

始跟藥物離不開關係。震耳欲聾的次文化音樂，狂歡的人們，脫序的藥物使用與男歡女愛，開始成為臺灣人對春吶的既定印象。從民國92年（2003年）開始，春天吶喊和THE WALL合作，開始引入主流市場藝人，又將墾丁春假期間湧入的車次人次推向另外一波高峰，墾丁大街上的夜市知名度打響。原本樂見春假期間，有地方讓年輕人展演自己的恆春在地人，也開始不堪噪音和垃圾的困擾。民國95年（2006年）對於春吶期間墾丁的失控，當時的墾丁國家公園管理處長施錦芳成立稽查小組甚至開會討論對策。主辦人Jimi和Wade也終於不堪各種音樂活動濫用春吶導致污名，也由於辦活動需要相關條文，正式向政府登記春天吶喊的正字標記。同年，是墾丁音樂活動最盛大的一年，光是登記有案的大型音樂活動就高達十個，整個活動期間也拉長到十天。另一個大型活動一春浪也有音樂人沈光遠開始主辦，春吶的嘉年華模式已然成型。這個情況一直到民國98年（2009年），春吶開始有了一個新的轉變，不僅請國寶級民謠大師朱丁順現場表演，更耗資一百萬請了當時如日中天的藝人張惠妹。一直到了民國100年（2011年），春吶又開始試圖擺脫商業氣息，春天吶喊與蘿菴瑞克公司又重新找到自己的位子，然而「搖滾精神不死」的口號，在民國101年（2012年）的鵝鑾鼻大量湧現。

春吶的發展除了賦予墾丁新的搖滾聖地的意義外，對墾丁的觀光地景也產生巨大的影響。墾丁從渡假型的觀光區轉變成為充滿異國情調的海灘。相較於前一階段觀光發展集中在大型觀光飯店，春吶之後，聚集異國情調餐廳與飾品的「墾丁大街」成為觀光發展主力，改變了墾丁的觀光型態，從生態與渡假成為找尋異國風情的風景區。墾丁大街上充斥各國各式料理，以及猛男秀等與平日生活極大差異的消費型態。新型態的消費也帶來了嶄新的問題，包括恆春鎮以及四重溪持續地邊緣化，以及墾丁國家公園嚴重的環境負荷。春吶期間大量湧入的年輕人口催生了大量的民宿，但也打破了平日的安寧。恆春半島觀光的永續發展端賴於能否這些問題的解決。

第四節 屏東其他區域的觀光發展

萬巒豬腳的發展

屏東無論官方還是民間，對屏東的觀光高度集中在墾丁的現象都感到憂慮，並積極發展墾丁之外的觀光資源，希望能將觀光更平均地嘉惠到不同區域的屏東縣民。目前有兩個主要發展；第一是透過地方飲食文化建立觀光的景點，最成功的就是萬巒豬腳與東港黑鮪魚。第二個則是透過中央政府的規劃建立新的觀光區域，代表的區域是大鵬灣的開發計畫。根據蘇諮任²⁷¹的研究，萬巒豬腳起源自大正十五年所設立的萬巒市場，目前幾家較知名的店家包括海鴻、熊家與林家都是起源自萬巒市場內的攤商。昭和15年（1940年代）海鴻飯店的前身一由林海鴻所創立海鴻食堂，以販賣板條為主，但也開

²⁷¹ 蘇諮任，〈萬巒豬腳街之產業群聚〉，（高雄：高雄師範大學地理學研究所碩士論文，2004）。