



致：教育版／港聞版 編輯／採訪主任

2024年9月9日

恒生大學學者合創網上旅遊評論分析框架  
助消費者選擇旅遊產品、業界度身訂造推廣策略

規劃旅程及購買旅遊產品前少不免會參考網上旅遊「攻略」，惟資訊花多撩亂、甚至真確成疑，消費者應如何判斷？香港恒生大學與屏東大學合作研究，創立「網上旅遊評論分析框架」，旨在協助旅遊產品服務供應商、旅遊代理及訂購平台設計線上評論範本供顧客填寫，並為潛在消費者提供有價值的參考資訊。研究結果已發表在國際學術期刊《亞太旅遊研究期刊》。

研究針對酒店、食肆及旅行社等旅遊產品及服務供應商、旅遊代理及訂購平台所展示的網上評論，分為兩部分。第一部分旨在建立一套全面且系統化的網上旅遊評論框架；第二部分則探討根據這個框架而撰寫的網上旅遊評論，如何影響消費者對網上旅遊產品的購買態度。

研究團隊指，目前市場上針對網上旅遊評論的研究，主要以量化評分的方式來評估來源的可信度及評論特徵，缺乏針對質量分析的工具及研究。有見及此，團隊參考以往的研究，以及電子商貿及網絡使用行業、旅遊及酒店業的專家團隊的意見，設計更具系統性的「網上旅遊評論分析框架」，涵蓋六大消費者選購網上旅遊產品時考慮的要素，包括網上旅遊評論的專業性、時效、客觀性、品牌透明度、全面性及產品特點，合共 27 項（見附頁）。業界可根據這個框架，設計線上評論範本供顧客撰寫評論。

研究負責人之一、恒生大學商學院市場學系助理教授吳新茹博士指出，如果旅遊評論包含該六項要素，就可全面覆蓋消費者所需要的重要資訊，有效協助他們選擇旅遊產品和服務。她說，為確定框架的有效性，團隊訪問了 69 名修讀旅遊專業的大學生及 485 名旅客，確認該框架有助消費者處理及判斷資訊。

研究第二部份集中分析根據框架而撰寫的網上旅遊評論，如何影響消費者對網上旅遊產品的態度及購買決定。團隊於高雄國際機場邀請過去一年曾購買網上旅遊產品的旅客填寫問卷，共收到 469 份有效回覆。結果顯示，若評論提供有效及可靠的資訊，消



香港恒生大學  
THE HANG SENG UNIVERSITY  
OF HONG KONG

費者會更容易作出旅遊決定，並減低購買旅遊產品的複雜度，對網上購買相關產品的態度亦會更加正面。

吳博士指，研究團隊期望新框架能為業界提供參考，進而設計、建立和改良現有的評論範本表格供顧客填寫，為消費者提供更具參考價值的評論，並增強他們對線上購買旅遊產品的正面態度。業界亦可透過分析所收集的大數據，配合其商業模式制定推廣、宣傳及銷售策略，以吸引更多潛在消費者。

完整研究報告（只有英文）：

<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10941665.2023.2228939>

有關「網上旅遊評論分析框架」內容，詳見附件。

圖片：



圖片說明：吳新茹博士期望，「網上旅遊評論分析框架」能幫助業界及消費者。

圖片下載：<https://bit.ly/4cJCEqL>



香港恒生大學  
THE HANG SENG UNIVERSITY  
OF HONG KONG

### 香港恒生大學簡介

香港恒生大學是一所以博雅教育為主導的非牟利私立大學，設有五個學院，包括商學院、傳播學院、決策科學學院、人文社會科學學院、和翻譯及外語學院，全日制學生逾 6,000 人。恒生大學採用獨特的「博雅 + 專業」教育模式，致力培育青年成為具明辨思維、創新力量、人文關懷、道德價值和社會責任的人才。

恒生大學矢志成為區內具領導地位的私立大學，以本科教育為主，配合優秀的師資、獲獎的綠化校園與設施、創新的學位課程、結合生活與學習的住宿書院系統、互動小班教學、緊密師生關係、獲研究資助局資助的具影響力研究，以及優質的學生發展／支援服務。在新加坡 AppliedHE 公布的 2023 年「東盟地區+」私立大學評鑑中，恒生大學整體位列第七，並在大中華地區及「就業能力」層面居首。恒生大學亦在 2021 年英國泰晤士高等教育「大學影響力排名 2021」位列「優質教育」及「良好工作和經濟增長」全球首 200 名。



附件：「網上旅遊評論分析框架」內容

專業性 (顯示評論者的技能和經驗)	<ul style="list-style-type: none"><li>• 評論者了解旅遊產品和服務</li><li>• 評論者在旅遊業界有一定的知名度</li><li>• 評論中提及專業的旅遊用語及評論</li><li>• 評論者的信譽記錄良好</li><li>• 撰寫負面網上評論者需要更多專業知識</li><li>• 評論中提及旅遊業界的名人和案例</li></ul>
時效性 (評論者能提供最新資訊)	<ul style="list-style-type: none"><li>• 即時發布的評論很重要</li><li>• 最近發布的評論很重要</li><li>• 最新發布的評論能反映旅遊產品和服務的最新資訊</li><li>• 我會閱讀所有有關旅遊產品和服務的評論</li><li>• 我會更關注那些擁有較多正面評論的旅遊產品和服務</li></ul>
客觀性 (評論者能撇除情感或個人偏見)	<ul style="list-style-type: none"><li>• 評論的內容真實</li><li>• 我會更關注引發廣泛網上討論的旅遊產品和服務</li><li>• 網上評論的內容中立</li><li>• 網上評論的數量象徵旅遊產品和服務的受關注度</li></ul>
產品特色 (評論者對產品和服務的理解)	<ul style="list-style-type: none"><li>• 提及旅遊產品和服務的評論的標題很長</li><li>• 評論內多次介紹旅遊產品和服務的特色</li><li>• 很多評論標題均提及旅遊產品和服務的特色</li><li>• 評論中很多篇幅提及旅遊產品和服務的特色</li></ul>
品牌提及度 (評論者提及產品和服務的品牌)	<ul style="list-style-type: none"><li>• 評論介紹了很多旅遊品牌</li><li>• 很多評論的標題均提及旅遊品牌</li><li>• 評論提供了很多關於旅遊產品和服務品牌類型的資訊</li><li>• 很多評論標題均提及旅遊產品和服務的品牌類型</li></ul>
全面性 (評論者能全面描述產品和服務)	<ul style="list-style-type: none"><li>• 旅遊產品和服務的概要評論與詳細評論同樣有價值</li><li>• 旅遊產品和服務的詳細評論更有價值</li><li>• 旅遊產品和服務的詳細評論會吸引更多注意力</li><li>• 評論數量越多，反映很多人對旅遊產品和服務感興趣</li></ul>