

2021 六堆 300 年高中職專題論文競賽

題目：來「佳」坐「客」

編號：（由主辦單位填寫）

指導老師：陳佳琪

參賽組長：陳姿尹

參賽組員：洪維岱、林亭宜、

葉妤珊、王宥鈞

學校名稱：國立東港高級海
事水產職業學校

科 系：航運管理科

110 年 4 月 6 日

目錄

摘要.....	1
壹、前言.....	1
一、研究動機與背景.....	1
二、研究目的.....	1
三、研究方法.....	1
四、研究流程.....	2
貳、正文.....	2
一、客家文化介紹.....	2
二、六堆文化起源.....	2
三、六堆文化介紹與比較.....	3
四、南北客家文物及美食比較.....	4
(一)南北客家文物.....	4
(二)南北美食差異.....	6
五、佳冬鄉左堆景點介紹.....	7
六、六堆美食介紹.....	9
七、佳冬鄉左堆文化 SWOT.....	9
(一)增長型(SO 策略).....	10
(二)多元型(ST 策略).....	10
(三)扭轉型(WO 策略).....	10
(四)防禦型(WT 策略).....	10
八、佳冬客家文化遊客滿意度分析.....	10
(一)基本資料分析.....	11
(二)消費者行為分析.....	11
(三)消費者滿意度調查.....	14
參、專題成果與討論.....	15
一、佳冬鄉左堆文化語音導覽一日遊的雙面 DM.....	15
二、佳冬鄉景點及客家語教學影片.....	17
三、來「佳」坐「客」官網.....	18
(一) WIX 網頁製作流程圖.....	18
(二)網站內頁設計.....	19
(三)官網架設.....	19
四、社群網站經營.....	22
五、LINE 官網及貼圖設計.....	23
(一)LINE 官網.....	23
(二)貼圖設計.....	24
六、推廣成果問卷調查.....	24

肆、結論與建議.....	26
一、結論.....	26
二、建議.....	26
伍、參考資料.....	28

來「佳」坐「客」

摘要

客家文化是台灣第二大文化，近年來受到政府的重視，且及其文化的特殊性，因而本小組選定以充滿濃厚客家文化佳冬左堆做為研究，經實地查訪佳冬鄉及問卷調查後，發現佳冬的客家文化具有下列幾項劣勢：一、缺乏專業的導覽、二、文化推廣面臨瓶頸、三、網路行銷策略不足、四、公眾運輸不便捷，因而造成觀光知名度較低，遊客造訪率偏低，因此，本小組的專題中以下列幾項為方向，以期能達推廣佳冬客家文化之成效：一、探討與歸納客家六堆文化相關文獻；二、將佳冬客家景點做介紹並設計語音導覽行程；三、左堆文化swot分析；四、問卷分析民眾於佳冬的消費行為及滿意度；五、建立社群網站、官網推廣客家文化，並分析成效，最後再提出結論與建議。

壹、前言

一、研究動機與背景

客家文化是台灣僅次於閩南的第二文化，根據客委會統計，目前全台客家人口超過 453 萬，約占全台人口之 19.69%，但客家文化對我們而言卻是陌生，近年來政府正視客家文化且大力的推廣下，喚起了大眾對客家文化的興趣。六堆的客家文化位於高屏地區，而本小組中有一位左堆的客家人，因此，將針對家鄉的左堆做探討，透過此次深入佳冬鄉實地訪查，了解佳冬客家古蹟、美食的特色，並期許在努力推廣過程中，能將客家文化延續下去。

二、研究目的

- (一)介紹客家及六堆文化。
- (二)佳冬左堆文化分析。
- (三)推廣佳冬左堆文化。
- (四)依實地訪查及問卷分析提供佳冬左堆文化觀光改善與建議。

三、研究方法

- (一)文獻探討：利用網路、報章雜誌蒐集資料。
- (二)實地訪查及觀察：本小組實際探訪當地著名景點及特色美食。

(三)問卷調查：藉由發放問卷來瞭解民眾對於佳冬左堆客家文化的認知與想法。

(四)行動研究法：本研究以佳冬的左堆文化為主題，並針對此主題設計語音導覽行程、影片拍攝、架設網站、FaceBook、Instagram、LINE@以推廣佳冬左堆文化。

四、研究流程

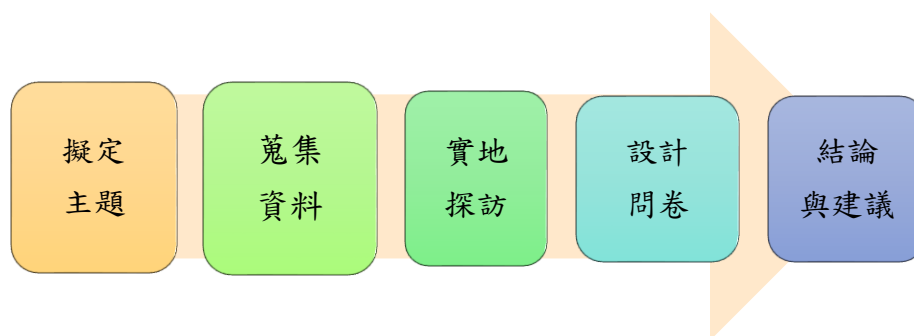


圖 1

貳、正文

一、客家文化介紹

客家的起源存主要有客家中原說和客家混血說，客家中原說認為客家主體構成為來自中原的移民，而客家土著說則認為“客家共同體，是南遷漢人與閩粵贛三角地區的古越族移民混化以後產生的共同體。台灣約2,300萬人，其中客家人近453萬人，占19.69%。

二、六堆文化起源

西元 1721 年朱一貴事變發生，為保衛鄉里，防止亂事侵犯客庄，散佈在屏東平原的客家人，組成民間義勇。設置了六個營及巡察營七個營隊，共同抵禦外侮，平定後，鄉勇解散回庄。後來到了林爽文事變時，決定改「隊」為「堆」(隊與堆客語諧音)，共有六堆，正式成為自治、自衛性質的組織。

屏東有好幾個鄉鎮，而客家分為六堆，分別是先鋒堆、前堆、後堆、左堆、右堆以及中堆，分布在屏東各地，以下是本小組對六堆所做的介紹：

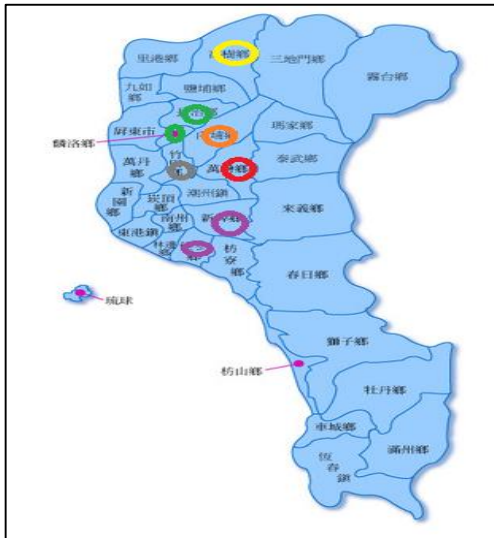


圖 2



圖 3

資料來源：本小組自行彙整

三、六堆文化介紹與比較

表一、六堆介紹

	分佈位置	地方特色	圖片
先鋒堆	屏東縣萬巒鄉	1.攻砲城是客家人團結一致的活動，早期客家人為了抵抗外族的攻擊，設置瞭望台，以煙火做信號，通知各堆的居民，準備防禦作戰。	<p>圖 4</p>
前堆	屏東縣長治鄉、麟洛鄉、屏東市田寮、九如鄉圳寮	俘虜營紀念碑位在麟洛鄉新田隘寮營區，日治時期是東南亞最大俘虜營之一，二次大戰時，日本南洋地區所俘獲之盟軍戰俘，大部分皆至此俘虜營收容。	<p>圖 5</p>

後堆	西半部屏東縣內埔鄉	內埔昌黎祠是台灣唯一一間祭祀韓愈的廟宇，每到農曆九月九日韓愈的聖誕，恰逢重陽節，會舉辦一年一度的祭韓愈。	 <p style="text-align: center;">圖 6</p>
左堆	屏東縣新埤鄉、佳冬鄉	楊氏宗祠為佳冬著名的客家古蹟之一，經過翻修後成為國定古蹟，擁有台灣僅有的風水建築太極兩儀池。	 <p style="text-align: center;">圖 7</p>
右堆	高雄市美濃區、六龜區、杉林區全境或大部分，甲仙區少部分、旗山區手巾寮、少部分屏東縣高樹鄉、里港鄉武洛。	高樹鄉的石獅爺，是大路關村內重要的守護神，據傳每逢水患來臨時，石獅爺都會顯靈警告居民。	 <p style="text-align: center;">圖 8</p>
中堆	屏東縣竹田鄉、鹽埔鄉七份仔	竹田的客家文物館主要是推展客家精神，館內設計是以客家圍籠屋建造而成，展示了許多客家的文物。	 <p style="text-align: center;">圖 9</p>

資料來源：本小組自行彙整

四、南北客家文物及美食比較

(一)南北客家文物

南部客家以六堆代表內部合作團結的特色，北部客家呈現的是族群跨越融合，而在飲食服裝建築上，南北客家文化也呈現了不同的風貌，下列表格為南北客文物的差異性。

表二、南北客家文物差異

	北客	南客
分部地區	桃、竹、苗最具代表	六堆地區
精神	<p>渙散</p> <p>由於早期北部客家人移民較長時間，多半都在遷徙，有械鬥時，多半以單打獨鬥比較多。</p>	<p>團結</p> <p>為了抵抗外足的械鬥，組成了六個堆來抵抗，便養成了團結的概念</p>
產業	林、菸業	農業
宗教活動	<p>炸龍遊街</p>  <p>圖 10</p> <p>元宵時用大量鞭炮、風泡去炸舞龍，象徵去邪迎新年。</p>	<p>拜新丁</p>  <p>圖 11</p> <p>元宵為了祈福能夠添新丁，準備新丁板往福廠祭拜。</p>
客家花	<p>油桐花</p>  <p>圖 12</p> <p>每到 4.5 月，北部油桐花盛開時，吸引很多人前往觀看，油桐花曾經和客家人的經濟生活有密切關係，被政府極力推廣後，成為客家花。</p>	<p>夜合花</p>  <p>圖 13</p> <p>南客並不認為油桐花為客家花，他們有自己的客家花夜合花，認為夜合花幽微的清香特質，貼切代表著客家婦女的樸實感。</p>
建築物	<p>范姜老屋群</p>  <p>圖 14</p> <p>北部地區客家建築多為田園中獨棟農家，故構成了北客的散村特色。</p>	<p>新北客家數位館</p>  <p>圖 15</p> <p>南部地區以六堆為代表，有團體的作戰的觀念，進而形成集村特色。</p>

資料來源：本小組自行彙整

(二)南北美食差異

客家文化特質和自然環境有著相當大的關聯性，因此經營的經濟農作物也有差異性，客家族群於北部大多居住在丘陵，離大河沿海較遠，海鮮不容易取得，大都就地取材；南部則是大多居住平原，苗栗和南部客家人的菜頗豐富，下列表格為南北客家美食的差異比較：

表三、南北客家美食

	北部	南部
肉圓	<p>烹調方式主要是用炸的，內餡大多包筍子和豬肉塊，再淋上鹹甜特調醬汁。</p>  <p>圖 16</p>	<p>烹調方式主要是用蒸的，內餡大多是小塊的豬肉塊再淋上醬汁。</p>  <p>圖 17</p>
粽子	<p>吃起來像包起來的油飯，米飯粒粒分明。</p>  <p>圖 18</p>	<p>糯米是生糯米，包起來後再用水煮，吃來軟爛但香氣十足，通常會放肥肉。</p>  <p>圖 19</p>
	<p>豬小腸川燙，通常會沾醬油和薑絲。</p>  <p>圖 20</p>	<p>加入紅麴，灌入洗乾淨的腸衣，煮熟，通常沾醬油膏或蒜蓉醬一起吃。</p>  <p>圖 21</p>
米粉湯	<p>外觀像米苔目，麵條比較粗。</p>  <p>圖 22</p>	<p>細米粉麵條，麵條本身有Q度和嚼勁，細米粉就會吸湯，可吃到濃郁的湯汁。</p>  <p>圖 23</p>

資料來源：本小組自行彙整

五、佳冬左堆景點介紹

本小組實地前往佳冬左堆參觀客家文化，了解當地的古蹟建設、特色小吃、風俗民情及各個建築物的歷史沿革，本小組作以下的介紹：

表四、蕭家古厝

蕭家是早期佳冬大戶，人才輩出，宅地所在被喻為上成龍穴，建築至今還留有古厝、步月樓、洋樓、碾米廠等，其中古屋和步月樓被列為三級古蹟。面積四千多平方公尺，共五十多間房間，是全台灣之一的客家五進大屋古蹟。



圖 24



圖 25

表五、佳冬張家商樓

張家商樓創建於 1910 年代，是佳冬唯一雙層的傳統紅磚樓房，位在清朝時期最熱鬧商街交易地帶的東根路與西邊路口，係極具代表性的臨街常民文化建築，更是「佳冬最美麗的轉角」。



圖 26



圖 27

表六、蕭家洋樓

建於 1930 年的佳冬蕭家洋樓，至今已有超過 80 年的歷史，日治時期用來接待往來頻繁的日軍高層，之後改建為軍官招待所，用空心磚建造蕭家洋樓，屋頂和樓板則使用鋼筋混凝土，是全台第一座空心磚洋樓。



圖 28



圖 29

表七、步月樓

步月樓是蕭家書房，緊鄰原來東柵門城牆，步月樓門樓的屋頂是短式的燕尾脊，屋脊上塑有鸞鷲、蓮花，並以樹枝(柯)相連，取其諧音代表「一路連科」，是一路中狀元的意思。



圖 30



圖 31

表八、佳冬楊氏宗祠

三級古蹟的楊氏宗祠，建於民國八年，庭院造景最獨特的古宅，因祖先楊雲岫任潮陽太守，屋頂以燕尾脊代表官臣後代，祠堂前有全台唯一的「太極兩儀池」，象徵陽家子孫生生不息即遇水則發。



圖 32



圖 33

表九、佳冬西柵門

清代閩粵關係緊張的情況下，鄰近又有排灣族，因此閩、客、排灣三個族群經常發生衝突。客家人集中眾居，為求自衛，各村庄的冬、西、南、北四個方位設柵門，以作為防衛及進出村莊之用。



圖 34



圖 35

資料來源：表四至表九由本小組自行拍攝及彙整

六、左堆美食介紹

表十、左堆美食介紹

名稱	昌隆賴家花生糖	客家粄仔	無名粄條	阿蘭田螺熱炒
圖片	 圖 36	 圖 37	 圖 38	 圖 39
介紹	有百年歷史的老店，從阿公時期以傳統製造法製作花生糖至今已逾百年，以燒柴法，炒出香味濃郁的花生糖。	從日治時期，米都要配給的時候，佳冬庄還有藏米，許多人以此製造粄仔。	最受大家喜愛的客家米食，非粄條莫屬了，Q 彈有嚼勁，這間店在粄條在撒上豆芽菜、瘦肉。	這間無招牌的 30 年老店，最著名的就是田螺，選用佳冬著名養殖魚塢螺，吃過客人都讚不絕口。

資料來源：本小組自行彙整

七、佳冬鄉左堆文化 SWOT 分析

以下是本小組實地訪查佳冬左堆所做的 SWOT 分析：

表十一、佳冬鄉左堆文化 SWOT 分析

SW	優勢(strength)	劣勢(weakness)
	<p>S1. 擁有許多著名的客家古蹟，可供民眾前往參觀。</p> <p>S2. 保留及擴大傳統活動，例如迎新丁掛平安燈、客家盤佳藝術、擲筊得金鐘等活動。</p>	<p>W1. 無設置語音導覽，人工導覽不足且需事前預約，降低民眾旅遊的滿意度。</p> <p>W2. 大多數學校仍沒有融入客家文化，導致客家文化在年輕族群沒落甚至消失。</p> <p>W3. 大眾運輸交通不便捷。</p>
OT 分析	機會(opportunity)	威脅(threat)
	<p>O1. 社群網站盛行，藉此將文化及美食行銷各地。</p> <p>O2. 近來政府重視客家文化，積極推廣。</p>	<p>T1. 客家文化為台灣人民較容易忽略的文化。</p> <p>T2. 有許多鄰近佳冬的客家文化可供遊客選擇。</p>

資料來源：本小組自行彙整

(一)增長型(SO策略)：應用內部優勢，爭取外部機會

S1O1：多利用社群網站推廣，宣傳客家古蹟文化特色。

S1O2：與民間團體及政府機配合，完整妥善保存客家文化。

S2O1：在傳統中創新佳冬客家文化活動並廣為宣傳，提升知名度。

S2O2：與政府配合，舉辦更多的客家美食及文化活動，創造地方特色。

(二)多元型(ST)策略：利用內部優勢，避開外部威脅

S1T1：利用社群媒體將古蹟的歷史源由，以生動活潑手法介紹給民眾。

S1T2：在文化古蹟之旅中增加不同的活動，創造文化巡禮的樂趣。

S2T1：將佳冬獨特的客家活動，利用網路資源，無遠弗屆傳播出去。

S2T2：提供誘因鼓勵旅行業者開發當地套裝旅遊商品並組團赴當地旅遊。

(三)扭轉型(WO策略)：利用外部機會，克服內部劣勢

W1O1：在社群媒體上推廣有趣語音導覽行程，提升遊客前來的意願。

W1O2：政府培養現場導覽人才，將客家文化以動態的方式傳承下去。

W2O1：在網路上多加推廣客語文化教育，如客語教學。

W2O2：學校積極融入客家文化，了解客家文化歷史及傳承重要性。

W3O1：將佳冬與其它觀光景點做連結規劃，並於網路推廣套裝行程。

W3O2：與客運業者、台鐵合作，新增佳冬觀光導覽路線。

(四)防禦型(WT)策略：減少內部劣勢，迴避外部威脅

W1T1：除設置語音導覽外，新增VR(虛擬實境)供未到佳冬民眾體驗
體驗動態的客家民俗風情。

W1T2：在語音導覽的內容增加趣味性活動，豐富導覽行程。

W2T1：將客家文化融入政府、民間團體活動。

W3T2：與客運業者、台鐵協商，增加前往佳冬的班次，方便遊客前往。

八、佳冬客家文化遊客問卷分析

本組於 2021 年 2 月 3 日至 2021 年 3 月 1 日期間，透過網路發放以高屏地區居民為主的 312 份問卷，因此扣除非高屏地區的無效問卷 31 份，有效問卷回收 281 份，有效問卷比率 90%，想藉此了解高屏地區民眾對佳冬

左堆客家文化的看法

(一)基本資料分析

表十二、消費者基本資料分析

性別	男		女	
比例	50.65%		49.35%	
年齡	19 歲(含)以下	20-39 歲	40-59 歲	60 歲(含)以上
比例	24.03%	48.23%	26.13%	1.61%
居住地	屏東		高雄	
比例	75.00%		25.00%	

資料來源：本小組自行彙整

(二)消費者行為分析

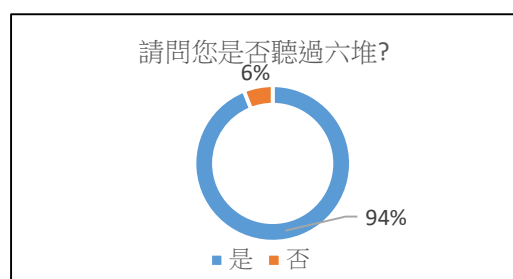


圖 40

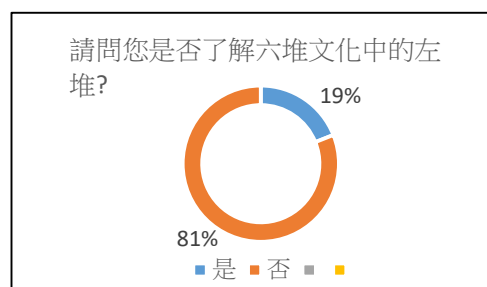


圖 41

由圖 40 可知，高屏地區的民眾有高達 94% 的居民都有聽過「六堆」一詞，但再由圖 41 可知，81% 的高屏地區民眾對六堆中的左堆不了解，因此可得知，左堆文化的推廣並不普及，應加推廣左堆文化。

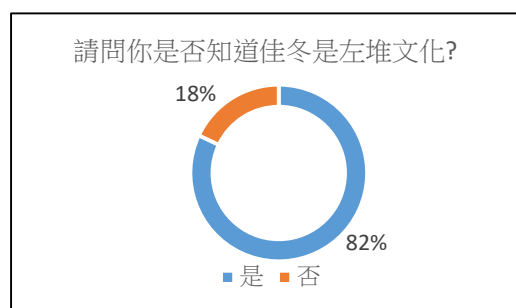


圖 42

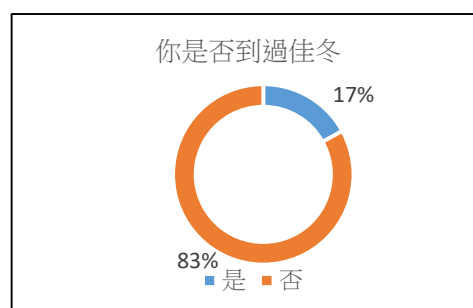


圖 43

由圖 42 可知，只有 18% 的民眾知道佳冬是屬於左堆文化，顯示佳冬在六堆中的知名度不高；由圖 43 可知，只有 17% 的民眾到過佳冬，顯示佳冬缺乏民眾前往的意願，當地應提供更大誘因吸引民眾前往。

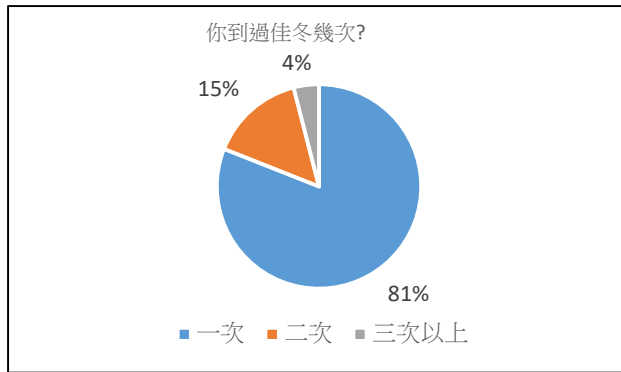


圖 44

由圖 44 可知，到訪過的民眾中，到過佳冬次數為一次的比例為 81%，到過二次的比例為 15%，應多舉辦不同的活動，增加佳冬景點的豐富性，吸引遊客重遊佳冬，保有新鮮感。

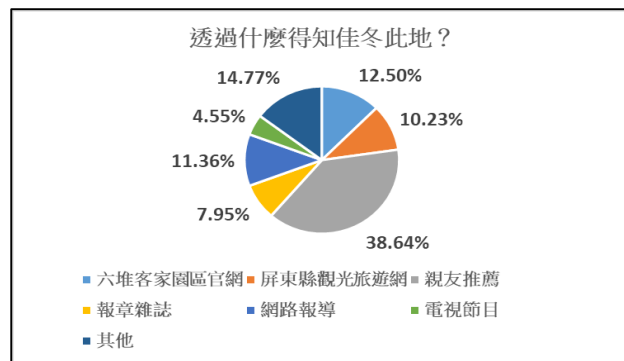


圖 45

由圖 45 可知，大部分民眾透過親友推薦得知佳冬比例最高為 38.64%，應多透過無遠弗屆的網路媒體加強宣導，讓更多民眾知道佳冬。

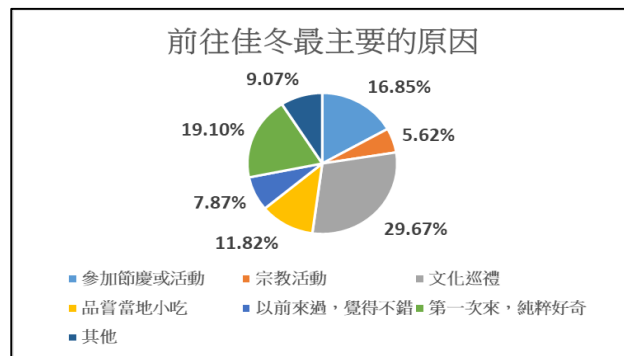


圖 46

由圖 46 可知，大部分民眾前往佳冬文化巡禮的比例為 29.67%，可見佳冬最具觀光優勢的地方是客家文化，因此完善的保存、增添濃厚的客家文化氣息，應可吸引對傳統文化熱愛的民眾前往。

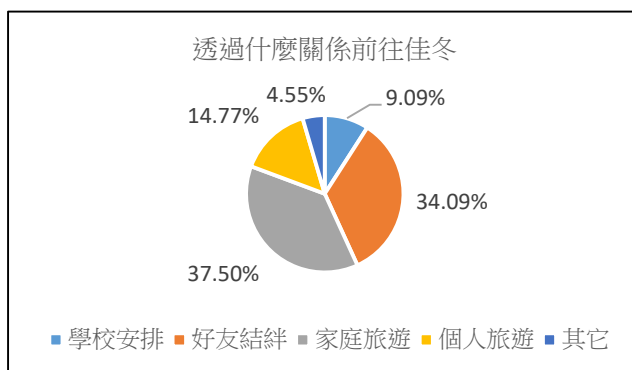


圖 47

由圖 47 可知，前往佳冬的家庭旅遊比例為最高，佔了 37.50%，若能安排更多的親子活動，則家長與孩子們能在寓教於樂中，學習到客家文化。

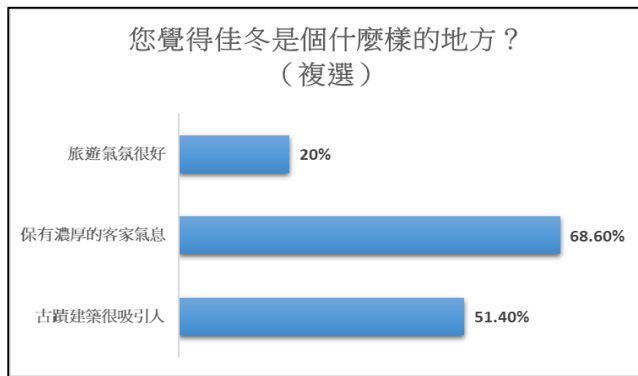


圖 48

由圖 48 可知，保有濃厚客家氣息的比例高達 68.60%，表示佳冬現今能保有著傳統客家氛圍；此外，佳冬有許多保存已久的三級古蹟，值得民眾觀賞，因此古蹟建築吸引人的比例為 51.40%。

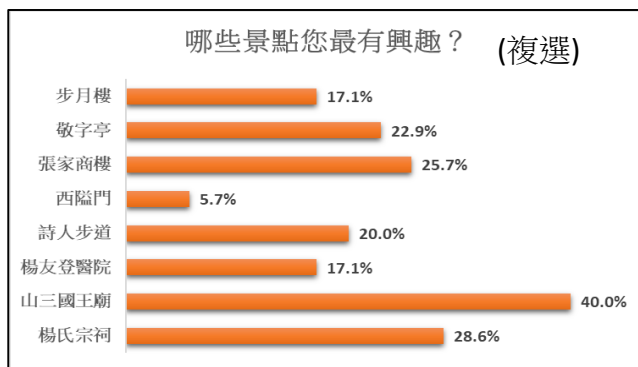


圖 49

由圖 49 可知，民眾最有興趣的景點是三山國王廟，比例高達 40%，這與台灣人的信仰有著重大的關係，可見文化與信仰的結合，也能吸引觀光客的駐足。

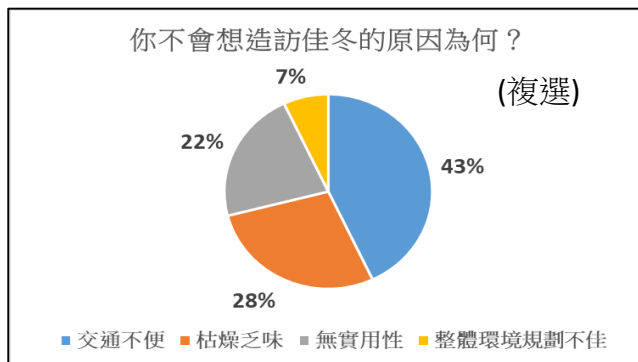


圖 50

由圖 50 可知，大部分民眾不會想造訪佳冬比例高達 43% 是交通不便，可見現代人出遊重視交通的便利性，因此我們應該要爭取與台鐵、客運業者合作，增加佳冬觀光導覽的路線班次。

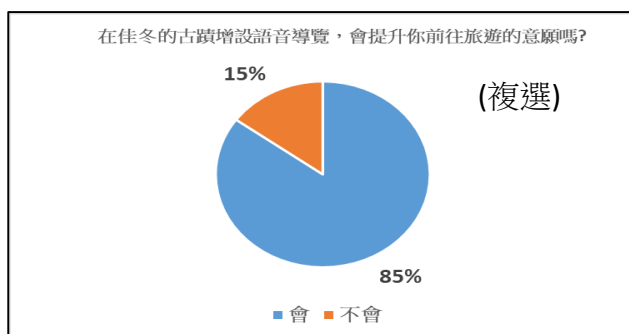


圖 51

由圖 51 可知，在佳冬古蹟設置語音導覽，會提升旅遊意願的比例為 85%，此舉，能提升旅遊行程的豐富度，應可吸引對文物古蹟有興趣，想深入了解的民眾前往。

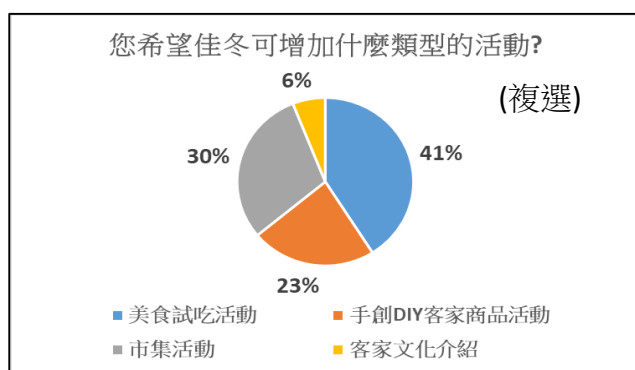


圖 52

由圖 52 可知，增加美食試吃活動比例為最高為 41%，美食是旅遊中不可獲缺的元素，若能將兩者緊密結合，則能創造出更大誘因吸引遊客前往。

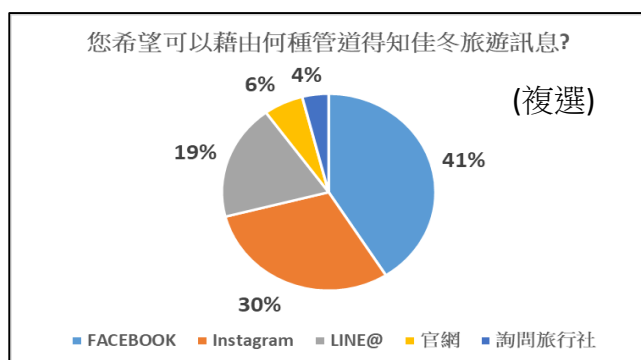


圖 53

由圖 53 可知，希望藉由 FACEBOOK 得知佳冬旅遊訊息比例為最 41%，可見臉書仍是現代人最廣泛使用的社群網站，其次是 instagram 比例為 30%。

(三)消費者滿意度調查

表十三、消費者滿意度調查

觀光意象	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
整體旅遊氣氛良好	34.83%	38.20%	25.84%	1.13%	0%
客家文化氣息	45.45%	30.96%	21.35%	2.24%	0%
適合家庭旅遊、參觀	34.83%	32.74%	29.21%	2.10%	1.12%
地方古蹟保存良好	43.82%	35.96%	19.10%	1.12%	0%
客家特色美食	38.12%	35.96%	17.98%	6.82%	1.12%
對佳冬觀光意象整體滿意	39.41%	34.76%	22.70%	2.68%	0.45%

資料來源：本小組自行彙整

由表十三可知大部分民眾對佳冬觀光意象最為滿意的是客家文化氣息為 45.45%；其次是地方古蹟保存良好 43.82%，因此，政府與地方民眾努力的保存古蹟文物的完整性，就能提升遊客的滿意度，而觀光意象整體滿意度，感到同意以上有 70%以上，顯示到過佳冬的民眾對佳冬有良好的評價。

表十四、消費者滿意度調查

環境規劃	非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
指標導引	37.08%	34.83%	24.72%	2.25%	1.12%
環境整潔	35.96%	35.46%	19.58%	6%	3%
古蹟導覽解說	5.58%	10.05%	33.97%	30.12%	20.28%
導覽地圖	34.70%	36.09%	26.97%	1.12%	1.12%
休閒空間規劃	32.58%	35.96%	29.21%	2.25%	0%
對佳冬環境感覺整體滿意度	29.18%	30.48%	26.89%	8.35%	5.10%

資料來源：本小組自行彙整

佳冬提供了完善的指標導引、環境整潔保持、詳細的導覽地圖皆獲得約 70% 以上的滿意度評價；但在古蹟導覽解說的滿意度偏低，因無設置語音導覽的設備加上現場人員導覽需事前預約，造成遊客的不便，因此應設置語音導覽及增加現場人員導覽的機動性，以提升遊客的滿意度。

問卷分析結論：

從上述分析結論可得知，來佳冬的遊客性別差異不大，且以 20-39 歲年齡，居住於屏東的民眾占大多數；遊客得知佳冬的管道為親朋好友的介紹，顯示佳冬讓遊客留下好印象，進而跟他人推薦；吸引遊客前來佳冬的最大誘因是文化巡禮；在消費者滿意度調查的觀光意象及環境規劃，獲得良好的評價，但古蹟導覽人員解說的評價偏低，綜合上以結果，本小組想為佳冬設計一日遊的語音導覽景點 DM、設立 FACEBOOK 粉絲團、Instagram 粉絲團架設官網、LINE@ 將佳冬左堆文化做更進一步的推廣。

參、專題成果與討論

一、佳冬鄉左堆文化語音導覽一日遊的雙面文宣製作

本小組規劃了佳冬一日遊的行程景點做成文宣，並將每個景點設計語音導覽，利用 QR cord 條碼產生器 Ver 2.4 來做 QR cord 的產生，我們先將語音導覽錄起來並分成各個景點，再逐一上傳到 GOOGLE 雲端硬碟，並用 GOOGLE 雲端硬碟的內建功能”取得連結”，將權限設為公開，再用此連結到 QR cord 產生器產生一個 QR cord，讓遊客參觀景點時只需打開手機掃 QR cord 即可聆聽到語音導覽。

1 步月樓



步月樓是蕭家的書房，為三級古蹟。



步月樓語音導覽

2 楊氏宗祠



楊氏宗祠是一間四合院式柯家建築，前面有一個大極兩儀池，全台僅存的建築遺景，呈現楊氏宗祠建築特色。



客家文化



3 西柵門



西柵門最大特色是門額有泥塑彩繪浮雕，中央寫有藍色的「忠」字，是乾隆皇帝頒賜，外側各雕繪一隻龍頭蝙蝠身怪獸，門額內還有一凹入的天公塔，將客家習俗表現無遺。



西柵門語音導覽

本小組這次利用QR cord條碼產生器 Ver 2.4 來做 QR cord 的產生，我們先將語音導覽錄起來並分成各個景點，再逐一上傳到 GOOGLE 雲端硬碟，並用 GOOGLE 雲端硬碟的內建功能"取得連結"，將權限設為公開，再用此連結到 QR cord 產生器產生一個 QR cord，讓遊客參觀景點時只需打開手機掃 QR cord 即可聆聽到語音導覽。

圖 54

4 張家商樓




張家商樓語音導覽

5 詩人步道



佳冬有一條客家詩路，用壁畫創作與客家詩句打造的大堆詩人漫步路徑，結合客家文學家的詩詞等，因此有「大堆詩人漫步路徑」之稱。



詩人步道語音導覽

客家文化

客家版條做法簡單，最重要的是版條的Q度，而客家的板條就是軟Q滑溜，口味而道地。



客家版條

6 敬字亭



敬字亭為磚造中空六邊形二層磚塔，由燕尾磚疊砌而成，亭身絕以彩繪之花瓣狀剪黏，亭頂淺雕如意圖案，造型優雅古樸。



敬字亭語音導覽

張宅建築不僅當居住場所，同時也做買賣生意。



(實地勘察)

圖 55

資料來源：本小組自行彙整

二、佳冬鄉景點及客家語教學影片

客家語言可以分成四縣腔、海陸腔、饒平腔、詔安腔和大埔腔，其中四縣腔是最多人使用的客語腔，而佳冬是使用四縣腔，本組成員中有位佳冬客家人，除了想藉由影片介紹佳冬景點美食外，也用四縣腔客語發音介紹日常生活常使用的簡單詞彙，以期能引起觀看者對佳冬文化的興趣。

表十五、客語教學

<p>景點美食網址</p>	<p>https://reurl.cc/10M8ZY</p>
 <p>圖 56</p>	<p>這部影片主要介紹佳冬美食，可藉由觀賞這部影片認識佳冬客家傳統美食，品嚐在地人最愛的板條和購買百年老店的花生糖以及昇福樓飯店客家小菜，透過影片更了解佳冬美食及歷史。</p>
 <p>圖 57</p>	<p>這部影片介紹佳冬著名景點，介紹了楊氏宗祠、三山國王廟、楊友登醫院、詩人步道、西隘門、張家商樓、步月樓、敬字亭，提供著名景點影片解說給遊客參考！</p>
<p>客家母語教學網址</p>	<p>https://reurl.cc/MZGrXk</p>
 <p>圖 58</p>	<p>影片主要讓大家學習客語的基本問候語，包括了謝謝、請、好久不見、早、對不起等詞語。</p>

 <p>客語教學 動物篇 Ep. 2</p>	<p>在日常生活中動物和我們習習相關，影片讓大家可以學習客語的豬、雞、貓、狗等動物唸法。</p>
 <p>客語教學 稱謂篇 Ep. 3</p>	<p>這部影片讓大家可以學習日常最常用到的稱謂唸法，影片主要介紹詞語有爸爸、媽媽、兄弟姊妹們等。</p>
 <p>客語教學 歲時節慶篇 Ep. 4</p>	<p>影片主要讓大家學習客語的歲時節慶唸法，在一年當中度過許多節慶，選擇一些節慶例如：除夕、元宵節、元宵節以及客家有名的節日，供大家學習。</p>
 <p>客語教學 飲食篇 Ep. 5</p>	<p>影片主要讓大家學習客語的飲食唸法，介紹了客家有名的菜餚，四姣四炒、一些常見的水果類以及粿條，讓大家在吃東西的同時，也能想起客家話該如何念，一舉兩得。</p>

資料來源：本小組自行彙整

三、來「佳」坐「客」官網

(一)本小組用 WIX 軟體製作官網，流程如下：



圖 63

- 1、收集資料：著手設計網站之前，搜集所有客家文化相關資料。
- 2、網站規劃：資料收集後，網站架構分門別類整理好，方便訪客點選。
- 3、設計製作：架構規劃好後，以熱情洋溢的客家風格呈現出網站內容。
- 4、網站完成以及經營維護：隨時維護網站，以符合網路瀏覽者需求與喜好。

(二)網站內頁設計

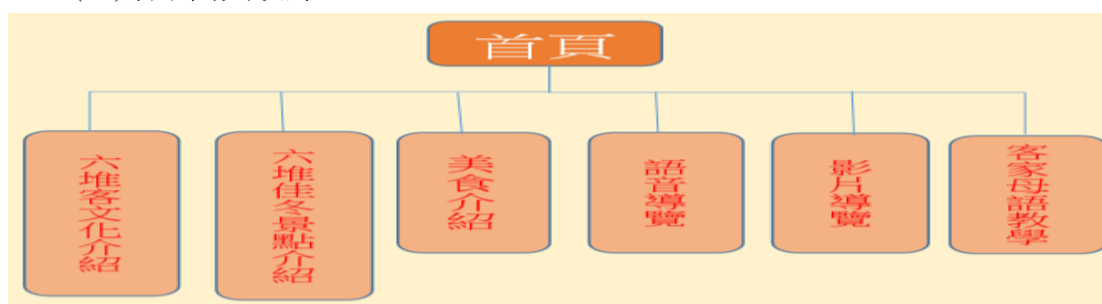


圖 63

(三)官網架設

表十六、官網

<p>官網網址： https://reurl.cc/g8E964</p>	
	

圖 64

設計說明:迎賓頁是以佳冬鄉的楊家宗祠作為開場，頁首為分六堆文化介紹、六堆佳冬景點介紹、美食介紹、影片導覽、語音導覽、客家母語教學等。頁尾以當地信仰中心三山國王廟為主，旁邊敘述著客家文化中的左堆佳冬地區。



圖 65

設計說明:此頁是介紹六堆文化的地理環境與由來。



圖 66

設計說明:此頁是介紹佳冬客家文化景點，分別介紹:蕭家古厝、蕭家洋樓、張家商樓、步月樓、敬字亭、楊氏宗祠。



圖 67

設計說明:此頁是介紹傳統的客家美食與小吃，特別列出了當地有名的店家，分別有昇福樓飯店、菜市場旁的無名板條麵店、昌隆賴家花生糖等。



圖 68



圖 69

設計說明:此頁為佳冬客家文化景點語音導覽，用手機掃下 QRcode 便有專人與您介紹。



圖 70

設計說明:此頁為用影片教學客家母語，方便訪客點閱學習。

資料來源：本小組自行彙整

四、社群網站經營

忙碌的現代人會利用瑣碎時間看社群平台上的貼文，這些微小的時間都是可以創造與使用者交流的時間、增加互動的好機會，我們期許透過社群網路影響力，將客家文化發揚光大

表十七、FACEBOOK 經營

	<p>FB 粉絲專頁於 2021 年 3 月 3 日建立，希望透過不定期的發佈佳冬客家的文化，增加曝光率並與粉絲們互動，讓更多的使用者更貼近左堆客家文化。</p>
	<p>左兩圖為 FB 上的貼文，內容為本組在粉專上舉辦抽獎活動(左)，利用 FB 抽獎程式抽出中獎名單及抽獎過程的影片上傳到粉絲專頁(右)。</p>
	<p>左圖為現代年輕人最廣泛使用的社交軟體 Instagram 上的貼文，我們於 IG 設立粉絲團，將佳冬客家文化的美與大家分享。</p>
	<p>在不付費的情況下，經過多日的努力推廣，可明顯觀察到來來「佳」坐「客」FB 的貼文觸及人數為 4,340 人及貼文互動次數為 724 次，按讚的人數也從一開始的 30 人成長到 159 人以上。</p>

資料來源：本小組自行彙整

五、LINE 官網及貼圖設計

(一) LINE@

本小組設計 LINE@ 進行宣傳及介紹，來增加大眾對客家及左堆文化的認識，利用系統功能不定期更新動態，並透過留言功能增進粉絲互動。

表十八、LINE@ 官網

LINE@ 官網網址： https://reurl.cc/NXE34m	
 <p>圖 76</p>	<p>本小組針對此專題，2021 年 3 月 31 日建立 Line 官方帳號，大家可以透過多種管道，認識佳冬，目的則是讓大家能夠了解佳冬的事物。</p>
 <p>圖 77</p>	<p>透過圖表選單，能點選想要的選項，不採取使用傳訊息讓系統自動回覆的方式來獲取自己想要的資訊和答案，本組利用圖表選單方式讓民眾點選就能獲取，也增加了便利性。</p>
 <p>圖 78</p>	<p>「謎」，看見此字多少會猜是猜謎語，沒錯正是，但並非單純用國語讓民眾去猜，而是用客語的方式，猜謎語的客語叫做，「揣令仔」，本組針對此主題架設了屬於猜謎語的網站，有簡單的謎語題目和謎語答案供民眾體驗。</p>
 <p>圖 79</p>	<p>「知」此字代表知識的意思，本小組針對此主題架設一個關於客家文化知識的網站，目的為了讓民眾了解客家文化，內容也提到傳統習俗、節日等。</p>
 <p>圖 80</p>	<p>「官」此字代表官網的意思，點選此字會連到針對此專題架設的臉書專頁，粉專裡發了不少關於佳冬文化古蹟、美食，還有客語教學影片供民眾學習。</p>

資料來源：本小組自行彙整

(二)貼圖設計

現代人與親朋好友交流最重要的溝通橋樑是通訊軟體，本小組除了製作LINE@外，也將客家文化元素繪製成LINE貼圖，藉由生動活潑的圖片文句，能讓民眾對於傳統客家文化印象更加深刻。

表十九、貼圖



資料來源：本小組自行繪製

六、推廣成果問卷調查

本小組於 2021 年 3 月 20 日至 2021 年 4 月 3 日期間，為調查於社群媒體推廣佳冬客家文化成果，透過社群媒體發放 268 份問卷，扣除非高屏地區的問卷，有效問卷為 245 份，有效問卷比例 91.42%。

表二十、消費者基本資料

性別	男		女	
比例	50.15%		49.85%	
年齡	19 歲(含)以下	20-39 歲	40-59 歲	60 歲(含)以上
比例	40.02%	47.33%	10.13%	2.52%
居住地	屏東		高雄	
比例	76.00%		24.00%	

資料來源：本小組自行彙整

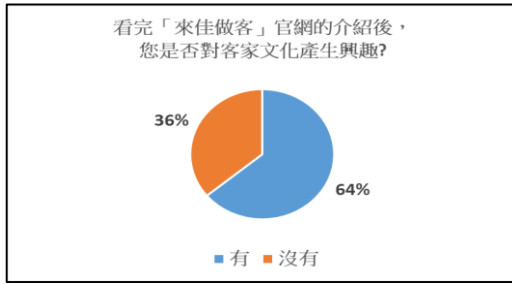


圖 89

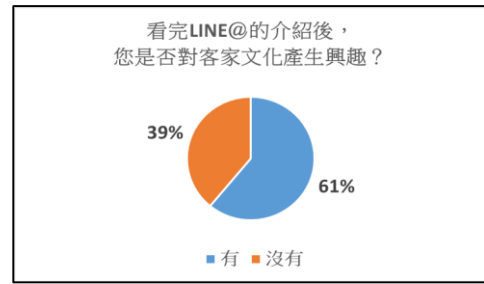


圖 90

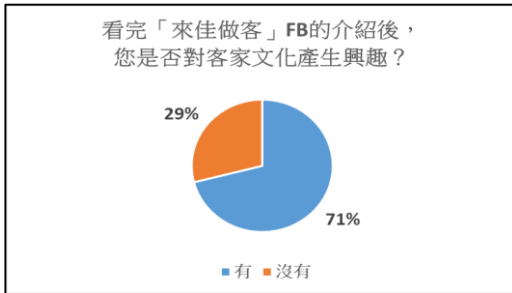


圖 91

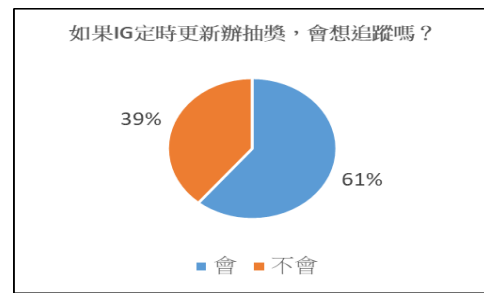


圖 92

由圖 89 至圖 92 可得知，我們設立的官網及社群網站，能夠引起大眾對客家文化的興趣，其中又以 FACEBOOK 的比例最為顯著高達 71%，而 IG 舉辦的抽獎活動，也能讓大眾想要追蹤，應加強將佳冬客家文化於社群網站推廣，並時時於粉絲團中舉辦不同的活動，與粉絲保持互動，以維持貼文點擊的流量，提高民眾對佳冬客家文化的興趣。

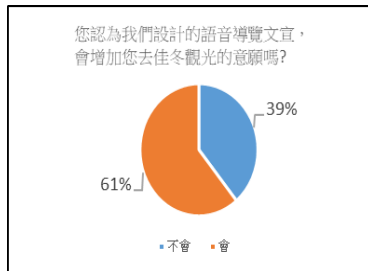


圖 93

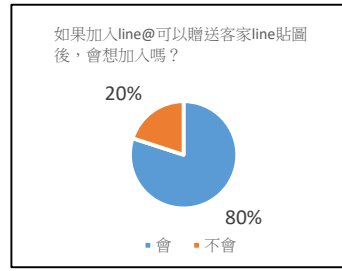


圖 94

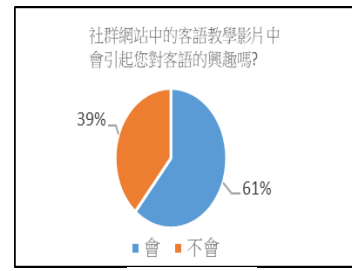


圖 95

由圖 93 至圖 95 可知，本小組設計的佳冬景點語音導覽宣傳單，能提升遊客前往的意願；拍攝的客語教學影片，引起 61% 民眾的興趣，應能藉由活潑生動的拍攝手法，引起民眾學習客語的動機，藉此將客家母語傳承下去；贈送免費貼圖，能吸引使用者加入 LINE@ 的比例有 80%，推廣者應能藉由設計可愛的 LINE 貼圖拉近民眾與佳冬客家文化的距離。

肆、結論與建議

一、結論

(一)佳冬保有濃厚的客家文化特色，但缺乏專業的導覽：

佳冬保存許多相當完善三級古蹟，走在啟南老街上，沿路可看見在老屋外牆上彩繪富有客家風俗民情的圖案，充滿濃厚客家文化資產的特性，但美中不足之處，是缺乏導覽人員的引導，無法更深入了解客家文物。

(二)佳冬客家文化推廣面臨瓶頸

儘管有公部門及民間組織的資源協助振興客家文化，但文化活化之路能崎嶇難行，客家文化發展與活絡需在傳統上突破創新，往往不能只靠單一力量促成，需全社區的共識與凝聚力，但佳冬人口外流嚴重，現存多為高齡人口，因此，執行上面臨瓶頸。

(三)佳冬的網路行銷策略不足

現代人多從媒體及網路搜尋生活相關的資訊，從第一次問卷中得知，大多數遊客是經由親朋好友介紹，顯見佳冬在網路上的行銷策略仍待加強；此外，從第二次問卷中也可得知，經本小組多日在社群網站上的努力推廣，能引起民眾對佳冬客家文化的興趣，進而引起前往旅遊的動機。

(四)佳冬的公共運輸不發達

前往佳冬的公共交通工具具有二項可供遊客選擇，一是火車，二是公車，由於佳冬非著名的觀光景點，因此，火車及公車的班次極少，造成民眾大多選擇自行開車前往，對於無法自行開車的民眾，就會降低前往的意願。

二、建議

(一)增加語音導覽

(1)可增加語音導覽的方式，解決導覽人員不足的問題，並使用

多種語言，滿足不同文化遊客的需求。

(2)可培養年輕志工的導覽人員，藉由導覽現場的互動，提升導覽氣氛的活潑性。

(二) 推出限量周邊商品及客家文化體驗旅遊

推廣周邊商品及舉辦客家文化體驗的活動，例如：可以製作古蹟鑰匙圈、DIY 花生糖，透過這些 DIY 的行程，不僅能引起遊客對客家文化的興趣，也可帶來商機，活絡當地經濟，創造就業機會，引起年輕人返鄉的意願。

(三) 加強社群網站推廣

現代人手一機，手機使用率相當頻繁，可透過社群網站多推廣佳冬客家文化特色、美食等，提高曝光率。

(四) 與公共運輸的業者合作

- (1) 積極爭取增加火車、公車的班次，方便遊客搭乘。
- (2) 與公車業者洽談由各大景點與佳冬的來往接送，讓不想長途駕車、參加旅行團出遊的民眾，能輕鬆自行規劃行程，滿足遊客探訪佳冬的旅遊交通需求，也響應節能減碳的環保旅遊新風潮。
- (3) 可增加公用自行車的租用，讓民眾以不同的方式體驗佳冬。

(五) 地方創生

「地方創生」以永續發展為原則，打造地方與自然共生，以創新的設計思維，利用地方特色與地方文化脈絡，發展出在地獨特的活動，活絡當地經濟，創造就業機會，從而帶動觀光與文創產業，佳冬的地方創生可朝下列二個面向進行：

- (1) 企業投資故鄉：
可邀請當地企業家協助營造佳冬特色景點及捐款地方創生基金，加強佳冬地區的創新建設。
- (2) 社會參與創生
產官學共同合作參與發展佳冬客家文化特色，如培養客家文化導覽人才及文創商品設計人才。

伍、參考資料

左堆鄉村人文旅行服務站部落格。2013 年 11 月 7 日，取自

<https://reurl.cc/1g7OkQ>

大嘴巴菜單王部落格。2019 年 8 月 1 日，取自

<https://reurl.cc/o94YmV>

中時新聞網。2016 年 11 月 7 日，取自

<https://reurl.cc/a58xEQ>

客家六堆文化原由

<https://reurl.cc/2byp56>