

南華大學管理學院旅遊管理學系旅遊管理碩士班

碩士論文

Master Program in Tourism Management

Department of Tourism Management

College of Management

Nanhua University

Master Thesis

旅客話淡水

Tourism Image and Experience Value of Tamsui

邱琪琇

Chi-Hsiu Chiu

指導教授：丁誌紋 博士

Advisor: Chih-Wen Ting, Ph.D.

中華民國 110 年 6 月

June 2021

南 華 大 學
旅遊管理學系旅遊管理碩士班
碩士學位論文

旅客話淡水

Tourism Image and Experience Value of Tamsui

研究生：邱 淑 婷

經考試合格特此證明

口試委員：洪 鼎 恭

吳 維 昆

丁 誌 敏

指導教授：

丁 誌 敏

系主任(所長)：

許 澤 宇

口試日期：中華民國 110 年 5 月 15 日

謝 誌

從沒想過要讀研究所，不知哪來的勇氣，竟然讓放下書本多年的我，重拾起書本做研究。還硬吞了一大堆法條及法規，複習了中外史地，順利通過考試院領隊和導遊的資格考，一切都是最好的安排吧？

從沒學過統計、財務及行銷管理，更不知道什麼是旅遊趨勢和旅遊產業開發？精實的兩年學習，感謝所有在課堂中指導過我們的教授，從他們身上不僅僅學到如何做學問做研究，更重要的是敬佩他們教學的熱忱與經師、良師的風範；感謝一起學習的夥伴，大家總能無私地分享和互相加油打氣；感謝我那學霸教授妹妹，幫我確認參考文獻的正確性。

從零開始的學習歷程，一路走來，最要感謝的是指導教授丁誌紋教授，在他的課堂中學到了很多研究方法和策略，在寫論文的過程中，遇到難題，給予引導和最大的支援，盡心盡力協助我克服困境，才能順利完成論文。

家人永遠是最溫馨的港灣，最堅實的後盾，感恩家人一直以來的陪伴、支持和鼓勵；感謝同事的體諒、關照和互助；感恩這兩年來都有的人、事、物，因為這一切，才能成就今天的我，所有點滴和感激銘記於心。

邱琪琇 謹誌

中華民國 110 年 6 月

南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班
109學年度第二學期論文碩士摘要

論文題目：旅客話淡水

研究生：邱琪琇

指導教授：丁誌紋 博士

論文摘要內容：

本研究旨在透過斷詞處理，擷取出部落文中的關鍵詞語，運用頻率分析、共詞分析及多元尺度分析，了解旅客眼裡心中的淡水，具有怎樣的意象和價值，以利分析其觀光發展上的優劣勢。研究結果與建議如下：

在淡水旅遊意象方面，淡水一年四季皆適合旅遊，以老街、古蹟、淡水河、漁人碼頭為主要旅遊景點；淡海輕軌、雲門星巴克、咖啡是淡水旅遊的新意象。在淡水體驗價值方面，從研究數據顯示，無論搭船、渡輪或是結合科技的AR、VR互動式的體驗，給旅客的感受，都是正向美好的。

除了上述景點，周遭還有許多豐富的資源，建議可以彼此整合進行整體規劃。譬如規劃主題旅遊，如生態旅遊、登山，或是騎自行車等運動休閒風的旅遊；也可以在櫻花盛開的季節時，將老街的藝術裝置或是商品融入櫻花的元素，產生新舊融合的意象。

依據上述之研究結果和建議，期待淡水能成為旅客願意從駐足停留到深度旅遊的魅力城市。

關鍵詞：淡水、旅遊意象、體驗價值、部落格

Title of Thesis : Tourism Image and Experience Value of Tamsui

Name of Institute : Master Program in Tourism management,

Department of Tourism Management, Nanhua

University

Graduate Date : June 2021

Degree Conferred : M.B.A

Name of Student : Chi-Hsiu Chiu

Advisor : Chih-Wen Ting, Ph.D.

Abstract

Through extracting keywords from blogs by word segmentation, the study applies frequency analysis, co-word analysis, and multidimensional scaling analysis to understand the tourist's perceptions of Tamsui that enables detailed analysis to pros and cons of tourism development.

About tourism image, Tamsui is suited to travel year-round. The Old Street, historic sites, Tamsui River, and Fisherman's Wharf are primary tourist attractions. Danhai Light Rail, Cloud Gate Starbucks, and coffee are new image of Tamsui tourism. About experience value, the data indicates that tourists feel positive whether they are taking boats or ferries, or the interactive AR or VR.

In addition to the above attractions, there are plenty of overlooked sites. This research recommends to integrate these resources and plan overall development of the surrounding area. The theme tourism includes ecotourism, hiking, biking, etc. Also, decorating sakura elements on installation arts and products can integrate the old and new wave of Tamsui.

In conclusion, the research predicts that Tamsui will attract tourist to

engage in in-depth tourism.

Keywords: Tamsui 、 Tourism Image 、 Experience value 、 Blog



目錄

謝誌.....	i
中文摘要.....	ii
Abstract.....	iii
目錄.....	v
表目錄.....	ix
圖目錄.....	xi
第一章 緒論	1
1.1 研究背景	1
1.1.1 台灣一年國旅市場有多大.....	1
1.1.2 台灣旅遊發展和展望.....	2
1.1.3 古今交融山海之戀.....	3
1.2 研究動機	4
1.2.1 訊息傳遞方式改變.....	4
1.2.2 口碑考驗傳情達意.....	5
1.2.3 屹立不搖魅力城鎮.....	6
1.3 研究目的	8
1.4 研究流程	9

第二章 文獻探討	10
2.1 研究主題背景探討	10
2.2 旅遊意象	14
2.2.1 意象與旅遊意象	15
2.2.2 旅遊意象的形成	16
2.2.3 旅遊意象的功能	17
2.3 體驗價值	19
2.3.1 體驗的定義	19
2.3.2 體驗價值的定義	20
2.3.3 體驗價值之影響	21
2.4 旅遊部落格	22
2.4.1 部落格的定義與類型	22
2.4.2 旅遊部落格信息特性	24
2.4.3 旅遊部落格與觀光業	25
2.5 共詞分析	27
第三章 研究方法	29
3.1 研究架構	29
3.2 研究對象	30

3.2.1 研究對象及與範圍	30
3.2.2 資料來源	33
3.2.3 資料蒐集	35
3.3 研究工具	37
3.3.1 文字探勘技術	37
3.3.2 中文斷詞系統與關鍵詞篩選	38
3.3.3 頻率分析	39
3.3.4 權重分析	39
3.3.5 多元尺度分析	41
第四章 研究結果	43
4.1 部落文樣本資料蒐集結果	43
4.2 關鍵詞與中文斷詞系統	48
4.2.1 斷詞處理	48
4.2.2 詞語頻率整理	52
4.2.3 詞語整合	54
4.3 關鍵詞頻率分析	58
4.3.1 關鍵詞次數分析	58
4.3.2 關鍵詞篇數分析	61

4.3.3 關鍵詞權重分析.....	63
4.3.4 頻率分析綜合比較.....	66
4.4 共詞分析.....	68
4.5 多元尺度分析.....	80
第五章 結論與建議.....	85
5.1 結論.....	85
5.2 建議.....	88
5.3 研究限制.....	90
5.4 研究貢獻.....	91
參考文獻.....	92
附錄.....	106
附錄一 部落格文章與網址.....	106

表目錄

表 1.1 國人國內旅遊概況統計表.....	2
表 1.2 旅遊資訊的來源.....	5
表 1.3 2009 國內旅遊統計表.....	6
表 1.4 2019 國內旅遊統計表.....	6
表 2.1 淡水「自然景觀」之觀光資源.....	12
表 2.2 淡水「人文景觀」之觀光資源.....	13
表 3.1 採樣資料建檔.....	36
表 4.1 部落格文章來源網站數據一覽表.....	44
表 4.2 部落格推薦與評價整合表.....	45
表 4.3 採樣之部落格文章發表年分和所占比率.....	46
表 4.4 2020 年淡水部落文發表之月份統計表.....	46
表 4.5 2018~2020 年淡水部落文發表之月份統計表.....	48
表 4.6 淡水部落文各篇斷詞數.....	51
表 4.7 Excel 處理詞語出現次數.....	53
表 4.8 Excel 處理詞語出現篇數.....	53
表 4.9 斷詞整合一覽表.....	54
表 4.10 關鍵詞出現次數一覽表.....	59

表 4.11 淡水旅遊意象概要分類表.....	61
表 4.12 關鍵詞出現篇數一覽表.....	62
表 4.13 淡水 TF-IDF 前 70 排名之關鍵詞一覽表.....	65
表 4.14 關鍵詞出現次數、篇數與 TF-IDF 比較一覽表.....	66
表 4.15 兩個關鍵詞共詞組合.....	68
表 4.16 景點詞組.....	72
表 4.17 老街詞組.....	73
表 4.18 古蹟詞組.....	74
表 4.19 咖啡詞組.....	75
表 4.20 淡水河詞組.....	76
表 4.21 朋友詞組.....	76
表 4.22 正面評價關鍵詞共詞組合.....	80

圖目錄

圖 1.1 淡水阿里山日月潭墾丁 Google 搜尋次數趨勢比較圖(台灣).	7
圖 1.2 淡水阿里山日月潭墾丁 Google 搜尋次數趨勢比較圖(全球).	8
圖 1.3 研究流程圖.....	9
圖 3.1 研究架構.....	30
圖 3.2 網友對各社群服務特性的認知.....	31
圖 3.3 台灣搜尋引擎市占率.....	34
圖 3.4 全球搜尋引擎市占率.....	34
圖 3.5 文本資料收集.....	36
圖 3.6 資料探勘與文字探勘之比較.....	37
圖 4.1 中文斷詞系統之輸入與結果.....	50
圖 4.2 刪除重複詞語.....	52
圖 4.3 關鍵詞權重分布圖.....	64
圖 4.4 關鍵詞文字雲.....	65
圖 4.5 淡水旅遊意象及體驗價值知覺定位圖.....	81

第一章 緒論

台灣好山好水好風情，不負福爾摩沙美麗之島的盛名，知名的旅遊景點相當多，其中「淡水」既能代表台灣有山有水的特色，又能承載台灣的歷史和文化。故本研究以探索的方式，對淡水進行深入的研究及探討。

1.1 研究背景

觀光旅遊是一個跨業結合的產業，具經濟發展的指標性，同時也是行銷國家形象及宣揚文化內涵的利器。交通部觀光局於2002年擬訂我國首部「觀光政策白皮書」，將觀光產業列為21世紀國家發展之重要策略性產業。近20年來，從「觀光客倍增計畫」、「觀光拔尖領航方案」、「觀光大國行動方案」到「Tourism 2020」(Taiwan Tourism 2030台灣觀光政策白皮書)，再到「Tourism 2030」，觀光政策的更迭，可以看出政府積極推動觀光產業的企圖心，希望將台灣打造成一個「觀光之島」。

1.1.1 台灣一年國旅市場有多大

根據世界旅遊觀光委員會 (World Travel and Tourism Council, WTTC) 發布的統計資料顯示2018年全球觀光產業對GDP的貢獻率為10.4%，創造3.19億個工作機會，占全球總就業人口的十分之一 (Taiwan Tourism 2030台灣觀光政策白皮書)。但是2020年COVID-19新冠肺炎全球肆虐，許多產業都受到重創，其中觀光旅遊業影響最鉅，可謂遭受史無前例的衝擊，以

致支撐台灣整個旅遊產業，近期內只能靠國旅。依據交通部觀光局最新資料顯示，如表1.1對國人旅遊現況有所了解，加上受疫情影響，觀光客來台成自由落體式下滑，根據觀光局預估，累計2020年國際來台旅客為135萬人次，與前一年歷史高峰1184萬人次相較，驟降近90%，不過，國內疫情控制得宜，國內旅遊市場大爆發，估計旅遊人次將達 2.1億，創近10年來新高(鉅亨網新聞，2020/10/12)，更重要的是政府極力加強國內旅遊方案，將來國內旅遊發展大有可期。

表 1.1 國人國內旅遊概況統計表

單位：%；次；天；千旅次

項目 \ 年別	2015	2016	2017	2018	2019
國人國內旅遊比率(%)	93.2	93.2	91.0	91.2	91.1
平均每人旅遊次數(次)	8.50	9.04	8.70	8.09	7.99
平均停留天數(天)	1.44	1.44	1.49	1.49	1.51
國人國內旅遊總次數(千旅次)	178,524	190,376	183,449	171,090	169,279

資料來源：交通部觀光局(2021)

1.1.2 台灣旅遊發展和展望

依據Taiwan Tourism 2030台灣觀光政策白皮書，設定的觀光發展願景與發展目標，共有六大發展主軸政：一、組織法制變革；二、打造魅力景點；三、整備主題旅遊；四、廣拓觀光客源；五、優化產業環境；六、推展智慧體驗，共計提出 23項策略及36項重點措施，建構完善永續觀光

推動機制，接軌國際倡導永續觀光發展理念。期望2030年來臺旅遊的人數、國民旅遊人數及觀光總產值（消費金額）分別逾千萬人次、2億人次及新臺幣1兆元。研究者認為，疫情終會過去，台灣人的韌性和打拚的意志，不會被摧毀，台灣的旅遊業者比想像中更具優質潛力，無論升級、轉型及再造契機，都具備世界級的優秀能力，期待後疫情時代的觀光旅遊市場，業者能重新拿回主動權，不再只是靠政府補助，而是借力使力，盤點整合政府大力推動觀光的政策，讓自己越來越具競爭力。

1.1.3 古今交融山海之戀

台灣四面環海又多高山，地形樣貌多元，城鄉之間各有不同的風情和特色。都會區有都會區的魅力和繁榮景象，小鎮也有小鎮的靜謐和慢活恬淡，老街有老街的懷舊和復古情懷。而且台灣歷經荷西時代和日本統治殖民時期，因此，歷史文化遺產也很多樣化，加上都市規劃和建設，以及持續的觀光推動，現在化建設隨處可見，倒是古蹟的保存與維護，成了另一個需要重視和捍衛的議題。淡水是個具有古今交融多元歷史文化，既現代又時尚感的城鎮，而且依山傍水風景秀麗，能同時體驗山水風情，交通也十分方便。故選定「淡水」這個有歷史、有古蹟、有文化、有藝術、有山水景致、有異國風情，還有特色體驗，以及新舊建築交織的地方，作為研究的旅遊目的地。

1.2 研究動機

本研究將其動機歸納成三個面向來闡述，分別為：訊息傳遞方式的改變、口碑考驗傳情達意、屹立不搖魅力城鎮，本文將以此三個觀點，來詳細說明此研究主題的探究動機。

1.2.1 訊息傳遞方式改變

網路的崛起，翻轉了人們的思維模式，也改變了訊息傳遞和生活的方式。以前必須上圖書館才能查詢資料，現在則是上網搜尋，快速即時且資料多元，又不受空間限制；以前想要旅遊時，得翻閱旅遊書籍、雜誌或是詢問親朋好友和旅行社，現在則是透過Google鍵入關鍵字，就會有許多網友分享的旅遊經驗，不僅有風景介紹、特色體驗，也有美食或住宿分享，甚至有照片可以觀看了解，更能讓人確實掌握旅遊訊息。從表1.2旅遊資訊的來源(以108年為例)的數據，可以了解網路和社群媒體，已漸漸取代以前取得旅遊訊息的方式。而且有研究指出，部落格是許多消費者，在購買產品前蒐集資訊時的重要來源，這意味部落格已成為影響消費者決策的重要因素之一(Morgan,2006;Pan et al.,2007)。因此，不少人是透過網路的旅遊部落文，來做旅遊計畫；甚至連旅行業者的行銷策略，也會透過這些網誌、部落文的訊息來進行分析，然後規劃和制訂行程。

表 1.2 旅遊資訊的來源

旅遊資訊來源	當日來回		過夜	
	百分比	扣除未曾蒐集者的百分比	百分比	扣除未曾蒐集者的百分比
未曾蒐集	45.8	不分析該項目	26.2	不分析該項目
網路與社群媒體	24.9	45.9	39.2	53.1
親友、同事、同學	26.8	49.6	34	46.1
電子媒體(電視廣播)	5.6	10.3	4.8	6.5
平面媒體(報章雜誌)	1.8	3.4	1.6	2.2
旅行社	0.8	1.5	2.8	3.8
旅遊服務中心	0.2	0.4	0.4	0.5
旅遊展覽	0.1	0.1	0.5	0.6
其他	0.1	0.2	0.3	0.4

資料來源：交通部觀光局

1.2.2 口碑考驗傳情達意

旅客內心的真實感受與價值，應該是量化研究或問卷調查，無法完全反映出來的(Pan et al.,2007)。試想問卷的填答者，是否都認真思考過自己真實的想法才填寫問卷；再則，有些題目令人無法作答，可能是題目本身設計不夠理想，有時是填答者沒這樣的經歷，不知如何作答，以致任意作答，信效度恐怕有待商榷。然而旅遊分享的文章就不同了，旅客會寫入部落格中的旅遊經驗，不管正面或是負面的感覺和評價，都代表這是他印象深刻或是所關注且在意的事情，更重要的是，這些都是部落文筆者，最真實的旅遊經驗和感受，信效度應該經得起考驗。

1.2.3 屹立不搖魅力城鎮

台灣有特色的旅遊景點和主題不少，如：生態旅遊、海灣旅遊、小鎮漫遊……等主題旅遊。但是，淡水之所以能脫穎而出屹立不搖，主要的原因，淡水有山有水，海天一色，又有文化底蘊，彷彿是一本蘊藏豐富故事書的城鎮，永遠等待旅人一遍又一遍的翻閱。

表1.3和表1.4分別是2009年和2019年的資料，相關統計數據是依據交通部觀光局國內旅遊統計表，所得到之資料。可以清楚看出，即使經過10年，淡水到訪率依然是居高不下。

表 1.3 2009 國內旅遊統計表

國內旅遊主要到訪據點	到訪比例
愛河、旗津及西子灣遊憩區	5.89%
淡水、八里	4.66%
日月潭	4.39%
花博展區	3.15%
礁溪	2.92%
逢甲商圈	2.71%
安平古堡	2.27%
九族文化村	1.96%
羅東夜市	1.81%
埔里	1.74%

表 1.4 2019 國內旅遊統計表

國內旅遊主要到訪據點	到訪比例%
淡水、八里	3.75%
礁溪	3.41%
愛河、旗津及西子灣遊憩區	3.10%
安平古堡	2.75%
日月潭	2.64%
逢甲商圈	2.47%
駁二特區	2.25%
羅東夜市	2.13%
台中一中街商區	1.84%
鹿港	1.64%

資料來源：交通部觀光局

淡水在國人眼裡是熱門旅遊景點，在外國人的眼裡同樣具有較高的知名度。研究者列舉幾個在台灣算高知名度的景點，如：阿里山、日月潭和墾丁，透過 Google 搜尋趨勢來做比較，同時，也查詢「2018/01/01~2020/10/27」在全球的搜尋趨勢，如圖1.1和1.2，淡水的確是享譽國際的來台旅遊景點之一。2020年五月的這個時間點，墾丁被搜尋很多，極有可能是陳時中部長，穿著花襯衫帶著民眾逛墾丁大街，高喊「我台灣我驕傲」的時候。

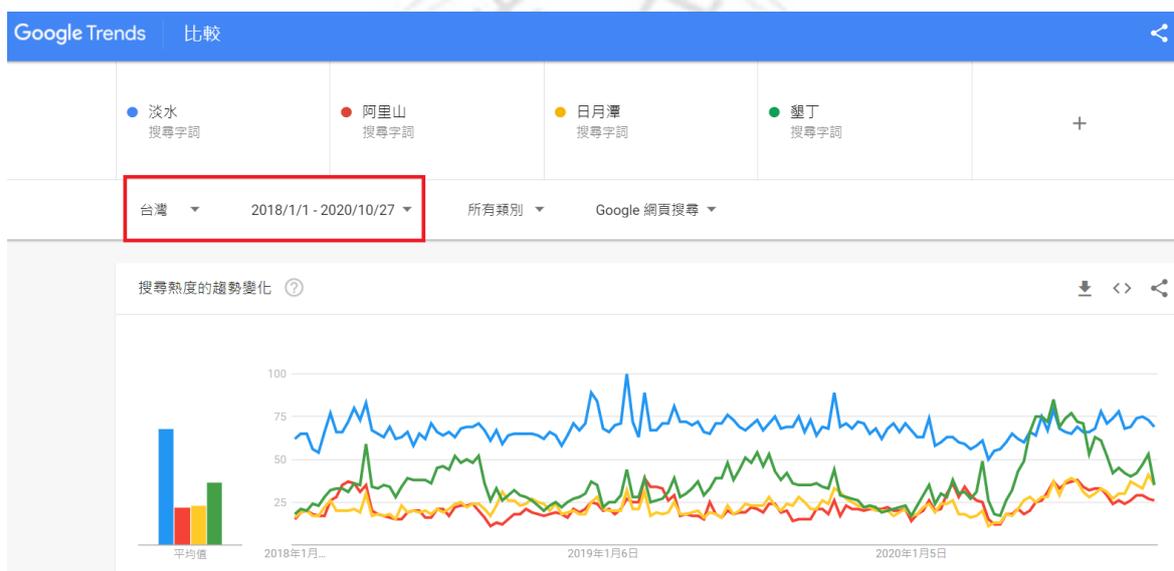


圖1.1 淡水、阿里山、日月潭、墾丁Google搜尋次數趨勢比較圖(台灣)

資料來源：Google Trends <https://trends.google.com.tw/trends/?geo=TW>

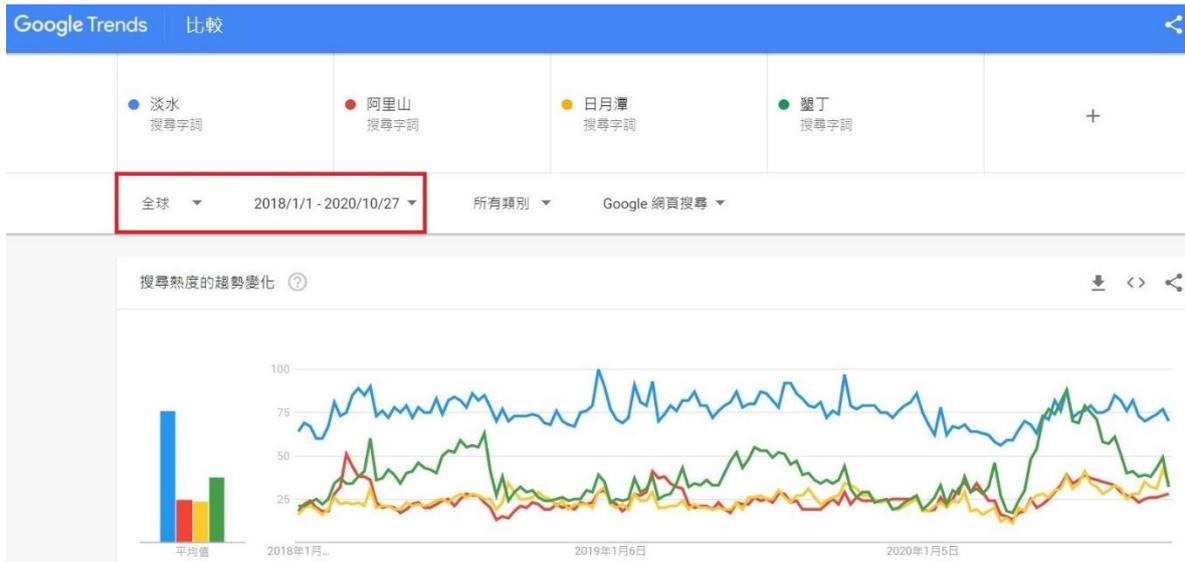


圖1.2 淡水、阿里山、日月潭、墾丁Google搜尋次數趨勢比較圖(全球)

資料來源：Google Trends <https://trends.google.com.tw/trends/?geo=TW>

1.3 研究目的

台灣許多城鎮，早期因為地理位置或是因為經濟利益而發展，經過歲月推移和時代的變遷，早已物換星移而沒落，甚至被遺忘。對於一個發展甚早的古老城市，淡水今時今日褪下歷史任務和光環，如何走出嶄新的一頁，得以讓淡水河依然閃耀，讓古蹟依舊榮耀，讓老街仍然熠熠，讓人文依然蒼翠。

本研究透過旅客在部落格中，紀錄及分享到淡水旅遊的部落文，從這些真實的體驗和感受，了解旅客心目中的淡水，具有怎樣的意象和價值，型塑淡水城市之美，找到永續發展當地觀光的契機。因此，本研究主要目的，是透過分析這些部落文，進行下列的探討：

1. 探討淡水旅遊目的地意象及體驗價值。
2. 提供旅客及旅遊業者，規劃和安排行程的參考。
3. 提供地方政府型塑城市的意象，永續發展當地觀光。

1.4 研究流程

本研究的流程根據五個章節來規劃和執行。首先依據研究背景和動機確立研究目的，透過文獻探討來驗證選擇的旅遊目的地及研究工具的可研究性，然後蒐集資料建立檔案，再運用文字探勘技術，對旅客的部落格內容進行分析，並將文字量化和圖像化知覺定位，以探討結果並希望能提出有建設性的建議，是質與量並重的探索研究，而其研究流程，如圖 1.3 的流程說明。

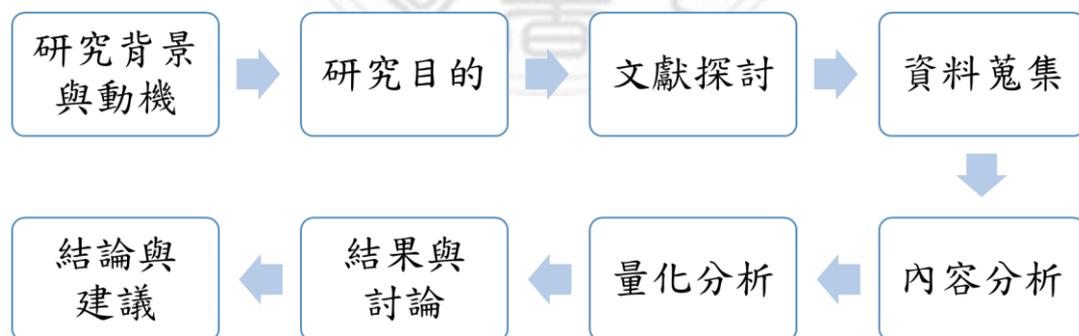


圖1.3 研究流程圖

資料來源：本研究整理

第二章 文獻探討

本研究旨在透過部落格的旅遊文章，以旅客的觀點和視角，來探討旅遊目的地淡水的旅遊意象及體驗價值。因此本章節主要目的，在於探討國內外與本研究主題和研究方式，相關的學理資料，做為本研究的基礎，以確立其研究方向和價值。

2.1 研究主題背景探討

淡水是本研究的旅遊目的地，故在本章節先就歷史、地理和觀光資源幾個面向，來介紹淡水。

1. 歷史演繹

淡水因淡水河而得名，舊稱「滬尾」，是個擁有近 400 年歷史的城鎮。遠在中國清領時期，由於淡水位於淡水河出海口，同時具有扼守北臺灣門戶的特殊地理位置，亦曾經是西班牙登陸臺灣，在臺灣北部建立海上貿易中繼基地的起點，因而成為當時國際船舶往來重要的港口，進而帶動淡水的發展與繁榮。

數百年來，淡水經歷一波波洶湧澎湃的歷史風潮，被西方海權強國西班牙、荷蘭和英國等國，佔領殖民、管理或租借，演繹一齣齣震懾人心的歷史事件，至今紅毛城仍掛著九個國家的國旗，飄揚的旗幟，彷彿

述說著紅毛城及淡水不平凡的歷史，見證了淡水近四百年的興衰，更是台灣歷史的縮影。(淡水區公所，2021)

2. 地理環境

淡水位於台北盆地的西北方，有大屯山和淡水河環繞，兼具山城與河港特色，山明水秀景色宜人，總面積為 72.08 平方公里；隨著都市規劃發展至今，目前行政區域共分為 42 個里，在 110 年 3 月設籍人口數已突破 18 萬 3 仟人；淡水區內目前擁有 15 所國民小學、4 所國民中學、3 所高中職和 5 所大學，可謂人文薈萃之處。(淡水區公所，2021)

3. 觀光資源

淡水是極具多元特色的觀光旅遊景點，擁有豐富的自然資源，加上淡水河與觀音山的景色烘托，淡水河沿岸可說是風光明媚、景緻優雅。在歷史的長河中，淡水隨著光陰流逝，展現多元的生活樣貌。因此，無論是自然風情、人文歷史或是建築景觀等，都充滿濃郁的異國風情，又融合在地的河港特色。

拜淡水捷運的便捷所賜，如今又多了淡海輕軌的裝置藝術，更能吸引眾多外來旅客，尤其老街和水岸一帶，每每假日總是人潮絡繹不絕，特別是在夕陽西下時分，淡水河天際的晚霞餘暉與河岸燈火景緻，總是令人流連忘返，更是成為各國旅客來台必訪的觀光勝地(美麗台灣心視界，2021)。

而淡水這麼多迷美的景致和風情，整理如表 2.1 和 2.2。

表 2.1 淡水「自然景觀」之觀光資源

景觀項目	內容概要
淡水河	為臺灣第三長之河流，幹流長 158.70 公里，在八里淡水這一段的出海口，傍晚時分可觀賞美麗的夕陽。
淡水金色水岸	淡水河岸公園，為知名的落日欣賞景點。
觀音山	在淡水可以遠眺觀音山，如果登上其最高點，可以盡收大台北的地標臺北 101、關渡大橋，連夜景都是絕美。
淡水紅樹林保護區	本區是由水筆仔、彈塗魚、招潮蟹、水鳥等構成了典型的河口溼地生態系，展現生物多樣性。
挖子尾自然保留區	位於淡水河口潮間帶，為沙質海岸與沿海溼地地形。本區主要的保育對象是「水筆仔」和伴之而生的動植物。
關渡自然公園	位處淡水河及基隆河的交會口，是重要的候鳥棲地，其最主要的目的，在於保育關渡的濕地環境。
楓樹湖步道	全台唯一大面積栽種木蓮花之祕境，附近亦種植山櫻花、山茶花共同爭豔，在春季之時成為一片紅白花海。
沙崙海灘	位於淡水漁人碼頭與淡海新市鎮之間，總面積六公頃的金黃色沙灘，在退潮時可在沙灘與礫石之間觀察螃蟹。

資料來源：新北市觀光旅遊網(2021)

表 2.2 淡水「人文景觀」之觀光資源

景觀項目	內容概要	
漁人碼頭	浮動碼頭，可隨海水漲退潮而上下浮動。原木棧道和情人塔是其兩大地標，都能將淡水的風姿綽約盡收眼底。	
老街	淡水老街分成內外兩側，外側是靠淡水河岸的金色水岸步道，內側是的傳統老街，有濃濃古早味情懷。	
古蹟	紅毛城	古稱聖多明哥城、安東尼堡，現為國定一級古蹟。
	滬尾礮臺	劉銘傳巡撫為了防衛台灣淡水港而建造的，現為國定二級古蹟。
	理學堂 大書院	馬偕博士創辦的西式現代化學校，現存於真理大學校區內，為國定二級古蹟。
	鄞山寺	俗稱鄧公廟，為汀州客家人所建，為國定二級古蹟。
	淡水龍山寺	淡水龍山寺主祀觀世音菩薩，為新北市三級古蹟。
	淡水福佑宮	俗稱淡水媽祖廟，為新北市三級古蹟。
	前清淡水關 稅務司官邸	位於昔稱的「砲臺埔」地區，因其室內外皆漆成白色，因而被在地人暱稱為「小白宮」。為市定古蹟。
	滬尾偕醫館	北台灣第一家西式醫院，由馬偕牧師主持，此處也曾是他的住所。為今馬偕紀念醫院的前身。
	淡水禮拜堂	仿哥德式建築的紅磚建築，為市定古蹟。
	海關碼頭	有洋樓與兩座歷史悠久的港務倉庫，現為市定古蹟。
多田榮吉 故居	本建物為一傳統日式住宅，是當時淡水街長的故居，現為市定古蹟。	

表 2.2 淡水「人文景觀」之觀光資源(續)

古蹟	木下靜涯舊居	當時臺灣畫家常匯聚於此，對臺灣美術發展史而言具有非常重要的地位。
	原英商嘉士洋行倉庫	此處擁有四座大倉庫、三座小建築物、油槽遺址，見證淡水開港、日人治臺、二次世界大戰美軍轟炸台灣等重要歷史時刻。
	淡水公司田溪橋遺蹟	當初荷蘭東印度公司為了供應淡水當時守軍物資而加以開闢的，因而將此溪上的橋命名為公司田溪橋。
	重建街 14、16 號街屋	舊名九崁街，建築蜿蜒如一百尺蜈蚣，是淡水山城河港最具代表的建築街道。
	臺銀日式宿舍	臺灣銀行為日治時代淡水港埠後期重要之金融機構，極具歷史價值，其日式宿舍保存甚完整。

資料來源：淡水古蹟博物館；新北市觀光旅遊網(2021)

2.2 旅遊意象

旅遊目的地意象 (destination image)，一直以來都是觀光及休閒研究所關注的焦點議題，對於觀光旅遊業而言，可謂扮演著舉足輕重的角色，因而深深影響著旅客的態度、決策及行動(劉瓊如、林濰榕、林若慧，2012；Woodside & Lysonski, 1989)。因此，常被運用在旅遊目的地的行銷及旅客決策的研究(Ashworth & Goodall,1998)。

2.2.1 意象與旅遊意象

意象(image)是人類大腦對外界環境，產生初步的判別及處理過程，而形成基本輪廓與印象，也是一種心靈活動(邱博賢,2003)。而 Hunt(1975)將意象定義為「潛在旅客對一地區的知覺」，是表達旅客心中對目的地感受、體會的重要指標；Crompton(1979)則認為意象是「個人對某事件、物體與行為所持有的信念(beliefs)、印象(impressions)、觀念(ideas)與感覺(perceptions)的總合」。

旅旅遊意象又被稱為觀光意象，最早是由 Reynolds(1965)提出，是從想像中的意象及經驗意象，形成的整體環境資訊中，選擇一些印象為其基礎；劉柏瑩和黃章展(2001)針對遊客從事觀光活動所產生的意象，將觀光意象定義為：「個人對於某一旅遊目的地停留在腦海中的印象」。Fakeye and Crompton (1991)認為旅遊意象是旅客心目中的旅遊目的地印象，並給予旅客一種事前的感受。而 Tasci & Gartner(2007)則將旅遊意象定義：「一個人由對旅遊地自我感受後所呈現對該地的心理圖像」。

總而言之，旅遊意象雖是一種抽象概念，但經由每個人對於接觸的人、事、時、地、物，所存在一些理解、期待與想像，並與自己的生活經驗或先備知識做連結，進而在心中逐漸具象，交織描繪出具體的的印象或觀點，進而影響旅客對旅遊目的地的觀感、整體印象和期待。

2.2.2 旅遊意象的形成

旅遊者的消費行為，在其決策過程中，旅遊目的地的意象扮演著重要的角色，因此旅遊意象是如何形成也是值得關注的。

構成旅遊意象的因素，也會因應時代的變化而有所改變。1970年代，觀光意象才開始有其相關研究，其構成因素僅包含「景色、氣候與擁擠度」三個基本要素(Mayo,1975)。到了1980年代，Moutinho(1987)觀光意象則由「知覺、態度及期望」等三個構面組成，顯示旅客對旅遊目的地之了解程度，是透過具個人主觀感覺及價值信念，並期望在旅遊過程中獲得休閒效益（陳慧如、王心茹，2010）。Gartner(1993)則提出旅遊意象發展應包含「認知的(cognitive)」、「情感的(affective)」及「意欲的(conative)」等三種互有關聯之要素構成，表示旅客對目的地的想法和主觀意識，透過情感的連結對目的地進行評估，進而決定是否前往或重遊。

Fakeye 與 Crompton (1991)指出意象的形成，分別為原始意象(organic image)、誘發意象(induced image)及複合意象(complex image)三個階段：

1. 原始意象：是指透過親友的口碑推薦，和各種不帶有任何商業的置入性行銷之視聽媒體的報導，所得到的資訊，而對旅遊目的地有了最初的意象，形成了自主性的知覺。
2. 誘發意象：經由各種商業的行銷方式，如：旅遊業者的廣告、宣傳、

媒體傳達等強力推播的訊息，而對某旅遊地形成了意象。

3. 複合意象：實際旅遊之後所產生的意象，並從旅遊的體驗中，修正之前對旅遊目的地的認知，而產生新的態度或情感。

從這些相關研究發現，旅遊意象將會隨著個人所得到的資訊及經驗累積，不斷的重新組織，再加上個人的情感認知因素，而逐漸形成個人對此目的地的旅遊意象。

2.2.3 旅遊意象的功能

Norris 和 Colman (1992) 在雜誌內容對於廣告產品意象的研究中指出，不同程度涉入的消費者，對於廣告內容的印象及對產品意象有顯著差異。Milman 和 Pizam (1995) 針對美國佛羅里達遊客的個案研究結果指出，當遊客對旅遊目的地蒐集的資訊與體驗越多時，對目的地的正面意象就會越高。羅欣婷 (2007) 探討觀光景點置入韓劇之效果，發現當收視者對於韓劇的整體涉入程度愈高，對韓國的整體意象也愈趨於正面。陳郁蓓 (2014) 對梅花湖風景特定區的研究亦顯示遊客的休閒涉入與目的地意象具有正向的相關。由上述研究可以得知，經由各種商業的行銷方式和強力推播而產生的誘發意象，其涉入程度高低會顯著影響旅客對目的地之意象，並影響其實際體驗的決定或是未來的重遊意願。

目的地意象和旅遊意願之間的關係不斷的被證實，如：Milman 和

Pizam (1995) 以 Central Florida 為例，探討一般民眾對旅遊目的地之目的地意象與旅遊意願之關係，研究指出受訪者對旅遊目的地較為熟悉者，會具較正面的旅遊目的地意象，也會較有意願前往旅遊。侯錦雄、林宗賢 (1996) 認為旅遊意象的衡量，對旅遊目的地給人的概念呈現，非常有實質效用，而且一個人的旅遊意象在旅遊前後都有可能改變，所以若能記錄旅遊目的地的旅遊經歷，將能更完整的衡量旅遊意象。Baloglu & Mc Clearly(1999)皆指出旅遊目的地意象在旅遊活動中扮演吸引力的重要角色，更是旅遊決策過程與目的地選擇行為之重要因素。Birgit (2001)表示目的地意象具有溝通、宣傳與行銷等功能，意象會影響旅客考慮與決定他們所要選擇的旅遊目的地。邱博賢 (2003) 的研究指出，目的地的意象愈鮮明則旅客越容易留下深刻的印象，選擇前往的機率也越大。Chen 和 Tsai (2007) 在一項檢測墾丁旅客對於台灣南部地區觀光景點之意象研究中發現，目的地意象會直接影響旅客的重遊與推薦意願。王若帆和胡慧欣 (2009) 在一項探討觀光代言人對旅遊意象及旅遊意願的研究證實目的地意象會影響遊客的行為意圖。

旅遊意象之相關研究非常多，其結論再再顯示旅遊意象會影響旅客造訪和重遊的意願。本研究認為，旅遊意象不僅能幫助旅客選擇及決定旅遊目的地，亦會影響旅客滿意度及重遊或推薦他人旅遊的意願。因此，旅

遊業者如何營造美好的旅遊意象，成功行銷創造利基；同時也是地方政府形塑城市意象，發展永續觀光的重要因素和課題。

2.3 體驗價值

2.3.1 體驗的定義

根據李蕙芳在 2014 所做的研究指出，體驗源於拉丁文的「Experientia」，有探查、試驗、親身經歷之意。並指出「體驗」二字依不同領域各有不同的意涵。對於「科學」領域而言，體驗是一種有具體事實與資料的實證；對於「哲學」觀點而言，體驗則是一種個人的嘗試，可能因此改變一個人的想法，而這種嘗試，泛指特定某人的單一經驗，而非一般性的知識、常識或普世價值；從「人類學及民族學」的主張來看，體驗則是一種個人生活文化的方式，不但是個人每日生活的感愛，也是一種持續性的活動，可變成一種故事(Caru & Cova,2003)；若以「社會學與心理學」角度來看，體驗被解讀為主觀認知的過程，這種經驗可經由個人去主動探索而形成(Abrahams,1986)。郭芳如(2015)認為體驗是個人在參與消費行為時，獨一無二的主觀意識與感受，並在此參與事件中，因接收到不同的刺激後，進而造成身體、心理對該刺激產生認知及情感的反應，並留下深刻之印象或記憶，衍生出個人主觀的看法及觀點。

2.3.2 體驗價值的定義

體驗價值最早的相關研究，是由Alderson(1957)提出，他認為消費價值，是由消費者透過實際消費體驗，對產品或服務所衍生的感受及觀點。Mannell (1979)指出體驗價值是參與者在從事活動當下的感受，包含了印象、想法甚至是情緒。體驗價值是經由消費者直接或間接使用產品或接受服務的過程，加以分析及評估，形成個人的消費偏好行為。(Holbrook & Kim,1985；Goodall, 1988；Holbrook,1994)。

Holbrook(1994)年提出顧客價值，除了對產品本身功能之理性看法，也會重視產品及服務所帶來的歡樂與愉悅的知性觀點，強調在體驗產品或服務之後才會形成價值。Mathwick,Malhotra & Rigdon(2001)深化Holbrook(1994)所提出的價值理論架構，並提出體驗觀點的旅客價值稱為「體驗價值」，意指人們經由直接接觸產品、服務和體驗的互動，產生相對的偏好，對於產品或服務的消費價值所獲的提升或下降的知覺。其理論架構分四種：（1）美學，指整體感觀對於消費者視覺的吸引力；（2）享樂，指消費者體驗歷程產生的內在心裡感受與樂趣；（3）消費者投資報酬率，指消費者衡量時間、財務的成本與行為的投入所得到的報酬；以及（4）優質服務，指消費者對於服務效能、行銷能力的自我導向反應。

Smith & Colgate (2007)指出體驗價值是商品能帶給消費者的感覺和

情感，會影響消費者的滿意度。紀遠(2007)認為體驗價值是對產品屬性、服務績效之認知及偏好，藉由消費者的參與互動可達成價值的提昇。沈慶龍、張正昌(2008)指出在體驗經濟時代，產品或服務的推廣，應先透過提供體驗，讓消費者產生各種消費價值的認同，之後才会有消費行為，並進一步發展出「體驗價值」模型。張和然、張菁敏(2011)定義體驗價值為消費者在服務與互動體驗過程中而產生的價值感受。郭芳如(2015)則對體驗價值定義為參與者最深層的心理表現，而其價值的衡量也遠遠超過功能性的利益。

綜合各領域學者的觀點，本研究認為體驗價值，是參與者從親身參與活動當下，對所見所聞得到的感受，包含五感的知覺、印象、觀點、情緒，甚至是情感認同等所思所想所建構起來。

2.3.3 體驗價值之影響

郭芳如(2015)的研究，提到 Mathwick, Malhotra & Rigdon(2001)體驗價值可以提供內在與外在的利益，同時能提升消費者的參與及互動。張宇琳(2018)的研究，指出旅遊地若能提升整體品質意象與提高旅客學習、互動及體驗的感受，方能提升旅客較佳的行為意圖。鄭明松、王世澤(2004)表示若顧客產生正面的體驗價值，就能提升品牌的正面形象，進而改變顧客的消費意願和行為。陳甦彰與黃秀美(2009)認為旅客的體驗情緒，對體驗

價值有正向的影響，甚而影響其忠誠度。黃靜宜(2009)指出體驗經濟時代的來臨，提昇體驗價值的重要性，極有可能逐漸取代了顧客價值。陳貴鳳、林曉莉(2012)體驗價值對幸福感及行為意圖，皆存在著正向影響。周佳蓉與陳嫻郁(2013)表示體驗行銷正面影響體驗價值，從而影響滿意度及重遊意願。張梨慧(2013)認為參與動機對行為意圖的影響，透過體驗價值比透過滿意度更具影響力。

從上述的旅遊意象和體驗價值的相關研究資料，可以了解到消費者的行為意圖，深受其影響。因此，本研究期待透過部落客分享到淡水的旅遊經驗，彙整出旅客對淡水的旅遊意象及體驗價值，作為一座充滿文化底蘊的古城，可以站在巨人的肩膀上，發展出具新意的旅遊方式，成為旅客心目中永遠的淡水。

2.4 旅遊部落格

2.4.1 部落格的定義與類型

部落格原文是 Weblog，現在大多以 Blog 稱呼之。最早是由 Jorn barger 在 1997 年提出來的(Blood,2000)。是一種線上日記型式的個人網站，藉由張貼文章、圖片或影片來記錄生活、抒發情感或分享資訊。依據莊鎰溫、楊子萱(2018)「Blog」一字於 2004 年被韋式網路字典(Merriam-Webster

Dictionary)選為年度之字(word of the year)，並將之定義為一種包含作者本身的省思、評論與提供超連結的個人網路日誌(楊幼蘭，2004)。

部落格有許多種類，不只是根據內容，同時也根據編寫部落格的方法區分。Krishnamurthy(2002)認為可透過兩個面向四種類型來分類：私人的(personal)和主題的(topic)，個人的(individual)和社群的(community)，將部落格劃分為四個類型。此四個類型分別為線上日記(Online Diaries)、支持群組(Support Group)、個人專欄(Enhanced Column)、合作的內容創造(Collaborative Content Creation)(劉江釗，2005)。Blood(2002)提出另一種分類方式，分別是過濾型(filters)、個人日記型(personal journals)與記事本型(notebooks) 等三種基本類型。過濾型部落格的內容是以記錄部落客自身以外的外部世界為主；個人日記型部落格是記錄關於部落客自己的內心世界或想法；而記事本型部落格則是綜合上述兩種，包含作者外部世界及個人內在的想法，文章通常會較長，特點是一篇通常會以一個議題為中心。溫明正(2005)將部落格因不同人、不同目的來分類，大致分為三種類型：個人雜誌型、傳統日記型及網路導覽型。個人雜誌型是指針對主題時事、最新報導，分享個人的觀察、想法及見解，其中包含網絡文章連結、讀者回應及反響等；傳統日記型是作者紀錄生活點滴、所見所聞的感觸和想法；網路導覽型則為以推薦好的網絡文章、連結為主要目的。面對社群

網誌部落格使用及應用，陳信宏(2005)在其研究中提出分類，對於部落格之商用目的與類型，可以進一步將部落格區分為四個種類，分別是：達人部落格、商業部落格、公關公益部落格、私人空間部落格，並認為不同類型之部落格，均可依據使用者的特性而衍生出許多商機。

2.4.2 旅遊部落格信息特性

隨著網路崛起和無遠弗屆的傳播方式，傳遞訊息的方式早已不同，網路社交平台大受青睞，而部落格也成為最受歡迎的溝通媒介之一。

部落格文章多半出自個人自發性，內容較具真實性，只要能讓使用者社群形成互信與互動的機制，自然容易引起網友的共鳴與推薦(Du & Wagner, 2006)。部落格擁有編輯性、開放性、個性化內容和互動性的優點，而且介面容易上手，又可以設關鍵字以利於搜尋，已成為一種具人際影響力的社交網絡(Thevenot, 2007)。李淑芳、陳首志(2012)指出，部落客透過部落格將自己的心情、生活點滴，以文字、圖像與影片的形式，甚至加上優美的音樂放置其中，供親朋好友瀏覽，亦可與其他網友建立互動、分享或討論共同興趣之話題。

張宇琳(2018)的研究，提到旅遊部落格是一種詳實記錄旅遊過程的點滴和所見所聞的經驗口碑，口碑對觀光旅遊行為具有相當的影響力。旅遊部落格可以呈現出旅客的真實且豐富之旅遊經驗，同時藉由文章的瀏覽

讓網友們對旅遊目的地有初步印象；而旅客採納部落格作者的意見，就如同是和旅客進行雙向溝通(Wright,2005)；因此旅遊部落格形成了電子口碑，彷彿成為旅遊目的地的最佳發言人，而且這些電子口碑提及的好或不好的經驗，極有可能會影響著旅遊地的形象和口碑(Wright, 2005; Litvin et al.,2008)。旅遊部落格不僅能忠實呈現旅客們對某一旅遊地的印象與看法，更可能會透過網路迅速且廣泛地傳播，在無形中影響其他人的觀感(陳貞吟、盧庭韻，2008；Pan, MacLaurin, & Crotts,2007)。周鈺和(2013)在研究中表示，旅遊業者之部落格，提供網友們發表自己的文字訊息、照片、連結，分享旅遊的經驗、心得與照片，部落格作者的美好旅遊經驗，是旅遊業最佳代言人。透過旅遊部落格，既知性又感性的行銷與傳播力量，可以建立顧客深刻且難忘的體驗印象，延續顧客對產品或服務的觀感及信任感，使顧客對企業產生認同感，是旅遊業部落格行銷成功的重要關鍵。

2.4.3 旅遊部落格與觀光業

Del Rosso (2005) 認為部落格行銷對於旅遊產業具有相當大的影響力，所以許多旅遊業者紛紛採用部落格做為與旅客雙向互動溝通與行銷的管道。Winer (2007) 指出部落格是一種持續性的學習平台，能提供豐富多元的旅遊文章，同時有照片提供參考，可以更真實傳達旅遊訊息給瀏覽者，瀏覽者將可根據得到的訊息做出旅遊決策。Woodside,A.G.,

Cruickshank, B. F., & Dehuang, N. (2007), 從部落格探討旅客對義大利主要城市之目的地意象, 提出目的地品牌形象及旅遊管理的建議。社交媒體網站是旅客分享旅遊經驗的最佳平台, 他們常利用這些社交媒體網站發表與分享旅遊中經歷的種種事情、難忘的回憶與旅遊體驗(Pudliner,2007)。

陳貞吟、盧庭韻(2008)在其研究中, 驗證了部落格能呈現出真實且豐富的個人旅遊經驗, 同時點出旅客心目中的淡水意象, 及深刻體驗的人、事、物與認同點和待改進之處。部落格(blog)是旅客旅遊資訊的重要來源之一, 透過部落格的瀏覽閱讀, 會使旅客對旅遊目的地有了原始意象(王國欽、陳瑞倫、詹悉珍、林士雅, 2010; Carson, 2008; Douglas & Mills, 2006; Keng & Ting, 2009; Pan et al., 2007; Schmallegger & Carson, 2008; Wenger, 2008)。

邱于平與楊美雪(2011)對於旅遊部落格提出了下列的看法, 他們認為旅客透過部落文分享個人的旅遊經驗, 文章內容描述部落客對旅遊景點的所有見聞以及當時之感受。李淑芳、陳首志(2012)研究指出部落格與旅遊訊息之結合, 形成旅遊資訊分享之熱門平台。加藤淳一(2013)指出可從旅遊部落格中探知消費者需求, 以提供目的地各業者, 作為經營管理和制定行銷策略的參考。此外根據周鈺和(2013)的研究指出, 旅遊部落格亦提供「引用」和「迴響」的功能, 讓部落格之間的訊息交流更順暢。旅遊部落格之業者, 以使用者需求為出發點來設計版型及介面, 提供生動活潑的

簡易模式，能快捷便利的連結文章標題、摘要和連結其他部落格等，令網路使用者為之風靡，可謂極具行銷與傳播魔力。許嘉霖、陳曉天、邱威勳(2017)指出網路的人氣部落格為眾所矚目的焦點，透過瀏覽部落客的旅遊經驗分享後，旅客所產生的心靈交流體驗與滿意度會正向影響其幸福感與重遊意願。

綜合上述所言，想要探知旅遊目的地的意象和體驗價值，不一定非用傳統問卷的方式，可以透過蒐集一定數量的旅客，對某一特定的旅遊地所分享在部落格的文章，從文章描述的內容，發掘出共同點。因此，本研究將蒐集去過淡水旅遊的旅客所分享的部落客文，來探討旅客對淡水的旅遊意象及內心最真實的切身感受和想法體悟。

2.5 共詞分析

共詞分析 (co-wordanalysis) 或稱共現詞分析、共現字分析，是屬於一種共現分析 (co21occurrence analysis)，屬於內容分析方法的一種，主要是藉由特徵詞的關聯來建構主題領域的內部結構及議題相關性 (Monarch,2000)。而主題結構(thematicstructure)無法僅從文章中的某一個關鍵詞判斷得知，但如果將此關聯性聚焦在同一文件內關鍵詞之間的連結關係，把經常一同出現的字組 (或稱共詞 word co occurrence) 進行定量分析，運用統計或心理學等方法，探討共詞的特性及意涵(王曰芬、宋

爽、熊銘輝，2007；吉田知訊、間瀨心博、北村泰彥，2008)，發現潛在的知識關聯，進而使知識結構或趨勢特性轉換成可視化的圖形，是文字探勘(text mining)發展中的重要方法(Chen,2001)。

依據 Ding (2001)的建議，執行共詞分析一般包括三個步驟：(1)從文章中擷取關鍵詞加以分析；(2)建立標準化共詞矩陣以呈現關鍵詞組之間的關係；(3)藉由統計技術（如主成分分析、集群分析、多元尺度法等），或是計算規則（如自組織映射圖、神經網路等）來建構關鍵詞組的結構關係，以形成知識地圖（如策略座標圖）或網絡。施怡均(2020)的研究中指出共詞分析，是資訊檢索與科學計量學中，將主題相關的文件，歸類（cluster）在一起的常見的方法。兩篇文件，若使用到相同的詞彙，則二者之間便有共同出現的字彙或共現字的關係，共現字詞越多，表示這兩篇文件在主題及內容應該就越相似。共詞分析便是基於這種假設所做的主題擷取或主題歸類分析。共詞分析的結果，常以視覺化方式呈現主題或學科之間的關係，以便一眼就能快速分析及解讀。本研究即採用此程序，進行關鍵詞彙共現分析，運用 MDS 多元尺度分析將其結果視覺化，繪製成知覺定位圖，以利判讀分析。

第三章 研究方法

問卷調查一直以來都是常用的研究方法和工具，然而旅客內心的真正旅遊感受和想法，可能是量化研究或問卷調查無法完全反映出來的。因此，本研究之目的，期待能透過旅客們，分享在部落格的旅遊經驗紀錄，進行文字探勘，以探索旅客對旅遊目的地的旅遊意象和體驗價值。本研究以「淡水」作為旅遊目的之旅遊意象和旅遊體驗來進行研究及探討，以下就是依其研究架構、研究對象及研究工具，進行陳述和說明。

3.1 研究架構

本研究根據網路民族誌(Netnography)的方法概念，也就是所謂的網路社群文化，並透過關鍵字的搜尋，以系列選擇的立意取樣方式，挑選曾到過「淡水」旅遊之旅客，分享到部落格的旅遊心得文章，進行文字探勘，並利用詞頻分析和權重分析確認關鍵詞語，繼而進行共詞分析及MDS多元尺度分析，同時兼具「質與量」的研究方法，歸納統整旅客最真實的感受，進而了解旅客對淡水的旅遊意象及體驗價值。

本研究分成三個階段進行：如圖3.1

1. 第一階段文字探勘：透過關鍵字的搜尋文章之後，閱讀其文本內容以了解旅客的旅遊感受和想法，為力求客觀判斷其文本的關鍵詞語，運用中文斷詞系統CKIP來進行斷詞。

2. 第二階段結構性關聯：中文斷詞系統CKIP斷詞之後，檢視其詞語在文章中出現的頻率，包含出現總次數、出現篇數和權重分析，以確認這些曾到淡水旅遊之旅客想法、感受，與體現淡水旅遊意象的關鍵詞。
3. 第三階段意象定位：利用多元尺度分析(Multidimensional Scaling，簡稱MDS)進行部落客對淡水景點意象的語意網絡分析，繪製出其知覺定位圖。

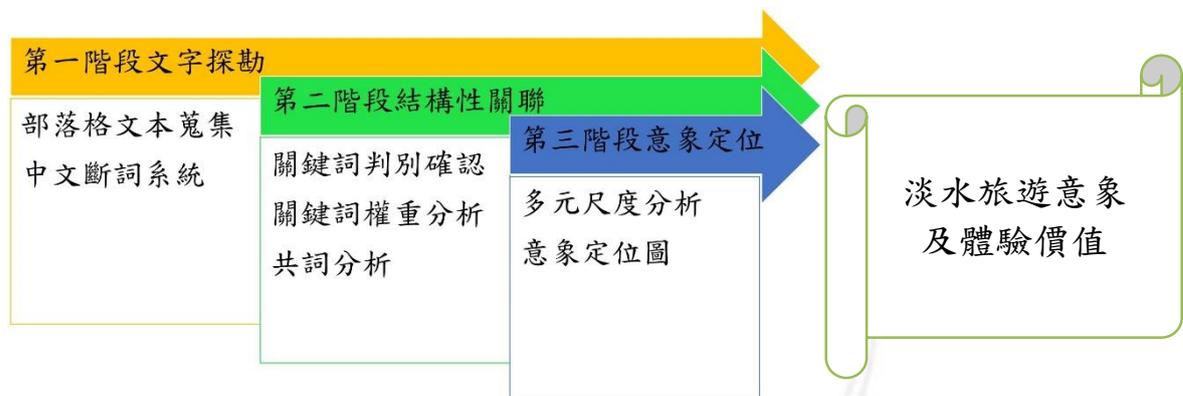


圖3.1研究架構圖

資料來源：本研究整理

3.2 研究對象

3.2.1 研究對象及與範圍

隨著網路崛起，社群媒體興起，大家逐漸習慣將生活中的事物，透過部落格來記錄或分享，有文字有照片，像是電子日記。然而，近幾年來網路社群facebook、twitter、instagram及微博等興起，很多人把旅遊照片

po在Fb或IG，但是文字描述相較於部落格沒那麼深入；再則，若只看照片無法了解當事人真正的觀點或想法，畢竟每個人對同一景點的感受與解讀不盡相同，相較之下，部落格的文字較能傳情達意，既生活化又有溫度，更重要的是比較能貼近旅客真實的感受。雖然網路社群媒體和部落格分享的主題五花八門，但是美食和旅遊主題，所佔比例甚高，從圖3.2可以得知，部落格已成為分享旅遊和美食的主流平台，因此本研究蒐集部落格的文章進行探究，深具價值和意義。

	第一名	第二名	第三名
社群網站	朋友近況 / 生活心情(72.7%)	即時新聞資訊 / 時事(40.2%)	照片 / 攝影(38.1%)
微網誌	朋友近況 / 生活心情(39.7%)	旅遊 / 觀光景點(24.1%)	美食資訊(24.0%)
部落格	美食資訊(46.1%)	旅遊 / 觀光景點(40.7%)	照片 / 攝影(28.3%)
討論區 / 論壇	消費資訊 / 優惠訊息(33.4%)	即時新聞資訊 / 時事(29.9%)	美食資訊(28.3%)
即時通訊軟體	朋友近況 / 生活心情(72.2%)	照片 / 攝影(28.5%)	交友(24.4%)

圖3.2 網友對各社群服務特性的認知

資料來源：創市際雙週刊第六十七期

本研究依下列三點原因，選定「淡水」，作為研究之旅遊目的地：

(1) 豐富多元的自然景觀

淡水有依山傍水的自然景觀，是一個兼具山城和河港的城鎮，可以遠眺靜謐的觀音山；可以徜徉源遠流長的淡水河畔；可以至淡水多處的登山步道探訪尋幽；還有淡水紅樹林保護區，可以進行生態之旅；亦可漫步沙

崙海灘，享受熱情的陽光和美麗的海景，如此樣貌多元的自然景觀和生態，的確讓人想去親近和探訪。

(2) 承載歷史的文化古城

淡水除了自然景觀資源豐富，人文歷史資源也很多。西元1858年淡水河開港通商後，成為國際通商港口，淡水不僅躍居成全臺最大港口，更是世界各國洋行設行貿易的地點，當時的繁華榮景可以想見。在悠長的歷史歲月中，文化遺址訴說著這數百年來的興盛與滄桑，如：國家級的一級古蹟紅毛城和二級古蹟理學堂大書院、滬尾砲台。現在淡水經公告指定的古蹟計有28處，7處歷史建築，其文化價值可見一般(新北市立淡水古蹟博物館，2021)。

(3) 獨具一格的特色體驗

淡水是一座古城，懷古幽思之情盡在山水景緻和古蹟建築之間，因為坐擁觀音山，八里近在咫尺，波光粼粼的淡水河像絲帶般流淌，「搭乘渡輪」徜徉山水之間，成了旅人到淡水旅遊的特殊體驗。可以坐渡輪到對岸八里走走逛逛，也可以搭乘渡輪，欣賞沿途的風光，享受海風徐徐和船速的快感，是一般旅遊景點無法體驗到的特色和樂趣。

搭捷運到淡水旅遊是近幾年的首選，既方便又快速。但是2018年「淡海輕軌」開通後，結合「幾米的裝置藝術」，成為另一種旅遊風情，每一

站都極具迷人的特色，讓輕軌這條幾米公共藝術鐵道，除了能盡收沿途的風景，和各站的幾米裝置藝術美拍打卡，還有列車互動式體驗的AR實境解謎，淡海輕軌儼然將成為到淡水旅遊，搭乘大眾運輸的新寵兒。

到淡水旅遊還有一個不能錯過的體驗，那就是古蹟巡禮。古蹟承載著歷史和人文，卻只能從建築風格，嗅出年代的遺跡，和透過展覽的文物以及一幀幀的照片，粗略認識過去的歷史。然而拜科技所賜，在古蹟裡也能結合科技，跨越時空的藩籬見證歷史。如：在二級古蹟的淡水滬尾砲台裡有AR體驗區，可以讓旅客透過高科技，重現當時劉銘傳巡撫設置的大砲，同時能模擬發射大砲進行攻擊，這樣古今交融的體驗，既新鮮又有趣，讓古蹟別有一番新風情。

3.2.2 資料來源

依據國外網站 Statcounter Global Stats 的專業統計結果顯示，不管是在台灣，甚至是全球，直至2021年3月為止，Google搜尋引擎的市占率皆為第一名(如圖3.3和圖3.4)，故能快速依關鍵字與網站相關性，給予其相關的資料。因此，本研究的樣本來源，是透過Google搜尋引擎來進行檢索。



圖3.3台灣搜尋引擎市占率



圖3.4全球搜尋引擎市占率

資料來源：<https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share>

除此之外，也考慮哪些旅遊類型論壇或部落格，較具規模，有較多的旅客會在平台，分享其旅遊經驗，或是交換意見，以利蒐集樣本資料。

痞客邦是台灣目前最大的部落格平台，為城邦媒體控股集團，旗下經營管理的網站主力之一，擁有660萬使用者，提供部落格、網路相簿和留言板等網路社群服務。為避免先入為主，將部落文只鎖定在特定的部落格，故本研究主要利用國人最常使用的「Google搜尋引擎」，未輔以任何網路社群服務的管道，單純以「淡水旅遊」為關鍵詞，逐篇瀏覽來取得符合研究內容，且具參考性質的部落文。

3.2.3 資料蒐集

本研究於2020/8/1至2020/10/31期間，依據上一章節提及的資料搜尋，以「淡水旅遊」為關鍵詞，進行相關之旅遊部落文搜尋和採樣。採樣過程及方式依下列三大原則進行：

- (1) 依序採擷樣本：依據輸入關鍵字後的搜尋結果，出現的相關資料，從網頁的第一頁第一則進行瀏覽，符合原則之部落格，則以Word建檔，建立其完整的文本資料，以利本研究後續的斷詞分析，詳圖3.5 文本資料收集。
- (2) 排除非相關樣本：輸入關鍵字，雖已聚焦在淡水相關資料，但仍有網路媒體旅遊報導、旅行社宣傳廣告等資料，故將其排除，僅以部落客所分享的旅遊部落格為本研究的採樣資料。
- (3) 排除重複採樣：每篇採樣後，研究者都會先概覽全文，並將部落格的主題名稱、貼文日期與網址，還有蒐集資料的日期，這些相關基本資料以Excel建檔，如表3.1；而在其採樣過程中發現，有些部落客所撰寫的部落格，會在不同的部落格出現，為避免重複採樣，故利用「Excel設定格式化的條件」，進行篩選，以排除重複之部落格。

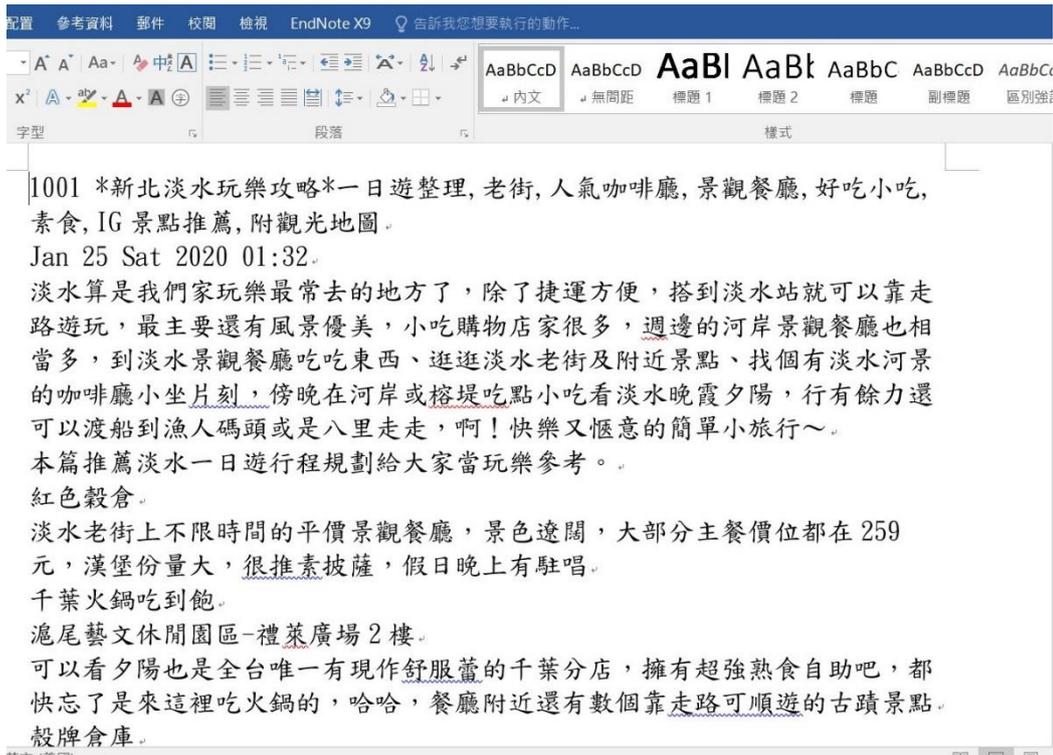


圖3.5 文本資料收集

資料來源：本研究整理

表3.1 採樣資料建檔

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	資料編碼列
搜尋引擎關鍵字	項次		貼文日期			收集日期			貼文主題	網址	原文					
			年	月	日	年	月	日	收集日期					淡水	玩樂	捷運
痞客邦 淡水旅遊	1001		2020	1	25	2020	1	25	20200801	*新北淡水玩樂攻略*一日遊	https://saliha.pixnet.net/blog/	淡水算是我們家玩樂最		32	2	6
痞客邦 淡水旅遊	1002		2020	4	24	2020	4	24	20200801	*淡水一日遊景點推薦*	https://saliha.pixnet.net/blog/	淡水文化區是捷運淡水	13	0	2	
私人網頁淡水旅遊	1003		2020	7	4	2020	7	4	20200802	淡水景點推薦	https://yoke918.com/danshui	淡水一日遊怎麼玩?	37	0	0	
痞客邦 淡水旅遊	1004		2020	6	26	2020	6	26	20200803	【新北淡水-2020端午連假】	https://genius0509.pixnet.net	淡水是個融於端午連假車潮過多	8	0	0	
隨意窩 淡水旅遊	1005		2020	6	16	2020	6	16	20200809	貓大爺淡水旅遊特輯	https://blog.xuite.net/maomi/	淡水是個融於端午連假車潮過多	38	0	4	
ipei Fun P 淡水旅遊	1006		2020	3	4	2020	3	4	20200819	淡水景點	https://taipei.fun	來到淡水玩	63	0	3	
look部落 淡水旅遊	1007		2020			2020	8		20200820	2020 最新	nass.welcom	除了可以	16	0	0	
痞客邦 淡水旅遊	1008		2020	2	1	2020	2	1	20200822	【2020淡水一日遊】IG	https://www.klook.com/zh-	什麼~這地方在淡水	16	0	0	
														23	0	0

資料來源：本研究整理

3.3 研究工具

3.3.1 文字探勘技術

文字探勘 (Text Mining) 是一種跨領域的綜合應用，結合自然語言處理與資料探勘和資訊檢索的技術，使大量的「文字資訊」能經由電腦分析歸納，主要的應用有自動摘要、自動分類、文件檢索、知識管理等。用以因應現今因網際網路(Internet)興起，而造成如洋流般的龐大數據(謝邦昌、謝邦彥，2016)。

Dan Sullivan (2001)定義文字探勘為「一種編輯、組織及分析大量文件的過程，為了提供特定使用者特定的資訊，以及發現某些特徵及其間的關聯」。相較於傳統的資料探勘，文字探勘需要加上額外的資料選擇處理程序，以及複雜的特徵萃取步驟，而其中的差異，可以從圖3.6一窺究竟。

	資料探勘	文字探勘
資料「類型」	結構式資料	非結構式資料
資料「範例」	數字	文字
資料「明確」	數字精確	文字意義可能模糊、文字與背後情緒抵觸等
資料「品質」	遺漏值、異端值等	拼字錯誤、翻譯品質等
資料「分析」	統計分析、預測模型等	情緒探勘、意見探勘等

圖3.6 資料探勘與文字探勘之比較

資料來源：Marketing Data Science

本研究的資料來源，都是來自網路的部落格文，需要透過「文字探勘」技術的應用，將蒐集到的文本，進行文字的拆解與組合，並將文本中隱含、未知或是潛在且有用的訊息、意見，甚或情緒與感受挖掘出來(Delen & Crossland, 2008; Frawley et al., 1992)，以萃取出相關訊息資料，進行分析、解讀旅客隱藏在文字間的密碼。

3.3.2 中文斷詞系統與關鍵詞篩選

「中文斷詞系統」(Chinese knowledge information processing, CKIP)是由從事中文自然語言處理(NLP)研究的中研院CKIP Lab中文詞知識庫小組所發表。CKIP Lab為中研院資訊所和語言所跨所合作，於民國七十五年成立的一個的中文計算語言研究小組。該小組致力於建構中文自然語言處理的資源與研究環境，為國內外中文自然語言處理及其相關研究，提供基本的研究資料與知識架構。此系統提供繁體中文斷詞的功能，詞類標注和專有名詞的實體辨識(Named entity recognition)等功能。一般文件若不考慮新詞平均切分正確率達99%以上；詞類標記為選擇性功能，可附加文本中切分詞的詞類解決詞類歧義，正確率在95%以上，準確率相當高(中研院CKIP Lab中文詞知識庫，2021)。

3.3.3 頻率分析

頻率是單位時間內某事件重複發生的次數，因此透過關鍵詞出現的次數頻率，及出現的篇數多寡的分析，可以了解旅客去淡水旅遊時，會去哪些景點，對什麼景物、建築、或是體驗活動，有較深刻的印象，以探討旅客們對淡水的旅遊意象及體驗價值。

3.3.4 權重分析

TF-IDF (term frequency-inverse document frequency) 是一種用於資訊檢索與資訊探勘，常用的加權技術，用以評估一個詞語對於一個文件集，或一個語料庫中的其中一份檔案之重要程度。前面的TF是Term Frequency的縮寫，後面的IDF是Inverse Document Frequency的縮寫，合在一起則說明了，如何計算出哪些字詞是相對比較重要的。字詞的重要性隨著它在檔案中出現的次數成正比增加，但同時會隨著它在不同文本檔案，集結成語料庫中出現的頻率成反比下降。

TF-IDF 演算法包含：詞頻 (TF) 跟逆向文件頻率 (IDF) 兩個部分。詞頻指的是某一個給定的詞語，在該文件檔案中出現的頻率。每一篇文本的字數不太可能會一樣，而同一個詞語在較長文件裡，有可能比在短文件出現更高的次數，故無法判斷該詞語是否確實重要。對於在某一特定文件裡的詞語來說，以頻率而不是以次數來看待文字的重要性，

其重要性可依下列方式來表示：

$$tf_{i,j} = \frac{n_{i,j}}{\sum_k n_{k,j}}$$

上述式子中 $tf_{i,j}$ 是指第 j 篇文章中第 i 個詞的頻率

$n_{i,j}$ 是第 i 詞在第 j 篇文章中的出現次數，而分母則是在第 j 篇文章中所有字詞的出現次數之和。

另一個問題是，時常重複出現的慣用詞語對一個文件的影響很大，而逆向文件頻率則是用來處理常用詞語的問題。某一特定詞語的idf，可以由總檔案數目除以包含該詞語之檔案的數目，再將得到的商取以10為底的對數得到：

$$idf_i = \log \frac{|D|}{|\{j: t_i \in d_j\}|}$$

其 idf_i 是指第 i 個詞的逆向文件頻率

$|D|$ ：語料庫中的文章篇數總數。

$|\{j: t_i \in d_j\}|$ ：包含關鍵詞的篇數總數(即 $n_{i,j} \neq 0$ 的篇數)如果詞語不在資料中，就導致分母為0，因此一般情況下使用 $1+|\{j: t_i \in d_j\}|$ 。

接著以 $tfidf_{i,j} = tf_{i,j} \times idf_i$ 所得到的值當作權重，如此方能過濾掉常見的詞語，保留重要的詞語。(David Huang,2017；阮一峰，2013)

3.3.5 多元尺度分析

多元尺度分析 (Multi-dimensional Scaling, 簡稱MDS)，又譯做「多維尺度」，也稱作「相似度結構分析」(Similarity structure analysis)，是一種多變量分析技術，最早的發展是用來測量人們的感知與偏好，是社會學、數量心理學和市場行銷，統計實證分析的常用方法。

多元尺度分析法同時包括兩大類，數值多元尺度分析 (metric MDS) 和非數值多元尺度分析 (nonmetric MDS)。其中，數值多元尺度分析主要透過實際差異進行映射，而非數值多元尺度分析透過排名差異進行映射，一般來說，在繪製定位圖的過程中，透過多元尺度分析可以將各種定位屬性，呈現在知覺圖 (Perceptual Map) 上。有下列幾項探索性的過程方法：(蘇聖珠、林芷芸，2007)

- (1) 減少觀察項目
- (2) 盡可能在數據中揭示現有結構
- (3) 揭示相關特徵
- (4) 尋找儘可能低維度的空間 (「最小化條件」)
- (5) 空間必須滿足「單調條件」
- (6) 解釋空間的軸，依照假設提供關於感知和評判過程的信息

本研究最終目標，就是希望能夠透過知覺定位圖，了解旅客對淡水整體性的觀感，提供旅客及旅遊業者，規劃和安排行程的參考，以及地方政府型塑城市的意象，永續發展當地觀。



第四章 研究結果

本研究透過CKIP斷詞、Excel整理數據，和多元尺度知覺定位，將網路蒐集到的部落文進行分析，以探討旅客對淡水的旅遊感受、旅遊意象和體驗價值，本章節將針對其研究結果，加以分析和討論。

4.1 部落文樣本資料蒐集結果

本研究以部落客分享在部落格的旅遊文章，進行文字探勘，部落文的資料來源，研究者於2020/8/1至2020/10/31期間，透過Google搜尋引擎，以「淡水」為關鍵詞進行文章搜尋。考量年代較久遠的部落格文章，會因近幾年的觀光業推動，和城市建設規劃，可能探討的目的地旅遊意象，會與今時今日大相逕庭，而失去參考價值，因此，只選用「2018年~2020年」這三年間，旅客在部落格或私人網頁，發表的淡水相關旅遊部落文。為避免主觀意識挑選文章，依網頁出現的順序進行閱讀。蒐集樣本初期時，發現以「淡水」為關鍵詞語進行搜尋時，會頻頻出現淡水相關的旅遊廣告和宣傳文宣，如：淡水相關的新聞報導、旅遊網廣告、購物中心廣告……等文章，故將關鍵詞調整成「淡水旅遊」，繼續進行樣本搜尋。在採樣約60篇左右時，發覺部落文的內容描述的事物、景點大同小異，故決定再進行已找到資料篇數的10%篇章，若無新元素即停止採樣。持續採樣的過程中，

發現有部落客紀錄分享新的旅遊景點，因此，繼續進行部落格文章蒐集。接下來的6篇文章中，與先前蒐集的文章內容相去不遠，決定再增加10%的旅遊部落文，確認是否能再找到新的淡水旅遊意象和體驗分享，結果並無搜尋到新的意象和旅遊體驗的介紹，故終止採樣，最終共採集了76篇文章，扣除其中一篇的重複文章，最後留下75篇作為本研究之分析樣本。各篇內容來源網址詳見附錄一。

本研究是依據網頁出現之順序來進行部落文蒐集，發現共蒐集到的這75篇部落文，來自「痞客邦」的文章高達60%，與網友們推薦的部落格平台非常吻合，詳見表4.1和表4.2。

表4.1 部落格文章來源網站數據一覽表

部落格來源網站	擷取篇數	所占比率
痞客邦	45	60%
私人網頁	12	16%
好好玩台灣The Blog	7	9.33%
其他(隨意窩、Klook部落格、KKday Blog……)各2~3篇，故不詳載。	11	14.67%

資料來源：本研究整理

表4.2 部落格推薦與評價整合表

部落平台	主要市場	操作難度	備註
Pixnet痞客邦	中文	易	台灣最大部落格平台
Xuite隨意窩	中文	易	中華電信經營的平台
Blogger.com	全球	中	Google所經營的平台
Wix.com	全球	易	能快速建立形象網站
Weebly.com	全球	易	能快速建立電商網站
Medium	全球	中	文章質量很高的平台
Vocus方格子	中文	易	可開付費訂閱與贊助
Matter	中文	易	講求互動頻繁的平台
探路客	中文	易	一站式管理文章粉絲
Tumblr	中文	中	另一版的Instagram

資料來源：<https://deanlife.blog/blogging-platforms/>

為了讓擷取的文章更具時效性及參考價值，因此，設定只蒐集2018年~2020年，這三年所發表的淡水旅遊的部落文，其各年份的篇數和所占比率，詳見表4.3。即使疫情的關係，2020年淡水相關的旅遊部落文仍高達37篇，幾近50%的比率，究其因可能是報復性旅遊所致，其推論如下所述。

台灣於2020/1/21爆發首例新冠肺炎的案例，頓時全台進入備戰狀態，人人保持適當的社交距離，以策安全，除了正常上班上學外，其他活動都盡量減少或避免，直到疫情稍稍趨緩，大家才陸續展開旅遊活動。疫情之後的首波出遊潮，是在四月初的清明連假；再則就是5月份陳時中部長，

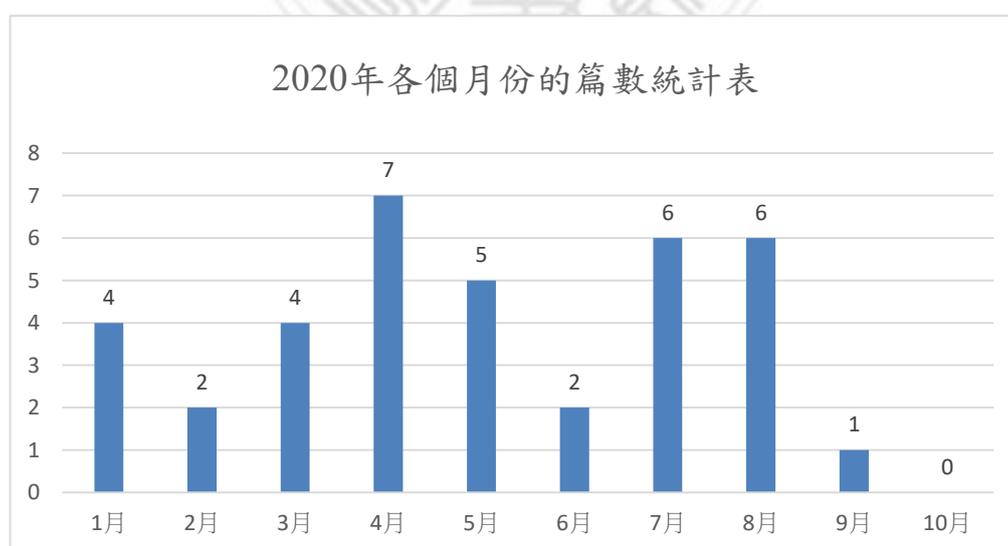
各大旅遊景點走透透，高喊：「我台灣我驕傲」，成為全台最強業配王，也為旅遊掀起一陣風潮；2020/6/7解封後，加上旅遊補助，國內旅遊更是一片長紅。依據表4.4 2020年淡水部落文發表之月份統計(以2020/10/31為結算基準)，其中2月的兩篇貼文日期分別是2/1和2/21，與國內疫情發展時間不謀而合。

表4.3採樣之部落格文章發表年分和所占比率

部落格文章發表年分	文章篇數	所占比率
2018年	15	20%
2019年	23	30.67%
2020年	37	49.33%

資料來源：本研究整理

表4.4 2020年淡水部落文發表之月份統計表

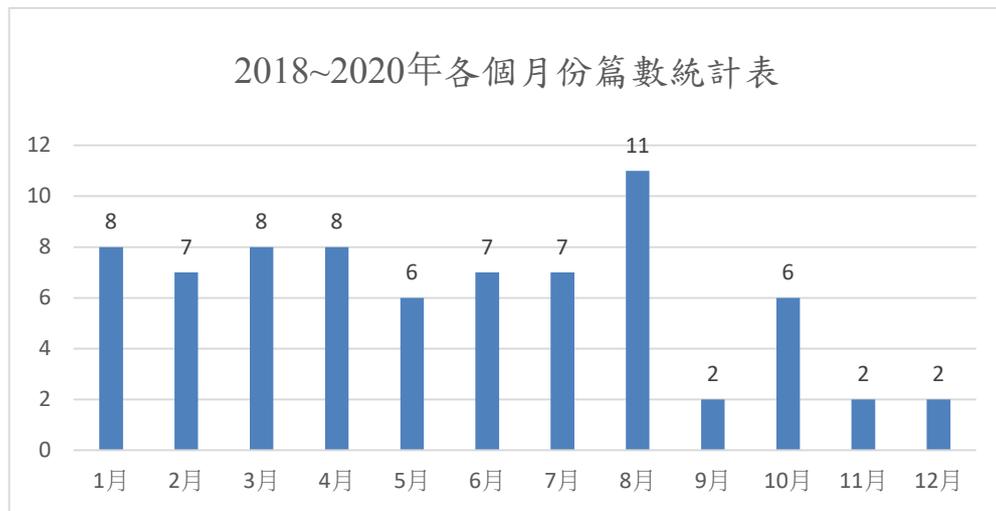


資料來源：本研究整理

從表4.5的統計表(以2020/10/31為結算基準)，亦有下列的發現：

1. 淡水一年四季都很適合旅遊。
2. 不同季節有不同的旅遊體驗：1、2月期間正逢春節，淡水櫻花盛開，是賞花的好時節；春季氣候宜人，淡水依山傍水好風情，適合遊山玩水；夏天雖然天氣酷熱，因為是暑假時期，人潮依然絡繹不絕；9月份推估開學之初，因此出遊者較少。11、12月淡水天氣已冷，但尚未進入賞花季節，推估因此之故，旅客不及其他月份，相對部落文也偏少；再則也可能因本研究蒐集樣本的結束時間點為2020/10/31，因此錯過，11和12月的旅客分享之部落文。
3. 8月份篇數最多：其中8月份11篇，除了可能是暑假期間，以致出遊情形較多，但與其他月份相較，明顯略高，故研究者比對2020年8月份有幾篇分享的部落文，發現高達6篇之多，並詳閱此6篇文章內容，得知，2020/7/18~8/31在淡水漁人碼頭，有仲夏繽紛樂的活動，以及配合七夕情人節舉辦情人橋煙火秀，推估這也是旅遊人數攀升，同時造成較多旅客在部落格，紀錄和分享旅遊活動的點滴。

表 4.5 2018~2020 年部落文發表之月份統計表



資料來源：本研究整理

4.2 關鍵詞與中文斷詞系統

為使關鍵詞更科學且更客觀，因此，本研究摒除研究者，自行閱讀文本後，判斷及挑選關鍵詞，運用中研院 CKIP Lab 中文詞知識庫小組所發表的，中文斷詞系統進行斷詞和關鍵字判讀。

4.2.1 斷詞處理

本研究分別將淡水75篇部落格旅遊文章，載入中文斷詞系統，由系統進行斷詞處理。雖然，此系統已高達95%以上的正確率，仍無法百分之百精準判別所有詞彙，因此，研究者將所取得的斷詞詞彙，進行檢視，認為有待商榷的詞語，則比對原文，然後進行調整和修正，下列以某段的部落文內容為例說明，請參考圖4.1中文斷詞系統之輸入與結果。原文：「淡

水一日遊景點的規劃建議：星巴克雲門門市、一滴水紀念館、滬尾藝文休閒園區、淡水海關碼頭、漁人碼頭、淡水老街、將捷金鬱金香酒店」。經過中文斷詞系統處理後所產生的詞彙為：「淡水(Nc) 一(Neu) 日(Nf) 遊(VCL) 景點(Na) 的(DE) 規劃(Na) 建議(Na) : (COLONCATEGORY) 星巴克雲門(Nb) 門市(Nc) 、(PAUSECATEGORY) 一(Neu) 滴(Nf) 水(Na) 紀念館(Nc) 、(PAUSECATEGORY) 滬尾(Nc) 藝文(A) 休閒(VA) 園區(Nc) 、(PAUSECATEGORY) 淡水(Nc) 海關(Nc) 碼頭(Nc) 、(PAUSECATEGORY) 漁人(Na) 碼頭(Nc) 、(PAUSECATEGORY) 淡水(Nc) 老街(Nc) 、(PAUSECATEGORY) 將(P) 捷金(Nb) 鬱金香(Na) 酒店(Nc)」。斷詞系統將「一日遊」和「一滴水紀念館」分別斷成「一」「日」「遊」及「一」「滴」「水」「紀念館」，已失去文中原詞彙的意義，恐之後進行關鍵詞統計時，無法正確判讀詞語，導致數據不正確，故在檢視斷詞正確性時，同時進行詞語調整和修正。

CkipTagger [GitHub](#) [PyPI](#)

CKIP Lab 資訊所 中央研究院

仁令 1
繡來體育台 1

土地公 1
土地婆 1
公有 2

，
：
！
；

WS recommend dictionary and weights (斷詞參考詞典與權重)

WS coerce dictionary and weights (斷詞強制詞典與權重)

Segment delimiter set (斷詞參考符號)

淡水一日遊景點的規劃建議：星巴克雲門門市、一滴水紀念館、滬尾藝文休閒園區、淡水海關碼頭、漁人碼頭、淡水老街、將捷金鬱金香酒店

WS (斷詞) POS (詞性標注) NER (實體辨識)

Ready

淡水(Nc) 一(Neu) 日(Nf) 遊(VCL) 景點(Na) 的(DE) 規劃(Na) 建議(Na) : (COLONCATEGORY) 星巴克雲門(Nb) 門市(Nc) 、(PAUSECATEGORY) 一(Neu) 滴(Nf) 水(Na) 紀念館(Nc) 、(PAUSECATEGORY) 滬尾(Nc) 藝文(A) 休閒(VA) 園區(Nc) 、(PAUSECATEGORY) 淡水(Nc) 海關(Nc) 碼頭(Nc) 、(PAUSECATEGORY) 漁人(Na) 碼頭(Nc) 、(PAUSECATEGORY) 淡水(Nc) 老街(Nc) 、(PAUSECATEGORY) 將(P) 捷金(Nb) 鬱金香(Na) 酒店(Nc)

圖4.1 中文斷詞系統之輸入與結果

資料來源：本研究整理

比對原文進行詞語調整和修正的同時，也發現部落文，經過中文斷詞系統段詞處理後，出現一些沒有意義的詞彙，如：的、於、在、嗎、呢、你、我……等介詞與人稱代名詞。故查詢「自然語言處理」相關研究，根據過去的研究，為了正確提取有效的斷詞資料，可以刪除冠詞、連接詞、介系詞、語助詞及代名詞等，不會影響文本意義的詞語(陳怡廷、樂錦榮，2012)。因此，研究者以人類日常生活語言習慣，和常用且可判斷語意的主要詞彙，如：名詞、動詞及形容詞等，做為關鍵詞語探勘的對象(蔣禮芸，2003)。初步整理後，總斷詞數為20,117個，其部落文各篇斷詞數之結果，如表4.6所示。

表4.6淡水部落文各篇斷詞數

篇數	斷詞數								
1	262	16	313	31	173	46	119	61	256
2	62	17	358	32	111	47	286	62	227
3	175	18	172	33	98	48	141	63	309
4	65	19	65	34	377	49	130	64	197
5	346	20	182	35	427	50	89	65	63
6	348	21	408	36	225	51	916	66	88
7	118	22	449	37	294	52	381	67	186
8	104	23	612	38	322	53	243	68	155
9	40	24	572	39	259	54	231	69	264
10	279	25	647	40	274	55	336	70	226
11	60	26	212	41	648	56	96	71	167
12	19	27	517	42	587	57	151	72	172
13	263	28	275	43	526	58	115	73	468
14	88	29	786	44	342	59	146	74	267
15	133	30	148	45	340	60	240	75	371

資料來源：本研究整理

而這20,117個詞語，有些詞語會在不同篇的部落文出現，甚或同一篇當中重複出現，如：漁人碼頭，在第一篇部落文出現1次，第三篇出現3次、第二十七篇則高達17次……。為了確認有意義的詞語，以利進行下一步驟的研究，故研究者利用Excel的「設定格式化的條件」，來刪除重複出現多次的詞語，只保留一個，最後取得2982個詞語進行分析，詳細內容如圖4.2所示。



圖4.2刪除重複詞語

資料來源：本研究整理

4.2.2 詞語頻率整理

依前項的斷詞處理後，仍保留大量的詞語，故運用Excel如表4.7，進行詞語的頻率彙整，用以判斷及驗證重要的關鍵詞語，以利進行頻率分析。本研究有75篇部落格文，Excel處理詞語出現次數，所得到的詞語頻率，初步依其比例，刪除後10%出現頻率的語詞，故先刪除出現8次以下的語詞，共留下591個語詞。再則，彙整部落格文時，對其中一篇印象特別深刻，文章中提及「淡水馬術體驗」，然而該篇文章中不斷的提及馬場和馬術，分別高達11和15次。在本研究的75篇文章中，僅此篇提及馬場和馬術，遂思考僅此一篇多次提及，是否足以代表淡水意象或是到淡水旅遊不能錯過

4.2.3 詞語整合

中文字是一種特別的文字，有同音異字、字形相近，也有語意相近的相似詞，再加上每個人用字遣詞的習慣不同，以致造成部落客在記錄旅遊體驗時，將相同景點或物品的名稱，以同音異字的文字進行表達，如：

「滬尾砲台」不同的部落客表達方式就不盡相同，有人寫「滬尾礮臺」，也有旅客文中第一次提及是用滬尾砲台，之後再提起就只以砲台來述說歷史或參觀的點點滴滴。

除了同音異字的表達，還有語意相同卻不同詞語表達的詞彙，如：「小白宮」，有旅客會寫「淡水小白宮」，介紹其歷史名稱時，更是有多種表達方式：稅務司/淡水關稅務司官邸/前清淡水關稅務司官邸/淡水海關稅務司官邸。鑑於此，恐影響量化統計之結果，故如表4.9的一覽表，以出現次數較多者進行詞語合併和整合，最終取得257個詞語，做為進行後續量化分析的關鍵詞。

表 4.9 斷詞整合一覽表

原始詞語	整合後詞語
砲台/滬尾砲台/滬尾砲台公園/砲台堡壘/砲台埔/礮臺/滬尾礮臺/北門鎖鑰	滬尾砲台
老街/淡水老街/中正老街	老街
紅毛城/淡水紅毛城/安東尼堡	紅毛城
古蹟/一級古蹟/二級古蹟/市定古蹟/	古蹟
小白宮/淡水小白宮/馬偕小白宮/白色建築/純白色系/稅務司/淡水關稅務司官邸/前清淡水關稅務司官邸/淡水海關稅務司官邸	小白宮

表 4.9 斷詞整合一覽表(續)

原始詞語	整合後詞語
雲門/雲門劇場/雲門舞集/淡水雲門劇場/雲門舞集劇場	雲門
星巴克/雲門星巴克/星巴克雲門門市/淡水雲門星巴克	星巴克
景點/熱門景點/新景點/親子景點	景點
河岸/河畔/河邊	河岸
漁人碼頭/淡水漁人碼頭	漁人碼頭
海關碼頭/淡水海關碼頭/海關碼頭園區/淡水海關碼頭 園區	海關碼頭
咖啡/咖啡廳/咖啡館/喝咖啡/水岸咖啡廳/露天咖啡區/	咖啡
淡水碼頭/淡水渡船碼頭	淡水碼頭
古蹟/市定古蹟/歷史古蹟/二級古蹟/三級古蹟/古蹟巡 禮/國家二級古蹟/新北市三級古蹟/九大古蹟/新北市古 蹟/一級古蹟/台灣國定古蹟/國定第二級古蹟	古蹟
古蹟博物館/淡水古蹟博物館/新北市立淡水古蹟博物館	古蹟博物館
捷運/捷運站/淡水捷運/捷運淡水站/搭捷運/台北捷運/ 捷運淡水線/捷運紅樹林站/輕軌捷運/	捷運
淡水河/淡水河畔/淡水河岸/淡水河口/淡水河岸步道廣	淡水河
馬偕/馬偕博士/馬偕雕像/馬偕街/馬偕醫院/馬偕紀念 醫院/馬偕故居紀念館/西式醫院/傳教士	馬偕
輕軌/淡海輕軌/淡水輕軌	輕軌
船/渡船/渡船頭/淡水渡船頭/渡船口/搭船	船
淡海/淡海新市鎮/淡海新市鎮站/V10淡海新市鎮站/淡 海路	淡海
裝置藝術/幾米裝置藝術	裝置藝術
紅樹林/紅樹林站/紅樹林步道/紅樹林生態步道/紅樹林 生態保育區	紅樹林
拍照/拍拍照7/拍照區/美照17/美拍12/夕照16	拍照
打卡點/打卡景點/打卡熱點/打卡聖地/爆紅景點/IG打 卡/打卡店/打卡照	打卡
櫻花/櫻花大道/滬尾櫻花大道/賞櫻/櫻花林/山櫻花/淡 水滬尾櫻花大道/賞櫻花/櫻花季/櫻花樹/吉野櫻	櫻花
夕陽/看夕陽/淡水夕陽/夕陽餘暉/戌台夕陽/淡水夕照/ 日落/落日/黃昏	夕陽

表 4.9 斷詞整合一覽表(續)

原始詞語	整合後詞語
滬尾藝文休閒園區/藝文休閒園區	休閒園區
水岸/金色水岸/淡水金色水岸/榕堤水岸/黃金水岸/漁人水岸/金色水岸步道/水岸木棧道/八里水岸步道/河岸/海岸/河邊	水岸
玻璃/玻璃屋/彩繪玻璃/玻璃帷幕/玻璃窗/玻璃帷幕/玻璃壁畫	玻璃
散步/散散步/漫步	散步
風景/風景宜人/風景秀麗	風景
彩繪/彩繪階梯/3D彩繪/3D彩繪階梯/淡水3D意象彩繪階梯/彩繪巷/彩繪牆/立體彩繪/彩繪壁畫/3D立體彩繪	彩繪
小吃/小吃店/銅板小吃/庶民小吃	小吃
幾米/幾米主題公園/幾米主題列車/幾米月台/幾米列車/幾米主題公仔/幾米公車站	幾米
博物館/古蹟博物館/市立考古博物館	博物館
八里/八里左岸/八里海岸/八里左岸公園	八里
阿給/文化阿給/老牌阿給/淡水文化阿給/丫給	阿給
文化園區/淡水文化園區	文化園區
體驗/體驗館/滬尾之役體驗館/VR體驗/AR體驗	體驗
和平公園/淡水平和公園	和平公園
渡輪/淡水渡輪/搭渡輪	渡輪
飯店/酒店/(福容飯店/淡水福容飯店/福容大飯店/將捷金鬱金香飯店/渡假飯店/溫泉飯店/將捷金鬱金香酒店)	飯店/酒店
偕醫館/滬尾偕醫館	偕醫館
洋行/得忌利士洋行/嘉士洋行/洋行倉庫/英商嘉士洋行	洋行
親子/親子漫遊	親子
天氣好/好天氣	天氣好
殖民/殖民地/殖民風格	殖民
天元宮/無極天元宮/淡水天元宮	天元宮
沙崙/沙崙海灘/濱海沙崙/沙崙海灘	沙崙
北投/北投圖書館/新北投	北投
魚丸/魚丸湯/可口魚丸	魚丸

表 4.9 斷詞整合一覽表(續)

原始詞語	整合後詞語
魚酥/許義魚酥/合益魚酥	魚酥
網美/網美照	網美
花園/空中花園/祕密花園	花園
領事館/英國領事官邸/英國領事館	領事館
迴廊/迴廊式/拱門迴廊/白堊迴廊式	迴廊
影城/國賓影城	影城
實境互動/互動式/互動遊戲	互動
AR互動/ AR解謎	AR
扭蛋/女友の扭蛋/扭蛋專賣店	扭蛋
放鬆/輕鬆	放鬆
觀景/觀景區/觀景台	觀景
異國風/異國風情/日式風情	異國風
刨冰/日式刨冰/沖繩刨冰	刨冰
夕陽/日落/落日/夕照/夕日/戌台夕照	夕陽
遠眺/眺望	遠眺
戰爭/中法戰爭/清法戰爭	戰爭
婚紗/拍婚紗/婚紗攝影/婚紗照	婚紗
自行車/腳踏車	自行車
傍晚/黃昏	傍晚
煙火/煙火秀	煙火
放鬆/輕鬆	放鬆
草地/草皮/綠意/綠色/綠草皮	草地
淡水禮拜堂/教堂	淡水禮拜堂
文化園區/淡水文化園區/穀牌倉庫	文化園區
重建街/戀愛巷	重建街
朋友/好友	朋友
十三行/十三行博物館/十三行文化/十三行遺址	十三行博物館
小旅行/輕旅行	小旅行

資料來源：本研究整理

4.3 關鍵詞頻率分析

在 4.2.2 小節已初步進行詞語出現頻率的整理，本分節將進行關鍵詞出現頻率的分析。在細讀部落客時，即發現不同部落客，寫作習慣和方式不盡相同，有些部落客每次提及景點或物品名稱，都是以該景點及物品的全名來書寫，有些則是第一次提及用全名書寫，之後的段落中再次提到，則會用代名詞來表示，若只用詞語出現的次數頻率，來推斷旅客對此旅遊目的地的意象，可能不夠客觀甚或有所偏差。故研究者從兩個面向來思考：

1. 斷詞後產生了大量詞語，為了有效提取資訊，將冠詞、介係詞、代名詞……等不影響文本內容意義的詞語刪除，可能降低了該代名詞原本詞語出現的次數。
2. 如果有較多數的部落客，在不同的部落客提及相同的詞語，那麼這些關鍵詞，相對而言是旅客心中認為重要或印象深刻的，更足以代表此旅遊目的地的意象。以下就針對關鍵詞出現次數、篇數、權重和共詞進行分析及探討。

4.3.1 關鍵詞次數分析

關鍵詞出現的頻率，是探討旅遊目的地意象及體驗價值的重要關鍵因素之一，故研究者依 4.2.3 詞語整合結果，所得到的 257 個關鍵詞進行出現次數的頻率分析，整理如表 4.10。

表 4.10 關鍵詞出現次數一覽表

關鍵詞	次數	關鍵詞	次數	關鍵詞	次數	關鍵詞	次數	關鍵詞	次數
碼頭	334	戶外	63	人氣	36	北台灣	24	戰爭	18
景點	302	廣場	63	紅磚	35	逛逛	24	玩樂	18
老街	294	公園	62	人潮	34	鐵蛋	24	婚紗	17
漁人碼頭	204	渡輪	62	倉庫	34	迴廊	24	文青	17
咖啡	187	公車	61	天元宮	34	甜點	24	觀光客	17
雲門	177	休閒園區	61	享受	33	自行車道	24	劉銘傳	17
紅毛城	175	免費	59	互動	33	白天	23	雕塑	17
古蹟	171	美麗	57	展覽	32	美好	23	夜晚	17
捷運	149	美景	54	好拍	32	慢慢	23	夢幻	17
淡水河	140	特色	54	一滴水紀念館	32	故事	23	禮萊廣場	17
船	137	玻璃	52	親子	31	影城	23	漁港	17
小白宮	131	水岸	52	經典	31	西班牙	23	庭院	17
歷史	126	遊客	51	導覽	31	紅色	22	蝦捲	17
輕軌	126	散步	51	偕醫館	31	飲料	22	沙灘	17
美食	118	情人橋	51	階梯	29	懷舊	22	商場	17
藝術	117	浪漫	49	熱鬧	28	老屋	22	情侶	16
餐廳	107	風景	49	沙崙	28	遠眺	21	商店	16
馬偕	96	彩繪	49	可愛	28	建築物	21	有趣	16
淡海	93	重建街	49	多田榮吉故居	28	淡水禮拜堂	21	餐點	16
滬尾砲台	91	博物館	48	小鎮	28	放鬆	20	夯	16
朋友	89	熱門	47	洋行	28	電影	20	新市鎮	16
星巴克	86	假日	46	百年	27	草地	20	朝日夫婦	16
劇場	84	飯店	46	網美	27	造景	20	租借	16
打卡	83	淡江	46	河景	27	下午茶	20	遊樂設施	16
海關碼頭	81	觀音山	44	傍晚	26	長堤	20	煙火	16
櫻花	81	晚上	44	洋樓	26	學校	20	美術館	15
拍照	78	開車	42	海景	26	異國風	19	悠遊卡	15
夕陽	76	新北市	41	雕像	26	漂亮	19	AR	15
藝文	73	自行車	41	魚酥	26	小朋友	19	真理街	15
小吃	72	魚丸	40	花園	26	蛋糕	19	開心	14
情人	69	天氣	39	景觀餐廳	26	平日	19	超美	14
幾米	69	日本	38	門票	26	刨冰	19	領事館	14
八里	68	走走	37	英國	26	朝聖	18	購物	14
推薦	67	在地	37	口感	26	舒服	18	純白	14
體驗	67	好吃	37	悠閒	25	繽紛	18	清朝	14
阿給	67	日式	37	稅務司	25	街道	18	最佳	14
休閒	67	真理大學	37	伴手禮	25	草皮	18	走路	14
紅樹林	67	步道	36	荷蘭	25	綠意	18	街頭	14
一日遊	65	中正路	36	福佑宮	25	木棧道	18	唯美	14

表4.10 關鍵詞出現次數一覽表(續)

關鍵詞	次數	關鍵詞	次數	關鍵詞	次數	關鍵詞	次數	關鍵詞	次數
媽祖	14	舒適	12	復古	11	餅店	11	午後	10
西式	13	約會	12	便利	11	機車	11	觀景台	9
朱銘	13	表演	12	人文	11	愜意	10	逛街	9
住宿	13	殖民	12	傳統	11	聊天	10	出海口	9
看海	13	高爾夫球場	12	優雅	11	休憩	10	古色古香	9
周杰倫	13	天氣好	12	新鮮	11	手機	10	留念	9
家人	13	秘境	12	藝人	11	喜愛	10	統治	9
古早味	13	國外	12	落地	11	熱點	10	創意	8
捷金鬱金香酒	13	優美	12	大樹書房	11	創作	10	迷人	8
羅曼菲	13	秘密	12	美味	11	時空	10	寬廣	8
和平公園	13	音樂	12	騎車	11	網路	10		
抹茶	13	很棒	12	燈光	11	陽光	10		
夜景	12	文化園區	12	小旅行	11	鐵道	10		

資料來源：本研究整理

從表4.10的數據研判，旅客到淡水旅遊，必到訪的景點，有「老街、古蹟、漁人碼頭、淡水河和雲門」；而古蹟中「紅毛城、小白宮、滬尾砲台和海關碼頭」是最受推薦的古蹟；交通方面，以捷運和輕軌為主，船、渡輪則是不可錯過的體驗；美食就以小吃聞名遐邇；雲門融合藝術與自然，同時因玻璃屋設計的星巴克，可以邊喝咖啡邊賞夕陽，掀起另一股的時尚風潮，更成為旅客到淡水享受悠閒的代名詞；在整體感受方面，大都是正向美好的。研究者依表4.10將這些關鍵詞，整理分類如表4.11淡水旅遊意象概要分類表。

表 4.11 淡水旅遊意象概要分類表

意象分類	關鍵詞
景點意象	老街、漁人碼頭、淡水河、夕陽、觀音山、紅樹林、情人橋、沙崙、八里、淡海、雲門星巴克、天元宮、櫻花、老屋
交通方式	捷運、輕軌、開車、公車、機車、自行車
古蹟巡禮	紅毛城、滬尾砲台、海關碼頭、小白宮、偕醫館、多田榮吉故居、洋行、淡水禮拜堂、福佑宮
歷史情懷	歷史、戰爭、統治、英國、荷蘭、西班牙、領事館、劉銘傳
美食小吃	咖啡、阿給、鐵蛋、魚丸、魚酥、蝦捲、刨冰
玩樂體驗	船、渡輪、拍照、打卡、互動、AR 體驗、秘境
整體感受	美麗、美景、藝文、推薦、特色、一日遊、浪漫、好吃、享受、經典、熱鬧、悠閒、美好、開心、異國風、懷舊、古色古香、唯美、夯、愜意、迷人

資料來源：本研究整理

4.3.2 關鍵詞篇數分析

在部落文中出現次數頻率很高的詞語，可以理解是重要的體驗和感受。若某部落客僅在某篇文章不斷重複提及某一景點或某一物品的名詞，以致此詞語出現次數很多，和大多數的部落客，在不同的部落文中共同提及的詞語相較，那麼大多數部落客共同的觀點和意見，相對更具代表性。關鍵詞以出現篇數多寡來判斷，更能體現淡水的旅遊意象和體驗價值，研究者將其整理如表 4.12。從表 4.12 可以得知，出現次數和篇數之前幾名的關鍵詞略有差異，兩者之間的詳細比較，於 4.3.4 的章節進行分析及說明。

表 4.12 關鍵詞出現篇數一覽表

關鍵詞	篇數	關鍵詞	篇數	關鍵詞	篇數	關鍵詞	篇數	關鍵詞	篇數
景點	53	海關碼頭	24	休閒	16	偕醫館	13	渡輪	10
老街	48	公車	24	紅樹林	16	多田榮吉故居	13	自行車	10
碼頭	46	開車	24	公園	16	小鎮	13	景觀餐廳	10
咖啡	44	藝文	23	水岸	16	河景	13	門票	10
捷運	42	特色	23	倉庫	16	雕像	13	英國	10
淡水河	42	天氣	23	互動	16	甜點	13	懷舊	10
拍照	41	步道	23	沙崙	16	西班牙	13	淡水禮拜堂	10
藝術	40	情人	22	可愛	16	草地	13	平日	10
古蹟	39	一日遊	22	網美	16	文青	13	木棧道	10
朋友	38	日本	22	稅務司	16	觀光客	13	戰爭	10
夕陽	38	展覽	22	北台灣	16	淡江	12	餐點	10
漁人碼頭	35	小白宮	21	逛逛	16	階梯	12	夯	10
免費	34	新北市	21	美好	16	洋行	12	新市鎮	10
歷史	33	人潮	21	慢慢	16	魚酥	12	美術館	10
打卡	33	馬偕	20	故事	16	花園	12	購物	10
美麗	33	淡海	20	朝聖	16	造景	12	純白	10
餐廳	32	滬尾砲台	20	博物館	15	蛋糕	12	朱銘	10
觀音山	32	阿給	20	真理大學	15	街道	12	約會	10
美食	31	在地	20	經典	15	草皮	12	表演	10
假日	31	紅磚	20	導覽	15	劉銘傳	12	殖民	10
紅毛城	30	好拍	20	鐵蛋	15	雕塑	12	高爾夫球場	10
戶外	30	熱門	19	影城	15	夜晚	12	復古	10
浪漫	30	好吃	19	遠眺	15	開心	12	便利	10
小吃	29	日式	19	放鬆	15	超美	12	愜意	10
美景	29	百年	19	電影	15	幾米	11	聊天	10
遊客	29	傍晚	19	舒服	15	天元宮	11	重建街	9
晚上	29	洋樓	19	櫻花	14	荷蘭	11	老屋	9
星巴克	26	悠閒	19	休閒園區	14	建築物	11	玩樂	9
推薦	26	白天	19	彩繪	14	下午茶	11	禮菜廣場	9
體驗	26	劇場	18	人氣	14	長堤	11	漁港	9
廣場	26	情人橋	18	伴手禮	14	綠意	11	朝日夫婦	9
散步	26	飯店	18	迴廊	14	夢幻	11	悠遊卡	9
雲門	25	中正路	18	紅色	14	情侶	11	AR	9
船	25	親子	18	飲料	14	商店	11	清朝	9
八里	25	輕軌	17	漂亮	14	有趣	11	最佳	9
玻璃	25	魚丸	17	小朋友	14	領事館	11	住宿	9
風景	25	熱鬧	17	繽紛	14	西式	11	看海	9
走走	25	海景	17	婚紗	14	夜景	11	天氣好	9
享受	25	異國風	17	一滴水紀念館	13	舒適	11	秘境	9

表 4.12 關鍵詞出現篇數一覽表(續)

關鍵詞	篇數	關鍵詞	篇數	關鍵詞	篇數	關鍵詞	篇數	關鍵詞	篇數
國外	9	口感	8	很棒	8	創意	8	捷金鬱金香酒	7
人文	9	福佑宮	8	大樹書房	8	迷人	8	羅曼菲	7
傳統	9	庭院	8	美味	8	寬廣	8	和平公園	7
優雅	9	租借	8	騎車	8	自行車道	7	抹茶	7
新鮮	9	真理街	8	燈光	8	學校	7	文化園區	7
藝人	9	走路	8	熱點	8	刨冰	7	小旅行	7
落地	9	街頭	8	創作	8	蝦捲	7	餅店	7
休憩	9	周杰倫	8	時空	8	沙灘	7	機車	7
手機	9	家人	8	網路	8	商場	7	鐵道	7
喜愛	9	古早味	8	陽光	8	遊樂設施	7	午後	7
觀景台	9	優美	8	古色古香	8	煙火	7		
逛街	9	秘密	8	留念	8	唯美	7		
出海口	9	音樂	8	統治	8	媽祖	7		

資料來源：本研究整理

4.3.3 關鍵詞權重分析

為了更能聚焦，且一眼就能解讀淡水的的主要意象，並進行關鍵詞之間的關聯性探討，故本研究運用近幾年，常會在各種社交媒體與新聞網站中看到，由各種字詞組合而成，被稱作標籤雲或文字雲，如同雲朵一般的圖形，透過字體大小或顏色來表現其重要性，將關鍵詞視覺化來描述。目的在於能讓閱讀者，即使未全覽所有文章，亦能快速聚焦和掌握大量文章中的主要內容；也進行共詞分析，以利探討關鍵詞彼此間的關聯性。在進行上述兩項分析前，研究者先進行詞關鍵詞的權重分析(TF-IDF)，重新整理關鍵詞的排序，確認關鍵詞在單一文本及其他文本匯集成的整個文件集檔案，出現頻率的重要性。從圖 4.3 關鍵詞的權重值分布曲線，可發現

大約從排名 70 處開始漸漸趨緩，故篩選排名前 70 個的關鍵字，彙整如表 4.13，繪製成圖 4.4 的文字雲，具象旅客心目中的淡水。稍嫌可惜的是，可能 WordArt 文字雲線上產生器的中文字形，沒有老這個字，以致淡水「老街」這麼重要的意象，無法完全顯現。

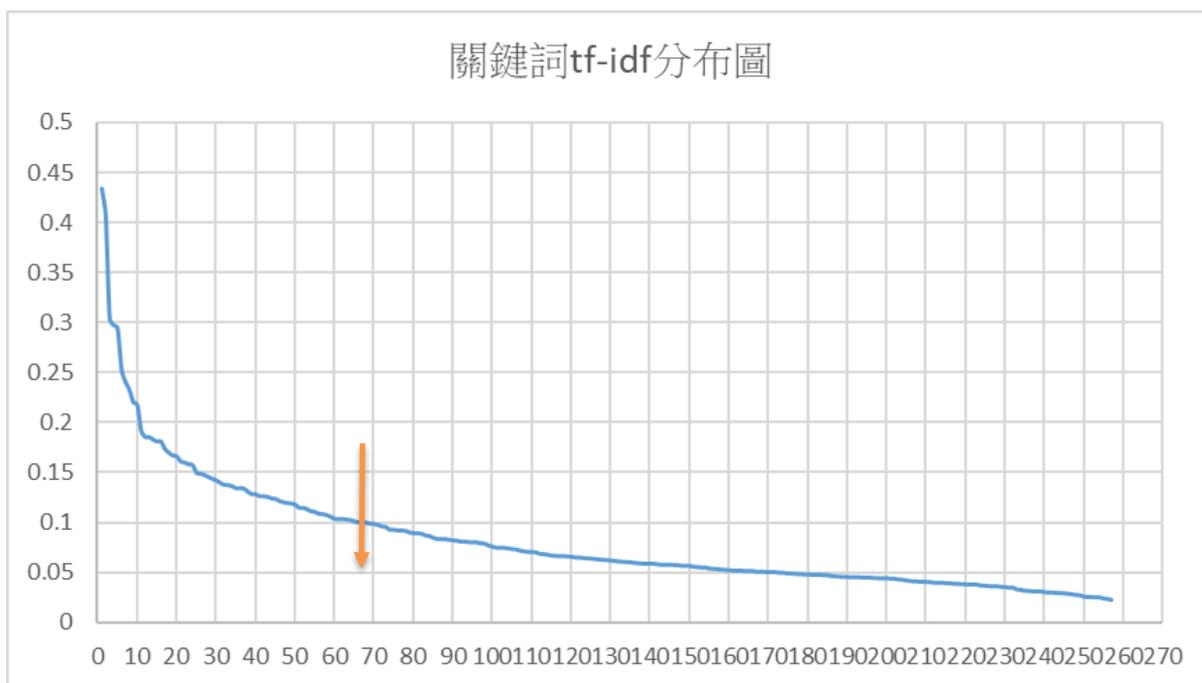


圖 4.3 關鍵詞權重分布圖

資料來源：本研究整理

表 4.13 淡水 TF-IDF 前 70 排名之關鍵詞一覽表

排序	關鍵詞	TF-IDF	排序	關鍵詞	TF-IDF	排序	關鍵詞	TF-IDF	排序	關鍵詞	TF-IDF
1	櫻花	0.43414	19	公園	0.16659	37	歷史	0.13347	55	彩繪	0.11017
2	雲門	0.40590	20	咖啡	0.16567	38	煙火	0.13047	56	自行車道	0.10826
3	碼頭	0.30406	21	古蹟	0.16077	39	淡水河	0.12791	57	打卡	0.10786
4	輕軌	0.29737	22	藝文	0.15967	40	戶外	0.12775	58	八里	0.10702
5	幾米	0.29401	23	景點	0.15779	41	廣場	0.12586	59	公車	0.10516
6	漁人碼頭	0.25302	24	馬偕	0.15707	42	一日遊	0.12577	60	文化園區	0.10332
7	劇場	0.24049	25	免費	0.14953	43	倉庫	0.12520	61	洋行	0.10302
8	海關碼頭	0.23236	26	情人橋	0.14828	44	人潮	0.12358	62	傍晚	0.10299
9	老街	0.22009	27	自行車	0.14712	45	美好	0.12311	63	刨冰	0.10251
10	星巴克	0.21692	28	體驗	0.14518	46	小吃	0.12115	64	水岸	0.10202
11	船	0.19136	29	餐廳	0.14336	47	重建街	0.11985	65	拍照	0.10056
12	紅毛城	0.18528	30	一滴水紀	0.14165	48	散步	0.11894	66	夕陽	0.09992
13	淡海	0.18516	31	美食	0.13934	49	朋友	0.11855	67	阿給	0.09951
14	小白宮	0.18260	32	捷運	0.13730	50	紅樹林	0.11756	68	晚上	0.09928
15	休閒園區	0.18066	33	藝術	0.13694	51	風景	0.11435	69	淡江	0.09844
16	休閒	0.18057	34	渡輪	0.13599	52	美景	0.11425	70	機車	0.09797
17	滬尾砲台	0.17325	35	遊樂設施	0.13379	53	互動	0.11291			
18	情人	0.16950	36	飯店	0.13373	54	天元宮	0.11086			

資料來源：本研究整理



圖 4.4 關鍵詞文字雲

資料來源：本研究整理，WordArt文字雲線上產生器

4.3.4 頻率分析綜合比較

本章節針對 257 個關鍵詞進行綜合比較，其比較的基準點，研究者先以關鍵詞出現次數或篇數的「平均數」來進行考量，然而篇數的平均數 15.45，高達 105 個詞語，故改採次數的平均數 38，取得排名前 71 個關鍵詞；再則考慮權重分析應該也佔決定性因素之一，因此，最終決定採用上一節所說明的關鍵詞權重分布圖，漸趨緩的數據「70」，三者皆排名前 70 詞語來進行綜合比較，其結果如表 4.14 所示。

表 4.14 關鍵詞出現次數、篇數與 TF-IDF 比較一覽表

排序	次數	篇數	TF-IDF	排序	次數	篇數	TF-IDF	排序	次數	篇數	TF-IDF
1	碼頭	景點	櫻花	26	櫻花	遊客	情人橋	51	水岸	小白宮	風景
2	景點	老街	雲門	27	拍照	晚上	自行車	52	遊客	新北市	美景
3	老街	碼頭	碼頭	28	夕陽	星巴克	體驗	53	散步	人潮	互動
4	漁人碼頭	咖啡	輕軌	29	藝文	推薦	餐廳	54	情人橋	馬偕	天元宮
5	咖啡	捷運	幾米	30	小吃	體驗	一滴水紀念	55	浪漫	淡海	彩繪
6	雲門	淡水河	漁人碼頭	31	情人	廣場	美食	56	風景	滬尾砲台	自行車道
7	紅毛城	拍照	劇場	32	幾米	散步	捷運	57	彩繪	阿給	打卡
8	古蹟	藝術	海關碼頭	33	八里	雲門	藝術	58	重建街	在地	八里
9	捷運	古蹟	老街	34	推薦	船	渡輪	59	博物館	紅磚	公車
10	淡水河	朋友	星巴克	35	體驗	八里	遊樂設施	60	熱門	好拍	文化園區
11	船	夕陽	船	36	阿給	玻璃	飯店	61	假日	熱門	洋行
12	小白宮	漁人碼頭	紅毛城	37	休閒	風景	歷史	62	飯店	好吃	傍晚
13	歷史	免費	淡海	38	紅樹林	走走	煙火	63	淡江	日式	刨冰
14	輕軌	歷史	小白宮	39	一日遊	享受	淡水河	64	觀音山	百年	水岸
15	美食	打卡	休閒園區	40	戶外	海關碼頭	戶外	65	晚上	傍晚	拍照
16	藝術	美麗	休閒	41	廣場	公車	廣場	66	開車	洋樓	夕陽
17	餐廳	餐廳	滬尾砲台	42	公園	開車	一日遊	67	新北市	悠閒	阿給
18	馬偕	觀音山	情人	43	渡輪	藝文	倉庫	68	自行車	白天	晚上
19	淡海	美食	公園	44	公車	特色	人潮	69	魚丸	劇場	淡江
20	滬尾砲台	假日	咖啡	45	休閒園區	天氣	美好	70	天氣	情人橋	機車
21	朋友	紅毛城	古蹟	46	免費	步道	小吃	71			
22	星巴克	戶外	藝文	47	美麗	情人	重建街	72			
23	劇場	浪漫	景點	48	美景	一日遊	散步	73			
24	打卡	小吃	馬偕	49	特色	日本	朋友	74			
25	海關碼頭	美景	免費	50	玻璃	展覽	紅樹林	75			

資料來源：本研究整理

進行綜合比較的表 4.14 共有 210 個詞語，圖表中有顏色的區塊，是三者間有差異之處，在出現次數的部份增加了「博物館、魚丸」；篇數方面增加了「走走、享受、步道、展覽、在地、紅磚、好拍、好吃、日式、百年、洋樓、悠閒、白天」；權重分析則是多了「一滴水紀念館、遊樂設施、倉庫、美好、互動、天元宮、自行車道、文化園區、洋行、刨冰、機車」，共有 27 個，約占 12.85%，表示差異性並不太大；而同質性則是高達 87.15%，已接近 90%，可以推斷沒有顏色區塊的關鍵詞，應該足以代表淡水的旅遊意象和體驗價值。

關鍵詞出現在不同篇數，表示在不同的部落文，被不同的部落客紛紛提到，從表 4.14 出現篇數多了「走走、享受、步道、展覽、互動、悠閒」，可以看出不少部落客，覺得到淡水走走是一種享受，也覺得淡水有很好的步道值得漫遊，更有一些展覽可以參觀，甚至互動體驗，極符合忙碌的現在人，希望可以暫時放慢步調，享受悠閒的生活。

總結而言，可以得到下列幾個分析結果：

- (1) 必訪景點：紅毛城、小白宮、滬尾砲台、海關碼頭等古蹟，老街、漁人碼頭、淡水河、雲門星巴克。
- (2) 交通代步：捷運、輕軌、公車、自行車。
- (3) 美食推薦：小吃、咖啡。

(4) 休閒體驗：搭船、搭渡輪、河岸賞夕陽、賞櫻花、參觀展覽與互動體驗、散步、拍照和打卡。

(5) 旅遊天數：一日遊為主。

4.4 共詞分析

本研究原本計畫依關鍵詞權重分析，漸趨緩所得到的權重數值 70，取其排名前 70 的關鍵詞進行共詞分析，然而在進行關鍵詞出現次數、篇數與 TF-IDF 比較時，發現各有值得參考的數據，也擔心若權重值較低會有所遺漏，故改採全面性的共詞分析，以斷詞和整詞後所得的 257 個關鍵詞，運用統計程式，將各關鍵詞是否在該篇的部落格文出現，轉化成為 0 或 1 的布林值，再利用程式運算的迴圈概念，將共同出現在各篇部落文的共詞篇數計算出來，以利進行主題式視覺分析。兩個關鍵詞的共詞組合，共得到 32896 種組合方式，由於資料數據過於龐大繁複，因此僅羅列共同出現篇數，占總研究 75 篇部落文的 25% 的篇數，如表 4.15 進行探討。

表 4.15 兩個關鍵詞共詞組合

共詞組合		篇數	共詞組合		篇數	共詞組合		篇數
景點	老街	40	咖啡	淡水河	33	景點	免費	30
老街	咖啡	36	老街	捷運	32	老街	藝術	30
碼頭	景點	35	老街	淡水河	32	碼頭	淡水河	29
碼頭	漁人碼頭	35	碼頭	夕陽	31	景點	藝術	29
景點	咖啡	35	景點	古蹟	31	景點	餐廳	29
景點	拍照	35	景點	夕陽	31	碼頭	咖啡	28
景點	捷運	34	老街	古蹟	31	景點	歷史	28
景點	淡水河	34	古蹟	淡水河	31	景點	朋友	28
碼頭	老街	33	景點	漁人碼頭	30	景點	打卡	28

表 4.15 兩個關鍵詞共詞組合(續)

共詞組合			共詞組合			共詞組合		
景點	浪漫	28	老街	美麗	25	咖啡	美麗	23
老街	美食	28	漁人碼頭	淡水河	25	紅毛城	歷史	23
咖啡	捷運	28	咖啡	打卡	25	捷運	歷史	23
咖啡	藝術	28	咖啡	浪漫	25	捷運	免費	23
咖啡	餐廳	28	咖啡	觀音山	25	淡水河	推薦	23
捷運	淡水河	28	古蹟	捷運	25	淡水河	免費	23
淡水河	歷史	28	古蹟	藝術	25	藝術	拍照	23
淡水河	觀音山	28	捷運	拍照	25	藝術	夕陽	23
碼頭	捷運	27	捷運	夕陽	25	藝術	浪漫	23
景點	戶外	27	淡水河	打卡	25	拍照	免費	23
老街	拍照	27	打卡	拍照	25	碼頭	餐廳	22
老街	夕陽	27	碼頭	紅毛城	24	碼頭	八里	22
咖啡	古蹟	27	碼頭	美食	24	碼頭	散步	22
咖啡	夕陽	27	碼頭	朋友	24	景點	船	22
紅毛城	淡水河	27	碼頭	海關碼頭	24	景點	藝文	22
古蹟	歷史	27	碼頭	浪漫	24	景點	八里	22
淡水河	藝術	27	景點	小吃	24	景點	體驗	22
淡水河	餐廳	27	景點	遊客	24	景點	廣場	22
淡水河	浪漫	27	老街	紅毛城	24	景點	公車	22
碼頭	古蹟	26	咖啡	歷史	24	景點	開車	22
碼頭	藝術	26	咖啡	美食	24	老街	船	22
景點	紅毛城	26	咖啡	朋友	24	老街	免費	22
景點	美麗	26	古蹟	朋友	24	老街	特色	22
老街	漁人碼頭	26	捷運	美麗	24	漁人碼頭	咖啡	22
老街	歷史	26	淡水河	美食	24	漁人碼頭	美食	22
老街	餐廳	26	淡水河	拍照	24	漁人碼頭	小吃	22
老街	朋友	26	藝術	朋友	24	漁人碼頭	浪漫	22
老街	小吃	26	碼頭	歷史	23	咖啡	紅毛城	22
漁人碼頭	夕陽	26	碼頭	觀音山	23	咖啡	玻璃	22
咖啡	拍照	26	碼頭	晚上	23	咖啡	假日	22
紅毛城	古蹟	26	景點	美景	23	雲門	星巴克	22
捷運	藝術	26	景點	散步	23	紅毛城	藝術	22
淡水河	夕陽	26	景點	假日	23	古蹟	美食	22
碼頭	船	25	景點	晚上	23	古蹟	餐廳	22
碼頭	打卡	25	老街	星巴克	23	古蹟	拍照	22
碼頭	拍照	25	老街	推薦	23	古蹟	浪漫	22
碼頭	小吃	25	老街	體驗	23	捷運	浪漫	22
碼頭	免費	25	老街	浪漫	23	捷運	觀音山	22
景點	美食	25	老街	假日	23	淡水河	朋友	22
景點	推薦	25	老街	觀音山	23	淡水河	八里	22
景點	觀音山	25	老街	晚上	23	歷史	浪漫	22
老街	打卡	25	漁人碼頭	捷運	23	藝術	美麗	22

表 4.15 兩個關鍵詞共詞組合(續)

共詞組合			共詞組合			共詞組合		
		篇數			篇數			篇數
餐廳	浪漫	22	碼頭	戶外	20	淡水河	展覽	20
朋友	拍照	22	碼頭	日本	20	船	美食	20
打卡	浪漫	22	碼頭	展覽	20	歷史	拍照	20
拍照	夕陽	22	景點	小白宮	20	歷史	觀音山	20
夕陽	觀音山	22	景點	星巴克	20	美食	餐廳	20
碼頭	情人	21	景點	一日遊	20	美食	夕陽	20
碼頭	美麗	21	老街	雲門	20	藝術	餐廳	20
碼頭	享受	21	老街	馬偕	20	藝術	玻璃	20
景點	特色	21	老街	八里	20	藝術	觀音山	20
景點	步道	21	老街	一日遊	20	餐廳	打卡	20
景點	享受	21	老街	美景	20	朋友	打卡	20
老街	戶外	21	老街	遊客	20	朋友	美麗	20
老街	廣場	21	老街	走走	20	打卡	夕陽	20
老街	散步	21	老街	享受	20	拍照	推薦	20
漁人碼頭	紅毛城	21	漁人碼頭	古蹟	20	拍照	浪漫	20
漁人碼頭	免費	21	漁人碼頭	船	20	夕陽	浪漫	20
咖啡	船	21	漁人碼頭	藝術	20	遊客	浪漫	20
咖啡	星巴克	21	漁人碼頭	散步	20	碼頭	推薦	19
咖啡	小吃	21	咖啡	八里	20	碼頭	體驗	19
咖啡	推薦	21	咖啡	戶外	20	碼頭	美景	19
紅毛城	捷運	21	咖啡	免費	20	碼頭	遊客	19
紅毛城	美食	21	咖啡	美景	20	景點	海關碼頭	19
古蹟	小白宮	21	咖啡	特色	20	景點	阿給	19
古蹟	觀音山	21	咖啡	晚上	20	景點	熱門	19
捷運	美食	21	咖啡	享受	20	景點	新北市	19
捷運	公車	21	紅毛城	餐廳	20	景點	展覽	19
淡水河	船	21	紅毛城	朋友	20	景點	好拍	19
淡水河	戶外	21	紅毛城	推薦	20	老街	海關碼頭	19
淡水河	特色	21	紅毛城	浪漫	20	老街	玻璃	19
歷史	美食	21	古蹟	打卡	20	老街	風景	19
歷史	藝術	21	古蹟	夕陽	20	老街	步道	19
歷史	打卡	21	古蹟	推薦	20	漁人碼頭	歷史	19
美食	藝術	21	捷運	朋友	20	漁人碼頭	拍照	19
美食	浪漫	21	捷運	散步	20	漁人碼頭	情人	19
藝術	打卡	21	淡水河	藝文	20	漁人碼頭	八里	19
餐廳	朋友	21	淡水河	小吃	20	漁人碼頭	享受	19
餐廳	拍照	21	淡水河	廣場	20	咖啡	雲門	19
拍照	戶外	21	淡水河	美景	20	咖啡	廣場	19
拍照	美麗	21	淡水河	玻璃	20	雲門	藝術	19
拍照	假日	21	淡水河	遊客	20	紅毛城	夕陽	19
夕陽	小吃	21	淡水河	假日	20	紅毛城	八里	19
碼頭	一日遊	20	淡水河	享受	20	古蹟	海關碼頭	19

表 4.15 兩個關鍵詞共詞組合(續)

共詞組合		篇數	共詞組合		篇數	共詞組合		篇數
古蹟	美麗	19	淡水河	星巴克	19	朋友	美景	19
古蹟	美景	19	淡水河	美麗	19	打卡	觀音山	19
古蹟	遊客	19	淡水河	日本	19	拍照	美景	19
捷運	餐廳	19	船	八里	19	夕陽	免費	19
捷運	打卡	19	船	浪漫	19	夕陽	美景	19
捷運	小吃	19	歷史	推薦	19	夕陽	散步	19
捷運	推薦	19	歷史	享受	19	小吃	一日遊	19
捷運	戶外	19	美食	小吃	19	推薦	浪漫	19
捷運	假日	19	餐廳	推薦	19	浪漫	觀音山	19
捷運	開車	19	餐廳	特色	19
淡水河	小白宮	19	朋友	夕陽	19

資料來源：本研究整理

本研究共詞詞組，依據 75 篇部落文之 25% 的篇數，共得到 310 組的共詞組合，整理如表 4.15 進行分析，其結果說明如下：

1. 經典組合：

景點、捷運、老街、藝術、古蹟、漁人碼頭、淡水河、夕陽、拍照、咖啡，兩兩出現的篇數都高達 30 篇以上，可以研判是旅客對淡水的旅遊意象，到淡水遊玩時，一定得拜訪的景點或從事的體驗。

- (1) 搭乘捷運到淡水是最方便的交通方式，而老街就在捷運站附近，
 只要有歷史的城鎮，老街都是旅客們必定走訪之處，淡水老街
 也不會例外；而現在的老街除了印象中的小吃，還有街頭藝人的
 藝術表演，以及老街附近的重建街，都充滿了藝術創作的氛圍。
 因此，老街和捷運，以及老街和藝術同時出現的篇幅都相當高。

(2) 而近 400 年歷史的淡水，古蹟記錄了輝煌與滄桑，訴說著淡水不平凡的古往今來。逛完了老街，緊接著就是古蹟巡禮，或是找個地方喝喝咖啡，遠眺淡水河，看著夕陽緩緩落入淡水河，應該是十分愜意，以致這幾個詞語，兩兩出現的篇幅也很多。

2. 詞組分析：

(1) 景點詞組：從表 4.16「景點」一詞的共詞組合，得知必去的景點有紅毛城、小白宮、海關碼頭、淡水河和觀音山；再則搭船徜徉淡水河也是許多旅客想要嘗試體驗的特殊活動；而淡水有山有水風景優美，還可以賞夕陽，因此景點給旅客的感覺，是美麗、浪漫，到淡水遊玩是一種享受，如此美景，拍照及打卡想當然耳。

表 4.16 「景點」詞組

共詞組合		篇數	共詞組合		篇數	共詞組合		篇數
景點	老街	40	景點	浪漫	28	景點	藝文	22
景點	咖啡	35	景點	戶外	27	景點	八里	22
景點	拍照	35	景點	紅毛城	26	景點	體驗	22
景點	捷運	34	景點	美麗	26	景點	廣場	22
景點	淡水河	34	景點	美食	25	景點	公車	22
景點	古蹟	31	景點	推薦	25	景點	開車	22
景點	夕陽	31	景點	觀音山	25	景點	特色	21
景點	漁人碼頭	30	景點	小吃	24	景點	步道	21
景點	免費	30	景點	遊客	24	景點	享受	21
景點	藝術	29	景點	美景	23	景點	小白宮	20
景點	餐廳	29	景點	散步	23	景點	星巴克	20
景點	歷史	28	景點	假日	23	景點	一日遊	20
景點	朋友	28	景點	晚上	23	景點	海關碼頭	19
景點	打卡	28	景點	船	22	景點	熱門	19

資料來源：本研究整理

(2) 老街詞組：從表 4.17「老街」一詞的共詞組合，研究者推斷旅客到淡水遊玩，無論去了哪些景點地方，如：淡水河、紅毛城、漁人碼頭、海關碼頭……等；或從事任何活動及體驗，如：搭船、欣賞夕陽，都會去老街走走，品嚐小吃和美食，喝喝咖啡，享受這美好的假日；而美食、美景當前，拍照、打卡是一定要的，除了是流行時尚，同時能分享給親朋好友，更能記錄生活中的美好，留待日後細細回味。

表 4.17「老街」詞組

共詞組合		篇數	共詞組合		篇數	共詞組合		篇數
老街	景點	40	老街	打卡	25	老街	廣場	21
老街	咖啡	36	老街	美麗	25	老街	散步	21
老街	捷運	32	老街	紅毛城	24	老街	雲門	20
老街	淡水河	32	老街	星巴克	23	老街	馬偕	20
老街	古蹟	31	老街	推薦	23	老街	八里	20
老街	藝術	30	老街	體驗	23	老街	一日遊	20
老街	美食	28	老街	浪漫	23	老街	美景	20
老街	拍照	27	老街	假日	23	老街	遊客	20
老街	夕陽	27	老街	觀音山	23	老街	走走	20
老街	漁人碼頭	26	老街	晚上	23	老街	享受	20
老街	歷史	26	老街	船	22	老街	海關碼頭	19
老街	餐廳	26	老街	免費	22	老街	玻璃	19
老街	朋友	26	老街	特色	22	老街	風景	19
老街	小吃	26	老街	戶外	21	老街	步道	19

資料來源：本研究整理

(3) 古蹟詞組：研究者從表 4.18「古蹟」的共詞組合，推斷淡水不少古蹟當中，紅毛城、小白宮、海關碼頭最受旅客們青睞。純白浪漫的小白宮，九面旗幟飄揚的紅毛城，建築極具特色，也很有歷

史價值和意義；再則 2020 年重新開幕的海關碼頭，除了有博物館，還有互動遊戲區及虛擬的 AR 導覽，更是看海和賞夕陽的絕佳地方，讓古蹟懷舊當中充滿了創新意念，是一個歷史古蹟活化的經典例子，雖然研究中，紅毛城在大家心中依然是屹立不搖的必訪古蹟，而活化重生的海關碼頭，非常適合現代人喜歡體驗互動的旅遊方式，極有可能成為淡水古蹟新寵。

表 4.18 「古蹟」詞組

共詞組合		篇數	共詞組合		篇數	共詞組合		篇數
古蹟	淡水河	31	古蹟	藝術	25	古蹟	打卡	20
古蹟	景點	31	古蹟	朋友	24	古蹟	夕陽	20
古蹟	老街	31	古蹟	美食	22	古蹟	推薦	20
古蹟	歷史	27	古蹟	餐廳	22	古蹟	海關碼頭	19
古蹟	咖啡	27	古蹟	拍照	22	古蹟	美麗	19
古蹟	碼頭	26	古蹟	浪漫	22	古蹟	美景	19
古蹟	紅毛城	26	古蹟	小白宮	21	古蹟	遊客	19
古蹟	捷運	25	古蹟	觀音山	21			

資料來源：本研究整理

- (4) 咖啡詞組：從表 4.19 來研判，「咖啡」是淡水旅遊重要的意象之一。咖啡對現代人而言，是一種生活享受，更是一種時尚。老街河岸、漁人碼頭都有喝咖啡的餐廳，還有充滿人文氣息的雲門星巴克，都能遠眺觀音山及淡水河出海口賞夕陽，以致有此意象。

表 4.19 「咖啡」詞組

共詞組合		篇數	共詞組合		篇數	共詞組合		篇數
咖啡	老街	36	咖啡	打卡	25	咖啡	小吃	21
咖啡	老街	36	咖啡	浪漫	25	咖啡	推薦	21
咖啡	景點	35	咖啡	觀音山	25	咖啡	八里	20
咖啡	景點	35	咖啡	歷史	24	咖啡	戶外	20
咖啡	淡水河	33	咖啡	美食	24	咖啡	免費	20
咖啡	捷運	28	咖啡	朋友	24	咖啡	美景	20
咖啡	藝術	28	咖啡	美麗	23	咖啡	特色	20
咖啡	餐廳	28	咖啡	紅毛城	22	咖啡	晚上	20
咖啡	碼頭	28	咖啡	玻璃	22	咖啡	享受	20
咖啡	碼頭	28	咖啡	假日	22	咖啡	雲門	19
咖啡	古蹟	27	咖啡	漁人碼頭	22	咖啡	廣場	19
咖啡	夕陽	27	咖啡	船	21			
咖啡	拍照	26	咖啡	星巴克	21			

資料來源：本研究整理

- (5) 淡水河詞組：淡水河源遠流長，地理位置重要，因此成為東亞海運樞紐，造就淡水成為當時的重要港口，更是孕育北台灣文化和商業的一條河流。從表 4.20 的幾個共詞組合，淡水河、咖啡、老街、古蹟等景點，是最佳的淡水一日遊經典組合。淡水河口的落日夕陽及觀音山的美景，是旅客們心中的淡水河意象；淡水河的繁榮歷史盛況，也在旅客們的記憶中迴盪；碼頭和船更是突顯淡水河曾經的繁華。

表 4.20 「淡水河」詞組

共詞組合		篇數	共詞組合		篇數	共詞組合		篇數
淡水河	景點	34	淡水河	夕陽	26	淡水河	小吃	20
淡水河	咖啡	33	淡水河	打卡	25	淡水河	廣場	20
淡水河	老街	32	淡水河	美食	24	淡水河	美景	20
淡水河	古蹟	31	淡水河	拍照	24	淡水河	玻璃	20
淡水河	碼頭	29	淡水河	推薦	23	淡水河	遊客	20
淡水河	歷史	28	淡水河	免費	23	淡水河	假日	20
淡水河	觀音山	28	淡水河	朋友	22	淡水河	享受	20
淡水河	捷運	28	淡水河	八里	22	淡水河	展覽	20
淡水河	藝術	27	淡水河	船	21	淡水河	小白宮	19
淡水河	餐廳	27	淡水河	戶外	21	淡水河	星巴克	19
淡水河	浪漫	27	淡水河	特色	21	淡水河	美麗	19
淡水河	紅毛城	27	淡水河	藝文	20	淡水河	日本	19

資料來源：本研究整理

- (6) 朋友詞組：從表 4.21 的詞組整理，研究者發現到淡水遊玩，結伴同行是以「朋友」居多，和理想的有些許落差，故查詢了關鍵詞出現的次數和篇數進行數據比較，朋友確實高於情人、家人。在蒐集部落文資料時，原本考慮納入部落客的性別和婚姻狀況進行分析，因為無法明確判斷這些相關訊息故作罷，推測研究者採樣的部落客以未婚者居多，才會得此結果。

表 4.21 「朋友」詞組

共詞組合		篇數	共詞組合		篇數	共詞組合		篇數
朋友	景點	28	朋友	藝術	24	朋友	拍照	22
朋友	老街	26	朋友	淡水河	22	朋友	打卡	20
朋友	碼頭	24	朋友	餐廳	21	朋友	美麗	20
朋友	咖啡	24	朋友	紅毛城	20	朋友	夕陽	19
朋友	古蹟	24	朋友	捷運	20	朋友	美景	19

資料來源：本研究整理

3. 總結歸納：

為了能建構主題之間的相關性，因此，藉由共詞分析來探討關鍵詞的關聯性。根據上述 4.4 共詞研究，表 4.15 至表 4.21 的彙整分析，或許和研究者之前的預期無法完全一樣，但也相去不遠。旅客到淡水旅遊，首重的就是「景點」，景色宜人的大自然風光，觀音山、淡水河及夕陽；耐人尋味的古蹟巡禮，紅毛城、小白宮不管經過多少歲月流淌，依然是旅客心中必訪的古蹟；懷舊的老街和小吃美食，仍是許多人的心中所愛。查閱部落格文，亦可驗證旅客到淡水旅遊的此種旅遊意象和體驗價值：

No.1001「從淡水捷運出來後便到了淡水老街及金色水岸，老街上有許多風格雜貨店及特色小吃，平日也相當熱鬧，吃個阿給、喝個魚丸湯、來個超長巨無霸冰淇淋等等，甚至在淡水河岸發呆看景都相當不錯。」

No.1005「淡水是個融合台灣與西洋風情的迷人小鎮，有著說不完的故事。這裡有淡水河口的落日夕陽及觀音山的美景、有清代港口的繁榮歷史、有洋人遺留的西洋建築古蹟……」

No.1010「淡水是新北市的熱門旅遊景點，這裏最有名的淡水老街集中許多特色美食，而且來淡水玩還可以找到非常多好玩景點，像充滿歷史感的淡水紅毛城、小白宮、滬尾偕醫館、海關碼頭等古蹟景點；」

No.1073「說到淡水最經典的景點，絕對非紅毛城莫屬，沒去過紅毛城，

就不算真正的玩過淡水！然而因為淡水歷史文化關係，讓淡水擁有豐富古蹟資源，但其實除了常聽到的紅毛城、小白宮、滬尾砲台之外，淡水古蹟博物館還涵蓋了像淡水海關碼頭……」

比較非預想中的意象有下列兩點：

- (1) 咖啡：雖然處處皆可喝咖啡，可是咖啡出現在共詞分析資料很多，很難理解去遊玩，會花較多時間去喝咖啡，研究者閱讀過其他之前對淡水做過的相關研究，也未提起咖啡相關意象。研究者認為極有可能是雲門星巴克，將咖啡和人文藝術做了完美的結合，加上淡水不少餐廳，以及老街水岸旁的咖啡廳，也都可以遠眺觀音山和淡水河賞夕陽，因此，不少旅客偷得浮生半日閒，在夕陽餘暉中悠閒品嚐咖啡，享受輕鬆怡然的美好時光，才造就這樣的研究結果。檢視部落格文驗證其推論如下：

No.1069「淡水雲門舞集感受藝術與咖啡的薰陶，欣賞雲門劇場的人文氣息與美麗建築，這裡的視野很好，可以看著夕陽緩緩落入淡水河，也可以和三五好友席地而坐喝咖啡，暫時遠離都市塵囂，結合自然、人文藝術與咖啡三大元素的世外桃源，推薦給喜愛文青的你拍照必訪的打卡景點。」

No.1070「這天去老街之前，我們先去了星巴克在雲門舞集旁邊，新開的一個玻璃屋咖啡，買了咖啡，就在雲門的旁邊看海，聊天喝咖啡。」

No.1072「朋友告訴我在靠近滬尾砲台那裡, 新的雲門劇場旁有一家新開的星巴克, 特地帶我去, 可以看山看海喝咖啡。」

No.1076「坐在河畔的歐式咖啡店喝杯咖啡, 遠眺對岸的觀音山、出海口, 寬廣的視野令人心曠神怡。」

(2) 住宿：整個共詞分析，甚少出現飯店、酒店、旅館等住宿相關詞語，只有伴隨「假日」、「一日遊」，因此沒有得到住宿的相關意象。再次查看部落格文，就算出現飯店、酒店、旅館，幾幾乎是描述將捷金鬱金香酒店的豪華氣派；福容大飯店特別的造型，因此有北台灣最美飯店的美名。將捷金鬱金香酒店和福容大飯店，這兩家飯店被數位部落客提及，透過部落文的描述，應該是淡水目前最具規模或最有人氣的飯店。至於為何大都是「一日遊」，留待第五章再進一步討論。

旅遊總是期待美好，研究者檢視關鍵詞頻率分析的所有統計表，皆沒發現較負向的詞語或評價，再則依據此章節的資料，在「正面評價」方面，整理如表 4.22，「美景、美麗、浪漫、特色、推薦、享受」，都在「景點、老街、古蹟、淡水河、咖啡」的共詞分析兩兩共同出現，可見旅客在淡水旅遊過程中，所感受到的體驗價值，都是正向美好的。

表 4.22 「正面評價」關鍵詞共詞組合

共詞組合			共詞組合			共詞組合		
共詞組合	篇數		共詞組合	篇數		共詞組合	篇數	
浪漫	景點	28	浪漫	打卡	22	推薦	拍照	20
浪漫	淡水河	27	特色	老街	22	推薦	紅毛城	20
美麗	景點	26	美麗	碼頭	21	特色	咖啡	20
美麗	老街	25	美麗	拍照	21	美景	碼頭	19
浪漫	咖啡	25	享受	景點	21	美景	古蹟	19
推薦	景點	25	享受	碼頭	21	美景	朋友	19
美麗	捷運	24	推薦	咖啡	21	美景	拍照	19
浪漫	碼頭	24	特色	淡水河	21	美景	夕陽	19
美景	景點	23	特色	景點	21	美麗	古蹟	19
美麗	咖啡	23	美景	老街	20	美麗	淡水河	19
浪漫	老街	23	美景	咖啡	20	浪漫	船	19
浪漫	藝術	23	美景	淡水河	20	浪漫	推薦	19
推薦	老街	23	浪漫	紅毛城	20	享受	漁人碼頭	19
推薦	淡水河	23	浪漫	拍照	20	享受	歷史	19
美麗	藝術	22	浪漫	夕陽	20	推薦	捷運	19
浪漫	漁人碼頭	22	浪漫	遊客	20	推薦	碼頭	19
浪漫	古蹟	22	享受	老街	20	推薦	歷史	19
浪漫	捷運	22	享受	咖啡	20	推薦	餐廳	19
浪漫	歷史	22	享受	淡水河	20	特色	餐廳	19
浪漫	餐廳	22	推薦	古蹟	20			

資料來源：本研究整理

4.5 多元尺度分析

文字可以傳情達意，圖像也有其語言密碼，相較之下，圖像更容易讓人覺得一看即懂且印象深刻。為了能整體性了解，本研究之部落客的旅遊目的地淡水之旅遊意象及體驗價值，本章節透過 MDS 多元尺度分析，運用歐幾里德直線距離來做知覺定位圖，以視覺化來呈現，解讀這許多部落客心中的淡水，如圖 4.5。

來的旅遊意象，同時是旅客到淡水最想嘗試的體驗，也願意將自己覺得值得體驗的景致和事物，推薦給其他想到淡水的旅客。

「夕陽」在研究數據裡是屬於很重要的意象，卻沒有被匡列到任何一個集體意象。從圖 4.5 的知覺定位圖，得知老街到夕陽或是漁人碼頭到夕陽的距離是差不多的，因此，研判在老街的淡水河畔適合賞夕陽，而在漁人碼頭也是一個觀賞夕陽的好地方，以致夕陽無法被匡列在其中。

想要體驗搭船或是渡輪的旅客，最夯的就是「漁人碼頭」路線。也有不少旅客會搭船到對岸「八里」走走，然後在八里的老街，品嚐當地的小吃和海鮮；漁人碼頭除了是搭船或是搭乘渡輪的地方，同時也是賞夕陽的絕佳地點之一。而淡水的知名「小吃」，當屬「阿給和魚丸」。「紅毛城、小白宮和海關碼頭」，都是淡水著名的古蹟，而且有免費的體驗活動，上述這些意象與推薦一詞距離都挺近的，足見是淡水吸引旅客的重要元素。

2. 淡水新意象

- (1) 雲門星巴克：遭祝融的「雲門劇場」，在淡水「滬尾砲台」附近，找到了重生，搖身一變成為最美「星巴克」。「雲門星巴克」最大的特色及亮點，就是「玻璃」屋設計，除了明亮的自然光直接灑落，透過玻璃帷幕，可以看到庭院的藝術雕像，最醒目的是荷花池畔，和荷花一樣搖曳生姿的「旋的冥想」羅曼菲舞動雕像。穿

過藝術視線可及的遠方，是永遠的淡水河和觀音山，處處皆是好「風景」。這樣具人文氣息的雲門星巴克，可以望山、看海、賞夕陽、品咖啡，儼然成為淡水的新一象，值得大家一起來體驗和細細品味。

- (2) 淡海輕軌：「淡海輕軌」結合幾米大師的「彩繪」車身，載著旅人展開充滿想像的旅行。每一站都極具特色，如：沙崙站與淡水漁人碼頭站，以「博物館」為概念的設計，崁頂站旁的海濱「自行車」道，有淡水最美麗的海岸單車道的美名。
- (3) 賞櫻：為了確認研究所得到的數據和結果，研究者會不斷查看所研究的部落文進行比對，發現淡水的幾個賞櫻地點，一是無極天元宮，可以搭「淡海輕軌」至淡金北新站轉乘「公車」，而公車屢屢被提及，還有一個重要原因，就是到淡水旅遊，便捷的捷運是首選，而到了淡水周邊，景點到景點的移動，騎「自行車」和搭乘「公車」都是很好的選擇；另一個賞「櫻花」的景點是滬尾櫻花大道，位於「淡海輕軌」的淡金鄧公站，步行 50 公尺即可到達。或許是因為上述的原因，「櫻花、幾米、彩繪、公車、自行車」才會聚集在一起。而「重建街」則是淡水著名的「彩繪」巷，而且是 3D 立體「彩繪」階梯，推測因為「彩繪」一詞，讓

「櫻花、幾米、公車、自行車、重建街」有了連結，成為了淡水另一個集群印象。

3. 代表活動意象

在本研究的部落文裡，很多的部落客都提到「漁人碼頭」，最主要的原因是，想搭「船」體驗徜徉淡水河的感覺，再則就是到對岸的「八里」走走逛逛，順便到八里的老街尝尝「美食」，而且漁人碼頭也是觀賞「夕陽」的一個好景點，因此，形成一個集體印象，透過部落文可以更深入了解。

No.1001 「傍晚在河岸或榕堤吃點小吃看淡水晚霞夕陽，行有餘力還可以渡船到漁人碼頭或是八里走走，啊！快樂又愜意的簡單小旅行～」

No.1005 「沿環河道路走可達淡水渡船頭廣場，要前往對岸的八里、漁人碼頭及水上藍色公路在此搭船。坐小船旅遊是台灣較少見的體驗。」

No.1021 「來淡水必做的體驗就是搭乘渡輪。可以快速往返對岸的八里，還可以搭到最受觀光客歡迎的漁人碼頭，來趟藍色公路一日旅行。」

第五章 結論與建議

本研究蒐集 2018~2020 年這三年之間，曾到淡水旅遊的旅客，在部落格分享其旅遊體驗與感受的部落文共 75 篇，利用中研院所發表的 CKIP 斷詞系統，對這些旅遊文章進行斷詞處理，及詞語出現的頻率分析，擷取出重要的關鍵詞語，再利用共現詞分析、文字雲及 MDS 多元尺度分析，透過這樣的文字探勘，了解旅客眼裡心中的淡水，具有怎樣的意象和價值，以利了解淡水觀光發展上的優劣勢。本章節將根據上述的研究分析及討論，歸納出結論，希望能提出具體建議，提供旅遊相關單位，型塑淡水城市之美，找到永續發展當地觀光的契機。

5.1 結論

1. 一年四季都適合旅遊

依據部落文的發表月份，除了9、11、12這3個月份的部落文略少，其他月份都算平均。9月份剛開學，又剛結束暑假的出遊潮；再則本研究蒐集樣本的結束時間點為2020/10/31，有可能因此而錯過11和12月的旅客分享部落文。

綜合上述和部落文內容的描述來研判：淡水的自然景色，一年四季有不同層次的美；雖然1、2月的淡水寒風刺骨冷颼颼，但是期間有春節，更是賞櫻花的好時節；古蹟景點則是不分季節，隨時皆可來趟知性之旅；老

街懷舊也是沒有季節限制。再加上捷運、輕軌、公車等十分便捷的大眾運輸，還可免去塞車之苦。因此，到淡水走走、逛逛，享受山海風情，任何時間都是好時節。

2. 體驗活動

無論從關鍵詞出現次數、篇數與TF-IDF來進行結論探討，都可以發現「體驗」是一個高頻率的詞語。再次檢視部落格文可以發現，旅客們對於體驗活動是充滿好奇和興趣，會想要搭船體驗不同的樂趣或馳騁在藍色公路的快感；淡海輕軌、滬尾砲台、海關碼頭也都有AR或VR的互動體驗，也很符合現在的教育方式，從互動中學習，的確是寓教於樂。

3. 出遊天數

於 4.4 共詞分析總結歸納時，即提到了住宿問題，當時即想探知為何到淡水旅遊的旅客甚少在淡水過夜。從關鍵詞出現次數、篇數與TF-IDF的比較表發現，都有出現「一日遊」這個詞語，可以確定大多數的部落客都是「一日遊」。在這些旅遊部落格文中都沒有確實的文字描述，研究者推估，可能是因為交通十分方便，旅客選擇住在台北其他近郊的地方，或是淡水住宿的費用過高，甚或到淡水旅遊的旅客以居住在大台北地區者居多，期待進一步研究探討。

4. 交通方式

在關鍵詞出現次數、篇數與 TF-IDF 的分析中，到淡水旅遊搭乘捷運是首選，搭乘輕軌是新趨勢；因個人需求也可以選擇搭公車或開車。至於出現頻率也很高的「船和自行車」，都不被視為是到淡水旅遊的交通工具，而是被視為一種體驗活動或休閒方式。

5. 新意象

在整個研究的過程中，發現「咖啡」成為淡水的美食新意象，在關鍵詞出現次數、篇數與 TF-IDF 的分析中都是名列前茅的詞語；在共詞分析的部份，與咖啡兩兩出現的共詞有 37 個組合。對照部落格文，雲門星巴克應該是成就這新意象的推手，讓咖啡香與藝術和自然共舞，還能遠眺觀音山及淡水河出海口賞夕陽，「望山、看海、賞夕陽、品咖啡」，這樣的悠閒美好感覺，讓咖啡會成為淡水的新意象，自然不足為奇。

淡海輕軌是全台灣第一條幾米公共藝術鐵道，另一個淡水的新意象，最大亮點就是每個車站都有幾米的裝飾藝術品，還有 AR 解謎互動式乘車體驗，一邊搭車一邊解謎題，加上兩個幾米公車站，已經令旅客們趨之若鶩了，將來還會有幾米主題公園，可以想見是將來到淡水遊玩的新寵交通方式，既有文藝氣息又便捷，沿途也有美麗風光可以欣賞。

5.2 建議

淡水是個擁有近 400 年歷史的城鎮，而且擁有得天獨厚的地理優勢，湖光山色自然景緻優美，又鄰近淡水紅樹林保護區、關渡自然公園，生態資源也相當豐富；更有多處人文古蹟，其文化底蘊是其他旅遊目的地無法比擬的。依據研究結果和研究目的，提出下列幾點建議，期待淡水能成為旅客願意從駐足停留到深度旅遊的魅力城市。

1. 周邊資源整體發展

本研究發現到淡水旅遊的旅客甚少選擇過夜，大都是一日遊為主。淡水除了逛老街、嚐小吃、訪古蹟、搭渡輪，周邊有許多豐富的資源，而且在淡海輕軌通車後，不但融合了藝術與科技互動的新元素，每一處的車站也極具特色，建議整合淡水周邊資源，進行整體發展規劃，結合飯店、旅館等旅宿業者做優惠方案行銷，同時提供點到點的接駁服務，並且規畫夜間的活動，如：觀星、水岸演唱會、結合科技的水岸燈光秀；也可以將淡水的古蹟或是歷史故事，透過科技將影像投射在觀音山，一邊搭乘渡輪一邊觀賞，讓科技點亮淡水的夜晚，希望到淡水的旅客也能留宿在淡水，體驗淡水夜晚的浪漫和自然與科技交融的震撼。

淡水附近也有不少登山步道和自行車道，也可以整合周邊資源規畫運動休閒風的旅遊；在櫻花盛開的季節，舉辦賞櫻知性之旅；淡水紅樹林

保護區、關渡自然公園生態多樣，親子生態體驗之旅，讓大家認識生態、關心生態、愛護生態。定期舉辦不同的主題旅遊，讓旅客體驗淡水的多種風情，發現淡水不一樣的美。

2. 古蹟活化創新價值

海關碼頭是淡水古蹟活化的成功的典範，戶外區有船舶的裝置藝術，極切合淡水曾是國際船舶往來重要的港口的榮景意象；倉庫區設有各種展覽，連 AR 體驗區展覽都是定期更換，每次去都可看到不同主題，如：目前正在展的「聽！大河在說話」互動式的體驗，帶旅客與淡水河岸生態和歷史進行深度的互動。其他的古蹟群，紅毛城、小白宮、滬尾砲台，也可以參考海關碼頭成功的經驗，或是增加 DIY 的活動，如：和古蹟拍照後，不僅僅只為打卡，還能當場熱燙印成獨一無二的專屬 T 恤、馬克杯或是滑鼠墊。結合主題展覽、戶外藝術裝置，或是科技及創客體驗的方式，讓古蹟除了歷史認同還能賦予古蹟開創新時代的價值。

3. 老街商店意象整合

淡水的老街比較有特色的是靠水岸那邊的老街，可以邊逛街邊欣賞水岸的景緻，其他則是與大部分老街的樣貌相去不遠。建議結合淡水的意象，如：商店招牌或是商品包裝上，印有紅毛城、小白宮、觀音山、漁人碼頭、情人橋、輕軌的圖案；設計紅毛城、小白宮、漁人碼頭、情人橋等

圖案的相關餐具、器皿。除了傳統試吃的行銷方式，小吃 DIY 體驗活動，體驗動手製作了樂趣，品嚐親手製作的小吃除了美味，更是一種幸福。

5.3 研究限制

1. 研究樣本之限制

雖然部落格文是部落客的真實體驗感受，研究者也是以 2018~2020 年近三年的部落格文來進行分析，既有時效性，其觀點也具可靠性，但還是有其侷限性。75 篇的部落格文，代表這 75 位部落客的所見所聞和觀點見解，無法代表所有到過淡水旅客的觀點。

2. 研究工具之限制

(1) 中文斷詞系統

中研院所發表的中文斷詞系統，雖然正確率已高達 95%，仍無法百分之百精準判別所有詞彙，若使用此系統斷詞，仍需要再檢視原文，確認詞語的正確性，並進行詞語調整和修正，以確保關鍵詞的正確性，進行後續量化分析時才能正確無誤。

(2) TF-IDF 權重分析

TF-IDF 操作上並不困難，因為 IDF 會給常見的詞較小權重，以致太凸顯某些並不太常出現詞語的重要性及獨特性，導致有時候用詞頻來衡

量文章中的一個詞的重要性不夠全面，恐影響整體分析，如本研究的櫻花一詞，只出現在 14 篇當中，篇數並不算多，權重卻排行第一。

5.4 研究貢獻

1. 客觀的判斷關鍵詞

本研究的所有關鍵詞，都是透過中文斷詞系統進行斷詞處理得之，雖然經過詞語的檢視和調整及修正，但已將主觀性降到最低，可算是客觀性與科學性兼具的研究。

2. 共詞詞組分析

將共詞採用「詞組分析」的方式，可以更透徹和更聚焦去分析旅遊目的地的旅遊意象及體驗價值的具體元素。

參考文獻

一、中文部分

1. 大數據小知識文字雲(Word Cloud)與關鍵字分析 (Keyword Extraction)，資料來源：<https://blog.gcp.expert/text-mining-introduction/>
2. 12 大部落格平台推薦！網站費用與心得評價通通告訴你，資料來源：<https://easytorich.com/blogging-platforms/>
3. Google Trends，資料來源：<https://trends.google.com.tw/trends/?geo=TW>
4. Marketing Data Science，資料來源：<https://medium.com/marketingdatascience>
5. StatCounter Global Stats，資料來源：<https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share>
6. TF-IDF 與餘弦相似性的應用（二）阮一峰(2013)資料來源：http://www.ruanyifeng.com/blog/2013/03/cosine_similarity.html
7. 中研院 CKIP Lab 中文詞知識庫小組，資料來源：<http://ckipsvr.iis.sinica.edu.tw/>

8. 文字雲，資料來源：

<https://www.playpcesor.com/2017/06/WordArt-Tagul.html>

9. 文字雲操作，資料來源：<https://www.pkstep.com/archives/15878>

10. 文件探勘 TF-IDF 演算法：快速計算單字與文章的關聯，資料來源：

David Huang, 2017; <https://tawehuang.hpd.io/2017/03/01/tfidf/>

11. 王曰芬、宋爽、熊銘輝(2007)，基於共現分析的文本知識挖掘方法研究，圖書情報工作 51 卷 4 期，66-70 頁。

12. 王若帆、胡慧欣(2009)，台灣觀光代言人對觀光客來台旅遊態度及意願之影響，觀光休閒學報，6 卷 2 期，117-137 頁。

13. 王國欽、陳瑞倫、詹悉珍、林士雅(2010)，「您被 Blog 說服了嗎？」—探討領隊部落格對消費者購買意願影響之研究，觀光休閒學報，16 卷 3 期，235-261 頁。

14. 加藤淳一(2013)，ブログテキストマイニングによる海外観光都市に関する消費者ニーズの探索的調査—モナコ公国を事例に，つくば国際大学研究紀要，19 期，35-50 頁。

15. 交通部觀光局，2009 年國人旅遊狀況調查。

16. 交通部觀光局，2019 年國人旅遊狀況調查。

17. 交通部觀光局，Taiwan Tourism 2030 台灣觀光政策白皮書。

18. 美麗台灣心視界，資料來源：

<https://www.twbest1.com/pc001048/page001.htm>

19. 吉田知訊、間瀬心博、北村泰彦(2008)，質問応答 Web サイトからの

関連語ネットワークの自動抽出，電子情報通信学会技術研究報告，

108 卷 119 期，75-80 頁。

20. 李淑芳、陳首志(2013)，瀏覽體驗對旅遊目的地態度與部落格忠誠行

為意向之影響－現地旅遊體驗之干擾效果，戶外遊憩研究，26 卷 3 期，

103-139 頁。

21. 李蕙芳(2014)，汽車旅館意象之探究，南華大學旅遊管理研究所碩士

論文。

22. 沈慶龍、張正昌(2008)，探討體驗價值的前因因子及其對客戶滿意度

之影響，行銷評論，5 卷 4 期，575-602 頁。

23. 周佳蓉、陳熾郁(2013)，遊客對台南地方小吃的體驗價值、滿意度與

重遊意願，休閒事業研究，1 卷 1 期，1-17 頁。

24. 周鈺和(2013)，探討深度休閒特質對旅遊行為意圖之影響－旅遊部落

格認知功能與目的地意象之中介效果，戶外遊憩研究，26 卷 4 期，57-

82 頁。

25. 林庭秀、葉穎錡、陳甫鼎、陳沛悌(2017)，置入性行銷對涉入程度、

- 目的地意象認知與旅遊意願之研究—以「那些年，我們一起追的女孩」為例，觀光與休閒管理期刊，5卷2期，88-100頁。
26. 邱于平、楊美雪(2011)，部落格口碑訊息訴求對購買決策之影響，電子商務學報，13卷4期，919-938頁。
27. 邱博賢(2003)，觀光意象、滿意度與行為意向間關聯之研究—以宜蘭地區四大休閒農場為例，世新大學觀光學研究所(含碩專班)碩士論文。
28. 侯錦雄、林宗賢(1996)，日月潭風景區目標市場定位策略中之旅遊意象度量探討，戶外遊憩研究，9卷1期，57-77頁。
29. 施怡均(2020)，以網路評論探討目的地意象及體驗價值—澎湖及沖繩之差異分析，南華大學旅遊管理研究所碩士論文。
30. 紀遠(2007)，臺北地區連鎖式運動用品店之商店環境、體驗價值與顧客滿意度的關係研究，輔仁大學體育學系碩士班碩士論文。
31. 張宇琳(2017)，部落客的旅遊意象與體驗價值—以竹山為例，南華大學旅遊管理研究所碩士論文。
32. 張和然、張菁敏(2011)，體驗價值、顧客滿意度對行為意圖影響之研究—以國立傳統藝術中心為例，島嶼觀光研究，4卷1期，49-68頁。
33. 張梨慧(2013)，節慶活動參與動機、價值體驗、滿意度、行為意圖之研究—以金門中秋博狀元餅活動為例，國立金門大學學報，3期，69-

82 頁。

34. 張淑青(2006)，觀光旅遊品質知覺、價格知覺對行為意圖影響之研究—重遊意圖與推薦意圖的探討，臺灣管理學刊，6 卷 2 期，39-61。
35. 淡水區公所，資料來源：
<https://www.tamsui.ntpc.gov.tw/home.jsp?id=e32fc9bbd6f35420>
36. 莊鎧溫、楊子萱(2018)，旅遊部落格資訊品質之期待與滿意度研究，管理資訊計算，7 卷 2 期，208-218 頁。
37. 許嘉霖、陳曉天、邱威勳(2017)，旅遊部落格行銷對遊客重遊意願之影響：心流體驗與滿意度為中介變數，品質學報，24 卷 6 期，391-410 頁。
38. 郭芳如(2015)，巷弄文化意象對遊客體驗價值之探討—以台南市為例，南華大學旅遊管理研究所碩士論文。
39. 陳怡廷、樂錦榮(2012)，自然語言處理在口碑研究的應用，中華傳播學刊，22 期，259-289 頁。
40. 陳信宏(2005)，從 Blog 使用目的，探索部落格商機，國立臺灣科技大學管理研究所碩士論文。
41. 陳美芬、邱瑞源(2009)，遊客休閒體驗與旅遊意象之研究，鄉村旅遊研究，3 卷 1 期，33-52 頁。

42. 陳貞吟、盧庭韻(2008), 旅遊部落格之目的地行銷意涵—以淡水為例, 觀光休閒學報, 14 卷 2 期, 135-159 頁。
43. 陳郁蓓(2014), 遊客休閒涉入與目的地意象對地方依附之影響—以梅花湖風景特定區為例, 國立雲林科技大學休閒運動研究所碩士論文。
44. 陳甦彰、黃秀美(2009), 澎湖海洋牧場遊客體驗品質、體驗情緒、體驗價值對其忠誠度之影響研究, 服務業管理評論, 7 期, 74-98 頁。
45. 陳貴鳳、林曉莉(2012), 臺灣青草茶文化研究, 島嶼觀光研究, 5 卷 3 期, 35-73 頁。
46. 陳慧如、王心茹(2010), 部落客與目的地管理單位對觀光意象之認知缺口探討—以高雄市為例, 餐旅暨家政學刊, 7 卷 2 期, 163-185 頁。
47. 社群服務調查與使用狀況(2016), 創市際雙週刊第六十七期, 資料來源: <https://reurl.cc/zblAEV>
48. 彭國芳、賴建榮、陳孟慧(2011), 部落格類型與社會臨場感對消費者之影響, 電子商務研究, 9 卷 4 期, 459-482 頁。
49. 曾元顯、林瑜一(2011), 內容探勘技術在教育評鑑研究發展趨勢分析之應用, 教育科學研究期刊, 56 卷 1 期, 129-166 頁。
50. 黃靜宜(2009), 體驗行銷、體驗價值與顧客忠誠關係之研究—以星巴克為例, 東吳大學企業管理學系研究所碩士論文。

51. 新北市立淡水古蹟博物館，資料來源：

<https://www.tshs.ntpc.gov.tw/xmdoc/cont?xsmsid=0G330618369773997188&sid=0G330671394189233916>

52. 新北市觀光旅遊網，資料來源：<https://tour.ntpc.gov.tw/zh-tw/>

53. 楊幼蘭(2004)，韋氏字典年度 10 大語彙，資料來源：

<http://news.yam.com/reuters/international/200412/20041201570433.html>

54. 溫明正(2005)，網路社群新勢力-Blog，師友月刊，2005 年 10 月，60-65 頁。

55. 資料探勘與文字探勘之比較，行銷資料科學網站，資料來源：

<https://reurl.cc/0XgjVX>

56. 鉅亨網新聞，國旅市場大爆發，今年旅遊人次估達 2.1 億創近 10 年新高(2020)，資料來源 <https://news.cnyes.com/news/id/4532934>

57. 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。

58. 劉俊鴻(2020)，消費者體驗、體驗價值與滿意度關係之研究-以星巴克斗六門市為例，長榮運動休閒學刊，14 期，18-35 頁。

59. 劉柏瑩、黃章展(2001)，日月潭國家風景區觀光意象之評估，休閒遊

- 憩觀光研討成果研討會，中華民國戶外遊憩學會、靜宜大學觀光事業學系，76-88 頁。
60. 劉瓊如、林淮榕、林若慧 (2012)。休閒農場旅遊意象、品牌個性與旅遊意願之關係：自我形象一致性之中介效果。戶外遊憩研究 25 (3)，59-81。
61. 蔣禮芸(2003)，資訊擷取技術之探討。大學圖書館，7 卷 2 期，191-205 頁。
62. 鄭明松、王世澤(2004)，創造體驗與體驗價值的時代，Excellence Monthly，168-170 頁。
63. 蕭宇榛(2006)，探討旅遊意象、體驗價值與滿意度關係之研究-以國際慢城苗栗南庄為例，真理大學觀光事業學系碩士班碩士論文。
64. 謝邦昌、謝邦彥(2016)，大數據語意分析整合篇，台北市：五南圖書。
65. 羅欣婷(2007)，觀光地點置入韓劇的行銷效果研究，國立成功大學企業管理研究所碩士論文。
66. 蘇宜靜(2020)，台灣自由行旅客來金門地區觀光旅遊動機、旅遊意象、旅遊效益及忠誠度關聯性研究，南華大學旅遊管理研究所碩士論文。
67. 蘇聖珠、林芷芸(2007)，運用多元尺度分析定位咖啡連鎖品牌知覺，行銷評論，4 卷 2 期，221-242 頁。

二、英文部分

1. Abrahams, S.C., and P. Marsh.(1986), Defect structure dependence on composition in lithium niobate, Acta Crystallographica Section B: structural Science 42.1: 61-68.
2. Alderson ,W. (1957), Marketing Behavior and Executive Action: A Functionalist Approach to Marketing Theory, homewood,IL:Irwin.
3. Ashworth, G.& Goodall, B.(1988), Tourist Images: Marketing Considerations ,In: B.Goodall, and Ashworth, G. (ed.), Marketing in the Tourism Industry the Promotion of tourism, pp.267-286, New York: The Haworth Hospitality Press..
4. Baloglu, S., & McCleary, K.W. (1999), A Model of Destination Image Formation, Annals of Tourism Research, Vol.26, No.4, pp.868-897.
5. Birgit, Leisen. (2001), Image Segmentation: The Case of a Tourism Destination, Journal of Services Marketing, Vol.15, No.1, pp.49-66.
6. Blood ,R.(2000),Weblogs:A history and perspective , In J. Rodzvilla (Ed.), We've got blog ,MA:perseus Publishing.
7. Blood, R. (2002), We've Got Blog: How Weblogs Are Changing Our Culture, Editors of Perseus Publishing, MA.
8. Carson, D. (2008), The 'Blogosphere' as A Market Research Tool for Tourism Destinations: A Case Study of Australia's Northern Territory, Journal of Vacation Marketing, Vol.14, No.2, pp.111-119.
9. Caru, A., & Cova, B.(2003), Revisiting Consumption Esperience: A more Humble but Complete View of the Concept, Marketing, Theory, 3(2).267-286.

10. Chen, C.F., & Tasi, C.D. (2007), How Destination Image and Evaluative Factors Affect Behavioral Intentions? , Tourism Management, Vol.28, No.4, pp.1115-1122.
11. Chen, H. (2001), Knowledge Management Systems: A Text Mining Perspective, Tucson, AZ: Knowledge Computing Corporation.
12. Crompton, J.L. (1979), Motivations for Pleasure Vacations, Annals of Tourism Research, Vol.6, No.4, pp.408–424.
13. Dan Sullivan (2001), Document Warehousing and Text Mining, IBM Almaden Research Center. (John Wiley & Sons, Inc., NY)
14. Del Rosso, L. (2005), Internet Consumers Tune Out The Pitch, Rely on The Blog, Preview Travel Weekly, Vol. 64, No. 53, pp. 22.
15. Delen, D., & Crossland, M.D. (2008), Seeding The Survey And Analysis of Research Literature with Text Mining, Expert Systems with Applications, Vol.34, No.3, pp.1707-1720.
16. Dichter, E. (1985), What's in An Image, The Journal of Consumer Marketing, Vol.2, pp.75-81.
17. Ding, Y., Chowdhury, G.G., & Foo, S. (2001), Bibliometric Cartography of Information Retrieval Research by Using Co-Word Analysis, Information Processing & Management, Vol.37, No.6, pp.817-842.
18. Douglas, A.C., & Mills, J.E. (2006), Logging Brand Personality Online: Website Content Analysis of Middle Eastern and North African Destinations, Information and Communication Technologies in Tourism, pp.345-345.
19. Du, H.S., & Wagner, C. (2006), Weblog Success: Exploring The Role of Technology, International Journal of Human-Computer Studies, Vol.64, No.

- 9, pp.789-798.
20. Fakeye, P. C., & Crompton, J. L. (1991). Image differences between prospective, firsttime, and repeat visitors to the Lower Rio Grande Valley. *Journal of Travel Research*, 30(2), 10-16.
21. Frawley, W.J., Piatetsky-Shapiro, G., & Matheus, C. J. (1992), Knowledge Discovery in Databases: An Overview, *AI Magazine*, Vol.13, No.3, pp.57-70.
22. Gartner, W. C. (1994). Image formation process. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 2(2-3), 191-21.
23. Holbrook M.B. & Corfman K.P. (1985), Quality and Value in The Consumption Experience: Phaedrus Rides Again, *Perceived Quality*, Vol.31, No.2, pp.31-57.
24. Holbrook, M. B. (1994), The Nature of Customer's Value: An Axiology of Service in Consumption Experience, In: Rust, R.T. and Oliver, R. L., (Eds.), *Service Quality: New Directions in Theory and Practices*, Newbury Park, Sage, CA, pp.21-71.
25. Hunt, J.D. (1975), Image as a Factor in Tourism Development, *Journal of Travel Research*, Vol.13, No.3, pp.1-7.
26. Keng, C.J., & Ting, H.Y. (2009), The Acceptance of Blogs: Using a Customer Experiential Value Perspective, *Internet Research*, Vol.19, No.5, pp.479-495.
27. Krishnamurthy, S., (2002), E-Commerce Management: Text and Cases, South-Western Pub, US.
28. Litvin, S. W., Goldsmith, R. E., & Pan, B. (2008). Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management. *Tourism Management*, 29(3), 458-

468.

29. Mannell, R.C., and Kleiber (1997), D.A., *A Social Psychology of Leisure*, PA: Venture Publishing, Inc. State College.
30. Mayo, J. (1975). *Tourism and the National Parks: A Psychographic and Attitudinal Study*. *Journal of Travel Research*, 14, 14-21.
31. Mathwick, C., Malhotra, N., & Rigdon, E. (2001), *Experiential Value: Conceptualization, Measurement and Application in the Catalog and Internet Shopping Environment*, *Journal of Retailing*, Vol.77, No.1, pp. 39-56.
32. Milman, A. & Pizam, A. (1995), *The Role of Awareness and Familiarity with a Destination: The Central Florida Case*, *Journal of Travel Research*, Vol.33, No.3, pp.21-27.
33. Monarch I. (2000), *Information Science and Information Systems: Converging or Diverging?*, in *Proceedings of the 28th Annual Conference of the Canadian Association for Information*.
34. Morgan (2006). *Blogs More Effective Than Traditional Ads*. [Online Available]: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=buh&AN=23272826&lang=zh-tw&site=bsi-live> [2007, October 15]
35. Moutinho, L. (1987). *Consumer Behaviour in Tourism*. *European Journal of Marketing*, 21, 5-44.
36. Norris, C.E., & Cloman, A.M. (1992), *Context Effects on Recall and Recognition of Magazine Advertisements*, *Journal of Advertising*, Vol.21, No.3, pp.37-46.
37. 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.
38. Pudliner, B. (2007), Alternative Literature and Tourist Experience: Travel and Tourist Weblogs, Journal of Tourism and Cultural Change, Vol.5, No.1, pp.46-59.
39. Reynolds, W.H. (1965). The Role of Consumer in Image Building. California Management Review, 7, pp.69-76.
40. Schmallegger, D., & Carson, D. (2008), Blogs in Tourism: Changing Approaches to Information Exchange, Journal of Vacation Marketing, Vol.14, No.2, pp.99-110.
41. Smith, J.B. & Colgate, M. (2007), Customer Value Creation: A Practical Framework, Journal of Marketing Theory and Practice, Vol.15, pp.7-23.
42. Tasci, A.D. & Gartner, W.C. (2007), Destination Image and Its Functional Relationships, Journal of Travel Research, Vol.45, No.4, pp.413-425.
43. Thevenot, G. (2007), Blogging as a Social Media, Tourism and Hospitality Research, Vol.7, No.3/4, pp.287-289.
44. Wenger, A. (2008), Analysis of Travel Bloggers' Characteristics and Their Communication About Austria as a Tourism Destination, Journal of Vacation Marketing, Vol.14, No.2, pp.169-176.
45. Winer, D. (2007), The History of Weblog, available at <http://oldweblogscomblog.scripting.com/historyOFWebLOgs> (accessed 20 December 2011)
46. Woodside, A. G., & Lysonski, S. (1989). A General Model of Traveler Destination Choice. Journal of Travel Research, 27(4), pp.8-14.
47. Woodside, A.G., Cruickshank, B.F., & Dehuang, N. (2007), Stories Visitors Tell About Italian Cities as Destination Icons, Tourism Management, Vol.28,

No.1, pp.162-174.

48. Wright, J.(2005), Blog Marketing: The Revolutionary New Way to Increase Sales, Build Your Brand, and Get Exceptional Results, New York: McGraw-Hill Education.



附錄

附錄一 部落格文章與網址

篇次	發表日期	蒐集日期	部落文主題	部落文網址
1001	20200125	20200801	*新北淡水玩樂攻略*一日遊整理, 老街, 人氣咖啡廳, 景觀餐廳, 好吃小吃, 素食, IG 景點推薦, 附觀光地圖	https://saliha.pixnet.net/blog/post/468326843
1002	20200424	20200801	*淡水一日遊景點推薦*淡水文化園區~殼牌倉庫-英商嘉士洋行倉庫, 好拍鐵道及市定歷史古蹟	https://saliha.pixnet.net/blog/post/473983334
1003	20200704	20200802	淡水景點推薦》淡水一日遊怎麼玩? 一日遊必玩情侶 親子景點好玩行程推薦	https://yoke918.com/danshui/
1004	20200626	20200803	麻糬的淡水老街、漁人碼頭初體驗, 我們又一起留下足跡嚕。	https://genius0509.pixnet.net/blog/post/224860413-%E3%80%90%E6%96%B0%E5%8C%97%E6%B7%A1%E6%B0%B4-
1005	20200616	20200809	貓大爺淡水旅遊特輯	https://blog.xuite.net/maomi/Food01/66213224-
1006	20200304	20200819	淡水景點 2020 最新淡水旅遊秘境! 10 大人氣打卡景點整理	https://taipeifunpass.welcometw.com/%E6%B7%A1%E6%B0%B4%E6%99%AF%E9%BB%9E2020/
1007	2020	20200820	IG 打卡攻略 精選必去景點!	https://www.klook.com/zh-TW/blog/taipei-tamsui-ig-tip-taiwan/
1008	20200201	20200822	淡水一日遊行程攻略, 淡水捷運一日遊, 淡海輕軌推薦, 看山, 看海, 聽歌	https://drm88.pixnet.net/blog/post/35048590-
1009	20200805	20200820	2020 淡水新美拍景點 淡水藍海大道 漁人碼頭粉樂園免費暢玩 ..	https://ub874001.pixnet.net/blog/post/498883256-
1010	20200409	20200823	淡水超好玩! 淡水景點一日遊: 淡水老街/特色古蹟/漁人碼頭, 淡水旅遊吃喝玩樂好去處	https://mimihan.tw/tamsui/

篇次	發表日期	蒐集日期	部落文主題	部落文網址
1011	20200723	20200827	台北淡水漁人碼頭 2020 仲夏繽紛樂·摩天輪、旋轉木馬、小飛機等遊樂設施免費玩	http://travelerliv.com/blog/post/229638275
1012	20200720	20200828	淡水海關碼頭園區：美景中回味歷史	https://peavy.pixnet.net/blog/post/49451294-
1013	20200522	20200828	再去漁人碼頭、老街可就遜掉了！淡水假日輕旅行首選，精選 10 大全新景點懶人包！	https://www.bella.tw/articles/travel&foodies/24152
1014	20200407	20200829	淡水老街一日遊-舊地重遊也能有新玩法、新美食，淡水玩膩了嗎	https://bear31409.pixnet.net/blog/post/352033390-%E6%B7%A1%E6%B0%B4%E8%80%81%E8%A1%97%E4%B8%80%E6%97%A5%E9%81%8A-
1015	20200806	20200829	2020 淡水新美拍景點 淡水藍海大道 漁人碼頭粉樂園免費暢玩 將捷金鬱金香飯店 新北淡水一日遊	https://www.walkerland.com.tw/article/view/269287
1016	20200301	20200830	淡水景點一日遊~*搭輕軌及捷運遊淡水老街、淡江大學、多田榮吉故居、小白宮、逛逛走走吃美食！	https://openchiang1113.pixnet.net/blog/post/120265960
1017	20200416	20200830	[親子景點] 淡水老街金色水岸自行車道 渡船頭到漁人碼頭 戶外腳踏車淡水美食分享推薦淡水	https://yopalit.pixnet.net/blog/post/47311983-%5B%E8%A6%AA%E5%AD%90%E6%99%AF%E9%BB%9E%5D-
1018	20200514	20200830	淡水悠哉行程分享	https://medium.com/@tsaolin/2020-05-24-
1019	20200309	20200830	「2020 淡水滬尾櫻花大道」賞櫻花，坐「淡海輕軌」看「幾米裝置藝術」交通好方便	https://solomo.xinmedia.com/2players/179334
1020	20200705	20200830	最新的淡水景點-滬尾防災宣導主題館，適合全家大小遊玩的親子景點【丁小羽旅遊篇】	https://feather428.pixnet.net/blog/post/352552033?utm_source=PIXNET&utm_medium=Hashtag_article
1021	20200504	20200831	淡水漁人碼頭 淡水不可錯過的必玩體驗 淡水渡輪 5 大打卡點、旅遊資訊	https://taipeifunpass.welcometw.com/%e6%b7%a1%e6%b0%b4%e6%bc%81%e4%ba%ba%e7%

篇次	發表日期	蒐集日期	部落文主題	部落文網址
			報你知	a2%bc%e9%a0%ad-
1022	20200420	20200831	紅毛城 2020 淡水人氣必遊景點 淡水古蹟博物館精選旅遊攻略	https://taipeifunpass.welcometw.com/%e7%b4%85%e6%af%9b%e5%9f%8e2020-
1023	20200413	20200831	淡水一日遊攻略 2020 淡水怎麼吃? 去哪玩? 精選旅遊路線—交通+景點+美食	https://taipeifunpass.welcometw.com/%e6%b7%a1%e6%b0%b4%e4%b8%80%e6%97%a5%e9%81%8a%e6%94%bb%e7%95%a52020-
1024	20200330	20200831	淡水一日遊 2020 沿著淡海輕軌這樣玩 列車互動式體驗+幾米特色車站介紹+9 大淡水人氣景點	https://taipeifunpass.welcometw.com/%e6%b7%a1%e6%b0%b4%e4%b8%80%e6%97%a5%e9%81%8a2020-
1025	20200109	20200831	搭輕軌玩淡水! 老街、賞櫻、美食通通有	https://www.funtime.com.tw/blog/funtime/one-day-trip-to-tamsui
1026	20190207	20200831	2020 櫻花季! 淡水無極天元宮櫻花林, 是新北市最浪漫的賞櫻景點	https://feather428.pixnet.net/blog/post/349681267
1027	20190606	20200801	淡水景點一日遊攻略 淡水這樣規畫最好玩~ 淡水老街美食、古蹟博物館、漁人碼頭夕陽海景~ 情侶約會& 親子休閒玩樂好去處!	https://fullfenblog.tw/tamsui/
1028	20190929	20200901	10 個淡水一日遊景點攻略、淡水老街、河岸景觀餐廳、最新景點、購物中心	https://bobowin.blog/tamsui-one/
1029	20190227	20200902	淡水一日遊懶人包: 景點、交通、淡海輕軌、淡水老街必吃必買、漁人碼頭渡輪, 淡水最強攻略!	https://blog.kkday.com/30577/asia-taiwan-new-taipei-city-tamsui-travel-guide
1030	20190118	20200903	】淡水不是只有老街 看我們怎麼玩一天	https://joytravellife.pixnet.net/blog/post/271241220-%E3%80%90%E6%96%B0%E5%8C%97%E6%B7%A1%E6%B0%B4-
1031	20190804	20200904	淡水美食/淡水景點/淡水一日遊, 淡水前 5 大河岸景觀餐廳、打卡景點必來!	https://haohui2017.com/lifestyle/268/

篇次	發表日期	蒐集日期	部落文主題	部落文網址
1032	20190513	20200905	淡水老街、漁人碼頭、八里一日遊	https://nixojov.pixnet.net/blog/post/323761218-
1033	20190107	20200905	【淡海輕軌/幾米主題公園】2019 淡水最新景點/與幾米吃美食看花海逛公園趣旅行/享受新北稼日時光	https://ub874001.pixnet.net/blog/post/466744298-%E3%80%90%E6%B7%A1%E6%B5%B7%E8%BC%95%E8%BB%8C-
1034	20190111	20200906	淡水一日遊-綠山線紅樹林淡海輕軌-全 11 站必拍幾米裝置藝術	https://feather428.pixnet.net/blog/post/349548622-%E6%B7%A1%E6%B0%B4%E4%B8%80%E6%97%A5%E9%81%8A-
1035	20190830	20200906	《台北淡水景點推薦》走出老街尋常風景、感受時空交錯烙印下的美好	https://ainycka0815.pixnet.net/blog/post/468334214
1036	20190816	20200906	2019 淡水新景點【滬尾藝文休閒園區】葛林之森空中花園、影城、購物~假日親子好去處!	https://yukiblog.tw/read-18186.html
1037	20190711	20200906	《台北淡水》牧師樓古蹟庭園咖啡 從咖啡中品嚐紅磚洋樓裡的歲月記憶、不能說的秘密拍攝景點	https://ainycka0815.pixnet.net/blog/post/467999027?utm_source=PIXNET&utm_medium=Hashtag_article
1038	20190627	20200906	《台北淡水》真理大學教士會館 隱藏於上世紀古蹟洋樓裡的秘境餐廳	https://ainycka0815.pixnet.net/blog/post/467903336?utm_source=PIXNET&utm_medium=Hashtag_article
1039	20191016	20200906	新北淡水景點 滬尾藝文休閒園區. 禮萊廣場. 埔頂草原 淡水看海秘境~漫遊草原上的小白宮!	https://fullfenblog.tw/fabmall/
1040	20191008	20200906	新北淡水景點 Binma Area 134 排餐. 下午茶. 情侶約會 森林系熱帶雨林~攝影秘密基地!	https://fullfenblog.tw/binma-area-134/
1041	20190318	20200906	沿著淡水老街, 走進《之間 茶食器》的和風詩意裡	http://sosense.tw/between-tea-house/
1042	20181005	20200907	淡水一日遊攻略。18 個淡水景點精選 行程. 交通. 打卡美食	https://pengugu.pixnet.net/blog/post/35277907
1043	20180621	20200912	淡水景點一日遊懶人包 走出淡水老街~古蹟博物館.	https://paulyear.com/tamsui-travel/

篇次	發表日期	蒐集日期	部落文主題	部落文網址
			淡水 IG 網美餐廳. 日式老屋	
1044	20181020	20200912	淡水老街一日遊 淡水必吃美食伴手禮推薦！跟著在地人吃走！北台灣熱門觀光景點！必買必吃必敗伴手禮！	https://reinmiso.pixnet.net/blog/post/465190625-%E3%80%90%E6%96%B0%E5%8C%97--
1045	20180801	20200912	淡水真正的老街 不一樣風貌的港埠山城-重建街	https://ayg3104.pixnet.net/blog/post/347905933
1046	20180819	20201002	(新北淡水) 淡水海關碼頭 情侶美拍新景點	https://m66561.pixnet.net/blog/post/348395578-%28%E6%96%B0%E5%8C%97%E6%B7%A1%E6%B0%B4%29-
1047	20180626	20201002	淡水夕照迷人，老街洋溢日常美，蘊藏北台灣歷史的縮影	https://smiletaiwan.cw.com.tw/article/411
1048	20180627	20201002	朝聖去！到「朝日夫婦」吃日式刨冰，享淡水夕日與天光	https://smiletaiwan.cw.com.tw/article/1333
1049	20180315	20201002	2018 淡水天元宮吉野櫻盛開與私房景點 花況分享	https://change84.pixnet.net/blog/post/43956339-2018-
1050	20180224	20201003	2018 淡水滬尾櫻花大道~八重櫻	https://rodger169.pixnet.net/blog/post/151268334
1051	20181020	20201003	三天兩夜親子漫遊小旅行-百年舊時光 深度體驗淡水懷舊行	https://mei30530.pixnet.net/blog/post/465102236
1052	20181224	20201003	台北北投/淡水的兩天一夜親子泡湯小旅行行程分享	https://tinachiang0824.pixnet.net/blog/post/466609487-2018%E5%8F%B0%E5%8C%97%E5%8C%97%E6%8A%95-
1053	20181115	20201003	用走路玩四個景點~一滴水紀念館(免門票), 雲門劇場, 藝文風超美星巴克, 滬尾砲台	https://saliha.pixnet.net/blog/post/466119164
1054	20180504	20201003	再訪淡水新亮點~雲門舞集劇場 VS. 雲門星巴克	https://a94177017.pixnet.net/blog/post/446535188
1055	20180208	20201003	(新北. 淡水旅遊景點) 雲門劇場	https://kelsy310.pixnet.net/blog/post/118108242-
1056	20191116	20201003	淡水雲門劇場 假日踏青的好地方	https://jeanitalin.pixnet.net/blog/post/68525837-

篇次	發表日期	蒐集日期	部落文主題	部落文網址
1057	20190110	20201004	《淡水·食》淡水最美星巴克 淡水雲門劇場 雲門	https://kingyang2011.pixnet.net/blog/post/226857269
1058	20200716	20201004	新北淡水 私房觀夕陽景點：私房秘境～絕美海景與浪漫夕陽	https://travel.yam.com/Article.aspx?sn=119759
1059	20200221	20201004	《淡水·旅》淡水看夕陽私房秘境 淡水看落日最佳景	https://kingyang2011.pixnet.net/blog/post/228982619
1060	20191227	20201004	淡水區。雲門劇場 建築環境都很美 旁邊的星巴克更是必訪秘境	https://followmi.tw/blog/post/cloudgate
1061	20200824	20201004	新北淡水 淡水古蹟博物館：參訪既熟悉又陌生的歷史景點	https://travel.yam.com/Article.aspx?sn=120289
1062	20190203	20201004	淡水古蹟散策	https://j28ah.pixnet.net/blog/post/466931918-
1063	20191014	20201028	淡水馬術體驗,綠野馬場,3歲小朋友即可騎乘,沙崙海水浴場旁	https://may1215may.pixnet.net/blog/post/404254868
1064	20200826	20201004	如何搭車搭船到淡水漁人碼頭?白天海岸天橋帶歐洲浪漫風情,漁人碼頭煙火秀週日登場	https://john547.pixnet.net/blog/post/120661380-%E6%B7%A1%E6%B0%B4%E6%BC%81%E4%BA%BA%E7%A2%BC%E9%A0%AD
1065	20200826	20201004	淡水漁人碼頭 嗨漁港～粉樂園 ▶ 把握最後5天 親子遊樂設施免費玩 8/30 漁人碼頭煙火秀!	https://eeooa0314.pixnet.net/blog/post/507594237-
1066	20200721	20201004	淡水~漁人碼頭 繽紛仲夏夜活動	https://alice840529.pixnet.net/blog/post/224907233-%e6%b7%a1%e6%b0%b4~%e6%bc%81%e4%ba%ba%e7%a2%bc%e9%a0%ad-
1067	20200110	20201004	【淡水親子旅行】到漁人碼頭來溜小孩	https://iolopa.pixnet.net/blog/post/120524992
1068	20200912	20201004	台灣好風情-擺渡於古今之間淡水八里	https://yowtzy.pixnet.net/blog/post/157451622
1069	20200103	20201010	淡水半日遊	https://munch009.pixnet.net/blog/post/68625806-
1070	20200513	20201010	藝術與咖啡的完美結合。淡水雲門劇場～星巴克咖	https://www.walkerland.com.tw/article/view/259715

篇次	發表日期	蒐集日期	部落文主題	部落文網址
			啡，文青必到 IG 打卡好地方	
1071	20190312	20201010	【淡水一日遊】淡水老街，真理大學，沙崙沙灘秘境，看山，看海，淡水街頭小吃，聽街頭 LIve	https://drm88.pixnet.net/blog/post/35421436-
1072	20190312	20201010	淡水海關碼頭，超美的海景，夜景，淡水必遊！	https://drm88.pixnet.net/blog/post/35412718-
1073	20180406	20201010	淡水雲門星巴克，雲門劇場，文青必去，淡水必去新景點，IG 打卡點	https://drm88.pixnet.net/blog/post/35048446-
1075	20200420	20201017	淡水紅毛城 淡水人氣必遊景點 淡水古蹟博物館精選旅遊攻略	https://sunmoonlake.welcometw.com
1076	20200818	20201031	自行車玩淡水，欣賞落日餘暉，踩最新景點《滬尾	https://aaa1234bbb77.pixnet.net/blog/post/35855827-