

## 民宿的概念、定義與特性



# 第一次民宿體驗



紐西蘭基督城





























































# 我最感動的民宿服務

瑞典假期，清境











# 藍屋頂民宿的故事













# 失去你的3月4日



1996年，她和他一見鍾情，他開始斷了出遊記。  
 當她失聲，他們用文字與他交流，自此身體轉好，他們緩慢地旅行。  
 2007，他離開人世，她像遺失身體的另一半，她的靈魂孤獨地感到痛。  
 更難的是，他們的共同夢想「藍屋頂」才施工一半，  
 腳踏走盡「藍屋頂」，她發現他的愛與支持，依然包圍著她。  
 2008，「藍屋頂」歸結了這一批客人。  
 18歲相遇時，他們上過山與到到與與，完成了藍屋頂，這就讓他們愛得更有方式。

幾乎所有你聽過的事，都30年之久，  
 從那部山與到到與到，到那部山與到到與到，  
 那部山與到到與到，到那部山與到到與到。



## 遺憾

一九九九年的萍鄉，體力還很好，  
 在冬天的時候，我們跑到那處為旅行。

在巴黎，我站在巴黎鐵塔下仰望高聳的鐵塔。  
 回到淡水，我告訴萍鄉：「我想將巴黎鐵塔留著未來和萍鄉一起上上去。」  
 萍鄉感動的哭著說：「好，我們一起上去。」

因為沒能在萍鄉上去巴黎鐵塔，  
 我的旅行，不再留給未來。





# 葛莉絲莊園 Grace Garden

花蓮壽豐鄉

1994成立

4300多坪 / 12個房間

房價 2900~6800

投資 3000多萬元





























# 南投清境歐風小鎮 真的要在台北過一輩子嗎？ 我想要住在城堡裡...

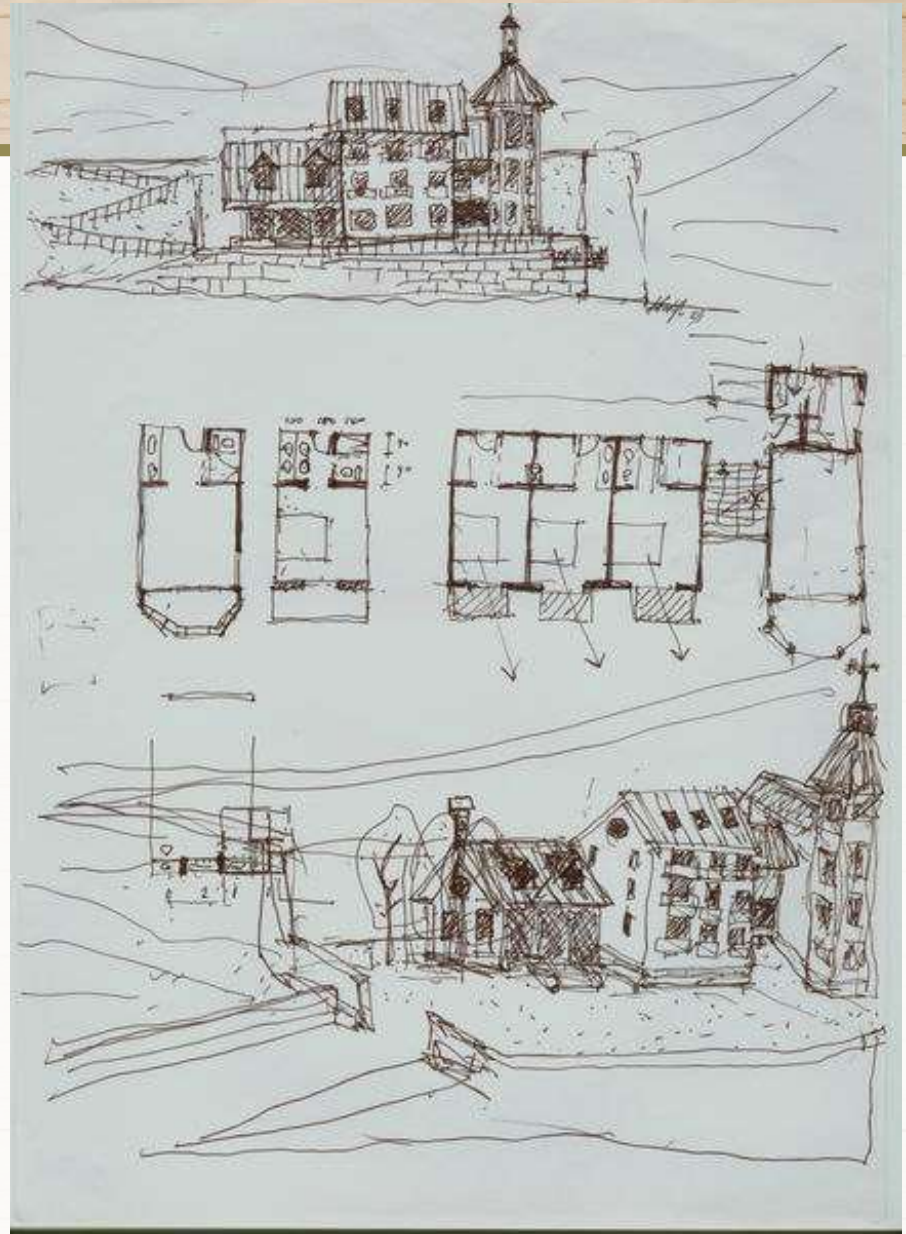
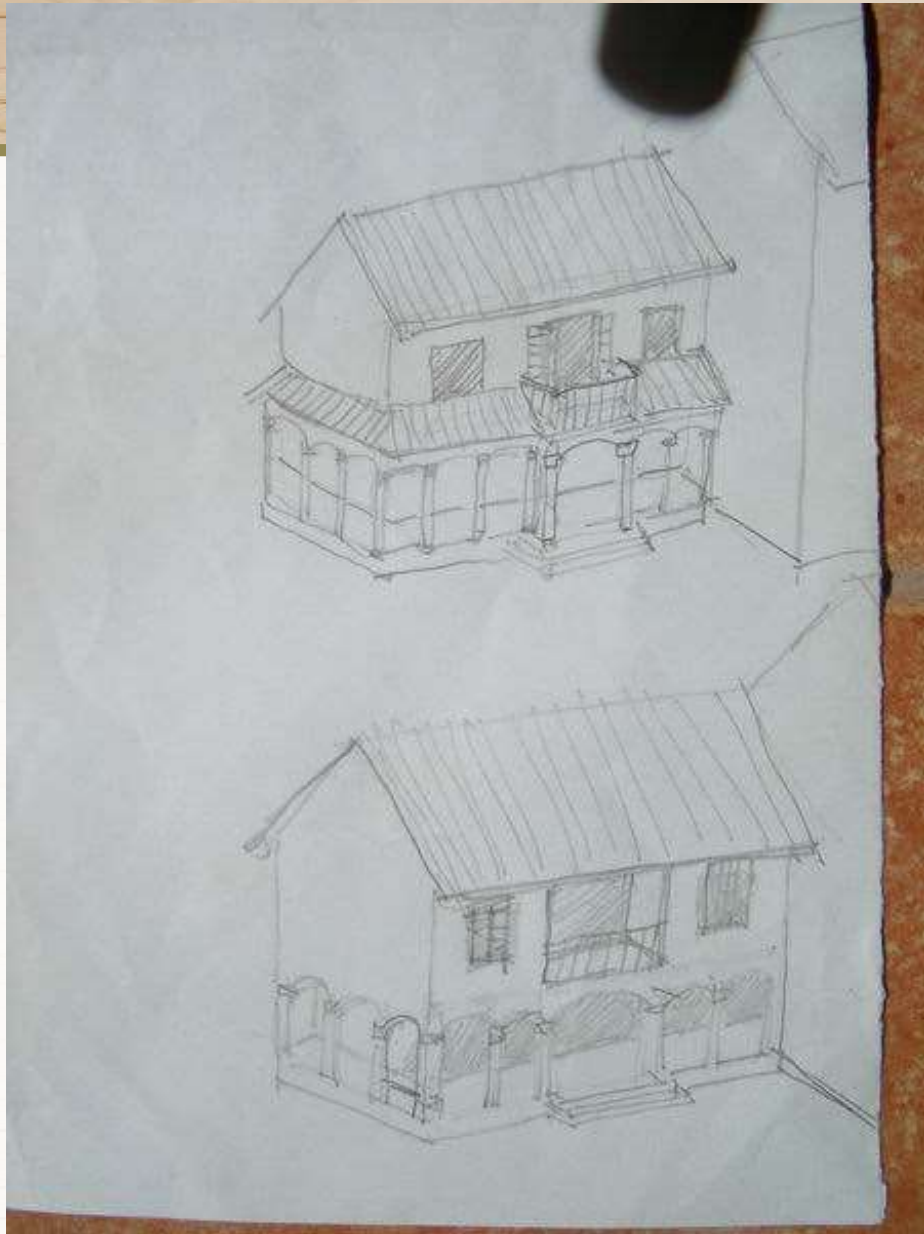
(資料提供:林正雄/建築師/古蹟修復)



# 構想













































閣樓雙人房



景觀四人房







從此過著幸福快樂的日子

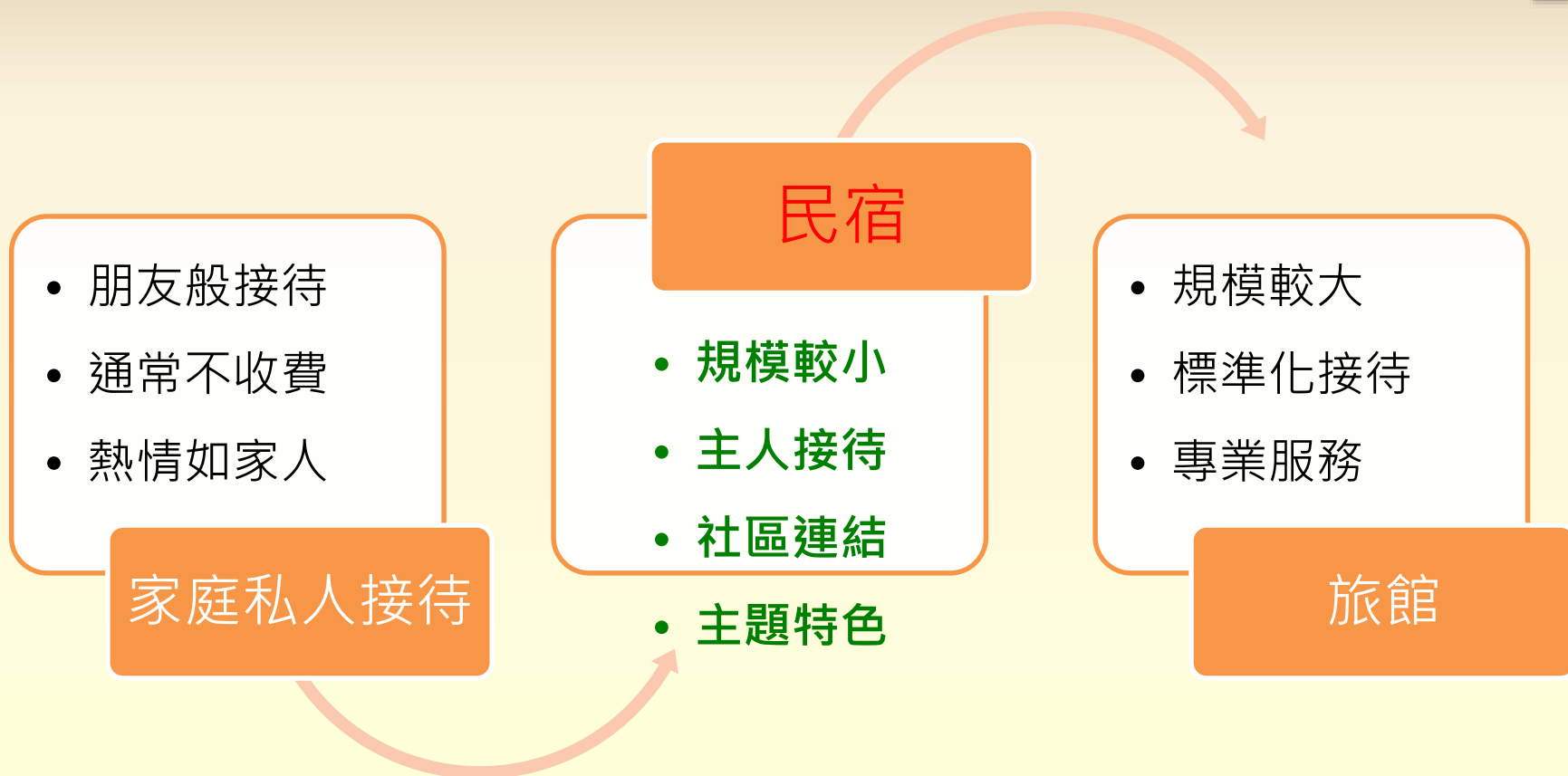






回想一下...  
從這案例中你觀察到了  
民宿哪些價值與要素？

# 民宿的概念



介於家庭私人接待與專業旅館間的一種住宿設施



大片落地窗前 彷彿置身歐洲維也納山間







## 民宿的概念性定義

- ❖ 有住家基本廚房功能的房舍，出租有用房間提供餐飲及住宿設備 (美國民宿協會，1989)
- ❖ 大多是自己經營，可以提供住宿的人數不多，有提供私人服務特質，並且與主人有某種程度上交流，有特殊的機會去認識當地環境的地方 (Morrison et al., 1996)

# 台灣民宿的定義

- 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。







## 民宿的相關名稱 (命名)

日本

- Minshuku
- Pension

紐西蘭

- Farm Stay

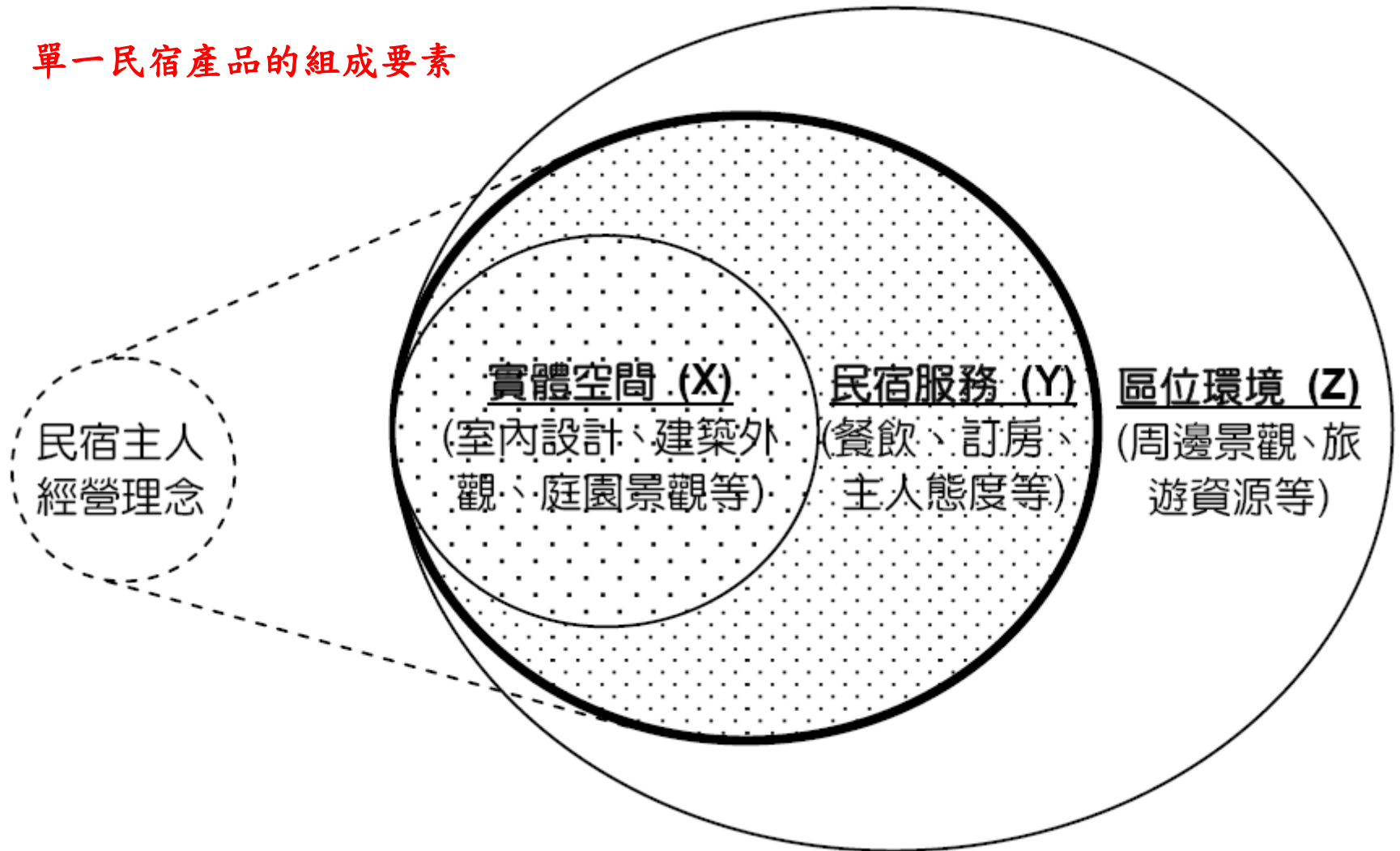
美國

- Bread and Breakfast; B&B
- Home Stay
- B&B Inn / Country Inn



# 民宿產品的組成概念

## 單一民宿產品的組成要素

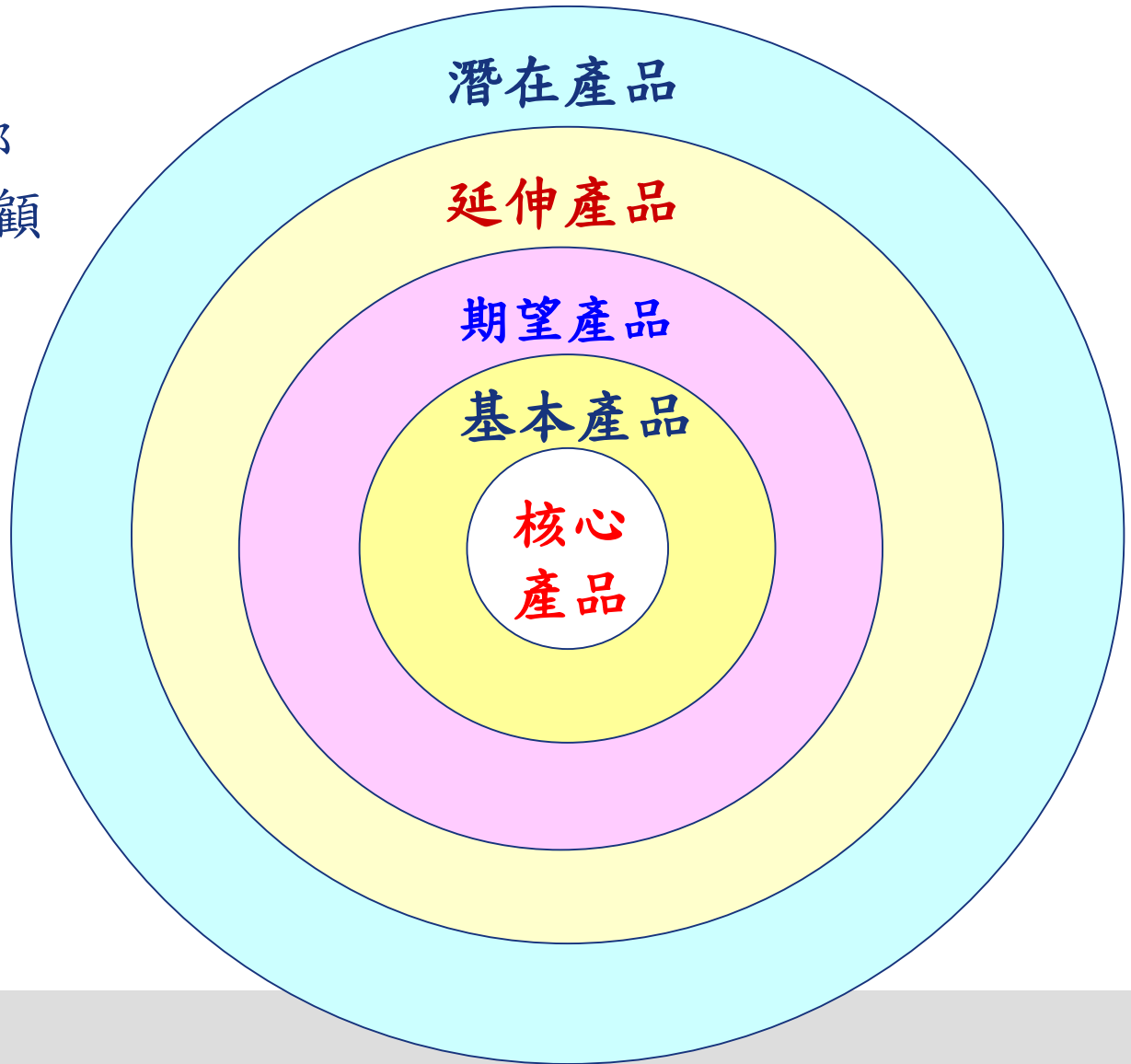






# 產品設計的五個層級(1)

- 每個產品層級都會增加更多的顧客價值





## 產品的五個層級(2)

### ❖ 核心產品(core benefit)

- 即消費者真正想要購買的服務或利益
- 例如：旅館客人購買的是「休息與睡眠」

### ❖ 基本產品(basic product)

- 把核心產品變成有形的東西，在市場上可供消費者辨認的產品。
- 例如：旅館的房間提供床、浴室、毛巾、書桌、梳妝台及衣櫥。





## 產品的五個層級(3)

### ❖ 期望產品(expected product)

- 消費者所期望獲得的一組屬性與狀態，且在購買時能夠符合他原先的期望。
- 例如：飯店旅客希望能有乾淨的床、整潔的毛巾、可使用的檯燈，以及相當程度的安靜。

### ❖ 延伸產品(augmented product)

- 提供消費者額外的服務與利益，已超出其他競爭者所能提供的服務水準，讓消費者感到驚訝與滿意。
- 例如：例如提供名牌的衛浴用品、贈送禮物、生日提供的特別方案
- 在競爭的市場中，延伸產品很快就會變成期望產品。



## 產品的五個層級(4)

### ❖ 潛在產品(potential product)

- 指所有可能成為衍生產品及其各種轉換的形式，而在將來可能大行其道的產品。簡單言之，潛在產品就是明日的衍生產品。

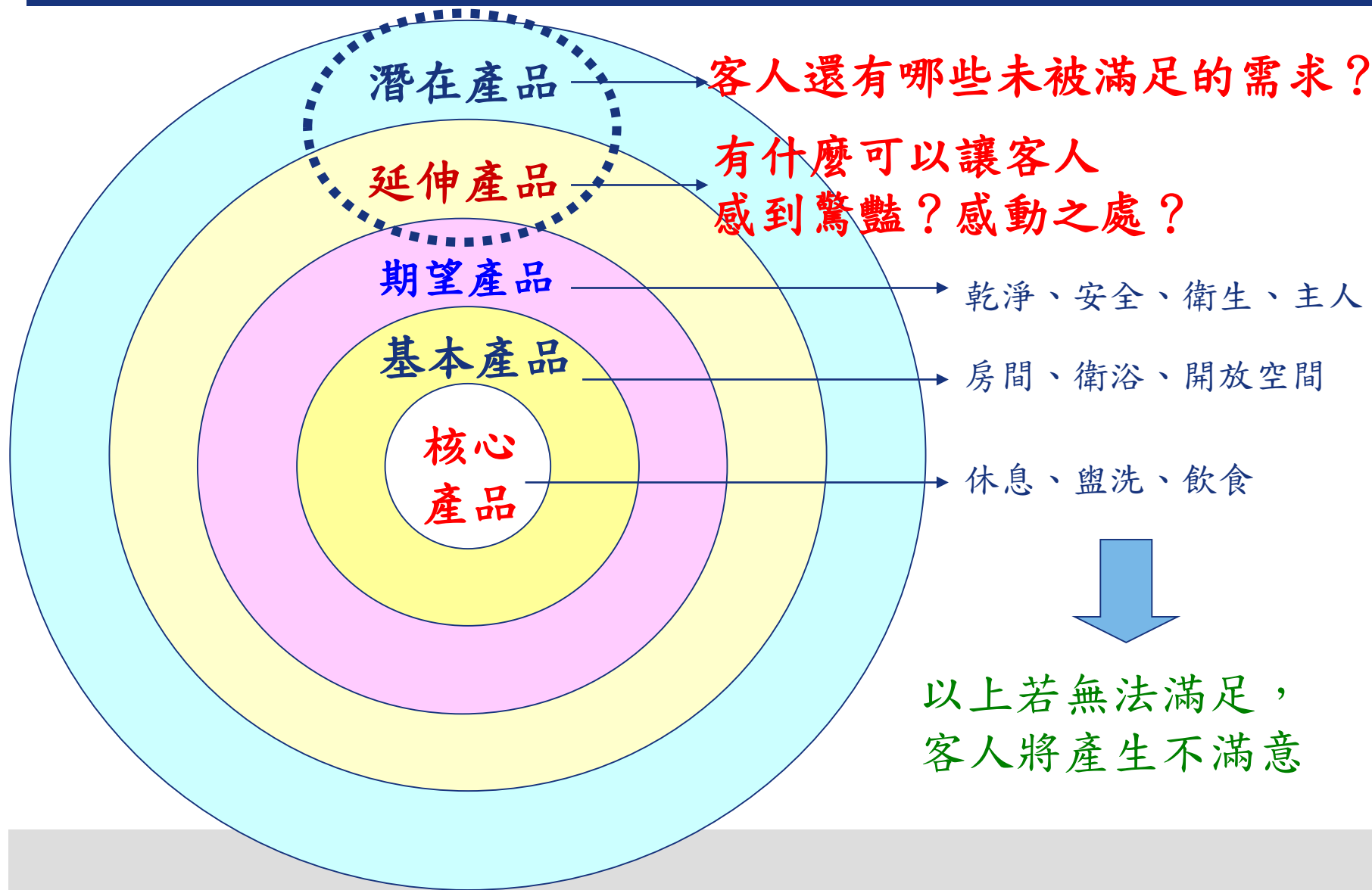
### ❖ 競爭產生的階段

- 在已開發國家，品牌定位與競爭通常發生在延伸產品階段
- 在開發中國家及新興市場（如中國印度），競爭情況則通常發生在期望產品層次。





## 民宿產品設計的五個層級





# 民宿的特性

