

流行歌曲影響陸客來台旅遊之因素探討-以歌曲台灣心跳聲為例

王秀媛, 莊歆婕

餐旅管理學系

觀光學院

hywang@chu.edu.tw

摘要

本研究在於了解大陸旅客藉由流行歌曲的影響，而來台灣旅遊的影響因子，在歌詞上，有許多的分類，大家最了解的就是探討和愛情有關的價值觀，另外也有一部分是因為活動而做出的歌曲類型，除此之外，也有一部分是在探討台灣的特色，無論是食衣住行育樂等各方面，目的就是要表達對台灣的愛，並且搭配了音樂錄影帶，讓觀眾透過聽覺和視覺的雙重影響，以增加對台灣的印象，也藉此替台灣在國際上行銷，讓更多的人認識台灣、了解台灣，並且會進一步的想到台灣來旅遊。

而藉由媒體傳播、口碑影響、好奇心及感官的體驗，將會促使旅客對於目的地印象的影響，之後進而影響到旅遊意願，本研究主旨在於探討流行歌曲對於旅客在選擇旅行地點上的影響因子，是否有其影響力，在一些相關研究中也顯示出目的地意象對於旅遊意願的決定上是有高度的關係，為了證明旅客是透過某些因子的影響而對地點的選擇有了初步的印象，進而影響到最後的決策，本研究也將針對幾個會影響旅遊意願的因子做進一步的探討。

研究對象將設定為在大陸設有戶籍之人士，以便利抽樣方式，預計於2012年4月間，在各台北一些著名的觀光旅遊景點以及機場等地點進行問卷發放。問卷資料統計後採用Amos 16.0進行分析，本研究經分析結果顯示出，潛在的消費者將會因為構面因素，影響了對於目的地的意向，進而影響到未來對於旅遊意願的決策。本研究也驗證出「口碑影響」、「好奇新」以及「感官體驗」等構面將會對於消費者的「目的地意象」有正向的影響關係，而同時也證實出「目的地意象」對於「旅遊意願」是具有其影響力的。

關鍵字：流行歌曲、音樂旅遊、目的地意象、旅遊意願