

投稿類別:觀光餐旅類

篇名：

比較選手、觀眾和深度旅行者對臺中棒球場之運動觀光意象研究

作者:

張瑩萱。私立葳格高級中學。觀光事業科二年甲班

王睿紳。私立葳格高級中學。觀光事業科二年甲班

劉芷寧。私立葳格高級中學。觀光事業科二年甲班

指導老師

劉幸姍老師

陳劭宸老師

壹、前言

一、研究動機

行政院體育署舉辦之黑豹旗全國青棒大賽每年以仿日本「甲子園」為號召，吸引全國各地選手或觀眾至臺中棒球場比賽，比賽激烈且充滿張力，也「**為此球場累積不少故事和紀錄，成為許多高中生難忘的回憶和閒談的話題**」（溫順德，2015），加上臺中棒球場固有的歷史和文化，儼然已經成為「臺灣學生棒球聖地」。

而學生棒球聖地主要發跡於日本，「以高中生棒球聖地『甲子園棒球場』和大學棒球聖地「東京神宮球場」**最具規模**」，培育多位優秀日本職棒選手，並透過棒球文化傳遞，「**結合周遭觀光景點，為該球場帶來龐大效益**」（棒球維基百科，2017）。因此本研究欲了解球員、觀眾及深度旅行者，三者間對於臺中棒球場之活動內容及旅遊意象進行分析，重新塑造臺中棒球場的定位，結合觀光找回昔日的光彩，為臺中帶來觀光效益，成為本研究主要動機之一。

2017年臺灣觀光施政重點提及「日韓主攻，歐美深化」等策略，無不推動國際觀光市場。然而透過運動運動魅力與文化，連結地方觀光資源，振興地方發展，成為推動臺灣推動觀光的新課題。本研究為發揮台灣棒球的文化資產，以台灣最具歷史淵源的臺中棒球場為主軸，期待藉由本研究奠定棒球觀光之基礎，將臺中棒球場之文化優勢再利用，進而促進產業活動並營造美好的運動觀光之接待環境，成為本研究動機之二。

二、研究目的：

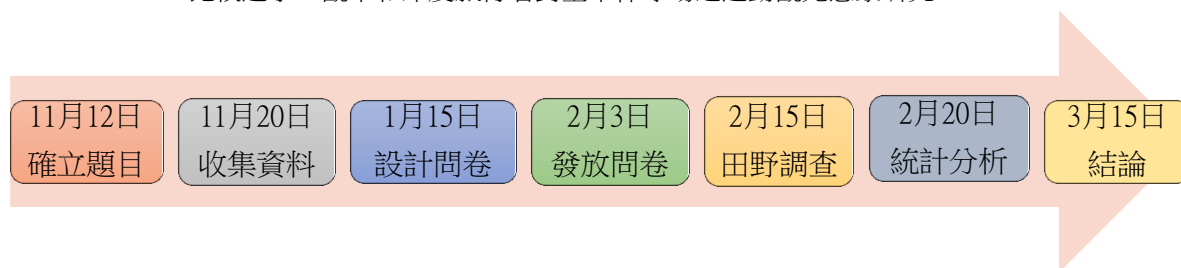
- （一）了解臺中棒球場運動觀光之選手、觀眾與深度旅行者之屬性分析。
- （二）了解受訪者對於臺中棒球場旅遊市場調查。
- （三）了解受訪者對於臺中棒球場觀光經驗分析。

三、研究方法：

- （一）問卷調查法：本研究範圍以觀眾身分參加過臺中棒球場所舉辦之球賽為本研究對象，參考黃志成（2013）問卷修訂後成為本問卷，並透過實體及網路問卷發放，於106年1月31日開始調查，至2月22日結束調查。共計發放290份，其中剔除無效問17份，有效問卷共273份，回收率約94%，問卷回收整理，即進行結果分析。
- （二）文獻探討：運用網路和圖書館收集相關資料，並加以分析。
- （三）田野調查：本研究團隊於105和106年間，針對「平日」和「假日」至臺中棒球場與周邊進行觀察。

四、研究流程：

本遊程設計先依據資料問卷分析後，鎖定相關客群，再從臺中棒球場之周邊觀光作為延伸與發展，藉此帶動台中的觀光效益。以下(圖一)為本次研究流程圖。



資料來源：本研究團隊自行整理

圖一 遊程設計流程圖

貳、正文

一、臺中棒球場

臺中棒球場創建於 1935 年，由日本人「折下及延」先生所完工，原名為「臺中水源地棒球場」，光復後更名為「臺中省立棒球場」，在 1998 年移交給行政院體育委員會更名為「行政院體育委員會臺中棒球場」，2006 年才把名稱改為「臺中棒球場」，現由國立臺灣體育運動大學代為管理。但自從 2013 年中信兄弟職棒隊開始認養臺中洲際棒球場後，使得職棒不再進駐臺中棒球場，讓球場進入空窗期，平時除了開放練球和業餘比賽之外，較少有其他安排，直到 2013 全國黑豹旗青棒大賽影響，主辦單位多以「仿效甲子園」為號召，逐漸成為臺灣新的學生棒球聖地，如下（表一）。

表一 臺中棒球場簡介

興建時間	管理單位	周邊觀光	容納人數	附屬設施	比賽場地面積
1935 年	國立臺灣體育運動大學	一中商圈、中友百貨、台中放送局、台中公園、宮原眼科	8500 人	投捕練習區、室內投捕區、販賣部、重量練習室	左外野：325 英尺 中外野：400 英尺 右外野：325 英尺

資料來源：本研究團隊自行整理

二、旅遊意象

「旅遊意象為顧客在心中對目的地的一個綜觀性看法存留在心中的印象」（朱瑞淵，2012）。「此印象隨著個人經驗累積、得到資訊 不斷更新，加上個人情感或個人對景點看法，而漸形成個人對此地的旅遊意象」（雷文谷、陳佳媚，2011）。旅遊意象可能會對滿意度造成間接影響，假如遊客對此景點感受不佳造成旅遊目的地意象低落，滿意度會隨著遊客打的分數跟著降低。本研究將比較探討參與臺中棒球場活動之族群—選手、觀眾和深度旅行者對於旅遊意象之探討。

三、基本資料

（一）性別

根據本研究結果顯示，選手部分以男性居多，占 92%，女性占 8%，顯示受訪者選手中仍然以男性居多。進場觀眾部分以男性居多，占 60%，女性占 40%，女性部分受到國內體育政策和職業球隊行銷女性族群影響，逐步提升。而深度旅行者部分男性

比較選手、觀眾和深度旅行者對臺中棒球場之運動觀光意象研究居多，占 51%，女性占 49%，性別比例較為接近。因此根據本研究推論受訪者中多以觀眾的身分參與臺中棒球場活動，而選手部分以男性居多，深度旅行比例參半。

表二 性別比較表

族群	選手		觀眾		深度旅行者	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
男	36	92%	75	60%	23	51%
女	3	8%	51	40%	22	49%

資料來源：本研究團隊整理

(二) 年齡

根據本研究結果顯示，選手部分以 18 歲(含)以下居多，占 66%，其次是 19~24 歲占 20%；觀眾部分以 18 歲(含)以下居多，占 52%，其次是 31~40 歲，占 19%，第三為 19~24 歲，占 16%；深度旅行者以 18 歲(含)以下居多，占 38%，其次是 19~24 歲以及 31 歲(含)以上，占 18%。因此根據本研究推論受訪者中多以 18 歲(含)以下居多，顯示參與臺中棒球場之運動觀光旅客中仍以高中生為居多。

表三 年齡比較表

族群	選手		觀眾		深度旅行者	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
18 歲(含)以下	23	66%	57	52%	17	38%
19~24 歲	7	20%	18	16%	8	18%
25~30 歲	2	6%	14	13%	4	9%
31~40 歲	3	9%	21	19%	8	18%
41 歲(含)以上	0	0%	0	0%	8	18%

資料來源：本研究團隊整理

(三) 地區

根據本研究結果顯示，選手部分以中彰投地區居多，占 87%，其次是北北基地區，占 8%；觀眾部分以中彰投地區居多，占 84%，其次是北北基地區，占 10%；深度旅行者以中彰投地區居多，占 78%，其次是北北基地區，占 9%。因此根據本研究推論受訪者中多以中彰投地區為主，推測受到地緣與交通便利性關係，參與臺中球場之運動觀光以中彰投區為主。另外亦可能受到地方議題關係，使得各地區填答意願不高。

表四 地區比較表

族群	選手		觀眾		深度旅行者	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
北北基	3	8%	12	10%	4	9%
中彰投	34	87%	101	84%	35	78%
雲嘉南	1	3%	3	3%	2	4%
高高屏	1	3%	4	3%	2	4%
花東離島	0	0%	0	0%	2	4%

資料來源：本研究團隊整理

(四) 學歷

根據本研究結果顯示，選手部分以高中/職 (含)以下居多，占 66%，其次是大專院校，占 32%；觀眾部分以高中/職 (含)以下居多，占 50%，其次是大專院校，占 41%；深度旅行者以高中/職 (含)以下居多，占 44%，其次是大專院校，占 40%。因此根據本研究推論受訪者中多以高中/職 (含)以下為主，推測受到黑豹旗青棒大賽在臺中棒球場舉辦比賽之影響，使得選手部分以高中/職 (含)以下居多，加上受到同儕影響，連帶影響同學進場關心賽事，使得觀眾部分仍是以高中/職 (含)以下；深度旅行著部份可能受到黑豹旗青棒大賽影響，仍是以高中/職 (含)以下為主要族群。

表五 學歷比較表

族群 項目	選手		觀眾		深度旅行者	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
高中/職 (含)以下	25	66%	62	50%	20	44%
大專院校	12	32%	51	41%	18	40%
研究所(含)以上	1	3%	12	10%	7	16%

資料來源：本研究團隊整理

(五) 職業

根據本研究結果顯示，選手部分以學生居多，占 82%；觀眾部分以學生居多，占 64%，其次是軍公教，占 13%；深度旅行者以學生居多，占 51%，其次是軍公教，占 18%，第三為待業中，占 11%。因此根據本研究推論受訪者中多以學生為主，推測受到黑豹旗青棒大賽在臺中棒球場舉辦比賽之影響，使得選手部分以學生居多，加上受到同儕影響，連帶影響同學進場關心賽事，使得觀眾部分仍是以學生為主。而深度旅行部分主要受到臺中棒球場參訪仍是免費，而且交通便利等因素，使得參與族群多為學生、軍公教或是待業中的族群。

表六 職業比較表

族群 項目	選手		觀眾		深度旅行者	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
學生	31	82%	74	64%	23	51%
軍公教	1	3%	13	11%	8	18%
私人機構受雇者	1	3%	10	9%	3	7%
自由業	1	3%	7	6%	2	4%
勞、技工	2	5%	10	9%	4	9%
拒答	1	3%	1	1%	0	0%
待業中	1	3%	1	1%	5	11%

資料來源：本研究團隊整理

四、旅遊經驗

(一) 參與比賽層級

根據本研究結果顯示，選手部分以中學層級居多，占 73%，其次為大學和業餘層級，各占 8%；觀眾部分以職棒比賽居多，占 40%，其次是中學層級，占 31%；因此

比較選手、觀眾和深度旅行者對臺中棒球場之運動觀光意象研究

根據本研究推論受訪者選手主要是受黑豹旗青棒大賽影響，多前往臺中棒球場比賽；觀眾受臺中棒球場過往進行職棒比賽因素，使得觀眾數入場觀看者居多，而進場收看中學層級的觀眾占第二大族群，加上大學層級賽事，共占 43%，顯示學生棒球比賽成為觀眾看球的選擇。

表七 選手和觀眾參與比賽層級比較表

族群 項目	選手		觀眾	
	次數	百分比	次數	百分比
中學層級(國高中)	27	73%	65	31%
大學層級	3	8%	25	12%
業餘成棒	3	8%	36	17%
職棒比賽	2	5%	84	40%
其他比賽	2	5%	0	0%

資料來源：本研究團隊整理

(二) 臺中棒球場需要改進的設施

根據本研究結果顯示，選手部分認為需改進設施以觀眾席座位居多，占 39%，其次為牛棚環境（投捕手練習區），占 15%，第三為廣播系統和停車場，各占 12%；觀眾部分以觀眾席居多，占 30%，其次為休息空間（含淋浴、廁所等），占 16%，第三為牛棚環境和入場動線，各占 13%；深度旅行者部分以觀眾席居多，占 26%，其次為入場動線，占 19%，第三為牛棚環境和休息空間（含淋浴、廁所等），占 14%。因此根據本研究顯示觀眾席是最需要改進的設施，其餘，選手較在乎球場內設施，包括牛棚環境、廣播系統和停車場，根據現場調查發現牛棚環境雜草叢生，若辦理相關賽事需費時整修，因此選手認為比賽設施需改進。觀眾和深度旅行者均認為觀眾席為最需要改進的設施，其餘為休息空間、牛棚環境和入場動線。受到球場老舊，缺乏規劃等因素，長年不敷使用，雖然近年為配合國際賽事有明顯提升，但仍無法成為有系統規畫之球場，包括觀眾席、入場動線等都是未來可以進步的空間。

表八 需要改進的設施比較表

族群 項目	選手		觀眾		深度旅行者	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
觀眾席座位	13	39%	86	30%	23	26%
牛棚環境	5	15%	39	13%	12	14%
廣播系統	4	12%	15	5%	5	6%
休息空間(含淋浴、廁所等)	1	3%	45	16%	12	14%
排水設施	2	6%	22	8%	6	7%
停車場	4	12%	36	12%	10	11%
入場動線	3	9%	39	13%	17	19%
比賽場地	1	3%	7	2%	3	3%

資料來源：本研究團隊整理

此外，根據本研究調查結果分析討論後，實地至臺中棒球場進行田野調查，深入發現幾項缺失，整理如下表九。

表九 臺中棒球場田野調查結果

比較選手、觀眾和深度旅行者對臺中棒球場之運動觀光意象研究

日期	觀察重點	照片	發現
105年 11月 13日	臺中棒球場內、外設施和球場觀光客(黑豹旗青棒大賽)	 本研究團隊實地採訪	<ol style="list-style-type: none"> 1、座椅老舊，油漆已掉落，部分螺絲鬆脫。 2、休息室破舊、廁所滴水、長滿灰塵，內部較為鮮少人打掃。 3、走道和牛棚長青苔，遇雨水則容易積水。
105年 01月 22日	臺中棒球場場內、外設施和球場觀光客(黑豹旗青棒大賽)	 本研究團隊實地採訪	<ol style="list-style-type: none"> 1、記分板老舊。 2、照明可加強。 3、燈柱會影響視線。 4、屋頂不多，下雨時需撐傘。 5、出入口在電台街內，較為隱蔽，購物與停車均不便。
105年 02月 12日	臺中棒球場周邊觀光資源和球場觀光客(大學使用情況)	 本研究團隊實地採訪	<ol style="list-style-type: none"> 1、大學球隊經常使用。 2、界外區的護欄都已經破損。 3、鄰近一中商圈、中友百貨，擁有龐大的市場。 4、觀賞大學隊出賽的觀眾不多，較多球探或專業教練。
106年 02月 19日	臺中棒球場周邊觀光資源球場觀光客(職棒春訓)	 本研究團隊實地採訪	<ol style="list-style-type: none"> 1、交通方便，公車站至少有四站可以抵達，唯獨停車不方便。 2、周圍商圈之美食種類選擇多，價格親民。 3、知名景點皆在不遠處。

資料來源：本研究團隊自行整理

(三) 除了參與臺中棒球場活動外，是否安排其他觀光景點

根據本研究結果顯示，選手部分以無安排居多，占 64%，有安排，占 36%；觀眾部分以無安排居多，占 72%，有安排，占 28%；深度旅行者以無安排居多，占 52.5%，有安排，占 47.5%；因此根據本研究推論受訪者中無論是選手、觀眾或是深度旅行者皆無安排其他觀光景點居多，可能受到賽事消耗行程時間過長，或是臺中地區較無相關遊程連結影響，未來可以給予相關單位深入探討。

表十 是否安排其他觀光景點比較表

族群	選手		觀眾		深度旅行者	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
是	14	36%	35	28%	19	47.5%
無	25	64%	88	72%	21	52.5%

資料來源：本研究團隊自行整理

(四) 結束棒球活動後，停留在臺中進行觀光天數比較

根據本研究結果顯示，選手部分以一天居多，占 98%；觀眾部分以一天居多，占 83%，兩天占 12%；深度旅行者以一天居多，占 73%，兩天占 27%，因此根據本研究推論受訪者中無論是選手、觀眾或是深度旅行者皆以安排一天的觀光行程為主，而深度旅行者選擇兩天者占 27%，顯示除深度旅行外，較可能安排其他觀光景點，反觀選手或觀眾可能受到賽事體能消耗，或是臺中地區較無相關景點連結成系統，僅能安排一天，對地區觀光效益影響不大，未來可給予相關單位深入探討。

表十一 安排遊程天數比較表

族群	選手		觀眾		深度旅行者	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
一天	13	98%	34	83%	27	73%
兩天	1	1%	5	12%	10	27%
三天	0	0	1	2%	0	0%
四天含以上	1	1%	1	2%	0	0%

資料來源：本研究團隊自行整理

(五) 景點安排調查

根據本研究結果顯示，選手部分安排之觀光景點以一中商圈居多，占 29%，其次為中友百貨占 18%，第三為勤美商圈占 11%；觀眾部分以一中商圈居多，占 26%，其次為逢甲商圈和中友百貨，占 13%，第三為勤美商圈，占 10%；深度旅行者以一中商圈居多，占 14%，其次為中友百貨，占 12%。因此根據本研究調查結果顯示受訪者中無論是選手、觀眾或是深度旅行者皆以安排鄰近一中商圈或是中友百貨為主，推論受地理位置影響，此景點較容易吸引受訪者前往造訪，且加上此景點多美食、娛樂和購物，因此成為受訪者的首選景點。而勤美商圈和逢甲商圈深受年輕人喜愛，同時具有美食、娛樂和購物等誘因，因此亦成為規劃遊程考量。

表十二 安排景點比較表

族群	選手		觀眾		深度旅行者	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
一中商圈	13	29%	32	26%	33	14%
勤美商圈	5	11%	12	10%	16	7%
臺中放送局	1	2%	2	2%	4	2%
柳川藍帶河岸	2	4%	4	3%	8	3%
逢甲商圈	4	9%	16	13%	13	5%
秋虹谷生態公園	3	7%	8	7%	12	5%
臺中公園	1	2%	3	2%	12	5%
中友百貨	8	18%	16	13%	28	12%
大遠百、新光百貨	4	9%	8	7%	16	7%
打甲鎮瀾宮	0	0%	1	1%	4	2%
國立科學博物館	0	0%	5	4%	12	5%
國立美術館	0	0%	0	0%	12	5%

比較選手、觀眾和深度旅行者對臺中棒球場之運動觀光意象研究

臺中國家歌劇	0	0%	0	0%	11	5%
東海大學商圈	0	0%	0	0%	10	4%
高美濕地	0	0%	0	0%	8	3%
霧峰林家花園	0	0%	0	0%	2	1%
亞洲現代美術館	0	0%	0	0%	3	1%
梧棲漁港	0	0%	0	0%	5	2%
東協廣場(原第一廣場)	0	0%	0	0%	6	3%
麗寶樂園	0	0%	0	0%	9	4%

資料來源：本研究團隊自行整理

參、結論

一、結論

(一) 臺中棒球場之棒球消費族群多以中彰投地區，高中職以下男性學生為主。其中觀眾的身分參與者居多。

臺中棒球場之消費族群仍是以「男性高中生」觀眾為主要族群，與國內許多研究以「大學生」為主之研究結果較不相符，顯示此球場的主要客群為高中男性學生。此外受到體育政策的推廣及職業棒球隊對女性的行銷策略影響，使得參與臺中棒球場的女性增多，以觀眾和深度旅行者居多，特別是深度旅行中增加棒球知性和好奇，則可以增添更多女性加入球場活動。

(二) 選手主要參與台中棒球之比賽經驗為中學層級居多；觀眾主要以職棒比賽為主要進場收看賽事。

選手主要受到黑豹旗青棒大賽影響，多前往臺中棒球場比賽，成為近年來中學層級最主要的比賽場地，加上大會以甲子園為號召，因此成為最中學生主要比賽場地。觀眾部分受到臺中棒球場過往仍有進行職棒比賽的因素，使得觀眾數入場觀看者居多，而進場收看中學層級的觀眾占第二大族群，加上大學層級賽事，共占 43%，顯示學生棒球比賽成為觀眾看球的選擇。

(三) 臺中棒球場最需要改進的設施為觀眾席

根據本研究結論顯示觀眾席是最需要改進的設施，選手部分較在乎球場內設施，包括牛棚環境、廣播系統和停車場部分，觀眾和深度旅行者均認為是休息空間、牛棚環境和入場動線。本研究發現不同族群的需求面向，選手方面在乎比賽設施品質，而觀眾及深度旅行者較在乎旅行服務品質部分，目前臺中棒球場受到球場老舊，缺乏規劃等因素，長年不敷使用，雖然近年為配合國際賽事有明顯提升，但仍無法成為有系統規畫之球場，包括觀眾席、入場動線等都是未來可以進步的空間。

(四) 無論是選手、觀眾或是深度旅行者皆無安排其他觀光景點居多。

無論是選手、觀眾或是深度旅行者皆無安排其他觀光景點居多，因此以棒球為主題進行遊程，若無相關規劃，較不易受到其他拉力影響進行觀光，且受比賽時間影響，

比較選手、觀眾和深度旅行者對臺中棒球場之運動觀光意象研究
僅能做簡單行程安排。未來臺中棒球場若能進行文化再造，改善設施品質，將有助於讓觀光客增加停留時間，進而提升消費，促進臺中觀光發展。

(五) 無論是選手、觀眾或是深度旅行者皆以安排一日觀光遊程居多。

無論是選手、觀眾或是深度旅行者皆以安排一天的觀光行程為主。選手和觀眾可能受到賽事體能消耗，或是臺中地區較無相關遊程連結影響，僅能安排一天，對於觀光效益影響不大。而深度旅行者可以趁無球季之間，進行球場旅行造訪活動，行程較為彈性，因此選擇兩天行程亦比其他兩者多，未來可以給予相關單位深入探討。

(六) 臺中球場鄰近的百貨商圈為主要的觀光景點。

景點的部分，選手、觀眾或深度旅行者皆以一中商圈、中友百貨為首選，其餘安排則以臺中棒球場為中心，隨著距離越遠觀眾到訪次數降低，且富有教育意義的景點，吸引觀眾造訪因素較低；而臺中新興景點—柳川藍帶河岸，於 2016 年 12 月正式完工，僅有少數觀眾到訪，但柳川經整治後，環境優美相當推薦觀眾能親自到此處觀光。

二、建議

(一) 臺中棒球場管理單位方面

臺中棒球場擁有國內歷史最悠久地稱號，然年久失修是目前的難題，建議可參考阪神甲子園球場，以吸引觀眾進行硬體設施改建，提升看球品質，同時將便利商店及美食區引進；其次增加停車場，解決觀眾入場不便因素；此外將臺中棒球場累積之「文化資產」加入，興建棒球博物館，陳列相關展物，以吸引訪客，成為臺中新觀光地標。

(二) 臺中市政府旅遊策略與行銷方面

臺中市政府未來能配合職業棒球隊在假日時，結合在地文化規劃活動，將臺中觀光景點行銷至球迷身上，讓球迷在球賽之餘，能安排行程了解臺中；平日時可提供球場免費停車、看球贈品等優惠，甚至將選手簽名會辦在商圈，鼓勵中彰投居民進球場。

(三) 遊程設計方面

針對「散客」可透過政府部門加強網站建構，使散客可自行安排球賽時間及觀光景點；而借問站、旅遊服務中心可放置行銷影片或 DM 等，將之推廣給更多旅客知曉；此外，可串聯周邊商家推出旅遊行程套票；而「旅行社」則以了解台灣運動觀光為軸，結合來台舉辦的賽事，除招攬外國旅客來台，國內可針對學校進行教育旅行，使國內外旅客一同感受台灣棒球歷久不衰的文化及文化再利用的嶄新空間。

(四) 後續研究建議

本研究因人力、物力考量，僅研究入場看球觀眾的看法，此結果能提供興建市場參考，未來若將臺中棒球場規劃成「棒球文化園區」，需經專家研討後才可分析與建議；遊程設計能針對遊客對臺中棒球場深度旅遊進行訪談，了解客群需求，以利後續研究。

肆、引註資料

- 中華民國交通部觀光局(2017)。2017 年施政重點。取自
<http://admin.taiwan.net.tw/upload/public/20170109/e02b0adc-e5e6-45ac-95a7-6d076f436ada.pdf>
- 朱瑞淵(2012)。旅客之人格特質、旅遊意象對其旅遊動機的影響。朝陽科技大學休閒事業管理研究所：碩士論文。
- 李知芸(2016)。女性主義觀點探討女性參與棒球運動—以第二屆黑豹旗全國高中棒球大賽為例。國立臺灣體育運動大學體育研究所：碩士論文。
- 黃成志(2013)。觀光意象與文化認同對他國棒球員在台灣移地訓練後之滿意度、績效與重遊意願之影響。南華大學旅遊管理研究所：碩士論文。
- 雷文谷、陳佳媚(2011)。自行車道遊客目的地意象與重遊意願相關之研究。人文暨社會科學期刊，7(2)，77-89。
- 張腴紹(2016)。餐旅概論。新北市：全華圖書股份有限公司。
- 溫順德(2015)。打造台灣的甲子園。2016 年 10 月 20 日，
取自 <http://talk.ltn.com.tw/article/breakingnews/1495880>
- 盧金足(2015)。中市「77 亮點」計畫拚 4 年 2100 萬觀光人次。2017 年 1 月 12 日，取自 <http://www.chinatimes.com/realtimenews/20150712002193-260405>