

登山商業模式—以《臺灣鐵道旅行案内》為例

文／李鳳然（敏實科技大學體育教育中心助理教授兼中心主任）



▲左圖為《臺灣鐵道名所案内》；右圖為鐵道部的宣傳廣告。

1908年西部縱貫鐵路完成，臺灣總督府鐵道部設有「旅客係」，負責觀光宣傳事務，同年出版《臺灣鐵道名所案内》，為臺灣第一本旅行指南書，對臺灣觀光事業推展具有重要意義。

之後，1912年、1916年、1921年、1923年、1924年、1927年、1930年、1932年、1934年、1935年、1939年、1940年至1942年，共出版十四期，期間出版書名略有不同，如1912年為《臺灣鐵道案内》，1916年為《臺灣鐵道旅行案内》，1921年及1923年為《鐵道旅行案内》，其餘則以《臺灣鐵道旅行案内》為名，後文皆以《臺灣鐵道旅行案内》稱之。

各期書名雖稍有不同，然《臺灣鐵

道旅行案内》皆以鐵道沿線導覽方式介紹各地景點，透過文字與圖片的傳遞，塑造在殖民政府統治下，已成為文明且進步的臺灣意象。1916年出版的《臺灣鐵道旅行案内》開頭即提到，「本書的目的是為提供臺灣鐵路旅行導覽用的觀光物」，可知該書出版目的在於引導讀者及吸引旅客來臺觀光，顯示背後的商業意圖。

各期在景點的選取、介紹，以及照片運用上，內容重複性頗高，但亦能從景點選取的增減中，略探其對臺灣旅行所欲傳達的形象意圖。尤其登山部分，不僅試圖突顯臺灣地形特色，也透過增述登山內容，企圖讓登山成為臺灣觀光一環。

對於山岳的描述，始於1924年〈臺灣概觀〉一文中對「地勢」的敘述，除論及臺灣山脈，並羅列臺灣主要的十大山脈及海拔高度，說明臺灣的地勢與山脈走向及其關聯性。1934年出版的旅行案内，在「地勢」介紹中特別將「臺灣山脈」加上方框，與其他內容區隔，並詳細羅列海拔3,000公尺以上的山脈。值得一提的是，該期增列〈臺灣に於ける登山の注意〉，係由臺灣山岳會幹事沼井鐵太郎撰寫，內容包含臺灣山岳的特色、適合登山的季節、登山計畫、登



▲新高登山路略圖。(圖片出處／《臺灣鐵道旅行案内》，1934)



▲旅者於南湖大山紮營。(圖片出處／《臺灣鐵道旅行案内》，1939)

山用具及攜帶品、入蕃手續及心得、登山費用、救難隊等，詳盡羅列攀登高山的過程，讓讀者可經由閱讀做好登山的先備知識，以及攀登高山的行前準備。

1934年起，《臺灣鐵道旅行案内》增列許多登山資訊、景點等，推測係因1930年爆發原住民大規模抗日事件，經殖民政府的理蕃政策，蕃地治安逐漸平定；再者，藉由修建登山步道，扭轉臺灣的「蠻荒」印象，建造出美麗可親的旅遊景點。此外，在殖民政府推動下，1937年陸續設立大屯國家公園、新高阿里山國家公園、次高太魯閣國家公園，攀登高山不僅是鍛鍊體魄，也透過登山過程親近大地、接觸自然，並藉認識山岳生態「認識祖國」，從觀光的登山行為，展現殖民政府打造臺灣山岳勝景的企圖。

除上述內容，1939年出版的旅行案内，明確列出新竹州、臺中州、花蓮港廳可供蕃地入山者住宿的宿泊所，並增

述二十座具代表性山脈的登山日程表；1942年則以表格形式更清楚明瞭呈現十四座代表性山脈的登山行程，包含每一日的攀登據點、時間及距離等。

除了透過文字與圖片宣傳臺灣山岳，鐵道部在實質觀光旅遊實踐中也給予登山活動者優惠折扣。例如臺灣山岳

會員乘坐交通局鐵道超過五十公里，可獲得20%優惠票價；又或者與旅行社合作，以旅遊券行銷招攬登山旅客，讓登山邁向大眾化及觀光化模式。

《臺灣鐵道旅行案内》的出版，讓旅客的登山觀光行為不僅蘊含殖民政府所欲展現的臺灣山岳旅遊勝地；同時具有觀光商業模式，包含登山裝備、住宿、手續、食品，以及高山協作的人力等。如何成功讓旅遊者經由閱讀，引起旅遊實踐，則須具有創造價值、傳遞價值及獲取價值三要素，透過人為操作，從而形成觀光商業模式機制。

基於觀光推展需求，以及提供讀者與旅客對臺灣的了解，《臺灣鐵道旅行案内》提供各項景點的選取及須知，引導讀者及旅者對臺灣產生想像空間，並透過帝國視角選取的景點，扭轉對臺灣的印象；藉由旅行指南書的特質，吸引讀者及旅者來臺實踐觀光行為，創造不同於內地的鐵道旅遊。☞