

從陸客自由行與套裝旅遊部落格探討在台遊程及意象

崔春生、包冬意

E-mail: 387245@mail.dyu.edu.tw

摘要

旅遊部落格是一種能夠呈現個人對於旅遊經驗感受，能更深入地探索遊客內心最真實的想法，從文章內容中可以了解到遊客對於目的地的正負面評價，同時也是旅客收集每篇部落格文章的旅遊景點重要資訊來源，對目的地印象和旅遊意願皆具有重大影響。本研究採取質與量並行的方式並利用內容分析法做研究，先以質本分析對於遊程路線做研究，再以文化面貌做探討，根據食、住、行、遊、購、娛六大構面並以CKIP詞頻統計分析。根據文本內容對於文化感受做情感正負面分析，以大陸遊客自由行跟套裝行程相互比較其共同性與差異性，最後分析結果可提供政府或觀光產業業者等做為參考。結果得知不同的旅遊方式也會有不同的遊玩路線，在詞頻統計結果上所得到的六大構面結果也有所不同。在情感上，差異較大的是在住構面及購構面，自由行遊客相較於團體遊客對於在台灣住的方面較多為正情感，而在購方面則是團體遊客對於購物方面上相較於自由行遊客有較多的正情感。觀光產業是21世紀最夯的產業之一，近年來政府把「建設台灣為觀光之島」列為重點，加上大陸地區人民來台觀光人次年年增加，本研究的結果可提供觀光傳播局和旅遊業者參考。

關鍵詞：部落格、自由行、內容分析法、旅遊意象

目錄

中文摘要 iii	英文摘要 iv	誌謝辭 v	內容目錄 vi	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 8	第二章 文獻探討 9	第一節 部落格 9	第二節 觀光意象 11	第三節 內容分析法 12	第四節 中文斷詞系統 13	第三章 研究方法 16	第一節 研究流程 16	第二節 蒐集並篩選部落格文章 18	第三節 旅遊遊程意象分析比較 18	第四節 旅遊遊程路線分析比較 19	第五節 彙總重要分析結果 21	第六節 管理意涵 22	第四章 結果與討論 23	第一節 遊程路線 23	第二節 文化面貌 28	第三節 文化感受 43	第四節 文化特質 47	第五節 彙總結果 51	第六節 管理意涵 53	第五章 結論與建議 54	第一節 結論 54	第二節 建議 54	參考文獻 56	附錄A 中研院平衡語料庫詞類標記集 61	附錄B 文本清單 - 自由行部落格 63	附錄C 文本清單 - 套裝行程部落格 67
----------	---------	-------	---------	----------	--------	----------	------------	---------------	------------	-----------	-------------	--------------	---------------	-------------	-------------	-------------------	-------------------	-------------------	-----------------	-------------	--------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	--------------	-----------	-----------	---------	----------------------	----------------------	-----------------------

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。行政院主計處。國情統計網頁 <http://www.dgbas.gov.tw>。交通部觀光局（2011）。中華民國100年來臺旅客消費及動向調查 沈責梅（2007），2007年Blog使用調查：個人部落格已成網民新運動。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。楊允言（1993），文件自動分類及其相似性排序，國立清華大學資訊科學研究所碩士論文。顧皓光（1997），網路文件自動分類，臺灣大學資訊管理研究所，碩士論文。文（2003），大?展覽產業的戰?思考，大?展覽?鑒2003，17，大?國際貿?促進委員會宣傳出版中心。郭芷婷（2005），Blog、BBS、個人網頁自助式成名3種方法，e 天下，51，pp.131-139。黃蕙嵐（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。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，碩士論文，銘傳大學管理科學研究所，台北。張漢宜（2007），企業必??大部?格?銷術，天下雜誌網，2007?11月23日取自：<http://www.cw.com.tw/article/index.jsp?id=3001>。李敏董（2007），旅遊部落格對旅遊地點印象之影響，東吳大學企業管理學研究所，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學系研究所，碩士論文。謝子樵（2009），台灣網友部落格使用行為分析。黃鵬儒（2009），旅遊部落格影響讀者旅遊決策之因素。國立臺北教育大學社會科教育學系研究所，碩士論文。李妙純（2011），旅遊部落格特性影響使用意願之研究，中原大學國際貿易研究所，碩士論文。郭育銓（2012），從旅遊部落格探索台北印象：臺灣人與大陸人之觀點比較，大葉大學資訊管理研究所，碩士論文。林棋雄（2012），旅遊部落格資訊搜尋行為滿意度對旅遊意願之影響，亞洲大學經營管理學系研究所，碩士論文。李智忠（2012），從旅遊部落格探索北京印象：臺灣人與大陸人之觀點比較，大葉大學資訊管理研究所，碩士論文。二、英文部分 Baloglu, S. & McCleary, K. W. (1999), US International Pleasure Travelers' Images of Four Mediterranean Destinations: A Comparison of Visitors and Nonvisitors, Journal of Travel Research, Vol.38, No.2, pp.144-152. Blood, R. (2002). We've Got Blog: How Weblogs are Changing Out Culture, Cambridge MA: Perseus Publishing Carson, D. (2007). The 'blogosphere' as a market research tool for tourism destination: A case study of Australia's Northern Territory. Journal of Vacation Marketing, 14(2), 111-119. Cohen, J. (1960). A coefficient of agreement for nominal scales. Educational and Psychological Measurement, 20(2), 37-46. Echtner and Ritchie, 1991; San Marti ' n and Rodri ' guezdel Bosque, 2008 Fakeye, P. C., & Crompton, J. L. (1991). Image differences between prospective, first-time, and repeat visitors to

the Iowa Rio Grande Valley. *Journal of Travel Research*, 30(2), p.10 – 15. Gartner, W. G., & Hunt, J. D. (1987). An analysis of state image change over a twelve year period (1971-1983). *Journal of Travel Research*, 26(2), pp.15-19. 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. Pan, B., MacLaurin, T., & Crotts, J. C. (2007). Travel Blogs and The Implications for Destination Marketing, *Journal of Travel Research*, Vol.46, No.1, pp.35-45. Paltoglou, G. & Thelwall, M. (2012). Seeing Stars of Valence and Arousal in Blog Posts, *Affective Computing, IEEE Transactions on*, Volume:4, Issue: 1, pp.116-123. Navarro Rodriguez, M., Leyva Arellano, M.E., & Mart?nez, L.M. (2012). Content Analysis of The “BLOG” Application Using The Moodle Platform, *ICERI2012 Proceedings*, pp.3566-3570. Hsi-Peng Lu & Ming-Ren Lee (2011). Experience Differences and Continuance Intention of Blog Sharing, *Behaviour & Information Technology*, Volume 31, Issue 11, pp.1081-1095. Emelia A. Rahman Sidek (2011). Students’ Experiences on Using Blog as Learning Journals, *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, Volume 67, pp.135-143. Seok-Ho Yoon, Jung-Hwan Shin, Sang-Wook Kim, Sunju Park & Jae Bum Lee (2011). Subject-Based Extraction of a Latent Blog Community, *Information Sciences*, Volume 184, Issue 1, pp. 215-229.