

香港旅游研究回顾与展望

——基于 *Tourism Management* 等英语学术期刊的述评

郭安禧¹, 黄福才¹, 黎微²

(1. 厦门大学管理学院, 福建 厦门 361005; 2. 法国尚贝里高等商学院, 萨瓦 尚贝里 73000)

[摘要] 香港作为世界著名的旅游目的地和旅游客源地, 虽然已经回归中国大陆, 但大陆旅游学者对它的关注却严重不足。文章以发表在 *Tourism Management* 等英语学术期刊上的 60 篇香港旅游研究文献为基础, 按境外民众赴港旅游等 6 个主题进行梳理和回顾, 并提出了未来研究的方向。希望能为大陆的旅游研究和实践提供借鉴和参考。

[关键词] 香港; 赴港旅游; 出境旅游; 旅游目的地; 文化遗产
[中图分类号] F59

[文献标识码] A

[文章编号] 1002-5006(2012)11-0089-08

Doi: 10.3969/j.issn.1002-5006.2012.11.010

1 引言

香港是世界著名的旅游目的地和客源地。其旅游业在 1950 年代开始兴起, 之后凭借地理区位、自由商港、“购物天堂”、独特文化等优势得到迅速发展, 成为世界上最受欢迎的旅游目的地之一。2009 年, 香港接待入境旅游人次 2959.1 万, 是其人口总量的 4.2 倍, 旅游业带来的增加值为 509 亿港元, 占当地生产总值的 3.3%, 是其经济收入的第二大来源。同时, 香港经济发达, 居民可支配收入高, 具备出境旅游的雄厚经济基础。2009 年, 其出境旅游人次达 8195.8 万, 规模仅次于日本、中国台湾和澳大利

[基金项目] 本研究受中央高校基本科研业务费专项资金项目(2011221046)、国家旅游局科研立项重点课题(12TACK006)资助。[This study was supported by grants from the Fundamental Research Funds for the Central Universities (to LIN De-rong) (No. 2011221046), the Key Scientific Research Project approved by the National Tourism Administration (to ZHANG Jin-fu) (No. 12TACK006).]

[收稿日期] 2012-01-05; [修订日期] 2012-09-20

[作者简介] 郭安禧(1977-), 男, 江西吉安人, 博士研究生, 研究方向为旅游市场营销, E-mail: guoanxi319@163.com; 黄福才(1947-), 男, 福建泉州人, 教授, 博士生导师, 研究方向为旅游基础理论与旅游市场; 黎微(1988-), 女, 江西赣州人, 硕士研究生。

利亚, 是亚太地区第四大旅游客源输出地^[1]。

香港旅游业的快速发展及其取得的巨大成就, 引起包括中国香港、英国、美国、澳大利亚等地旅游学者的广泛关注。他们在《旅游管理》(*Tourism Management*)、《旅游研究纪事》(*Annals of Tourism Research*)、《旅行研究杂志》(*Journal of Travel Research*)、《国际接待业管理杂志》(*International Journal of Hospitality Management*) 等英语学术期刊上发表了一大批与香港有关的学术论文, 取得了丰硕的研究成果。相比之下, 香港虽然已经回归中国大陆, 但大陆学者对其旅游发展的关注却严重不足, 在国际学术期刊上罕有相关研究成果发表, 在国内核心学术期刊上发表的论文也仅有 10 余篇(检索时间: 2011-10-14)。因此, 无论就数量还是质量而言, 大陆学者对香港旅游的研究都显得相对滞后。

本文以发表在英语学术期刊上的与香港旅游直接相关的论文为分析对象, 根据研究内容将所得文献加以归类, 最终确定境外民众赴港旅游、香港民众出境旅游、旅游目的地的竞争与合作、旅游产业部门、导游的服务质量、文化遗产与旅游 6 大主题进行综述。一是希望通过对相关文献进行梳理和总结, 明确学界在该领域的研究进展, 发现未来研究的重点和方向; 二是希望梳整出来的理论研究成果, 能够为大陆的旅游研究和实践提供借鉴和参考。

2 文献概况

笔者先通过对 SDOL 和 SAGE 两个外文期刊数据库在篇名、摘要和关键词中输入 Hong Kong、tourism、travel、visit、tourist、visitor 等进行联合检索获取文献。对于在文献阅读中发现有用但未获得的文献, 再通过 google 学术进行搜索。最终得到与香港旅游研究直接相关的、源于 13 种英语学术期刊的文献 60 篇。从发表的时间分布看, 有 15 篇发表于 1988~1999 年, 其余 45 篇全部发表在 2000 年及以后, 其中, 最早的一篇出现在 1988 年, 最近一篇发表

于 2012 年;从发表的期刊结构看,除 1 篇发表在香港本地的学术期刊(*Journal of Hospitality & Tourism Research*)外,其余 59 篇均发表于英、美、韩、澳等国的学术期刊,32 篇发表于 *Tourism Management*、5 篇发表于 *Annals of Tourism Research*、4 篇发表于 *Journal of Travel Research*、10 篇发表于 *International Journal of Hospitality Management* 等权威的旅游和接待业学术期刊,占全部分析文献的 85%;从研究的主题结构看,有 26 篇关注境外民众赴港旅游、8 篇聚焦香港民众出境旅游、9 篇考察旅游目的地的竞争与合作、9 篇研究旅游产业部门、4 篇关注导游的服务质量、4 篇分析文化遗产与旅游的关系。

3 文献分析

3.1 境外民众赴港旅游

3.1.1 境外民众赴港旅游需求与预测

旅游需求与预测研究有助于对香港旅游业的未来发展进行科学规划,主要包括赴港旅游需求的影响因素分析和预测模型的构建等。

为明确影响大陆民众赴港旅游需求的外生变量,屈和林(Qu & Lam)通过文献回顾选取了 7 个可能的影响因子(其中包括 4 个虚拟变量),依据 1984~1995 年各因子的时间序列数据开发了一个旅游需求模型。多元回归分析的结果显示,大陆民众的人均可支配收入和赴港签证要求的放松是影响大陆民众赴港旅游需求的主要因子^[2]。罗和欧(Law & Au)以服务价格、客房均价、汇率、人口、营销费用、国内支出总额等 6 个节点为输入层,构建了日本民众赴港旅游需求的神经网络模型,并就预测性能与多元回归模型、指数平滑模型、移动平均模型等进行比较,结果发现神经网络模型的预测性能相对更好^[3]。为了拓宽神经网络在旅游需求预测中的适用性,罗继而将 BP 学习过程引入非线性旅游需求数据,同样以服务价格等 6 个节点作为输入层,构建了台湾民众赴港旅游需求的神经网络模型。实证结果表明,BP 神经网络模型的预测结果较回归模型、时间序列模型、前馈神经网络模型具有更高的预测精度^[4]。高和罗(Goh & Law)在运用带干预的季节 ARIMA 模型和乘积季节 ARIMA 模型对香港的 10 个主要客源地的赴港旅游需求进行预测中发现,赴港旅游签证放松、亚洲金融危机、香港回归大陆、禽流感等干预对境外民众赴港旅游需求有显著影响^[5]。宋等(Song, et al.)基于一般到特殊的建模方法构建了境外民众赴港旅游需求模型,并预测了 16 个主要客源国或地区 2001~2008 年的赴港旅游

需求量。实证分析的结果显示,赴港旅游的成本、客源国或地区的收入水平、赴替代目的地的旅游成本、旅游目的地的口碑效应等是影响境外民众赴港旅游需求最重要的因子^[6]。2010 年,宋等运用纠偏自助法计算了澳大利亚等 9 个客源市场赴港旅游需求收入弹性、价格弹性、交叉弹性的置信区间,结果发现,赴港旅游需求、客源地的收入水平、旅游产品的价格之间有长期稳定的关系,且客源地的收入水平是影响其赴港旅游需求最主要的决定因素^[7]。这与宋等在 2003 年的研究结论完全一致。

3.1.2 境外民众赴港旅游动机

旅游动机作为人们外出旅游的内在驱动力,其强弱跟个体需要的程度有关。需要的程度越高,促使个体出游的驱动力也越大。反之,个体出游的可能性就越小。了解游客的旅游动机,有助于旅游目的地针对不同的目标市场实施差异化的营销策略,相应地完善旅游基础设施和强化对客服务质量,进而提高游客的满意度和忠诚度。因此,境外民众赴港旅游动机受到了学者们比较多的关注。

大陆是香港入境旅游的重要客源地,学者们因而对大陆民众赴港旅游动机表现出较多的研究兴趣。张和林(Zhang & Lam)基于推拉因素模型分析了大陆赴港游客的旅游动机。分析结果显示,增长见识、提高声望、增进人际关系、放松心情、寻求新奇是主要推动因素;而拉动因素则包括香港的高科技形象、消费活动、易进入性、服务质量、观光资源、文化联系等 6 个方面,大陆民众赴港旅游是上述推拉两种因素共同作用的结果^[8]。但由于作者的调查对象局限于赴港广东游客,因而将所得结论推及大陆赴港游客总体可能存在一定偏颇。黄和徐(Huang & Hsu)也总结了大陆民众赴港旅游动机,指出购物是其中一个很突出的推动因素^[9]。叶等(Ye, et al.)采用滚雪球抽样方法获取样本,研究了大陆产妇赴港医疗旅游动机。结果表明,这些医疗游客的旅游动机主要包括逃避计生政策的处罚、为新生儿谋取香港的永久居留权和其他相关好处等两个方面^[10]。

日本也是香港入境旅游的主要客源地之一,其民众赴港旅游动机与中国大陆民众有不少相似之处。向等(Heung, et al.)以日本休闲游客为例考察了日本民众赴港 25 类旅游动机的重要程度。结果显示,享受度假时光、品味各类美食、游于安全之地、探索文化差异、寻求愉悦心情和观赏景点之美等 6 类动机的重要程度居于前列。作者运用因子分析方

法从25类动机中萃取了5个主要因子,即探寻新奇与快乐、实现出游的梦想、游览国际化都市、领略目的地优势和感受吸引物与气候。其中,前2个因子属于推动因素,后3个因子属于拉动因素^[11]。

伴随20世纪90年代香港邮轮业的快速发展,邮轮游客的旅游动机也受到了学者们的关注。屈和王(Qu & Wong)通过市场调查发现,参加邮轮旅游的8个动机因子中,“逃避日常生活”、“参加社交聚会”、“欣赏自然美景”的支持率位居前3位,而“为了商业目的”、“体现社会地位”、“达到自我实现”等动机因子相对次要,支持率均不及10%^[12]。

多数学者对境外民众赴港旅游动机的研究集中在“是什么?有哪些?”层面上,较少关注旅游动机如何影响旅游目的地选择的行为意向。以往研究显示,旅游动机与出游态度、出游态度与行为意向之间存在显著的正向关系。林和徐(Lam & Hsu)以潜在的台湾赴港游客为例,对出游态度在旅游动机与行为意向之间是否存在中介效应进行了检验。结果发现,旅游动机对出游态度存在显著的正向影响,而出游态度对行为意向的影响并不显著,个中原因可能是香港作为台湾与大陆之间的交通中转站,台湾民众赴港旅游是出于便利而不是基于态度的有意选择^[13]。

3.1.3 境外民众赴港旅游期望与感知

通过旅游期望与实际感知的比较,可以了解游客对产品和服务的满意程度。而满意度信息对于旅游目的地把握游客的消费偏好、知悉自身的优势与不足、制定合适的营销策略等具有重要意义。

屈和李(Qu & Li)通过市场调查考察了大陆赴港游客的感知和满意度水平,发现他们除对购物、住宿、就餐的价格不满足外,对香港的环境、旅游设施、居民态度、宾馆服务等方面都很满意^[14]。蔡等(Choi, et al.)的研究显示,多数游客视香港为“购物天堂”,视拥挤、繁忙和压抑的城市环境为其不足,但总体而言,他们对香港形象的感知是积极的^[15]。屈和王基于服务绩效模型考察了赴港邮轮游客的满意度水平,发现他们对餐饮设施状况、员工的工作表现等有高的满意度,而对娱乐活动的趣味性、购物和托儿设施等满意度不高^[12]。王和罗(Wong & Law)从服务质量、商品质量、商品种类和商品价格4个维度,比较了中国大陆、中国台湾、新加坡、美国、加拿大、澳大利亚、马来西亚等7组赴港购物游客旅游期望与实际感知的差异。结果显示,西方游客与亚洲游客的期望与感知大不相同,对多数购物属性的满意度前者普遍高于后者^[16]。朱和

蔡(Chu & Choi)运用IPA方法,对比分析了商务游客与休闲游客对宾馆选择因子的感知。研究发现,在服务质量、商务设施、客房与前台、饮食与娱乐、价值、安全性等6类选择因子中,前者相对重视客房与前台,后者更看重宾馆的安全性^[17]。另外,蔡和朱(Choi & Chu)以香港的宾馆业为例考察了顾客(游客)满意和重复购买的决定性因素。作者通过回归分析后指出,在游客感知的7个宾馆选择因子中,服务质量、客房质量以及价值是影响游客满意度水平以及重复购买意愿的主要因素^[18]。向(Heung)应用期望不一致理论研究了大陆赴港游客对香港宾馆34个服务属性的满意度水平,结果显示,他们对护理设施、客房静音、叫醒服务等比较满意,而对娱乐设施、客房价格、行包服务等很不满意。探索性因子分析表明,服务质量与价值、附加产品的质量是影响大陆游客总体满意度的两个最重要维度^[19]。朱(Chu)通过焦点小组访谈法研究了境外赴港游客对香港航空和旅游网站的期望,指出其内容应具有告知性、交互性和吸引力^[20]。王和罗运用探索性分析考察了赴港游客对宾馆网站9个不同属性的感知与游客在线预订客房的意向之间的关系。结果显示,网站的信息质量、预订和搜索网站所需时间以及善解人意的内容是吸引游客感知的3个主要维度。其中,网站的信息质量是激发游客在线预订意向的最重要维度^[21]。罗等(Law, et al.)对大陆赴港自由行游客和包价旅游游客感知的餐馆选择因子的重要性进行了比较。结果表明,二者对服务、价格、环境、吸引力等4个因子的重要性的认同基本一致,但在饮食质量和包装两个属性上前者感知的重要性显著高于后者。作者认为,这些差异可能跟前者的家庭收入普遍高于后者有关,因为游客的家庭收入越高其对饮食产品的期望也越大^[22]。

吉尔伯特和王(Gilbert & Wong)比较了不同类型游客对香港航空服务质量的期望,指出不同种族/民族的游客之间、不同出游目的(如商务、度假、探亲访友)的游客之间存在显著差异^[23]。叶等分析了大陆医疗游客在香港的经历,指出多数游客对其经历感到满意,但也有一些游客觉得受了歧视:与当地相比缺少优质服务和信息分享。为此,作者呼吁医院方要更多地关注这些歧视并采取措施加以预防^[10]。向和郑(Heung & Cheng)比较了赴港游客对香港15个购物属性的感知与期望,发现他们对商店的照明与物理环境、橱窗展示、营业时间等最满意,而对商品的可靠性最不满意^[24]。蔡等(Choi,

et al.) 考察了来自北京、广州、上海、深圳 4 地的赴港自由行游客的购物行为,发现他们对产品属性、店内环境、商店政策的重要性的感知存在显著差异。比较而言,上海游客较其他 3 地游客更关心店内环境和产品的返回/调换政策^[25]。宋等比较分析了赴港游客对香港 6 个旅游相关部门的服务的感知与期望。分析结果显示,交通部门的感知绩效超出游客的期望最大,零售商店和宾馆的感知绩效超出游客的期望最小^[26]。劳埃德等(Lloyd, et al.) 以大陆赴港购物游客为例,实证分析了产品质量、服务质量、购物环境、商品价格、感知风险、生活方式等对顾客感知价值的影响,比较了当地人与大陆游客两个购物者群体的顾客感知价值驱动因子的差异。通过对标准化的路径系数的排序发现:对前者而言,顾客感知价值的主要驱动因子是服务质量和产品质量;而对于后者,顾客感知价值的主要驱动因子则为感知风险、商品价格和产品质量^[27]。

3.2 香港民众出境旅游

香港居民生活水平较高,出境旅游需求旺盛。一些国家和地区把香港作为重要的旅游客源地,又推动了其民众出境旅游的更快发展。如今,香港已成为一个国际性旅游客源地。随着其民众出境旅游的不断发展,与此相关的研究文献也不断出现。

周(Chow)认为,1949~1979年香港民众赴大陆旅游主要是为了探亲访友和观光访古。而自1979年大陆实行改革开放政策之后,越来越多的香港民众定期地访问大陆则是出于商务、娱乐以及其他私人目的^[28]。阿姆斯特朗和默克(Armstrong & Mok)以澳大利亚为例研究了香港民众选择旅游目的地的动机因子。结果显示,“人身安全”在调查对象感知的 8 个主要动机中居于首位^[29]。张等(Zhang, et al.) 的研究也发现,香港民众选择出游目的地时,“安全”是他们最关注的方面^[30]。王(Wang)考察了香港民众赴深圳消费和购物的动机,认为其中既包括经济因素的推动,也存在休闲放松的驱使^[31]。卢和李(Lo & Lee)采用小组讨论和深度访谈结合的方法,探讨了香港民众参加自愿者旅游的动机因子和感知价值。文章指出,学习当地文化、关爱贫困社区、分享旅游经历、参加宗教活动、逃避日常生活等是最重要的驱动因素。感知价值则主要包括改变对人生的看法、增进人与人之间的关系、促进个人的成长与发展、收获难忘的生活经历、影响今后工作、学习和生活的方向等 6 个方面^[32]。

除出游动机和感知价值外,出境旅游的变化趋

势近年也有学者关注。罗等(Law, et al.) 基于 2005~2009 年度的调查数据,应用“对比有针对性的规则挖掘算法”(contrast targeted rule mining algorithm) 从出游意愿、旅游目的地、旅游动机 3 个维度考察了香港民众出境旅游的变化与趋势。作者指出有两点值得特别注意:一是 5 年来香港民众出境旅游的可能性在逐步增加;二是作为出境旅游目的地,大陆虽然仍受欢迎,但受欢迎的程度在下降^[33]。

此外,一些文献还涉及香港民众的游前行为。王和刘(Wong & Liu)研究了香港出境休闲游客游前使用旅游指南的情况,发现他们使用旅游指南主要是出于指导旅行、改进行程、关照同伴、个人兴趣、安全等需要。游客对旅游指南的不同需要与其年龄、受教育程度、收入水平、旅行模式、团队规模、行程长度等显著相关^[34]。罗和王(Law & Wong)考察了香港出境游客游前访问旅游网站的行为,并在线消费者的角度分析了他们对成功旅游网站的感知^[35]。

3.3 旅游目的地的竞争与合作

在全球化背景下,作为国际性旅游目的地,香港的竞争对手不仅包括近邻澳门、台北、新加坡等城市,还包括更远的东京、伦敦、悉尼等地。随着对手实力的增长和市场竞争的加剧,香港与其他旅游目的地的竞争与合作成为旅游学者关注的重点内容之一。

香港是一座集度假、会议、购物等于一体的多功能旅游城市,在这些领域与不少城市存在竞争关系。邱和陈(Yau & Chan)运用因子分析法总结了度假旅游目的地选择的标准,并依据这些标准通过知觉图评价了香港、曼谷、吉隆坡、马尼拉、新加坡、台北、东京等 7 个度假旅游城市的竞争优势与劣势。文章指出,香港在购物、食宿服务等方面较其他城市优越,但夜生活、娱乐和吸引物 3 方面面临曼谷的挑战^[36]。屈等(Qu, et al.) 依据 20 个评价标准比较了调查对象对香港和新加坡两个国际会议目的地的满意度水平,结果发现,香港除在“娱乐和吸引物”上显著偏高外,客房价格、城市形象、安全与卫生、拥有大型会议中心等方面都不及后者^[37]。杨等(Yeung, et al.) 的分析认为,同为购物旅游目的地,香港在商品的价格、种类、可得性等方面较新加坡有优势,而售货员的语言能力、服务态度、工作效率等方面则略逊一筹^[38]。

作为城市旅游目的地,香港的竞争对手主要包括东京、曼谷、吉隆坡、新加坡等城市。屈和张(Qu & Zhang)根据香港理工大学所做的市场调查资料总结认为,香港与这些城市相比具有公认的吸引力:

购物和美食天堂、东方神秘与西方文明完美融合^[39]。恩莱特和纽顿(Enright & Newton)以新加坡、曼谷、东京、上海等城市为比较对象,从旅游吸引力和商业相关因子两个维度分析了香港的相对竞争力。分析结果显示,从旅游吸引物维度看,香港的主要优势在于美食、安全、夜生活和气候等,最大劣势则在博物馆和展览馆、音乐和演出以及显著的历史;从商业相关因子维度看,其主要优势包括中国大陆市场的潜力、国际通道、银行和金融系统等,最大劣势则在物业相关的成本、人事费用等方面^[40]。2005年,恩莱特和纽顿再次从旅游吸引力和商业相关因子的视角,比较分析了香港、新加坡、曼谷3个旅游城市竞争力的决定性因素。文章指出,就旅游吸引物而言,香港与新加坡之间的竞争相对明显;而从商业相关因子看,3个城市几乎在所有比较属性上都存在竞争关系^[41]。塔斯奇和德尼奇(Tasci & Denizci)认为,香港的宾馆与国际认可的零售品牌实行品牌联合战略可以增强香港的可持续竞争优势,尤其是像香港这样的购物旅游目的地^[42]。

竞争的旅游目的地之间也可以存在合作关系。霍布森和高(Hobson & Ko)分析了香港回归之后其旅游业面临的威胁与机会,并讨论了香港、澳门、深圳、珠海4地联合对外营销的可能性^[43]。刘和麦克切尔(Lew & McKercher)认为,作为枢纽型旅游目的地,香港单凭自身的力量很难取得对长途市场的营销效果,最好和它的竞争对手一道协力促销旅游线路。建议香港与曼谷、新加坡携手,增强对北美和欧洲等长途市场的营销合力^[44]。

3.4 旅游产业部门

本主题的研究主要基于作者或香港民众的视角,涉及的对象包括宾馆和旅行社两个部门。霍布森(Hobson)介绍了香港宾馆业的发展现状,并分析了影响香港宾馆业今后发展的4个因素^[45]。向在香港即将回归大陆的背景下,简要地分析了香港宾馆业面临的机遇和挑战^[46]。林等(Lam, et al.)考察了宾馆员工的工作满意度,发现不同人口学特征的员工对同事、薪酬、晋升、管理、工作本身等工作描述指标的满意度存在显著差异^[47]。杨和刘(Yeung & Lau)基于作用和反作用观点研究了高档宾馆的竞争举措及其绩效,在文献回顾的基础上提出了2个假设并得到了完全支持。文章指出,宾馆的竞争举措需要多样化,但不要与竞争对手差异太大,这样有助于在市场竞争中获得更高的财务绩效^[48]。左和罗(Tso & Law)选取45家三星级至五星级的宾

馆,比较分析了它们在7个分销渠道上客房标价的差异,结果发现,不同分销渠道提供的平均客房价格存在显著差异:直接分销渠道提供的平均客房价格贵于间接分销渠道^[49]。陈和林(Chan & Lam)估计了1988~1997年宾馆部门因电力消费排放的SO₂、NO₂、CO₂和粉尘的数量,并对1998~2003年上述污染物的排放量进行了预测^[50]。

关注旅行社的文献有3篇。林和张(Lam & Zhang)从旅游期望和实际感知角度讨论了香港旅行社的服务质量。文章指出,在可靠性和反应能力两个维度上,游客对旅行社的实际感知远低于他们先前的期望,表现出较大的不满意^[51]。为了明确影响香港旅行社实施电子商务的主要障碍,向利用因子分析技术从调查对象感知的15个障碍中萃取了5个潜在因子,并用“总体实施意向”对这些潜在因子进行了回归分析,结果发现“管理支持”和“合作方参与”两个因子的影响最显著^[52]。麦克切尔等采用探索性研究模型考察了残疾人对香港旅行社的感知,发现他们对旅行社的工作绩效并不满意。作者将其中原因归于旅行社的态度和旅游产品结构两个方面^[53]。

3.5 导游的服务质量

学者们对本主题的关注焦点主要集聚在导游服务的质量问题及其影响因素。张和周(Zhang & Chow)依据游客对20个导游服务质量属性的感知,从大陆赴港游客的角度考察了香港导游的服务绩效,结果发现,香港导游在职业技能、可靠性和语言能力方面表现良好,但解决问题的能力尚存不足^[54]。王(Wong)则从国际游客的角度对香港导游的服务质量进行了考察,结果显示,游客对香港导游的职业技能、顾客关系等感到满意,但对购物、线路安排等方面不满意^[55]。艾普和王(Ap & Wong)的研究指出,香港导游的服务质量虽然总体较高,但其“不当的评论、糟糕的英语、不专业的行为以及过分强调购物”仍是游客投诉的焦点。导游专业素质的提升尚需加大培训力度和健全服务质量监督系统^[56]。与以往的研究多从游客角度进行分析不同,马克等(Mak, et al.)基于旅游业内人士的视角,深入分析了在服务大陆游客时影响香港导游服务质量和专业素质的关键因素,指出主要包括大陆组团社的不健康业务(如零负团费经营)、大陆出境旅游市场的不成熟、香港地接社的剥削措施、香港导游的地位与处境、服务质量的保障体制不健全等5个方面^[57]。

3.6 文化遗产与旅游

为了阐明文化遗产意义的复杂性,张(Cheung)以屏山文物径为案例,分别从古物咨询委员会、香港旅游者协会、国内旅游组织者、文化遗产所有者 4 个利益相关者的角度对文化遗产的意义进行了深入细致的描述^[58]。李和卢(Li & Lo)应用市场吸引力—承载力矩阵(market appeal-robusticity matrix)评估了香港锦田乡 3 村 19 项文化遗产的旅游开发潜力,结果显示,除古井和土地神坛外,其余文化遗产均有中等以上的市场吸引力和承载力^[59]。麦克切尔等从供给的角度总结了文化遗产受市场欢迎应具有的 5 类属性,指出地理位置、产品特征、趣味性体验等属性是吸引游客的关键^[60]。2005 年,麦克切尔等再度以香港为例考察了文化遗产管理与旅游之间的关系,并将其总结为否认、冲突、伙伴、平行共生、目的相左、强制共管、不切实际的期望等 7 种类型^[61]。

4 总结与展望

4.1 总结

本文对从 SDOL、SAGE 等期刊数据库检索得到的 60 篇有关香港旅游研究的文献,按境外民众赴港旅游、香港民众出境旅游、旅游目的地的竞争与合作、旅游产业部门、导游的服务质量、文化遗产与旅游 6 个主题进行了梳理和回顾,找出了香港旅游研究关注的重点和热点。

在阅读和整理这些文献的过程中,笔者还发现香港旅游研究有 4 方面特点:(1)研究方法上以定量研究为主。除 1997 年前后发表的文献有少量运用定性研究方法外,绝大多数研究成果均采用定量研究方法。尤其是方差分析、因子分析、回归分析等得到广泛使用。近年来,结构方程模型也开始在一些文献中出现。(2)数据来源以一手资料为主。除少量文献的数据是来自旅游协会、政府统计处等机构或部门的二手资料外,绝大多数研究数据是调研小组通过面对面访谈、焦点小组讨论、电话问询、邮件调查等途径获得。(3)研究内容以消费行为为主。从梳理的文献主题可以看出,消费行为是学者们关注的一个重点领域。他们不仅研究境外民众赴港旅游的消费行为,同时对香港民众出境旅游的消费行为也有考察。(4)研究角度以微观视角为主。与从宏观视角研究的文献相比,基于微观视角研究的文献占多数。尤其是对境外民众赴港旅游市场的研究,学者们将研究的触角广泛地伸及观光、休闲、度假、会议、购物、美食、邮轮、医疗等细分市场。

4.2 展望

根据对香港旅游研究成果的梳理和回顾,笔者

发现尚有一些重要领域未引起学者们的足够关注,主要有以下 4 个方面:

第一,台湾客源市场。台湾地区经济发达,民众出岛旅游率高,长期以来是香港最主要的客源地之一。但该客源市场的地位与香港在大陆和台湾之间扮演的交通中转站角色分不开。随着 2008 年两岸实行海运和空运直航,台湾民众赴大陆旅游不需再经香港中转,使香港接待台湾游客的机会大为减少。如何保持和进一步开拓该客源市场需要学术界更多的关注和探讨。

第二,医疗旅游客源市场。与其他医疗旅游目的地(如印度、新加坡)的兴起不同,香港的医疗旅游起源于一些大陆年轻女性赴港生育。目前,该群体仍然是香港医疗旅游市场的主体。随着大陆计生政策的松动以及两地对赴港生育管理力度的加强,香港医疗旅游发展必然受到影响。今后市场开发应重点针对偏好医疗保健的群体。但这方面具有理论指导意义的研究成果还不多见,因而是未来研究的一个重点领域。

第三,大陆自由行市场。2003 年大陆允许民众赴港自由行之后,每年都有大批自由行游客赴港旅游,成为拉动香港入境旅游发展的一支重要力量。但目前针对该市场的理论研究成果还比较少,未能满足指导旅游实践发展的需要,因而也是未来研究的一个重要方向。

第四,社会文化影响等。从现有的研究成果看,学者们的关注重点主要集中在游客消费行为、旅游行业管理、旅游目的地竞合等领域,对旅游的社会文化影响、游客体验、主客关系、遗产保护等领域关注很少,形成的研究成果不多,未能为旅游实践提供更多的智力支撑和理论指导,因此今后还需要进一步增强在这些领域的研究力度。

致谢:感谢评审专家提出的宝贵的修改意见。

参考文献(References)

- [1] Census and Statistics Department of Hong Kong Special Administrative Region. *Hong Kong Monthly Digest of Statistic (April 2011)* [M]. Hong Kong: Census and Statistics Department, 2011. 7-10.
- [2] Qu H, Lam S. A travel demand model for Mainland Chinese tourists to Hong Kong [J]. *Tourism Management*, 1997, 18(8): 593-597.
- [3] Law R, Au N. A neural network model to forecast Japanese demand for travel to Hong Kong [J]. *Tourism Management*, 1999, 20(1): 89-97.
- [4] Law R. Back-propagation learning improving the accuracy of neural network-based tourism demand forecasting [J]. *Tourism Management*, 2000, 21(4): 331-340.

- [5] Goh C , Law R. Modeling and forecasting tourism demand for arrivals with stochastic nonstationary seasonality and intervention [J]. *Tourism Management* , 2002 , 23 (5) : 499 – 510.
- [6] Song H , Wong K K F , Chon K K S. Modelling and forecasting the demand for Hong Kong tourism [J]. *International Journal of Hospitality Management* , 2003 , 22 (4) : 435 – 451.
- [7] Song H , Kim J H , Yang S. Confidence intervals for tourism demand elasticity [J]. *Annals of Tourism Research* , 2010 , 37 (2) : 377 – 396.
- [8] Zhang Q H , Lam T. An analysis of Mainland China visitors' motivations to visit Hong Kong [J]. *Tourism Management* , 1999 , 20 (5) : 587 – 594.
- [9] Huang S , Hsu C H C. Mainland Chinese residents' perceptions and motivations of visiting Hong Kong: Evidence from focus group interviews [J]. *Asia Pacific Journal of Tourism Research* , 2005 , 10 (2) : 191 – 205.
- [10] Ye B H , Zhang Q H , Yuen P P. Motivations and experiences of Mainland Chinese medical tourists in Hong Kong [J]. *Tourism Management* , 2011 , 32 (5) : 1125 – 1127.
- [11] Heung V C S , Qu H , Chu R. The relationship between vacation factors and socio-demographic and travelling characteristics: The case of Japanese leisure travelers [J]. *Tourism Management* , 2001 , 22 (3) : 259 – 269.
- [12] Qu H , Wong Y P. A service performance model of Hong Kong cruise travelers' motivation factors and satisfaction [J]. *Tourism Management* , 1999 , 20 (2) : 237 – 244.
- [13] Lam T , Hsu C H C. Predicting behavioral intention of choosing a travel destination [J]. *Tourism Management* , 2006 , 27 (4) : 589 – 599.
- [14] Qu H , Li I. The characteristics and satisfaction of Mainland Chinese visitors to Hong Kong [J]. *Journal of Travel Research* , 1997 , 35 (4) : 37 – 41.
- [15] Choi W M , Chan A , Wu J. A qualitative and quantitative assessment of Hong Kong's image as a tourist destination [J]. *Tourism Management* , 1999 , 20 (3) : 361 – 365.
- [16] Wong J , Law R. Difference in shopping satisfaction levels: A study of tourists in Hong Kong [J]. *Tourism Management* , 2003 , 24 (4) : 401 – 410.
- [17] Chu R K S , Choi T. An importance-performance analysis of hotel selection factors in the Hong Kong hotel industry: A comparison of business and leisure travelers [J]. *Tourism Management* , 2000 , 21 (4) : 363 – 377.
- [18] Choi T Y , Chu R. Determinants of hotel guests' satisfaction and repeat patronage in the Hong Kong hotel industry [J]. *International Journal of Hospitality Management* , 2001 , 20 (3) : 277 – 297.
- [19] Heung V C S. Satisfaction levels of mainland Chinese travelers with Hong Kong hotel services [J]. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* , 2000 , 12 (5) : 308 – 315.
- [20] Chu R. What online Hong Kong travelers look for on airline/travel websites? [J]. *International Journal of Hospitality Management* , 2001 , 20 (1) : 95 – 100.
- [21] Wong J , Law R. Analysing the intention to purchase on hotel websites: A study of travelers to Hong Kong [J]. *International Journal of Hospitality Management* , 2005 , 24 (3) : 311 – 329.
- [22] Law R , To T , Goh C. How do Mainland Chinese travelers choose restaurants in Hong Kong? An exploratory study of individual visit scheme travelers and packaged travelers [J]. *International Journal of Hospitality Management* , 2008 , 27 (3) : 346 – 354.
- [23] Gilbert D , Wong R K C. Passenger expectations and airline services: A Hong Kong based study [J]. *Tourism Management* , 2003 , 24 (5) : 519 – 532.
- [24] Heung V C S , Cheng E. Assessing tourists' satisfaction with shopping in the Hong Kong Special Administrative Region of China [J]. *Journal of Travel Research* , 2000 , 38 (4) : 396 – 404.
- [25] Choi T M , Liu S C , Pang K M , et al. Shopping behaviors of individual tourists from the Chinese Mainland to Hong Kong [J]. *Tourism Management* , 2008 , 29 (4) : 811 – 820.
- [26] Song H , Robert van der V , Li G , et al. The Hong Kong tourist satisfaction index [J]. *Annals of Tourism Research* , 2012 , 39 (1) : 459 – 479.
- [27] Lloyd A E , Yip L S C , Luk S T K , An examination of the differences in retail service evaluation between domestic and tourist shoppers in Hong Kong [J]. *Tourism Management* , 2011 , 32 (3) : 520 – 533.
- [28] Chow W S. Open policy and tourism between Guangdong and Hong Kong [J]. *Annals of Tourism Research* , 1988 , 15 (2) : 205 – 218.
- [29] Armstrong R W , Mok C. Leisure travel destination choice criteria of Hong Kong residents [J]. *Journal of Travel & Tourism Marketing* , 1995 , 4 (1) : 99 – 104.
- [30] Zhang Q H , Qu H , Venus Tang M Y. A case study of Hong Kong resident's outbound leisure travel [J]. *Tourism Management* , 2004 , 25 (2) : 267 – 273.
- [31] Wang D. Hong Kongers' cross-border consumption and shopping in Shenzhen: Patterns and motivations [J]. *Journal of Retailing and Consumer Services* , 2004 , 11 (3) : 149 – 159.
- [32] Lo A S , Lee C Y S. Motivations and perceived value of volunteer tourists from Hong Kong [J]. *Tourism Management* , 2011 , 32 (2) : 326 – 334.
- [33] Law R , Rong J , Vu H Q , et al. Identifying changes and trends in Hong Kong outbound tourism [J]. *Tourism Management* , 2011 , 32 (5) : 1106 – 1114.
- [34] Wong C K S , Liu F C G. A study of pre-trip use of travel guidebooks by leisure travelers [J]. *Tourism Management* , 2011 , 32 (3) : 616 – 628.
- [35] Law R , Wong J. Successful factors for a travel web site: Perceptions of on-line purchasers in Hong Kong [J]. *Journal of Hospitality & Tourism Research* , 2003 , 27 (1) : 118 – 124.
- [36] Yau O H M , Chan C F. Hong Kong as a travel destination in South-east Asia: A multidimensional approach [J]. *Tourism Management* , 1990 , 11 (2) : 123 – 132.
- [37] Qu H , Li L , Chu G K T. The comparative analysis of Hong Kong as an international conference destination in Southeast Asia [J]. *Tourism Management* , 2000 , 21 (6) : 643 – 648.
- [38] Yeung S , Wong J , Ko E. Preferred shopping destination: Hong Kong versus Singapore [J]. *International Journal of Tourism Research* , 2004 , 6 (2) : 85 – 96.
- [39] Qu H , Zhang Q H. Hong Kong—A major urban tourism destination in South-East Asia [J]. *Journal of Vacation Marketing* , 1997 , 3 (4) : 363 – 372.
- [40] Enright M J , Newton J. Tourism destination competitiveness: A quantitative approach [J]. *Tourism Management* , 2004 , 25 (6) : 777 – 788.

- [41] Enright M J , Newton J. Determinants of tourism destination competitiveness in Asia Pacific: Comprehensiveness and universality [J]. *Journal of Travel Research* , 2005 , 43 (4) : 339 - 350.
- [42] Tasci A D A , Denizci B. Fashionable hospitality: A natural symbiosis for Hong Kong's tourism industry? [J]. *International Journal of Hospitality Management* , 2010 , 29 (3) : 488 - 499.
- [43] Hobson J S P , Ko G. Tourism and politics: The implications of the change in sovereignty on the future development of Hong Kong's tourism industry [J]. *Journal of Travel Research* , 1994 , 32 (4) : 2 - 8.
- [44] Lew A A , McKercher B. Trip destinations , gateways and itineraries: The example of Hong Kong [J]. *Tourism Management* , 2002 , 23 (6) : 609 - 621.
- [45] Hobson J S P. Hong Kong: The transition to 1997 [J]. *Tourism Management* , 1995 , 16 (1) : 15 - 20.
- [46] Heung V C S. The Hong Kong tourism industry in transition: Challenges and opportunities [J]. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* , 1997 , 38 (1) : 51 - 59.
- [47] Lam T , Zhang H , Baum T. An investigation of employees' job satisfaction: The case of hotels in Hong Kong [J]. *Tourism Management* , 2001 , 22 (2) : 157 - 165.
- [48] Yeung P K , Lau C M. Competitive actions and firm performance of hotels in Hong Kong [J]. *International Journal of Hospitality Management* , 2005 , 24 (4) : 611 - 633.
- [49] Tso A , Law R. Analysing the online pricing practices of hotels in Hong Kong [J]. *International Journal of Hospitality Management* , 2005 , 24 (2) : 301 - 307.
- [50] Chan W W , Lam J C. Prediction of pollutant emission through electricity consumption by the hotel industry in Hong Kong [J]. *International Journal of Hospitality Management* , 2002 , 21 (4) : 381 - 391.
- [51] Lam T , Zhang Q H. Service of travel agents: The case of travel agents in Hong Kong [J]. *Tourism Management* , 1999 , 20 (3) : 341 - 349.
- [52] Heung V C S. Barriers to implementing E-commerce in the travel industry: A practical perspective [J]. *International Journal of Hospitality Management* , 2003 , 22 (1) : 111 - 118.
- [53] McKercher B , Packer T , Yau M K et al. Travel agents as facilitators or inhibitors of travel: Perceptions of people with disabilities [J]. *Tourism Management* , 2003 , 24 (4) : 465 - 474.
- [54] Zhang Q H , Chow I. Application of importance-performance model in tour guides' performance: Evidence from Mainland Chinese outbound visitors in Hong Kong [J]. *Tourism Management* , 2004 , 25 (1) : 81 - 91.
- [55] Wong A. Satisfaction with local tour guides in Hong Kong [J]. *Pacific Tourism Review* , 2001 , 5 (1) : 59 - 67.
- [56] Ap J , Wong K K F. Case study on tour guiding: Professionalism , issue and problems [J]. *Tourism Management* , 2001 , 22 (5) : 551 - 563.
- [57] Mak A H N , Wong K K F , Chang R C Y. Critical issues affecting the service quality and professionalism of the tour guides in Hong Kong and Macau [J]. *Tourism Management* , 2011 , 32 (6) : 1442 - 1452.
- [58] Cheung S C H. The meanings of a heritage trail in Hong Kong [J]. *Annals of Tourism Research* , 1999 , 26 (3) : 570 - 588.
- [59] Li Y , Lo R L B. Applicability of the market appeal-robusticity matrix: A case study of heritage tourism [J]. *Tourism Management* , 2004 , 25 (6) : 789 - 800.
- [60] McKercher B , Ho P S Y , Cros H du. Attributes of popular cultural attractions in Hong Kong [J]. *Annals of Tourism Research* , 2004 , 31 (2) : 393 - 407.
- [61] McKercher B , Ho P S Y , Cros H du. Relationship between tourism and cultural heritage management: Evidence from Hong Kong [J]. *Tourism Management* , 2005 , 26 (4) : 539 - 548.

Retrospect and Prospect of Tourism Research in Hong Kong: Commentary based on such English Academic Journal as "Tourism Management"

GUO An-xi , HUANG Fu-cai¹ , LI Wei²

(1. College of Management , Xiamen University , Xiamen 361005 , China;

2. Chambery Graduate School of Business , Chambery 73000 , France)

Abstract: Hong Kong is a world-renowned tourism destination and tourism-generating region. Although its sovereignty has been handed over to Mainland China , tourism scholars in Mainland are seriously inadequate in terms of their concern over Hong Kong. The paper is based on 60 tourism literature published on the *Tourism Management* , *Annals of Tourism Research* and *International Journal of Hospitality Management* and so forth. Six research themes are reviewed in the order of foreign tourist arrivals to Hong Kong , Hong Kong residents' outbound travel , competition and cooperation between Hong Kong and other tourism destinations , tourism industry sectors , service quality of tour guides and relationship between cultural heritage and tourism. In addition , directions for future research are proposed in the hope of providing references for tourism research and practice in Mainland China.

Keywords: Hong Kong; travel to Hong Kong; outbound tourism; tourism destination; cultural heritage

[责任编辑:宋志伟;责任校对:翟佳羽]