

我国内地旅游网站的可用性研究 ——基于对海口市网民的调查

胡涛¹ Catherine Cheung² Rob Law²

(1 海南大学旅游学院, 海南海口 570228 2 香港理工大学酒店与旅游业管理学院, 香港)

摘要: 目前国内很多针对旅游网站的研究大多是关注旅游网站的功能, 网站可用性方面的研究很大程度上被忽视了。本文对此进行了探索性研究: 通过采用修正的启发式评价方法, 定义了用户对网站评价的基准, 对 489 份基于 5 大类 24 个指标的调查问卷进行了分析和讨论, 发现了我国内地旅游网站在可用性如内容服务形式、整体结构设计等方面存在的问题, 同时给出了解决这些问题的建议和措施。

关键词: 旅游网站; 可用性; 海口市

随着旅游业的不断发展, 游客对旅游网站的关注越来越多。如今, 游客可以方便地通过旅游网站如“龙网、携程网、春秋航空旅游网”等来预订机票、酒店以及使用网站提供的其它服务等。另一方面, 随着旅游网站的发展, 许多学者对旅游网站的现状和存在的问题也进行了相关研究, 并给出相应的建议或措施, 以便旅游信息服务提供者改善旅游网站信息服务, 为游客提供更加方便有效的信息。这些对旅游网站系统设计者、旅游管理机构以及其他旅游相关部门都有一定的借鉴和指导意义。

一、相关研究及问题的提出

随着对旅游网站研究的深入, 人们越来越意识旅游网站可用性的重要性。许多研究人员对旅游网站的可用性进行了相关研究。

Travis(2003)定义的网站可用性为: 特定用户

在特定环境下使用特定网站时, 实现特定目标的高效率、有效和满意程度。这里“有效”指的是用户实现特定目标的准确性和完整性, “效率”指的是目标实现过程中可用资源的准确性和完整性。根据 Lu and Yeung(1998)的研究, 可用性和功能是影响旅游网站性能的两大主要因素。Law and Wong(2003)的研究得出, 一个成功的网站所具备的三个最重要的因素是“安全的支付系统”、“不同的产品服务价格范围”和“用户友好系统”。Wootton(2003)的研究认为, 如果网站的可用性不好会引起浏览混乱。Souza, Manning, Goldman and Tong(2000)的研究指出, 网站的可用性障碍会导致 2/3 的访问者离开。

Nielsen(1999)给出了 24 个指标以对网站可用性进行评估。LePoreni and Patemo(2003)给出了 16 个指标用于指导提高网站可用性, 这些指标被分为有效性、效率和满意程度 3 个部分。Roy, Dewit and Auber(2001)的研究显示, 界面设计的质量和可用性是赢得用户信任的关键因素。Morrison, Taylor, Morrison and Morrison(1999)应用了一系列指标来评价酒店网站的有效性。

Abele(2002)在他的关于网站可用性的研究中给出了 56 个评价指标, 这些评价指标分为 5 个同等重要的方面: (1) 语言; 用来评价在网页上表示网

收稿日期: 2008-04-15 修订日期: 2008-08-20

作者简介: 胡涛(1968-)男, 海南大学旅游学院副教授, 博士。研究方向: 旅游电子商务、网络技术等。Catherine Cheung女, 香港理工大学酒店与旅游业管理学院助理教授, 博士。研究方向: 服务质量、收益管理等。Rob Law男, 香港理工大学酒店与旅游业管理学院副教授, 博士。研究方向: 电子商务、建模和预测、人工智能等。

络信息的用语和文字等; (2) 网页结构和设计: 用来评价网页元素如何在网页上布局和体现; (3) 信息结构: 主要用来分析网站内容如何安排; (4) 用户接口和导航: 用来评价基于内容的导航和用户界面的易用性; (5) 总体印象: 用来评价网站下载速度、可维护性等。

Au Yeung and Law(2004) 将网站可用性研究分成 4 个部分: 首先给出网站可用性评价指标; 根据评价指标制定调查问卷进行调查, 收集问卷调查信息; 统计、分析和比较问卷信息; 最后给出改进建议。

Tom Au Yeung Rob Law(2006) 利用期望不满意理论分析游客对香港旅游网站的现状评价和期望, 研究结果显示, 游客对旅游网站的现状评价和期望存在显著的差异。AU Yeung Ying Si Tom (2002) 等人提出了修正后的启发式评估模型, 来对香港 77 家酒店网站的可用性进行研究, 结果显示连锁酒店的评估结果要好于独立酒店, 原因在于连锁酒店在资金支持和规模方面存在优势。

内地有很多与旅游网站相关的研究, 但对旅游网站可用性方面的研究很少。常捷 (2006) 等对河南省的官方旅游网站进行了调查分析。通过首页链接速度、访问量、最后更新时间等 10 个指标对河南省各地旅游局网站进行了比较和分析, 最后得出旅游网站链接速度和各地的旅游发展程度呈正相关、网站访问量普遍不高、部分网站更新速度较慢等结论, 并给出了完善网站结构和服务的一些建议, 但其研究对象仅限于该省的旅游网站, 也没有针对网站可用性进行系统化的分析研究。其它很多研究都专注于研究网站的功能, 而忽视了其可用性 (路紫, 白翠玲, 2001; 刘绍华, 路紫, 2004; 练红宇, 2007)。由此可见, 目前还缺乏针对我国内地旅游网站可用性的系统性研究, 特别是针对我国内地旅游网站可用性进行的全面、定量化的研究尚未见到。因此, 我国旅游网站的可用性对于消费者、从业者、研究人员和政策制定者来说在很多方面尚不明确。

本文在以往研究的基础上, 对国内旅游网站的可用性进行了探索性研究, 采用修正的启发式方法来系统地评估国内旅游网站的可用性: 首先给出旅游网站可用性的评价方法; 然后基于启发式的评价方法, 设计了适合我国内地旅游网站评价的 24 个指标作为调查问卷的内容; 在对调查问卷进行系统分

析和讨论的基础上, 给出了本文的研究结论和以后尚需研究的问题。

二、研究方法

1. 可用性评价建模过程

为了对旅游网站可用性进行量化评价分析, Tam Au Yeung Rob Law(2006) 提出了基于若干评价指标的酒店网站系统评估方法: 通过计算不同指标、不同维度的可用性评价值, 从而得到酒店网站的总体可用性评价值。该方法是针对酒店网站, 根据用户类别来对其可用性进行分析评价的, 本文在其基础上提出了具有普遍意义的旅游网站评价模型。

设定整个评价体系包含 5 个维度, 每个维度包含 m 个评价指标。对于每个指标, 将由用户据其满意程度给予 5 级制评分, 最低 1 分, 最高 5 分。

在每个维度中可以计算出某个指标对用户的满意程度的贡献权重, 我们称之为重要性系数, 其计算方法如下:

$$I = \frac{C_i}{\sum_{i=1}^m C_i} \quad (1)$$

i : 某个维度的指标序号, $i = 1, 2, \dots, m$

m : 某个维度的指标数;

C_i : 指标 i 的平均得分;

C_i : 指标 i 的平均得分;

I : 指标 i 的重要性系数, $i = 1, 2, \dots, m$

根据重要性系数能够判断出哪个指标对该维度的可用性贡献最大; 一个维度中各指标的重要性系数之和等于 100%。

根据每个指标的重要性系数和它的平均得分, 通过公式 (2) 可计算出该指标的可用性评价值; 某个维度的所有指标的评价值之和就是该维度的评价值; 所有维度的评价值之和就是对现有旅游网站的总体可用性评价值。因此, 每个指标、每个维度对旅游网站的总体可用性评价值的贡献大小都可以得到量化。

对于每个指标, 其平均得分可以基于下述公式转化成可用性评价值:

$$U = (C_i - 1) * I * 5 \quad (2)$$

由此可以得到每个维度的可用性评价值;

$$D_i = \sum_{k=1}^m U_k \quad (3)$$

而网站的总体可用性评价价值可以通过下面公式得到:

$$H = \sum_{i=1}^5 D_i \quad (4)$$

在公式(2)~(4)中:

k : 某个维度的指标序号, $k=1, 2, \dots, m$

m : 某个维度的指标数;

i : 维度数, $i=1, 2, 3, 4, 5$;

C_i : 指标 i 的平均得分;

U_k : 指标 k 的可用性评价价值;

D_i : 维度 i 的可用性评价价值;

H : 对现有旅游网站的总体可用性评价价值。

每个维度的可用性评价价值的变化范围从最小值 0 (用户对这一项评价极差) 到最大值 20 (用户对这一项非常满意)。把每个维度的可用性评价价值相加, 就是所有用户对现有网站的总体可用性评价价值。该值可以从 0 变化到 100, 分别代表不同等级的旅游网站可用性, 设定 0~20 分表示用户对网站的可用性评价为极差, 21~40 分表示用户的评价较差, 41 分~60 分表示用户的评价一般, 61 分~80 分表示用户的评价良好, 81 分~100 分表示用户的评价为优秀。

2 问卷设计

Au Yeung and Law (2004) 在 Abe et al (2002) 的基础上给出了旅游网站可用性衡量指标。Au Yeung and Law (2006) 又对上述指标进行了进一步的修改用来研究现有网站存在的问题, 用它们来测量用户在应用实践中对旅游网站的性能感知度。我们在此基础上作了适当的修改使之适用于研究我国内地网站的可用性, 基于启发式的评价方法制定了 24 个修改后的指标来对国内旅游网站的可用性进行评价。这些指标被划分为 5 个维度:

(1) 语言: 用来评价在网页上表示网络信息的用语和文字, 是否存在语法错误和错别字, 网页正文使用的是日常用语还是网络语言等;

(2) 网页结构和设计: 主要讨论正文字体是否清晰可读, 操作是否方便, 网页元素的使用是否合理等;

(3) 信息结构: 用来评判网站的信息是否及时更新, 访问过的网站是否已经标记等;

(4) 用户界面和网页导航标识: 用来评价是否

使用标准的图形用户界面和窗口部件, 是否有适当的导航标识等;

(5) 整体: 用来评价网站整体设计表现和维护情况, 网站有无使用最新技术以及网页的页面反应速度等。

除此之外, 问卷还涵盖了对访问者统计数据的调查, 包括性别、年龄、学历、婚姻状态、家庭收入、工作现状、网龄、每周上网时间、有无网上消费等统计信息。

3 数据采集

在进行试验性测试 (Pilot Test) 前, 我们依照惯例对问卷进行了多次修改以适用于对我国内地旅游网站的评价。

我们在 2007 年 11 月进行了试验性测试来收集用户对问卷的意见和建议。我们选择对旅游网站比较熟悉且在过去一年中曾访问过旅游网站的游客作为调查对象, 因为这样的调查对象容易反映网站中存在的问题。

根据试验性测试中反映出来的问题, 我们对问卷进行了适当的局部调整, 以便于用户对问卷的理解; 随后, 于 2007 年 12 月 23 日在海南省海口市进行了较大规模的问卷调查, 我们只对在过去 12 个月内访问过旅游网站的用户进行调查, 以保证被调查者对网站目前的状况是较为熟悉的。总共有 30 名调查人员, 分为 6 组, 每组 5 人, 每人负责 20 份问卷。调查的范围涉及社会各类人士。我们回收到 593 份问卷, 其中实际有效问卷 489 份。

三、发现和讨论

被调查者的信息情况如表 1 所示。

被调查者中, 男女比例为 50.1:49.9 非常接近。年龄主要集中在 25 岁以下, 这和目前上网者年龄偏小的现实情况相一致; 大学文化程度的被访者占较大比例, 为 66.5%。

被调查者大多未婚, 这与大多数被访者是学生有关, 也与目前网民年龄偏小的情况相一致; 他们的家庭收入一般在 4000 元以下, 占 76.2%; 网龄大多超过三年, 占 66.7%, 这与他们较早接触网络有关; 每周上网时间一般都在 20 小时以下, 占 78.8%; 大多数人没有在网上消费过。

用户对网站可用性评价的统计结果如表 2 所示。

表 1 被调查者的统计信息 (N = 489)

统计属性	频率	百分比	统计属性	频率	百分比
性别			4000 ~ 5999 元	82	16.8
男	245	50.1	6000 ~ 7999 元	18	3.7
女	244	49.9	8000 ~ 9999 元	5	1.0
年龄			10000 元或以上	13	2.7
低于 18	129	26.4	工作现状		
18 ~ 25	283	57.9	工作	142	29.0
26 ~ 35	50	10.2	待业	37	7.6
36 ~ 45	23	4.7	学生或其他	310	63.4
46 或以上	4	0.8	网龄(上网年限)		
学历			少于 1 年	41	8.4
高中以下	27	5.5	1 ~ 3 年	122	24.9
高中	40	8.2	多于 3 年	326	66.7
大学或大学程度以下	91	18.6	每周上网时间		
大专/本科学历	325	66.5	少于 5 小时	127	26.0
研究生学历	6	1.2	5 ~ 10 小时	155	31.7
婚姻状态			11 ~ 20 小时	103	21.1
单身	402	82.2	21 ~ 30 小时	42	8.6
已婚	78	16.0	多于 30 小时	62	12.7
离异/分居/丧偶	9	1.8	有无在网上消费的经历		
家庭月收入			有	150	30.7
少于 2000 元	212	43.7	无	339	69.3
2000 ~ 3999 元	159	32.5			

表 2 用户对网站可用性的评价 (N = 489)

评价指标	均值	标准差	重要性系数 I_i	可用性评价值 $U_i/D_i/H$
语言(维度 1)	3.33	0.60		11.65 (D ₁)
1. 正确的拼写和语法	3.33	0.91	0.33	3.84
2. 使用熟悉语言(日常用语)	3.45	0.97	0.35	4.29
3. 标题与主题一致性	3.20	1.01	0.32	3.52
页面结构和设计(维度 2)	3.15	0.47		10.79 (D ₂)
4. 文字颜色清晰可读	3.49	1.03	0.14	1.74
5. 无水平卷轴	3.23	1.06	0.13	1.45
6. 网页长度适中	3.04	1.03	0.12	1.22
7. 图象大小适当	3.20	0.97	0.13	1.43
8. 正文内容划分清晰	3.24	0.98	0.13	1.46
9. 干扰内容少	2.83	1.16	0.11	1.01
10. 网页基础功能能够表现其意义	3.07	1.01	0.12	1.24
11. 图象不作为传递信息的方式	3.07	1.00	0.12	1.24
信息结构(维度 3)	3.16	0.11		10.80 (D ₃)
12. 和以前地址保持链接	3.16	1.06	0.33	3.56
13. 引导标识清晰方便浏览	3.05	1.00	0.32	3.28
14. 保持最新信息	3.26	0.95	0.35	3.96
用户界面和导航标识(维度 4)	3.24	0.81		11.23 (D ₄)
15. 最小化浏览窗口	3.22	1.04	0.14	1.55
16. 内部链接正常	3.16	1.01	0.14	1.51
17. 主页不使用滚轴	3.13	1.00	0.13	1.38
18. 适当的导航标识支持	3.24	0.91	0.14	1.57
19. 图形用户界面符合标准	3.28	0.89	0.14	1.60
20. 内部链接颜色突出	3.36	0.91	0.16	1.89
21. 返回按钮正常	3.31	1.00	0.15	1.73
整体(维度 5)	3.22	0.17		11.11 (D ₅)
22. 不要求用户掌握使用最新技术	3.38	0.97	0.35	4.17
23. 网页内容布局合理	3.23	0.95	0.33	3.68
24. 网页显示速度快	3.04	1.14	0.32	3.26
总计	3.32	0.38		55.58 (H)

对于第一维度, 平均得分都在 3.3 左右, 这表明用户对语言维度的评价一般, 其中对网络用语的使用 (指标 2) 的评价最好, 为 3.45 而对标题与主题一致性的评价最差, 为 3.20 说明用户对网站主题和标题的一致性较不满意。

维度二涉及的指标较多, 包含 8 个, 其中用户对目前旅游网站中文字颜色方面较为满意, 其平均得分在这个维度中是最高的, 达到 3.49; 而用户对“干扰内容少”这方面最不满意, 平均得分为 2.83 它不仅是在维度二中最底的, 也是所有维度所有指标中最底的, 这说明用户对网站中的干扰内容如广告等比较反感, 这一点和 Tom Au Yeung Rob Law (2006) 等人研究香港酒店网站得出的访客需要一个平静的阅读环境而认为动画等干扰信息令人厌烦的结果相一致。同时, 用户认为网页不宜太长, 这方面的评价仅略好于干扰内容, 而这一点与 Tom Au Yeung Rob Law (2006) 等人得出的被访问者对阅读长网页不会感到不便的结论有所不同。从所有维度看, 该维度的平均得分是最底的, 并且得分最低的几项指标如“干扰内容少”、“网页长度适中”、“网页基础结构能够表现其意义”、“图像不作为传递信息的方式”等均在該维度内, 旅游代理应该加强该维度方面的工作。

维度三包含的 3 个指标得到的评分比较接近, 在 3.05 ~ 3.26 之间, 其中对“引导标识清晰方便浏览”的评价最低, 这一点可引起相关方面的注意。

维度四拥有 7 个指标, 它们的平均得分在 3.13 到 3.36 之间, 其中“主页不使用滚轴”这项的值最低, 为 3.13 使用旅游网站来提供信息服务的机构可注意尽量在主页不使用滚轴。

最后一个维度包括 3 个指标, 其中对网页显示速度的评价最低, 这也与用户希望网站能够快速响应给出所需的信息有关。Rob Law, Cathy Ngai (2005)、Nielsen (1999) 和 Garbanic (2001) 也给出了在设计和维护旅游网站时应考虑网页下载速度, 游客不愿意在浏览网站时等候太久的研究结论。Garbanic (2001) 的研究结果显示下载速度慢将对电子商务产生负面影响。

总的来说, 用户给予当前网站的可用性评分在 3 左右, 说明用户对当前网站的可用性不是很满意。

以表 2 给出的用户对网站的可用性评价的结果进行以下计算:

(a) 根据每个指标的平均得分 $\bar{C}_i$ ($i = 1, 2, \dots, m$) 计算 $\sum_{i=1}^m \bar{C}_i$

(b) 计算每个指标的重要性系数 I_i ($i = 1, 2, \dots, m$), $\sum_{i=1}^m I_i$ 应该等于 1.00 (100%);

(c) 根据公式 (2) 计算第 i 个指标的 U_i

(d) 根据 U_i 和公式 (3) 计算每个维度的 D_i ($i = 1, 2, 3, 4, 5$);

(e) 根据公式 (4) 得到用户对旅游网站的总体可用性评价 H

最后结果为: 用户对现有旅游网站的总体可用性评价 H 为 55.58。根据前文对总体可用性评价等级的划分, 该值在 41 到 60 之间, 所以用户对现有旅游网站的评价等级为一般。

四、结论

我们通过对近 600 名最近一年内浏览过旅游网站的游客进行的调查, 得到有效问卷 489 份。对这些有效问卷进行了统计分析, 得到如下一些结论:

总的来说, 用户对目前旅游网站是不大满意的, 总体评价只有 55.58。意识到这一点的旅游网站服务提供者如果能够迅速通过重新设计来提高旅游网站的可用性, 则无疑将抢得先机, 吸引更多的游客访问网站。

在所有指标中“干扰内容少”这项评价是最底的, 说明用户对网站中的干扰内容如广告等比较不满, 这一点和 Tom Au Yeung Rob Law (2006) 等人研究香港酒店网站时得出的访客需要一个平静的阅读环境而认为动画等干扰信息令人厌烦的结果相一致, 旅游网站的设计和管理者应注意尽量减少或者避免干扰内容的出现。

用户对网页的显示和下载速度、网页长度方面的评价也比较低, 仅略好于用户对干扰内容方面的评价, 所以网站设计者在网页上应避免放置大的图片、动画或视频图像, 这些内容会明显影响网页的显示速度。用户也不太满意网页长度过长而需要通过鼠标滚轴来显示网页的全部内容, 而希望通过直接点击来看到网页的全部内容, 因为这样的操作更方便快捷。

本文针对目前旅游网站的可用性进行了分析和探讨, 并提出了评价指标, 这些分析、评价方法可

以推广到其它类型的网站如政府网站、教育网站或者其它商业网站等;这些研究成果将促使相关人员更好地理解网站的可用性,对网站的结构布局、信息组织、人机界面等各个方面作出相应改进,使网站更具有竞争力。

本项目的研究具有一定的局限性,如本文没有对用户的期望进行研究,以后也可以利用期望不满意理论对网站可用性的用户期望和现状的差异进行比较性研究。本文的研究方法可以进一步细化和补充,以使研究结果更加准确和可靠。也可将国内旅游网站和国外旅游网站的可用性进行分析对比研究。旅游网站的诚信机制评价、互信度评估也是值得探讨的课题。

(本项研究得到香港理工大学的项目(G-U437)和国家自然科学基金项目《可适应性旅游变更管理及相关预警机制的应用研究》(70561001)的资助。)

参考文献:

- [1] Abeleto Objective evaluation of likely usability hazards—Preliminaries for user testing [OL]. Retrieved March 10 2008 at <http://www.abeleto.nl/resources/articles/objective1.html> 2002
- [2] Au Yeung T, Law R. Extending the modified heuristic usability evaluation technique to chain and independent hotel websites [J]. *International Journal of Hospitality Management* 2004 23(3): 307-313
- [3] AU Yeung Ying Si Tom. Usability Evaluation of Hotel Websites in Hong Kong [M]. MSc Thesis in Hotel and Tourism Management of The Hong Kong Polytechnic University 2002
- [4] Garbani J P. The Business Impact of Slow Web Pages. Forrester Research Techstrategy [OL]. Retrieved on March 10 2008 at http://www.forrester.com/ER/Research/Report/Summary/0_1338_16853_FF.html 2001
- [5] Leporini B, Patemo F. Criteria for Usability of Accessible Web Sites [A]. In Carbone N & Stephanidis C (Eds.), *Universal Access: Theoretical Perspectives, Practice and Experience*. 7th ERCIM International Workshop on User Interfaces for All Paris France, October 24-25 2002 (pp. 43-55). Berlin New York: Springer 2003
- [6] Lu M T, Yeung W L. A Framework for Effective Commercial Web Application Development [J]. *Internet Research: Electronic Networking Application and Policy* 1998 8(2): 166-173
- [7] Law R, Wong J. Successful Factors for a Travel Web Site: Perceptions of On-line Purchaser in Hong Kong [J]. *Journal of Hospitality and Tourism Research* 2003 27(1): 118-124
- [8] Morrison A M, Taylor S, Morrison A J et al. Marketing small hotels on the World Wide Web [J]. *Information Technology & Tourism* 1999 2(2): 97-113
- [9] Nielsen J. The Top Ten New Mistakes of Web Design. Jakob Nielsen's Alertbox [OL]. Retrieved on July 18 2004 at <http://www.useit.com/alertbox/990530.html> 1999
- [10] Rob Law, Cathy Ngai. Usability of Travel Websites: A Case Study of the Perceptions of Hong Kong Travelers [J]. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing* 2005 13(2): 19-31
- [11] Roy M C, Dewit Q, Aubert B A. The impact of interface usability on trust in Web retailers [J]. *Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy* 2001 11(5): 388-398
- [12] Souza R, Manning M, Goldman H et al. The Best of Retail Site Design. Forrester Research Techstrategy [OL]. Retrieved on March 10 2008 at http://www.forrester.com/ER/Research/Report/Summary/0_1338_10003_FF.html 2000
- [13] Travis D. E-commerce Usability Tools and Techniques to Perfect the On-line Experience [M]. London New York: Taylor & Francis 2003
- [14] Tom Au Yeung, Rob Law. Evaluation of Usability: A Study of Hotel Web Sites in Hong Kong [J]. *Journal of Hospitality & Tourism Research* 2006 30(4): 452-473
- [15] Wootton C. Principles of Usability: The Web Professional's Handbook [M]. In Bordash M, Fletcher P, Foley A, GoodYear R, Homer A, Koch P P, Mason B, Roselli A & Wootton C (Eds.), *Birmingham: Glasshaus* 2003 326-351
- [16] 常捷, 陈德广, 屈冬萌. 河南省旅游网站的现状调查与发展对策 [J]. *旅游科学*, 2006(3): 61-66
- [17] 练红宇. 政府旅游网站构建和功能评测及对策建议 [J]. *特区经济*, 2007(6): 184-185
- [18] 路紫, 白翠玲. 旅游网站的性能及其发展态势 [J]. *地球信息科学*, 2001(1): 63-66
- [19] 刘绍华, 路紫. 我国酒店网站服务功能探讨 [J]. *情报杂志*, 2004(3): 7-9

(下转第 78 页)

参考文献:

- [1] 谢贵安, 华国梁. 旅游文化学 [M]. 北京: 高等教育出版社, 1999
- [2] 章海荣. 旅游文化学 [M]. 上海: 复旦大学出版社, 2004 35-37.
- [3] 陈华文. 文化学概论 [M]. 上海: 上海文艺出版社, 2004 68
- [4] 马波. 现代旅游文化学 [M]. 青岛: 青岛出版社, 1998 37.
- [5] 邹本涛. 旅游文化建设论纲 [J]. 渤海大学学报, 2004 (2): 72
- [6] [8] 白振汉, 陈德耀. 现代管理心理学 [M]. 青岛: 青岛出版社, 1997 46 80
- [7] 张明正, 徐泰玲, 等. 管理心理学理论与方法 [M]. 北京: 中央民族大学出版社, 1997 81.
- [9] 质量管理和质量保证的术语 [S/OL]. GB/T 6583 — 1994 ISO/8402—1994[2008-2-19]. <http://www.arch-world.cn/article/article.asp?sn=120201-20041124-0047>.

A Study on Tourism Intervention Culture

XIE Chunshad¹, ZOU Benad²

(1. College of History & Tourism, Liaoning Normal University
Dalian 116029, China; 2. College of Tourism, Bohai
University, Liaoning Jinzhou 121013, China)

Abstract: Intervention culture is an important component of tourist culture. Generated by tourists' activities, it influences touristic activities through direct intervention. This paper put forward the concept of tourism intervention culture and made an analysis of the types and characteristics of it. The authors believe that this concept provide tourism cultural studies with a new perspective and it is practical in helping the main interveners in tourism to clear their directions, establish reasonable and targeted tourist culture construction measures to promote the sustainable and healthy development of tourism.

Key words: tourist culture; tourism experience culture; tourism intervention culture

(责任编辑: 梁保尔)

(上接第 52 页)

A Study of the Availability of China-based Travel Websites Based on the Investigation of Haikou Netizens

Hu Tad¹, Catherine Cheung², Rob Law²

(1. Tourism College of Hainan University, Haikou 570228, China;
2. School of Hotel and Tourism Management, The Hong Kong
Polytechnic University, Hung Hom, Kowloon, Hong Kong)

Abstract: The existing literature on travel websites has predominantly concentrated on the functionality and the issue of availability is simply neglected. This paper made an exploratory

study of the availability of China-based travel websites by adopting a set of modified heuristic criteria of evaluation and defined the evaluation benchmark of website users. Based on the result of about 489 questionnaires completed by experienced travel website users with 24 criteria grouped into 5 dimensions, the paper discussed the existing problems concerning the content, services and overall structural design and suggested some solutions.

Key words: travel website; availability; Haikou City

(责任编辑: 朱绿梅)