

投稿類別：觀光餐旅業

篇名：

「彩」「繪」改變—遊客對於好美里彩繪村旅遊認知及滿意度探討

作者：

王佑暄。葳格高級中學。觀三甲班

白乃心。葳格高級中學。觀三甲班

陳玟如。葳格高級中學。觀三甲班

指導老師：

劉幸姍 老師

江馨以 老師

壹、前言

一、研究動機

隨著科技時代的日益更新，置身在四處聳立的高樓大廈甚或是穿梭在應有盡有的百貨公司，已是現代人習以為常的生活模式；因著這樣的模式成功帶起了有著極度對比的彩繪觀光。「近年來，全台各地出現許多『彩繪村』，吸引民眾目光也帶來觀光人潮，讓僻靜、人口外流嚴重的小村莊一夕翻身」（中國時報，2017）。

樸實的社區村莊，藉由穿起一身彩繪新衣，讓小路中的蜿蜒壁牆，形成了一個巨大的意象畫廊，吸引著許多遊客們前往朝聖。藉由穿梭其中，讓遊客們彷彿置身在純真的畫畫年代。有別於其他彩繪村的一人手繪或是聘請藝術家的進入，嘉義好美里的彩繪村聘請藝術家並和當地居民兩方共同打造，融入當地小漁村的海洋風情、意象，並且加入 3D 立體壁畫、地畫並與民眾互動，成功翻轉沒落小漁村，成為特色地標。藉此，成為本研究小組的研究動機，探討在村落的轉型及居民的共同努力下，遊客們對於好美里的認知及滿意度探討。

二、研究目的

- (一) 了解社區總體營造的意象
- (二) 比較彩繪村的形式及資源
- (三) 分析遊客對於好美里彩繪村之認知及滿意度

三、研究方法

- (一) 文獻分析法：利用網路資訊、書籍及期刊蒐集彩繪村的相關資料，並加以統整。
- (二) 問卷調查法：實際前往嘉義好美里彩繪村發放問卷，採用不記名方式，並當面收回問卷。

四、研究流程圖



圖一：研究流程圖
(資料來源：本研究自行繪製)

貳、正文

一、社區總體營造的定義

台灣於 1993 年 12 月開始進行「社區總體營造計畫」，「『社區營造』就在台灣展開一場最基層、最普及、最溫和，但影響卻難以估計的社會運動」（曾旭正，2007）。社區總體營造包括彩繪老舊村落建築、加設裝置藝術、綠美化社區空間等，以社區共同體的存在和意識作為前提和目標，凝聚共識，讓各地方建立特色社區意象，帶來觀光經濟效益。

二、台灣彩繪村介紹

彩繪村落屬於社區總體營造其中一環，藉由特色主題的擬定，聘請藝術家進駐，或是由民眾組隊自由創作塗鴉，大面積的色彩美學，吸引人潮前往，結合當地文化，成為觀光新商機。本研究小組以台中彩虹眷村、菁埔貓咪彩繪村及研究主題嘉義好美里彩繪村為例，整理資料如下。

（一）台中彩虹眷村

「根據英國旅遊網站 Culture Trip 和日本知名旅遊網站 H.I.S 票選出『台灣最想去拍照景點』，台中南屯彩虹眷村名列其中」（丘秣榕，2017），彩虹眷村起源於 2008 年 8 月，黃永阜阿伯突發奇想，拿起水泥漆把地板塗成繽紛的彩虹，「爺爺在 50 公尺長眷村巷弄中，以繽紛配色及鮮豔飽和的色彩組合，繪上各種爺爺幻想出來的動物、人像等等」（許傑，2014），從人物、水牛、小鳥到飛機，連貓熊「團團」、「圓圓」也入畫。「穿插在圖畫間貼心標語及祝福，例如：『出入平安』、『人財兩旺』，顯現希望社會充滿和諧快樂，善良的個性。」（葉佳慧，2011）此外，更推出周邊文創商品，希望來參觀的人也能得到爺爺的祝福。

（二）菁埔貓咪彩繪村

「走一趟喵喵原創彩繪村！每個轉角都能遇到小驚喜」（遠見雜誌，2016）菁埔村，位於嘉義縣民雄鄉，而嘉義縣民雄鄉舊名為「打貓」，菁埔村的社區發展協會決定，以「貓咪」為村裡公共空間彩繪的主題，將貓的意象彩繪出來，能夠讓大家更貼近民雄，因此邀請打造出《雲林屋頂上的貓》彩繪貓村的田榮鈴先生，再次發揮他精采的創作功力，彩繪出靈動的貓咪世界，賦予了舊房舍外牆新的生命力。其中有幾個非常有特色的貓咪彩繪，一開始會先看到「立體的貓掌」，特意設計立體突出的貓掌，讓大家能跟可愛的貓咪擊掌並合照留念。

三、嘉義好美里彩繪村

(一) 轉型前的好美里漁村

好美里位處嘉義縣西南方，隔八掌溪與台南市北門區為界，是嘉義縣最偏鄉小漁村，這裡就跟一般的小漁村一樣，漁民們依靠捕魚維生，原本已是人口外流且沒落嚴重的小漁村落，直到受到嘉義政府重視，發現其觀光的可能性，努力經營下才成為現今風貌。

(二) 轉型後的好美里彩繪村

「嘉義縣布袋鎮好美里 3D 立體彩繪村，擁有豐富、精彩的立體彩繪圖畫，已成為嘉義縣最受歡迎的新觀光景點之一」（聯合新聞網，2015）。嘉義縣布袋鎮的好美里彩繪村是由藝術家—曾進成老師操刀為主，居民共同營造為輔，融入了好美里在地的濱海風情，一幅幅海底世界不僅是用色活潑大膽，更是採用 3D 透視的繪畫技巧，繪製出一幅幅令人驚喜的彩繪牆面，並於 2014 年成為全國首創的立體彩繪村，「這才是全國首創立體彩繪村！顛覆海底 3D 浪漫遐想」（享旅遊，2017）。立體又生動的繪製藝術，不但能讓遊客與作品互動拍照，更帶動布袋地區的觀光發展，讓這裡成為名副其實的「好美里」。

(三) 彩繪村的比較

全台各地彩繪村落盛行，每一地區無不發展其特色主題及鄉村文化，本研究小組列舉其中三處彩繪村為例，列舉整理內容如表一所示：

表一：彩繪村主題內容

	好美里彩繪村	菁埔貓咪彩繪村	彩虹眷村
主題	3D 海洋生態	貓咪	隨興發揮
地址	嘉義縣 布袋鎮 143 號	嘉義縣 民雄鄉菁埔 138 號	臺中市 春安里春安路 56 巷
原本	小漁村	一般社區	住宅眷村
創作者	曾進成及當地居民	何文丰、田榮鈴	黃永阜阿伯
介紹	經過居民努力，轉型成為觀光地點，目前由遊客口耳相傳及網路媒體為打開知名度的媒介。	菁埔村社區發展協會決定，以「貓咪」為村裡共同空間彩繪的主題，將貓的意象彩繪出來，讓大家更貼近民雄。	臺中市政府以市地重劃方式將該處闢劃為公園，目前因媒體大肆宣傳成為知名觀光景點。
周遭觀光資源	高跟鞋教堂、潮間帶埕博館、東石漁人碼頭	卡普秀時光膠囊博物館 新港奉天宮	望高寮、豐樂雕塑公園
推廣	部落格／雜誌	部落格／雜誌	新聞／雜誌／文創商品

「彩」「繪」改變—遊客對於好美里彩繪村旅遊認知及滿意度探討



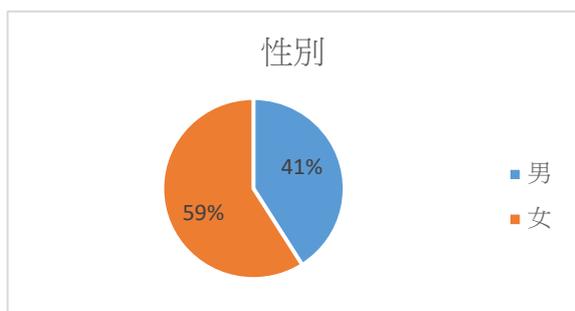
（資料來源：本研究團隊自行整理）

五、問卷調查

本研究小組於好美里彩繪村進行實地問卷調查，問卷主題為遊客基本資料、遊客前往好美里的資訊調查、遊客對好美里的認知度及遊客對於好美里彩繪村滿意度等四大項度進行分析探討，以下為本研究之統整結果：

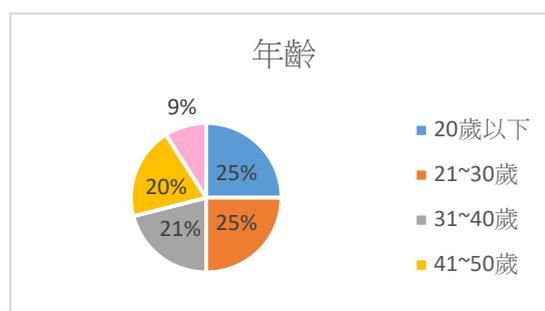
（一）遊客基本資料

根據本研究數據結果得知，至好美里參訪的遊客，年齡多在 30 歲以下占五成之多（圖五）；而近六成以女性訪客較多（圖六）；職業則是以學生為最大宗（圖七），教育程度則是以大學生四成為多數（圖八）；除此之外，居住地來說以雲嘉南中彰投等地區居民占五成五最多（圖十），與中部地緣關係有著顯著相關。



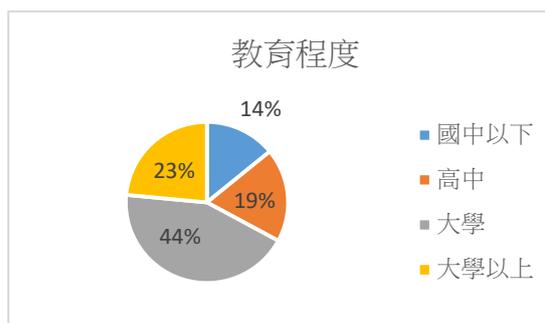
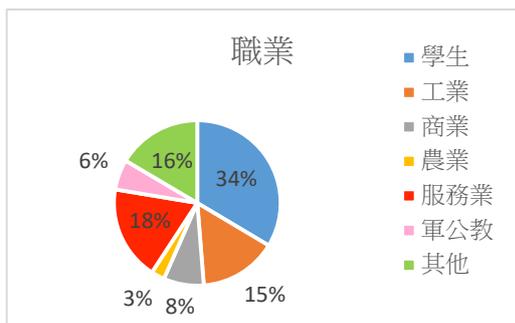
圖五：年齡

（資料來源：本研究團隊自行整理）



圖六：性別

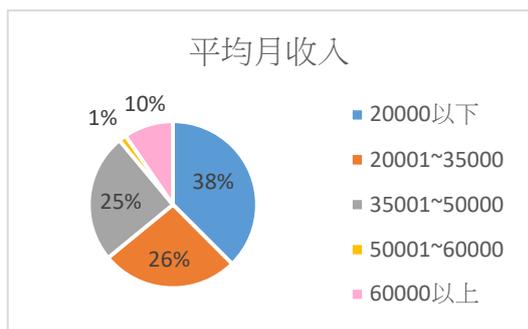
（資料來源：本研究團隊自行整理）



「彩」「繪」改變—遊客對於好美里彩繪村旅遊認知及滿意度探討

圖七：職業

(資料來源：本研究團隊自行整理)

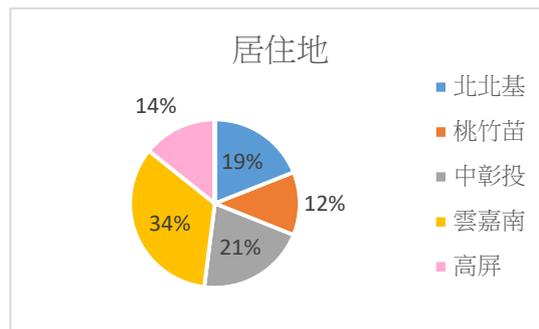


圖九：平均月收入

(資料來源：本研究團隊自行整理)

圖八：教育程度

(資料來源：本研究團隊自行整理)

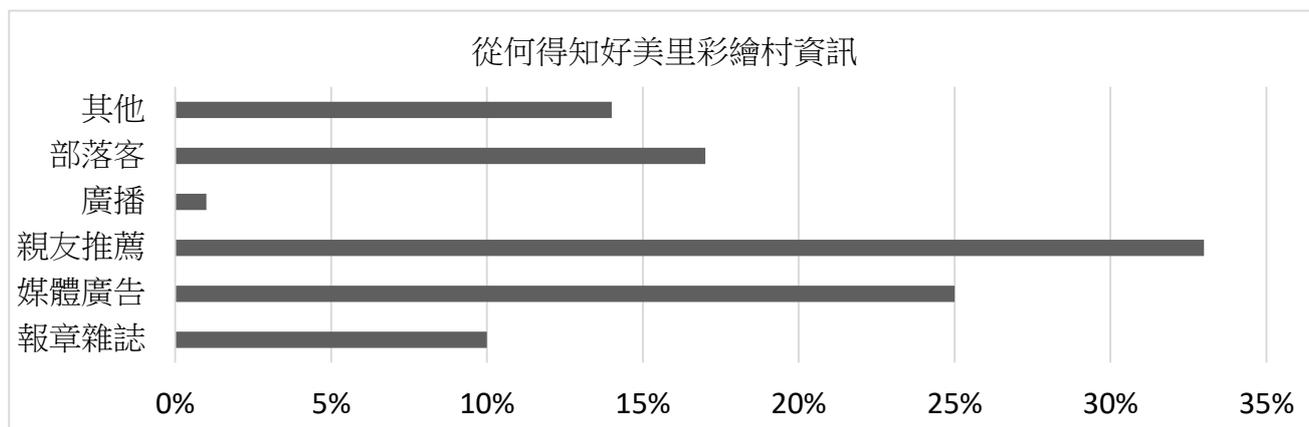


圖十：居住地

(資料來源：本研究團隊自行整理)

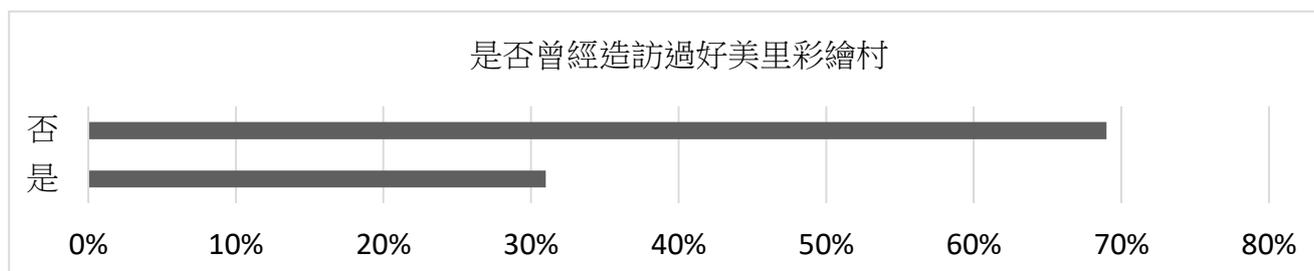
(二) 遊客前往好美里的資訊調查

根據問卷數據分析得知，遊客對於好美里的資訊來源以親友推薦所占 33% 為最多 (圖十一)；而近七成遊客則是首次造訪好美里 (圖十二)；到達好美里的交通工具多以自行開車為主，占 63% (圖十三)。



圖十一：從何得知好美里資訊

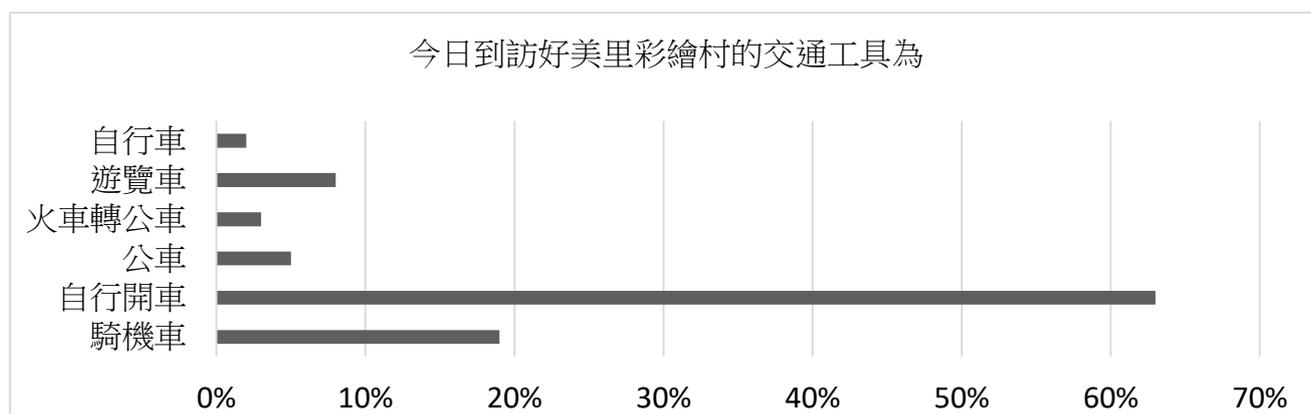
(資料來源：本研究團隊自行整理)



圖十二：是否造訪好美里

(資料來源：本研究團隊自行整理)

「彩」「繪」改變—遊客對於好美里彩繪村旅遊認知及滿意度探討



圖十三：前往好美里交通工具
(資料來源：本研究團隊自行整理)

(三) 遊客對好美里的認知度

根據表二統整數據結果可得知，有五成五的遊客不太了解好美里轉型前的樣貌與緣由，可由普通程度以下加總起來得知；八成民眾認同好美里轉型後顛覆傳統漁村意象、參訪後獲得實質效益並感到非常適合旅遊；然而在好美里彩繪村的宣傳效果上，加總普通程度以下後，有五成五的民眾對於宣傳效果表示不太贊同，這可對照(圖十一)的資訊來源，顯現大眾傳播媒體宣傳的不足，僅靠親友口耳相傳好美里，效果有限。

表二：關於好美里彩繪村認知

	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
了解轉型前的樣貌	15%	30%	28%	21%	6%
了解彩繪村的轉型源由	15%	30%	28%	21%	6%
轉型後風格顛覆傳統	25%	53%	16%	5%	1%
獲得實質的效益	27%	53%	19%	1%	0%
適合觀光旅遊	38%	47%	15%	0%	0%
彩繪村宣傳效果良好	0%	45%	26%	6%	23%

(資料來源：本研究團隊自行整理)

(四) 遊客對於好美里彩繪村滿意度

根據表三的研究數據可得知，近八成五的遊客對於好美里彩繪村的彩繪內容感到滿意；其參觀動向及引導標示也獲得七成的滿意度；環境衛生、交通秩序、便利性及汽機車停車規劃，有六成多的遊客感到滿意；最後，有八成二的遊客表示願意再次造訪好美里並推薦給親友好友。

「彩」「繪」改變—遊客對於好美里彩繪村旅遊認知及滿意度探討

表三：關於好美里滿意度調查

	非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
彩繪內容設計良好	33%	52%	14%	0%	1%
參觀動向及引導標示	25%	47%	23%	5%	0%
環境衛生	19%	45%	31%	4%	1%
交通秩序	18%	45%	31%	5%	1%
交通便利	18%	45%	31%	5%	1%
汽、機車位規劃	20%	44%	29%	5%	2%
整體氣氛	31%	47%	21%	1%	0%
願意再次造訪	36%	46%	17%	1%	0%
願意推薦給親朋好友	39%	47%	12%	1%	1%

(資料來源：本研究團隊自行整理)

參、結論

一、研究結論

(一) 好美里彩繪村宣傳度不足

藉由圖十遊客居住地以雲嘉南及中彰投等地區佔過半及圖十一親友推薦佔主要 35% 及表二彩繪村宣傳效果層面上有五成五的遊客表示不太贊同等三方項度對應之下，好美里彩繪村在報章雜誌及電視宣傳報導上的不足，形成多在中部地區親友口耳相傳的觀光景點，難打開在其它地區的知名度。

(二) 遊客對於好美里漁村轉型好美里彩繪村的認知度偏低

藉由表二所統整的數據結果可以明顯看出遊客對於好美里轉型前的漁村風貌及其為何轉型的源由有著一致性五成五的遊客表示不太了解，這讓好美里的舊有面貌形成一道神秘的面紗，難以增加遊客對於好美里彩繪村的認知度。

(三) 遊客對於好美里彩繪村的主題營造及周邊交通環境要素皆持相當的滿意度

藉由表三的項度數據中，可以看出遊客對於好美里彩繪村整體呈現出的氛圍持滿意，顯現在藝術家的巧手及居民的共同努力營造下，著實地讓遊客體驗了一場海洋互動之旅，在偏遠的漁村道路，用心維護的交通引導及秩序，更讓遊客感到滿意。

二、研究建議

(一) 給當地政府的建議

加強宣導，使地方更具知名度，可以創建看板標示好美里的由來與轉型後的差異性，並使用 3D 圖像介紹吸引更多其他地區的遊客前往；可邀請知名部落客前往參觀、撰寫遊記手札，進一步研發好美里專用 APP，於 Google 設點，成立粉絲專頁，提高遊客對於好美里彩繪村的認知度。為使好美里不退燒，須持續維持好美里彩繪村的環境衛生、交通便利性及引導動線、適度增設漁村體驗遊憩設施，提升旅客造訪率。

(二) 給當地人的建議

將個人攤販所賣產品加入在地特色形成亮點，增加假日市集規劃，使遊客停留時間增加；並成立旅客諮詢中心，提供好美里彩繪村的解說導覽服務及派駐引導人員動線服務等，另外創立自組居民清潔隊，維護環境衛生，讓遊客能玩得自在。藉由整體軟體服務的升級使參訪遊客能有更高的滿意度。

(三) 給遊客建議

每一個彩繪村落的設立，代表的是原始風貌的轉型外、村落居民居住地分享，更是繪畫者們的辛苦結晶。遊客在參訪過程中，用心觀賞及體驗外，共同維護作品的完整及環境衛生的品質更是首要之策。垃圾不落地，喇叭不亂響，共同維護台灣各大小彩繪村落的靜謐與和諧。

肆、引註資料

一、書籍

曾旭正 (2017)。台灣社區營造。臺北市：遠足文化出版社

許傑 (2014)。原來有這站？沿著神隱鐵道，開往台灣無人秘境小車站。臺北市：創意市集。

三、期刊

葉佳慧 (2011)。走進彩虹村 遇見童話世界。悅讀大台中，5。38。

「彩」「繪」改變—遊客對於好美里彩繪村旅遊認知及滿意度探討

二、網路資料

中國時報(2017)。2017年11月2日，取自

<http://www.chinatimes.com/newspapers/20171102000541-260107>

聯合新聞網 (2015)。2015年10月13日，取自 <https://udn.com/news/story/7153/1238072>

享旅遊 (2017)。2017年8月11日，取自 <http://share.mydesigncell.com/cueme.php?id=212>

新頭殼新聞 (2017)。2017年7月25日，取自 <https://newtalk.tw/news/view/2017-07-25/93012>

遠見雜誌 (2016)。2016年6月18日，取自 <https://www.gvm.com.tw/article.html?id=32995>