

南 華 大 學
環 境 管 理 研 究 所 碩 士 論 文

台灣主題樂園環境管理作法及其實施之現況分析研究

A Study on the Environmental Management of the Theme Parks and Their
Practices in Taiwan



研 究 生：黃展瑋

指 導 教 授：胡憲倫 博士

中 華 民 國 九 十 三 年 六 月

南 華 大 學
環境管理研究所
碩 士 學 位 論 文

台灣主題樂園環境管理作法及其實施之現況分析研究

研究生：黃展暉

經考試合格特此證明

口試委員：沈相成
胡慧倫
李君如

指導教授：胡慧倫

所 長：陳中吃

口試日期：中華民國 九十三年 六月 十八 日

謝 誌

我畢業了!!!這份論文得以順利完成，最最最感謝的是我的指導教授—胡憲倫老師，老師2年來的諄諄教誨、鼓勵，使得我深刻體會到作學問的精神態度，在此謹向恩師致上最高的敬意與謝意。

論文口試期間承蒙口考委員李君如博士、沈進成博士的不吝指導，給予後學的建議，學生不勝感激!!!

本論文得以順利完成要感謝受訪的主題樂園願意給我機會，劍湖山世界的游國謙副董及秘書 Candy、西湖度假村的陳英仁經理、六福村的吳令辰經理、小人國的唐銘敏科長、九族文化村的張經理，謝謝你們!!!

再來是我的大學同學—10大美女姐妹們：婉君、郁玫、莉雯、懿芳、靖鎔（月裡）、梨香、緬緹、瓊慧、瑞娟及偉倫、仲傑、學長兆良；還有高中同學米秀、玫姿，謝謝妳（你）們讓我發洩，舒解壓力，有妳（你）們真好!!!

感謝求學期間的同學們，尤其是如玫與志傑賢伉儷、家偉、澤宇、小鑫、厚吉的幫助與鼓勵，學弟妹們也謝謝你們給我的加油打氣；以及謝謝助理珮尹2年來的照顧及幫忙。

最後要感謝我的家人們，謝謝爸爸、媽媽的支持、鼓勵、包容；姐姐、姐夫、2位妹妹及弟弟在我忙於撰寫論文之時給我鼓勵、照顧爸媽，讓我無後顧之憂，你們是我可以走下去的力量來源、是我的避風港，我愛你們!!!再來要謝謝俞龍在我求學期間的陪伴，謝謝你陪我走過低潮期、開車陪我走訪各個主題樂園，謝謝你唷。僅以此論文獻給所有關心我的親朋好友們，感謝你們!!!

摘要

休閒旅遊產業過去一直被喻為是「無煙囪工業」，然而隨著全球綠色浪潮的來臨，爲了提供觀光旅遊及休閒所需之服務的相關產業，其所涉及到的環境衝擊也愈來愈廣，使得此一產業面臨嚴酷的挑戰。為因應此一趨勢，自 1990 以來，部分主題樂園企圖透過環境管理的作法，以營造出更清潔、更健康、更具社會責任的企業環境。隨著全球經濟發展的結果，使得服務性的產業凌駕製造業，一躍而成各國經濟展的主力，休閒產業更被喻為是 21 世紀的主流產業。國內在各大財團的主導下，以主題樂園為主的遊樂設施，已成為國內旅遊的趨勢；主題樂園的興建包含了許多軟硬體設施及周邊設備等，可說是一個小規模的城市，其整體規劃—特別是與環境相關設施的規劃，若不能妥適，不僅使遊客覺得不適，亦會造成整個週遭環境的危害，甚至可能會因而危及企業的經營。本研究主要是透過「個案研究」與「深度訪談」的方式，對台灣地區在 2002 年遊客人次前 6 名之主題樂園進行研究與調查，因月眉育樂世界透過 mail 及電話均未能與相關主管接洽上，所以本研究最後以劍湖山世界、西湖渡假村、六福村主題樂園、小人國、九族文化村等 5 座主題樂園作為本研究之訪談對象。其目的在於調查臺灣各家主題樂園在環境管理上之作法，本研究發現，本研究所訪談的主題樂園中，多著重於汙染控制階段及節能省水等硬體措施的興建，因此希望此一研究，能讓國內主題樂園營運的經營者在綠色浪潮的衝擊下，能提高綠色投資，增進綠色產品及技術創新，以減少對生態環境資源的消耗與依賴。並轉向無污染（或少污染）、高效益的產業，秉著永續發展的原則下，遵循生態化和綠化目標，激勵經營者保護並合理利用生態環境資源以達到永續旅遊。

關鍵詞：主題樂園、環境管理、永續發展

ABSTRACT

Recreation industry has long been considered as a “non-pollution industry”. Although no manufacturing itself, this industry and its related activities, such as transportation, dining and lodging, were found all associated with lots of environmental impacts and pollution. This criticism became serious especially after the “green movement” of western countries, and it created certain damage to this industry. While the recreation industry has become one of the mainstream industries, it is important to develop a win-win strategy, which can benefit both the industry and the environment. In the last two decades, lots of theme parks were also established in Taiwan. It signifies Taiwan has the similar tendency with other countries. Characterized by large and costly, theme parks, if poorly design, will become environmental disasters. The main purpose of this paper is to examine the environmental management practices of theme parks in Taiwan. Through the indepth interviews and case studies, this research analysed the five most famous theme parks in Taiwan- Janfusun Fancyworld, Lefoo Village Theme Park, Formosan Aborincinal Culture Village, West Lake Resortopia, and Window on China. This study shows these theme parks mostly emphasized on the pollution control and investment of energy and water saving. It is hoped that this study could provide some useful information and suggestions to the business runners of Taiwan’s theme parks for enhancing their green competitiveness.

Keywords: theme park, environmental management, sustainable development

目錄

摘要.....	0
ABSTRACT.....	0
目錄.....	I
圖目錄.....	III
表目錄.....	IV
第一章 緒論.....	1
第一節 研究背景與研究動機.....	1
第二節 研究目的.....	3
第二章 文獻探討.....	5
第一節 旅遊業與環境管理.....	5
第二節 主題樂園.....	19
第三節 國外主題樂園實施環境管理之實例-以Disney World 為例.....	27
第三章 研究方法.....	35
第一節 研究架構.....	35
第二節 研究方法.....	36
第四章 個案研究.....	39
第一節 個案公司基本資料.....	39
●個案一 劍湖山.....	39
●個案二 西湖渡假村.....	42
●個案三 六福村主題樂園.....	45
●個案四 小人國.....	47

●個案五 九族文化村.....	50
第二節 個案彙整分析.....	52
第三節 結果與結論.....	59
第五章 結論與建議.....	63
第一節 結論.....	63
第二節 建議.....	65
參考文獻.....	67
附錄一.....	77
附錄二.....	79
附錄三.....	102
全球前 50 大遊樂/主題樂園.....	102
亞太地區前 10 大遊樂/主題樂園.....	104

圖目錄

圖 1-1	2003 年台閩地區主要觀光遊憩區 & 遊客人數統計.....	3
圖 2-2	永續旅遊的三個面向.....	14
圖 2-3	永續旅遊之範疇.....	15
圖 2-4	永續旅遊景點的定義.....	17
圖 2-5	永續旅遊據點的工具及概念.....	18
圖 2-6	全球主題樂園收入.....	22
圖 2-7	2003 年來台旅客目的.....	27
圖 3-1	研究流程圖.....	35
圖 4-1	旅遊業利害關係人.....	59

表目錄

表 2-1	環境關懷的階段.....	5
表 2-2	環境管理的定義.....	6
表 2-3	旅遊業的潛在衝擊.....	10
表 2-4	主題樂園之分類.....	21
表 2-5	2002、2003 年台灣遊客人次前 10 名之主題樂園.....	24
表 2-6	迪士尼之環保工作.....	33
表 3-1	個案訪談公司及訪談人員.....	38
表 4-1	節約用水成本效益分析.....	43
表 4-2	國內外主題樂園環境管理作法.....	58

第一章 緒論

近年來，隨著經濟的成長以及旅遊業所帶來的利益，許多國家將旅遊業看作是其經濟上的救世主，但是任由旅遊業如此過度自由的成長下，是否會造成其他負面影響呢？最近十幾年來，一個新興的觀點是，旅遊部門已經不再是被視為對自然環境、人為環境以及社會文化的一種零衝擊的商業活動，而是對自然環境的一種破壞行為，因此，旅遊產業對永續發展 (sustainable development) 的重要性也越來越受到重視，本研究將於此章中，針對此部分加以介紹以及說明。

第一節 研究背景與研究動機

近幾年來，恐怖行動、戰爭、反覆無常的股票市場、下跌的公司利潤、失業、停工、SARS 等因素的影響下，對於消費者的旅行行為及消費模式皆有所影響，而業者為了對抗愈來愈激烈的競爭，必須開始去選擇更有創造力、更有價值、更多元的產品，例如在 90 年代，主題樂園的經營者便藉由增加新資本及提高價格來彌補成本，然而，此一策略已不適用於 2000 年代，高漲的價格反而容易使主題樂園的營運大打折扣，同時在遊客人數的統計上也沒有明顯的增加 (Henry, 2003)。

Henry (2003) 於其研究中提到，在柏林舉辦的一場研討會中，學者認為在未來幾年中，對於主題樂園的衝擊以及新趨勢，包括：

1. 理解消費者品牌的吸引力；
2. 更多實際的經驗；
3. 對老人市場更具敏感性，尤其是在錄音帶、音樂和電影方面；
4. 結合運動和娛樂等相關產業；

5. 更多“綠色”問題及生態產品 (eco-products) ；
6. 極短的生命週期；
7. 最後但並非最不重要的一點：回歸到基本面。

所以，關於環境方面的議題，已經開始獲得休閒產業界的重視，而永續旅遊就涵蓋了生態(eco)及綠色(green)涵義的層面，另有學者進一步提出了朝向永續旅遊景點開發的概念(Lee, 2001)。然而，現今討論主題樂園有關環境管理作法方面之文獻並不多見，而一個具有環保意識的主題樂園如能夠主動地改變設備、政策及措施，從能源和廢棄物的管理、水資源的保護、採購及社區關懷等方面進行改善，進而降低對環境的衝擊，將有助於邁向永續旅遊的目標，因此，本研究將著重於主題樂園的探討。

觀光產業目前已經是世界上最大的產業之一，在此一趨勢之下，旅遊觀光產業在未來有可能成為台灣最大的產業之一，其中主題樂園又是該產業中急遽成長的一部份，例如迪士尼的第三個海外主題樂園將在 2005 年於香港開幕，預計第一年將會吸引 3,400,000 個旅客，之後的 15 年提高到 7,000,000 人 (Chan et al., 2002)，圖 1-1 則可約略看出台灣主要的觀光遊憩區中，主題樂園所佔的家數及遊客人數亦相當可觀，從此情況中不難看出其所帶來的龐大商業利益，但更加讓人憂心的是其對環境所造成的衝擊。

自 87 年我國實施週休二日以來，國人的休閒時間增多，連帶著旅遊活動也有逐漸增長的趨勢。根據統計 (觀光局，2003)，90 年國人在國內旅遊的次數為 9,745 萬人次 (91 年，10,627,806 人次；92 年，108,730,027 人次)，來台旅客也有 261.7 萬人次之多 (91 年來台旅客為 272.6 萬人次，比 90 年增加了 4.2%；92 年因受到 SARS 的影響，來台旅客減到 2,248,117 人次)，從休閒活動與人數逐漸增加的趨勢來看，可說是替台灣的旅遊產業帶來了新契機，但在旅遊商機背後，過去被人們所遺忘的環境生態問題，仍是需大家去關注及探討的重要議

題。為了滿足日益增加的遊憩人口，多數業者在投資開發的過程中，採用變更農地與山坡地的形式，在如此大規模的開發過程，除了嚴重破壞水土保持及造成水質汙染之外，對生態環境所產生的衝擊程度更是甚大。

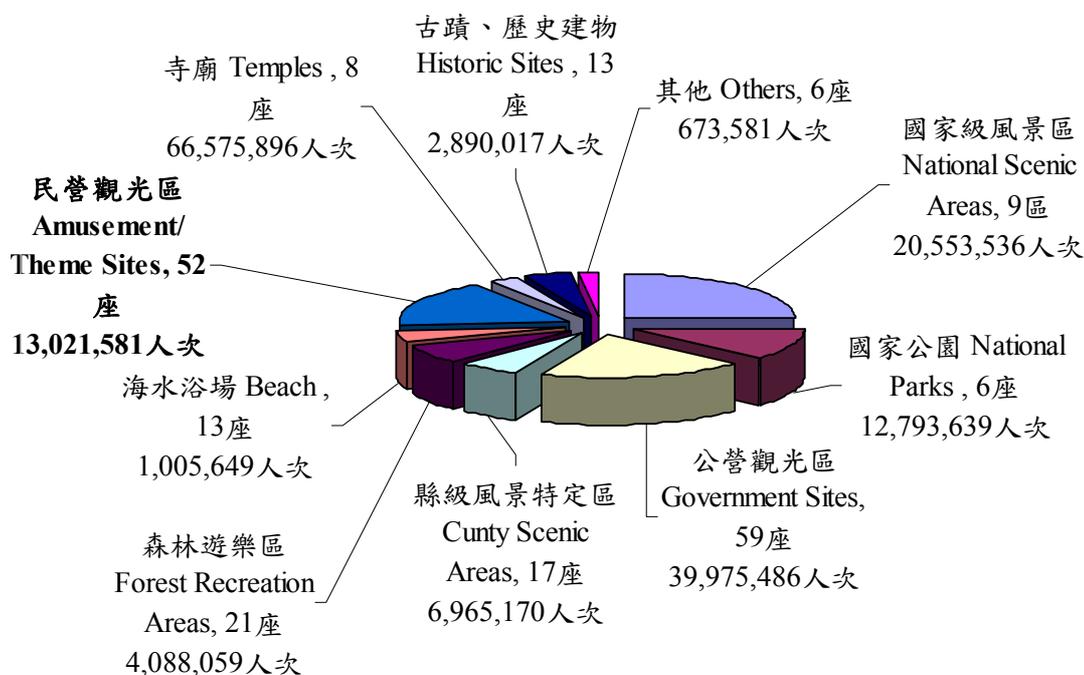


圖 1-1 2003 年台閩地區主要觀光遊憩區 & 遊客人數統計
資料來源：觀光局，2003

從企業觀點來看，企業主認為主題樂園可以結合附近遊憩資源，採共生經營的方式互利共生；政府部門則視其為帶動地方發展、增加就業機會的核心主體（澎湖縣綜合開發計劃，1998）。尤其在劍湖山以及西湖度假村的主題樂園結合渡假大飯店的經營模式成功後，目前九族文化村已於園區內規劃了渡假飯店預定地；六福村亦評估在園區內興建飯店，這種為了提升營業額而增設的新遊樂設施或建築物的過度開發及密集使用，免不了加速對自然環境與生態資源的負面衝擊、破壞。

第二節 研究目的

目前談論永續旅遊的文獻相當多(如：Briassoulis, 2002; Lee, 2001; Collins, 2001; Velikova,

2001; Twynam, G. D. ; Johnston, M. E., 2002)；而談到旅遊部門內部的環境管理則多著重在旅館業、旅行社、保護區、國家公園...等等(Firth & Hing, 1999; Carey , et al, 1997; Senes and Toccolini, 1998; Getzner, 2002 ; White and Lovett, 1999)。但卻很少有文獻針對主題樂園的環境管理作法做一探討。因此，本文嘗試以深度訪談的方式，探討主題樂園之環境管理作法，期望主題樂園可以從選址到旅客離開的那一刻，對環境的衝擊能降到最低。隨著綠色消費的趨勢普及，對環境較友善的主題樂園，勢必會成為消費者的優先選擇。加入 WTO 後，國外旅遊的競爭壓力及國內生態旅遊逐漸受到重視，主題樂園如何突顯自己的特色就成了最重要的課題，以台灣現有超過 50 家的主題樂園而言（觀光局，2003），環保意識將跨越區域性的規範成為國際矚目的議題，那如何藉由「環境管理」的做法，降低對生物多樣性的破壞，並吸引綠色消費意識的顧客，相信是未來主題樂園必須深切思考的問題及方向，細言之，本研究之研究目的包含：

1. 瞭解國內主題樂園的環境管理作法與成效。
2. 瞭解國內主題樂園在推動環境管理時，有無阻礙或促成其成功的之因素。
3. 藉由搜集 Disney 之環境管理作法，與國內主題樂園的經營作一簡單比較。

第二章 文獻探討

第一節 旅遊業與環境管理

事實上，人類對自身所處的環境並非全然無知的，同時也已經體認到人類活動對環境的影響，並考慮相關行為所帶來的衝擊。表 2-1 代表了四個對環境特別關心而導致的不同政策方法及實踐的階段，由表 2-1 可以約略知道人類對於環境破壞的相關因應方式，而本文也將於本節分成三部分，逐一針對旅遊業環境管理的部分加以探討。

表 2-1 環境關懷的階段

階段	焦點或原則	倫理道德
保存 (Conservation)	廣泛地使用資源並不會不必要地耗用。強調有效率的發展及自然資源的使用。	對於自然的觀點，只在於當它能夠達到為人類服務的目的時，才有用。
維護 (Preservation)	一國的某些地區保存其自然狀態並接近發展。	自然為人類提供除了服務外的自身能力的固有價值。
保護 (Protection)	為了人類的健康著重於汙染控制及威脅。	以人為中心 (Human centered)。
永續性 (Sustainability)	關心全球問題、永續成長、及公平的重要。	以生態為中心 (Eco-centered)。

資料來源：Buchholz, 1998, p11

一、環境管理的定義

根據 Hoffman (1997) 的研究，西方企業大約在 70 年代左右將「環境管理」轉化成其組織內的一個相關議題。這主要是因為某部份的汙染醜聞，政府（至少像西歐及北美這些國家）開始制定約束的法令；到了 80 年代，有公司開始將環境問題內嵌到他們的環境結構中了；而進到 90 年代，企業傾向於將環境作法看作是一種威脅也是一個機會，有許多實例顯示，環保法規可以促進節省成本及獲得綠色市場的潛力，就目前的情況而言，大多數較有規模的公司已將環境問題視為其內部營運上的一種制度化事項。然而，朝向供應

鏈管理 (chain management) 及永續管理 (sustainable management) 的步驟卻只有被一小部份具先見之明的企業主所採納(Roome, 1998)。

Hin 等學者(1993)將環境管理作法定義為一項遍及於整個人類社會且是有效的活動，它應該論及提升自然、經濟和技術結果的一個政治、社會或文化問題。環境管理的目標是要在建築和自然環境的品質之間獲得一個令人滿意的平衡點，而學者對於環境管理已多有論述，本研究在此將環境管理學者對環境管理之定義整理如下表 2-2：

表 2-2 環境管理的定義

學者	定義
Hopfenbeck(1993)	實施環境管理的主要目的是為了要改善產業與環境的關係、監控經濟後果、及響應政府政策。
Tilt (1998)	將環境管理的定義精簡為其象徵著因環境管理而實施的計劃及系統。
陳天來、陸諍嵐(2000)	環境管理是運用行政的、經濟的、法律的、教育的及技術的手段，限制人類進行損害環境品量的生產、經營活動。
Wijen (2002)	環境管理是企業組織處理環境問題的方法。
中國環保產業信息網 (2004)	環境管理就是運用行政、法律、經濟、技術、教育等手段對環境方面的問題，進行管理。環境管理按其涉及的範圍和內容可以有不同的層次：全國範圍的環境管理、地區範圍內的環境管理、企業廠區範圍內的環境管理。

資料來源：本研究整理

環境管理不應該僅僅只是關心政府在制定政策決策時的最高水準(Hin, et al., 1997)，它必須是一項針對政策手段、公司企業主、相關社會團體以及當地居民有所精鍊的活動。成功的環境管理是強而有力的(dynamic)，同時在政府、社區、家庭和個人的上下階層間產生效果，企業實施環境管理的態度，應該是要主動積極的而不是被動的，且應該致力於結合環境需求(environmental demands)，並在符合法規的要求下，尋求綠色（環保）的解決辦法，Hopfenbeck(1993)認為至少必須要滿足下列幾項條件：

1. 減少能源及原物料的使用。
2. 標示並確定綠色測量(green measures)的成本。
3. 採用環境友善的產品。
4. 增加回收量。
5. 設計生態導向(eco-orientated)的行銷。
6. 改善環保形象。
7. 安排環保專員。
8. 記錄並標明產業活動對生態的影響。
9. 支付處置成本。
10. 在做綠色財務測量時，考慮到政府補助金。

在綠色浪潮的前提之下，企業主只有藉由創造環保印象及顯示環保能力達到一致時，長期利潤才有可能在環境需求和企業需求間獲得保證，但是要跟上綠色浪潮並非如此容易，技術的解決辦法以及草率的行銷策略，通常只能提供一個方法而已，並無法達到永續經營，我們需要的是，在環境管理架構裡將生態有系統的結合到企業和產業生活的的每一面，然而企業主要仍是以獲利最大為主要考量，因此在實施「環境管理」之前，有三點極為重要的認知（三菱總合研究所，2002，p181）：

1. 規避經營風險：環境問題已是民眾最關心的問題之一，也有許多企業因其對環境問題的不當處置而失去了消費者。
2. 提升市場競爭力：企業對於環境問題的努力程度，影響到產品的銷售、資金調度，所以將商品企劃、技術研發、行銷等的環境策略相結合已是趨勢。

3. 提升環境投資效率：環境投資最強調的是減少成本，可是目前，能在短期內回收資金的，只限於少數領域，例如節約能源及減少廢棄物。所以，以管理的角度來說，企業可先考量前 2 項的效益/成本，再決定投資方向。

在此三點認知之下，企業主才有可能朝向「環境管理」前進，同樣的情形可以套用在旅遊業上，接著，本文將繼續介紹有關旅遊業的環境管理部分。

二、旅遊業的環境管理

旅遊業長期以來一直被認為是對環境價值沒有任何負面影響的「乾淨產業（clean industry）」（Van der Duim & Cannlders, 2002），然而，這個印象現在已經過時了。許多團體已經查覺到可能的潛在衝擊及了解到付出行動的必要性（UNEP, 2000），同時 Urry（1992）也認為，旅遊可以對自然價值的成長意識有所貢獻，而隨著愈來愈高漲的環境知覺，遊客也會要求較好的服務品質以及旅遊景點的選擇，因此業者間彼此的強大競爭已經改變了現有情況，亦即環境的品質已經變成一個當前的問題。

一個旅遊景點的環境品質是旅遊業者在決策時的一個主要問題，同時也是旅遊景點間得以呈現多樣化環境品質的一個競爭因素，簡單的說，為了能在旅遊市場中保有競爭力，業者必須針對環境目標及其實踐部分，有效的結合到目前遊客的態度、管理策略及實施方法裡面，例如，為了防止銷售額及價格、收入及利潤下降，在一些旅遊環境的相關文獻中不得不承認旅行及旅遊產業中所產生的環境（負面的）衝擊，所以，許多使衝擊最小化的環境計劃以永續性、生態旅遊及其他綠色商標和標誌的方式來發展和行銷。實際上，環境品質不只包括了控制整個旅行和旅遊產業的環境衝擊，還包含使全部的環境問題最小化且在環境保護上的投資及復原已經被破壞的環境；通常民眾第一個想到的就是能源、水以及其他環境資源節省方案，事實上，這些相關節源作法確實可以達到部分環保目標，同時能夠使業者成本降低，並對「環保的」管理者有著經濟上的吸引力，因此容易給予支持。

再來即是要求更高的環境知覺、更多的資訊和合作、「公共管理」及強大的(公共)財務資源 (Mihalič, 2000)，也就是要提高消費者、業者等利益相關者的環境知覺，使得投資「環境管理」能為其帶來更多的利益，但這在管理上將會是一項更艱難的工作，也可能需要付出更昂貴的代價或成本，同時要求管理者必須具備有一個長遠的觀點，也就是此一投資將會帶來當前的成本以及未來不確定的利益。

近 10 年來，旅遊業已經經歷了快速的成長，然而，業者清楚的知道這些成長其實是不能免除於某些成本，經濟學家越來越注意到旅遊業的經濟、社會、文化和環境反衝，Mckercher (1993) 就認為，如果旅遊業想要自永續性中倖存的話，就必須變成一個以永續性為考量的主動積極的 (proactive) 領導者。而如果環境管理可以為公司帶來較低的成本或較高的收入及利益，旅遊業的管理者當然很樂意將環境管理納入現行管理決策及方法中 (Stabler & Goodal, 1997, p. 19)

當我們仔細審視負面的環境衝擊時，一般不是將它們歸類為自然衝擊就是社會/文化衝擊二個類別 (Sharpley, 1996)，而其中有關自然衝擊的部分是最容易被辨認的，至於社會文化的衝擊就非常容易受個人的觀感所影響，表 2-3 列出旅遊對環境的主要潛在衝擊—包括了正面和負面二部份 (Tribe, et al, 2000, p42)，自然衝擊包括侵蝕、物理汙染、噪音汙染、視覺汙染、土壤損傷、植被損傷及野生生物的干擾，且這些都會對鄉村的物理環境產生影響；社會/文化衝擊就不是那麼地容易分類因為他們不會留下自然痕跡，卻反而影響了在生活上及使用自然環境上 (Physical setting) 的事物，這些包括遊客間的衝突、遊客和地方社區間的衝突、擁擠和壅塞。旅遊業是休閒活動中交互連結的混合物且通常很難從逐漸增加的個人休閒活動來區分環境衝擊，而所有的負面環境衝擊最後不只是會降低自然環境的價值還包括了遊客在自然環境中的體驗。

表 2-3 旅遊業的潛在衝擊

衝擊面向	負面衝擊	正面衝擊
自然面 (Physical)	<ul style="list-style-type: none"> 以建造機場、碼頭、休閒度假的綜合設施等的方式，破壞自然環境。 過度開發的壓力及太多遊客磨損和傷害脆弱的自然和建築環境。 過度的生產和過度擁擠容易導致野生生物棲息地的減少，及對生態系統造成傷害。 產生廢棄物、汗水、噪音、化學藥品的排放和使用及維持景觀美化工作、高爾夫場地、洗衣房及遊客的交通工具所帶來的污染物。 因未尊重建築上的完整或可能早已存在的傳統型式而導致建築物和城市景觀難看、單調。 為了發展旅遊業，轉移地方資源和便利設施 (amenities)，像水和土地，反而使居民處於不利之情況。 	<ul style="list-style-type: none"> 為保護 (protection)、保存 (preservation) 和提高自然及建築環境，包括生物多樣性的保護，提供一個長期的正當理由。 提供國際間正式為環境資源建立品質標準認證的途徑。 鼓勵居民改善自然環境的品質。 為已降級/廢棄不用的遺跡環境之恢復，提供一個經濟的正當理由和方法，如：原本因某些原因而消失的 19 世紀遺跡。
社會/經濟面 (Social/ Economic)	<ul style="list-style-type: none"> 環境商品化 (Commercializes)，但這是從景點轉移過去的利潤且居民並沒有獲得這些好處。 管理階層的工作機會通常是不居住在工作所在地的人，剩下的通常只是低工資 (low-paid) 的工作。旅遊業的就業機會分成傳統的就業型和他們所創造的社區結構。 經濟利益透過原物料及食物和飲料的輸入從景點流失掉，且被西方企業的、外籍人士對許多發展中國家的地方社區之欺詐而加重其流失情況。 旅遊業為賣淫 (prostitution) 提供了一個市場且結合了毒品和犯罪。 引進已開發國家的道德標準到當地社區，卻產生貪婪、懶散、暴力行為和犯罪等後遺症。 藉由引進來自社區外之外國的、佔優勢的、普及的產業對當地社區加以利用和控制，有效地降低傳統的生活品質。 在遊客和居民間，產生緊張局勢和敵意。 	<ul style="list-style-type: none"> 為自然或建築環境創造經濟價值及提高行情，否則可能對居住的人口沒有直接的經濟貢獻。 產生稅收。 為小企業提供就業和機會。刺激能共處的 (compatible) 經濟活動以滿足旅遊企業。 為居民提升生活標準，尤其是如果旅遊業可以產生難獲得的外幣和稅收。 加強飯店、運動、娛樂設施、當地交通的基礎，一般來說，可以改善居民的生活品質。
文化/教育面 (Cultural/ Educational)	<ul style="list-style-type: none"> 為了利益，轉移當地居民的原有文物和語言，破壞居民的地方人文和文化傳統的基礎，且使它們變成人為的舞台活動。 侵蝕基礎且最後破壞地方原有的特性和傳統。 經由不良的作法實例，傳達環境破壞的訊息。 	<ul style="list-style-type: none"> 支持並幫助以提供資金給地方音樂、戲劇、藝術、民俗傳統、喜慶。為地方工藝和製造業提供市場。 加強並著重在當地特殊的、地方特性和傳統。可幫助來維持引以自豪的地方。 為產品展示提供媒介並傳達環境的正面評價及價值給遊客和居民。

資料來源：Middleton and Hawkins, 1998, p76

到目前為止，管理者多將注意力集中於發展前的評估，對休閒與娛樂的現有管理上，有一個可為經營者獲得大量利潤的利用方式，例如下列四方面：（Broadhurst, 1999）

1. 廢棄物：透過獲得階段，再使用、或回收以使廢棄物減到最小。
2. 水：透過明智的使用，節水設備的應用、使用適合的「灰色的（grey）」水，且保證管理操作不會污染或干擾排水系統。
3. 能源：透過良好的設計，減少寒冷國家不必要的熱能損失並在較溫暖的國家獲取熱能；使用較少量的能源消費過程或原料；對可更新的能源形式的使用。
4. 交通：使用最有效和最少破壞的交通形式，以有利於散步、騎腳踏車兜風及乘車(或者是游泳、划船和航行)，且總是在自身的限制範圍內挑選環境友好的選擇。一般來說，一想到交通就容易令人聯想到一個不舒服的回憶，但現在休閒、娛樂和旅遊業卻一定得依靠旅行，所以居民、消費者及公司應該可善加利用環境管理概念（Environmental Management Ethic），而公司更應該多多少少幫忙宣導至少一部分的概念。

三、環境管理與旅遊業的競爭力

競爭力的概念通常與一個個別的公司及其在企業中的地位相結合，因此，競爭力通常被定義為，一家公司能夠維持其獲利力（Profitability）的能力。有關環境管理與旅遊景點的競爭力之關係以圖 2-1 加以呈現，此圖藉由與成本的連結，可以了解旅遊業對環境管理以及競爭力之關係。然而，在旅遊景點的國際市場上，地方性的競爭力將隨著地方性旅遊業的需求所做的努力而提高；而需求部分的努力也許需要旅遊業對當地環境加以理性的整合。假如公司在環境管理的投資，所得之利益的比重大於額外的商業成本的話，則公司就必須刺激此項投資，但是一般業者的競爭力往往也只考量到傳統業者所考量的成本問題。

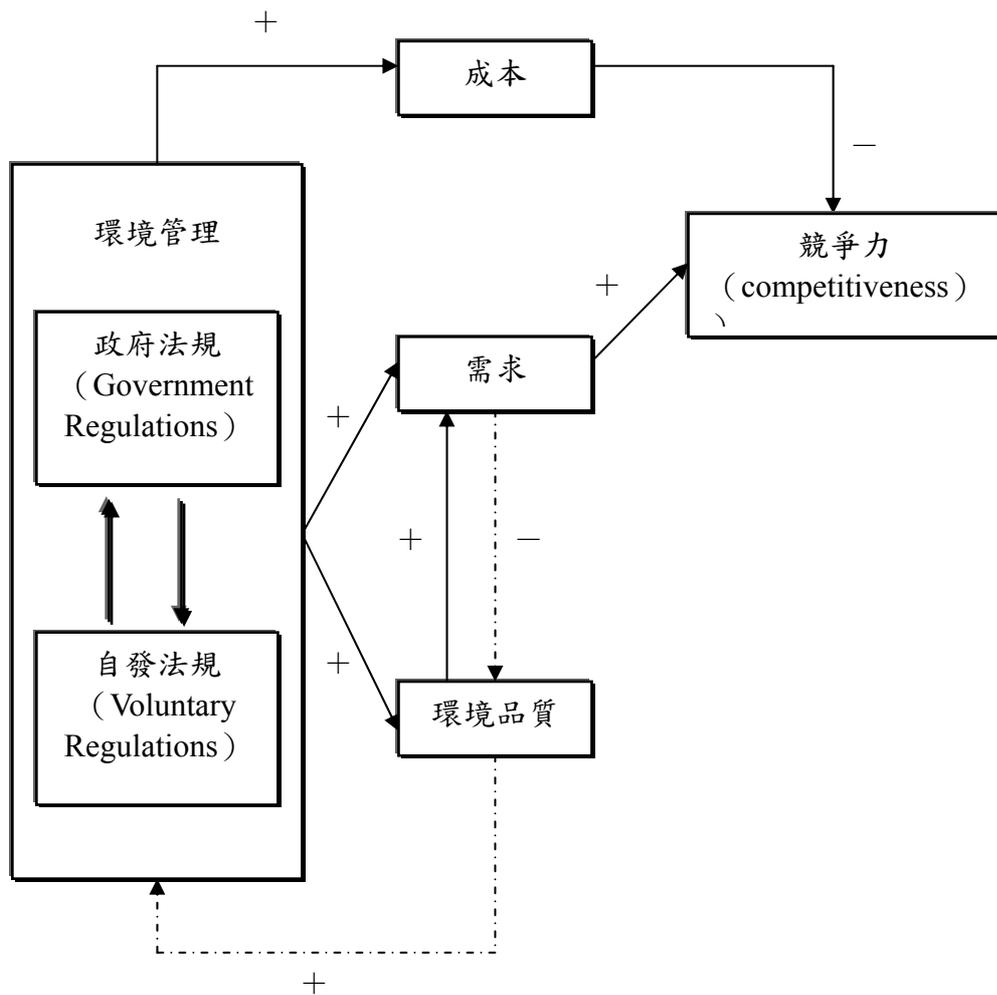


圖 2-1 環境管理與旅遊業的競爭力
 資料來源：修改自 Huybers&Bennett, 2002, p12

圖 2-1 的架構顯示了一個有關環境管理在景點競爭力的全面性影響，主要是依據成本以及需求部分的巨大影響考量，其他部分亦然，同時使用了邊際的觀點：在其他情形不變之下，當邊際利益大於邊際成本時代表地方旅遊產業總利益是增加的，而這裡的成本包括依政府法令和相關環保活動之要求及產業改善所必須支出之成本。圖 2-1 的虛線表示潛在的影響：包括當面臨到愈來愈多的遊客數量時，現行的環境管理架構無法維持高品質的區域環境品質，如果這樣會導致更嚴厲的環境管理政策，它可能會更進一步引起企業成本的增加且對區域競爭力會產生不利的衝擊。

關於環境管理以及產業需求的連結可以是直接或者是間接的，間接的連結是經由景點的環境資產等環境管理相關的品質所建立，業者可以利用在環境管理上優於其他業者的優勢，而獲得遊客的注意；而直接的連結則取決於遊客對景點偏好的預期，像是環境保護等較具吸引力的景點預期。Mihalič (2000)以環境影響的管理加以區別，其認為直接的連結主要是基於「有關環境景點的關懷或責任之印象」；而間接的連結則取決於環境品質的管理，也就是「有關環境的景點感覺之印象」，而不論直接或間接的連接都是業者自願為旅遊區域所增加的負擔。

四、永續旅遊

在全球經濟體系中，旅遊業佔有極重要的角色，此產業已是世界上最大的產業之一 (Hunter, 2002)，只要是符合當地地貌及文化的前提下，旅遊產業的發展往往能增加就業機會、促進當地建設、增加外匯，而使經濟更加的茁壯多元；反之，經營不當的觀光活動將使得當地生態環境受損，環境惡化的結果終究是會導致經濟衰退的。是故，除非謹慎規劃管理，否則觀光業將無法永續。

前面的小節，我們已經看到了旅遊業所有的環境的、經濟的和社會的影響，而永續旅遊所追求的就是要將這些正面衝擊最大化及負面衝擊最小化。總的來說，看起來環境衝擊是負面的；經濟影響是正面的；而社會衝擊是包含這 2 者的。然而，有一個重要的體認是，在旅遊業的 3 個面向—環境、經濟、社會範圍間有一個清楚的連結，如圖 2-2：

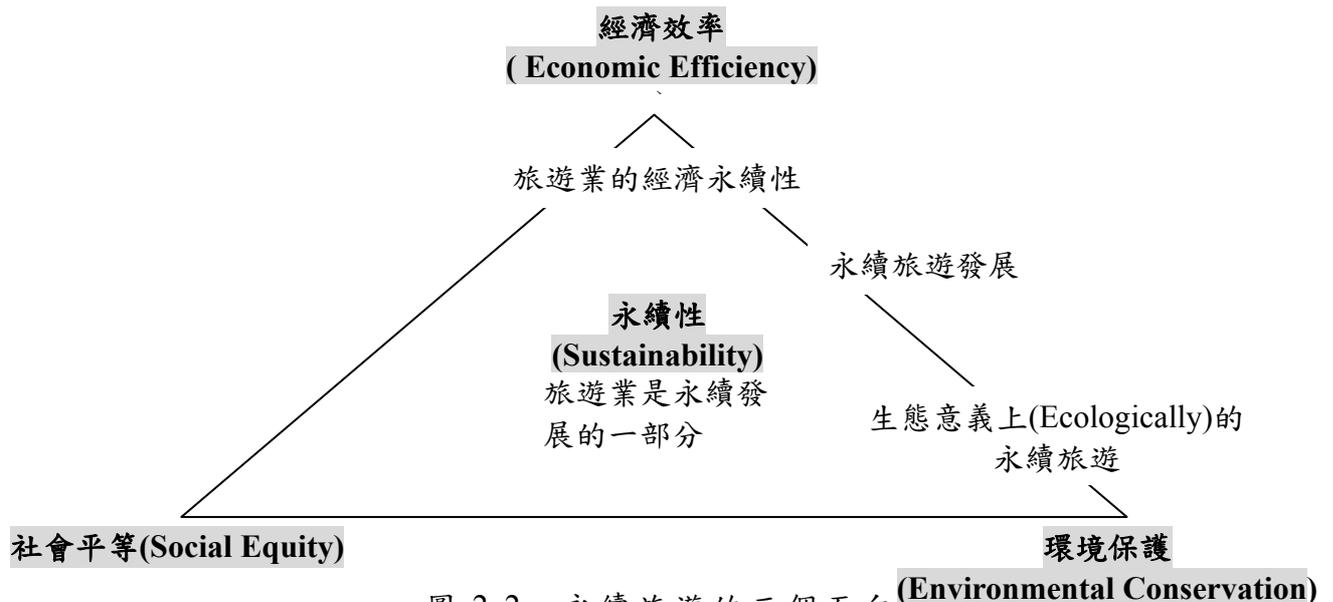


圖 2-2 永續旅遊的三個面向

資料來源：Swarbrooke, 1999, p83

(一) 永續旅遊的定義

1. 世界旅遊組織(WTO)對永續旅遊的定義為(WTO, 2003):當永續旅遊面臨到保護及提升旅遊地的未來機會，其所面臨的是符合現存遊客及旅遊地區的需要。而當面臨的是維持文化的完整、基本的生態過程、生物多樣性及生命維持系統時，永續旅遊則被設想為以能被滿足的經濟、社會和美學需求來引導所有的資源管理。
2. 觀光旅遊業的二十一世紀議程 (Agenda 21 for the Travel & Tourism Industry) (WTTC, 2003)：永續旅遊產品是與當地環境、社區、及文化協調一致的產品，以便變成永恆的受惠者。
3. 尼泊爾永續旅遊網 (Sustainable Tourism Network, STN) 的參與者—國際山地綜合發展中心 (ICIMOD) 對永續旅遊的描述為 (STN, 2004)：(1) 如果旅遊業對生態資源及多樣性的保存有所貢獻；(2) 如果它能保證文化的保護、人類的價值及強化社區特徵；(3) 如果建立動機的過程裡，旅遊業的利益明顯地被分享且較廣泛參與與發展相關的決策並增進自然資源管理；(4) 如果經濟上效率高的、來回往復增加經濟活動中確定的連結以緩和脆弱資源的壓力並對改善居民的生活品質有所貢獻；(5)

且如果資源不只維持目前需求而且能夠維持下一代的需求和呼吸；那麼我們可以推斷這個旅遊業是永續的。

綜合以上的定義，我們可以說永續旅遊即為不損及旅遊景點的環境而又能滿足遊客及為當地社區帶來經濟效益的旅遊活動。圖 2-3 為永續旅遊之範疇：

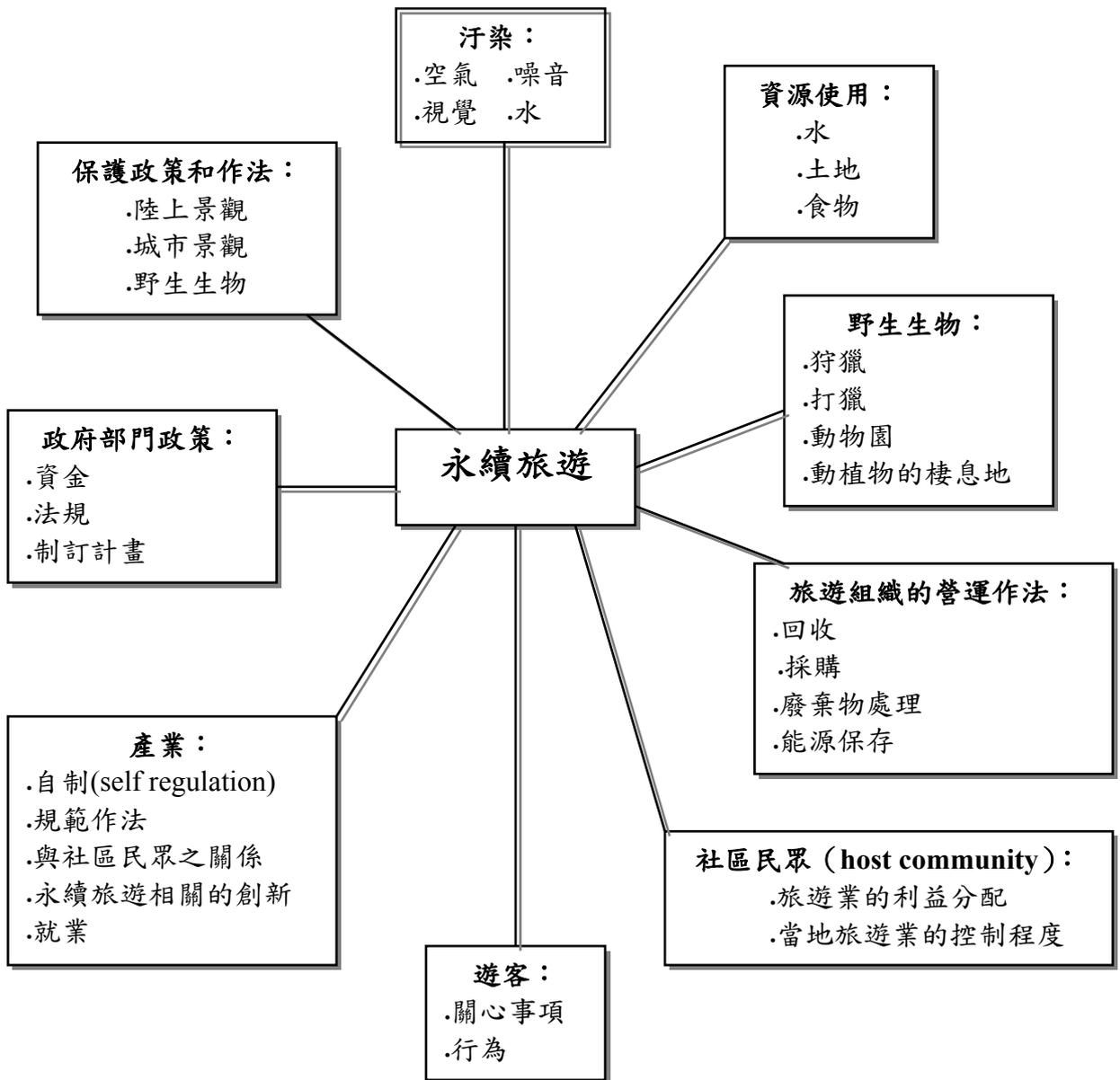


圖 2-3 永續旅遊之範疇

資料來源：Swarbrooke, 1999, p16

(二) 永續發展的原則

越來越多的證據顯示，現今一個對旅遊業計劃與管理的一體方式正被要求以達到永續旅遊，但直到最近才對結合傳統城市的管理（交通運輸、土地使用計劃、運銷、經濟發展、火及安全等）需求有逐漸增加的認知。Bramwell 等(1996)學者將永續旅遊業發展的最重要原則整理如下，包括：

- 1、 作適當的政策、計劃、及管理，而且更確切地對旅遊業的自然及人類資源問題做出必要的回應。
- 2、 一般來說永續旅遊並不反對成長(anti-growth)，但是它強調的是有限度的成長且旅遊業必須被管理在這個限制內。
- 3、 必須具有永續旅遊是長期而不只有短期的思維。
- 4、 永續旅遊管理關心的不只是環境，還包括了經濟、社會、文化、政治和管理方面。
- 5、 永續旅遊強調滿足人們需求和慾望的重要性，需要對公平(equity)及公正(fairness)付出顯著的關心。
- 6、 在作決策時，必須考量到所有利害關係人並獲得他們的授權；而且他們也必須可以獲得永續發展相關議題的資訊。
- 7、 永續發展應該是所有政策及行動的目標，將永續旅遊概念放進實行方法裡，可以確認實際上將在短期及中期達到的範圍。
- 8、 為了使良好意圖(good intentions)變成實際的措施，了解市場經濟如何運作、私人企業和政府部門及自願服務性質組織 (Voluntary sector organizations) 的文化和管理步驟、及政府部門的價值標準和態度是有其必要性的。

9、當在使用資源發生利益衝突時，就意味著在實踐上，利益交換（trade-offs）和妥協可能是必須的。

10、在做不同的行動方針決策時，成本和利益的平衡必須擴大考量到不同的個體和團體將會獲得或損失多少。

（三）永續旅遊景點的工具

Lee（2001）認為，「永續旅遊景點（Sustainable tourism destination）」是被使用在認定系統以促進景點之永續發展的一個新興專有名詞，而這個概念仍然在發展中，且透過在各學科間、全面的及整合的方法，結合現存工具的不同面，潛在性地刺激了永續發展的執行。但到目前為止，永續旅遊景點卻還沒有一個標準的定義，主要是因為景點的型式是獨特的（unique），所以易使這些景點產生不同的永續發展議題（issues）（Lee, 2001）。

圖 2-4 說明有限的定義及全面的定義。事實上，這個範疇將是由認定系統（recognition schemes）所決定，也有可能介於這 2 個定義之間。

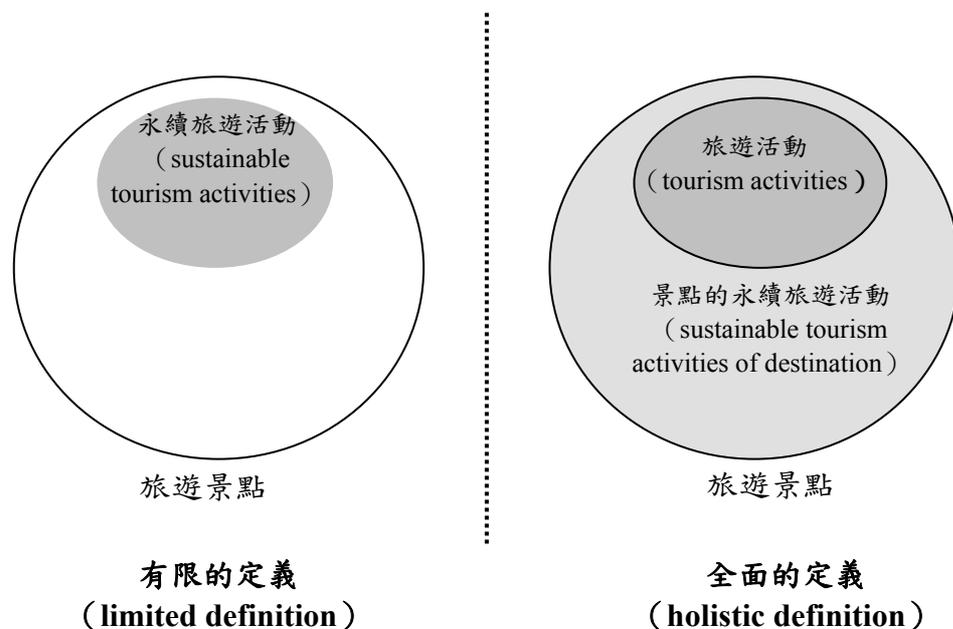


圖 2-4 永續旅遊景點的定義

資料來源：Lee,2001

現今已有一些工具被使用來滿足永續發展問題，Lee(2001)舉例說已有一些被不同的利害關係人(stakeholders)使用的工具，像環境管理系統(EMS)、環保標章(eco-labels)、地區 21 世紀議程 (Local Agenda 21) 和清潔生產 (CP) 的概念及架構。舉例來說，旅行社 (tour operators) 會在他們的企業中執行 EMS ；旅館也會執行 EMS 來獲得環保標章並將清潔生產策略應用到其管理中；地方社區則採用 LA21 做為指導方針。因此，對一個景點來說，為了要達到永續發展，這些工具是有必要整合的。

就履行永續旅遊景點來說，這些工具貢獻了不同的幾個面：EMS 在景點面及公司面提供了管理系統以達到永續發展。環保標章為景點提供了一個發展認定準則的方法。LA21 提供全面的整合及協調方法以使地方達到永續發展。CP 提供一項全面履行策略以達到已制定的目標。為了促進永續旅遊據點，這 4 項工具及方法的貢獻如圖 2-5。

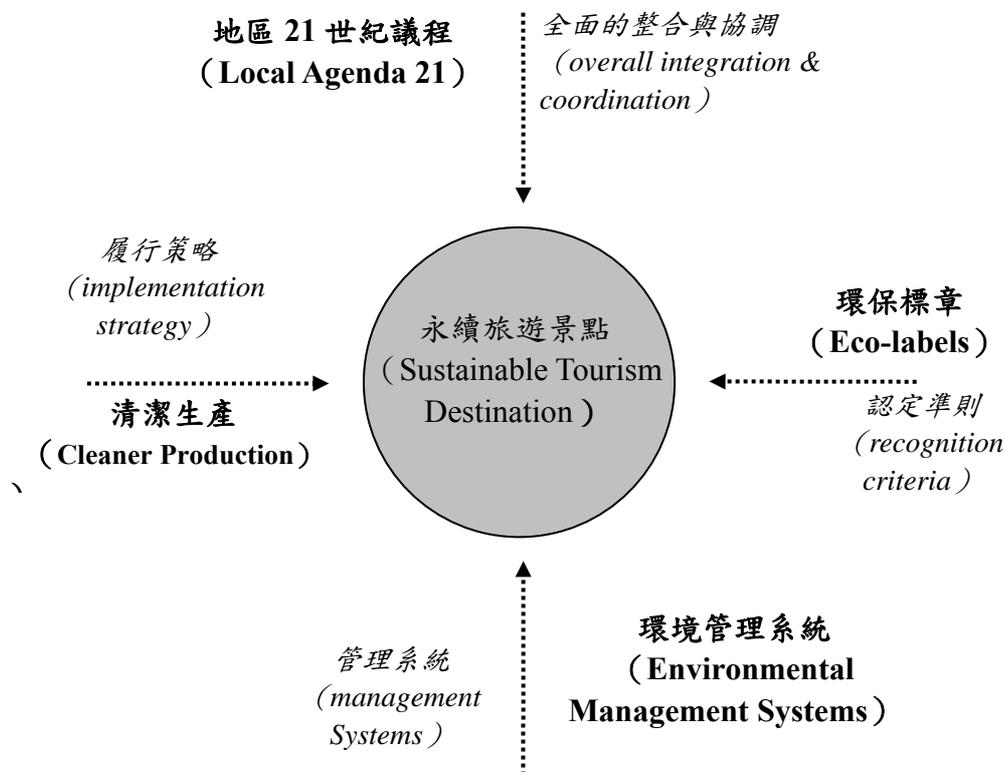


圖 2-5 永續旅遊據點的工具及概念

資料來源：Lee,2001

所以，LA 21 是被社區及地方機關所使用的一個概念，它提供了政治和社會元素；環保標章則提供社會及經濟元素來作為促進消費者的環境知覺（Environmental Awareness）並反應出消費者的績效對旅遊市場的影響，因此它提供的是刺激公司去改善其環境績效；EMS 提供了經濟及產品元素，其傳統上是被公司使用來解決環境問題的，同時也被當地機關來應用；清潔生產是為技術及經濟系統提供元素。

第二節 主題樂園

娛樂（amusement）和公園（park）這二個字，合在一起使用的時候指的是「一個提供娛樂的地方」。更適切地說，一個遊樂場（amusement park）使用許多不同的設備來娛樂遊客，但是其幾乎總是只包含雲霄飛車及其他乘馳設施（iron rides）。乘馳設施被當作一個必要的機器只有一個目的：就是利用物理定律來贏得客人的微笑。而當主題（theme）和公園（park）這 2 個字一起使用，照字面上來說，它指的是說故事的地方（place for stories）。主題樂園則以講故事的方式，在簡單的主題下刺激情感。所以一個真實的主題樂園有遊樂場所沒有的特點¹。這使得主題樂園成為下一代高附加價值產業或者是 21 世紀向前推進的文化產業。

一、主題樂園的定義

迪士尼樂園在 1971 年將傳統型式的樂園改變成創新的休閒設備後，成為第一家主題樂園；之後，各個具有主題性的樂園相繼設立，使得這個產業蔚為風潮，就像休閒及旅遊資源一樣，具有高度企業潛力。有關主題樂園的定義，搜集整理如下：

1. Wylson (1994)：主題樂園是依據科學、文化或歷史等主題將其建立於遊樂園中，且其設施是以人工建築加以模擬建立而成的，並運用現代化技術，使遊客在主題樂園內，體驗一連串聲光與影像的刺激。

2. 石崎肇石著，郭生發譯（1991）：主題遊樂園應有很容易瞭解之主題，再加上周圍環境的整體搭配與串連，包括購物、娛樂、表演等活動和服務，使人們與日常生活隔絕，提供遊客體驗主題氣氛的遊樂園規劃。
3. 劉獻宗（1992）：主題樂園是以烏托邦的理想世界作為園區的發展理念與規劃架構，結合現代科技與創造力的實現，以主題式的表達方法，經由園區整體的設計與精緻性的包裝，提供兼具教育啟發與休閒娛樂功能，以滿足不同年齡層次的一種現代新型遊憩區開發與經營模式。
4. 謝其森（1995）：將主題樂園歸納為先設定主題，並依照這個主題塑造所有的環境、遊戲、活動、設施及氣氛，加以整合營運而成的休閒遊樂園形式。
5. 劉連茂（2000）：所謂的主題樂園是指經營者或創造者，先設定所要表達的主題概念後，所有有關遊樂園的場館、設施、活動、表演、氣氛、景觀、附屬設施、商品等皆是以此主題為概念而塑造，使這些相關的配合因素，都能在此主題的中心思想下統一，形成一個有主題概念的遊樂園地。
6. NAPHA (National Amusement Park History Association, 2004): 將主題樂園定義為一座遊樂園裡的乘馳設施、吸引力、表演及建築物以一個主要的主題或是群組主題（group of themes）為中心。像包括迪士尼樂園、六旗主題樂園(Six Flags Theme Park)、派拉蒙大樂園（Paramount parks）。

因此，主題樂園這個名詞就其本身來說，應該有特別的主題以供選擇，以捉住來自不同領域的人們的注意力，這可以是習俗、建築風格、幻想、歷史、喜劇、童話、地區文化資源...，而不單只是我們印象中的機械式設施的遊樂園，我們可以說一家主題樂園的建立是整個區域有其特別的主題，同樣地，它是一個把各種領域的先進技術及設計放在一起

¹ <http://www.themedattraction.com/intro.htm>

的設施產業（equipment industry），這些特點使主題樂園不同於一般樂園和旅遊場所（tourism facilities）。劉連茂（2000）將主題樂園因經營者或創造者所要表達的和理念的不同分為如表 2-4 的幾種類型：

表 2-4 主題樂園之分類

主題分類	主 題 遊 樂 園 地 點 、 名 稱
文化	台灣民俗村、九族文化村、中華村、夏威夷玻裡尼西亞文化中心
縮小微觀建物	小人國、深圳錦繡中華、荷蘭小人國
建築物	日本明治村、台灣民俗村
科學	日本太空世界、新竹小叮噹
夢幻	澳洲夢幻樂園、美國狄斯奈樂園、日本和諧樂園
花園	亞哥花園、日本神戶花果公園
電影	美國環球影城、澳洲華納影城、台灣中影文化城
海洋	美國海洋世界、夏威夷海洋公園
自然保育	夏威夷天堂公園、日本生態公園
刺激	美國神奇公園、日本生態公園
歷史	日本日光江戶村、日本明治村、台灣民俗村、
農場	走馬瀨農場、香格里拉農場、澳洲休閒農場
教育	台中科學博物館、高雄科學工藝館
外國文化	日本西班牙村、德國村、荷蘭村
童話	日本多摩和諧樂園
磁器	日本有田磁器園

資料來源：劉連茂，2000，p8

二、主題樂園的發展

Henry(2002)認為主題樂園產業有一個類似於任何其他的產品或服務的產品生命週期：1960 年代的樂園開始在各國建立；1970 年代這些樂園開始增長其人數基礎並添加其產品；1980 年代的產業已經進入成熟期且開始致力於結合吸引力使其更有效率；1990 年代有些許的新成長—將產品以一種主題樂園鏈（theme park chain）形式購買另一家或諸如此類。；

進入 2000 年代，這十年間，主題樂園似乎已需更具全球化的特徵了。

根據 Pricewaterhouse Coopers (PwC) 所發表的一份報告顯示，全球主題樂園的總收入預計年成長率是 4.8%；到 2007 年將會達到 \$23.6 百萬(如圖 2-6)，然而，全球某些區域的主題樂園被預期會比其他的主題樂園的成長還要快速(Henry, 2002)。

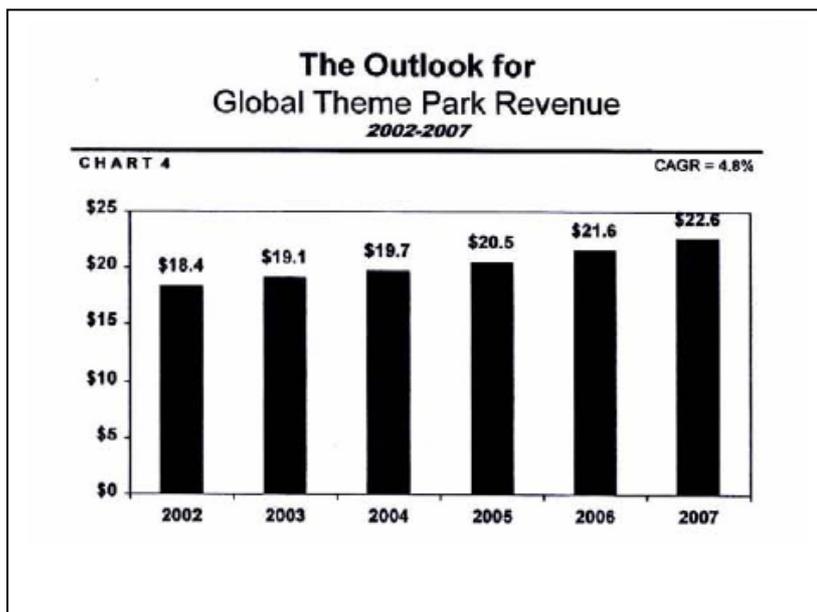


圖 2-6 全球主題樂園收入
資料來源：Henry, 2002

開發主題樂園作為一個娛樂設施的商業目的，除了企業本身獲利之外，連帶也會刺激當地經濟發展。近年來，主題樂園逐漸跳脫出其本身發展的簡單樣式並朝向多元化的經營，而樂園之遊客人數也將影響樂園周遭的區域發展，例如地方農產品的銷售、民宿以及影像產業等商業設施，也使得主題樂園成為地區上的發展主題。主題樂園不只帶來它本身的經濟效益也促進旅遊業或其他相關產業，它將透過收入增加或創造工作機會激勵商業經濟，以這個行業對設施及營運的重視，他們應該投資許多時間和金錢，所以他們正嘗試各種方法以誘發私人資本像第三部門...等等。所以，主題樂園已經嶄露頭角成為一個巨大的產業。

到今天，起源於歐美的遊樂園文化已遍佈世界各個角落，非洲的突尼西亞（Tunisia）、北美洲的瓜地馬拉（Guatemala），以至俄羅斯均有遊樂園經營，韓國的繽紛夢樂園（Everland）也曾於 2002 年被 Forbes 雜誌選為全球 13 個最佳遊樂園之一²。在美國，2003 年有超過 600 座主題樂園並吸引了超過 3 億 2 千 2 百萬個遊客，獲得 \$10.3 百萬的收入（IAAPA, 2004）。而在華特迪士尼公司，主題樂園已經變成最可靠、最重要的收入來源，它佔了 2,540 萬收入的 27% 及總營運利益的 40%（Disney Annual Report, 2000）。東京迪士尼樂園多年來的遊客人數一直高居全世界主題樂園之冠，而且回客率很高，尤其自 2001 年東京迪士尼海洋開幕後，遊客數更屢創新高。而根據香港政府的估計，香港迪士尼樂園首年會吸引五百萬人次的遊客（香港特別行政區政府，2003），亦將帶來龐大廢物負荷，對香港迪士尼寄予厚望的迪士尼公司，將會有一專責部門負責推動環保措施。並與環境保護運動委員會、環境保護署推動「蟋蟀占美尼環保挑戰」獎勵計劃，為 2005 年開幕做準備。

在台灣，竹南企業公司在 1971 年規劃設立大同水上樂園成為台灣第一座遊樂區（普泰投顧，1998），爾後，由 60 年代的 5 家發展到 92 年的 52 家，這可歸因為 70~80 年代的經濟蓬勃發展，使得國民所得提高、閒暇時間增加，連帶著民眾對休閒的需求益加多樣化，業者為因應新的消費型態，引進新穎的機器設備、發展別具特色的主題...等。尤其在像亞哥花園、小人國、九族文化村這種以「主題型態」的方式來做規劃後，遊樂區的競爭愈趨白熱化。以六福村為例，其原以野生動物園起家，83 年正式投入機械式遊樂園的開發，它參考國外主題園經營模式經營（如迪士尼樂園），突破了台灣傳統遊樂園的形式，因此，六福村揭示台灣主題園時代的來臨。往後，會有愈來愈多像六福村主題遊樂園、劍湖山、花蓮海洋世界這樣的主題遊樂園出現。

²<http://www.forbes.com/2002/03/21/0321feat.html> . 13 個最受歡迎的主題樂園依序為 Busch Gardens, Cedar Point, Discovery Cove, Disney, Everland, Hersheypark, Legoland, Parc Asterix, Paramount Parks, Ratanga Junction, SeaWorld, Sesame Place, Universal Studios

三、台灣地區主題樂園概況

就 2003 年交通部觀光局統計數字分析：台閩地區主要觀光遊憩區中主題樂園就占了 52 座，其遊客人數為 13,021,581 人次，其中以劍湖山世界的 1,775,017 人次最多，小人國因其在海外有廣告投資，且藉地緣之便，所以與其他主題樂園相較國外旅客較多。彰化台灣民俗村曾是最具潛力的地域文化主題樂園，但卻因發生財務困難，宣佈倒閉，現雖已重新開幕，卻已不復以往風采。而曾有「新加坡胡姬花園第二」之稱的亞哥花園，在經歷九二一大地震重創後，也已欲振乏力了。長億集團規劃興建的月眉育樂世界，號稱是最大的民間遊樂事業 BOT 投資案，長億在 2002 年底爆發財務危機後，由於財務拮据，園區後續開發相繼喊停，但在 2003 年暑假期間努力衝刺，並與台灣啤酒公司合辦月眉啤酒節等活動，人潮已有回流跡象。

表 2-5 2002、2003 年台灣遊客人次前 10 名之主題樂園

排名	2002 年				2003 年		
	公司	開業日期及所在地	入場人次	營業額	公司	開業日期及所在地	入場人次
1	劍湖山世界	1990 雲林縣	1,775,017	325,509,380	劍湖山世界	1990 雲林縣	2,055,149
2	六福村主題遊樂園	1979 新竹縣	1,638,667	673,134,021	月眉育樂世界	2000.07 台中縣	1,207,168
3	月眉育樂世界	2000.07 台中縣	902,370	384,606,512	六福村主題遊樂園	1979 新竹縣	1,203,931
4	西湖渡假村	1989 苗栗縣	683,385	36,384,650	西湖渡假村	1989 苗栗縣	1,043,699
5	九族文化村	1986 南投縣	558,009	178,582,480	九族文化村	1986 南投縣	948,243
6	小人國	1984.07 桃園縣	557,248	191,730,750	大佛風景區	1965 彰化縣	466,020 (概估)
7	走馬瀨農場	台南縣	552,839	65,142,709	走馬瀨農場	—	453,309
8	大佛風景區	1965 彰化縣	492,975 (概估)	—	小人國	1984.07 桃園縣	445,793
9	八仙樂園	1989 臺北縣	415,070	120,970,282	八仙樂園	1989 臺北縣	449,947
10	布魯樂谷主題親水樂園	2000 高雄市	408,718	—	布魯樂谷主題親水樂園	2000 高雄市	440,569

資料來源：觀光局（2002、2003）、本研究整理

主題樂園徹底地結合了商業行為與休閒活動，是一種複雜的娛樂產業。提供歡樂只是休閒時代主題樂園的表面功能之一。由表 2-5 可看出，光 2002 年遊客人數前 10 名的主題樂園，加總起來就有 7,984,298 人次，其光是垃圾量就相當驚人，所帶來的環境問題不容小覷，本研究依據劍湖山世界（2003b）、Tribw et al.（2000）整理出有關主題樂園的開發及營運活動帶來的效益以及影響，分述如下：

（一）經濟效益：一座主題樂園的興建，從企劃階段、建設階段至經營階段的各項活動，其所

需資源可說是包羅萬象，一座成功的主題樂園具有帶動周邊產業的經濟效益已履見不鮮，甚至其投資建設亦可增加地方財政收入及工作機會。另也可提升投資企業和當地的形象，例如，東京迪士尼樂園建立後，帶動了原本名不見經傳的浦安市各項建設。

（二）社會機能：各主題樂園透過娛樂、觀賞等活動，傳遞不同的歷史及文化或科學訊息，提供寓教於樂的功能。

（三）環境面：

1. 生物多樣性：土地的開發往往會為自然生態帶來極大的影響，尤其以山坡地變更的主題樂園更應當注意其水土保持等問題；另也需考量開發山林對棲息地帶來的衝擊。
2. 空氣：隨著生活水準的提高、汽車工業蓬勃發展，交通工具逐漸被私家汽車所取代，大量的遊客帶來大量的汽車，無可避免地產生了大量的廢氣，對當地的生態及人民的健康及交通不無影響。
3. 水：汙水的處理是極重要的一環，如何有效的利用是企業體一門大學問。
4. 廢棄物：經過一天的活動後，不論是遊客所遺留或主題樂園營運所產生的廢棄物，其數目往往大得驚人，如何妥善地處理，也是一大課題。

四、主題樂園在經營上面臨的問題

國內遊憩市場目前正積極朝向主題樂園的趨勢，大小不一的主題樂園成為流行走向，主題樂園的開發除了需要大量資本密集投入外，還需其他條件的配合（澎湖縣綜合發展計畫，1998、蕭伯勳，2003）：

1. 區位條件：靠近都會區的樂園，因佔地利之便，當然更容易能夠吸引更多來自四面八方的遊客，如六福村鄰近臺北都會區。
2. 天候條件：因台灣多數主題樂園多為戶外遊樂型態居多，所以，最佳的氣候條件是陽光充足，雨量少的地區。
3. 主題的營造：主題的設計，除了硬體設施外，還須園區內所有的景觀、服務人員...等等的搭配協調。以六福村為例，其設計理念與經營管理的方式均來自與迪士尼相同的顧問公司，並也以迪士尼為目標，但仍必須因應台灣的民俗風情及遊客行為加以變化。
4. 客源少：根據觀光局的統計資料，2004年1月來台旅客212,854人次（含大陸人士來台人數），與2003年同期相較（含大陸人士來台人數）負成長10.58%；且觀光客來台目的有一半以上不是以觀光為目的（以2003年為例，來台旅客2,248,117人次，以觀光為目的的占了37.32%，如圖2-6），可能是資源少、政府推動不夠。
5. 內需型：台灣因國際化程度不夠、簽證不易辦、邦交國不多、國際知名度等種種因素，使得國外旅客比例不會太高，客源主要為國內旅遊人口。
6. 專業人才不足：缺乏行銷人才。
7. 短命週期：須持續推出新產品，才能滿足大眾追求新事物的心理。
8. 過度競爭：例如，劍湖山、六福村、九族文化村的競爭。
9. 三低：資產報酬率（ROA）、股東報酬率（ROE）、營業利益（ROI）偏低（<10%）。

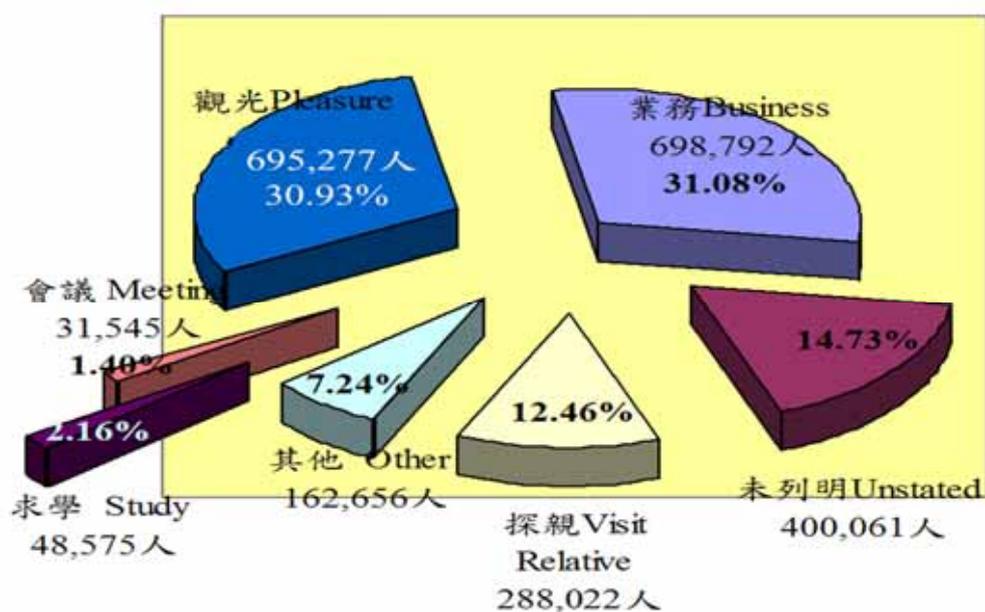


圖 2-7 2003 年來台旅客目的
資料來源：觀光局，2003

上述九點，台灣的六福村主題遊樂園就是一個最實際的例子，民國 84 年其全台遊客數量最高（178 萬），負責開發的六福開發公司預期花費資金 100 億左右，在回收後，58%的營業額就是來自其主題園，高達 20%的獲利率，由此可以觀察出臺灣地區對於主題園的需求程度。

第三節 國外主題樂園實施環境管理之實例-以 Disney World 為例

在 1950 年代初期，Walt Disney 夢想能為大人及小孩找到一個可以歡樂的地方，於是，1955 年 Walt Disney 在美國加利福尼亞州成立了迪士尼樂園，就此誕生了全世界第一座一個滿足世人幻想和探險精神的王國。Disney 以全新的華特魔法界定樂園，依其所設定的主題，結合室內外表演、遊行活動和建築景觀、商品、服裝、食物、音樂，營造出一個「夢想的休閒所 (Dream Retreats)」，這個概念影響了全球的遊樂產業。今天，全球共有 5 家迪士尼樂園：加州迪士尼、佛羅裡達迪士尼、巴黎迪士尼、東京迪士尼及即將於 2005 年開幕的香港迪士尼。

在「整合設施之環境管理做法」(Integrated Facility Environmental Management Approaches)一書中，特別選擇華特迪士尼世界(WDWR)及寶鹼公司(P&G)做深入的個案研究，因為其表現就像個環境領導者(environmental leadership)－有創新的整合方法、有效的環境管理系統(EMS)等(Lachman et al, 2001)。此外，迪士尼有其自己的垃圾填埋場、基礎設施的管理和維護、汙水處理廠等設備，並且其固體廢棄物的高回收率和廢水的零排放，更是同業中的模範。實際上迪士尼就像個獨立的社區，經營及維護所有的旅館、餐廳、主題樂園，而其他的活動也要求能處理自然資源、工業、商業、和居住的環境問題。

一、迪士尼的組織結構(Lachman, et al, 2001)

迪士尼的大小、多樣性、複雜性、員工人口、和組織使得發展一個協調的、有效的環境管理系統面臨挑戰，但就如環境成就的紀錄所顯示的結果，環境管理系統的確是有效的。這個成功的關鍵是透過這項工具有效的整合環境政策和活動。在這裡主要描述的是華特迪士尼裡處理大部分環境問題的部門及單位。環境管理系統更詳細地描述開發和實施環境政策的主要角色，以下列出其功能及成就：

(一) 環境創新(Environmental Initiatives, EI)

EI 為迪士尼處理內部和外部不合法的(illegal)協調、溝通、及認知的活動，作為迪士尼環保哲學(Environmentality philosophy)的一部分。這個組織幫助促進與法律或承諾問題無關的許多環境活動。其他功能包括環境研究、促進整個地點廢棄物減少、並促進棲息地和資源保護。其在廢棄物減量上的活動為：

－定義出對環境友善的產品並使用它。

－追蹤小冊子印製的原料品質及實際使用量，以更準確地訂購並使廢棄物流動減到最小。

－為顧客提供回收容器。

—提供可替換的飲料容器。發行紀念杯，可以相同的價格重新添加飲料。

(二) 環境事務部門 (Environmental Affairs Division, EAD)

EAD 則是處理大部分有關承諾方面的問題，這個部門的人員處理許可 (permitting)、應付管理者 (regulators) 及確保迪士尼有否遵守承諾，而且大部分與法律問題有關。他們主要是向公司的法律部門報告並時常處理風險管理部門(RMD)關於工作者健康與安全的問題。

(三) Reedy Creek 改善行政區(Reedy Creek Improvement District, RCID)

RCID 在 1968 年被創造以作為一個與郡相似的政府實體。它管理及提供迪士尼的公共建設—道路、水、及電力。RCID 是為了支付由迪士尼估計的 230 種整合設施環境管理方法 (Facility Environmental Management Approaches) 公共建設的一個特別稅收區。RCID 也有其管理機制，例如，它必須向佛羅裡達環境保護署 (DEP) 報告排水設備問題，而 Reedy Creek Energy Services Inc. (RCES) 對 RCID 提供操作、維護和設計服務。

RCES 包含能源產品部、考察部、工程部和水及廢棄物資源部四個部門。其中水及廢棄物資源部與環境問題最為相關，其又劃分為五個單位以分別處理固體廢棄物問題、廢水、水的供應、排水及固體廢棄物回收等問題。

—固體廢棄物：以「聰明的購買 (buying smart)」做為採購方法。

—回收：迪士尼大約回收了其所產生的廢棄物的 56%，這佔了大部分佛羅裡達地區的一倍。並且有專職人員針對消費者做回收教育。為因應佛羅裡達回收法，迪士尼於 1991 年建立了原料回收所 (Material Recovery Facility; MRF)，因為迪士尼不想因沒有遵從法規而被大眾看扁。

—廢水：迪士尼花了 15~20 年的時間處理廢水處理問題，在迪士尼，汗水有三種用途，

一為使用在堆肥；一是將已處理的水再使用於地下水的發電；其他被使用來灌溉。

(四) 風險管理部 (Risk Management Division)

風險管理部門包括工業衛生、安全、及環境健康部門，處理工作者的健康與安全、食物衛生、和工作者的津貼，這個部門主要向迪士尼管理部報告。

(五) 明日實驗性原型社區中心 (Epcot Center)

這個主題樂園為所有年齡層的訪客設計了超過 20 個不同國家、技術、實用的展示館。田園展示館 (Land Pavilion) 做與農業有關的環境研究，譬如 IPM。Living Seas Pavilion 同樣也做一些環境研究，且與佛羅裡達環保局和大學經營海牛的研究

(六) 華特迪士尼影像部門 (Walt Disney Imagineering Division)

WDI 是迪士尼的研發部門，其主要工作地點是在加州。WDI 的主要工作是做一些環境研究，例如，水質及使來自煙花的空氣排放減到最小。這個部門也處理房地產開發問題，包括有關佛羅裡達的重大自然資源問題，此部門有 2 個環境人員在佛羅裡達及三個在加州。

(七) 迪士尼動物王國主題樂園 (Disney's Animal Kingdom Theme Park)

迪士尼動物王國在 1996 年修建並在 1998 年 4 月完成。設計的一個宗旨是盡量將動物留在自然環境。迪士尼也儘可能設法使這個樂園本著環境良心的，使用綠色材料、環境友善的害蟲控制、做環境友善的水管理...等。

(八) 慶典城 (Celebration)

慶典是迪士尼世界與附近整個社區的活動。迪士尼設法為居民做更多社區友好 (community friendly) 的計劃，例如，居民能走到一些地方商店，譬如食品雜貨店。1996 年，他們也做了包括公共汽車或明亮的柵欄等計畫；在創造社區的設計上，迪士尼採取了

從社區的歷史建築啟發以符合居民所嚮往的。慶典只有來自道路和公共事業的一般環境衝擊，沒有任何特別種類的問題。

二、迪士尼的環境成就

「環保性超越口號」(Environmentalism is more than a slogan) 一是迪士尼做生意之道，這指得使公司的企業需求與環境價值及關懷結成一體，因為環保性是企業倫理的一個基礎，而華特迪士尼公司的環境成就已經勝過其他公司。1990年，華特迪士尼公司開始實施其環境計劃——一個有活力的、廣泛的努力成果，鼓勵員工思索並從事「有關環境方面 (environmentally)」的工作。迪士尼有一個始終如一的目標——在承諾環保法令及法規下努力，迪士尼的環保性正透過回收產品、減少廢棄物、保存資源、引導研究 (conducting research)，包含社區並教育員工等對公司的環境成就有貢獻的重大活動。

而迪士尼公司從Walt Disney本身就開始追求環境的優秀表現，傑出的環境表現是其所能為環境做的態度和承諾，為了跟上Walt Disney的精神，他們承諾在公司營運的每一個細節上使用前後一致和謹慎的概念。其對環境有益的工作是³：

1. 在華特迪士尼世界藉著回收報紙、塑膠容器、庭園廢棄物 (yard waste)、混凝土、辦公室紙張、鋼和鋁罐頭、玻璃瓶和許多其他項目回收了超過 30% 的廢棄物。
2. 透過迪士尼成果計劃，將經過調製而未供應食物蒐集起來，把食物分類，結合中佛羅裏達的第二成果食物銀行 (Second Harvest Food Bank of Central Florida) 運送到當地的非營利組織代辦處。
3. 將不可供應的食物廢棄物與庭園廢棄物、木材廢棄物、動物糞肥及生物固體混合起來以使用在堆肥產品。
4. 他們的採購服務部門保證「綠色採購」及不但正在做購買回收產品的大計劃而且聯合

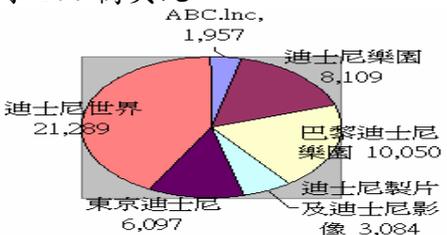
製造業者一起從事減少過度、及不可再回收利用的包裝。

5. 許多休閒度假之處，每 3 或 4 晚、或在被要求之後更換床單，這可以幫助水資源、清潔溶劑、電及天然瓦斯的保存。
6. 他們每天大概使用 3 百萬加崙的回收水以灌溉無數的美麗風景區。
7. 他們為客房的資源回收作準備。
8. 全部的 WDW 餐廳規定在進餐時禁止抽煙。
9. 紙巾及衛生紙的購買以特大桶取代小包裝，一年減少了 813,000 磅的包裝。
10. 保養及商店區已研究方法以減少及再使用他們產生的化學和油漆廢棄物。他們現在正利用一個化學清潔單位以讓溶劑無限期地再被使用。每年蒐集並改造超過一百萬磅的破碎的或過剩的木製貨物及運輸貨板。
11. 許多公共廁所及自動灌溉控制的紅外線感應器，每年減少水使用的總量近 5 千萬加侖。

雖然迪士尼公司從 1990 年就將環保性這個概念引進至公司了，但直到 2001 年，才正式將環境議題從公司的年報中獨立出來，以每年出版的年報及環境報告書來做為迪士尼公司於營運過程中與各利害關係人溝通的工具。表 2-6 乃整理迪士尼公司自 2001 至 2003 年的環境報告書中，與迪士尼世界有關的環保相關工作及績效。

³ <http://www.wdisneyw.co.uk/enviro.html>

表 2-6 迪士尼之環保工作

環境報告書	環保工作														
2001 年環境報告書	<p>迪士尼透過與當地企業間的合作，提高了環境意識且主動積極支持各式計劃和活動：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 擴大傳統的回收計劃，包括商品包裝像紙、多苯乙烯、及包裝用的收縮膠膜。 2. 藉由減少固體廢料產生的容量和重量與廢棄物處置結合以減少成本。 3. 將迪士尼世界的倉庫 (storage closet) 改成環保資源中心 (Environmental Resource Center) 與其他人分享環境資訊。 4. 建立了環保熱線 (Environmental Hotline) 以使民眾具體學習環境要訣和聽其區域的特殊事件。 5. 主辦 ” Meet & Greet ” 會議以展現環境努力及最佳實踐。 6. 由區域經理每月表揚環境傑出的企業單位。 														
2002 年環境報告書	<ol style="list-style-type: none"> 1. 教育的延伸—對超過 100,000 個年青人介紹環境教育及知覺。 2. 回收並使廢棄物減到最少—蒐集來自世界各地的休閒度假客房、主題樂園的舞臺表演區、及屋後 (back-of-house) 的地點的超過 40,000 噸的可回收物；迪士尼世界更改印製園區導覽圖的作法，使得其廢棄物減到最少且平均每年節省了 170 萬美元。 <div data-bbox="598 851 1316 1086" style="text-align: center;"> <p>各企業部門之回收效果(公噸)</p>  <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <caption>各企業部門之回收效果(公噸)</caption> <thead> <tr> <th>部門</th> <th>回收量 (公噸)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>迪士尼世界</td> <td>21,289</td> </tr> <tr> <td>巴黎迪士尼樂園</td> <td>10,050</td> </tr> <tr> <td>東京迪士尼</td> <td>6,097</td> </tr> <tr> <td>迪士尼製片及迪士尼影像</td> <td>3,084</td> </tr> <tr> <td>ABC, Inc.</td> <td>1,957</td> </tr> <tr> <td>迪士尼樂園</td> <td>8,109</td> </tr> </tbody> </table> </div> <ol style="list-style-type: none"> 3. 採購—主動購買更多環境友好的產品及體制以有益於環境並也節省錢。例如，使用具能源效率的燈泡及道路路基上鋪設的道渣、碎石，每年可使公司節省了好幾百萬美元。 4. 社區延伸—在世界各地，超過 900 個迪士尼的志工貢獻近乎 4,600 個小時給環境計劃；與第二成果食物銀行合作，希望在 2002 年能夠運送超過 30 萬磅的食物到超過 50 個代表處。 5. 資源保存—華特迪士尼世界另一項主動性是減少飲料的消費直到 20 億加崙及能源使用直到 12.7 百萬度電。 6. 減少垃圾填埋—2001 年，公司捐贈超過 50 噸不需要的傢俱、老舊的電子產品及各種各樣的原料給一些 50 個非營利組織再使用它們，因此大大地減少垃圾填埋地的垃圾量。 7. 迪士尼已經自美國環境保護署 (EPA) 得到幾個主要的獎勵以認可其在環境上的成就。 	部門	回收量 (公噸)	迪士尼世界	21,289	巴黎迪士尼樂園	10,050	東京迪士尼	6,097	迪士尼製片及迪士尼影像	3,084	ABC, Inc.	1,957	迪士尼樂園	8,109
部門	回收量 (公噸)														
迪士尼世界	21,289														
巴黎迪士尼樂園	10,050														
東京迪士尼	6,097														
迪士尼製片及迪士尼影像	3,084														
ABC, Inc.	1,957														
迪士尼樂園	8,109														
2003 年環境報告書	<ol style="list-style-type: none"> 1. 1996 年，迪士尼世界開始與 EPA 建立了合夥關係，並陸續完成了多項計劃，明顯地減少了能源消費並達到節省成本的功效，而這些計劃每年亦為迪士尼世界節省了超過 500 萬美元。 2. 社區延伸—迪士尼內外所有成員及員工皆相當支持公司參加全世界的各項保護活動。 3. 迪士尼公司將太陽能技術運用在交通號誌上，這個新系統預期每月可節省能源費用大約 150 美元，此外，還可減少架設纜線的成本。 4. 自 1990 年，迪士尼就已將散熱管 (Heat Pipes) 使用在其建築物中，以做為控制濕度及減少發霉和黴菌成長的一個能源效率方法。2003 年，散熱管又增至空氣調節系統使用且電力使用減少了 38%。 5. 迪士尼公司的園藝部門在園區內不再使含磷的肥料。 6. 技術研發—迪士尼測試新的高速烘手機，這可以使手在大約 10 秒內烘乾，預計可減少紙巾使用及廁所的服務人員。 														

資料來源：本研究整理

華德迪士尼公司保證會平衡環境的管理工作和其企業目標及經營；為了要實現這項使命，每一個企業部門（迪士尼世界、迪士尼樂園…等）主要還是得依賴公司內外部人員的支持。而「環保性」就是要透過個人行動和全公司策略計劃以獲得正面的環境衝擊之態度和承諾，在迪士尼，「環保性」已經成為公司內部的一個標準作業程序了。迪士尼的公司環境政策副總裁 Kym（2003）就說，善加應用「環保性」的話，可以創造三贏(win-win-win)：第一贏為改善財務和效率高的營運；第二贏為保存和資源保護；第三贏為實踐「環保性」可以使公司獲得一個滿足感。

第三章 研究方法

第一節 研究架構

本研究的研究架構是依據文獻探討及資料蒐集的整理與分析而建構，如 3-1 圖：

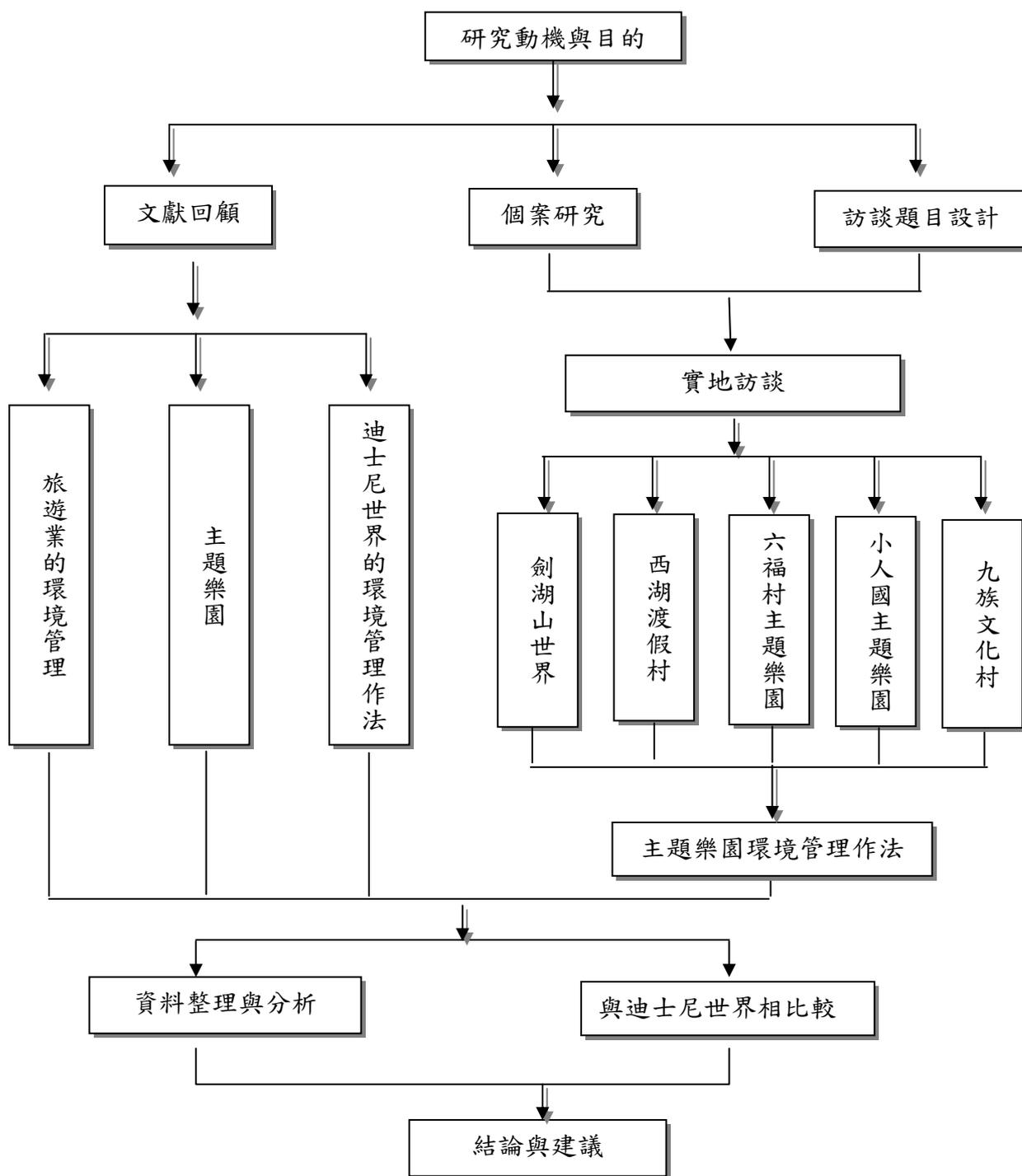


圖 3-1 研究流程圖

第二節 研究方法

本論文之研究方法乃以次級資料分析、個案研究法 (Case Study) 為主。將個案研究作為研究工具已有逐漸增加的趨勢 (尚榮安譯, Yin 著, 2001), 在一個研究策略中, 個案研究是一種非常完整的研究方法, 其中包括了設計的邏輯以及特定的資料蒐集與分析的方法。Yin (1994) 認為, 個案研究適合在實際生活當中, 研究當前的現象, 並可將研究成果做為未來相關研究之基礎, 而個案研究是經由不同的資料來源, 重組一段過去或正在發生的歷史 (Leonard-Barton, 1990)。袁方、林萬億 (2002) 認為個案研究法的主要作用為, 可以從個案的詳細描述與分析中, 發現影響事物的主要因素及作用, 找出群體或類型的詳細資料; 能對個案的社會背景進行深入全面的掌握是其最大的優點。故本研究選擇以探索式研究中的「個案研究」加以討論。

一、深度訪談

Leonard-Barton(1990)認為可以透過深度訪談等方式來進行個案分析, 為了符合本研究的研究目的, 本研究選擇深度的、專家訪談 (elite interviews)、半結構式做為研究方法。訪談法是社會研究中最重要調查方式之一, 也是一種最古老、最普遍的蒐集資料方式 (袁方、林萬億, 2002)。在一些旅遊業的相關研究裡通常會採用深度訪談法 (in-depth interviewing) (Forsyth, 1995; Curtin and Busby, 1999 and Carey, Gountas, and Gilbert, 1997), 因為藉由深度訪談法的控制與應用, 可以比一般訪談法更能提供給研究者更多資訊; 訪談也可以讓受訪談者有機會用他們本身最適切的語言來闡述他們認為相當重要的問題而不是片面地回答被研究者已決定的範疇裡, 這對一個專家訪談來說是一項很重要的基本要求 (Miller, 2001)。Marshall and Rossman (1995)認為專家訪談可以讓回答者在討論公司相關的全面觀點時, 能夠針對問題發表意見且會注意到產業中的其他組織。

Schoenberger (1991, p. 180)則稱讚了公司訪談的優點: 「在經濟、社會改變期間, 刺

激了傳統的分析範疇及理論的原則」。而 Marshall & Rossman 卻也認為 (1995, p. 83) , 這個研究步驟會存在一個問題, 就是訪談者可能必須依賴贊助 (sponsorship)、推薦及介紹才有機會跟專家個體 (elite individuals) 安排會議。另一個問題則是受訪者可能因為他們的經驗和立場, 會嘗試支配訪談內容 (Marshall and Rossman, 1995)。但是這個問題可以經由訪談者的訪談技巧來克服, 低階的 (low level) 研究者投入訪談會預備一個克服的方法來防備研究者引導地位的潛在轉變並影響受訪者。再者, 改善研究的效度 (validity) 可以藉由面對面訪談 (face-to-face interview) 的方式來給予研究者立即證明之前用其他方法可能被誤解或誤譯的意見 (Frankfort-Nachmias & Nachmias, 1996)。

二、問卷設計

本研究為讓受訪者了解本研究之研究目的並為了受訪者準備資料之便利, 於訪談前以 mail 或傳真方式將訪談內容告之受訪者, 期以得到更詳盡之資料。而本研究之問卷設計乃參考賴兩苗、胡憲倫 (2002)、Stabler and Goodall(1997)、Miller(2001)針對環境、經濟、社會三個面向彙整而成。

三、訪談對象的選擇及進行方式

本研究乃根據觀光局的觀光統計 (2002), 彙整而得台灣在 2002 年遊客人次前 10 名之民營主題樂園, 進一步探討其在環境管理上之做法。訪談對象主要為該公司負責環保事務之單位或主管。而訪問之進行方式以面對面訪談為主, 時間為 45 至 90 分鐘; 輔以傳真及 mail 訪談。

四、研究限制

本研究主要針對台灣主題樂園實施環境管理現況進行訪談, 但在人力、物力、時間及金錢的限制之下, 使得本研究仍有不盡完善之處:

(一)由於受限於人力、物力、時間及金錢的考量, 使得本研究可以進行的樣本數並不多,

這樣的結果，可能造成分析及效度有所不足。

(二) 本研究採個案訪談法，在訪談問題的設計上，可能因問題建構不佳而造成偏見或因受訪者無法回憶而產生不正確性。因為訪問是一個訪問者與被訪問者互動的過程，雙方具有不同的價值觀、社會經驗、社會地位及思想方式，這些主觀因素會導致訪問誤差，因為雙方都無法做到完全客觀，互不影響（袁方、林萬億，2002）。這些原因都有可能使得本研究在最後結果產生差異。

(三) 本研究只能由相關文獻及國內主題樂園的經驗與作法來做探索性之研究再加以分析推論，但這些推論不一定能完全代表台灣所有主題樂園的作法。

(四) 本研究所選擇之個案僅能代表少數中上規模之主題樂園，且其同質性偏高，並不能代表其他不同規模、主題性的主題樂園其作法皆與本研究之結果相同。

(五) 本研究的訪談結果，可能會因訪談對象的身份及職務之不同而有不同之視野，也因此對於訪談之內容及回應，會產生誤差。本研究之訪談公司及受訪者如表 3-1 所示：

表 3-1 個案訪談公司及訪談人員

受訪公司	受訪對象	職稱	受訪時間	備註
劍湖山世界	游國謙先生	副董事長	2003/12/06 10:00AM	親訪
西湖渡假村	陳英仁先生	工務部經理	2004/02/15 10:30AM	親訪
六福村主題樂園	吳令辰先生	環境維護部經理	2004/04/01 10:30AM	親訪
小人國主題樂園	唐銘敏先生	環保股科長	2004/04/03 15:30PM	親訪
九族文化村	張先生	總務部經理	2004/04/22 Mail 回覆	傳真、mail

資料來源：本研究整理

第四章 個案研究

本研究主要是透過「個案研究」的方式，對台灣地區在 2002 年遊客人次前 6 名之主題樂園進行研究與調查，因月眉育樂世界透過mail及電話均未能與相關主管接洽上，所以本研究最後以劍湖山世界、西湖渡假村、六福村主題樂園、小人國、九族文化村等 5 座主題樂園作為本研究之訪談對象。本研究是以實際訪談、資料蒐集等方式來著手，其目的在於調查臺灣各家主題樂園在環境管理上之作法。本研究之資料蒐集除了研讀與永續旅遊及環境管理相關之書籍、期刊外，並且也自迪士尼網站及Lachman等作者所著的「整合設施之環境管理做法」書中，參考迪士尼環境管理之作法。將所蒐集的資料加以整理，藉由這些資料設計訪談內容，再實際前往各主題樂園與各相關單位主管進行深入訪談。

訪談內容的設計主要以主題樂園的環境管理及其永續性的方向來進行探討，其內容主要是針對永續發展的三個面向（環境面、經濟面及社會企業責任面）分別設計問題。而訪談的問卷全文則附於附錄一。

第一節 個案公司基本資料

●個案一 劍湖山

一、公司簡介（摘錄自劍湖山世界，2003a）

劍湖山世界於民國七十五年成立，原以「景觀花園」為遊樂主題，七十九年於摩天廣場開闢大型機械遊樂區，加上博物館與彩虹劇場、國際聯誼中心提供大型會議所等設施，劍湖山世界正式朝向「休閒、遊樂、文化」主題樂園經營發展，開啟國內遊樂產業新紀元。其後並陸續興建室內型的「耐斯影城」、推出「兒童玩國」、並增設集合住宿、餐飲、會議、健身、SPA...等功能之五星級渡假大飯店及夜間集客設施—園外園。

隨著時間與空間的延伸，劍湖山世界從此由主題樂園邁入結合休閒、遊樂、文化、科技、運動、購物、會議、生態保育與渡假飯店等主題之優質複合式休閒遊渡假園區。然而，劍湖山世界的遊戲永遠沒有終止的一天，除了現有基地的開發外，臺北木柵兒童玩國於91年8月正式對外試營運、嘉義民雄松田崗野生體驗農場在92年10月開放試營運、93年推出環保樂園，提供生態、保育、體驗之旅。

二、個案訪談分析

以下內容為根據「劍湖山世界」一游國謙副董之訪談內容及其所提供之資料，針對劍湖山世界在園區內實施環境管理作法狀況，加以彙總整理：

(一) 經營理念：

發展國際舞臺為劍湖山世界的主要經營目標，將「宏觀、進取、領先創新」、「健康、環保、寓教於樂」、「和愛、誠信、永續經營」定為其公司的三大經營理念。

(二) 環境保護之作法

身為一家上櫃的主題樂園，其不管是營運狀況或社會責任都是民眾或政府單位所關注的焦點，且將會對其以更嚴苛的態度看待。在環境保護上，劍湖山世界有下列幾項作法：

1. 環保新樂園的落實與執行：台灣省環保處指定為「台灣省風景遊樂區廢棄物資源回收處理管制，實地宣導及觀摩活動之示範園區」。
2. 垃圾處理：依照園內各定點（賣店、餐廳等）所產生的資源性廢棄物，做分類、有效率的回收。
3. 最後回收利用一再創資源規劃：依照各項分類之垃圾訂定所需之處理與過程，擬定制表追蹤管理，以及最終處理流程之統一設計實行，同時與專業資源回收商配合，依公司所產生的廢棄物做全面性資源回收工作的整體規劃。

4. 廢棄物垃圾處理委請古坑鄉公所代為處理，每月均依公所規定辦理繳款。
5. 劍湖山世界推行資源回收已有 5 年，其回收比率約 40%，平均每月可減少 5 公噸的垃圾量。
6. 汗水、廢水處理：民國 83 年完成園區第一座汗水處理設備，專為處理園區公廁及餐廳所排放之廢汗水；民國 91 年度假大飯店興建完成，設置第二座汗水處理場。汗水回收後主為注入劍湖及園藝澆灌、廁所沖水之用。
7. 運用生態工法：在 92 年度的擴建計劃中，採用透水性鋪面、透水性排水設施、栽植原生植物、生態式複層植栽、棲地塑造等生態工法之運用，以減輕對自然生態的破壞。

(三) 社區關心

1. 在社區關心方面，劍湖山為了達到企業社會責任，經常以贊助經費、提供贈品及其他合作方式來投入社區關心活動，例如：
2. 91 年與古坑鄉公合辦古坑橙鄉嘉年華會，推廣農特產品，劍湖山免費提供場地並免費入園。
3. 每年挑選一天為「古坑鄉親日」，當天憑古坑鄉民身分證可免費入園，以回饋鄉親。
4. 環境清潔維護工作外包給子公司---高野景觀股份有限公司，多聘用 50~60 歲之員工，以創造中高年齡層人口的就業機會。
5. 以當地的就業人口為考量，員工大多為雲林縣或其附近縣市人，且面試機會亦以當地民眾為優先。
6. 自停車場的收入費用提供一定比例金額回饋鄉親。

●個案二 西湖渡假村

一、公司簡介（摘自西湖渡假村網站）

苗栗縣三義鄉是台灣木雕藝術的故鄉，因為三義地靈人傑，造就許多傑出木雕藝術家，且在三義交流道附近，加上三義地區經常起霧，在薄霧飄渺之中，有著夢幻矇矓之美，於是在 1989 年正式經營西湖渡假村。西湖渡假村位於三義鄉西湖村，在園區旁有一個天然湖泊「德興池」，德興池原名「拐子湖」，是因為此處青蛙聚集棲息，青蛙的客語發音即為「拐子」而得名，民國四十八年改名德興池，由於「德興池」位在三義鄉西湖村，面積大約 10 公頃，四周群山環繞，風景十分秀麗，景觀媲美大陸杭州西湖，故當地居民人又稱之為「西湖」，因此， 園區取名西湖渡假村。其 LOGO 的象徵為圖案是鬱金香，花中之后、荷蘭國花、歐式風情。紅色花瓣代表蓬勃的朝氣與生命力；綠色葉片代表健康及環保；白色代表陽光活力。現今員工人數有 150 人，共佔地五十公頃，開發二十四公頃。園區的主題為歐式景觀花園、旅遊、渡假、住宿、會議、露營、烤肉…等。

西湖渡假村為擴張版圖，自九十二年九月份起與國寶集團聖恩公司合作，跨足休閒養生新事業，創辦西湖渡假村的前董事長陳英聲、總經理陳英俊兄弟，則以創辦人及執行顧問的身分，與新的經營團隊合作，帶領西湖渡假村朝更多元化的事業體系邁進。

二、個案訪談分析

以下內容為根據「西湖渡假村」-工務部陳英仁經理之訪談內容及其所提供之資料，針對西湖渡假村在園區內實施環境管理作法狀況，加以彙總整理：

（一）經營理念

公司的經營理念以服務、創新、藝術文化，創造高品質、精緻化的渡假天地。西湖渡假村一直以「追求卓越，領先同業」為目標，十數年來，堅持提供高優質的渡假環境，

以親切、禮貌、整潔做為口碑，園區內的景觀與建築設計一直深受好評，並執著於自然生態的保育，以創造健康、快樂、幸福的歡樂世界為期許與努力的方向。

(二) 環境保護之作法

1. 廢棄物回收：西湖渡假村將園區內的垃圾桶分為四類：鐵鋁罐回收、保特瓶塑膠類、紙類及一般垃圾。生活垃圾交由鄉公所清理，而可回收的部分則公司再整理後交給回收商做處理，變賣後的金額並不多，主要用來作為員工的公積金，以慰勞員工或聚餐費用…等。
2. 汗水的處理：有感於水資源日漸匱乏，自開幕後第一年即率先規劃興建第 1 座汗水處理設施，西湖渡假村的節水措施從這座汗水場踏出了第一步。西湖首先將經常用水及間歇性用水區做區分，記錄每日用水狀況，噴灌用水所佔的總用水量比重最大。有鑑於秋、冬旱季降水量少，除將雨水集中儲存、再利用外亦將汗水場功能升級為 2 級處理，提升汗水淨化能力，原放流水也回收再利用，降低水體污染，以達回收再利用的目標，期許對環境保護有更進一步的維護。這些回收水除用於噴灌外，也用於廁所的沖水使用，未來，西湖渡假村希望能將汗水的處理提升至三級處理。表 4-1 為西湖渡假村的節水量表。

表 4-1 節約用水成本效益分析（86 年 9 月~88 年 4 月）單位：M3

	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	總計
自來水用量	1486	1401	1218	1159	1446	1942	1945	2208	2321	2240	2635	3128	2670	3346	3451	1787	1989	2433	2308	2980	44093
噴灌水用量	1929	1894	3073	2262	1864	913	1870	1772	1495	1569	2563	2789	1405	1357	2011	1875	2144	2086	2191	1814	38876
回收水量	958	825	1196	868	1277	1488	1354	1253	1228	1366	1067	649	1102	1417	1176	1180	863	1000	916	1650	22833
總用水量	2457	2470	3095	2553	2033	1367	2461	2727	2588	2443	4131	6566	2973	3286	4286	2482	3270	3519	3583	3144	61434
節約自來水量	971	1069	1877	1394	587	0	516	519	267	203	1496	2140	303	0	835	695	1281	1086	1275	164	16678
備註																					

資料來源：西湖渡假村、經濟部水利署，1999

3. 廚餘的處理：西湖渡假村目前將辦公室及餐廳的廚餘交由鄰近的養豬戶回收處理，現階段尚在評估使用廚餘堆肥機的實用性，如可行，則將自行回收廚餘製造堆肥，以用於園區內的花草種植取代化學肥料。
4. 其他：西湖渡假村運用生態工法於排水溝、自然草坡及建築物上；並在建造規劃建築時，使用木材及可回收之建材，將綠建築概念運用其中。土地開發注重水土保持，儘可能保持原有自然林相及生態，並完整保育園區內的蝙蝠生態。而飯店浴室中遊客所使用的洗髮、沐浴等用品，亦以擠壓式取代了一次性包裝，避免了不必要的浪費。另外西湖渡假村的飯店，使用了變頻式空調系統，並將光和熱及循環水回收，以用於 SPA 池，以達節能效果。

（三）社區關心

西湖渡假村能為苗栗帶來經濟利益是可預期的，自 78 年開幕以來，即帶動了週遭產業的發展，並對苗栗投入相當大的心力：

1. 結合苗栗的觀光景點（三義木雕、勝興車站、龍騰斷橋、油桐花季...等），協助地方觀光推廣，帶來更大的觀光利基。
2. 並提供當地居民工作機會，其現在 150 名的員工中就有 90%是來自苗栗子弟。
3. 雇用上了年紀或前份工作已退休的鄉親，徹底落實了企業造福地方社區的宗旨。
4. 從營業費用提撥經費與苗栗當地的婦幼協會、孤兒院...等團體合作，免費提供場地給其辦活動，並給予票價上的優待。
5. 西湖渡假村回饋鄉親可說是不遺餘力，其有 2 種方案：一為只要是苗栗縣縣民憑著身份證即可每月免費入園一次；二為給予三義鄉鄉民全年票價半價優待。

●個案三 六福村主題樂園

一、公司簡介（摘錄自六福村網站）

六福村主題遊樂園位於新竹縣關西鎮與桃園縣龍潭鄉的交界處，以放養野生動物聞名，自民國 78 年開始轉型後，成為一座講究「主題風情」的主題樂園。六福村園區佔地 93 公頃，以世界五大洲及中國等六個不同的人文風情為主題，包括：美國大西部、南太平洋、阿拉伯魔宮、野生動物王國、童話小鎮與歡樂唐人街等六大主題村。園區內所有建築、招牌、餐飲、表演、裝飾、紀念品店甚至服務人員的穿著服飾，均與該區主題相互應，讓遊客有時空錯置的夢幻感受，仿佛親歷奇幻的國度；以及於 2002 年新開幕，擁有金剛、紅毛猩猩等近 30 種、100 多隻珍稀猿猴、東南亞最大的靈長類保育教育園區「猴園」，讓國人有機會與我們的近親做更「近」一步的接觸。

六福開發除了計畫在高雄市興建室內遊樂園外，亦預定將「六福南村」建於屏東縣南州鄉，預定地面積 62 公頃，總投資額 36 億元；在民國 101 年時，全部遊樂設施與區內觀光旅館完工營運後，預估一年遊客人數可達到 150-200 萬人次。

二、個案訪談分析

以下內容為根據「六福村主題樂園」-環境維護部吳令辰經理之訪談內容及其所提供之資料，針對六福村主題樂園在園區內實施環境管理作法狀況，加以彙總整理：

（一）經營理念：六福村的設計主要以迪士尼為範本，一直以來，六福村的信念就是堅持主題。

（二）環境保護作法

1. 廢棄物回收

六福村將園區內的垃圾桶分為資源回收桶及一般垃圾桶 2 類，資源回收桶主要是針

對鐵鋁罐和寶特瓶來做回收。可回收的部分，公司再整理後依環保局的規定交由合格的資源回收商做處理；而園區回收後剩下的垃圾，則由公司自行興建之焚化爐燃燒，燃燒後的灰燼最後由廢棄物處理商負責最終處置；另外，園區內遊樂設施的機油、廚房烹飪的油炸油…等亦會做回收處理；而廢輪胎則廢物利用來做盆栽使用。

2. 汗水處理

六福村所製造的汗水多為生活汗水，汗水處理廠處理過的排放水有專門的實驗室來做檢測，汗水百分之百回收，幾乎沒有排放，主要用於澆灌、牧草區。

3. 廚餘處理

六福村目前將員工及遊客餐廳的廚餘交由鄰近合法的養豬戶回收處理。而未考慮將廚餘回收做堆肥的原因為，一為交由養豬戶處理可回饋鎮民；二為園區內的動物糞便直接回收來做有機肥就已相當充足。

4. 其他

汗水廠的汙泥經過試驗後，如果不含重金屬、有害物質，則直接做堆肥使用；汗水廠前設有雨水收集場，將雨水收集後用於園區內之噴灌。六福村亦規劃在未來會以風力發電、改換省電燈泡來節約能源之使用。園區內的食物包裝容器，像爆米花桶及飲料杯都會依不同主題設計可回收再利用之包裝的紀念杯，例如：酷杯。

(三) 社區關心

六福村自民國 68 年成立野生動物園到民國 83 年轉型為主題樂園以來，即投入相當大的心力於協助地方的發展：

1. 結合地方相關的觀光景點，配合地方農產品之宣傳活動，帶動地方產業之發展。
2. 提供當地居民工作機會，其現在 600 多名的員工中就有多來自鄰近縣市、80%是

關西附近的員工，不但促進就業，亦提供了可觀的稅收給地方政府。

3. 配合縣政府認養道路、管路認養。
4. 六福村一直都有在做一些相關社會環保公益活動，例如，921 之後，災區的小朋友免費入園；孤兒院等弱勢團體則給予票價優惠或協助其辦活動；協助縣政府提供兒童節的兒童表揚大會場地，並提供獲獎小朋友免費遊園優惠。而弱勢團體如果是團體則免費、散客則票價優惠；甚至，照顧者也會有優惠。只要縣政府或是地方政府、鎮公所有任何的需求，需要六福村配合，一定全力配合。
5. 六福村未來規劃，只要從農民曆上看到的節日，不管是護士節、會計師節……，全部都給予優惠，只要憑相關證件都可以優惠；而當地居民現在則是比照員工價予以優惠。

●個案四 小人國

一、公司簡介（摘錄自小人國網站）

十五年前的台灣，大型遊樂園的經營走向偏重於大型的遊樂設施，民國 73 年 7 月 7 日台灣小人國正式誕生，提供社會大眾一個同時兼具娛樂功能與文化價值的休閒去處。開國之初，主要是以臺灣及中國大陸的著名景觀建築模型為號召，每座模型皆是以實景的二十五分之一縮小呈現，不論是建築或景觀，都栩栩如生，令人嘆為觀止。為了實現小朋友們「晴天雨天都是遊戲天」的夢想，小人國耗資五億，興建了佔地二千五百坪的室內樂園，於民國 82 年 9 月啟用，是東南亞最大的室內遊樂場。另外亦增加了亞洲、歐洲及美洲各地著名的景觀建築縮小模型，景觀建築模型總計共有 130 組。遊樂設施的主題化是小人國努力的方向，民國 86 年 2 月推出的主題設施-超級龍捲風，象徵具有豪邁色彩的美國印第安文化；民國 87 年 8 月竣工的主題設施-霹靂滑艇，傳達的是華麗與神秘的埃及文化，小

人國於此成功的轉型為主題式的樂園。

兼具文化教育與休閒遊憩雙重功能，是小人國主題樂園的特色。小人國除了將此一特色發揚光大之外，將會陸續的興建各式各樣不同主題文化的遊樂設施，編排更精彩的表演內容，增添多元化的商品種類，提供色香味俱全的美食佳餚，讓遊客一進入小人國就能享有各種休閒服務。

二、個案訪談分析

以下內容為根據「小人國主題樂園」-環境股唐銘敏科長之訪談內容及其所提供之資料，針對小人國主題樂園在園區內實施環境管理作法狀況，加以彙總整理：

（一）經營理念

一個無污染環境或者是回收觀念，是一個社會的需求，小人國很早就已開始實行回收的觀念，包括一些塑膠類、紙類、鋁罐類，目前園區內之垃圾都有按照分類標示。小人國將隨著社會需求、政府法律規定，慢慢做調整改變。

（二）環境保護作法

1. 廢棄物回收

小人國有針對遊客留下的廢電池做回收動作；塑膠、紙類、鐵鋁罐交由專業回收商處理。回收的效益，則為回收變賣所得做為員工的公積金。而小人國會將一部分的可回收物贈與弱勢團體，由弱勢團體交由相關的政府單位，再由政府單位給予他們獎勵，像廢電池的回收即是。

2. 污水處理

小人國設有一座污水處理廠，為了避免造成環保問題；其管線採用陶管，目前園方正考慮將回收的水回收再用的可能性；小人國在園區內的幾個低窪地方建有儲水槽，將雨

水集中到一定量時，用於園區之噴灌。

3. 廚餘處理

小人國將廚餘集中交由附近的養豬戶處理。而目前亦在考慮將廚餘回收做堆肥的可能性，但因採購機器的成本滿高的，所以小人國尚在做評估中。

4. 其他

小人國在 10 幾年前，就為了響應環保，將餐廳所使用的碗盤改用瓷碗；並提倡使用環保紙袋。而園區內的廁所水龍頭分為 2 種，一是旋轉式，一為感應式，旋轉式的出水量已調整過，出水量比較小；在自動灌溉系統方面，亦儘量利用植物本身的樹葉腐植土去覆蓋，以減少澆水的次數，得到效益是可節省每月之水費。小人國不管是商品或是各項機械，在採購時候會考慮其後續對環境的汙染問題及其可能產生的廢棄物是不是會影響到環境等等，各方面在採購時即會做一個審慎的評估，最終的希望是，這些商品買回之後不會造成二次汙染。當然，小人國亦知道，做這些動作，初期是一定會造成公司成本的提高，但相信在後期一定是會有幫助的。

(三) 社區關心

小人國位於桃園縣龍潭，地點並不是很繁榮，所以自小人國成立之後，為地方帶來的週邊產業發展及就業等助益，是有目共睹的：

1. 小人國對社區提供的最大幫助，應該是提供就業機會，公司的員工大部分都是附近的人，200 多位的員工有 80% 是鄰近居民。
2. 針對我們的社區，小人國一個月會有一次道路的清潔、修剪樹木... 等；如果有環保、公益等需要贊助的活動，小人國都會提供協助。社區方面的整理、園區的綠化，甚至婚喪喜慶方面，小人國都會去關心；龍潭鄉的居民入園的話是以員工價

入園。

3. 小人國亦經常配合各相關單位舉辦各公益活動或配合地方的名產宣傳，例如，與東森合作珍愛關懷之旅——小小畢卡索”寫生比賽，清寒子弟免費入園；而一般社會團體有提出的話，亦都會給予協助。另外，小人國主題樂園應桃園縣政府之邀於 93 年 4 月 2 號協辦「第一屆石門活魚觀光節」，凡持桃園縣政府活魚節手冊或折頁即可享入園票 420 元之特別優惠。

●個案五 九族文化村

一、公司簡介（摘錄自九族文化村網站）

民國 75 年開幕的九族文化村，位於南投縣魚池鄉，是創辦人為保存台灣山地原住民文化，發展觀光事業，並以紀念其先祖達京公綏撫山胞，開發豐原之事功而興建。民國七十一年由谷關龍谷育樂事業股份有限公司張董事長著手策劃，尋得現今地形、氣候皆適宜之福地，排除萬難，歷經四年時間創建了這座以台灣原住民為主要題材、以各項遊樂設施為輔的九族文化村。而九族發展至今已 18 年，主要以文化、景觀、表演、遊樂設施為主，九族隨著旅遊型態的改變，不斷的調整內容，但九族文化村業不盲從於陷入遊樂設施的競爭迷思，相反的，九族從自己的獨特與優勢中，因應國人對生態、文化旅遊的需求，增加村內的人文藝術內容，以突顯其文化特色與景觀優勢。

二、個案訪談分析

以下內容為根據「九族文化村」-總務部張經理以 Mail 回覆之訪談內容及其所提供之資料，針對九族文化村在園區內實施環境管理作法狀況，加以彙總整理：

（一）經營理念

九族文化村的環保理念是，灌輸全體員工即是清潔人員之觀念，養成你丟我撿之習慣；實施資源回收分類，減少垃圾量。

（二）環境保護作法

1. 廢棄物回收

九族文化村的廢棄物回收是依照環保署訂頒資源回收分類標準，要求各定點落實回收分類工作，減少垃圾量，以延長衛生掩埋場使用壽命，而各單位資源回收收入，不需繳交公司，完全由各單位自存，自由使用。

2. 汙水處理

九族文化村的汙水採生物處理法，目前以地面水體排放方式，但已有規劃設計回收利用，以減少水資源浪費

3. 廚餘處理

九族文化村將廚餘回收來提供養豬戶餵食，以減少環境污染，且吃有機肉品對人體較有益。

4. 其他

- (1) 九族文化村園區內修剪後之樹枝經攪碎機攪碎後，當堆肥於園區植栽再使用，可保護生態環境，減少污染源；並於植栽時採用環保有機肥料，減少環境污染。
- (2) 新建廁所均採用感應式沖水設施，可減少水資源浪費。
- (3) 電力設施裝設省電設備，以提高功率因數，減少電力浪費。

(4) 大水池採購過濾機設備淨化水質，以減少水資源浪費。

(三) 社區關心

位於南投縣魚池鄉的九族文化村對原住民文化的呈現、增加原住民的就業機會之種種助益，提供了相當大的經濟效益，在南投縣的觀光產業發展佔了舉足輕重的地位：

1. 九族文化村成立之後，增加了本地就業人口；促進相關產業的發展，如餐飲業、飯店業、民宿業等餐飲收入增加；帶動本地區休閒產業之投資發展。
2. 九族文化村亦認養聯外道路每週清潔維護，並要求各單位落實資源回收工作，減少垃圾量，延長衛生掩埋場使用壽命。
3. 每年訂 7 月 27 日為原住民日，免費招待原住民同胞入園參觀。
4. 九族文化村對鄰近社區所做的相關回饋動作有：
 - (1) 各村活動補助（運動會、老人自強活動、村鄰長自強活動）。
 - (2) 學校活動贊助（運動會、畢業會紀念品）。
 - (3) 每年發放招待券予設籍本鄉鄉民入園參觀。

第二節 個案彙整分析

本研究在與 5 家主題樂園的環保相關主管訪談中的結果發現，其實經營者對近幾 10 年興起的「環境管理」這個名詞並不陌生，而從各家主題樂園的作法，可以看到的是，多著重於節能、省水及廢棄物回收方面，另也能積極投入物資金錢與社區建立友好關係。本研究將從永續旅遊的三個面向－環境、經濟、社會面，來對受訪的 5 家主題樂園做彙整分析，表 4-2 則列出國外的迪士尼世界與國內主題樂園在推行環境管理相關事務所做的努力。

一、環境面

(一) 能源及水的使用

Tribe 等人(2000)認為減少能源和水的消耗量是一項重要的環境目標。減少能源消耗將可以節省電力和燃料的費用，且這樣做還可以對減少化石燃料的燃燒及負面的環境衝擊有所貢獻。而從訪談中，5 家主題樂園都設有汗水處理設備，並將回收的水再利用於園區之噴灌或廁所沖水，尤其節水措施更是西湖最引以為傲的；在節能方面亦有成效，畢竟，從企業以獲利為本的角度來看，節約能源與省水這方面的效益是比較能馬上被看得見的。

(二) 廢棄物的回收

旅遊業及休閒產業所產生的廢棄物大多為遊客及營運所帶來的垃圾。Tribe 等人(2000)就提到，經營者要成功地管理其所產生的廢棄物，首先要先定義所產生的類型及決定合適的處置方法：第一步就是要使廢棄物的量減少，其二則是所產生的廢棄物應該要儘可能地再回收使用(re-used)，再來則是廢棄物應該再循環利用(recycled)，而像塑膠這類的包裝也是廢棄物產生的一個重大來源。所以，當要拿或賣產品給遊客時，經營者就應該要試著避免使用袋子；但是如果一定要使用袋子，就應該要是生物所能分解的紙所做的且能夠有效的回收(Tribe et al.,2000)，受訪的主題樂園中，除了六福村主題樂園自設有一座焚化爐來燒燒園區的垃圾外，其他 4 家皆將垃圾交由地方環保單位處理，而這 5 家主題樂園亦會將園區內產生的廢棄物作分類回收，再交由專業回收商變賣，所得之金額多做為員工的公積金。

(三) ISO 14000 國際環境管理系統

ISO 14000 國際標準是近 20 年來，環境保護思想、環境管理手段不斷發展、推陳出新下的結晶，體現了環保領域的最新發展，符合國際環境保護的永續發展策略。在 20 世

紀的最後這十年間，採用 ISO 14000 環境管理系統標準系列的公司已有很明顯地成長，像是在 2002 年，全球 110 個國家裡，大約有 50,000 家企業採用了 ISO 14001 (Moutchnik, 2003)，在本研究的訪談個案中，劍湖山世界和九族文化村各於民國 88 年、87 年通過 ISO 9002 國際品質認證；西湖渡假村、小人國則正在取得 ISO 9000 國際品質認證中；六福村主題樂園則是建立自己的 SOP (標準作業程式)，不考慮 ISO。品質管理已是目前各大產業必經之路，而各家主題樂園都尚未進行 ISO14000 環境管理系統的認證作業，為了因應國際環保新潮流，使其企業永續經營，邁入永續旅遊，ISO14000 的實施是刻不容緩的。

(四) 環保專責單位

不管是公司或工廠的一個組織，在其環境管理結構內，負責處理環境問題的，通常是資深的、有經驗的環境專家及他們的專業助理 (support services staff) 的權限。有些組織，環境管理責任直接由公司環境、健康與安全 (EH&S) 管理者控制；然而在其它組織，卻是獨立於其公司的 EH&S 部門而由一個獨立存在的環境管理者所控制，另外，部分組織，已經開始把這工作的某部份外包給第三方 (Crognale, 1999)，如劍湖山的管理組織架構中，便將環保事務劃分在景觀營建部，由該部門進行規劃，水的處理及電的保養則歸屬在機電技術部，但是嚴格的來說，目前並無一個專屬的環境規劃部門，這可能是為了節省人力開支及簡化組織。西湖渡假村在園區的環境保護事務並無專責負責單位，實際負責單位是由陳英仁經理領導的工務部，此部門再分幾個小組，分別負責水、電、廢棄物、清潔…等工作。在人力、物力考量下，或許西湖渡假村可以嘗試規劃出一個環境管理專責部門，以協助西湖渡假村更有效率地處理環境事務。小人國負責環保相關事務的是環保股；九族文化村則由總務部來負責，其下編製有清潔組及負責汙水處理之人員。六福村則由環境維護部負責環保相關工作，同時其下設有環工課來負責焚化爐、汙水處理、資源回收等；另公司所有有關綠色採購、環保策略亦由吳令辰經理所領導的環境維護部來負責，整體來

說，環保專責單位在六福村已可看到其雛形。

（五）廚餘回收

廚餘回收再利用主要分為，餵養豬隻及製成堆肥兩大類（郭哲佑、胡憲倫，2003），堆肥可以提供一個免費、有效的花園肥料，也可以減少廢棄物的數量，以劍湖山而言，其廚餘回收主要是交由古坑鄉公所做處理，這對種植有 57,435 株草花植物（劍湖山，2003a）的劍湖山來說，可說是一種浪費；其他 4 家主題樂園目前則都交由鄰近的養豬場回收。如果可以将廚餘回收做成堆肥，不但可節省購買肥料的費用，亦可減少化學肥料對環境產生衝擊，而劍湖山的規劃是將廚餘交由台塑麥寮六輕的廚餘回收機制回收，西湖渡假村及小人國則考慮購買堆肥製造機自行製造堆肥以用於園區。

（六）交通

Tribe (2000)認為，私人汽車是造成環境汙染的一個主要促成因素，因此要減少由遊客引起的環境衝擊，有效的交通運輸工具管理是必要的，畢竟私人汽車通常是遊客到達旅遊景點最方便的一種方法，但它卻也是一個最明顯的負面環境衝擊，同時像是交通擁塞就是一種視覺上的汙染，或者會對美麗的風景產生衝擊，並產生令人無法容忍的噪音、空氣汙染、使當地社區每日的生活混亂，但交通流量的增加，同時也會帶來一些副產品，例如：停車場、路標和汽車修理廠，並為地方帶來利益。根據觀光局全球資訊網之資料可知，歷年來，劍湖山的遊客人數皆為全台主題樂園之冠，而訪談過程中，游副董表示：「…劍湖山平均一天就有 300 多部遊覽車……」，而本研究所訪談的其他家主題樂園其集客力亦不容小覷，像六福村的遊客人數每年亦多達 1~2 百萬人次，遊客人數一多，在現今，私人汽車普及的年代，園區就需更多的停車位來容納這些車子，而且過多的車子所帶來的交通壅塞、排放廢氣問題是有待深思的。所以各家主題樂園可以鼓勵遊客多加利用大眾交通工具，並大力宣導及增加公車來回火車站與園區的時刻表。

二、經濟面

楊明賢（2002）就認為旅遊業會對經濟產生正面及負面影響，正面的影響包括了提供就業機會、提高國民所得、平衡國際收入、影響政府收支、促進其他產業發展等；而負面的影響則可能有外部成本的產生、容易受淡旺季的影響及可能因過份依賴觀光事業而影響到國民經濟的穩定，故旅遊業不但可帶動周遭產業的發展，同時可以促進當地就業，防止青年人口外流，然而，在開發更多的活動及商店以吸引群眾的同時，卻無法確定這些衍生的經濟發展是否會對環境產生負面的衝擊，但事實上，就本研究所訪談的 5 座主題樂園而言，相關的發展對當地經濟的幫助是有目共睹的，尤其是增加地方稅收、提高就業…等，因此，就居民而言，在利益優先的前提下，環境的重要性是被忽略的一環。

三、社會面

（一）環境報告書

自願性的環境報告書已經愈來愈多了，自 1989 年起，全球企業環境報告書如雨後春筍般的增加，據保守估計，目前全球至少出版超過三千份各類型式之環境報告書（胡憲倫、劉文翔，2001），然而，僅提供環境方面的資訊已經無法滿足各利害相關人(stakeholders)，必須可以製作出足以代表企業整體績效的環境報告書，才是未來企業永續經營的新趨勢，其範圍主要包含了經濟、環境與社會三方面的架構，一般說來，公司的環境報告書提供描述公司內部活動的一個充分、深入之資訊，且這個報告書通常能提供員工健康及活力化（empowerment）（Crognale,1999），因此，環境報告書可以被視為是一個溝通的途徑，其可以在企業和利害關係人間建立對話的管道，包括目標、內容、形式及領域(Schaltegger, et al., 2003)，目前本研究所訪談的主題樂園皆尚未做環境報告書，但在訪談過程中，各經營者皆表示，環境管理議題亦是其經營理念的一部份，未來一定會投入更多心力於此。

(二) 社區

就部分旅遊景點所在社區而言，其有可能對部分旅遊業很滿意，但這些事實卻無法說明，旅遊業對任何一個社區或者社區內的特定團體是件好事(Kayter, 1994)，因此，這就有賴於時間和資源的妥善應用，來與社區建立良好的關係，Lemon(1997)等人就提及，如果疏忽到與社區的任何一種關係，可能至少就得靠「行賄(a sop)」了，尤其是營運過程或欲實施新建計劃時，而其中最壞的情形便是會有相當大的不信任感及衝突，一座遊樂園的設立，雖然不會像興建焚化爐容易引起居民的抗爭，但在營運過程中，敦親睦鄰亦是相當重要的，各主題樂園的經營者也體會到這一點，所以其與社區之關係皆非常良好，亦投注相當多的心力來建立關係。

表 4-2 國內外主題樂園環境管理作法

項目公司	經營理念	專責環保部門	環保負責部門	廢棄物回收	省電節能裝置	汙水回收	廚餘回收	綠色採購	ISO 9000	ISO 14000	社區關懷	環境報告書
迪士尼世界	環保超越口號	有專責環保單位	環境創新	回收比率約 56%	有	灌溉、回收再利用	堆肥	由採購部門負責綠色採購	有	ISO 14001	有	環境年報
劍湖山世界	健康、環保、寓教於樂	無確切的負責部門	景觀營建部	回收比率約 40%	有	灌溉、回收再利用	由古坑鄉公所回收	採購部門	ISO 9002	無	有	無發行相關環境刊物
西湖渡假村	健康及環保	無確切的負責部門	工務部	回收變賣，所得為員工之公積金	有	灌溉、回收再利用	現交由養豬戶回收	採購部門	進行中	無	有	無發行相關環境刊物
六福村主題樂園	堅持主題	有專責環保單位	環境維護部	回收變賣所得，為員工之公積金	規劃風力發電	灌溉、回收再利用	現交由養豬戶回收	環境維護部	無	無	有	無發行相關環境刊物
小人國主題樂園	無汙染環境	無確切的負責部門	環保股	回收變賣所得，為員工之公積金	員工隨手關電燈	規劃回收再利用	現交由養豬戶回收	採購部門	進行中	無	有	無發行相關環境刊物
九族文化村	你丟我撿	無確切的負責部門	總務部	回收變賣所得各單位自由運用	省電設備	規劃回收再利用	現交由養豬戶回收	採購部門	ISO 9002	無	有	無發行相關環境刊物

資料來源：本研究整理

第三節 結果與結論

旅遊業者實施環境管理的動力主要還是為了其本身的利益，直接的好處像是提高競爭力、獲利、改善管理程序、創造新產品和市場或者是增加市場佔有率及減少成本；而間接的好處有，提高形象、贏得好的聲譽像是一個有道德的公司、符合遊客需求、遵守任一條預期可能會有的法規、創造一個更令人贊同的態度。個人和公司的責任，強調的是自我規範，因此，主要的環境行動是以公司可以在一個相對短地收益期內產生利益為目標或受法規規範、或著重在具有潛在性環保意識的遊客。然而這樣的結果是，大多只注意到減少消耗品及能源（熱能和照明）的使用，還有些相關的可能是水的保護、利用回收來減少廢棄物的產生，同時這些作法是不管公司的規模大小都是可行的，有學者的研究顯示(Stabler and Goodall, 1997)，促進好的環境作法的一個刺激角色是認可企業的措施。

而一家公司若想要開張營業，但卻極度缺乏環保責任，同時也不願意遵守法令，此時，業者便有可能受到來自政府單位、環保單位、消費者的批評及遭受同業間敵視的對待，因此，企業要想生存，就必須與利害相關者保持良好的關係，圖 4-1 列出了旅遊計劃者的各個利害關係人。

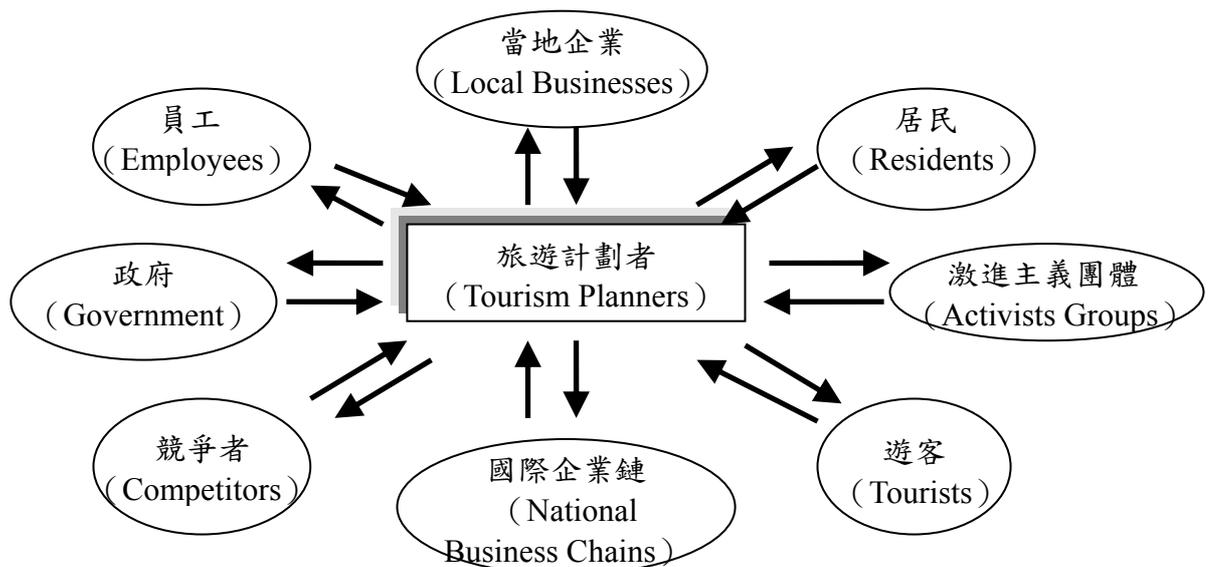


圖 4-1 旅遊業利害關係人

資料來源：Sautter, Leisen, 1999 引自 Freeman, 1984:55

而為了要與利害關係人建立良好之關係，Freeman (1984) 認為，第一步就是要求旅遊計劃者必需對在旅遊服務的計劃、過程、遞送及結果中擁有利益的所有人或團體做一個全面評估，通常業者若低估了這個步驟，就無法做出一份有關利害關係人、主要遊客、企業經營者及政府單位的簡略評估報告，因此，現今的組織必須更小心的細細推敲各種受旅遊服務影響或影響它的個人/團體，因為最好的環境管理作法除了須依賴產業領導者的支持外，還重要的還是要有整體的配合。然而，我們應該關心的是潛在地使用少的或沒有傷害的產品和作法，來作為當問題發生時的處理方式。例如，就其本身而言，減少原料和能源投入比鼓勵回收或尋求更加有效的廢棄物處理方式或設計汙染清理技術還要來得令人滿意，這也就是說，事先的主動積極應該會比被動的反應更有價值。而從前節表 4-2 我們可看出各家主題樂園在環境管理作法上，經營者還是侷限於符合現有法規的要求，而對於「環境管理」這個概念，亦多著重於汙染防治之工作。這可從以下幾點因素來探討：

一、公司規模

Swarbrooke(1999)曾針對旅遊業的規模大小做其優劣勢之比較，大型企業有較多的財務資源來主動地實施環境管理以達到永續旅遊，且還可以提供員工更高的薪水及工作環境；Stabler 和 Goodall(1997)也認為公司規模是在實施一個好的環境管理作法的一個重要因素。在一家大的公司會很清楚地制定和主張環境行動、要求一個正式的架構來設計政策和原則及執行持續的要求，包括投資和營運的財務面、監測績效和定期檢閱。而在一家小公司裡，並不關心是否一定要有這樣的結構，但是有一種可能的情況是他們沒有擁有財務資源，且事實上成本很有可能是他們在權衡利益下的一個抑制其行動的因素。

二、政府法規

Roodman(1996)發現，法律是沒有市場力量(market forces)的，它可以是保護瀕臨絕種的動植物、管理核廢料及取締汙染，然而，法規並不全然是完整的，而公司在面臨一些問

題時，首先關心的只是有沒有符合任何的已存在的法律要求，在本研究的訪談過中，可以發現到的是，這些主題樂園並未完全達到「自發性環保行為」—即企業自行要求自己在環境方面符合法規要求外，更超越法規並達成企業自行規劃之環保階段（賴兩苗、胡憲倫，2002）。

三、成本考量

Tibbs (1993)說，公司寧可將花費時間和金錢來設法減少民眾對其短視行為（short termism）的負面影響之敏感性而不改變他們本身的行為和看法以符合一個更長遠的觀點。但是，這個情況並不是出於對環境和社會有敵視而是有一個十足的經濟理由的，企業會因為一個行動方針是更便宜或更加有利的，才會決定要去採用，因而如果濫用環境的罰款比支付採取汙染控制政策便宜，環境就會很容易被濫用。Forsyth (1995) 的研究認為，在節省成本和需要保護公司長期投資的考量下，是應該充分地刺激企業來採取一個更加負責任的旅遊業原則了。

四、道德責任

道德規範是起因於擁有者或管理者個人的責任感，更深入來說，道德責任是消費者期望公司所能夠具有的功能(Miller, 2001)，同時這份道德責任也是消費者所關心的，消費者必須有公司的績效的訊息，尤其就旅遊業而言，消費者如果缺乏關於樂園經營的大部分行為資訊，可能就會對公司的政策保持沈默。

五、小結

在本研究訪談過程中發現，服從既定或日新月異的法規及成本的考量是業者在推動環境管理時，最主要的考量因素；當然規模大小亦決定了其推動的深入程度，本研究所訪談的個案規模已經是台灣地區數一數二的主題樂園，而其投入的程度亦有深淺之不同；而

在道德責任方面，經營者往往對於遊客會因公司自動採取環保行為而購票入園的動機，感到懷疑，但這個情形在綠色意識高漲的今天，卻是有可能隨著時間經過而改變的(Miller, 2001)。

第五章 結論與建議

第一節 結論

近年來，逐漸高漲的國際環保意識聲浪，使得國人在所得提高的同時，對於所處環境的生活品質要求也相對的提昇（李澤民，1999；蔡勳雄，2000），De Steiguer(1995)便認為，科技的發展雖然可以為人類帶來進步與繁榮，但相對之下，這些便利性卻也是犧牲生活環境的結果，因此企業的環保意識以及具體行動，將會影響其企業營收，面對這波來勢洶洶的綠色浪潮，企業應更著重其本身的環境管理。旅遊業者現階段通常只考慮到他們的營運問題，尤其是行銷部分；而消費者可能願意對環保的、較少傷害的產品支付較高的價格，如果這樣會導致企業成本的提高，為了要吸引消費者這也是情有可原的。所以，這意味著企業的道德問題是必須被考量的。企業對於環境目標，必須表現出其對環保承諾意識的主動性，已不能再只是光說不練而已了。

本研究的目的主要在探討國內主題樂園實施環境管理作法與成效及其推動環境管理時，所遇到的阻礙或促成其成功之因素。本研究根據與國內 5 座主題樂園環保相關單位主管的訪談結果，分為以下幾點做說明：

一、國內主題樂園的環境管理作法與成效

本研究發現，受訪的 5 家主題樂園皆以污水處理、廢棄物回收、節能省電及社會公益為其主要之環保作法。探究其緣由，其主因為，這些作法較易推行且所需花費的成本較低，所得之效益，短期即可呈現。而像污水處理、廢棄物回收…等污染防治面，則是因法律強制規定，使得企業不得不投入資金來符合法規；另一方面，為了提升企業形象，各家主題樂園亦體會到與利害關係人之關係必須有良好的溝通管道，所以，經常配合舉辦相關

社會公益活動、與地方產業結合、配合社區需求…等，提供人力、物力、金錢來與地方共同合作促進地方發展。

二、推動環境管理時，所遇到的阻礙或促成其成功之因素

在本研究的訪談過程中，受訪者皆表示，除了需要政府建立完善的法規及獎勵制度外，最重要的還是其公司高層主管的決策；而現在決策者的決策方針是，只要是需符合法規或是對企業本身有益的，皆非常樂意來支持環境管理相關活動，所以，像劍湖山游副董就直言不諱地說，雖然目前劍湖山最著重的還是行銷部份，畢竟一家主題樂園還是得靠集客力來生存，因此，尚無投注全力來做更深入的環境管理，但為了永續之目標，劍湖山一定朝環境管理目標前進；六福村主題樂園的總裁就相當尊重各相關主管對公司所提之專業建議，認為「只要是對公司好的，那就去做」；而小人國則認為需要政府相關單位提供健全之法規或獎勵來鼓勵、刺激。

三、國內外主題樂園之環境管理作法之比較

根據迪士尼在環境管理作法之成效，可看出這個娛樂產業的大老，不僅是休閒遊憩界的佼佼者，其並靠著有效的 EMS，從簡單的能源成本節約及節水技術…等，有決心並持續地推動環境保護與永續發展的精神，並以環境保護上之績效來促進行銷。

在本研究的訪談過程中，各家主題樂園針對環保這方面的議題，則多隻著重於廢水回收、廢棄物處理…等。本研究所訪談的主題樂園平均每天有上千位遊客湧進（觀光局，2003），若能在環境管理上有更優越的表現，不但可做為其他主題樂園的表率，還可為環境保護盡一分心力。畢竟，傳統企業產品包裝的主題樂園已經無法滿足現代潮流的律動，而且消費者的視野也逐漸開拓，他們在追求感官刺激的同時，也會注意到企業體本身的社會責任。所以，如何滿足遊客的需求並使資源的利用最適化，已是現今娛樂產業的一重要

課題。

第二節 建議

管理者應該以更直接、較不明顯的利益及長期的財務效果來考量公司的營運方針，例如，公司的形象可能可以被提高、或者是增加遊客人數來提高收入再或者也許可以收取較高的費用，甚至也應該將非財務的利益及成本加進來考慮，像更高的員工道德或改善健康及安全。下面就提出幾點建議以提供企業體及政府單位來做為因應環保新趨勢，邁向永續旅遊做參考：

一、企業

- (一) 提升企業內部各部門人員，由上到下對旅遊與環境間相互影響之知覺。
- (二) 為各部門規劃有關環境衝擊責任的管理規範。
- (三) 將好的環境作法之資訊傳播出去，這不只包括技術的產品和程序的創新也包括企業內部改善環境績效管理的作法。
- (四) 鼓勵定期的監測並公開企業的環境績效報告給大眾知道。
- (五) 向社會大眾介紹其環保獎勵方案，表揚創新的環境行動或企業在過去幾年在環境績效上所做的最突出的改善。

二、政府單位

- (一) 中央和地方政府必須給企業一個明確的指標並表現欲達到永續性之承諾（像制定環保相關法規、嚴格要求環境影響評估）。
- (二) 有關環境保護的教育和資訊必須由政府部門和企業間協力合作，並介紹訓練課程給管理階層及員工。

(三) 立即的環保行動可以依 2 種標準來執行：

1. 善用能源和原物料以對全球的永續性有所貢獻
2. 改善和提高當地的環境，尤其是關心交通和土壤、及容易腐敗的、有毒的廢棄物。

(四) 這些環保行動可能可以以一個總體到細節、由下到上(top-down-bottom-up)2 個行動方式來進行，而這可能意味著需要設定適當的報告和管理結構以保證環境的責任。

(五) Stabler 和 Goodall(1997)認為，政府也許可以考慮實施環保行動借貸方案，如果企業的作法對達到永續旅遊有一個明顯的影響力的話，可能可以給予大量的資本投資。
另一個方法是，依照企業對環境的實質或創新的貢獻給予獎金鼓勵。

參考文獻

英文部分

1. Bramwell, B., Henry, I., Jackson, G., Prat, A.G., Richards, G. & van der Straaten, J. (1996), *Sustainable Tourism Management: Principles and Practice*. Tilburg University Press, Tilburg, Netherlands.
2. Braun, B.M. & Soskin, M.D. (1998), “Theme Park Competitive Strategies”. *Research Notes and Reports*, 26: 438-442.
3. Briassoulis, H. (2002), “Sustainable Tourism and the Question of the Commons”. *Annals of Tourism Research*, 29(4): 1065–1085.
4. Broadhurst, R. (2001), *Managing Environments for Leisure and Recreation*. London: Routledge.
5. Buchholz, R.A. (1998), *Principles of Environmental Management : the Greening of Business*. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall:11.
6. Buckley, R.C. & Araujo, G.F. (1997), “Environmental Management Performance in Tourism Accommodation”. *Annals of Tourism Research*, 24(2): 465-469.
7. Cater, E. & Lowman, G. (1994), *Ecotourism: A sustainable Option?* John Wiley & Sons, Inc.
8. Carey, S., Gountas, Y. & Gilbert, D. (1997), “Tour Operators and Destination Sustainability”. *Tourism Management*, 18(7): 425-431.
9. Chan, A.C., Hock, K.C., Khoun, L.H. & Chin, Y.S. (2002), “Investment Opportunities Arising from the Hong Kong Disneyland Project”. Nanyang Business School, Nanyang Technological University.
10. Collins, A. (2001), “Thinking Economically about Sustainable Tourism”. *Annals of Tourism Research*, 28(3): 809-811.

11. Crognale G. (1999), *Environmental Management Strategies: the 21st Century Perspective*. Upper Saddle River, N. J.: Prentice Hall PTR.
12. Curtin, S., & Busby, G. (1999), "Sustainable Destination Development: the Tour Operator Perspective". *International Journal of Tourism Research*, 1: 135–147.
13. De Steiguer, J. E. (1995), "Three Theories from Economics about the Environment". *Bioscience*, 45(8): 552-556.
14. Firth, T. & Hing, N. (1999), "Backpacker Hostels and Their Quests: Attitudes and Behaviours Relating to Sustainable Tourism". *Tourism Management* 20: 251–254.
15. Forsyth, T. (1995), "Business Attitudes to Sustainable Tourism". *Journal of Sustainable Tourism*, 3(4): 210–231.
16. Frankfort-Nachmias, C., & Nachmias, D. (1996), *Research Methods in the Social Sciences*. London: Arnold.
17. Freeman, R. E. (1984), *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman.
18. Getzner, M. (2002), "Investigating Public Decisions about Protecting Wetlands". *Journal of Environmental Management*, 64(3): 237-246.
19. Godfrey, K.B. (1998), "Attitudes Towards 'Sustainable Tourism' in the UK: A View from Local Government". *Tourism Management*, 19(3): 213-224.
20. Gössling, S. (2002), "Global Environmental Consequences of Tourism". *Global Environmental Change*, 12: 283–302.
21. Henry, J., (2003), "2004 Outlook for the Attractions Industry: An Overview". Corporate Director of Research Herschend Family Entertainment.
<http://www.visitquadcities.com/pdfs/AttractionIndustry.pdf>.
22. Hin, D. H. K., Chong, R. T. Y., Wai, T. K.; Briffett, C. (1997), "The Greening of Singapore's

- National Estate”. *Habitat International*, 21(1):107-121.
23. Hjalage, A.-M. (1997), “Innovation Patterns in Sustainable Tourism- An Analytical Typology”. *Tourism Management*, 18(1): 35-41.
 24. Hoffman, Andrew (1997), *From Heresy to Dogma: An Institutional History of Corporate Environmentalism*, San Francisco: The New Lexington Press.
 25. Hopfenbeck, W. (1993), *The Green Management Revolution: Lessons in Environmental Excellence*. New York: Prentice Hall.
 26. Hunter, C. (2002), “Sustainable Tourism and the Touristic Ecological Footprint”. *Environment, Development and Sustainability*, 4(1): 7-20.
 27. Huybers, T., Bennett, J. (2002), *Environmental Management and the Competitiveness of Nature-Based Tourism Destinations*. Northhampton, MA: Edward Elgar Pub., p.12.
 28. Lachman, B.E., Camm, F. & Resetar, S.A. (2001), Integrated Facility Environmental Management Approaches: Lessons from Industry for Department of Defense facilities. RAND, p. 223-278. <http://www.rand.org/publications/MR/MR1343/MR1343.appb.pdf>,
 29. Lee, K.F. (2001), “Sustainable Tourism Destinations: The Importance of Cleaner Production”. *Journal of Cleaner Production*, 9: 313–323.
 30. Lemon, M., Longhurst, P. & Jeffrey, P. (1997), “New Competencies for Sustainable Tourism in Natural Protected Areas: A Case Study of the Peak Park in the UK”. UK: International Ecotechnology Research Centre (I.E.R.C) Cranfield University.
 31. Leonard-Barton, D., (1990), Implementing Structured Software Methodologies: A Case of Innovation in Process Technology Interfaces. 17: 6-17.
 32. Marshall, C., & Rossman, G. B. (1995), *Designing Qualitative Research*. Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications.

33. McKercher, B. (1993), "Some Fundamental Truths about Tourism: Understanding Tourism's Social and Environmental Impacts". *Journal of Sustainable Tourism*, 1(1): 6-16.
34. Middleton, T.C., Hawkins, R.(1998), *Sustainable Tourism: A Marketing Perspective*, Oxford ;Butterworth-Heinemann.
35. Mihalič, T. (2000), "Environmental Management of a Tourist Destination-A Factor of Tourism Competitiveness". *Tourism Management*, 21(1): 65-78.
36. Miller, G. (2001), "Corporate Responsibility in the UK Tourism Industry". *Tourism Management*, 22:589-598.
37. Moutchnik, A. (2003), "Diffusion Channels of Environmental Management Standards". *International Summer Academy on Technology Studies-Corporate Sustainability*. Austria
38. Murphy, W. K. (2003), "Disney's Enviroport 2003".
http://disney.go.com/disneyhand/environmentality/environment/enviroport_2003_web.pdf.
39. Palmer, T., Riera, A. (2003), "Tourism and Environmental Taxes. With Special Reference to the "Balearic Ecotax." *Tourism Management*, 24: 665-674.
40. Roodman, D. M. (1996), *Harnessing the Market for the Environment*. In: L. Brown (Ed.), *State of the World*. London: Routledge.
41. Roome, Nigel (1998), *Sustainability Strategies for Industry: The Future of Corporate Practice*, Washington: Island Press.
42. Sautter, E. T. & Leisen, B. (1999), "Managing Stakeholders-A Tourism Planning Model". *Annals of Tourism Research*, 25(2): 312-318.
43. Schaltegger, S., Burritt, R. & Petersen, H. (2003), *An Introduction to Corporate Environmental Management*. UK: Greenleaf Publishing Limited.

44. Schoenberger, E. (1991), "The Corporate Interview as a Research Method in Economic Geography". *Professional Geographer*, 43(2): 180–189.
45. Senes, G., & Toccolini, A. (1998), "Sustainable Land Use Planning in Protected Rural Areas in Italy". *Landscape and Urban Planning*, 41:107-117.
46. Sharpley, R. (1996), *Tourism and Leisure in the Countryside* (2nd edition). Huntingdon: ELM.
47. Stabler, J., & Goodal, B. (1997), "Environmental Awareness, Action and Performance in the Guernsey hospitality sector". *Tourism Management*, 18(1): 19-33.
48. Sun, D. & Walsh, D. (1998), "Review of Studies on Environmental Impacts of Recreation and Tourism in Australia". *Journal of Environmental Management*, 53: 323–338.
49. Swarbrooke, J. (1999), *Sustainable Tourism Management*. New York: CABI Pub.
50. The International Ecotourism Society and International Union for the Conservation and Nature (2001), "Ecotourism: Facts and Figures". *UNEP Industry and Environment*, 24(3-4): 5-9.
51. Tilt, C. A. (1998), "The Content and Disclosure of Corporate Environmental Policies: An Australian Study". Paper prepared for the Asia Pacific Interdisciplinary Research in Accounting Conference, Osaka City University, August 4-6, 1998.
52. Tibbs, H. (1993). *Industrial Ecology: an Environmental Agenda for Industry*. Emeryville, CA: Global Business Network.
53. Tribe, J. & Font, X. & Griffiths, N. & Vickery, R. & Yale, K. (2000), *Environmental Management for Rural Tourism and Recreation*. New York: Cassell.
54. Twynam, G. D. & Johnston, M.E. (2002), "The Use of Sustainable Tourism Practices". *Annals of Tourism Research*, 29(4): 1165–1168.
55. UNEP (2000), "Report of the Fifth Meeting of the Conference of the Parties to the Convention

- on Biological Diversity.” Nairobi, 15-26 May 2000. UNEP/CBD/COP/5/23/185-195. Paris: UNEP.
56. Urry, J. (1992), “The “Tourism Gaze” and the Environment. Theory, Culture and Society”. 9:1-26.
57. Van der Duim, R., & Caalders, J. (2002), “Biodiversity and Tourism: Impacts and Interventions”, *Annals of Tourism Research*. 29(3): 743-761.
58. Velikova, M. P., (2001), “How Sustainable is Sustainable Tourism?”, *Annals of Tourism Research* .28(2): 496-499.
59. White, P. C. L.; Lovett, J. C. (1999),” Public Preferences and Willingness-to-pay for Nature Conservation in the North York Moors National Park, UK”. *Journal of Environmental Management*, 55(1): 1-13.
60. Wijen, F. (2002), Stakeholder Influence and Organizational Learning in Environmental Management. <http://arno.uvt.nl/show.cgi?fid=421>.
61. Wylson, A. & Wylson, P. (1994), Theme Parks, Leisure Centers, Zoo and Aquaria. New York: John Willey & Sons Inc.
62. Yin, R. K. (2003), *Case Study Research Design and Methods* (3rd ed.). Thousand Oaks: Sage.

中文部分

1. 三菱總合研究所，2002，*環境管理&環保商機全預測*，嘉義：昇慧文化事業有限公司。
2. 王惠芬，2001，「主題樂園遊客行為之研究—以劍湖山世界、六福村及九村文化村為例」，朝陽科技大學企業管理學系碩士論文。
3. 石崎肇石著，郭生發譯，1999，「主題在日本—日本主題園之現況與趨勢」，造園季刊，7：40-46。

4. 林說俐譯，Michael Eisner 著，2001，*高感性事業*，臺北：大塊文化。
5. 李明宗，1988，「從狄斯耐樂園中的主題園談起」，*造園季刊*，3：15-22。
6. 李澤民，1999，「環境保護與立法」，*環境工程會刊*，10(1)：7。
7. 尚榮安譯，Yin, R.K. 著，2001，*個案研究*，台北：弘智文化。
8. 胡憲倫，1999，「旅遊觀光業的永續發展—兼談旅館業的清潔生產」，*清潔生產資訊*，22：17-24。
9. 胡憲倫、劉文翔，2001，「台灣企業環境報告書之現況評析」，*工安環保報導*，4。
10. 栗志中，1999，「主題園遊客遊憩行為與意象關聯之研究」，朝陽科技大學企業管理學系碩士論文。
11. 袁方、林萬億，2002，*社會研究方法*，台北：五南。
12. 陳小娟、徐木蘭、劉仲矩，1997，「企業環境管理績效評量因素建立之探討」，*科技管理學刊*，2（1）：179-205。
13. 陳天來、陸諍嵐，2000，*飯店環境管理*，瀋陽：遼寧科學技術出版社。
14. 陳英仁，1999，「西湖渡假村資源管理與利用—企業節水GO GO GO」，*節約用水季刊*，14，http://wcis.erl.itri.org.tw/publish/waterpbrs/sen_pub/Volume14/ho-14.htm。
15. 郭哲佑，2003，「台灣廚餘回收再利用管理機制之探討研究—以台塑麥寮回收制度為例」，南華大學環境管理研究所碩士論文。
16. 黃孫權，1991，「主題園在台灣」，*造園季刊*，7：11-23。
17. 普泰投顧，1998，「六福劍湖山較被看好 觀光業類股投資分析」，*投資中國月刊*，54，<http://www.chinabiz.org.tw/maz/InvCina/199808-054/199808-095.htm>。

18. 楊明賢，2002，*觀光學概論*，二版，台北：揚智文化。
19. 劉連茂，2000，*21 世紀主題樂園的夢與實現*，臺北：詹氏書局。
20. 賴雨苗，2002，「臺灣連鎖便利商店之環境管理現況研究」，南華大學環境管理研究所碩士論文。
21. 謝佳慧譯，Bill Capodagli & Lynn Jackson 著，2001，*願景管理－成功企業的梦想、信念、果敢、與實現*，臺北：美商麥格羅·希爾國際股份有限公司。
22. 謝其森，1995，*主題遊樂園*，臺北：詹氏書局。
23. 劉獻宗，1992，「主題園區 (Theme Park) 開發實務」，*建築師期刊*，18 (5)：45-61。
24. 蔡勳雄，2000，「環保政策與經濟發展」，*中國國民黨中央委員會政策委員會政策月刊*，44：21-23。
25. 劍湖山世界 a，2003，*交通部觀光局九十二年度觀光遊樂業－經營管理與安全維護督導考核簡報*，劍湖山世界股份有限公司。
26. 劍湖山世界 b，2003，「策略規劃系列」，收錄於劍湖山股份有限公司員工教育訓練委員會教材，劍湖山世界股份有限公司。
27. 劍湖山世界 c，2003，「劍湖山世界遊樂區擴大事業計劃書」，劍湖山世界股份有限公司。
28. 蕭伯勳，2003，「集客力-娛樂體驗的創造」，南華大學旅遊事業管理研究所民國 92 年 10 月 31 日上課記錄，。
29. 羅許絃，2003，「主題遊樂園業品牌權益衡量構面之研究」，南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文。

網站部分

1. 國際旅遊育樂協會 (IAAPA),
<http://www.iaapa.org/modules/MediaNews/index.cfm?fuseaction=Details&mtid=3&iid=1051>,
民國 92 年 5 月 24 日進入。
2. 尼泊爾 (nepal) 永續旅遊網 (STN),
<http://www.welcomenepal.com/stn/aboutus.asp>, 民國 93 年 5 月 8 日進入。
3. 永續旅遊組織 (WTO), http://www.world-tourism.org/frameset/frame_sustainable.html, 民國
92 年 12 月 1 日進入。
4. 世界旅遊觀光委員會 (WTTC), <http://www.wttc.org/promote/agenda21.htm>, 民
國 93 年 5 月 8 日進入。
5. UNEP, <http://www.uneptie.org/pc/tourism/sust-tourism/about.htm>, 民國 92 年 12 月 4 日進
入。
6. 曾國仁, 1999, 「三、六、九」稱霸全台灣—劍湖山勇奪主題樂園冠軍寶座,
今周刊, 114, http://www.winwin.com.tw/win114/win114_6.htm, 民國 92 年 12
月 4 日進入。
7. 交通部觀光局, 觀光政策白皮書, <http://202.39.225.136/auser/b/wpage/Index.htm>, 民國 92
年 12 月 4 日進入。
8. 交通部觀光局, <http://www.tbroc.gov.tw>。
9. <http://myhome.naver.com/phj1058/themee.htm>, 民國 92 年 12 月 4 日進入。
10. WALT DISNEY WORLD, <http://www.wdisneyw.co.uk/enviro.html>, 民國 92 年 12 月 4 日進
入。
11. DISNEY, <http://disney.go.com/corporate/environmentality/enviroport.html>, 民國 92 年 12 月 4
日進入。

12. 澎 湖 縣 綜 合 發 展 計 畫

<http://www.phhg.gov.tw/chinese/DEPART/scheme/develop/database/frame/n2.htm>, 民國 92

年 12 月 4 日 進 入 。

13. 香港迪士尼, <http://www.info.gov.hk/disneyland/chi.htm>, 民國 93 年 1 月 29 日 進 入 。

14. 劍湖山世界網站, <http://www.janfusun.com.tw/>。

15. 西湖渡假村網站, <http://www.westlake.com.tw/>。

16. 六福村主題遊樂園網站, <http://www.leofoo.com.tw/village/>。

17. 小人國網站, <http://www.woc.com.tw/home.htm>。

18. National Amusement Park Historical Association

(NAPHA), <http://mywebpages.comcast.net/napha/faq.html>, 民國 93 年 4 月 9 日。

19. 中國環保產業信息網, <http://china-envir.whlib.ac.cn/>, 民國 93 年 3 月 12 日。

20. Amusement Business, 12/22/2003, Vol. 115 Issue 51, p15, 1/8p, 1 chart.

Hospitality & Tourism Index (HTI) 試用資料庫,

<http://search.epnet.com/direct.asp?an=12350241&db=buh&lang=zh-tw>.

21. Amusement Business, 12/22/2003, Vol. 115 Issue 51, p13, 3/5p, 1 chart,

Hospitality & Tourism Index (HTI) 試用資料庫,

<http://search.epnet.com/direct.asp?an=12350237&db=buh&lang=zh-tw>.

附錄一

訪談問卷

DATE：

訪談對象：

記錄者：

題目：

主題樂園環境管理作法及其在臺灣實施之現況分析研究

目的：

1. 了解國內主題樂園的環境管理作法與成效
2. 了解國內主題樂園在推動環境管理時，有無阻礙或促成其成功的之因素
3. 藉由搜集 Disney 之環境管理作法，以讓國內主題樂園的經營者作為實施環境管理之參考

環境管理，簡單的說，即企業在營運活動中，直接或間接對自然生態、環境產生的衝擊，企業採取的處理態度、程序與行動。並將環保理念納入企業管理的目標、產品設計、製程開發、行銷財務等新觀念中。(陳小娟,1997)

環境面

- 1、 貴公司的環境理念、模式、作法？
- 2、 貴公司有無環保專責單位及人員？
- 3、 貴公司是否已取得 ISO-14000 環境管理系統認證？
- 4、 貴公司是有編列環境保護工作之預算？占多少比例？
- 5、 貴公司是否有教育及訓練人員相關的環保知識及技能？
- 6、 貴公司有無環保方面之成就？
- 7、 貴公司是以環保績效作為競爭訴求？
- 8、 貴公司是有實施辦公室環保活動？有何效益？
- 9、 貴公司是否有對於環保工作的研究發展及獎金措施？
- 10、 貴公司有否對消費者實施環保觀念之宣導？

- 11、 貴公司是否有針對具環保性商品進行綠色採購？有何效益？
- 12、 貴公司有否針對廢棄物做回收？回收的方式為何？有何效益？
- 13、 貴公司的汙水如何處置？有無回收再利用？有何效益？
- 14、 貴公司有無做節水措施？（例如，公共廁所及自動灌溉系統使用自動感應系統...等）？有何效益？
- 15、 貴公司有無節約能源方案？有何效益？
- 16、 貴公司有無針對入場卷或入園簡介做回收再利用或使用再生紙印製？有何效益？
- 17、 貴公司所販賣之飲品，有無考慮以紀念杯取代？（下次消費以紀念杯取代）
- 18、 貴公司的餐廳營運中所產生的廚餘有無回收做其他用途？（堆肥.....）
- 19、 貴公司認為 Disney 在環境管理上之作法（如附件），應用在 有無可行之道？是否有效益？
- 20、 貴公司是否有公開環境努力之成果？
- 21、 貴公司有無做環境報告書的計劃？

經濟面

- 22、 貴公司設立之後，對當地經濟有何助益？
- 23、 實施環保計劃所花費的成本，會不會反映在票價上？

社會企業責任

- 24、 貴公司是否有主動積極推動社會環保公益活動？
- 25、 貴公司是否有針對弱勢族群的協助與優待等做法？
- 26、 貴公司對鄰近社區有無做相關回饋之動作？

附錄二

劍湖山訪談問卷

DATE：2003/12/06 10：00AM

訪談對象：劍湖山世界游園謙副董

記錄者：南華大學 環管所研究生 黃展璋

題目：

主題樂園環境管理作法及其在臺灣實施之現況分析研究

目的：

1. 了解國內主題樂園的環境管理作法與成效
2. 了解國內主題樂園在推動環境管理時，有無阻礙或促成其成功的之因素
3. 藉由搜集 Disney 之環境管理作法，以讓國內主題樂園的經營者作為實施環境管理之參考

環境管理，簡單的說，即企業在營運活動中，直接或間接對自然生態、環境產生的衝擊，企業採取的處理態度、程序與行動。並將環保理念納入企業管理的目標、產品設計、製程開發、行銷財務等新觀念中。(陳小娟,1997)

環境面

1. 貴公司的環境理念、模式、作法？

我們的公司簡介有介紹，有三大經營理念：宏觀、進取、領先創新；健康、環保、寓教於樂；和愛、誠信、永續經營。

2. 貴公司有無環保專責單位及人員？

劍湖山有負責環保之人員，目前有景觀營建部，因為我們這部份外包，而我們自己有成立子公司—高野景觀股份有限公司，有 100 多位員工，負責劍湖山內部所有的清潔、美化、綠化、種植、環保等。成立這個子公司的目的為：因美化環境的部份需在開園前完成，所需的人力相當多；完成後，留下一些人，其餘人則另有安排（栽培蘭花...），晚上關園後，再回園區清潔環境。

劍湖山內有環保主管，歸在景觀營建部，其指揮高野景觀股份有限公司做環保清潔工作，高野實際來說屬於勞力公司。高野位於雲林，讓雲林地方年紀大、體力尚好的居民，有就業機會。高野的員工主要為雲林古坑地方的居民。

3. 貴公司是否已取得 ISO-14000 環境管理系統認證？

劍湖山已取得 ISO-9000，目前尚無取得 ISO-14000 環境管理系統認證，亦尚無計劃做。

4. 貴公司是有編列環境保護工作之預算？占多少比例？

當然有，佔的比例相當大，例如劍湖山剛開始的時候只有 3 棵樹，現在已有 10 幾萬棵樹，都在電腦存檔裡，花了許多錢來保護這塊地呢。劍湖山內部，水有管水的部門；電有管電的部門...每個部門有每個部門的主管來負責水、電、廢棄物的處理。

5. 貴公司是否有教育及訓練員工相關的環保知識及技能？

這在員工的教育訓練中都有。

6. 貴公司有無環保方面之成就？

這方面當然有，我們得了很多獎，像台灣省環保處指定劍湖山為「台灣省風景遊樂區廢棄物資源回收處理管制，實地宣導及觀摩活動之示範園區」...等。

7. 貴公司是以環保績效作為競爭訴求？

我們公司的環保工作做得很好，常常得很多獎。

8. 貴公司是有實施辦公室環保活動？有何效益？

一般的紙張回收啦...等等，我們都有做

9. 貴公司是否有對於環保工作的研究發展及獎金措施？

有

10. 貴公司有否對消費者實施環保觀念之宣導？

這部分是有的。

11. 貴公司是否有針對具環保性商品進行綠色採購？有何效益？

這是公司一直努力的方向。

12. 貴公司有否針對廢棄物做回收？回收的方式為何？有何效益？

這一部份在我們的督導考核競賽簡報中有提到：

依照園內各定點（賣店、餐廳等）所產生資源性廢棄物，做分類、有效率的回收。

最後回收利用一再創資源規劃：

依照各項分類之垃圾訂定所需之處理與過程，擬定制度製表追蹤管理，以及最終處理流

程之統一設計實行，同時與專業資源回收商配合，依公司所產生的廢棄物做全面性資源回收工作的整體規劃。

廢棄物垃圾處理委請古坑鄉公所代為處理，每月均依公所規定辦理繳款。

劍湖山世界推行資源回收已有 5 年，其回收比率約 40%，平均每月可減少 5 公噸的垃圾量。

13. 貴公司的汙水如何處置？有無回收再利用？有何效益？

汙水的處理比較專業，有專門部門來做，因雲林地方雨水不多，所以水一定需做回收處理。

14. 貴公司有無做節水措施？（例如，公共廁所及自動灌溉系統使用自動感應系統...等）？有何效益？

廁所、澆花草、洗地...等的水，這些都是雨水、汙水處理後回收來運用。廁所的水分為 2 段式省水裝置沖水。

15. 貴公司有無節約能源方案？有何效益？

劍湖山有做例如省電...等的節能方案。

16. 貴公司有無針對入場卷或入園簡介做回收再利用或使用再生紙印製？有何效益？

會做回收的動作。

17. 貴公司所販賣之飲品，有無考慮以紀念杯取代？（下次消費以紀念杯取代）

目前尚無此計劃。

18. 貴公司的餐廳營運中所產生的廚餘有無回收做其他用途？（堆肥.....）

目前交由雲林縣環保局，以後會交由台塑來做廚餘回收。

19. 貴公司認為 Disney 在環境管理上之作法（如問題 8~19 項之作法），應用在劍湖山有無可行之道？是否有效益？

基本上，這些動作我們都會儘可能達到，迪士尼一直也是我們所追求的目標。

20. 貴公司是否有公開環境努力之成果？

劍湖山得了許多獎，也有公開這些成果。

21. 貴公司有無做環境報告書的計劃？

劍湖山目前有整套的環境影響評估，但尚無做環境報告書的計劃。

經濟面

22. 貴公司設立之後，對當地經濟有何助益？

劍湖山會優先考量雲林當地的人民，因為我們有 800 多個員工，對這邊經濟有相當大的幫助。

社會企業責任

23. 貴公司是否有主動積極推動社會環保公益活動？

有

24. 貴公司是否有針對弱勢族群的協助與優待等做法？

我們的門票有規劃出敬老票，票價為 500 元（一般成人票為 799 元），這是優惠給 60 歲〈含〉以上老人及殘障人士。

25. 貴公司對鄰近社區有無做相關回饋之動作？

每年有特定一天的鄉親日，古坑鄉鄉民當日憑身份證即可入園；而每年會編列敦親睦鄰費用，從停車費中拿出一些比例來做回饋、辦活動。

西湖渡假村訪談問卷

DATE：2004/02/15 10：30AM

訪談對象：西湖渡假村 工務部陳英仁經理

記錄者：南華大學 環管所研究生黃展瑋

題目：

主題樂園環境管理作法及其在臺灣實施之現況分析研究

目的：

1. 了解國內主題樂園的環境管理作法與成效
2. 了解國內主題樂園在推動環境管理時，有無阻礙或促成其成功的之因素
3. 藉由搜集 Disney 之環境管理作法，以讓國內主題樂園的經營者作為實施環境管理之參考

環境管理，簡單的說，即企業在營運活動中，直接或間接對自然生態、環境產生的衝擊，企業採取的處理態度、程序與行動。並將環保理念納入企業管理的目標、產品設計、製程開發、行銷財務等新觀念中。(陳小娟,1997)

環境面

1、貴公司的環境理念、模式、作法？

西湖渡假村一直追求著「追求卓越，領先同業」的目標，提供高優質的渡假環境是我們的堅持，親切、禮貌、整潔是我們的口碑，優美的景觀與建築設計一直深受好評，對於自然生態的保育是我們不變的執著，創造健康、快樂、幸福的歡樂世界是我們的期許與努力的方向。

2、貴公司有無環保專責單位及人員？

我們公司的環保工作多由工務部負責，並有乙級廢水專責人員歸在工務部工程組；另有園務組負責園區清潔維護，廢棄物都由這部門處理。

3、貴公司是否已取得 ISO-14000 環境管理系統認證？

我們公司目前正在取得 ISO-9000 認證，14000 是以後的事情，因為這是一個階段一個階段的工作，我們先從服務品質開始做起。

4、貴公司是有編列環境保護工作之預算？占多少比例？

其實這是屬於常態性的，預算的編列應該算是有，因為我們組織裡有人員的費用、藥品的支出…等，這如果說要占多少比例，說真的，無法去精算出來，可能需要花點時間。

5、貴公司是否有教育及訓練人員相關的環保知識及技能？

這方面的課程是有的，這是平常我們到各定點的時候，那各定點的人員，就他所負責的部分，可能像賣店的員工我們就上資源回收這方面，例如紙箱、貨品的操作、處理啊；那我們本身這邊的話，就是現場的操作、資源回收分類的方式啊、分類的運送這些等等，其實這些都是每天在做的一些工作，是各個部門負責的細節部分。

6、貴公司有無環保方面之成就？

除了資料上的以外，我們最近還獲得產基會辦的節水觀摩，我們還獲得節水優良的獎項，這些資料，節水的部分在經濟部水利署會有，其他部分，你要看政府有沒有辦獎項，我們有優良的專責人員、公廁、節水的優良單位或人員…等這些獎，你要有獎項總是需要政府有這個名目啊。這些獎項是每年選拔，這有條件限制，一為需報名，二為需三年內都沒有違反環保法令，另外就是你確實有這方面的績效及縣市政府推薦，還有一項為需三年內沒有得過獎。

7、貴公司是以環保績效作為競爭訴求？

有，像我們有做一些像校外教學，環保這方面，生態教學就是一個重點，這是有些遊樂區所做不到的，因為我們的生態做的很好嘛，其實環保不只有水啦、廢棄物啦，環保還包括生態，所以像我們園區內相當注重水土保持，我們都是用生態工法來做，我們園區的土木工程被以前的省水利局列為一個績優的單位，在他們印製的月曆上就有我們園區水土保持的相片。

8、貴公司是有實施辦公室環保活動？有何效益？

這是一定要做的啦，像紙張的回收再利用、便當廚餘的回收…等，我們現在要求餐盒與廚餘要分開來。

9、貴公司是否有對於環保工作的研究發展及獎金措施？

研究措施是有的，譬如像說未來的發展，像水的處理目前是做到二級，我們再來的目標就是處理到三級，可以回收回來使用；另外就是剛剛說到的廚餘的運用；資源回收的工作等，這些都是我們一直在做的措施。

10、貴公司有否對消費者實施環保觀念之宣導？

這個我們是一直有在做啦，但實際實施起來是有它的困難性的，效果有限的，因為在我們的園區內，就可以看得到我們的垃圾桶上標示的很清楚，教育他讓他知道鐵類是哪些，紙類是哪些。那其實我們以前將垃圾桶分成二類，可燃及不可燃，後來發現這種方式不是很好的分類的方法，我們就改為可回收跟不可回收，可是這樣我們還需再去做一次分類處理的動作，所以我們現在分為四類，讓遊客一看到的話，就知道哪些垃圾該放在哪裡，但目前的配合度並不是很好，我們這邊垃圾主要是來自遊客，尤其是我們又有烤肉

區，垃圾量又更驚人。

11、貴公司是否有針對具環保性商品進行綠色採購？有何效益？

當然是一定要做，像我們現在的便利商店裡就沒有提供塑膠袋，我們這種東西都是要配合政府的政策，包裝紙是用回收紙，成本當然會比較高。

12、貴公司有否針對廢棄物做回收？回收的方式為何？有何效益？

生活垃圾交由鄉公所清理，可回收部分則我們公司自己做回收，所以你可以看到我們垃圾都有作分類，園區內的垃圾埔分為四類：鐵鋁罐回收、保特瓶塑膠類、紙類回收、一般垃圾，回收來以後會交給回收商，金額並不多，多做為員工的公積金，慰勞員工、聚餐等。

13、貴公司的汗水如何處置？有無回收再利用？有何效益？

主要是用於噴灌，也有用在廁所抽水、清洗部分，那目前我們用在噴灌上就用得差不多了，到廁所去的量就少了，因為去年大概有 6 個月是旱季，所以量少，整個回收來用就已差不多了。

14、貴公司有無做節水措施？（例如，公共廁所及自動灌溉系統使用自動感應系統...等）？有何效益？

廁所還是用自來水，省水馬桶，自動感應沖水，水龍頭有分幾種，如果人數比較多的地方，就還是用傳統式的，那個還是很好用的；如果承載量比較小的區，就用感應式的，我個人覺得是有比較省水啦，但還是得看遊客的使用方式。

15、貴公司有無節約能源方案？有何效益？

我們園區用了很多省電的處理，能源的節約要從耗用比較大的部分來談，像我們的飯店的空調系統，我們就用變頻式的，我們還把光和熱及冷氣的循環水回收起來，用於我們的 SPA 池。

16、貴公司有無針對入場卷或入園簡介做回收再利用或使用再生紙印製？有何效益？

入場卷我們是有回收回來再使用，用紙的部分我們是由廠商來印製，我們是沒有對其做特別的要求。

17、貴公司所販賣之飲品，有無考慮以紀念杯取代？（下次消費以紀念杯取代）

這個主要是配合活動，而且我們這邊各個賣店的經營方式不同，我們沒有做過，但是覺得會有一些困難，目前是沒有這樣的打算，因為成本一定灌在裡面，原本一杯可樂 20 元，一個紀念杯 100 元的話，消費者也不一定接受。

18、貴公司的餐廳營運中所產生的廚餘有無回收做其他用途？（堆肥.....）

如前面所做的便當盒廚餘的回收，廚餘的部分我們就是交由附近的養豬戶來回收，讓他收回去，那將來的話，我們現在準備採購廚餘堆肥機，因為這個目前有許多廠商在做，效果如何，目前還在評估階段，以找出最適合的來應用在我們的園區，因為我們大都為生活廚餘，這用在我們園區最適合，用這種廚餘處理堆肥製造機，它製造出來的堆肥剛好可以用在我們園區裡。這個所需成本的問題，我們還在看，因為廠商多標榜無公害、無汙染、無臭味，有些又說它不需要動力，像現在有些家庭社區所用的又不是很適合我們，所以我們還在看。

19、貴公司認為 Disney 在環境管理上之作法（如問題 8~19 項之作法），應用在西湖渡假村有無可行之道？是否有效益？

Disney 這些作法，說實在的，我們都有在做，我們覺得有時有些東西不一定得要有法令規範才要做，有很多細節，其實我們都是已經先做到前面了，就像我們在開幕後，遊樂區的環保法規未建立時，就已率先規劃，興建第一座汗水處理設施，成為業界觀摩的典範。另外像我們的飯店，浴室所使用的清潔用品，例如沐浴乳、洗髮精…等，都已改為擠壓式的了，因為一般傳統上的一次性包裝有時沒用完就丟了，非常浪費。我們公司將生態工法運用在排水溝、自然草坡及建築物上，像使用木材及可回收的建材，以符合綠建築的概念。而灌溉方面，是先使用蓄水池、灌溉渠的水，用完後，再使用汗水處理設施的水。

20、貴公司是否有公開環境努力之成果？

我們經常配合觀光局等政府單位做相關的簡報，藉以公開我們在觀光及環境的成就。

21、貴公司有無做環境報告書的計劃？

目前我們公司尚未做到這一部分，但這是一個歷程，只是時間早晚的問題罷了。

經濟面

22、貴公司設立之後，對當地經濟有何助益？

我們公司自 78 年開幕以來，陸陸續續有上萬名員工，現在員工人數約有 150 人，90% 為苗栗這邊的鄉親，為地方創造不少就業機會；而我們公司自設立後，更是帶動附近地區的繁榮，並結合了附近的觀光景點，提供更多觀光利基。

23、實施環保計劃所花費的成本，會不會反映在票價上？

做環保是我們一直以來的信念，而我們是以景觀、渡假、休閒、養生為主，並不像一般機械式的遊樂園需靠新穎、刺激的遊樂器材來吸引遊客，我們並不會將這些花費反映在票價上。

社會企業責任

24、貴公司是否有主動積極推動社會環保公益活動？

我們經常配合環保局、衛生局做活動，像禁用塑膠袋、環境衛生的宣導，我們也提供場地來辦活動等。

25、貴公司是否有針對弱勢族群的協助與優待等做法？

我們也與苗栗當地的婦幼協會、孤兒院…等合作，只要他們來園區辦活動，我們都會提供場地，並給票價上的優待，這些費用都是從我們的營業費用上提撥。

26、貴公司對鄰近社區有無做相關回饋之動作？

我們公司主要有 2 種作法：一為只要是苗栗縣縣民憑著身份證即可每月免費入園一次；二為三義鄉鄉民全年票價半價優待。

六福村訪談問卷

DATE : 2004.04.01 10:30 AM

訪談對象：六福村主題樂園 環境維護部 吳令辰經理

記錄者：南華大學 環管所研究生黃展瑋

題目：

主題樂園環境管理作法及其在臺灣實施之現況分析研究

目的：

1. 了解國內主題樂園的環境管理作法與成效
2. 了解國內主題樂園在推動環境管理時，有無阻礙或促成其成功的之因素
3. 藉由搜集 Disney 之環境管理作法，以讓國內主題樂園的經營者作為實施環境管理之參考

環境管理，簡單的說，即企業在營運活動中，直接或間接對自然生態、環境產生的衝擊，企業採取的處理態度、程序與行動。並將環保理念納入企業管理的目標、產品設計、製程開發、行銷財務等新觀念中。(陳小娟,1997)

環境面

1、貴公司的環境理念、模式、作法？

以迪士尼為典範

2、貴公司有無環保專責單位及人員？

環保專責部門是由我負責的環境維護部，共有 130 人。我們有一個環工課，它負責焚化爐、汗水處理廠還有一些資源的回收。資源回收我們是全新竹縣資源回收最高、量最大的一個單位，所以你可以看到我們園區的垃圾桶是成雙成對的，一個是資源回收桶，一個是一般垃圾，甚至於你可以在阿拉伯皇宮他的垃圾桶是像花瓶的，這是針對其主題來設計的。

3、貴公司是否已取得 ISO-14000 環境管理系統認證？

其實 ISO 我們一直在考慮，我們之所以不做 ISO 的原因是，ISO 其實基本他大部分的操作是以工廠或公司為主，遊園區真正的所謂的通過 ISO，我覺得大部分是 paperwork，基本上公司只要花錢都做得得到，因為我們的設計師與迪士尼的設計師是同一個公司，所以我們有幾個工程都規劃好了，等一下在模型都看得到，包括服裝，所以去到美國大西部，他穿得是牛仔系列，那南太平洋是穿得比較夏天比較鮮豔的，阿拉伯則是穿著燈籠褲。我們有一個洗衣設備，所有員工的服裝是到洗衣槽，進去到出來，整套就燙好了。

所以包括我們的食品，像美國大西部，當我們民國 83 年開第一村的時候，遊客量也有很多，但是沒有吃到便當、黑輪…，因為我們要灌輸遊客一個觀念，到美國大西部，你就要吃美國大西部的食物，所以在美國大西部有牛排館、漢堡店、三明治店、冰淇淋店…等，甚至一些在台灣根本看不到的東西，到美國就是要感受那種感覺。

現在來，可能是看到六福村最差的時候，因為我們利用這段時間，遊客量淡季的時候，我們把他整修，期望把最好的呈現出來。我們希望能讓遊客融入各個虛擬的情境，這才是真正的主题樂園，包括服裝、食物、遊樂設施、背景音樂。我們原設計者給我們的理念就是這個樣子，我們一直堅持這個理念，就是主题都很明確，讓遊客可以投入這個情境。所以我們堅持主题帶給我們很辛苦的代價，員工的戲服不能穿到其他村去，所以我們的人員不能互動。

所以我們並沒有進行 ISO，到目前公司的決定是 ISO9000、14000 都不會去做，公司用驕傲一點的講法是，我們認為台灣堅持主题做得最好的就是我們，我們做最大的堅持，像我們的總裁不希望我們去台灣的其他遊樂園參觀，他希望我們去迪士尼、去任何其他國家的樂園，憑票根，回來都可以報帳，我們希望我們的員工可以去看更好的東西並把它帶回來，不要往下走，要往上走。雖然這幾年，我們從 921 到現在，生意都不是很好，我們員工在旺季的時候，暑假就有 1000 人，平常的時候大約有 6~700 人，我們上班的時候平常大約有 2/3，3~400 人在服務，921 最差的時候，那時候一天大約只有 100 人，我們照常服務，所以一年 365 天，不論任何情況、多少人，我們都堅守崗位。

4、 貴公司是有編列環境保護工作之預算？占多少比例？

有，滿大的，基本上就是說，政府有任何的規定，我們一定會照著做，像我們的焚化爐其實並沒有損壞，就是因為 93 年 1 月 1 日的規定，我們在去年就投入近 2000 萬的經費去蓋焚化爐，所以沒有設定預算，只要政府有規定，我們就配合政府法規。

5、 貴公司是否有教育及訓練人員相關的環保知識及技能？

有，包括消防、急救、勞安衛，包括像主题的管理就我跟員工上，因為像比較基層的員工，他們想的可能就跟我想的不一樣，我們一直很大的阻礙是，我們的員工訓練品質一直沒能把水準提高、遊客的素質也沒辦法提高，所以設施一直被破壞，員工要達到我們的要求也差很多。這方面是有在做，但是還不及格。

6、 貴公司有無環保方面之成就？

例如我們的焚化爐、汗水設備。

7、 貴公司是以環保績效作為競爭訴求？

目前我們在評估啦，以現在政府的立場，我們做這些，他是給予肯定的；但以遊客的取向，是因為我們做這些才來的話，說實際的，真的不是。有可能，我們做這些堅持，遊客也不見得會比較多。有可能是削價手法、跟旅行社合作…，這都可能造成，我們還沒

辦法做到說，有任何一個學校、團體強烈說我一定要到六福村，所以我們當然希望未來能做到這一點，可是以台灣的市場來講，基本上這些環保訴求我覺得不是一個很大的因素。

8、 貴公司是有實施辦公室環保活動？有何效益？

有，廢紙、餐具、紙杯、廢電池的回收，所有可以回收的我們都回收，包括燈管、保特瓶，依照環保局的規定交由資源回收商。電腦的 PRINT 的色帶也有回收。

9、 貴公司是否有對於環保工作的研究發展及獎金措施？

有

10、 貴公司有否對消費者實施環保觀念之宣導？

有，例如我們的垃圾桶有時候遊客不了解我們會跟他說，餐廳我們會有廚餘、冰水…整個都分開，以這種方式教導，如果說直接宣導，用很多標示倒沒有。

11、 貴公司是否有針對具環保性商品進行綠色採購？有何效益？

會，基本上我們公司買的所有東西都是，我們有一些變壓器以前會有一些戴奧辛就不買，買的清潔用品會儘量避免含毒的。

12、 貴公司有否針對廢棄物做回收？回收的方式為何？有何效益？

回收部份有鐵鋁罐、寶特瓶。我們花了 1 千多萬蓋了一個新的焚化爐，其實我們之前就有一座焚化爐，93 年 1 月 1 日的標準就是有關戴奧辛的標準提高了，而實際上我們的垃圾，塑膠類的東西很少，可是我們為了符合法規，我們就新蓋了一座焚化爐，像縣政府這幾天就要來參觀，因為我們做得最好。所以我們的垃圾也沒有進到其他地方，完全都是自己處理。像我們新的焚化爐，全都是自動式，包括一些防治設備、袋式集塵、旋風集塵，包括 CO 跟戴奧辛都是用 PLC，主要是在操作這部份。

只要你想得到的，我們都有回收，包括遊樂設施的機油、油炸油，有些你想都想不到的，像公司的車輛很多，廢輪胎我們就用來做盆栽；像美國大西部的房子都是木造的，當時從美國運來，可以用個 20 年，但台灣因為氣候的關係，很快就爛掉了，我們後來就改用 FRP，不用的這些木材比較完整的也是拿來當花園盆景用。

我們的垃圾全都送到焚化爐，燃燒後的灰爐非常少，由廢棄物處理商負責最終處置。

13、 貴公司的汙水如何處置？有無回收再利用？有何效益？

我們汙水處理廠的水，基本上我們的水是生活汙水，不像化學工廠…等的水，含重金屬、有毒物，汙泥做過溶出試驗，排放水也有專門的實驗室，每天做檢測，所以我們的水是百分之百回收，用於澆灌、牧草區，所以我們的汙水幾乎都沒有排放，甚至在去年比較乾旱，附近的居民希望我們排一些水給他們用。所以我們在汙染上應該是做得滿好的。

汗水廠的污泥經過試驗，如果不含重金屬、不含其他有害物質，就直接做堆肥。

- 14、貴公司有無做節水措施？（例如，公共廁所及自動灌溉系統使用自動感應系統...等）？有何效益？

目前廁所還沒有做省水裝置，未來有考慮要做，我們有規劃說要在每一棟建築物上做一個集水塔，雨水來的時候收集起來用來沖馬桶，但因為現有建築物要修改比較麻煩；未來的六福南村建築物會做。我們在汗水場前有一個雨水收集場，沒辦法收到 100%，也是用在灌溉。因為目前園區沒有自來水，現在都是地下水，園區的用水，都有回收再利用。

- 15、貴公司有無節約能源方案？有何效益？

因為我們位於電力最弱的地帶，未來會考慮用風力發電，然後以後燈管會全面換成省電燈泡。

- 16、貴公司有無針對入場卷或入園簡介做回收再利用或使用再生紙印製？有何效益？

遊園簡介用再生紙的話，可能就沒那麼美觀，所以就沒這麼做。

- 17、貴公司所販賣之飲品，有無考慮以紀念杯取代？（下次消費以紀念杯取代）

有，像爆米花的桶，我們還有酷杯。

- 18、貴公司的餐廳營運中所產生的廚餘有無回收做其他用途？（堆肥.....）

廚餘的部份，遊客的部分比較少，遊客的是在我們餐廳，餐廳我們自己回收，所以他在餐廳用完餐之後，我們會有廚餘的回收。其實這部份我們已經做很久了，大部份是針對我們餐廳廚房自己做出來的；然後遊客吃剩的，之前是沒有做，最近才有在做。這些廚餘交由合法的養豬場，我們不做堆肥的原因有 2 個：第一個原因是，我們這個廚餘也是回饋鎮民，不只一家，有 2、3 家，既然他是一個合法的養豬業，我們就提供給他；另一個原因是，我們是一個動物園，我們肥料不缺，我們動物的糞便就直接用來做堆肥，算是有機肥了。

- 19、貴公司認為 Disney 在環境管理上之作法（如問題 8~19 項之作法），應用在六福村有無可行之道？是否有效益？

其實我們也都有在做，而這些也是可行的。我們目前還沒有志工。我們基本上對學術、研究單位都是有求必應的。

- 20、貴公司是否有公開環境努力之成果？

有，這也是我們的目標，我們也會持續做得更好。

- 21、貴公司有無做環境報告書的計劃？

基本上，六福村也是一個上市公司，六福開發；我覺得環境報告書是應該要做，也是由

我這邊做，因為我們負責設計、勞安、環保…，我們部門大概 130 人，事情比較多一點，但這是我們要做的，慢慢會把它建立起來。我們也知道劍湖山有做 ISO，我們也有做我們的 SOP，我們之前做的比較粗糙，最近也要把它建立起來。而且這個 SOP 基本上算是在遊樂界是我們應該做的，從 58 到 93 年這麼久了，要把這些經驗整理起來，我們做的絕對會比 ISO 做得比較好。如果我們請 ISO 公司來幫我們做，做出來的可能跟其他家大同小異，而我們做 SOP，做出來的一定就跟其他的不一樣，所以我們正積極在做這一部份。

經濟面

22、貴公司設立之後，對當地經濟有何助益？

最明顯的應該是促進稅收及就業，像我們公司的員工就有 600 多人，員工多為鄰近居民。也會結合地方促銷農產品。

23、實施環保計劃所花費的成本，會不會反映在票價上？

不會，其實我們投入的成本很高，但因為我們是上市公司、土地都是自己的，所以是還滿穩定的。雖然票價不符成本，但並不會反映在這裡。

社會企業責任

24、貴公司是否有主動積極推動社會環保公益活動？

一直都有在做，例如，921 之後，災區的小朋友就讓他免費入園，孤兒院等弱勢團體則給予票價優惠或協助其辦活動。

25、貴公司是否有針對弱勢族群的協助與優待等做法？

例如，弱勢團體如果是團體則免費、散客則票價優惠。甚至，照顧者也會有優惠。

26、貴公司對鄰近社區有無做相關回饋之動作？

基本上，像我們包括配合縣政府認養道路、管路認養，關西這邊的認養道路，我們這邊現在也在進行，所以影響到居民的福利，我們都有在考量。然後鄉親的回饋，基本上我們都有回饋，然後我覺得，以龍潭跟關西的回饋最大的就是員工，我們有 80% 的員工來自關西這附近的居民，所以，基本上居民的抗爭到目前為止，只有最近的一次。因為未來我們的規劃是，現在是動物王國嘛，以後是搭火車到非洲區去參觀，看大草原、動物……等等。所以我們在這一期規劃的時候，要做一些環境影響評估，還有水土保持的工作，所以我們也是依照規定跟縣政府申請、還有學者專家來規劃說，如果我們要進行這些工程時，需要做哪些防波堤、土牆、或者是消能池；消能池的原因就是，六福村剛好是在一個高度，關西是在矮的地方，龍潭也是在矮的地方，所以暴雨來的時候，水就會沖到山下，所以政府要求我們在我們園區外圍做消能池，是希望在暴雨來的時候，經過消能池的沈澱緩衝之後，再下去山下。可是居民的感覺是，我們做這個池子是要為了裝水、

裝汗水下去，所以我們最近也有跟居民開了個協調會，去跟他們談，也都可接受，我們這個功能只是用做雨量的消能。其實我們全區的汗水系統規劃早在 80 年就已規劃完成，那時是動物園的第一家是在 80 年的時候。那再來是交通的問題，我們生意最好的時候，當然民國 68 年剛開幕的時候那時候生意最好，那時候，塞車塞到龍潭，那時候你可能比較大，那時候我也沒看到，因為我也還小。然後從主題遊樂園興建的時候，我是進到六福村，生意最鼎盛的時候，達到每年 250 萬人，那是在 85 年、86 年左右，那時候交通比較受影響的是那段期間，基本上那段時間，我們跟我們新竹分局、龍潭分局，都有協調，尤其是在假日尖鋒時段，都有請一些警員過來，我們自己本身也有交指到各路口去。所以我們對環境的話，基本上對居民有些利益的話，我們都會提供協助，之前我們會認養道路，因為剛好我們正門的左手邊是關西，右手邊是龍潭，但我們繳的稅金是給新竹縣政府、關西鎮的，但龍潭這邊會覺得我們繳的稅沒有到他那邊，所以沿路都會有些垃圾，基本上，龍潭這段道路是由我們認養的、清理的；關西的話，大部分的回饋我們都有，而且道路我們也幫他認養。而且所有這些活動，像我今天去開記者會，就是縣政府明天要辦全縣的兒童表揚大會，我們也是一個贊助的廠商，因為兒童的表揚大會，除了表揚他以外，還可以來主題樂園玩，我覺得對小孩也是一種很大的鼓勵和嘉獎，所以我們也是只要縣政府或是地方政府、鎮公所有任何的需求，需要我們這邊配合，我們也是滿大力配合的。

能夠有一些我們的回饋，我們之前已經回饋到桃竹苗一帶，桃竹苗給幾折的優待，但人永遠是會不足的，我們回饋到苗，可能台中那邊的也說要，都會有這些問題，可是我們就是都盡量能做到這些。未來我們的規劃，甚至就是說，昨天我們的會議才決定，只要我們從農民曆上看到的節日，不管是護士節、會計師節……，全部都給予優惠，只要有相關證件都可以優惠。

我們曾經給予當地居民一年一天免費入園的優惠，但因造成一些不必要的困擾，所以我們後來取消了，但現在則是比照員工價。

小人國訪談問卷

DATE : 2004.04.03 15:30 PM

訪談對象：小人國 環保股 唐銘敏 科長

記錄者：南華大學 環管所 研究生黃展瑋

題目：

主題樂園環境管理作法及其在臺灣實施之現況分析研究

目的：

1. 了解國內主題樂園的環境管理作法與成效
2. 了解國內主題樂園在推動環境管理時，有無阻礙或促成其成功的之因素
3. 藉由搜集 Disney 之環境管理作法，以讓國內主題樂園的經營者作為實施環境管理之參考

環境管理，簡單的說，即企業在營運活動中，直接或間接對自然生態、環境產生的衝擊，企業採取的處理態度、程序與行動。並將環保理念納入企業管理的目標、產品設計、製程開發、行銷財務等新觀念中。(陳小娟,1997)

環境面

1、貴公司的環境理念、模式、作法？

當然這整個一個無污染環境或者是回收觀念，是一個社會的需求，那整個回收的觀念，事實上在早期我們公司就有在做，包括一些塑膠類、紙類、鋁罐類，早期都有在做，目前我們垃圾都有按照分類標示，在一個區域內，你可以看到有 2 個垃圾桶，一個是一般垃圾；一個是資源回收。我們都是藉由社會的一個需求、政府的法律規定，慢慢來做調整改變。

2、貴公司有無環保專責單位及人員？

我們園區內有環保專責單位，整個人員比例的話，大概佔了公司的 1/10，有專責的單位及人員，因為我們的公司組織扁平化，所以就劃分為環保股。

3、貴公司是否已取得 ISO-14000 環境管理系統認證？

我們目前是還沒有取得 ISO-14000 環境管理系統認證。ISO 9000 亦還在進行。

4、貴公司是有編列環境保護工作之預算？占多少比例？

人事費用就佔了滿多，當然其他所要投入的費用亦是相當高，像給鄉公所的垃圾處理費用，或是公司採購方面，確切的比例很難估算出來。

5、 貴公司是否有教育及訓練人員相關的環保知識及技能？

事實上，我們的公司對員工的教育訓練相當重視，我們會派幹部去外面參加研習，再回來教授給所屬相關同仁。

6、 貴公司有無環保方面之成就？

事實上早期在社會上濫用塑膠袋的階段，大概在 10 幾年前，事實上我們公司內部就已做了一個很大的改變，我們公司所使用的碗盤，都是使用瓷碗，經由洗碗機來清洗。甚至我們也提倡使用環保的紙袋。

7、 貴公司是以環保績效作為競爭訴求？

事實上我們就是要提供給遊客一個整潔、清潔、安全、服務的環境，所以環保也是我們一個訴求的重點。

8、 貴公司是有實施辦公室環保活動？有何效益？

我們會重覆利用紙張，之後再交由資源回收商。

9、 貴公司是否有對於環保工作的研究發展及獎金措施？

以往我們這些紙、鐵鋁罐回收後所賣得的金額，我們會提供給員工做環保設備的採購，以給同仁有更好的工作設備，有鼓勵的作用。

10、 貴公司有否對消費者實施環保觀念之宣導？

我們會對遊客能夠儘量維持一個整潔的環境，期望說將園區保持得很好，讓每個遊客進來都能享受到美好的環境。

11、 貴公司是否有針對具環保性商品進行綠色採購？有何效益？

事實上我們不管是商品也好，包括各項機械，這方面我們在採購時候也會考慮其後續對環境的汙染問題，它可能產生了廢棄物是不是會影響到環境，各方面我們在採購方面都會做一個審慎的評估，希望這些商品買回之後不會造成二次汙染。效益的話，初期是一定會造成我們公司成本的提高，但在後期一定是會有幫助的。

12、 貴公司有否針對廢棄物做回收？回收的方式為何？有何效益？

像遊客留下的廢電池，我們都做一個回收的動作；剛有提到的塑膠、紙類、鐵鋁罐我們都有回收的方式，回收的方式除了交由專業回收商外，我們有環保人員在我們的環保回收場做一些分類的工作。回收的效益，則為回收變賣所得做為員工的公積金；一部分則贈與弱勢團體，由弱勢團體交由相關的政府單位，再由政府單位給予他們獎勵，像廢電池的回收即是。

13、 貴公司的汙水如何處置？有無回收再利用？有何效益？

我們有汗水處理廠，其管線採用陶管，不會造成環保問題。目前我們在考慮這些理過的水是不是可以回收再用。雨水我們有在幾個低窪的地方建儲水槽，雨水集中到一定量的時候可以用來做噴灌用。

- 14、貴公司有無做節水措施？（例如，公共廁所及自動灌溉系統使用自動感應系統...等）？有何效益？

我們公司做的滿多的，像廁所的水龍頭有分為 2 種，一是旋轉式，一為感應式，旋轉式的出水量我們也有調整過；在自動灌溉系統方面，我們也會儘量就是說利用植物本身的樹葉腐植土去覆蓋，就可以減少我們澆水的次數。這樣我們每個月的水費節省很多。

- 15、貴公司有無節約能源方案？有何效益？

像我們會要求辦公室的同仁在離開辦公室時隨手關掉不必要的電源；另外就是控制冷氣的使用。

- 16、貴公司有無針對入場卷或入園簡介做回收再利用或使用再生紙印製？有何效益？

事實上，我們公司的印刷品都有使用再生紙；簡介的話，如果沒有毀損，我們是會再回收使用，如果已不堪使用，我們會收回到回收中心。

- 17、貴公司所販賣之飲品，有無考慮以紀念杯取代？（下次消費以紀念杯取代）

這是不錯的概念，我們會考慮。

- 18、貴公司的餐廳營運中所產生的廚餘有無回收做其他用途？（堆肥.....）

廚餘我們會集中起來交由附近的養豬戶。做堆肥的話，目前有廠商來跟我們做接洽，但因機器成本滿高的，一個要好幾百萬，我們還在評估。

- 19、貴公司認為 Disney 在環境管理上之作法（如問題 8~19 項之作法），應用在 **小人國** 有無可行之道？是否有效益？

其實這滿多方面，小人國都可以去進行，既然 Disney 這麼大的公司都有這些作法了，應該是可以適用於全體，不論在外國或在台灣。

- 20、貴公司是否有公開環境努力之成果？

在 10 幾年前，我們就有召開一個記者會，將整個產品販賣的包裝、餐飲方面的設備，對外做一個說明會。因為如果是要利用媒體來公開的話，其實媒體也不一定有興趣。

- 21、貴公司有無做環境報告書的計劃？

我們有做環境影響評估，水土保持的工作。至於環境報告書，我們會再努力。

經濟面

22、貴公司設立之後，對當地經濟有何助益？

最大的幫助，我想應該是提供就業機會，我們公司的員工大部分都是這附近的人，200多位的員工有80%是鄰近居民。

23、實施環保計劃所花費的成本，會不會反映在票價上？

事實上是不會的，這本身就是我們應該做的。

社會企業責任

24、貴公司是否有主動積極推動社會環保公益活動？

針對我們的社區，我們一個月會有一次道路的清潔、修剪樹木…等；如果有環保、公益活動等需要我們贊助的，我們都會提供協助。

25、貴公司是否有針對弱勢族群的協助與優待等做法？

有，例如，我們最近有小小畢卡索的活動，與東森合作，清寒子弟讓他免費入園，一般社會團體有提出的話，我們都會給予協助。

26、貴公司對鄰近社區有無做相關回饋之動作？

社區方面的整理、園區的綠化，甚至婚喪喜慶方面我們都會去關心；龍潭鄉的居民入園的話是以員工價入園。

九族文化村訪談問卷

DATE：2004/03/29 Mail、2004/04/22 回覆

訪談對象：九族文化村 總務部張經理

記錄者：南華大學 環管所研究生黃展瑋

題目：

主題樂園環境管理作法及其在臺灣實施之現況分析研究

目的：

1. 了解國內主題樂園的環境管理作法與成效
2. 了解國內主題樂園在推動環境管理時，有無阻礙或促成其成功的之因素
3. 藉由搜集 Disney 之環境管理作法，以讓國內主題樂園的經營者作為實施環境管理之參考

環境管理，簡單的說，即企業在營運活動中，直接或間接對自然生態、環境產生的衝擊，企業採取的處理態度、程序與行動。並將環保理念納入企業管理的目標、產品設計、製程開發、行銷財務等新觀念中。(陳小娟,1997)

環境面

1、 貴公司的環境理念、模式、作法？

(1)灌輸全體員工即是清潔人員之觀念，養成你丟我撿之習慣

(2)實施資源回收分類，減少垃圾量

2、 貴公司有無環保專責單位及人員？

有 (1)編製有清潔組單位，人員 19 名

(2)污水處理廠設有專責人員 1 名

3、 貴公司是否已取得 ISO-14000 環境管理系統認證？

無

4、 貴公司是有編列環境保護工作之預算？占多少比例？

無特別編列預算

5、 貴公司是否有教育及訓練人員相關的環保知識及技能？

除污水處理廠專責人員須受專業訓練外，餘要求各單位資源回收人員，依 分類表落實回

收分類工作。

6、 貴公司有無環保方面之成就？

(1)確實做好資源回收分類，減少垃圾量，延長本鄉衛生掩埋場使用壽命。

(2)廚餘回收，提供養豬戶餵食，減少環境污染。

(3)園區修剪後之樹枝經攪碎機攪碎後，當堆肥，園區植栽再使用。

7、 貴公司是以環保績效作為競爭訴求？

不完全是，但園區環境整潔度，在同業中最被遊客肯定。

8、 貴公司是有實施辦公室環保活動？有何效益？

實施資源回收，減少垃圾量。

9、 貴公司是否有對於環保工作的研究發展及獎金措施？

各單位資源回收收入，不需繳交公司，完全由各單位自存，自由使用。

10、 貴公司有否對消費者實施環保觀念之宣導？

藉由資源回收桶，間接告知消費者做好資源回收工作。

11、 貴公司是否有針對具環保性商品進行綠色採購？有何效益？

園區植栽採用環保有機肥料，減少環境污染。

12、 貴公司有否針對廢棄物做回收？回收的方式為何？有何效益？

(1)依照環保署訂頒資源回收分類標準，要求各定點落實回收分類工作，減少垃圾量，可延長衛生掩埋場使用壽命。

(2)廚餘回收，提供養豬戶餵食，可減少環境污染，吃有機肉品對人體較有益。

(3)修剪後之樹枝攪碎後當堆肥使用，可保護生態環境，減少污染源。

13、 貴公司的汙水如何處置？有無回收再利用？有何效益？

採生物處理法，目前以地面水體排放方式，但已有規劃設計回收利用，以減少水資源浪費。

14、 貴公司有無做節水措施？（例如，公共廁所及自動灌溉系統使用自動感應系統...等）？有何效益？

有，新建廁所均採用感應式沖水設施，可減少水資源浪費。

15、貴公司有無節約能源方案？有何效益？

有 (1)電力設施裝設省電設備，以提高功率因數，減少電力浪費

(2)大水池採購過濾機設備淨化水質，以減少水資源浪費

16、貴公司有無針對入場卷或入園簡介做回收再利用或使用再生紙印製？有何效益？

無

17、貴公司所販賣之飲品，有無考慮以紀念杯取代？（下次消費以紀念杯取代）

無

18、貴公司的餐廳營運中所產生的廚餘有無回收做其他用途？（堆肥……）

有回收，提供養豬戶餵食。

19、貴公司認為 Disney 在環境管理上之作法（如附件），應用在九族文化村有無可行之道？是否有效益？

有，惟對於休閒飯店之床單每 3~4 晚或在被要求下才更換，在衛生或服務品質方面如何兼顧？

20、貴公司是否有公開環境努力之成果？

無

21、貴公司有無做環境報告書的計劃？

無

經濟面

22、貴公司設立之後，對當地經濟有何助益？

(1)增加本地就業人口

(2)增加相關產業，如餐飲業、飯店業、民宿業等餐飲收入

(3)帶動本地區休閒產業之投資發展

23、實施環保計劃所花費的成本，會不會反映在票價上？

不會

社會企業責任

24、貴公司是否有主動積極推動社會環保公益活動？

有 1.認養聯外道路每週清潔維護。

2.要求各單位落實資源回收工作，減少垃圾量，延長衛生掩埋場使用壽命。

25、貴公司是否有針對弱勢族群的協助與優待等做法？

每年訂7月27日為原住民日，免費招待原住民同胞入園參觀。

26、貴公司對鄰近社區有無做相關回饋之動作？

(1)各村活動補助（運動會、老人自強活動、村鄰長自強活動）。

(2)學校活動贊助（運動會、畢業會紀念品）。

(3)每年發放招待券予設籍本鄉鄉民入園參觀。

附錄三

全球前 50 大遊樂/主題樂園

Rank	Park	Location	Attendance
1	MAGIC KINGDOM at Walt Disney World	Lake Buena Vista, Fla.USA	14,044,000[*]
2	TOKYO DISNEYLAND	Japan	13,188,000[*]
3	DISNEYLAND	Anaheim, Calif. USA	12,720,000[*]
4	TOKYO DISNEYSEA	Japan	12,174,000[*]
5	DISNEYLAND PARIS	Mama-La-Vallee, France	10,230,000[*]
6	UNIVERSAL STUDIOS JAPAN, Osaka	JAPAN, Osaka	8,811,000[*]
7	EVERLAND	Kyonggi-Do, South Korea	8,800,000
8	EPCOT at Walt Disney World	Lake Buena Vista, Fla., USA	8,620,768[*]
9	LOTTE WORLD	Seoul, South Korea	8,500,000[*]
10	DISNEY-MGM STUDIOS THEME PARK at Walt Disney World	Lake Buena Vista, Fla., USA	7,870,733[*]
11	DISNEY'S ANIMAL KINGDOM at Walt Disney World	Lake Buena Vista, Fla., USA	7,305,600[*]
12	UNIVERSAL STUDIOS at Universal Orlando	Orlando, USA	6,850,000[*]
13	BLACKPOOL (ENGLAND) PLEASURE BEACH	ENGLAND	6,200,000[*]
14	ISLANDS OF ADVENTURE at Universal Orlando	Orlando, USA	6,072,000[*]
15	DISNEY'S CALIFORNIA ADVENTURE	Anaheim, Calif., USA	5,311,000[*]
16	YOKOHAMA (Japan) HAKKEIJIMA SEA PARADISE	Japan	5,300,000[*]
17	SEAWORLD FLORIDA	Orlando, USA	5,200,000[*]
18	UNIVERSAL STUDIOS HOLLYWOOD	Universal City, Calif. USA	4,576,000[*]
+ 19	BUSCH GARDENS TAMPA BAY	Fla., USA	4,300,000[*]
+ 19	ADVENTUREDOME at Circus Circus	Las Vegas, USA	4,300,000[*]
21	SEAWORLD CALIFORNIA	San Diego, USA	4,000,000[*]
22	KNOTT'S BERRY FARM, Buena Park	Calif., USA	3,479,895[*]
+ 23	EUROPA-PARK	Rust, Germany	3,300,000[*]

Rank	Park	Location	Attendance
+ 23	CEDAR POINT, Sandusky	Ohio, USA	3,300,000[*]
25	PARAMOUNT'S KINGS ISLAND, Kings Island	Ohio, USA	3,277,975[*]
26	TIVOLI GARDENS	Copenhagen, Denmark	3,266,000
27	MOREY'S PIERS, Wildwood	N.J., USA	3,230,000[*]
28	EFTELING, Kaatsheuvel	Netherlands	3,200,000
29	SIX FLAGS GREAT ADVENTURE, Jackson	N.J., USA	3,150,000[*]
30	SIX FLAGS MAGIC MOUNTAIN, Valencia,	Calif., USA	3,050,000[*]
31	UNIVERSAL'S Mediterrania (formerly Port Aventura)	Salou, Spain	3,040,000[*]
+ 32	SANTA CRUZ (Calif.) BEACH BOARDWALK	USA	3,000,000[*]
+ 32	OCEAN PARK	Hong Kong	3,000,000[*]
34	GARDALAND, Caslelnuovo Del Garda	Italy	2,950,000
35	HUIS TEN BOSCH	Sasebo City, Japan	2,840,000[*]
36	SEOUL LAND	Kyonggi-Do, South Korea	2,802,500[*]
37	LA FERIA DE CHAPULTAPEC	Mexico City	2,800,000
38	LISEBERG	Gothenbura, Sweden	2,749,000[*]
39	SUZUKA (Japan) CIRCUIT	Japan	2,705,000[*]
40	BAKKEN	Klampenborg, Denmark	2,700,000[*]
41	PARAMOUNTS CANADA'S WONDERLAND	Maple, Ont.	2,628,413[*]
42	SIX FLAGS OVER TEXAS	Arlington, USA	2,600,000[*]
43	SIX FLAGS GREAT AMERICA	Gurnee, Ill., USA	2,575,000[*]
44	HERSHEYPARK	Hershey, Pa USA	2,551,000
+ 45	BUSCH GARDENS	Williamsburg, Va., USA	2,500,000[*]
+ 45	ALTON TOWERS	Staffordshire, England	2,500,000
47	CAMP SNOOPY at Mall of America	Bloomington, Minn., USA	2,469,000[*]
48	SIX FLAGS MEXICO	Mexico City, Mexico	2,450,000[*]
49	NAGASHIMA SPA LAND	Kuwana, Japan	2,375,000[*]
50	WALT DISNEY STUDIOS PARK	Marne-La-Valee, France	2,200,000[*]

+ Indicates Tie * Estimated attendance

SOURCE: Amusement Business

亞太地區前 10 大遊樂/主題樂園

Rank	Park	Location	Attendance
1	TOKYO DISNEYLAND	Japan	13,188,000[*]
2	TOKYO DISNEYSEA	Japan	12,174,000[*]
3	UNIVERSAL STUDIOS	JAPAN, Osaka	8,811,000
4	EVERLAND	Kyongii-Do, South Korea	8,800,000
5	LOTTE WORLD	Seoul, South Korea	8,500,000[*]
6	HAKKEIJIMA SEA PARADISE	Yokohama, Japan	5,300,000[*]
7	OCEAN PARK	Hong Kong	3,000,000[*]
8	HUIS TEN BOSCH	Sasebo City, Japan	2,840,000
9	SEOUL LAND	Kyonggi-Do, South Korea	2,802,500[*]
10	SUZUKA CIRCUIT	Japan	2,705,000[*]

SOURCE: Amusement Business,2003 * Estimates