

2025 國際餐旅創新研發產學應用研討會

綠色共好 × 永續未來

綠色食農 | 創新創業 | 智慧餐旅 | 地方創生 | 永續發展

論文集



目錄

| 研究/應用論文組 |

廚房可食用邊角料轉化為寵物零食之可行性探討：環境與社會接受度分析	4
服務場景、服務品質對顧客感受影響之研究	5
台灣大專校院學生對邦克列酸食品中毒及餐飲衛生安全認知之探討	6
AN ACTION RESEARCH STUDY ON THE EFFECTS OF INTERGENERATIONAL LEARNING ON COGNITION AND ACCEPTANCE OF SOFT, EASY-TO-CHEW FOODS ...	7
FLORAL DESIGN IN INTERGENERATIONAL LEARNING:AN ACTION RESEARCH STUDY	8
探討花藝美學融入麵包課程的學生學習成效	9
台灣餐飲科系學生之永續價值觀與就業選擇關聯性研究	10
心流體驗對廚師工作壓力與工作滿意度之調節作用及對離職傾向的影響	11
餐旅系學生參與青旅就業學程之職場體驗成效研究	12
從傳統到永續創新：透過 USR 驅動的食品設計共創美濃野蓮產業價值	14
反應曲面法於冷凍麵團品質優化之應用：探討海藻糖、膠原蛋白水解物與鹼性水之影響	15
餐飲品牌形象對消費意願之影響：以負面新聞與企業回應為調節變項之探討	16
選擇筷子之魅力因素之探討	17
飲食融合-香港煲湯與台灣火鍋的相遇.....	18
點餐也能進入心流？獎勵邊界在菜單設計中的腦科學實證	19
魚菜共生（AQUAPONIC）的發展與困境	20
添加不同蛋白質對麵包發酵特性與品質的影響	21
台灣消費者對醬油滷汁感官特性的感知的認知與感知分析	22
酒粕乾燥粉育種為魯邦液種製作酒粕吐司麵包之探討	22
FINE DINING 餐廳感質設計之初探研究.....	24

技術報告組

澎湖特產綠色觀光便當以銀髮族適口性為例	25
BEYOND THE PLATE: THE INTERDISCIPLINARY POTENTIAL OF PENGHU'S	
STARCHY SEAFOOD FOR GLOBAL COMMUNICATION.....	26
澎湖特色藻類香腸開發之消費者喜好程度研究	27
澎湖特色藻類蛋捲開發與應用	28
蓮蓬環保筷.....	29
木鱉果即溶天然色粉.....	30
食物塑型膠體之開發與應用	31
全可食中式藝術化擺盤之研究	32
國產稻米於西式甜點之應用研究—以蓬萊米粉可麗餅為例	13
《承天宮海陸遶境》虛擬實境下的傳統信仰再現.....	33
食藝融合：酥油皮點心的造型開發與創新應用	34
越南風情之巧克力 B O N B O N 開發	35
以櫛瓜與香菇為基底開發節氣主題鹹味輕食餅之開發	36
結合永續發展與地方創生之 USR 計畫：二林鎮品牌塑造、形象重塑與農業旅遊推動成果分析	37
惜物創新-美濃野蓮與客家飲食文化之食物設計.....	38
客家野蓮格外品複合式伴手禮開發及療癒食農體驗活動設計	39
應用反應曲面法優化添加藻油、卵磷脂與膠原蛋白水解物之全麥土司配方研究	40

口頭發表組

參與式行動研究導入下的蔬食旅遊設計：原住民文化再生與地方創生之實踐探究	41
全球標準與在地適應的拉鋸：米其林星級餐廳的文化適應難題	42
永續餐飲體驗的雙核心：食物與服務在 UGC 評論中的語義結構	43
以 Q 方法探討青旅從業人員的就業選擇動機	44
應用 IPA 分析探討旅館住客對台灣旅館永續發展之重視度及滿意度	45
基於深度學習影像辨識之烘焙場域智慧結帳系統設計與開發	46
以解說人員視角觀探討博物館導覽模式下的人員導覽與智慧科技互動關係之探討	47
黑水虻處理沼渣廢棄物之可行性評估摘要	48
人工智能驅動之餐飲管理變革：職前訓練、領導力與流程優化之整合性研究	49
人工智能（AI）發展為食物設計與預制菜產業所帶來之變革性影響 劉宇豐 柯信吉	50
「擬」真美味：有機食品擬人化策略對美味感知、產品態度與購買意願之影響	51
HAVE A GOOD DAY：探索好日子韓酒館的午間顧客旅程	52
節慶活動文創商品在觀光休旅推廣之研究：以「鹿港奪旗吉祥龍鑰匙盒」為例	53
多重跨域的行動玩家：偏鄉漁村的石斑魚達人誌	54
咖啡廳顧客滿意度研究—以路易莎咖啡廳為例	55
為何 OTA 賣不動團體旅遊？年輕人心中在想什麼	56
尋找 AI 北極星 台灣旅行社 AI 導入的趨勢與策略	57
點餐機的真实效益：餐飲業科技導入的需求端觀點	58
台籍外派人員外派動機探討-以派駐上海地區餐飲從業人員為例-	59

廚房可食用邊角料轉化為寵物零食之可行性探討：環境與社會接受度分析

張原賓¹、劉采琳^{2*}

¹國立雲林科技大學技術及職業研究所博士班 博士生

¹弘光科技大學食品科技系 講師

^{2*}明新科技大學旅館管理與廚藝創意系 副教授

¹t0931057070@gmail.com 、^{2*}polly6011@must.edu.tw

摘要

本研究旨在探討將家用廚房可食性邊角料轉化為寵物零食之可行性，並分析其環境效益與社會接受度。研究採用問卷調查法與文獻分析法，共發放 136 份問卷，回收 129 份（回收率 94.8%）。結果顯示，性別對邊角料處理方式具顯著影響：男性多傾向直接丟棄（56.7%），女性則偏好回收（48.5%）或堆肥（21.3%），且女性對轉化為寵物零食的支持度高於男性（62.4% vs. 45.8%）。高環保意識者多認同此舉可減少浪費（73.2%）與降低飼料成本（68.5%），而低環保意識者則較關注產品安全與監管需求。教育程度與收入亦影響市場接受度，高學歷與高收入者願意支付較高價格（38.6%），學生與低收入者對價格則較敏感（41.2%）。此外，社會影響與寵物飼養經驗亦顯著影響嘗試意願：若周遭他人使用此類產品，28.3%受訪者願意嘗試，37.7%持中立態度，28.3%表示反對；寵物飼養者之接受度顯著高於非飼養者（64.2% vs. 29.8%）。綜合而言，將廚房可食性邊角料轉化為寵物零食，不僅具有環境永續與資源再利用潛力，亦可提升食物資源循環價值。然而，產品品質、安全監管及推廣策略仍需進一步完善，以利後續技術應用與政策推動。

關鍵詞： 廚房邊角料、寵物零食、食物資源再利用、環境永續、社會接受度

服務場景

服務場景、服務品質對顧客感受影響之研究

陳文蓉^{1*}、王景茹²

¹實踐大學餐飲管理系 教授

²宏國德霖科技大學餐旅管理系 助理教授

E-mail: wenjung515@gmail.com

摘 要

服務業透過實體環境，在其目標顧客心中創造、型塑以及定位其服務產品，在 1970 年代就開始受到重視與運用。「氣氛」(atmospherics)一詞，是指實體環境中刺激物的特色、顏色、規模、明亮度、形狀等，會影響消費者的行為。到了 1990 年代，「服務場景」(servicescape)的概念開始出現，並主張服務場景是顧客及員工所處之環境中包含自然以及社交等實體特性，如氣氛、設計，其會影響員工以及顧客之內部認知、情緒狀態，進而影響他們的行為與關係。其後一直到 21 世紀，服務場景的概念一直被許多學者所探討。餐旅業者為維持其競爭力、留住現有顧客以及吸引新顧客，提升服務品質是相當重要的，特別是對顧客滿意度，業者的服務品質是具有相當大的影響力的。本研究以餐飲業為例，探討服務場景、服務品質與顧客滿意度之間的關係，以台灣台北市 10 家連鎖餐飲店為研究對象，透過便利抽樣取得 325 份有效問卷，發現服務品質對服務場景中的氣氛構面與顧客滿意度之間的關係影響力最大。因此，建議餐廳的經營要兼顧餐廳氣氛營造以及員工服務品質的提升與訓練，以提高顧客的滿意度，本研究的發現具有實務以及理論上的貢獻。

關鍵詞：服務場景、服務品質、顧客滿意度、餐飲業

台灣大專校院學生對邦克列酸食品中毒及餐飲衛生安全認知之探討

許汗語¹、陳貽慈¹、江明倫^{2*}

¹ 開南大學觀光與餐飲旅館學系 學生

² 開南大學觀光與餐飲旅館學系 教授
superwinston_1978@yahoo.com.tw

摘 要

2024 年 3 月台北市寶林茶室餐廳發生國內首例邦克列酸中毒事件，造成 30 人中毒其中 6 人死亡。本研究之目的為探討台灣大專校院學生對邦克列酸食品中毒及餐飲衛生安全之認知情形。研究採用網路問卷進行調查，共回收有效問卷 304 份，根據所蒐集到受試者之填答內容進行資料分析。結果顯示，受試學生中有 72% 未聽聞過邦克列酸；79.6% 不知道產生邦克列酸之菌種；僅有 45.1% 知道台灣曾發生邦克列酸中毒案。針對問卷所提六種不同類型食品，分別有 32.2-76.3% 之受試者可正確判斷何種食品為邦克列酸容易汙染者。有 79.3% 和 77.6% 之受試者非常同意認為設置專責主管機關和訂定完善制度法規對餐飲衛生安全管理至關重要。受試者中 51.6% 非常同意會注意有關餐飲衛生安全之議題消息；54.3% 非常同意會轉傳分享給親朋好友；但僅有 38.8% 非常同意認為自己對相關議題消息內容之真偽具有識別能力。學生最常得知餐飲衛生安全議題消息之管道為新聞媒體(85.5%)，其次則為網路社群(72.4%)、學校(41.1%)、政府機構(23%)、工作單位(19.7%)和其他(8.6%)。由上述結果得知目前台灣多數大專校院學生並未具備足夠邦克列酸專業知識，對餐飲衛生安全議題之注意程度及識別能力仍較不足。本研究初步所得將可提供未來學校開授餐飲衛生安全課程及主管機關宣導防治食品中毒時之參考。

關鍵詞：大專校院學生、邦克列酸、食品中毒、餐飲衛生安全

AN ACTION RESEARCH STUDY ON THE EFFECTS OF INTERGENERATIONAL LEARNING ON COGNITION AND ACCEPTANCE OF SOFT, EASY-TO-CHEW FOODS

PEI-JING YU*

Associate Professor, Department of Western Cuisine and Culinary Arts

National Kaohsiung University of Hospitality and Tourism

pyu@mail.nkuht.edu.tw

ABSTRACT

This study employs an action research methodology to investigate the impact of intergenerational learning on the knowledge and acceptance of texture-modified foods (TMFs). In response to the increasing dietary needs of the aging population with dysphagia, this research addresses widespread misconceptions and social stigma surrounding TMFs. University students and community-dwelling older adults were recruited as co-learners in a series of structured intergenerational learning modules. These included nutrition education, hands-on preparation of TMFs, shared tasting experiences, and reflective discussions, implemented over two iterative cycles. A mixed-methods approach was used for data collection and analysis, incorporating pre- and post-intervention surveys, focus group interviews, and participatory observations. Findings reveal that intergenerational learning significantly enhances university students' understanding of TMFs and promotes greater empathy toward the dietary needs of older adults. Additionally, older participants reported increased openness and willingness to consume innovative TMFs following positive social engagement and mutual respect during the activities. This study demonstrates the pedagogical efficacy of intergenerational learning as a means of integrating nutrition education, social engagement, and health promotion. It offers valuable implications for developing age-friendly food cultures and advancing sustainable dietary practices within diverse communities.

Keywords: Intergenerational Learning, Action Research, Texture-Modified Foods

FLORAL DESIGN IN INTERGENERATIONAL LEARNING: AN ACTION RESEARCH STUDY

PEI-JING YU*

Associate Professor, Department of Western Cuisine and Culinary Arts
National Kaohsiung University of Hospitality and Tourism
pyu@mail.nkuht.edu.tw

ABSTRACT

This study employed an action research approach to investigate the implementation process and educational outcomes of cross-disciplinary floral design in intergenerational learning. The aim was to examine how floral art activities influence interactions, emotional connections, and artistic skill development among university students and older adults. Participants included thirty university students and sixty community-dwelling older adults. The course was conducted over two cycles, each lasting two weeks with weekly 90-minute sessions. The curriculum comprised modules on floral material knowledge and basic techniques, co-creative themed projects, cultural and experience sharing, and exhibition and reflection. Data collection included classroom observation, structured questionnaires, semi-structured interviews, and analysis of participants' works and reflection records. Results indicated that floral design activities effectively enhanced intergenerational interaction, transitioning from unidirectional instruction to bidirectional co-creation. Participation in artistic creation improved skills, creativity, and aesthetic competence. Action research cycles facilitated iterative course optimization and enhanced learning outcomes. The program also promoted intergenerational understanding and social engagement. These findings provide practical implications for USR education and the design of intergenerational co-learning programs. Future research should consider larger samples, multi-site validation, and longitudinal assessment.

Keywords: Intergenerational learning, floral design, action research, USR education

探討花藝美學融入麵包課程的學生學習成效

余佩璟*

國立高雄餐旅大學西餐廚藝系 副教授

pyu@mail.nkuht.edu.tw

摘 要

本研究探討花藝美學融入麵包課程的學生學習成效，特別著重於花藝知識、花藝態度、花藝鑑賞、花藝技能、應用花藝的習慣等五大核心構面。研究結果顯示學生在花藝知識方面展現顯著進步，能夠理解花卉的種類、特性及其在麵包裝飾中的應用，並靈活運用色彩搭配、黃金比例與構圖技巧來提升產品的美感與市場吸引力。在花藝態度方面，學生對於將花藝元素融入麵包設計展現高度興趣與學習動機，認為這種跨領域學習能夠提升創意思維與職場競爭力。此外，學生的花藝鑑賞能力亦獲得提升，他們能夠從美學與市場需求的角度分析不同風格的作品，並運用視覺設計技巧來提升產品競爭力。在花藝技能方面，學生的實作能力明顯提升，能夠運用花材的天然顏色與層次設計來創造具藝術風格的烘焙作品，並能掌握不同花卉的質感與色調變化。此外，研究發現學生逐漸養成應用花藝美學的習慣，課程結束後仍持續將花藝美學概念應用於烘焙作品的呈現。在整體學習成果方面，學生對課程的滿意度高，普遍認為此課程強化了視覺設計與產品創新能力，能夠有效運用美學概念來提升產品的吸引力。本研究證實此跨領域學習能夠有效提升學生的花藝美學素養，並為未來美學導向的烘焙教育與課程設計提供參考依據。

關鍵詞：花藝、美學、麵包、烘焙

台灣餐飲科系學生之永續價值觀與就業選擇關聯性研究

柳希諺¹、劉采琳^{2*}

¹ 國立雲林科技大學技術及職業研究所博士班 博士生

¹ 國立高雄餐旅大學 餐飲管理系 助理教授級專業技術人員

^{2*} 明新科技大學旅館管理與廚藝創意系 副教授

¹ orange19810701@gmail.com 、^{2*} polly6011@must.edu.tw

摘要

隨著全球永續發展趨勢的推進，本研究探討台灣餐飲科系學生的永續價值觀現況，並驗證其永續價值觀與未來就業選擇意向之關聯性。研究採問卷調查法，以分層便利抽樣針對台灣北部大專院校餐飲科系學生進行調查，共回收有效問卷 311 份（有效回收率 = 88.86%）。資料以 SPSS 統計軟體進行描述性統計、信效度檢驗、相關分析與迴歸分析。研究結果顯示：（1）餐飲科系學生普遍具備高度永續價值觀（ $M = 4.55$ ），其中以社會永續價值觀得分最高（ $M = 4.61$ ）；（2）永續價值觀與就業選擇意向呈顯著正相關（ $r = .67, p < .001$ ）；（3）迴歸分析指出，永續價值觀能顯著預測就業選擇意向，解釋力達 44.8%（ $\beta = .67, p < .001$ ）；（4）高年級學生之就業選擇意向顯著高於低年級學生（ $p < .01$ ）。結果可論證永續價值觀為餐飲科系學生選擇永續導向企業之關鍵預測因子。本研究提出對餐飲教育課程設計及餐飲產業人才招募策略之具體建議，以促進教育與產業在永續發展下的連結。

關鍵詞：永續價值觀、就業選擇、餐飲教育、餐飲科系學生

心流體驗對廚師工作壓力與工作滿意度之調節作用 及對離職傾向的影響

陳以衡^{1*}、劉國寧²

^{*1}南臺科技大學餐旅管理系餐旅研究所 研究生

²南臺科技大學餐旅管理系餐旅研究所 副教授

^{*1}qwer6754241@yahoo.com.tw、²kenliu55@stust.edu.tw

摘 要

本研究動機源於疫情後餐飲業快速復甦並創下營業額新高，但人力短缺與高離職率依舊嚴峻。廚師長期承受高工時、高壓力與低薪資，導致滿意度下降與人才流失，因此如何降低壓力並提升留任意願成為重要課題。本研究目的為探討餐飲業廚師心流體驗在工作壓力與工作滿意度之間的調節作用，並檢視其對離職傾向的影響，期望補足餐飲人力研究不足並提出管理建議。根據既有的文獻及研究指出，工作壓力不僅降低員工的工作滿意度，還會顯著提升離職傾向（Lee & Ashforth, 1996）。而心流體驗（Csikszentmihalyi, 1990）為挑戰與技能平衡下產生的專注與愉悅狀態，能提升成就感並減緩壓力，但在餐飲廚師族群的研究仍有限。為此本研究以國內餐飲業廚師為對象，透過文獻回顧與網路問卷調查蒐集資料，並使用工作壓力、工作滿意度、離職傾向與心流體驗量表，資料以 SPSS 進行信效度檢驗、描述統計、迴歸與調節效果分析。研究預期顯示，工作壓力會降低工作滿意度並提升離職傾向，而工作滿意度是影響離職意圖的重要中介；心流體驗可緩解壓力對滿意度的負向影響，進而降低離職傾向。本研究期望補足理論不足，並提供業者營造支持性環境、提升員工投入與成就感之建議，以降低離職率並增強競爭力。

關鍵詞：心流體驗、工作壓力、工作滿意度、離職傾向、餐飲業、廚師

餐旅系學生參與青旅就業學程之職場體驗成效研究

羅琪^{1*}、裴蕾²、施雅惠³

¹ 中華大學學校財團法人中華大學行政管理學系 副教授

² 中華大學學校財團法人中華大學國際觀光與酒店管理雙學士學位學程 助理教授

³ 中華大學學校財團法人中華大學餐旅管理學系 助理教授

E-mail: chilo@chu.edu.tw

摘 要

餐旅系申請與執行的勞動部「青旅就業學程」計畫，主要在培訓青年旅舍產業人才，提升學生青旅實務面的認知並銜接就業市場。參訓學生須配合學程到青旅去完成120小時的職場體驗，為了瞭解學生對青旅的環境、工作內容、時間安排、主管、職員們間的溝通狀況等項目是否滿意，以及職場體驗對於問題解決、職場適應、人際溝通合作、工作態度與職場倫理、青旅經營管理技能等能力提升是否認同，做了問卷調查，以做為後期繼續執行計畫改進的參考。本研究主要目的要瞭解學生參與青旅就業學程之職場體驗的滿意度、認同度，並比較兩期的學生的滿意度及認同度。研究對象為110期與111期有參與青旅就業學程計畫且完訓的餐旅系學生，分別有12及22人，採問卷調查法，以敘述統計及獨立樣本t檢定分析。研究結果顯示，110期職場體驗-滿意度部分平均分數介於4.33~4.75，111期則介於4.63~4.81，111期除了職場體驗環境的滿意度低於110期外，其餘題項的平均滿意度都比110期高。110期職場體驗-認同度部分平均分數介於4.25~4.75，111期則介於4.72~4.91，111期所有題項的平均同意度都比110期高。此外根據t檢定，在有助於人際溝通合作提升、青旅經營管理技能提升、未來就業這三個題項，111期都顯著高於110期。藉由對參訓學生的問卷調查，得知青旅就業學程能有效提升餐旅系學生在職場體驗的滿意度與認同度，除了給勞動部評鑑學程參考外，以可做為後期執行計畫時改進的參考。

關鍵詞：青年旅舍、就業學程、職場體驗、滿意度、認同度

國產稻米於西式甜點之應用研究—以蓬萊米粉可麗餅為例

王景茹^{1*}、陳文蓉²

¹宏國德霖科技大學 專技助理教授

²實踐大學餐飲管理系 教授

摘 要

蓬萊米粉部分取代小麥粉應用於法式可麗餅製作中，對產品品質、結構與感官表現產生明顯差異。近年來，由於國人飲食逐漸西化，稻米消費量持續下降，如何透過食品創新結合在地農產，發展具有市場潛力的新穎產品，成為重要課題。藉由將蓬萊米粉融入西式甜點，除了能展現臺灣米食文化的特色，也可拓展其應用範疇。研究設計四組配方，分別為蓬萊米粉取代比例 0%、30%、40%、50%，並針對麵糊延展性、餅皮質地與感官評比進行分析，同時透過問卷蒐集消費者接受度。實驗結果顯示，30%比例時餅皮口感與整體滿意度最佳，能兼顧柔軟度與延展性；40%比例時顏色與香氣表現最突出，展現獨特米香與外觀優勢。然而，隨著比例增加，質地評分逐漸下降，結構穩定性不足，影響咀嚼體驗。當比例達 50%時，熟成後餅皮容易斷裂，降低操作性與完整度。綜合感官評比與消費者意見，30%至40%為最佳應用範圍，能兼顧視覺效果、香氣與口感，符合市場需求。整體結果顯示，蓬萊米粉具有應用於西式甜點的潛力，不僅有助於提升國產稻米利用率與附加價值，亦可作為餐飲業新產品研發及推動食農教育之重要依據，展現結合在地農產與異國飲食的創新方向。

從傳統到永續創新：透過 USR 驅動的食品設計共創美濃野蓮產業價值 *FROM TRADITION TO SUSTAINABLE INNOVATION: CO-CREATING VALUE THROUGH USR-DRIVEN FOOD DESIGN IN MEINONG'S (LOUR.)KUNTZE INDUSTRY*

星野琬惠^{1*}

¹ 國立高雄餐旅大學飲食文化暨餐飲創新研究所 兼任助理教授

E-mail: masayawanhui@hotmail.com

摘要

本研究旨在探討如何透過大學社會責任（University Social Responsibility, USR）計畫，將地方文化資產轉化為永續食品設計的創新驅動力，以促進地方產業升級與文化再造。研究以台灣高雄美濃地區野蓮產業為案例，強調其兼具濕地生態、客家文化與市場潛能的複合型價值，並檢視 USR 作為「社會實驗室」（Social Lab）在地方創生中的關鍵角色。

研究方法採質性個案研究，結合參與式行動研究（Participatory Action Research）。研究團隊帶領研究生多次進入美濃野蓮產業場域，透過深度訪談、田野觀察與場域發表會蒐集資料。學生除參與野蓮採收與加工體驗，更在 USR 平台支持下，與農民、居民及消費者共同進行食品設計共創，發展野蓮餅乾、飲品、茶包、豆腐與蠟燭等原型產品。研究結果指出，USR 平台能有效整合學術知識、在地經驗與市場需求，並形成「USR 驅動的文化創新循環模型」（USR Cultural Innovation Loop）。

此模型展現文化遺產如何成為設計原則的輸入，經由共創過程生成經濟、社會、文化與生態多重價值。具體成果包括：農業副產物的升級再造（如將野蓮根莖再利用於食品與生活用品設計）、學生永續素養與文化敏感度的提升，以及社區對在地文化的重新認同。討論部分強調，本研究有別於傳統以單向技術轉移為核心的產學合作，呈現 USR 作為知識共構與社會資本培力的動態機制。研究不僅深化了文化遺產、食品設計與 USR 之間的互動關係，也回應了永續發展目標（SDGs）中關於責任消費與生產（SDG 12）、優質教育（SDG 4）、永續城鄉（SDG 11）的政策需求。

綜合而言，本研究證明 USR 能夠成為地方創生的重要推動力量，提供一條自下而上的永續創新路徑，不僅適用於美濃野蓮，也可作為其他農村社區進行食品創新與文化再生的參考模式。

關鍵詞：大學社會責任（USR）、文化遺產、永續食品設計、地方創生、客家文化、美濃野蓮

反應曲面法於冷凍麵團品質優化之應用：探討海藻糖、膠原蛋白水解物與鹼性水之影響

黃姝媛^{1*}、陳建龍²、葉文崇³

¹國立高雄餐旅大學飲食文化暨餐飲創新研究所 研究生

²國立高雄餐旅大學烘焙管理系 副教授

³國立高雄餐旅大學飲食文化暨餐飲創新研究所 助理教授

51319016@stu.nkuht.edu.tw

摘 要

冷凍麵團技術已廣泛應用於現代烘焙產業，不僅能延長產品保存期限，亦能提升生產效率與供應鏈彈性。然而，冷凍與解凍過程常造成酵母活性下降、澱粉老化加速及麵筋網絡結構受損，進而影響麵團的發酵性能與成品質地。為改善此問題，本研究透過實驗設計與數學模型建立，探討冷凍麵團配方之優化條件。研究方法採用反應曲面法(RSM)中之 Box-Behnken 設計，以系統性評估鹼性水 pH 值 (X_1 : 7 – 9)、海藻糖添加量 (X_2 : 1 – 3%) 及膠原蛋白水解物添加量 (X_3 : 1 – 2%) 三種因子及其交互作用對冷凍麵團品質的影響。結果顯示，三因子及其交互作用對麵團的發酵產氣量、最大發酵體積、麵包比體積與質地硬度均具有顯著作用。進一步依據所得數據建立之數學模型，可有效預測品質指標的變化趨勢，並推導出最適配方條件。該模型不僅有助於說明冷凍麵團在不同配方組合下的品質變化機制，亦能為冷凍麵團配方之優化提供科學依據，有助於提供產業之應用性。

關鍵詞：冷凍麵團、反應曲面法、膠原蛋白水解物、海藻糖、鹼性水

餐飲品牌形象對消費意願之影響：以負面新聞與企業回應為調節變項之探討

王教駿^{1*}、施雅惠²

¹ 中華大學觀光學院碩士班 研究生

² 中華大學餐旅管理學系 助理教授

jimmyjasper9092@gmail.com

摘要

在餐飲市場競爭激烈、產品同質化的情境下，品牌形象成為影響消費者選擇與忠誠度的關鍵。然而品牌形象在遭遇食安爭議、負責人醜聞、不實資訊或職場問題等負面新聞時，易受媒體放大效應影響而迅速崩解。雖然已有研究驗證品牌形象與購買意願的正向關係，但鮮少探討在負面新聞情境下，企業是否回應會如何改變兩者之間的關聯。本研究的研究問題為 1) 品牌形象是否會顯著影響消費意願？2) 不同類型負面新聞下，企業「回應」或「不回應」是否影響消費者態度？3) 危機回應是否調節品牌形象與消費意願的關係？本研究採用實驗法，以問卷調查蒐集數據。設計多組新聞情境（食安、負責人、不實資訊、職場問題），並分為「有回應」與「無回應」兩種版本。問卷內容涵蓋品牌形象、企業回應與消費意願，採 Likert 五點量表衡量。資料經信效度檢驗後，透過階層迴歸分析法分析來驗證研究假設。預期貢獻如下理論方面，補足品牌形象與購買意願在負面新聞情境下的研究缺口。實務方面，提供餐飲業危機應對建議，降低信任流失與意願下降。社會方面，提升品牌透明度與責任感，促進產業健康發展。

關鍵詞：品牌形象、消費意願、負面新聞

選擇筷子之魅力因素之探討

林則安^{1*}

¹國立高雄餐旅大學飲食文化暨餐飲創新研究所 林則安研究生

²國立高雄餐旅大學飲食文化暨餐飲創新研究所 吳美宜教授

Jerry29378047@gmail.com

摘要

筷子為台灣民眾日常飲食中不可或缺的餐具，在悠久的歷史發展中，不同文化逐漸形成各具特色的筷子樣式。例如，日本筷子多為木質，尺寸較短，且筷尖細而銳利，適合精細的料理操作；中國筷子則較長且厚重，常見於木質材質，部分地區亦使用塑料筷；韓國則普遍使用扁平的金屬筷，展現其獨特的飲食文化。由於筷子不僅是進食工具，更承載文化象徵與生活習慣，其選擇因素具有多面向的影響。本研究採用層級分析法（Analytic Hierarchy Process, AHP），建構影響消費者選擇筷子之多準則決策架構，並透過專家問卷蒐集意見，進行加權比較與分析。研究聚焦於五大評估構面，包括功能性、便利性、價格、文化認同與環境影響，以探討其相對重要性與交互影響。期望研究結果能夠釐清消費者在筷子選擇過程中的關鍵考量，進一步提供餐具設計者在材質、造型與功能開發上的參考依據，亦能協助政策制定者推動相關餐具使用與環境永續之措施，並作為環境教育與文化傳承的重要依據。

關鍵詞：筷子、層級分析法(AHP)、最佳選擇

飲食融合-香港煲湯與台灣火鍋的相遇

蔡淑姬^{1*}

¹ 中國文化大學生活應用科學系 研究生

tsc1011.karen@gmail.com

摘要

跨域餐飲融合料理在國內已呈現普遍化，且餐飲在國內具有高經濟價值與產值，因此造就餐飲業者積極投入異飲食文化的融合，並研發創新菜色或新風味餐飲料理，以因應國內外消費者市場。鑒於火鍋市場競爭激烈，以及為滿足消費者多元喜好，因此，本研究挑選與台灣火鍋同屬湯品類、鍋湯類的香港煲湯，作為探討飲食融合研究主題的餐飲料理，研發融合台灣火鍋湯頭與香港煲湯湯頭的創新湯頭口味。本研究研究目的為探討香港煲湯湯頭和台灣火鍋湯頭跨域飲食融合之最適比例湯底，並採用食品感官品評作為研究工具，且為求研究專業度與調查準確性，研究對象選擇具有港式或鍋物餐廳經驗之專家，以及火鍋消費者；先對專家進行半結構式訪談之質性感官品評，再對火鍋消費者進行問卷調查之量化感官品評，以深入了解專家對不同比例湯底的見解與建議和透過統計分析瞭解消費者對不同比例湯底的接受度。研究結果指出消費者偏好 60%港式湯品混入台式湯品的新口味港台火鍋湯頭。最後，跨域飲食的融合不僅可為國內餐飲業帶來新樣貌，還能提升餐飲業之產值成長，期許研究結果與實務建議能對國內湯品類、鍋湯類餐飲業者，在未來創新經營策略有所幫助。

關鍵詞：香港煲湯、台灣火鍋、飲食融合、跨地域飲食

點餐也能進入心流？獎勵邊界在菜單設計中的腦科學實證

張淑禎¹、楊昇祐^{2*}

¹ 台南應用科技大學生活服務產業系生活應用科學 助理教授

^{2*} 台南應用科技大學生活服務產業系生活應用科學 研究生

E-mail:asdfghjkl01293@gmail.com

摘 要

消費者對產品的價值感知，常受個人背景與心理因素影響而異。本研究以神經行銷視角切入，結合腦電圖（EEG）與心流體驗量表-2（FSS-2），探討菜單設計如何透過獎勵邊界（Reward Boundaries）與心流體驗（Flow Experience），影響知覺價值（Customer Perceived Value, CPV）與消費意願。研究設計包含兩階段：其一，邀請 10 位受試者進行 EEG 實驗，透過時網域與事件相關電位（ERP）分析，測量前額葉之情緒與認知反應；其二，預計發放約 250 份問卷，以量化心流體驗與感知價值，並進行跨資料比對。研究預期證實，主選單元素如字體、色彩、留白與文字提示，能有效降低獎勵邊界、誘發心流，進而提升正向情緒與消費傾向。此研究不僅彌補傳統調查在潛意識探測上的不足，更為餐飲業提供精準設計與行銷策略，展現神經科學與消費者行為結合的創新貢獻。

關鍵詞：菜單設計、心流體驗、獎勵邊界、神經行銷、EEG

魚菜共生（AQUAPONIC）的發展與困境

賴志浩^{1*}

國立高雄餐旅大學飲食文化暨餐飲創新研究所 研究生
laizhhzo@gmail.com

摘 要

魚菜共生對食農教育、環境永續發展是目前解決食安問題及綠化城市永續發展方向，除了產出的農作物及水產品不含任何農藥及化學殘留物外，對水資源和耕種面積也有 80%以上的節約縮減，其中更可結合食農教育對一般民眾傳達永續、都市農耕的概念。魚菜共生是透過結合水耕和水產養殖的互助生態系統，利用魚排泄物中的氮透過細菌轉化成硝酸鹽、供植物吸收養分，而水質也透過植物根部的淨化，使得植物、魚、細菌達成互利共生的平衡。然而台灣魚菜共生的農場規模小，所產出的蔬菜和魚產品並不屬於政府規範的有機作物範圍內，使得這類產品必須放到市面上和一般作物做價錢上的競爭，這樣的競爭商業模式大大限縮了魚菜共生對社會及環境生態的影響力，本研究試圖從政策、產業規模、社會接受度來解釋魚菜共生發展所遇到的困境。

關鍵詞：魚菜共生、都市農耕、食農教育、永續環境、生活美學

添加不同蛋白質對麵包發酵特性與品質的影響

洪坪嶢^{1*}、徐永鑫²、陳建龍²

¹國立高雄餐旅大學飲食文化暨餐飲創新研究所 研究生

²國立高雄餐旅大學烘焙管理系 教授

²國立高雄餐旅大學烘焙管理系 副教授

ksyz2513896@gmail.com

摘 要

本研究探討以大豆蛋白、乳清蛋白及豌豆蛋白三種高蛋白粉部分取代小麥麵粉，對麵包發酵行為與品質的影響。實驗以對照組基礎配方為標準，添加 5%、7.5% 及 10% 不同比例的蛋白粉，測量麵團發酵期間的產氣量與發酵高度，並進行比體積及質地分析。結果發現，乳清蛋白組在產氣量和發酵高度表現最佳，顯示其對酵母活性影響較小，膨脹效果較佳；豌豆蛋白組產氣量高但發酵高度略低於對照組；大豆蛋白組則顯著低於對照組，反映發酵動能受抑。質地測試顯示乳清蛋白維持較好的麵包柔軟度，大豆蛋白則使麵包較為緊實。乳清蛋白 10% 組觀察到麵團成團困難，顯示高添加量可能影響麵團加工性。綜合來看，不同蛋白來源對麵團發酵及最終品質有明顯差異，其中乳清蛋白具較佳應用潛力，豌豆蛋白需進一步改善發酵結構，大豆蛋白則可能需搭配製程調整以提升品質。此結果對高蛋白功能性烘焙產品開發具有參考價值。

關鍵詞：大豆蛋白、乳清蛋白、豌豆蛋白、發酵體積、產氣量、麵包品質

台灣消費者對醬油滷汁感官特性的認知的認知與感知分析

藍士傑^{1*}、趙憶蒙²、劉伯康³

¹ 國立高雄餐旅大學飲食文化暨餐飲創新研究所 研究生

² 國立高雄餐旅大學中餐廚藝系 副教授

³ 中臺科技大學食品科技系 副教授

E-mail: blue20010518@gmail.com

摘 要

本研究探討台灣消費者對七種市售醬油製成的滷汁其感官特性與接受性，並分析理想滷汁與產品標示「適合滷煮」間的關係。滷汁樣品以醬油、水與豆腐滷製，並以豆腐為載體，邀請 126 位消費者以 CATA 及 9 分量表進行評估。結果顯示，部分強調適合滷煮的產品未受消費者青睞，而部分未標示者卻較受喜愛；黑豆與陳年醬油雖在文化與業界被視為適合滷煮，但樣品中的整體與香氣接受性較差，顯示產品標示、傳統、習慣與感知間存在矛盾，可能導致消費者使用時的期待落差。在感官屬性上，較受喜愛的滷汁具有鹹、鮮及醬香、滑順口感、甘甜餘韻，風味與餘韻適中，且質地不稀薄；但結合理想滷汁的認知時，消費者反而重視鮮味與鮮餘味，並期待細膩質地、琥珀色澤與甜味。因而推論消費者認為理想滷汁須具備的感官特性以風味最重要，質地與餘韻其次，視覺與香氣影響較小。龜甲萬廣告中的「袂太甜，袂太鹹」確實符合消費者偏好，但「醞醞味」此行銷語彙未被普遍理解及感知，說明行銷語言未必能轉為感官認知。整體而言，本研究驗證「適合滷煮」標示不必然對應較高接受性，顯示製造商應重新檢視產品標示與定位。研究成果可作為品牌開發滷汁專用產品的感官調整依據，並協助餐飲業者優化配方，以縮短期待與體驗落差，提升市場競爭力。

關鍵字：醬油、滷汁、感官品評、選擇適合項目法（CATA）、消費者接受性

酒粕乾燥粉育種為魯邦液種製作酒粕吐司麵包之探討

李美樺¹、李昕融¹、黃于慈¹、孫嘉妮¹、李煜玲²、郭炯村^{2*}

¹中臺科技大學食品科技系 大學生

²中臺科技大學食品科技系 助理教授

E-mail : ctkuo@ctust.edu.tw

摘 要

在綠色永續成為主流的趨勢下，本研究將釀製米酒後的廢棄物——酒粕，製成乾燥粉、糊化粉，添加於吐司中，藉此實踐 SDGs 第 12 項「責任消費與生產」的精神。同時使用魯邦液種老麵發酵，以提升吐司保濕性、延緩老化、增添風味並抑制雜菌。實驗製作了四種吐司，包含原味、原味+魯邦、魯邦+酒粕粉、以及魯邦+酒粕粉糊化，並與濕酒粕吐司進行比較與分析。實驗過程中，我們探討了麵糰的 pH 值、發酵能力，以及吐司成品的體積、水分含量、顏色(Lab)、質地(TPA)與抗氧化能力（DPPH、ABTS）等。結果顯示，添加酒粕的麵糰 pH 值略微降低，顯示有利於乳酸發酵，但發酵能力並未受到顯著影響。添加酒粕（特別是糊化粉）會使吐司外觀顏色加深，除此之外，通常麵包麵糰加入其他機能性乾燥物，都會使其體積降低、硬度增加，本研究之其他物理性質則差異不大。抗氧化測試（DPPH、ABTS）顯示，所有添加酒粕的吐司，其掃除自由基能力均顯著優於原味吐司，證實酒粕粉賦予吐司之機能性。整體而言，本研究成功將釀酒廢棄物酒粕轉化為具附加價值的烘焙原料，更符合永續再生食品之理念。

關鍵詞：酒粕、魯邦種、吐司麵包、SDG 12

FINE DINING 餐廳感質設計之初探研究

鍾碧姮^{1*}、王賜興²、洪以萱³

¹宏國德霖科技大學餐旅管理系 副教授

²宏國德霖科技大學餐旅管理系 助理教授

³宏國德霖科技大學企業管理研究所 研究生

E-mail: schicken@mail.hdut.edu.tw

摘 要

台灣精緻餐飲（Fine Dining）市場自 2018 年米其林登台以來急劇擴張，2024 年星級餐廳數量已達 49 間，造成市場上供給過剩、同質性高，與顧客重複消費率低的經營困境（天下雜誌，2025）。為有效降低經營風險並提升顧客回流，本研究聚焦於當前體驗經濟盛行的核心—感質理論（Qualia Theory）。「感質力」（Quality）意指透過視覺與觸覺等感官體驗，創造出「撥動心弦般的喜悅感」（出井伸之，2003），其「以人為本」的設計核心，能有效激發顧客美好的感受、正面情緒與情感共鳴（顏惠芸等，2014）。本研究以 Fine Dining 餐廳為對象，基於魅力、美感、創意、精緻、工學等五大感質構面（顏惠芸等，2014；陳盈婷，2012；徐琬芸，2016），並經由專家修訂，最終彙整出 15 項感質餐點問項與 16 項感質情境問項。研究初步鎖定 50 位 40 歲以下曾有 Fine Dining 用餐經驗的消費者進行訪談，並應用重要性-表現分析（Importance-Performance Analysis, IPA）進行數據分析。

研究結果發現，業者應「持續保持」（Keep Up the Good Work）的高重要性與高表現感質屬性，包含具備創意性、製作技術精良與工法細膩等餐飲感質屬性；餐廳情境風格、協調性以及工法表現等情境感質屬性。

本研究具體驗證了感質設計對台灣精緻餐飲市場的重要性，並提供了可操作的經營管理參考依據。業者應將資源集中於優化餐點的細膩工藝與創意，並維持整體用餐情境的風格協調性，以透過優越的感性訴求，有效提升顧客的愉悅體驗，進而強化情感連結與回流意願。

關鍵詞：感質、重要性-表現分析、Fine Dining

澎湖特產綠色觀光便當以銀髮族適口性為例

楊錦騰^{1*}

¹ 國立澎湖科技大學餐旅管理系副教授級專業技術人員

Email:boss20080@gms.npu.edu.tw

摘要

本計畫旨在結合澎湖在地特色綠色食材與銀髮族適口性需求，設計具觀光價值與健康導向的便當產品。臺灣高齡人口比例逐年攀升，銀髮族飲食需求日益受到重視，其在飲食品質、營養均衡與適口性方面皆有特殊考量。澎湖擁有豐富海洋資源與綠色農特產品，透過適當的烹調技術與創新搭配，能發展出兼具文化意涵與實用性的特色便當。

本設計選用仙人掌、高麗菜酸、澎湖魚肉、海藻類等在地食材，結合蒸、燙、炒等適合銀髮族的調理方式，設計出一套色香味兼具、質地柔軟、營養均衡的觀光便當。主食以仙人掌豬肉捲搭配金棗飯呈現地方特色，主菜包含絲瓜蛋皮捲、高麗菜酸魚捲、絞肉鑲茄子、五彩薯球與石榴雞球等多樣料理，小菜則以涼拌毛豆南瓜丁平衡口感與營養。每道菜品皆考量牙口狀況、消化能力與感官接受度，並透過天然食材調味，降低油脂與鈉含量，提升健康價值。

本便當設計除可應用於長者外食、健康餐盒與長照機構膳食規劃外，亦具觀光推廣潛力，能作為在地文化與養生飲食結合的創新模式。未來可進一步搭配感官評估與營養分析，作為銀髮友善飲食產品研發的參考依據。

關鍵字：澎湖特產、銀髮友善飲食、觀光便當、特色綠色食材、健康餐盒、高齡飲食

BEYOND THE PLATE: THE INTERDISCIPLINARY POTENTIAL OF PENGHU'S STARCHY SEAFOOD FOR GLOBAL COMMUNICATION

Wen-pi Robert Chao^{1*}, Chin-teng Yang²

¹Assistant Professor, General Competency Center, National Penghu University of Science and Technology

²Associate Professor Rank Specialist, Department of Hospitality Management, National Penghu University of Science and Technology
wpchao@gms.npu.edu.tw

Abstract

This study aims to investigate the application of indigenous Penghu ingredients in culinary development, with a specific focus on the innovative integration of starchy staple foods with local seafood elements, bridging both tradition and innovation. Surrounded by the sea, Penghu boasts abundant fishery resources, including highly representative and nutritious red crabs, large clams, squid, and fresh shrimp. Taking “Red Crab Seafood Porridge” and “Large Clam Rice” as illustrative examples, the former combines white rice, pumpkin, and various seafood, slow cooked into a comforting and nourishing congee. The latter, a traditional sticky rice dish, features glutinous rice paired with large clams, dried shrimp, and shiitake mushrooms, demonstrating an exquisite fusion of oceanic flavors and aromatic rice. Both dishes meticulously utilize commonly found local Penghu ingredients, showcasing the region’s unique characteristics and culinary cultural value. They are also thoughtfully designed to balance nutrition, flavor, and visual appeal, demonstrating significant potential for promotion as local specialty meals or tourist dining experiences. Through practical application and meticulous documentation, this research validates diverse application models for Penghu ingredients in contemporary catering design. Furthermore, this study offers multifaceted pathways for the future commercialization of local dishes, the development of specialized educational curricula, and the broader promotion of tourism-focused gastronomy. As a vital example of interdisciplinary collaboration for global outreach, this research underscores the importance of integrating English for Specific Purposes (ESP) teaching and learning within hospitality and culinary arts programs. Such integration ensures that future professionals are equipped with the specialized linguistic skills necessary for effectively communicating Penghu’s unique culinary narratives to an international traveler, thereby enhancing tourism promotion and strengthening global competitiveness.

Keywords: interdisciplinary collaboration, Penghu cuisine, local ingredients, culinary development, seafood gastronomy, culinary tourism

澎湖特色藻類香腸開發之消費者喜好程度研究

劉敬潔¹、蘇奕慈¹、許志弘^{2*}

¹ 國立澎湖科技大學食品科學系 大學生

² 國立澎湖科技大學食品科學系 專案講師

sylvain490@gms.npu.edu.tw

摘要

本研究以澎湖在地特色藻類為核心，探討海菜、紫菜、珊瑚草應用於創新香腸製品的可行性，期望結合地方食材與現代加工技術，開發兼具營養、文化與市場潛力的特色食品。澎湖海洋資源豐富，盛產多樣藻類，其藻體色澤鮮綠，質地柔軟細膩，具有濃郁的清香，且高纖維、低熱量與高營養價值，成為健康食材及推廣地方特產的重要基礎；顆粒香腸為台灣經典的肉類加工製品，從家庭餐桌、夜市小吃到節慶祭祀，處處可見其身影，台灣香腸不僅是日常飲食的一部分，更是歷史文化與地方創意交織的美食象徵。本研究採用三種藻類(海菜、紫菜、珊瑚草)，先各以 10%、20%、30% 添加進以調配好的香腸肉餡內並製作成香腸再進行前測，選出 30%海菜、20%紫菜、20%珊瑚草的藻類香腸的質地、口感、風味最佳，再進行消費者感官品評。由 65 位消費型品評員針對三種顆粒香腸的外觀、香味、口感、風味、整體喜好度進行品評。根據品評結果，紫菜香腸在外觀(4.25)、香味(4.35)、風味(4.30)、整體喜好(4.32)均高於其他兩款香腸，只有海菜香腸的口感(4.31)優於紫菜香腸。綜觀整體品評結果，紫菜香腸在感官表現上最為均衡，不論是視覺、嗅覺、味覺或口感皆達到高度協調，並能有效傳遞海洋元素與肉品本身的滋味。此結果也顯示紫菜作為食材在肉製品中具良好的搭配潛力與消費者接受度，能夠在保留傳統香腸特色的同時，帶來嶄新的風味體驗。

關鍵詞：海菜、紫菜、珊瑚草、顆粒香腸、感官品評

澎湖特色藻類蛋捲開發與應用

陳佩怡¹、謝瑀潔¹、許志弘^{2*}

¹ 國立澎湖科技大學食品科學系 大學生

² 國立澎湖科技大學食品科學系 專案講師

sylvain490@gms.npu.edu.tw

摘要

本研究以澎湖在地特色藻類為核心，應用紫菜、海菜、海木耳與石蓴製做創新蛋捲伴手禮的可行性，期望結合地方食材與現代加工技術，開發兼具營養、文化與市場潛力的特色食品。澎湖海洋資源豐富，盛產多樣藻類，其色澤鮮綠、質地柔軟細膩，具有，且高纖維、低熱量與高營養價值，成為健康食材及推廣地方特產的重要基礎；蛋捲為台灣深受喜愛的傳統休閒食品，其酥脆口感、濃郁蛋香等特點，成為老少皆宜的點心。本研究採用四種藻類，先各以 5~10%加入以調配好的蛋捲麵糊並製作成蛋捲並進行前測，選出 6%石蓴、9%海木耳、6%海菜、6%紫菜的蛋捲質地、口感、風味最佳，再進行消費者感官品評。由 60 位消費型品評員針對四款蛋捲的外觀、香味、口感、風味、整體喜好度，使用九分法問卷來進行消費者品評，並進行杜凱 HSD 事後比較。結果顯示海菜蛋捲在外觀(6.68)、氣味(6.60)、口感(6.52)、質地(6.67)及整體喜好(6.63)的喜好度均顯著優於石蓴蛋捲；紫菜蛋捲和海木耳蛋捲在氣味、口感、質地及整體喜好也顯著優於石蓴蛋捲；石蓴蛋捲則因色澤與氣味等因素，造成消費者的喜好度較低。研究結果證實，適當調整藻類種類與添加比例，有助於提升產品風味與市場潛力，不僅提供藻類食品應用之新方向，亦為澎湖地區海洋資源的創新利用與特色食品開發提供參考，未來可進一步進行保存測試、市場行銷與多樣產品設計，推動藻類蛋捲商品化，提升地方產業附加價值，實現健康飲食與永續資源雙重目標。

關鍵詞：海菜、海木耳、石蓴、紫菜、蛋捲、感官品評

蓮蓬環保筷

余佩璟*

國立高雄餐旅大學西餐廚藝系 副教授

pyu@mail.nkuht.edu.tw

摘 要

本研究旨在探討以農業廢棄物蓮蓬為主要原料，開發具環保性與可生物降解性的創新筷類產品。蓮蓬以 80°C 進行熱風乾燥 30 小時，接著破碎乾燥蓮蓬後將其以磨粉機磨成粉狀，並篩取粒徑 80~120 目的蓮蓬粉。秤取蓮蓬粉、竹原纖維與蟲膠片作為原料，其比例分別為 20~80%、20~80% 與 0.1~0.5%。蟲膠片溶於 95% 乙醇中成為蟲膠漆，溶解時蟲膠片與 95% 乙醇的重量比例為 3:7。蟲膠漆、蓮蓬粉與竹原纖維混合攪拌均勻，混合物再置入預定筷型的模具中，並以溫度 120~190°C、壓力 200~300 torr、時間 8~15 分鐘之設定進行熱壓成型固化後即可完成。本技術可應用於其他農業剩餘資材例如可可果殼、咖啡渣、玉米桿等，發展多樣化環保生活用品。蓮蓬環保筷兼具資源再利用、技術創新、環境教育與文化推廣價值，不僅能減少廢棄物清運壓力，也具有明顯的市場潛力與產業經濟價值，為循環經濟導向的永續材料開發提供具體可行之實踐模式。

關鍵詞：農業廢棄物、蓮蓬、蟲膠、環保筷

木鱉果即溶天然色粉

余佩璟*

國立高雄餐旅大學西餐廚藝系 副教授

pyu@mail.nkuht.edu.tw

摘 要

本研究以木鱉果 (*Momordica cochinchinensis* Spreng.) 假種皮為原料，開發即溶天然色素粉末，評估其製程條件、色澤穩定性與抗氧化活性，以探討其應用潛力。木鱉果假種皮富含類胡蘿蔔素，具顯著抗氧化性，但易受光照與高溫影響而降解。本研究以 95% 乙醇萃取色素液，離心取上清液後加入麥芽糊精作為載體，經 52°C 低溫乾燥製得即溶色素粉末。結果顯示，類胡蘿蔔素保留率達 93.3%，顯著高於未粉末化樣品 (65%， $p < 0.05$)。色澤穩定性試驗顯示，室溫儲存 14 天後色澤保持率為 96%，虐待試驗 (37°C，14 天) 為 92%，光照試驗 (200 lux，14 天) 為 90%，高溫試驗 (43°C，14 天) 為 80%，顯示其對光、熱具良好穩定性。其 DPPH 自由基清除率達 84.2%，且與色素濃度呈高度正相關 ($r = 0.92$, $p < 0.01$)，證實類胡蘿蔔素為主要活性來源。應用於吐司製品時，即溶色素粉末分散性佳、著色均勻，展現優異食品加工適性。本研究證實，木鱉果假種皮經粉末化處理可有效提升類胡蘿蔔素穩定性與抗氧化效能，具備高溶解性與應用便利性，為植物性天然色素之產業化提供高穩定度與高附加價值的創新方向。

關鍵字：木鱉果、即溶、天然色素

食物塑型膠體之開發與應用

余佩璟*

國立高雄餐旅大學西餐廚藝系 副教授

pyu@mail.nkuht.edu.tw

摘 要

本研究所開發之食物塑型膠體，為一種兼具增稠、塑型與質地穩定功能的複合型膠體系統，應用於質地調整食品之製作，以改善咀嚼吞嚥困難者的進食體驗。本研究具有三項關鍵創新：其一，採用多種天然膠體進行複合設計，兼顧黏彈性、熱穩定與可塑性，突破傳統單功能膠體的應用侷限；其二，強調「造型感」與「食物外觀還原性」，使調整後食品不僅能安全吞嚥，亦能重現食物本貌，提升食慾與尊嚴感；其三，膠體設計導向低技術門檻，使用者僅需簡單設備即可操作，並縮短製作時間，大幅提升居家與機構實用性。此技術融合營養照護、食物製備與感官設計三者，為質地調整食品領域創造全新解決方案。其主要技術特點包含：1.可廣泛適用於固體、半固體與液體食品，並於酸性、中性、鹼性環境中保持穩定；2.不需加熱即可塑型，操作方式簡便，僅需將食品與熱水均質後倒入模型，5~10 分鐘內即可完成定型；3.膠體具備良好熱穩定性，可耐 60°C 保溫復熱，適合應用於盒餐食品中；4.產品質地可依 IDDSI 吞嚥分級標準進行控制，提升臨床與家庭應用的可靠性；5.成本低廉，單位價格低於 1 元／克，具量產與推廣潛力。

關鍵字：食物塑型膠體、咀嚼吞嚥困難、質地調整食品

全可食中式藝術化擺盤之研究 A Study on Fully Edible and Artistic Presentation in Chinese Cuisine

黃建銘^{1*}、李柏宏²

¹國立高雄餐旅大學飲食文化暨餐飲創新研究所 研究生

²餐飲廚藝科、飲食文化暨餐飲創新研究所副教授

*huangchienming88@gmail.com

摘要

食物雕刻是飲食文化的一個重要的組成,它通過刀工技巧對食材進行雕刻切配,塑造出千姿百態的形象,將藝術賦于烹飪,為菜肴或宴席增輝添彩,令人賞心悅目,使美食享受和藝術享受兼得。(陳永明,2018)食物擺盤雕刻經常作為中式菜肴在擺盤上的裝飾美化手段與技法,在傳統宴席上具有畫龍點睛的地位。長期以來食物雕刻的蔬果通常為不可食用的裝飾物,因為雕工時間長,蔬果需要先浸泡於明礬水,以防止變色腐壞,造型簡單盤飾通常於宴席結束後即遭棄置,故其目的在僅供觀賞而非食用,與當前全球強調資源永續利用與「惜食」之理念背道而馳。其次,繁複的蔬果雕刻過程需投入大量的時間,在勞動成本高漲、廚房人力精簡的今日,也相對提高了備餐成本。此外,在大型宴會中廣泛使用非食用目的的擺飾,也導致食材的實質浪費,部分餐廳甚至對這類食材雕刻品重複使用,引發衛生與道德上的爭議。本研究擬結合在地食材與中式擺盤美學,發展出「全可食藝術盤飾」的策略,採位上方式,每人一份之個人化設計,並透過意象設計,彰顯台灣豐富的物產資源與多元飲食文化,進而促進文化認同與土地情感的建立。此類實踐回應了當代在環境永續、食材全利用與飲食藝術化的意義,有效減少一次性裝飾的浪費,提升整體用餐體驗,本研共創作出 16 道個人化藝術,菜餚含括冷盤、湯羹、熱菜、蔬食、主食、點心、水果類等。烹調技巧運用各種雕刻刀工技法、熱炒、紅燒、蒸、烤、炸、燉煮等,現場展示以台灣帝雉、阿里山小火車春之戀、德魯因為代表,期許消費者在品味料理的同時,也能體驗在地風土的韻味與文化記憶,讓全可食擺盤藝術創造出一種全新飲食體驗。

關鍵字：全可食藝術盤飾、中式擺盤美學、在地食材、食物雕刻、永續飲食、文化認同

Keywords: Edible Artistic Plating, Chinese Plating Aesthetics, Local Ingredients, Food Carving, Sustainable Dining, Cultural Identity

《承天宮海陸遶境》虛擬實境下的傳統信仰再現

鄭雅馨^{1*}、黃婷閨²、華彩杏²、顏翊卉²、丁芳儀²、謝玉琪²

¹致理科技大學 休閒遊憩管理系 專技副教授

²致理科技大學 休閒遊憩管理系 學生

E-mail : loricheng@mail.chihlee.edu.tw

摘 要

臺灣四面環海，漁業發展歷史悠久，沿海地區不僅孕育出多元的產業型態，也形成獨特的信仰文化與節慶活動。位於新北市金山區磺港的承天宮，主祀國姓爺（鄭成功）即展現了漁村居民依海而生、敬天祈安的文化內涵。面對永續旅遊與文化傳承的挑戰，本團隊經由大學社會責任實踐 (USR) 計畫，深入磺港場域進行實地調查與文化紀錄，設計與製作《承天宮海陸遶境》虛擬實境 VR (virtual reality)，由於海陸遶境慶典僅於每年農曆五月六日舉行一次，具稀有性與文化保存價值，「開臺聖王海陸雙巡」活動持續了半世紀，並於 2023 年開始提報新北市定民俗，今年將審定是否列級無形文化資產，因此，專題團隊希望藉由沉浸式科技延伸文化體驗，使更多人即使無法親臨現場，也能理解在地信仰與節慶文化，進而提升對磺港漁港的關注與認同感，實地走訪與在地餐旅體驗。本研究以文化觀光與永續旅遊為核心，運用 VR 技術重現承天宮的海陸雙巡，使用者僅需透過手機搭配便攜式 VR 眼鏡，即可體驗祭典過程與文化知識，設計互動式問答遊戲提升沉浸感與參與動機，讓文化知識的傳遞更具有臨場感與互動性。本研究技術不僅展現了科技在文化保存與永續觀光推廣上的應用潛力，期盼未來可作為其他在地文化創新與傳承的參考。

關鍵詞：承天宮海陸遶境、虛擬實境、永續觀光、文化傳承

食藝融合：酥油皮點心的造型開發與創新應用

蒲峻翔¹、唐靖懷¹、游隆宏²、郭炯村^{3*}

¹中臺科技大學食品科技系 大學生

²中臺科技大學食品科技系 專技助理教授

³中臺科技大學食品科技系 助理教授

E-mail: ctkuo@ctust.edu.tw

摘要

酥油皮是中式點心，主要膨脹原理為加熱後油脂氣化與水分蒸發而膨脹為層次分明、口感鬆酥之產品。傳統的做法是油皮包油酥經由手工擀捲成酥油皮，把餡料包入酥油皮後，再經烘烤或油炸而成。本報告旨在利用酥油皮，以起酥類裹油方式，用丹麥機延壓，達到皮酥層次較為均勻的效果；此外，發展「空殼」的概念，先把酥油皮炸到定型，裡面保留一個完整的空腔，食用時再依客人不同喜好而灌進餡料，填、鹹皆適宜，品嚐起來依舊有傳統的香酥口感，餡料的滋味則千變萬化，產品有更多變化性。製作過程中，要精準調整油皮和油酥的比例、油溫和油炸的時間，外殼可以膨起來卻有不會破損或變形。產品好看又特別，可以用在許多不同的場合。本報告不僅保留傳統酥油皮點心之特色，更使用西式起酥皮裹油機器延壓技術，以及打破「固定餡料」的框架，新的應用方式兼具實用性和創意。

關鍵詞：酥油皮、起酥皮、點心創新、造型點心

越南風情之巧克力 BONBON 開發

劉俊廷¹、朱清豪¹、郭炯村²、陳惠英³、游隆宏^{4*}

¹ 中臺科技大學食品科技系 大學生

² 中臺科技大學食品科技系 助理教授

³ 中臺科技大學食品科技系 教授

⁴ 中臺科技大學食品科技系 專技助理教授

E-mail: ctkuo@ctust.edu.tw

摘要

早期傳統的巧克力 BONBON 是以黑白雙色的巧克力為主，演變為現代以色彩繽紛為主的製品，早已受到眾人矚目，從平面造型到立體造型的開發，再以美味的口味搭配，讓人難以忘懷。本報告以越南多元的文化與風味為靈感，將當地食材、經典飲品與熱帶特色巧妙結合於巧克力 BONBON 中。外型延續精緻法式巧克力工藝，內餡則呈現越南獨有的味覺記憶：濃郁滑順的越南滴漏咖啡、生津止渴的椰子、熱帶水果如芒果、荔枝與榴槤等不同風味元素應用於內餡，外殼則以調溫巧克力、巧克力專用食用色素及可可脂等，本著巧克力和可可脂於不同溫度會有不同穩定性之科學原理，需精確掌握溫度的變化，創作出榴槤、越南國旗、椰子、河粉與咖啡等，做出五種不一樣的造型。此系列旨在透過巧克力的載體，傳達越南將傳統與現代、東方與西方交織出全新的感官體驗。3 位有經驗之專業師傅皆給予高度肯定，數十位越南僑生品評時，倍感新鮮、溫心與歸屬感。每一顆 BONBON 都像是一趟小小旅行，帶領品嚐者探索越南的街頭風味與熱帶風情。

關鍵詞：BONBON、巧克力、越南、南亞風情、特色文化

以櫛瓜與香菇為基底開發節氣主題鹹味輕食餅之開發

陳彥婷¹、郭炯村²、李煜玲²、趙士慶^{2*}

¹ 中臺科技大學食品科技系 大學部學生

² 中臺科技大學食品科技系 助理教授

E-mail: ctkuo@ctust.edu.tw

摘 要

本研究旨在探討輕食點心市場中，產品設計與廣大健康意識消費者需求的顯著落差，市售商品普遍為高熱量、高糖分設計，與多數以體態管理為目標的消費者之訴求不符。為此，本研究以開發「飽足感管理」為核心的低熱量、高纖維鹹味「機能性文化輕食」為目標。以臺灣在地農產櫛瓜與香菇為基底，為體現「食在地、食當令」的精神，選定櫛瓜產季對應的「立夏」、「處暑」、「白露」三節氣，將傳統二十四節氣養生觀轉譯為三款可體驗的風味產品。開發過程歷經三階段優化作業：第一，為克服櫛瓜的高含水率特性，引入「乾燥櫛瓜」與「膨化糙米」技術，確立產品的酥脆口感，並藉由乾燥過程將食材的天然膳食纖維與礦物質有效「濃縮」；第二，以零熱量的天然植物膠體「鹿角菜膠」取代傳統高熱量糖漿，實現了符合全球「潔淨標示」(Clean Label)趨勢的純淨化升級；第三，將新鮮香菇透過 UV 光轉化激發維生素 D 技術，來提升產品機能性，為目標客群進行了營養加值。研究最終輔以消費者感官品評與高效液相層析法(HPLC)等理化分析，科學化地驗證產品的市場接受度與機能性。總結而言，本研究不僅成功開發出兼具市場潛力、文化意涵與機能性的創新產品，其開發模式更為臺灣在地農產的高值化應用，提供具體的實踐藍圖。

關鍵字： 櫛瓜、香菇、飽足感管理、輕食點心、二十四節氣、鹿角菜膠

結合永續發展與地方創生之 USR 計畫：二林鎮品牌塑造、形象重塑與

農業旅遊推動成果分析

程守雄^{1*}、洪榮聰²

¹建國科技大學觀光系 副教授

²建國科技大學觀光系 教授

shcheng@ctu.edu.tw

摘 要

本 USR 計畫以地方創生與永續發展為核心理念，呼應聯合國永續發展目標，聚焦二林鎮具代表性的特色農業——紅薏仁與蕎麥產業鏈，結合其農業文化、社區資源與人文底蘊，推動品牌塑造、形象重塑與農業旅遊發展，期望促進在地經濟活化、文化再生與青年回流。學理基礎奠立於地方創生理論、社區營造與體驗經濟，並結合品牌行銷與地方感塑造理論，透過永續設計與觀光管理模式提升農遊體驗品質，實踐大學社會責任與學術應用的整合價值。在方法技巧上，本計畫採田野調查、深度訪談、設計思考與共創工作坊，盤點二林紅薏仁、蕎麥及葡萄等農產資源與文化特色，協助農戶與加工業者建立品牌識別系統，完成 LOGO 與包裝設計，並提出市場行銷策略。同時以西庄社區為示範場域，策劃以紅薏仁為主題的社區彩繪牆，強化地方意象與居民認同；另規劃兩條體驗導向的農遊路線，包括蕎麥麵 DIY 與田間體驗活動，結合農會及社區組織辦理導覽員培訓，提升接待與導覽品質。成果方面，計畫成功形塑二林特色農業品牌，提升產品辨識度與市場競爭力，並強化居民對在地文化的參與與自信，吸引外來遊客進入社區，促進產業活絡與地方再生。同時，學生在跨域合作與實作過程中培養了專案管理、設計創新與社區溝通能力，展現 USR 計畫結合教育、研究與永續實踐的多重成效，為未來深化地方創生策略奠定堅實基礎。

關鍵詞：USR 計畫、地方創生、農業旅遊、品牌行銷

惜物創新-美濃野蓮與客家飲食文化之食物設計

徐紅珊^{1*}、簡珮如¹、謝智博¹、曾裕琇²

¹國立高雄餐旅大學飲食文化暨餐飲創新研究所 研究生

¹國立高雄餐旅大學飲食文化暨餐飲創新研究所 研究生

¹國立高雄餐旅大學飲食文化暨餐飲創新研究所 研究生

²國立高雄餐旅大學飲食文化暨餐飲創新研究所 教授

E-mail: 51319008@stu.nkuht.edu.tw

摘 要

本研究以高雄美濃客家庄為場域，探討如何透過食物設計將野蓮格外品（採收後常被棄置但仍可食用的三分之二部分）融入傳統客家美食，以延續其價值並推廣地方文化與生態永續，呼應 SDGs 12 責任消費與生產 與 SDGs 15 陸域生態 的核心精神。美濃野蓮為全台九成市場的主要供應來源，種植面積逾 200 公頃，並與棲息於野蓮田的保育類水鳥——水雉，共構農業與生態平衡的景觀意象。本研究以客家傳統美食--花生豆腐為基礎，結合惜食與養生理念，創新開發「枝豆野蓮豆腐腦」。研究過程包含田野調查、食材烘乾與磨粉（50 - 60°C，8 - 12 小時）、配方設計（花生漿、玉米粉、在來米粉、美濃毛豆與野蓮粉）等步驟，製作出具美濃特色新食感野蓮豆腐腦，體現「Design with Food」原則，並融入野蓮—水雉共生的敘事，以強化族群認同與地方特色。此外，本研究延伸設計「希望種子球」DIY 療癒體驗活動，運用廢紙、野蓮碎末、米糊與各類種子製作，讓參與者透過感官參與反思客家「愛物惜物」精神與生態永續，促進身心健康，呼應 SDGs 3 健康與福祉 與 SDGs 4 優質教育。本研究透過枝豆野蓮豆腐腦展現食材再利用的市場潛力，並以「希望種子球」活動推廣教育與療癒，深化永續理念。產品與活動結合餐飲與旅遊，不僅可促進美濃地方經濟與文化傳承，更展現食物設計與技術應用的實踐價值，全面呼應多項 SDGs 目標。

關鍵詞：美濃、野蓮格外品、客家飲食文化、SDGs、食物設計、療癒體驗活動

客家野蓮格外品複合式伴手禮開發及療癒食農體驗活動設計

林志銘^{1*}、蕭晶瑩¹、曾裕琇²

¹國立高雄餐旅大學飲食文化暨餐飲創新研究所 研究生

¹國立高雄餐旅大學飲食文化暨餐飲創新研究所 研究生

²國立高雄餐旅大學飲食文化暨餐飲創新研究所 教授

E-mail:major901026@gmail.com

摘 要

全球對永續發展與資源循環的重視日益提升，永續已成為各產業與政策發展議題。本研究以高雄美濃代表性經濟作物——野蓮格外品為例，探討如何結合客家文化與永續設計，將農業副產物轉化為具市場潛力的產品，呼應 SDGs 12「責任消費與生產」的核心精神。美濃野蓮供應全台九成市場，種植面積逾 200 公頃，但在採收過程中僅取嫩莖，尾端部分常被棄置，形成大量格外品，雖外觀不佳卻仍具營養價值與再利用潛力。本研究以乾燥、磨粉與烘焙技術，開發三款兼具在地特色與商業價值的創新伴手禮，包括「野蓮金沙酥餅」、「野蓮香酥肉鬆卷」及「野蓮輕脆米穀球」，展現副產物在食品設計上的應用潛能，並提升客家庄伴手禮的差異化與文化價值。同時融入客家花草意象，運用象徵祈福避邪的艾草與象徵富貴迎客的桂花，設計「桂艾之夢蠟燭」療癒體驗活動，透過「食」與「用」的雙重設計，將草本、花卉與野蓮產品相互串聯，營造兼具文化意涵、食農教育與感官療癒的複合式伴手禮。本研究成果減少食材浪費並提升農產附加價值，重現客家「愛物惜物」精神，並透過 DIY 活動深化消費者對永續議題的理解。本研究不僅呼應 SDGs 12，也連結 SDGs 3「健康與福祉」、SDGs 4「優質教育」、SDGs 8「合適的工作與經濟成長」、SDGs 11「永續城鄉」與 SDGs 15「陸域生態」，展現食物設計於推動地方產業升級、生態保育與文化傳承上的多重價值與實踐意義。

關鍵詞：野蓮格外品、永續設計、客家文化、食物設計、療癒食農、SDGs

應用反應曲面法優化添加藻油、卵磷脂與膠原蛋白水解物之全麥土司配方 研究

黃姝芹¹、葉文棠²、陳建龍³

¹國立高雄餐旅大學飲食文化暨餐飲創新研究所 研究生

²國立高雄餐旅大學飲食文化暨餐飲創新研究所 助理教授

³國立高雄餐旅大學烘焙管理系 副教授

摘 要

隨著全球人口老齡化加速，銀髮族對蛋白質、必需脂肪酸及磷脂等營養素的需求日益受到重視。全麥吐司富含膳食纖維與微量營養素，適合作為日常飲食載體，但其硬度與老化特性對咀嚼能力下降者仍具挑戰。藻油可提供 ω -3 多元不飽和脂肪酸以改善心血管與抗發炎功能；膠原蛋白水解物可供應小分子胜肽，促進蛋白質吸收並維持肌肉與關節健康；卵磷脂則有助於認知功能與脂質代謝，並可延緩澱粉老化以改善吐司口感。本研究以 Box-Behnken 設計與反應曲面法探討藻油（2–6%）、卵磷脂（0.2–1%）及膠原蛋白水解物（2–5%）對全麥吐司發酵特性、比體積與質地硬度之影響。結果顯示，三因子及其交互作用對吐司品質均具顯著影響，並可建立數學模型預測品質表現。綜合最佳化條件為藻油 3.65%、卵磷脂 0.55% 與膠原蛋白水解物 3.77%，可提升吐司發酵體積與比體積，並降低質地硬度，提供銀髮族兼具營養與適口性的全麥烘焙產品開發之依據。

關鍵詞：銀髮族、全麥土司、反應曲面法、藻油、卵磷脂、膠原蛋白水解物

參與式行動研究導入下的蔬食旅遊設計：原住民文化再生與地方創生之實踐探究

Designing Vegetarian Tourism through Participatory Action Research: A Practical Inquiry into Indigenous Cultural Revitalization and Local Regeneration

林信宏¹、何詠綸^{2*}、林玉娟³、吳泰佑⁴、劉欣達⁵、陳雅萱⁶、潘林鈺菱⁷、王思凱⁸

¹慈濟學校財團法人慈濟大學經營管理學系 助理教授 ^{2*}學生 ³學生 ⁴學生 ⁵學生 ⁶學生 ⁷學生 ⁸學生

E-mail

a0933995300@gmail.com

摘要

在氣候變遷與全球糧食系統挑戰日益嚴峻的背景下，植物性飲食逐漸被視為兼具環境永續與健康效益的生活方式，並延伸至旅遊產業。根據 GlobalData（2021），全球旅客日益偏好蔬食或純素旅遊，台灣亦呈現類似趨勢。學術研究指出，蔬食旅遊能有效降低碳排放（Gössling, 2011）、增進健康福祉（Appleby & Key, 2015），並促進文化與環境意識的提升（Carril, 2015; Nualnook, 2021）。然而，如何將植物性飲食與原住民文化結合，以作為地方創生與永續旅遊推動的策略，仍屬未被充分探討的課題。本研究以慈濟基金會倡議之蔬食理念為理論基礎，選擇花蓮太魯閣達基力部落為研究場域，運用參與式行動研究（Participatory Action Research, PAR），結合田野調查、深度訪談與共同設計（Co-design），以建構植物性飲食旅遊模式。研究行動包含：(1)全球與在地趨勢及案例分析；(2)部落資源盤點與合作夥伴辨識；(3)設計野菜導覽、蔬食料理與文化手作體驗；(4)製作 Podcast 傳遞永續觀點；(5)編撰互動式體驗手冊；以及 (6)進行效益與影響評估。預期成果包括：(1)吸引 10–20 名遊客，創造 1–5 萬元收益；(2)培訓青年導覽員與助理，提升文化表達與策展能力；(3)透過數位內容加深遊客對原住民農食文化與永續議題的認同；(4)建立具可擴散性的蔬食旅遊模型，推動部落經濟與文化復興，並建置蔬食與原生植物資料庫以利後續應用。本研究透過跨學科方法，連結植物性飲食、原住民文化與地方創生，提供兼具理論啟發與實務操作的案例，為永續旅遊研究與推廣開拓新視角。

關鍵字：蔬食旅遊、參與式行動研究、原住民文化再生、地方創生、永續旅遊

全球標準與在地適應的拉鋸：米其林星級餐廳的文化適應難題

鄧惠文^{*1}、王國欽²、洪愉嬪³、劉德彥⁴、劉興倫⁵

¹ 國立臺灣師範大學運動休閒與餐飲管理研究所 博士生

² 國立臺灣師範大學運動休閒與餐飲管理研究所 教授

³ 新加坡社科大學研究生院 副院長

⁴ 致理科技大學 講師

⁵ 國立臺灣師範大學運動休閒與餐飲管理研究所 博士生

摘要

本研究旨在探討全球品牌標準化與在地文化適應之間的動態拉鋸，以國際連鎖米其林星級餐廳在台灣的發展為案例，分析其如何在維持全球品質基準的同時，調整以回應地方文化期待。全球化品牌在跨文化經營中普遍面臨「全球標準一致性」與「在地文化差異」的矛盾，本研究的重要性在於釐清頂級餐飲服務於文化差異中所產生的服務缺口，並提出文化調適之具體策略。理論上，研究導入 Berry (1992) 文化適應理論的四種策略模式（整合、同化、分離、邊緣化），結合全球在地化

(glocalization) 概念，建構出「文化適應—服務品質」雙層分析架構。

在服務品質理論方面，本研究採用 Parasuraman、Zeithaml 與 Berry (1988) 提出的 SERVQUAL 理論，並說明 PZB 服務缺口模型的五項差距（知識、政策、傳遞、溝通與顧客缺口），以五大構面（可靠性、保證性、有形性、同理心、回應性）為分析基礎，檢視餐廳在不同文化脈絡下的服務落差。方法上，本研究運用基於觀點的情感分析

(Aspect-Based Sentiment Analysis, ABSA) 方法，針對三家米其林星級餐廳的 2,411 則線上評論進行分析。研究步驟包括：(1) 資料前處理（斷詞、去除停用詞）；(2) 屬性與情感標註（手動與監督式學習結合）；(3) 模型訓練與驗證（採用 BERT 模型與 Cohen's Kappa 信度檢驗）；(4) 全樣本統計與主題詮釋，確保分析具信效度。研究結果顯示，餐廳在「烹飪技巧」與「創新元素」等全球標準面向獲得高度肯定，但在「回應性」與「同理心」構面上，因缺乏在地文化中的「人情味」而導致顧客滿意度下降。進一步分析顯示，「回應性」與「烹飪技巧」為影響滿意度的雙核心驅動因子，其中「回應性」與文化敏感度高度相關，顯示文化適應的不足是主要的服務缺口來源。

基於上述發現，研究建立了「服務缺口 → 文化根源 → 調適策略」的邏輯鏈，指出現有餐廳多採取「分離策略」維持全球標準，應轉向「整合策略」以兼顧品牌一致性與地方文化價值。理論上，本研究補足了全球在地化理論於頂級服務業的應用缺口；實務上，提出可操作的文化調適策略，協助品牌提升跨文化服務韌性與顧客忠誠度。方法上，則展示了 ABSA 於文化與服務研究中的創新潛力，能揭示文字資料中潛藏的文化張力。綜上所述，本研究不僅深化了文化適應與服務品質的交互理解，也提供高端餐飲品牌於國際化過程中實踐文化共融的新思維。

關鍵字：服務品質(SERVQUAL)、文化適應、全球在地化、PZB 服務缺口模型、基於觀點的情感分析(ABSA)、米其林星級餐廳

永續餐飲體驗的雙核心：食物與服務在 UGC 評論中的語義結構

陳中傑¹、鍾惠寧^{2*}、柳嘉信³、胡越雲⁴

¹澳門城市大學國際旅游與管理學院 碩士研究生

²澳門城市大學葡語國家研究院 碩士研究生

³澳門城市大學葡語國家研究院 副教授

⁴澳門城市大學葡語國家研究院 碩士研究生

E-mail: A24091100497@cityu.edu.mo

摘要

隨著永續發展成為餐旅產業的核心議題，消費者對餐廳的綠色屬性展現出愈加顯著的重視，特別是在地新鮮食材、健康導向的菜單設計與食物浪費管理等方面。然而，現有研究多依賴問卷與訪談，對顧客在自然語境下如何感知並表達永續餐飲體驗仍缺乏深入探討。為填補此一研究缺口，本研究結合使用者生成內容（UGC）與文本探勘方法，以 TripAdvisor 平台的餐廳評論為研究資料，運用潛在狄利克雷分配（LDA）進行主題建模，並輔以情感分析檢視永續語義與情緒傾向的關聯。

研究結果顯示，永續餐飲體驗的語義結構主要圍繞「食物品質」與「服務互動」兩大核心主題展開，分別涵蓋新鮮、健康、美味與人際互動、專業態度等語義代理。此外，語義主題與情感傾向呈現顯著關聯，正向語義更易引發高分評價與推薦意圖。此一發現不僅驗證了食物×服務雙核心模型在永續餐飲語境下的穩健性，也凸顯了文本探勘作為捕捉顧客自然感知的有效方法。

在理論層面，本研究拓展了永續餐飲研究的分析範疇，將傳統的服務品質理論與永續發展框架與語義分析方法相結合；在實務層面，研究結果可協助餐飲業者理解顧客在評論中最關注的永續語義核心，據以優化餐飲體驗並提升品牌形象。同時，政策制定者亦可藉由 UGC 的分析掌握市場趨勢，推動更符合消費者需求的永續餐旅政策。

關鍵詞：永續餐飲；使用者生成內容（UGC）；潛在狄利克雷分配（LDA）；語義代理；服務品質；食物品質

以 Q 方法探討青旅從業人員的就業選擇動機

羅琪^{1*}、葉毅傑²、李稼紳²、李偉傑²、沈信良²、林妤宣²

¹ 中華大學學校財團法人中華大學行政管理學系 副教授

² 中華大學學校財團法人中華大學觀光學院學士班 大學生

E-mail: chilo@chu.edu.tw

摘 要

青旅從業人員的工作內容與傳統飯店制式化的服務模式有所不同，工作內容往往涵蓋櫃台接待、活動策劃、客房清潔、環境維護，甚至是與旅客建立社群連結，在這種自由且富有交流性的環境中，從業人員的就業選擇動機不僅僅受到薪資與職業發展的影響，還可能涉及個人成長、生活方式、社交需求及對旅遊產業的興趣等多重因素。因此，本研究將深入探討青旅從業人員選擇此類工作的動機與動機類型，並了解其中的價值觀。本研究以適合用來對群體進行關於態度、動機或需求等心理屬性分類的相關研究的 Q 方法為工具，Q 方法兼具質化與量化的內涵，針對複雜又難以述說的心理意向，能系統性的加以表露。本研究以青旅從業人員為研究對象，問卷中的 36 句 Q 陳述句是參考動機相關文獻及經過專家評定後所得，再以小樣本立意抽樣的方式去青旅發放及回收紙本問卷，經過 Q 分類的方法加以處理後，共有 55 位青旅從業人員有效樣本。研究結果得到「因緣際會取向」、「學習成長取向」、「工作環境取向」、「接觸人群取向」、「互動交流取向」及「增廣人脈取向」是青旅從業人員選擇職業的六大動機類型，另外由總體陳述句分析得到學習、環境、合作、成就、探索、人緣這六大價值可說是青旅從業人員選擇職業的顯性思維。此結果提供給現有或未來的青旅從業人員更清楚地理解自身的職業選擇與發展方向，也能進一步幫助青旅業者更有效地招募與管理人才。

關鍵詞：Q 方法、青年旅舍、職業選擇、動機

應用 IPA 分析探討旅館住客對台灣旅館永續發展之

重視度及滿意度

尹文麗^{1*}、羅琪²

¹ 中華大學學校財團法人中華大學觀光學院碩士班 研究生

² 中華大學學校財團法人中華大學行政管理學系 副教授

E-mail: chungin0812@gmail.com

摘 要

旅館業為觀光產業中不可缺少的重要角色，所有的經營行為所產生的能源消耗、廢棄物的排放、水資源的使用，對環境都帶來相當大的影響。近年來，台灣民眾的永續意識逐漸提升，例如近九成民眾支持環保禁令，並且在環保行為上，有越來越多人會自備旅宿用品、減少快時尚服飾購買，以及選擇當季、在地食材，甚至優先選擇具備環保認證的旅宿為主，並優先考量在地經營、節能措施和支持當地社區的住宿。對旅宿業而言，永續轉型不僅是環保責任，更是提升市場競爭力關鍵。本研究以過去一年曾經住過台灣旅館的住客為調查對象，旨在探討並了解旅館住客對台灣地區旅館在促進全球永續發展項目的永續措施的重視度與滿意度，並用重要度-表現度分析(IPA)提出台灣旅館在永續措施應持續保持與急需改善之項目，問卷中的永續發展的指標項目的重視度與滿意度，是參考台灣旅宿業永續發展問卷內容改編修訂而成。抽樣方式是以便利抽樣的方式進行，取得有效問卷 232 份。在台灣旅館永續措施的 38 個題項中，有 13 個題項重視度與滿意度均高，有 17 個題項重視度與滿意度均低，有 3 個選項重視度高但滿意度低，有 5 個選項重視度低但滿意度高。本研究針對重視度高但滿意度低的選項，提出改善建議，另外針對重視度低滿意度也低的題項，若能加以突破，讓滿意度提高，隨著滿意度提升時，也能對永續進一分力。

關鍵詞：旅館、永續發展、重視度、滿意度、IPA 分析

基於深度學習影像辨識之烘焙場域智慧結帳系統設計與開發

侯易佑*、張淳凱、郭柏宏、賴佑峻、朱浩語、戴廉承

國立高雄科技大學 智慧商務系

*E-mail: yyhou@nkust.edu.tw

摘 要

隨著烘焙產業逐漸邁向智慧化發展，傳統結帳方式多仰賴人工輸入、條碼掃描或 RFID 感應。雖能部分提升自動化程度，但在烘焙場域中仍存在明顯限制。其主要原因在於大部分麵包商品未設條碼，且販售型態多以裸賣或自由搭配為主，難以逐一貼標；同時，產品外觀相似度高，僅依靠人工辨識或文字標示易產生誤判，進而影響結帳效率與顧客體驗。為解決上述問題，本研究提出一套以影像辨識與深度學習模型為核心的智慧結帳系統。透過相機擷取麵包外觀影像，系統可自動完成商品分類與清單生成，並直接串接結帳流程。此方法突破對條碼與 RFID 的依賴，不僅消除貼標與掃描的人力成本，更能在多品項、無標籤且高流動性的銷售情境中，維持準確與即時的服務品質。研究蒐集七十類常見烘焙場域中的麵包影像（如香蒜巴西里、莓果優格歐包、岩鹽可頌、焦糖奶油手撕包等），經標註與資料增強後，建立訓練集 18,470 張、驗證集 1,453 張與測試集 1,283 張。模型採用 YOLO 架構進行訓練，並整合前端上傳介面與後端資料庫。實驗結果顯示，在信心值 0.743 下，整體分類 F1 分數可高達 1.00，而 Precision-Recall 分析於 mAP@0.5 指標均達 0.995，展現高度的穩定性與辨識精度。本研究成果驗證，影像辨識與深度學習技術可有效解決烘焙零售在「無標籤、多品項、快速流動」情境下的結帳難題，並提供顧客更直覺與高效的購物體驗。

關鍵詞：烘焙麵包、深度學習、影像辨識、自動結帳、智慧零售

以解說人員視角觀探討博物館導覽模式下的人員導覽與智慧科技互動關係 之探討

黃玟臻^{1*}、劉喜臨²

¹ 國立高雄餐旅大學觀光研究所 研究生

² 國立高雄餐旅大學觀光研究所 教授

E-mail:winnie91826@gmail.com

摘 要

隨著數位科技的快速發展與文化旅遊的興盛，博物館導覽方式逐漸由傳統人員解說轉向結合智慧科技的多元互動形式。觀眾需求與期待不斷提升，使得導覽服務在轉型過程中面臨新的挑戰與發展契機。過往相關研究多聚焦於遊客對智慧導覽的滿意度、使用行為與體驗分析，較少從導覽員的專業角度出發，探討人員導覽與智慧科技之間的互動與整合。因此，本研究以國立海洋生物博物館為研究場域，透過導覽員視角分析人員導覽與智慧科技導覽之間的共存、互補與競爭關係，並探討其對導覽品質與觀眾體驗的影響。

研究方法採用文獻分析與半結構式深度訪談，對象為具備導覽經驗的導覽員與相關主管，以蒐集第一線的實務觀點。截至目前，已完成8位受訪者的訪談。研究結果初步顯示，人員導覽在專業知識傳遞、情感互動與即時回應方面具有不可替代的價值，但亦存在人力成本高、排程彈性不足及工作負荷等挑戰；智慧科技導覽則具備資訊即時性、操作便利性與可延展性，能突破時間與空間限制，但同時也面臨缺乏人情互動、體驗深度不足及維護成本等問題。

整體而言，人員導覽與智慧科技並非單純替代關係，而是在不同情境下展現出互補與競爭並存的特性。當兩者能適當結合時，不僅能提升導覽品質，也能滿足多元觀眾的需求。本研究的貢獻在於，從導覽員專業角度補足過往多聚焦於遊客觀點的研究缺口；在實務層面，則提出博物館導覽轉型與升級的策略建議，為未來智慧化文化場域的發展提供具體參考依據。

關鍵詞：人員導覽、智慧科技導覽、博物館導覽模式

黑水虻處理沼渣廢棄物之可行性評估摘要

蘇美惠^{1*}、簡翊丞²、王梓圳³、鄒睿廷²、呂軒羽²、黃柏軒²、陳思妤²

¹慈濟大學經營管理系 助理教授

²慈濟大學經營管理系 學生

³慈濟大學人類發展與心理學系 學生

E-mail: maysu@gms.tcu.edu.tw

摘 要

厭氧消化技術能將有機廢棄物轉化為沼氣，為重要的生質能源途徑，但其副產品沼渣含水率高、體積龐大，現行多用於田間澆灌卻易引發鹽鹼化與病原菌傳播等問題，因此如何有效利用沼渣成為推廣關鍵。本研究旨在探討以黑水虻幼蟲（BSFL）進行沼渣資源化轉化，並評估混摻廚餘及結合太陽能乾燥之環境與經濟效益。研究設計五種基質組合，包括全沼渣、全廚餘及不同比例混摻，每組投放 14 公克蟲苗，採 7 天餵食 1.2 公克、3 天斷食之完全隨機設計，以比較幼蟲成長與轉化效益。結果顯示，基質種類對成長具顯著影響，全廚餘組體重與產量最高，其次為 80%沼渣+20%廚餘，全沼渣最差；在去化效益上，每公克蟲苗可處理 742.5 公克沼渣與 1,027.2 公克廚餘；轉化效率則為每公斤沼渣產出 157.38 公克幼蟲、每公斤廚餘 197.21 公克，顯示黑水虻對廚餘利用優於沼渣，單以沼渣餵養效果不佳，而適度混摻（70%沼渣+30%廚餘）可補足營養不足並展現混摻效益。以花蓮玉里璞石閣沼氣場為案例，若短期處理 10%沼渣並混摻 30%廚餘，搭配太陽能乾燥可年省 34,753 度電，減碳約 1,843 公噸 CO₂e；經濟效益分析顯示，初期投資 231 萬元可於兩年內回收，淨現值 73.7 萬元，內部報酬率 9%，證明此模式兼具循環經濟、碳減量與投資可行性。

關鍵詞：沼渣、廚餘、黑水虻、有廢棄物、效益評估

人工智能驅動之餐飲管理變革：職前訓練、領導力與流程優化之整合性研究

李苡芹*

長榮大學大眾傳播學系學生
sierraleeechin@gmail.com

摘要

本摘要旨在探討人工智能（AI）發展為餐飲產業所帶來之變革性影響。研究目的聚焦於如何透過 AI 技術滿足餐飲業職前訓練需求、創新管理策略，並重新定義餐飲領導力與管理人才培養之內涵。傳統餐飲管理文獻強調標準化流程與人力資源管理，然 AI 之導入，可藉由數據分析精準識別員工技能缺口，並利用沉浸式技術（如 VR）模擬工作情境，優化訓練方式與策略，使學習更具效率。結合實地訓練與 AI 輔助的數位雙生（Digital Twin）技術，能讓員工在虛實整合中更深入理解營運流程。在領導力培養方面，管理者需具備解讀 AI 洞察的能力，以數據驅動決策並強化競爭優勢。AI 在餐飲管理的核心應用，包括智能排班、需求預測、庫存管理與個人化行銷，正全面翻轉傳統營運模式。本研究採用文獻分析與案例比較法，結論指出，成功整合 AI 於管理體系中，不僅能提升營運效率，更是培育未來關鍵人才之基石。建議企業應系統性規劃 AI 導入藍圖，將技術、人才與流程緊密結合，以迎接智慧餐飲時代的來臨。

關鍵詞：人工智能,餐飲管理,職前訓練,領導力培養,實地訓練

人工智能（AI）發展為食物設計與預制菜產業所帶來之變革性影響

劉宇豐¹柯信吉²

¹ 長榮大學大眾傳播學系 大學生

² 長榮大學大眾傳播學系 教授

yf6892@gmail.com

摘 要

本摘要旨在探討人工智能（AI）發展為食物設計與預制菜產業所帶來之變革性影響。研究目的聚焦於如何透過 AI 技術提升預制菜創新研發效率、優化消費者體驗，並結合永續策略重塑餐飲產業流程。傳統餐飲產業在產品設計上多依賴經驗與反覆試驗，然而 AI 之導入，可藉由大數據分析精準識別消費者偏好與營養需求，並利用感官模擬技術預測風味、口感與視覺呈現效果，使食物設計更具效率與科學性。此外，結合數位雙生（Digital Twin）技術，可模擬食材加工、烹飪流程及消費者體驗，縮短研發週期、降低試錯成本，並優化供應鏈管理與食材利用。在永續發展層面，AI 可協助食材需求預測、減少浪費並模擬永續包裝方案，推動環境友善的餐飲策略。本研究採用文獻分析與案例比較法，結論指出，成功整合 AI 於食物設計與預制菜開發中，不僅能提升產品創新能力與消費者滿意度，也有助於實現智慧餐飲與永續發展的長遠目標。建議餐飲企業應系統性規劃 AI 導入藍圖，將技術、食物設計與永續策略緊密結合，以迎接智慧餐飲時代的來臨。

關鍵字：人工智能, 食物設計, 預制菜, 永續發展, 數位雙生

「擬」真美味：有機食品擬人化策略對美味感知、產品態度與購買意願之影響

周軒逸¹、郭于葦²、張欽富^{3*}

¹國立中山大學行銷傳播管理研究所 教授

²國立中山大學行銷傳播管理研究所 碩士

³國立中山大學企業管理學系 博士候選人

d114010101@nsysu.edu.tw

摘要

大眾多對有機食品抱持「貴又不好吃」的既定印象，其生態友善與健康安全特性亦使消費者選擇動機複雜，但現有文獻結果分歧且多缺乏理論基礎，如何促進銷售仍待系統性檢驗。基於擬人化與心理模擬理論，本研究透過兩個實驗（ $N_1=334$ ； $N_2=395$ ），探討有機食品廣告中擬人化策略（外觀 vs. 行為 vs. 無）對產品態度與購買意願之影響，檢驗美味感知與品質－價格權衡之中介機制。也探究飲食情境背景（典型 vs. 非典型）與廣告利益訴求（功利 vs. 享樂）之干擾。結果顯示，有機食品不論採外觀或行為擬人化設計，均能提升美味感知與品質－價格權衡，證實擬人化會透過美味感知影響產品態度，也會依序透過提升美味感知、品質－價格權衡，進而增加購買意願。此外，在典型飲食情境背景下，外觀相較行為擬人有較佳的廣告效果；在非典型飲食情境背景下，外觀與行為擬人效果相當。在享樂性廣告訴求下，外觀相較行為擬人有較佳的廣告效果；在功利性訴求下，行為相較外觀擬人有較佳的廣告效果。本研究除豐富擬人化研究面向，明確區分擬人化類型的差異效果，亦擴充有機食品美味感知的前因洞見。在創新結合擬人化與心理模擬理論下，擴展過程（vs. 心理）模擬在有機食品行銷之應用。最後，提供有機食品廣告設計策略指引予從業人員。

關鍵詞：有機食品廣告策略、擬人化理論、心理模擬、美味感知、品質－價格權衡、消費者行為

HAVE A GOOD DAY：探索好日子韓酒館的午間顧客旅程

王國欽¹、王芃偉^{2*}

¹ 國立臺灣師範大學運動休閒與餐旅管理研究所 教授

² 國立臺灣師範大學運動休閒與餐旅管理研究所 研究生
pengwei1307@gmail.com

摘 要

在韓國政府有計劃的推動「韓食世界化한식세계화」政策之下，韓式料理已成為不少人的偏好習慣。餐飲科技業者 iCHEF 所出版 2019~2021 年《餐飲景氣白皮書》數據顯示韓式料理餐廳在台市場 3 年內成長 3 倍，僅次於對台灣影響深遠的日式料理，超過美式、東南亞料理。此外近年台灣外食比例逐年提高，其中以「早餐」和「午餐」的外食比例最高。過往行銷內容大多針對晚間時段，尚未針對午餐推行行銷方案，仰賴熟客經營。由於近期天氣炎熱來客數減少，店內考慮推出夏季新品吸引顧客到店消費。本研究採用質性研究，以顧客旅程作為基礎，透過便利抽樣並採用半結構式訪談到好日子韓酒館用餐之午間顧客，並結合研究者本人於工作場域中的實際觀察，探索好日子韓酒館的午間顧客旅程，探討：(1)午間顧客選擇好日子的動機與需求 (2)午間顧客在個階段旅程中的消費體驗與潛在痛點 (3)如何調整現有行銷與產品策略以提升午間來客數與滿意度。用於釐清好日子韓酒館的午間客群輪廓、優化顧客旅程，做為未來行銷方向與產品策略的參考依據。

關鍵詞：顧客旅程、接觸點、顧客滿意、顧客忠誠

節慶活動文創商品在觀光休旅推廣之研究 以「鹿港奪旗吉祥龍鑰匙盒」為例

劉俊權*

¹ 萬能科技大學觀光與休閒管理系講師
ok025ok520@gmail.com

摘 要

節慶活動在現今社會是生活重要一環，而節慶活動往往直接帶動地方的觀光休旅。本研究探討節慶商品能否推動增加遊客對觀光景點的旅遊意願。而鹿港小鎮是一個集結文化、歷史與節慶活動皆知名的景點。本研究以鹿港節慶活動龍舟賽，結合日常的商品來增加與推廣旅遊意願，經與文創業者專家討論後設計出「奪旗吉祥龍五五勝利之鑰」鑰匙盒，完成設計木質樣品後參與 2025 彰化縣節慶文創商品徵選入圍獲得開發補助肯定。本研究透過開發業者訪談及資料的蒐集，整理出文創商品與節慶活動、文創體驗行銷等相關文獻，設定訪談出大綱，對遊客實施半結構性訪談；研究結果多數認為「奪旗吉祥龍五五勝利之鑰」能夠加深對活動印象也能引發旅遊意願，以經銷商對此文創商品具備吉祥喜氣，具有一定接受度及加深對鹿港的印象與增加參與度，但在放置鑰匙的便利性，遊客覺得可以加大放置鑰匙尺寸，將節慶活動元素融入於文創設計商品可增進觀光旅遊的意願。

關鍵詞：節慶活動、市場分析、文創商品、龍舟賽鑰匙盒

多重跨域的行動玩家：偏鄉漁村的石斑魚達人誌

高淑萍^{1*}、蘇恒安²

¹ 國立高雄餐旅大學飲食文化暨餐飲創新研究所 研究生

² 國立高雄餐旅大學飲食文化暨餐飲創新研究所 教授

^{1*} 51319002@stu.nkuht.edu.tw

² hgan@mail.nkuht.edu.tw

摘要

臺灣石斑魚產業自 1970 年代崛起，以技術優勢及外銷導向建立高經濟價值產業。然而，隨著兩岸政治情勢愈趨緊張、中國市場競爭加劇與長久對此市場的過度依賴，使得近年來因漁村人口老化導致難以因應的困境，愈趨明顯。雖然，政府近十年積極透過「地方創生」鼓勵青年返鄉活化地方產業，並推動在地資源整合與產業創新，但現有文獻與報導多呈現政策正面成效，而基層青年對實際困境的反映往往被忽略，造成政策成效與現場經驗之落差，這些被覆蓋的聲音值得予以重視與探討。

就此，本研究聚焦並深入觀察返鄉青年在面對外部出口市場競爭，以及如何應對艱困的內部產業式微與政府政策輔導下的實踐態度。為此，本研究採用敘事研究法，深刻描繪一位返鄉漁青的生命故事，呈現其自寒害危機後決心捨棄高薪工程師職涯到投入石斑魚產業的過程，以及透過實地經營逐步建立地方認同的歷程。此外，為觀察臺灣石斑魚主要出口地及在地消費情況，本研究亦延伸至香港，將其現況作為本地產業參考比較，以提供更全面的產業策略思考。

研究發現該返鄉青年能以彈性圓融、前瞻性思維及行動領導力，靈活運用社會資本，逐步建立品牌價值，將產業故事化，進而推動地方共榮共好願景。案例亦指出，返鄉青年作為地方創生的中介者，需面對政策或專案終止後的持續挑戰，並承擔產業及社區發展的長期責任，顯示地方創生實踐的多重效應仍需持續關注。本文對後續地方產學實務具有重要參考價值，提供理解返鄉行動者心聲與運作過程之基礎。

關鍵詞：石斑魚、地方創生、返鄉青年、敘事研究

Keywords: Grouper, Regional Revitalization, Returning Youth, Narrative Research

咖啡廳顧客滿意度研究——以路易莎咖啡廳為例

Study on Customer Satisfaction at the Louisa Coffee

郭和竣 Wo-Chon Kok^{1*}、梁靜文 Rosanna Leung²

¹國立高雄餐旅大學餐旅管理研究所 研究生

²國立高雄餐旅大學餐旅管理研究所 副教授

kwc330922@gmail.com

摘要

近年來台灣咖啡市場規模快速成長，連鎖品牌競爭激烈，其中路易莎咖啡以門市數量居全台之冠，其顧客滿意度成為企業永續經營的重要課題。本研究旨在探討影響路易莎咖啡廳顧客滿意度的主要因素，並分析不同人口統計變數在滿意度上的差異。研究目的在於：（一）檢驗商品、服務、環境與品牌四大構面對顧客滿意度的影響；（二）探討性別、年齡、學歷、職業及所得等人口統計特徵是否造成顧客滿意度差異。文獻回顧顯示，學者普遍認為咖啡廳的服務品質、產品品質、環境設計及品牌形象皆會影響顧客滿意度，其中服務被視為關鍵要素。過往研究也指出，不同的人口統計變項（如性別、年齡與教育程度）可能造成顧客滿意度的顯著差異。本研究以此為基礎，建構研究架構並提出假設 H1 與 H2。研究方法採問卷調查，對象為路易莎咖啡廳消費者。問卷分為人口統計資料、商店印象四構面（商品、服務、環境、品牌）及整體滿意度三部分，採五點李克特量表評量。研究於 2024 年 4 月至 5 月進行，共回收 136 份問卷，有效問卷 133 份，有效回收率達 97.8%。資料透過 SPSS 進行因素分析、信度分析、迴歸分析及變異數檢定。研究結果顯示，服務、環境、商品與品牌四構面均對顧客滿意度具有顯著正向影響，其中以服務影響力最大（ $\beta=0.45$ ），其次為環境（ $\beta=0.41$ ）、商品（ $\beta=0.38$ ），品牌影響相對較小（ $\beta=0.25$ ），整體解釋力達 54%。在人口統計變數方面，僅性別與學歷呈現顯著差異，其他如年齡、職業與所得並未顯著影響滿意度。綜上，本研究結論為服務品質與環境設計是提升顧客滿意度的首要因素，企業應加強員工訓練與環境優化；商品品質與品牌形象亦不可忽視，仍需透過創新與行銷策略持續強化。研究成果可為路易莎咖啡及其他連鎖咖啡業者在顧客滿意度管理上提供參考。

關鍵詞：咖啡廳、商店印象、顧客滿意度

為何 OTA 賣不動團體旅遊？年輕人心中在想什麼

劉德彥¹、鄧浩宇^{2*}、王國欽³

¹致理科技大學休閒遊憩管理系助理教授

²國立台灣師範大學運動休閒與餐旅管理研究所研究生

³國立台灣師範大學運動休閒與餐旅管理研究所教授

E-mail: colacoffee@hotmail.com

摘要

2024 年疫後出境旅遊爆發，線上旅遊平台 OTA 看準商機，不再只賣機票與訂房，而是轉向毛利更高的團體套裝行程。KKday 在此階段改以主題式團遊為成長動能，AsiaYo 也升級為「住宿+遊程+團旅」平台，積極拓展商品線。然而，真正的挑戰卻來自 OTA 最依賴、卻最不買單的核心用戶——年輕族群。這些四十歲以下年輕人雖是旅遊主力，偏愛自由與個人化體驗，卻對傳統團體商品興趣缺缺。以 Trip.com 為例，其將團體套裝與機票、住宿並列為核心產品，投入大量資源，但 2024 年團體行程營收僅佔總體 8%，傾注心力卻換不來掌聲，正是 OTA 當前最大的挑戰。

本研究以液態現代性（Liquid Modernity）理論切入，指出年輕世代在旅遊決策上重視流動與自主性，拒絕被動固定化的參與。因此，本研究將透過兩場焦點團體訪談（每場 6 位 18 - 35 歲旅客），針對其需求與痛點設計創新行程方案，納入創新元素。不同於僅止理論的研究，本研究更進一步將行程上架 OTA 平台，讓市場成為最真實的試驗場，透過流量與訂單檢驗其吸引力，展現出本研究最具突破性的價值。

本研究期望補足 OTA 團體旅遊研究缺口，協助平台突破瓶頸。正如旅遊業先驅 Thomas Cook 所言：「旅行若失去自由，便失去靈魂。」若能讓團體旅遊在自由中融入社交與探索樂趣，或許 OTA 才能真正打動這一代的旅人。

關鍵詞：OTA 平台（Online Travel Agency）、團體旅遊、年輕族群旅遊行為、創新行程設計

尋找 AI 北極星 台灣旅行社 AI 導入的趨勢與策略

林孝仙^{1*}

¹ 國立臺灣師範大學運動休閒與餐旅管理研究所 研究生

E-mail aoapppp@gmail.com

本研究以臺灣旅行社為對象，探討人工智慧（AI）導入的趨勢與策略，並以「北極星」作為隱喻，協助業界在快速變動的科技浪潮中找到方向。研究動機來自於外部觀察與業界對話，發現旅行社雖積極喊出 AI，企業投入資源卻未能完整釐清藍圖。另一方面，透過文獻回顧則發現，現有關於旅遊 AI 研究多聚焦於 AI 技術、行銷與顧客體驗，或旅遊領域的消費行為與平台模式，鮮少觸及旅行社組織導入 AI 的運作。

因此，本研究以深度訪談蒐集資料，以立意抽樣邀請大型旅行社主管、大型旅行社員工與中型旅行社主管作為訪談對象，並透過 TOE(技術、組織、環境)架構建立訪談問題，以主題分析歸納「環境、組織、技術與展望」四大面向。結果發現，三者皆認為 AI 對競爭力具關鍵影響，尤其是消費者逐漸透過 AI Agent 搜尋帶來新機會與壓力。大型旅行社展現宏觀願景與較完整的推動策略，包括 AI 種子制度與「旅行社大腦」建置，但受限於跨部門整合與人才不足；中型旅行社則以專案方式推進，應用偏向通用型工具，導入步調更為謹慎。共同挑戰包括 AI 的幻覺問題、數據安全與外部方案功能有限。

展望未來，受訪者一致認為 AI 在三到五年內將更為重要，能提升效率並釋放創意，但在人際互動與正確性要求上仍無法取代人工。綜合而言，大型旅行社積極布局但需解決內部落差，中型旅行社則注重效益與風險控管。兩者雖策略不同，但均認同 AI 對效率與營收的價值。本研究期望填補旅行社組織導入 AI 的研究缺口，並為產業提供具體參考，協助確立發展方向。

關鍵詞： AI 導入、旅行社

點餐機的真實效益：餐飲業科技導入的需求端觀點

王國欽¹、張智綱^{2*}、洪昇葆³

¹ 國立台灣師範大學運動休閒與餐旅管理研究所教授

² 國立台灣師範大學運動休閒與餐旅管理研究所研究生

³ 國立台灣師範大學運動休閒與餐旅管理研究所博士生

E-mail:ntnu428@gmail.com

摘要

近年來台灣餐飲市場近年快速成長，但中小型業者同時面臨高租金、缺工與營運成本上升的壓力。根據經濟部統計（2024），餐飲業營業額已突破兆元，但場地有限與人力緊縮使經營效率成為關鍵挑戰。勞動部（2023）報告亦指出，餐飲服務業人力缺口居各產業之首，促使業者愈加依賴自助點餐機分流人潮與降低人力負擔。雖已有六成連鎖品牌導入（i-Buzz,2024），現行系統卻仍存在操作複雜、後台串接困難與維護成本偏高等痛點，顯示「導入率高但效益有限」的矛盾。

本研究以點餐機為核心，連結供應商與業者觀點，探討其在營運中的真實需求與改進方向。文獻回顧涵蓋餐飲空間效率與流程設計研究（Bitner, 1992），並以資源基礎觀點（RBV）為理論基礎，強調點餐機作為企業資源需透過有效配置與整合，方能轉化為營運績效。

研究方法採質性設計，首先訪談三家市占率前列的點餐機廠商：古吉、店小二、雅趣博，了解產品設計與維運考量；其次訪談十家餐飲業者：小高拉麵、松屋、北門綠豆沙牛乳大王、九初脆皮煎餃、晨間廚房、鮮自然、芋圓王、烤串兄弟、喜魚小酸菜魚、地一牛肉麵，並輔以現場觀察與文件蒐集。資料將以內容分析法歸納出核心需求與痛點。

作者本身為資訊科技產業背景，深知廠商與餐廳之間的鴻溝，將致力於優化點餐機介面設計，使點餐機能縮短等候與分流人潮，但在介面友善度、模組化設計與維護成本上仍具挑戰。未來將完成三家廠商與十家餐廳的完整訪談，提出更符合市場需求的改善建議，協助業者提升經營效率，並為台灣餐飲科技發展提供參考。

關鍵詞：中小型餐飲業、自助點餐機、餐飲科技、資源基礎觀點

台籍外派人員外派動機探討

-以派駐上海地區餐飲從業人員為例-

許國崢^{1*}

¹ 國立清華大學 教育心理與諮商學系 研究生

摘 要

隨著全球化與企業國際化的加速，外派人員成為企業拓展海外市場的重要策略。外派工作不僅是職涯發展的機會，也伴隨高度的心理壓力與文化適應挑戰。本研究透過 5 位台籍餐飲從業人員外派受訪者的陳述後，將其中自我主動外派者分為「個人滿足與享受型」、「自我能力發展型」、「純粹經濟動機型」三類，再提出一類「雙向動機型」，隨著全球化的普及化，台籍餐飲從業人員外派被動類型轉換成為「雙向動機型」。研究也發現到台籍餐飲從業人員從業者四種外派動機類型對於付出回報失調感沒有強烈的影響相關，但是高付出回報失調感較會產生情緒耗竭；低付出回報失調感較不會產生情緒耗竭。因為藉由研究發現可提出台灣餐飲企業在外派管理中可行的支持策略，以降低外派人員的情緒耗竭風險。

關鍵字：外派動機、付出回報失調感、情緒耗竭

2025 國際餐旅創新研發產學應用研討會論文集 曾裕琇總編輯

--初版--高雄市：國立高雄餐旅大學

民 114

面：21*29.5 公分

2025 國際餐旅創新研發產學應用研討會論文集

發行人：陳國泰

總編輯：曾裕琇

作者：楊錦騰等作者

助理編輯：呂軒榕等, 研討會製作小組

出版單位：國立高雄餐旅大學

地址：高雄市小港區松和路 1 號

電話：(07)806-0505#22102

印刷：佐貳設計

出版日期：中華民國一百一十四年十二月

ISBN：978-626-99638-2-9