

從旅遊部落格探索香港印象：台灣人與香港人之觀點比較

曹倪閔、包冬意

E-mail: 381993@mail.dyu.edu.tw

摘要

遊客在撰寫旅遊部落格時，對於旅遊目的地印象有決定性的影響。業界瞭解遊客心中的潛在印象，則能提出好的行銷策略。本研究從旅遊部落格探索香港印象，比較台灣人與香港人之觀點。本研究利用大量部落客所寫的相關旅遊部落格文章，採取質量並行的方式並利用內容分析法做研究，依據旅遊中的所需歸類為食、住、行、遊、購、娛六大構面，再做CKIP詞頻統計分析，利用分析後的數值來做差異性比較，探討香港人與台灣人對於香港印象及情感，進而深入了解台灣與香港旅客對於香港目的地的不同之處。不論是詞頻統計或情感分析結果都有其差異性。本研究的結果可以提供給當地觀光局及旅遊業者當作未來推薦行程之參考，了解旅客對於行程中的六大構面所著重或不足的地方在哪，以利促進經濟發展。

關鍵詞：部落格、目的地印象、詞頻統計分析

目錄

中文摘要iii	英文摘要iv	誌謝辭v	表目錄viii	圖目錄ix	第一章 緒論1	第一節 研究背景1	第二節 研究動機																	
與目的5	第二章 文獻探討7	第一節 旅遊部落格7	第二節 旅遊目的地意象12	第三節 內容分析法13	第四節 CKIP中文斷詞15	第三章 研究方法17	第一節 研究流程17	第二節 蒐集文章、定義構面19	第三節 分析文化面貌，文化感受19	第四節 提煉可辨識性高的文化特質21	第五節 與當地觀光局做比較22	第四章 結果與討論23	第一節 文化面貌23	第二節 文化感受37	第三節 文化特質42	第四節 熱點分析與遊程分析54	第五節 與當地觀光局比較56	第六節 管理意涵58	第五章 結論與建議60	第一節 結論60	第二節 建議61	參考文獻 62	附錄A 文本清單 - 台灣人看香港68	附錄B 文本清單 - 香港人看香港73

參考文獻

- 一、中文部份 中央研究院詞庫小組，中央研究院資訊科學所詞庫小組，中文斷詞線上服務，民國98年3月。台灣觀光產業發展 <http://old.npf.org.tw/PUBLICATION/SD/095/SD-R-095-004.htm> 呂宜華、蘇冠銘、闕河嘉(2009)，電視裡的鄉村:布爾喬亞式媒體再現，國立臺灣大學生物產業傳播暨發展學系碩士論文。吳金源(2004年)，花蓮旅遊目的地意象與旅遊意願關係之研究-以奇摩網站的旅遊社群使用者為例，東華大學觀光遊憩管理研究所。林克震(2004):妳不能不知道的Blog Web Log-Blog是甚麼碗糕啊? <http://www.ebao.us/portal/showcontent.asp?INDEX=2368> 香港旅遊發展局網站 <http://www.discoverhongkong.com/tc/index.jsp> 洪于婕(2007年)。新聞-商務時報，取自：<http://blog.sina.com.tw/jinsis/article.php?pbid=34292&entryid=434775>。黃蕙導(2004)。由敘事角度切入看旅遊指南的景點再現與景點製造。政大新聞所碩士論文。黃金柱(2005)，運動休閒觀光行銷，台北市:師大書苑。傅大煜(2005)，高度酒消費行為及行銷策略之研究—以金門高粱酒為例，銘傳大學管理科學研究所碩士論文。甯格致、賴昆棋(2010年)，基於網路社群之旅遊經驗及對應情境之情感意見分析研究，國立政治大學資訊科學系碩士論文。劉江釗(2005)，部落格之社會網絡與自我呈現初探，國立中山大學資訊管理研究所碩士論文。盧庭韻(2008)，旅遊部落格與行銷意涵，南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文。薛凱?、沈葦慈、李文馨、王麗媛(2010)，觀光地意象調查分析之初探 觀光地意象調查分析之初探 - - 以高雄旗津為例，運動健康與休閒學刊，16，71-86。麗蓓嘉 布洛德(Rebecca Blood)，(2000年9月)，(部落格:一個歷史與觀點(Weblogs: A History and Perspective))。二、英文部分 Aladwani, A. M. & Palvia, C. P. (2002). Developing and validating an instrument for measuring user-perceived web quality. *Information & Management*, 39, 467-476. Adam, C. (2007), *Holiday Motives: A New Report Identifies the Key Motivational Drivers for Holiday Travelers*, Retrieved January 15, 2008, from Ebsco. Baloglu, S., & McCleary, K. W. (1999). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*, 26, 868-897. Chen, P. J., & Kerstetter, D. L. (1999). International students image of rural Pennsylvania as a travel destination. *Journal of Travel Research*, 37, 256-271. Cohen, J. (1960). A coefficient of agreement for nominal scales. *Educational and Psychological Measurement*, 20(2), 37-46. Doerfel, M. (1998), *What Constitutes Semantic Network Analysis? A Comparison of Research and Methodologies*, *Connections*, No. 212, pp. 16-26. Destination image representation on the web: Content analysis of Macau travel related websites, (2007) 118 – 129. eMarketer (2006), *Online Travel Worldwide*, Retrieved October 15, 2007, from http://www.emarketer.com/Report.aspx?travel_dec05&tab=TocS.. Gallarza, M. G., Saura, I. G., & Garcia, H. C. (2002). Destination image: Towards a conceptual framework. *Annals of Tourism Research*, 29(1), pp.56 – 78 Gartner, W. J. (1996), *Tourism development: Principles, process and policies*, New York: Van Nostrand Reinhold Goodrich, J. N. (1978), *A New Approach to Image Analysis through Multidimensional Scaling*, *Journal of Travel Research*, Vol.16, No.3, pp.3-7 Gunn, C. A. (1972). *Vacations*

cape: Designing tourist regions. Austin: Bureau of Business Research, University of Texas. Hanefors, M. & Mossberg, L. (2002), TV Travel Shows-A Pre-taste of The Sestination, *Journal of Vacation Marketing*, Vol.8, No.3, pp.235-246. Hennig-Thurau, T. & Walsh. G. (2003), Electronic Word-of-Mouth: Motives for and Consequences of Reading Customer Articulations on the Internet, *International Journal of Electronic Commerce*, Vol.8, No.2, pp.51-74 Holsti, O. R. (1969). *Content analysis for the social sciences and humanities*. Reading, MA: Addison Wesley

Hunt, J. (1975), Image as a Factor in Tourism Development, *Journal of Travel Research*, Vol.13, No.3, pp.1-17 Krippendorff, K. (2008). Testing the reliability of content analysis data: What is involved and why. In K. Krippendorff & M. A. Bock (Eds.), *The content analysis reader* (pp. 350-357). Thousand Oaks, CA: Sage

Leyland F. Pitt, Robert Opoku, Magnus Hultman, Russell Abratt, Stavroula Spyropoulou (2008). What I say about myself: Communication of brand personality by African countries. *Tourism Management*, 28 (2007) 835 – 844, p.4

Mansfeld, Y. (1992), From Motivation to Actual Travel, *Annals of Tourism Research*, Vol.19, 399-419. Morgan (2006), Blogs More Effective than Traditional Ads, Retrieved January 15, 2008, from Ebsco database.

Neuman, W. L. (2003). *Social research methods—qualitative and quantitative approaches* (5th ed.). Boston, MA: Pearson Education.

Neuman, W. L. (2006). *Social research methods: qualitative and quantitative approaches*. (6th ed.). Boston: Pearson Education.

Ross, G. F. (1993) . Destination Evaluation and Vacation Preferences. *Annals of Tourism Research* , 20, pp. 477-489.]