

國際來華旅客對中華觀光餐飲選擇行為之研究
The Inbound Tourists' Choice Behavior- for Chinese Food—
The Role of Foodservice in Vacation Choice and Experience

計劃編號：NSC 88-2415-H-034-002

執行期限：87年8月1日至88年7月31日

主持人：曹勝雄 執行機構及單位名稱：中國文化大學 觀光事業學系

一、中文摘要

餐旅服務是觀光資源範疇中不可或缺的一環，國際來華旅客多年來均呈穩健成長之趨勢，於民國八十六年達 2,372,232 人次，較八十五年成長了 0.59%。我國政府與民間團體均大力提倡中華美食文化，但中華美食是否會成為國際旅客選擇台灣為旅遊目的地之重要影響因素，甚至成為再度來訪之因素，乃是值得探討的一項課題。而來華旅客在台灣停留期間，對中華餐飲之選擇偏好與消費行為，意識政府與業界極度關心的課題，惟迄至目前為止尚未有相關之單位進行研究。

反觀國內有關餐飲經營或消費之研究甚多，但多以國人為研究對象，且未探討跨國文化背景對餐飲消費影響。因此本研究期以來華旅客為研究對象，探討其對中華餐飲之選擇偏好與消費行為以及餐飲服務在來華旅客度假選擇與旅遊體驗所扮演的角色。透過問卷調查與統計分析期能瞭解來華旅客對中華餐飲之種類、特色的熟悉與偏好程度及影響度假選擇之餐飲服務各項因素，並探討來華停留期間之餐飲消費支出與用餐行為，同時進一步探討中華餐飲在來華旅客選擇台灣為旅遊目的地所扮演之角色。最後提出結論與建議，以供政府與業界推廣中華美食之參考。

關鍵字：中華餐飲、選擇行為

Abstract

Foodservice is a very important section in

tourism resource. The number of inbound tourists has increased steadily in recent year. A total of 2,372,232 visitors arrived in 1997, up 0.59 % from the 2,358,221 in 1996. The official and private organizations in our country make great efforts to promote Chinese food. The Chinese food becomes an influential factor to attract the inbound tourists on choosing Taiwan as their travel destination is an issue worth for discussion. Our government and related industries seriously concern about the visitors' preferences and consumption behaviors in the choice of Chinese food and beverage while their staying in Taiwan. This study takes the inbound tourists as the objects for research and investigates their choice preference and consumption behavior in Chinese food and beverage, and the role of foodservice in vacation choice and experience. We try to realize the coming tourists' recognition toward the sorts, the characteristics and the preference of Chinese food. Besides, their spending and eating behavior for food and beverage will also be taking into consideration in this study. Moreover, we are eager to find out the role of Chinese food in choosing Taiwan as their travel destination. Finally the results of this study and recommendation will be presented to our government and related industries for reference in promoting Chinese food.

**Keywords: Chinese Food,
Chinese Behavior**

二、緣由及目的

台灣地區自從民國 76 年政府宣佈開放「天空政策」以來，由於經濟蓬勃發展，加上政府與民間致力提倡觀光事業，使得來華觀光旅客人數不斷成長。更由於政府對日、美、英等十五國來華旅客實施十四天免簽證措施及國際航線之增加，使得來華旅客人數於民國 86 年突破 237 萬人次之歷年新高紀錄。

根據觀光局「中華民國八十五年來華旅客消費及動向調查報告」指出，「菜餚」為吸引來華旅客主要因素之第二位（佔 42%）。「中華民國八十四年來華旅客消費及動向調查報告」則指出，旅客在來華前後印象之比較項目中，認為較來華前印象好者以「中國菜餚」佔第二位，僅次於「富人情味」一項，顯示中華餐飲受到來華旅客之偏好與喜愛。而政府為發揚中華美食文化及擴大觀光宣傳，每年均辦理中華美食展活動且吸引大批中外人士前往參觀，民國 86 年之中華美食展活動約有 13 萬人次前往參觀，可見其盛況一般。

雖然中華飲食受到來華旅客之偏好與喜愛，但來華旅客在台灣停留期間，對中華餐飲之選擇偏好與消費行為，迄至目前為止尚未有相關單位進行研究，此亦為政府與業界極度關心之課題。

誠如 Engel、Blackwell 與 Kollat 所說：「消費者行為之研究與分析」，其目的在於評估新的市場機會，選擇適當的市場區隔，提高行銷策略與戰略之效率及改進零售之績效。由此可見消費者行為之研究乃一切行銷活動的基礎，亦是業者擬定有效行銷策略不可或缺的要件。

反觀國內有關餐飲經營或消費行為之研究甚多，但多國人為研究對象，且未探討跨國文化背景對餐飲消費之影響。因此引發本研究之動機。

基於上述研究動機，本研究目的可歸納如下：

- (一) 瞭解來華旅客對中華餐飲之種類、特色的熟悉與偏好程度。
- (二) 探討來華旅客在華停留期間之餐飲消費支出與用餐行為。
- (三) 探討來華旅客之文化差異及社會人口變數對中華餐飲偏好之影響。
- (四) 探討來華旅客之旅遊目的與旅遊特性對中華餐飲偏好之影響。
- (五) 提供研究結果作為政府單位及業者推廣之參考。

三、結果與討論

1. 來華旅客選擇中華餐飲考量因素之重視程度依序為：菜色品質、餐飲口味、餐廳清潔、人員服務、烹飪方式、服務速度、消費價格、便利性、尋求新體驗、舒適感受以及室內裝潢氣氛。而在滿意度程度則依序為：餐飲口味、菜色品質、尋求新體驗、便利性、服務速度、烹飪方式、消費價格、人員服務、舒適感受、室內裝潢氣氛以及餐廳清潔。
2. 中華餐飲服務業者亟需列為最優先改進為餐廳清潔以及人員服務此二方面，並且持續保持菜色品質、餐飲口味以及烹飪方式三方面之優良表現；在於尋求新體驗、便利性以及服務速度三方面則可將此部份多餘之作為挪至亟需改進之方面。
3. 本研究將來華旅客經事前市場區隔後，結果發現來華旅客之人統計變數、旅遊特性以及餐飲消費特性，對其選擇中華餐飲之考量因

素具顯著差異。眾多特性中又以居住地之不同，對其選擇中華餐飲之考量因素具顯著差異者最多。因此，國際來華旅客市場以居住地作為區隔之準則最為適切，政府及餐飲相關業者應以之為考量，針對目標市場設計產品進行行銷活動，更可彰顯行銷之功效。

4. 來華旅客對中華餐飲最不滿意的就是餐廳的清潔，餐飲的清潔與否直接影響到身體健康，甚至危害生命，實應展現政府應有之魄力，大行整頓餐飲衛生，並做定期檢查，以維持餐飲之衛生安全，並振興中華餐飲之新興形象。
5. 研究中發現來華旅客透過親朋好友以及中式餐廳之管道來蒐集資訊比例相當高，因此，餐廳內之反應實為國際來華旅客最直接之感受，深深影響其對中華餐飲之看法及喜好。
6. 研究中發現來華旅客最喜愛於晚餐時間享用中華餐飲，因此，業者可針對晚餐進行促銷，以爭取更多來華旅客之客源。
7. 在來華旅客選擇中華餐飲之考量因素以及滿意因素中發現，菜色品質、餐廳清潔以及餐飲口味為來華旅客最重視之考量因素前三項，但在滿意因素方面，餐廳清潔卻淪為最不满意之項目，因此，在餐廳清潔此項，為餐飲業者最急需改進之方向。
8. 來華旅客對中華餐飲資訊之搜尋，透過美食展得到資訊之比例相當低，且僅與教育程度以及旅行方式具顯著相關，顯然政府對外進行中華美食之推廣，並未得到應有的效果，倘若，在進行推廣的同時，可與當地中式餐廳作一結合，所得之行銷結果應可收到最大之行銷效益。
9. 來華旅客對中華餐飲最不滿意的就是餐廳的清潔，餐飲的清潔與否

直接影響到身體健康，甚至危害生命，實應展現政府應有之魄力，大行整頓餐飲衛生，並做定期檢查，以維持餐飲之衛生安全，並振興中華餐飲之新興形象。

10. 台灣由於在中華餐飲文化之定位上，常與大陸、香港產生直接競爭，且不具絕對優勢，因此，除了繼續強調台灣中華餐飲文化之精緻外，應將部份之推廣重點擺在台灣本土文化所具之特色上，如地方民俗小吃等。

四、計畫成果自評

本計畫以來華旅客為調查樣本，以人員訪談方式於桃園中正國際機場出境大廳進行問卷調查，在經費有限的情況下已達成主要之計畫目標。相關研究結果，將可提供業界進行國際觀光行銷，與政府相關單位作為輔導相關產業之參考。相關之研究結果並已發表於國際會議與國內相關期刊，發表主題如下：

1. 曹勝雄、吳正雄、劉麗雲(1999),「來華旅客對中華餐飲消費行為之跨文化分析」, 第十四屆全國技術及職業教育研討會論文集。
2. 曹勝雄、吳正雄(1998),「國際來華旅客對中華餐飲選擇偏好之研究」, 戶外遊憩研究, 第11卷, 第3期, 第1-18頁。
3. Tsaur, Sheng-Hshung, Wu Cheng-Shiung and Hsiu-Chuan Liao (1998), "The Role of Foodservice in Vacation Choice and Experience: A comparison of Hawaii and Taiwan," The 4th Annual Conference of Asia Pacific Tourism Association, Tanyang, Korea.

五、參考文獻

- [1] Contento, I.R., J.L. Michela and C.J. Goldberg, "Food Choice among Adolescents: Population Segmentation

- by Motivations," J. Nutr., Vol.20, No.6, (1998) ,pp.289-298.
- [2] Dalton, S.S., Link, R. A. and Simbo, M. D., "Workerite Food Choices: An Investigation of Intended and Actual Selections," J. Nutr. Ed. Vol.18, No.4, (1986), pp.182-187.
- [3] Harmston, Floyd K., "A Case of Secondary Impacts Comparing Through and Vacationing Travelers," Journal of Travel Research, (Winter) , pp.33-36, (1980)
- [4] Hawaii Visitors Bureau, "Visitor Reaction Report," ,1986.
- [5] Kronld, M. M. D. and Yurkiw, M. A., "Food Use and Perceived Food Meanings of the Elderly," J. Am. Diet Asso., Vol.80, (1982), pp.523-529.
- [6] Lau, D., L. Hanada, O. Kaminsky and M. Kronld, "Predicting Food Use by Measuring Attitudes and Preferences, ", Food Prod. Devp., Vol.13, No.5, (1979) p.66.
- [7] Lipske, S. W., "The eating out public's interest in nutrition, ", Position Paper and Research Summary, NAR Gdrcrest, (1984), pp.1-58.
- [8] Mak, James and E. T. Moncur, "The Choice of Journey Destination and Length of Stay: A Micro Analysis," ,Review of Regional Studies, Vol.10, (1980), pp.38-40.
- [9] Marris, Tyrell, "Dos Food Matter," Revue de Tourism, Vol.4, (1986), pp.17-20.
- [10] Nation's Restaurant News, "USTTA Promotes American Food to Foreign Tourists," (April 14, 1986),p.82.
- [11] Pitts, Robert E. and Arch G. Woodside, "Personal Values and Travel Decisions, " Journal of Travel Research,(Summer), pp.20-25,(1986).
- [12] Rozin, P., "Human Food Selection: The Interaction of Biology Culture and Individual experience, " In the Psychobiology of Human Food Selection, ed. L. Baker, AVI, (1982), pp.225-235.
- [13] "A Survey of Potential Vacation Travelers to the U.S. from Britain, West Germany and France," conducted by Gallup International for the United States Travel and Tourism Administration, Oct.-Nov.,(1984)
- [14] "A Survey of Potential Vacation Travelers to the U.S. from Australia and Japan, " conducted by Gallup International for the United States Travel and Tourism Administration, Oct.-Dec.,(1984)"
- [15] "Survey: Travelers Average \$47.73 Daily on Hotelfood," Nation's Restaurant News, April 14, p.46,(1986).
- [16] Tourism Canada, "U.S. Pleasure Travel Market, Department of Regional Industrial Expansion," Canada, January, (1986).
- [17] U.S. Dept. of Agr., "Food knowledge, practices and opinions," Home Econ. Res., No.39, pp.3-22,(1986).
- [18] 黃韶顏，台灣地區婦女蔬菜、水果、肉品及漁產品消費行為之研究，(台北：農委會，民國82年6月)，p.15。
- [19] 劉小璋，「台北地區老人餐廳消費行為之研究」(私立中國文化大學觀光事業學系研究所未出版之碩士論文，民國86年6月)。