

南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班碩士論文
**A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER PROGRAM OF TOURISM
MANAGENT, DEPARTMENT OF TOURISM MANAGEMENT ,
NAN HUA UNIVERSITY**

巷弄文化意象對遊客體驗價值之探討-以台南市為例

**THE EFFECT OF ALLEYS CULTURE IMAGE ON THE TOURISM
EXPERIENTIAL VALUE ---IN TAINAN CITY**

研 究 生：郭芳如

GRADUATE STUDENT : FANG-JU KUO

指 導 教 授：丁誌敏 博士

ADVISOR:CHIN-WEN TING , PH.D.

中 華 民 國 一 〇 四 年 六 月

南 華 大 學
旅遊管理學系旅遊管理碩士班
碩 士 學 位 論 文

巷弄文化意象對遊客體驗價值之探討-以台南市為例

研究生：郭芳如

經考試合格特此證明

口試委員：林俊昇
戴錦周
丁誌敏

指導教授：丁誌敏

系主任(所長)：丁誌敏

口試日期：中華民國 104 年 5 月 11 日

謝誌

為期二年研究所的進修生活終於即將有圓滿的結果，心中除了喜悅與感動之外，更充滿感謝，謝謝這一路上指導我、鼓勵我、支持我、陪伴我的每個人，因為有你們，我才能享受到完成夢想的甜美滋味。

首先最感謝的就是我的指導教授---丁誌敏博士，在寫論文期間總不厭其煩地解答我任何問題及疑難雜症，每週一次的meeting，總是陪著我們一起奮戰，幫我解決寫論文時所遇到的瓶頸，任何時刻，只要遇到問題，老師都義不容辭地指導，想到丁老師對學生的付出，內心除了感激，還有無比的佩服!也慶幸自己能遇到一個總為學生設想、付出的好老師！當然還要感謝辛苦的師母，讓老師無顧之憂的指導我們，辛苦您了，謝謝您！

另外也非常感謝兩位口考老師林俊昇教授及戴錦周教授，提供修改論文的寶貴意見，因為有您們的建議及指導，讓我的論文可以更加完善。

接著要感謝我的同事兼同學：暉婷，研究所的求學路上有你的陪伴：作報告時互相研究討論，寫論文時彼此加油打氣，真的是一件非常幸福的事！每次要去在meeting的路上，寫論文的緊張壓力讓我們兩人在車內唉聲嘆氣的情景歷歷在目，但是因為有你的作伴及提醒，讓我能完成研究所學業，謝謝你。謝謝同事千惠，於進修期間協助我照顧班級，讓我可以放心地去進修，也謝謝學校許多同事們的關心及精神鼓舞，謝謝您們！

最後要感謝我親愛的家人，感謝四姊您的協助家務，謝謝老公的包容與體諒，謝謝爸爸、媽媽的鼓勵，謝謝妍汝幫忙翻譯英文摘要，也謝謝其他家人的精神支持，有您們我真的非常幸福！

郭芳如 謹誌於2015年5月

南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班

103學年度第二學期碩士論文摘要

論文題目:巷弄文化意象對遊客體驗價值之探討-以台南市為例

研究生:郭芳如

指導教授:丁誌紋 博士

論文摘要內容:

旅遊部落格是一種個人旅遊經驗的呈現，能反映遊客內心的經驗與感受，進而了解旅遊地的意象；同時部落格也是遊客蒐集旅遊資訊的重要來源。台南市是文化古都，有悠久的歷史，多樣的在地美食，原本就吸引不少的遊客。近年來台南市興起一股老屋重建的風潮，因為旅遊部落客的Po文推薦，吸引更多遊客到台南旅遊，體驗民宿、享受美食、漫遊巷弄之間，感受台南的巷弄文化。

本研究透過「網路」蒐集旅遊部落格文章、網路新聞等，利用內容分析法與語義網絡分析法來分析遊客對台南巷弄文化的旅遊意象及體驗價值，透過NVivo質性軟體來編碼、建立關鍵字與統計關鍵字出現的次數，進一步以量化方法來探究關鍵字間之相關性、接著建立詮釋結構關係圖。

本研究得到的結果如下：(1)遊客對台南巷弄文化深刻的意象元素包含小巷內的民宿、特色餐飲店、美食小吃和街景意象；(2)從意象串連出遊客對巷弄文化體驗概念的因果脈絡圖。

本研究建議可透過以下方式：(1)提高網路口碑；(2)提升經營者服務品質；(3)組織民宿合作聯盟；(4)台南市政府行政力的注入，以提升遊客對台南巷弄文化的體驗價值。

關鍵詞：巷弄文化、民宿、旅遊意象、體驗價值

Title of Thesis : The effect of Alleys Culture Image on the tourism experiential value – In Tainan City

Name of Institute : Master Program of Tourism Management, Department of Tourism Management, Nan Hua University

Graduate Date : June 2015 **Degree Conferred :** M.B.A

Name of Student : Fang-Ju Kuo **Advisor :** Chih-Wen Ting Ph.D.

Abstract

Tourism can reveal their travel experiences using Travel Blogs, which reflect their experiences and feeling, also form the tourism image. Additionally, Travel Blogs are thought as one of the important travel information resource. Tainan is an ancient city with a long historic and rich culture. Its long-standing history and variety of food are the main attraction. These days, the old house reconstruction have raises a burst of whirlwind in Tainan city. Owing to the recommendation of travel bloggers, more and more people start their journey in Tainan to engage in the Alleys Culture, such as experience different Bed-and-Breakfast (B&B), enjoy the food and roam the alleys.

This study was conducted by Internet media, collecting the articles from travel blogs and Internet news about hostels or B&B. Semantic network analysis and content analysis were used to analyze the tourism experiential value toward Alleys Culture in Tainan city. NVivo was applied to form a list of key words and their frequency. In addition, we computed the correlation between keywords and applied the Interpretive Structural Model (ISM) to explore the network among all keywords, in order to realize the relationships among evaluation criteria.

The result showed that (1) The tourism image of Tainan Alleys Culture

including the B&B, specialized restaurant, local dishes and streetscape. (2) It also conducted a causal relation between these concepts.

This study suggests four methods to increase the experiential value of Alleys Culture on tourism. (1) To raise the preference on the Internet. (2) Provides tourists' thoughts and need, might be beneficial for those operators to upgrade the service. (3) Organize the B&B cooperation system. (4) Increase the resources input for the old house preservation by Tainan city government.

**Keywords : Alleys Culture , Bed-and-Breakfast (B&B),
Tourism Image, Experiential value.**



目 錄

中文摘要.....	i
英文摘要.....	ii
目 錄.....	iv
表目錄.....	viii
圖目錄.....	x
第一章 緒論.....	1
1.1 研究背景與動機.....	1
1.2 研究目的.....	4
1.3 研究對象與範圍.....	4
1.4 研究流程.....	4
第二章 文獻探討.....	6
2.1 胡同與弄堂文化.....	6
2.1.1 胡同文化.....	6
2.1.2 胡同的命名.....	6
2.1.3 胡同的生活文化.....	7
2.1.4 現代的胡同樣貌.....	7
2.1.5 胡同的保存.....	8
2.1.6 弄堂文化.....	8
2.1.7 弄堂文化的源起.....	8
2.1.8 弄堂的日常生活樣貌.....	9
2.1.9 弄堂的改造與消失.....	10
2.1.10 胡同與弄堂存廢的兩難.....	12

2.1.11 小結	12
2.2 民宿	13
2.2.1 民宿定義	13
2.2.2 國外民宿的起源	16
2.2.3 台灣民宿的起源	18
2.2.4 民宿的類別及特徵	19
2.2.5 台灣民宿發展歷程	22
2.2.6 小結	23
2.3 旅遊意象	23
2.3.1 意象和旅遊意象的定義	23
2.3.2 旅遊意象的形成	27
2.3.3 旅遊意象之相關研究	30
2.4 旅遊動機	33
2.4.1 旅遊動機的定義	33
2.4.2 旅遊動機的分類	34
2.4.3 旅遊動機的相關研究	37
2.4.4 小結	38
2.5 體驗價值	38
2.5.1 體驗的定義	39
2.5.2 體驗價值的定義	41
2.5.3 體驗價值的模組與衡量構面	44
2.5.4 體驗價值之相關研究	46
2.5.5 小結	49
2.6 旅遊部落格	50

2.6.1 部落格的緣起與發展.....	50
2.6.2 部落格與旅遊業的關係.....	51
2.6.3 小結.....	52
第三章 研究方法.....	54
3.1 研究架構.....	54
3.2 研究對象.....	55
3.2.1 研究對象及範圍.....	55
3.2.2 資料蒐集.....	57
3.3 研究工具.....	57
3.3.1 網路民族誌之定義.....	57
3.3.2 語義網絡分析.....	58
3.3.3 內容分析法.....	59
3.3.4 信度分析.....	60
3.3.5 詮釋結構模式.....	60
第四章 實證結果分析.....	61
4.1 樣本結構分析.....	61
4.1.1 資料主要來源：部落格網站.....	62
4.1.2 基本資料分析.....	62
4.2 頻率分析.....	64
4.3 相關分析.....	66
4.3.1 關鍵字間相關係數分析.....	66
4.3.2 關鍵字間兩兩相關出現篇數分析.....	69
4.3.3 相關係數分析與兩兩相關出現篇數分析的比較.....	71
4.4 驗證式因素分析.....	73

4.4.1 二十個次構面因素分析.....	74
4.4.2 十個構面因素分析.....	81
4.5 旅遊部落格及網路新聞報導反映出的巷弄文化的動機、意象及體驗價值.....	83
4.6 詮釋結構模式(ISM).....	110
4.6.1 第一種十大構面的關聯.....	111
4.6.2 第二種十大構面的關聯.....	129
第五章 結論與建議.....	132
5.1 結論.....	132
5.1.1 遊客對台南巷弄文化最深刻的旅遊意象及體驗價值.....	132
5.1.2 台南巷弄文化十大構面的層級關聯.....	134
5.2 建議.....	135
5.3 研究貢獻.....	138
參考文獻.....	140
一、中文部分.....	140
二、英文部分.....	150
附錄一：文本一覽表.....	159

表目錄

表 2.1 民宿之定義.....	15
表 2.2 民宿的類型.....	21
表 2.3 旅遊意象之定義.....	26
表 2.4 旅遊意象之相關研究.....	30
表 2.5 旅遊動機之定義.....	36
表 2.6 旅遊動機之相關研究.....	37
表 2.7 體驗價值之定義.....	43
表 2.8 體驗價值之相關研究.....	46
表 4.1 研究樣本來源項目及數量.....	61
表 4.2 研究樣本分類項目及數量.....	61
表 4.3 部落格來源平台及網址一覽表.....	62
表 4.4 樣本性別分類一覽表.....	62
表 4.5 樣本星座分類一覽表.....	63
表 4.6 樣本居住地分類一覽表.....	63
表 4.7 關鍵字及出現次數一覽表.....	64
表 4.8 關鍵字間相關係數分析表.....	67
表 4.9 關鍵字間兩兩出現篇數分析表.....	70
表 4.10 相關係數分析表與兩兩出現篇數分析表的異同.....	72
表 4.11 二十個次構面因素分析表.....	74
表 4.12 未達標準構面的因素二十一分析表.....	78
表 4.13 未達標準構面的因素二十二分析表.....	78
表 4.14 未達標準構面的因素二十三分析表.....	79

表 4.15 未達標準構面的因素二十四分析表.....	79
表 4.16 未達標準構面的因素二十五分析表.....	80
表 4.17 未達標準構面的因素二十六分析表.....	80
表4.18 二十個次構面相關係數.....	81
表4.19 十個構面因素分析表.....	82
表4.20 第一種十大構面的因果矩陣.....	111
表4.21 互有關連構面表.....	113
表4.22 第二種十大構面的因果矩陣.....	129



圖目錄

圖 1.1 研究流程.....	5
圖 3.1 研究架構圖.....	55
圖 4.1 第一種十大構面的因果矩陣圖.....	112
圖 4.2 第二種十大構面的因果矩陣圖.....	130



第一章 緒論

1.1 研究背景與動機

近年來看見居住地的木造老房子一間一間被怪手剷平，鋪上水泥，建造出一棟又一棟的華麗建築，或是高級別墅，或是壯觀的五星級飯店，或是風格獨特的汽車旅館，或是人潮聚集的大型商場，甚至只是鋪上一層堅硬的水泥地，僅供停車使用的場地。

新建築的出現是代表城市在進步嗎？新建築的出現是代表經濟的成長嗎？新建築的出現是代表現代人的文化內涵素養提高了嗎？或者，這些新建築的出現，只是代表在追逐外在形勢的"新改變"，只是代表在追求表面的進步，自以為新穎華麗的建築物是提升文化涵養的方式。

三合院、木造平房和老舊樓房等傳統建築物，曾經是生活、成長的共同回憶，是曾經經歷的真實記憶、平民文化。面對經濟掛帥的年代，是否也要將這些回憶連同老房子一樣剷除，讓過去的生活經驗，成長回憶埋藏在瓦礫堆中？

現今社會中，舊式的歷史建築或破舊老建物代表一文不值，應該被怪手拆除，以免影響市容，卻忽略了歷史建築或老建物對現代人所代表的"文化內涵"？這是值得現代人去思考的問題，也是主政者應當深思的方向。

陳世岸(2008)(後都市發展保存論述:以嘉義市為例)所指出的，初步觀察這些保存運動所面臨的主要困境，都是都市發展中，對於交通運輸與公共建設的需求，面臨到土地另有他用，導致地上舊建築物必須全部拆除的情形。對於居民或者是關心地方歷史文化的團體來說，這些被拆除的建物並非只是一些沒有意義的破房子，李國文(2009)在胡同之死一

文中提及，看到北京老胡同被大量拆除時的感受：

“任何一個城市，不同時期的建築物，如同樹木的年輪一樣，記載著人事的滄桑，時代的變遷。試著琢磨一下，沒有東交民巷，列強的欺凌便是紙面上的記載，沒有沙灘紅樓，五四的光輝也就停留在課本上，沒有大柵欄，那些老字號便無所依託，沒有越登禹路，佟麟閣路，那些抗日的烽火硝煙必然顯得遙遠。實物，永遠比文字更具震撼力，……所以，胡同，是不能，也不應該一下子消失殆盡的，……也應該給後人留下一點值得珍視的文化資源，留下一點可供回味的思古幽情。”

由此可知，不同時期或具有歷史背景的建築物，其實都具有保存文化的價值與文化的意涵，並非我們表面看到老建物或破房子而已。張基義(2008)在〈創意城市與都市空間美學〉一文中指出，隨著城市經濟的發展，城市競爭已經超越國家競爭，全球新興城市若要脫穎而出，必須靠創意打造出城市的品牌和特色，以吸引文化消費，帶動城市經濟，改善生活品質。

一個城市要能改善生活品質，首先要帶動經濟發展。而經濟發展可以用文化去吸引消費，這需要靠創意打造城市的品牌和特色，而一個城市的歷史、文化、古蹟建物等就是可以提供城市行銷的一大利器，一個城市的歷史有許多可歌可泣的故事，一個城市的老建築物背後就有無數個動人故事，一個城市的特產可能是需多人辛苦奮鬥的血淚史，所以能善用歷史文物的城市，能吸引觀光客的方法，也是行銷城市特色的一個方式。

城市自身應該利用特有的歷史背景、人文風情、自然環境等遊憩資源，來展現觀光吸引力，提高城市的能見度，才能讓遊客建立深刻鮮明的觀光意象(蔡郁芬，2005)。

除了天然資源與景點觀光外，最貼近地方生活文化的地方小吃是最具吸引遊客的觀光資源，遊客藉著品嚐小吃的過程體驗地方生活型態與文化。再者，各地方政府發展觀光時，會強調地方文化的獨特性，因此都會以在地的獨特食物來行銷地方，吸引遊客前往(Dittermer, 2001)。飲食是呈現地區特色「圖像」之一，更是深入認識一個區域的特性最佳媒介，飲食體驗是歡樂與享樂的來源，讓觀光客對地方產生特殊情感，即地方味與地方性緊密連結(陳貞吟、孫妤鑫，2008)。透過地方飲食(local food)與文化包裝創造附加價值，讓飲食不僅帶給遊客獨特的感官體驗，也具有無形的情感價值(陳貞吟、孫妤鑫，2008；陳貴鳳、林曉莉，2012；Hjalager & Richards, 2002；Chuang, 2009；William & Souter, 2009；Mason & Paggiaro, 2010)。“文化古都”—台南，有著悠久的時代背景，特殊的人文生活方式，創造出許多風味絕佳、遠近馳名的各種小吃(黃昆祥，2003)。透過地方小吃，遊客可以認識地方特產、文化與人文典故，為旅程增加樂趣，因此美食小吃已經成為台南市耳熟能詳的城市文化特色。

政府自民國九十年起，開始實施「周休二日」以來，國人可自由支配的時間增加，有較多空間來參加休閒活動，放鬆現代人的忙碌生活。而且現代人因平日工作繁忙，所以會格外重視假日的休閒活動，短則周休二日到鄰近城市來個小旅行，長則寒暑假或年假時安排環島旅遊或國外行程。此外，隨著現代人喜愛旅遊與追求休閒生活的模式，旅遊已經不再是走馬看花的「到此一遊」方式，遊客對於一個城市的深刻印象往往緣自於隨意遊走城市街道巷弄時，不期而遇的驚豔，並透過手機、相機的拍照以及上傳 Facebook 提供分享給更多好友粉絲，經過網路的傳播，提升其他人到此城市旅遊的興致，也提高城市的能見度，也增進該城市的

觀光旅遊效益。

在搜尋相關的資料時，發現近年來，台南有老屋新力的構想和行動力，因為有許多人的努力，而興起一股老屋重建的熱潮，因此，本研究以台南市為研究場域，透過部落格文章和電子報章報導，了解遊客對巷弄民宿的意象，及巷弄街景、巷弄間的美食的看法感受，探討巷弄文化對旅遊觀光的關係。

1.2 研究目的

本研究主旨在透過「網路」分析遊客的部落格文章、電子報章報導等相關內容，探討遊客對台南巷弄文化旅遊意象與價值體驗。本研究之研究目的為：

- 1.探討部落客對台南巷弄文化之民宿的意象與體驗價值。
- 2.探討部落客對台南巷弄文化之街景的意象與體驗價值。
- 3.探討部落客對台南巷弄文化間的思維脈絡。

1.3 研究對象與範圍

旅遊部落格是對一種個人旅遊經驗的呈現，能探究遊客內心的經驗與感受，進而了解旅遊的正負面評價。同時旅遊部落格也是遊客蒐集旅遊資訊的重要來源，對目的地意象的形成與旅遊意願具有重要的影響。

本研究調查對象以到台南市巷弄民宿住宿的遊客、探訪巷弄街景及巷弄美食的部落客為主，分析它們旅遊部落格的文章。

1.4 研究流程

有別於一般的研究模式，本研究透過大量閱讀部落格文章，以內容分析法與語意網絡分析法來探索遊客對台南巷弄民宿、巷弄街景、巷弄美食小吃的旅遊意象及體驗價值，採用質性軟體 NVivo，建立編碼

(Coding)、設立關鍵字(Node)；並利用 SPSS 來分析關鍵字的相關分析，及遊客對台南巷弄民宿、巷弄街景、巷弄美食小吃的旅遊意象及體驗價值之感受。研究流程如圖 1.1。

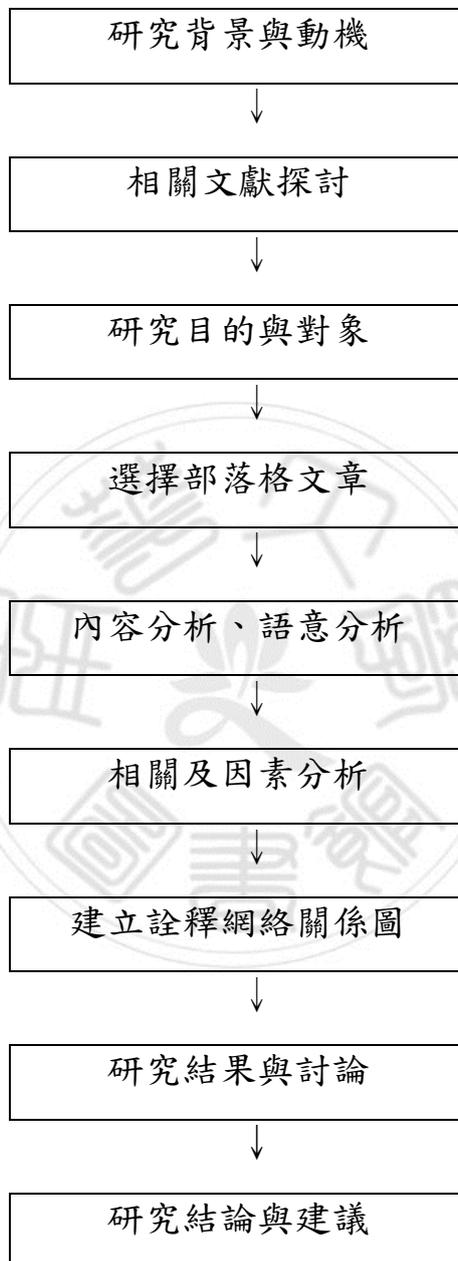


圖 1.1 研究流程

第二章 文獻探討

本章主要針對巷弄文化(胡同與弄堂文化)、民宿、旅遊動機、旅遊意象、體驗價值等相關研究文獻進行回顧與探討，在每一節的文獻探討中，將對各主題進行名詞定義，並整理歸納相關理論，以期透過相關文獻的探討，建立本研究的研究架構。

2.1 胡同與弄堂文化

劉賀娟(2009)表示，根據考證上海的弄堂和北京的胡同，兩者是都市的獨特景觀，同時也反映著兩個都市不同的時空背景和歷史文脈。胡同是北方地區對小巷的通稱，經中國大陸學者王越(2009)考證，「胡同」一名遠在兩千多年前的漢代就已經出現，「衚衕」的早期寫法是「胡洞」，「弄」和「胡洞」是漢代古「巷」字的南北兩音。「弄堂」和「胡同」所指為同一事物，元代學者熊夢祥在《析津志》中揭示了南方「弄堂」和北方的「胡同」是一詞兩音關係。它們承載了都市文化的內涵。

2.1.1 胡同文化

北京市市政管理委員會(2009)曾說"北京的風骨在舊城，舊城的筋脈是胡同，胡同是北京城最好的名片"。于小值(2014)指出，"胡同"作為北京地域文化的典範性標識，在20世紀中國文學中已經演化為一個具有隱喻功能的意向和符號。

2.1.2 胡同的命名

孫彧(2009)指出胡同文化是北京的市民文化，胡同四合院是北京使民的居住方式，也是北京市民的文化形態。可以這樣說，胡同文化就是北京市民的生活方式。胡同的走向是正南正北，正西正東，這種方正的

走向不但影響北京人的生活，也影響北京人的思想。胡同一詞來自於蒙古語，顯示胡同歷史的悠久，胡同的名稱來源很多，有的以人來命名，如武定侯胡同、砂鍋劉胡同；有的以行業命名，如羊肉胡同、紗帽胡同；有的以形狀命名，如梯子胡同、細管胡同等；有的以用處來命名，如府學胡同、琉璃廠、海運倉等；胡同的名稱展現出強烈通俗直白的民間色彩和調侃幽默感。胡同的數量眾多，是貫穿大街的網絡，”打個醬油，約兩斤雞蛋甚麼的，很方便，”胡同文化是講實用的。胡同裡的房屋一四合院，”是一個盒子”，”北京人理想的住房是獨房獨院”，胡同文化是封閉的。胡同文化的走向、數量、名稱、功能、住宅是胡同文化的成分之一，他們表現出胡同文化的特點是平民性，實用性、封閉獨立性。

崔金生(2000)指出，古老的北京城，若比作一座巨大的歷史博物館，那麼北京街道的胡同，就是這巨大博物館中的一座座歷史、文化、民俗的展覽室。

2.1.3 胡同的生活文化

夕陽(2001)認為北京有著旁繁眾多的胡同，一條胡同就是一個舞台。在北京城裡，透過一個個陳列的櫥窗，可以看到大街小巷的演變，更可以看到北京城三千年變遷的軌跡。老北京人講究走路的，因為老北京無論大街小巷，多是橫平豎直，所以北京人走路無法取巧，無論選擇甚麼路線，到頭來都是硬拐彎兒，比較一下路，都是一樣長。相鄰的胡同是相互連接的，構成小社會，幾個月不去大街，生活依然如舊。

2.1.4 現代的胡同樣貌

夕陽(2001)寫到，”幾十年後的今天，我騎上自行車，回到那些我熟悉的胡同，找一找兒時的回憶。喲!北邊原來賣切麵的小舖，可如今都已經成為電腦的專賣店……連兒時常去的什剎海，也早已綠波盪漾，湖中小

島矗立，增加了遊船，這一片早已成為電影導演造景的最佳地帶，成為“老外”到京一遊必走的路了。”

原來的胡同功能已經不見了，甚至在原來的老胡同中，那種自得其樂並且自給自足的胡同生活都已變的單薄脆弱。

根據張雷(2002)的說法，千年之都的北京胡同大約有六千多條，但是“現在京城，不到兩天就消失一條胡同”，在大興土木的北京城，胡同的確正在走向令人懷念的境地。

2.1.5 胡同的保存

宋冰(2008)指出，北京政府在保護胡同的文物與環境中，什剎海景區內是京城內老北京風貌保存最完美的地方，至今存在的街道、胡同等路網體系，以曲折、斜向和不規則的特色而自成風格，且自明清以來，該地的街道和胡同沒有大的變動，基本維持原有的尺度，保存了傳統的城市格局。因此胡同的保存仍需由地方政府做出完善的規劃!

2.1.6 弄堂文化

兩蔚(2010)指出，如果想進入上海文化的心臟和靈魂的深處，最為標誌性的事物便是弄堂。弄堂文化是上海的城市底層生活經歷，帶有濃郁的鄉土氣息，但是隨著都市計劃改造，現今的弄堂的舊建築與弄堂裡的人文風情卻逐漸消失。

2.1.7 弄堂文化的源起

根據百度(Bai Du)百科指出，上海話中把用一種東西包套或收束另外的東西講作“箍”，如箍桶，於是這種用石條“箍”門的建築被叫作“石箍門”，後又訛作“石庫門”。上海的石庫門住宅興起於十九世紀60年代。1860年以忠王李秀成為首的太平軍發動東進，攻克鎮江、常州、

無錫、蘇州、寧波等蘇南浙北城市，迫使數以萬計的蘇南、浙北難民進入上海租界避難。租界為接納難民，動員商人投資住宅建設，為了充分利用土地，這些住宅大都被建為排聯式的石庫門弄堂住宅。石庫門住宅構成了私密空間與公共空間交錯的弄堂社區。在這個社區內，居民在享受個人空間的同時，也更容易培養出更融洽更親密的鄰里關係。於是這家今天燒甚麼菜，那家明天有啥事，都知道得一清二楚。

所以弄堂文化是上海的城市底層生活經歷，生活在舊有的弄堂建築裡，帶有濃郁的鄉土氣息，弄堂間的鄰里互動親密，成就了弄堂文化中特有的人文風情。

2.1.8 弄堂的日常生活樣貌

梁允翔在2007年曾對上海弄堂做出的描述：

" 在今天的上海市中心區，這種破敗街區還是很容易發現的，漫步於一條舊區街道，在兩旁老式小商鋪中，你可以看到在一個石框門洞後的深深巷道，這就是當地所謂的石庫門街區。裡面是一個生動的鄰里社區：老人們在那裡聊天或打麻將，同時也看顧在附近玩耍的小孩。很多家居用品，諸如自行車、水池、涼衣架之類，都不能為狹小的室內空間所容納，而填滿了弄堂空間。家庭主婦還要常常穿行在這些雜物之間，去傾倒垃圾和馬桶。"

雨蔚(2010)在大上海小弄堂一文中，陳述弄堂的風情與文化：

"幾乎每條弄堂都有棋牌室，而且整天都是人聲鼎沸的，打牌、下棋、搓麻將，加上觀局的總是黑鴉鴉一屋子人。棋牌室裡光線並不亮，但卻被一股人情味烘托得明亮而暖人。原生態的弄堂是看民間的風情，通常總是越深入越覺得有味道、有活力。石庫門的年代久了，建築也破舊了，可是歷史的氣息也就散發在這舊里。"

"如果是夏天，那些習慣在弄堂裡吃飯的人就乾脆擺在弄堂裡，一邊吃著喝著聊著，一邊享受弄堂裡特有的涼爽，這就是弄堂特有的隨意、融洽和友善。這也是上海人懷念弄堂、留念弄堂的關鍵所在之處。"

弄堂文化的樣貌就是生活於弄堂間的市井生活，一群市井小民在弄堂間人與人的問候互動，小孩子嬉鬧、各家的飯菜飄香、小販的來回穿梭，形成了巷弄的人文風情。老弄堂裡散發出來的氣息，相信可以讓所有曾經住過弄堂房子裡的人產生錯覺：時光倒流。窗戶裡飄散出來的，不光是熟悉的飯菜香味，還有斷斷續續的吳儂軟語。小孩子大聲嬉戲的喧嚷，亭子間嫂嫂的細細碎語，隔壁爺叔吃飽老酒後的"牛皮"，是每天弄堂的常景。現代住在獨門獨戶公寓的人們，很難體會這些元素雜揉混合的妙處所在。

2.1.9 弄堂的改造與消失

張俊(2010)認為，翻開上海城市建設的檔案，不難發現"石庫門"建築如同北京四合院一樣，給上海這片土地打下了深深的烙印。在這狹小而充滿人情味的里弄裡，一代又一代上海人留下了一段段值得玩味的記憶，同時亦見證了這個城市的變遷。

弄堂文化是上海的城市底層生活經歷，帶有濃郁的鄉土氣息，但是現今卻逐漸消失。90年代初期，在上海市政府所主導的大型的重建和開發——高大而光亮的新樓房和高架快速公路正在蔓延，也慢慢地吞噬著那些倖存的弄堂社區。不少石庫門老房子被拆卸，一片又一片充滿懷舊風情的老房子漸漸消失。上海的舊城改造導致大片舊式弄堂街區的消失，人們才意識到要去保留這些上海獨有的"藝術品"，人們若任由開發重建持續，弄堂建築將被昇華為上海文化象徵，並成為懷舊時尚的素材。

梁允翔(2009)提及上海城市的重建，大規模拆遷在當今上海是很普

遍的。開發商和當地政府主導了拆遷和重建計畫，每個家庭得到政府補助的搬遷費用，他們可以在它處購買到比原來弄堂房子好一些的住所（Yang and Chang, 2007:1822-23），但卻失去了他們生活了數十年鄰里空間，而在遠離城市中心的高層住宅樓裡過著相對孤寡的生活。這種新的居住方式與在弄堂鄰里日常接觸的高度社區化居住文化形成很大的反差。

瑞安公司在1997年提出了一個石庫門建築改造的新理念，邀請美國建築師Benjamin Wood實地考察，將兩個街區重建為一個裝扮成舊弄堂的現代商業中心，按照他的設計，為一個高端的時尚休閒及購物場所，名曰：上海新天地。

建築師仔細檢查街區內每一座弄堂建築，能夠完全保留的只有一所房子。建築師拆除雜亂的結構，保留一組的密集弄堂，其房屋和小巷也被整治得清潔有序。可以說是建築師把老弄堂從地下挖掘出來，讓它們看起來就像亮麗的博物館展品。新天地的老弄堂像是一個淨化的出土文物供人觀賞，而該街區原來的每日生活樣貌卻消失了。一位被拆遷的原住戶在重遊新天地時感歎道：「阿拉姆媽(祖母)本來就住在弄堂裡，我哪能沒有發現它是嘎(那麼)漂亮！」（羅小未，2003）。但她沒有意識到：她眼前的迷人建築景觀，是在真正弄堂裡的聲音、氣味和鄉土感被抹去後才形成的。

隨著上海城市化、國際化、現代化進程的加速，一片片高樓大廈在舊城改造與新區建設的喧囂中拔地而起，大批大批的“石庫門”被推土機鏟進歷史。弄堂文化正在成為一種遠去的老上海風情，停留在人們的記憶裡，沉澱在城市的歷史中（張俊，2010），存在於世人眼前的弄堂文化，也只有美麗的建築景物，但是真正弄堂裡的聲音、氣味和鄉土感隨

著居民的搬離，也跟著消失在這城市裡。

2.1.10 胡同與弄堂存廢的兩難

胡同能被預見的前途是改造成一條大街，這種使命儘管有些"消滅歷史遺跡"的意味，但比較而言，市民都期待過著現代化的都市化生活：超市、醫院、停車場都在家門口。這種願望似乎要輾過胡同繼續生存的理由而實現。因為市民埋頭於市井生活場景的需求與遊客尋找都市味道的心態是大相逕庭的。就如同美國印第安人現象：一方面是印地安人尋求手機和電腦的生活方式，一方面是各國絡繹不絕的遊客希望是印地安人永遠在草屋中手拿長茅吆喝陌生人的闖入。

二十世紀 90 年代至今，行政部門對一批歷史建築進行了大規模的改造和拆除，其中包括那些極富地方特色、具有較高綜合價值的古老街區及其傳統民居。在此過程中，以“胡同”、“弄堂”為代表的城市傳統民居面臨過度的商業化發展。在市場經濟大潮的鼓動下，“胡同”、“弄堂”建築逃以過商業化開發的劫難。

這就是胡同文化及弄堂文化陷於保存保護與改造廢除的兩難困境。如何處理城市改造與作為城市歷史遺產的“胡同文化”和“弄堂文化”保護之間的關係，成為考驗城市建設決策者智慧與遠見的難題。否則，未來人們似乎只能在反映舊時代的老題材電視劇中看見胡同，看見弄堂了！

2.1.11 小結

北京的胡同和上海的弄堂是都市的獨特景觀，胡同文化和弄堂文化也反映著兩個都市不同的時空背景和歷史傳承。胡同文化與弄堂文化之所以讓人懷念，除了胡同、弄堂是城市特有的建築特色外，它們是一般庶民真實生活的地方，胡同和弄堂裡的聲音、氣味和鄉土感，還有存在

於這狹小卻充滿人情味的空間裡，都是胡同和弄堂存在於人們腦海中特有的人文風情。

在時代巨輪的推進下，或許我們只著眼於眼前科技的進步與經濟的繁榮，北京的胡同文化、上海的弄堂文化正加快腳步消逝中，我們逐漸失去了人與人之間親切問候、鄰里的聯繫，取而代之的是人們住著高樓大廈，人與人之間的距離感卻日漸遙遠，因此本研究想探究台南巷弄文化的意涵，希望藉由此研究能了解遊客對台南巷弄文化的旅遊意象及體驗感受，也作為發展觀光的方向及保存城市歷史遺產的依據。

本研究對「巷弄文化」的操作型定義，是庶民於巷弄間日常生活的經歷，市井生活的場景，包括具有地方特色、傳統小吃，有較高綜合價值的古老街區及其傳統民居。

2.2 民宿

2.2.1 民宿定義

台灣原本無“民宿”一詞，根據「維基百科」指出，「民宿」源自日本的 Minshuku，而民宿的英文在各國因環境不同而有差異，在美國通常稱為 Home stay 或 Hostel；在歐洲，尤其英國通常稱為 B&B (Bed and Breakfast)，是僅提供住宿與免費早餐的家庭旅館。在歐洲亦有「民宿農莊」(Accommodation in the Farm) 以及紐西蘭、澳洲的「觀光農場」(Farm Tourism)與加拿大的「假日農場」(Vacation Farm)各有其特色；在中國，「便民招待所」與「農家樂」接近於這個定義。

呂星璜(2003)提供民宿的含義為有效運用各種資源，提供鄉野住宿及休閒活動；所謂的資源包括自然、環境景觀、產業和文化，而民宿經營

者必須活用這些傳統文化、民俗與環境產業特色，讓旅客自然的接觸、認識和體驗。

楊凱傑(2004)對民宿的定義為：一般個人住宅將其一部分房間，以副業方式經營的住宿設施。其性質與普通飯店不同，旅客更能享受經營者所提供的當地鄉土味覺及有如在家的住宿感覺設施，並結合當地人文、自然景觀、生態環境資源及體驗農林漁牧生產過程、生活方式、生態活動。

胡學彥、龔金山、王振英(2007)認為民宿是以私人住宅部份提供旅客居住，並結合當地特色，使住宿的遊客感受到回家的感覺，而且明顯的有別於一般飯店、旅館的經營方式與特色。林舜涓、蔡佳燕、邱莉文(2007)也指出民宿提供給遊客飲食住宿服務，以及認識體驗當地環境、景觀特色和文化的機會，是不同於住宿觀光旅館的感受經驗。

根據中華民國觀光部交通局觀光發展條例(2011)中對民宿的定義如下，「民宿」是利用自用住宅空閒房間，結合當地人文、自然景觀、生態、環境資源及農林漁牧生產活動，以家庭副業方式經營，提供旅客鄉野生活之住宿處所。政府規定的民宿之經營規模，一般民宿客房數5間以下，而特色民宿，得以客房數15間以下。而典型的民宿以傳統產業（如農漁業）盛行、具有觀光資源的鄉間地區為多，旅館林立的都會區則較少見。

陳業宏、李思慧和陳欣宏(2013)將民宿解釋為：除了提供住宿的場所，並藉由遊客與業者相互交流，言談間帶入當地風俗民情，將當地特色及特有自然景觀介紹給遊客。

曾喜鵬、吳盈瑩(2013)對民宿作出解釋：除提供住宿功能外，能結合所在地區之自然、人文、生態及產業等種種資源，也包含主人親切熱忱的服務態度，以及相關體驗活動與特色餐食在內。

在觀光旅遊盛行的現代，民宿提供了旅客另一個住宿的選擇，除了低廉的房間價格具競爭力之外，也提供旅客許多住宿生活體驗，旅客與民宿業者互動，讓旅客能融入當地文化，因此政府與民間業者對民宿的推動與支持是非常積極的（顏怡音、余惠亭、周學雯，2013）。

茲將以上學者提出的民宿定義整理如表2.1所示。

表2.1 民宿之定義

學者	民宿之定義
呂星璜(2003)	有效運用資源，提供鄉野住宿及休閒活動，民宿經營者必須活用這些傳統文化、民俗與環境產業特色，讓旅客自然的接觸、認識和體驗。
楊凱傑(2004)	一般個人住宅將其一部分居室，以副業方式經營的住宿設施。經營者所提供之當地鄉土味覺及有如在家的住宿感覺設施，並結合當地人文、自然景觀、生態環境資源及體驗農林漁牧生產、生活、生態活動。
胡學彥、龔金山、王振英(2007)	以私人住宅部份提供旅客居住，並結合當地特色，使前來住宿的遊客感受到回家的感覺，且明顯的有別於一般飯店、旅館的經營方式與特色。
林舜涓、蔡佳燕、邱莉文(2007)	民宿所提供給遊客飲食住宿服務，及認識體驗當地環境景觀特色與文化的機會，是迥異於投宿觀光旅館的感受經驗。
中華民國觀光部 交通部觀光發展 條例(2011)	利用自用住宅空閒房間，結合當地人文、自然景觀、生態、環境資源及農林漁牧生產活動，以家庭副業方式經營，提供旅客鄉野生活之住宿處所。
陳業宏、李思慧、 陳欣宏(2013)	提供住宿的場所，並藉由相互交流的言談間帶入當地風俗民情，將當地特色及特有自然景觀介紹給消費者。
曾喜鵬、吳盈瑩 (2013)	除提供住宿功能外，更與所在地區之自然、人文、生態及產業等資源結合，也包含主人親切熱忱的服務態度，以及相關體驗活動與特色餐食在內。

顏怡音、余惠亭、周學雯(2013)	民宿提供了旅客另一個住宿的選擇，房間價格具競爭力，也提供旅客許多住宿生活體驗，與民宿業者互動，讓旅客能融入當地文化。
-------------------	--

資料來源:本研究整理

宋貞宜(2008)指出遊客透過旅遊時，體驗與家中不同的環境，藉由住宿民宿達到休閒目的。施秋靜(2012)認為民宿能為民宿遊客帶來的自然、人文環境及居住環境感受的吸引力。而遊客前往民宿住宿時，希望能達到學習新事物、增進感情、排解壓力、遠離人群等目的(陳博文，2014)。

由上述定義得知，民宿與旅館的最大差異在於民宿需能結合環境週邊資源，滿足遊客親近大自然的心，親身體驗當地民俗風情，在享受休閒樂趣之餘，也能讓遊客有家的感覺。因此具有當地特色與口碑的民宿常為熱門之選，不少家庭出遊，往往捨棄知名高級的連鎖旅館，而轉向選擇親切熱情的民宿。此外，不少具有建築風格、客房裝修具有特色的民宿，有些因為網路的興起，部落客的推薦而成為著名的網路民宿，有些因為媒體雜誌的報導而成為知名民宿，還有成為偶像劇的取景地後而廣為人知的名宿景點，基於上述原因，因此民宿也吸引不少的遊客青睞選擇的對象。

2.2.2 國外民宿的起源

民宿的發展最早發源於德、奧，後來則流行到英、法、美等國，國外民宿發展於宗教朝聖活動，在十八世紀時，歐洲國家部分貴族流行到農莊休閒渡假，這些貴族借宿農莊避暑的模式逐漸形成早期民宿。(楊芝灃、郭雅惠、謝雨良、陳昱遠，2013)

國外民宿已有相當久的歷史發展，而民宿亦起源於國外，王姿懿(2004)分別對德國、英國、日本及美國等國，簡述民宿的起源及概況介紹(欣境

工程，1990；江明麗，1997；高秋英，1994；黃美卿等，1999；陳墀吉，2001；王政賢，2007)。

德國因宜人的氣候適合觀光旅遊，因此觀光區時常吸引大量遊客，因旅館無法供應充足的房間，而觀光區附近的住家紛紛提供自家房間給旅客暫住，並收取較低廉的住宿費，這是屬於營利性質；此外阿爾卑斯山區內部因天候的關係，一些當地的居民會提供簡單的住宿給登山客，作為暫時休息或躲避風雪之用，這是屬於非營利性質，與一般風景區的民宿不同。再者，1960年代，德國因經濟不景氣，一方面民眾為滿足旅遊需求，而尋找低價位的旅遊方式，另一方面農民也因為收入銳減，將農場內多餘的房間整理後，低價出租給有住宿需求的旅客，因而有「渡假農場型」的民宿。

英國通常稱民宿為B&B (Bed and Breakfast)，將家中空出來的房間，以提供床位及早餐的方式出租給外出旅客，並收取比旅館更低廉的費用，讓旅客能夠體驗有別於旅館的制式服務，其性質較接近家庭接待，且通常不會住進太多的陌生人，而擁有較高的隱私感。隨著時代的改變，有些屋主注重居家生活的隱私，避免旅客突然到訪而造成不便，而紛紛採取預約訂房服務措施。

日本在第二次大戰後，國人的休閒活動日漸興盛，夏日戲水和冬日滑雪是常見的休閒活動，但是海濱勝地-伊豆和滑雪勝地-白馬山麓的旅館無法負荷龐大的遊客量，遊客只好借住附近的民宅，因此該地的居民便以此為副業開始經營，伊豆和白馬山麓也成為日本民宿發源地。

美國民宿是拓荒時期的產物，是為了解決在鄉村過多旅客住宿的需求，其中以加州鄉村宅院與農舍改建民宿最有名，精美裝潢且房間數在四間以內，這與英國民宿差異頗大。但是美國的民宿發展不及歐洲興盛，

歸納原因有三，其一是美國陸運交通發達，其二是汽車旅館業便利，價位低廉，民宿業者難以競爭，其三是美國人喜歡標準化與規格化的服務。但是在1970年代，美國人的旅行型態轉變成探討歷史，追求自然，因此使兼具特色且有"go home"的民宿興起。

2.2.3 台灣民宿的起源

台灣的民宿發展大概在1981年，隨著經濟成長，國人休閒活動的盛行，使旅客大量湧進早期開發的觀光景點，如墾丁、阿里山與溪頭等地區，但是該地區的旅館無法容納過多的旅客，當地居民清掃整理家中多餘的房間提供給旅客住宿，這是台灣民宿發展的原形（鄭健雄，2001；王茲懿，2004）。

1981年左右，墾丁國家公園發展民宿，逐漸擴及到阿里山豐山一帶、台北縣瑞芳鎮的九份、南投縣鹿谷鄉產茶區與溪頭山區、宜蘭休閒農業區、與外島的澎湖地帶，最後遍及全台灣各地區。1991年起，政府開始輔導並推動發展休閒農業與山村設置民宿等計畫，但當時的民宿就住宿品質而言，僅是風景區周邊的民宅加以整修，單純提供旅客住宿，因此此類的民宿通常不具備高競爭力，無法與國外民宿相比。近幾年因國人休閒意識提高與周休二日的實施，讓國人日趨重視休閒生活品質；許多民宿業者也開始強調自然生態、特殊田野景觀、鄉村體驗、特殊人文藝術或民俗等多元活動，這些特色民宿除了住宿活動之外，還提供遊客特殊的深度套裝旅遊服務，使遊客能在旅遊活動過程中，藉著住在當地接待家庭中，和人、事、物的互動，了解當地的生活背景，文化特色、風俗民情、自然景觀、產業及生態等，進而達到知性、感性、趣味和學習的定點深度休閒旅遊目的（黃美卿等，1999；鄭健雄，2001，王茲懿，2004；王政賢，2007）。

在國民所得提升，休閒時間增加，國人越來越重視休閒生活的時代，除了一般旅館可供住宿選擇外，民宿也扮演的重要角色，民宿已經成為國人旅遊選擇的住宿方式之一。在特性方面，民宿結合周邊資源與主人的接待角色，具有填補旅館房間不足與缺乏家庭接待感覺之優點。其次，民宿產業在台灣形成一股風潮，除了提供乾淨的住宿環境、主人親自接待，營造出一種家的感覺，有些民宿更以不同建築和風格為特色（鄭健雄、吳乾正，2004）。此外，體驗民宿及接觸當地環境資源是吸引遊客消費的主因（陳清淵，2002）。有別於一般的飯店或旅館，民宿給人的印象是溫馨，像家的感覺，業者和遊客的互動比較頻繁，藉由民宿業者的帶領，提供遊客融入當地文化的體驗；也因為民宿和地區資源的緊密結合，彼此產生獨特性和差異性（劉健哲、林碧釗，2007）。

綜合而言，民宿的興起在國內旅遊市場中掀起一種以民宿體驗為主的新型態旅遊方式（曾喜鵬、楊明青，2010），民宿相關的研究越來越受重視。

2.2.4 民宿的類別及特徵

王姿懿(2004)指出，民宿經過數十年的演變，已經產生多種不同的樣貌，用規模和特徵的差異來區分可以分成四種(Lanier et al, 1993; Lubetkin, 1999):

- 1.寄宿家庭(Homestay,Host Home):將家中多餘的房間租給有需要的旅客來貼補收入；僅提供早餐；房間數1-4間左右；大部分的客人都是透過訂房中心或口語相傳而來投宿。
- 2.民宿(Bed and Breakfast):將家與出租的房間劃分開，認為住宿的遊客與家人俱同等重要；該份收入並非經營者的主要收入；房間數約5-10間。
- 3.民宿旅店(Bed and Breakfast inn or lodge):主要為短暫居留的遊

客提供住宿的地方；具有商業經營許可證且未經營者提供主要收入；房間數大約11-25間左右；除提供早餐之外，有些在能能力許可內會提供其他餐別。

4. 鄉村旅店(Country inn):類似民宿旅店，但擁有20間以上的房間數，如同一般旅館一樣提供三餐。

鄭詩華教授 (1998)按照地區、特色及參考日本民宿，將民宿分為七個類型：

- (1) 農園民宿—採集山菜、採水果、採集昆蟲及自然教育等。
- (2) 海濱民宿—海水浴、海草採集、釣魚、舟遊。
- (3) 溫泉民宿—砂石溫泉浴、岩石溫泉浴、天然熱力運用等。
- (4) 運動民宿—滑雪場、滑草場、登山、健行、射箭、柔道、劍道、槌球等。
- (5) 傳統建築民宿—古代建築遺址、古街道、古民宅、古城、古都等。
- (6) 料理民宿—河川魚料理、自然素材料理、海鮮料理、漬物料理等。
- (7) 西洋農莊民宿—位於鄉村地區，通常週遭有較寬廣之活動場所的民宿。

張彩芸 (2002)將國內民宿分為「原住民部落民宿」、「農特產品及產區民宿」、「自然生態體驗民宿」、「藝術文化民宿」及「景觀特色民宿」等五類。

張東友、陳昭郎 (2002)則以宜蘭縣員山鄉地區的民宿為例，將民宿經營分為「藝術體驗型」、「復古經營型」、「賞景度假型」、「農村體驗型」以及「社區文化體驗型」五類。

表2.2 民宿的類型

作者	地區	民宿類型
Lanier(1993) ; Lubetkin(1999)	國外民宿	1.寄宿家庭 2.民宿 3.民宿旅店 4.鄉村旅店
鄭詩華(1998)	國內外民宿	1.農園民宿 2.海濱民宿 3.溫泉民宿 4.運動民宿 5.傳統建築民宿 6.料理民宿 7.西洋農莊民宿
張彩芸 (2002)	台灣民宿	1.原住民部落民宿 2.農特產品及產區民宿 3.自然生態體驗民宿 4.藝術文化民宿 5.景觀特色民宿
張東友、陳昭郎 (2002)	宜蘭縣員山 鄉地區民宿	1.藝術體驗型 2.復古經營型 3.賞景渡假型 4. 農村體驗型 5.社區文化體驗型

資料來源:本研究整理

在企業連鎖的飯店經營下，民宿仍然受到旅客的青睞，皆有其經營的特色，本研究將學者提出的民宿特色做歸納整理。

王姿懿(2004)指出，Morrison等(1996)認為民宿有以下五項特質:(1)具有個人服務，與主人有某種程度上的交流；(2)具有特殊的機會或優勢去認識當地的環境或建築物的特質；(3)通常是產權所有者自行經營，而非連鎖經營；(4)提供別活動給遊客；以及(5)較少的住宿量。

嚴如鈺 (2003)認為民宿的特色包括下列七項：(1)提供另一種的住宿體驗；(2)認識當地的特色與文化；(3)維持人文與大自然環境；(4)提供服務與休閒活動；(5)品嚐當地特產與美食；(6)親切的對待；以及(7)價格經濟實惠。

簡玲玲 (2005)認為民宿具有以下特徵：(1)利用住家空餘房間；(2)副業經營；(3)提供很少的住宿容量；(4)經營者親自接待，並與旅客認識交

流；(5)參與社區活動，發動社區活動，協助改善社區環境；(6)結合當人文、自然景觀、生態、環境資源及體驗農林漁牧生產、生活、生態活動。

綜觀學者的研究，民宿的特色包含利用住家空餘的房間提供旅客住宿，住宿價格經濟實惠，且由民宿業者親切接待，並結合當地的人文景觀、自然生態、環境資源等，讓遊客在旅遊時能深入認識當地的文化與特色，品嚐在地的美食風味餐，體驗當地的民俗活動，藉由住宿旅遊和民宿業者的介紹，讓遊客能深度認識當地的人文歷史或自然特色。

2.2.5 台灣民宿發展歷程

民宿在台灣之發展約有三、四十年，林政儀(2014)將民宿發展歷程分為五期，每個歷程主要發展的區域或特色各有不同，其說明如下：

- (1)1980年代以前的播種期，主要發展的區域為非營利便民住所；
- (2)1980年代的萌芽期，主要發展的地區為觀光景點；
- (3)1990年代前期的成長期，主要發展的地區為原住民山村；
- (4)1990年代後期的茁壯期，主要發展的地區為休閒農場；
- (5)2000年代的轉型期，政府發布〈民宿管理辦法〉，明確規定民宿的定義、設置地點及經營規模。

早期民宿立法的原意主要針對閒置空間再利用，既能滿足觀光地區旅館不足之缺口，滿足遊客住的需求，也能增加當地居民的收入。然而，隨著旅遊觀光地蓬勃發展，遊客對住宿品質要求的提升，以及越來越多人投入民宿產業，民宿產生新意涵。在宜蘭、花蓮、臺東與南投等地區，也出現許多新建民宿，無論是歐洲城堡式或地中海風情，老屋新力風格，部分建築物是經過設計且新穎，有些甚至與建築師合作設計規劃，民宿建築與空間使用已經跳脫傳統鄉村閒置空間的概念。在經營者方面，電視台與報章雜誌也陸續揭露許多年輕人投入民宿產業，且以經營民宿為

職業，民宿為家庭副業之立法原意備受挑戰（顏財發，2013）。

2.2.6 小結

經濟發展帶動旅遊觀光業的蓬勃發展，國人的住宿型態與需求也隨之轉變，民宿的風格也因應旅客的要求而做不同的變化，現今民宿的發展已經脫離早期閒置空間再利用，許多年輕人投入民宿產業，帶領民宿進入另一個里程碑，但是不變的是民宿業者能親自接待，提供旅客"家的感覺"，並結合當地的民俗風情，品嚐傳統小吃，體驗當地的民俗活動，帶領遊客深入認識當地的人文歷史或自然特色，這是民宿業能與連鎖飯店競爭的一大利器。

因此本研究對民宿定義如下:民宿不同於旅館，其風格與模式應用當地的風土民情，有其獨特的魅力。遊客會因為民宿的主人、建築物、景色和餐飲的不同而獲得不一樣的樂趣與體驗。而且根據學者的研究，台灣的民宿產業已發展出一套獨特的經營模式。

2.3 旅遊意象

2.3.1 意象和旅遊意象的定義

意象的英文為「Image」。「Image」有許多中文解釋，如：意象、印象、形象或表象等。研究旅遊地意象的鼻祖Hunt (1975)對意象所下的定義為：「人或人們對某一非其居住之地所抱持的印象」。Crompton (1979)對意象的定義是：「一個人對一個旅遊地所具有的信念、想法和印象的總和」。Dichter(1985)認為意象是一個實體，是在個人心中的整體印象，而非僅由單一特性所形成。因此，意象是一種態度或是概念，所涵蓋的構面是多元的，人們常會因其意象的不同而做出不同的反應決策。李蕙芳(2014)

對意象提出的解釋是，每個人對於任何事物、地點在其心裡都會存在一些想像力，不論對這事物、地點是否熟悉，人們在腦海中會憑著自己對它的印象、想像、記憶、所得的資訊等，來勾勒無形中所形成的抽象感覺。意象會影響旅遊地之發展，並會改變遊客對一旅遊地之認知、滿意度、決策及其行為（蔡宏進、湯幸芬，2004）。

旅遊意象(Tourism Image)，又稱為目的地意象、觀光意象或遊客意象。卓信佑、賴佩吟(2013)研究指出，在觀光旅遊之學術文獻中，無論讓人產生意象之地點規模(place-scale)、大小(如：國家、州、國家公園、城市、風景區或景點)，一般都以「旅遊地意象」為其統稱概念(Gallarza et al.,2002; Pike,2002)。因此旅遊意象指的是遊客透過各種傳播媒介或實地經歷，所獲得的旅遊地各種要素資源所形成的意念要素的集合（謝淑芬，1994；Echtner & Ritchie, 1991; Fakeys & Crompton, 1991）。簡言之，是遊客對於旅遊目的地整體的信念、想法及印象(Crompton, 1979; Kotler, Haider, & Rein, 1993)。

世界觀光組織(World Tourism Organization，簡稱WTO，1979)也曾對於目的地意象的定義為：是一微妙氣氛、一觀點、一主觀認知，伴隨著相同訊息傳達者的各種的觀念或情緒的投射。

Gartner (2007)在回顧彙整旅遊地意象相關學術文獻後，所提出廣具共識的意象定義：「一個人由篩選自意象形成機制所傳送出的資訊線索而建構成對某旅遊地所抱持的心理畫像」。遊客意象或目的地意象可視為遊客對目的地的一種期望，是遊客個人對於有益的旅遊經驗產生正面之印象(Birgit,2001)。目的地意象(Destination Image)不僅在遊客心目中留下印象，而且是經歷遊客評估之後的一種呈現，可視為遊客個人的主觀認知(Gunn,1972)。

沈進成、廖若岑(2005)對旅遊意象的定義是表達遊客心中對當地觀光體驗，以及對當地特殊之社會象徵和文化意義的態度，經由一段時間整合不同來源資訊後的整體知覺與信念，最後在心中形成了對風景區的旅遊意象。

曾相榮、涂富閔、林家瑞(2013)認為觀光意象是：「遊客前往旅遊目的地之動機，會受到內外因素影響，主觀對於事前期望及可能會感受到的觀感。」

Milman和Pizam(1995)認為旅遊經驗是一種綜合各種不同產品與服務體驗的混合物，所以一個觀光地的意象可說是對構成旅遊經驗之個別要素或屬性之意象總合，因此提出觀光目的地意象由三個成份組成，分別是：

1. 產品(景點的品質、成本、獨特性)；
2. 行為與態度(例如:觀光地的居民會與觀光客有所互動)；
3. 環境(氣候、住宿品質與類型、安全)。

Baloglu和McCleary(1999)指出觀光地意象是由認知、情感、整體三項成份所組成，分別說明如下：

1. 認知(Cognitive)指個人對於一個觀光景點所持有的信念與知識；
2. 情感(Affective)指個人對一個觀光景點所產生的情緒、感受；
3. 整體(Overall)指的是認知與情感兩者彼此互相影響而形成。

觀光客會因本身的旅遊經驗或是旅遊資訊的搜尋，而對旅遊地有意象認知，且旅遊地的觀光意象或目的地意象，會影響觀光客前往旅遊或重遊意願 (Fakeye & Crompton, 1991)。Selby和Morgan (1996)認為，一個觀光旅遊地若能掌握其所賦予遊客之意象，同於亦掌握了自身的優勢與劣勢，並能藉此了解遊客對該地區的評價內容。

旅遊意象是風景區成功行銷的重要因素，具有強烈而正面意象的旅遊點，通常是遊客選擇度假的目的地（Birgit, 2001）。

王雯宗、朱盈蒨(2010)認為意象會促使人們產生旅遊動機，在開始搜尋旅遊資訊或接收外部訊息時，將逐漸對一個或多個旅遊地產生印象，同時，意象也會因為各種外部誘因或者人們本身的實際體驗，而改變對該旅遊地的印象。

觀光地意象顯現出遊客心目中對觀光地的感受，在旅遊活動中扮演著觀光整體吸引力的重要角色，更是旅遊決策過程與目的地選擇行為之重要因素(Echtner & Ritchie, 1991; Baloglu & Mc Cleary, 1999)。

Leisen(2001)也證實，當遊客對目的地產生正面意象時，選擇該目的地的機會也會因而提高。由此可知，意象已經是遊客選擇旅遊目的地的重要考量因素之一 (Bigne, Sanchez & Sanchez, 2001; Beerli & Martin, 2004; Castro et al, 2007)。

本研究彙整以上學者提出所提出之的旅遊意象定義，整理如表2.3所示。

表2.3 旅遊意象之定義

學者	定義
Crompton(1979)	是遊客對於旅遊目的地整體的信念、想法及印象。
WTO(1979)	是一微妙氣氛、一觀點、一主觀認知，伴隨著相同訊息傳達者的各種的觀念或情緒的投射。
Fakeye & Crompton(1991)	遊客對旅遊地的印象，並給予遊客一種事前的感覺。
Echtner & Ritchie(1991)	遊客透過各種傳播媒介或實地經歷，所獲得的旅遊地各種要素資源所形成的意念要素的集合。

Birgit(2001)	遊客對目的地的一種期望，是遊客個人對於有益的旅遊經驗產生正面之印象。
沈進成、廖若岑(2005)	遊客心中對當地觀光體驗，以及對當地特殊之社會象徵和文化意義的態度，經由一段時間整合不同來源資訊後的整體知覺與信念，最後在心中形成了對風景區的看法。
Gartner (2007)	一個人由篩選自意象形成機制所傳送出的資訊線索而建構對某旅遊地所抱持的心理畫像。
曾相榮、涂富閔、林家瑞(2013)	遊客前往旅遊目的地之動機，會受到內外因素影響，主觀對於事前期望及可能會感受到的觀感。

資料來源:本研究整理

2.3.2 旅遊意象的形成

意象的形成過程是指：傳送與某地有關的資訊線索給人的「意象形成機制」(Image Formation Agents)；而所謂意象的構成本質或組成成分則是指：這個接收各種與某地有關的資訊線索的人對該地所建構並抱持意象的內容而言(卓信佑、賴佩吟，2013)。

Gunn(1988)曾強調即使消費者從未到過某地，或從未主動搜尋過該地的相關資訊，仍會在消費者心中存有對該地的記憶與印象，只是此記憶與印象可能不完整，再經由旅遊資訊的蒐集產生誘發意象，最後透過到訪目的地產生複雜意象，此複雜意象與目的地到訪的實際體驗作比較進而形成滿意度，最後滿意度的好壞將決定重遊意願的高低。

遊客的旅遊意象主要得自對旅遊地的瞭解、旅遊體驗的印象與知覺，及個人經驗累積與接收到的資訊不斷地重組所逐漸形成。而旅遊意象的形成依學者看法(Fakeye & Crompton, 1991; Pearce, 1982; Phelps, 1986)，大致可分為原始意象、誘發意象與複雜意象三個階段：

- 1.原始意象(Organic Image)階段:指的是對旅遊地最初的意象，主要來自非旅遊、非商業性資源，如報紙、雜誌、電影等媒體，或教育、親友的意見所形成，這是零散、片段且不完整的意象。
- 2.誘發意象(Induced Image)階段:指受更商業性資源之資訊，或其它觀光旅遊直接相關資訊，如旅遊手冊、旅行社資訊等的影響所形成；這是為強化旅遊地的宣傳或推廣所強化的行銷手法，但此時仍處於缺乏實際旅遊的階段。
- 3.複雜意象(Complex Image)階段:指經實際旅遊受旅遊地環境刺激所形成的階段，這是遊客經實際體驗，修正對旅遊地的意象，使其意象更真實、複雜與差別。

陳寬裕、吳崇旗、鄭恆星(2013)研究指出，旅遊意象在認知品質與滿意度上會產生正面的影響，因為旅遊意象會在個人旅遊前產生期待，而這些期待與實際體驗後的比較差異即決定滿意度與否。在旅遊市場上，旅遊意象的衡量有助於其在角色的定位，區隔出不同於他地的發展特色，以獲得遊客的認同及提高吸引力(黃任閔、杜貞黎，2012)。

旅遊意象的重要在於，它是影響遊客再遊意願的重要因素，也是風景區成功行銷的因素之一，當遊客對旅遊地具有強烈而正面的意象時，通常會是遊客再訪的目的地(Alnemoud & Armstrong, 1996; Birgit, 2001; Bigne, Sanchez & Sanchez, 2001; Echtner & Ritchie, 1991)。因為旅遊意象能解釋遊客對真實情況的知覺或感受(Bigne et al., 2001)，也會影響遊客的主觀看法與後續行為及旅遊地的選擇(Castro, Armario & Ruiz, 2007)。所以旅遊意象測量對旅遊地的解釋非常有用，而且一個人的旅遊意象在旅遊前後都有可能改變，所以若能監控曾經旅遊過的旅遊地，將能更完整的測量旅遊意象(侯錦雄、林宗賢，1996)。

旅遊意象研究可以發掘出遊客印象中較不鮮明的意象，經過明確定位後的旅遊意象，比較能營造旅遊地的主題，並可在短期內吸引目標遊客的注意力，作為政府、旅遊業者擬定行銷計畫的參考（劉瓊如、林若慧、吳正雄，2002）。

高中、范振德、王進欽(2013)研究指出，旅遊目的地意象對遊客消費行為有重大影響，因為遊客對旅遊目的地之意象（Destination Image）可以影響他的主觀知覺與行為並且也影響旅遊決策(Baloglu & McClearey, 1999a; Chen & Kerstetter, 1999；Echtner & Richie, 1991; Gallarza, Saura & Garcia, 2002；Morgan & Pritchard, 1998)以及旅遊之滿意度與忠誠度(Chi & Qu, 2008)；遊客對於旅遊目的地之潛在意象，也會影響此旅遊地點的成敗(McCartney, Butler, & Bennett, 2008)，甚至因為該旅遊目的地的意象，擴大影響對該國或地區的整體意象(Ryan & Ivan, 2011)。

Court和Lupton（1997）曾研究新墨西哥洲的旅遊意象，實證結果發現：目的地的自然景觀、社會文化與遊憩活動等意象因素，以及個人旅遊經驗、家庭收入與規模、與目的地的距離等個人因素，均會顯著地影響遊客未來的旅遊意象。Bigne等(2001)研究旅遊目的地意象與遊客行為意圖及旅遊後評估與旅遊地的關係，調查發現旅遊地的意象會對知覺感受、滿意度、重遊意願、推薦意願有正向的影響。

由此可知，意象會影響遊憩行為，旅遊意象不僅會協助遊客考量、選擇與決定旅遊目的地，亦會影響遊客滿意度、重遊的可能性及推薦他人之意願，良好的目的地意象對遊客所帶來的影響可說是非常深遠。遊客在決定旅遊活動時，會根據已擁有的資訊，亦即自己對目的地的遊前意象，衡量自己的需求或動機，然後決定到該目的地旅遊與否；而在旅遊之後，遊客會依據旅遊前的期待以及所接受到的服務或產品，進行旅

遊後的評估。遊客在本次旅遊所得的體驗，將會形成對此目的地的遊後意象，而遊後意象在下一次的旅遊決策之中，又將成為遊客的遊前意象。經由這樣不斷的循環與修正，遊客對該旅遊目的地之意象將擁有更完整的看法(李蕙芳，2014)。

在本研究中，遊客對於台南巷弄文化之體驗，是實地參觀旅遊台南後的意象，包含了最初的原始意象及相關資訊等誘導之後的意象，加上前往旅遊產生旅遊意象，為複合的意象。它綜合原始意象及誘發意象，最後形成一個整體的旅遊意象。

2.3.3 旅遊意象之相關研究

本研究蒐集旅遊意象之相關研究，並將相關文獻整理，以便參考應用於本研究。

表2.4 旅遊意象之相關研究

學者	研究對象	研究問題	研究發現
沈進成 廖若岑 (2005)	以華山遊客 為對象	探討華山咖啡城不同旅遊意象遊客之旅遊體驗及忠誠度等變數間之影響程度。	1.遊客對華山的主要意象為欣賞夜景及休閒的好去處 2.高意象之遊客擁有較高的體驗及忠誠度；感官體驗及情感體驗較能影響高意象群遊客之意象 3.感官體驗、情感體驗及行動體驗較能影響低意象群遊客之意象 4.旅遊讓人值回票價之意象對高意象群遊客忠誠度最具影響 5.華山是約會的好地方之意象對低意象群遊客忠誠度影響較大
黃任閔、 杜貞黎	高雄旗津地 區遊客	高雄旗津地區遊客旅遊動機與旅遊意	1.遊客對當地之地方發展、自然資源及人文特色之旅遊意象最為深刻。

(2013)		象之研究	<ol style="list-style-type: none"> 2.不同遊客之年齡、教育程度及居住地在旅遊動機上有顯著差異 3.不同遊客之年齡、教育程度、職業以及居住地在旅遊意象上有顯著差異 4.遊客之旅遊動機與旅遊意象呈現正相關，即遊客之旅遊動機愈高，則對旗津地區之旅遊意象亦愈高
劉明德 張書豪 鄭仲 (2013)	由上海與廈門 496 位中階收入以上的成年人	大陸人民對臺灣的觀感中，熟悉度、旅遊動機、認知意象、情感意象對旅遊意願之影響力。	<ol style="list-style-type: none"> 1.認知意象對旅遊意願的總影響效果最高 2.熟悉度會透過認知意象與情感意象影響旅遊意願 3.旅遊動機會透過認知意象影響旅遊意願 4.透過旅遊意象，以提高旅遊意願
洪煌佳 林慧敏 (2013)	花東縱谷自行車遊客	縱谷再遊意願、縱谷旅遊經驗，對服務品質與生態景觀兩項旅遊意象影響的因果機制。	<ol style="list-style-type: none"> 1.高中教育程度的服務品質意象顯著較大學教育高 2.證實花東縱谷自行車遊客的縱谷再遊意願，會透過縱谷旅遊經驗為中介，對生態景觀意象產生正向影響
卓信佑 賴佩吟 (2013)	日本在台留學生	外國人形成旅居國城市意象時，距離、意象形成機制與城市意象間存在的影響與干擾效果	<ol style="list-style-type: none"> 1.距離對城市意象具有顯著的負向影響效果 2.距離的減少會讓外國人對旅居國城市產生較佳意象 3.距離的增加會讓他們產生較佳的城市意象
高中、	以絲路為旅	探討絲路旅遊目的	<ol style="list-style-type: none"> 1.以「絲路為旅遊目的地意象」時，

范振德、 王進欽 (2013)	遊目的地的 參與者	地意象與討論旅遊 目的地意象在衡量 時所發生的問題	自然風景、歷史與文化、古蹟、沙 漠與多元民族是最重要的意象 2.旅遊目的地意象的變項可能因不 同地點與遊客對該地的旅遊經驗 而不同
黃琬淇、 胡瑜心、 林銘昌、 李夢詩、 (2013)	到訪馬祖的 遊客	馬祖之旅遊意象、 滿意度與旅遊購物 支出	1.遊客對馬祖的觀光意象以「景緻 優美的群島(島嶼)景觀」最高 2.滿意度則以「旅遊資訊的取得容 易」最高 3.觀光意象部分構面對滿意度有正 向顯著影響 4.觀光意象部分構面對旅遊購物支 出有正向影響 5.滿意度部分構面對旅遊購物支出 有正向顯著影響
曾相榮 涂富閔 林家瑞 (2013)	到「九份地 區」遊玩的 日籍遊客和 本國旅客為 對象	研究目的旨在探討 九份日籍遊客的旅 遊意象、滿意度與 重遊意願之間的影 響程度與因果關係	1.不同人口統計變項在觀光意象、滿 意度與重遊意願上具有顯著性差 異 2.觀光意象對於滿意與重遊意願有 正面影響效果 3.滿意度對於重遊意願有正面影響 效果 4.日籍遊客或者本國遊客，在重遊意 願構面上均有顯著性差異

資料來源:本研究整理

由表 2.4 可知遊客之旅遊意象對體驗、滿意度、行為意圖及重遊意願會有影響；也發現不同變項在旅遊意象上的表現也會有所不同。本研究之目的即在了解遊客對台南巷弄文化的旅遊意象。

2.4 旅遊動機

2.4.1 旅遊動機的定義

Iso-Ahoa (1982) 認為動機是一種社會心理的力量，促使個人選擇及參與休閒旅遊的內在驅力(黃任閔、杜貞黎，2012)。動機 (Motivation) 被視為一種處於需要某件事物的狀態，或一種被刺激的需求 (Hsu, Cai, & Wong, 2007)。消費者採取行動藉由滿足需求而降低焦慮與不安，即消費者行為，均由動機開始 (Kotler & Armstrong, 2001)。動機也是內部心理因素之動態過程，可能造成不舒服的緊張程度，進而驅使行動，其目的是釋放緊張和滿足這些需求 (Fodness, 1994)。故動機為個人內在之驅動力，源自於需要、未滿足進而產生緊張來促使個人採取行動。

陳光華(2006)表示，動機是決定行為最重要的因素，人們為何選擇生態旅遊而不選擇其他活動，固然受到生活環境及文化背景不同的影響，這是旅遊者本身需求的反應，這也是旅遊的驅動力，驅使人們從事不同旅遊行為，就是旅遊動機。因此有旅遊需求，才可能產生旅遊動機，進而誘發旅遊行為。人類為何有旅遊的需求？一來是基於人類的好奇，一種對未知世界探索的好奇心，因此促進觀光旅遊的發展；另一種是源於人類對所處的環境感到厭倦時，就會產生一種心理緊張與壓力，而脫離日常生活，從事旅遊活動，希望能減輕這種緊張狀態。旅遊動機驅使遊客為逃離日常生活煩瑣，引起從事不同遊憩活動與行為，從而滿足個體本身內心社會和心理的不同需求 (莊右孟，2009；黃任閔，2012)。

黃月春、詹雅竹、李育憶(2014)根據以往的研究指出，動機是個體本身對事物產生需求的內在歷程，其為一種被刺激的需求，能夠促使個體採取行動來滿足需求(Kotler & Armstrong, 1999)。換言之，動機來自於激發內心的需求，當實際情形與期望產生落差時，就有「想要」與「需

要」的想法，當需求到達一定程度時，就會變成一種趨動力(Blackwell et al., 2001);而個人做某些事的原因，代表一個無法觀察到的內在力量刺激和迫使一個行為的反應，同時對這反應提供了特別的方向(Hawkins et al., 2004)。

2.4.2 旅遊動機的分類

Schiffnan和Kanuk (2004)指出動機有正向動機與負向動機，並將消費動機區分為理性動機(Rational Motives)與情緒動機(Emotional Motives)兩種類型，前者純粹基於理性的判斷、邏輯思考和推論，例如:功效、品質或耐用度等;後者則是出自個人情感發展而非深思熟慮的結果，例如:虛榮心、吸引力等。旅遊動機是一種驅力，驅使遊客去滿足內心社會和心理的不同需求，也可以說是遊客從事休閒遊憩真正的原因(Iso-Ahola & Allen,1982)。

楊淑玲(2011)指出，探究旅遊之原因或動機是瞭解旅遊之社會和心理現象 (Cohen, 1974)，旅遊動機為一連串之需求進而導致個人參與旅遊活動 (Crompton, 1979; Kim, Crompton & Botha, 2000)；這些因素常是無形的、原生的並啟發欲望以滿足需求(Crompton,1979; Dann,1977, 1981)。Pearce (1983) 將旅遊動機分為內在和外在動機，包括逃避 (Escape)、放鬆 (Relaxation)、關係促進 (Relationship enhancement)、自我發展 (Self-development) (Pearce & Lee, 2005)；Beard和Ragheb (1983) 將旅遊動機分為：(1) 知性動機 (Intellectual motive)：包含心智活動如：學習、發現、思考等成分之活動概念。(2) 社會性動機 (Social motive)：友情及人際關係之需要、取得他人之尊重等概念。(3) 勝任-精通動機 (Competence-mastery motive)：為了達成、主宰、完成一些事等概念。(4) 逃避刺激動機 (Stimulus-avoidance motive)：想逃避刺激之生活糾

紛、尋求自由獨立之感受、放鬆自己等概念。

每個行為背後，通常是許多因素的結合所致，支持旅遊行為的決定因素是多重動機的，觀光旅遊活動也同樣是受到許多動機結合所致，陳美吟(1985)整理國內外相關文獻，獲得一遊憩需求體驗研究基礎。從需求-行動-體驗過程中，遊客之遊憩需求與遊憩動機受個人特性、過去經驗等影響，個人對遊憩從事有不同期望，進而引發遊憩行為。

謝淑芬(1995)指出，McIntosh和Gupta將基本旅遊動機分為四類：(1)生理動機(Physical motivators):包括休息、運動、遊戲、治療等動機；特點為以身體的活動來消除緊張與不安；(2)文化動機(Interpersonal motivators):了解和欣賞其他地方、國家的文化、藝術、風俗、語言與宗教的動機，是一種求知的慾望；(3)人際動機(Status and prestige motivators):包括在異地異國結交各種朋友探訪親友、擺脫日常生活、工作、環境等動機；主要是逃避現實、免除壓力的願望；(4)地位和聲望動機(Physical motivators):包括考察、會議及從事研究活動:主要在建立良好的人際關係，滿足其自尊、被承認及受人賞識的願望。

陳寬裕、吳崇旗、鄭恆星(2013)的研究指出，多名學者為旅遊動機做不同面向的統整歸納，余幸娟(2000)將宗教觀光之旅遊動機歸類為新奇與自我滿足、人際社交、歷史偏好、宗教心靈感以及宗教利益追求等五大要素。黃靖雅(2000)將旅遊動機分為獲得知識、地方聚落、給孩童環境教育、親友相處、到此一遊、心靈滿足與分享經驗七個因素；蔡進發、陳慧君、黃宗成(2004)則分為觀光與宗教動機。陳建和、楊淑玲、高惠君(2011)參考Beard和Ragheb(1983)的研究，除了將旅遊動機包含知性、社會、勝任精通、逃避刺激再加上第五個要素-健康因素。本研究彙整以上學者提出之旅遊動機定義，整理如表 2.5 所示。

表 2.5 旅遊動機之定義

學者	年代	旅遊動機
Pearce	1983	1.逃避 2.放鬆 3.關係促進 4.自我發展
Beard and Ragheb	1983	1.知性動機 2.社會性動機 3.勝任-精通動機 4.逃避刺激動機
陳美吟	1985	遊憩動機受個人特性、過去經驗等影響
謝淑芬	1995	1.生理動機 2.文化動機 3.人際動機 4.地位和聲望動機
黃宗成、黃躍雯、 余幸娟	2000	1.新奇與自我滿足 2.人際社交 3.歷史文物偏好 4.宗教心靈感受 5.宗教利益追求
黃靖雅	2000	1.獲得知識 2.體驗地方聚落 3.親友相處 4.給孩童環境教育 5.到此一遊 6.心靈滿足 7.分享經驗
吳忠宏、謝旻熹	2006	到鹿港的旅遊動機 1.擴大社會接觸 2.藝術文化投入 3.外出遠離壓力 4.增進情感交流
林永森、林博文 周少凱	2006	1.新奇與自我滿足 2.社交與休閒 3.運動與文化偏好 4.宗教心靈感受 5.宗教利益追求 6.運動體驗與挑戰
陳建和、楊淑玲、 高惠君	2011	1.知性 2.社會 3.勝任精通 4.逃避刺激 5.健康
許哲毓、高鵬 劉泳倫、張聰欽 陳瑞旭	2012	遊客前往北港旅遊的主要動機為 1.來此品嚐當地美食小吃 2.來此放鬆心情紓解壓力 3.來此購買當地名產

資料來源:本研究整理

2.4.3 旅遊動機的相關研究

表 2.6 旅遊動機之相關研究

學者	研究對象	研究問題	研究發現
黃宗成、 黃躍雯、 余幸娟 (2000)	到台南南鯤 鯓代天府的 宗教觀光客	探討宗教觀光客旅 遊動機、期望、滿意 度關係	1.研究發現觀光客特性不同，旅遊動 機也不同 2.旅遊動機與行前期望具有相關性 3.旅遊動機主要為祈求神恩庇祐， 4.宗教觀光客之旅遊動機並非宗教 的動機，目前是屬多元化的追求
陳俊男 (2003)	七股鹽山遊 客	探討七股鹽山遊客 之遊憩動機、遊憩環 境體驗與遊憩滿意 度之研究	1.遊客的遊憩動機與行前期望有顯 著相關 2.遊客對遊憩環境屬性的實際體驗 滿意度與整體滿意度有顯著相關 3.遊客對遊憩環境屬性的實際體驗 滿意度與重遊意願有顯著相關 4.遊客對遊憩環境屬性的整體滿意 度與重遊意願有顯著相關
林永森、 林博文、 周少凱 (2006)	以大甲媽祖 國際觀光文 化節--中縣觀 光報馬仔活 動參與者為 研究對象	探討運動與宗教觀 光動機、行前期望、 重視程度、滿意度與 忠誠度之研究	1.體驗宗教文化的青年族群以觀光 遊客動機參與此次活動，虔誠的宗 教信者族群，以宗教信仰參與活動 2.旅遊動機主要以「體驗新奇事物增 廣見聞」、「享受參與活動」、「古蹟 巡禮滿足懷舊情懷」為主，參與者 同時有宗教、休閒、運動與社交等 多元化之追求 3.旅遊動機、行前期望、重視程度及 滿意度對於忠誠度（口碑溝通、重 遊意願）有相關存在

陳慧君 (2002)	以台灣民眾參與聖城-耶路撒冷為研究對象	聖城-耶路撒冷：宗教觀光客旅遊動、限制因子、實際體驗與重遊意願之研究	研究發現宗教旅遊動機越高者，實際體驗也相對越高，旅遊體驗會影響忠誠度
陳建和 楊淑玲 高惠君 (2011)	近期在臺灣接受健檢且具中文閱讀能力者	分析潛在保健旅遊者之旅遊動機與行為意向。	<ol style="list-style-type: none"> 1.「健康」構面平均得分最高，在不同教育程度者有顯著差異 2.有健檢經驗者之「健康」動機可有效預測行為意向 3.無健檢經驗者則以「知性動機」與「逃避刺激」構面可有效預測行為意向

資料來源:本研究整理

2.4.4 小結

吳玟琪(2005)將住宿動機定義為促使民宿遊客住宿的內在歷程，在林葦宥(2012)的研究中指出，影響消費者住宿的消費動機包括了「價格」、「附屬設施」、「房間設計」、「旅館形象」、「地理環境」、以及「服務人員服務」等因素，各種不同的消費動機都是為了滿足人們追求不同體驗之需求。台南的民宿業者若能了解遊客的住宿消費動機，則能更了解遊客的需求，進而做為行銷策略或提升服務品質的參考依據。

2.5 體驗價值

體驗價值為顧客感知價值的一部份，黃靜宜(2009)表示體驗價值為一新的概念，體驗經濟時代的來臨使得體驗價值觀念因而盛行，其主要是顧客價值的概念，以體驗價值取代顧客價值。Alderson(1957)提出體驗價值的概念，認為消費價值是由消費體驗所衍生的感知，意指在經過實際體驗後，消費者對產品或服務方面的感受程度之衡量。現今體驗價值已

是經濟學、行銷學、消費者行為研究領域之重要基礎，以下本研究在本小節將分別就體驗與體驗價值等構面進行文獻研討。

2.5.1 體驗的定義

Pine & Gilmore (1999) 提倡體驗經濟 (Experience Economy) 時代的來臨，在論述體驗經濟時，特別強調消費時的「感覺」。消費體驗能對顧客產生高附加價值，進而影響顧客的忠誠度。故消費體驗是遊憩地區之業者以遊客為中心，以服務為舞台，商品為道具，創造出值得遊客回憶難忘的活動。

何謂體驗？根據李蕙芳(2014)研究指出，「體驗」從字面上看，可以解釋成經驗；「體驗」在字義上，在不同領域裡也有不同的涵義。從哲學來看，「體驗」則是一種個人的嘗試，而這種「體驗」可以改變一個人，通常是指特定某人的單一經驗，而非一般性的知識或常識；對於科學而論，「體驗」是指一種有具體事實與資料的驗證或實驗；以社會學與心理學角度來說，「體驗」則是一種主觀認知的過程，這種經驗可經由個人去開發而成(Abrahams, 1986)。儘管不同的領域對於體驗有不同的解釋，但這些定義都是與個人日常生活息息相關的感覺記憶。至於文獻上對體驗的定義，學者多有不同的看法，分述如下：

1. Abbott (1955)認為，體驗(experience)主要是透過參與活動，而消費者購買產品是因為該產品所提供的服務能讓他們得到內心所想的感覺。
2. Hirschman和Holbrook(1982)指出，體驗來自於消費時與所得的刺激相互作用，通常具有重要的情感意義。
3. Otto和Ritchie (1996)指出，休閒及觀光的體驗可視為參與者主觀的心理狀態。
4. Pine和Gilmore(1998)表示，體驗是無法觸摸的，但是可以分享和流傳，

雖然感受體驗的剎那時空已成往事，但是烙在消費者心中的感受卻可以長遠流傳。

5. Schmitt (1999)認為體驗是個體對某些刺激回應的個別事件，包含整體的生活本質，通常是由事件的直接觀察或是參與所造成，體驗源自於發生的事件與當時心理狀態主動而形成，因此沒有兩個體驗是完全一樣的。
6. Grant (1999)提出未來行銷要以人為出發點，重新以「人」來思考，要創造出「體驗」的具體差異，以讓體驗成為一種行銷產品、服務不可或缺的元素。
7. Arnould、Price和Zinkhan (2004)認為體驗是消費者行為的核心主軸，由環境與身體、認知及情感互動過程所產生。
8. 陳甦彰、黃秀美(2009)表示體驗是來自於發生的事件與當時心理狀態形成，是對刺激的回應，並創造出特殊的消費反應。
9. 張玉琳、黃旭男、黃美蓉(2014)研究指出，體驗本質上就是消費者對該地方之空間與文化產生意涵的過程，此體驗源自於地方的功能性、體驗性和象徵性屬性(Hanna & Rowley, 2013)，並且包含視覺、聲音、嗅覺和味覺等感官經驗(Baker,2007；Moilanen & Rainisto, 2009)，強調情感依附、歸屬、認同等部分(Tussyadiah & Zach, 2012)。

綜合學者的說法，認為「體驗」是個人在消費活動中，獨一無二的主觀感受，是個體在不同環境中，參與某些活動或事件，接收到不同的刺激後，身體、心理對該刺激所產生認知和情感的反應，並留下一個深刻的記憶，因此對該活動或事件中產生個人主觀的看法。所以每個個體對於相同的活動或事件的看法不會相同，因此同一個體的不同經驗可以串起消費者的持續性的活動，可變成一種故事 (Carù & Cova, 2003)。

2.5.2 體驗價值的定義

體驗價值的研究，最早為1957年由Alderson提出，而近年來因為體驗經濟形態的形成，體驗價值的研究成為近年來各學說的熱門議題。

Abbott (1955)認為產品是提供消費體驗的服務表現，消費者真正想要的並非產品本身，而是一個讓人滿意的體驗與心中想要的感覺。

Zeithaml(1988)認為最高層次的價值通常是消費者的內在體驗研究過程，如果是正面的情緒，比起貨幣或其它認知上的價值，更具較高的影響力。

Holbrook (1994)強調價值與體驗有關，價值是在使用產品或服務之後才形成。Pine和Gilmore(1999)研究指出創造旅遊的體驗是以遊客內心的感受為主體，可以使旅遊產品更具差異化，提升旅遊產品的價值。遊客體驗是針對遊客內心創造難忘的美好回憶，以提昇遊客的滿意度，進而產生遊客忠誠度。蔡淑梨、劉昱謙(2011)研究指出，體驗價值是體驗行銷中衍生出來的經驗，好的體驗行銷可以帶給消費者正向的體驗價值。而體驗行銷就是個別消費者經由觀察或參與事件後，感受到某些刺激進而誘發出動機並產生思維認同或購買行為，以增強其產品價值。

Driver和Touchr (1970)認為遊憩是透過動機、期望而產生的行為，當在遊憩時，與過去的經驗相比，會產生一種生理與心理的綜合感受，是為遊憩體驗。Schmitt (1999)則認為體驗為顧客經過參與或觀察後，感受到刺激而產生出認同與購買動機。體驗價值為顧客感知價值的一部份，Joy和Sherry (2003)認為體驗是個人親身參與經歷所感受到的領悟，以及感官或心理產生的情緒；黃映瑀 (2004)則認為體驗價值是顧客對產品或服務的認知及偏好，經過理性和感性的交互評估之後產生的知覺報酬。所以參與活動時，消費者將過去的經驗與當下在心理上或生理上的感受，

綜合所產生的情緒為體驗；雖然體驗無法觸摸，但是卻可讓消費者有難忘的印象(Pin & Gilmore,1998)。當體驗產生互動時，可對服務與產品產生偏好，由此可知，體驗價值是以互動為基礎(Mathwick , Mahotra & Rigdon, 2001)。

Mathwick, Malhorta和Rigdon (2001)認為顧客價值是對產品屬性與服務知覺上的特別喜愛之處，而這喜愛之處就會影響顧客的消費抉擇。在體驗經濟時代，產品或服務的推廣，應先由體驗的提供，然後讓顧客產生各種消費價值的認同，之後才會有最終的消費行為，並進一步發展出了「體驗價值」模型(沈慶龍、張正昌，2008)。張和然、張菁敏(2011)定義體驗價值為顧客在服務與互動體驗過程中而產生的價值感受。李曉青、陳玉苓、陳鈺瑄 (2014)對體驗價值的做出定義，為了促進或幫助顧客達到消費意圖或目標，在消費過程中由互動所引發對產品態度及消費績效所感受到的相對喜好程度。

廖若岑(2005)研究指出，旅遊的核心產品在於提供遊客難忘的體驗，遊客所渴求的不是產品，也不是服務，而是一種滿足內心需求的體驗 (Abbott ,1955)。旅遊體驗對遊客的旅遊意象會有顯著的影響 (Court & Lupton,1997)，同時也會影響遊客的忠誠度 (Bigne et al. ,2001)。Mathwick等(2001)指出體驗價值可以提供外在與內在利益，外在利益是由功利主義的購物經驗中取得，內在利益則是從滿足自己目標的經驗中獲得，同時定義體驗價值為消費者對產品屬性或服務績效的認知及喜好，價值的提升可藉由消費者的參與互動達成。體驗價值的知覺是基於對產品或服務的互動，包含直接使用或是遠距離的欣賞，這些互動將會提供個人的喜好基礎(Wu & Liang, 2009)。

本研究彙整學者提出所提出之體驗價值定義，整理如表2.7所示。

表2.7 體驗價值之定義

學者	年代	定義
Abbott	1955	認為產品是提供消費體驗的服務表現，人們真正想要的並非產品本身而是一個令人滿意的體驗與心中所想要的感覺。
Sheth, Newman & Gross	1991	認為消費者有追求新事物、新經驗與新知識的消費心態，消費者期望藉由購買產品或服務來滿足其消費上的好奇心、新奇感與求知慾，此為消費者對產品或服務在知識性價值上的認知。
Holbrook	1996	體驗價值是一種留在顧客心中深刻印象的體驗事件，顧客藉由體驗過程所感受有形產品或無形服務之價值
Pine & Gilmore	1999	旅遊體驗的創造是以遊客內心的感受為主體，可以使旅遊產品更具有差異化，以提升旅遊產品的價值。
Mathwick, Mahotra & Rigdon	2001	當指出體驗價值可以提供外在與內在利益，外在利益是由功利主義的購物經驗中取得，內在利益則是從滿足自己目標的經驗中獲得，同時定義體驗價值為消費者對產品屬性或服務績效的認知及偏好，價值的提升可藉由消費者的參與互動達成。
Strauss & Frost	2001	則認為價值是消費者對產品抱持的熱情、態度與體驗。
黃映瑀	2004	體驗價值是消費者對產品或服務的認知與偏好，經過理性與感性的交互評估後產生的知覺報酬。

沈慶龍、張正昌	2008	產品或服務的推廣，應先由體驗的提供，然後讓消費者產生各種消費價值的認同，之後才會有最終的消費行為，並進一步發展出了體驗價值
蔡淑梨、劉昱謙	2011	體驗價值是體驗行銷中衍生來的，好的體驗行銷便可以帶給消費者正向的體驗價值。
張和然、張菁敏	2011	定義體驗價值為消費者在服務與互動體驗過程中而產生的價值感受
李曉青、陳玉苓、 陳鈺瑄	2014	對體驗價值的做出定義，其定義為為了促進或幫助消費者達到消費意圖或目標，而在消費過程中由互動所引發對產品態度及消費績效所感受到的相對偏好程度

資料來源:本研究整理

綜合各領域學者對體驗價值之定義，本研究認為體驗價值為參與者最深層的心理表現，而其價值的衡量也遠遠超過功能性的利益。體驗價值是透過參與者從事活動時當下的感受，包括了他們的情緒、印象與看法，消費者對其所接觸產品或服務，透過互動所產生的主觀認知獲得之利益，意即到台南旅遊的遊客，不論在住宿或旅遊的活動過程與活動服務互動上所產生的感受與認知。

2.5.3 體驗價值的模組和衡量構面

Schmitt (1999) 提出「體驗行銷」(Experiential Marketing) 的概念，主張消費經驗是可以被塑造的，行銷人員應該跳脫產品原有之特性，跳脫和競爭品牌無止境的功能標榜競賽，發揮想像創意為消費者塑造全新的體驗 (Experience)，並強調體驗行銷的核心是為顧客創造不同的體驗形式，以塑造顧客體驗做為執行行銷策略的導向。因此Schmitt (1999)

提出五種體驗形式，以下根據國內學者（王育英、梁曉鶯，2000；陳育慧，2002；袁蕙樺，2003；沈進成、廖若岑，2005）將這五種體驗的意義分述整理：

1. 感官（Sense）體驗：透過感官提供愉快、興奮、與滿足的情緒，創造知覺體驗，為產品增添附加價值；
2. 情感（Feel）體驗：觸動消費者內在的情感和情緒，情感行銷運作需要了解「甚麼的刺激可以引起何種情緒？及如何促使消費者自動參與？」
3. 思考（Think）體驗：利用創意，引發消費者創造認知與解決問題，企圖造成行為移轉；
4. 行動（Act）體驗：藉由身體體驗，尋找替代方法、生活型態與互動，並且豐富顧客的生活；
5. 關聯（Relate）體驗：讓人和一個較廣泛的社會系統產生關聯，關聯行銷的主要訴求是為自我改進的個人渴望，因此建立強而有力的品牌關係和品牌社群。

體驗價值可以提供消費者內在(Intrinsic)與外在(Extrinsic)的價值(Hirschman & Holbrook 1982; Mano & Oliver 1993)。根據Holbrook所提出的架構，Mathwick, Malhotra和Rigdon(2001)，把體驗價值範圍劃分成四等分，分別是外來與內部價值主動和被動價值，以他們為主軸組成，再根據此四等分將體驗價值分為四個類型：消費者投資報酬(Customer Return on Investment, CROI)、卓越的服務(Service Excellence)、美感(Aesthetics)、及趣味性(Playfulness)，分述如下：

1. 消費者投資報酬(Customer Return on Investment, CROI):

消費者投資報酬之投入包括有效的財務投資、時間成本、行為的積極投入以及可能產生報酬心理資源的投入，反映了遊客功利主

義的購物觀點，描述在經濟、時間、行為和心理資源上的主動投資，並有積極回應的可能結果。

2. 卓越的服務(Service Excellence):

Holbrook(1994)認為服務優越性是個人導向反應，來自於消費者對於市場服務、行銷能力的讚許，重點在於服務提供者傳遞給消費者的訊息結果；反映出產品績效，以及遊客對於服務提供者維持可靠服務水準的認同，進而確保消費時能有超出期望的加值服務。

3. 美感(Aesthetics):

美感為顧客直接感受到的體驗，可以包含對某一產品的視覺、味覺、聽覺、實體感覺、舒適、內心的感受、美感特色及整個企業環境的視覺和心理氣氛(Albrecht, 1994)。美感是消費者對於實體環境、步調之間和諧一致的反應，呈現在具備視覺與心理吸引力的購物環境。

4. 趣味性(Playfulness):

來自於遊客親身創造，是一種內在、主動和自主化的體驗。Unger、Kernan (1983)和Mathwick(2001)等學者指出趣味性是個人從事某項活動，內在產生的一種感覺，而這種感覺可使人暫時忘記現實生活的心情。

2.5.4 體驗價值之相關研究

表2.8 體驗價值之相關研究

學者	研究對象	研究問題	研究發現
李佳珮、莊茹倩、鍾志強 (2002)	古坑地區的遊客	遊客旅遊意象、體驗與行為意圖關係之研究—以古坑旅遊地區為例	1. 旅遊地若能提升整體品質意象與提高遊客學習體驗的感受，方能提升遊客良好的行為意圖 2. 顯示也古坑地區的明媚風光與秀

			<p>麗環境能帶給遊客身心美好的體驗感覺</p> <p>3. 提供給遊客學習新知識的軟硬體較為少，有待改進之處</p>
陳甦彰 黃秀美 (2009)	到澎湖海洋牧場體驗之遊客	澎湖海洋牧場遊客體驗品質、體驗情緒、體驗價值對其忠誠度之影響研究	<p>1. 澎湖海洋牧場遊客體驗品質與體驗情緒之間存在正相關；體驗情緒與體驗價值之間具有正向的影響</p> <p>2. 遊客的體驗變數與其忠誠度存在著正相關</p> <p>3. 遊客之體驗變數會影響其忠誠度，遊客的體驗情緒對體驗價值，體驗情緒對忠誠度均具有正向的影響</p> <p>4. 體驗品質可以透過體驗情緒、體驗價值對忠誠度產生間接的影響</p>
陳美芬、 邱瑞源 (2009)	到訪太平生態農場及附近的旅客	遊客休閒體驗與旅遊意象之研究	<p>1. 不同背景變項的旅客對旅遊意象有顯著差異</p> <p>2. 不同背景變項的旅客對休閒體驗有顯著差異</p> <p>3. 旅遊意象與休閒體驗有顯著正相關</p>
李淑芬 陳首志 (2012)	建置「新社旅遊家」部落格，並以此旅遊部落格為研究對象	探討「瀏覽體驗」對旅遊部落格忠誠行為意向的影響，將部落格文章加以分類，探討文章分類不同之干擾效果。	<p>1. 「瀏覽體驗」正向影響「體驗價值」與「忠誠行為意向」</p> <p>2. 「體驗價值」正向影響使用者瀏覽部落格之「忠誠行為意向」</p> <p>3. 選擇不同言辭行動分類文章之使用者其瀏覽體驗對體驗價值與忠誠行為意向之影響有不同之干擾</p>

			<p>效果</p> <p>4. 選擇不同言辭行動分類文章之使用者其瀏覽體驗價值對忠誠行為意向之影響亦有不同之干擾效果</p>
陳貴鳳 (2012)	參與苗栗三義辦桌節慶活動觀光客	辦桌節慶活動觀光客體驗價值、幸福感與行為意圖之研究，	<p>1. 體驗價值並未直接正向影響行為意圖</p> <p>2. 幸福感對於行為意圖的正向影響關係則獲得實證支持</p> <p>3. 體驗價值對於幸福感的正向影響關係成立</p> <p>4. 幸福感在體驗價值和行為意圖之間為完全中介模式</p>
周佳蓉 陳熾郁 (2013)	來台南旅遊且品嚐小吃之觀光客	遊客對台南地方小吃的體驗價值、滿意度與重遊意願，	<p>1. 支持體驗行銷正面影響體驗價值，</p> <p>2. 滿意度作為體驗價值與重遊意願間之中介變項。</p>
陳美芬 陳麗雪 (2013)	以台東縣鹿野鄉與池上鄉為研究範圍，	農村旅遊吸引力與體驗價值之研究	<p>1. 不同背景變項的旅客在旅遊吸引力有顯著差異；</p> <p>2. 不同背景變項的旅客對體驗價值有顯著差異。</p> <p>3. 「整體旅遊吸引力」與「整體體驗價值」及其各構面之間呈正相關；</p> <p>4. 「自然吸引力」、「節慶活動吸引力」、「特殊氛圍吸引力」對「整體體驗價值」有正向影響。</p>
張梨慧 (2013)	到金門參與中秋節博狀元餅之旅客、觀看者	節慶活動參與動機、價值體驗、滿意度、行為意圖之研究—以金門中秋	<p>1. 節慶活動參與動機對行為意圖有正向且直接效果影響關係，</p> <p>2. 參與動機透過體驗價值也顯著影響行為意圖，</p>

	為研究對象	博狀元餅活動為例	<p>3. 參與動機透過滿意度也顯著影響行為意圖，</p> <p>4. 參與動機對行為意圖的影響透過體驗價值比透過滿意度的影響較為重要。</p>
李曉青、 陳玉苓、 陳鈺瑄 (2014)	平時有在接觸臉部、身體 SPA 的消費者	體驗行銷、體驗價值、幸福感與關係強度等關係之研究—以SPA 體驗為例	<p>1. 為能有效提升消費者與SPA館之間的「關係強度」，可強化消費者之「體驗價值」及「幸福感」等感受，進而發展適合之體驗行銷策略。</p> <p>2. 體驗價值和關係強度之間的關係高於幸福感和關係強度之關係，由此點可觀察出本研究對象屬於理性高於感性之族群。</p>
張玉琳、 黃旭男、 黃美蓉 (2014)	以士林觀光夜市台籍遊客作為主要研究對象	觀光夜市的服務接觸、體驗價值與品牌體驗之關係探討	<p>1. 服務接觸對體驗價值具有顯著正向影響，</p> <p>2. 體驗價值扮演服務接觸與品牌體驗之間中介的角色，</p> <p>3. 驗證台灣觀光夜市獨特的「服務接觸—體驗價值—品牌體驗」因果關係鏈。</p>

資料來源:本研究整理

2.5.5 小結

綜合上述可知體驗價值的重要性，Strauss和Frost (2001)認為價值是消費者對產品抱持的熱情、態度與體驗，Pine和Gilmore(1998)指出顧客不再只是需要有形的商品或服務本身，而是追求一種愉悅的購買經歷，經由體驗創造出獨一無二且留下美好回憶的體驗，許多研究指出，旅遊體驗對遊客的旅遊意象會有顯著的影響，同時也會影響遊客的忠誠度及

重遊的意願，因此遊客有正面的體驗價值後，會其改變消費行為，也會因為有良好的價值體驗後，而更想再次去體驗，因此又產生新的體驗動機，如此良性的循環，形成遊客體驗的過程。因此業者若能製造給消費者更多正面價值的消費感受，消費者將會樂意推薦他人從事此消費行為，甚至提高自己重遊或再次消費的意願。

本研究所要探討的目的是運用體驗的概念，探討遊客對於所經歷的住宿經驗、服務品質及遊玩時的感受，希望後續透過研究結果，找出遊客所在意之台南巷弄文化體驗環境、體驗價值感受與服務等重要選擇因素，進而提供台南民宿業者及餐飲業者作為未來服務，提供與行銷推廣之參考，進而創造更多適合遊客的消費環境，使遊客能獲得更多正面價值的消費體驗。

2.6 旅遊部落格

2.6.1 部落格的緣起與發展

盧庭韻(2008)指出「blog」是「web log」的縮寫(Creamer, 2005)，web log 一詞中的 web 是指網路，log 是指程式或系統運作時所產生的紀錄檔，為了和程式人員常接觸的「log」做區分，因此大部分稱為 Blog (Wikipedia, 2006)。一般而言，「部落客」是「blog」的直接翻譯，是台灣最普遍的說法。另外也有「網誌」或「個人新聞台」的名稱，在中國則一般稱為「博客」。

部落格很難追溯其起源，但大部分人同意 web log 這個名詞是由網誌作者 Jorn Barger 在 1997 年首先提出的(Blood, 2000a；Safire, 2002；Turnbull, 2002；Jerz, 2003；Wikipedia, 2003)。根據 Wright(2005)在部落格行銷一書中指出，從早期網際網路開始，部落格早已經以某種形式存在很久，最後演變成部落格是一種分享的線上日記，亦是一種多方互動的

交流工具。

在 2004 年以前，是很特定的活動，部落客隱身於自己專業的領域，寫寫寵物、商業及科技等相關議題。在 2004 年美國總統大選時，由部落客批露有關候選人的相關議題，因而使部落格突然受到眾人的注意。2004 年的全球性的商業雜誌也注意到部落格的效用，在企業、行銷與公關公司的投入下，部落格資訊已經成為眾多行業注意的焦點。

2005 年起，部落格的成長速度驚人，在很多人寫部落格，很多人瀏覽部落格，還有更多人受部落格的影響。此外商業部落格成長的幅度驚人，各種產業的公司行號也設立了眾多的部落格，所以部落格成為現今重要的議題。

2.6.2 部落格與旅遊業的關係

李淑芳，陳首志(2012)指出，隨著網際網路的迅速發展，資訊搜尋之網路服務平台陸續興起，消費者瀏覽網路，除了搜尋資訊之外，也透過部落格將自己的心情小語、生活日記等，以文字、圖像與影片的形式，甚至加上優美的音樂放置其中，供親朋好友瀏覽，亦可與其他網友建立互動、分享或討論共同興趣之話題。由於部落格擁有易於配置、個性化內容和互動性等優點，已成為一種具人際影響力的社交網絡（Park et al., 2008; Thevenot, 2007）。

Winer (2007) 指出部落格是一種時常更新文章的網路平台，亦是一種持續性的學習平台，可以讓瀏覽者得到所需要的訊息，部落格提供豐富多元的旅遊資訊文章，傳達旅遊訊息給瀏覽者，瀏覽者將根據得到的訊息做出決定。根據波仕特線上市調網 (2009) 指出，有六成五以上的瀏覽者對於在部落格上看到有興趣的資訊，會主動搜尋相關資料，此種現象顯示部落格具有強大潛在的網路行銷效益，逐漸成為有別於傳統廣

告方式的熱門社交媒體網站。根據波仕特線上市調網（2011）的調查指出，部落客將部落格定位為適合分享較完整詳細、需要文字鋪陳的交流空間，同時也發現大多數部落客使用者以此平台做為搜尋產品資訊之管道，由此可知部落格是可以披露完整的訊息、陳述、尋找與吸收資訊的最佳工具。

網路的社交媒體網站是遊客分享旅遊體驗的最佳平台，消費者常利用這些社交媒體網站發表與分享旅遊回憶與旅遊之體驗（Pudliner, 2007; Tussyadiah & Fesenmaier, 2009）。李慶長等（2009）研究指出消費者在旅遊前考慮購買旅遊產品方面，大多會上網多方蒐尋其他旅客的旅遊經驗，同時在旅遊結束後也會樂於上網分享自己在旅遊過程親身體驗之心得。Rosso（2005）指出部落格行銷對於旅遊產業具有很大的影響力，許多旅遊業者採用部落格做為與旅客互動溝通與促銷的管道（Huang et al., 2010），藉此來瞭解旅客的需求，讓參與部落格互動的旅客在旅遊部落格發表個人意見及旅遊經驗，分享自己對於此旅遊產品與服務之體驗。

現今旅遊美食類型的部落格受到網友很大的迴響，特別是遊客在旅遊部落格討論與分享實地旅遊過程所營造的氣氛與體驗，將促使其他遊客在此部落格產生更多的互動（Li & Chen, 2009），這些實地旅遊體驗的分享亦是旅遊部落格盛行的重要關鍵。許多旅遊業者已看到旅遊部落格的龐大商機，紛紛發展各式旅遊部落格做為旅遊訊息推廣之平台。因此部落格與旅遊訊息之結合，形成旅遊資訊分享之熱門平台，旅遊部落格將提供遊客瀏覽旅遊資訊以提高瀏覽體驗價值（李淑芳、陳首志，2012）。

2.6.3 小結

綜合各學者的看法，社群網站是許多人分享資訊和知識的一個平台，而旅遊部落格文章是一種公開存在的線上資訊，更是遊客藉以表達想法

的一種網路傳播媒介，因此本研究的目的是在於透過旅遊部落格，來瞭解遊客對旅遊地的意象及內心最真切的體驗與感受。



第三章 研究方法

本研究之目的是透過「網路」分析遊客的旅遊部落格文章及電子報章雜誌相關內容，探索遊客對旅遊目的地的旅遊意象與體驗價值。本章陳述此研究的研究架構、研究對象及研究工具。

3.1 研究架構

本研究主要採用質化研究深入探索遊客旅遊台南巷弄間的旅遊意象與體驗價值，遊客在台南巷弄間進行旅遊活動時，看見街景的哪些面向？在巷弄民宿住宿時，有哪些體驗感受？另一方面，當旅客將旅遊經驗紀錄於其部落格時，如何表達其體驗價值與對旅遊經驗的發現、想法、感受？此外，有鑒於質性研究參雜著較為主觀的內容分析，因此加入量化分析，探究遊客對巷弄文化構面之間的相互關係。

本研究分兩階段進行：(1)第一階段的質性研究：利用內容分析法及語義網絡分析法，藉由旅客在部落格記錄的旅遊經驗，分析遊客在旅遊、住宿時，看見了台南巷弄的哪些意象？而體驗價值為何？利用質性軟體 NVivo 進行編碼、建立關鍵字並統計出現的次數。NVivo 能統計與歸納關鍵字出現的次數，但不能客觀歸納出動機、意象、體驗價值等構面之間的關聯性，故進行第二階段的量化研究。

(2)第二階段的量化研究：將部落格樣本數161筆，100個關鍵字利用量化分析使數字更具有代表性與意義，更進一步分析遊客間旅遊意象及體驗價值的差異性。如圖3.1所示。

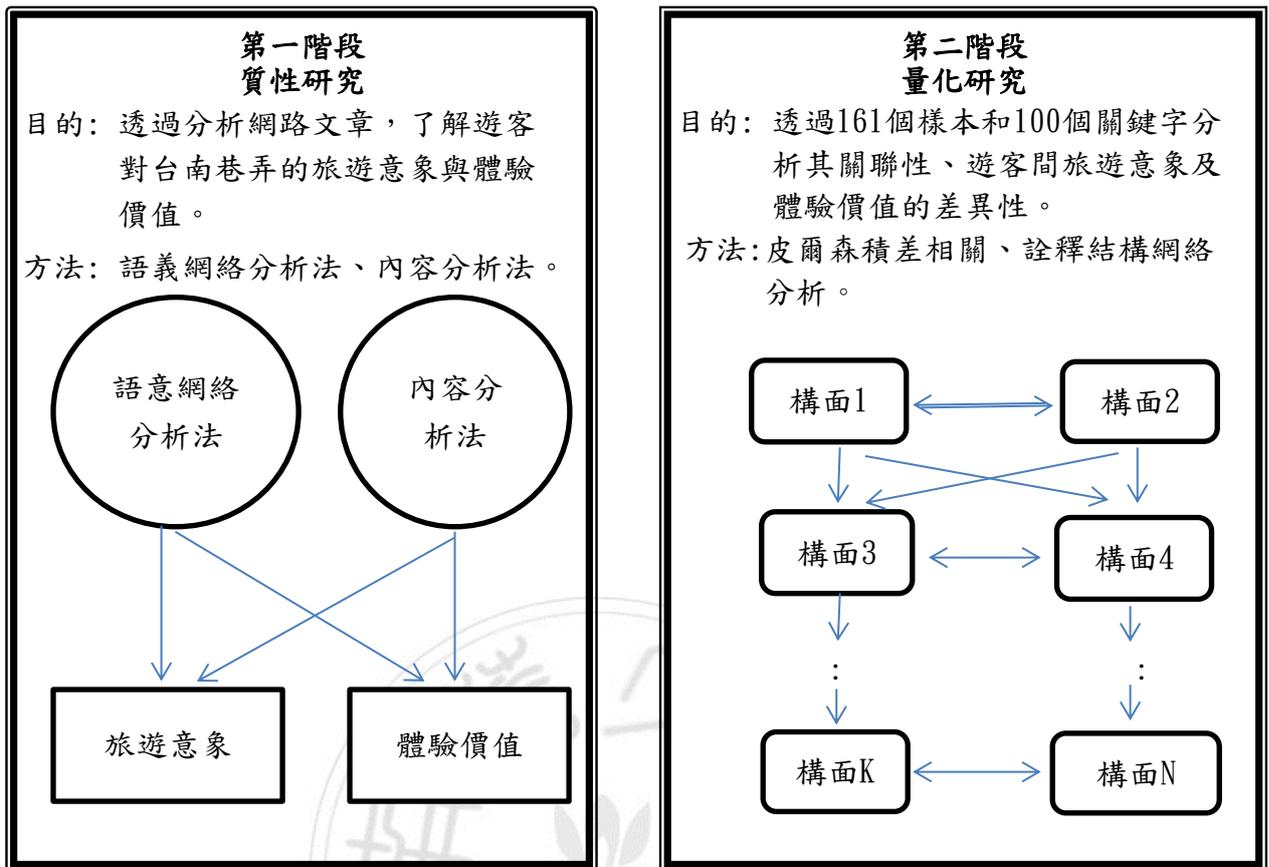


圖3.1 研究架構圖

3.2 研究對象

3.2.1 研究對象及範圍

近年來，隨著網路部落格的興起，讓許多遊客可透過部落格來抒發自己的感受與心情，透過靜態的照片、動態的影像並配合悠揚的音樂，讓部落格不再只是「文字」的陳述，使部落格更加多元與豐富。根據創市際雙週刊第二十一期(2014)主題報導「社群服務調查暨台灣社群相關網站使用概況」中指出，美食與觀光旅遊等類型的使用者對部落格的傾向度與黏著度高。Miller和Shepherd (2004) 指出部落格與傳統的日誌是非常相似的，都是內心想法與情感的抒發工具。Adam (2007)和Pan等(2007)指出

旅遊部落格是遊客記錄與分享真實旅遊經驗的地方。透過部落格可以觀察瞭解遊客內心深處的旅遊體驗與心得感受。藉由部落格可得知遊客對旅遊目的地最真實的感受及其對目的地的正負面評價等。Lin和Huang(2006)；Pan等(2007)指出遊客在部落格上發表的想法及意見除了會影響他人對目的地的意象與旅遊意願，同時也可以做為目的地業者反省自身服務績效的工具。Morgan(2006)和Pan等(2007)也提出部落格已經成為影響遊客決策的重要因素之一，部落格的內容可能會影響遊客對旅遊目的地之印象。這些遊客內心最真實的感覺與價值，是量化研究或問卷調查不容易呈現出來的。因此本研究將部落格視為一種旅遊經驗的忠實呈現，想透過瀏覽網路文章，了解遊客對目的地-台南巷弄文化的旅遊意象與體驗價值。

本研究選擇「台南巷弄」相關的旅遊部落格文章為研究範圍與對象。選擇「台南巷弄」的理由如下：

1. 臺南市可以說是臺灣的歷史名城，從荷治時期開始至今已有約四百年的歷史，而在經歷了荷治、明鄭、清領與日治等時期後，每個時代都遺留不少古蹟、歷史建築和在地文化等；台南的民俗風情、特色小吃更是吸引大批的觀光客前來朝聖。
2. 台南近來吹起一股老屋改建成民宿、餐飲店或作其他藝術等不同用途。近年來部落客透過網路推薦「台南巷弄民宿」、「台南隱藏版美食」等更是吸引慕名而來的觀光人潮。這些改變又會對台南府城的觀光旅遊業造成那些影響？

本研究以「台南巷弄」的民宿、特色餐飲店、街景、傳統美食小吃等面向，試想探討台南府城古都除了有著名的古蹟，遊客在台南旅遊時還和有哪些不同的體驗感受？這是本研究想探討的面向。

3.2.2 資料蒐集

利用搜尋引擎Google與Yahoo交叉比對，以「台南」、「巷弄美食」、「巷弄民宿」、「巷弄街景」為關鍵字進行搜尋，資料蒐集除了部落格平台的遊憩文章147筆，也蒐集與台南巷弄相關的網路新聞14筆。而在眾多的部落格平台中，部落格以「Yam天空部落格」、「雅虎奇摩部落格」、「Pixnet痞客邦」為主要使用的部落格平台。

3.3 研究工具

3.3.1 網路民族誌之定義

「網路民族誌」一詞起源於Kozinets(1997)的期刊論文，它又被稱為「網際/數位民族誌」(Cyber ethnography) (Fox & Roberts, 1999) 或「虛擬民族誌」(Virtualethnography) (Hine, 2000)。「網路民族誌」是根據質性研究方法「民族誌」(Kozinets, 1998, 2001, 2002)而來。民族誌研究法通常以一個文化群體(如：社區、種族等)作為研究的對象，對其文化(如：社會結構、象徵儀式等)、價值觀和行為模式等進行重點的觀察與探索(陳志萍, 2008)。Glaser和Strauss(1967)指出，民族誌研究法的重點為著重於當地的、特別的、或獨特的知識，其研究結果為豐富且開放式的質性內容。

因為網路這個新媒體的興起，允許研究員透過電腦料檔案看到部落客留下的訊息，包括文字、心情及照片。Kozinets(1998, 2001, 2002)指出「網路民族誌」是一種很適合網路口碑研究的質性研究方法，它允許研究者進一步捕捉複雜的網路文化與社會現象。Kozinets(1998)提出「網路民族誌」的新方向：即結合傳統的民族誌研究法(如：研究員帶著筆紙，寫下所觀察的以及面對面訪談的資料)和新的線上研究方法(如：

研究員本身參與線上觀察與討論、e-mail訪問、線上即時訪談），自然而然成為一個適合的網路精進研究法。

本研究根據網路民族誌(Netnography)的方法概念，透過關鍵字的搜尋，將所收集的部落格文章進行研究。社群網站是許多人分享資訊和知識的一個平台，而旅遊部落格文章是一種公開存在的線上資訊，更是遊客藉以表達想法的一種網路傳播媒介，因此本研究的目的是在於透過旅遊部落格，來瞭解遊客對旅遊地的意象及內心最真切的體驗與感受。

3.3.2 語義網絡分析

本研究使用語義網絡分析的目的，是為了分析部落客在台南巷弄文化中，要傳達的旅遊意象，並分析其體驗價值。

語義網絡（Semantic Networks）分析是一種圖解式的知識表示法，也是一種人類相關性的記憶模型，由許多基本概念的節點（node），和節點之間以某種符號連結而成的知識結構（Collins & Quillian, 1969）。語義網絡分析（Semantic Networks Analysis）是一種針對詞語意義用定量方式，發展出彼此間的網絡關係圖，並且能有效分析傳播內容的研究方法。Doerfel和Barnett (1999)提出運用語義網絡分析，可以將構面中有關聯的概念聚集並連結起來，不僅是單純做關鍵字彼此之間的連結。語義網絡分析不僅能有效分解構面間所隱含的抽象意義，而且能發掘其構面間的相對脈絡關係。

三角交叉驗證面向，為提升研究結果正確性及一致性等，以驗證方法、資料來源、文獻理論等面向的互動關係，驗證訪談資料和分析過程的記錄等資料。(1)驗證方法：研究者使用不同資料來源，運用訪談過程及文獻收集整裡，驗證訪談題項內容結果是具有可靠性。(2)資料來源：將訪談資料結果轉化為逐字稿，再對受訪者不瞭解之處，作補正或修正，

最後將訪談內容 進行分類整理，編碼、建檔、表列，作為研析報告之依據及日後研究查證。(3)文獻理論：使用研究觀點和理論為資料分析詮釋的基礎，訪談資料內容作為信度評價分析，驗證研究和信度分析結果一致性及研究指標是可信賴程度(田秀蘭，2013，研究方法概論)。

本研究者扮演多重角色，運用到完全觀察者去觀看部落客的文章、又以親身住宿台南的民宿，感受部落客在文中提及的觀察及體驗，屬於觀察者身分的參與者，同時又兼具以參與者身分的觀察者去觀察旅遊過程的種種現象等，本研究者利用三角驗證法，使用不同來源蒐集資料，互相校正，以獲得對巷弄文化廣泛的了解。

本研究以語義網絡分析，採用三角驗證法，設定重要關鍵字及分析構面，計算各部落格文本關鍵字出現次數，並探討關鍵字之間的相互影響關係。

3.3.3 內容分析法

內容分析法是用於文獻分析或文件資料的彙整的一種研究方法。王文科(2002)指出內容分析又稱為文獻分析或資訊分析。歐用生(1994)認為內容分析法是透過量化技巧以及質性分析，採客觀的態度與系統的方法，進行文件內容的研究及分析，藉此來推論並產生該文件內容之環境背景及意義的一種研究方法。

蘇伊文(1992)指出內容分析法可針對文章或媒體內容的特殊屬性，如思想、主題、片語、人物角色或語詞等，做系統化和客觀化的分析，進而獲得可重複及有效之結論。

美國學者Babbie(1997)提出內容分析法是一種非介入性研究，稱為非干擾性的研究(Unobtrusive Research)，受測對象沒有感覺自己正在被分析，所以測量行動本身就不會產生一種改變力量，減少影響效度的因素。它

採用編碼 (coding) 的方式，將欲分析的資料依照某種概念架構進行編碼或分類，編碼類目在內容分析研究中佔有成敗之關鍵，它可能遇到同詞彙但多種詮釋意義，因此研究者需明確定義。

綜合上述論點可知，內容分析是一種『質的量化』的研究方法，具有客觀性、系統性以及量化等特性，將其內文以非量化的文獻轉化成量化的數據，並將資料用來分析訊息所傳達的意義、意識型態與精神價值等。

3.3.4 信度分析

在進行第二階段的量化統計之前，研究者先將部落格161筆樣本數透過Google翻譯成英文，再利用NVivo中查詢的功能找出小於長度3以上的英文字母，查詢英文字出現的頻率次數，再與研究者找出的中文節點一一做比較，找出可能被研究者忽略的關鍵節點，以提高本研究的確實性(Credibility)、增加信賴度(Trustworthiness)。

3.3.5 詮釋結構模式

詮釋結構模型(Interpretive Structural Modeling, ISM)由Warfield 於1976年提出，是利用圖形理論與階層有向圖來描述分析目標要素之次序邏輯關係，如此將可將抽象化的要素順序轉變為具體化與全面化的關聯構造階層圖。其分析是就一個集合內元素之間的關係矩陣(Relationship Matrix)，根據離散數學和圖形理論，呈現出元素間的階層圖形。

本研究透過ISM矩陣圖繪出要素層級關係流程圖，希望藉此了解消費者對台南巷弄文化意象的思維方式，並由此發現關聯性觀點或影響性觀點，提供經營業者做為經營策略之參考。

第四章 實證結果分析

本研究之目的在透過「網路」分析旅遊部落格文章、及電子報章雜誌相關內容，探討遊客對旅遊目的地的旅遊意象與體驗價值。本章將針對研究結果加以討論分析。

4.1 樣本結構分析

透過網路，利用Google和Yahoo搜尋「台南」、「巷弄」做為內容分析的文本，本研究之樣本來源有：部落格、網路新聞。其中由網路電子報章取得之文章有14篇；由部落客之部落格中取得之文章有147篇，各類之篇數數量整理如表4.1。

表4.1 研究樣本來源項目及數量

數量 \ 來源	電子報章	部落格	合計
單位：篇(張)	14	147	161

資料來源：本研究整理

本研究將161筆部落格文及電子報章細分為民宿、特色店、巷弄街景、傳統小吃及其他等五類，研究樣本分類項目及數量整理如表4.2。

表4.2 研究樣本分類項目及數量

數量 \ 分類	民宿	特色店	巷弄街景	傳統小吃	其他	合計
單位：篇(張)	60	35	34	24	8	161

資料來源：本研究整理

4.1.1 資料主要來源：部落格網站

從部落客之部落格文章能真實的看到遊客對旅遊目的地的旅遊意象及體驗價值。本研究於2014年7月16日至2014年12月9日之間，以「台南」、「台南民宿」、「台南老房子」、「巷弄」、「巷弄小吃」、「巷弄街景」等為關鍵字進行網誌文章蒐集。透過部落格蒐尋，總共搜尋到147個與台南巷弄民宿、巷弄街景、與巷弄美食相關的旅遊札記，部落格平台及網址如表4.3。

表4.3 部落格來源平台及網址一覽表

來源種類	部落格平台及網址	
部落格	yam天空部落	http://blog.xuite.net.tw/
	痞客邦	http://www.pixnet.net/
	Yahoo!奇摩部落格	http://tw.blog.yahoo.com/

資料來源：本研究整理

4.1.2 基本資料分析

部落格作者中，以性別而言，在147篇部落格中有81個作者願意顯示出其性別，其中男性有35人(43.2%)，女性有46人(56.8%)，表示此議題文本的女性網誌寫作者比例較高於男性網誌寫作者，樣本性別分類如表4.4。

表4.4 樣本性別分類一覽表

性別 樣本數	男	女
81	35	46
100.0%	43.2%	56.8%

資料來源：本研究整理

而在星座方面，不同於一般做年齡分析的部份，大多的部落客都不太願意公開自己的實際年齡，有些只願意以星座方式呈現自我資訊，147篇部落格中只有18個作者顯示其星座，其中水瓶座有2筆、雙魚座有1筆、牡羊座有1筆、金牛座有2筆、雙子座有3筆，巨蟹座有2筆、獅子座有0筆、處女座有1筆、天秤座有3筆、天蠍座有2筆、射手座有2筆、摩羯座有0筆，將星座區分成火象星座、風象星座、土象星座及水象星座四類，樣本星座分類整理如表4.5。

表4.5 樣本星座分類一覽表

星座 樣本數	火象星座 (牡羊、獅子、 射手)	風象星座 (雙子、天秤、 水瓶)	土象星座 (金牛、處女、 摩羯)	水象星座 (雙魚、巨蟹、 天蠍)
18	3	7	2	6
100.0%	16.7%	38.9%	11.1%	33.3%

資料來源：本研究整理

由表4.5中可看出，根據蒐集到的巷弄文化議題的部落客樣本，風象星座和水象星座的人比較會將自己的個人資料呈現在網路，而且樂於在網路上紀錄及分享自己的生活點滴。

表4.6 樣本居住地分類一覽表

居住地 樣本數	(北部) 宜蘭.基隆.台北.新北. 桃園.新竹.苗栗	(中部) 台中.南投 彰化.雲林	(南部) 嘉義.台南 高雄.屏東	(外籍地) 香港.日本 中國大陸
57	21	4	26	6
100.0%	36.8%	7%	45.6%	10.5%

資料來源：本研究整理

在居住地部分，本研究分為北、中、南以及外籍地等四個部分，可分析樣本數57筆，其中北部佔了21筆(36.8%)，中部佔了4筆(7%)、南部佔了26筆(45.6%)，外籍地佔了6筆(10.5%)，樣本居住地整理如表4.6。

4.2 頻率分析

本研究根據網路文章的內容進行內容分析建立關鍵字。研究者針對161筆部落格資料先進行瀏覽，加上與研究主題相關的關鍵字初步整理出124個關鍵字，再將部落格文章透過Google 翻譯成英文，接著用NVivo 8的軟體找尋與研究主題相關且出現較多次的英文關鍵字，中英文核對並歸納出100個關鍵字之後，用量化分析將關鍵字分類歸屬成十大構面。

本研究針對100個關鍵字出現的次數加以統計，整理結果如表4.7。

表4.7 關鍵字及出現次數一覽表

關鍵字	出現次數	關鍵字	出現次數	關鍵字	出現次數
體驗感受	658	藝術	94	磨石子	36
老房子	553	西市場	92	紅磚牆(道)	35
小巷子	370	書籍	91	手繪地圖	34
美食小吃	346	旅店	90	酒類	33
特色店	317	美食背景特色	90	浴缸泡湯	33
民宿	261	茶飲.泡茶.喝茶	88	電視	33
餐飲評價	236	隱藏(隱身)	85	日治時期	31
民宿特色	198	選擇民宿或餐飲店	83	正興街	30
餐飲店環境感受	192	廟宇	76	與業者互動	30
木製品	188	遊台南的動機	76	下午茶	29
景點	187	古早(傳統)	75	下午茶餐點	27
日式相關概念	167	老物再利用	70	冰店.冰城	26
經營者理念	166	謝宅	69	輕食	26
復古 懷舊 古老	164	歷史	67	腳踏車	26
散步	160	採光佳	63	在地人帶路	26
甜點+零食	141	故事	61	幸福	26
服務貼心(親切)	136	鐵花窗	55	IKEA家具	25

舒適.自在	135	燈具.吊燈	55	冷氣	23
設計	125	窗戶.落地窗	51	日本料理	21
負面感受	124	時尚.流行.現代	51	藍晒圖	21
景物的歷史背景	124	陽光	51	盥洗用品	19
衛浴	122	手作品	50	天井	18
咖啡	121	CD.音樂	45	燈籠	17
客廳.大廳	121	茶館.喫茶店	44	提供旅遊資訊	17
價格.價錢	119	塗鴉.彩繪.壁畫	44	拼貼	17
神農街	110	日本地名	44	眷村	15
簡單.簡約	110	沙發躺椅	43	正興咖啡館	14
府城特色	109	樹	42	藝術街	14
府城人情特色	108	家的感覺	42	荊桐花巷	13
建築	106	廚房空間及設備	41	文青	11
Brouch(早午餐)	105	老店	41	發呆	9
民宿房間風格	103	預約	41	老饕.饕客	9
咖啡店.咖啡館	101	Bar.酒吧	40		
冰品	99	排隊	36		

資料來源：本研究整理

由表4.7以看出，在內容分析的文本中，這100個關鍵詞出現的次數幾乎都達10次以上，主要包含民宿的硬體設備，(例如：磨石子、浴缸泡澡、冷氣、電視、廚房空間及設備等)，民宿內的擺設，(例如：一些老物再利用的介紹、IKEA家具、盥洗用具等)，民宿的特色，(例如：紅磚牆、鐵花窗、使用拼貼或塗鴉彩繪等)，民宿主人提供的服務，(例如：手繪地圖、提供旅遊資訊、在地人帶路、甜點.零食、手作品等)，餐飲種類，(例如：下午茶餐飲、輕食、咖啡、茶飲、冰品、酒類、日式料理等)，地點街名，(例如：西市場、謝宅、神農街、正興街、荊桐花巷等)，府城特色，(例如：陽光、景點、廟宇、傳統.古早、小吃等)，府城的文化背景，(例如：歷史、

故事、景物的歷史背景、美食背景特色、日治時期等)，街景特色，(例如：小巷子、老房子、藍晒圖、建築、燈籠、排隊等)，商店種類，(例如：咖啡廳、茶館、特色人氣店等)，消費者感受，(例如：舒適自在、發呆、幸福、簡單、簡約、時髦流行、復古懷舊、家的感覺、負面感受等)。

這些關鍵字能夠反映出台南巷弄的街景氛圍、著名景點、府城老建物以及餐飲小吃等文化給人的印象。台南巷弄文化中，除了隱藏於小巷子的民宿住宿體驗讓部落客著迷之外，巷弄文化中，復古懷舊的老建築，充滿藝術氣息的巷弄街景，讓人留連忘返的傳統美食小吃，也都是部落文中經常出現的主題內容；民宿住宿讓遊客放鬆身心，遊客除了感受民宿主人的熱情，經由民宿主人的介紹推薦，遊客更能貼近當地的生活，欣賞傳統建物和感受藝術氛圍，提升遊客人們內在的心靈成長，在街頭巷尾散步漫遊，體驗古都景點魅力，而美食小吃更是滿足了遊客的口腹之慾，因此遊客到台南進行巷弄之旅，可以得到身體的放鬆，藝術氣息的提升和美食的滿足。台南的巷弄之旅兼具有休閒、娛樂和觀光的功能。

4.3 相關分析

4.3.1 關鍵字間相關係數分析

透過頻率分析只能統一出單一關鍵字出現的次數，無法了解關鍵字和關鍵字之間的關聯，故本研究進一步利用量化分析來探究關鍵字之間的關係。其方法是利用皮爾森積差相關探究關鍵字之間的關係。本研究做關鍵字間相關係數分析的主要目的，是想要了解部落客要傳達的重要關聯的想法及觀點。由於本研究的樣本數只有161筆，而且都是質性文字稿，故相關係數取到0.4，共有70組相關係數，相關係數分析結果如表4.8。

表4.8 關鍵字間相關係數分析表

關鍵字	關鍵字	相關係數	關鍵字	關鍵字	相關係數
民宿房間風格	民宿特色	0.761	採光佳	陽光	0.457
民宿房間風格	客廳大廳	0.750	民宿房間風格	設計	0.455
客廳大廳	衛浴	0.722	浴缸泡湯	陽光	0.455
民宿特色	客廳大廳	0.701	民宿房間風格	電視	0.455
民宿主人	民宿房間風格	0.682	民宿主人	電視	0.452
民宿房間風格	衛浴	0.656	燈具.吊燈	老物再利用	0.452
民宿主人	客廳大廳	0.653	民宿特色	電視	0.445
下午茶	下午茶餐點	0.640	民宿特色	設計	0.445
店內環境感受	餐飲評價	0.612	老物再利用	復古懷舊	0.444
民宿主人	民宿特色	0.594	西市場	謝宅	0.441
客廳大廳	電視	0.558	文青	發呆	0.440
民宿特色	衛浴	0.554	冰店.冰城	老饕.饕客	0.440
浴缸泡湯	衛浴	0.540	窗戶.落地窗	採光佳	0.436
民宿主人	衛浴	0.536	民宿主人	浴缸泡湯	0.435
民宿特色	書籍	0.534	採光佳	磨石子	0.431
景點	廟宇	0.531	特色店	店內環境感受	0.428
沙發躺椅	電視	0.528	民宿特色	採光佳	0.421
民宿房間風格	浴缸泡湯	0.517	沙發躺椅	衛浴	0.421
客廳大廳	浴缸泡湯	0.498	天井	採光佳	0.420
沙發躺椅	客廳大廳	0.497	民宿特色	舒適自在	0.419
電視	盥洗用品	0.495	下午茶餐點	輕食	0.416
民宿主人	設計	0.485	民宿房間風格	服務貼心	0.414
民宿房間風格	盥洗用品	0.483	神農街	廟宇	0.414
客廳大廳	廚房空間設備	0.478	正興街	冰品	0.413
電視	衛浴	0.478	民宿主人	盥洗用品	0.412
正興咖啡館	正興街	0.473	日治時期	景物歷史背景	0.411
茶飲	茶館.喫茶店	0.468	民宿主人	服務貼心	0.410
客廳大廳	盥洗用品	0.467	客廳大廳	書籍	0.409
衛浴	盥洗用品	0.467	冰品	茶館.喫茶店	0.408
民宿主人	沙發躺椅	0.466	茶飲喝茶泡茶	甜點.零食	0.407

老店	美食背景特色	0.461	民宿特色	盥洗用品	0.406
下午茶餐點	茶飲	0.461	西市場	旅店	0.401
時尚流行現代	衛浴	0.459	酒類	店內環境感受	0.401
民宿房間風格	採光佳	0.459	設計	衛浴	0.400
發呆	荊桐花巷	0.458	民宿房間風格	沙發躺椅	0.400

資料來源:本研究整理

由表4.8的相關係數分析表中可以得知相關係數 >0.5 以上的有，民宿房間風格和民宿特色、民宿房間風格和客廳大廳、客廳大廳和衛浴、民宿特色和客廳大廳、民宿主人和民宿房間風格、民宿房間風格和衛浴、民宿主人和客廳大廳、下午茶和下午茶餐飲、店內環境感受和餐飲評價、民宿主人和民宿特色、客廳和電視、浴缸泡湯和衛浴、民宿特色和衛浴、民宿主人和衛浴、民宿特色和書籍、景點和廟宇、沙發躺椅和電視、民宿房間風格和浴缸泡湯等共18組。

部落客談到民宿時，都會提到民宿主人的經營理念、民宿特色和房間風格，因此民宿的設備及房間風格之間的相關係數很高，只要提到民宿，客廳或大廳、電視、沙發躺椅，和房間內的衛浴以及浴缸泡湯，這些都是讓部落客可以看到、感受到及享受到的硬體設備；而民宿主人更是扮演非常重要的角色，也是一家民宿的主要靈魂人物，從部落客入住、休息到離開，民宿主人的應對可以給部落客有家的感覺，能提供貼心的服務，有些還會提供部落客旅遊的資訊，所以在部落客心中，「民宿主人」是一個關鍵的主角。很多民宿的改建是源於民宿主人對老房子的不捨與老房子背後蘊藏許多的故事，因此民宿主人在和部落客閒聊時，會介紹台南的歷史，道地小吃的背景與台南在地的人文生活方式。因此民宿和老房子是巷弄文化的重要資產，而民宿主人則是將民宿和老房子重要資產行銷出去的主要媒介之一。這與陳清淵(2002)提出「體驗民宿及接觸當地環境資源是吸引遊客消費的主因」及劉健哲、林碧釗(2010)指出「遊客

與業者互動頻繁，藉由民宿業者的帶領，提供遊客能融入當地文化的體驗」相呼應。

部落客在餐飲店的描述，著重店內環境的感受與用餐後的評價，部落客常提到的特色人氣店和店內環境的感受有較高相關係數，至於餐點描述，下午茶和下午茶餐點呈現較高的相關係數，下午茶餐點與輕食也是呈現較高的相關係數。

部落客在街景的描述中，以景點和廟宇的相關係數大於0.5，因為台南的廟宇特別多，有時相鄰不遠處就有3家的廟宇坐落在附近，因此有時廟宇也會是景點，因此兩者相關係數高，而神農街上就有兩間廟宇，附近街道中亦有其他廟宇，因此神農街和廟宇的相關係數高；其他的街名如荊桐花巷和發呆、正興街和正興咖啡館等，兩兩相關係數也都大於0.4以上。

有些兩兩相關因素似乎沒有關連性，但是卻呈現較高的相關係數，例如電視和盥洗用品、採光佳和磨石子等，推測其原因可能是每個部落客對民宿的文章陳述和表達的詳細度並不相同，因此會出現看起來應該沒有關係的關鍵字卻出現較高的相關係數；另一個可能性是：部落客會從不同的角度去描述感受，在同一篇文章中，不同段落所表達的感受不同，因此也會有不同的關鍵字，但是從量化軟體中卻會出現高度相關的現象。

4.3.2 關鍵字間兩兩相關出現篇數分析

上述關鍵字間相關係數分析是利用皮爾森積差相關探究關鍵字之間的關係，探究關鍵字之間的相關係數值，本研究為避免相關係數分析表中有關鍵字間相關係數太低被遺漏，因此又做關鍵字和關鍵字之間出現的篇數分析，希望能找出有意義的關鍵字關聯。由於本研究的樣本數只

有161筆，而且都是質性文字稿，故關鍵字間的出現篇數值取到10篇以上，共有60組關鍵字間出現篇數分析，如表4.9所示。

表4.9關鍵字間兩兩出現篇數分析表

關鍵字	關鍵字	篇數	關鍵字	關鍵字	篇數
餐飲評價	體驗感受	45	採光佳	陽光	13
店內環境感受	體驗感受	33	價格價錢	餐飲評價	13
小巷子	特色店	25	店內環境感受	餐飲評價	13
景點	廟宇	23	小巷子	景點	12
小巷子	隱藏.隱身	22	府城人情特色	府城特色	12
負面感受	體驗感受	22	景物歷史背景	體驗感受	12
散步	景點	19	小巷子	美食小吃	11
小巷子	體驗感受	18	日本地名	日式相關概念	11
民宿特色	老房子	18	老房子	設計	11
美食小吃	特色店	18	老房子	復古懷舊	11
美食小吃	體驗感受	18	老房子	體驗感受	11
經營者理念	體驗感受	18	咖啡館	特色店	11
民宿主人	老房子	17	府城人情特色	美食小吃	11
民宿特色	體驗感受	16	府城特色	散步	11
美食小吃	景點	16	服務貼心	美食小吃	11
美食小吃	餐飲評價	16	特色店	隱藏.隱身	11
小巷子	老房子	15	景物歷史背景	廟宇	11
民宿特色	客廳大廳	15	價格價錢	體驗感受	11
服務貼心	體驗感受	15	日式相關概念	老房子	10
特色店	體驗感受	15	民宿房間風格	衛浴	10
景物歷史背景	景點	15	民宿特色	服務貼心	10
遊台南動機	選擇民宿餐飲店	15	民宿特色	復古懷舊	10
民宿房間風格	設計	14	老房子	紅磚牆	10
美食小吃	美食背景特色	14	老房子	磨石子	10
小巷子	散步	13	府城特色	景點	10
日式相關概念	木料	13	府城特色	體驗感受	10
老房子	建築	13	服務貼心	甜點.零食	10

老房子	特色店	13	特色店	店內環境感受	10
服務貼心	經營者理念	13	神農街	景點	10
負面感受	餐飲評價	13	茶飲	甜點.零食	10

資料來源:本研究整理

由上述關鍵字間兩兩出現篇數分析表得知，餐飲評價與體驗感受、店內環境感受與體驗感受兩兩出現的文章篇數達到30篇以上，而小巷子和特色店、景點和廟宇、小巷子和隱藏隱身等兩兩出現的篇數也高達20篇以上。

4.3.3 相關係數分析與兩兩相關出現篇數分析的比較

「關鍵字間相關係數分析表」與「關鍵字間兩兩出現篇數分析表」兩個分析表中，本研究進行分析比較，發現其中有相同的關鍵字組，分別是民宿特色和客廳大廳、民宿房間風格和衛浴、店內環境感受與餐飲評價、景點和廟宇、採光佳和陽光、民宿房間風格和設計、特色店和店內環境感受、茶飲和甜點零食等共八組。

另外研究者在進行分析比較時，發現「關鍵字間相關係數分析表」與「關鍵字間兩兩出現篇數分析表」兩個分析表呈現出的關鍵字組有明顯不同，「關鍵字間相關係數分析表」的關鍵字組比較偏重民宿特色、民宿房間風格與民宿空間硬體之間的相關性，如民宿特色和電視、客廳大廳和廚房空間設備、沙發躺椅和衛浴等；街道名稱的關鍵字組也是明顯差異，「關鍵字間相關係數分析表」的關鍵字組出現神農街與廟宇、正興街和冰品、正興咖啡館和正興街、發呆和荊桐花巷等，這些街道關鍵字組基本上都與該街道的特色呈現高度相關；而「關鍵字間兩兩出現篇數分析表」則偏重體驗感受、小巷子、老房子、美食小吃和特色店與其他關鍵字的篇數，這可以和「關鍵字及出現次數一覽表」做一個呼應，因為"體驗感受"、"老房子"、"小巷子"、"美食小吃"和"特色人氣店"出現頻率高居所有關

鍵字的前五名。

表4.10 相關係數分析表與兩兩出現篇數分析表的異同

	相關係數分析表	兩兩出現篇數分析表
兩表相同處	<p>1.相同關鍵字組共八組，如下：</p> <p>民宿特色和客廳大廳、民宿房間風格和衛浴、店內環境感受與餐飲評價、景點和廟宇、茶飲和甜點零食、民宿房間風格和設計、特色店和店內環境感受、採光佳和陽光</p>	
	<p>2.相同關鍵字，共21個(依出現次數多寡排列)：</p> <p>特色店、民宿主人、餐飲評價、民宿特色、店內環境感受、景點、復古懷舊、甜點.零食、服務貼心、設計、景物的歷史背景、衛浴、客廳大廳、神農街、民宿房間風格、美食背景特色、茶飲、廟宇、採光佳、陽光、磨石子。</p>	
	<p>3.兩表都沒有出現的關鍵字，共30個(依出現次數多寡排列)：</p> <p>咖啡、簡單簡約、Brouch(早午餐)、藝術、古早(傳統)、歷史、故事、鐵花窗、手作品、CD+音樂、塗鴉彩繪壁畫、樹、家的感覺、預約、bar.酒吧、排隊、手繪地圖、與業者互動、腳踏車、在地人帶路、幸福、IKEA家具、冷氣、日本料理、藍晒圖、提供旅遊資訊、燈籠、拼貼、眷村、藝術街。</p>	
兩表不同處	<p>1. 只出現在相關係數分析表的關鍵字</p> <p>舒適.自在、冰品、旅店、老物再利用、謝宅、燈具、窗戶.落地窗、時尚流行、茶館.喫茶店、沙發躺椅、廚房空</p>	<p>1. 只出現在兩兩相關篇數分析表的關鍵字</p> <p>體驗感受、老房子、小巷子、美食小吃、木料、日式相關概念、經營者理念、散步、</p>

	<p>間及設備、老店、酒類、浴缸泡湯、電視、日治時期、正興街、下午茶、下午茶餐點、冰店.冰城、輕食、盥洗用品、天井、正興咖啡館、荊桐花巷、文青、發呆、老饕饕客(共30個)。</p>	<p>負面感受、價格價錢、府城特色、建築、府城人情特色、隱藏.隱身咖啡店、遊台南動機、選擇民宿和餐飲店、日本地名(共19個)。</p>
	<p>2. 整體偏重</p> <p>民宿主人、民宿特色、民宿房間風格與民宿空間軟硬體之間的相關性。</p>	<p>2. 整體偏重</p> <p>體驗感受、小巷子、老房子、美食小吃和特色店與其他關鍵字的篇數比較。</p>
	<p>3. 三條重要街道出現的關鍵字都與該街道的特色呈現>0.4的相關數值，關鍵字組如下:</p> <p>神農街與廟宇 正興街與冰品 正興咖啡館與正興街 發呆與荊桐花巷</p>	<p>3. 只有一組與街道關鍵字相關的篇數，關鍵字組如下:</p> <p>神農街與景點。</p>

資料來源:本研究整理

4.4 驗證式因素分析

本研究透過文獻確認巷弄文化意涵之探討有民宿、旅遊意象、旅遊動機和體驗價值等數個概念後，由研究者從161筆資料，100個關鍵字中，反覆閱讀部落客的文本後，濃縮成幾個概念，這些概念再經由驗證式因素分析來確認這些概念分類是否恰當。研究者將數個關鍵字濃縮成一個因素構面，若該因素構面的因素負荷量>0.5以上，特徵值>1，同一因素構

面的解釋變異量>50%，即達到收斂效度標準，研究者便將3個以上的關鍵字濃縮成一個因素構面，二十個次構面因素分析表如表4.11所示。

4.4.1 二十個次構面因素分析

表4.11 二十個次構面因素分析表

	次構面	關鍵字	因素負荷量	特徵值	解釋變異量%
因素一	民宿設備與服務	民宿主人	.776	3.777	53.958
		沙發躺椅	.699		
		客廳 大廳	.856		
		電視	.741		
		衛浴	.797		
		盥洗用品	.666		
		服務貼心	.571		
因素二	民宿設計風格	關鍵字	因素負荷量	2.736	54.724
		民宿房間風格	.858		
		民宿特色	.830		
		木製品	.598		
		採光佳	.694		
		設計	.687		
因素三	景點與廟宇	關鍵字	因素負荷量	2.144	53.595
		藝術	.627		
		神農街	.738		
		景點	.752		
因素四	茶館甜點	廟宇	.800	1.834	61.123
		茶飲	.748		
		茶館.喫茶店	.808		
因素五	老房子元素	甜點 零食	.788	1.744	58.119
		關鍵字	因素負荷量		
		老物再利用	.765		
		磨石子	.772		
		鐵花窗	.750		

表4.11 二十個次構面因素分析表(續)

因素	次構面	關鍵字	因素負荷量	特徵值	解釋變異量%
因素六	屋內採光	窗戶	.774	1.711	57.018
		燈具	.752		
		陽光	.739		
因素七	輕食餐飲	下午茶	.822	1.890	63.006
		下午茶餐點	.893		
		輕食	.646		
因素八	體驗價值	體驗感受	.577	1.526	50.879
		消費感受	.798		
		價值價格	.746		
因素九	正興街氛圍	冰品	.738	1.825	60.772
		正興街	.818		
		正興咖啡館	.780		
因素十	謝宅與旅店	西市場	.868	1.651	55.044
		旅店	.647		
		謝宅	.693		
因素十一	府中街氛圍	日本地名	.622	1.651	55.020
		發呆	.724		
		荊桐花巷	.860		
因素十二	傳統小吃	老店	.796	1.702	56.748
		美食小吃	.660		
		美食背景特色	.796		

表4.11 二十個次構面因素分析表(續)

因素	次構面	關鍵字	因素負荷量	特徵值	解釋變異量%
因素十三	隱身巷弄	小巷子	.765	1.500	50.001
		隱藏.隱身	.772		
		在地人帶路	.564		
因素十四	景物歷史	歷史	.655	1.571	52.362
		紅磚牆(道)	.702		
		景物的歷史背景	.805		
因素十五	府城懷舊	復古懷舊	.532	1.508	50.267
		府城人情特色	.764		
		府城特色	.801		
因素十六	酒吧氣氛	Bar.酒吧	.685	1.658	55.283
		酒類	.806		
		餐飲店環境感受	.735		
因素十七	特色餐飲評價	餐飲評價	.765	1.522	50.726
		特色店	.778		
		日本料理	.575		
因素十八	咖啡書香	咖啡	.762	1.575	52.500
		書籍	.788		
		舒適自在	.611		
因素十九	藝術街漫步	散步	.688	1.562	52.063
		藝術街	.661		
		藍晒圖	.807		

表4.11 二十個次構面因素分析表(續)

因素	次構面	關鍵字	因素負荷量	特徵值	解釋變異量%
二十	網路推薦與預約	選擇民宿或餐飲店	.796	1.500	50.000
		遊台南的動機	.666		
		預約	.649		

資料來源:本研究整理

根據上述統計分析表發現，巷弄文化的探究可分為二十個構面，分別是民宿硬體與風格、民宿設計風格、景點與廟宇、茶館甜點、老房子元素、屋內採光、書香與咖啡、府城懷舊、藝術街漫步、輕食餐點、正興街氛圍、體驗價值、謝宅與旅店、府中街氛圍、酒吧氛圍、傳統小吃、網路推薦與預約、隱身巷弄、特色餐飲評價及景物歷史等，其中可以大略了解巷弄文化的意涵，除了體驗老房子改建為民宿的設計風格，欣賞街景的藝術，感受巷弄的氛圍外，傳統小吃和餐飲的消費與體驗也是重要的一環。

其中在歸納關鍵字將其濃縮成構面時，研究者根據兩兩關鍵字相關係數、兩兩關鍵字出現的篇數做歸納的基礎，並輔佐研究者閱讀部落客文本的心得為輔，嘗試將部落文中相關的關鍵字濃縮成一個構面，但有些因為量化數值未達標準而不得不放棄，研究者根據兩個分析表的內容，認為互有相關卻未達量化標準的關鍵字濃縮的構面稍加舉例，未達標準之構面表格如下。

表4.12 未達標準構面的因素二十一分析表

構面	關鍵字	因素負荷量	特徵值	解釋變異量%
因素二十一	藍晒圖	.743	1.675	27.92
	藝術街	.386		
	咖啡店(廳)	.737		
	時尚 流行	.475		
	發呆	.093		
	舒適+自在	.444		

資料來源:本研究整理

表4.12構面的關鍵字中有藍晒圖、藝術街、咖啡館、時尚流行、發呆和舒適.自在等6個，因為"藝術街"最常被部落客提到的景點是"藍晒圖"，"藝術街"也是"流行、時尚"的代表，有些部落客亦以文青自居，舒適.自在和發呆是部落客會提及的關鍵詞，因此根據上述原因將此6個關鍵字凝聚成一構面，但是量化結果表示，「發呆」的因素負荷量是0.093，「舒適+自在」的因素負荷量是0.444，而整體的解釋變異量數值只達27.92%，因此藍晒圖、藝術街、咖啡館、時尚流行、發呆和舒適.自在等關鍵字無法凝聚成一個構面。

表4.13 未達標準構面的因素二十二分析表

構面	關鍵字	因素負荷量	特徵值	解釋變異量%
因素二十二	老房子	.726	1.647	32.934
	紅磚牆	.658		
	建築	.542		
	磨石子	.620		
	特色店	-0.870		

資料來源:本研究整理

表4.14 未達標準構面的因素二十三分析表

構面	關鍵字	因素負荷量	特徵值	解釋變異量%
因素二十三	老房子	.726	1.644	41.094
	紅磚牆	.666		
	建築	.543		
	磨石子	.616		

資料來源:本研究整理

表4.13構面關鍵字有紅磚牆、建築、老房子、磨石子和特色店，都在關鍵字間兩兩出現篇數分析表中出現，老房子和建築、老房子和特色人氣店這兩組關鍵字組兩兩出現篇數是13篇，而老房子和紅磚牆、老房子和磨石子這兩組關鍵字組兩兩出現篇數是10篇，故研究者將這5個關鍵字放在同一構面，但特色店的因素負荷量呈現-0.870等負數值，致使該構面的解釋變異量僅達32.934%，即使將特色店的關鍵字刪除後，見表4.14，雖然四個關鍵字的因素負荷量都>0.5以上，但是該構面的解釋變異量也只有達41.904%，未達到解釋變異量>50%的標準。因此老房子、紅磚牆、建築、磨石子等關鍵字無法凝聚成一個構面。

表4.15未達標準構面的因素二十四分析表

構面	關鍵字	因素負荷量	特徵值	解釋變異量%
因素二十四	老房子	.124	1.369	45.648
	小巷子	.831		
	隱藏.隱身	.814		

資料來源:本研究整理

表4.15構面的關鍵字是老房子、小巷子和隱藏.隱身，這是老房子和坐落地點及老房子地點的特性，是部落客提到的次數頻率很高的關鍵字，但是經過量化結果，小巷子和隱藏.隱身的因素負荷量>0.8以上，但是老房子的因素負荷量只有0.124，而且解釋變異量只有45.648%，未達到解釋變異量>50%的標準。因此老房子、小巷子和隱藏.隱身這3個關鍵字無法

凝聚成一個構面。

表4.16 未達標準構面的因素二十五分析表

構面	關鍵字	因素負荷量	特徵值	解釋變異量%
因素二十五	Bar.酒吧	.825	1.387	46.218
	酒類	.752		
	CD.音樂	.375		

資料來源:本研究整理

表4.16構面的關鍵字有bar.酒吧、酒類、及CD.音樂，這3個關鍵字都與酒吧內的環境氣氛有關，經過量化結果，bar.酒吧、酒類的因素負荷量都 >0.7以上，但是CD.音樂的因素負荷量只有0.375，而且這3個關鍵字的解釋變異量只有46.218%，未達到解釋變異量>50%的標準。因此bar.酒吧、酒類、及CD.音樂等這3個關鍵字無法凝聚成一個構面。

表4.17 未達標準構面的因素二十六分析表

構面	關鍵字	因素負荷量	特徵值	解釋變異量%
因素二十六	時尚流行	.702	1.597	39.926
	復古懷舊	.674		
	舒適自在	.586		
	體驗感受	.553		

資料來源:本研究整理

表4.17構面的關鍵字有流行時尚、復古懷舊舒適自在及體驗感受，這4個關鍵字都與遊客的感受有關，經過量化結果，流行時尚、復古懷舊舒適自在及體驗感受的因素負荷量都>0.5以上，特徵值也>1 以上，但是這4個關鍵字的解釋變異量只有39.926%，未達到解釋變異量>50%的標準。因此流行時尚、復古懷舊舒適自在及體驗感受等這4個關鍵字無法凝聚成一個構面。

4.4.2 十個構面因素分析

研究者透過SAS量化分析，將關鍵字濃縮成二十個因素構面，因為有部分構面呈現高度相關(見表4.18)，故將二十個因素構面再透過驗證性因素分析濃縮成十個構面，現將這十個構面因素分析表整理如下。

表4.18 二十個次構面相關係數

	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
01	1	.728	-.136	.121	.404	.400	.109	.038	-.077	.214	.071	-.017	.074	.014	.165	-.181	-.351	-.081	.345	.489
		.000	.085	.125	.000	.000	.168	.632	.330	.006	.371	.832	.350	.857	.037	.022	.000	.309	.000	.000
02	.728	1	-.050	.171	.522	.488	.091	.081	-.073	.246	.165	-.086	.088	.168	.128	-.164	-.294	-.115	.330	.512
	.000		.531	.030	.000	.000	.250	.304	.358	-.002	.037	.279	.266	.033	.107	.038	.000	.145	.000	.000
03	-.136	-.050	1	-.069	-.021	-.138	.141	.006	.063	-.047	.081	.034	.010	.226	.317	.057	.056	.420	-.053	.005
	.085	.531		.383	.792	.082	.074	.940	.430	.553	.307	.668	.896	.004	.000	.470	.480	.000	.501	.953
04	.121	.171	-.069	1	.105	-.176	.184	.333	.340	-.025	.200	-.136	.149	.171	.096	.393	.304	-.056	.070	.254
	.125	.030	.383		.185	.026	.020	.000	.000	.750	.011	.086	.059	.030	.227	.000	.000	.482	.379	.001
05	.404	.522	-.021	.105	1	.460	.002	-.005	.019	-.019	-.062	-.012	.007	.203	.246	-.051	-.146	-.053	.044	.293
	.000	.000	.792	.185		.000	.982	.952	.807	.812	.433	.883	.935	.010	.002	.523	.065	.508	.580	.000
06	.400	.488	-.138	.176	.460	1	-.009	.087	.017	.082	-.008	-.091	-.015	.120	.211	-.055	-.123	-.138	.130	.277
	.000	.000	.082	.026	.000		.915	.272	.834	.303	.920	.249	.846	.129	.007	.488	.120	.082	.100	.000
07	.109	.091	.141	.184	.002	-.009	1	.264	.117	-.006	.107	.121	.178	-.032	.153	.190	.295	.026	.197	.151
	.168	.250	.074	.020	.982	.915		.001	.141	.941	.175	.126	.024	.690	.052	.016	.000	.739	.012	.056
08	.038	.081	.006	.333	-.005	.087	.264	1	.229	-.015	-.017	-.122	.049	.094	-.003	.334	.177	-.064	.064	.212
	.632	.304	.940	.000	.952	.272	.001		.003	.850	.830	.122	.540	.234	.965	.000	.024	.423	.422	.007
09	-.077	-.073	.063	.340	.019	.017	.117	.229	1	.050	.388	.022	-.085	.112	.201	.159	.349	.286	-.083	-.069
	.330	.358	.430	.000	.807	.834	.141	.003		.533	.000	.786	.283	.158	.010	.044	.000	.000	.298	.388
10	.214	.246	-.047	-.025	-.019	.082	-.006	-.015	.050	1	-.023	.090	-.102	.047	.087	-.144	-.162	.021	.242	.068
	.006	.002	.553	.750	.812	.303	.941	.850	.533		.776	.256	.198	.553	.273	.069	.040	.792	.002	.394
11	.071	.165	.081	.200	-.062	-.008	.107	-.017	.388	-.023	1	.015	-.006	.057	.173	-.029	.146	.181	.054	.007
	.371	.037	.307	.011	.433	.920	.175	.830	.000	.776		.853	.940	.476	.028	.718	.065	.022	.498	.930
12	-.017	-.086	.034	-.136	-.012	-.091	.121	-.122	.022	.090	.015	1	-.028	.015	.145	-.130	.189	.009	-.064	-.165
	.832	.279	.668	.086	.883	.249	.126	.122	.786	.256	.853		.726	.848	.067	.101	.016	.913	.418	.037
13	.074	.088	.010	.149	.007	-.015	.178	.049	-.085	-.102	-.006	-.028	1	-.110	.055	.146	-.030	-.067	.123	.027
	.350	.266	.896	.059	.935	.846	.024	.540	.283	.198	.940	.726		.166	.491	.065	.709	.398	.120	.732
14	.014	.168	.226	.171	.203	.120	-.032	.094	.112	.047	.057	.015	-.110	1	.295	.013	.087	.151	-.051	.167
	.857	.033	.004	.030	.010	.129	.690	.234	.158	.553	.476	.848	.166		.000	.873	.270	.056	.521	.034
15	.165	.128	.317	.096	.246	.211	.153	-.003	.201	.087	.173	.145	.055	.295	1	-.001	-.022	.316	.085	.108
	.037	.107	.000	.227	.002	.007	.052	.965	.010	.273	.028	.067	.491	.000		.987	.786	.000	.281	.174
16	-.181	-.164	.057	.393	-.051	-.055	.190	.334	.159	-.144	-.029	-.130	.146	.013	-.001	1	.500	-.114	.031	.056
	.022	.038	.470	.000	.523	.488	.016	.000	.044	.069	.718	.101	.065	.873	.987		.000	.149	.697	.479
17	-.351	-.294	.056	.304	-.146	-.123	.295	.177	.349	-.162	.146	.189	-.030	.087	-.022	.500	1	.055	-.002	-.108
	.000	.000	.480	.000	.065	.120	.000	.024	.000	.040	.065	.016	.709	.270	.786	.000		.487	.982	.171
18	-.081	-.115	.420	-.056	-.053	-.138	.026	-.064	.286	.021	.181	.009	-.067	.151	.316	-.114	.055	1	-.015	-.033
	.309	.145	.000	.482	.508	.082	.739	.423	.000	.792	.022	.913	.398	.056	.000	.149	.487		.849	.682
19	.345	.330	-.053	.070	.044	.130	.197	.064	-.083	.242	.054	-.064	.123	-.051	.085	.031	-.002	-.015	1	.272
	.000	.000	.501	.379	.580	.100	.012	.422	.298	.002	.498	.418	.120	.521	.281	.697	.982	.849		.000
20	.489	.512	.005	.254	.293	.277	.151	.212	-.069	.068	.007	-.165	.027	.167	.108	.056	-.108	-.033	.272	1
	.000	.000	.953	.001	.000	.000	.056	.007	.388	.394	.930	.037	.732	.034	.174	.479	.171	.682	.000	

資料來源:本研究整理

註:表4.18所代表的次構面分別為:

01:民宿硬體與服務,02:民宿設計風格,03:神農街氛圍,04:茶館甜點,05:老房子元素,06:屋內採光,07:消費感受,08:輕食餐飲,09:正興街氛圍,10:謝宅與旅店,11:府中街氛圍,12:傳統小吃,13:地點隱密,14:景物歷史,15:府城懷舊,16:酒吧與輕食,17:特色餐飲評價,18:藝術街漫步,19:上網預約,20:咖啡書香。

表4.19 十個構面因素分析表

主構面一	次構面	因素負荷量	特徵值	解釋變異量%
老屋 新亮點	民宿硬體與服務	.821	2.513	57.160
	民宿設計風格	.882		
	老房子元素	.701		
	屋內採光	.682		
	咖啡書香	.671		
主構面二	次構面	因素負荷量	特徵值	解釋變異量%
流行文化	府中街氛圍	.719	1.625	54.180
	正興街氛圍	.811		
	茶館甜點	.671		
主構面三	次構面	因素負荷量	特徵值	解釋變異量%
復古文化	府城懷舊	.700	1.704	56.814
	藝術街漫步	.779		
	景點與廟宇	.780		
主構面四	次構面	因素負荷量	特徵值	解釋變異量%
特色餐飲 店	輕食餐飲	.600	1.692	56.394
	酒吧氛圍	.852		
	特色餐點評價	.772		
主構面五	次構面	因素負荷量	特徵值	解釋變異量%
	傳統小吃	.738	1.090	54.503
	謝宅與旅店	.738		
主構面六	次構面	因素負荷量	特徵值	解釋變異量%
	體驗價值	.774	1.197	59.859
	網路推薦與預約	.788		
主構面七	次構面	因素負荷量	特徵值	解釋變異量%
	隱身巷弄	.745	1.110	55.481
	景物歷史	.745		

資料來源:本研究整理

在表4.19的十個構面因素分析表中清楚地發現：主構面一老屋新亮點、主構面二復古文化、主構面三特色餐飲店及主構面四流行文化都有3個次

構面，而且每一個構面的因素負荷量 >0.5 以上，整體解釋變異量 $>50\%$ ，特徵值 >1 的標準，因此正式形成四個主構面。

在表4.19的主構面五、主構面六、主構面七的這三個構面，雖然每一個構面的因素負荷量 >0.5 以上，整體解釋變異量 $>50\%$ ，特徵值 >1 的標準，但是主構面五、主構面六和主構面七都只有兩個次構面，而且其次構面間的相關係數都只有 >0.3 以上(見表4.18)，這代表彼此兩個次構面之間的凝聚力不高，相關度不夠，因此將傳統小吃、謝宅與旅店、體驗價值、網路推薦與預約、隱身巷弄、景物歷史等六個次構面個別獨立討論，因此本研究將四個主構面和六個次構面加總，形成10個構面。

4.5 旅遊部落格及網路新聞報導反映出巷弄文化的動機、意象及體驗價值

根據第二章的文獻整理及第四章的驗證式因素分析，將巷弄文化的旅遊動機、意象及體驗價值的十大構面在相關部落格及新聞報導的敘述，茲分述如下：

一、老屋新亮點:民宿的住宿體驗是遊客體驗巷弄文化的形式之一

1. 民宿硬體與服務(民宿主人理念、沙發躺椅、客廳大廳、電視、衛浴、盥洗用品、服務貼心)

民宿主人理念:

迪利小屋的小管家好熱心又很可愛，因為是念相關科系的，如果平常民宿沒什麼事她就會去幫客人開發新景點。(No. 24)

常說民宿的樣子就是主人的個性縮影，小紀給人的感覺是一個很念舊的人，很多老東西都捨不得丟，反而賦予它們新的用途，延續他們的生命~(No.26)

小紀以一個在地台南人的角度，希望能帶給旅人們真正的台南STYLE，他

會告訴你哪家是不用排隊又好吃的台南在地小店，他會告訴你巷弄裡的老故事小歷史(No.26)

從她分享資訊的神情裡完全可以看到她投入這行的熱情，最近她還在設計一張新的台南散步和吃東西小地圖，希望能夠分享給更多想來台南玩的大家。(No.37)

她說，第一眼就喜歡這裡，於是向屋主承租，我猜想原屋主當成這裡快要廢棄吧，加減承租給她。她為了這個房子所注入的情感，總是不知不覺中在談話中流露出來，像呵護著自己的BABY一樣。(No.59)

男女主人告訴我，他們不是經營民宿，而是在招呼朋友，希望來自五湖四海的朋友來到台南像是有個家，所以經營上更期待來到這裡的是認同理念，可以放開心胸暢談交朋友的人.....(No.91)

沙發躺椅:

沒有太多現代的裝潢，這裡就是懷舊的磨石子地和一張簡單的白色沙發。(No.37)

最後一區則是個小包廂，復古的沙發椅在其後方的木板門襯托下更顯古味。(No.80)

在這裡，一切像是自己的家，走進來的木質地板是舒服的、沙發是躺了就會讓人黏住的.....(No.93)

靠近陽台擺放了張沙發椅，坐下去整個人是陷下去，意外的舒適。(No.104)

客廳大廳:

旅店內1樓有一個4人房，房內有一個小客廳，以及一個閣樓，客廳裡的老沙發顏色非常顯眼，方格皮的椅面流露著濃濃的復古風~(No.26)

客廳旁的畸零空間也沒有浪費，打造成像以前冰果室的牆面沙發椅，很適合靜靜閱讀的小角落^^，書架也有水管元素~~(No.26)

電視:

晚上坐在這裡，邊吃宵夜邊看42吋的LED液晶電視實在好愜意。(No.24)

大廳沒有電視，只有一個簡單架起的小屋跟桌椅，主人希望所有一起出來旅行的朋友們可以在小屋裡聊天互動，不要只是安靜的看著電視

~(No.26)

不管是樓上的大廳還是這間小房間都沒有電視，這是屋主的堅持和用心，為的就是讓大家感受到遠離塵囂的悠閒。(No.57)

衛浴：

浴室空間也蠻大的，是採用乾濕分離。為了凸顯台南的STYLE，浴室拖鞋是府城百年木屐店製作的木屐鞋~ (No.26)

一踏進浴室，右邊是洗手台，左邊門後則是淋浴區。從沒見過如此舒適的洗石子材質，和一般洗石子不同的是，這裡是用超細緻的洗石子鋪面而成，所以腳踏起來非常乾淨舒爽，即時是淋浴，水都可以很快的排出，所以浴室並不會潮濕的感覺。(No.53)

浴室，還有檜木池耶！(No.53)

浴室裡有著IKEA的細節、CAESAR衛浴的硬體，隔間的淋浴設備，浴室環境的重點：『相當乾淨』，如同置身新房般。(No.93)

盥洗用品：

房間裡準備了基本的盥洗用具、礦泉水、熱水瓶和小點心，角落也擺了香氛，踏進房裡感受到的一抹幽香讓人覺得真舒服。(No.24)

不提供牙刷，有提供沐浴用品，是歐舒丹的喲！(No.104)

提供的是法國的馬賽肥皂，一旁的小袋子，一樣讓我會心一笑。基於環保因素，希望提供給客人使用的備品，客人使用過後，可以帶回家繼續使用，所以用過的馬賽肥皂，記得要帶回家繼續用唷！(No.112)

連沐浴乳和洗髮乳也是超棒的歐舒丹。(No.123)

服務貼心：

民宿主人幫小朋友準備的鞋子也太可愛了吧，而且色彩好繽紛(No.24)
客廳餐桌下壓著一張台南市的地圖(Q版的真可愛)，小管家也拿出一份
美食供略地圖，很認真地跟我們介紹店家特色、路線和營業時間(No.24)
離開之前，小管家還給了我們一個suprise，她請我跟安安一起拍張照，
然後馬上列印出明信片送給我們呢!讓我們為這段旅行留下一段美好的回
憶(No.24)

這裡的民宿老闆娘轟媽真的很熱情，推薦了很多台南有趣的店特色咖啡
廳和小吃給我們。(No.37)

貼心的轟媽還在餐廳旁邊放上了各式各樣，她愛的小零食和茶包飲品,歡
迎各位住宿的旅客跟她一起分享。(No.37)

最特別的是那個有鏡子的木盒子，一旁擺著以足的明信片，房客可以寫
一張明信片給自己，然後只要放進盒子裡，Ivy會在半年後幫忙寄出去，
讓你回味半年前的這趟旅行，是很貼心的服務。(No.41)

2. 民宿設計風格(民宿房間風格、民宿特色、木製品、採光佳、設計)

民宿房間風格:

令我驚訝的是房間裡居然有一座小型溜滑梯，這樣童趣的上下鋪，讓孩
子可以溜進愛麗絲的童話世界中!(No.24)

上鋪的塗鴉，兔子先生趕時間，看得我都緊張了啦!下鋪的塗鴉是紅心皇
后，插圖中還精心設計了夜光彩繪，讓孩子可以在夜空下找星星。(No.24)

雙人懷舊房雅房，老式復古風。床上放了一隻可愛的小熊。掛這幅畫真
是喜氣洋洋。這間房裡的裝飾主要營造有點年代的氛圍，跟原本的老房
子翻修還滿搭的。(No.28)

接著來到了二樓的房間【新町二丁目】，是個整層獨立使用的四人房型，
濃濃古早味加上色彩鮮明的普普風,兩房一廳一衛,獨立使用空間約16坪。
(No.33)

這是比較大間的雙人房，也是承襲了客廳那種簡單風格，米白色基調的牆壁和簡單的家具。but，讓許多人會有點小失望的就是這裡沒有電視，不過轟媽是希望大家出來旅行就不要一直看電視，多出去走走吧！(No.37)
可別以為～「黑白」兩色就很單調枯槁，有熊貓在的國度，就算沒有任何色彩～一樣萌翻！(No.120)

民宿特色：

這間民宿充滿童趣，到處都可以看到可愛的手繪圖案，台南行如果來不及參觀彩繪村的話，迪利小屋就是一個小小彩繪村喔！(No.24)

這整棟民宿的彩繪都是由台南藝術大學的研究生所設計的。(No.24)

老房子雖然外觀不大，但其實內部都很深，從大廳處沿著紅磚牆的軌跡一路往內看，空間真的還蠻大的^ (No.26)

駐宅-住窄-台灣最窄的民宿。老房子是十連棟建築中傭人進出的走道，屋子寬度只有145公分 共三層樓，因空間太窄，所以把一片式的大門做成旋轉門。(No.35)

在這些很有味道的民宿裡，不僅有復古懷舊的傢俱、擺飾，屋齡悠久的老宅更有著屬於自己的故事與歷史。(No.41)

”跳房子”很好識別，因為旁邊就有三百年的樹王公，與百年老屋相依偎。(No.59)

木製品：

這間房裡可以看到熱帶島國特有的原木傢俱和浪漫帷幕，有一種身在峇里島度假Villa的感覺。(No.24)

裝飾部分運用大量木頭和動物，這些都是南洋島國的代表元素。(No.24)

大廳的桌面也是主人找尋很久的老房子木門改造，如果主人沒有把他帶回來，現在木門或許在某處慢慢的崩壞著，門上的紅底黑字也早已斑駁

消逝~(No.26)

屋裡的老東西都是屋主旅行各地帶回來的，有的歷史都上百年，比方說大廳上掛著這幅木牌對聯就很有fu.....(No.57)

原木色系的質感，放上一條條的舊木椅，更顯得沉穩有味道~(No.75)

天花板也保留了老屋傳統的斜面式屋頂，並把木頭樑柱的原貌給保留下來。(No.120)

採光佳：

走到房子的中段，見到一個高聳的天井，解決了房子中段採光的問題。

春爸來的這天天氣不是很好，沒啥陽光，如果天氣好的時候，陽光順著天井往下流瀉，讓老房裡充滿溫暖，也是一幅很美的景象~(No.26)

進去之後讓我驚訝的一件事情，除了寬闊的客廳外，就是它的採光！台灣傳統透天老房一般採光都不佳，但這裡居然是如此的明亮！(No. 37)

這是另一間小雙人房，空間沒剛剛那間大，但不知道大家有沒有發現，這間的採光超好的~~~ (No. 37)

一樓的好處就是有小院子，還有日式禪意的感覺，加上大片的透光玻璃，採光非常的棒，浴室也備有獨立浴缸，上方特意設計玻璃帷幕，讓陽光可以伴隨你入浴，這個風格我很喜歡。(No. 91)

讓我喜愛的是臨窗位置的發呆躺椅，能在南台灣的陽光中躺著發呆一下午(No. 91)

第一眼望向窗外的天空，雖是接近正午時分、但陽光恰好沒有太過張狂，這扇窗外的天空，留給我對大自然房極度溫和靜好的第一印象。(No. 92)

廚房的採光更是讓你發呆都覺得超幸福。(No. 93)

設計：

因為主人的工作背景關係，房子裡有很多水管燈，原本給人較為冰冷感

覺的水管與把手開關，在旅店裡成了釋放溫暖光線的主要元素~很可愛的設計~(No. 26)

二樓也有著一個小客廳，牆面直接打空讓空間看起來比較不會狹隘，牆面漆上亮眼的黃色，但還是保留著木窗框&霧面玻璃的時代感~(No. 26)
雖然是老房子，不過經過民宿主人巧手翻新，都布置成一個別有一番風味的閒適小天地。(No. 37)

D. D. HOUSE配合空間配置師的巧手，打造輕食與民宿空間！(No. 42)

這種衣櫥雖然不大，但設計的也很有巧思。(No. 53)

街尾的這棟建築相當有特色，是特別設計的咖啡屋唷。(No. 56)

藏身新光三越後方小巷的「Hibari雲雀」，以昭和代表歌手美空雲雀為名，空間不大，卻用鏡面牆、高背沙發、壁紙、圓弧天花板和木質地板，巧妙復刻出昔日喫茶店的氛圍。(No. 81)

這一間是唯一的四人房，用了帶有日式的風格的設計，榻榻米形式方便多人共同入寢，當然啦，室內休閒氣氛也一點都不馬虎。樹蔭旁的小陽台、浴室的湯池，同樣給人南台灣慢步調的感受……(No. 91)

3. 老房子元素(老物再利用、磨石子、鐵花窗)

老物再利用：

來到旅店門口，老舊的藍色木門，二樓陽台的雕花水泥牆，就是很具代表性的台南老房模樣，讓人想起那個樸實的年代~(No. 26)

當初重新設計時拆下的木門與喇叭鎖，也成了吊掛衣架的工具~(No. 26)

一進到房小屋大廳，入口放置了復古的打字機以及蒐集了許多的漫畫，房小屋裏頭運用了許多的鐵窗花元素，搭配牆面掛個黑膠唱片做成的時鐘像不像來到了20世紀的老房子啊！?(No. 33)

阿公等級的古董大同電視櫃和電視，真的是超復古。(No. 41)

牆上掛著很多2、30年的老時鐘沒一個能動、能走的，問了屋主說是刻意的，因為他希望來這住的客人可以忘了時間，充份得到休息。(No. 57)

磨石子:

接著往2樓參觀，看見門上的木雕花氣窗有沒有一種很懷念的FU，現在已經不常見了，感謝主人把它保留下來~樓梯的扶手也整個都是磨石子的表面(No. 26)

進到二樓的房間，磨石子地板亮晶晶的，彷彿在告訴著所有人，主人很珍惜房子裡的一磚一瓦~(No. 26)

新町二丁目的另一間房間，旁邊有個小陽台，陽光灑進來照亮了這整間房間，把整個磨石子地板都照的閃閃發亮。(No. 33)

鐵花窗:

旅店大廳用了很多鐵窗花的元素，鎖在牆上成為一個很簡單又復古的裝飾，掛著黑膠唱片鐘掛著層板架，原本用來防盜的鐵窗，現在變成眾人矚目的妝點^^(No. 26)

多久沒有靠近這種造型「打叉叉」的簡單鐵窗了?(No. 92)

4. 屋內採光 (窗戶、燈具、陽光)

燈具:

這三盞從水龍頭流下來的吊燈實在很特別。(No. 41)

IORI另一個頗讓人玩味處在於燈，不管是一樓或二樓的吊燈，抑或是路燈、檯燈、漆上深色的金屬支架，非常沉穩典雅。(No. 70)

窗戶:

事前做功課時，大家都超推吾宅具有大片落地窗，享受大片陽光的溫暖.....，(No. 53)

沒想到，這面牆二層樓幾乎都是大片落地窗，與隔壁只有不到幾公尺的

距離，原本狹小的距離，因落地窗拉開了擁擠，反而呈現自然光線 & 灰白簡潔之美。(No. 53)

三大片拱型窗，吊燈，排列整齊的古董椅和木頭桌。這天很幸運地遇到窗子遮光板全拉起來的時候。(No. 70)

一樓的用餐區寬敞明亮，片片落地的木格子窗戶，採光超好……(No. 71)

走上二樓，應該是後來隔牆完全打通的設計，四面都有著窗戶，整個空間非常明亮有朝氣，在這裡吃早餐，更能讓人神清氣爽吧!! (No. 75)

陽光:

民宿二樓浴室上方有自然光映入。(No. 81)

在台南，每天出門前，我靠近窗、走向廚房、推開前門與後門，單純依靠從老房子的四面八方透入的陽光與清風，就能提神醒腦、舒爽心神!

(No. 92)

5. 咖啡書香(咖啡、書籍、舒適自在)

咖啡:

我覺得單品咖啡的味道都不賴，需要帶酸、帶苦的口感，店內有幾種咖啡都不錯~~(No. 30)

再來準備要來喝咖啡啦~咖啡味道也很不賴，下次再好好來試試咖啡

~(No. 32)

餐後飲料有熱歐蕾咖啡、美式咖啡、紅茶和薄荷茶可以選擇，這一大"碗"熱歐蕾咖啡喝起來相當過癮。(No. 41)

早上喜歡不加糖的咖啡，這會讓我精神更好，咖啡水準之上還不錯喝!!

(No. 75)

書籍:

一進 a Room 就看到一大片的書和書櫃，看來在這消磨一天都不用擔心。

(No. 30)

天氣好時坐在搖椅上看看書、打打毛線一定非常舒服。(No. 41)

"柳暗花明又一村的謝宅3F戶外空間，底下卻是昔日熱鬧的西市場，而這裡也是入住謝宅的遊客最喜歡的地方，拿本書聽著音樂在這裡翹腳拈鬚，超級融入在地的。"(No. 51)

舒適自在：

D. D. HOUSE希望可以營造一個像家的感覺的餐廳，……由老闆親手將花草樹木種植，企圖營造一個更舒適更自然的用餐空間。(No. 42)

客廳充滿簡潔風格，但加上溫暖的木質地板，感覺廣敞又舒適！(No. 53)

右邊廂房，門上掛著客家復古花布。裡面好簡約典雅。純白的顏色，乾淨，舒適，我喜歡。(No. 59)

民宿一樓的大廳，設計師設計的空間有著小清新與復古氣息，簡單卻舒適的環境讓我馬上忘卻剛剛的舟車勞頓……(No. 91)

設計師的用心在每一分細節上呈現，特別是配上與物件的擺設都很讓我喜愛，尤其是那張設計師款的椅子，坐起來實在舒適，木把手部分的質感特別滑順，窩進去就很有小資文藝的自我感覺。(No. 91)

……只有稍加佈置，雖然沒有華麗的裝潢，卻讓人有家的感覺，也讓人感到很舒適。(No. 61)

二、流行文化：

1. 府中街氛圍(日本地名 發呆 荊桐花巷)

日本地名：

"旅居日本的朋友曾說，京都之於日本的地位，就好像台南之於台灣。她覺得台南是全台灣最像京都的地方。"(No. 82)

"更是呼應了整體的日式風格，讓人宛若真的來到日本……"(No. 120)

"...感覺得出來，大家都很喜欢來這裡曬太陽、吃東西、發呆。"(No. 131)

"有沒有在一瞬間以為來到日本呢!?似乎，在台南越來越常出現這樣讓人時空交錯的畫面。"(No. 136)

"走在這樣的路上，有著很多特色小店……吸引我的小店設計，真的好像錯覺在日本了。"(No. 131)

"雖然只位在角落的小房子，經過老闆的巧手佈置，「蜷尾家 甘味処」真的好日式。"(No. 77)

發呆：

穿梭在其中，人群不多不少，剛剛好能讓你拍拍照、發發呆、走走路。

"(No. 132)

"晃晃逛逛，中間停留在咖啡店裡發呆後再走回孔廟裏頭晃晃。南部的陽光之好的，我想穿短袖都很ok的！"(No. 131)

荊桐花巷：

"這條荊桐花巷是mimi平常與小公主常常散步的地方，母女兩牽著手，逛著這的小商店、喝杯木瓜牛奶或是舔著冰淇淋...這種好像只專屬於台南的生活，很緩慢、很愜意、很幸福~"(No. 136)

"這條荊桐花巷，就位於孔廟正門的對面，路名叫做「府中街」，不過由於整條路的兩側種滿了荊桐，故又有著"荊桐花巷"的名稱，而且早在清朝時期，台南城還有"荊桐城"的別稱呢~"(No. 136)

"看到這樣的路口，它就是荊桐花巷。記得這樣的路口，進入之後你會發現一切變得緩慢！"(No. 131)

2. 正興街氛圍(冰品、正興街、正興咖啡館)

冰品：

「泰成水果店」就在蜷尾家對面，可惜當天沒開，不然我很可能揪兩個

孩子去共吃一碗芒果冰，夏天來到台南，就是要吃芒果啊！(No. 69)

"【蜷尾家甘味處】，完全是日式風情的小店，最有名的甜品就是霜淇淋，每日霜淇淋口味都會更換，而且只提供兩種口味選購。"(No. 69)

豆乳冰淇淋，冰淇淋非常的軟嫩，水份含量很高，入口即化，吃起來相當清爽，入口後也有濃郁的豆乳(豆漿)清香，我覺得真的不輸我在京都的豆乳冰淇淋愛店。(No. 77)

正興街：

位於正興街的IORI和洋風的茶館，這是謝宅主人謝小五開的喔，濃濃洋風外加老屋氛圍，這裡賣著以前府城愛喝的傳統阿薩姆紅茶、鬆餅、手工餅乾和一些茶類，有著室內街景的設計風格，讓人印象深刻。(No. 51)

到了正興街，走到了蜷尾家，沒想到生意真的很好，開店才兩個多小時就已經完售了，旁邊也有好幾間咖啡廳(No. 97)

正興街，一個極具台南年輕人聚集的地方。(No. 130)

"布萊恩紅茶，這間也是正興街的必點！加上我本來就愛紅茶超過綠茶，所以當然要喝看看。果然，它是南投日月潭的紅茶啦。"(No. 130)

正興咖啡館：

從蜷尾家散步甜食、布萊恩紅茶、正興咖啡館、IORI TEA HOUSE、泰成水果、彩虹來了，自然而然形成了一個迷人、極具特色，且極值得探訪的地方。(No. 130)

"在享用完蜷尾家的甜品後，我們轉戰正興咖啡館，體會一下老屋咖啡館的迷人風情。"(No. 80)

"人文小巷的老屋新戀，正是正興咖啡館所帶來的奇妙氛圍，咖啡的香醇和懷舊老屋的相會，我也沉浸在這浪漫的午後之約。"(No. 80)

"「正興咖啡館」這是一棟好老又好新的咖啡館！房子的屋齡已經六十多

歲……"(No. 85)

"我是在泰成水果店吃著甜美沁涼的冰品時，見到對街有一棟藍色門面的老宅，引得近前一看，原來是家老屋改見的咖啡館……"(No. 85)

3. 茶館甜點(茶飲、茶館. 喫茶店、甜點零食)

茶飲:

這個茶很酷，雖然沒有加糖但是喝得到淡淡的焦糖味…(No. 24)

餐後飲料有熱歐蕾咖啡、美式咖啡、紅茶和薄荷茶可以選擇…(No. 41)

衛屋茶事裡提供的都是日本茶，有抹茶、煎茶、玄米茶、綠茶，…(No. 84)

茶館. 喫茶店:

"「Hibari 雲雀」營造出三〇年代日本喫茶店的懷舊氛圍。"(No. 81)

這裡的餐點全素，而且除了茶以外，沒有熱食，據說是因為不希望在這裡有廚房熱炒油煙，讓木造房屋吸附太多油煙味，讓十八卯完全是個清幽雅靜的飲茶空間。(No. 71)

…茶館還真不顯眼，兩層樓的建築安安靜靜退居大馬路後方，沒有明顯的招牌，如果只是路過，很難注意到它，原來這個位置原本是間廟，小五也為茶店取名IORI，日文「庵」的意思。(No. 60)

甜點、零食:

"民宿準備的台南蝦餅真是超級好吃，完全不油膩，酥脆又充滿蝦香。

"(No. 24)

"桌上的零食有芒果乾、蝦餅、地瓜酥，都是民宿主人愛吃的，也分享給每位住宿的旅人。"(No. 33)

"裡面的零食也不是隨便擺的喔，都是主人自己去排隊買回來的，大名鼎鼎的連德堂煎餅、永泰興蜜餞都在裡面，來玩時一定要試試看百夾百中的快感XDD"(No. 26)

三、復古文化：

1. 府城特色(懷舊復古、府城人文風情、府城特色)

懷舊復古：

"這是台南很特別的地方，蜿蜒的小巷處處可以發現驚喜，在地的美食也總是藏在不起眼的地方，有機會也可來一趟台南的美食探訪之旅！

"(No. 16)

"舊，是許多人對台南的印象，留下許多古蹟、古味、古街供人細細玩味……"(No. 48)

三合院的大廳，左右廂房各有一間雅房。大廳簡單佈置，但懷舊氛圍恰到好處。(No. 59)

慢慢走、慢慢逛，孔廟附近的歷史感多了去，從旁邊的國小、警察局、文學館、農田水利會……舉目所見都是古蹟……(No. 136)

府城人文風情：

"不多賣，賣完就算了，是他們偏執的態度。台南人是一個天天和自己賽跑的人，做『今天怎麼樣的人』，這是一門很深的藝術。"(No. 1)

"我總感覺這樣人與人之間的人情與互動，是府城裡很重要的一環，旅行到了台南，或許可以用更緩慢的腳步體會看看。"(No. 4)

"難得出來旅行，人跟人之間的互動與關係才會更緊密，也才符合台南濃濃的人情味^^。"(No. 26)

"台南的人真的都好友善。和他們聊天，已是旅行中最重要的節目。"(No. 40)

對『台南人』印象很深刻，我當兵與大學時最要好的朋友就是位台南人，真的個性有夠古意，完全顯現府城人的質樸與善良。(No. 91)

府城特色：

台南，是一個習慣、擅長、堅持早起的城市，這老房內的每一扇門窗、

每一個角落，也都屬於早起、晨間的台南典型。(No. 91)

"民宿不提供早餐，因為到處是小吃。"(No. 35)

台南是個保有傳統文化的古都，人們生活步調慢，又有人情味…(No. 150)

沒有繁華的街燈噪音，生活節奏都慢了下來，也許在台南生活，就是要這種慢步調…，(No. 89)

2. 藝術街漫步(藝術街、散步、藍晒圖)

藝術街：

除了私人的住宅外，全長百餘公尺的街道更有許多藝術創作者的工作室，讓這條街添加了不少藝文氣息。(No. 140)

還有海安路藝術街與神農老街的露天bar，…海安路這邊的藝術街也是很好拍的地點，這裡其實背後都有著辛酸的故事… (No. 134)

神農街因為海安路的藝術造街成功引進不少外地遊客與年輕人，原本逐漸沈寂沒落的神農街也再現風華了，這條昔日的繁華街道如今成了藝文氣息濃厚的藝術老街。(No. 134)

說到海安路藝術街，最有名的大概就是藍晒圖了吧(No. 142)

散步：

來到台南就是要換上拖鞋，輕輕的漫步在巷弄間~(No. 26)

假日觀光模式對這個安靜的城市太過躁進，最好是非假日，最好有一雙好走的鞋，小巷子慢慢踱步……(No. 45)

漫步在這小巷弄中也是別有一番風味。(No. 62)

放好行李後，到赤崁樓走走，沿途都是看似好吃的小店，很難抉擇。(No. 104)

來到府城就是要像蝸牛一樣漫步慢行慢體驗，細細咀嚼府城的動人之處……(No. 51)

藍晒圖：

這裡的裝置藝術賦予海安路新生命。在廢棄的老屋中，因為百變的創意，而發展了意外的觀光景點。光右邊這群年輕人拍藍晒圖，足足十幾分鐘都還沒走……。 (No. 56)

”藍晒圖”給予海安路新氣象，古老的都市，遇見現代的文創，二相結合，激出什麼火花呢？(No. 56)

繼續繞出去外面，看到了著名的藍晒圖牆壁……。 (No. 133)

位於海安路與和平街口的[藍曬圖]，到了夜晚會打燈，晚上的藍曬圖..更是有著不同的光景！！(No. 134)

藍曬圖是藝術家們試圖以時間的靜止一刻穿梭時空進入過去的空間記憶所創作而成……。 (No. 134)

3. 景點與廟宇(藝術、神農街、景點、廟宇)

藝術：

市府招募了七個單位在321巷內入駐，讓這小地方形成了一個藝術聚落……我很喜歡321巷的氛圍，不管是在他有藝術氣息入駐前或是後，我都對這裡有一種深深的感觸。(No. 25)

……每到了夜晚，整條路上就籠罩了濃濃的現代藝術氛圍。(No. 23)

……破屋有彩繪 裝置藝術 使其破得更迷人……。 (No. 39)

神農街：

轉進神農街巷內，突然就有另一種完全不同的fu，神農街算是條有歷史的老街。(No. 31)

“神農街就位於台南的西區，也稱為「北勢街」，而這條老街更是擁有了300年的歷史，可說是台南保存最完整的一條老街了，也是五條港文化園區最重要的據點。”(No. 141)

"聽說神農街是夜晚比白天美麗，雖然晚上在黃燈的照耀下挺有氣氛的，但我還是比較喜歡白天的他，白天才能仔細看到街還有房子的樣貌，這邊的房子真的都舊舊的，每棟都不一樣，很漂亮……"(No. 97)

"神農街，一個近期在台南頗有「姿色」的小地方。"(No. 132)

廟宇：

『午。候青鳥』就靠近大西門圓環附近的巷子裡，巷子裡剛好有一間廟，供奉關聖帝君。(No. 61)

"記得可以停頓一下自己周遊在神農街的步伐，或者也不用太用心，就跟著人群會進去的方向……"(No. 132)

"因為巷子的盡頭是著名的藥王廟，所以這條小巷子就因此得名為神農巷。"(No. 23)

"人家常說台南是全台灣廟宇最多的城市，真的一點都不為過，光這間店門口就有兩間廟，實在是太厲害了！@@"(No. 13)

四、特色餐飲店(輕食餐飲、酒吧氛圍、特色餐飲評價)

1. 輕食餐飲

下午茶：

店內的擺設很豐富也感覺很溫馨，可以很輕鬆在這用餐與朋友渡過無憂的下午茶時光。(No. 42)

……遊府城倒是可以到位於慶東街上的溫室咖啡館享用下午茶喔，這也是老屋改建的環境，很舒適又溫馨呢……(No. 51)

『午。候青鳥』店裡除了販售早午餐以外，另外還有下午茶，提供的是鬆餅，點飲料有半價優惠。(No. 61)

每次吃完下午茶+聊完天都已經兩小時過去……，根本是吃下午茶順便做報告吧!(No. 63)

下午茶餐飲：

這天吃的下午茶都很滿意，很好吃，還會想去吃吃看布朗尼跟正餐的部分，蠻好奇正餐的部分會不會像甜點一樣也這麼美。(No. 63)

手工布丁倒扣在鋼製的布丁高腳杯優雅上桌，還細心附上兩支湯匙，布丁烤成漂亮的淡黃色，具層次感的由淺入深，接近底部的小氣泡正是手工的小證據。(No. 70)

端上來的時候，mimi頗滿意的唷~，雖然乍看沒太多擺盤，但是老闆很肯放材料呢！芒果、蘋果、香蕉…老闆還不知道哪去弄來一顆草莓，幾乎滿滿半盤都是水果，剛烤好的鬆餅也是份量超大…(No. 73)

輕食：

D. D. HOUSE配合空間配置師的巧手，打造輕食與民宿空間！(No. 42)

『台南♥貓咖啡』(AT)~Cats & Tea 茶飲輕食，…店內消費低消100，大家可以點鬆餅、飲品等…(No. 78)

在兌悅門附近，半年內新開了幾家店，像以咖啡、簡餐店居多，但是都還蠻有創意與特色的。(No. 151)

2. 酒吧氛圍

酒吧：

這一角落，是藍曬圖酒吧的入口，一樣很藝術，晚上這裡就是露天bar，豐富了台南府城的夜生活文化……(No. 134)

…這裡的酒館，本身似乎就幻化成現代藝術的樣貌。(No. 23)

這裡算是很熱鬧的區域，不少酒吧、美食小吃店，人聲頂沸…(No. 31)

酒類：

…背面是滿滿的酒類Menu，店裡也提供生啤酒。(No. 67)

另外愛喝啤酒的，也可以點個啤酒試試啲~~啤酒，杯子有冰鎮過啲
~(No. 30)

這間店提供軟性酒精飲料…這邊提供了不少種類的水果啤酒。(No. 31)

餐飲店環境感受：

晚上十點後想聽現場演唱，可以進來熱鬧一下！我想這是間會很high的
bar~(No. 132)

古厝喝酒是高度反差，左邊是教父(酒名)，右邊是白色俄羅斯(酒名)是
咖啡奶酒~(No. 39)

我們選了個角落坐下，等著9點半到來，可以喝喝小酒，聽聽爵士樂，在
台南好懶惰啊，我在台北已經有夠懶了。很妙的配酒小食「菜脯餅」，
辣辣的，很好吃！(No. 64)

3. 特色餐點評價

特色店：

老街兩旁開了不少很有特色的店，TAIKOO太古，就是其中一間…(No. 31)

【石精白蚵仔煎】位於台南最主要小吃戰區的國華街上，號稱鐵三角的
金得春捲、富勝號、阿松刮包等三間人氣店就在一旁…(No. 5)

將近40年隱藏巷弄裡的維美冰店，橘子水加雪乳冰的古早滋味，仍然使
用著傳統機器來製冰，雪乳冰就是印象中的香蕉冰…(No. 17)

在台南想找繽紛的彩色拖，找雙全昌鞋行，就對了…(No. 29)

日本料理：

在這裡，可以吃到全部新鮮烤製的串燒，也能嚐到各式各樣的煮物，甚
至還有甘美的生魚片，下班後上班族湧入，鬧烘烘的氣氛，就像日本街
邊的屋台。(No. 81)

非常簡單的日式飯盒，是的！簡單到只有鰻魚飯的鰻魚飯……(No. 67)

主食除了鰻魚丼，還有明蝦天丼、綜合海鮮丼和鮭魚飯，另有單點的串燒、手捲、生魚片和握壽司，種類其實不少，…(No. 67)

餐飲評價：

這裡關東煮的湯頭是沒有味道，要自己去拿鹽罐等來調味。但建議加上蔥花和灑點胡椒粉，湯頭會加分不少。整鍋吃下來，都還不錯吃。(No. 18)

在蚵仔煎裏面可以吃到這麼大顆肥美的蚵仔，讚啦。(No. 2)

一口喝下時，哇咧~~真是泡很濃，很濃郁傳統紅茶的口感，但是也很甜，加了冰塊，中和一下甜度、冰度，呵呵，突然覺得更好喝了。(No. 3)

土司加蛋加肉... 有沒有很豐盛呢!?滿滿的料，吃起來就很滿足~土司烤的表皮酥脆、裡頭鬆軟，口感很喜歡~。(No. 4)

五、傳統小吃

老店：

榮盛點心是由第一代郭老得先生於民國25年開始經營，民國50年第二代傳人郭天順先生加入經營行列，而郭天恩先生亦於民國60年加入並協助兄長經營，至今已有41年的經驗。(No. 11)

【江水號】有80年歷史了，我們三人看著那琳瑯滿目的配料，最後選了八寶冰，每樣也有一點，我尤其喜歡紅豆和芋泥，真的很好吃。(No. 40)

位於西市場國華街巷弄內的福榮意麵，是肉魯心中的超級美味，也是從小吃到大的不變美味……(No. 51)

美食小吃：

簡單的裝潢和絡繹不絕的客人，桌面上的配料可是傳承80年的秘密，堅持用手工做料，無法大量生產，讓紅豆圓仔湯、米糕粥、花生湯，不論冷熱都有其獨特的滋味。(No. 6)

米糕的配料都採用獨家秘方熬煮，內容有：肉燥、魚鬆、土豆…，長相

也跟一般北部不太一樣，沒有用鐵盒子裝下去蒸，而是直接淋上肉燥入，食用前記得拌勻吃，肉燥香Q不油膩而且入口即化，上面的魚鬆增添了不少香氣，(No. 11)

用蕃薯粉製作的粉圓，顆顆Q彈可口，吃起來軟軟嫩嫩的，特地熬煮的糖水也不會太甜，舀起滿滿粉圓後再加入一點點糖汁，好吃隱藏版的台南小吃。(No. 17)

轟媽興沖沖地拿了這個給我看~這是一個籤桶，裡面裝了台南各式美食的撲克牌，她說他每次不知道要吃什麼時就跟轟爸抽這個，也歡迎不知道該吃什麼的旅客來看看自己的運氣XD(No. 37)

路過有名的阿輝炒鱔魚，爸爸豬指名要吃，他說十年前吃過至今念念不忘，就來大口大口吃吧！(No. 104)

美食背景特色：

日據時代，日人將台灣人的小吃攤集中，安置在最偏僻的「盛場」，雖然離熱鬧的市街很遠，但是道地的小吃還是擋不住人潮，這裡許多小吃，都是數代相傳，是陪伴著台南人長大的美味。(No. 10)

…但撤走的攤販大多沒有再回來，漸漸的這裡也只剩下幾家小吃店，如老店榮盛米糕店、阿財點心、廖家鱔魚意麵等。所以客人也減少很多…(No. 10)

日治時期，日人開闢西市場後面空地做為露店，以增加市民夏天夜晚的休閒，也促進銀座（中正路）的商機，露店多為台灣人開設的點心攤，今日台南近百年的著名點心店，很多都發基於此，江水號也是。(No. 6)

六、謝宅與旅店

西市場：

西門市場鄰近中正商圈，俗稱大菜市，是日治時期第一座“現代化”市場，

位於中正路、國華街、民生路和西門路之間。(No. 28)

"西市場本身已有不少吃的，我們吃了阿瑞意麵、江水號刨冰、羊肉湯。未吃的還有好幾家。……如果住在謝宅，穿著拖鞋下樓去就行了，好方便。"(No. 40)

謝宅：

"上次到台南入住西市場謝宅，但只住了一夜就要離開，時間絕對不夠。沒能好好欣賞夠這房子，沒能好好感受它，也不夠時間在房子裡呆。呆是旅行中非常重要的一環，尤其在這房子裡。"(No. 40)

西市場。謝宅，保留了傳統台灣味，這是一間歷經一年多改建整修的老宅，現在為一間體驗民宅……(No. 51)

旅店：

這棟建築就鄰近西門市場，是最近比較有名的佳佳西市場旅店，相當大一棟！(No. 28)

前一趟台南小旅行，我選擇了很夯的佳佳西市場旅店入住，很滿意的住宿經驗。(No. 112)

"佳佳西市場旅店有著極好的地理位置，就在老店小吃國華街的旁邊，步行幾分鐘可達。"(No. 113)

七、體驗價值

體驗感受：

在台南美味和時間總有密不可分的關係，台南人最在意的就是美味的那一瞬間，我眼中台南人是最懂的美味和掌握美味的一群人。(No. 1)

蚵仔煎也是大方愛的傳統美食，尤其很多大顆的蚵仔煎更是讚啊，台南永樂市場國華街的石精白蚵仔煎，份量大又好吃啊～(No. 2)

走進一間店，只是與老闆點個頭或是眼神交會，等會兒桌上就會送上自

已習慣的餐點?在現在這種冷漠許多的環境中，這種人情互動實在更為可貴。(No. 4)

八寶冰，所有材料都煮得軟硬適中，湯圓則是我吃過好吃的湯圓之一，芋頭綿密中又有口感……(No. 6)

這味道跟我20幾年前記憶中的味道很像，原來這裡面有用豬油和很多秘方調製，難怪這麼的香，搭配起來超好吃的^^(No. 12)

早晨打開窗戶，外面就是充滿法式風情的普羅旺斯美景，起床看到眼前鳥語花香的美景，精神都被喚醒了……(No. 24)

在迪利小屋的設施和服務上，都給了我許多感動式的服務體驗，真如他們在網頁上所言，用平價的價格，享受五星級的體驗。(No. 56)

我很喜歡321巷的氛圍，不管是在他有藝術氣息入駐前或是後，我都對這裡有一種深深的感觸，跟我一樣喜歡老房子老建築的你，會不會跟我有一樣的感覺呢!? 不管你的感覺怎樣，來這裡走走~真的會讓自己有些許的不一樣! (No. 25)

負面感受:

台南夏天的夜晚，沒有空調的室內空間，除了悶熱之外，我想不出第二個形容詞。(No. 75)

美中不足的是，或許給了大廳的空間感，房間變得小，若是比較高大的人，是無法呈大字型躺在床上的，腳得縮起來，加上位置的關係，採光不足，房間的格局不方正，被切割的有點像處在歪斜的表面，壓迫跟奇異感齊發，(尤其床+廁所+房門都連在一起，讓我不太舒服...)，可能因為這樣，我覺得它的價格有點不親民，…(No. 105)

"海安路上搶眼的紅磚屋的塗繪藝術，但左邊的巷弄角落很髒，有不少廢棄的建材，隨意擺放，是故意，還是被忽略?路上有些黃金，還有過度

發展餐廳臭水溝的味道。心中是有些失落的…我們都失了焦。"(No. 56)
要注意的是，民宿有準備毛巾，盥洗用具，純水等，就是沒有牙刷？不過，還好我們自己本來就有準備了，我們有建議主人下次要先說明。

(No. 59)

台南最近開了很多老房子，吃了好幾間有個感想，餐點東西越賣越貴，有的甚至很誇張哩，我很單純希望價錢與美味可以等比例，不希望老房子最後成為景觀餐廳的氛圍：『只賣老屋韻味餐點卻是普通...』(No. 17)

價格價值：

雖然是位處窄小巷弄、沒有寬敞庭院的房子，能坐擁別有一番意象的天空美景，在我心中，它，就是價值連城的豪宅。(No. 92)

店家的服務態度也很棒，CP值真的很高，難怪客人川流不息。(No. 18)

重點是這裡價格不算高，兩間雙人房的空間，很適合情侶，小家庭或四個朋友一起來。推薦給來台南玩的大家一個新的住宿選擇囉~(No. 37)

鑒於當下物價成本齊漲，一般消費者在餐廳用餐費用日漸增高，老闆自行吸收成本，要提供消費者最棒的餐點，最合理的費用以及最舒適的用餐環境。(No. 42)

賣了60幾年歷史的古早味粉圓冰，超級有夠誇張便宜…(No. 17)

好的東西要有好的包裝，我覺得那不是「膚淺」，而是準備好了內在，也應該用好的外在來向顧客保證自己的水準！這也是現在越來越多人會找好的設計，來包裝農產品、商品、甚至是一支冰淇淋、一杯紅茶。正興街上就有這樣的質感……(No. 130)

站在消費者的角度，樂見有越來越多的優質餐廳投入市場，最後還是那句老話，「關於價格，每人心中各有一把尺，市場機制自然會決定店家是否能生存。」(No. 83)

八、網路PO文與預約(選擇住宿用餐原因 遊台南動機 預約)

選擇住宿用餐地點:

於是從部落客分享找到這間轉圈圈民宿當我們落腳的地方。(No. 37)

其實我本來想要訂這間房，可是真的太搶手早就被捷足先登了，覺得好可惜！(No. 24)

真的是因為部落客們的圖文，讓Queenie跟Peka想來這邊拍照。(No. 38)

一年前就看到青青小熊體驗台南吾宅一文，當時心想，台南似乎開始興起特色民宿風，也不得不嘆部落客推文效應…(No. 53)

而我喜歡它的主因就在那一份懷舊的老氣息，我想三不五時我要是一個人到台南都會想來夏木住上一晚，就像探訪一位老朋友一樣。(No. 57)

遊台南動機:

一次總是無法看遍吃遍，於是…你總是有一堆理由再訪台南…(No. 51)

最終決定南下台南，一方面想要體驗古城穿街走巷的樂趣，一方面也想要好好品嚐府城最知名的眾多小吃……(No. 91)

這次來台南，想說找找特別的咖啡廳，「a Room 房間 咖啡」，也是比較特別的一間。(No. 30)

六月中時候，和同學G、P一起去了一趟台南。上次到台南只有一天一夜的時間，沒法好好感受，那時我便想，這地方一定要重遊一遍。這次只留了4天3夜，結束旅程後的感想還是：下次一定要再去，要多留幾天。(No. 40)

四月底，因為工作的關係走了一趟台南，就愛上了這個在深厚文化底蘊下醞釀新生命的城市……(No. 60)

還刻意一早就搭高鐵南下，為了此行第一站就可以吃到筑馨居。為愛「吃」走天涯，可真是我的強項啊！(No. 68)

在鳥鳴中早起，聽著音樂，讀本我愛的書，肚子餓了就吃個道地小吃，午後在古城中晃蕩，感受在地生活，是另一種適合我的旅行方式。(No. 89)

預約：

生意超好，房子數少，儘早預約才有機會享受唷(No. 53)

我們的”愛麗絲小屋”房型是最熱門的，還好媽咪我是二個月前就預定了，才如願搶到。(No. 56)

上面這張照片是「夏木」民宿fb的圖片，而我就是被這照片電到的，誰叫他有兩個我無法抗拒的魅力「老屋」、「日本」。(No. 57)

只不過長假期間真的很難訂房，雖然提早將近一個月詢問，卻還是只搶到一個晚上的空間，嗚嗚～(No. 91)

起初要訂「謝宅」，暑期出遊旺季加上名氣太響，一如預期地銘謝客滿。(No. 92)

九、隱身巷弄

小巷子：

迪利小屋的位置在小巷弄裡，第一次來可能不太好找。(No. 24)

昏黃的燈光，藍色的天空，原來今夜這麼美。漫步在這小巷弄中也是別有一番風味。(No. 62)

喜歡台南有好多巷子，巷頭巷尾都有好多的寺廟。(No. 97)

話說這間民宿在離南大不遠的一條大路上的小小小巷裡，不熟台南路的人可能跟我一樣容易直接走過吧！(No. 37)

跳房子躲在台南安平區熱鬧的安平老街巷弄裡，所以這裡是年輕背包客的最愛。因為走出來30秒，安平老街的美食就可以儘收嘴裡。(No. 59)

有人說，台南像是台灣的小京都，我懷著探奇的心情，鑽進富北街一處荒廢空地旁的狹小巷子，看到黑白色調的門面，一晃神，真以為自己飛

到了京都。(No. 81)

隱身:

a Room 隱身於巷內，還真的不太好找~(No. 30)

鰻井作藏得非常隱密，永福路往新天地方向經過青草茶後的第一個小巷右彎進來，進小巷後再左轉就到。(No. 67)

「以足」就位在台南市區小巷子裡這棟老公寓的1、2樓，隱身在小小的民宅巷弄中，從外觀看起來相當不顯眼。(No. 41)

在地人帶路:

在火車站對面的公車站就有公車直達『新光三越新天地』，這一站下車後打電話給小巷7號主人，他們就會來接。(No. 91)

來往正興街這麼多次，IORI 旁的正興咖啡館與小滿食堂也都去過了，要不是友人帶路，我還真不知道這間華麗風的茶館外觀如此低調。(No. 70)

十、景物歷史

歷史:

"愈來愈多年輕人走進老街，讓原本逐漸頹敗的老舊街道，轉變成為前衛的藝術空間，不但保存了城市的歷史環境，也保存了當時府城港口老舊街道的意象。"(No. 140)

"這棟房子位於台南市信義街，一條鋪著紅磚道的老街，據說這條舊名「咾咕石街」的街道，歷史跟神農街一樣悠久，曾有過繁華榮景。"(No. 68)

紅磚牆:

來到這，你會先留意到台灣早期隨處可見的紅磚牆……(No. 48)

"踏著紅磚漫步而行，望著巷弄裡佔頭頂的土地廟，以前這裡被稱為蜈蚣穴，因為一條巷子能穿延出許多小小巷，有如蜈蚣36隻腳般，不小心還會迷路錯巷，……"(No. 48)

景物歷史背景：

依照紀大哥跟附近的鄰居長輩聊天得知，新町這條街的店家，一丁目：只招待日韓客，二丁目：才是台灣人的場所……(No. 29)

"「頂土地公廟-鎮轅境」是一間廟格很高的廟，因為曾受嘉慶皇帝封勒，裡頭的神戴著相帽，而且廟頂有翹脊，廟裡的石香爐與神像都是道光年間的古物。"(No. 48)

"再往後幾間的廟宇是建於乾隆年間，為了紀念康熙年間府城集孝媳、賢妻、良母於一身的辜湯純之妻林氏所建的辜婦媽廟。"(No. 83)

台南有非常多廟宇，連在一起看起來像一隻鳳凰，普濟寺是鳳凰的鼻子，台南人為了留住鳳凰，街道都呈八卦去設計，看起來像網子一樣，想要把鳳凰留在台南，也是把興盛留在台南，那是捉鳳凰名字的由來。

(No. 114)

"開基天后宮(國定二級古蹟)與全台首邑縣城隍廟(非國定古蹟)。開基天后宮最著名的就是廟前的拜亭龍柱了，這是台南最早的石刻龍柱。"走在南門城牆下，看著延綿幾十公尺的古城牆，還有城牆上的城垛與槍口，也不難想像300多年前，城牆在防禦工事上的重要性。如今，盜匪沒了，只剩這麼一段城牆供我們後人憑弔想像之用。"(No. 150)

4.6 詮釋結構模式(ISM)

詮釋結構模式(ISM)就是因果脈絡的分析，是一種架構圖的概念。從部落格的文章中，將複雜混亂的思緒明確、仔細的分析，亦即是將部落格文章，整理成段落、片面的概念，最後做脈絡分析，透過詮釋結構模式(ISM)是想要了解部落客思維的最初的起點至最後的結論的因果關係結構。為了瞭解部落客所表達十大構面間的影響，本節透過詮釋結構模式(ISM)模型來做分解，得到關聯矩陣，十大概念的因果關係是透過13

位專家來界定，13位專家為3名學者、1名在地台南文化人、3名部落客、3名經驗豐富的旅行達人以及3名台南民宿業者等。13份專家問卷中，初步分析時，只要多數同意即為1，但分不出層級；經過深入分析，發現有兩種分類方式可以分出層級，第一種是需要絕對多數才為1(絕對多數是指全部的專家需要有 $\frac{2}{3}$ 人數以上通過才為1，要有8個專家通過就為1)，第一種方法可以分出3個層級；第二種是需要全部同意才為1，第二種方法可以分出另外3個層級，將兩個不同分法的十大構面的因果矩陣圖表如表4.20、表4.22所示。

4.6.1 第一種十大構面的關聯

表4.20 第一種十大構面的因果矩陣($\frac{2}{3}$ 人數專家通過才為1)

	老屋 新 亮點	流行 文化	復古 文化	特色 餐飲 店	傳統 小吃	謝宅 與旅 店	體驗 價值	網路PO 文與預 約	隱身 巷弄	景物 歷史
老屋 新 亮點	1	1	1	0	1	1	1	0	0	1
流行文化	1	1	1	0	1	1	1	0	0	1
復古文化	1	1	1	0	1	1	1	0	0	1
特色餐飲 店	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0
傳統小吃	1	1	1	0	1	0	1	0	0	1
謝宅與旅 店	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1
體驗價值	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1
網路PO文 與預約	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
隱身巷弄	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
景物歷史	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1

資料來源:本研究整理

上述的因果關聯矩陣透過ISM模型的運算分析可得發展關係圖，如下

圖4.1所示：

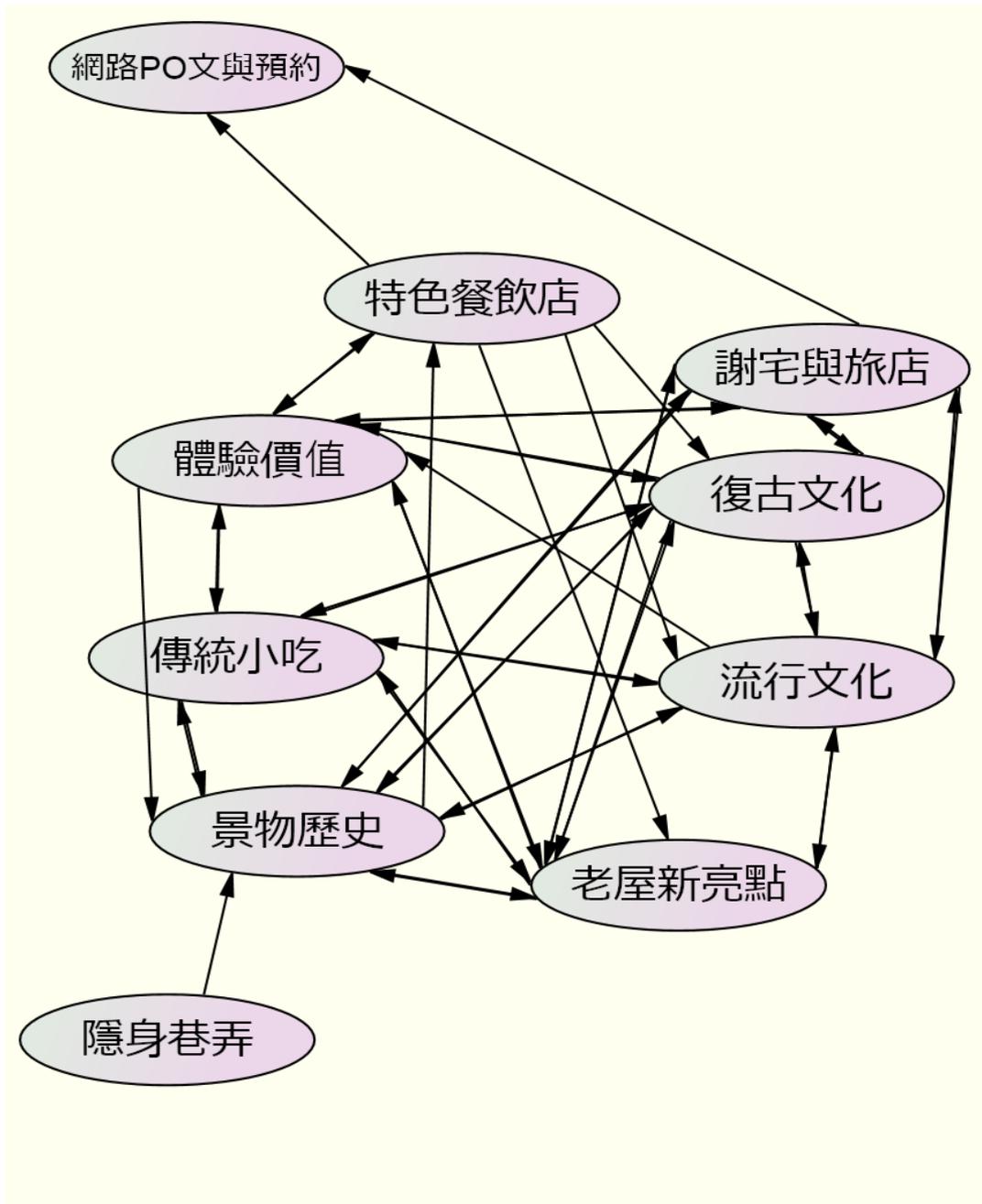


圖4.1 第一種十大構面的因果矩陣($\frac{2}{3}$ 人數專家通過才為1)

在第一種十大構面的因果矩陣圖($\frac{2}{3}$ 人數專家通過才為1)的圖示中，本圖分為三個層級，第一層級為隱身巷弄，第二層級為老屋新亮點、流行文化、復古文化、傳統小吃、特色餐飲店、謝宅與旅店、體驗價值和景物歷史，第三層級為網路PO文與預約。在第一種的因果關聯矩陣中

($\frac{2}{3}$ 人數專家通過才為1)，其階層關係舉例說明如下：第一層構面-隱身巷弄對第二層構面-景物歷史會有影響，因為隱身巷弄的景物，透過遊客在巷弄間的行走漫遊，會對景物的歷史背景有較多的認識；而第二層構面-特色餐飲店和謝宅與旅店的構面會對第三層構面-網路PO文與預約的構面有影響，許多部落客在用餐或住宿消費過後，會將心得感受PO分享，美好的體驗價值往往吸引更多人上網預約前往消費。這與Bigne等(2001)的研究發現「旅遊地的意象會對知覺感受、滿意度與重遊意願、推薦意願有正向影響」相呼應。

而在同一層構面間也會對彼此互有影響，在第一種的因果關聯矩陣圖中($\frac{2}{3}$ 人數專家通過才為1)，有8個構面在同一層級，而且眾多構面與構面之間互有影響，因此將同一層級互有影響的構面統整成下表，如表 4.21。

表 4.21 互有關連構面表

構面	與互有關連的構面	構面	與互有關連的構面
老屋新亮點	流行文化	流行文化	復古文化
	復古文化		傳統小吃
	傳統小吃		謝宅與旅店
	謝宅與旅店		景物歷史
	體驗價值	特色餐飲店	體驗價值
	景物歷史	謝宅與旅店	體驗價值

構面	與互有關連的構面	構面	與互有關連的構面
復古文化	傳統小吃	傳統小吃	體驗價值
復古文化	謝宅與旅店	傳統小吃	景物歷史
	體驗價值		
	景物歷史		

資料來源:本研究整理

將不同層級構面之間因果關聯的部落文敘述，茲分述如下：

隱身巷弄的構面會影響景物歷史的構面：

踏著紅磚漫步而行，望著巷弄裡佔頭的頂土地廟，以前這裡被稱為蜈蚣穴，因為一條巷子能穿延出許多小小巷，有如蜈蚣36隻腳般，不小心還會迷路錯巷，……(No. 48)

這棟房子位於台南市信義街，一條鋪著紅磚道的老街，據說這條舊名「咾咕石街」的街道，歷史跟神農街一樣悠久，曾有過繁華榮景。(No. 68)
從青年路、北門路口的小巷子進去……再往後幾間的廟宇是建於乾隆年間，為了紀念康熙年間府城集孝媳、賢妻、良母於一身的辜湯純之妻林氏所建的辜婦媽廟。(No. 83)

特色餐飲店的構面會影響網路PO文與預約的構面：

店家的服務態度也很棒，CP值真的很高，難怪客人川流不息。(No. 18)

同一條巷子裡面，還有所謂的布列塔尼；曾經有部落客讚賞他是台南最好吃的義大利麵。(No. 23)

由於位子不會很多，建議來之前要先訂位比較好！不然就像我們一樣，一點開門就來報到囉……(No. 30)

離開時已是排隊的人潮，想吃就先訂個位吧！分享給大家。(No. 62)

謝宅與旅店的構面會影響網路PO文與預約的構面:

上次到台南入住西市場謝宅，但只住了一夜就要離開，時間絕對不夠。沒能好好欣賞夠這房子，沒能好好感受它……我們在出發前2個月開始訂房，幸運地經過幾番轉折，終於訂到。(No. 40)

謝小五，英語講得很好，並且很高興地和我們談論房子和該地區的歷史。他是真正的保護主義者和台南傳統及食物的愛好者。謝宅歡迎大家上網預約。(No. 50)

西市場。謝宅，保留了傳統台灣味，這是一間歷經一年多改建整修的老宅，現在為一間體驗民宅，……如果有人來府城遊玩，也建議可以住在這裡喔。(No. 51)

將同層級構面之間因果關聯的部落文敘述，茲分述如下:

老屋新亮點的構面和街景特色的構面互會影響:

老屋新亮點 → 流行文化:

"我是在泰成水果店吃著甜美沁涼的冰品時，見到對街有一棟藍色門面的老宅，引得近前一看，原來是家老屋改建的咖啡館……"(No. 85)

人文小巷的老屋新戀，正是正興咖啡館所帶來的奇妙氛圍，咖啡的香醇和懷舊老屋的相會，我也沉浸在這浪漫的午後之約。(No. 80)

流行文化 → 老屋新亮點:

"旅居日本的朋友曾說，京都之於日本的地位，就好像台南之於台灣。她覺得台南是全台灣最像京都的地方。……右邊是宇樂居食堂，一樓為日式風格，二樓以上看得出是和洋樓房的老屋風采，……"(No. 82)

就點壺花茶，搭配老闆推薦的鬆餅吧!!在這樣充滿古厝風味的環境裡，

靜靜的坐著…(No. 73)

輕薄茶碗裡頭盛著主人現刷的一保堂抹茶，細緻回甘的茶味，搭配寒天與薄荷汁做成的「水玉」，喉間頓時流過一抹涼意，在這裡，閒適地欣賞中庭富禪意的枯山水，隨手翻閱收藏的日文書籍…。(No. 81)

老屋新亮點的構面和復古文化的構面互會影響:

老屋新亮點 → 復古文化:

小管家也拿出一份美食供略地圖，很認真地跟我們介紹店家特色、路線和營業時間(府城人情特色)(No. 24)

雙人懷舊房雅房，老式復古風。……這間房裡的裝飾主要營造有點年代的氛圍，跟原本的老房子翻修還滿搭的。(No. 28)

狹窄高聳的樓梯通道是謝宅入口，老空間和傳統技藝結合的創新思維，讓謝宅變得像是藝術品般的令人愛不釋手。(No. 51)

復古文化 → 老屋新亮點:

老房小屋的紀氏夫婦，很樂意花時間在房客的身上(人情特色)，跟你們聊聊台南的大小事，聊聊「為何費心」打造這個空間(民宿設計風格)。(No. 26)

三合院的大廳，左右廂房各有一間雅房。大廳簡單佈置，但懷舊氛圍恰到好處。(No. 59)

這裡的裝置藝術賦予海安路新生命。在廢棄的老屋中，因為百變的創意，而發展了意外的觀光景點。(No. 56)

老屋新亮點的構面和傳統小吃的構面互會影響:

老屋新亮點 → 傳統小吃:

"這裡的民宿老闆娘轟媽真的很熱情，推薦了很多台南有趣的店特色咖啡

廳和小吃給我們。"(No. 37)

跳房子躲在台南安平區熱鬧的安平老街巷弄裡，所以這裡是年輕背包客的最愛。因為走出來30秒，安平老街的美食就可以儘收嘴裡。(No. 59)

傳統小吃 → 老屋新亮點:

我們吃了阿瑞意麵、江水號刨冰、羊肉湯。未吃的還有好幾家。……如果住在謝宅，穿著拖鞋下樓去就行了，好方便。"(No. 40)

"健康新飲食"是金得春捲所倡導的觀念。秉持著「最優質的食材、最精緻的烹調、最佳的服務」之精神，…(No. 9)

炒鱔魚不錯吃，比較可惜是老闆給人的感覺比較隨意，沒客人就會去旁邊休息，比較不會熱情招呼客人^^(No. 10)

老屋新亮點的構面和景物歷史的構面互會影響:

老屋新亮點 → 景物歷史:

"小紀(民宿主人)以一個在地台南人的角度，希望能帶給旅人們真正的台南STYLE，他會告訴你哪家是不用排隊又好吃的台南在地小店(服務貼心)，他會告訴你巷弄裡的老故事小歷史。"(No. 26)

"在這些很有味道的民宿裡，不僅有復古懷舊的傢俱、擺飾，屋齡悠久的老宅更有著屬於自己的故事與歷史。"(No. 41)

這兩扇早已歲月斑駁的木門，更突顯出這幢老厝的歷史記憶。(No. 73)

景物歷史 → 老屋新亮點:

"跳房子"很好識別，因為旁邊就有三百年的樹王公，與百年老屋相依偎。"(No. 59)

有著一間200年歷史的老厝，透過年輕老闆的努力，老屋子變成了咖啡館…"(No. 73)

…這面牆的磚頭，都是來自旁邊的安平古堡阿!!當初清朝統治後，拆除安平古堡的絕大部分，建材另做他用，那時候的安平人也就搬了許多這種荷蘭薄磚來蓋房子。磚塊不夠用時，就拿其他種類的石頭填上去，就成了這種樣子了。紅牆老磚，構築起了一個充滿古感的空間…"(No. 73)

老屋新亮點的構面和謝宅與旅店的構面互會影響:

老屋新亮點 → 謝宅與旅店:

小伍這幾年收集了許多廢木料，幾乎都用在這了，而且許多部份由於不一定有剛剛好的料件，還需要一一整平再拼接相當費工，但是細心的打磨和不上漆的堅持，讓你能充分感受的木頭質地的溫潤，還有台灣檜木特有淡淡的清香。(No. 88)

西市場謝宅，那讓人懷念的窗口…(No. 40)

狹窄高聳的樓梯通道是謝宅入口，老空間和傳統技藝結合的創新思維，讓謝宅變得像是藝術品般的令人愛不釋手。(No. 51)

謝宅與旅店 → 老屋新亮點:

"來到旅店門口，老舊的藍色木門，二樓陽台的雕花水泥牆，就是很具代表性的台南老房模樣，讓人想起那個樸實的年代~"(No. 26)

回我信的謝宅說，要不然，到「小隱」住住，如何？六月才裝修好的老房子，因為剛開始試營運，入住有優惠喔。"(No. 92)

老屋新亮點的構面和體驗價值的構面互會影響:

老屋新亮點 → 體驗價值:

"這間民宿充滿童趣，到處都可以看到可愛的手繪圖案，台南行如果來不及參觀彩繪村的話，迪利小屋就是一個小小彩繪村喔!"(No. 24)

"離開之前，小管家還給了我們一個suprise，她請我跟安安一起拍張照，

然後馬上列印出明信片送給我們呢!讓我們為這段旅行留下一段美好的回憶。"(No. 24)

"美中不足的是，…採光不足，房間的格局不方正，被切割的有點像處在歪斜的表面，壓迫跟奇異感齊發，(尤其床+廁所+房門都連在一起，讓我不太舒服…)，…"(No. 105)

"走上二樓，應該是後來隔牆完全打通的設計，四面都有著窗戶，整個空間非常明亮有朝氣，在這裡吃早餐，更能讓人神清氣爽吧!!"(No. 75)

體驗價值 → 老屋新亮點:

台南最近開了很多老房子，吃了好幾間有個感想，餐點東西越賣越貴，有的甚至很誇張哩，我很單純希望價錢與美味可以等比例，不希望老房子最後成為景觀餐廳的氛圍：『只賣老屋韻味餐點卻是普通...』(No. 17)

接著往2樓參觀，看見門上的木雕花氣窗有沒有一種很懷念的FU，現在已經不常見了，感謝主人把它保留下來~樓梯的扶手也整個都是磨石子的表面。(No. 26)

紀大哥從木工師父那邊聽來：以前鐵花窗的製做過程，得用人工的方式一個個轉，才能完成，按著這種說法，早期的鐵花窗，可以說是壞掉一個，世上就少了一個。挺開心在不少地方看到鐵花窗重新活化利用的設計。(No. 29)

流行文化的構面和復古文化的構面互會影響:

流行文化 → 復古文化:

正興咖啡館所帶來的奇妙氛圍，咖啡的香醇和懷舊老屋的相會，我也沉浸在這浪漫的午後之約。(No. 80)

…大家都喜歡來這裡-荖桐花巷散步、吃東西、發呆。(No. 131)

"這條荊桐花巷是mimi平常與小公主常常散步的地方，母女兩牽著手，逛著這的小商店、喝杯木瓜牛奶或是舔著冰淇淋... 這種好像只專屬於台南的生活，很緩慢、很愜意、很幸福~"(No. 136)

"mimi對於這條府中街，感覺喜歡她假日的樣子多一些，許是因為多樣的攤販與小店，聚集在荊桐花巷，讓平日裡似乎緩慢、悠閒的古都，多了熱情活力的一面吧~"(No. 136)

復古文化 → 流行文化:

穿梭在神農街，人群不多不少，剛剛好能讓你拍拍照、發發呆、走走路。
"(No. 132)

"記得這樣的路口，進入之後你會發現一切變得緩慢！走在這樣的路上，有著很多特色小店……，真的好像錯覺在日本了。"(No. 131)

"晃晃逛逛，中間停留在咖啡店裡發呆後再走回孔廟裏頭晃晃。(No. 131)

流行文化的構面和謝宅與旅店的構面互會影響:

流行文化 → 謝宅與旅店

"沒能好好欣賞夠這房子(謝宅)，沒能好好感受它，也不夠時間在房子裡呆。呆是旅行中非常重要的一環，尤其在這房子裡。"(No. 40)

謝宅3F戶外空間，…是入住謝宅的遊客最喜歡的地方，拿本書聽著音樂發發呆，在這裡翹腳拈鬍鬚，超級融入在地的。(No. 51)

謝宅與旅店 → 流行文化:

位於正興街的IORI和洋風的茶館，這是謝宅主人謝小五開的喔，濃濃洋風外加老屋氛圍，這裡賣著以前府城愛喝的傳統阿薩姆紅茶、鬆餅、手工餅乾和一些茶類，有著室內街景的設計風格，讓人印象深刻。(No. 51)

小五推薦，阿薩姆冰淇淋帶著濃濃茶香，非常適合搭著鬆餅一起吃。(No. 60)

流行文化的構面和景物歷史的構面互會影響:

流行文化 → 景物歷史:

"這條荊桐花巷，就位於孔廟正門的對面，路名叫做「府中街」，不過由於整條路的兩側種滿了荊桐，故又有著"荊桐花巷"的名稱，而且早在清朝時期，台南城還有"荊桐城"的別稱呢~"(No. 136)

IORI TEA HOUSE的餐車上綠色布面留言本的[庵]，日文發音正是IORI，[庵]原是廟宇，與台灣抗日的西來庵事件有關。廟宇原址在台南青年路，抗日失敗後遭日軍剷平，光復後才在台南正興街重建。(No. 70)

景物歷史 → 流行文化:

興建於清朝末年的老房子建築，舊建築磨石子巧遇IKEA北歐風格家具布置，在正興咖啡館老宅民宿裡微妙起了變化…，(No. 117)

小西門時光驛棧信義後樓137年歷史的屋齡，應是這波府城老屋咖啡館中名列前茅的古舊，…在木糠布甸開賣，更能輕鬆在小西門嚐到澳門必嚐甜品(No. 98)

復古文化的構面和傳統小吃的構面互會影響:

復古文化 → 傳統小吃:

放好行李後，到赤崁樓走走，沿途都是看似好吃的小店，很難抉擇。(No. 104)

一方面想要體驗古城穿街走巷的樂趣，一方面也想要好好品嚐府城最知名的眾多小吃……(No. 91)

傳統小吃 → 復古文化:

在台南美味和時間總有密不可分的關係，台南人最在意的就是美味的那一瞬間，我眼中台南人是最懂的美味和掌握美味的一群人。(No. 1)

台南的小吃密集誇張到讓每個台南人都可以擁有屬於自己的美食地圖。

在這裡搭個計程車，司機會樂於跟你分享他自己中意的店家。(No. 1)

一早07:30就開門營業，有不少人逛完菜市場就到這兒來，把蚵仔煎當早餐，這應該也算一款特別的府城朝食了吧~(No. 5)

復古文化的構面和謝宅與旅店的構面互會影響：

復古文化 → 謝宅與旅店：

從一開始的西市場謝宅，到保安路謝宅，小五帶了大家一種新的思維與體驗，小五的聊天中更能感受到他的熱情(府城人文)……(No. 88)

西市場。謝宅，保留了傳統台灣味，這是一間歷經一年多改建整修的老宅…，(No. 51)

謝宅與旅店 → 復古文化：

"佳佳西市場旅店有著極好的地理位置，就在老店小吃國華街的旁邊，步行幾分鐘可達。"(No. 113)

謝宅這個房子的最好特點是它的歷史和它的主人。謝宅主人，Kyle，英語講得很好，並且很高興地談論房子和該地區的歷史。(No. 50)

復古文化的構面和體驗價值的構面互會影響：

復古文化 → 體驗價值：

"我總感覺這樣人與人之間的人情與互動，是府城裡很重要的一環，旅行到了台南，或許可以用更緩慢的腳步體會看看。"(No. 4)

"沿著忠義路轉回孔廟，沿路上的風景馬上讓你知道自己到了一個充滿古蹟的城市。沿著這樣的紅牆，是孔廟的外圍。它似乎比甚麼都溫柔，卻似乎比甚麼都堅強。"(No. 131)

"來到府城就是要像蝸牛一樣漫步慢行慢體驗，細細咀嚼府城的動人之

處……”(No. 51)

"海安路上搶眼的紅磚屋的塗繪藝術，但左邊的巷弄角落很髒，有不少廢棄的建材，隨意擺放，是故意，還是被忽略？路上有些黃金，還有過度發展餐廳臭水溝的味道。心中是有些失落的……。"(No. 56)

"午後在古城中晃蕩，感受在地生活，也是另一種適合我的旅行方式。

"(No. 89)

"喜歡台南有好多巷子，巷頭巷尾都有好多的寺廟。"(No. 97)

體驗價值→復古文化:

"舊，是許多人對台南的印象，留下許多古蹟、古味、古街供人細細玩味……"(No. 48)

"沒有繁華的街燈噪音，生活節奏都慢了下來，也許在台南生活，就是要這種慢步調……"(No. 89)

"上次到台南只有一天一夜的時間，沒法好好感受，那時我便想，這地方一定要重遊一遍。這次只留了4天3夜，結束旅程後的感想還是：下次一定要再去，要多留幾天。"(No. 40)

"昏黃的燈光，藍色的天空，原來今夜這麼美。漫步在這小巷弄中也是別有一番風味。"(No. 62)

復古文化的構面和景物歷史的構面互會影響:

復古文化 → 景物歷史:

"慢慢走、慢慢逛，孔廟附近的歷史感多了，從旁邊的國小、警察局、文學館、農田水利會……舉目所見都是古蹟……"(No. 136)

"神農街……，這條老街更是擁有了300年的歷史，可說是台南保存最完整的一條老街了，也是五條港文化園區最重要的據點。"(No. 141)

"藍晒圖" 給予海安路新氣象，古老的都市，遇見現代的文創，二相結合，激出什麼火花呢？"(No. 56)

"再往後幾間的廟宇是建於乾隆年間，為了紀念康熙年間府城集孝媳、賢妻、良母於一身的辜湯純之妻林氏所建的辜婦媽廟。"(No. 83)

"愈來愈多年輕人走進老街，讓原本逐漸頹敗的老舊街道，轉變成為前衛的藝術空間，不但保存了城市的歷史環境，也保存了當時府城港口老舊街道的意象。"(No. 140)

景物歷史 → 復古文化:

…紅牆老磚，構築起了一個充滿古感的空間…(No. 73)

踏著紅磚漫步而行，望著巷弄裡佔頭頂的土地廟，以前這裡被稱為蜈蚣穴，……(No. 48)

"台南是個保有傳統文化的古都，人們生活步調慢，又有人情味……。"(No. 150)

"金華府位在神農街上，……該廟是由一群在五條港碼頭工作，來自泉州晉江的許姓苦力集團集資所建，裡頭供奉著他們從家鄉帶來的關帝爺。……記得可以停頓一下自己周遊在神農街的步伐，或者也不用太用心，就跟著人群會進去的方向……"(No. 132)

特色餐飲店的構面和體驗價值的構面互有影響:

特色餐飲店 → 體驗價值:

"這一角落，是藍曬圖酒吧的入口，一樣很藝術，晚上這裡就是露天bar，豐富了台南府城的夜生活文化……"(No. 134)

"個人覺得這間比較像lounge bar，很適合給不想太吵只想發呆、只想和幾個人聊聊天的人們。"(No. 132)

"我們選了個角落坐下，等著9點半到來，可以喝喝小酒，聽聽爵士樂，在台南好懶惰啊，我在台北已經有夠懶了。"(No. 64)

體驗價值 → 特色餐飲店:

"晚上十點後想聽現場演唱，可以進來熱鬧一下！我想這是間會很high的bar~"(No. 132)

"古厝喝酒是高度反差，左邊是教父(酒名)，右邊是白色俄羅斯(酒名)是咖啡奶酒~"(No. 39)

傳統小吃的構面和體驗價值的構面互有影響:

傳統小吃 → 體驗價值:

"位於西市場國華街巷弄內的福榮意麵，是肉魯心中的超級美味，也是從小吃到的不變美味……"(No. 51)

"米糕的配料都採用獨家秘方熬煮，內容有：肉燥、魚鬆、土豆…，長相也跟一般北部不太一樣，沒有用鐵盒子裝下去蒸，而是直接淋上肉燥入，食用前記得拌勻吃，肉燥香Q不油膩而且入口即化，上面的魚鬆增添了不少香氣……"(No. 11)

體驗價值 → 傳統小吃:

"路過有名的阿輝炒鱔魚，爸爸豬指名要吃，他說十年前吃過至今念念不忘，就來大口大口吃吧！"(No. 104)

"我不太希望府城這城市越來越商業價，唯一能做的就是分享這些物美價廉料好實在的老店家給大家，加油！"(No. 17)

這是在城市裡少有的懷念感覺，即使這裡是老台南都一樣~店內外散發著老舊、質樸、自然的味道，更濃郁的是那股柴火燃燒的熱烈香味，這在城市裡更是聞不到的阿!!……(慕ㄇㄨ、紅豆)店裡就賣著簡單的三樣東

西，……(No. 72)

傳統小吃的構面和景物歷史的構面互有影響:

傳統小吃 → 景物歷史:

"台南的魯麵有「文定麵」之稱，通常是女方為了酬謝遠道而來的男方，暫時充飢衍生出來的麵食。過去只有在娶嫁喜慶的時候，才有機會吃到魯麵。而且裡頭的所有食材還有興旺、幸福的意涵。"(No. 1)

"「有呷有保庇」，用府城「四大奇區」推出兼具養生和歷史文化特色的「天公好運餅」，是最近來府城旅遊很受歡迎的伴手禮之一。"(No. 1)

【石精白蚵仔煎】位於台南最主要小吃戰區的國華街上，…這間老店，一晃眼也已經走過將近一甲子的時間了~這間已有近60年歷史的老店，…"(No. 5)

景物歷史 → 傳統小吃:

"日治時期，日人開闢西市場後面空地做為露店，以增加市民夏天夜晚的休閒，也促進銀座（中正路）的商機，露店多為台灣人開設的點心攤，今日台南近百年的著名點心店，很多都發基於此，江水號也是。"(No. 6)

"日據時代，日人將台灣人的小吃攤集中，安置在最偏僻的「盛場」，雖然離熱鬧的市街很遠，但是道地的小吃還是擋不住人潮，這裡許多小吃，都是數代相傳，是陪伴著台南人長大的美味。"(No. 10)

謝宅與旅店的構面和體驗價值的構面互有影響:

謝宅與旅店 → 體驗價值:

"柳暗花明又一村的謝宅3F戶外空間，底下卻是昔日熱鬧的西市場，而這裡也是入住謝宅的遊客最喜歡的地方，拿本書聽著音樂在這裡翹腳拈鬚鬚，超級融入在地的。"(No. 51)

"西市場。謝宅，保留了傳統台灣味，這是一間歷經一年多改建整修的老宅，現在為一間體驗民宅……"(No. 51)

"前一趟台南小旅行，我選擇了很夯的佳佳西市場旅店入住，很滿意的住宿經驗。"(No. 112)

體驗價值 → 謝宅與旅店:

"上次到台南入住西市場謝宅，但只住了一夜就要離開，時間絕對不夠。沒能好好欣賞夠這房子，沒能好好感受它，也不夠時間在房子裡呆。
(No. 40)

2樓陽台的味道我很喜歡，木格柵可以調節進光亮，地上鋪著白色小石子有點日式風格，桐桐在這個小空間玩很開心，最後要走啦!來跟這棵大樹說聲再見，有機會再來拜訪他(謝宅)。(No. 88)

聽著他說著為什麼要留住老房子(謝宅)，如何給予老屋新的生命以及保留舊的靈魂，讓我很感動。要拆一間房子，很快要成就一間老屋，卻是需要時間醞釀和許許多多的回憶。(No. 58)

其他構面的關聯:

流行文化 → 體驗價值:

"mimi對於這條府中街，感覺喜歡她假日的樣子多一些，許是因為多樣的攤販與小店，聚集在蔞桐花巷，讓平日裡似乎緩慢、悠閒的古都，多了熱情活力的一面吧~"(No. 136)

這也是現在越來越多人會找好的設計，來包裝農產品、商品、甚至是一支冰淇淋、一杯紅茶。正興街上就有這樣的質感……(No. 130)

"……它就是蔞桐花巷。記得這樣的路口，進入之後你會發現一切變得緩慢!"(No. 131)

特色餐飲店 → 老屋新亮點:

"……遊府城倒是可以到位於慶東街上的溫室咖啡館享用下午茶喔，這也是老屋改建的環境，很舒適又溫馨呢……"(No. 51)

筑馨居……，作為一家百年老屋餐廳，附設民俗藝廊真的很有心，二進式老屋物盡其用，……"(No. 68)

"秋收碳烤是將三四間的平房改建而成，裡面有各式舊傢俱和設備，充滿濃濃的懷舊風格。"(No. 18)

特色餐飲店 → 流行文化:

"它有趣的是從蠅尾家散步甜食、布萊恩紅茶、正興咖啡館、IORI TEA HOUSE、泰成水果、彩虹來了，所自然而然形成了一個迷人、極具特色，且極值得探訪的地方。"(No. 130)

走在這樣的路上，有著很多特色小店……吸引我的小店設計，真的好像錯覺在日本了。"(No. 131)

"海安路上…尤其是露天咖啡吧也如雨後春筍般林立，每到晚上都有許多人潮湧入與朋友聊天喝咖啡，成為台南新一代的流行文化，也成為外地觀光客晚上遊台南的觀光重點之一。"(No. 140)

特色餐飲店 → 復古文化:

……筑馨居……，這棟房子位於台南市信義街，一條鋪著紅磚道的老街，據說這條舊名「啫咕石街」的街道，歷史跟神農街一樣悠久，曾有過繁華榮景。(No. 68)

TAIKOO 太古，…，店內復古懷舊的傢俱、裝潢很特別，來到 TAIKOO 太古，有種回到過去的錯覺，來體驗看看不同的風情吧。(No. 31)

體驗價值 → 景物歷史:

"愈來愈多年輕人走進老街，讓原本逐漸頹敗的老舊街道，轉變成為前衛的藝術空間，不但保存了城市的歷史環境，也保存了當時府城港口老舊街道的意象。"(No. 140)

鎮店之寶應該是這對石獅子，據說已有三百年歷史。上了年代的石雕，經過歲月的淬鍊，粗礪的石表已經有結晶般的光亮，這是新製品仿不來的美麗。(No. 68)

4.6.2 第二種十大構面的關聯

表4.22第二種十大構面的因果矩陣(全部通過才為1)

	老屋新亮點	流行文化	復古文化	特色餐飲店	傳統小吃	謝宅與旅店	體驗價值	網路PO文與預約	隱身巷弄	景物歷史
老屋新亮點	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0
流行文化	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1
復古文化	1	1	1	0	1	0	0	0	0	1
特色餐飲店	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
傳統小吃	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0
謝宅與旅店	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
體驗價值	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
網路PO文與預約	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
隱身巷弄	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
景物歷史	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1

資料來源:本研究整理

上述的因果關聯矩陣透過ISM模型的運算分析可得發展關係圖，如下

圖4.2所示:

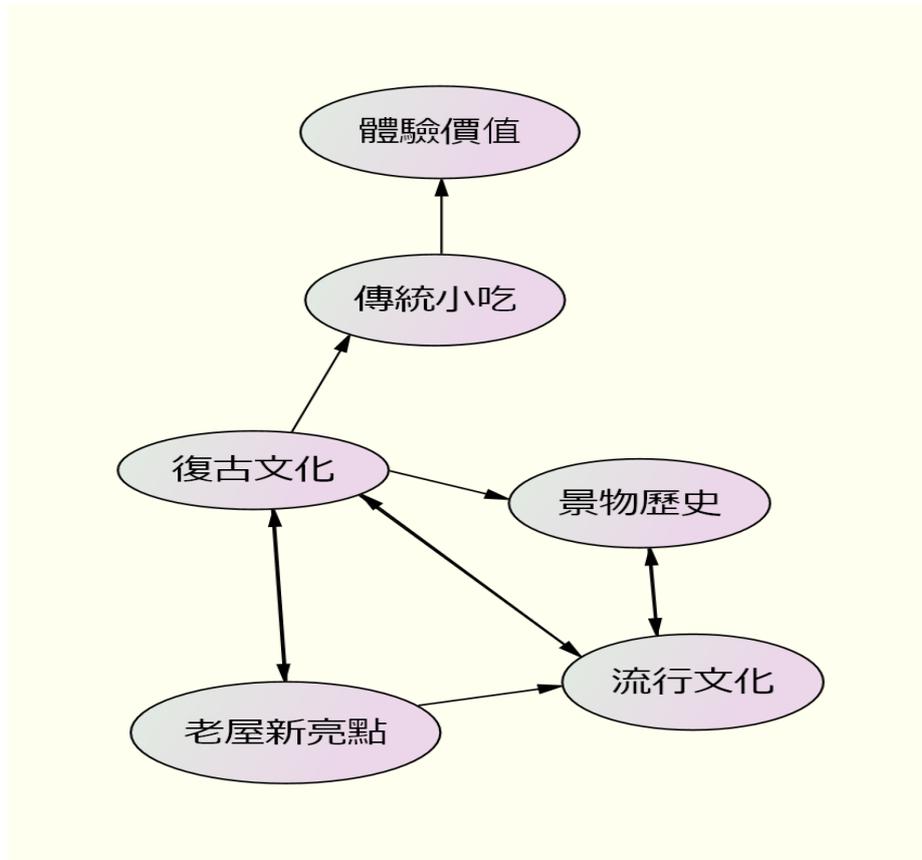


圖4.2 第二種十大構面的因果矩陣圖(全部通過才為1)

在第二種十大構面的因果矩陣圖中，分為三個層級，第一層級為老屋新亮點、流行文化、復古文化和景物歷史，第二層級為傳統小吃，第三層級為體驗價值。在第二種十大構面的因果矩陣圖中，特色餐飲店、謝宅與旅店、網路PO與預約和景物歷史等四個構面和其他構面沒有因果關聯，因此省略不討論。其他的階層關係舉例說明如下：第一層構面-復古文化對第二層構面-傳統小吃會有影響，而第二層構面-傳統小吃會對第三層構面體驗價值有影響。

而在同一層構面間也會對彼此互有影響，如老屋新亮點和復古文化是互相有影響，流行文化和復古文化也是互有影響，流行文化和景物歷史也是互有影響，而遊客對老屋的住宿佇足有會對流行文化有影響，遊客在復古文化後也會對景物歷史有所了解而更深入認識台南在地景物歷

史等。

因第二種十大構面因果矩陣圖中的不同層級構面之間因果關聯的與第一種十大構面的因果矩陣雷同，茲因此不再複述。



第五章 結論與建議

本研究透過「網路」收集遊客的旅遊部落格文章、電子報章雜誌等相關內容，利用內容分析法探索遊客對旅遊目的地的旅遊意象與體驗價值，本章將就本研究的結果作出最後的結論，並提出若干建議，以提供相關業者經營之參考。

5.1 結論

本研究的目的是在於透過遊客的旅遊部落格文章，探索遊客對旅遊目的地的旅遊意象與體驗價值。

本研究分為兩個階段，第一階段為「分析遊客其部落格文章的內容」，透過質性研究分析，了解遊客在部落格中陳述自己真實的旅遊經驗與體驗價值；第二階段「探討旅遊意象與體驗價值間的因果關聯性」。

5.1.1 遊客對台南巷弄文化最深刻的旅遊意象及體驗價值

研究結果發現，遊客在台南巷弄文化的旅遊意象及體驗價值關鍵字中出現次數最多，感受深刻的部分有：體驗感受、老房子、小巷子、美食小吃、特色人氣店、民宿特色、餐飲評價、景點及復古懷舊等，由此可見部落客對台南巷弄文化中，以位在小巷內的民宿和特色餐飲店及美食小吃最受部落客青睞，尤其是民宿或特色店都以老房子為其特色，讓有懷舊復古風格的部落客為其吸引，而民宿主人提供的親切服務和在地化的風格讓部落客有正向的體驗，主動在部落格分享自己美好的住宿經驗及旅遊感受，此種美好的價值體驗除了增加自己的再遊意願，也吸引其他網友的對台南巷弄文化形成旅遊意象，吸引其他遊客到台南旅遊的意願，如此形成良性、正面的體驗價值，也造就一股遊台南、住民宿的風潮；除了體驗老屋民宿之外，另一股老屋改建成特色的餐飲也隨部落客的推薦而吸引遊客趨之若鶩，吸引年輕人去這些特色人氣店朝聖，火

紅的店家甚至還須預約訂位，有時還會限制用餐時間的情況。

除此之外，台南的美食小吃也是吸引遊客的特色，研究者曾多次造訪部落客常推薦的美食小吃，常看見排隊的人潮，不管是坐在店裡享用的傳統小吃或是帶著走的霜淇淋、炸雞排、滷味或冷飲等，排隊的景象幾乎是台南的街景特色之一，排隊的人潮甚至是店家招攬顧客上門的免費廣告，可見美食小吃也是吸引遊客造訪台南的重要因素。

其他出現頻率較高的關鍵字可分為下列數種：主要包含民宿的特色以及民宿主人提供的服務、餐飲種類、部落客常提及的地點街名、府城的文化背景及特色、消費者感受等。正興街、神農街及府中街是部落客常提到的街名，其中正興街有許多流行的商品店家，有人說正興街是潮街，年輕人聚集的地方，如蜷尾家的散步甜食、IORI 的喫茶店、正興街咖啡及布萊恩紅茶等特色店，是吸引年輕遊客聚集拍照的景點，而且附近又有俗稱的"大菜市"-西市場，美食小吃更是吸引源源不絕的饕客造訪；神農街則是復古文化的代表，除了私人住宅之外，還有許多藝術創作者的工作室，讓整條街充滿藝術氣息，短短一條街包含許多文創商品，有復古商品、手工藝品、還有金華府寺廟及有名的永川工藝雕刻室也在神農街上，斑駁的牆壁，卻有歷史的歲月痕跡，鄰近海安路旁的的壁畫也道出了雕刻家的生活，遊客在神農街上漫步，欣賞店外的建築或入內看看店內的擺設商品，可以感受到思古之幽情；而府中街有荊桐花巷的美稱，小小的街道兩旁擺滿了各式各樣的攤販與小店，適合隨意走走逛逛，走累了，可以找個地方坐下來休息、發呆和放空。

部落客對台南巷弄文化重視的部分包含了美食的享受、民宿住宿的氛圍及民宿主人提供有如家人一般的親切服務、和小巷內街景和熱門的景點等。

5.1.2 台南巷弄文化十大構面的層級關聯

在第一種十大構面的因果矩陣圖中($\frac{2}{3}$ 人數專家通過才為1)，分為三個層級，第一層級為隱身巷弄，第二層級為老屋新亮點、流行文化、復古文化、傳統小吃、特色餐飲店、謝宅與旅店、體驗價值和景物歷史，第三層級為網路PO與預約。第一種十大構面的因果關連矩陣圖中，其階層關係舉例說明如下：第一層構面-隱身巷弄對第二層構面-景物歷史會有影響，因為隱身巷弄的景物，透過遊客在巷弄間的行走漫遊，會對景物的歷史背景有較多的認識；而第二層構面-特色餐飲店和謝宅與旅店的構面會對第三層構面-網路PO文與預約的構面有影響，許多部落客在用餐或住宿消費過後，會將心得感受PO分享，美好的消費經驗往往吸引更多人上網預約前往消費。在同一層級間有八個構面彼此之間互有影響，顯示巷弄文化之間彼此的關聯性十分緊密，從部落客崇尚復古懷舊的老屋新亮點—老屋民宿，會影響復古文化、流行文化、謝宅與旅店、景物歷史及體驗價值，而傳統小吃又與景物歷史及體驗價值互有影響，而特色餐飲店又與體驗價值互有影響，由此可知部落客對台南巷弄文化形成的構面已經彼此緊密的聯繫在一起，形成一個互有影響的脈絡網。

第二種十大構面的因果關聯矩陣圖中，要求非常嚴格，需要13個專家全部通過才為1，因此只有六個構面能分層級。第二種十大構面的因果關聯矩陣圖中，分出三個層級，第一層級為老屋新亮點、流行文化、復古文化和景物歷史，第二層級為傳統小吃，第三層級為體驗感受。第一層構面-復古文化對第二層構面-傳統小吃會有影響，而第二層構面-傳統小吃會對第三層構面體驗感受有影響。在第二種十大構面因果關聯矩陣圖的層級分類中，老屋新亮點、流行文化、復古文化和景物歷史等四個構面互有影響，可見以專家的觀點而言，部落客對於台南巷弄文化的意

象以老屋新亮點-民宿為出發點，延伸至復古文化及流行文化，藉由流行文化及復古文化的體驗欣賞，也間接了解台南景物的歷史，因為部落客對台南巷弄文化的認識欣賞，延伸至品嚐台南的傳統小吃，最後有一個美好的體驗價值。

5.2 建議

本研究的主要目的在於探討台南巷弄文化遊客的旅遊部落格文章內容所表達出的旅遊意象及體驗價值，結果顯示：部落格的確可以多方面地反映出遊客的旅遊經驗及感受，本研究希望由部落客所表達的文章內容，提供業者經營及實務上的參考。

經由第二種ISM分析發現部落客對台南巷弄文化的思維是從老屋重建的民宿切入，由民宿的硬體設備到房間的風格乃至民宿主人提供親切的服務，接著會在消費者心裡帶來不同的感受及價值感，這些體驗及感受進而會去影響遊客的旅遊動機。因此建議如下：

1. 提高網路口碑：

根據 Hennig-Thurau et al.(2004)的觀點認為網路的出現，擴大消費者從其他地方蒐集有關資訊的機會，並且也增加了關於消費者本身經驗的建議，這也正是所謂的網路口碑。本研究中，許多部落客預約民宿的動機，有些是透過民宿業者 PO 出的照片和文字解說，再加上優美的音樂背景，而吸引其注意，進入網站做進一步了解而上網預約；有些是因為部落客的 PO 文推薦，在有實景照片以及文字的說明，加上部落客有正面的體驗價值而大力推荐下，遊客通常都有躍躍欲試的預約動機；因此，台南民宿之經營管理者應多提供訊息管道，強化並更新網站的功能及資訊，並留意消費者在網路上所表達的各種感受或評價，作為發展自身特色及

提供服務品質的參考。

2. 提升經營者服務的品質

根據部落客在文中指出，在台灣旅遊住民宿是一種很特別的體驗，不僅僅是跳脫了制式旅館的感覺，而且更能感受民宿主人的熱情與貼近當地的生活。而根據國內外的文獻也指出，民宿是使前來住宿的遊客感受到回家的感覺，除了提供飲食住宿的服務外，而民宿主人能主動接待，帶領遊客認識體驗當地的文化或景觀特色，讓遊客對當地的文化歷史、環境景物有深入的了解與體驗。

但是根據研究者實際在台南的民宿住宿時，卻發現部落客陳述民宿主人對房客的熱情接待，介紹在地著名的傳統小吃，引領遊客體驗當地的生活等，這些美好的體驗經驗，研究者都沒有感受到，除了 Check In 時與業者有接觸之外，住宿的過程都沒有民宿業者的協助。雖然在住宿的房間內，能感受到老屋民宿的懷舊復古風之外，但是對於民宿業者提供的服務，研究者卻都沒有感受到部落客的提到的貼心服務，這對台南民宿業者的良好印象立即呈現負面的評價。

台南巷弄文化中若只有著重在老屋改建成民宿或經營特色餐飲店，都只是建物的表象，其實文化的內涵若只有外在的形式，是無法維持長久的，文化的內涵更重要的是人與人之間的聯繫，居民間見面時親切的問候，更重要是要讓更多人去認識台南巷弄文化的本質，認識在地的環境、歷史景物、風土民情、或人物故事，因此最重要的關鍵，回到以「人」為主體，保留傳統的老房子，需要有人去整修維護；光榮的歷史景物，需要有人去介紹及推廣；傳統的風土民情，需要有人去傳承延續；因此巷弄文化的保存與發展都需要對台南的巷弄文化有認同人士去共同努力。

在部落客推波助瀾的 PO 文中，很多遊客其實都像研究者一樣，對台南民宿有著正面的評價，但若是因為民宿業者沒有提供良好的服務品質，造成遊客評價上的落差，對台南民宿的印象自然產生負面感受，因此民宿主人提供的服務品質就顯得重要。因為民宿主人的對台南在地文化歷史或環境有深入的了解，才能將台南的文化和歷史甚至是傳統美食介紹給遊客認識，所以能透過生動的說故事，介紹台南景點、傳統美食、巷弄街景，更是直接影響遊客的體驗價值，因此建議民宿主人要能提升服務品質，讓遊客有正面的體驗價值。

3. 組織民宿合作聯盟

研究者發現台南一些民宿業者有合作聯盟的雛形，台南民宿的房間數通常不多，在部落文中曾提及，當遊客想預約其中一間民宿卻因該民宿已經沒有空房的，民宿主人會推薦另一家民宿請遊客參考，因此建議台南的民宿業者可以組成一個民宿聯盟，平日可以相互良性競爭，但在連續假期時，可以彼此介紹顧客，彼此有合作的機會，與一般的高級、連鎖式飯店做競爭。

4. 台南市政府行政力量的注入

有些部落客曾提及台南的廢棄建材橫陳的街景，及狹窄的街道汽機車亂停，導致遊客須走在馬路中間，險象環生等，整齊的街道市容及遊客用路的安全問題，都是需要台南市政府以公權力執法維護，讓到台南旅行的遊客能欣賞整齊且有傳統風韻的街景，品嚐台南在地小吃，體驗老屋民宿的魅力，為台南的觀光旅遊業吸引更多的人潮，讓更多的遊客能更深入的認識台南。

張基義(2008)曾指出，城市經濟的發展，必須依靠創意打造出自己的品牌和特色，以吸引文化消費，進而帶動城市經濟，改善生活品質。

台南市本身就有特有的歷史、人文、自然等遊憩資源，來展現觀光吸引力，所以台南市政府若能善用歷史文物的優勢，吸引觀光客的到來，也是行銷城市特色的一個方式。

因此建議台南市政府，利用行政的力量，整合民間團體，將這群願為台南巷弄文化做努力的人組織成一股力量，提出意見，讓台南的巷弄文化以老屋民宿的服務為出發點，藉由流行文化和復古文化的推動，讓遊客能多認識台南的歷史故事，體驗台南的在地文化，品嚐台南的傳統美食，才能進一步讓遊客在心中，建立深刻鮮明的旅遊意象，提升旅遊滿意度，而遊客重遊的意願自然跟著提高，觀光旅遊人潮自然源源不絕。

5.3 研究貢獻

台南市一座古城，研究的主題眾多，但針對台南的民宿、街景、為主題的巷弄文化較少人涉入研究，從本研究的結果得知，遊客對台南巷弄文化的旅遊意象以隱身巷弄的老屋民宿及餐飲店為主，可見老屋的改建與再造可以成為城市的文化特色，能善用傳統特色建物，也是吸引觀光旅遊的人潮，可見保有傳統建物文化，是城市的特色也是城市行銷的方式之一，更是帶動文化消費的動力。

遊客的旅遊動機以部落客的網路PO文，引發其預約民宿的消費行為，遊客除了體驗老屋民宿及餐飲店外，漫步巷弄間，欣賞流行文化、復古文化也是一種體驗方式，品嚐傳統小吃更是遊客到台南府城旅遊的動機。因此巷弄文化之間的關係是密不可分的，構面之間彼此互有關聯，而且最後住宿及特色餐飲店的感受都影響遊客PO文分享及預約體驗，由此可知部落客的推薦即是網路的口碑保證，也是民宿及特色餐飲店網路行銷的策略方式之一。

傳統的質性研究以內容分析為主，常有一些客觀的數據無法呈現。本文量化研究中的相關分析、因素分析及網絡分析，提供更有力的客觀數據，來增加分析的可信度。



參考文獻

一、中文部分

1. 于小值(2014)，留學生視域中的北京胡同意象，黑龍江社會科學，2014年02期，153-156頁。
2. 夕陽(2001)，老北京的傳說(二)---念胡同，中老年保健，6期，43-44頁。
3. 王文科(2002)，教育研究法，台北：五南。
4. 王雯宗、朱盈蓓(2002)，旅遊目的地意象與促銷活動對旅遊意願及旅遊行為之影響研究-以澎湖為例，島嶼觀光研究，第三卷第一期，100-113頁。
5. 王姿懿(2004)，以 Kano 二維模式分析台灣民宿品質之研究，台中健康暨管理學院經營管理研究所術士論文。
6. 王政賢(2007)，民宿經營管理策略之研究-以台東初鹿地區為例，南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文。
7. 王越(2009)，"胡同"一名源於漢代的"巷"，北京聯合大學學報(人文社會科學版)，2009年5月，第7卷第2期，38-44頁。
8. 林永森、林博文、周少凱(2006)，運動與宗教觀光動機、行前期望、重視程度、滿意度與忠誠度之研究，運動休閒餐旅研究，1(2)，119-150頁。
9. 林舜涓、蔡佳燕、邱莉文(2007)。由住宿體驗提高顧客之行為意向—以花蓮民宿為例，觀光旅遊研究學刊，2，73-92頁。
10. 林政儀(2014)，民宿旅客特性與民宿業者關係行銷之研究—以花蓮地區推動經典民宿為例，國立屏東科技大學農企業管理系碩士論文。

11. 中華民國觀光部交通局觀光發展條例民宿管理辦法(2011)。
12. 田秀蘭，國立臺灣師範大學-質化研究，
http://www.proera.com.tw/upload/ckfinder/827_files/20131014_125154.pdf。
13. 百渡(Bai Du)百科---上海新天地，
<http://baike.baidu.com/view/18598.htm#9>。
14. 江明麗(1997)，民宿體驗全球行，新休閒世界雜誌，第38期，
20-39頁。
15. 李慶長、張銀益、施偉佳、胡俊之、蔡聰源(2009)，部落格旅遊訊息內容對讀者消費動機之影響，北商學報，第十六卷，81-97頁。
16. 李淑惠(2009)，排隊從眾行為之研究—以台南小吃為例，南華大學旅遊管理研究所碩士論文。
17. 李淑芳、陳首志(2012)，瀏覽體驗對忠誠行為意向之影響—文章分類之干擾效果，資訊管理學報，第十九卷第四期，709-738頁。
18. 李曉青、陳玉苓、陳鈺瑄(2014)，體驗行銷、體驗價值、幸福感與關係強度等關係之研究—以SPA 體驗為例，亞太經濟管理評論，第十七卷第二期，47-72頁。
19. 李蕙芳(2014)，汽車旅館意象之探究，南華大學旅遊管理研究所碩士論文。
20. 北京市市政管理委員會(2009)，北京胡同，城市管理與科技，02月，
11卷1期，74-77頁。
21. 宋冰(2008)，政府特許經營若干問題研究--關於"什剎海胡同遊"-政府特許經營的實例調查，北京行政學院學報，6期，83-87頁。
22. 宋貞宜(2008)，民宿遊客住宿動機及滿意度之研究—以苗栗縣南庄鄉為例，台東大學，碩士論文。
23. 呂星璜(2003)，民宿業者經營歷程與休閒運動涉入研究，中國文化大

學運動教練研究所碩士班碩士論文。

24. 余幸娟 (2000)，宗教觀光客旅遊動機與其滿意度之研究—以台南南鯤鯓代天府為例，中國文化大學觀光事業研究所碩士論文。
25. 吳忠宏、謝旻熹 (2006)，遊客之旅遊動機與其對解說服務需求之實證研究-以鹿港古蹟景點為例，環境教育研究，第三卷第二期，77-121頁。
26. 李國文(2009)，胡同之死，山花，5期，112-114頁。
27. 雨蔚(2010)，大上海小弄堂，國學，12期，58-60頁。
28. 欣境工程顧問公司，1990，東部海岸風景特定區發展民宿可行性之研究，臺東：交通部觀光局東部海岸風景特定區管理處。
29. 波仕特線上市調網 (2009)，2009 網路趨勢報告，
<http://www.pollster.com.tw/>。
30. 波仕特線上市調網 (2011)，2011 部落格與Facebook使用行為大調查，<http://www.bloggerads.net/AdsPortal/AdsPortal>
31. 周佳蓉、陳嫻郁(2013)，遊客對台南地方小吃的體驗價值、滿意度與重遊意願，休閒事業研究，第十一卷 第一期，01-17頁。
32. 沈進成、廖若岑(2005)，不同旅遊意象遊客之旅遊體驗與忠誠度影響關係之研究—以華山咖啡為例，生物與休閒事業研究，第三卷第一期，43-56頁。
33. 沈慶龍、張正昌(2008)，探討體驗價值的前因因子及其對顧客滿意度之影響，行銷評論，5卷4期，575-602頁。
34. 卓信佑、賴佩吟(2013)，城市因朦朧而美麗或因揭紗而驚艷？距離對外國人之城市意象的影響與其間形成機制之干擾，觀光休閒學報，第19卷第3期，207-231頁。

35. 胡學彥，龔金山，王振英 (2007)。地方產業型民宿供需特性之研究，土地問題研究季刊，6(4)，68-84頁。
36. 施秋靜 (2012)，民宿遊客特性、住宿動機、滿意度、重宿意願關聯性之研究，靜宜大學管理碩士在職專班碩士論文。
37. 侯錦雄、林宗賢 (1996)，日月潭風景區目標市場定位策略中之旅遊意象度量探討，戶外遊憩研究，9 (1)，57-77頁。
38. 高英秋、楊永慧(1994)，我國民宿業發展之探討，第1屆中華觀光管理學術研討會論文集，12-1~12-27頁。
39. 高中、范振德、王進欽 (2013)，絲路旅遊目的地意象之研究，嶺東學報，第31期，131-155頁。
40. 洪煌佳、林慧敏(2013)，花東縱谷自行車遊客旅遊意象之研究，休閒運動健康評論，第五卷第一期，17-39頁。
41. 孫彧(2008)，從文化的角度教學《胡同文化》，中學語文教學，10期，40-41頁。
42. 崔金生(2000)，北京胡同漫談，北京檔案，2000年10期，47-48頁。
43. 張雷(2002)，胡同的力量，新聞周刊，2002年02期，51頁。
44. 張東友、陳昭郎 (2002)，臺灣農村民宿之類型及其行銷策略，農業經營管理會訊，33，16-20頁。
45. 張彩芸(2002)，海外連線看民宿，東海岸評論，第167期，14-17頁。
46. 張基義(2008)，創意城市與都市空間美學，臺灣教育，650期，8-17頁。
47. 張俊(2010)，留住漸行漸遠的弄堂文化，社區，13期，30-31頁。
48. 張和然、張菁敏，(2011)，體驗價值、顧客滿意度對行為意圖影響之研究-以國立傳統藝術中心為例，島嶼觀光研究，4(1)，49-68頁。

49. 張梨慧(2013)，節慶活動參與動機、價值體驗、滿意度、行為意圖之研究—以金門中秋博狀元餅活動為例，國立金門大學學報，3期，69-82頁。
50. 張玉琳、黃旭男、黃美蓉(2014)，觀光夜市的服務接觸、體驗價值與品牌體驗之關係探討，觀光休閒學報，第20卷第1期，81-107頁。
51. 梁允翔(2009)，上海弄堂的革命懷舊---從中共「一大」會址到新天地，台灣社會研究季刊，2009年12月第76期，393-416頁。
52. 許哲毓、高鵬、劉泳倫、張聰欽、陳瑞旭(2012)，北港遊客旅遊動機、旅遊需求與行為意向之差異分析，臺灣企業績效學刊, Vol.6, No.1, 131-148頁。
53. 童敏惠(2011)，尋覓巷弄裏的驚奇《i臺北：創意街區地圖》評介，全國新書資訊月刊，10月號，P66-68頁。
54. 黃美卿、林瑋迪、盧龍泉(1999)，嘉義縣休閒農業之探討-以民宿型態發展為例，第4屆中小企業管理研討會論文集，182-196頁。
55. 黃宗成、黃躍雯、余幸娟(2000)，宗教觀光客旅遊動機、期望、滿意度關係之研究，戶外遊憩研究，13卷3期，23-48頁，doi:10.6130/JORS.2000.13(3)2。
56. 黃靖雅(2000)，鹿港龍山寺對遊客文化觀光吸引力之研究，東海大學景觀學研究所碩士論文。
57. 黃昆祥(2003)，台南市觀光遊憩資源調查與路線規劃之研究，高師大地理研究所碩士論文。
58. 黃琬淇、胡瑜心、林銘昌、李夢詩(2013)，馬祖之旅遊意象、滿意度與旅遊購物支出，鄉村旅遊研究，第七卷第一期，51-66頁。
59. 黃任閔、杜貞黎(2013)，高雄旗津地區遊客旅遊動機與旅遊意象之

- 研究，嘉大體育健康休閒期刊， 11(3)， 163-174頁，
doi:10.6169/NCYUJPEHR.11.3.16。
60. 黃月春、詹雅竹、李育憶(2014)，夜間休閒活動之消費動機與休閒阻礙對消費行為影響之研究，企業管理學報，第 101 期，49-66 頁。
61. 曾喜鵬、楊明青 (2010)，民宿旅遊地意象量表與旅遊地品牌之建構，觀光休閒學報，16(3)，211-233頁。
62. 曾相榮、涂富閔、林家瑞(2013)，探討九份地區觀光意象、滿意度與重遊意願之研究—以日籍遊客與本國遊客為例，觀光與休閒管理期刊，第1卷第1期，183-208 頁。
63. 曾喜鵬、吳盈瑩(2013)，台灣民宿競爭群組及其競爭策略探討，鄉村旅遊研究，第七卷第二期，15-24 頁。
64. 創市際雙週刊第二十一期(2014)，社群服務調查暨台灣社群相關網站使用概況，<http://news.ixresearch.com/?p=7549>
65. 楊芝漣、郭雅惠、謝雨良、陳昱達(2013)，民宿產業群聚之形成與民宿經營績效影響之研究—以清境地區民宿業者為例，Journal of Commercial Modernization ,pp. 181-200，
DOI: 0.6132/JCM.2013.7.1.09
66. 楊凱傑(2003)，民宿業者策略聯盟經營方式之探討---以宜蘭民宿策略聯盟為例，國立政治大學地政研究所碩士論文。
67. 莊右孟 (2009)，大陸觀光客對日月潭國家風景區旅遊動機、旅遊意象、旅遊滿意度與旅遊忠誠度關係之研究，台中縣靜宜大學管理碩士在職專班碩士論文。
68. 維基百科-民宿:<http://zh.wikipedia.org/wiki/%E6%B0%91%E5%AE%BF>
69. 陳美吟(1985)，遊憩體驗之研究—以楓林瀑布、擎天崗、太平山實例調查，國立台灣大學森林研究所碩士論文。

70. 陳墀吉(2001)，國內民宿之經營及發展現況之探討-以九份風箏博物館為例，休閒旅遊觀光學術研討會論文集，台北:中華民國戶外遊憩學會，263-283頁。
71. 陳清淵 (2002)。從民宿管理辦法看民宿經營的未來發展。農業經營管理會訊，33，21-23頁。
72. 陳俊男 (2003)，七股鹽場鹽山遊客之遊憩動機、遊憩環境體驗與遊憩滿意度之研究，南華大學旅遊管理研究所碩士論文。
73. 陳凱莉 (2007)，臺灣本土偶劇對遊客之觀光地意象、用心體驗與旅遊意願之影響，南華大學旅遊管理研究所碩士論文。
74. 陳志萍(2008)，精進網路研究方法-網路民族誌，圖書資訊學研究，2：2，1-15頁。
<http://lac3.glis.ntnu.edu.tw/vj-attachment/2009/10/attach24.pdf>
75. 陳世岸(2008)，後都市發展保存論述:以嘉義市為例，南華大學旅遊管理研究所碩士論文。
76. 陳甦彰、黃秀美(2009)，澎湖海洋牧場遊客體驗品質、體驗情緒、體驗價值對其忠誠度之影響研究，服務業管理評論，總號第7期，74-98頁。
77. 陳美芬、邱瑞源(2009)，遊客休閒體驗與旅遊意象之研究，鄉村旅遊研究，第三卷第一期，33-52頁。
78. 陳貴凰(2012)，辦桌節慶活動觀光客體驗價值、幸福感與行為意圖之研究，人文社會科學研究，第六卷第四期，1-25頁。
陳貴凰、林曉莉 (2012)。臺灣青草茶文化研究。島嶼觀光研究，5 (3)，35-73頁。
79. 陳寬裕、吳崇旗、鄭恆星(2013)，自行車騎士對單車旅館之旅遊動機、旅遊期望、旅遊意象與體驗滿意度關係之研究，運動休閒管理

學報，第十卷第二期，21-40頁。

80. 陳業宏、李思慧、陳欣宏(2013)，以劇場理論觀點探討民宿服務接觸對知覺價值之影響—以墾丁民宿為例，運動健康休閒學報，第四期，54-63 頁。
81. 陳美芬、陳麗雪(2013)，農村旅遊吸引力與體驗價值之研究，農業推廣文彙，第58輯， 33-49頁。
82. 陳建和、楊淑玲、高惠君 (2011)，保健旅遊潛在顧客旅遊動機與行為意向之探討-以健檢旅遊為例，旅遊健康學刊，第10卷第一期，113~130頁。
83. 劉瓊如、林若慧、吳正雄 (2002)，海岸型風景區遊客旅遊意象之區隔研究—以東北角海岸國家風景區為例，戶外遊憩研究，15 (3)，55-78頁。
84. 劉健哲、林碧釗 (2007)，台灣民宿發展之問題與對策，鄉村旅遊研究，1 (2)，39-60 頁。
85. 劉賀娟(2009)，胡同和巷弄---女性的都市文化記憶，遼寧大學社會學報(哲學社會科學版)，4 期，32-37 頁。
86. 劉明德、張書豪、鄭仲(2013)，大陸人民對臺灣旅遊意象與旅遊意願之研究，顧客滿意學刊，第九卷第一期，51-77頁。
87. 劉博文(2014)，以**EKB**模式探討民宿遊客消費行為—南投清境地區民宿之研究，南臺科技大學休閒事業管理系碩士學位論文。
88. 盧庭韻(2008)，旅遊部落格與行銷意涵，南華大學旅遊管理研究所碩士論文。
89. 歐用生 (1994)，教育研究法，台北：師大書苑。
90. 歐聖榮 (2002)，休閒遊憩觀光研究問題與趨勢之剖析，都市與計劃，

- 29 (2) , 315-336頁。
91. 蔡宏進、湯幸芬 (2004) , 對鄉村旅遊地意象文獻的探討, 台灣鄉村研究, 3, 123-141頁。
92. 蔡進發、陳慧君、黃宗成 (2004)。聖城-耶路撒冷：宗教觀光客旅遊動機、限制因子、實際體驗與重遊意願之研究。世界宗教學刊, 4期, 73-104頁。
93. 蔡郁芬(2005), 城市觀光意象對旅遊選擇意願影響之研究---以四大都會區為例, 南華大學旅遊管理研究所碩士論文。
94. 蔡淑梨、劉昱謙(2011), 購物網站體驗價值對信任程度、網路口碑意願及購買意願相關性之研究-以PAYEASY 購物網站為例, 第14屆科際整合管理研討會, 71-85頁。
95. 蔡欣潔(2014), 民宿旅客區隔之研究—以埔里星空花園民宿為例, 逢甲大學經營管理碩士在職專班碩士論文。
96. 謝淑芬(1995), 觀光心理學, 台北:五南出版社。
97. 簡玲玲(2005), 民宿評鑑指標之研究, 台中：朝陽科技大學, 碩士論文。
98. 顏怡音、余惠亭、周學雯(2013), 服務品質不全然一個樣：檢驗效能服務品質、體驗服務品質及滿意度對民宿消費者推薦及抱怨意圖之預測力, 島嶼觀光期刊, 第六卷第二期, 20-45頁。
99. 顏財發(2013), 從自我印象一致性探討遊客意圖：以墾丁民宿為例, 休閒事業研究, 第十一卷第三期, 01~14 頁。
100. 羅小未, 沙永傑, 錢宗灝, 張曉春, 林維航 (2002), 上海新天地, 舊區改造的建築歷史, 人文歷史與開發模式的研究, 南京：東南大學出版社。

101. 鄭健雄、吳乾正 (2004) 。度假民宿管理。台北：全華科技圖書公司。
102. 嚴如鈺 (2002) 。民宿使用者消費型態之研究。台北：輔仁大學，碩士論文。
- 103
103. 鄭健雄 (2001) ，民宿經營之道，農業經營管理會訊，27頁。
104. 蘇伊文 (民81) ，內容分析法在兒童文學研究的運用，國教輔導，32 (2) ， 14-17頁。



二、英文部分

1. Abbott, L.(1995), Quality and Competition. New York: Columbia University Press.
2. Adam,C.(2007), Holiday Motives: A New Report Identifies the Key Motivational Drivers for Holiday Travelers, Retrieved January 15, 2008, from Ebsco.
3. Arnould, E., Price, L. and Zinkhan, G. (2004), Consumers, New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.
4. Baker, B. (2007). Destination branding for small cities: The essentials for successful place branding. Portland, OR: Creative Leap.
5. Baloglu, S., & McCleary, K. (1999a). A model of destination image formation. Annals of Tourism Research, 26, 868–897.
6. Babbie, E.(1997), The practice of social research, Cole Publishing Company.
7. Beerli, A., & Martin, J. D. (2004), Factors influencing destination Image , Annals of Tourism Research, 31(3), 657-681.
8. Bigne, J. E., Sanchez, M. I., & Sanchez, J. (2001). Tourism Image, Evaluation Variables and After Purchase Behaviour: Inter-relationship. Tourism Management, 22(6), 607-616.
9. Birgit, L. (2001). Image Segmentation: The Case of a Tourism Destination. Journal of Service Marketing , 15(1), 49-66.
10. Blackwell, R. D., Miniard, P W. & Engel, J. F. (2001). Consumer Behavior , (9th ed.), Forth Worth: Harcourt College Publishers.
11. Blood ,R.(2000a), Weblogs:A history and perspective , In J. Rodzvilla (Ed.), We've got blog ,MA:perseus Publishing.
12. Cai, L. and Hobson, P. (2004), ‘Making hotel brands work in competitive environment’ , Journal of Vacation Marketing, Vol. 10, No. 3, pp. 197-208.

13. Castro, C. B., Armario, E. M. & Ruiz, D. M. (2007). The influence of market heterogeneity on the relationship between a destination's image and tourists' future behavior. Tourism Management, 28(1), 175-187.
14. Chebat, J.C. and Michon, R. (2003), 'Impact of ambient odors on mall shoppers' emotions, cognition, and spending: a test of competitive causal theories', Journal of Business Research, Vol. 56, No. 7, pp. 529-539.
15. Chen, P., & Kerstetter, D. (1999). International students' image of rural Pennsylvania as a travel destination. Journal of Travel Research, 37, pp.256-266.
16. Chuang, H. T. (2009). The rise of culinary tourism and its transformation of food cultures: The national cuisine of Taiwan. The Copenhagen Journal of Asian Studies, 27(2), pp.84-108.
17. Collins, A. M. and Quillian, M. R.(1969), Retrieval time from semantic memory, Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior, Vol.8, pp.240-248.
18. Court, B., & Lupton, R. A. (1997). Customer Portfolio Development: Modeling Destination Adopters, Inactives, and Rejecters. Journal of Travel Research, 36(1), 35-43.
19. Creamer, M.(2005), Slowly, Marketers Learn How to Let Go and Let Blog, Advertising Age , Vol. 76, No. 44, pp.1-35.
20. Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacation. Annals of Tourism Research, 6(4), pp.408-424.
21. Dann, G. M. S. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism. Annals of Tourism Research, 4(4), pp.184-94.
22. Dann, G. M. S. (1981). Tourism motivation: An appraisal. Annals of Tourism Research, 8(2), 187-219.
23. Del Rosso, L. (2005), 'Internet consumers tune out the pitch, rely on the blog', Preview Travel Weekly, Vol. 64, No. 53, pp. 22.

24. Dichter, E. (1985). What's in an Image. The Journal of Consumer Marketing, 2, pp.75- 81.
25. Dittermer, D. (2001), Dimensions of the hospitality industry :An introduction(3rd ed.), New York : Wiley.
26. Doerfel, M. L. & Barnett, G. A (1999), A semantic network analysis of the international communication, Human Communication Research, Vol. 25, No. 4, pp.589-603.
27. Echtner, C. M., & Ritchie, J. R. B. (1991). The meaning and measurement of destination image. The Journal of Tourism Studies, 2 (2),pp. 2-12.
28. Fakeye, P. C., & Crompton J. L. (1991). Image differences between prospective,first-time, and repeat visitors to the Lower Rio Grande Valley. Journal of Travel Research, 30(2), pp.10-16.
29. Fodness, D. (1994). Measuring tourist motivation. Annals of Tourism Research, 21(3), pp.555-581.
30. Fox, N., & Roberts, C. (1999), GPs in cyberspace: The sociology of a virtual community, The Sociological Review, 47, 643-671.
31. Gallarza, M. G., Saura, I. G., & Garcia, C. H. (2002). Destination image-towards a conceptual framework. Annals of Tourism Research, 29(1),pp. 66-67.
32. Glaser,B.G. & Strauss,A.L. (1967) , The discovery of grounded theory : Strategies for qualitative research , Chicago : Aldine.
33. Hanna, S., & Rowley, J. (2013). Place brand practitioners' perspectives on the management and evaluation of the brand experience. Town Planning Review, 84(4), pp.495-515. doi:10.3828/tpr.2013.25
34. Hawkins , D. I., Best, R. J., & Coney, K. A. (2004). Consumer Behavior-Building Marketing Strategy , 9th ed.). MA: McGraw-Hill Irwin.

35. Hine, C. (2000), Virtual ethnography, London: Sage.
36. Hirschman, E. C. and M. B. Holbrook (1982) ,Hedonic Consumption: Emerging Concepts, Methods and Propositions, Journal of Marketing, 46(2), pp.92-101.
37. Hjalager,A.M. & Richards, G. (Eds)(2002). Tourism and gastronomy. London :Routledge.
38. Holbrook, M. B.(1994),Ethics in Consumer Research, In C. T. Allen and D.Roedder John(eds),Advances in Consumer Research, 21,pp.566-571.
39. Hsu, C. H. C., Cai, L.A., & Wong, K. F. (2007). A model of senior tourism motivations- Anecdotes from Beijing and Shanghai. Tourism Management, 28(5), pp.1262-1273.
40. Huang, C.Y., Chou, C.J. and Lin, P.C. (2010), 'Involvement theory in constructing bloggers' intention to purchase travel products', Tourism Management, Vol. 30, No. 1, pp. 513-526.
41. Hunt, J. D. (1975).Image as a factor in tourism development. Journal of Travel Research, 13(3), pp.1-7.
42. Iso-Ahola, S. E. (1982). Toward a social psychological theory of tourism motivation: A rejoinder. Annals of Tourism Research, 9(2), pp.256-262.
43. Jerz,D.G.(2003),On the Trail of the Memex : Vannevar Bush , Weblogs and the Google Galaxy ,Retrieved Octorber 19,2007, from <http://www.dichtung-digital.orz/2003/issue/1/jerz/index.htm>
44. Joy, A., & Sherry, J. F. (2003). Speaking of art as embodied imagination : A multisensory approach to understanding aesthetic experience. Journal of Consumer Research, 30(2), pp.259-282.
45. Keng, C.-J., Huang, T.-L., Zheng, L.-J., & Hsu, M. K. (2007). Modeling service encounters and customer experiential value in retailing: An empirical investigation of shopping mall customers in Taiwan. International Journal of Service Industry Management, 18(4),pp.349-367.

doi: 10.1108/09564230710778137.

46. Kim, S. S., Crompton, J. L., & Botha, C (2000). Responding to Competition : A strategy for sun / lost city, South Africa. Tourism Management, 21,pp. 33-41.
47. Kotler, P., Haider, D. H., & Rein, I. (1993). Marketing places: Attracting investment,industry, and tourism to cities, states, and nations. New York: The Free Press.
48. Kotler, P., & Armstrong, G. (1999). Marketing: An Introduction, (4th ed.). NJ:Prentice-Hall.
49. Kozinets, R. V. (1997), I want to believe: A netnography of the x-philies' subculture of consumption, In M. Brucks & D. MacInnis (Eds.),Advances in consumer research,vol. 24. (pp.470-475), Provo, UT: Association for Consumer Research.
50. Kozinets, R. V. (1998), On netnography: Initial reflections on consumer research investigations of cyber culture, In A. W. Joseph, & W. J.Hutchinson (Eds.), Advances in consumer research, vol. 25. (pp. 366-371), Provo, UT: Association for Consumer Research.
51. Kozinets, R. V. (2001), Utopian enterprise: Articulating the meanings of startrek's culture of consumption, Journal of Consumer Research,28, pp.67-88.
52. Kozinets, R. V. (2002), The field behind the screen: Using netnography for marketing research in online communities, Journal of Marketing Research, 39, pp.61-72.
53. Kwortnik, R.J. (2003), 'Clarifying 'Fuzzy' hospitality-management problems with depth interviews and qualitative analysis', Cornell Hotel and Restaurant Administration,Vol. 40, No. 2, pp. 117-129.
54. Lanier,P. & J Berman (1993) , Bed and Breakfast inns come of age , The Cornell H.R.A. Quarerly , 34(2) : pp.14-20.

55. Li, Y.M. and Chen, C.W. (2009), 'A synthetical approach for blog recommendation: combining trust, social relation, and semantic analysis', Expert Systems with Applications, Vol. 36, No. 1 , pp. 6536-6547.
56. Lubetkin. M. . 1999 , Bed & breakfast advertising and promotion, Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly ,pp.84-90.
57. Mason, M. C., & Paggiaro, A. (2010). Celebrating local products: the role of food events. Journal of Foodservice Business Research, 12(4) , pp.364-383.
58. Mathwick, C., Malhotra, N., & Rigdon, E. (2001). Experiential value: Conceptualization, measurement and application in the catalog and internet shopping environment. Journal of Retailing , 77(1), pp. 39-56.
59. Milman, A. and Pizam, A., 1995, The Role of Awareness and Familiarity with a Destination: The Central Florida Case, Journal of Travel Research, 33(3),pp.21-27.
60. Miller, C. R. & Shepherd, D. (2004), Blogging as Social Action: A Genre Analysis of the Weblog, Retrieved January 15, 2007, from http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/blogging_as_social_action_a_genre_analysis_of_the_weblog.html
61. Morgan, N., & Pritchard, A. (1998). Tourism promotion and power: Creating images, creating identities. Chichester: John Wiley & Sons.
62. Morgan (2006), Blogs More Effective than Traditional Ads, Retrieved January ,15, 2008, from Ebsco database.
63. Moilanen, T. & Rainisto, S. (2009). How to brand nations, cities and destinations: A planning book for place branding. Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan. doi:10.1057/9780230584594.
64. Morrison, A.M., P.L. Pearce, G.M. Moscardo, N. Nadkarni & J. T. O'Leary (1996), Specialist accommodation : Definition, markets served, and roles in tourism development , Journal of travel research, vol.35,

- Summer ,pp.18-26. doi: 10.1016/S0022-4359(00)00045-2
65. Park, T., Shenoy, R. and Salvendy, G. (2008), ‘Effective advertising on mobile phones: a literature review and presentation of results from 53 case studies’, Behaviour & Information Technology, Vol. 27, No. 5 , pp. 355-373.
66. Pan, B., MacLaurin, T. & Crotts, J.C. (2007), Travel Blogs and The Implications for Destination Marketing, Journal of Travel Research, Vol. 46, No. 1, pp.35-45.
67. Petty, R.E. and Cacioppo, J.T. (1984),The elaboration likelihood model of persuasion , Advances in Consumer Research, Vol. 1, No. 1, pp. 673-675.
68. Phelps, A. (1986). Holiday destination image - The problem of assessment: An example developed in Menorca. Tourism Management, September, pp.168-180.
69. Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the experience economy. Harvard Business Review, 76(4), pp. 97-105.
70. Pudliner, B.A. (2007), ‘Alternative literature and tourist experience: travel and tourist Weblogs’, Journal of Tourism and Cultural Change, Vol. 6, No. 2, pp. 46-59.
71. Ryan, C. & Ivan, N. (2011). Dimensions of Destination images—the relationship between specific sites and overall perceptions of place: the example of Dubai Creek and “Greater Dubai. Journal of Travel and Tourism Marketing, 28(7),pp.751-764.
72. Safire,W.(2002),Blog: Do a Million Hits Make a Word ? New York Times,p.17.
73. Schiffman L. G., & Kanuk, L. L. (2004). Consumer Behavior, (8th ed.). NJ: Prentice Hall.
74. Schmitt, B. H.(1999),Experiential Marketing, Journal of Marketing Management, 15, pp. 53-67.
75. Selby, M., & Morgan, N. J. (1996). Reconstructing place image: A case

- study of its role in destination market research. Tourism Management, 17, pp.287-294.
76. Sheth, J.N., Newman, B.I. and Gross, B.L. (1991), ‘Why we buy what we buy: A theory of consumption values’, Journal of Business Research, Vol. 22, No. 2, pp. 159-170.
77. Strauss, J. and Frost, R. (2001), E-Marketing, Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ.
78. Thevenot, G. (2007), ‘Blogging as a social media’, Tourism and Hospitality Research, Vol. 7, No. 3, pp. 282-289.
79. Turnbull, G. (2002), The State of the Blog Part 2: Blogger Present, In J. Rodzvilla (Ed), We've Got Blog: How Weblogs Are Changing Our Culture (pp.81-85), Cambridge, MA: Perseus Publishing.
80. Tussyadiah, I. & Fesenmaier, D.R. (2009), ‘Mediating tourist experiences: access to places via shared videos’, Annals of Tourism Research, Vol. 36, No. 1, pp. 24-40.
81. Tussyadiah, I. P., & Zach, F. J. (2012). The role of geo-based technology in place experiences. Annals of Tourism Research, 39(2), pp.780-800. doi:10.1016/j.annals.2011.10.003
82. Warfield, J. N. (1982), “Interpretive Structural Modeling”, Chapter 5 in S. A. Olsen (Ed.), Group Planning and Problem Solving Methods in Engineering. Wiley, New York. (1982). p. 155-201 and p. 408-411.
83. Wikipedia (2003) , Weblog, Retrieved October 19, 2007, from <http://zh.wikipedia.org/wiki/Weblog>
84. Wikipedia (2006) , Blog, Retrieved January 25, 2008, from <http://en.wikipedia.org/wiki/Blog>
85. William, P., & Souter, G. N. (2009). Value, satisfaction and behavioral intentions in an adventure tourism context. Annals of Tourism Research, 36(3), pp. 413-438.

86. Winer, D. (2007), 'The History of Weblog', available at
<http://oldweblogscomblog.scripting.com/historyOFWebLOgs>
87. Wright, J. (2005), Blog Marketing, New York: McGraw-Hill.
88. Wilensky, L. and Buttle, F. (1988), 'A multivariate analysis of hotel benefit bundles and choice trade-offs', International Journal of Hospitality Management, Vol. 7, No. 1, pp. 29-41.
89. Williams, A. (2006), 'Tourism and hospitality marketing: fantasy, feeling and fun', International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol. 18, No. 6, pp. 482-495.
90. Winer, D. (2007), 'The History of Weblog', available at
<http://oldweblogscomblog.scripting.com/historyOFWebLOgs> (accessed 20 December 2011).
91. Wu, C. H.-J. & Liang, R.-D. (2009). Effect of experiential value on consumer satisfaction with service encounters in luxury-hotel restaurants .
International Journal of Hospitality Management, 28(4), pp. 586-593.
doi:10.1016/j.ijhm.2009.03.008
92. Yang, You-Ren & Chih-hui Chang (2007). "An Urban Regeneration Regime in China: A Case Study of Urban Redevelopment in Shanghai's Taipingqiao Area." Urban Studies 44.9:pp.1809-26.

附錄一：文本一覽表

文本編號	部落格名稱	時間	文章名稱	網址
A1	張瑀庭只吃好東西	2013/08/21	到台南必吃的十種在地小食	http://lilylifestyle.pixnet.net/blog/post/98180389
A2	樂活的大方@旅行 玩樂學	2011/08/01	[台南] 永樂市場國華街 石精白蚵仔煎 @ 超大顆肥美好吃的好仔煎啊~	http://lohas.pixnet.net/blog/post/28557763
A3	樂活的大方@旅行 玩樂學	2009/08/08	[台南] 雙全紅茶 @ 巷弄內的秘密好喝 紅茶	http://lohas.pixnet.net/blog/post/24548249
A4	mimi 韓 行攝の足跡	2013/10/17	【台南·早餐】府城巷弄中的「哈利速食」~人情滿滿的一份早餐，輕鬆、溫暖~	http://mimg47.pixnet.net/blog/post/4371038
A5	mimi 韓 行攝の足跡	2013/11/28	【台南·小吃】國華街永樂市場「石精白蚵仔煎」~ 來到府城，千萬別錯過這味在地美食呢~	http://mimg47.pixnet.net/blog/post/4401993
A6	跟著領隊玩~美食、景點、住宿、旅遊台灣、旅行推薦部落格	2013/10/30	台南美食推薦-必吃的八寶冰”江水號”	http://blog.yam.com/t0415/article/71096834
A7	跟著領隊玩~美食、景點、住宿、旅遊台灣推薦部落格	2014/05/07	台南美食推薦-水仙宮隱藏版巷弄美食”麵條王海產麵”	http://blog.yam.com/t0415/article/74447553
A8	跟著領隊玩~美食、景點、住宿、旅遊台灣推薦部落格	2013/11/02	台南美食推薦-傳統的雙口感美味”赤崁棺材板”	http://blog.yam.com/t0415/article/71144068
A9	跟著領隊玩~美食、景點、住宿、旅遊台灣推薦部落格	2012/09/10	台南推薦美食-永樂市場的美味小吃”金得春捲”	http://blog.yam.com/t0415/article/55055305
A10	跟著領隊玩~美食、景點、住宿、旅遊台灣推薦部落格	2013/10/29	台南美食推薦-台灣第一攤”廖家老牌炒鱔魚”在沙卡里巴	http://blog.yam.com/t0415/article/71047895
A11	食尚玩家	2013/10/28	台南美食推薦-國宴指定”榮盛米糕”	http://blog.yam.com/t0415/article/71047153
A12	食尚玩家	2014/03/03	台南美食推薦-隱藏版巷弄美	http://blog.yam.com/t0415/article/74323955

			食·傳承三代60多年超好吃” 劉家汕頭麵”	
A13	走進『高雄勿小叮 嚙』的世界	2012/03/17	台南小巷弄裡面的大美食-松 仔腳燒烤海產	http://blog.yam.com/tonysogo/article/48114848
A14	【下午茶女王】-美 食-旅行-飯店住宿	2010/12/13	【台南】阿松割包、金得春捲 - 豬舌割包超好吃	http://blog.yam.com/venuslin0113/article/33305941
A15	【下午茶女王】-美 食-旅行-飯店住宿	2010/12/14	【台南】國華街 米糕。四神 湯	http://blog.yam.com/venuslin0113/article/33306947
A16	薇樂莉愛旅行 Love Viaggio	2014/02/20	【台南 Tainan】特色美食蛋 烤小卷 隱藏蜿蜒巷弄內的松 仔腳海鮮燒烤店	http://blog.yam.com/viaggioluv/article/72511467
A17	肉滷旅行台灣 -私 房秘境 -在地小吃	2012/08/25	台南巷弄老店小吃	http://www.7headlines.com/article/show/449006111
A18	愛吃愛玩的馬克斯	2013/03/12	【台南中西區】秋收碳烤 燒 烤 關東煮 超好吃	http://blog.yam.com/fbmax0623/article/59643048
A19	肉滷旅行台灣 -私 房秘境 -在地小吃		【台灣好好玩·台南】近40年 的維美冰店 橘子冰雪乳冰童 年回憶	http://www.7headlines.com/article/show/458998583
A20	肉滷旅行台灣 -私 房秘境 -在地小吃		府城-新123冰城 巷弄內驚喜 古早新綿冰	http://www.7headlines.com/article/show/475279142
A21	品嚐。這輕描淡寫 的幸福	2011/09/19	【轉圈圖】一個女生的旅行	http://alulolulu.pixnet.net/blog/post/27412532
A22	品嚐。這輕描淡寫 的幸福	2011/02/23	【轉圈圖】日安。單車 在台 南騎腳踏車~真開心	http://alulolulu.pixnet.net/blog/post/26566513
A23	生活中的大小事: 隨意窩Xunit日誌	2011/07/31	台南. 烤屋串燒	http://blog.xuite.net/atlanteans/page1/48919116
A24	旅遊毒癮版圖	2013/12/26	[台南]令人驚喜連連的迪利 小屋，親子民宿首選	http://cc3816.pixnet.net/blog/post/102607717-%5B%E5%8F%B0%E5%8D%97%5D%E4%BB%A4%E4%BA%E9%A9%9A%E5%96%9C%E9%80%A3%E9%80%A3%E7%9A%84%E8%BF%AA%E5%88%A9%E5%B0%8F%E5%B1%8B-%EF%BC%8C%E8%A6%AA%E5%AD%90%E6%B0%91%E5%AE%BF%E9%A6%96
A25	熱血.新台南.小 吃.古蹟.老房子	2013/03/26	漫遊藝術老建築 【公園路321巷】	http://gio714036.pixnet.net/blog/post/142492438
A26	阿春仔 in 台南- 台南旅遊攻略、景	2014/01/14	新町的回憶，旅人的小房子-- 老房小屋（日租套房-台南中	http://gugugu4411.pixnet.net/blog/post/1054474

	點、民宿、美食、 水果		西區)	61
A27	543空想堂	2012/01/02	台南中西區西門市場	http://issack543.pixnet.net/blog/post/36133638
A28	543空想堂	2012/01/05	台南民宿 微咖所在	http://issack543.pixnet.net/blog/post/36150626
A29	台南私藏景點	2014.6.14 & 17	台南民宿-老房小屋X住，不應 該只有空間，還有主人的思維	http://www.itainan.tw/article.php?n_id=248
A30	樂活的大方@旅行 玩樂學	2009/08/04	[台南] a Room 房間 @ 悠閒 慵懶的咖啡閱讀空間	http://lohas.pixnet.net/blog/post/24525628
A31	樂活的大方@旅行 玩樂學	2011/08/11	[台南] TAIKOO 太古百貨 @ 舊空間、舊傢具、舊時光~	http://lohas.pixnet.net/blog/post/28638005
A32	樂活的大方@旅行 玩樂學	2009/08/13	[台南] 咖啡是實@巷弄內、 私房咖啡、義大利麵	http://lohas.pixnet.net/blog/post/24557959
A33	love生活旅遊札記 -全台旅遊住宿資 訊	2014/06/18	【台南住宿】老房小屋~ 找回新町的兒時記憶(日 租套房-台南中西區住 宿)	http://lovetwhotel.com/%E4%BE%86%E5%88%B0%E5%8F%B0%E5%8D%97%E4%BD%8F%E5%AE%BF%E6%89%BE%E5%9B%9E%E6%96%B0%E7%94%BA%E7%9A%84%E5%85%92%E6%99%82%E8%A8%98%E6%86%B6-%E6%88%BF%E5%B0%8F%E5%B1%8B%E6%97%A5%E7%A7%9F%E5%A5%97%E6%88%BF/
A34	瑪格@圖寫文創生 活	2013/06/11	台南之旅-油行尾老屋民宿的 幽默感--雜誌冰起來. 書本上 烤架之舊物也有新人生小陽 台	http://margaret1122.pixnet.net/blog/post/39243425/3
A35	瑪格@圖寫文創生 活	2013/12/18	【台南旅宿】駐宅。住窄--台 灣最窄的民宿、空間創意無限 大	http://margaret1122.pixnet.net/blog/post/41846023
A36	mikageyoru美食好 芼友	2013/12/11	[台南]隱身巷弄的黯然消魂 飯!?-IN'S飲食坊	http://mikageyoru.pixnet.net/blog/post/325100027-%5b%e5%8f%b0%e5%8d%97%5d%e9%9a%b1%e8%ba%ab%e5%b7%b7%e5%bc%84%e7%9a%84%e9%bb%af%e7%84%b6%e6%b6%88%e9%ad%82%e9%a3%af%21%3f-in%27s%e9%a3%b2%e9%a3%9f%e5%9d%8a
A37	mikageyoru美食好 芼友	2012/02/02	[台南]老房子裡悠閒小天地- 轉圈園民宿	http://mikageyoru.pixnet.net/blog/post/220897061-%5b%e5%8f%b0%e5%8d%97%5d%e8%80%81%e6%88%bf%e5%ad%90%e8%a3%a1%e6%82%a0%e9%96%92%e5%b0%8f%e5%a4%a9%

				e5%9c%b0-%e8%bd%89%e5%9c%88%e5%9c%88%e6%b0%91%e5%ae%bf
A38	Queenie愛旅行	2011/09/25	[台南] a Room。巷弄內的老房子咖啡	http://blog.yam.com/queenie8200/article/42210619
A39	Queenie愛旅行	2011/09/18	[台南] WIRE。破屋內沉浸極致復古風格	http://blog.yam.com/queenie8200/article/41935577
A40	台南 謝宅	2012/07/06	【一個香港女生的留言】為什麼要住謝宅？住謝宅該如何【生活】。出發前明知天氣不穩定、有地震、大雨，還是堅持一定要到謝宅。	https://www.facebook.com/notes/%E5%8F%B0%E5%8D%97-%E8%AC%9D%E5%AE%85%E4%B8%80%E5%80%8B%E9%A6%99%E6%B8%AF%E5%A5%B3%E7%94%9F%E7%9A%84%E7%95%99%E8%A8%80%E7%82%BA%E4%BB%80%E9%BA%BC%E8%A6%81%E4%BD%8F%E8%AC%9D%E5%AE%85-%E4%BD%8F%E8%AC%9D%E5%AE%85%E8%A9%B2%E5%A6%82%E4%BD%95-%E7%94%9F%E6%B4%BB%E5%87%BA%E7%99%BC%E5%89%8D%E6%98%8E%E7%9F%A5%E5%A4%A9%E6%B0%A3%E4%B8%8D%E7%A9%A9%E5%AE%9A%E6%9C%89%E5%9C%B0%E9%9C%87%E5%A4%A7%E9%9B%A8%E9%82%84%E6%98%AF%E5%A0%85%E6%8C%81%E4%B8%80%E5%AE%9A%E8%A6%81%E5%88%B0%E8%AC%9D%E5%AE%85/427847797259434
A41	隨意窩Xunit遊	2013/08/02	以。足居所 B&B	http://yo.xuite.net/info/element.php?id=Ig2VbXIRZCe7UqnDq!tZ80
A42	Gomag. 美食料理 Gourment		台南主題餐廳 D. D. HOUSE	http://www.gomag.com.tw/062755052.html
A43	台南 謝宅	2012/04/07	台南市的老房子找到新的生活	https://www.facebook.com/notes/%E5%8F%B0%E5%8D%97-%E8%AC%9D%E5%AE%85/tainans-old-houses-find-new-life-with-younger-set/369390536438494
A44	台南 謝宅	2010-11-9	【Tainan old house Inn】台南謝宅 Our story.	https://www.facebook.com/notes/%E5%8F%B0%E5%8D%97-%E8%AC%9D%E5%AE%85/tainan-old-house-inn-%E5%8F%B0%E5%8D%97%E8%AC%9D%E5%AE%85/152591418118408
A45	台南 謝宅	2011/08/17	與台南相識的N+1種方法	https://www.facebook.com/notes/%E5%8F%B0%E5%8D%97-%E8%AC%9D%E5%AE%85/

				E8%88%87%E5%8F%B0%E5%8D%97%E7%9B%B8%E7%86%9F%E7%9A%84n1%E7%A8%AE%E6%96%B9%E6%B3%95-%E7%B1%B3%E6%9E%9C/234496349927914
A46	• 天下雜誌 •	2010/12/21	台灣小情調	http://blog.xuite.net/clcgenki/blog/42726107
A47	熱血.新台南.小吃.古蹟.老房子	2014-11-13	成大學區巷仔內的美味銅板美食：小妞炒飯	http://gio714036.pixnet.net/blog/post/190193310
A48	有方公寓藝廊.展場.住宿	2014/11/09	台南的大小事	https://www.facebook.com/yourfun.apartment?ref=ts
A49	老房子事務所	2011/01/05	The Old House Inn 【old ximen market】	https://www.facebook.com/notes/%E5%8F%B0%E5%8D%97-%E8%AC%9D%E5%AE%85/the-old-house-inn-old-ximen-market/171969656180584
A50	老房子事務所	2007/06/27	老房子俱樂部	http://oldhouseinn2008.pixnet.net/blog/post/236711864
A51	肉魯 旅行散策● 私房景點●在地美食	2011/07/26	-【跟著肉魯-玩樂台南】中秋節-賴在府城-盡情	http://damon624.pixnet.net/blog/post/31845411-%E3%80%90%E8%B7%9F%E8%91%97%E8%82%89%E9%AD%AF-%E7%8E%A9%E6%A8%82%E5%8F%B0%E5%8D%97%E3%80%91%E4%B8%AD%E7%A7%8B%E7%AF%80-%E8%B3%B4%E5%9C%A8%E5%BA%9C%E5%9F%8E-%E7%9B%A1%E6%83%85
A52	肉魯 旅行散策● 私房景點●在	2013/12/27	【台灣好好玩·台南】南園街養生市場 老字號無名鹹粥 粽子碗粿 油條湯 巷子裡隱藏小吃	http://damon624.pixnet.net/blog/post/40068271
A53	旅遊毒癮版圖	2012/06/11	[台南]吾宅 民宿 清水模建築純淨之美	http://cc3816.pixnet.net/blog/post/90395484-%5B%E5%8F%B0%E5%8D%97%5D%E5%90%B%E5%AE%85-%E6%B0%91%E5%AE%BF%E3%80%80%E6%B8%85%E6%B0%B4%E6%A8%A1%E5%BB%BA%E7%AF%89%E7%B4%94%E6%B7%A8%E4%B9%8B%E7%BE%8E
A54	熱血新台南	2014/10/26	【台南東區】路邊的小確幸：!!!咱們拍照趣~	http://gio714036.pixnet.net/blog/post/188989785-%E3%80%90%E5%8F%B0%E5%8D%97%E6%9D%B1%E5%8D%80%E3%80%91%E8%B7%AF%E9%82%8A%E7%9A%84%E5%B0%8F%E7%A2%BA%E5%B9

				%B8%EF%BC%9A%E5%B7%B7%E4%BB%94%E5%85%A7%E7%9A%84%E9%81%8A%E6%A8%82%E5%9C%92
A55	熱血新台南	2014/05/20	巷弄的家常美味—無名蛋包飯	http://gio714036.pixnet.net/blog/post/150377492
A56	旅遊毒癮版圖	2013 /12/26	[台南]令人驚喜連連的迪利小屋，親子民宿首選	http://cc3816.pixnet.net/blog/post/102607717
A57	【小虎食夢網】台北捷運美食地圖	2014/09/29	【虎亂玩一通】 【台南民宿】夏木老宅民宿	http://rabbit38844.pixnet.net/blog/post/42788695
A58	台南謝宅	2010-10-12	感受懷舊時光在台南謝宅 by 謝宅房客分享	https://www.facebook.com/notes/%E5%8F%B0%E5%8D%97-%E8%AC%9D%E5%AE%85%E6%84%9F%E5%8F%97%E6%87%B7%E8%88%8A%E6%99%82%E5%85%89%E5%9C%A8%E5%8F%B0%E5%8D%97%E8%AC%9D%E5%AE%85-by%E8%AC%9D%E5%AE%85%E6%88%BF%E5%AE%A2%E5%88%86%E4%BA%AB/145828242128059
A59	旅遊毒癮版圖	2012/05/28	[台南] 跳房子~百年老屋和現代熱血女子的相遇	http://cc3816.pixnet.net/blog/post/89991625
A60	Cacao Dialogue 可可雅的世界對話框	2011/8/21	IORI 台南謝宅小五的茶館	http://chinyaju.pixnet.net/blog/post/35565309
A61	享受人生	2014/07/19	《美食》台南 午。候青烏~小巷弄老屋新風貌	http://blog.yam.com/enjoylife22/article/76500337
A62	愛吃愛玩的馬克斯	2014/08/12	【台南東區】新都巷日本料理, CP值更勝伊都, 巷弄裡的平價美食	http://blog.yam.com/fbmax0623/article/76175691
A63	HelloIamLea 大家好我是團圓☺	2014/02/13	【美食】台南. 走過路過很難不去注意的Mascoat Bar. 低調奢華哥德教堂. 葫蘆裡賣甚麼藥	http://helloiamlea.pixnet.net/blog/post/173024568
A64	海豚飛看世界	2009/05/16	諾亞方舟主題餐廳	http://htfjsw10.pixnet.net/blog/post/101872
A65	海豚飛看世界	2009/05/21	轉角餐廳	http://htfjsw10.pixnet.net/blog/post/101908
A66	奇奇一起玩樂趣	2014/01/19	台南 和喫咖啡 全日早午餐 鬆餅&薄餅推薦	http://lotuslin.pixnet.net/blog/post/42758593-%E5%8F%B0%E5%8D%97-%E5%92%8C%E5%96%AB%E5%92%96%E5%95%A1-%E5%85%A8%E6%97%A5%E6%97%A9%E5%8D%88%E9%A4%90-%E9%AC%86%E9%A4%85%26%E8%96%84%E9%A4%85%E6%

				8E%A8%E8%96%A6
A67	奇奇一起玩樂趣	2014/08/20	鰻動作	http://lotuslin.pixnet.net/blog/post/43827310
A68	瑪格@圖寫文創生活	2013/06/10	【台南食記】筑馨居~清朝百年老厝無菜單料理(預約制)	http://margaret1122.pixnet.net/blog/post/39233895
A69	瑪格@圖寫文創生活	2014/08/06	【台南】正興街和國華街岔路口~蠅尾家甘味處.小滿食堂. IORI TEA HOUSE	http://margaret1122.pixnet.net/blog/post/43771270
A70	mikageyoru美食好芼友	2014/02/24	[台南]府城遇見西洋古董洋菓子店- IORI TEA HOUSE	http://mikageyoru.pixnet.net/blog/post/353940911
A71	mimi 韓行攝の足跡	2013/07/06	【台南.老屋】就在世界末日當天開幕的茶屋~這裡是十八卯茶屋	http://mimg47.pixnet.net/blog/post/4292480
A72	mimi 韓行攝の足跡	2013/11/25	【台南·老屋】慕門又、紅豆~喝一碗紅豆湯,暖活了身體,更感受到了分享的溫度。	http://mimg47.pixnet.net/blog/post/4399703
A73	mimi 韓行攝の足跡	2013/06/27	【台南·老屋】哇!!安平出現了200年前的咖啡店~我在「舊烘爐Cafe」	http://mimg47.pixnet.net/blog/post/4289725
A74	mimi 韓行攝の足跡	2013/08/09	【台南·老屋】滿滿的大師級攝影作品中,享受美好的府城Brunch~我在「蒂立姆FILM brunch」	http://mimg47.pixnet.net/blog/post/4302005
A75	mimi 韓行攝の足跡	2013/06/26	【台南·老屋】人文蒼萃的地點,享受懷舊卻朝氣的早午餐~我在「鹿枝角」	http://mimg47.pixnet.net/blog/post/4289410
A76	mimi 韓行攝の足跡	2013/06/21	【台南·老屋】50年代微風環繞,享受午茶幸福的滋味~「順風號」	http://mimg47.pixnet.net/blog/post/4288347
A77	【下午茶女王】-美食-旅行-飯店住宿	2012/05/03	【台南甜點推薦】蠅尾家甘味處 散步甜食-有置身在日本街頭的小錯覺@正興街美食	http://blog.yam.com/venuslin0113/article/49509949
A78	環遊世界的小羊兒	2014/07/25	AT-CATS & Tea 茶飲輕食	http://yangyoyo84.pixnet.net/blog/post/156672915
A79	環遊世界的小羊兒	2014/07/31	『台南♥』衛屋茶事	http://yangyoyo84.pixnet.net/blog/post/164805915
A80	一哥的玩遍全台灣	2013/11/16	老屋咖啡.台南.正興咖啡館	http://blog.yam.com/evenlin/article/71279635
A81	壹週刊	2014/07/24	好玩台灣 隱身巷弄的小京都	http://www.eat-travel.com.tw/crazytaiwan/2014

				0723/5755860/
A82	瑪格@圖寫文創生活	2014/01/11 2014/01/20	1. 宇樂居食屋-巷弄深處的日式創意料理 2. 衛屋茶事---隱身府城巷弄的京都為旅行	1. http://margaret1122.pixnet.net/blog/post/43401241 2. http://margaret1122.pixnet.net/blog/post/42787666
A83	倫敦男孩	2014/08/31	好擠的餐廳文具	http://boylondon.pixnet.net/blog/post/106538828
A84	倫敦男孩	2011/09/20	台南・北區 衛屋茶事	http://boylondon.pixnet.net/blog/post/68431789
A85	莉塔的旅行筆記	2013/09/28	正興咖啡館	http://lionbeauty.pixnet.net/blog/post/32002787
A86	白開水的SWEET	2009/08/20	【台南・跳舞的羊】咖啡館	http://wey08102002.pixnet.net/blog/post/24334906
A87	最完美的感動	2012/09/25	復興路. 小隱. 民居X感受生活	http://loongchih.pixnet.net/blog/post/31198839
A88	靜巷六弄-老宅裡的革命	2011/01/09	入住保安路謝宅	http://back2home.pixnet.net/blog/post/25338451
A89	。CHIU。	2013/01/16	台南. 復興路. 小隱. 隱居巷弄的民居	http://chiu1009.pixnet.net/blog/post/30401232-%E5%8F%B0%E5%8D%97%E5%BE%A9%E8%88%E8%B7%AF%E3%80%82%E5%B0%8F%E9%9A%B1%E3%80%82%E9%9A%B1%E8%BA%BB%E5%B7%B7%E5%BC%84%E7%9A%84%E6%B0%91%E5%B1%85#comment-30327643
A90	台灣人的上海狂想曲	2013/10/28	【台南 民宿】Alley 7 小巷七號-2	http://dav0611.pixnet.net/blog/post/41618009
A91	台灣人的上海狂想曲	2013/10/28	【台南 民宿】Alley 7 小巷七號-1	http://dav0611.pixnet.net/blog/post/41618009
A92	Diane's 自己的房間	2012/08/03	小隱的天空	http://dianeyang37.pixnet.net/blog/post/91960409
A93	享受生活不無聊。規小孫	2013/03/03	[台南輕旅行] 住在一個自己的家，像是 IKEA 樣品屋般的中意。我在，德南公寓！	http://enlife.pixnet.net/blog/post/95729300
A94	雞蛋貓異想世界	2014/01/30	台南民宿・偶像劇拍攝場景”角樓洋房”~GoTainan 邀約	http://lincyi.pixnet.net/blog/post/29803971
A95	樂活的大方@旅行玩樂學	2011/01/21	[已變成毛鏗民宿] 毛鏗 @ 隱身巷弄、清水模建築風、悠閒怡然自得啊~	http://lohas.pixnet.net/blog/post/28097285
A96	樂活的大方@旅行	2011/12/13	[台南] 轉圈園 老房子民宿	http://lohas.pixnet.net/blog/post/30082751

	玩樂學		@ 悠閒、舒服 的好民宿～	
A97	hello stranger	2012/09/08	台南, 可以就這樣住下來嗎	http://maomao36.pixnet.net/blog/post/31138087-%E5%8F%B0%E5%8D%97,-%E5%8F%AF%E4%BB%A5%E5%B0%B1%E9%80%99%E6%A8%A3%E4%BD%8F%E4%B8%8B%E4%BE%86%E5%97%8E
A98	布丁 食。遊。記	2014/05/27	【台南】百年老屋好味道～小西門時光驛棧信義後樓	http://marukoharuko.pixnet.net/blog/post/57537117
A99	走在夢想路上	2014/03/16	台南. 小隱. 因深巷弄的家	http://mystar55555.pixnet.net/blog/post/358252658
A100	Pepe的意思 意識 意識	2010/08/20	西市場謝宅/老房子旅宿・台南	http://blog.pepe.tw/6760?ModPagespeedFilters=compute_critical_css,decode_rewritten_urls&ModPagespeedCssFlattenMaxBytes=0&ModPagespeedCssImageInlineMaxBytes=0&ModPagespeedCssInlineMaxBytes=10485760
A101	Pepe的意思 意識 意識	2011/10/04	木・十八/緩慢感受生活的老房子住宿・台南	http://blog.pepe.tw/7198
A102	Pepe的意思 意識 意識	2010/08/01	A corner/角落三號/一棟台南的老房子住宿・台南	http://blog.pepe.tw/6298
A103	Pepe的意思 意識 意識	2011/05/01	轉圈圈 Homestay/老房子旅宿・台南	http://blog.pepe.tw/7180?ModPagespeedFilters=compute_critical_css,decode_rewritten_urls&ModPagespeedCssFlattenMaxBytes=0&ModPagespeedCssImageInlineMaxBytes=0&ModPagespeedCssInlineMaxBytes=10485760
A104	捲捲頭 Wonderful 品味。生活	2013/02/12	<台南住宿>有方公寓。尋找失落的陽光 DAY 1	http://rechal63.pixnet.net/blog/post/48500390
A105	SHUYU-ISM	2014/01/06	台南之旅 住宿佳佳小南天	http://shuyuism.pixnet.net/blog/post/40137109
A106	Matt·小蟲 個人部落格	2012/11/30	台南. 復興. 小隱. 民居	http://speedbug.pixnet.net/blog/post/31431129
A107	浮游光年。星球上的影	2011/08/21	台南行。A corner 角落3號	http://sumo520.pixnet.net/blog/post/74486675-%E5%8F%B0%E5%8D%97%E8%A1%8C-%E3%80%82a-corner-%E8%A7%92%E8%90%BD3%E8%99%9F
A108	Tainansinn	2014/02/24	小隱x天天x開心	http://tainansinn.pixnet.net/blog/post/173669991
A109	老溫隨筆	2011/06/17	<老溫隨筆> 台南旅人落腳處 【木・十八】	http://vantora.pixnet.net/blog/post/32320726

A110	【下午茶女王】-美食-旅行-飯店住宿	2014/01/01	【台南住宿推薦】台南1967時尚私人會館 - 歐洲風情x老台南窄巷弄 @台南火車站步行8分鐘	http://venuslin0113.pixnet.net/blog/post/39932452
A111	【下午茶女王】-美食-旅行-飯店住宿	2012/05/08	【台南住宿推薦】正興咖啡館老宅民宿	http://blog.yam.com/venuslin0113/article/49648279
A112	【下午茶女王】-美食-旅行-飯店住宿	2012/05/03	【台南住宿推薦】佳佳小南天旅店-佳佳西市場旅店. 最新力作. 台南的設計小窩	http://blog.yam.com/venuslin0113/article/49510762
A113	【下午茶女王】-美食-旅行-飯店住宿	2011/08/24	【台南住宿推薦】佳佳西市場旅店-超棒的設計旅館，老台南、老台灣故事	http://blog.yam.com/venuslin0113/article/40749177
A114	Youtube-致富密碼	2013/07/23	台南民宿-慢步南國+漫步巷弄+捉鳳凰	https://www.youtube.com/watch?v=xGS0aGI2vzg
A115	跟著小鼠去旅行	2014/07/17	角落三號 A corner	http://blog.ulifestyle.com.hk/blogger/siumeng/
A116	肉魯 旅行散策●私房景點●在地美食	2012/12/08	來『巧寓』婀娜多姿旋在天空的老屋樓梯，油行尾民宿系列2-巧寓民宿完工囉！	http://www.7headlines.com/article/show/477801464
A117	肉魯 旅行散策●私房景點●在地美食	2013/08/01	【台灣好好玩·台南】正興咖啡館民宿 IKEA北歐極簡風格悠哉人文小巷的老屋新戀	http://www.7headlines.com/article/show/268442295
A118	攝影. 旅行. 拈花惹草—Morris	2012/09/19	【台南住宿】復興路·小隱 隱居於巷弄之中	http://morrisyu.com/archives/1234
A119	Via趣旅行	2010/10/15	台南住宿—佳佳西市場旅店~充滿特色風格的旅店	http://viablog.okmall.tw/blogview.php?blogid=777
A120	Via趣旅行	2014/07/19	【台南住宿推薦】台南阿朗基公寓-台南神農街民宿再一可愛主題風格新作！	http://viablog.okmall.tw/blogview.php?blogid=1602
A121	肉魯 旅行散策●私房景點●在地美食	2013/06/03	台南麥克阿瑟民宿	http://www.7headlines.com/article/show/493131524
A122	@台南復興路. 小隱	2013/02/09	全家福在小隱【過新年】	http://tainansinn.pixnet.net/blog/post/122360709
A123	肉魯 旅行散策●	2012/11/02	台南-油行尾民宿 老屋·創	http://www.7headlines.com/article/show/464537

	私房景點●在地美食		意·溫度·Loft·旅居	393
A124	倫敦男孩	2012/01/09	-台南·生活采風：復興路 小隱	http://boylondon.pixnet.net/blog/post/90322292-%E5%8F%B0%E5%8D%97%E2%80%A7%E7%94%9F%E6%B4%BB%E9%87%87%E9%A2%A8%EF%BC%9A%E5%BE%A9%E8%88%88%E8%B7%AF-%E5%B0%8F%E9%9A%B1
A125	莉塔的旅行筆記	2014/7/05	台南「鐵花窗」，六十年代復古的老房子包棟民宿	http://lionbeauty.pixnet.net/blog/post/41077885
A126	莉塔的旅行筆記	2013/11/08	台南角落，「Room A」咖啡，閱讀的寧靜時光	http://lionbeauty.pixnet.net/blog/post/38950351
A127	瑪格@塗寫文創風格	2014/08/05	台南大戶人家-安築。小西門日式風格民宿，一次只接一組客人	http://margaret1122.pixnet.net/blog/post/43757050
A128	台南 角落三號 / 村落裡	2014/07/21	【角落地圖】在地私房的散步地圖~	http://acorner3.pixnet.net/blog/post/159726897
A129	跟著風雲流浪去	2013/03/14	行走在巷弄	http://cebu0803.pixnet.net/blog/post/140652659-%E8%A1%8C%E8%B5%B0%E5%9C%A8%E5%B7%B7%E5%BC%84
A130	享受生活不無聊。 規小孫	2013/03/06	[台南輕旅行] 文青必愛「正興街」：蟋尾家散步甜食必排隊、布莱恩紅茶很日月潭！記得轉進國華街吃小吃。	http://enlife.pixnet.net/blog/post/95801348
A131	享受生活不無聊。 規小孫	2013/03/04	[台南輕旅行] 孔廟府中街荊桐花巷，一條讓你整個人會放鬆下來的小街道~!	http://enlife.pixnet.net/blog/post/95769978
A132	享受生活不無聊。 規小孫	2013/03/11	[台南輕旅行] 夜遊神農街、燈籠高高掛，各家工作室任你挖寶任你逛！	http://enlife.pixnet.net/blog/post/95867342
A133	六口之家	2014/02/10	台南二日~增肥無怨遊 <下>	http://fifimom.pixnet.net/blog/post/40346068-%E5%8F%B0%E5%8D%97%E4%BA%8C%E6%97%A5~%E5%A2%9E%E8%82%A5%E7%84%A1%E6%80%A8%E9%81%8A-%3C%E4%B8%8B%3E
A134	mika出走美食日誌	2013/03/14	藍曬圖&神農老街	http://mika0310.pixnet.net/blog/post/140593836
A135	mimi 韓 行攝の足跡	2014/02/02	【台南·北區】321巷藝術聚落：原來能穿越時光，我真的	http://mimg47.pixnet.net/blog/post/4284877

			辦到了~	
A136	mimi 韓 行攝の足跡	2014/05/08	【台南景點】中西區.孔廟魅力商圈：府中街，一條散發出府城特有氣息的荊桐花巷。	http://mimg47.pixnet.net/blog/post/4693116
A137	mimi 韓 行攝の足跡	2014/02/08	【台南·中西區】神農街(北勢街)：大紅燈籠高高掛起，充滿古老氣息與元宵氣息的府城。	http://mimg47.pixnet.net/blog/post/4524705
A138	Pepe的意思 意識	2009/12/16	漫步西市場·台南 ~2025 EAT	http://blog.pepe.tw/5939
A139	皮西斯生活的生活網誌	2010/05/13	[台南]海安路藝術街&神農街	http://pisece.pixnet.net/blog/post/26441046
A140	捲捲頭 Wonderful 品味。生活	2013/02/15	<台南旅遊>海安路藝術街+神農街。適合慢遊、攝影的老街	http://rechal63.pixnet.net/blog/post/48521326
A141	蓉蓉牽手 ㄟㄣㄣ 你環遊世界	2013/06/03	【台南】懷舊之旅。悠閒在復古時光的老街道♡神農街&藍曬圖	http://s045488.pixnet.net/blog/post/73559326
A142	柚香工房	2014/01/23	[旅行。台灣]台南一日遊(2)：海安路 神農街 拍拍照走走看看	http://yukaoriya.pixnet.net/blog/post/103055125
A143	柚香工房	2014/01/24	[旅行。台灣]台南一日遊(3)：國片『總舖師』拍攝景點 愛鳳小吃店媽祖樓天后宮	http://yukaoriya.pixnet.net/blog/post/103075069
A144	轉角(Mable~) の 吃喝玩樂	2012/06/09	『台南 中西』古意盎然【神農老街】~ 悠閒半日遊	http://cheng0073.pixnet.net/blog/post/4167659
A145	Via趣旅行	2012/12/06	【台南知事官邸】台南知事行館~異國風的老古蹟、新景點!	http://viablog.okmall.tw/mobile/blogview.php?blogid=1116
A146	Via趣旅行	2010/10/19	【台南神農街】一條適合慢遊、攝影、感受的老街	http://viablog.okmall.tw/blogview.php?blogid=780
A147	收藏台灣之美		台南的有趣的發現都藏在街頭巷弄裡面 讓我們一起散步走走吧	http://www.drytech.com.tw/%E8%A1%97%E9%A0%AD%E5%B7%B7%E5%BC%84
A148	一哥的玩遍全台灣	2009/09/25	漫遊台南 安平老街·茉莉巷	http://blog.yam.com/evenlin/article/24255650
A149	海豚飛看世界	2009/10/20	即興愜意旅遊 台南古蹟行腳	http://htfjsw10.pixnet.net/blog/post/102414

A150	台南民宿推薦： Alley7-小巷7號	2014/01/13	南門城牆與大充街漫步	http://alley7.pixnet.net/blog/post/343569911
A151	台南民宿推 薦：Alley7-小巷7號	2013/12/16	台南市信義街漫步	http://alley7.pixnet.net/blog/post/329817104-%5B%E5%8F%B0%E5%8D%97%E5%B8%82%5D-%E4%BF%A1%E7%BE%A9%E8%A1%97%E6%BC%AB%E6%AD%A5
A152	薇樂莉愛旅行	2014/01/29	走進巷弄內的安平老街	http://blog.yam.com/viaggioluv/article/72118794
A153	收藏台灣之美		台南旅程個展 漫步府城體會 人文和藝術的一趟旅程	http://www.drytech.com.tw/%E8%AE%80%E5%8F%B0%E5%8D%97
A154	蘋果日報	2009/12/29	台南 府城覓和風 安平探巷 弄之美	http://www.appledaily.com.tw/appledaily/article/supplement/20091229/32193543
A155	今日新聞網	2011/03/26	台南巷弄漫步：賣笑說故事的 店 寮國咖啡	http://www.nownews.com/n/2011/03/26/543527
A156	享受生活不無聊。 規小孫	2013/3/04	[台南輕旅行]孔廟府中街荊 桐花巷,一條讓你整個人會放 鬆下來的小街道~!	http://enlife.pixnet.net/blog/post/95769978-%5B%E5%8F%B0%E5%8D%97%E8%BC%95%E6%97%85%E8%A1%8C%5D-%E5%AD%94%E5%BB%9F%E5%BA%9C%E4%B8%AD%E8%A1%97%E8%8E%BF%E6%A1%90%E8%8A%B1%E5%B7%B7%EF%BC%8C%E4%B8%80%E6%A2%9D%E8%AE%93%E4%BD%A0
A157	《遠見》2014年8月 號	2014/07/31	李偉文的退休進行式	http://www.youtube.com/watch?v=8TCU7jJhHX4&feature=youtu.be
A158	slihwang1028 的部 落格	2012/03/26	巷弄美食	http://slihwang1028.pixnet.net/blog/post/88482219
A159	今日新聞網	2014/07/08	遇見老房子的100種表情 老 屋顏APPX實體創作展	http://www.nownews.com/n/2014/07/08/1313384
A160	鳳凰視訊	2014/05/07	台南,巷弄旅行熱度高,民宿 刮起復古風	http://v.ifeng.com/news/society/2014005/0196fc7b-ceb9-428b-b77c-af599897695a.shtml
A161	蘋果日報副刊	2011/01/24	台南住老房子 玩味特色綠建 築	http://www.appledaily.com.tw/appledaily/article/supplement/20110424/33339596/