

網美秘境的崛起對遊客及社區的影響 —以賊仔澳玻璃海灘為例

唐雅茜 邱士芸 沈慶瑜 許秀英*

國立宜蘭大學森林暨自然資源學系

摘 要

本研究從宜蘭縣中的網美秘境，在具有發展潛力且交通便利的條件下，篩選出賊仔澳玻璃海灘作為研究地點，以瞭解網美的興起對遊客及當地居民的影響。藉由問卷調查，瞭解遊客對賊仔澳玻璃海灘的遊憩體驗，而以半結構式訪談方式，瞭解居民對觀光衝擊的看法及其認知態度，並建議該景點發展的方向。賊仔澳玻璃海灘屬於內埤海灣的周邊景點，因社群網站和網路的傳播，遊客數量有明顯增加，觀光區塊逐漸形成，屬於旅遊地生命週期中的投入期，內埤海灣則偏向為發展期。由遊客部分的結果得知，多數遊客是藉由親朋好友、社群網站及網路得知該景點資訊，對該景點之海景、山色與岩石景觀滿意且再遊意願高。網美為當地帶來知名度與人潮及經濟助益，由居民部分得知，到目前為止並未對網美秘境造成嚴重的負面衝擊，所以當地居民多表示願意支持觀光發展，因觀光帶來投資和就業機會的增加，也使公共建設擴增，帶動並活絡地方發展，且會吸引青年返鄉，減緩人口外流速度。網美帶起的觀光型態偏向為替代觀光，由於大部分的遊客生活於環境泡泡的防護牆中，可以適當建置舒適且標準化之觀光設施，以增加觀光吸引力和再遊意願。本研究建議可以再加強現有的活動、大眾運輸工具之路線規劃，並可朝向休閒漁業發展，例如設置教育文化型的海洋環境教育中心及增加漁拓活動與海洋運動型活動等，創造更多元化的活動項目，使觀光得以永續發展。

關鍵詞：網美秘境、玻璃海灘、內埤海灣、觀光衝擊

*通訊作者。E-mail: hyhsu@niu.edu.tw

The Rise of Net Beauty Quodis Arcana Impact the Tourists and Community-A Case Study on the Glass Beach of Pirate's Cove

Tang Ya-Chien, Ciou Shih-Yun, Shen Qing-Yu, Hsu Hsiu-Ying*

Department of Forestry and Natural Resources, National Ilan University

Abstract

The study filter out the glass beach of Pirate's cove as our research object under the conditions of development potential and convenient transportation in the net beauty Quodis arcana from Yilan county to understand the influence of the tourists and the local residents because the rise of net beauty. We hope to understand the tourists' recreation experiences on the glass beach of Pirate's cove via questionnaires, to understand the residents' viewpoint and cognitive attitude from tourism impact via semi-structured interview, and suggest the development direction of the attraction. The glass beach of Pirate's cove is one of the attractions nearby around Neipi bay. The glass beach of Pirate's cove belongs to involvement stage in tourist area cycle of evolution because the number of tourists increases obviously via the spread from the social network and Internet, tourism block has formed gradually, and then Neipi bay belongs to development stage. The results from tourist's questionnaires show that most tourists obtain the information of the attraction through friends and relatives, social network, and Internet. Tourists are satisfied with the seascape, mountain scenery and rocky landscape of the attraction, and high willing to return once more. The results from residents' questionnaires show that the most residents are willing to support tourism development because tourists don't bring about negative impact seriously, and the net beauty bring popularity, more crowd and economic benefit. Tourism creates investment and employment opportunities, expanding public facilities, boosting the local development, attracting the youth return, and alleviating the speed of outward migration. The tourism type of net beauty has a tendency to alternative tourism. We should build comfortable and standard facility to increase tourism attraction and willing to return because most tourists live in environmental bubble. The study suggest to enhance current activity, plan the route for public transportation, and toward the development of leisure fisheries, for example to establish marine environmental education center of culture and education type , to increase fish printing activity and marine sports activity, for creating multiple activities to make tourism development achieve sustainability.

Keywords: Quodis arcana of the net beauty, glass beach of Pirate's cove, Neipi Bay, tourism impact

*Corresponding author. E-mail: hyhsu@niu.edu.tw

壹、前言

由於人民所得的提升與生活的改善，民眾對休閒觀光的需求增加，遊憩動機更加多元，而傳統的熱門景點已不足以滿足民眾的遊憩需求，故民眾開始追求新的遊憩體驗，網路的便利提供民眾更寬廣的資訊來源。

近年來因為社群網站的興起，讓許多女性（男性）開始藉由人物景點的美照，提升知名度，俗稱“網美（網帥）”的新名詞因此誕生，讓越來越多人依靠著網路打出名號，累積粉絲關注，且他們懂得拍照打卡，讓一處景點看起來非常具有前往的吸引力，使許多遊客將社群網站上熱門的貼文，當作民眾旅遊行程的參考選項，網美提供的景點資訊和民眾的需求恰好相輔相成。

網路可以為該景點帶來眾多人潮及商機，但相對的，環境破壞的問題也會隨之浮現，垃圾、噪音及人潮擁擠問題，及當地附近居民的生活品質受到干擾，讓遊客及當地居民形成不友善之關係。

本研究從宜蘭縣中的網美秘境，在具有發展潛力且交通便利的條件下，篩選出賊仔澳玻璃海灘作為研究地點，針對遊客進行問卷調查而對居民進行訪談，以瞭解遊客對景點的資訊獲得、觀光吸引力與滿意度的狀況，當地居民對觀光衝擊的看法及其認知態度，並建議該景點發展的方向。

貳、文獻回顧

一、網美秘境定義

根據旅遊景點之性質，可分類為熱門景點、私房景點、秘境及網美秘境等。所謂熱門景點是廣為人知，已經有多年之建設，設施完善，交通易達，是該縣市的旅遊代表地。私房景點為該地方長久以來就只有當地人知道，他們經常去休閒，但外界訊息是封閉的，如今公諸於世，有福大家享（顏鳳英，1999），也可能因偶像劇、廣告之拍攝，使得該景點曝光，吸引群眾到訪。秘境則是隱身在高山森林、遠郊海岸，具有遺世獨立、宛如桃花源、神秘感、距離美的特質（仆路編，2017）。而所謂網美秘境是因現代

人流行拍照打卡，尤其是年輕族群喜歡尋找一些所謂「秘境」的地方(Jessie Lee, 2018)，使得這些原本鮮為人知或少人關注的地方，因為 Facebook(FB)、Instagram(IG) 美照之分享，而成為廣為人知的新興秘境。

宜蘭主要的網美秘境有，鷹石尖、粉鳥林、金車城堡咖啡館、內埤海灣、賊仔澳玻璃海灘、安農溪分洪堰、蚵埤湖、寒溪吊橋、猴硐坑瀑布等。由於近年來網美引起的跟風效應，導致網美秘境的遊客數量遽增，其中鷹石尖因為地質關係，再加上超量的遊客而有斷裂的潛在危機於 2016 年 12 月封閉；而粉鳥林主要是因為垃圾問題對環境景觀造成嚴重影響，於 2017 年 8 月關閉，在經過整頓後於 2018 年 5 月重新開放。

二、大眾觀光和替代觀光的比較

Bulter (1990) 文中指出大眾觀光的發展是以消費者為導向、在經濟理由下快速的發展、設置新建物與新住宿容量、旅遊是經濟的萬能藥、大量的遊客、快速的交通運輸等特性。

Cohen (1972) 將大眾觀光分為有組織的大眾觀光客和個別的大眾觀光客，有組織的大眾觀光是較少的冒險性，而且在他們整個旅程中大部分都侷限於「環境泡泡」中。由導遊導覽、搭乘有空調的巴士、快速通過郊野，呈現出有組織的大眾觀光的原型。這種遊客型態是購買一個套裝行程，景點的微環境幾乎和家鄉一樣，是熟悉感最大化，新奇感最小化的類型。

個別的大眾觀光亦類似有組織的大眾觀光，只是他們的行程中，遊客有特定的自由時間和行程，可以自由行，但他們主要還是透過旅行社安排行程，且短途旅行的範圍仍然不超過有組織的大眾觀光景點。所以他們仍是身處於環境泡泡中，只是偶爾有點冒險，熟悉感仍然是優先的，新奇感的體驗較多一點。

所謂「環境泡泡」(environmental bubble) 是指遊客所熟悉的生活環境，像是食物、報紙、交通方式、旅館、生活住所或者是來自家鄉的人。現今許多的遊客是透過一個強烈熟悉感為基礎，因為這樣才能在足夠的安全感下，享受變化和新奇的體驗。人類基本上是由他的本土文化所塑造，並通過習慣與其行為模式聯繫在一起。因此，完全放棄這些習慣而沉浸於新的外來環境中，可能會感到不愉快，甚至覺得受威脅。現代的遊客即使在國外，通常也不願意放棄太多已習慣的環境泡泡，他們是透過熟悉的環境泡泡為防護牆，來觀看當地的人、地和社會文化。

Mieczkowski (1995) 認為替代觀光是與已經主導觀光市場一段時間的大眾觀光相對

應的，它是小規模的、低密度的、分散於非城市地區的、迎合那些教育和收入程度較高的特殊利益群體的觀光類型，也就是說，替代觀光是屬於小眾市場，在遊客數量上相對是小的。它強調「觀光客必需更高度地融入觀光目的地的文化，而不是保持一個外來者的身分，在停留期間，觀光客必需過著與當地居民非常相似的生活」（張莉汶，2008）。Butler（1992）認為替代觀光能提供遊客愉快的體驗自然和文化的機會，對居民的負面衝擊較小，同時當地居民的生活也獲得改善。是在兼顧生態、經濟與社會文化的架構之下的觀光型式，所以它大多是永續觀光的型式（黃躍雯、倪進誠、商累仁，2010）。

由網美崛起所帶動的旅遊類型，在賊仔澳玻璃海灘是偏向替代觀光，因其具有在地文化和海洋資源的吸引力、緩慢發展及遊客數量少的特性、遊客特徵是個人、家庭和朋友的組成及對旅遊需求是主動的、其觀光發展策略是保育當地的優美景觀並雇用當地居民和漁業經濟力量，維持並伸展至觀光領域。

三、觀光衝擊（tourism impact）

隨著全球經濟與物質生活改善，世界各國開始關注如何將繁榮與進步持續至長久等相關議題，尤其近幾十年間，全球觀光產業蓬勃發展，身為全球經濟成長最快的產業之一，當越來越多國家選擇以發展觀光產業來提升經濟動能，其對於自然環境、在地文化保存等造成之影響，亦逐漸備受重視（交通部觀光，2017）。Butler（1990）認為儘管觀光可能會帶來龐大的經濟和社會利益，但大眾對於觀光客會產生諸多問題都有一定的認知。所以為了探討觀光發展所造成的正面及負面衝擊，常將觀光衝擊分為三大面向來探討，分別為實質環境衝擊、經濟衝擊與社會文化衝擊。

（一）實質環境衝擊（physical/environmental impact）

張莉汶（2008）文中提到，觀光發展之持續與成功，有賴於對自然及人文環境資源的保護，因為失去具吸引力的環境，就難以發展觀光。也就是說，觀光發展與實質環境之間存在共生及相互衝突的關係，而大部分文獻對觀光的實質環境衝擊持負面的觀點。

在自然環境面向，陳明川（2003）認為生態旅遊可以促使政府、自然保育團體投入相關的研究與工作，間接地造成土壤侵蝕控制、動植物保護、生物多樣性的維持等。然而，遊客觀察野生動物的行為可能對其造成干擾、登山造成步道的侵蝕增加及土壤壓實、外來物種入侵等問題。

在人文環境面向，林瓊華、林晏州（1995）認為負面衝擊有遊客人數的增加引起的交通、擁擠感、噪音、垃圾等問題，以及空間環境不足所引起的實質設施容許量超過負

荷，大量體新建築與原有環境形成不協調的景觀..等。反之，潘信如（2017）則指出隨著遊客的進入，可加強政府對於當地公共建設完善的重視，並間接獲得改善、增進環境景觀的美化以吸引遊客的重遊率、改善當地交通道路的不便。

（二）經濟衝擊（economic impact）

Mathieson 與 Wall（1982）認為觀光經濟衝擊的程度受到六個因素的影響，分別為：主要設施的性質及其對觀光客的吸引力；觀光客在當地的消費數量及密集度；當地經濟發展的程度；當地經濟基礎的實況；觀光客消費在當地再流通的程度；當地對觀光客需求的季節性所做的調整程度，以上這些因素決定了觀光的經濟衝擊是正面或是負面的（張莉汶，2008）。

張惠娥（2013）綜合學者們的觀點，認為經濟衝擊的正面影響有提供就業機會、增加購物機會、促進其他產業的發展等等；負面影響有通貨膨脹、產業結構的變化、季節性的影響、過分依賴觀光事業、生活消費與稅賦增加等等。

（三）社會文化衝擊（social and cultural impact）

Fox（1977）認為觀光的社會文化衝擊是指「觀光對價值體系、個人行為、集體生活型態、安全標準、道德行為、創造性的表達方式、傳統禮儀和社區組織的變遷上之影響」（張莉汶，2008）。

楊明賢（2002）認為開放觀光後能促進地方經濟的發展、改善當地的生活品質與建設，透過與遊客的交流可開闊視野、增長見聞，並使當地居民對自己的家鄉產生認同感、無形中建立潛在的鄉土情感。然而觀光發展使當地居民產生貧富觀念的差距，也會引發社會風氣與治安負面的影響，為了迎合遊客的需求，而產生文化的轉變、過度的商品化，而不當的管理也會加速文化資產的毀損（潘信如，2017）。

四、旅遊地生命週期

Butler（1980）認為旅遊地生命週期模型經過探索、投入、發展、穩定、成熟、衰退或復甦等六個階段，其各階段的特徵為：

（一）探索期（Exploration）

此時期的特徵是遊客少量，造訪模式不規則，遊客被獨特自然和文化特色吸引，使用當地的設施，但沒有提供遊客特定的設施。此地區的地物 and 社會環境並未因旅遊而被改變，其對當地居民的經濟和社會生活不太重要。

（二）投入期（Involvement）

遊客數增加且有一定的規則，部分當地居民開始投入並提供基本的設施，遊客和當地居民依然有互動，當地居民增加投入於餐飲服務，使用廣告來吸引遊客，且遊客的旅遊區域被界定，旅遊季漸漸浮現，使投入旅遊業的當地居民社會模式被調整。政府和公家機關開始有些壓力，為遊客提供進步的交通運輸和其他設施。

（三）發展期（Development）

旅遊地區被大量的廣告型塑，反映出一個明確的旅遊市場區域。在此階段的進程，居民的投入和控制發展快速下降，有些當地設施被外來組織以大而精緻且新穎的設施所取代，自然和文化的景點被專門銷售與發展，原來的景點進駐外來的設施，而當地居民不歡迎或不贊許這些地景被顯著的改變。遊客人數在尖峰期可能與當地永久居民的人口相當或超過。在此階段，會有非本地的勞力進入，以及出現旅遊業的輔助設施（如洗衣店），旅客的型態已經改變，形成廣大的旅遊市場。

（四）鞏固期（Consolidation）

遊客數量增加率下降，但總遊客數量仍是增加的，且總遊客數超過當地永久居民。當地的主要經濟與旅遊緊密結合，用大量的行銷和廣告，以延長旅遊季節和擴展市場範圍，而以旅遊業為主的主要經營權和連鎖店少量增加。提供給遊客的設施會剝奪和限制居民原有的空間與活動，激起當地居民反對和不滿，特別是未投入旅遊業的居民。因為長期的投入旅遊業，這些渡假城市被明確設定為娛樂商業區域，舊有的設施可能被視為次級且不合時宜。

（五）成熟期（Stagnation）

當這個地區進入成熟期，遊客數量已達到顛峰，環境及設施等多項變數已達到甚至超過承載力，並伴隨著環境、社會和經濟問題。這個區域已建立良好的意象，卻不再吸引大量人潮，它極依賴例行性行程與標準化交通讓遊客再訪，才能維持遊客量。自然和文化景點可能被進口的人工設施取代，旅遊地的意象變得與原來的地理環境脫離，如果有新的發展將會在原始旅遊地的外圍發展，既存的產業所有權會被頻繁的更換，遊客的類型預期會變成有組織的大眾觀光。

（六）衰退期或復甦期（Decline & Rejuvenation）

當這個地區無法跟新的景點競爭，將會變成一個衰退的市場，不再能吸引渡假者，只會吸引一些周末或一日遊的遊客。當它淡出觀光，變得不吸引遊客時，旅遊設施會消失或被非旅遊相關的建物所取代，這些設施價值貶低，例如旅館可能變成公寓、療養院、養老院或傳統公寓，也許它們同樣具有永久定居的吸引力，變成養老勝地，進而變成旅

遊貧民窟而失去它的旅遊功能。

當旅遊資源未被完全開發，可能發生另一個面向就是復甦，透過增加人為的景點或利用先前未開發的自然資源將可能達到這個目標。

五、休閒漁業

休閒漁業又稱為觀光休閒漁業、觀光漁業、遊樂漁業或娛樂漁業，日文稱為遊漁事業，英文也有 Sport Fisheries、Recreation Fisheries 或 Leisure Fisheries，基本上休閒漁業是不以漁業生產為目的，而是以娛樂消遣，追求身心滿足的一種漁業活動（王明元等，2000）。

根據陳龍吉（2014）對於休閒漁業的定義，休閒漁業是以本身現有的產業資源，結合規劃與設計，提供遊客休閒、遊憩與體驗等服務觀點與作為，藉以提升漁民收益與提供國民從事休閒活動的種種商業活動。並從休閒漁業定義中得知：藉由業者結合漁業資源，提供遊客漁業體驗、漁業參觀、漁業活動等種種相關商業活動措施，讓遊客認識並感受休閒漁業活動所給予的身心愉悅、放鬆與成就，以達到休閒的目的。莊慶達（2007）將休閒漁業活動分為下列五類經整理如表 1：

表 1. 休閒漁業活動分類表

Table 1. Classification of recreational fishing activities

活動種類	活動項目
漁鄉美食型	<ol style="list-style-type: none"> 1. 名特產與美食：海鮮品嚐、特產選購 2. 假日生鮮魚市：鮮魚選購
教育文化型	<ol style="list-style-type: none"> 1. 漁業推廣教室：漁訓中心、漁拓教室、烹飪教室、漁業技術推廣等 2. 漁史民俗慶典：探訪漁村古蹟、漁民傳說、古老漁法、王船出巡、火燒王船、放水燈、媽祖慶生等 3. 漁業教育展示：漁具陳列、魚蝦貝類展示博物館、海事博物館、文物館、水族館、生物教育館等
運動型	<ol style="list-style-type: none"> 1. 海上岸邊釣魚：海釣、船釣、磯釣、港釣、岩礁釣、堤防釣等 2. 海岸水域遊憩：浮潛、親水遊憩、沙灘活動等
體驗型	<ol style="list-style-type: none"> 1. 觀光休閒採捕：牽罟、石滬、堆撿拾螺、貝類等 2. 漁業養殖參觀：參觀漁撈作業、箱網養殖、定置網作業、魚塭養殖、水產加工等
遊覽型	<ol style="list-style-type: none"> 1. 海上觀光遊覽：賞鯨豚、觀漁火等 2. 海上藍色公路：逛海、運輸等

資料來源：莊慶達（2007）

參、研究地點與方法

一、研究地點

賊仔澳位於宜蘭縣蘇澳鎮筆架山下，在蘇澳港的南方漁港之外突出的岬角和內埤海灣之間，朝向太平洋。其中猴猴鼻峽灣內的賊仔澳具有海蝕洞地形，而玻璃海灘兩邊皆為突出的岩石與礁石，沿著陡坡走下懸崖，因為地形險峻，其中一段甚至要拉著繩索才能走。

在民國 72 年前賊仔澳玻璃海灘是「賊仔澳垃圾場」，直到之後環保意識抬頭，政府才關閉垃圾場（彭懷玉，2017）。因海灘上有原是垃圾的各色玻璃製品，在經過海水經年累月的沖刷之後磨去了他的稜角，變成像是珠寶般光滑剔透的外觀，而成了海玻璃，並和沙灘的石頭混合，從而海灘有著一個夢幻的名字：玻璃海，且搖身一變成為宜蘭旅遊好地點、在地人的私密景點。（山與琴的足跡，2017）

賊仔澳玻璃海灘是私房景點，其位於宜蘭縣蘇澳鎮南建里的熱門景點內埤海灣之側，屬於內埤海灣之周邊景點，兩者皆為網美秘境，如圖 1。



圖 1. 賊仔澳玻璃海灘與內埤海灣位置圖。

Fig.1. Location of the glass beach of Pirate's cove and Neipi bay.

二、研究方法

（一）問卷設計

本次問卷與訪談對象分別為遊客和居民。遊客問卷題目分為旅遊目的與資訊、景觀現況、旅遊滿意度與基本資料四大部分。居民則採用質性研究方法，以半結構式深度訪

談蒐集資料，分為自然與人文環境、經濟衝擊、社會文化、居民態度與期望發展方向及基本資料五大部分。

(二) 抽樣方法

- (1) 遊客問卷部分於 2018 年 3 月到 4 月進行調查，採以方便取樣法，樣本大小經公式計算，在顯著水準 $\alpha=0.05$ ，最大可容許誤差 $e=0.09$ 的條件下，求得所需樣本數至少要 119 份。因此本研究於研究地點發放 121 份問卷，所得有效問卷為 120 份。
- (2) 居民訪談部分於 2018 年 10 月到 12 月進行調查，以立意取樣法及滾雪球法，先與里長及餐廳老闆進行訪談，再透過他們的介紹聯繫其他受訪者，藉由與居民面對面深度訪談來瞭解居民對於遊客增加後，對當地觀光發展的感受。由於當地居民無法區分遊客是不是因網美而來，故無法僅針對網美遊客對當地社區發展進行評估，而是整體遊客對當地的影響。訪談地點為受訪者家中或店內等讓受訪者感到熟悉之空間，每次訪問時間為 30 分鐘至 90 分鐘不等，總共訪問 8 位南建里居民。受訪者依身分屬性可概分為三類，第一類代碼標示為 P，為主動參與社區事務居民及地方組織幹部，共訪問 2 位；第二類代碼標示為 T，為觀光相關經營的居民，共訪問 4 位，本類型居民目前有經營如咖啡餐廳、小吃店和停車場等觀光相關事業；第三類為皆不屬於以上兩類者即一般居民，代碼標示為 R，共訪問 2 位。

(三) 分析方法

- (1) 遊客部分：遊客基本資料採用頻度分析，而遊客的特性採用 χ^2 卡方檢定進行關聯性分析。
- (2) 居民部分：採用質性分析。

肆、結果與討論

一、遊客部份

(一) 旅遊目的與資訊

由表 2 可得知，多數遊客是藉由「親朋好友」介紹，共計 54 人次（45%），其次則為「社群網站」及「網路」各為 36 人次（30%）及 33 人次（28%），其中「社群網站」中，從「FB」得知者計 19 人次，從「IG」得知者計 18 人次。而從「網路」中獲得資訊，以「部落客」計 28 人次為最多的。

主要交通方式，以使用「汽車」最多，共計 78 人次（65%），其次則為「機車」，

共計 34 人次 (28%)；遊憩動機主要為「接近大自然」及「景觀優美」，各為 79 人次 (66%) 及 73 人次 (61%)；與同伴的主要關係以「朋友」為最多，共計 46 人次 (38%)，同行人數以「2 人」為最多，共計 52 人次 (43%)。

表 2. 旅遊目的與資訊

Table 2. The purpose and information of tourism

1. 請問您如何獲得此景點資訊？ (複選)						
親朋好友	社群網站	網路	電視	書籍文章	廣告	其他
54 (45%)	36 (30%)	33 (28%)	2 (2%)	1 (1%)	0	11 (9%)
2. 主要交通方式						
汽車	機車	客運、巴士	火車	腳踏車	步行	其他
78 (65%)	34 (28%)	5 (4%)	1 (1%)	1 (1%)	0 (0%)	1 (1%)
3. 您的遊憩動機為何？ (複選)						
接近大自然	景觀優美	釋放壓力	探索未知事物	增進友誼		
79 (66%)	73 (61%)	44 (37%)	31 (26%)	28 (24%)		
增進家人情誼	拍照打卡	享受刺激	心靈體悟	其他		
27 (23%)	25 (21%)	16 (13%)	12 (10%)	2 (2%)		
4. 與同伴的主要關係及人數？ (複選)						
朋友	親人	情侶	同學	其他		
46 (38%)	34 (29%)	28 (23%)	4 (3%)	8 (7%)		
同行人數？						
2 人	3-5 人	6-10 人	1 人	11-20 人		
52 (43%)	36 (30%)	18 (15%)	8 (7%)	6 (5%)		

(二) 景觀現況

由表 3 可得知，此景點吸引遊客的地方以「海景」最多，共計 94 人次 (78%)，其次則為「玻璃海灘」，共計 69 人次 (58%)；多數遊客認為景點的缺點主要為「攀爬安全措施不夠完善」，共計 62 人次 (52%)；多數遊客「有」攀爬繩索至玻璃海灘，共計 70 人次 (58%)。

表 3. 景觀現況

Table 3. Landscape status

5.您覺得此景點吸引您的地方？（複選）					
海景	玻璃海灘	特殊岩石景觀	攀爬斷崖	山色	其他
94 (78%)	69 (58%)	40 (33%)	36 (30%)	30 (25%)	1 (1%)
6.您覺得此景點有何缺點？（複選）					
攀爬安全措施不夠完善		沿途垃圾太多	海灘沒有救生員	安全告示牌不足	
62 (52%)		35 (29%)	30 (25%)	27 (23%)	
玻璃海灘垃圾太多		垃圾告示牌太多	遊客太多	其他	
25 (21%)		6 (5%)	2 (2%)	3 (3%)	
7.您有攀爬繩索至玻璃海灘嗎？					
有			無		
70 (58%)			50 (42%)		

（三）旅遊滿意度

由表 4 可得知，遊客對此景點以「滿意」最多，共計 77 人次（64%）；遊客的再訪意願以「願意」最多，共計 106 人次（88%）；大部分遊客停留時間以「30 分鐘內」最多，共計 65 人次（54%）。

表 4. 旅遊滿意度

Table 4. Tourist satisfaction

8.您對此景點之滿意度為？				
滿意	普通	非常滿意	不滿意	非常不滿意
77 (64%)	23 (19%)	18 (15%)	2 (2%)	0
9.您的再訪意願？				
願意		不願意		
106 (88%)		14 (12%)		
10.您在此景點停留時間約為？				
30 分鐘內	1 小時內	1~2 小時左右	2 小時以上	
65 (54%)	37 (31%)	13 (11%)	5 (4%)	

（四）基本資料

由表 5 可看出，來此景點以「女性」比例較高，共計 67 人次（56%）；年齡以「25~40 歲」為最多，共計 58 人次（49%）；職業以「學生」所占比例最多，共計 26 人次（21%）；居住縣市以「北部」最多，共計 72 人（60%），其次為「宜蘭縣」，共計 36 人次（30%）。

表 5. 基本資料

Table 5. Socio-Demographics

11.性別					
女			男		
67 (56%)			53 (44%)		
12.年齡					
13~18 歲	19~24 歲	25~40 歲	41~65 歲	65 歲以上	
6 (5%)	28 (23%)	58 (49%)	23 (19%)	5 (4%)	
13.職業					
學生	服務業	軍公教人員	製造業	科技業	自由業
26 (21%)	20 (17%)	11 (9%)	11 (9%)	10 (8.3%)	9 (7.7%)
已退休	醫療業	金融業	傳播/廣告/設計	藝文	其他
7 (6%)	6 (5%)	4 (3.3%)	3 (2.7%)	0	13 (11%)
14.居住縣市？					
北部 (非宜蘭地區)		宜蘭縣	中部		南部
72 (60%)		36 (30%)	7 (6%)		5 (4%)

由頻度分析結果可知，賊仔澳玻璃海灘的遊客通常是親朋好友的口耳相傳或是藉由社群網站和網路來得知此景點資訊，且因交通便利，機動性高，多數遊客是自己開車或騎車，相約三五好友來此景點遊玩。遊客對此景點之自然景觀大多是滿意的，多表示有再訪意願。多數遊客慕玻璃海灘之名而來，但吸引他們的卻是優美的海景、山色與岩石。而遊客反映此景點最大的缺點為懸崖太過陡峭（大約為 60 度），但僅用鐵鍊和繩索讓遊客攀爬下去，安全措施嚴重不足，因此讓許多遊客不敢下去海灘欣賞遍地繽紛的七彩石。

（五）卡方關聯性檢定

關聯性分析結果如表 6 所示。由表 6 可知，A11 與 A39 呈極顯著關聯性，其中使用社群網站得知景點資訊者其動機多為拍照打卡。A2 與 A41 呈極顯著關聯性，其中情侶多數騎乘機車，而家人則多搭乘汽車。A2 與 A42 呈極顯著關聯性，騎乘機車者其同行人數多為 1~2 人，而搭乘汽車者同行人數多為 3~5 人。B51 與 C91 呈顯著關聯性，其中願意再訪的遊客多數認為海景優美。B63 與 C8 呈顯著關聯性，其中認為攀爬安全措施不足的遊客，滿意度多為普通。C8 與 C91 呈極顯著關聯性，其中願意再訪的遊客，滿意度多為非常滿意和滿意。

從以上關聯性分析結果可知遊客的特性，由社群網站得知景點資訊者其動機多為拍照打卡，而願意再訪的遊客多數認為海景優美，而因攀爬安全措施不夠完善，遊客的滿意度多為普通。

表 6. 關聯性分析

Table 6. Association analysis of Chi-Square test

變數一	變數二	卡方值	機率
A11 使用社群網站得知 景點資訊	A39 拍照打卡	10.1654	0.0014**
A2 交通方式	A41 與同伴的主要關係	40.1705	0.0048**
A2 交通方式	A42 同行人數	94.0923	0.0032**
B51 海景優美	C91 再訪意願	4.1932	0.0406*
B63 攀爬安全措施不足	C8 滿意度	9.8883	0.0195*
C8 滿意度	C91 再訪意願	38.8653	<.0001**

二、居民部份

本研究針對居民對觀光發展的認知和態度進行質性研究，其結果如下：

(一) 自然與人文環境

1. 自然環境

內埤海灣主要的問題是寄居蟹數量減少，其餘海洋垃圾問題皆有陸續的受到改善；玻璃海灘的岩岸部份則幾乎沒有受到影響，故其自然環境是有受到維護及改善的。

(1) 植物

內埤海灣與玻璃海灘主要地被植物是原生的野百合，並無被明顯破壞。

野百合自己長得，百合花那個（就是自己長得）。(受訪者 P1)

(2) 動物

影響最大的是寄居蟹的數量減少，主要原因可能是遊客撿拾海灘貝殼和海洋垃圾沉降，影響寄居蟹的生長環境，以至於當地寄居蟹數量大量減少，這也是台灣大部分海灘所面臨的狀況。

以前像現在下雨天我店裡就會跑寄居蟹進來。(受訪者 T2)

(3) 陸域

居民會自發性的整理垃圾及雜草，例如里長和社區居民等會主動清理，使環境保持整潔。

(4) 海域

海域主要的垃圾來源是颱風過後及平時海流帶來的海洋垃圾，並非當地居民所丟下，在颱風過後，東北角暨宜蘭海岸國家風景區管理處會派挖土機搬運海洋垃圾及飄流木，進行海域維護。

這邊其實算是東北角風景區在管理，所以像颱風時他們都會派挖土機來整理沙灘。(受訪者 T1)

應該是海洋垃圾比較多。其實因為那邊地形比較特別，它的海灣是面向正南邊，夏天熱對流的風就是吹南風，所以這邊你注意看夏天颱風過後就會帶來很多垃圾，這邊又像一個畚箕型的地形垃圾很容易卡在這邊。(受訪者 T2)

(5) 海灘

內埤海灣及玻璃海灘的垃圾並不多，除了東北角風景區管理處會定期管理維護外，也會有其他民間單位不定期舉辦淨灘的活動。

譬如說有些單位他們會辦淨灘活動，不定期我們常常看到啦!...東北角那邊都會請人，來這附近撿垃圾，然後會有其他單位來辦淨灘...像是蘇澳那邊的教會...。(受訪者 T2)

(6) 岩岸

玻璃海灘的岩岸破壞並不大，因山壁很陡峭，具危險性，故大部分遊客到此，並不會下去山壁，幾乎都選擇站在斷崖平台上觀景。

2. 人文環境

整體來說，正面的影響有道路、大眾運輸工具、停車問題的改善與進步及地景建築逐漸做出地方特色所以生活影響受到改善；而負面的有交通堵塞問題及少部分公物遭到破壞，但正面影響還是大於負面影響，因此算朝向正向發展。

(1) 道路

往內埤海灣及社區內的道路約於 40 年前開始鋪設柏油路面，而通往玻璃海灘的道路則是近年才鋪設柏油路面。

(2) 大眾運輸工具

因為南方澳的觀光發展及東北角暨宜蘭海岸國家風景區管理處的進駐，因而有國道客運與公車接駁等串連的交通服務，讓遊客善加利用，亦使居民生活更加方便。

有綠 28，就是類似環線巴士，他有開到南方澳，繞豆腐岬...然後再到蘇澳新站...應該 2.3 年了吧!還有國光客運，他可以從台北直達南方澳...。(受訪者 T1)

(3) 停車格

近年因應觀光發展，當地開始將一些公共場所的空間位置當作停車場使用，增加停

車格數量，減緩交通堵塞及車輛違停問題，但也壓縮了居民的生活空間。

其實我們這裡面本來是一個籃球場，Y結果後來因為他們上面開發咖啡廳，所以就變成停車場。(受訪者R2)

(4) 地景建築

南建里內的建築維持以往漁村的風貌，居民也會不定期做自家維護，而咖啡廳店家則是設計成海洋風格的景觀餐廳，宜蘭縣文化局亦曾於民國 98 年起實施城市色彩計畫，針對部分建築進行拉皮整修。

行政院一個什麼漁村什麼改造計畫，差不多在幾年前，全部整個就是內埤港這個灣區，...，公家出錢，整修門面，拉皮呀！（受訪者P2）

(5) 交通問題

淡旺季為主要影響交通的因素，旺季如暑假、連續假日和國定假期，會造成內埤海灣的交通堵塞或違停問題，但因當地停車格數量不足，部分遊客可能會因此選擇離開移往下個景點，所以不會到動彈不得的情況。

(6) 生活影響

玻璃海灘曾是垃圾場，居民習慣於周遭丟棄垃圾以致環境髒亂，近年來已大幅改善，而現在遊客的素質與觀念提升，目前較無垃圾問題；另因停車格不足，居民的生活空間亦被壓縮。

以前垃圾比較多，現在比較少了。以前會有遊客亂丟垃圾，現在比較少了，遊客要自己注意。(受訪者R1)

我們里長就是插一個牌子，不要亂停車不要亂丟垃圾這樣，...

(主要告示的是)附近的居民啊！也不是真的遊客啊！附近的居民啊！

(受訪者P2)

(7) 破壞公物

南建里里長近年有設置鐵欄，主要是禁止車輛直接開往玻璃海灘的平台，減少遊客量，並減緩垃圾丟棄問題，但因鐵欄是可移動式，所以會有部分遊客將鐵欄移開，造成鐵欄遭破壞，不過以整體來說，當地公共建設其實不多，所以破壞的問題並不明顯。

(二) 經濟衝擊

觀光發展帶來投資和就業機會的增加，也使商家收益提升，但內埤海灣海景沿岸的房價漲幅甚多，對投資者來說形成了一個較高的門檻，整體而言觀光對內埤海灣的經濟

發展有正面的幫助。

1.工作維生

以前南方澳主要以漁業維生，現在因產業的轉移，漁業漸趨沒落，年輕人多去外地工作，而留下來的居民多從事海產店、餐飲或飯店等服務業相關之產業。

以前比較多是漁業，現在比較多服務業，比如說海產店、餐飲或飯店之類的。(受訪者 T1)

2.吸引投資

本地人或外地人皆有於內埤海灣投資咖啡廳或餐廳等觀光產業，而投資者主要是受到內埤海灣之海景特色吸引。

這邊是我們自己的家，所以就開了這間咖啡廳。(受訪者 T1)

我就算外來的 Y，我羅東人，...，因為我覺得這邊像國外那種海灣都是嚇嚇叫的...。(受訪者 T2)

3.就業機會

因為觀光發展，吸引許多人（有些是青年返鄉）來南方澳投資，為當地人帶來工作機會，但現階段較集中於漁港前半區域，內埤海灣區塊較有限。

有ㄟ！就比如說漁港前面那邊有一個日新大飯店 (The New days) 是蠻文創的一個旅社，...，我回來這邊第二年就有慢慢發現有越來越多年輕人會想來這邊發展。(受訪者 T1)

你要看地區不同，外面 (南方澳) 媽祖廟那邊或許會有，海產店會有，那如果在我們這個村莊是不會有影響的，...。(受訪者 T3)

4.價格變動

內埤海灣沿岸的房價，因海景特色之關係，受觀光影響變動最劇烈，物價和食物價格較無受影響，而因房屋價格的提升，使得當地發展觀光產業的投資門檻提高。

房價你說以海邊這一排當然還是有漲很多，(大概幾倍?) 可能有 3.4 倍吧 (跟 10 年前比起來)，(食物呢?) 食物價格比較還好，像那些小吃就是都差不多 (價錢)。(受訪者 T2)

5.觀光收益

內埤海灣之主要觀光獲益者為餐飲業者。

我們都有在宣傳臉書，可是因為今年我們有增加電視採訪，那這樣人數大概有增加，就統計多 10% 就好啦！一成啦！一成的來客數。(受訪者 T1)

咖啡廳應該是有，我們是沒差，做生意有差，我們沒有做生意的怎麼有差。(受訪者 R2)

6.購物機會

觀光吸引連鎖商家在當地進行門市拓點，滿足遊客的消費需求及增加便利性。

那個(7-11 豆腐岬門市)是後來人潮比較多，他們才開的。(受訪者 P2)

7.淡、旺季

逢假日、節慶、暑假、國定假日和夏季為內埤海灣之觀光旺季；逢平日和冬季則為觀光淡季。

暑假、寒假、國定假日都算是旺季，然後六日，淡季就算是暑假完後的平日，還有天氣不好的時候。(受訪者 T1)

8.觀光工作者

從事觀光產業的員工以本地人居多，而開設店面則本地人和外地人皆有。

應該是本地人，...，員工應該就是當地人居多，開店的話就一半一半，有些是當地人開的，有些就是外來的。(受訪者 T2)

大部的都是本地人比較多，尤其是在金媽祖前面那一條，整個賣海產的，大部分都是本地人。(受訪者 P2)

9.公共設施使用情形

遊客和居民皆會使用內埤海灣之公共設施，例如：遊客多於早上、中午使用涼亭，居民則於黃昏時使用。

(三) 社會文化

由於傳統文化、漁村特色文化、交通便利和在地觀光美食帶來觀光人潮和收益，使文化傳承得以維持，且投資者也有意願在南方澳進行投資。因為觀光發展方興未艾，人口有回流的趨勢，使人口外流減緩，總體而言，觀光對地方的社會文化並無造成太大改變，且有正面之影響。

1.居民和遊客的互動情形

大多是遊客主動向居民問路，而居民也會友善的幫忙指引，但整體來說除了詢問當地相關資訊以外，其餘的互動較少。

2.問題處理方式

對於深夜放鞭炮以及旺季時車輛亂停之問題，居民的主要處理方式以報警為主。

還好還好，最主要的困擾就是晚上他們會在這邊放那個沖天炮啊！有時候會，這個已經，那個派出所已經有管制了，晚上九點半以後不能施放煙火啊！（那亂停車呢？）還是報警處理啊！私底下處理就沒有辦法處理啊！（受訪者 P2）

3.文化與觀光發展

南方澳傳統文化有神祇繞境，漁村特色文化有魚丸節和鯖魚節，水上活動有水上立槳衝浪（Stand Up Paddle, SUP）和帆船運動等，透過媒體的拍攝與報導及網路的傳播，使知名度提升，具有長期發展的潛能。

每年的三月二十三農曆（媽祖繞境），還有中壇元帥，每年的九月九號也會辦活動繞境這樣啊。每一年都有固定。（受訪者 P1）

這邊有教練可以玩那個立槳，SUP，就是站在衝浪板上划船的。...SUP 的行程的那個路線，就是從豆腐岬划到賊仔澳。...就是有那個帆船協會然後會在豆腐岬那邊只有宜蘭舉辦帆船比賽，很漂亮欸！...就進香團很多，這邊算一個點，上次寶島神很大就有來拍。（受訪者 T1）

這一區塊沒有，大部分都在南方澳那邊，那邊比較熱鬧，鯖魚季、魚丸節、媽祖繞境，其實南方澳也是以那邊為主。（受訪者 R2）

現在有的人來玩，就是因為拍電影，拍玻璃海灘啊！啊有的說你們那個手機都可以看到，可以找，...，這凹洞內還找的到！（受訪者 T4）

4.社區與政府互動情形

當有節慶活動時，社區委員會與鎮公所會有互動，店家則與鎮公所和其他政府單位會有互動；而當社區有需求可透過里長作為溝通管道。

5.人口外移

因為海洋資源和環境空間有限，南建里年輕人多外流至其他地方工作，但現在有少部分年輕人因觀光的發展而回流，使外流的趨勢減緩。

我媽是土生土長，...，就是她有發現越來越多宜蘭的年輕人，都是在台北打拼後，都會想要回到他們自己的家鄉發展，有這個趨勢。（受訪者 T1）

6.服務組織

南方澳守望相助隊由 6 個里共同組成，平常會定期巡邏，有活動時會提供協助，內埤海灣設有觀光發展協會，但現已少有活動。

之前還有一個叫內埤觀光發展協會，但因為理事長好像後來生病，就比較

少看到了，(他是什麼時候比較活躍?)大概5.6年之前。(受訪者T2)

7.居住氛圍

多數居民都喜歡當地的居住氛圍，覺得安靜、放鬆、空氣好、風景美麗及環境舒適，也已經習慣在此居住，社區內的居民大多都彼此熟識。

安靜阿!空氣好。鄰居大家都認識。(受訪者P1)

蠻放鬆的，步調比較慢。(受訪者T1)

(四) 居民態度與期望的發展方向

賊仔澳玻璃海灘屬於旅遊地生命週期中的投入期，而內埤海灣則偏向旅遊地生命週期中的發展期，雖然遊客數量逐漸增加，但目前負面觀光衝擊不大，因此居民多數贊同觀光。網美的崛起帶來更多的觀光吸引力，形成觀光助益，但南方澳腹地有限，發展受到限制。政府可以有更完善的運輸規劃，並建議內埤海灣可朝休閒漁業發展，例如設置教育文化型的海洋環境教育中心及增加漁拓活動等。

1.居民對觀光發展的意願

內埤海灣的居民多數贊同發展觀光，他們認為觀光可以帶動和活絡地方發展，對經濟收益和就業都有幫助，但需有政府單位的規劃與經費的挹注，然而南方澳發展空間非常有限，因此在旺季時對遊客數量有所管制，應該可以有效減少負面的影響。

當然贊同嘍。帶來地方的發展，還有帶來這個地方的創業嘛。(受訪者P1)

贊同Y!然後把觀光這一塊可以做得更好，就不用讓年輕的小孩子還要去外面找工作。(受訪者T2)

應該有單位要提出來啊!...你規劃可以規劃，可是經費是一個問題，你要開發經費是一個問題啊!(受訪者P2)

2.對遊客的容忍度

遊客主要的負面遊憩行為有在海灘周圍烤肉、放煙火或辦活動時遺留垃圾，以及遊客借用居民土地來迴轉沒有先打招呼的無禮行為。居民對於垃圾方面的處理通常以規勸和自行處理的方式解決，而遊客迴轉無禮的狀況，則有使用告示牌告知。目前都還是在居民可容忍的範圍內，我們建議遊客應該要尊重及友善的對待居民，一起維持良好的環境。

如果他們來這邊烤肉，...，我覺得如果是烤完肉沒有收，沒有整理，那個我就可能沒有辦法。(受訪者T1)

曾經是有年輕人在這邊施放煙火，就是煙火的垃圾沒帶走，放完人就走掉了。(受訪者 T2)

那邊有寫字，好像說不給人迴轉。你有禮貌的人，你進來迴轉，車窗打開，跟我們打招呼一下，我們心裡就輕鬆啊！(受訪者 T4)

3.車輛管制方式的接受程度

目前以劃設停車格和柵門的方式，對於亂停車和交通阻塞問題可以達到管制的效果，另有人建議以接駁車的方式應可以解決車輛過多問題。

現在已經有人提出這個計畫了啊！...用接駁車啊！進來南方澳啊！(受訪者 P2)

4.增加觀光吸引力

目前南方澳有傳統的神祇繞境活動、鯖魚節、魚丸節和水上立槳衝浪 (Stand Up Paddle, SUP) 及帆船運動等活動，而內埤海灣和玻璃海灘最大的特色為漂亮的海景，可以吸引網美前去拍照打卡，進而提升當地的知名度，使得追隨者慕名而來。居民建議可以再豐富傳統和特色文化的活動內容，而且目前南方澳已有祝大漁物產文創館及南方澳討海文化館，因此本研究建議內埤海灣可朝休閒漁業發展，例如增加教育型的海洋環境教育中心及漁拓活動，透過環境教育中心的相關活動，以增廣與海洋相關之知識，強化地方吸引力。

我覺得需要(再增加)內容吧，就打著鯖魚節、魚丸節，但其實內容都是攤位、小吃，然後都是那幾攤，...。(受訪者 T1)

其實我比較期待的是南方澳可以成為下一個九份，因為它的很多東西就跟九份很像。(受訪者 T2)

5.基礎設施增加

居民認為停車場、大眾交通工具及休閒娛樂場所較有需要，但礙於南方澳腹地有限，難有多餘的地方可以增加基礎設施。故居民認為政府需要其他的運輸規劃，例如電動摩托車或環港的接駁巴士來代替，應該可以改善旺季塞車的問題。另外根據遊客提出玻璃海灘之缺點，本研究建議玻璃海灘可以再建置更完善的觀景平台與攀爬措施，美化環境景觀並提升遊客的安全。

公共設施就是說，這個遊客來這邊有多款式的(設施)給他們來這邊娛樂，阿也可以帶動我們附近的小朋友阿，...。(受訪者 P1)

其實我覺得停車場比較需要，再來就是大眾運輸工具也蠻重要的，我就覺

得像南方澳其實就是一個小小的地方，你就用一個比如說電動車，或是環港的免費接駁車就好了，它就可以解決很多問題了。(受訪者 T2)

就是蘇澳港進來那個，獅子公園下面那個空，那裡不是有一個很大的一個空地嗎？可以規劃成停車場啊！（受訪者 P2）

6. 支持觀光發展意願

賊仔澳玻璃海灘因網路和社群網站的傳播，遊客數量有顯著增加、觀光區塊逐漸形成，屬於旅遊地生命週期中的投入期；而內埤海灣觀光區塊已形成、有外來投資於住宿業及相關產業、人工設施進駐和發展及行銷當地自然、文化特色，偏向旅遊地生命週期中的發展期。現階段觀光發展對環境的破壞不大，玻璃海灘屬於內埤海灣的周邊景點，網美的崛起對觀光發展帶來經濟助益，玻璃海灘與內埤海灣的多數居民表示願意支持觀光發展，但政府必須有規劃發展，才可有效利用內埤海灣和玻璃海灘的海景特色資源，將其潛力徹底發揮。

當然贊同摟。帶來地方的發展，還有帶來這個地方的創業嘛。(受訪者 P1)

伍、結論

- 一、 資訊流通方式和傳播媒體的世代轉變，伴隨潮流而生的網美為遊客提供更多的資訊與選項，從頻度分析中可以看出，本研究地點之資訊獲得方式雖然以親朋好友（45%）最多，但由社群網站得知資訊者亦有 30%，不久將與之並駕齊驅，甚至超越之。可想而知，因社群媒體報導而慕名前往的遊客，確實會使遊客量增加，勢必會對景點發展產生影響。
- 二、 目前國內有些網美秘境，因為遊客破壞以致關閉，而賊仔澳玻璃海灘為內埤海灣的周邊景點，分別屬於旅遊地生命週期中的投入期和發展期，因網路和社群網站的傳播，雖然遊客數量逐漸增加，但現階段的負面觀光衝擊不大，故當地居民多數贊同觀光發展。
- 三、 觀光發展會帶來投資和就業機會的增加，使商家收益提升，也使公共建設更加健全，為地方帶來人潮，吸引青年返鄉就業，減緩人口外流速度，並活絡地方發展，所以觀光的發展是漁村轉型的契機。
- 四、 網美崛起所帶動的觀光型態偏向於替代觀光，然而現今許多的遊客身處於環境泡泡中，透過一個強烈熟悉感為基礎，這樣才能在足夠的安全感下，享受變化和新

奇的體驗，因此為了觀光發展可以考量適當的營造出熟悉感，建議可建置舒適且標準化之觀光設施，像是改善交通運輸、玻璃海灘的攀爬措施及建置更完善的觀景平台，藉此增加觀光吸引力和再遊意願。

- 五、 南方澳為宜蘭知名的漁港，隨著海洋資源的稀缺與產業的轉型而漸漸式微，但它具有渾然天成的海景，因此玻璃海灘和內埤海灣擁有發展休閒漁業的潛力，雖然目前已有南方澳討海文化館與祝大漁物產文創館的設立，對於漁業文化的展示解說及海洋相關 DIY 與產品行銷有相當的助益，但本研究建議可以設置教育文化型的海洋環境教育中心於內埤海灣附近及增加漁拓活動與海洋運動型活動等，創造更多元化的活動項目，使觀光得以永續發展。
- 六、 網美等同於公眾人物，其具有一定的影響力，應該擔負起社會責任，建議在分享推薦旅遊資訊時，應同時宣導正確的遊憩態度、價值觀與行為，以保護資源，確保景點與周遭社區的永續發展。

參考文獻

- 王明元、劉修祥、陳啟芳。2000。高雄市休閒漁業發展現況與潛力研究。高雄應用科技大學學報 30：229-244。
- 交通部觀光局。2018。Tourism 2020-臺灣永續觀光發展方案（106-109 年）（核定本）。
- 林瓊華、林晏州。1995。觀光遊憩發展對傳統聚落景觀意象之影響。戶外遊憩研究 8：47-66。
- 陳璟芬。2000。馬祖東莒鄉地方永續觀光發展之研究。臺北科技大學建築與都市設計研究所碩士論文。台北。
- 陳明川。2003。社區居民對生態旅遊衝擊認知與發展態度之研究-以嘉義縣山美村為例。國立中興大學園藝學系碩士論文。台中。
- 陳龍吉。2014。遊客對傳統養殖漁業轉型休閒漁業接受度與休閒需求之研究-以鹿港地區鰻魚養殖漁業為例。僑光科技大學國際貿易運籌碩士在職專班碩士論文。台中。
- 莊慶達。2007。海洋觀光與休閒漁業的發展。漁業推廣月刊 254：24-25。
- 張莉汶。2008。社區居民對社區觀光發展態度之研究-以馬太鞍溼地為例。靜宜大學觀光事業學系碩士論文。台中。
- 張惠娥。2013。小琉球居民對生態旅遊影響認知與態度之研究。國立屏東教育大學生態

休閒教育教學碩士學位學程碩士論文。屏東。

黃躍雯、倪進誠、商累仁。2010。澎湖縣望安島發展「替代觀光」的初步規劃與行動構
想。島嶼觀光研究 3：1-25。

楊明賢。2002。觀光學概論。揚智文化。新北。

潘信如。2017。奧萬大國家森林遊樂區觀光發展對地區影響之研究。國立臺灣體育運動
大學休閒運動管理研究所。碩士論文。台中。

顏鳳英。1999。搜尋臺東私房景點。臺灣月刊 230：78-81。

山與琴的足跡。2017。宜蘭蘇澳玻璃海灘（賊仔澳）。隨意窩 Xuite 日誌。2018 年 1 月
15 日，取自：<https://ppt.cc/fM8hjx>

仆路編。2017。跋山涉水、季節限定還得先申請？網友盛讚的 20 大秘境想看到不容易！
DailyView 網路溫度計。2017 年 11 月 1 日，取自：<https://dailyview.tw/popular/detail/827>

彭懷玉。2017。宛如寶石散落！南方澳秘境「玻璃海灘」有彩色玻璃 ETtoday 旅遊雲。
2018 年 1 月 17 日，取自：<https://goo.gl/Cfmzlb>

Jessie Lee。2018。3 大台北秘境推介！Ig 爆紅放閃+閩密打卡熱點。新假期周刊。2019
年 2 月 20 日，取自：<https://ppt.cc/fx>

Bulter, R. W. 1990. Alternative tourism: Pious hope or trojan horse? J. Travel Res. 28: 40-45.

Bulter, R. W. 1992. Alternative tourism: The thin edge of the wedge. In V. L. Smith, & W. R.
Eadington (Eds.), Tourism alternative: Potentials and problems in the development of
tourism, pp. 31-46, University of Pennsylvania Press, Philadelphia, USA.

Cohen, E. 1972. Toward a sociology of international tourism. Soc. Res. 39: 164-182.

Fox, V. B. 1977. Community-based corrections. Prentice Hall, Inc., Englewood cliffs New
Jersey, USA.

Mieczkowski, Z. 1995. Environmental issues of tourism and recreation, University Press of
America, Inc: Lantarn, Maryland, USA.

108年 9月 6日 投稿

108年 12月 24日 接受