



中學生對傳統小吃 「糯米炸」的認識研究

探索彰化在地文化與世代傳承

研究動機 - 從童年記憶到文化傳承的探索

「透過家鄉走讀活動初次接觸糯米炸，發現這項傳統小吃不僅是美味點心，更是彰化獨有的文化符號與情感連結。」

01

初次接觸

在彰化家鄉走讀活動中首次品嚐，被其歷史悠久的特質深深吸引，開啟了對在地美食的興趣。

02

情感傳遞

清明節時以糯米炸慰勞辛勞的家人長輩，深刻體會到這份小吃背後所承載的情感傳遞意義。

03

深入探究

升上國中資優班後，決定將這份感動轉化為行動，選擇糯米炸作為獨立研究主題。

研究意義 糯米炸不只是點心，而是串起童年與家鄉情感的連結，值得深入探究與推廣。

研究方法 - 多元工具交叉驗證

採用質性與量化並行的混合研究法

訪談法（質性）

研究對象

彰化在地糯米炸店家老闆

探討面向

- 歷史淵源與傳承故事
- 製作特色與堅持
- 在地連結與經營感想

問卷調查法（量化）

研究對象

一般中學生族群

調查重點

- 購買動機與消費習慣
- 口感認知與品牌識別
- 口味偏好與創新接受度

研究流程



文獻探討 -

糯米炸的歷史淵源與文化意義

從祭祀供品到庶民美食的
演變之路

文化定位

糯米炸反映了台灣早期社會生活型態與信仰文化的交織，是彰化在地文化的重要載體。



ORIGINS

起源與傳播

源於福建沿海，隨移民傳入台灣。早期與傳統信仰緊密相關，相傳用於七夕祭拜七星娘娘。



BACKGROUND

社會背景

早期農業社會物資有限，但稻米與甘蔗易取得，先民將其加工製成糯米與白糖，製作成供品。



EVOLUTION

演變歷程

因口感討喜且富有飽足感，逐漸從宗教祭祀用途演變為平日街頭巷尾常見的庶民零嘴。

糯米炸 VS 白糖粿：看似相同實則有別

比較項目	彰化糯米炸	南台灣白糖粿
外觀形狀	不規則扁平狀、片狀	長條捲曲狀、麻花狀
製作手法	手捏塊狀直接下鍋	搓長條並扭轉造型
口感特色	外皮極酥脆， 內裡空氣感重	口感紮實，偏軟糯
歷史淵源	源於閩南祭祀習俗， 在地化後成為常態小吃	同源，保留較多傳統 「粿」的形象



圖示：南台灣常見的「白糖粿」，外觀呈長條捲曲狀。

關鍵差異：彰化糯米炸強調「外酥內軟」的獨特層次感，與南部白糖粿的紮實口感形成明顯對比。

訪談發現 - 樸實背後的文化堅持

受訪對象特質

糯米炸店家老闆展現典型彰化人的樸實性格，面對鏡頭與提問顯得靦腆，回答簡潔扼要，甚至有些惜字如金。

核心發現

當話題觸及「對這項小吃的期望」時，老闆們眼神流露出一致的光芒，展現對傳承的強烈使命感。

共同願景

衷心期盼這份傳承數十年的古早味能夠走出巷弄，被更多年輕世代所喜愛，進而將彰化糯米炸文化發揚光大。

「從他們簡短的語句與專注油炸的神情中，我強烈感受到了那份未說出口的共同願景——對文化傳承的深刻責任。」



在地經營的糯米炸攤位



剛起鍋的金黃酥脆糯米炸

問卷結果分析(一) - 消費行為與情感連結

購買動機

48.4% 43%

單純想吃 順路經過

核心發現

屬於典型的「衝動型消費」街頭小吃，受當下食慾或便利性驅動，而非計畫性購買。

享用對象

66.1%

與家人一起享用

核心發現

糯米炸在彰化人的生活中，扮演著促進「家庭情感交流」的重要角色。

製作習慣

96.4%

從未自己製作過

核心發現

具有極高的「便利替代性」，大眾高度依賴攤販專業製作，保障了老店存在的必要性。

「糯米炸不僅是滿足口腹之慾的點心，更是維繫家庭情感與在地記憶的紐帶。」

問卷結果分析(二) - 口感認知與品牌識別困境

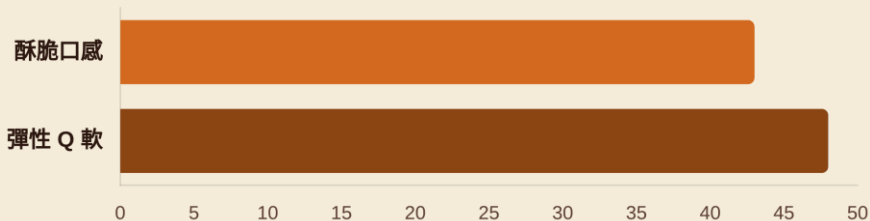
口感認知：外酥內軟的核心優勢

66.4%

受訪者最愛「香酥口感」

「外酥內軟」的獨特層次感是其核心競爭力

消費者對口感的第一印象



品牌困境：模糊的文化識別

71.5%

無法分辨與白糖粿的差異

缺乏清晰品牌識別，多數人視為普通點心

糯米炸 vs 白糖粿 辨識度



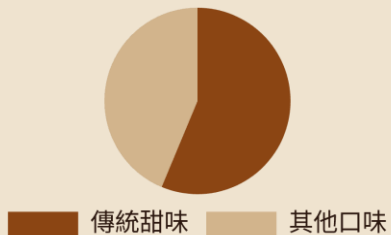
「雖然產品力強（好吃），但品牌力弱（缺乏識別），是目前最大的挑戰。」

問卷結果分析(三) - 口味偏好與創新接受度

目前市場現況

56.3%

偏好傳統甜味（花生粉）
仍為市場絕對主流



創新接受度

52.7%

願意嘗試特殊口味
對新元素接受度高



冰淇淋



鹹食口味



創意結合

市場啟示 保留傳統口感，可適度開發創新口味以吸引年輕族群，為老店轉型提供契機。

研究反思：從困境到使命的轉化

📖 文獻收集階段

困境

資料匱乏，教科書與縣志無記載，無處查證的焦慮。



轉念

正是因為稀少，才證明研究價值非凡；化焦慮為「為家鄉留存記憶」的使命感。

✎ 工具設計階段

困境

問句生硬難獲真話，問卷設計難以驗證真實認知。



轉念

學會「聊天式提問」與細緻情境設計；好問卷需兼具易讀性與深厚邏輯。

▼ 數據分析階段

困境

貪多嚼不爛，想問的太多導致問卷冗長、數據失焦。



轉念

學會「忍痛割愛」，聚焦核心議題，讓數據成為支撐結論的強力樑柱。

「獨立研究的靈魂在於**前端題目設計**；只有問題問得準，數據才能轉化為有意義的洞見。」

核心發現

- 獨有文化符號

糯米炸具有深厚歷史淵源與情感連結，是彰化獨特的文化載體。

- 產品力強但識別弱

「外酥內軟」口感具競爭力，但大眾對其品牌識別度嚴重不足。

- 傳承與創新並進

店家具強烈傳承使命感，且消費者對創新口味接受度高。

推廣建議



強化品牌識別

透過教育推廣與媒體報導，建立彰化糯米炸的獨特性，區隔白糖粿。



世代傳承

鼓勵年輕世代參與製作與經營，結合社群媒體行銷吸引年輕消費者。



適度創新

在保留傳統核心口感前提下，開發多元口味以擴大市場接受度。



文化記錄

持續進行口述歷史與技藝記錄，為家鄉留存珍貴的文化記憶。

研究意義 「本研究不僅記錄了彰化人的口味，更記錄了學習『精準提問』與『文化傳承』的成長軌跡。」

參考資料

- 01 維基百科 (2025)。七夕。檢索日期：2025 年 9 月 15 日。
<https://zh.wikipedia.org/zh-tw/%E4%B8%83%E5%A4%95>
- 02 Facebook 農村好讚 (2025)。檢索日期：2025 年 10 月 11 日。
<https://www.facebook.com/rural.ardswc.gov.tw>
- 03 中央社報導 (2025)。檢索日期：2025 年 11 月 5 日。
<https://www.cna.com.tw/news/alog/201503260411.aspx>
- 04 台灣光華雜誌 (2025)。糯米食的世界。檢索日期：2025 年 10 月 18 日。
<https://www.taiwan-panorama.com/Articles/Details?Guid=80673a89...>

Thank You