

南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文

A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTERS OF SCIENCES

DEPARTMENT OF TOURISM MANAGEMENT

NAN HUA UNIVERSITY

遊客旅遊動機滿意度與蓮花認知之研究-以白河蓮農特區為例

A Study of Satisfaction Degree on Tourism Motivation and Cognition on Lotus of Visitors - Taking Paiho Lotus Farming Community as an Example

研究生：張炳榮

Graduate Student: CHANG, PING-JUNG

指導教授：張清標 博士

Advisor: CHANG, CHING-PIAO Ph.D

中 華 民 國 九 十 六 年 六 月

南 華 大 學

旅遊事業管理研究所

碩 士 學 位 論 文

(中文題目：遊客旅遊動機滿意度與蓮花認知之研究-

以白河蓮農特區為例)

研究生：張炳榮

經考試合格特此證明

口試委員：胡泉民

黃俊序

張清標

指導教授：張清標

所 長：丁誌敏

口試日期：中 華 民 國 96 年 06 月 22 日

# 南華大學旅遊事業管理研究所九十五學年度第二學期碩士論文

論文題目：遊客旅遊動機滿意度與蓮花認知之研究-以白河蓮農特區為例

研究生：張柄榮

指導教授：張清標 博士

論文摘要：

本研究以參與白河蓮農特區旅遊遊客為主要研究對象，透過問卷調查，以進一步了解遊客之旅遊動機、滿意度與遊客對蓮花睡蓮認知之關聯性。問卷調查結果共獲得 473 份有效問卷，之後並以 SPSS 10.0 統計軟體進行因素分析、信度分析與單因子變異數分析，經實證結果得到以下幾點結論：(1)受訪遊客以 21 - 30 歲得年輕族群為數較多，女性多於男性，居住地分布以南部地區為主，大部分遊客的旅遊動機均是全程體驗白河蓮農特區的產業文化活動，同時以全家親子及親友一同出遊為較高之比例；(2)白河蓮農特區休閒產業文化活動是以「放鬆心情舒解壓力」、「了解當地農業文化」、「來看本地特殊景觀」、「享受本地自然美景」、「拓展蓮花睡蓮知識領域」與「增加朋友情感」為吸引旅遊動機的主要因素；(3)遊客屬性不同，在滿意度調查分析後有顯著不同；(4)遊客性別職業教育程度婚姻狀況居住地的不同對蓮農特區的旅遊動機也不同，拓展蓮花睡蓮知識領域上也有顯著差異；(5)遊客最滿意於了解當地農業文化、「來看本地特殊景觀」與「放鬆心情舒解壓力」；(6)受訪遊客對白河蓮農特區文化活動的體驗感受，普遍感到滿意，遊客重遊意願高，也樂於向親友推薦白河蓮農特區產業文化節（白河蓮花季）。鑒於上述之結果，本研究提出幾點建議：(1)須加強白河蓮農特區產業文化活動之行銷；(2)提供更完善軟硬體設施，讓遊客更易明瞭；(3)應培養專業人才能力，提升服務多角化，品牌制度建立，服務品質優質化；(4)強化產業文化活動內容，增加遊客旅遊動機吸引力前來實際體驗，以提高旅遊滿意度，增強其重遊意願，同時也對當地文化產業、經濟與就業人口均有正面的意義與提升。冀望本研究結果可提供國內產業文化與觀光旅遊界，未來在從事規劃與舉辦產業文化活動之參考。

【關鍵詞】：休閒產業、旅遊動機、滿意度、蓮花睡蓮

**Title of Thesis: A Study on Satisfaction Degree of Tourism Motivation and Cognition on Lotus of Visitors - Taking Paiho Lotus Farming Community as an Example**

**Name of Institute: Department of Tourism Management, Nan Hua University**

**Graduate Date: July, 2007**

**Degree Conferred: M.B.A.**

**Name of Student: CHANG, PING-JUNG Advisor: CHANG, CHING-PIAO Ph.D.**

## **【 Abstract 】**

**This research was conducted based on the tourist samples taken from Paiho Lotus Farming Community. The Correlation between tourism motivation, satisfaction degree of tourists and the cognition on lotus nymphaea of tourists was also examined by way of questionnaire investigation. In total there were 473 valid questionnaires returned, and SPSS version 10.0 (Statistical software) was utilized to conduct Factor Analysis, Reliability Analysis, and one-way ANOVA. Some conclusions are drawn as follows according to the empirical results: (1) the age of most visitors range from 21-year-old ~ 30-year-old, generally the younger generation. And the ratio of female is higher than that of male. For the residential distribution, most of them live in the southern area of Taiwan. The tourism motivation of most visitors aimed to comprehensively experience the industry's cultural activity of Paiho Lotus Farming Community, and the family tourism including parents-children or kinsmen kept a greater proportion in visitors; (2) the main factor attracting the tourism motivation of the industry's cultural activity of Paiho Lotus Farming Community is "to relax, decrease anxiety and stress," "to have insight into such fields as local agricultural culture," "to sightsee the exceptional landscape," "to enjoy the beauty of the local natural world," "to extend the knowledge range of lotus nymphaea," and "to improve the interaction among friends;" (3) groups of different sense of community were significantly correlated to visitors' satisfaction degree via analysis of questionnaire; (4) not only the tourism motivation towards Lotus Farming Community but also the extending of the knowledge range of lotus nymphaea are affected by the tourists' gender, occupation, education level, marital status, and living location; (6) in general, the respondents were satisfied with the cultural activities of Paiho Lotus Farming Community. Visitors with higher degree of willingness of revisit tend to recommend their friends and families to join Industry's Cultural Festival of Paiho Lotus Farming Community (Tainan Paiho Lotus Carnival).**

**Based on the above results, several suggestions were presented as follows:**

**(1) marketing of the industry's cultural activity of Paiho Lotus Farming Community should be enhanced; (2) more complete software and hardware facility would be provided so that the visitors can easily understand; (3) the training of the talented persons and the diversification of services should be enhanced, the brand system should be established, and the quality of services should be improved; (4) the content of the industry's cultural activity should be enhanced so as to attract more visitors not only to experience the festival but also to improve the tourism satisfaction degree to strengthen the willingness of revisit. Meanwhile, this has brought positive meanings and benefits in enhancing the local culture industry, economy, and the employed population. Hope the research results provide the domestic industry's cultural and tourism industry valuable examples and references for the planning and launching of industry's cultural activity in the future.**

**【 Key Words 】 Leisure Industry, Tourism Motivation, Satisfaction Degree, Lotus Nymphaea**

# 目錄

目錄	.....v
表目錄	.. .viii
圖目錄	.. x
第一緒 緒論	.1
1.1 研究背景與動機	..1
1.2 研究目的	..3
1.3 研究範圍	..3
1.4 研究流程	..4
1.5 研究內容與限制	... .4
1.6 研究限制	....5
第二章 文獻回顧	.7
2.1 休閒產業之定義與內涵	...7
2.1.1 世界觀光休閒產業市場	14
2.1.2 休閒產業未來發展趨勢	15
2.1.3 未來具有潛力的休閒產業	16
2.1.4 休閒產業發展方向	19
2.1.5 國內休閒產業發展現況	20
2.1.6 休閒產業的經營策略	21
2.2 旅遊動機的意義	.22

2.2.1	影響旅遊動機的因素	23
2.2.2	個性心裡因素	25
2.2.3	旅遊動機的分類	26
2.2.4	旅遊的動機與旅遊行為的產生	28
2.3	滿意度的相關理論	.31
2.4	蓮花全身皆是寶	.38
2.5	睡蓮文獻回顧	.69
<b>第三章</b>	<b>研究設計與方法</b>	<b>73</b>
3.1	研究範圍	.73
3.2	研究架構	.74
3.3	研究假設	.75
3.4	操作型定義	.75
3.5	抽樣設計	.77
<b>第四章</b>	<b>實證結果與分析</b>	<b>81</b>
4.1	遊客遊憩動機分析	.81
4.2	滿意度分析	.83
4.3	遊客對蓮花、睡蓮認知分析	.84
4.4	遊客基本屬性分析	.86
4.5	旅遊動機因素分析	.90
4.6	遊客屬性與旅遊動機之差異分析	.92

4.7	遊客屬性與對滿意度衡量之差異分析	.96
4.8	旅客屬性與蓮花、睡蓮認知之差異性分析	.102
<b>第五章</b>	<b>結論與建議</b>	<b>.. 107</b>
5.1	研究結論	...107
5.2	建議	...110
5.3	研究限制與後續研究建議	...111
<b>參考文獻</b>		<b>112</b>
附錄一		123
附錄二		125
附錄三		128
附錄四		129
附錄五		133



## 表目錄

表 2-1 十八種重要的旅遊動機.....	29
表 2-2 蓮花睡蓮比較表.....	50
表 4-1 受訪者之旅遊遊憩動機統計表.....	82
表 4-2 休閒農業活動旅遊動機分析表.....	83
表 4-3 旅遊動機因素分析與信度分析檢定表.....	84
表 4-4 滿意度分析表.....	86
表 4-5 遊客滿意度分析表.....	89
表 4-6 遊客對蓮花、睡蓮基本認知分析表(n=473).....	91
表 4-7 遊客基本屬性分析表(n=473).....	92
表 4-8 遊客性別與衡量變項之差異性檢定表旅動機.....	93
表 4-9 遊客年齡與衡量變項之差異性檢定表之旅遊動機.....	93
表 4-10 遊客年齡與衡量變項之差異性檢定表之旅遊動機.....	94
表 4-11 遊客年齡與衡量變項之差異性檢定表之旅遊動機.....	95
表 4-12 進客教育程度與衡量變項之差異性檢定表.....	95
表 4-13 您是來自(居住地點)與衡量變項之差異性檢定表.....	97
表 4-14 遊客個人平均月收入與衡量變項之差異性檢定表.....	97
表 4-15 遊客性別與衡量變項之差異檢定表(滿意度).....	98
表 4-16 遊客不同年齡層與衡量變項之差異檢定表.....	99
表 4-17 遊客婚狀況與衡量變項之差異檢定.....	100

表 4-18 遊客職業與衡量變項之差異檢定表.....	100
表 4-19 遊客教育程度與衡量變項之差異檢定表.....	101
表 4-20 滿意度您是來自(居住地點)與衡量變項之差異檢定表.....	102
表 4-21 遊客平均月收入與衡量變項之差異檢定表.....	103
表 4-22 遊客性別認知與衡量變項之差異性檢定表.....	103
表 4-23 遊客年齡認知與衡量變項之差異性檢定表.....	104
表 4-24 遊客婚姻狀況認知與衡量變項之差異性檢定表.....	105
表 4-25 遊客職業認知與衡量變項之差異性檢定表.....	105
表 4-26 遊客教育程度認知與衡量變項之差異性檢定表.....	106

## 圖目錄

圖 1-1	研究流程圖	4
圖 3-1	研究架構圖	74

# 第一章 緒論

## 1.1 研究背景與動機

白河鎮農特產，蓮花與睡蓮為台南縣南瀛特色。蓮花季推動，前後歷程 6 年的推動。成效仍停留在地方性的農業休閒活動。無法達成精緻農業的型態，雖然初期係由縣府補助，鎮公所配合縣政府文化局主辦，做一系列的推動。報章媒體報導，公部門的主動指配軟硬體設施，如指示牌、路線導引、解說員解說、公車定時定點免費接送遊客，協助遊客解說導覽等。以及蓮花資訊館的設立，方便遊客探討了解蓮花生長過程及研發之系列產品，副產品具有相當的發展潛力，提供農民轉型精緻休閒農業的契機，也為農民增加收益，吸引遊客前來當地親近自然。體會休閒農業，享受田園樂趣，進而達到休閒遊憩的目的，也為實施週休二日，遊客增加觀光休閒活動的機會，提供以農特產、田野生活、生態的樂趣，體驗與都市生活不一樣的感覺而嚮往，因而帶動當地的經濟。農產品的促銷成長，吸引觀光遊客，以及農產市場的發展。因此打響了白河鎮蓮花季產業文化節的知名度，每年夏季定時舉辦。也為當地觀光，休閒遊憩，帶來相當的衝擊影響與收入。後來因限於政府經費之不足。無法持續每年鉅額補助。也由主辦角色轉為協辦角色，退為協助指導，以及必要設施之協助，漸由民間團體當地蓮農每年定期的舉辦規劃推出。採定點的觀光休閒旅遊導向，逐漸失去原有風貌，而落入經濟型商圈，導致產品發展的格局與期望，以及遊客的滿意度、重遊意願，資源運用與策

略上等，產生落差與瓶頸。為響應政府一鄉一特色的休閒觀光策略，結合當地鄉鎮的產業節慶活動，促銷農特產品也為白河鎮觀光休閒產業，創造新的產能、提高附加價值、遊客期望、體驗滿意度，依戀進而有效的提升休閒產業觀光旅遊效果及當地居民實質收益，走向精緻休閒產業，創造風華再獻的白河鎮蓮花季產業文化節的最高峰。農特產中蓮花與睡蓮，在白河鎮產業文化節活動中佔有相當的經濟效益以及附加價值。尤其系列產品的未來性，如蓮花茶、蓮花香精、香水、蓮藕茶、蓮藕、蓮子、蓮蓬、蓮葉，蓮梗等系列農產品開發行銷推廣，對當地的居民經濟收益影響、增加就業機會等。

依據美國著名觀光學教授羅伯特 w. 麥金托 (Robertw.Mcingosh) 將人們旅遊動機歸納為身體、文化、人際、地位聲望等四方面，來達到旅遊動機。加拿大政府觀光局對旅遊動機，也作了四大項 23 種旅遊來詮釋人們動機形成的原因，國內遊客旅遊動機的產生，大致上也是上述之旅遊而達成暫離工作崗位及居住地，而會前往舒解工作壓力，放鬆自己無負擔而滿足身心自我愉悅的旅遊地點，而白河蓮農特區符合上述條件，自然、原野、鄉土，而且具有當地特色，不妨親自前往體驗，那是不錯的地方，也是引起筆者研究的原因。

以及遊客的認知體驗、遊客旅遊動機滿意度、遊客基本資料，以及在地居民的期待等，藉由實地觀察，探訪深入了解，收集相關意見、資料，問券，因素分析、信度分析、單因子變異數分析等，針對白河鎮蓮花季

蓮農特區產業活動收益，效能及衝擊，做一探討，將研究結果提供相關單位參考，冀望能對當地休閒文化產業觀光旅遊素養的提升，以及擴大蓮花，睡蓮的經濟效益。附加價值，產業文化資源的永續發展經營，遂成為本計劃研究的課題。

## 1.2 研究目的

- (一) 探討遊客社經背景不同對蓮花、睡蓮旅遊動機與遊客滿意度的關係。
- (二) 探討在地居民對蓮花、睡蓮的認知期望與差異。
- (三) 探討在地居民對蓮花、睡蓮在經濟效益上的期望。
- (四) 探討在地居民對蓮花、睡蓮的附加價值開發與期待。
- (五) 探討蓮農對蓮花、睡蓮的認知期望、建議。
- (六) 從問卷分析與文獻整理作成結論與建議，讓蓮花、睡蓮在白河鎮休閒產業文化中持續永恆發展。

## 1.3 研究範圍

為探討白河鎮農特產中休閒產業蓮花、睡蓮在遊客旅遊動機與遊客滿意度的關係，本研究選定白河鎮蓮農特區：大竹里、玉豐里、紹安里、蓮潭里、廣安里等地區為研究範圍。

依據鎮公所提供之休閒產業中本地蓮農之栽培面積與範圍收益、限制以及在休閒產業中所佔的比重，耕作情形。以上述五個里為主要產區，

所以本研究選定蓮農大本營北五里蓮花聚落地區作為研究範圍。

## 1.4 研究流程

本研究流程綜前所述，區分內容為第一章緒論、第二章文獻回顧、第三章研究設計、第四章實證結果分析，第五章結論與建議等五個階段，其研究流程如圖 1-1 所示。



圖 1-1 研究流程圖

## 1.5 研究內容與限制

本研究對於蓮花、睡蓮在休閒產業中對遊客旅遊動機與遊客滿意度做

一探討。其研究內容如下：

第一章為緒論：內容為確立研究相關背景動機與目的，研究範圍選定以及研究的整個流程。第二章為文獻回顧：內容為相關文獻回顧討論休閒產業之定義與內涵、遊客旅遊動機定義與內涵、遊客滿意度定義與內涵、蓮花定義與內涵、睡蓮定義與內涵、國內外休閒產業發展歷程、休閒產業核心資源與競爭優勢、市場與顧客、社區營造與休閒產業永續發展。本研究將蓮農特區基本概況，永續發展、市場須求，以及遊客對蓮花、睡蓮的旅遊動機與遊客滿意度相關文獻做一探討。第三章為研究設計：包含研究架構與假設，問卷設計與問卷發放。第四章為實證分析與結果：內容為探討問卷調查後作各項分析，如：因素分析，單因子變異分析，加以分析探討。第五章為結論與建議：內容為問卷調查資料分析探討所得結論，提供有關單位參考。

## 1.6 研究限制

( 1 ) 本研究只用封閉式的問卷作遊客的調查，未實地訪談當地居民蓮農與政府管理單位人員，僅由文獻資料整理較難提出完整的建言。

( 2 ) 調查方法的限制：

因為蓮花季遊客包括性別、年齡、交通工具、專程或路過住宿或不住宿，而且須顧及受訪者之填答意願，如果以隨機抽樣之調查方式，事實上有些盲點，所以本研究採便利抽樣調查方式，所以對於抽樣樣本之分



布情形有可能失真確。對於當地居民局及蓮農無法普遍全部採訪，也適用便利抽樣方式具代表性之採訪，有可能欠缺普遍失真確。

( 3 ) 研究範圍的限制：

本研究屬地區研究，研究採訪問卷及分析之結果，並無法類推於其他地區對遊客研究旅遊動機與遊客滿意度的認知與實質感受，僅能提供屬白河鎮地區公部門及業者對遊客旅遊動機與遊客滿意度對該區休閒產業經營管理之參考。

( 4 ) 調查時間上的限制：

因為限於時間及經費上的困難問卷之發放與回收以及採訪居民蓮農之日期為九十六年一月二日至三月二日，其間雖涵蓋該區之淡季與旺季，因為只有短短數月無法代表蓮花、睡蓮在該地區遊客的旅遊動機與遊客滿意度。

## 第二章 文獻回顧

本章旨在探討休閒產業蓮花、睡蓮的遊客旅遊動機分析與遊客滿意度的相關理論與文獻。分別在相關理論文獻做回顧及探討，並加以彙整作為本研究之理論基礎及研究架構。

### 2.1 休閒產業之定義與內涵：

休閒定義 (leisure)：休閒對不同的人有不同的看法，不僅年齡和教育的差異影響人們對於休閒的理解。

薛銘卿 (1992) 對休閒的概念，綜合各家說法歸納有 5 種看法：

(一) 字義的觀點：休閒是與工作相對立的、自由的、可以享受的愉快心裡狀態。

(二) 時間的觀點：是閒暇自由的、放下身邊的工作，壓力以外的自主時間。

(三) 活動的觀點：是隨心所欲的、滿足需求可以自由選擇與工作無關的活動。

(四) 心理的觀點：是完美的、是內在需求而滿足的體驗。

(五) 綜合性的觀點：是一種追求自我、脫離客觀環境而自我認同的活動方式。

休閒本身具有鬆弛身心，消除疲勞，獲得工作以外的滿足感，穩定情緒，紓解壓力，增廣視野，促進個人身心發展，獲得自我實現。

在探討休閒產業定義之前，我們必須先對「休閒」這一名詞做個簡單的了解，陳思倫、歐聖榮及林連聰等三位教授於 1997 年在其合著之「休閒遊憩概論」中，歸納各家學者對休閒的看法並提出「所謂休閒係指在工作以外的閒暇時間（即除了工作時間及生理必須時間或生存時間之外的時間）內，自由自在的選擇自己喜愛的活動，已達到消愁解悶，恢復調劑身心的狀態。」簡言之，休閒乃是人們再工作以外的時間，自由從事自己所喜歡的活動。因此，無論是看電視、閱讀、踏青、露營，皆可謂之為休閒。

有了上述對於休閒的了解，我們便可以休閒產業定義為：「舉凡提供人們從事休閒時所需之相關產品或服務之正業，皆可謂之為休閒產業。」而若將休閒產業依其性質加以分類，則可分為：(1) 一般娛樂事業；(2) 觀光遊憩事業。

#### (一) 一般娛樂事業：

一般娛樂事業係指提供民眾日常休閒生活所需之事業，通常多位於都市內。包括：電玩業、出版業、唱片業、娛樂業、百貨業、餐飲業...等 250 類事業提供民眾日常生活食、衣、住、行、育、樂相關之休閒服務。諸如：購物、看電視、唱 KTV、喝咖啡、閱讀、聽音樂等。

#### (二) 觀光遊憩事業：

觀光遊憩事業則屬於提供民眾出外旅遊所需之相關服務，如運輸業、飯店業、旅行業...等 250 類事業提供了民眾從自家至觀光遊憩據點，再

由觀光遊憩據點返家之旅程中所須知所有服務。

由上述可知休閒產業所包含的範疇相當廣泛，凡提供民眾休閒感受的企業，皆可謂之休閒產業。在探討休閒產業時，為使能對休閒產業有更深入的了解，主要以觀光遊憩事業為探討。

休閒是影響生活品質的重要因素之一。休閒經驗的滿足可以提升幸福感和自我的價值。休閒是傳遞歷史、社會、文化價值的媒介，這些價值可以促成社會規範目標和風俗習慣的形成。休閒是一種自由的狀態(Freedom)，一種追求個人興趣的自由。

( ) 美國學者認為，很難對休閒產業的範圍有一個全面的統計，幾乎所有的產業，包括國防都有一些與休閒相關的工作。根據統計，美國的旅行和旅遊業雇用的職員有 900 萬之多。在全聯邦，各州，各縣和當地的娛樂場所，公園以及其他休閒機構，大約有 250,000 個公共服務類的工作職位。還有近 2,000,000 作家，藝術家，演藝界人士和職業運動員。對全部休閒工作的最簡單的估計辦法是將用於休閒方面的消費折合成工作職位進行統計。如果每 40,000 美元的消費開支能創造一個工作職位。歐美國家休閒產業十分發達，據有關資料表明，美國的休閒產業已處於國民生產總值第一的位置，其就業人口佔全部勞動力的四分之一。

(三) 我國休閒產業的發展：

關於我國休閒產業的發展，主要參考中華民國戶外遊憩學會所著之「台灣之休閒相關大世記要」並加以歸納後可分為以下四個時期：

(1) 潛伏期(民國 38 年 民國 48 年)

此期間受到了國民政府遷台及兩岸對戰之影響，休閒產業的發展已節約即匡正民風為原則，雖已有電影院、收音機等基礎休閒設施，但仍受到政府諸多限制，如燈火管制，宵禁，入夜停止營業等。

(2) 導入期(民國 40 年 民國 67 年)

此時期國民政府對於民眾一般休閒需求逐漸重視，相關限制亦漸趨開放，此時期之重大政策，包括台灣旅行社開放民營，觀光委員會成立，國際觀光旅館納入獎勵投資範圍，風景特定區，森林遊樂區，國家公園相繼成立。

(3) 成長期(民國 68 年 民國 85 年)

此時間起於民國 68 年，政府開放民眾出國觀光，至此國人出國觀光蔚為風氣，國人出國人次大幅成長，並於民國 76 年開放國人赴大陸探親，致使出國人數再創新高，國人休閒觀念的發展日益建立。

(4) 成熟期(民國 86 年迄今)

由於民眾對休閒之需求提昇，政府於民國 86 年開始實施隔週休二日，並逐步推動週休二日之政策，使得國人之工作時數減少，休閒時間增加，休閒產業至此蓬勃發展，大眾休閒時代正式來臨。

台南縣為農業大縣，除了白河鎮外，三十一鄉鎮市都有自己的農產品特色，可以說是「一鄉一特產，鄉鄉有特產」而且產期分散在一年四季當中，在既有的農產特色基礎上，將各自獨立的產期，從一至十二月串

聯起來，就形成一條「產業絲路」，在目前的產業絲路中，成形或成形中的產業文化活動包括：一至三月份的「下營蠶桑節」、「七股洋香瓜節」，四至六月份有「安定蘆筍節」、「左鎮白堊節」、「關廟鳳梨節」、「新化番薯節」、「玉井芒果節」，七至九月份有「白河蓮花節」、「龍崎竹筍節」、「麻豆文旦節」，十至十二月份有「官田菱角節」及「大內酪梨節」，故各地文化的產業文化節慶，讓台南縣有如一座自然的戶外「南瀛產業生態博物館」，每當產期來臨時，就是鄉鎮市個別的產業慶，當連線起所有的產業活動後，一年十二個月中幾乎每個月都有產業文化節，也變成台南縣年度的產業盛會。

台南縣政府以文化藝術活動來結合觀光與農業，以三者的整體力量來帶動三十一鄉鎮市各項產業的發展，民國 85 年在文建會的經費補助下，台南縣立文化中心選擇白河鎮辦理「八十五年全國文藝季白河蓮花節」活動。在此之前的文藝活動都為了整合運用地方的文化資源，一同投入文化藝術發展，提升生活品質與內容，落實台南縣的文化建設。依據楊文燦 (2001) 及楊崑霖 (2001) 研究顯示；在遊客效益方面，白河蓮花節不僅提供遊客親子同樂的功能，更讓遊客對農村生活更為瞭解，經由遊客實際消費方面估計，白河鎮於蓮花節為期近二個月之間，遊客大約在白河鎮消費兩億多台幣，其中以餐飲的消費最高，住宿最低。在居民效益方面，白河蓮花節的舉辦提高了白河鎮的知名度與形象，產生對白河鎮認同感與歸屬感，並促進白河鎮的整體經濟繁榮。

觀光休閒產業又稱「無煙囪工業」，一向為世界各國所努力拓展的目標，在 1995 年國際旅遊收入總額已達到 3990 億美元，較 1980 年之 1053 億美元增加 2.8 倍，平均年成長率為 9.3%。又根據世界旅遊觀光組織 (World Travel & Tourism Council) 之預測，從現在到 2005 年，觀光會創造一億肆千肆佰萬的工作機會，而且一億一千貳佰萬工作機會會在亞太地區快速成長。

我國歷年來經濟成長指標均有上揚之趨勢，國人可支配消費性支出相對成長，其中休閒支出也隨之大幅增加，正是觀光休閒事業發展之契機。經濟部有鑑於此，特將觀光業列為十項策略性服務業之一，而以販賣「個人服務」為主的觀光旅遊業，更是觀光休閒事業發展的原動力，其附加價值之高，層面之廣泛，實為有發展潛力的服務產業，

休閒產業是一種結合休閒、心裡、管理、行銷、財務、法律責任、硬體規劃與活動設計等多元性專業的專業產業。youell, Ray 在 1996 年出版的「休閒旅遊與觀光完全手冊」- 書裡將休閒產業定義為：「指由營利性商業，私人和志願所組成非營利性商業的部分與兩者重疊相互關聯之部分所組成。」因此休閒產業的範圍非常廣泛。所以在 John C Crossley Lynn M Jamieson 指出休閒產業不管如何發展，必定具有以下幾項特性：一、只能賺取消費性支出，二、可替代性，三、消費不確定性，四、季節性，五、循環特性與產品生命週期不可預測性，六、間接性，七、零和市場性，八、產品僵固性。

休閒範圍涵蓋廣泛，吳怡寬 (2004) 提及現今休閒產業有五種導向：

(一)資源導向：包括天然資源導向，如動植物資源導向、地質地形島嶼、聚落的生態休閒、氣象賞雪等季節性的生態休閒，且現在追求回歸自然，因此這些生態產業正逐漸的興盛。

(二)人物資源：宗教休閒是台灣的一大特殊休閒，例如廟會節慶活動吸引眾人參加、慈濟義工的人數也是很眾多。

(三)服務休閒：例如義工、志工每當放假就往需要幫忙的地方去，另外還有示威活動或遊行也吸引不少人參加。

(四)文化休閒：目前台灣積極利用文化創意產業來繁榮地方的經濟，為地方重建新的傳統開發新的資源，賦予新的文化價值。

(五)商務休閒：例如商務休閒俱樂部。

陳其澎 (2000) 以文化地景(Cultural Landscape)來檢測台灣社區總體營造，營造過程可以讓人們有一種新視野去思考社區公共領域在整個過程中有關課題。台灣文化地景不僅有不同的社會功能，其空間意涵的內容便著重於「身體感官經驗 - 視、聽、嗅、觸、味」才能深刻描寫出台灣文化地景中所言之情境(Idiographic)。世界遺產公約(WHC World Heritage Contract)正式認定文化地景是文化資產的一部分。新文資法第一張第三條第三項：文化景觀是指神話、傳說、事蹟、歷史事件、社群生活或儀式行為所定著之空間及相關連之環境。

張清溪 (1987) 產業是指生產同一產品的所有廠商(或稱生產者、生產



決策單位)之集合就是一個產業(industry)，也就是一般行業分類中所稱的行業(industry)，行業通常區分為農業(第一類)、礦業、製造業、水電燃氣業、營造業(以上四業為第二類)、商業、運輸倉儲、通信業、金融保險業及工商服務業、社會團體及個人服務業(以上四業為第三類)，這三類亦泛稱農業工業與服務業。

張正英 (1998) 從歷史演進過程觀點指出，對某種產業追根溯源，對其古今中外的演進歷程予以掌握發揚，創造可謂之產業文化。

李榮宗 (1998) 從產業與文化結合觀點將產業文化定義為：產業加上文化就是產業文化，也就是說以家鄉的產業推廣為主，結合家鄉的歷史、風景、古蹟以節慶文化活動的方式，一起來將家鄉介紹給外來朋友遊客，讓他們了解自己的家鄉，知道自己的產業，以達到產業的推廣，提升家鄉之產業文化品質。

### 2.1.1 世界觀光休閒產業市場

依據世界觀光組織( World Tourism Organization, 簡稱 WTO )2000年版的分析報告出，「觀光」已成為許多國家鑽取外匯的首要來源。在全球各國的未會收入中約有超過百分之八來自觀光休閒收益(超過自動化電器產品的百分之 7 點 8 及醫藥品的百分之 27 點 5)，總收益亦超過所有其他國際貿易種類，高居第一，約五兆三千三百億美元。依前述分析報告指出，全球觀光人數自 1960 的六千九百萬人次至 1999 年的六億四千四百四十

四萬人次，足足成長了九點六倍，而全球觀光休閒收益亦從 1960 年之六十八億六千七百萬美元至 1999 年之四千五百四十五億五千三百萬美元，亦成長了六十六點二倍( Tourism Economic Report,1<sup>st</sup> sdition,1998 )。WTO 更進一步預估至 2020 年，全球觀光人數將成長至 16 億 2 百萬人次，全球觀光收益亦將達到二兆美元。

此外，世界觀光旅遊委員會(WTTC) 於 2000 年就觀光休閒產業對世界經濟貢獻度所進行的相關統計與預估顯示 2000 年全球觀光休閒產業規模(包括觀光相關產業投資及稅收等)，約佔全世界 GDP 的 10.8%，相當於三兆五千七百五十億美元，並預估至 2000 年止，全球觀光休閒產業的規模將達全世界 GDP 的 11.6%，相當於六兆五千九百一十一美元。WTTC 亦統計 2000 年全觀光休閒產業從業人口約有一億九千二百二十一仁，約佔總體就業人口之十二分之一，並預估至 2010 年止，觀光休閒產業將再創造五千九百四十一萬人次的工作機會，使全球觀光產業就業人口數達二億五千一百六十二萬人。由此可知，觀光休閒產業之於全球，乃至於單一國家之經濟發展，在可見的未來均扮演重要的角色。

### **2.1.2 休閒產業未來發展趨勢**

(一) 遊憩服務：在不同遊憩環境中的活動營造，包括組織領導力與創新事項遊憩治療。

(二) 生態遊憩資源經營：對生態遊憩事業之規劃，發展永續經營，生態環境教育。

(三) 休閒和娛樂管理：對於休閒設備，環境設施的操作，遊戲，經營管理。

(四) 觀光旅遊服務：節慶活動企劃，旅遊解說以及有關觀光旅遊的活動與服務。

### 2.1.3 未來具有潛力的休閒產業

#### (一) 兒童照顧與休閒學習

對兒童保護的新標準將會促進休閒服務組織研發出新的模式。過去對兒童也提供一些服務，但仍是缺乏一套學習標準與指導原則。

#### (二) 休閒服務與合作

休閒服務規劃人員與其他組織或家庭合作，已提供所有個人的服務，是很重要的一環。再與其他組織團體合作時，在服務上要加強其有效能效率的服務。

#### (三) 主題旅遊

大致有下列主題性的旅遊活動：

(1) 青少年旅遊：在規劃中要包括有學業的進修休閒活動，健康的活動，

相互學

習教導生活技能的境癢，志工，義工，或者是職業技術的訓練，領導

力的培

養，服務的學習，以及社團活動的參與等。

- (2) 方便式的休閒服務：主要是反映高齡化的社會，時間上有較多限制，收入減少，開放自主空間狹小，住家成員的擁擠，以及各種成本、能源的提高，負擔加重等等。
- (3) 套裝行程遊憩活動：主要是顯示一種整合服務的概念，在既定的時間上，讓遊客盡情享受到高品質的休閒旅遊經驗。
- (4) 新的旅遊群活動：旅遊人口之分布改變，將帶來新的休閒服務機會。
- (5) 終生學習：環境變遷發展快速，而知識經濟也快速更新，休閒服務應訂為自學習的終身目標。
- (6) 冒險旅遊：在現今旅遊活動中，人們喜歡冒險刺激，具有挑戰性在閒服務需求中，也日益增加，但亦要考量在休閒冒險旅遊活動中，要盡量降低遊憩中所帶來的危險性。
- (7) 休閒渡假村：那是一種結合了本土及娛樂導向的設施旅遊，如綜合影城，溜冰場，保齡球館，主題餐廳，夜總會，健身中心，賭場以及室內運動

場等的

休閒渡假村。

(8) 高齡層的休閒規劃：老年人口逐年比率上升，他們一樣也是需要休閒遊憩，

而針對他們做一需求規劃。

(9) 休閒旅遊：在當今社會，男女鵬等原則下，女性休閒也是不可忽略的力量，

在遊憩活動中也是快速再成長( Godbey )。

(10) 殘障人士旅遊：美國有殘障法案保障身心障礙者參與休閒活動的機會，本國亦有殘障保護法之實施，如殘障步道與障礙設施，導盲犬導盲等，並且加強規劃落實，讓殘障朋友一樣可以享受休閒遊憩的權利，也在休閒服務上帶來一定程度的衝擊與成長。

(11) 家庭式的休閒活動：當今旅遊活動，家庭家族的成員一起參與可促進家庭的和諧，又可凝聚向心力，也是不容忽視的潛力。

(12) 主題休閒旅遊：休閒遊憩具有主題性，例如：

1.文化之旅：由於旅遊逐漸受到重視，視野也加大，世界觀逐漸形成，人們也渴望對不同文化的體驗，不同國度視野的拓展，也因此而促進旅遊業，對文化之旅的快速成長。

2.生態保育旅遊：由於人們對大自然環境之保護以及生命之延續，稀有族群之保護，逐漸受到重視也因此而有生態旅遊的熱潮形成，讓遊客

學會尊重大自然的生態，不傷害當地居民風俗習慣，環境污染的情形下，作一生態的認識體驗之旅。

3. 藝術休閒之旅：以文化藝術(Cultural Arts)具有文化藝術素養者，藝術家與當地藝術工作者，結合互動而引導人們對當代之藝術深入了解、欣賞、鑑賞，彼此切磋指導學習之休閒旅遊。

4. e化之旅：電腦，電器用品聯絡，資訊傳遞等整合在一起，蘇然無法一一到達旅遊之地，亦可藉由 e 化之旅遊視訊中清晰可見，亦可借用視訊整合做各項的電子家庭娛樂，訊息交畫規劃休閒之旅，不一定要出門。

#### 2.1.4 休閒產業發展方向

依據美國賓夕法尼亞州立大學著名的休閒研究教授傑佛瑞·戈比預測，在稍後的幾年，休閒的中心地位將會加強，人們的休閒概念將會發生本質的變化，在經濟產業結構中，休閒產業的從業人員將佔整個社會勞動人力的 80—85%，休閒服務將從標準化和集中化轉向個性化的服務，人們對休閒與健康之間的關係倍加重視，應運而生的休閒教育將佔教育事業的極大份量，帳為休閒產業開闢了更加寬廣的發展空間。

例如：視聽電玩，樂園，主題園，大型賣場餐廳，商業露營地，自然的休閒服務，觀光旅遊，員工遊憩活動，軍方遊憩活動，大學遊憩活

動，風險遊憩，領域發展的學生修習有關休閒行為，社區教育，社區休閒，會議管理，俱樂部經營，遊憩矯正，勞工/企業遊憩娛樂及運動法規，遊憩設施經營，室內運動，休閒諮詢師，軍事休閒，戶外遊憩教育，公園巡視，森林遊樂，資源和公園管理，鄉村遊憩，長青中心，學生聯盟，遊憩治療，志工組織及青少年服務，野生動物管理，青少年運動。

### 2.1.5 國內休閒產業發展現況

藉由推動休閒旅遊事業，讓台灣走出去，世界走近來，這是瑰麗的發展藍圖。但由於亞洲 SARS 病毒亦情侵襲，屬於服務業範疇的休閒旅遊因而受到影響，本國情況尤其明顯。

根據交通部觀光局資料顯示，在觀光市場部分，去年到四粵累計來台人數 86 萬多人，和前年同期比少了 8.3%，出國人數少了 23.41%，因 SARS 疫情發生後，來台人數副成長率達 49.46%，出國人數少了 60.94%，全台 279 處觀光遊憩區遊客人數負成長 15.26%，民營遊樂區遊客減少 6~8 成，觀光旅館住房率降低。加上國內失業率攀升，經濟不景氣金資減少，以及產業外移，對休閒產業不無衝擊。

這幾年出國旅遊人數比在國內旅遊人數呈大幅的成長業者，面對國內各休閒遊憩景點的競爭，國際也要競爭，所以在經營上如何展現創意開發更具吸引力的旅遊行程決勝的關鍵。

創新經營：例如：屏東縣以地方文化，當地特產包裝成觀光形成，成功打出品牌經驗：里港的鮪魚季，墾丁落山峰季節推出的風鈴節，因逆向思考而成功的例子。透過創意設計，做出特色，那是非常重要，用心經營，真情對待，當大環境不佳時，如何能振衰起，經營能力就很重要。

觀光局統計，國內百分之七十的旅遊人潮都集中在週末假日，觀光景點平日門可羅雀，假日卻過分擁擠。不論是飯店，觀光景點乃至交通運輸，都出現相當大的落差。不少業者將成本攤提在市場供需，一直是業者的重要課題。所以要打造國內的休閒產業不僅業者本身要努力，更需政府全力配合，才能順利推動。業者如何取得政府支援，協助產業的發展，值得關注。

政府在休閒產業的發展上，扮演重要的推手角色。例如：馬來西亞和南韓自從通用來台免簽證之後，來台旅客人次都創下 50% 以上的高成長，國內的休閒產業想要長掌，並走上國際，除了建置全國觀光旅遊網，進行國際觀光形象宣傳等。事實上，國內觀光旅遊事業，也正面臨轉型發展之階段並且已快速蛻變更替中。

## 2.1.6 休閒產業的經營策略

(一) 可行性評估階段：

- 1.對基地位置，區位條件及環境等事項做調查分析。
- 2.基地附近旅館，渡假村或遊憩休閒設施之市場調查分析。



- 3.有關土地開發法令，建築規劃，土地使用管制規定等之分析。
- 4.界定旅館，休閒渡假村等之功能與定位。
- 5.整體土地使用規劃構想。
- 6.初步經營管理計畫分析與建議。
- 7.整體可行性方向之建議。
- 8.協助業主提出土地使用變更所需資料。

(二) 規劃階段：

依據休閒渡假村或旅館之功能定位，而硬體規劃中提出分析與建議。

(三) 籌備營運階段：

提出完整之營建企劃書與行銷計畫，財務預算，分析報告流程，設定  
廣造室行造勢銷售方案執行，組織架構人力配置，人員徵訓，控管製定  
服務標準手冊以及 CIS 企業形象等。

(四) 營運階段：

預算控制損益評估，財務報表，人力訓練提昇，人性化，溝通畫，品  
質控管，法令規章，災害防範措施等。

## 2.2 旅遊動機的意義

心理學的研究表明，人的動機和行為是相互關聯著。所謂「動機」係指推動和維持著仍們進行某種活動得內部原因和實質動力。動機是需求的具體化，是需求和行為的中介，轉換成行為後，透過結果來滿足動機

的需要。

旅遊動機是形成旅遊需求的主觀因素，是激勵人們去實現旅遊行為的心理原因。具體而言，旅遊動機對旅遊行為有以下三方面的作用：

1. 旅遊動機對旅遊行為有啟動作用
2. 旅遊動機對旅遊行為過程中有規範作用
3. 旅遊動機變化將對旅遊行為產生影響

關於旅遊動機形成原因，西方學者認為人天生具有好奇心，尋求新感受驅使旅遊者走向國內和國外各地了解各方面知識得到新的經歷，接觸各地的人民，欣賞多種多樣的自然風光，體驗異地文化考察不同社會制度...等。而現代都市生活的壓力也在一訂程度上促使人們外出旅遊，求得身心的放鬆和恢復。這些都是現代人外出旅遊的動力。

### 2.2.1 影響旅遊動機的因素

旅遊動機由於是個人內在感受的需求所表現出來，所影響的因素非常多，綜合規內可概分為外在的人格特質和內在個性心裡因素，茲分述如下：

包括：性別、年齡、教育和職業...等。其對旅遊動機的形成有重要影響。研究顯示，由於男性和女性在家庭和社會方面，所處的地位和角色不同，且具有不同的生理特點，因此，在旅遊動機上就表現很大的差異。例如，男性的動機主要可能是為商務、公務，而女性則以觀光、購物為

主。

以年齡而言，年輕人好奇心較強，外出旅遊主要是為了滿足好奇的心理和求知慾望。中年人在工作和事業上已取得一定的成就在生活上具有較多的經驗，他們的旅遊動機大都傾向求實，求名或出自專業興趣或追求舒適享受生活。而老年人基於健康原因，一般不願意從事具有刺激性和需要消耗大量體力的旅遊活動，他們喜歡清靜而交通方便的觀光地區，對能滿足懷舊訪友需求的旅遊點有較高興趣，同時，他們還特別注重旅遊對身體健康的作用。

教育程度的高低對觀光客的旅遊動機也有很大影響。一般而言，教育程度較高者，喜歡變化環境，樂於探險，體驗不同的生活模式，鉅有較強的求知慾和挑戰性對於富含文化知識的人文資源較感興趣；而教育程度較低的觀光客較熟悉的旅遊點和自然旅遊資源，同時對觀光或不同文化的體驗程度較低。

不同的職業可能也會影響其旅遊動機。例如，從事農、林、漁、牧產業的人，其對於旅遊可能會選擇都會區，接觸科技新奇的設施，而長期工作在都會區的人們，因為平時生活緊張為紓解身心，則多會選擇接近大自然，享受大自然的方式。又教師可能會為增加本身專業，而從事觀光旅遊，期在旅遊中學習更多以作為教材。

## 2.2.2 個性心理因素

在影響旅遊動機的個人方面因素中，一個人的個性心理因素為最主要的因素。有些學者將人們的個性心理因素分類，劃分為不同的心理類型，並提出不少劃分模式，藉以研究不同心理類型對旅遊動機以及對旅遊目的地的選擇影響。其中較具代表性的是美國學者所提出的心理模式研究。

其透過對數千名美國人的個性心理因素的研究發現，人們可被劃分為五種心理類型。這五種類型分別為自我中心型、近自我中心型、中間型、近多中心型和多中心型。其調查解果顯示，這五種類型呈常態分布，即中間型人數最多，近自我中心型和近多中心行次之，自我中心型和多中心型人數較少，茲將其特性及行為表現略述如下：

### (一) 自我中心型者：

其特點是思想謹慎小心，多憂慮不愛冒險。行為表現為喜歡安逸輕鬆環境，喜歡活動量小且熟悉的氣氛和活動。

### (二) 多中心型者：

其特點是思想開朗，興趣廣泛多變。行為上表現為喜歡新奇，好冒險，活動量大，喜歡與不同文化背景的人相處。其觀光的需求，除必要設施外，更傾向於較大的自主性和靈活性。

### (三) 近自我中心型或近多中心型：

則是兩種極端的類型語中間型的過度型，中間型屬於表現特點不明顯的混合型。由於人們屬於不同的心理類型，所以他們對旅遊目的地，旅

行方式...等方面的選擇也不可避免受到其所屬心理類型的影響。心理類型為多中心型的旅遊者往往是新旅遊地的發現者和開拓者；隨著其他心理類型的旅遊者跟進，該旅遊地變會成為新的觀光熱點。

### 2.2.3 旅遊動機的分類

旅遊動機影響的因素過於複雜，因此難以做非常有系統的歸類。有的想要彌補生活中的失落，想要享受陌生地方的那份隨意不受拘束，想向鄰居朋友炫耀富裕，喜歡離家毫無拘束自由自在的生活，為了蒐集各類奇珍異品...等。其在觀光旅遊的過程中，往往包含了一個或多個動機。凡是對外在天地或內心、世界都有興趣一探究竟的人，大抵不出下列三個原因，在知性上有強烈的好奇心，願意學習疏導，調整自己的情緒，樂於接受體能的挑戰。更可能其中兩者或三者皆有。

美國著名的觀光學教授羅伯特 W.麥金托 (Robert W.Mcintosh) 曾將依據需要而產生的旅遊動機分為四種，包括：身體方面的動機，文化方面的動機，人際方面的動機，地位和聲望方面的動機，茲分述如下：

#### (一) 身體方面的動機：

透過身體健康有意的旅遊活動來達成鬆弛身心的目的，如渡假休息，海灘休閒，溫泉療養，娛樂消遣，避暑，避寒...等。例如，國內旅行社曾推出日本著名的溫泉之旅，其行程完全安排至溫泉區洗溫泉，又美國夏威夷，佛羅里達州的海灘亦是著名勝地。

## （二）文化方面的動機：

其特點是了解異國他鄉的不同文化，包括歷史文化傳統，各種文藝型態，觀賞風景名勝，古蹟文物，進行學術交流...等。例如：到埃及地區參觀金字塔，人面獅身像，組團至鄰近國家欣賞世界著名的歌劇表演；或參加中國大陸山東省舉辦的孔學之旅...等。

## （三）人際方面的動機：

包括改變目前工作或生活的環境，探訪親友，結交良師益友...等。這方面動機主要是以社交活動為主，通常為有特定之目的地或拜訪的對象，且較常產生於國內的旅遊。

## （四）地位和聲望方面的動機：

此動機主要對個人成就和個人發展有利。例如：出席高層次的學術會議，專業的考察行程旅行，增加閱歷的修學旅行，參加專業團體的聚會...等。透過這些旅遊，可以引人注意，贏得名聲，尋求自我和自我的實現。

當然，在現今社會上必須再加入經濟方面動機。包括經商，參加展覽，購物...等。而對於觀光客而言，數種旅遊的動機會以各種組合方式形成一綜合動機。因為旅遊動機在觀光旅遊活動中會同時反映出來，只不過是旅遊者個別的不同，因而其感受的程度也就不同。例如：同樣到夏威夷的遊客，不同的旅遊動機會使旅遊者感受不同，如新婚夫妻是抱持喜越的心情去度蜜月，年輕的人是去享受陽光和海灘，但對在夏威夷經歷過二次大戰的老兵而言，卻是去感念懷舊的。

## 2.2.4 旅遊的動機與旅遊行為的產生

人們在決定前往某地進行旅遊前，一定會考慮其旅遊的動機，作為一個遊客從事旅遊的動機很多，可能有數十種，比如某人旅遊是為了探訪親友暫離文明的喧鬧，舒暢身心，有的人是為了處理業務，參加國際會議，或是宗教的理由，或是身體健康上的關係，為了個人嗜好，參加文教活動或為了參加運動會或運動練習以及娛樂而參加旅遊。隨著旅遊活動之擴大我們可以預知未來旅遊動機還會更加繁雜起來，但不管怎麼繁雜，其實旅遊的動機是多方面的，這些對於想了解人們真正為何旅遊而言，僅是表面的（superficial）答案（Smith）。

到底什麼原因促使人們從事旅遊活動呢？到目前為止，無一個很好的理論來加以說明（Coben, 1974; Pigge, 1970）有關於動機，我們將之定義為一種組以驅使人們設法尋求滿足的需求，有關人們的需求，誠如上述，有相當的多，經舉 Thomas（1964）及加拿大政府觀光局（1972）所作的動機調查來說明各種重要的旅遊動機。

表 2-1 十八種重要的旅遊動機

教育與文化	輕鬆和樂趣
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 去看看別的國家的人民如何生活，工作及遊戲</li> <li>2. 去看看特殊的景緻</li> <li>3. 去正有新聞報導之地以便有更清楚地了解</li> <li>4. 去參與特殊的活動</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>5. 擺脫日常單調的生活</li> <li>6. 去好好玩一下</li> <li>7. 去獲得某種異性接觸或浪漫的經驗。</li> </ol>
種族與傳統	其他
<ol style="list-style-type: none"> <li>8. 去訪問自己祖先的故土</li> <li>9. 去訪問自己家人或朋友曾經去過的地方</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>10. 天氣</li> <li>11. 健康</li> <li>12. 運動</li> <li>13. 經濟</li> <li>14. 冒險</li> <li>15. 勝人一籌的本領</li> <li>16. 順應時尚</li> <li>17. 參與歷史</li> <li>18. 社會了解世界的願望</li> </ol>

資料來源：Thomas,J.A. ( 1964 ) ”What makes people travel” ASTA, Travel News.

此外，加拿大政府觀光局對於在加拿大度假的旅遊選擇最多之假期目的所有理由計有二十三種，分別為：1. 拜訪朋友或親戚 2. 輕鬆氣氛 3. 風



景 4. 海洋及海岸 5. 運動設施 6. 好的露營區 7. 好天氣 8. 遊客不多 9. 購物便宜 10. 度假消費低 11. 親切、友善的人們 12. 路況良好 13. 美味佳餚 14. 吸引人的生活習俗 15. 奇風異俗 16. 夜生活 17. 容易得到樂趣 18. 文化活動 19. 吸引人的廣告 20. 不了解自己居住之吸引力 21. 不拿英文開玩笑 22. 從舊禮俗中獲得愉快 23. 其他。

基於上述之分析，吾人可知，旅遊的動機是多方面的，此外，旅遊在人類活動中必須具備三種複合的要素：亦即須有可供隨意花費的金錢，足夠的閒暇時間以及旅遊意願，因此，人們在有了旅遊的動機之後，是否就可以立即發動旅遊行為呢？對這個問題恐怕需要再斟酌，因為旅遊動機的產生只能說是「意願條件」的成立而已，尚需依賴「經濟條件」及「時間條件」的配合，旅遊行為的產生才能成立。

什麼是旅遊：Mathieson and Wall (1982)「旅遊是人們暫離工作及居住地方的活動當中，涉及遠行者在所到之處的一切活動，以及滿足他們所需的一切設施。」

Smith (1989) 則用一條簡化的方程式：

從遊客一方出發來定義何謂旅遊：

$$T = L + I + M$$

T = 旅遊 (Tourism)

L = 人們的閒暇時間 (Leisure Time)

I = 人們的閒錢 (Discretionary Income)

M = 旅遊動機 ( Motivation )

## 2.3 滿意度的相關理論

### (一) 滿意度的定義：

Locke( 1969 )滿意度是一個對工作付出和獲得之關係的函數。Churchil Surprenant ( 1982 )滿意是由買者隻購買報酬，購買成本與期望三者比較而來的。

Hunt ( 1977 )各課滿意之意義，不外乎需求實現，期望與績效，快樂與否相互間影響，消費者利益評價，購買者的消費經驗的評價，實際理想產出之比較，購買所獲得屬性的足夠與否等等觀點，以這些觀點為基礎，認為「滿意」是對產品之一種好評及評價。謝金燕 ( 2003 )遊憩滿意度是個人歷經行前期望與實際體驗後的心理比較結果。Latour ( 1988 )滿意度是指購買產品後的消費者，對各屬性與比較水準作比較，所產生的差距，與消費者對各屬性所認定的重要性，與以加權所得的結果。Kotler ( 1994 )滿意乃是消費者比較夠購買行為之前，對產品或服務的預期 ( Expectation ) 與購買服務產品後所感覺的績效表現 ( perceived performance ) 之間的差異。Howard Sheth ( 1967 )滿意是對於所付出與實際獲得的代價是否合理的一種感受。Oliver ( 1981 )消費者滿意是對於所使用的產品或服務所獲得的價值程度所作的一種立即性的情緒反應。Woodruffetal ( 1993 )消費者使用情緒性的語句來表達出對使用產品的感

覺，以代表消費者滿意時所感覺的情緒。Fomell (1992) 滿意是一種反應出消費者在接受服務(使用產品)後，產生喜歡或不喜歡的整體感覺。Westrooks (1980) 消費者所接受的服務或產品只要是主觀的覺得好，便產生滿意；反之亦然。Hampel (1977) 滿意是決定於「預期與實際結果兩者一致的情況」。Goodman (1989) 消費者滿意是消費者需求，慾望與期望配合或超過，而導致重複購買和持久忠誠度的要素。

綜合了各學者之定義而滿意度一直是各研究用來測量人們對產品，工作，生活品質，社區或戶外遊憩品質等方面之看法的工具，在不同的遊客社經背景，不同的文化影響下會產生多樣的態度偏好及動機，不但是—項非常有用的衡量行為指標，也會對滿意度及品質產生影響，(侯錦雄，1990)。Kotler (2000) 認為：滿意度是指顧客對於產品與服務所感覺的程度高低，以對產品及服務的知覺與個人對產品與服務的期望兩者比較之後所形成的。如果產品與服務遠不如期望，則顧客將感到不滿意，如果產品與服務符合期望，則顧客感到滿意，如果產品與服務遠超過期望者，則顧客有高度的滿意水準。Oliver (1981) 指出滿意度是在取得產品與接受服務時附帶得到，或在消費經驗中得到的驚喜所做的評價，但是顧客對於驚喜所帶來的興奮普遍不會持續很久，因此 Oliver 認為滿意的感覺很容易消逝。

綜合上述學者之論點，本研究將滿意度定義為：滿意度是工作付出和獲得，也是需求實現期望與績效的結果，以及消費者對產品預期與購買

後實際獲得是否合理，也是消費者在取得產品與服務時，所得到驚喜、興奮、滿意的評價。如果消費者在購買前對產品或服務與購買後感覺有落差或差距，在情緒上會導致不滿，間接或直接會影響對產品再次購買與消費，也會影響到對產品不滿而拒絕再次光顧，所以滿意度也是肯定與滿足。

## （二）滿意度的理論

### 1. 期望理論（Expectancy Valence Theory）

Lkawler（1973）提出的期望理論指出人們對於其所能達成之不同成果具有不同之偏好。且對於從事行動所獲致的表現，其可能從有某些預期心理，因此，期望與偏好，並以公式表示期望理論模式，認為人們的動機驅力與對事件努力，表現及成果的期望，與其價值有關。

Driver and Knopf（1977）更引用期望理論，認為期望乃是一種短暫的信念，使一特殊的活動行為遵循目標導向，以滿足這些需要，而這些行為表現是影響遊憩體驗的重點。（引述侯錦雄，1990）

### 2. 差異理論（Discrepancy Theory）

Schreyer and Roggenbuck（1978）提出遊憩滿意度可以差異理論之觀點來解釋，其強調重點為滿意度乃由遊客的期望與實際感受的知覺間差距來決定，此外，在任何情況下之整體滿意度係由現況各層面的差異組合所決定。（引述張俊彥，1987）

### 3. 認知失調理論 (Cognitive Dissonance Theory)

認知失調理論枝重點在於人們花費許多時間與金錢在其可自由選擇遊憩活動，為了減少心中的矛盾與衝突，遊客嘗試對其遊憩體驗作較高的評價，換言之，遊客的滿意度不考慮期望與實際知覺間的差異。(引述蔡伯勳，1986)

### 4. 雙因子理論 (Two-Factor Theory)

Herzberg and Synderman (1959) 提出影響工作滿足的因素為激勵因素與寶劍因素。前者如成就感，受人認同，晉升機會等，屬於滿足個人高層次需求的內在特質。良好的激勵因素可使員工工作滿足，缺乏此因素只會使員工無法獲得滿足的愉快經驗，並不會導致不滿足。後者如薪酬，工作條件，工作地點與安全性等，屬於與工作環境有關的外在因素。不良的寶劍因素會使員工不滿足，即使改善此因素只能消除不滿足，並不能導致滿足。(引述蔡伯勳，1986)

### 5. 總滿意度理論：

Dorfman (1976) 提出總滿意度可以解釋為對環境中可區分因子之滿意的總和，像「愉悅感」的滿意應該就是一整體性的感覺，在不同時間及地點皆有明顯的差別，而且依照使用者當時的狀況而異(如情緒，年齡，體驗等)且與使用者之偏好及期望有關。當使用一單項測總滿意度及替代以區分因子之滿意嘉成之總滿意度間有不同之結果。

### （三）滿意度的衡量構面：

在滿意度的衡量上，學者們的看法不一，大致可分為「整體性衡量」和「多量項目衡量」兩種衡量方式，茲將相關內容分述如下：

#### 一、 整體性衡量

認為滿意度是一整體，總括的現象，是以單一項目進行衡量。Day (1977) 認為衡量消費者對產品的使用結果 (Outcome)，僅以單一整體滿意度衡量即可 (游宗仁，2002)

#### 二、 多重項目衡量

也就是分別針對產品各屬性績效的滿意度加以衡量，而後再與以加總。Singh (1991) 從服務行銷，社會心理學與組織理論中發現，滿意度是一總多重構面，也就是以多重項目針對產品各屬性績效之滿意度加以衡量，同時顧客滿意度的衡量會因產業或研究對象不同而有所差異。

承上述原因，本研究是以「整體性衡量」法來衡量遊客對白河鎮連農特區蓮花、睡蓮認知的整體滿意度情形。同時探討休閒產業中遊客的旅遊動機，以及在蓮農特區蓮花、睡蓮認知的活動中整體性的滿意度評估調查。

#### 三、 滿意度之詮釋

所謂滿意係指顧客接受無形服務或使用有形產品時，所獲得滿足的狀態。因此，若顧客在接受服務或使用產品之後，所得到感受與原來的期待相符合時，及表達出滿意的結果；否則將因實際與預期的落差而感到

不滿意。

#### (四) 滿意度之相關研究：

遊客對於遊憩區所呈現的遊憩品質的滿意度，是遊憩品質的指標，藉由遊客滿意度評價，可了解遊憩區目前的服務品質(張啟良,1988)。遊客滿意度越高，對主題樂園的整體意象越是強烈，遊憩滿意度是遊客參與遊憩體驗後，比較由前的期望品質，對遊憩品質主觀的態度表現。(吳佩芬,1996)

##### (1). 遊客特性與滿意度之關係：

侯錦雄與姚靜婉(1997)提及由於個人特質不同，將導致遊憩心理需求上

的差異。簡克興(1995)歸納影響使用行為因子個人屬性包括有：性別、年齡、種族、宗教、職業、收入、教育程度、家庭結構、使用目標、使用者偏好，及過去遊憩經驗。

##### (2). 遊憩品質與滿意度之關係：

Bolton 與 Drew(1991)認為品質與滿意度有高度相關，但並不是完全相等

兩者之間的差異原因，一般解釋為：品質是一種態度，一種長期性的全面評估；滿意度則是一定交易的衡量。在探討滿意度的相關理論方面，Oliver(1981)認為「滿意」是一種針對特定交易(transaction specific)的情緒反應，經由消費者本身對產品事前的消費經驗與期待不一致而產

生的心理狀態此經驗會成為個人對於購買產品的態度，並形成下次購買時期望基準，週而復始不斷的循環影響，特別是在特定的購買環境時。

Dorfman ( 1979 ) 認為對於測量重遊意願之理念基礎及操作 ( 總滿意度係由各項實際體驗之總合 )，得知整體性之滿意度係由各項不同正負強度環境因子之影響而成。Kolter ( 1998 ) 認為滿意度是一個人所感覺的愉悅或失望程度。係源自對產品之功能特性的知覺與個人對產品的期望，兩者比較後形成的。因此，其定義滿意度為所知覺得功能與期望的兩者差異函數。

Miller ( 1997 ) 認為顧客滿意度是由顧客期望之程度認知之成效二者交互作用所導致，而期望和理想兩者均是產品績效的標準衡量產品，實際績效所達到之程度因而達到滿意或不滿意。Hampel ( 1997 ) 認為顧客滿意度是決定顧客期望產品利益的實現程度，並反映在期望和實際結果的一致程度。

### (3). 遊客滿意度之相關研究：

吳忠宏與黃宗成 ( 2001 ) 發現遊客特性不同，其遊憩動機有所差異，且遊憩之遊憩動機與行前期望是有相關性。

張忠恕 ( 2001 ) 發現休閒態度會影響遊客之休閒動機活動類型不同之遊客在其休閒動機上具有差異，若活動類型不同之遊客在其遊憩體驗上有差異，遊憩體驗與遊客之休閒態度相關。林宴州 ( 1997 ) 在分析滿意度方面主要發現，整體性之滿意度係由各項不同正負強度環境因子之



影響而成。

(4). 滿意度與重遊意願之相關研究方面：

Kolter ( 1997 ) 提出顧客滿意度是來自於對產品的功能特性或結果的知覺，以及個人對於產品的期望，經由兩者比較後形成其感覺愉悅或失望的程度。若功能特性遠不如期望者，則顧客將感到不滿意，反之則滿意。Gronhold, Martensen and Kristensen ( 2000 ) 顧客忠誠度 ( 重複購買 ) 可由四個指標構成：包括 ( 一 ) 顧客的再構意願 ( 二 ) 向他人推薦公司或品牌的意願 ( 三 ) 價格容忍度 ( 四 ) 顧客交叉購買的意願 Heskett, James, Lovemen, Sasserand Schlesinger ( 1994 ) 在其所提出的「服務 - 利潤鏈」 ( Service-Profit Chain ) 中表示，企業的利潤和成長主要是來自顧客忠誠度 ( 重複購買 )，而顧客的忠誠度則受到顧客滿意度直接的影響，兩者成正向的關係。

蓮花，學名：*Nelumbo Nucifera Gaertn*，英名：Lotus Flower. East Indian Lotns，蓮花，是屬於睡蓮科蓮屬的植物，它是中國相當古老的花卉，以前稱盛開的蓮花為芙蓉或芙藻，含苞待放的則稱為菡萏，李白詩中所謂的「清水出芙蓉」，指的便是蓮花。

## 2.4 蓮花全身皆是寶

( 一 ) 蓮花全身都是寶：

六月天賞蓮天，六月稱夏季是夏的末月份，也叫「蓮月」，蓮花正是

本月當令花卉。蓮花女神是四大美女之一「西施」，農曆六月二十四是蓮花生日。中國人由中的喜歡蓮花，因為很少有花像蓮花一樣，同時兼具精神與物質雙重價值。

讀書人愛蓮花，因為它出汙泥而不染，濯清漣而不妖，亭亭玉立，象徵士子清高耿介的風骨。一般人喜歡蓮花，因為它從上到下都有用處，蓮花美麗可觀賞，蓮葉可以烹調出美味的食物。例如「蓮葉粉蒸肉」蓮的地下莖蓮藕清脆甘甜，做菜當零食皆宜；蓮花開花過後會結出種子「蓮子」更是大人小孩都愛的甜品，同時也是具有清涼降火的中藥功用，而葉柄、蓮蓬也可以入藥，蓮花可以說是全身皆是寶。

## （二）蓮花的栽培方法：

栽培蓮花並不難，只要有充足的陽光，適當的水深、光照，陽光是幫助蓮花生長開花的最大功臣，栽培蓮花一定得選一個日照充足有六小時以上的適當場所，如果光照少於四小時，蓮花會因光照不足而漸漸變黃而終至枯萎。

- (1). 首先截取一段地下莖(即蓮藕)，最好是莖上要有兩三個芽點，將莖種入預先埋有機肥的花盆中，在填滿黏土，並且用手輕輕壓實，最好能再鋪上一層層薄薄的小碎石，再將盆鉢放入水缸或水桶中，種植蓮花的水深很重要，水深不可少於三十公分，最高不要超過葉柄的長度，最好是讓水深保持在葉面下五公分到十公分，就可以欣賞葉面出水的風姿，又可避免葉出水面太高而容易被風吹斷。

(2) 土壤：栽培土壤必須要用黏土，因為黏土在水中不易流失。

(3) 施肥：蓮花性喜重肥，於每年春秋兩季補充施肥，可以幫助植株更健壯，施肥最好使用成團狀的粒肥，以免肥料失散在水中，而無法在植株附近，吸收較緩慢。

(4) 選購要領：選購蓮花苗，最好是挑選新葉叢生或莖上葉芽葉片濃綠的色澤，那才是健康的蓮花苗。如果家裡空間不大，無法築個蓮花水池，不妨找個舊時舂米用的石臼、水剛或魚缸，或是包裝用的寶麗龍空箱盒內放些大肚魚或孔雀魚到缸中，如有孑孓或小飛蟲都會清理的乾乾淨淨，既環保又衛生還可以增加生活樂趣。(引述 yahoo 奇摩)

(5) 要如何分辨蓮花和睡蓮：觀察葉片是最簡單的方法：蓮花有圓形葉，葉片向上高舉挺離水面，花朵也在半空中開放，花凋謝後立即可見顯目的蓮蓬，地下部分則有肥狀分節的蓮藕；睡蓮的葉形因品種而異變化較大，葉片平貼在水面上，花凋謝後花梗即鞠躬向下，所以再水面上絕對看不到類似蓮蓬的東西，當然也沒有蓮藕那麼發達，比較細而短。

(6) 蓮花為什麼常作為佛教的代表：蓮花，無疑地勢大乘佛教的象徵。諸佛、菩薩或坐立於蓮花之上，這是每一個大乘佛教的信徒所熟悉的景象。並以蓮花為例，大乘佛教對蓮花的信仰起源及流變，以及背後的相關大乘思想以及中國禪宗的蓮華信仰。

(7) 在還沒有進入有關蓮花的主題之前，讓我們先從全面性的觀察印度佛教對於花朵的看法：

### （三）印度早期佛教對於花朵的看法：

許多研究印度佛教思想史的讀者都知道「空」、「阿賴耶」等概念和思想，在印度的早期佛教和中、後期佛教之間，存在著重大的歧見。同樣地，美麗芬芳的花朵在不同的佛教學派之間，也存在著大異其趣的看法。對於花朵，早期的原始佛教和部派佛教，大都採取排斥的態度；相反地，較後成立的大乘佛教，則採取寬容甚至讚賞的態度。

印度的原始佛教和部派佛教對於花朵大都採取否定排斥的態度，有關這點，可以從下面幾個事實看出來：

首先，在有關沙彌（尼）的戒律〈十誦羯磨比丘要用，受沙彌十戒文〉當中告訴我們：預備出家的僧尼、沙彌和沙彌尼，必須遵守「十戒」：

（1）離殺生、（2）離不與取、（3）離非梵行、（4）離妄語、（5）離飲酒、（6）離坐臥高廣大床、（7）離菱香花、瓔珞、香油塗身、（8）離作唱伎樂故往觀聽、（9）離受畜金銀錢寶、（10）離非特食。其中第七戒說到預備出家的沙彌（尼），不可以用香花、瓔珞等飾品裝飾自己的身體。事實上，在早期佛教當中，不但出家人（包括預備出家的沙彌和沙彌尼）必須嚴守，不以香花或瓔珞等事品來美化自己身體的戒律，而且無心出家，卻希望經歷一下出家生活的在家居士...「白衣」，也可以「從今至明旦」（一日一夜），受沙彌十戒當中的前八戒，其中當然包括第七戒「不奢香華、瓔珞、香油塗身」。

其次，一些被視為大乘佛教初興，批判小乘佛教（指部派佛教）甚

烈，因此可以視為小乘佛教過渡到大乘佛教的初期大乘經典，例如姚秦鳩摩羅什所譯的〈維摩詰所說經〉儘管最終的立場，採取了讚嘆香花的態度，但卻也保留了早期佛教對於香花的排斥看法。〈維摩詰所說經（卷中）觀眾生品〉當中有名的「天女散花」故事，即是最好的例子。故事中，有一位沒有名字的天女，從半空中灑下香花，結果「華至諸菩薩，即皆墮落，至大弟子，便著不墮」。不但如此，甚至「下一切弟子神力去華，不能令去」。而當天女向代表小乘佛教立場的舍利佛追問「何故佛去華（朵）？」的時候，舍利弗則回答說：「此華不如法，是以去之」，這句經文代表了早期佛教的基本立場；而在〈維摩經〉中則忠實地保留了這一立場。我人雖不知道天女所散下的到底是什麼花？但可以在次肯定的是，早期的印度佛教確實對香花採取否定、排斥的態度。早期印度佛教所以把花朵飾身，視為應該戒除的事情之一，理由是為了防止「憍逸」之心的產生。部派佛教的重要代表作品之一〈阿毘達磨俱舍論〉卷 14，說明上面的八屆時曾說：八戒所要戒除的前面四種行為，殺、盜、淫、妄是「性罪」（行為的本性即是罪惡）；因此，這四種行為在本質「性」上就是應該戒除的的罪惡行為。其次的第（5）「離飲酒」戒，雖然飲酒本身並不是罪惡，但是它卻是「生效逸處」，因此成為一戒。也就是說，在飲酒的情況下，容易助成觸犯前面的四種「性戒」，因此，「離飲酒」成了八戒之一。而最後三戒「離坐臥高廣大床」乃至「離非時食」則稱為「禁約支」，意思是：坐臥高廣大床乃至非時食等三種行為，固然不是

罪惡的行為，但如果不戒除這三種行為，「便不能離性罪、失念、憍逸過失」，因此，這三戒是約束自己身心，使自己身心不致失念、憍逸，以致觸犯四種性罪的禁戒。這是這三戒稱為「禁約支」的原因。就以戒除香花等飾品為例來說「俱舍論」做了這樣的解釋：「為離塗飾香鬘...以能隨順厭離心故。」又說：若受用種種香鬘...心便憍舉，尋即毀戒，由遠離彼故，心便離憍。

從這些解釋可以看出部派佛教排斥香花的真正原因，香花並不是本性罪惡的物品；但是香花卻容易引生「憍逸」乃至「毀戒」的結果，所以成為禁止之物。香花並不是本性罪惡，也許這正是後來的大乘佛教之所以對香花採取寬容甚至讚賞態度的原因吧！

#### （四）印度大乘佛教對於花朵的看法：

儘管早期的印度佛教，對於香花採取否定、排斥的看法。〈維摩經〉等大乘經典的最終立場，畢竟採取了不同的看法。中國古代，〈維摩經〉被視為「抑揚教」的代表經典，這意味著他是一部壓抑、批判小乘佛教，卻褒揚、讚嘆大乘佛教的經典，因此，對於香花〈維摩經〉採取了大乘佛教的立場，當天女聽到舍利弗拂去身上的花朵理由之後，天女說：「勿謂此花為不如法」換句話說，從大乘佛教的立場來看，身上佩帶香花並沒有觸犯戒律。為什麼呢？〈維摩經〉繼續說：「是華無所分別，仁者自生分別想耳！」經文的意思是：香花是中性的物品無所分別，無所謂善或惡。既然是中性而無善惡之分，那麼把它佩帶在身上，怎麼可

能犯戒呢？因此，有善惡分別的是我們自己而不是香花，應該戒的是我們自己的分別心，而不是香花。這樣看來，前文（俱舍論）所說：為了防止憍逸、毀戒而不准佩帶香花等飾品，這種禁止的理由並不充足。

事實上，大乘佛教不但對花朵採取寬容甚至讚賞的態度，而且對於部派佛教所禁止的瓔珞等珍貴飾品，也採取相同的態度。〈妙法蓮華經（卷7）觀世音菩薩普門品〉，曾說：「無盡意菩薩白佛言：世尊，我今當供養觀世音菩薩」即解頸眾寶珠、瓔珞，價值百千兩金，而以與之。及時觀世音菩薩...受其瓔珞.....。」既然價值百千兩金的寶珠和瓔珞，都是由無盡意菩薩的頸子取下來的，而觀世音菩薩也接受了這些寶珠和瓔珞，那麼〈十誦羯磨比丘要用，受沙彌十戒文〉第七戒所說的「盡壽離著香華、瓔珞、香油塗身」，自然不被無盡意菩薩和觀世音菩薩所遵守了。另外，大乘佛教得佛陀似乎也和這兩位菩薩一樣，並不忌諱弟子們所供奉的香花、瓔珞等飾品，在大乘經典當中，佛陀接受弟子供奉這些飾品的描寫，處處可見。例如〈大盤淫槃經〉卷20，即曾描寫摩伽，陀國的阿闍世王，供養釋迦牟尼佛的情形：「爾時阿闍世王...即以種種寶幢、幡蓋、香花、瓔珞、微妙伎樂，而供養（釋迦牟尼佛）。」這段引文，再次證明大乘佛教對於花朵之觀點確實不同於部派佛教否定排斥的態度。

#### （五）蓮花在大乘經典中的地位：

大乘佛教對於花朵所採取之寬容甚至讚賞的態度，還可以從大乘經

典當中有關蓮華的信仰看出來。其中最典型的例子，是〈維摩經.佛道品〉對於蓮花的讚美：「譬如高原陸地不生蓮華，卑濕淤泥乃生此華...煩惱泥中，乃有象生起佛法耳！」又說：「一切煩惱為如來種。譬如不下巨海，不能得無價寶珠；如是不如煩惱大海，則不能得一切智寶。」這幾段經文意味著：只有在骯髒的淤泥當中（比喻充滿煩惱的世間）才能開出芬芳的蓮花出來（比喻成佛）。相反地，若在清靜無穢的「高原陸地」（比喻小乘佛教）之上，則無法開出像蓮花一樣美麗芬芳的花朵出來（比喻只能成阿羅漢不能成佛）。換句話說，骯髒的淤泥，吊詭地（矛盾地 paradoxically）正是蓮花開得美麗芬芳的不可或缺的必要條件。像「泥中蓮」這樣的吊詭或許正是後來類似「火中蓮」、「火中優曇花」這類詭詞（paradoxical phrases）一在不斷地出現在中國禪宗文獻當中的原因吧！

而蓮花正好具備「出淤泥而不染」這種吊詭性、悲劇性、菩薩德行，因此蓮花成大乘菩薩和佛陀的象徵。大乘的菩薩和佛陀少有不和蓮花相關的這種佛菩薩們，或坐或立於蓮花之上，現在讓我們以〈大方廣佛華嚴經〉為例，來證明這點：〈華嚴經〉的經務當中，出現了「華嚴」兩字，那是以花（華）作為裝飾的意思。許多文獻告訴我們，作為裝飾品的花不一定是指蓮華。唐朝華嚴宗大師一澄觀，在其〈大方廣佛華嚴經疏〉卷3當中曾說：「依今梵本云：〈摩訶毘佛略勃陀健孛驪訶修多羅，此云：「大方廣佛雜華顏飾經」，又說如〈涅槃經〉及〈觀佛三昧經〉名此華嚴經為雜華經，以萬行交雜緣起集成效。」儘管如此，〈華嚴經〉



卻和蓮花之間具有極為親密的關係。

因為該經曾描述釋迦牟尼佛的真身...「法身」，居住在一個名叫「華藏（莊嚴）世界」的清靜國土之中；這一清境的國土長滿了大蓮花，釋迦牟尼佛的法身就端坐在這朵大蓮花上。八十卷本人〈華嚴經（卷 8）·華嚴世界品〉，曾對「華嚴世界」的形成原因及其狀況，做了詳細的描述：「此華藏世界海是昆盧遮那如來，往昔於世界海微塵數劫修菩薩行時，一一劫中，親近世界微塵數佛，一一佛所淨修世界海為塵數大願，之所嚴淨。」又說：此華藏世界海有...莊嚴香水海。此香水海有蓮華，名種種光明蕊香幢。華藏莊嚴世界海往往在其中。又說此華藏世界海，一切香水流往期間。眾寶為林，妙華開敷。香草布地明珠間飾。種種香華，處處盈滿。有此可見〈華嚴經〉乃至釋迦牟尼佛的法身...大日如來，和蓮花之間的密切關係。

再如，屬於淨土系的〈觀無量壽經〉，透過十六個階段，來觀想西方極樂世界的勝境。其中第七觀是「花座想」（經）中作了這樣的描述：欲觀彼（阿彌陀）佛者，當起想念：於七寶地上作蓮花想。令其蓮花，一一葉，作百寶色，有人萬四千脈，有如天畫。一一脈有八萬四千光，了了分明皆另得見。另外第十二觀是「菩薩想」修習者觀想自己「生於西方極樂世界，於蓮華終結伽趺坐」

從以上幾個例子看來，我們可以確定大乘經典所描述的佛菩薩，大都或坐立於蓮花之上。至於各種蓮花供佛，更是佛經當中常見的記載，

其中最具代表性的例子恐怕是釋迦牟尼佛的前世 - 儒童菩薩，以七莖青色蓮華，供養定光佛（又譯錠光佛、燃燈佛）：定光佛因而為他授記（預言），未來將成佛名叫釋迦牟尼佛。另外值得一提的是，〈華嚴經〉當中的「華」儘管正如前文所說，指的是雜花並不是蓮花，但是〈妙法蓮華經〉中的華，卻明顯的是蓮花。

從以上種種實例，我們可以歸納成兩個重點：(1)大乘佛教中的佛菩薩往往或坐或立於蓮花之上。(2) 大乘佛教的經典，也有以蓮花為經名者，從這兩個重點，我們得到一個結論：大乘佛教確實和蓮花之間具有極為密切的關係。有一迴向文：(迴向往生西方極樂)「種因」願生西方淨土中，九品蓮花為父母，花開見佛悟無生，不退菩薩為伴侶。蓮花有四德：一、香；二、淨；三、柔軟；四、可愛。(參考資料：<http://ccbs.ntu.edu.tw/FULLTEXT/JR-AN/an008-18.html>)

#### 白河蓮花節活動簡介：

白河鎮位於台南縣之最北面，與嘉義縣為鄰。由於土壤吉氣候適合蓮作生長，因此長期以來，蓮花一直是白河鎮的經濟作物，也是白河人的生活重心，居民對蓮花早就有濃厚的感情，因而素有「蓮鄉」的雅稱。近年來由於白河蓮花節活動的舉辦，各地遊客蜂擁而至，使白河成為全省聞名的觀光據點。白河地區究竟何時開始種植蓮花，無從考證，但據估計至少有 90 年的歷史(白河鎮公所，1999)，其栽培的主要產區位於白河北面五里，即蓮潭、玉豐、廣安、召安、及大竹，近年則逐漸擴散到昇

安、竹門、汫頭裡等。栽培面積近年都維持在 300~450 公頃之間。

白河鎮自民國 85 年全國文藝季 - 白河蓮花節揭幕後即打響知名度，此後年年都舉辦，每年七月至九月在蓮田裡可看到絡繹不絕的遊客，攤販、餐廳生意興榮，但主辦單位也耗費了無數的人力與經費，使財源不佳的鎮公所更陷入財政週轉不靈的窘境。蓮花節活動的目標包括文化、觀光、商機、共識、產業等五個層面(白河鎮公所，2001)活動時間為二個月，活動項目規劃包括「蓮鄉一日遊」等 19 項，預估經費(2001 年)約為 780 萬元。

蓮花種植面積達 180 公頃，蓮農兩百多戶，全台三分之二產量的蓮子和蓮藕大部分出自白河鎮，主要集中在玉豐、廣安、紹安、蓮潭和大直里。每當秋高氣爽時節，就可看到蓮農趁著晨曦進入比人高的蓮田，撥開滾著露珠的蓮葉，採下滿含蓮子的蓮藕。由於蓮蓬被太陽照射後很難撥殼，因此採回蓮蓬後必須立刻撥開蓮蓬取出蓮子。在農曆十二月初到翌年二月尾是蓮藕採收期，此時雨量稀少，蓮田已乾涸，適合蓮農掘取蓮藕。

蓮花原產印度，台灣在以前是日本引進作為蔬菜作物，台南縣主產地為白河、六甲。蓮種：大約在農曆二至三月(清明前)下種，然後灌溉、施肥，為防止葉斑病和葉面綠蟲，須要一至二次，五月起便可採收蓮子，清晨下田採收由於葉秉上滿佈短棘，所以全身都必須封住，將一個成熟的蓮蓬採下之後，一繳將長柄採進泥中，旁邊的葉子也順手折斷，因為

蓮藕相連的葉子在採收後便沒有作用，只會沾去一片空間，妨礙新葉的生長。這種全人工的工作還得在八、九點以前完成，否則五六七月的艷陽天夠你受的。

採回的蓮蓬很鬆軟，用手便可將其中的蓮子撥出，一個有經驗的老手信守一拿，連中蓮子是成熟的立刻拿到容器中，不成熟的蓮蓬則拋到一旁，不會多費些許力氣。蓮子大約分兩種：圓粒和長粒，有人說長粒比較香 Q 好吃，其實因人品味而異，不過有一點可以肯定，外殼紫褐色的蓮子較成熟，當然也較香，但是你我所看到的蓮子都是白色的，那是必須從蓮蓬中撥不帶殼的蓮子，在除去外膜挖掉蓮心(子葉)，剩下的部分才是我們所吃的蓮子，而這一連串的手續過程全靠人工處理。雖然有人曾發明用車輪改裝的切殼器，可以很快的在蓮殼上切一圈，但因成熟度不同，殼的厚度也不同，故常會切傷蓮子，所以最後大多仍用手推的刀片切殼器。一般而言，20 個蓮蓬約可撥剩1 個帶殼蓮子，五斤帶殼蓮子可撥三斤餘的蓮子，每個蓮子撥工約 20 至 30 元。

本草綱目記載：蓮子是中藥四神之一，可強精氣，厚腸胃，治脾泄、久痢、百濁、夢遺、女人崩帶、一切血病。蓮心味苦，曬乾泡茶可以清心去熱，因為蓮子是補品所以價格不差，如果了解整個採收過程，一斤一百五十元上下其實也不貴。蓮花睡蓮比較表：

表 2-2 蓮花睡蓮比較表

	蓮花	睡蓮
1	葉面有絨毛，水珠會在葉面上凝結	葉面無絨毛，水珠不會在葉面上凝結
2	葉緣無鉅齒狀	葉緣有鉅齒狀
3	葉無缺口	葉基部有開口
4	葉片高於水面，氣孔在葉下	葉片浮於水上，氣孔在葉上
5	花期短（三天）	花期長（約十來天）
6	花於清晨開合	花朝開暮合
7	花色較少	花色多
8	有蓮蓬、蓮藕	無蓮蓬、蓮藕
9	梗上有刺	梗上無刺
10	供觀賞與食用	供觀賞

（七）蓮花的特徵：（引述塔塔內植物園）

蓮花是一種大型的水生植物，地下莖長並會膨大為數節，葉柄質硬，約有 1~2 公分長，可突出水面，花有粉紅色、白色、黃色等，於夏季開花。

蓮蓬：蓮花的花託是成倒圓錐形，又稱蓮台，花拖上十多個心皮內

各有個小堅果，直到蓮花凋謝後，花托就變成蓮蓬，外觀看起來很像淋浴用的蓮蓬頭。蓮花的葉片沒有分岔挺出水面，蓮果實也就是蓮子。

蓮花與睡蓮，他們同屬睡蓮科，但蓮花的心皮為離生，且埋在花托筒裡，其他的睡蓮科植物多為心皮合生，且不埋在花托筒裡，因此蓮花與睡蓮雖然同為睡蓮科植物，卻被分置不同屬，蓮花為連屬，睡蓮為睡蓮屬。

#### (八) 如何種蓮花 (引述塔內植物園)

基本上與睡蓮相同，只是蓮花的需求比睡蓮要求更強烈，如果要以盆栽方式來種蓮花，建議不要種我們平常吃蓮子的品種，因為大種要讓它在盆子內開發需要不小的花盆，所以購買時可以考慮以小碗蓮系與千瓣蓮系會比較好種。

一、花盆：原則上與睡蓮相同，開口向外，但花盆開口可不一定要像睡蓮盆那麼大，但要有一定的深度，最好在 10 - 20 公分左右。

二、土：與睡蓮相同

三、種植時，先放少許肥料，將土加至 1/2 處壓緊，將二~三節的藕放好後，在將土加至 3/4 至 4/5 略壓緊，因蓮花是走莖（藕），需要較多的土，加水放置陽光充足處。

四、加肥：蓮花吃肥比睡蓮略重，所以平均每二週到三週就要加一次肥，尤其是每開二朵到三朵花後就要加一次，否則今年就可能只看到一到二次花，而施肥點，則是在新葉片（藕節旁），通常為一節一~三

片葉，約二~三公分處加少許肥料，到九月底之後就不用再加了。

五、休眠時與之後的處理非常重要，關係著來年會不會活、有沒有花，待進入秋天之後，蓮花的葉片會逐漸乾掉，等全部枯黃後剪掉，花盆的水也不再加，讓它漸漸枯掉，但欲要保持在像爛泥的狀況，直到來年的清明過後再作處理。

六、換土與分芽：在清明過後選擇一個較熟的日子，將整盆土倒出，倒出後，會看見有許多糾纏不清的藕節，將乾掉爛掉的剪掉，留下較肥與結實的藕節，每二~三節剪成一段，用水洗淨後再用新的土按照之前的步驟來種，因我們是用花盆來種，所以實際土與田裡相比是不夠的，老化的土爛掉的藕，會妨礙蓮花的成長，與第五點相同，這點不做幾乎一定會陣亡，除盆子非常大、土非常多，因為蓮花較重土的容積，這是與睡蓮最大的不同。

七、開花：蓮花在未授粉狀況下，花期會長達一週以上（複瓣的），但若是已授粉後，花瓣會很快掉落，因此，必須在花的外瓣開始掉落時，就將花剪下來插，一來花可以保持較久，二來可增加開花性，盡量不要讓蓮蓬長大，會浪費太多養分且會影響開花。

八、蓮花可用藕與蓮子繁殖，但用藕較快，當年就可以看到花而且又簡單。如果要用蓮子，要先找已成熟的蓮子，皮接近黑色，將較圓的那端，也是芽點所在，用刀將皮輕輕割開拿掉泡水 3 至 10 天，待發芽後，放在光照充足的地方約一週，待根系長出後再重，因為不是

開花株，所以有時需種至二到三年，植珠成熟後才會開花，所以用種子繁殖較慢，需要有充足較長的時間。水要清澈代表蓮花健康，每年都得分盆不然開花會慢慢減少。

出淤泥而不染：蓮花溢清香於澤流，芳姿婀娜，資質高潔，姿色清麗而不妖，世人向以蓮花為純潔之象徵。出淤泥而不染的蓮花，象徵脫俗的氣質，它作為佛門之花自然再是當不過。

讀書人愛蓮花，因為它出淤泥而不染，濯清蓮而不妖，亭亭玉立，象徵士子清高耿介的風骨。

（九）蓮花作為國家的國花有印度、埃及：

一、印度：人民喜愛蓮花，印度人視它為吉祥如意，無瑕疵的聖潔、平安、光明的象徵，它幾乎已成為佛教的代號了。在佛教裡，寺院是「蓮境」，法華經叫做「蓮經」，淨土宗叫「蓮教」，釋迦牟尼也總坐在蓮花上，號稱「蓮座」，他們愛蓮的程度比起中國人不惶多讓，後來乾脆把它定為「國花」日日頂禮膜拜。蓮花在佛教與印度教中，象徵神聖與不滅，這些宗教的神明傳說故事中都會出現蓮花來陪襯。例如釋迦牟尼佛出生時就會走路，而且走走腳下蓮花。印度人還把蓮花比喻英雄和神佛，一切美好的理想皆以蓮花表示。無論畫佛像、塑佛身都已蓮花為分座。所以寺廟裡許多佛像都坐在蓮花上面。蓮花被佛教如此尊重和神化是花中少有的。

二、埃及：蓮花首屈一指。公元前五世紀的希臘歷史學家希羅多德把最



著名的蓮花稱為「埃及之花」。蓮花和埃及的傳統風俗、宗教文化息息相關。在古埃及的社會交往中，蓮花成為朋友與愛人之間互相餽贈的典雅飾物。傳說古埃及的智慧之神托特的妻子，埃赫 阿慕納奉獻給丈夫一束蓮花，以表示她對丈夫的忠貞和愛情。古埃及人對這種出淤泥而不染的水中花，可真是又愛又敬，認為是神聖而不可侵犯的神靈之花；他們甚至認為蓮花是「復活之神」

有可以使人起死回生的能力，常將它放進木乃伊一起陪葬。埃及民間崇尚蓮飾，帳篷的布面、建築物的牆垣和柱面上及神殿柱頭都飾有亭亭玉立的蓮花狀圖案和雕刻。埃及的蓮飾，在公元前一五〇〇年埃及第十五王朝西提一世時就傳到西亞的亞述王國。

埃及蓮花有白、藍、紅之分，白蓮花是埃及最古老的植物之一。古埃及第十九王朝拉美西斯的屍體上，就曾發現過一整束的白蓮花。白蓮花的生長歷史可追溯到金字塔之前。藍蓮花再股埃及時遍佈全國各地。這二種蓮花同稱「香翹搖」。紅蓮花是從印度經波斯傳入埃及的。古希臘歷史學家希羅多德曾稱它為「尼羅河紅晚香王」，紅蓮花在埃及享有特殊的神聖地位，禁止食用其果實。

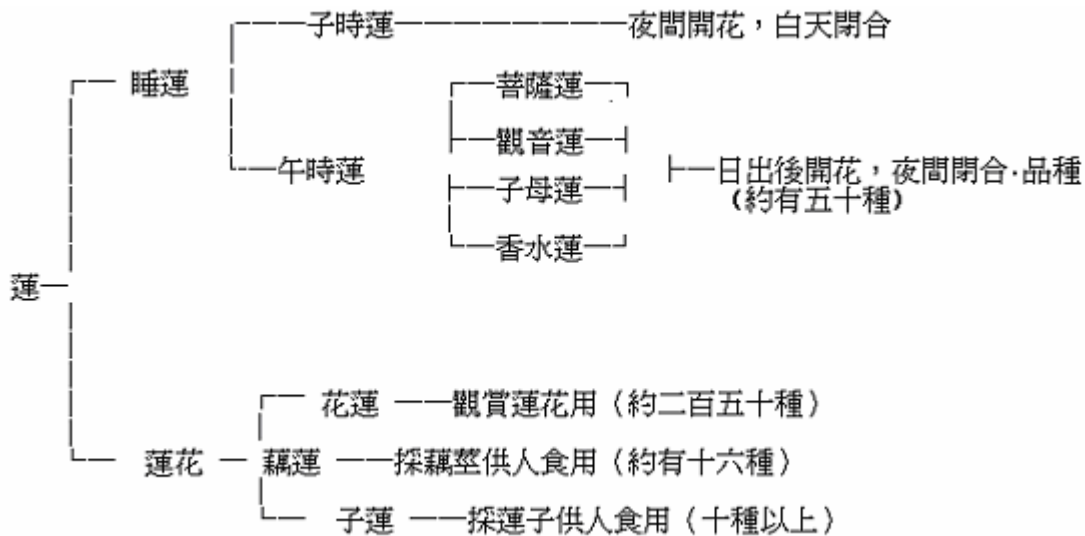
#### （十）賞蓮地點與樂趣：

近年來，賞蓮已經成為台灣民眾的夏季國民旅遊重點。台南縣白河鎮、大竹、玉豐、紹安、廣安、蓮潭沿線，還有北部的桃園縣觀音鄉、宜蘭縣羅東的北成庄、花蓮縣吉安鄉和光復鄉的馬太鞍，相繼發展出富

有地方色彩的觀光特色。每年六月至九月，各地賞蓮區均會吸引大批人潮前去賞蓮。

(十一) 蓮花和睡蓮的品種異同之處：

蓮是多年生宿根性水生植物，大致可分為二大類：蓮花和睡蓮。



(1) 蓮花 (*Nelumbo Nucifera Gaertn*, East Indian Lotus, Lotus Flower), 為落葉性多年生水生草本植物，球根花卉，屬於蓮科(Nelumbonaceae)，分中國蓮 (*N.nucifera Gaertn*) 和美洲蓮 (*N.pentapetala (Walter) Fernald*) 兩大種。原產於熱帶亞洲及溫帶亞洲。按古書記載，蓮花為君子之花，別稱有、菡萏、芙蕖、芙蓉、草芙蓉、水芙蓉、水芝、澤芝、水芸、水旦、水蕓、君子花、玉環、玉華、荷華、水華、藕花、佛座鬚。蓮花是中國相當古老的花卉，以前文人稱盛開的蓮花為芙蓉或芙蕖，含苞放的蓮花則稱為菡萏。屈原想借蓮花的花葉來縫製衣裳：「製芰蓮以為衣兮，集芙蓉以為裳」；曹植以蓮花來比喻洛神之清艷脫俗：「灼若芙蕖」

出綠波」；李白詩中所謂的『清水出芙蓉，天然去雕飾』；南宋詩人楊萬里以詠花詩著稱，曰：「畢竟西湖六月中，風光不與四時同，接天蓮葉無窮碧，映日蓮花別樣紅」，他們指的都是蓮花。蓮花出淤泥而不染，是由於花瓣的「表皮細胞呈乳突狀，具氣孔，被以角質層」的原故。蓮藕斷而絲尚連，是因為「藕折斷後，管胞壁上增厚的螺紋紋理像彈簧一樣被拉成藕絲。」而蓮花的果實是堅果，蓮果皮有著多層緻密的組織結構，故古蓮子埋入地層百年甚至上千年挖取後仍有生命力，還可萌發。」

（引文出自《中國蓮花品種圖志》）蓮花的品種因用途不同，可分為三大系統：花蓮、藕蓮及子蓮。1. 花蓮：花型複雜，花色鮮豔，為觀賞用約有 250 種，以紅花、白花最多，偶見黃花種 2. 藕蓮：根莖肥大粗壯，不開花或少開花，主要用途在採蓮藕，約有 16 種 3. 子蓮：根莖細長，分枝多，蓮藕小，以採蓮子為主，品種約十種以上，紅花為在來種，採子為主，多用以入藥；白花為廣東種，以採藕為主，供蓮藕使用，並可製藕粉，也稱為菜蓮或水藕。目前台灣所種植的蓮花，可分為四種品種：大憨蓮、見蓮、石蓮、菜蓮。大憨蓮花，花期早，花蕾基部略淺綠，其餘為桃紅，花開後，花基部稍白，其餘仍然深桃紅，花瓣較狹長、較尖。花期晚，花色為粉色，花瓣船形，脈較清晰，主要特徵是花大。

葉偏青綠色墨綠，將蓮葉翻轉，葉背出現許多點狀棗紅色素，有時在蓮蓬外側亦會出現棗紅斑紋蓮蓬 寬面半球型 光面圓錐型，像漏斗。蓮子 長粒（橢圓型），蓮子產量少。圓粒，蓮子產量特多。蓮藕（地

下莖)可加工製成蓮藕茶 藕條直徑約四公分，節間亦有兩道溝槽。蓮藕產量較低。石蓮菜蓮花，花色全白，後來因紅花系傳入，雜交的結果，使花色有粉紅、紅、白等顏色。花可製成「蓮花茶」。菜蓮花色白且少，花蕾淺綠色，花波展開後開白花。目前以台北新莊地區種植的，即為菜蓮的品種。

葉偏青綠菜蓮的植株高大，葉柄達一七〇公分，直徑約二公分，葉片直徑超過六十公分。

蓮蓬蓮蓬像淺碗，比大憨蓮的蓮蓬略小。蓮蓬小，如淺碗。蓮子長粒(橢圓型)，蓮子產量少。長粒(橢圓型)，蓮子更少。

蓮藕(地下莖)蓮藕為長條形，節間有一道溝槽，大又多。菜蓮以採蓮藕為主，藕條肥大，節間沒有溝槽，但澱粉較少，沒有製粉價值，所以主要供做菜用，故稱為「菜蓮」。(2)睡蓮的學名為 *Nymphaea* 'Dir. Geo. T. Moore. 紫睡蓮；*Nymphaea lotus* var. *dentata*. 齒葉睡蓮；英文名為 *Water Lily*，語意就是「水百合」的意思，因為其狀似百合花的鱗莖而得名。睡蓮為多年生水生草本植物，屬於睡蓮科(*Nymphaeaceae*)睡蓮屬(*Nymphaeae*)。相傳睡蓮是山林沼澤中的女神。別稱有水蓮花、子午蓮、水浮蓮、瑞蓮、茈碧花、水蓮花、水中仙子。睡蓮原產於中國、印度、埃及、墨西哥、南非、美國等地區。睡蓮富有寧靜、含蓄之美，常被用來裝飾庭園池塘，其平貼於水面的葉片帶給人安詳的感覺，挺出水面的花朵千姿百態，有些含羞待放、有些璀璨奔放，襯著那翠綠的蓮葉，蓮葉

上的滴滴晶露，風姿楚楚，叫人魂牽夢縈，不能自已。睡蓮可分為子時蓮及午時蓮二類，子時蓮通常在夜間開花，白天閉合；午時蓮通常在日出後開花，夜間閉合。常見午時蓮品種約有菩薩蓮、觀音蓮、子母蓮、香水蓮 約有 50 種之多。主要有粉睡蓮、紅睡蓮、白睡蓮、睡蓮、黃睡蓮等。此外，依尺寸來看，最大的有美洲球根睡蓮，最小的有姬睡蓮。依溫度適應性來看，有耐寒性的品種，花期較早，在春末即可開花，且花的顏色較淡；耐熱性品種則花期相對較晚，在夏秋季開花，且顏色較深。睡蓮在本省北部冬季會落葉休眠，切莫以為死亡而將其丟棄，而在南部則四季可開花不斷。蓮花的構造，主要分為：根、莖、蓮葉、蓮花、蓮蓬、蓮子、蓮藕。根是屬於軸根系，叢生在地下莖的節上。也因為蓮是屬於水生植物，生長在不缺水的環境，因此根系比較不發達，其長度約十公分，數量不多，雖有支根，但是缺乏根毛！通常是呈白色，偶爾也會出現棗紅的根。莖屬於變態莖的一種，匍匐在地下，有如一條長鞭，分枝不多，有明顯的頂芽伏勢現象。通常頂芽的生長速率比腋芽快，因此，使整個植株看起來有非常明顯而挺直主幹，這種分枝生長方式稱為單軸分枝。蓮葉著生在地下莖的節上，一節僅生一葉，由葉柄支撐伸出水面的挺水葉，稱為芰蓮或立葉。立葉隨匍枝的節位增加而愈長愈大，至第五 七節最大。其後萌生的葉突然變小，稱為止葉。止葉生長後即不再發新葉，葉幼時向內捲如杯筒狀，葉子挺出水面後開展為圓盾狀，成熟的蓮葉大而圓，直徑超過六十公分，葉子無鋸齒，無缺刻，柄圓形，

葉柄上有棘刺突起，葉面有絨毛，葉面深綠，葉背淺綠，較睡蓮淺。葉脈屬掌狀網脈，從葉莖向外緣或雙丫型分岔，其中一條葉脈並不分岔。葉面氣孔甚多(葉背則無)，氣孔內通氣室，下與葉柄及根莖中之氣道相通。春末夏初，蓮花初生的葉形狀甚小，不能直立，浮貼於水面，每株約有浮葉二、三枚，稱為蓮錢或藕蓮或浮葉，這時的蓮花池或蓮田裡只有稀稀疏疏幾片葉子，常被誤認為睡蓮。蓮花每年夏季開花，為夏季之後。通常一片挺水葉會伴隨一朵蓮花，這是由於蓮花地下莖（蓮藕）的每個節上會生長一片葉子，同時也孕育一個發育成花朵的花芽的緣故。花蕾著生在花梗上方，色澤以花緣較深，基部稍淺。蓮花為下位花、單生、輻射對稱、雌雄同花，重瓣、單瓣皆有，花色有淡紅、黃色、淡紫或色。花的結構由外向內依次為花萼、花冠、雄蕊群、雌蕊群、花托與花梗。花萼有 6—7 片，形狀及顏色與花瓣類似，但開花時先落。花瓣約九—十七枚，通常以十二—十六片居多。花冠隨品種不同有多變的顏色，由於花瓣被有角質層，使得蓮花能出淤泥而不染保護了花冠內的雄蕊與雌蕊。雄蕊生於花托基部，數目約 60—450 枚，花藥色黃形長，頂端有棍棒狀的附屬物，通常為乳白色，也有粉紅或黃色，以利昆蟲造訪幫助傳粉。雌蕊多數、離生，底部著生於圓錐形花托的桶狀洞穴中，花柱頂端之柱頭成橢狀，且較雄蕊先熟，花柱基部的子房膨大，內含一倒生胚珠。花托呈倒圓錐平頂形，其內具有通氣組織，使花托成海綿狀，胚珠受精後，子房逐漸成長，最後成橢圓形堅果，即是蓮實。蓮花凋謝

時，花瓣是一片一片掉落，與睡蓮不同。蓮花之壽命只有四天，開花時間在早晨三點左右。第一天：花成壺形，花蕾先端只開 1-2 公分，正午閉合。第二天：碗形，上午十時滿開，是最美時段，正午閉合。第三天：碗形，上午八至十時滿開，下午二點不完全閉合。第四天：盤狀，上午八時滿開成水平狀，正午散落。蓮花的莖、葉、花均向上高舉長出水面，所以有「蓮葉亭亭」的說法。花朵如玉立的芭蕾舞者，曼妙娉婷；蓮葉則亭亭如蓋，展綠疊翠。微風吹來花葉搖曳生姿，蓮香陣陣。蓮蓬原本是花托向上延伸，與雄蕊組合而成，花托增大成似蜂窩狀的蓮蓬，花謝後雄蕊也跟著凋落在地，只剩蓮蓬依舊屹立在花梗頂端，像是未開過花的花蕾，顏色由黃、黃綠，轉為深綠。而原來花瓣與雄蕊著生的地方，則變成環狀黃褐色。蓮蓬成熟後會向下垂頭掉落，果實則脫離花托而入水。蓮子就是蓮蓬裡面的胚珠，蓮子成熟約需二十一天，這段日子裡，蓮蓬漸漸膨大，裡面的蓮子也日趨成熟，成熟的蓮實呈黑褐色，因果皮堅硬不透水而不易發芽，需破壞果皮以助其發芽。它的生命力極強，曾發現有埋在地下深處達二千年之果實，播種後仍可發芽之例子。剝去果皮，即為種子即俗稱的蓮子，當果實尚未成熟，果皮呈綠色時，內部種子質軟可生吃。蓮子為雙子葉無胚乳種子，其子葉色白肥厚，為食用部份，其頂端成乳頭狀，內含單寧故呈褐色；綠色的蓮心即為胚芽，味極苦，一般去除不食。蓮子採收季，通常是在六月至九月。剝出蓮蓬孔內僅七、八分熟，呈翠綠色的「生籽」，或已十分熟的咖啡色「乾仔」蓮子，

在去硬殼、內膜、蓮心後，「生籽」供應一般消費者，「乾仔」由中藥店收購，作為珍貴的中藥材。蓮藕就是地下部分肥狀分節的地下莖。蓮蓬採收後，約過兩個月，蓮田乾涸後，蓮農便開始挖掘地下部分肥狀分節的地下莖。此肥大的地下莖如何形成？當氣溫逐漸降低時，植株將葉片光合作用產生的養分，儲存在地下莖前端，供來年繁殖所需。而蓮的根莖前端，由於含有大量養份，這才逐漸膨大成蓮藕。地下莖為根莖，生長前期較細長，生長後期較肥大且長，節甚明顯，節間有許多縱行管狀空隙，此根節即為蓮藕，蓮藕中的通氣孔是供水面下植株的氣體運輸，而空氣是由新葉進入到莖，再從老葉釋出。睡蓮是多年生草本植物，其地下莖成塊狀球根，細而短像芋頭，沒有蓮蓬、蓮子和蓮藕。花和葉，其狀因產地和品種的不同而異。葉片由地下莖部抽出長柄，葉有的像馬蹄、盾形，有的似圓盤、卵形，直徑小的只有五厘米，而大的卻有六十厘米。大部份品種之葉形為圓心臟形，齒緣有裂刻，V字缺口，叢生，通常平貼於水面之上或稍離水面。葉子顏色較荷花深，表面光滑有光澤，因上面有一層厚厚的蠟質不露水，葉子背面顏色為綠褐色，底面有氣胞，配合柔軟的葉柄，使葉片能浮貼於水面，不受水位高低的影響，花凋謝後花梗往下扭曲沉入水中，漿果成熟後裂開散出種子，所以在水面上絕對看不到類似蓮蓬的東西。花梗由地下莖抽出，頂端著生花苞一枚，由四片萼片包裹花瓣，有的花朵浮於水上，有的稍離水面較葉片為高，由內綻開花瓣多數、形狀狹長、尾端稍尖、由外向內收斂花瓣漸



小，內有雄蕊及雌蕊多枚。睡蓮品系繁多，清新雅緻、嬌柔美麗，與蓮花各具風格。睡蓮花色柔艷，其花色依品種而有不同，大致有潔白、鵝黃、橙黃、淡藍、深紫、粉紫、粉紅、桃紅等色，十分鮮艷，看得人眼花撩亂，花朵挺立水上，臨風飛揚或逐水飄流，清新脫俗，堪稱為「水中仙子」。開花時，有的朝開暮落，有的午閉夜開，開而又合，合而又開，持續三、四日，所以稱為「睡蓮」。睡蓮老株春夏秋三季都會開花。睡蓮幼株或熱帶品種夏、秋季開花，冬季是呈落葉休眠狀態，春至夏季再萌發新葉開花。睡蓮花朵在雨季時最為炫爛奪目。蓮的種植蓮喜歡高濕空氣，最適合生長的相對濕度是 70 - 85 %，水深最淺不可少於 3 公分，最深不超過 2 公尺，並視水深程度，補充水分，若水深不夠，植株易生育不良，尤其在花蕾出現後到花謝期間，更不能缺水。可種植於排水良好灌溉方便的低窪地或口徑為 70 公分以上之釉缸。蓮喜光，必須種植於日照充足(4 小時以上)又沒有強風的地方，日照時數達到 850 小時以上就會開花。生長適溫為 20 ~ 30，低於 15 停止生長，5 以下則地下莖易受凍，能耐 40 高溫，而適宜水溫為 21 - 25。蓮一生全生育期為 160 - 190 天。每年三、四月氣候轉暖，正是栽培蓮最好的季節。蓮對土質的適應性強，能耐肥，選用黏質土壤或混合含有機肥料和腐植質的黏質壤土來種植最佳，PH 值 5.6 ~ 6.5，土深應至少有 20 公分，如曾發生腐爛病同地應 4 - 5 年輪作一次，追肥的施加，則在開花前，使用顆粒狀的長效性肥料，肥料應埋入土中，以免散失在水裡。五月下

旬起至夏秋之季，蓮花紛紛開放，每株蓮可開花兩次。蓮的種植方法可分為下列三種：1、種子繁殖法：由於蓮子具有堅硬的外殼，使水份不易滲透，應先將種皮弄破，浸水 2 至 3 天，至果皮膨脹後方可播種，在攝氏 25 至 30 度芽，左右，約 2 週內發出芽時忌乾燥，應充分灌水。2、根莖繁殖法：取長約 10 至 15 公分長的地下莖來繁殖，每塊莖必須至少有 1 至 2 個芽點（生長點）。在盆中先鋪上的黏土層後將地下莖平置好，再覆上含有肥料的黏土，並將黏土壓緊，以免盆鉢放入水中後，地下莖受浮力作用而浮起。地下莖重新生了新的根、莖、葉，而植株則是繼續成長。栽植後，150 180 天採收。3、藕條繁殖法：取適合的藕條前三節當作種藕，並將之栽種在田裡。一星期之後，節上的新葉會繼續伸長，展開完整的葉片。而頂芽和側芽也伸長，並從頂芽及側芽新生的節上長根，待二星期後，植株便會更加茁壯。這種栽植方法，是使用較多的方式。因為其粗大的藕條能提供養分，繁殖速度也快，植株長得亦是最好。

病蟲害之防治，預防勝於治療，精選無病種藕，加強肥水管理，施足腐熟有機肥，如蓮田中兼養淡水魚時，則不能使用農藥。病害以摘除並燒燬病葉及病柄，附近的蓮池有葉片發病時，需阻止該池水流入；蟲害則以摘除卵塊或捕殺群集幼蟲。蓮花原產於印度，現在普遍分布於亞洲各地，主要供園藝栽培、食用或藥用。根據中國藥草書上的記載：蓮花的地下根莖稱『蓮藕』，葉子叫做『蓮葉』，花蕾稱『蓮花』，『蓮蓬』，葉柄與花梗都叫做『蓮梗』，果實稱『蓮蓬』，稱子叫做『蓮子』。蓮花是附經濟

價值相當高的農作物，從其蓮花、蓮蓬、蓮子、蓮葉、蓮藕都有其特殊的功用，幾乎全身上下都有其特色及用途。蓮花美麗脫俗，不但可以觀賞、食用，還可以當藥用，對人類的貢獻實在很多，稱得上『全身皆寶』。花冠可供觀賞、泡蓮花茶和炒食，非常消暑解熱，蓮花瓣亦可拌生菜沙拉，色美味鮮。以蓮花作為藥膳食品，以尚未綻放的花朵較佳、採集花瓣整齊、乾淨、具有芳香氣味者。

蓮花味道甘苦、藥性溫和，具有活血、止血、去濕、消風、鎮心，益色駐顏的作用。

1. 治積血、心胃嘔血：乾荷花研磨成粉，每次兩克配酒服用。
2. 治濕瘡：以蓮花直接貼住患處。

雄蕊為蓮鬚，又叫做蓮蕊，性質平和、味道甘澀，具有清心、益腎、澀精、固精、止血等功能，並可治失眠及婦科疾病。生、炒皆可。

1. 治精滑不禁：蓮鬚、芡實（蒸）沙苑蒺藜（炒）各六十克、牡蠣（鹽水煮）龍骨（酥炙）各三十克，一起研磨成粉，加上蓮子粉糊做成丸，配鹽湯每次服用九克。
2. 治痔漏：蓮鬚、黑牽牛（頭末）各四十五克，當歸十五克共同磨粉，每次空腹配酒服用六克。

花梗或葉梗部分，味道微苦、甘澀，性溫和；具有消暑清熱、通氣行水、寬胸、通乳的功用。

1. 治帶下：蓮梗、雞冠花各十五克，扶桑花十克，用水煎服。

2. 治腹瀉：蓮梗十克、車前草、鐵莧菜各三十克，用水煎服。
3. 治療中暑：蓮梗、麥冬、滑石各十五克，甘草三克用水煎服。

## 蓮蒂

介於蓮葉與葉柄之間的連接部分，味道微苦、甘澀，性溫和，具有清暑去濕、止瀉、和血安胎功能。

1. 治妊娠胎動不規律：蓮葉蒂炙乾後研磨成粉，配米湯服用。
2. 治暑濕：蓮葉蒂十五克、金銀花、麥冬、連翹各十克，美人焦三十克，配水服用。
3. 治小兒百日咳：蓮葉蒂數枚煎湯，加入適量百草霜，空腹飲用。
4. 治血痢：蓮葉蒂十五克、鳳尾草十五克加水一起煎服。

## 蓮葉

初生的蓮葉，可用來川蓮葉粥。做法是在清粥熬好之後，將嫩蓮葉放入粥中一燙就快快夾起，那時雪白的粥上會染上一層淡綠的色澤，蓮香雋永，有說不出的風雅。亦可以做蓮葉飯、蒸排骨、包東西。

蓮葉含維生素 C 及蓮葉鹼，新鮮蓮葉味道甘苦，可以消暑避穢、清肝醒脾、利濕、升發清陽。蓮葉經陰乾處理後，有開脾、增加元氣、止血、解毒、活血化瘀、止瀉、防痘瘡的效用。

1. 治黃水瘡：將蓮葉炭研磨成粉狀，用香油調勻，塗抹在患處。
2. 治暑濕腹瀉：蓮葉十錢、藿香十克、車前草三十克、滑石十五克、甘草三克，用水煎服。

3. 治咳血：蓮葉炭研磨成粉配米湯每次服用六克。

4. 治浮腫：服用蓮葉炭，每天三次，每次六克。

## 蓮蓬

雌蕊膨大為蓮蓬(蓮房)，為蓮花的花托部分。味道苦澀，性質溫和，具有止血、化瘀、止瀉、去濕的功能。通常經過炙炭處理後服用。煎水有斂和、治流鼻血的止血功能，並可清心及降肝火。蓮蓬乾燥後更是插花、裝飾的好素材。

1. 治血崩：蓮房炭、棕皮(炙炭)各十五克、香附子(炒過)九十克，一起研磨成粉，每次配米湯服用十克。

2. 治黃水瘡：蓮房炭研磨成粉，用香油敷在患處。

3. 治經血不止：陳蓮房炭研末，配米湯每次服用六克。

4. 治胎衣不下：用甜酒煎服蓮房一個服用。

## 蓮子

蓮子必須去掉胚芽才可供食用。胚芽有苦味，胚芽可入藥，性味苦澀，能斂，諸失血後，佐參以補脾陰，使統血歸經。

蓮子含豐富的維生素 C、蛋白質、醣類等礦物質。夏天時把蓮子拿來熬湯，鹹的加豬肚，甜的放百合。蓮子味甘澀，性質溫和，有強精氣、除寒熱、清新養神、補脾益腎、固腸和止血的作用，可治療心悸失眠、脾胃虛弱、男子遺精、婦女白帶過多、月經過多、治慢性痢疾和止瀉，並能改善藥物過敏現象。可料理成鹹、甜等各式美味可口的餐點，常見

的有四神湯、蓮子白木耳湯等。

本草綱目稱其可『交心腎、厚腸胃、固精氣、強筋骨、補虛損、利耳目、除寒濕』。古書記載：『蓮子，去心連皮生嚼，最益人，能除煩、止渴、澀精、和血、止夢遺、調寒熱。』

1. 治遺精、白濁：蓮子、五花龍骨、益智仁各十克，一起研磨成粉，每次服用五克。
2. 治夜寐多夢：蓮子十克、夜交藤三十克、用水煎服即可。
3. 治病後胃弱：蓮肉與梗米各炒一百克，茯苓五十克，研磨成粉，每次服用三十克，配砂糖一起服用。

### 蓮心

種子的心叫蓮心，即蓮子中間綠色的小芽，味苦，可以泡茶，有清涼降火解熱、降血壓、止血、安定精神、固精之效，一般多供做人藥用。蓮子中間綠色的胚芽部分，性味苦寒。

1. 治勞疾吐血：將糯米及蓮心共同研磨成粉狀服用。
2. 安神去熱：每次服用 1.5~3 克蓮心粉末，一天兩次。
3. 治遺精：蓮心適量磨成粉狀，加入辰砂 0.3 克，每次服用三克，每天兩次。

### 蓮藕

蓮藕，並非蓮之根，而是肥大的地下根莖，它真正的根是鬚根，由根莖的節長出。蓮藕生性清寒、味道乾澀，為高營養的健康蔬菜，它含

水份、維生素 C、維生素 B1、B2、蛋白質、脂肪、纖維、灰質、鈣、磷、胺基酸、澱粉醣類等。

生藕性甘寒、涼血、散瘀、清熱止渴、滋潤腸胃、治中暑、止瀉之良療功效，婦女生產後生冷皆忌，只有生藕不忌。嫩的生藕清脆乾甜，洗淨後切片涼拌，脆嫩又爽口，江南人稱為「水果」，或打藕汁喝之很甘涼，止悶除煩開胃。

老藕則切塊加排骨或牛腩清炖，那灰紫色的清湯醇美可口。熟藕性溫，有健脾、開胃、補心、益血、生肌、止瀉和滋陰之功效。蓮藕除可做蔬菜鮮食、煮排骨湯外，亦可磨碎成蓮藕粉，作為泡茶或勾芡用。

1. 治凍瘡：蓮藕蒸熟之後將其搗爛，然後敷在患處。
2. 小便熱淋：將藕汁、葡萄汁、地黃汁等份，加蜜後以溫水服用。
3. 上焦痰熱：蓮藕汁及梨汁各半杯以溫水服用。
4. 治煩渴：生藕絞汁加上生蜜服用。

古書記載：『生食宜鮮嫩，煮食宜壯老，用砂鍋桑材緩火煨，極爛，入煉白蜜收乾食之，最補心脾。若陰虛、肝旺、內熱、血少及諸失血症，但日熬濃藕湯飲之，久久自癒，不服他藥可也。』

藕節為蓮藕的節間部分。性溫和、味甘澀。含有豐富的單寧酸，有收縮血管作用，可化瘀、止血，治療吐血、咳血、尿血、便血、子宮出血等症。

1. 治吐血：藕節七個，荷葉頂七個，一起搗爛後加入蜜糖用水煎服。

2. 治便血：藕節炭研末後加入人參、白蜜煎湯，每次服用六克，每天兩次。

3. 治鼻血：藕節搗汁飲用，同時用其滴入鼻內，內用兼外服。

香水睡蓮可泡茶，只要採新鮮的花，削去花梗，露出子房組織，再以熱水沖泡即可，不用加任何茶葉，茶水都是花香；除了新鮮的睡蓮茶之外，花農愛以香水蓮或子母蓮，花朵特有的香味曬乾製成蓮花茶，為了去苦味，也須去除最外層的八片花瓣。蓮花茶含豐富的纖維質、粗脂肪、蛋白質；本草綱目記載：蓮花味甘而溫，補中養氣，去渴去熱，可寬心胸。常飲使人心生歡喜。取一朵乾燥蓮花置於壺中，加入 350 cc 的熱水，沖泡三至五分鐘後（可隨個人所須加少量的糖）即可飲用，冷熱皆宜，每朵蓮花可連續沖泡五—六次。泡過茶的蓮花且慢丟掉，因蓮花的頭部蘊藏著豐富的花蜜，將它含在口中，吸出這些精華，它會讓你感受到濃濃香甜，洋溢在齒頰之間。

## 2.5 睡蓮文獻回顧

外型特徵：睡蓮（睡蓮科）是多年生浮的浮葉草本植物，生長在湖泊池塘中，有地下根莖，根莖短，直立在泥中，水面上長出根葉。葉子有兩種：1.三角形的沈水葉是褐色的 2.圓形的浮水葉是綠色的，不像蓮花會挺出水面，而且葉邊向圓形的鋸子，在葉邊的圓形葉柄柔弱細長，有一公尺以上，會隨著水位的高低來調整浮水葉的位置。在葉柄和葉片接觸的地方有一個「V」型缺口，光滑的葉面好像打了一層蠟，不會沾水，



葉背有明顯的葉脈和通器的細胞。

睡蓮的花莖會挺出水面一點點，一隻花莖只開一朵花，有白天開和晚上開兩種。

### （一）白天開花的

科別：睡蓮科 學名：*Nymphaea L. Var.dentata* (Schum. Et Thonn.) Nichols

分佈：池塘、水塘，湖沼。白天開的，到了晚上，尖橢圓形的花瓣會合起來，大概能開 3 天，睡蓮沒有蓮蓬，這也是和蓮花不同的地方，四季都能開花，夏天的比較豔麗。花瓣的顏色有嫩白、粉紅、淺藍、淡紫，鮮黃等等。雄蕊有很多根，雌蕊的柱頭成放射狀的，花謝後，在水中結出球形的漿果，果實成熟後會在水中放出種子。南部天氣比較熱，四季都可以開花，北部的冬季比較冷，無法四季都開，睡蓮會落葉或休眠。目前台灣原生種的睡蓮已經在野外滅絕了，現在能看到的都是園藝栽培出來的。

### （二）晚上開花的：

是原齒葉夜睡蓮，花朵美麗，顏色有白色、紅色，淡粉紅色等等。台灣原生種睡蓮：有睡蓮和藍睡蓮，齒夜睡蓮並不是台灣原生種，睡蓮的地下莖成塊狀，葉圓形，齒緣上表面光滑似蠟不露水，底面有氣胞，配合柔軟的葉柄，葉片能浮貼於水面上，不受水位高低的影響。花朵稍離水面，花期長，晝開夜閉合，因以得名。睡蓮品系繁多，清新雅致與蓮花各具風格，如今已成各處花開水塘不可或缺的觀賞植物。（潘文娟，

2006)

### (三) 香水蓮花簡介：

屬於睡蓮中的午時蓮，香水蓮花經歷 18 年的研發培育，可成長至 30 公分以上，巨型四季常開性之香水蓮花，現今已有金黃、紫、紅、藍、赤、白等數十種深淺顏色不同。具有觀賞採花及食用，並無蓮子及蓮藕，一年四季皆可採收全株皆可食用，是當今最流行觀賞及食用的花卉。文獻記載；睡蓮有吐納作用，白天吐出芬芳香味，夜晚吸收大地精華，蓮花茶性溫平甘美，香茶成分不含咖啡因、單檸酸，無刺激性。睡蓮經過開花交藥（授粉）後產生「生長激素」採收即可食用。或是經過密室式烘製而成，無農藥及任何添加物，適合長期食用。香水蓮花具有以下功用：觀賞，泡茶，內含蓮花鹼，蓮花粉，蓮花蜜，多種氨基酸及世上少有的植物性胎盤素。香水蓮花具有功效如：清暑，解熱，止血，降肝火，固精，抗血栓，降血壓，鎮心安補，生津止渴，消除疲勞，滋補強身，促進新陳代謝。沖泡後花蕾處取出明膠狀胎盤素可外敷內服，具有養顏美容，活化肌膚之功效。為當今愛美女士的新寵。

沖泡方法：生鮮乾燥皆可沖泡，每朵睡蓮可用 500~600cc 開水沖泡，可反覆沖泡 4~5 次，冷熱飲皆宜。

蓮梗：炒熱食用。食用方法：去外皮切成小段，先用熱水燙過，加肉絲，豆瓣醬炒熱即可。功效：順氣，寬胸，通乳。

睡蓮養生藥膳烹煮方法：1.放置雞肉（全雞）腹內放三朵睡蓮，當歸，枸

杞，紅棗，燉煮一小時三十分鐘。2.最後再放兩朵睡蓮及三大匙米酒及適量水，在煮十分鐘即可。功效：化痰，潤喉，補血，行氣，促進新陳代謝。

睡蓮生機引十分法：1.用一朵新鮮睡蓮及蜂蜜，煉乳（鮮乳），冰塊，或加其他蔬果一起打成果汁飲用。2.新鮮花瓣洗淨冷藏後沾蜂蜜食用，沖泡過的花瓣亦可。（集集紅蜻蜓香水蓮花園 0933563665 e-mail:3324612@yahoo.com.tw）

睡蓮：( waterlily )

別名：水蓮花，子午蓮，水浮蓮，瑞蓮，茈碧花，水蓮花，水中仙子。

原產地：原產於亞洲，南美洲，非洲等熱帶，亞熱帶地區。

用途：觀賞。

### 第三章 研究設計與方法

本章旨在依據研究背景與動機及文獻回顧的理論建立研究架構，提出研究假設並定義本研究構面，而根據研究內容與限制設計問卷，作為研究根據，以實證資料驗證研究假設是否成立，茲就研究架構，研究假設、操作型定義、問卷設計與實測，作成後續分析與討論。

#### 3.1 研究對象

為探討休閒產業之遊客旅遊動機與遊客滿意度關係，本研究選定台南縣白河鎮北五里蓮花聚落、大行里、玉豐里、紹安里、蓮潭里、廣安里為研究範圍。

早期，蓮只是野生植物的一種，供賞玩和藥用並沒有作為經濟作物大量栽植。因早期人民平均所得不高，物質享用以其求溫飽為主，蓮這種屬古「帝王食品」的精緻作物不為當時所須。但蓮是一種拓殖能力極強的水耕植物，一直蔓長在白河地區。直到三十多年前，才開始有人將蓮當經濟作物栽種，時值台灣經濟逐漸成長，人民生活水準提高，蓮成為大家享用得起的食品。至李登輝擔任省主席時，提倡精緻農業，號召農業八萬大軍鼓勵轉作，白河鎮農會依政策訂定稻田轉作蓮田的十年補助推廣計畫，白河境內種蓮風氣於焉大開，成了今日產業結合文化的新指標。

### 3.2 研究架構

本研究主要探討休閒產業、遊客旅遊動機及遊客滿意度三者之間的關係，本研究擬對各項休閒產業、各項遊客旅遊動機、滿意度提出整合架構，界定遊客在休閒產業的遊客旅遊動機與遊客滿意度即重視的要素。

而本研究亦希望藉由休閒產業之觀點及遊客旅遊動機、滿意度及構面，藉以了解在休閒產業中，對白河鎮蓮花與睡蓮的遊客旅遊動機及遊客滿意度程度以及相互間的影響，因此本研究依據研究目的並參考相關文獻提出本研究的基本架構。

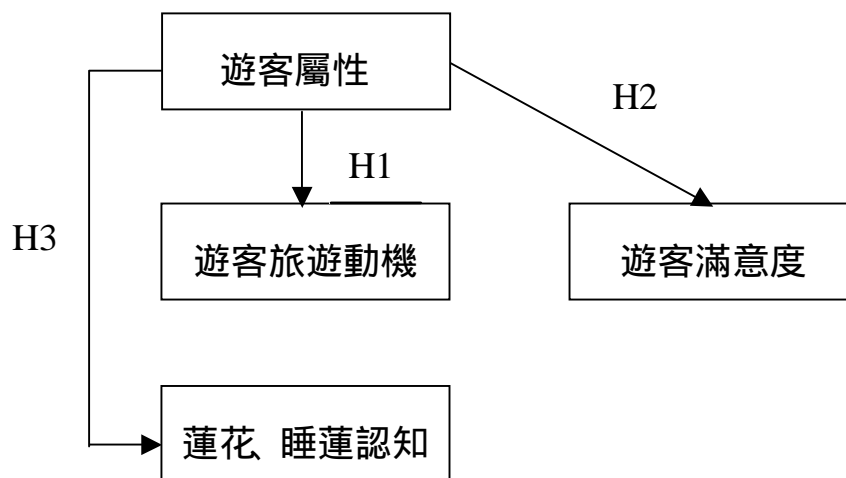


圖 3-1 研究架構圖

### 3.3 研究假設

本研究針對研究背景動機架構 目的及文獻回顧共擬有 3 個假設如下：

假設一（H1）遊客社經背景屬性不同，對遊客旅遊動機有顯著不同。

假設二（H2）遊客社經背景屬性不同，對遊客滿意度有顯著不同。

假設三（H3）遊客社經背景屬性不同，對蓮花、睡蓮的認知有顯著不同。

### 3.4 操作型定義

本研究架構中，各研究變項之操作性定義如下：

（一）遊客的旅遊動機：

本研究之架構根據之前之文獻回顧之理論基礎設計在遊客的旅遊動機部分包括（1）遊客專程賞蓮（2）遊客的休閒旅遊（3）遊客的農產品買賣（4）路過順道旅遊（5）遊客慕名而來 旅遊（6）遊客親子旅遊（7）了解當地農業文化（8）增進身體健康（9）放鬆身心舒解壓力（10）親朋好友推薦（11）參加特殊活動（12）研究調查需要（13）來看本地特殊景觀（14）增加生活情趣（15）增進朋友情感（16）探索新事務（17）享受本地自然美景（18）拓展蓮花睡蓮知識領域。

（二）遊客的滿意度：

是指觀光地區所具備的功能性（實體）與心理性（抽象）特性，對觀光地區的實際旅遊與體驗後想法的總和，主要參考國內旅遊滿意度實證相關研究所作遊客旅遊滿意度變項，本研究滿意度是歷經行前期望與實際體驗後的心理比較結果，也是所付出實際獲得的代價是否合理的一種感受。也是欲望與期望配合或超過而導致重複購買和持久忠誠度的要素。也是遊客對產品工作生活品質社區或戶外遊憩品質等方面之看法，也是非常有用的衡量行為指標也會對滿意度及品質產生影響（侯錦雄，1990）。也是指遊客接受無形服務或使用有形產品時所獲得滿足狀態，因此若遊客在接受服務或使用產品之後所得到的感受與原來的期望相符合

時，即表達出滿意的結果，否則將因實際與預期的落差而感到不滿意。

在遊客的滿意度部分包括：(1) 服務人員服務品質 (2) 產品價格 (3) 遊區體驗 (4) 特區無障礙設施 (5) 週邊環境維護 (6) 景觀資源標示 (7) 蓮花睡蓮標示 (8) 蓮花睡蓮資訊內容 (9) 特區攤販規劃 (10) 特區公共設施 (11) 特區停車場規劃 (12) 特區蓮花季交通 (13) 商品價格 (14) 特區總體驗

### (三) 蓮花：

蓮花因為它出淤泥而不染，象徵士子清高耿介的風骨，花可觀賞葉可包食物，地下莖清脆甘甜，蓮子清涼降火，葉柄連蓬可入藥，可說全身是寶，並其四德：一香、二淨、三柔軟、四可愛，蓮花在大乘經典中的地位，寬容、讚賞，在印度人們視蓮花為吉祥如意，清淳自在無瑕疵的聖潔平安光明象徵，在埃及人們視蓮花為神靈之花，復活之神，公元前五世紀的希臘歷史學家希羅多德稱蓮花為埃及之花。

而蓮花因花瓣的表皮細胞程乳突狀，其氣孔被以角質層的緣故，所以會出淤泥而不被以污染。台灣蓮花有 4 品種：大憨蓮、見蓮、石蓮、茶蓮，每年夏季開花，有蓮葉、蓮心、蓮蓬、蓮藕，屬高經濟作物。

### (四) 睡蓮：

睡蓮葉柄與葉片接觸地方有一個「V」型缺口，葉面光滑如臘不沾水。葉背、葉脈有通氣細胞。分白天及晚上開 2 種，四季都能開花。花色艷麗，品系繁多，清新雅致，尤其睡蓮中的平時蓮香水蓮花，茶性溫平，味甘美，有消暑解熱，止血，降肝火，固精，抗血栓，降血壓，鎮心安神，生津止渴，消除疲勞，滋補強身，促進新陳代謝，沖泡後花蕾處能取出膠狀胎盤素，有養顏美容，活畫肌膚功效。睡蓮易種植、成長快。

泰國，孟加拉視為國花，睡蓮沒有蓮蓬、蓮子、蓮藕，在本省北部冬季會落葉休眠，並非死亡。在遊客蓮花睡蓮基本認知包括：(1) 蓮花睡蓮的分別 (2) 睡蓮食用及觀賞的分別 (3) 蓮花睡蓮均可製茶 (4) 蓮花

睡蓮茶價格差異大 (5) 蓮花的生長期 (6) 睡蓮的生長花期 (7) 蓮花全身都是寶 (8) 睡蓮有很多品系花色 (9) 睡蓮的花期比蓮花花期長 (10) 蓮花睡蓮的產品 (11) 睡蓮的副產品 (12) 睡蓮曬的到陽光全年看的到花。

#### (五) 遊客特性：

本研究之問卷施測地點為白河鎮蓮農特產區大竹里、玉豐里、紹安里、蓮潭里、廣安里等範圍，針對來此旅遊的遊客進行便利抽樣調查，問卷施測期間為民國九十六年一月二日至三月二日共計二個月，問卷內容共分成「旅遊動機」、「遊客滿意度」、「蓮花與睡蓮認知」及「個人基本資料」四個部分。問卷發放的卷數為 500 份，扣除無效問卷有 27 份，回收有效問卷有 473 份。

#### 一、遊客社經背景 (基本屬性)：

本研究所稱之遊客社經背景經由文獻回顧後而設計，並參考國內遊憩實證相關研究 (高崇倫，1999；余幸娟，2000；謝金燕，2003) 之遊客社經背景變項，作為本研究的遊客個人特性。包含有性別、年齡、職業、婚姻、教育程度、每月收入、居住地等七項遊客的特性。

#### 二、遊憩特性：

這部分包括交通工具、遊伴的人數、遊伴的性質、停留期間，計 4 個問項。

### 3.5 抽樣設計

#### (一) 樣本決定：

本研究在問卷正式定稿與施測前，先進行施測分析，以評估問卷之用詞之適當性及語句題意清楚性，藉由諮詢受測者的意見而修定成最後完稿的問卷。

並在精確度與信賴度條件限制下，以決定樣本大小，透過以下的公式，



求得所需之樣本數。

$$n = \frac{Z^{2\alpha/2} P(1-P)}{e^2} = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2} = 385$$

n：樣本個數

e：最大容許誤差

P：母體比率

Z：在信賴度為  $\alpha$  之下之標準常態值

參考謝金燕（2003）之研究，在  $\alpha=0.05$ ， $e=0.05$  的條件下，求得所需樣本數，由於母體比率無法得知，採較為保守的做法，取  $P=0.5$ ，經過計算求得所需樣本數至少要 385 份，為避免某些無效問卷，因此本研究預計發放 500 份問卷。

由於人力、時間、經費的限制下，同時顧及受訪者的意願，本研究的抽樣方式採便利抽樣法，由現場訪談人員對遊客進行問卷調查的意願試探，在獲得遊客的應允之後，才提供問卷，請求受訪者填答，填答後現場訪談人員略做檢查確認問卷的勾選沒有遺漏，才完成問卷的測試訪談。

為了抽樣的完整性與代表性，抽樣時間的選定必須顧慮平時及週休例假日的差異，同時參考白河鎮蓮農特區業者的意見後，問卷調查的時間訂在九十六年一月二日至三月二日為期二個月進行問卷發放。

## （二）問卷設計：

本研究問卷內容主要依據文獻所彙整，並於這方面專家請益指導作最後修正。問卷內容共分成「旅遊動機」、「遊客滿意度」、「蓮花與睡蓮認知」及「個人基本資料」四個部分。第一部分遊客旅遊動機是參考黃宗成、黃耀雯、余幸娟（2000）再相關實證研究，以遊客行為理論模式，以個人特性、動機、行為期望、實際體驗、滿意度之間關係納入問卷內容。第二部分遊客滿意度是參考邱博賓（2003）觀光意象屬知覺過程在形塑出據點正面形象，加強凸顯出實際前往旅遊動機，而對旅遊目的地的偏好。以及參考周顏孝慈（2003）旅遊資訊詳盡與滿意，會影響遊客

對旅遊據點印象，以及造訪的效果，而前往的可能性提高。陸運欽(2004) 意象會影響旅遊決策過程，包括認知、情感、環境滿意度、動機、體驗。第三部分蓮花睡蓮的認知，蓮花在大乘佛教的地位，鉅有出淤泥而不染，清淨寬容也具有四德：香、淨、柔軟、可愛，此地以白河鎮蓮農地區蓮潭、廣安、昭安、大竹、玉豐、昇安、竹門、汴頭等里為研究區域。

而以每年 7 月至 9 月白河蓮花節為活動的期間，包括文化的、觀光的、商機的、共識的、產業的、五個層面來推動展開。

蓮花是屬高經濟作物，花冠、梗、蓮蒂、蓮葉、蓮蓬、蓮子、蓮心、蓮藕、藕節等均可利用，可謂全身皆是寶，而睡蓮也有白天晚上開的二品種，花色繁多，同樣據多項的食用及觀賞功能，並附有寧靜、含蓄之美，與蓮花同樣研發多樣經濟高效益各項產品，同樣廣受大眾喜愛。第四部份為受訪者的基本資料，為了要測得受訪者對於問象的同意或支持的程度，採用李克特 (Likert) 五點尺度量表 (5-point scale) 來作為問卷的測量方式，對於問項同意或是支持的看法，分別是 1：非常同意；2：同意；3：普通；4：不同意；5：非常不同意。

### (三) 資料分析的方法

在處理數量之統計運用上，根據研究目的研究架構，將所得資料整理登錄後以 spss10.0 for windows 中文版套裝軟體 作為統計進行下列分析：

#### 一、 描述性統計分析 (Descriptive Statistics Analysis)：

對於問卷中李克特量表之回答，可經由編碼與以量化，以計算各問項之平均數級標準差。其中平均數代表一班人對於問項的看法，也可以將不同層面之受訪者以平均數做一比較，而平均數愈高代表該層性較為受訪者所重視。而標準差則可視為評量回收的樣本，對於該問項之一致性指標。樣本標準差愈小，表示受訪者對於該問項有較一致的看法。

本研究使用描述性統計分析髮中的平均數，標準差次數分配及百分比等描述性統計數值，以了解樣本結構在各問項所呈現的分布情形。

## 二、信度分析( Reliability Analysis )：

陳順宇 (1998) 認為：所謂「信度」也稱為可靠度，指的是一份測驗所測分數的可信度或穩定性，也就是同一群受測者在一份測驗上，測驗多次的分數必須要有一致性。所以「信度」是指測量的一致性的程度。如果同一份測驗前後兩次測的結果不同，就表示這份測驗的「信度」差。「信度」不涉及測量所得是否正確，它只關心的是測量本身是否穩定，所得結果是否可靠。也就是不論測量幾次，所得到的結果是否都一致的問題。然而「信度」並不是效度的保證。但「信度」高是一份有效度測驗的基本條件。

本研究採用 Cronbach's  $\alpha$  係數來檢測問卷題目間的一致性與穩定性。若 Cronbach's  $\alpha$  係數愈高，怎表示各項題目間的關聯性愈高，也就是問卷的一致性愈高。Cuieford ( 1965 ) 認為當 Cronbach's  $\alpha$  係數大於 0.7 時，屬高信度；當 Cronbach's  $\alpha$  係數介於 0.7~0.35 之間，屬中信度；當 Cronbach's  $\alpha$  係數介於 0.35 時，屬低信度。

## 三、因素分析 ( Factor Analysis )：

因素分析主要的目的是運用在希望能降低變數的數目，當要在一群具有相關且不易解釋的資料中，找出部分概念上有意義而且彼此之間接近獨立，並且足以影響原始資料的共同因素 ( 林傑斌、劉明德，2001 )。本研究採用因素分析中主成分分析法 ( Principal Components Analysis )，並以變異數最大法 ( Varimax Method ) 加以轉軸，選取因素負荷量大於 0.5，特徵值大於 1 的因素作為萃取旅遊動機因素之依據。

## 四、單因子變異數分析 ( One-way Analysis of Variance )：

本研究單因子變異數分析用來檢視各項人口統計資料變數在蓮花、睡蓮的認知與遊客旅遊動機，遊客滿意度上是否具有顯著性的差異存在。

## 第四章 實證結果與分析

本章是針對問卷回收資料進行分析，計發出 500 份問卷，回收有效問卷有 473 份，無效問卷有 27 份，以 spss10.0 中文版統計套裝軟體分析有效問卷調查資料。內容計有四部份，第一部份為遊客遊憩動機，藉以了解景點特質、休閒遊憩、需求體驗等三個動機因素構面資料分佈情形。第二部份為旅遊遊客的滿意度，為了解遊客來到白河蓮農特區旅遊活動，以信度檢定來了解遊客對蓮農特區的滿意度相關性，藉以了解白河蓮農特區產業活動之優勢、劣勢、機會與威脅。第三部份為遊客對蓮花、睡蓮的基本認知，藉以了解旅遊遊客對蓮花、睡蓮的了解認知程度。第四部份為遊客基本屬性藉以了解資料分佈情形。

### 4.1 遊客遊憩動機分析

在受訪者遊客遊憩動機方面，計有專程賞蓮、休閒旅遊、慕名而來、親子旅遊、了解當地農業文化、增進身體健康、放鬆身心紓解壓力、親朋好友推薦、參加特殊活動、研究調查需要、來看本地特殊景觀、增加生活情趣、增進朋友感情、享受本地自然美景、探索新事物、拓展蓮花睡蓮知識領域計 16 個項目，茲就所得之資料進行次數、百分比分析(詳見表 4-1)，並分別說明如下。

本研究為瞭解遊客對休閒產業活動之旅遊動機，問卷中設計了 16 項旅遊動機讓遊客填答勾選，受訪遊客則針對心理所感受的同意程度來勾

選。統計分析其平均值(Mean)與標準差(Standard Deviation)，以衡量受訪遊客對旅遊動機之平均同意度，以及受訪遊客相互間之差異程度。

由表 4-1 顯示，休閒產業讓遊客前來旅遊白河蓮農特區產業活動體驗之前五項分別為：「休閒旅遊」、「專程賞蓮」、「慕名而來」、「自然美景」、「放鬆壓力」而旅遊動機低的後五項分別為「研究需要」、「特殊活動」、「探索事物」、「特殊景觀」、「好友推薦」。

表 4-1 休閒農業活動旅遊動機分析表

旅遊動機活動變項	平均數	標準差	排序
休閒旅遊	1.80	0.65	1
專程賞蓮	1.81	0.74	2
慕名而來	1.97	0.71	3
自然美景	2.01	0.70	4
放鬆壓力	2.02	0.72	5
親子旅遊	2.08	0.77	6
知識領域	2.08	0.79	7
增進健康	2.12	0.73	8
農業文化	2.12	0.79	9
朋友感情	2.20	0.77	10
生活情趣	2.21	0.73	11
好友推薦	2.28	0.78	12
特殊景觀	2.31	0.85	13
探索事物	2.96	0.89	14
特殊活動	3.27	0.95	15
研究需要	3.59	0.95	16

資料來源：本研究整理

## 4.2 滿意度分析

本研究的問卷中，滿意度的問項計有 8 項，分析結果如表 4-2 所示。

表 4-2 滿意度分析表

滿意度實際體驗因素	平均數	標準差	排序
特區的整體體驗	2.3721	0.6958	1
特區的無障礙設施	2.5159	0.7867	2
蓮花及睡蓮的資訊內容	2.7104	0.8749	3
蓮花季沿途攤販規劃	2.7188	0.8655	4
蓮花及睡蓮的指示牌	2.7252	0.8466	5
蓮花季的交通	2.7780	0.8408	6
蓮花季的停車場規劃	2.7992	0.8781	7
蓮農特區的產品價格	2.8266	0.8731	8

資料來源：本研究整理

由上表得知，遊客感到滿意前三項分別是：「特區的整體體驗」、「特區的無障礙設施」、「蓮花及睡蓮的資訊內容」。而滿意讓遊客較不滿意的三項分別為：「蓮農特區的產品價格」、「蓮花季的停車場規劃」、「蓮花季的交通」。

表 4-3 為遊客對蓮農特區產業文化活動整體滿意度分析表。在整體滿意度方面，遊客對蓮農特區產業文化活動感到非常同意佔 5.5%，感到同意 57.7%，感到普通的佔 31.9%，感到不同意的佔 3.8%，感到非常不同意的佔 1.1%。由此結果顯示，大部分的遊客對白河鎮蓮農特區產業文化活動整體評價很同意。

表 4-3 遊客滿意度分析表

	分類	次數	百分比(%)	平均數	標準差
整體滿意度	非常同意	26	5.5	2.37	0.70
	同意	273	57.7		
	普通	151	31.9		
	不同意	18	3.8		
	非常不同意	5	1.1		

資料來源：本研究整理

遊客之整體滿意度通常會影響遊客遊完後，所以衍生的行為態度包括口碑宣傳、重遊意願以及推薦給親朋好友之意願。所以要有好的服務品質及滿意度，才會有忠誠的遊客，產業文化活動任何影響因素都需注重，因為有好的吸引力、滿意度以及口碑，才能維持遊客的忠誠度，才會有重遊意願，才能與遊客維持長久關係，成功的將產業行銷出去。

#### 4.3 遊客對蓮花、睡蓮認知分析

遊客對蓮花睡蓮基本認知分析，包括有蓮花、睡蓮的分別，睡蓮食用及觀賞，蓮花、睡蓮的花均可製茶，蓮花、睡蓮茶價格也不同，蓮花的生長期，睡蓮的生長期，蓮花全身皆是寶，睡蓮有很多花色、品系，睡蓮比蓮花花期長，蓮花、睡蓮的產品，睡蓮製茶外另有副產品，睡蓮長

日照可全年看得到花，等共有 12 個問題。本研究所得之問卷資料，進行次數、百分比分析(詳見表 4-4)並分敘說明如後。

(一) 蓮花與睡蓮的分別：

在受訪遊客中，有效問卷 473 份，知道如何分別什麼是蓮花?什麼是睡蓮?的遊客計有 411 份，佔總樣本數之 86.9%，其次是不知道的有 62 份，佔總樣本數之 13.1%，所以知道如何分別的是佔大多數。

(二) 蓮花茶與睡蓮茶價格差異：

在受訪遊客中，有效問卷 473 份，知道的有 218 份，佔總樣本數 46.1%，不知道的有 255 份，佔總樣本數的 53.9%，不知道的佔大多數。

(三) 睡蓮比蓮花花期長：

在受訪遊客中，有效問卷 473 份，知道的有 275 份，佔總樣本數 58.1%，不知道的有 198 份，佔總樣本數 41.9%，多數知道。

(四) 蓮花、睡蓮的產品：

在受訪遊客中，有效問卷 473 份，知道的有 338 份，佔總樣本數 71.5%，不知道的有 135 份，佔總樣本數 28.5%，多數知道。



表 4-4 遊客對蓮花、睡蓮基本認知分析表(n=473)

項目	分類	次數	百分比
蓮花、睡蓮分別	知道	411	86.9
	不 知	62	13.1
價格差異	知道	218	46.1
	不 知	25.5	53.9
花期長嗎	知道	275	58.1
	不知道	198	41.9
睡蓮產品	知道	338	71.5
	不知道	135	28.5

資料來源：本研究整理

#### 4.4 遊客基本屬性分析

遊客屬性分析包括性別、年齡、婚姻狀況、職業、教育程度、居住地點、個人平均月收入等七個項目，茲就所得之有效問卷 473 份資料進行次數、百分比分析(詳見表 4-5)，並分別說明如下。

(一) 性別：在 473 份有效樣本中，受訪遊客中「女性」居多有 248 人，佔總樣本數之 52.4%，「男性」有 225 人，佔總樣本數之 47.6%。

(二) 年齡：在 473 份有效樣本中，受訪遊客年齡成以「21-30 歲」居多有 158 人，佔總樣本數之 33.4%，其次為「31-40 歲」的遊客有 138 人，佔總樣本數之 29.2%，「41-50 歲」的遊客有 88 人，佔總樣本數之 18.6%，20 歲以下的有 45 人，佔總樣本數之 9.5%，51 歲以上的人有 43 人，佔

總樣本數之 9.1%最少，察其原因是年齡較大，對受訪問卷之勾選意願較低。

(三) 婚姻狀況：在 473 份有效樣本中，受訪遊客中，以「已婚」的居多數有 272 人，佔總樣本數之 57.5%，而未婚的有 201 人，佔總樣本數之 42.5%。

(四) 職業：在 473 份有效樣本中，受訪遊客的職業分佈以「學生」居多數有 81 人，佔總樣本數之 17.1%，其次為「商」有 79 人，佔總樣本數之 16.7%，「服務業」的有 78 人，佔總樣本數之 16.5%，「軍公教」的有 59 人，佔總樣本數之 12.5%，「工」的有 55 人，佔總樣本數之 11.6%，「自由業」的有 54 人，佔總樣本數之 11.4%，「農林漁牧業」的有 53 人，佔總樣本數之 11.2%，「退休」的有 14 人，佔總樣本數之 3.0%，為遊客數最少。

(五) 教育程度：在 473 份有效樣本中，受訪遊客中，教育程度以「高中職」為數最多，有 188 人，佔總樣本數之 39.7%，其次為「大學/學院」的有 131 人，佔總樣本數之 27.7%，「專科」的有 100 人，佔總樣本數之 21.1%，「國(初)中」的有 30 人，佔總樣本數之 6.3%，「研究所」以上的人有 15 人佔總樣本數 3.2%，「國小」的人有 9 人，佔總樣本數之 1.9%，為遊客最少數。

(六) 居住地點：在 473 份有效樣本中，受訪遊客已居住「南部(嘉、南、高、屏)」居多數有 303 人，佔總樣本數之 64.1%，居住「中部(中、彰、

投、雲)」的遊客有 107 人，佔總樣本數之 22.6%，居住「北部(基、北、桃、竹、苗)」的遊客有 42 人，受訪遊客已居住在「東部(宜、花、東)」的遊客有 20 人佔總樣本數之 4.2%，居住在國外的遊客有 1 人，佔總樣本數之 0.2% 最少，顯示到白河蓮農特區的遊客多數是鄰近地區的民眾，距離較遠的遊客，造訪的機會佔的比例越少。

(七) 個人平均月收入：在 473 份有效樣本中，受訪遊客的月收入(或可支配的零用金)大部分在「30001~40000 元之間」的有 146 人，佔總樣本數之 30.9%，再「20001~30000 元之間」的有 105 人，佔總樣本數之 22.2%，在「20000 元以下」的有 101 人，佔總樣本數之 21.4%，再「40001~50000 元」的有 82 人，佔總樣本數之 17.3%，「在 50001~60000 元」的有 26 人，佔總樣本數之 5.5%，在「60001 元以上」的有 13 人，佔總樣本數之 2.7% 為數最少。

表 4-5 遊客基本屬性分析表(n=473)

項目	分類	次數	百分比	項目	分類	次	百	
性別	男	225	47.6	教育程度	國小	9	1.9	
	女	248	52.4		國(初)中	30	6.3	
年齡	20 歲以	45	9.5		高(職)中	188	39.7	
	21~30 歲	159	33.6		專科	100	21.1	
	31~40 歲	138	29.2		大學/學院	131	27.7	
	41~50 歲	88	18.6		研究所以上	15	3.2	
	50 歲以上	43	9.1					
婚姻狀況	已婚	272	57.5		居住地點	南部	303	64.1
	未婚	201	42.5			中部	107	22.6
職業	學生	81	17.1			北部	42	8.9
	軍公教	59	12.5	東部		20	4.2	
	農林漁	53	11.2	離島		0	0	
	工	55	11.6	國外		1	0.2	
	商	79	16.7	個人平均 月收入	20000 以下	101	21.4	
	自由業	54	11.4		20001~3 萬	105	22.2	
	服務業	78	16.5		30001~4 萬	146	30.9	
	退休	14	3.0		40001~5 萬	82	17.3	
					50001~6 萬	26	5.5	
					60001 以上	13	2.7	

註：居住地點：「南部：(嘉、南、高、屏)」、「中部：(中、彰、投、雲)」、「北部：(基、北、桃、竹、苗)」、「東部：(宜、花、東)」

資料來源：本研究整理

## 4.5 旅遊動機之因素分析

本研究將問卷中 16 個旅遊動機問項進行因素分析，經縮減萃取出「景點特質」、「休閒遊憩」、「需求體驗」等以上三個因素構面，各信度 Cronbach's  $\alpha$  值依序分別為 0.8272、0.7751 及 0.7035，均達 0.7 以上，屬於高信度標準之理想範圍，顯示旅遊動機該部份在問卷問項中具有內部一致性與穩定性。總解釋變異量為 52.304%，如表 4.6 所示。

### 一. 因素一：「景點特質」

本因素構面包括「了解當地農業文化」、「增進身體健康」、「放鬆身心舒解壓力」、「親朋好友推薦」、「來看本地特殊景觀」、「增加生活情趣」、「增進朋友情感」、「享受本地自然美景」、「拓展蓮花睡蓮知識領域」等九個旅遊動機問項，而因素內各問項皆與了解景點及功能性有關，故將命名為「景點特質」，特徵值為 3.950，解釋變異量為 24.690，因素平均數為 2.1513，Cronbach's  $\alpha$  信度值為 0.8272。

### 二. 因素二：「休閒遊憩」

本因素構面包含「專程賞蓮」、「休閒旅遊」、「慕名而來」、「親子旅遊」等四個旅遊動機問項，而因素內問項是以強調休閒活動與遊憩為主，故將命名為「休閒遊憩」，特徵值為 2.445，解釋變異量為 15.283，因素平均數為 1.9154，Cronbach's  $\alpha$  值為 0.7751。

### 三. 因素三：「需求體驗」

本因素構面包含「參加特殊活動」、「研究調查需要」、「探索新事物」等三個旅遊動機問項，各問項皆與特定需求之活動有關，故將命名為「需求體驗」，特徵值為 1.973，解釋變異量為 12.331，因素平均數為 3.2734，Cronbach's a 值為 0.7035。

表 4-6 旅遊動機之因素分析表

因素	旅遊動機問項	因素 負荷量	轉軸平方負荷量		Cronbach's a 值
			特徵值	解釋變 異量%	
景 點 特 質	5.了解當地農業文化	0.441	3.950	24.690	0.8272
	6.增進身體健康	0.539			
	7.放鬆身心舒解壓力	0.507			
	8 親朋好友推薦	0.422			
	11.來看本地特殊景觀	0.284			
	12.增加生活情趣	0.488			
	13.增進朋友情感	0.511			
	14.享受本地自然美景	0.392			
	16.拓展蓮花睡蓮知識領域	0.373			
休 閒 遊 憩	1.專程賞蓮	0.790	2.445	15.283	0.7751
	2.休閒旅遊	0.688			
	3.慕名而來	0.578			
	4.親子旅遊	0.454			
需 求 體 驗	9.參加特殊活動	0.717	1.973	12.331	0.7035
	10.研究調查需要	0.605			
	15.探索新事物	0.580			
KMO=0.861，Bartlett 顯著性 = 0.000			總解釋變異量：52.304 %		

資料來源：本研究整理

## 4.6 遊客屬性與旅遊動機之差異分析

為了解不同的遊客屬性對遊客旅遊動機、滿意度與認知等變項是否存在顯著的差異？本研究將進一步運用單因子變異數分析 (One-way ANOVA)，分別對遊客屬性及消費行為，進行檢定，若遊客屬性及消費行為與各衡量的差異達到顯著的水準時 ( $P < 0.05$ ) 在續以 scheffe 多重比較法來檢定各群組之間的差異。

本研究中，遊客屬性包括遊客的「性別」、「年齡」、「婚姻狀況」、「職業」、「教育程度」、「您是來自(居住地點)」、「平均月收入」等 7 項，除了「您是來自(居住地點)」免予分析，其餘 6 項就不同的遊客屬性對各衡量的相關性或差異性進行逐一探討。

### (一) 性別對旅遊動機衡量構面之差異性檢定

從表 4-7 所示的差異性檢定表中，可以看出遊客的性別不同，對白河蓮農特區的旅遊動機各因素構面上，男女均無顯著差異。

表 4-7 遊客性別與旅遊動機之各衡量構面差異檢定表

性別	衡量構面	t 值	p 值	Scheffe 檢定
1. 男性	景點特質	-0.205	0.838	
2. 女性	休閒遊憩	-0.307	0.759	
	需求體驗	-1.227	0.220	

註： $P \leq 0.05^*$  達顯著差異

獨立樣本 T 檢定 (變異數相等的 Levene 檢定)，女性遊客多於男性遊客。

## (二) 年齡

從表 4-8 所示的差異性檢定表中，可以看出不同年齡層的遊客對於旅遊動機因為年齡層不同，對旅遊動機之「休閒遊憩」構面具有顯著差異，其中以 50 歲以上的遊客在此構面明顯大於 21~30 歲及 31~40 歲。

表 4-8 遊客年齡與旅遊動機之各衡量構面差異檢定表

年齡	衡量構面	F 值	P 值	Scheffe 檢定
1.20 歲以下	景點特質	0.819	0.513	
2.21~30 歲				
3.31~40 歲	休閒遊憩	4.890	0.001*	5 > 2 . 3
4.41~50 歲	需求體驗	1.005	0.404	
5.50 歲以上				

註:P<=0.05\* 達顯著差異

## (三) 婚姻狀況

從表 4-9 所示的差異性檢定表中，可以看出不同婚姻狀況的遊客，對於旅遊動機之各衡量構面則皆無顯著差異。

表 4-9 遊客婚姻狀況與旅遊動機之各衡量構面差異檢定表

婚姻狀況	衡量構面	t 值	P 值	Scheffe 檢定
1.已婚	景點特質	0.055	0.956	
2.未婚	休閒遊憩	0.123	0.902	
	需求體驗	-1.177	0.240	

註:P<=0.05\* 達顯著差異

## (四) 職業



從表 4-10 所示的差異性檢定表中，可以看出不同職業的遊客，僅對於旅遊動機之「需求體驗」構面具有顯著差異，其餘構面則皆無顯著差異。

表 4-10 遊客職業與旅遊動機之各衡量構面差異檢定表

職業	衡量構面	F 值	P 值	Scheffe 檢定
1.學生 2.軍公教 3.農林魚牧	景點特質	0.245	0.974	
4.工 5.商	休閒遊憩	1.731	0.100	
6.自由業 7.服務業 8.退休	需求體驗	2.193	0.034*	

註:P<=0.05\* 達顯著差異

#### (五) 教育程度

在表 4-11 所示的差異性檢定表中遊客在不同的教育程度其旅遊動機，因教育程度不同對動機之「需求體驗」與「休閒遊憩」因素構面具有顯著差異，由其以教育程度為高(職)中者，特別在「需求體驗」構面中高於大學/學院。

表 4-11 遊客教育程度與旅遊動機之各衡量構面差異檢定表

教育程度	衡量構面	F 值	P 值	Scheffe 檢定
1.國小	景點特質	1.559	0.170	
2.國(初)中				
3.高(職)中	休閒遊憩	2.282	0.046*	
4.專科				
5.大學/學院	需求體驗	4.521	0.000*	3 > 5
6.研究所以上				

註：P≤0.05\* 達顯著差異

#### (六) 個人平均月收入

從表 4-12 得知，月收入不同的旅客，對於旅遊動機中的所有因素構面皆無顯著差異。

表 4-12 遊客個人平均月收入與旅遊動機之各衡量構面差異檢定表

個人平均月收入	衡量構面	F 值	P 值	Scheffe 檢定
1.20,000 以下	景點特質	1.367	0.235	
2.20,000~30,000				
3.30,000~40,000	休閒遊憩	2.066	0.068	
4.40,000~50,000				
5.50,000~60,000	需求體驗	1.476	0.196	
6.60,000 以上				

各個族群月收入的 Scheffe 事後檢定無顯著性表示看法一致性

註：p≤0.05\* 達顯著差異

由以上敘述可知，除性別、婚姻、個人月平均收入無顯著差異外，其

年齡、職業、教育程度皆對旅遊動機因素構面部份具有顯著差異，因此根據本研究假設一：遊客社經背景屬性不同，對遊客旅遊動機有顯著不同，實證結果為部份成立。

#### 4.7 遊客屬性與對滿意度衡量之差異分析

為了解不同遊客屬性對滿意度等變項是否存在顯著差異，本研究運用單因子變異數分析 (One-way ANOVA)，分別對遊客屬性進行檢定若遊客屬性與各衡量的差異達到顯著的水準時 ( $P < 0.05$ ) 續以 scheffe 多重比較法來檢定各群組之間的差異。

本研究遊客屬性包括遊客的「性別」、「年齡」、「婚姻狀況」、「職業」、「教育程度」、「您是來自(居住地點)」、「平均月收入」等 7 項，就不同的遊客屬性對各衡量的相關性或差異性進行逐一探討。

##### (一) 性別對滿意度之衡量差異性檢定

從表 4-13 所示在滿意度方面，遊客的性別不同，對白河蓮農特區的整體滿意度沒有明顯的差異。本項是女性遊客佔多數。

表 4-13 遊客性別與衡量變項之差異檢定表(滿意度)

性別	衡量變項	t 值	P 值	Scheffe 檢定
1.男性	產品價格	-0.526	0.599	
2.女性	無障礙設施	0.577	0.564	
	蓮花睡蓮的指示牌	0.961	0.337	
	蓮花睡蓮資訊牌內容	0.228	0.820	
	沿途攤販規劃	-0.078	0.938	
	蓮花季交通	-0.553	0.581	
	停車場規劃	-0.504	0.615	
	蓮農特區整體體驗	0.831	0.407	

註：P<=0.05\* 達顯著差異

## (二) 年齡對滿意度之衡量差異性檢定

從表 4-14 所示在滿意度方面因年齡層的不同，遊客在滿意度沒有明顯的差異。

表 4-14 遊客不同年齡層與衡量變項之差異檢定表

年齡	衡量變項	F 值	P 值	Scheffe 檢定
1.20 歲以下	產品價格	1.233	0.296	
2.21~30 歲	無障礙設施	0.998	0.408	
3.31~40 歲	蓮花睡蓮的指示牌	1.046	0.383	
4.41~50 歲	蓮花睡蓮資訊牌內容	1.498	0.202	
5.50 歲以上	沿途攤販規劃	1.123	0.345	
	蓮花季交通	0.754	0.556	
	停車場規劃	0.263	0.901	
	蓮農特區整體體驗	0.416	0.797	

註：P≤0.05\* 達顯著差異

### (三) 婚姻狀況對滿意度之衡量差異性檢定

從表 4-15 所示，滿意度方面因遊客婚姻況的不同，在滿意度上沒有明顯的差異。

表 4-15 遊客婚狀況與衡量變項之差異檢定

婚姻狀況	衡量變項	T 值	P 值	Scheffe 檢定
1.已婚	產品價格	0.762	0.447	
2.未婚	無障礙設施	0.909	0.364	
	蓮花睡蓮的指示牌	0.522	0.602	
	蓮花睡蓮資訊牌內容	-0.129	0.897	
	沿途攤販規劃	-0.593	0.554	
	蓮花季交通	-0.511	0.610	
	停車場規劃	0.145	0.885	
	蓮農特區整體體驗	0.640	0.522	

註：P≤0.05\* 達顯著差異

### (四) 職業對滿意度之衡量差異性檢定

從表 4-16 所示，因遊客職業不同，僅對於滿意度之「蓮花季交通」變項具有顯著差異，而對於其他滿意度變項則無顯著差異。

表 4-16 遊客職業與衡量變項之差異檢定表

職業	衡量變項	F 值	P 值	Scheffe 檢定
1.學生	產品價格	1.352	0.224	
2.軍公教	無障礙設施	0.595	0.760	
3.農林魚牧	蓮花睡蓮的指示牌	1.080	0.375	
4.工	蓮花睡蓮資訊牌內容	1.062	0.387	
5.商	沿途攤販規劃	0.613	0.745	
6.自由業	蓮花季交通	1.010	0.042 <sup>*</sup>	
7.服務業	停車場規劃	1.523	0.157	
8.退休	蓮農特區整體體驗	0.459	0.864	

註：p<=0.05\* 達顯著差異

#### (五) 教育程度對滿意度之衡量差異性檢定

從表 4-17 所示的差異性檢定中，遊客因不同教育程度在滿意度之「產品價格」、「無障礙設施」、「蓮花睡蓮資訊牌內容」、「沿途攤販規劃」、「蓮花季交通」及「蓮農特區整體體驗」六項變項中具有顯著差異，其中在「蓮農特區整體體驗」有明顯差異，以國小遊客較高於大學學院。

表 4-17 遊客教育程度與衡量變項之差異檢定表

教育程度	衡量變項	F 值	P 值	Scheffe 檢定
1.國小	產品價格	2.794	0.017*	
2.國(初)中	無障礙設施	2.340	0.041*	
3.高(職)中	蓮花睡蓮的指示牌	0.842	0.520	
4.專科	蓮花睡蓮資訊牌內容	2.677	0.021*	
5.大學/學院	沿途攤販規劃	0.977	0.031*	
6.研究所以上	蓮花季交通	2.361	0.039*	
	停車場規劃	1.627	0.151	
	蓮農特區整體體驗	4.110	0.001*	1>5

註：p<=0.05\* 達顯著差異

#### (六) 居住地點對滿意度之衡量差異性檢定

從表 4-18 所示，遊客因居住地點不同在滿意度之衡量變項上並沒有顯著差異。

表 4-18 滿意度您是來自(居住地點)與衡量變項之差異檢定表

您是來自(居住地點)	衡量變項	F 值	P 值	Scheffe 檢定
1.南部(嘉南高屏)	產品價格	2.042	0.087	
2.中部(中彰投雲)	無障礙設施	0.663	0.618	
3.北部(基北桃竹苗)	蓮花睡蓮的指示牌	0.935	0.443	
4.東部(宜花東)	蓮花睡蓮資訊牌內容	0.710	0.586	
5.離島(澎金馬)	沿途攤販規劃	1.226	0.299	
6.國外國名	蓮花季交通	1.606	0.172	
	停車場規劃	0.069	0.991	
	蓮農特區整體體驗	1.815	0.125	

註：p<=0.05\* 達顯著差異

#### (七) 個人平均月收入對滿意度之衡量差異性檢定

從表 4-19 所示，遊客月收入不同，僅對於滿意度之「沿途攤販規劃」變項具有顯著差異，而對於其他滿意度變項則無顯著差異。

表 4-19 遊客平均月收入與衡量變項之差異檢定表

平均月收入	衡量變項	T 值	P 值	Scheffe 檢定
1.20,000 元以下	產品價格	1.955	0.084	
2.20,000~30,000 元	無障礙設施	0.948	0.450	
3.30,000~40,000 元	蓮花睡蓮的指示牌	0.987	0.425	
4.40,000~50,000 元	蓮花睡蓮資訊牌內容	1.488	0.192	
5.50,000~60,000 元	沿途攤販規劃	2.996	0.011*	
6.60,000 元以上	蓮花季交通	1.931	0.088	
	停車場規劃	1.490	0.192	
	蓮農特區整體體驗	0.509	0.769	

註：P≤0.05\* 達顯著差異

由以上敘述可知，除性別、年齡、婚姻及居住地區無顯著差異外，職業、教育程度、個人平均月收入皆對旅遊滿意度部份具有顯著差異，因此根據本研究假設二：遊客社經背景屬性不同，對旅遊滿意度有顯著不同，實證結果為部份成立。



## 4.8 旅客屬性與蓮花、睡蓮認知之差異性分析

本研究將進一步應用單因子變異數分析(One-way ANOVA)分別對遊客屬性蓮花睡蓮認知進行檢定，若遊客屬性及其蓮花睡蓮差異達到顯著水準時( $P < 0.05$ )續以 scheffe 多重比較法來檢定各群組之間的差異。

在本研究中遊客屬性背景括有「性別」、「年齡」、「婚姻狀況」、「職業」、「教育程度」、「您是來自(居住地點)」、「平均月收入」等 7 項，就不同遊客屬性與蓮花、睡蓮差異性進行探討等變項中是否存在顯著的差異。

### (一) 性別與認知衡量差異性檢定

從表 4.20 所示在認知上，遊客因性別不同對白河蓮農特區的蓮花、睡蓮認知上是否存在顯著的差異。經檢定顯示沒有明顯的差異。

表 4-20 遊客性別認知與衡量變項之差異性檢定表

性別	個數	平均數	衡量變項	T 值	P 值
1.男性	男 225	1.12	蓮花與睡蓮分別	-0.828	0.408
2.女性	女 248	1.14			
	男 225	1.51	價格差異	-1.696	0.090
	女 248	1.59			
	男 225	1.39	花期長嗎	-0.977	0.329
	女 248	1.44			
	男 225	1.30	蓮花睡蓮產品	0.574	0.567
	女 248	1.28			

註： $p \leq 0.05^*$  達顯著差異

### (二) 年齡與認知衡量差異性檢定

從表 4-21 所示以差異性檢定中，因年齡層不同的遊客在蓮花、睡蓮認

知衡量以「蓮花與睡蓮分別」、「花期長嗎?」、「蓮花睡蓮產品」等變項存在顯著的差異，再經由 scheffe 多重比較檢定得知「在花期長嗎?」變項中 20 歲以下的遊客明顯大於 41~50 歲的遊客。

表 4-21 遊客年齡認知與衡量變項之差異性檢定表

年齡	衡量變項	F 值	P 值	Scheffe 檢定
1.20 歲以下	蓮花與睡蓮分別	2.968	0.019*	
2.21~30 歲	價格差異	1.509	0.198	
3.31~40 歲	花期長嗎	4.889	0.001*	1 > 4
4.41~50 歲	蓮花睡蓮產品	2.515	0.041*	
5.50 歲以上				

註：p<=0.05\* 達顯著差異

### (三) 婚姻狀況與認知衡量差異性檢定

從表 4-22 所示，不同遊客之婚姻狀況，在蓮花、睡蓮認知問項中檢定顯示並沒有明顯差異。

表 4-22 遊客婚姻狀況認知與衡量變項之差異性檢定表

婚姻狀況	個數	平均數	衡量變項	t 值	P 值	顯著性 (雙尾)
1.已婚	已婚 272	1.11	蓮花與睡蓮分別	-1.409	0.159	
2.未婚	未婚 201	1.15				
	已婚 272	1.52	價格差異	-1.702	0.090	
	未婚 201	1.60				
	已婚 272	1.39	花期長嗎	-1.077	0.282	
	未婚 201	1.44				
	已婚 272	1.27	蓮花睡蓮產品	-1.185	0.237	
	未婚 201	1.32				

註：p<=0.05\* 達顯著差異

#### (四) 職業與認知衡量差異性檢定

從表 4-23 所示，遊客職業不同對於蓮花、睡蓮認知中的「蓮花睡蓮產品」變項具有顯著差異，而其餘變項則皆無顯著差異。

表 4-23 遊客職業認知與衡量變項之差異性檢定表

職業	衡量變項	F 值	P 值	Scheffe 檢定
1.學生	蓮花與睡蓮分別	1.627	0.125	
2.軍公教	價格差異	0.737	0.640	
3.農林魚牧	花期長嗎	2.420	0.019	
4.工	蓮花睡蓮產品	3.105	0.003*	
5.商				
6.自由業				
7.服務業				
8.退休				

註：p≤0.05\* 達顯著差異

#### (五) 教育程度與認知衡量差異性檢定

從表 4-24 所示，在蓮花、睡蓮認知問項中，遊客教育程度不同對於「蓮花與睡蓮分別」、「價格差異」及「蓮花睡蓮產品」等變項具有顯著差異。其中在「蓮花與睡蓮分別」變項中以國小大於高(職)中，國(初)中高於高(職)中，專科高於高(職)中，國(初)中高於大學/學院，另在「蓮花睡蓮產品」問項中以國小高於專科、大學/學院，高(職)中高於大學/學院，國(初)中高於科、大學/學院。

表 4-24 遊客教育程度認知與衡量變項之差異性檢定表

教育程度	衡量變項	F 值	P 值	Scheffe 檢定
1.國小	蓮花與睡蓮分別	7.980	0.000*	1>3 2>3
2.國(初)中				2>5 4>3
3.高(職)中	價格差異	3.622	0.003*	
4.專科	花期長嗎	2.146	0.059	
5.大學/學院	蓮花睡蓮產品	9.883	0.003*	1>4,5 3>5
6.研究所以上				2>4,5

註：P<=0.05\* 達顯著差異

#### (六) 居住地點與認知衡量差異性檢定

從表 4-25 所示在認知問項中共有 6 個，分別是 1 南部(嘉南高屏)、2 中部(中彰投雲)、3 北部(基北桃竹苗)、4 東部(宜花東)、5 離島(澎金馬)、6 國外國名。本項衡量變項中並無明顯差異表示遊客族群看法一致性。

表 4-25 遊客您是來自(居住地點)認知與衡量變項之差異性檢定

您是來自(居住地點)	衡量變項	F 值	P 值	Scheffe 檢定
1.南部(嘉南高屏)	蓮花與睡蓮分別	0.310	0.872	
2.中部(中彰投苗)	價格差異	1.073	0.369	
3.北部(基北桃竹苗)	花期長嗎	0.536	0.710	
4.東部(宜花東)	蓮花睡蓮產品	0.718	0.580	
5.離島(澎金馬)				
6.國外國名				

註：P<=0.05\* 達顯著差異

(七) 個人平均月收入與衡量差異性檢定：

從表 4-26 所示，遊客月收入不同對於蓮花、睡蓮認知中的「花期長嗎」與「蓮花睡蓮產品」等變項具有顯著差異。

表 4-26 遊客個人平均月收入認知與衡量變項之差異性檢定表

平均月收入	衡量變項	F 值	P 值	Scheffe 檢定
1.20,000 以下	蓮花與睡蓮分別	1.375	0.232	
2.20,000~30,000 元	價格差異	1.943	0.086	
3.30,000~40,000 元	花期長嗎	3.502	0.004*	
4.40,000~50,000 元	蓮花睡蓮產品	2.526	0.029*	
5.50,000~60,000 元				
6.60,000 以上				

註：p<=0.05\* 達顯著差異

由以上敘述可知，除性別、婚姻及居住地區無顯著差異外，年齡、職業、教育程度、個人平均月收入皆對旅遊滿意度部份具有顯著差異，因此根據本研究假設三：遊客社經背景屬性不同，對蓮花、睡蓮的認知有顯著不同，實證結果為部份成立。

## 第五章 結論與建議

本研究旨在探討白河蓮農特區，休閒產業文化活動對遊客旅遊動機，滿意度與蓮花睡蓮認知之研究。透過問卷調查方式，收集所需要的資料，再運用獨立樣本 t 檢定，描述性統計，因素分析，單因子變異數分析，Post Hoc 檢定多重比較 Scheffe 法，以 spss10.0 軟體作分析處理，對有效樣本，以統計方法加以分析、檢視，歸納以下的結論與建議。

### 5.1 研究結論

#### 5.1.1 白河蓮農特區產業文化活動遊客概況

##### 一、旅遊遊客社經背景分布

在受訪遊客中性別以女性多於男性，有 248 人佔 52.4%；年齡以 21-30 歲的遊客較多，有 159 人，佔 33.6%；婚姻狀況以已婚佔多數有 272 人，佔 57.5%；職業則以學生較多；教育程度是以高(職)中佔多數；您是來自(居住地點)，以來自南部(嘉，南，高，屏)佔多數；個人平均月收入(或可支配零用金)以 3,0001~4,0000 元的佔多數。

##### 二、遊客旅遊動機之分析

結果發現，遊客認為對於白河蓮農特區之旅遊動機平均值前五名依序分別是「休閒旅遊」，「專程賞蓮」，「慕名而來」，「自然美景」，「放鬆身心，舒解壓力」；而旅遊動機平均值後五名分別是「研究需要」，「特殊活動」，「探索事物」，「特殊景觀」，「好友推薦」。

### 三、遊客滿意度之分析

結果顯示，遊客認為對於白河蓮農特區之旅遊滿意度平均值前五名依序分別是「蓮花季的商品價格」，「蓮農特區的產品價格」，「蓮花季的停車場規劃」，「蓮花季的交通」，「蓮花及睡蓮的指示牌」；而旅遊滿意度平均值後五名分別是「服務人員服務品質」，「這次體驗」，「特區的整體體驗」，「特區的無障礙設施」，「特區的景觀資源指示牌」。

#### 5.1.2 遊客屬性與旅遊動機之差異分析

研究顯示，性別、婚姻、月平均收入不同與旅遊動機之各衡量構面皆無顯著差異。年齡層不同的遊客對於旅遊動機之「休閒遊憩」因素構面具有顯著差異。再者不同職業的遊客，對於旅遊動機之「需求體驗」因素構面具有顯著差異。其遊客教育程度不同對旅遊動機中的「休閒遊憩」、「需求體驗」等因素構面具有顯著差異。

由以上敘述可知，除性別、婚姻、個人月平均收入無顯著差異外，其年齡、職業、教育程度皆對旅遊動機因素構面部份具有顯著差異，因此根據本研究假設一：遊客社經背景屬性不同，對遊客旅遊動機有顯著不同，實證結果為部份成立。

#### 5.1.3 遊客屬性與旅遊滿意度之差異分析

遊客的性別、年齡、婚姻及居住地區不同，對白河蓮農特區的遊客滿

意度沒有顯著的差異。而遊客職業不同，僅對於滿意度之「蓮花季交通」變項具有顯著差異。再者遊客因不同教育程度在滿意度之「產品價格」、「無障礙設施」、「蓮花睡蓮資訊牌內容」、「沿途攤販規劃」、「蓮花季交通」及「蓮農特區整體體驗」六項變項中呈現顯著差異。遊客月收入不同，只對於滿意度之「沿途攤販規劃」變項具有顯著差異。

由以上敘述可知，除性別、年齡、婚姻及居住地區無顯著差異外，職業、教育程度、個人平均月收入皆對旅遊滿意度部份具有顯著差異，因此根據本研究假設二：遊客社經背景屬性不同，對旅遊滿意度有顯著不同，實證結果為部份成立。

#### 5.1.4 遊客屬性與蓮花睡蓮認知之差異分析

遊客性別、婚姻及居住地區不同對白河蓮農特區的蓮花、睡蓮認知上經檢定顯示皆沒有明顯的差異。遊客年齡層不同的遊客在蓮花、睡蓮認知衡量以「蓮花與睡蓮分別」、「花期長嗎?」、「蓮花睡蓮產品」等變項存在顯著的差異。而遊客職業不同對於蓮花、睡蓮認知中的「蓮花睡蓮產品」變項有顯著差異。再者遊客教育程度不同對於「蓮花與睡蓮分別」、「價格差異」及「蓮花睡蓮產品」等變項呈現顯著差異。而遊客月收入不同對於蓮花、睡蓮認知中的「花期長嗎」與「蓮花睡蓮產品」等變項具有顯著差異。

由以上敘述可知，除性別、婚姻及居住地區無顯著差異外，年齡、職



業、教育程度、個人平均月收入皆對旅遊滿意度部份具有顯著差異，因此根據本研究假設三：遊客社經背景屬性不同，對蓮花、睡蓮的認知有顯著不同，實證結果為部份成立。

## 5.2 建議

以文獻回顧，問卷調查研究結果，證實分析顯示，旅遊的遊客對休閒產業旅遊動機，滿意度及蓮花，睡蓮的認知上，是屬於正向，良好的呈現。本研究對白河蓮農特區相關單位提出幾點建議：

### 一、加強白河蓮農特區產業文化活動之行銷：

本研究結果顯示，前來白河蓮農特區的遊客以專程賞蓮，休閒親子旅遊，放鬆身心紓解壓力，享受自然美景，拓展蓮花睡蓮知識領域，無障礙設施的良好，蓮花睡蓮的指示牌引導，以及對蓮農特區不一樣的體驗。但因為當地產品價格因遊客遽增，造成價格拉高搶眼前短暫利益而忽略遊客感受，而沿途攤販的規劃以及停車場規劃是否是當方便以及蓮花睡蓮價格上之不同，以及蓮花、睡蓮的開花期間之季節等均需透過電視媒體宣導置入性行銷加強當地農民之產業文化長遠傳承之共識，以建立特有品牌制度行銷，才能獲得遊客的滿意度提昇，促使口耳相傳，再度重遊之意願。

### 二、提供更完善軟印體設施：

遊客再旅遊前有完善資訊明白了解旅遊目的地滿意度，認知，減少事

後之反感與糾紛不斷。

### 三、培養專業人才：

應有計畫培訓蓮農特區專業人員，解說、導引遊客，做系統之引導解說，提升服務多角化，建立品牌制度，提供優質化的服務。

### 四、強化產業文化活動：

強化休閒產業文化活動內容，增加遊客旅遊動機，實際體驗，提高滿意度，增強重遊意願，才能對當地文化產業，經濟就業人口等有正面的意義提昇。

## 5.3 研究限制與後續研究建議：

### 一、研究限制：

本研究基於人力、時間、物力、財力之考量，已白河蓮農特區為研究範圍，因此在研究推論結果上，有地區性之限制。問卷無法控制受訪者填答之忠實度，僅能在設計的選項問題去勾選。而問卷施測時間為民國九十六年一月二日至三月二日共計二個月。所得結果只能顯示這段期間，受訪遊客的感受體驗。

### 二、後續研究建議：

冀望本研究結果可提供國內休閒產業文化與觀光旅遊界，未來從事規劃與舉辦產業文化活動之參考，建議地方主辦單位，在活動期間，能有效掌握季節性之產品，做有效而系列的媒體宣導介紹，提高知名度及持續性，提供完善軟硬體設施，吸引更多遊客蒞臨。

## 參考文獻

中文部分：

- 1、 八十八年白河蓮花節成果專輯，1999，白河鎮公所。
- 2、 九十年白河蓮花節產業文化活動計畫書，2001，白河鎮公所。
- 3、 八十六年白河蓮花節成果專輯。
- 4、 八十四年七月白河鎮農會，「白河觀光花季簡介」。
- 5、 王進欽、洪華伶(2003)，遊客對民俗節慶活動參與滿意度之研究-以鹽水烽炮為例，觀光休閒暨餐旅產業有續經營學術研究會論文集，3，13-24，台南：真理大學休閒遊憩事業系。
- 6、 王其超、張行言 中國合品種圖誌 台北市淑馨，(1994)(民 83)。
- 7、 中國荷花品種圖誌，王其超編著，1989年，淑馨出版社。
- 8、 台灣產蜜源植物圖說，鄭元春，台灣省立博物館。
- 9、 台灣蔬菜，吳昭其，渡假出版社。
- 10、 白河鎮蓮潭社區發展協會。中國荷花品種圖誌，王其超編著，1989年，淑馨出版社。
- 11、 交通部觀光局(2000)，觀光政策白皮書，交通部觀光局。
- 12、 交通部觀光局(2001)，中華民國九十年觀光年報，台北：交通部觀光局。
- 13、 交通部觀光局(2002)，中華民國九十一年觀光年報，台北：交通部觀光局。

- 14、交通部觀光局(2003)，九十一年度交通年鑑。
- 15、行政院勞委會職訓局，  
<http://www.evta.gov.tw/employee/emp/001/009/bb2/.2003>。
- 16、江依芳，2003，生態旅遊服務品質滿意度及行為意象關係之研究-以日月潭步道生態之旅為例，研究生論文，朝陽科技大學休閒事業管理研究所。
- 17、邱年永、張光雄。原色台灣藥用植物圖鑑 1-72。
- 18、呂明純(民 92)，網路線上訂房市場區隔與顧客滿意度之研究-南華大學旅遊事業管理學研究所碩士論文。
- 19、吳明隆(民 89)，spss 統計應用實務，台北：松崗電腦圖書資料股份有限公司。
- 20、吳秋田(2001)，社區居民之社區意識與產業文化認同關係之研究-以白河蓮花節為例，中山大學公共事務管理研究所碩士論文。
- 21、吳忠宏、黃宗成、邱廷亮(2004)，玉山國家公園遊客旅遊動機，期望體驗滿意度與重遊意願之研究，國家公園學報，14(2)；23-41。
- 22、吳政憲(2005)，以劇場理論探討主題樂園之要素，體驗品質，體驗滿意度如何影響忠誠意圖-以花蓮海洋公園為例，輔仁大學管理研究所碩士論文。
- 23、余幸娟(2000)，宗教觀光客旅遊動機與滿意度之研究-以臺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。

- 24、 沈進程、謝金燕(2003), 宗教觀光吸引力, 滿意度與忠誠度關係之研究-以高雄佛光山為例, 旅遊管理研究, 3(1): 79-95。
- 25、 吳淑女(1993), 淺談慶典觀光與推展觀光之道, 交通建設, 42(9), 2-6。
- 26、 K athleen A Cordes 等著, 李晶審譯(2000), 休閒遊憩事業概論, 台北市: 格魯有限公司。
- 27、 吳松 (2003), 休閒產業經營管理, 台北市: 揚智文化。
- 28、 邱湧忠(2001), 休閒農業經濟學, 茂易圖書有限公司。
- 29、 李銘輝(2000), 觀光遊憩資源規劃, 揚智文化。
- 30、 余幸娟, 2000, 宗教觀光客旅遊動機與滿意度之研究-以臺南南鯤鯓代天府為例, 研究生論文, 中國文化大學觀光事業研究所。
- 31、 吳忠宏、黃宗成, 2001, 玉山國家公園管理處服務品質之研究-以遊客滿意度為例, (國家公園學報), 11(2): 99.117-135。
- 32、 李榮宗, 1999, 蓮花話連, 白河鎮蓮鄉產業文化風貌營造計畫, P120, 白河鎮公所。
- 33、 花卉園藝家。
- 34、 多年生草花四季頌, 翁啟燦, 綠生活雜誌。
- 35、 林憬(2003), 運用 LISREL 模式探討遊客滿意度之研究-以花蓮縣為例, 國立東華大學企業管理 學系碩士在職專班碩士論文。
- 36、 林傑斌、劉明德編著(2001), spss10.0 與統計模式建構, 台北: 文

魁資訊。

- 37、 林若慧、陳澤義、劉瓊如(2003) , 海岸型風景區之旅遊意象對旅客行為意圖之影響-以遊客滿意度為仲介變數 , 戶外遊憩研究 , 16(2) : 1-22。
- 38、 周文賢(2002) , 多變量統計分析：SAS/STAT 使用方法 , 台北市：智勝文化。
- 39、 林苑地(民 93) , 主題樂園遊樂品質衡量指標建立及滿意度評量模式發展之研究 , 真理大學管理科學研究所碩士論文。
- 40、 郭文德(民 92) , 月眉育樂事業馬拉灣水上樂園滿意度之調查研究 , 朝陽科技大學休閒事業管理研究所碩士論文。
- 41、 林佑菁(2001) , 遊客對環境衝擊知覺與遊憩設施滿意度之研究-以太魯閣國家公園為例 , 國立師範學院鄉土文化研究所碩士論文。
- 42、 林怡安(2002) , 以遊客滿意度探討博物館服務品質之研究 , 南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文。
- 43、 林美萍(2003) , 遊客對產業文化活動效益任枝之研究-以河蓮花節、左鎮白堊節 麻豆文旦節為例 , 逢甲大學土地管理研究所碩士論文。
- 44、 周明智(2003) 商業遊憩管理 , 台北市：揚智文化。
- 45、 林福瑩 , 台灣蓮業生產空間與經營特性變遷研究-延續水田生態永續經營之途徑 , 國立台灣師範大學地理學系第 30 屆碩士論文 , 民 90。

- 46、 侯錦雄(1990), 遊憩區遊憩動機與遊憩認知間關係之研究-國立台灣大學園藝研究所博士論文。
- 47、 施志宜、黃千容(2000), 民眾參與節慶活動之選擇因素與動機分析。「千禧古蹟管理與觀光研究學術研討會」論文集。193-204, 台北。
- 48、 莊曉琪(民 93), 遊客對澎湖國家風景區解說媒體服務之滿意度探討, 朝陽科技大學休閒事業管理研究所碩士論文。
- 49、 侯錦雄、姚靜婉, 1997, 市民休閒生活態度與公園使用滿意度之相關研究, (戶外遊憩研究)10(3): 99, 1-17。
- 50、 陳建和(民 91), 觀光研究方法, 初版, 台北: 五南。
- 51、 徐童劍(1996), 遊樂園區業服務品質與遊客再遊意願之調查研究, 大葉工學院事業經營研究所碩士論文。
- 52、 陳碩委(2003), 遊客選擇主題樂園之考慮因素與滿意度之研究-以劍湖山世界為個案, 國立台北大學企業管理學系碩士論文。
- 53、 菜栽培, 王友釧, 豐年出版社。
- 54、 高木村, 台灣民間藥 2-52。
- 55、 徐順裕, 青草講義。
- 56、 翁義惠, 百草真傳
- 57、 徐國士、呂勝由(1984), 台灣稀有植物, 渡假出版社。
- 58、 梁象秋、方紀祖、楊和荃編著(1998), 水生生物學, 水產出版社, 頁 1836-239。

- 59、 黃朝洲、黃朝慶、李松柏(1999) , 台灣珍稀水生植物 , 彰化縣環境保護聯盟 , 彰化線綠色資源人文保育協會聯合發行。
- 60、 張正英 , 1998 , 農業產業文化發展 , 88 年度發展農漁業產業文化計畫參考資料 , P45-48 , 農委會。
- 61、 張清溪等 , 187 , 經濟學理論與實務(上冊) , P167 , 台北市 : 雙葉書廊有限公司。
- 62、 黃宗成、黃耀雯、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(3) , 23-48。
- 63、 陳利光 , 2002 , 台灣旅行業顧客關係顧客滿意度及忠誠度之影響-台北縣市之實證之研究 , 研究生論文 , 輔仁大學管理學研究所。
- 64、 張宮熊(2002) , 休閒事業管理 , 台北市 : 揚智文化。
- 65、 黃鴻斌(2003) , 健康體適能俱樂部會員參與動機 , 故客滿意度集中程度關聯性之研究-以金牌健康體適能俱樂部為例 , 南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文。
- 66、 陳德發、王昭雄(民 94) , 直銷顧客類型 , 生活型態 , 顧客滿意度與忠誠度之關係 , 長榮大學學報 , 第一期 , 84-85 頁。
- 67、 陳建文、洪嘉蓉(民 95) , 服務品質 , 顧客滿意度與忠誠度關係之研究 , 電子商務研究 , 第三卷 , 第二期 , 155 頁。
- 68、 張宮熊(2004) , 休閒事業概論 , 初版二刷 , 台北市 : 揚智文化。
- 69、 張宮熊、林鈺勤(2005) , 休閒事業管理初版四刷 , 台北市 : 揚智文



化。

- 70、張德慶(2004), 節慶活動之服務品質、服務價值, 顧客滿意度與行為意願之相關性研究-以墾丁風鈴祭為例, 靜宜大學觀光事業系暨研究所碩士論文。
- 71、張耿輔(2000), 影響淡水鎮各類型觀光遊憩資源對遊客吸引力的因素研究, 中國文化大學地學研究所地理組碩士論文。
- 72、許瑞穗(2004), 節慶活動參與者之參與動機, 效益認知與滿意度之研究-以 92 麻豆文旦節為例, 靜宜大學觀光事業系暨研究所碩士論文。
- 73、黃錦照(2002), 田中森林公園遊客旅遊動機與滿意度之研究, 南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文。
- 74、游瑛妙(1999), 節慶活動的吸引力與參觀者對活動品質滿意度分析-以第 11 屆民藝華會為例, 台中: 靜宜大學觀光系(台灣省交通處旅遊局委託研究)。
- 75、黃文卿、林彥川, 1997, 陽明山國家公園旅遊遊園專車遊客滿意度影響因素之分析, 休閒、遊憩、觀光研究成果研究會。
- 76、張憲昌, 藥草 2-66。
- 77、楊昆霖(2001), 鄉鎮舉辦農特產節慶的效益與環境衝擊分析枝研究-以 2000 年白河蓮花節為例, 逢甲大學土地管理系碩士論文。
- 78、楊上輝(民 93), 觀光休閒產業概論, 台北市: 百通圖書。

- 79、 楊明賢(2002), 觀光學概論, 二版, 揚智文化。
- 80、 歐潤芝, 台灣中草藥圖鑑。
- 81、 廖明豐(2004), 東豐自行車率狼之遊憩吸引力, 服務品質與遊客滿意度及忠誠度之研究, 南華大學旅遊事業管理學研究所碩士論文。
- 82、 賴忠賢(2004), 主題樂園市場策略瓶估以及滿意度與忠誠度的研究-以九族文化村為例, 暨南國際大學國際企業學系碩士論文。
- 83、 鄭元春, 植物圖鑑 37。
- 84、 劉修祥(2002), 觀光導論, 揚智文化事業股份有限公司。
- 85、 衛南陽(1999), 顧客滿意學, 台北: 牛頓出版股份有限公司。
- 86、 C R E dginton 等著, 顏妙桂審譯(2000), 休閒活動規劃與管理 台北市: 格魯有限公司。
- 87、 臺南縣產業活動成效分析枝研究-89 年白河蓮花節, 2000, 台南縣文化局。
- 88、 施志宜、黃千容(2000), 民眾參與節慶活動之選擇因素與動機分析。「千禧古蹟管理與觀光研究學術研討會」論文集。193-204, 台北。
- 89、 駱焜祺(2001), 觀光節慶活動行銷策略之研究-以屏東縣黑鮪魚文化觀光季為例, 中山大學公共管理事務研究所碩士論文。
- 90、 謝金燕(2003), 宗教觀光吸引力, 滿意度與忠誠度關係之研究-以佛光山為例, 南華大學旅遊事業管理學研究所碩士論文。
- 91、 謝見佑(民 93), 從顧客關係管理活動探討如何提升顧客滿意度-以

郵局國內快捷為例，長榮大學經營管理研究所碩士論文。

- 92、藥用植物圖鑑，萊斯莉，貓頭鷹出版社。
- 93、鍾錠全，青草世界。
- 94、嚴佳鈴(2003)，觀光節慶活動遊客意象，滿意度、忠誠度關係之研究-以屏東黑鮪魚文化觀光季為例，南華大學旅遊事業管理所碩士論文。

英文部分：

- 1、 Anderson.E. W.,Fornell,C.D.,&Lehmannm,D.R.(1994).Customer satisfaction,market Share,and profitability:Findings from Sweden.Journal of Marketing,58(3),53-66.
- 2、 Brown,T.J.,Churchill,G.A.,& Peter,J.P.(1993).Research Noet:Improving The Measurement of Service Quality.Jpurnal of retailing,69,127-139.
- 3、 Bagozzi,R.& yi,y.(1988),on the Evaluation of Structural Eguation Models.Journal of the Academy of Marketing Scienoe,16(1),74-79.
- 4、 Churchill,G.& Surprenant,C.(1982).An Investingation into the Determinants of consumer Satisfaction.Journal of marketing.19,491-504.
- 5、 Crompton,J.L.& Love,L.L.(1995).The Predictive Validity of Alternative Approachrs to Evaluating quality of a Festival,Journal of Travel R ESEARCH,34(1),11-24.
- 6、 C:\ Documents and settings\Adminis trator\荷花園區.htm

- 7、 Fornell,C.(1992).A National Customer Satisfaction Barometer:The Swedish Experience,Journal of Marketing,56,6-22.
- 8、 Fornell,M.D.,Johnson,E.W.,Anderson,J.C.,& Barbara,E.B.,(1996),The American Customer Satisfaction Index:Nature,Purpose,and Finding,Journal of Marketing,60,7-18.
- 9、 File://C:Documents and settings\Adminis\Administrator\睡蓮合蓮花一樣嗎,yahoo 奇摩 2006/11/4
- 10、 Gronhold,L.,Martensen,A.and Kristensen,K2000.The relationship Between Customer Satisfaction and Loyalty:Gross-Industry differences.Total quality Management,11,July,pp.509-516.
- 11、 Heskett,J.L,Thomas,O.J.,Loveman,G.W.,WEarl Jr Sasser & Leonard A.Schlesinger 1994.Putting the Service-profit chain to work.Harvard Business Review,72(2):164-172.
- 12、 Hang,L.& Tsai,H.T,”The study of senior traveler behavior in Taiwan”Tourism management,24(5),2003,pp.561-574.
- 13、 <http://www.ambiente.gov.mo/tchinese/07/lotuso5/10514.asp>
- 14、 <http://www.bio.ncue.edn.tw/~8723028/new-page-50.htm>
- 15、 [http://www.bud.org.tw/travel/travel\\_07.htm](http://www.bud.org.tw/travel/travel_07.htm)
- 16、 [http://www.bwmc.org.tw/ivo/tvo\\_141/tw\\_141\\_09.htm](http://www.bwmc.org.tw/ivo/tvo_141/tw_141_09.htm)
- 17、 Jago,L.& Shaw, R(1998).Special event:Aconceptual and definitional framework.Festival Management& Event Tourism,5,21-32.
- 18、 Kotler,P1997.Analysis,planning implementation and control,

Marketing management (4th ed.), NJ: Prentice-Hall.

19. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1996). The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*, 60, 31-46.
20. Zeithaml, V. A. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52, 2-22.

## 附錄

### 附錄一

日期： 年 月 日

地點： 編號：

親愛的受訪者，您好：

歡迎您來到台南縣白河鎮蓮農特區，為了瞭解您到蓮農特區來的旅遊動機意象，經由您的遊區體驗認知、服務品質及您的滿意度，請提供您的意見。本問卷填寫以「✓」方式，不需記名，所得內容僅用學術研究，絕不對外公開。您可以安心的填寫，為此而耽誤您一些旅遊時間，特別感謝您的協助與幫忙。

研究單位：南華大學旅遊事業管理研究所

指導教授：張清標 博士

研究生：張炳榮 敬上

第一部份：遊客來白河鎮蓮農特區之旅遊動機：

請問您前來遊憩的動機為何？

- |                       | 非常<br>同意 | 同<br>意 | 普<br>通 | 不<br>同<br>意 | 非常<br>不同<br>意 |
|-----------------------|----------|--------|--------|-------------|---------------|
| (1) 專程賞蓮 .....        |          |        |        |             |               |
| (2) 休閒旅遊 .....        |          |        |        |             |               |
| (3) 農產品買賣 .....       |          |        |        |             |               |
| (4) 路過順到 .....        |          |        |        |             |               |
| (5) 慕名而來 .....        |          |        |        |             |               |
| (6) 親子旅遊 .....        |          |        |        |             |               |
| (7) 了解當地農業文化 .....    |          |        |        |             |               |
| (8) 增進身體健康 .....      |          |        |        |             |               |
| (9) 放鬆身心舒解壓力 .....    |          |        |        |             |               |
| (10) 親朋好友推薦 .....     |          |        |        |             |               |
| (11) 參加特殊活動 .....     |          |        |        |             |               |
| (12) 研究調查需要 .....     |          |        |        |             |               |
| (13) 來看本地特殊景觀 .....   |          |        |        |             |               |
| (14) 增加生活情趣 .....     |          |        |        |             |               |
| (15) 增進朋友情感 .....     |          |        |        |             |               |
| (16) 享受本地自然美景 .....   |          |        |        |             |               |
| (17) 探索新事務 .....      |          |        |        |             |               |
| (18) 拓展蓮花睡蓮知識領域 ..... |          |        |        |             |               |

第二部份：遊客對蓮農特區的滿意度：

非常  
同意

同  
意

普  
通

不  
同  
意

非常  
不同意

- (1) 請問您對蓮農特區的產品價格是 .....
- (2) 請問你對蓮農特區的無障礙設施是 .....
- (3) 請問您對特區蓮花及睡蓮的指示牌是 .....
- (4) 請問您對特區蓮花及睡蓮的資訊牌內容是 ...
- (5) 請問您對特區蓮花季沿途攤販的規劃是 .....
- (6) 請問您認為蓮花季的交通是 .....
- (7) 請問您對蓮花季的停車場規劃是 .....
- (8) 請問您對蓮農特區整體體驗是 .....

第三部份：遊客蓮花睡蓮基本認知：

知  
道

不  
知  
道

- (1) 請問您知道蓮花與睡蓮的分別嗎？ .....
- (2) 請問您知道蓮花茶與睡蓮茶，價格差異非常大嗎？ .....
- (3) 請問您知道睡蓮的花期比蓮花的花期長嗎？ .....
- (4) 請問您知道蓮花、睡蓮的產品嗎？ .....

第四部分 遊客基本屬性資料：

1. 請問您的性別：男 女
2. 請問您的年齡：20 歲以下 21 30 歲 31 40 歲  
41 50 歲 50 歲以上
3. 請問您的婚姻狀況：已婚 已婚
4. 請問您的職業：學生 軍公教 農林魚牧 工 商 自由業 服務業 退休
5. 請問您的教育程度：國小 國(初)中 高(職)中 專科 大學/學院  
研究所以上
6. 請問您是來自：南部 中部 北部 東部 離島 國外國名
7. 請問您平均月收入：2 萬元以下 2.1 3 萬 3.1 4 萬 4.1 5 萬 5.1 6 萬 6.1 萬元以上

**【問卷到此結束，感謝您的協助與幫忙】**

## 附錄二

### 一、全省賞蓮地點如下：

◇ 台北市植物園：都會中心的賞蓮地點

◇ 台北縣泰山鄉：由水稻田改種蓮花、菜蓮。

許在先生：Tel：(02)29099652

地址：泰山鄉全興路 47 巷 31 號(新泰路及泰林路西  
邊的平行道路)

◇ 輔仁大學文學院：台北縣新莊市中正路 510 號

Tel：(02)29031111

◇ 桃園縣龜山鄉：園藝品種的蓮花

負責人：張錦生先生

地址：龜山鄉大坑村 10 鄰 7 號

傳真：039611230

◇ 桃園縣有機生態蓮花園：觀音鄉的五個蓮園為台灣北部最大的蓮花園。

(1)藍埔場：Tel：03 4772297，種植大憨蓮、石蓮、見蓮、睡蓮為主。

(2)上大場：Tel：03 4200016，種植大憨蓮、見蓮、睡蓮，復育螢火蟲。

(3)大堀蓮園：Tel：03 4986111，種植石蓮、見蓮、大憨蓮、葫蘆彩繪。

(4)大同蓮園：Tel：03 4981666 種植菜蓮

(5)草螺場：專門種植睡蓮



- (6) 觀音生態蓮園：Tel：03 4984848 觀音鄉大同村中山路二段 853 號
- (7) 吳厝楊家莊：Tel：03 4838510 觀音鄉樹林村 14-2 號，種植睡蓮以及各種蓮花。
- (8) 林家古厝蓮園：Tel：03 4980753，三合院景觀種植有機蔬菜及蓮園。
- (9) 蓮荷園：Tel：03 4776972 種植蓮花、植物園以及飼養泥鰍。
- (10) 水蓮之鄉：Tel：03 4777425 種植各種蓮花、睡蓮。
- (11) 新屋蓮園：Tel：03 4775228 種植蓮花以及瓜果。
- (12) 康莊蓮園：Tel：03 4983328 種植各種蓮花、向日葵以及農村文物。
- (13) 荷風蓮園：Tel：03 4772297 種植各種蓮花以及盆栽。
- (14) 觀音鄉農會：Tel：03 4981221、03 4772124
- (15) 桃園縣蓮花推廣協會：03 4737778
- ◇ 宜蘭北成庄有機體驗農場：由白河鎮引進的的蓮花品種，適宜園藝觀賞品種，靠近羅東運動公園，有機的活水栽種，提供民宿及生態有機農場導覽活動 地址：羅東鎮北成街 277 巷 1 - 12 號 Tel: 03 9611229
- ◇ 苗栗華陶窯：地址：苗栗縣苑裡鎮南勢里 31 號 Tel：03 7743611
- ◇ 東勢林場：種植蓮花及台灣水萍蓮。
- ◇ 南投縣中興新春新村：位於省政府大門口兩旁，椰子樹兩側有蓮花池。
- ◇ 嘉義縣民雄鄉：嘉義縣民雄鄉、中埔村、水上鄉、新港鄉種植菜蓮。
- ◇ 台南縣白河鎮：白河鎮為台灣第一熱門的賞蓮景點，擁有最完整的賞

蓮資訊與多元遊憩規劃。台南其他鄉鎮種植蓮花的有官田鄉、六甲鄉、東山鄉、柳營鄉以及後壁鄉。

✧ 台灣蓮花研究中心：主要栽種睡蓮位於林鳳營車站附近，離車站五百公尺距離。地址：台南縣六甲鄉林鳳營 108 號，負責人：林森津、張美蓮。Tel: 06 6982820、FAX: 06 6986820, 參觀時間為每日 8:00~17:00。

✧ 高雄左營蓮池潭：位於左營東郊的半屏山麓，地址：高雄市左營區翠華路 1435 號，Tel：07 5883242。

✧ 花蓮縣光復鄉馬太鞍：位於馬錫山下拂燈溪畔的馬太鞍部落，蓮田面積廣達十四甲，花期可到十月底。

(1) 欣綠農園：負責人：朱進郎，Tel: 0931265898 FAX: 038702512

(2) 馬太鞍文史工作室：負責人：蔡義昌，Tel: 0935914992，FAX：03 87007219

地址：976 光復鄉大全村大全街 42 巷 15 號，由花蓮市至馬太鞍社區所須車程約 1.5 小時，搭火車者可至光復站下車，步行約 50 分鐘才可以到達。

✧ 花蓮市吉安鄉：蓮花觀光花園位於花蓮縣吉安鄉中央路三段 449 - 1 號，Tel：03 8580011。

## 附錄三

蓮花博士介紹：

林森津，小學學歷，人人稱他「蓮花博士」，民國七十一年就當選過第一屆十大傑出農村青年，八十九年時更榮獲行政院農會的優秀農業人員獎，二十年來大小獲獎無數，而這一切成就，都來自蓮花。林森津雖然從小家境清苦，僅有小學畢業，卻在水產研究上有相當傑出的表現，是「嘉南水產中心」的負責人，同時也鑽研蓮花，時間達廿餘年，並且不斷開發出新品種，是位無師自通的傳奇人物，地方上都以「蓮花博士」來尊稱他，而這廿幾年來，他已經研發出三百多種蓮花。

在林森津的「蓮花世界」裡，可以看到各式各樣的蓮花，有色彩繽紛的香水蓮花、難得一見的黑色睡蓮、僅一公分大小的世界最小蓮花，還有可以載重四十公斤的大王蓮等，種類多到令人目不暇給。甚至在蓮子的產量上，林森津也不斷地進行改良，去年研發成功的「白蓮三號」，蓮子產量便比一般品種多了三到五倍，頗讓林森津引以為傲。

為了因應力入W T O之後所帶來的農業衝擊，林森津還自行研發出各種蓮花的加工產品，有餅乾、餐飲等，充分發揮蓮花每一個部位的經濟價值，並加以推廣，嘉惠不少農民，也因此，八十九年時，他榮獲農委會「優秀農業人員獎」；這個獎項，讓他最為興奮，他說：這是農業界的最高榮譽，如果再上去，就是諾貝爾獎了。（地址：734 台南縣六甲鄉林鳳營 109 號 諮詢電話：06-6982820）

## 附錄四

### 蓮花入菜的各式大餐

#### 蓮葉香飯：

材料：蓮葉 2 片、長米 6 0 0 公克、蓮子 2 2 5 公克、日本鹽魚半隻、火腿 1 2 0 公克、香菇 7 5 公克。

調味料：鹽 1 / 2 茶匙、味素少許、沙拉油 3 大匙、醬油 1 大匙、五香粉少許。

#### 作法：

1. 長米洗淨，浸水三小時。
2. 鹽魚攪拌成粉、火腿、香菇均切丁。
3. 鍋中入油 2 大匙，將蓮子、長米炒至半熟，置於電鍋中煮熟。
4. 鍋中另熱油 1 大匙，爆香香菇、火腿、鹽魚及調味料炒均備用。
5. 取蓮葉包入 2、3 料中，再加入調味料芎芑即可。

#### 蓮子海鮮：

材料：蓮子 4 兩、吻仔魚 2 兩、杏菜葉 2 兩、蚵仔 4 兩、胡蘿蔔少許、蜆肉 4 兩、水 4 碗。

調味料：鹽 1 茶匙、味素少許、糖、香油、太白粉、酒少許。

#### 作法：

1. 胡蘿蔔、蚵仔沾太白粉、蜆肉各以水川燙備用。
2. 杏菜葉切細。

3. 蓮子煮熟加入 1、2 料，再加入調味料芎芡即可。

蓮葉排骨：

材料：排骨 10 兩、荷葉 3 張、蒸肉粉 2 包。

調味料：醬油 2 湯匙、麻油 1 茶匙、酒 1 湯匙。

作法：

1. 排骨拌醬油、酒、麻油、蒸肉粉、醃浸半小時。
2. 蓮葉梗去除，洗淨後，每張分切成四或五張，鍋中入水煮沸，將蓮葉入水一燙，立即撈起，可使蓮葉柔軟，易於包裹。
3. 醃好之排骨以蓮葉包捲，封口處以牙籤固定，入蒸鍋中蒸約 40 分鐘，粉蒸排骨熟爛即可食用。

蓮子虱目魚：

材料：蓮子 1 兩、虱目魚 1 條、胡蘿蔔 1 兩、綠竹筍 2 支、香菇 2 朵、魚漿 2 兩。

調味料：A.鹽、味素各 1 / 2 茶匙、 B.鹽 1 茶匙、味素、酒各 1 / 2 茶匙。

作法：

1. 魚由背部劃 1 刀約 1.2 公分，去內臟及鰓清洗乾淨備用。
2. 筍 1 支、蔥、薑切絲備用。
3. 胡蘿蔔、香菇、筍各 1 支切碎與蓮子魚漿加入 A.料拌勻備用。
4. 將作法 3 料放入魚背裡，中間放蓮子，置湯盤裡加三碗水及筍絲蒸約

半小時，起鍋前加材料及調味料 B 即可。

蓮子蝦仁：

材料：蓮子 3 兩、蝦仁 2 兩、腰果 2 兩、蔥段少許，薑片少許。

調味料：

1. 鹽 1 / 4 小匙，酒 1 / 2 小匙、蛋白 1 / 2 個、太白粉 2 小匙。
2. 酒 1 / 2 小匙、鹽 1 / 4 小匙、味素少許、胡椒 1 / 4 小匙、麻油 1 / 2 小匙、太白粉 1 / 2 小匙、水 1 / 2 小匙。

作法：

1. 將蓮子洗淨煮熟備用。
2. 蝦仁洗淨拭乾水份，調 1 .料拌勻醃泡 2 0 分鐘。
3. 起油鍋將腰果炸好撈出備用。
4. 起油鍋將薑片炒一下並加入所有材料煮熟，再入調味料 2.炒勻即可。

三寶蓮子：

材料：蓮子 1 兩、香菇 5 朵、酸菜 2 葉、素雞 1 塊、筍 1 支、素肉片 2 0 克、白果 1 0 粒、小黃瓜球 1 0 粒。

調味料：鹽少許、味素少許，糖 1 / 4 小匙、酒 1 / 2 小匙、水 1 杯、薑末少許、太白粉 1 / 2 小匙。

作法：

1. 將香菇、酸菜、素雞、筍、素肉片切成長條狀。
2. 鍋熟後，加 2 大匙油爆香薑末，放入蓮子、紅棗、白果、小黃瓜球及

調味料再加入作法 1 ，煮熟透後換以太白粉芶芡，淋上香油即可。

## 附錄五

睡蓮的栽培法：(引述塔塔內植物園)

具有兩個要素 1.光線。2.溫度。光線充足與否決定了睡蓮能否種的活或好，光線愈充足，愈溫暖，睡蓮就長的愈好，休眠期也愈短。所以要想種睡蓮，就先要評估能否提供一個光照充足的地方。

(一) 花盆：儘量選擇開口向外的，開口向外葉子的會比向內的葉子長的好，盆口愈寬的花會愈大朵(與盆底大小關係不大)，花盆深淺，則影響開花間隔，愈深間隔愈久。

(二) 土：儘量選擇粘性較高的土，如：粘土、陽明山土。

(三) 施肥：接著在盆底放少許長效肥或根肥(太多會爛根)，花盆裡放約 1/4~1/3 的土，壓緊，之後將球莖芽點朝上埋入土中，球莖埋的深，開花間隔會較長但較大朵，埋的淺則間隔會較短較小朵。種好之後，移至光線充足處，將水加滿，等待長葉開花(葉片太多可修剪一些)。

(四) 種植：若要將二顆以上球莖種一起時，與種其他花不同，要二顆球莖緊鄰一起來種，因若分開種，因當較強勢的一棵葉片遮到較弱勢的一棵芽點時，較弱勢那棵照不到光線，就會陣亡，另外，要種一起時，最好是同種或同色系，因深色系(如：紫色、藍色)，會比淺色系(白色、黃色)來得強勢，切記！！(五) 開花後，可將花剪下來插(子時蓮例外)，花的生命期約 3~6 天，第一天花會較直，之後愈來愈彎，直到彎至水中，若有剪花下來插，開花間隔會縮短，若任之謝掉則間隔較久。



(六) 加肥：約每隔一個半月至二個半月，在離球莖旁約 3~5 公分處追加長效肥或根肥，但在 9 月底之後就不要再加了，因已漸進秋天，睡蓮也將進入休眠期，加肥，反而會造成爛根。

(七) 進入秋冬之後，睡蓮也會隨著氣溫的下降而進入休眠期，此時最好不要再去動它，只有在水少時將水加滿，香水蓮，葉片有斑點的品種休眠期會比無斑點的長，淺色系會比深色系長。

(八) 移栽與分芽：每年清明過後到中秋之前都可以進行，分芽時要注意不要傷到芽點，球莖大小則不太要緊，一個盆子中建議不要有太多個芽心太擠，葉片會變小且不會開花，因此平均二年就要分芽一次到二次（所以我每年都會將多的送人）。

(九) 有些品種會在葉片中心進行另一種無性生殖，若發現葉片中心有長芽心，就先不要理它，讓它長，直到該葉片開始發黃時，將葉柄與芽心一同剪下，放在水盆或花盆中，相同的放在光線充足處，約二星期左右，待芽點長大與長根時，就可比照正常株來種，一樣會在當年開花。

睡蓮是不太須要太管理的花，因為生長很快，就算是偶而有毛毛蟲或蚜蟲，對它的傷害都不會太嚴重，若睡蓮種在玫瑰旁邊，玫瑰都不太會長蚜蟲，因為都被睡蓮餵飽了，只要有充足的光線保證會長的非常好。另外睡蓮的花除觀賞外，亦可食用，將花的外瓣去掉之後，泡茶非常清香好喝且富含天然果膠，但深色系會太香且會微苦，所以外面均用淺色系做花茶，另也可將花瓣撥下與牛奶、冰塊、果糖以果汁機來打，可以

做成漂亮又好喝的睡蓮冰沙。

種睡蓮會有子子，最好養些吳郭魚，蓋斑鬥魚或孔雀魚可以防止。

以睡蓮做為國花的國家有：泰國，孟加拉。

(十) 泰國是個佛教國，全國百分之九十以上的居民信奉佛教，所以泰國人民崇尚與佛教有千絲萬縷關係的蓮花。而在佛教中，蓮花與睡蓮是混為一談的，都稱為蓮花。泰國即以睡蓮作為國花。孟加拉國人民喜愛睡蓮，它在孟加拉國內眾多的池塘中到處可見。孟加拉國議會通過決議，將白色睡蓮定國花。

睡蓮的學名為 *Nymphaea* 'Dir. Geo. T. Moore. 紫睡蓮；*Nymphaea Iotus* var. *dentata*. 齒葉睡蓮；英文名為 *Water Lily*，語意就是「水百合」的意思，因為其狀似百合花的鱗莖而得名。睡蓮為多年生水生草本植物，屬於睡蓮科(*Nymphaeaceae*)睡蓮屬(*Nymphaeae*)。相傳睡蓮是山林沼澤中的女神。別稱有水蓮花，子午蓮，水浮蓮，瑞蓮，茈碧花，水蓮花，水中仙子。睡蓮原產於中國、印度、埃及、墨西哥、南非、美國等地區。睡蓮富有寧靜、含蓄之美，常被用來裝飾庭園池塘，其平貼於水面的葉片帶給人安詳的感覺，挺出水面的花朵千姿百態，有些含羞待放、有些璀璨奔放，襯著那翠綠的蓮葉，蓮葉上的滴滴晶露，風姿楚楚，叫人魂牽夢縈，不能自已。睡蓮可分為子時蓮及午時蓮二類，子時蓮通常在夜間開花，白天閉合；午時蓮通常在日出後開花，夜間閉合。常見午時蓮品種約有菩薩蓮、觀音蓮、子母蓮、香水蓮 約有 50 種之多。主要有粉睡蓮、紅睡

蓮、白睡蓮、睡蓮、黃睡蓮等。此外，依尺寸來看，最大的有美洲球根睡蓮，最小的有姬睡蓮。依溫度適應性來看，有耐寒性的品種，花期較早，在春末即可開花，且花的顏色較淡；耐熱性品種則花期相對較晚，在夏秋季開花，且顏色較深。睡蓮在本省北部冬季會落葉休眠，切莫以為死亡而將其丟棄，而在南部則四季可開花不斷。

(十一) 睡蓮 (引述蓮花園區): 睡蓮是多年生草本植物，其地下莖成塊狀球根，細而短像芋頭，沒有蓮蓬、蓮子和蓮藕。花和葉，其狀因產地和品種的不同而異。葉片由地下莖部抽出長柄，葉有的像馬蹄、盾形，有的似圓盤、卵形，直徑小的只有五厘米，而大的卻有六十厘米。大部份品種之葉形為圓心臟形，齒緣有裂刻，V字缺口，叢生，通常平貼於水面之上或稍離水面。葉子顏色較蓮花深，表面光滑有光澤，因上面有一層厚厚的蠟質不露水，葉子背面顏色為綠褐色，底面有氣胞，配合柔軟的葉柄，使葉片能浮貼於水面，不受水位高低的影響，花凋謝後花梗往下扭曲沉入水中，漿果成熟後裂開散出種子，所以在水面上絕對看不到類似蓮蓬的東西。花梗由地下莖抽出，頂端著生花苞一枚，由四片萼片包裹花瓣，有的花朵浮於水上，有的稍離水面較葉片為高，由內綻開花瓣多數、形狀狹長、尾端稍尖、由外向內收斂花瓣漸小，內有雄蕊及雌蕊多枚。睡蓮品系繁多，清新雅緻、嬌柔美麗，與荷花各具風格。睡蓮花色柔艷，其花色依品種而有不同，大致有潔白、鵝黃、橙黃、淡藍、深紫、粉紫、粉紅、桃紅等色，十分鮮艷，看得人眼花撩亂，花朵挺

立水上，臨風飛揚或逐水飄流，清新脫俗，堪稱為「水中仙子」。開花時，有的朝開暮落，有的午閉夜開，開而又合，合而又開，持續三、四日，所以稱為「睡蓮」。睡蓮老株春夏秋三季都會開花。睡蓮幼株或熱帶品種夏、秋季開花，冬季是呈落葉休眠狀態，春至夏季再萌發新葉開花。睡蓮花朵在雨季時最為炫爛奪目。