

全國高級中等學校專業群科 108 年專題及創意製作競賽

「專題組」作品說明書

群 別：商業與管理群

作品名稱：府城美食文化代代「香」傳—

黑橋牌香腸博物館親子導覽設計與實施行動研究

關 鍵 詞：黑橋牌香腸博物館、親子導覽、行動研究



目錄

摘要	1
壹、前言	1
一、研究背景與動機	1
二、研究目的	2
三、研究方法	2
四、研究範圍與限制	2
五、研究架構與流程	3
貳、正文	4
一、黑橋牌香腸博物館介紹	4
(一) 黑橋牌香腸博物館簡介	4
(二) 黑橋牌香腸博物館經營理念	4
二、導覽的定義與說明	4
三、府城美食文化由來	4
四、SWOT 策略分析	5
參、親子導覽活動設計與實施	6
一、實地觀察、訪問館長及館方導覽員以瞭解館方導覽現況	6
二、深入瞭解府城美食文化	8
(一) 參加府城美食文化專題講座	8
(二) 專訪府城美食文化專家	8
三、本研究親子導覽活動設計	10
(一) 編製導覽人員操作手冊及識別證	10
(二) 編製親子導覽手冊	10
(三) 撰寫廣告宣傳文案	10
(四) 設計廣告宣傳海報	10
(五) 與館方進行親子導覽活動前討論	10
四、親子導覽第一次實施	11
(一) 本組第一次親自實施親子導覽情形	11
(二) 第一次實施後與館長及專業導覽員進行檢核	12
(三) 第一次實施發現問題與解決問題行動策略	13
(四) 第一次實施具體改善作法與產學合作具體成果	14
五、親子導覽第二次實施	15
(一) 本組第二次親自實施親子導覽情形	15
(二) 第二次實施後與館長及專業導覽員進行檢核	15
(三) 第二次實施發現問題與解決問題行動策略	15
(四) 第二次實施產學合作具體成果	16
肆、研究結果與討論	16
一、親子導覽活動前後問卷調查之比較結果與分析	16

(一) 基本資料	16
(二) 滿意度分析	17
(三) 忠誠度分析	19
二、黑橋牌香腸博物館主動透過新聞媒體報導本組研究成效	20
三、黑橋牌董事長親自頒發感謝狀肯定本研究	22
伍、結論與建議	22
一、結論	22
(一) SWOT 策略分析	22
(二) 親子導覽實施前後結論	22
(三) 問卷調查結論	23
二、建議	24
(一) 給館方導覽人員的建議	24
(二) 給黑橋牌香腸博物館的建議	24
三、研究貢獻	25
陸、參考文獻	25

表目錄

表 1：黑橋牌香腸博物館 SWOT 矩陣策略分析	5
表 2：館方目前導覽流程及本組發現問題	7
表 3：專家訪談紀錄表	9
表 4：與館方進行親子導覽活動前討論	11
表 5：親子導覽活動第一次實施情形	12
表 6：第一次實施後討論內容及討論結果	12
表 7：第一次實施發現問題與解決問題行動策略	13
表 8：行動影音導覽製作流程	14
表 9：親子導覽活動第二次實施情形	15
表 10：第二次實施發現問題與解決問題行動策略	15
表 11：基本資料實施前後分析	16
表 12：親子導覽實施前滿意度分析	17
表 13：親子導覽實施後滿意度分析	18
表 14：親子導覽實施前忠誠度分析	19
表 15：親子導覽實施後忠誠度分析	20
表 16：新聞媒體報導本研究成果	21

圖目錄

圖 1：研究流程圖	3
圖 2：與館長及專業導覽員討論	6
圖 3：館長親自指導導覽方式	6
圖 4：館方人員導覽圖—1	7
圖 5：館方人員導覽圖—2	7
圖 6：館方人員導覽圖—3	7
圖 7：館方人員導覽圖—4	7
圖 8：館方人員導覽圖—5	7
圖 9：館方人員導覽圖—6	7
圖 10：館方人員導覽圖—7	8
圖 11：館方人員導覽圖—8	8
圖 12：館方人員導覽圖—9	8
圖 13：館方人員導覽圖—10	8
圖 14：導覽活動（親子導覽第一次實施）	12
圖 15：DIY 活動（親子導覽第一次實施）	12
圖 16：填寫問卷（親子導覽第一次實施）	12
圖 17：合照（親子導覽第一次實施）	12
圖 18：導覽活動（親子導覽第二次實施）	15
圖 19：DIY 活動（親子導覽第二次實施）	15
圖 20：填寫問卷（親子導覽第二次實施）	15
圖 21：合照（親子導覽第二次實施）	15
圖 22：新聞宣傳本研究—1	21
圖 23：新聞宣傳本研究—2	21
圖 24：新聞宣傳本研究—3	21
圖 25：董事長頒發感謝狀	22
圖 26：感謝狀	22

附錄目錄

附錄一：專家效度基本資料表及專家親自發文宣傳本組訪談	附-1
附錄二：府城美食文化專家訪談紀錄—作家王美霞老師	附-2
附錄三：導覽人員操作手冊（第一次實施）	附-4
附錄四：本組設計導覽實施識別證	附-5
附錄五：親子導覽手冊（第一次實施）	附-6
附錄六：本組設計黑橋牌官方網站及香腸博物館臉書粉絲團廣告宣傳 文案、海報（第一次實施）	附-9
附錄七：第一次與第二次實施內容差異比較表	附-9

附錄八：親子影音導覽影片畫面（10 部影片的畫面）	附-10
附錄九：影音導覽影片 QR code.....	附-14
附錄十：導覽人員操作手冊（第二次實施）	附-15
附錄十一：親子行動導覽手冊（第二次實施）	附-16
附錄十二：本組設計黑橋牌官方網站及香腸博物館臉書粉絲團廣告宣傳 文案、海報（第二次實施）	附-19
附錄十三：黑橋牌官方網站及香腸博物館臉書粉絲團發文宣傳本研究 親子導覽活動（第一次實施）.....	附-19
附錄十四：黑橋牌官方網站及香腸博物館臉書粉絲團發文宣傳本研究 親子導覽活動（第二次實施）	附-21
附錄十五：黑橋牌香腸博物館親子遊客參觀體驗滿意度問卷.....	附-22
附錄十六：新聞媒體報導研究成果.....	附-24
附錄十七：黑橋牌董事長感謝狀.....	附-25

府城美食文化代代「香」傳一

黑橋牌香腸博物館親子導覽設計與實施行動研究

摘要

黑橋牌香腸博物館融合美食及教育功能，館方將食品提升至文化的精神引起本組研究動機，經多次與館方討論、實地觀察及 SWOT 策略分析，發現館方客群多為親子，期許能藉由設計親子導覽達到本研究傳承府城美食文化的目的。本研究透過文獻探討並結合學校行銷實務、專題製作與計算機概論等課程所學，經專家訪談後融入美食文化，設計導覽人員操作手冊、親子行動導覽手冊及製作影片透過掃描手冊 QR code 的觀賞以促進親子互動學習，能寓教於樂並使文化向下一代扎根。本組於第一次親自實施後與館方討論，發現問題後採取策略解決問題，進行第二次實施。透過問卷調查發現本研究能提升親子參觀體驗滿意度與忠誠度。館方高度肯定本研究決定正式採用，達到產學合作成效。

關鍵詞：黑橋牌香腸博物館、親子導覽、行動研究

壹、前言

一、研究背景與動機

臺南是一座擁有豐富歷史背景和文化的古城，不僅有保存良好的古蹟，還有令人難忘的美食，甚至在 2015 年 2 月美國 CNN 將臺南市稱為臺灣美食之都。臺南更是傳承臺灣美食的根據地，在我們生活的這個城市，美食不僅是食物，更是文化。但現代人造訪臺南，往往忽視美食及古蹟背後的故事與意涵，人們也逐漸淡忘屬於臺灣的記憶與精神。

面對這樣的景象，黑橋牌董事長陳春利先生決定為府城美食與文化的傳承盡一份力，於是在臺南的安平工業區，打造一座融合歷史、美食、教育與文化的黑橋牌香腸博物館。館內紀錄了臺灣這一甲子的發展與變化，以及黑橋牌的歷史故事及臺南歷史與府城傳統美食小吃的場景和介紹。對於陳春利先生堅持要將黑橋牌從「食品」提升到「文化」的信念及想將文化傳承下去的精神，引起本組好奇並想深入研究。

「近年來遊客逐漸對文化性旅遊景點產生興趣，藉由導覽能更深入瞭解當地歷史及文化。」（鄭裕琦，2017）黑橋牌香腸博物館是一座適合親子同遊的博物館，但館內卻缺乏專為親子提供的相關服務及導覽。本組親自接洽後與香腸博物館館長訪談，期望能結合行銷實務之行銷觀念及其演進單元、商業概論之企業家精神與創業能力單元、計算機概論之簡報軟體—PowerPoint 單元及專題製作之調查訪問與實施及資料的統計與分析單元

等課程所學，設計並實施符合館方需求的親子導覽活動，並期望能透過親子導覽讓家長與孩童一起瞭解香腸博物館所有展示內容並將府城美食文化透過導覽活動傳承給下一代，達到教育學習目的。

二、研究目的

- (一) 藉由 SWOT 策略分析及統整訪談館方的資訊，並依據分析結果擬定具體可行方案與活動。
- (二) 設計出以親子為對象的活動並透過導覽實際實施。
- (三) 導覽內容結合館內資訊及府城美食文化，並於親子導覽手冊中設計學習單與 DIY 拼圖等，達到寓教於樂的效果。
- (四) 採行動研究方式，將導覽活動實施結果與黑橋牌香腸博物館討論與交流並找出問題，接著採取行動策略解決問題，以符合館方需求。
- (五) 黑橋牌香腸博物館能實際採用本研究，並正式實施於館內之親子導覽活動，藉此將府城美食文化傳承給下一代，進而達到產學合作的具體成效。

三、研究方法

- (一) 文獻分析法：本組透過網際網路、官方網站、高職課本、碩博士論文等來源蒐集相關資料後，進行資料彙整與分析。
- (二) 實地觀察法：本組前往黑橋牌香腸博物館觀察館內導覽員的導覽內容，並針對導覽內容與缺失加以分析。
- (三) 實地訪談法：本組親自到黑橋牌香腸博物館與館長進行訪談，討論館方經營現況與導覽問題，並且多次請教館方導覽員，運用導覽員自身經驗讓本組活動方案更加完善。
- (四) 問卷調查法：為瞭解本組活動是否能提升親子參訪黑橋牌香腸博物館之參觀體驗滿意度，編製問卷，在實施活動前後分別針對親子發放問卷，進行比較與分析。
- (五) 行動研究法：本研究以黑橋牌香腸博物館為主題，並針對館方目前缺乏親子導覽活動的問題進行研究，設計一套專屬親子的導覽活動。本組統整館方、專家與課程所學，結合理論與實務並親自實施導覽活動，實施後，透過討論、檢核與反思，發現問題並採取行動策略解決實際遇到的問題並檢視行動的循環，能同時協助館方達成文化教育與傳承的目標。

四、研究範圍與限制

本研究主要目的為「針對親子設計一套適合的導覽活動同時設計行動導覽手冊以提升親子對黑橋牌及府城美食文化的認知」，然而受限於本組人力及時間等因素，故本研究活動設計與實務操作有以下範圍與限制：

(一) 以黑橋牌香腸博物館作為本研究設計與實施的範圍

黑橋牌香腸博物館的客群以親子占大多數，但館內缺乏一套針對親子的導覽。因此本組僅以黑橋牌香腸博物館為設計活動合作對象。

(二) 以親子作為本研究實施對象

由於本組是針對親子設計，因此在黑橋牌香腸博物館的遊客中，我們只針對親子客群進行導覽活動，如親子家庭旅遊等。

(三) 研究實施樣本數

本研究第一次實施導覽活動日期為 107 年 12 月 29 日，共進行五梯次，合計 54 人；第二次實施導覽活動為 108 年 1 月 26 日，共進行四梯次，合計 55 人，因受限當日親子遊客量，無法擴大實施樣本數。

五、研究架構與流程

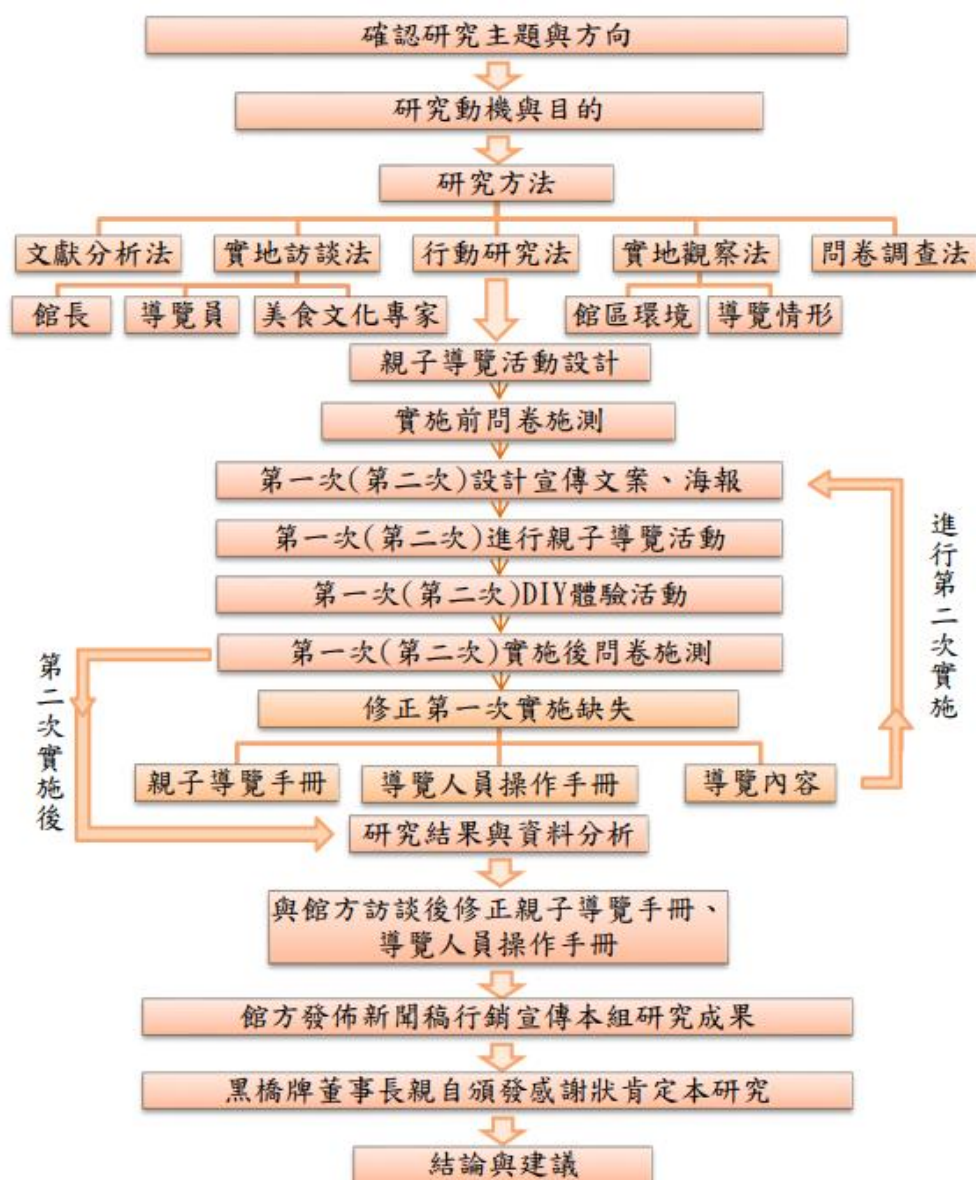


圖 1：研究流程圖

貳、正文

一、黑橋牌香腸博物館介紹

(一) 黑橋牌香腸博物館簡介

「1957 年黑橋牌創辦人陳文輝先生，在臺南運河烏橋旁成立肉品工廠，為『黑橋』品牌的起源。」(黑橋牌香腸博物館官網，2019) 臺南悠久的美食文化及人文歷史，勾勒出臺南府城的城市特色及人情味。這樣充滿美食文化的城市裡，黑橋牌靠著在臺南超過一甲子的深耕及茁壯走進臺灣人的心。唯有超過一甲子的努力與用心，才能一講到香腸理所當然聯想到黑橋牌，黑橋牌成為了臺灣民眾記憶中不變的好滋味。2012 年，黑橋牌香腸博物館正式成立，透過還原當時風情的導覽內容、介紹世界香腸及參觀工廠，讓人更瞭解食品製造的真實過程，一同感受臺南府城的產業精神。

(二) 黑橋牌香腸博物館經營理念

「黑橋牌始終堅持『用好心腸做好香腸』的理念，提供品質與美味兼具的香腸肉品。」(黑橋牌香腸博物館官網，2019) 黑橋牌創辦人陳文輝先生，始終堅持用良心做食品，保持誠信與品質是黑橋牌一直以來的堅持。臺南擁有豐富的美食及文化，董事長陳春利先生期盼透過建立博物館，將「食品」提升到「文化」層面，使香腸博物館成為臺南第一座關於臺南美食文化的博物館。「黑橋牌香腸博物館所提供的觀光體驗，在於強調知識性與學習。」(馮盈盈，2014) 結合參觀、教學及推廣等綜合功能的產業知識博物館，並將臺南美食文化與習俗的歷史發展逐一呈現在博物館內，致力於傳承與發揚臺灣飲食文化。

二、導覽的定義與說明

「導覽是一種對展示品詮釋的過程，是輔助觀眾參觀的方式，透過傳達產生瞭解、獲得訊息。」(王淮真，2001)

本研究認為每個年齡層的導覽都需要不同的方式呈現，親子導覽活動是針對孩童與家長的教育性活動，透過親子導覽員的解說並結合親子 DIY 體驗做為親子導覽活動的主軸。親子導覽員扮演著親子與導覽內容之間的溝通橋樑，針對親子的導覽解說方式使孩童更能專心在吸收知識上，將香腸博物館歷史與臺南美食文化經由問答及互動的方式傳遞給孩童，使孩童更加瞭解臺南美食文化，引導孩童自主學習及探索課程外的新知識，同時能讓親子間產生互動以增進親子感情並達到寓教於樂的效果。

三、府城美食文化由來

臺南是一座歷史悠久的古城，自古稱為府城，是臺灣最早發展的地

區。臺南美食的發展起源於廟口、夜市，以及人潮聚集的地方。歷經社會變遷與時代發展，從早期挑著擔子、推著小餐車，演變至一家家歷史悠久的老店，不僅象徵臺南人的飲食習慣，也形成府城美食文化。「荷蘭人、明朝人、日本人和大陸移民皆在不同時期來到臺南，也造就今天臺南小吃的精彩。」（吳仁麟，2018）味覺是臺南歷史記憶的一部分，各式各樣的小吃，每一種都蘊藏重要的文化與故事。

四、SWOT 策略分析

本研究結合商業概論企業家精神與創業能力的單元所學，進行 SWOT 策略矩陣分析，「SWOT 分析又稱態勢分析法，由美國舊金山大學管理學者韋里克最先提出。」（溫玲玉、呂佩樺，2017）本組經由資料統整後，進行黑橋牌香腸博物館的優勢、劣勢、機會、威脅與矩陣策略分析。

表 1：黑橋牌香腸博物館 SWOT 矩陣策略分析

內部分析 交叉分析 外部分析	優勢（ S trength）	劣勢（ W eakness）
	S1 黑橋牌食品通過優良農產品 CAS 及國際食品認證，並獲選優良觀光工廠。 S2 提供免門票入場。 S3 用透視化及模擬場景重現當年歷史。 S4 商品多樣化且有線上購物系統。 S5 來訪遊客多為親子家庭，且館內環境適合親子家庭。	W1 館區位於臺南安平工業區，地理位置較於偏僻。 W2 假日通常只有團體導覽，較少對一般遊客導覽。 W3 三樓空間偏小，遊客音量過大容易影響其他來訪遊客。 W4 館方的 QR code 語音導覽服務僅一張圖片搭配語音解說，較為單調。
機會（ O ppportunity）	成長性策略（ SO 策略）	扭轉性策略（ WO 策略）
O1 現代人更重視食品安全衛生問題。 O2 前來臺南遊玩的人數逐漸增加。 O3 臺南市政府積極推動英文為第二官方語言。 O4 臺南不僅是美食之都，同時也是文化之都。	S1O1 現代人更加重視食品安全問題，透過取得更多食品認證，讓顧客吃得安心。 S5O4 館方客群多為親子家庭，可設計專屬親子導覽活動，介紹臺南美食文化，並設計親子專屬 DIY 活動增加親子互動與感情，不僅提	W1O5 雖然館區的位置較偏僻，但可以與臺南老店合作舉辦一系列企劃活動，可吸引人潮來訪。 W4O3 英文成為一門重要的語言，館方的 QR code 語音導覽不只有中文的導覽介紹，也有英文版的 QR code 語音導覽服務，針對館方英文語音

O5 臺南產業豐富，可合作舉辦活動。	高館方的知名度，也能傳承府城美食文化。	導覽特色，加以行銷宣傳，可吸引國外遊客。
威脅 (Threat)	多元性策略 (ST 策略)	防禦性策略 (WT 策略)
T1 食品安全問題，例如：非洲豬瘟，恐影響銷售。 T2 許多博物館陸續推出 QR code 導覽服務。 T3 臺南博物館偏多。 T4 館區位於安平工業區附近，容易有空氣汙染的問題。	S2T3 臺南有許多的博物館，可多宣傳館方免門票的優勢，吸引遊客前來參觀。 S4T1 館方可增加更多樣化的商品，當市面上食品安全發生問題時，提供顧客選擇其他類型商品，以彌補食安風暴所帶來的損失。	W4T2 館方雖提供 QR code 語音導覽服務，但其他景點也陸續推出，相對之下館方的語音導覽就顯得較單調，應加強功能，並可升級為播放影片的行動導覽方式來替遊客導覽介紹，變得更加有趣，也能讓學習不受人員、時間及空間限制。

資料來源：本組自行分析

根據表 1 的 SWOT 分析及本組實地多次觀察發現，香腸博物館有許多親子遊客前來參觀，而館方導覽通常只針對團體遊客進行導覽解說，卻沒有專門為親子遊客導覽的服務，為此本組擬定 S5O4 成長性策略，決定設計親子導覽活動來為親子家庭進行導覽，且因黑橋牌香腸博物館為臺南在地產業，而臺南又是美食之都，因此本研究將導覽內容融合臺南傳統美食文化特色。在館方 QR code 語音導覽方面，相較於其他景點較無法吸引遊客，因此擬定 W4T2 防禦性策略，可為館方製作 QR code 行動影音導覽。透過 S5O4 成長性策略及 W4T2 防禦性策略，使館方提高知名度、增加商機，並讓親子遊客在參觀過程中提升親子互動與學習趣味性。

參、親子導覽活動設計與實施

一、實地觀察、訪問館長及館方導覽員以瞭解館方導覽現況

本組於 107 年 11 月 21 日及 107 年 12 月 1、2 日至黑橋牌香腸博物館實地觀察及訪問，以瞭解館方三位導覽員目前的導覽情形及導覽方式。107 年 12 月 15 日與館長及專業導覽員討論導覽相關事項，並由館長親自指導本組導覽技巧與方式。



圖 2：與館長及專業導覽員討論



圖 3：館長親自指導導覽方式

表 2：館方目前導覽流程及本組發現問題

導覽動線	環境及導覽內容	本組觀察導覽過程照片	發現問題
末廣町 銀座與 戎座戲院 (3F)	日據時期臺南專放電影的娛樂場所，而歷史最悠久的戎座地址即為現今黑橋牌中正門市。	 圖 4：館方人員導覽圖—1	- 館內導覽時，並非所有內容都會介紹，通常僅在三樓介紹黑橋牌重要的歷史時事。 - 有時導覽員在解說時解說方式較無法吸引參觀者的注意，專心聆聽導覽的人數越來越少。 - 在解說烏橋時，內容有時較不豐富，導覽員解說的內容深度不一。 - 在介紹烘束爐的時候，並非每次都會開啟門來觀看內部細節，有時只有簡單介紹其作用及用法。 - 在沙卡里巴及海安路 207 號時，介紹歷史背景的部分較多，對於後面模擬場景的介紹較為缺乏。 - 現在輪到香腸了的展點，有時只稍微講解一下就帶過。
烏橋 (3F)	建造烏橋及呈現黑色的原因與烏橋命名由來，創辦人陳文輝先生即在烏橋旁開創他的事業。	 圖 5：館方人員導覽圖—2	
文輝的 灶腳 (3F)	黑橋牌最有名的三樣肉品：香腸、肉鬆、肉乾。介紹肉鬆、肉乾完整的製作過程。	 圖 6：館方人員導覽圖—3	
烘束爐 (3F)	烘束爐的由來及其功能、使用用法並打開烘束爐供遊客觀賞。	 圖 7：館方人員導覽圖—4	
沙卡里巴 (3F)	介紹早期沙卡里巴熱鬧的場景及其日語的意思。	 圖 8：館方人員導覽圖—5	
海安路 207 號 (3F)	陳文輝先生開設的第一家黑橋牌門市及黑橋牌香腸禮盒代表的意義。	 圖 9：館方人員導覽圖—6	

現在輪到香腸了 (2F)	「現在輪到香腸了」這句話在德國所代表的意思。	 圖 10：館方人員導覽圖—7	7. 較少會到二樓導覽，通常三樓導覽完後，就各自解散自由參觀。
鹽 香辛料 腸衣 (2F)	製作香腸的三大要素是鹽、香辛料及腸衣： 1. 鹽主要的類別海鹽、礦鹽、井鹽及湖鹽。臺灣常見到的鹽類介紹及吃鹽的益處。 2. 早期香辛料的意義及香料之王—黑胡椒。 3. 腸衣可分為可食腸衣、不可食腸衣。	 圖 11：館方人員導覽圖—8  圖 12：館方人員導覽圖—9  圖 13：館方人員導覽圖—10	8. 由於館內空間較小，導致團體導覽時，容易影響散客參觀動線。 9. 目前館方導覽內容未主動規劃 DIY 課程，館內 DIY 課程，採取事先預約制度，對於想現場報名參加的遊客，可能影響其旅遊興致。

資料來源：本組自行整理

二、深入瞭解府城美食文化

(一) 參加府城美食文化專題講座

本組為了更深入瞭解府城美食文化，於 107 年 11 月 17 日星期六下午 3 點至 5 點參與由黑橋牌香腸博物館主辦，南方講堂創辦人王美霞老師（詳見附錄一）擔任主講的心食光講座。透過黑橋牌香腸博物館的心食光講座窺探臺南百年鴨母寮市場的百年風貌以及府城美食的百年堅持。

(二) 專訪府城美食文化專家

本組與熟知府城在地美食文化的王美霞老師進行訪談，依照導覽內容事先擬定訪談問題，以期能透過專訪讓本組對府城美食文化的底蘊更深入瞭解，同時評估本研究親子導覽設計內容之可行性。

- 訪談日期與時間：107 年 12 月 25 日星期二下午 4 點至 5 點
- 訪談地點：南方講堂
- 訪談相關人員：
 - ✧ 王美霞老師
 - ✧ 本研究團隊：A、B、C、D、E 同學

訪談內容（詳見附錄二）：

表 3：專家訪談紀錄表

Q1	請問臺南的美食文化有什麼特點是您想要傳達給其他人的？
A1	有句話說：「富過三代，才懂吃穿。」其實你真正看一個有錢人，他絕對不是大魚大肉，而是吃得巧。有人來到臺南吃到擔仔麵說：「你們臺南的食物才這麼一小口？」其實並不是因為臺南人很小氣，而是臺南的飲食特色「不求做大，只求做好」。
Q2	請問臺南飲食文化的歷史是什麼？
A2	早期在黑橋牌那個時代，烏橋邊有很多勞力工作者，他們在做苦力工作的時候，特別需要養分。所以第一個是要吃得飽，吃飽是最重要的。當時他們會煮一些香腸、肉之類的在餐跟餐之間，可以填充肚子，有體力可以工作；幾年之後，經濟條件提升就開始吃得巧，這是第二個，不是隨便煮一鍋菜而已，要注意它的口感、味道。強調食物的品質最好、味蕾最極致之外，很重要的就是要放糖，所以臺南食物比哪裡都甜。以前有錢人才可以吃糖，所以臺南食物的甜代表臺南經濟富足的條件；第三個是臺南的飲食很多跟我們的慶典、生命儀式是有關係的，所以他們的飲食裡面除了料理之外，連糕餅都是跟祭拜、生命的殿堂儀式是有關係的。
Q3	請問什麼是臺南美食的精神？
A3	臺南有很多老店，其中有很重要的精神是，他每天不見得會賣很多，但他認為美食本身就是把上一代的好口味傳下來。有一位老闆，他每天只賣兩、三百個，賣完就不賣了，我問他說為什麼不多做一點，他說：「我每天能夠準備最好的食材，就是這麼多，我沒辦法再多做。可是對我來說，我把我能做的做到最好，讓來買的顧客覺得值得就好了。」我覺得臺南做美食的精神就是一不求做大，只求做好。
Q4	如何引導來訪的遊客及親子對府城美食文化感到好奇？
A4	我覺得每個美食的背後都有一個故事，譬如說烏魚子：捕烏魚是一個很辛苦的工作，那時候海風都會像刀一樣割在你的皮膚上，討海人為了一家的溫飽，他們就去捕烏魚，捕烏魚做成了他們的食物。他們有一個烏魚子做的香腸，你可以向他們介紹這個故事，而故事也會讓聽的人感到好奇。
Q5	請問臺南的文化當中有什麼是您特別欣賞的？
A5	連德堂一包餅三、四十元，每人每天限量兩包。剛開始你會不理解為什麼只能買兩包，但當你仔細思考，我拿錢去卻沒有把東西全買光的時候，還有下一個人可以再吃這個口味，那個分享的喜悅勝過獨自擁有，這是臺南的精神。因為你懂得節制，所以把愛跟哲學分享給大家，這難道不是哲學家嗎？在臺南還存在許多百

	年老店，他們有著如同日本職人一般堅持的精神，不管經歷多少年，傳承多少代，所有的細節都絕對不馬虎、不偷工減料，堅持「一路走來，始終如一」。
--	---

資料來源：本組自行整理

三、本研究親子導覽活動設計

(一) 編製導覽人員操作手冊及識別證

為使導覽內容有明確的學習目標，讓不同導覽人員能依據導覽人員操作手冊的動線及內容進行導覽，即使面對不同家庭也能保持相同的導覽學習效果，不因導覽人員不同而產生差異，因此本研究依導覽項目及導覽技巧，設計導覽人員操作手冊（詳見附錄三），以建立香腸博物館親子導覽人員一套標準操作流程（SOP），為了讓遊客容易辨識本組導覽人員，因此製作導覽志工識別證，以供辨識（詳見附錄四）。

(二) 編製親子導覽手冊

親子導覽手冊內容包含介紹香腸博物館、黑橋牌陳春利董事長的經營理念，並邀請香腸博物館林柏樾館長為本研究撰寫館長的話，另外還有館方十大展點的重要內容文字與圖片說明，讓親子能深入瞭解黑橋牌香腸博物館展示內容與府城美食文化，親子導覽活動手冊能保持導覽結束後的效益，讓親子在家也能學習。因應親子族群，本研究設計闖關學習單、親子著色圖及親子拼拼圖，能夠加強學習效果及親子互動，並讓家長引領孩童學習，達到寓教於樂的效果（詳見附錄五）。

(三) 撰寫廣告宣傳文案

本研究透過行銷實務課程所學，得知銷售觀念的基本假設為「消費者通常不會主動掏腰包購買東西，必須運用各種銷售技巧，才能吸引其購買。」（啟芳財經研究室，2018）所以運用行銷實務課程業師所教授撰寫廣告文案技巧，利用文字的敘述及廣告話術，來增加親子遊客的參加意願（詳見附錄六）。

(四) 設計廣告宣傳海報

本研究透過行銷實務課程所學，得知銷售觀念的經營理念為「對消費者積極地推銷產品，如密集的廣告、人員的推銷等，激發消費者大量購買的意願。」（啟芳財經研究室，2018）所以設計了宣傳廣告海報，搭配宣傳廣告文案能更吸引顧客的目光，達到吸引親子遊客的成效（詳見附錄六）。

(五) 與館方進行親子導覽活動前討論

親子導覽手冊、導覽人員操作手冊及活動設計完成後，仍需經過檢核，以確認是否適合親子及符合館方需求，故在導覽活動實施前與黑橋牌香腸博物館館長及導覽員進行討論，聽取他們所給予的建議與提醒，同時一起檢視活動內容是否適合親子與館方。

以下為黑橋牌香腸博物館館長與導覽員評估與建議：

表 4：與館方進行親子導覽活動前討論

項目	發現問題	館方建議
評估親子導覽手冊	學習單的題目當中，關於第一間門市設立位置的問題，敘述的不夠精確。	將原本的問題「第一間門市位於沙卡里巴」改為「位於沙卡里巴附近」。
評估導覽人員操作手冊	臺南當時建造烏橋的原因及歷史背景，內容敘述不夠完整。	建橋的原因是因為當時人們為了建造臺南運河而將路挖除，爾後發現過河不方便且並非人人都有船可以過河，於是搭起烏橋。
	鹽的功用敘述，內容當中少部分有瑕疵。	館方將原有的「保水功能」移除。
評估導覽內容及過程	內容豐富，但導覽時間可能會過長。本組在遊客一進門的接待動作可再加強訓練。	建議用抽籤方式讓不同參觀時間的遊客選擇導覽的展點，館方提醒在遊客一進門要有接待動作讓來訪的遊客感到備受尊重。
	親子 DIY 體驗場地位於視聽室，館方會有黑橋牌的故事影片不斷循環播放，可能會影響 DIY 活動進行。	館方願意配合將視聽室的影片停止播放，不干擾活動的進行。

資料來源：本組自行整理

黑橋牌香腸博物館館長與導覽員對於親子導覽手冊的設計與編排給予肯定，但其中少部分資訊的正確度不夠高，須加以修改。除了上述的問題以外，館方認為這本手冊對於導覽是有幫助的，但能造成多大的迴響需經過正式實施後才能知道是否合適。

四、親子導覽第一次實施

(一) 本組第一次親自實施親子導覽情形

本研究於 107 年 12 月 29 日進行親子導覽第一次實施，分別於上午十點、上午十一點、中午十二點、下午兩點及下午三點共五梯次，參與親子人數共 54 人，共收回 39 份問卷，無效問卷 4 份。本組原預計在館外集合後再帶入館內導覽，但是因為當天天氣較寒冷，為避免親子受寒，因此將集合地點改至館內。導覽時間原預計為一小時，但由於部分梯次使用過多時間進行導覽活動，導致無法進行 DIY 拼拼圖活動。

表 5：親子導覽活動第一次實施情形

			
圖 14：導覽活動	圖 15：DIY 活動	圖 16：填寫問卷	圖 17：合照

資料來源：本組自行整理

(二) 第一次實施後與館長及專業導覽員進行檢核

本組於第一次實施親子導覽活動後，為了找出問題並加以解決，與館長及專業導覽員針對導覽活動實施的實際情況進行討論，並提出改善建議。以下表格為討論內容及討論結果。

表 6：第一次實施後討論內容及討論結果

討論內容	討論結果
在展點導覽結束後，導覽員會將時間交給另一位負責 DIY 活動的導覽人員，在過程中擔心遊客未注意到人員轉換。	館方建議導覽員可製作引導之告示牌，使遊客能清楚得知下一個流程及動向。
由導覽切換至 DIY 的過程，由於另一位導覽員未配戴頭戴式麥克風，擔心遊客會聽不清楚。	館方建議兩位都配戴頭戴式麥克風，並願意提供麥克風供兩位導覽員使用。
第一次實施的導覽動線設計較為複雜，擔心遊客參觀過程會覺得複雜且較不方便。	導覽動線由三樓至二樓再回到三樓視聽室，改為二樓至三樓再至三樓視聽室。
導覽員口氣不夠委婉，可能使遊客誤會或感到不滿意。	加強導覽人員的訓練，並在導覽人員操作手冊中提醒。
導覽一共設計十個展點，擔心展點太多會讓部分遊客覺得時間太長。	建議可以隨機挑選或詢問遊客有什麼特別想聽的導覽，或配合遊客時間調整導覽展點數量。
由於導覽手冊後面學習單的題目跟十個展點都有相關，擔心遊客少聽哪個展點的說明而不能回答學習單問題。	在導覽手冊每一展點的上方皆印有一個 QR code，利用手機掃描後就可連結到本組製作的展點影音導覽影片，讓遊客可以不受時間與空間的限制，也能從影片中瞭解該展點的資訊。

資料來源：本組自行整理

以上為第一次實施後與館方討論之內容與結果，本組將依據上表問題進行改善，並應用於第二次實施。

(三) 第一次實施發現問題與解決問題行動策略

表 7：第一次實施發現問題與解決問題行動策略

項目	發現問題	解決問題行動策略
導覽人員操作手冊	1. 導覽員有時口氣會不夠委婉。 2. 導覽前未說明遊客須知。 3. 導覽結束後未介紹近期活動。	1. 撰寫導覽人員準則。 2. 將必須說明的遊客須知內容列入導覽人員準則。 3. 明訂所有導覽流程。
親子導覽手冊	1. 學習單第十題的正確答案有兩個。 2. 配合導覽流程，導覽手冊順序也須更正。 3. 導覽時間為一小時，部分遊客因時間有限無法參加。	1. 刪除其中一個正確選項，新增一個錯誤選項。 2. 修改各站頁面順序。 3. 於第二次實施親子導覽手冊中加上 QR code 影音導覽，可利用手機隨時可觀看。
導覽過程	1. 導覽從三樓至二樓再至三樓，流程較不順暢。 2. 要轉場至視聽室時，無 DIY 引導之告示牌。 3. DIY 拼拼圖解說人員無麥克風，遊客不清楚解說內容。 4. DIY 拼拼圖時只有兩位組員負責，人手不足。	1. 根據館方建議將導覽流程改由二樓至三樓。 2. 製作 DIY 引導之告示牌。 3. 與館方討論後增加一組麥克風。 4. 由原先分派任務是邀請親子家庭參加活動的組員協助，以解決人手不足問題。
宣傳文案	1. 公告消息不夠完整。 2. 沒有說明免費兌換香腸的條件。	1. 公告活動時間完整具體明確。 2. 於第二次實施海報上說明免費兌換香腸條件。
宣傳海報	1. 海報上傳官網後顏色偏深。 2. 海報表達內容較為簡單。	1. 改用 JPG 檔上傳，海報色澤更加明顯。 2. 將內容清晰表達排版整齊。
文化傳承	傳承美食文化的部分，只提到府城美食文化「不求做大，只求做好」的精神，卻缺少更完整的介紹以呈現府城獨有的美食文化底蘊。	根據專家訪談內容增加府城美食文化的特色是口味偏甜，那是早期府城經濟富庶象徵，及府城美食文化的堅持是不管經過多少年，傳承多少代，堅持「一路走來，始終如一」。

資料來源：本組自行整理

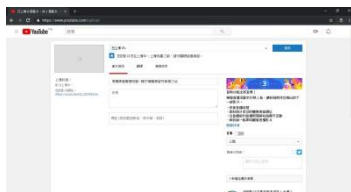
根據表 7 分析結果，本組第二次實施將增加導覽人員準則及更改導覽流程，由於更改流程的緣故，將同時變更親子導覽手冊之頁面順序。而在第一次導覽所發現的問題，也將於第二次實施中採取行動策略加以解決（詳見附錄七）。

(四) 第一次實施具體改善作法與產學合作具體成果

1. 本組實際解決問題的方法與行動過程

為了讓遊客可以隨時隨地觀看各展點的影片介紹，利用 Microsoft PowerPoint 2010 製作動畫（詳見附錄八），再錄製字幕的音訊，然後至威力導演將音訊與動畫剪輯合成並加上字幕，把影片上傳 YouTube 後再產生 QR code，並將親子學習列車十站的 QR code 放置在手冊上。

表 8：行動影音導覽製作流程

 1. 【與館方討論】	 2. 【動畫內容】	 3. 【影片製作】
與館方討論影片呈現方式與內容	利用 PPT 將圖片加上內建的動畫效果，製作動畫	利用威力導演將音訊及動畫合成，並加上字幕
 4. 【影片上傳】	 5. 【製作 QR code】	 6. 【QR code 版手冊】
將影片上傳 YouTube，供親子學習	利用 QR code 產生器，貼上連結產生 QR code 條碼	將手冊加上 QR code 條碼

資料來源：本組自行整理

本組將本研究製作的黑橋牌香腸博物館導覽影音作品，上傳至 YouTube 影片分享網站，並取得連結網址之後，轉製成 QR code（詳見附錄九）。

因應往後黑橋牌香腸博物館專業導覽人員將實際運用本研究設計的內容進行導覽，本組編寫導覽人員準則，以確保更完善的服務品質，並將第一次親子導覽時發現的缺失加以改善，其中也融合黑橋牌一直希望傳達的府城美食文化的理念，在導覽內容中增加介紹府城美食的特色、堅持與精神（詳見附錄十）。

為了充分發揮導覽手冊的功能，同時結合行動數位科技，所以增加了影音導覽功能，讓枯燥乏味的文字能更加生動，並且將影音轉換成 QR code 放進親子行動導覽手冊中，成為行動學習的模式，「行動學習是使用行動裝置在不限時間空間和地點的學習方式。」（林偉玲，2014）於是當親子遊客到黑橋牌香腸博物館參觀後，若想要再進一步

瞭解黑橋牌香腸博物館，只要手持行動載具掃描 QR code 條碼，也能跟著影音導覽一起自主學習（詳見附錄十一）。

本研究於第一次親子導覽後，將問題找出並進行具體的改善策略，將問題解決。在第二次親子導覽活動正式實施前，本組自行設計第二次導覽活動宣傳文案及海報，以利親子導覽活動之推廣與進行（詳見附錄十二）。

2.產學合作具體成果

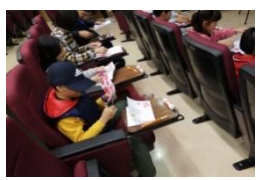
第一次的親子導覽實施前與實施後，館方肯定本研究的導覽內容設計與實施，因此於黑橋牌香腸博物館官方臉書粉絲團及黑橋牌官網，發佈本研究第一次親子導覽活動廣告文案及海報、活動成果照片，並發文宣傳本研究（詳見附錄十三）。

五、親子導覽第二次實施

（一）本組第二次親自實施親子導覽情形

本研究於 108 年 1 月 26 日進行親子導覽第二次實施，分別於上午十點、上午十一點半、下午一點及下午兩點共四梯次，參與親子人數共 55 人，共收回 31 份問卷，無效問卷 1 份。於導覽前的半小時至黑橋牌香腸博物館準備導覽相關事項，並確認各梯次提前預約人數，改善第一次實施的缺失，適當的調整導覽活動所運用的時間，活動過程更加順暢且每梯次都能進行 DIY 拼拼圖的活動。

表 9：親子導覽活動第二次實施情形

			
圖 18：導覽活動	圖 19：DIY 活動	圖 20：填寫問卷	圖 21：合照

資料來源：本組自行整理

（二）第二次實施後與館長及專業導覽員進行檢核

本組於第二次親子導覽活動實施後，與館方及專業導覽員針對導覽活動實際實施情形進行討論，館方對於第二次實施表示非常滿意並無任何問題，且館方發現親子導覽後，有眾多親子仍會討論導覽內容，足見教育成效良好。

（三）第二次實施發現問題與解決問題行動策略

第二次實施後，本組發現以下問題與解決方式，並著手進行修正。

表 10：第二次實施發現問題與解決問題行動策略

項目	發現問題	解決問題行動策略
導覽人員 操作手冊	第一次實施烘束爐內部香腸模型可觸碰，但現已禁止觸碰。	將可以觸碰香腸模型的內容刪除。

親子行動 導覽手冊	僅放上 QR Code，而沒有介紹 QR Code 影音導覽。另外闖關學習單的題目未出現關於府城美食文化的相關問題。	在第四頁新增說明手冊中有 QR Code 影音導覽。同時也在闖關學習單增加兩題關於府城美食文化的特色及精神。
導覽過程	DIY 體驗活動有些親子較快完成，會有部分時間在等待。	播放視聽室黑橋牌的故事影片，讓遊客觀看，可增添趣味。

資料來源：本組自行整理

(四) 第二次實施產學合作具體成果

第二次的親子導覽實施前與實施後，館方肯定本研究的導覽內容設計與實施，因此於黑橋牌香腸博物館官方臉書粉絲團及黑橋牌官網，發佈本研究第二次親子導覽活動廣告文案及海報、活動成果照片，並發文宣傳本研究（詳見附錄十四）。

肆、研究結果與討論

一、親子導覽活動前後問卷調查之比較結果與分析

本研究於黑橋牌香腸博物館內進行問卷調查（詳見附錄十五），於 107 年 12 月 1、2、15、23 日進行親子導覽活動實施前問卷發放共收回 64 份，107 年 12 月 29 日進行第一次實施後問卷發放與 108 年 1 月 26 日進行第二次實施後問卷發放，將第一次實施後問卷與第二次實施後問卷合計為實施後共收回 65 份。此問卷內容研究分析採李克特量表五分法計算，以非常滿意 5 分、滿意 4 分、普通 3 分、不滿意 2 分、非常不滿意 1 分。本組將問卷資料收回後，應用專題製作與計算機概論課程所學的 Excel 軟體加以分析，分析結果如下：

(一) 基本資料

表 11：基本資料實施前後分析

實施前				實施後			
問題	選項	人數	百分比	問題	選項	人數	百分比
性別	男	28	44%	性別	男	27	42%
	女	36	56%		女	38	58%
年齡	20 歲（含）以下	2	3.1%	年齡	20 歲（含）以下	14	21.5%
	21～30 歲	8	12.5%		21～30 歲	3	4.6%
	31～40 歲	33	51.6%		31～40 歲	28	43.1%
	41～50 歲	19	29.7%		41～50 歲	15	23.1%
	50 歲以上	2	3.1%		50 歲以上	5	7.7%

資料來源：本組自行分析

由表 11 得知，實施前與實施後的問卷發放都是女性遊客較多。實施前年齡以 31～40 歲 51.6% 居多，實施後也是以 31～40 歲 43.1% 為最多。

(二) 滿意度分析

表 12：親子導覽實施前滿意度分析

實施前									
構面	問題	非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意	滿意度平均值	構面加權平均值	排序
趣味價值	館內參觀過程能讓親子覺得活潑有趣	30%	55%	14%	2%	0%	4.13	4.06	3
	館內展示方式與解說內容能增進親子共同學習樂趣	25%	50%	25%	0%	0%	4.00		
	館內展示方式與解說內容具生動與可看性	28%	44%	28%	0%	0%	4.00		
	參觀後能達到寓教於樂效果	30%	52%	19%	0%	0%	4.11		
人際互動價值	館內體驗活動能提供親子共同參與機會	30%	47%	20%	3%	0%	4.03	4.03	4
	館方設施能提供親子安全的體驗互動環境與參與感	27%	52%	22%	0%	0%	4.05		
	我樂於參加館方所舉辦的體驗活動（DIY、闖關遊戲等）	25%	45%	27%	3%	0%	3.92		
	參觀後能增進親子情感關係	27%	58%	16%	0%	0%	4.11		
學習價值	館內參觀動線與展示方式有助學習與瞭解	28%	58%	14%	0%	0%	4.14	4.19	2
	館內展示方式與解說內容對親子遊客具有教育學習功能	25%	66%	9%	0%	0%	4.16		
	館內展示方式與解說內容能增加對香腸知識的瞭解	38%	55%	8%	0%	0%	4.30		
	館內展示方式與解說內容清楚且容易理解	27%	64%	9%	0%	0%	4.17		
文化價值	參觀後能更加認識臺南在地美食文化	34%	53%	11%	2%	0%	4.20	4.20	1
	館內展示內容富含臺南歷史寓意，極具參觀價值	30%	58%	13%	0%	0%	4.17		
	參觀後對世界各國香腸文化更加瞭解	28%	59%	13%	0%	0%	4.16		

黑橋牌香腸博物館是適合親子的文化休閒旅遊行程	38%	52%	11%	0%	0%	4.27		
------------------------	-----	-----	-----	----	----	------	--	--

資料來源：本組自行分析

表 13：親子導覽實施後滿意度分析

實施後									
構面	問題	非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意	滿意度平均值	構面加權平均值	排序
趣味價值	館內參觀過程能讓親子覺得活潑有趣	71%	28%	2%	0%	0%	4.69	4.63	2
	館內展示方式與解說內容能增進親子共同學習樂趣	69%	28%	3%	0%	0%	4.66		
	館內展示方式與解說內容具生動與可看性	68%	22%	11%	0%	0%	4.57		
	參觀後能達到寓教於樂效果	66%	28%	6%	0%	0%	4.60		
人際互動價值	館內體驗活動能提供親子共同參與機會	68%	26%	6%	0%	0%	4.62	4.61	4
	館方設施能提供親子安全的體驗互動環境與參與感	65%	29%	6%	0%	0%	4.58		
	我樂於參加館方所舉辦的體驗活動（DIY、闖關遊戲等）	69%	22%	9%	0%	0%	4.60		
	參觀後能增進親子情感關係	71%	23%	6%	0%	0%	4.65		
學習價值	館內參觀動線與展示方式有助學習與瞭解	69%	25%	6%	0%	0%	4.63	4.67	1
	館內展示方式與解說內容對親子遊客具有教育學習功能	71%	23%	6%	0%	0%	4.65		
	館內展示方式與解說內容能增加對香腸知識的瞭解	72%	26%	2%	0%	0%	4.71		
	館內展示方式與解說內容清楚且容易理解	74%	22%	5%	0%	0%	4.69		
	參觀後能更加認識臺南在地美食文化	66%	23%	11%	0%	0%	4.55		

文化價值	館內展示內容富含臺南歷史寓意，極具參觀價值	68%	23%	9%	0%	0%	4.58	4.62	3
	參觀後對世界各國香腸文化更加瞭解	74%	25%	2%	0%	0%	4.72		
	黑橋牌香腸博物館是適合親子的文化休閒旅遊行程	69%	26%	6%	0%	0%	4.63		

資料來源：本組自行分析

由表 12 及表 13 得知，親子導覽實施前文化價值構面平均值最高，遊客普遍認為黑橋牌香腸博物館是適合親子的文化行程，但以人際互動價值構面平均值為最低，館內無法充分提供親子同樂的互動環境與體驗活動。實施後滿意度平均值四個構面皆有提升，滿意程度也較為平均，趣味價值構面平均值提升 0.57，人際互動價值構面平均值提升 0.58，學習價值構面平均值提升 0.48，文化價值構面平均值提升 0.42，其中學習價值構面加權平均值為第一，文化價值的構面加權平均值也大幅增加，由此可知藉由親子導覽活動設計與實施，使親子對香腸及府城美食文化都有更深的瞭解，同時也達到寓教於樂的效果，實施後能提供遊客較完整的導覽內容與功能，也讓整體滿意度提升。

(三) 忠誠度分析

表 14：親子導覽實施前忠誠度分析

實施前					
問題	選項	百分比	問題	選項	百分比
再次參訪意願	非常願意	17%	推薦親友的意願	非常願意	25.0%
	願意	64%		願意	62.5%
	普通	17%		普通	12.5%
	不願意	2%		不願意	0%
	非常不願意	0%		非常不願意	0%
再次前來原因	環境舒適	58%	需要加強改善的地方	無	48%
	休閒景點	44%		看板內容	11%
	購買禮品	36%		導覽內容	36%
	服務良好	13%		服務態度	2%
	歷史探究	17%		環境衛生	0%
	拍照攝影	14%		參觀動線	16%
	其他	6%		參觀資訊取得	9%
				其他	0%

資料來源：本組自行分析

表 15：親子導覽實施後忠誠度分析

實施後					
問題	選項	百分比	問題	選項	百分比
再次參訪意願	非常願意	46%	推薦親友的意願	非常願意	50.8%
	願意	46%		願意	41.5%
	普通	8%		普通	7.7%
	不願意	0%		不願意	0%
	非常不願意	0%		非常不願意	0%
再次前來原因	環境舒適	75%	需要加強改善的地方	無	77%
	休閒景點	46%		看板內容	11%
	購買禮品	34%		導覽內容	8%
	服務良好	46%		服務態度	2%
	歷史探究	28%		環境衛生	0%
	拍照攝影	20%		參觀動線	2%
	其他	5%		參觀資訊取得	3%
				其他	5%

資料來源：本組自行分析

由表 14 及表 15 可得知，親子導覽活動實施前，再次參訪意願以 64% 願意為最高，推薦親友的意願也是以 62.5% 願意為最高，遊客普遍認為環境舒適是再次前來主要原因，48% 遊客認為並無需要加強改善的地方，但卻有 36% 認為導覽內容需加強。實施後，再次參訪意願是非常願意及滿意皆為 46%，推薦親友的意願有 50.8% 非常願意，41.5% 願意，再次前來主要原因則是環境舒適，77% 遊客都認為並無需要加強改善的地方，而在導覽內容須加強改善的比例降低 28%，顯示本研究導覽設計與實施具成效。

二、黑橋牌香腸博物館主動透過新聞媒體報導本組研究成效

館方對於本研究實施結果與貢獻深表讚許，黑橋牌董事長陳春利先生與本組會晤時表示，臺南是一個最有文化的城市，臺南美食文化正是我們臺南人的驕傲，也希望能把臺南的美食文化傳承給下一代。董事長陳春利先生鼓勵我們能透過本研究的親子導覽活動，讓更多人認識臺南美食，將臺南美食的特色、精神與堅持，傳達給來參觀的遊客，讓更多人瞭解府城美食文化，董事長勉勵並給予本組組員稱讚與鼓勵。

館方高度肯定本研究設計的親子導覽活動，由館方主動發佈新聞稿（詳見附錄十六），並於 108 年 1 月 29 日 yahoo 新聞、108 年 1 月 30 日 蕃薯藤新聞、滔新聞、新浪新聞、台灣好新聞、PChome 新聞及 108 年 2 月 1 日 中華日報新聞網進行報導。報導內容如下：

表 16：新聞媒體報導本研究成果

標題	香腸博物館與○○○○○合作 設計親子導覽傳承府城美食文化
新聞內容	黑橋牌香腸博物館與○○○○○ ○○產學合作，將理論與實務結合，設計以「府城美食文化代代香傳」為主題的親子導覽，透過學生實際導覽實施，實現黑橋牌香腸博物館教育與傳承府城美食文化給下一代的盼望。 親子導覽的設計與實施，內容包含親子行動導覽手冊、導覽人員操作手冊、親子導覽活動廣告文宣與海報設計，親子行動導覽手冊內容不僅介紹香腸博物館、黑橋牌陳春利董事長的經營理念還有館方十大展點重點內容介紹，為符合親子需求，還設計了闖關學習單、親子著色圖、親子拼拼圖，以提升親子互動與學習樂趣，達到寓教於樂的效果。 導覽設計中，融入府城美食文化特色、不求做大只求做好的精神與臺南美食一路以來始終如一的堅持，藉由親子導覽將府城文化傳承給下一代，也透過親子互動與體驗，增進親子間的感情。 因應親子導覽而設計的黑橋牌香腸博物館親子行動導覽手冊裡，「親子學習列車」單元中，每個展點都有○○○○○學生們製作的影音影片，只要掃 QR code 即可隨時觀看親子導覽內容，讓學習不受人員、時間、空間的限制，使府城美食文化更能廣為傳遞。 黑橋牌香腸博物館致力於美食文化教育與傳承，並善盡企業社會責任，藉由產學合作，讓○○○○○的學生獲得難得的業界實務經驗，有機會能結合所學及創意，不僅提升溝通表達能力並達到務實致用的學習效果，可說是產學雙贏的一場合作。

圖 22：新聞宣傳本研究—1



圖 23：新聞宣傳本研究—2



圖 24：新聞宣傳本研究—3



資料來源：本組自行整理

三、黑橋牌董事長親自頒發感謝狀肯定本研究

本組於 2019 年 1 月 30 日至黑橋牌香腸博物館與董事長陳春利先生會晤，陳春利董事長對於本研究的親子導覽活動設計與實施表示讚賞，親自頒發感謝狀以茲鼓勵。下圖為與董事長合照及感謝狀（詳見附錄十七）。館方確定於 108 年 3 月起正式採用本研究設計成果。



圖 25：董事長頒發感謝狀



圖 26：感謝狀

伍、結論與建議

一、結論

（一）SWOT 策略分析

本研究經由 SWOT 策略分析後，發現館方未結合臺南不僅是美食之都也是文化之都的機會以及親子遊客居多的這項優勢，館方雖瞭解現在為科技發達的世代，於館內設置 QR code 語音導覽，但其內容較為單調，使得參觀遊客使用機率降低。由於館方未掌握親子商機及文化傳承契機，策略分析後，本組發現可設計專屬親子導覽活動，介紹臺南美食文化，並設計親子專屬 DIY 體驗活動，增加親子互動與感情，不僅提高館方的遊客數量，也能傳承府城美食文化。

（二）親子導覽實施前後結論

1. 親子導覽活動實施前，實地觀察館方導覽現況發現

- (1) 較少親子 DIY 體驗活動。
- (2) 缺乏針對親子客群的導覽活動。
- (3) 館內導覽時，通常僅在三樓導覽，較少進行二樓導覽。
- (4) 導覽內容沒有介紹臺南美食文化。
- (5) 導覽內容僅導覽員解說，無任何東西輔助，導覽結束較容易忘記。

因此本組針對上述發現，設計一套專屬為親子的導覽活動，導覽內容包含二樓、三樓的展點及臺南美食文化介紹，搭配 DIY 體驗及學習單等，使導覽內容增加趣味，記憶更深刻，不僅寓教於樂且達到教育學習與文化傳承目的，親子導覽活動設計完成後與館長及專業導覽員討論後進行第一次實施。

2.第一次親子導覽活動實施結果發現

- (1)導覽時間為一小時，部分遊客受限於旅遊時間長度而無法參加。
- (2)導覽手冊內容僅介紹臺南美食文化的精神。
- (3)導覽員解說口氣有時不夠委婉，可能使親子感覺不夠親切。
- (4)DIY 拼拼圖體驗活動，人手不足。
- (5)導覽動線由三樓至二樓，再至三樓 DIY 體驗，造成親子不便。

3.第一次親子導覽活動實施後結果改善要點

根據第一次實施結果與館長、導覽員討論後，總結應改善項目，並將修正後內容進行第二次實施，第一次實施改善要點如下：

- (1)第二次實施的導覽手冊加上 QR code 影音導覽，可利用手機觀看。
- (2)將府城美食文化特色、精神及堅持都融入導覽內容及導覽手冊中。
- (3)撰寫導覽人員準則，使導覽人員瞭解注意事項。
- (4)調整人力安排，讓負責邀請親子參加活動的組員，協助 DIY 體驗。
- (5)將導覽動線改為二樓至三樓再至三樓視聽室進行 DIY 體驗活動，以改善動線問題。

4.第二次親子導覽活動實施結果發現

- (1)第一次實施烘束爐內部的香腸模型可觸碰，但目前加裝透明隔板。
- (2)行動導覽手冊僅放上 QR code，而無 QR code 影音導覽介紹說明。
- (3)闖關學習單的題目未出現關於府城美食文化的相關問題。
- (4)DIY 體驗活動有些親子較快完成，會有部分時間在等待。

5.第二次親子導覽活動實施後結果改善要點

根據第二次實施結果與館長、導覽員討論後，總結應改善項目，第二次實施改善要點如下：

- (1)將可以觸碰香腸模型的內容刪除。
- (2)在導覽手冊第四頁新增說明，讓遊客知道有 QR code 影音導覽。
- (3)闖關學習單增加兩題關於府城美食文化的特色及精神。
- (4)視聽室播放黑橋牌的故事影片，讓提早完成 DIY 的親子觀看，可增添趣味。

(三) 問卷調查結論

透過問卷調查結果分析後得知，親子導覽活動實施前遊客對人際互動價值構面滿意度較低。實施後趣味價值構面平均值提升 0.57，人際互動價值構面平均值提升 0.58，學習價值構面平均值提升 0.48，文化價值構面平均值提升 0.42，顯示導覽活動能提升整體滿意度。再次參訪意願及推薦親友的意願在實施後皆提升，實施前與實施後遊客都普遍認為環境舒適是再次前來主要原因，實施前需要加強改善的部分則是參觀動線及導覽內容，實施後 77%遊客認為不需加強改善，導覽內容需加強改善的比例也從 36%降到 8%，顯示透過親子導覽活動實施能使館方導覽內容更加完善，提升遊客忠誠度。

二、建議

(一) 給館方導覽人員的建議

1. 在導覽過程中提供有獎徵答

導覽對象若為 5 歲以上孩童，可在導覽過程中提供有獎徵答，在正確回答問題後，給糖果或小禮物當作獎勵，不僅能夠幫助孩童專心聆聽導覽內容、吸引注意力，還能鼓勵學習及幫助記憶，增加學習趣味與動機，並加深孩童對博物館知識及美食文化的學習，以提升導覽效果。

2. 提供符合年齡層解說方式

若導覽對象為孩童，可以用簡單化或較為親近孩童的說話方式，對孩童進行導覽及解說，若是針對家長、年齡較長的遊客，採用探討臺南歷史沿革及美食記憶或是配合生活時事方式進行導覽，可讓遊客產生共鳴。

3. 導覽過程增加與孩童互動

孩童通常比較喜歡互動及體驗，可以在各展點導覽過程中，適時增加互動機會，例如文輝的灶腳中的大石臼，可先示範如何使用，並提醒安全注意事項後，再讓孩童與家長親身體驗，使整體導覽內容更生動，也能促進親子情感及互動。除了能夠幫助遊客瞭解導覽內容在實務上如何使用，也能同時兼顧學習與體驗，讓孩童更有興趣的聆聽導覽。

(二) 給黑橋牌香腸博物館的建議

1. 多加利用館外草皮空間

在黑橋牌香腸博物館大門前有一片草皮，草地上設有一個展體，黑橋牌香腸博物館除了在四月中旬舉辦野餐派對，其他時間尚未加以利用，因此本研究建議在進行親子導覽活動時，未來可加入戶外親子互動遊戲，將香腸知識與美食文化傳遞融入遊戲中，除了增添親子間的感情外，還能加深家長與孩童的記憶，使當日導覽內容豐富有趣、多元化。

2. 改善廣播系統音量及辨識度

在實施親子導覽活動前，除了事先看到活動訊息預約的遊客外，還必須召集現場的親子家庭參加活動，通常親子家庭都為散客，因此到訪及離開時間不一致，所以除了現場張貼海報宣傳之外，透過廣播系統進行活動宣傳，也是集客方式之一。

目前黑橋牌香腸博物館館內有時因遊客眾多較為吵雜，廣播系統的音量不夠大聲、辨識度不夠明顯，使遊客較無法聽清楚廣播內容，因此本研究建議能提高廣播音量或在廣播前播放一小段音樂或語音，供遊客辨識，以提升集客效果。

三、研究貢獻

- (一) 本研究製作 QR code 影音行動導覽影片，讓學習不受人員、時間及空間限制，使府城美食文化與香腸知識能更廣為傳遞。
- (二) 本組應用行銷實務課程中所學社會行銷觀念，為黑橋牌香腸博物館設計親子導覽，除了滿足親子客群需求，並提升黑橋牌香腸博物館的遊客參觀體驗滿意度與忠誠度，同時傳承府城美食文化，提升企業形象並協助企業善盡社會責任。
- (三) 本研究設計的親子導覽活動，榮獲黑橋牌董事長陳春利先生以及黑橋牌香腸博物館林柏樾館長親自頒發感謝狀，館方高度讚許並肯定本研究，主動發佈新聞媒體報導本研究成效，達到產學雙贏。
- (四) 館方已印製本組設計之親子行動導覽手冊及導覽人員操作手冊供館方導覽時使用，且確定於108年3月起正式實施本研究成果。

陸、參考文獻

- 1.王淮真(2001)。旅客對導覽解說滿意度之研究—以國立故宮博物院為例。中國文化大學觀光事業研究所。
- 2.吳仁麟(2018)。美食外交—如果可以打造台南小吃博物館。2018年12月15日。取自：<https://www.cmmedia.com.tw/home/articles/13026>
- 3.林佳男、劉芷伊(2017)。門市服務丙級技能檢定。臺北市：旗立資訊股份有限公司。
- 4.林偉玲(2014)。使用者持續使用行動學習意圖之影響因素—以觀光景點 QR code 為例。南臺科技大學休閒事業管理系。
- 5.施威銘、吳文立、李亮生(2013)。計算機概論(III)。臺北市：旗立資訊股份有限公司。
- 6.啟芳財經研究室(2014)。行銷學(I)。臺北市：啟芳出版社有限公司。
- 7.張阿妙(2018)。專題製作。臺北市：龍騰文化事業股份有限公司。
- 8.陳怡君(2015)。兒童博物館遊客的體驗價值、滿意度與重遊意願關係之研究—以斗六官邸兒童館為例。南華大學旅遊管理學系休閒環境管理碩士班。
- 9.馮盈盈(2014)。以體驗行銷探討遊客對黑橋牌香腸博物館之滿意度。南台科技大學視覺傳達設計系數位內容與應用設計碩士班。
- 10.黑橋牌香腸博物館官網。2019年1月25日。取自：
<https://www.blackbridge.com.tw/page/museum>
- 11.溫玲玉、呂佩樺(2017)。商業概論(I)。臺北市：龍騰文化事業股份有限公司。
- 12.鄭裕琦(2017)。鹿港遊客懷舊、新奇感、知覺價值、滿意度與重遊意願之研究。嶺東科技大學觀光與休閒管理系碩士班。

附錄一：專家效度基本資料表及專家親自發文宣傳本組訪談

姓名	王美霞
目前任職	南方講堂創辦人，並擔任社區大學講師及全國國文教師學習領域常聘講師。長年參與臺南市文化活動，推廣在地文化不遺餘力。
經歷	2017 年臺南市政府主辦臺南美食節主題手冊作者之一、2016 及 2015 年臺南市政府主辦臺南美食節主講說菜人、曾任臺南女中國文教師、臺南女中學務主任，並擔任臺南市國文科輔導員、南市青年主編、救國團全國大專編輯營常設講師與中華民國孔孟學會嘉南推廣中心秘書等職。
著作	著有《台南的樣子》、《台南過生活》、《南方六帖》、《南方誌》、《熱戀林百貨》、《愛在陣頭》、《水神》。
獎項	曾獲趙廷箴文教基金會第九屆全國優良國文教師。 二〇一四年《台南的樣子》被選入法蘭克福世界書展文化風格及城市印象類優良書籍，同年《台南的樣子》及《台南過生活》選入墨西哥瓜達拉哈拉書展。
王美霞-南方講堂新增了7張相片。 ... 1月11日19:15 • 🌐 離開後， 甚少接受學校的採訪， 我喜歡把精采，留給當代、當位的人， 退休之人，省事，事省。 近日， 要製作一個關於「實現夢想」的專題， 鍥而不舍、頻頻聯繫， （真的，這群的學生很有耐心與毅力） 年輕的孩子們覺得「南方講堂」是一個夢想實踐之地， 我很好奇，學生們想問什麼？ 緣此，我破例受訪。 採訪中，也加入與談， 從他們殷殷詢問與提問的熱切眼神， 我彷彿重溫了那些年， 在高中教書生涯裡， 我看到的許多懷抱理想的眼睛， 那些美麗的眼睛， 而今，都去了哪裡呢？ 我但願，在他們人生路上， 有人是讀得懂那些晶亮的瞳孔的。   王美霞-南方講堂的貼文與 本組訪談照片	

附錄二：府城美食文化專家訪談紀錄—作家王美霞老師

Q1	請問臺南的美食文化有什麼特點是您想要傳達給其他人的？
A1	有句話說：「富過三代，才懂吃穿。」其實你真正看一個有錢人，他絕對不是大魚大肉，而是吃得巧。有人來到臺南吃到擔仔麵說：「你們臺南的食物才這麼一小口？」其實並不是因為臺南人很小氣，而是臺南的飲食特色「不求做大，只求做好」。
Q2	請問臺南飲食文化的歷史是什麼？
A2	早期在黑橋牌那個時代，烏橋邊有很多勞力工作者，他們在做苦力工作的時候，特別需要養分。所以第一個是要吃得飽，吃飽是最重要的。當時他們會煮一些香腸、肉之類的在餐跟餐之間，可以填充肚子，有體力可以工作；幾年之後，經濟條件提升就開始吃得巧，這是第二個，不是隨便煮一鍋菜而已，要注意它的口感、味道。強調食物的品質最好、味蕾最極致之外，很重要的就是要放糖，所以臺南食物比哪裡都甜。以前有錢人才可以吃糖，所以臺南食物的甜代表臺南經濟富足的條件；第三個是臺南的飲食很多跟我們的慶典、生命儀式是有關係的，所以他們的飲食裡面除了料理之外，連糕餅都是跟祭拜、生命的殿堂儀式是有關係的。
Q3	請問什麼是臺南美食的精神？
A3	臺南有很多老店，其中有很重要的精神是，他每天不見得會賣很多，但他認為美食本身就是把上一代的好口味傳下來。有一位老闆，他每天只賣兩、三百個，賣完就不賣了，我問他說為什麼不多做一點，他說：「我每天能夠準備最好的食材，就是這麼多，我沒辦法再多做。可是對我來說，我把我能做的做到最好，讓來買的顧客覺得值得就好了。」我覺得臺南做美食的精神就是一不求做大，只求做好。
Q4	如何引導來訪的遊客及親子對府城美食文化感到好奇？
A4	我覺得每個美食的背後都有一個故事，譬如說烏魚子：捕烏魚是一個很辛苦的工作，那時候海風都會像刀一樣割在你的皮膚上，討海人為了一家的溫飽，他們就去捕烏魚，捕烏魚做成了他們的食物。他們有一個烏魚子做的香腸，你可以向他們介紹這個故事，而故事也會讓聽的人感到好奇。
Q5	請問臺南的文化當中有什麼是您特別欣賞的？
A5	連德堂一包餅三、四十元，每人每天限量兩包。剛開始你會不理解為什麼只能買兩包，但當你仔細思考，我拿錢去卻沒有把東西全買光的時候，還有下一個人可以再吃這個口味，那個分享的喜悅勝過獨自擁有，這是臺南的精神。因為你懂得節制，所以把愛

跟哲學分享給大家，這難道不是哲學家嗎？在臺南還存在許多百年老店，他們有著如同日本職人一般堅持的精神，不管經歷多少年，傳承多少代，所有的細節都絕對不馬虎、不偷工減料，堅持「一路走來，始終如一」。

訪談照片



訪談專家照片—1



訪談專家照片—2



訪談專家照片—3



訪談專家照片—4

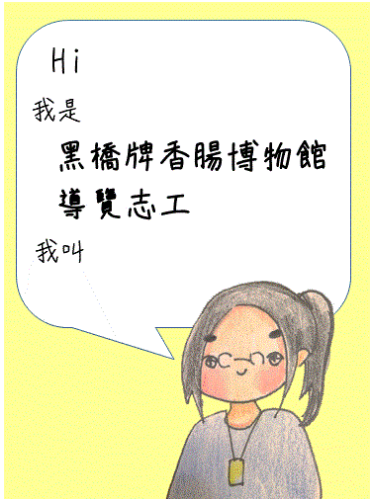


訪談後與專家合照

附錄三：導覽人員操作手冊（第一次實施）

[illegible]

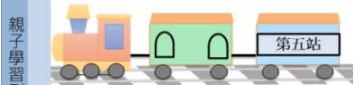
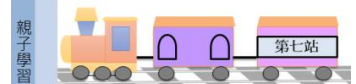
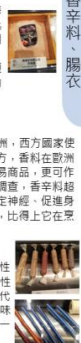
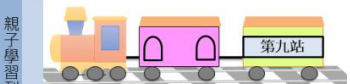
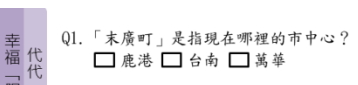
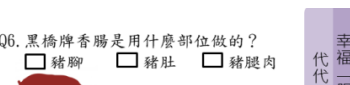
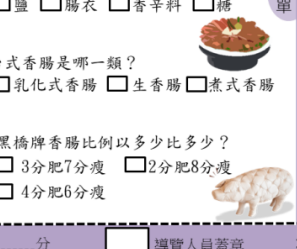
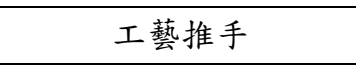
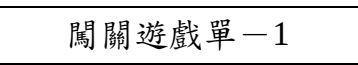
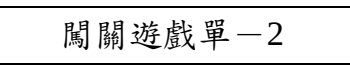
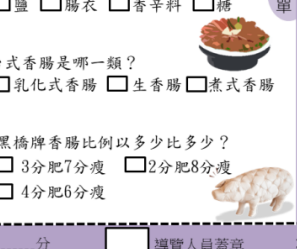
附錄四：本組設計導覽實施識別證

	
組員同學 A 識別證	組員同學 B 識別證
	
組員同學 C 識別證	組員同學 D 識別證
	
組員同學 E 識別證	

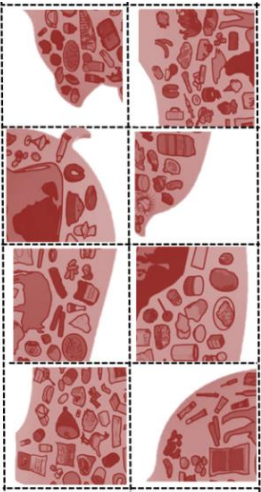
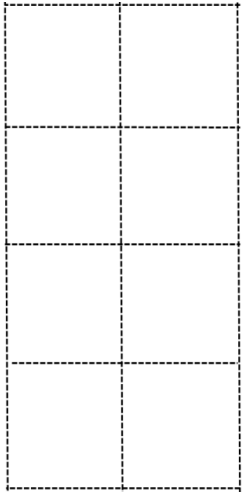
附錄五：親子導覽手冊（第一次實施）

 黑橋牌香腸博物館 Black Bridge Sausage Museum 府城美食文化代代「香」傳 親子導覽手冊 	目錄 CONTENTS 黑橋牌 香腸博物館簡介..... 1 董事長理念..... 2 館長的話..... 3 親子學習列車 第一站—末廣町、銀座與戎座..... 4 第二站—烏橋、文輝的灶腳..... 5 第三站—烘束爐..... 6 第四站—沙卡里巴、海安路207號..... 7 第五站—大事紀..... 8 第六站—不偷工減料..... 9 第七站—現在輪到香腸了..... 10 第八站—鹽、香料、腸衣..... 11 第九站—世界香腸..... 12 第十站—工藝推手..... 13 幸福「腸」存 代代「香」傳—闖關遊戲單..... 14 親子著色圖..... 16 親子拼拼圖..... 17	黑橋牌 香腸博物館簡介 台南悠久的美食文化及人文歷史，勾勒出台南府城的城市特色及人情味。在這樣充滿美食文化的城市裡，黑橋牌著在台南超過一甲子的深耕及茁壯，一步一步走進台南人的心。唯有超過一甲子的努力與用心，才能一講到香腸理所當然聯想到黑橋牌，黑橋牌成為了台灣民眾記憶中不變的好滋味。黑橋牌創辦人陳文輝先生，始終堅持用良心做食品，用好心腸做好香腸一直以來都是黑橋牌的宗旨。2012年，香腸博物館正式成立，與您分享一路走來的歷程，透過這座風情萬古的導覽內容，介紹世界香腸及參觀工廠，讓人更了解食品製造的真實過程，讓您感受到黑橋牌現代化製成的堅持。也勾起歷史與人之間的濃厚回憶，歡迎您來到香腸博物館，一同感受台南府城的產業精神。  
封面 在陳利董事長主導下，在台南安平廠區外蓋起了全台灣唯一的「香腸博物館」，館內收藏了近一甲子前當時的府城黑橋牌、黑橋牌發跡的歷史沿革、品牌理念，還可以讓參觀者認識世界各國香腸與香料及豬的應用範圍等豐富內容。2014年得到《英國每日電訊報》的專訪與認同，獲選「世界十大特殊主題食物博物館」之一，成為國際舞台上的新台灣之光。 回想最初為了建設這間博物館，陳利董事長花了很大的努力，一次又一次去說服當時身兼董事長的母親陳林女士的疑問：「將可以再開一間門市的經營，蓋一間給人免費參觀的館，花那麼多錢是有什麼意義？」但最終還是在陳利董事長堅持要將黑橋牌從「食品」提升到「文化」的信念下，同意了這個跨時代、跨思維的建設。陳利董事長笑著說：「台南是台灣的美食與文化之都，但居然沒有任何一個關於「吃」的博物館，實在說不過去；既然大家認為黑橋牌是台南美食之光，那麼建立博物館的責任，又該我誰呢！」 <i>好子心腸可堅持</i> 資料來源：遠見雜誌採訪報導	目錄 榮獲台灣優良食品獎的黑橋牌企業為保存台灣香腸肉品資產，於2012年9月創設香腸博物館，在2014年，2018年獲得經濟部評定認證的優良標準觀光工廠。 本場域教材豐富分別有：空中長廊參觀工廠香腸填充到包裝製程、府城運河烏橋場景、沙卡里巴、海安店、產業大事記、品牌供應鏈，還可以讓參觀者認識世界各國的香腸、使用香料、節慶飲食、製造工藝、豬的應用範圍、等豐富內容，更規劃有一間小型視聽室，經常舉辦作為講座及各項產官學研討會之用，也經常做為台灣畜產食品相關學術單位的一個交流及訓練場域，此外，也是各級學術單位，學校戶外教學參訪經常造訪的地方... 如此多功能的美食文化博物館，為一座融合參觀、教學、推廣的體驗綜合功能的產業知識博物館，將生活飲食的文化與習俗逐一呈現與發展做最佳詮釋，希望讓大家都來到臺南市，都能夠走進黑橋牌香腸博物館了解香腸的故事！	香腸博物館簡介 親子學習列車 即將進站 各位旅客： 歡迎搭乘代代「香」傳統列車，這是一輛親子學習列車，適合親子共乘，它是軸承載著在地美食文化及人文歷史的列車，也可以讓您的帶著滿滿收穫回家。現在，就讓我們一起搭乘這輛親子學習列車去感受黑橋牌的精神與台南美食文化吧！ 代代「香」傳統-親子學習列車啟程囉！！ 
董事長經營理念 親子學習列車 末廣町、銀座與戎座 3F 末廣町與銀座 戎座戲院  末廣町是日據時期台南市中心之名，是當時最繁榮最摩登的地方，1927年，計畫興建連綿的現代化商店住宅，其中林百貨是規模最大的建築，融合日式不造與西式建築風格的商場，加上周圍的娛樂劇場、戎座、世界館、萬古座等，這一代成為潮流與時尚趨勢的發源地。 早起台灣是傳統社會，娛樂活動不興盛，直到日據時期，帶動了娛樂消費的潮流，日人開始修築表演場所，專放電影的戲院，前後曾成立過8家戲院，「戎座」是經營最久的一座，隨著戲院式與市場變化，放映內容也隨時代而改變。1920年代，因日本電影製作而盛行，在臺戲院大量播映日片，其中不乏傳統日本歌舞伎影劇，如「實錄忠臣藏」，戎座歷經翻修與重建，1935年，修建「新戎座」，重新開幕。該地址目前是黑橋牌中正門市。	館長的話 親子學習列車 烏橋、文輝的灶腳 3F 烏橋、文輝的灶腳  民國四十六年，黑橋牌創辦人陳文輝先生在台南運河旁的烏橋仔附近開始了最難的內品小生。烏橋是因為當時民眾怕日軍而淋淋躲躲而得過上避賢，橋身呈現黑色因此而得名。 製作肉鬆先用灶台煮熟豬肉後再用石臼攪開豬肉纖維，接著在大炒鍋中不停地翻炒，在起過前5分鐘加入酥油，豬肉纖維酥化香氣會飄散整個灶腳，經過努力的翻炒肉鬆就製作完成囉。 香腸製作在竹架台上使用手工絞肉機製作絞肉，再用獨家秘方醃製，入味後再將絞肉攪攪上充填灌灌製一串串紅通通的台灣香腸。	親子學習列車介紹 親子學習列車 烘束爐 3F 烘束爐  台灣香腸製法，為了讓香腸乾燥以延長香腸的賞味期限，需將香腸放入烘束爐進行烘束，更增添了香腸的風味。 早期，黑橋牌以木炭低溫烘束香腸，而烘束爐內部四周附加鐵片，使溫度平均傳導，烘束過程長達八小時以上，但使用木炭當作熱源較不穩定，為了保持香腸的品質，創辦人陳文輝先生夜裡都不時起身，注意炭火的溫度。 現在，黑橋牌使用現代化機器製作香腸，但仍遵照傳統，絕不偷料，仍時常觀察香腸的色澤與風味，讓黑橋牌香腸美味不變。

親子導覽手冊（第一次實施）

 第四站 3F 沙卡里巴、海安路207號 沙卡里巴在日語中意思為熱鬧的市集(盛之市場)，沙卡里巴位於台南市中正路、友愛街、海安路之間，全盛時期有四百多個攤位，小吃的種類豐富，像是鱈魚麵、棺材板、米糕、四神湯、麻豆糕、肉粽、香菇肉羹、香腸熟肉黑白切、蝦仁肉圓。  1963年陳文輝先生決定在沙卡里巴市場的海安路207號開設了第一家黑橋牌門市。每到逢年過節，門口總是長長的排隊人龍搶著買香腸禮盒，而每一盒代表的是祝福與感恩。幾十年來，黑橋牌香腸禮盒成為了台灣在地的人情味。 親子學習列車 沙卡里巴、海安路207號	 第五站 3F 大事紀 1957 - 黑橋牌於1957年創業。 1963 - 在台南海安路開設了第一間門市。 1969 - 台灣彩色電視出現。 1970 - 自強號出現、中山高速公路完工。 1973 - 成立了第一間現代化工廠，門市也開始擴點。 1984 - 麥當勞1984年正式登台。 1987 - 黑橋牌是府城第一家得到CAS認證的工廠。 1990 - 龍牌誕生。 1997 - 口蹄疫爆發。 1999 - 921地震。 2000 - GSP優良服務商店認證，ISO22000工廠品質認證。  親子學習列車 大事紀	 第六站 3F 不偷工不減料的製程 黑橋牌堅持使用經過CAS認證的豬後腿肉來製作香腸及國家單位認證通過的工廠來生產供應、包裝、運送，都要保持合格標準、品質，這才能夠證實黑橋牌「好心腸做好香腸」的經營理念。 除了原料的品質控管，黑橋牌也在運輸流程中必須冷藏於7℃以下冷凍-18℃以下，使細菌無法孳生，確保產品的品質衛生安全。 在製程中也以HACCP與ISO22000的管理標準，在每個製作步驟都嚴謹的審查，堅持送到消費者手上的香腸品質一定要是優良的，再加上黑橋牌三大堅持：不添加防腐劑、不添加任何色素、絕不摻粉，如此才能確保黑橋牌香腸的嚴佳品質。  親子學習列車 不偷工減料
 第七站 2F 現在輪到香腸了 現在輪到香腸了，此句為德國諺語，意謂真相大白，而香腸的英文"sausage"，字源為拉丁文的"sal"，意指「用鹽醃製的」，而香腸指的是，絞肉、鹽、香料混合後填充進腸衣的食品。 在冷凍技術不發達的時代裡，高營養、高價值的肉類保存不易，於是將肉類以鹽漬、香料調味後，再以動物腸胃當容器來保存，並發展出香腸這樣的食品加工技術，也影響了人類已懂得烹調的重要文化意涵。 香腸於西方地區傳至世界各地，可分為中、西式香腸，中式香腸已有一千多年歷史，華人世界中，香腸代表「福壽喜長」、「平安團圓」的意思。  親子學習列車 現在輪到香腸了	 第八站 2F 鹽之有物鹽 鹽是地球上普遍存在的物質，種類分為海鹽、湖鹽、井鹽、礦鹽四大類，其中以海鹽比例最高，在台灣則是以海鹽最為常見。鹽的用途非常廣泛，可以調味、防腐、消毒等功能。台灣第一個鹽田開墾在台南，而2002年，鹽田最後一站，也在台南七股走入歷史。這樣的歷史背景，也成為這養府城鹽田文學的養分。 百聞一見香辛料 天然香辛料原產地大多在亞洲，西方國家使用香辛料的習慣，可說是傳自東方。香料在歐洲地理大發現時，是相當重要的貿易商品，更作為流通市面的貨幣來使用。根據調查，香辛料超過一千四百種，香辛料功能有安定神經、促進身體機能等功能，但沒有任何功效，比得上它在烹調上對人類飲食文化的貢獻。 腸衣 以動物腸胃做食物容器的概念，分可食性與不可食性兩種。可食性有天然腸衣及動物性膠厚蛋白，不可食性以植物纖維素腸衣為代表。鹽巴、香辛料與腸衣三者為香腸讓出美味合奏，三者的關係就如連文西的黃金比例一般，緊密相依為香腸、味覺充滿驚喜與深度。  親子學習列車 鹽、香辛料、腸衣	 第九站 2F 世界香腸 香腸最早起源西方，因東西飲食文化差異，香辛料運用精彩豐富，也演變出不同的香腸製造方式。西式香腸大多為乳化技術製作，蒸熟後，利用煙燻方式創造風味、上色。中式香腸偏好以大塊絞肉去表現口感，無乳化作用，利用燻製自然入味。 香腸大致可分為三大類： 一、乳化式香腸：以法蘭克福香腸、維也納香腸最具代表性。 二、生香腸：其原料肉經醃漬、發酵熟成，久藏不易變敗，中式香腸大多為此類。 三、煮式香腸：原料以內臟為主，以血腸或肝香腸為代表。  親子學習列車 世界香腸
 第十站 2F 工藝推手 黑橋牌使用德國進口填充機，德國填充機採葉片式填充，比推擠式填充更能保留肉質的口感以及絞肉的空隙。 機器填充的方式與手工填充的差別在於真空，有真空的話香腸裡才不會充滿空氣，這樣口感才會扎實且腸衣不容易破損。 黑橋牌香腸堅持以三分肥七分瘦黃金比例填充，平均分布油脂，黑橋牌香腸有脂肪又有口感，肉質滑順，難怪能夠成為世代裡最完美的記憶。 腸衣的延展程度也是美味的關鍵，師傅必須與機器默契配合，才能填充出黑橋牌的飽滿香腸，傳統工藝與現代的技術互相扶持、繼續傳承下去。  親子學習列車 工藝推手	 第十一站 2F 鹽之有物鹽 鹽是地球上普遍存在的物質，種類分為海鹽、湖鹽、井鹽、礦鹽四大類，其中以海鹽比例最高，在台灣則是以海鹽最為常見。鹽的用途非常廣泛，可以調味、防腐、消毒等功能。台灣第一個鹽田開墾在台南，而2002年，鹽田最後一站，也在台南七股走入歷史。這樣的歷史背景，也成為這養府城鹽田文學的養分。 百聞一見香辛料 天然香辛料原產地大多在亞洲，西方國家使用香辛料的習慣，可說是傳自東方。香料在歐洲地理大發現時，是相當重要的貿易商品，更作為流通市面的貨幣來使用。根據調查，香辛料超過一千四百種，香辛料功能有安定神經、促進身體機能等功能，但沒有任何功效，比得上它在烹調上對人類飲食文化的貢獻。 腸衣 以動物腸胃做食物容器的概念，分可食性與不可食性兩種。可食性有天然腸衣及動物性膠厚蛋白，不可食性以植物纖維素腸衣為代表。鹽巴、香辛料與腸衣三者為香腸讓出美味合奏，三者的關係就如連文西的黃金比例一般，緊密相依為香腸、味覺充滿驚喜與深度。 親子學習列車 鹽、香辛料、腸衣	 第十二站 2F 世界香腸 香腸最早起源西方，因東西飲食文化差異，香辛料運用精彩豐富，也演變出不同的香腸製造方式。西式香腸大多為乳化技術製作，蒸熟後，利用煙燻方式創造風味、上色。中式香腸偏好以大塊絞肉去表現口感，無乳化作用，利用燻製自然入味。 香腸大致可分為三大類： 一、乳化式香腸：以法蘭克福香腸、維也納香腸最具代表性。 二、生香腸：其原料肉經醃漬、發酵熟成，久藏不易變敗，中式香腸大多為此類。 三、煮式香腸：原料以內臟為主，以血腸或肝香腸為代表。  親子學習列車 世界香腸
 第十三站 2F 工藝推手 黑橋牌使用德國進口填充機，德國填充機採葉片式填充，比推擠式填充更能保留肉質的口感以及絞肉的空隙。 機器填充的方式與手工填充的差別在於真空，有真空的話香腸裡才不會充滿空氣，這樣口感才會扎實且腸衣不容易破損。 黑橋牌香腸堅持以三分肥七分瘦黃金比例填充，平均分布油脂，黑橋牌香腸有脂肪又有口感，肉質滑順，難怪能夠成為世代裡最完美的記憶。 腸衣的延展程度也是美味的關鍵，師傅必須與機器默契配合，才能填充出黑橋牌的飽滿香腸，傳統工藝與現代的技術互相扶持、繼續傳承下去。  親子學習列車 工藝推手	 第十四站 2F 鹽之有物鹽 鹽是地球上普遍存在的物質，種類分為海鹽、湖鹽、井鹽、礦鹽四大類，其中以海鹽比例最高，在台灣則是以海鹽最為常見。鹽的用途非常廣泛，可以調味、防腐、消毒等功能。台灣第一個鹽田開墾在台南，而2002年，鹽田最後一站，也在台南七股走入歷史。這樣的歷史背景，也成為這養府城鹽田文學的養分。 百聞一見香辛料 天然香辛料原產地大多在亞洲，西方國家使用香辛料的習慣，可說是傳自東方。香料在歐洲地理大發現時，是相當重要的貿易商品，更作為流通市面的貨幣來使用。根據調查，香辛料超過一千四百種，香辛料功能有安定神經、促進身體機能等功能，但沒有任何功效，比得上它在烹調上對人類飲食文化的貢獻。 腸衣 以動物腸胃做食物容器的概念，分可食性與不可食性兩種。可食性有天然腸衣及動物性膠厚蛋白，不可食性以植物纖維素腸衣為代表。鹽巴、香辛料與腸衣三者為香腸讓出美味合奏，三者的關係就如連文西的黃金比例一般，緊密相依為香腸、味覺充滿驚喜與深度。 親子學習列車 鹽、香辛料、腸衣	 第十五站 2F 世界香腸 香腸最早起源西方，因東西飲食文化差異，香辛料運用精彩豐富，也演變出不同的香腸製造方式。西式香腸大多為乳化技術製作，蒸熟後，利用煙燻方式創造風味、上色。中式香腸偏好以大塊絞肉去表現口感，無乳化作用，利用燻製自然入味。 香腸大致可分為三大類： 一、乳化式香腸：以法蘭克福香腸、維也納香腸最具代表性。 二、生香腸：其原料肉經醃漬、發酵熟成，久藏不易變敗，中式香腸大多為此類。 三、煮式香腸：原料以內臟為主，以血腸或肝香腸為代表。  親子學習列車 世界香腸

親子導覽手冊（第一次實施）

幸福「腸」存 親子著色圖  16	幸福「腸」存 親子拼拼圖  17	幸福「腸」存 親子拼拼看 18
親子著色圖	親子拼拼圖	親子拼拼圖（空白頁）
幸福「腸」存 親子拼拼圖  19	幸福「腸」存 記事錄  20	幸福「腸」存 記事錄  21
親子拼拼圖（黏貼處）	記事錄—1	記事錄—2
幸福「腸」存 記事錄  20	 地址：台南市南區新忠路2號 電話：06-2616990#12 商學合作學校： 設計團隊學生： 指導老師：	
記事錄—3	封底	

附錄六：本組設計黑橋牌官方網站及香腸博物館臉書粉絲團廣告宣傳文案、海報（第一次實施）

四天連假要來了！ 您和孩子還不知道要去哪？！ 快來參加黑橋牌香腸博物館親子導覽！ 這絕對是個親子寓教於樂的好地方！ 可獲得免費香腸及精美手冊！ 對象：親子（小孩5歲（含）以上） 時間：2018/12/29（六） 第一場：早上 11:00 至 12:00 第二場：下午 2:00 至 3:00 團體預約：團體達 10 人可配合團體時間 內容：傳承台南美食文化、瞭解黑橋牌及 DIY 拼拼圖 預約方式：洽 06-2616990#12 或洽一樓服務櫃檯 #免費香腸#免費量身打造的手冊 #親子出遊#親子導覽#香腸博物館	
文案（第一次實施）	海報（第一次實施）

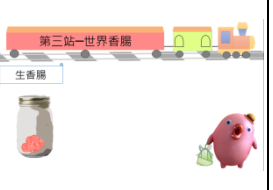
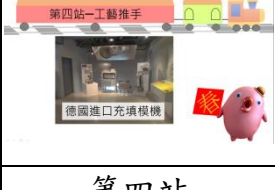
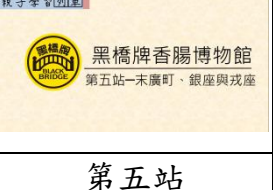
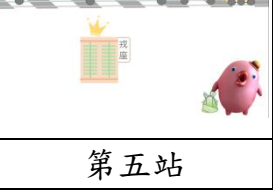
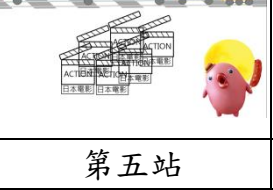
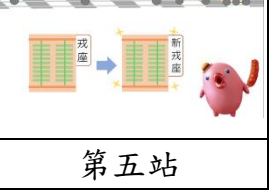
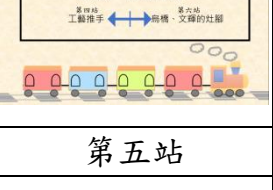
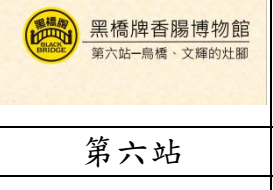
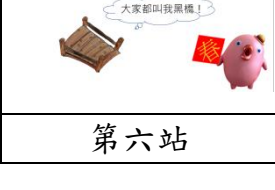
附錄七：第一次與第二次實施內容差異比較表

項目	第一次實施	第二次實施
導覽人員操作手冊	傳承美食文化的部分，只提到府城美食文化「不求做大，只求做好」的精神，卻缺少更完整的介紹以呈現府城獨有的美食文化底蘊。	根據專家訪談內容增加府城美食文化的特色是口味偏甜，那是早期府城經濟富庶象徵，及府城美食文化的堅持是不管經過多少年，傳承多少代，堅持「一路走來，始終如一」。
	無	增加導覽人員守則
親子導覽手冊	十站之順序： (1) 末廣町、銀座與戎座 (2) 烏橋、文輝的灶腳 (3) 烘束爐 (4) 沙卡里巴、海安路 207 號 (5) 大事紀 (6) 不偷工減料 (7) 現在輪到香腸了 (8) 鹽、香辛料、腸衣 (9) 世界香腸 (10) 工藝推手	十站之順序： (1) 現在輪到香腸了 (2) 鹽、香辛料、腸衣 (3) 世界香腸 (4) 工藝推手 (5) 末廣町、銀座與戎座 (6) 烏橋、文輝的灶腳 (7) 烘束爐 (8) 沙卡里巴、海安路 207 號 (9) 大事紀 (10) 不偷工減料
	無	增加 QR code 條碼及展點影片
導覽過程	三樓➡二樓➡三樓視聽室	二樓➡三樓➡三樓視聽室

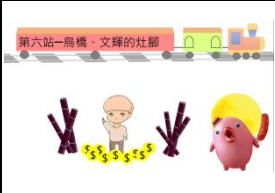
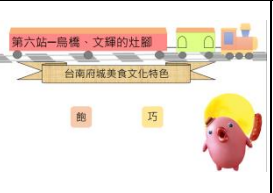
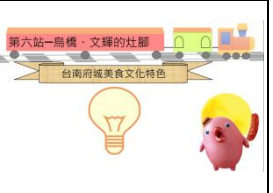
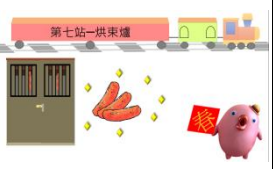
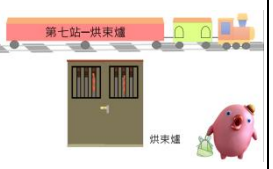
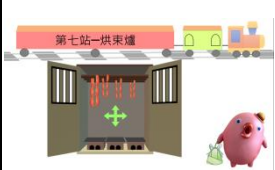
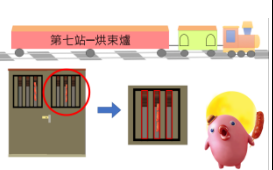
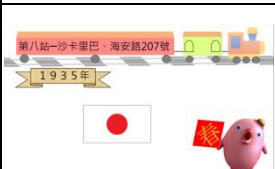
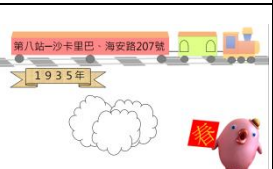
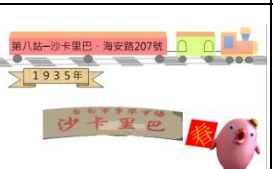
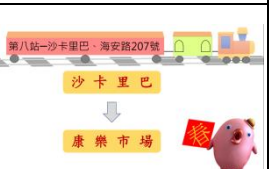
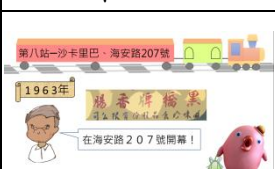
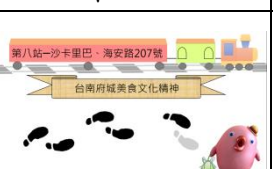
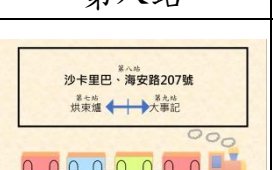
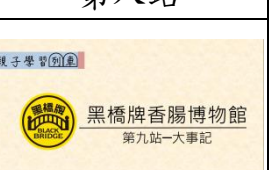
附錄八：親子影音導覽影片畫面（10 部影片的畫面）

親子學習館 黑橋牌香腸博物館 第一站-現在輪到香腸了	第一站-現在輪到香腸了 現在輪到香腸了 真相大白	第一站-現在輪到香腸了 絞肉 香辛料 鹽	第一站-現在輪到香腸了 腸衣
第一站	第一站	第一站	第一站
第一站-現在輪到香腸了 腸衣	第一站-現在輪到香腸了 ✗	第一站-現在輪到香腸了 絞肉	第一站-現在輪到香腸了 腸衣
第一站	第一站	第一站	第一站
第一站-現在輪到香腸了 西方	第一站-現在輪到香腸了 西式香腸 中式香腸	第一站-現在輪到香腸了 平安香腸	第一站-現在輪到香腸了 現在輪到香腸了 第一站 第二站 鹽、香辛料、腸衣
第一站	第一站	第一站	第一站
親子學習館 黑橋牌香腸博物館 第二站-鹽、香辛料、腸衣	第二站-鹽、香辛料、腸衣 海鹽 岩鹽 湖鹽 井鹽	第二站-鹽、香辛料、腸衣 海鹽	第二站-鹽、香辛料、腸衣 鹽的功能 調味 防腐 肉品加工
第二站	第二站	第二站	第二站
第二站-鹽、香辛料、腸衣 歷史記載 台灣第一個鹽田開墾於台南	第二站-鹽、香辛料、腸衣 胡椒 1400多種 香辛料	第二站-鹽、香辛料、腸衣 香辛料的功能 調味 幫助消化 安定神經	第二站-鹽、香辛料、腸衣 香辛料 歐洲 亞洲
第二站	第二站	第二站	第二站
第二站-鹽、香辛料、腸衣 Before \$ WAR	第二站-鹽、香辛料、腸衣 腸衣 可食用-用於客製化大小 不可食用-用於固定形狀	第二站-鹽、香辛料、腸衣 鹽 + 香辛料 + 腸衣	第二站-鹽、香辛料、腸衣 現在輪到香腸了 第一站 第二站 第三站 鹽、香辛料、腸衣 現在輪到香腸了 世界香腸
第二站	第二站	第二站	第二站
親子學習館 黑橋牌香腸博物館 第三站-世界香腸	第三站-世界香腸 西 東 北 南	第三站-世界香腸 歐洲 德國	第三站-世界香腸 乳化式香腸 生香腸 煮式香腸
第三站	第三站	第三站	第三站

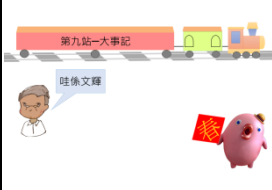
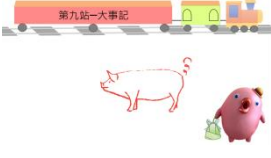
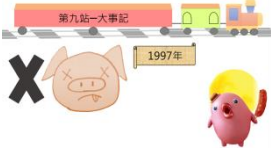
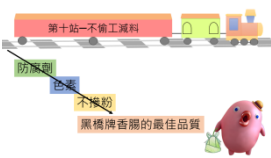
親子影音導覽影片畫面（10 部影片的畫面）

			
第三站	第三站	第三站	第三站
			
第三站	第三站	第三站	第四站
			
第四站	第四站	第四站	第四站
			
第四站	第五站	第五站	第五站
			
第五站	第五站	第五站	第五站
			
第五站	第五站	第六站	第六站
			
第六站	第六站	第六站	第六站

親子影音導覽影片畫面（10 部影片的畫面）

			
第六站	第六站	第六站	第六站
			
第六站	第六站	第六站	第七站
			
第七站	第七站	第七站	第七站
			
第七站	第七站	第七站	第八站
			
第八站	第八站	第八站	第八站
			
第八站	第八站	第八站	第八站
			
第八站	第八站	第八站	第九站

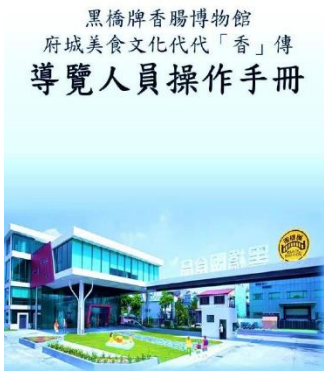
親子影音導覽影片畫面（10 部影片的畫面）

			
第九站	第九站	第九站	第九站
			
第九站	第九站	第九站	第九站
			
第九站	第九站	第九站	第九站
			
第九站	第九站	第十站	第十站
			
第十站	第十站	第十站	第十站

附錄九：影音導覽影片 QR code

			
第一站	第二站	第三站	第四站
			
第五站	第六站	第七站	第八站
			
第九站	第十站		

附錄十：導覽人員操作手冊（第二次實施）



封面

[illegible]

第一站、第二站

[illegible]

目錄

1. 導覽人員事例 _____
2. 第一站—現今繪圖室繪了 _____
3. 第二站—鹽之食物、百寶一見、鹽衣 _____
4. 第三站—世界身鹽 _____
5. 第四站—工藝藝手 _____
6. 第五站—木庫門、銀蛋與灰炭院 _____
7. 第六站—名橋和文輝的姓聯 _____
8. 第七站—板木櫃 _____
9. 第八站—沙字里仁和海安路 207 號 _____
10. 第九站—火事紀 _____
11. 第十站—茶館及咸洞 _____

目錄

優點	具有容易訂立協議和執行力。 具有容易訂立和自由、靈活的條件。 具有容易解除——解除一個或幾個合約。
契約主點	在合約中訂定合約的期限和訂立合約的時間。 在合約中訂定合約的期限和訂立合約的時間。 在合約中訂定合約的期限和訂立合約的時間。
契約履行內容	在合約中訂定合約的期限和訂立合約的時間。 在合約中訂定合約的期限和訂立合約的時間。 在合約中訂定合約的期限和訂立合約的時間。
契約主點——契約主點 在合約中訂定合約的期限和訂立合約的時間。 在合約中訂定合約的期限和訂立合約的時間。 在合約中訂定合約的期限和訂立合約的時間。	
契約主點	在合約中訂定合約的期限和訂立合約的時間。 在合約中訂定合約的期限和訂立合約的時間。 在合約中訂定合約的期限和訂立合約的時間。
契約履行內容	在合約中訂定合約的期限和訂立合約的時間。 在合約中訂定合約的期限和訂立合約的時間。 在合約中訂定合約的期限和訂立合約的時間。
契約主點——契約主點 在合約中訂定合約的期限和訂立合約的時間。 在合約中訂定合約的期限和訂立合約的時間。 在合約中訂定合約的期限和訂立合約的時間。	
契約主點	在合約中訂定合約的期限和訂立合約的時間。 在合約中訂定合約的期限和訂立合約的時間。 在合約中訂定合約的期限和訂立合約的時間。
契約履行內容	在合約中訂定合約的期限和訂立合約的時間。 在合約中訂定合約的期限和訂立合約的時間。 在合約中訂定合約的期限和訂立合約的時間。
契約主點——契約主點 在合約中訂定合約的期限和訂立合約的時間。 在合約中訂定合約的期限和訂立合約的時間。 在合約中訂定合約的期限和訂立合約的時間。	
契約主點	在合約中訂定合約的期限和訂立合約的時間。 在合約中訂定合約的期限和訂立合約的時間。 在合約中訂定合約的期限和訂立合約的時間。
契約履行內容	在合約中訂定合約的期限和訂立合約的時間。 在合約中訂定合約的期限和訂立合約的時間。 在合約中訂定合約的期限和訂立合約的時間。

第三站、第四站

[illegible]

第八站、第九站

導覽人員準

- [illegible]

導覽人員準則

[illegible]

第五站、第六站

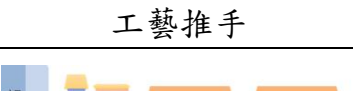
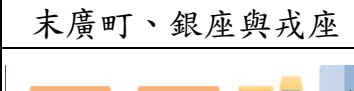
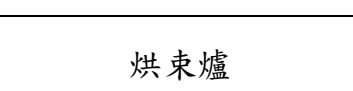
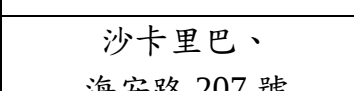
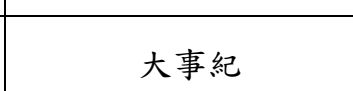
[illegible]

第十站

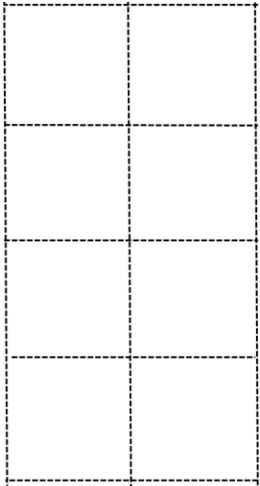
附錄十一：親子行動導覽手冊（第二次實施）

 黑橋牌香腸博物館 Black Bridge Sausage Museum 府城美食文化代代「香」傳 親子行動導覽手冊 	目錄 CONTENTS 黑橋牌 香腸博物館簡介 1 董事長理念 2 館長的話 3 親子學習列車 第一站—現在輪到香腸了 5 第二站—鹽、香辛料、腸衣 6 第三站—世界香腸 7 第四站—工藝製作 8 第五站—末廣町、銀座與戎座 9 第六站—扁橋、文輝的灶腳 10 第七站—烘東爐 11 第八站—沙卡里巴、海安路207號 12 第九站—大事紀 13 第十站—不偷工減料 14 幸福「腸」存 代代「香」傳—闖關學習單 15 親子著色圖 17 親子拼拼圖 18	黑橋牌 台南悠久的美食文化及人文歷史，勾勒出台南府城的城市特色及人情味。在這樣充滿美食文化的城市裡，黑橋牌在台南深耕超過一甲子，漸漸茁壯，一步一步走進台南人的心。唯有超過一甲子的努力與用心，才能一講到香腸就會聯想到黑橋牌，黑橋牌成為了台灣民眾記憶中不變的好滋味。黑橋牌創辦人陳文輝先生，始終堅持用良心做食品，「用好心腸做好香腸」一直以來都是黑橋牌的宗旨。2012年，黑橋牌香腸博物館正式成立，與您分享一路走來的歷程，透過原真時風情的導覽內容、介紹府城文化、黑橋牌歷史、世界香腸及參觀工廠，讓人更了解食品製作的真實過程，讓您感受到黑橋牌現代化製程的堅持，也勾起歷史與人間煙火的回憶。歡迎您來到香腸博物館，一同感受台南府城的美食文化與產業精神。   1
封面  在陳利董事長主導下，在台南安平區外蓋起了全台灣唯一的「香腸博物館」，館內收藏了近一甲子前遷移的府城黑橋牌、黑橋牌發跡的歷史沿革、品牌理念，還可以讓參觀者認識世界各國香腸與香辛料及豬的應用範疇等豐富內容，2014年得到《英國每日電訊報》的專訪與認同，獲選「世界十大特殊主題食物博物館」之一，成為國際舞台上的新台灣之光。 回想最初為了建設這間博物館，陳利董事長花了很大的努力，一次又一次去說服當時身兼董事長的母親陳林莊女士的疑問：「將可以再開十間門市的花費，蓋一間給人免費參觀的館，花那麼多錢有什麼意義？」但最終還是在陳利董事長堅持要將黑橋牌從「食品」提升到「文化」的信念下，同意了這個跨時代、跨思維的建設。陳利董事長笑著說：「台南是台灣的美食與文化之都，但居然沒有任何一個關於「吃」的博物館，實在說不過去；既然大家認為黑橋牌是台南美食之光，那麼建立博物館的責任，又捨我其誰呢！」 <i>女子心腸可堅持</i> 資料來源：遠見雜誌採訪報導 2	目錄 黑橋牌 榮獲台灣優良食品獎的黑橋牌企業為保存台灣香腸肉品資產，於2012年9月創設香腸博物館，在2014年、2018年獲得經濟部評定認證的優良觀光工廠。 本場域教材豐富分別有：空中長廊參觀工廠香腸填充到包裝製程、府城運河危機場景、沙卡里巴、海安店、產業大事記、品牌供應鏈，還可以讓參觀者認識世界各國的香腸、使用香料、節慶飲食、製造成工藝、豬的應用範疇等豐富內容，更規劃一間小型視聽室，經常舉辦作為講座與各項產官學研討會之用，也經常做為台灣畜產食品相關學術單位的一個交流及訓練場域，此外，也是各級學術單位，學校戶外教學參訪經常造訪的地方。 如此多功能的美食文化博物館，融合參觀、教學與推廣等綜合功能的產業知識博物館，並將生活飲食文化與習俗逐一呈現與發展做最佳詮釋，希望大家來到臺南市，都能夠走進黑橋牌香腸博物館了解香腸的故事！  館長 <i>林文輝</i> 3	香腸博物館簡介 親子學習列車 即將進站 各位旅客： 歡迎搭乘代代「香」傳號列車，這是一輛親子學習列車，適合親子共賞。它承載著府城在地美食文化及人文歷史，不僅有文字及圖片介紹，還有QR-Code行動影音導覽，讓親子無時無刻都能學習豐富的香腸知識與香腸文化。現在，就讓我們一起搭乘這輛親子學習列車去感受黑橋牌與台南美食文化的精彩！ 代代「香」傳號—親子學習列車啟程囉！！  4
董事長經營理念 親子學習列車 第一站 2F 現在輪到香腸了 「現在輪到香腸了！」此句為德語，意譯為「現在輪到我了」，而香腸的英文「sausage」，字源為拉丁文的「sal」，意指「用鹽醃製的」，而香腸指的是：絞肉、鹽、香辛料混合後填充進腸衣的食品。 在冷凍技術不發達的時代裡，高鹽、高糖、高油脂的肉類保存不易，於是將肉類以鹽漬、香辛料調味後，再以動物腸胃當容器來保存，並發展出香腸這樣的食品加工技術，也彰顯了人類已懂得烹調的重要文化意涵。 香腸於西方地區傳至世界各地，可分為：西式香腸，中式香腸已有一千多年歷史，華人世界中，香腸代表「福祿壽長」、「平安團圓」的意思。   5	館長的話 第二站 2F 鹽之有物鹽 鹽是地球上普遍存在的物質，種類分為海鹽、湖鹽、井鹽、岩鹽四大類，台灣以海鹽最為常見。鹽的用途非常廣泛，具有調味、防腐、消毒等。台灣第一個鹽田開鑿在台南，2002年鹽田最後一站，也在台南七股走入歷史，這樣的歷史背景，也成為滋養府城鹽田文學的養分。 百聞一見香辛料 天然香辛料產地大多在亞洲，西方國家使用香辛料的習慣，源自於東方，香料在歐洲大發現時，是相當重要的貿易商品，更可作為流通市面的貨幣來使用。根據調查，香辛料超過一千四百種，香辛料功能有安定神經、促進身體機能等，但沒有任何功效比得上它在烹調上對人類飲食文化的貢獻。 腸衣 以動物腸胃當食物容器的概念，分可食性與不可食性兩種。可食性有天然豬腸及動物性膠蛋白，不可食性以植物纖維素腸衣為代表。鹽巴、香辛料與腸衣三者為香腸調出美味合奏，就如德文西的黃金比例一般，緊密相依讓香腸及味蕾增添驚奇與深度。  6	學習列車及影片介紹 第三站 2F 世界香腸 香腸最早起源於西方，因東西方飲食文化差異，香辛料運用精彩豐富，也演變出不同的香腸製造方式。西式香腸大多使用乳劑技術製作，煮熟後，利用煙燻方式創造風味，上色。中式香腸偏好以大塊絞肉去表現口感，無乳劑作用，利用傳統自然入味。 香腸大致可分為三大類： 一、乳劑式香腸：以法蘭克福香腸、維也納香腸最具代表性。 二、生香腸：其原料肉經醃漬、發酵熟成，久藏不易變質腐敗，中式香腸大多為此類。 三、煮式香腸：原料以內臟為主，以血香腸或肝香腸為代表。  7
現在輪到香腸了	鹽、香辛料、腸衣	世界香腸

親子行動導覽手冊（第二次實施）

 第四站 2F 工藝推手 黑橋牌使用德國進口充模機，德國充模機採葉片式填充，比傳統的推擠式填充更能保留肉質的口感以及紋路的完整。 機器填充的方式與手工填充的差別在於真空，有真空處理香腸裡才不會充滿空氣，這樣口感才會扎實且腸衣不會易破損。 黑橋牌香腸堅持以三分肥七分瘦的黃金比例填充，平均分佈油脂，黑橋牌香腸富有口感、肉質滑順，難怪能夠成為世代裡最美味記憶。 腸衣的延展度也是美味的關鍵，師傅必須與機器密切配合，才能填充出黑橋牌的飽滿香腸，傳統的工藝與現代的技術互相扶持，繼續傳承下去。  親子學習列車 工藝推手 8	 第五站 3F 末廣町、銀座與戎座戲院  末廣町是日據時期台南市中心之名，是當時最繁榮最厚道的地方。1927年，計畫興建連綿的現代化商店住宅，其中林白賓是規模最大的建築，融合日式與西式建築風格的商場，加上周圍的娛樂劇場，戎座、世界路、宮古座等，這一帶成為潮流與時尚趨勢的發源地。 早期台灣是傳統社會，娛樂活動並不興盛，直到日據時期，日人開始修築遊藝場所，專放電影的戲院，帶動了娛樂消費的潮流，前後曾成立過8家戲院，「戎座」是經營最久的一座，隨經營模式與市場變化，放映內容也隨時代而改變。1920年代，因日本電影製作而盛行，在戲院大量播放日片，其中不乏傳統日本歌舞伎影劇，如「實錄忠臣藏」，戎座歷經翻修與搬遷，1935年，修建「新戎座」，並重新開幕。該地址目前是黑橋牌中正門市。 親子學習列車 末廣町、銀座與戎座 9	 第六站 3F 烏橋、文輝的灶腳 民國四十六年，黑橋牌創辦人陳文輝先生在台南運河旁的烏橋仔附近開始了簡單的肉品小生意，烏橋的由來是因為當時民眾怕日據雨淋會導致橋樑而發上遊青，橋身呈現黑色因此而得名。 製作肉鬆先用灶台煮熟豬肉後再用石臼攪開豬肉纖維，接著在大炒鍋中不停地翻炒，在起鍋前5分鐘加入酥油，豬肉纖維酥化後香氣會飄散整間灶腳，經過努力的翻炒肉鬆就製作完成。 香腸製作在竹架平台上使用手工絞肉機製作絞肉，再用獨家秘方醃製，入味後再將絞肉填進上充填罐，灌製一串一串紅通通的台灣香腸。 口味偏甜是台南美食文化的特色，因為早期台灣社會有錢的人才吃得起糖，台南府城是以前台灣最繁榮的地方，所以相對經濟富足，有句俗語說：富過三代，才懂吃穿。這是台南美食口味偏甜的原因。 親子學習列車 烏橋、文輝的灶腳 10
 第七站 3F 烘束爐 香腸灌製後，為了讓香腸乾燥以延長香腸的賞味期限，需將香腸放入烘束爐進行烘束，烘束後更增添了香腸的風味。 早期，黑橋牌以木炭烘束香腸，在烘束爐內部四周附加鐵片，能使溫度平均傳導，烘束過程長達八小時以上，但使用木炭製作熱源較不穩定，為了保持香腸的品質，創辦人陳文輝先生夜裡都不時起身，注意炭火的溫度。 現在，黑橋牌使用現代化機器製作香腸，依舊遵照傳統，絕不偷時，更時常著香腸的色澤與風味，讓黑橋牌香腸的美味傳承下去。  親子學習列車 烘束爐 11	 第八站 3F 沙卡里巴、海安路207號 沙卡里巴在日語中意思為熱鬧的市集(盛之市場)，位於台南市中區、友愛街、海安路之間，小吃店種類豐富，像是鱈魚麵、棺材板、米糕、四神湯、麻豆麵、肉粽、香腸肉粽白切等。 府城美食文化的精神是「不求做大、只求做好」，每一份食物都盡心盡力去做，用心做好每一個環節，將最好的品質呈現給客人。 1963年創辦人陳文輝先生決定在沙卡里巴市場對面的海安路207號開設第一家黑橋牌門市。每到逢年過節，門口總是長長的排隊人龍搶著買香腸禮盒，而每一盒代表的是祝福與感恩。幾十年來，黑橋牌香腸禮盒成為了台灣在地人情感的代名詞。 府城美食文化的堅持是一路走來，始終如一，就像黑橋牌走過一甲子，堅持著所有細節絕對不馬虎、不偷工減料的精神，不管經歷多少年、傳承多少代，黑橋牌都會一直秉持下去，堅持用用心腸做好香腸。 親子學習列車 沙卡里巴、海安路207號 12	 第九站 3F 大事紀 1957- 黑橋牌於1957年創業。 1963- 台南海安路開設黑橋牌第一間門市。 1969- 台灣彩色電視機出現。 1970- 自強號出現、中山高速公路完工。 1973- 黑橋牌成立第一間現代化工廠，門市開始擴點。 1984- 麥當勞正式登台。 1987- 黑橋牌是府城第一家得到CAS認證的工廠。 1990- 職棒誕生。 1997- 口蹄疫爆發。 1999- 921地震。 2000- 黑橋牌榮獲GSP優良服務商店認證、ISO22000工廠品質認證。  親子學習列車 大事紀 13
 第十站 3F 不偷工不減料的製程 黑橋牌堅持使用經過CAS認證的豬後腿肉來製作香腸及獨家單位認證通過的工廠衛生室、包裝、運送，不論是製造過程還是運送流程都符合標準，這才能夠證實黑橋牌「好心腸做好香腸」的經營理念。 除了原料的品質控管，黑橋牌也在運輸過程中必須冷藏於7℃以下冷凍-18℃以下，使細菌無法孳生，確保產品的品質衛生安全。 在製程中也以HACCP與ISO22000的管理標準，在每個製作步驟都嚴謹的審查，堅持送到消費者手上的香腸品質一定要是最優良的，再加上黑橋牌三大堅持：不添加防腐劑、不添加任何色素、絕不摻粉，如此一來才能確保黑橋牌香腸的最佳品質。  親子學習列車 不偷工不減料 14	 第十一站 3F 幸福「腸」存 Q1. 「末廣町」是指現在哪裡的市中心？ ☐ 鹿港 ☐ 台南 ☐ 萬華 Q2. 大炒鍋跟石臼的用途是什麼？ ☐ 做功課 ☐ 做肉乾 ☐ 做肉鬆 Q3. 烘束爐是烘什麼的？ ☐ 烘香腸 ☐ 烘衣服 ☐ 烘麵包 Q4. 黑橋牌第一家門市開立於何處附近？ ☐ 沙卡里巴 ☐ 阿拉斯加 ☐ 巴里卡沙 Q5. 黑橋牌創始於哪年代？ ☐ 1980 ☐ 1960 ☐ 2010 親子學習列車 幸福「腸」存 15	 第十二站 3F 幸福「腸」存 Q6. 黑橋牌香腸是用什麼部位製作的？ ☐ 豬蹄 ☐ 豬肚 ☐ 豬腿肉 Q7. 「現在輪到香腸了」在德國是指？ ☐ 恍然大悟 ☐ 真真大白 ☐ 香腸好吃 Q8. 製作香腸除了豬肉，還需要三種東西添加風味，以下哪項不是其中之一？ ☐ 鹽 ☐ 腸衣 ☐ 香辛料 ☐ 糖 Q9. 台式香腸是屬於哪一類？ ☐ 乳化式香腸 ☐ 生香腸 ☐ 煮式香腸 Q10. 黑橋牌香腸比例是多少比多少？ ☐ 3分肥7分瘦 ☐ 1分肥9分瘦 ☐ 4分肥6分瘦  親子學習列車 幸福「腸」存 16
不偷工減料		

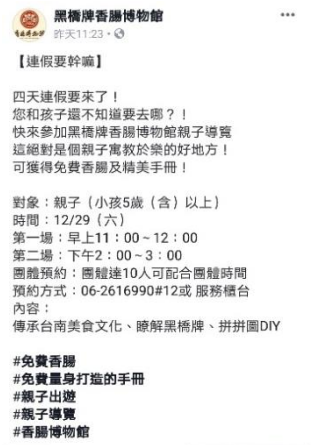
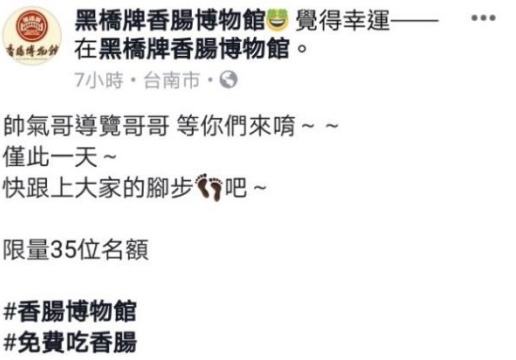
親子行動導覽手冊（第二次實施）

幸福「腸」存 親子著色圖  17	幸福「腸」存 親子拼拼圖  18	幸福「腸」存 親子拼拼看 19
親子著色圖	親子拼拼圖	親子拼拼圖（空白頁）
幸福「腸」存 親子拼拼圖  20	幸福「腸」存 記事錄  21	幸福「腸」存 記事錄  22
親子拼拼圖（黏貼處）	記事錄－1	記事錄－2
幸福「腸」存 記事錄  23	 地址：台南市南區新忠路2號 電話：06-2616990#12 產學合作學校： 設計團隊學生： 指導老師：	
記事錄－3	封底	

附錄十二：本組設計黑橋牌官方網站及香腸博物館臉書粉絲團廣告宣傳文案、海報（第二次實施）

久違的親子導覽活動開跑囉！ 寒假來臨，還沒決定要去哪玩嗎？ 趕快報名黑橋牌香腸博物館親子導覽活動 參加活動可獲得免費香腸及免費精美導覽手冊！ 錯過第一次親子導覽活動的朋友們， 名額有限，報名從速！ 對象：親子（小孩5歲（含）以上） 時間：2019/01/26（六） 第一場：上午 10：00~11：00 第二場：上午 11：15~12：15 第三場：下午 14：00~15：00 團體預約：團體達10人可預約當日其他時段 預約方式：06-2616990#12 或現場至服務櫃檯預約 內容： 傳承府城美食文化、瞭解黑橋牌、拼拼圖 DIY #第二次親子導覽活動 #寒假活動#免費香腸 #免費精美導覽手冊 #香腸博物館	 親子導覽活動開始了！ 不要再錯過了 錯過可惜！ ✓可免費獲得精美導覽手冊 ✓學習單全對即可獲得美味香腸 ✓增進親子感情 ✓文化傳承從下一代紮根 HUGDOG 府城美食文化香傳 對象 親子(小孩五歲(含)以上) 時間 2019/1/26(六) 第一場：早上10:00至11:00 第二場：下午11:15至12:15 第三場：下午14:00至15:00 團體場次：團體達10人可預約當日其他時段 內容 傳承府城美食文化、瞭解黑橋牌及DIY拼拼圖 預約方式 洽06-2616990#12或洽一樓服務櫃檯 香腸博物館
文案（第二次實施）	海報（第二次實施）

附錄十三：黑橋牌官方網站及香腸博物館臉書粉絲團發文宣傳本研究親子導覽活動（第一次實施）

 【連假要幹嘛】 四天連假要來了！ 您和孩子還不知道要去哪？！ 快來參加黑橋牌香腸博物館親子導覽 這絕對是個親子寓教於樂的好地方！ 可獲得免費香腸及精美手冊！ 對象：親子（小孩5歲（含）以上） 時間：12/29（六） 第一場：早上11：00～12：00 第二場：下午2：00～3：00 團體預約：團體達10人可配合團體時間 預約方式：06-2616990#12或服務櫃台 內容： 傳承台南美食文化、瞭解黑橋牌、拼拼圖DIY #免費香腸 #免費置身打造的手冊 #親子出遊 #親子導覽 #香腸博物館  府城美食文化 代代香傳 親子導覽活動 GO！ ✓可免費獲得精美手冊 ✓闖關成功可獲得美味香腸 ✓增進親子感情 ✓寓教於樂的好地方 ✓文化傳承從下一代紮根 對象 親子(小孩五歲(含)以上) 時間 2018/12/29(六) 第一場：早上11:00至12:00 第二場：下午14:00至15:00 團體場次：團體達10人可預約當日其他時段 內容 傳承台南美食文化、瞭解黑橋牌及DIY拼拼圖 預約方式 洽06-2616990#12或洽一樓服務櫃檯 香腸博物館	 黑橋牌香腸博物館 覺得幸運—— 在黑橋牌香腸博物館。 7小時・台南市・📍 帥氣哥導覽哥哥 等你們來唷～～ 僅此一天～ 快跟上大家的腳步👣吧～ 限量35位名額 #香腸博物館 #免費吃香腸 
香腸博物館臉書粉絲團發文—1	香腸博物館臉書粉絲團發文—2

黑橋牌官方網站及香腸博物館臉書粉絲團發文宣傳本研究親子導覽活動 (第一次實施)

20181229親子導覽活動相簿 黑橋牌香腸博物館在 20181229親子導覽活動相簿中新增了 12 張相片。 1小時 · 🌐    	黑橋牌香腸博物館新增了5張相片 1小時 · 🌐 非常感謝 所有參加府城文化代代「香」傳 親子導覽的爸爸媽媽跟小朋友們！ 感謝您們的配合與參與， 讓我們的導覽過程順利豐富！ 我們將會有第二次親子導覽服務， 請隨時關注黑橋牌香腸博物館粉絲專頁哦 😊請大家敬請期待！    
香腸博物館臉書粉絲團發文—3 府城美食文化代代香親子導覽活動GO! 【值得要評論】 四天裡僅要來了！ 您和孩子還不知道是甚麼？！ 安排兩場精心設計的親子導覽 只為你們設計 您絕對是個親子高質量的好地方！ 儘可獲得免費導覽及精美手冊！ 免費名額有限 第一一零條碼 #免費帶您 #免費帶您 #親子山遊 #親子山遊 #親子山遊 地址:台南市南區新忠街2號 電話:(06)2616990轉12 	香腸博物館臉書粉絲團發文—4 What's New 12/26 12/24 12/19 12/01 12/26     
黑橋牌官方網站發文—1	黑橋牌官方網站發文—2

附錄十四：黑橋牌官方網站及香腸博物館臉書粉絲團發文宣傳本研究親子導覽活動（第二次實施）

 黑橋牌香腸博物館 覺得幸福——在黑橋牌香腸博物館。 【第二次親子導覽】 我們親子導覽真是廣受每個家長的喜愛～ 各位哥哥姊姊～ 將大家帶往一個新的香腸世界 期待我們用香腸再次會友 期待年後之後與大家見面～ 先預祝大家恭喜發財 對象：親子（小孩5歲（含）以上） 日期：2019/01/26（六） 第一場：上午10：00～11：00 第二場：上午11：15～12：15 第三場：下午14：00～15：00 團體預約：團體滿10人可預約當己其他時段 預約方式：06-2616990#12或親臨至服務櫃檯預約 內容：傳承府城美食文化、瞭解黑橋牌、DIY #第二次親子導覽活動 #參觀活動 #免費送香腸 #免費精美導覽手冊 #香腸博物館 親子導覽活動開始了！ 不要再錯過了！錯過可惜！ ✓可免費獲得精美導覽手冊 ✓免費精美伴手禮可讓家長放心 ✓專業導遊帶領 ✓又在傳承府城一代食風 HUGDOG 府城美食文化 【對象】親子（小孩5歲（含）以上） 【時間】每週六（10：00～11：00） 第一場：上午10：00～11：00 第二場：上午11：15～12：15 第三場：下午14：00～15：00 【內容】：親子共同參與，瞭解黑橋牌及香腸文化 【預約方式】：06-2616990#12或親臨至服務櫃檯預約	 黑橋牌香腸博物館 覺得幸福——在黑橋牌香腸博物館。 【第二次親子導覽】 我們親子導覽真是廣受每個家長的喜愛～ 各位哥哥姊姊～ 將大家帶往一個新的香腸世界 期待我們用香腸再次會友 期待年後之後與大家見面～ 先預祝大家恭喜發財 還有3張
香腸博物館臉書粉絲團發文—1  黑橋牌香腸博物館 覺得幸福——在黑橋牌香腸博物館。 【第二次親子導覽】 我們親子導覽真是廣受每個家長的喜愛～ 各位哥哥姊姊～ 將大家帶往一個新的香腸世界 期待我們用香腸再次會友 期待年後之後與大家見面～ 先預祝大家恭喜發財 對象：親子（小孩5歲（含）以上） 日期：2019/01/26（六） 第一場：上午10：00～11：00 第二場：上午11：15～12：15 第三場：下午14：00～15：00 團體預約：團體滿10人可預約當己其他時段 預約方式：06-2616990#12或親臨至服務櫃檯預約 內容：傳承府城美食文化、瞭解黑橋牌、DIY #第二次親子導覽活動 #參觀活動 #免費送香腸 #免費精美導覽手冊 #香腸博物館 親子導覽活動開始了！ 不要再錯過了！錯過可惜！ ✓可免費獲得精美導覽手冊 ✓免費精美伴手禮可讓家長放心 ✓專業導遊帶領 ✓又在傳承府城一代食風 HUGDOG 府城美食文化 【對象】親子（小孩5歲（含）以上） 【時間】每週六（10：00～11：00） 第一場：上午10：00～11：00 第二場：上午11：15～12：15 第三場：下午14：00～15：00 【內容】：親子共同參與，瞭解黑橋牌及香腸文化 【預約方式】：06-2616990#12或親臨至服務櫃檯預約	香腸博物館臉書粉絲團發文—2  黑橋牌香腸博物館 覺得幸福——在黑橋牌香腸博物館。 【第二次親子導覽】 我們親子導覽真是廣受每個家長的喜愛～ 各位哥哥姊姊～ 將大家帶往一個新的香腸世界 期待我們用香腸再次會友 期待年後之後與大家見面～ 先預祝大家恭喜發財 還有3張
黑橋牌官方網站發文—3	黑橋牌官方網站發文—4

附錄十五：黑橋牌香腸博物館親子遊客參觀體驗滿意度問卷

「黑橋牌香腸博物館」親子遊客參觀體驗滿意度問卷

親愛的遊客您好：

我們是_____的學生，因專題製作課程研究，希望透過此問卷來探討黑橋牌香腸博物館親子參觀體驗滿意度。我們非常需要您的寶貴意見，您的意見是我們重要的資訊，請您依照實際參觀情形回答，本問卷填寫的資料會完全保密，請放心填答，非常感謝您的協助！祝身體健康 萬事如意！

一、滿意度調查

項 目	非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
1. 館內參觀過程能讓親子覺得活潑有趣	☐	☐	☐	☐	☐
2. 館內展示方式與解說內容能增進親子共同學習樂趣	☐	☐	☐	☐	☐
3. 館內展示方式與解說內容具生動與可看性	☐	☐	☐	☐	☐
4. 參觀後能達到寓教於樂的效果	☐	☐	☐	☐	☐
5. 館內體驗活動能提供親子共同參與機會	☐	☐	☐	☐	☐
6. 館方設施能提供親子安全的體驗互動環境與參與感	☐	☐	☐	☐	☐
7. 我樂於參加館方所舉辦的體驗活動（DIY、闖關遊戲等）	☐	☐	☐	☐	☐
8. 參觀後能增進親子情感關係	☐	☐	☐	☐	☐
9. 館內參觀動線與展示方式有助學習與瞭解	☐	☐	☐	☐	☐
10. 館內展示方式與解說內容對親子遊客具有教育學習功能	☐	☐	☐	☐	☐
11. 館內展示方式與解說內容能增加對香腸知識的瞭解	☐	☐	☐	☐	☐
12. 館內展示方式與解說內容清楚且容易理解	☐	☐	☐	☐	☐
13. 參觀後能更加認識台南在地美食文化	☐	☐	☐	☐	☐
14. 館內展示內容富含台南歷史寓意，極具參觀價值	☐	☐	☐	☐	☐
15. 參觀後對世界各國香腸文化更加瞭解	☐	☐	☐	☐	☐
16. 黑橋牌香腸博物館是適合親子的文化休閒旅遊行程	☐	☐	☐	☐	☐

黑橋牌香腸博物館親子遊客參觀體驗滿意度問卷

二、忠誠度分析

1. 您願意親子再度重遊的意願程度為？
☐非常願意 ☐願意 ☐普通 ☐不願意 ☐非常不願意
2. 您願意推薦親友的意願程度為？
☐非常願意 ☐願意 ☐普通 ☐不願意 ☐非常不願意
3. 您再次前來的原因？（可複選）
☐環境舒適 ☐休閒景點 ☐購買禮品 ☐服務良好
☐歷史探究 ☐拍照攝影 ☐其他
4. 您覺得哪些地方需要加強？（可複選）
☐無 ☐看板內容 ☐導覽內容 ☐服務態度
☐環境衛生 ☐參觀動線 ☐參觀資訊取得 ☐其他

三、基本資料

1. 性別：☐男性 ☐女性
2. 年齡：☐20歲（含）以下 ☐21～30歲 ☐31～40歲 ☐41～50歲
☐50歲以上
3. 職業：☐學生 ☐工商業 ☐自由業 ☐服務業 ☐資訊科技業
☐家管 ☐軍公教 ☐農林漁牧 ☐醫藥保健 ☐其它_____
4. 居住地：☐台南市民 ☐非台南市民
5. 教育程度：☐國小（含）以下 ☐國中 ☐高中/職 ☐專科/大學
☐碩士（含）以上

～問卷到此結束，再次感謝您撥空協助填寫～

附錄十六：新聞媒體報導本研究結果

YAHOO! 奇摩新聞 Search 搜尋新聞 搜尋網頁 熱門話題： 韓國延世總統 極地高旋 鈕承澤 忠仁忠義 林之晏 彭啟明 台灣好新聞 1.2k 人追蹤 追蹤 記者吳曉永/台南報導 2019年1月30日 上午7:10 留言 fb mail  黑橋牌香腸博物館與 產學合作，將理論與實務結合，設計以「府城美食文化代代香傳」為主題的親子導覽，透過學生實際導覽實施，實現黑橋牌香腸博物館教育與傳承府城美食文化給下一代的盼望。 親子導覽的設計與實施，內容包含親子行動導覽手冊、導覽人員操作手冊、親子導覽活動廣告文宣與海報設計，親子行動導覽手冊內容不僅介紹香腸博物館、黑橋牌陳春利董事長的經營理念還有鉅萬十大展點重點內容介紹，為符合親子需求，還設計了相關學習單、親子著色圖、親子拼拼圖，以提升親子互動與學習樂趣，達到寓教于樂的效果。 導覽設計中，融入府城美食文化特色，不求做大只求做好的精神與臺南美食一路以來始終如一的堅持，藉由親子導覽將府城文化傳承給下一代，也透過親子互動與體驗，增進親子間的感情。 因應親子導覽而設計的黑橋牌香腸博物館親子行動導覽手冊裡，「親子學習列車」單元中，每個景點都有學生們製作的影音影片，只要掃QR code即可隨時觀看親子導覽內容，讓學習不受人員、時間、空間的限制，使府城美食文化更能廣為傳遞。 黑橋牌香腸博物館致力於美食文化教育與傳承，並善盡企業社會責任，藉由產學合作，讓學生獲得難得的業界實務經驗，有機會能結合所學及創意，不僅提升溝通表達能力並達到務實致用的學習效果，可說是產學雙贏的一場合作。 PChome 新聞 新聞 香腸博物館與 合作 設計親子導覽傳承府城美食文化 2019.01.30 12:12 吳曉永/台南報導 台南訊/吳曉永報導  為傳承香腸博物館與 產學合作，將理論與實務結合，設計以「府城美食文化代代香傳」為主題的親子導覽，透過學生實際導覽實施，實現黑橋牌香腸博物館教育與傳承府城美食文化給下一代的盼望。 親子導覽的設計與實施，內容包含親子行動導覽手冊、導覽人員操作手冊、親子導覽活動廣告文宣與海報設計，親子行動導覽手冊內容不僅介紹香腸博物館、黑橋牌陳春利董事長的經營理念還有鉅萬十大展點重點內容介紹，為符合親子需求，還設計了相關學習單、親子著色圖、親子拼拼圖，以提升親子互動與學習樂趣，達到寓教于樂的效果。 導覽設計中，融入府城美食文化特色，不求做大只求做好的精神與臺南美食一路以來始終如一堅持，藉由親子導覽將府城文化傳承給下一代，也透過親子互動與體驗，增進親子間的感情。 因應親子導覽而設計的黑橋牌香腸博物館親子行動導覽手冊裡，「親子學習列車」單元中，每個景點都有學生們製作的影音影片，只要掃QR code即可隨時觀看親子導覽內容，讓學習不受人員、時間、空間的限制，使府城美食文化更能廣為傳遞。 黑橋牌香腸博物館致力於美食文化教育與傳承，並善盡企業社會責任，藉由產學合作，讓學生獲得難得的業界實務經驗，有機會能結合所學及創意，不僅提升溝通表達能力並達到務實致用的學習效果，可說是產學雙贏的一場合作。 <tr><td colspan="3"> yahoo 新聞媒體行銷宣傳本研究 香腸博物館與 合作 設計親子導覽傳承府城美食文化 2019.01.30 12:12 吳曉永/台南報導  為傳承香腸博物館與 產學合作，將理論與實務結合，設計以「府城美食文化代代香傳」為主題的親子導覽，透過學生實際導覽實施，實現黑橋牌香腸博物館教育與傳承府城美食文化給下一代的盼望。 親子導覽的設計與實施，內容包含親子行動導覽手冊、導覽人員操作手冊、親子導覽活動廣告文宣與海報設計，親子行動導覽手冊內容不僅介紹香腸博物館、黑橋牌陳春利董事長的經營理念還有鉅萬十大展點重點內容介紹，為符合親子需求，還設計了相關學習單、親子著色圖、親子拼拼圖，以提升親子互動與學習樂趣，達到寓教于樂的效果。 導覽設計中，融入府城美食文化特色，不求做大只求做好的精神與臺南美食一路以來始終如一堅持，藉由親子導覽將府城文化傳承給下一代，也透過親子互動與體驗，增進親子間的感情。 因應親子導覽而設計的黑橋牌香腸博物館親子行動導覽手冊裡，「親子學習列車」單元中，每個景點都有學生們製作的影音影片，只要掃QR code即可隨時觀看親子導覽內容，讓學習不受人員、時間、空間的限制，使府城美食文化更能廣為傳遞。 黑橋牌香腸博物館致力於美食文化教育與傳承，並善盡企業社會責任，藉由產學合作，讓學生獲得難得的業界實務經驗，有機會能結合所學及創意，不僅提升溝通表達能力並達到務實致用的學習效果，可說是產學雙贏的一場合作。 PChome 新聞 新聞 香腸博物館與 合作 設計親子導覽傳承府城美食文化 2019.01.30 12:12 吳曉永/台南報導 台南訊/吳曉永報導  為傳承香腸博物館與 產學合作，將理論與實務結合，設計以「府城美食文化代代香傳」為主題的親子導覽，透過學生實際導覽實施，實現黑橋牌香腸博物館教育與傳承府城美食文化給下一代的盼望。 親子導覽的設計與實施，內容包含親子行動導覽手冊、導覽人員操作手冊、親子導覽活動廣告文宣與海報設計，親子行動導覽手冊內容不僅介紹香腸博物館、黑橋牌陳春利董事長的經營理念還有鉅萬十大展點重點內容介紹，為符合親子需求，還設計了相關學習單、親子著色圖、親子拼拼圖，以提升親子互動與學習樂趣，達到寓教于樂的效果。 導覽設計中，融入府城美食文化特色，不求做大只求做好的精神與臺南美食一路以來始終如一堅持，藉由親子導覽將府城文化傳承給下一代，也透過親子互動與體驗，增進親子間的感情。 因應親子導覽而設計的黑橋牌香腸博物館親子行動導覽手冊裡，「親子學習列車」單元中，每個景點都有學生們製作的影音影片，只要掃QR code即可隨時觀看親子導覽內容，讓學習不受人員、時間、空間的限制，使府城美食文化更能廣為傳遞。 黑橋牌香腸博物館致力於美食文化教育與傳承，並善盡企業社會責任，藉由產學合作，讓學生獲得難得的業界實務經驗，有機會能結合所學及創意，不僅提升溝通表達能力並達到務實致用的學習效果，可說是產學雙贏的一場合作。 </td></tr><tr><td> 中華日報新聞行銷宣傳 </td><td> 蕃薯藤新聞行銷宣傳 </td><td> 新浪新聞行銷宣傳 </td></tr>	yahoo 新聞媒體行銷宣傳本研究 香腸博物館與 合作 設計親子導覽傳承府城美食文化 2019.01.30 12:12 吳曉永/台南報導  為傳承香腸博物館與 產學合作，將理論與實務結合，設計以「府城美食文化代代香傳」為主題的親子導覽，透過學生實際導覽實施，實現黑橋牌香腸博物館教育與傳承府城美食文化給下一代的盼望。 親子導覽的設計與實施，內容包含親子行動導覽手冊、導覽人員操作手冊、親子導覽活動廣告文宣與海報設計，親子行動導覽手冊內容不僅介紹香腸博物館、黑橋牌陳春利董事長的經營理念還有鉅萬十大展點重點內容介紹，為符合親子需求，還設計了相關學習單、親子著色圖、親子拼拼圖，以提升親子互動與學習樂趣，達到寓教于樂的效果。 導覽設計中，融入府城美食文化特色，不求做大只求做好的精神與臺南美食一路以來始終如一堅持，藉由親子導覽將府城文化傳承給下一代，也透過親子互動與體驗，增進親子間的感情。 因應親子導覽而設計的黑橋牌香腸博物館親子行動導覽手冊裡，「親子學習列車」單元中，每個景點都有學生們製作的影音影片，只要掃QR code即可隨時觀看親子導覽內容，讓學習不受人員、時間、空間的限制，使府城美食文化更能廣為傳遞。 黑橋牌香腸博物館致力於美食文化教育與傳承，並善盡企業社會責任，藉由產學合作，讓學生獲得難得的業界實務經驗，有機會能結合所學及創意，不僅提升溝通表達能力並達到務實致用的學習效果，可說是產學雙贏的一場合作。 PChome 新聞 新聞 香腸博物館與 合作 設計親子導覽傳承府城美食文化 2019.01.30 12:12 吳曉永/台南報導 台南訊/吳曉永報導  為傳承香腸博物館與 產學合作，將理論與實務結合，設計以「府城美食文化代代香傳」為主題的親子導覽，透過學生實際導覽實施，實現黑橋牌香腸博物館教育與傳承府城美食文化給下一代的盼望。 親子導覽的設計與實施，內容包含親子行動導覽手冊、導覽人員操作手冊、親子導覽活動廣告文宣與海報設計，親子行動導覽手冊內容不僅介紹香腸博物館、黑橋牌陳春利董事長的經營理念還有鉅萬十大展點重點內容介紹，為符合親子需求，還設計了相關學習單、親子著色圖、親子拼拼圖，以提升親子互動與學習樂趣，達到寓教于樂的效果。 導覽設計中，融入府城美食文化特色，不求做大只求做好的精神與臺南美食一路以來始終如一堅持，藉由親子導覽將府城文化傳承給下一代，也透過親子互動與體驗，增進親子間的感情。 因應親子導覽而設計的黑橋牌香腸博物館親子行動導覽手冊裡，「親子學習列車」單元中，每個景點都有學生們製作的影音影片，只要掃QR code即可隨時觀看親子導覽內容，讓學習不受人員、時間、空間的限制，使府城美食文化更能廣為傳遞。 黑橋牌香腸博物館致力於美食文化教育與傳承，並善盡企業社會責任，藉由產學合作，讓學生獲得難得的業界實務經驗，有機會能結合所學及創意，不僅提升溝通表達能力並達到務實致用的學習效果，可說是產學雙贏的一場合作。			中華日報新聞行銷宣傳	蕃薯藤新聞行銷宣傳	新浪新聞行銷宣傳
yahoo 新聞媒體行銷宣傳本研究 香腸博物館與 合作 設計親子導覽傳承府城美食文化 2019.01.30 12:12 吳曉永/台南報導  為傳承香腸博物館與 產學合作，將理論與實務結合，設計以「府城美食文化代代香傳」為主題的親子導覽，透過學生實際導覽實施，實現黑橋牌香腸博物館教育與傳承府城美食文化給下一代的盼望。 親子導覽的設計與實施，內容包含親子行動導覽手冊、導覽人員操作手冊、親子導覽活動廣告文宣與海報設計，親子行動導覽手冊內容不僅介紹香腸博物館、黑橋牌陳春利董事長的經營理念還有鉅萬十大展點重點內容介紹，為符合親子需求，還設計了相關學習單、親子著色圖、親子拼拼圖，以提升親子互動與學習樂趣，達到寓教于樂的效果。 導覽設計中，融入府城美食文化特色，不求做大只求做好的精神與臺南美食一路以來始終如一堅持，藉由親子導覽將府城文化傳承給下一代，也透過親子互動與體驗，增進親子間的感情。 因應親子導覽而設計的黑橋牌香腸博物館親子行動導覽手冊裡，「親子學習列車」單元中，每個景點都有學生們製作的影音影片，只要掃QR code即可隨時觀看親子導覽內容，讓學習不受人員、時間、空間的限制，使府城美食文化更能廣為傳遞。 黑橋牌香腸博物館致力於美食文化教育與傳承，並善盡企業社會責任，藉由產學合作，讓學生獲得難得的業界實務經驗，有機會能結合所學及創意，不僅提升溝通表達能力並達到務實致用的學習效果，可說是產學雙贏的一場合作。 PChome 新聞 新聞 香腸博物館與 合作 設計親子導覽傳承府城美食文化 2019.01.30 12:12 吳曉永/台南報導 台南訊/吳曉永報導  為傳承香腸博物館與 產學合作，將理論與實務結合，設計以「府城美食文化代代香傳」為主題的親子導覽，透過學生實際導覽實施，實現黑橋牌香腸博物館教育與傳承府城美食文化給下一代的盼望。 親子導覽的設計與實施，內容包含親子行動導覽手冊、導覽人員操作手冊、親子導覽活動廣告文宣與海報設計，親子行動導覽手冊內容不僅介紹香腸博物館、黑橋牌陳春利董事長的經營理念還有鉅萬十大展點重點內容介紹，為符合親子需求，還設計了相關學習單、親子著色圖、親子拼拼圖，以提升親子互動與學習樂趣，達到寓教于樂的效果。 導覽設計中，融入府城美食文化特色，不求做大只求做好的精神與臺南美食一路以來始終如一堅持，藉由親子導覽將府城文化傳承給下一代，也透過親子互動與體驗，增進親子間的感情。 因應親子導覽而設計的黑橋牌香腸博物館親子行動導覽手冊裡，「親子學習列車」單元中，每個景點都有學生們製作的影音影片，只要掃QR code即可隨時觀看親子導覽內容，讓學習不受人員、時間、空間的限制，使府城美食文化更能廣為傳遞。 黑橋牌香腸博物館致力於美食文化教育與傳承，並善盡企業社會責任，藉由產學合作，讓學生獲得難得的業界實務經驗，有機會能結合所學及創意，不僅提升溝通表達能力並達到務實致用的學習效果，可說是產學雙贏的一場合作。						
中華日報新聞行銷宣傳	蕃薯藤新聞行銷宣傳	新浪新聞行銷宣傳				

附錄十七：黑橋牌董事長感謝狀

