

南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班碩士論文

**A THESIS FOR TED OF MASTER PROGRAM OF TOURISM  
MANAGEMENT DEPARTMENT OF TOURISM MANAGEMENT  
NAN HUA UNIVERSITY**

文化品味與中國出境旅遊期望之關聯性研究

**An association study between cultural taste and Chinese  
outbound tourists' travel expectations**

研 究 生：邱曉萱

GRADUATE STUDENT：HSIAO-HSUAN CHIU

指 導 教 授：葉裕民 博士

ADVISOR：YU-MIN YEh Ph.D.

中 華 民 國 一 〇 二 年 十 一 月

# 南 華 大 學

旅遊管理學系旅遊管理研究所

碩 士 學 位 論 文

文化品味與中國出境旅遊期望之關聯性研究

研究生：邱曉萱

經考試合格特此證明

口試委員：邱曉萱

陳昭男

丁慧敏

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

指導教授：邱曉萱

系主任(所長)：陳友吟

口試日期：中華民國 102 年 6 月 27 日

南華大學旅遊管理學系旅遊管理研究所

101 學年度第 2 學期碩士論文摘要

論文題目：文化品味與中國出境旅遊期望之關聯性研究

研究生：邱曉萱

指導教授：葉裕民 博士

論文摘要內容：

旅遊業已成為全球矚目的金礦產業，掌握遊客旅遊期望以提升遊客對於實際的知覺服務與滿意度可使旅遊業朝著永續並精緻的方向發展。本研究乃探討中國大陸遊客對於出境旅遊產品與服務的期望，以及遊客文化品味與其旅遊期望之間的關聯性。

本研究採問卷調查，共獲得 530 份有效資料。經由集群分析結果顯示，各集群內遊客的客觀社經條件與居住地並無法特徵。而遊客的文化品味程度越高，其對於旅遊期望亦越高，反之，若文化品味程度越低，則對於旅遊期望就會偏低。再者進一步運用結構方程式(SEM)進行驗證型因素分析以及路徑分析，其結果顯示，文化品味對於出境旅遊有顯著的影響關係。

關鍵字：出境旅遊、旅遊期望、文化品味、杭州、武漢

**Title of Thesis :** An association study between cultural taste and Chinese outbound tourists' travel expectations

**Name of Institute :** Master program of Tourism management, Department of Tourism Management ,Nan Hua UNIVERSITY

**Graduate Date :** June 2013

**Degree Conferred :** M. B. A

**Name of Student :** HSIAO-HSUAN CHIU

**Advisor :** YU-MIN YEH Ph.D.

### **Abstract**

Tourism industry is a gold industry around the world. By understanding tourists' traveling expectation to enhance their perceived service and satisfaction, tourism industry can be sustainable and refined. This study probes into Chinese tourists' expectation of outbound travel products and services, as well as the correlation between tourists' cultural taste and traveling expectation.

This study conducted a questionnaire survey, and retrieved 530 valid samples. According to clustering analysis, objective social and economic conditions and residential places of tourists in the clusters are not significant characteristics. When tourists' cultural taste is higher, their travelling expectation is also higher, and vice versa. Confirmatory Factor Analysis and path analysis were conducted by SEM. The results indicated that cultural taste significantly influences outbound traveling expectation.

**Keywords:** Chinese outbound tourists, travel expectations, cultural taste,

Hangzhou, Wuhan

# 目錄

中文摘要 .....	i
英文摘要 .....	ii
目錄 .....	iii
圖目錄 .....	vii
表目錄 .....	ix
第一章 緒論 .....	1
1.1 研究背景與動機 .....	1
1.2 研究目的 .....	3
1.3 研究流程 .....	3
第二章 文獻探討 .....	5
2.1 中國大陸出境旅遊發展 .....	5
2.2 旅遊期望 .....	8
2.3 文化品味 .....	10
第三章 研究方法 .....	12
3.1 研究架構 .....	12
3.2 研究假設 .....	13
3.3 問卷設計 .....	13

3.3.1 旅遊期望 .....	13
3.3.2 文化品味 .....	16
3.3.3 基本資料 .....	17
3.4 資料蒐集方法 .....	18
3.4.1 抽樣方法 .....	18
3.4.2 預試問卷 .....	19
3.4.3 正式問卷 .....	20
3.5 資料分析方法 .....	20
第四章 資料分析與發現 .....	22
4.1 樣本結構分析 .....	22
4.1.1 基本資料之敘述性分析 .....	22
4.2 旅遊期望與文化品味之敘述性分析 .....	27
4.2.1 旅遊期望 .....	27
4.2.2 文化品味 .....	30
4.3 信度分析 .....	33
4.3.1 旅遊期望之信度分析 .....	33
4.3.2 文化品味之信度分析 .....	33
4.4 整體模式關聯之分析 .....	35

4.4.1 旅遊期望集群分析 .....	35
4.4.2 旅遊期望集群之客觀條件分布 .....	36
4.5 整體模式衡量分析 .....	44
4.5.1 整體模式配適度檢定分析 .....	44
4.5.2 收斂效度分析 .....	51
4.6 整體模式之結構方程式分析 .....	56
4.6.1 路徑系數與效果分析 .....	58
第五章 結論與建議 .....	59
5.1 研究結果分析討論 .....	59
5.1.1 人口統計變項敘述性結果發現 .....	59
5.1.2 旅遊期望敘述性結果分析發現 .....	59
5.1.3 文化品味敘述性分析結果發現 .....	60
5.1.4 整體模式關聯之分析發現 .....	60
5.1.5 文化品味與旅遊期望之影響關係 .....	61
5.2 建議 .....	61
5.2.1 以顧客為導向，提升整體市場行銷 .....	61
5.3 研究限制及後續研究建議 .....	62
5.3.1 研究限制 .....	62

5.3.2 後續研究建議 .....	62
參考文獻 .....	64
附錄一、繁體問卷 .....	69
附錄二、簡體問卷 .....	74



## 圖目錄

圖 1.1 研究流程圖 .....	4
圖 3.1 本研究之架構圖 .....	12
圖 3.2 浙江省出境人次與汽車擁有量 .....	18
圖 3.3 湖北省出境人次與汽車擁有量 .....	19
圖 4.1 旅遊期望集群圖 .....	35
圖 4.2 旅遊期望與文化品味盒鬚圖 .....	36
圖 4.3 集群受訪者性別直方圖 .....	39
圖 4.4 集群受訪者年齡直方圖 .....	39
圖 4.5 集群受訪者教育程度方圖 .....	40
圖 4.6 集群受訪者婚姻狀態直方圖 .....	40
圖 4.7 集群受訪者職業直方圖 .....	41
圖 4.8 集群受訪者個人平均月收入(人民幣)直方圖 .....	41
圖 4.9 集群受訪者過去三年從事出境旅遊次數直方圖 .....	42
圖 4.10 集群受訪者過去三年從事國內旅遊次數(含港澳地區)直方圖 .....	42
圖 4.11 集群受訪者未來三年從事出境旅遊計畫直方圖 .....	43
圖 4.12 集群受訪者旅遊相關訊息接觸來源直方圖 .....	43

圖 4.13 整體模式關係路徑圖..... 58



## 表目錄

表 3.1 旅遊期望問項 .....	14
表 3.1 旅遊期望問項 (續) .....	15
表 3.2 文化品味問項 .....	16
表 3.2 文化品味問項 (續) .....	17
表 4.1 問卷回收統計 .....	22
表 4.2 受訪者基本資料分布 .....	24
表 4.2 受訪者基本資料分布 (續) .....	25
表 4.2 受訪者基本資料分布(續).....	26
表 4.3 旅遊期望之敘述性分析.....	28
表 4.3 旅遊期望之敘述性分析 (續) .....	29
表 4.4 文化品味之敘述性分析.....	31
表 4.4 文化品味之敘述性分析(續).....	32
表 4.5 旅遊期望之信度分析.....	33
表 4.6 文化品味之信度分析.....	34
表 4.7 研究假設檢定驗證表.....	36
表 4.8 旅遊期望驗證性因素分析之整體模式配適度檢定表 .....	45
表 4.9 旅遊期望驗證性因素分析之整體模式配適度檢定表 .....	46

表 4.10 旅遊期望驗證性因素分析之整體模式配適度檢定表 .....	47
表 4.11 旅遊期望驗證性因素分析之整體模式配適度檢定表 .....	48
表 4.12 旅遊期望驗證性因素分析之整體模式配適度檢定表 .....	49
表 4.13 文化品味驗證性因素分析之整體模式配適度檢定表 .....	50
表 4.14 旅遊期望之一階驗證型因素分析表 .....	52
表 4.14 旅遊期望之一階驗證型因素分析表(續).....	53
表 4.15 文化品味之一階驗證型因素分析表 .....	54
表 4.15 文化品味之一階驗證型因素分析表(續).....	55
表 4.16 整體模式配適度檢定表.....	56
表 4.16 整體模式配適度檢定表(續).....	57
表 4.17 整題模式參數估計表.....	57
表 4.18 研究假設檢定驗證表.....	58

# 第一章 緒論

## 1.1 研究背景與動機

進入 21 世紀以來，中國經濟快速發展與生活水準不斷提升。隨著人民的個人收入和休閒時間的增加，越來越多中國人民嚮往能夠走出國門放眼世界，去體驗和感受不同的風俗文化（郭靜，2011）。而近年來出境旅遊的快速發展與豐富旅遊經驗的累積，使遊客對於旅遊產品型態選擇上逐漸趨於精緻化與個性化。

根據中國旅遊研究院統計報告指出，至 2011 年出境旅遊人次達 7,052 萬人次，相較於 2010 年出境旅遊 5,400 萬人次已成長 31%。從出境規模上來看，目前中國的出境市場已是美國出境市場的 1.2 倍；日本出境市場的 3.5 倍，國際旅遊市場貢獻達 30%（蔣依依、馬儀亮、楊勁松，2012）。聯合國世界旅遊組織(United Nations World Tourism Organization, UNWTO) 曾預測至 2020 年，中國每年將有 1 億公民到世界各地旅遊(World Tourism Organization, 2003)。近年中國出境旅遊遊客當中，非首次出境的遊客比例已上升至接近 40%（中國旅遊研究院，2012），以世界旅遊經濟中長期走勢來說，中國出境旅遊整個國際旅遊市場將是可以帶動的主要引擎（金小茜、錢春弦，2012）。

中國出境旅遊一直以來以沿海地區城市為主要市場，但近年中內陸地區城市經濟實力與發展程度大幅提升，出境市場的發展潛力正在不斷的釋放。以出境組團銷售成長率來看，中部地區成長率達 53.2%，西部成長率達 47%，其中湖北、湖南、寧夏與新疆等中西部省份實現了超過 70%

的快速成長（蔣依依等，2012）。

中國因幅員遼闊，每個地區都各有自己的文化風貌和文化素質（徐長山、劉素萍，2006），所以不同地區遊客之間的社會文化與生活習慣應有所差異(Li, Lai, Harrill, Kline, & Wang, 2011)。而提供顧客不同方面的服務時，應考慮顧客的文化差異(Turner, Reisinger, & McQuilken, 2001)。也就是說旅客在旅行前的期望應會受文化差異使然而有所不同，進而影響旅遊後的滿意程度。因此若掌握住顧客的社會文化背景，並藉此推估期望與偏好，才能使服務提供者提供相應的服務以確保顧客對服務品質的滿意(Parasuraman, Berry, & Zeithaml, 1991)。

目前有關中國出境旅遊相關的研究，大多著重於出境旅遊的市場發展，並多以宏觀的角度去探討經濟影響、消費影響以及管理制度方面，研究方法則多以論述型研究為主，較少運用相關之科學方法（張傳麗、王曉雲，2009）。歐玉婷（2009）也指出以往的研究多探討單一市場的整體特徵，但忽視各地區的經濟發展水平、消費能力與習慣、社會供給狀況等方面存在的差別，所造成不同區域居民出境旅遊能力的差異研究。然而中國出境旅遊是一個充滿商機的市場，應需要有更多並更深入的研究以做為更好的發展（厲新建，2011）。因此如果能夠透過探究遊客的旅遊產品期望與其地區的文化品味來達到更好的旅遊產品市場區隔，並提供高品質的服務，對於整個銷售市場能佔有重要的優勢(Li et al., 2011)。

本研究將選定中國沿海地區經濟發展成熟的浙江省—杭州市與近年經濟發展快速成長內陸地區湖北省—武漢市進行調查。透過微觀的角度去探討中國杭州市與武漢市兩地區人民，對於出境旅遊產品服務的期望程度，並且進一步去探討兩地區之文化品味背景與旅遊期望之間的關聯

性。

## 1.2 研究目的

根據上述的研究動機，本研究將以透過瞭解中國杭州市與武漢市兩地區出境遊客的旅遊期望與文化品味之間的關聯性為目標。藉此，能夠提供旅遊業及相關業者發展適切的市場行銷策略，並可作為設計多元化旅遊產品之參考依據。

## 1.3 研究流程

本研究共分五章，依研究流程撰寫，第一章緒論，說明研究動機與目的；第二章文獻探討，首先說明中國出境旅遊發展與杭州市、武漢市兩地區城市發展，其次以旅遊期望、文化品味作為理論架構及探討範圍；第三章參考相關理論研究以發展本研究之架構並提出研究假說；第四章資料統計分析，將回收的問卷進行統計分析，並對研究結果加以說明；第五章結論與建議，依據分析結果歸納結論，提出可供業界參考之市場行銷發展依據以及可行的後續研究建議。

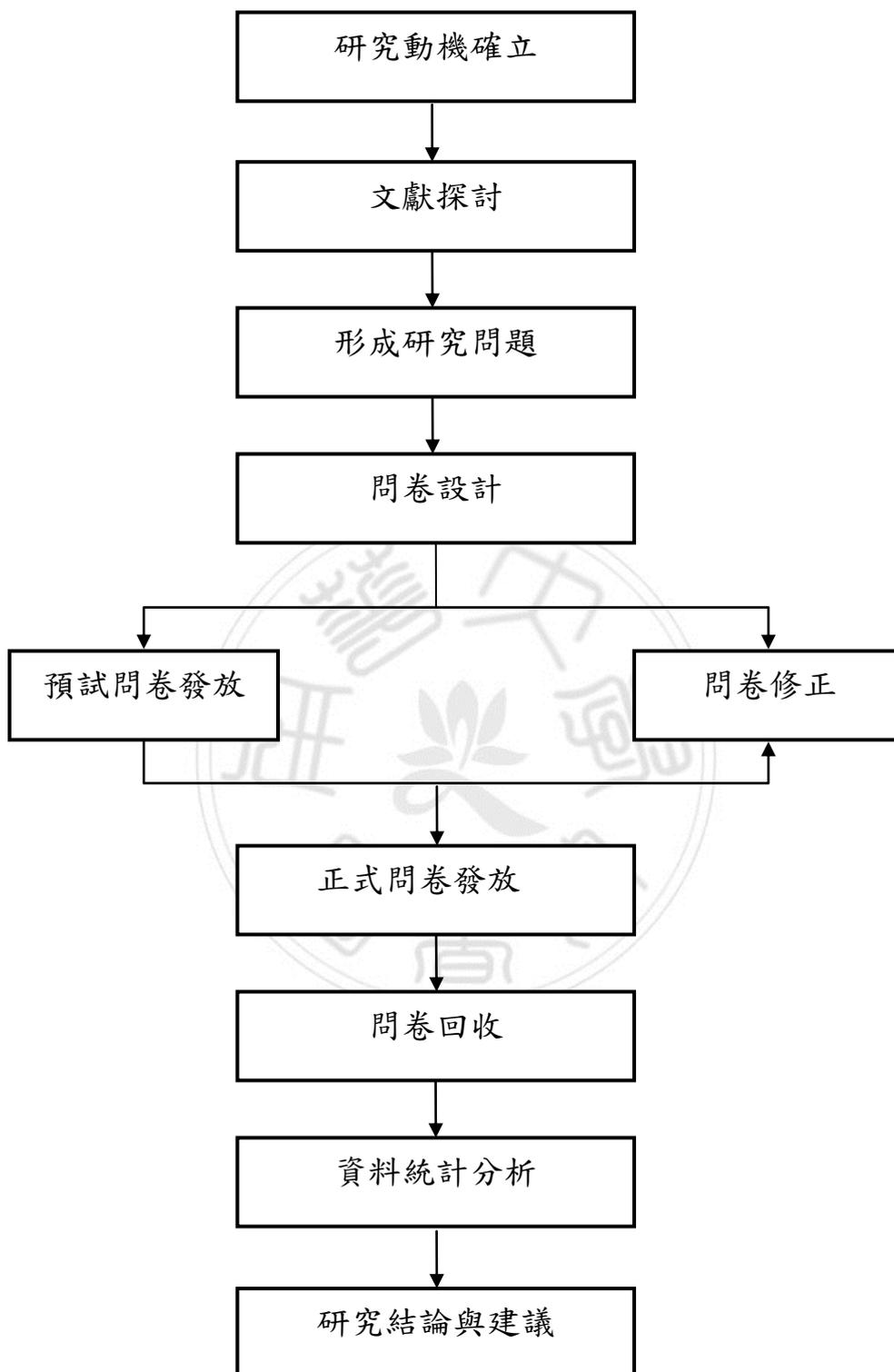


圖 1.1 研究流程圖

## 第二章 文獻探討

本章節係對中國大陸出境旅遊發展、旅遊期望與文化品味相關理論等方面進行文獻回顧及說明。

### 2.1 中國大陸出境旅遊發展

聯合國世界觀光組織(UNWTO)將出境旅遊定義為，本國居民前往國外進行觀光活動；Verhelst(2003)認為出境旅遊是本國居民以休閒為目的並透過自費形式的出國旅遊；中國旅遊統計年鑑(1999)則對於出境旅遊定義為，中國居民因公務或私人出境前往其他國家（香港、澳門特別行政區與台灣地區）進行觀光、渡假、探訪親友、就醫療養、購物、參加會議或從事經濟文化、體育、宗教等活動（王士維、范世平，2005）。目前中國人民出境旅遊包含以下三種形式：

#### 一、 中國公民出國旅遊：

指中國公民自費旅遊費用，以旅遊團的方式前往經國家批准的旅遊目的地國家或地區從事旅遊活動。

#### 二、 中國公民邊境旅遊：

經批准的旅行社和接待中國及毗鄰國家的公民，以團體從指定邊境口岸入境，在雙方政府商定的區域和期限內進行的旅遊活動。

#### 三、 中國公民到港、澳、台地區旅遊。

中國內地居民以旅遊團的方式前往香港、澳門及台灣地區的旅遊活動。

中國國務院於 1984 年，正式開放中國內地居民赴港澳探親旅遊，從此為中國公民拉開了出境旅遊的序幕(張衛紅，2010)，隨後 1997 年正式施行「中國公民自費出國旅遊管理暫行辦法」，更為出境旅遊奠定了重

要的基礎。此外，中國與各國簽署的「中國公民自費出境旅遊目的地」(Approved Destination Status, ADS)協定，更加速了出境旅遊在中國旅遊業中的高成長趨勢。截至 2011 年，經中國國務院允許開放的國家和地區總計 146 個，其中已有 133 個地區正式實施（中國國家旅遊局，2012）。

據中國國家統計局統計顯示，自 2000 年出境旅遊人次為 1,047 萬人次，至 2011 年出境旅遊人次達 7,025 萬人次，是 2000 年的 7 倍。由整體來看中國出境遊客不斷增長，使中國將繼 80 至 90 年代日韓遊客之後，成為亞洲第一大客源輸出國和全球旅遊市場成長最快、最有潛力與最具影響力最大的國家（李仲廣，2012）。

雖然中國出境旅遊歷經了十多年的發展，但因出境旅遊規模甚大，在發展客制化旅遊產品發展仍受不同客源市場，地區、經濟、文化等差異因素的影響。Li, Harrill, Uysal, Burnett, and Zhan(2010)針對中國 11 個城市的實際與潛在遊客探討其出境旅遊市場規模時發現，中國各區域雖存在著經濟上的差異，但少數西部二線城市（如，西安、重慶），實際出境旅遊機率卻高於一些東部城市（如，南京、杭州）。Li, Meng, Uysal, and Mihalik(2011)並運用重迭分割法(An overlapped segmentation approach)將中國潛在出境遊客細分為「娛樂/探險者」、「生活體驗/文化探險」、「放鬆/知識尋求者」三類型。

此外，對於整個旅遊業而言，中國出境旅遊仍屬一個新興的市場，遊客群體之間可能有著相似的價值觀與旅遊動機，但日後可能隨著旅遊市場的成熟，遊客的偏好與動機會逐漸有所差異。為能提供中國出境旅遊遊客更好的服務，Sparks and Pan(2009)透過計畫性行為理論(Theory of Planned Behavior,TPB)預測中國出境遊客對於選擇澳大利亞為旅遊目的

地的態度、限制和訊息來源，其研究結果顯示，「知覺限制」方面主要以時間與金錢為遊客選擇旅遊目的地的重要考慮因素；「訊息來源」方面則是以電視節目來收集資料。朱易蘭(2005)利用木桶原理(Cannikin Law)分析中國出境旅遊市場消費行為特徵發現，旅遊動機以放鬆身心與增加知識為主要因素；訊息收集則以報紙雜誌廣告和親友介紹為主；遊客選擇旅遊路線的主要考慮為旅遊地文化、好奇感和價格合理；消費支出則主要花費在購物、參觀遊覽和娛樂。



## 2.2 旅遊期望

期望為顧客消費之前所形成的階段，主要是由過去的經驗、口碑、廣告、服務價格等因素所形成(Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985)。而顧客將以此為基礎，來選擇服務提供者，等接受服務後，會將實際感受的服務與其期望的服務認知做比較（曹勝雄，2001）。張懿瑋(2012)將期望品質區分為基本期望、適宜期望和理想期望三類別，主張期望的程度是能夠決定顧客的滿意程度。而 Parasuraman, et al. (1994)在研究中指出，期望在於服務品質的結構當中是有必要測量的。

旅遊業所提供的產品是為一種服務，而絕大多數的旅遊者對於服務的評價仍取決於自身的主觀感受。Parasuraman et al.(1985) 則認為無法滿足顧客服務需求的主要因素來自於服務產生與傳遞間各個環節中有差距然而，不同社會文化背景的遊客，對於旅遊服務的期望與標準都不盡相同。因此，遊客們對於服務品質與滿意程度也會有所差異（伍曉奕、林德榮，2008）。而 Armstrong, Mok, Go, and Chan(1997)在跨文化遊客的期望對於香港旅館業服務品質知覺影響的研究發現，不同群體之遊客的文化與期望之間有顯著的差異。

黃向(2008)在檢測中國遊客赴加拿大旅遊之旅遊期望指出，娛樂期望、尋異期望（如，體驗異國風情）與健康/價格期望（如，重旅遊視價格與有益身體健康之自然環境），是為遊客到訪加拿大旅遊主要的期望類型。李飛(2007)探討中國廣東佛山民眾旅遊前準備行為、遊客成熟度與旅遊期望之間相互關係，由因素分析萃取出深入性準備（如，旅遊前事先瞭解旅遊地的歷史文化）、態度性準備（如，旅遊前資訊收集）、保健性準備（如，關注旅遊地的天氣或安全）、基礎性準備（如，關注旅遊住宿與飲

食) 4 個主要的因素。再藉由迴歸分析發現，深入性準備因素與態度性準備因素是為判斷遊客成熟度的指標，並且對於旅遊期望明確程度產生正面影響，顯示當遊客旅遊前越充分的資訊收集與瞭解旅遊地各方面特徵，其越能明確的在旅遊中獲得體驗。而遊客旅遊行前期望的明確程度對於超過期望程度有重要的影響，由此可知遊客若能在旅遊前瞭解旅遊當地的相關資訊，其可對應到遊客實際旅遊的期望價值。

Li et al.(2011)在探討中國遊客出境非亞洲國家的旅遊期望時發現，中國遊客希望品嚐旅遊地當地美食的次數不要太多，而在選擇飯店住宿上特別強調安全與衛生兩因素，並希望飯店能夠提供熱水泡茶。為此，若想提高旅遊者實際的體驗品質，就必須對旅遊者的期望做進一步的探討（張海燕，2005）。

## 2.3 文化品味

品味理論首先由 Bourdieu 在 1984 年所提出，即表示有關於品味的問題在多方面與一個社會的基本社會分野有關連。尹繼佐(2006)認為文化品味，是藉由文化品質、文化地位所產生的一種文化影響力。范一直(2003)認為所謂的文化品味正是人們物質和精神生活發展到一定程度的產物，以內在結構上看，文化品味主要由日常生活品味、藝術審美品味與價值理解品味三方面所構成。

隨著人民的物質、精神以及文化生活水準的不斷提高，文化品味的問題也逐漸被受重視。但不同地區因發展程度上的不同，相對文化品味的程度也有高低之分，徐長山、劉素萍(2006)提出，以城市的文化特色、城市的文化因子、居民的文化素養以及形與心的結合(將文化資產和文化精神兩者結合)等方面來評價一個城市的文化品味的高低。Stokmans(2003)研究指出，除了經濟特徵之外心理變量(如，態度、動機、能力)會顯著影響著文化品味。由此可知，旅客的價值取向是會取決於他們的文化背景，對於旅遊的重視程度以及對不同旅遊活動和旅遊產品的偏好(歐玉婷，2009)。

旅遊是為一種特殊的文化交流，然而在此過程中常常發生文化衝突，這大多都是因為遊客們不同的文化背景所造成(李清華，2009)。Reisinger and Turner(1998)探討入境澳大利亞華裔遊客與當地居民的文化差異發現，當地居民與遊客之間在於自我實現、禮儀、人際關係、旅遊活動的瞭解、情感表達、社會責任等方面有所差異。另外，汪勝華(2011)研究文化對於中國出境旅遊偏好的影響發現，中國在選擇旅遊目的地主要集中與自己文化有相似性的國家和地區；旅遊方式傾向團體為主；到國外旅遊仍然

偏好中國飲食；在旅遊中偏好購物活動。

儘管在不同國家文化中，人的行為特徵、價值觀和期望有很大的差別(Turner et al, 2001)。但伍曉奕與林德榮(2008)認為國籍並不是產生文化差異的唯一因素，並強調遊客的出生地與居住地是能夠更好地代表遊客的文化背景。因此，從事中國出境旅遊的旅行相關業者應以顧客為導向，來發展適合中國出境旅遊市場的旅遊產品和行銷策略(Arlt, 2006)。



## 第三章 研究方法

### 3.1 研究架構

本研究以大陸遊客出境旅遊之期望為基礎，並由文化品味與旅遊期望之間的關聯性切入研究，從主觀態度與客觀條件（人口統計變項）來探討其對於旅遊期望的影響程度。詳細研究架構如圖 3.1 所示。

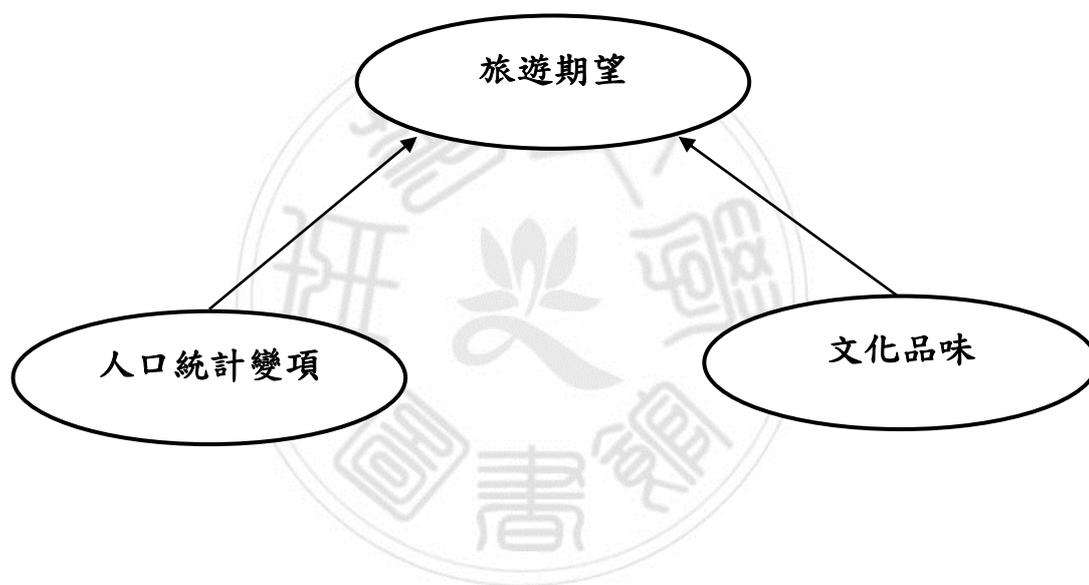


圖 3.1 本研究之架構圖

## 3.2 研究假設

依據研究目的及文獻探討，瞭解到旅遊期望與文化品味之間可能的重要關聯，因此按照這些項目來進行研究架設，做為問卷調查結果分析的基礎。研究假設如下：

H1：杭州與武漢兩地區遊客出境的旅遊期望與文化品味之間具有關聯性。

H2：文化品味對旅遊期望有顯著的影響。

## 3.3 問卷設計

本研究為衡量旅遊期望與文化品味之間的關聯性，問卷各題項內容主要依據研究架構，並皆參考過去學者之研究而建構，且針對其中不符中國地區性的語意表達或慣用方式稍做修改所發展出問卷內容。依序分別為旅遊期望、文化品味與基本資料，共分為三個部份。

### 3.3.1 旅遊期望

此部份採用 Li et al.(2011)研究中探索出的旅遊期望五個構面做為衡量大陸杭州與武漢兩地區人民旅遊期望之參考依據，並依不同屬性，分別為：「酒店與住宿的期望」、「餐廳與飲食的期望」、「導遊與行程的期望」、「娛樂與活動的期望」、「交通與運輸的期望」，總計 45 題問項，如表 3.1 所示。其中因地區的特性以及語意表達能夠更為符合研究地區，所將題項內容稍做修改。問卷量表採用李克特五點尺度(5-Point Likert Scale)來計分，分別以非常不同意、不同意、普通、同意、非常同意等五種選項給予 1 至 5 的分數。

表 3.1 旅遊期望問項

酒店與住宿的期望	
題 項	答題方式
需要有良好的景觀位置	李克特五點尺度 (5-Point Likert Scale)
環境舒適衛生	
提供完善的衛浴設備(如浴缸、吹風機)	
房間提供完善設備(如電視、冰箱)	
有良好的服務品質	
交通便利	
設有健身房、游泳池休閒設施	
設有商場、酒吧、賭場娛樂場所	
飯店三星級或更高星級	
願意以高價格滿足住宿高級需求	
餐廳與飲食的期望	
題 項	答題方式
餐廳環境衛生	李克特五點尺度 (5-Point Likert Scale)
提供中文翻譯菜單	
提供中文點餐服務	
提供輕食蔬果(少糖、少鹽)健康飲食	
提供中國餐館	
盡量避免生食	
避免太多油炸食品	
能夠嘗試當地傳統美食	
提供飲食多元的選擇	
提供符合中國人口味的飲食	
題項設計來源：Li,Lai,Harrill,Kline &Wang(2011)	

表 3.1 旅遊期望問項 (續)

導遊與行程的期望	
題 項	答題方式
提供中文導遊	李克特 5 點尺度 (5-Point Likert Scale)
導遊熟悉當地的歷史和文化	
導遊能提供良好的服務態度	
導遊有良好的解說能力	
導遊應瞭解遊客的生活方式與飲食習慣	
不被強迫購物	
行程安排不宜過於緊湊	
行程不包含特殊活動與小費的額外支出	
行程中能有安排自由活動時間	
不臨時更改行程內容	
娛樂與活動的期望	
題 項	答題方式
體驗當地獨特傳統文化	李克特 5 點尺度 (5-Point Likert Scale)
體驗夜生活	
體驗冒險刺激的活動(如跳傘、泛舟)	
參加當地節慶活動	
參加運動類型活動(如滑雪、水上活動)	
觀賞著名藝術展覽或表演	
參觀著名的城市與地標	
參觀著名的歷史遺跡	
參觀國家公園或其他自然生態景區	
能夠有購物的機會	
交通與運輸的期望	
題 項	答題方式
交通工具選擇的機會(如火車、遊輪)	李克特 5 點尺度 (5-Point Likert Scale)
遊覽車內環境乾淨衛生	
遊覽車行車安全	
低廉的交通費用	
駕駛有足夠的經驗	
題項設計來源：Li,Lai,Harrill,Kline & Wang(2011)	

### 3.3.2 文化品味

此部分採用 Ng and Hills(2003)所提出的亞洲都市人類、社會、文化、環境發展題項為依據，依不同屬性，將分為：「娛樂體驗」、「藝術文化」、「運動休閒」、「環境品質」、「健康飲食」、「交通設施」六個構面，以檢測大陸杭州與武漢地區人民文化品味發展之程度，總計 28 題項，如表 3.2。因地區的特性以及語意表達能夠更為符合研究地區，所將題項內容稍做修改。問卷量表採用李克特五點尺度(5-Point Likert Scale)來計分，分別以非常不同意、不同意、普通、同意、非常同意等五種選項給予 1 至 5 的分數。

表 3.2 文化品味問項

娛樂體驗	
題 項	答題方式
您喜愛從事夜間活動	李克特 5 點尺度 (5-Point Likert Scale)
您喜愛到訪娛樂場所(酒吧)	
您喜愛購買奢侈品	
您喜愛到訪大型購物中心	
藝術文化	
題 項	答題方式
您喜愛參與居住地區的文化活動	李克特 5 點尺度 (5-Point Likert Scale)
您喜愛接觸中文以外的語言(如英文)	
您喜愛到訪博物館或文物館	
您喜愛參觀藝術展覽活動	
您喜愛參觀歷史古跡	
您重視居住地的傳統文化	
您喜愛接觸多元文化	
題項設計來源：Ng and Hills(2003)	

表 3.2 文化品味問項 (續)

運動休閒	
題 項	答題方式
您喜愛到訪中國境外地區旅遊	李克特 5 點尺度 (5-Point Likert Scale)
您喜愛到訪中國境內地區旅遊(含港澳)	
您喜愛從事戶外活動	
您喜愛到訪公園或體育館	
您喜愛嘗試刺激冒險的活動	
環境品質	
題 項	答題方式
您喜愛觀賞自然風景	李克特 5 點尺度 (5-Point Likert Scale)
您重視景觀的美化	
您重視良好的治安環境	
您重視良好的空氣品質	
您重視餐廳的環境衛生	
健康飲食	
題 項	答題方式
您喜愛品嚐有名的美食小吃	李克特 5 點尺度 (5-Point Likert Scale)
您喜愛品嚐異國料理	
您喜愛中國的飲食口味	
您重視完善的醫療品質	
交通設施	
題 項	答題方式
您居住的地區交通便利	李克特 5 點尺度 (5-Point Likert Scale)
您居住地區大眾運輸工具票價便宜	
您喜愛使用大眾運輸工具(火車、公車)	
題項設計來源：Ng and Hills(2003)	

### 3.3.3 基本資料

此部分為瞭解受訪者基本資料，共有十個子題項，包含：性別、年齡、教育程度、婚姻狀態、職業、個人平均月收入、出境旅遊次數、國內旅遊次數、出境旅遊計畫、旅遊訊息接觸來源。

### 3.4 資料蒐集方法

#### 3.4.1 抽樣方法

本研擬探討的議題，因受到人力、物力及時間的限制，無法進行全省性的調查。依據中國國家統計局資料顯示，歷年浙江省出境旅遊人次與汽車擁有量變化(圖 3.2)；湖北省出境旅遊人次與汽車擁有量變化(圖 3.3)，歷年旅遊人次與汽車擁有量的成長趨勢非常相似，應可合理假設，具購車能力者應有可能是潛在的出境遊客。因此，本研究主要以杭州市與武漢市兩地區民眾為問卷發放對象，並選定杭州市東盛汽車銷售有限公司與武漢市東裕汽車銷售有限公司來訪的顧客中進行便利性抽樣方式調查。

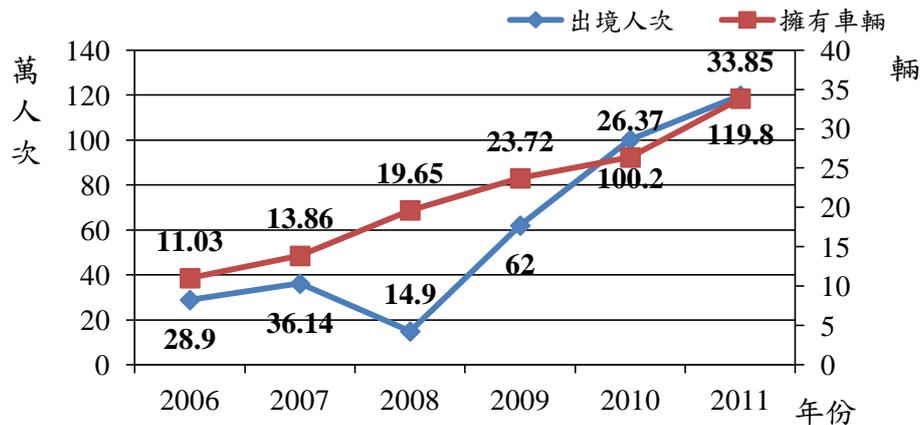


圖 3.2 浙江省出境人次與汽車擁有量

資料來源：本研究整理

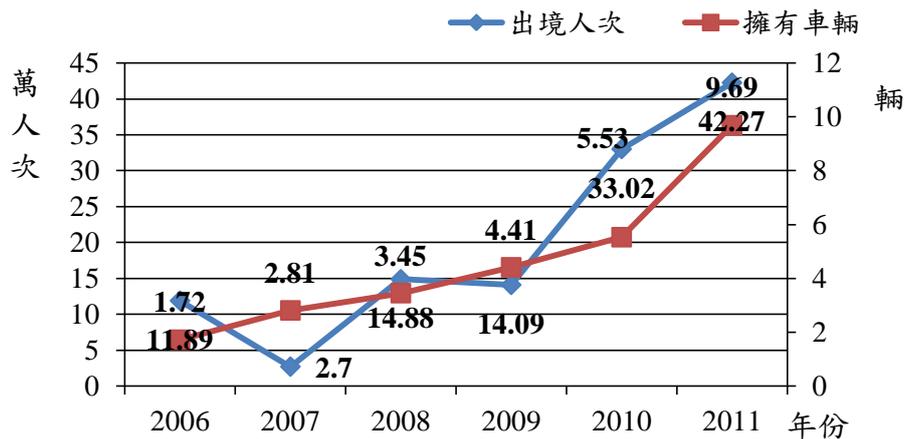


圖 3.3 湖北省出境人次與汽車擁有量

資料來源：本研究整理

### 3.4.2 預試問卷

本研究於 2012 年 10 月 18 日至 2012 年 11 月 8 日期間進行前測。共發放 200 份問卷，獲得 198 份有效問卷。經由信度分析發現，「旅遊期望」量表下的「酒店與住宿期望」構面 Cronbach  $\alpha$  值為 0.793，其中第 3 題項與第 10 題項  $\alpha$  係數顯示，未達內部一致性指標，因此將此兩題項刪除並重新再做修改；「餐廳與飲食期望」構面 Cronbach  $\alpha$  值為 0.791，其中第 4 題項  $\alpha$  係數顯示，未達內部一致性指標，因此將刪除該題項並重新再做修改；「導遊與行程期望」構面 Cronbach  $\alpha$  值為 0.796，其中第 7 題項、第 8 題項與第 10 題項  $\alpha$  係數顯示，未達內部一致性指標，因此將三題項刪除並重新再做修改。「文化品味」量表 Cronbach  $\alpha$  係數為 0.926，顯示此量表具有很高的信度。此外，為了語意上能夠更清楚的表達，將第 3 題項與第 12 題項稍做修改。

### 3.4.3 正式問卷

本研究正式問卷於 2012 年 12 月 7 日至 2013 年 1 月 13 日期間發放。依據 Gorsuch(1983)建議樣本人數至少為量表題項數的五倍，且大於 100 人。故本研究兩地區將各發放 300 份問卷，總計 600 份問卷。

## 3.5 資料分析方法

針對有效回收問卷進行基本分析與整體模式兩部份的分析，基本分析包括敘述性統計與信度分析，以 SPSS17.0 版統計套軟體進行。整體分析包括集群分析、驗證型因素分析與結構方程式，包括 SAS9.2 版統計套裝軟體以及 Amos18.0 版統計套軟體進行。各分析方法分別敘述如下：

### 一、敘述性統計(Descriptive Statistics)

對於人口統計變項、旅遊期望、文化品味，利用次數分配、百分比、平均數、標準差以描述資料呈現情形，說明整體樣本的結構分佈。

### 二、信度分析(Reliability Analysis)

信度是指測量資料的可靠性，即是一份問卷所測得結果之「穩定性」或「一致性」。本研究以 Cronbach's  $\alpha$  來檢定問卷中各因素之衡量變數的內部一致性程度，Nunnally and Bemstein(1994)建議若 Cronbach's  $\alpha$  係數大於 0.7 則表示內部一致性高，可以接受。

### 三、驗證性因素分析(confirmatory factory analysis, CFA)

驗證性因素分析主要為，檢測有特定基礎理論架構之各變項間的關係，以及因素之間的真實性與適切性（吳明隆，2009）。並藉由建構因素的效度(Validity)來測量出理論的特質或概念的程度，而效度是指一種衡量尺度能夠測出研究者所想要衡量之事物的程度。一般常見的效度，有三種不同的類型內容效度(Content Validity)、收斂效度(Convergent

Validity)與區別效度(Discriminant Validity)。本研究將以 Amos18.0 版統計軟體進行適合度的檢定，以檢測量表中各構面是否具有足夠的收斂效度。

#### **四、集群分析(Cluster Analysis)**

集群分析是為一種分群方法，依據研究對象個體特徵將同質性高的觀察點分成叢集或集群 (Sharma, 1995/2005)。本研究將以及集群分析的結果，試圖瞭解旅遊期望是否有多元類型存在。

#### **五、結構方程式(Structural Equation Modeling, SEM)**

結構方程式模式是為社會科學與行為科學中重要的統計方法，主要進行各種因果模式的驗證 (吳明隆，2009)。其測量模式主要由「測量模型」與「結構模式」兩個部份組成，以用瞭解前因變數和結果變數之間的關係 (Joreskog and Sorbom, 1989)。本研究依據 Anderson and Gerbing(1998)所建議之分析，建立結構方程式模式，並檢定路徑系數是否具有顯著性，藉以驗證研究假說。

## 第四章 資料分析與發現

本章共分為六節，第一節為基本資料之敘述性分析，第二節旅遊期望與文化品味之敘述分析，第三節信度，第四節整體模式關聯分析，第五節整體模式衡量分析。

本研究共發放 600 份問卷，回收 599 份，經篩選有效問卷 530 有效率達 88%，如表 4.1 所示。

表 4.1 問卷回收統計

發出份數	回收份數	回收率	有效份數	有效問卷率
600	599	99.8%	530	88%

資料來源：本研究整理

### 4.1 樣本結構分析

#### 4.1.1 基本資料之敘述性分析

受訪者基本資料內容包含：性別、年齡、教育程度、婚姻狀態、職業、個人平均月收入、出境旅遊次數、國內旅遊次數、出境旅遊計畫、旅遊訊息接觸來源等十個問項。以下敘述，詳如表 4.2 所示。

##### 一、性別

性別部份男性有 309 位，佔(51.6%)；女性有 221 位，佔(48.4%)。顯示男性受訪者多於女性受訪者。

##### 二、年齡

年齡部份，本研究年齡依六個範圍區分，年齡以 26-30 歲為主佔(38.7%)，其次以 36-45 歲受訪者佔(26.2%)，45 歲以下的中壯年族群占全體樣本的(64.9%)。

### 三、教育程度

教育程度方面，以專科為主(36%)，大學以上學歷則有(25.7%)，兩者佔全體樣本中近六成。

### 四、婚姻狀態

婚姻狀態方面，未婚者佔(22.6%)，已婚無子女者佔(22.8%)，已婚有子女者佔(53.8%)，其他者佔(0.8%)。顯示出整體以已婚者為主佔全體樣本(76.6%)。

### 五、職業

職業部份，以私營企業員工與個體就業為主，分別佔(38.1%)與(16.4%)。

### 六、個人平均月收入（人民幣）

平均月收入顯示，3001-4000 元的受訪者所佔(27%)比率最高，其次則是 2001-3000 元(23%)。

### 七、過去三年從事出境旅遊次數

過去三年從事出境旅遊次數的受訪者以 1 次(61.1%)為最多，其次為 2-4 次的受訪者(25.3%)。

### 八、過去三年從事國內旅遊次數（含港澳地區）

過去三年從事國內旅遊次數的受訪者以 1 次為最多(40.8%)，其次為 2-4 次的受訪者(24.8%)。

### 九、未來三年有從事出境旅遊的計畫

未來三年有從事出境旅遊的計畫的受訪者多持普通(44.9%)的意見。

## 十、旅遊相關的訊息接觸來源（複選）

受訪者旅遊相關的訊息接觸來源以電視(20%)與網際網路(19.9%)為多數。

表 4.2 受訪者基本資料分布

項目	類別名稱	次數	百分比%	排序
<b>性別</b>				
	男	309	58.3	1
	女	221	41.7	2
<b>年齡</b>				
	20-25 歲	84	15.8	3
	26-30 歲	205	38.7	1
	36-45 歲	139	26.2	2
	46-55 歲	60	11.3	4
	56-65 歲	23	4.3	5
	66 歲以上	19	3.6	6
<b>教育程度</b>				
	初中以下	60	11.3	4
	高中職	143	27.0	1
	專科	191	36.0	3
	大學以上	136	25.7	2
<b>婚姻狀態</b>				
	未婚	120	22.6	2
	已婚無子女	121	22.8	3
	已婚有子女	285	53.8	1
	其他	4	0.8	4

資料來源：本研究整理

有效樣本數 n=530

表 4.2 受訪者基本資料分布 (續)

項目	類別名稱	次數	百分比%	排序
<b>職業</b>				
	國營企業員工	45	8.5	4
	私營企業員工	202	38.1	1
	外資企業員工	75	14.2	3
	合資企業員工	33	6.2	5
	個體就業	87	16.4	2
	公務員及教員	33	6.2	5
	軍人及警察	5	0.8	9
	農林漁牧業	11	2.1	8
	學生	14	2.6	7
	其他	25	4.7	6
<b>個人平均月收入(人民幣)</b>				
	2000 元以下	58	10.9	3
	2001-3000 元	122	23.0	2
	3001-4000 元	143	27.0	1
	4001-5000 元	48	9.1	6
	5001-6000 元	53	10.0	4
	6001-7000 元	49	9.2	5
	7001-8000 元	9	1.7	10
	8001-9000 元	19	3.6	7
	9001-10000 元	14	2.6	9
	10001 元以上	15	2.8	8

資料來源：本研究整理

有效樣本數 n=530

表 4.2 受訪者基本資料分布(續)

項 目	類別名稱	次數	百分比%	排序
<b>過去三年從事出境旅遊次數</b>				
	0 次	2	0.4	6
	1 次	324	61.1	1
	2-4 次	134	25.3	2
	5-7 次	37	7.0	3
	8-10 次	28	5.3	4
	11 次以上	5	0.9	5
<b>過去三年從事國內旅遊次數(含港澳地區)</b>				
	0 次	28	5.3	6
	1 次	216	40.8	1
	2-4 次	129	24.8	2
	5-7 次	78	14.7	3
	8-10 次	50	9.4	4
	11 次以上	29	5.5	5
<b>未來三年有從事出境旅遊的計畫</b>				
	非常 不同意	17	3.2	5
	不同意	59	11.1	4
	普通	238	44.9	1
	同意	135	25.5	2
	非常同意	81	15.3	3
<b>旅遊相關的訊息接觸來源(複選)</b>				
	旅行社	172	14.3	4
	網際網路	239	19.9	2
	電視	240	20.0	1
	報紙	187	15.6	3
	雜誌	103	8.6	6
	旅遊書籍	54	4.5	8
	親友	107	8.9	5
	旅遊展	99	8.2	7

資料來源：本研究整理

有效樣本數 n=530

## 4.2 旅遊期望與文化品味之敘述性分析

本節將所蒐集之資料，對各變項進行敘述性統計分析，藉以瞭解旅遊期望與文化品味之特性。

### 4.2.1 旅遊期望

受訪的中國大陸杭州市與武漢市兩地區人民對於出境的旅遊期望上，以下敘述，詳如表 4.3 所示。

#### 一、酒店與住宿的期望

杭州與武漢兩地區人民對於住宿酒店擁有良好的服務品質(4.16)<sup>1</sup>、交通便利(4.14)、環境舒適衛生(4.12)高為期待。反觀，設有商場、酒吧、賭場娛樂場所(3.73)、飯店三星級或更高星級(3.85)、願意以高價格滿足住宿高級需求(3.86)期待程度稍低。

#### 二、餐廳與飲食的期望

整體體大至相等平均得分在 4 以上，其中對於遊程中能提供符合中國人口味的飲食(4.26)、避免太多油炸食品(4.18)、提供中國餐館(4.16)較為杭州與武漢兩地區人民期待。

#### 三、導遊與行程的期望

整體體平均值大至相等平均得分在 4 以上，其中以遊程當中導遊有良好的解說能力(4.18)、導遊能提供良好的服務態度(4.17)、不被強迫購物(4.15)、不臨時更改行程內容(4.15)等較為杭州與武漢兩地區人民期待。

#### 四、「娛樂與活動的期望」：

杭州與武漢兩地區人民對於遊程中能夠參觀著名的歷史遺跡(4.03)、有購物的機會(3.99)、參觀國家公園或其他自然生態景區(3.98)等方面較為

---

<sup>1</sup> ( )內數值為平均數。

期待。

## 五、交通與運輸的期望

整體體平均得分在 4 分以上，其以駕駛有足夠的經驗(4.37)、遊覽車行車安全(4.24)顯示出交通工具安全問題亦已受杭州與武漢兩地區人民的重視。

表 4.3 旅遊期望之敘述性分析

酒店與住宿的期望			
題 項	平均數	標準差	排序
需要有良好的景觀位置	4.00	1.019	6
環境舒適衛生	4.12	0.856	3
提供完善的衛浴設備(如浴缸、吹風機)	4.04	0.850	5
房間提供完善設備(如電視、冰箱)	4.05	0.815	4
有良好的服務品質	4.16	0.819	1
交通便利	4.14	0.797	2
設有健身房、游泳池休閒設施	3.89	0.839	7
設有商場、酒吧、賭場娛樂場所	3.73	0.926	10
飯店三星級或更高星級	3.85	0.831	9
願意以高價格滿足住宿高級需求	3.86	0.938	8
餐廳與飲食的期望			
題 項	平均數	標準差	排序
餐廳環境衛生	4.15	0.847	4
提供中文翻譯餐單	4.13	0.747	5
提供中文點餐服務	4.15	0.765	4
提供輕食蔬果(少糖、少鹽)健康飲食	4.15	0.760	4
提供中國餐館	4.16	0.756	3
盡量避免生食	4.14	0.759	4
避免太多油炸食品	4.18	0.784	2
能夠嘗試當地傳統美食	4.15	0.765	4
提供飲食多元的選擇	4.15	0.750	4
提供符合中國人口味的飲食	4.26	0.732	1

資料來源：本研究整理

有效樣本數 n=530

表 4.3 旅遊期望之敘述性分析 (續)

<b>導遊與行程的期望</b>			
題 項	平均數	標準差	排序
提供中文導遊	4.04	1.001	9
導遊熟悉當地的歷史和文化	4.08	0.849	7
導遊能提供良好的服務態度	4.17	0.880	2
導遊有良好的解說能力	4.18	0.795	1
導遊應瞭解遊客的生活方式與飲食習慣	4.12	0.820	4
不被強迫購物	4.15	0.881	3
行程安排不宜過於緊湊	4.09	0.889	6
行程不包含特殊活動與小費的額外支出	4.06	0.907	8
行程中能有安排自由活動時間	4.11	0.869	5
不臨時更改行程內容	4.15	0.901	3
<b>娛樂與活動的期望</b>			
題 項	平均數	標準差	排序
體驗當地獨特傳統文化	3.89	0.840	6
體驗夜生活	3.69	0.870	10
體驗冒險刺激的活動(如跳傘、泛舟)	3.75	0.848	9
參加當地節慶活動	3.87	0.795	7
參加運動類型活動(如滑雪、水上活動)	3.82	0.865	8
觀賞著名藝術展覽或表演	3.92	0.744	5
參觀著名的城市與地標	3.96	0.787	4
參觀著名的歷史遺跡	4.03	0.749	1
參觀國家公園或其他自然生態景區	3.98	0.774	3
能夠有購物的機會	3.99	0.812	2
<b>交通與運輸的期望</b>			
題 項	平均數	標準差	排序
交通工具選擇的機會(如火車、遊輪)	4.05	0.878	5
遊覽車內環境乾淨衛生	4.17	0.765	3
遊覽車行車安全	4.24	0.766	2
低廉的交通費用	4.13	0.792	4
駕駛有足夠的經驗	4.37	0.754	1

資料來源：本研究整理

有效樣本數 n=530

## 4.2.2 文化品味

受訪的中國杭州市與武漢市兩地區人民在於文化品味上，以下敘述，依表 4.4 數據顯示。

### 一、娛樂體驗

杭州與武漢兩地區人民對於日常娛樂體驗活動中，以從事夜間活動(3.79)<sup>2</sup>的喜愛程度為最高，其次則為到訪娛樂場所(3.78)。

### 二、藝術與文化

杭州與武漢兩地區人民對於日常藝術文化的參與程度，以參觀藝術展覽活動(4.07)喜愛的程度為最高，其次則為喜愛參觀歷史古跡(4.06)與重視居住地的傳統文化(4.06)。

### 三、運動休閒

杭州與武漢兩地區人民對於日常運動休閒的參與程度，以到訪中國境外地區旅遊(4.13)的喜愛程度為最高，其次則為到訪中國境內(含港澳)地區旅遊 (4.05)。值得注意的是在外出旅遊已成為中國大陸民眾最喜愛的休閒活動。

### 四、環境品質

杭州與武漢兩地區人民對於環境品質的重視程度，以良好的空氣品質(4.22) 方面較為受重視，其次則為良好的治安環境(4.15)等方面。

### 五、健康飲食

杭州與武漢兩地區人民對於日常健康的重視程度，以完善的醫療品質(4.18)方面受重視，飲食部份則以中國的飲食口味(4.11)較為受到喜愛。

---

<sup>2</sup> ( )內數值為平均數。

## 六、交通設施

杭州與武漢兩地區人民對於日常交通設施的重視程度，主要以居住地區大眾運輸工具票價的高低(4.18)亦較為重視。

表 4.4 文化品味之敘述性分析

娛樂體驗			
題 項	平均數	標準差	排序
您喜愛從事夜間活動	3.79	0.928	3
您喜愛到訪娛樂場所(酒吧)	3.78	0.880	3
您喜愛購買奢侈品	3.75	0.917	4
您喜愛到訪大型購物中心	3.91	0.826	1
藝術文化			
題 項	平均數	標準差	排序
您喜愛參與居住地區的文化活動	3.93	0.823	5
您喜愛接觸中文以外的語言(如英文)	3.88	0.836	6
您喜愛到訪博物館或文物館	4.00	0.779	3
您喜愛參觀藝術展覽活動	4.07	0.771	1
您喜愛參觀歷史古跡	4.06	0.763	2
您重視居住地的傳統文化	4.06	0.782	2
您喜愛接觸多元文化	3.94	0.785	4

資料來源：本研究整理

有效樣本數 n=530

表 4.4 文化品味之敘述性分析(續)

<b>運動休閒</b>			
題 項	平均數	標準差	排序
您喜愛到訪中國境外地區旅遊	4.13	0.821	1
您喜愛到訪中國境內地區旅遊(含港澳)	4.05	0.804	2
您喜愛從事戶外活動	3.96	0.741	3
您喜愛到訪公園或體育館	3.94	0.770	4
您喜愛嘗試刺激冒險的活動	3.83	0.879	5
<b>環境品質</b>			
題 項	平均數	標準差	排序
您喜愛觀賞自然風景	4.11	0.725	4
您重視景觀的美化	3.99	0.806	5
您重視良好的治安環境	4.15	0.774	3
您重視良好的空氣品質	4.22	0.710	1
您重視餐廳的環境衛生	4.20	0.760	2
<b>健康飲食</b>			
題 項	平均數	標準差	排序
您喜愛品嚐有名的美食小吃	3.99	0.957	4
您喜愛品嚐異國料理	4.02	0.804	3
您喜愛中國的飲食口味	4.11	0.761	2
您重視完善的醫療品質	4.18	0.765	1
<b>交通設施</b>			
題 項	平均數	標準差	排序
您居住的地區交通便利	4.13	0.752	2
您居住地區大眾運輸工具票價便宜	4.18	0.735	1
您喜愛使用大眾運輸工具(火車、公車)	4.00	0.759	3

資料來源：本研究整理

有效樣本數 n=530

## 4.3 信度分析

本節以 Cronbach's  $\alpha$  係數來衡量分析旅遊期望與文化品味量表各構面之信度。

### 4.3.1 旅遊期望之信度分析

由表 4.5 分析結果顯示，旅遊期望量表中酒店與住宿期望、餐飲與飲食期望、導遊與行程期望、娛樂與活動期望、交通與運輸期望五構面其，Cronbach's  $\alpha$  係數分別為 0.916、0.920、0.941、0.926 與 0.896。由上敘述可得知出旅遊期望量表 Cronbach's  $\alpha$  皆達到 DeVellis(1991)建議的  $\alpha$  係數值介於.80 至.90 之間非常好之程度。

表 4.5 旅遊期望之信度分析

構面	測驗項目	Cronbach's $\alpha$
酒店與住宿的期望	10 項	0.916
餐廳與飲食的期望	10 項	0.920
導遊與行程的期望	10 項	0.941
娛樂與活動的期望	10 項	0.926
交通與運輸的期望	5 項	0.896

資料來源：本研究整理

註： $\alpha$  值 >0.90(極佳) >0.80(佳) >0.70(尚佳)

### 4.3.2 文化品味之信度分析

由表 4.6 分析結果顯示，文化品味量表中，娛樂體驗、藝術文化、運動休閒、環境品質、健康飲食、交通設施六部份其 Cronbach's  $\alpha$  係數分別為 0.865、0.854、0.819、0.830、0.843、與 0.747。由上敘述可得知出文化品味量表 Cronbach's  $\alpha$  皆達到 DeVellis(1991)建議的  $\alpha$  係數值介於.70 至.80 之間相當好之程度。

表 4.6 文化品味之信度分析

構面	測驗項目	Cronbach's $\alpha$
娛樂體驗	4 項	0.865
藝術文化	7 項	0.854
運動休閒	5 項	0.819
環境品質	5 項	0.830
健康飲食	4 項	0.843
交通設施	3 項	0.747

資料來源：本研究整理

註： $\alpha$  值 >0.90(極佳) >0.80(佳) >0.70(尚佳)



## 4.4 整體模式關聯之分析

本研究運用集群分析來探討旅遊期望與文化品味之間的特徵關連。此外，再進一步以結構方程式分析來檢定各構面之間的關係。

### 4.4.1 旅遊期望集群分析

透過受訪者旅遊期望各題項得分，運用集群分析將受訪者分成 3 個集群(如圖 4.1)。此三群受訪者的旅遊期望整體平均得分別為：Cluster1(4.37)；Cluster2(3.66)；Cluster3(2.92)。

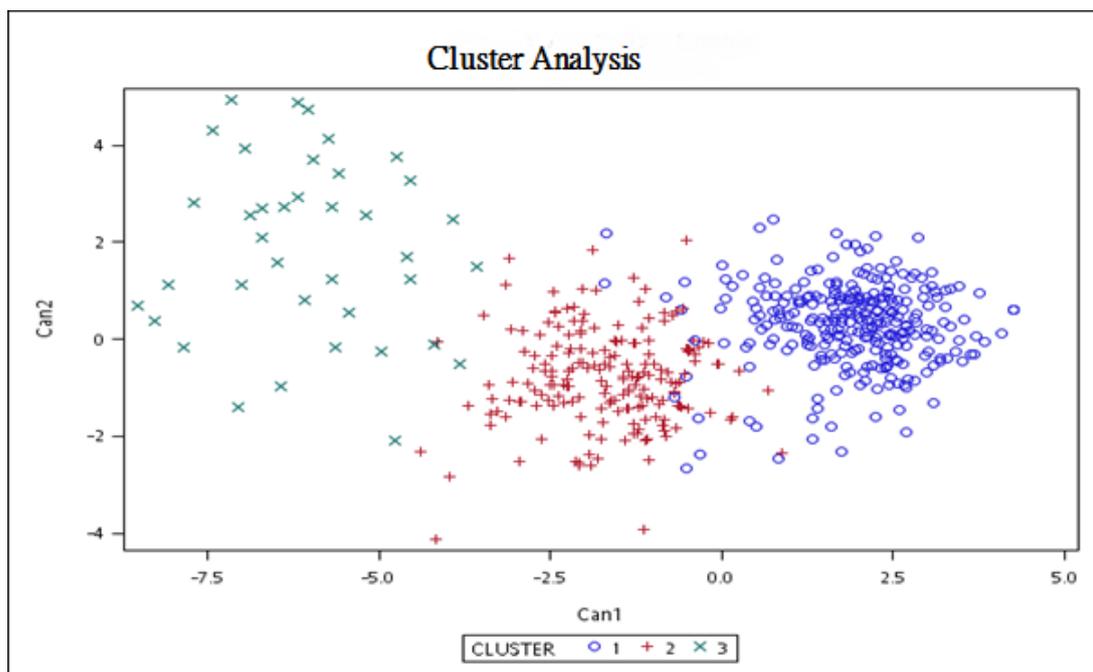


圖 4.1 旅遊期望集群圖

資料來源：本研究整理

再分別針對各集群的受訪者，計算其文化品味各題項的平均得分表現，並由盒須圖(box-and-whisker plot)的統計比較發現(如圖 4.2)，當旅遊期望整體平均得分越高，其受訪者的文化品味各題項的平均得分就越

高，反之亦然，顯示旅遊期望與文化品味之間具有依定的關聯程度。故假設 H1 成立，詳如表 4.7。

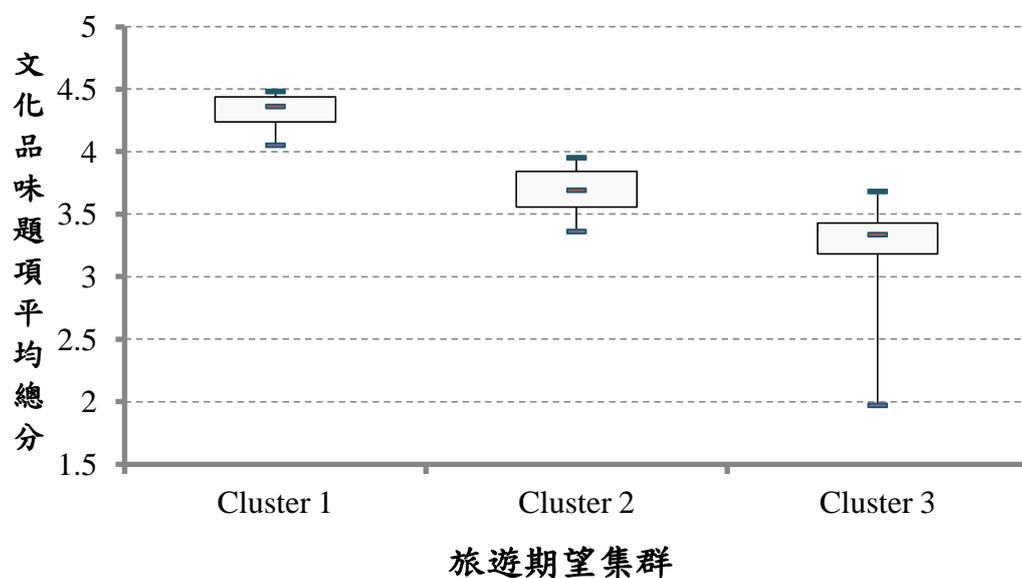


圖 4.2 旅遊期望與文化品味盒鬚圖

資料來源：本研究整理

表 4.7 研究假設檢定驗證表

假說 H1	檢定結果
杭州與武漢兩地區遊客出境的旅遊期望與文化品味之間具有關聯性。	成立

資料來源：本研究整理

#### 4.4.2 旅遊期望集群之客觀條件分布

經由三群旅遊期望集群來深入瞭解杭州與武漢兩地區人民的客觀條件之間的特徵關係。詳如圖 4.3 至 4.12 所示。

##### 一、地區

依據旅遊期望集群之數據顯示，杭州與武漢兩地區人民各佔比例分

別為：集群一，杭州(33.8%)、武漢(66.2)。集群二，杭州(59.8%)、武漢(40.2%)。集群三，杭州(60.5%)、武漢(39.5)。

## 二、性別

由圖 4.3 顯示，旅遊期望集群男女比例就為平均，分佈依序為，集群一男性(54.6%)，女性為(45.4%)；集群二男性(64.3%)，女性為(37.7%)；集群三男性(55.3%)，女性為(44.7%)。

## 三、年齡

由圖 4.4 顯示，旅遊期望三集群年齡比例分布主要都集中在 26-54 歲中壯年族群，依序分別為，集群一(61.8%)，集群二(67.8%)，集群三(76.3%)。

## 四、教育程度

由圖 4.5 顯示，旅遊期望集群教育程度比例分布依序為，集群一主要集中在專科與大學以上(63.2%)、集群二主要集中在專科(35.7%)、集群三主要集中在高中職(52.6%)。

## 五、婚姻狀態

由圖 4.6 顯示，旅遊期望三集群婚姻狀態比例分布主要都集中在已婚有子女族群依序分別為，集群一(54.9%)，集群二(53.3%)，集群三(50%)。

## 六、職業

由圖 4.7 顯示，旅遊期望三集群職業比例分布主要都集中在私營企業員工依序分別為，集群一(37.2%)，集群二(37.7%)，集群三(47.4%)。而依地區之分職業部份在於各集群之中並無明顯特徵關聯。

## 七、個人平均月收入（人民幣）

由圖 4.8 顯示，旅遊期望三集群平均月收入比例分布主要都集中在 2001-3000 元人民幣依序分別為，集群一(43.3%)，集群二(59%)，集群三(55.2%)。

#### 八、過去三年從事出境旅遊次數

由圖 4.9 顯示，旅遊期望三集群過去三年從事出境旅遊次數比例分布，集群一(60.4%)與集群二(71.4%)主要都集中在 1 次，集群三(39.5%)則集中在 2-4 次。

#### 九、過去三年從事國內旅遊次數(含港澳地區)

由圖 4.10 顯示，旅遊期望三集群過去三年從事出境旅遊次數比例分布，集群一(34.1%)與集群二(54.8%)主要都集中在 1 次，集群三(39.5%)則集中在 5-7 次。

#### 十、未來三年從事出境旅遊計畫

由圖 4.11 顯示，旅遊期望三集群未來三年從事出境旅遊計畫比例分布，主要都集中在普通的意見，依序分別為，集群一(37.5%)，集群二(56.3%)，集群三(42.1%)。而依地區之分，未來三年從事出境旅遊計畫部份在於各集群之中並無明顯特徵關聯。

#### 十一、旅遊相關訊息接觸來源(複選)

由圖 4.12 顯示，旅遊期望三集群旅遊相關訊息接觸來源比例分布，主要集中在網際網路與電視，依序分別為，集群一(99.4%)，集群二(83.4%)，集群三(57.9%)。

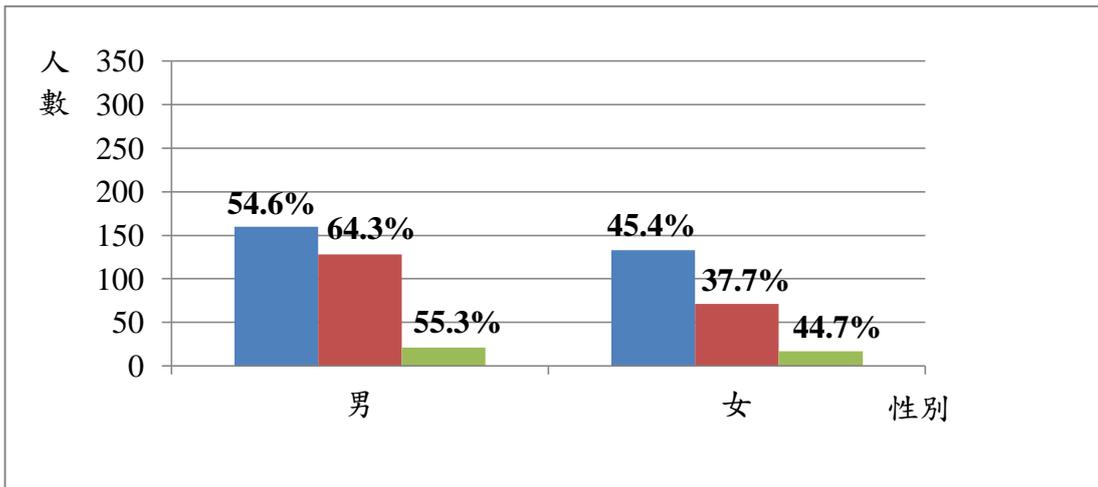


圖 4.3 集群受訪者性別直方圖

資料來源：本研究整理

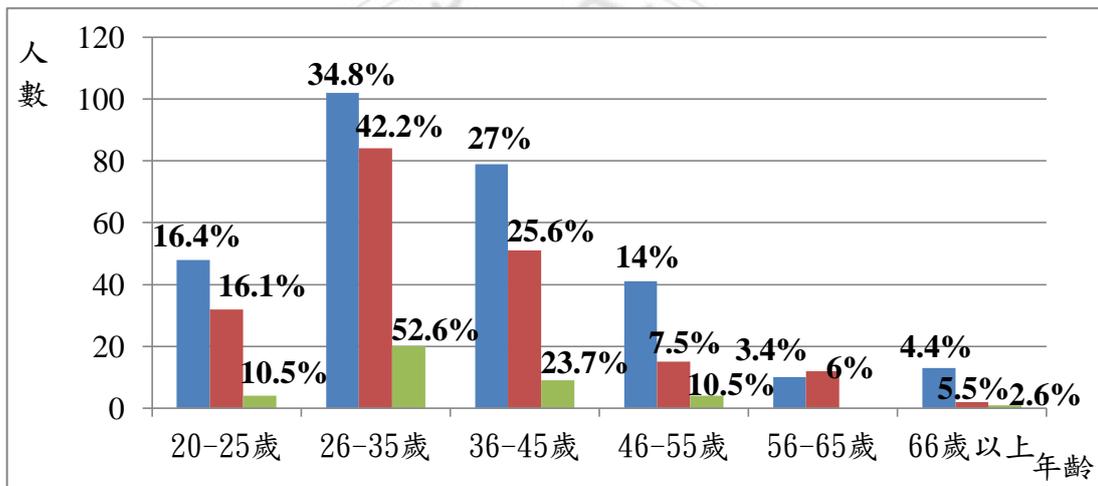


圖 4.4 集群受訪者年齡直方圖

資料來源：本研究整理

註：■ 集群一(n=293) ■ 集群二(n=199) ■ 集群三(n=38)

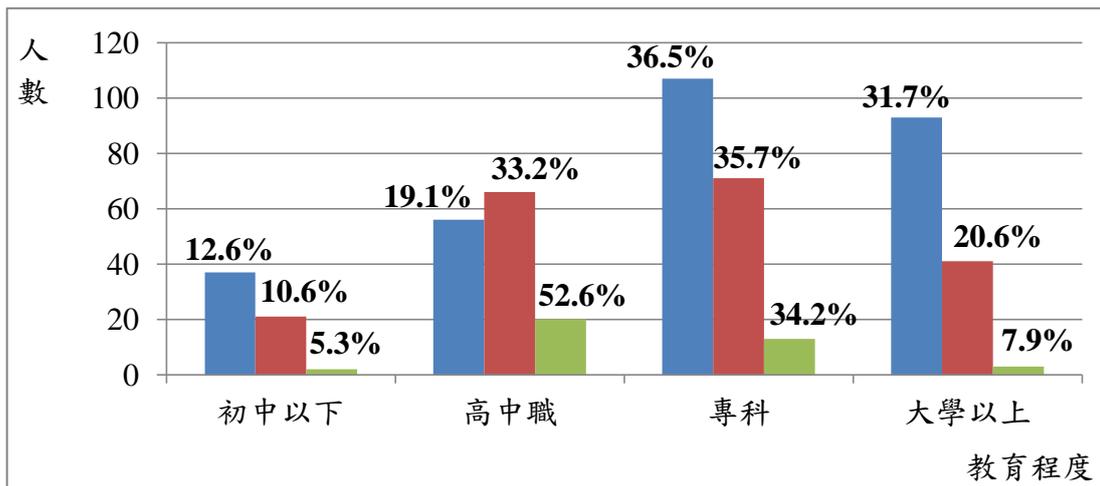


圖 4.5 集群受訪者教育程度方圖

資料來源：本研究整理

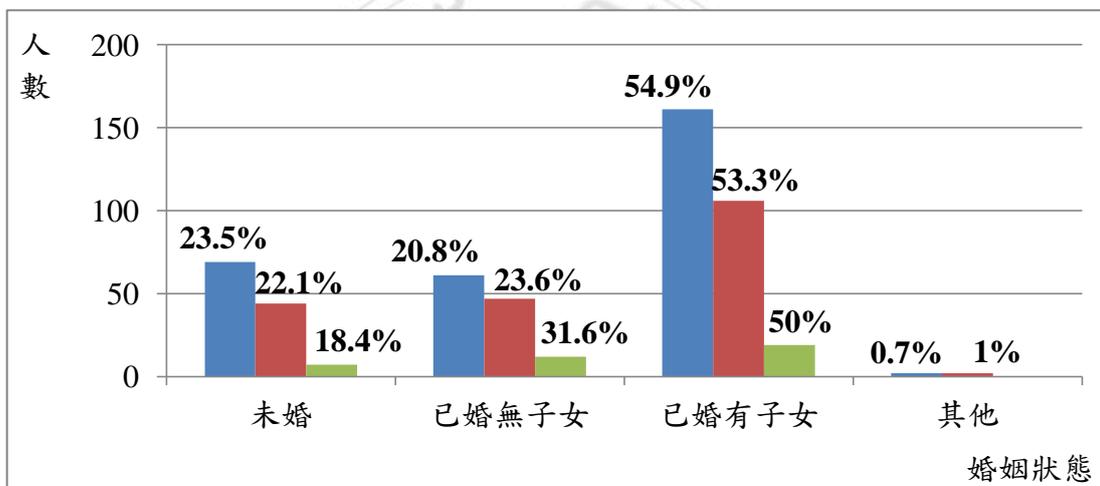


圖 4.6 集群受訪者婚姻狀態直方圖

資料來源：本研究整理

註：■ 集群一(n=293) ■ 集群二(n=199) ■ 集群三(n=38)

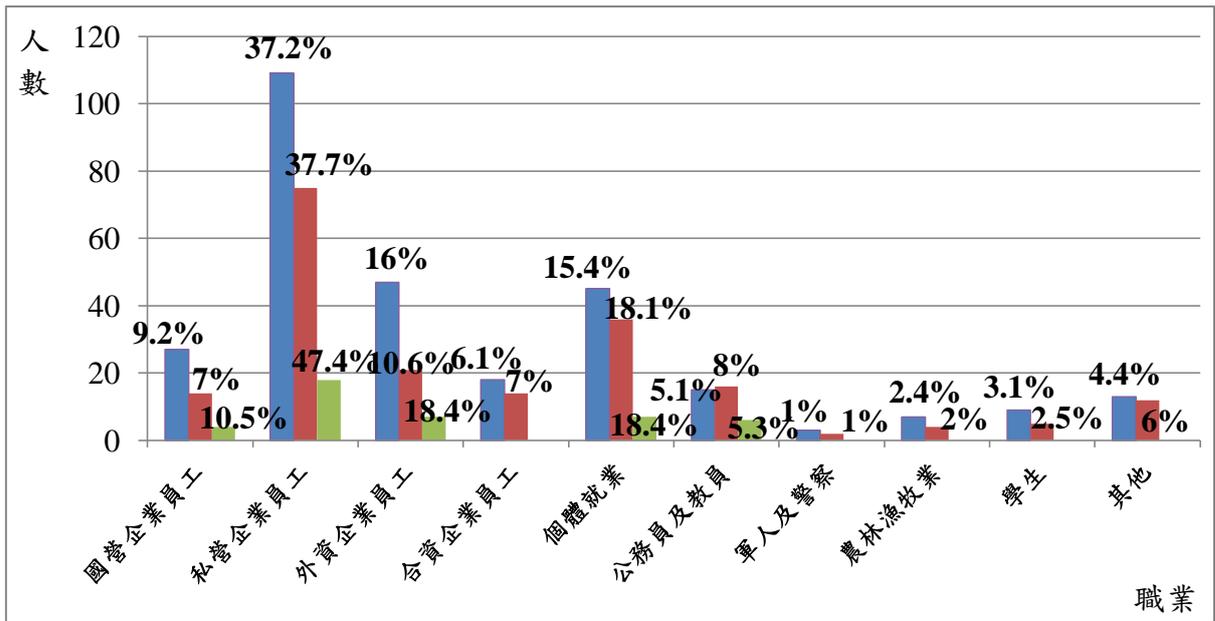


圖 4.7 集群受訪者職業直方圖

資料來源：本研究整理

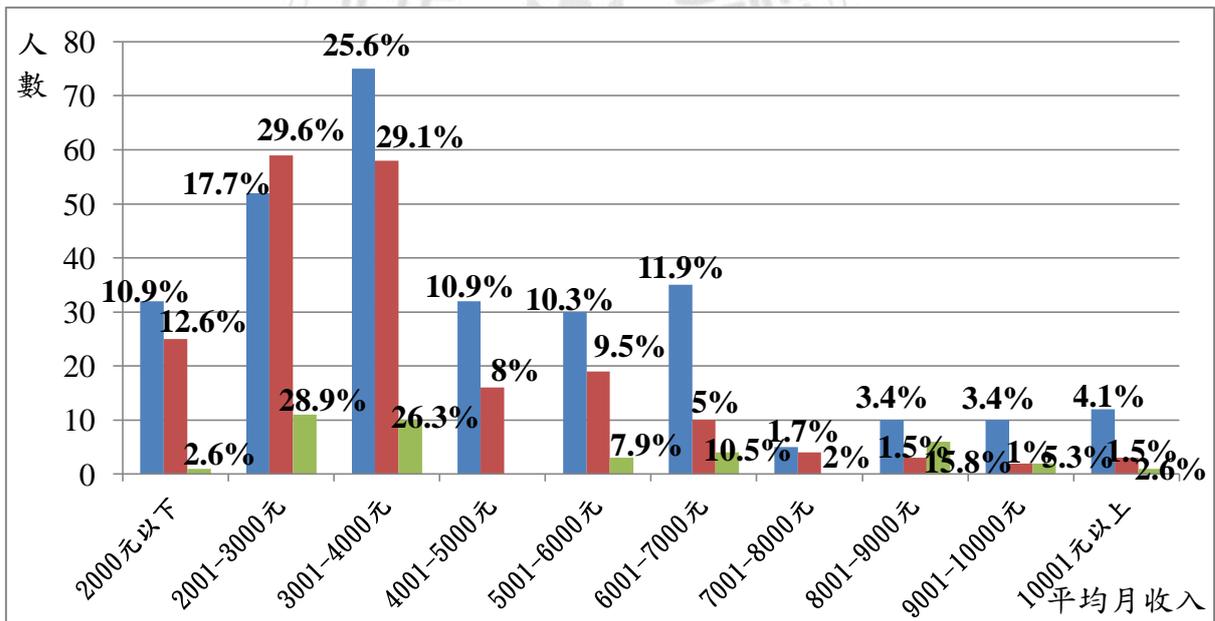


圖 4.8 集群受訪者個人平均月收入(人民幣)直方圖

資料來源：本研究整理

註：■ 集群一(n=293) ■ 集群二(n=199) ■ 集群三(n=38)

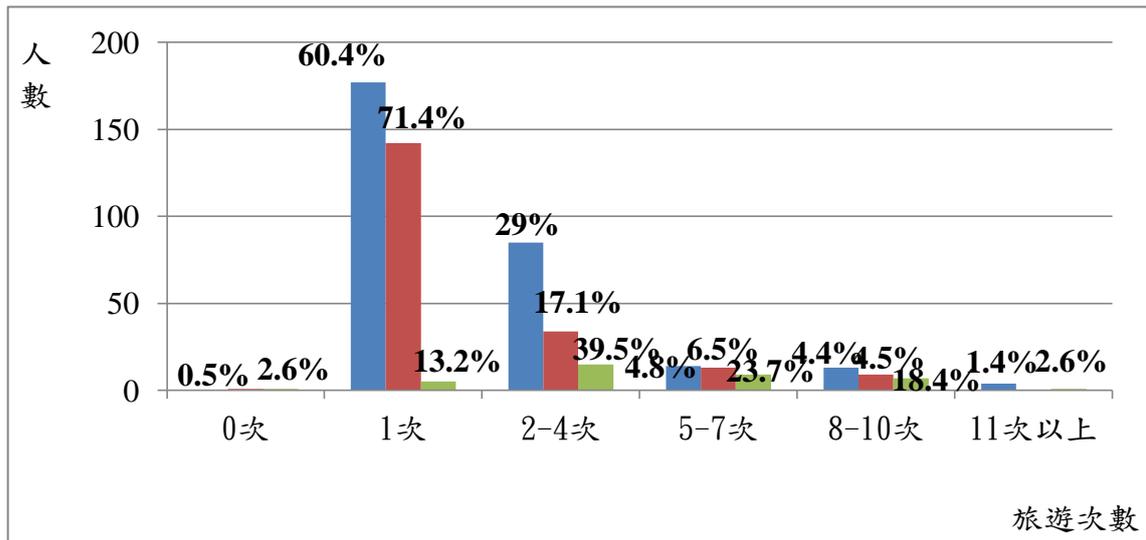


圖 4.9 集群受訪者過去三年從事出境旅遊次數直方圖

資料來源：本研究整理

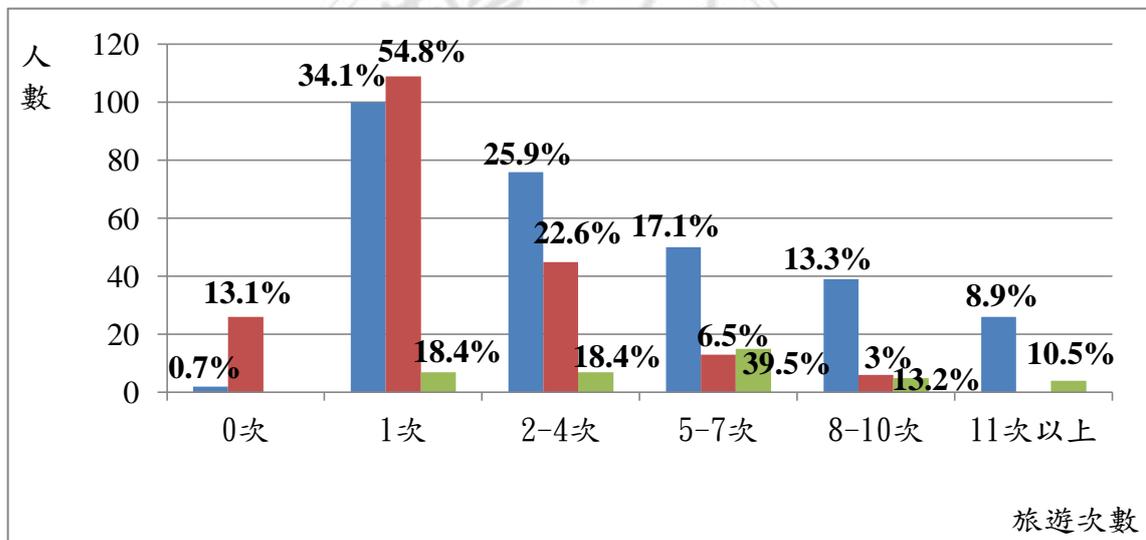


圖 4.10 集群受訪者過去三年從事國內旅遊次數(含港澳地區)直方圖

資料來源：本研究整理

註：■ 集群一(n=293) ■ 集群二(n=199) ■ 集群三(n=38)

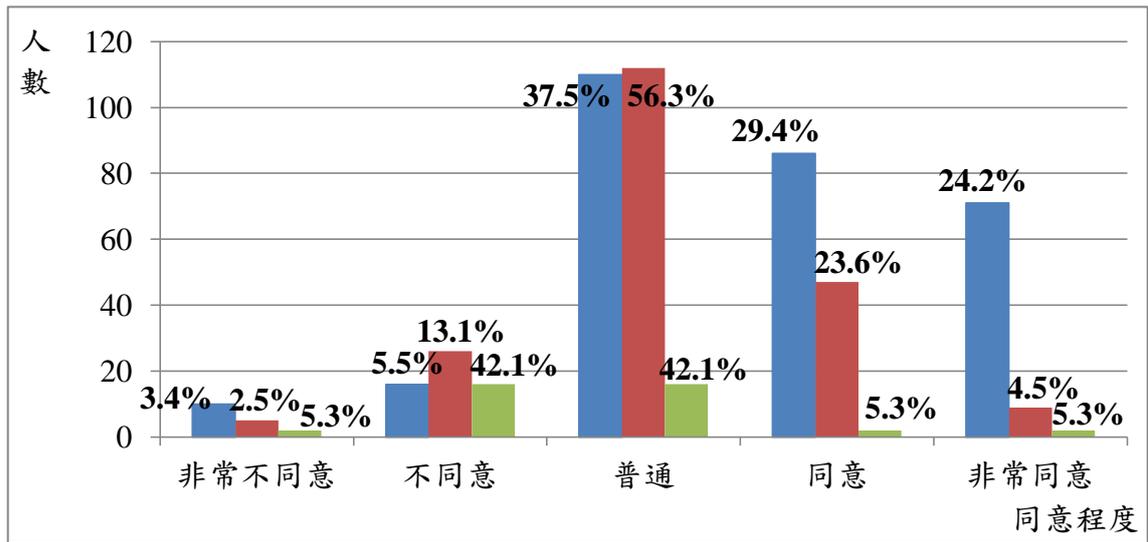


圖 4.11 集群受訪者未來三年從事出境旅遊計畫直方圖

資料來源：本研究整理

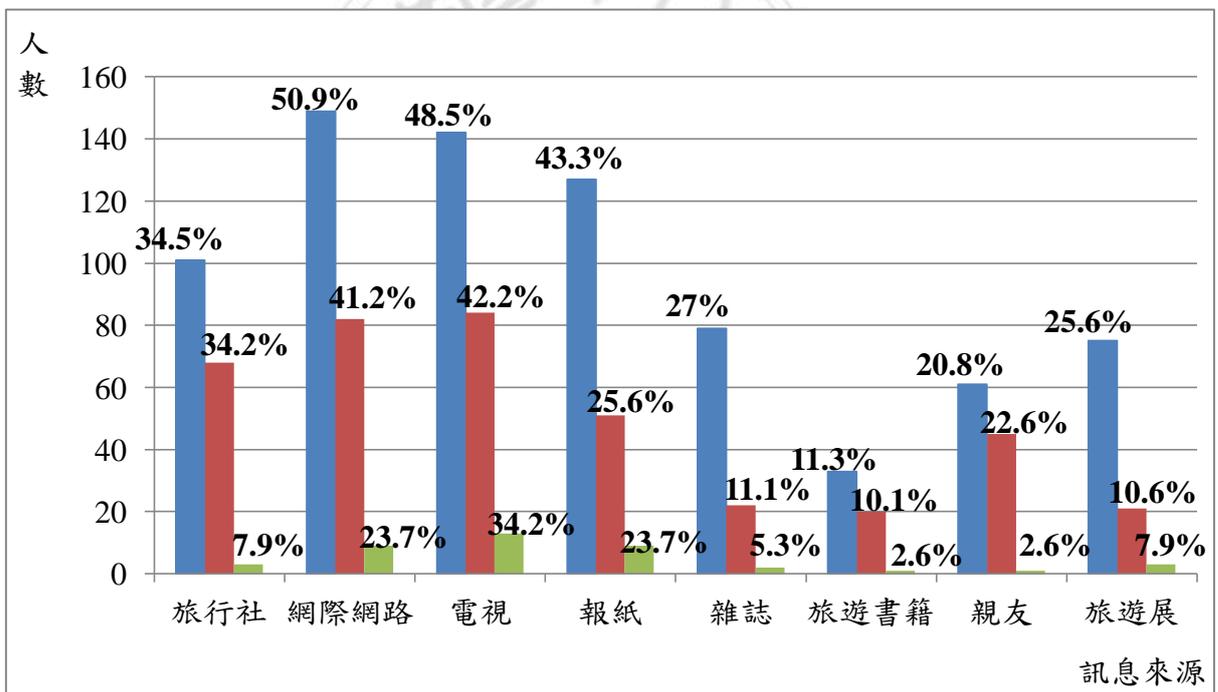


圖 4.12 集群受訪者旅遊相關訊息接觸來源直方圖

資料來源：本研究整理

註：■ 集群一(n=293) ■ 集群二(n=199) ■ 集群三(n=38)

## 4.5 整體模式衡量分析

本研究透過結構方程式(Structural Equation Models, SEM)與驗證性因素分析(Confirmatory factor analysis, CFA)，檢測變數之間的影响關係。並藉由模式的適合度檢定，各構面題項之組合信度(Construct Reliability, CR)、平均變異數萃取量(Average Variance Extracted, AVE)、標準化因素負荷量與 t 值的顯著性，來檢測量表中各構面之間是否具有收斂效度(Convergent Validity)。

### 4.5.1 整體模式配適度檢定分析

配適度指標(goodness-of-fit indices)在於評鑑假設的路徑分析模式與蒐集到的資料是否相互適配(吳明隆, 2009)。本研究依據 Bagozzi and Yi (1988)建議將 $\chi^2$ 、 $\chi^2/df$ 、RMR、RMSEA、GFI、AGFI、NFI、RFI、IFI、TLI、CFI 等指標做為檢定配適度之參考，其檢測結果如表 4.8 至表 4.12 所示。

#### 一、旅遊期望配適度檢定

由表 4.8 顯示，旅遊期望中「餐廳與住宿期望」構面其模式適合度指標 $\chi^2/df$  為 2.209 符合配適指標中小於 3 之理想標準。RMR 為 0.017、RMSEA 為 0.048，均符合配適指標中小於 0.05 與 0.08 之理想標準。GFI 為 0.984、AGFI 為 0.957、NFI 為 0.988、RFI 為 0.972、IFI 為 0.993、TLI 為 0.985、CFI 為 0.993，均符合配適指標中大於 0.9 之理想標準。整體而言，酒店與住宿期望構面的適配模式情形良好。

表 4.8 旅遊期望驗證性因素分析之整體模式配適度檢定表

酒店與住宿的期望		
統計檢定量	適配的標準值	檢定數據結果
$\chi^2$ 值	越小越好 (P>0.05)	44.179 (p=0.001)
$\chi^2/df$ 值	<3	2.209 符合
RMR 值	<0.05	0.017 符合
RMSEA 值	<0.08	0.048 符合
GFI 值	>0.9	0.984 符合
AGFI 值	>0.9	0.957 符合
NFI 值	>0.9	0.988 符合
RFI 值	>0.9	0.973 符合
IFI 值	>0.9	0.993 符合
TLI 值	>0.9	0.985 符合
CFI 值	>0.9	0.993 符合

資料來源：本研究整理

由表 4.9 顯示，旅遊期望「餐廳與飲食期望」其模式適合度指標 $\chi^2/df$  為 2.690 符合配適指標中小於 3 之理想標準。RMR 為 0.015、RMSEA 為 0.057，均符合配適指標中小於 0.05 與 0.08 之理想標準。GFI 為 0.977、AGFI 為 0.950、NFI 為 0.981、RFI 為 0.965、IFI 為 0.988、TLI 為 0.978、CFI 為 0.988，均符合配適指標中大於 0.9 之理想標準。整體而言，餐廳與飲食期望構面的適配模式情形良好。

表 4.9 旅遊期望驗證性因素分析之整體模式配適度檢定表

餐廳與飲食的期望			
統計檢定量	適配的標準值	檢定數據結果	
$\chi^2$ 值	越小越好 (P>0.05)	67.248 (p=0.000)	
$\chi^2/df$ 值	<3	2.690	符合
RMR 值	<0.05	0.015	符合
RMSEA 值	<0.08	0.057	符合
GFI 值	>0.9	0.977	符合
AGFI 值	>0.9	0.950	符合
NFI 值	>0.9	0.981	符合
RFI 值	>0.9	0.965	符合
IFI 值	>0.9	0.988	符合
TLI 值	>0.9	0.978	符合
CFI 值	>0.9	0.988	符合

資料來源：本研究整理

由表 4.10 顯示，旅遊期望「導遊與行程期望」其模式適合度指標 $\chi^2/df$  為 2.850 符合配適指標中小於 3 之理想標準。RMR 為 0.011、RMSEA 為 0.059，均符合配適指標中小於 0.05 與 0.08 之理想標準。GFI 為 0.978、AGFI 為 0.943、NFI 為 0.988、RFI 為 0.974、IFI 為 0.992、TLI 為 0.983、CFI 為 0.992，均符合配適指標中大於 0.9 之理想標準。整體而言，導遊與行程期望構面的適配模式情形良好。

表 4.10 旅遊期望驗證性因素分析之整體模式配適度檢定表

導遊與行程的期望			
統計檢定量	適配的標準值	檢定數據結果	
$\chi^2$ 值	越小越好 (P>0.05)	59.858(p=0.000)	
$\chi^2/df$ 值	<3	2.850	符合
RMR 值	<0.05	0.011	符合
RMSEA 值	<0.08	0.059	符合
GFI 值	>0.9	0.978	符合
AGFI 值	>0.9	0.943	符合
NFI 值	>0.9	0.988	符合
RFI 值	>0.9	0.974	符合
IFI 值	>0.9	0.992	符合
TLI 值	>0.9	0.983	符合
CFI 值	>0.9	0.992	符合

資料來源：本研究整理

由表 4.11 顯示，旅遊期望「娛樂與活動」其模式適合度指標 $\chi^2/df$  為 2.949 符合配適指標中小於 3 之理想標準。RMR 為 0.016、RMSEA 為 0.061，均符合配適指標中小於 0.05 與 0.08 之理想標準。GFI 為 0.977、AGFI 為 0.940、NFI 為 0.983、RFI 為 0.963、IFI 為 0.988、TLI 為 0.975、CFI 為 0.988，均符合配適指標中大於 0.9 之理想標準。整體而言，導遊與行程期望構面的適配模式情形良好。

表 4.11 旅遊期望驗證性因素分析之整體模式配適度檢定表

娛樂與活動的期望			
統計檢定量	適配的標準值	檢定數據結果	
$\chi^2$ 值	越小越好 (P>0.05)	61.923(p=0.000)	
$\chi^2/df$ 值	<3	2.949	符合
RMR 值	<0.05	0.016	符合
RMSEA 值	<0.08	0.061	符合
GFI 值	>0.9	0.977	符合
AGFI 值	>0.9	0.940	符合
NFI 值	>0.9	0.983	符合
RFI 值	>0.9	0.963	符合
IFI 值	>0.9	0.988	符合
TLI 值	>0.9	0.975	符合
CFI 值	>0.9	0.988	符合

資料來源：本研究整理

由表 4.12 顯示，旅遊期望「交通與運輸期望」其模式適合度指標 $\chi^2/df$  為 1.736 符合配適指標中小於 3 之理想標準。RMR 為 0.008、RMSEA 為 0.037，均符合配適指標中小於 0.05 與 0.08 之理想標準。GFI 為 0.996、AGFI 為 0.980、NFI 為 0.997、RFI 為 0.989、IFI 為 0.999、TLI 為 0.905、CFI 為 0.999，均符合配適指標中大於 0.9 之理想標準。整體而言，導遊與行程期望構面的適配模式情形良好。

表 4.12 旅遊期望驗證性因素分析之整體模式配適度檢定表

交通與運輸的期望			
統計檢定量	適配的標準值	檢定數據結果	
$\chi^2$ 值	越小越好 (P>0.05)	5.208(p=0.157)	
$\chi^2/df$ 值	<3	1.736	符合
RMR 值	<0.05	0.008	符合
RMSEA 值	<0.08	0.037	符合
GFI 值	>0.9	0.996	符合
AGFI 值	>0.9	0.980	符合
NFI 值	>0.9	0.997	符合
RFI 值	>0.9	0.989	符合
IFI 值	>0.9	0.999	符合
TLI 值	>0.9	0.905	符合
CFI 值	>0.9	0.999	符合

資料來源：本研究整理

## 二、文化品味配適度檢定

由表 4.13 顯示，其模式適合度指標中 $\chi^2/df$  值為 3.472 符合配適指標中 1 至 3 可接受之標準。RMR 值為 0.111 略高於 0.05 理想配適。RMSEA 為 0.068，符合配適指標中小於 0.08 之理想標準。GFI 為 0.917、NFI 為 0.932、IFI 為 0.950、TLI 為 0.914，符合配適指標中大於 0.9 之理想標準。AGFI 為 0.857、RFI 為 0.883，雖未符合配適指標中大於 0.9 之理想標準但數值相當接近 0.9 仍在可接受之範圍。

整體而言，文化品味量表中 RMR 值並未達到理想之標準，但整體模式的各項配適度統計值均相當理想，故本模式亦在可以接受的標準。

表 4.13 文化品味驗證性因素分析之整體模式配適度檢定表

文化品味			
統計檢定量	適配的標準值	檢定數據結果	
$\chi^2$ 值	越小越好 (P>0.05)	770.686 (p=0.000)	
$\chi^2/df$ 值	<3	3.472	符合
RMR 值	<0.05	0.111	未符合
RMSEA 值	<0.08	0.068	符合
GFI 值	>0.9	0.917	符合
AGFI 值	>0.9	0.848	可接受
NFI 值	>0.9	0.932	符合
RFI 值	>0.9	0.883	可接受
IFI 值	>0.9	0.950	符合
TLI 值	>0.9	0.914	符合
CFI 值	>0.9	0.950	符合

資料來源：本研究整理

#### 4.5.2 收斂效度分析

收斂效度用以測量相同構面間的相關程度。依據檢測指標若因素負荷量達 0.45 以上、各估計參數 t 值大於 1.96，即表示測量題項達顯著水準。此外，為檢測構面內部變數的一致性，Fornell and Larcker(1981)建議，組合信度(Composite Reliability, CR)需大於 0.6，CR 值越高表示構面一致性越高。平均變異萃取量 (Average Variance Extracted AVE) 理想標準值應大於 0.5，而平均變異萃取量愈高，則表示潛在變項有愈高的收斂效度。

##### 一、旅遊期望收斂效度分析

由表 4.14 顯示，「酒店與住宿期望」、「餐廳與飲食期望」、「導遊與行程期望」等構面因素負荷量皆大於 0.45 且顯著，t 值皆大於 1.96。構面之組合信度(CR)皆大於 0.8，平均變異數萃取量(AVE)也皆大於 0.5，而「娛樂與活動期望」與「交通與運輸期望」等構面因素負荷量皆大於 0.5 且顯著，t 值皆大於 1.96。構面組合信度(CR)皆大於 0.9，平均變異數萃取量(AVE)也皆大於 0.5，依上述可得知旅遊期望各構面與題項間的內部一致性高，且具有良好的收斂效度。

表 4.14 旅遊期望之一階驗證型因素分析表

題 項	SFL	t 值	EV	CR	AVE	
需要有良好的景觀位置	0.751	20.039	0.435			
環境舒適衛生	0.763	20.465	0.417			
酒店與住宿的期望	提供完善的衛浴設備(如浴缸、吹風機)	0.869	24.208	0.244	0.906	0.507
	房間提供完善設備(如電視、冰箱)	0.832	22.264	0.307		
	有良好的服務品質	0.722	18.984	0.478		
	交通便利	0.82	21.179	0.327		
	設有健身房、游泳池休閒設施	0.684	17.563	0.532		
	設有商場、酒吧、賭場娛樂場所	0.515	12.468	0.734		
	飯店三星級或更高星級	0.532	13.004	0.716		
	願意以高價格滿足住宿高級需求	0.524	12.369	0.728		
餐廳環境衛生	0.649	16.062	0.578			
提供中文翻譯	0.737	19.054	0.456			
餐廳與飲食的期望	提供中文點餐服務	0.78	20.687	0.391	0.908	0.508
	提供輕食蔬果(少糖、少鹽)健康飲食	0.81	21.460	0.343		
	提供中國餐館	0.801	21.542	0.358		
	盡量避免生食	0.646	15.857	0.582		
	避免太多油炸食品	0.731	18.349	0.465		
	能夠嘗試當地傳統美食	0.656	16.283	0.569		
	提供飲食多元的選擇	0.653	15.854	0.573		
提供符合中國人口味的飲食	0.638	15.708	0.592			

資料來源：本研究整理

註：SFL 為標準化之因素負荷量；EV 為誤差變異數；CR 為組合信度；AVE 為平均變異數萃取量。

表 4.14 旅遊期望之一階驗證型因素分析表(續)

	題 項	SFL	t 值	EV	CR	AVE
導遊與行程的期望	提供中文導遊	0.831	22.992	0.309	0.906	0.559
	導遊熟悉當地的歷史和文化	0.905	26.255	0.180		
	導遊能提供良好的服務態度	0.874	25.191	0.236		
	導遊有良好的解說能力	0.846	23.920	0.284		
	導遊應瞭解遊客的生活方式與飲食習慣	0.886	25.297	0.215		
	不被強迫購物	0.599	14.967	0.641		
	行程安排不宜過於緊湊	0.613	15.374	0.624		
	行程不包含特殊活動與小費的額外支出	0.579	14.357	0.664		
	行程中能有安排自由活動時間	0.621	15.646	0.614		
	不臨時更改行程內容	0.604	15.110	0.635		
娛樂與活動的期望	體驗當地獨特傳統文化	0.648	16.112	0.580	0.908	0.543
	體驗夜生活	0.687	17.355	0.528		
	體驗冒險刺激的活動(如跳傘、泛舟)	0.747	19.530	0.441		
	參加當地節慶活動	0.812	21.989	0.340		
	參加運動類型活動(如滑雪、水上活動)	0.826	22.612	0.317		
	觀賞著名藝術展覽或表演	0.801	21.791	0.358		
	參觀著名的城市與地標	0.778	20.517	0.394		
	參觀著名的歷史遺跡	0.645	15.560	0.583		
參觀國家公園或其他自然生態景區	0.697	17.696	0.514			
能夠有購物的機會	0.706	18.065	0.501			
交通與運輸的期望	交通工具選擇的機會(如火車、遊輪)	0.716	17.744	0.487	0.832	0.621
	遊覽車內環境乾淨衛生	0.877	24.235	0.230		
	遊覽車行車安全	0.86	23.577	0.260		
	低廉的交通費用	0.697	17.377	0.514		
	駕駛有足夠的經驗	0.776	20.230	0.397		

資料來源：本研究整理

註：SFL 為標準化之因素負荷量；EV 為誤差變異數；CR 為組合信度；AVE 為平均變異數萃取量。

## 二、文化品味收斂效度分析

由表 4.15 顯示，「娛樂體驗」、「藝術文化」、「運動休閒」、「環境品質」、「健康飲食」、「交通設施」等構面因素負荷量皆大於 0.45 且顯著，t 值皆大於 1.96。構面組合信度(CR)部分皆大於 0.7，平均變異數萃取量(AVE)以「娛樂體驗」、「健康飲食」兩構面達到大於 0.5 之標準，而「藝術文化」、「運動休閒」、「環境品質」、「交通設施」等構面則未達到大於 0.5 之標準值，但依據 Fornell and Larcker(1981)指出平均變異數萃取量屬於較保守之標準，故即使超過 50%以上的變異數是來自測量誤差。而當平均萃取變異量(AVE)低於 0.5 時，若構面之組合信度(CR)高於 0.6 以上，仍具收斂效度。因此，仍可判定知文化品味各構面與題項間的內部一致性高，且具有良好的收斂效度。

表 4.15 文化品味之一階驗證型因素分析表

題 項		SFL	t 值	EV	CR	AVE
娛 樂 體 驗	您喜愛從事夜間活動	0.903	26.827	0.184		
	您喜愛到訪娛樂場所(酒吧)	0.844	24.248	0.287		
	您喜愛購買奢侈品	0.629	17.577	0.604	0.792	0.550
	您喜愛到訪大型購物中心	0.526	13.904	0.723		

資料來源：本研究整理

註：SFL 為標準化之因素負荷量；EV 為誤差變異數；CR 為組合信度；AVE 為平均變異數萃取量。

表 4.15 文化品味之一階驗證型因素分析表(續)

	題 項	SFL	t 值	EV	CR	AVE
藝 術 文 化	您喜愛參與居住地區的文化活動	0.513	13.786	0.736	0.874	0.310
	您喜愛接觸中文以外的語言(如英文)	0.513	14.070	0.736		
	您喜愛到訪博物館或文物館	0.481	12.560	0.768		
	您喜愛參觀藝術展覽活動	0.595	15.972	0.645		
	您喜愛參觀歷史古跡	0.628	16.319	0.605		
	您重視居住地的傳統文化	0.601	15.741	0.638		
	您喜愛接觸多元文化	0.555	14.567	0.691		
運 動 休 閒	您喜愛到訪中國境外地區旅遊	0.545	14.639	0.702	0.832	0.279
	您喜愛到訪中國境內地區旅遊(含港澳)	0.546	15.082	0.701		
	您喜愛從事戶外活動	0.583	14.748	0.660		
	您喜愛到訪公園或體育館	0.485	13.246	0.764		
	您喜愛嘗試刺激冒險的活動	0.479	13.761	0.777		
環 境 品 質	您喜愛觀賞自然風景	0.632	15.804	0.600	0.833	0.448
	您重視景觀的美化	0.688	17.267	0.526		
	您重視良好的治安環境	0.689	17.308	0.525		
	您重視良好的空氣品質	0.646	15.830	0.582		
	您重視餐廳的環境衛生	0.691	17.594	0.522		
健 康 飲 食	您喜愛品嚐有名的美食小吃	0.884	25.058	0.218	0.799	0.776
	您喜愛品嚐異國料理	0.863	24.402	0.255		
	您喜愛中國的飲食口味	0.814	22.830	0.337		
	您重視完善的醫療品質	0.958	17.773	0.082		
交 通 設 施	您居住的地區交通便利	0.756	19.203	0.428	0.748	0.462
	您居住地區大眾運輸工具票價便宜	0.678	16.765	0.540		
	您喜愛使用大眾運輸工具(火車、公車)	0.596	14.867	0.644		

資料來源：本研究整理

註：SFL 為標準化之因素負荷量；EV 為誤差變異數；CR 為組合信度；AVE 為平均變異數萃取量。

## 4.6 整體模式之結構方程式分析

依據 Anderson and Gerbing(1988)及 Williams and Hazer(1986)等學者建議，先針對各構面其題項進行 Cronbach's  $\alpha$  係數與驗證性因素分析來瞭解各構面與題項之間的信度以及收斂效度。本結將運用結構方程模式分析以瞭解整體模式之關係，並驗證研究中的假說檢定。

### 一、整體模型適配度

整體模式配適度指標，其分為絕對適合度衡量(Absolute Fit Measures)、增量適合度衡量(Incremental Fit Measures)與簡要適合度衡量(Parsimonious Fit Measures)三種類型。主要目的為評量整個模式與觀察資料的適配程度。由表 4.16 顯示，本研究整體模式適配指標中指標 $\chi^2/df$  為 2.740 符合配適指標中小於 3 之理想標準。RMR 為 0.026、RMSEA 為 0.057，均符合配適指標中小於 0.05 與 0.08 之理想標準。GFI 為 0.974、AGFI 為 0.972、NFI 為 0.928、RFI 為 0.967、IFI 為 0.988、TLI 為 0.979、CFI 為 0.988，均符合配適指標中大於 0.9 之理想標準。顯示本研究之整體現性結構適配度已達良好的標準，且具有良好的內在結構適配度。

表 4.16 整體模式配適度檢定表

統計檢定量	適配的標準值	檢定數據結果
$\chi^2$ 值	越小越好 (P>0.05)	82.201(p=0.00)
$\chi^2/df$ 值	<3	2.740 符合
RMR 值	<0.05	0.026 符合
RMSEA 值	<0.08	0.057 符合
GFI 值	>0.9	0.974 符合
AGFI 值	>0.9	0.942 符合
NFI 值	>0.9	0.982 符合
RFI 值	>0.9	0.967 符合

資料來源：本研究整理

表 4.16 整體模式配適度檢定表(續)

統計檢定量	適配的標準值	檢定數據結果	
IFI 值	>0.9	0.988	符合
TLI 值	>0.9	0.979	符合
CFI 值	>0.9	0.988	符合

資料來源：本研究整理

## 二、整體模式參數估計

由表 4.17 顯示，各構面之因素負荷量皆達準值 0.5，t 值皆大於 1.96 達顯著水準，顯示各構面之間具有良好的解釋力。

表 4.17 整題模式參數估計表

題 項		SFL	t 值	EV	CR	AVE
旅遊期望	酒店與住宿的期望	0.68	15.007	0.453	0.832	0.555
	餐廳與飲食的期望	0.751	16.509	0.467		
	導遊與行程的期望	0.821	18.539	0.325		
	娛樂與活動的期望	0.73	16.353	0.435		
	交通與運輸的期望	0.739	—	0.537		
文化品味	娛樂體驗	0.457	—	0.791	0.852	0.595
	藝術文化	0.852	13.709	0.274		
	運動休閒	0.706	15.342	0.501		
	環境品質	0.882	10.956	0.222		
	健康飲食	0.813	10.697	0.339		
	交通設施	0.836	10.794	0.301		

資料來源：本研究整理

註：SFL 為標準化之因素負荷量；EV 為誤差變異數；CR 為組合信度；AVE 為平均變異數萃取量。

#### 4.6.1 路徑系數與效果分析

本研究將所建構之旅遊期望與文化品味之關係繪成關係模式路徑圖，如圖 4.13。並依據分析所獲得之結果，進行假說檢定，詳如表 \*\* 所示。

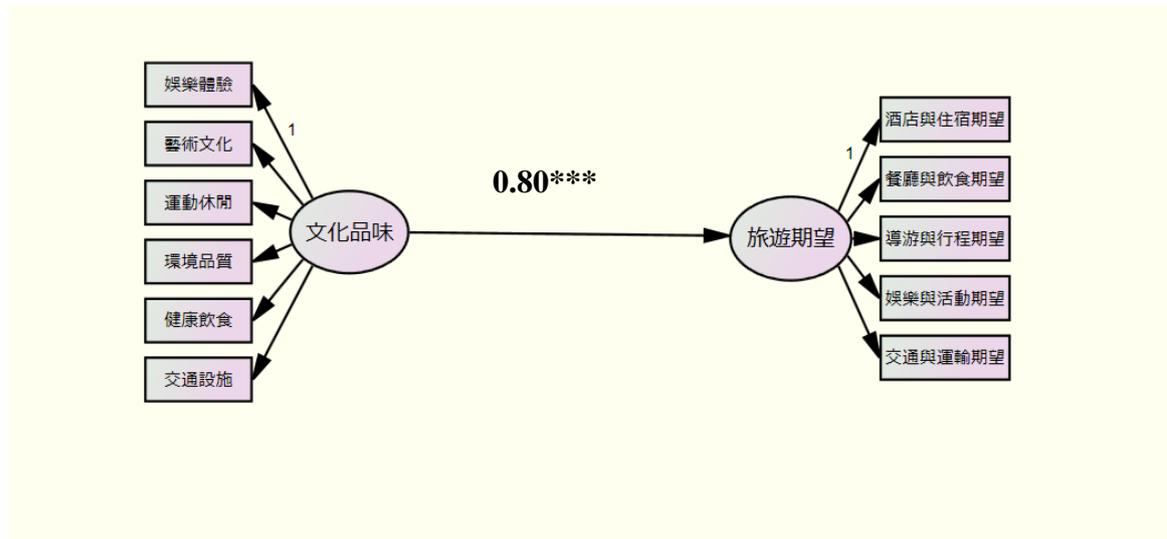


圖 4.13 整體模式關係路徑圖

註：→ 表路徑通過 0.05 顯著性檢測。

#### 4.6.1 文化品味對旅遊期望的影響關係

文化品味對旅遊期望路徑係數為 0.80，t 值為 9.802，達顯著水準。顯示大陸地區人民的文化品味程度是會影響出境旅遊產品的期待程度。故假設 H2 成立，詳如表 4.18。

表 4.18 研究假設檢定驗證表

構面關係	路徑係數	T 值	檢定結果
文化品味 → 旅遊期望	0.80***	9.802	成立

資料來源：本研究整理

## 第五章 結論與建議

本研究以杭州與武漢地區具有購車能力者為研究對象，由旅遊期望的觀點來探討與文化品味之間的關聯性。此章節將藉由分析結果提出總結論述，並提供政府觀光相關單位與旅遊相關業者實務上之建議，最後針對未來研究提出建議。

### 5.1 研究結果分析討論

依據前章分析之統計結果，針對重要的發現其重要意涵分別進行討論。

#### 5.1.1 人口統計變項敘述性結果發現

根據此次研究樣本資料之分析結果，在性別方面，男女比例大約相等，但以男性較女性稍多。年齡方面，集中於 26 歲至 45 歲，以中壯年族群為主。教育程度方面，以專科以上居多。婚姻狀態以已婚者有子女為主。職業方面，以私營企業員工占全體樣本多數。個人平均月收入方面，以人民幣 3,001-4,000 元為主，其次為 2,001-3,000 元。過去三年從事出境旅遊次數方面，以 1 次的受訪者為占最多。過去三年從事國內旅遊次數(含港澳地區)，以 1 次為占居多。受訪者在未來三年有從事出境旅遊的計畫，普遍持中立的意見。旅遊相關的訊息接觸來源方面以電視與網際網路為最多。

#### 5.1.2 旅遊期望敘述性結果分析發現

本研究杭州與武漢人民對於「酒店與住宿的期望」期待程度較高部份，擁有良好的服務品質、交通便利、環境舒適衛生。期待程度稍低的題項部份為設有商場、酒吧、賭場娛樂場所、飯店三星級或更高星級以

及願意以高價格滿足住宿高級需求。「餐廳與飲食的期望」各題項整體體平均值大致相等，其中期待程度較高部份為，遊程中能提供符合中國人口味的飲食、避免太多油炸食品以及提供中國餐館。「導遊與行程的期望」各題項整體平均值大相等，其中以遊程當中導遊有良好的解說能力、導遊能提供良好的服務態度、不被強迫購物、不臨時更改行程內容等較為受訪者期待。「娛樂與活動的期望」顯示，參觀著名的歷史遺跡、有購物的機會、參觀國家公園或其他自然生態景區等方面較為高期待。「交通與運輸的期望」各題項整體平均大致相等，其中以駕駛有足夠的經驗以及遊覽車行車安全較為受訪者高重視。

### 5.1.3 文化品味敘述性分析結果發現

在杭州與武漢人民對於日常「娛樂體驗」部份，以從事夜間活動的喜愛程度為最高。「藝術與文化」部份以參觀藝術展覽活動喜愛的程度為最高。「運動休閒」部份以到訪中國境外地區旅遊喜愛程度的最高。「環境品質」部份以良好的空氣品質方面較為受重視。「健康飲食」部份，以完善的醫療品質方面受重視。「交通設施」部份，以居住地區大眾運輸工具低廉的票價較為重視。

### 5.1.4 整體模式關聯之分析發現

藉由集群分析結果得知，三類遊客的文化品味高低與旅遊期望的偏好高低之間有明顯關聯。但再進一步將三集群受訪者的地區別以及客觀條件，以直方圖來檢視之間的特徵關係。其結果顯示，以地區別來看杭州與武漢之人民在三集群的分布較為均等。而受訪者的客觀條件在三集群中分布大至相等，其中較為不同的部份，旅遊期望集群教育程度分布為，集群一主要集中在專科與大學以上、集群二主要集中在專科、集群

三主要集中在高中職。

### 5.1.5 文化品味與旅遊期望之影響關係

本研究經由路徑分析發現，遊客的文化品味對於旅遊期望有顯著的影響關係，路徑值為 0.80。李偉平、陳霄與黃穎(2011)指出，遊客對於出境旅遊已超出初期的經濟因素等考量，進而提升至新一階段，會考量對社會、文化、心理等內涵因素。因此，在塑造遊客的旅遊期望的同時，文化是為一個重要的關鍵因素。

## 5.2 建議

當中國旅遊業發展越成熟的同時，顧客的期望也不斷的變化、不斷的提高（閔偉紅，2009）。而旅遊相關業者在開發新產品的同時，應針對不同屬性遊客來提供超越顧客期望的旅遊產品與服務。因此，本研究依據整體分析結果，提出以下相關之建議：

### 5.2.1 以顧客為導向，提升整體市場行銷

#### 一、發展精緻化旅遊產品

綜合本研究結果可以發現，當從事出境旅遊趨於頻繁的同時，大陸人民開始由以往的走馬看花的旅遊形態，轉向為重視旅遊相關產品的服務品質，以及期待行程中能安排參觀旅遊地的著名歷史遺跡、藝術展覽與表演活動。由此可知，遊客會隨經驗的累積以提高自我的消費意識，所以旅遊相關業者在提供產品或服務時，勢必要因應市場的變化與需求，如此一來才能有效地滿足遊客對於旅遊產品的期待。

#### 二、針對不同遊客屬性將市場區隔

儘管大多數遊客對於旅遊目的地的傳統或特有美食的接受度高，但值得注意的是大陸遊客仍然期待在旅遊行程當中能安排中國餐館亦或是

能夠提供符合中國人口味的飲食，正如中國人所說的吃飯皇帝大，吃飯乃為日常最重要之活動，若是餐食不符合需求，恐會降低遊客對於整個行程之滿意程度。另外，據研究結果得知遊客對於能提供中文翻譯菜單、中文點餐服務與中文導遊等方面期望程度為較高，顯示出目前有能力從事出境旅遊者，其年齡層多為中壯年族群，相對的英文或是其它旅遊目的地之語言使用上比較不普及。因此，若能透過上述之偏好內容來改善行程之安排，以達更高的服務品質。

### **5.3 研究限制及後續研究建議**

本研究礙於研究時間、經費以及人力等限制，無法進行更全面與更深入的研究內容，為此將針對本研究之限制加以說明，並提出幾項建議，以做為後續研究者未來之探討方向。

#### **5.3.1 研究限制**

- 一、受限於抽樣地區上的限制，僅以杭州與武漢來做為沿海與內陸的城市代表，所以研究結果相對較為概念性，而無法全面性的瞭解大陸人民之意見。
- 二、由於本研究並未針對不同地區的屬性來設計題項，相對來說研究結果無法很明確的看出地區性的特徵因素。

#### **5.3.2 後續研究建議**

過去期望與文化品味一詞，多使用於服務品質以及社會學的相關研究中，本研究依據 Li et al.(2011)的建議將期望延用到旅遊研究過程中，並進一步去探討旅遊期望與文化品味之間的關聯性。然而，在研究過程中發現仍有許多方面值探討。

- 一、雖然本研究有選擇兩個地區做為研究場域，但實際分析並未將兩地

區細分來做更深入的分析。因此，未來仍有必要針對不同地區之人口統計變項與旅遊期望來探討之間的差異關係。

二、而本研究此次只針對具有購車能力者進行調查，結果相對侷限，未來亦可再針對不同族群或地區來進行研究，提供多元與全面的資訊，促進中國出境旅遊在整個國際旅遊市場以達更高的佔有率。

三、後續能以旅遊服務的相關業者的觀點再深入去瞭解，以便旅遊產品的服務達到全方位的改進與發展，進而實現更高的經濟效益。



## 參考文獻

### 一、中文部分

1. 中國旅遊研究院 (2012)。 中國出境旅遊發展年度報告 2012：中國旅遊研究院。
2. 中國國家旅遊局 (2012)。 旅遊概況，取自 [http://big5.gov.cn/gate/big5/www.gov.cn/test/2012-04/10/content\\_2110004.htm](http://big5.gov.cn/gate/big5/www.gov.cn/test/2012-04/10/content_2110004.htm)
3. 尹繼佐 (2006)。 當代文化論稿。上海：上海科學學院出版社。
4. 王士維、范世平 (2005)。 中國大陸出境旅遊政策。台北：秀威資訊科技股份有限公司。
5. 伍曉奕、林德榮 (2008)。 跨文化旅遊者消費行為研究綜述。 旅遊科學，22(3)，49-54。
6. 朱易蘭 (2005)。 用木桶原理分析中國出境游市場消費者行為特徵。 北京第二外國語學院學報，5，103-113。
7. 吳明隆 (2009)。 結構方程式 AMOS 的操作與應用 (第二版)。台北：五南圖書出版股份有限公司。
8. 李仲廣 (2012)。 中國旅遊業“走出去”回顧與展望。 企業活力，2，9-12。
9. 李飛 (2007)。 旅遊前準備行為、遊客成熟度與旅遊期望的相互關係。 旅遊學刊，22(12)，45-50。
10. 李偉平、陳霄、黃穎敏 (2011)。 國際視野下中國出境旅遊研究的回顧與進展。 浙江旅遊職業學院學報，17(3)，47-54。
11. 李清華 (2009)。 淺跨文化因素對旅遊中交際的影響。 考試週刊，38，41-42。
12. 汪勝華 (2011)。 文化對中國出境旅遊者旅遊偏好的影響研究。 旅遊縱覽，10，80-81。
13. 金小茜、錢春弦 (2012)。 報告顯示：世界第一大出境旅遊市場正在中國形成，取自 [http://big5.ce.cn/xwzx/gnsz/gdxw/201204/11/t20120411\\_23232521.shtml](http://big5.ce.cn/xwzx/gnsz/gdxw/201204/11/t20120411_23232521.shtml)
14. 范一直 (2003)。 品味文化品位。 取自 <http://www.china.com.cn/chinese/feature/363286.htm>

York: McGraw-Hill.

15. Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1991). Understanding customer expectations of service. *Sloan Management Review*, 32(3), 39-48.
16. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(Fall), 41-50.
17. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1994). Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: implications for further research. *Journal of Marketing*, 58, 111-124.
18. Reisinger, Y., & Turner, L. (1998). Cultural Differences between Mandarin-Speaking Tourists and Australian Hosts and Their Impact on Cross-Cultural Tourist-Host Interaction. *Journal of Business Research*, 42(2), 175-187.
19. Sharma, S. (2005). 多變量分析(呂金河). 台中: 滄海書局·鼎隆圖書股份有限公司。(原著於 1995 出版)
20. Sparks, B., & Pan, G. W. (2009). Chinese Outbound tourists: Understanding their attitudes, constraints and use of information sources. *Tourism Management*, 30, 483-494.
21. Stokmans, M. J. W. (2003). How heterogeneity in cultural tastes is captured by psychological factors: a study of reading fiction. *Poetics*, 31, 432-429.
22. Turner, L. W., Reisinger, Y., & McQuilken, L. (2001). How Cultural Differences Cause Dimensions of Tourism Satisfaction. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 11(1), 79-101.
23. Verhelst, V. (2003). Study of the outbound tourism industry of the People's Republic of China: the probability of a bilateral ADS agreement between the PRC and the Shengen Area. KATHOLIEKE UNIVERSITEIT LEUVEN, Belgium.
24. Williams, L. J., & Hazer, J. T. (1986). Antecedents and consequences of satisfaction and commitment in turnover models: A reanalysis using latent variable structural equation methods. *Journal of Applied Psychology*, 71(2), 219-231.

15. 徐長山、劉素萍 (2006)。論城市的文化品位。深圳大學學報，23(3)，45-48。
16. 張海燕 (2005)。關於旅遊者期望差異的思考。旅遊經濟，8，127-128。
17. 張傳麗、王曉雲 (2009)。中國大陸公民出境旅遊市場研究綜述。上海商學院學報，10(2)，40-43。
18. 張衛紅 (2010)。近期出境旅遊實證分析。成人高教學刊，2，20-25。
19. 張懿璋 (2012)。顧客期望對服務品質的影響機制分析。河北大學經濟學學報，12(2)，86-90。
20. 曹勝雄 (2006)。觀光行銷學。台北：揚智文化事業股份有限公司。
21. 郭靜 (2011)。國內出境旅遊現狀及對策建議。石家莊理工職業學院學術研究，6，29-30。
22. 閔偉紅 (2009)。顧客期望理論在旅遊體驗中的應用。連雲港師範高等專科學校學報，3，58-61。
23. 黃向 (2008)。基於市場調查的中國旅加遊客旅遊期望研究。旅遊科學，22(2)，44-48。
24. 厲新建 (2011)。中國出境旅遊市場研究極須深入。旅遊學刊，26(7)8-9。
25. 歐玉婷、桑廣書 (2009)。浙江省出境旅遊市場研究。浙江師範大學，金華市。
26. 蔣依依、馬儀亮、楊勁松 (2012)。2012 中國出境旅遊市場詳解。搜狐旅遊，取自 [http://travel.sohu.com/20120420/n341130133\\_5.shtml](http://travel.sohu.com/20120420/n341130133_5.shtml)

## 二、英文部分

1. Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommends two-step approach. *Psychological Bulletin*, 103(3), 411-423
2. Arlt, W. G. (2006). China's Outbound Tourism (Vol. 22). New York: Routledge
3. Armstrong, R. W., Mok, C., Go, F. M., & Chan, A. (1997). The importance of cross-cultural expectations in the measurement of service quality perceptions in the hotel industry. *Hospitality Management*, 16(2), 181-190.
4. Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Academy of Marketing Science*, 16(1), 74-97.
5. Bourdieu, P. (1984). Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste. London: Routledge.
6. DeVellis, R. F. (1991). Scale Development: Theory and Applications: London:SAGE.
7. Fornell, C. R., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
8. Gorsuch, R. L. (1983). Factor analysis (Vol. 2nd ed.). London:Saunders.
9. Joreskog, K. G., & Sorbom, D. (1989). LISREL 7 User's Reference Guide. Mooresville: Scientific Software Inc.
10. Li, X. R., Harrill, R., Uysal, M., Burnett, T., & Zhan, X. (2010). Estimating the size of the Chinese outbound travel market: A demand-side approach. *Tourism Management* 31, 250–259.
11. Li, X. R., Lai, C., Harrill, R., Kline, S., & Wang, L. (2011). When east meets west: An exploratory study on Chinese outbound tourists'travel expectations. *Tourism Management*, 32, 741-749.
12. Li, X. R., Meng, F., Uysal, M., & Mihalik, B. (2011). Understanding China's long-haul outbound travel market: An overlapped segmentation approach. *Journal of Business Research*, 8.
13. Ng, M. K., & Hills, P. (2003). World cities or great cities? A comparative study of five Asian metropolises. *pergamon*, 20, 151-165.
14. Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). Psychometric theory. New

25. World Tourism Organization. (2003). Chinese outbound tourism. Madrid: World Tourism Organization.



## 附錄一、繁體問卷

親愛的先生/女士

這是一份主要探討中國遊客在出境旅遊中，遊客對於旅遊產品期望以及文化品味特徵之學術研究。本問卷採不具名方式，您提供的資料絕對不對外公開，請放心作答。

在此謝謝您的協助！ 敬祝 身體健康 萬事如意

臺灣南華大學旅遊管理研究所 指導教授：葉裕民 博士 研究生：邱曉萱 敬上

**第一部份：若您將從事出境旅遊時，請問您對於下列旅遊產品的期望依1到5分之間選出您同意的程度，請在適當的分數中打「✓」**

<b>酒店與住宿的期望</b>	非 不同 同意	非 不同 同意	普 通	同 意	非 常 同 意
1. 需要有良好的景觀位置	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
2. 環境舒適衛生	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
3. 提供完善的衛浴設備(如浴缸、吹風機)	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
4. 房間提供完善設備(如電視、冰箱)	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
5. 有良好的服務品質	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
6. 交通便利	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
7. 設有健身房、游泳池休閒設施	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
8. 設有商場、酒吧、賭場娛樂場所	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
9. 飯店三星級或更高星級	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
10. 願意以高價格滿足住宿高級需求	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
<b>餐廳與飲食的期望</b>	非 不同 同意	非 不同 同意	普 通	同 意	非 常 同 意
1. 餐廳環境衛生	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
2. 提供中文翻譯菜單	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
3. 提供中文點餐服務	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
4. 提供輕食蔬果(少糖、少鹽)健康飲食	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
5. 提供中國餐館	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
6. 盡量避免生食	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
7. 避免太多油炸食品	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
8. 能夠嘗試當地傳統美食	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
9. 提供飲食多元的選擇	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
10. 提供符合中國人口味的飲食	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)

導遊與行程的期望	非 常				非常 同意
	不同 同意	不同 同意	普通	同 意	
1. 提供中文導遊	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
2. 導遊熟悉當地的歷史和文化	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
3. 導遊能提供良好的服務態度	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
4. 導遊有良好的解說能力	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
5. 導遊應瞭解遊客的生活方式與飲食習慣	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
6. 不被強迫購物	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
7. 行程安排不宜過於緊湊	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
8. 行程不包含特殊活動與小費的額外支出	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
9. 行程中能有安排自由活動時間	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
10. 不臨時更改行程內容	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
娛樂與活動的期望	非 常				非常 同意
	不同 同意	不同 同意	普通	同 意	
1. 體驗當地獨特傳統文化	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
2. 體驗夜生活	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
3. 體驗冒險刺激的活動(如跳傘、泛舟)	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
4. 參加當地節慶活動	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
5. 參加運動類型活動(如滑雪、水上活動)	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
6. 觀賞著名藝術展覽或表演	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
7. 參觀著名的城市與地標	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
8. 參觀著名的歷史遺跡	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
9. 參觀國家公園或其他自然生態景區	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
10. 能夠有購物的機會	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
交通與運輸的期望	非 常				非常 同意
	不同 同意	不同 同意	普通	同 意	
1. 交通工具選擇的機會(如火車、遊輪)	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
2. 遊覽車內環境乾淨衛生	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
3. 遊覽車行車安全	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
4. 低廉的交通費用	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
5. 駕駛有足夠的經驗	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)

第二部份：就您本身，有下列哪些生活習慣，請依1到5分之間選出您同意的程度，請在適當的分數中打「✓」

娛樂體驗	非 常		普通	非 常	
	不同意	不同意		同意	同意
1. 您喜愛從事夜間活動	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
2. 您喜愛到訪娛樂場所(酒吧)	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
3. 您喜愛購買奢侈品	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
4. 您喜愛到訪大型購物中心	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
藝術文化	非 常		普通	非 常	
	不同意	不同意		同意	同意
1. 您喜愛參與居住地區文化活動	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
2. 您喜愛接觸中文以外的語言(如英文)	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
3. 您喜愛到訪博物館或文物館	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
4. 您喜愛參觀藝術展覽活動	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
5. 您喜愛參觀歷史古跡	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
6. 您重視居住地的傳統文化	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
7. 您喜愛接觸多元文化	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
運動休閒	非 常		普通	非 常	
	不同意	不同意		同意	同意
1. 您喜愛到訪中國境外地區旅遊	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
2. 您喜愛到訪中國境內地區旅遊(含港澳)	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
3. 您喜愛從事戶外活動	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
4. 您喜愛到訪公園或體育館	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
5. 您喜愛嘗試刺激冒險的活動	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
環境品質	非 常		普通	非 常	
	不同意	不同意		同意	同意
1. 您喜愛觀賞自然風景	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
2. 您重視景觀的美化	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
3. 您重視良好的治安環境	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
4. 您重視良好的空氣品質	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
5. 您重視餐廳的環境衛生	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)

健康飲食	非 常				
	不同 同意	不同 同意	普通	同 意	非常 同意
1. 您喜愛品嚐有名的美食小吃	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
2. 您喜愛品嚐異國料理	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
3. 您喜愛中國的飲食口味	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
4. 您重視完善的醫療品質	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
交通設施	非 常				
	不同 同意	不同 同意	普通	同 意	非常 同意
1. 您居住的地區交通便利	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
2. 您居住地區大眾運輸工具票價便宜	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
3. 您喜愛使用大眾運輸工具(火車、公車)	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)

### 第三部份：個人基本資料

- 性別：(1)  男性 (2)  女性
- 年齡：(1)  20-25 歲 (2)  26-35 歲 (3)  36-45 歲 (4)  46-55 歲  
(5)  56-65 歲 (6)  66 歲含 以上
- 教育程度：(1)  初中以下 (2)  高中職 (3)  專科 (4)  本科(大學)以上
- 婚姻狀態：(1)  未婚 (2)  已婚，無子女 (3)  已婚，有子女  
(4)  其他 \_\_\_\_\_
- 職業：(1)  國營企業員工 (2)  私營企業員工 (3)  外資企業(含港澳臺  
商) 員工 (4)  合資企業 (5)  個體就業 (6)  公務員/教員  
(7)  軍人/員警 (8)  農林漁牧業 (9)  學生 (10)  其他 \_\_\_\_\_
- 個人平均月收入(人民幣)：
  - 2000 元以下
  - 2001-3000 元
  - 3001-4000 元
  - 4001-5000 元
  - 5001-6000 元
  - 6001-7000 元
  - 7001-8000 元
  - 8001-9000 元
  - 9001-10000 元
  - 10001 元以上

7. 過去三年從事出境旅遊次數：
- (1)  0 次 (2)  1 次 (3)  2-4 次 (4)  5-7 次 (5)  8-10 次  
(6)  11 次以上
8. 過去三年從事國內旅遊次數(含港澳地區)：
- (1)  0 次 (2)  1 次 (3)  2-4 次 (4)  5-7 次 (5)  8-10 次  
(6)  11 次以上
9. 未來三年有從事出境旅遊的計畫：
- (1)  非常不同意 (2)  不同意 (3)  普通 (4)  同意 (5)  非常同意
10. 旅遊相關的訊息接觸來源(可複選)：
- (1)  旅行社 (2)  網際網路 (3)  電視 (4)  報紙 (5)  雜誌  
(6)  旅遊書籍 (7)  親友 (8)  旅遊展

本問卷到此結束，敬請檢察是否有遺漏之處，

非常感謝您的合作

## 附錄二、簡體問卷

亲爱的先生/女士

这是一份主要探讨中国游客在出境旅游中，游客对于旅游产品期望以及文化品味特征之学术研究。本问卷采用不具名方式，您提供的数据绝对不对外公开，请放心作答。

在此谢谢您的协助！ 敬祝 身体健康 万事如意

台湾南华大学旅游管理研究所 指导教授：叶裕民 博士 研究生：邱晓莹 敬上

**第一部份：若您将从事出境旅游时，请问您对于下列旅游产品的期望依1到5分之间选出您同意的程度，请在适当的分数中打「√」**

酒店与住宿的期望	非 不同	常 同意	普通	同意	非常 同意
1. 需要有良好景观位置	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
2. 环境舒适卫生	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
3. 提供完善的卫浴设备(如浴缸、吹风机)	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
4. 房间提供完善设备(如电视、冰箱)	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
5. 有良好的服务质量	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
6. 交通便利	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
7. 设有健身房、游泳池休闲设施	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
8. 设有商场、酒吧、赌场娱乐场所	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
9. 饭店三星级或更高星级	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
10. 愿意以高价格满足住宿高级需求	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
餐厅与饮食的期望	非 不同	常 同意	普通	同意	非常 同意
1. 餐厅环境卫生	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
2. 提供中文翻译菜单	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
3. 提供中文点餐服务	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
4. 提供轻食蔬果(少糖、少盐)健康饮食	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
5. 提供中国餐馆	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
6. 尽量避免生食	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
7. 避免太多油炸食品	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
8. 能够尝试当地传统美食	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
9. 提供饮食多元的选择	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
10. 提供符合中国人口味的饮食	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)

导游与行程的期望	非 常				非常 同意
	不同意	不同意	普通	同意	
1. 提供中文导游	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
2. 导游熟悉当地的历史和文化	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
3. 导游能提供良好的服务态度	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
4. 导游有良好的解说能力	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
5. 导游应了解游客的生活方式与饮食习惯	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
6. 不被强迫购物	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
7. 行程安排不宜过于紧凑	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
8. 行程不包含特殊活动与小费的额外支出	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
9. 行程中能有安排自由活动时间	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
10. 不临时更改行程内容	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
娱乐与活动的期望	非 常				非常 同意
	不同意	不同意	普通	同意	
1. 体验当地独特传统文化	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
2. 体验夜生活	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
3. 体验冒险刺激的活动(如跳伞、泛舟)	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
4. 参加当地节庆活动	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
5. 参加运动类型活动(如滑雪、水上活动)	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
6. 观赏著名艺术展览或表演	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
7. 参观著名的城市与地标	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
8. 参观著名的历史遗迹	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
9. 参观国家公园或其他自然生态景区	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
10. 能够有购物的机会	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
交通与运输的期望	非 常				非常 同意
	不同意	不同意	普通	同意	
1. 交通工具选择的机会(如火车、游轮)	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
2. 游览车内环境干净卫生	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
3. 游览车行车安全	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
4. 低廉的交通费用	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
5. 驾驶有足够的经验	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)

第二部份：就您本身，有下列哪些生活习惯，请依1到5分之间选出您同意的程度，请在适当的分数中打「√」

娱乐体验	非常不同意		普通	非常同意	
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1. 您喜爱从事夜间活动	<input type="checkbox"/>				
2. 您喜爱到访娱乐场所(酒吧)	<input type="checkbox"/>				
3. 您喜爱购买奢侈品	<input type="checkbox"/>				
4. 您喜爱到访大型购物中心	<input type="checkbox"/>				
艺术文化	非常不同意		普通	非常同意	
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1. 您喜爱参与居住地区文化活动	<input type="checkbox"/>				
2. 您喜爱接触中文以外的语言(如英文)	<input type="checkbox"/>				
3. 您喜爱到访博物馆或文物馆	<input type="checkbox"/>				
4. 您喜爱参观艺术展览活动	<input type="checkbox"/>				
5. 您喜爱参观历史古迹	<input type="checkbox"/>				
6. 您重视居住地的传统文化	<input type="checkbox"/>				
7. 您喜爱接触多元文化	<input type="checkbox"/>				
运动休闲	非常不同意		普通	非常同意	
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1. 您喜爱到访中国境外地区旅游	<input type="checkbox"/>				
2. 您喜爱到访中国境内地区旅游(含港澳)	<input type="checkbox"/>				
3. 您喜爱从事户外活动	<input type="checkbox"/>				
4. 您喜爱到访公园或体育馆	<input type="checkbox"/>				
5. 您喜爱尝试刺激冒险的活动	<input type="checkbox"/>				
环境质量	非常不同意		普通	非常同意	
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1. 您喜爱观赏自然风景	<input type="checkbox"/>				
2. 您重视景观的美化	<input type="checkbox"/>				
3. 您重视良好的治安环境	<input type="checkbox"/>				
4. 您重视良好的空气质量	<input type="checkbox"/>				
5. 您重视餐厅的环境卫生	<input type="checkbox"/>				

健康饮食	非	常			
	不同	同意	普通	同意	非常
1. 您喜爱品尝有名的美食小吃	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
2. 您喜爱品尝异国料理	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
3. 您喜爱中国的饮食口味	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
4. 您重视完善的医疗质量	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
交通设施	非	常			
	不同	同意	普通	同意	非常
1. 您居住的地区交通便利	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
2. 您居住地区大众运输工具票价便宜	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)
3. 您喜爱使用大众运输工具(火车、公交车)	<input type="checkbox"/> (1)	<input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)	<input type="checkbox"/> (4)	<input type="checkbox"/> (5)

### 第三部份：个人基本资料

- 性别：(1)  男性 (2)  女性
- 年龄：(1)  20-25岁 (2)  26-35岁 (3)  36-45岁 (4)  46-55岁  
(5)  56-65岁 (6)  66岁含以上
- 教育程度：(1)  初中以下 (2)  高中职 (3)  专科 (4)  本科(大学)以上
- 婚姻状态：(1)  未婚 (2)  已婚，无子女 (3)  已婚，有子女  
(4)  其他 \_\_\_\_\_
- 职业：(1)  国营企业员工 (2)  私营企业员工 (3)  外资企业(含港澳台  
商) 员工 (4)  合资企业 (5)  个体就业 (6)  公务员/教员  
(7)  军人/警察 (8)  农林渔牧业 (9)  学生 (10)  其他 \_\_\_\_\_
- 个人平均月收入(人民币)：
  - 2000元以下
  - 2001-3000元
  - 3001-4000元
  - 4001-5000元
  - 5001-6000元
  - 6001-7000元
  - 7001-8000元
  - 8001-9000元
  - 9001-10000元
  - 10001元以上

7. 过去三年从事出境旅游次数：  
(1)  0次 (2)  1次 (3)  2-4次 (4)  5-7次 (5)  8-10次  
(6)  11次以上
8. 过去三年从事国内旅游次数(含港澳地区)：  
(1)  0次 (2)  1次 (3)  2-4次 (4)  5-7次 (5)  8-10次  
(6)  11次以上
9. 未来三年有从事出境旅游的计划：  
(1)  非常不同意 (2)  不同意 (3)  普通 (4)  同意 (5)  非常同意
10. 旅游相关的讯息接触来源(可复选)：  
(1)  旅行社 (2)  互联网 (3)  电视 (4)  报纸 (5)  杂志  
(6)  旅游书籍 (7)  亲友 (8)  旅游展

本问卷到此结束，敬请检查是否有遗漏之处，  
非常感谢您的合作