

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

以網路評論探討旅遊意象及體驗價值

—以石門水庫風景區為例

Exploring Tourism Image and Experience Value with Online
Reviews--Shimen Reservoir Scenic Area as an Example

黃莘閑

Shin-Shian Huang

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

以網路評論探討旅遊意象及體驗價值-

以石門水庫風景區為例

Exploring Tourism Image and Experience Value with Online

Reviews - Shimen Reservoir Scenic Area as an Example.

研究生：黃萃閑

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)：旅遊管理學系主任許澤宇

口試日期：中華民國 111 年 6 月 29 日

謝 誌

光陰荏苒，重拾學生身份成為研究生，好像才是不久前的事，而今也將近尾聲了，回首這二年來的生活，工作、家庭、課業三頭燒，尤其撰寫論文後期這半年，充實無疑就是意謂著無盡的忙碌，如今，在這盛夏時分，終於畫上休止符了。付出後收成的果實，滋味總是最甜美的，此刻，心中除了有卸下重擔的歡欣喜悅，更多的是滿滿的感謝。

感謝這段時間，所有教導過我的老師們，尤其要感謝指導教授丁誌敏博士，老師詼諧幽默的教學風格和熱忱，讓睽違校園多年後的我，再次領略了學習的樂趣；對於老師在論文撰寫的這期間不斷給予指導糾正，引領我完成這項艱難的作業，僅在此致上我最誠摯的謝意。也感謝二位博學的口委-戴錦周教授和柳婉郁教授，寶貴的意見讓我在論文的最後一哩路，做了更完善的ending。

謝謝同學們一起在人生最高的學習殿堂之中留下難忘歷程，更要感謝家人的支持，尤其是2個兒子，每當感到疲憊時，會貼心幫我按按摩，就又讓我有了動力，繼續前行。最後，由衷感恩南華大學帶給我這一切美好的因緣際會，在我的人生路上增添了精彩片段，點點滴滴都將永留我心。

黃莘閑 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：以網路評論探討旅遊意象及體驗價值—以石門水庫風景區為例

研究生：黃莘閑

指導教授：丁誌紋 博士

論文提要內容：

本研究是以斷詞處理方式，蒐集網路平台部落文、相關報導、評論等之關鍵語詞，再以頻率分析、文字雲、共詞分析及多元尺度分析，得知遊客們到訪石門水庫後，有著怎樣的意象、感受及體驗價值，進行分析其觀光發展上的優勢及劣勢。研究結果和建議如下：

石門水庫風景區的四季、晴雨冷暖各有特色，就像一幕豐富變化的大自然劇場，園區內建設大都順勢造景，加上獨有的精緻風情，因此終年都是適合散步健行和賞景的好時節。園區內熱門景點包括大壩、溢洪道、遊湖碼頭、溪洲公園、依山閣、槭林公園、南苑生態園區、嵩台、皆是遊客必訪景點；熱氣球噴火秀、環湖自行車、遊湖登薑母島則是石門水庫近年來的新意象。從研究數據也顯示，無論是散步野餐、賞花觀景、搭船環湖、騎自行車或活魚美食等體驗活動，給遊客的感受，都是放鬆、忘卻塵囂等閒逸舒暢又美好的。

走過將近一甲子的石門水庫，有段時期旅遊榮景不若過往，故欲建議相關單位可先將園區內許多已嚴重掉漆之建物或設施，重新粉刷或增加彩繪圖案；對於水庫特有的「山中湖」夕陽美景也能多做宣導。市府近年舉辦的「熱氣球嘉年華」或「楓半馬」等，已顛覆了過往石門水庫只給遊客慢活的意象，因此建議也可依季節多多結合週邊資源，如近年的大溪慈湖水岸公園光影水舞秀等大型夜遊活動，營造更多元的夯旅遊。

關鍵詞：石門水庫、旅遊意象、體驗價值、部落格

Title of Thesis: Exploring Tourism Image and Experience Value with Online Reviews--Shimen Reservoir Scenic Area as an Example

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: Shin-Shian Huang **Advisor:** Chih-Wen Ting, Ph.D.

Abstract

This research uses word segmentation processing to collect key words from blog posts, related reports, comments, etc. on the Internet platform, and then uses frequency analysis, word cloud, co-word analysis and multivariate scale analysis to find out that tourists visit Shimen Reservoir after they visit Shimen Reservoir. what image, feeling and experience value it has, and analyze the advantages and disadvantages of its tourism development. The findings and recommendations of the study are as follows:

The Shimen Reservoir Scenic Area has its own characteristics in the four seasons, sunny, rainy, cold and warm, just like a natural theater with rich changes. Most of the constructions in the park are built according to the situation, plus the unique and exquisite style, so it is suitable for walking and enjoying the scenery all year round. good times. Popular attractions in the park include the dam, spillway, wharf, Xizhou Park, Yishan Pavilion, Zilin Park, Nanyuan Ecological Park, Songtai, all of which are must-visit attractions for tourists; hot air balloon fire show, bicycles around the lake, Visiting the lake and climbing to Jiangmu Island is a new image of Shimen Reservoir in recent years. The research data also shows that, whether it is a walk for a picnic, a flower viewing, a boat ride around the lake, a bicycle ride or fresh fish food and

other experiential activities, the experience for tourists is leisurely, comfortable and beautiful.

Walking through the Shimen Reservoir, which is nearly a jiazia, it seems that many buildings in the park are old and there are not many themes that attract tourists. There was a period of time when the tourism boom was not as good as the past, so it is recommended that relevant units can replace many of the buildings in the park. Buildings or facilities that have been seriously peeled off should be repainted or added with painted patterns; at the same time, more sightseeing promotions can be made for the unique sunset scenery of the "Lake Yamanaka". The "Hot Air Balloon Carnival" or "Maple Half Marathon" held by the city government in recent years has also subverted the previous image of Shimen Reservoir only giving tourists a slow life. Therefore, it is suggested that the surrounding resources can also be combined according to the season, such as the waterfront of Daxi Cihu Lake. Large-scale night tours such as light and shadow shows in the park, etc., create a richer tourism with more sense.

Keywords: Shimen Reservoir, 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 研究背景與動機.....	1
1.2 研究目的.....	9
1.3 研究流程.....	10
第二章 文獻探討	12
2.1 直轄市級及縣（市）級風景特定區定義.....	12
2.2 研究主題背景探討.....	12
2.3 旅遊意象.....	16
2.3.1 旅遊意象的定義	16
2.3.2 旅遊意象的形成	18
2.3.3 旅遊意象的功能	19

2.4 體驗價值.....	20
2.4.1 體驗的定義.....	20
2.4.2 體驗價值的定義.....	21
2.5 部落格.....	22
2.5.1 部落格的定義.....	22
2.5.2 部落格的種類.....	23
2.5.3 旅遊部落格特性.....	24
2.5.4 旅遊部落格與觀光業.....	25
2.6 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.....	31
3.2.1 研究對象與範圍.....	31
3.2.2 資料來源.....	33
3.2.3 資料蒐集.....	34
3.3 研究工具.....	36
3.3.1 文字探勘技術.....	36
3.3.2 中文斷詞系統與關鍵詞之篩選.....	38

3.3.3 頻率分析	38
3.3.4 多元尺度分析	38
第四章 研究結果	40
4.1 網路部落文樣本資料蒐集之結果	40
4.2 關鍵詞與中文斷詞系統	45
4.2.1 斷詞處理	46
4.2.2 詞語頻率整理	49
4.2.3 詞語整合	51
4.3 關鍵詞頻率分析	55
4.3.1 關鍵詞次數分析	55
4.3.2 關鍵詞篇數分析	59
4.3.3 關鍵詞文字雲	64
4.3.4 頻率分析比較	69
4.4 共詞分析	72
4.5 多元尺度分析	86
第五章 結論與建議	94
5.1 結論	94
5.2 建議	97

5.3 研究限制.....	101
5.4 研究貢獻.....	102
參考文獻.....	103
附錄一部落格文章與網址.....	112



表目錄

表 1.1 國人國內旅遊總次數.....	3
表 1.2 國內旅遊利用日期.....	3
表 1.3 旅遊時主要從事的遊憩活動.....	4
表 2.1 石門水庫之觀光資源.....	13
表 2.2 石門水庫「亮點活動」之觀光資源.....	15
表 2.3 部落格常用別名.....	22
表 4.1 部落格文章及評論來源網站一覽表&比例圖.....	41
表 4.2 免費部落格推薦整合表.....	42
表 4.3 台灣五大常見寫作平台比較表.....	43
表 4.4 採樣之部落格文章發表年分.....	43
表 4.5 232篇網路文章各月篇數表.....	45
表 4.6 石門水庫相關文章各篇之斷詞數.....	48
表 4.7 Excel程式刪除重複語詞.....	49
表 4.8 Excel 處理詞語出現次數.....	50
表 4.9 Excel 處理詞語出現篇數.....	50
表 4.10 斷詞整合一覽表.....	51
表 4.11 關鍵詞出現次數一覽表.....	56

表4.12 關鍵詞出現篇數一覽表.....	61
表4.13 石門水庫旅遊意象詞語分類表.....	64
表4.14 關鍵詞出現次數、篇數 比較表.....	70
表4.15 兩個關鍵詞共詞組合.....	73



圖目錄

圖 1.1 石門水庫2017~2021年遊客人數各月統計圖	7
圖 1.2 石門水庫最近10年各年遊客人次統計圖	8
圖 1.3 研究流程圖	10
圖 1.4 研究範圍：石門水庫園區	11
圖 3.1 研究架構圖	30
圖 3.2 部落格關注資訊類型	31
圖 3.3 全世界最廣泛使用的五大搜尋引擎	33
圖 3.4 最好用的搜尋引擎	34
圖 3.5 相關文章收集	35
圖 3.6 相關文章建檔	36
圖 3.7 資料探勘&文字探勘	37
圖 4.1 CKIP中文斷詞系統輸出結果	46
圖 4.2 石門水庫328個關鍵詞文字雲	58
圖 4.3 石門水庫328個關鍵詞次數前20%文字雲	60
圖 4.4 石門水庫328個關鍵詞篇數前20%文字雲	60

圖 4.5 石門水庫自然資源文字雲.....	65
圖 4.6 遊客休閒遊憩體驗文字雲.....	66
圖 4.7 石門水庫觀光設施文字雲.....	67
圖 4.8 石門水庫自然環境意象文字雲.....	68
圖 4.9 地方氛圍文字雲.....	69
圖 4.10 石門水庫旅遊意象及體驗價知覺定位圖.....	87
圖 4.11 石門水庫陸域旅遊意象及體驗價知覺定位圖.....	87
圖 4.12 石門水庫環湖遊艇示意圖.....	90
圖 4.13 石門水庫熱氣球嘉年華活動示意圖.....	92

第一章 緒論

石門水庫位在桃園市龍潭區、大溪區、復興區和新竹縣關西鎮，是台灣主要水庫之一，有灌溉、發電、供水、防洪和旅遊等等功能，周圍的湖光山色及經典景觀是吸引民眾來到桃園旅遊的風景名勝之一。因此，本研究以遊客發表於網路上的遊記或評語，對其進行旅遊意象及體驗等相關層面的探討。

1.1 研究背景與動機

我國近十年來，因著經濟穩定成長，各階層民眾收入皆提高，加上週休二日的實施，人們參與休閒的時間和機會變多，注重室外休閒活動的人口更是不斷上升，使得國內的觀光休閒旅遊需求增加，旅遊市場也大幅度的成長。根據「109年國人旅遊狀況調查」（交通部觀光局，2020）統計資料顯示，國人從事國內旅遊的比例達 88.4%，或許是受新冠肺炎疫情影響，可惜其較108年小幅減少了2.7個百分點。但國人國內旅遊次數仍達1億4,297 萬次，其中又以利用「週末或星期日」旅遊者最多（占52.6%），旅遊天數為1天最多（占66.4%），旅遊目的則以「觀光、休憩、度假」為主（占79.2%）。旅遊時，民眾主要的遊憩活動則以「自然賞景活動」的比例為最高(63.3%)，由此可見，走向戶外的休閒方式，已成為國人的旅遊習慣，也因此，多年來持續為國內旅遊觀光事業帶來無窮的商機。石門水庫數十年來一直都是桃園地區旅遊景點中，遊客們心目中自然賞景的熱門點之一，因此本研究選定其為研究目的地。我國近十年來，因著經濟穩定成長，各階層民眾收入皆提高，加上週休二日的實施，人們參與休閒的時間和機會變多，注重室外休閒活動的人口更是不斷上升，使得國內的觀光休閒旅遊需求增加，旅遊市場也大幅

度的成長。根據「109年國人旅遊狀況調查」(交通部觀光局, 2020)統計資料顯示, 國人從事國內旅遊的比例達 88.4%, 或許是受新冠肺炎疫情影響, 可惜其較108年小幅減少了2.7個百分點。但國人國內旅遊次數仍達1億4,297 萬次, 其中又以利用「週末或星期日」旅遊者最多(占52.6%), 旅遊天數為1天最多(占66.4%), 旅遊目的則以「觀光、休憩、度假」為主(占79.2%)。旅遊時, 民眾主要的遊憩活動則以「自然賞景活動」的比例為最高(63.3%), 由此可見, 走向戶外的休閒方式, 已成為國人的旅遊習慣, 也因此, 多年來持續為國內旅遊觀光事業帶來無窮的商機。石門水庫數十年來一直就是桃園地區旅遊景點中, 遊客們心目中自然賞景的熱門點之一; 再者也因石門水庫眾多文獻中, 幾乎皆為水利方面的議題, 鮮少以觀光旅遊為論點, 因此本研究選定其為研究目的地, 期盼研究結果可讓更多人認識石門水庫旅遊體驗的魅力。

表1.1 國人國內旅遊總次數

單位：次

項目	109年					108年
	第1季	第2季	第3季	第4季	全年	
12歲以上國人 旅遊總次數 (全年占比)	32,252,000 (22.6%)	31,819,000 (22.3%)	40,509,000 (28.3%)	38,390,000 (26.9%)	142,970,000 (100.0%)	169,279,000
含未滿12歲隨 行同戶兒童 (全年占比)	37,090,000 (22.3%)	37,228,000 (22.4%)	47,396,000 (28.5%)	44,532,000 (26.8%)	166,246,000 (100.0%)	194,974,000

表1.2 國內旅遊利用日期

單位：%

利用日期	109年					108年
	第1季	第2季	第3季	第4季	全年	
合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
國定假日	32.3	20.0	—	5.1	13.0	11.6
週末或星期日	41.4	49.0	58.5	58.6	52.6	55.3
平常日	26.3	31.0	41.5	36.3	34.4	33.2

註：1.108年國定假日為28天，109年國定假日則為33天。

表1.3 旅遊時主要從事的遊憩活動

單位：%

遊憩活動	109年	108年
自然賞景活動	63.3	65.7
觀賞海岸地質景觀、濕地生態、田園風光、溪流瀑布等	53.6(1)	55.6(1)
森林步道健行、登山、露營、溯溪	42.4(2)	40.6
觀賞動物(如賞鯨、螢火蟲、賞鳥、貓熊等)	7.8	7.5
觀賞植物(如賞花、賞櫻、賞楓、神木等)	14.6	17.5
觀賞日出、雪景、星象等自然景觀	6.1	6.4
文化體驗活動	25.1	29.6
觀賞文化古蹟	5.2	7.1
節慶活動	1.0	1.7
表演節目欣賞	1.4	2.0
參觀藝文展覽	4.3	5.0
參觀活動展覽	2.2	3.0
傳統技藝學習(如竹藝、陶藝、編織等)	0.4	0.4
原住民文化體驗	0.7	0.8
宗教活動	8.1	9.2
農場農村旅遊體驗	2.2	1.9
懷舊體驗	2.8	2.8
參觀有特色的建築物	3.4	3.8
戲劇節目熱門景點(電影、偶像劇拍攝場景等)	0.1	0.1
運動型活動	5.1	5.3
游泳、潛水、衝浪、滑水、水上摩托車	2.3	2.2
泛舟、划船	0.3	0.2
釣魚	0.2	0.2
飛行傘	—	0.0
球類運動	0.3	0.3
攀岩	0.0	0.1
滑草	0.0	0.0
騎協力車、單車	1.9	2.4
觀賞球賽	0.2	0.1
路跑、馬拉松	0.1	0.1

資料來源：交通部觀光局

網路帶給人們不可思議的便利，也改變了眾人生活習慣的方式。以前，必須至書局或圖書館才能看到的資料，現在則是：谷歌在手立即擁有，完全沒有空間地點的限制；過去要計劃旅遊時，通常是要參考旅遊工具書或是報章雜誌，詢問週遭好友和旅行業者；今日則是透過網路輸入關鍵字，立即就有許多旅人分享的遊後心得，不僅有景點的介紹說明、各式活動詳情，有美食或當地小吃，照片更是網友們最不吝分享的記事之一，琳琅滿目的資訊，讓搜尋者對於旅遊訊息很快即有清晰的概念。所以網路部落文及評價，已成為當今最主流的訊息傳播方式，不論是消費者或旅遊業者，以其為參考而帶來的旅遊行為及行程，亦是不勝枚舉。因此本研究擬以232篇網路部落文及評語為基礎，探討石門水庫在遊客心中是如何被定位的。

本研究的目的地－石門水庫，有著山水間最美麗的一條曲線之美名，不僅在水利功能上有著輝煌歷史，其觀光效益也是不遑多讓，走入這座桃園最美的山林，遊客們無不盡興而歸。其位於桃園市大溪區、龍潭區、復興區、以及新竹縣關西鎮之間的峽谷。1955年7月，建設籌備委員會成立，民國45年開始興建。至民國53年6月，歷時8年，石門水庫正式完工。因為溪水出海口的地方，有雙峰對峙形狀仿如石門因而立名。它曾經是遠東地區最大的水庫，採土石堤岸型的壩體，攔截大漢溪溪水蓄水而成，是台灣第一座多功能的水庫。具有灌溉、發電、給水、防洪、觀光等效益。水庫環山，水域曲折綿延，沿岸風景秀麗，環湖公路與水庫大壩是遊覽重點，湖光山色，前來的遊客終年絡亦不絕，一直是桃園地區觀光旅遊勝地。水庫壩頂的高台－嵩台，登高遠眺可見水庫全景。水庫區亦有遊船，遊客可乘船遊湖。環湖公路沿途設有許多涼亭公園或景

觀咖啡廳，提供遊客駐足休憩。石門活魚，更是饕客們最愛的當地名產，水庫的水質潔淨，因此魚兒肥碩而肉質鮮美，是龍潭首屈一指的特產。「石門活魚」，料理方式多樣且獨特，因此聲名遠播，總吸引大批遊客前來品嚐（石門水庫全球資訊網，2011）。週邊著名觀光景點有慈湖、後慈湖、小烏來天空步道、大溪老街、三坑老街、大溪老茶廠、小人國遊樂園等。石門水庫近年來，各式主題活動推陳出新，全力發展觀光，所以本研究乃以石門水庫風景區為主要研究範圍，探討遊客們在到訪過石門水庫後所發表的文章，從其文字面來做分析比較，期望將研究結果提供給相關單位做為經營管理之參考，或許能使旅遊條件更臻美好，並適切的符合遊客之需求。

由下圖1.1可看出近5年來，石門水庫每月遊客人數的變化，在2017~2019這三年間，每月遊客人數皆平均介於10萬~15萬之間，然而於6月和12月時都呈大幅走高趨勢，研判6月是因南苑生態園區的熱氣球嘉年華活動帶來的人潮，12月則是因園區熱門的楓紅美景帶來的追楓遊客；然而2020和2021這二年的6月，遊客人數卻異於前述現象而呈現下滑，研判應是因防疫而取消的熱氣球嘉年華活動之故。同時，也可於圖中看出，2020年每月遊客人數皆比往年高出很多，來到25萬以上，研究生認為應是因COVID-19疫情，國人減少室內性質的娛樂休閒，改而走向戶外自然賞景的緣故；然而到了隔年2021，遊客人數又有了重大的變化，研判乃因年初桃園醫院的院內感染，導致桃園成了疫情重災區，接著雙北也爆發重大感染，5月起全台進入二級警戒，連戶外休閒都成了不可為之事，所以上半年石門水庫遊客人數大幅下滑，直到7月底解封，下半年遊客人數才又緩步恢復。

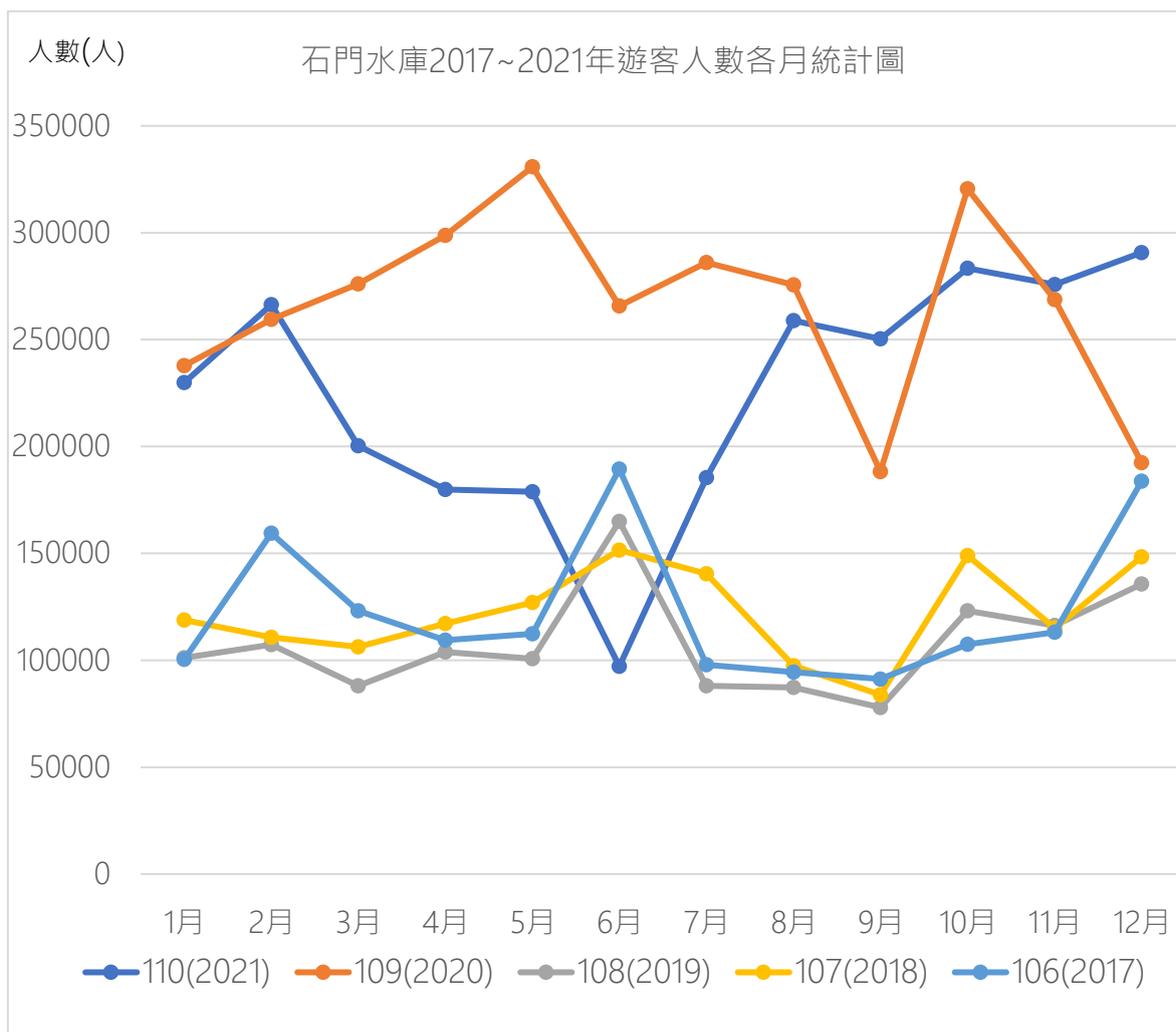


圖1.1 石門水庫2017~2021年遊客人數各月統計圖

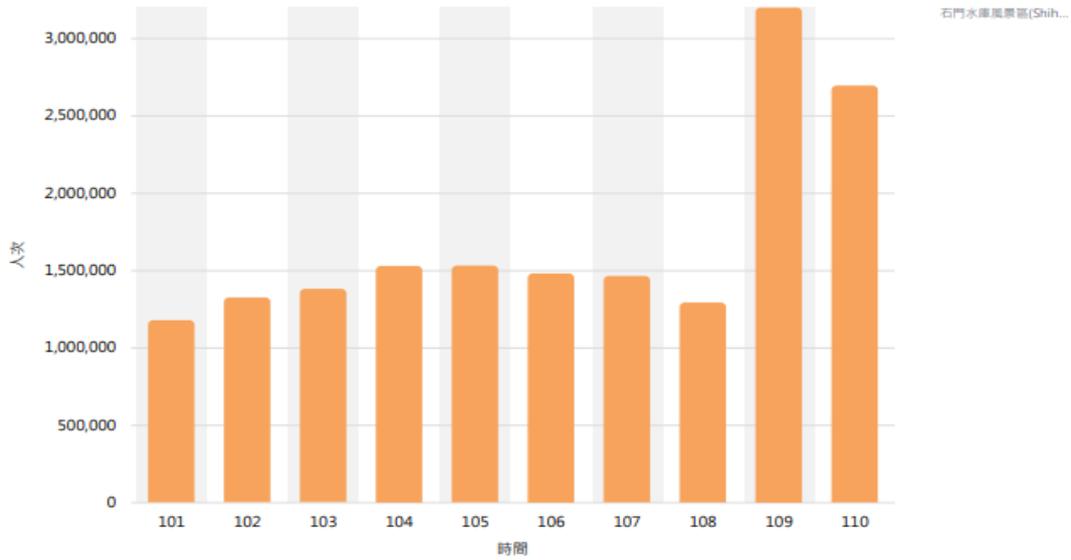
資料來源:交通部觀光局

再由下圖1.2，亦可清楚看出石門水庫過去十年來遊客人數的消長，101年~108年間，遊客人數變化不大，每年平均約為135萬左右人次，然而在109年突增到320萬人次，110年也來到近270萬，究其原因應是如前所述的COVID-19疫情之故，國人在指揮中心規範的警戒和解封之間，報復性旅遊所帶來的重大變化。由此可見自109年起管制出境，國內風景區頓時成了民眾的主要休閒去處，青山綠水的石門水庫自然是多數人心中的首選，也因此這二年來的遊客人數創下了歷史新高。

101年 ~ 110年 觀光遊憩據點(遊憩據點)人次統計

查詢條件： 石門水庫風景區 ×

長條圖 (Bar Chart)



年別 (Year)	石門水庫風景區 (Shihmen Reservoir)
101	1,179,980
102	1,327,169
103	1,383,019
104	1,531,200
105	1,533,164
106	1,482,185
107	1,465,748
108	1,294,368
109	3,200,391
110	2,696,589
總計(Total)	17,093,813

※「-」表示該年度項目無資料

圖 1.2 石門水庫最近10年各年遊客人次統計圖

資料來源：交通部觀光局(2022.6)

1.2 研究目的

石門水庫交通便利，風景優美，也有依水利優勢而創造的特殊景觀，如大壩、溢洪道氣勢萬鈞的洩洪景象、後池堰等，更有遊船登島至偶像劇場的體驗活動及迷你版的長江三峽，這些得天獨厚的珍貴資源，都是其他景點所不及的。走過近一甲子的它，在104年底獲交通部觀光局補助桃園市政府觀旅局的提案：石門水庫及大漢河流域跨域亮點計畫，近年已逐步完成。再者也因近年來市府舉辦諸多讓遊客趨之若鶩的活動主題，諸如：國際半程馬拉松路跑、自行車環湖、熱氣球嘉年華、石門活魚節等等，皆成功的獲得遊客青睞，期望再造石門水庫觀光的輝煌時代。

因此，本研究擬以石門水庫風景區為主要研究範圍，以遊客分享近幾年到石門水庫旅遊的232篇部落格文及評論，以中文斷詞系統CKIP進行斷詞後，找出關鍵詞分析並探討其結構間之關聯，再以MDS多元尺度分析說明。從這些真實的體驗中，探討近年來，石門水庫在遊客眼中有著什麼樣的意象及體驗價值，期能帶給更多遊客或旅行業者做為行程規劃之用，也期望將研究結果提供給相關單位做為管理或發展參考，使其更符合遊客需求而更受矚目。總結目的如下：

- (1) 探討遊客來到石門水庫後的旅遊意象及體驗活動。
- (2) 探討遊客有了這些體驗後的感受及體驗價值。
- (3) 提供相關單位和旅遊業者做日後發展或管理之參考。

1.3 研究流程

本研究的流程是根據五個章節來規劃和執行。第一章依據研究背景和動機確立研究目的，接著透過文獻的探討，來實驗並證明所選擇的旅遊目的地和研究工具可研究性之高低，然後收集資料建立檔案，並運用文字探勘技術，對遊客在網路的部落格內容進行分析，最後將文字量化和圖像化知覺定位，以探討結果，希望提出有建設性的建議。其研究流程，如下圖：

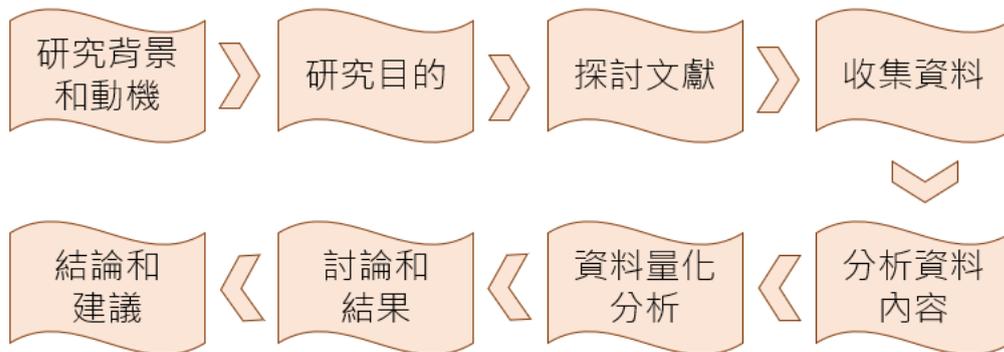


圖1.3 研究流程圖

資料來源：本研究整理



圖1.4 研究範圍：石門水庫園區

圖片來源：行政院環保署環教趴趴Go網站

<https://eego.epa.gov.tw/tour1/index-2.asp?Parser=99,4,12,,,,,25>

第二章 文獻探討

本研究旨在透過部落格的旅遊文章，以遊客的觀點和視角，來探討旅遊目的地石門水庫風景特定區的旅遊意象及體驗感受。因此本章節主要目的，在於探討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 直轄市級及縣（市）級風景特定區定義

石門水庫風景特定區為桃園市重要的風景特定區，所謂直轄市級及縣（市）級風景特定區，即按中華民國所頒布之《發展觀光條例》與附屬法規命令《風景特定區管理規則》之規定，完成風景特定區評鑑，被評定為直轄市級及縣（市）級，經直轄市政府、縣（市）政府公告的風景特定區。

2.2 研究主題背景探討

石門水庫風景區是本研究的旅遊地點，其即時影像一直是全桃園旅遊景點中，被搜尋次數最多的頁面，最近兩年每年皆有250萬人次以上遊客，故在本章節先談論其地理環境及觀光資源。

1. 地理環境及功能

石門水庫橫跨龍潭及大溪兩區，壩高一百三十三公尺，溢洪道有六座閘門，設後池堰、發電廠、石門大圳及環湖道路，是東南亞最大水利工程。觀光景點集中在水庫區，站上觀景台可登高遠眺，欣賞水庫的風景。石門水庫灌溉區域，包括桃園、新竹、台北等三市境，分由桃園、石門水利會經營。水庫供應灌溉用水，以適時適量為原則，若遇乾旱，

則協調水利會實施輪流灌溉，加強灌溉管理及宣導節約用水。是北部相當重要的水庫之一。

2. 觀光資源

石門水庫壯麗的洩洪景觀，是她得天獨厚的觀光資源，除此外，市府也持續在「以觀光發展觀光」及「鼓勵民間投資」等原則下推動。歷年來興建公共設施：有依山閣資料館、溪洲公園、南苑公園、環湖公路、遊艇碼頭、涼亭、森林步道、坪林管制站等，並興建完成壩區污水處理廠，以維護水庫水質(龍潭區公所, 2022)。

依據桃園市政府觀光旅遊局110年的施政計劃得知，推行石門水庫多元及生態旅遊遊程，發展綠色旅遊，引領綠色觀光產業發展是為遠景；因石門水庫正具備這樣的優勢環境，所以近年來主辦過的不少特色活動，也慢慢的提振了它的觀光價值。不論您是否曾到過，或有許久不曾到訪石門水庫，現在都讓我們重新刷新記憶，為美麗的石門水庫再存檔一次。茲將石門水庫豐富的美景和亮點活動，整理如表 2.1。

表2.1 石門水庫之觀光資源

景物地點	景物特色
扶輪亭	外貌像是眺望台的建築物，有著螺旋式的階梯，到了樓頂，可以看到美麗的風景及石門水庫。
薑母島	為知名偶像劇"命中註定我愛你"的拍片現場,其原名枕頭山，當山頂雲霧繚繞，遠眺如富士山，因而得名；而後來之所以被稱為薑母島，是因劇裡女主角老家所在之名

景物地點	景物特色
槭林公園	公園內樹木林立，秋天時來此處賞楓是最美的季節。楓香在秋天披上火黃的衣裳，因此賞楓其實不必遠行，來石門水庫就可以了。
石門勝景	通過上述的綠色隧道，車行約五分鐘後，即可看到石門水庫的精神堡壘-石門勝景這座古典的建物。
嵩台	水庫園區內最高處，登上嵩台，水庫湖光山色一覽無遺！
遊艇碼頭	來到了石門水庫，除了欣賞水庫的風光之外，一定要到遊艇碼頭乘船，來趟水庫遊船之旅，聆聽導覽、從不同角度欣賞水庫的美。
石門大壩 溢洪道	石門大壩位於嵩台旁，大壩有六條大排水道，每條水道都有一個管理的精密機關！洩洪時，氣動山河、萬馬奔騰的壯觀場面令人讚嘆，總吸引許多遊客前來觀賞。
依山閣	造型典雅的依山閣可以提供遊客有關石門水庫的相關資訊，也有述說石門水庫開發的歷史的專區。2021年11月，整修後落成的依山閣石門水文化館正式展開。
石門山	石門山位於石門水庫左邊，海拔僅551公尺，因周遭皆無屏障，登高視野遼闊，故廣受歡迎，每天總是吸引許多愛山的男女老少；若逢假日更是人山人海，慕名而來的各式攤販排列成街，儼然是龍潭地區的假日西門町。

資料來源：龍潭區公所觀光旅遊資訊

表2.2 石門水庫「亮點活動」之觀光資源

景觀項目	內容概要
石門活魚節	石門水庫擁有豐富自然生態及山水景，孕育出鮮美活魚，為吸引民眾至石門水庫一覽山水風光，並推廣石門活魚美食及周邊觀光，辦理石門活魚節，宣傳石門周邊遊憩資源及活魚美食料理，吸引民眾前往體驗消費，感受桃園好風光。
四季皆花季	春櫻夏桐秋楓冬梅，四季都是花季：春天來臨時，有桃花、櫻花、杜鵑爭妍鬥豔，夏日五月雪，秋天楓葉一片金黃，冬季梅花雪白，令人目不暇給。
洩洪奇景	夏秋颱風季節，為調節水庫容量，有時可欣賞到洩洪的萬馬奔騰壯觀景象。
熱氣球嘉年華	為增加石門水庫亮點活動，提高遊客到訪率，每年辦理熱氣球嘉年華活動，以熱氣球升空體驗及夜間光雕噴火秀為主軸，並安排相關系列闖關活動，讓參與民眾感受熱氣球的震撼。
環湖自行車	自行車路線由坪林收費站開始，騎乘單車遊湖可是遨遊石門水庫相當休閒的方式之一，沿著環湖公路一路賞景追風，還可在深秋時節看到美麗楓葉與聆聽蟲鳴鳥叫，想要休憩時，就到著名的湖畔咖啡館喝杯咖啡，補充體力後再出發。

景觀項目	內容概要
南苑公園再現花燈藝術風華	延續2016台灣燈會主燈之永續再利用，提供石門水庫自然生態及夜間環境教育之體驗場域，做為園區特色創意以及夜間的妝點。
石門水庫 楓半馬(半程馬拉松路跑)	石門水庫南苑停車場→環湖路→阿姆坪樂園→原路折返。透過路跑活動，讓騎者見識石門水庫的地景特色及晚秋的明媚『楓』光~

資料來源：桃園市觀光旅遊網(2020)

2.3 旅遊意象

2.3.1 旅遊意象的定義

遊客在思考旅遊地點之時，一定有著許多影響的因素，而其中重要的因素之一，就是對旅遊地的意象。所謂「意象」是指，透過人對某物行動與親身體驗的信念、印象、觀念與感覺的整體總和(Crompton, 1979)。遊客會以自己的旅遊經驗或者從旅遊資訊、各傳播媒體的搜尋，來了解旅遊地區的意象。

旅遊地區會因為觀光或旅遊地意象的關係，影響到遊客前往旅或重遊意願(Fakeye & Crompton, 1991)。進一步說，旅遊意象也有著溝通、宣傳和行銷的功能，旅遊地點一旦受到遊客的喜愛，遊客會在他們心目中建立深刻的意象，因此有助於增加遊客到訪機會、人數與口碑的宣傳(Birgit, 2001)。

遊客也會因本身的「旅遊經驗」或者是「旅遊資訊的搜尋」，進而

對一個旅遊地點，產生所謂的意象認知。因此，遊客是否被吸引，與是否前往一特定旅遊目的地，乃主要取決於該旅遊目的地，在遊客心中的旅遊目的地意象（Bigne, Sanchez & Sanchez, 2001; Fakeye & Crompton, 1991）。因此一個旅遊地若能給予遊客較深刻的印象，通常就能夠吸引較多的遊客到訪，所以在風景區行銷上，便會扮演一個很重要的角色。

意象概念的運用在觀光研究領域中已有二十餘年以上的歷史，我們在許多國內外文獻研究經常可見遊客意象 (tourist imagery) (Selwyn, 1996; 林宗賢, 1996)、旅遊意象 (tourism imagery) (Pike, 2002; Gartner, 1989; 吳佩芬, 1997; 廖健宏, 1998; 劉柏瑩、黃章展, 2001)、目的地意象 (destination imagery) (Ross, 1993; Fakeye and Crompton, 1991) 等多種術語。Fridgen (1987) 提出意象為一個物體或地方的心理圖像而不是實際上觀察到的；Milman and izam (1995) 定義意象為「一種氛圍、一種觀點、一種主觀知覺，並伴隨著相同訊息卻有不同的心理投射」，綜合以上觀點，意象是一種主觀知覺所形成的心理圖像。

旅遊意象是一種抽象的概念，但有時也可真實地反映出社會大眾對此一景點的評價，同時，旅遊意象，1970年代以來深受專家學者的注意，如 Hunt (1975) 將觀光意象定義為「人們對於未曾居住過的州所持有的印象」；Crompton (1979) 認為「個人對某物體、行為與事件所持有的信念 (beliefs)、印象 (impressions)、觀念 (ideas) 與感覺 (perceptions) 的總合」。

在觀光領域的研究中，意象的概念常被運用在旅遊目的地的行銷以及解釋遊客目的地選擇之研究上 (Ashworth & Goodall, 1998; Bigne, et. al., 2001) 旅遊意象就是一個人對於一個地區之總體感受認知 (Overall perception) 及一系列的印象 (Hunt, 1975; Fakeye & Crompton, 1991)，也可以說是一個人對於一個地區之心中的看法 (Crompton, 1979; Alhemoud &

Armstrong, 1996)，而旅遊意象包含了遊客的認知及情感因素(Moutinho, 1987)，以及遊客的行為。

總合來說,「旅遊意象」可說是遊客對目的地的一種期望，是遊客本身對於好的旅遊經驗所產生之印象，而且是會影響到旅遊思考到訪的要素。本研究之旅遊意象指為遊客對石門水庫風景區，在實際遊覽後所產生的印象、看法與感覺的總計，藉由文字描述對於到訪後的觀感。

2.3.2 旅遊意象的形成

旅遊動機對於旅遊意象是有顯著影響的(Khan, Chelliah and Ahmed, 2017)。Gunn (1972)認為觀光地意象形成會經過兩個階段：原始意象(original image)與誘發意象(induced image)：

1. 原始意象：由他人間接描述，或各類媒體相關報導、宣傳等，所獲得最初的意象，例如：報章媒體、親朋好友之間的口耳相傳。
2. 誘發意象：因商業性資源的資訊，或其他觀光資源直接相關資源所影響而產生的意象，譬如：觀光局或旅行社的資訊、園區指引手冊等...
3. 複合意象: Fakeye & Crompton(1991)則依據 Gunn 所提出的原始意象(organic image)與誘導意象(induced image)概念，認為遊客對於特定旅遊目的地的先前體驗將形成複雜的觀光意象，也認為，無旅遊經驗者所持有的正為原始意象、初次造訪的遊客所有為誘導意象、而重遊遊客所持有為複合意象(complex image)。

所以複合意象也可以說是，在實際旅遊之後所產生的意象，然後從旅遊的體驗中，調整先前對旅遊地的認知，而有了新的看法或感覺。因此，旅遊目的地的意象是扮演著相當重要的角色，也就很值得關注。

2.3.3 旅遊意象的功能

羅欣婷（2007）探究觀光景點置入戲劇的效果，就發現了，當觀眾對於戲劇的著迷程度愈高的話，對當地的整體意象也會愈倒向正面。如同電影《海角七號》創下國片奇蹟，片中將恆春古城、美麗沙灘、漁港風情及墾丁入鏡，這些拍攝場景都成了影迷旅遊的重點，帶動恆春墾丁的觀光熱潮。

Norris 和 Colman（1992）在雜誌內容對於廣告產品意象的研究中說明了，涉入程度不一的消費者，對廣告的印象跟對產品意象有著明顯的不同。Milman 和 Pizam（1995）針對美國佛羅里達遊客的研究結果也說明了，當遊客對旅遊地整理收集的訊息與體驗越多的時候，對目的地的美好意象就會較好。因此我們可由以上所述的研究明白，經由各類商業的行銷模式和強烈推銷而產生的誘發意象，牽涉程度大小都會明顯的影響遊客對目的地的意象。

Milman 和 Pizam（1995）以 Central Florida 為例，探討民眾對旅遊地之意象和旅遊意願的關係，當中便說明了，接受訪問的當中，對旅遊地比較熟悉的人，會有比較陽光面的旅遊地意象，前往旅遊的意願通常也會比較高。溫景財(2021)園區功能意象，對於吸引顧客光臨具有顯著的預測力。Echtner and Ritchie 於 1993 年發表一篇「旅遊目的地意象衡量之實證評估」，其經由回顧文獻以及焦點團體的方式，整理出 360 項可衡量旅遊目的地意象的屬性，然後以因素分析法將屬性分類為八個構面、35項，此八個構面分別為：1. 舒適/安全、2.興趣/冒險、3.自然程度、4.觀光設施、5. 氣候/度假區氣氛、6.文化距離、7.物價低廉、8.無語言隔閡。可見得，旅遊意象會影響遊客到訪的意願，因此若能將上述的8大構面，讓遊客擁有正面的意象，必然相對能夠提高遊客到訪的意願。

Baloglu & Mc Clearly(1999)皆認為，在旅遊過程中，旅遊目的地意象其實有著吸引力的功能，也是計劃旅遊與選擇目的地時非常重要的因素。侯錦雄、林宗賢(1996)認為旅遊意象的衡量，對旅遊目的地帶給民眾的觀感，實質效用是頗高的，且大部份人的旅遊意象，在旅遊之前或之後，皆可能會有所變化，所以，若能寫下旅遊目的地的旅遊心得，對於旅遊意象的衡量應該可以更完整。Birgit (2001)表示目的地意象具有溝通、宣傳與行銷等功能，意象會影響遊客考慮與決定他們所要選擇的旅遊目的地。

所以很顯然的，旅遊意象可協助遊客決定旅遊目的地，有鑑於此，觀光旅行業者應該如何塑造旅遊意象的美好，並成功做市場行銷，在此同時，當地政府應如何打造城市意象，都是帶動永續觀光很重要的因素和任務。

2.4 體驗價值

2.4.1 體驗的定義

關於體驗(experience)的說法，最容易明白的說法，就是環境事物直接給消費者的刺激感受。也可以說，體驗就是個人在參與活動當中，自身的感官、知覺行為和外在環境的交互作用後，得到的經驗與感受。體驗(experience)一詞起源於拉丁字exprientia，意即是指探查、試驗。體驗包含了：感官、情感、思考、行動與關聯等五個型態(Schmitt，1999)。他也認為體驗是消費者參與事件後的觀察和認知，記憶長久且有著深刻的感受，也願意透過轉述邀他人一同體驗。體驗來自於個人對某物的親身經歷後所產生的感官、心理與體悟的情緒，意即個體在受到外在刺激之後，透過情感與知覺的心理反應形成令人難忘的經驗，而經

驗需要有引起和觸發點（張春興，1993）。

2.4.2 體驗價值的定義

Mathwick, Malhotra and Rigdon (2001)體驗價值是表示消費者對於產品屬性與服務的認知和偏好，藉由體驗的過程當中，感受到的有形商品價值或服務，與無形的情感價值高於消費者所期望的價值，讓消費者在消費的情境中（黃聖茹、張智雄，2010），有互動體驗會形成深刻記憶或美好回憶，包含使用前後的價值感受（江哲超、李龍淵、莊文典、李坤城，2012），可以提升體驗價值，但也可能促進或阻礙目標的達成。陳盈蕙（2004）的研究指出體驗是民眾心理接受刺激之後，感官、認知與自覺情感形成交互作用，產生新的感覺與認知。旅遊是指個人的旅行遊覽活動，也是一種休閒娛樂活動，依據韋式字典的說法，旅遊的定義是「由一處到另一處」，也就是異地體驗。劉純（2001）認為「旅遊」是在某段時間內，離開平時居住的地方到另一處，並以觀光、娛樂、健身、度假、拜訪親友為主要目的的休閒活動，總結以上說法，都指出「旅遊」是一種具有暫時和移地體驗的一種放鬆或休閒活動。效益(benefits)是效果和收益，人們從參與休閒體驗的過程當中，需求得到了滿足亦或改善並得到有利的效果，洪煌佳（2002）認為效益在個人方面來說，就是一種特別的心理滿足經驗，當活動結束後心情愉悅、與朋友的關係變得更正向、身心都覺得能量充沛等，「效益」就可以視為需求獲得正向改變，所得到的利益或好處。劉俊鴻(2020)研究指出，讓消費者產生良好的消費體驗，便能正向影響消費者體驗價值，以滿足消費者的感受。本研究所指之體驗價值和旅遊效益，是指由親身到訪石門水庫經歷的享受過程，感受大自然在身心靈上的放鬆，所得到的回饋、報酬，使遊客有不枉此次的旅遊，結束時還會不時的回想。

2.5 部落格

自從網路被廣泛運用於旅遊行銷，網路傳播已愈受重視(Choi, Lehto, & Morrison, 2007)。部落格是一種網路媒體工具，全球已超過 7,200萬個部落格(Technorati公司，2007)。就國內部落格使用情況而言，約有 25.4%網路使用者擁有部落格（資訊工業策進會，2007），顯示部落格將是這個世紀中，最被注視的網路媒介(Scoble & Israel, 2006)。

2.5.1 部落格的定義

1997年，約恩·巴格爾(Jorn Barger)發明了術語「網路紀錄檔」(Weblog)，不久後，Peter Merholz又將「Weblog」縮寫為「blog」，後來，伊凡·威廉斯(Evan Williams)又將「blog」作為名詞和動詞，表示部落格也可以代表為編寫部落格。並且設計了「blogger」這個詞並且引領了大眾。

部落格(Blog)是一種類似線上日記模式的個人網站，以貼出各種文章或圖片、影片等記錄生活上的點點滴滴、抒發情感亦或是和他人分享資訊。「部落格」的各地常用別名為：

表2.3 部落格常用別名

地區	部落格別名
臺灣	部落格、網誌
中國大陸	博客
港澳	網誌
新馬	部落格、網誌

資料來源：本研究整理

許多部落格作者是專注於評論特定相關的議題或新聞，有些則是以作為個人日記的方式。大部份的部落格都是結合文字、照片或影片、其他部落格或網站的超連結、以及其它和自己主題有相關的媒體。能夠讓網友們以互動的方式在自己的部落格中寫下意見，這正是部落格的最重要元素。

2.5.2 部落格的種類

部落格有許多種類，以作者身分區分為：

a. 個人部落格：

是個人連續性的寫作或評語。這是最常見的一種部落格。雖然有時文章從來都沒有被自己以外的其他人閱讀過，但此類部落格的作者，依舊是非常注重自己部落格的內容。部落格除了是溝通的方法之一，也成了一種反映現實生活的心境或創作，其可以抒發個人情緒，亦可引起他人的共鳴。

b. 公司部落格

這種部落格常作為商業用途，用在公司內部，可以促進聯絡，或是作為行銷、品牌推廣或公關等業務。

另有些部落格是依內容分類，用於某一個特定的課題，如政治性、經濟性、圖片性、影片性（Podcast）、旅遊性、居家性、時尚性、專案性和教育性等部落格。除了根據內容，也可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(communitiy)，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描寫部落客自身以外的事物為主；個人日記型部落格是描寫部落客自己的內心世界或想法；而記事本型部落格就是綜合上述兩種，包括作者外部世界及個人內心的各種想法，通常文章會較長，特點是，每一篇都會有一個議題。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或時事、最新的報導，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；網路導覽型則是以推薦好的網路文章或連結為主要目的，及個人內在的想法，文章通常會比較長，特點是，一篇通常都會以一個議題為中心。

2.5.3 旅遊部落格特性

Adam (2007)和Pan、MacLaurin與Crotts (2007)指出，旅遊部落格是遊客分享與記錄實際旅遊經驗的地方，包括對旅遊的整體感受、正面與負面的評價，轉換成網路口碑傳播給其他的網路社群（歐振福，2012）。旅遊部落格是個人旅遊經驗的述說，大都為個人部落格，文章內容通常描寫部落客自己對旅遊景點的所見所聞和當下感受。呈現遊客對目的地的真實看法與感覺，有了遊客對整個旅遊經驗的描述，從描述內容中可以探討遊客對觀光意象的認知與態度。近年因為社群媒體蓬勃發展，因而改變了人們資料搜尋的習慣。也因為消費者越來越重使用者經驗，就國內部落格使用情況而言，約有 25.4%網路使用者擁有部落格（資訊工

業策進會，2007），顯示部落格將是這個世紀最被注視的網路媒介 (Scoble & Israel, 2006)。

根據部落格使用意見調查報告指出，旅遊資訊是網友在部落格上最想知道的資訊(創市際市場研究顧問公司，2005)；可見得，旅遊部落格已是消費者蒐集網路旅遊資訊的主要來源。在如此的趨勢下，旅行業者也紛紛投入部落格的經營，希望以網際網路二十四小時不打烊的傳播方式帶來商機。

部落格文章通常是個人自動自發所寫，內容較具真實性，只要能讓讀者社群形成互信和互動的關係，即可輕易引起網友的共鳴與推薦(Du & Wagner, 2006)。部落格具有開放和編輯性、個性化內容和互動的優點，而且介面易於操作，又可以設定關鍵字以方便於搜尋，正是一種具有人際影響力的社交網絡(Thevenot, 2007)。李淑芳、陳首志(2012)指出，部落客藉由部落格表達自身的心境、生活上的點點滴滴，或使用影片、圖片、文字的形式，有時再加上悠揚的背景音樂，給予同事或親友瀏覽，當然也可以進一步和無數網友分享及互動相同興趣的話題。數年來社群媒體發展迅速，大大的改變人們搜資料尋的習慣。對於旅遊所需的資料搜尋，網友們最喜愛使用的工具當屬部落格了。再者，也因體驗時代來臨，人們越來越重視使用者的消費經驗，因此，部落格的真實特性，毫無疑問成了消費者最信賴的參考來源。

2.5.4 旅遊部落格與觀光業

隨著旅遊相關資訊內容和取得管道的蒐集習慣，已由傳統的紙本形式換為網頁模式（李慶長、張銀益、施偉佳、胡俊之、蔡聰源，2009；林家五、何惠鈺、張書豪，2010；Gretzel, Yuan, & Fesenmaier, 2000）旅

遊部落格可以呈現出詳實且豐富的個人旅遊經驗，非常適合觀光業者當成旅遊景點介紹的媒介。Del Rosso (2005) 認為部落格的影響力，在旅遊行銷面具有十分大的影響力，所以許多旅行社陸續採用部落格為溝通或行銷的管道，作為和遊客的互動平台，同時也讓網友彼此有機會，在網頁上互相交換意見，如此網站將成為一個交易與交流的平台。國內觀光業者，像雄獅旅遊網、燦星旅遊網，已開始將這樣的概念放入其網站中 (周鈺和，2011)。Winer (2007) 指出部落格是一種持續學習的平台，既能夠提供多元且豐富的遊記，又有照片可供參考，確實是傳達了最真實的旅遊資訊給予大眾，人們便可依據所得到的資訊做出個人的旅遊計劃。Woodside, A.G., 社交媒體網站是遊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)。部落格 (blog) 是遊客旅遊資訊的重要來源之一，透過部落格的瀏覽閱讀，會使遊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; Keng & Ting, 2009; Schmallegger & Carson, 2008; Wenger, 2008)。邱于平與楊美雪 (2011) 認為遊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。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，遊客所產

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。文章內容表現出作者對旅遊景點的意象，包括對景點的知識、主觀的印象、偏見、想像與感情的敘述（李慶長等人，2009）。

綜合以上言論，想要探究旅遊地的意象和體驗價值及效益，不一定得用傳統問卷的方式，也可以經由，蒐集一定數量的遊客對某一特定的旅遊地所分享在部落格的文章，由文章描述的內容，來找出共同點。因此，本研究以蒐集去過石門水庫旅遊的遊客所分享的文章及評論，來探討遊客對石門水庫的旅遊意象及內心最真實之切身感受和想法體悟。

2.6 共詞分析

共詞分析（co-wordanalysis）或稱為共現字分析、共現詞分析，其屬於一種共現的分析（co21occurrence analysis），一種內容分析的方法，主要是藉著具有特徵詞的關聯，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)是無法只從文章內的某一個關鍵詞就能判斷的出來，但是如果將這個關聯性聚焦於同一文件內關鍵詞之間的連結關係，把時常一起出現的字組（或稱共詞 word co occurrence）進行定量分析，運用統計或心理學等方法，去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)。Hui 與 Fong (2004)整合共詞分析與概念群集(conceptual clustering)方法來建構文件的相關性，以利搜尋過程中文件的有效擷取；依據 Ding (2001)的建議，執行共詞分析時，通常包含三個步驟：(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），或是計算的規則（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。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詞的關係，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樣的假設，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

大多數論文使用的研究工具和方法莫過於問卷調查，但是遊客們心中所想的旅遊感受和體會，量化研究或問卷調查方式通常是比較難以顯示出的。有鑑於此，本研究之目的，乃希望透過遊客們在部落格分享的旅遊紀錄，進行文字探勘，以研究遊客對於到訪的旅遊地之旅遊意象和感受及效益。國外文字探勘的發展早於國內，自「文字即資料」(text-as-data) (Grimmer and Stewart 2017; Laver et al. 2003) 的概念提出後，以政治學領域的學者投入最多。(Kwartler, 2017)透過文字探勘分析技術作為政策分析的輔助，運用文字精簡、視覺化圖表，使得決策過程能夠更有效率且方便，同時也作為論證依據，幫助確保決策者決定的可信度。本研究以「石門水庫風景區」作為旅遊地進行研究，依其研究架構、研究對象及研究工具，進行述說於下。

3.1 研究架構

本研究是依網路上的多樣社群，以關鍵字來搜尋，選取曾到訪過「石門水庫」旅遊的遊客，分享到部落格的旅遊心得，或文字評論，進行文字探勘，接著使用詞頻分析和權重分析確認關鍵詞語，進行共詞分析及MDS多元尺度分析，是一種「質與量」皆採用的研究方法，整理出遊客最真實的感覺，明白遊客對於石門水庫風景區的旅遊意象及效益和感受。本研究分成三階段進行：如圖3.1

1. 第一階段-文字探勘：透過關鍵字的搜尋大量文章之後，閱讀內容了解遊客的旅遊感受和想法，為達客觀判斷文中關鍵詞語，乃運用中文斷詞

系統CKIP來進行斷詞。

2. 第二階段-結構性關聯：經中文斷詞系統CKIP斷詞後，檢視詞語在每篇文章中出現的頻率，包含出現的總次數、出現的篇數和權重分析，再確認這些曾到石門水庫旅遊的遊客們，他們的看法或心中的想法，以及到過石門水庫後之旅遊意象的關鍵詞語。

3. 第三階段-意象定位：利用多元尺度分析（Multidimensional Scaling，簡稱MDS）進行部落客或留言評論的遊客，對石門水庫風景區意象的語意分析，然後繪製知覺定位圖。



圖3.1 研究架構圖

圖片來源:本研究整理

3.2 研究對象

3.2.1.研究對象與範圍

現今科技資訊時代，也因網路普及化，社群媒體林立，許許多多的網路使用者，也很習慣隨手就將生活中的點滴，分享或記錄在部落格，有文字有照片，就如電子日記一般。尤其，近年來知名網路社群諸如：Facebook、Twitter、Instagram及微博、WhatsApp、Line等，許多人很喜歡將照片PO在FB或IG，或在最大旅遊入口平台Tripadvisor留下評論和意見，只是在文字的描述上，往往不如部落格那般深入；同時也因為若僅是看照片，並無法完全了解當事人真實的看法或感受，因為每個人對同一景點的感受與心得必然不盡一樣，如此相較之下，部落格文字較能傳遞情意，也較具自然及生活性，同時也比較符合遊客內心真實的感受。現今網路社群媒體和部落格的分享主題是形形色色，但吃喝玩樂的美食和旅遊觀光景點主題，一直都是使用者關注最多的類型，我們可由圖3.2看出，部落格正是以分享旅遊和美食資訊為主，因此，本研究以蒐集部落格的文章、報導進行探究，頗值得參考。

	社群網站	微網誌	部落格	討論區/論壇	即時通訊軟體
使用頻率 (天/週)	6.16天	4.12天	3.88天	4.93天	6.55天
平台優勢	● 互動性高	—	● 資訊量豐富	● 資訊量豐富	● 互動性高 ● 便利性高
關注資訊類型	● 朋友近況 / 生活心情 ● 即時新聞資訊 / 時事 ● 照片 / 攝影	● 朋友近況 / 生活心情 ● 旅遊 / 觀光景點 ● 美食資訊	● 美食資訊 ● 旅遊 / 觀光景點 ● 照片 / 攝影	● 消費資訊 / 優惠訊息 ● 即時新聞資訊 / 時事 ● 美食資訊	● 朋友近況 / 生活心情 ● 照片 / 攝影 ● 交友
最常從事活動	● 瀏覽他人照片 ● 瀏覽朋友即時訊息 ● 社交交流 / 與他人互動 / 按讚	● 瀏覽他人照片 ● 瀏覽他人影片 ● 瀏覽朋友即時訊息	● 瀏覽他人網誌 / 文章 ● 發表網誌 / 發表文章 ● 觀看他人轉貼的連結	—	● 收發文字訊息 ● 收發貼圖 ● 傳輸照片 / 影片

圖3.2 部落格關注資訊類型

資料來源:<https://easytorich.com/blogging-platforms/>

本研究選定「石門水庫」為研究之範圍，有如下三原因：

(1)多樣的觀光資源及好風光

石門水庫風景區的四時皆有特色，再加上園區內的建設大多是順勢而成，所謂寄功能於大自然，因而交織成了石門水庫獨有精緻的四季風情，這應是其他風景區所不及的。

(2)多目標工程及效益衍生的觀光景點

石門水庫具有灌溉、發電、給水、防洪、觀光及教育的功能。也因此有了別無分號的特色景點和景觀，諸如：石門大壩及溢洪道壯觀的洩洪奇景、後池堰、視野遼闊的嵩台、石門水庫的精神堡壘-石門勝景這座極具古典的建物、殉職員工紀念碑、扶輪亭、攬勝亭、依山閣水文化館，這些觀光景點融合了自然資源，讓好山好水洗滌人們的心靈，著實是遊客們踏青郊遊的首選。

(3)鮮明風格的特色體驗活動與地方美食

『乘艇遊湖』也是遊客們來到石門水庫難忘的體驗，還可以到知名偶像劇-命中注定我愛你，劇中女主角的老家-薑母島走走。『石門活魚』聲名遠播，主要是因為水庫的水域寬廣，水源來自山林沖刷的激流，水清甘美，所以養殖出的魚肉鮮美，口感細緻，多樣性的料理方式也獨具特色，一直是遊客們所稱道的地方美食。

近年來，石門水庫多了「楓半馬路跑活動」和「熱氣球嘉年華」兩大熱門旅遊，楓半馬活動並結合運動及科技軟體，讓路跑者藉著使用免費的即時通訊軟體系統完成集點並參加抽獎活動，更與在地多家活魚餐廳合作，讓來自各地的參加者享受店家優惠，活動除了能沿途欣賞水庫美景及品嚐美食，更是一個運動輕旅行的美好經驗。而『熱氣球嘉年華』就

像是將石門水庫南苑生態園區打造成一座大型戶外遊樂場，除了有熱氣球升空體驗、光雕噴火秀、熱氣球博物館展覽等，熱氣球陸續升空的畫面及許多精彩的雜耍.唱跳.魔術秀，都不斷帶給觀眾驚呼及讚嘆，這些都是近幾年來，石門水庫季節性特有的新體驗。

3.2.2 資料來源

目前全球搜索引擎排名中，最流行的莫過於是谷歌搜索(Google)；其他的名搜索引擎還包括：亞馬遜(Amazon)、雅虎(Yahoo)、必應(Bing)、duckduckgo.....根據hrefgo於2021/12/31報導，茲列出2021年9月，在美國收集的搜索引擎總訪問量的份額組織統計，當今最廣泛使用的五大搜索引擎排名，如圖3.3:

排行	搜索引擎	訪問份額 (美國市場的百分比)
1	谷歌 (Google)	72.77%
2	亞馬遜 (Amazon)	12.87%
3	雅虎！ (Yahoo!)	8.36%
4	必應 (Bing)	2.93%
5	duckduckgo	1.59%

圖3.3 全世界最廣泛使用的五大搜尋引擎

圖片來源:<https://hrefgo.com/blog/top-10-search-engine>



圖3.4 最好用的搜尋引擎

圖片來源 <https://template.city/>

Google搜尋引擎的市占率為第一名(如圖3.3和圖3.4)，所以總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，就是以Google搜尋引擎來進行取樣的。

此外，也同時考慮了哪些旅遊類型討論區或部落格較具規模，有較多的遊客會在其平台分享互動旅遊相關心得，以利獲取樣本資料。除了從台灣目前最大的部落格平台-痞客邦(其持有者為優像數位媒體科技股份有限公司，並在2013年成為台灣最大的部落格網站)，另有隨意窩、walkerland、欣傳媒、udn、Tripadvisor等平台，都是本研究利用「Google搜尋引擎」，以「石門水庫」為關鍵詞，由上列平台中，各篇幅瀏覽後認定符合研究內容，又具參考性的部落文。

3.2.3 資料蒐集

本研究是在2021/10月至2022/1月期間，依據上一章節所陳述的資料

搜尋，分別以「石門水庫」、「石門水庫 賞楓、賞梅、賞螢」、「石門水庫 活魚」、「石門水庫 自行車」、「石門水庫 熱氣球」、「石門水庫 遊湖」為關鍵詞語，著手相關的旅遊部落格及評論來搜尋文章，而後依循下列原則進行：

- (1) 收集樣本文：輸入關鍵字後，會出現很多的相關資料，需從網頁的第一頁開始瀏覽，符合條件之部落格，研究生都會先閱讀全文，並將文章的標題、內文及發表日期和網址，以及閱讀資料的日期等項目的資料，皆先以Excel建檔，建立完整的資料，詳圖3.5相關文章資料收集。
- (2) 將樣本文複製建檔到word：採樣後在閱讀過程中有發現，有些部落格文會在不同的部落格出現，為避免重複採樣，再利用Office VBA程式，篩選並排除重複之文章。接著再逐篇將內文複製到word，以利本研究進行後續的CKIP斷詞分析。詳圖3.6：

閱讀日期	網址	發表日期	分享者類型	性別	標題	內文
2021/9/26	https://library.iatwanschool.net.org/cyberfair2006/	2016/	官網	女	石門水庫名稱的由來	石門水庫位於大漢溪中游，地處桃園縣大溪鎮與龍潭鄉
2021/9/26	https://vlogs4851.pixnet.net/blog/post/167586876-3	2017/6/28	遊客		石門水庫 綠林步道與公園之據說石門水庫整個園區的青楓與槭樹可是多達3000多棵	
2021/9/28	https://twm.com.tw/shimen-reservoir-maple-leaf/	2021/1/6	遊客		石門水庫 楓林步道楓葉賞 桃園大溪石門水庫怎麼玩？讓從小去過石門水庫至少9	
2021/9/28	https://eco.ql.maus/FisN397WB7sJnpxn6	2018/6/	遊客		設施老舊 開車進去需要\$\$，裡面很大，停車方便，適合來露	
2021/10/1	https://oipa0102.pixnet.net/blog/post/556656457-3	2021/1/28	遊客		石門賞梅 石門水庫梅園遊 因著地利，連兩年都去石門水庫梅園一趟 去年去的加研	
2021/10/1	https://change84.pixnet.net/blog/post/44980951-%E7%9F%B3%E9%96%80%B6%B0%B4%B5%BA%AB%B6%A5%93%E6%9B%	2020/12/19	遊客		2020 石門水庫楓林步道 1石	更新12/18最新的石門水庫風況，目前都已從黃轉紅中
2021/10/1	https://henstravel.pixnet.net/blog/post/3532857387	2020.11.28	遊客		【桃園·龍潭】N訪石門水庫第三次訪石門水庫，這天來主要是想賞楓，不過換了個	
2021/10/1	https://soebitalk.com/shihmen-reservoir-maple-trai	2020/1/25	遊客		石門水庫 楓林步道 桃園	石門水庫 楓林步道是一個非常適合親子同遊的景點，也
2021/10/1	https://hiking.bitii.co/index.php?route=trail&act=detail	2021/3/11	遊客		石門水庫 楓林步道	楓林步道是石門水庫最著名的賞楓景點之一，由高線心
2021/10/1	https://tutorv.tw/shihmenreservoir/	2020/	遊客		【龍潭旅遊】石門水庫賞楓# 石門水庫可以說是北台灣最重要的一項建設，我們的月	
2021/10/1	https://www.walkerland.com.tw/article/view/2842	2021/1/6	遊客		漫步石門水庫 楓林步道 探石門水庫一直被我稱之為我家的後花園，今年的楓兒	
2021/10/2	https://www.travel4u.com.tw/attraction/1330/%E7%9F%B3%E9%96%80%B6%B0%B4%B5%BA%AB%B6%A5%93%E6%9B%		官網		石門水庫 步道	誰說高山楓林的秀麗景緻，是高山限定?北台灣低海拔
2021/10/2	https://yshoo.ebc.tnnews.com.tw/tmnews/portal/	2021/12/23	報導		石門水庫 楓林步道	想賞楓不一定非要往高山走，石門水庫就是北台灣最
2021/10/2	https://blog.xinmedia.com/article/161786	2019/2/11	報導		環石門水庫 鐵馬遊 楓林山@石門水庫是北部重要的水源，深深的影響大台北及桃	
2021/10/2	https://www.1tyboxnow.com/thread-1752446-1-1.h	2011/12/5	報導		北台灣賞楓的地方除了陽明石門水庫本身就是一個著名的旅遊勝地，石門活魚尤	
2021/10/2	https://kackhalife.com/482	2014/2/16	遊記		【遊記】 桃園 石門水庫 過4看到漂亮的櫻花當然要來拍一下照片，這天可愛的雲	
2021/10/2	https://maibizur.com.tw/blog/article/172201	2021/8/	遊記		遊記- 桃園石門水庫一日遊 近郊自駕小旅行，想在石門水庫環遊騎踏車的我，	

圖3.5 相關文章收集

資料來源:本研究整理

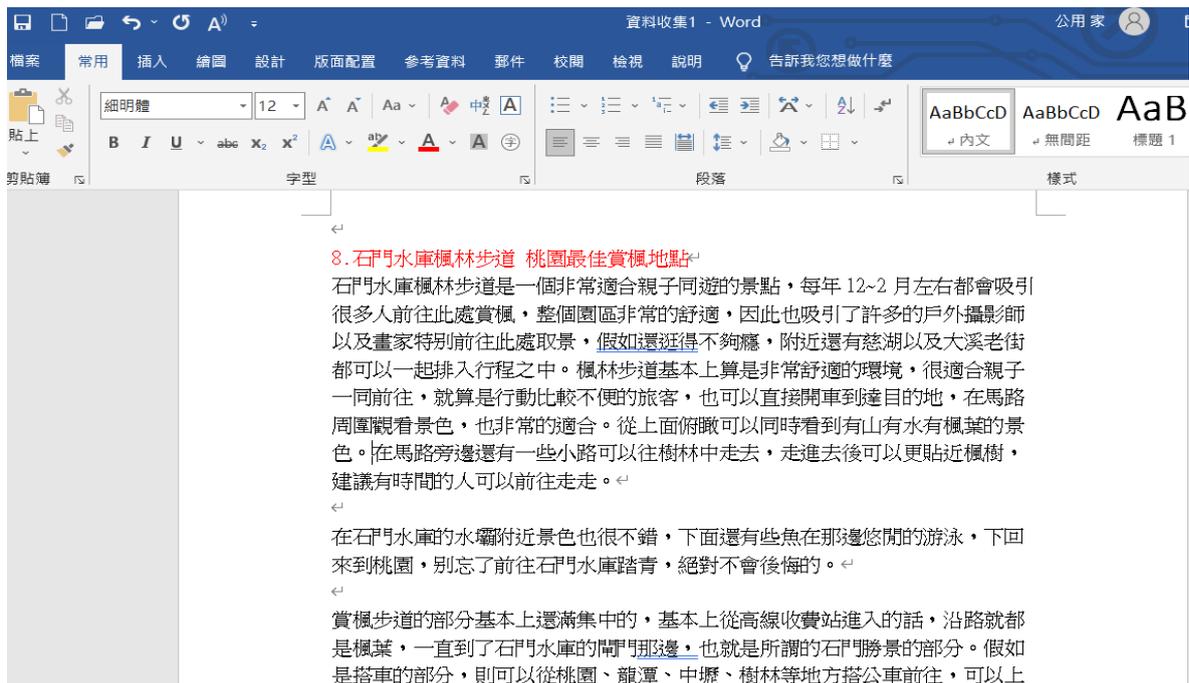


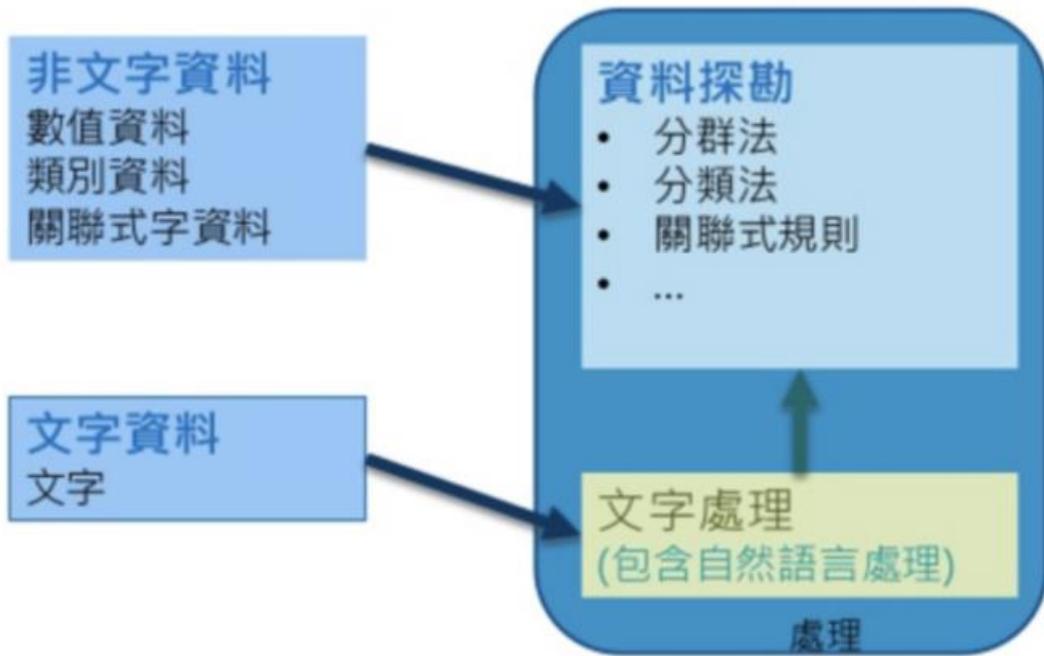
圖3.6 相關文章建檔

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)與資料探勘(Data Mining)有著緊密的關係，前者是針對文字進行分析，於處理非結構化與半結構化的資料型態時，找出包含在文字中較有用或有意義的訊息，而後者是處理結構化的數值型資料型態(如圖3.7)。文字探勘(Text Mining)其實是沒有任何的規則，它有長有短，並沒有可定義的原始資料，有些也只是我們日常生活中所講出來，或是由某些關聯而衍生出來的文字。這許許多多的文字可以是無任何意義，並可以試著用一些方式或是統計方法，將它變成資源，然後達到文字探勘的目標。



資料探勘 vs 文字探勘

圖3.7 資料探勘 & 文字探勘

資料來源: 輕鬆理解文字探勘 (上) Zion Hsu 2021

巫啟台(2002)將文字探勘定義為「從非結構化的文字中發掘出有用或是有趣的片段、模型、方向、趨勢或規則」。譚家蘭(2006)所有文件的分佈提供一個總覽，以提高文件的搜尋效益，同時自動建立文件的分類架構，辨識文件中之字詞與關聯性，為的是減少文件檢索和查詢的錯誤判別。Hearst (2003)提出文字探勘的定義，是從文獻中擷取隱含的知識，以簡要的格式呈現資料給使用者。

因本研究樣本資料的來源，皆是來自網路的部落文及評論，故需要透過「文字探勘」的方式，將所蒐集到的樣本，進行文字的分解跟組合，再將文內所隱含、未知或是潛在而且是有用的訊息、意見、情緒與感受等皆挖掘出來。(Delen & Crossland, 2008; Frawley et al.,1992)，以擷取出

相關資料，進行分析解讀遊客在文字間的用意。

3.3.2 中文斷詞系統與關鍵詞之篩選

「中文斷詞系統」(Chinese knowledge information processing, CKIP)是由中研究院資訊所和語言所合作，共同研究出的中文自然語言處理(讓電腦有理解人類語言的能力)的資源與研究環境。其在中文詞知識庫、語詞庫及中文處理技術等範疇皆有重大的成果。此系統可以在線上做即時分詞，為一具有新詞辨識能力並附加詞類標記的選擇性功能。一般文件若不考慮新詞，平均切割正確率達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歧義，正確率可達95%以上(中研院CKIP Lab 中文詞知識庫，2021)。期望通過文本挖掘的方法對文本數據進行處理，以更好地理解隱含信息(Zhang, K., & Koshijima, I. 2019)。

3.3.3 頻率分析

頻率(frequence)是指物質或事件在單位時間內，完成週期性變化的數，常用f表示。所以藉由分析關鍵詞出現的次數頻率，以及出現的篇數，便可以看出遊客到石門水庫風景區旅遊的時候，會到哪些景點，他們對哪些景觀、或體驗活動，會擁有比較深的印象，探討遊客們對石門水庫的旅遊意象及感受或體驗價值。

3.3.4 多元尺度分析

多元尺度分析(Multi-dimensional Scaling, 簡稱MDS)，也稱作「相似結構分析」(Similarity structure analysis)，是一種縮減構面的多變量分析技術，最早是用來測量人類的感知與偏好。多元尺度分析法的優點，在於能夠繪製出受訪者之間的心理差異，與自動互動檢視法(AID)相

似，也因它的輸出方式很容易理解與解釋，故十分受歡迎。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。多元尺度法的分析結果常為一圖形的產出，因而使資料間的關係，能很清楚地被描述並且能將其之間的關係給予很清晰的解釋 (Hair Anderson, & Tatham, 1987)。



第四章 研究結果

本研究是利用Word及Excel整理資料、數據，透過CKIP中文斷詞系統，及多元尺度知覺定位，將由網路上所蒐集的文章或評論等進行分析，再以其探討遊客們對於石門水庫風景區的旅遊意象、感受和體驗價值，本章節將以所做的研究結果，加以分析和討論。

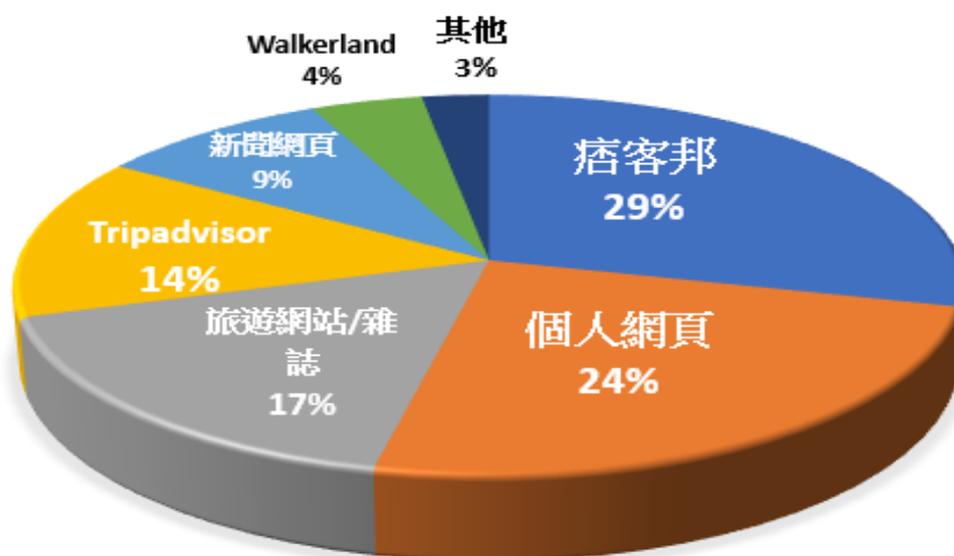
4.1 網路部落文樣本資料蒐集之結果

本研究是以部落客或遊客分享自身旅遊後，發表於部落格的文章或評論，做為文字探勘所用的資料來源。吸引遊客到目的地的屬性是從遊客的觀點中獲得的(Güzel, Berrin, 2017)。研究生於2021/9月至2021/12期間，透過google 搜尋引擎，以「石門水庫」做為搜尋時的關鍵詞。為力避自我意識選取文章，乃依輸入關鍵詞後網頁出現的時間順序進行閱讀。原先對於年代稍久的文章，思索其會因近年來的發展，與現今的旅遊意象不同而失去參考價值，故預設僅先選取2017~2021年間，遊客在部落格或私人網頁，所寫的石門水庫相關之文章或評論。然而搜尋時發現2017年之前的文章並不多且多為自然賞景相關，仍極具參考價值，因此，最終一併採用，統計後共有33篇。在蒐集樣本一段時間後，也發現若只以「石門水庫」為關鍵詞語進行搜尋，旅遊文章相對有限之外，也會出現許多與水利、水情等與旅遊較無相關之文，故試著將關鍵詞進階調整成其他旅遊主題，如：「石門水庫 活魚」、「石門水庫 自行車」、「石門水庫 熱氣球」、「石門水庫 遊湖」及「石門水庫 賞楓 賞梅 賞景 賞螢」等持續進行搜集後，的確又有了更多的文章，也發現有些部落客會因文章移至不同的部落格而更新日期，

因此研究生都先閱讀，避免重覆採樣，最終共收集232篇相關文章、報導、評論，所有內容的來源網站如下表4.1，各網站所占比例如圖4.1:

表4.1 部落格文章及評論來源網站一覽表&比例圖

網站來源	篇數
痞客邦	67
個人網頁	57
旅遊網站/雜誌	39
Tripadvisor	32
新聞網頁	21
Walkerland	10
其他	6



資料來源:本研究整理

本研究所蒐集到的樣本文，來自「痞客邦」的文章所占比例最多，這正如網友們所評論的，痞客邦是台灣最大及最多人使用的免費部落格平台，加上因其網頁大，故可招來中偏高的流量。參見下圖4.2 & 4.3:

表4.2免費部落格推薦整合表

	經營公司	界面語言	說明
Pixnet 痞客邦	台灣	中文	台灣最大部落格平台
隨意窩 Xuite	台灣	中文	中華電信HiNet開發
udn部落格	台灣	中文	聯合報提供的部落格
Blogger.com	Google	可選中文	Google提供的免費部落格
Wix.com	以色列	可選中文	全球有1億8千萬以上的用戶，有免費及付費
Medium	全球	英語	簡單的界面，可以專心寫文
Tumblr	美國	可選中文	頁面很時髦，豐富的SNS功能
Weebly.com	美國	可選中文	初學者簡單架網站，免費的功能有限

資料來源：<https://masablog.tw/wordpress/wordpress-vs-pixnet/>

表4.3台灣五大常見寫作平台比較表

台灣5大常見寫作平台比較

部落格平台選擇

平台名稱	美觀	難度	自由度	流量
Medium	高	低	低	普通
痞客邦	低	低	低	中偏高
方格子	中偏高	低	低	低
Matters	高	低	低	低
WordPress	中	中偏高	高高低	中偏高

資料來源：<https://morningjason.com/blog-platforms/>

為了所取用的文章能更具有參考價值，因此，主要蒐集皆為2017年到2021年，這五年間所發表關於石門水庫旅遊的部落文及評論和相關報導，及2017年之前的33篇長篇部落文，其各年的篇數如下表4.4。

表4.4 採樣之部落格文章發表年份

年份	2021	2020	2019	2018	2017	2010~2016
篇數	70	34	47	32	16	33

資料來源：本研究整理

2019年12月，中國武漢傳出不明肺炎(後稱COVID-19新冠肺炎)，台灣也於2020年1月首次出現新冠肺炎的患者，霎時社會進入史無前例的防疫狀態，隨著疫情趨於嚴重，指揮中心也訂出了許多規範，大家開始戴上口罩，保持社交距離，避免外出或人潮聚集，也因此諸多的旅遊休閒活動就像被按下暫停鍵般的乍然停止，約莫過了3個月，終於疫情稍有些趨緩，睽違已久的觀光旅遊活動，才於清明連假又活絡起來，隨著五月中本土確診數清零了，六月解封後，大推國民旅遊，旅遊活動終於又有了些曙光。然而同年秋冬之際，病毒捲土重來又變種，台灣旅遊業終究難倖免的走入黑暗期。COVID-19也是時至今日，影響旅行業生計，最嚴重且時間最長的一項傳染病。如前1.1節所述，近2年因疫情之故，石門水庫遊客數屢創新高，由上表4.4可見，雖然2020年的文章數僅34篇，但研究生閱讀所有的資料後發現得知，許多人都是賞楓賞梅高峰旅遊之後，於2021年初才發表文章的。

同時，也可從下表4.5-統計採樣期間每月文章篇數表中看出：

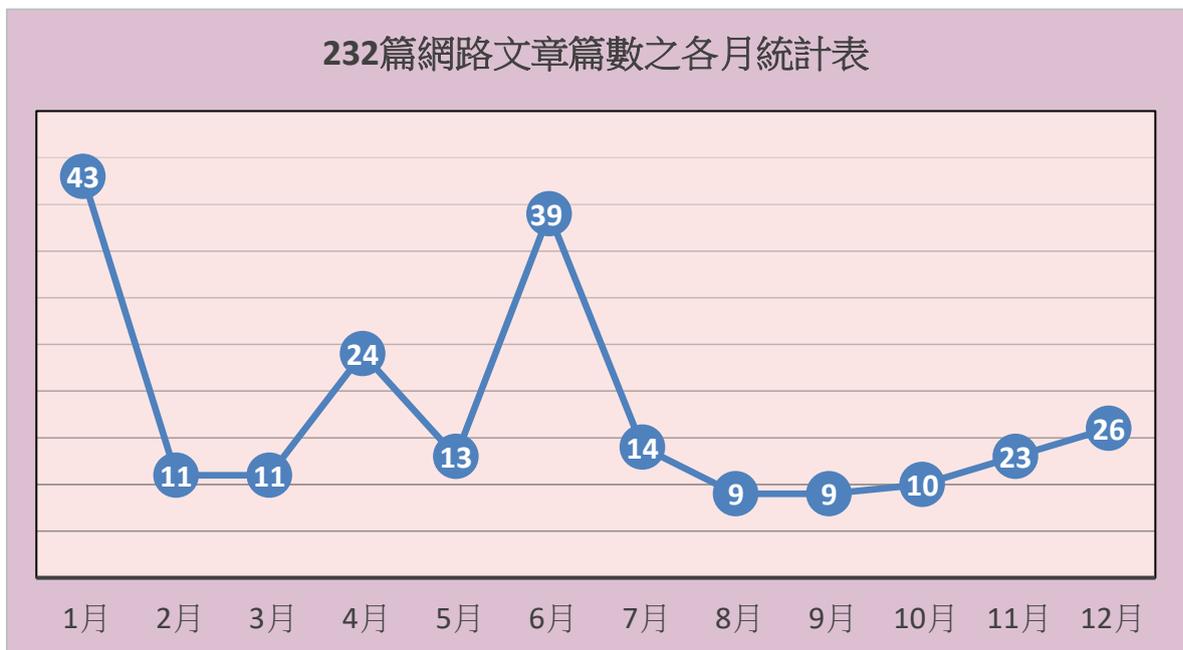
1. 石門水庫一年四季各有風情，都是適合前往的。
2. 不同季節各有不同的旅遊體驗：

1、2月期間正逢春節，楓紅進入尾聲而梅花盛開，3月「櫻」姿煥發，是賞花的最佳時節，春季的氣候宜人，最適合外出遊山玩水；夏天雖然天氣炎熱，不過因為園區內高大樹群林立，到處綠意盎然，是乘涼避暑的勝地，所以人潮車潮依舊頻繁；8、9月份可能因6月的大型活動已過，也無其他主題活動，因此到訪者較少了些。11、12月天氣漸冷，楓葉也蓄勢待發，慢慢要進入賞楓季節，所以人潮似又開始走高。

3. 1月份和6月份的篇數最多：

與其他月份相較，1、6月的文章明顯高出許多，如前所述，11、12、1月賞楓賞梅高峰，有些人旅遊後於1月發表文章；而6月正是號稱媲美台東熱氣球嘉年華活動的舉辦期，因此推估是旅遊人數攀升，並且會有較多遊客在部落格，寫文章分享旅遊活動點滴的重要原因。然而，2020及2021年6月的熱氣球嘉年華活動，皆因COVID-19疫情而停止辦理，因此這2年完全沒有關於此活動的文章刊登，實為遺憾可惜。

表4.5 232篇網路文章各月篇數表



來源:本研究整理

4.2 關鍵詞與中文斷詞系統

關鍵詞有時是相對較主觀，因此為了可使其更加客觀及科學，除了研究生自行閱讀文本後，進行判斷及挑選主要關鍵詞，更同時運用中研院CKIPLab中文詞知識庫小組所發表的-中文斷詞系統，來進行斷詞和關鍵字判讀。

4.2.1 斷詞處理

本研究將石門水庫的232篇旅遊文章及評論或報導，分別載入中文斷詞系統，再由系統進行斷詞處理。此系統正確率雖然已高達97%以上，但亦無法有100%的精準率來判別所有詞彙，故研究生以所取得的斷詞詞彙，持續檢視，認為尚需琢磨的詞語，則比對原文，然後再進行調整和修正，現即以某段的部落格內容舉例說明，請參考圖4.1中文斷詞系統之輸入與結果。原文：「我們喜歡到大壩碼頭、依山閣這一帶散散步，這是件很幸福的事~看看這寬廣的湖水，像是沒有盡頭」。經過中文斷詞系統處理後所產生的詞彙為：「我們(Nh)喜歡(VK)到(P)大壩(Na)碼頭(Nc) (PAUSECATEGORY)依(P)山(Na)閣(D)這(Nep)一帶(Ncd)散散步(VA) (COMMACATEGORY)這(Nep)是(SHI)件(Nf)很(Dfa)幸福(VH)的(DE)事(Na)~(FW)看看(VC)這(Nep)寬廣(VH)的(DE)湖水(Na) 像是(SHI)沒有(VJ)盡頭(Ncd)」。CKIP斷詞系統將「依山閣」以及「這是件...」斷成「依」「山」「閣」以及「這」「是」「件」，明顯已和文中詞彙的意義有所出入，恐怕會於下一部進行關鍵詞統計之時，難以正確判讀詞語，因而導致數據不確實，因此在檢視斷詞的正確性過程當中，亦同步進行詞語的調整及修正。

The screenshot shows the CKIP Chinese Word Segmentation System interface. The title is '中文斷詞系統'. Below the title, there are navigation links: '檢索辦法', '相關系統: 輿情分析', '實體辨識', '中文詞彙特性描述系統', '斷詞系統', '句析系統', '詞首詞尾', '平衡語料庫', '廣義知照', '句結構樹庫', and '錯空'. The main content area displays the input sentence: '我們(Nh) 喜歡(VK) 到(P) 大壩(Na) 碼頭(Nc) 、(PAUSECATEGORY) 依(P) 山(Na) 閣(D) 這(Nep) 一帶(Ncd) 散散步(VA) : (這(Nep) 是(SHI) 件(Nf) 很(Dfa) 幸福(VH) 的(DE) 事(Na) ~(FW) 看看(VC) 這(Nep) 寬廣(VH) 的(DE) 湖水(Na) ,(COMM 像是(SHI) 沒有(VJ) 盡頭(Ncd)'. On the left side, there is a sidebar with navigation links: '簡介', '未知詞擷取做法', '詞類標記列表', '線上展示', '下載斷詞系統', '線上資源', '公告', and '聯絡我們'.

圖4.1 CKIP中文斷詞系統輸出結果

圖片來源:本研究整理

在閱讀原文並處理詞語調整和修正時，更發覺所有文章，經過中文斷詞系統的段詞處理之後，出現許多不具意義的詞彙，例如：的、不、著、個、在、呢、他、她……等等介系詞或人稱代名詞。乃查詢了「自然語言處理」相關研究，依據過去的研究經驗，為了擷取更有效及正確的斷詞，刪除冠詞、代名詞、介系詞、語助詞及連接詞等，並不會對文本意義造成影響（陳怡廷、樂錦榮，2012）。故研究生以人們在日常生活所用的語言習慣，以及較為常用並容易判斷語意之主要詞彙，諸如：動詞、名詞、形容詞等，做為關鍵詞探勘的對象（蔣禮芸，2003）。最初整理完成後，總斷詞數為31,068個，各篇文章斷詞數之結果，詳如表4.6所示。



表4.6 石門水庫相關文章各篇之斷詞數

篇號	斷詞數	篇號	斷詞數	篇號	斷詞數	篇號	斷詞數	篇號	斷詞數	篇號	斷詞數
1	255	46	21	91	253	136	40	181	76	226	125
2	139	47	32	92	201	137	31	182	122	227	114
3	283	48	48	93	245	138	31	183	127	228	148
4	111	49	44	94	150	139	36	184	62	229	60
5	135	50	53	95	144	140	42	185	65	230	42
6	104	51	228	96	123	141	105	186	63	231	52
7	110	52	30	97	49	142	98	187	97	232	38
8	127	53	32	98	25	143	77	188	203		
9	67	54	26	99	21	144	203	189	56		
10	161	55	55	100	245	145	116	190	349		
11	140	56	49	101	134	146	37	191	34		
12	264	57	102	102	186	147	237	192	200		
13	79	58	63	103	49	148	38	193	172		
14	183	59	127	104	64	149	61	194	27		
16	109	60	203	105	352	150	239	195	27		
16	153	61	518	106	210	151	300	196	140		
17	145	62	372	107	96	152	171	197	124		
18	218	63	469	108	58	153	111	198	38		
19	157	64	75	109	72	154	167	199	33		
20	88	65	97	110	415	155	174	200	42		
21	133	66	65	111	175	156	235	201	70		
22	105	67	53	112	548	157	228	202	137		
23	249	68	140	113	322	158	74	203	81		
24	19	69	46	114	346	159	55	204	25		
25	70	70	157	115	809	160	73	205	127		
26	66	71	431	116	560	161	115	206	109		
27	187	72	83	117	499	162	38	207	85		
28	21	73	13	118	265	163	131	208	71		
29	12	74	50	119	271	164	135	209	213		
30	64	75	37	120	67	165	131	210	95		
31	57	76	276	121	173	166	98	211	84		
32	14	77	131	122	374	167	96	212	101		
33	28	78	430	123	143	168	60	213	69		
34	36	79	31	124	152	169	109	214	63		
35	20	80	93	125	183	170	117	215	116		
36	15	81	465	126	88	171	119	216	391		
37	26	82	38	127	97	172	77	217	98		
38	30	83	742	128	131	173	42	218	17		
39	116	84	44	129	16	174	234	219	109		
40	20	85	133	130	223	175	61	220	83		
41	53	86	34	131	48	176	234	221	74		
42	22	87	173	132	25	177	189	222	203		
43	29	88	176	133	22	178	254	223	74		
44	19	89	36	134	22	179	203	224	128		
45	26	90	31	135	265	180	240	225	114		

資料來源:本研究整理

這31,068個詞語，有些詞語會在不同篇的文章出現，或者是同一篇當中複出現，如：石門水庫，在第一篇出現11次、第二篇則出現5次，第三篇則高達17次.....。所以為了確認有意義的詞語，以利進行下步驟的研究，透過Excel程式，來刪除重複出現多次的詞語，只保留一個，最後取得5397個詞語進行分析。如表4.7

表4.7 Excel程式刪除重覆詞語

5383	觀音山	1
5384	觀望	1
5385	觀賞用	1
5386	觀賞到	1
5387	觀賞期	1
5388	讚不絕口	1
5389	鑽進	1
5390	豔陽	1
5391	豔麗	1
5392	鑿井	1
5393	忐忑	1
5394	喵喵	1
5395	獼猴	1
5396	繾綣	1
5397	鱈魚	1

來源:本研究整理

4.2.2 詞語頻率整理

依前項的斷詞處理之後，仍然留有大量的詞語，故運用Excel進行詞語的頻率彙整(如表4.8)，用以判斷和及驗證較重要的關鍵詞語，以利進行詞語的頻率分析。Excel處理詞語出現次數，所得到的詞語頻率，初步依篇數比例，刪除5%出現頻率較低的語詞(但保留文章中與石門水庫有

關的關鍵詞)，留下691個語詞。故進行詞語在部落文出現的篇數探究，如表4.9利用 Excel整理詞語出現篇數的頻率，並進行排序，以利確認關鍵詞。

表4.8 Excel處理詞語出現次數

閱讀日期	網址	發表日期	分享者類型	性別	標題	內文	熱氣球	一下	一下船	一口氣	一天早	一日	一月	一共
2021/11/28	https://www.alberthsieh.com/4	2021/4/28	遊客-愛伯特	男	2021桃園熱氣球嘉年華	2021年桃園石門水	446	27	1	1	4	40	6	
2021/11/28	https://udn.com/news/story/79	2021/5/6	報導		「桃園石門水庫熱氣球嘉年華」	2021年桃園石門水	5	0	0	0	0	0	0	
2021/11/28	https://travel.ettoday.net/article	2021/5/14	報導		桃園熱氣球嘉年華	本土確診持續延燒	7	0	0	0	0	0	0	
2021/11/28	https://tw.news.yahoo.com/%E	2021/5/6	報導		免跑台東！桃園石門熱氣球嘉年華6月登場，還有恐龍主題試！	去年因為疫情取消	2	0	0	0	0	0	0	
2021/11/28	https://fchiro0910.pixnet.net/b	2019/6/15	遊客-風的攝影	男	桃園不門水庫熱氣球嘉年華	2019桃園石門熱氣	7	0	0	0	0	0	0	
2021/11/28	https://www.mook.com.tw/arti	2021/4/29	報導		免跑台東！連續9天石門熱氣球嘉年華追球去	去年因疫情取消的	9	0	0	0	0	0	0	
2021/11/29	https://udn.com/news/story/79	2021/4/27	報導		連辦9天！2021桃園「石門水庫熱氣球嘉年華」蓄势待發 6/19登場	2021年桃園石門水	5	0	0	0	0	0	0	
2021/11/30	https://www.chinatimes.com/n	2021/5/14	報導		疫情再燒 桃園熱氣球嘉年華	桃園石門水庫熱氣	4	0	0	0	0	0	0	
2021/11/30	https://vmxians2003.pixnet.net	2018/6/24	遊客-那翔		桃園市政府石門水庫熱氣球嘉年華	今天我們來到了全	3	0	0	0	0	0	0	

資料來源:本研究整理

表4.9 Excel處理詞語出現篇數

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P
1	熱氣球	可以	步道	嘉年華	碼頭	阿姆坪	賞楓	體驗	這裡	今年	台灣	時間	沒有	不過	升空	遊湖
234	59	128	62	50	49	39	37	50	49	57	50	63	52	51	36	34
235																

資料來源:本研究整理

4.2.3 詞語整合

中文字複雜特別之處，就是同音異字、字形相近，或是有著語意相近的相似詞，同時也因每個人對於用字遣詞的習慣不盡相同，所以會造成部落客撰寫旅遊體驗時，可能會將相同事物或景點的名稱，以同音異字來表達，例如：「溪洲」，不同的部落客表達方式就不太相同，有人寫「溪州」，也有遊客文中第一次提及是溪洲公園或溪洲山，但之後再提起就以「溪洲」來述說點點滴滴。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：「北水局」，有遊客會寫「水資源局」，也有些會以水利署北區水資源局或經濟部水利署北區水資源局。鑑於此，恐影響量化統計之結果，故如表4.10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328個詞，做為進行後續量化分析的關鍵詞。

表 4.10 斷詞整合一覽表

原始詞語	整合後詞語
水庫 / 石門 / 水庫園	石門水庫
大概 / 大約	大約
桃園 / 桃園縣 / 市政府	桃園
梅花 / 梅樹 / 梅園	梅花
公園 / 槭林 / 槭林公園	槭林公園
登山 / 踏青	踏青
阿姆 / 阿姆坪	阿姆坪
活魚 / 活魚餐	活魚餐
楓葉 / 楓林	楓葉林
活動 / 活動期	活動
湖面 / 湖景	湖景
規劃 / 打造	規劃
景點 / 景區	景點

表 4.10 斷詞整合一覽表(續)

原始詞語	整合後詞語
環湖 / 環湖路 / 公路	環湖公路
導覽 / 導覽員	導覽
薑母島 / 島上	薑母島
大壩 / 水壩 / 水庫壩	大壩
大溪 / 大溪區	大溪
休閒 / 休憩	休閒
風景 / 美景 / 景色 / 風光 / 景緻	風景
生態 / 自然 / 資源	自然生態資源
假日 / 週末 / 假期 / 連假	假日
飛行 / 飛行船	飛行
咖啡廳 / 咖啡館	咖啡廳
溪洲 / 溪州 / 溪洲山	溪洲
蓄水 / 蓄水量	蓄水
搭船 / 遊船 / 搭乘 / 乘船 / 坐船 / 乘坐 / 渡船 / 登船	搭船
遊客 / 民眾 / 人潮	遊客
湖光 / 山色 / 湖光山色	湖光山色
光雕 / 光雕秀	光雕秀
前往 / 來到 / 前來 / 造訪	來到
觀光 / 旅遊 / 遊覽 / 旅行	觀光
山光水色 / 山光 / 水色	山光水色
園區 / 區域	園區
土地 / 土地公 / 土地公廟	土地公
小小 / 小兵 / 小小兵	小小兵
停留 / 駐足	停留
現場 / 地方	現場
朋友 / 朋友們	朋友
路線 / 道路 / 沿路	路線
觀賞 / 觀景	觀賞

表 4.10 斷詞整合一覽表(續)

原始詞語	整合後詞語
白色 / 雪白	白色
噴火 / 噴火秀	噴火秀
抵達 / 到達	抵達
夜間 / 晚上 晚間	夜間
散步 / 走走 / 健行 / 漫步 / 健走 / 逛逛 / 步行	散步
小吃 / 滷味 / 豆干	滷味
復興 / 復興區 / 復興鄉	復興區
家人 / 全家 / 親子	家人
龍潭 / 龍潭區 / 龍潭鄉	龍潭區
美麗 / 夢幻 / 優美 / 漂亮 / 秀麗 / 迷人 / 繽紛	美麗
自行車 / 腳踏車 / 單車	自行車
沿途 / 一路 / 路上	一路上
盛開 / 綻放	盛開
疫情 / 防疫	疫情
停車場 / 停車	停車
枕頭 / 枕頭山	枕頭山
大漢 / 大漢溪	大漢溪
陽光 / 太陽	太陽光
拍照 / 拍攝 / 攝影 / 拍到	拍照
海拔 / 低海拔	海拔
地上 / 地面	地面
葉子 / 樹葉	樹葉
藍天 / 天空 / 雲霄	天空
關西 / 關西鎮	關西鎮
遊玩 / 遊賞	遊玩
小朋友 / 小孩	小朋友
車子 / 車輛	車子
音樂 / 音樂會	音樂

表 4.10 斷詞整合一覽表(續)

原始詞語	整合後詞語
綠色 / 綠意 / 碧綠	綠色
小徑 / 小路	小徑
偶像 / 偶像劇	偶像劇
水利 / 水利署	水利署
景象 / 畫面	景象
船長 / 船家	船長
後池 / 池堰	後池堰
龍珠 / 龍珠灣	龍珠灣
最佳 / 最好	最佳
教育 / 教育營	教育
著名 / 熱門 / 有名 / 知名	著名
翠樓 / 環翠樓	環翠樓
漂流 / 漂流木	漂流木
建議 / 推薦	建議
悠閒 / 愜意 / 美好 / 舒適 / 心曠神怡	悠閒
趣味 / 有趣	有趣
二奶 / 二奶山 / 雙峰	二奶山
眺望 / 遠眺	眺望
日月 / 日月潭	日月潭
秋冬 / 秋季 / 冬天	秋冬
北水 / 北水局 / 水資源局	北水局
樂園 / 遊樂園	遊樂園
遼闊 / 寬敞	遼濶
山丘 / 山坡 / 山頭 / 山區	山坡
美味 / 好吃	美味
入口 / 入口處	入口

資料來源:本研究整理

4.3 關鍵詞頻率分析

在上述4.2.2小節中，已對詞語出現頻率做了初步的整理，本節將著手關鍵詞出現頻率的分析。在閱讀文章的過程中，也注意到每個人寫作或留言習慣及方式並不完全相同，有些人在每一次提到景點或事物，都會以該景點或事物的全名來書寫，但有些則是第一次提到的時候用全名書寫，但之後若有再次提到，便會以代名詞來表示，所以，若僅用詞語出現的次數頻率，來推斷遊客對此旅遊地的意象，很有可能造成偏差或失去客觀性。故研究生傾向從兩個面向來思考：1.斷詞後產生大量詞語，為了比較有效的擷取資訊，先刪除諸如冠詞、介係詞、代名詞等這類對於文本內容意義較不具影響的詞語，即可降低該代名詞原本詞語出現的次數。2.如果有較多數的部落客，在不同的文章提到相同的詞語，那麼這些關鍵詞，相對來說，應該就是遊客心中認為較重要或者是印象深刻的，也更足以代表此旅遊地的意象。以下是本研究依關鍵詞出現的次數、篇數、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，是探討旅遊地意象和體驗價值的相當重要的關鍵因素，因此研究生依4.2.3詞語整合結果，所得到的328個關鍵詞進行出現次數的頻率分析，整理如表4.11關鍵詞出現次數一覽表，如下圖所表現。

表 4.11 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
石門水庫	2172	沒有	86	小小兵	44	北部	33	活魚餐	27
熱氣球	446	沿途	83	楓紅	44	只有	33	偶像	27
桃園	352	夜間	79	咖啡	44	季節	33	偶像劇	27
可以	344	大溪	78	觀賞	44	停車場	33	期間	27
美景	272	著名	76	家人	44	太陽光	33	湖畔	27
梅花	245	升空	75	下午	43	復興區	32	繫留	27
遊客	224	遊湖	73	位於	43	當然	32	咖啡廳	27
搭船	180	悠閒	73	湖光山色	42	噴火秀	32	綠色	27
步道	159	南苑	71	槭林公園	42	小朋友	32	主題	26
散步	156	園區	71	很多	41	船長	32	台東	26
前往	155	水位	68	舉辦	41	一定	31	用餐	26
活動	145	遊艇	66	最佳	41	地點	31	目前	26
景點	144	真的	64	一日	40	枕頭山	31	嵩台	26
環湖公路	144	賞梅	63	溪口	40	山坡	31	楓樹	26
觀光	140	造型	59	選擇	40	章魚	30	景象	26
公園	139	後池堰	58	朋友	40	景觀	30	地區	25
楓葉林	132	自行車	57	抵達	40	機會	30	壯觀	25
嘉年華	131	已經	56	美食	39	滷味	30	其實	25
美麗	125	壩頂	56	湖景	39	天空	30	料理	25
碼頭	123	附近	55	遠眺	39	大漢溪	29	隧道	25
大壩	121	溪洲	54	比較	38	不錯	29	規劃	25
自然生態資源	121	餐廳	53	開始	38	另外	29	休閒	25
薑母島	120	光雕	53	天氣	37	老街	29	土地公	25
賞螢	119	今天	51	這樣	37	勝景	29	大道	24
阿姆坪	117	桃園	51	距離	37	開車	29	環境	24
賞楓	108	收費站	50	龍潭	37	一直	28	地面	24
體驗	104	建議	49	現在	36	一起	28	介紹	23
假日	103	盛開	48	經過	36	直接	28	以上	23
這裡	95	不少	47	滿水	36	草原	28	命中	23
現場	92	時候	47	秋冬	36	高線	28	坪林	23
拍照	92	適合	47	小時	34	應該	28	活魚節	23
活魚	90	相當	46	水量	34	還可以	28	梅園	23
今年	89	看看	46	大約	34	櫻花	28	涼亭	23
路線	89	疫情	46	踏青	33	土地公廟	27	溢洪道	23
台灣	88	吊橋	45	一樣	33	主要	27	照片	23
時間	87	還是	45	加上	33	左右	27	颱風	23

表 4.11 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
槭樹	23	百吉	18	車子	16	對岸	13
有趣	23	百年	18	二奶	16	精彩	13
山水	22	登場	18	日本	15	影響	13
山閣	22	開放	18	用水	15	關係	13
中心	22	解說	18	吃活魚	15	三峽	12
方向	22	樹林	18	草地	15	上游	12
可愛	22	心情	17	高度	15	大橋	12
角板山	22	水面	17	淹沒	15	山林	12
浪漫	22	水源	17	野餐	15	日月潭	12
種植	22	石秀灣	17	登島	15	主角	12
龍珠灣	22	交通	17	賞景	15	再度	12
雪白色	22	位置	17	闖關	15	把握	12
停車	22	角度	17	生活	14	林蔭	12
行程	21	居民	17	好行	14	花朵	12
走到	21	青楓	17	空氣	14	門票	12
風景區	21	政府	17	花季	14	清晨	12
梅樹	21	音樂會	17	花況	14	階梯	12
離開	21	展開	17	長興	14	楓景	12
北水局	21	參加	17	建築	14	藍色	12
遼闊	21	陸續	17	秘境	14	豐富	12
大型	20	搭配	17	球體	14	關西	12
石門山	20	預約	17	博物館	14	噴火	12
沒水	20	熱鬧	17	湖水	14	三坑	11
車道	20	美味	17	登上	14	山光水色	11
飯店	20	中游	16	新竹	14	沿岸	11
興建	20	方式	16	溪洲山	14	表演	11
騎車	20	主辦	16	飽覽	14	長江	11
停留	20	充氣	16	蓄水	14	活動期	11
中線	19	北橫	16	樹葉	14	發電	11
花海	19	台北	16	小徑	14	歷史	11
原本	19	完成	16	水情	13	導覽	11
推出	19	服務	16	印象	13	音樂	11
慈湖	19	花園	16	安全	13	二奶山	10
運動	19	近距離	16	幸福	13	低海拔	10
環湖路	19	視野	16	降雨	13	扶輪亭	10
環翠樓	19	海拔	16	俯瞰	13	高點	10
入口	19	遊玩	16	恐龍	13	水利	10



圖4.2 石門水庫328個關鍵詞文字雲

來源:本研究整理,WordArt文字雲線上產生器

從表4.11大致可得知，關鍵詞出現次數前20%，大致為「石門水庫、熱氣球、桃園、美景、梅花、遊客、搭船、步道、散步、活動、景點、環湖公路、觀光、槭林公園、楓葉林、嘉年華、美麗、碼頭、大壩、自然生態資源、薑母島、賞螢、阿姆坪、賞楓、體驗、假日、現場、拍照、活魚、台灣、夜間、升空、遊湖、悠閒、南苑、園區、水位、遊艇、賞梅、造型、後池堰、自行車、壩頂、溪洲、活魚餐、光雕、建議、盛開……」。可見遊客來到石門水庫，會到訪的景點，有「阿姆坪、槭林公園、環湖公路、溪洲公園、壩頂、遊艇碼頭、大壩、南苑生態公園、後池堰、依山閣、嵩台、溢洪道、薑母島、步道……」等地；美食方面則是風味獨特的豆干滷味和石門活魚餐；從事的體驗活動則為：熱氣球升空、搭船、散步、賞螢、賞楓、遊湖、賞梅、自行車、夜間光雕以及

拍照；遊客來到此，也很關心水庫的「水位」狀況，因此水位出現的次數也占了很高的比重；在感受及體驗價值方面則是美景、美麗、悠閒，而由語詞整合表可看出，美麗這個關鍵詞在本研究也包含了：夢幻、優美、漂亮、秀麗、迷人、繽紛等詞語之意，同樣的，悠閒這個詞亦是包含了：愜意、美好、舒適、心曠神怡等，可見得遊客來到石門水庫後的感受和體驗價值，正是這些正向美好的詞語足以形容之。

4.3.2 關鍵詞篇數分析

在網路文章中，出現次數頻率較高的詞語，可見應是較為重要的體驗和感受。但是若撰文者只在其中一篇文章內，不斷重複提到某處景點或某一物品的名詞，導致了這個詞語出現很多次，這應只是代表作者個人對此詞語有特別意義，而不是大多數人；和其他多數的撰寫者，在不同的文章中，共同提到的詞語相比較，那麼大多數撰寫者共同的想法和意見，應該會相對更具有代表性。所以關鍵詞以出現篇數的多寡來判斷，更能表現石門水庫的旅遊意象和體驗價值，研究生將全數232篇文章中，關鍵詞出現篇數未達15篇(約6%)的去除，整理如表 4.12。從表 4.12 可以得知，關鍵詞出現次數和篇數只有非常少許的差異，兩者之間的詳細比較，於 4.3.3 小節進行分析及說明。也先以篩選前20%的關鍵詞文字雲示意圖，篩選出47個關鍵詞依序為「石門水庫、桃園、美景、遊客、前往、自然生態資源、美麗、散步、公園、景點、搭船、大壩、假日、時間、步道、觀光、熱氣球、著名、活動、環湖公路、楓葉林、南苑、拍照、體驗、嘉年華、沿途、台灣、碼頭、悠閒、園區、夜間、大溪、湖光山色、路線、壩頂、真的、梅花、阿姆坪、賞楓、家人、活魚、升空」由出現篇數的前20%關鍵詞，和上節關鍵詞次數前20%做比較，其結果如圖4.3和圖4.4所呈現，即可一眼看出二者其實是相差無幾的：



圖4.3 石門水庫328個關鍵詞次數前20%文字雲

來源:本研究整理，WordArt文字雲線上產生器



圖4.4 石門水庫328個關鍵詞篇數前20%文字雲

來源:本研究整理，WordArt文字雲線上產生器

表4.12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
石門水庫	222	95.69%	沒有	52	22.41%	餐廳	35	15.09%
桃園	161	69.40%	不過	51	21.98%	看看	35	15.09%
可以	128	55.17%	體驗	50	21.55%	建議	35	15.09%
美景	124	53.45%	嘉年華	50	21.55%	抵達	35	15.09%
遊客	109	46.98%	沿途	50	21.55%	水位	35	15.09%
前往	94	40.52%	台灣	50	21.55%	還是	34	14.66%
自然生態資源	86	37.07%	碼頭	49	21.12%	遊湖	34	14.66%
美麗	81	34.91%	這裡	49	21.12%	溪洲	34	14.66%
散步	79	34.05%	悠閒	48	20.69%	偶像劇	34	14.66%
公園	78	33.62%	園區	45	19.40%	收費站	34	14.66%
景點	75	32.33%	夜間	45	19.40%	遊艇	33	14.22%
搭船	74	31.90%	大溪	45	19.40%	距離	32	13.79%
大壩	69	29.74%	湖光山色	45	19.40%	造型	32	13.79%
假日	67	28.88%	路線	44	18.97%	時候	32	13.79%
時間	63	27.16%	附近	42	18.10%	相當	32	13.79%
步道	62	26.72%	已經	42	18.10%	開始	31	13.36%
觀光	60	25.86%	壩頂	40	17.24%	最佳	31	13.36%
熱氣球	59	25.43%	真的	40	17.24%	光雕	31	13.36%
現場	57	24.57%	梅花	39	16.81%	槭林公園	30	12.93%
今年	57	24.57%	阿姆坪	39	16.81%	盛開	30	12.93%
著名	56	24.14%	適合	37	15.95%	位於	30	12.93%
活動	56	24.14%	賞楓	37	15.95%	一定	30	12.93%
環湖公路	53	22.84%	不少	37	15.95%	賞梅	29	12.50%
楓葉林	52	22.41%	家人	36	15.52%	很多	29	12.50%
南苑	52	22.41%	活魚	36	15.52%	自行車	29	12.50%
拍照	52	22.41%	升空	36	15.52%	薑母島	28	12.07%

4.12 關鍵詞出現篇數一覽表(續1)

關鍵詞	篇數	百分比	關鍵詞	篇數	百分比	關鍵詞	篇數	百分比
舉辦	28	12.07%	滿水	24	10.34%	地區	21	9.05%
天氣	28	12.07%	楓紅	24	10.34%	休閒	21	9.05%
不錯	28	12.07%	後池堰	24	10.34%	一直	21	9.05%
觀賞	27	11.64%	直接	24	10.34%	櫻花	20	8.62%
經過	27	11.64%	應該	23	9.91%	繫留	20	8.62%
停車場	27	11.64%	復興區	23	9.91%	槭樹	20	8.62%
地點	27	11.64%	海拔	23	9.91%	景象	20	8.62%
比較	27	11.64%	疫情	23	9.91%	高線	20	8.62%
龍潭	26	11.21%	目前	23	9.91%	朋友	20	8.62%
選擇	26	11.21%	另外	23	9.91%	隧道	19	8.19%
機會	26	11.21%	天空	23	9.91%	照片	19	8.19%
遠眺	26	11.21%	噴火秀	22	9.48%	楓樹	19	8.19%
季節	26	11.21%	綠色	22	9.48%	景觀	19	8.19%
只有	26	11.21%	開車	22	9.48%	勝景	19	8.19%
北部	26	11.21%	這樣	22	9.48%	其實	19	8.19%
加上	26	11.21%	秋冬	22	9.48%	有趣	19	8.19%
小時	26	11.21%	咖啡	22	9.48%	左右	19	8.19%
大約	26	11.21%	壯觀	22	9.48%	以上	19	8.19%
一樣	26	11.21%	地面	22	9.48%	小朋友	19	8.19%
當然	25	10.78%	主要	22	9.48%	大漢溪	19	8.19%
湖景	25	10.78%	土地公廟	22	9.48%	離開	18	7.76%
太陽光	25	10.78%	還可以	21	9.05%	遼闊	18	7.76%
山坡	25	10.78%	環境	21	9.05%	種植	18	7.76%
下午	25	10.78%	溢洪道	21	9.05%	溪口	18	7.76%
一起	25	10.78%	期間	21	9.05%	規劃	18	7.76%
踏青	24	10.34%	活魚餐	28	12.07%	浪漫	18	7.76%

4.12 關鍵詞出現篇數一覽表(續2)

關鍵詞	篇數	百分比	關鍵詞	篇數	百分比
坪林	18	7.76%	環翠樓	15	6.47%
吊橋	18	7.76%	樹林	15	6.47%
介紹	18	7.76%	賞螢	15	6.47%
中線	18	7.76%	颱風	15	6.47%
龍珠灣	17	7.33%	預約	15	6.47%
熱鬧	17	7.33%	搭配	15	6.47%
停留	17	7.33%	雪白色	15	6.47%
原本	17	7.33%	展開	15	6.47%
老街	17	7.33%	音樂會	15	6.47%
可愛	17	7.33%	美味	15	6.47%
主題	17	7.33%	車子	15	6.47%
中心	17	7.33%	角度	15	6.47%
遊玩	16	6.90%	交通	15	6.47%
嵩台	16	6.90%	台東	15	6.47%
湖畔	16	6.90%	北水局	15	6.47%
章魚	16	6.90%	入口	15	6.47%
涼亭	16	6.90%			
梅樹	16	6.90%			
停車	16	6.90%			
命中	16	6.90%			
位置	16	6.90%			
水源	16	6.90%			
方向	16	6.90%			
山水	16	6.90%			
小小兵	16	6.90%			
大型	16	6.90%			

註:此篇數百分比是以總篇數232篇文章中出現篇數計算而來。

資料來源：本研究整理

意象分類	關鍵詞
自然環境	水庫、薑母島、步道、環湖公路、阿姆坪、吊橋、槭林公園、草原、隧道、梅園、龍珠灣、石門山、石秀灣、花園、低海拔、草地、小徑、花季、花況、蓄水、水情、三峽、沿岸
地方氛圍	美景、拍照、悠閒、盛開、家人、湖光山色、朋友、美食、船長、美麗、偶像劇、壯觀、休閒、有趣、可愛、浪漫、遼闊、熱鬧、美味、幸福、精彩、豐富、山光水色、享受、繽紛、夢幻、秀麗、愜意、美好、舒適、心曠神怡

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

(1).自然資源意象

以植物的多樣性意象為主，「楓樹林」、「梅花」、「自然生態資源」、「櫻花」、「山坡」、「溪洲」、「大漢溪」、「湖水」及特有的「活魚」為主要呈現。



圖4.5 石門水庫自然資源文字雲

來源:本研究整理，WordArt文字雲線上產生器

(2) 遊客休憩與體驗意象

遊客休憩與體驗意象的關鍵詞有「搭乘熱氣球、散步、野餐、踏青、賞楓、賞梅、遊船、登薑母島、騎自行車、老街、拍照、噴火秀、賞景、美食、活魚餐、咖啡、賞螢、升空」等，尤其是登島到偶像劇場景更是其觀光遊湖的一大噱頭，遊客休憩和體驗意象如圖4.6所呈現。



圖4.6 遊客休閒遊憩體驗文字雲

來源:本研究整理，WordArt文字雲線上產生器

(3).觀光設施文字雲

園區內有許多設施是因水利功能依勢造景而成為著名景點的，如：大壩、溢洪道、後池堰、隧道、北水局等，景點遊覽設施則有：依山閣、碼頭、嵩台、遊艇、扶輪亭、各式涼亭、環翠樓等，皆為遊客到石門水庫必訪之處。



圖4.7 石門水庫觀光設施文字雲

來源:本研究整理，WordArt文字雲線上產生器

(4). 自然環境意象

自然環境意象是針對文章中提到的，薑母島、阿姆坪、遊湖看到的吊橋、環湖公路、梅園、槭林公園、步道、石門山、龍珠灣、南苑公園、低水位時的草原等，這些自然環境都是石門水庫的珍貴觀光資源，也是遊客到石門水庫時會去走走逛逛的，如圖4.8所呈現。



圖4.8 石門水庫自然環境意象文字雲

來源:本研究整理，WordArt文字雲線上產生器

表 4.14 關鍵詞出現次數、篇數 比較表

排序	次數	篇數	排序	次數	篇數	排序	次數	篇數	排序	次數	篇數
1	石門水庫	石門水庫	31	活魚	碼頭	61	疫情	賞梅	91	噴火秀	櫻花
2	熱氣球	桃園	32	今年	悠閒	62	吊橋	自行車	92	小朋友	繫留
3	桃園	可以	33	路線	園區	63	小小兵	舉辦	93	船長	槭林公園
4	可以	美景	34	台灣	夜間	64	楓紅	天氣	94	枕頭山	朋友
5	美景	遊客	35	時間	大溪	65	咖啡	薑母島	95	山坡	景象
6	梅花	前往	36	沒有	路線	66	觀賞	停車場	96	章魚	拍照
7	遊客	自然生態資源	37	沿途	壩頂	67	家人	觀賞	97	景觀	楓紅
8	搭船	美麗	38	夜間	阿姆坪	68	湖光山色	選擇	98	機會	景觀
9	步道	散步	39	大溪	梅花	69	槭林公園	龍潭	99	酒味	勝景
10	散步	公園	40	著名	賞楓	70	舉辦	北部	100	天空	有趣
11	前往	景點	41	升空	適合	71	最佳	季節			
12	活動	搭船	42	遊湖	湖光山色	72	一日	機會			
13	景點	大壩	43	悠閒	升空	73	溪口	大約			
14	環湖公路	假日	44	南苑	活魚	74	選擇	遠眺			
15	觀光	時間	45	園區	家人	75	朋友	湖景			
16	公園	步道	46	水位	水位	76	抵達	太陽光			
17	楓葉林	觀光	47	遊艇	餐廳	77	美食	山坡			
18	嘉年華	熱氣球	48	賞梅	看看	78	湖景	楓紅			
19	美麗	今年	49	造型	抵達	79	遠眺	滿水			
20	碼頭	現場	50	後池堰	建議	80	距離	踏青			
21	大壩	活動	51	自行車	遊湖	81	龍潭	後池堰			
22	自然生態資源	著名	52	壩頂	收費站	82	滿水	疫情			
23	薑母島	環湖公路	53	溪洲	溪洲	83	秋冬	海拔			
24	賞螢	沒有	54	餐廳	遊艇	84	小時	天空			
25	阿姆坪	南苑	55	光雕	造型	85	水量	復興區			
26	賞楓	楓葉林	56	收費站	距離	86	踏青	秋冬			
27	體驗	拍照	57	建議	光雕	87	季節	環境			
28	假日	不過	58	盛開	最佳	88	停車場	溢洪道			
29	現場	嘉年華	59	適合	槭林公園	89	太陽光	悠閒			
30	拍照	體驗	60	看看	盛開	90	復興區	高線			

資料來源：本研究整理

進行比較的表 4.14 共有 200 個詞語，利用Excel格式化設定功能，找出重覆出現之語詞，圖表中除了紅色的區塊，其餘是二者間有差異之處，

以黃色表示在出現次數的部份，多了「賞螢、台灣、沿途、吊橋、小兵、咖啡、一日、溪口、美食、小時、水量、噴火秀、小朋友、船長、枕頭山、章魚、滷味」；篇數方面以藍色表示，其多了「不過、天氣、北部、大約、海拔、環境、溢洪道、高線、櫻花、繫留、景象、勝景、有趣」，共有 30 個，約占 15%，表示差異性不大；而相同性則有 85%，因此更可大膽判斷，紅色區塊的關鍵詞，可以是代表石門水庫的旅遊意象和體驗價值。其中咖啡和賞螢在關鍵詞次數出現很高，但並未在篇數出現，表示並非多數的遊客到石門水庫都覺得喝咖啡、賞螢是一定需要體驗的，可能只是某部份遊客多次提到，認為走累了、騎累了，坐在湖邊喝杯咖啡聊聊天、欣賞大自然美景，也可以是人生一大享受，但其可能尚不足代表石門水庫的旅遊意象。同樣的，對於「賞螢、螢火蟲」，雖然其出現共有 119 次之高，但在本研究的 232 篇文章中，其實僅有 15 篇提到，所以對於賞螢是否也能代表石門水庫的意象，亦是尚待研議的。

關鍵詞出現在不同篇數，表示在不同的文章中，被不同的作者接連提出，從表 4.12 中出現篇數多了「海拔、環境、溢洪道、高線、櫻花、景象、勝景、有趣」，明白文章中許多部落客，提到了石門水庫是眾多賞楓景點中海拔最低的一處，這是個很難得的特色；同時大多數人也認為溢洪道和石門勝景都是必到的景點，石門水庫的景象和環境都是很值得遊客們到此一遊的。

總而言之，從以上關鍵詞可以獲悉，在遊客對桃園最有印象的旅遊景點裏，石門水庫肯定是名列其中，也由此統計比較得知，兩者所獲得的結果是相差無幾的，大致可看出如下的分析結果：

- (1) 必訪景點：溪州公園、後池堰、南苑生態公園、嵩台、槭林公園、阿姆坪、大壩、步道、碼頭、環湖公路。

- (2) 美食推薦：豆干滷味、活魚餐廳。
- (3) 休閒體驗：踏青、散步、搭船遊湖、薑母島登島、環湖自行車、熱氣球嘉年華、光雕噴火秀、賞楓、賞梅、拍照、遠眺湖景。
- (5) 旅遊天數：大多為一日遊。
- (6) 氛圍感受：湖光山色、美麗、美景、悠閒、家人、朋友、滿水、太陽光、天空、拍照、有趣。

4.4 共詞分析

本研究採以全面性的共詞分析，斷詞之後再整理所留下的328個關鍵詞，利用統計的程式，將各關鍵詞是否在該篇的文章出現，轉化成為0或1的布林值之後，再利用程式運算的迴圈概念，把共同出現在各篇部落文的共詞篇數計算出來，以進行主題式的視覺分析。兩個關鍵詞的共詞組合，共得到11428種組合方式，由於資料數據多而繁複，因此僅列舉共同出現篇數，占總研究 232 篇的 10%的篇數約20篇以上的，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
石門水庫	散步	83	桃園市	噴火	37
步道	噴火	67	熱氣球	造型	36
熱氣球	石門水庫	62	碼頭	槭林公園	36
熱氣球	桃園	59	距離	噴火	36
南苑	噴火	57	槭林公園	噴火	35
熱氣球	嘉年華	55	嘉年華	距離	35
體驗	噴火	55	嘉年華	散步	34
嘉年華	噴火	54	體驗	溪口	34
碼頭	噴火	53	賞梅	噴火	34
南苑	散步	48	體驗	天氣	34
壩頂	噴火	45	體驗	散步	34
石門水庫	夜間	44	舉辦	抵達	33
阿姆坪	噴火	43	賞梅	夜間	32
熱氣球	升空	41	舉辦	噴火	32
升空	噴火	41	不錯	噴火	31
石門水庫	家人	41	可以	噴火秀	31
湖光山色	噴火	41	升空	小時	31
嘉年華	天氣	40	北部	噴火	31
升空	抵達	40	地點	噴火	31
賞楓	噴火	40	季節	噴火	31
水位	噴火	40	機會	噴火	31
熱氣球	體驗	40	龍潭	噴火	31
熱氣球	南苑	39	熱氣球	舉辦	31
熱氣球	公園	39	嘉年華	一直	30
餐廳	噴火	39	石門水庫	美麗	30
收費站	噴火	39	水位	偶像劇	30
遊湖	噴火	38	步道	散步	30
遊艇	噴火	38	體驗	距離	30
造型	噴火	37	停車場	噴火	30

表 4.15 兩個關鍵詞共詞組合(續1)

共詞組合		篇數	共詞組合		篇數
楓紅	噴火	30	遊艇	抵達	26
滿水	噴火	30	餐廳	抵達	26
石門水庫	滷味	30	湖光山	散步	26
碼頭	一日	29	景觀	噴火	26
升空	散步	29	大漢溪	噴火	26
附近	散步	29	勝景	噴火	26
嘉年華	地區	28	楓樹	噴火	26
壩頂	抵達	28	隧道	噴火	26
阿姆坪	這樣	28	碼頭	老街	25
碼頭	散步	28	阿姆坪	北部	25
時間	散步	28	賞楓	散步	25
造型	散步	28	吊橋	噴火	25
噴火秀	噴火	28	槭林公園	散步	25
期間	噴火	28	溪口	噴火	25
環境	噴火	28	坪林	噴火	25
熱氣球	噴火秀	28	照片	噴火	25
碼頭	龍潭	28	浪漫	噴火	25
溢洪道	噴火	27	熱氣球	主題	24
步道	很多	27	步道	一日	24
步道	夜間	27	槭林公園	夜間	24
賞楓	抵達	27	阿姆坪	抵達	24
櫻花	噴火	27	碼頭	美食	24
壯觀	噴火	27	體驗	風景區	24
槭樹	噴火	27	體驗	風景區	24
步道	美食	26	桃園	家人	24
嘉年華	風景區	26	碼頭	偶像劇	24
阿姆坪	龍潭	26	阿姆坪	散步	24
升空	地區	26	壩頂	散步	24
遊湖	散步	26	活魚餐	噴火	24

表 4.15 兩個關鍵詞共詞組合(續2)

共詞組合		篇數	共詞組合		篇數
主題	噴火	24	山水	噴火	23
龍珠灣	噴火	24	方向	噴火	23
熱鬧	噴火	24	可愛	噴火	23
偶像	龍珠灣	24	梅樹	噴火	23
公園	家人	24	梅樹	夜間	23
熱氣球	小小兵	23	熱氣球	台東	22
熱氣球	距離	23	熱氣球	音樂會	22
熱氣球	章魚	23	步道	水量	22
步道	滿水	23	步道	老街	22
步道	另外	23	嘉年華	選擇	22
步道	滷味	23	嘉年華	美食	22
嘉年華	機會	23	嘉年華	球體	22
嘉年華	隧道	23	碼頭	走到	22
碼頭	水量	23	碼頭	環湖路	22
碼頭	北部	23	碼頭	家人	22
碼頭	期間	23	阿姆坪	環湖路	22
阿姆坪	一日	23	賞楓	選擇	22
遊湖	抵達	23	賞楓	美食	22
南苑	主要	23	賞楓	一定	22
南苑	地區	23	賞楓	勝景	22
造型	風景區	23	體驗	球體	21
餐廳	浪漫	23	升空	梅樹	21
看看	散步	23	遊湖	龍潭	21
小小兵	噴火	23	遊湖	老街	21
章魚	噴火	23	南苑	風景區	21
老街	噴火	23	遊艇	老街	21
偶像劇	噴火	23	遊艇	散步	21
嵩台	噴火	23	餐廳	家人	21
涼亭	噴火	23	收費站	環翠樓	21

表 4.15 兩個關鍵詞共詞組合(續3)

共詞組合		篇數	共詞組合		篇數
小小兵	隧道	21	阿姆坪	老街	20
槭林公園	抵達	21	賞楓	大漢溪	20
噴火秀	散步	21	南苑	嵩台	20
櫻花	夜間	21	水位	景觀	20
湖畔	噴火	21	季節	散步	20
繫留	散步	21	停車場	散步	20
台東	噴火	21	噴火秀	球體	20
命中	噴火	21			
颱風	噴火	21			
環翠樓	噴火	21			
樹林	噴火	21			
交通	噴火	21			
角度	噴火	21			
音樂會	噴火	21			
音樂會	抵達	21			
桃園	滷味	21			
桃園	美麗	21			
梅花	散步	21			
步道	湖光山	20			
步道	停車場	20			
步道	一定	20			
步道	大漢溪	20			
步道	勝景	20			
嘉年華	梅樹	20			
碼頭	章魚	20			
碼頭	景觀	20			
碼頭	種植	20			
碼頭	龍珠灣	20			
阿姆坪	章魚	20			

1. 初始觀光意象(賞楓、散步、步道)：

散步&石門水庫、散步&賞楓、散步&南苑、散步&嘉年華、散步&步道、散步&升空、散步&碼頭、散步&遊湖、散步&槭林公園、散步&阿姆坪、散步&遊艇、散步&梅花等；賞楓&噴火、賞楓和美食、賞楓&勝景；步道&噴火、步道&美食、步道&一日、步道&滿水、步道&滷味、步道&老街、步道&湖光山色、步道&勝景等兩兩出現的詞語皆為20以上，可以研判散步、步道、賞楓是遊客對於石門水庫風景區的初始旅遊意象。如今，更多人知道的石門水庫，是一個春天可賞櫻，秋天可賞楓，冬天可賞梅的散步賞景之旅遊景點，也由於對水資源的保護，石門水庫風景區一直保有良好的生態環境，一切是如此自然純淨，老楓樹挺立的槭林公園，走在楓林及槭林的步道間，清風徐徐環境清幽，遊客於此散步賞景，彷彿置身文人筆下的仙境，身心頓時放鬆，悠閒愜意又可吸收芬多精，令人心曠神怡。溪洲公園賞花、槭林公園賞楓、賞梅，在晚秋時節，整片步道楓紅，遊客很難不沈醉於這樣的美景中，也因此賞景賞楓便成為了石門水庫的意象之一，因此步道和散步及賞楓等詞語會多次兩兩出現。可由如下文本看出：

No.2 「據說石門水庫整個園區的青楓與槭樹可是多達3000多棵呢，這麼美的景色，令人不醉心都難！即使是周末下午前來，人潮依然不算太多，算是桃園非常棒的賞楓景點。

」

No.7 「很喜歡石門水庫~ 因為每次看到這遼闊、壯觀的風景，所有煩惱都能拋諸腦後我們喜歡到大壩碼頭、依山閣這一帶**散散步**，這是件很幸福的事~ 看看這寬廣的湖水，像是沒有盡頭」

No.12 「誰說滿山楓紅的秀麗景緻，是高山限定?北台灣低海拔人氣賞楓

景點—石門水庫，逢秋冬之際，上千棵的青楓與槭樹將山林渲染上浪漫艷紅，沿著步道而行，讓自己完全融入這片迷人美景的同時，登山健走的疲憊也得到紓解，驚艷景色不輸高海拔山脈。位於槭林公園內的石階步道，除了能一覽青楓林，也是賞梅勝地，秋冬各有風情。」

No. 18. 「【石門水庫楓紅。桃園】楓石門、遊湖賞楓吃活魚！蕭瑟的秋天踏著靜悄悄的脚步來臨，綠葉一片片飄落，取而代之的是那紅得鮮艷的層層秋楓，溫暖了整個秋季...每到十二月，就是全台旅人們展開追楓行動的季節，明明已經看過層林盡染的楓紅盛況，每年此時卻還是興奮的規畫著要衝去哪追楓，只因為那一片片引人入勝的火紅實在太讓人無法忘懷，來去石門水庫追楓囉～」

2. 遊客休閒與遊憩活動意象(遊湖、碼頭、老街、熱氣球、南苑)：

遊湖&噴火、遊湖&散步、遊湖&抵達、遊湖&龍潭、遊湖&老街；
碼頭&噴火、碼頭&槭林公園、碼頭&一日、碼頭&散步、碼頭&龍潭、
碼頭&老街、碼頭&美食、碼頭&偶像劇、碼頭&家人、碼頭&景觀、碼
頭&龍珠灣；老街&碼頭、老街&遊艇、老街&步道、老街&遊湖、老街
&阿姆坪；熱氣球&石門水庫、熱氣球&體驗、熱氣球&升空、熱氣球&
南苑、熱氣球&噴火秀、熱氣球&音樂會；南苑&熱氣球、南苑&散步、
南苑&噴火、南苑&嵩台等，一樣皆是兩兩出現20以上的詞語。

石門水庫秀麗的湖光山色可媲美桂林山水，加上紅極一時的偶像劇《命中注定我愛你》杜撰出來的薑母島(原名為枕頭山)，因為曾在此處取景，所以相信這個遊船到偶像劇場的體驗，應該是其他旅遊景點比不上的，遊湖登島參拜島上百年土地公廟，便也成了遊客來到石門水庫深度旅遊並親身體驗自然造物之美的最佳選項。因此，到碼頭乘船遊湖，

涼風沁人心脾，讓人感到心曠神怡，沈浸於這浪漫情境，十足紓壓好地方，這就是讓遊客們印象深刻的美好體驗及愜意的輕旅遊行程，也因此這些詞語會有多次兩兩出現的頻率。南苑生態公園的熱氣球嘉年華更是近年來，引起遊客們討論的當紅話題，夜間的光雕噴火秀更令遊客們嗨到最高點，研究生於文本裏讀看出，所有描寫自己參與石門水庫熱氣球嘉年華活動的部落客，對於水庫湖光山色加上熱氣球升空超美的景緻和夜間的光雕噴火秀，這些讓遊客驚豔的美好體驗和經歷，都是深深烙印在他(她)們心中的。另外就是老街詞組，大溪老街和三坑老街都在石門水庫附近，只要有歷史及特色的老街，都是遊客們必定走訪之處，這二處當然也不會例外，所以，到石門水庫後，就有了到老街走走的行程，老街懷舊的古早味美食及建築，悠閒的氛圍，總讓遊客憶起了童年的快樂時光，也因此老街和上述幾個體驗活動同時出現的篇幅就不會太少。上述意象可由以下文本看出：

No 103. 「石門水庫一日遊桃園踏青趣，石門水庫景點一日遊，園區佔地大，風景秀麗，山水風光讓人沈醉，來石門水庫，能欣賞壯闊的石門大壩和洩洪，還能品嚐活魚料理、漫步森林和搭配遊湖，玩石門水庫，我們不急著離開，放慢腳步，順遊周邊特色景點，如大溪老街、三坑老街，讓旅行足跡更豐富。」

No. 4 「北台灣神秘水路一日遊！桃園石門水庫怎麼玩？10大必去景點，活魚三吃美食推薦一次看，這次帶各位到桃園的石門水庫，乘坐只有滿水位才有的藍色公路！就是可以直接抵達復興鄉的新溪口吊橋，正逢洩洪的第二天，水庫好滿好漂亮。然後再沿著美國路來到活魚餐廳吃活魚五吃，最後到假日很多人，但我們去都沒人的三坑老街，很優閒桃園行程！桃園石門水庫推薦行程10選：藍色公路 新溪口吊橋 水庫洩洪 阿姆

坪薑母島 長興吊橋 龍珠灣 大壩碼頭 南苑生態公園 熱氣球 三坑老街」。

No. 99. 「石門水庫，遊船趣。用不一樣的角度遊玩桃園的國家級景點，以前都是走馬看花或是只在綠地上踏青野餐，這次經由船行與船長的說明，你會更瞭解石門水庫的美麗與改變，船長也很幽默風趣，讓你不在此行！」

No. 100 「阿姆坪碼頭 搭船遊湖(命中註定我愛你拍攝場景)離開明池山莊之後，本想去石門水庫湖畔喝下午茶，但到達目的地時已經下午三點多了，於是二姐夫提議可以去石門水庫的阿姆坪生態公園的碼頭 搭船遊湖，感覺很不錯，小朋友們一定也會覺得很有趣。從石門水庫的阿姆坪碼頭開始，以環湖方式欣賞石門水庫沿岸美景。阿姆坪位於石門水庫中游的右岸，是大漢溪河階台地的一部分，屬於峽谷地形。有機會的話，可以去阿姆坪碼頭的湖畔咖啡，喝個優閒的下午茶，那兒視野廣闊，可盡享湖光山色的美。不過，船長說，在湖畔喝咖啡不便宜，一杯二奶咖啡要二百元喔。枕頭山，因偶像劇『命中註定我愛你』拍攝打響名號後，更名為薑母島，居住的都是石門水庫的拆遷戶，如今只剩下二十幾戶人家居住，島上的住宅仍保留原始的風貌。來到薑母島(枕頭山)，船長帶我們去枕頭山上的百年土地公廟，就是偶像劇中的薑王廟，據傳相當靈驗，也是遊客必到的景點。」

No. 16. 「由停車場往石門大壩走去，就可以看到美麗的湖景，完全不輸給日月潭!第一次來到石門大壩口，看下去整個超壯觀的，可以想見洩洪的景象有多驚人!!大壩旁邊有個嵩台，可以從這爬上置高點看到更廣更遠的景色!爬了大概二百個階梯就到達頂端，首圖就是在這邊拍的，石門水庫的山光水色也太美了，果然台灣還有很多美麗的地方都沒去過!

舅舅覺得太早去吃活魚會等很久，所以就招待大家去大壩碼頭搭船遊湖!!全票一個人200元，航程50分鐘，從石門大壩口旁邊出發囉~~ 遊湖船有室內和室外區，當天天氣熱坐外面吹風很舒適。

船長邊開船邊用麥克風來個專業的解說導覽遊，湖航程的尾端可以遠遠看到枕頭山，這也就是偶像劇命中注定我愛你裡著名的景點薑母島。

還可以看到有名的湖畔咖啡，一直沒有機會去一探究竟，居然是在湖上遠遠看到它。50分鐘的航程其實也不會太久到很累，大家有時間也可搭船看看美麗的山光水色!」

No 94. 「暢遊石門水庫 登船遊湖 盡覽山水風光

桃園石門水庫風景優美，來到這裡可以欣賞雄偉的大壩、也可以在楓林步道悠閒漫步，不過最吸引人的，還是搭船遊湖，盡情飽覽整個水庫的山水風光，近期正逢滿水位，想放鬆心情體驗石門水庫的景色，正是時候。站在湖邊拍照，背景就是山水交錯的美麗景緻，來到石門水庫讓人想不拍照也難。搭上遊船徜徉在山光水色之間，體驗乘風破浪的快感，在湖光山色的輝映之下，會讓人有一種可以忘卻塵囂的這種感覺。搭船遊石門水庫，讓人暫時拋開繁忙的生活壓力，盡情享受在山水間的輕鬆愜意。」

No. 147 「2019石門水庫熱氣球嘉年華(6/15~6/23)南苑生態公園熱烈登場，我是來參加6/15下午場次的，一個人騎著機車過來，除了過來看熱氣球之外也在石門水庫小晃了一圈，雖然石門水庫對我來說是就像我家的後花園一樣，但不管什麼季節來都有不同的風景可欣賞是我常來的原因之一!」

No. 168 「今天我們來到了全台灣眾所皆知的水庫，猜猜看是哪裡呢？在嘉年華期間，交通流量較大(假日)，建議搭乘大眾運輸，省時又節能！

答案是：石門水庫。但是你知道石門水庫的熱氣球嘉年華嗎？希望大家可以趁著這幾天與家人一同前往，體會這2018桃園熱氣球嘉年華的魅力！

No. 169 「周末假日何處去 桃園熱氣球帶你一覽水庫風光

今年北台灣的桃園也有熱氣球嘉年華，在桃園石門水庫南苑生態公園舉行，體驗熱氣球昇空一覽水庫美景。今年熱氣球依舊在石門水庫舉行，現場除了每天兩次熱氣球昇空外，還有夜間的熱氣球光雕噴火秀，結合電子音樂與熱氣球的噴火器，照亮南苑公園。也可登上壩頂乘坐遊艇，欣賞水庫風光。除了在南苑生態廣場的活動外，不妨可以走至壩頂阿姆坪碼頭，在活動期間商家提供優惠價格，讓前來石門水庫的遊客，除了坐熱氣球外，也可以坐船欣賞水庫美景。」

3. 觀光景點詞組意象：

從表 4.15 共詞組合表中可知，必訪的景點如壩頂、南苑公園、槭林公園、碼頭、阿姆坪、石門勝景、嵩台和溢洪道等，皆和上述的意象和體驗詞組有兩兩出現的篇數：登上壩頂旁的嵩台，放眼望去滿目皆綠，湖水盪漾，水庫美景盡收眼底，許多石門水庫精彩的宣傳照片都是從這個角度拍的，槭林公園、阿姆坪散步賞景，到碼頭搭船近距離欣賞青山綠水、登島到偶像劇的場景，到南苑公園參與熱氣球嘉年華夜間光雕噴火秀活動，都是遊客到石門水庫會想到的景點。這樣的美景，總讓人暫時忘卻世俗的煩惱，因此會有這些觀光景點和體驗活動詞語兩兩出現的高頻率。可由以下文本得知：

No. 52 「石門水庫水壩基本上算是桃園北台灣最有名的一個水壩，好像算是台灣十大建設的一個基礎設施，來這邊看的風景的確不錯，而且還

可以坐遊船，到了中午記得要吃吃石門水庫最有名的活魚，而且一隻活魚有好幾種吃法呢，挺特別的，值得來嘗試一下。」

No. 65 「石門水庫遊記」

位於桃園大溪，是北台灣十分著名的多功能大型水庫，除了供應大台北地區主要的水源外，可在壩頂端遊賞水庫的綠波壯雅景致，每逢水庫氣勢磅礴的壯觀洩洪景象，總是吸引無數的遊客慕名而來此大飽眼福；此外還可以前往碼頭乘船遊湖，依循不同的馳徉覽湖路線，各有其趣，各領風騷，是享受自在優游湖面的暇意，為旅遊增添不同的新鮮與感受體驗。〔石門水庫〕美食街素來是聞名活魚，相信更是許多饕客必定不可錯過的每味佳餚，真是令人食指大動的美食享受。〔石門水庫〕除了水壩風景區外，附近還有阿姆坪等遊憩區景點，園內悠悠綠草如茵，對映著湖光山色的變化，正是人生休閒娛樂的好去處。」

4.餐廳和美食體驗詞組：餐廳&噴火、餐廳&家人、餐廳&浪漫，美食&賞楓、美食&遊艇、美食&步道，這些詞組兩兩出現次數皆高於20次以上，因此判斷遊客到石門水庫，不管是從事何種體驗，踏青、賞景、賞楓、遊湖或參與熱氣球噴火秀活動，最終都會到活魚餐廳飽食一頓，可見得到餐廳吃活魚美食就是石門水庫旅遊必從事的一項活動，既可滿足口腹之慾又可熱絡家人情誼，因此活魚餐廳和這些詞語也就毫無疑問會有兩兩出現的高頻率。石門活魚美食意象完全可由以上所列於初始意象或體驗或景點的大部份文本看出。

5.感受氛圍詞組：體驗、家人、湖光山色、美麗、壯觀、浪漫，共詞中以「家人」與「體驗」較常同時出現。研究生在文本中看出，到桃園石

門水庫旅遊者，結伴同行大都是以「家人」居多，查詢了關鍵詞的次數和篇數進行數據比較，家人確實高過於朋友。在多數人的印象中，石門水庫景區一直就是比較少吸引年輕人熱愛刺激的那種氛圍，由表4.13可看出，家人&石門水庫、家人&桃園、家人&碼頭、家人&餐廳，共同出現的頻率很高，因此，家人同遊美麗又壯觀的桃園石門水庫，一起來到碼頭乘船遊湖，一起到餐廳品嚐活魚料理，文本這樣的情境，的確是與我們所認知的意象沒有違和感。此外，體驗與許多關鍵詞的配對率也不少，諸如：體驗&噴火、體驗&散步、體驗&熱氣球、體驗&風景區、體驗&球體。可見得「體驗」在石門水庫旅遊中是舉足輕重的一環，其對旅遊意象具有很大的影響，遊客在有了這些美好幸福的消費體驗價值之後，就會覺得不虛此行，對於提升其正面意象也就無庸置疑了。

No. 108 「遊水庫吹吹風，石門水庫是小時候的印象，記得小時爸媽會帶我看來看洩洪，當時真的覺得超壯觀，再次造訪其實是因為熱氣球，可惜錯過時間只好遊水庫去，但也因此發現水庫之大，還搭船環水庫感覺更不一樣，是個一家大小可來走走的地方。」

No. 151 「今年我們一家四口再訪石門水庫熱氣球盛會～

主要是衝著小小兵及日本章魚，超可愛的熱氣球一立球馬上引爆全場歡呼！當然～我愛的台灣黑熊這次也有登場喔～不用遠去台東，現在來桃園就能追逐熱氣球啦！」

No. 84. 「桃園龍潭美食·糊口老街客家活魚餐館(石門水庫旁餐點)

疫情關係逐漸趨緩，最近跟家人前往石門水庫走走，晚餐就到愛伯特注意許久的「糊口老街客家活魚餐館」用餐，這家就在龍潭往大溪石門水庫方向的路上，每次經過都看到許多人在這裡用餐，查看Google評價

(4.1/394) 算高分，這次終於找到機會來吃看看，果然沒有讓我們失望，物美價廉的一家餐廳，難怪有許多人前往用餐。」

6.總結:

為了能夠確立主題間的相關性，乃藉由共詞分析來探究關鍵詞的關聯性。根據本節 4.4 共詞研究，表 4.15 的彙整分析，除了沒有出現自行車環湖的共詞意象，其餘和研究生及大眾所知的意象是相差無幾。遊客到石門水庫旅遊，首重應該是「園區內著名的觀光景點及體驗帶來的愉悅感」，其無敵的四季美景，以及在壩頂或嵩台入目的青山綠水，浪漫的環湖觀光，石門活魚美食，都是許多人對石門水庫一輩子難忘的美好體驗。至於為何在兩兩詞組分析並未出現環湖自行車，研究生認為，可能因為騎乘自行車環湖較累，並非人人皆足以勝任，所以尚未被大多數遊客視為非體驗不可的選項。但可以確定的是，由文本看出，只要體驗過騎車在環湖公路上美好的騎者，都認為這經歷是絕不會令人失望的。本節僅先列一相關文本，其餘在下節「環湖自行車新意象」中列出。

No 19. 「[遊記]石門水庫輕鬆騎

石門水庫依季節有不同的欣賞標的：

二三月的槭林公園附近有梅花，楓林公園一帶則有山櫻花。

四五月的有杜鵑花，從環湖公路一路騎過壩頂到高線收費站，路的兩側可見燦爛繽紛的杜鵑。十一二月當然是楓香和青楓(槭樹)，若東北季風來得是時候，那山頭上片片火紅可是相當迷人的。所以，每年這幾個季節，假日沒地方去總會跑來騎石門水庫這條中遠程路線。記不得騎過石門水庫幾回了，這條路線很親民，光走大漢溪左岸自行車道就能一路通

到大溪了。隨著時間的推進，層層相疊的雲漸散去，太陽時而露臉，陰霾漸掃。騎過坪林收費站，爬一小段坡，會先經過溪洲公園，迎來隧道般的綠蔭。綠蔭下的樂樹林公園，光線從葉隙中映入，讓綠葉顯得如翠玉晶瑩剔透。當然，來到石門水庫肯定是要到壩頂去晃晃，欣賞欣賞碧綠依舊的湖光山色。」

4.5 多元尺度分析

文字一直是人類創造意境、交流情感的重要工具，然而圖像所顯示的視覺語言也不容小覷，且二者相較之下，圖象似又更易讓人一眼即懂並留下較深的印象。多元尺度法的分析結果即是以圖形來產出，因而讓資料間的想像關係能夠很清楚地被描述，且能夠將其間的關係，給予較清晰的解釋 (Hair Anderson, & Tatham, 1987)。為了能夠全面性的了解本研究這些部落客或評論者，對於石門水庫的旅遊意象及體驗價值，本章節利用 MDS 多元尺度分析，歐幾里德直線距離模式來做出知覺定位圖，以視覺形態來表現和解讀這許多部落客及評論者們心中的石門水庫，如圖 4.10，並再將陸域遊覽的意象以圖4.11進階分解，以利讀者更易看出。

研究生從圖4.10和圖4.11整理出遊客記錄的文字中顯現出的四個石門水庫整體意象，並從兩大面向於下進行探討：

一. 原始印象的石門水庫有如下三點：

1. 四季風情和觀光景點

進入水庫的楓林大道，晚秋時節楓紅層層，時常讓人為之驚豔，於溪洲公園或槭林公園，水庫內春櫻、夏桐、秋楓、冬梅獨有的四季風情，豐富的自然生態資源，總吸引著全家大小到此踏青，來到扶輪亭登亭望遠後，再於石門勝景這座精神堡壘拍照留念；隨後來到了嵩台，登高遠眺，舒懷展目，石門遼闊的風光盡收眼底；水庫的景色總隨著季節與晝夜變化萬千，嵩台正是欣賞這片美景最佳之處，同時，嵩台也是欣賞溢洪道(颱風季節偶有洩洪奇景)及水壩等壯觀景物的最佳位置，因此是遊客們必停留之點，因此拍照想當然耳，也就成為到石門水庫少不了的一件事。環翠樓是遊客中心，提供遊客水庫的旅遊資訊，接著，不管是在園區內的依山閣戶外咖啡廳或行動咖啡餐車，都是遊客停下腳步喝杯咖啡欣賞美麗湖景的熱門點，還有在環湖公路上騎騎自行車，這路上許多景觀特色的咖啡廳，如著名的湖畔咖啡、水漾石門，遊客們坐在湖邊，體驗窗外的明媚風光，愜意的享受頓時湧上心頭，在在說明了，石門水庫是個享受悠閒假日時光的好地方。上述的這些意象，似乎與大家印象中的石門水庫相差無幾，也因此應得以驗證，這些都是遊客們認為值得分享的事物，如此美好的體驗，也就成為了石門水庫一個集群印象。另，溪洲公園還有一個夏日夜間「賞螢」出現在本意象，只是賞螢或螢火蟲這個關鍵詞出現次數雖然高達119次，但其實只有在15篇文章中有提到，所以其是否也為重要意象，尚有待

日後進一步的驗證。

2. 石門活魚佳餚美食

久負盛名的「石門活魚」，早在30年前就已聲名遠播，來石門吃活魚，在台灣是一件無人不知無人不曉的事，石門活魚數十吃，總讓老饕們大呼過癮，因此在石門水庫附近與龍潭的大街小巷上，隨處可見活魚餐廳。不僅如此，桃園市政府大力推廣，每年舉辦石門活魚節活動，將在地「食」文化推向全國並獲得好評。再者，「石門山」假日市集，也是來到石門水庫必訪的美食天堂，上百攤小吃排列成街，儼然是龍潭假日西門町，是遊客們不會錯過的一處。會有這樣一集群意象的顯現，足見石門活魚和石門山也是吸引遊客來到石門水庫的重要元素。

3. 水域遊覽

乘船遊湖，可就近領略水庫湖光山色的無窮魅力，聆聽船長生動的導覽，從不同角度欣賞水庫的美。搭乘遊艇可依停留時間的長短，有「龍珠灣遊湖」和「薑母島登島」及「溪口吊橋探索」三種行程可選擇。與阿姆坪碼頭隔水相望的枕頭山，因2008年的一部偶像劇「命中注定我愛你」在此取景，杜撰出薑母島這個地名而聲名大噪，所以遊客來到此處，心情感受就是遠離塵囂的浪漫幸福。此處是沒有對外通路的水岸聚落，故僅在假日才有較多居民或遊客往來。島上的百年土地公廟，聽說非常靈驗，所以來到薑母島的遊客，除了誠心默拜，也會在此拍照留下美麗的身影。遊艇最後來到了石秀灣，抬頭仰望，可以看到那座已為廢墟的長興吊橋，民國73年3月，吊橋在準備啟用的前夕竟遭強風吹毀，因而阻止了一場意外發生，這就是前述的百年土地公廟靈驗事跡的由來。最後的溪口吊橋探索之旅，水岸秀麗風光有

「小長江三峽」的美譽，但因只在水庫滿水位時才能航行，所以要探其神秘面紗是可遇不可求，故文本裏只有少數幾篇提及。石門水庫遊湖的美景不輸日月潭，放情於山水間，總讓人忘卻世俗的煩惱，十足身心放鬆的好去處。

P.S. 2021年11月已興建完成一條簡便聯外陸路供薑母島上10多戶住民往來，但不提供觀光客使用。

「美麗和美景」在整個研究的詞語裡，是屬於很重要的意象，然而並沒有匡列在上述的任一個集體意象。從圖4.10的知覺定位圖中，解讀其不管是在賞楓賞梅賞景、環湖騎車之陸上玩法，亦或是陶醉於湖光山色的水域玩法，美景和美麗都無庸置疑可做為其形容詞或代名詞，所以才沒單一被匡列的緣故。



圖4.12 石門水庫環湖遊艇示意圖

圖片來源:研究生友人拍攝

二. 石門水庫新意象

1. 南苑生態園區的熱氣球嘉年華活動

南苑生態公園過去就是紅極一時的亞洲樂園，如今已成為一座寓教於樂的大型生態公園，公園內有棟醒目的白色建築，就是水庫落成紀念碑。桃園市政府於2016年起首度於此園區舉辦熱氣球嘉年華活動，成為每年的盛事之一，也因此為石門水庫塑造了新的意象。來到南苑參與熱氣球嘉年華，民眾可以體驗搭乘熱氣球升空、參加有趣的闖關活動、觀賞夜間的光雕噴火秀；隨著音樂及燈光投射，熱氣球變得繽紛光亮，帶給遊客們的感受是精彩有趣又驚呼連連，真讓人印象深刻。研究生發現在很多文本裡，部落客都提到「南苑和熱氣球、噴火」，最主要的原因應該是，來此觀看或搭乘「熱氣球」，再則就是觀賞精彩的「夜間光雕噴火秀」，透過擷取幾篇部落文本可更清楚了解這個新的意象。

No. 56 桃園石門水庫也有小小兵熱氣球囉~ 一年一度的桃園石門水庫熱氣球嘉年華開始啦，身為桃園人真幸福~ 不用大老遠跑去台東，就能拍到美美的熱氣球~ 而且這次桃園石門熱氣球還加碼推出可愛小小兵和日本子母章魚的造型唷~ 大家快來桃園石門一起參加熱氣球嘉年華和夜間音樂饗宴吧。

No 101. 早期以吃活魚聞名的石門水庫，近年來增加了「熱氣球嘉年華」旅遊，熱氣球嘉年華遨遊天際，高空視角超展開，搭船環湖，園區湖光山色一次達陣。

No. 141 桃園石門熱氣球嘉年華來了！一直以來都很想去台東鹿野高台的熱氣球嘉年華，不過每年都因為距離太遠而放棄，現在桃園就有舉辦桃園石門熱氣球嘉年華，包含熱氣球繫留升空體驗、光雕噴火秀、熱氣

球博物館展覽等……。

No. 145 桃園石門水庫熱氣球嘉年華每年定期在石門水庫南苑生態公園熱鬧展開，每日清晨及黃昏有熱氣球升空體驗，更引進飛行船及愛心鳥造型熱氣球，飛行船為北台灣首飛，愛心鳥造型熱氣球更是首度來台，還有熱氣球夜間光雕噴火秀，輔以主題音樂，感受夏夜熱氣球的華麗絢爛。



圖4.13 石門水庫熱氣球嘉年華活動示意圖

圖片來源:桃園觀光旅遊局

2.秋季時節騎乘自行車環湖&賞楓

隨著水庫環湖自行車道的規劃完成，秋季時節騎自行車環湖也是近年來在水庫新興的一項活動，有些遊客除了有石門水庫賞景乘船的傳統意象之外，也開始認為騎自行車環湖賞楓，似乎更令人驚豔，可由以下擷取的幾篇文本看出：

No. 67 來到石門水庫除了品嚐活魚三吃，飽餐一頓後騎腳踏車環湖一圈更是愜意。如果在秋季時騎乘，沿途欣賞楓紅美景，就像置身加拿大。

No. 74 石門水庫區域橫跨了大溪、復興、龍潭與新竹關西，佔地遼闊。因此騎乘自行車成為相當熱門的遊玩方式。秋冬時節更可以飽覽楓紅景緻，配合規劃完善的自行車道，適合闔家大小一同體驗鐵馬乘風的樂趣。

No. 75 石門水庫自行車道以坪林收費站作為起點，沿著後池堰環湖而行，全長約3公里。如果騎得不夠盡興，車友們還可以往上騎至環湖公路，除了水庫風光之外，車友若在秋冬時節到此一遊也能飽覽楓香道的楓紅景致。

No. 76 雖然蠻常去石門水庫，但每次不是騎機車就是開車，夏天去看了螢火蟲，冬天去看了楓葉，還能看洩洪看熱氣球。雖然騎鐵馬比較累，但沿途看看美景拍拍照兼運動感覺頗充實。環石門水庫鐵馬遊，楓林山色湖光陡坡應有盡有，載上小老婆出遊，悠閒慢活才是人生。

No. 82 石門水庫，除了步行遊覽之外，騎單車漫遊也是很棒的方式喔！石門水庫環湖自行車道，可以欣賞絕美湖光山色，隨著季節的不同還能賞花、賞楓，全家大小來趟鐵馬行吧！

綜上所述，可見遊客對於旅遊石門水庫後的感受，皆與「放鬆、幸福、悠閒、開心、有趣、美麗、難忘、愜意、美好、舒適、浪漫」有著緊密的連結，這正是其所帶來的旅遊體驗價值。

第五章 結論與建議

本研究主要蒐集近幾年來，雜誌或媒體報導，以及曾來到石門水庫旅遊的遊客，在網路分享其旅遊體驗與評論的文章共 232 篇，過程採用中研院所發表的 CKIP 斷詞系統，將這些旅遊的文章或評論進行斷詞處理，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，了解遊客眼裡及心中的石門水庫，具有怎樣的意象和體驗心情，以利了解石門水庫觀光發展上的優劣勢。本章節將依據上述的研究分析及討論，歸納出結論，希望能提出建議予旅遊相關單位，型塑石門水庫的地方之美，找到永續發展當地觀光的契機。

5.1 結論

1. 石門水庫一年四季各有風情，都非常適合旅遊

根據觀光局最新的統計，石門水庫近1.2年來每月平均到訪者皆有25萬人次以上，雖然依據本研究部落文發表的月份來看，1.6.11.12月的文章數較多，但研究生發現有些部落文都是於旅遊後一段時間才發表，並非全都是旅遊當月的，所以這在統計旅遊月份時，可能會與實際出遊月份有些許差異；然而不受影響的是，由文章內容可清楚得知，部落客對於石門水庫的景色隨著季節變化萬千皆是讚譽有佳，並非侷限於某個季節，而且都是滿載美好的回憶而歸。

總合上述和部落文內容的描述可判斷，石門水庫風景區春夏秋冬四時的運轉，就像是一幕又一幕豐富變化的大自然劇場，於不同季節各有

不同的旅遊感受：1、2月期間正逢春節，楓紅已進入尾聲而梅花盛開，3月「櫻」姿煥發，是賞花的最佳時節；春季的氣候宜人，依山傍水好風光最適合遊山玩水；夏天雖然天氣炎熱，不過因為園區內高大樹群林立，到處綠意盎然，是乘涼避暑的勝地，再加上熱氣球嘉年華活動，所以人潮車潮依舊頻繁；8、9月份可能因6月的大型活動已過，也無其他主題活動，因此到訪者略降了些。11、12月天氣漸涼，楓葉也蓄勢待發，慢慢要進入賞楓季節，所以人潮又開始走高。由此可見，到石門水庫踏青賞景，四季都是好時節。不論是健走或運動，帶給遊客的是賞心悅目、身心怡然自得的舒爽之感。

2. 體驗活動

從關鍵詞出現的次數、篇數進行探討時，都可以看到「體驗」是一個很高頻率的詞語。再次閱讀文本也可以看出，遊客們對於體驗活動都是充滿了愉悅和興趣，除了體驗石門活魚餐的美食，也會想要體驗遊湖登薑母島，體驗環湖自行車，或體驗參與熱氣球升空、夜間光雕噴火秀。這些近年來的新體驗，正顛覆了過往遊客們對於石門水庫，只是長輩們悠閒慢活看風景的意象，因此也為石門水庫增添了不同魅力的意象，帶給遊客的是度過了「動靜皆宜」且充實的一天。

3. 體驗價值

遊客於石門水庫旅遊後的體驗價值，在賞景和遊湖方面，最常提到身心放鬆、心曠神怡、忘憂紓壓及悠閒浪漫的愉悅感，而在美食或環湖自行車及熱氣球等活動後的感受，則為享受、滿足、幸福、歡樂、可愛及興奮。研究也顯示，不論是平日的靜謐或假日的喧嘩、一個人的靜心慢遊、亦或是全家人的親子旅遊，有景有餐的石門水庫風景區，帶給遊

客的無不是愜意美好及忘卻塵事的舒暢感，正因有如此正向的身心效益，所以遊客們會一去再去，造就出石門水庫高人氣的觀光價值。

4. 出遊天數

從關鍵詞出現次數、篇數都有看到「一日遊」這個詞語，可見得「一日遊」是遊客們到石門水庫主要的旅遊天數，為何到石門水庫旅遊的大多數遊客很少在龍潭過夜，也是研究生想探究的。雖然在這些旅遊部落文中幾乎未見述說，但研究生推測，似乎是因為大部份到此的遊客，皆以北部民眾居多，一日來回足矣。亦或是龍潭並非都會區，飯店住宿品質未受遠來遊客青睞，故多選擇住在桃園市區或鄰近的台北及新竹，這皆有待更深度的探討。

近年來，石門水庫不再只是遊客們到訪桃園的最愛，也是許多特色賽事的熱門地點。例如：每年總吸引上千名跑者響應的「桃園半程馬拉松-石門水庫楓半馬」，這是國內很少有的生態馬拉松，秋季的環湖跑道沿途都是楓紅美景，跑者在揮汗往前行當中，還可親受一場自然和人文融合的視覺洗禮。可惜研究生在搜集文章時發現，本活動一直以來皆只以媒體報導居多，也或許因疫情關係已停辦兩年，故只有一、二位部落客分享少許心得，因此這個由市政府主打的石門水庫新旅遊標誌，也就未能在本研究多有著墨。

No.51 「上週到石門水庫參加**馬拉松**，上坡很陡沿路的自然風景很棒，想要多看綠色植物或短暫逃離都市，石門水庫是很棒的選擇。」

5.2 建議

石門水庫走過近一甲子，是早期北台灣最負盛名的旅遊勝地及多數人的記憶，除了擁有渾然天成的自然資源優勢，其水利成就及功能更是國人的驕傲；除了湖光山色景緻優美，又鄰近大溪老街、慈湖園區，觀光功能及時代風華自有其不可取代的重要性。因此依據研究結果和研究目的，提出下列幾點建議，期待石門水庫也能成為遊客從一日遊，願停下腳步到深度旅遊的觀光勝地。但因為出遊的部落客通常會記錄的文字大部份皆為美好的事物，本研究所收集的文章僅有少數部落客提及負面的事，那些詞語也就無法成為關鍵詞而予以討論，然而這些事也或許是值得參考，因此，本研究僅以引用文本的方式提做建議如下：

1. 周邊資源連動發展

如前述本研究發現到石門水庫旅遊的遊客很少在此過夜，大都是一日遊或半日遊為主，其實，石門水庫就像一位深閨的美女，久聞其名，而一見驚艷，令人傾心，她就是以這樣的姿態，靜候旅遊者的鑑賞，所以來到此，除了散步賞景或親子野餐、品嚐活魚、搭船遊湖，也可做更深度旅遊，水庫園區的自然環境優質，除了市府每年規劃的熱氣球及路跑，建議持續規劃更多全齡的活動或主題旅遊，如：寫生比賽、常態性假日市集及表演秀等。同時文本裏多數部落客提及，也會到附近的大溪老街或百吉隧道走走，既到大溪，當然慈湖也就不容錯過了。近年來，鄰近水庫的大溪慈湖園區發展愈來愈廣，春季長達三個月舉辦的水舞展演及大型夜遊慈湖活動，是以現代數位科技技術、在地地景特色、原住民文化融合來表現，所以，期間在夜晚來到慈湖紀念雕塑公園，可欣賞到特殊光環境營造燈景及震撼的火舞表演。故建議可整合水庫周邊資源，

進行連動發展規劃，結合飯店、會館等旅宿業者在各種大型活動時期，推出優惠方案行銷，打造日遊石門水庫，夜遊慈湖的意象，讓石門水庫所處的龍潭與大溪，日夜皆有看頭而讓人認為值得留宿，以多元的面向來迎接遊客們，必可營造更有感的豐富旅遊。

No.8 「石門水庫楓林步道 桃園最佳賞楓地點

石門水庫楓林步道是一個**非常適合親子同遊**的景點，每年12~2月左右都會吸引很多人前往此處賞楓，整個園區非常的舒適，因此也吸引了許多的戶外攝影師以及**畫家特別前往此處取景**，假如還逛得不夠癮，**附近還有慈湖以及大溪老街都可以一起排入行程之中**。楓林步道基本上算是非常舒適的環境，很適合親子一同前往，就算是行動比較不便的遊客，也可以直接開車到達目的地，在馬路周圍觀看景色，也非常的適合。從上面俯瞰可以同時看到有山有水有楓葉的景色。」

2. 現有建物或設施整修再利用

去年底剛落成的依山閣石門水文化館就是園區設施翻新再利用的典範，其利用AR科技的展示手法，讓參觀者可以從互動中，獲得許多關於石門水庫的知識，見識她的絕代風華後又迎向新世紀。文本中有幾位遊客提到，石門水庫園區內許多建築物皆已老舊，設施又少，或許也因此而沒有吸引觀光客的題材，因此本研究欲建議相關單位，可將園區內許多已嚴重掉漆之建物或設施，如：扶輪亭、紀念碑、環翠樓遊客中心或石門大橋上的圍欄等等，皆重新粉刷或增加彩繪圖案，應能帶給水庫園區煥然一新的面貌，提高旅遊意願。

No.83 接下來當然是到石門水庫的楓林大道啦~ 如果太晚出門，可以先去

吃活魚餐，餐後再來散步，沒想到一進來就看到超長的滑石子溜滑梯，雖然這些遊樂設施有點老舊，但是都還滿正常的，也可以消耗小朋友的時間喔！

No.148 多年來再次來壩頂追憶以前種種，發現居然設置了露天咖啡區於壩頂上。再看看環翠樓本體及樓前蔣公塑像區已許久未整理。令我感觸很深。

No.4 開車進去需要\$\$，裡面腹地很大，停車方便，適合來踏青看風景，只是裡面設施很少及老舊，且能遊玩的區域較少。園區內有個小公園，可以看到梅花，還有小水池，又有涼亭可以休息。內有多間活魚的餐廳可以去用餐。

3.商店街重建

石門水庫內的商店街以往也是遊客必到之處，走走逛逛累了，成排的餐廳及小吃店，販賣的地方美食及古早味零食或玩具，總是吸引著大人小孩駐足消費。可惜去年起整條商店街，已關閉成了廢棄的一處，十足令人惋惜。今年四月研究生及友人再次遊訪時，特別詢問了遊客中心人員，其表示水庫相關單位已將此部份委外經營，因經營意向尚不明，目前不確定會以何種模式進行規劃，故期盼並建議新單位在規劃的同時，也能融合水庫的意象，創造更多屬於石門獨有的經典商品，讓遊客願意典藏，之後會想重遊，可見商店街重建也是再造石門水庫旅遊的新契機。

No.27 「今日進入水庫園區免收費，水庫蓄水量為99.5%接近滿水位，水

色一片墨綠色，路過原有的水庫園區活魚餐廳，現在一整排內部皆已拆除，已無餐廳營業。」

4. 「夕陽美景」意象的觀光宣導

在閱讀文本時發現，有少數部落客提到，石門水庫的夕陽美景也是很值得期待的，研究生觀察，多數遊客皆未在園區待到夕陽西下的時分，因此夕陽美景並未被多數人提及，導致夕陽便無法成為本研究之關鍵詞。傍晚時分，在船上看夕陽，或陸上賞夕陽，「山中湖」不同風采的夕陽美景，都是石門水庫特有的落日風情。可惜，會特別為等待水庫的夕陽而停留的遊客不多，因此建議相關單位也能對水庫的夕陽美景，於園區活動或乘船時加強觀光宣傳，必能為水庫的美景意象再添一樁。夕陽美景可由下列幾篇文本看出：

No.100 美麗的夕陽餘暉映在湖面上，顯現出如詩如畫的景致。下了遊艇之後，當地一位擅長攝影的先生跟我們說，岸邊的一座涼亭可以拍出整個枕頭山的美貌，果然...是真的。離開前，再來一張阿姆坪生態公園黃昏的美景吧！

No. 112 薑母島環湖步道是最佳賞夕陽步道，回程時剛好遇上美麗的夕陽，在船上看夕陽，也太幸福了吧～

No. 119 石門水庫中游湖面，景觀渾然天成，夕陽映湖時最美。

No. 128 傍晚時分，夕陽西斜，拉長林中樹影，個個成為長腳怪獸。冬日農曆十四，將近圓滿的月亮已經爬上山頭。一邊夕陽，一邊月亮，這景象可遇不可求呀！

5.3 研究限制

1. 研究樣本的限制

雖然部落文及評論都是部落客最真實感覺，觀點可信性也不低，但侷限性為其一大缺點。因為232篇的部落文或評論，只是代表這232位遊客的看法和見解，是無法全然代表每年到過石門水庫的數百萬遊客之想法。

2. 研究工具的限制：中文斷詞系統

中研院所研發出的中文斷詞系統，雖然正確率已經高達95%，但終究無法百分之百精準的判別所有詞彙，故使用此斷詞系統，人工不斷檢視原文是必要的，方能確認詞語之正確性，也要進行詞語調整和修正，關鍵詞的正確性方能夠被確立，後續量化分析時也才能有低失誤的結果。

3. 新景點帶來之體驗或效益的研究限制

本研究於1.2節所提及的市府觀光旅遊局在104年底，獲交通部觀光局補助的石門水庫及大漢河流域跨域亮點計畫，近年已逐步完成，位於石門水庫管理局旁，今年2022年4月剛落成的十一份觀光文化園區就是其中一大成果，此處曾是北水局員工及當時興建水庫的美國工程師宿舍，也是電影「我的少女時代」的取景處，皆有其歷史及觀光價值。經過設施修繕翻新再造活化，雖然往昔不再，但轉型為文青氣息的藝術園區，近期更成了諸多網美或部落客及遊客到此拍照打卡的熱門處，可惜因本研究取樣期間僅至2021年底，便未能對於這樣一個石門水庫週邊新景點的誕生，可否為石門水庫風景區帶來不同屬性的旅遊意象及體驗價值有所探討，僅能留待日後的研究員進一步探究得知。

5.4 研究貢獻

隸屬於經濟部水利署北區水資源局的石門水庫，相關文獻為數不少，但研究生查詢後發現，絕大多數的文獻皆是以水利及防洪之議題所做的探討，關於石門水庫觀光旅遊的研究是屈指可數，無疑其功能及目的，是水利極重於觀光。然而石門水庫擁有得天獨厚的自然環境資源，美麗的四季景緻和依勢造景的特殊景觀，絕對也是值得以觀光旅遊論點來深入探究的。因此，本研究以遊客旅遊石門水庫後，記錄於網路上的旅遊體驗，以及報章媒體的相關報導，利用CKIP斷詞後，以文字探勘方式，分析關鍵詞的出現頻率、共詞詞組及多元尺度的關鍵詞集群意象，經由「點線面」概念的研究理論，探討出石門水庫在遊客心中的旅遊意象及體驗感受，文中使用大量詞語，並聚焦在某些主題內容，可以幫助研究生瞭解石門水庫的主要觀光資源，還可以細部的觀察遊客於旅遊時的感官情緒，進而更清楚石門水庫整體旅遊的可能發展方向，這正是本研究與一般量化或問卷的文獻最大不同之處。願藉由本研究特色所得到的分析結果，傳遞出石門水庫獨特的旅遊體驗及多層次之美，給更多人看見。

參考文獻

一、參考網站來源

1. Marketing Data Science , <https://medium.com/marketingdatascience>
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. 中研院CKIP Lab 中文詞知識庫小組，資料來源：
<http://ckipsvr.iis.sinica.edu.tw/>
4. 天下雜誌370期 <https://www.cw.com.tw/article/5003843>.
5. 文字雲(Word Cloud)與關鍵字分析 (Keyword Extraction)
藝術字-編輯，資料來源：<https://wordart.com/create>
6. 台灣大學計算機及資訊網路中心 電子報第31期，
https://www.cc.ntu.edu.tw/chinese/epaper/0031/20141220_3101.html
7. 石門水庫網站
<https://shihmen.wranb.gov.tw/main-facilities/shimen-daba>
8. 全世界最廣泛使用的五大搜尋引擎:
<https://hrefgo.com/blog/top-10-search-engine>
9. 交通部觀光局，2020 年國人旅遊狀況調查
10. 免費部落格評價整合表:
<https://masablog.tw/wordpress/wordpress-vs-pixnet/>
11. 最好用的搜尋引擎 <https://template.city/>
12. 創市際市場研究顧問公司雙週刊第67期
13. 環教趴趴Go網站
<https://eego.epa.gov.tw/tour1/index-sp?Parser=99,4,12,,,,,254>
14. 美麗台灣心視界，資料來源
<https://www.twbest1.com/pc049099/page057.html>

15. 韋氏字典年度 10 大語彙，資料來源：

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

16. 桃園觀光導覽網

<https://travel.tycg.gov.tw/zh-tw>

17. 桃園市政府觀光旅遊局行政資訊網

<https://tour.tycg.gov.tw/zh-tw/majorproject/highlight/1>

18. 部落格平台選擇； <https://morningjason.com/blog-platforms/>

19. (龍潭區公所, 2022)

<https://www.longtan.tycg.gov.tw/home.jsp?id=10127&parentpath=0,1,8>

20. 輕鬆理解文字探勘 (上) Zion Hsu 2021

二、中文部分

21. 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 (4)，66-70頁。

22. 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。

23. 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。

24. 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。

25. 江哲超、李龍淵、莊文典、李坤城(2012), 香客大樓遊客體驗價值對滿意度與重遊意圖影響之研究-以高雄內門順賢宮香客大樓為例, 運動健康與休閒學刊, 20期, 71-84頁。
26. 李慶長、張銀益、施偉佳、胡俊之、蔡聰源(2009)。部落格旅遊訊息內容對讀者消費動機之影響。北商學報, 16, 81-97。
27. 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。
28. 林家五、何惠鈺、張書豪(2010)。以社會認定與沉浸觀點探討部落格使用者之態度與行為。電子商務學報, 12(1), 155-182。
29. 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。
30. 洪煌佳 (2002)。突破休閒活動之休閒效益研究。國立台灣師範學運動與休閒管理研究所碩士論文, 未出版, 台北市。
31. 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 2 / 01) , P57 - 82
32. 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
33. 陳怡廷(2016)從公司與顧客的認知價值初探企業潛在無形資產:以自然語言處理的方法為應用, 中山管理評論 2016 年九月號, 第二十四卷第三期 p. 565-608.
34. 陳怡廷、樂錦榮(2012)自然語言處理在口碑研究的應用, 中華傳播學刊第二十二期。

35. 陳盈蕙(2004)文化創意產業體驗式行銷之探討-以表演藝術產業為例。
36. 張春興(1993)。現代心理學(二版)。台北市：東華。
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影響：心流體驗與滿意度為中介變數品質學報；24卷6期(2017 / 12 / 31)，P391 - 410
38. 黃聖茹、張智雄(2010)，體驗行銷、體驗價值、顧客滿意度與顧客忠誠度之關聯性研究-以L品牌服飾為例，Service Industry Magement Review，第八期，31-53頁。
39. 溫明正(2005)，網路社群新勢力-Blog，師友月刊，2005年10月，60-65頁。
40. 溫景財(2021)。遊客目的意象、滿意度與重遊意願之研究-以雙龍潭生態運動景區遊客為例。運動休閒管理學報。頁19。
41. 譚家蘭(2006)。淺介資料探勘與XBRL。會計研究月刊，第245期：56-63。
42. 歐振福(2012)，遊客網路使用經驗對旅遊資訊需求、口碑傳播及購買意願影響之研究-以旅遊部落格為例，未出版之碩士論文，高雄應用科技大學觀光與餐旅管理系，高雄。
43. 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
44. 劉柏瑩、黃章展(2001)。日月潭國家風景區觀光意象之評估。載於中華民國戶外遊憩學會編，2001年休閒遊憩觀光研討成果研討會(頁76-88)，台中：中華民國戶外遊憩學會、靜宜大學。
45. 劉純(2001)，旅遊心理學，台北：揚智文化事業有限公司。
46. 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。頁30。

47. 羅欣婷(2007)。觀光地點置入韓劇的行銷效果研究。成功大學企業管理研究所碩士論文，未出版，台南市。

三.英文部份

1. Adam, C. (2007, February), Holiday motives. *Travel Weekly Australia*, 36, 3. Retrieved May 28, 2016, from <http://connection.ebscohost.com/c/articles/24766031/holiday-motives>.
2. Alhemoud, A. M., & Armstrong, E. G. (1996). Image of tourism attractions in Kuwait. *Journal of Travel Research*, 34(4), pp.76-80.
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. Assael, H. (1984), *Consumer Behavior and Marketing Action*. Boston: Kent.
5. Baloglu, S., & McCleary, K.W. (1999), A Model of Destination Image Formation, *Annals of Tourism Research*, Vol.26, No.4, pp.868-897.
6. Beerli, A., & Martin, J. D. (2004), Factors influencing destination Image , *Annals of Tourism Research*, 31(3), 657-681.
7. Bigne, J. E., Sanchez, M. I., & Sanchez, J. (2001), Tourism image, evaluation variables and after purchase behavior: Interrelationship, *Tourism Management*, 22(6), 607-616.
8. Birgit, Leisen. (2001), Image Segmentation: The Case of a Tourism Destination, *Journal of Services Marketing*, Vol.15, No.1, pp.49-66.
9. Blood, R. (2002), *We've Got Blog: How Weblogs Are Changing Our Culture*, Editors of Perseus Publishing, MA.

10. 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.
11. Chen, H. (2001), Knowledge management systems: A text mining perspective. Tucson, AZ: Knowledge Computing Corporation.
12. Choi, S., Lehto, X. Y. & Morrison, A. M. (2007). Destination Image Representation on the Web: Content Analysis of Macau Travel Related Websites. *Tourism Management*, 28 (1), 118-129.
13. Crompton, J.L. (1979), Motivations for Pleasure Vacations, *Annals of Tourism Research*, Vol.6, No.4, pp.408–424.
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. Ding, Y., Chowdhury, G., & Foo, S. “Bibliometric cartography of information retrieval research by using co-word analysis,” *Information Processing and Management* (37:6), 2001, pp. 817-842.
16. 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.
17. Echtner, C. M. & Ritchie, J. R. (1993), The Measurement of Destination Image: An Empirical Assessment. *Journal of Tourism Research*, 31(3), 3-1.
18. Fakeye, P. C. & Crompton, J. L. (1991), Image Differences between Prospective, First-time, and Repeat Visitors to the Lower Rio Grande Valley. *Journal of Travel Research*, 30, 10-16.
19. Fridgen, J. D. (1987). Use of cognitive maps to determine perceived tourism region. *Leisure Sciences*, 9, 101-117.
20. Gartner, W. C. (1994), Image formation process. *Journal of Travel &*

- Tourism Marketing, 2(2-3), 191-216.
21. Gretzel, U., Yuan, Y.L. & Fesenmaier, D.R. (2000) Preparing for the New Economy: Advertising Strategies and Change in Destination Marketing Organizations. *Journal of Travel Research*, 39, 146-156.
 22. Grimmer, Justin, and Brandon M. Stewart, (2017), "Text as Data: The Promise and Pitfalls of Automatic Content Analysis Methods for Political Texts." *Political Analysis* 21(3): 267 – 297.
 23. Gunn, C. A. (1972). *Vacation Scape - Designing Tourist Regions*. Austin, Texas: University of Texas.
 24. Güzel, Berrin. (2017). Destination Attributes in the Eye of the Local People. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1), s. 128–137.
 25. Hair, J. F., Anderson J.R.E & Tatham, R.L., (1987). *Multivariate data analysis with readings*, New York: MacMillan, pp.349-370.
 26. Hearst, M., 2003, "What is text mining?" <http://people.ischool.berkeley.edu/~hearst/textmining.html>, accessed on January 15, 2010
 27. Holbrook, M. B., & E. C. Hirschman (1982). The experiential aspects of consumption: Consumer fantasies, feelings, and fun. *Journal of Consumer Research*, 9 (2): 132-40, doi: 10.1086/208906.
 28. Hui, S.C., & Fong, A.C.M. "Document retrieval from a citation database using conceptual clustering and co-word analysis," *Online Information Review* (28:1), 2004, pp. 22-32.
 29. Hunt, J.D. (1975), Image as a Factor in Tourism Development, *Journal of Travel Research*, Vol.13, No.3, pp.1-7.
 30. 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.

31. Khan, Chelliah and Ahmed (2017). Factors influencing destination image and visit intention among young women travellers: role of travel motivation, perceived risks, and travel constraints. *Asia Pacific Journal of Tourism Research* ,22(11) , 1139-1155
32. Krishnamurthy, S., (2002), E-Commerce Management: Text and Cases, South-Western Pub, US.
33. Kwartler, T. (2017). Text mining in practice with R. Retrieved from <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/book/10.1002/9781119282105>
34. 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.
35. 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.
36. Moutinho, L. (1987). Consumer Behaviour in Tourism. *European Journal of Marketing*, 21, 5-44.
37. 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.
38. Pike, S. (2002). Destination image analysis: A review of 142 papers from 1973-2000. *Tourism Management*. 23(5): 541-549.24.
39. 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

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. Schmitt, B. H. (1999). "Experiential Marketing" . *Journal of Marketing*, 15(1): 53-67.
42. Scoble, R. & Israel, S. (2006). *Naked Conversations: How blogs are changing the way businesses talk with customers*. Hoboken: John Wiley & Sons.
43. Selwyn, T. (ed.)(1996) , (Department of Anthropology and Tourism, University of North London, London (United Kingdom)); "The tourist image: myths and myth making in tourism".
- 44.Thevenot, G. (2007), Blogging as a Social Media, *Tourism and Hospitality Research*, Vol.7, No.3/4, pp.287-289.
45. 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
- 46.Winer,D.(2007),The History of Weblog, available at <http://oldweblogscomblog.scripting.com/historyOFWebLOgs> (accessed 20December 2011)
- 47.Woodside, A.G., Cruickshank, B.F., & Dehuang, N. (2007), Stories Visitors Tell About Italian Cities as Destination Icons, *Tourism Management*, Vol.28,
48. Zhang, K., & Koshijima, I. (2019). Trend analysis of online travel review text mining over time. *Journal of Modelling in Management*.

附錄一部落格文章與網址

編號	閱讀日期	發表日期	網址	文章標題
1	2021/9/26	2016	http://library.taiwanschoolnet.org/cyberfair2006/i_ibbb/B1.htm	石門水庫名稱的由來
2	2021/9/26	2014/6/28	https://reurl.cc/plonde	石門水庫. 綠林步道與公園之旅
3	2021/9/28	2021/1/6	https://yiwu.com.tw/shimen-reservoir-maple-leaf/	石門水庫楓林步道楓葉實況
4	2021/10/1	2018/4	https://goo.gl/maps/FisN397WB7sJnpxn6	設施老舊
5	2021/10/1	2021/1/28	https://reurl.cc/0pQgOY	石門賞梅 石門水庫梅園遊賞
6	2021/10/1	2020/12/19	https://reurl.cc/VD7p3n	2020 石門水庫楓林步道 石門水庫環湖路楓葉分享
7	2021/10/1	2020/11/28	https://jenstravel.pixnet.net/blog/post/353285738?utm_source=PIXNET&utm_medium=Hashtag_article	【桃園·龍潭】N 訪石門水庫 一覽壯闊山水 淡淡的楓林之情
8	2021/10/1	2020/1/25	https://zoebitalk.com/shihmen-reservoir-maple-trails/	石門水庫楓林步道 桃園最佳賞楓地點
9	2021/10/1	2021/3/11	https://hiking.biji.co/index.php?q=trail&act=detail&id=1236	石門水庫楓林步道
10	2021/10/1	2020	https://funtory.tw/shihmenreservoir/	[龍潭旅遊]石門水庫賞楓#大溪黃日香豆干美食飄香桃園一日遊
11	2021/10/1	2021/1/6	https://www.walkerland.com.tw/article/view/284320	漫步石門水庫楓林步道 探壩頂好楓光 溪州公園賞落羽松
12	2021/10/2		https://reurl.cc/KbqKAe	石門水庫步道
13	2021/10/2	2021/12/23	https://yahoo.ebo.tmnnews.com.tw/tmnnews/portal/blog_con?uid=426	石門水庫楓林步道
14	2021/10/2	2019/2/11	https://blog.xinmedia.com/article/161786	環石門水庫鐵馬遊 楓林山色湖光陡坡應有盡有

編號	閱讀日期	發表日期	網址	文章標題
15	2021/10/2	2011/12/5	http://www1.tvboxnow.com/thread-1752446-1-1.html	北台灣賞楓的地方除了陽明山之外，就屬石門水庫和三峽的滿月圓最為人所知。(擷取石門水庫內容)
16	2021/10/2	2014/2/16	https://ikachalife.com/482	【遊記】桃園 石門水庫 過年出遊一路賞櫻花，搭船遊湖欣賞美麗的山光水色!
17	2021/10/2	2021/8/	https://mamibuy.com.tw/talk/article/172201	<遊記> 桃園石門水庫一日遊 趁滿水位坐船到薑母島
18	2021/10/2	2009/12/18	https://www.mobile01.com/topicdetail.php?f=320&t=1336815	楓紅了...石門水庫單車賞楓探路行
19	2021/10/2	2011/9/25	https://www.mobile01.com/topicdetail.php?f=320&t=2384172	[遊記]石門水庫輕鬆騎
20	2021/10/2	2015/3/9	https://www.mobile01.com/topicdetail.php?f=320&t=4299599	石門水庫 水中土地公
21	2021/10/2	2021/9/3	https://reurl.cc/XjpDla	石門水庫滿水位美不勝收 遊客回來了遊艇業者笑了
22	2021/10/2	2021/1/19	https://style.udn.com/style/story/8077/5185628	北部就能賞梅! 石門水庫「梅花雪秘境」滿開炸裂、免爬山沐浴仙氣美景
23	2021/10/2	2020/1/6	https://www.walkerland.com.tw/article/view/248909?page=full	【桃園-大溪區】2020石門水庫槭林公園賞梅
24	2021/10/2	///	https://www.google.com.tw/maps/@24.913637,121.1824813,15z?hl=zh-TW&authuser=0	石門水庫風景
25	2021/10/2	2020/11/23	https://www.facebook.com/chujyhba/posts/2982951811986464	海科環境教育到【石門水庫】參訪

編號	閱讀日期	發表日期	網址	文章標題
26	2021/10/2	2021/7/24	https://news.ltn.com.tw/news/life/breakingnews/3614536?fbclid=IwAR0RdcInAKQ4sR15rovMwxytcTIDJ8XZW4eYH2QiOvy4xrRYZZzMpM3PWIk	石門水庫洩洪 民眾圍觀搶拍
27	2021/10/2	2021/6/15	https://goo.gl/maps/4DTnnUYGgGKEAvuF9	餐廳無營業
28	2021/10/2	2020/2/12	https://www.tripadvisor.com.tw/ShowUserReviews-g13806457-d4053005-r744390151-Shimen_Reservoir-Daxi_Taoyuan.html	隨意走走
29	2021/10/2	2019/11/23	https://www.tripadvisor.com.tw/ShowUserReviews-g13806457-d4053005-r744390151-Shimen_Reservoir-Daxi_Taoyuan.html	清幽
30	2021/10/2	2019/10/14	https://www.tripadvisor.com.tw/ShowUserReviews-g13806457-d4053005-r718260850-Shimen_Reservoir-Daxi_Taoyuan.html	桃園人最熟悉的景點
31	2021/10/2	2019/9/4	https://www.tripadvisor.com.tw/ShowUserReviews-g13806457-d4053005-r718260850-Shimen_Reservoir-Daxi_Taoyuan.html	石門水庫半日行
32	2021/10/2	2019/9/8	https://www.tripadvisor.com.tw/ShowUserReviews-g13806457-d4053005-r718260850-Shimen_Reservoir-Daxi_Taoyuan.html	舒服美景，還看見彩虹
33	2021/10/2	2019/3/14	https://www.tripadvisor.com.tw/ShowUserReviews-g13806457-d4053005-r657488075-Shimen_Reservoir-Daxi_Taoyuan.html	近郊的大自然

編號	閱讀日期	發表日期	網址	文章標題
34	2021/10/2	2019/3/7	https://www.tripadvisor.com.tw/ShowUserReviews-g13806457-d4053005-r656945888-Shimen_Reservoir-Daxi_Taoyuan.html	石門水庫
35	2021/10/2	2019/2/26	https://www.tripadvisor.com.tw/ShowUserReviews-g13806457-d4053005-r654997930-Shimen_Reservoir-Daxi_Taoyuan.html	美麗的季節
36	2021/10/3	2019/1/24	https://www.tripadvisor.com.tw/ShowUserReviews-g13806457-d4053005-r647908444-Shimen_Reservoir-Daxi_Taoyuan.html	很適合親子同遊
37	2021/10/3	2019/1/1	https://www.tripadvisor.com.tw/ShowUserReviews-g13806457-d4053005-r642782937-Shimen_Reservoir-Daxi_Taoyuan.html	石門水庫踩點
38	2021/10/3	2019/2/9	https://www.tripadvisor.com.tw/ShowUserReviews-g13806457-d4053005-r650955574-Shimen_Reservoir-Daxi_Taoyuan.html	提供超過 300 萬人用水的大水庫
39	2021/10/3	2018/12/24	https://www.tripadvisor.com.tw/ShowUserReviews-g13806457-d4053005-r641285371-Shimen_Reservoir-Daxi_Taoyuan.html	步道楓葉紅 繽紛綴秋冬
40	2021/10/3	2018/12/24	https://www.tripadvisor.com.tw/ShowUserReviews-g13806457-d4053005-r641214872-Shimen_Reservoir-Daxi_Taoyuan.html	真的很放鬆自在!但風超大的地方!建議來這的人一定要帶帽子

編號	閱讀日期	發表日期	網址	文章標題
41	2021/10/3	2018/11/10	https://www.tripadvisor.com.tw/ShowUserReviews-g13806457-d4053005-r632274526-Shimen_Reservoir-Daxi_Taoyuan.html	秋日漫步
42	2021/10/3	2018/12/28	https://www.tripadvisor.com.tw/ShowUserReviews-g13806457-d4053005-r629073261-Shimen_Reservoir-Daxi_Taoyuan.html	平凡又美麗的石門水庫
43	2021/10/3	2018/10/16	https://www.tripadvisor.com.tw/ShowUserReviews-g13806457-d4053005-r625342260-Shimen_Reservoir-Daxi_Taoyuan.html	桃園最美山林
44	2021/10/3	2018/8/27	https://www.tripadvisor.com.tw/ShowUserReviews-g13806457-d4053005-610729158-Shimen_Reservoir-Daxi_Taoyuan.html	風景漂亮，門票不貴
45	2021/10/3	2018/6/25	https://www.tripadvisor.com.tw/ShowUserReviews-g13806457-d4053005-r590391022-Shimen_Reservoir-Daxi_Taoyuan.html	搭船出遊
46	2021/10/3	2018/5/15	https://www.tripadvisor.com.tw/ShowUserReviews-g13806457-d4053005-r580358501-Shimen_Reservoir-Daxi_Taoyuan.html	健走
47	2021/10/3	2018/4/1	https://www.tripadvisor.com.tw/ShowUserReviews-g13806457-d4053005-r569990316-Shimen_Reservoir-Daxi_Taoyuan.html	桃園最佳勝景

編號	閱讀日期	發表日期	網址	文章標題
48	2021/10/3	2018/3/31	https://www.tripadvisor.com.tw/ShowUserReviews-g13806457-d4053005-r569804498-Shimen_Reservoir-Daxi_Taoyuan.html	水庫水量豐滿 山影水映
49	2021/10/3	2018/3/18	https://www.tripadvisor.com.tw/ShowUserReviews-g13806457-d4053005-r567161048-Shimen_Reservoir-Daxi_Taoyuan.html	假日適合去健走、散步的好地方
50	2021/10/3	2021/5/24	https://www.thenewsline.com/article/151425	午後豪雨雙北多處淹水警戒，8000 人在線「集氣求雨」，石門水庫終於進帳 50 萬噸
51	2021/10/3	2018	https://goo.gl/maps/yXMHJXNW7KWJH51w6	石門水馬拉松
52	2021/10/4	2020/8/17	https://tc.trip.com/travel-guide/review-attraction/shihmen-dam-35809505/164151654	石門水庫水壩
53	2021/10/5	2020/2/29	https://tc.trip.com/travel-guide/review-attraction/shihmen-dam-35809505/162924126	石門水庫水量豐
54	2021/10/6	2019/7/3	https://tc.trip.com/travel-guide/review-attraction/shihmen-dam-35809505/159554159	石門水庫活魚
55	2021/10/7	2018/10/24	https://tc.trip.com/travel-guide/review-attraction/shihmen-dam-35809505/157066492	桃園大溪石門水庫
56	2021/10/8	2021/6/9	https://fullfenblog.tw/shimen-reservoir-day-trip/	滿分的旅遊札記
57	2021/10/8		https://travel.walkerland.com.tw/poi/view/6925	阿姆坪遊艇碼頭&石門水庫藍色公路
58	2021/10/8	2021/8	https://www.taiwan.net.tw/m1.aspx?sNo=0001016&id=2540	石門水庫賞鳥
59	2021/10/9	2021/7/28	https://udn.com/news/story/7324/5632976	石門水庫園區調高入園車輛至 800 輛 高線也可以停車

編號	閱讀日期	發表日期	網址	文章標題
60	2021/10/10	2021/10/5	https://udn.com/news/story/6898/5795143	桃園復興區長守承諾 長興國小石門水庫乘船 尋泰雅史蹟
61	2021/10/10	2020/10/10	https://reurl.cc/rDodDE	桃園市-石門水庫 @ 山 遊記與生活分享 :: 痞 客邦 ::
62	2021/10/10	2020/2/28	https://reurl.cc/e3nv3R	石門水庫 @ Gary 的旅 行日記 :: 痞客邦 ::
63	2021/11/8	2018/11/8	https://150740.pixnet.net/blog/post/40982225	晚秋的石門水庫~許久 後的走訪
64	2021/1/27	2021/1/27	https://iamjulia.pixnet.net/blog/post/25713195	在石門水庫，散步。
65	2021/10/16	2017/10/7	https://a410403.pixnet.net/blog/post/338989445	石門水庫遊記
66	2021/10/6	2018/1/2	https://savvik123.pixnet.net/blog/post/11615763	石門水庫，楓…有點紅
67	2021/10/27	2021/10/15	https://blog.xinmedia.com/article/198960	石門水庫環湖自行車道
68	2021/10/27	2020/12/6	https://reurl.cc/yro1Ml	桃園石門水庫活魚餐廳
69	2020/12/30		https://yiwu.com.tw/shimen-live-fish/	依享生活-石門活魚
70	2021/10/27	2020/11/28	https://www.walkerland.com.tw/article/view/280670	石門活魚餐廳文化店
71	2021/10/31	2020/10/10	https://candywjb.pixnet.net/blog/post/556320226	笨馬與 candy 爬山趣
72	2020/10/31	2017/5/11	https://cuteway.pixnet.net/blog/post/366464804	石門水庫美呆惹
73	2020/10/31	2019/2/5	https://as660707.pixnet.net/blog/post/466963208-taoyuan-forestaurantcafe	【水漾石門 景觀餐廳】位於石門水庫環湖公路旁
74	2020/10/31		https://travel.tycg.gov.tw/zh-tw/travel/cycling-tours/route06	石門水庫環湖自行車道
75	2021/10/31	2021/1/19	https://cyclingtime.com/tw/documents/10639.html	石門水庫環湖自行車道
76	2021/11/3	2020/11/30	https://kirasweet4ever.pixnet.net/blog/post/556382920	石門水庫環湖自行車道

編號	閱讀日期	發表日期	網址	文章標題
77	2021/11/3	2020/3/13	https://cycling.biji.co/index.php?q=review&act=detail&id=35099&subtittle=	鶯歌 - 石門水庫(含新開通北桃自行車道)
78	2021/11/3	2019/2/11	https://www.xinmedia.com/article/161786	環石門水庫鐵馬遊 楓林山色湖光陡坡應有盡有
79	2021/11/5		https://bike100.tw/routes/2764545491770850584	石門水庫大環湖
80	2021/11/6	2021/5/8	https://www.taiwantrip.com.tw/Frontend/Route/Select_p?RouteID=R0045	石門水庫線(假日行駛)
81	2021/11/6	2019/9/15	https://reurl.cc/9Gxo1v	石門水庫大環湖 70K
82	2021/11/6	2016/3/17	https://reurl.cc/6Z9VL6	【騎單車遊桃園】石門水庫環湖自行車道
83	2021/11/7	2021/7/13	https://taiwantour.info/tag/%E7%9F%B3%E9%96%80%E6%B0%B4%E5%BA%AB-%E7%BE%8E%E9%A3%9F/	【石門水庫活魚節】桃園一日遊景點美食.賞楓.健行
84	2021/11/7	2021/9/27	https://www.alberthsieh.com/tag/%E7%9F%B3%E9%96%80%E6%B0%B4%E5%BA%AB	桃園龍潭美食·糊口老街客家活魚餐館(石門水庫旁餐點)
85	2021/11/7	2021/4/30	https://www.alberthsieh.com/47152/shihmen-forest-firefly	桃園螢火蟲·石門水庫溪洲公園(除了落羽松跟楓葉還有螢光閃閃的火金姑)
86	2021/11/7	2020/1/5	https://reurl.cc/b2q49l	邊用餐邊欣賞石門水庫的湖光山色
87	2021/11/7	2020/5/25	https://blackmomo.tw/near-water/	龍潭 尼爾瓦特 NEAR WATER café · 石門水庫第一排的悠閒下午茶
88	2021/11/7	2021/8/3	https://news.ltn.com.tw/news/life/breakingnews/3626372	石門水庫重回高水位環湖觀光 7 天攬客破千

編號	閱讀日期	發表日期	網址	文章標題
89	2021/11/7	2020/1/23	https://reurl.cc/o1pz5Q	【桃園－石門水庫】搭船遊湖-龍珠灣遊湖
90	2021/11/7	2020/11/5	https://www.waytogo.cc/page/83036	桃園石門水庫遊湖-龍珠灣
91	2021/11/14	2020/12/21	https://travel.tycg.gov.tw/zh-tw/travel/attraction/1163	阿姆坪薑母島
92	2021/11/14	2016/4/10	https://juju9838.pixnet.net/blog/post/446279870	桃園。阿姆坪生態園區。石門水庫環湖登薑母島
93	2021/11/14	2020/3/8	https://reurl.cc/g2qe3L	石門水庫遊船
94	2021/11/14	2019/7/3	https://reurl.cc/zZog60	暢遊石門水庫 登船遊湖 盡覽山水風光
95	2021/11/14			相揪來桃園 2.0~船遊石門水庫
96	2021/11/14	2019/11/16	https://newtalk.tw/news/view/2019-11-16/327644	搭公車遊石門水庫不用愁
97	2021/11/14	2018/1/26	https://hiking.biji.co/index.php?q=event&act=detail&id=4177	石門遊船 1 日
98	2021/11/14	2020/2/13	https://reurl.cc/NA7bgQ	水庫散步遊
99	2021/11/14	2019/12/3	https://reurl.cc/7D14NN	石門水庫，遊船趣
100	2021/11/14	2011/1/7	https://vivianpeng99.pixnet.net/blog/post/33516843	阿姆坪碼頭 搭船遊湖 (命中註定我愛你拍攝場景)
101	2021/11/14	2021/11/14	https://travel.tycg.gov.tw/zh-tw/travel/attraction/351	石門水庫 早期以吃活魚聞名的石門水庫，近來增加了「楓半馬」和「熱氣球嘉年華」兩大旅遊熱門標籤，老景點新玩法，等你一一來發掘。

編號	閱讀日期	發表日期	網址	文章標題
102	2021/11/14	2021/9/2	https://udn.com/news/story/7324/5716964	遊客沒忘記石門水庫湖光山色 9、10月桃市府買1送1助陣
103	2021/11/14	2021/6/9	https://fullfenblog.tw/shimen-reservoir-day-trip/	石門水庫一日遊
104	2021/11/14	2021/8/15	https://travel.line.me/article/A1fd20kmt0	北台灣神秘水路一日遊！桃園石門水庫怎麼玩？10大必去景點，活魚三吃美食推薦一次看
105	2021/11/14	2017/1/16	https://a410403.pixnet.net/blog/post/338989445	石門水庫-休閒遊憩風景區
106	2021/11/14	2017/10/11	https://reurl.cc/OAz7M3	石門水庫-遊湖散心
107	2021/11/14	2021/10/8	http://www.skyline-hotels.com.tw/tw/modules/news/article.php?storyid=138	石門水庫藍色公路
108	2021/11/14	2019/7/20	https://www.facebook.com/tycgnews/posts/2574492642562360	【季節限定】石門水庫藍色公路
109	2021/11/15	2018/7/15	https://blog.xuite.net/fairlady168/huagogo/587866624	桃園山水之旅-石門水庫遊船篇
110	2021/11/15	2017/11/8	https://blog.xuite.net/iambaby_161/twblog/128902185	桃園大溪阿姆坪遊船-薑母島之旅
111	2021/11/15	2015/8/16	https://reurl.cc/2ZNMjv	桃園-石門水庫. 阿姆坪生態公園. 阿姆坪碼頭~放鬆身心好去處
112	2021/11/16	2020/11/18	https://www.walkerland.com.tw/article/view/279599?page=full	桃園內行人的玩法-登島遊湖

編號	閱讀日期	發表日期	網址	文章標題
113	2021/11/16	2016/6/9	https://srj5557.pixnet.net/blog/post/218533153	阿姆坪-薑母島之旅
114	2021/11/16	2019/11/17	https://www.walkerland.com.tw/article/view/243373	石門水庫薑母島新亮點~蓋在石門水庫上的空中步道
115	2021/11/16	2018/9/8	https://www.travelerluxe.com/article/desc/180001592	橫渡水際，在石門水庫大啖鮮魚料理
116	2021/11/16	2011/1/11	https://demdajmndawiw.pixnet.net/blog/post/41244928	桃園 石門水庫 新鮮玩遊船 樂泡湯
117	2021/11/16	2018/12/12	https://reurl.cc/lolkNQ	石門滿水位了 遊水庫正當時
118	2021/11/16	2013/12/9	https://www.liviatravel.com/2012/12/blog-post_25.html	【石門水庫楓紅。桃園】楓石門、遊湖賞楓吃活魚！
119	2021/11/16	2010/10/15	https://seto17.pixnet.net/blog/post/101074451	【單車、美食 Happy go!】第五集 石門水庫環湖之旅
120	2021/11/16	2021/3/3	https://reurl.cc/LmVj5K	桃園市：《大溪》石門水庫、薑母島
121	2021/11/17	2012/1/17	https://keely0911.pixnet.net/blog/post/37383534	[旅] 散步・石門水庫
122	2021/11/17	2020/4/24	https://dancinglamb777.blogspot.com/2020/04/blog-post_24.html	桃園◆大溪 風和日麗石門水庫、溪洲山步道
123	2021/11/17	2021/8/17	https://reurl.cc/0pQgWA	石門勝景，石門水庫水滿了
124	2021/11/18	2016/9/25	https://reurl.cc/QLmnVZ	命中注定我愛你的薑母島登島遊湖。石門水庫阿姆坪碼頭
125	2021/11/18	2019/7/18	https://mnya.tw/yo/word/1268.html	20190716 石門水庫石秀灣新柑坪碼頭
126	2021/11/18	2013/12/14	https://a606691.pixnet.net/blog/post/328414205	桃園。石門水庫。石門觀光節
127	2021/11/19	2020/6/26	https://www.storm.mg/lifestyle/2766849?page=2	別再說桃園無聊啦 石門水庫都美到翻

編號	閱讀日期	發表日期	網址	文章標題
128	2021/11/19	2018/4/6	https://reurl.cc/plonKQ	【桃園】水漾石門 / 石門水庫景觀餐廳 ● 擁有 180 度絕佳視野 水庫景觀餐廳
129	2021/11/19	2021/1/27	https://reurl.cc/ErW8m_m	石門水庫槭林公園賞梅
130	2021/11/19	2015/4/7	https://amilymemory.pixnet.net/blog/post/196269600	神秘禁地-沉睡的草原。石門水庫阿姆坪夢幻草園枯水期景點-土地公廟再現
131	2021/11/19	2020/7/10	https://reurl.cc/RrZLm6	沒落但仍壯觀的景點
132	2021/11/19	2020/2/13	https://www.tripadvisor.com.tw/ShowUserReviews-g13806700-d6956251-r744801509-Shihmen_Reservoir-Longtan_Taoyuan.html	水庫散步遊
133	2021/11/19	2018/1/23	https://reurl.cc/0pr496	散步、運動、賞美景 放鬆的好場所
134	2021/11/19	2018/1/22	https://reurl.cc/0pr496	賞楓葉
135	2021/11/19	2018/1/9	https://reurl.cc/0pr496	踏青散步同遊的好去處
136	2021/11/19	2017/11/6	https://reurl.cc/Er9gYv	最寬闊的健康大道
137	2021/11/19	2017/7/11	https://reurl.cc/b2O3IE	水庫園區活魚餐廳，現在一整排內部皆已拆除，已無餐廳營業。
138	2021/11/19	2017/6/27	https://reurl.cc/NA7bym	遊水庫吹吹風
139	2021/11/19	2017/6/3	https://www.storm.mg/lifestyle/413005?page=1	看水庫好玩

編號	閱讀日期	發表日期	網址	文章標題
140	2021/11/19	2017/3/11	“	值得花個半天走走
141	2021/11/21	2021/4/30	https://sisy1017.pixnet.net/blog/post/118541580	【熱氣球】2021 桃園石門熱氣球嘉年華
142	2021/11/21	2021/4/26	https://news.sina.com.tw/article/20210426/38368078.html	2021 桃園石門水庫熱氣球嘉年華 6/19-6/27 蓄勢待發！
143	2021/11/21	2019/6/15	https://reurl.cc/b2q4e3	【遊。桃園】2019 桃園石門熱氣球嘉年華。今夏第一發～石門水庫熱氣球又來惹
144	2021/11/21	2019/6/18	https://www.walkerland.com.tw/subject/view/225620	50 倍巨型「小小兵熱氣球」來了！氣球光雕秀讓桃園人嗨翻天
145	2021/11/21	2018/5/1	https://reurl.cc/q5ozay	石門水庫熱氣球嘉年華
146	2021/11/21	2020/4/7	https://www.chinatimes.com/realtimenews/20200407001619-260405?chdtv	防疫優先 桃園石門水庫熱氣球嘉年華停辦
147	2021/11/21	2019/6/16	https://juju9838.pixnet.net/blog/post/467826203	2019 石門水庫熱氣球嘉年華在南苑生態園區熱烈登場
148	2021/11/21	2019/6/24	https://reurl.cc/lo4veY	環翠樓未整理
149	2021/11/21	2018/6/28	https://reurl.cc/zZogXy	【桃園期間限定】2018 桃園石門水庫熱氣球嘉
150	2021/11/21	2019/6/13	https://reurl.cc/7Dn9Wb	限時 9 天！桃園石門熱氣球嘉年華將登場 免跑台東也能搭
151	2021/11/21	2019/6/16	https://bunnyann.com/bunnyann274/	2019 桃園石門水庫熱氣球嘉年華，小小兵、大章魚熱氣球超可愛！
152	2021/11/21	2019/6/3	https://www.beauty321.com/post/24939	桃園也有小小兵熱氣球！限時 9 天「2019 石門水庫嘉年華」不用去台東也能看得到～

編號	閱讀日期	發表日期	網址	文章標題
153	2021/11/21	2019/6/15	https://momotravel.tw/balloon-taoyuan/	2019 桃園石門水庫熱氣球嘉年華 小小兵、大章魚 驚喜升空
154	2021/11/21	2019/6/17	https://reurl.cc/WryaML	2019 桃園石門水庫熱氣球嘉年華,
155	2021/11/21	2019/6/20	https://tw.appledaily.com/life/20190620/CMN-QI2ONLN35BJ73ROEKBB22KM/	桃園石門水庫熱氣球嘉年華 周日閉幕參觀趁早
156	2021/11/22	2019/6/17	https://reurl.cc/7Dn9Lb	桃園景點活動·熱氣球嘉年華 桃園石門水庫也有小小兵熱氣球囉~
157	2021/11/23	2019/5/21	https://www.lookit.tw/travel/22112?fbclid=IwAR0YCVoKh8lpNkXdZgUyp1boKubcHcAk_LN_43R-db7K8EL8iLOdYw7_q04	【桃園】限時 9 天「桃園石門水庫熱氣球嘉年華」即將登場！
158	2021/11/23	2021/4/30	https://playing.ltn.com.tw/article/24838/1	「超萌 Kitty 氣球」搶先看！全台 3 場熱氣球嘉年華今夏必追
159	2021/11/23	2018/6/29	https://reurl.cc/OAz7nX	桃園市大溪區 - 2018 桃園石門水庫熱氣球嘉年華
160	2021/11/28	2021/4/28	https://www.alberthsieh.com/47111/tyballoon21	2021 桃園熱氣球嘉年華 (石門水庫熱氣球回來啦！
161	2021/11/28	2021/5/6	https://udn.com/news/story/7934/5432012	「桃園石門水庫熱氣球嘉年華」6 月登場！
162	2021/11/28	2021/5/14	https://travel.ettoday.net/article/1981550.htm	桃園熱氣球嘉年華連 2 年停辦

編號	閱讀日期	發表日期	網址	文章標題
163	2021/11/28	2021/5/6	https://reurl.cc/d29zA6	免跑台東！桃園石門熱氣球嘉年華 6 月登場，還有恐龍主題趴！
164	2021/11/28	2019/6/15	https://reurl.cc/ErW8y1	桃園不門水庫熱氣球嘉年華
165	2021/11/28	2021/4/29	https://www.mook.com.tw/article.php?op=article_info&articleid=26252	免跑台東！連續 9 天石門熱氣球嘉年華追球去
166	2021/11/29	2021/4/27	https://udn.com/news/story/7934/5415844	連辦 9 天！2021 桃園「石門水庫熱氣球嘉年華」蓄勢待發 6/19 登場
167	2021/11/30	2021/5/14	https://www.chinatimes.com/newspapers/20210514000550-260107?chdtv	疫情再燒 桃園熱氣球節連 2 年喊卡
168	2021/11/30	2018/6/24	https://reurl.cc/QLmno5	桃園市政府石門水庫熱氣球嘉年華
169	2021/11/30	2018/6/24	https://www.cmmedia.com.tw/home/articles/10548	周末假日何處去 桃園熱氣球帶你一覽水庫風光
170	2021/11/30	2020/1/6	https://www.natraveltw.com/articles/195817/	【桃園期間限定】想看高空美景不用跑東台灣了！這裡就有超可愛迷你兵團熱氣球
171	2021/11/30	2019/5/28	https://jfsblog.com/blog/post/taoyuan-balloon-festival	【活動】2019 石門水庫熱氣球嘉年華
172	2021/12/1	2019/6/13	https://tyenews.com/2019/06/19267/	石門水庫熱氣球嘉年華交通懶人包
173	2021/12/1	2019/6/1	https://maggilife.tw/post-35115298/	2019 桃園石門水庫熱氣球嘉年華，時間，交通/如何預約/報到/注意事項

編號	閱讀日期	發表日期	網址	文章標題
174	2021/12/1	2019/6/12	https://www.orchina.net/article/1287	【旅讀早安】想坐熱氣球？石門水庫邀請您同樂夏綠地！
175	2021/12/1	2018/6/25	https://bhuntr.com/tw/competitions/87222716152608102w	桃園石門水庫熱氣球攝影比賽
176	2021/12/1	2018/7/1	https://reurl.cc/8og6Oj	2018 石門水庫熱氣球嘉年華
177	2021/12/1	2019/6/17	https://abby0318.pixnet.net/blog/post/467838077	【桃園石門水庫熱氣球】2019 桃園石門水庫熱氣球嘉年華~熱氣球升空日期/時間/網路預約/交通接駁
178	2021/12/1	2019/6/17	https://reurl.cc/GxQZy3	小小兵旋風登場 6/15 石門水庫熱氣球嘉年華超萌亮相
179	2021/12/1	2019/5/30	https://supertaste.tvbs.com.tw/travel/316346	小小兵熱氣球！限時9天「石門熱氣球嘉年華」登場，不用跑東台灣也有
180	2021/12/1	2019/6/24	https://deangchuchat.pixnet.net/blog/post/227761241	桃園·石門水庫·2019 熱氣球嘉年華(同樂夏綠地)
181	2021/12/1	2019/7/23	https://anything-best.com/international-balloon-festival-in-taoyuan/	【2019 桃園熱氣球嘉年華—石門水庫】不可錯過的8顆熱氣球！
182	2021/12/1	2019	https://reurl.cc/p1onNr	2019 石門水庫熱氣球嘉年華
183	2021/12/1	2019/6/26	https://www.yestome.com/page.php?f=xmskz	「2019 桃園熱氣球嘉年華- 石門水庫」要來囉！

編號	閱讀日期	發表日期	網址	文章標題
184	2021/12/1	2017/6/24	https://www.saydigi.com/2017/06/297284.html	2017 桃園石門水庫熱氣球嘉年華搭乘體驗分享★
185	2021/12/1	2017/6/22	https://13blog.tw/post-1863/	【桃園熱氣球 2017】「2017 石門水庫熱氣球嘉年華」驚見黑武士和尤達造型熱氣球～免衝台東，桃園也有熱氣球季能打卡了！
186	2021/12/1	2017/6/26	https://reurl.cc/b2q4rr	【2017 桃園石門水庫熱氣球嘉年華】不用跑台東，在家鄉看到 ...
187	2021/12/1	2017/6/7	http://becky-photo.com/taiwan-news0607/	快閃熱氣球飛到「新北市板橋區」！桃園石門水庫熱氣球 6 月 18 登場 夜間音樂光雕熱氣球
188	2021/12/1	2018/6/24	http://www.touchmedia.tw/?p=617187	石門水庫熱氣球嘉年華 夜間光雕噴火秀
189	2021/12/1	2017/6/16	https://kikinote.net/142259	【桃園熱氣球】2017 石門水庫熱氣球嘉年華！
190	2021/12/1	2017/7/7	https://reurl.cc/q5ozW0	第二屆桃園石門水庫「熱氣球嘉年華」精采落幕
191	2021/12/1	2018/7/1	https://mdnkids.com/search_content.asp?Serial_NO=%20107986	石門水庫熱氣球嘉年華
192	2021/12/1	2021/8/11	https://www.walkerland.com.tw/article/view/304435?page=full	石門水庫-老少咸宜~登山散步運動去 - 潔絲蜜愛生活
193	2021/12/1	2019//	www.hubhotel.com.tw/blog	桃園區螢火蟲秘境地 點大公開-2019 最新賞螢懶人包

編號	閱讀日期	發表日期	網址	文章標題
194	2021/12/1	2020/4/10	https://www.walkerland.com.tw/subject/view/256801	【窩畫家專欄】桃園賞螢秘境原來在這裡！
195	2021/12/1	2021/4/28	https://www.mook.com.tw/article.php?op=articleinfo&articleid=26243	絕美賞螢秘境！螢火蟲季五大精選賞螢景點
196	2021/12/1	2017/4/26	https://reurl.cc/zZoDxQ	石門水庫火金姑飛舞賞螢人士驚呼
197	2021/12/1	2017/	https://tag.todohealth.com/%E7%9F%B3%E9%96%80%E6%B0%B4%E5%BA%AB%E8%9E%A2%E7%81%AB%E8%9F%B2-1	【桃園】龍潭石門看螢火蟲
198	2021/12/1	2020/4/16	https://okgo.tw/newsview.html?id=10244	【螢光閃爍】桃竹苗賞螢勝地來囉！
199	2021/12/1	2020/4/19	https://easylife.tw/tag/%E7%9F%B3%E9%96%80%E6%B0%B4%E5%BA%AB%E8%8B%97%E5%9C%83%E8%9E%A2%E7%81%AB%E8%9F%B2-1	2020 螢火蟲季~石門水庫賞螢(109.4.19) - 嘉嘉的心情與遊歷, 2020年4月19日
200	2021/12/1	2019/4/19	https://sallymiinu.pixnet.net/blog/post/354148034	輕鬆走 [桃園] 石門水庫賞螢
201	2021/12/1	2021/4/18	https://easylife.tw/tag/%E7%9F%B3%E9%96%80%E6%B0%B4%E5%BA%AB%E8%8B%97%E5%9C%83%E8%9E%A2%E7%81%AB%E8%9F%B2-1	【綠竹子去賞螢】桃園-石門水庫有螢火蟲
202	2021/12/1	2019/4/23	https://reurl.cc/NAnl39	石門水庫螢火蟲飛舞遠觀勿打擾
203	2021/12/1	2021/4/30	https://www.alberthsieh.com/47152/shihmen-forest-firefly#%E8%B3%9E%E8%9E%A2%E5%BF%83%E5%BE%97	桃園螢火蟲·石門水庫溪洲公園(除了落羽松跟楓葉還有螢光閃閃的火金姑)

編號	閱讀日期	發表日期	網址	文章標題
204	2021/12/1	2020/4/10	https://www.walkerland.com.tw/subject/view/256801	【窩畫家專欄】桃園賞螢秘境原來在這裡！
205	2021/12/1	2017//	https://tag.todohealth.com/%E7%9F%B3%E9%96%80%E6%B0%B4%E5%BA%AB%E8%9E%A2%E7%81%AB%E8%9F%B2%E6%99%82%E9%96%93-1	石門水庫螢火蟲時間
206	2021/12/1	2017/4/30	https://www.facebook.com/zhuyuan.cafe/posts/1405386826198643	要賞火金姑來石門水庫就對啦~
207	2021/12/1	2021/1/19	https://udn.com/news/story/7934/5185628	北部就能賞梅！石門水庫「梅花雪秘境」滿開炸裂 免爬山沐浴仙氣美景
208	2021/12/2	2020/1/14	https://juliakpkpk.pixnet.net/blog/post/469134005	【桃園-大溪區】2020石門水庫槭林公園賞梅
209	2021/12/2	2020/10/7	https://reurl.cc/rDovNx	【桃園 大溪】石門水庫賞梅趣
210	2021/12/2	2021/1/26	http://becky-photo.com/taoyuan0124/	【桃園】。石門水庫賞梅花涼亭 槭林公園
211	2021/12/4	2020/1/3	https://aniseblog.tw/212470	北台灣賞梅勝地，角板山、石門水庫
212	2021/12/4	2021/1/4	https://news.ltn.com.tw/news/Taoyuan/paper/1423210	石門水庫 賞梅人潮湧現
213	2021/12/4	2017/1/11	https://travel.ettoday.net/article/846801.htm	彷彿白雪綻放枝頭，石門水庫賞梅聞香趣。
214	2021/12/4	2021/1/19	https://jady6437.pixnet.net/blog/post/24852742	【賞梅的季節到來，石門水庫梅花提早綻放】

編號	閱讀日期	發表日期	網址	文章標題
215	2021/12/4	2018/1/13	https://reurl.cc/GxQpMG	桃園石門水庫槭林公園，盛開的雪白梅花綴滿梅園，雪花般的迷人景色，冬日幸福賞花行
216	2021/12/5	2021/1/16	https://feather428.pixnet.net/blog/post/353737828	跟著丁雨到桃園石門水庫賞梅花
217	2021/12/6	2021/1/19	https://www.lookit.tw/travel/32678	【桃園】隱藏版賞梅步道好療癒
218	2021/12/7	2021/12/21	https://egoldenyears.com/31750/	桃園石門水庫：梅花
219	2021/12/8		https://kids.coa.gov.tw/theme_data.php?theme=kids_learning&sub_theme=A01&id=91	花梅觀雪，果梅枝頭孕清香
220	2021/12/9	2021/1/29	https://reurl.cc/vdov9y	2021 石門水庫槭林公園梅花盛開 I 坐擁石門水庫無敵湖景的大溪湖畔 I 石門水庫上的藍白色地中海式建築
221	2021/12/10	2021/1/16	https://www.popdaily.com.tw/forum/travel/878165	季節限定🌨️石門水庫賞梅趣～槭林公園_
222	2021/12/11	2019/12/31	https://reurl.cc/DyelNj	石門水庫雪白梅花掛枝頭 淡淡清香撲鼻來
223	2021/12/12	2021/1/17	https://eva6955.pixnet.net/blog/post/5817779	石門水庫，不用翻山越嶺也能輕鬆賞梅花
224	2021/12/12	2016/1/18	https://news.cnyes.com/news/id/183749	石門水庫降雨濕冷 水位上升梅花綻放
225	2021/12/12	2020/1/3	https://aniseblog.tw/212470	北台灣賞梅勝地，角板山、石門水庫、慈湖、至善園、士林官邸、志成公園

編號	閱讀日期	發表日期	網址	文章標題
226	2021/12/12	2019/12/31	http://reurl.cc/DyelNj	石門水庫、角板山 梅花綻放
227	2021/12/12	2019/1/2	http://tw.people.com.cn/BIG5/n1/2019/0102/c14657-30499962.html	台灣桃園石門水庫限定版楓紅梅花 花期短 賞花趁早
228	2021/12/12	2020/1/21	https://www.cdns.com.tw/articles/102636	尋梅
229	2021/12/12	2020/4/20	https://fish11104.pixnet.net/blog/post/8810195	枝頭上的白雪-桃園賞梅~石門水庫
230	2021/12/12	2021/1/4	https://hiking.biji.co/index.php?q=news&act=info&id=19216	桃園石門水庫 梅花綻放中
231	2021/12/12	2020/12/12	https://www.pinqueue.com/topic/view/?topic_id=c04fd4905fc1a735	石門水庫梅花開的如何了？帶你搭公車賞梅去，花期不長把握時間！
232	2021/12/12	2020/1/11	https://reurl.cc/d291zy	石門賞梅。石門水庫梅園遊賞