

投稿類別：觀光餐旅類

篇名:

花蓮人對夜市異國料理的觀感調查-以自強夜市為主

作者:

孫會嫻。國立花蓮高商。會計事務科三年乙班

蔡建泓。國立花蓮高商。會計事務科三年乙班

吳雅婷。國立花蓮高商。會計事務科三年乙班

指導老師:

黃文華老師

摘要：

經過組員的一番研究和調查，發現其實異國料理從以前就已經悄悄的流進台灣，也發現夜市是以前人們貿易、進行交易的聚集地，因此異國料理也藉由這條通路流入了夜市，經過不同國家的殖民、移入，更因為現在受到國際化的影響，使我們無法拒絕異國料理，對於異國料理的不了解、新奇，讓我們產生了新鮮感，使我們不但不排斥，反而還想去嘗試看看。

壹●前言

一、研究動機

從夜市的經營型態可以反映出台灣人的生活習慣及傳統文化特色，也是世間人情冷暖的縮影，更明確的說夜市是台灣本土文化的象徵。在報章雜誌或電視新聞上，許多國外遊客一來到台灣都會指名要去品嚐台灣的夜市小吃，而且外國美食也陸續在夜市崛起，人們不但不排斥，反而還覺得新奇而去嘗試來自各國的美食，台灣的夜市數目甚多，常常經過夜市附近看到每個攤位都高朋滿座，但是久而久之發現外國美食的攤位比台灣料理的攤位多出了許多，其中的原因是不是越來越多外國人來台灣定居，不管是新住民或是外籍學生來花蓮就學，外國的美食是不是真的那麼吸引台灣人的注目呢？

二、研究目的

- (一)依照歷史文獻記載，了解夜市文化的由來，以及異國美食傳入台灣的歷程。
- (二)夜市文化融入異國料理是否能夠有效吸引人潮。
- (三)調查民眾對夜市異國料理價格接受度與口味的偏好。
- (四)依照研究結果彙整出建議與結果。

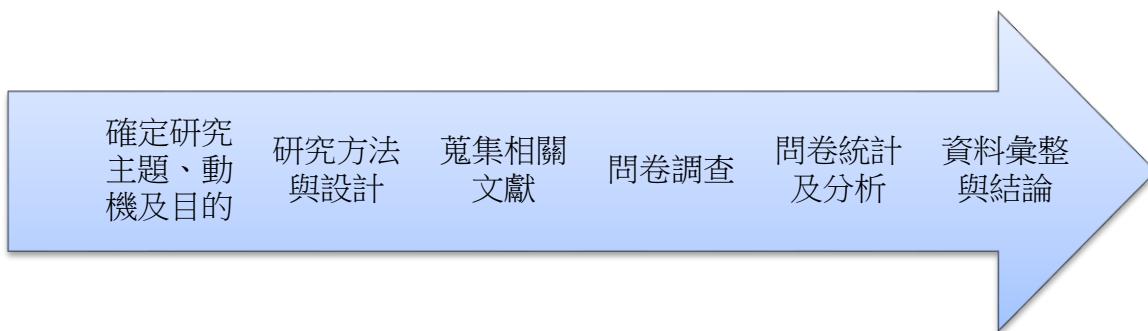
三、研究方法

- (一)文獻探討：藉由查閱書籍與網路資料，蒐集有關異國料理傳入台灣的歷史、以及花蓮夜市的報章雜誌和文獻，了解異國美食吸引人的原因。
- (二)問卷調查法：經過組員的討論後，決定採用問卷調查的方式畫出統計圖表。

四、研究範圍與限制

因夜市種類分為流動夜市與固定夜市，相較之下固定夜市比較能提供我們完整的意見，花蓮的固定夜市有彩虹夜市與自強夜市，和組員討論過後，多數人認為自強夜市人潮較眾多、食物種類也較廣泛，因此我們只侷限於自強夜市。在研究範圍部分，為了探討人們異國料理的觀感調查，決定採用「問卷調查法」進行研究。

五、研究流程



貳●正文

夜市演變過程

夜市最早是始於唐朝，一直到宋朝才開始慢慢的成熟。至於台灣夜市最早是形成於舊市中心（如台北市的大稻埕），原本是由小吃攤販的聚集而漸漸形成了夜市。起初，夜市是以每晚皆會開市的型態出現，直到1970年代的後期，隨著現今社會的型態改變，夜間也漸漸出現了流動攤販，以定期開市的方式出現，攤販主要以低價格的攤位凝聚而成，即為現在的「夜市」。

表一 夜市演變過程

早期→現今					
形式	攤販	流動攤販	固定式攤販	攤販集中市場	夜市
定義	又稱路邊攤，不具站面或站面相當簡陋，隨地販售貨物以賺取微薄利潤	沒有一定場所、路線、時間，從事商品銷售者，具有高度應變性，以迎合消費者的需求。	有一定場所、時間，以從事商品銷售商品者，具有週期性及半固定性。	許多固定式攤販所聚集的場所。	長時間、定期具規模且在特定的場所，夜間營業的商業活動之攤販聚集體
形成原因及特質	1 由於產業結構改變，不能適應從事底層商業活動，而形成攤販。 2 多元飲食文化下，小吃攤聚集而逐漸形成。	流動性高、營業場所及時間不固定。	當有利可圖時，攤販趨於固定式攤販或趕集式攤販，以獲取更大利潤。	由於攤販對消費能力的地區選擇大致相似且為增強市場吸引力，使得固定式攤販聚集形成攤販集中場。	由於現代設備發達、消費習慣改變等原因，形成夜間活動時間較長，以至於固定式攤販聚集而形成夜市。
案例	人潮帶起商機，攤販販賣商品獲取利潤。	路邊攤販	競選時的攤販商展	傳統市場	六合夜市 逢甲夜市 士林夜市

(註三)

異國料理演進

隨著餐飲業在台灣的發展越來越蓬勃，來自異國的料理也非常多元，但殊不知原來這些外國料理早已在西元 1600 年進入台灣了，為了瞭解異國料理的演進將它進入台灣的歷程統整成一個表格。

表二 異國料理演進

時期	演進歷程
西元 1600 年 羅漢腳時期	一、最早的移民，飲食粗糙，主食多為番薯。 二、客家籍閩粵住民進入屯墾。 三、荷蘭人帶來甘蔗、番茄、碗豆(荷蘭豆)等。
西元 1895 年 日本殖民時期	一、接受日本眾多有關料理方面的技術。 二、如：天婦羅、大阪燒、生魚片等。
民國 38 年 國民政府遷台	一、隨國民政府來台，大陸二十多省的料理傳入台灣。 二、引進江浙、粵菜、川菜、湘菜
民國 76 年 民主法治時期	一、美食漸漸走向國際化，注重品味、品質及品牌。 二、具有創新的能力，研發出珍奶茶等茶飲。 三、異國美食同時融入。
民國 79 年至今 國際化時期	一、台灣小吃豬血糕、蚵仔煎、臭豆腐，漸躍上國際舞台。 二、政府開放外勞工來台，泰式餐廳、越南料理、印尼菜因此陸續發展，以慰藉鄉愁。 三、現在台灣已成為友善之都，追求國際化，獲得國人的青睞。

(本組自行整理)

一、異國料理在台灣

現今社會餐飲服務業蓬勃發展，而外國料理的引進對於台灣業者有許多的衝擊，不同國家的料理有著不一樣的飲食文化，帶給人的感受也不盡相同。台灣處於四面環海的島嶼，論交通、地理位置都非常良好，現在交通發達也無須親自出國尋找就能享受到來自各國的料理。

在台灣各個鄉鎮都能隨處找尋到充滿異國風情的餐廳，不管是美食或是周邊商品，個個都充滿著異國風情，讓前來品嘗的客人也能體會到置身於異國的感受，除此之外，對於異國料理業者也積極的提升服務品質來吸引更多饕客前來享用。

二、異國料理引進的原因

「最近幾年在台灣有許多來自東南亞國家的外勞來台，也因此引進了異國的美食」(註一)，例如：泰式打拋肉飯、月亮蝦餅、椒麻雞、檸檬魚、越南河粉、海南雞等，因為外籍勞工來台工作的原因，使得越來越多的異國料理陸續引進台灣，而異國料理在台灣的分布愈來愈廣泛，也讓許多台灣人可以品嘗到來自異國的風情特色美食。

三、花蓮夜市美食的流入

花蓮市一個封閉的城市，同時也是一個適合發展觀光，風景秀麗的城市。就因為是個封閉的城市，只要出現新奇貨不一樣的事情、食物、景點及物品，大家一定會蜂擁而上的想去嘗試。花蓮夜市多接近於學校以及重要道路旁，許多資訊及物件得以交換，更因為風景秀麗，招攬了許多國外商人前來發展，因此，花蓮夜市的異國料理漸漸興盛起來。

四、自強夜市歷史

自強夜市過去大多是在花蓮市舊火車站六期重劃區擺攤，有少數是流動攤。因為政府將土地收回，他們無法繼續在當地營業，故目前夜市的股東，找到花蓮縣吉安鄉自強路及和平路的交叉路口旁一塊私人用地，招攬許多獨具特色且美味的小吃攤販在此營業。由於這裡附近有停車場，交通便利，而且菜色多樣，價錢又便宜，大多是現煮現賣，所以成為花蓮著名的小吃景點，且自強夜市的攤販數有約四十多家。

五、現今的自強夜市

每逢假期，總是爆滿的自強夜市，並不像其他夜市有許多不同的玩意或孩子們的遊戲天地，而是由不同特色的美食組成的觀光夜市，更成為自強夜市的一大特點，近來自強夜市內已增加至八十幾家的攤位，目不暇給的選擇充實整晚，也是宵夜愛好者的好去處，絕對可以滿足饕客們的各種需要，近來也有不少的電視媒體爭相報導自強夜市的特色美食，讓許多慕名而來的觀光客紛紛驚豔。

六、花蓮夜市景象



(圖一)



(圖二)



(圖三)



(圖四)



(圖五)



(圖六)



(圖七)

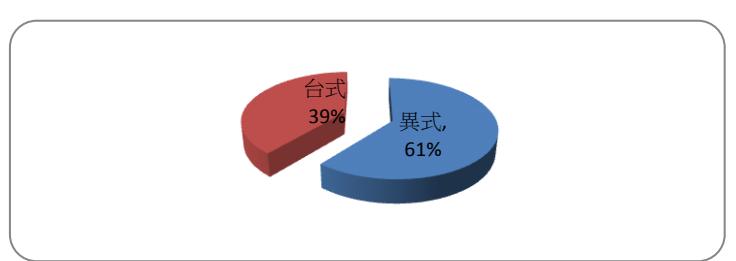


(圖八)

七、問卷分析

(一)您較偏好於異國料理還是台式料理？

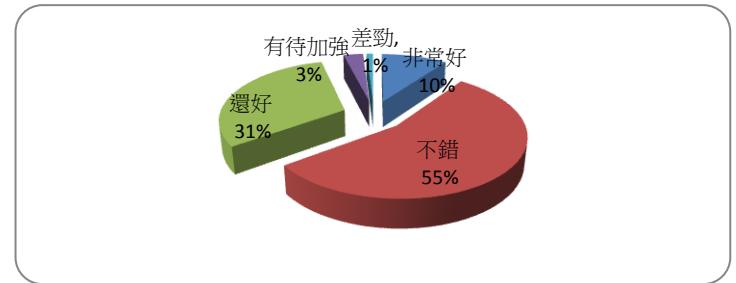
如右圖，至目前為止一般大眾喜好異國料理的程度已大於台式料理，其原因為許多外國人來台發展異國料理，愛好嚐鮮的饕客必定前往餐廳品嚐，久而久之，對異國料理的喜爱程度隨之增加。



圖九

(二)您對於夜市異國料理的印象為何？

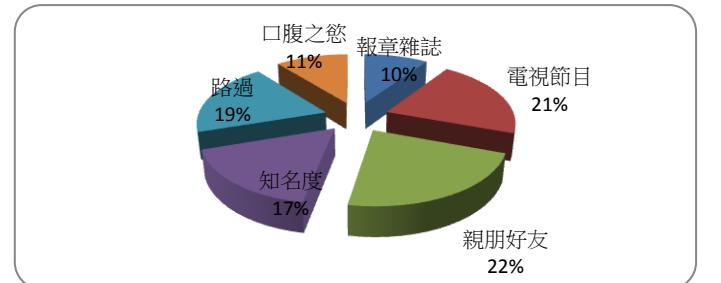
如右圖，半數人對於夜市異國料理的印象都不錯，大概是因為現在越來越多外食族，三餐早已不限制在台式料理上，當然對於夜市的攤販也不例外，趁著外食族群的興起夜市異國料理的攤販為之增加。



圖十

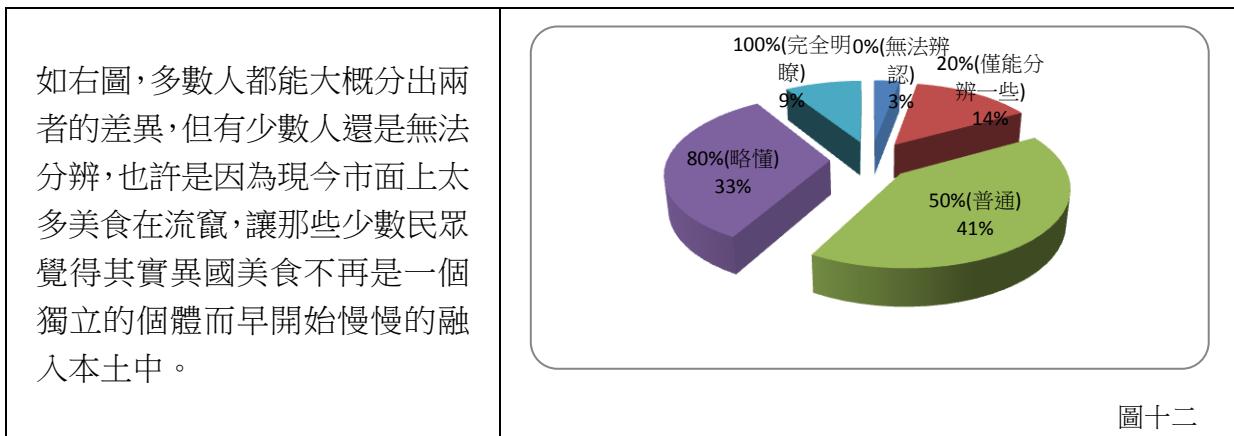
(三)請問您從何得知夜市的異國美食？

如右圖，經由親朋好友及電視節目報導得知的比例分別佔兩成左右，而雜誌、口腹之慾、路過等得知的比例分別為一成到兩成之間，由此可知得知這些美食訊息的大多已口耳相傳為主。



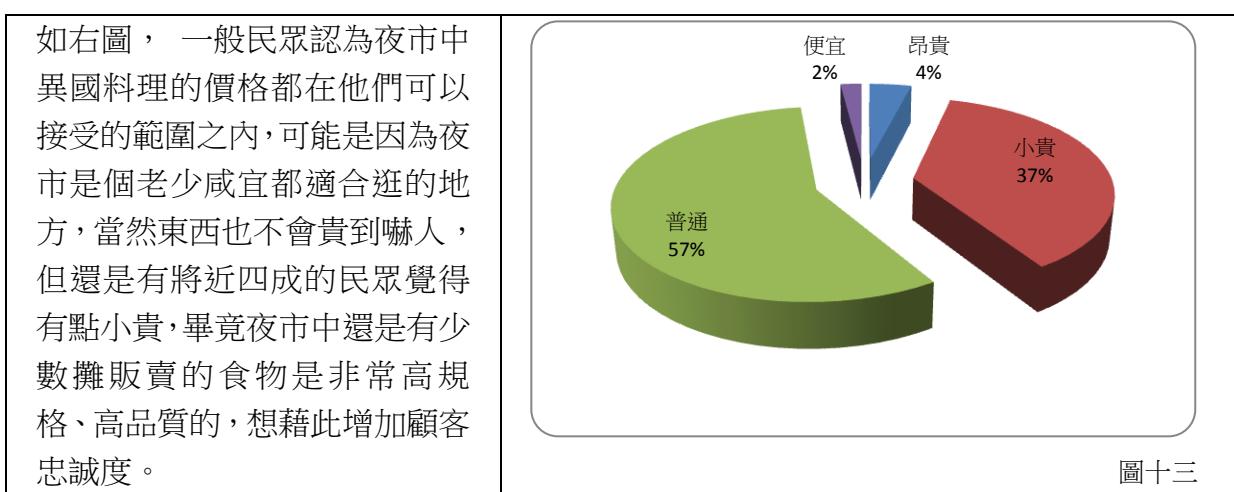
圖十一

(四) 請問您能分辨出異國料理與台式料理的程度為何？



圖十二

(五) 請問您覺得夜市異國料理的價格等級為何？



圖十三

八、夜市異國料理分析

表三 異國料理的 SWOT 分析表

優勢(Strengths)	劣勢(Weaknesses)
1.攤販位置明顯突出 2.部分攤販已有顧客忠誠度 3.備有免費之停車場 4.價格大多平價 5.美食具有多樣化	1.用餐環境不佳 2.人潮眾多時等待餐點時間長 3.菜單不易更新 4.攤位與攤位之間空間狹窄，導致動線不流通
機會(Opportunities)	威脅(Threats)
1.新口味的研發 2.可利用大字報或平面廣告作為廣播招攬行銷 3.外食族增加	1.易受天候影響 2.消費者重品質，選擇服務較好的地點享用 3.性質相性的攤販眾多，競爭力大

(本組自行整理)

表四 異國料理 4P 分析表

產品(Product)	價格(Price)
1.有異質性的商品可讓消費者選購 2.目前在花蓮夜市可見的異國料理包括：日式(章魚燒)、義式(捲餅)、美式(牛排)、港式(春捲)等。	1.了解其他攤販的售價以做參考 2.異國料理攤販因為進貨成本高，無法降低價格，所以異國料理的售價就不能太低。 3.根據本組調查，夜市異國料理的價位介於 100~200
推廣(Promotion)	通路(Place)
1.透過媒體報導及報章雜誌增加異國料理知名度 2.設計廣告傳單發放於附近住戶做為宣傳。 3.架設粉絲專業提供產品介紹、提升顧客忠誠度	1.異國料理在夜市擺設攤位。 2.可搭配宅配方式增加行銷通路。

參●結論與建議

(一)結論

- 1、喜歡異國料理的人佔大多數。
- 2、多數人對異國料理的印象都不錯，極少數人認為有待加強
- 3、透過親朋好友介紹、電視節目報導才去消費夜市料理。
- 4、大部分的人覺得夜市異國料理的價格都算平價，一般人只要有經過夜市就會去嚐鮮。
- 5、消費金額控制在 100~200 之間。
- 6、一般人對異國料理和台式料理分辨的程度為普通，因為大部分的異式料理在台灣傳入已經有一段時間了，所以大部分的人可能覺得有些異國料理已經融入本土。
- 7、居多人認為異國料理對他們有極大的吸引力。
- 8、根據我們的觀察，夜市異國料理攤販的排隊人潮比台式的攤販人潮還多出許多，感覺異國料理在夜市會比較受歡迎。

(二)建議

- 1、對於異國料理的攤販而言，台灣人已漸漸將異國美食融入三餐內，到夜市消費異國美食的老饕也日益增加，建議業者也可以推出台異結合的美食，吸引那些愛好飲食的客人們、來台就業的外籍勞工以慰藉鄉愁。
- 2、增加夜市內異國料理的攤販數量，讓大家可以一次享受到許多來自不同國家的料理，以滿足那些喜好多變的美食家們。

肆●引註資料

一、註一 取自 <http://taiwanyou.org/thread-5268-1-1.html>

二、註二 中學生網站 篇名：異國料理的銷售理念 作者：鄭雅心、呂燕慈、林淑萍

三、註三：台灣夜市飲食文化體驗模式探究－以高雄六合夜市為例。

四、圖(一～八)取自 <http://www.google.com>

五、沈武賢(2014)。市場調查：有效決策的最佳工具。三民 出版

六、鄭迪蔚(2014)。舌尖上的旅行。貓咪予花兒出版