



## 文化創意與觀光產業發展——以恆春半島觀光為例

林秀芳<sup>1</sup>

### 摘 要

「文化創意產業」始於 2002 年，列為「挑戰 2008：國家重點發展計畫」中十大重點投資計畫，2009 年，中央投入 200 億，發展文化創意產業。文化創意往往與當地的人本思想有關，添入文化因素，創造出具有地方特色的文化產業，結合觀光資源，形成另一種觀光產業；個人的成長經驗、生活中的歷練等形成的差異性，就是刺激文化創意的來源；二十一世紀的來臨，「知識經濟」激發創新與創意，而軟實力是知識經濟的延伸，創意是文化與產業的介面，因此，各城鄉集思自身文化特色，藉以增加文化認同與產業附加價值。

無煙囪產業的觀光旅遊業是目前世界上最大產業，觀光產業是經濟救星，能增加就業機會，提高個人所得，整合各項產業；近幾年來，恆春半島的觀光人數明顯增加，尤其是 2009 年出現一波觀光客高峯，此現象應與 2008 年底上映的賣座電影『海角七號』有關，現階段，公部門（觀光局、縣政府）、社區總體營造、居民等應齊力合作，如何提升和整合文化產業與創意文化，善用本土性色彩濃厚的電影行銷方式，推動觀光產業打造具有經濟活力的在地化<sup>2</sup>產業，本文由此為出發點，以恆春半島的觀光產業為範圍，導入文化創意的概念，淺探恆春半島之風俗民情、人文歷史、文化特色，並以 SWOT 分析恆春半島觀光產業，希望觀光人潮如韓劇『冬季戀歌』般，吸引全世界各國的觀光客，促進地方繁榮與活絡經濟提高個人所得，增加地方稅收，為國內觀光產業之發展，創造奇蹟。

關鍵詞：文化創意、軟實力、恆春半島、海角七號

<sup>1</sup> 國立屏東教育大學文化創意產業學系學生

<sup>2</sup> 在地化：融入與認同本地文化；在此，本地文化是「簡稱住在特定地域之一群人的日常生活經驗」。



2010

文化創意產業永續與前瞻研討會

文化、創意與在地產業：跨域、互依與整合



# **A Study of Cultural and Creative Industries and the Development of Tourism Industries – taking Heng-Chun Peninsula as an Example**

Lin Shiu-Fang<sup>3</sup>

## **Abstract**

The “Cultural and Creative Industries” started in 2002 as “the Challenge 2008: National Development Plan” among Ten Major Investment Project. The Government has invested 20 billion since 2009 to develop “The Cultural and Creative Industries”. The industry of Cultural and Creative usually has the linkage with native humanity, local customs and characteristics which combined with tourism resources and forming as a special tourism industry. However, the stimulation outcome from cultural and creation always is influenced by personal growing experience and life experience of differences. With the approaching of twenty-first century, “Knowledge Economy” stimulates innovation and creativity which enables to extend the knowledge of economy with so called “Soft Power” by using the interface of culture and industry. Therefore, each urban and rural units shall develop its own cultural characteristics to increase the added value of cultural identity and industry.

Tourism Industry so called “No Chimney Industry” is usually treated as the world’s largest industry which is the economy savior. Tourism industry creates more employment opportunities, increases personal income and facilitates the integration of various industries. In recent years, the Heng-chun Peninsula increased significantly with the number of tourists, especially in 2009 it appeared the peak of wave of tourists which was explained by the phenomenon after the best box office of the movie “Cape No. 7”. At present, the public sector (Tourism Bureau, The County Government) should cooperate with local residents to enhance and integrate cultural creative ability such as using indigenous film marketing to promote their local cultural<sup>4</sup> industry. Based on above-mentioned, this essay is meant to probe the customs, humane history, and featured culture in Heng-Chun Peninsula from aspect of Tourism Industry. Further more to analyse the Industry’s potential by SWOT analysis. The strategy of promotion format of Korean drama “Winter Sonata” which attracted tourist crowd

---

<sup>3</sup> Graduated student Department of Cultural and Creative Industries

<sup>4</sup> Localization: the integration of local culture and identity. Local culture: to explain those people who live in certain place and have their own life experiences



and elevated Korean local economic prosperity can be used in Heng-Chun Peninsula. Thus, the increase of local tax revenue for the domestic industry development and a miracle shall be seen in the nearest future.

**KEYWORDS : THE INDUSTRY OF CULTURAL AND CREATIVE , SOFT POWER  
, HENG-CHUN PENINSULA , CAPE NO. 7**



2010

文化創意產業永續與前瞻研討會

文化、創意與在地產業：跨域、互依與整合



## 壹、前言

文化如何發揮創意將其產業化？把創意變成具體的產品，並讓商機不斷複製，利用創意與設計的加值，讓文化不再是賠錢貨，而是可以創造經濟價值的產業；人類自原始時代進演的結果，伴隨著全球化的趨勢，進入二十一世紀，知識成了人類最大資產，「知識經濟」獨領風騷的時代來臨，這是腦力決定勝負的時代，知識就是資源，符合顧客需求的知識作持續地創新、吸收與應用，已成為經營的重心，簡單來講，就是提供良善的互動與特殊的價值。

未來學大師托夫勒 Alvin Toffler：「誰佔領了創意的制高點，誰就能控制全球」。創意台灣—「文化創意產業」發展方案行動計畫規劃在 98-102 年，繼第三波「資訊產業」經濟後，文化創意產業被視為「第四波」經濟動力，為營造台灣文化創意產業發展之良好環境，促進其轉型與升級，目標是立足台灣，拓展大陸市場，進軍國際，使台灣成為亞太文創產業匯流中心，內容之一：規劃推動多元資金挹注、產業研發及輔導、市場流通與拓展、人才培育及媒合等。「創意台灣」政策將打造台灣成為亞太地區的文創產業匯流中心。

今年 2 月馬英九總統在「兩岸經濟協議（ECFA）」記者會，向國人說明：「面對大陸的崛起以及經濟起飛，台灣是個島國，我們樂見經濟協議（ECFA）的簽訂與執行，因為這將是我國發揮『硬實力+軟實力<sup>5</sup>+巧實力』的新里程。」

遠見雜誌有一份報導：「當問到台灣的文創產業中，哪個最有潛力壯大，並走向世界？第 1 名卻是「創意生活產業」，占 35.6%。其後是表演藝術、設計、工藝、及數位內容。」創意生活係指以創意的元素，整合食、衣、住、行、育、樂等各個產業，賣的是一種經驗、體驗，而非單純的一項商品，成長潛力很大，由此可見，創意生活產業的涵蓋範圍很廣，能提升服務業的層次，提供深度體驗、高質美感，增加附加價值，已被認為是未來台灣最具吸引國際人士的新特色產業。

創意是價值之所在，誠如電視、電影、媒體，應將新科技帶來的新技術，以新的思維廣泛的運用在電視內容產製上，等新生代成為市場主流時，網路、通訊、電視的三螢整合時代，電視內容若無法融入科技創新改造，其結果恐將淪入墳場。創意源於生活中的每個感動或發現，如同叫好又叫座、富精彩故事情節的電影般，善用文化創意，結合地方觀光資源，創造具有本土特色的文化產業，吸引觀光人潮，以提升產值、就業人口和消費，增加居民收入，為地方創造繁榮及稅收。

在推動文化創意產業中，最困難的是：如何把文化創意與各種產業活動（觀光產業為其一）連結？文化創意產業最重要的精神在於「文化是任一產業的加值要素、甚至是

<sup>5</sup> 軟實力，指別人願意來稱讚、學習、仿效或購買，所呈現的一種行為、表現、力量（如市場經濟的運作）、組織，或一種產品及服務。

核心要素」，透過文化產業，使本土化文藝（如民謠、廟宇文化、節慶活動、老街特色），以觀光發展策略，公部門的觀光政策，結合文化觀光、文化產業、居民力量及社區總體營造之推動，行銷觀光之利基，繼續強化恆春半島之能見度與在地居民的認同感，得到更多遊客喜愛，為地方觀光產業增加經濟效益。

## 貳、文化創意的概念與觀光產業的關係

### 一、文化創意的概念

文化：是人類活動的模式、產物、工具、典章制度、痕跡、符號化結構、心智歷程等。創意：是一種創新與突破能力的舉動。文化創意與地方傳統，是台灣文化創意產業的兩個核心，沒有核心就沒有產業，因此需要業者團結一致，集體構思、相互交流，並加以整合，將文化與藝術的創造力轉變成產業的創新構想，讓更多人受到環境鼓舞，願意開發創意，銜接藝術和產業之間的關鍵位置，再進入產銷程序，獲得利潤。創意產業以創意為核心，向大眾提供文化、藝術、精神、心理、娛樂產品的新興創意生活產業，在全球化的條件下，以消費人們的精神文化娛樂需求為基礎，以高科技技術為支撐、網路相關等傳播方式，主導文化藝術與經濟的全面結合為自身特徵的新穎產業。

英國創意產業特別工作小組 1998 年首次定義「創意產業」：「源自個人創意、技巧及才華，通過智慧財產權的開發和運用，具有創造財富和就業潛力的產業」，據此，將廣告、建築、藝術和文物交易、工藝品、設計、時裝設計、電影、互動休閒軟體、音樂、表演藝術、出版、軟體、電視廣播等十三種行業，確認為創意產業。

聯合國教科文組織（UNESCO）<sup>6</sup>將創意產業(creative industries)定義：「結合創作、生產與商業的內容，同時這內容的本質，具有文化資產與文化概念的特性，並獲得智慧財產權的保護，以產品或服務的形式呈現；從內容上來看，文化產業可以被視為是創意產業，包含書報雜誌、音樂、影片、多媒體、觀光，及其他靠創意生產的產業。」創意產業指以無形、文化為本質的內容，經過創造、生產與商品化結合，並獲得智慧財產權的保障，採用產品或者服務形式來表現的產業。文化創意是創新商機，是產業競爭的利基與經營的關鍵，包含精緻藝術的創作和發表，以及支援周邊創意產業，創造出文化加值與美學經濟的效益。

2002 年我國政府定義「源自創意與文化積累，透過財產的形成與運用，具有創造財富與就業機會潛力，並促進整體生活環境提昇的行業」。2002 年行政院文化創意產業計畫，期使台灣從第二類產業的製造生產組織型態，改造成以知識經濟、高附加價值、創意設計為核心的生產及服務組織型態。

<sup>6</sup> United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization 聯合國教育科學暨文化組織



2010

文化創意產業永續與前瞻研討會

文化、創意與在地產業：跨域、互依與整合



## 二、文化觀光與觀光產業探索

### (一) 文化觀光定義

文化是觀光事業中重要的內涵，要在全球觀光趨勢下佔有一席之地，必須具有競爭者所沒有的特質，因此要如何創造出自己的特色，就必須依賴當地的文化來包裝，文化觀光是地方振興的重要利器，是一個地區或國家，向觀光客所呈現的一切文化活動風貌，主要包括：民族習慣、宗教儀式、民俗藝術與技藝，以及人類在不同空間與時間所展現的各類人文活動，是旅客為了體驗不同的文化，包括觀念、風俗習慣、藝術及制度等或被某地的文化包括當地的博物館、節慶、音樂家、畫家、劇院及建築等，所吸引而去旅遊的現象。<sup>7</sup>

### (二) 文化觀光發展目的

近年來台灣「地方文化產業」逐漸成為地方經濟發展的主要動力，透過「社區總體營造」及地方性活動的推行，使地方得以再生，文化觀光產業為具有多目標的綜合發展產業，不僅可增加國家外匯，提高個人所得，擴大就業機會，整合各級產業，增加地方稅收，亦可透過地方文化產業與地方特色的結合，吸引外來遊客，其最主要的目的，希望藉由文化觀光的推展，不只是遊客，甚至讓在地居民更認同自己的文化，提高地方的自明性。<sup>8</sup>

### (三) 觀光產業發展特質（整理自：以歷史資產帶動台南府市文化觀光發展策略）

1. 精緻的內涵：將地方的文化歷史、民俗及觀光節慶等呈現的特色，結合觀光增加能見度，使旅客體驗不同文化所呈現的內涵。觀光吸引點與文化資產有著密切關係，反映出當地的文化特色，是行銷旅遊的賣點。
2. 旅遊便捷的交通網絡：交通順暢能否是觀光活絡的關鍵，透過旅遊巴士系統、觀光列車等交通網絡的便利，使觀光動線串連當地的人文與自然資源，強化觀光吸引力。
3. 體驗性—場所空間的特質：場所的體驗若能讓遊客對當地產生認同感或深刻印象，決定了是否再次觀光的因素；古蹟、歷史建築與資產透過和周邊生活的環境資源之連接，所呈現的歷史觀光網絡，可使它的意義與整個城鎮有所關連，包括經濟層面、文化層面、社會層面等，並融入現代的生活環境裡共生共存著。
4. 場景故事的吸引力：故事往往是吸引遊客到訪的關鍵，可以製造氛圍，使旅客觀光時，經由口述的導覽形式或場所詮釋出的歷史事件產生連結，文化產業累積文化與歷史性，提供了與過去記憶的情感，無論是在歷史樣貌的呈現或是再另外創造想像中的情境，都能在觀光的體驗過程中，有身歷其境的感受。

<sup>7</sup> 田佳靜《俄羅斯文化觀光：歷史背景與展望》，頁 12。

<sup>8</sup> 林慧雯《推展文化觀光策略之研究——以阿罩霧地區再開發為例》，頁 30。



5. 學習與成長的文化觀光：善用文化創意發展文化觀光，透過不同媒介的導覽，可以把文化產業裡各種面向的知識與資訊傳達給遊客。文化產業包含傳統民俗活動、特色建築、歷史場域等，屬於地方生活文化的記憶，而遊客與居民彼此間的交流與互動，讓文化產業可藉由觀光帶動整體社區文化的發展。
6. 休閒性、養生放鬆的運用：文化產業藉由再利用，將建築空間轉化為藝文空間或餐飲空間等使用型態，結合參觀遊覽、藝文活動、餐飲消費的導向下，為追求健康與休閒的遊客，注入更多新機能，而古蹟的歷史、文化特性以及再利用後的過程中，可得到更多元化的資源。<sup>9</sup>

### 三、文化觀光資源之整合

依據辛晚教（2000 年）<sup>10</sup>的研究而界定，文化產業分大眾消費文化產業、精緻文化產業、地方休閒文化產業與設施文化產業等四類，地方休閒產業特徵有「具空間依存性、自然衍生之產業或歷史傳承情感遺留之文化遺產、文化活動常與社區居民、社區組織結合、具強化地方認同感與凝聚力，其內容包括有：傳統民俗文化與活動、地方歷史古蹟、自然景文化、地方特產、地方節慶」等；台灣的流行文化變遷迅速，觀光節慶的內容與形式，若不具備獨特的性質、深厚悠久的傳統或吸引力，又不能因應潮流將其文化品味提升，極可能因經營不善而衰退。

關尚仁<sup>11</sup>在政府文創產業圓桌論壇時提到：很多的文化創意是從人性、需求和習慣裡找到利基，但台灣談文化、創意，卻不談對消費者的了解和認識，包括廣電媒體，我們很少有常態性的市場研究和消費者的了解，都是有一搭沒一搭的。過去廣電基金做一做後，覺得無利可圖，就不做了，這是很遺憾的事。澳洲在推動影視文創產業時，首先就是建立市場研究部門，創作者愈了解文化消費者，愈知道要從那裡著手。但我們發現，大家都回歸創作導向的模式，都覺得自己的創作有吸引力，於是在沒有文化創意思維的基礎下，容易變成沖天炮式的創作。

## 參、恆春半島觀光發展

### 一、公部門實質作為<sup>12</sup>

積極規劃恆春半島旅遊線，納入景點有海洋生物博物館、四重溪溫泉、墾丁國家公園等，相關套裝旅遊線之改善計畫及重點如下：

<sup>9</sup> 台南市觀光資源：2006 年府城文化觀光年座談會

<sup>10</sup> 台北大學都市計劃研究所榮譽教授

<sup>11</sup> 國立政治大學廣播電視學系教授

<sup>12</sup> 資料來源：屏東縣政府



- (一) 國家公園經營管理：加強墾丁國家公園遊客服務與經營管理。
- (二) 溫泉區建設：整建四重溪溫泉區。
- (三) 道路景觀改善：台17線林邊至枋寮段、台1線、屏鵝公路、恒春至佳樂水段。
- (四) 城鄉街景改善：改善東港、林邊、水底寮、楓港、恒春、東城、佳樂水、墾丁等鄉鎮觀光市街風貌觀光客倍增計畫。
- (五) 墾丁熱帶植物園再造計畫。
- (六) 建立高雄至墾丁旅遊巴士系統。
- (七) 建立墾丁地區巡迴解說巴士。
- (八) 結合地方資源及帶動墾丁、恆春地區觀光發展，並提倡全民飛安，民航局定今年10月於恆春機場舉辦活動，由民航局、恆春航空站、墾丁國家公園管理處、昇恆昌文教基金會等單位共同參與。
- (九) 舉辦其他搭配活動
  1. 產業型活動：洋蔥嘉年華會、屏東農漁特產品、恆春半島的三大特產（洋蔥、紅仁鹹鴨蛋、綠豆蒜）等產業展售活動，以各種方式展現多元化的面貌。
  2. 觀光生態類型活動：屏東觀光護照、墾丁之星（屏東觀光巴士）等。

近5年來恆春地區年度歲入狀況（如表1、圖1），呈緩步成長，證明當地的文化觀光產業發展與推動，確實帶來實質經濟效益。

表1 恆春地區年度歲入統計表

| 年  | 93          | 94          | 95          | 96          | 97          | 合計            |
|----|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|
| 歲入 | 971,401,874 | 873,661,382 | 896,707,898 | 945,905,637 | 977,904,475 | 4,665,581,266 |

資料來源：屏東縣政府

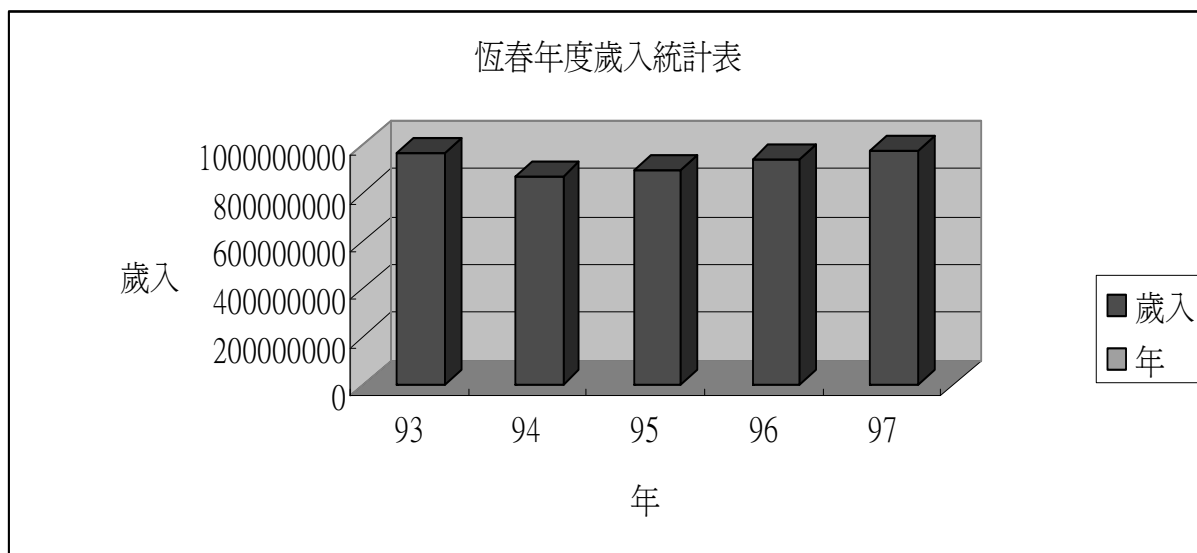


圖1 恆春地區年度歲入統計圖

## 二、恆春半島觀光產業的潛在發展優勢如下：

### (一) 豐富的自然景觀

墾丁國家公園位於台灣的最南端，三面臨海，幅員遼闊，總面積32631公頃，是台灣地區第一座國家公園，擁有多樣的地理景觀及豐富的生態資源，為生態環境與地形研究的重要區域，風景據點多，有海洋生物博物館、關山落日、龍鑾潭、後壁湖遊艇碼頭、南灣、白沙灣、社頂自然公園、船帆石、鵝鑾鼻燈塔、風吹沙、龍磐公園、佳樂水、旭海大草原及南仁山生態保護區等。

恆春家燕：每年六月中到九月中旬，都會有大量的家燕停留，家燕特別喜歡停滿電線上，形成非常有趣的景象，國慶鳥（灰面鵟）：每年國慶期間，準時自北方飛來報到，過境墾丁，共度光輝十月，牠們飛行時，利用上升的氣流爬升到某一高度，再以特有的盤旋和起降方式飛翔，在高峰期，鷹群會佈滿山區上空，遮天蔽日的盛況，蔚為奇觀。

由於氣候溫暖，遍布蝴蝶蘭，恆春的古名「瑯嶠」，就是排灣族語「蘭花」，清代時，沈葆楨因當地氣候暖和，四季如春，改名「恆春」，光緒年間建的四個城門，被列為二級古蹟；地形狹長、依山傍海的恆春半島，處處顯現海洋文化的本色，海岸景緻壯闊，孕育出許多的資源，上百種的鳥類、蝴蝶，九月的伯勞飛舞，是特有的生態景觀。

### (二) 特有的風俗民情

恆春搶孤的習俗已傳承幾百年，搶孤是普渡中的一種特殊儀式，由來是早期恆春城內較有錢的人，在每次中元普渡後，將祭品施捨給城外的貧苦人家取用，由於爭搶祭品時，會發生鬥毆或踩傷，於光緒5年，改以「爬孤棚」的競賽方式，來取



2010

文化創意產業永續與前瞻研討會

文化、創意與在地產業：跨域、互依與整合



得孤棚上的祭品。

提到恆春民謠，一定聯想家喻戶曉的民謠「思想起」，歌手陳達曾經以低沉哀悽的曲調，唱紅濃濃地思鄉情緒，帶動民歌風潮，位於恆春半島貓鼻頭附近的陳達故居，經修繕成為景點，供遊客參觀。屏東縣文化處長徐芬春表示：恆春民謠是最庶民的國民音樂，是屏東的「特有種」，文化處改造為「恆春民謠館」，原是恆春醫院的舊磚房宿舍，質樸的赭紅色磚牆立面，給人絕佳的陳年建築美感，近年以融入在地文化特色的建築與景觀，獲得「2010年建築園冶獎優質公共景觀」類獎，介紹恆春民謠由來與北管樂器，呈現在地及世界歌謠的多樣性，將文化特色完整呈現。

### (三) 在地的文化特色

恆春半島的原住民排灣族，樂天知命，維護自然，在不同的時期吸收許多外來文化，經過涵化、融合變成自己的文化特質，例如：吸收漢人服飾的形式加以改良，並使用族群特有的配色方式與造型，成為排灣文化的特色之一；近年來，利用外來的琉璃珠，以傳統琉璃珠項鍊的觀念，結合傳統色珠，成為一種流行的新的珠飾，琉璃珠為排灣族及其他族群之傳統工藝品，琉璃珠、陶壺與青銅刀並稱「排灣三寶」，在家族傳承、祭典及婚禮中，佔有重要角色，據傳琉璃珠在族中只有貴族能夠佩帶，每種珠都有著特殊名稱與神話傳說，代表著不同的神祕力量，能夠賜福、降禍、保護或懲戒，甚至還有男珠、女珠的分別，生活中充滿藝術潛力，有很多族人還會雕刻或從事音樂的研究。

音樂季：春天吶喊的由來(像胡士托woodstock的模式)、構想的開始，只是幾個樂團和對音樂有興趣的人到墾丁玩音樂，後來發展成原創音樂藝術祭，於1995年延續為節慶般來慶祝，至2007年由內政部正名「墾丁音樂季」，取代春天吶喊的名稱。

座落於車城鄉的福安宮，堪稱全省最大的土地公廟，福安宮是恆春地區民間信仰中心，五層樓高的聖殿，廟前常有廟會慶典或藝文活動，遊客朝拜之餘，可參觀清朝曾受乾隆皇帝褒封並賜王冠、龍袍的土地公，並了解恆春半島之風俗文物。

為了使恆春半島豐富的人文與自然資源更為精緻化，並將之提升為國際化，屏東縣政府主辦「屏東縣半島藝術季」，辦理相關藝文活動（藝術家創作展、浮木沙灘藝術展、沙雕藝術、街頭秀、跳蚤市場、半島藝術論壇、雷射之夜等），希望引起國際文化及觀光界的焦點，帶動觀光產業之發展。

### (四) 創意文化的話題性

由"墾丁國家公園牌樓"到"墾丁凱撒大飯店"之間的「墾丁路」，每到夜晚，愈夜愈美麗，成為熱鬧繁華的「墾丁大街」，是來墾丁的遊客必逛景點，街上有各種商店、PUB、充滿海洋特色的個性商店、美食多，五花八門的小攤、誘人的在地美

食，以及各式撲鼻的異國、南洋料理，充滿熱帶風情的「墾丁大街」，成了恆春半島夜晚人潮最多的地方。

文化產業有重要的三要素：美感、價值和故事。故事是文化產業的要角，而電影往往是好故事的創作展現，電影『海角七號』以感情豐富、樸素親切、草根性濃厚的本土化方式，成功地詮釋恆春的風俗民情、人文歷史、本土特色等，為故事提供重要養分，於97年底票房達五億，創下當時的國片奇蹟，馬總統兩度點名『海角七號』電影裡所展現的台灣精神，是我們最寶貴的資產，電影在恆春半島拍攝，目前縣政府針對電影的景點：「阿嘉的家」、「茂伯的家」、「恆春郵局」、「送信的恆春街道（恆春老街）」、「萬里桐海堤」、「恆春西門」、「勞馬吹口琴的漁港（在後灣）」、「夏都飯店」等，規劃一系列的路線，設計紀念戳章，希望吸引國內外的遊客。自民國94年至98年恆春旅遊人數合計23114553人（如表2、圖2），其中民國98年佔5005845人，因應『海角七號』熱潮，旅遊人數比去年成長18個百分比。

表2 遊客赴恆春旅遊人數統計表

| 年  | 94        | 95        | 96        | 97        | 98        | 合計         |
|----|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|
| 人次 | 4,660,041 | 4,972,824 | 4,228,965 | 4,246,398 | 5,005,845 | 23,114,553 |

資料來源：交通部觀光局

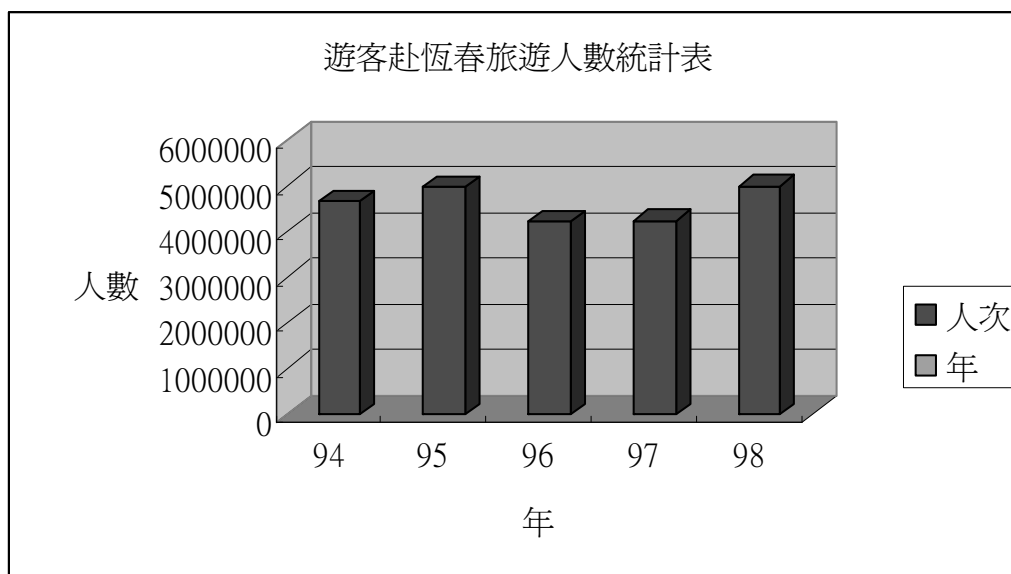


圖2 遊客赴恆春旅遊人數統計圖

### 三、恆春半島觀光產業 SWOT分析

依彙整的資料，就恆春半島觀光產業之推動與現象，以 SWOT 分析（如表）



### 恆春半島觀光產業 SWOT分析

|                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Internal<br/>內部（組織）</p> | <p>Strength：優勢</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.恆春半島擁有台灣最豐富的觀光資源（如：恆春古城、墾丁公園、鵝鑾鼻燈塔、關山落日、後壁湖等）。</li> <li>2.恆春半島具有青山、帆船石、大海獨特優勢，每年恆春半島觀光遊客居全台之冠。</li> <li>3.擁有歷史悠久的民俗（如：搶孤）與人文藝術（恆春民謠）。</li> <li>4.屏東縣政府積極投入半島藝術發展，帶動本地文化觀光產業。</li> <li>5.恆春半島觀光休閒產業進行策略聯盟推出觀光護照，帶動發展。</li> <li>6.墾丁大街美食小吃全國馳名。</li> <li>7.海洋鄉鎮旅遊觀光景點多。</li> <li>8.藍色公路一覽恆春半島美景。</li> </ol>                                                            | <p>Weakness：劣勢</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.天然災害造成不利影響，尤其颱風季節南部登陸之恆春半島首當其衝，造成觀光資源及交通破壞。</li> <li>2.墾丁旅遊淡旺季分明，觀光旅遊產業向來靠七、八月暑假旺季業績以平衡淡季缺口；冬季，受到落山風強勁吹襲下的恆春半島，不僅造成當地民眾生活上的不便，更讓平時如織的遊客望而卻步。落山風，雖然是促使恆春洋蔥結實的動能，卻也是墾丁觀光發展的一大阻力。</li> <li>3.每年暑期觀光旅遊旺季造成交通癱瘓，及環境髒亂，造成不良印象。</li> <li>4.大陸的旅遊業者，未列為重點觀光區，恐將影響墾丁的觀光發展。</li> <li>5.前來恆春半島旅遊的人口，有逐漸下滑的趨勢。</li> <li>6.恆春五里亭機場從民國93年1月啟用後，因為落山風的關係無法充分發揮效益。</li> </ol> |
| <p>External<br/>外部（環境）</p> | <p>Opportunity：機會</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.建造恆春半島觀光資源的獨特性及優勢，聯合恆春半島所有業者，打造南太平洋的熱帶風情，吸引更多的國內外觀光客。</li> <li>2.文化藝術與自然環境的創新與整合，提升至國際水準，將墾丁的美景行銷世界。</li> <li>3.運用政府對大陸政策的開放，加強旅遊業者的行銷宣傳，爭取陸客改變以日月潭、花東地區（但今年10月的梅姬颱風重創蘇花公路，造成開通78年來最嚴重的一次，極可能影響觀光客人數）為主的旅遊模式。</li> <li>4.公部門協助恆春半島的觀光品質提昇、軟硬體設施興建，使休閒成本降低，帶動產業發展。</li> <li>5.整合行政院農委會、交通部觀光局、屏東縣政府、大鵬灣國家風景區、原住民文化園區等公資源以及恆春半島觀光客倍增產業聯盟，推升恆春半島整體旅遊服務水準。</li> </ol> | <p>Threat：威脅</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.恆春半島遊客以散客居多，觀光局與旅行社的旅遊套裝行程推展不力，難以帶動國內外觀光團來訪。</li> <li>2.恆春半島的風光資源及知名度仍不敵具有指標性的阿里山、日月潭或太魯閣。</li> <li>3.雪山隧道的開通後，造成國內旅遊板塊的移動，觀光旅遊往花東地區挪移，地方政府在觀光產業的創新發展與宣傳之投入更不遺餘力。</li> <li>4.旅行社對於相關提升旅遊品質之作法與包裝不夠精緻化。</li> <li>5.泰國的普吉島、印尼的峇里島、蘇門答臘、或是斯里蘭卡等東南亞地區，不但同質性高，替代性更強。</li> </ol>                                                                                      |

## 肆、結論

就公部門現有的政策，整體而言，對恆春半島的觀光發展是樂觀的，而繼續強化恆春半島之能見度，長久地經營與維繫文化觀光資源，讓更多遊客喜愛，吸引外國觀光客，離開之後還能回鍋或念念不忘，再度光臨，為我們推銷台灣，使觀光產業更蓬勃發展，是居民和相關單位應重視的課題。

在地化是創意文化的一種，恆春半島還有哪些具有創意與內涵的人文、產業特色，可與旅遊業結合？除了電影「海角七號」熱潮，還有哪些景點，可藉文化創意而被創造出旅遊附加價值？創意有連鎖效應，可不斷地激發小創意，透過觀光產業的推動，能使本土化、在地化文藝（例如：民謠、廟宇文化、旭海觀日）得到更多人的喜愛，文化觀光節慶也能提高收入，帶動區域內的文化創意產業或飲食產業等關聯產業的發展。<sup>13</sup>雖然它可能喪失原本藝術的精神，但換個角度來說，也算是文化創意的延伸，文化創意若缺乏商業行銷的能力，就缺乏產業化的能力，因此，可設立企業與文化工作者交流的平台（如：文化創意電子報），鼓勵不同意見的加入共同拼觀光。

屏東縣的文創產業，受地理環境、歷史背景、社會變遷的適應、教育深化的普及等時空多元的影響，讓我們養成應變能力和堅忍耐力，培養出服務概念、文化價值、勇於突破和探索膽識等，有助於開創發展的軟實力<sup>14</sup>，但仍有產品定位、品牌、故事、文化、形象、承諾、信譽等不足的文創產業困境，將觀光產業發展成以公部門非營利事業的角色，結合民間共同開創文化創意產業，自然景觀、特殊農產、古蹟、建築、民俗文化等人文觀光資源，它們是地方所特有的事務，推出釋放公共空間、結合旅館業的專案，形象商圈活化之輔導、景觀道路之營造，產銷機能之強化，掌握新契機，創造新商機，強化在地文化觀光的定位，發揮創意文化的敏感度，看出正在改變，卻被忽略的趨勢學習，就觀光的角度深化地方，公部門與業者合作，以行動衝撞僵化的公務體系，把民營企業重績效的文化落實，創造「海角七號電影館」，利用電影創造的效益，劇情的張力夠，觀光局與旅遊業可適度行銷，縣政府出力，使硬體設施更趨完善，提升國際觀光的魅力，數日旅遊行程的安排，將片場拍攝的周邊飯店與商店一併都活躍，電影館將主角或配角人物造型及電影情節之相關性產品等，以精緻性的技術製作或包裝衍生性商品（如電影的拍攝記錄、紀念照和影星們的簽名、與劇情相關的排灣族琉璃珠等）行銷，發揮地區的特質和專長，並以地方文物館為軸心，結合附近的景點與特色，發展特色餐飲及文宣品，吸引遊客來恆春，帶動觀光發展，或許就能打造南台灣的『海角七號』觀光版，而不必依賴短暫的熱潮！

<sup>13</sup> 劉大和《文化與文化創意產業》（魔豆創意有限公司，2005年5月，頁522）。

<sup>14</sup> 王力行《贏在軟實力華人企業領袖的二十堂課》（天下遠見出版股份有限公司，2009年3月，頁119）。



2010

文化創意產業永續與前瞻研討會

文化、創意與在地產業：跨域、互依與整合



## 參考文獻

### 一、書籍類

劉大和《文化與文化創意產業》(魔豆創意有限公司, 2005年5月)。

王力行《贏在軟實力 華人企業領袖的二十堂課》(天下遠見出版股份有限公司, 2009年3月)。

### 二、論文

張哲維《文化創意產業國際行銷策略之研究——以台灣電影產業為例》

田佳靜《俄羅斯文化觀光：歷史背景與展望》

林慧雯《推展文化觀光策略之研究——以阿罩霧地區再開發為例》

### 三、網路參考資料：

屏東縣政府：[www.pthg.gov.tw](http://www.pthg.gov.tw)

交通部觀光局：[www.taiwan.net.tw](http://www.taiwan.net.tw)

台南市政府全球資訊網 <http://www.tnccg.gov.tw>

台南市觀光資源：2006年府城文化觀光年座談會