

# 移植米其林星光

米其林餐廳如何在異地文化中生根？  
以台北米其林餐廳為例的跨文化服務研究

2026 年 6 月

研究生：鄧惠文

指導教授：王國欽

## 摘要

米其林指南源自特定文化脈絡與技術評鑑體系，當其進入異文化市場時，餐廳所面對的不僅是標準的延續，更涉及跨文化情境下之服務轉譯與組織調適。本研究以台北三家米其林跨國西式餐廳為研究對象，在相同星級與市場條件下，比較其於不同跨國移植策略下之服務運作模式與顧客感知差異，探討高端餐飲品牌在全球標準化與在地適應之間的動態平衡機制。

本研究採解釋性序列混合方法設計，量化階段蒐集 2018 年至 2024 年間 Google Maps 評論共 2,411 筆，運用 BERT 模型進行構面式情感分析 (Aspect-Based Sentiment Analysis, ABSA)，並透過迴歸分析與調節效果檢驗服務品質構面對顧客滿意度之影響；質性階段則透過高階管理者深度訪談，並採主題分析法進行系統性編碼、主題歸納與跨案例比較。分析結果整理出 7 大核心主題、28 個主類別與 56 個次類別，並據此歸納出三種典型跨國移植策略模式，作為量化模型建構與服務運作邏輯之基礎。

研究結果顯示，不同跨文化策略對服務傳遞模式具有顯著影響，並進一步透過服務品質構面影響顧客感知與滿意度。其中，互動性服務構面之影響力顯著高於技術性構面，特別是回應性與同理心在跨文化服務情境中扮演關鍵角色，顯示高端餐飲體驗之價值創造高度依賴服務互動品質，而非僅止於產品技術表現。

理論上，本研究整合文化適應、全球在地化與服務品質觀點，建構「策略選擇 → 服務傳遞 → 顧客感知」之三層級因果鏈，補足既有研究在跨層級整合與服務機制解釋上的不足。並進一步提出「文化翻譯授權」概念，說明服務人員在跨文化情境中透過在地化詮釋與彈性決策，實現服務一致性與文化適配之動態平衡。

在實務上，本研究提出「核心堅持一周邊彈性」之策略架構，作為高端餐飲品牌進行跨國移植與服務設計之決策依據，特別適用於高度制度化評鑑體系下之國際品牌經營情境。

**關鍵字：**米其林星級餐廳、跨文化服務、全球在地化、文化適應策略、服務品質、文化翻譯授權、構面式情感分析 (ABSA)、主題分析法、混合方法研究