

doi: 10.3969/j.issn.1673-2006.2015.03.010

# “扎根理论”视角下 山岳型遗产地酒店经营核心要素分析

——以黄山风景区酒店为例

齐新征

黄山学院旅游学院, 安徽黄山, 245021

**摘要:**以黄山风景区酒店为例,从游客感知的视角及企业微观层面对山岳型遗产地酒店的经营与管理进行了研究。采用扎根理论研究范式,遵循 Strauss 的分析途径,采用问卷调查,构建译码典范模型。研究结果表明,山岳型遗产地酒店的经营管理必须顺应遗产地保护要求,正视地理位置的垄断性和地理环境的特殊性所带来的负面影响,淡化硬件,强化软件,在现有条件下依靠提升软件服务质量来提高游客的正面感知。

**关键词:**扎根理论;译码典范模型;山岳型遗产地酒店;游客感知;黄山风景区

**中图分类号:**F592.68 **文献标识码:**A **文章编号:**1673-2006(2015)03-0037-05

## 1 问题的提出

山岳型遗产地已成为全球重要的旅游目的地,根据联合国环境规划署(UNEP)研究报告,山地已成为仅次于滨海的最受游客欢迎的旅游目的地,接

待人数占到全球旅游人数的15%~20%,每年创造700~900亿美元的旅游收入<sup>[1]</sup>。随着2012年7月中国澄江化石地成功申报世界文化遗产,中国已有43项文化和自然遗产被列入《世界遗产名录》,含与山地密切相关的遗产地多达20处,占遗产总数的

收稿日期:2014-11-24

基金项目:安徽省教育厅人文社会科学基金项目“我国山岳型遗产地酒店的服务管理标准化模式研究:以黄山为例”(SK2012B460)

作者简介:齐新征(1978—),女,安徽淮南人,硕士,讲师,主要研究方向:旅游企业管理。

者对高碳排行业组的贡献率之和为-280.39%,仅处于三类行业组的末位,说明在研究时段内该行业组的能源利用效率提升幅度相对较低,而其能源消费结构尚未得到有效改善。建议进一步加强该行业组生产设备的更新改造和节能技术的研发投入,同时加快循环经济模式建设,通过构建各行业间的生态链接,以达到提升产业能源效率的目的。另外,还要重点推进能源类型多元化,逐步以清洁能源(如天然气等)替代煤炭、石油,充分挖掘能源结构因素在促进低碳减排方面的潜力。

参考文献:

- [1]丁仲礼,段晓男,葛全胜,等.2050年大气CO<sub>2</sub>浓度控制:各国排放权计算[J].中国科学,2009,39(8):1009-1027
- [2]陈诗一.能源消耗、二氧化碳排放与中国工业的可持续发展[J].经济研究,2009(4):41-55
- [3]刘红光,刘卫东.中国工业燃烧能源导致碳排放的因素分解[J].地理科学进展,2009,28(2):285-292
- [4]周五七,聂鸣.中国工业碳排放效率的区域差异研究:基

于非参数前沿的实证分析[J].数量经济技术经济研究,2012(9):58-70

- [5]谌伟,诸大建,白竹岚.上海市工业碳排放总量与碳生产率关系[J].中国人口资源与环境,2010,20(9):24-29
- [6]徐国泉,刘则渊,姜照华.中国碳排放的因素分解模型及实证分析[J].中国人口·资源与环境,2006,16(6):158-161
- [7]周大地.中国可持续发展能源暨碳排放情景分析[R].北京:国家发展和改革委员会能源研究所,2003
- [8]Ang B W. Decomposition analysis for policymaking in energy: What is preferred method[J]. Energy Policy, 2004, 32(9):1131-1139
- [9]Ang B W, Zhang F Q, Choi K H. Factorizing changes in energy and environmental indicators through decomposition[J]. Energy, 1998, 23(6):489-495
- [10]国家统计局能源统计司.中国能源统计年鉴[M].北京:中国统计出版社,2014:197-204
- [11]安徽省统计局.安徽统计年鉴[M].北京:中国统计出版社,2014:105-108

(责任编辑:周博)

46.5%<sup>[2]</sup>。因此,对我国山岳型世界遗产地的研究,具有典型性和代表性意义。

从国内外研究情况来看,针对山岳型遗产地的研究相对较少,目前处于起步阶段。山泽(Sanjay K. Nepal)构建了山地旅游的基本研究框架,指出山地资源的六个主要特征——多样化、边缘化、难以到达性、脆弱性、细分化及艺术美<sup>[3]</sup>。国内学者对山岳型遗产地研究多集中于遗产地保护、遗产地规划与开发、遗产地旅游者行为等研究方面。针对黄山风景区,国内学者虽有较多研究,但主要集中于旅游市场<sup>[4]</sup>、旅游活动对景区植物群落与土壤的影响<sup>[5-6]</sup>、景区客流<sup>[7]</sup>、旅游水供需系统安全<sup>[8]</sup>、旅游环境容量<sup>[9]</sup>、旅游资源开发<sup>[10]</sup>等方面,即现有的研究过多关注景区的环境保护问题、景区与游客的关系、景区的服务接待问题等,而将景区、游客、企业三要素结合起来对山岳型遗产地旅游事业发展和相关服务进行研究的文献较少。为此,本文以黄山风景区酒店为例,运用“扎根理论”研究范式,遵循 Strauss 分析途径,采用问卷调查的方法,从“您对黄山景区内酒店最满意的是什么”及“最不满意的是什么”两个问题入手,分析酒店的经营管理,构建译码典范模型,得出酒店的经营管理必须顺应遗产地保护要求,力求在现有条件下提高软件服务质量是山岳型遗产地酒店经营管理的最有效可行的办法的结论。

## 2 研究方法 with 数据来源

运用“扎根理论”,采用典型的归纳研究范式,对相关资料进行自下而上的分析归纳,得到相关理论。2004 年,国外学者 Petri Hottola 首次将“扎根理论”

应用于旅游研究<sup>[11]</sup>;国内学者杨钊、陆林、苗学玲与保继刚率先将“扎根理论”应用于旅游研究<sup>[12-13]</sup>。采用这种研究方法的原因是,山岳型遗产地酒店的发展始终是一个有争议的课题,在许多顾客和学者对其服务管理档次表达不满,并希望其有更完善发展的同时,还有许多学者出于环境保护的初衷,建议限制并尽量缩减其发展。笔者尚不清楚游客对于此类酒店的各类感知产生的主要来源,难以有针对性地涉及顾客感知的各方面因素作出取舍,因此本文采用 Strauss 扎根理论研究路线。

以黄山风景区酒店入住游客为样本,采用实地问卷调查的方法获取相关数据,以“您对黄山景区内酒店最满意的是什么”及“您对黄山景区内酒店最不满意的是什么”为题,展开了大量的当面问卷抽样调查,共获取 400 位游客的 328 句正面评价及 408 句负面评价。

注:调查集中在 2012 年七八月期间,因为此期黄山景区处于旅游旺季,有利于更真实地反映酒店经营状况;调查地点主要集中在北海、狮林、白云、玉屏楼及周围景点,因为这几个景点是黄山景区内游客最集中的区域。

## 3 研究结果与分析

### 3.1 开放性译码和主轴译码过程

把收集到的原始资料进行初步整理分析,并对资料进行逐句概念化,将 400 份问卷的类同语句进行归类,对表达清晰完整、意思明确的语句进行开放式译码、主轴性译码(表 1 和表 2),用概念和范畴来反映资料的内容。

表 1 正面评价的开放性和主轴性译码过程

开放性译码:原始资料概念化,共 328 句评价因子	主轴译码:范畴及其比例
酒店地理位置优越,方便游览(90 句)	地理位置优越(27.4%)
房内卫生条件良好,没有明显的脏、乱、差(76 句)	客房卫生状况(23.2%)
房间景观好,能看到山景(32 句)	酒店外部环境优美(18.3%)
酒店整体环境优美(28 句)	员工服务态度好(15.2%)
服务人员素质高,态度好(28 句)	设备用品完备程度(6.7%)
酒店服务质量高(22 句)	
设备用品较齐全,能满足基本需求(22 句)	个性化服务(4.3%)
能够提供个性化服务,如房内有电筒、羽绒服等用品(14 句)	房价状况(1.2%)
房价较合理,在自己的接受范围内(4 句)	餐饮质量(1.2%)
菜品质量高(精致),味道好,有当地特色(4 句)	整体价格感知(1.2%)
酒店性价比高,感觉物有所值(4 句)	安保设施(0.6%)
安保设施完善,房内有烟感器等装置(2 句)	客房整体舒适度(0.6%)
房间较舒适,能够满足我的基本需求(2 句)	

在此过程中,一些概念和范畴反复出现。笔者反复审阅原始资料,并通过电话访谈部分游客,建立了各范畴之间的联系,最终各概念和范畴达到饱和。

除去了比例在 2% 以下过小的范畴,最终形成了 28 个概念和 11 个主要范畴,并在此基础上建立了“黄山景区酒店顾客感知主轴译码典范模型”(图 1)。

表 2 负面评价的开放性和主轴性译码过程

开放性译码:原始资料概念化,共 408 句评价因子	主轴译码:范畴及其比例
客房面积小,床铺窄小(52 句) 客房设施设备不齐全(46 句) 客房设施设备破旧(28 句) 客房隔音效果差(24 句) 客房卫生间设计不合理,空间狭小(20 句)	客房硬件条件不理想(41.7%)
房价高,超出自己的接受范围(72 句) 餐饮价格过高,收费不合理(28 句)	酒店产品价格高(24.6%)
客房/卫生间卫生状况差(42 句) 客房潮气重(12 句),有异味(28 句),共 40 句	客房卫生状况(10.3%) 客房潮气重(9.8%)
酒店管理混乱,服务员数量少,效率低(16 句) 服务工作人员素质较低,服务态度恶劣(14 句)	接待管理能力不足(7.1%)
酒店内外存在安全隐患,多人间内无保险设备(10 句) 餐饮产品种类少,味道差,份量少(8 句)	安保设施(2.5%) 餐饮质量(2%)
服务项目少,康乐设施不完善(6 句) 中央空调效果差(2 句)	服务设施完备程度(1.4%) 空调问题(0.5%)

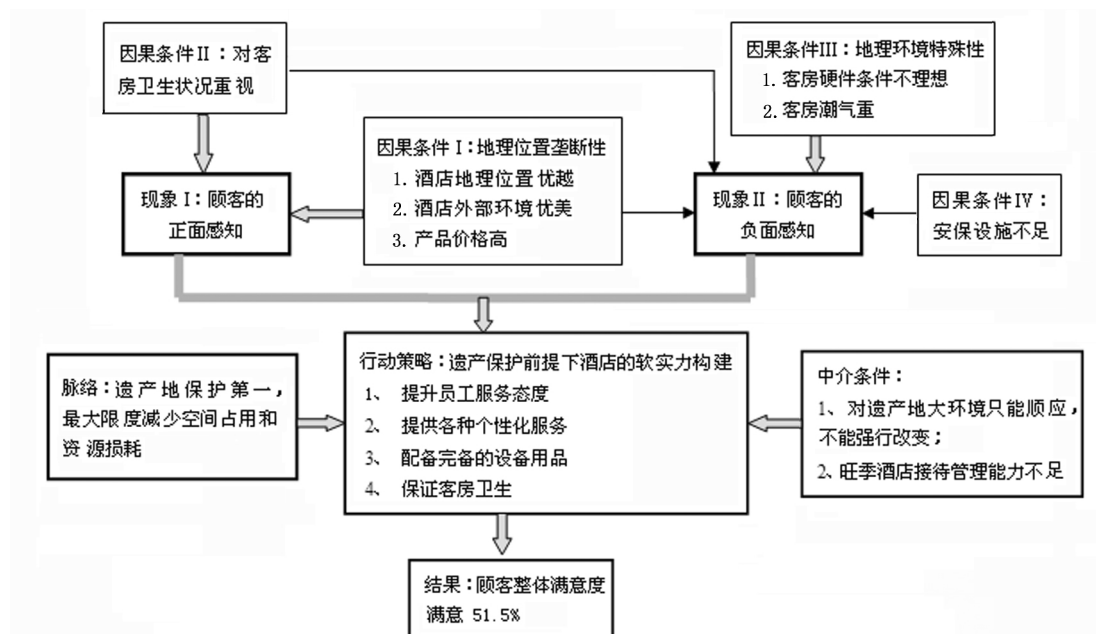


图 1 黄山景区酒店顾客感知主轴译码典范模型

### 3.2 模型诠释及核心登录

图 1 所示的模型建立了“顾客正面感知”(现象 I)和“顾客负面感知”(现象 II)两种现象。分析、归纳 28 个概念和 11 个主要范畴,其中“地理位置的垄断性”及“顾客对客房卫生状况的重视”两大因素作为对现象 I、现象 II 同时产生作用的两大因果条件存在。“地理位置的垄断性”指黄山景区内酒店由于位于山上,且位于付费景点范围之内,使其在地理位置和外部环境上具有山下景区外酒店不可比拟的优越性,于是以高达 45.7% 的正面评价率促进“顾客正面感知”的产生;与此同时,对遗产地的保护要求限制了景区内的接待能力,加上各类资源的获得异常艰难,绝大部分生产生活必需品的供给依靠挑夫挑上山,所以资源的垄断性和有限性带来了产品高

价的必然性,对“顾客负面感知”的产生起到了催化作用。在顾客的正面、负面评价中,“客房卫生状况”这一概念均以较高的比例出现,说明对客房卫生状况的不同感受直接地影响到顾客对酒店产品的整体感知。“地理环境特殊性”指黄山景区酒店由于位于高山,受到地形和环境的限制,接待空间有限,气候环境特殊,给客房的空间布局、设施设备的维护和保养带来了困难,所以顾客对客房的硬件条件的负面评价及客房潮气重等问题的负面感知非常明显,成为导致“顾客负面感知”产生的首要的因果条件。同时“安保设施不足”也对“顾客负面感知”的产生有一定的影响,成为第四个因果条件。

山岳型遗产地酒店的经营发展从根本上要服从“保护第一”原则,以最大限度地保护生态环境为前

提,因此,对于景区有限的硬件条件、有限的生活资料和有限的人力资源等只能适应而不能盲目改造。

由于黄山景区酒店的经营受到地理位置、地理环境、生态保护、有限资源、硬件设施、有限接待能力等多因素的影响和制约,其服务管理变得异常艰难,于是出现了依靠提升员工服务态度、额外提供各种个性化服务、尽量配备完备的设备用品等以提升酒店“软实力”为核心的相关行动策略。而模型分析结果也表明这些行动策略取得了良好的效果,使山上景区酒店这一特殊的酒店业态平衡了诸多的顾客负面感知,在旅游接待旺季时获得了 51.5% 的顾客整体满意度和仅 4% 的顾客不满意度。可见,对于山岳型遗产地酒店这一特殊业态,虽然游客的各类负面感知不在少数,但是考虑到山上酒店特殊的地理环境状况,许多游客对酒店的经营和管理抱以理解和认可态度,并给以客观的评价。

通过开放性译码、主轴译码和选择性译码过程,最终形成了以“遗产保护前提下酒店的软实力构建”为核心范畴的典范模型(图 1)。

#### 4 山岳型遗产地酒店经营核心要素的扎根理论构建

根据以上分析,本文以“遗产保护前提下酒店的软实力构建”为核心范畴,建立以下扎根理论。

##### 4.1 地理位置的垄断性和地理环境的特殊性是酒店经营管理的核心

###### 4.1.1 地理位置的垄断性和地理环境的特殊性是顾客正面感知产生的最重要因素

游客对黄山景区内酒店最满意的莫过于酒店位置方便(如看日出等)和外部环境优美两个方面,两者共占正面评价的 45.7%,且未收到任何负面评价。可见,游客选择在山上住宿主要是考虑山上酒店地理位置优越,方便第二天的活动安排,并能更好地体验山上的美景。所有景区内酒店均具有这一天然及优势。

###### 4.1.2 地理位置的垄断性和地理环境的特殊性所带来的弊端难以扭转,只能适应

在顾客的负面感知中,客房硬件条件不理想(41.7%)、酒店产品价格高(24.6%)、客房潮气重(9.8%)三者共占 76.1%,这可能与山上酒店因地理位置而产生的垄断性和特殊性有关。尽管这个三方面大大地降低了顾客对酒店的满意度,但酒店经营管理者几乎难以扭转和克服这种局面。虽然可以采取一些小的举措,如加大对设施设备的保养力度,降低其破旧率,采取一些防潮措施去潮除味,但是终究无法从根本上解决空间有限、设备陈旧、房间潮湿

等问题,因为山上资源的有限性和对生态保护的要求都不允许酒店轻易装修翻新,也不允许使用奢华的设施设备,反而需要适当简化客房内产品和一些不必要的服务设施来节能降耗。对于酒店的经营管理者来说,这些弊端大多只能适应,难以扭转。

##### 4.2 服务质量的提升是当前酒店经营管理最有效可行的办法

###### 4.2.1 客房卫生状况依然是顾客考核酒店的关键因素

在顾客的正面感知中,23.2% 来自于对客房卫生状况非常满意,亦有 10.3% 的不满意来自于此。可见,不管对于何种类型酒店,卫生问题永远是顾客选择的关键因素之一。通过强化员工技能、改善管理方式以及提高客房卫生标准是山上酒店提高服务质量的重要环节。

###### 4.2.2 员工素质高、服务态度好成为特殊地理环境下顾客的心灵鸡汤

在顾客的正面评价中,竟有 15.2% 完全来自于对服务人员的态度的满意,328 句评价因子中有 28 句客人直接表达了“员工态度非常好”,而另外 22 句客人表达为“服务质量高”,在后续调查中的客人均承认这句话主要是对服务人员和蔼可亲的服务态度的认可与肯定。可见,远离市区,在与日常生活环境迥异的山区过夜生活,客人不仅需要生活上的照料,亦需要心理上的安慰。因此,对于山岳型遗产地酒店来说,提升员工的职业素养,以优质的服务态度弥补某些硬件条件上的不足,以提升顾客的心理感知是一个非常有效且可行的捷径。

###### 4.2.3 配备个性化的服务用品,提供个性化的服务,可大大提升服务质量

在顾客的正面评价中,“能提供个性化服务”经常被提及,占 4.3%;另有 6.7% 的顾客认为“设备用品很齐全”。经过访谈确认,许多顾客列举出“没想到客房里居然配有羽绒服,很实用”“手电筒很意外,早上看日出我都带着的”等类似语句,表达出了对山上酒店真正为客人着想的个性化服务的赞赏与感谢。据了解,多年来黄山景区配置了不少成本不高但非常实用的设备和用品,创新了许多适合山上客人实际需要的个性化服务项目。如日出情况预告、免费烘衣烘鞋服务,利用地热新能源在房间安装小型取暖烘干设备,房内配置羽绒服、手电筒,夜间送上暖暖的奶、粥等服务项目,均不断收到顾客表扬与赞赏,大大提升了服务质量和顾客满意度。与此同时,完备的用品配备也使顾客能够自我服务,减少了员工的工作量,节省了人力资源,也有利于缓解旺季时人手不够、服务质量打折的问题。

## 5 结论与讨论

多年来,游客对山岳型遗产地酒店的负面评价不断,许多酒店经营管理者为了提升顾客满意度付出了许多努力,但这一矛盾始终存在。通过研究黄山景区游客对酒店的正、负感知评价,进一步关注山岳型景区环境、游客和酒店的矛盾。分析认为,作为酒店经营管理者只有遵守环保要求,在同等档次中降低、淡化对酒店设施设备的硬件要求,而着力于强化软件管理,在有限的条件下,通过不断提升服务质量来提高游客正面感知和满意度。

研究结果也同时表明,一方面,游客满意感知度的高低取决于期望值的高低,现在游客的环保意识逐渐增强,山岳型遗产地酒店在经营管理中应大打“环保牌”,加大环保宣传并调动顾客积极参与,以更好地获取游客的理解与支持,从而提升顾客满意度。另一方面,在提升服务标准的同时增加酒店的附加服务,如定时地给入住酒店的散客提供免费的酒店周边小向导服务,给顾客免费安排晚间的娱乐活动,短信通知住店游客旅游期间的天气状况等。在硬件条件难以改善的情况下,通过提高服务质量,以提高游客的满意度。

### 参考文献:

- [1] UNEP. Tourism and Mountains; A practical Guide to Managing the Environmental and Social Impacts of Mountain Tours[R]. Paris:UNEP division of Technolo-

gy, Industry and Economics, 2007:3-6

- [2] 胡善风,朱红兵. 山岳型遗产地旅游可持续发展研究:以黄山风景区为例[J]. 合肥工业大学学报:社会科学版, 2013(2):1-6
- [3] Snjay K Nepal, Raymond Chipeniuk. Mountain Tourism: Toward a Conceptual Frame work[J]. Tourism Geographies, 2005, 7(3):313-333
- [4] 王娟, 闻飞. 黄山风景区国际旅游市场时空演替特征研究[J]. 旅游学刊, 2007, 22(8):12-16
- [5] 巩劼. 黄山风景区旅游干扰对植物群落草本层的影响[J]. 地理科学, 2009, 29(4):607-612
- [6] 陆林, 巩劼, 晋秀龙. 旅游干扰对黄山风景区土壤的营销[J]. 地理研究, 2011, 30(2):209-223
- [7] 陆林. 山岳风景区客流研究:以安徽黄山为例[J]. 地理学报, 1999, 49(3):236-241
- [8] 王群. 黄山风景区旅游水供需系统安全及动态调控研究[J]. 自然资源学报, 2007, 22(6):896-906
- [9] 吴承照. 黄山风景区旅游环境容量现状与调控[J]. 地域研究与开发, 1993, 12(3):57-61
- [10] 胡善风. 黄山旅游资源开发与可持续利用研究[J]. 地理科学, 2002, 22(3):371-374
- [11] Hottola P. Culture confusion intercultural adaptation in tourism[J]. Annals of Tourism Research, 2004, 31(2): 447-466
- [12] 杨钊, 陆林. 九华山旅游劳工移民行为特征分析[J]. 资源开发与市场, 2007(2):171-175
- [13] 苗学玲, 保继刚. “众乐乐”:旅游虚拟社区“结伴旅行”之质性研究[J]. 旅游学刊, 2007(8):48-54

(责任编辑:周博)

## 几种常见参考文献的著录格式

### 一、专著

[序号]主要责任者. 文献题名[文献类型标识]. 出版地:出版者, 出版年. 起止页码

### 二、期刊文章

[序号]主要责任者. 文献题名[J]. 刊名, 年, 卷(期):起止页码

### 三、专著或文集中析出文献

[序号]析出文献作者. 析出文献题名[M]//专著或文集作者. 专著或文集名. 出版地:出版者, 出版年:起止页码

### 四、学位论文

[序号]主要责任者. 文献题名[文献类型标识]. 存放地:大学到系部, 出版者, 出版年:起止页码

### 五、报纸文献

[序号]主要责任者. 文献题名[文献类型标识]. 报纸名称, 年-月-日(版序)

### 六、标准文献

[序号]标准代号. 标准名称[S]. 出版地:出版单位, 出版年

### 七、网络文献

[序号]作者名. 作品名[EB/OL]. [访问时间, 0000-00-00]. 网址