

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

以網路旅遊平台評論探討旅遊意象及體驗價值—

以阿里山森林遊樂區為例

Taking the Online Tourism Platform Review to Discuss the  
Tourism Image and Experience Value--Take the Alishan Forest  
Recreation Area as an Example

李蕙娟

Hui- Chuan Lee

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

以網路旅遊平台評論探討旅遊意象及體驗價值－以阿里山

森林遊樂區為例

Taking the Online Tourism Platform Review to Discuss

the Tourism Image and Experience Value –

Take the Alishan Forest Recreation Area as an Example

研究生：李蕙娟

經考試合格特此證明

口試委員：林俊新  
李佳玲  
丁誌敏

指導教授：丁誌敏

系主任(所長)：旅遊管理學系 系主任 許澤宇

口試日期：中華民國 111 年 05 月 27 日

## 謝誌-向一段美麗又殊勝的因緣致敬

重拾書本、負笈南華，始料所未及呀！三年前的一個夏日午後，辦公室正沉浸在90後同仁拿到碩士文憑，雀躍的請大夥喝咖啡的歡樂聲中，身為70後的我馬上補上一句：「很棒哦！可以加薪囉！我們這些老人是不可能再讀研究所了啦！」這些話言猶在耳。

2020年7月，又是個惱人的夏日燠熱午後，渾身難受，電話聲響起，因時值暑假，辦公室僅剩我一人留守，只能無奈且慵懶的接起話筒，對方馬上表明身分，並告知我可以報名南華大學旅遊管理所的碩士學分班，當下著實心驚！唉呀！怎麼連外人都知道我尚未攻讀碩士學位???1993年國立台灣師範大學一畢業，馬上投入職場，緊接著進入婚姻、育兒、教學……，一晃眼，已近三十個寒暑，著實已到可以退休的階段-難道，這就是天意?我應該攻讀研究所。這一個夏天，家庭正面對著一連串的挑战與考驗，所有以往經驗裡教會我們不可能發生的事全都發生了……，心想:究竟還有什麼事是不變的呢?我想:變動的世界，唯一不變的就是「變」，怎能不「活到老，學到老」呢?

求學期間，屢屢遇到工作與讀書時間衝突、讀書與家庭生活衝突……幾度萌生休學念頭，所幸，天使終究戰勝了魔鬼:我怎能有頭無尾，當一個臨陣脫逃的戰士?更無法說服我的學生、孩子們「堅持」。

這一路上需要感謝的有:

逆增上緣的長官們，因為你們，我必須強大自己，絕不輕言投降，即使戰到最後只剩一兵一卒，我還是打不死的蟑螂；諄諄善誘的師長，尤其是指導教授:丁誌紋 博士，時時提點，給我最適切的指引；許澤宇所長、貞吟老師、鎧溫老師、于健老師.....因為你們，我必須激勵自己，不能讓您們失望；髮蒼齒搖的父母，因為您們，我必須督促自己，更不能讓您們久等；包容呵護我的家人們，因為你們，我必須提醒自己，實在不能因讀書而影響家庭生活太久；同窗筆硯的同學們，因為小魚和文英的即時救援，使我資訊能力倍增；因為如香和家如的積極認真，督促我不斷向前；因為gigi時時提醒，求學期間我才能少有疏漏；因為弈戎、佳欣、詩綺、宇志、俊男、聖玄、松永、慧茹、money這些年輕人，提供我創意點子的發想與激勵，我才能少走一些冤枉路；互相補位的同事，因為你們，我更不能延遲前進的步伐，因為每個無心的延宕，都可能對同仁造成不少額外負擔啊！特別感謝同仁心怡在電腦操作上的協助；提供珍貴照片檔的好友何應傑主任.....千言萬語，實非筆墨所能言盡啊！需要感謝的人太多了，只有謝天！ 末了 我想大聲說出:「有您們，真好」！

感念、感謝、感動.....祝福這一路上持續無私提點我的貴人們一切安好！天恩浩蕩，眾人成就圓滿了這一段美好且殊勝的因緣！

李蕙娟 謹誌於2022年夏日

# 南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班

110 學年度第 2 學期碩士論文摘要

論文題目：以網路旅遊平台評論探討旅遊意象及體驗價值—  
以阿里山森林遊樂區為例

研究生：李蕙娟

指導教授：丁誌紋 博士

## 論文摘要內容：

本研究旨在透由旅遊平台評論，瞭解遊客對阿里山國家森林遊樂區旅遊意象、體驗與感受，讓管理單位思索：如何經營，才能讓遊客在非花季期間，一樣渴望進入園區，體驗和花季不同的享受。先以語義網絡分析作質化探究，再運用中文斷詞系統(CKIP)找出關鍵詞進行詞頻分析、共詞分析及多元尺度分析做量化統計，探討旅遊目的地意象的元素與體驗價值。

研究結果發現：(1)阿里山國家森林遊樂區有櫻花與蒸氣火車相互輝映的美景、最具特色的曙光、如夢似幻的高山雲海、幽靜森林、紓解生活壓力的芬多精，這些親近大自然的體驗讓人讚嘆，值得再次造訪。(2)因園區大、景點多，建議可以過夜，徜徉在大自然的懷抱中，慢活享受自然的洗禮。(3)停車場、車位數量不足，假日或花季期間，停車位是一位難求，抱怨在所難免，所幸，花季期間有貼心的接駁服務，但因美景實在太吸引人了，知道花季期間或假日一定人潮湧現，遊客仍願意上山，與櫻花來一場美麗的約會。(4)遊樂區內，步道及各項措施規劃完善且持續更新中，連外國人都稱讚，是休閒的好選擇。據上述研究結果，建議：(1)應該改善停車空間不足的問題(2)提升非花季期間旅遊人次(3)棧道與步道應利於輪椅、嬰兒推車前進

**關鍵詞：**阿里山國家森林遊樂區、旅遊意象、體驗價值、共詞分析、

多元尺度分析

**Title of Thesis:** Taking the Online Tourism Platform Review to Discuss  
the Tourism Image and Experience Value--Take the  
Alishan Forest Recreation 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:** Hui- Chuan Lee

**Advisor:** Chih-Wen Ting, Ph.D.

### **Abstract**

This report aims to understand tourists' perceptions, experiences, and feelings of Alishan National Park Recreation Area as shown through content analysis of reviews on tourism platforms. The park's management units may then think about how management can encourage tourists in the non-flowering season to visit the park, and experience a sensation different than that of the flowering season. The report will first delve into an analysis of the language used on online platforms, then use CKIP to locate keywords and to conduct a word frequency analysis, a co-word analysis and multivariate analysis.

This report reveals that 1) Alishan National Park Recreation Area has cherry blossoms and the steam engine train that mutually reflect each other's beauty, the most distinctive dawn, a dream-like cloud forest, peaceful forests, and phytoncides that reduce the stress of life. These intimate experiences in the great outdoors elicit people's praise, and are worth revisiting. 2) Given the size of the park and the number of tourist attractions, it is suggested to stay overnight to leisurely explore the park's nature, and slowly enjoy the park's natural beauty. 3) With regards to parking lots and

parking spots, during ordinary visiting times parking is satisfactory. However, during holidays or cherry blossom season, parking spaces are hard to come by so complaints are inevitable. Fortunately, during cherry blossom season there are easy-to-access shuttle services. As the beautiful scenery is so attractive to visitors, the inconvenience of parking is still tolerable in scope. Knowing that there will definitely be a surge of tourists during cherry blossom season, tourists are still willing to go up the mountain and experience the beautiful cherry blossoms. 4) Within the recreation area, the trails and measures are well planned and updated on an ongoing basis, even foreigners commend it, and agree that the park is a good choice for enjoying one's leisure time. Based on the results of this research, the recommendations are as follows: 1) how to disperse the flow of people, so that more people enter the park during the non-flowering season, and can experience a sensation different from that of the flowering season, and 2) the Alishan National Park Recreation Area should resolve the issue of lack of parking spots, and 3) Boardwalks and trails should be conducive to wheelchairs and strollers

Keywords: Alishan National Park Recreation Area, impressions of destinations, experiential value, common term analysis, multivariate analysis

# 目錄

頁碼

致謝-向一段美麗又殊勝的因緣致敬.....	I
論文摘要內容.....	III
Abstrac.....	IV
目錄.....	VI
表目錄.....	XI
圖目錄.....	XII
第一章 緒論.....	1
1.1研究背景.....	1
1.2研究動機.....	2
1.3研究目的.....	4
1.4研究流程.....	5
第二章 文獻探討.....	6
2.1研究主題背景探討.....	6
2.1.1國家森林遊樂區定義.....	6
2.1.2國家森林遊樂區的基本性質特徵.....	7
2.1.3阿里山名稱由來.....	9
2.1.4阿里山國家風景區.....	9



2.1.5	阿里山國家風景區環境教育中心-觸口遊客中心.....	10
2.1.6	阿里山國家森林遊樂區.....	11
2.1.7	阿里山五奇之一日出.....	13
2.1.8	阿里山五奇之二雲海.....	14
2.1.9	阿里山五奇之三晚霞.....	15
2.1.10	阿里山五奇之四森林.....	15
2.1.11	阿里山五奇之五鐵道.....	17
2.1.11.1	鐵道發展史.....	17
2.1.11.2	鐵道附加價值-文化與觀光.....	17
2.1.12	阿里山櫻花季.....	18
2.1.13	祝山.....	20
2.1.14	沼平.....	20
2.1.15	姊妹潭.....	21
2.1.16	受鎮宮.....	22
2.1.17	巨木群棧道與步道.....	22
2.1.18	三代木.....	24
2.1.19	阿里山神木.....	25
2.1.20	芬多精.....	25
2.1.20.1	芬多精定義.....	25

2.1.20.2芬多精功效.....	26
2.2目的地的意象.....	27
2.2.1意象和旅遊意象的定義.....	28
2.2.1.1意象定義.....	28
2.2.1.2旅遊意象定義.....	29
2.2.2目的地意象的形成.....	30
2.3體驗價值.....	31
2.3.1體驗的定義.....	31
2.3.2價值的定義.....	32
2.3.3體驗價值的定義.....	33
2.3.4體驗價值之影響.....	34
2.4旅遊平台.....	35
2.4.1關於Tripadvisor.....	36
2.4.2關於Trip com.....	38
2.5共詞分析.....	39
2.6文字雲.....	40
第三章 研究方法.....	41
3.1研究流程.....	41
3.2研究對象.....	42

3.2.1 研究對象及範圍.....	42
3.2.2 資料收集.....	46
3.3 研究工具.....	46
3.3.1 旅遊平台.....	46
3.3.2 內容分析法.....	47
3.3.3 詞庫小組 CKIP.....	47
3.3.4 詞頻分析.....	48
3.3.5 共詞分析.....	48
3.3.6 多元尺度分析.....	49
第四章 研究結果與討論.....	50
4.1 樣本資料蒐集.....	50
4.2 中文斷詞與關鍵詞篩選結果.....	51
4.2.1 斷詞處理.....	51
4.3 詞頻分析.....	54
4.3.1 關鍵詞次數.....	54
4.3.2 關鍵詞篇數.....	57
4.4 共詞分析.....	69
4.4.1 二個關鍵詞共同出現篇數分析.....	69
4.5 多元尺度分析(MDS).....	78

第五章 結論與建議.....	85
5.1 研究結論.....	85
5.2 研究限制與後續建議.....	86
5.2.1 研究限制.....	86
5.2.2 建議.....	87
參考文獻.....	89
一. 中文部分.....	89
二. 英文部分.....	93



## 表目錄

頁碼

表1.1 阿里山近三年進園人次.....	3/51
表1.2 2016-2021年阿里山櫻花季3+4月入園人次統計暨佔全年比例.....	4/67
表2.1 22處國家森林遊樂區一覽表.....	6
表2.2 阿里山國家森林遊樂區內棧道與步道整理.....	23
表2.3 目的地意象定義.....	29
表2.4 共詞研究應用成果.....	39
表3.1 107-109年森林遊樂區類型觀光遊憩據點遊客人次統計.....	43
表3.2 旅遊平台及網址一覽表.....	46
表4.1 評論來源網站佔比表.....	50
表4.2 相關評論發表距今年份表.....	51
表4.3 斷詞整併暨數量一覽表.....	52
表4.4 關鍵詞出現次數一覽表.....	55
表4.5 關鍵詞出現篇數一覽表 .....	58
表4.6 2020-2022年阿里山櫻花季第一個周休二日暨2022年228假期入園人數.....	67
表4.7 全部遊客和陸客的評論關鍵詞比較出現篇幅與詞頻一覽表.....	67
表4.8 旅遊意象分類表.....	68
表4.9 兩個關鍵詞共同出現篇數分析出現11次以上列入(2%) .....	69

## 圖目錄

頁碼

圖1.1 研究流程圖.....	5
圖2.1 林務局轄下18處國家森林遊樂區示意圖.....	7
圖2.2 阿里山國家風景區三大範疇 .....	10
圖2.3 阿里山國家風景區環境教育中心 .....	11
圖2.4 阿里山國家森林遊樂區示意圖.....	12
圖2.5 阿里山國家森林遊樂區地理位置.....	12
圖2.6 阿里山國家森林遊樂區周邊旅遊景點.....	13
圖2.7 林務局發行阿里山國家森林遊樂區導覽圖.....	13
圖2.8 阿里山最著名的日出美景.....	14
圖2.9-10 阿里山最著名的雲海.....	15
圖2.11-12 阿里山最美的晚霞.....	15
圖2.13-14 阿里山最優美的森林.....	16
圖2.15-16 阿里山歷史悠久的森鐵.....	18
圖2.17-18 阿里山令人著迷的櫻花.....	19
圖2.19-20 沼平公園與車站.....	21
圖2.21-22 浪漫傳說的姊妹潭.....	21
圖2.23 神娥祝壽的受鎮宮.....	22

圖2.24-25充滿芬多精的巨木群棧道.....	23
圖2.26-27生生不息的三代木.....	24
圖2.28阿里山神木.....	25
圖2.29香林神木.....	25
圖2.30 五種價值消費選擇權.....	34
圖2.31阿里山意象文字雲.....	40
圖3.1研究流程圖.....	42
圖3.2中文斷詞系統頁面1.....	47
圖3.3中文斷詞系統頁面2.....	48
圖4.1阿里山國家森林遊樂區意象文字雲.....	58
圖4.2景點文字雲.....	61
圖4.3設施文字雲.....	62
圖4.4交通文字雲.....	63
圖4.5整體感受文字雲.....	64
圖4.6 65個關鍵詞多元尺度分析(MDS)定位圖.....	79
圖4.7 60個關鍵詞多元尺度分析(MDS)定位圖.....	80
圖4.8 55個關鍵詞多元尺度分析(MDS)定位圖.....	81
圖4.9 32個關鍵詞多元尺度分析(MDS)定位圖.....	83

# 第一章 緒論

觀光產業是較接近無煙囪工業(相較於高污染的工業來說)、也是全球新經濟發展趨勢，更是全球經濟成長最快速的行業之一(2019新冠肺炎疫情爆發前)，台灣觀光協會(IBT)發布的2019全球出境旅遊概況的資料中顯示，在2019年(1至8月份)的國際觀光整體表現指出全球出境旅遊成長3.9%，加上全球國際旅客成長率(+3.8%)，兩者都超越世界經濟成長(+3%)，更是各國經濟重要來源，創造的商機可說無限大。本章共分成四節，分別說明研究背景及動機，研究目的及研究流程。

## 1.1 研究背景

依據交通部觀光局2021-12-28最新消息顯示: 2015年起至(疫情前)來台旅客連續5年突破1,000萬人次，又2013年至2017年，年平均成長率7.96%(交通部觀光局，2017a、2018)，2019年已達1,186萬人次；國民旅遊亦屢創新高至1.8億人次；出國人數2019年為17,101,335人次，相較於2018年，出國人數也增加2.74%(交通部觀光局，2020)。2019年的新冠肺炎(COVID-19)擾亂了一池春水，國人想出國旅遊已是不可能的任務(各國為防止疫情擴散，醫療體系崩壞，祭出各種入境規範及檢疫措施)，所幸，台灣防疫成績頗佳，只有在2021年5月中至9月中疫情較嚴峻(因為本土案例激增，中央流行疫情指揮中心宣布升至第三級:無法內用、遊覽車內需戴口罩、車上唱歌也必須戴著口罩，國人深怕旅遊中因接觸不特定人士而感染COVID19.....)外，其餘時間，國內旅遊仍未停歇。而阿里山國家森林遊樂區擁有絕佳的美麗日出、氤氳山嵐、流雲飛瀑、連綿峰巒、清新空氣、登山鐵道、茶園風光及原鄉人文采風.....，



向來是全球旅人嚮往拜訪的旅遊熱點，如何利用其天然資源與人為設施發展觀光，達到永續經營，值得好好探討，在後疫情時代為台灣帶來更多的國際觀光客與國旅人次，賺取更多的外匯，並活絡經濟。

綜上敘述:截至疫情前來台旅客屢創新高，出國人數也逐年增加，可見國外旅遊的頻率有向上成長的趨勢，國旅也屢創新高，在在顯示觀光旅遊對於現代人來說已是生活中不可或缺，非常重要的一部分。但是，2020-2022年國人出國人數因為疫情關係，加上全球許多國家呈現類似鎖國狀態(因擔憂疫情無法控制，拖垮醫療體系)，國人只能退而求其次，進行國內旅遊。本研究乃藉由分析網路旅遊平台評論，探究造訪阿里山國家森林遊樂區的旅人，對旅遊目的地的意象及體驗價值。

## 1.2 研究動機

阿里山國家森林遊樂區，近年來政府積極推展觀光，結合生態旅遊舉辦「阿里山日出印象音樂會」及「阿里山花季」/「阿里山森林時尚季」，森林裡的「春，櫻與音的對話」等一系列的觀光推展活動，帶動當地觀光旅遊，研究生誕生於阿里山山腳下-竹崎鄉沙坑村，除了大學四年在北部就學外，國立台灣師範大學一畢業，隨即返「嘉」服務，近半個世紀都在嘉義縣活動，可以說是生於斯、長於斯、更服務於斯，研究生盼能為嘉義縣做些探討、了解，故選擇以阿里山國家森林遊樂區作為研究，想探討這些年遊客對阿里山國家森林遊樂區是否一樣願意多次造訪?觀光活動帶來的經濟效益又如何?

話說研究生從小就在阿里山山腳下生活，但研究生在就讀大學前，不曾造訪過阿里山國家森林遊樂區，大學時期嘉友會在阿里山舉辦迎新活動，第一次親近阿里山，就讓人深深著迷—櫻花與蒸氣火車

相互輝映的美景、透出萬丈光芒的曙光、如夢似幻的高山雲海、絢爛的滿天晚霞、幽靜的巨木森林、清新的空氣、歷史悠久的登山鐵道、紓解生活壓力的芬多精……，著實令人讚嘆不已，上山的辛苦過程與高山症引發的頭痛不適早已不足掛齒，美好的印象一直深深烙印腦海中。

季節更迭、時光飛逝，2022年3月此時的阿里山國家森林遊樂區在政府改善園區各項建設下，比研究生30多年前第一次造訪園區相較之下，已不可同日而語，大自然的美景依舊，步道及各項措施規畫更臻完善，研究生甚至主觀認定比2014年造訪大陸黃山看到的步道更美，因此，更提高遊客造訪阿里山國家森林遊樂區的意願，30多年來，研究生陸續偕情人上山賞花、陪父母上山健走、帶孩子上山認識生態、連續好多年同夫婿上山度假……，上阿里山的次數已不下10回，加上各式各樣國旅補助刺激消費，造訪阿里山國家森林遊樂區的旅客人次與日俱增，根據交通部年報資料顯示如表 1.1，109年當全球正壟罩在COVID-19疫情下，阿里山國家森林遊樂區的遊客人數仍逼近百萬。若以月分來看，根據林管處統計資料顯示如表 1.2，三、四月份花季是旅遊高峰期。

表1.1阿里山近三年進園人次:

觀光遊憩區 Scenic Spots	合計 109年	合計 108年	合計 107年	遊客人數 計次方式
阿里山國家 森林遊樂區	996, 980	1, 353, 276	1, 444, 536	門票數

資料來源：交通部觀光局統計年報 110-02-24/109 05-11公告

表1.2 2016-2021年阿里山櫻花季3+4月入園人次統計暨佔全年比例:

月份 年別	3月人次	3+4月(1)	4月人次	全年人次(2)	(1)/(2)
2016	329,911	605,728	275,817	2,242,672	27%
2017	246,902	425,913	179,011	1,748,346	25%
2018	221,875	400,793	178,918	1,445,046	28%
2019	247,897	411,965	164,068	1,386,634	30%
2020	123,528	159,846	36,318	868,852	<b>18%</b> 疫情開始
2021	156,565	232,833	76,268	653,909	36%

資料來源:林管處

本研究整理

由此可見，阿里山國家森林遊樂區必然有其獨特誘人魅力，遊客才願意一訪再訪參訪……，有道是：「見」你萬遍也不厭倦。

### 1.3 研究目的

觀光活動與景點要如何規畫才能永續經營?旅人眼中的阿里山意象又是為何?政府每年撒大錢舉辦一連串活動拓展觀光，旅客參與活動後的體驗價值為何?都是研究生想要探討的問題。阿里山國家森林遊樂區擁有令人驚豔的櫻花、珍貴的紅檜、氤氳的山嵐、沁人心脾的清新空氣、氣勢磅礴的日出美景、世界少數僅存的幾條登山鐵道之一……，推動觀光旅遊是一個很重要的選項，而該旅遊需求也正快速成長中，本研究經由蒐集網路旅人遊後所見所感，經由分析進行下

列探討：

- (1)探討遊客對阿里山國家森林遊樂區的旅遊意象
- (2)探討遊客對阿里山國家森林遊樂區的體驗價值
- (3)探討遊客到阿里山國家森林遊樂區以後對鄒族文化的了解程度

## 1.4 研究流程

依據研究背景及動機，確立問題與對象，並從文獻探討了解旅遊意象、體驗價值、旅遊平台等意涵，再經由網路蒐集旅客筆下有關阿里山的評論，經過內容分析、量化分析等質化與量化研究的交互討論，最終取得結論，見圖1.1。

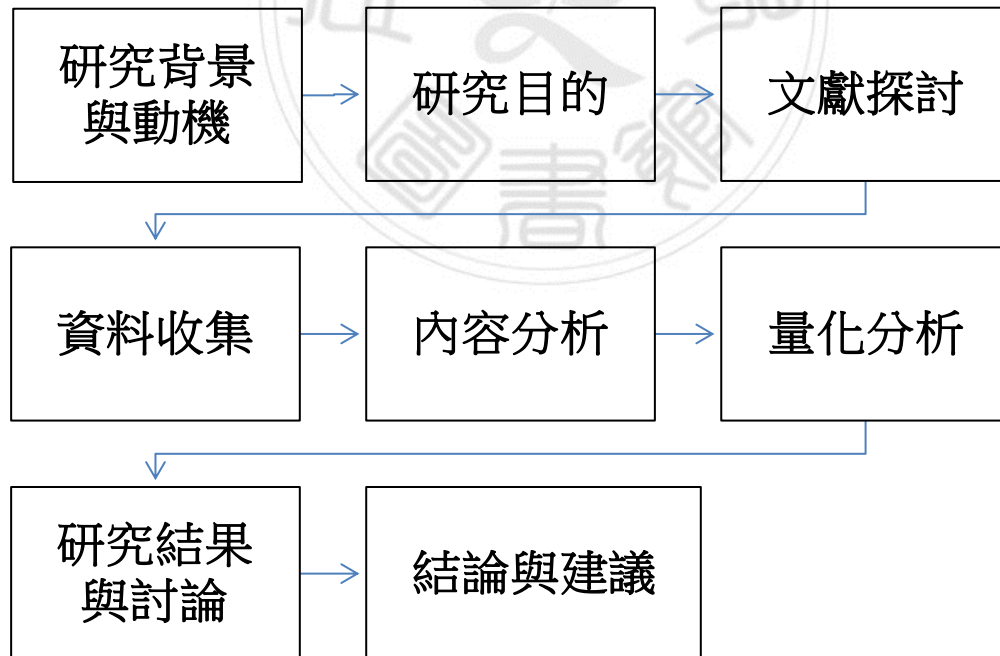


圖1.1 研究流程圖

本研究整理

## 第二章 文獻探討

本章針對與本研究主題相關之理論與研究資料進行回顧與探討，本章共分六節，第一節主題背景介紹，第二節目的地意象，第三節體驗價值，第四節旅遊平台，第五節共詞分析，第六節文字雲，透過相關文獻探討，建立本研究的研究架構。

### 2.1 研究主題背景探討

#### 2.1.1 國家森林遊樂區定義

我國現有國有林森林遊樂區（通稱「國家森林遊樂區」）共計22處，提供民眾旅遊休憩，包括行政院農業委員會依《森林法》及《森林遊樂區設置管理辦法》劃設之森林遊樂區18處，由林務局建置、管轄，坐落於國有林，又稱為「國家森林遊樂區」，由林務局設置專責單位經營管理，自民國54年起發展森林遊樂事業，依各地資源特性，陸續整建提供民眾休閒遊憩，雖以遊樂為名，實則提供森林生態系服務功能，需要大家一起守護。（行政院農業委員會林務局網站2022，維基百科2022）

表2.1 22處國家森林遊樂區一覽表

林務局管轄	北部 滿月圓 內洞 觀霧 東眼山 太平山	中部 合歡山 大雪山 武陵 八仙山 奧萬大	南部 藤枝 雙流 墾丁 阿里山	東部 池南 富源 向陽 知本
農林機構	明池、棲蘭（中華民國國軍退除役官兵輔導委員會委外經營）			
大學實驗林	惠蓀、溪頭（教育部依《大學法》劃定）			

資料來源:維基百科(2022)

本研究整理



圖2.1林務局轄下18處國家森林遊樂區示意圖

資料來源:林務局網站2022

### 2.1.2 國家森林遊樂區的基本性質特徵

森林遊樂區提供人類休閒遊憩的場域，原本是野生物的家園，早期因森林砍伐頻繁，使野生物為求生存而盡往隱密處退縮，近年保育意識抬頭，野生物出現的機率逐年提高。

民眾到國家森林遊樂區主要以登山、健行等磨練體力、或是吸收自然知識、享受山林寧靜、拍照、繪畫以及自然觀察為目的。

國家森林遊樂區依土地分區管制，分為營林區、育樂設施區、景觀保護區、森林生態保育區。森林生態保育區為保護森林生態與多樣性，遊客禁止進入；育樂設施區，遊客只要遵守規定進行遊憩行為，森林會持續回饋給人們最好的心靈療癒功能！

自然資源是森林遊樂區之寶，因此進行監測區內獨特的自然資源，例如昆蟲、哺乳動物、珍稀植物等及監測園區的步道，了解遊憩行為造成的衝擊和影響，並據此建置資料，提供經營管理的參考，並進一步反映在環境教育中。

環境教育納入森林遊樂區：森林遊樂區的核心價值以保育為主，利用現有的場域推動環境教育。2006年開始，部分國家森林遊樂區與教育連結，全台8座自然教育中心，每年提供10萬人次以上的森林環境學習機會，以台灣森林資源永續經營觀念為基礎，結合全球永續發展趨勢，推出寓教於樂、參與互動式體驗活動與課程，其中有6個就位於國家森林遊樂區內。

林務局轄下的森林遊樂區，自然樣貌豐富：從平地到高海拔的森林生態系以及生物多樣性，從低海拔的內洞殼斗科樟樹森林，中高海拔的奧萬大青剛櫟森林，一直到高海拔的插天山水青岡森林，從1975年禁止砍伐森林至今，目前森林都能維持鬱閉的狀態。

綜合以上所述：進入森林的每一位遊客都要學習負責任的遊憩行為，林務局在國家森林遊樂區的經營上，期待小眾、在地的生態旅遊，不過，森林遊樂區仍以大眾旅遊為主要客源。例如馳名海內外的阿里山國家森林遊樂區，每年的遊憩量佔18個森林遊樂區遊憩量一半以上，每逢櫻花季，更是人山人海，建議進入遊樂區之前，不妨先在入口處停留或事先上網，詳閱入園守則；亦可前往遊客中心觀賞多媒體簡介。了解如何善用森林遊憩功能，不造成森林的負擔和傷害是每位遊客的責任。(環境資訊中心2021)

### 2.1.3 阿里山名稱由來

阿里山實際上並不是一座山的名稱，只是特定範圍的統稱，正確說法應是「阿里山區」。西元 1696 年刊行的〈台灣府志〉即已記載「阿里山」的山區地名。1937 年安倍明義的〈台灣地名研究〉敘述，阿里山係玉山西峯延伸支脈山彙之總稱，但阿里山地名起源無由考證，但有一說認為鳳山平埔族人稱該地山地住民名為「Kali」，嘉義地區亦然。而漢民取其諧音，稱之為「傀儡」（河洛話）。隨後，Kali 轉為 Ali，國民政府治理台灣後，為觀光解說而創生了一些傳說，所以，阿里山是一個山區的泛稱，沒有一座山叫做阿里山。

相傳 250 年以前，有一位名為阿巴里的鄒族酋長曾隻身來此狩獵，因為狩獵成績頗豐，滿載而歸，此後便常帶族人來此出擊，族人為感念他的貢獻，便以其名為此命名。阿里山實由十八座高山組成，是玉山山脈的支脈，隔同富溪與玉山主峰相望，新中橫公路已將阿里山與玉山風景區串連起來。阿里山國家森林遊樂區海拔高度 2,216 公尺，四周高山環列，氣候涼爽，以日出、雲海、晚霞、森林、登山森林鐵路並列為阿里山五奇，聞名國際。而鄒族原住民人文資源更增其觀光魅力。(中華民國交通部觀光局 2021)

### 2.1.4 阿里山國家風景區

「日出、雲海、晚霞、森林、登山鐵道」早已馳名國際，為了讓阿里山觀光再昇級，交通部於民國 89 年研擬「二十一世紀台灣發展觀光新戰略」，經行政院觀光發展推動小組責成嘉義縣政府與觀光局就大阿里山地區辦理風景區資源調查與經營管理範圍之規劃，交通部於 90 年 3 月完成國家級風景區之等級評鑑後公告經營管理範圍，90 年 7 月 23 日成立「阿里山國家風景區管理處（簡稱「阿管處」）」，90 年 9 月 4 日



正式掛牌營運，成為推動大阿里山地區觀光發展再昇級的最重要推手。管理範圍:阿里山國家風景區面積達 41,520 公頃，含括番路、阿里山、竹崎、梅山等 4 鄉，與遼闊的嘉南平原毗鄰，交通網絡如葉脈般延展於群山之中。阿里山的美，除了印象中的日出、鐵道之外，還有層巒疊翠的山林綠意，變幻莫測的流雲、飛瀑，層次分明的茶園風光及原鄉人文采風，這些都是令人驚豔的遊憩焦點。阿里山國家風景區係以公路軸線、地理人文特色區分為「阿里山公路沿線」、「西北廊道地區」及「鄒族文化部落」等三大遊憩系統。

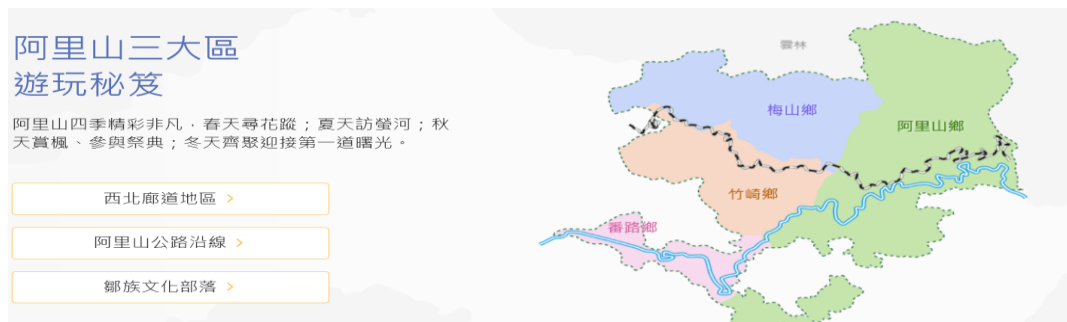


圖2.2阿里山國家風景區三大範疇

圖片來源:交通部觀光局阿里山國家風景區管理處網站2022

### 2.1.5 阿里山國家風景區環境教育中心-觸口遊客中心

觸口遊客中心緊鄰臺18線公路，屬台糖公司牛埔農場所有，為進入阿里山國家風景區遊客服務及交通轉運中心，由廖偉立建築師擘劃，以保持自然土地及順應原本地形山貌為興建目標，利用「地景交織」、「漂浮」與「動線穿梭」等設計手法，打造出一棟自然和諧的地景建築，於民國102年（西元2013年）2月完成主體建築，冀能藉由遊憩品質的提升，協助地方觀光產業的蓬勃發展。目前，公路沿線電線已全數地下化，天際線顯得特別清朗；夏日午後的地形雨，空氣中瀰漫了清新的青草味；蝴蝶、鳥兒和不可勝數的爬蟲類為園區增添生氣，大草原低飛迴繞的白鷺鷥像是揮舞雙膀迎接遊客的到來，這裡可

說是遊客進入阿里山國家森林遊樂區前稍作認識與休息的前哨站。(阿里山國家風景區網站2022)



圖2.3阿里山國家風景區環境教育中心

圖片來源:交通部觀光局阿里山國家風景區管理處網站2022

### 2.1.6阿里山國家森林遊樂區

想到森林小火車、神木、雲海、日出與櫻花，就想起阿里山國家森林遊樂區，是台灣最具知名、也最受歡迎的森林遊樂區之一，是阿里山山脈上的一枚翡翠，閃著耀眼的光芒。阿里山森林遊樂區是一個足以代表台灣霧林帶的國際級觀光景點。

**面積與交通:**1397.83公頃，距嘉義市東方約75公里，前往遊樂區有以下選擇:(1)想要體驗著名高山觀光的森林鐵路，可以至嘉義北門火車站搭乘小火車，一路輕晃盡享森林風情前往終點站阿里山。(2)自駕或搭巴士者可沿台18線(嘉義-阿里山)公路或台21線(水里-阿里山)蜿蜒而上，兩小時內能抵達88.2k處，海拔2216公尺的阿里山國家森林遊樂區。其中最高的「阿里山香林神木」，高45公尺，樹圍12.3公尺，是到訪阿里山的必遊之處。

**豐富的生態:**植物:稀有的蓀蕨、相馬氏石杉、阿里山十大功勞與一葉蘭；動物:台灣獼猴、帝雉、藪鳥、阿里山鳩、阿里山山椒魚。

景點：森林小火車、空靈飄渺的姊妹潭、壯闊動人的雲海、美麗的祝山日出、受鎮宮、百年慈雲寺、林業史蹟、櫻花與杜鵑。(台灣山林悠遊網2022)



圖 2.4 阿里山國家森林遊樂區示意圖

資料來源: <https://www.alishan-tour.com.tw/> 漫步阿里山 2022

阿里山國家森林遊樂區幅員廣大，園區內景點頗多，本研究所收集資料以較具代表性者為主，以下針對代表性景點加以著墨：



圖2.5阿里山國家森林遊樂區地理位置

圖片來源:Google地圖2022

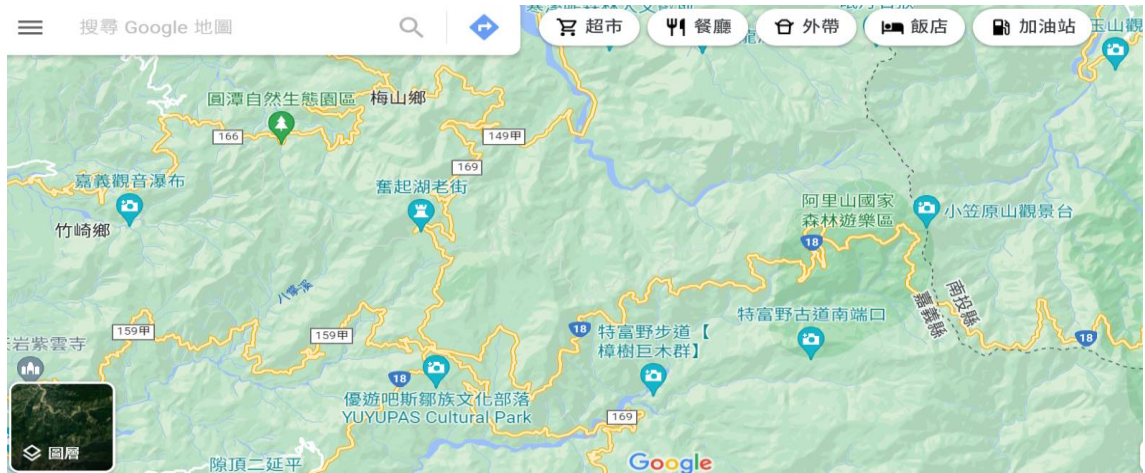


圖2.6阿里山國家森林遊樂區周邊旅遊景點

圖片來源:Google地圖2022

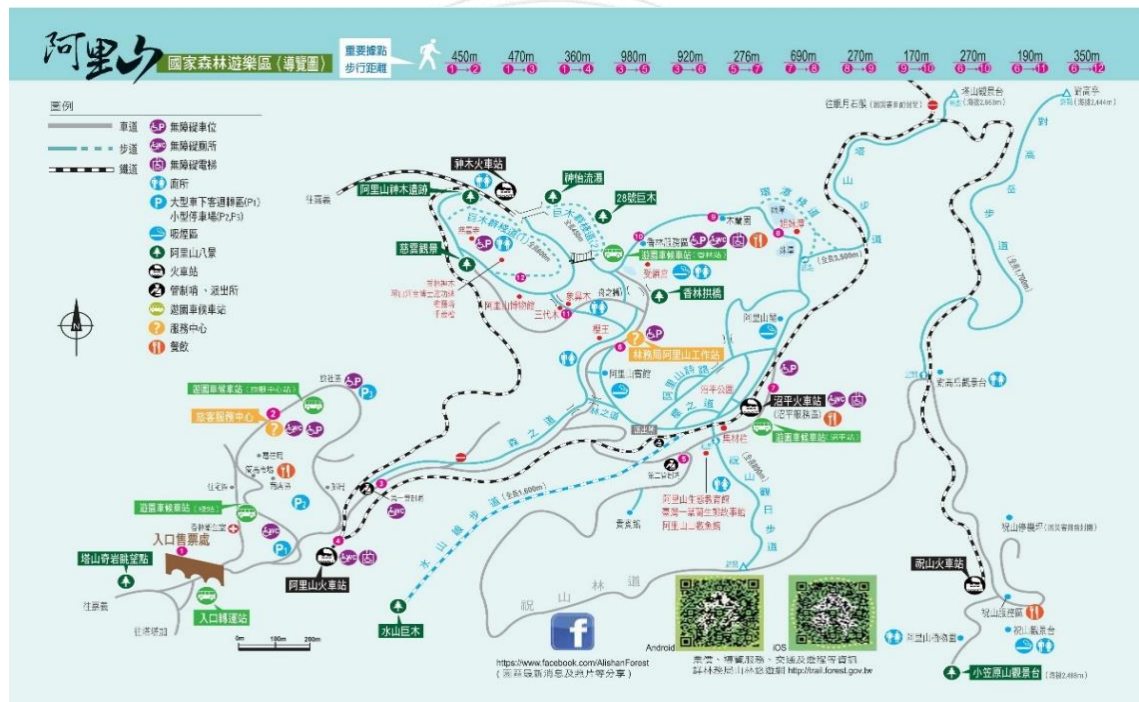


圖2.7林務局發行阿里山國家森林遊樂區導覽圖

圖片來源:愛玩美旅遊網站2022

### 2.1.7 阿里山五奇之一日出

因地球公轉，國際馳名的阿里山日出位置與時間，四季均不同，最佳觀日點推薦:碧湖山觀光茶園、小笠原山觀景平台、祝山觀景平台、對高岳觀景平台，而當中又以祝山觀日樓為最上選，欲前往祝山，可至阿

里山火車站或沼平車站搭乘祝山觀日火車（車程約 25 分鐘）或自沼平公園觀日步道牌樓拾階而上（步程約 40 分鐘），觀日樓廣場前有嘉義與南投兩縣界及日出詳圖。日出從晨霧中嶄露曙光，朝陽輕巧地躍出山頭，耀眼的光芒照亮了夜空，壯闊雲海深刻了旅遊印象，也為新的一天揭開了序幕。(交通部觀光局網站)



圖 2.8 阿里山最著名的日出美景

圖片來源:何應傑攝影

### 2.1.8 阿里山五奇之二雲海

名列臺灣八景之一的阿里山雲海，通常出現於日出或薄暮天氣晴朗而有浮雲時，層層雲霧波浪起伏，掩蓋附近山峰，有如小島自浩瀚大海中露出，一年四季皆能觀賞此極景，但最佳觀賞季節為秋冬二季。雲海是一種暫時性的氣象景觀，是因為地表蒸散的水氣，隨著氣流沿坡面上升，至高空遇冷凝結成雲，不斷增加的雲團漸次堆疊聚集在山谷，就形成雲海景觀。高山雲海是台灣的特色美景之一，台灣的中海拔地區氣候溫暖潮濕，終年雲霧繚繞，極易形成美麗的雲海，阿里山賓館、沼平公園、阿里山火車站、阿里山博物館旁觀景台、小笠原山觀景台與入口轉運站附近是阿里山國家森林遊樂區內最佳景點。另外:阿里山公路上的頂

石棹、隙頂及往自忠 95.5K 及 89.5K 處等地點亦值得一探。(交通部觀光局網站；華視新聞 2020/03/13 18:35 李蘇竣 綜合報導)

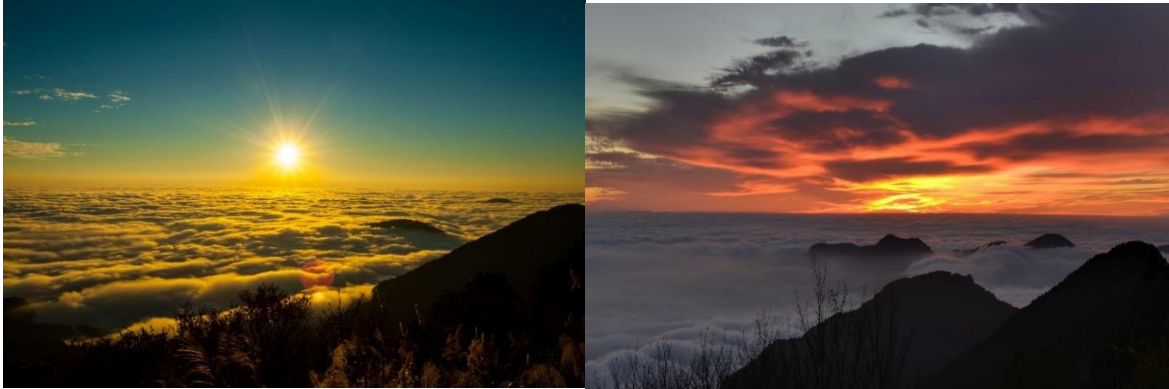


圖 2.9-10 阿里山最著名的雲海

圖片來源:何應傑攝影

### 2.1.9 阿里山五奇之三晚霞

建議觀賞晚霞的位置:阿里山賓館、小笠原山、慈雲寺、對高岳、沼平公園、阿里山火車站與入口轉運站附近為佳。(交通部觀光局網站)

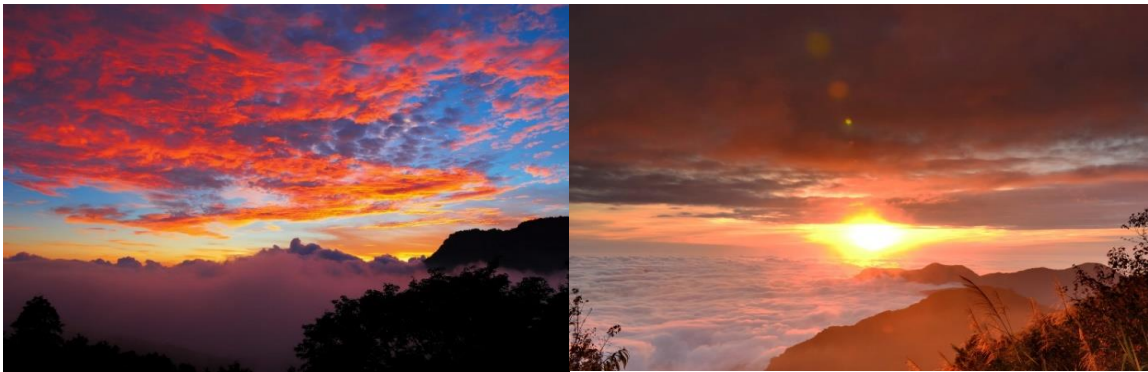


圖 2.11 阿里山最美的晚霞

圖片來源:Yahoo

圖 2.12 阿里山最美的晚霞

圖片來源:何應傑攝影

### 2.1.10 阿里山五奇之四森林

阿里山自古擁有極度豐沛的森林資源，其中又以紅檜與扁柏原始林最為珍貴。從 1912 年起成為台灣最具規模的林場，一直到 1960 年代末期為止。阿里山原為台灣的三大林場 (阿里山林場、太平山林場、八

仙山林場)之一，是台灣早期被日本治理時，森林開發的重要林場，當時日本在台灣森林的砍伐具有一定的永續性（砍伐後會補植），但是極多珍貴的巨木卻已被運往日本做神社建築使用。政府播遷早期，經歷一段濫伐時期，目前已停止營林，在精省之後，都改隸中華民國行政院農業委員會林務局所屬的各林區管理處所管轄。漫步在古木參天的林蔭小徑上，撲面而來的徐徐涼風中有滿滿的芬多精、更有悅耳的優美蟲鳴鳥叫(畫眉科、鶯科、山雀科與鶉科等為代表，阿里山亦為臺灣十大最佳賞鳥地點之一，屬於中海拔鳥類區)，置身其中恍若仙境，舒心。阿里山的森林資源，涵蓋熱、暖、溫三個氣候帶。從平地~海拔 800 公尺的獨立山一帶為熱帶林，種植檳榔、龍眼、桂竹林、麻竹、相思樹等熱帶植物；隨著山勢攀升，景緻隨即換身暖帶林範疇(獨立山~海拔 1,800 公尺的屏遮那)，代表樹種有樟木、楮、楠木、孟宗竹與高山茶園和愛玉子，而奮起湖與十字路一帶的柳杉林為此區較特殊的植物相；再順勢上升，來到了溫帶林(屏遮那以上~海拔 3,000 公尺以下)的阿里山五木—鐵杉、臺灣扁柏、華山松、臺灣杉與紅檜（神木）等；3,000 公尺~3,500 公尺以下的寒帶林區，主要臺灣冷杉。(交通部觀光局網站 2021)



圖 2.13-14 阿里山最優美的森林

圖片來源: 何應傑攝影

## 2.1.11 阿里山五奇之五鐵道

### 2.1.11.1 鐵道發展史

1906年2月開始興建阿里山林鐵，1912年通車，包含蒸汽機車、柴油機車、柴油客車、客車、貨車等五大類的鐵道車輛，從1912-2012年已跨越百年，2021年適逢一百一十年。(洪致文，1992)日本殖民時期的台灣，日人覬覦阿里山地區龐大森林資源，建設構築的鐵路，是一條不折不扣的產業鐵路，與我國沿海地區早期發展曬鹽、嘉南平原種植甘蔗因採收製糖需要而鋪設的製糖鐵道，甚至是九份、瑞芳挖礦、採煤而鋪設的輕便鐵道都屬同一類型的產業鐵路，因軌距小，軌距762mm約略為正常標準軌道(1435mm)寬度之一半，又名五分車。森林鐵路以前運行是伐木及將現地的木材運送至平地，但後續因為森林資源的匱乏，只剩下人員交通運輸的功能。(蘇昭旭，2019)

### 2.1.11.2 鐵道附加價值-文化與觀光

阿里山林鐵除了是為開發林業外，早期通車之後，阿里山的美景亦讓日本國內為之震撼，許多遊客慕名前來阿里山進行觀光旅遊，但以當時時空背景環境來看，上山欣賞風景的遊客主要仍以日客居多，但觀光用途卻不是這條鐵路的主要用途，鐵路擔負的功能仍以運輸木材為主，注重的是林場的開發。阿里山林鐵早先日人開發並以產業鐵道的方式存在，而後當大阿里山地區的林業資源日漸枯竭，已無其他林木可供砍伐後，遂開始慢慢轉型為觀光鐵道，為往來各地旅客服務。公路開通後，林鐵式微，又經921大地震、88風災等重大自然災害的摧殘下，對阿里山林鐵的殺傷力道不容小覷。林鐵是國家文化財，有人文、歷史價值，會帶動觀光產業，可以對林鐵周邊沿線有一定的重點型觀光行銷，因為阿里山林鐵具有百年歷史與人文價值，加上高山鐵道施工法中的其中5



種，若能藉由登錄聯合國文化遺產的宣示，向世界推廣台灣阿里山林業鐵路，享譽國際之日指日可待(黃建哲，2021)。

目前三條支線，其中「祝山線」為國人自建的第一條高山鐵路，專供前往祝山觀日出的遊客搭乘。「眠月線」為觀光之用，除了沿途美景以外，終點還有著名的石猴遊憩區，目前因登山人潮絡繹不絕，意外頻傳，於2022年01-17至04-30暫不開放，進行第8-21號橋梁鐵軌間木板更換、加寬，增加止滑效果，提升安全性(阿里山林鐵及文資處2022)。「神木線」則穿越園區，至巨木參天的神木區。而早年所遺留下來的25、26及31號蒸汽火車，經老師傅的妙手回春修復，已能恢復運轉，並以動態保存方式讓遊客搭乘與觀賞。(交通部觀光局網站2022)



圖2.15-16 阿里山歷史悠久的森鐵

圖片來源: 何應傑攝影

### 2.1.12 阿里山櫻花季

台灣於1895-1945作為日本海外的第一個殖民地,在高達半世紀的日治期間，風俗習慣自然深受日本傳統習俗影響，因為櫻花的花期短，從花開到花落約4~10天。在日本有一民諺說：「櫻花7日」，就是一朵櫻花從開放到凋謝約莫7天，整棵櫻樹從開花到全謝大約16天左右，形成櫻花邊開邊落的特點。櫻花的美在於盛開時的熱烈，更在於怒放後紛紛飄

落時的「清高」、純潔和「果斷」，日本人由短暫的生命表現其悲壯的性格，每年春天，即開始所謂的「櫻花祭」相關賞花活動。櫻花自古也被視作日本人的精神象徵，也因此在台灣廣植櫻花，這是今日台灣各地櫻花季賞櫻的歷史背景，根據文獻記載，阿里山是台灣唯一大規模栽植日本櫻花的地方，最老植株是在1903年種下，樹齡已有100多歲。每年春天台灣各地櫻花季百家爭鳴，以阿里山櫻花季與陽明山花季並列為台灣兩大櫻花季，阿里山櫻花季基本上以山櫻花(台灣緋寒櫻)最早開放(大約每年年底至隔年1月初開始開放)，依序由千島櫻、吉野櫻、大島櫻、牡丹櫻、高砂櫻、鬱金櫻、東錦櫻接棒綻放，3月中下旬櫻花季達高峰。櫻花季期間阿里山會進行交通管制，遊客上山後，可將車輛停放於沿阿里山公路旁所設置的臨時停車區,再搭乘免費的賞花專車進入森林遊樂區。目前阿里山櫻花共有18品類,數量約7000株左右，櫻的種類繁多，並非全為粉紅色，森林遊樂區內以吉野櫻種植數量最多，大約超過1900株，盛開時一片壯觀雪白花海，恍若人間仙境，其次為山櫻花約1800株，包括千島櫻、大島櫻等與八重櫻(超過1000株)，大部分的吉野櫻都是日治時期日人特別從日本引進，迄今約有八、九十年歷史。最佳賞櫻點：舊車站與阿里山派出所之間、阿里山賓館附近、姐妹潭附近的櫻花園、三代木附近的櫻花園。(E台灣 痞客邦 養花網(YangHua, LTD))



圖2.17-18 阿里山令人著迷的櫻花

圖片來源: 何應傑攝影

### 2.1.13祝山

因地勢突出、視野開闊，每當日出時分，萬道光芒灑落一地，搭配山谷間形成的壯闊雲海景象，蔚為奇觀，多少旅人不遠千里而來，為的就是爭睹這光芒乍現、令人驚豔的景致。日人治臺時期，祝山即是觀賞日出的重要景點，惟當時僅能利用步道登上祝山或對高岳。林務局於1971年起，開闢祝山林道取代原先的羊腸小徑，後因人車爭道、廢氣污染等衝擊，1984年5月再另築鐵路，並管制車輛進出。祝山線鐵路僅在清晨行駛，日出後又匆忙下山，是台灣最高的火車站，亦是全國最早上下班的車站！（交通部觀光局）

### 2.1.14沼平

主要的景點:沼平車站、沼平公園（亦稱自然公園）、集材機（柱）等。往祝山的觀日步道就是從沼平公園旁步道出發，約40分鐘可到達祝山車站。沼平車站旁有沼平公園，初期以自然公園稱之，後因其人文歷史價值而重新定位為沼平公園，園區內遍佈各類高山植物，有大島櫻、山櫻花、森氏杜鵑、普賢象櫻、多花紫藤、垂斯海棠、亮葉珍珠梅、西洋蘋果、貼梗海棠、桃葉珊瑚、繡球花、雲南黃馨、金雀兒、金針花、射干菖蒲等，一年四季各有風情:初春時關不住的滿園春色，是遊樂區內最佳賞花景點；秋天點綴著台灣紅榨槭等變葉植物，過往旅人優游於此層層楓紅中，讓人醉心不已，流連忘返。（交通部觀光局）



圖2.19-20 沼平公園與車站

圖片來源: 研究員拍攝

### 2.1.15 姊妹潭

隱身阿里山閣大飯店不遠處，穿越柳杉林後，左側一個翠綠的小小水潭，便是妹潭，姊妹潭為兩個大小不一的高山湖泊，相傳是兩位山地姊妹追求愛情未果，相偕殉情的長眠之地。圓形妹潭，僅約20坪大小，右側的紅檜林，為日人1930年以天然下種方式更新而成，也是目前阿里山國家森林遊樂區內最密集的檜木群；長方形姊潭面積較大，約莫有160坪大，潭中以兩座檜木為基座，搭建兩座相思亭，以木橋連接岸邊。兩潭相距不到50公尺，潭水透澈碧綠、平靜無波，依循環潭步道可遍覽全景，更可想像淒美愛情故事，發幽思之情。(交通部觀光局)



圖2.21-22 浪漫傳說的姊妹潭

圖片來源: 研究員拍攝

### 2.1.16 受鎮宮

1969年改建，為園區內規模最大的寺廟，亦為當地人的信仰中心。廟內供奉玄天上帝、註生娘娘與福德正神。相傳每年農曆三月三日老帝爺(玄天上帝)誕辰前一週，會有數隻「天蠶蛾」飛來朝拜，為老帝爺祝壽，停留在神像上，不吃不飛大約一週後離去。這種「神蛾」之說還曾上報引起一陣渲染，後來鑑定是「枯球羅紋蛾」，可能是因為廟宇的燈光所吸引，再加上春末正是蛾類繁殖季，種種因素的結合，恰好營造「神蛾」的神蹟，亦為受鎮宮增添一樁美麗傳奇。(交通部觀光局)



圖2.23 神蛾祝壽的受鎮宮

圖片來源: 研究員拍攝

### 2.1.17 巨木群棧道與步道

當阿里山神木於1998年6月以自然放倒方式終結其傳奇的一生後，取而代之的是阿里山香林神木與巨木群棧道。遊樂區內共有二期巨木群棧道，以神怡橋為分界點，第一期棧道以千歲檜為起點，採高架木棧道及點狀水泥基座接地設計的生態工法興建，至神木遺址處為終點。沿途架高木橋3座，可欣賞20株的紅檜巨木，胸徑5~12.1公尺，樹高25~42公尺不等，遊客漫步其間，無不讚嘆「樹大就是美」的壯麗景致。1998年8月，為串連樹靈塔一帶的紅檜巨木，林務局在阿里山香林神木及千

歲檜架設木柵圍欄，並興築觀景台，連同第一期的巨木群棧道，便形成遊樂區內頗具規模的巨木群系統。2001年起，林務局在原始檜木林內再開闢第二期巨木群棧道，以神木遺址附近的神怡橋為起點，沿線有16棵紅檜巨木錯落其間，以28號巨木胸圍13.1公尺，為巨木群棧道中最高大且樹齡最久。每年三月中旬起，巨木群棧道沿途森氏杜鵑盛開，花團錦簇的杜鵑花叢粧點高聳入雲的檜木林，時而雲霧飄渺，形成獨特的阿里山花季景觀。(交通部觀光局)



圖2.24-25 充滿芬多精的巨木群棧道

圖片來源: 研究員拍攝

表2.2 阿里山國家森林遊樂區內棧道與步道整理

步道名稱	起訖點 特色 長度
水山線步道	派出所-水山巨木 1600m 漫步其中恍若走進森林時光隧道 結合昔日阿里山森林鐵道文化與千年神木
水山療癒步道	水山巨木-祝山林道 860m
祝山觀日步道	沼平-祝山 890m
對高岳步道	對高岳-對高亭 1700m
塔山步道	妹潭-塔山觀景台 3500m
巨木群棧道(1)	千歲檜-神木遺址 盡覽神木遺跡 600m 20 株紅檜巨木 森氏杜鵑

巨木群棧道(2)	阿里山吊橋-神怡橋 500m 16 株紅檜巨木 最高大、樹齡最久之 28 號紅檜巨木在此 森氏杜鵑
環潭棧道	遍覽姊妹潭湖光山色 發幽思之情
森之道	避免人車爭道 更親近林木 近距離賞樹冠之美
林之道	避免人車爭道 更親近林木 近距離賞樹冠之美
櫻之道	1.浪漫遊沼平公園 賞塔山壯闊山勢
阿里山詩路	2.沼平公園內 詩人以詩歌記錄阿里山的歷史風華

資料來源:嘉義林管處

本研究整理

### 2.1.18三代木

第一代檜木何時倒下，已無人知曉，後人僅能就其年輪臆測它的樹齡約莫1500年；第一代倒伏後，因樹幹透空讓光線照進來更多，加以橫臥在地，以霧林帶的氣候，樹的表層極易長出苔蘚以保溼潤，落在枯死檜木樹體上的種子便易發芽，第二代於是產生；第二代跨騎在第一代身上，過了數百年後，也面臨被砍伐的命運，第三代的種子又從二代木上長出來，如此枯而復榮的、生生不息的林木生長現象，造就現今奇觀。

(交通部觀光局2022)



圖2.26-27生生不息的三代木

圖片來源: 研究員拍攝

## 2.1.19 阿里山神木

三千年以上樹齡的阿里山神木屬紅檜，原樹高50公尺，為阿里山最大巨木之一。1956年秋，因遭雷擊，樹幹內起火，焚燒死亡。樹身上端所植之二代木，為1962年栽種，1997年7月1日，因大雨而半邊倒伏，林務局為尊重生命、順應自然及維護遊客安全，1998年6月將神木放倒置於原地供人觀賞。阿里山神木倒伏之後，由嘉義縣政府、阿里山國家風景區管理處籌劃，票選其他巨型神木，最終由位於慈雲寺及香林國小旁，海拔2207公尺，樹胸圍12.3公尺，高45公尺，樹齡推估2300年的光武檜(因推算神木落地發芽的時間約東漢光武帝年間，並由前臺灣省主席黃杰以此為命名)奪魁，成為阿里山第二代神木，為旅遊新地標，2007年由嘉義縣長陳明文加冕為「阿里山香林神木」。(交通部觀光局2022)



圖2.28 阿里山神木

圖片來源:漫步在雲端網站



圖2.29 香林神木

圖片來源:本研究拍攝

## 2.1.20 芬多精

### 2.1.20.1 芬多精定義

芬多精(phytoncide)即為森林植物群所釋放的芳香氣體。”芬多精”一詞最早由蘇俄Toknh博士於1930年提出，phyto具植物之意，cide代表殺死之意，所以芬多精有「植物防衛物質」的直接含意，芬多精為植物所



散發出多種具有芳香性微量化合物之總稱，它乃具殺死原生動物或細菌類效果的氣體(神山惠三，1983)。芬多精主要成份大都為林木的二次代謝產物(secondary metabolites)，乃由異戊二烯(isoprene)基本單元所組成之萜類化合物(terpenoids)。一般言之，具揮發性的萜類化合物之碳數大多為15個碳以下，即10個碳的單萜類以及15個碳的倍半萜類(張上鎮、王升陽，1998)。

### 2.1.20.2功效

芬多精主要散發於森林之中，所以，只要行走於其間，無形之中也享受森林芬多精浴，且配合著空氣中的水分、和微風吹拂以及瀑布與溪流所產生的陰離子之洗禮，可消除人類的許多文明病，有助於調節交感神經與提升免疫細胞活性。森林不僅可以調節環境、降低溫室效應以及淨化空氣和阻隔噪音，更會釋放出對人體有益之揮發物質。走入幽靜森林，一來可紓解生活壓力，二來能讓全身每一個細胞都能沐浴在最新鮮的空氣中，所以徜徉於滿佈芬多精的森林中，對身體健康絕對有所裨益。林文鎮教授(1988)報告指出芬多精造成森林的精氣與香氣，可使人心平氣和、情緒穩定，人們進入森林後，每每感到清爽而輕鬆，這就是芬多精產生的療癒效果，因而可以瞭解芬多精給予旅行者促進健康的意念。近年來，全球人類在經濟、戰亂與疫情多重壓力之下，生活忙碌、驚恐、緊張，更充滿許多不確定感，為了紓解壓力、調劑身心，走入大自然的悠閒生活乃必要之選擇。目前林業主管機關與學界均大力提倡森林浴活動，主要鼓勵人們親近森林，因此，林務局為了讓民眾能夠擁有適當的途徑享受能舒緩身心的自然清幽森林環境及促進健康之植物芳香成份-芬多精，在過去20餘年來，已陸續於全台灣北、中、南、東等地各精華林區，建設開放18處國家森林遊樂區，並選擇適當的林區，修復

古道、步道、廢棄林道等，規劃多樣化森林休閒步道，以符合不同年齡層民眾從事森林浴的需求。希望透過森林步道之健走進而促進身體機能活化，以達到提升身體健康之訴求，一方面享受知性、感性之旅，讓遊客有賓至如歸之感，且兼收活化山村之宏效。

總之:芬多精經由呼吸作用進入人體肺部，也可以經皮膚直接接觸，或口服由腸道進入人體內，以改善腦部神經傳遞訊息情況，促進腦內嗎啡產生，進而達到刺激自律神經、安定情緒、促進內分泌、調整感覺系統及集中精神之功效(行政院農委會林務局，2003)。影響芬多精釋出的因素包含:樹種、季節變化、氣候差異、距離及植物生理現象。

1. 不同林相釋放芬多精各異，以柳杉為主的針葉林，其芬多精主要以檸檬烯為主；至於樟樹較多的闊葉林則是以芳樟醇成分居多。
2. 含量夏季高於冬季-當白天陽光照射，植物行光合作用時，它的根、莖、葉就會散發出芬多精，氤氳之氣籠罩於樹冠，所以夏天芬多精濃度高於冬天。
3. 距步道 10m 才能享受到較高品質及較多種類的芬多精成份。就芬多精含量在不同高度的差異而論，皆以 160 cm 處之含量較多；而距地面 30 cm 處所含芬多精的成份種類及數量也非常多，這現象可能是地被植物也會釋出萜類揮發物質所造成。

## 2.2 目的地意象

遊客選擇旅遊地點時會受多重因素影響，目的地意象就是其一，究竟遊客對景點的目的地意象是如何形成的呢?不同的時空背景、景觀、人文風情、歷史文化等，都會對旅遊地產生不同的意象，目的地意象是旅遊管理成敗的關鍵因素，意象營造成功或失敗都會影響遊客來到當地

旅遊之意願，而遊客選擇旅遊目的地，除了外在環境主觀意識、資料收尋了解、遊客行為對此地評價之外，還會受到意象而影響選擇遊憩地，為因應潮流、時代趨勢，越來越多的旅遊地紛紛轉型抑或投入新元素，主要目的是為提高旅遊地的競爭力，吸引更多的遊客，以促進當地旅遊業的發展，為區隔市場，賦予消費者嶄新的知覺，台灣許多縣市也積極建設，使地區旅遊意象重新定位，接著將對旅遊目的地意象(簡稱旅遊意象)做文獻探討與分析。

### 2.2.1 意象和旅遊意象的定義

觀光是一項活動，也是提升生活品質不可或缺的要項之一；觀光是指人們從一地遷移至另一地的旅行行動，並有著再次造訪的潛在意願，一遊再遊甚至多遊。根據世界觀光組織(World Tourism Organization，簡稱WTO，1979)表示，人們會因為遊覽、商業、休閒、教育、研究或是資料收集的目進行觀光活動。

#### 2.2.1.1 意象定義

- 1.在中國文學上，所謂意象就是在主觀意識中，被選擇而有秩序的組織起來的客觀現象。
- 2.Crompton (1979)認為意象是「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)總合」。
- 3.李蕙芳(2014)所提出對意象的定義為每個人的心中對於接觸到的事物、地點都會存在一些想像力，不論對此事物、地點是否熟悉，人們會憑著自己對該事物的記憶、想像、新獲得的資訊等，在心中勾勒出無形中所形成的抽象感覺。

因此，本文對意象的操作型定義:是個人結合多重主觀的情感投射在所見事物所產生的感覺。(蔡立芳,2021)

### 2.2.1.2 旅遊意象定義

目的地意象(Destination Image)，也可以說是旅遊意象(Tourism Image)、觀光意象或遊客意象。所謂旅遊意象，又稱做目的地意象或觀光意象，是遊客透過實地經歷或各種傳播媒介所獲得的旅遊地各種要素的意念之集合-李蕙芳(2014)。觀光目的地意象 (tourist destination image) 是一種抽象的知覺概念，經由探討觀光地意象，可以反映出遊客對旅遊目的地的評價，對於旅遊意象國內外學者抱持多樣的定義與解釋，以下是眾多學者對目的地意象(destination image)所下的定義，整理後如表 2.3 所示：

表2.3 目的地意象定義

目的地意象定義
Hunt (1975):對一特定景點的人文氣息、地方風俗、環境氣候的印象
Fakeye and Crompton (1991):對一旅遊地整體感官、期望、印象、信念和情感
Echtner and Ritchie(1991); Balogiu, S. & Mangaloglu, M.(2001):目的地意象亦即旅遊決策過程與目的地選擇行為的關鍵因素
Echtner and Ritchie(1993):目的地意象是一個全面的概念，包含有形與無形的特徵
Kim (2014):一個優質的目的的意象組成應該包含景美、購物機會、文化交換、基礎建設、安全性與活動等

資料來源：研究生整理

目的地意象是遊客對於某一旅遊目的地，將其對該地的主觀認知，評估之後所呈現出的心目中印象，Hunt (1975)將意象運用到旅遊目的地並表示目的地意象為表達觀光客心中對遊憩地點感覺的重要特徵，所以旅遊意象是影響旅人觀光行為的重要因子。通常遊客決定是否計畫旅行，是經由一段時間對一地點整合不同來源資訊後，形成對該地點整體環境之認知。目的地意象包含有形與無形的認知與感覺，

並具有感受性的意涵。因此目的地意象不僅在遊客心目中留下印象，而且是經歷遊客評估之後的一種呈現，可視為遊客個人的主觀認知。遊客透過了實地經歷或各種傳播媒介，獲得了旅遊地各種資源所形成的意念的集合即為旅遊意象(Echtner & Ritchie, 1991) (劉柏瑩 & 黃章展, 2001)。旅遊意象為遊客在參與旅遊活動後，對於旅遊目的地的印象、認知及情感思考等知覺評價(陳衍馥，2013)。曾相榮、涂富閔及林家瑞(2013)研究九份地區觀光意象文中，就定義觀光意象為：「遊客前往旅遊目的地之動機，會受到內外因素影響，主觀對於事前期望及可能會感受到的觀感。」

### 2.2.2 目的地意象的形成

Moutinho (1987) 曾指出目的地意象的形成是由知覺、態度及期望等三個因素組成，是遊客對旅遊目的地的瞭解程度。而Baloglu and McCleary (1999)則指出目的地意象是由認知(Cognitive)、情感(Affective)、整體(Overall)三項成份所組成，其中情感(Affective)是指個人對觀光景點所產生的情緒和感受；認知(Cognitive)指個人對於觀光景點所持有的信念與知識；整體(Overall)則指的是認知與情感兩者彼此互相影響而形成(張淑青, 2009)。Gunn (1988)說明旅遊者縱使未到過某旅遊目的地，但對該地仍有原始的意象，只是印象不完整，但是經過蒐集旅遊資訊而產生誘發意象，最終藉由參訪旅遊目的地而產生複雜意象，複雜意象與實際體驗的差異形成心中的滿意度，而影響其未來的重遊意願則是滿意度的好壞。Selby and Morgan(1996)也認為，一個成功的觀光旅遊地是能掌握其所賦予遊客之意象，同時亦掌握了自身的優勢與劣勢，並能藉此了解遊客對該地區的評價內容。旅遊地所形成的意象與本身的型態與屬性相關，若旅遊地的識別性高，越能使遊

客留下深刻印象，意即旅遊地的意象越鮮明，旅客前往的機率就越大(吳姿瑩 2004)。綜合以上所述，本文對旅遊意象的定義為對一目的地自然情感、社會文化認知、休閒娛樂體驗，感官的印象概念與感受。在資料收集面 Govers and Go (2005)提到社群網站在潛在遊客心中扮演重要角色，遊客在尚未造訪旅遊景點時，會經由網路上印象、互動、多媒體評價、旅遊頻道、旅遊指南等因素，強化對旅遊地的認知而影響其旅遊或重遊意願。

## 2.3 體驗價值

體驗即親身經歷探索與試驗後的體會、感受，是源自於拉丁文「Experientia」。對事物親身經歷探索過後，與過去經驗相比較評估，而產生體驗價值。

### 2.3.1 體驗的定義

體驗(experience)是發生對於某些刺激回應的個別事件，包含整個生活本質，通常是事件的直接觀察或參與所造成的。「消費者經由觀察或參與某件事後，感受到刺激而引發動機，產生消費行為或思考的認同，增強產品價值」，對消費者而言，體驗不是自發的，而是在周圍環境互動過程中所誘發出來的內在知覺與反應(Schmitt, 1999)。從觀察、參與所獲得的知識、感受與技能，許多次同樣的記憶在一起形成的經驗，即為體驗(袁蕙樺 2003)。在中國文學上，體驗是親身的體驗、感受。體驗，就是企業以服務為舞台，以商品為道具，圍繞著消費者創造出值得回憶的活動。具體而言就是在消費全程中設定一些體驗性細節，更加人性化、生動化、體貼化，使得產品的概念得以充分的擴散，以在傳播的強度和深度上感染目標人群。而西方「體驗」一詞源自於拉丁文的

「Experientia」，是經驗、體驗的意思。李蕙芳(2014)也曾提到不同的領域的「體驗」有不同的涵義。科學，「體驗」是指一種有具體事實與資料的驗證或實驗。哲學，「體驗」則是一種個人的嘗試，而且這種「體驗」可以改變一個人，且通常是指特定某人的單一經驗，而非一般性的知識或常識。人類學及民族學觀點，「體驗」則是一種個人生活文化的方式，不但是個人每日生活的感受，也是一種持續性的活動，可變成一種故事(Carù & Cova, 2003)。社會學與心理學，「體驗」則是一種主觀認知的過程，這種經驗可經由個人去開發而成(Abrahams & Marsh, 1986)。不同的領域對於體驗必定有不同的釋義，但這些定義都與個人日常生活息息相關的感覺記憶。因此，本研究認為所謂的體驗，即個體參與活動後，經由活動引發的各種感官刺激而產生的情感和想法，並且留下深刻的內心感受。

### 2.3.2價值的定義

Theodore Levitt(1960)在Marketing Myopia 文中提及，現代行銷學的核心理念就是：(1)強調行銷，而非銷售。(2)行銷要從顧客角度出發，而非產品。價值產生來自於客戶主觀感受而非產品。價值絕大部分經由是個人主觀意識而產生，亦即消費者主觀需求來決定價值面。學者Holbrook(1994)提到消費者對價值觀感的本質，來自於四個構面：

#### (1) 互動

價值來自於消費者和產品之間的相互作用，產品所帶給消費者心理上特別的感受與偏好。

#### (2) 相對

(a)消費者對產品間相互比較而產生的價值感。

(b)屬於個人性的、主觀的，亦即不同消費者對同一產品的價

值觀是相異的。

(c)價值是情境性的，因為它取決於進行評價性判斷背景，在不同的時空背景，對產品所產生的價值也會跟隨改變。

### (3) 偏好

在眾多研究發現許多判斷價值概念的名稱例如：這些包括“傾向”（正面或負面）“態度”（有利或無利）“觀點”（贊成或反對）“決定取向行為”（接近或避免）“值”（加分或減分）“判斷”（好或不好）或“評估”（喜歡或不喜歡）。綜合上述判斷，形成價值。但 Holbrook 所說的價值與以心理學為基礎的生活方式研究而產生價值略有不同，Holbrook(1994)較強調單一個體的感受。

### (4) 經驗

最後，根據經驗，價值不在於消費者購買的產品，而在於從中購買的過程中獲得的消費經驗，此經驗會影響其價值觀。

## 2.3.3 體驗價值定義

體驗價值是指顧客從企業提供的產品或服務中所體悟到的源於內心感受的價值。體驗價值是服務價值的一種昇華，是一種發自內心的精神滿足，並會形成深刻記憶或產生美好回憶。Sheth (1991)在 Why we buy what we buy 文中提出五個影響消費者行為的價值構面，每個獨立的價值構面均會對消費者選擇產品與否有極大的影響，如圖 2.30 所示：



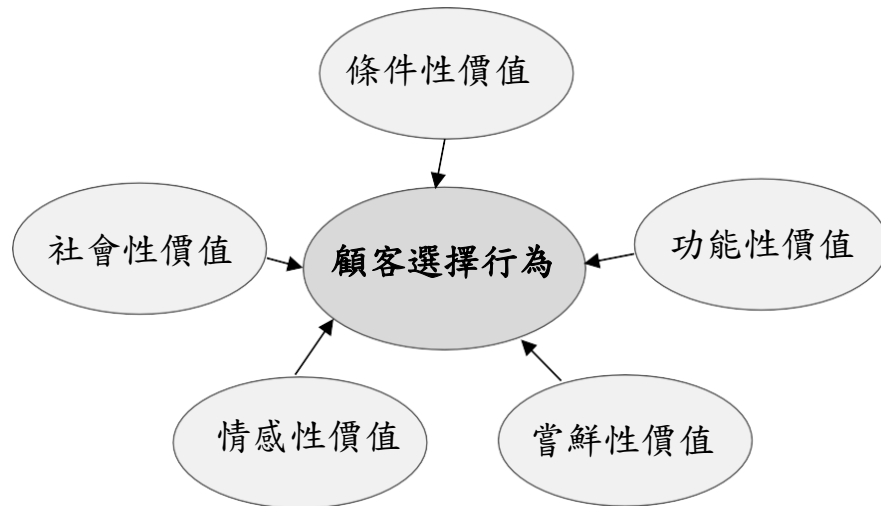


圖 2.30 五種價值消費選擇權

資料來源: Jagdish N. Sheth, Barbara L. Gross, Bruce I. Newman(1991)

#### 2.3.4 體驗價值之影響

李明儒、陳雅捷(2010) 島嶼遊客在遊玩之後的體驗價值會直接影響旅遊滿意度，進而影響重遊意願。李曉青、陳玉苓、陳鈺瑄（2014）指出為了能有效提升消費者與 SPA 館之間的「關係強度」，強化消費者之「體驗價值」及「幸福感」等感受是重要的，進而發展適合之體驗行銷策略。張玉琳、黃旭男、黃美蓉（2014）指出服務接觸對體驗價值具有顯著正向影響，其中體驗價值扮演服務接觸與品牌體驗之間中介的角色。詹惠婷（2014）客家文化園區帶給遊客體驗上，有助於感官體驗與關聯體驗對文化價值之認同的提升。

綜合以上研究，旅遊體驗價值會影響到旅遊滿意度及重遊意願，服務品質與旅遊地意象對旅遊體驗價值有著顯著影響。本研究所要探討的目的是運用遊客體驗的概念，探討遊客在阿里山國家森林遊樂區旅遊時的體驗價值及旅遊意象，提供給相關單位不同面向進行思考，進而創造適合消費者與永續經營的環境，使遊客能擁有具正面價值的消費體驗。

## 2.4 旅遊平台

20世紀網際網路進程一日千里，為人們帶來空前的劇變，不單單只是改變了生活的習慣、消費的行為，自90年代開始，更為旅遊業帶來了巨大的變革和前所未有的機遇，改變旅行社的型態以及旅行者的行為(Navío-Marco, Ruiz-Gómez & Sevilla-Sevilla, 2018)。網路的發達改變了人們的旅遊行為，在旅途中有Google地圖可以導航，更有許多便利的旅遊APP，旅行者不需要透過旅行社也可以自主辦理關於旅遊的各種事務。

旅遊平台是一個線上的活動，亦即線上旅行社，是旅遊電子商務行業的專業詞語。指“旅遊消費者通過網絡向旅遊服務提供商預定旅遊產品或服務，並通過網上支付或者線下付費，即各旅遊主體可以通過網絡進行產品營銷或產品銷售”。KKday成立於2014年，為台灣第一個專門提供旅遊體驗與行程(local tours and activities)的線上平台，總部位在台灣台北市。當今世界各國有越來越多的旅遊平台，尤其在後疫情時代。2017年台灣10大人氣旅遊平台從第1名到第10名，依序是雄獅旅遊、可樂旅遊、Skyscanner、EXPEDIA、Tripadvisor、Agoda、Airbnb、Hotels.com、KAYAK、易遊網(2017/03/18中時新聞網 楊婕)。根據聯合國世界旅遊組織(World Tourism Organization, UNWTO)的預測(UNWTO, 2011)，全球入境旅遊將會在2030年突破18億人口，且持續成長。而網際網路是消費者、中間代理和供應商之間的電子工具，透過網路將旅遊業的產業升級，重心移轉到線上平台是未來趨勢。線上的旅遊平台整合了大量的旅遊元件，且透明化的旅遊資訊、售價能讓消費者比較(張文騰，2016；Rustico,2015)。因此，旅遊產業產生了新的轉變與發展，新創旅遊平台應勢而生。網路平台擁有不受時空限制、具備便利性、即時性、去中間化等網路特有的優勢(Karayanni & Baltas, 2003)，吸引了消費者進行線上交易、帶來可觀營

收。隨著電子商務平台的演進，平台的產值快速成長，旅遊網站新創的服務變化也越來越多元化，甚至成為整合多方交易的平台，一時之間經營線上旅遊平台似乎成為旅遊產業的決勝關鍵(鮑慧文、陳鄭羽，2017)。

旅遊平台評論是個人旅遊經驗的記錄，記載著遊客對旅遊景點的見聞及當下感受。透過瀏覽旅遊平台之經驗分享後，遊客所產生的心流體驗、神馳經驗與滿意度將會影響其幸福感與重遊意願。綜觀上述旅遊網路平台與旅遊社群媒體引發了消費者旅遊的動機，也提供消費者查詢景點的功能，透過旅遊平台，消費者能夠客製化的組合自己所想要的行程，越來越興盛的訂房網站與交通網站，使得產品的資訊內容及價格更加透明化，提供消費者在線上平台上查詢、比價、訂購的服務，在旅遊的過程中，線上旅遊平台提供了消費者即時的景點查詢功能，使消費者能夠及時獲取各種所需的資訊，旅程結束後，透過旅遊網路平台或是各式的旅遊社群媒體，能夠讓消費者分享旅程中的體驗，也能夠對於旅遊產品撰寫評價表達體驗後的感想，讓商品的提供者能夠了解消費者的需求。

綜合上述研究，透過蒐集大量旅遊平台遊客對某一旅遊地的體驗描述，從中找出共通印象與感受。本研究收集旅遊平台遊客對阿里山國家森林遊樂區產生的旅遊意象、體驗價值的真實反映。

#### **2.4.1 關於 Tripadvisor**

中文名貓途鷹，2011年上市，股票代碼 TRIP，年營業額 14.8 億美元（2016 年），經營範圍互聯網旅遊服，總部:美國馬瑟諸塞州尼德漢姆，官網:[www.tripadvisor.com](http://www.tripadvisor.com) 2022 年 02 月 02 日已達 10 億則評論，月均獨立訪問量達 4.15 億。

品牌形象與故事:Tripadvisor 的 logo 是一隻貓頭鷹的形象。貓頭鷹在美國，是智慧的象徵。貓頭鷹 Logo 的綠色和紅色眼睛則分別代表了‘推

薦’與‘不推薦’，旅行者通過參考其他遊客的評論，當中有好的及不好的旅行體驗，將可以更容易分辨某個景點是否真正值得花時間與金錢前往。故事發生在 2000 年 2 月，Tripadvisor 在波士頓一個不起眼的披薩店樓上的小辦公室誕生。聯合創始人兼現任 CEO Stephen Kaufer 曾經講過 Tripadvisor 創立背後的故事：當時他與妻子計劃去墨西哥旅行，不確定應該選擇哪間酒店，而那時網上來自旅行者分享的可參考信息非常少，因此萌生建立一個旅遊網站的想法，希望能解決和他們有同樣困擾的大眾。公司創立之初並不是作為一個完全由用戶生成評論內容的網站，而更多是用來展示旅遊報紙、指南、雜誌等官方內容的地方。當時網站上也有一個功能是‘添加您的評論’，很快用戶的評論數量便超過了‘專業評論’數量。

評論的作用：Tripadvisor 自成立以來，推動了整個旅遊行業的發展，這個說法並不為過。旅行者無論經歷了好或不好的旅行體驗，都享有與他人分享的基本權利。Tripadvisor 正是提供了一個遊客分享體驗，以及遊客與業者溝通的平台。評論一方面幫助更多旅行者擁有更放心的旅程，另一面促進旅遊從業者不斷從遊客回饋中進步，進而提供更好的服務。

業主中心：為識別和阻止虛假評論，通過系統加人工的方法，識別並阻止虛假評論被發佈。從源頭上來說，Tripadvisor 的評論發佈規則相對嚴格，從回饋機制來看，用戶若發現可疑評論也可以進行舉報。10 多年的經驗讓 Tripadvisor 成為行業翹楚。旅遊業主可以免費註冊 Tripadvisor 的業主中心工具並認領企業、回覆用戶評論等。業主中心是業者與旅行者溝通的橋樑，幫助旅遊企業，無論規模大小，直接接觸到全球遊客，

並在 Tripadvisor 平台平等競爭。平均每分鐘就有 290 多條新的用戶內容被發佈在 Tripadvisor。

綜合以上所述 Tripadvisor 是全球最大的旅遊資訊平台，主要提供來自全球旅行者的評論和建議，內容全面覆蓋全球的酒店、景點、餐廳、航空公司，以及旅行規劃和酒店、景點、餐廳預訂功能。每月幫助數億人從計劃到預訂再到旅行，讓旅行者成為更好的旅行者。無論是計劃旅行還是在旅途中，旅客隨時都可以打開 Tripadvisor 比較飯店、機票和郵輪的優惠價格、預訂熱門旅遊行程和景點門票，以及在一流的餐廳訂座用餐。Tripadvisor 及旗下網站在全球 49 個市場設有分站，和 28 種語言提供服務，擁有近 800 萬家企業，世界各地的旅行者極易在 Tripadvisor 尋找住宿優惠、預訂體驗、在美味餐廳預訂餐桌並發現附近的好地方。Tripadvisor 可以說是提供輕鬆規劃任何旅行類型的好幫手更是旅行良伴。(Tripadvisor 內部日誌文件 2022)

#### **2.4.2 關於 Trip.com**

Trip.com 隸屬於那斯達克上市公司 Trip.com 集團 (NASDAQ: TCOM) 旗下，集團員工超過 45,100 人，目前擁有會員 4 億個以上，是全球領先的眾多線上旅行社之一。Trip.com 在 200 多個國家和地區提供超過 140 萬間飯店以供選擇，擁有極廣泛且強大的飯店服務網絡，為全球旅客提供多元且快速的住宿選擇。Trip.com 的航班網絡更擁有超過 200 萬條獨立航線，串起全球 5000 多個城市。Trip.com 有 24 小時國語和英語客戶服務及其他當地語言客戶服務（如法文、韓文、日文及廣東話等）和其他旅遊產品。目前此網站由 Trip.com Travel Singapore Pte. Ltd.（「Trip.com Singapore」）營運，已在新加坡正式註冊成立，是 Trip.com 集團旗下的國際品牌。

## 2.5 共詞分析

一則評論，若使用到相同的字詞，那麼，二者之間便有共同出現的字彙或共現字 (co-occurrence words 或簡稱 co-words) 的關係，共現字越多，這兩篇評論在主題上相似度應該就越接近。共字分析便是基於這種假設所做的主題擷取或主題歸類分析。發展於70年代法國文獻計量的學域 (Besselaar and Heimeriks 2006)。共詞分析發展至今，產生許多應用成果是以詞彙作為分析基礎。本研究的共現詞分析採用統計分析之程式。運算的邏輯將各關鍵詞是否在該篇評論出現轉為布林值的0和1，再利用程式的迴圈概念將共同出現的篇數、次數進行計算。

表2.4 共詞研究應用成果

學者專家/時間	共詞研究相關成果
Ding (2001)	針對SCI及SSCI期刊資料庫有關資訊擷取(information retrieval)領域的論文進行研究趨勢探討，並發掘出該領域在不同時期研究議題討論的差異性
Hui and 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
王曰芬、宋爽、熊銘輝 (2007)	認為共現分析運用統計及心理學等方法來分析文字知識的共現分佈特徵，發現潛在的知識關聯，進而以可視覺化的圖形呈現知識之結構或趨勢之特性，係為文字探勘(text mining)發展中的重要方法 Chen (2001)。
陳怡廷、陳麗如與吳姿瑩 (2016)	以中文斷詞系統、共詞分析及自然語言處理方法蒐集部落格文章探索客家旅遊目的地意象，從相關敘述發掘遊客對旅遊地的意象認知及其吸引遊客的觀光價值所在

本研究整理



## 第三章 研究方法

本研究之目的主要是透過全球最大的旅遊資訊平台Tripadvisor及Trip.com的評論，探究旅人至旅遊目的地阿里山國家森林遊樂區內景點所感受到的旅遊意象與體驗價值。本章節敘述此研究的研究架構、研究對象及研究工具。

### 3.1 研究流程

本研究併用質與量的研究方式，探究曾經拜訪過阿里山國家森林遊樂區之旅人，將其旅遊經驗與感受紀錄於全球最大的旅遊資訊平台Tripadvisor及Trip.com的評論中與普羅大眾分享，經過研究分析旅人拜訪阿里山國家森林遊樂區後，進而了解旅人對於旅遊景點所感受到的情感與意象。首先，透過Google蒐集有關阿里山國家森林遊樂區的相關資訊，透過反覆閱讀，找出重點作初步統整與分析，接著採用中文斷詞系統(CKIP)找尋關鍵字，最後透過多元尺度分析(MDS)量化工具，以了解旅人對阿里山國家森林遊樂區之旅遊意象與體驗價值。本研究採用二階段分析進行：

(1)第一階段為質性研究:利用內容分析法，經由旅人在全球最大的旅遊資訊平台Tripadvisor發表評論及Trip.com發表評論，紀錄旅遊經驗，分析遊客在阿里山國家森林遊樂區進行尋幽訪勝時，主要旅遊景點為那些?其旅遊意象及體驗價值為何?

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



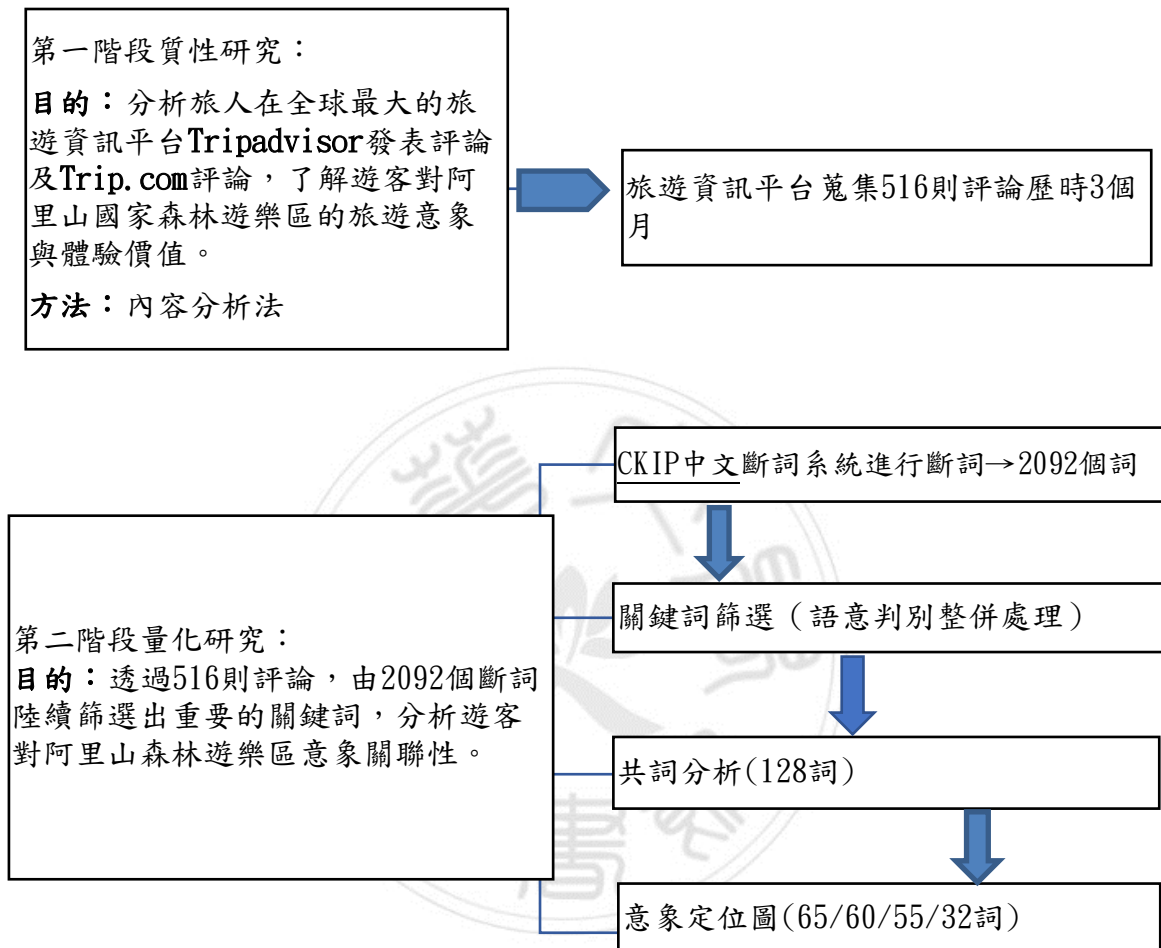


圖3.1研究流程圖

本研究整理

## 3.2研究對象

### 3.2.1研究對象及範圍

人手一機的時代早已到來，連小學生都能在網路世界裡暢行無阻，網路世界可說無遠弗屆，近幾年來，民眾習慣利用網路發表個人文章與

抒發己見，已然蔚成風氣，facebook、twitter 或 instagram 等平台，都能找到不少相關評論，但以旅遊來說，Tripadvisor 是全球最大的旅遊資訊平台，旅人事前在該平台獲得旅遊相關資訊後，決定進行該目的地旅遊，旅遊後對旅遊景點的觀點與感受，自然容易在熟悉的平台留下評論，又因只採一個平台的評論恐有偏頗，因此，本研究採用 Tripadvisor 及 Trip.com 評論進行語意分析研究。

本研究選擇有關 Tripadvisor 及 Trip.com 「阿里山國家森林遊樂區」的評論為研究範圍與對象理由如下：

(1) 阿里山國家森林遊樂區一直是國內外旅客鍾愛景點之一，更是陸客來台的必到之點(陸客有句順口溜是這樣說的:來來來，來台灣；去去去，去阿里山。)國外旅客來台，沒到過阿里山，別說來過台灣，可見阿里山的名號有多響亮。根據交通部觀光局統計年報 110-02-24/109-05-11 公告統計(見表 3-1)，107-109 年旅客到訪遊憩景點，阿里山國家森林遊樂區均排名在前二名，109 年(新冠疫情開始元年)遊憩旅客人次依舊有近百萬人次到訪，想必其自然壯麗的阿里山五奇與其他美景吸引了無數的中外遊客，進年來政府大力推動「阿里山日出音樂會」、「阿里山花季」等相關大型活動，可見阿里山國家森林遊樂區在嘉義縣觀光發展上極具重要與指標性。

表 3.1 107-109 年森林遊樂區類型觀光遊憩據點遊客人次統計

Visitors to the Principal Scenic Spots in Taiwan

觀光 遊憩區	縣市別	Total 109年	Total 108年	Total 107年	遊客人數 計次方式
池南	花蓮縣	35, 519	29, 917	31, 424	門票數

富源	花蓮縣	60, 121	40, 911	35, 110	門票數
阿里山	嘉義縣	996, 980	1, 353, 276	1, 444, 536	門票數
墾丁	屏東縣	148, 825	146, 217	135, 876	門票數
滿月圓	新北市	321, 221	215, 762	181, 067	門票數
內洞	新北市	257, 782	259, 055	114, 975	門票數
太平山	宜蘭縣	608, 895	525, 787	495, 414	門票數
棲蘭	宜蘭縣	110, 419	121, 925	117, 218	門票數
明池	宜蘭縣	158, 801	163, 074	184, 076	門票數
東眼山	桃園市	303, 102	188, 273	175, 891	門票數
八仙山	臺中市	198, 294	139, 282	132, 817	門票數
大雪山	臺中市	267, 370	159, 218	169, 534	住宿人數
奧萬大	南投縣	245, 396	180, 797	192, 739	門票數
惠蓀	南投縣	151, 603	154, 710	159, 640	門票數

溪頭	南投縣	1, 710, 384	1, 746, 003	1, 723, 480	門票數
合歡山	南投縣	33, 918	33, 531	35, 674	門票數
雙流	屏東縣	155, 039	91, 245	77, 839	門票數
知本	臺東縣	172, 901	132, 050	124, 718	門票數
萬瑞	新竹縣	34, 768	32, 389	427, 080	門票數

1.109(COVID19疫情後)較108增加比例為13/19 增加(斜體字)

2.99萬人次以上者僅有:溪頭自然教育園區；阿里山國家森林遊樂區

3.50-99萬人次者僅有:太平山國家森林遊樂區

資料來源:擷取自交通部觀光局統計年報:110-02-24/109-05-11公告

本研究整理

(2)阿里山森林遊樂區海拔高度2,216公尺，四周有高山環列，氣候極為涼爽舒適，以日出、雲海、晚霞、森林、登山森林鐵路並列為阿里山五奇，享譽海內外，園區內棧道與步道修建完善且親民，遊客置身於氤氳山嵐中、盡情享受涼風拂面；屏氣凝神等待日出，令人震懾的美景；漫步在巨木群中、大口吸著芬多精……，這兩三年來 (COVID-19)疫情將大眾搞得七葷八素的，來趟阿里山國家森林遊樂區之旅，治癒的將不只是生理的疲累，心靈層次的提升更不在話下，再加上鄒族原住民人文資源更增添其觀光魅力，遊客對阿里山國家森林遊樂區旅遊意象為何?其感受又究竟為何?都值得探討。

### 3.2.2 資料收集

利用Google 搜尋引擎，以“阿里山”和“阿里山國家森林遊樂區”為關鍵詞進行搜尋，得到全球最大的旅遊資訊平台Tripadvisor評論456則，外加Trip.com旅遊平台評論72則，扣除英文評論12則，共計516則。

表 3.2 旅遊平台及網址一覽表

網站名稱	網址	篇數
Tripadvisor貓頭鷹	<a href="https://www.pixnet.net/">https://www.pixnet.net/</a>	456-12
Trip.com	<a href="https://tc.trip.com/travel-guide/attraction/city/alishan-scenic-area-81254/">https://tc.trip.com/travel-guide/attraction/city/alishan-scenic-area-81254/</a>	72
總計		516

資料來源:本研究整理

## 3.3 研究工具

### 3.3.1 旅遊平台

根據聯合國世界旅遊組織(World Tourism Organization, UNWTO)的預測(UNWTO, 2011)，全球入境旅遊將會在2030年突破18億人口，且持續成長。而網際網路是消費者、中間代理和供應商之間的電子工具，透過網路將旅遊業的產業升級，重心移轉到線上平台是未來趨勢。線上的旅遊平台整合了大量的旅遊元件，且透明化的旅遊資訊、售價能讓消費者容易比較(張文騰，2016；Rustico, 2015)。因此，旅遊產業產生了新的轉變與發展，新創旅遊平台應勢而生。本篇則是研究生透過評論來分析遊客心中的阿里山國家森林遊樂區意象。

### 3.3.2 內容分析法

內容分析法是對媒體、文章或評論的訊息，做量化有系統的進行分析描述的方式，也就是資料蒐集、彙整與分析過程，對訊息做筆記、畫重點做紀錄，客觀的分析比較訊息中的語詞，找尋其中的脈絡，資料中所要傳達的訊息做量化的研究。Neuendorf 則將內容分析簡扼的定義為有系統、客觀、對訊息特徵的質性分析(Neuendorf, 2002)。

### 3.3.3 詞庫小組 CKIP

詞庫小組CHINESE KNOWLEDGE AND INFORMATION PROCESSING，是中央研究院資訊所、語言所於民國七十五年成立一個跨所合作的中文計算語言研究小組。其建構之中文詞知識庫、語料庫及中文處理技術等，為國內外中文自然語言處理及其相關研究提供基本的研究資料與知識架構。經由 CKIP 分析網際網路中的大量文本，剖析文章語句從中抽取知識，包含標記語料庫、句結構樹資料庫、詞彙庫、中文語法、詞彙分析系統及句剖析器等。本研究採中文剖析系統來擷取訊息中語句語義，中文斷詞系統則是處理自動分詞的工作及抽取關鍵詞。

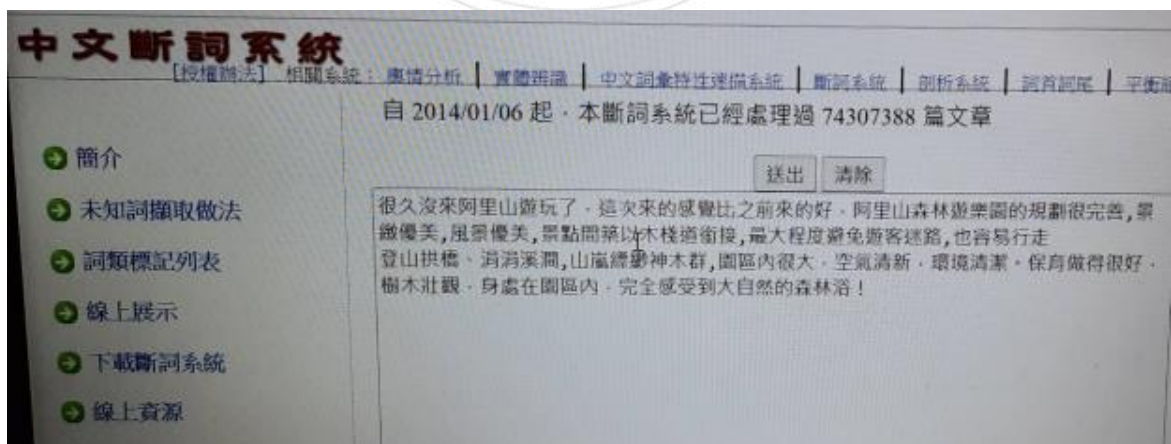


圖3.2 中文斷詞系統頁面1

資料來源：中文斷詞系統

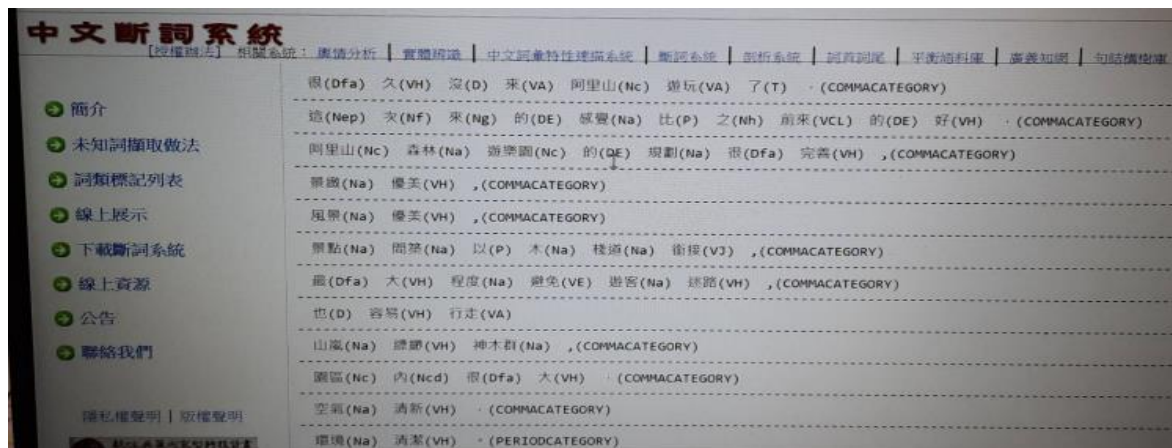


圖3.3 中文斷詞系統頁面2

資料來源：中文斷詞系統

### 3.3.4 詞頻分析

所謂詞頻分析(Word Frequency Analysis)是對文獻正文中重要詞彙出現的次數進行統計與分析，是剖析文本的重要方式。它是統計量中傳統的和具有代表性的一種內容分析方法，基本原理是通過詞出現頻次多寡的變化，來確定重點及其變化趨勢。本研究透過關鍵詞做高詞頻至低詞頻的統計分析，並且區分出現篇數與出現次數之異同，藉此理解遊客對阿里山國家森林遊樂區的旅遊意象與感想，其體驗感受深刻之處為何？

### 3.3.5 共詞分析

共詞分析(co-word analysis)亦稱共現字分析或共現詞分析，是科學計量學與資訊檢索中，將主題相關的文件，歸類(cluster)在一起的常用方法。研究者從廣泛的訊息資料中找出關鍵字或詞之後，將關鍵字或詞兩兩配對形成共同出現的詞組，研究者可以從高共現頻度之共現詞組中架構出領域關鍵知識的連結性。本研究分析二個共詞，從中探索群集關係結構。

### 3.3.6 多元尺度分析

多元尺度分析(Multi-dimensional Scaling,MDS)，是一種多變量的分析技術，最早的發展是用來測量人們的感知與偏好。其優勢在於能將文字轉換為一個多向度的幾何空間(geometric space 或稱知覺圖)，而且淺顯易懂，近年來廣泛使用在許多研究上。本研究利用 MDS 所產生知覺圖對阿里山旅遊景點感知偏好做語義分析。





## 第四章 研究結果與討論

本研究透過蒐集全球最大的旅遊資訊平台Tripadvisor 以及 Trip.com評論進行分析，分別探討遊客對旅遊目的地阿里山國家森林遊樂區旅遊意象與體驗價值。本章節將針對研究結果加以討論分析。

### 4.1樣本資料蒐集

本研究於 2021/08/06 至 2021/11/02 期間，透過 Google搜尋引擎，以關鍵詞「阿里山」、「阿里山森林遊樂區」搜尋相關之旅遊評論。首先蒐集「阿里山」相關之旅遊評論，採樣過程中發掘只依關鍵詞「阿里山」搜尋時，出現不少旅行或高山茶相關產業文宣，因此，調整關鍵詞進行搜尋，改以「阿里山森林遊樂區」繼續進行搜尋，找到了全球最大的旅遊平台Tripadvisor456及Trip.com 72則評論，因為使用中文CKIP中文斷詞系統，因此，扣除12則英文評論。最後共採集了516則評論作為本研究之「阿里山國家森林遊樂區」分析樣本。其中資料來源網站比例，如表 4.1 所示。

表 4.1 評論來源網站佔比表:

旅遊平台	擷取篇數	所占比率
Tripadvisor	456-12	86%
Trip.com	72	14%

資料來源：本研究整理

評論發表距今的年份，則如表 4.2 所示，從中可看出所擷取評論發表時間為5年內的佔比達 82.6%以上，應具時效性及參考價值。

表 4.2 相關評論發表距今年份表:

年分	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
則	5	32	53	55	38	17	11	305

資料來源：本研究整理

2016年起國外旅客來台率趨緩，搜尋旅遊景點比率降低，2019年底新冠肺炎開始流行，各國皆實施邊境鎖國政策，各國出國旅遊人次降低，幾近於零，但是，因為台灣防疫工作落實，屬於防疫優等生，2020年1月至2021年5月中旬國旅大爆發，此時，國內旅遊人口依然不減，2020年阿里山森林遊樂區入園人數也逼近百萬。代表國內來阿里山森林遊樂區的旅客依舊絡繹不絕。

表1.1 阿里山近三年進園人次

觀光 遊憩區	縣市別	合計 109年	合計 108年	合計 107年	遊客人數 計次方式
阿里山國家 森林遊樂區	嘉義縣	996, 980	1, 353, 276	1, 444, 536	門票數

資料來源:擷取自交通部觀光局統計年報:110-02-24/109-05-11公告

## 4.2. 中文斷詞與關鍵詞篩選結果

### 4.2.1 斷詞處理

本研究使用CKIP中文斷詞系統，先對516則評論進行斷詞分析，一共斷出 2,092 個斷詞，發現斷詞系統會將所有詞彙一一進行分析，但細究

2,092個斷詞後，有些詞彙沒有意義，導致無法精確判斷該詞彙，因此本文再將所取得的斷詞結果進行人工調整與修正，作詞彙整併與刪減，意思相近者合併，進而取得關鍵詞。例如：「阿里山446-阿里山人1-阿里山站9-阿里山茶2-阿里山區1-阿里山鄉2-阿里山橋1→得到阿里山430」經過研究生篩選名詞、動詞、形容詞及副詞等具有判別語意的詞彙後，斷詞出現次數少於10者剔除，精簡至262個詞，意思相近者再經整理程序後精簡整併至118個詞。

表 4.3 斷詞整併暨數量一覽表

原始詞彙暨數量	整併後用詞累計數量
花季 34/花期 3	花季 37
前往 23/前去 5	前往 28
完善 21/完美 5	完善 26
沿途 34/沿路 17/沿線 1	沿途 52
空氣 83/空气 8	空氣 91
推薦 24/推荐 4/推介 1	推薦 29
接駁 35/接送 5	接駁 40
規劃 36/規畫 2	規劃 38
這裡 39/這邊 6/這裏 19	這裡 64
散步 25/散心 3/散散步 2	散步 30
舒服 24/舒心 1/舒爽 3/舒暢 5/舒適 15	舒服 48
進入 14/進去 9/進來 3	進入 26
壯觀 14/壯闊 2/壯麗 5	壯觀 21
步道 143/步行路 2	步道 145
身心靈 7/身心 18/心靈 17	身心靈 42
高山 24/高岳 15	高山 39
涼爽 23/涼涼 2	涼爽 25
姐妹潭 17/姊妹湖 1/姊妹潭 24	姐妹潭 42
旅遊 24/旅游 8	旅遊 32

天氣 56/氣候 13/氣溫 20	天氣 89
停車場 34/停車處 2/停車位 14	停車場 50
景色 32/景物 1/景象 2/景像 1/景緻 2/景觀 19	景色 57
雲海 66/雲彩 1/雲層 1/雲霧 17	雲海 85
美麗 30/漂亮 31/優美 15	美麗 76
漫步 20/漫遊 5/漫遊 1	漫步 26
紅檜 16/檜木 31	紅檜 47
適宜 1/適合 69	適宜 70
棧道 23/木棧 13	棧道 36
巴士 18/公車 16	巴士 34
<b>長詞與短詞因重複計算需精減後實際數量</b>	
住宿 16+住在 13-住宿區 2	住宿 27
阿里山 446-阿里山人 1-阿里山站 9-阿里山茶 2-阿里山區 1-阿里山鄉 2-阿里山橋 1	阿里山 430
門票 25-門票口 4	門票 21
風景 82-風景區 13-風景棒 2-風景畫 1	風景 66
徒步 21-徒步區 1+行走 8+步行 31+走路 13	徒步 72
旅行 29-旅行社 3-旅行路 2-旅行團 1	旅行 23
火車 204-火車站 24	火車 180
呼吸 16-呼吸道 1-呼吸到 1	呼吸 14
吸收 25-吸收到 1	吸收 24
巨木 53-巨木群 16	巨木 37
杜鵑 23-杜鵑花 5	杜鵑花 18
走走 22-走走散散 1	走走 21
受鎮 21/受鎮宮 19	受鎮宮 21
神木 183-神木站 7-神木區 10-神木群 22-神木線 4-神木樹 1	神木 139
祝山 42-祝山線 2	祝山 40
國家 48-國家級 4	國家 44

園區 107-園區里 1	園區 106
時間 63-時間表 2-時間點 2	時間 59
森林 312-森林地 1-森林里 6-森林面 1-森林浴 30-森林區 3	森林 271
櫻花 100-櫻花季 25-櫻花節 1-櫻花樹 3	櫻花 71
嘉義 35-嘉義人 1-嘉義市 8-嘉義縣市 1	嘉義 25
遊樂區 92-遊樂區園 2	遊樂區 90
車站 97-火車站 24	車站 97

資料來源：本研究整理

### 4.3 詞頻分析

本研究關鍵詞的篩選是透過三角驗證法，從三個不同的角度找關鍵詞，從516則網路旅遊平台評論，利用中研院所研發之斷詞系統進行斷詞分析，一共斷出2092個斷詞。首先，利用中文斷詞系統CKIP斷出2092個關鍵詞，刪除總次數3%(但文章中出現相關的關鍵詞仍保留)留下97%的關鍵詞做客觀的分析；然後，研究生透過閱讀文本，劃出重點初步分析並透過語意判別處理；最後，再藉由網路文字探勘探討旅遊意象、旅遊體驗相關的關鍵詞文獻，留下118個關鍵詞做為文本分析。

#### 4.3.1 關鍵詞次數

本節先針對上述所取得之關鍵詞，進行出現次數的頻率分析，由大到小作排列，如下表 4.4 所示：

說明: 1.此次數比率是從 516則評論中出現次數計算而得。

2.標示深藍色概念屬於意象，標示淡黑色屬於體驗價值

表4.4 關鍵詞出現次數一覽表(出現次數低於15(即3%)不列入)

阿里山	430	.82	遊客	52	.1	住宿	27	.05	一路	20	.04
森林	271	.52	沿途	52	.1	時候	27	.05	交通	20	.04
可以	210	.40	沼平	50	.1	漫步	26	.05	走完	19	.04
日出	188	.36	停車場	50	.1	美景	26	.05	香林	19	.04
火車	180	.34	山上	49	.09	完善	26	.05	海拔	19	.04
步道	145	.28	舒服	48	.09	進入	26	.05	呼吸	19	.04
神木	139	.27	紅檜	47	.09	涼爽	25	.05	下山	18	.03
小火	128	.24	國家	44	.08	下午	25	.05	千年	18	.03
園區	106	.20	一定	43	.08	櫻花季	25	.05	已經	18	.03
地方	98	.19	上山	42	.08	體驗	25	.05	早上	18	.03
自然	91	.17	身心靈	42	.08	嘉義	25	.05	百年	18	.03
空氣	91	.17	姊妹潭	42	.08	遊園	24	.05	抵達	18	.03
遊樂區	90	.17	小時	41	.08	吸收	24	.05	季節	17	.03
天氣	89	.17	祝山	40	.08	山林	24	.05	小笠原	16	.03
雲海	85	.16	接駁	40	.08	不會	24	.05	心情	16	.03
真的	84	.16	高山	39	.08	不錯	24	.05	休息	16	.03
美麗	76	.15	規劃	38	.07	火車站	24	.05	行程	16	.03
台灣	73	.14	巨木	37	.07	完全	24	.05	走到	16	.03
車站	73	.14	花季	37	.07	車票	24	.05	乾淨	16	.03
徒步	72	.14	棧道	36	.07	相當	24	.05	觀光	16	.03
值得	71	.14	公園	35	.07	杜鵑	23	.04	三代木	15	.03
櫻花	71	.14	巴士	34	.06	還是	23	.04	大概	15	.03
芬多精	70	.14	搭乘	33	.06	旅行	23	.04	遊園車	15	.03
適宜	70	.14	環境	31	.06	搭小	23	.04	心曠神怡	14	.03
風景	66	.13	可惜	30	.06	選擇	23	.04	停車位	14	.03
建議	64	.12	森林浴	30	.06	中心	22	.04	晚霞	14	.03
這裡	64	.12	樹木	30	.06	觀日	22	.04	不足	14	.03
時間	59	.11	散步	30	.06	門票	21	.04	觀景	20	.04
大自然	57	.11	推薦	29	.06	受鎮	21	.04			
景色	57	.11	旅遊	28	.05	壯觀	21	.04			

本研究整理

(1)由表 4.4 可以看出，關鍵詞出現的次數以「森林、日出、火車、步道、神木、園區、地方、自然、空氣、遊樂區、天氣、雲海、真的、美麗、台灣、車站、徒步、值得、櫻花、芬多精」排名在前20名，從出現最多的前20名，可看出阿里山國家森林遊樂區，位於嘉義縣阿里山鄉，是享譽國際的景點，也是搭乘登山小火車看日出雲海的首選風景區，更是國內外遊客必訪之地；園區內古木參天，漫步其中，更可以感受到大自然的洗禮，其美景囊括：日出、步道、神木、小火車、雲海、車站、櫻花等，遊客遊歷沼平車站旁，欣賞嫵媚動人的櫻花；遊客徒步前往拜訪神木，可以感受大自然的偉大創作；宜人的氣候、清新的空氣，最適宜徒步，大口呼吸，將滿滿的芬多精吸好吸滿。

(2)提到鄒族原住民、鄒族文化只有在No22及No63兩則中提及，次數之低令研究者感到相當震驚，研究者以往前去阿里山國家森林遊樂區旅遊不下10次，也未曾發現阿里山高山博物館，特意搜尋，才發現他隱身在「阿里山賓館」的西南方，一個不起眼的角落。

鄒族又稱「曹族」，傳統語言為鄒語，目前人口僅約 6千多人，算是少數民族中的少數。聚落主要分布於嘉義縣阿里山鄉，僅存「特富野社-來吉、樂野附屬之」及「達邦社-新美、茶山、山美、里佳附屬之」，而逐鹿部落（Veoveoana）在番路鄉觸口村（為八八水災後新社區）及南投縣信義鄉久美部落（Mahavun / Mamahavunna）也有鄒族聚落，但人數不多。（阿里山國家風景區管理處官網2022）

阿里山國家風景區幅員廣闊：鄒族部落旅遊活動是每年農業生產淡季時的主要經濟來源之一，為了提高自我的民族文化觀光辨識度，各部落發展出屬於自己的文化主題，如茶山的「涼亭節」、新美的

「獵人營」、山美的「鯧魚節」等來吸引旅客並提升部落的知名度，儼然成為具體的部落觀光文化(安柏霖，2019)，因此在國家森林遊樂區內要見到鄒族相關文化、旅遊意象，的確不易。

(3)負向概念僅10篇，數量不多，只要改進，必能提升園區旅遊品質。

奶奶96歲還是想到阿里山，圓夢很美，可惜殘障步道規劃不好，輪椅推顛簸很難推，坐很難過，期待改善路面鋪平，讓推的人好推，老人坐舒服。阿里山很棒，值得一遊，空氣超級棒，記得帶禦寒的衣物。(494)

50適合全家人一起散步悠遊森林中，花季也很美，不過不適合推嬰兒推車，但喜歡大自然的人應該很喜歡這個地方。(50)

#### 4.3.2 關鍵詞篇數

文章寫法因人而異，同一詞彙對不同遊客會產生不同感受，同一感受也可能用不同的說法，另外，文章重點也會影響重點詞彙出現頻率，有些旅客會以代名詞取代，所以若單以關鍵詞出現次數的頻率來分析，產生偏頗在所難免，故本節改以篇數來分析關鍵詞重要性，若該關鍵詞在愈多篇數中出現，即表示該關鍵詞在遊客心中有著重要的意象，其結果如圖4.1及表4.5所示：





圖4.1阿里山國家森林遊樂區意象文字雲

本研究整理

表4.5 關鍵詞出現篇數一覽表 (出現篇數低於10即2%)不列入)

關鍵詞	篇數	比例	關鍵詞	篇數	比例	關鍵詞	篇數	比例	關鍵詞	篇數	比例
阿里山	235	.45	小時	34	.07	櫻花季	23	.04	千年	17	.03
森林	193	.37	清新	33	.06	體驗	23	.04	不用	17	.03
神木	140	.27	規劃	33	.06	服務	22	.04	中心	17	.03
火車	140	.27	高山	33	.06	旅遊	22	.04	心靈	17	.03
日出	130	.25	停車場	32	.06	神木群	22	.04	早上	17	.03
可以	122	.23	景色	31	.06	推薦	22	.04	海拔	17	.03
步道	111	.21	漂亮	31	.06	遊園	22	.04	唯一	17	.03
小火	108	.21	公園	30	.06	朋友	21	.04	景區	17	.03
地方	85	.16	可惜	30	.06	散步	21	.04	雲霧	17	.03
空氣	81	.15	花季	30	.06	壯闊	21	.04	機會	17	.03
遊樂	80	.15	森林浴	30	.06	不錯	20	.04	身心靈	17	.03
自然	76	.15	環境	30	.06	火車站	20	.04	一樣	16	.03
園區	76	.15	美麗	29	.06	完善	20	.04	已經	16	.03
風景	73	.14	這裡	29	.06	走走	20	.04	尤其	16	.03
遊樂區	73	.14	嘉義	28	.05	姐妹	20	.04	住宿	16	.03
芬多精	70	.14	樹木	28	.05	旅行	20	.04	車位	16	.03

真的	70	.14	巨木	28	.05	搭小	20	.04	姐妹潭	16	.03
值得	69	.13	祝山	27	.05	漫步	20	.04	季節	16	.03
櫻花	68	.13	步行	26	.05	下午	19	.04	抵達	16	.03
適合	61	.12	搭乘	26	.05	可能	19	.04	沿路	16	.03
雲海	60	.12	吸收	25	.05	車票	19	.04	附近	16	.03
車站	58	.11	美景	25	.05	受鎮	19	.04	相當	16	.03
建議	51	.1	涼爽	25	.05	門票	19	.04	乾淨	16	.03
大自然	50	.1	姊妹	24	.05	前往	19	.04	最後	16	.03
台灣	50	.1	時候	24	.05	氣溫	19	.04	開車	16	.03
沒有	49	.1	路線	24	.05	開始	19	.04	呼吸	16	.03
停車	49	.1	檜木	24	.05	經過	19	.04	大概	15	.03
景點	47	.1	不會	23	.04	一路	18	.03	之前	15	.03
天氣	46	.09	比較	23	.04	山林	18	.03	心情	15	.03
國家	46	.09	完全	23	.04	交通	18	.03	出發	15	.03
時間	43	.08	姊妹潭	23	.04	百年	18	.03	只有	15	.03
山上	42	.08	沿途	23	.04	受鎮宮	18	.03	休息	15	.03
沼平	41	.08	接駁	23	.04	棧道	18	.03	全家	15	.03
遊客	41	.08	舒服	23	.04	鎮宮	18	.03	行程	15	.03
一定	37	.07	選擇	23	.04	一下	17	.03	走完	15	.03
上山	37	.07	還是	23	.04	下山	17	.03	香林	15	.03
關鍵詞	篇數	比例	關鍵詞	篇數	比例	關鍵詞	篇數	比例	關鍵詞	篇數	比例
起來	15	.03	現在	13	.03	不要	11	.02	健行	10	.02
舒適	15	.03	這裏	13	.03	五奇	11	.02	得來	10	.02
新鮮	15	.03	遊玩	13	.03	介紹	11	.02	造訪	10	.02
遊園車	15	.03	歷史	13	.03	太多	11	.02	然後	10	.02
實在	15	.03	繚繞	13	.03	主要	11	.02	當天	10	.02
之一	14	.03	人員	12	.02	只是	11	.02	賓館	10	.02
心曠神怡	14	.03	大小	12	.02	平日	11	.02	關係	10	.02
好好	14	.03	小笠	12	.02	走路	11	.02	觀光	10	.02
有機	14	.03	小笠原	12	.02	看看	11	.02			
走到	14	.03	不過	12	.02	夏天	11	.02			
甚至	14	.03	巴士	12	.02	特別	11	.02			
徒步	14	.03	木棧	12	.02	眠月線	11	.02			
真是	14	.03	外套	12	.02	停車位	11	.02			
晚上	14	.03	巨大	12	.02	這樣	11	.02			
景觀	14	.03	左右	12	.02	植物	11	.02			
超級	14	.03	回程	12	.02	慈雲	11	.02			
裡面	14	.03	住在	12	.02	照片	11	.02			

慢慢	14	.03	拍照	12	.02	滿滿	11	.02
賞櫻	14	.03	風景區	12	.02	維護	11	.02
優美	14	.03	氣候	12	.02	變化	11	.02
避暑	14	.03	假日	12	.02	一直	10	.02
觀日	14	.03	參天	12	.02	一段	10	.02
觀景	14	.03	商店	12	.02	大約	10	.02
人心	13	.03	晚霞	12	.02	小孩	10	.02
三代木	13	.03	盛開	12	.02	山站	10	.02
下來	13	.03	笠原	12	.02	才能	10	.02
不足	13	.03	登山	12	.02	公車	10	.02
之後	13	.03	絕對	12	.02	生態	10	.02
巨木群	13	.03	進入	12	.02	那里	10	.02
希望	13	.03	階梯	12	.02	到訪	10	.02
到達	13	.03	遠離	12	.02	看完	10	.02
東西	13	.03	櫻王	12	.02	美好	10	.02
紅檜	13	.03	觀賞	12	.02	食物	10	.02
乘坐	13	.03	入口	11	.02	家人	10	.02
剛好	13	.03	上下	11	.02	特色	10	.02
容易	13	.03	不少	11	.02	缺點	10	.02

資料來源：本研究整理



圖4.2景點文字雲

本研究整理

關鍵詞:森林 日出 神木 雲海 阿里山 櫻花 沼平 姊妹潭 紅檜 樹木 巨木 森林浴 受鎮宮 花季 季節 三代木 小笠原 櫻王 觀景台 觀日 賞櫻 香林 觀景 百年 千年 山林 祝山 櫻花季 高山 嘉義

阿里山最著名的五奇在景點意象中即出現森林中享受森林浴、讚嘆山林紅檜巨木群、千年神木、小笠原觀日出、賞雲海美景，其餘景點如受鎮宮、姊妹潭、櫻花季在沼平車站賞櫻花恍若置身日本。



圖4.3 設施文字雲

本研究理整理

關鍵詞: 步道 園區 遊樂區 棧道 遊園車 住宿 公園

完善的設施、沼平公園的櫻花盛況一直是遊客讚不絕口的，遊園車與住宿解決了園區遼闊與體力過大負荷的問題，各種規劃完善的棧道與步道，讓漫步其中更安全舒適且更親近自然；觀賞日出或其他園區景點，除了安步當車外，搭乘遊園車也是一個很棒且貼心的選擇，尤其是老弱婦孺。

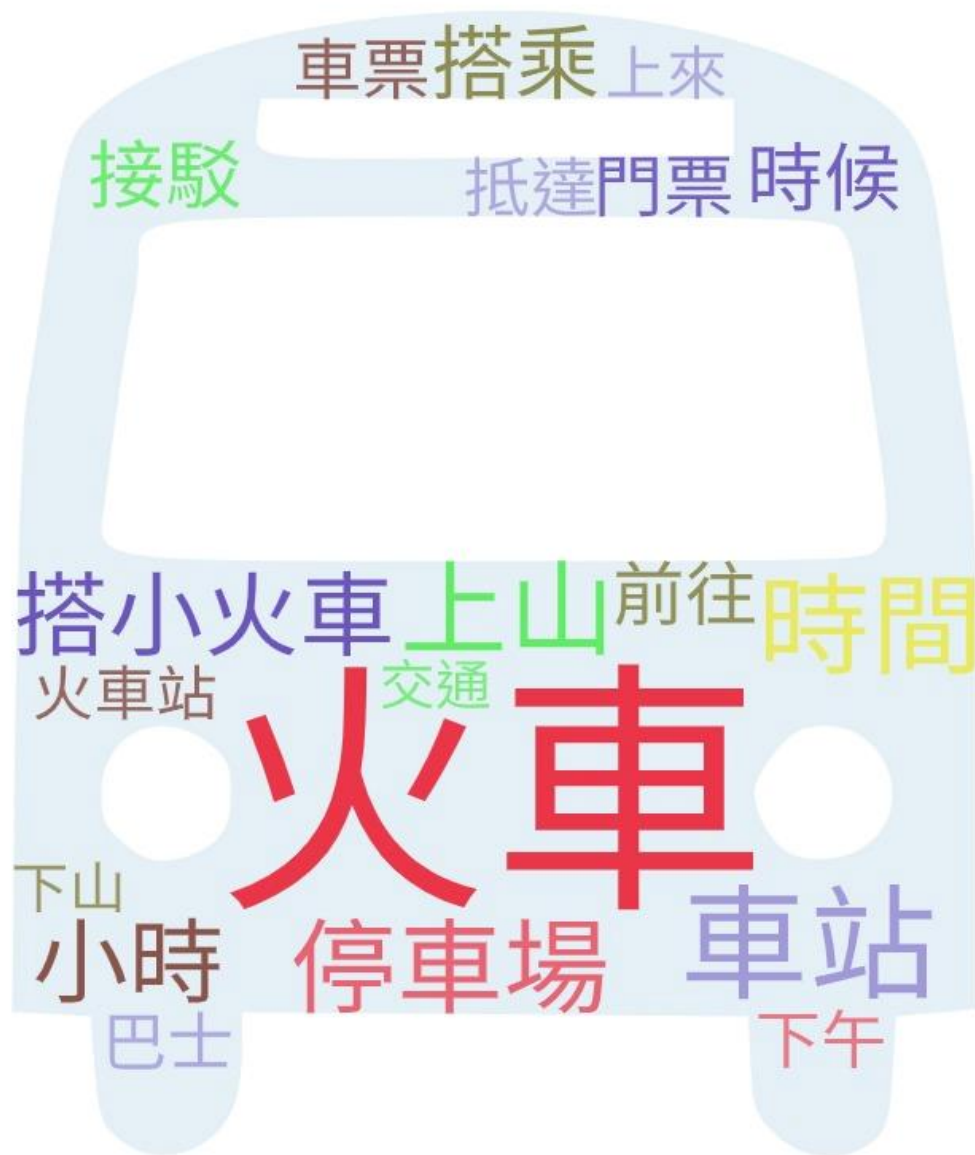


圖4.4交通文字雲

本研究理整理

關鍵詞:搭小火車 火車 車站 停車場 上來 門票 抵達 交通 車票 巴士 火車站

接駁 搭乘 下山 上山 時間 小時 下午 前往 時候

上、下山的交通選擇可以是搭乘巴士，也可以是搭乘火車，只是需要特別留意時間或預先購買車票，櫻花季期間尤其是假日上萬人上山，交通方面的需求會花更多時間，需要將車子停放在規劃的停車場，因為園區內的停車場位置有限(僅約200位)，需搭乘接駁巴士入園。



圖4.5 整體感受文字雲

本研究理整理

關鍵詞:空氣 自然 美麗 芬多精 真的 值得 適宜 天氣 徒步 建議 大自然 身心靈  
涼爽 完善 舒服 體驗 壯觀 散步 不錯 相當 乾淨 呼吸 心情 避暑 心曠神怡 行程  
走完 吸收 推薦 漫步 可惜 規劃 環境 走到 旅行 景色 休息 選擇 風景 山上 遊園

山上可以呼吸新鮮乾淨的空氣、看盡美麗的自然景色、在規劃完善的園區漫步遊園、吸收芬多精的體驗相當不錯、身心靈獲得最大的放鬆、真的很推薦到此旅行、行程是值得的。

綜合以上各方面意象結論:不論從關鍵詞次數或篇數統計看來,扣除非意象者,排名前十均是「森林」、「神木」、「火車」、「日出」、「步道」、「空氣」、「自然」、「雲海」、「櫻花」、「芬多精」,由此可見,阿里山國家森林遊樂區給遊客主要意象仍是欣賞造物者對人們餽贈最壯觀且渾然天成的自然美景與歷史傳承的概念,也是台灣土地上一處難得一見的瑰寶,此處有:讓人願意犧牲睡眠時間,只為了等待令人震懾的日出

美景；巨木群下漫步其中，享受著大自然最棒的贈禮-芬多精；搭乘小火車，欣賞櫻花的美麗身影；三五好友相伴，沿著規畫完善的步道前進，看大自然呈獻給芸芸眾生的壯觀雲海秀……，都是遊客旅遊體驗的意象，而日出與火車是更佔據兩份關鍵詞前五名內，比重相當高，經研究發現:1906年2開始興建的阿里山林業鐵路，1912年通車，從1912-2012年已經跨越百年。(見「台灣鐵道傳奇」，洪致文著，p252。)日治時期，日人覬覦阿里山地區龐大森林資源，建設構築的鐵路，是一條不折不扣的產業鐵路，與沿海地區早期發展曬鹽、嘉南平原種植甘蔗因採收製糖需要而鋪設的製糖鐵道，甚至是九份、瑞芳挖礦、採煤而鋪設的輕便鐵道都屬同一類型，都稱之為產業鐵路，因為鋪設軌距小，軌道距離762mm約略為正常標準軌道1435mm寬度之一半，又名五分車。森林鐵路以前運行是伐木及將山地的木材運送至平地，但後續因為森林資源的匱乏，只剩下人員交通運輸的功能。見蘇昭旭老師(2019)的著作「阿里山森林鐵路與台灣林業鐵路傳奇」，p6~p10。時至今日已變成文化與觀光功能取代了運送木材的產業功能，所以說阿里山林業鐵路具有百年歷史與人文價值，一點也不為過。而國際馳名的阿里山日出位置與時間，因地球公轉所致、四季均不同，推薦觀日點:碧湖山觀光茶園、小笠原山觀景平台、祝山觀景平台、對高岳觀景平台，而當中又以祝山觀日樓為最上選，欲前往祝山，可至阿里山火車站或沼平車站搭乘祝山觀日火車(車程約25分鐘)或自沼平公園觀日步道牌樓拾階而上(步程約40分鐘，沿路皆有指示牌)，觀日樓廣場前有嘉義與南投兩縣界及日出詳圖。日出從晨霧中嶄露曙光，朝陽輕巧地躍出山頭，耀眼的光芒照亮了夜空，濤濤雲海深刻旅遊印象，也為新的一天揭開了序幕。

「時間」、「建議」、「小時」、「景點」、「規劃」、「下山」也是遊客所關心的另一面向，時間停留、旅遊天數、參觀景點、行程安排等，因



為阿里山森林遊樂區幅員廣大，景點眾多，步道也多、豐富的森林與自然美景都需要時間來體驗感受，因此時間規劃控管對遊客來說非常重要；遊客會關心步道行走所需時間，來回行程約要多小時？徒步或搭小火車？日出時間是否趕得上？回程是否可以趕上下山公車等；「建議」一詞含有多個概念：一是建議可以住上一晚，這樣才能好好走遍園區，欣賞大自然賜予我們的珍貴禮物；一是看完日出，可以搭乘小火車到沼平車站下車欣賞櫻花；一是建議要在下午兩點前進園，才能有充裕的時間遊歷；一是建議搭乘遊園車遊歷園區，因為園區幅員廣大；一是建議包車或租車前往，因為山路崎嶇；一是建議園區要增加方向指示牌，讓遊客更清楚遊園路線.....。「時間」一詞含有多個概念：一是旅遊時應事先了解日出、小火車、公車下山時間表，如此一來，行程安排掌握會更便利；一是若空閒時間充裕，宜上山走走並住上一宿；一是美景讓痛苦的搭車與等待時間都值得了；一是花季期間或假日，耗費太多時間在尋找車位或等待入園，以致壓縮了遊園時間。

交通方面「車站」、「接駁」、「停車場」、「巴士」、「下山」、「車票」、「上山」、「抵達」、「小火車」則是另一考量，每年阿里山花季持續約一個月，因遊樂區內停車空間有限僅約200個小型車位(200\*5/1000人)，無法容納花季期間的例假日及連續假期每天近萬人的需求，因此，都會進行交通管制。由於小型車無法上山，需要接駁上山，或搭乘小火車上山，部分時段也提供免費接駁，才能在最適合的時間抵達至阿里山國家森林遊樂區。如：阿里山櫻花季第一個周休二日入園人數2021較2020增加近3成，2022較2020也增加近1成6，主因是國外疫情嚴峻，國旅大爆發所致，以下表4.6與表1.2說明了花季期間人潮湧現的實況，尤其是周休假期，園區更是擠滿了愛花的癡情者。

表 4.6 2020-2022 年阿里山櫻花季第一個周休二日暨 2022 年 228 假期

入園人數:

年別	第一個周末入園人數	增加比例
2022	15000 管制入園最高 16000/天	116% 228 假期 單日破萬
2021	16598	129%
2020	12914	100%

資料來源/林管處及2022.02.27中時新聞網

本研究整理

表1.2 2016-2021年阿里山櫻花季3+4月入園人次統計暨佔全年比例:

月份 年別	3 月人次	3+4 月(1)	4 月人次	全年人次(2)	(1)/(2)
2016	329,911	605,728	275,817	2,242,672	27%
2017	246,902	425,913	179,011	1,748,346	25%
2018	221,875	400,793	178,918	1,445,046	28%
2019	247,897	411,965	164,068	1,386,634	30%
2020	123,528	159,846	36,318	868,852	<b>18%</b> 疫情開始
2021	156,565	232,833	76,268	653,909	36%

資料來源/林管處

本研究整理

表4.7全部遊客和陸客的評論關鍵詞比較出現篇幅與詞頻一覽表

關鍵詞	總數頻率	陸客頻率	倍數	關鍵詞	總數頻率	陸客頻率	倍數
值得	.13	.29	>2	神木群	.04	.1	>2
清新	.06	.2	>3	住宿	.03	.21	>7
漂亮	.06	.21	>3	姊妹潭	.08	.21	>2

美麗	.06	.21	>3	散步 漫步 走走 徒步 步行	.15	.36	>2
----	-----	-----	----	----------------------	-----	-----	----

說明:陸客比例大於全部旅客兩倍以上者

資料來源:本研究整理

見過大山大水的陸客來到台灣，呼吸著大自然賜予的清新空氣、觀賞著造物主賜予的美麗景色和湖泊、漫步於漂亮的古樹與完善幽靜的山林步道中……非常建議住上一宿，甚至更久，陸客覺得此行極為值得。

「阿里山森林地区是美丽的地方,有大树和山脉。绿色植物和风景都很棒。有很多树木,将近100年的历史了。这里绝对是值得住几天。」

(NO.190)

綜合以上敘述，筆者將關鍵詞做了初步旅遊意象分類如表4.8。

表4.8 旅遊意象分類表:

玩樂意象	徒步 散步 旅遊 漫步 旅行 走完 走到
景點意象	景觀方面:森林、日出、神木、雲海、櫻花、紅檜、高山、巨木、花季、森林浴、樹木、櫻花季、山林、杜鵑、觀日、觀景、三代木 景點方面:沼平、姐妹潭、祝山、受鎮、香林、小笠原、門票、季節、千年、百年
交通意象	小火車、車站、時間、停車場、上山、小時、接駁、巴士、搭乘、前往、時候、火車站、車票、下山、抵達、遊園車
設施意象	住宿、步道、公園、棧道、遊樂區
整體感受	可以、自然、空氣、天氣、真的、值得、芬多精、適宜、建議、大自然、景色、舒服、身心靈、規劃、環境、可惜、推薦、美景、完善、體驗、涼爽、不錯、吸收、選擇、壯觀、呼吸、心情、休息、行程、乾淨、觀光、美麗

## 4.4 共詞分析

### 4.4.1 二個關鍵詞共同出現篇數分析

本研究再進一步用共同出現詞語頻率(Word Frequency Analysis)來分析文章，從高共現頻度之共現詞組中，找出領域關鍵知識的連結性。結果二個關鍵詞共同出現篇數達11篇有623種組合，二個關鍵詞共同出現篇數達15篇有241種組合，二個關鍵詞共同出現篇數達20篇有182種組合，二個關鍵詞共同出現篇數達25篇有102種組合，二個關鍵詞共同出現篇數達30篇有65種組合，篇幅過多不易歸納出焦點，故取篇數達25篇以上者計有102種組合（如表4.9）

表4.9 兩個關鍵詞共同出現篇數分析出現11次以上列入(2%)

共詞組合		篇數	共詞組合		篇數	共詞組合		篇數
阿里山	森林	113	空氣	阿里山	40	火車	天氣	29
小火	火車	107	可以	園區	39	沿途	阿里山	29
火車	阿里山	96	園區	阿里山	39	神木	園區	29
日出	阿里山	79	阿里山	車站	39	神木	遊樂區	29
小火	阿里山	71	小火	步道	38	國家	阿里山	29
可以	阿里山	71	自然	阿里山	38	日出	步道	28
日出	火車	67	森林	天氣	38	可以	徒步	28
火車	森林	67	地方	阿里山	36	可以	天氣	28
可以	火車	65	步道	神木	36	自然	森林	28
步道	阿里山	62	小火	園區	35	真的	火車	28
森林	遊樂區	61	真的	阿里山	35	遊客	阿里山	28
神木	阿里山	60	阿里山	美麗	35	阿里山	時間	28
阿里山	遊樂區	60	台灣	阿里山	34	日出	遊樂區	27
可以	森林	56	芬多精	阿里山	34	可以	雲海	27
火車	神木	56	值得	阿里山	34	火車	車站	27
阿里山	雲海	55	舒服	阿里山	34	小火	芬多精	26

小火	可以	54	徒步	阿里山	34	小時	阿里山	26
日出	森林	54	空氣	森林	33	可以	時間	26
日出	雲海	54	神木	雲海	33	台灣	森林	26
小火	日出	51	阿里山	櫻花	33	自然	火車	26
神木	森林	51	可以	遊樂區	32	芬多精	神木	26
大自然	自然	50	國家	森林	32	建議	火車	26
小火	森林	49	小火	雲海	31	風景	美麗	26
日出	神木	49	可以	建議	31	神木	車站	26
步道	火車	47	芬多精	火車	31	園區	森林	26
步道	森林	47	芬多精	森林	31	阿里山	景色	26
日出	可以	46	火車	遊樂區	31	阿里山	適宜	26
阿里山	天氣	45	森林	美麗	31	日出	天氣	25
小火	神木	43	沒有	阿里山	30	步道	空氣	25
火車	雲海	42	阿里山	姐妹潭	30	火車	沿途	25
可以	步道	41	一定	阿里山	29	火車	空氣	25
森林	雲海	41	日出	園區	29	徒步	森林	25
可以	神木	40	沼平	火車	29	大自然	阿里山	24
步道	園區	40	沼平	阿里山	29	日出	祝山	24
火車	園區	40	建議	阿里山	29	地方	火車	24
地方	森林	24	時間	森林	22	遊客	森林	20
沼平	車站	24	雲海	遊樂區	22	火車	舒服	20
值得	森林	24	上山	火車	21	火車	姐妹潭	20
真的	森林	24	小火	地方	21	巨木	阿里山	20
國家	遊樂區	24	小火	沼平	21	阿里山	紅檜	20
森林	櫻花	24	小火	適宜	21	雲海	櫻花	20
森林	適宜	24	山上	日出	21	天氣	遊樂區	20
森林	車站	24	公園	阿里山	21	小火	自然	19
上山	阿里山	23	日出	空氣	21	小火	值得	19
小火	真的	23	日出	櫻花	21	小火	車站	19
小火	遊樂區	23	可以	沿途	21	山上	火車	19

日出	真的	23	芬多精	吸收	21	日出	芬多精	19
日出	高山	23	美景	阿里山	21	火車站	阿里山	19
可以	地方	23	真的	神木	21	可以	這裡	19
可以	自然	23	搭乘	火車	21	自然	神木	19
可惜	阿里山	23	高山	阿里山	21	建議	園區	19
台灣	火車	23	火車	徒步	21	搭小	火車	19
芬多精	步道	23	火車	時間	21	遊客	火車	19
值得	火車	23	祝山	阿里山	21	步道	車站	19
櫻花季	花季	23	森林	姐妹潭	21	沿途	神木	19
風景	阿里山	23	一定	森林	20	神木	櫻花	19
園區	雲海	23	小火	沿途	20	這裡	阿里山	19
山上	阿里山	22	小火	空氣	20	舒服	森林	19
日出	台灣	22	可以	台灣	20	景色	森林	19
可以	芬多精	22	可以	沼平	20	上山	可以	18
可以	真的	22	可以	遊客	20	大自然	森林	18
可以	空氣	22	可以	適宜	20	小火	建議	18
可以	車站	22	台灣	神木	20	小火	搭小	18
步道	雲海	22	地方	自然	20	小火	搭乘	18
步道	遊樂區	22	自然	步道	20	小火	時間	18
高山	火車	22	沒有	火車	20	小時	森林	18
火車	櫻花	22	沼平	步道	20	日出	沒有	18
火車	適宜	22	沼平	森林	20	日出	建議	18
空氣	神木	22	沼平	姐妹潭	20	可以	沒有	18
神木	適宜	22	搭乘	阿里山	20	可以	美麗	18
自然	園區	18	沒有	森林	17	沼平	神木	16
沒有	雲海	18	受鎮	阿里山	17	森林浴	火車	16
芬多精	園區	18	沼平	建議	17	森林浴	阿里山	16
建議	森林	18	建議	神木	17	遊客	神木	16
值得	步道	18	值得	空氣	17	遊園	火車	16
值得	神木	18	海拔	阿里山	17	高山	神木	16

真的	天氣	18	真的	美麗	17	涼爽	天氣	16
體驗	阿里山	18	還是	阿里山	17	火車	祝山	16
步道	姐妹潭	18	步道	規劃	17	火車	美麗	16
高山	森林	18	步道	舒服	17	空氣	風景	16
火車	這裡	18	步道	景色	17	空氣	園區	16
火車	景色	18	步道	天氣	17	空氣	適宜	16
火車	停車場	18	步道	適宜	17	花季	阿里山	16
空氣	美麗	18	身心靈	身心靈	17	神木	國家	16
前往	阿里山	18	火車	風景	17	接駁	園區	16
神木	天氣	18	火車	紅檜	17	規劃	園區	16
這裡	天氣	18	神木	徒步	17	規劃	阿里山	16
舒服	天氣	18	神木	姐妹潭	17	這裡	森林	16
一定	日出	17	下午	阿里山	16	園區	適宜	16
一定	可以	17	上山	小火	16	園區	遊樂區	16
小火	天氣	17	上山	日出	16	阿里山	旅遊	16
小時	火車	17	大自然	芬多精	16	阿里山	漫步	16
小時	神木	17	小火	沒有	16	阿里山	嘉義	16
公園	森林	17	小火	停車場	16	阿里山	停車場	16
日出	地方	17	小時	可以	16	雲海	天氣	16
日出	自然	17	山上	可以	16	遊樂區	姐妹潭	16
日出	值得	17	可以	值得	16	上山	建議	15
可以	搭乘	17	可以	景色	16	大概	阿里山	15
可以	高山	17	可以	姐妹潭	16	小火	高山	15
可以	住宿	17	台灣	遊樂區	16	小火	風景	15
可以	紅檜	17	地方	值得	16	小火	徒步	15
可以	停車場	17	地方	神木	16	不會	步道	15
地方	空氣	17	地方	美麗	16	日出	沿途	15
自然	芬多精	17	沒有	遊樂區	16	日出	國家	15
沒有	神木	17	車票	火車	16	日出	這裡	15
日出	舒服	15	小火	森林浴	14	高山	園區	14

日出	徒步	15	小火	遊客	14	高山	雲海	14
日出	景色	15	小火	遊園	14	火車	巨木	14
日出	車站	15	小火	舒服	14	火車	前往	14
比較	阿里山	15	山上	森林	14	巨木	森林	14
可以	搭小	15	不用	可以	14	巨木	姐妹潭	14
可以	前往	15	不會	阿里山	14	沿途	森林	14
可以	風景	15	日出	觀日	14	沿途	車站	14
可以	國家	15	日出	時間	14	神木	舒服	14
可以	舒服	15	日出	美麗	14	規劃	森林	14
台灣	雲海	15	日出	適宜	14	身心靈	阿里山	14
沼平	沿途	15	火車站	森林	14	住宿	阿里山	14
建議	沿途	15	可以	祝山	14	森林	巴士	14
建議	遊樂區	15	可以	接駁	14	櫻花	遊樂區	14
建議	停車場	15	可以	巴士	14	上山	步道	13
美景	火車	15	可能	阿里山	14	上山	沿途	13
美景	森林	15	台灣	天氣	14	大自然	可以	13
真的	適宜	15	地方	真的	14	大自然	步道	13
遊園	遊園車	15	地方	步道	14	大自然	園區	13
步道	漫步	15	地方	徒步	14	大概	火車	13
空氣	雲海	15	地方	適宜	14	小火	小時	13
風景	森林	15	自然	真的	14	小火	台灣	13
推薦	阿里山	15	自然	空氣	14	小火	前往	13
園區	時間	15	受鎮	姐妹潭	14	小火	景色	13
園區	天氣	15	芬多精	遊樂區	14	小火	櫻花	13
阿里山	棧道	15	建議	車站	14	小火	紅檜	13
旅遊	森林	15	香林	阿里山	14	小火	姐妹潭	13
時間	遊樂區	15	海拔	森林	14	山上	雲海	13
森林	漫步	15	搭乘	森林	14	已經	阿里山	13
森林	嘉義	15	遊園	阿里山	14	中心	阿里山	13
姐妹潭	車站	15	選擇	火車	14	日出	沼平	13



一定	火車	14	環境	阿里山	14	日出	風景	13
下山	阿里山	14	櫻花季	阿里山	14	比較	火車	13
大自然	火車	14	體驗	火車	14	火車站	火車	13
小火	山上	14	步道	花季	14	可以	可能	13
可以	完全	13	進入	阿里山	13	可惜	步道	12
可以	美景	13	園區	車站	13	可惜	空氣	12
台灣	步道	13	住宿	森林	13	地方	園區	12
早上	阿里山	13	徒步	車站	13	有機	阿里山	12
自然	舒服	13	景色	雲海	13	自然	雲海	12
自然	天氣	13	森林	紅檜	13	自然	車站	12
沒有	遊客	13	雲海	美麗	13	完全	阿里山	12
沒有	園區	13	美麗	天氣	13	沒有	建議	12
沒有	天氣	13	櫻花	天氣	13	抵達	阿里山	12
走完	園區	13	三代木	阿里山	12	沼平	園區	12
車票	阿里山	13	大自然	小火	12	芬多精	空氣	12
芬多精	雲海	13	大自然	地方	12	建議	步道	12
值得	真的	13	大自然	真的	12	建議	徒步	12
值得	園區	13	大自然	神木	12	香林	神木	12
時候	阿里山	13	大概	園區	12	值得	風景	12
真的	風景	13	小火	祝山	12	遊客	遊樂區	12
森林浴	森林	13	小火	這裡	12	遊客	車站	12
搭乘	園區	13	小火	身心靈	12	樹木	阿里山	12
遊客	步道	13	小火	美麗	12	選擇	園區	12
選擇	阿里山	13	山上	步道	12	環境	火車	12
還是	火車	13	山上	園區	12	觀景	阿里山	12
櫻花季	步道	13	山上	天氣	12	壯觀	空氣	12
步道	徒步	13	中心	遊客	12	步道	巨木	12
步道	時間	13	公園	步道	12	步道	完善	12
步道	紅檜	13	公園	火車	12	步道	接駁	12
火車	國家	13	日出	早上	12	高山	遊樂區	12

火車	身心靈	13	日出	搭小	12	巨木	神木	12
沿途	園區	13	日出	觀景	12	吸收	阿里山	12
沿途	停車場	13	日出	住宿	12	完善	規劃	12
空氣	舒服	13	可以	交通	12	空氣	天氣	12
風景	園區	13	可以	車票	12	空氣	遊樂區	12
神木	這裡	13	可以	遊園	12	花季	森林	12
神木	時間	13	可以	選擇	12	神木	停車場	12
國家	雲海	13	可以	推薦	12	祝山	雲海	12
散步	森林	13	可以	進入	12	國家	櫻花	12
國家	天氣	12	日出	前往	11	觀日	祝山	11
這裡	雲海	12	日出	姐妹潭	11	觀日	阿里山	11
園區	姐妹潭	12	比較	建議	11	壯觀	神木	11
園區	停車場	12	可以	季節	11	壯觀	阿里山	11
身心靈	森林	12	可以	還是	11	火車	吸收	11
徒步	時間	12	可以	巨木	11	火車	花季	11
徒步	美麗	12	可以	規劃	11	火車	推薦	11
阿里山	巴士	12	可以	旅遊	11	火車	接駁	11
景色	美麗	12	可以	櫻花	11	火車	住宿	11
天氣	適宜	12	可以	棧道	11	火車	嘉義	11
遊樂區	車站	12	可惜	火車	11	火車	巴士	11
一定	小火	11	台灣	沒有	11	巨木	遊樂區	11
一定	時間	11	台灣	櫻花	11	空氣	徒步	11
一路	火車	11	台灣	紅檜	11	空氣	時間	11
下山	火車	11	地方	芬多精	11	花季	園區	11
下午	可以	11	地方	風景	11	風景	這裡	11
下午	雲海	11	自然	樹木	11	風景	天氣	11
上山	園區	11	自然	景色	11	神木	推薦	11
上山	森林	11	自然	美麗	11	規劃	遊樂區	11
小火	美景	11	自然	適宜	11	散步	阿里山	11
小火	環境	11	沒有	真的	11	園區	景色	11

小火	還是	11	走完	阿里山	11	園區	紅檜	11
小火	體驗	11	芬多精	真的	11	園區	棧道	11
小火	國家	11	芬多精	適宜	11	時間	適宜	11
小火	住宿	11	建議	雲海	11	森林	停車場	11
小時	日出	11	相當	阿里山	11	雲海	車站	11
小時	遊樂區	11	真的	空氣	11	美麗	櫻花	11
小笠原	日出	11	真的	舒服	11	天氣	姐妹潭	11
不會	火車	11	森林浴	步道	11			
中心	可以	11	搭乘	步道	11			
心曠神怡	阿里山	11	搭乘	神木	11			
日出	可惜	11	遊客	時間	11			
日出	遊客	11	賞櫻	阿里山	11			
日出	選擇	11	樹木	森林	11			
日出	還是	11	體驗	森林	11			

資料來源:本研究整理

分析結果如下說明:

(1)同時出現阿里山、森林、小火車、日出、步道、神木、遊樂區、雲海、天氣、空氣、 園區、車站、自然、真的、美麗、台灣、芬多精、值得、舒服、徒步、櫻花、 姐妹潭、沼平、沿途、國家、遊客、景色、適宜等共詞有25篇上的。阿里山國家森林遊樂是馳名國際的世界級三大登山鐵道之一，更是賞日出雲海的熱點，遊客喜歡造訪原因是:其擁有許多大自然美景，遊樂園區內，步道規劃極為完善優美且貼心，悠閒漫步其中，走累了，更可以坐在步道旁的天然木長凳上，微風拂面，真的值得遊客舟車勞頓上山感受自然的洗禮；看到緩緩升起、震懾人心的金黃曙光，真的令人嘆為觀止；步道沿途的櫻花，尤其以沼平車站附近，最令人驚艷；姊妹潭的映影，有著令人神往的淒美愛情故事；秋冬季節，天氣晴美，仙境一般的雲海等景色；遊客徒步其中，享受森林浴，大口吸入沁人心脾的芬多

精……，再再都讓遊客覺得真的美麗且值得，在夏天，更是最適宜的避暑寶地，待在園區就是舒服。阿里山就位於中台灣，先天地理位置適切，不管南來抑或北往，都不是太遠的距離，短時間即能遠離塵囂，好好沉浸在自然的懷抱中，不亦快哉！這樣的美景佳境，當然是國家級的景色。

「園區內處處可見高聳的巨木，且到處都有檜木香，步道規劃的很好走，幼童也能慢慢走完，小火車頗有復古味，值得一遊！若能在山上住一晚更棒！」(NO.33)

「阿里山最出名莫過是日出，路途遙遠但看到心裡必去景點之一就心滿意足！體驗日出之美，搭乘祝山小火車出發去！很幸運的！天氣很好，太陽冒出的瞬間耀眼、光線折射到我眼睛無法直視，一切等待都是值得！一生必去景點之一」(NO.67)

「夏天來太舒適了！！溫度剛好走步道也不會熱！！盡情吸收芬多精看神木看雲霧！！雖然不是花季但也很棒！！路途雖遠但也值得了！！疫情雖緩但人也不多走起來輕鬆！！」(NO.257)

「森林芬多精，新鮮空氣，神木，小火車，登山步道值得一遊 停車場有私人導覽300/人，全程約四個小時，有觀星及看日」(NO.300)

「炎炎夏日，到阿里山森林遊樂區吸收芬多精，環山步道神木群，森林小火車，祝山或小笠原的日出，雲海，都很值得一睹風采。」(NO.124)

「台灣南部最高的山，開車從山下到山上大約需要1個半小時到2個小時的車程，有些路段並不好走。不過一切都是值得的，因為風景真的漂亮，櫻花、神木、日出都是很棒的回憶。」(NO.106)

(2)同時出現25篇以上阿里山、時間、小時、建議、車站、遊樂區、真的、可以、沒有、值得、遊客、地方、景色等，說明阿里山森林遊樂區景色真的遊客值得多花時間停留，建議不趕行程的話，值得住上一晚，可以好

好享受一番。日出時間每日不同，觀賞日出可以徒步，亦可搭乘前往車站搭乘小火車，下山公車與火車更需要掌握時刻表，因為一日遊旅客不在少數，如何在有限時間允許下，遍賞森林遊樂區風光，景點上安排就需考慮周詳，更須考量自身體力是否足夠。

「可以在市區搭乘阿里山線到達此地，園區很大要漫遊的話建議在上面住一天，黃昏時的雲海十分美麗，一定要來觀賞。園區有森林步道也有園區接駁車，可以自行選擇要行走的路線。」(NO.132)

「台灣的國寶，停車位沒有很多，建議利用大眾運輸工具，或是在祝山線發車前就抵達停車場~整個園區一天肯定走不完~要走完全程眠月線的記得事先申請一葉蘭保護區入山證~若是只走到明隧道則不用申請，記得出發前先上廁所，從沼平車站到明隧道，若是途中沒有停留拍照，約莫30~40分鐘，看個人腳程~但沿途風景很美!!建議大家回程從姐妹潭接到香山服務區，有很多間小吃，可以在這裡休息一下，再到巨木群棧道，山上天氣變化大，記得加件外套再上山~」(NO.467)

#### 4.5 多元尺度分析(MDS)

為了整體性了解遊客對阿里山森林遊樂區的目的地意象及體驗價值，並以視覺化呈現其定位，本節透過多元尺度分析(MDS)來做定位圖，以歐幾里得直線距離法，從圖4.6-圖4.9可以看出阿里山森林遊樂區整體意象：

(1)65個關鍵詞結果如圖4.6所示。65個關鍵詞如下：心曠神怡 漫步 大自然 小時 小笠原 三代木 日出 火車站 建議 可惜 停車場 自然 受鎮宮 季節 芬多精 沼平 環境 體驗 美景 森林浴 值得 乾淨 賞櫻 姐妹潭 選擇 國家 時間 避暑 觀景台 觀日 觀光 壯觀 步道 涼爽 紅檜 完善 巨木 天氣 身

心靈 沿途 風景 空氣 神木 祝山 徒步 推薦 規劃 散步 舒服 住宿 交通 巴士 車站 景色 森林 雲海 美麗 櫻花季 接駁 棧道 適宜 櫻花 搭乘 小火車 樹木 不錯

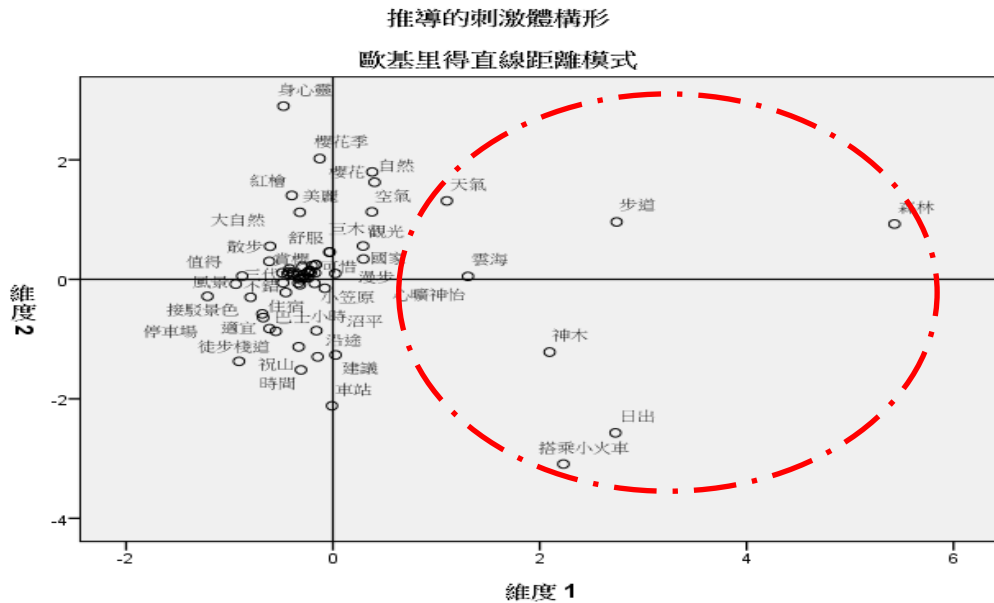


圖4.6 65個關鍵詞多元尺度分析(MDS)定位圖

#### 本研究整理

旅客來到阿里山，乘搭小火車前往欣賞日出美景、看看神木、走進森林中的步道，會有心曠神怡的體驗。

「令人心曠神怡，皮膚深呼吸，幽靜的好地方！小火車保有古老的情趣，漫步在林間步道，蟲鳴鳥叫綠意盎然，值得來紓解身心壓力，放下煩憂！」(NO.41)

上一次來下雨敗興而歸，這次挑了秋天好天氣，從阿里山小火車站搭火車到沼平站，開始走森林步道往下，一路上享受清涼的森林浴，看到很美的森林跟神木群，覺得很放鬆，雖然半天下來走了7公里腳有點痠，但覺得身心靈都充滿電！(NO.07)

(2)60個關鍵詞得到結果如圖4.7所示

刪除 森林 步道 神木 日出 搭乘小火車

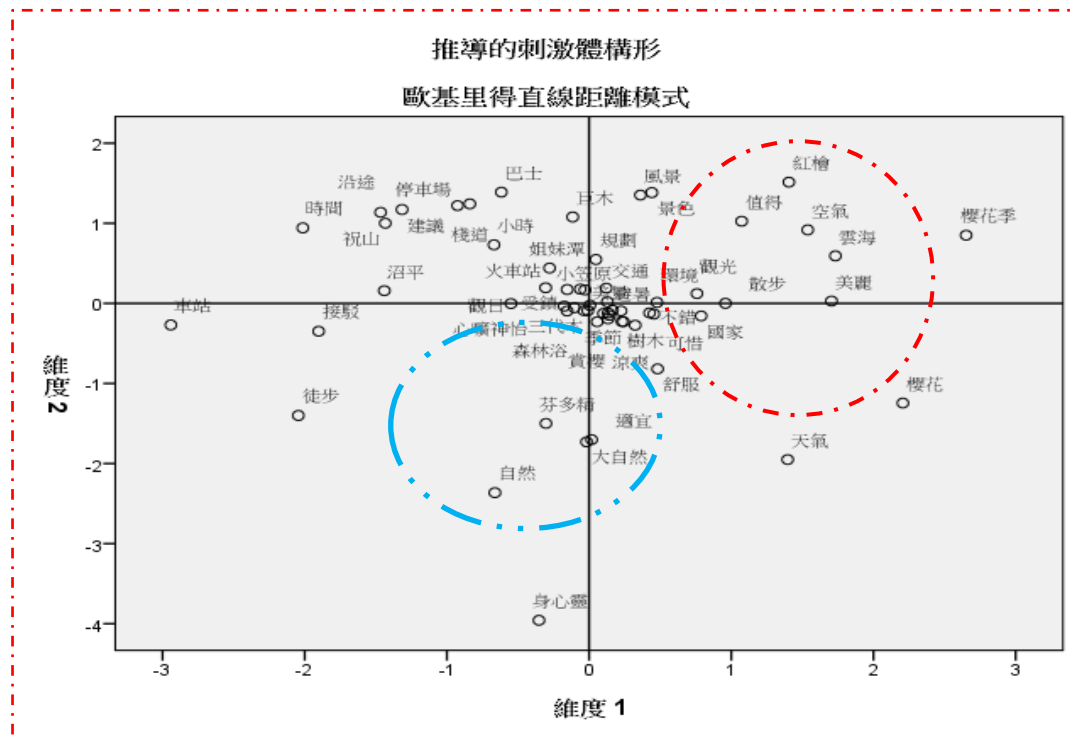


圖4.7 60個關鍵詞多元尺度分析(MDS)定位圖

#### 本研究整理

A:櫻花季上山，雖然辛苦，但漫步在櫻花樹下，大口吸著新鮮空氣、看到美麗的雲海、珍貴的紅檜，大自然回饋給我們的一切太值得了，身心靈都獲得紓解。

B:徜徉在大自然的懷抱中，盡情享受森林浴提供的芬多精，既涼爽且舒服。

「山上晴空萬里搭著火車別有一番風味，吸收著森林的芬多精邊走邊欣賞百年老樹，涼爽舒適的天氣安寧的環境使人心情愉悅。」(NO.71)

「阿里山櫻花季，漫步繽紛林道賞花，留下美景值得回憶。」  
(NO.367)





各具特色，為了避免勞累，建議可以住上一宿，這樣才能從容地逛逛周邊景點:如姐妹潭、三代木、受鎮宮……，不用行色匆匆，壞了旅遊是為了放鬆、療癒身心靈的目的。

「小笠原山海拔2488公尺，位在祝山旁，步行約15分，視野很好幾近360°。近可觀塔山、對高、萬歲山，遠可望至雲嘉南平原；是觀日出、夕陽的最佳地點，天氣好時還有雲海，周遭山景令人讚嘆。阿里山日出，除了祝山，現在也可到小笠原山。從住宿區上祝山、小笠原山，雖有火車、接駁車可搭，但首選仍是走觀日步道上山。觀日步道入口在沼平車站附近，前半段是石階步道，坡度稍陡，後半段是往祝山林道，就在祝山鐵道旁，坡度較緩，走在林中，大口吸著芬多精，加上海拔高，感覺十分涼爽。到祝山車站，由站前林道，經過高山植物園，就抵達小笠原山。」(NO.159)

「建議上阿里山,住一個晚上比較舒服,第一天下午先逛神木區,第二天早上看完日出逛姊妹潭,再慢慢回到入口飯店區吃早餐」(NO.31)

「阿里山有神木群和各種花卉讓人留連忘返，來此一遊別忘了還有慈雲寺與受鎮宮兩間廟宇，座落於山中，更添一份寧靜與祥和，推薦您用心去感受；姐妹潭的倒影也是一絕。」(NO.324)

(4) 32個關鍵詞(刪除 森林 步道 神木 日出 搭乘小火車 身心靈 自然 天氣 櫻花 櫻花季 祝山 時間 停車場 車站 徒步 紅檜 空氣 雲海 景色 沼平 棧道 建議 沿途 美景 適宜 接駁 大自然 芬多精 巴士 值得 小時 巨木 美麗)得到

結果如圖4.9所示:

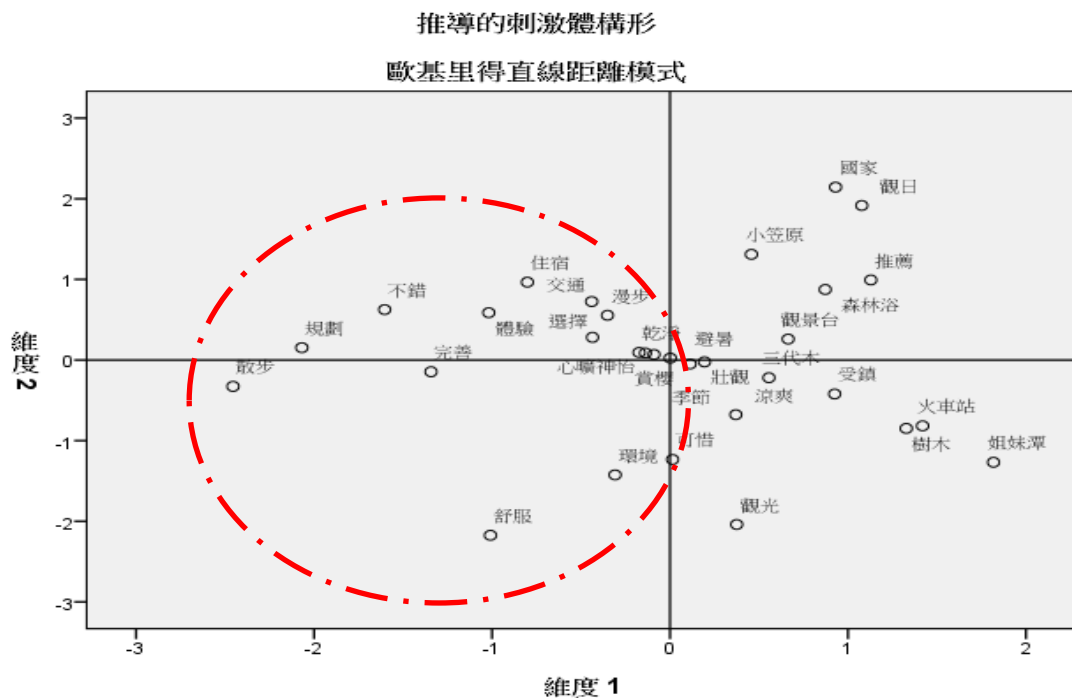


圖4.9 32個關鍵詞多元尺度分析(MDS)定位圖

本研究整理

整個園區的規劃是完善的，環境是乾淨的，連外國人都稱讚，無論是賞櫻季節或純粹上山走走避暑，都讓遊客感受到舒服、心曠神怡，來到此地都能獲得不錯的體驗，雖然上山下山會塞車。

「好久沒來了，空氣很棒，適合走走，但上下山的交通實在是令人不敢領教，塞爆。」(NO.305)

「太久沒來阿里山了～上次來是國中的時候了(☹)這次來感覺差很多，整體重新整修過，步道設計的很好，走起來不會很喘很舒服，工作人員也超nice的，大自然的空氣就是不一樣」(NO.447)

「帶我荷蘭的公婆們第一次去阿里山，我婆婆一直讚嘆那些神木，很巨大很特別很神奇，沿路規劃的步道走起來真的很舒服，走了一圈後去體驗打小火車，我們到訪是十月底，天氣好所以大概14度左右，夏天來應該超級舒服，完全避暑！很適合全家大小，但是不適合有推車的小朋

友，我們有請司機，他一開始說裡面可以推推車，但是我們想到說先晃個半小時路程不需要，結果路途有不少階梯路，而且整趟我們晃了快兩小時以上！園區很大可能要研究過了！真的很值得來」(NO.8)

阿里山森林遊樂區規劃的相當的好，路線、步道甚至廁所的設置都讓人覺得很貼心，有要進入的建議可以先行上網購票，或許可以免除停車費走進阿里山，就會發現整個步道規劃的非常完整，不看地圖也幾乎不會找不到路，可以相當放心與輕鬆的沿著步道走 園區內的介紹板如果可以多加點故事會更被吸引人觀看，比如除了樹齡之外可以加上當年的朝代或歷史人物來加以了解樹的悠久 雖然當天下午入山下著小雨，沒能有機會看雲海夕陽，而隔天沒有車票沒能上山觀賞日出，但是無論怎樣的天氣阿里山都能夠帶給你滿滿的回憶(NO.215)

步道規劃非常用心，夜間照明竟然嵌在木扶手中，夕陽西下點燈時，真是萬分典雅有氣氛。園區的植栽受到良好照料，參天的神木，針葉林，路邊開的小花，菖蒲，繡球花，和遍布的櫻花樹，木蘭樹，茶花樹，讓阿里山值得一來再來(NO.289)

## 第五章 結論與建議

本研究旨在探討阿里山國家森林遊樂區的旅遊意象及體驗價值，近年來推出「阿里山日出印象音樂會」及「阿里山花季」/「阿里山森林時尚季」，森林裡的「春，櫻與音的對話」等一系列觀光活動，每年湧進百萬人次的遊客對阿里山森林遊樂園區的旅遊意象及體驗價值究竟為何?因此，本章節將以第四章資料分析之結果，加以討論並提出研究實質建議，以供相關單位與後續研究者參考。

### 5.1 研究結論

依據旅遊資訊平台Tripadvisor +Trip.com旅客評論分析歸納阿里山國家森林遊樂區的旅遊意象及體驗價值，研究結果如下:

- (1)阿里山森林遊樂區意象與體驗:囊括櫻花與蒸氣火車相互輝映的美景、最具特色的旭日曙光、如夢似幻的高山雲海、完善步道、絢爛晚霞、幽靜森林、紓解生活壓力的芬多精，讓人讚嘆不已，這些親近大自然的體驗，值得再次造訪。
- (2)旅客行程安排，因園區範圍頗大、景點也很多，建議可以住上一宿，徜徉在大自然的懷抱中，慢活享受自然的洗禮，如此才會過癮。
- (3)停車場不足，平日停車尚不難，但假日或花季期間，要找個停車位，可就辛苦了，還好花季期間有接駁服務，但因美景實在太吸引人了，停車的不便尚在可忍受的範圍，知道花季期間或假日一定人潮湧現，遊客仍願意上山。
- (4)阿里山森林遊樂區內，對一般大眾來說，步道及各項措施規劃完

善一步道旁貼心的為遊客預備天然木頭板凳，與自然融合為一體，遊客疲累時能稍作休憩，且持續更新中，研究者也為完善的規劃讚許不已，外國人也是讚譽有加，的確是休閒的好選擇；但對行動相對不便的小眾，如需坐輪椅的老人和需使用手推車的父母來說，相對是比較辛苦的。

根據上述研究結果，阿里山國家森林遊樂區擁有舉世聞名的登山小火車、壯闊的雲海、美麗的日出、芬多精滿溢的步道、絢麗的晚霞，如何改善停車空間不足的問題，尤其在後疫情時代，人們普遍擔心搭乘大眾運輸工具較自駕風險來的高出許多，自駕者一多，停車場的需求勢必增加；無障礙步道的規畫需同步精進，讓所有遊客皆能盡情暢遊園區；如何經營？才能讓遊客在非花季期間，一樣渴望進入園區，體驗和花季不同的享受，物盡其用；鄒族文化認識的重視，這些都是政府未來需考量之處。

## 5.2 研究限制與後續建議

在研究過程中，當然力求各方面盡最大可能臻於完善，不過，仍有時間、資源等限制，必然使得本研究有不足之處，因此提出研究限制，並給予後續研究者建議與參考依據，茲列舉如下：

### 5.2.1 研究限制

針對研究過程中難以克服與不足之處，列點說明如下：

#### (1) 研究樣本上之限制

本研究樣本來源主要是旅遊平台評論取得，撰寫評論者的主要年齡

層大多落在青壯年，還是以女性為主要發文者。故容易忽略年長者與男性遊客的想法，另外遊客以主觀描述自己想法跟旅遊後觀點，以介紹美景和感受成分居多，缺乏問卷的客觀分析，對「改善基礎設施」、「提升服務品質」、「加強解說專業」、「強化環境管理」等管理面較難看到論述、也無從分析。

## (2)研究方法上之限制

研究生在撰寫論文時發現不同的研究工具必然有其不足之處，必須搭配其他研究工具來分析，如此一來，較不容易失真，例如:中文斷詞系統，研究者若對樣本了解不夠透徹，斷詞後文章重要觀點容易被忽略掉。另者，因為是中文斷詞系統緣故，所以外國語言無法判讀，會喪失外國遊客的觀點。

### 5.2.2建議

#### 1. 給予公部門的建議：

- (a) 停車位，是遊客關心的大議題，因為停車場停車位數量不足，旅遊旺季時停車位不足，常常造成一位難求及塞車狀況，因路邊臨停和違規停車會吃上罰單，且步行許久才能進入園區，建議有關單位是否能找出不破壞大自然生態又能顧及遊客停車方便及照顧居民經濟多方考量，做出多贏的搭配措施。
- (b) 短短不到2個月的花季期間入園人次占全年近三成，如何經營，才能讓遊客在非花季期間，一樣渴望進入園區，體驗和花季不同的享受，物盡其用。
- (c) 阿里山鄉是鄒族族人先民生活的場域，當然需要認識這個族群，園區內應在園區較醒目的地方建立一個完整的介紹鄒族原住民文化博物館。因為鄒族工藝文化在各村爭奇鬥勝角逐之下，愈

發百藝競陳，為阿里山的山光水色之外，增添知性內涵，引領旅客一探鄒族文化的豐饒與創意(林佳蓓，2010)，畢竟進到阿里山國家森林遊樂區比走進部落的旅客更多，更容易推廣認識鄒族文化。

- (4) 無障礙空間設施的改善:如步道、棧道，以利身心障礙者及幼兒推車的使用。

## 2.後續研究的建議：

- (a) 阿里山森林遊樂區為世界級景點，國外遊客慕名而來者眾多，可收集不同國家遊客評論，綜合國內遊客旅遊體驗分享進行評估分析，這樣的數據對阿里山國家森林遊樂區旅遊意象與體驗價值會更客觀。
- (b) 近年來大多數人對文字敘述不感興趣，影音刺激較能吸引人的目光，網紅現象即是代表之一，因此，疫情後各式各樣網紅如雨後春筍般快速竄出，Z世代閱讀習慣業已改變，未來研究生可由Vlog「影片部落格」收集資料作分析。
- (c) 可以訪談地方上較活躍且具代表性的人物，補上在地居民的想法。

## 參考文獻

### 一、 中文部分

#### 網站：

1. Tripadvisor 內部日誌文件 <https://www.tripadvisor.com.tw/>
2. E 台灣 <https://www.etaiwan.com.tw/>
3. 台灣山林悠遊網 <https://recreation.forest.gov.tw/>
4. 交通部觀光局阿里山國家風景區管理處網站 <https://www.ali-nsa.net/zh-tw>
5. 交通部觀光局網站 <https://www.taiwan.net.tw/>
6. 阿里山國家森林遊樂區臉書 <https://www.facebook.com/AlishanForest>
7. 痞客邦 <https://www.pixnet.net/>
8. 漫步在雲端網站 <https://alishan.cyc.edu.tw/>
9. 華視新聞 <https://news.cts.com.tw/>
10. 養花網(Yang Hua, LTD) <https://yanghua.ltd/>
11. 愛玩美旅遊 [https://www.94iprofun.com/hotel\\_detail.php?item=67#0 01](https://www.94iprofun.com/hotel_detail.php?item=67#0 01)
12. 環境資訊中心網站 Environmental Information Center <https://e-info.org.tw/>

#### 書目：

1. 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，圖書情報工作期刊，51卷4期，66-70頁。
2. 安柏霖(2019)，狩獵文化在鄒族部落旅遊之應用研究，國立中正大學台灣文學與創意應用研究所碩士論文。
3. 行政院農委會林務局(2003)，森情款款-森林知性之旅-下冊 台北。pp.14~16。
4. 交通部觀光局(109) Taiwan Tourism 2030 台灣觀光政策白皮書。



5. 李蕙芳 (2014), 汽車旅館意象之探究, 南華大學旅遊管理研究所碩士論文。
6. 李曉青, 陳玉苓, 陳鈺瑄(2014), 體驗行銷、體驗價值、幸福感與關係強度等關係之研究—以 SPA 體驗為例, 亞太經濟管理評論; 17卷 2 期. P47-72。
7. 李明儒、陳雅捷(2010)。島嶼遊客體驗價值、滿意度以及重遊意願之研究—以澎湖吉貝嶼、七美嶼為例。休閒產業管理學刊, 3(1), 1-18
8. 吳姿瑩(2004), 透過網路資訊對客家文化旅遊之目的地意象的探討：以自然語言處理及內容分析法為應用, 國立東華大學國際企業學系碩士論文。
9. 林佳蓓(2010), 大陸遊客對阿里山旅遊意象、滿意度與行為意圖之關係研究, 南華大學管理學院旅遊管理學系旅遊管理研究所論文。
10. 洪致文(1992), 台灣鐵道傳奇, 台北:時報出版, p252。
11. 阿里山國家森林遊樂區步道芬多精成份之分析結案研究報告: 蔡仝廷: 杜明宏 行政院農業委員會林務局嘉義林區管理處一百年度委託研究計畫, 計畫編號: 100CRS08 計畫 期程: 100 年 6 月 1 日至 101 年 5 月 31 日財團法人台灣網路資訊中心 (Taiwan Network Information Center, TWNIC) 公布「2020 台灣網路報告」109 年 10 月。
12. 神山惠三(1983), 植物不可思議, 講談社發行。pp.158~167
13. 袁蕙樺(2003)。體驗行銷、體驗價值與顧客滿意關係之研究, 國立台北科技大學商業自動化與管理研究所碩士論文, 台北。
14. 張上鎮、王升陽(1998), 來自台灣森林裡的芳香維他命。台灣林業, 24(3), 33-37。

15. 張文騰(2016) , 旅遊體驗平台之創新商業模式-以 Klook 為例 , 國立臺灣師範大學全球經營與策略研究所論文。
16. 張玉琳、黃旭男、黃美蓉(2014) , 觀光夜市的服務接觸、體驗價值與品牌體驗之關係探討 , 觀光休閒學報 , 20 卷 1 期 , 81-107 頁。
17. 張淑青(2009) , 目的地意象、滿意度與行為意圖的關係—目的地意象的區隔效果 , 臺灣管理學刊 , 第 9 卷 , 第 1 期 , 頁 1-22 。
18. 張嘉範(2021) , 以網路評論探討目的地旅遊意象及體驗價值—以太魯閣國家公園為例 , 南華大學管理學院旅遊管理學系旅遊管理研究所論文。
19. 陳怡廷, 陳麗如, 吳姿瑩 (2016)。從部落格探索客家旅遊目的地意象之研究—自然語言處理的方法與應用。 戶外遊憩研究 , 29-2 : 81-111 。
20. 陳良駒、張正宏、陳日鑫(2010)。以特徵詞詞共現特性探討知識管理研究議題相關性—使用共詞與關聯法則分析。 資訊管理學報 , 17(4) , 31- 60 。
21. 陳衍馥(2013) 。 溫泉地區旅遊意象、服務品質與顧客滿意度關係研究-以苗栗縣泰安溫泉地區為例 , 逢甲大學公共政策研究所。
22. 曾相榮、涂富閔、林家瑞(2013) , 探討九份地區觀光意象、滿意度與重遊意願之研究—以日籍遊客與本國遊客為例 , 觀光與休閒管理期刊 ; 1 卷 1 期 , P183 – 208 。
23. 馮路、冷伏海 , 2006 , 『共詞分析方法理論進展』 , 中國圖書館學報 , 第二期 : 88~92 頁。"
24. 詹惠婷 (2014) , 客家文化觀光園區之體驗行銷對文化價值影響之研究 。淡江大學企業管理研究所未出版之碩士論文。

25. 劉柏瑩, & 黃章展. (2001), 日月潭國家風景區觀光意象之評估. 年休閒遊憩觀光研討成果研討會, 台中: 中華民國戶外遊憩學會, 靜宜大學觀光事業學系。
26. 蔡立芳(2021), 以網路評論探討目的地旅遊意象及體驗價值—以南美玻利維亞烏尤尼鹽湖為例, 南華大學管理學院旅遊管理學系旅遊管理研究所論文。
27. 鮑慧文、陳鄭羽(2017)。階段性平台策略之探究-以線上旅遊平台為例。觀光與休閒管理期刊, 5, 71-84。
28. 黃建哲(2021), 文化資產保存與在地居民關係之研究—以阿里山林業鐵路為例, 南華大學管理學院旅遊管理學系旅遊管理研究所論文。
29. 蘇昭旭 (2019), 阿里山森林鐵路與台灣林業鐵路傳奇, 台北: 人人出版, p6~p10。

## 二、英文部分

1. Abrahams, S., & Marsh, P. J. A. C. S. B. S. S. (1986), Defect structure dependence on composition in lithium niobate. 42(1), 61-68.
2. Baloglu, S. & McCleary, K.W. (1999), "A model of destination image formation", Annals of Tourism Research, Vol. 26, No. 4, pp. 868-897.
3. Baloglu, S. & Mangalolu, M. (2001). Tourism destination images of Turkey, Egypt, Greece and Italy as perceived by US-based tour operators and travel agents. Tourism Management, 22, 1-9.
4. Besselaar, P. V. D., and Heimeriks, G. "Mapping research topics using word- reference co-occurrences: A method and an exploratory case study," Scientometrics (68:3), 2006, pp. 377-393.
5. Carù, A., & Cova, B. J. M. t. (2003), Revisiting consumption experience: A more humble but complete view of the concept. 3(2), 267-286.
6. Chen, C.F. & Tsai, D.G. (2007), "How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions?", Tourism Management, Vol. 28, No. 4, pp. 1115-1122.
7. Crompton, J.L. (1979), "Motivations for Pleasure Vacations", Annals of Tourism Research, Vol. 6, No. 4, pp. 408-424.
8. "Ding, Y., Chowdhury, G. G., & Foo, S. (2001). Bibliometric cartography of information retrieval research by 4using co-word analysis. Information Processing and Management, 37(6), 817- 8.
9. Echtner, C. M., & Ritchie, J. B. J. J. o. t. s. (1991), The meaning and measurement of destination image. JR Brent Journal of tourism

- studies, 2(2), 2-12.
10. Echtner, C.M. & Ritchie, J.R.B. (1993), "The measurement of Destination Image: An Empirical Assessment", Journal of Travel Research, Vol. 31, No.3, pp. 1-13
  11. 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, Vol. 30, No. 2, pp. 10-16.
  12. Google <https://www.google.com.tw/>
  13. Gunn, C. A. (1988), Vacationscape: Designing tourist regions: Van Nostrand Reinhold.
  14. Govers and Go (2005), Journal of Tourism Research, vol. 44, 2: pp. 143-150. , first published on November 1.
  15. Holbrook, M. B. (1994), The Nature of Customer Value Value: An Axiology of Services in the Consumption Experience In Rust, R. and Oliver Oliver, R. L. L., (Eds.), Service Quality Quality: New Directions in Theory and Practices, Newbury Park Park, SageSage, CA. pp.21 21-71."
  16. Hunt, J. D. (1975), Image as a factor in tourism development, Journal of Travel Research, 13(3), pp.1-7.
  17. Hui, S. C., & Fong. (2004), Document retrieval from a citation database using conceptual clustering and co-word analysis. Alvis Cheuk M Online Information Review.
  18. Jagdish N. Sheth, Barbara L. Gross, Bruce I. Newman (1991)" Why We Buy What We Buy: A Theory of Consumption Values, Journal of Business Research 22(2):159- 170.
  19. Kim, J. (2014), "The antecedents of memorable tourism experience:

- The development of a scale to measure destination attributes associated with memorable experiences”, Tourism Management, Vol. 44, pp. 34-45.
20. Karayanni, D. A., & Baltas, G. A. (2003). Web site characteristics and business performance: some evidence from international business-to-business organizations. Marketing Intelligence & Planning, 21(2), 105-114.
  21. Moutinho, L. J. E. j. o. m. (1987), Consumer behaviour in tourism.
  22. Navío-Marco, J., Ruiz-Gómez, L. M., & Sevilla-Sevilla, C. (2018). Progress in information technology and tourism management: 30 years on and 20 years after the internet-Revisiting Buhalis & Law’s landmark study about e Tourism. Tourism Management, 69, 460-470.
  23. Kimberly A. Neuendorf (2002) The Content Analysis Guidebook
  24. Schmitt, B. H. (1999, Spring). Experiential marketing: A new framework for design and communications. Design Management Journal, 10(2), 10-16.
  25. Schmitt, B. (2003), Customer Experience Management: A Revolutionary Approach to Connecting with Your Customer, New York: John Wiley and Sons.
  26. Selby, M., & Morgan, N. J. J. T. m. (1996), Reconstructing place image: A case study of its role in destination market research. 17(4), 287-294.
  27. Theodore Levitt (1960) ,”Marketing Myopia”, published in the Harvard Business Review, 38 (July-August 1960), pp. 24-47
  28. Trip com <https://tc.trip.com/pages/about-us/>

29. Yahoo <https://tw.yahoo.com/main.php>

