

「趣」夜市

投稿類別：本土關懷

篇名：「趣」夜市

作者：

黃苡瑄。私立海星國小。六年忠班

楊忻潼。私立海星國小。六年忠班

吳尚軒。私立海星國小。六年忠班

李佳宸。私立海星國小。六年忠班

指導老師：

指導老師：孫燕華

## 壹●前言

### 一、研究動機

隨著後疫情時代的來臨，國旅十分盛行，許多觀光客慕名來到好山好水的花蓮。為了讓遊客在夜晚度過歡樂的時光，我們想提供遊客東大門夜市吃喝玩樂攻略，讓來花蓮的遊客扭轉「花蓮，好山、好水、好無聊」的刻板印象，讓這趟旅程成為趣味且兼具文化交流的深度之旅，實際體驗後山文化，大力推廣花蓮光觀事業。

我們也將此份攻略提供業者，使其更了解消費者的消費型態，並調整模式致力經營夜市攤位。同時也讓即將創業的人，初步了解東大門的攤販類型與消費者的消費型態，列入創業前的評估範疇。

另外也調查遊客對東大門夜市的環境和交通狀況滿意程度，提供縣府觀光處作為改善夜市規劃的評估與建議。

### 二、研究目的

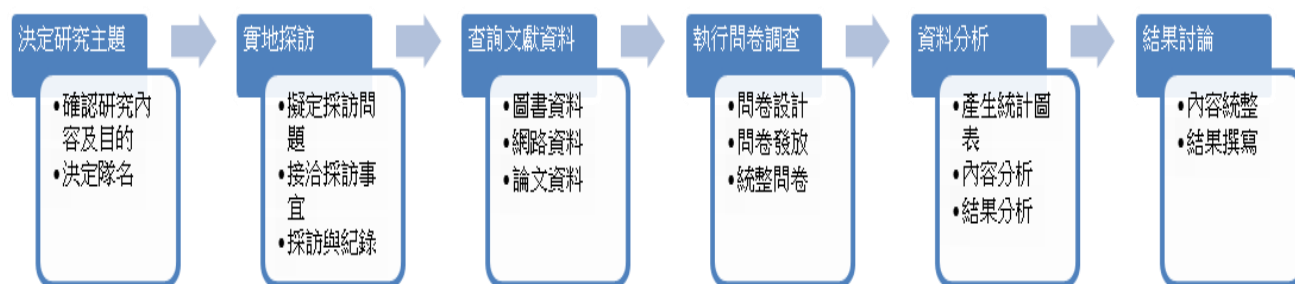
- (一) 了解東大門觀光夜市攤販型態
- (二) 探討花蓮鄉親對東大門夜市的喜好和整體評價
- (三) 了解東大門夜市環境和交通現況，提出改善建議
- (四) 提供遊客東大門觀光夜市飲食、遊玩建議指南
- (五) 提供創業者，創業前的評估範疇與建議

### 三、研究方法

- (一) 文獻蒐集：從網路、報刊雜誌、書籍尋找相關資料並整理成重點
- (二) 問卷調查：透過精心設計的問卷，了解研究對象的真實想法
- (三) 實地訪談：去實體店面訪問店家銷售情況與訪談觀光處商業管理科
- (四) 實地勘查：去夜市勘查環境如何和周邊交通問題
- (五) 描述性研究法：針對問卷數據所得到的現象，依據理解和驗證提出敘述和解釋。
- (六) 觀察法：透過實地採訪與觀察，了解現場實際情況，並將觀察結果納入研究之中。

### 四、研究流程

## 「趣」夜市



### 貳●正文

#### 一、夜市

##### (一)夜市歷史

在台灣夜市最早出現在清朝末年的舊都市中心(如台北市的大稻埕)，以廟會和市集的形式呈現。夜市剛開始時以每晚皆開市的型態出現，而非由趕集式的定期市呈現。(夜市的歷史及經濟功能，2015)

(二)夜市種類在其他夜市相關網站之分類，如下：(徐旭誠，註一)

##### 1.依「營業時間」分類

發現攤販種類各式各樣，但仍有許多相似之處，像是各有其地理上的特色，也反應地方風俗民情，同時針對各地消費者實際之需求，配合附近之地理環境與地方物產，逐漸形成富有特殊風味之攤販群。本研究整理出如下：

- (1)定點夜市：每日營業，地點固定的夜市，例如：臺北市寧夏夜市、士林夜市、饒河夜市等。
- (2)流動夜市：只在特定日期，一般為每星期一至二次營業，地點不固定夜市，例如：臺南市成功夜市、花園夜市即為此種形態之夜市。

##### 2.依「發展地點」分類

- (1)廟宇或文化中心:夜市的攤販分佈以廟宇為核心，多為大型夜市。例如:山慈祐宮旁的饒河夜市，萬華龍山寺旁的華西街夜市、廣州街夜市。
- (2)市政建設:
  - A.一種夜市的興起是因為原本公有市場周遭，早市的熱鬧延續到夜間。
  - B.一種是此類型的夜市大多屬於區域性觀光的夜市，主要營業種類以飲食為主。
- (3)學校:學校附近的夜市，主要營業種類以飲食為主。
- (4)商圈:若是在商圈附近，則營業種類以商圈特色為主。例如:武昌街一段以成衣攤為主，晴光市場以舶來品為主。

##### 3.依「空間」分類

## 「趣」夜市

### (1)沿街型夜市

指攤販沿街道兩側排列，因動線流暢，參與者流動性大，通常具備較豐富的流動型態，以吸引往來穿越的參與者。

### (2)塊狀型夜市

泛指一塊較完整的空地或建築物，聚集攤販的販售空間，較不具方向感，但地點明確，企圖讓參與者駐足停留，相對而言營業成本較高(需場地租金)。

## (三)觀光夜市的發展

### 1.定義:

在討論觀光夜市前，可就觀光事業界來看，只要能針對觀光市場的需要提供商品與服務，觀光便是一項可獲利的機會，而詹月雲和黃勝雄(2002)在觀光夜市發展之課題與對策探討中，即結合觀光與夜市之定義將觀光夜市定義為，具有觀光資源與完善的自治組織，結合政府、消費者及攤販業者三者間之交互作用，並在政府有效輔導下，提供消費者一般商品消費服務與便利性和休閒、娛樂之需求。再者經過政府相關單位輔導原本所謂攤販集中夜市為整齊、規劃良好的觀光區，並結合當地特色吸引遊客，俾使成為觀光休閒的場所，即稱為觀光夜市。然而欲成為觀光夜市仍有其必要條件，如下：（施映羽，2010）

### 2.發展條件(郭嘉倫，2004)

- (1)衛生性：觀光夜市攤販必須向自治委員會登記，經審核通過取得識別證才能開業。
- (2)安全性：觀光夜市在營業時間禁止車輛進入，且改善徒步區以確保顧客之安全。
- (3)連續性：觀光夜市規劃時，需有整體規劃，避免中間有十字路口或紅綠燈，以維持遊客逛街整體感。
- (4)多樣性：觀光夜市之規劃可依照其營業種類劃分，如飲食區、遊戲區、百貨區等。各區不同特色以滿足遊客的不同需求。
- (5)舒適性：觀光夜市須具備休息區、座椅、垃圾桶及公廁設備，且燈亮光度應適當。
- (6)一致性：觀光夜市的招牌（包含住戶兩側招牌）、攤架、電燈等設計應一致。
- (7)真實性：在地文化的「真實性」為觀光夜市最大的特點，如節慶的民俗表演。

## 二、東大門國際觀光夜市

### (一)東大門國際觀光夜市名稱由來

## 「趣」夜市

由花蓮南濱夜市、原住民一條街、自強夜市、彩虹夜市組合併稱，因為位於東部，時任縣長傅崑萁希望能打造花蓮著名景點成為台灣東部的門戶，故稱為東大門夜市。

### (二)東大門國際觀光夜市簡介

花蓮東大門國際觀光夜市，簡稱東大門夜市，以原有南濱夜市、福町夜市、自強夜市、彩虹夜市遷移整併而來，是台灣花蓮縣花蓮市重慶路及中山路口的一個夜市，橫跨花蓮市第二聯合里的民主里、民族里及民治里，位於舊有的台鐵花蓮車站及花蓮機務段處，架構可細分成福町夜市、自強夜市、原住民一條街及大陸各省一條街四大區域，占地約9公頃。創立於2015年7月，營業時間為每日的17:30~23:30，攤位總數共計400攤，並於2016年9月初開始納入花蓮縣政府觀光處的旅遊人數統計範圍，截至今日，東大門夜市平均每月有10~12萬觀光人次。東大門觀光夜市分為：福町夜市、原住民一條街、各省一條街、自強夜市四個部分。

### (三)各區攤位介紹

在走訪夜市與採訪花蓮縣觀光處商業管理科後，針對福町夜市、原住民一條街、各省一條街和自強夜市較具特色攤位作羅列介紹，詳細如下：

#### 1.福町夜市

|                 |          |         |                |        |
|-----------------|----------|---------|----------------|--------|
| 正當冰             | 公正街香酥雞   | 東麥局燒番麥  | 南濱臭豆腐豬血湯       | 香港茶餐廳  |
| 原住民野菜風味料理(山螞驚奇) | 燒賣哥香港茶餐廳 | 福町本舖檸檬汁 | 爆漿炸彈蔥油餅        | 牛B糖葫蘆  |
| 原似顏繪            | 傻師傅湯包    | 宜蘭香炸螃蟹  | 陶燒蛤蜊(蛤利波特熱炒燒烤) | 公正街香酥雞 |
| 泰哥泰式手沖奶茶        | 爆漿炸彈蔥油餅  |         |                |        |

#### 2.原住民一條街

### 「趣」夜市

|        |       |         |        |           |
|--------|-------|---------|--------|-----------|
| 第一家烤肉串 | 林家燒番麥 | 原鄉啍論竹筒飯 | 馬告炒麵刈包 | 不一樣的風味聰捲餅 |
| 高大俠海邊  | 原醉    | 燒烤bar   |        |           |

### 3.各省一條街

|        |               |           |     |      |
|--------|---------------|-----------|-----|------|
| 法式官財板  | 唐人街牛排         | 菓子精靈創意紅豆餅 | 圓愛玉 | 隨想食方 |
| 之恩布帳馬車 | 吉安三寶商行(阿胖三明治) | 蠡海鮮       | 舊貨店 | 愛丸   |
| 山之所    | 印度拉茶          |           |     |      |

### 4.自強夜市

|        |         |         |       |         |
|--------|---------|---------|-------|---------|
| 游家來來烤肉 | 家傳東山鴨頭  | 花蓮銅板燒干貝 | 強蛋餅   | 拔絲地瓜芋頭  |
| 億大雪花冰  | 基隆營養三明治 | 北港潤餅捲   | 梅龍鎮燒烤 | 吉香炸彈蔥油餅 |
| 小賴好茶   | 妙不可言果汁  | 強蛋餅     | 蔣家棺材板 |         |

### (四)交通方式

#### 1.步行

自花蓮火車站沿中山路往南步行約40~50分鐘即可到達

#### 2.汽機車

##### (1)路線

- A. 自台東北上：沿台9線省道（中正路）進入花蓮市後，往前行至中山路口，右轉500公尺即抵達。或沿193縣道（南濱路）北上至中山路口左轉200公尺即抵達。
- B. 自宜蘭南下：沿台9線省道（府前路）進入花蓮市後，往前行至中山路口，左轉500公尺即抵達。或沿中央路（花蓮市外環道）往南行，自中山路路口（星巴克）後，左轉直行3.5公里即抵達。

##### (2)公有停車場

## 「趣」夜市

- A.重慶市場：機車100位
- B.太平洋公園：汽車100位
- C.北濱公園：機車30位

### (3)私有停車場

- A.東大門1場：168位
- B.東大門停車場：157位

### 3.火車

花蓮火車站下車後，轉乘市區公車301、308、308B線即可到達。

### 4.客運

- (1)太魯閣客運301線，至「東大門夜市」站下車。
- (2)首都客運與臺北客運聯營307線，至「東大門夜市」站下車。
- (3)統聯客運308、308A、308B線，至「東大門夜市」站下車。

## 參●結論

### 一、田野調查

#### (一)東大門店家訪談分析與統整

| 題目          | 店家 | 第一家烤肉串  | 正當冰  |
|-------------|----|---|--|
| 店名由來        |    | 陳老闆年輕時是以餐車起家，後來才從自強夜市轉到東大門，店名則是老闆自己取的，並非東大門第一家賣烤肉的攤販。     | 李老闆為了讓大家吃到無添加任何乳化劑和人工色素的冰淇淋，所以毅然決然投入冰品業。李先生為了讓更多人可以吃到自己的健康冰淇淋，所以未來一定會展店，他想讓全台灣的人都吃到「正當冰」 |
| 給年輕創業者一些建議? |    | 創業者要對於想要創行的行業要有非常大的熱情，想法也要很多，第一家燒烤裡的產品也是經過一次又一次改良才到現在這樣的。 | 李老闆覺得一定要把個人真正的想法和所關心的社會議題加進自己的創業。  |
| 經營理念與風格     |    | 陳老闆憑著對燒烤料理的興趣，以及有養家餬口的經濟壓力下創業。透過不斷的調整配方與產品來鞏              | 李老闆有鑒於當前食安問題日漸嚴重，毅然決然放棄科技業高薪的收入，投入冰品行業。希望藉由教   |

## 「趣」夜市

|  |  |  |
|--|--|--|
|  | <p>固消費族群，同時也建立好口碑。為了因應顧客消費模式的改變，也推出真空包的產品，調整傳統的經營模式，進行多角化的經營，並且把經營權逐漸轉移到下一代。</p> | <p>育消費者，讓越多人正視食安問題，願意為下一代的健康做好食品製造。他同時也把自己關心的流浪動物(貓)納入自己的事業來經營，不但可以教育顧客來領養流浪貓，也號召對於食安問題和流浪動物這些議題有興趣的同好者，一同推廣共同理念。他把所關注的議題結合事業經營，頗有社會企業的風範。</p> |
|--|--|--|

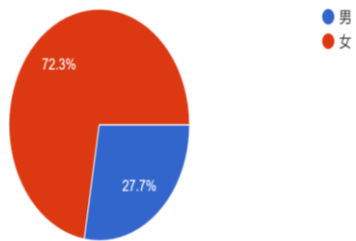
### (二)花蓮縣政府觀光處商業管理科

徐科長親自率領科員接受訪談，我們從中了解縣府對於東大門夜市的管理制度與招商的理念，除了推動花蓮觀光事業帶動地方經濟繁榮之外，也鼓勵青年創業，為東大門夜市注入一股年輕的氣息。同時也把花蓮特色與文化納入夜市之中，讓遊客可在吃喝玩樂中體驗在地的後山文化。

## 二、問卷調查

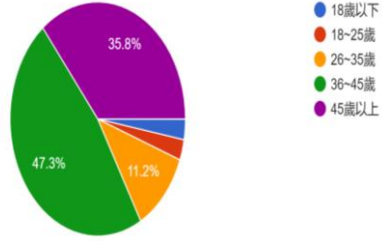
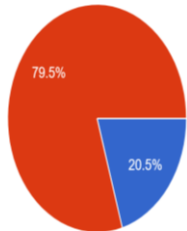
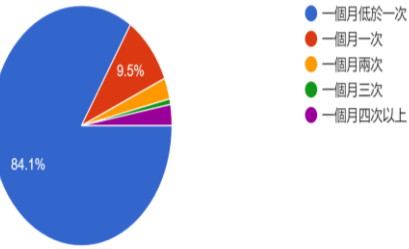
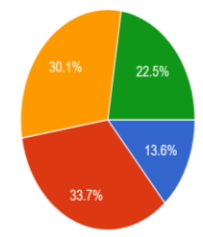
(一)因新型冠狀肺炎疫情緣故，本論文研究問卷全以GOOGLE表單問卷為主，總共回收530份問卷。問卷母群體遍及花蓮市、吉安鄉、新城鄉、秀林鄉、壽豐鄉，受訪者平日逛東大門夜市的主要鄉親。以110年8月花蓮人口普查，此區人口共計238831人而言，本問卷有99%信心指數，誤差範圍5.6%(註六)(註七)

### (二)問卷整理與分析

| 問卷題目    | 數據整理  | 數據分析   |
|---------|---|--|
| 1.您的性別? |  | <p>這個問卷中有72.3%女性填寫問卷，男性有27.7%填寫問卷，因為疫情關係所以都是傳給家長，通常以媽媽為主，相較之下女性較多。</p> |



「趣」夜市

|                           |  |  |
|---------------------------|--|--|
| <p>2.您的年齡?</p>            |  <ul style="list-style-type: none"> <li>● 18歲以下</li> <li>● 18~25歲</li> <li>● 26~35歲</li> <li>● 36~45歲</li> <li>● 45歲以上</li> </ul>   | <p>圖表內填報者年齡有18歲以下和18~25歲的人各有2.8%，26~35歲的人有11.2%，36~45歲的人有47.3%，而45歲以上的人則有35.8%，相較之下36~45歲的填報者比較多。</p>                              |
| <p>3.您的婚姻狀態?</p>          |  <ul style="list-style-type: none"> <li>● 單身</li> <li>● 已婚</li> </ul>   | <p>有此看到已婚較多，未婚較少，已婚有79.5%，未婚的有20.5%。</p>   |
| <p>4.您平均一個月逛幾次東大門夜市?</p>  |  <ul style="list-style-type: none"> <li>● 一個月低於一次</li> <li>● 一個月一次</li> <li>● 一個月兩次</li> <li>● 一個月三次</li> <li>● 一個月四次以上</li> </ul> | <p>最多人選擇的是一個月幾乎沒去夜市(84.2%)，第二多人選擇的是一個月只去一次的夜市(9.4%)，再來是一個月去兩次和一個月去四次以上這兩個問題的回答率是一樣的(2.8%)，最少的是一個月去三次(0.8%)，因疫情原故，所以人們降低逛夜市的頻率。</p> |
| <p>5.您平均逛一次夜市大概消費多少錢?</p> |  <ul style="list-style-type: none"> <li>● 150元以下</li> <li>● 151~300元</li> <li>● 300~500元</li> <li>● 501以上</li> </ul>              | <p>平均逛一次夜市大概消費最多的是151~300元有33.6%，其次是300~500元有30%，再者是花費501元以上有22.5%，最少的是花費150元以下只有14%。夜市通常是吃完正餐後再去吃點小吃，所以大概消費150以300以下會比較多。</p>     |

「趣」夜市

|                                  |  |  |
|----------------------------------|--|--|
| <p>6.你覺得到東大門夜市的交通如何?</p>         |  | <p>對於冬大門夜市交通方面的滿意度，找停車位(汽車)智慧停車系統(36.2%)和公出轉運(35.8%)都還算便利，花蓮停車場APP(37.7%)、搭乘計程車(38.1%)和周邊道路順暢度(37.1%)都算便利。</p>                         |
| <p>7.你覺得東大門夜市整體環境如何?</p>         |  | <p>對於東大門夜市整體環境的滿意度攤位規劃多樣性(48.6%)、攤位衛生性(44.9%)、攤位一致性(46%)、路線連續性(49.2%)、環境舒適性(44.7%)、安全性規劃(48.8%)、真實性後山體驗(42.4%)和交易方式便利性(47.7%)都是滿意。</p> |
| <p>8.請選擇一種你最愛購買或最想購買的主食類商品?</p>  |  | <p>在最愛購買或最想購買的主食類商品，其中蛋包飯最高13.6%，11.7%是其他，10.6%的是米苔目，10.4臭豆腐，10%東山鴨頭。</p>  |
| <p>9.請選擇一種你最愛購買或最想購買的點心類商品?</p>  |  | <p>在最愛購買或最想購買的點心類商品，17%棺材板，14.7%炭烤玉米，14%的香酥鴨，5.1%糖葫蘆，4.7%拔絲地瓜。</p>   |
| <p>10.請選擇一種你最愛購買或最想購買的飲料類商品?</p> |  | <p>在最愛購買或最想購買的飲料類商品36%的現打果汁，15.1%的茶系列飲料，13.6%的黑糖系列，11.9%的鮮奶系列，6.6%的愛玉系列。</p>   |

## 「趣」夜市

| <p>11.你會選擇購買食物的主因為何？</p>        | <table border="1"> <caption>購買食物主因</caption> <thead> <tr> <th>原因</th> <th>百分比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>吃得飽</td> <td>14.4%</td> </tr> <tr> <td>嘗鮮</td> <td>31.3%</td> </tr> <tr> <td>調味好</td> <td>24.8%</td> </tr> <tr> <td>食品衛生</td> <td>10.2%</td> </tr> <tr> <td>有人推薦</td> <td>13.3%</td> </tr> <tr> <td>攤位顯眼</td> <td>~1%</td> </tr> <tr> <td>優惠活動</td> <td>~1%</td> </tr> <tr> <td>熱量取向</td> <td>~1%</td> </tr> </tbody> </table>           | 原因    | 百分比 | 吃得飽  | 14.4% | 嘗鮮      | 31.3% | 調味好  | 24.8% | 食品衛生 | 10.2% | 有人推薦  | 13.3% | 攤位顯眼 | ~1%   | 優惠活動  | ~1%   | 熱量取向 | ~1%   | <p>在購買食物的主因中，最高的是31.2%嘗鮮，24.8%調味好，14.4%吃得飽，13.3%有人推薦，10.2%食品衛生。</p>          |
|---------------------------------|---|-------|-----|------|-------|---------|-------|------|-------|------|-------|-------|-------|------|-------|-------|-------|------|-------|--|
| 原因                              | 百分比   |       |     |      |       |         |       |      |       |      |       |       |       |      |       |       |       |      |       |  |
| 吃得飽                             | 14.4%   |       |     |      |       |         |       |      |       |      |       |       |       |      |       |       |       |      |       |  |
| 嘗鮮                              | 31.3%   |       |     |      |       |         |       |      |       |      |       |       |       |      |       |       |       |      |       |  |
| 調味好                             | 24.8%   |       |     |      |       |         |       |      |       |      |       |       |       |      |       |       |       |      |       |  |
| 食品衛生                            | 10.2%   |       |     |      |       |         |       |      |       |      |       |       |       |      |       |       |       |      |       |  |
| 有人推薦                            | 13.3%   |       |     |      |       |         |       |      |       |      |       |       |       |      |       |       |       |      |       |  |
| 攤位顯眼                            | ~1%   |       |     |      |       |         |       |      |       |      |       |       |       |      |       |       |       |      |       |  |
| 優惠活動                            | ~1%   |       |     |      |       |         |       |      |       |      |       |       |       |      |       |       |       |      |       |  |
| 熱量取向                            | ~1%   |       |     |      |       |         |       |      |       |      |       |       |       |      |       |       |       |      |       |  |
| <p>12.請選擇一種你最愛消費或想消費的遊戲類商品？</p> | <table border="1"> <caption>最愛消費或想消費的遊戲類商品</caption> <thead> <tr> <th>遊戲類商品</th> <th>百分比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>套圈圈</td> <td>9.3%</td> </tr> <tr> <td>丟沙包</td> <td>6.8%</td> </tr> <tr> <td>夾娃娃</td> <td>6.8%</td> </tr> <tr> <td>射氣球</td> <td>21.4%</td> </tr> <tr> <td>撈魚</td> <td>12.1%</td> </tr> <tr> <td>打彈珠</td> <td>12.1%</td> </tr> <tr> <td>電玩</td> <td>12.1%</td> </tr> <tr> <td>投籃</td> <td>29.4%</td> </tr> </tbody> </table>    | 遊戲類商品 | 百分比 | 套圈圈  | 9.3%  | 丟沙包     | 6.8%  | 夾娃娃  | 6.8%  | 射氣球  | 21.4% | 撈魚    | 12.1% | 打彈珠  | 12.1% | 電玩    | 12.1% | 投籃   | 29.4% | <p>在最愛消費或想消費的遊戲類商品，29.4%打彈珠21.4%射氣球12.1%套圈圈9.3%投籃6.8%麻將寶果。</p>               |
| 遊戲類商品                           | 百分比   |       |     |      |       |         |       |      |       |      |       |       |       |      |       |       |       |      |       |  |
| 套圈圈                             | 9.3%  |       |     |      |       |         |       |      |       |      |       |       |       |      |       |       |       |      |       |  |
| 丟沙包                             | 6.8%  |       |     |      |       |         |       |      |       |      |       |       |       |      |       |       |       |      |       |  |
| 夾娃娃                             | 6.8%  |       |     |      |       |         |       |      |       |      |       |       |       |      |       |       |       |      |       |  |
| 射氣球                             | 21.4%   |       |     |      |       |         |       |      |       |      |       |       |       |      |       |       |       |      |       |  |
| 撈魚                              | 12.1%   |       |     |      |       |         |       |      |       |      |       |       |       |      |       |       |       |      |       |  |
| 打彈珠                             | 12.1%   |       |     |      |       |         |       |      |       |      |       |       |       |      |       |       |       |      |       |  |
| 電玩                              | 12.1%   |       |     |      |       |         |       |      |       |      |       |       |       |      |       |       |       |      |       |  |
| 投籃                              | 29.4%   |       |     |      |       |         |       |      |       |      |       |       |       |      |       |       |       |      |       |  |
| <p>13.你會選擇消費遊戲的主因為何？</p>        | <table border="1"> <caption>選擇消費遊戲主因</caption> <thead> <tr> <th>原因</th> <th>百分比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>獎品誘人</td> <td>6.6%</td> </tr> <tr> <td>覺得簡單、輕鬆</td> <td>24.6%</td> </tr> <tr> <td>價格便宜</td> <td>~1%</td> </tr> <tr> <td>服務品質</td> <td>~1%</td> </tr> <tr> <td>挑戰機會多</td> <td>~1%</td> </tr> <tr> <td>遊戲有趣</td> <td>25.9%</td> </tr> <tr> <td>與朋友同樂</td> <td>16.3%</td> </tr> <tr> <td>打發時間</td> <td>15.7%</td> </tr> </tbody> </table> | 原因    | 百分比 | 獎品誘人 | 6.6%  | 覺得簡單、輕鬆 | 24.6% | 價格便宜 | ~1%   | 服務品質 | ~1%   | 挑戰機會多 | ~1%   | 遊戲有趣 | 25.9% | 與朋友同樂 | 16.3% | 打發時間 | 15.7% | <p>在選擇消費遊戲的主因中，最高的是25.9%遊戲有趣，24.6%覺得輕鬆、簡單，16.3%與朋友同樂，15.7%打發時間，6.6%獎品誘人。</p> |
| 原因                              | 百分比   |       |     |      |       |         |       |      |       |      |       |       |       |      |       |       |       |      |       |  |
| 獎品誘人                            | 6.6%  |       |     |      |       |         |       |      |       |      |       |       |       |      |       |       |       |      |       |  |
| 覺得簡單、輕鬆                         | 24.6%   |       |     |      |       |         |       |      |       |      |       |       |       |      |       |       |       |      |       |  |
| 價格便宜                            | ~1%   |       |     |      |       |         |       |      |       |      |       |       |       |      |       |       |       |      |       |  |
| 服務品質                            | ~1%   |       |     |      |       |         |       |      |       |      |       |       |       |      |       |       |       |      |       |  |
| 挑戰機會多                           | ~1%   |       |     |      |       |         |       |      |       |      |       |       |       |      |       |       |       |      |       |  |
| 遊戲有趣                            | 25.9%   |       |     |      |       |         |       |      |       |      |       |       |       |      |       |       |       |      |       |  |
| 與朋友同樂                           | 16.3%   |       |     |      |       |         |       |      |       |      |       |       |       |      |       |       |       |      |       |  |
| 打發時間                            | 15.7%   |       |     |      |       |         |       |      |       |      |       |       |       |      |       |       |       |      |       |  |

### 肆●引註資料

#### 一、碩博士論文、期刊

註一、徐旭誠。「都會邊緣趕集性夜市空間與活動系統之研究」。國立中興大學都市計畫研究所。民85。

註二、詹月雲、黃勝雄。「觀光夜市發展之課題與對策探討—以高雄六合觀光夜市為例」。土地用題研究季刊。民91。第62-78頁。

註三、施映羽。「臺灣夜市飲食文化體驗模式探討—以高雄六合觀光夜市為例」。臺灣飲食文化產業研究所。民99。

註四、黃建超。「消費者對高雄市路竹區路竹夜市重視度與滿意度比較之研究」。東方學報。民100。頁59~74

註五、郭嘉倫。士林夜市顧客滿意度分析-以中國文化大學學生消費行為為例。中國文化大學市政暨環境規劃學研究所碩士論文。民93。

#### 二、網站資料

註六、花蓮縣人口概況(2010)。 <https://static.hl.gov.tw/cp.aspx?n=4422>(檢索日期110/9/20)

註七、樣本數計算器。 <https://zh.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>.(檢索日期110/9/20)