

東方設計學院文化創意設計研究所  
碩士學位論文

以文化行銷觀點探討傳統習俗活動之研  
究－以高雄「戲獅甲」為例

指導教授：吳章瑤 助理教授  
研究生：許大曜 撰

中華民國 106 年 7 月

東方設計學院文化創意設計研究所  
碩士學位論文  
Graduate Institute of Cultural and Creative Design  
Tung Fang Design University  
Master's Thesis

以文化行銷觀點探討傳統習俗活動之研  
究—以高雄「戲獅甲」為例

Exploring the Cultural Marketing Modal of Traditional  
Activities-Taking Kaohsiung "HsiShihjia" as an  
Example

指導教授：吳章瑤 助理教授  
Advisor: Prof. Wu, Chang-Yao

研究生：許大曜 撰  
GraduateStudent：Hsu, Da-Yao

中華民國 106 年 07 月  
July, 2017

## 東方設計學院博碩士論文電子檔案上網授權書

本授權書所授權之論文為授權人於東方設計學院\_\_\_\_\_文化創意設計研究\_\_\_\_\_系所

\_\_\_\_\_105\_\_\_\_\_學年度第\_\_\_\_\_2\_\_\_\_\_學期取得之\_\_\_\_\_碩\_\_\_\_\_士學位論文。

論文名稱：以文化行銷觀點探討傳統習俗活動之研究—以高雄「戲獅甲」為例

指導教授：吳章瑤

紙本論文依著作權法第15條第2項3款規定，「依學位授予法撰寫之碩士、博士論文，著作人已取得學位者」，「推定著作人同意公開發表其著作」，除學生另有申請延後公開並獲學校同意外，圖書館對典藏之論文採公開閱覽為原則。

茲同意將授權人擁有著作權之上列論文全文(含摘要)，基於學術研究之目的，非專屬、無償授權東方設計學院及國家圖書館得不限地域、時間與次數，以微縮、數位化或其他方式重製收錄於資料庫，並以電子形式透過單機、網際網路、無線網路或其他方式公開傳輸數位檔案，提供讀者進行非營利性質之線上檢索、閱覽、下載或列印等。

請勾選下列選項，若未勾選任何選項則視為立即開放。(授權方式須與國家圖書館相同，若有差異則以國家圖書館的授權內容為準)

<input type="checkbox"/> 同意授權校內立即開放
<input type="checkbox"/> 同意授權校外立即開放
<input checked="" type="checkbox"/> 同意授權校內於 <u>109</u> 年 <u>7</u> 月 <u>29</u> 日後再開放
<input checked="" type="checkbox"/> 同意授權校外於 <u>109</u> 年 <u>7</u> 月 <u>29</u> 日後再開放
<input type="checkbox"/> 上列論文為授權人向經濟部智慧財產局申請專利之附件或相關文件之一(專利申請案號：_____)
<input type="checkbox"/> 其他：_____
注意事項： 1.延後公開之期限以不超過5年為限。 2.非專屬授權是指被授權人所取得的權利並非獨占性的使用權，授權人尚可將相同的權利重複授權給他人使用。

茲同意東方設計學院將授權人擁有著作權之上列論文全文(含摘要)，在上述範圍內得再授權第三人以各種方法重製與利用

授權人

姓名：許大曜 (請親筆正楷簽名)

學號：013251011

日期：中華民國106年7月29日

# 東方設計學院碩士學位考試

考試委員審定書

文化創意設計研究所

研究生許大曜所提論文

以文化行銷觀點探討傳統習俗活動之研究-以高雄「戲獅甲」為例

經本委員會審議，合於碩士資格標準。

學位考試委員會	召集人	<u>吳典樺</u>
	委員	<u>吳典樺</u>
	委員	<u>吳彥瑛</u>
	委員	<u>薛淑林</u>
	指導教授	<u>吳彥瑛</u>
	文化創意設計研究所所長	<u>薛淑林</u>

中華民國 106 年 7 月 20 日

## 誌 謝

“太陽從東方升起”，在個人就讀（東方工專）五專電子工程科時期，就常聽到，當時的創辦人兼校長許國雄博士，常講的一句話。以自然現象而言，在太陽未出現時，一切都還在不安的黑黯中度過。在個人從高中轉入東方唸五專、二技至今的文創所，東方都是給我未來希望的地方，雖在求學中會有一些不如意及挫折，但在畢業後，都會出現新的方向，指引個人前進。

在就讀五專時就遇到林連池老師、林文雅老師、李庚老師、周政生老師、許世豪老師、許瑞雄老師幾位優秀的老師；在二技時受到陳俊智老師、陳炳宏老師、王芳蘭老師、祁連老師、孫曉蘭老師、洪藝慈老師的教導；但在就讀文創所時，由於經濟壓力，不得不暫停學業去工作，也為了繼續學業也不得不辭去工作，俗話說的好「打虎抓賊，親兄弟」，由於父母倒的早，胞弟對我的各項支持及支援更是沒話說，內人更是在背後默默的支持及助協。在學校方面不斷的受到所長薛淞林教授及指導教授吳章瑤老師的鼓勵及支持，才能走到這一步，更感謝張羣岳、吳碧瓊、方立政同學在百忙之中還撥空協助我，也感謝其他協助及教誨我的師生朋友，我會一直努力下去的。

感謝大家的愛護及協助。

許大曜謹幟于 106 年 7 月

# 以文化行銷觀點探討傳統習俗活動之研究 — 以高雄「戲獅甲」為例

研究生：許大曜

指導教授：吳章瑤

東方設計學院文化創意設計研究所

## 中文摘要

舞獅，在台灣「明鄭時期」或更早年代的前輩們，在其心中是一個再平凡不過的民間技藝表演，然而其演出時間大多是在節慶時分，而演出的空間大多為戶外開放場所，諸如廟宇前的廣場或是在街道上等等。而“戲獅甲”（現今前鎮獅甲地區），原本只是高雄一個舊區域的名稱，但經地方信仰中心—廣濟宮保持及傳承之下，於多年來再經高雄市團隊及其他相關單位的巧思及努力下，”高雄戲獅甲藝術節”就此誕生，“戲獅甲”就成為獅王爭霸的代名詞。幾經演化轉變下，傳統的舞獅及陣頭表演，從廟埕及街頭上的表演，進而走入高級的室內表演場所；從自由入席，自由觀賞外，進而演化成對號入座的購票入廳觀賞演出。而其表演形式已從傳統的表演方式，年年提昇表演形式及方式，更是在眾多國外團體參賽進化下，讓一個原本是地方慶典的活動表演，進而轉化成為國際級的運動賽事，其能從一個傳統文化轉變昇華，進而能與現代文化及國際接軌進，對於固守傳統習俗活動及名揚國際皆可相輔相乘。這樣能從先人身上傳承很傳統的表演文化，幾經進化並融入現代文化因素，進而產生新的生命力，是個值得讓人深入研究探討的。而本研究將舉辦過的”高雄戲獅甲藝術節”做深入的研究及探討，並利用問卷調查，得知一般民眾不論參與”高雄戲獅甲藝術節”與否，都能以其中多個預設性問題，得知民眾心中對傳統習俗活動的參與度及其他看法，並將這研究結果列表及圖形化，希望能對高雄市舉辦這類傳統習俗活動提供意見資料，可供相關單位及其他研究者，在舉辦活動或相關研究時能有所幫助，能讓其他傳統文化藝術能循其成功轉化的軌跡，進而流行文化的成功因素，導入其中而得到新的能量，進而創造出一個新的文化價值。

關鍵字：舞獅、戲獅甲、傳統習俗活動、數位化、文化價值

# Exploring the Cultural Marketing Modal of Traditional Activities-Taking Kaohsiung "HsiShihjia" as an Example

Graduate: Hsu, Da-yao

Adviser: Wu, Chang-Yao

Graduate Institute of Cultural and Creative Design  
Tung Fang Design University

## Abstract

Lion dance, in Taiwan, "Ming Zheng period" or in the heart of earlier predecessors is an ordinary folk art performance. Most of the time, it performs in the festivals and performs outdoor such as the square in front of the temple or on the street and so on."HsiShihjia" (now the place of QianzhenDistShihjiavillage) is originally only a village name in Kaohsiung city. Nowadays, by the maintaining and inheriting of the local belief- Guangji Temple and the promotion of Kaohsiung government "Kaohsiung Shihjia Lion Dance Festival" was born and became a synonym for High Stake Lion King Championship. After the evolution, the traditional lion dance and traditional parade perform from the temple courtyard and street into the high-level indoor performance hall; from free to attend into a check-in ticket admission. The performance enhances its performing forms and ways recent year. Also, it changes a local traditional activity into a world-class sport event in order to connect with the modern culture and the world. For preserving the traditional activity and international supplement and complement each other. It is worth for us to have a discussion in the topic of this traditional activity inherited from the ancestors and integrate with the modern cultural factors to produce new spirit. This research investigated the "Kaohsiung Lion Dance Festival" through questionnaires to realize the public participation of traditional customs activities and their views. The results will be present in the list and graphical way. I hope that this research can be the reference of Kaohsiung City to hold these traditional activities and provide other researchers to their research. Also, it can help in organizing events or related research and make other traditional arts and crafts track their success then the factors of success in popular culture into new energy then create a new cultural value.

Keywords: lion dance, HisShihjia, traditional activities, digital, cultural value.

# 目錄

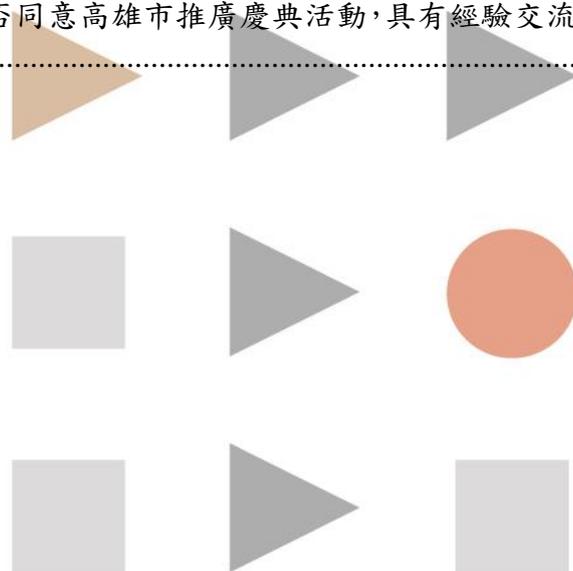
誌謝.....	I
中文摘要.....	II
英文摘要.....	III
目錄.....	IV
表目錄.....	V
圖目錄.....	VI
一、緒論.....	1
1.1 研究背景.....	1
1.2 研究動機.....	1
1.3 研究目的.....	2
1.4 研究範圍.....	2
1.5 研究限制.....	2
1.6 研究流程.....	2
二、文獻探討.....	4
2.1 舞獅文化源流沿革.....	4
2.2 戲獅甲由來.....	4
2.3 戲獅甲活動概況.....	5
三、研究方法.....	15
3.1 歷史研究法.....	15
3.2 內容分析法.....	16
3.3 問卷調查法.....	16
3.3.1 研究對象.....	16
3.3.2 問卷設計.....	16
3.3.3 調查期間及發放方式.....	16
3.3.4 問卷樣本數.....	16
四、資料分析.....	17
4.1 受訪者基本資料分析.....	17
4.2 「高雄戲獅甲藝術節」參與度調查資料分析.....	18
4.3 「高雄戲獅甲藝術節」體驗滿意度調查資料分析.....	22
4.4 「高雄戲獅甲藝術節」行銷要素資料分析.....	26
五、結論與建議.....	60
5.1 研究發現.....	60
5.1.1 高雄戲獅甲藝術節民眾參與度.....	60
5.1.2 高雄戲獅甲藝術節民眾體驗滿意度.....	61
5.1.3 高雄戲獅甲藝術節行銷要素.....	61
5.2 研究建議.....	62
參考文獻.....	63
附錄.....	65

## 表目錄

表 2-1 歷年來高雄市戲獅甲藝術節活動內容及團體一覽表 .....	5
表 2-2 歷年來高雄市戲獅甲藝術節活動時間及方式一覽表 .....	10
表 2-3 歷年來高雄市戲獅甲藝術節文宣一覽表 .....	12
表 3-1 高雄「戲獅甲藝術節」節慶活動問卷設計-基礎架構 .....	16
表 4-1 本研究所有受訪者基本資料分析列表 .....	17
表 4-2 受訪者是否看過廟會陣頭或舞獅表演統計表 .....	18
表 4-3 受訪者對廟會陣頭或舞獅表演是否有興趣統計表 .....	19
表 4-4 受訪者是否想要參與廟會陣頭或舞獅表演活動之列表 .....	19
表 4-5 受訪者是否知道高雄市有舉辦「高雄戲獅甲藝術節」之列表 .....	19
表 4-6 受訪者得知「高雄戲獅甲藝術節」活動訊息方式列表 .....	20
表 4-7 受訪者是否曾經造訪「高雄戲獅甲藝術節」活動列表 .....	21
表 4-8 受訪者曾經造訪「高雄戲獅甲藝術節」活動之次數列表 .....	21
表 4-9 受訪者是否有意願重遊「高雄戲獅甲藝術節」之列表 .....	21
表 4-10 受訪者是否有購買「高雄戲獅甲藝術節」相關產品列表 .....	22
表 4-11 受訪者對「高雄戲獅甲藝術節」整體規劃滿意度列表 .....	22
表 4-12 受訪者對「高雄戲獅甲藝術節」體驗過程滿意度列表 .....	22
表 4-13 受訪者對「高雄戲獅甲藝術節」整體設計有趣味性列表 .....	23
表 4-14 受訪者對「高雄戲獅甲藝術節」整體氣氛感到愉悅列表 .....	23
表 4-15 受訪者對「高雄戲獅甲藝術節」增加文化藝術的好感列表 .....	23
表 4-16 受訪者對「高雄戲獅甲藝術節」可以抒解平日壓力的列表 .....	24
表 4-17 受訪者對「高雄戲獅甲藝術節」設計上有不同的想法的列表 .....	24
表 4-18 受訪者對「高雄戲獅甲藝術節」讓我學習新知的列表 .....	25
表 4-19 受訪者對「高雄戲獅甲藝術節」讓我更認識廟口文化的列表 .....	25
表 4-20 受訪者對「高雄戲獅甲藝術節」體驗想與他人分享的列表 .....	25
表 4-21 受訪者對「高雄戲獅甲藝術節」之形象代表舞獅象徵的列表 .....	26
表 4-22 主辦單位網站是否應提供住宿地點之相關資訊列表 .....	27
表 4-23 是否同意主辦單位的網站上應提供住宿地點之相關資訊分析（性別） .....	27
表 4-24 受訪者是否同意高雄市文化局的網站上應提供住宿地點之相關資訊分析（年齡） .....	28
表 4-25 是否同意高雄市有明顯標示各觀光景點的動向及指示標誌資料分析 ..	29
表 4-26 是否同意高雄市有明顯標示各觀光景點的動向及指示標誌資料分析（性別） .....	30
表 4-27 受訪者是否同意高雄市有明顯標示各觀光景點的動向及指示標誌資料分析（年齡） .....	31
表 4-28 受訪者是否同意高雄市政府推廣高雄市慶典活動極具心思資料分析 ..	32
表 4-29 受訪者是否同意高雄市政府推廣高雄市慶典活動極具心思資料分析（性別） .....	32
表 4-30 受訪者是否同意高雄市政府推廣高雄市慶典活動極具心思資料分析（年齡） .....	33
表 4-31 受訪者是否同意慶典活動是一種具備文化性質的慶典活動列表 .....	34

表 4-32 受訪者是否同意慶典活動是一種具備文化性質的慶典活動資料分析 (性別)	35
表 4-33 受訪者是否同意慶典活動是一種具備文化性質的慶典活動資料分析 (年齡)	36
表 4-34 受訪者是否同意慶典活動應有核心價值列資料分析	36
表 4-35 受訪者是否同意慶典活動應有核心價值資料分析 (性別)	37
表 4-36 受訪者是否同意慶典活動應有核心價值資料分析 (年齡)	38
表 4-37 受訪者是否同意慶典活動是一個極具創意性的行銷活動列表	38
表 4-38 受訪者是否同意慶典活動是一個極具創意性的行銷活動資料分析(性別)	39
表 4-39 受訪者是否同意慶典活動是一個極具創意性的行銷活動資料分析(年齡)	40
表 4-40 受訪者是否同意慶典活動足以代表行銷高雄市列表	41
表 4-41 受訪者是否同意慶典活動足以代表行銷高雄市資料分析 (性別)	41
表 4-42 受訪者是否同意慶典活動足以代表行銷高雄市資料分析 (年齡)	42
表 4-43 受訪者是否同意高雄市基礎建設，可以藉由慶典活動舉辦而改善之資料分析	43
表 4-44 受訪者是否同意高雄市基礎建設，可以藉由慶典活動舉辦而改善之資料分析 (性別)	44
表 4-45 受訪者是否同意高雄市基礎建設，可以藉由慶典活動舉辦而改善之資料分析 (年齡)	45
表 4-46 受訪者是否同意高雄市推廣慶典活動，可以增進您對高雄市人文歷史之印象資料分析	46
表 4-47 受訪者是否同意高雄市推廣慶典活動，可以增進您對高雄市人文歷史之印象資料分析 (性別)	46
表 4-48 受訪者是否同意高雄市推廣慶典活動，可以增進您對高雄市人文歷史之印象資料分析 (年齡)	47
表 4-49 受訪者是否同意高雄市推廣慶典活動，有助於帶動地方文化之經濟發展資料分析	48
表 4-50 受訪者是否同意高雄市推廣慶典活動，有助於帶動地方文化之經濟發展資料分析 (性別)	48
表 4-51 受訪者是否同意高雄市推廣慶典活動，有助於帶動地方文化之經濟發展資料分析 (年齡) 列表	49
表 4-52 受訪者是否同意高雄市推廣慶典活動，可以將地方歷史脈絡轉話成豐富的文化資產資料分析	50
表 4-53 受訪者是否同意高雄市推廣慶典活動，可以將地方歷史脈絡轉話成豐富的文化資產資料分析 (性別)	51
表 4-54 受訪者是否同意高雄市推廣慶典活動，可以將地方歷史脈絡轉話成豐富的文化資產資料分析 (年齡)	52
表 4-55 受訪者是否同意高雄市推廣慶典活動，具有保存文化價值之意涵資料分析	53
表 4-56 受訪者是否同意高雄市推廣慶典活動，具有保存文化價值之意涵資料分析 (性別)	53

表 4-57 受訪者是否同意高雄市推廣慶典活動，具有保存文化價值之意涵資料分析（年齡） .....	54
表 4-58 受訪者是否同意高雄市推廣慶典活動，可以幫民俗藝師重新找到表演舞台資料分析 .....	55
表 4-59 受訪者是否同意高雄市推廣慶典活動，可以幫民俗藝師重新找到表演舞台資料分析（性別） .....	56
表 4-60 受訪者是否同意高雄市推廣慶典活動，可以幫民俗藝師重新找到表演舞台資料分析（年齡） .....	56
表 4-61 受訪者是否同意高雄市推廣慶典活動，具有經驗交流之功能資料分析 .....	57
表 4-62 受訪者是否同意高雄市推廣慶典活動，具有經驗交流之功能資料分析（性別） .....	58
表 4-63 受訪者是否同意高雄市推廣慶典活動，具有經驗交流之功能資料分析（年齡） .....	58

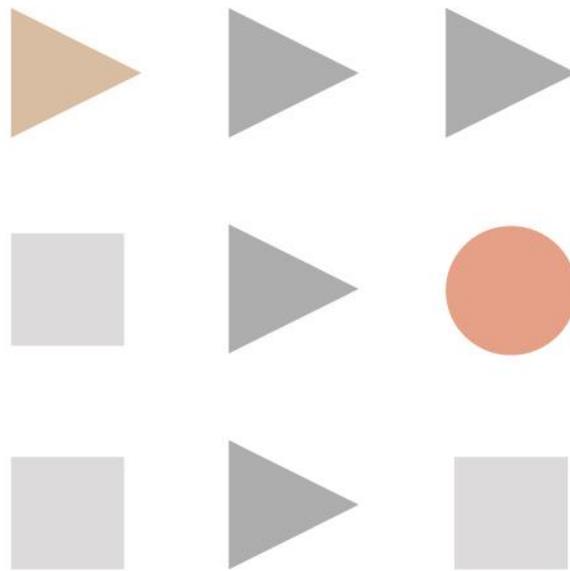


東方設計學院  
TUNGFANG DESIGN INSTITUTE

## 圖目錄

圖 1-1 本研究研究流程圖 .....	3
圖 4-1 受訪者得知「高雄戲獅甲藝術節」活動訊息方式之長條圖 .....	20
圖 4-2 受訪者是否同意高雄市文化局的網站上應提供住宿地點之相關資訊分析 (性別)長條圖 .....	27
圖 4-3 受訪者是否同意高雄市文化局的網站上應提供住宿地點之相關資訊 年齡長條圖 .....	28
圖 4-4 受訪者是否同意高雄市有明顯標示各觀光景點的動向及指示標誌(性別) 長條圖 .....	29
圖 4-5 受訪者是否同意高雄市有明顯標示各觀光景點的動向及指示標誌(年齡) 長條圖 .....	31
圖 4-6 受訪者是否同意高雄市政府推廣高雄市慶典活動極具心思長條圖 ....	32
圖 4-7 受訪者是否同意高雄市政府推廣高雄市慶典活動極具心思資料分析 (性別)長條圖 .....	33
圖 4-8 受訪者是否同意高雄市政府推廣高雄市慶典活動極具心思年齡長條圖 .....	34
圖 4-9 受訪者是否同意慶典活動是一種具備文化性質的慶典活動資料分析 (性別)長條圖 .....	35
圖 4-10 受訪者是否同意慶典活動是一種具備文化性質的慶典活動年齡長條 圖 .....	36
圖 4-11 受訪者是否同意慶典活動應有核心價值性別長條圖 .....	37
圖 4-12 受訪者是否同意慶典活動應有核心價值年齡長條圖 .....	38
圖 4-13 受訪者是否同意慶典活動是一個極具創意性的行銷活動性別長條圖 .....	39
圖 4-14 受訪者是否同意慶典活動是一個極具創意性的行銷活動年齡長條圖 .....	40
圖 4-15 受訪者是否同意慶典活動足以代表行銷高雄市性別長條圖 .....	41
圖 4-16 受訪者是否同意慶典活動足以代表行銷高雄市年齡長條圖 .....	42
圖 4-17 受訪者是否同意高雄市基礎建設，可以藉由慶典活動舉辦而改善之性 別長條圖 .....	44
圖 4-18 受訪者是否同意高雄市基礎建設，可以藉由慶典活動舉辦而改善之年 齡長條圖 .....	45
圖 4-19 受訪者是否同意高雄市推廣慶典活動，可以增進您對高雄市人文歷史 之印象之性別長條圖 .....	46
圖 4-20 受訪者是否同意高雄市推廣慶典活動，可以增進您對高雄市人文歷史 之印象之年齡長條圖 .....	47
圖 4-21 受訪者是否同意高雄市推廣慶典活動，有助於帶動地方文化之經濟 發展之性別長條圖 .....	49
圖 4-22 受訪者是否同意高雄市推廣慶典活動，有助於帶動地方文化之經濟 發展之年齡長條圖 .....	50
圖 4-23 受訪者是否同意高雄市推廣慶典活動，可以將地方歷史脈絡轉話成 豐富的文化資產之年齡長條圖 .....	52

圖 4-24 受訪者是否同意高雄市推廣慶典活動，具有保存文化價值之意涵之性別長條圖 .....	54
圖 4-25 受訪者是否同意高雄市推廣慶典活動，具有保存文化價值之意涵之年齡長條圖 .....	55
圖 4-26 受訪者是否同意高雄市推廣慶典活動，可以幫民俗藝師重新找到表演舞台之年齡長條圖 .....	57
圖 4-27 受訪者是否同意高雄市推廣慶典活動，具有經驗交流之功能之年齡長條圖 .....	59



東方設計學院  
TUNGFANG DESIGN INSTITUTE

# 一、緒論

本章主要說明研究動機、研究目的、研究範圍與限制及整篇論文之研究流程，各部分內容概述如下：

## 1.1 研究背景

在近幾年來，文創話題不斷的被提起，然而政府不論在中央或地方，對於文創產業或各種傳統的人、事、物若有文化創新之舉者，皆給於大力的鼓勵及支持。由於早期的高雄市致力於拼經濟，在經濟需要起飛的時代，這個齒輪城市(當時高雄市的市徽就是一顆齒輪)確實犧牲很多東西來創造臺灣的經濟奇蹟，煉糖、煉鋼、煉油、石化、肥料、電子加工、貨運甚至武器製作及陸海軍重要設施，通通都擠在這個，被稱為文化沙漠的工業都市裡，隨著時代變遷及進步，在高雄市歷屆的市長及市政府團隊及相關單位，不斷在這片沙漠上，不停的灌溉及施肥，讓原本只有充滿重油味及鏽蝕零件的沙漠之地，慢慢涵養成充滿文創養份的土地，再加上高雄市政府及相關單位，不斷的植栽文創的小樹苗，然而在這成長成一棵棵的大樹，讓之前人眼中的文化沙漠，儼然成為一個文創綠洲之地。

## 1.2 研究動機

高雄市，這個雖為台灣第二大都市，也是為台灣工業第一的都市，在台灣島內，再也找不到工廠煙囪數量比這個城市還要多的地方；一直在為台灣經濟發展努力著的城市，卻長久以來被一直被稱作—“文化沙漠”，但多數人卻忽略這個“文化沙漠”，對台灣經濟奇蹟的卓越貢獻。在諸多生產、製造工廠及工業，功成身退後，在高雄市政府團隊結合各級學校教師們及地方人士團體的合作下，很多廢棄的廠房空地及場所，在高雄市政府團隊的構思經營及大力推動下，諸多平凡無奇的事物經過其團隊的巧思努力，終究變成可貴的文化創意藝術活動；如原本廢棄的岸邊倉庫區，經過高雄市政府團隊的文創巧手，結合眾多藝術活動，形成高雄市最具文創的成功案例—〔駁二藝術特區〕，而貨櫃藝術節及鋼雕藝術節更是利用高雄市原有的工業資源轉化而成，讓原本只是裝運貨物的鐵盒子及冰冷的鋼鐵，經過藝術家們的巧思能手的改造，改變其物的原有文化特性，昇華為意藝術文化的一環；高雄市政府團隊不但勇於創新外，對原有傳統習俗文化的傳承及發展也是不遺餘力，除在北高的左營區蓮池潭周圍，成功熱鬧的舉辦〔萬年季〕外，更在 2006 年起在南高的前鎮區舉辦〔高雄戲獅甲藝術節〕，高雄戲獅甲藝術節所展現的內容，是一個傳統廟口的習俗表演活動—舞獅及陣頭，而戲獅甲這個被埋藏多年的地區美名，之所以能由高雄市政府團隊的努力開發成，形成一個節慶，實在要歸功於高雄獅甲廣濟宮的努力堅持及傳承。高雄市，這個城市從被稱打狗時期開始發跡，從平埔族居住開始，歷經荷據、明鄭、清領、日據、戒嚴等多項歷史考驗，而這戲獅甲這文化藝術活動能保持及傳承到現在，皆要感謝地方單位—前鎮廣濟宮的努力持續傳承，使這個傳統文化藝術得以繼續。在主辦及協辦單位於每年活動舉辦進行時不斷的演化，將一個平凡的傳統習俗活動，在喚起大家一些過往記憶的同時，再不斷的增添新元素，讓傳統文化藝術表演有不同的面貌呈現。

### 1.3 研究目的

由於科技文明一直不斷的更新及進步，時代背景不斷的物換星移，從先民的農、漁牧時代，進步到現今工商時代，而一般民眾的休閒娛樂的場所及方式也有所變化，從以前少樣選擇及今日豐富多元化的樣式，使得一些傳統娛樂及技藝，逐漸遭人淡忘，甚至只停留在某段歷史之中，讓後人只能在史料中，略窺一二，所以常會聽到老一輩的人說：「以前過年在…都會看到…，端午節都要…，元宵節都會…」等，原本理所當然久居大家身旁的各種傳統文化及技藝，就在不知不覺當中，竟默默的離開我們的身旁，有些甚至銷聲匿跡於世上存於史料之中，就這些傳統文化及技藝正在消失的當中，不論是政府機關，還是民間團體乃至個人，或雖曾經對這些日漸勢微的傳統文化及技藝上，不論是出錢出力或則是大力鼓吹下，卻不見得件件都成功，事事都順利。在高雄市文化局多年不斷的努力下，成功的案例亦不少，但最讓本研究感到興趣的亦是一高雄戲獅甲藝術節，這個異軍突起的節日，其名能從沉寂已久的地方技藝表演活動，而乃至成為家喻戶曉，名揚國際的國際比賽。然而這個成功的例子確實給近年提倡文創的相關單位打了一劑強心針。一個案子能夠成功，實在是絕非偶然。因此本研究將對一高雄戲獅甲節這個節日從無到有，從成形到茁壯成每年都讓人引頸期盼的節日，做深入的探討，並試圖找出其文創行銷的成功因素。並將其整理條列出來，讓其他文創行銷案例能跟隨高雄戲獅甲節成功的腳步進而開創就自己成功的大道。本研究的研究目的為：

- 一、探討傳統習俗文化行銷之分析。
- 二、探討傳統習俗文化行銷活動之文創商品消費者喜好度分析。
- 三、提供傳統習俗文化承辦單位及後續研究者一參考依據。

### 1.4 研究範圍

本研究範圍為已舉辦過的高雄戲獅甲藝術節的表演及競賽內容作分析研究探討，不涉及宗教信仰議題，並也不對各表演及比賽團體做深入探討。

### 1.5 研究限制

在本研究者翻閱歷年高雄市畫刊，雖有報導 2009 世運、〔萬年季〕、〔高雄設計節〕，…等等，卻尚無發現有關〔高雄戲獅甲藝術節〕的刊登，也未發現有專刊報導發行及其他研究論文，由於 2010 起〔高雄戲獅甲藝術節〕進入商演，加上網站資料非永久性有效，只能以現存有限網站資料，筆對分析，一般民眾的看法，僅以受訪民眾為主，而非代表所有民眾的看法。

## 1.6 研究流程

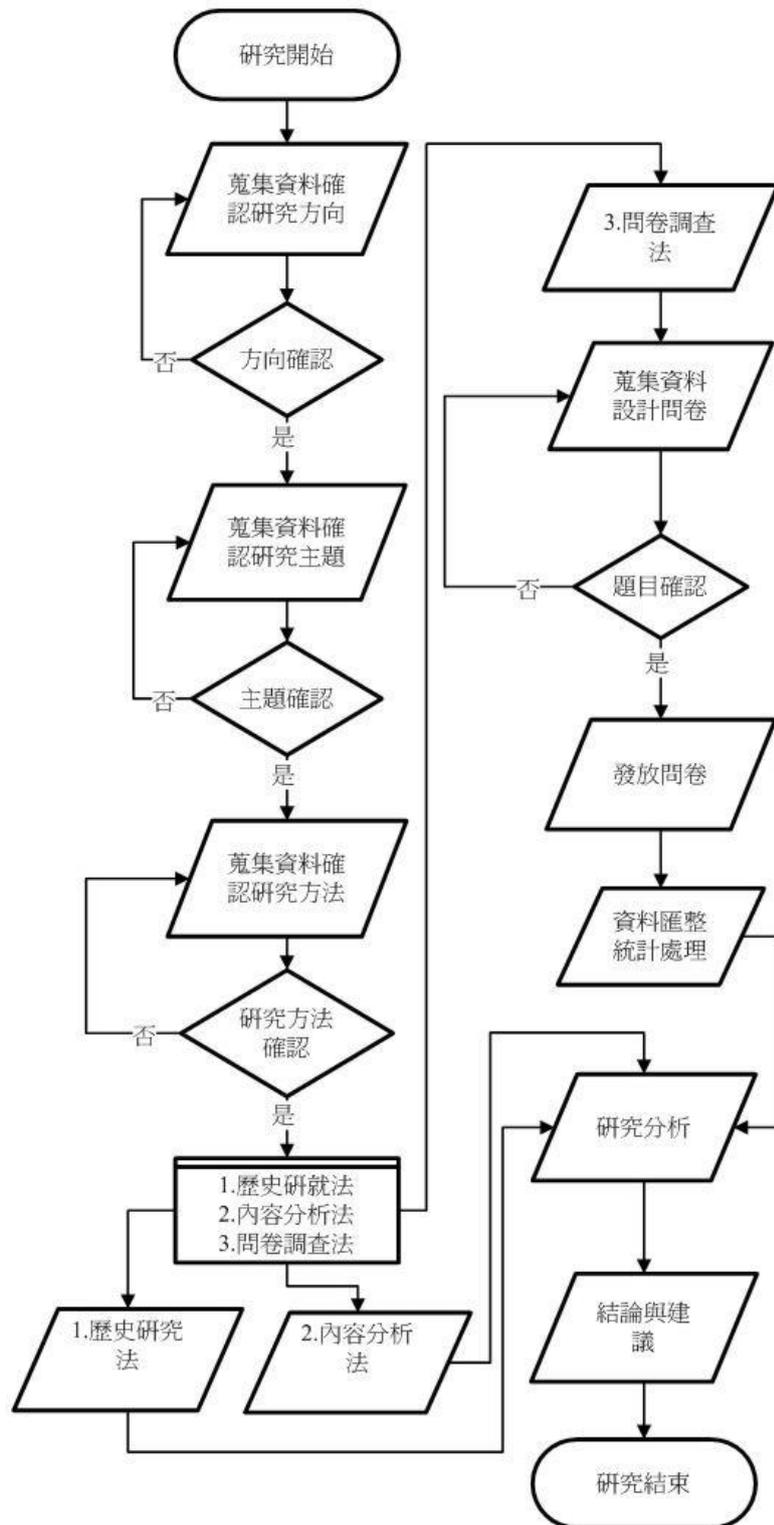


圖 1-1 本研究研究流程圖  
(資料來源：本研究整理)

## 二、文獻探討

### 2.1 舞獅文化源流沿革

在全球有華人生活的所在區域，每逢節日慶典，或多或少都會有舞龍舞獅的活動出現。而舞獅是盛行於亞洲東部的一種民間傳統藝術表演，足跡遍及花彩列島，在各國及各地方都有不同的演藝方式，而獅子的造型，每個地方各有其不同的審美觀及藝術呈現。龍、獅不論其是否為虛幻或真實物種，在東西方文化中皆佔有一番的地位。而在華人所在的區域及廟宇，皆能見到兩種神獸的蹤跡。

舞獅的起源是來自於中國的雜技（傅起鳳、傅騰龍 1989），書中出現的唐陶俑只能證明在唐朝時早已有舞獅出現的證據，在之前的君王時代原本只出現在皇宮朝廷之內，張亮光（2008）在唐朝更是在隆重及盛大的宴會中才會出現，於宋朝時才深入民間，而在台灣則被歸為傳統民俗藝陣之列，其在台灣盛行之際，也同時被宗教加持，成為廟會文化重要的一環，（朱雅韻，2010；游宜靜，2007；李思穎，2015；黃盈達，2012）。

在（楊玉姿，2005）的分析中可以確認，台灣跟中國大陸有文化關係，是從鄭成功以「反清復明」名義，率兩萬五千餘民將士及數百艘戰艦進軍臺灣所開始的，此時漢人也陸陸續續往臺灣移民，眾多的漢文化也開始在台灣播種，生根茁壯。傳承的文化會與原文化區域有所差異，並會有強烈的地方特色出現，臺灣的舞獅就是在這種變異中所發展出來的。生動活動的醒獅是 1949 隨國民政府傳入台灣島內，由於其原本娛樂性高，生動活潑逗趣的擬獸演出，及挑戰高難度的跳踩高樁，又與東南亞國家較接近，逐漸行成舞獅的主流。

### 2.2 戲獅甲由來

戲獅甲，這個名稱是來自高雄市前鎮區舊部落區域的地名，其從獨立出現在各項文獻圖資裡，及至今劃分入高雄市前鎮區的行政區裏，各階段精彩的演化，也是跟舊名為”打狗”的高雄這個美麗都市演變息息相關。所以在研究戲獅甲這個地方之前，必需先從舊名為”打狗地區”，蛻變成“高雄市”這個全台第二大的美麗都市研究起，其從一個默默無聞，到各兵家必爭之地，在二次世界大戰，還因日本關係被美軍丟了炸彈，這個城市自古以來確實有精彩過人之處。

由於清領時期，反清戰亂不斷，道德觀念低落，掠奪他人糧食及財物是經常發生。為了保護自己及鄉里安全，居民會聚集在當地的信仰中心廟宇前廣場，進行武術排練，當生活水平逐漸上昇，在廟宇不斷教化人心的忠孝節義教化下，單純的武術排練進而演化成各多元化的表演，原本以驅趕外賊敵寇為主的軍武演練，在太平盛世時之餘，即轉化成為慶點中重要休閒娛樂活動之一，由於當時休閒娛樂不多，所以這些陣頭及舞獅活動只要一出現，就會變成大家注視的焦點，但就在時代變遷及各式休閒娛樂多元化之後，再加上經營這些陣頭及舞獅的相關單位經營困難，使得這些陣頭及舞獅活動變少，以至陣頭及舞獅這樣的表演活動逐漸淡出我們的生活。與其說重北輕南，倒不如說各有各的特色及開發條件。

”戲獅甲”，這三個字，其原來是高雄市一個舊地區的名字，（陳慧鏗，2015）研究中其名始於清朝圖資。有在陳佳琦（2010）的研究十三個庄頭地圖中，

同樣也可以很清楚的看到”戲獅甲”三個字，由此證明”戲獅甲”三個字確實是古時的地名。”戲獅甲”這個地區名稱來源有下列幾種說法(楊玉姿，2005；陳佳琦，2010；陳慧鑽，2015)：

- 一、地形之說：此區域在相關單位規劃時，由於整個區域外觀，形狀好像舞獅一般，而其範圍相當大，大概有一甲地之大，因此這地區就被稱為一戲獅甲。
  - 二、冠軍之說：由於此區域住有團舞獅武師，在廟會慶典盛會表演時，總是優於其他隊伍，便有甲於他隊之說，所以此地區被稱一戲獅甲。
  - 三、群聚之說：此區域有居住一群舞獅武師，所以此地區才被稱為一戲獅甲。
- 以上三種為”戲獅甲”名稱由來的說法，。

### 2.3 戲獅甲活動概況

很多活動從一開始發想，進而進行推動及運作，乃至成果呈現成為代名詞，多少都會有各階段的進化及演變，根據陳佳琦(2010)的研究顯示，高雄市政府在 1999 年起開始舉辦兩屆有關舞獅的活動，當時舉辦的名稱是稱為「獅陣藝術節」，然在由文建會所指導「2006 福爾摩沙藝術節」之系列活動中，高雄市則是推出「戲獅甲藝術節」這個活動。從名稱上可以看出高雄市相關單位的用心，福爾摩沙對上戲獅甲，是恰如其分再適合不過。也奠定這個民俗藝術表演往後更扎實的發展，以下表 2-1 為歷年來高雄市戲獅甲藝術節活動一覽表，另外歷年來高雄市戲獅甲藝術節活動時間及方式一覽表，如表 2-2 所示；歷年來高雄市戲獅甲藝術節文宣一覽表，如表 2-3 所示：

表 2-1 歷年來高雄市戲獅甲藝術節活動內容及團體一覽表

活動主題	活動內容	表演團體單位
2006 年世運嘉年華— 獅甲藝術節	「獅情話藝 樂高雄」	高雄市兩廣醒獅團
	「擂鼓震天 響雲霄」	唐韻樂集
	「群獅賀彩 慶開幕」	新竹聯豐醒獅團
	「2009 獅來運轉」	國內外舞獅隊
	「獅出名門 躍港都」	基隆長興獅團
	傳統地上戲獅比賽	新竹聯豐獅團
	高樁獅陣	嘉邑振興社
	擂鼓陣	漢宇武術
	武術	世風藝陣頭
	鬥牛陣	世客文化藝術團
	客家歌謠	國內外龍隊
	醒獅躍高樁比賽	馬來西亞獅隊
	競技龍比賽	高雄市佛國國小
	舞獅陣	尚和歌仔戲
	小小獅陣	南台灣第一女獅隊
	天河喜鵲橋	基隆長興女子獅隊
	夜光龍比賽	馬來西亞代表龍隊
	台灣獅陣	高雄市莒光國小
	廣東獅陣	高雄市後勁國小
舞龍陣	泰國代表龍隊	

表 2-1 歷年來高雄市戲獅甲藝術節活動內容及團體一覽表(續)

活動主題	活動內容	表演團體單位
	腰鼓陣 採茶舞 鬥牛陣 牛犁陣 車鼓陣 跳鼓陣 2006 三大賽會開幕 玉筆鈴聲一生傳 誅仙劍 宋江金獅陣 大仙桶仔陣 戰神陣 布馬陣 耍旗 跳鼓陣 選手之夜 官將首 齊天戰鼓 宋江陣 夜光龍 龍鳳獅 高椿獅陣 齊天戰鼓 畢幕典禮	史文展泰山民俗技藝團 新竹聯豐醒獅團 神鳳跳鼓團 泰國獅隊 馬來西亞龍獅隊 高雄縣萬勝醒獅團 群龍高蹺隊 金鷹閣布袋戲 南北坊布袋戲 電音三太子 高雄市賜安堂 嶺南客家獅隊 台南民族舞蹈團 基隆長興獅團 北港電音三太子 九天民俗技藝團 卓蘭實驗高中競技龍 高雄市莒光國小 台南關廟宋江陣頭 卓蘭實驗高中 高雄賜安堂宋江金獅團 高雄市長勝醒獅團
2007 戲獅甲藝術節	創意舞獅賽 (初賽) 百獅大遊行 獅王爭霸戰 (初賽) 舞獅表演 跳鼓陣武術 原住民表演 布袋戲 跳鼓陣、宋江陣 歌仔戲 舞獅表演 高椿獅國際邀請賽 夜光龍國際邀請賽 獅王爭霸戰 (決賽) 創意舞獅賽 (決賽) 「遇見舞獅」城市展場 校園推廣教學	盛祥門龍師戰鼓團 東方藝術團 威鴻醒獅團 祖韻文化舞樂團 金鷹格閣掌中劇團 小倩歌仔戲團 實踐大學 新世華歌仔戲團 明華園歌仔團 天字團 兩廣醒獅團

表 2-1 歷年來高雄市戲獅甲藝術節活動內容及團體一覽表(續)

活動主題	活動內容	表演團體單位
<p>2008 戲獅甲藝術節</p>	<p>開幕式踩街遊行 創意舞獅賽（初賽） 獅王爭霸賽（初賽） 跳鼓陣表演 創意舞獅賽（決賽） 獅王爭霸賽（決賽） 高雄市原住民祖韻文化 樂舞團表演</p>	<p>新莊國小跳鼓陣表演 高雄市原住民祖韻文化樂舞 團表演 高雄市兩廣龍獅戰鼓團 高雄市國際商工 高雄市苓雅國中舞蹈班二年 級 高雄市前鎮區民義社區發展 協會 高雄市莒光國小龍鳳獅隊 高雄市兩廣龍獅戰鼓團 常勝館 基隆長興呂家班 威鴻龍獅健身會</p>
<p>2009 決戰戲獅甲</p>	<p>獅王爭霸賽（初賽） 暖場表演- 撼動世界(戰鼓表演) 獅王爭霸決賽第一場 中場表演- 青春動感(啦啦隊) 獅王爭霸決賽第二場 中場表演-全民台客舞獅 王爭霸決賽第三場 中場表演-我武惟揚 (武術表演) 獅王爭霸決賽第四場 中場表演- 魅力四射(啦啦隊) 獅王爭霸決賽第五場 中場表演- 女子獅隊表演 獅王爭霸決賽第六場 中場表演- 龍戰於野(夜光龍) 獅王爭霸賽（決賽）</p>	<p>高雄兩廣龍獅戰鼓團 基隆長興呂家班 高縣萬勝醒獅戰鼓團 新竹聯豐龍獅團 桃園龍邑龍獅團 桃園玄勝龍獅團</p>
<p>2010 決戰高雄- 尬陣·戲獅甲</p>	<p>九天民俗技藝- 戰鼓、神將 女子八家將 黃妃+ 高雄市立交響樂團</p>	<p>馬來西亞關聖宮龍獅團 新加坡文揚龍獅運動協會 香港中國國術龍獅總會 越南仁義堂 基隆長興呂師父龍獅團</p>

表 2-1 歷年來高雄市戲獅甲藝術節活動內容及團體一覽表(續)

活動主題	活動內容	表演團體單位
	鳳邑舊城城隍廟- 十二婆姐 台灣第一團-中洲高蹺團 嚴詠能跟朴子 電音三太子 表演 夜光龍 獅王爭霸賽(初賽) 獅王爭霸賽(決賽)	高雄萬勝醒獅戰鼓團 實踐大學創意宋江陣
2011 高雄風雲戲獅甲- 八國聯軍眾神拼台	八家將神偶團體 女子八家將團體 6 小時大型綜藝秀(鐵獅 玉玲瓏 120 分鐘) 獅王爭霸賽(初賽) 獅王爭霸賽(決賽)	基隆常興呂師父龍獅團 新北市文揚龍獅團 尚武風武術龍獅戰鼓團 聖祥門龍獅戰鼓團 高雄兩廣龍獅戰鼓團 馬來西亞關聖宮龍獅團 印尼全國龍獅運動總會 新加坡威勇體育會 香港潤福堂國術龍獅總會 柬埔寨潮州會館醒獅團
2012 鬥陣・激戰 高雄戲獅甲一 陣頭大會、獅王大賽	鑼鼓陣 轎班哨角 二婆姐陣 八家將 宋江陣 官將首 跳鍾馗 虎爺轎 臺灣獅 客家獅 車鼓陣 跳鼓陣 牛犁陣 哨角隊 辣妹勁舞團 等 25 種各式文武陣 獅王爭霸賽(初賽) 獅王爭霸賽(決賽)	新北市臺灣文揚醒獅團 基隆常興呂師父龍獅團 桃園永平工商醒獅團代表隊 高雄兩廣龍獅戰鼓團 高雄盛祥門龍獅戰鼓團 馬來西亞關聖宮龍獅團 馬來西亞光藝醒獅團 印尼江夏堂龍獅團 新加坡關善壇龍獅學院新加 坡威勇體育會 泰國南仙體育會 廣東佛山南海黃飛鴻武術龍 獅團
2013 雙城戲獅甲- 國際獅王大賽、 台灣陣頭大會	鼓陣 八家將 神將 官將首	基隆長興呂師父龍獅團 高雄兩廣龍獅戰鼓團 台灣文揚龍獅團 印尼江夏堂龍獅團

表 2-1 歷年來高雄市戲獅甲藝術節活動內容及團體一覽表(續)

活動主題	活動內容	表演團體單位
	宋江陣 跳鍾馗 獅王爭霸賽（初賽） 獅王爭霸賽（決賽）	新加坡關善壇龍獅學院 馬來西亞關聖宮龍獅團 香港潤福堂國術龍獅總會 廣東南海黃飛鴻中聯電纜武 術龍獅協會
2014 因氣爆停辦	2014 因氣爆停辦	2014 因氣爆停辦
2015 高雄水陸戲獅甲	獅王爭霸賽（水上高樁） 獅王爭霸賽（陸上高樁）	高雄兩廣龍獅戰鼓團 新北市臺灣文揚龍獅團 基隆長興呂師父龍獅團 新竹聯豐龍獅戰鼓團 香港中國國術龍獅種總會－ 紅拳李潤福獅隊 印尼江夏堂龍獅團 馬來西亞光藝醒獅團 新加坡藝威體育會 印尼全國龍獅運動總會 中國深圳松崗比麟堂醒獅團 中國南海黃飛鴻中聯電纜武 術龍獅協會 馬來西亞大同白鶴健身社
2016 未舉辦	2016 未舉辦	2016 未舉辦

資料來源，高雄市政府全球資訊網

表 2-2 歷年來高雄市戲獅甲藝術節活動時間及方式一覽表

活動主題	活動時間	活動場地範圍	活動參與方式
2006 年世運嘉年華—獅甲藝術節	09 月 23 日 (六) ~ 10 月 01 日 (日) 共 9 天	前鎮區廣濟宮 勞工育樂中心 孔廟 蓮池潭 駁二藝術特區	自由參觀
2007 戲獅甲藝術節	11 月 3 日 (六) ~ 11 月 11 日 (日) 共 9 天 社區巡迴演出 (11/4~11/10) 教園教學 (11/7~11/9)	前鎮區廣濟宮 前鎮區天后宮 前鎮區鎮南宮 小港區鳳林宮 小港區鳳儀宮 小港區鳳林宮 苓雅區關帝廟 前金區萬興宮 獅甲國中 獅甲國小 鳳林國小 佛公國小 高雄市政府 高雄市文化中心 高雄市立美術館 高雄市電影圖書館 真愛碼頭 愛河永漢咖啡 城市光廊 家樂福成功店	自由參觀
2008 戲獅甲藝術節	09 月 20 日 (六) ~ 10 月 19 日 (日) 共 20 天	獅甲國中	自由參觀
2009 決戰戲獅甲	11 月 28 日 (六) ~ 11 月 29 日 (日) 共 2 天	初賽： 前鎮區廣濟宮 決賽： 小港區社教館	初賽： 自由參觀 決賽： 索票參觀

表 2-2 歷年來高雄市戲獅甲藝術節活動時間及方式一覽表(續)

活動主題	活動時間	活動場地範圍	活動參與方式
2010 決戰高雄- 尪陣・戲獅甲	10月1日(五) ~ 10月2日(日) 共2天	初賽： 前鎮區廣濟宮 決賽： 高雄巨蛋	初賽： 自由參觀 決賽： 購票參觀
2011 高雄風雲戲獅甲- 八國聯軍眾神拼 台	11月5日(六) ~ 11月6日(日) 共2天	初賽： 前鎮區廣濟宮 決賽： 小港區社教館	購票參觀
2012 鬥陣・激戰 高雄戲師甲一陣 頭大會、獅王大賽	10月13日(五) ~ 10月14日(日) 共2天	初賽： 高雄巨蛋 決賽： 高雄巨蛋	購票參觀
2013 雙城戲獅甲- 國際獅王大賽、 台灣陣頭大會	12月14日(六) ~ 12月15日(日) 共2天	12月14日 台北小巨蛋 12月15日 高雄巨蛋	購票參觀
2014 因發生氣爆 停辦	因發生氣爆停辦	因發生氣爆停辦	因發生氣爆停辦
2015 高雄水陸戲獅甲	11月7日(六) ~ 11月8日(日)	11月7日 高雄市立國計游 泳池 11月8日 高雄巨蛋	購票參觀
2016 未舉辦	2016 未舉辦	2016 未舉辦	2016 未舉辦

資料來源，高雄市政府全球資訊網

表 2-3 歷年來高雄市戲獅甲藝術節文宣一覽表

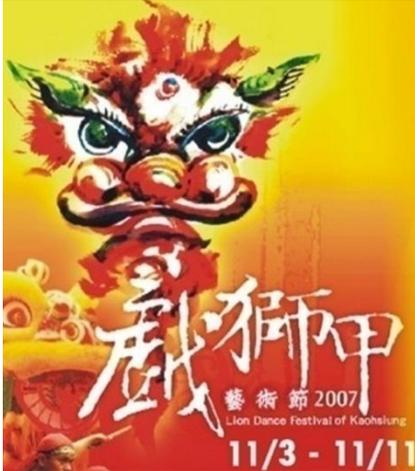
活動年份	文宣內容
2006	 <p>2006 World Games Carnival Kaohsiung International Dance Festival Dance Festival of Kaohsiung World Games Carnival 2006 世界盃年華 2006 World Games Carnival Lion Dance Festival of Kaohsiung</p> <p>活動時間：98.9.23-10.1 活動地點：高雄市旗津區中二路117號</p>
2007	 <p>戲獅甲 藝術節 2007 Lion Dance Festival of Kaohsiung 11/3 - 11/11</p>
2008	 <p>戲獅甲 Invitation 9/20-10/19</p> <p>主辦單位：高雄市政府 協辦單位：高雄縣政府、高雄市政府文化局 執行單位：高雄公園藝術節股份有限公司</p>
2009	 <p>決戰 戲獅甲 2009</p> <p>全國舞獅競技 首次電視轉播 《決戰明星賽》</p> <p>活動時間：98.11.28-29 活動地點：【旗津】11/28 高雄國際會議展覽館 【旗津】11/29 旗津市民活動中心 主辦單位：高雄市政府 協辦單位：高雄縣政府、高雄市政府文化局、高雄縣政府文化局、高雄市政府旗津區公所 執行單位：高雄公園藝術節股份有限公司</p> <p>活動轉播時間 1. 旗津區公所 11/28 15:00-18:00 轉播 2. 旗津區公所 11/29 10:00-11:00 轉播 3. 旗津區公所 11/29 18:00-19:00 轉播</p> <p>活動轉播時間 http://www.khs.gov.tw 高雄市政府文化局主辦</p> <p>活動轉播時間 1. 旗津區公所 11/28 15:00-18:00 轉播 2. 旗津區公所 11/29 10:00-11:00 轉播 3. 旗津區公所 11/29 18:00-19:00 轉播</p>



表 2-3 歷年來高雄市戲獅甲藝術節文宣一覽表(續)

活動年份	文宣內容
2013	 <p>精準 × 速度 × 膽識 × 恐懼 × 震撼 國際史上最大獅王爭霸擂台，最高榮譽獎金 ● 台灣首度各式陣頭齊聚攻堅，鬥陣出巡北高 國際獅王大會 ● 國際獅王大會</p> <p>12.14 台北小巨蛋 14:00 12.15 高雄巨蛋 14:00</p>
2014	因 2014/07/31 高雄市發生氣爆停辦
(2015)	 <p>全球難得一見 唯一水陸獅王爭霸擂台 全新打造世界 首座超高難度水上高橋</p> <p>睽違2年，獅王好久不見！</p> <p>或許，你看過世界獅王大賽競技擂台， 但是，你絕對沒有見過正港水上飛獅。</p> <p>高雄游泳池，巨蛋雙主場 兩回合水陸兩門 最經典獅陣舞臺 更壯麗掛門畫面 超刺激高橋特技 帶著驚天動地的勇氣 還有精心製作台龍球十足龍陣秀 難得一見室內游泳池全新演出 馬來西亞、新加坡、香港、印尼 中國大陸、台灣12隻獅王 挑戰新一代高橋武學極限 坐擁世界最高榮譽獎金 錯過今年，就請再等2年吧！</p> <p>第一輪賽事 高雄立國際游泳池 11.7 (三) 13:30 700 900 1200</p> <p>第二輪賽事 高雄巨蛋體育館 11.8 (三) 19:00 400 600 700 900 1200</p> <p>優惠資訊：凡成人組4人組票85折(限內場票價，500元票價除外)。</p> <p>售票資訊：KKTIX 網路售票 02-25692221</p>
2016	未舉辦

資料(圖片)來源，高雄市政府全球資訊網

## 三、研究方法

在本研究中所採用的研究方法，分別為「歷史研究法」、「內容分析法」、「調查研就法—問卷調查法」這三種研究方法。本研究將蒐集到的歷史資料，運用「內容分析法」將歷史資料，加以詳讀及分析，試圖解析出其構成的各項因子，並找出構成高雄戲獅甲節之成功關鍵因素，因此，再運用「問卷調查法」，為不讓研究問題過於發散，因此本研究透過多位先前研究者的問卷題目，選出適合本研究的題目，再以紙本發放及在網路雲端網址方式填寫問卷，在得到一般民眾回收問卷後，利用 SPSS 22 版之統計資料工具，進行分析，歸納綜合出研究結果，期望研究結果能提供往後其他的類似活動舉辦單位，或後續研究者作研究依據參考。各研究方法將於以下各章節說明：

### 3.1 歷史研究法

「歷史研究法」另有「歷史法」、「文獻回顧法」、「歷史文獻法」及「歷史文獻回顧法」的說法。在《設計研究法》(2012)書中根據多位學的研究心得及見解，呂思勉(1974)認為「歷史研究法」是尋找歷史真理的方法，而其首先必需先蒐集歷史資料及考證，再經判定後將其編排產生著作；楊鴻烈(1975)指出，一般人對於過去及現在社會上所有事情的變化是有必要去了解的，進而蒐集所有相關資料當研究材料，然後再仔細去確認資料的真實性及完整性，再用客觀角度將其系統化後，能夠說明各事物間的相互因果關係，這個能清楚事情原尾經過之過程就是「歷史研究法」；周甘逢(1995)也提及，此研究方法是系統化的蒐集再以客觀角度解析，才能了解事情的原由、成果及未來方向，有助於主事者能了解現況進而可以規劃未來；張照勳(2011)也提到蒐集所有相關資料要有系統，評鑑過去事件資料也要客觀，才能用於考驗其因果和趨勢關係，並可準確的陳敘，進可解釋現況預測未來。以下為歷史研究法的實施步驟：

#### 一、選擇研究題目

本研究選定『以文化行銷觀點探討傳統習俗活動之研究—以高雄「戲獅甲」為例』為研究題目，研究主軸在於歷年來高雄市所舉辦的「戲獅甲」這個傳統習俗活動。

#### 二、界定研究問題

由於「戲獅甲」這個傳統習俗活動，可研究的範圍是非常廣，本研究是以文化行銷觀點做為問題導向。

#### 三、資料蒐集

本研究資料透過高雄市政府文化局網站及網路影音資料，加以過濾篩選適合本研究之議題。

#### 四、資料分析與鑑定

由於「戲獅甲」每年舉辦的方式及場所皆有差異，本研究以當時文宣及影音及報導資料進行交叉分析，確認其真實性。

#### 五、資料整合與解釋

透過資料分析再與問卷調查結果做整合，找出何理的解釋。

#### 六、研究發現

將數據資料分析之結果及研究發現於第五章進行推論。

### 3.2 內容分析法

此研究方法是本研究所採用的另一種研究方法，此研究方法也被叫作「文獻分析法」或者是「資訊分析法」，根據（游美惠，2000）的研究指出內容分析法，原是為了解社會上製成品所發展的一種研究方法，其是屬於證實主義，在實務上比較科學客觀，因此能延伸至社會科學研究，進而近年來受到相當程序的重視。其源於十八世紀中，直到二十世紀才開始逐漸盛行，主要運用在語言及非語言的傳播，所以研究內容物是傳播媒體。

### 3.3 調查研究法－問卷調查法

本研究方法是將研究範圍跟研究方向作規劃，透過受測者所回答的內容，藉由電腦軟體計算得到量化的結果，問卷調查題目設計及填寫問卷的受訪者是主要影響整個研究結果的因素，透過問卷方式所得到資料回饋，使本研究能有比較客觀的資料可進行驗證，以下為此方式所進行的項目

#### 3.3.1 研究對象

本研究的研究對象為一般民眾，由於戲獅甲藝術節這個活動算是一個比較平民的活動，一般人不論其是否有消費能力，均能直接或間接參與此活動，因此本研究針對一般民眾進行隨機抽樣。

#### 3.3.2 問卷設計

本研究採問卷調查方式，做為本研究研究資料蒐集的依據，主要分戲獅甲藝術節活動參與度調查、戲獅甲藝術節體驗滿意度調查、戲獅甲藝術節行銷要素等三個部份，問題設計的基礎架構如表 3-2 所示

表 3-1 高雄「戲獅甲藝術節」節慶活動問卷設計一基礎架構

構面	定義說明	參考資料來源
活動參與度調查	民眾參與高雄戲獅甲藝術節涉入程度調查	邱玉君,2010 黃美智,2011
體驗滿意度調查	民眾體驗高雄戲獅甲藝術節滿意度程度調查	黃美智,2011
行銷要素	民眾體驗高雄戲獅甲藝術節行銷要素調查	邱玉君,2010

（資料來源：本研究整理）

而問卷題項內容是採用李克特（Likert）五點量表所設計的，藉由本研究者擬定的假設性問題分為「非常同意」（5 點）、「同意」（4 點）、「沒意見」（3 點）、「不同意」（2 點）、「非常不同意」（1 點）等五種程度，而得到本研究用來驗證的來源依據，再經電腦軟體統計運算分析後，得到相關的數據，對照研究規劃方向是否有其差異性。

#### 3.3.3 調查期間及發放方式

本調查問卷發放時間，從 2016/12 到 2017/1 為期一個月的時間，而問卷調查則是以紙本發送及網路填答方式進行檢測。

#### 3.3.4 問卷樣本數

本調查問卷樣本數，紙本發送及網路填寫總共發放 202 份，回收數為 202 份，無效問卷數為 8 份，所以有效回收數為 195 份，問卷的回收率為 96.5%。

## 四、資料分析

本研究問卷調查，總共發放問卷數為 202 份（紙本問卷與網路問卷），回收有效資料為 195 份，無效問卷為 8 份，所以問卷的回收率為 96.5%。以下為本研究所作的資料分析。

### 4.1 受訪者基本資料分析

本研究將回收有效資料 195 份問卷，再用 SPSS 22 版當統計工具，以下為其執行下所得到的數據：

表 4-1 本研究所有受訪者基本資料分析列表

基本資料	別稱	人數	百分比 (%)
性別	男性	73	37.4
	女性	122	62.6
年齡	20 歲以下	89	45.6
	21~30 歲	17	8.7
	31~40 歲	34	17.4
	41~50 歲	30	15.4
	50 歲以上	25	12.8
教育程度	國中（含）以下	2	1.0
	高中、職	24	12.3
	大專	145	74.4
	研究所（含）以上	24	12.3
居住地	臺北市	3	1.5
	新北市	3	1.5
	桃園市	1	0.5
	苗栗縣	1	0.5
	臺中市	3	1.5
	彰化縣	1	0.5
	嘉義縣、市	3	1.5
	臺南市	38	19.5
	高雄市	134	68.7
	屏東縣	8	4.1
職業別	軍、公、教	10	5.1
	自營商	7	3.6
	自由業	13	6.7
	服務業	48	24.6
	娛樂業	2	1.0
	資訊業	7	3.6
	製造業	5	2.6
	勞工	15	7.7
	學生	74	37.9
	退休	5	2.6

表 4-1 本研究所有受訪者基本資料分析列表(續)

基本資料	別稱	人數	百分比 (%)
	待業中	3	1.5
	其他	6	3.1

(資料來源：本研究整理)

由以上表格得知此次受訪有效資料為 195 份，其中男性為 73 人，佔總人數 37.4%，女性為 122 人，佔總人數 62.6%；20 歲以下者為 89 人，佔總人數 45.6%，21 到 30 歲之間者為 17 人，佔總人數 8.7%，31~40 歲為 34 人，佔總人數 17.4%，41~50 歲為 30 人，佔總人數 15.4%，50 歲以上為 25 人佔總人數 12.8%；教育程度在國中(含)以下者為 2 人，佔總人數 1.0%，高中、職者為 24 人，佔總人數 12.3%，大專者為 145 人，佔總人數 74.4%，研究所(含)以上者為 24 人，佔總人數 12.3%；居住在臺北市為 3 人，佔總人數 1.5%，新北市為 3 人，佔總人數 1.5%，桃園市為 1 人，佔總人數 0.5%，苗栗縣為 1 人，佔總人數 0.5%，臺中市為 3 人，佔總人數 1.5%，彰化縣為 1 人，佔總人數 0.5%，嘉義縣、市為 3 人，佔總人數 1.5%，臺南市為 38 人，佔總人數 19.5%，高雄市為 134 人，佔總人數 68.7%，屏東縣為 8 人，佔總人數 4.1%；職業別為軍、公、教為 10 人，佔總人數 5.1%，自營商為 7 人，佔總人數 3.6%，自由業為 13 人，佔總人數 6.7%，服務業為 48 人，佔總人數 24.6%，娛樂業為 2 人，佔總人數 1.0%，資訊業為 7 人，佔總人數 3.6%，製造業為 5 人，佔總人數 2.6%，勞工為 15 人，佔總人數 7.7%，學生為 74 人，佔總人數 37.9%，退休為 5 人，佔總人數 2.6%，待業中為 3 人，佔總人數 1.5%，其他為 6 人，佔總人數 3.1%。本次問卷民眾是女性多於男性，年齡在 20 歲(含)以下為首位，31~40 歲為第二位，41~50 歲為第三位；教育程度大專者為首位，高中、職與研究所(含)以上者人數相同為第二位，國中(含)以下者為第三位；居住地高雄市為首位，臺南市次之，屏東縣為第三；職業別學生為首位，服務業次之，勞工為第三。

#### 4.2 「高雄戲獅甲藝術節」參與度調查資料分析

本研究問卷調查的第一部份，是關於受訪者對「高雄戲獅甲藝術節」參與度的資料分析，以下為各題資料內容。

第一題是詢問受訪者「是否看過廟會陣頭或舞獅表演」，表 4-2 為分析結果：

表 4-2 受訪者是否看過廟會陣頭或舞獅表演

問項	人數	百分比
有	140	71
沒有	30	15.4
只在影片或報導中看過	25	12.8
總計	195	100

(資料來源：本研究整理)

由上表得知，有效資料之受訪者 195 人中，實際看過廟會陣頭或舞獅表演為 140 人佔總人數 71%，有看過廟會陣頭或舞獅表演者為 140 人，沒有看過廟會陣頭或舞獅表演者為 30 人，佔總人數 15.4%，只在影片或報導中看過廟

會陣頭或舞獅表演者為 25 人，佔總人數 12.8%。由上表中可理解，實際看過廟會陣頭或舞獅表演的佔總人數 71%，而沒有看過廟會陣頭或舞獅表演者佔總人數 15.4%，由此可以證明，不論是實際看到，或只是藉由觀賞多媒體時在報導及影片中所看到，受訪的民眾大部份是有看過廟會陣頭或舞獅表演。

第二題是詢問受訪者對廟會陣頭或舞獅表演是否有興趣，表 4-3 為分析結果：

表 4-3 受訪者對廟會陣頭或舞獅表演是否有興趣統計表

問項	人數	百分比
有興趣	101	51.8
沒興趣	94	48.2
總計	195	100

(資料來源：本研究整理)

由表 4-3 得知，有效資料之受訪者 195 人中，受訪者對廟會陣頭或舞獅表演有興趣為 101 人佔總人數 52%，受訪者對廟會陣頭或舞獅表演沒有興趣為 94 人，佔總人數 48%。受訪者對廟會陣頭或舞獅表演有興趣者顯示過半，但跟沒興趣者相差不到 5%。

第三題是受訪者是否想要參與廟會陣頭或舞獅表演活動，以下表 4-4 為分析結果：

表 4-4 受訪者是否想要參與廟會陣頭或舞獅表演活動之列表

問項	人數	百分比
有	45	23.1
沒有	150	76.9
總計	195	100

(資料來源：本研究整理)

由表 4-4 得知，受訪者 195 人中，受訪者是否想要參與廟會陣頭或舞獅表演活動為 45 人佔總人數 23.1%，而沒有興趣參與者為 150 人，佔總人數 76.9%。受訪者對廟會陣頭或舞獅表演有興趣者不到四分之一，顯然大部份的受訪者，對參與廟會陣頭或舞獅表演活動意願不高。

第四題是受訪者是否知道高雄市有舉辦「高雄戲獅甲藝術節」，以下表 4-5 為分析結果：

表 4-5 受訪者是否知道高雄市有舉辦「高雄戲獅甲藝術節」之列表

問項	人數	百分比
知道	80	41
不知道	115	59
總計	195	100

(資料來源：本研究整理)

由上表得知，有效資料之受訪者 195 人中，受訪者是否知道高雄市有舉辦「高雄戲獅甲藝術節」為 80 人佔總人數 41%，受訪者不知道高雄市有舉辦「高雄戲獅甲藝術節」為 115 人，佔總人數 59%。受訪者不到二分之一知道高雄市有舉辦「高雄戲獅甲藝術節」之活動。

第五題是受訪者得知「高雄戲獅甲藝術節」活動訊息方式，以下表 4-6 為分析結果：

表 4-6 受訪者得知「高雄戲獅甲藝術節」活動訊息方式列表

訊息來源	人數
報章雜誌(平面媒體)	29
電視/廣播	36
戶外活動刊版/宣傳車	20
網際網路	22
高雄市政府網站	19
當地資訊/本身已知	16
親朋好友/口耳相傳	26

(資料來源：本研究整理)

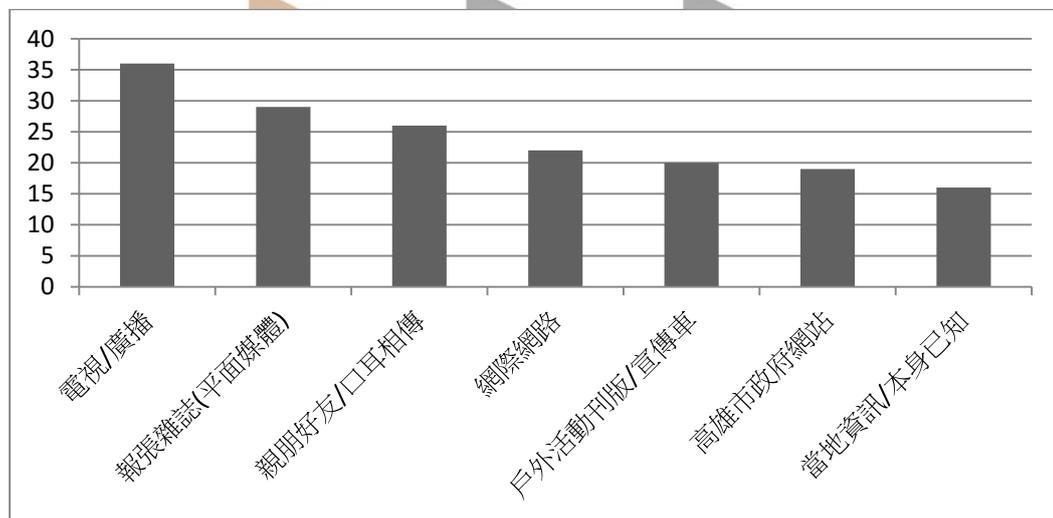


圖 4-1 受訪者得知「高雄戲獅甲藝術節」活動訊息方式之長條圖

(資料來源：本研究整理)

以上表 4-6 得知，由報章雜誌(平面媒體)得知此消息為 29 人次，電視/廣播為 36 人次，戶外活動刊版/宣傳車為 20 人次，網際網路為 22 人次，高雄市政府網站為 19 人次，當地資訊/本身已知為 16 人次，親朋好友/口耳相傳為 26 人次；由圖 4-1 中可以看出得知「高雄戲獅甲藝術節」活動訊息，依高至低排序為：電視/廣播為第一位，其次為報章雜誌(平面媒體)，第三是親朋好友/口耳相傳，對民眾而言，電視/廣播的訊息傳播方式是最具綜效。

第六題是受訪者是否曾經造訪「高雄戲獅甲藝術節」，表 4-7 為分析結果：

表 4-7 受訪者是否曾經造訪「高雄戲獅甲藝術節」活動列表

問項	人數	百分比
有造訪	28	14.4
沒造訪	167	85.6
總計	195	100

(資料來源：本研究整理)

由上表得知，受訪者曾經造訪「高雄戲獅甲藝術節」活動為 28 人，佔總人數 14.4%，受訪者未造訪「高雄戲獅甲藝術節」活動為 167 佔總人數 85.6%。

第七題是受訪者曾經造訪「高雄戲獅甲藝術節」活動之次數，以下表格為分析結果：

表 4-8 受訪者曾經造訪「高雄戲獅甲藝術節」活動之次數列表

曾造訪次數	人數	百分比
第一次	15	53.6
第二次	10	35.7
第三次	3	10.7
總計	28	100

(資料來源：本研究整理)

由上表得知，在受訪者曾造訪「高雄戲獅甲藝術節」活動之次數 28 人中，第一次造訪「高雄戲獅甲藝術節」活動為 15 人佔總人數 53.6%，第二次造訪「高雄戲獅甲藝術節」活動為 10 人佔總人數 35.7%，第三次造訪「高雄戲獅甲藝術節」活動為 3 人佔總人數 10.7%；由此得知，受訪者對於持續造訪之意願較偏低。

第八題是受訪者是否有意願重遊「高雄戲獅甲藝術節」，表 4-9 為分析結果：

表 4-9 受訪者是否有意願重遊「高雄戲獅甲藝術節」之列表

問項	人數	百分比
有	16	57.1
沒有	12	42.9
總計	28	100

(資料來源：本研究整理)

由上表得知，受訪者曾經造訪「高雄戲獅甲藝術節」活動為 28 人，有意願重遊「高雄戲獅甲藝術節」活動為 16 人佔總人數 57.1%，沒有意願重遊「高雄戲獅甲藝術節」活動為 12 人數佔總人數 42.9%，超過半數的人是有意願重遊「高雄戲獅甲藝術節」活動。

第九題是受訪者是否有購買「高雄戲獅甲藝術節」相關產品，表 4-10 為分析結果：

表 4-10 受訪者是否有購買「高雄戲獅甲藝術節」相關產品列表

問項	人數	百分比
有	3	10.7
沒有	25	89.3
總計	28	100

(資料來源：本研究整理)

由上表得知，曾經造訪「高雄戲獅甲藝術節」活動 28 人中，有購買「高雄戲獅甲藝術節」相關產品者為 3 人佔總人數 10.7%，沒有購買「高雄戲獅甲藝術節」相關產品者為 25 人佔總人數 89.3%，由此得知，近 11%左右民眾有購買「高雄戲獅甲藝術節」相關產品。

#### 4.3 高雄「戲獅甲藝術節」體驗滿意度調查資料分析

本章節內容為「高雄戲獅甲藝術節」體驗滿意度調查，其內容設計是根據參與活動的受訪者，在體驗「高雄戲獅甲藝術節」後所可能產生的各種感受及想法的滿意度調查，而受訪者曾經造訪「高雄戲獅甲藝術節」活動為 28 人，以下為「高雄戲獅甲藝術節」體驗滿意度各資料分析，以下為各題資料內容：

第一題問項是詢問受訪者對「高雄戲獅甲藝術節」整體規劃滿意度，表 4-11 為分析結果：

表 4-11 受訪者對「高雄戲獅甲藝術節」整體規劃滿意度列表

同意程度	人數	百分比
沒意見	10	35.7
同意	11	39.3
非常同意	7	25
總計	28	100

(資料來源：本研究整理)

由上表得知，在曾經造訪「高雄戲獅甲藝術節」活動 28 人中，對「高雄戲獅甲藝術節」整體規劃同意者為 11 人百分比 39.3%，對「高雄戲獅甲藝術節」整體規劃非常同意者為 7 人百分比 25%。由此得知，受訪者對「高雄戲獅甲藝術節」整體規劃滿意度 64.3%，整體滿意度超過五成。

第二題問項是詢問受訪者對「高雄戲獅甲藝術節」體驗過程滿意度調查，表 4-12 為分析結果：

表 4-12 受訪者對「高雄戲獅甲藝術節」體驗過程滿意度列表

同意程度	人數	百分比
沒意見	8	28.6
同意	13	46.4
非常同意	7	25
總計	28	100

(資料來源：本研究整理)

由上表得知，在曾經造訪「高雄戲獅甲藝術節」活動 28 人中，對「高雄戲獅甲藝術節」體驗過程滿意度同意者為 13 人百分比 46.4%，非常同意者為 7

人百分比 25%。由此得知，受訪者對「高雄戲獅甲藝術節」體驗過程滿意度達 71.4%，表示體驗後之滿意程度頗高。

第三題問項是詢問受訪者對「高雄戲獅甲藝術節」整體設計有趣味性調查，表 4-13 為分析結果：

表 4-13 受訪者對「高雄戲獅甲藝術節」整體設計有趣味性列表

同意程度	人數	百分比
沒意見	7	25
同意	14	50
非常同意	7	25
總計	28	100

(資料來源：本研究整理)

由上表得知，在曾經造訪「高雄戲獅甲藝術節」活動 28 人中，對「高雄戲獅甲藝術節」整體設計有趣味性，表達同意者為 14 人百分比 50%，非常同意者為 7 人百分比 25%。由此得知，受訪者對「高雄戲獅甲藝術節」整體設計有趣味性達 75%之滿意度。

第四題問項是詢問受訪者對「高雄戲獅甲藝術節」整體氣氛感到愉悅調查，表 4-14 為分析結果：

表 4-14 受訪者對「高雄戲獅甲藝術節」整體氣氛感到愉悅列表

同意程度	人數	百分比
沒意見	8	28.6
同意	12	42.9
非常同意	8	28.6
總計	28	100

(資料來源：本研究整理)

由上表得知，在曾經造訪「高雄戲獅甲藝術節」活動 28 人中，對「高雄戲獅甲藝術節」整體氣氛感到愉悅沒意見為 8 人百分比 28.6%，對「高雄戲獅甲藝術節」整體氣氛感到愉悅同意者為 12 人百分比 42.8%，對「高雄戲獅甲藝術節」整體氣氛感到愉悅非常同意者為 8 人百分比 28.6%。受訪者對「高雄戲獅甲藝術節」整體氣氛營造感到愉悅，達 71.4%之滿意度。

第五題問項是詢問受訪者對「高雄戲獅甲藝術節」增加文化藝術的好感調查，表 4-15 為分析結果：

表 4-15 受訪者對「高雄戲獅甲藝術節」增加文化藝術的好感列表

同意程度	人數	百分比
沒意見	6	21.4
同意	14	50
非常同意	8	28.6
總計	28	100

(資料來源：本研究整理)

由上表得知，在曾經造訪「高雄戲獅甲藝術節」活動 28 人中，對「高雄

戲獅甲藝術節」增加文化藝術的好感沒意見為 6 人百分比 21.4%，對「高雄戲獅甲藝術節」增加文化藝術的好感同意者為 14 人百分比 50%，對「高雄戲獅甲藝術節」增加文化藝術的好感非常同意者為 8 人百分比 28.6%。受訪者對「高雄戲獅甲藝術節」增加文化藝術的好感之滿意度，總計達 78.6% 將近 8 成受訪者對於活動增加文化藝術的好感度是表達肯定之觀感。

第六題問項是詢問受訪者對「高雄戲獅甲藝術節」可以抒解平日壓力調查，表 4-16 為分析結果：

表 4-16 受訪者對「高雄戲獅甲藝術節」可以抒解平日壓力的列表

同意程度	人數	百分比
不同意	1	3.6
沒意見	5	17.9
同意	13	46.4
非常同意	9	32.1
總計	28	100

(資料來源：本研究整理)

由上表得知，在曾經造訪「高雄戲獅甲藝術節」活動 28 人中，對「高雄戲獅甲藝術節」可以抒解平日壓力不同意為 1 人百分比 3.6%，對「高雄戲獅甲藝術節」可以抒解平日壓力沒意見為 5 人百分比 17.9%，對「高雄戲獅甲藝術節」可以抒解平日壓力同意者為 13 人百分比 46.4%，對「高雄戲獅甲藝術節」可以抒解平日壓力非常同意者為 9 人百分比 32.1%。雖 78.5% 之受訪者對「高雄戲獅甲藝術節」可以抒解平日壓力表達滿意度，但值得注意的是，也有受訪者對於「高雄戲獅甲藝術節」可以抒解平日壓力，表達不同意之看法。

第七題問項是詢問受訪者對「高雄戲獅甲藝術節」設計上有不同的想法調查，表 4-17 為分析結果：

表 4-17 受訪者對「高雄戲獅甲藝術節」設計上有不同的想法的列表

同意程度	人數	百分比
不同意	1	3.6
沒意見	5	17.9
同意	14	50
非常同意	8	28.6
總計	28	100

(資料來源：本研究整理)

由上表得知，在曾經造訪「高雄戲獅甲藝術節」活動 28 人中，對「高雄戲獅甲藝術節」設計上有不同的想法不同意為 1 人百分比 3.6%，對「高雄戲獅甲藝術節」設計上有不同的想法沒意見為 5 人百分比 17.9%，對「高雄戲獅甲藝術節」設計上有不同的想法同意者為 14 人百分比 50%，對「高雄戲獅甲藝術節」設計上有不同的想法非常同意者為 8 人百分比 28.6%。由此得知，雖大部份受訪者對「高雄戲獅甲藝術節」設計上有不同的想法表達 78.6% 之滿意度，但也有受訪者對於「高雄戲獅甲藝術節」設計上有不同的想法，表達不同意之看法。

第八題問項是詢問受訪者對「高雄戲獅甲藝術節」讓我學習新知調查，表 4-18 為分析結果：

表 4-18 受訪者對「高雄戲獅甲藝術節」讓我學習新知的列表

同意程度	人數	百分比
沒意見	9	32.1
同意	10	35.7
非常同意	9	32.1
總計	28	100

(資料來源：本研究整理)

由上表得知，在曾經造訪「高雄戲獅甲藝術節」活動 28 人中，對「高雄戲獅甲藝術節」讓我學習新知沒意見為 9 人百分比 32.1%，對「高雄戲獅甲藝術節」讓我學習新知同意者為 10 人百分比 35.7%，對「高雄戲獅甲藝術節」讓我學習新知非常同意者為 9 人百分比 32.1%。受訪者對「高雄戲獅甲藝術節」讓我學習新知，整體同意度佔 67.8，表示受訪者對於「高雄戲獅甲藝術節」讓我學習新知是持肯定的看法。。

第九題問項是詢問受訪者對「高雄戲獅甲藝術節」讓我更認識廟口文化調查，表 4-19 為分析結果：

表 4-19 受訪者對「高雄戲獅甲藝術節」讓我更認識廟口文化的列表

同意程度	人數	百分比
沒意見	4	14.3
同意	17	60.7
非常同意	7	25
總計	28	100

(資料來源：本研究整理)

由上表得知，在曾經造訪「高雄戲獅甲藝術節」活動 28 人中，對「高雄戲獅甲藝術節」讓我更認識廟口文化沒意見為 4 人百分比 14.3%，對「高雄戲獅甲藝術節」讓我更認識廟口文化同意者為 17 人百分比 60.7%，對「高雄戲獅甲藝術節」讓我更認識廟口文化非常同意者為 7 人百分比 25%。由此得知，受訪者對「高雄戲獅甲藝術節」讓我更認識廟口文化，整體受訪者之同意程度為 85.7%，達到 8 成五的肯定狀況。

第十題問項是詢問受訪者對「高雄戲獅甲藝術節」體驗想與他人分享調查，表 4-20 為分析結果：

表 4-20 受訪者對「高雄戲獅甲藝術節」體驗想與他人分享的列表

同意程度	人數	百分比
不同意	1	3.6
沒意見	12	42.9
同意	7	25.0
非常同意	8	28.6
總計	28	100

(資料來源：本研究整理)

由上表得知，在曾經造訪「高雄戲獅甲藝術節」活動 28 人中，對對「高雄戲獅甲藝術節」體驗想與他人分享不同意為 1 人百分比 3.6%，對「高雄戲獅甲藝術節」體驗想與他人分享沒意見為 12 人百分比 42.9%，對「高雄戲獅甲藝術節」體驗想與他人分享同意者為 7 人百分比 25%，對「高雄戲獅甲藝術節」體驗想與他人分享非常同意者為 8 人百分比 28.6%。由數據得知，整體受訪者對「高雄戲獅甲藝術節」體驗想與他人分享滿意度是達 53.6%，超過五成，但受訪者中表達沒意見，則佔 42.9%，表示將進 43%受訪者對於「高雄戲獅甲藝術節」體驗想與他人分享持沒意見之看法，另外表達不同意之受訪者也是大有人在，值得進一步深思探討。

第十一題問項是詢問受訪者對「高雄戲獅甲藝術節」之形象代表舞獅象徵調查，表 4-21 為分析結果：

表 4-21 受訪者對「高雄戲獅甲藝術節」之形象代表舞獅象徵的列表

同意程度	人數	百分比
沒意見	6	21.4
同意	16	57.1
非常同意	6	21.4
總計	28	100

(資料來源：本研究整理)

由上表得知，在曾經造訪「高雄戲獅甲藝術節」活動 28 人中，對「高雄戲獅甲藝術節」之形象代表舞獅象徵沒意見為 6 人百分比 21.4%，對「高雄戲獅甲藝術節」之形象代表舞獅象徵同意者為 16 人百分比 57.1%，對「高雄戲獅甲藝術節」之形象代表舞獅象徵非常同意者為 6 人百分比 21.4%。由此得知，受訪者對「高雄戲獅甲藝術節」之形象代表舞獅象徵，整體同意程度達 78.5%，將近八成的受訪者對於「高雄戲獅甲藝術節」之形象代表舞獅象徵，表達肯定的態度。

#### 4.4 高雄「戲獅甲藝術節」行銷要素資料分析

本章節之資料來源為問卷調查表上之題項 G 部分，本研究針對此部分之問項，是參考過去相關研究收集惠總出與行銷議題相關之問項，進行問卷調查，藉由內容數據分析結果，試圖分析出供日後在舉辦其相關傳統慶典活動時，於行銷及推廣方面，參與者所重視的各項議題，以下為各問項所分析結果：

第一題問項是詢問受訪者，是否同意高雄市文化局的網站上應提供住宿地點之相關資訊，表 4-22 為分析結果：

表 4-22 主辦單位網站是否應提供住宿地點之相關資訊分析

同意程度	人數	百分比
非常不同意	1	0.5
不同意	3	1.5
沒意見	62	31.8
同意	89	45.6
非常同意	40	20.5
總計	195	100

(資料來源：本研究整理)

由上表得知，有效資料之受訪者 195 人中，對高雄市文化局的網站上應提供住宿地點之相關資訊同意者為 89 人佔總人數 45.6%，對高雄市文化局的網站上應提供住宿地點之相關資訊非常同意者為 40 人佔總人數 20.5%，總計有 66.1%的受訪者認為，主辦單位在活動上提供住宿地點之相關資訊表示認同。但仍有 62 人佔總人數 31.8%，對於主辦單位網站是否應提供住宿地點之相關資訊，表達可有可無之看法。最後持不同意之意見受訪者也有 4 人，佔總人數 2%的比例，表示仍有部分受訪者不同意主辦單位主動提供住宿地點之相關資訊，主辦單位應著重活動本身之主軸之進行，以免失焦。

表 4-23 及圖 4-2 是關於受訪者對高雄市文化局的網站上，應提供住宿地點之相關資訊中，以男女兩性別區分統計的結果，表 4-23 及圖 4-2 為其所示：

表 4-23 是否同意主辦單位的網站上應提供住宿地點之相關資訊分析(性別)

同意程度	男性	女性	總計
非常不同意	0	1	1
不同意	0	3	3
沒意見	23	39	62
同意	40	49	89
非常同意	10	30	70
總計	73	122	195

(資料來源：本研究整理)

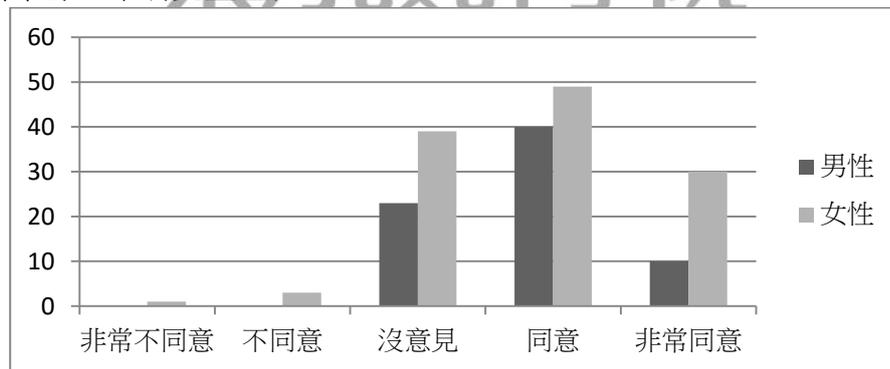


圖 4-2 受訪者是否同意主辦單位的網站上應提供住宿地點之相關資訊分析(性別區分)長條圖 (資料來源：本研究整理)

由上表得知，有效資料之受訪者 195 人中，對高雄市文化局的網站上應提供住宿地點之相關資訊非常不同意 1 人中，女性為 1 人，對高雄市文化局的網站上應提供住宿地點之相關資訊不同意為 3 人中，女性為 3 人，對高雄市文化局的網站上應提供住宿地點之相關資訊沒意見為 62 人中，男性為 23 人，女性為 39 人，對高雄市文化局的網站上應提供住宿地點之相關資訊同意者為 89 人中，男性為 40 人，女性為 49 人，對高雄市文化局的網站上應提供住宿地點之相關資訊非常同意者為 40 人中，男性為 10 人，女性為 30 人。由長條圖上可以清楚看出，對高雄市文化局的網站上應提供住宿地點之相關資訊雖女性有出現非常不同意及不同意的人數，但整體而言，男性整體同意度之比例佔總數 68.5%，女性整體同意度之比例佔總數 64.6%，由此得知，男性對於主辦單位網站上應提供住宿地點之相關資訊同意度優於女性。

表 4-24 及圖 4-3 是關於受訪者對高雄市文化局的網站上，應提供住宿地點之相關資訊中，再以年齡區分統計的結果，如表 4-24 及圖 4-3 所示：

表 4-24 受訪者是否同意主辦單位網站上應提供住宿地點之相關資訊分析(年齡)

同意程度	20 歲(含)以下	21~30 歲	31~40 歲	41~50 歲	51 歲(含)以上	總計
非常不同意	0	0	0	1	0	1
不同意	3	0	0	0	0	3
沒意見	34	5	12	3	8	62
同意	38	9	15	15	12	89
非常同意	14	3	7	11	5	40
總計	89	17	34	30	25	195

(資料來源：本研究整理)

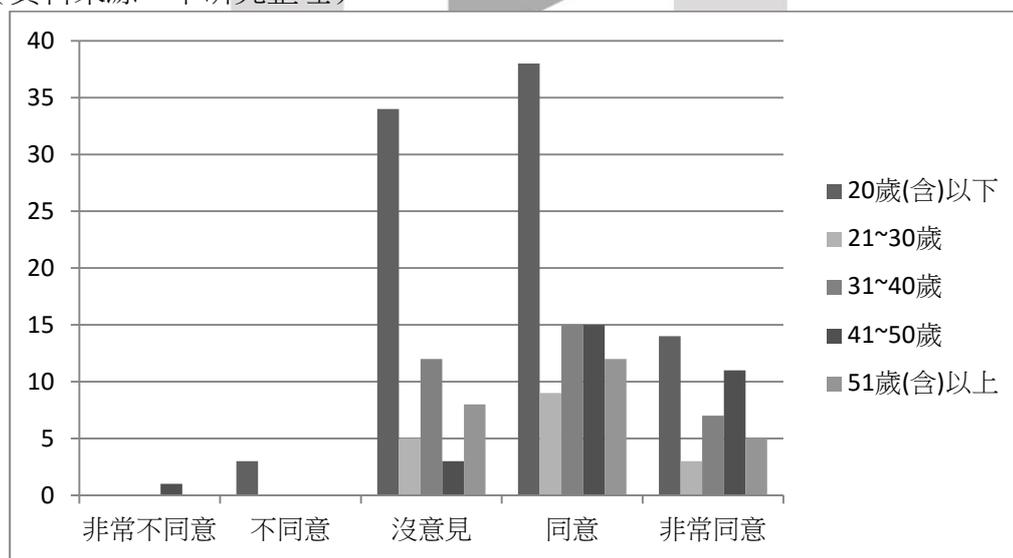


圖 4-3 受訪者是否同意高雄市文化局的網站上應提供住宿地點之相關資訊年齡長條圖 (資料來源：本研究整理)

由上表得知，有效資料之受訪者 195 人中，對高雄市文化局的網站上應提供住宿地點之相關資訊 41~50 歲有 1 人表達非常不同意，對高雄市文化局的網站上應提供住宿地點之相關資訊不同意為 3 人中為 20 歲(含)以下，對高雄市文化局的網站上應提供住宿地點之相關資訊沒意見為 62 人為 20 歲(含)以下為 34 人，21~30 歲為 5 人，31~40 歲為 12 人，41~50 歲為 3 人，51 歲(含)以上為 8 人，對高雄市文化局的網站上應提供住宿地點之相關資訊同意者為 89 人中，20 歲(含)以下為 38 人，21~30 歲為 9 人，31~40 歲為 15 人，41~50 歲為 15 人，51 歲(含)以上為 12 人，對高雄市文化局的網站上應提供住宿地點之相關資訊非常同意者為 40 人中，20 歲(含)以下為 14 人，21~30 歲為 3 人，31~40 歲為 7 人，41~50 歲為 11 人，51 歲(含)以上為 5 人。由圖 4-76 可得知，受訪者對高雄市文化局的網站上應提供住宿地點之相關資訊，同年齡階層當中以 41~50 歲之同意度最高，達 86.7%，其次是 21~30 歲，同意度達 70.6%，第三是 51 歲(含)以上，同意度達 68%。

第二題問項是詢問受訪者是否同意高雄市有明顯標示各觀光景點的動向及指示標誌，表 4-25 為分析結果：

表 4-25 主辦單位是否有明顯標示各觀光景點的動向及指示標誌資料分析

同意程度	人數	百分比
非常不同意	2	1.0
不同意	5	2.6
沒意見	58	29.7
同意	92	47.2
非常同意	38	19.5
總計	195	100

(資料來源：本研究整理)

由上表得知，有效資料之受訪者 195 人中，對同意高雄市有明顯標示各觀光景點的動向及指示標誌非常不同意為 2 人佔總人數 1.0%，對同意高雄市有明顯標示各觀光景點的動向及指示標誌不同意為 5 人佔總人數 2.6%，對同意高雄市有明顯標示各觀光景點的動向及指示標誌沒意見為 58 人佔總人數 29.7%，對同意高雄市有明顯標示各觀光景點的動向及指示標誌同意者為 92 人佔總人數 47.2%，對同意高雄市有明顯標示各觀光景點的動向及指示標誌非常同意者為 38 人佔總人數 19.5%。由此得知，對同意高雄市有明顯標示各觀光景點的動向及指示標誌，整體人數有 130 人表達同意之看法，佔整體人數比例為 66.7%。

表 4-26 及圖 4-4 是關於受訪者對同意高雄市有明顯標示各觀光景點的動向及指示標誌中，男女兩性別區分統計的結果，表 4-26 及圖 4-4 為其所示：

表 4-26 主辦單位是否有明顯標示各觀光景點的動向及指示標誌資料分析(性別)

同意程度	男性	女性	總計
非常不同意	1	1	2
不同意	1	4	5
沒意見	18	40	58
同意	41	51	92
非常同意	12	26	38
總計	73	122	195

(資料來源：本研究整理)

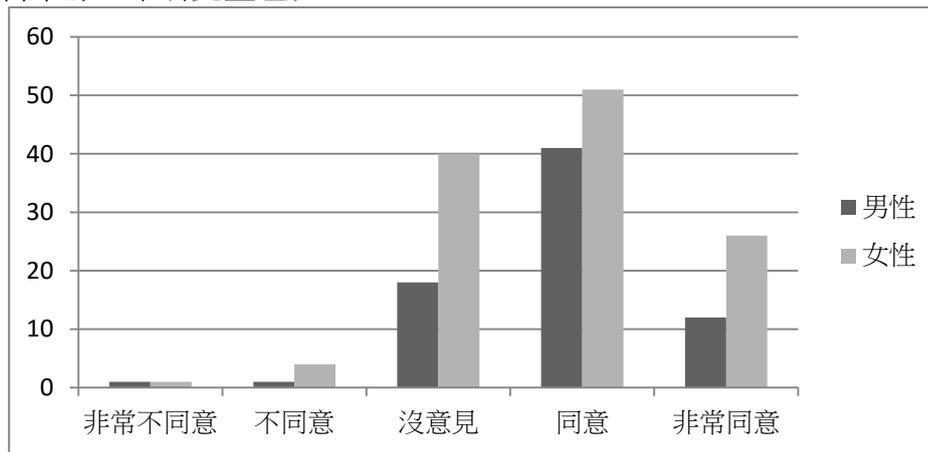


圖 4-4 主辦單位是否有明顯標示各觀光景點的動向及指示標誌(性別)長條圖

(資料來源：本研究整理)

由上表得知，有效資料之受訪者 195 人中，對同意高雄市有明顯標示各觀光景點的動向及指示標誌非常不同意 2 人中，男性為 1 人，女性為 1 人，對同意高雄市有明顯標示各觀光景點的動向及指示標誌不同意為 5 人中，男性為 1 人，女性為 4 人，對同意高雄市有明顯標示各觀光景點的動向及指示標誌沒意見為 58 人中，男性為 18 人，女性為 40 人，對同意高雄市有明顯標示各觀光景點的動向及指示標誌同意者為 92 人中，男性為 41 人，女性為 51 人，對同意高雄市有明顯標示各觀光景點的動向及指示標誌非常同意者為 38 人中，男性為 12 人，女性為 26 人。由圖 4-79 可得知，對同意高雄市有明顯標示各觀光景點的動向及指示標誌，男性整體有 53 人表達同意觀點，佔男性整體總數比例為 72.6%，女性整體有 77 人表達同意觀點，佔女性整體總數比例為 63.1% 顯而易見，男性在主辦單位是否有明顯標示各觀光景點的動向及指示標誌之認同度上是略高於女性。

表 4-27 及圖 4-5 是關於受訪者對同意高雄市有明顯標示各觀光景點的動向及指示標誌中再以年齡區分統計的結果，如表 4-27 及圖 4-5 所示：

表 4-27 主辦單位是否有明顯標示各觀光景點的動向及指示標誌資料分析(年齡)

同意程度	20 歲(含)以下	21~30 歲	31~40 歲	41~50 歲	51 歲(含)以上	總計
非常不同意	1	0	0	1	0	2
不同意	3	1	0	1	0	5
沒意見	33	5	9	4	7	58
同意	40	6	19	12	15	92
非常同意	12	5	6	12	3	38
總計	89	17	34	30	25	195

(資料來源：本研究整理)

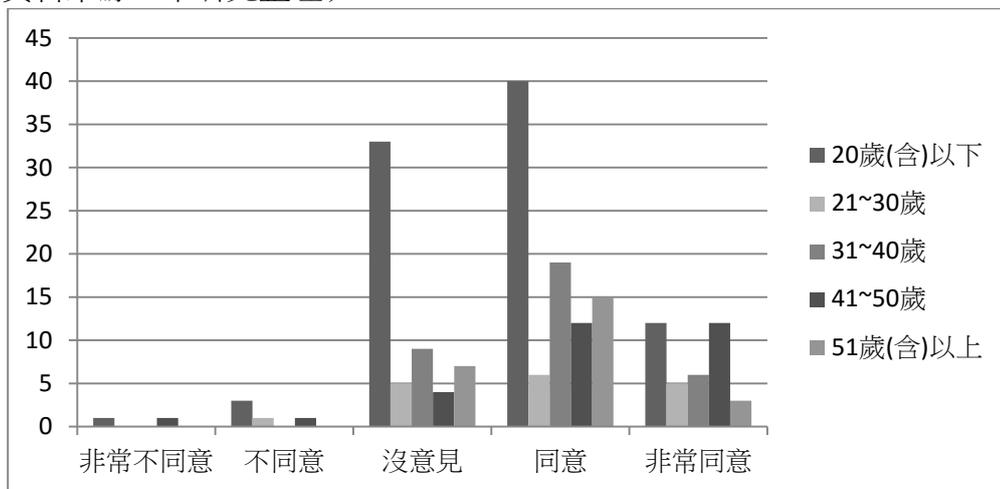


圖 4-5 主辦單位是否有明顯標示各觀光景點的動向及指示標誌(年齡)長條圖  
(資料來源：本研究整理)

由上表得知，有效資料之受訪者 195 人中，對同意高雄市有明顯標示各觀光景點的動向及指示標誌非常不同意 2 人中，20 歲(含)以下為 1 人，41~50 歲為 1 人，對同意高雄市有明顯標示各觀光景點的動向及指示標誌不同意為 5 人中，20 歲(含)以下為 3 人，21~30 歲為 1 人，41~50 歲為 1 人，對同意高雄市有明顯標示各觀光景點的動向及指示標誌沒意見為 58 人中，20 歲(含)以下為 33 人，21~30 歲為 5 人，31~40 歲為 9 人，41~50 歲為 4 人，51 歲(含)以上為 7 人，對同意高雄市有明顯標示各觀光景點的動向及指示標誌同意者為 92 人中，20 歲(含)以下為 40 人，21~30 歲為 6 人，31~40 歲為 19 人，41~50 歲為 12 人，51 歲(含)以上為 15 人，對同意高雄市有明顯標示各觀光景點的動向及指示標誌非常同意者為 38 人中，20 歲(含)以下為 12 人，21~30 歲為 5 人，31~40 歲為 6 人，41~50 歲為 12 人，51 歲(含)以上為 3 人。由圖 4-80 可得知，對同意高雄市有明顯標示各觀光景點的動向及指示標誌，認同度較高的年齡是 41~50 歲，佔該年齡整體數為 80%，其次 31~40 歲，佔該年齡整體數為 73.5%，第三為 51 歲(含)以上，佔該年齡整體數為 72%。

第三題是詢問受訪者是否同意高雄市政府推廣高雄市慶典活動極具心思，表 4-28 及圖 4-6 為分析結果：

表 4-28 受訪者是否同意高雄市政府推廣高雄市慶典活動極具心思資料分析

同意程度	人數	百分比
非常不同意	5	2.6
不同意	8	4.1
沒意見	78	40.0
同意	77	39.5
非常同意	27	13.8
總計	195	100

(資料來源：本研究整理)

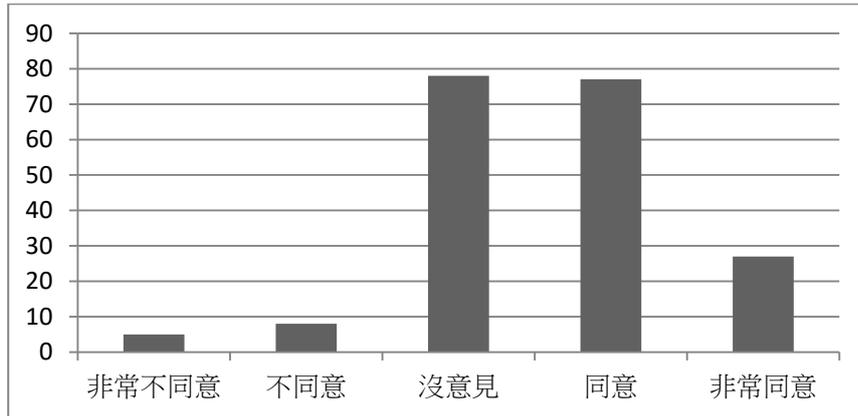


圖 4-6 受訪者是否同意高雄市政府推廣高雄市慶典活動極具心思長條圖  
(資料來源：本研究整理)

由上表得知，有效資料之受訪者 195 人中，對同意高雄市政府推廣高雄市慶典活動極具心思非常不同意為 5 人佔總人數 2.6%，對同意高雄市政府推廣高雄市慶典活動極具心思不同意為 8 人佔總人數 4.1%，對同意高雄市政府推廣高雄市慶典活動極具心思沒意見為 78 人佔總人數 40.0%，對同意高雄市政府推廣高雄市慶典活動極具心思同意者為 77 人佔總人數 39.5%，對同意高雄市政府推廣高雄市慶典活動極具心思非常同意者為 27 人佔總人數 13.8%。由圖 4-82 可得知，對於高雄市政府推廣高雄市慶典活動極具心思，表達認同者總人數為 104 人，佔總人數 53.3%。

表 4-29 及圖 4-7 是關於受訪者對同意高雄市政府推廣高雄市慶典活動極具心思中，男女兩性別區分統計的結果，如表 4-29 及圖 4-7 所示：

表 4-29 受訪者是否同意主辦單位推廣高雄市慶典活動極具心思資料分析(性別)

同意程度	男性	女性	總計
非常不同意	3	2	5
不同意	4	4	8
沒意見	29	49	78
同意	24	53	77
非常同意	13	14	27
總計	73	122	195

(資料來源：本研究整理)

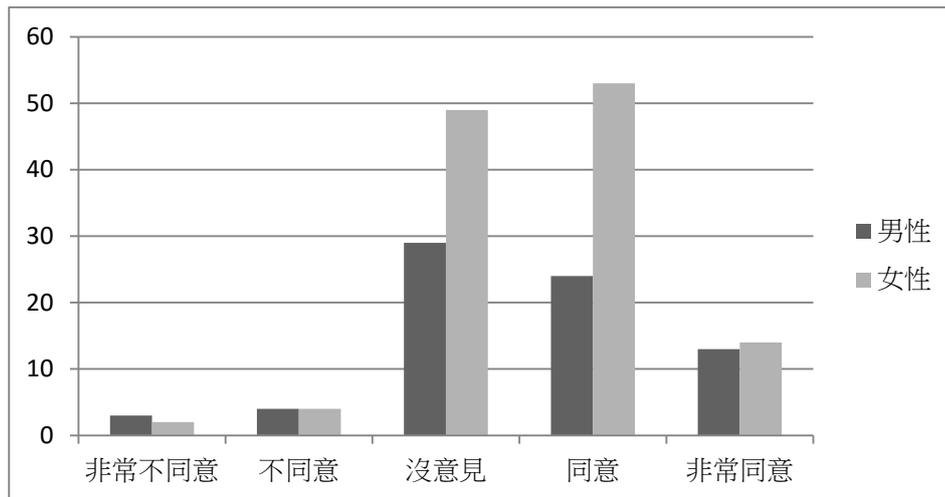


圖 4-7 受訪者是否同意主辦單位推廣高雄市慶典活動極具心思資料分析(性別)長條圖 (資料來源：本研究整理)

由上表得知，有效資料之受訪者 195 人中，對同意高雄市政府推廣高雄市慶典活動極具心思非常不同意 5 人中，男性為 3 人，女性為 2 人，對同意高雄市政府推廣高雄市慶典活動極具心思不同意為 8 人中，男性為 4 人，女性為 4 人，對同意高雄市政府推廣高雄市慶典活動極具心思沒意見為 78 人中，男性為 29 人，女性為 49 人，對同意高雄市政府推廣高雄市慶典活動極具心思同意者為 77 人中，男性為 24 人，女性為 53 人，對同意高雄市政府推廣高雄市慶典活動極具心思非常同意者為 27 人中，男性為 13 人，女性為 14 人。由圖 4-83 可得知，對同意高雄市政府推廣高雄市慶典活動極具心思，雖女性有出現非常不同意及不同意的人數，但以總數而言，女性表達認同數為 67 人佔女性整體人數之 54.9%，男性表達認同數為 37 人佔男性整體人數之 50.7%，結果顯示女性對於高雄市政府推廣高雄市慶典活動極具心思之認同度是優於男性。

表 4-30 及圖 4-8 是關於受訪者對同意高雄市政府推廣高雄市慶典活動極具心思中，再以年齡區分統計的結果，以下為其所示：

表 4-30 受訪者是否同意主辦單位推廣高雄市慶典活動極具心思資料分析(年齡)

同意程度	20 歲(含)以下	21~30 歲	31~40 歲	41~50 歲	51 歲(含)以上	總計
非常不同意	2	0	2	1	0	5
不同意	1	3	3	1	0	8
沒意見	36	10	15	8	9	78
同意	40	2	11	12	12	77
非常同意	10	2	3	8	4	27
總計	89	17	34	30	25	195

(資料來源：本研究整理)

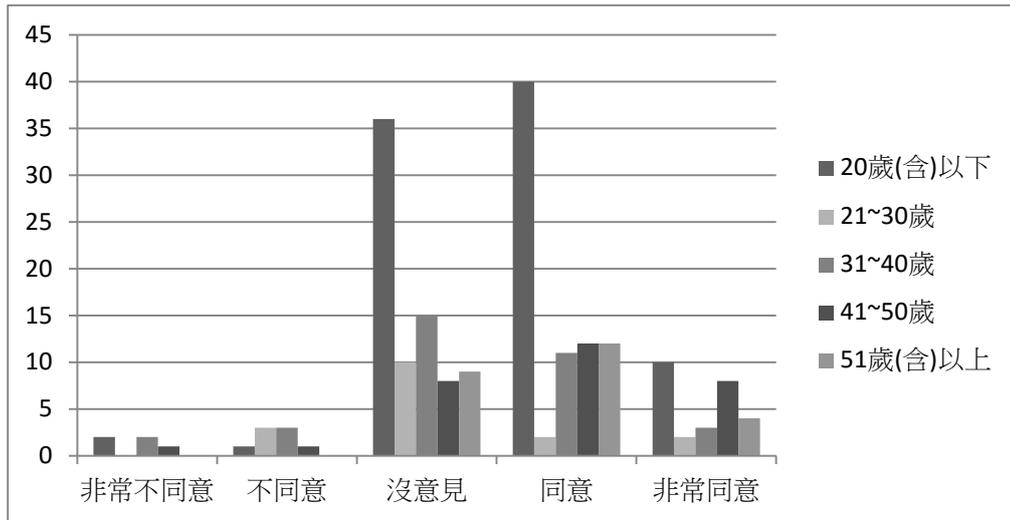


圖 4-8 受訪者是否同意主辦單位推廣高雄市慶典活動極具心思年齡長條圖  
(資料來源：本研究整理)

由上表得知，有效資料之受訪者 195 人中，對同意高雄市政府推廣高雄市慶典活動極具心思非常不同意 5 人中，20 歲(含)以下為 2 人，31~40 歲為 2 人，41~50 歲為 1 人，對同意高雄市政府推廣高雄市慶典活動極具心思不同意為 8 人中，20 歲(含)以下為 1 人，21~30 歲為 3 人，31~40 歲為 3 人，41~50 歲為 1 人，對同意高雄市政府推廣高雄市慶典活動極具心思沒意見為 78 人中，20 歲(含)以下為 36 人，21~30 歲為 10 人，31~40 歲為 15 人，41~50 歲為 8 人，51 歲(含)以上為 9 人，對同意高雄市政府推廣高雄市慶典活動極具心思同意者為 77 人中，20 歲(含)以下為 40 人，21~30 歲為 2 人，31~40 歲為 11 人，41~50 歲為 12 人，51 歲(含)以上為 12 人，對同意高雄市政府推廣高雄市慶典活動極具心思非常同意者為 27 人中，20 歲(含)以下為 10 人，21~30 歲為 2 人，31~40 歲為 3 人，41~50 歲為 8 人，51 歲(含)以上為 4 人。由此可知，受訪者對高雄市政府推廣高雄市慶典活動極具心思表達認同者，41~50 歲比例最高，其次為 51 歲(含)以上，第三高為 20 歲(含)以下。

第四題問項是詢問受訪者是否同意慶典活動是一種具備文化性質的慶典活動，表 4-31 為分析結果：

表 4-31 受訪者是否同意慶典活動是一種具備文化性質的慶典活動列表

同意程度	人數	百分比
不同意	6	3.1
沒意見	50	25.6
同意	99	50.8
非常同意	40	20.5
總計	195	100

(資料來源：本研究整理)

由上表得知，有效資料之受訪者 195 人中，對同意慶典活動是一種具備文化性質的慶典活動不同意為 6 人佔總人數 3.1%，對同意慶典活動是一種具備文化性質的慶典活動沒意見為 50 人佔總人數 25.6%，對同意慶典活動是一種

具備文化性質的慶典活動同意者為 99 人佔總人數 50.8%，對同意慶典活動是一種具備文化性質的慶典活動非常同意者為 40 人佔總人數 20.5%。由此可知，對同意慶典活動是一種具備文化性質的慶典活動，整體滿意人數 139 人佔總人數 71.3%。

表 4-32 及圖 4-9 是關於受訪者對同意慶典活動是一種具備文化性質的慶典活動中再以男女兩性別區分統計的結果，如表 4-32 及圖 4-9 所示：

表 4-32 受訪者是否同意慶典活動是一種具備文化性質慶典活動資料分析(性別)

同意程度	男性	女性	總計
不同意	4	2	6
沒意見	20	30	50
同意	34	65	99
非常同意	15	25	40
總計	73	122	195

(資料來源：本研究整理)

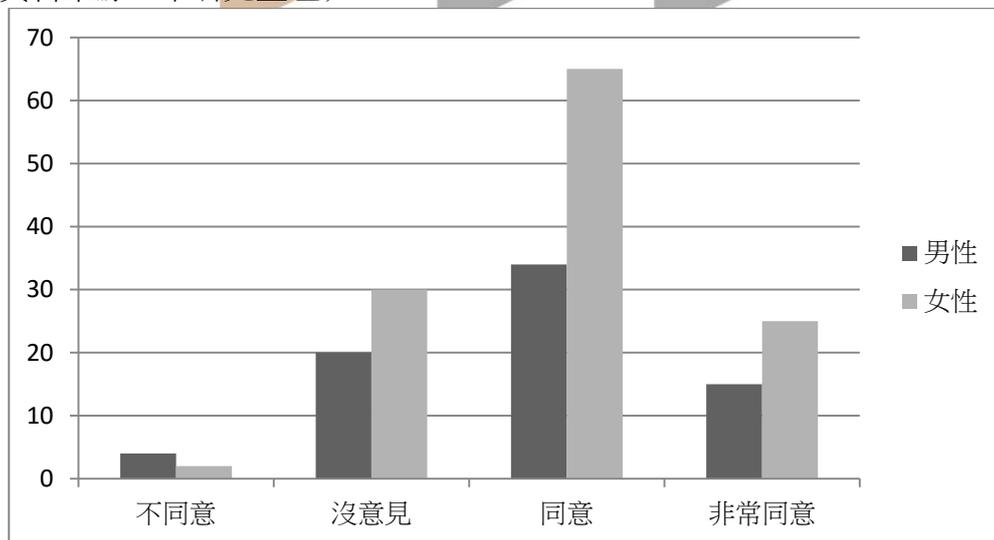


圖 4-9 受訪者是否同意慶典活動是一種具備文化性質的慶典活動資料分析(性別)長條圖 (資料來源：本研究整理)

由上表得知，有效資料之受訪者 195 人中，對同意慶典活動是一種具備文化性質的慶典活動不同意為 6 人中，男性為 4 人，女性為 2 人，對同意慶典活動是一種具備文化性質的慶典活動沒意見為 50 人中，男性為 20 人，女性為 30 人，對同意慶典活動是一種具備文化性質的慶典活動同意者為 99 人中，男性為 34 人，女性為 65 人，對同意慶典活動是一種具備文化性質的慶典活動非常同意者為 40 人中，男性為 15 人，女性為 25 人。由此得知，針對慶典活動是一種具備文化性質的慶典活動，雖女性出現非常不同意及不同意的人數，但以比例而言，女性對於慶典活動是一種具備文化性質的慶典活動認同度比例為 73.8%，優於男性認同的比例 67.1%。

表 4-33 及圖 4-10 是關於受訪者對同意慶典活動是一種具備文化性質的慶典活動中再以年齡區分統計的結果，如表 4-33 及圖 4-10 所示：

表 4-33 受訪者是否同意慶典活動是具備文化性質的慶典活動資料分析(年齡)

同意程度	20歲(含)以下	21~30歲	31~40歲	41~50歲	51歲(含)以上	總計
不同意	1	3	0	1	1	6
沒意見	29	7	8	4	2	50
同意	43	7	20	13	16	99
非常同意	16	0	6	12	6	40
總計	89	17	34	30	25	195

(資料來源：本研究整理)

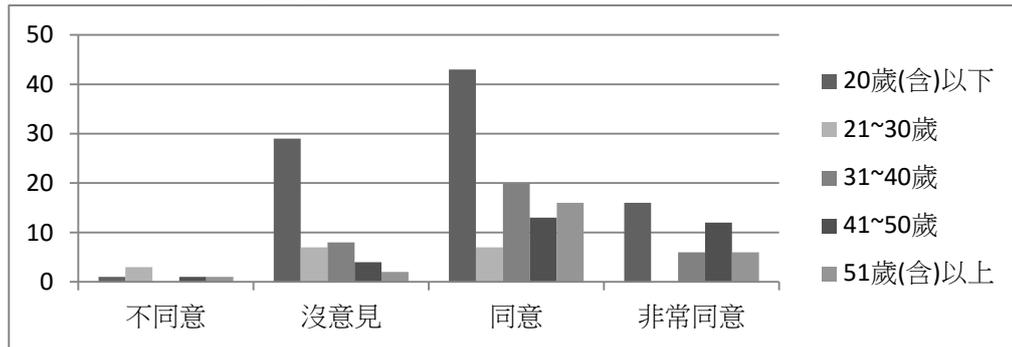


圖 4-10 受訪者是否同意慶典活動是一種具備文化性質的慶典活動年齡長條圖  
(資料來源：本研究整理)

由上表得知，有效資料之受訪者 195 人中，對同意慶典活動是一種具備文化性質的慶典活動不同意為 6 人中，20 歲(含)以下為 1 人，21~30 歲為 3 人，41~50 歲為 1 人，51 歲(含)以上為 1 人，對同意慶典活動是一種具備文化性質的慶典活動沒意見為 50 人中，20 歲(含)以下為 29 人，21~30 歲為 7 人，31~40 歲為 8 人，41~50 歲為 4 人，51 歲(含)以上為 2 人，對同意慶典活動是一種具備文化性質的慶典活動同意者為 99 人中，20 歲(含)以下為 43 人，21~30 歲為 7 人，31~40 歲為 20 人，41~50 歲為 13 人，51 歲(含)以上為 16 人，對同意慶典活動是一種具備文化性質的慶典活動非常同意者為 40 人中，20 歲(含)以下為 16 人，31~40 歲為 6 人，41~50 歲為 12 人，51 歲(含)以上為 6 人。由圖 4-88 可看出，針對慶典活動是一種具備文化性質的慶典活動不同年齡區別，所表達之認同度也有所不同，以 51 歲(含)以上之認同比例最高達 88%，其次是 41~50 歲，認同比例達 83.3%，31~40 歲則為第三，認同比例達 76.5%。

第五題問項是詢問受訪者是否同意慶典活動應有核心價值，表 4-34 為分析結果：

表 4-34 受訪者是否同意慶典活動應有核心價值資料分析

同意程度	人數	百分比
不同意	1	0.5
沒意見	56	28.7
同意	97	49.7
非常同意	41	21
總計	195	100

(資料來源：本研究整理)

由上表得知，有效資料之受訪者 195 人中，對同意慶典活動應有核心價值不同意為 1 人佔總人數 0.5%，對同意慶典活動應有核心價值沒意見為 56 人佔總人數 28.7%，對同意慶典活動應有核心價值同意者為 97 人佔總人數 49.7%，對同意慶典活動應有核心價值非常同意者為 41 人佔總人數 21.0%。由此可知，對同意慶典活動應有核心價值，整體同意人數為 138 人，達整體人數比例之 70.8%。

表 4-35 及圖 4-11 是關於受訪者對同意慶典活動應有核心價值中，再以男女兩性別區分統計的結果，如表 4-35 及圖 4-11 所示：

表 4-35 受訪者是否同意慶典活動應有核心價值資料分析(性別)

同意程度	男性	女性	總計
不同意	0	1	1
沒意見	19	37	56
同意	37	60	97
非常同意	17	24	41
總計	73	122	195

(資料來源：本研究整理)

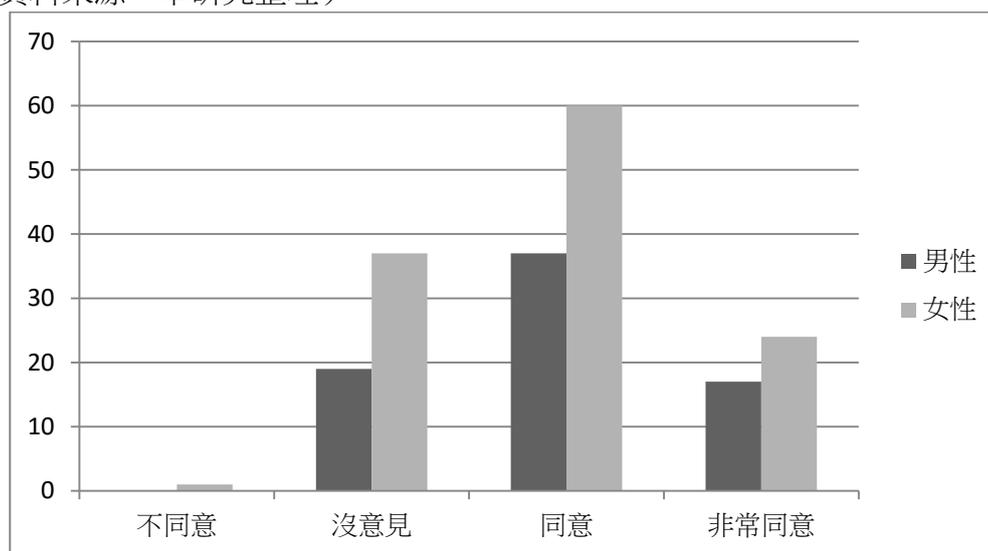


圖 4-11 受訪者是否同意慶典活動應有核心價值性別長條圖 (資料來源：本研究整理)

由上表得知，有效資料之受訪者 195 人中，對同意慶典活動應有核心價值不同意為 1 人中，男性為 0 人，女性為 1 人，對同意慶典活動應有核心價值沒意見為 56 人中，男性為 19 人，女性為 37 人，對同意慶典活動應有核心價值同意者為 97 人中，男性為 37 人，女性為 60 人，對同意慶典活動應有核心價值非常同意者為 41 人中，男性為 17 人，女性為 24 人。由圖 4-90 可得知，針對慶典活動應有核心價值性別區別之認同度，男性整體人數認同比例為 74%，女性整體人數認同比例為 68.9%，顯然男性優於女性。

表 4-36 及圖 4-12 是關於受訪者對同意慶典活動應有核心價值中，再以年齡區分統計的結果，如表 4-36 及圖 4-12 所示：

表 4-36 受訪者是否同意慶典活動應有核心價值資料分析(年齡)

同意程度	20歲(含)以下	21~30歲	31~40歲	41~50歲	51歲(含)以上	總計
不同意	0	0	0	1	0	1
沒意見	33	8	8	6	1	56
同意	42	5	20	13	17	97
非常同意	14	4	6	10	7	41
總計	89	17	34	30	25	195

(資料來源：本研究整理)

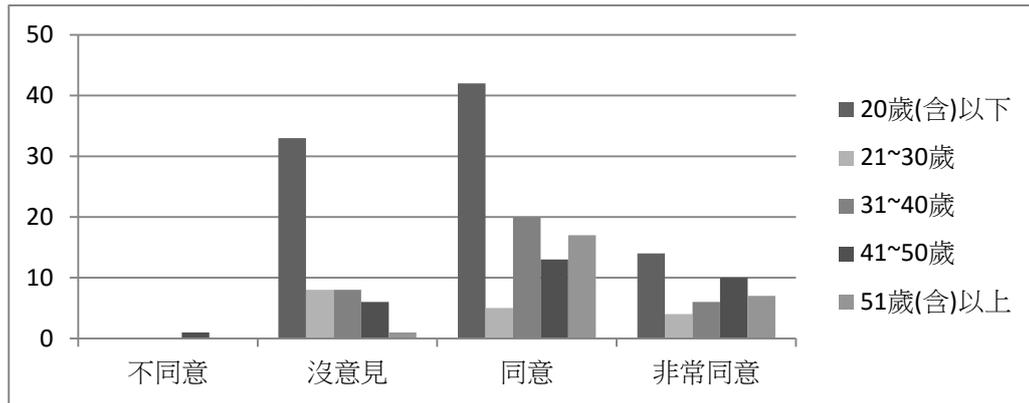


圖 4-12 受訪者是否同意慶典活動應有核心價值年齡長條圖

(資料來源：本研究整理)

由上表得知，有效資料之受訪者 195 人中，對同意慶典活動應有核心價值不同意為 1 人中，41~50 歲為 1 人，對同意慶典活動應有核心價值沒意見為 56 人中，20 歲(含)以下為 33 人，21~30 歲為 8 人，31~40 歲為 8 人，41~50 歲為 6 人，51 歲(含)以上為 1 人，對同意慶典活動應有核心價值同意者為 97 人中，20 歲(含)以下為 42 人，21~30 歲為 5 人，31~40 歲為 20 人，41~50 歲為 13 人，51 歲(含)以上為 17 人，對同意慶典活動應有核心價值非常同意者為 41 人中，20 歲(含)以下為 14 人，21~30 歲為 4 人，31~40 歲為 6 人，41~50 歲為 10 人，51 歲(含)以上為 7 人。由圖 4-91 得以看出，針對慶典活動應有核心價值不同年齡表達認同意見之前三排行，分別為 51 歲(含)以上(認同比例 96%)、41~50 歲(認同比例 76.7%)、31~40(認同比例 76.5%)。

第六題問項是詢問受訪者是否同意慶典活動是一個極具創意性的行銷活動，表 4-37 為分析結果：

表 4-37 受訪者是否同意慶典活動是一個極具創意性的行銷活動列表

同意程度	人數	百分比
不同意	7	3.6
沒意見	64	32.8
同意	92	47.2
非常同意	32	16.4
總計	195	100

(資料來源：本研究整理)

由表 4-37 得知，有效資料之受訪者 195 人中，對同意慶典活動是一個極具創意性的行銷活動不同意為 7 人佔總人數 3.6%，對同意慶典活動是一個極具創意性的行銷活動沒意見為 64 人佔總人數 32.8%，對同意慶典活動是一個極具創意性的行銷活動同意者為 92 人佔總人數 47.2%，對同意慶典活動是一個極具創意性的行銷活動非常同意者為 32 人佔總人數 16.4%。顯而易見的，整體受訪者，對慶典活動是一個極具創意性的行銷活動之有 124 表示認同，佔整體人數比例為 63.6%。

表 4-38 及圖 4-13 是有關於受訪者對同意慶典活動是一個極具創意性的行銷活動中，再以男女兩性別區分統計的結果，表 4-38 及圖 4-13 為其所示：

表 4-38 受訪者是否同意慶典活動是一極具創意性的行銷活動資料分析(性別)

同意程度	男性	女性	總計
不同意	2	5	7
沒意見	23	41	64
同意	35	57	92
非常同意	13	19	32
總計	73	122	195

(資料來源：本研究整理)

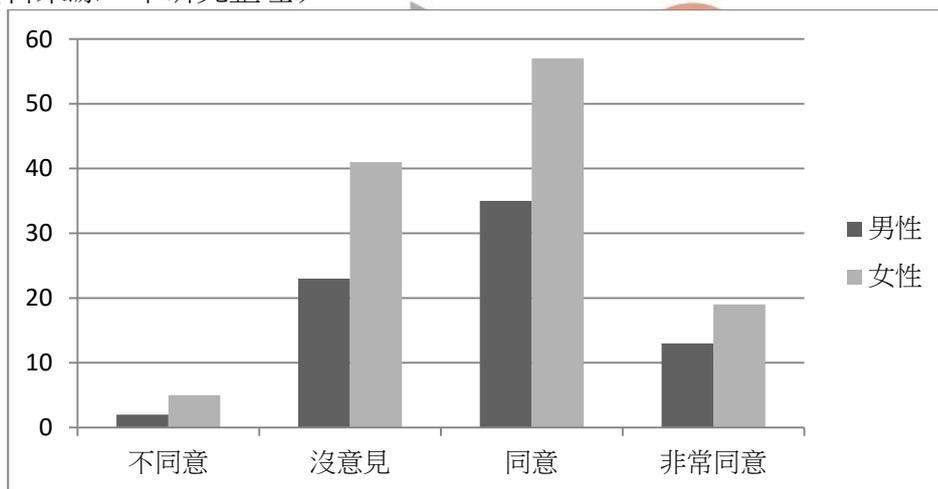


圖 4-13 受訪者是否同意慶典活動是一個極具創意性的行銷活動性別長條圖

(資料來源：本研究整理)

由上表得知，有效資料之受訪者 195 人中，對同意慶典活動是一個極具創意性的行銷活動不同意為 7 人中，男性為 2 人，女性為 5 人，對同意慶典活動是一個極具創意性的行銷活動沒意見為 64 人中，男性為 23 人，女性為 41 人，對同意慶典活動是一個極具創意性的行銷活動同意者為 92 人中，男性為 35 人，女性為 57 人，對同意慶典活動是一個極具創意性的行銷活動非常同意者為 32 人中，男性為 13 人，女性為 19 人。由圖 4-93 可得知，針對慶典活動是一個極具創意性的行銷活動之認同度，男性整體人數 73 位，有 48 位表示認同，佔 65.8%，女性整體人數 122 位，有 76 位表示認同，佔 62.3%，兩性認同度差異性不大，但顯然男性之認同感略高於女性。

表 4-39 及圖 4-14 是關於受訪者對同意慶典活動是一個極具創意性的行銷

活動中，再以年齡區分統計的結果，如表 4-39 及圖 4-14 所示：

表 4-39 受訪者是否同意慶典活動是一極具創意性的行銷活動資料分析(年齡)

同意程度	20 歲(含)以下	21~30 歲	31~40 歲	41~50 歲	51 歲(含)以上	總計
不同意	1	2	2	1	1	7
沒意見	40	8	7	6	3	64
同意	37	5	21	13	16	92
非常同意	11	2	4	10	5	32
總計	89	17	34	30	25	195

(資料來源：本研究整理)

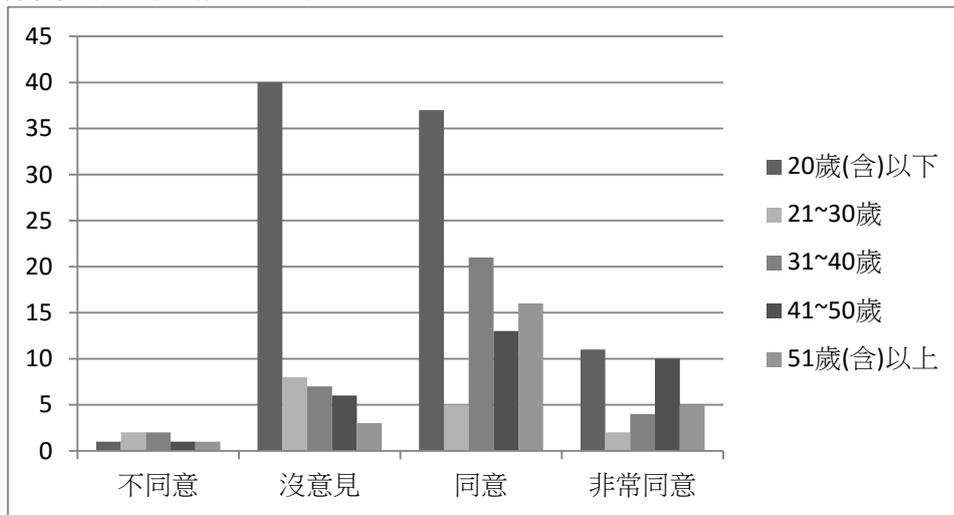


圖 4-14 受訪者是否同意慶典活動是一個極具創意性的行銷活動年齡長條圖  
(資料來源：本研究整理)

由上表得知，有效資料之受訪者 195 人中，對同意慶典活動是一個極具創意性的行銷活動不同意為 7 人中，20 歲(含)以下為 1 人，21~30 歲為 2 人，31~40 歲為 2 人，41~50 歲為 1 人，51 歲(含)以上為 1 人，對同意慶典活動是一個極具創意性的行銷活動沒意見為 64 人中，20 歲(含)以下為 40 人，21~30 歲為 8 人，31~40 歲為 7 人，41~50 歲為 6 人，51 歲(含)以上為 3 人，對同意慶典活動是一個極具創意性的行銷活動同意者為 92 人中，20 歲(含)以下為 37 人，21~30 歲為 5 人，31~40 歲為 21 人，41~50 歲為 13 人，51 歲(含)以上為 16 人，對同意慶典活動是一個極具創意性的行銷活動非常同意者為 32 人中，20 歲(含)以下為 11 人，21~30 歲為 2 人，31~40 歲為 4 人，41~50 歲為 10 人，51 歲(含)以上為 5 人。由圖 4-94 可得知，針對慶典活動是一個極具創意性的行銷活動，個年齡從之認同程度也有所不同，認同度較高的前三個年齡層，分別為 51 歲(含)以上認同度佔該年齡層 84%，其次為 41~50 歲，認同度佔 76.7%，第三則是 31~40 歲，認同度佔 73.5%。

第七題問項是詢問受訪者是否同意慶典活動足以代表行銷高雄市，表 4-40 為分析結果：

表 4-40 受訪者是否同意慶典活動足以代表行銷高雄市列表

同意程度	人數	百分比
非常不同意	1	0.5
不同意	16	8.2
沒意見	67	34.4
同意	78	40.0
非常同意	33	16.9
總計	195	100

(資料來源：本研究整理)

由上表得知，有效資料之受訪者 195 人中，對同意慶典活動足以代表行銷高雄市非常不同意為 1 人佔總人數 0.5%，對同意慶典活動足以代表行銷高雄市不同意為 16 人佔總人數 8.2%，對同意慶典活動足以代表行銷高雄市沒意見為 67 人佔總人數 34.4%，對同意慶典活動足以代表行銷高雄市同意者為 78 人佔總人數 40%，對同意慶典活動足以代表行銷高雄市非常同意者為 33 人佔總人數 16.9%。由數據分析得知，整體而言，針對慶典活動足以代表行銷高雄市，表達認同的受訪者共 111 人，佔整體人數 56.9%，另外數據當中，表達沒意見之受訪者也佔有相當高的比例，表示仍有部分受訪者對於慶典活動足以代表行銷高雄市，不表示相關看法。

表 4-41 及圖 4-15 是關於受訪者對同意慶典活動足以代表行銷高雄市中，再以男女兩性別區分統計的結果，表 4-41 及圖 4-15 所示：

表 4-41 受訪者是否同意慶典活動足以代表行銷高雄市性別列表

同意程度	男性	女性	總計
非常不同意	1	0	1
不同意	6	10	16
沒意見	26	41	67
同意	27	51	78
非常同意	13	20	33
總計	73	122	195

(資料來源：本研究整理)

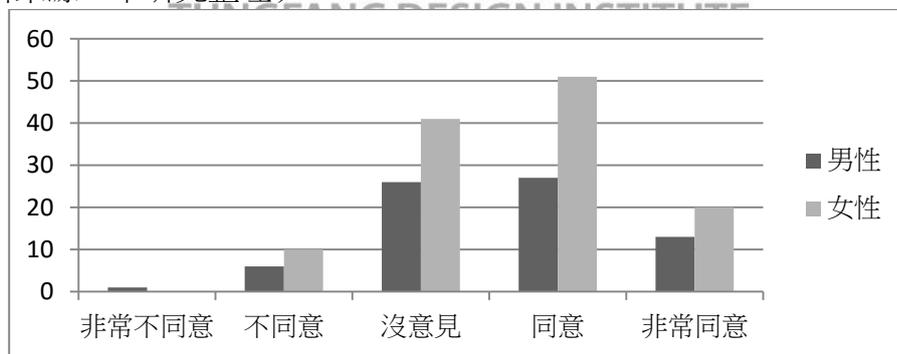


圖 4-15 受訪者是否同意慶典活動足以代表行銷高雄市性別長條圖

(資料來源：本研究整理)

由上表得知，有效資料之受訪者 195 人中，對同意慶典活動足以代表行銷

高雄市非常不同意為 1 人中，男性為 1 人，女性為 0 人，對同意慶典活動足以代表行銷高雄市不同意為 16 人中，男性為 6 人，女性為 10 人，對同意慶典活動足以代表行銷高雄市沒意見為 67 人中，男性為 26 人，女性為 41 人，對同意慶典活動足以代表行銷高雄市同意者為 78 人中，男性為 27 人，女性為 51 人，對同意慶典活動足以代表行銷高雄市非常同意者為 33 人中，男性為 13 人，女性為 20 人。由圖 4-96 可得知，針對慶典活動足以代表行銷高雄市，經由性別區分後，男性群體之認同度達 54.8%，女性群體之認同度達 58.2%，雖女性有出現非常不同意及不同意的人數，但以總數而言女性認同程度還是優於男性。

表 4-42 及圖 4-16 是關於受訪者對同意慶典活動足以代表行銷高雄市中，再以年齡區分統計的結果，表 4-42 及圖 4-16 所示：

表 4-42 受訪者是否同意慶典活動足以代表行銷高雄市資料分析(年齡)

同意程度	20歲(含)以下	21~30歲	31~40歲	41~50歲	51歲(含)以上	總計
非常不同意	1	0	0	0	0	1
不同意	3	3	4	1	5	16
沒意見	35	9	11	8	4	67
同意	40	4	13	9	12	78
非常同意	10	1	6	12	4	33
總計	89	17	34	30	25	195

(資料來源：本研究整理)

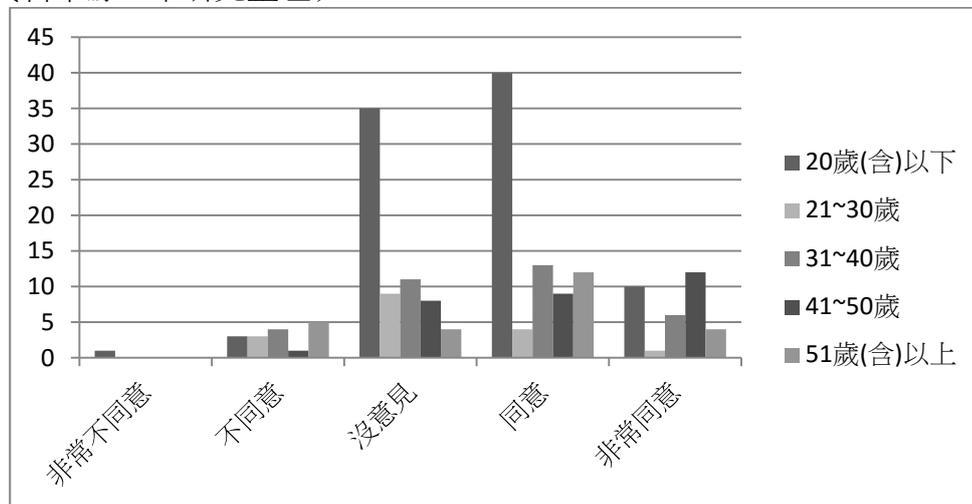


圖 4-16 受訪者是否同意慶典活動足以代表行銷高雄市年齡長條圖

(資料來源：本研究整理)

由上表得知，有效資料之受訪者 195 人中，對同意慶典活動足以代表行銷高雄市非常不同意為 1 人中，20 歲(含)以下為 1 人，21~30 歲為 0 人，31~40 歲為 0 人，41~50 歲為 0 人，51 歲(含)以上為 0 人，對同意慶典活動足以代表行銷高雄市不同意為 16 人中，20 歲(含)以下為 3 人，21~30 歲為 3 人，31~40 歲為 4 人，41~50 歲為 1 人，51 歲(含)以上為 5 人，對同意慶典活動足以代表行銷高雄市沒意見為 64 人中，20 歲(含)以下為 35 人，21~30 歲為 9 人，31~40 歲

為 11 人，41~50 歲為 8 人，51 歲(含)以上為 4 人，對同意慶典活動足以代表行銷高雄市同意者為 78 人中，20 歲(含)以下為 40 人，21~30 歲為 4 人，31~40 歲為 13 人，41~50 歲為 9 人，51 歲(含)以上為 12 人，對同意慶典活動足以代表行銷高雄市非常同意者為 33 人中，20 歲(含)以下為 10 人，21~30 歲為 1 人，31~40 歲為 6 人，41~50 歲為 12 人，51 歲(含)以上為 4 人。由圖 4-97 可得知，針對慶典活動足以代表行銷高雄市此問項，表示認同的程度，以 41~50 歲最高，其次為 51 歲(含)以上，第三高為 20 歲(含)以下。

第八題問項是詢問受訪者是否同意高雄市基礎建設，可以藉由慶典活動舉辦而改善之，表 4-43 為分析結果：

表 4-43 高雄市基礎建設可以藉由慶典活動舉辦而改善之資料分析

同意程度	人數	百分比
非常不同意	4	2.1
不同意	21	10.8
沒意見	73	37.4
同意	64	32.8
非常同意	33	16.9
總計	195	100

(資料來源：本研究整理)

由上表得知，有效資料之受訪者 195 人中，對同意高雄市基礎建設，可以藉由慶典活動舉辦而改善非常不同意為 4 人佔總人數 2.1%，對同意高雄市基礎建設，可以藉由慶典活動舉辦而改善不同意為 21 人佔總人數 10.8%，對同意高雄市基礎建設，可以藉由慶典活動舉辦而改善沒意見為 73 人佔總人數 37.4%，對同意高雄市基礎建設，可以藉由慶典活動舉辦而改善同意者為 64 人佔總人數 32.8%，對同意高雄市基礎建設，可以藉由慶典活動舉辦而改善非常同意者為 33 人佔總人數 16.9%。由此得知，整體受訪者對於高雄市基礎建設，可以藉由慶典活動舉辦而改善，表達認同之人數為 97 人，佔整體受訪人數比例 49.7%，其中表示沒意見之受訪者之人數也為數不少達 73 人，佔整體受訪者比例為 37.4%。

表 4-44 及圖 4-17 是關於受訪者對同意高雄市基礎建設，可以藉由慶典活動舉辦而改善中，再以男女兩性別區分統計的結果，如表 4-44 及圖 4-17 所示：

表 4-44 高雄市基礎建設可以藉由慶典活動舉辦而改善之資料分析(性別)

同意程度	男性	女性	總計
非常不同意	3	0	4
不同意	5	16	21
沒意見	29	44	73
同意	21	43	64
非常同意	15	18	33
總計	73	122	195

(資料來源：本研究整理)

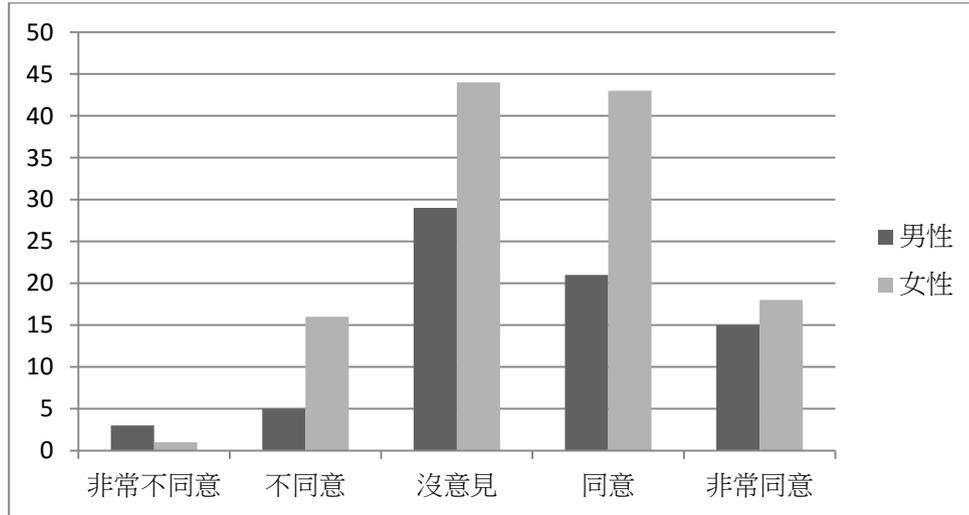


圖 4-17 受訪者是否同意高雄市基礎建設，可以藉由慶典活動舉辦而改善之性別長條圖（資料來源：本研究整理）

由上表得知，有效資料之受訪者 195 人中，對同意高雄市基礎建設，可以藉由慶典活動舉辦而改善非常不同意為 4 人中，男性為 3 人，女性為 1 人，對同意高雄市基礎建設，可以藉由慶典活動舉辦而改善不同意為 21 人中，男性為 5 人，女性為 16 人，對同意高雄市基礎建設，可以藉由慶典活動舉辦而改善沒意見為 73 人中，男性為 29 人，女性為 44 人，對同意高雄市基礎建設，可以藉由慶典活動舉辦而改善同意者為 64 人中，男性為 21 人，女性為 43 人，對同意高雄市基礎建設，可以藉由慶典活動舉辦而改善非常同意者為 33 人中，男性為 15 人，女性為 18 人。由圖 4-99 可得知，針對高雄市基礎建設，可以藉由慶典活動舉辦而改善，男性及女性之認同度差異性相差不大，男性佔整體男性人數比例為 49.3%，女性則為 50%，僅相差 0.7%，女性認同度略高於男性。

表 4-45 及圖 4-18 是關於受訪者對高雄市基礎建設，可以藉由慶典活動舉辦而改善中，再以年齡區分統計的結果，如表 4-45 及圖 4-18 所示：

表 4-45 高雄市基礎建設可以藉由慶典活動舉辦而改善之資料分析(年齡)

同意程度	20歲(含)以下	21~30歲	31~40歲	41~50歲	51歲(含)以上	總計
非常不同意	2	1	1	0	0	4
不同意	5	4	6	2	4	21
沒意見	37	8	14	8	6	73
同意	33	2	9	9	11	64
非常同意	12	2	4	11	4	33
總計	89	17	34	30	25	195

(資料來源：本研究整理)

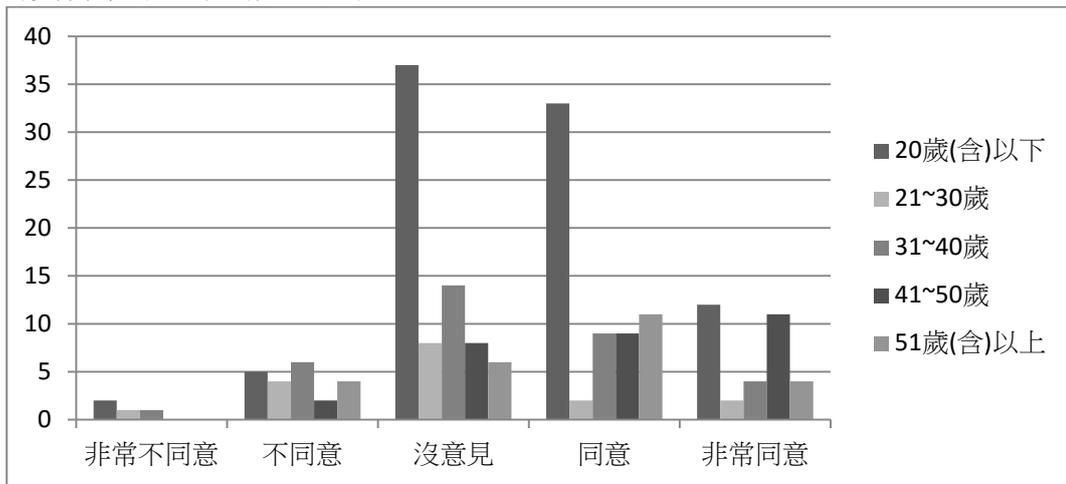


圖 4-18 受訪者是否同意高雄市基礎建設，可以藉由慶典活動舉辦而改善之年齡長條圖 (資料來源：本研究整理)

由上表得知，有效資料之受訪者 195 人中，對同意高雄市基礎建設，可以藉由慶典活動舉辦而改善非常不同意為 4 人中，20 歲(含)以下為 2 人，21~30 歲為 1 人，31~40 歲為 1 人，41~50 歲為 0 人，51 歲(含)以上為 0 人，對同意高雄市基礎建設，可以藉由慶典活動舉辦而改善不同意為 21 人中，20 歲(含)以下為 5 人，21~30 歲為 4 人，31~40 歲為 6 人，41~50 歲為 2 人，51 歲(含)以上為 4 人，對同意高雄市基礎建設，可以藉由慶典活動舉辦而改善沒意見為 73 人中，20 歲(含)以下為 37 人，21~30 歲為 8 人，31~40 歲為 14 人，41~50 歲為 8 人，51 歲(含)以上為 6 人，對同意高雄市基礎建設，可以藉由慶典活動舉辦而改善同意者為 64 人中，20 歲(含)以下為 33 人，21~30 歲為 2 人，31~40 歲為 9 人，41~50 歲為 9 人，51 歲(含)以上為 11 人，對同意高雄市基礎建設，可以藉由慶典活動舉辦而改善非常同意者為 33 人中，20 歲(含)以下為 12 人，21~30 歲為 2 人，31~40 歲為 4 人，41~50 歲為 11 人，51 歲(含)以上為 4 人。由圖 4-100 得知，針對慶典活動足以代表行銷高雄市，受訪者中表示認同者的年齡區分中，以 41~50 歲認同度最高，達 66.7%，其次是 51 歲(含)以上，達 60%，第三則是 20 歲(含)以下之年齡族群，達 50.6%。

第九題問項是詢問受訪者是否同意高雄市推廣慶典活動，可以增進您對高雄市人文歷史之印象，表 4-46 為分析結果：

表 4-46 高雄市推廣慶典活動可以增進您對高雄市人文歷史之印象資料分析

同意程度	人數	百分比
不同意	9	4.6
沒意見	62	31.8
同意	91	46.7
非常同意	33	16.9
總計	195	100

(資料來源：本研究整理)

由上表得知，有效資料之受訪者 195 人中，對同意高雄市推廣慶典活動，可以增進您對高雄市人文歷史之印象不同意為 9 人佔總人數 4.6%，對同意高雄市推廣慶典活動，可以增進您對高雄市人文歷史之印象沒意見為 62 人佔總人數 31.8%，對同意高雄市推廣慶典活動，可以增進您對高雄市人文歷史之印象同意者為 91 人佔總人數 46.7%，對同意高雄市推廣慶典活動，可以增進您對高雄市人文歷史之印象非常同意者為 33 人佔總人數 16.9%。由此得知，針對高雄市推廣慶典活動，可以增進您對高雄市人文歷史之印象，整體受訪者表達認同人數為 124 人，佔整體人數比例為 63.6%。

表 4-47 及圖 4-19 是關於受訪者對同意高雄市推廣慶典活動，可以增進您對高雄市人文歷史之印象中再以男女兩性別區分統計的結果，如表 4-50 及圖 4-19 所示：

表 4-47 高雄市推廣慶典活動可增進高雄市人文歷史之印象資料分析(性別)

同意程度	男性	女性	總計
不同意	4	5	9
沒意見	24	38	62
同意	33	58	91
非常同意	12	21	33
總計	73	122	195

(資料來源：本研究整理)

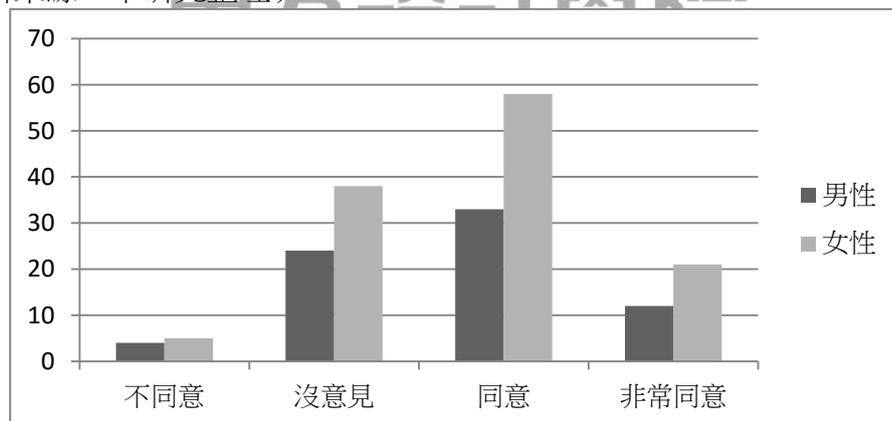


圖 4-19 受訪者是否同意高雄市推廣慶典活動，可以增進您對高雄市人文歷史之印象之性別長條圖 (資料來源：本研究整理)

由上表得知，有效資料之受訪者 195 人中，對同意高雄市推廣慶典活動，可以增進您對高雄市人文歷史之印象之不同意為 9 人中，男性為 4 人，女性為

5 人，對同意高雄市推廣慶典活動，可以增進您對高雄市人文歷史之印象之沒意見為 62 人中，男性為 24 人，女性為 38 人，對同意高雄市推廣慶典活動，可以增進您對高雄市人文歷史之印象之同意者為 91 人中，男性為 33 人，女性為 58 人，對同意高雄市推廣慶典活動，可以增進您對高雄市人文歷史之印象之非常同意者為 33 人中，男性為 12 人，女性為 21 人。由圖 4-102 可得知，針對高雄市推廣慶典活動，可以增進您對高雄市人文歷史之印象，男、女性別區分上，表達認同的比例僅存在 3.2%之差距，男性達 61.6%，女性達 64.8%，整數而言女性認同度略高於男性。

表 4-48 及圖 4-20 是關於受訪者對同意高雄市推廣慶典活動，可以增進您對高雄市人文歷史之印象之中，再以年齡區分統計的結果，如表 4-48 及圖 4-20 所示：

表 4-48 高雄市推廣慶典活動可增進您對高雄市人文歷史印象資料分析(年齡)

同意程度	20歲(含)以下	21~30歲	31~40歲	41~50歲	51歲(含)以上	總計
不同意	0	2	2	1	4	9
沒意見	29	7	16	4	3	62
同意	46	7	13	11	14	91
非常同意	14	1	3	11	4	33
總計	89	17	34	30	25	195

(資料來源：本研究整理)

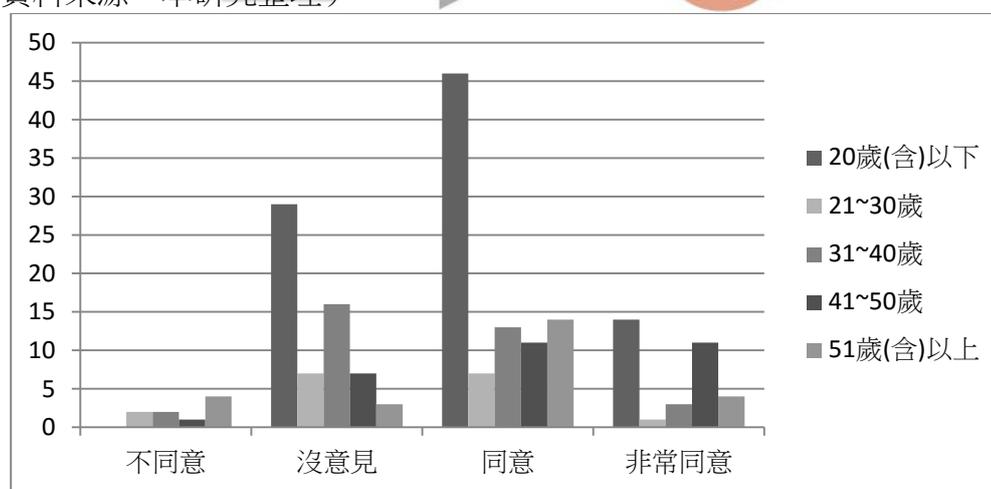


圖 4-20 受訪者是否同意高雄市推廣慶典活動，可以增進您對高雄市人文歷史之印象之年齡長條圖 (資料來源：本研究整理)

由上表得知，有效資料之受訪者 195 人中，對同意高雄市推廣慶典活動，可以增進您對高雄市人文歷史之印象不同意為 9 人中，20 歲(含)以下為 0 人，21~30 歲為 2 人，31~40 歲為 2 人，41~50 歲為 1 人，51 歲(含)以上為 4 人，對同意高雄市推廣慶典活動，可以增進您對高雄市人文歷史之印象沒意見為 62 人中，20 歲(含)以下為 29 人，21~30 歲為 7 人，31~40 歲為 16 人，41~50 歲為 4 人，51 歲(含)以上為 3 人，對同意高雄市推廣慶典活動，可以增進您對高雄市人文歷史之印象同意者為 91 人中，20 歲(含)以下為 46 人，21~30 歲為 7 人，31~40 歲為 13 人，41~50 歲為 11 人，51 歲(含)以上為 14 人，對同意高雄市推

廣慶典活動，可以增進您對高雄市人文歷史之印象非常同意者為 33 人中，20 歲(含)以下為 14 人，21~30 歲為 1 人，31~40 歲為 3 人，41~50 歲為 11 人，51 歲(含)以上為 4 人。由圖 4-103 得知，針對高雄市推廣慶典活動，可以增進您對高雄市人文歷史之印象，年齡區分當中，以 41~50 歲認同度最高，達 73.3%，其次是 51 歲(含)以上，第三是 20 歲(含)以下。

第十題問項是詢問受訪者是否同意高雄市推廣慶典活動，有助於帶動地方文化之經濟發展，以下表格為分析結果：

表 4-49 高雄市推廣慶典活動有助於帶動地方文化之經濟發展資料分析

同意程度	人數	百分比
不同意	7	3.5
沒意見	59	30.3
同意	92	47.2
非常同意	37	19.0
總計	195	100

(資料來源：本研究整理)

由上表得知，有效資料之受訪者 195 人中，對同意高雄市推廣慶典活動，有助於帶動地方文化之經濟發展不同意為 7 人佔總人數 3.6%，對同意高雄市推廣慶典活動，有助於帶動地方文化之經濟發展沒意見為 59 人佔總人數 30.3%，對同意高雄市推廣慶典活動，有助於帶動地方文化之經濟發展同意者為 92 人佔總人數 47.2%，對同意高雄市推廣慶典活動，有助於帶動地方文化之經濟發展非常同意者為 37 人佔總人數 19.0%。由此得知，針對高雄市推廣慶典活動，有助於帶動地方文化之經濟發展，整體受訪者人數中 129 人表示認同，佔整體受訪者人數比例 66.2%。

表 4-50 及圖 4-21 是關於受訪者對高雄市推廣慶典活動，有助於帶動地方文化之經濟發展中，再以男女兩性別區分統計的結果，如表 4-50 及圖 4-21 所示：

表 4-50 高雄市推廣慶典活動，有助於帶動地方文化之經濟發展資料分析(性別)

同意程度	男性	女性	總計
不同意	3	4	7
沒意見	23	36	59
同意	30	62	92
非常同意	17	20	37
總計	73	122	195

(資料來源：本研究整理)

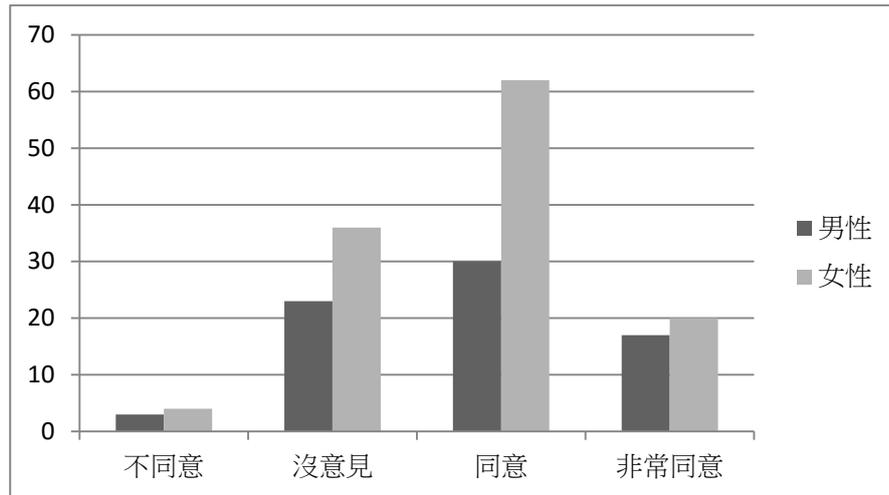


圖 4-21 受訪者是否同意高雄市推廣慶典活動，有助於帶動地方文化之經濟發展之性別長條圖（資料來源：本研究整理）

由上表得知，有效資料之受訪者 195 人中，對同意高雄市推廣慶典活動，有助於帶動地方文化之經濟發展不同意為 7 人中，男性為 3 人，女性為 4 人，對同意高雄市推廣慶典活動，有助於帶動地方文化之經濟發展沒意見為 59 人中，男性為 23 人，女性為 36 人，對同意高雄市推廣慶典活動，有助於帶動地方文化之經濟發展同意者為 92 人中，男性為 30 人，女性為 62 人，對同意高雄市推廣慶典活動，有助於帶動地方文化之經濟發展非常同意者為 37 人中，男性為 17 人，女性為 20 人。由圖 4-105 得知，針對高雄市推廣慶典活動，有助於帶動地方文化之經濟發展之認同度，男性、女性之差異僅相差 2.8%，男性受訪者認同度佔男性整體比例為 64.4%，女性受訪者認同度佔整體比例為 67.2%，總數而言女性認同度略高於男性。

表 4-51 及圖 4-22 是關於受訪者對同意高雄市推廣慶典活動，有助於帶動地方文化之經濟發展中再以年齡區分統計的結果，如表 4-51 及圖 4-22 所示：

表 4-51 高雄市推廣慶典活動有助於帶動地方文化之經濟發展資料分析(年齡)

同意程度	20 歲(含)以下	21~30 歲	31~40 歲	41~50 歲	51 歲(含)以上	總計
不同意	2	0	1	1	3	7
沒意見	30	10	7	7	5	59
同意	44	4	20	12	12	92
非常同意	13	3	6	10	5	37
總計	89	17	34	30	25	195

（資料來源：本研究整理）

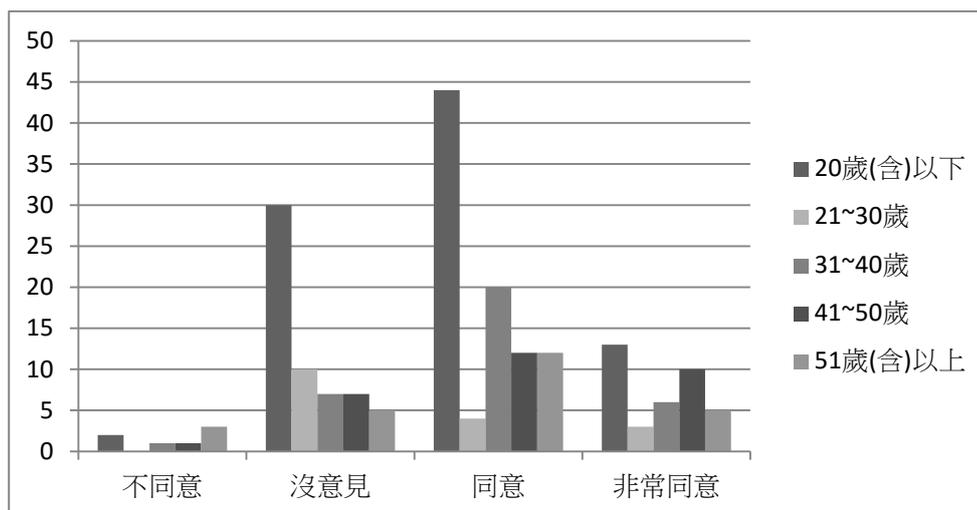


圖 4-22 受訪者是否同意高雄市推廣慶典活動，有助於帶動地方文化之經濟發展之年齡長條圖（資料來源：本研究整理）

由上表得知，有效資料之受訪者 195 人中，對同意高雄市推廣慶典活動，有助於帶動地方文化之經濟發展不同意為 7 人中，20 歲(含)以下為 2 人，21~30 歲為 0 人，31~40 歲為 1 人，41~50 歲為 1 人，51 歲(含)以上為 3 人，對同意高雄市推廣慶典活動，有助於帶動地方文化之經濟發展沒意見為 59 人中，20 歲(含)以下為 30 人，21~30 歲為 10 人，31~40 歲為 7 人，41~50 歲為 7 人，51 歲(含)以上為 5 人，對同意高雄市推廣慶典活動，有助於帶動地方文化之經濟發展同意者為 92 人中，20 歲(含)以下為 44 人，21~30 歲為 4 人，31~40 歲為 20 人，41~50 歲為 12 人，51 歲(含)以上為 12 人，對同意高雄市推廣慶典活動，有助於帶動地方文化之經濟發展非常同意者為 37 人中，20 歲(含)以下為 13 人，21~30 歲為 3 人，31~40 歲為 6 人，41~50 歲為 10 人，51 歲(含)以上為 5 人。由圖 4-106 可得知，針對高雄市推廣慶典活動，有助於帶動地方文化之經濟發展，不同年齡層之認同度有所差異，認同度較高的是 31~40 歲，認同度佔同一年齡層比例為 76.5%，其次為 41~50 歲 20 歲(含)以下，認同度佔同一年齡層比例為 73.3%，第三為 51 歲(含)以上，認同度佔同一年齡層比例為 68.0%。

第十一題問項是詢問受訪者是否同意高雄市推廣慶典活動，可以將地方歷史脈絡轉成豐富的文化資產，表 4-52 為分析結果：

表 4-52 高雄市推廣慶典活動可將地方歷史脈絡轉成豐富的文化資產資料分析

同意程度	人數	百分比
不同意	5	2.6
沒意見	66	33.8
同意	87	44.6
非常同意	37	19.0
總計	195	100

（資料來源：本研究整理）

由上表得知，有效資料之受訪者 195 人中，對同意高雄市推廣慶典活動，可以將地方歷史脈絡轉成豐富的文化資產不同意為 5 人佔總人數 2.6%，對同意高雄市推廣慶典活動，可以將地方歷史脈絡轉成豐富的文化資產沒意見

為 66 人佔總人數 33.8%，對同意高雄市推廣慶典活動，可以將地方歷史脈絡轉話成豐富的文化資產同意者為 87 人佔總人數 44.6%，對同意高雄市推廣慶典活動，可以將地方歷史脈絡轉話成豐富的文化資產非常同意者為 37 人佔總人數 19.0%。由此得知，針對高雄市推廣慶典活動，可以將地方歷史脈絡轉成豐富的文化資產，整體受訪者之認同人數為 124 人，佔整體受訪人數比例 63.6%。

表 4-53 是關於受訪者對同意高雄市推廣慶典活動，可以將地方歷史脈絡轉話成豐富的文化資產中再以男女兩性別區分統計的結果，如表 4-53 所示：

表 4-53 高雄市推廣慶典活動可將地方歷史脈絡轉成豐富文化資產資料分析(性別)

同意程度	男性	女性	總計
不同意	1	4	5
沒意見	27	39	66
同意	29	58	87
非常同意	16	21	37
總計	73	122	195

(資料來源：本研究整理)

由上表得知，有效資料之受訪者 195 人中，對同意高雄市推廣慶典活動，可以將地方歷史脈絡轉話成豐富的文化資產不同意為 5 人中，男性為 1 人，女性為 4 人，對同意高雄市推廣慶典活動，可以將地方歷史脈絡轉話成豐富的文化資產沒意見為 66 人中，男性為 27 人，女性為 39 人，對同意高雄市推廣慶典活動，可以將地方歷史脈絡轉話成豐富的文化資產同意者為 87 人中，男性為 29 人，女性為 58 人，對同意高雄市推廣慶典活動，可以將地方歷史脈絡轉話成豐富的文化資產非常同意者為 37 人中，男性為 16 人，女性為 21 人。由此得知，針對高雄市推廣慶典活動，可以將地方歷史脈絡轉成豐富的文化資產，性別區分之差異性不大，相差比例為 3.2%，男性認同者佔男性整體受訪者比例為 61.6%，女性認同者佔女性整體受訪者比例為 64.8%，雖女性有出現非常不同意及不同意的人數，但整體而言女性認同比例略優於男性。

表 4-54 及圖 4-23 是關於受訪者對同意高雄市推廣慶典活動，可以將地方歷史脈絡轉成豐富的文化資產中，再以年齡區分統計的結果，如表 4-54 及圖 4-23 所示：

表 4-54 高雄市推廣慶典活動可將地方歷史脈絡轉成豐富文化資產資料分析(年齡)

同意程度	20歲(含)以下	21~30歲	31~40歲	41~50歲	51歲(含)以上	總計
不同意	2	0	0	2	1	5
沒意見	33	10	11	0	6	66
同意	40	5	17	11	14	87
非常同意	14	2	6	11	4	37
總計	89	17	34	30	25	195

(資料來源：本研究整理)

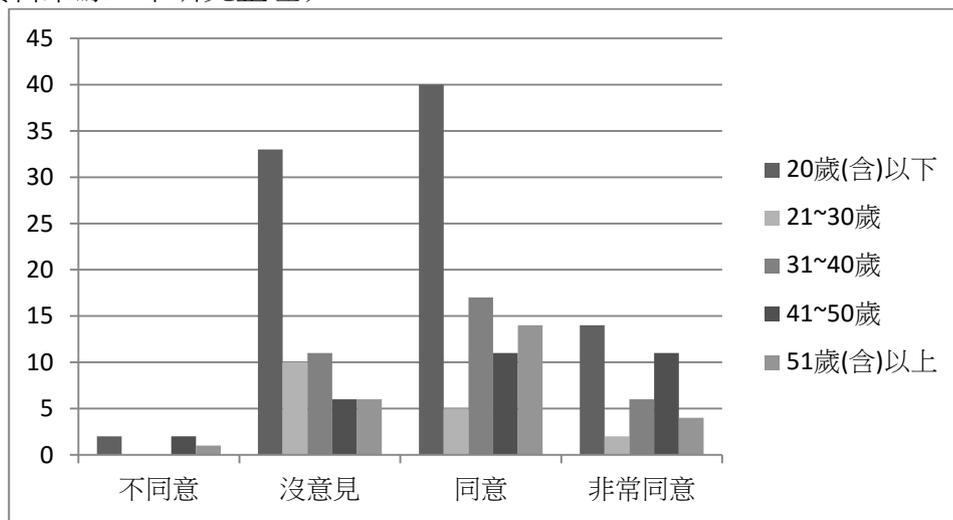


圖 4-23 受訪者是否同意高雄市推廣慶典活動，可以將地方歷史脈絡轉話成豐富的文化資產之年齡長條圖（資料來源：本研究整理）

由上表得知，有效資料之受訪者 195 人中，對同意高雄市推廣慶典活動，可以將地方歷史脈絡轉話成豐富的文化資產不同意為 5 人中，20 歲(含)以下為 2 人，21~30 歲為 0 人，31~40 歲為 0 人，41~50 歲為 2 人，51 歲(含)以上為 1 人，對同意高雄市推廣慶典活動，可以將地方歷史脈絡轉話成豐富的文化資產沒意見為 66 人中，20 歲(含)以下為 33 人，21~30 歲為 10 人，31~40 歲為 11 人，41~50 歲為 6 人，51 歲(含)以上為 6 人，對同意高雄市推廣慶典活動，可以將地方歷史脈絡轉話成豐富的文化資產同意者為 87 人中，20 歲(含)以下為 40 人，21~30 歲為 5 人，31~40 歲為 17 人，41~50 歲為 11 人，51 歲(含)以上為 14 人，對同意高雄市推廣慶典活動，可以將地方歷史脈絡轉話成豐富的文化資產非常同意者為 37 人中，20 歲(含)以下為 14 人，21~30 歲為 2 人，31~40 歲為 6 人，41~50 歲為 11 人，51 歲(含)以上為 4 人。由圖 4-109 得知，針對高雄市推廣慶典活動，可以將地方歷史脈絡轉話成豐富的文化資產，受訪者年齡區分中認同度最高為 41~50 歲，佔整體該年齡群組 73.3%，其次為 51 歲(含)以上佔整體該年齡群組 72%，第三為 31~40 歲佔整體該年齡群組 67.6%。

第十二題問項是詢問受訪者是否同意高雄市推廣慶典活動，具有保存文化價值之意涵，表 4-55 為分析結果：

表 4-55 高雄市推廣慶典活動具有保存文化價值之意涵資料分析

同意程度	人數	百分比
非常不同意	1	0.5
不同意	2	1.0
沒意見	61	31.3
同意	94	48.2
非常同意	37	19.0
總計	195	100

(資料來源：本研究整理)

由上表得知，有效資料之受訪者 195 人中，對同意高雄市推廣慶典活動，具有保存文化價值之意涵不非常同意為 1 人佔總人數 0.5%，對同意高雄市推廣慶典活動，具有保存文化價值之意涵不同意為 2 人佔總人數 1.0%，對同意高雄市推廣慶典活動，具有保存文化價值之意涵沒意見為 61 人佔總人數 31.3%，對同意高雄市推廣慶典活動，具有保存文化價值之意涵同意者為 94 人佔總人數 48.2%，對同意高雄市推廣慶典活動，具有保存文化價值之意涵非常同意者為 37 人佔總人數 19.0%。由此得知，針對高雄市推廣慶典活動，具有保存文化價值之意涵，整體受訪者之認同人數為 131 人，佔整體受訪者比例 67.2%。

表 4-56 及圖 4-24 說明，是有關於受訪者對同意高雄市推廣慶典活動，具有保存文化價值之意涵中，再以男女兩性別區分統計的結果，如表 4-56 及圖 4-24 所示：

表 4-56 高雄市推廣慶典活動，具有保存文化價值之意涵資料分析(性別)

同意程度	男性	女性	總計
非常不同意	1	0	1
不同意	0	2	2
沒意見	24	37	61
同意	32	62	94
非常同意	16	21	37
總計	73	122	195

(資料來源：本研究整理)

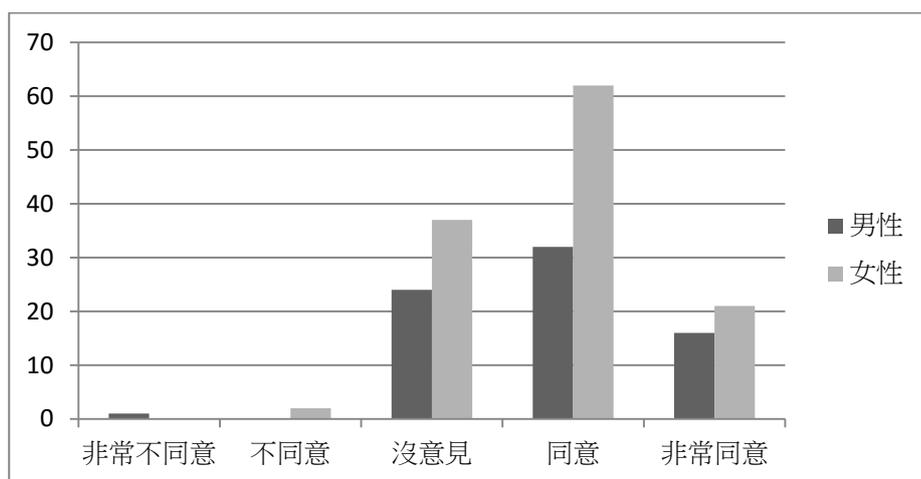


圖 4-24 受訪者是否同意高雄市推廣慶典活動，具有保存文化價值之意涵之性別長條圖（資料來源：本研究整理）

由上表得知，有效資料之受訪者 195 人中，對同意高雄市推廣慶典活動，具有保存文化價值之意涵非常不同意為 1 人中，男性為 1 人，女性為 0 人，對同意高雄市推廣慶典活動，具有保存文化價值之意涵不同意為 2 人中，男性為 0 人，女性為 2 人，對同意高雄市推廣慶典活動，具有保存文化價值之意涵沒意見為 61 人中，男性為 24 人，女性為 37 人，對同意高雄市推廣慶典活動，具有保存文化價值之意涵同意者為 94 人中，男性為 32 人，女性為 62 人，對同意高雄市推廣慶典活動，具有保存文化價值之意涵非常同意者為 37 人中，男性為 16 人，女性為 21 人。由圖 4-111 得知，對同意高雄市推廣慶典活動，具有保存文化價值之意涵，性別區分之差異性不大，相差比例為 2.2%，男性認同者佔男性整體受訪者比例為 65.8%，女性認同者佔女性整體受訪者比例為 68.0%，整體而言女性認同比例略優於男性。

表 4-57 及圖 4-25 是關於受訪者對同意高雄市推廣慶典活動，具有保存文化價值之意涵中再以年齡區分統計的結果，以下為其所示：

表 4-57 高雄市推廣慶典活動具有保存文化價值之意涵資料分析(年齡)

同意程度	20歲(含)以下	21~30歲	31~40歲	41~50歲	51歲(含)以上	總計
非常不同意	1	0	0	0	0	1
不同意	1	0	0	0	1	2
沒意見	30	8	10	7	6	61
同意	45	6	17	14	12	94
非常同意	12	3	7	9	6	37
總計	89	17	34	30	25	195

（資料來源：本研究整理）

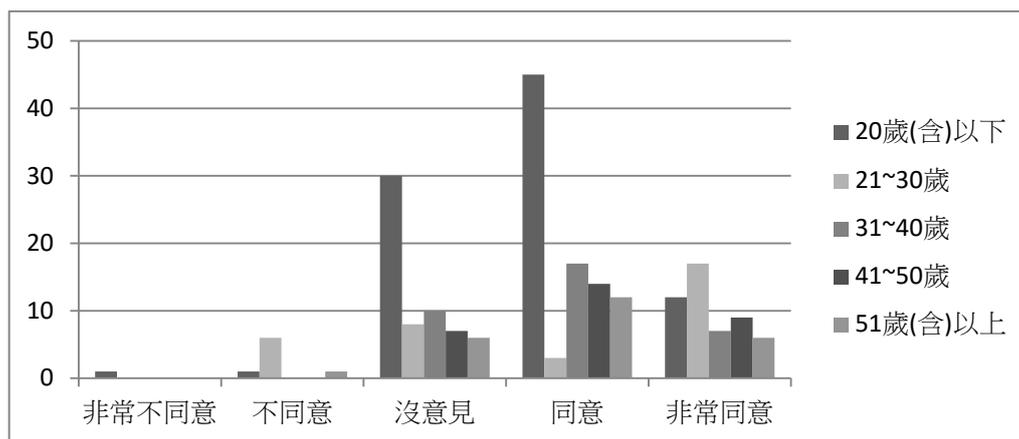


圖 4-25 受訪者是否同意高雄市推廣慶典活動，具有保存文化價值之意涵之年齡長條圖（資料來源：本研究整理）

由上表得知，有效資料之受訪者 195 人中，對同意高雄市推廣慶典活動，具有保存文化價值之意涵非常不同意為 1 人中，20 歲(含)以下為 1 人，21~30 歲為 0 人，31~40 歲為 0 人，41~50 歲為 0 人，51 歲(含)以上為 0 人，對同意高雄市推廣慶典活動，具有保存文化價值之意涵不同意為 2 人中，20 歲(含)以下為 1 人，21~30 歲為 0 人，31~40 歲為 0 人，41~50 歲為 0 人，51 歲(含)以上為 1 人，對同意高雄市推廣慶典活動，具有保存文化價值之意涵沒意見為 61 人中，20 歲(含)以下為 30 人，21~30 歲為 8 人，31~40 歲為 10 人，41~50 歲為 7 人，51 歲(含)以上為 6 人，對同意高雄市推廣慶典活動，具有保存文化價值之意涵同意者為 94 人中，20 歲(含)以下為 45 人，21~30 歲為 6 人，31~40 歲為 17 人，41~50 歲為 14 人，51 歲(含)以上為 12 人，對同意高雄市推廣慶典活動，具有保存文化價值之意涵非常同意者為 37 人中，20 歲(含)以下為 12 人，21~30 歲為 3 人，31~40 歲為 7 人，41~50 歲為 9 人，51 歲(含)以上為 6 人。由圖 4-112 得知，針對高雄市推廣慶典活動，具有保存文化價值之意涵，受訪者年齡區分中認同度最高為 51 歲(含)以上，佔整體該年齡群組 72.0%，其次為 31~40 歲佔整體該年齡群組 70.6%，第三為 41~50 歲佔整體該年齡群組 70.0%。

第十三題問項是詢問受訪者是否同意高雄市推廣慶典活動，可以幫民俗藝師重新找到表演舞台，表 4-58 為分析結果：

表 4-58 高雄市推廣慶典活動可以幫民俗藝師重新找到表演舞台資料分析

同意程度	人數	百分比
不同意	1	0.5
沒意見	61	31.3
同意	89	45.6
非常同意	44	22.6
總計	195	100

（資料來源：本研究整理）

由上表得知，有效資料之受訪者 195 人中，對同意高雄市推廣慶典活動，可以幫民俗藝師重新找到表演舞台不同意為 1 人佔總人數 0.5%，對同意高雄市推廣慶典活動，可以幫民俗藝師重新找到表演舞台沒意見為 61 人佔總人數 31.3%，對同意高雄市推廣慶典活動，具有保存文化價值之意涵同意者為 89

人佔總人數 45.6%，對同意高雄市推廣慶典活動，可以幫民俗藝師重新找到表演舞台非常同意者為 44 人佔總人數 22.6%。由此得知，針對高雄市推廣慶典活動，具有保存文化價值之意涵，整體受訪者之認同人數為 133 人，佔整體受訪者比例 68.2%。

以下所列表說明，是有關於受訪者對同意高雄市推廣慶典活動，可以幫民俗藝師重新找到表演舞台中再以男女兩性別區分統計的結果，以下為其所示：

表 4-59 高雄市推廣慶典活動可幫民俗藝師重新找到表演舞台資料分析(性別)

同意程度	男性	女性	總計
不同意	0	1	1
沒意見	22	39	61
同意	35	54	89
非常同意	16	28	44
總計	73	122	195

(資料來源：本研究整理)

由上表得知，有效資料之受訪者 195 人中，對同意高雄市推廣慶典活動，可以幫民俗藝師重新找到表演舞台不同意為 1 人中，男性為 0 人，女性為 1 人，對同意高雄市推廣慶典活動，可以幫民俗藝師重新找到表演舞台沒意見為 61 人中，男性為 22 人，女性為 39 人，對同意高雄市推廣慶典活動，可以幫民俗藝師重新找到表演舞台同意者為 89 人中，男性為 35 人，女性為 54 人，對同意高雄市推廣慶典活動，可以幫民俗藝師重新找到表演舞台非常同意者為 44 人中，男性為 16 人，女性為 28 人。由此得知，針對高雄市推廣慶典活動可幫民俗藝師重新找到表演舞台，性別區分之差異性不大，相差比例為 2.7%，男性認同者佔男性整體受訪者比例為 69.9%，女性認同者佔女性整體受訪者比例為 67.2%，整體而言男性認同比例略優於女性。

表 4-60 及圖 4-26 是關於受訪者對同意高雄市推廣慶典活動，可以幫民俗藝師重新找到表演舞台中再以年齡區分統計的結果，如表 4-60 及圖 4-26 所示：

表 4-60 高雄市推廣慶典活動可幫民俗藝師重新找到表演舞台資料分析(年齡)

同意程度	20 歲(含)以下	21~30 歲	31~40 歲	41~50 歲	51 歲(含)以上	總計
不同意	0	0	0	0	1	1
沒意見	33	6	10	6	6	61
同意	40	8	16	13	12	89
非常同意	16	3	8	11	6	44
總計	89	17	34	30	25	195

(資料來源：本研究整理)

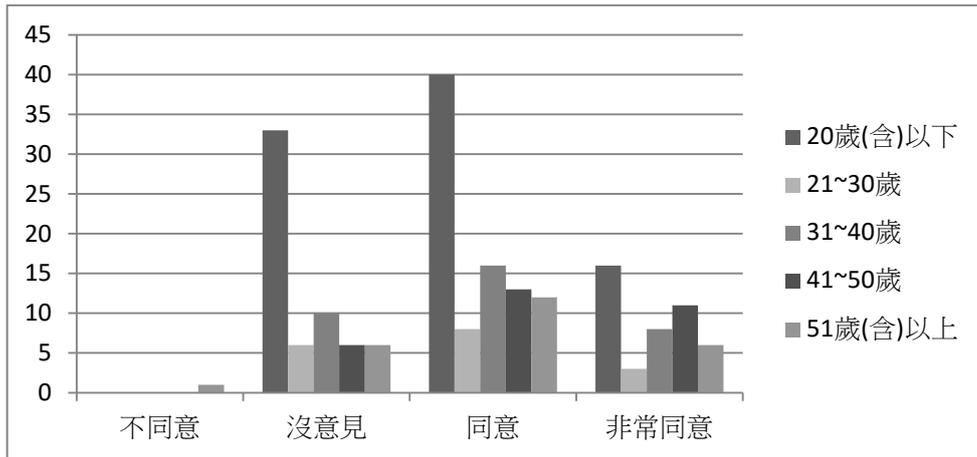


圖 4-26 受訪者是否同意高雄市推廣慶典活動，可以幫民俗藝師重新找到表演舞台之年齡長條圖（資料來源：本研究整理）

由上表得知，有效資料之受訪者 195 人中，對同意高雄市推廣慶典活動，可以幫民俗藝師重新找到表演舞台不同意為 1 人中，20 歲(含)以下為 0 人，21~30 歲為 0 人，31~40 歲為 0 人，41~50 歲為 0 人，51 歲(含)以上為 1 人，對同意高雄市推廣慶典活動，可以幫民俗藝師重新找到表演舞台沒意見為 61 人中，20 歲(含)以下為 33 人，21~30 歲為 6 人，31~40 歲為 10 人，41~50 歲為 6 人，51 歲(含)以上為 6 人，對同意高雄市推廣慶典活動，可以幫民俗藝師重新找到表演舞台同意者為 89 人中，20 歲(含)以下為 40 人，21~30 歲為 8 人，31~40 歲為 16 人，41~50 歲為 13 人，51 歲(含)以上為 12 人，對同意高雄市推廣慶典活動，可以幫民俗藝師重新找到表演舞台非常同意者為 44 人中，20 歲(含)以下為 16 人，21~30 歲為 3 人，31~40 歲為 8 人，41~50 歲為 11 人，51 歲(含)以上為 6 人。由圖 4-115 得知，針對高雄市推廣慶典活動，可以幫民俗藝師重新找到表演舞台，受訪者年齡區分中認同度最高為 41~50 歲，佔整體該年齡群組 80.0%，其次為 51 歲(含)以上佔整體該年齡群組 72.0%，第三為 31~40 歲佔整體該年齡群組 70.0%。

第十四題問項受訪者是否同意高雄市推廣慶典活動，具有經驗交流之功能，表 4-61 為分析結果：

表 4-61 受訪者是否同意高雄市推廣慶典活動，具有經驗交流之功能之列表

同意程度	人數	百分比
不同意	3	1.5
沒意見	68	34.9
同意	87	44.6
非常同意	37	19.0
總計	195	100

（資料來源：本研究整理）

由上表得知，有效資料之受訪者 195 人中，對同意高雄市推廣慶典活動，具有經驗交流之功能不同意為 3 人佔總人數 1.5%，對同意高雄市推廣慶典活動，具有經驗交流之功能沒意見為 68 人佔總人數 34.9%，對同意高雄市推廣慶典活動，具有經驗交流之功能同意者為 87 人佔總人數 44.6%，對同意高雄

市推廣慶典活動，具有經驗交流之功能非常同意者為 37 人佔總人數 19.0%。由此得知，針對高雄市推廣慶典活動，具有經驗交流之功能，整體受訪者之認同人數為 124 人，佔整體受訪者比例 63.6%。

表 4-62 是關於受訪者對同意高雄市推廣慶典活動，具有經驗交流之功能中，再以男女兩性別區分統計的結果，如表 4-62 所示：

表 4-62 高雄市推廣慶典活動，具有經驗交流之功能資料分析(性別)

同意程度	男性	女性	總計
不同意	0	3	3
沒意見	28	40	68
同意	29	58	87
非常同意	16	21	37
總計	73	122	195

(資料來源：本研究整理)

由上表得知，有效資料之受訪者 195 人中，對同意高雄市推廣慶典活動，具有經驗交流之功能不同意為 3 人中，男性為 0 人，女性為 3 人，對同意高雄市推廣慶典活動，具有經驗交流之功能沒意見為 68 人中，男性為 28 人，女性為 40 人，對同意高雄市推廣慶典活動，具有經驗交流之功能同意者為 87 人中，男性為 29 人，女性為 58 人，對同意高雄市推廣慶典活動，具有經驗交流之功能非常同意者為 37 人中，男性為 16 人，女性為 21 人。由此得知，針對高雄市推廣慶典活動，具有經驗交流之功能，性別區分之差異性不大，相差比例為 3.2%，男性認同者佔男性整體受訪者比例為 61.6%，女性認同者佔女性整體受訪者比例為 64.8%，整體而言女性認同比例略優於男性。

表 4-63 及圖 4-27 是關於受訪者對同意高雄市推廣慶典活動，具有經驗交流之功能中，再以年齡區分統計的結果，如表 4-63 及圖 4-27 所示：

表 4-63 高雄市推廣慶典活動，具有經驗交流之功能資料分析(年齡)

同意程度	20 歲(含)以下	21~30 歲	31~40 歲	41~50 歲	51 歲(含)以上	總計
不同意	2	0	0	1	0	3
沒意見	33	9	15	7	4	68
同意	44	5	12	11	15	87
非常同意	11	3	7	11	6	37
總計	89	17	34	30	25	195

(資料來源：本研究整理)

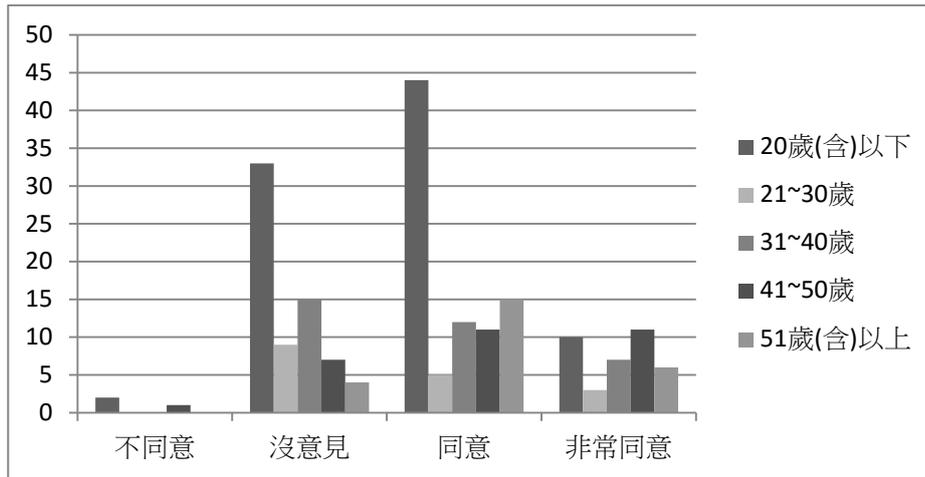


圖 4-27 受訪者是否同意高雄市推廣慶典活動，具有經驗交流之功能之年齡長條圖（資料來源：本研究整理）

由上表得知，有效資料之受訪者 195 人中，對同意高雄市推廣慶典活動，具有經驗交流之功能不同意為 3 人中，20 歲(含)以下為 2 人，21~30 歲為 0 人，31~40 歲為 0 人，41~50 歲為 1 人，51 歲(含)以上為 0 人，對同意高雄市推廣慶典活動，具有經驗交流之功能沒意見為 68 人中，20 歲(含)以下為 33 人，21~30 歲為 9 人，31~40 歲為 15 人，41~50 歲為 7 人，51 歲(含)以上為 4 人，對同意高雄市推廣慶典活動，具有經驗交流之功能同意者為 87 人中，20 歲(含)以下為 44 人，21~30 歲為 5 人，31~40 歲為 12 人，41~50 歲為 11 人，51 歲(含)以上為 15 人，對同意高雄市推廣慶典活動，具有經驗交流之功能非常同意者為 37 人中，20 歲(含)以下為 10 人，21~30 歲為 3 人，31~40 歲為 7 人，41~50 歲為 11 人，51 歲(含)以上為 6 人。由圖 4-118 得知，針對高雄市推廣慶典活動，具有經驗交流之功能，受訪者年齡區分中認同度最高為 51 歲(含)以上，佔整體該年齡群組 84.0%，其次為 41~50 歲佔整體該年齡群組 73.3%，第三為 20 歲(含)以下，佔整體該年齡群組 61.8%。

## 五、結論與建議

### 5.1 研究發現

高雄戲獅甲藝術節從 2006 正式舉辦，到現今 2017 年中已經超過 10 年，從各屆舉辦內容方式分析，可以清楚看出舉辦單位的用心，及預計行走方向，在主辦及協辦單位於每年活動舉辦進行時不斷的演化，將一個平凡的傳統習俗活動，在喚起大家一些過往記憶的同時，再不斷的增添新元素，讓傳統文化藝術表演有不同的面貌呈現，引發本研究覺得是個值得研究的議題。研究過程中透過先行研究，更了解這片土地的文化形成及過往經歷，更透過各屆的高雄戲獅甲藝術節資料之資料收集及問卷調查，經分析研究後，彙總出傳統習俗文化的傳承及創新因子，提供往後研究相關議題的研究者參考使用。

本研究根據第四章資料分析結果，分別就高雄戲獅甲藝術節民眾參與度、高雄戲獅甲藝術節民眾體驗滿意度及高雄戲獅甲藝術節行銷要素等三個構面所分析結果，於以下各章節中進行陳述：

#### 5.1.1 高雄戲獅甲藝術節民眾參與度

根據本研究針對 195 位受訪者進行問卷調查結果得知，大約 84.6% 的受訪者是看過「廟會陣頭及舞獅表演」，對於此類型的活動，對大部分民眾而言，是了解這相關傳統慶典文化表演。其次，受訪者對「廟會陣頭及舞獅表演」是否有興趣參與，將近 51.8% 的受訪者表達對「廟會陣頭及舞獅表演」是感到興趣的。另外，針對受訪者是否有興趣參與廟會陣頭及舞獅表演，僅 23.1% 的受訪者表達有興趣參與，不到四分之一的民眾是有興趣參與這類型的活動，顯而易見，大部分之受訪者對於「廟會陣頭及舞獅表演」活動，實地參與之意願不高。而針對本次問卷調查之受訪者對於高雄市政府所舉辦之「高雄戲獅甲藝術節」活動，僅 41% 的受訪者知道「高雄市有舉辦高雄戲獅甲藝術節」此活動，將近六成的受訪者不知道這傳統慶典文化表演，因此，主辦單位針對活動之推廣方式及宣傳媒介等相關行銷方式須再進一步探討，如何增強活動推廣之綜效。除此之外，受訪者得知「高雄戲獅甲藝術節」活動舉辦訊息的來源，以電視/廣播為第一位，其次為報章雜誌(平面媒體)，透過親朋好友/口耳相傳方式得知則是排名第三，因此，所以電視/廣播之傳播方式對受訪者而言，仍是最有效果的訊息來源方式。再則，整體受訪者人數 195 人當中，僅 28 位曾經造訪過「高雄戲獅甲藝術節」活動，參與比例僅達到 14.4%，不到一成五的受訪者曾經參加過，顯見主辦單位必須在活動設計、宣傳等各方面，必須再有效檢討、檢核活動舉辦成效，避免主辦單位在投注大量經費之後，市民對於活動之迴響及實質參與度偏低，演變成事倍功半的負面成效。就重複造訪之比例來看，呈現逐漸遞減的方式，此結果是主辦單位值得重視，民眾逐次下降的持續參與率，將是對往後舉辦相關活動是否能夠永續經營之關鍵因素。最後，全體受訪者人數中仍有 57.1% 的比例，對於「高雄戲獅甲藝術節」重遊的意願表達肯定的看法，而購買活動相關文創商品方面，受訪者曾參與「高雄戲獅甲藝術節」人數當中，僅 10.7% 比例購買活動相關文創產品，顯然購買意願比例相當低，主辦單位必須針對文創商品之設計、定價方案等模式進行在檢討，以免活動單位針對活動投入大量文創商品開發，但未能達到消費者之青睞，導致經費成本等財

物之損失。

### 5.1.2 高雄戲獅甲藝術節民眾體驗滿意度

根據曾體驗過「高雄戲獅甲藝術節」之 28 位受訪者中，針對活動整體規劃滿意程度達 64.3%，超過整體受訪人數之五成以上。在體驗過程滿意程度情況而言，體驗滿意度之比例達 71.4%，顯見實際參與者對參與整個活動之實地體驗過程，活動設計等等，是達到相當滿意之情況。在曾經高雄戲獅甲藝術節的受訪者當中，對整體設計覺得有趣味性，整體人數中 75% 是實際體會到活動單位對於活動設計上對於趣味性方面之用心，是直接認同並有所感受。而對於活動內容整體氣氛感到愉悅方面，71.5% 之曾經參與活動之受訪者，也是能夠感同身受主辦單位之氣氛營造及用心。而活動本身增加文化藝術的好感方面，將近八成(78.6%)的高比例認同類似活動能夠增加民眾對於文化藝術的好感度。對於參與活動對於抒解平日壓力的調查結果，78.5% 之參與者，確實能感受到參與活動能將日常無論生活上之壓力或工作上的壓力暫時拋向腦後，將近八成認同度頗高。此外，整體回動支活動之設計上能給予民眾有不同的想法方面，也是有相當高的比例(78.6%)表達正向的看法。在於「高雄戲獅甲藝術節」讓我更認識廟口文化，以及參與活動體驗後想與他人分享的分析結果，也是都得到半數以上之認同，分別為 67.8% 及 85.7%，尤其是參與活動體驗後想與他人分享之認同結果達到八成五的肯定，顯見活動規劃本身讓參與者除了親身體驗之外，也可以將參與活動之體驗，與親朋好友分享，得以實質以口耳相傳方式，讓活動得以源遠流傳。最後，在於「高雄戲獅甲藝術節」之形象代表舞獅文化象徵方面，多數的曾經參與者(78.5%)認同「高雄戲獅甲藝術節」之形象可以代表舞獅文化並且可以藉由相似活動將舞獅文化進行國際化推廣。

### 5.1.3 高雄戲獅甲藝術節行銷要素

在高雄戲獅甲藝術節行銷要素受訪民眾當中，認為高雄市文化局的網站上應提供住宿地點之相關資訊，將近 66.1% 受訪者表達認同的看法，其中男性群體當中表達認同比例為 68.5%，女性比例則是 64.6%，年齡區分方面 41~50 歲之同意度最高，達 86.7%，其次是 21~30 歲，同意度達 70.6%，顯而易見的活動單位在網站上提供住宿地點之相關資訊，不論性別、年齡層而言，都表達高度的認同感，因此後擬舉辦相關文化活動之單位，於活動規劃同時住宿地點之資訊提供，也是一項重要之課題。其次在主辦單位是否有明顯標示各觀光景點的動向及指示標誌方面，受訪者當中 66.7% 表示認同，男性群組之認同度 72.6%，女性群組之認同度 68.1%，年齡區分方面，41~50 歲認同度最高(80%)，其次 31~40 歲(73.5%)，第三為 51 歲(含)以上(72%)。由此可知，主辦單位在各觀光景點的動向及指示標誌必須是有明顯標示男女之看法一致，尤其高齡族群對於此項目之認同度、關注程度是偏高的。在主辦單位推廣高雄市慶典活動極具心思，及慶典活動是一種具備文化性質的慶典活動之資料分析結果，整體認同度分別為 66.7% 及 71.3%，男性群組之認同度與女性群組之認同度均達 67% 以上，表示不同性別之認同程度未有所差異，性別區分方面，前項為 41~50 歲比例最高，其次為 51 歲(含)以上，第三高為 20 歲(含)以下，表示個年齡層對於主辦單位推廣高雄市慶典活動極具心思，均表達肯定看法，年齡差異不至有太大之影響，而後項為 51 歲(含)以上之認同比例最高達 88%，其次是 41~50 歲，

認同比例達 83.3%，31~40 歲則為第三，認同比例達 76.5%，表示高齡者對於慶典活動是一種具備文化性質的慶典活動之認同程度較高。在受訪民眾當中覺得慶典活動應有核心價值，以及慶典活動是一個極具創意性的行銷活動方面，整體認同度分別為 70.8%及 63.6%，前項之認同度較強。性別差異方面，男性與女性均表達相當程度之認同度，且兩項之認同度中男性認同度均優於女性。年齡區分方面，兩項目均呈現越高齡者之認同度越高之現象。在受訪民眾當中覺得慶典活動足以代表行銷高雄市，以及高雄市基礎建設可以藉由慶典活動舉辦而改善方面，整體認同度分別為 63.6%及 56.9%，均超過五成。性別差異方面，兩題項之性別差異認同度均大於 54.8%。年齡區分方面，兩項目均呈現出 41~50 歲最高，其次為 51 歲(含)以上，第三高為 20 歲(含)以下，顯而易見，中年族群對於慶典活動足以代表行銷高雄市，以及高雄市基礎建設可以藉由慶典活動舉辦而改善此兩項議題之認同度較高。在受訪民眾當中覺得高雄市推廣慶典活動，可以增進您對高雄市人文歷史之印象，以及高雄市推廣慶典活動，有助於帶動地方文化之經濟發展兩題項，整體認同度兩題項均達 61%以上，性別差異方面，兩題項之性別差異認同度均大於 61.4%，且兩項女性認同度略高於男性。年齡區分方面，前項以 31~40 歲世代認同度最高，後項則是以 41~50 歲之認同度較高。在受訪民眾當中覺得高雄市推廣慶典活動，可以將地方歷史脈絡轉化成豐富的文化資產，以及推廣慶典活動具有保存文化價值之意涵，兩項目之整體滿意度分別為 63.6%及 67.2%，後問項略高前項。性別差異方面，兩題項之性別差異認同度均大於 61%，且兩問項女性認同度均略高於男性。年齡區分方面，前項以 41~50 歲世代認同度最高，後項則是以 51 歲(含)以上之認同度較高，兩項目認同度最高世代，偏向中高齡者。在受訪民眾當中覺得高雄市推廣慶典活動，可以幫民俗藝師重新找到表演舞台，以及推廣慶典活動，具有經驗交流之功能方面，兩項目之整體滿意度分別為 68.2%及 63.6%，前問項略高後項。性別差異方面，兩題項之性別差異認同度均大於 61.6%，前問項認同度男性略高於女性，但後問項認同度則是呈現女性略高於男性之情況。年齡區分方面，前問項之認同度較集中在中高齡世代。

## 5.2 研究建議

高雄戲獅甲，雖本以廟會節慶為出發點的藝術節活動，但發展到最後則變成一個純競技的體育活動，而活動行程也從九天、二十天進而縮短為兩天，藝術節三個字也出現三屆，雖有出現過設計的大型公仔供民眾拍照留念，但也未有後續發展，本研究為針對能擴大戲獅甲推廣面及擴大民眾參與度，做以下幾點建議：

- 一、建立代表性之吉祥物，可當活動宣傳之代言人，亦可發展多樣化的紀念商品，並藉可商品行銷這傳統文化。
- 二、可以舉辦高雄戲獅甲的藝術及設計競賽，如雕塑、繪畫、漫畫。寫生、小說、音樂創作等，讓不喜好體育活動的學生及一般民眾都有參與的機會與動機。
- 三、透過行動手持裝置產品越來越普及，若能將高雄戲獅甲數位化，再透過虛擬實境（VR）及擴增實境（AR）技術做成遊戲及動畫等相關產品，不但可以增加民眾參與度也能創造出更多的商機。

## 參考文獻

### 書籍

- 傅起鳳、傅騰龍（1989）《中國雜技史》上海人民出版社。
- 王抗生（1990）《中國瑞獸圖案》台北南天書局有限公司發行。
- 林河（1994）《儼史－中國儼文化概論》東大圖書股份有限公司。
- 台北市文建會（2002）《世紀風華－表演藝術在台灣 2》行政院文化建設委員會。
- 高雄市政府文化局（2005）《從地圖閱讀高雄－高雄地圖樣貌集》高雄市政府文化局。
- 楊玉姿（2005）《高雄開發史》高雄市文獻委員會。
- 楊玉姿（2007）《前鎮開發史》高雄市前鎮區公所。
- 台北市文建會（2007）《第六屆馬樂侯文化管理研討會－表演藝術政策管理與經營》行政院文化建設委員會。
- 吳騰達（2007）《台灣南部的金獅陣》中華民俗藝陣研究室。
- 林朝號（2009）《藝起南方－衛武營藝術文化中心籌建實錄》衛武營藝術文化中心籌備處。
- 管倖生（2010）《設計研究方法》全華圖書股份有限公司。
- 國立中正文化中心（2010）《兩廳院經營誌－台灣表演藝術文創產業實務案例》國立中正文化中心 | PAR 表演藝術。

### 論文

- 游宜靜（2007）《中國獅子造形與裝飾研究》國立臺灣藝術大學造形藝術研究所 視覺傳達設計組碩士論文。
- 張玉雲（2008）《地方節慶活動行銷策略－臺北縣平溪天燈節個案研究》國立台北大學公共行政暨政策學系碩士論文。
- 張亮光（2008）《六堆客家地區舞獅之研究》國立臺南大學臺灣文化研究所碩士論文。
- 姚萬彰（2009）《文化創意商品之顧客價值研究－以八方新器為例》銘傳大學設計管理研究所在職專班碩士論文。
- 陳佳琦（2010）《傳承與創新－高雄市舞獅活動的發展》，國立台灣師範大學歷史學系碩士班論文。
- 朱雅韻（2010）《台南六甲鄉獅爺會之研究》，國立台南大學體育科教學碩士班碩士論文。
- 邱玉君（2010）《台南府城文化古蹟都市行銷之成效分析》國立中正大學政治學研究所碩士論文。
- 林春德（2011）《臺灣民間舞獅活動推展與傳承之研究》，國立東華大學體育與運動科學學系體育教學碩士班碩士論文。
- 趙淑君（2011）《文化創意導入傳統產業行銷策略之研究－以新港香藝文化園區為例》康寧大學資訊傳播學系碩士班碩士論文。
- 黃美智（2011）《文化創意產業行銷策略之研究－以十鼓文化事業為研究為象》康寧大學運籌與科技管理研究所碩士論文。
- 黃盈達（2012）《台南六甲藝陣之探析》國立臺南大學體育科教學碩士班碩士

論文。

許浩倫（2013）《高雄市内門區宋江獅陣的研究》，國立台南大學體育科教學碩士班碩士論文。

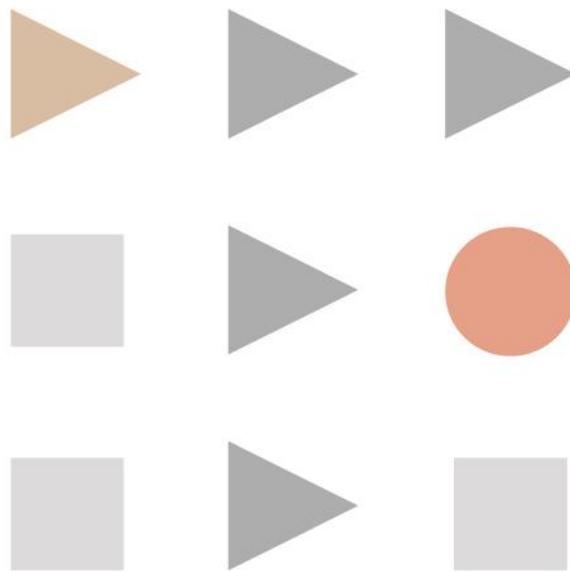
陳慧鑽（2015）《高雄戲獅甲工業文化地景之歷史研究》，國立高雄師範大學台灣歷史文化及語言研究所碩士文。

李思穎（2015）《人獅共舞：大龍峒金獅團之歷史發展與傳承創新》國立臺灣師範大學社會教育學系碩士學位論文。

## 網址

高雄市政府文化局網站

[http://www.khcc.gov.tw/rwd\\_home02.aspx?ID=\\$0A31&IDK=2&EXEC=L](http://www.khcc.gov.tw/rwd_home02.aspx?ID=$0A31&IDK=2&EXEC=L)



東方設計學院  
TUNGFANG DESIGN INSTITUTE

# 附錄

## 問卷調查表

親愛的受訪者您好：

感謝您撥空填寫此問卷，本問卷精選幾個題目選項，主要目的是為了要，了解各位民眾對於高雄「戲獅甲藝術節」節慶活動的各種看法及想法，藉由您所寫資料，進行學術分析及研究，除此之外不作他途，請您安心填寫，由於您費心填寫的寶貴資料對本研究及往後相關研究，是非常有貢獻的，敬請您逐題填寫，感謝您的協助!!

敬祝事事順心如意

東方設計學院文化創意研究所

指導教授：吳章瑤博士

研究生：許大曜敬上

民國 105 年 12 月

### 題項 E: 高雄「戲獅甲藝術節」參與度調查，請在最適當選項打“✓”

1. 請問您是否「曾經」看過廟會陣頭或舞獅表演活動?  
有 沒有 只在影片或報導中看過
2. 請問您是否對廟會陣頭或舞獅表演有興趣? 有 沒有
3. 請問您是否想要參與廟會陣頭或舞獅表演活動? 有 沒有
4. 您知道高雄市有舉辦「高雄戲獅甲藝術節」之活動嗎?  
知道 不知道 (若填答不知道請跳至題項 G，感謝您!!)
5. 請問您是如何得知「高雄戲獅甲藝術節」活動訊息(可複選):  
報章雜誌 (平面媒體) 電視/廣播 戶外活動刊版/宣傳車 網際網路  
高雄市政府網站 當地資訊/本身已知 親朋好友/口耳相傳
6. 請問您是否「曾經」造訪高雄戲獅甲藝術節?  
有 沒有 (若填答沒有請跳至題項 G，感謝您!!)
7. 承上題，若您有參與過，請問這是您第幾次參與「高雄戲獅甲藝術節」活動 (至 2015 年)? 第一次 第二次 第三次 第四次 第五次 (含) 以上
8. 承上題，若您有參與過，您是否有再次重遊之意願? 有 沒有
9. 承上題，若有參與過，您是否有購買「高雄戲獅甲藝術節」相關產品?  
有，請說明購買品名 沒有
10. 承上題，不論您是否有購買「高雄戲獅甲藝術節」相關產品，您心中理想的商品為何?

題項 F：高雄戲獅甲藝術節體驗滿意度調查，請在最適當選項打“✓”	非常不同意	不同意	沒意見	同意	非常同意
1.高雄戲獅甲藝術節的整體規劃良好	<input type="checkbox"/>				
2.高雄戲獅甲藝術節的體驗過程良好	<input type="checkbox"/>				
3.高雄戲獅甲藝術節的整體設計讓我覺得有趣味性	<input type="checkbox"/>				
4.高雄戲獅甲藝術節的整體氣氛讓我感到愉悅	<input type="checkbox"/>				
5.高雄戲獅甲藝術節增加我對文化藝術的好感	<input type="checkbox"/>				
6.高雄戲獅甲藝術節讓我抒解平日的壓力	<input type="checkbox"/>				
7.高雄戲獅甲藝術節的設計讓我有不同的想法	<input type="checkbox"/>				
8.高雄戲獅甲藝術節讓我學習新知	<input type="checkbox"/>				
9.高雄戲獅甲藝術節讓我更認識廟口文化	<input type="checkbox"/>				
10.高雄戲獅甲藝術節的體驗讓我想跟其他人分享經驗	<input type="checkbox"/>				
11.高雄戲獅甲藝術節之形像代表舞獅的象徵	<input type="checkbox"/>				
題項 G：高雄市之戲獅甲藝術節行銷要素進行調查，請在最適當選項打“✓”	非常不同意	不同意	沒意見	同意	非常同意
1.您認為高雄市文化局設置的網站應提供住宿地點之相關訊息（折扣優惠等等）	<input type="checkbox"/>				
2.您認為高雄市有明確標示各觀光景點的動線及指示標誌	<input type="checkbox"/>				
3.您認為高雄市政府在推廣高雄市的慶典活動，極具心思	<input type="checkbox"/>				
4.您認為慶典活動是一種具備文化性質的慶典活動	<input type="checkbox"/>				
5.您認為慶典活動應有核心價值	<input type="checkbox"/>				
6.您認為慶典活動是一個極具創意性的行銷活動	<input type="checkbox"/>				
7.您認為各慶典活動足以代表行銷高雄市	<input type="checkbox"/>				
8.您認為高雄市之基楚建設，可以藉由各慶典活動舉辦而改善	<input type="checkbox"/>				
9.您認為高雄市推廣慶典之活動可增進您對高雄市地方人文歷史之印象	<input type="checkbox"/>				
10.您認為高雄市推廣慶典之活動有助於帶動地方文化之經濟發展	<input type="checkbox"/>				
11.您認為高雄市推廣慶典之活動可以將地方	<input type="checkbox"/>				

歷史脈絡轉化成豐富的文化資產					
12.您認為高雄市推廣之慶典活動具有保存文化價值之意涵	<input type="checkbox"/>				
13.您認為高雄市推廣之慶典活動可以幫民俗藝師重新找到表演舞台	<input type="checkbox"/>				
14.您認為高雄市推廣之慶典活動具有經驗交流之功能	<input type="checkbox"/>				

**題項 H：基本資料，請在最適當選項打“✓”**

- 1.性 別： 男  女
- 2.年 齡： 20 歲（含）以下  21~30 歲  31~40 歲  41~50 歲  
 51 歲（含）以上
- 3.教育程度： 國中（含）以下  高中、職  大專  研究所（含）以上
- 4.居 住 地： 臺北市  新北市  基隆市  桃園市  新竹市  新竹縣  
 苗栗縣  臺中市  南投縣  彰化縣  雲林縣  嘉義縣、市  
 臺南市  高雄市  屏東縣  宜蘭縣  花蓮縣  臺東縣  澎湖縣  金門縣  連江縣
- 5.職業別： 軍、公、教  自營商  自由業  服務業  娛樂業  資訊業  
 製造業  勞工  學生  退休  待業中  其他