

# 大陸旅客來台自由行 對國內民宿產業影響之探討

A Study on the Free Exercise of PRC Tourists to Taiwan on the  
Impact of the Bed & Breakfast Industry in Taiwan

陳瑞龍\* 榮雄生\*\*

Jui-Lung CHEN and Hsiung-Shen JUNG

## 摘要

近年來國內民宿旅遊的風潮興起，民宿產業快速蓬勃發展，競爭也日趨激烈。適逢我國政府於 2011 年開放自由行大陸旅客來台，從最初的團隊旅遊到現在的自由行，台灣對大陸旅客的吸引力持續增加，來台大陸旅客人數也迅速上升。2014 年來台旅客約 990 萬人次中，大陸旅客人數就佔了近 400 萬人次，是入境旅遊的最大來源市場，對促進台灣的觀光休閒產業有相當重要的影響。本研究期透過大陸旅客來台自由行對國內民宿產業影響進行探討，並對相關產官學界提出策略性建議與參考。

關鍵字: 民宿、自由行大陸旅客、觀光休閒產業

---

\*國立勤益科技大學企業管理系助理教授

\*\*真理大學應用日語學系助理教授。

# airiti

Abstract

In recent years, the rise of a wave of Bed and Breakfast (B&B) tourism. The rapid development of B & B industry and competition is fierce. 2011 Open the free exercise of mainland tourists to Taiwan, from the initial team now travel to the free exercise of Taiwan to mainland tourists attraction continues to increase the rapid rise in the number of guests. In 2014 to about 9.9 million passengers Taiwan visitors, the number of guests land accounted for nearly 400 million people, is the largest source of inbound tourism market, it has a very important impact on the promotion of Taiwan's tourism and leisure industry. The study period through the free exercise of mainland tourists to Taiwan Bed and Breakfast on the domestic industry to discuss the impact, and make strategic recommendations with reference to relevant industry, government and academia.

**Keywords:** B&B, Free Exercise of Mainland Tourists, Tourism and Leisure Industry

## 壹、前言

近年來國內興起民宿旅遊的風潮，依據交通部觀光局(2015)的觀光統計資料，截至2015年8月份，台灣地區民宿經營家數高達6,176家，民宿產業快速蓬勃發展，競爭相當激烈。民宿相較於其他旅宿業，較能結合在地產業、文化及自然生態資源，以獨特地方人文魅力吸引國內外觀光旅客。現代人工作及生活壓力大，從事觀光休閒活動為尋求舒壓很好的管道之一。尤其中國是以製造業為主的工業開發國家，在經濟成長過程中更需要充分的觀光休閒活動。中國在創造經濟成長的過程中也不斷產生大量的觀光人口。我國政府於2008年正式開放大陸旅客來台觀光後，近年來為吸引大陸旅客來台觀光，不斷調整、修改相關法規。2011年開放自由行大陸旅客來台，從最初的團隊旅遊到現在的自由行，台灣對大陸旅客的吸引力持續增加，來台大陸旅客人數也迅速上升。2014年來台旅客約990萬人次中，大陸旅客人數就佔了近400萬人次(交通部觀光局，2015)，中國已成為入境旅遊的最大來源市場，這對促進台灣的觀光休閒產業有相當重要的影響。

隨著經濟的加速發展與人民所得的增加，中國國民生活逐漸富裕，進而帶動了觀光旅遊需求的高度成長與衍生出之全球各國的觀光收入增加(卓信佑、王茗甄，2014)。尤其海外旅遊人數隨著兩岸政府的政策開放，來台觀光人數不斷成長。尤其兩岸直航後，隨著航線與航點的增加，來台大陸旅客更是大幅上升。大陸旅客來台觀光，除了為台灣帶來明顯的經濟助益；以政治層面而言，大陸旅客透過實際體會，台灣民主的成功經驗更可能會藉此傳播至中國。再就社會層面來說，更可以讓兩岸人民透過實地接觸更加相互瞭解。對我國觀光產業發展既帶來了機遇卻也形成了挑戰。此外，除了探索、瞭解台灣外，亦可能觸動對台投資的意願，經由觀光創造了在台投資的環境與機會(曹勝雄，2009；范世平，2010)。因此，本研究期透過大陸旅客來台自由行對國內民宿產業影響進行探討，並對相關產官學界提出策略性建議與參考。

## airiti 貳、文獻探討

### 一、大陸旅客來台觀光自由行

我國海基會與中國海協會於 2008 年 6 月 13 日正式簽署「海峽兩岸關於大陸居民赴臺灣旅遊協議」。同年 7 月大陸旅客來台觀光正式開放；初期計開放 13 省（區、市）。並於同年 9 月正式開放大陸地區居民透過金門、馬祖來台觀光。之後海基會與海協會於 2001 年 6 月 21 日完成「海峽兩岸關於大陸居民赴臺灣旅遊協議修正文件一」換文，翌日生效。第 1 批開放北京、上海、廈門為試點城市，2011 年 6 月 28 日首批自由行大陸旅客來台。2014 年 4 月 16 日起，大陸旅客來台自由行每日配額上限由 3,000 人調整至 4,000 人。截至 2015 年 7 月大陸旅客來台自由行開放城市，已增至 47 個。

### 二、國內民宿產業

為了健全台灣民宿產業發展及提昇整體旅遊服務品質，政府於 2001 年公佈實施「民宿管理辦法」做為管理輔導的準則。依民宿管理辦法，民宿是指利用自用住宅空閒房間，結合當地人文、自然景觀、生態、環境資源及農林漁牧生產活動，以家庭副業方式經營，提供旅客鄉野生活之住宿處所。民宿之經營規模，以客房數 5 間以下，且客房總樓地板面積 150 平方公尺以下為原則。但位於原住民保留地、經農業主管機關核發經營許可登記證之休閒農場、經農業主管機關劃定之休閒農業區、觀光地區、偏遠地區及離島地區之特色民宿，得以客房數 15 間以下，且客房總樓地板面積 200 平方公尺以下之規模經營(交通部觀光局，2001)。我國實施週休二日政策後，民眾對休閒需求日益增加，促進了旅遊產業快速發展。而民眾對於休閒旅遊的喜好，也逐漸轉向鄉野體驗、享受自然、追求身心休養、結合當地人文與寓教於樂(楊永盛、陳墀吉，2003)。台灣民宿業的興起，當初是因於遊憩區假日的飯店或旅館住宿供應不足，為了解決遊客住宿的問題，遊憩區

周圍有空屋的人家因而掛起民宿的招牌，起初只是提供過夜的簡單住宿型態，隨著時代的進步及同業間的競爭，慢慢的引進餐飲與旅遊導覽服務，目前已發展至利用獨特建築外觀與特色經營來吸引遊客入住(黃麗君、蕭文卿、李建德，2009)。近年來各級官方及民間單位也都積極舉辦各式觀光活動以提升經濟，台灣興起一股休閒旅遊風氣的熱潮，進而掀起一波民宿旅遊風潮。此外，台灣民宿產業也開始出現多元化、差異化及主題化等趨勢發展。隨著消費者意識抬頭，對民宿的需求也逐漸改變，不只追求有形的舒適乾淨，更追求無形的意識認同，或可解釋為抽象的「幸福感受」(李依亭，2008)。民宿是世界許多國家的重要休閒產業，民宿經營必須結合當地產業、文化及自然生態資源，積極營造地區魅力，打造優質永續的鄉村渡假環境，推動如：生態旅遊、深度旅遊、定點旅遊和知識性之旅等，以具地方特色來吸引更多觀光客。

綜觀現今國內民宿市場，其型態、種類與主題繁多，經營的主題包括有特殊景觀、特殊生態、地方美食、文史展示、文化特色、產業生產過程等不一(黃麗君、蕭文卿、李建德，2009)。分布範圍從果園、牧場到山間、海邊，最大的特色是多元和精緻。由其在鄉村旅遊產業中，民宿產品一枝獨秀。台灣的民宿大略可分作兩種，一種民宿是純粹住宿型的，多在風景區附近，乾淨清爽、價格較為低廉；另一種則是以特色和服務聞名，一般自家院子，一磚一瓦都可見主人的用心，甚至會吃到民宿主人家的飯、過民宿主人家的生活，雖是旅行，卻不乏縈繞在身邊的唯有家所特有的溫馨。其中民宿與飯店最大的不同就是，從訂房那一刻開始，民宿主人就像久別重逢要來相聚的好朋友，會幫助規劃整個行程與活動(陳凌，2012)。就國內民宿需求現況而言，住宿問題是遊客最大考量，住宿方面除了以往制式化習慣的飯店外，還可選擇符合自己喜愛的特色民宿，也是另一種不錯的體驗與選擇。但由於大眾對民宿的需求各有差異，消費狀況也跟著有所不同(林瑩昭，2010)。多位國內旅館或民宿業者認為國內的旅館和民宿各有特色，不但提供台灣國民旅遊更多住宿選擇，也成為國外來台觀光客「好奇的焦點」。民宿業者為增加競爭力，紛紛朝精緻化與特色民宿方向發展(劉明德、吳碧珠，

2014)。預期未來來台的自由行大陸旅客一定會越來越多，台灣的民宿一定要表現出自己的特色(旺報，2014)。

## 參、研究與分析

舉凡各國都在努力爭取國際觀光客，然而本身條件的優劣是能否成功招徠觀光客的決定因素。相較於其他亞洲國家，台灣對於大陸旅客來台旅遊的SWOT (Strengths、Weaknesses、Opportunities and Threats)，可敘述如下：

- (1) S: 基於同為華人的民族情感及特殊的政治環境而造成的好奇心的影響下，台灣對大陸旅客深具吸引力。海峽兩岸距離不遠且空中交通便利，氣候比中國大部份地區溫和，一年四季皆適合觀光。雖然土地面積狹小，但是從都市到鄉村距離不遠。
- (2) W: 單一集中市場的風險過大，有可能因為中國的政策轉變等政治因素而喪失大多數的中國觀光客，甚至影響整個觀光產業。
- (3) O: 隨著中國經濟力的增強及中國政府的開放政策的持續擴大，大陸旅客的數量勢必不斷增加，人民幣的升值趨勢也會帶動觀光客的成長。MOU、ECFA的資金供給可挹注大型投資資金投入觀光產業，商業投資機會的增加也會促使商務旅客的成長。
- (4) T: 硬體條件優於台灣的日、韓對台灣深具威脅力。尤其日本發展休閒觀光歷史悠久且硬體設備齊全。軟體條件與台灣相近的港澳，甚至新加坡對台灣也有一定程度的威脅。

如上所述，台灣獨特且具體吸引大陸旅客的誘因之一，即為台灣的生態環境獨特性。將台灣的情況與世界其他地區比較，在歐洲大陸，阿爾卑斯山雖然有近 4800 公尺的高度，但是因為位在溫帶地區，可供森林植物發育的幅度較台灣小很多，使得歐洲的

airiti

森林只能發育到 2000 公尺左右，所以生物資源就會較少。而台灣雖然山脈最高僅近 4000 公尺，但因為緯度較低，所以森林界限高達 3600 公尺，隨著海拔高度的變化，幾乎所有北半球從北極圈至赤道所有的森林型態：由高山寒原到針葉林再到闊葉林，都能在台灣看得到。所以，台灣的森林種類涵蓋了北半球所有的森林種類，台灣所呈現的森林型態正是北半球森林的縮影(林淑英，2001)。由此可知台灣的生態環境具有其獨特性。此外，台灣是否已具備良好的休閒觀光軟硬體設施是能否繼續吸引大陸旅客的決定因素。但開放大陸旅客來台後，相關問題陸續也出現，例如：遊覽車趕行程、車禍、大陸旅行社欠款、台灣旅行社低價接團、旅客購物糾紛、大陸旅客團購物點過多及停留時間過長、餐廳回收剩菜給大陸旅客團等等；媒體亦出現關於華語導遊的負面報導，包括：言語嘲諷客人、推銷售價偏高的商品及自費活動、跟商店強索佣金等(董孟修，2013)。根據交通部觀光局(2015)的觀光統計資料，近年來大陸旅客赴台從事觀光活動逐年漸增。為了讓大陸旅客能在台灣進行深度旅遊，並提高旅遊品質與商業效益，除了現行的辦理組團旅遊之外，截至 2015 年 7 月大陸旅客來台自由行開放城市，已增至 47 個。根據交通部觀光局(2015)的觀光統計資料，國內合法民宿業者分佈縣市以花蓮最多，其次為宜蘭、花蓮。其中宜蘭民宿增加最快，應與近大台北區、土地取得容易有關。而著名的一家位於清境農場附近的民宿，內外部裝潢取自於歐洲，即使走高檔、高價路線，但暑假期間仍幾乎客滿。開放大陸旅客自由行後，國內旅行社紛紛推出「天天出發、巴士自由行」，首波推出的景點是廬山、清境、溪頭或日月潭一至兩日遊的套裝行程，且多安排民宿，希望大陸旅客體驗、貼近台灣鄉村生活(洪凱音，2011)。因此，民宿業者處於激烈競爭的環境下，積極創造差異化及獨特性，以提升競爭力，已成為該產業的重要議題(劉明德、吳碧珠，2014)。

旅客對目的地的意象會影響其對旅遊地點的選擇行為，對國家與地區的觀光發展亦有重大的影響(鍾良瑾、林玥秀，2012)。Stutt & Wortman (2005)提出民宿具有五大特性，即地域性、獨一性、差異性、參與性與互動性。嚴如鈺(2003)的研究發現，大多數消費

者喜歡「景觀民宿」，且著重在「房間乾淨」與「具有特定主題」上，最常與「親朋好友」、「家人」一同出遊。「旅遊雜誌」是消費者最常獲得民宿資訊的來源。研究也顯示，遊客重視在民宿內所產生的主客互動，及與其他遊客的經驗交流。根據蕭登元及莊中銘(2014)的研究，國內多數民宿業者與大陸旅客皆以價格做為接待與住宿的考量基準；因此，住宿設施的定價對供需雙方非常重要。政府的配套措施會影響業者的接待意願；而大陸旅客的素質亦是考慮接待與否的關鍵。雖然多數業者視大陸旅客為新興的顧客群，可以提升民宿的住房率；但也認為開放後的相關配套措施會影響自助旅行顧客的決定；甚至認為開放的速度太快，會讓住宿的服務品質降低。Loker-Murphy & Pearce (1995) 提出自由行旅客具有偏好低價住宿、重視認識其他旅客、獨立安排及彈性的旅遊行程、比一般的假期還長、喜歡非正式的及參與式的假期活動等特性。此外，自由行旅客最期待的是能愉悅的體驗當地民情風俗(Ross, 1993)。但民宿提供的附加功能逐漸成為吸引消費者到來的主要動機，取代初期以價格誘因吸引消費者的作法，進而提升民宿的品質，創造了民宿業更大的發展空間與開發潛力(徐韻淑，黃韶顏，2004)。

兩岸直航之後，台灣在中國人心中的「寶島」的心裡因素及政治教育的影響下，大陸旅客認為來台具有歷史上的意義，其中抱持著一窺究竟的心態而前來台灣的不在少數。兩岸人民的互動，間接的對促進台灣的休閒、觀光有極重要的指標作用。一般而言，選擇自由行的旅客通常是在教育程度上有較高的水準(Ross, 1993)。因此，開放大陸旅客來台自由行，能夠吸引經濟條件、學識、文化、社會地位較優越的旅客到台灣消費，再加上自由行的行程完全自主，可隨大陸旅客的旅遊偏好完全掌控整個行程，並且可以隨興的親近台灣的風土人情與深入探訪文化特色。因此，台灣開放大陸旅客自由行以後，相信更能夠吸引大陸旅客來台旅遊並促進台灣觀光產業的發展(蕭登元、莊中銘，2014)。

## 肆、結論與建議

2012年開放大陸旅客自由行與2013年中國大陸實施禁止旅行社安排強制購物行程的「旅遊法」後，未來大陸來台自由行之旅客勢必持續扮演入境旅客的主力。民宿在住宿產業的角色為提供旅客基本的住宿設施與服務之住所，並補足在熱門觀光景點與旅遊勝地之旅館客房數的不足，以及在一些偏遠地區、離島等少有旅館之地區，提供基本且小規模的住宿設施與設備供旅客住宿(卓信佑、王茗甄，2014；洪允中、李晶，2015)。對民宿業者而言，大陸旅客是近幾年新興的顧客市場，過去大陸團體旅客不能選擇民宿，但在開放自助旅行後，民宿只要價格合理，就能接待自由行的大陸旅客；由此可知，民宿住宿設施的定價是非常重要的(蕭登元、莊中銘，2014)。為保障國內外旅客消費權益，觀光局近年積極推動「星級旅館評鑑計畫」及「民宿認證計畫」，以提供高品質且具保障的旅遊服務。從住宿的特徵上來看，大陸旅客團體是「晚進早出」，但自由行是「早進晚出」，因為自由行旅客沒有時間限制，可以好好體會台灣民宿之美(李錫銅，2014)。而自由行的旅遊動機，主要包括學習、體驗、探索、結交朋友、挑戰及提升自我、與當地居民互動等(Ooi & Laing, 2010)。可以自行決定旅遊路線的自由行已經逐漸取代旅行團模式在大陸旅客心中的地位，而想要深入台灣各個角落，最直接的方式就是選擇入住台灣特色民宿。小而美的民宿，由熱情的主人帶領大陸旅客了解台灣的風土民情，並由合作的旅行相關業者規劃，訂定滿足大陸旅客的客製化需求的旅遊行程(張辰卿，2015)。

民宿的經營應具備下列條件：有相當的數量與適當的範圍、維持現有景觀，減少自然破壞、維護或發揚傳統特色、強化社區組織功能，改善社區環境、配合當地特殊自然資源景觀及產業，創造特色、結合各項遊憩活動，寓教於樂(鄭詩華，1998)。遊客對旅遊地點之知覺，亦會受到遊客本身之特質及民宿經營者之行銷策略而影響(Woodside & Lysonski, 1989)。因此，民宿經營者須思考民宿建造的地理位置週遭可有著名景點以及觀光聖地，讓住宿者能夠縮短往返的時間，善用旅遊地共同品牌優勢外，同時對於民宿

本身之建築風格、裝潢設計、附加設施等別出心裁的人文、生態等特色主題，以加強對遊客的吸引力，均有助於提高消費者的住宿意願與滿意(劉明德、吳碧珠，2014)。而政府在輔導民宿產業時，應訓練民宿業者對自己的民宿條件做初步評估。另外，強調以不同的特色吸引遊客。此外，應須設立複檢制度，以維持服務品質。最後，除輔導訓練業者經營管理能力外，可對各個民宿所在之腹地區域加以整理，並結合地方民俗活動，規劃不同鄉村地區之休閒觀光季，以展現獨有的自然、產業、人文特色，以招徠遊客休閒體驗留宿。另外，也可協助成立地區性的民宿聯合服務組織，以互補合作方式打開知名度，降低營運成本，提高服務品質(林豐瑞，2003)。鍾良瑾及林玥秀(2012)的研究發現台灣對大陸來台旅遊應著重情感面，對兩蔣來台後所保存發揚的中華文化、及台灣建設應廣為宣傳行銷。在開放大陸旅客來台觀光後，未來研究可以朝區隔不同省份旅遊屬性更進一步瞭解。

由於台灣交通建設發達，都市居民前往農林村旅遊住宿，形成城鄉居民的溝通及交流趨於頻繁，雙方資訊更加流暢，人際關係也愈加擴展，而縮短城鄉居民的觀念隔閡距離。對城市居民，可增加生活情趣，充實都市以外的無形價值，可以提升生活品質；對農林村居民，可以提高農林村居民的有形生活品質。加上因應城市居民的需求，農林村勢必加強改善交通運輸等軟、硬體設施，因而可以縮短城鄉生活便利性及空間的差距。因此，農林村休閒產業的發達，可以促使城鄉有形及無形差距縮小。經濟正迅速發展的中國，其國民具有高度消費能力，同時，國民來台觀光意願也非常強烈，台灣應該把握良機，詳加規劃觀光發展方向，以繁榮無煙函產業，提振經濟景氣、創造就業機會。而假設大陸旅客一如預期的來台觀光，但是台灣提供的服務未達大陸旅客的期待則後繼的大陸旅客勢必銳減，而台灣民宿最大的優點就是到處都是，民宿業者應藉由政府開放大陸旅客觀光自由行政策的訂定、強化民宿軟硬體，以推廣人文美食和生態資源，展現好客人情味，拉抬大陸旅客觀光商機。相較於其他旅宿業，民宿較能代表當地的特色，對當地的文化資源、或不一樣的觀光資源，可以掌握得更多。經過民宿更深入的介紹，讓

自由行的大陸旅客能更了解地方特色(葉陳錦, 2011)。自由行與團體旅遊的住宿需求相比,較重視個人感覺及體驗(Hanai, Oguchi, Ando & Yamaguchi, 2008)。林瑩昭(2010)的研究發現,遊客選擇民宿的資訊來源以網路得知者偏高,民宿業者可建構該民宿的網頁並定期更新最新資訊,可提高更多遊客住宿意願。而在其他行銷面,民宿業者則可以加入一些民宿相關協會、或者在觀光局的網站的合法民宿登錄,還有地方政府的協助推廣,而民宿網站或部落格的建置和連結,也是招攬自由行旅客的重點之一(蕭登元、莊中銘, 2014)。此外,民宿經營者也應了解民宿住宿者內心的需求與期望,進而作為市場區隔變數之用,俾業者選擇目標市場,進行行銷策略規劃。如劉明德與吳碧珠(2014)的研究建立民宿住宿者的共識地圖,提出住宿者的意象架構,包括「心靈感受」、「設施與景觀」、「成長交流」、「玩樂」、「視覺嚮往」五大構面。

## 參考文獻

- 李依亭,(日本綠色民宿的發展現況與市場行銷),《台南科技大學通識教育學刊》,第七期(2008),頁356-379。
- 李鏗銅,(自由行大陸旅客誇民宿讚、住到不想走),《旺報》,(2014)。
- 卓信佑、王茗甄,(從觀光政治學分析台灣、香港與澳門之旅遊地競爭力),《全球政治評論》,第四十五期(2014),頁117-133。
- 林淑英,(從臺灣島的形成談生態環境變遷),(台北:中華民國自然步道協會,2014),  
網頁:<http://naturet.ngo.org.tw/TNTS/director52.pdf>。
- 林瑩昭,(民宿消費行為對民宿需求相關因素之研究),《運動與遊憩研究》,第四卷第三期(2010),頁85-105。
- 林豐瑞,(台灣民宿發展的管理啓思—藉德國、日本的發展經驗),《農業推廣文彙》,第

四十七輯（2003），頁 205。

旺報，(台民宿做出特色、旅館壓力大、大陸旅客指定入住)，《旺報》，（2014），網頁：<http://www.want-daily.com/portal.php?mod=view&aid=126045#ixzz3pGBaCdoa>。

洪允中、李晶，(民宿在住宿產業的角色與定位之探討)，《休閒觀光與運動健康學報》，第五卷第二期（2015），頁 17-30。

洪凱音，(迎大陸旅客自由行、民宿年激增 7.4%)，《中國時報》，（2011）。

范世平，(大陸觀光客來台對兩岸關係影響的政治經濟分析)，(台北：秀威資訊，2010)。

徐韻淑、黃韶顏，(民宿遊客市場區隔分析之研究)，《餐旅暨家政學刊》，第一卷第一期（2004），頁 67-86。

曹勝雄，(兩岸直航後我國觀光產業面臨之挑戰及策略規劃案)，(台北：交通部觀光局，2009)。

陳凌，(「民宿」成大陸旅客首選)，《兩岸商情》，（2012），網頁：<http://www.cstrade.tw/?p=357>。

張辰卿，(大陸旅客自由行深度之旅與台灣主題民宿合作簽約)，《今日報》，（2015），網頁：<http://www.todaynews.com.tw/bencandy.php?fid-22-id-7912-page-1.htm>。

黃麗君、蕭文卿、李建德，(蘭陽地區民宿經營現況個案探討—以優勝美地音樂渡假民宿為例)，《人文及管理學報》，第六期（2009），頁 209-233。

葉陳錦，(民宿詮釋在地特色、大陸旅客自由行後商機看漲)，《台灣觀光論壇》，（2011），網頁：

<http://twtf2010.pixnet.net/blog/post/65256511-%E6%B0%91%E5%AE%BF%E8%A9%AE%E9%87%8B%E5%9C%A8%E5%9C%B0%E7%89%B9%E8%89%B2--%E9%99%B8%E5%AE%A2%E8%87%AA%E7%94%B1%E8%A1%8C%E5%BE%8C%E5%95%86%E6%A9%9F%>

E7%9C%8B%E6%BC%B2--%28

董孟修，(華語導遊接待大陸旅客低價團之研究)，《觀光休閒學報》，第十九卷第三期(2013)，頁 233-255。

蕭登元、莊中銘，(大陸旅客赴台自助旅行民宿接待之研究)，《中華管理評論國際學報》，第十七卷第二期(2014)，頁 1-24。

鄭詩華，(民宿制度之研究)，(台北：臺灣省交通處旅遊事業管理局，1998)。

劉明德、吳碧珠，(建構住宿者期望之民宿意象)，《觀光休閒學報》，第二十卷第二期(2014)，頁 205-240。

鍾良瑾、林玥秀，(臺灣與大陸主要出境旅遊地市場吸引力之比較分析)，《臺灣觀光學報》，第九期(2012)，頁 1-23。

嚴如鈺，(民宿使用者消費型態之研究)，(台北：輔仁大學生活應用科學所碩士論文，2003)。

Hanai, T., Oguchi, T., Ando, K. & Yamaguchi, K. (2008), "Important attributes of lodgings to gain repeat business: A comparison between individual travels and group travels", *International Journal of Hospitality Management*, 27(2), 268-275.

Loker-Murphy, L. & Pearce P. L. (1995), "Young budget travelers: Backpackers in Australia", *Annals of Tourism Research*, 22(4), 819-843.

Ooi, N. & Laing, J. H. (2010), "Backpacker tourism: Sustainable and purposeful? Investigating the overlap between backpacker tourism and volunteer tourism motivations", *Journal of Sustainable Tourism*, 18(2), 191-206.

Ross, G. F. (1993), "Destination evaluation and vacation preferences", *Annals of Tourism Research*, 20(3), 477-489.

Stutt, A. T. & Wortman, F. (2005), *Hotel and lodging management: An introduction*, New York: John Wiley & Sons Inc.

Woodside, A. G. & Lysonski, S. (1989), "A general model of traveler destination choice", *Journal of Travel Research*, 27(4), 8-14.