

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

奢華露營產業分析及發展趨勢之研究—

以網路評論探討露營意象及體驗價值

Luxury Camping Industry Analysis and Development Trend
Research--Exploring the Relevance of Destination Image and
Experience Value with Online Reviews

涂晏臻

Yan-Zhen Tu

指導教授：丁誌紋 博士

Advisor: Chih-Wen Ting, Ph.D.

中華民國 111 年 6 月

June 2022

南 華 大 學
旅 遊 管 理 學 系 旅 遊 管 理 碩 士 班
碩 士 學 位 論 文

奢 華 露 營 產 業 分 析 及 發 展 趨 勢 之 研 究 - 以 網 路 評 論 探 討 露 營
意 象 及 體 驗 價 值

Luxury Camping Industry Analysis and Development
Trend Research-Exploring the Relevance of Destination
Image and Experience Value with Online Reviews

研 究 生：涂 昂 臻

經 考 試 合 格 特 此 證 明

口 試 委 員：戴 錦 周
柳 婉 郁
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 111 年 06 月 29 日

謝誌

歲月如梭，回想起研究所這兩年來的日子，心中真是百感交集！為了更充實自己，選擇了南華研究所就讀，南北通勤的日子也即將告一段落，這段時間工作、家庭、學業各方面都要兼顧，真的是花了很多的心力與體力，但是既然選擇了就要盡力去做到最好。

求學期間，承蒙我的指導教授丁誌紋教授循循善誘與不厭其煩的教誨，協助指導我研究方法與論文方向的進行，您是多麼地和藹可親，引導我創造出自己的想法與內省的能力，讓我順利的將論文完成。

還記得有一次南下上課，等您下課討論論文已經晚上了，您依然很有耐心的回答我種種問題，看著我們大家攜家帶眷的，體諒我們舟車勞頓請我們趕快回去休息，那份感動關懷我們的心，一直烙印在我心裡！謝謝您一直為學生著想、付出，讓身為教師的我也理當向您學習，您真是後輩學習的好典範。

寫論文的這段期間，說真的，很痛苦也很難熬，也感謝一起南下求學的學習夥伴，我們一起相互扶持、加油打氣，誰也不放棄誰的互相幫忙，我們研究所的酸甜苦辣，或許只有我們經歷過的才能體會。

最後我也想感謝我的先生，在寫論文期間在我無助的時刻伸出援手協助，在這艱難的過程中不斷鼓勵、安慰著我，讓我往論文成功的方向一步步邁進，也謝謝先生陪我一起面對這個艱難的挑戰，回到家照顧小孩跟打理一切，讓我無後顧之憂，順利完成論文，非常感謝我的家人，因為你們都是我重要堅強的後盾!!

涂晏臻

謹誌 中華民國 111 年 6 月

南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班
110 學年度第二學期碩士論文摘要

論文題目：奢華露營產業分析及發展趨勢之研究—以網路評論探討露營
意象及體驗價值

研究生：涂晏臻

指導教授：丁誌紋 博士

論文摘要內容：

本研究旨在透過網路文字探勘分析網路社群文章，來了解過去的一年多因為疫情的影響，許多人潮聚集的大型聚會或室內進行的休閒活動，都因防疫考量的因素下都必須要減少此類的活動，相較之下避開人潮的戶外活動，反而是最好的選擇，如登山踏踏青、休閒農場露營，反而受到不少遊客的青睞，紛紛增加往這方面的規劃。奢華露營是讓人們徜徉戶外、親近自然的新趨勢，更帶動奢華露營產業發展的新方向。

先運用了中文斷詞系統進行整理，將關鍵詞進行詞頻與共詞的分析，並將分析的內容再加以分析，配合多元尺度做量化統計，以更客觀的量化數據來探討奢華露營的露營意象、體驗價值的關聯性。

研究結果發現：(1)目前國內奢華露營的景點以苗栗、新竹、宜蘭為人氣景點，奢華露營所帶動台灣多縣市的業者推動，台北、南投、嘉義、台中次之，可見奢華露營型態已蓬勃發展。(2)觀光設施意象裡的交通便利性，以北部來說新竹、苗栗、宜蘭的奢華露營景點較吸引人前往體驗，主要考量所居住的地方與到達景點的便利性。(3)景點導覽以奢華露營的場地業者所安排規劃，包含食、住、育、樂的活動安排，讓露營的人在此享受美好的度假時光，成為頗具特色的露營方式。(4)在體驗奢華露營的氛圍時，舒適度與聲譽也是一般人選擇的重要條件，透

過網路口碑相傳，會讓人想要去嘗試體驗，主要的體驗感受也會讓人列入是否前往的重要因素，故名聲遠播具特色的奢華露營區通常一位難求。(5)讓露營的遊客在奢華露營活動中，產生很多的體驗，從體驗中可以知道他們的感受為何，對奢華露營所給予的評價，帶動日後的奢華露營產業發展。(6)從重要關鍵詞的探討，我們可以得知露營跟戶外、體驗自然有關，大部分會去露營的人都是以家庭親子為單位前往或是好友相約，近幾年流行的趨勢為有特色的奢華露營，也是透過網路上的推薦讓人得知而前往，兩種露營各有特色，也吸引某特定族群前往體驗。

根據上述研究結果，建議奢華露營業者可結合在地的產業特色，發展當地的觀光，進而帶動周邊的城鎮發展，吸引更多想露營的旅客前往。在發展奢華露營產業的同時，也不忘要做好營地的規劃和環境的愛護，才能讓土地達到永續的利用與發展它的價值，政府也應修法讓露營區有所規範，民眾在享受露營的同時也能保障自身的權益，讓奢華露營產業能朝永續經營發展，帶來更多的經濟效益與生態平衡。

關鍵詞：奢華露營、露營、文字探勘、露營意象、體驗價值

Title of Thesis: Luxury Camping Industry Analysis and Development Trend Research--Exploring the Relevance of Destination Image and Experience Value with Online Reviews

Name of Institute: Master Program in Tourism management, Department of Tourism Management, Nanhua University

Graduate Date: June 2022

Degree Conferred: M.B.A

Name of Student: Yan-Zhen Tu

Advisor: Chih-Wen Ting, Ph.D.

Abstract

The purpose of this study is to analyze online community articles to understand that many indoor leisure activities or large public gatherings have been affected by the Covid-19 epidemic over the past year. But on the other hand outdoor activities that can avoid crowds, such as hiking and camping, are favored by many tourists. Glamping is a new trend that allows people to wander outdoors and get close to nature. And it also drives a new direction for the development of camping industry.

At First, the Chinese word segmentation system is used to sort out keywords for the content of word frequency analysis and co-word analysis. Second, quantitative statistics are used with multi-scale. The more objective quantitative data is used to explore the correlation between the camping image and experience value of glamping.

The research results show that: (1) Miaoli, Hsinchu, and Yilan are the most popular scenic spots of glamping. The luxury camping is driven by so many counties provider in Taiwan, such as Taipei, Nantou, Chiayi and Taichung. It shows that luxury camping style has flourished. (2) The transportation convenience of the sightseeing facilities: in the north, the glamping spots in Hsinchu, Miaoli, and Yilan are more attractive to experience. The main consideration is the place where you live and the convenience of reaching the spots. (3) The tour guide is

planned by the glamping providers, including the activities of dining, housing, education and entertainment, so that campers can enjoy a wonderful vacation. And that becomes a unique way of camping. (4) For experiencing the atmosphere of luxury camping, comfort and reputation are also important conditions for tourists. Through the online recommendations, people will want to try the luxury camping, and their own experience will also be considered for going or not. Because of this important factor, a famous glamping camping spot with distinctive features is usually hard to order. (5) Let campers have a lot of experiences in glamping activities. From their experience, we can find out how do they feel and their evaluation given to the luxury camping. And this will drive the development of the glamping industry in the future. (6) From the analysis of important keywords, we can know that camping is related to the outdoor experience of nature. Most of the campers go as a unit of family or friends. The popular trend in recent years is the special glamping which is known to the public by recommendations on the Internet. The two types of camping have their own features and attract different certain groups to experience.

According to the results of this research, it is suggested that glamping providers can combine with the local industry features to develop local tourism. In the same time, this may drive the development of surrounding towns, then attract more tourists who want to camp. While developing the glamping industry, do not forget well planning of the camping area and the care of the environment, so that we can achieve sustainable land use and land value. The government should also amend the law to regulate the camping area. This protects the camper's rights and interests, so that the glamping industry can develop towards sustainable operation, bringing more economic benefits and ecological balance.

keywords: Glamping, Camping, Text mining, Camp image, Experience value

目錄

謝誌.....	I
論文摘要內容.....	II
Abstract.....	IV
目錄.....	VI
表目錄.....	IX
圖目錄.....	X
第一章 緒論.....	1
1.1 研究背景.....	1
1.2 研究動機.....	2
1.3 研究目的.....	3
1.4 研究流程.....	4
第二章 文獻探討.....	6
2.1 研究主題背景探討.....	6
2.1.1 一般露營.....	9
2.2.2 奢華露營.....	11
2.2.3 野外型露營.....	13
2.2 目的地旅遊意象.....	15
2.2.1 旅遊意象的構面.....	15
2.2.2 旅遊意象的形成.....	16
2.2.3 旅遊意象的組成因素.....	16
2.2.4 影響旅遊意象的因素.....	19
2.3 體驗價值.....	20
2.3.1 體驗的定義.....	20

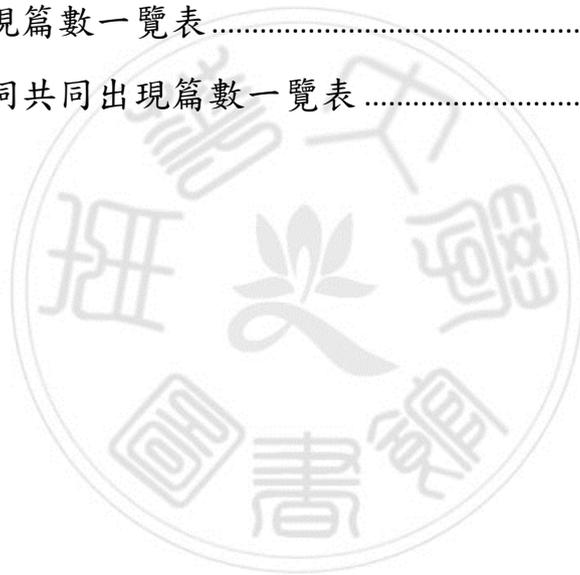
2.3.2 價值的定義	20
2.3.3 體驗價值的定義	21
2.3.4 體驗價值的構面	21
第三章 研究方法	22
3.1 研究程序	22
3.2 研究對象	24
3.2.1 研究對象及範圍	24
3.2.2 資料收集	25
3.3 研究工具	25
3.3.1 網路民族誌	25
3.3.2 內容分析法	26
3.3.3 CKIP 中文斷詞系統	27
3.3.4 詞頻分析	28
3.3.5 共詞分析	28
3.3.6 多元尺度分析(Multi-dimensional Scaling,MDS).....	29
3.3.7 文字探勘技術與自然語言處理	29
第四章 研究分析與結果	30
4.1 樣本資料採集結果	30
4.2 中文斷詞與關鍵詞篩選結果	31
4.2.1 斷詞處理	31
4.3 詞頻分析	38
4.3.1 關鍵詞出現次數分析	38
4.3.2 關鍵詞篇數分析	43
4.3.3 二個關鍵詞共同出現篇數分析	49

4.4 多元尺度分析(MDS).....	59
第五章 結論與建議.....	63
5.1 研究結論	63
5.2 研究限制與後續建議.....	66
5.2.1 研究限制	66
5.2.2 研究建議	67
5.3 研究者貢獻	67
參考文獻.....	68
一、中文部分	68
二、英文部分	70
附錄一 部落文資料來源網址.....	74



表目錄

表 2.1 觀光意象組成因素與屬性一覽表	18
表 3.1 網路部落格來源平台及網址一覽表	25
表 4.1 部落格文章來源網站佔比表	30
表 4.2 相關部落發表文章距今年份表	31
表 4.3 斷詞整合一覽表	33
表 4.4 關鍵詞次數分析表	38
表 4.5 關鍵詞觀光意象分類表	44
表 4.6 關鍵詞出現篇數一覽表	47
表 4.7 二個關鍵詞共同出現篇數一覽表	53



圖目錄

圖 1.1 研究流程圖	5
圖 2.1 為國內露營區推薦及查詢訂位之網站	9
圖 2.2 為一般傳統搭帳露營	10
圖 2.3 家庭式露營必備帳棚	10
圖 2.4 新竹縣五峰鄉愛上喜翁豪華露營	11
圖 2.5 台中蟬說山中靜靜豪華營區	12
圖 2.6 苗栗呼啦莊園六星級露營車	12
圖 2.7 露營車床鋪上方有全景電動天窗，夜晚能看著星空入睡	13
圖 2.8 為被山林包圍的野外露營	14
圖 2.9 一般露營很難看到山上的雲海景觀，需徒步才能到達	14
圖 3.1 研究流程圖	23
圖 3.2 斷詞系統研究網站圖	27
圖 4.1 露營搜尋次數圖	31
圖 4.2 斷詞系統示意圖	33
圖 4.3 利用文字雲所呈現的露營文字探勘成果	42
圖 4.4 文字雲的圖形讓人一眼就看出所呈現的關鍵詞	43
圖 4.5 多元尺度分析圖 1	59
圖 4.6 多元尺度分析圖 2	60
圖 4.7 多元尺度分析圖 3	61

第一章 緒論

本研究旨在探討國人對奢華露營活動目的地意象及體驗價值，本章可區分三節，分別說明了本研究之研究背景、研究動機、研究目的、研究流程。

1.1 研究背景

去年受到疫情的影響，有些在室內進行的休閒娛樂活動或人潮聚多及群集的聚會，都必須暫停辦理，因為在種種因素考量下，只能暫時停止類似的活動。而能避開人潮，減少與太多人接觸的戶外活動，像是登山踏踏青、休閒農場露營，就比較會被遊客所注目。就如同國外很紅的奢華露營／懶人露營（Glamping），在台灣也漸漸的興起，與傳統露營最大區別在於營區內會將營帳準備好，不需要自己親手搭帳篷，但如果是等級較高的，如高級奢華的營區，帳篷內的裝潢甚至可跟飯店相比不相上下。

疫情趨緩也為國內旅遊開啟了新旅遊時代，重視社交距離與防疫安全成為旅遊的標配，兼具健康與樂活的戶外休閒是時下最夯的活動，而以興趣為出發點的深度主題旅遊則是異軍突起。近來因防疫條件逐漸鬆綁，許多營區也陸續開放恢復訂位，在遵守相關防疫措施指引下，民眾能享受與大自然的親密接觸，並可兼顧防疫安全、避免人潮過度聚集，對想去旅遊放鬆地民眾來說是種福音。

翻開《紐約時報》、《時代》雜誌或各類生活風格書籍，近 10 年來，只要談起國外盛行的旅遊方式，奢華露營（Glamping）一定是不可或缺的。「Glamping」一詞的出現是在 2007 年時，第一次被當作關鍵字搜尋，以上是根據 Google 趨勢指出。一般有幾種說法，可能和蒙古包、或 90 年代歐美旅遊客到非洲狩獵旅行（Safari）的奢華住宿有所連結

。(天下雜誌 617 期,2017)

雖然「奢華露營」在本世紀初即已興起，但因國際金融危機，到了近十年在國際間才愈來愈受到重視，除了這種另類的露營模式具有傳統露營親近和體驗自然的益處之外，Y 世代(1980 年代出生)以後的較年輕、都會專業人士的族群，是追求新奇體驗和社群媒體分享的世代，透過這種實驗性旅遊(experimental travel)讓顧客能感受到探索自然與世界的體驗，因此「奢華露營」被推到了高峰(Milohnić et al.,2019)。

雖然「奢華露營」目前各國和組織的定義繁多，尚無統一，大體來說「奢華露營」是一種另類的露營模式，強調大自然美景、居住的奢華或便利舒適性，進行此類非傳統式露營體驗的人可以享受一般露營活動之浸淫於大自然的美好環境與景觀、身心放鬆，卻同時享受一般露營活動中無法兼顧的現代生活的便利和舒適度，使得類現代生活的模式能夠與大自然的美好、當地的深度體驗適度地融合(Brooker & Joppe, 2013;GLAMP.COM, 2019)，總結來說，奢華、舒適、隱私、不同的體驗等都是吸引奢華露營者的特質，而能與大自然直接接觸對奢華露營者來說則是最大的誘因(Lyu et al.,2020)。

奢華露營相關議題無同時討論以網路評論探討露營的意象及體驗價值，故本研究將以質性方式探討以網路評論來分析奢華露營的露營意象及體驗價值。

1.2 研究動機

奢華露營是近年來露營活動的發展趨勢，讓旅遊的方式直接省下準備裝備的時間與善後的種種瑣事，加上疫情影響，露營場所的環境只可能更加低調、更加隱密，同時也能更加地靠近大自然，政府為鼓勵國人踏出戶外並保持適當的社交距離，奢華露營就直接成為了台灣人旅遊趨

勢的新型態。

回想起本人的露營經驗，每次去一趟露營的先前準備工作相當繁瑣，還要準備食材、露營器材及帳篷等露營配備，常常車子塞到不能再塞，東西擠到不能再擠就是為了要更親近大自然，感受野外露營的樂趣，同時也能讓孩子投入大自然的懷抱且盡情地享受野外美好的放電時光。

從地點的選擇上來看，通常脫離不了海景與山景的特色景點，當然如果營區的營地夠大，在同一個營區還會有傳統露營營地與奢華露營的營地同時存在，且小木屋、露營車甚至是民宿等綜合形式，供旅客有不同的選擇空間，找到適合自己的露營方式。而且就連飯店業者也加入奢華露營的元素，增加不同風格的體驗。例如礁溪老爺很早就有奢華露營車的風格體驗，造就經典代表之一。而宜蘭的綠舞度假飯店在 2021 年期間，露營車風格也成為了新穎飯店結合奢華露營車不一樣的新選擇。

近年來因為疫情的關係，休閒型態的改變，變成了台灣小旅行，將原本連假就出國旅行的國人，轉移目標，發現台灣不一樣的美，台灣其實擁有各種獨特地形，想上山或是下海，都會有適合自己的景點可以去享受，不論視覺上或觸覺上，都能放鬆身心，感受大自然，與其去人多的市區逛街，反而更多人想往大自然的方向去踩點，郊外秘境走走，呼吸新鮮空氣、體驗自然之美、放鬆身心來增強自身的免疫力。近幾年來流行的奢華露營（Glamping）就是一個可以隨時想走就走，帶著一個皮箱的旅行，直接入住已搭建好的舒適帳篷、美味的三餐料理，到了晚上還能觀看星空電影、賞月及參與營火晚會，能與家人朋友在戶外增進友誼及感情，絕對是最棒的輕裝旅行。

1.3 研究目的

如何讓奢華露營產業達到永續經營？旅客對奢華露營的意象為何？

政府近年來因為疫情關係，推出了各式各樣的旅宿方案及振興卷加碼活動，吸引國人再度到戶外觀光旅遊，隨著疫情逐漸趨緩，台灣本土旅遊市場已經呈現逐步復甦的態勢。旅宿業者展現堅強的韌性，從困境中逆勢操作，這些成功突破困境的業者，在旅遊產業上投入許多心力，深入的瞭解其客戶的需求，並透過分眾服務提供深度體驗，趁機鞏固顧客忠誠度，也吸引新客上門。

奢華露營的旅遊型態不同於一般的露營活動，最早從歐美國家興起，近年來也在台灣掀起一陣風潮，讓想追求輕便感的旅人不再帶著大包小包的裝備出遊，便能擁有像是住飯店的享受；只要帶著一卡皮箱就能輕鬆享受高級的住宿品質。為了供遊客在營區內有更多的活動選擇，業者也推出各式休閒活動和體驗課程，像是花草植物 DIY 拓印、拳擊有氧、瑜伽、人體足球、划船戲水、營火晚會等等，讓遊客更貼近自然，不會感到無聊。奢華露營標榜無裝備、美麗景緻和奢華的住宿品質，因此價位也相當於五星級飯店。本研究經由蒐集部落客文章、奢華露營相關報導與實地探訪，研究目的條列如下：

- (1) 探討露營客對奢華露營的露營意象。
- (2) 研究露營客對奢華露營的體驗價值。
- (3) 經由奢華露營型態與體驗活動，讓露營客對於奢華露營的發展趨勢有所了解。
- (4) 探討奢華露營所帶來的經濟效益及對一般露營型態的影響。

1.4 研究流程

本研究先根據研究背景及動機確立研究目的，再從文獻探討說明從露營客的露營經驗及體驗價值之重要性，蒐集建立質性資料，以文字探勘技術分析露營客部落格內容的資料，再進行量化分析，探討結

果。流程根據五個章節進行，如圖 1.1 說明。



圖1.1研究流程圖

資料來源：本研究整理

第二章 文獻探討

本章主要針對與本研究主題相關之理論與研究資料進行探討，以做為本研究之學理根據基礎，本章共分為四節，第一節研究主體背景介紹，第二節目的地意象，第三節體驗價值，第四節旅遊部落格，透過相關文獻探討，建立本研究架構。

2.1 研究主題背景探討

露營是指在戶外，以營帳、露營車、小木屋、團體營舍或臨時搭建的遮蔽物，過住宿生活（陳盛雄，2009）。然而奢華露營，則是以露營為模型，以不必動手就能體驗野外的住宿生活，將臨時搭建的遮蔽物，用更加華麗的外觀，並將民生必需品提升，用更加便利的方式在野外生活，提升原本簡約的生活，帶入奢華的元素，讓露營不只是露營，而是更多的體驗。

一般露營（常規型露營）：

一般露營是指露營者徒步或者駕駛車輛到達露營地點和追求放鬆、舒適的休閒活動，通常在山林、湖畔、溪邊等，營主會劃分好營區塊，有完善的衛浴設備以及電力，在戶外可以燒烤 BBQ、野炊、三五好友聊天與親近自然生態等，這也是最平常的露營活動，經常進行這樣活動的旅行者，和其他戶外運動愛好者一樣，又被稱為露友/營友。這類相關的活動主要是偏向有趣、享受性質的露營體驗。

奢華露營（免裝備）：

前幾年國外開始流行起「Glamping 奢華露營」，這個詞其實就是結合了 glamorous 奢華+camping 露營，是一種能夠體驗野外生活、可以親近大自然，但又不必動手打理一切的新型度假模式，分別為奢華露營車、各式特色帳篷、小木屋，主打不需要帶任何露營的裝備，只需要預訂宿營，不僅提供水電衛浴設備和冷氣，一泊二食到一泊五食連食物都不用擔心，只需要帶著愉悅心情享受露營的放鬆與歡樂。奢華露營是一種最高級的大自然度假體驗，也是新型戶外體驗的方式，節省很多體力背著大包小包的煩惱，還能夠好好慵懶享受放鬆的時光並享受高品質所帶來的生活便利。

野外型露營（山中紮營體驗原始生活）：

所謂的野營，很多人都不知道野營的意思跟露營差別在哪，野營比較偏向沒水沒電，也沒有衛浴等設備，純粹體驗原始生活，比如長距離攀岩或是上高山，長距離攀岩上高山可能需要幾天的時間，為了休息，露營者將帳篷掛在懸崖邊紮營，這樣的露營是有挑戰性且又刺激的。（露營 TRIP 官網,2022）

台灣露營產業發展現況：

經中華露營協會調查民國 104 年，國內常態性露營人口已突破 200 萬人，根據交通部觀光局露營區資訊查詢統計目前全台共有 1789 個營地，但因法令規章不明確，露營新手增加讓新露營區快速

膨脹，競爭激烈。大部分露營的人都會在意營地的景觀視野及衛浴設備的新舊。露營的發展產業趨勢為露營商品帶來熱銷和優質場地一位難求，露營活動也帶動了食品及休旅車等周邊業績，而網路資訊則影響露營的方向及潮流。在大趨勢發展下，露營也有屬於自己的潮流，當中是從以帳篷露營為主的時代走向露營車時代，利用露營活動從事日常生活以外的地點體驗，進行共同的休閒活動。近年來的露營族，跟以往有所不同，以前會以青年社團為主的團康活動，現在則是強調全家一起到戶外體驗大自然、增進親子關係的互動，為目前國內露營的發展現況。

台灣奢華露營產業現況與發展：

近五年來「奢華露營」逐漸在台灣露營活動中嶄露頭角，它也被學者稱之為露營的替代品，也被譽為新型的旅宿模式。其實「奢華露營」這個關鍵字早在 2004 年間就開始在 google 上被搜尋，早期在愛爾蘭和英國搜尋最多，2008 年紐約時報(New York Times)有個專題報導，將「奢華露營」認為是一種高級(upscale or glamorous)的露營活動、且為一種理想模式的綠色假期(green vacation)(Milohnić et al.,2019)，「奢華露營」使用自然資源、能與周邊景觀相融合、並且不傷害珍貴的大自然環境，故也被認為是一種生態旅遊(ecotourism) (Dorofeeva, 2020)。在一些國家「奢華露營」是較高價、有不同價格水平的戶外體驗，主要由渡假村和旅館業者來經營，並以

家庭度假旅遊為主要客群(Jung, 2019)，一種舒適和創意性的旅遊住宿模式(Lu et al., 2021)。

在目前台灣的奢華露營發展趨勢現況中，奢華露營在今年疫情期間突然知名起來，進而創造出更多的旅遊商機，全台各地特色的奢華露營區有各自的特色，利用當地豐富獨特的資源並加以推廣，也融入當地文化元素。奢華露營通常有不同主題的奢華帳篷或露營車，並提供包套式行程和體驗活動，甚至帳篷的奢華程度不輸五星級大飯店。跟五星級大飯店相比，奢華帳棚因為沒有華麗的裝潢和電力等，費用會較為實惠，還能遠離人群、親近大自然，為目前國內奢華露營產業發展現況。



圖2.1為國內露營區推薦及查詢訂位之網站

圖片來源：露營樂官網

2.1.1 一般露營

露營是一種體驗戶外的休閒娛樂活動，通常露營者會攜帶帳篷，離開城市在野外或不同地點做紮營，在此度過一到兩天美好的夜晚，露營通常還會搭配其他活動，如小孩放風玩耍、釣魚或欣賞戶外美景

、烤肉、賞螢等活動。



圖 2.2 為一般傳統搭帳露營 圖片來源：露營親友拍攝



圖 2.3 家庭式露營必備帳棚 圖片來源：露營親友拍攝

2.2.2 奢華露營

所謂的「Glamping」，是由 Glamorous（華麗的、奢華的）和 Camping（露營）兩字所組成的新用詞，也就是所謂的「奢華露營」或「豪華露營」或「高級露營」；簡單來說，就是不用準備任何露營工具，只要再行程前預訂住宿，就能輕輕鬆鬆享受體驗露營的樂趣！



圖 2.4 新竹縣五峰鄉愛上喜翁豪華露營 圖片來源：愛上喜翁官網



圖 2.5 台中蟬說山中靜靜豪華營區 圖片來源：蟬說山中靜靜官網



圖 2.6 苗栗呼啦莊園六星級露營車 圖片來源：呼啦莊園官網



圖2.7露營車床鋪上方有全景電動天窗，夜晚能看著星空入睡

圖片來源：呼拉莊園官網

2.2.3 野外型露營

所謂的野營，大部分人都不知道野營的意思跟露營差別在哪，野營比較偏向無水無電，也沒有衛浴等設備，純粹體驗原始生活，比如長距離攀岩或是上高山紮營，這兩者可能需要幾天的時間，為了休息露營者將帳篷掛在懸崖邊紮營，這樣的露營是具有挑戰性且刺激的。

一般野外型露營都是具有經驗的登山老手才會體驗的，因為必須評估山勢及地形，才能做適當的紮營，一般民眾較少會參與此類型的露營。



圖 2.8 為被山林包圍的野外露營 圖片來源：親友登山野營拍攝



圖2.9一般露營很難看到山上的雲海景觀，需徒步才能到達

圖片來源：親友親自登山體驗野營拍攝

2.2 目的地旅遊意象

目的地旅遊意象會影響遊客旅遊決策與目的地選擇行為。旅遊目的地的意象對感知品質和滿意度有正向的影響。目的意象就是旅遊體驗，正向的旅遊體驗的結果，對目的地有正向的評價。如果目的地有一個正面的意象，遊客滿意度會提高。旅遊目的地的意象會影響遊客的行為意向，更多的良好意象，將導致遊客有更高的可能性，重回到相同的目的地 (Baloglu & McCleary, 1999, Chon, 1990, 1992)。

2.2.1 旅遊意象的構面

意象這一個被廣泛運用的名詞可被運用在地理學、行銷學、心理學及觀光學等的研究上。如果被運用於觀光學領域時，使用的名詞有包括旅遊意象(tourism image)、旅遊目的地意象(tourism destination image)或目的地意象(destination image)等等。有關旅遊意象之研究，Echtner and Ritchie(1993)將旅遊意象視為三個連續性構面，分述如下：(1) 屬性 (Attribute) — 整體性 (Holistic) 意象：屬性意象為遊客所容易感覺到的部份，例如氣候、景觀、設施...等；整體性意象為遊客對於該旅遊地區的整體性看法。(2) 功能性 (Function) — 心理性 (Psychological) 意象：功能性意象是指具有顯著的可以觀察測量之特徵；心理性意象則反應個人內心的情感，所以較為抽象而難以量測。(3) 一般性 (Common) — 獨特性 (Unique) 意象：一般性意象是指旅遊目的地一般較常見的特性；獨特性意象是指該地所具有之特殊

的特性。(翁明祺,2019)

2.2.2 旅遊意象的形成

遊客的旅遊意象主要得自對旅遊地的瞭解、旅遊體驗的印象與知覺，及個人經驗累積與接收到的資訊不斷地重組所逐漸形成。而旅遊意象的形成依學者看法(Pearce,1982； Phelps,1986)，大致可分為原始意象 (organic image)、誘發意象(induced image)與複雜意象(complex image)三個階段：

- (1)原始意象階段：原始意象即遊客對目的地的最初印象。在這個階段，遊客還沒真正到過該地，意象的形成主要是經由接觸新聞報導、電影、雜誌、書籍或家人朋友等資訊來源。
- (2)誘發意象階段：遊客受相關單位的廣告宣傳或經由其所架設的網站獲得訊息，這些訊息相對的主導權不是遊客本身，而是旅遊業者或政府部門。但因而產生意象，也產生想前往該地旅遊的動機，達到替觀光地宣傳或推廣而強化其行銷的目的。
- (3)複雜意象階段：指經實際旅遊所形成的階段，遊客經由環境刺激、實際體驗後,將原始意象及誘發意象經過修正而產生新的意象。

2.2.3 旅遊意象的組成因素

Echtner 與 Ritchie (1993)則從「基本屬性」(attribute-based)的意象與「整體性」(holistic)的意象來解釋，認為旅遊目的地意象包含兩個層

面：一是地方屬性為主，以景色、氣候、設備等容易被遊客直接感受的部分，二是指遊客對目的地的整體觀感，屬於個人的偏好或態度。因此「目的地意象」(destination image)的基本概念有具體的功能性特徵與抽象的心理性特徵。功能性特徵包括旅遊目的地在自然、人文上的有形或無形資源，而心理性特徵則是遊客對目的地旅遊的個人感受。後者可以根據 Moutinho(1987)以消費者行為說明旅遊的決策過程來解釋，目的地意象的形成，由知覺(awareness)、態度(attitude)及期望(expectation)等三個構面組成，是遊客對旅遊目的地的瞭解程度，並由個人主觀感覺及信念，期望從中獲得休閒利益（陳慧如、王心茹,2010）。而 Gartner (1994)也曾提出類似的看法，認為旅遊意象的發展包含了認知因素(cognitive)是遊客對目的地的想法、信念及觀念；情感因素(affective)是遊客對旅遊目的地之感覺，並依其觀光動機評估目的地價值，偏向心理情感；意欲因素(conative)則是行動要素，受到前述兩者因素之影響而決定是否前往。

隨著時代背景不同，觀光意象構成因素亦有所不同。1970 年代，觀光意象相關研究剛起步時，其構成因素僅包含「景色(scenery)」、「氣候(climate)」與「擁擠度(congestion)」等三個基本要素(Mayo, 1975)。1980 年代，觀光意象則由「知覺(awareness)」、「態度(attitude)」及「期望(expectation)」等三個構面組成(Moutinho, 1987)，表示遊客對旅遊目的地之瞭解程度，且具個人主觀感覺及信念，並期望從中獲得休閒利

益。

Beerli & Martin (2004) 在有關觀光地意象吸引力與屬性的文獻回顧中，提出符合具體的「功能性」特徵與抽象的「心理性」特徵，所有的衡量項目是由個體影響意象之評估因素的合併，認為遊客到旅遊目的地的旅遊意象，包含「自然資源」、「一般設施」、「觀光設施」、「遊客休閒與遊憩」、「文化、歷史與藝術」、「政治與經濟因素」、「自然環境」、「社會環境」及「地方氛圍」等九項因素，其因素與其屬性詳如表 2.1 所示。

本研究觀光意象分類是依據 Beerli and Martin(2004)回顧過去觀光意象相關研究，建構觀光意象屬性分類九大類，遊客對旅遊目的地所抱持之觀光意象因素運用到賞鯨旅遊體驗，本研究將觀光意象修正為，自然資源、觀光設施、遊客休閒與遊憩、自然環境、地方氛圍等五個因素。關鍵詞的意象探討，就是以這五個觀光意象探討。

表2.1觀光意象組成因素與屬性一覽表

因素	自然資源	一般設施	觀光設施
屬性	天氣、海灘、鄉間風貌 多樣性、植物獨特性與 多樣性	交通系統、交通設施、 醫療服務、通信發展、 商業發展、建築物發展	飯店餐廳、 Pub, disco and club 景點交通便 利性、景點遊 覽、旅客中心 旅遊服務網絡

表 2.1 觀光意象組成因素與屬性一覽表(續)

因素	遊客休閒與遊憩	文化、歷史與美術	政治或經濟因素
屬性	主題樂園、親水公園、動物園、健行、探險活動、博弈、夜間娛樂、購物	博物館、歷史建築、紀念碑等、手工藝品、美食、民俗傳說、生活習慣與方式	政局穩定度政治傾向、經濟發展 治安、犯罪率、恐怖組織攻擊物價
因素	自然環境	社會環境	地方氛圍
屬性	美景、城市與城鎮景觀、整潔、過度擁擠、空氣與噪音污染、交通堵塞	地方居民友善度、次階級與貧窮、生活品質、語言障礙	奢華的、時尚的、具名聲的、家庭導向的、異國情調的、神祕的、放鬆的、具壓力的、愉快的、歡樂的、無聊的、具吸引力的

資料來源：Beerli and Martin(2004)

2.2.4 影響旅遊意象的因素

影響目的地旅遊意象的因素很多，可分為(一)內在個人因素：包含個人認知之價值觀、遊憩之動機、人格特質等心理因素，以及年齡、學歷、職業等人口統計變數；(二)外在刺激因素：包括旅遊資訊來源、先前的旅遊經驗、行銷通路等。(李蕙芳,2014)

根據張逢琪(2003)指出影響旅遊意象的因素有旅客的旅遊動機及人口特性。根據 Mayo & Jarvis(1981)的研究指出遊客對觀光目的地的意象認知會受個人興趣、需求、動機、期望人格特質、社會地位與人

口統計變數等因素影響。

2.3 體驗價值

體驗價值的研究，最早是由 Alderson 於 1957 年提出，他認為消費價值是由消費體驗所衍生出的感知，指的是經過實際體驗後，消費者(遊客)對產品或服務方面的感受程度之衡量。

2.3.1 體驗的定義

體驗的定義學者 Schmitt(1999)將體驗定義為:體驗是發生對於某些刺激回應的個別事件，包含整個生活本質，通常是事件的直接觀察或參與所造成的。對消費者而言，體驗不是自發的，而是在周圍環境互動過程中所誘發出來的內在知覺與反應。

2.3.2 價值的定義

根據李蕙芳(2014)的研究，「價值」一詞為 1960 年 Levitt 所提出，他所提出的觀點為產品取悅了顧客，產品才能產生「價值」。從消費者行為的角度而言，消費者累積了長期的經驗才能產生理念與觀點，進而形成購買行為或再購意願的關鍵因素。Rokeach(1973)認為價值是一種持久的信念，人類行動偏好的基礎。Holbrook(1994)認為：(1)價值是互動的，是一種消費者與企業之間的互動關係；(2)價值是一種具備判斷力的偏好；(3)價值是相對性的；(4)價值是伴隨著經驗的，不與企業經營者有關，而與消費者的經驗直接關聯。

2.3.3 體驗價值的定義

Zeithaml, Berry & Parasuraman(1988)定義「價值」為「消費者在綜合衡量其『所獲得的東西』和『所付出的代價』之後，對產品效用所做的整體評估」。根據李蕙芳(2014)的研究，Mannell(1979)指出體驗價值是參與者在從事活動當下的感受，包含了情緒、印象及看法。體驗價值為經歷過評估及判斷後，並經由直接或間接使用產品或服務的過程中，形成個體的消費偏好，最後經由評估產生不同程度的判斷與行為(Holbrook & Kim,1985；Rys, Fredericks & Luery,1987；Goodall, 1988；Holbrook,1994)。根據蕭宇榛(2020)的研究，Mathwick, Malhotra & Rigdon(2001)提出體驗觀點的遊客價值稱為「體驗價值」，是人們基於直接接觸產品、服務或遠距離的鑑賞等行為來獲得體驗價值的知覺。因此，旅遊者對觀光產品的直接接觸、服務互動與遠距觀賞可為體驗價值的衡量。

2.3.4 體驗價值的構面

Holbrook(1994)以三個構面對價值分類，以作為衡量顧客價值之構面如下：外部價值(extrinsic)/內部價值(intrinsic)，主動價值(active)/被動價值(passive)，自我導向價值(self-oriented)/他人導向價值(other-oriented)。以此為基礎，後續研究者也繼續提出了許多體驗價值相關之研究。

第三章 研究方法

本研究之目的是透過網路部落格文章及時事新聞報導，探索遊客至旅遊目的地所感受到的旅遊意象，目的地以東部及西半部幾個熱門奢華露營區為景點。本章陳述此研究的研究架構、研究對象及研究工具。

3.1 研究程序

本研究採用質與量並重的研究方式，探索到熱門奢華露營區露營之遊客，將其旅遊經驗紀錄於部落客文章中與大眾分享，經過研究分析其文章，進而了解遊客對其露營景點所感受到的情感與意象。先透過收尋引擎蒐集部落客文章及網路新聞，透過閱讀劃出重點初步分析，之後利用 CKIP 斷詞系統尋找出關鍵字，再透過共詞分析、MDS 分析，最後加入質性訪談，來了解遊客對熱門奢華露營區之露營意象與體驗價值。本研究採用兩階段分析進行：

第一階段質性研究：利用內容分析法，經由露營客在部落格文章的發表紀錄露營經驗，分析露營客在奢華露營區露營時，要造訪的熱門露營區為那些地區？其旅遊意象及體驗價值為何？

第二階段量化研究：利用關鍵詞進行量化分析，找出具有指標性的文字與其代表之意涵，分析產生目的地意象定位圖。如圖 3.1 所示

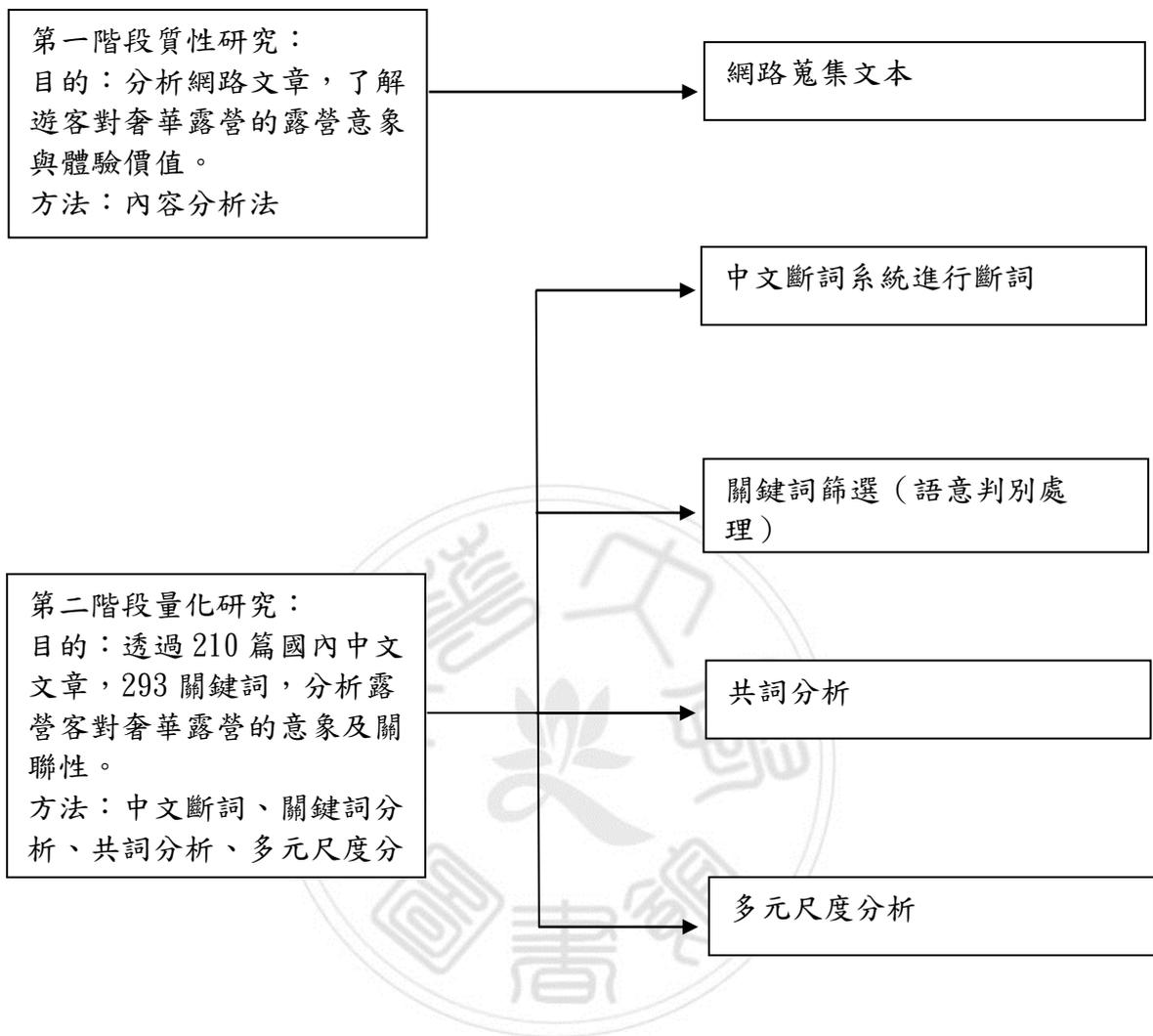


圖3.1研究流程圖

資料來源：本研究整理

3.2 研究對象

3.2.1 研究對象及範圍

網路世界蓬勃發展，近年來民眾習慣利用網路發表個人文章與抒發己見已蔚成風氣，相較於 facebook、twitter 或 instagram 等平台，其簡短語句與片面語詞無法完整表達作者對旅遊景點的觀點與感受，本研究則採用部落客文章進行分語意分析研究，因其文章闡述作者觀點與情感思維較完整，目前為止網路上皆無相關研究。

本研究選擇有關「奢華露營」的部落格文章及時事新聞為研究範圍理由如下：

一、自從新冠疫情開始後，歐美整個的露營市場產生了很大的變革，一時出不了國旅行，對旅遊產生一種渴望，進而轉往國內戶外旅遊活動，人們較想接觸戶外而不是待在室內密閉空間，認為戶外相對是比較安全的地方。康健雜誌也曾報導，露營是最安全的戶外活動之一。民眾的需求慢慢走向飯店戶外化，以礁溪老爺酒店為例，選用擇露營車為主，從四台露營車，一口氣增加到二十台露營車，加上戶外的景觀，分析其原因如下：

（一）戶外因空氣流通亦相對的安全。

（二）慢活的需求，因疫情緊張的緣故，人們一直處於警戒狀態，加上城市生活步調較快，精神易產生疲勞，慢活成為最好的療癒方式。

（三）出國成為一個奢侈的想像。

由此看的出來，飯店設備的升級，會不斷增加戶外的住宿體驗的原因。

二、國外露營車與 Villa 結合的最佳典範：

做為露營車基地，相對露營車成為疫情後最大的優勢，現在許多有露營車的營地，大部份都是四四方方的造型，因應趨勢開始有更多造型變化需求，配合主題造型使用鋁合金外觀，在車內出現度假豪華配備，如獨立舒適衛浴或浴缸空間，露營車不斷在創新與改變，成為奢華露營中重要的一環，也漸漸滿足國內市場的需求。

3.2.2 資料收集

本研究主要利用「Google 搜尋引擎」進行探索，利用 Google 搜尋引擎，以“奢華露營”、“懶人露營”為關鍵詞進行搜尋，得到部落格平台遊憩文章及網路時事新聞共 210 筆。而在眾多的部落格平台中，以「Pixnet 痞客邦」、「輕旅行」、「時事新聞」、「露營樂」、「親子天下」為主要使用的部落格平台。

表 3.1 網路部落格來源平台及網址一覽表

社群網站	網址	篇數
痞客邦	https://www.pixnet.net/	85
輕旅行	https://travel.yam.com/	26
露營樂	https://www.easycamp.com.tw/	8
時事新聞	https://udn.com/news/index	49
親子天下文章	https://www.parenting.com.tw/	15
私人網頁-官網	https://iglamping.tw/	27

資料來源：本研究整理

3.3 研究工具

3.3.1 網路民族誌

隨著網路科技發達及智慧行動裝置的普及，近年來社交軟體的興起將眾人的生活連結在一起，根據全球最受歡迎的社群軟體 Facebook 所公佈的統計數據，Facebook 的月活躍用戶已突破 25 億個，而台灣的用

戶在 2017 年時就已達到 1900 萬個。再看看平均每天訪問的次數 Facebook 有 8 次，其次是 Instagram 的 6 次, Twitter 的 5 次和 Facebook Messenger 的 3 次。全世界的人都已經習慣在網路上發表自己的看法和感受，我們從 Facebook、Twitter、Instagram 及微博等網站的貼文即可知一二。

民族誌(ethnography)是一種寫作文本，它運用實地考察來提供對人類社會的描述研究。民族誌這套方法建立在一個概念上：一套體系的各種特質未必能被彼此個別地準確理解。民族誌作為人類學家或社會學家的記錄資料，可區分為「鉅觀民族誌」：研究複雜社會、多樣社區、多樣社會機構或含有多樣生活型態「單一社區」；「微觀民族誌」：單單描繪某個異國小部落、中產階級社區中一小群人的單一社會情境，或單一社會制度卻含有 20 多樣社會情境者。(Wikipedia,2020)

將此套理論運用在現今的網路世界中，研究員透過電腦即可見到部落客們所留下的文字訊息、照片，經過分析得到對人類社會的描述研究，因而有了「網路民族誌」(Netnography)一詞。首先提出這個理論的是 Kozinets(1997)，他指出「網路民族誌」是一種特別的田野調查，是研究員進入「網路場域」進行調查的紀錄方法。這個方法結合了傳統民族誌研究人們的生活行為模式和價值觀的文化探索及網路媒體虛擬場域的特點。

本篇為則是研究生透過部落客詳細紀錄的文章與圖片來分析露營客心中的奢華露營意象及體驗價值。

3.3.2 內容分析法

內容分析法是對媒體或文章的訊息，做量化有系統的進行分析描述的方式，也就是資料蒐集、彙整與分析過程，對文章做筆記、畫重點做

紀錄，客觀的分析比較文章中的語詞，找尋其中的脈絡，資料中所要傳達的訊息做量化的研究。Neuendorf 則將內容分析簡扼的定義為有系統、客觀、對訊息特徵的質性分析(Neuendorf, 2002)。

3.3.3 CKIP 中文斷詞系統

CKIP (Chinese Knowledge And Information Processing) 中文斷詞系統是從事中文自然語言處理 NLP (Natural Language Processing) 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、語言所於民國七十五年成立的一個跨所合作的中文計算語言研究小組。該小組成立宗旨在共同合作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。這套 CkipTagger 中文處理工具，不只提供繁體中文斷詞的功能，也加入詞性標注和 18 類專有名詞的實體辨識 (Named entity recognition) 等功能，甚至當以多達 5 萬句的 ASBC 4.0 漢語語料庫測試集，來進行中文斷詞測試時 CkipTagger 表現遠高於中國的結巴，中研院在中文斷詞準確度可達到 97.49%，相較之下，中國的結巴只有 90.51%。



圖3.2 斷詞系統研究網站圖

(中央研究院, <http://ckipsvr.iis.sinica.edu.tw/>)

3.3.4 詞頻分析

所謂詞頻分析(Word Frequency Analysis)是對文獻正文中重要詞彙出現的次數進行統計與分析，是剖析文本的重要方式。它是統計量中傳統的和具有代表性的一種內容分析方法，基本原理是通過詞出現頻次多少的變化，來確定重點及其變化趨勢。本研究透過關鍵詞做高詞頻至低詞頻的統計分析，並且區分為出現篇數與出現次數來統計，藉此理解露營客對奢華露營的露營意象與感想，其體驗感受深刻的地方是什麼。

3.3.5 共詞分析

共詞分析(co-word analysis) 或稱共現字分析、共現詞分析，是資訊檢索與科學計量學中，將主題相關的文件歸類 (cluster) 在一起的常用方法。共詞分析屬於內容分析方法的一種，發展於 70 年代法國文獻計量學域(Besselaar & Heimeriks 2006；馮路&冷伏海 2006)。研究者從龐大文本資料中找出關鍵字或詞之後，將關鍵字或詞兩兩配對形成共同出現的詞組，研究者可以從高共現頻度之共現詞組中架構出領域關鍵知識的連結性。共詞分析之目的主要在於建構關鍵知識的連結，藉由 CKIP 從網路社群文本中找出重要關鍵詞彙，再透過詞頻、權重分析法與共詞分析法，可進一步判斷出詞彙的關連性與重要性，進而作為發掘知識的重要線索(Ohsawa, Benson, & Yachida, 1999；Patterson & Goodson, 2017)。

通常詞頻越高的詞彙，可反映出說話者或作者內心較關注、感興趣、欲強調的部分(陳怡廷，陳麗如，吳姿瑩,2016)。而共詞分析主要是檢視文本內高詞頻詞彙之間的排列組合情形，並應用統計方法將經常一同出現的字組(又稱共詞)，進行其特徵及意義之定量分析(陳良駒、張正宏、陳日鑫,2010)。本研究分析二個共詞，從中探索群集關係結構。

3.3.6 多元尺度分析(Multi-dimensional Scaling,MDS)

多元尺度分析能將一組個體間的相異性資料轉換成空間的結構，且盡量能保留原始資料的相對關係(張宇琳,2018)，是以圖形來表示原始資料性質的統計分析方法。只要給予一堆資料，就可透過相似性、相異性資料或距離資料等特性，經過多元尺度法的計算方法，即可轉換得到一個簡單的平面知覺圖以便進行解讀與分析。(江義平&林志穎,2012)研究即利用 MDS 來進行露營客對奢華露營的體驗語義網絡分析。

3.3.7 文字探勘技術與自然語言處理

文字探勘可從大量的非結構性文字中獲取有價值意義的知識與智慧，早期文字探勘技術運用於檔案歸類(Miner, et al., 2012)，隨著各類型文字訊息與日俱增，特別是網路社群媒體繁榮發展，如 Facebook, Twitter, Line, 等已經累積巨量的電子文字訊息(Gunter, Koteyko, & Atanasova, 2014)，人力方式進行分類不但緩不濟急且耗費成本。為深入探討大量文字的關鍵價值資訊，自動化的文字探勘技術發展遂應運而生(He, Zha, & Li, 2013)。

文字探勘主要程序包含流程資料檢索 (Information Retrieval)，收集自然語言處理包含斷詞、字詞的共現分析，特徵詞萃取、文字探勘分類與集群分析找出代表性「關鍵字詞」；進行視覺化資料與文本的詮釋等(陳世榮,2015；謝邦昌、鄭宇婷、謝邦彥、硬是愛數據,2017；Chen, 2004)。國內學者陳怡廷(2016)即利用線上文字探勘系統，從自然語言處理概念，提出一個適用網路口碑的分析處理程序。

綜合上述所言，本研究以自然語言處理程序對網路社群文本進行文字探勘，運用半自動化的文字處理方法，來分析文本中露營客想表達出的露營意象及體驗價值。

第四章 研究分析與結果

本研究透由蒐集網站部落格文章進行分析，分別探討遊客對奢華露營意象與體驗價值。本章將針對研究結果加以討論分析。

4.1 樣本資料採集結果

本研究於 2021/09/10 至 2021/11/30 期間，透過 Google 搜尋引擎，以關鍵詞「露營」及「奢華露營」搜尋相關之旅遊部落客。首先蒐集「露營」相關之旅遊部落客，採樣期間發現只依關鍵詞「露營」搜尋時，多數出現的都是露營相關的場地及露營設備介紹，故調整關鍵詞進行搜尋，以「豪華露營」、「奢華露營」繼續進行搜尋，在約採樣 150 篇左右時，發覺除了符合原則的部落客不多之外，部落客內容大同小異，遊客所提及的景點或旅遊行程缺少新意，因此決定增加一成的部落客探勘是否能再找出新的意象，若仍無新意象出現便終止採樣。最後共採集了 210 篇作為本研究之「奢華露營產業分析」樣本。其中資料來源網站比例，如表 4.1 所示。

表 4.1 部落格文章來源網站佔比表

部落格來源網站	擷取篇數	所占比率
痞客邦-部落格	85	40.4%
私人網頁	27	12.8%
露營樂	8	3.8%
親子天下	15	7.1%
輕旅行	26	12.3%
新聞網	49	23.3%

資料來源：本研究整理

部落格文章發表距今的年份，則如表 4.2 所示，從中可看出所擷取文章發表時間為 6 年內的佔比皆有 80% 以上，應仍具時效性及參考價值。

表 4.2 相關部落發表文章距今年份表

年分	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
篇數	1	0	5	5	1	10	20	62	106

資料來源：本研究整理

從 2019-2021 年疫情爆發時，人們對戶外活動有高度的關注與搜尋，大家都以選擇戶外活動為主，避開人潮壅擠的景點，改到空曠的露營區露營，因此搜尋露營區景點的比率偏高。2019 年新冠肺炎開始流行，各國皆實施邊境鎖國政策，出國旅遊人次降低，國內露營人口反而增加，2021 年 9 月露營搜尋率來到新高點。代表國內露營的人潮不減反增。

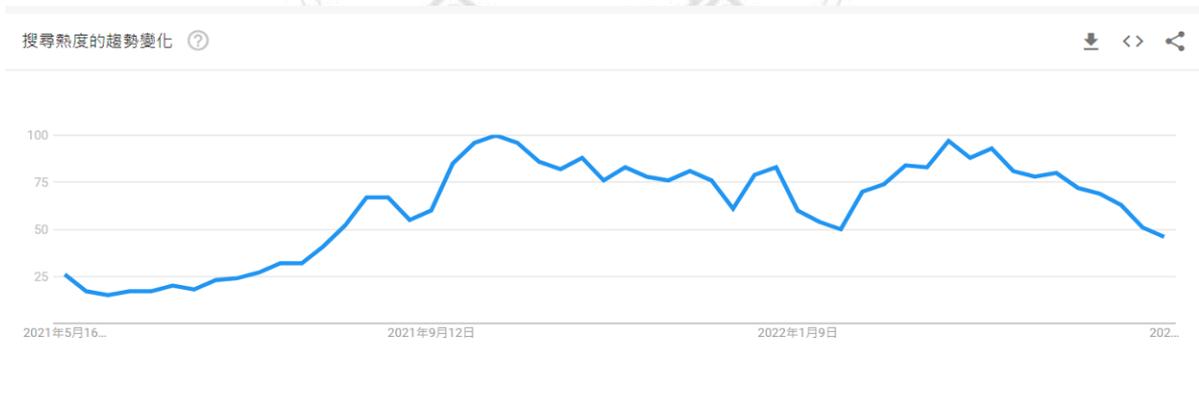


圖 4.1 露營搜尋次數圖 圖片來源：Google Trends

4.2 中文斷詞與關鍵詞篩選結果

4.2.1 斷詞處理

本研究關鍵詞的篩選是透過三角驗證法，從三個不同的角度找關鍵

詞，從210篇社群網路文章，利用中研院所研發之斷詞系統進行斷詞分析，一共斷出3231個斷詞。首先是利用 CKIP 中文斷詞系統斷出3231關鍵詞，刪除總篇數5%留下95%的關鍵詞做客觀的分析透過閱讀文本，劃出重點初步分析並透過語意判別處理；再藉由網路文字探勘探討露營意象及體驗價值相關的關鍵詞文獻，留下293個關鍵詞。例如：「Glamping是glamorous(奢華)+camping(露營)合併出來的新詞，意思就是奢華的露營，奢華的帳棚、設備與美食，同時擁有像飯店般的高質感享受和野外露營的趣味，讓懶人露營不再灰頭土臉，而是像度假一樣從容自在。」

經過斷詞分析後產生Glamping(FW) 是(SHI) glamorous(FW)
 ((PARENTHESISCATEGORY) 奢華(VH)
)(PARENTHESISCATEGORY) camping(FW)
 ((PARENTHESISCATEGORY) 露營(VA))(PARENTHESISCATEGORY)
 合併(VC) 出來(VA) 的(DE) 新(VH) 詞(Na) ，
 (COMMACATEGORY) 意思(Na) 就是(Cbb) 豪華(VH) 的(DE) 露
 營(VA) ，(COMMACATEGORY) 奢華(VH) 的(DE) 帳棚(Na) 、
 (PAUSECATEGORY) 設備(Na) 與(Caa) 美食(Na) ，
 (COMMACATEGORY) 同時(Nd) 擁有(VJ) 像(P) 飯店(Nc) 般(Ng)
 的(DE) 高(VH) 質感(Na) 享受(VJ) 和(Caa) 野外(Nc) 露營(VA)
 的(DE) 趣味(Na) ，(COMMACATEGORY) 讓(VL) 懶人(Na) 露營
 (VA) 不再(D) 灰頭土臉(VH) ，(COMMACATEGORY) 而是(Cbb)
 像(P) 度假(VA) 一樣(VH) 從容(VH) 自在(VH) 。

(PERIODCATEGORY)將「奢華(VH) 的(DE) 帳棚(Na)、設備(Na)與
 (Caa)美食(Na)」整合為「奢華的帳篷、設備與美食」。



圖 4.2 斷詞系統示意圖 圖片來源：本研究擷取

經過研究生篩選名詞、動詞、形容詞及副詞等具有判別語意的詞彙後，斷詞整合至 1000 多筆。再經整理程序後精簡至 293 筆。

表 4.3 斷詞整合一覽表

編號	原始詞彙	整合後詞彙
1	露營/露營區	露營
2	營車/露營車	營車
3	自然/大自然	自然
4	營地/露營地	營地
5	體驗/體驗區	體驗
6	帳篷863/帳棚131/營帳85/神殿帳50/狩獵帳40/蓮花帳32/睡帳12/帳蓬11/鐘型帳11/馬車帳9	帳篷
7	豪華/豪華型	豪華

表 4.3 斷詞整合一覽表(續)

編號	原始詞彙	整合後詞彙
8	朋友/朋友們	朋友
9	宜蘭/宜蘭縣	宜蘭
10	苗栗/苗栗縣/苗栗山/苗栗市	苗栗
11	懶人/懶人包	懶人
12	舒適/舒適度	舒適
13	美學/美學山/勤美學	勤美學
14	森林/森林浴	森林
15	生態/生態池	生態
16	花蓮/花蓮縣	花蓮
17	烤肉/烤肉區/烤肉爐	烤肉
18	海拔/高海拔/低海拔	海拔
19	南投/南投縣/南投山	南投
20	新竹/新竹縣	新竹
21	度假/度假村	度假
22	料理/料理包	料理
23	蒙古/蒙古包	蒙古
24	台中/台中市/台中新社	台中
25	休閒/休閒活動	休閒
26	溫泉/溫泉池	溫泉
27	戲水/戲水池	戲水
28	好友/親朋好友/親友	好友
29	礁溪/礁溪鄉/大礁溪	礁溪

表 4.3 斷詞整合一覽表(續)

編號	原始詞彙	整合後詞彙
30	安全/安全性	安全
31	木屋/小木屋/鳳梨屋/合掌屋/玻璃屋	木屋
32	打造/打造成	打造
33	草皮/草皮區/草地	草皮
34	澎湖/澎湖縣	澎湖
35	露友/露友們	露友
36	整理/整理好	整理
37	喜翁/愛上喜翁	愛上喜翁
38	舒服/舒舒服服	舒服
39	遊戲/遊戲區/遊戲室	遊戲
40	行李/行李箱	行李
41	東風/綠活/東風綠活	東風綠活
42	柚香/柚香露/露露/柚香露露	柚香露露
43	身心/身心靈	身心
44	嘉義/嘉義縣	嘉義
45	桃園/桃園市	桃園
46	里山/阿里/阿里山/阿里山鄉	阿里山
47	暖氣/冷暖氣	暖氣
48	金山/金山驛境/驛境	金山驛境
49	南澳/南澳鄉	南澳
50	三食/橘舍三食/泊三食	泊三食
51	新北/新北市	新北

表 4.3 斷詞整合一覽表(續)

編號	原始詞彙	整合後詞彙
52	泡湯/泡湯池	泡湯
53	動物/野生動物/動物區	動物
54	泊二/泊二食	泊二食
55	探險/探險家	探險
56	野奢/野奢莊園/寨酌然野奢莊園/寨酌/寨酌然	野奢莊園
57	合作/分工合作	合作
58	玻璃/玻璃屋	玻璃
59	多樣/多樣化/多樣性	多樣
60	花園/茶花園/後花園	花園
61	熱水/熱水澡	熱水
62	遊憩/遊憩區	遊憩區
63	開車/開車到	開車
64	遊樂/遊樂區	遊樂
65	海岸/北海岸/海岸線/東海岸	海岸
66	皇后/皇后鎮	皇后鎮
67	復興/復興區	復興區
68	城堡/嚮樂城堡	嚮樂城堡
69	孩子/小孩/小朋友/兒童	孩子
70	晚上/夜晚/夜間	晚上
71	戶外/野外/郊外	戶外
72	營區/營位	營區
73	恰恰/飛鳥	飛鳥恰恰

表 4.3 斷詞整合一覽表(續)

編號	原始詞彙	整合後詞彙
74	夏天/夏季/夏日	夏天
75	清晨/早晨	清晨
76	烹飪/烹煮/煮食/煮飯	烹煮
77	野炊/炊事/炊煮	野炊
78	鍋具/炊具/廚具/鍋碗瓢盆	炊具
79	旅遊/旅行/旅程/輕旅/出遊	旅遊
80	旅客/旅人/遊客	旅客
81	莊園/庄園	莊園
82	風格/風情/異國風/南洋風/北歐風/風味/風貌	風格
83	特色/特別/獨特/特點	特色
84	豐富/豐盛	豐富
85	美景/景觀/風景/景色/湖景/山景/夜景	風景
86	家人/全家/爸媽	家人
87	山林/山上/山中/高山/山區/深山/山城/山巒/山間/ 環山	山區
88	樂趣/興趣	樂趣
89	有趣/趣味	有趣
90	奢華/奢侈/豪奢	奢華
91	美麗/漂亮	美麗
92	流行/潮流	流行
93	冬天/冬季	冬天
94	知名/著名	知名

表 4.3 斷詞整合一覽表(續)

編號	原始詞彙	整合後詞彙
95	週末/週五/週六/週日	週末
96	照片/美照	照片
97	器材/器具	器具
98	包區/包場	包區
99	舒暢/暢快	舒暢
100	秋天/秋季	秋天
101	吸引人/吸睛	吸睛

資料來源：本研究整理

4.3 詞頻分析

4.3.1 關鍵詞出現次數分析

因為出現篇數的統計是本研究的基礎，當同一個觀點在很多篇文章中都被作者提到時，我們可以相信它有一定的影響力，也可以證明它在遊客心中的地位。我們就關鍵詞在 210 篇文章出現過進行分析，所得結果如下表。

表4.4關鍵詞次數分析表

關鍵詞	次數	平均每篇出現次數	關鍵詞	次數	平均每篇出現次數	關鍵詞	次數	平均每篇出現次數	關鍵詞	次數	平均每篇出現次數
露營	4132	19.68	旅客	201	0.96	南投	99	0.47	安全	64	0.30
帳篷	1244	5.92	苗栗	197	0.94	野炊	99	0.47	天氣	63	0.30
營區	1149	5.47	行程	196	0.93	時光	98	0.47	新鮮	63	0.30
體驗	944	4.50	莊園	191	0.91	美麗	95	0.45	自然園	62	0.30
孩子	794	3.78	搭帳	185	0.88	夏天	93	0.44	打造	62	0.30

表 4.4 關鍵詞次數分析表(續)

關鍵詞	次數	平均每篇 出現次數	關鍵詞	次數	平均每篇 出現次數	關鍵詞	次數	平均每篇 出現次數	關鍵詞	次數	平均每篇 出現次數
自然	745	3.55	舒適	182	0.87	新竹	90	0.43	流行	62	0.30
營車	689	3.28	設施	178	0.85	奢華	90	0.43	老爺酒店	61	0.29
豪華	609	2.90	勤美學	178	0.85	露營場	86	0.41	愜意	61	0.29
露營區	597	2.84	森林	171	0.81	度假	86	0.41	經驗	61	0.29
營地	554	2.64	農場	163	0.78	那山那谷	84	0.40	蒙古	61	0.29
活動	519	2.47	草皮	162	0.77	溫泉	84	0.40	澎湖	61	0.29
裝備	477	2.27	晚餐	155	0.74	野營	82	0.39	烹煮	60	0.29
戶外	415	1.98	豐富	150	0.71	休閒	82	0.39	愛上喜翁	59	0.28
山區	397	1.89	食材	149	0.71	好友	82	0.39	柚香露露	59	0.28
風景	364	1.73	生態	140	0.67	睡袋	81	0.39	東風綠活	58	0.28
旅遊	342	1.63	服務	136	0.65	冬天	80	0.38	露友	57	0.27
特色	328	1.56	樂趣	132	0.63	浪漫	79	0.38	週末	57	0.27
推薦	321	1.53	木屋	130	0.62	簡單	79	0.38	盡情	56	0.27
適合	319	1.52	住宿	127	0.60	地點	78	0.37	整理	56	0.27
親子	305	1.45	烤肉	122	0.58	資訊	77	0.37	天幕	55	0.26
朋友	301	1.43	景點	121	0.58	台中	76	0.36	網美	55	0.26
設備	293	1.40	文化	119	0.57	熱門	75	0.36	沙坑	54	0.26
宜蘭	270	1.29	花蓮	118	0.56	下午	72	0.34	滿足	54	0.26
台灣	262	1.25	秘境	113	0.54	礁溪	72	0.34	舒服	54	0.26
風格	259	1.23	家庭	108	0.51	空氣	71	0.34	心靈	53	0.25
晚上	238	1.13	夢幻	104	0.50	寬敞	69	0.33	行李	53	0.25
懶人	230	1.10	親近	104	0.50	疫情	68	0.32	阿里山	52	0.25
衛浴	229	1.09	海拔	103	0.49	假日	67	0.32	暖氣	52	0.25
環境	222	1.06	料理	103	0.49	餐點	67	0.32	飛鳥恰恰	52	0.25
家人	210	1.00	美好	102	0.49	紮營	64	0.30	開心	51	0.24

資料來源：本研究整理

由以上數據「露營」、「帳篷」、「營區」、「體驗」、「孩子」、「自然」、「營車」、「豪華」、「露營區」、「營地」、「活動」、「裝備」、「戶外」、「山區」、「風景」、「旅遊」、「特色」、「推薦」、「適合」、「親子」，為排名前 20 名，以下為旅客從文本中發現，「露營」、「帳篷」與「營區」是密不可分，當要做露營活動時就必需先要有帳篷及場地，而體驗則是旅客自己實際的親身體驗，帶著家人，讓孩子在大自然中體會不一樣的感受，文本中也多次提到，帶孩子去露營的好處，如附錄 37 項次”「探索露營的意義。帶孩子露營的 6 大好處，全家相約野放趣」中提到第一是用心親近自然，第二是真正認識世界，第三是營造親子時光，第四是提高動手能力，第五是培養社交能力，第六是盡情歡快玩耍。”而豪華升級版的露營體驗，文本中也提到可以找不同縣市的奢華露營區，任何一個奢華露營區都有各自的特色，景色部分是必備的條件之一，能夠區分山景及海景，再來大多標榜設施，如獨立衛浴，獨立烹飪區等等，特殊的部分有的結合季節藝術，在不同季節，體驗的不同的藝術文化，像苗栗地區的勤美學，有多種主題的露營活動體驗，有的則是集合露營、漂流、溯溪多元活動的露營場，像宜蘭地區的那山那谷休閒農場，有溯溪、露營體驗一次滿足，最特別的還是台北露營車的旅森山，不同於傳統駐點露營，是以自由行的露營車體驗。要達到期望的住宿體驗，仰賴的是旅遊的介紹，推薦的場地及適合自己的行程，如此才能真正的享受不同的自然住宿感受！如附錄 17 項次”【露營教學】露營區怎麼找？3 個步驟，教你找到最適合的營地」中所提供的方法，第一步、從愛露營、露營樂、臉書社團及 IG 等網站搜尋，第二步、查詢評價，可以看到遊客的分數評價來決定適不適合自己，第三步、注意海拔高度、有那些設施、設備及露營區路況為何。”

現代人生活步調緊湊，加上疫情影響，許多人會選擇戶外活動當作休閒娛樂，露營活動自然而然就成為首選，而傳統露營型態需要自己搭帳篷、準備食材，新潮流的露營模式為奢華型露營型態，不需要帶很多的裝備及食材，同樣享有體驗戶外露營的樂趣，讓人們也可輕輕鬆鬆的入住，減少許多繁雜的事物。在露營的同時，與家人一同享受美好的歡樂時光，在露營區度過開心的假期。

在體驗價值方面，從 293 個關鍵詞中，特別針對體驗價值部分作分析，「舒適」、「豐富」、「美好」、「美麗」、「浪漫」、「簡單」、「豪華」、「夢幻」、「新鮮」、「愜意」、「滿足」、「開心」、「舒服」、「有趣」、「療癒」、「幸福」、「悠閒」、「完美」、「迷人」、「快樂」、「魅力」、「優美」、「頂級」、「吸睛」、「刺激」、「美味」、「美不勝收」、「愉快」來凸顯透過奢華露營活動，露營客對露營活動的感受，露營客在奢華露營的體驗中感到悠閒、幸福、愜意、新鮮，因為有些人可能是初次體驗，所以感受特別深刻，可見營區安排活動帶給露營客是非常吸睛且具魅力的，所帶來的感受是舒服快樂的，在這可以享受到頂級奢華的服務，欣賞浪漫及美麗的景緻，帶給人美不勝收的意境，透過家人間的互動，讓人在此療癒心靈，體驗真正放鬆愉快的美好時光。

本研究欲將文字探勘之成果圖型化，使用網路上免費製作文字雲的網站。由各種字詞組合成、如雲一般的圖型，稱作文字雲（Word Cloud）文字雲的存在目的在於能讓閱讀者在不閱讀所有文章的前提下，快速聚焦在大批文章中的主要內容。而本研究的文字雲製作是由 210 篇露營相關文章及部落格，依出現關鍵詞次數多寡來設定字體大小，字體越大表示出現次數越多，當提到露營時，會讓人們聯想到的關鍵詞，選用帳篷的圖形，是要讓人們第一眼看到此圖片，就會有一種先入為主的感覺

，一眼就知道主題要表達的意思，再經過整理，依討論次數的多寡用文字表達彼此的關係，當看到圖片，呈現出來的是露營的帳篷，再看文字後發現露營與帳篷有絕對的關係，更與自然、體驗、戶外、營區聯想再一起，與朋友家人更是息息相關，用一張文字圖片表達露營關鍵詞彼此的關聯性，讓人能夠一目了然的呈現方式。

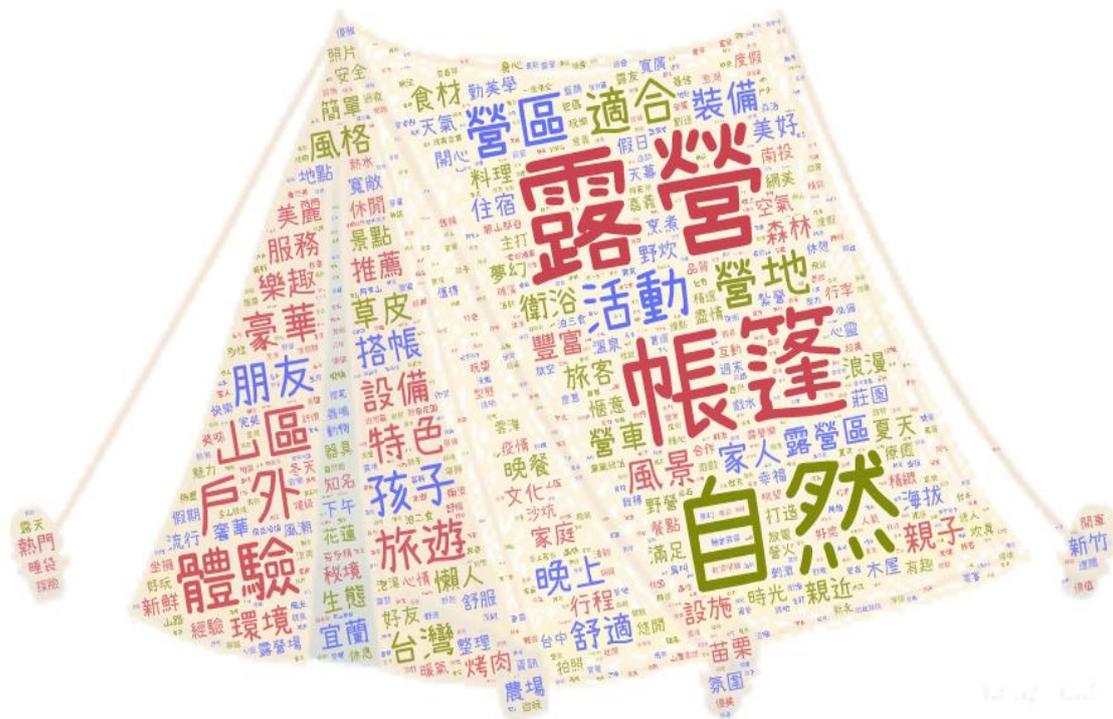


圖4.3利用文字雲所呈現的露營文字探勘成果



圖4.4文字雲的圖形讓人一眼就看出所呈現的關鍵詞

4.3.2 關鍵詞篇數分析

研究者在搜尋關於奢華露營的部落格文章之中，發現近幾年部落格式微，部落格文章愈來愈少，新一代網路使用者留下的網路資料愈來愈簡短，網路使用者照片和影片的分量比例逐漸增加。遊客多用旅遊線上評論與粉絲團留言，用精簡的內容與旅遊圖片或影片表達自己的看法，過社群媒體的口碑行銷，增加奢華露營的能見度。研究者將網路社群文章，篩選前 20% 的關鍵詞並進行初步觀光意象分類。

本研究觀光意象分類是依據 Beerli and Martin(2004)回顧過去觀光意象相關研究，建構觀光意象屬性分類九大類，人們所抱持之觀光意象因素運用到露營上，本研究將觀光意象修正為，自然景觀、觀光設施、遊客休閒與遊憩、自然環境、地方氛圍等五個因素。

故本節以篩選前 20% 的關鍵詞並進行結果討論之。篩選出 47 個關鍵詞依序為「露營、帳篷、自然、體驗、活動、營區、戶外、營地、適

合、山區、旅遊、孩子、朋友、特色、露營區、豪華、風景、裝備、晚上、設備、環境、台灣、親子、舒適、搭帳、家人、樂趣、風格、草皮、營車、衛浴、旅客、食材、服務、豐富、推薦、森林、親近、懶人、宜蘭、設施、烤肉、住宿、晚餐、美好、行程、家庭、生態、美麗、苗栗、景點、時光、海拔、夏天、文化、野炊、料理、浪漫……」以篇數出現的次數來進一步探討初步的觀光意象會更客觀。本研究以 Beerli and Martin(2004) 建構的觀光意象組成因素及屬性部分意象來衡量遊客對奢華露營的觀光意象。就文章中前 20%的關鍵詞來分析，初步歸納自然景觀、觀光設施、遊客休閒與遊憩、自然與社會環境、地方氛圍等五個意象，如表 4.5 所呈現：

表 4.5 關鍵詞觀光意象分類表

觀光意象	屬性	關鍵詞
自然景觀	鄉間風貌多樣性	自然、戶外、森林、海拔、生態、草皮 (ps 空氣、天氣、芬多精、蟲鳴、動物、鳥叫、櫻花、飛鼠、山路雖沒有在前 20% 但也都跟露營景觀有關，所以保留一起分析)
觀光設施	1. 景點交通便利性	宜蘭、苗栗、新竹 (PS 新北、桃園復興區、嘉義、澎湖等景點，沒有在 20% 以內，但也具有特色的露營區，所以保留一起分析。)
	2. 景點遊覽	體驗、活動、推薦、玩樂、遊玩、行程、風格、特色、景點、服務
	3. 飯店、餐廳	住宿、營車、晚餐、食材、料理、環境
遊客休閒與遊憩	戶外休閒活動	露營、搭帳、烤肉、野炊、旅遊
自然與社會環境	1. 美景	美景、露營區、山區、營區、營地
	2. 城鎮吸引力	苗栗、宜蘭、新竹 (PS 花蓮、南投、嘉義、台中雖沒有在 20% 關鍵詞內，但也有具特色露營地的重要城鎮，所以保留一起分析。)

表 4.5 關鍵詞觀光意象分類表(續)

觀光意象	屬性	關鍵詞
地方氛圍	1.聲譽	是指網路社群口碑。例如FB粉絲團、TripAdvisor遊客線上評論、部落客旅遊文章部落客的推薦。
	2.適合家庭的旅遊景點	露營、行程
	3.具家庭導向的	孩子、親子、家庭、家人、親近
	4.充滿樂趣或歡樂的	美好、舒適、樂趣
	5.異國情調的	文化、浪漫
	6.具吸引力	美麗、懶人 (ps夢幻、新鮮、愜意、滿足、開心、舒服、流行、打造、療癒、悠閒、迷人、快樂、放空、精彩、舒暢、獨一無二沒有在20%關鍵詞內，但為露營感受重要的形容詞，所以保留一起分析。)

資料來源:本研究參考 Beerli and Martin(2004)觀光意象分類整理

(一)自然景觀意象：

以鄉間風貌多樣性的意象為主，「自然」、「戶外」、「森林」、「海拔」、「草皮」、「生態」六個關鍵詞為研究者所蒐集社群網路文章中最常被提到的自然景觀，本研究是以奢華露營為主，故出現與露營相關的「自然」被提及 165 篇，「戶外」為露營的場所被提及 144 篇，大部分的露營都跟山林「森林」有密切關係也被提及 71 篇，露營也會考慮海拔的高低，故「海拔」也是尋找露營場地時常被搜尋到的，「草皮」是露營者主要會用到的場地，大部分露營者會把帳篷搭在草地上，露營區也會有一大片的草皮供民眾玩耍、放電，「生態」為自然景觀的一部分，露營者會留意露營周邊的生態環境，故也出現在 20% 以內。

(二)觀光設施意象：

就景點交通便利性、景點遊覽、飯店（營區）餐廳三方面來探

討觀光設施意象。第一方面景點交通便利性來說，「宜蘭」、「苗栗」、「新竹」為北部奢華露營優先考量的區域，交通方便距離 1-2 小時的車程為首要考量，以方便到達為主，畢竟如果太遠相對的就浪費很多開車的時間，減少玩樂，故以北部人來說會選擇「宜蘭」、「苗栗」、「新竹」的奢華特色露營區，來做為交通上的考量。第二方面是景點遊覽來說，關鍵詞有「體驗、活動、推薦、玩樂、遊玩、行程、風格、特色、景點、服務」為此主要的意象，目的是讓露營者到此處露營時能夠體驗營區已安排好的活動，行程也是由奢華露營的業者提供，讓露營者到這可以盡情的享受與一般露營不同的服務，讓奢華露營更具特色。第三方面飯店（營區）、餐廳，營區會有住宿帳篷、營車跟業者協助料理晚餐，旅客可以選擇奢華的營車住宿、已搭好的五星帳篷，在此享受美好的夜宿生活與服務。遊客對於奢華露營的服務都給予極高的評價。

(三)遊客休閒與遊憩意象：

遊客休閒與遊憩中的戶外休閒活動意象的關鍵詞有「露營、搭帳、烤肉、野炊、旅遊」，這些都是體驗露營當中所會體驗到的休閒活動，讓人們藉由這樣的活動感受不一樣的露營。一般的露營需要自己搭帳，烤肉要自備食材，但與奢華露營不盡相同，奢華露營強調免搭帳、免自備食材，讓你輕鬆就能來享受體驗露營的樂趣。

(四)自然與社會環境意象：

自然環境意象包含美景和城鎮吸引力意象；社會環境意象包含地方居民友善度和語言障礙，但本研究只聚焦在奢華露營與露營體驗，收集的文章只針對露營與奢華露營，並非探討整個台灣的露營區，達到前 20%的關鍵詞只有「苗栗」、「新竹」、「宜蘭」，故以這三

個縣市的奢華露營區為主要參考依據。

(五)地方氛圍意象：

是指遊客到目的地旅遊當地所感受到的氣氛的關鍵詞有「美麗、懶人」，露營者到達奢華露營區會有懶人的感受是因為到這裡露營，完全不需要自己動手打理一切，這裡的一切對他們來說都太夢幻了，來到這可以當懶人...可見奢華露營區不僅給人至上的服務還能享受這裡美麗的一切，(ps 夢幻、新鮮、愜意、滿足、開心、舒服、流行、打造、療癒、悠閒、迷人、快樂、放空、精彩、舒暢、獨一無二沒有在 20% 關鍵詞內，但為露營感受重要的形容詞，所以保留一起分析。)而每篇文章的寫法因人而異，同一詞彙對不同遊客而言也會有不同的感受，除此之外，文章重點也會影響重點詞彙出現的頻率，也有些部落客會以代名詞取代，所以若單以關鍵詞出現次數的頻率來分析，難免會產生偏差，故本節也將以篇數來分析關鍵詞重要性，若一關鍵詞在愈多篇數產生，即表示該關鍵詞在部落客心中有著重要意象，其結果如表 4.6 所示：

表4.6關鍵詞出現篇數一覽表

關鍵詞	篇數	百分比	關鍵詞	篇數	百分比	關鍵詞	篇數	百分比	關鍵詞	篇數	百分比
露營	210	100.00%	衛浴	80	38.10%	勤美學	50	23.81%	假日	40	19.05%
帳篷	178	84.76%	旅客	79	37.62%	好友	50	23.81%	整理	39	18.57%
自然	165	78.57%	食材	78	37.14%	奢華	50	23.81%	行李	39	18.57%
體驗	164	78.10%	服務	78	37.14%	農場	48	22.86%	露營場	38	18.10%
活動	161	76.67%	豐富	78	37.14%	夢幻	47	22.38%	溫泉	38	18.10%
營區	151	71.90%	推薦	77	36.67%	新竹	47	22.38%	有趣	38	18.10%
戶外	144	68.57%	森林	71	33.81%	天氣	46	21.90%	疫情	37	17.62%
營地	132	62.86%	親近	70	33.33%	秘境	45	21.43%	暖氣	37	17.62%
適合	127	60.48%	懶人	70	33.33%	新鮮	45	21.43%	心靈	36	17.14%

表 4.6 關鍵詞出現篇數一覽表(續)

關鍵詞	篇數	百分比	關鍵詞	篇數	百分比	關鍵詞	篇數	百分比	關鍵詞	篇數	百分比
山區	127	60.48%	宜蘭	69	32.86%	休閒	45	21.43%	主打	35	16.67%
旅遊	125	59.52%	設施	67	31.90%	木屋	45	21.43%	睡袋	34	16.19%
孩子	123	58.57%	烤肉	66	31.43%	愜意	44	20.95%	度假	34	16.19%
朋友	117	55.71%	住宿	65	30.95%	莊園	44	20.95%	盡情	33	15.71%
特色	117	55.71%	晚餐	64	30.48%	地點	43	20.48%	療癒	33	15.71%
露營區	115	54.76%	美好	63	30.00%	熱門	43	20.48%	知名	33	15.71%
豪華	115	54.76%	行程	62	29.52%	滿足	43	20.48%	紮營	32	15.24%
風景	113	53.81%	家庭	60	28.57%	開心	43	20.48%	幸福	32	15.24%
裝備	112	53.33%	生態	60	28.57%	花蓮	43	20.48%	網美	30	14.29%
晚上	108	51.43%	美麗	60	28.57%	舒服	43	20.48%	沙坑	30	14.29%
設備	106	50.48%	苗栗	59	28.10%	寬敞	42	20.00%	心情	30	14.29%
環境	105	50.00%	景點	58	27.62%	餐點	42	20.00%	嘉義	30	14.29%
台灣	98	46.67%	時光	57	27.14%	氛圍	42	20.00%	冬天	30	14.29%
親子	96	45.71%	海拔	57	27.14%	流行	42	20.00%	天幕	29	13.81%
舒適	93	44.29%	夏天	56	26.67%	野營	41	19.52%	精緻	29	13.81%
搭帳	88	41.90%	文化	55	26.19%	下午	41	19.52%	寬廣	29	13.81%
家人	86	40.95%	野炊	55	26.19%	經驗	41	19.52%	照片	29	13.81%
樂趣	86	40.95%	料理	52	24.76%	南投	41	19.52%	器具	29	13.81%
風格	84	40.00%	浪漫	51	24.29%	安全	41	19.52%	那山那谷	28	13.33%
草皮	83	39.52%	簡單	51	24.29%	打造	41	19.52%	風潮	28	13.33%
營車	81	38.57%	空氣	50	23.81%	烹煮	41	19.52%	營火	28	13.33%

資料來源：本研究整理

不論從關鍵詞次數或篇數統計看來，排名較前面的是「露營」、「帳篷」、「體驗」、「自然」、「活動」，因為我的主題是露營型態分析，故「露營」這個詞出現在篇數裡的次數達百分之百，也就是不管是傳統型態的露營或奢華型態的露營，都跟露營有直接的關係。

「帳篷」是每次露營都會使用到的裝備，故出現在篇數中達 84.76%，幾乎每一篇的篇數都有討論到，由此可知帳篷必定跟露營脫離不了關

係。露營場地不外乎就是到野外享受大自然的洗禮與體驗，對於場地的選擇必定跟山區與接近大自然有關，全家人在不同的營地享受野外露營的樂趣，讓孩子親近大自然同時也能享受野外芬多精，家人們也可透過炊事的分工合作，增進彼此間的感情。

由文本中得知台灣露營區繁多，每個露營區都利用自身的特色來吸引遊客上門，規劃很多活動吸引露營遊客前來，例如：晚上會有營火晚會、星空電影、觀星、吹泡泡、抓蝦、親子DIY、果園採收體驗活動跟烤肉活動，藉以讓露營者到營區不會感到枯燥乏味，而是行程滿檔過著很充實的露營活動體驗，增加下次再造訪的機會！

此外「豪華」、「特色」、「露營區」、「環境」、「設備」，也是值得探討的一部分，文本中更多次提到豪華露營型態為現代主流，強調免裝備露營，各個奢華露營區都主打營區裡面的環境與設備，乾淨舒適的衛浴設備及寬闊的大草皮，提供親子戶外的休閒空間，爸媽可以帶著孩子在此度過一個美好的悠閒時光，體驗露營的樂趣。

4.3.3 二個關鍵詞共同出現篇數分析

針對共詞分析，是由詞頻分析中重要詞彙進行整理及篩選後，再經由程式產生出二個關鍵詞共同出現篇之數據，在依產生的數據加以分析，以共同出現詞語頻率(Word Frequency Analysis)來做文章的分析，從高共現頻度之共現詞組中，找出領域關鍵性的關係所在。發現二個關鍵詞共同出現篇數達 10 篇有 7079 種組合；篇數達 20 篇有 2319 種組合；達 30 篇有 1045 種組合；40 篇有 546 種組合；50 篇有 306 種組合；而二個關鍵詞共同出現篇數達 60 篇有 186 種組合，篇幅數過多不容易找出關鍵所在，故取篇數達 50 篇以上共 306 種組合作分析。

在二個關鍵詞共同出現篇數 50 篇以上「露營區」、「露營」、「帳篷」

、「自然」、「體驗」、「活動」、「營地」、「適合」、「朋友」、「豪華」、「裝備」、「設備」、「環境」、「台灣」、「親子」、「舒適」、「搭帳」、「草皮」、「營車」、「衛浴」、「食材」、「服務」、「推薦」、「森林」、「親近」、「懶人」、「宜蘭」、「設施」、「烤肉」、「住宿」、「晚餐」、「美好」、「行程」、「家庭」、「景點」、「時光」、「生態」、「苗栗」、「海拔」、「文化」、「浪漫」、「簡單」、「料理」、「勤美學」及「好友」共計 45 個關鍵詞做組合，在出現篇數達 50 篇以上的關鍵詞做統計後，出現次數以「露營」最多，達 45 次；「體驗」達 39 次，次之；而「帳篷」與「自然」排名第三，達 38 次；最少的是「浪漫」與「簡單」，僅出現 1 次。

以文本中得知露營活動中，在規劃整個活動的同時，首先會先找能一同出遊的人，而在 45 個關鍵詞中，出現的是「朋友」、「親子」、「家庭」及「好友」，在附錄 44 項次”「瘋！露營」中提到，傳立媒體的客戶，經營管理資深總監陳東明，被問到開始露營的動機時，他坦言，過去周末愛打小白球，甚少有家庭時間，直到他的朋友趙訓平向他說：「運動是一個人的享受，露營是家庭的快樂。孩子很快就長大了，等你打球打不動了，孩子也不見得在你身邊了。」一席話，讓陳東明有了露營初體驗，這個第一次，他看到兩個女兒在草地上恣意嬉戲，與太太在星空下聊了好多事情，就此迷上了這項活動。”由此可知通常第一次露營都是由朋友相約促成。而實際體驗後才加入露營活動，大多數都以家庭為單位，尤其是為了拉近親子關係的家庭，然後將不錯的經驗分享給好友，才會有露營區包區的情況出現，並找到一群志同道合的露友，一同享受不同露營區不同的體驗。

文本中提到的地區很多，而出現的關鍵詞「台灣」、「宜蘭」、「苗栗」與「勤美學」，因為探討的是台灣的露營，故出現「台灣」一詞就不

需再探討，而出現「宜蘭」與「苗栗」，是因為文本中大多數人都以這兩縣市為討論的話題，如果想體驗可以將這兩縣市都首要目標，而「勤美學」，在附錄 8 項次中提到，”勤美學是台灣第一間引進奢華露營觀念的營區，以香格里拉樂園為基地，結合在地文化、傳達自然永續發展等理念。”讓勤美學一舉成為奢華露營討論的話題，雖然奢華但一致受到好評。

在文本中也提到在不同的因素也會影響地點的選定，「自然」、「設備」、「環境」、「草皮」、「營車」、「衛浴」、「森林」、「景點」、「生態」、「海拔」及「文化」，許多人會因為不同的需求選擇不同的露營區，畢竟露營就是為了享受自然的洗禮，所以環境是考量的因素，有些人喜歡生態環境好的地方，例如能看到螢火蟲的露營區，也有人喜歡高海拔的地區，享受美景，例如能看到雲海的露營區，更有人喜歡沐浴在森林氣息中吸收芬多精，蟲鳴鳥叫的環境之中，也有少數人是為了文化而來，例如勤美學的山納村 1001 夜計畫，而間接會影響的是露營區的設備設施、衛浴設施，當然最重要的是享受，不管最後決定的地點在哪，享受大自然的洗禮才是露營的精華所在。

在體驗過程中，歸納關鍵詞「帳篷」、「活動」、「裝備」、「搭帳」、「食材」、「烤肉」、「住宿」、「晚餐」及「料理」，「帳篷」是露營必備的裝備，當然裝備的好壞會決定這趟旅程舒適的程度，尤其文本中事都是以豪華露營為主，更能凸顯體驗的價值及感受，「活動」奢華露營中會規劃活動增加體驗價值，例如烤肉，或親子遊戲等，而吃飯也是體驗過程重要的一環，文本中附錄 168 項次”「和牛龍蝦吃起來！苗栗最新奢華露營周六超難訂，入住 3 小時餵食一次太誇張」也提到斑比跳跳主打料理一泊四食、一價全包，提供下午茶、晚餐、消夜及早餐，實際體驗，

報到後下午3點先奉上「披薩吃到飽」，外加愛玉、冷飲等下午茶；晚餐傍晚6點開桌，重頭戲「A5和牛燒肉拼盤」與「波士頓龍蝦海鮮拼盤」主菜登場，用餐採半自助式，除了主菜只提供一次外，其他湯品、沙拉、義大利麵、中西式菜餚全都無限量供應；又過了3小時，再端出消夜鹹酥雞、爆米花乘勝追擊，餐食無論質、量讓人直呼誇張“，為了讓增加露營體驗，都會將晚餐準備得更豐盛，讓大家能夠邊享受大自然邊享受美食，進而達到放鬆的目的。

當自身體驗過後才會有「露營區」、「露營」、「營地」、「豪華」、「服務」、「懶人」、「美好」、「行程」、「時光」、「簡單」、「體驗」、「適合」、「舒適」、「推薦」及「浪漫」，文本中都是體驗過後以自身經歷撰寫或口頭分享的方式來表達每一次露營的體驗過程，將這些心得在網路上寫成文章與人分享，讓沒去過的人也能透過閱讀的部落格文章，前往了解與體驗奢華露營的模式，並針對當次體驗的過程或環境做優缺點分析，推薦給想去或有因素考量的人參考。

在體驗價值方面，特別針對體驗感受出現的關鍵詞作分析「豪華」、「舒適」、「美好」、「浪漫」，在共詞中「豪華」與「舒適」共同出現次數為62次，百分比為30%，從文本附錄中的內容，都可以看到適合親子的豪華露營，並且形容不同奢華露營區的感受，並留下美好及浪漫的回憶，如附錄147項次”新竹免搭帳露營/愛上喜翁豪華露營區，一泊四食全包式露營，龍蝦海鮮BBQ超飽足中所描述，針對奢華露營中提到在高海拔吃到龍蝦、干貝及頂級牛肉，真的很幸福。”讓到此露營的人享受露營的美好時光。

表4.7二個關鍵詞共同出現篇數一覽表

關鍵詞 1	關鍵詞 2	出現次數	百分比	關鍵詞 1	關鍵詞 2	出現次數	百分比
露營	帳篷	178	85%	露營	自然	165	79%
露營	體驗	164	78%	活動	露營	161	77%
自然	帳篷	147	70%	體驗	帳篷	145	69%
自然	體驗	140	67%	活動	帳篷	139	66%
活動	體驗	136	65%	活動	自然	135	64%
露營	營地	132	63%	適合	露營	127	60%
營地	帳篷	118	56%	露營	朋友	117	56%
適合	帳篷	116	55%	露營	露營區	115	55%
露營	豪華	115	55%	裝備	露營	112	53%
適合	體驗	112	53%	適合	自然	110	52%
活動	營地	109	52%	活動	適合	108	51%
帳篷	豪華	107	51%	設備	露營	106	50%
營地	體驗	106	50%	體驗	豪華	106	50%
環境	露營	105	50%	自然	營地	104	50%
露營區	帳篷	103	49%	帳篷	朋友	103	49%
自然	豪華	102	49%	裝備	帳篷	101	48%
露營區	體驗	101	48%	台灣	露營	98	47%
設備	帳篷	97	46%	裝備	體驗	96	46%
親子	露營	96	46%	露營區	自然	96	46%
活動	豪華	94	45%	環境	自然	94	45%
自然	朋友	94	45%	設備	體驗	93	44%
露營	舒適	93	44%	環境	帳篷	92	44%
裝備	自然	91	43%	適合	營地	91	43%
環境	體驗	90	43%	帳篷	舒適	90	43%
活動	裝備	89	42%	設備	自然	89	42%
體驗	朋友	89	42%	活動	環境	88	42%

表 4.7 二個關鍵詞共同出現篇數一覽表(續)

關鍵詞 1	關鍵詞 2	出現次數	百分比	關鍵詞 1	關鍵詞 2	出現次數	百分比
活動	朋友	88	42%	台灣	自然	88	42%
台灣	體驗	88	42%	搭帳	露營	88	42%
活動	露營區	87	41%	適合	豪華	87	41%
台灣	帳篷	86	41%	體驗	舒適	86	41%
活動	設備	85	40%	搭帳	帳篷	85	40%
裝備	適合	84	40%	親子	自然	84	40%
活動	親子	83	40%	露營	草皮	83	40%
裝備	營地	82	39%	親子	體驗	82	39%
設備	營地	82	39%	露營	營車	81	39%
親子	帳篷	80	38%	衛浴	露營	80	38%
露營區	豪華	80	38%	自然	舒適	80	38%
適合	露營區	79	38%	適合	朋友	79	38%
適合	設備	78	37%	搭帳	體驗	78	37%
食材	露營	78	37%	服務	露營	78	37%
營地	豪華	78	37%	活動	舒適	77	37%
推薦	露營	77	37%	設備	豪華	77	37%
體驗	草皮	77	37%	活動	台灣	76	36%
營地	朋友	76	36%	適合	環境	75	36%
衛浴	帳篷	75	36%	營車	自然	75	36%
帳篷	草皮	75	36%	裝備	朋友	74	35%
搭帳	自然	74	35%	露營區	營地	73	35%
營車	體驗	73	35%	裝備	豪華	72	34%
衛浴	體驗	72	34%	食材	帳篷	72	34%
活動	搭帳	71	34%	適合	台灣	71	34%
設備	露營區	71	34%	食材	體驗	71	34%
露營	森林	71	34%	營車	帳篷	71	34%

表 4.7 二個關鍵詞共同出現篇數一覽表(續)

關鍵詞 1	關鍵詞 2	出現次數	百分比	關鍵詞 1	關鍵詞 2	出現次數	百分比
推薦	帳篷	70	33%	適合	舒適	70	33%
環境	營地	70	33%	服務	體驗	70	33%
服務	帳篷	70	33%	親近	露營	70	33%
露營	懶人	70	33%	自然	草皮	70	33%
營地	舒適	70	33%	活動	草皮	69	33%
推薦	體驗	69	33%	親近	自然	69	33%
露營	宜蘭	69	33%	適合	親子	68	32%
適合	草皮	68	32%	親子	營地	68	32%
環境	豪華	67	32%	設施	露營	67	32%
服務	自然	67	32%	親近	帳篷	67	32%
活動	服務	66	31%	裝備	露營區	66	31%
台灣	營地	66	31%	衛浴	自然	66	31%
露營	烤肉	66	31%	體驗	宜蘭	66	31%
帳篷	懶人	66	31%	推薦	自然	65	31%
台灣	露營區	65	31%	食材	自然	65	31%
住宿	露營	65	31%	自然	宜蘭	65	31%
自然	懶人	65	31%	自然	森林	65	31%
帳篷	宜蘭	65	31%	帳篷	森林	65	31%
活動	推薦	64	30%	活動	食材	64	30%
裝備	設備	64	30%	推薦	適合	64	30%
適合	搭帳	64	30%	搭帳	營地	64	30%
晚餐	露營	64	30%	露營區	舒適	64	30%
體驗	懶人	64	30%	體驗	森林	64	30%
活動	營車	63	30%	適合	服務	63	30%
適合	營車	63	30%	設備	舒適	63	30%
住宿	體驗	63	30%	美好	露營	63	30%

表 4.7 二個關鍵詞共同出現篇數一覽表(續)

關鍵詞 1	關鍵詞 2	出現次數	百分比	關鍵詞 1	關鍵詞 2	出現次數	百分比
露營區	朋友	63	30%	活動	衛浴	62	30%
活動	森林	62	30%	裝備	親子	62	30%
台灣	豪華	62	30%	衛浴	豪華	62	30%
行程	露營	62	30%	設施	體驗	62	30%
住宿	帳篷	62	30%	親近	體驗	62	30%
露營區	草皮	62	30%	豪華	朋友	62	30%
豪華	懶人	62	30%	豪華	舒適	62	30%
活動	親近	61	29%	裝備	台灣	61	29%
裝備	搭帳	61	29%	適合	衛浴	61	29%
設備	衛浴	61	29%	設備	朋友	61	29%
搭帳	豪華	61	29%	營車	豪華	61	29%
體驗	烤肉	61	29%	裝備	推薦	60	29%
推薦	營地	60	29%	親子	環境	60	29%
衛浴	營地	60	29%	晚餐	帳篷	60	29%
家庭	露營	60	29%	露營	生態	60	29%
活動	宜蘭	59	28%	裝備	環境	59	28%
適合	食材	59	28%	親子	露營區	59	28%
設施	帳篷	59	28%	露營	苗栗	59	28%
自然	烤肉	59	28%	帳篷	烤肉	59	28%
裝備	舒適	58	28%	適合	宜蘭	58	28%
適合	懶人	58	28%	台灣	朋友	58	28%
衛浴	露營區	58	28%	環境	露營區	58	28%
住宿	自然	58	28%	景點	露營	58	28%
露營區	營車	58	28%	裝備	營車	57	27%
適合	森林	57	27%	親子	設備	57	27%
親子	豪華	57	27%	設備	台灣	57	27%

表 4.7 二個關鍵詞共同出現篇數一覽表(續)

關鍵詞 1	關鍵詞 2	出現次數	百分比	關鍵詞 1	關鍵詞 2	出現次數	百分比
行程	體驗	57	27%	晚餐	體驗	57	27%
美好	體驗	57	27%	美好	帳篷	57	27%
時光	露營	57	27%	露營	海拔	57	27%
營車	營地	57	27%	自然	生態	57	27%
活動	設施	56	27%	親子	朋友	56	27%
設施	自然	56	27%	晚餐	自然	56	27%
美好	自然	56	27%	自然	苗栗	56	27%
體驗	生態	56	27%	帳篷	苗栗	56	27%
朋友	草皮	56	27%	活動	住宿	55	26%
活動	懶人	55	26%	活動	烤肉	55	26%
裝備	草皮	55	26%	台灣	環境	55	26%
行程	自然	55	26%	搭帳	舒適	55	26%
服務	露營區	55	26%	服務	豪華	55	26%
住宿	豪華	55	26%	文化	露營	55	26%
家庭	帳篷	55	26%	露營區	宜蘭	55	26%
活動	晚餐	54	26%	活動	美好	54	26%
推薦	豪華	54	26%	推薦	朋友	54	26%
適合	住宿	54	26%	設備	搭帳	54	26%
設備	營車	54	26%	行程	帳篷	54	26%
營地	草皮	54	26%	體驗	苗栗	54	26%
帳篷	生態	54	26%	豪華	草皮	54	26%
活動	行程	53	25%	裝備	懶人	53	25%
推薦	露營區	53	25%	適合	烤肉	53	25%
環境	搭帳	53	25%	環境	朋友	53	25%
設施	豪華	53	25%	食材	豪華	53	25%
文化	自然	53	25%	文化	體驗	53	25%

表 4.7 二個關鍵詞共同出現篇數一覽表(續)

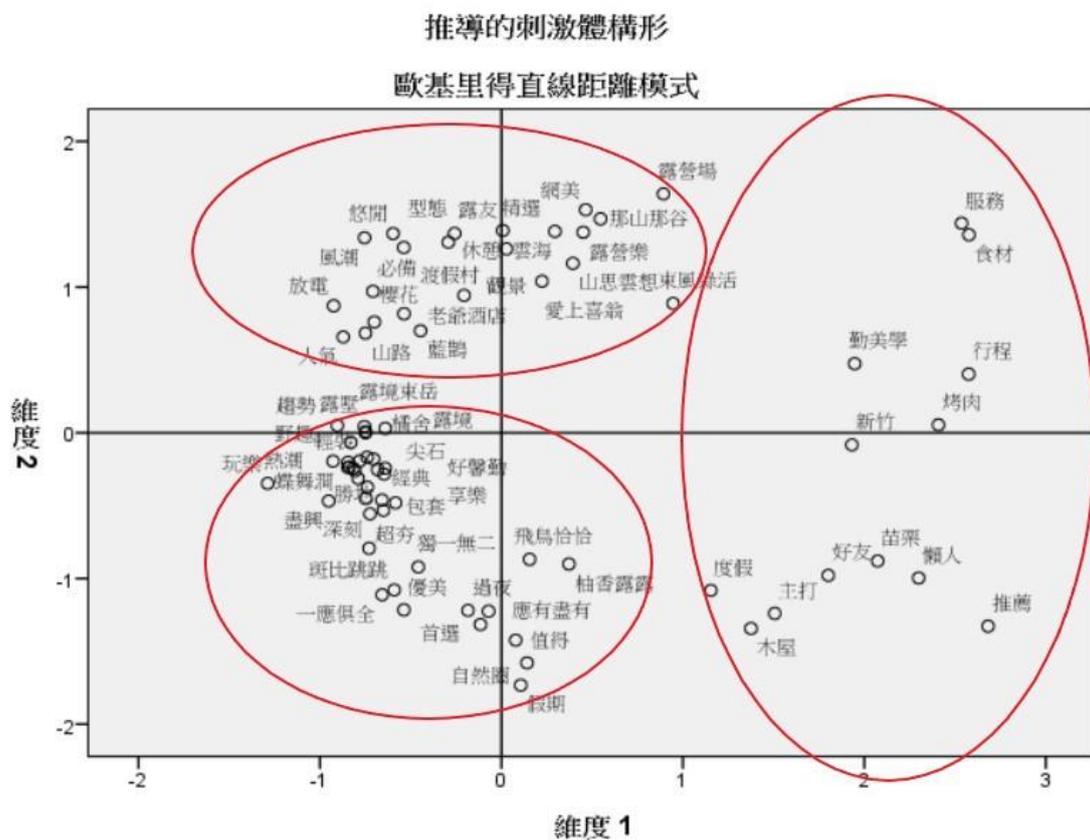
關鍵詞 1	關鍵詞 2	出現次數	百分比	關鍵詞 1	關鍵詞 2	出現次數	百分比
豪華	宜蘭	53	25%	活動	生態	52	25%
設備	環境	52	25%	設備	服務	52	25%
住宿	營地	52	25%	景點	體驗	52	25%
露營	料理	52	25%	露營區	懶人	52	25%
營地	懶人	52	25%	體驗	海拔	52	25%
活動	家庭	51	24%	裝備	衛浴	51	24%
推薦	設備	51	24%	適合	苗栗	51	24%
適合	海拔	51	24%	環境	草皮	51	24%
搭帳	露營區	51	24%	設施	露營區	51	24%
設施	營地	51	24%	晚餐	豪華	51	24%
食材	露營區	51	24%	食材	營地	51	24%
服務	營地	51	24%	時光	帳篷	51	24%
浪漫	露營	51	24%	簡單	露營	51	24%
露營區	森林	51	24%	體驗	料理	51	24%
豪華	苗栗	51	24%	豪華	森林	51	24%
活動	時光	50	24%	適合	設施	50	24%
適合	晚餐	50	24%	設備	設施	50	24%
台灣	營車	50	24%	景點	帳篷	50	24%
家庭	自然	50	24%	時光	自然	50	24%
時光	體驗	50	24%	空氣	露營	50	24%
露營	勤美學	50	24%	露營	好友	50	24%
營區	烤肉	50	24%	自然	勤美學	50	24%
帳篷	好友	50	24%	豪華	烤肉	50	24%

資料來源：本研究整理

入住享受周末親近大自然的生活。

左下區塊是多數人談論的露營方式，針對知名露營區，網路部落格或網美推薦的地點而前往，都以網路搜尋而獲取資訊而前往，當然包含裝備的獲得或是裝備的品牌，相互介紹，最重要的還是需要適合自己的露營方式。因為左下區塊有相疊的情況，故針對左下再做一次歐幾里得直線距離法分析。

圖4.6多元尺度分析圖2



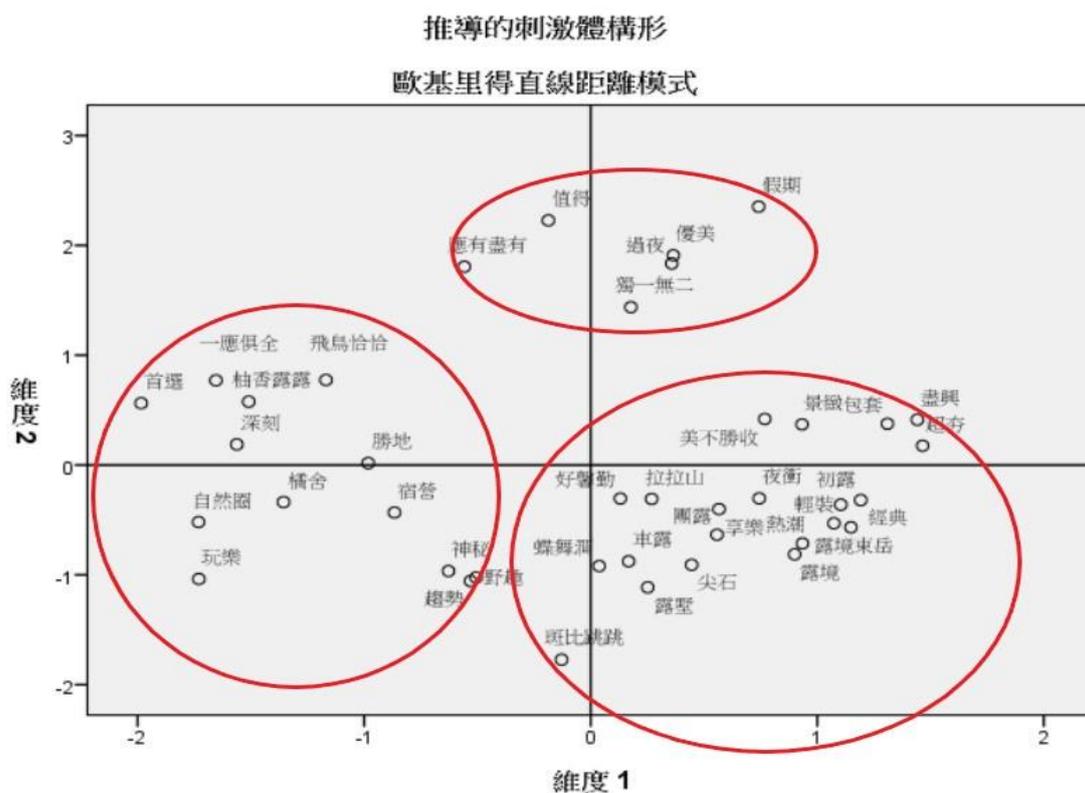
資料來源：本研究整理

分析結果共區分3個區塊，右方以苗栗勤美學為主，懶人行程，為渡假而來會針對推薦主打的小木屋為主，食材與烤肉，行程與服務都與勤美學為範本，新竹的出現或許是為了效仿勤美學。

左上方區塊，可以看到愛上喜翁、山思雲想、那山那谷及老爺酒店都是屬於相同性質的度假村，包含出現網美、人氣，由此可知是由網路推廣起來的，最主要還是又有個悠閒能放電的休憩地點。

左下區塊可以看到飛鳥恰恰、柚香露露、斑比跳跳及蝶舞澗，是屬於相同性質，包含獨一無二、包套式及經典體驗內容，想要體驗經典性質的，可以做參考。左下還有些重疊，故再做一次歐幾里得直線距離法分析。

圖4.7多元尺度分析圖3



資料來源：本研究整理

分析結果分成 3 個區塊右下區塊為斑比跳跳、蝶舞澗、好馨勤、露境東岳再細分下，屬於相同區塊，應該比較適合夜衝，也是初露較推薦的去處。

左方區塊飛鳥恰恰、柚香露露、自然圈與橘舍，再細分下為相同區塊，屬較深刻且神祕的玩樂場所。

上方區塊，屬於體驗價值，大部份露營客會在此過夜享受一個獨一無二的美好假期，看到這裡優美的環境，所在的體驗感受會達到身心放鬆，因為這裡的豪華露營區應有盡有，讓他們在這裡享樂一切的體驗活動，無須擔憂行程，在這裡露營心靈上的感受是非常值得且印象深刻的，也會成為下一次造訪的首選。



第五章 結論與建議

本研究是以奢華露營產業分析以網路評論探討露營意象及體驗價值，再經過一連串的研究及分析得到的結論及建議，本章節將以第四章分析結果，討論並提出建議，以供相關單位與後續研究。

5.1 研究結論

以「豪華露營」、「奢華露營」進行搜尋，在符合原則的部落文中遊客所提奢華露營，人們高度關注的戶外活動，以在空曠的露營區露營為主要戶外活動，可發現 2019 年新冠肺炎開始流行，各國皆實施邊境鎖國政策，出國旅遊人次降低，國內露營人口反而不減反增，在 2021 年 9 月露營搜尋率來到新高點，可見在疫情這段時間，人們想放鬆心情、舒緩緊張的壓力，就是透過戶外活動來體驗大自然及露營的樂趣。代表國內想露營的人潮不減反增，在露營人潮增加，裝備需求不足的情況下，紛紛就會將目標鎖定在裝備需求少，體驗度不打折扣的奢華露營，畢竟疫情的因素有太多不確定性，減少裝備大筆的花費，用相對便宜的價格體驗不同的露營型態感受，是目前國人旅遊趨勢的新方向。在文本附錄 2 項次中提到，3 個優點與 2 個缺點，與第四章結果做歸納，並以優缺點方式呈現，優缺點如下：

優點：

(一) 不需裝備，就可以開始：從第四章分析結果來看，奢華露營，自身是不需要攜帶裝備，就可體驗露營的樂趣，如同住飯店一樣簡單，其中的活動規劃與環境美景甚至是餐點享受都由露營區做妥善規劃，無需擔心其他繁雜瑣事，真的是一卡皮箱就能入住。

(二) 各種活動體驗，豐富你的露營經驗：由文本中可以發現，不同

的奢華露營區都規劃不同活動，哪怕是第一次露營的人，也能很自然地體驗接受營區安排的活動，體驗露營享受自然，並增加露營的常識，這些都是仰賴奢華露營的官方舉辦的活動，再多次體驗後，來找到適合自己的露營方式。

(三)適合所有人：不論是一群好朋友、親人或是國外的朋友，都無需擔心行程問題，一切繁瑣問題，都會由奢華露營區的包套行程做妥善規劃，把時間花在與親友相處上，多點享樂體驗，少點繁瑣雜事。

(四)透過奢華露營遊客休閒遊憩體驗發現，奢華露營給人們帶來美好、舒適、愉快、愜意的感受，來到這裡能真正體驗度假的感覺，結合了營區內的活動，帶給露營客頂級奢華的享受，露營客到這裡的旅遊感受是開心、滿足的，可以吸引更多人前往。

(五)此外，露營區的美景與場地布置也帶給露營客心靈上的療癒，整體感受是新鮮且豐富有趣的，在這可以看到夢幻般的雲海，紓解緊張的生活壓力，在此露營可說是奢華且幸福的浪漫體驗。

缺點：

(一)費用較高：奢華露營區比傳統營區多了許多便利性，相對服務提升而價格也就跟著提高，由文本中得知奢華露營區都是以帳篷形式與人頭計算，帳篷形式由 5000-15000 元不等，人頭部分成人約 5000 元，小孩約 4000 元，體驗奢華露營的費用不菲，而傳統的只需營地費月約 800-1500 元，但是其他的都不包含在內。

(二)由奢入簡難：所謂的奢，就是習慣奢華露營一切瑣事都由營區

規劃處理，減少繁瑣程序，漸漸習慣露營其實很簡單的想法，再去體驗傳統露營的活動，會發現從搭帳篷開始就是一個不簡單的工作，整個過程沒有奢華露營來的輕鬆，如果想轉換，心態也必須跟著轉換才行。

依據網路部落客文章及時事報導歸納奢華露營產業分析與發展，將露營意象、體驗價值與第四章研究結果做整理歸納，用露營意象去表達體驗價值的方式，在露營意象方面：用觀光意象去區分六大類，自然景觀意象、觀光設施意象、遊客休閒與遊憩意象、自然與社會環境意象與地方氛圍意象，在第四章所分析中，針對每個不同類別做分析，在奢華露營探討中，每個意象都是正向的，自然景觀方面，每一個奢華露營區都有各自的特色，有山景、星空及海景，體驗價值在於享受屬於大自然的洗禮，遠離城市的吵雜環境，用閒暇時間去享受心靈片刻的寧靜，達到放鬆及沉澱心靈的感覺；在觀光設施意象方面，奢華露營區都以便利為主，更結合周邊環境及當地特色來推廣，設施方面更是一應俱全，體驗價值在於方便性極高，有些露營區甚至能搭車到達，或由營區專車接送，無需自行開車，營區也規劃一系列活動，讓露營的體驗更加深刻，而設施更是應有盡有，在野外也有如五星級飯店般的享受；在遊客休閒與遊憩意象方面，在露營的過程中，自己搭帳也是露營的樂趣之一，但是在奢華露營方面標榜免搭帳、免準備食材也能享受露營，有一系列的活動規劃，在露營行程中更能體驗露營放鬆的生活，體驗價值在於減少繁瑣事務，也能達到露營體驗的過程，輕鬆擁有露營體驗；在自然與社會環境意象方面，奢華露營區美景是必備的，結合地區美景及生活習慣，例如原住民風格露營，去體驗不同的感受，體驗價值在於在不同縣市地區中體驗不同風格的露營方式，同樣也能體驗露營生活；在地方氛圍

意象方面，主要是透過網路途徑，推薦的方式去選擇適合自己風格的露營區，因應不同需求來滿足每次露營的樂趣，體驗價值在於與不同親朋好友能選擇不同營區，來享受不同生活，去體驗不同的露營樂趣。

5.2 研究限制與後續建議

在研究之過程中以力求各方面盡可能完善，然而仍有時間、資源等限制，使得本研究仍有不足之處，因此提出之研究限制，並給予後續研究建議與參考依據，茲列舉如下：

5.2.1 研究限制

針對研究過程中難以克服與不足之處，特以列點說明如下：

(一) 研究樣本上之限制

本研究樣本來源主要是透過網路部落客取得，撰寫部落格文章的作者主要年齡層大多落在 22-45 歲青壯年，圖文部落客還是以女性為主要發文者。故容易忽略年長者與男性遊客的想法，較無法分析到長輩的觀點，另外部落客以主觀的態度來描述自己的想法與露營觀點，以分享露營、場地介紹以美景成分居多，缺乏問卷客觀分析，對「改善基礎設施」、「提升服務品質」、「加強解說專業」、「強化環境管理」等管理面較難看到論述也無從分析。

(二) 研究方法上之限制

研究生在撰寫論文時發現不同的研究工具會有其不足之處須搭配其他研究工具來分析較不容易失真，例如中文斷詞系統，研究者若對樣本了解不夠透徹，斷詞後文章重要觀點容易被忽略掉。多元尺度分析中較難掌握各面向之間的關係，無法做更細分的解釋與它們之間的關係，其論調有不足之

處。

5.2.2 研究建議

建議：

- (一) 針對部落客所撰寫的文章中對於族群概念有不足的地方，小孩及長輩的感受都偏少，幾乎都是部落客自身的感受，較少留意到他們的觀點，可以多增加孩子與長輩在奢華露營中體驗的感受，能夠讓有孩子及年長的長輩也能增加一些資訊做為參考。
- (二) 奢華露營區的訂房，都是透過網路資訊自行訂房，雖然網路很方便，但是希望能夠有相關整合的 APP，例如 Booking、Agoda 訂房般的程式，能夠增加比價及空帳的資訊查詢，讓訂露營區更加便利。
- (三) 因應疫情的關係，使得加入戶外露營活動的人暴增，雖然露營是戶外，但自身的衛生習慣也要做好，做到勤洗手，保持社交距離，不讓露營活動變成疫情破口。
- (四) 因露營活動的興起，人們也增加了野外的體驗，擁擠的露營活動相對地也間接造成環境破壞，只能建議維持現有的環境，勿過度開發破壞生態。

5.3 研究者貢獻

透過研究結論發現奢華露營已成為未來發展趨勢，奢華露營將不受台灣地形限制，未來可探討不同地形設置奢華露營區為發展方向。

參考文獻

一、中文部分

1. 中央研究院(2020)，中文詞知識庫小組(網路資料),下載網址:
<https://ckip.iis.sinica.edu.tw/>。
2. 石沛涵 (2021)，豪華露營吸引力、涉入程度和行為意向之研究，亞洲大學，休閒與遊憩管理學系碩士在職專班
3. 交通部觀光局，109年國人旅遊狀況調查，2021
4. 交通部觀光局露營區查詢專 <https://gis.tbrc.gov.tw/TTE/index.jsp>
5. 江義平、林志穎(2012)，網路品牌知覺個性定位分析探究，電子商務學報，第14卷第3期，頁383~410。
6. 江素真(2004)。體驗價值對顧客滿意度及行為意向關係之研究-以劍湖山世界為例
7. 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。
8. 桃園市政府觀光旅遊行政資訊網 <https://tour.tycg.gov.tw/>
9. 翁明祺(2019)，大陸地區團客來金門地區觀光旅遊動機、旅遊意象及旅遊效益之研究，南華大學旅遊管理研究所碩士論文。
10. 張逢琪(2003)，旅遊目的地選擇決策行為--以台灣原住民文化園區為例，南華大學旅遊管理研究所碩士論文。
11. 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。
12. 張嘉範(2021)，以網路評論探討目的地旅遊意象及體驗價值—以太魯閣國家公園為例，南華大學旅遊管理研究所碩士論文。
13. 陳良駒、張正宏、陳日鑫(2010)，以特徵詞共現特性探討知識管

- 理研究議題相關性—使用共詞與關聯法則分析，資訊管理學報，17(4)，31-60 頁。
- 14.陳怡廷，陳麗如，吳姿瑩(2016)，從部落格探索客家旅遊目的地意象之研究—自然語言處理的方法與應用，戶外遊憩研究，29-2，81-111 頁。
- 15.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。
16. 陳盛雄(2009)。國家森林遊樂區露營場地與活動之規畫評估-結案告，台北市：行政院農業委員會林務局。
- 17.陳世榮(2015)，社會科學研究中的文字探勘應用：以文意為基礎的文件分類及其問題，人文及社會科學集刊，27(4)，683-718 頁。
- 18.馮路、冷伏海，2006，『共詞分析方法理論進展』，中國圖書館學報，第二期，88-92 頁。
- 19.楊偉正(2020)，以網路評論探討目的地旅遊意象及體驗價值之關連性—以永安漁港及其周邊為例，南華大學旅遊管理研究所碩士論文。
- 20.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。
- 21.謝邦昌、鄭宇婷、謝邦彥、硬是愛數據(2017)，玩轉社群文字大數據實作，台北市，五南書局。

二、英文部分

- 1 .Alderson, Wroe (1957). Marketing Behavior and Executive Action: A Functionalist Approach to Marketing. Richard D. Irwin Inc., Homewood.
- 2 .Baloglu, S. & McCleary, K.W, A model of destination image formation, Annals of Tourism Research, 1999, 26(4), 868-897.
- 3 .Beerli, A. & Martin, J.D. (2004), “Tourists’ characteristics and the perceived image of tourist destination: a quantitative analysis – A case study of Lanzarote, Spain”, Tourism Management, Vol. 25, pp. 623-636.
- 4 .Besselaar, P. V. D., and Heimeriks, G. (2006), “Mapping research topics using word-reference co-occurrences: A method and an exploratory case study,” Scientometrics (68:3), pp. 377-393.
- 5 .Brooker, E., & Joppe, M. (2013). Trends In Camping And Outdoor Hospitality-An International Review, Journal Of Outdoor Recreation And Tourism, 3, 1-6.
- 6 .Chen, H.C. (2004), Knowledge management systems : a text mining perspective. Retrieved from <http://hdl.handle.net/10150/106481> (Original work published 2001).
- 7 .Chon, K.S., The role destination image in tourism: A review and discussion. Tourist Review, 1990, 45(2), 2-9.
- 8 .Chon, K.S., The role destination image in tourism: An extension. Revue du Tourisme, 1992, 1, 2-8.
- 9 .Dorofeeva, A. (2020). Glamping in Russia: Relevance and development prospects. Human Progress, 6(2), 1.
10. Echtner, C. M. & Ritchie, J. R. B., The measurement of destination image: An empirical assessment, Journal of Travel Research, 1993, 31(4), 3-13.
11. Gartner, W.C. (1994) Image Formation Process. Journal of Travel and Tourism Marketing, 2, 191-216.

12. GLAMP.COM (2019). What is glamping? Travel that transforms you. Retrieved on April 2, 2021. <https://www.glamping.com/what-is-glamping/>.
13. Goodall, D. (1988). Performance measurement: A historical perspective. Journal of Librarianship 20(2), 129-144.
14. Gunter, B., Koteyko, N., & Atanasova, D. (2014). Sentiment analysis: A market-relevant and reliable measure of public feeling?. International Journal of Market Research, 56(2), 231-247.
15. He et al., 2013 W. He, S. Zha, L. Li Social media competitive analysis and text mining: A case study in the pizza industry International Journal of Information Management, 33 (3) (2013), pp. 464-472
16. Holbrook, Morris B. and Kim P. Corfman (1985), "Quality and Value in the Consumption Experience: Phaedrus Rides Again," in Perceived Quality: How Consumers View Stores and Merchandise, Lexington, MA: D. C. Heath and Company.
17. Holbrook, M. B. (1994), The Nature of Customer Value: An Axiology of services in the Consumption Experience , In Rust, R. and Oliver, R. L., (Eds.), Service Quality: New Directions in Theory and Practices , Newbury ark, Sage, CA. pp.21 71.
18. Jung, K. H. (2019, May 27). Luxury hotels and resorts offer all-inclusive glamping packages. Tourtimes. Retrieved on April 2, 2021. <http://www.tourtimes.net/95840>
19. Kozinets, R. V. (1997). I want to believe: A netnography of the x-philes' subculture of consumption. In M. Brucks, & D. MacInnis (Eds.), Advances in consumer research, vol. 24. (pp.470-475). Provo, UT: Association for Consumer Research.
20. Lu, J., Wang, X., Dai, Z., Chen, G., & Feng, Y. (2021). Antecedents of customer WOM in lamping: The critical role of original ecology.

- International Journal of Hospitality Management, 95,102919.
- 21.Lyu, S.O., Kim, J.-W., & Bae, S.W.(2020). Family vacationers' willingness to pay for lamping travel sites: A family functioning segmentation. *Int J Tourism Res.*, 22, 155–167. <https://doi.org/10.1002/jtr.2325>
- 22.Mannell, R. C. (1979). A conceptual and experimental basis for research in the psychology of leisure. *Society and Leisure*, 2(1), 179-196.
- 23.Mathwick, C., Malhotra, N., & Rigdon, E. (2001). Experiential Value: Conceptualization, Measurement and Application in the Catalog and Internet Shopping Environment. *Journal of Retailing*, 77, 39-56.
- 24.Mayo,E.J.(1973).Regional images and regional travel behavior.In the Proceedings of the Fourth Annual Travel Research Association Conference 83 (pp. 211-218). Sun Valley,ID: Travel Research Association.
- 25.Mayo, E. J., & Jarvis, L. P. 1981. The psychology of leisure travel. Boston: CBI Publishing.
- 26.Miner, G., Elder IV, J., Fast, A., Hill, T., Nisbet, R., & Delen, D. (2012), Practical text mining and statistical analysis for non-structured text data applications. Waltham, MA: Academic Press. doi: 10.1016/B978-0-12-386979-1.09001-0
- 27.Milohnić, I, Bonifačić, J.C. & Licul, I. (2019). Transformation of clamping into glamping-Trends and perspective. *Tourism in Southern and Eastern Europe*, 5, 457-473.
- 28.Moutinho, L. (1987). Consumer Behaviour in Tourism. *European Journal of Marketing*, 21, 5-44.
- 29.Neuendorf, K. (2002). The content analysis guidebook. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- 30.Ohsawa, Y., Benson, N. E., & Yachida, M. (1999), KeyGraph: Automatic indexing by segmenting and unifying co-occurrence graphs. The Transactions of the Institute of Electronics, Information and

- Communication Engineers, 82(2), 391-400.
31. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988), The SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality, Journal of Retailing, 64(1), 12-40.
 32. Patterson, M. S., & Goodson, P. (2017), Using social network analysis to better understand compulsive exercise behavior among a sample of sorority members. Journal of Physical Activity and Health, 14(5), 360-367.
 33. Pearce, P. 1982 Perceived Changes in Holiday Destinations. Annals of Tourism Research 9:145–164.
 34. Phelps, A. 1986 Holiday Destination Image (the Problems of Assessment: An Example Developed in Menorca. Tourism Management 7:168–180.
 35. Rokeach, M. (1973). The nature of human values. New York, NY: Free Press.
 36. Rys, M. E., Fredericks, J. O., & Luery, D. (1987). Value=quality? Are service value and service quality synonymous: A decompositional approach? In C. F. Surprenant (Ed.), Add value to your service (pp. 25–28). Chicago, IL: American Marketing Association.
 37. Schmitt, B. H. (1999, Spring). Experiential marketing: A new framework or design and communications. Design Management Journal, 10(2), 10-16.

附錄

附錄一 部落文資料來源網址

編號	撰寫日期	網址	篇名
1	2021-08-24	https://www.marieclaire.com.tw/lifestyle/travel/48690	懶人也能豪華露營！全台 14 大免裝備露營區：星空帳篷、看海、露天電影院，享受大自然的純粹美好
2	2020-03-11	https://goodlifernote.com/camping-gear-free-recommend	【免裝備露營推薦】10 個輕鬆嘗試露營的最佳行程 奢華露營/登山露營/自然野營
3	2019-10-19	https://may0708.pixnet.net/blog/post/468654251	【昵昵媽露營趣】台中新社_趣露營(2 訪) ㄟ*草皮超漂亮，營地超乾淨，三餐+宵夜+飲料皆可外送超方便/台中親子營地☆228 露(2019-10/19~10/20)
4	2019-09-06	https://www.taiwanchoco.com.tw/zh-tw/diy	想鹿飛飛！最輕鬆的露營體驗
5	2021-02-10	https://cms.niceday.tw/wildkids/product/1001	親子新手露營趣 - 草地奔跑的孩子最幸福
6	2021-01-20	https://www.shopback.com.tw/blog/the-best-taoyuan-camping	春夏露營趣！2021 桃園人氣露營區推薦 top10，烤肉、釣魚隨你玩
7	2021-04-06	https://rm2brothers.cc/6353/%E3%80%90%E7%91%9E%E7%B1%B3%E9%A6%AC%E6%B1%80%E3%80%91%E9%A6%AC%E6%AD%A6%E7%9D%A3%E9%9C%B2%E7%87%9F%E8%B6%A3-%E2%8A%99-%E5%86%B0%E6%B6%BC%E6%BA%AA%E6%B0%B4%E3%80%81%E5%85%92%E7%AB%A5%E6%AD%A1%E6%A8%82/	【瑞米馬汀】馬武督露營趣 ⊙ 冰涼溪水、兒童歡樂 ⊙ 新竹關西
8	2021-09-30	https://www.funtime.com.tw/blog/funtime/camping-spots-in-taiwan	【台灣露營景點推薦】懶人也能享受豪華露營樂趣！十大景點報你知！
9	2021-09-14	https://www.klook.com/zh-TW/blog/camping-taiwan/	2021 全台豪華露營 TOP 12 推薦》免裝備、免搭帳、懶人專屬露營體驗！
10	2015-12-21	https://news.easycamp.com.tw/km/km_d	原民部落露營區特色

		oc/976	
11	2020-06-12	https://play.niceday.tw/product/3922	入住部落神話帳：綠色山谷秘境，私人獨立露營區（太陽、星星、月亮）
12	2021-01-09	https://www.shopback.com.tw/blog/the-best-glamping-sites-in-taiwan	懶人輕旅行！全台灣免裝備露營推薦，山林秘境、海邊觀星體驗
13	2020-04-19	https://www.cice.hk/home/itinerary/tw_2020_1	台中一日農夫原住民文化露營體驗農遊台中：體驗樂天純樸的簡單生活
14	2016-09-23	https://travel.yahoo.com.tw/%E9%9C%B2%E7%87%9F%E5%88%B0%E5%8E%9F%E4%BD%8F%E6%B0%91%E9%83%A8%E8%90%BD-%E5%8E%9F%E5%91%B3%E8%BC%95%E6%97%85%E8%A1%8C-%E6%8E%A8%E5%9B%9B%E5%AD%A3%E5%8D%80%E5%88%86%E4%B8%BB%E9%A1%8C-081800470.html	露營到原住民部落「原味輕旅行」推四季區分主題
15	2021-03-18	https://imreadygo.com/82473/	南投部落秘境：巴庫拉斯秘境露營+獨木舟體驗 不為人知的祕密
16	2020-10-12	https://udn.com/news/story/7934/4911500	【新手露營懶人包】傳統露營、豪華露營全都有！注意事項、裝備、場地一次看
17	2020-06-17	https://goodlifefnote.com/how-to-find-a-right-camping-site/	【露營教學】露營區怎麼找？3個步驟，教你找到最適合的營地
18	2019-05-17	https://goodlifefnote.com/camping-stuff-list/	【露營用品清單】露營該帶哪些東西？一次告訴你「露營咖必備的50個裝備」
19	2020-09-01	https://goodlifefnote.com/camping-gears-storage-tips/	露營裝備收納的6個技巧 讓你的裝備不再一團混亂
20	2020-01-05	https://goodlifefnote.com/ten-questions-of-camping-beginners/	【新手露營攻略】10大新手常見問題，讓你輕鬆展開露營之旅
21	2020-01-10	https://goodlifefnote.com/camping-in-sakura/	【賞櫻露營攻略】2021 想要在滿滿的櫻花裡露營嗎？教你3步驟，讓你可以一邊賞櫻一邊露營
22	2020-05-26	https://www.businessweekly.com.tw/style/blog/3002570	不用帶腦，人來就好！盤點全台 Top 10 懶人露營聖地，第一名 CP 值超高

23	2020-07-01	https://www.nayangbeach.com.tw/index.php?module=intro&mn=1	不同凡響的住宿體驗 聽著海聲入睡的 露營渡假天堂
24	2021-09-04	https://www.cw.com.tw/article/5117982?template=fashion&from=search	露營用品美到能收藏 從木椅到露營 車配件看見紅到國外的 MIT
25	2020-11-26	https://www.womenshealthmag.com/tw/mental/gotravel/g34780757/2020-camping/	免搭帳懶人露營 16 個絕美景點推薦！ 「秘境森林、仙境星空」 Glamping 豪華 露營區必收
26	2021-08-29	https://www.beauty321.com/post/42864	懶人露營免裝備！全台 8 處「豪華露 營場」推薦，絕美星空、燭光晚餐、 露天電影一次享受
27	2020-03-20	https://blog.xinmedia.com/article/179763	你 Glamping 了嗎？全台「22 間豪華 懶人露營」大推薦：免裝備入住森林 帳篷、星空玻璃屋
28	2020-02-15	https://www.liontravel.com/promotion/taiwan/xintaiwan/about.html	親子露營解密，告訴你為什麼要帶孩 子去露營！
29	2020-02-20	https://shopee.tw/blog/taiwan-camping-spot/	露營免裝備超豪華行程 全台特搜 7 間，連假就是要去露營、賞星、看日 出！
30	2020-05-25	https://travel.yam.com/Article.aspx?sn=118948	苗栗 6 個懶人免裝備的豪華露營！獨 立泡湯池+星空電影院+星空帳篷～夢 幻到融化
31	2021-04-29	https://www.parenting.com.tw/article/5089516	人到就好！ 免裝備親子露營 媽媽也 能享愜意
32	2020-08-01	https://www.parenting.com.tw/article/5087145	親子露營的 6 個好處，如何開始露營 ？
33	2015-03-10	https://www.parenting.com.tw/article/5082171	大自然贈予的勇氣課（露營教我的事 ）
34	2021-06-23	https://immersionglamping.com/%E4%B8%AD%E9%83%A8%E9%9C%B2%E7%87%9F%E5%8D%80%E6%8E%A8%E8%96%A6/	6 家中部露營區推薦 完整收錄傳統 露營、豪華露營與露營車營地
35	2021-08-26	https://cpok.tw/17772	2021 年免裝備豪華露營懶人包！星空 帳篷、絕美海景、螢火蟲陪伴，輕鬆 體驗大自然！

36	2021-07-27	https://www.juksy.com/article/110372-2021%E6%9C%80%E6%96%B0+5%E5%A4%A7%E4%BA%BA%E6%B0%A3%E8%B1%AA%E8%8F%AF%E9%9C%B2%E7%87%9F%E5%8D%80%E6%8E%A8%E8%96%A6%EF%BC%8C%E9%82%84%E6%9C%89%E9%9C%B2%E7%87%9F%E8%BB%8A%E8%87%AA%E9%A7%95%E5%87%BA%E7%A7%9F%E8%AA%AA%E8%B5%B0%E5%B0%B1%E8%B5%B0%EF%BC%81	2021 最新 5 大人氣豪華露營區推薦，還有露營車自駕出租說走就走！
37	2020-06-29	https://ohmymom.cc/13324/%E6%8E%A2%E7%B4%A2%E9%9C%B2%E7%87%9F%E7%9A%84%E6%84%8F%E7%BE%A9%E3%80%82%E5%B8%B6%E5%AD%A9%E5%AD%90%E9%9C%B2%E7%87%9F%E7%9A%84%E5%A4%A7%E5%A5%BD%E8%99%95%EF%BC%8C%E5%85%A8%E5%AE%B6%E7%9B%B8%E7%B4%84/	探索露營的意義。帶孩子露營的 6 大好處，全家相約野放趣
38	2016-03-19	http://pacohikingtrip.blogspot.com/2016/03/blog-post.html	露營的意義
39	2015-10-12	https://buzzorange.com/vidaorange/2015/10/12/familycamping/	親子露營給孩子的 7 個好處：先想想你真正希望他們學到什麼？
40	2018-12-18	https://fasion.pixnet.net/blog/post/31499487	為什麼要帶孩子去露營？
41	2021-04-14	https://www.nownews.com/news/5238556	台灣怎一堆人開始瘋露營？眾曝「超夯關鍵」：不流行都難
42	2021-09-14	https://www.vogue.com.tw/lifestyle/galerie/camping-attractions-taiwan	隨時來一趟說走就走的旅行！全台灣人氣「豪華露營」行程推薦
43	2021-07-27	https://www.skyscanner.com.tw/news/top-camping-spots-in-taiwan	2021 全台露營地合集：無敵海景、星空帳篷、自然生態、童話樹屋、豪華營區，安排一揪露營趴吧！
44	2015-05-21	https://www.businesstoday.com.tw/article-content-80730-116251	瘋！露營
45	2020-11-18	https://www.gq.com.tw/blog/DesignlifeE	[露營] 露營與野營為什麼這麼搶手？

		xperimentist/detail-6119.html	它是未來旅遊趨勢嗎？
46	2021-10-13	https://travel.ettoday.net/article/2100040.htm	彰化新聞！全台最大「溫泉豪華露營區」 首創帳篷內享大浴池泡湯
47	2021-10-15	https://travel.ettoday.net/article/2101487.htm	全台 6 大特色豪華露營地！首座蒙古包渡假村 住進海拔 1100 米雲端中
48	2021-01-13	https://www.qinshui.com.tw/	全台首創山泉 Spa 帳篷 獨立衛浴 x 冷暖空調 x 五星床鋪
49	2021-08-11	https://bobowin.blog/top-camping/	全台 10 個帳帳都有獨立衛浴豪華露營區 五星級免搭帳親子營地就看這一篇懶人包
50	2020-06-23	https://www.travelerluxe.com/article/desc/200004081	豪華露營免裝備！盤點全台 7 個高級露營區
51	2021-10-13	https://today.line.me/tw/v2/article/yz129k1	台中 4 個懶人豪華露營！免裝備入住南洋風精靈帳、星空蒙古包，從帳篷賞雲海山景、聽浪濤聲入眠
52	2021-10-07	https://supertaste.tvbs.com.tw/travel/332767	全台首座水上球形屋！花蓮豪華露營「鯉魚潭露營渡假村」，泡湯賞山景超愜意
53	2021-08-29	https://www.kkday.com/zh-tw/product/30030	新北露營 金山皇后鎮森林 風車 House 包套式露營車
54	2021-07-30	https://today.line.me/tw/v2/article/n7E1JM	在家防疫被悶壞？網友熱議豪華露營趣！
55	2021-10-15	https://today.line.me/tw/v2/article/1DLy2yv	秋天露營去！精選全台 6 大風格豪華露營
56	2021-09-22	https://travel.yam.com/Article.aspx?sn=125261	懶人露營！全台 16 間豪華露營推薦，免裝備、露營車、看天看海、享受大自然的美好
57	2021-04-07	https://www.juksy.com/article/107842-%E9%80%A3%E5%91%A8%E6%9D%B0%E5%80%AB%E9%83%BD%E4%BE%86%E4%BD%8F%E9%81%8E%EF%BC%812021+%E5%85%A8%E5%8F%B0+10+%E9%96%93%E8%B1%AA%E8%8F%AF%E3%80%8C%E6%87%	連周杰倫都來住過！2021 全台 10 間豪華「懶人露營」推薦，51 連假直接衝一發！

		B6%E4%BA%BA%E9%9C%B2%E7%87%9F%E3%80%8D%E6%8E%A8%E8%96%A6%EF%BC%8C51+%E9%80%A3%E5%81%87%E7%9B%B4%E6%8E%A5%E8%A1%9D%E4%B8%80%E7%99%BC%EF%BC%81	
58	2021-05-06	https://jimmytraveling.com/blog/post/69531388	【花蓮七星潭露營 踏浪星辰】平價五星免裝備露營地推薦
59	2021-09-09	https://today.line.me/tw/v2/article/vq8pyo	出發露營去！全台特色露營體驗報你知 露營車、懶人露營、秘境野營應有盡有
60	2019-05-14	https://twobunny.tw/blog/post/67996152	<u>宜蘭礁溪親子飯店</u> 《礁溪老爺酒店得天露營車~冷暖氣、床鋪、浴廁 x 私人管家料理晚餐 x 享用老爺酒店溫泉設施~奢華五星級懶人露營車體驗 無裝備露營 豪華露營 溫泉飯店
61	2019-10-16	https://supertaste.tvbs.com.tw/travel/332920	秋天瘋露營！必玩「6大豪華風格」，旅遊平台國旅券加碼「滿1000送5000」
62	2020-10-26	https://bunnyann.com/glamorous/	全台《準備 Glamping 了沒？全台「特色露營區體驗」，夜衝入住森林帳篷、豪華營帳。
63	2021-09-05	https://news.pts.org.tw/article/543267	俄羅斯興起豪華露營 體驗草原民族文化與生活
64	2020-06-26	https://news.pts.org.tw/article/484691	「國旅券」廠商再放大五倍！全台6大豪華露營區搶客
65	2021-10-14	https://finance.ettoday.net/news/2101355	「國旅券」廠商再放大五倍！全台6大豪華露營區搶客
66	2020-04-30	https://www.tripresso.com/blog/2020/04/%E7%86%B1%E9%96%80%E9%9C%B2%E7%87%9F%E5%8D%80%E6%8E%A8%E8%96%A6/	懶人新手也可以！網友公認全台8大熱門露營區推薦
67	2021-10-21	https://travel.yam.com/article/125589	宜蘭4個懶人露營推薦 溯溪、滑索、SUP...超乎想像的露營體驗等著你！

68	2021-04-04	https://tw.sports.yahoo.com/news/%E6%8E%8C%E6%8F%A1%E9%80%99%E5%80%8B%E6%8A%80%E5%B7%A7-%E4%BD%A0%E4%B9%9F%E8%83%BD%E6%93%81%E6%9C%89%E5%A5%BD%E5%93%81%E5%91%B3%E5%8F%88%E6%9C%89%E8%B3%AA%E6%84%9F%E7%9A%84%E9%9C%B2%E7%87%9F%E9%AB%94%E9%A9%97-095611736.html?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xILmNvbS8&guce_referrer_sig=AQAAAD4NFIsQ7BMmwr1qHgWEnWoQE_gaDyT8qbybtYtZ40hv0-gI5FigmqB00eq7Qm7clM6-oSFdNJXPla_aakUOShNLuDbGDhg4gt2zNJBp12UxbY6qYwmy3N9jaYgVs6TgQ-5yX3aHqQSzFyC-oYRb8WyEaRrTnmFnZ3jrh2e8ULoz	<p>掌握這 5 個技巧，你也能擁有好品味又有質感的露營體驗！</p>
69	2020-05-14	https://miha.tw/camping/	<p>9 間新手露營區推薦！第一次免裝備網美露營 人去就好豪華露營行程</p>
70	2020-06-17	https://goodlifefnote.com/how-to-find-a-right-camping-site/	<p>【露營教學】露營區怎麼找？3 個步驟，教你找到最適合的營地</p>
71	2021-10-15	https://www.wooh.com/edcontent_d.php?lang=tw&tb=3&id=13571	<p>超夯 6 大風格露營體驗，另類主題 Cosplay 帶你玩遍台灣！</p>
72	2021-10-11	https://news.sina.com.tw/article/20211011/40184814.html	<p>住進廣袤大自然 解鎖加拿大獨特露營體驗</p>
73	2021-09-17	https://taiwan.sharelife.tw/article_aid-13248.html	<p>出發露營去！全台特色露營體驗報你知，懶人露營應有盡有</p>
74	2021-03-30	https://natasha-traveler.tw/singleton-camping/	<p>蘇式露營超 CHILL！蘇格登給你最有風格的奢華露營體驗</p>
75	2020-10-28	https://www.qinshui.com.tw/index.php?module=news&mn=1&f=content&id=36427	<p>《清水那方》豪華露營 10/6 正式啟動 打造彰化社頭全新特色地標</p>
76	2021-08-17	https://www.harpersbazaar.com/tw/cultur	<p>抓住夏天尾巴！一人成團、小班制度</p>

		e/lifestyle/g37322997/pinkoi-summer-vacation/	假旅行「豪華露營、秘境探險」體驗活動推薦，落實防疫讓你安心出遊
77	2020-05-16	https://www.saydigi.com/2020/05/484384.html	9間新手露營區推薦]第一次免裝備網美露營，人去就好豪華露營行程！
78	2018-09-21	https://www.xinmedia.com/article/155954	保證獨特的露營體驗 森林中的好夢里 是看戲也是遊戲
79	2021-10-06	https://www.cna.com.tw/postwrite/Chi/300936	全台最大 社頭清水岩五星級豪華露營《清水那方》10月6日正式開幕營運 歡迎來彰化體驗
80	2019-01-31	https://news.ebc.net.tw/news/travel/150910	全台免裝備露營推薦 TOP7！新手也能體驗的免裝備露營區
81	2018-01-26	https://blog.tripbaa.com/yilan-glamping/	宜蘭露營推薦：超美神殿帳&DIY 體驗 宜蘭夢幻露營新玩法！
82	2020-12-29	https://handler.travel/taiwan/%E5%AE%9C%E8%98%AD%E8%B1%AA%E8%8F%AF%E9%9C%B2%E7%87%9F-%E5%8A%A0%E7%BE%85%E6%B9%96%E9%87%8E%E7%87%9F/	【宜蘭露營】特色露營體驗 TOP 5！新手免裝備豪華露營、登山客最愛野外露營秘境全合集！
83	2020-02-20	https://handler.travel/taiwan/itinerary-taiwan/%E5%8F%B0%E7%81%A3%E9%9C%B2%E7%87%9F%E6%B4%BB%E5%8B%95-%E5%8F%B0%E7%81%A3%E9%87%8E%E7%87%9F%E5%98%89%E5%B9%B4%E8%8F%AF/	【台灣露營】5個台灣最夯露營活動、野營嘉年華！
84	2020-04-13	https://handler.travel/taiwan/%E5%8F%B0%E7%81%A3glamping-%E5%8F%B0%E7%81%A3%E9%9C%B2%E7%87%9F%E8%BB%8A%E4%BD%8F%E5%AE%BF%E6%8E%A8%E8%96%A6/	【台灣 Glamping】5間台灣露營車住宿推薦！露營新手、懶人必住
85	2021-06-16	https://tw.feature.appledaily.com/travel/214207	微解封 KLOOK「山海微旅行」免裝備豪華露營體驗推多款優惠
86	2021-05-20	https://qqwhite0902.pixnet.net/blog/post/468671585-%e8%b1%aa%e8%8f%af%e9%9c%b2%	豪華露營新體驗【飛鳥恰恰】全台唯一一泊五食，溯溪、抓蝦、生

		e7%87%9f%e6%96%b0%e9%ab%94%e9%a9%97%e3%80%90%e9%a3%9b%e9%b3%a5%e6%81%b0%e6%81%b0%e3%80%91%e5%85%a8%e5%8f%b0%e5%94%af%e4%b8%80%e4%b8%80%e6%b3%8a%e4%ba%94	
87	2021-10-21	https://www.yatravel.tw/kkday%E6%94%9C%E6%89%8B%E5%85%AD%E5%A4%A7%E7%86%B1%E9%96%80%E9%9C%B2%E7%87%9F%E5%8D%80-%E6%8E%A8%E5%84%80%E5%BC%8F%E6%84%9F%E9%A2%A8%E6%A0%BC%E9%9C%B2%E7%87%9F/	好秋(Chill)意！無痛升級專業露友！KKday 攜手六大熱門露營區 推儀式感風格露營 價格 5,200 元起 預訂享限量五大品牌聯名驚喜包 年底前下訂滿額享振興加碼 500 元現折優惠
88	2021-10-19	https://www.ctwant.com/article/146002	秋日豪華露營去 使用國旅券再享「買千送千」優惠
89	2021-10-16	https://playing.ltn.com.tw/article/25521/1	全台最大「豪華露營區」帳篷泡山泉 SPA！彰化清水那方一泊三食吃到飽
90	2020-05-05	https://mamibuy.com.tw/talk/article/142828	【露營初體驗】露後心得大揭露
91	2021-10-23	https://ctee.com.tw/lohas/travel/536551.html	露營車吸客 啖烤肉玩體驗
92	2021-10-13	https://bobowin.blog/shinghappy/	免搭帳全包露營新選擇【嚮樂城堡】 一泊三食火烤大餐, 親子 DIY+闖關遊戲、歌手駐唱調酒吧
93	2021-10-16	https://www.bella.tw/articles/travel&foodies/31826	全台豪華露營推薦 Top6！南投「山思雲想」高評價一泊五食，宜蘭「那山那谷」溯溪探索原始美景！
94	2021-10-21	https://www.epochtimes.com.tw/n357586/%E8%B1%AA%E8%8F%AF%E9%9C%B2%E7%87%9F%EF%BD%9E%E9%81%A0%E9%9B%A2%E7%B4%9B%E6%93%BE-%E7%8D%A8%E4%BA%AB%E5%A4%A7%E6%B5%B4%E7%BC%B8.html	豪華露營～遠離紛擾 獨享大浴缸
95	2021-10-14	https://www.beauty321.com/post/44086	宜蘭綠舞飯店全新豪華露營車！五倍券優惠 0 元入住，還可穿浴衣、看羊

			駝、餵水豚
96	2021-04-09	https://ck101.com/thread-5322032-1-1.html	初心者也想要體驗露營
97	2021-10-22	https://www.niusnews.com/=P0kkg3h36	第一次萬聖節主題露營就上手！家樂福幫爸媽解放雙手、一次購足！
98	2021-06-02	https://yoyoman822.pixnet.net/blog/post/68727710	全台特色親子露營區、懶人露營、豪華野奢露營營地、露營車，免搭棚輕裝備新手也推薦
99	2021-08-26	https://udn.com/news/story/120911/5701323	「只是把家搬到營地」網酸價格貴又沒飯店舒服：露營在紅什麼？
100	2021-10-10	https://tw.news.yahoo.com/%E5%8F%B0%E7%81%A3%E4%BA%BA%E7%98%8B%E9%9C%B2%E7%87%9F-%E8%A9%AD%E7%95%B0%E7%8F%BE%E8%B1%A1%E7%B6%B2%E5%98%86-%E5%B0%B7%E5%B0%AC%E4%BA%86-025524186.html	台灣人瘋露營！詭異現象網嘆：尷尬了
101	2016-04-29	https://travel.ettoday.net/article/689356.htm	第一次露營新手須知 什麼是基礎必買裝備？
102		https://www.shopback.com.tw/blog/what-to-bring-camping-for-the-first-time	第一次露營要帶什麼？帳篷、照明設備、伙食…給新手露營必備清單
103	2020-10-08	http://www.mujieliving.com/article/detail.php?ID=30	露營新美學 Glamping，一卡皮箱就能輕鬆入住，遠離都市塵囂，體驗山林的美好
104	2020-10-20	https://keketravel.cc/4713/	豪華露營「Glamping」，輕鬆露營人到就好！不用自己煮，享受浪漫星空下用餐、野外 KTV！美夢一覺到天亮！
105	2021-04-27	https://wreadit.com/@metywencom/post/270911	高雄那瑪夏 2 天 1 夜露營，賞螢火蟲，親近自然找回生活意義（達里沐露營區/達卡努瓦賞螢步道）
106	2018-09-22	https://ganna-design.com/in9.html	親近大自然，露營不用再大小包
107	2021-11-01	https://simontamhk.com/%E8%87%AA%E7%84%B6%E5%9C%88%E8%BE%	自然園農場 LoFi Land 2021 年訂房方法及價格！免裝備露營！溫泉、燒烤

		B2%E5%A0%B4/	的文青網美豪華露營地
108	2021-02-05	https://www.sdmzl.com/big5/outdoor_143262	露營地的意義
109	2020-12-20	https://ppfocus.com/0/ho23eba0.html	野外露營如何選擇營地
110	2021-06-02	https://www.diklearn.com/a/202106/654526.html	汽車露營在生態環境保護方面有什麼意義
111	2016-01-27	https://mylifestyle.pixnet.net/blog/post/33972252	猴王露營為什麼？好想去露營！
112	2018-06-01	https://www.cheers.com.tw/article/article.action?id=5090422	露營，一種會上癮的相思病？達人帶路，行前做好2大準備，新手也能瘋露營
113	2021-10-06	https://www.cna.com.tw/news/alloc/202110060161.aspx	彰化清水岩豪華露營區開幕 添觀光生力軍
114	2019-11-11	https://energy-smart.hccg.gov.tw/home.jsp?id=19&parentpath=0,5&mcustomize=onemessages_view.jsp&toolsflag=Y&dataserno=202011110001&t=esmartOnes&mserno=201612280001	觸口露營 節能減碳這樣玩
115	2021-08-30	https://wisebaby.tw/tour-campsite/	露營懶人包 提供生態導覽的親子營地
116	2020-06-05	https://goodlifernote.com/tips-for-camp-and-tent-build/	【露營教學】家庭露營必學的5大技巧，搭帳篷、紮營、選地點的注意事項
117	2021-07-13	https://www.camptrip.com.tw/blog/%E9%9C%B2%E7%87%9F%E5%A5%BD%E8%99%95/	【露營好處】你也瘋露營嗎 7大露營好處
118	2019-07-18	https://zhishiblog.com/1818.html	戶外露營有哪些好處？
119	2020-06-01	https://grass.camp/what_is_group_camping/	團露是什麼？找一群人露營的6個優點
120	2020-11-04	https://www.chfn.org.tw/publication/article/3/882	走！親子快樂露營趣
121	2016-06-06	https://www.liou-tai.net/index.php?route=pavblog/blog&id=197	親子露營解密，告訴你為什麼要帶孩子去露營！（上）
122	2019-12-06	https://travel.line.me/article/1129	【懶人包】第一次露營就上手！新手疑問懶人包，加碼10處推薦露營地！

123	2018-01-18	https://kknews.cc/zh-tw/news/gzkykx9.html	露營對孩子的好處您可能還沒想到
124	2021-10-06	https://www.klook.com/zh-TW/blog/family-camping-recommendation/	【2021 親子露營】全台 12 個免裝備營地，與孩子享受山林之樂
125	2020-07-28	https://takibi.tw/gear/beginner/39175/	這就是單獨露營的魅力！徹底分析其優點與必備用品介紹
126		https://swd.wda.gov.tw/cht/index.php?code=list&flag=detail&ids=89&article_id=777	輕鬆搞定帳篷 銀髮族露營正當道！
127	2021-06-10	https://blog.ulifestyle.com.hk/article/laic-himama/4137900/%E8%A6%AA%E5%AD%90%E9%9C%B2%E7%87%9F-%E5%B0%8D%E5%B0%8F%E6%9C%8B%E5%8F%8B%E6%88%90%E9%95%B7-10%E5%A4%A7%E5%A5%BD%E8%99%95%E5%85%A8%E5%85%AC%E9%96%8B	親子露營 對小朋友成長 10 大好處全公開
128	2021-08-12	https://www.storyman.club/%E8%A6%AA%E5%AD%90%E9%9C%B2%E7%87%9F%E5%A5%BD%E5%A5%BD%E7%8E%A9/	親子露營好好玩
129	2021-02-27	https://hippiecamping.pixnet.net/blog/post/4725221	<u>為什麼我要露營？露營的好處？</u>
130	2020-05-20	https://www.sakura.com.tw/LifeStyle/detail/81	露營準備食物有哪些？事先設計好菜單，開心出遊不怕餓肚子！
131	2018-01-18	https://kknews.cc/zh-tw/news/gzkykx9.html	露營對孩子的好處您可能還沒想到
132	2017-03-07	https://read01.com/zh-tw/z6NDPm.html#.YYpAf2BBxPY	帶孩子去露營的好處！讓人意想不到！
133	2020-11-26	https://zh-chs.activityjapan.com/feature/winter_glamping/	冬季露營有哪些好處和方式？介紹對有孩子的家庭來說安全的受歡迎的豪華露營設施!!
134	2019-01-24	https://cisforchristinec.com/2019/01/24/yilan-glamping/	【宜蘭】那一村 露營正夯，由 GLAMPING 入門的十大優點

135	2019-11-13	https://www.mababy.com/knowledge-detail?id=9694	露營還要挑季節？不需要！下雨天也能這樣玩
136	2019-11-13	https://www.mababy.com/knowledge-detail?id=9693&%E7%AC%AC%E4%B8%80%E6%AC%A1%E9%9C%B2%E7%87%9F%EF%BC%8C%E5%A6%82%E4%BD%95%E6%8C%91%E9%81%B8%E9%81%A9%E5%90%88%E7%9A%84%E7%87%9F%E5%9C%B0%EF%BC%9F	第一次露營，如何挑選適合的營地？
137	2019-05-22	https://www.mababy.com/knowledge-detail?id=3497	夯！10種親子露營必做的有趣活動！
138	2020-09-02	https://www.walkerland.com.tw/subject/view/270533	離台北不過1小時車程，「金山皇后鎮森林」靜靜藏在山裡面，轉幾個彎就能抵達，親山近海還看得到滿天星星。
139	2021-07-06	https://www.mombaby.com.tw/articles/9919707	山水行動冰箱，拉著我一起親子露營吧！！
140	2018-10-17	https://www.mombaby.com.tw/articles/13965	親子玩露營·全家野放趣
141	2021-10-25	https://tripmoment.com/Trip/975457336.html	宜蘭·冬山 「天入露營車」豪華露營，梅花湖畔享湖光山色、騎自行車餵鴨子，最適合親子的露營體驗
142	2018-03-31	https://tw.appledaily.com/life/20180331/7XWNTAJIO7P4EOT2LCG3DI7HX4/	露營好處多 可以放鬆又能親近大自然
143	2020-10-22	https://bobowin.blog/hualien-hayaku/	花蓮壽豐新景點《海崖谷免搭帳豪華露營區、海景景觀餐廳，帶你實際住一晚(優缺點分析、值不值得來住)
144	2019-06-15	https://www.gushiciku.cn/dc_hk/200875913	孩子參加露營好處多多，但這些自救技巧必須瞭解
145	2020-11-09	https://smart.businessweekly.com.tw/Reading/IndepArticle.aspx?id=23965	從露營中，讓孩子學習獨立
146	2021-11-12	https://bobowin.blog/category/family/camping/	嘉義親子住宿《詩情花園渡假村露營車，阿里山下一泊二食，享受火烤BBQ大餐

147	2021-11-08	https://bobowin.blog/hsinchu-xiong/	新竹免搭帳露營 愛上喜翁豪華露營區，一泊四食全包式露營，龍蝦海鮮BBQ 超飽足
148	2020-04-01	https://travel.line.me/article/1807	2021 親子免裝備露營場地、露營車、行程全收錄，所有露營疑難雜症一次解決！
149	2020-10-17	https://www.popdaily.com.tw/travel/1135950	【全台 11 個特色親子露營區懶人包】免裝備輕鬆入住豪華營帳、露營車和童話樹屋
150	2021-11-05	https://www.mombaby.com.tw/articles/9921368	人到就好！免裝備親子露營，媽媽也能享愜意
151	2020-08-13	https://blog.bananny.co/2020/08/13/kids-friendly-camping-list1/	親子飯店去膩了？免帶裝備的豪華親子露營推薦你！
152	2020-07-22	https://fresh438.pixnet.net/blog/post/44873527	【苗栗住宿】紮營趣，免裝備露營，神殿帳超豪華還有冷氣吹，蚊蟲少，DIY、戲水池、彈跳床與沙坑任您玩到
153	2021-10-21	https://meet.eslite.com/tw/tc/article/202110200001	最適合新手的露營體驗！十大免裝備露營車推薦，山海美景一覽無遺
154	2019-02-24	https://www.hotelscombined.com.tw/news/%E5%8F%B0%E7%81%A3-top7-glamping/	【全台 Glamping】台灣 Top7 免裝備露營推薦，看完超心動！
155	2021-05-15	https://lotuslin.com/blog/post/lofiland	露營 苗栗卓蘭自然園農場免裝備親子露營推薦！BBQ+獨立溫泉池一泊二食超輕鬆豪華露營
156	2020-10-07	https://read01.com/zh-tw/Gm0o0a2.html#.YZR0z2BBxPY	露營好物首選 大空間 MPV 途睿歐
157	2015-12-01	https://read01.com/2GKm88.html#.YZR2FWBBxPY	【完美露營必備】這裡有風景也有海姆的關心
158	2021-07-09	https://times.hinet.net/news/23404552	一起我們露營去！2021 全台最新懶人露營、豪華露營車一次看！
159	2015-07-29	https://www.storm.mg/lifestyle/59108	你露營了嗎？全臺十分之一的人都在露營，到底哪裡吸引人？
160	2013-12-06	https://erictphsieh.pixnet.net/blog/post/1	為什麼要露營

		68894345	
161	2018-10-18	https://www.walkerland.com.tw/article/view/203803?page=6&utm_source=POPIN#	【露營】第4露台中高海拔親子樂園 親子活動、星空電影院、雲海就在覓靜莊園，小而美不超收規劃親子廁所的優質營地
162	2020-03-01	https://angela51.com/yabasmountain/	亞爸的山小木屋.彷彿來到歐洲鄉村 南山部落露營輕鬆遊
163	2020-10-16	http://www.sports-life.com.tw/index.php/2020/10/16/30kyanpu/	冬天去戶外露營要注意什麼？在這介紹 30 個方式
164	2020-11-18	https://stylenotes.taipei/blog/post/328294147-camping	[露營] 露營與野營為什麼這麼搶手？它是未來旅遊趨勢嗎？ 露營，城市野營，生活風格，野營
165	2020-03-03	https://today.line.me/tw/v2/article/25EYz8	露營為何突然成為流行風潮？網曝秘辛
166	2021-04-14	https://today.line.me/tw/v2/article/9k17Bq	台灣怎一堆人開始露營？超夯關鍵曝
167	2021-08-26	https://www.ettoday.net/news/20210826/2064789.htm	「把家搬到營地睡！」露營進化出冷氣 鄉民：比飯店貴在紅什麼？
168	2021-09-03	https://tw.appledaily.com/supplement/20210903/CCQCVJ6RH5GZNDGI52PQWB743E/	和牛龍蝦吃起來！苗栗最新豪華露營周六超難訂 入住3小時餵食一次太誇張
169	2021-10-18	https://news.sina.com.tw/article/20211018/40248880.html	露營車在台難流行？行家揭殘酷問題
170	2020-01-14	https://handler.travel/taiwan/%E5%8F%B0%E7%81%A3glamping-%E5%8F%B0%E7%81%A3%E8%B1%AA%E8%8F%AF%E9%9C%B2%E7%87%9F-%E5%8F%B0%E7%81%A3%E9%9C%B2%E7%87%9F%E7%87%9F%E5%9C%B0/	【台灣 Glamping】盤點台灣豪華露營5大熱點！入住星空帳篷、露營車、樹屋！
171	2021-07-12	https://www.5ialive.com/column/?mode=detail&id=429&tid=3	疫後微旅行 一卡皮箱露營免裝備正夯
172	2021-04-08	https://lifestyle.heho.com.tw/archives/47653	最親近大自然的微旅行！在台灣能夠體驗5種營地

173	2021-04-19	https://rocky.tw/campervan/	全台超好玩露營車懶人包 全台灣七間特色露營車、可攜帶寵物入住
174	2019-06-13	https://travel.talk.tw/Article.aspx?Article_ID=2309	免搭帳棚絕美豪華露營秘境！一起體驗在星空下烤肉、泡溫泉！
175	2021-08-06	https://www.epochtimes.com.tw/n350651/%E9%81%8A%E5%B1%B1%E7%8E%A9%E6%B0%B4%E6%89%8D%E4%B8%8D%E6%9C%83%E8%80%81%E7%BC%81%E8%B7%9F%E8%91%97%E4%BA%BA%E6%B0%A3%E7%88%BA%E7%88%BA%E9%9C%B2%E7%87%9F%E5%8E%BB.html	遊山玩水才不會老！跟著人氣爺爺露營去
176	2021-08-20	https://blog.xinmedia.com/article/196992	【全包式豪華露營】親子同遊／魔術表演/水池大草地懶人露營-《Satiat 享慢活》
177	2019-04-18	https://www.chinatimes.com/newspapers/20190418000347-260204?chdtv	台中新建案 吹起時尚露營風
178	2019-06-14	https://www.tommysbaking.com/School_E_page.php?TVcode=31&Vcode=334	露營文化的由來
179	2020-09-07	https://udn.com/news/story/120665/4828625	立槳夜遊賞藍色夜光沙！台灣懶人露營活動「夯體驗 10 選」
180	2021-11-08	https://travel.yam.com/article/125821	嘉義台南 4 個豪華露營！免裝備入住玻璃星空帳，濱湖營地如仙境，在帳內就能泡湯看星星
181	2021-10-07	https://www.tripresso.com/blog/2021/10/%E8%B1%AA%E8%8F%AF%E9%9C%B2%E7%87%9F-%E6%87%B6%E4%BA%BA%E9%9C%B2%E7%87%9F/?amp	懶人露營區推薦 懶人也能享受免裝備的豪華露營體驗！
182	2020-11-30	https://event-web.line.me/ectw/v2/article/Gwo595	【宜蘭露營】下次去換個地方住吧！露營車・免裝備露營營區推薦
183	2021-07-08	https://sncchan0608.pixnet.net/blog/post/361568343	解封後露營提案 走！山城露營去！苗栗 9 大豪華・懶人露營推薦
184	2020-07-31	https://blog.tripool.app/3442/top-5-campervan-in-taiwan-2020/	免搭帳免裝備輕鬆露營！推薦「全台 5 大特色露營車住宿」
185	2021-06-07	https://www.popdaily.com.tw/forum/life/	2021 最新！懶人露營、豪華露營車、

		989103	親子露營區推薦
186	2020-03-18	https://stayingfun.com/zh-tw/taiwan-camping/	免裝備露營 TOP 5！懶人露營一次搞定裝備、玩法、美食
187	2021-10-19	https://www.vogue.com.tw/lifestyle/article/glamping-%E9%9C%B2%E7%87%9F%E8%BB%8A	旅宿精選／2021 全台 12 個親近大自然「豪華露營車」GLAMPING 推薦！絕美星空、湖景第一排，免裝備開啟懶人度假模式
188	2021-02-11	https://amanda390.com/chanshuo/	免裝備懶人露營新據點來啦『蟬說山中靜靜』台中酒桶山一泊二食帳篷野營放空趣！
189	2020-08-19	https://fresh438.pixnet.net/blog/post/44891391?comment_page=2	【苗栗住宿】寨酌然野奢莊園，免裝備豪華露營，適合親子與網美，設施、活動與餐點好豐富。
190	2021-06-21	https://times.hinet.net/news/23379276	【宜蘭露營 TOP5 推薦】別再住旅館飯店啦！露營值得你嘗試一起走進大自然
191	2020-08-27	https://women-shuo.com/97793/2020%E9%9C%B2%E7%87%9F%E5%8D%80%E6%8E%A8%E8%96%A6%EF%BC%81%E3%80%8C%E5%85%8D%E8%A3%9D%E5%82%99%E3%80%81%E5%85%8D%E6%90%AD%E5%B8%B3%E3%80%8D%E8%B6%85%E5%A4%AF%E6%89%93%E5%8D%A1%E8%81%96%E5%9C%B0%7/	2020 露營區推薦！最適合新手「免裝備、免搭帳」超夯打卡聖地 TOP7，讓你輕鬆親近大自然
192	2020-04-29	https://www.cardu.com.tw/travel/detail.php?33189	懶人輕旅行！全台灣免裝備露營推薦，山林秘境、海邊觀星豪華體驗
193	2021-03-14	https://ebcbuzz.com/category/fun/trip/236807	出去玩不用像搬家一樣！5 家高 CP 值的「免裝備豪華露營」推薦，第一家居然千元有找！
194	2020-04-22	https://www.bella.tw/articles/design&adget/22711	苗栗 4 個仙女最愛去的「豪華露營」推薦！山間上雲霧繚繞美得就像仙境～
195	2020-04-17	https://eztravelnews.blog/2020/04/17/camp/	【懶人露營】免裝備豪華露營場推薦，遠離人群吧！享受最親近大自然的

			旅行方式
196	2021-11-21	https://news.cts.com.tw/cts/life/202111/202111212063162.html	台中外埔設露營區 多種營帳任君挑選！
197	2020-11-18	https://www.trademag.org.tw/page/itemsd/?id=774766&no=19	露營熱潮 商機發酵
198	2021-04-14	https://www.chinatimes.com/realtimene ws/20210414001682-260405?chdtv	露營商機崛起 各品牌搶搭熱潮
199	2021-03-05	https://www.aurban.com.tw/zh-hant/blog/posts/glamping-at-home	Glamping at home! 在家輕露營三大必備單品
200	2021-08-17	https://www.5ialive.com/column/?mode=detail&id=496	野奢露營風持續發燒 新營區搶攻暑假熱潮
201	2021-06-05	https://www.thenewslens.com/article/151890	如何成為 outdoor 咖？三種露營方式 & 五個台灣超棒的露營區
202	2020-05-20	https://mochislife.com/taiwan-camping/	<u>最強露營 IG 打卡點！全台 24 間網美懶人露營，價格寵物評價超強攻略！免裝備親子露營最適合！</u>
203	2021-11-18	https://twobunny.tw/blog/post/69517174-%E5%AE%9C%E8%98%AD%E9%9C%B2%E7%87%9F%E3%80%8B%E9%B3%B3%E6%A2%A8%E5%B1%8B%E6%B0%B4%E4%B8%8A%E8%8E%8A%E5%9C%92-%E9%9C%B2%E5%A2%85-villa-%E8%8C%B6%E8%8A%B1%E5%9C%92-	<u>宜蘭露營》鳳梨屋水上莊園 露墅 Villa 茶花園 豪華懶人露營～滿滿美拍場景的五星露營區，一泊三食、獨立客廳衛浴、Dyson 吹風機、彈簧床和冷暖氣～一卡皮箱就能輕鬆露營超愜意</u>
204	2021-11-03	https://www.vogue.com.tw/lifestyle/article/glamping	Vogue 去哪玩／後疫情最夯旅遊關鍵字「豪華露營 (Glamping)」3 大重點與超豐富人氣營區推薦總整理！
205	2019-05-16	https://today.line.me/tw/v2/article/XeGERQ	不用自己搭帳棚！全台 8 大特色露營區提著行李就入住，一起賞星空觀銀河！
206	2021-11-17	https://www.womenshealthmag.com/tw/mental/gotravel/g38184011/camp/	全台 6 間「豪華露營」推薦！自然星空、蒙古包、職人體驗活動，免裝備的懶人首選露營
207	2020-07-08	https://ipop.sina.com.tw/posts/483334	懶人露營正夯！盤點全台 5 大特色營

			地，「海景、星空」盡收眼底～
208	2021-08-13	https://www.storyman.club/%E7%89%B9%E8%89%B2%E9%9C%B2%E7%87%9F%E5%8D%80%E6%8E%A8%E8%96%A6/	台灣七個特色露營區推薦
209	2021-08-04	https://www.camptrip.com.tw/blog/campingtype/	【露營類型】你喜歡哪種露營類型 3種露營類型大解析
210	2021-10-14	https://money.udn.com/money/story/122328/5816702	秋天露營去！KLOOK 精選全台 6 大風格豪華露營

