

投稿類別：商業類

篇名：

花蓮自強夜市 TOP5 人氣美食大搜索

作者：

高嘉培。花蓮高級商業職業學校。商業經營科三年乙班
胡鴻閔。花蓮高級商業職業學校。商業經營科三年乙班
游雅娟。花蓮高級商業職業學校。商業經營科三年乙班

指導老師：

林秀峰老師

邱天佑老師

壹●前言

自從周休二日以來，國人對休閒生活、觀光旅遊的需求明顯增加，加上花蓮的好山好水，交通也較以往便利，因此近年來花蓮的觀光客日益增多。然而花蓮的「好山好水好無聊」，主要是在花蓮的夜生活選擇並不多，使得花蓮的自強夜市成為來花蓮旅遊的必到訪地點之一。

每逢假日自強夜市裡總是人潮擁擠、攤攤爆滿，只為了品嚐自強夜市的美食。這不禁讓我們好奇究竟是什麼美食能讓這麼多人願意費時費力的排隊去品嚐。因此，探討自強夜市為何深受遊客及本地人喜愛的原因即成為本研究的動機，並採用問卷調查，來發掘自強夜市前五大人氣美食。

一、研究目的

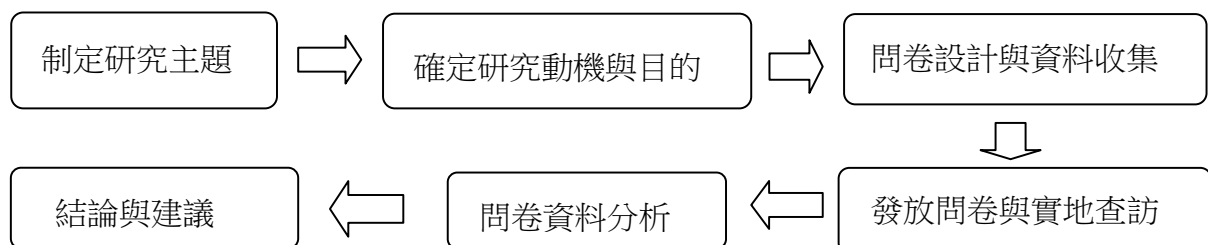
- (一) 探討自強夜市的歷史起源及經營現況
- (二) 探討花蓮自強夜市的 **SWOT** 分析
- (三) 了解消費者滿意度及選出五大人氣美食

二、研究方法

- (一) 文獻探討：閱讀與自強夜市相關的文獻資料及報章雜誌報導，了解自強夜市的歷史起源及經營現況。
- (二) 問卷調查：利用假日在自強夜市裡面，對消費者進行簡單隨機抽樣問卷調查。
- (三) **SWOT** 分析：根據相關資料對自強夜市做 **SWOT** 分析。

三、研究流程

本研究的研究流程如圖一所示。



圖一 本研究的研究流程

貳●正文

台灣的夜市最早是出現在舊都市中心（如台北市的大稻埕），它們是由個別的小吃攤的聚集而成為夜市。台灣夜市剛開始形成時是以消費為導向的方式來經營。然而現今，夜市已轉型成休閒跟消費一樣重要，夜市販賣的商品也由單純的只賣日常用品變得更加多元，增加了許多飲食玩樂的部分，夜市因此成為台灣民眾生活中之「小型嘉年華」，除了純粹買賣的商業功能之外，更提供了民眾另一項休閒的方式(四方通行網，2011)。

一、自強夜市的源起

(一)花蓮的夜市

花蓮的夜市原本有兩個，一個是著重於玩的夜市：南濱夜市；另一個則是著重於吃的夜市：自強夜市。其中南濱夜市是由前市長陳清水在花蓮市縣道以東的一個濱海地區，將一個無人使用的泥沼地建設成為一座公園，並且同時向縣議員爭取小型工程款，因為這座公園腹地廣闊，市公所便規劃作為夜市，一開張馬上成為花蓮紅不讓的景點之一(Yahoo 新聞，2013)。

(二)自強夜市

自強夜市過去的主要地點是在花蓮市舊火車站六期重劃區擺攤，也有部份在東洋廣場，少數是屬於流動攤。後來政府將六期重劃區的土地收回，攤販們無法繼續在六期重劃區營業，直到找到位於花蓮縣吉安鄉自強路及和平路的交叉路口一塊私人用地後，將它重新規劃，同時招攬許多獨具特色且美味的小吃攤販便聚集在此營業，形成今日的自強夜市。由於新位置附近有停車場、交通便利，加上擁有各種有別於一般街上賣的各式小吃，價位走平價路線，多為現煮現賣，所以逐漸成為花蓮著名的小吃景點(花蓮觀光資訊網，2013)。

二、自強夜市相關報導

(一) 非凡大探索

讓人甘願站在一旁，一等再等的人氣烤肉串；啤酒屋帥哥老闆親自料理的美味碳烤海鮮；還有不加一滴水最真材實料的濃郁果汁。這裡就是花蓮的自強夜市，高達六十多家的美食，跟著人群走就保證能找到人氣最夯的美味。

緊密的人牆，擠都擠不進去，花蓮自強夜市裡最熱鬧的烤肉攤，小小蔥肉串美味的且吸引人的秘密就在於新鮮豬的里肌肉，搭配宜蘭的三星蔥，以及為了降低嗆味讓肉串側躺在炭火上，將青蔥烤熟再塗上以麥芽糖熬煮的醬汁，好吃的蔥肉捲就上場了。另外，強調不加一滴水的木瓜牛奶以及鮮美的炭烤海鮮都是自強夜市的人氣招牌 (非凡大探索報導，2012)。

（二）TTnew 台灣主題旅遊

來自花蓮的蔣家花蓮創意棺材板，以厚片土司沾蛋汁入鍋油炸，起鍋後，挖開吐司內層，依客人喜好填入各式餡料，口味選擇多元，有別於台南的傳統棺材板。而直接拿著品嚐、取代刀叉的新式吃法，也都是花蓮地方特有的棺材板風味。

沾過蛋汁的吐司外皮，泛著金黃色澤，其外酥內軟的口感帶點法式吐司風味；內餡部份，則以中式料理的延伸為主軸。店內目前擁有 26 種特色風味，每日會做調整輪換，檯面上固定提供約 20 種口味，假日的選擇性更多，肉質部份，嚴選少筋的牛腿與雞胸肉，口感鮮嫩又不失彈性；而醬汁以中藥材取代人工味素，口味較為甘甜而健康，擲獲許多饕客的味蕾。其中，黑胡椒牛肉、密汁燻雞與鳳梨蝦球等，都是店內的熱門品項(台灣夜市新聞網，2012)。

（三）花蓮吉安之旅

自強夜市開設時就設攤於此的家傳東山鴨頭，憑藉著傳承 40 多年的老功夫，不只口味廣受好評，店內堅持使用 CAS 優良肉品、天天換新油及 5 小時滷製過程，這樣的用心也獲得廣大消費者的認同與支持。店內最熱銷的招牌鴨頭，外表帶有金黃色澤，油油亮亮看起來超可口！脆脆的鴨嘴、細嫩的鴨骨髓及 QQ 的鴨皮，一支就能嚐到多種口感，滋味層次感高！因此十多年來，成為夜市內的人氣老店(大台灣旅遊網，2010)。

（四）花蓮報導-民視新聞網

自強夜市最早是在舊火車站旁，因為交通而聚集的人潮和攤販讓自強夜市成為花蓮人夜生活的好所在。曾經因為土地問題而被迫搬遷，一直到 6、7 年前才搬到現在的和平路與自強路口。

看師傅一字排開，俐落的翻轉手上的食材，哪管你是肉串、透抽還是甜不拉，只要一塗上老闆的獨家醬料配方，再以炭火烘烤，醬料與食材結合的美妙香味立刻頃洩而出。獨排配方的醬料可是老闆從日本學來再加以改良，吃過一次保證你上癮。

北港春捲在自強夜市可是有名的大碗滿意，看老闆熟練的在春捲皮灑上花生粉 再加上蛋皮、香菜、豆芽、豬肉、蘿蔔乾、高麗菜，這麼大份有料的春捲一份只要 35 塊。

客人多到排排站的法式棺材板，將厚片吐司裹滿蛋汁，再下油鍋炸的金黃酥脆，趁熱劃開厚片，再抹上濃郁的美奶滋和高麗菜絲，20 多種口味任君挑選，讓前來光顧的客人讚不絕口(民視新聞報導，2012)。

三、自強夜市的 SWOT 及交叉分析

SWOT 分析是以有利或不利，以及內部或外部這兩個構面，仔細的研究與分析。外部的機會與威脅，是指經營者無法控制的外部因素；內部的優勢與劣勢，是指經營者可以控制的內部因素(龍騰專題製作研究室，2009)。自強夜市的 **SWOT** 及交叉分析如表一。

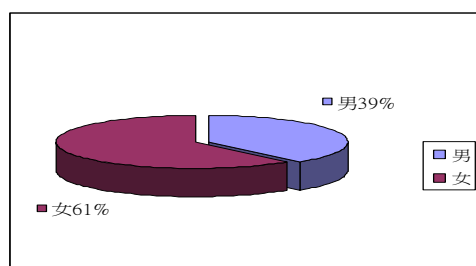
表一 自強夜市的 **SWOT** 及交叉分析

內部因素 外部因素		優勢	劣勢
		1.花蓮唯一較有知名度的夜市。 2.交通較便利。	1. 攤販種類類似。 2. 附近無大型停車場。 3. 夜市面積狹小。 4. 夜市廁所與垃圾桶稀少，較不便利。
機會	1.交通的發達，使觀光客及旅行團增加。 2.網路的普及，使夜市資訊流通快速。3.美食節目、報章雜誌等介紹使夜市知名度增加。	優勢+機會： 1. 網路及交通的發達，使夜市知名度上升，人潮增加。 2. 網路資訊普及，且夜市交通便利，使遊客往來方便。	劣勢+機會： 1. 改善消費者不易停車且環境的問題。 2. 攤販發展創意美食，並可藉由美食節目及網路提高知名度。
威脅	1. 食物種類逐漸多樣化，消費者選擇變多。	優勢+威脅： 1. 藉由報章雜誌等資訊提高名氣，以吸引消費者。	劣勢+威脅： 1.改善攤販種類類似的缺點，並發展特色食物，以藉此吸引消費者。

(資料來源：本研究整理)

四、問卷調查與資料分析調查結果

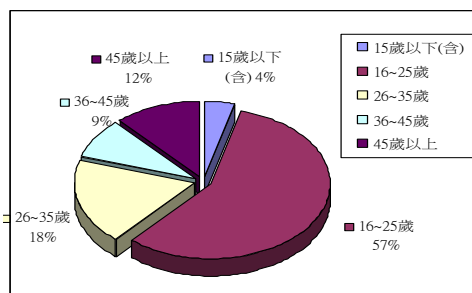
(一) 問卷調查係以本研究



圖二 性別比例

(一)性別

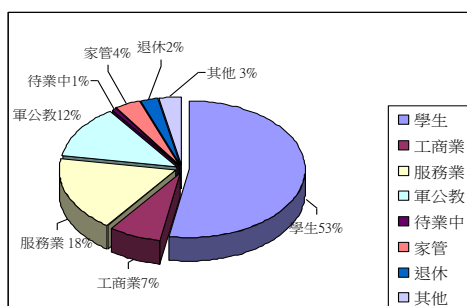
由圖二顯示，本次接受調查的以女性居多，占了 61%，而男性則占 39%



圖三 年齡比例

(二)年齡

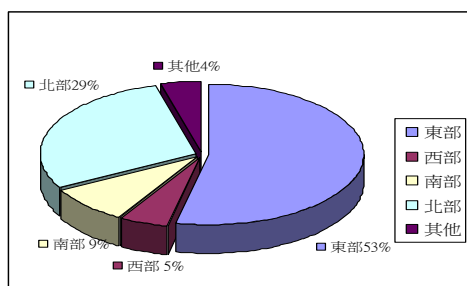
由圖三顯示，本次調查到自強夜市消費的年齡層以 16~25 歲占 57% 為大多數，其次是 26~35 歲占 18%。推測可能原因為本研究是在暑假期間進行問卷調查，暑期學生族群人數較多所致。



圖四 職業比例

(三)職業

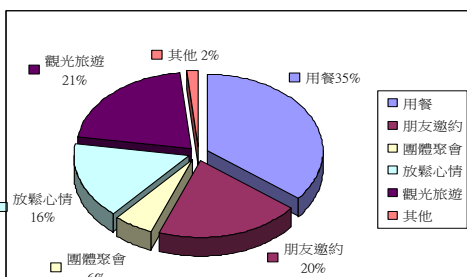
由圖四可見，本次問卷受訪對象的職業以學生為主，大約占 53%，其次是服務業占 18%。推論原因同圖三。



圖五 居住地

(四)居住地

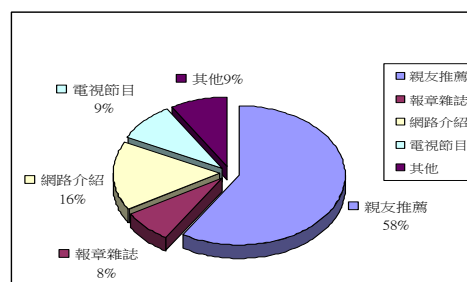
由圖五顯示，來自自強夜市的消費者多數來自東部，占了約 53%，其次是北部人，占了 29%。



圖六 消費者至自強夜市消費的動機

(五)到自強夜市來消費的動機有哪些

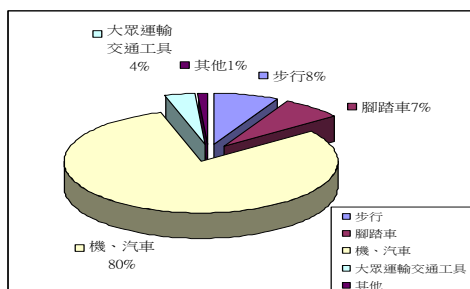
由圖六顯示，人們到自強夜市消費的動機以用餐為主，占了 35%，其次是觀光旅遊，占了 21%。



圖七 消費者得知夜市資訊的來源

(六)得知夜市資訊的來源有哪些？

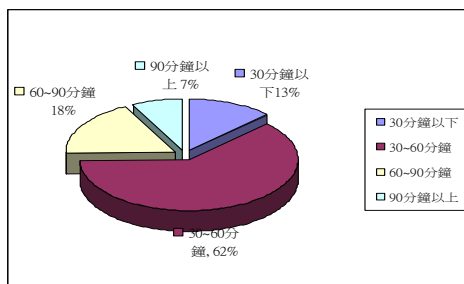
由圖七顯示，大多數的人得知夜市資訊的來源為親友推薦，占了約 58%，其次是網路介紹，占了 16%。



圖八 消費者前往自強夜市的交通工具

(七)來夜市的主要交通工具？

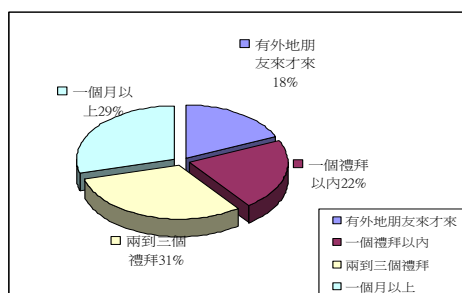
由圖八顯示，人們來夜市主要的交通工具以機、汽車占了大部分，占了約 80%。



圖九 消費者通常會停留在夜市的時間

(八)通常會在夜市停留多久？

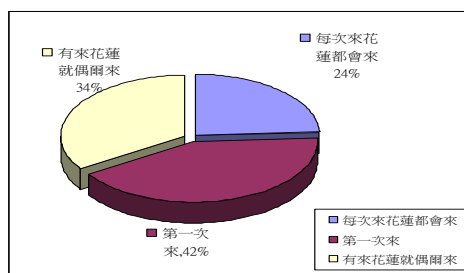
由圖九顯示，消費者通常會在夜市停留約 30~60 分鐘，占了 62%，其次是 60~90 分鐘，占了 18%。



圖十 本地人約多久來一次夜市

(九)大約多久來自強夜市一次？

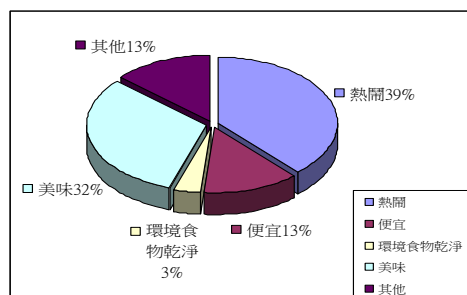
由圖十顯示，本地人大約兩到三個禮拜來一次自強夜市的占了約 31%，其次是一個月以上來一次的約占 29%。



圖十一 外地人約多久來一次夜市

(十)外地人約多久來一次夜市

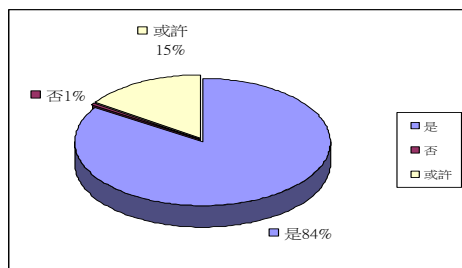
由圖十一顯示，外地人是第一次來自強夜市的占了約 42%，其次是有來花蓮就偶爾來，占了 34%。



圖十二 消費者選擇到自強夜市的原因

(十一)選擇到自強夜市的原因？

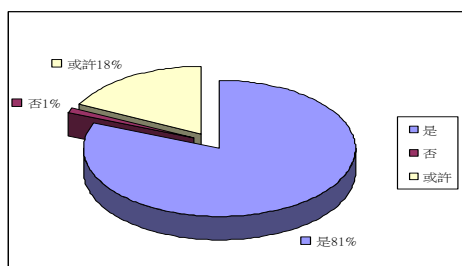
由圖十二顯示，大多數的人們選擇到自強夜市消費的主因為「熱鬧」占了 39%，其次是「美味」32%。由此可知，自強夜市吸引人潮的原因主要是受到夜市的熱鬧程度及食物美味的關西，而這也是大多夜市受歡迎的特性。



圖十三 消費者是否願意再來自強夜市

(十二)下次是否再來嗎？

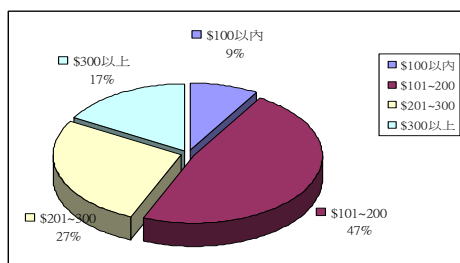
由圖十三顯示，大多數的人都會願意再次再來自強夜市，占了 84%；或許會來的人占 15%，而不願再來自強夜市的人占 1%。由此可知，大多數的人還是願意再來自強夜市消費。



圖十四 消費者是否願意推薦朋友來自強夜市

(十三)是否會推薦朋友來嗎？

由圖十四顯示，有 81%的人會願意推薦朋友來自強夜市；或許會推薦朋友的人占 18%，而不會推薦朋友來的人占 1%。由此可知，多數的人會願意推薦朋友來自強夜市消費。



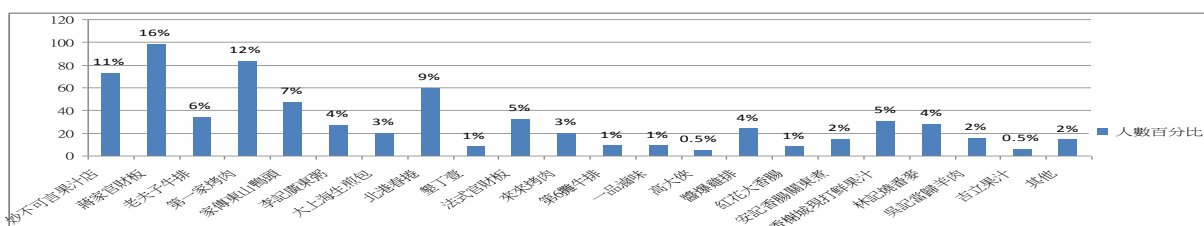
圖十五 消費者個人在自強夜市的消費金額

(十四)個人每次在自強夜市的大約消費金額？

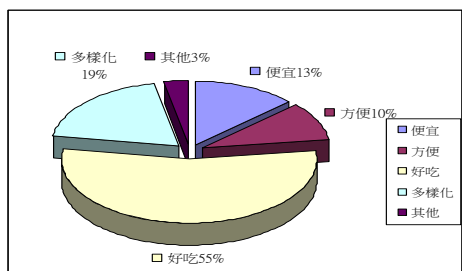
由圖十五顯示，人們在單次在自強夜市消費的金額以\$101~200 為主，占了約 47%；其次是\$201~300 占 27%。由此可知，大多數的人來自強夜市的消費金額大約都在 101~200 元左右。

(十五)認為的 5 大美食攤販？（請勾選五項）

由圖十六顯示，消費者認為的 5 大美食排行依序為，蔣家棺材板 16%、第一家烤肉 12%、妙不可言果汁店 11%、北港春捲 9%、家傳東山鴨頭 7%。



圖十六 消費者認為的自強夜市前五大美食



圖十七 消費者選擇五大美食的原因

(十六)選擇五大美食攤販的主要原因？

由圖十七顯示，人們所選擇的 5 大美食攤販的主因為好吃，占了 55%，其次是多變化，占 19%。由此可知，人們喜愛五大美食攤販的原因是因為食物美味及具多樣化的選擇的關係。

參●結論

在國人對於休閒生活、觀光旅遊的需求明顯增加，以及近年來花蓮交通也較以往便利的契機下，使得自強夜市的知名度以及人潮大幅增加，而自強夜市好吃且具多樣性的美食更是讓來過夜市的人們讚不絕口，難以忘懷。

根據研究結果發現，在自強夜市的主要消費者，以東部的年輕學生族群為主(53%)；目的大多為用餐(35%)；得知夜市資訊主要是親友推薦(58%)；來夜市的交通工具以機、汽車占大多數(80%)；在夜市停留約 30-60 分鐘(62%)；而選擇到自強夜市消費的主因為是熱鬧(39%)、好吃(32%)；單次在自強夜市消費的金額多為\$101~200 元(47%)；大多數的人都會願意再來自強夜市(84%)，有 81% 的人會願意推薦朋友來自強夜市。

而根據本研究的問卷結果發現，消費者心目中認為的 5 大美食為：第一名：蔣家棺材板(16%)；第二名：第一家烤肉(12%)、妙不可言果汁店(11%)、北港春捲(9%)和家傳東山鴨頭(7%)，會選擇五大美食的主要原因是好吃(55%)而且多樣化(19%)。

「夜市」是展現臺灣軟實力經濟的一個重要指標，所以我們更應該重視且發揚臺灣的「夜市文化」，時常去夜市消費並且妥善的保護、歸劃環境，不僅能讓夜市能永續經營下去還能使夜市文化蓬勃發展。GO！現在就搭車來花蓮的自強夜市品嚐好吃又具多樣化的特色美食吧！

肆●引註資料

四方通行網。2011 年 10 月 10 號。取自

<http://guide.easytravel.com.tw/scenic.aspx?CityID=23&AreaID=328&PlaceID=2594>

吳采璋。花蓮南濱夜市規劃案期初報告。2013 年 1 月 2 日。取自

<http://tw.news.yahoo.com/%E6%B5%B7%E5%A4%9C%E5%B8%82-%E8%8A%B1%E8%93%AE%E5%8D%97%E6%BF%B1%E5%A4%9C%E5%B8%82%E8%A6%8F%E5%8A%83%E6%A1%88%E6%9C%9F%E5%88%9D%E5%A0%B1%E5%91%8A-040958956.html>

花蓮觀光資訊網。2013 年 11 月 4 日。取自

<http://tour-hualien.hl.gov.tw/Portal/Content.aspx?lang=0&p=005040001&u=Intro&area=3&id=22>

非凡大探索報導。2012 年 11 月 4 日。取自

<http://www.youtube.com/watch?v=OuOn3iy2MjU>

TTnew 台灣主題旅遊-台灣夜市新聞網。2012 年 3 月 9 日。取自

http://night-market.tw.tranews.com/Show/Style4/News/c1_News.asp?SItemId=0271030&ProgramNo=A210008000001&SubjectNo=3265389

大台灣旅遊網-花蓮吉安之旅。2010 年 6 月 10 日。取自

http://973.tw.tranews.com/Show/Style3/News/c1_News.asp?SItemId=0271030&ProgramNo=A100125000001&SubjectNo=3230798

民視新聞網。2012 年 7 月 22 日。取自

<http://www.youtube.com/watch?v=DHbfQYZIAfg>

邱筱筑、陳韋蓉、張黎文(2012)。臨江夜市之消費者行為調查報告。

張勝恩、何佳樺、蕭佳慧(2012)。夜市商圈商機無限美食大蒐集－以士林夜市為例。

林欣漢(2012)。打造夜明珠，串連拼觀光。自由時報。2012 年 11 月 20 日。取自

<http://tw.news.yahoo.com/%E9%81%B7%E5%8D%97%E6%BF%B1%E5%A4%9C%E5%B8%82-%E6%89%93%E9%80%A0%E5%A4%9C%E6%98%8E%E7%8F%A0-%E4%B8%B2%E9%80%A3%E6%8B%9A%E8%A7%80%E5%85%89-203021036.html>

生活接力棒。2012 年 7 月 23 日。取自

<http://www.youtube.com/watch?v=5wMeyV1lxe8>

台灣樂活新聞網。2012 年 10 月 11 日。取自

<http://www.youtube.com/watch?v=FAC7QRJm1Pg>

林睿彥、周欣薇、林庭萱(2011)。高雄六合觀光夜市消費行為之探討

林淑芬著(2011 年)。專題製作最佳秘笈 - 商業與管理群適用。台科大圖書。