有時中午，有時晚餐，差別就在人數多少。．．．如果來吃午餐就是明天準備上阿里山，吃晚餐就是剛從阿里山下來。．．．陸客很多，有時候一整天都沒有台灣客人，只有陸客。」(訪談 C-1229)

「平均來看，幾乎每天都會有。．．．週一到週四台灣客人少，但餐廳這麼大，陸客就是湊合著賺，店租、薪水、水電都要照付，就 cover 這部分。」(訪談 L-0214)

「也曾經有過一天接 10 團陸客的，有時候一整天都是陸客，如果是假日，國旅的就比較多，平日陸客的比例算蠻高的。」(訪談 J-0119)

「正常時段，一周會有 2 天到 3 天，最近少，有人說，選舉前，客人來的少，但是也有刻意來看選舉的，我也搞不清楚，反正最近客人就是少些。」(訪談 I-0117)

(2)飯店

「一個禮拜大約有 2-3 天吧，有時候多有時候少。」(訪談 A-1216)

「算蠻多的，陸客旅行團都知道我們飯店，大陸也有分店，平均一周會有 3-4 次。」(訪談 E-0102)

「不以現在選舉期間看，之前幾乎天天都有團，也有一天 2-3 團。」(訪談 G-0109)

「算很常，都是來阿里山的，比率很高，陸客對我們來說很重要。」(訪談 K-0208)

高速公路下餐廳或特產綁餐的餐廳，陸客用餐的比率相當高，超過飯店比率，業者特別提到，假日期間，國旅客人雖多，但一般平常日，就得要靠陸客才能衝高餐廳的業績與營業額，更何況台灣目前景氣低迷，沒有了陸客，還真是困難經營。嘉義一家餐廳業者為吸引陸客，店裏固定會有八家將跳舞表演，其重視程度可見。問卷訪問期間，適逢總統大選前後時間，多數業者都提到，選舉這段期間，陸客人數明顯減少的問題，主要原因，兩岸態度一樣，就是不想讓太過於敏感的政治議題，變成焦點；部分業者，會有意無意透露：政府大陸政策的不確定性，令業者

惶恐，害怕若陸客人數減少，會影響生計。依訪問結果，一般餐廳，陸客平均一週有 5-6 天，甚至天天都有陸客、整天都是陸客的狀況；以飯店業者來看，陸客住房人次多於用餐人次，五星級飯店每周約有 3-4 天陸客頻率，四星級飯店則已經也是幾乎天天都有陸客了。

4.1.6 孔廟事件²⁹後效

國政評論(2008)對張銘清在孔廟遭推打事件分析對台灣的影響有：

(一)傷害台灣的國際形象，(二)加速台灣內部的統獨對立及省籍情結，(三)破壞台灣「和平理性」的善良風氣，(四)扭曲台灣社會的價值觀，(五)使台灣民主政治蒙上暴力陰影。

1.一般餐廳

「台南許多景點都要收門票，陸客不愛來，尤其上次孔廟打人事件後，來台南的團就更少了，整整少了 1/3。」(訪談 F-0106)

「這段時間，旅行社會讓我們把餐盒送到高速公路下，但遊覽車就是不願意進來。……這次總統選舉，大家嘴巴不說啦！但心裏也是會害怕選後會有政策轉彎，影響陸客旅遊人數。……不是都傳說，選上的人不對，陸客他們就不來了。」(訪談 H-0116)

「你沒有聽說過嗎？陸客都說阿英如果選上，以後他們就不來了，……怕被打啊！」(訪談 L-0214)

「好像有官員被打吧！那時候人真的很少。」(訪談 I-0117)

²⁹張銘清訪台遇襲事件，是發生於2008年10月的海峽兩岸文化和政治交流的衝突事件。事件發生在海峽兩岸關係協會會長陳雲林計劃訪台進行第二次江陳會談前夕，民進黨正籌劃在陳訪臺期間於全臺灣各地進行大規模的抗議行動。此時海峽兩岸關係協會副會長張銘清，以廈門大學新聞與傳播學院院長身份，接受台南藝術大學邀請到台灣參加學術研討會。張銘清訪台期間一路遭遇台灣獨派民眾抗議，最後在台南孔廟爆發推擠衝突，張被推倒在地。

(2)飯店

「南部這邊，對政治很敏感，人民很激情，就像上次陳雲林事件(應該是張銘清)，本來市長要設一個郵輪靠岸專港，讓郵輪靠岸把遊客帶進來，你看!這架一打，陸客都繞過去高雄，台南不進來，那段時間很慘的。」(訪談 A-1216)

「南部人民族習性，種族歧視很嚴重，光是來台南玩，在孔子廟，你都可以把人家打成那個樣子，陸客來是商機，但政客只為自己利益。」(訪談 B-1219)

「像這次選舉，業者大家都剝得等，如果綠的選上了，看陸客還來不來，大家心知肚明，又不好說出來。．．．很無奈啊!這是業者的困境，大家都知道，沒有陸客來一定很慘的，但政治人物不會這樣想，他們當然有他們的看法，不一定是錯，但對業者來說，經營的起來，生意做得下去，才能生存。」(訪談 G-0109)

對台南業者來說，印象最深刻，每家都會主動提到的事件莫過於就是，2008年大陸海協會官員張銘清在孔廟被打的事件，餘波盪漾了好長一段時間，陸客過台南而不入，車子直接開往高雄，台南小吃業者提到，那一段時間，他們會將台南小吃做成餐盒，在高速公路下交餐盒給遊覽車，陸客就直接到墾丁去了!那段蕭條歲月回想起來，都苦不堪言。業者更提到，南部這邊的政治激情會阻礙陸客到南部的旅遊意願。敏感事件沒有人願意拿到檯面上來說，但內心非常焦慮，藍綠之間的權衡，業者常是無辜受害者。

4.1.7 掌控業績真相

盧世祥(2011):「陸客大量前來，既排擠質優、消費力強的日美旅客，也降低觀光品質，對促進經濟就業必屬「長空」，更將使台灣繼香港之後，觀光被迫仰賴陸客的惡果。」產官學在陸客領域上，有各種不同分析，

但對業者來說，業績數據最現實，對錯之間很難權衡。

(1)一般餐廳

「現在都是陸客，有7、8成，幾乎啦!台灣客人也有，少啦! . . . 我們很需要陸客。」(訪談 C-1229)

「大約5成，平均啦!過年前是小月，平均陸客都還算多。」(訪談 F-0106)

「團體居多，大約一半了，偶而會有回流客，看自由行了。」(訪談 H-0116)

「多的時候1/2，淡季大概1/3，其實我們蠻喜歡做陸客的，他們吃吃就走，很快，很好，乾淨俐落啊!」(訪談 L-0214)

(1) 飯店

「住宿部份陸客很多，公司爲了這個，還特別改裝過，公司很注重。 . . . 住宿6成左右，餐的部份少些，大約3成。」(訪談 A-0325)

「住房部分至少3-4成，現在不景氣，台灣人嚇的只有假日才出來，平日還是要靠陸客。」(訪談 B-1219)

「飯店住房部分，很依賴陸客，有8成；餐的部分少些，大約3成。」(訪談 G-0109)

「整體看，餐廳部分應該10%，但客房佔到30%」(訪談 K-0208)

自從開放陸客觀光以來，台灣不管是旅遊人數、觀光收入，都有大幅提升，儘管大陸的消費能力仍不及日本，但台灣許多產業要仰賴陸客的觀光收入，已經是不爭的事實，尤其是精品業者、鳳梨酥業者、茶葉、餐飲業等更是不可諱言坦言需求。早期，台灣觀光客數量，無論觀光局在哪個國家花多少錢、做多少宣傳案，旅遊人數就是無法有效提升，一直到開放陸客來台觀光，人數上才有顯著提高。就業者自行統計:以用餐的總業績比例來看，一般餐廳陸客消費業績佔總業績5-8成左右；飯店部分，在住宿方面佔較高比例有3-8成，餐的部分低些，是1-3成，業者普遍心聲是:「陸客對我們很重要。」

4.2 口味上的區別：

我國古代的類比思維中，有「觀物比德」之說，即人與物的類比，是指用物的外部特徵與內在屬性來類比人的品德、志行；這種思想對後世的中國餐飲文化產生了深遠影響，其具體說法有下列五種：(一)重古：充分挖掘傳統文化、製作、命名菜餚，給菜名披上一層古老文化的外衣。(二)重文：許多菜餚最初默默無聞，只因為有了文人墨客的稱頌，便因此餐譽天下，名垂後世。(三)重賢：是指中國古人品嚐菜餚時，特別看重審美主體的民族心理習慣。(四)重傳說：在中國，幾乎沒有一處的菜名沒有傳說的，並且與眾人息息相關，或附會於仙、神、佛，進而對人們產生更大的感染力。(五)重寓意：菜品的寓意是把菜品比附人的道德，追求文化第一定位(李自然，2006)。因此，在餐飲口味區域的探討，常被當地傳統思維潛移默化得影響，當人們在品嚐各地風味時，其實也正咀嚼豐富的當地人文思維。

來華旅客選擇中華餐飲考量因素之重視程度有兩個重要項目是：菜色品質與餐飲口味，因此，來華旅客市場以居住地做為區隔之準則最為適切(曹勝雄、吳正雄，1998)。傳統正宗菜餚，經長時間演變而形成鮮明的地方風味特色，並具備一定規模體系的菜組與流派；並且每個菜系都融合了不同地方、不同民族的鮮明特色。但隨著以市場導向的經濟體制

改革不斷深入，做新潮的人，吃新潮味的菜，也會是許多食客的時尚選擇(呂國保，2010)。來台旅遊的陸客，據統計，年齡層偏高，在餐食口味體驗上，比較保守與故舊，對於新潮流健康趨向飲食，一時難接受，因此，來台旅遊過程中，對於菜系、地方特色偏好，會更加明顯。

4.2.1. 酸甜苦辣 都是鄉愁

「習慣和傳統的傾向決定其他一切的方向。」區域性的飲食文化會一直與我們生活結合，地域性及民族性仍是未來世界飲食文化活躍交流的主旋律和基本特色(趙榮光，1999)。陸客來自幅員廣大地區，各地自然條件、人文風俗均不甚相同，因此也造就出不同的飲食喜好。例如：黃河流域的人民普遍喜愛醃製品，口味較重，以齊魯飲食文化為代表；長江流域的人民是以荊楚飲食文化為代表，這些逐漸形成的地方菜系造成中國飲食的豐富與多樣，構成中國的地域菜系(萬建中，1995)。

(1)一般餐廳

「湖南的，重鹹重辣，不要甜、不要勾芡。．．．都說台灣的辣椒不夠辣，真的！尤其是四川的，非常重辣，也有重慶來的，也是重辣重鹹。．．．我們處理辣是用辣豆瓣醬炒進去，辣油也有，你看他們吃辣，會被嚇到，尤其四川的會叫叫叫：你這是甚麼辣椒，一點都不辣，連小孩吃辣都很厲害。．．．廣東人不愛冷盤，這些都是透過導遊，我們才知道哦。．．．雲南重辣、微酸，要有酸酸的感覺。．．．浙江、福建兩個差不多，他們就不吃辣。北京、上海這邊的，就比較正常。陸客不會要求甜，通常都是鹹。」「另外，就是要求桌上要放辣椒和醬油。」(訪談 C-1229)

「如果是沿海省份都吃得比較淡。廣東，他們跟我們口為這邊相似。．．．但是，他們不要白切雞，不要川燙的，這些口味都太淡。．．．四川他們吃太辣了，我們只能抱歉說：就這麼辣了，爲了陸客，我們有研發一種『魔鬼椒』，就是那種辣到會發麻

的辣，買那種朝天椒，我們用油逼、攪拌、爆過，這樣才會辣。．．．有時候他們會自己帶，像那種辣蘿蔔、辣椒醬，他們怕在台灣吃不慣。．．．會為陸客準備醬油、辣椒、蒜頭當沾料。」「會要求不要太甜，陸客還是以酸味為重。」(訪談 I-0117)

「調味就是不加糖、不勾芡，幾乎都是。大概就是沿海的不吃辣，東北那邊的辣些。」(訪談 J-0119)

「尤其是四川的，重口味，妳桌上一定要擺辣椒、醬油、醋啊，他們都吃得很重。不吃甜，還有勾芡，還有冷的也不吃。．．．就是拼命跟你要蒜頭，要辣椒、辣椒醬。．．．回民比較不一樣，他們吃沙拉，不加任何醬料直接啃，．．．廣東好像還好還算正常，上海得很一般，跟我們這邊口味比較相似。」(訪談 L-0214)

「廣東歸廣東，廣西不能加進來，廣西味道比較偏向雲南、貴州那邊，就是酸辣再加些甜，廣東與香港、澳門比較像。北京和上海人一樣，都是來自四面八方的人，是國際化的都市，所以比較能夠接受新事物。．．．山西有老醋，可以接受酸，四川、湖南、貴州、重慶等，千萬不要勾芡，但要一直補辣椒。一桌十人份餐，常要補到三碗公辣椒。」(訪談 F-0106)

「因為大陸很廣，我們會想迎合客人口味，但導遊不要，導遊認為既然來吃的是台南特色小吃，就應該吃我們當地這邊的原味。我們自製辣椒，自己種的，會種些不同品種辣椒，師傅會自己調，重鹹重辣，我們就是桌上準備辣椒、醬油、鹽巴讓他們自己沾用。」(訪談 H-0116)

(2)飯店

「像四川口味比較重的，我們會在 12 道菜中加 1-2 樣有辣椒的宮保、XO 醬、辣椒川味醬等。會在餐前小菜中準備辣味的、重口味的家鄉味。」(訪談 D-1230)

「辣椒、麻辣的、水煮魚，要有辣油的，要嗆要辣，都是以花椒、辣椒入菜，一桌 4-5 到辣的蔡是要的，福建口味與台灣很像、類似，湖南吃辣，吃剝椒魚頭，北京不吃那麼辣，會吃辣的是湖南、貴州、四川。．．．對上海人來說，精緻好吃最重要，北京、上海人因為吃過很多東西，他們很能接受各種菜餚。．．．對於吃辣的客人，我們用辣椒、XO 醬，也會有朝天椒。廣東客人口味要求鮮味，一定要用蠔油，四川用我們自己練的辣椒油，又嗆又辣。」(訪談 E-0102)

「他們重鹹，不愛糖。四川就是辣，台灣辣椒他們吃不慣，我們加『天下第一辣』煮；我覺得湖南吃得比四川辣。．．．針對四川菜系就是魚香、宮保。．．．江南的，跟我們也像，沒甚麼差別；還有內蒙的，我們用台菜，但據我觀察，他們都吃不慣，剩很多。」(訪談 G-0109)

「四川、湖南口味比較類似，就是重口味、重辣，北方人像山東、北平、河南是重味不是重鹹，稍微辣，就是醬辣，要有醬的味道，像甜麵醬、蠔油都要加一些。四川

他們太辣了，很辣，針對他們，我們特調一種『台灣第一辣』用朝天椒、辣椒先打成泥，再用辣椒油去煮，做成特製辣椒醬，碰到這種要很辣的，就加，那種辣得很過癮，他們很愛，可是我們就會受不了。．．．他們都不要甜，有些到普通餐廳就是糖、味素，那就是甜是台灣口味，尤其是南部口味，陸客不愛。」「更北方像新疆，要小黃瓜、牛番茄，不用煮直接吃。」(訪談 K-0208)

訪問過程中，要業者能馬上區分不同省分與味道之間關係，其實有許多困難，但是對於特殊、凸顯的特質，會有強烈感應，大致整理如下：(一)四川、湖南、貴州口味最重，尤其是辣味與鹹味的需求，都會抱怨台灣的辣椒不夠嗆辣，多家業者為了因應這樣的客人，會自行研發像「台灣第一辣」、「魔鬼椒」、「天下第一辣」等加入菜餚之中炒用，沒有研發辣味的餐廳，也會盡量提供辣椒、蒜頭、醋甚至 XO 醬當沾料使用。(二)上海、北京一致被認為是見識廣博，有國際觀有水平的城市，他們對於任何當地菜餚都能用寬廣旅行者心境接受。(三)福建果然是台灣移民大宗來源，對於台灣菜餚，幾乎就是零距離接納。(四)江南各省，除了在酸味與甜味略有差別外，適應狀況也算穩定。(五)廣東口味清淡，喜愛原味海鮮。(六)印象最深刻就屬新疆地區，他們對台灣口味無法接受，只要求業者提供生食蔬果類沙拉即可。整體來說：台灣口味，尤其南部偏甜的口感，陸客並不喜愛，陸客愛酸味甚於甜味；來自福建擅用勾芡手法的菜餚，一般陸客也不欣賞；台南小吃業者雖然堅持以完整原汁原味方式呈現風味特色，但在沾料上，還是要妥協。陸客來自各方省份，心理呈面還是要去尋找熟悉的味道。

4.2.2 麵食米飯 各有鍾情

張玉欣(2011):「中國向來有南米北麥的主食文化，以大陸的地理位置劃分，秦嶺、淮河為其界線即冬季攝氏零度等溫線，其線以北為麥作區，其線以南即為稻作區。」

1. 一般餐廳

「像東北的、山東的，北方人就是要吃麵食、饅頭，北方人就要吃麵，煮一大碗炸菜肉絲湯，有時候我們也會上銀絲卷，怎麼換都 ok，在成本內都盡量配合要求。」(訪談 C-1229)

「山東的，會要一碗湯麵，饅頭我們沒有特別準備，我們準備白飯，他們好會吃飯，一大鍋飯都吃光光。」(訪談 I-0117)

「台灣油麵，他們自己舀來吃，饅頭就是一般白饅頭。」(訪談 J-0119)

「我們煮擔仔麵，台灣人的擔仔麵，整碗麵條尖尖的。」(訪談 F-0106)

「重麵又重飯，煮麵我們都用關廟麵，煮台南的海鮮麵；飯的部分是肉燥飯，他們很愛吃。．．．最夯的是蚵仔煎，因為之前有部連續劇『轉角遇到愛』他們會點會問，當然是連續劇的關係，哈哈!」(訪談 H-0116)

1. 飯店

「陸客超愛清粥和小菜、家常菜，再來就是很愛吃麵。．．．台南擔仔麵，現場煮現場提供，幾乎每個人都會要。．．．之前到西安做客座主廚，你說蚵仔煎沒人知道，但你跟他說『轉角遇到愛』每個人都知道那個蚵仔煎了。」(訪談 B-1219)

「指定要吃牛肉麵，份量就小小碗而已，不是外面大碗公，吃巧的。」(訪談 D-1230)

「擔仔麵現場烹煮，反應很好，加個滷蛋、台南火燒蝦，很道地，陸客最愛。還有肉燥飯、米糕，如果是做桌菜就是紅蟳米糕。」(訪談 E-0102)

「山東要湯麵，一大碗公湯麵放中間一齊盛用。新疆來的，甚麼都吃不慣，會要求整條小黃瓜，不切喔!新鮮的，番茄也是，他們直接啃，不要沾料，也會要芹菜，切一段一段直接吃，其他吃不慣。山東的會帶蕎麥薄大餅，像台灣的春捲皮，包蔥段就吃了，我們會推薦雞肉飯，但我發現陸客比較喜歡白飯。」(訪談 G-0109)

「目前就雞肉飯與牛肉麵最成功。．．．北方人重麵食，如果餐標是 1000 的，會提供一小碗雞肉飯，上面放雞絲；牛肉麵我們不是煮一大碗的，我們用最好最 Q 的關廟麵，牛肉兩小塊，很好吃!陸客都說:難怪台灣牛肉麵會這麼出名，他如果 300 也

要吃牛肉麵，我們就是煮一大碗的。．．．小黃瓜有時要，甚至牛番茄，那個山東的，甚麼客人都有，西芹切段，不要煮。」(訪談 K-0208)

白米飯對陸客非常重要，常常都是一大鍋準備著，當山東附近地區陸客來台旅遊時，絕對要求加麵食，業者從善如流變化，簡易一般餐廳業者以一大鍋肉絲蔬菜麵或擔仔麵因應，高檔飯店業者用小碗盅上菜，讓客人吃到精緻小巧、恰到好處的口感，台灣最有名的牛肉麵是大家引頸盼望的美味，業者總要花更多心思在這番好味上。北方人除喜歡麵食外，饅頭、薄大餅也是喜歡的特殊風味，陸客甚至自己會帶薄餅來台灣吃，簡單的蔥段包進去，也能吃得津津有味。南方人好米食，台灣的蓬萊米有特別黏性與香氣，陸客會大快朵頤享受，用心飯店與台南小吃業者，會推出台灣香噴噴的滷肉飯與嘉義雞肉飯給陸客，這些美好的味道，再再都讓陸客回味無窮。最有趣的是，台南小吃業者提到的「蚵仔煎」，蚵仔煎名氣響噹噹，不完全是因為美味，主要原因是偶像劇「轉角遇到愛³⁰」的後續效應，陸客會特別問這一味，蚵仔煎是陸客心目中第一名的台南小吃。台南小吃業者也常要協助觀光局到大陸做小吃推廣，蚵仔煎一直是推廣名單上的主角。

³⁰是一部台灣偶像劇，共有 16 集，由台灣可米瑞智國際藝能有限公司製作，羅志祥與大S聯合主演，貫穿全戲的蚵仔煎，聯繫了兩個主角相遇、相戀的緣分。

4.2.3 山珍海味 仍循原味

陸客一般其實很眷戀家鄉味，來台灣普遍有吃不習慣問題，南部通常就是偏甜口味，加上部份業者非常堅持呈現台灣原汁原味菜色(尤其是台南小吃業者)，彼此之間，總是在驅新與恐新中掙扎。

1.一般餐廳

「廣東、廣西的，他們不吃高麗菜，他們要綠色蔬菜，說綠色蔬菜才是蔬菜。食材上，沒有太多要求，他覺得好吃就會吃光光。」(訪談 C-1229)

「北方人很愛吃青菜，又因為離海遙遠，也愛吃海鮮。山東人可能靠海可以接受清蒸魚。會給虱目魚粥，要介紹虱虱目魚的故事由來。台南小吃菜名都要給他冠上吉利好聽的名，像小粽子就叫迷你招財粽，迷你棺材板就叫升官發財板。」(訪談 F-0106)

「通常沿海省份來吃，口味比較合；內陸的口感就比較不一樣。豆花他們吃不慣甜的，怎麼可以加糖水？蝦丸太清淡，幾乎不吃。對棺材板非常好奇，都跑出來看製作流程。．．．魚羹剩最多，因為口味偏甜，又是勾芡的菜餚。」「對彈珠汽水也非常有興趣。」(訪談 H-0116)

「不要白切雞，換成炒雞肉加鹽加辣椒炒。陸客覺得筍子有夠嫩，很好吃。清蒸可以，最好是紅燒。蔬菜對過貓很好奇，還有阿里山的大豌豆、山芹菜。」(訪談 I-0117)

「不愛麻油雞，可能香氣不愛吧。．．．我們招牌是雞，但不要水煮，要切塊後，加調味料炒，蝦子也是。」(訪談 J-0119)

「陸客出菜以熟食為主，沒有在出冷盤的。魚只要新鮮，清蒸配辣椒都可以吃。」
「砂鍋魚頭也很受歡迎。．．．素的人非常少見。」(訪談 L-0214)

2.飯店

「喜歡炒飯、炒麵，其次是白飯。很愛紅燒魚，湯類就是燉鍋八寶盅。早餐要包子、饅頭、還要燒餅、油條、叉燒包。」(訪談 A-1216)

「海鮮要新鮮，只要新鮮，蒸的、炸的、煎得都喜歡。」(訪談 E-0102)

「以前的團，肉要得多，現在的團，青菜要得多。．．．會先介紹雞肉飯，畢竟都來到嘉義，但他們會討要吃山產類，山筍這一類。」(訪談 G-0109)

「像阿里山竹筍，他們特別喜歡我們的綠竹筍，現燙現切，新鮮沙拉筍，真空包裝那種可不成，也不吃冷凍魚片，別小看大陸人，他們吃得比我們厲害，蔬菜像 A 菜、油菜，用蒜炒，蠻愛吃蔬菜的，但不愛高麗菜，所以我們都用其他蔬菜，像 A 菜、菠菜，高檔的有青花椰菜、阿里山碗豆。」(訪談 K-0208)

陸客一般喜歡蔬菜和海鮮，可能一路上吃高麗菜吃怕了，到南部來多數會指名不要高麗菜；海鮮的新鮮度最重要，尤其沿海省份，像山東、廣東等很注重新鮮度，只要新鮮，可以接受清蒸，要不就要以紅燒、蠔油醬料口味為輔，不吃水煮、冷盤的食物；肉類不吃白斬雞，通常肉類一定要加調味料，或醬油或辣椒炒過才可接受。新鮮溢水的山筍特別情有獨鍾，山產的新鮮蔬菜都是首選。高檔飯店筵席，可以有高品質的魚翅、鮑魚或飯店自行研發的創作料理。台南小吃業者喜歡設計吉利有趣橋段介紹台南小吃，例如升官發財板、迷你招財粽等，總希望陸客能忘記家鄉菜，而接受台南道地小吃。

4.3 餐飲習性

吳盛、林東清(2007)理性行為理論中，分析行為模式三階段：(一)行為決定個人的行為意圖。(二)行為意圖決定於該行為態度、主觀範疇及認知行為控制。(三)行為的態度、主觀範疇及認知行為控制決定於外生變數³¹。人一出生即受到身邊無數影響因素如影隨形，潛移默化的影響而不自知。根據 Foucault(1979)對社會習性的定義：社會習性是持續與可置換的性向系統，該性向系統是源自於客觀規律的社會條件，因此，系統化

³¹外生變數：人格特質、對事物信念、對事物態度、工作特性及情境因素。

的偏好是為被結構的結構(structured structure)，從而支配、影響與主導個人的行動與實踐，是為可結構的結構(structuring structure)。Bourdeu(2000)認為社會習性一方面是個人衣著、體態、性格、習慣、志趣與想法，另一方面是個人性向的社會生成條件。Rozin&Vollmecke(1987)指出：人對新食物的反應是喜惡兼具的矛盾反應，一方面對新食物有興趣，也就是喜新的³²(neophilia)，另一方面對新食物也是恐懼的，即恐新的³³(neophobia)；究生物學者來看，是相當有意義，因為新食物可能是營養的，也可能是有毒的(林薇，1998)

4.3.1 飄洋過海 我行我素

習性的養成主要來自於生活環境體驗與經驗累積的結果，習性如影隨形影響行為舉止而不自知，陸客遠離國門來到台灣，在團進團出的規定，群體活動模式「環境保護罩³⁴」環抱下，生活一般習慣自然而然浮現。習慣是組成生活現象的基本元素，若以造型各異的房子做譬喻，習慣便是其中共同的磚石(李錦虹，2010)。

³²心理傾向：被新奇事物吸引的傾向成為喜新心理

³³行為學家所謂的恐新症，對新事物避之唯恐不及。

³⁴柯恩(Cohen)1932年提出，大多數觀光客旅遊時仍然會需要周遭環境帶熟悉感，在異鄉中體驗陌生事務的樂趣可能因此而減少。

1.一般餐廳

「像在打共匪，菜一上來，筷子馬上搶著吃，根本來不及上菜，．．．衛生習慣，坦白說，很不好，吐痰、垃圾亂丟，吐痰直接吐到垃圾桶，也有吐到地上的，用過的餐巾、垃圾，隨手丟地上，也會丟到外面去。」(訪談 C-1229)

「吵得要命，北京、上海的不會，廣東人像麻雀．．．爛!衛生習慣真得很爛，公筷母匙不用，．．．會吐痰，吐到盆栽上，男生愛抽菸，跑到陽台亂抽，菸蒂亂丟一地，女生上廁所，衛生紙也是丟了一地。」(訪談 F-0106)

「上廁所不關門的，明明說不能抽菸，硬是不聽。」(訪談 H-0116)

「就那個廁所衛生紙，丟得滿地都是，大、小號也會大出來，不過，這種客人不多。吃飯攪菜的聲音好大，．．．衛生習慣差些，沒有用公筷母匙的習慣。」(訪談 L-0214)

2.飯店

「很吵，就是個吵字，日本人受不了他們．．．門口下車，襯衫是不扣的，叼根菸就進來了．．．非常不衛生、噪音、抽菸．．．菜出的慢，會拍照，說要到觀光局告我們。」(訪談 A-1216)

「非常吵，吃自助餐不排隊，每個人都這樣。他們講話特大聲．．．剔牙，當場大刺刺剔，沒有修飾的。」(訪談 B-1219)

「衛生習慣還可以，只比台灣客人差一點點而已。」(訪談 D-1230)

「就是講話很大聲，桌面很髒。還會吐痰，吐到地毯上，垃圾亂丟，我們最討厭收他們的桌子．．．『禁菸』對他們一點都沒有效。早餐吃 buffet，陸客的餽水很多，他不管吃不吃，就會夾一大盤尖尖的，吃不慣就丟在那裏。」(訪談 G-0109)

「習性很吵，到現在也沒辦法改，吃飯像個菜市場，就怕他們吵到別人。以前的衛生習慣真的很差。抽菸、吐痰、丟東西、隨便吐口水。沒耐性，會一直沒理由摧菜。」(訪談 K-0208)

台灣業者對於陸客的飲食習性，尤其是最早一批的觀光客，非常無法忍受，甚至有業者直接以：「爛」字形容。其惡劣行徑尤其衛生習慣，細數如下：隨處吐痰、想到就吐，大聲喧嘩如入無人之境，垃圾亂丟、杯盤狼藉，吞雲吐霧無視旁人，趕急催菜毫無耐心，甚至要拍照告發，不懂使用現代化衛生設備，常搞得一團糟，吃自助餐不懂酌量取用，總是留下一堆廚餘，不會使用公筷母匙是最多業者提到的問題點。不過，也有

兩位業者特別提到，任何不悅，應先反求諸己，要問我們自己有比陸客好多少嗎？

4.3.2. 喧嘩過度 排擠效應

「知本溫泉區陸客一波波湧入，住房率高達 7、8 成，但業者眉開眼笑的同時，還是認為陸客素質待提升，更憂心排擠國民旅遊市場」（自由時報記者張存薇 2011）。易遊網主管透露，陸客帶來的內需觀光錢潮，現在才正醞釀爆發中。「雖然目前都只開放陸客團進團出，但是有些日本團已經開始叮嚀旅行社，幫忙避開有陸客造訪的風景區」（李兆華，2009）。「對陸客的依賴度要有些因應，如果我們只依賴陸客而忽略了國旅、日客、東南亞或其他華人來台旅遊的部份，這是有點危險的，應該要走全方位的方式，我們的觀光客源才能穩定。」（李青松，2011）

1. 一般餐廳

「大餐廳這裏給陸客，包廂給台灣客人，怕他們太吵。．．．打個比喻，台灣客人會認為招待陸客的餐廳口味、味道都重鹹，我們師傅也會有加重鹹的習慣，台灣客人就不來了，是可怕的惡性循環。」（訪談 C-1229）

「隔離隔遠一點，會盡量隔開，但客滿時也就沒有辦法，客滿時盡量會在中間做個阻隔，排擠倒不至於，對我們來說，盡可能隔就是了。」（訪談 F-0106）

「多多少少會排擠到台灣客人，有時候客滿，台灣客人進不來就會說；他們不賺台灣人的錢，愛賺大陸人的錢。．．．早期，會盡量把陸客安排到二樓去，小地方偏深綠，整條街偏綠，看到我們接待陸客就會說：你看，都接待死阿陸。」（訪談 H-0116）

「我們都把台灣客人排入包廂內，陸客的餐標低，排不進包廂，也不要讓他們比較菜色；如果有排擠現象，我也會安撫台灣客人。」（訪談 I-0117）

「把距離拉開就好了，這通常也是導遊要求的，導遊怕他們影響到別人。最好玩的

是，帶陸客的導遊，吃飯時，也不願意跟陸客坐得太近，」（訪談 L-0214）

1. 飯店

「早期，我們用隔板分開陸客，後來被陸客抗議，說我們排斥他們；現在我們是提醒日本人提前下來用餐或者將早餐裝盒帶走，日本人受不了他們。」（訪談 A-1216）

「非常吵，毫無規矩可言，不排隊，亂七八糟的，非常大聲。好險！他們用餐時段不一樣，歐美人士 8 點吃飯，陸客 7 點都走了，還好會錯開。」（訪談 B-1219）

「陸客會安排在三樓包廂，因為陸客比較吵，不會讓護客與本地人混在同一區……會！多少都會壓縮到台灣客人這塊，廚師要特別小心，別把口味調過重，否則台灣客人會嫌，……陸客早餐吃的早，時間上是可以隔開的，必要時我們也會跟台灣客人說請他們晚點下來吃早餐。」（訪談 G-0109）

「會！要隔開，他們習性很吵，到現再也沒有辦法改，我們會盡量給他們一個獨立空間，其實導遊也會要求要一個獨立空間，就怕吵到別人。……說實在，有！台灣客人都說：太吵了，不想來吃飯，就是要區隔。」（訪談 K-0208）

排擠效用發生在餐食用餐方面有三類：（一）用餐時間，業者通常怕陸客習慣性喧嘩會影響台灣客人，會刻意將陸客與台灣客人分隔區域，導遊也會特別要求隔開。（二）台灣餐廳廚師習慣了陸客又辣又鹹手法，反過來調製台灣客人用餐時，一時間難收手，會不小心放重味，造成台灣客人吃不慣，不願意再上門，結果是不可收拾的惡性循環。（三）其中兩位業者隔開原因倒不是因為陸客吵，是怕陸客餐標太低的菜色與台灣客人相差太多，會造成不必要的困擾。另外，對長期住在台灣出差的日本客人或其他外國人來說，他們無法忍受陸客的習性，飯店會刻意喬開吃飯時間，以免客人被干擾。

在深綠的區域，餐廳有時候客滿，台灣客人進不來，會酸店家：「只愛賺大陸人的錢。」但老街上，是地方小吃特色把陸客商機帶進來，活絡

了老街生氣。

4.3.3 視野開拓 循序進步

來台灣旅行的陸客平均年齡是 52 歲，性別比例女性 55%，男性則是 45%，到寒、暑假時，親子旅遊風氣興盛，平均年齡可以降到 41 歲，但比起韓國與香港平均年齡層的 31-40 歲與 21-30 歲，明顯看出，來台陸客是受過早其教育老一輩，生活被定型的人，可能也是因為這樣的關係，在各項餐飲習性上都顯得比較樸拙。

1. 一般餐廳

「是啦!如果是參訪團的會好很多，會很客氣很有禮貌。我們其實只接觸兩年時間，最近有好一點點。」(訪談 C-1229)

「要被教育，來台灣的人愈來愈多，會聽來過的人經驗，還有領隊、導遊一上車會先壓壓他們，規矩會變好些，有啦!有進步。人家高官都很客氣，就那種芝麻小官才會大吼大叫、罷吃。．．．我常去大陸做小吃介紹，依我觀察，人家進步很快，經濟也好，很多年輕人都很好的。」(訪談 F-0106)

「這兩年，都還蠻 ok 的，會去嚐試，另外禮貌上、衛生上，我覺得改善很多。依我看，第一他們進步很多，經濟又比我們好，早期我們大爺去花錢，現在，我們賺他一點小錢，不為過啊!而且他們現在態度跟以前比起來有改善了。他們買鑽石、玉、珊瑚、鳳梨酥、太陽餅，可以帶動台灣經濟，有機會賺錢不賺，幹嘛在那裏抗議。其實早期，我們台灣人出國，也都被人家看不起的，我覺得大陸就像當時的台灣，人家一定會更好的。」(訪談 H-0116)

「最近好多了，會約束自己的行爲，我們導遊也會教育:要準時，不要大聲等等，我看進步不少，你說我們台灣客人也有抽菸、喝酒大小聲的。」(訪談 I-0117)

「還是有高檔客人很有修養的，還是輕聲細語。．．．陸客其實好做，我們喜歡做陸客，他進來吃 一吃，一下就走了，反而乾脆俐落。」(訪談 L-0214)

2. 飯店

「有!最近真改善許多,尤其這半年。教育啦,導遊會交代,這幾年,許多陸客去過許多國家,大陸自己也辦許多大型、世界性的活動,看多了。」(訪談 A-1216)

「兩年以前,要求比較多要鹹要辣,台灣美食不斷侵入中國,大陸人最近要求重口味的少,漸漸習慣我們的東西。規矩進步得比較慢啦!」(訪談 B-1219)

「五、六年前我在高雄,那真是吵,現在談吐、甚麼都進步了;剛開放時,會吐痰,現在少多了。吸收文化多啦,大陸進步很快,文化禮貌也好很多,很能感覺到他們的變化。 . . . 台灣人也很好,但台灣不景氣。」(訪談 E-0102)

「人家也會進步,而且進步到看得到。感覺上,口味、味道要求也比較清淡,但還沒有那麼明顯,應該有。最近這兩年親子團很多,以前沒有這種感覺,會帶孩子出門,他們孩子感覺上很愛讀書,就是書都拿在手上,不是漫畫書喔,很上進。 . . . 我記得早期台灣客人也是會受到其他國家的歧視,我們會進步,當然人家也會進步,況且他們人那麼多,見識會開,我們台灣會不會被趕上?」(訪談 G-0109)

「現在好多了,以前真的很差。 . . . 導遊會教,他們自己彼此之間也會互相提醒。我看,大陸最近接了那麼多國際活動,年輕這一代會更好吧!」(訪談 K-0208)

在訪問業者這一、兩年,對照過去與現在,陸客在餐食習性上有何改變時,業者普遍都肯定陸客這一年來在餐食習慣各方面的進步,不管口味、用餐習慣等,對陸客正面改變大部分持肯定看法;更有業者提醒,早期台灣剛開放觀光時,當初也是醜態百出,受到許多國家的排擠與歧視,台灣花了好長一段時間教育民眾,才有今天溫文友善的環境與素質。業者提醒,不要看陸客笑話,台灣要好好經營日客和陸客,同時要讓自己的觀光業升級才能去吸納國際觀光旅客。整理網友在各網站上對陸客的討論,看看陸客再反求諸己:(一)陸客水準低落?現階段也許台灣平均高於大陸,但大陸確實每個城市突飛猛進的發展,年輕人不會插隊的也比皆是,只是他們不見得想來台灣。(二)陸客消費水平不高?陸客不是沒

有高消費能力，而是台灣軟、硬體能端出甚麼特色，錢在他們身上，想讓他們消費還得憑本事，不是靠欺騙。(三)陸客愛殺價?捫心自問，台灣商人是否誠實以對。可以不喜歡陸客，但要了解對方進步狀況；因為相互競爭是避免不掉的事實，台灣不可以落後（整理四則網路討論）。

4.3.4 自由行³⁵ 到底行不行

在旅遊偏好討論中，邱文彬、萬金生(2005)提到:對於旅遊型態而言，重視社會分享與人際互動，偏好能滿足此心理傾向的，會選擇團體套裝行程；相對的，由於擔心他人評價而親和需求低，偏好能提供個人成就與免於他人干擾的，會選擇個人自由行，由上述論點可以看出，自由行動者是以理性做為動機起源，偏好不受干擾的行動者。

1.一般餐廳

「自由行想去哪裡就去哪裏，找不到我們這裏。．．．旅行社針對我們有生意做，自由行有利益的是小吃攤，他們可以找地圖自己去，像台北他們會去士林夜市，在台中會去逢甲夜市；像我們這種餐廳，沒有用的，自由行對餐廳越不好。」(訪談 C-1229)

「對南部沒有用，可能住飯店的話，對飯店有用些。．．．就不要打人就好了。」

「我們有回流客，那個陸客已經到我們店三、四次了!他對這種小吃特別喜愛和想念，我們在旅遊指南會廣告，陸客會按圖尋訪，來找這種地方小吃。」(訪談 H-0116)

「自由行，我們幾乎不可能有客人吧!」(訪談 I-0117)

「我們都是靠旅行社的導遊、領隊，幾乎都是旅行社!」(訪談 k-0208)

「我覺得沒有用，沒有甚麼人會來，嘉義這裏就阿里山，但阿里山也沒有甚麼，人家大陸好山好水比我們都強，不會有自由行客人來，反而，我覺得會亂。．．．自由

³⁵ 由旅行社安排住宿與交通，但自由行沒有導遊及領隊隨行、飲食也由旅客自行安排。

行自由跑啊，很難掌控。」(訪談 L-0214)

1. 飯店業者

「自由行如果開放，金額才能提高，但如果來的人少，影響其實不大，自由行的客人通常比較有 money，但餐飲業有限，對其他行業，像飾品、精品店比較有用。有星級鑑別制度後，陸客當然會選擇有星級的飯店，我們樂觀其成。」(訪談 A-1216)

「自由行是我們這邊自己在高興，大陸那邊不見的愛。．．．安全問題啊!自由行沒有團體保護不安全，有能力自由行的人通常會有一定的 level，他們一定更看重安全問題。．．．民族習性、種族歧視，台南這裡我不看好自由行。台南以小吃為主，想來自由行的客人，電腦 google 一下就知道哪裏有特色小吃了。」(訪談 B-1219)

「自由行，應該好吧!多多少少有幫助，但也可能去吃小吃，看個人，人家路邊攤的小吃有的做兩、三代了，在口味上、手法上很道地。」(訪談 E-0102)

「因為不成團，他們會吃港式飲茶，自由行可能小巴的人數會變多。沒有餐標，就看個人點菜，應該會比較高我想。對飯店多少有幫助吧!但開放不夠多，規定又多，要有多大效益恐怕很難。．．．其實陸客上阿里山，他們沒有人想爬山，到達目的地拍照一下而已，陸客都說:就不過是山而已嘛!」(訪談 G-0109)

「當然看好，但開放到現在，效果完全看不出來，可能受到限制吧!他可能才兩、三個出來住，對飯店幫助不大，可能房價高些，但人少沒有用。．．．台北效益才高吧!我親眼看他們買精品，全部都是名牌，他們的消費能力是你想像不到的。．．．陸客對我們很重要，飯店總是希望人越多越好。」(訪談 K-0208)

陸客來臺觀光自由行於 2011 年 6 月 28 日開放實施，首批大陸試點城市為北京、上海及廈門 3 個城市，初期每日人數以 500 人為限，而自開放至今 2012 年 2 月底止，來臺人數共計 45,899 人次，來臺人數呈穩定成長。為增進臺灣觀光經濟效益，並考量自開放陸客來臺自由行以來未發生重大違規或嚴重滯留情形，除了前述的北京、上海及廈門 3 個城市，另再開放前揭 10 個試點城市；交通部觀光局透過台灣海峽兩岸觀光旅遊協會(台旅會)與大陸海峽兩岸旅遊交流協會(海旅會)多次積極磋商後，

針對陸客來臺自由行開放區域，雙方同意第二批開放之試點城市計有天津、重慶、南京、廣州、杭州、成都、濟南、西安、福州及深圳 10 個城市，來臺人數配額上限亦由每日 500 人，配合本次開放調整為每日 1000 人(交通部觀光局新聞稿，2010)。

香港 700 萬居民當中，每年有 60 萬人來台灣旅遊，而且大都是自由行，台灣的美食、宗教文化等特色，自有它吸引同文同化華人的魅力，重點在怎麼經營，嚴長壽(2009)說道：「有人擔心來台陸客的素質，要擔心反而是台灣準備好要賺錢了，卻沒有準備好怎麼包裝、怎麼給人感動。」齊文娥、張蓓(2007)在對出境比率相當高的廣州市民做的一份旅遊消費調查中顯示：廣州市民中，有 45.87% 會選擇旅遊套裝行程，而嚮往自由行的比率高達 54.13%；而自由行中有 74.58% 希望旅行過程中可以得到旅行社的協助，消費者希望提供的服務項目，依次是交通、住宿、簽證、景點介紹與路線設計。

產官學大部分的專家學者無不看好自由行的商機，在督促政府趁勝追擊多開放自由行人數的同時，也多有建言；2011 年台灣觀光論壇中，多位專家學者各自提出對自由行看法：「有能力到哪裏都可以，陸客自由行不應該被限制。」(許詩彥)、「自由行後看見台灣繁榮與民主」(李銘輝)、「將改變台灣觀光業周休五日生態。」(崔震雄)、「可帶動經濟及就業，

是機會也是挑戰。」(張國楨)、「商機多元，政策應避免偏頗部份特定利益。」(黃宗成)、「對主要景點大力改造，以精緻服務軟體感動陸客。」(張羽)。

但是對南部的業者而言，自由行到底是不是商機?到底行不行?在訪問的嘉義、台南業者中，台南小吃業者樂觀其成，只擔心開放的人數不夠多，造成的商機有限；相對於小吃業者，台南的飯店業者則是憂喜參半，喜者認為政策開放當然帶來人潮、引來商機；憂者認為，旅遊資訊的透明化、網路化，陸客來台南其實鍾情地方特色小吃，不一定會光顧飯店，更有業者，憂心孔廟打人事件再度重演，民眾的政治激情會嚇跑陸客；嘉義業者也擔心詭譎多變的政治環境會讓陸客卻步，尤其一般餐廳業者，根本不敢寄望自由行商機，因為餐廳業者顧客來源主要靠旅行社團消費，沒有了旅行社，沒有了領隊、導遊，不會有陸客想到沒有特色的一般餐廳用餐，一般餐廳業者一致認為：自由行對他們完全沒有幫助，甚至還會減少客人量。嘉義飯店業者看法是，憑藉阿里山的光環，或許會有商機；但是令人憂心忡忡是，阿里山這條世界珍貴的高山火車，頻頻出事，有時天災有時人禍；當阿里山的姑娘魅力不再，當阿里山的少年一般平凡，當大陸年輕一輩不再憧憬教科書教條時，那阿里山到底還有多少商機?

第五章 結論與建議

5.1 結論

食物的歷史其實也可以說是人類的歷史，林郁芯(2007)在《食物的世界地圖》中提到：「自古流傳下來的傳統料理，都是前人絞盡腦汁，費心研發出來的，也可謂是智慧的結晶；料理在世界各地交會、融合，進而變化出各種風貌。」西方飲食文化自有其在意外與經典的演變，中國料理更是在地理環境、歷史文化、文人墨客、市井小民中交錯編織出有趣的中國飲食文化。

陸客長期生活在自己熟悉空間，一旦出門旅遊，如同大多數人會對旅遊當地的飲食，會是恐新者，也同時會是趨新者(曾慈慧、沈進成，2008)；本研究中，台灣南部餐飲業者，在面對陸客各種習性適應上，總結如下：

(1)菜單設計結構上：飯店業者、一般餐廳業者、台南小吃業者，彼此有不同立場而會有不同考量；1. 飯店業者會考量陸客不同省分、口味，為了讓陸客可以吃到家鄉味，有賓至如歸的感覺，會細心規劃菜單，開設相關課程，或自學或討論，希望做到盡善盡美；飯店業者在設計合菜餚同時，也會將台灣著名的牛肉麵、滷肉飯、雞肉飯以精製品盅方式介紹給陸客。2. 一般餐廳業者心態則不盡相同，業者認為陸客來去匆匆，餐標不高，無需在菜單設計上著墨太多，只需要依省分需求加鹹加辣，

或佐以沾料即可。3. 台南小吃業者則有完全不同的做法，為了維持台南的在地性，堅持不做任何改變，反希望陸客能嚐試古都傳統道地滋味，透過領隊、導遊的事先解釋說明，很希望能將台南小吃的精神傳揚出去；

在餐標方面，通常都是飯店高於一般餐廳，高檔的五星級飯店，甚至可以高到台幣 1000 元，最低也可以低到 120 元。這兩年陸客經濟水平高，雄厚的財力也展現在購物、飲食上。中華經濟研究院王素彎、蔡金宏(2012)分析陸客消費型態看出，陸客雖然在單項支出上，對購物興趣最高，金額約為旅館支出的 3 倍多；但陸客挾人多優勢，以 2010 年陸客來台數據看，其總計消費 842 億台幣，佔整體觀光消費金額的 28.27%，強大的市場佔有率，絕不容小覷。

目前飯店、餐廳普遍對陸客的倚重頗高，尤其一般餐廳業者都已達 5-8 成。在訪問的過程中，幾乎所有台南業者都會提到都「張銘清」事件，抱怨政客為一己私利，不顧民間業者生存。訪談前後適逢國內總統選舉，敏感的業者，有意無意提到政治因素干擾的不確定性，業者擔心萬一藍天變色，陸客還來不來？生意還有得做沒得做？

(2) 在口味習性省分區別上：正如大眾對區域特性的認知：四川、湖南、貴州、雲南等地吃得辣、吃得鹹，台灣業者也會研發如「天下第一辣」等特辣醬因應。但是如上海、北京等大城市，業者認為他們見識廣

博，願意接納、嚐試不同地區餐食，不失大城市風範公民；沿海省份如廣東、福建，台菜系出該地，其飲食習性自然融合；最特別當屬新疆西北區域陸客，他們只要求新鮮蔬果，簡單以麵皮包裹就吃得津津有味；中國果然地大物博，各地人文風情不同，來自四面八方陸客，餐飲需求非常不同。楊紀波、黃種成(1999)在閩台地域飲食文化文中提到中國傳統主食，至今仍以地域劃分，自是南米北麵分法，江南因多水域而產海味，江北因多草原山野而產山珍，各自就地取材。各餐廳業者認定北方人就是愛吃麵食，舉凡各式麵類、饅頭等必須餐餐具備。

(3)餐飲習性:一問到餐飲舉止習性，大部份業者都是搖頭嘆氣喊差，甚至用很嚴厲字眼批評；早期的任意吐痰最不可思議，大聲喧嘩吵鬧是經常行為，不懂公筷母匙衛生堪慮，垃圾殘菜杯盤狼藉不敢恭維，大刺刺吞雲吐霧無視旁人，甚至現代化衛生設備不會使用等，如此惡名昭彰，無形中，對台灣客人與外國旅客產生了排擠效應，甚至排擠到旅遊意願。只是業者都會反思、檢討，早期台灣剛開放觀光時，到外國旅遊也是醜態百出，台灣也曾被歧視、拒絕過，台灣是花了好長一段時間適應，人民才有今天旅遊水平；用寬容角度接納陸客，相信他們會越來越好，事實上，隨著陸客出境逐年增加，旅遊年齡層不斷下降，業者也觀察到，陸客在各方面確實也在進步中。

(4)自由行: 2008年7月, 先以「試點城市」概念, 開放部份陸客自由
行, 預期陸客旅遊將朝都會定點向外擴展, 並以分區化、多元化、深度
化、短天數與年輕化的方向發展, 將能推升保健醫療、美食、溫泉、休
閒農業、娛樂漁業、文創產業、計程車業等相關產業發展, 提升產業收
益(中國國民黨國政論壇, 2011)。但對南部餐飲業者來說, 是望北興嘆,
台南小吃業者憑藉地方小吃特色尚有自信, 但就怕陸客不進來; 飯店業
者則是憂喜參半, 喜則飯店住房率會提升, 憂則南部民眾的政治情結將
阻礙陸客進入, 另外也擔心飯店餐飲不敵老巷弄間的傳統特色。嘉義一
般餐廳業者, 長期與旅行社配合, 完全不寄望自由行可能的效益; 飯店
業者雖有期待, 但對阿里山這個招牌, 也多有隱憂。

5.2 結語

台灣土地雖小, 卻有許多在地、豐富精彩的人文故事; 台灣歷史雖然
沒有大陸偉大, 但庶民小景小吃, 也多精緻與內蘊; 最難能可貴是台灣
人的優質形象, 與完整餐旅實力, 都使台灣在服務業領域裏, 超越亞洲
各國。

陸客目前來台旅遊, 大抵係以中低價位之觀光客為主, 匆忙之中, 很
難讓陸客體驗到台灣的內涵, 削價惡性競爭循環, 只會耗弱實力, 無法
永續經營; 大陸有層出不窮的黑心商品, 陸客對MIT商品極為認同, 業

者應改變對待陸客觀光短線操作心態，徹底加強國內旅遊各項觀光品質，並用心規劃陸客觀光內容，使陸客了解真正台灣各種味道，才能互創雙贏局面。

4.3 建議

1. 政府有責任輔導、協助餐旅相關業者，策劃優質台灣觀光，吸引年輕一輩陸客做深度之旅。如台中市胡市長所講：做公車、吃小吃、住民宿，體驗台灣生活美學。
2. 策畫台灣特色文化、表演、展覽，甚至戲劇，加強台灣各層面介紹。
3. 用心規劃陸客用餐時間、環境，使家鄉菜與台灣特色菜交錯食用。
4. 目前來台陸客，與香港、新加坡相比年齡層偏高，難免在飲食習慣上，偏頗家鄉味，若年齡層次降低，對於餐食需求，應會有不同結果。
5. 參考香港、澳門經驗，截長補短，深思熟慮，減低人民疑慮。
6. 保持餐飲品質，推廣必吃的五星級美食，維持高品質服務口碑，讓美食的魅力，永遠有活力。

文獻參考資料:

中文部份:

書籍

1. 吳寶春(2010)，吳寶春的味覺悸動，台北市:時報文化出版社
2. 林郁芯(2007)，食物的世界地圖，台北市:時報文化出版社
3. 張玉欣、楊秀萍(2011)，飲食文化概論第二版，新北市:揚智文化事業股份有限公司
4. 張瑛紹(2003)，中國菜系分類，餐旅類專業，台北市:龍騰
5. 黃澄(2006)，吃來吃去-一個『知食分子』的動感味覺，台北市:賽尚圖文
6. 陳一宙主編(1986)，漢光四川菜食譜，台北市:漢光
7. 曾玉明主編(1997)，漢光江浙菜，台北市:漢光
8. 陳一宙主編(1987)，漢光廣東菜食譜，台北市:漢光
9. 陳一宙主編(1997)，漢光湖南菜，台北市:漢光
10. 陳一宙主編(1997)，漢光北平菜，台北市:漢光
11. 焦桐(2009)，台灣味道二版，台北市:二魚文化
12. 游伯龍(1998)，習慣領域-IQ和EQ沒談的人性軟體，台北市:時報
13. 廖炳惠(2004)，吃的後現代，台北市:麥田
14. 遼耀東(2001)，肚大能容-中國飲食文化散記，台北市:東大

期刊、雜誌、新聞

1. 中通社(2010)-20 官員喬裝旅客每天與導遊司機鬥法-8 月 21 日

2. 中國國民黨國政論壇(2011)-陸客來台自由行政策說明-6月27日
3. 王淑美、溫蓓章(2010)，開放陸客來臺旅遊經濟效益分析，遠景基金會季刊，11卷，3期，頁133-175
4. 王素鸞、蔡金宏(2012)，陸客觀光與陸資來台-現況與展望，經濟前瞻第139期。
5. 呂國保(2010)，飲食發展的區域性研究，現代商業，山東省東營市技術學院，2010卷，7C期，頁25。
6. 石毛直道(2001)，胃袋考，經濟新聞，18期，頁33。
7. 呂曉敏、丁驍、代養勇(2009)，中國八大菜系的形成歷程和背景，中國食物與營養，2009卷10期，頁62-64。
8. 官文生(2010)，味覺地圖，台灣醫界，Vol153，No5
9. 官生華(2010)，味覺與味精，台灣醫界，vol.53，No.5
10. 周文祥(2006)，內在動機、知覺自由與休閒運動之關係「如果我們以外在成就的標記來作為內在價值的評估標準那麼我們將會逐漸失去內心的安寧與愉悅」，運動休閒期刊，第5期，頁1-7
11. 吳武忠和范世平(2006)，開放大陸民眾來台旅遊法制嬗變之研究-遠景基金會季刊，第7卷，第2期，頁217-267
12. 吳盛、林東清(2007)，以計畫行為理論態討資訊人員的知識分享行為資訊，管理學報，第14卷，第2期，頁75-110

13. 李自然(2006)，試論中華傳統飲食口味地理方位觀的實質，寧夏大學法政學院，中南民族大學學報，第26卷，第2期，頁125-129
14. 李偉俊(2010)，台灣發明家的習慣領域剖析之質性研究-習慣領域期刊，第2卷，第2期，頁21-37
15. 李慶芳(2009)，我對質性研究反思，兩個三角型與2個問題，組織與管理，2卷2期21-27。
16. 李錦虹(2010)，尋找失落的連結:以習慣心理學看有關刺激項的研究，中華心理學刊，52卷，4期，頁369-372
17. 李兆華(2009)，掌握20年來大多頭，Money錢10月份
18. 邱德亮(2009)，癖嗜文化:論晚明清文人詭態的美學形象，文化研究9第8期，頁61-100
19. 林敬名、張家昌，(2006)，從布爾迪厄(Bourdieu)之習癖與場域觀點探析台灣休閒活動新趨勢，大專體育，第84期，頁78-83
20. 林薇(1998)，幼兒飲食行為形成及影響因素，家政教育學報第1期
21. 林天送(2010)，嗅覺與味蕾受體新發現，科學發展第445期，頁70-71
22. 郭芳如(2003)，Gray Watson論自由行動，鵝湖月刊，335期，頁55-64
23. 范世平(2008年)，中國大陸出境旅遊對民主化可能影響之研究，遠景基金會季刊，第9卷，第1期，頁161-201
24. 曾慈慧、沈進成(2008)-趨新者與恐新者對餐飲觀光影響關係模式之

- 研究，運動休閒餐旅研究，3卷2期23-52。
25. 馬健鷹(2005)，談“辣”在中國文化積澱，揚州大學烹飪學報，23卷1期，頁1-4
26. 高永謀（2006），總統御廚阿基師有祕密配方-理財周刊329期
27. 陳玉箴(2008)，食物消費中的國家、階級與文化展演：日治與戰後初期的“臺灣菜”，台灣史研究，15卷，3期，頁139-186
28. 陳貞吟、孫好鑫(2008)，用心品位：小吃在遊客心中的意義與價值，餐旅暨家政學期刊，5卷，1期，頁21-27。
29. 陳宥伶(2010)，從《世說新語》看魏晉士人的癖好，有鳳初鳴年刊第6期，頁421-439
30. 陳光華(2006)，生態旅遊客行為模式之建構-以旅遊動機為中介變項，休閒暨觀光產業研究，第1卷，第1期，頁1-18
31. 陸委會新聞稿(2011年11月)
32. 陳昺麟(2001)，社會科學質化研究之紮根理論實施程序及實例之介紹，通識教育中心，勤益學報第19期。
33. 莊英章（2003），客家社會文化與飲食特性，行政院客家委員會研究客家飲食文化特質，頁10-16。
34. 張梨慧(2008)，全球化下衝突性邊界的觀光規劃-以金門為例，城市與設計學報，第20期，頁131-163
35. 張立華(2012)，中國飲食文化中的美學意蘊，長春職業技術學院農產品加工學刊，第2期，108-110
36. 張建忠(2009)，談飲食文化旅遊資源發展，長治學院學報，26卷，1

期，頁 9-11

37. 張存薇(2011)--陸客排擠效應 飯店業提防-自由時報記者
38. 鄧天杰、陳煦娟(2010)，中國飲食文化中的哲學思想，上海師範學報，第 30 卷，第 2 期，頁 57-61
39. 鄧岱賢(2008)，「張銘清事件」之影響分析 - 國家政策研究基金會
40. 曹勝雄、吳正雄-(1998)來華旅客選擇中華餐飲之屬性偏好研究
戶外遊憩研究，第 11 卷第 3 期，頁 1-18
41. 樊中原(2005)，「小三通」政策的評估與展望-實踐通識論叢第 3 期，頁 48-67
42. 滕淑芬(2008)，大陸觀光客來了! 台灣光華雜誌
43. 盧世祥(2011)，選錯總統，你我都成「苦勞」，自由時報電子報
44. 鄭政宗、李世昌、林國賢(2008)，大陸民眾來台旅遊態度與動機研究—以廣州為例，休閒暨觀光產業研究，第 3 卷，第 2 期，頁 22-46
45. 潘小慧(2006)，多瑪斯論習慣之本性，哲學與文化，第 33 卷，第 7 期，頁 103-117
46. 潘震澤(2008)，味覺生理知多少，科學人-科技創新 9 月份
47. 黃漢昌(2009)，一個教育的觀點，習慣領域期刊之研究，第 1 卷，第 1 期，頁 193-205
48. 劉豐榮(2004)，視覺藝術創作研究方法之理論基礎探析、以質化研究觀點為基礎，藝術教育研究，第 8 期，頁 73-94
49. 齊文娥、張蓓(2007)，廣州市民旅遊消費傾向的調查，生態經濟，2007

卷，第5s期，頁227-231

50. 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
第37卷，第4期，頁17-23

學位論文

1. 陳怡均(2009)，飲食文化觀光新思維的建構-以大陸觀光客為例，
元智大學碩士論文
2. 鄭仲(2006)，大陸人民對台灣之旅遊意象與旅遊意願研究，國立東華
大學企業管理學系碩士在職專班碩士論
3. 鄧智彬(2009)，陸客來台旅遊動機之研究結果-南台科大畢業論文

學術研討會論文

1. 王瑤芬(2001)，人類學與飲食文化，中華飲食文化基金會訊，Vol. 7
No. 4
2. 李銘輝、李青松、許詩彥、張國楨、黃宗成、張羽、崔震雄(2011)，
陸客自由行與台灣觀光，2011 台灣觀光論壇
3. 俞克元(2009)，觀光旅遊業再生與成長，2009 台灣觀光論壇
4. 徐海榮引用(2001)，石毛直道，中國飲食文化在世界的地位，
第七屆中國飲食文化學術研討
5. 楊紀波、黃種成(1999)，閩台地域飲食文化，第六屆中國飲食文化學
術研究會論文集，頁 346
6. 陳慧俐(2003)，四川菜的故事，中國飲食文化基金會會訊 Vol. 9 No. 1
7. 陳慧俐(2002)，廣東菜的故事，中國飲食文化基金會 Vol. 8 No. 2

8. 陳慧俐(2002)，江浙菜的故事，中國文化飲食基金會會訊 Vol.8 No.4
9. 吳正格(2008)，滿漢全席實用研究，中國國家餐飲文化第一級評審師，中華飲食文化基金會會訊
10. 陳慧俐(2004)，安徽菜的故事，中國飲食文化基金會會訊 Vol.10
11. 李貴榮(2000)，台灣菜的演進與發展，國立高雄餐旅大學副教授，中華飲食文化基金會會訊
12. 趙榮光(1999)，中華民族飲食文化圈、中華飲食文化圈、中國菜區域風格及相關的若干問題，中國飲食文化基金會
13. 范世平(2008)-當前開放大陸觀光客來台發展之政治經濟分析-「新形勢下的兩岸關係」學術研討會
14. 毛羽揚(2003)-調味的味覺變化四大現象-中國飲食文化基金會訊
網路
 1. 交通部觀光局-歷年國人赴大陸旅遊人數與陸客來台旅遊人數
 2. 交通部觀光局網站(2012)-觀光外匯收入
 - 台旅客每人每日平均消費額
 - 來台旅客每人每日購物費用
 3. 交通部觀光局觀光統計-近五年來台主要客源國旅客成長趨勢
 4. 交通部觀光局-2008年吸引受訪旅客來臺觀光因素
 5. 阿楨(2007)，味覺，mypaper.pchome.com.tw/souj/post/1285706518
 6. 香港旅遊發展局(2012)-香港旅遊人數收益表

英文部份

1. Adler, P.A., & Adler. P.(1994), Obervational techniques.In Densin,N.K., & Lincolin, Y.S, Handbook of Qualitative Research.London : Sage Publication
- 2.Bayton, J.A.(1957).Motivation,cognition,learning:Basic factor in consumer behavior. Journal of Marketing, Vol. 22, January
- 3.Bainbridge. W (1989) Survey Research: A Computer-Assistant Introduction. Social surveys; Computer-assisted instruction; Data proces,P.370
- 4.Cohen(1974), A Conceptual Clarification,The sociological review, Vol,22 p.527-555
- 5.Creswell, J.W.(2005).Educational research : Planning,conducting,and Evaluating quantitative and qualitative research(2nd ed.)
- 6.Chien-An lin,Yin-Huei kung,Hsiu-Fen Chen(2008),The Application Of Disseminating Word-of-Mouth in Food and Beverage Industry —JournalOf Leisure and Tourism Industry Research April.2008.vol.3,p.76-93
- 7.Denzin(1 978) Mixing qualitative and quantitative methods: Administrative science quarterly, vol.24,No.4,p.602-611

8. Drive, Tocher(1970) Toward a behavioral interpretation of recreational engagements, with implications for planning , Elements of outdoor recreation planning, May 6-16
9. Edwards, D. C(1999)_Motivation and emotion, Evolutionary, physiological, cognitive, and social influences, motivation , vol 3
10. Foucault, M. (1979). Discipline & Punish: The Birth of The Prison. Trans-lated by Alan Sheridan. New York: Random House.
11. Miller, L. & Crabtree, F.(1992). Overview of qualitative research methods
In rabtree, B.F. & Miller, W.L.(Eds), doing Qualitative Research. p.3-28
12. 邱文彬、萬金生(2005)- -Mood Management and travel preferences
戶外遊憩研究 18(4)p.25-45。
13. 陳貴凰、方翠禪、吳雅君(2011)-- Constructing Evaluation Indicators for the Menu Design of Theme Restaurant-Taking Modified Delphi Method and Analytic Hierarchy Process as an Example, Journal of Sport, Leisure and Hospitality Research (2011.09) 。 6(3) , p.01-27 。