

湖口老街飲食文化主題調查報告

一、引言

位於台灣新竹縣湖口鄉的湖口老街，承載著豐富的歷史與飲食文化。這條老街不僅見證了客家人的深遠歷史，同時也曾是繁榮熱鬧的商業中心。不過，隨著時間的推移，老街面臨著新的挑戰與發展機遇。這次的報告透過網絡調查及實地勘查，目的在於探究湖口老街當前的狀況，並提出相應的策略與建議。



圖一、現今湖口老街



圖二、當地居民



圖三、湖口老街歷史事件

二、背景與歷史建築風格

湖口老街的歷史可追溯至清朝中期，早期以客家商貿活動為主，街道佈局緊湊有序。其中，巴洛克風格的設計元素布滿了老街多處建築，這種風格以華麗的裝飾、曲線豐富的造型及細緻雕刻而著名，這在老街上商家外觀、門窗設計及屋頂瓦片的風格中均有出現。

兩旁街屋建築主要為紅磚砌造而成，混合了中西建築特色，既有傳統的閩南紅磚建材，又有西方巴洛克式的雕飾，拱柱結構線條優美，而且立面上有很細緻的裝飾，但整體而言，建築樣式仍維持閩南建築的樸實素雅。

現今這些建築不僅是商業活動的場所，更成為了文化傳承的載體。這些建築的每一磚一瓦，每一道彎曲的線條，都在述說著老街的豐富故事與歷史變遷。



圖四、巴洛克和閩南風格建



圖五、閩南風格建築



圖六、兩側街景

三、探查：湖口老街的現狀與美食

在我們的實地考察中發現，雖然湖口老街的商業不再繁華，但這並不代表著老街失去了所有價值。老街上現存的商家大多數為傳統客家飲食店，例如米粉羹、擂茶、鴨肉扁等正宗客家佳餚，還能吸引當地居民以及少量遊客。

湖口老街的飲食文化根深蒂固於客家的傳統之中。客家美食以獨特風味、精緻做法以及豐厚的文化背景而遠近皆知。例如，擂茶，不僅是一種茶飲，更是客家人勤儉持家、勞動生活哲學的象徵。還有各種代表性的客家菜，如扣肉、鹹酥雞等，這些菜餚反映出了客家文化的價值與歷史。

儘管平日湖口老街的遊客數量較少，但這並未完全影響到老街商家的熱情。例如，在網絡資源調查中發現了因為好的品質而著名的店鋪：

- 豆之味豆腐店：這家店以精湛的手工藝和傳統口味著稱，據說在假日時總會看到長長的隊伍，顧客們慕名而來，只為嚐嚐那滑嫩細膩的豆花。



圖七、豆之味豆腐店



圖八、導覽地圖

在老街盡頭有一座歷史悠久的寺廟與寬敞的廣場，象徵著湖口老街曾經的社區核心。目前已變成了當地居民休閒散步的地方，這不僅是意味著老街衰落的標誌，而且也顯示出老街在社會和文化上的轉變。



圖九、三元宮



圖十、廣場

四、分析與對策

1. SWOT 分析：

優勢 (Strengths) <ul style="list-style-type: none">● 獨特的客家風味與傳統美食。● 豐富的歷史與獨特的巴洛克建築。	劣勢 (Weaknesses) <ul style="list-style-type: none">● 客流量不足，影響商家營運。● 歷史建築保護與維護需投入額外資源。
機會 (Opportunities) <ul style="list-style-type: none">● 推廣文化活動與節慶可以吸引更多遊客。● 引進多樣化的商家與服務提升老街活力。● 配合政府的觀光推廣計畫，提高知名度。	威脅 (Threats) <ul style="list-style-type: none">● 現代商業發展快速，可能分散消費者對老街的興趣。● 若無適當的市場策略，可能進一步導致客流量下降。

2. STP 行銷策略：

市場細分 (Segmentation)

目標客群細分：依據年齡、興趣、消費能力等因素，將湖口老街的潛在顧客細分為以下幾類：

- 文化探索者：對客家文化和歷史有興趣的遊客。
- 美食愛好者：尋找地方特色美食的遊客和美食家。
- 社交活動參與者：對參加工藝市集、文化節等社交活動感興趣的年輕族群。

目標市場選擇 (Targeting)

- 選擇焦點：因為上述細分的市場結構，我們特別關注對於文化探索和地方特色美食非常有興趣的群體。此外，推動生態旅遊和社交活動，可吸引年輕族群和尋求特殊體驗的遊客。

定位策略 (Positioning)

- 文化與美食的重塑：將湖口老街定位為一個集客家文化體驗、傳統美食探索和社區互動於一體的特色目的地。
- 傳統與現代的結合：通過數位媒體和社交網絡，重新定義老街的品牌形象，將傳統文化的魅力與現代生活方式相結合，吸引更多廣泛的目標群體。

3. 應用 STP 策略的行動方案：

市場細分和目標選擇的實施

- 文化體驗活動：設計以客家文化為主題的體驗活動，例如客家擂茶工作坊、傳統手工藝示範等，吸引對文化探索有興趣的遊客。
- 推廣特色美食：和當地商家合作，開發和推出湖口特色美食地圖，針對美食愛好者進行推廣。
- 生態旅遊路線：開發包含當地自然景觀與生態教育的旅遊產品，吸引戶外探險和生態旅遊愛好者。

定位策略的傳達

- 品牌形象更新：透過社交媒體、旅遊網站和博客，傳遞湖口老街作為融合傳統與現代的特色目的地的形象。
- 數位行銷：活用數位平台，利用故事、影像和用戶互動提升老街的可見度和吸引力。

五、結論與建議

湖口老街的發展潛力仍然還在，需透過有效的市場營銷策略與文化保育計畫，喚醒這條老街的新生命。復興獨有的客家文化特色，將加深遊客的文化體驗，也能夠激勵當地經濟的發展。我們提出以下建議：

- 推廣與營銷：提升社交媒體和網絡營銷，加強對湖口老街的內外宣傳。
- 基礎設施改善：改善街區的基礎設施，如新增休息區、明確指示標誌等，以提升遊客的體驗。
- 商家支持與培訓：為傳統老店和新興創業者提供支持與培訓，提升營銷管理能力。
- 歷史建築保護：對老街的巴洛克式建築進行修復與保護，保留獨特的歷史氣息。

總之，透過上述的建議與積極的行動，期待湖口老街在未來能夠迎來新的榮景，再次成為新竹縣不可多得、充滿活力與歷史韻味的特色商業區域。



圖十一、戲院合照



圖十二、教堂合照

六、參考資料：

1. <https://twobunny.tw/hukou-old-street/>
2. <https://yiwu.com.tw/hukou-old-street/>
3. <https://taiwanc.com/2023/11/03/%e6%b9%96%e5%8f%a3%e8%80%81%e8%a1%97/>
4. https://ed.arte.gov.tw/uploadfile/Book/1998_010-P116-125.pdf
5. <https://www.wikiwand.com/zh-tw/%E6%B9%96%E5%8F%A3%E8%80%81%E8%A1%97>