

投稿類別： 本土關懷 類

篇名：

0403 花蓮地震災後重建-以花蓮市的觀光產業為例

作者：

黃翊睿。花蓮縣花崗國中。七年級

歐家端。花蓮縣花崗國中。七年級

洪菱瓏。花蓮縣花崗國中。七年級

羅澄希。花蓮縣花崗國中。七年級

指導老師：

劉盈孜老師

高綠靜老師

壹、前言

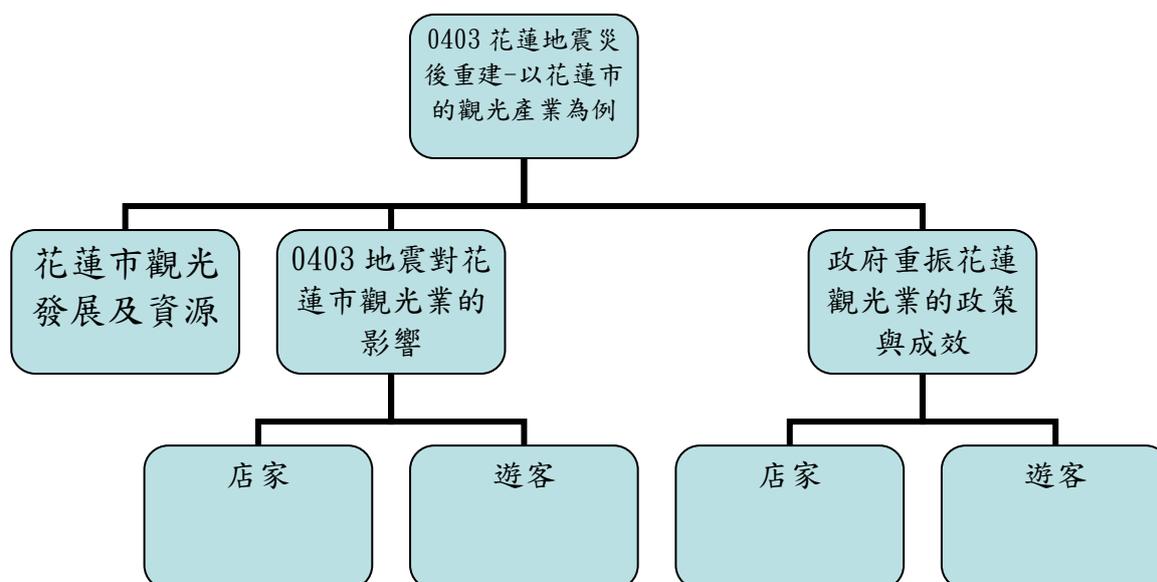
一、研究動機

今年的夏天，花蓮很不一樣，遊客人數變少了，顯得格外冷清，走到知名小吃店也不用再排隊了，往日榮景不再，更有許多名店都因經營不下去而接二連三的宣布歇業，按往例，暑假可以說是花蓮旅遊的旺季，但今年觀光人潮不再，0403 強震後，不僅震壞了花蓮的建築物，也震碎了遊客對花蓮的信心，我們希望透過這份研究，了解遊客不來花蓮觀光旅遊的主因，並且提出建議的對策，期待花蓮能早日恢復生氣、重現觀光榮景。

二、研究目的

- (一)整理花蓮市的觀光發展。
- (二)探究花蓮觀光客減少的原因。
- (三)了解 0403 震災後花蓮市觀光業的現況。
- (四)分析政府對於重振花蓮觀光政策的成效。

三、研究架構



圖一：研究架構圖
資料來源：自行整理

四、研究方法

(一)文獻分析

文獻分析是指研究者依據研究主題，將研究主題拆解成數個關鍵字進行搜尋，蒐集書籍、期刊論文、網路資料的資訊，將資訊加以分類、統整，找尋出研究架構及脈絡。我們的研究主題是「0403 花蓮地震災後重建-以花蓮市的觀光產業為例」，將主題拆解成觀光業、地震、花蓮市等關鍵字，在網路的搜尋引擎、圖書館的搜尋引擎進行搜尋，找尋書籍資料、網路資料。再將蒐集到的資料進行分類，找尋出研究架構及研究目的。

(二)田野調查

田野調查是指研究人員進入研究場域，依據研究目的觀察研究對象的行為特質、環境等。我們在 2024 年 9 月 21 日走訪花蓮著名觀光景點新天堂樂園、七星潭、東大門夜市，觀察賣場、店家及遊客數。

(三)深度訪談

深度訪談是指針對研究目的擬定訪談大綱，選擇適合訪談的時間、地點，以訪談大綱的問題訪問研究對象。在訪談的過程中，以真誠、尊重的態度詢問訪談對象，也尊重受訪者的訪談意願，若受訪者不願意拍照、錄音則尊重受訪者的意願。讓受訪者在信任的環境中發表自己的觀點、感受、意見。

我們在 2024 年 9 月 21 日到新天堂樂園、七星潭、東大門夜市，訪問店家和遊客。我們會先徵詢店家及遊客的受訪意願後，才開始進行訪談。我們對本地遊客或外地遊客，進行訪談蒐集資料。訪談者不願意拍照時，我們也尊重他們的意願。訪談結束後，我們將訪談轉為逐字稿，相互比較同一個問題下，不同受訪者的回答，再分析訪談及撰寫心得。

(四)問卷調查

問卷調查是根據文獻分析及研究目的設計出問題，調查多數人的意見、想法。我們根據所查到的關於觀光的資料，設計出問卷，打成 google 表單，再經過測試之後，發給隊員及老師外地的親友，請他們填寫。調查截止後，我們再根據每題的回答情形來探討回答狀態的原因。

五、研究對象

(一)訪談對象：9 月 21 日下午 15：00-19：00 至新天堂樂園、七星潭、東大門夜市時，我們每個地點都訪談到店家、本地遊客與外地遊客。

(二)問卷發放對象：問卷的要蒐集資料的對象是除了花蓮以外的外地遊客，透過組員及教師的親友網發送 google 表單連結。自 9 月 20 日到 9 月 23 日中午 12:30 共收到了 317 份有效問卷。

貳、正文

一、解釋名詞

(一)旅遊行為

旅遊行為是消費者內在心理需求以及外在社會環境影響，透過整合收集旅遊資訊，選擇工作以外並離開居住地從事休閒活動目的的消費行為（伍興明，2021）。

(二)觀光

觀光是人類的一種空間活動，離開自己的定居地到另外一個地方做短期的停留，其目的可能包含觀光自然與人文風光、體驗異國風情，使得身心得以放鬆和紓解(郭雨柔，2009)。

二、花蓮市觀光發展與資源

根據花蓮縣政府觀光處所統計的「104 至 113 年遊客人數年度總表」發現遊客最喜歡的花蓮市旅遊的景點有七星潭、石雕博物館、松園別館、東大門夜市、新天堂樂園、台泥 DAKA 園區(花蓮縣政府觀光處-政府資訊公開，2024)。

	從哪裡來花蓮	如何來花蓮	為何想來花蓮
新天堂外地遊客	台中	開車	走一走，看看海
七星潭外地遊客	高雄	開車	達成願望
東大門外地遊客	雲林	搭火車	比較少到花東玩
七星潭小朋友	高雄	搭火車	來看海

大多是從台灣中南地區來的，搭火車和開車各占一半，開車的都選擇開南迴，跟來花蓮的目的都是來看看花蓮的風景。

來花蓮的交通方式?

交通方式	火車	自行開車	騎摩托車
比例	56.5%	38.5%	1.9%

觀光客來花蓮的交通方式第一多的是火車(56.5%)然後是自行開車(38.5%)第三是騎摩托車(1.9%)

坐火車來花蓮的人最多占一半多，由此我們推論，大多數人覺得相較自行開車和騎摩托車，坐火車會更便捷快速且安全。

三、0403 地震對花蓮觀光產業的影響

由花蓮縣政府觀光處所提供的「113 年度花蓮縣觀光遊憩區遊客人數統計表」可知在 0403 強地震之後，花蓮各景點旅遊的遊客瞬間驟降(花蓮縣政府觀光處-政府資訊公開，2024)。許多商家紛紛歇業，陷入旅客進不來、商品出不去的困境，七月屬旅遊旺季仍不見任何起色，就連著名的松園別館也敵不過天災的浩劫與觀光人數驟減的衝擊，宣布在今年八月底休館。

當地方發生重大災害後，關鍵基礎建設若無法發揮功能，影響日常生活、經濟活動之運作、交通運輸系統，更因相互依賴性造成其他系統一併失效，導致社會成本損失、經濟混亂現象(林宛菡，2017)。走在花蓮大街，熱鬧的街景不再，店家一家家的暫停營業，震後飯店民宿的客房住用率僅一至兩成，相較去年同期明顯衰退許多。

(一)地震對店家的影響

地點	店家地震之後的虧損狀況
新天堂-寶雅	大概 7~8 萬
新天堂-行李箱	沒有虧損但生意不好

七星潭-魚刺人相關店家	餐具是虧損最多的
東大門-遊戲店家	還好，就是沒有客人

我們推斷出：地震對花蓮的生意影響很大，因為人潮減少，所以店家沒有開店，有開店的也有虧損。

地點	地震前營業額
新天堂-寶雅	六到七萬
新天堂-行李箱	一、兩萬塊，有時候到四萬
七星潭-魚刺人相關店家	*
東大門-遊戲店家	*

地震前的營業額和地震前相差有到上萬元

地點	地震前後遊客數量的差異
新天堂-寶雅	很多，但是目前有在回溫
新天堂-行李箱	沒有影響很大
七星潭-魚刺人相關店家	只剩一成左右
東大門-遊戲店家	六成以上

大家都覺得遊客數減少有超過一半，但現在有開始回溫。影響最大的是七星潭，遊憩類的店家影響最大。

(二)地震對遊客的影響

最近一次造訪花蓮是在什麼時候?

時間	1個月內	1~3個月內	3~6個月內	半年前	一年前	沒來過
比例	13.2%	6.9%	5.4%	8.8%	60.9%	4.7%

觀光客最近造訪花蓮的是半年前來的(60.9%)之後是 一個月內(13.2%)再來是半年前(8.8%)

由上圖表格，我們推測在地震過後，大部分的人都還沒來過花蓮，不過在一年前是有來過的，而還是有人在地震後，在最近一個月前來到花蓮。所以大部分外地人因地震關係不來花蓮，但在地震前是有來過的，但還是有少數人會來花蓮。

地震發生後，是否有計劃前往花蓮旅遊?

是/否	是	否
比例	40.1%	59.9%

地震發生後，沒有計畫前往花蓮旅遊的人數比較多(59.9%)，有計畫前往的比較少(40.1%)
 地震發生後沒有計畫前往花蓮旅遊人必較多，所以我們推論，害怕地震會造成旅遊安全而選擇不來花蓮的人比較多，但有計畫的人也不少，幾乎是一半一半

如果您沒有計劃前往花蓮,主要原因是什麼?

原因	安全問題	道路交通狀況	景點破壞	資訊了解不足	住宿條件
比例	61.6%	55.3%	30%	22.1%	12.1%

沒有計畫前往花蓮原因第一多事擔心安全問題(61.6%)，第二是對道路交通狀況不放心(55.3%)第三是擔心景點已遭破壞(30%)第四是對地震後的旅遊資訊不了解(22.1%)

由此我們推論很多外地人很重視「安全第一」這點，接著才會考慮旅遊的條件。

如果您選擇前往花蓮，主要原因是什麼?

原因	景點仍有吸引力	支持當地經濟	旅遊計畫已安排好	不擔心地震影響	拜訪親友
比例	59.1%	48.8%	21.3%	11.8%	1.6%

景點仍對我有吸引力(59.1%) 支持當地經濟(48.8%)旅遊計畫已安排好(21.3%)

依表格可推論外地人來花蓮主要是因為當地景點的條件和吸引力，其次是外地人多數也很支持花蓮的當地經濟，因此來花蓮旅遊或觀光等

地震後,您是否認為花蓮的旅遊吸引力有所下降?

是/否	是	否
比例	76%	24%

有 76%(超過一半)的人認為花蓮的吸引力有下降，只有 24%的人覺得沒有
 由此可知，地震後地震真的讓花蓮得吸引力減少了一些

您認為哪些方面的吸引力有所下降?

項目	自然景觀	服務與設施	文化,歷史遺址	美食,特色商品
比例	75.4%	45.8%	34.2%	20.1%

認為花蓮在自然景觀方面吸引力有下降的人最多(占 75.4%)，第二是旅遊服務與設施(45.8%)，第三是文化與歷史遺址(34.2%)因此可推論以「好山、好水、好風景」出名的花蓮，少了美麗的自然景觀，就大大減少了吸引力(如太魯閣)。

您主要透過哪些管道獲取花蓮地震後的相關資訊?

方式	新聞媒體	社交媒體	旅遊網站或 App	政府或官方機構	親友推薦
----	------	------	-----------	---------	------

比例	86.8%	53.6%	25.9%	21.8%	19.6%
----	-------	-------	-------	-------	-------

多數人是從新聞媒體(86.8%)上取得花蓮地震相關資訊，接著是社交媒體(53.6%)，也有少數是從旅遊網站 App(25.9%)政府或官方機構(21.8)和親友推薦，來取得資訊。所以若要推銷花蓮觀光，最有效的方式是透過新聞媒體和社交平台，來傳播新資訊，這樣能更快讓外地人和遊客充分了解花蓮現況和資訊。

是否願意在未來再次訪問花蓮?

願意度	非常願意	願意	不願意	非常不願意
比例	51.7%	43.2%	2.8%	2.2%

非常願意再次來花蓮的人數最多(占 51.7%)，願意(較非常願意稍微不願意)的人第二多(占 43.2%)，不願意的人第三多(占 2.8%)，有少數(2.2%)的人非常不願意再來花蓮

引此我們推論，雖然花蓮的吸引力減少了，但還是有很多人願意再次來訪花蓮，只是可能不是現在

您是否有意願在未來一年內前往花蓮旅遊?

是/否	是	否
比例	72.6%	27.4%

願意在未來一年內前往花蓮旅遊的人比較多(占 72.6%)，不願意的較少(占 27.4%)

由此可知，有很多人會在近期再次來花蓮，但還是有一些人會因為一些因素而暫時不來花蓮

在選擇旅遊目的地時，什麼因素對您最重要

因素	安全性	交通便利性	景點的吸引力	旅遊成本	當地文化和歷史
比例	71.9%	71.3%	62.8%	50.5%	20.5%

選擇旅遊目的時，安全性是最多人首先考量的因素(占 71.9%)，其次是交通便利性(占 71.3%)，第三則是景點吸引力(占 62.8%)。

旅遊時，安全性和交通便利性是大家首先考量的，之後才是景點吸引力，所以交通狀況和安全是首先要改善的方面。

四、政府重振花蓮觀光業的政策與成效

(一)政府的補助政策

政府對於 0403 地震後的花蓮觀光業，紛紛祭出振興花蓮觀光旅遊補助。觀光署對旅行社的團體旅遊與國人自由行都有補助。旅行社是今天的 6 月 1 日到 9 月 30 日之間，辦理 2 天 1 夜以上、12 人以上之團體旅遊，可領取 2 萬元的補助。國人自由行從今年 6 月 1 日至 11 月底到花蓮住宿每房每晚補助房價 1000 元。花蓮縣政府推出永續遊花蓮獎勵方案，也分別給予國內、外旅行團以及自由行，甚至國外遊客獎勵。旅行團是到花蓮指定三個地點旅遊及住宿可獲得補助；自由行也是同樣的條件可以獲得抽獎機會；國外遊客則是在今年 5 月 10 日到 11 月 30 日到國際平台預訂花蓮合法旅宿和活動，最高可獲得 60 美元折抵。農業部提出「從心出花 2.0—花蓮振興農粉幣方案」於今年 7 月 1 日到 10 月 31 日可至農業易遊網領取農粉幣 250 元。以及在指定電商平台消費滿千送 250 元農粉幣。文化部力挺花蓮推出「文化幣花蓮限定，擴大加碼 1200 點」，16 到 22 歲的青年，可領 1200 元文化幣使用於花蓮地區藝文消費「振興震後花東觀光旅遊補助」懶人包總整理-東部海岸國家風景區資訊(2024)。

(二)店家對補助政策的回饋

地點	政府的補助對生意有幫助嗎
新天堂-寶雅	還好，沒有特別影響
新天堂-行李箱	當然會有幫助
七星潭-魚刺人相關店家	沒有接收到什麼補助
東大門-遊戲店家	沒有多大的幫助

只有行李箱店面覺得補助有幫助，其他都覺得沒有多大幫助，七星潭的店家也都沒辦法適用各項補助，也有可能是店家對政府的補助還不了解。

(三)遊客對補助政策的回饋

	之後還會想來花蓮觀光嗎	來花蓮觀光是否有符合原先的預期	那如果有政府的補助是否更願意來花蓮觀光
新天堂 外地遊客	肯定會	有有有	當然
七星潭 外地遊客	當然	有有	會的
東大門 外地遊客	應該會	當然	會
七星潭 小朋友	會	有	恩

地震對大部分民眾來花蓮的預期沒有太大的影響

認為花蓮地方政府或旅遊業者可以採取哪些措施來吸引遊客重反?

相關措施	改善交通狀況	加強地震後重建進度透明度	宣導安全狀況	提供優惠方案	詳細旅遊資訊	舉辦活動
比例	75.8%	66.2%	58.6%	39.5%	33.8%	26.8%

最重要的措施是改善道路及交通狀況的人最多(75.8%)，其次是加強地震後重建進度的透明度(66.2%)，第三是加強宣傳當地安全情況(58.6%)，第四是提供特價或優惠方案(39.5%)，第五是提供更詳細的旅遊資訊(33.8%)

大部分民眾都希望交通狀況能改善，且能加強地震後重建進度透明度，並宣導相關安全狀況，採取這些措施，能吸引遊客重返花蓮。

參、研究結論與建議

一、研究結論

本研究對花蓮市觀光業的現況及其面臨的挑戰進行了分析，特別是在 0403 強震後的背景下。我們的調查和數據顯示，震災對遊客心理與實際行為的影響是顯著的。具體結論如下：

(一) 遊客信心受損：0403 強震後，許多潛在遊客因對地震的恐懼而選擇放棄來到花蓮，尤其是對於家庭旅遊的遊客而言，安全是首要考量。因此，恢復遊客的信心成為當前的首要任務。

(二) 基礎設施的破壞：雖然花蓮的自然景觀依然吸引人，但基礎設施的損毀——交通不便和住宿選擇減少，直接影響了遊客的選擇，這需要政府與業界共同努力，盡快修復與提升相關設施。

(三) 觀光模式的單一化：花蓮的觀光活動主要依賴自然景點，但在多元化旅遊需求的背景下，缺乏創新和特色的活動，就會使花蓮觀光在競爭中處於劣勢。因此，發展多樣化的旅遊體驗成為必要之舉。

(四) 市場競爭加劇：隨著其他旅遊勝地的崛起，花蓮在觀光市場中的競爭壓力加大，各地旅遊業者積極推廣新穎的旅遊產品，使花蓮面臨更大的挑戰。

(五) 政府政策稍有不足：雖然政府已經開始採取措施來振興觀光業，但目前的政策執行力度和資源配置仍稍顯不足，未能充分應對目前的困境。

綜上所述，花蓮市的觀光業正面臨著重重挑戰，但同時也蘊含著重振的潛力。若能透過相關策略，強化安全宣導、改善基礎設施、創新觀光產品以及加強市場推廣，恢復花蓮觀光榮景仍指日，希望未來能夠吸引更多遊客，讓花蓮再次成為人們心中理想的旅遊目的地。

二、研究建議

為了促進花蓮市觀光業的恢復與發展，以下是針對各項問題提出的具體建議：

- (一) 強化安全宣導與信心重建：政府可以定期公佈震後安全評估報告，強調花蓮的安全狀況，並透過社交媒體和旅遊網站廣泛宣傳。同時舉辦安全旅遊講座，邀請專家進行講座，向遊客解釋震災後的應急措施及安全指引，增強遊客的安全感。
- (二) 提升基礎設施建設：加快修復計畫，針對受損的交通、住宿及公共設施，制定優先修復計畫，以確保遊客的便利性與安全性。也可以設立資訊中心，在主要交通樞紐設立資訊中心，提供即時的交通及安全資訊，協助遊客更好地規劃行程。
- (三) 提供多元化觀光產品：發展主題旅遊、生態旅遊、文化體驗、藝術活動等多樣化的旅遊產品，以吸引不同族群的遊客。在旅遊點舉辦活動，如音樂節、美食節和文化展覽等，吸引更多遊客及媒體的關注。
- (四) 促進地方商業與政府合作：建立政商合作平台，鼓勵地方商家共同策劃促銷活動及旅遊包套，提升整體吸引力。政府可提供商家資金支持，提供一定的資金補助或優惠政策，以鼓勵商家積極參與。
- (五) 持續監測與評估政策效果：藉由建立數據收集觀光數據，包括遊客數量、遊客滿意度等，進行分析以評估政策的實施效果。再評估後舉行定期回饋會議，收集觀光業者及相關單位的意見，及時調整政策。
- (六) 強化行銷與宣傳策略：運用創新數位行銷、社交媒體及網絡廣告，針對不同市場進行精準行銷，吸引更多潛在遊客。協助商家塑造花蓮的獨特旅遊品牌形象，強調其自然美景、文化底蘊及當地特色，以提升競爭力。
- (七) 增強社區參與：鼓勵當地居民參與，透過培訓課程提升當地居民的服務意識和技能，以便於在觀光業中發揮更大作用。組織社區參與活動，增進居民與遊客的互動，提升遊客對花蓮的認同感。

以上建議，期望能促進花蓮市觀光業的全面復甦，並得以持續發展，希望能在未來吸引更多遊客，重振花蓮的觀光榮景。

肆、參考文獻

一、期刊論文

王鴻楷、林錫銓(2004)。921 災後觀光產業重建政策之永續性研究。都市與計畫，31(2)，頁 143-166。

伍興明(2021)。體驗行銷及知覺價值對旅遊行為之研究。開南大學商學院碩士在職專班：碩士論文。

向國寧(2018)。觀光飲食策略與文化觀光產業關聯性探討-以花蓮為例。國立東華大學管理學院：碩士論文。

林宛莛(2017)。複合型災害疏散路網重建模型之研究-以核電廠災害事件與天然災害為例。國防大學管理學院運籌管理學系：碩士論文。

郭雨柔(2009)。地方產業觀光化對社區發展影響之研究：以陽明山竹子湖地區為例。中國文化大學環境設計學院建築及都市計畫研究所：碩士論文。

閔辰華(2003)。災後旅客行為與有效行銷策略之研究:以九二一大地震為例。觀光研究，9(2)，141-154。

黃國敏、陳宏杰(2005)。南投縣觀光產業行銷策略規劃。中華行政學報：(2), 41-58。

葉華容(2024)。全球觀光業復甦與轉變。中華經濟研究院第二(國際經濟)研究所, 126~132。

賴素鈴、郭春敏(2003)。921地震對台灣國際觀光旅館之衝擊—介入模式。觀光研究學報, 9(1), 頁 123-175。

二、書籍

吳進書(2002)。認識古蹟日：花蓮縣文化資產導覽手冊。花蓮市：花蓮縣文化局。

花蓮縣政府工商旅遊局(2001)。新世紀花蓮觀光發展之瞻望與策略。花蓮市：花蓮縣政府工商旅遊局。

晉璋、劉彥求、李柏村、盧詩丁等(2023)。2018年0206花蓮地震地質調查工作紀實。經濟部中央地質調查所。

黃承偉、趙旭東(2010)。汶川地震災後貧困村重建與本土文化保護研究。北京：社會科學文獻出版社。

葉柏強, 黃家榮(2022)。帶你回花蓮：穿梭街市百年。台灣：蔚藍文化。

三、網路資料

「振興震後花東觀光旅遊補助」懶人包總整理-東部海岸國家風景區資訊(2024)。網址：<https://www.eastcoast-nsa.gov.tw/zh-tw/event/news/5559/>。上網搜尋時間：2024/9/25。花蓮縣政府觀光處-政府資訊公開(2024)。網址：https://td.hl.gov.tw/Detail_sp/20edac7dd0d2420fba9a648a8cf32f2c。上網搜尋時間：2024/9/25。