

投稿類別：觀光餐飲類

篇名：

蛻變轉型的花壇觀光產業 - 花香磚情 壇心趣遊

作者：

廖庭儀 國立秀水高級工業職業學校 室內空間設計科三年級

謝靜萱 國立秀水高級工業職業學校 室內空間設計科三年級

指導老師：

潘鑫宏 老師

吳宗鴻 老師

壹●.前言

一、研究動機

現今輕旅行，已成了現代人追求的休閒娛樂方式。去除多元化行銷及客製化行程，褪掉包袱，「用心」旅遊，是眼睛看不到的，不是地處偏遠的行程，「花壇」(註一)她不大，卻值得細細品味這座古城耐人尋味的土地香及四處藏有令人感動鄉土民情。在輕輕腳步背起了走進這座底韻深厚的「花壇」。娓娓道出早期磚窯文化興衰的歷史、古早味小吃大、綠意深浚生態樂活步道、田埂瀾漫茉莉花香，用心細品這座耐人尋味的土地香味。

二、研究目的

為達上述研究動機，研究小組歸納出下列的研究目的：

- (一) 尋找昔日被譽為「拖鞋故鄉」、「磚窯古意」、「茉莉花故鄉」(註一)的觀光魅力，「讓觀光與相關產業連結而產生的高附加價值，將當地傳統產業的合作魅力轉換附加價值，來達成打造觀光城鄉的最終目標」。(註二)。
- (二) 推廣新世代農業，研發培育新農產品，投入文創新意象元素、創意新行銷。
- (三) 凝聚社區人景，打造特色、亮點行銷地方特色發展，點亮鄉鎮魅力。
- (四) 培育年輕文化種子，以新創意、新元素深耕在地文化與傳承產業永續。

三、研究方法與流程及觀光產業市場分析

為達上述研究目的，研究小組歸納出下列的研究方法與流程：

- (一) 親自到訪法：藉由親自到花壇走遊訪談，了解花壇的文化及歷史，親身感受花壇的魅力。
- (二) 問卷調查法：藉由問卷調查了解社會大眾對花壇的認識程度、喜好程度及滿意程度，來分析花壇旅遊如何推廣於觀光市場。
- (三) SWOT分析：(註三)。
透過SWOT分析，行銷花壇，於觀光產業市場中的定位及優弱勢條件。

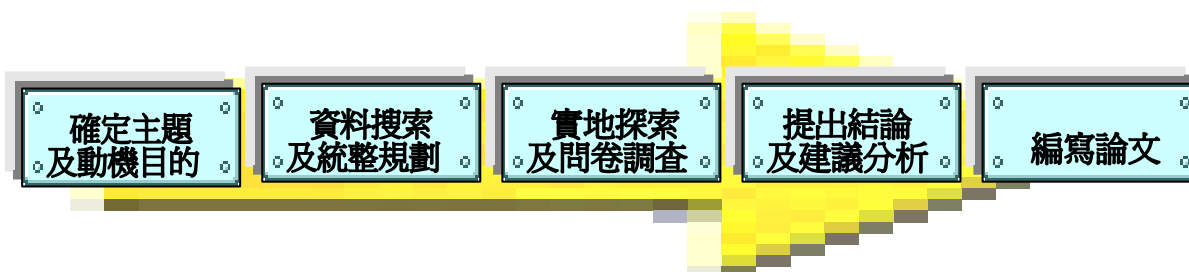


圖 1 研究流程圖

貳●正文

一、花壇鄉景點介紹及特色發展

豐富的物產文化及宗教歷史，是花壇的魅力所在，因於彰化平原，以務農為主要，生產水稻，於台灣市場上有名的『金墩米』品牌(維基百科)。(註四)外，茉莉花文化、磚窯藝術、宗教活動及古早味小吃、古蹟聚落群等都被好好保存至今。在這片土地上的一尺一寸背後都有故事：

(一) 花壇著名景點介紹

表 1：花壇著名景點介紹。(資料、圖片來源：小組自行整理 拍攝。)

景點	景點介紹
<p data-bbox="199 757 448 795">茉莉花香 漫漫遊</p>  <p data-bbox="180 1064 472 1137">圖 2：利用茉莉花堆積有機土肥料</p>  <p data-bbox="180 1384 472 1422">圖 3：滿天星茉莉花</p>	<p data-bbox="496 801 1337 965">「茉莉花在漢代傳入中國，從五零年代在花壇種下第一棵茉莉花開始」(註五)，至今其產量稱霸全台，目前亦有三十公頃，是全台最大面積的茉莉花栽種區，所以具有「茉莉花鄉」的美譽。</p> <p data-bbox="496 1010 975 1211">體驗置身茉莉花田休閒野趣、嚐嚐 DIY 茉莉花茶、深具代表性文創結合觀光產業-花壇鄉農會將老穀倉打造成「茉莉花壇夢想館」是親子教學、休閒好去處。</p> <p data-bbox="496 1245 975 1361">現今採用茉莉花用於懸香花茶、日常盥洗用品、食材、提煉香精等等高經濟性農作產品。</p>  <p data-bbox="959 1368 1326 1406">圖 4、5：茉莉花、農產品</p>
<p data-bbox="199 1469 448 1507">磚情窯業 憶人文</p>  <p data-bbox="180 1760 472 1798">圖 6：磚窯故鄉地標</p>  <p data-bbox="180 1995 472 2033">圖 7：磚窯蛻變歷史</p>	<p data-bbox="496 1514 1337 1675">花壇也曾是製磚重鎮，在早期磚當建材年代，紅磚需求高，磚窯業十分興盛，還有「磚窯故鄉」之稱。後因環保意識抬頭，建築又以鋼筋水泥為主，磚窯業便漸漸沒落，風光一時窯廠也紛紛轉型成為觀光文化園區。</p> <p data-bbox="496 1720 1023 1966">磚窯文創史館，可認識磚製造流程，認識磚窯蛻變歷史，加入新文創元素後，就能玩出「磚的藝術」，從中領略泥土磚千變萬化的魅力。「磚雕藝術」結合了文化及創意，產生新在地觀光產業。</p>  <p data-bbox="1018 1921 1305 1960">圖 8：客製化的磚品</p>

古蹟宗廟 說歷史



圖 9：翰林官位土地公



圖 10：元宵迎燈排

文德宮土地公帶隊遶街鬧元宵，已有三百一十年歷史。為台灣少見大規模土地公廟之一，最大特色在於正殿供奉開基福德正神，神像頭戴烏紗帽，為全國少見，也是唯一官封之土地公，每到了考試季節，香火非常頂盛，誠心向戴官帽的土地老爺拜拜，祈求考試順利上榜。

圖片 9 出處：google 圖片 2016.09.24.摘：

https://tw.images.search.yahoo.com/search/images; ylt=A8tUwY9s_SJYiTcABWlrlgt.; ylu=X3oDMTB0OGs1b2ltBGNvbG8DdHcxBHBvcwMxBHZ0aWQDBHNlYwNwaXZz?p=%E8%8A%B1%E5%A3%87%E6%96%87%E5%BE%B7%E5%AE&fr=yfp-t-900-s-tw&fr2=piv-web#id=13&iurl=http%3A%2F%2Fchanghua.tranews.com%2FShow%2Fimages%2FNews%2F57968_1.jpg&action=click

全國元宵迎花燈歷史最悠久的花壇迎燈排文化節，每年元宵節期間，廣場所有燈排與抬轎的土地公到齊，由廟埕出發，跟在燈排後的人群，一起行經花壇的大街小巷與各村落，展開熱烈的遶境活動，走到曾翰林後裔的曾家時，還會特別停頓一下，表示致意，延續元宵節的傳統，也凝聚人情味的民俗節慶活動。

圖片 10 出處：花壇鄉便民服務網 2016.09.24.摘：

<https://www.flickr.com/photos/106128776@N05/26285833595/in/album-72157666871688885/>

古蹟宗廟 說歷史



圖 11：虎山巖寺



圖 12：二百多年古榕

『虎山巖寺』是國家縣定三級古蹟，因山巖形狀似臥虎崛起而得名。此地風水據傳為虎穴。『地形依山環抱，有如龍蟠虎踞，四周茂林修竹，禽聲上下，竹影參差，清風徐來，綠陰滿地，置身其間，彷彿神仙境界因此有虎巖聽竹』的美譽。(彰化縣志記載)(註六)。創建於清朝乾隆十二年，主侍奉觀世音菩薩，是三合院單殿式，建築古風。廟前中有兩顆已有兩百多年歷史的古榕樹，是鄉民品茗、話家常好地方。

廣告名星 三春老樹



圖 13：在日落霞雲暉映下微紅、微藍的老樹更具魅力。

具有百年老茄苳樹－三春老樹，「為因樹型特殊是攝影迷所稱道讚譽，常屢見於各大攝影展獲獎，因當地盛產茉莉花而使得知名飲料麥香來拍攝茉莉花廣告，因聞名全台」。(註七)百年老樹在傍晚十分最為迷人，在天空中微紅、微藍、微黃多層次的夕陽裡把老樹襯托得更閒情逸致，是鄉民話家常的聚集地，更顯花壇鄉悠閒的生活步調。

圖片 13 出處：google .2016.09.24.摘：

https://tw.images.search.yahoo.com/search/images; ylt=A8tUwYjxAyNYjEMAApNr1gt.; ylu=X3oDMTB0OGs1b2ltBGNvbG8DdHcxBHBvcwMxBHZ0aWQDBHNlYwNwaXZz?p=%E4%B8%89%E6%98%A5%E8%80%81%E6%A8%B9&fr=yfp-t-900-s-tw&fr2=piv-web#id=306&iurl=http%3A%2F%2Fimg.ltn.com.tw%2FUpload%2FliveNews%2FBigPic%2F600_1316421_3.jpg&action=click

<p>享戀 139 縣道 賞鷹、螢火蟲季</p> 	<p>地位八卦山脈平原帶地形，139 縣道兩旁欒樹，每到九月紅色的果十襯著黃色的花，美不勝收，構成綠色隧道吸引重機車族、自行車族、攝影喜愛者朝聖之地。</p> <p>三月的南路鷹一路從天空過境，大舉過境壯觀景象也是吸引遊客來賞鷹。</p>
<p>圖 14：139 縣道一隅</p> 	<p>位於花壇灣東村目前窗螢的數量已經達到上千隻。窗螢的求偶旺季在八、九月份，剛好錯開了台灣其它地區在三、四月份的賞螢季節，更顯花壇鄉的螢火蟲季的獨特。</p>
<p>圖 15：八卦山南路鷹遷移</p>	<p>圖片 15 出處：google 圖片 2016.10. 16. https://tw.images.search.yahoo.com/search/images;_ylt=A8tUwZC.CCNY8yUAFHNr1gt.;_ylu=X3oDMTB0OGs1b2ltBGNvbG8DdHcxBHBvcwMxBH0aWQDBHNlYwNwaXZz?p=%E5%85%AB%E5%8D%A6%E5%B1%B1%E8%B3%9E%E9%B7%B9&fr=yfp-t-900-s-tw&fr2=piv-web#id=12&iurl=http%3A%2F%2F9.s-hare.photo.xuite.net%2Fader1206%2F19b7ce4%2F9871182%2F439436182_m.jpg&action=click</p>

(二) 花壇特色小吃介紹

表 2：花壇特色小吃介紹。

(資料、圖片來源：小組自行整理 拍攝。)

著名小吃	特色小吃簡介
<p>風味放山雞料理</p>  <p>圖 16：肉質鮮美</p>	<p>花壇是小吃的原鄉，位於虎山街、聽竹街上多家充滿樸實自然風味放山雞料理、土雞蛋、香酥可口菜頭粿總吸引老饕胃口。</p>  <p>圖 17：香酥菜頭粿</p>  <p>圖 18：香酥炸蜂蛹</p>
<p>濃純香乳品</p>  <p>圖 19：濃純冰淇淋</p>	<p>八卦山脈的優質天然環境，造就許多家休閒牧場及主題餐廳，提供的風味奶品，種類多樣：除純鮮奶正湯頭火鍋外還有：濃純冰淇淋、新鮮牛奶、奶酪、Q 彈手作牛奶麻糬、饅頭以及自種時令蔬菜。</p>
<p>在地古味 小吃大</p>  <p>圖 20：老字號肉圓</p>	<p>花壇公有市場內醬汁和 Q 皮結合在一起的肉圓、無羶味羊肉以及中橋街巷弄裡秒殺的肉羹等無不令人吮指回味、文德宮廣場旁豆花綿密、Q 彈的花生，想一嚐再嚐物超所值，都是銅板價格即可享受吃到美食。</p>  <p>圖 21：秒殺肉羹</p>

幸福溫度 農特產



圖 22：香甜的西施柚



位於八卦山脈優勢地形的花壇鄉休閒農場有別於一般不同活力，依季節性不同而有所改變，灣福路、三芬路沿途荔枝、霜降過後香甜的西施柚、御用貢品黃帝柑橘、甜蜜的楊桃以及改良皮肉細緻美濃瓜、溫室栽培小蕃茄、白沙坑竹筍等等自產自銷，其品質優良，均獲得全國十大傑出農民之最高榮譽，是假日休閒、戶外生態環境教學的好場所，更享受到體驗到親子 DIY 樂趣。

←圖 23：白沙坑清香細緻竹筍



圖 24：御用貢品黃帝柑橘

二、問卷實行分析 行程規劃 SWOT 分析

(一) 問卷實施與分析

本問卷(附錄一)是以來花壇從事旅遊活動的遊客，共發出 200 份問卷，有效問卷 200 份；地點為花壇各著名景點。目的在於推廣及深耕在地文化並增加小論文主題內容充實，讓遊客以「心」來輕旅行，思索這片土地蘊藏的故事。

表 3：問卷實施與分析。

(資料來源：小組自行繪製 分析。)

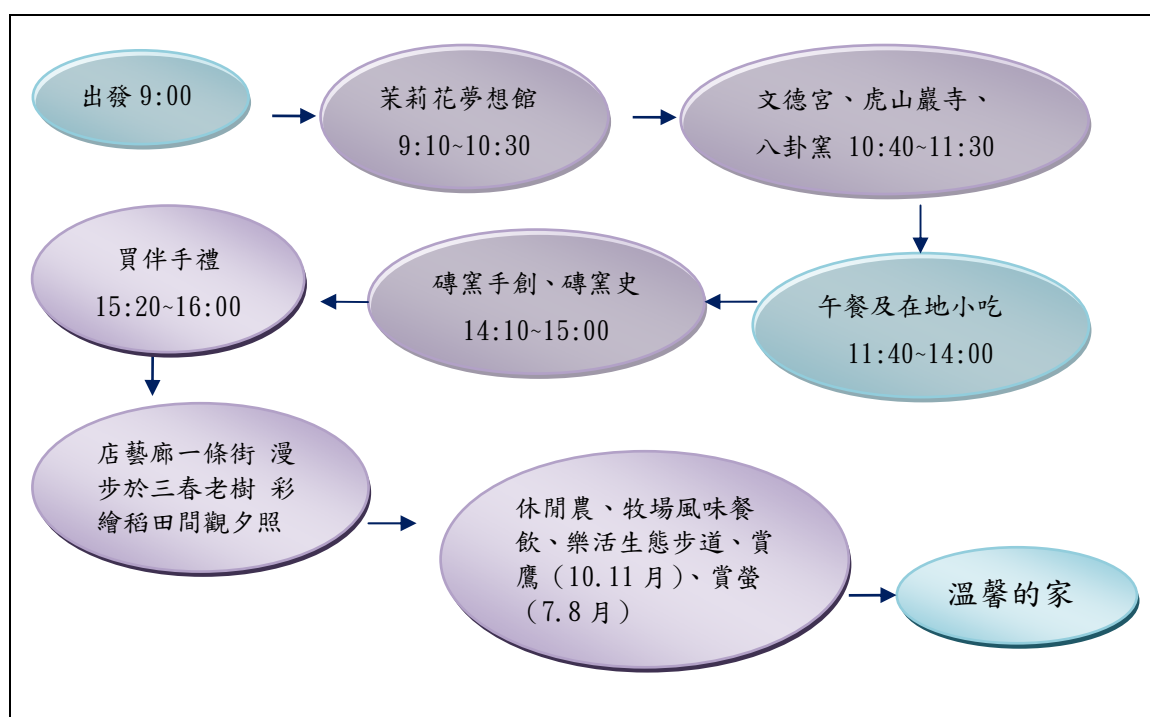
受訪遊客資料	分析結果
<p>依年齡</p> <p>薪資結構</p>	<p>據表顯示，至花壇從事旅遊活動以 31 歲至 60 歲間的遊客居多，佔 41%。</p> <p>花壇鄉非屬大都會地區，且物產豐富、多元，物價指數未因過多附加成本費用而加價於消費者。</p>
<p>景點資訊得知</p>	<p>據表顯示，景點訊息多來自網路、電子傳播、電視美食節目、其次是由朋友口耳相傳，報好康，再其次由刊物雜誌訊息中得知。</p>
<p>最想選擇的路線</p>	<p>由表顯示，遊客安排走的行程，會以主題休閒農、牧場為居多，親近大自然、廣大的空間，足以放鬆壓力以及體驗不同 DIY 樂趣。</p>

<p>景點滿意度</p> <p>■ 服務態度 36% ■ 交通方面 50% ■ 消費價值觀 12% ■ 其他 2%</p>	<p>據表顯示，至花壇地區旅遊是因交通方面，有 74 號東西快速道、137 線道、139 線道以及台 1 線道，且區域寬廣、消費能力平價又親民，在花壇地區旅遊的遊客大多都覺得滿意。</p>
<p>改善點：交通問題 65%</p> <p>■ 滿意 65% ■ 尚可 27% ■ 待改善 8%</p>	<p>依圖表顯示，於花壇旅遊的遊客認為花壇的交通、停車場極需改善。遊客均認為若是能有固定的多元化行程規劃交通接駁，即可減少交通壅塞、停車場不足及景點人車共道的危險。</p>
<p>體驗價值會在舊地重遊</p> <p>■ 會再來 87% ■ 適時 10% ■ 不會 3%</p>	<p>由圖顯示，因景點區多屬戶外自然空間，且區域寬廣、消費能力又平價親民，親子互動體驗值高，經訪問後是否會再來一次花壇地區旅遊的遊客佔 87% 之多。</p>

(二) 建議行程規劃及說明：

表 4：行程規劃及說明。

(資料來源：小組自行整理 繪製。)



景點說明：

- (1)到達花壇火車站：可搭彰化客運、員林客運、火車或者自行開車。
- (2)茉莉花夢想館推薦：導覽認識茉莉花生態及品種、DIY 彩繪、茉莉花農產品伴手禮、花茶、花餐飲料理。
- (3)在地的的美食小吃推薦：廳竹街多家放山雞土雞料理、寶珠肉粿肉圓小吃、公有市場內羊肉爐、肉圓、福記牛肉麵品、全國麗園大飯店海產料理。
- (4)伴手禮推薦：日月清風鳳凰酥、進發肉包、茉莉花夢想館（茉莉花花產品）艾草之家（艾草農產品）、乳牛牧場(奶製品)、季節性水果(西施柚、新品香瓜、蕃茄、楊桃、竹筍)。
- (5)麗園大飯店藝廊一條街、三春老樹、彩繪稻田：麗園大飯店藝廊會有不期不同國際性主題展覽、藝雕值得一看。拍過知名茶飲料廣告三春老樹與、3D 彩繪稻田讓您相機喀嚓留下身影。三春老樹襯托夕陽餘暉就是一大美景，是拍攝喜好者的焦點。
- (6)休閒農、牧場：牧場有餵食、擠奶、特色牛奶風味餐濃醇香。體驗摘果、採花之趣，喜歡健行虎山巖旁親水步道，綠意盎然沿途風景極佳，不錯之選。

(三) SWOT 分析

本 SWOT 分析架構探討是以花壇地區產業觀光的優勢、劣勢、機會與威脅並尋求振興地方旅遊產業的最適方案。

表 5：花壇地區觀光產業 SWOT 分析。 (資料來源：小組自行整理分析。)

優勢 (Strength)	劣勢 (Weakness)
1.具優勢地理位置夜景觀光值得推展。 2.便利交通、可發展動、靜態觀光。 3.CP值高及親民的在地名產小吃吸引觀光及提供就業機會。 4.三春老樹為電視廣告寵兒，樹的名模，其周圍可發展3D彩繪立體園區供拍攝場景。	1.交通凌亂、景點標示不清。 2.無機踏車租借，動線只靠步行或汽車。 3.部份古蹟荒廢、未有妥善的維護保存。 4.未能有在地的特色LOGO品牌及特色行銷標語。
機會 (Opportunity)	威脅 (Threat)
1.特色性宗教活動 - 元宵節燈排文化季巡禮，吸引遊客。 2.於每年大甲媽祖宗教文化遶境必經路線（縣137）可推廣農產特展。 3.培育文化新種子，推動地方特色將傳統產業，紮根延續於下一代。 4.農業新世代 栽培研發創新農特產，產銷一條龍方式減少削價，保障農民利潤。	1.可提供住宿的場所不多。 2.在台灣以在產業觀光文創已經愈來愈多，不斷求新、求變創造新亮點才能毅力於觀光市場。 3.自創品牌行銷的在地產業，未有創新及多元行銷管道。 4.未能爭取國際曝光機會，吸引外國觀光客人注目。 5.部份小吃攤販分配及雜亂衛生善加強。

(四)觀光產業對花壇地區經營行銷策略及影響

(1)行銷策略

- 1.利用「**宗教活動**」(註八)，元宵燈排為宗教文化行銷，吸引國內外地遊客來探討。
- 2.位於八卦山脈，139 線道可遠眺 180 度路空全景，是賞夜景的絕佳之處。周邊店家可延長營業時間搭配在地農產品、畜牧產品、花茶、咖啡等作為行銷，吸引夜貓族夜間聚合、放鬆之處。
- 3.設置停車場或是機車及腳踏車的租借驛站，減少亂停車的現象，避免影響交通。
- 4.設置接駁計畫運輸，以便運輸遊客以及行銷不同的觀光路線，以增商機。
- 5.研發農特產的新品，自創品牌行銷，以產銷一條龍的方式減少削價，以質取量。
- 6.「**轉型發展社區生態創意產業光**」(註九)，以社區地方文化並配合環境資源承载力，以達到永續經營之目標。結合鄰近鄉鎮及都會地區，利用便利的交通：台 74 道、縣 139 及省台一，規劃一日、二日旅遊路線。
- 7.「**以地方故事與傳說打造創意城鄉得凝聚力與生命力**」(註十)，注入文創園區發展的新能量，將閒置的區域改為文創產業的發展基地，做文創體驗、文藝展演及教育推廣的功能場所。

(2)影響力

- 1.昔日的繁華、今日的寧靜，因「人」帶來的商機，卻破壞了花壇的歷史古蹟結構；『產業的傳承』與「產業價值觀」，兩者之間的平衡點，是需要思考如何完整配套。
- 2.小吃是觀光產業生命力的延伸，飲食文化的基石，在惡意競爭下的犧牲品。「**創新魅力的改變**，新一代經營者將新的經營理念與經營知識的積極帶入。然而，在經營調整過程中，卻也潛藏著『品質下降』、『虛有其名』、『缺乏人情味』等等」(註十一) 花壇山土產料理、農產品中間的盤商削價等，實為產業發產的觀光隱憂。
- 3.觀光產業的崛起、文化古蹟保存的衝擊，『**文化資產的成立相當不容易，它必須承受各種條件的衝擊與考驗，文化資產能否形成與保存，經濟生活與價值觀居於相當關鍵的角色。**』(註十二) 人為的破壞和過度的開發，皆是推展觀光業所要面臨的課題，當中所帶來的商業利益，若非一定是當地居民、政府機關的所得，那風險的評估、改造的成本與商業結構是否延續，都會影響到。
- 4.安全性的考量及社秩序維護應變處理，安全性的考量、緊急意外的處理，是發展觀光旅遊最重視的課題及元素，提升安全性、『**建立總體社區營造觀念、凝聚社區意識，讓旅客知道鄉村是一個很棒的學習場域**」(註十三)，成立警民合作整體性安全維護網讓遊客能有安全感，為公共場所安全基本考量。

參●.結論與討論

近年來商家及社區結合共同文化創意，『**特別針對新趨勢顧客參與行銷 - 建立直接且持續的顧客參與，以行塑品牌、品牌對話、品牌經驗與品牌社群**』(註十四) 評估未來趨勢，打造創新、創意新主題，以品牌帶動行銷商機。於台灣推廣文創觀光產業不流於形式，就要不段創新、求新的亮點思維與農業推銷新契機都是花壇鄉

毅力於觀光產業必須考慮條件。研究訪談問卷中顯示，花壇憑著優異的地理位置、磚窯文化產業、深受好評特色美食，建構出以觀光產業的旅遊方式行銷，不少觀光客在情感與認知行為及環境的動態上做結合而會再來朝聖及體驗。CP值爆表的古早味小吃，平價的消費及深具人情味的服務及景點便利性最讓旅客最重視及滿意。在交通方面，高達85%的旅客因未設接駁車行經每的景點間，每至假日車輛及無數機車、人潮湧入，多為鄉間產道，停車場不便，人車共道，造成擁塞及不安全是讓人不滿意之處，若能有在交通上有所改善，相信更能吸引遊客來此一遊且重遊仍不減樂趣。

由這次研究過程學習到一個很好經驗，在網路資訊無遠弗屆地球村，眾多旅遊懶人包設計或許能減少時間去搜集旅遊資訊，但是走馬看花或是用心深度了解當地文化特色，這就是因每人需求而不同；鄉村文化特色經營、傳統產業與商業利益下的取捨、文創產業求新、求變、多元新亮點都是我們這代文化種子所不能不知新知。

(附件一)花香磚情 壇心趣遊 問卷調查。

(資料來源:小組自行歸類。)

花香磚情 壇心趣遊 問卷調查表

填寫說明：請就每一問題所列的答案，從中挑選適當的項目，於該項答案前的□中打「*」。

1.您的年齡、薪資結構（可複選）

年齡：10歲以下 11歲~20歲 21歲~30歲 31歲~40歲 41歲~60歲 61歲以上
薪資結構：單薪家庭 雙薪家庭

2.請問您是如何取得花壇鄉景點資訊？報章雜誌 電子資訊 朋友介紹

3.輕旅行花壇景點路線，您最想選擇路線？（單選）

- 古蹟文化之旅：文德宮→虎山巖健行樂活步道→放山雞風味料理→磚窯文創史館→三春老樹→茉莉花夢想館。
- 花壇樂活之旅：享戀 139 縣道→休閒牧場→休閒農場→磚窯文創→花壇市場古早味小吃→享戀 139 縣道。
- 主題樂園之旅：茉莉花夢想館→全國麗園大飯店藝廊街→磚窯文創史館→休閒牧場

4.請問您覺得花壇景點區是否有需要改善、滿意度？（可複選）

服務態度 交通方便 消費價值觀 其它 滿意 尚可 不滿意

5.您會再來一次~舊地重遊會：會再來 適時 不會

感謝您接受我們的訪調，是一趟離家沒有太遠的小探險，一處鄰近卻陌生的土地蘊藏的故事。

肆●引註資料

- 註一：謝英從 (2006 年)。花壇鄉志。彰化縣花壇鄉公所。
國家圖館台灣鄉土書目資料庫。2016/08/15，取自：
http://localdoc.ncl.edu.tw/tmld/browse_map.jsp?map=0908&tag=2
- 註二：西村幸夫 (2010.09.07) /編著。蕭照芳、彭南儀 /譯。大家一起來！打造觀光城鄉—從鄉城之傲開始的地域管理。台北：天下雜誌 2010。
- 註三：SWOT 分析。(MBA 智庫百科)。2016/08/15，取自：
<http://wiki.mbalib.com/wiki/Special:Search?search=SWOT%E5%88%86%E6%9E%90&fulltext=%E6%90%9C%E7%B4%A2>
- 註四：維基百科。2016/08/15，取自：
<https://zh.wikipedia.org/w/index.php?search=%E9%87%91%E5%A2%A9%E7%B1%B3&title=Special:%E6%90%9C%E7%B4%A2&go=%E5%9F%B7%E8%A1%8C&searchToken=dfrr3ar507dm79ehpz1hql3>
- 註五：花壇鄉便民服務網。2016/08/15 取自：<http://www.huatan.gov.tw/a03/index01.asp>
- 註六：虎山巖寺，彰化縣志記載。2016/08/15 取自：
<http://www.hlps.chc.edu.tw/~changhua/other/tiger.htm>
- 註七：美美旅遊資訊網。2016/08/15 取自：
http://emmm.tw/service.php?city_name=changhua&town_name=huatan&L1_id=15
- 註八：劉枝萬。(1983.12.01)。台灣名間信仰論集-宗教活動。台北：聯經出版公司 1983。
- 註九：李鎮洋。農村好學。行政院農業委員會土木保持局編印。P212。
- 註十：邱于芸。(2013.01.22)。故事與故鄉：創意城鄉的十二個原型。遠流出版。P255。
- 註十一：李春方 (1996)。生命力的延伸—小吃·飲食文化的基石。台北：聯合文學。
- 註十二：林崇熙(2005)。產業文化資產的消逝、形成、與尷尬。學術期刊：科技博物；9 卷 1 期 2005。P65-91。2016/09/24 取自：
http://w1.dorise.info/JCSE/paper_detail.php?pid=097320050090010065
- 註十三：吳鴻銘。台灣社造聯盟 仰山文教基金會。2016/08/15 取自：
<http://47go.org.tw/about-tca>
- 註十四：Gary Armstrong, Philip Kotler / 原著。廖淑伶，馬友蕙/編譯，行銷管理 (三版) (2016.09)。台北：高立圖書。