

# 香港、日本、澳門健康休閒業發展比較研究

平原

**摘要：**香港、日本和澳門同處亞洲東部，在休閒業發展上有很多相似之處，但由於經濟基礎、自然人文資源、區位條件等方面的差異，三地休閒產業在資源類型、發展歷史、道路模式等方面也存在著諸多差異。本文從客源市場，休閒度假自然資源，人文資源三方面入手，對三地的休閒產業發展狀況進行了比較研究。本文的研究結果有利於全面瞭解亞洲休閒產業的發展歷程和現狀，對借鑒香港和日本的先進經驗，進一步完善澳門休閒與度假旅遊業的發展具有一定的現實意義。

**關鍵詞：**香港；日本；澳門；休閒業；比較研究

休閒產業是工業化社會高度發達的產物，它發端于歐美，19 世紀中葉初露端倪，20 世紀 80 年代進入快速發展的時期。籠統地講，休閒產業是指與人的休閒生活、休閒行為、休閒需求（物質的、精神的）密切相關的領域。特別是以旅遊業、娛樂業、服務業和文化產業為龍頭形成的經濟形態和產業系統，一般包括國家公園、博物館、體育（運動場館、運動項目、設備、設施維修）、影視、交通、旅行社、餐飲業、社區服務以及由此連帶的產業群<sup>1</sup>。

澳門、香港和日本同處於亞洲東部，有著相似的文化淵源，三地區在休閒產業發展上有很多相似之處，但由於經濟基礎、自然人文資源、區位條件等方面的差異，三地休閒產業在資源類型、發展歷史、道路模式等方面也存在著諸多差異。對這三個地區的休閒產業進行比較分析，有利於全面瞭解亞洲休閒產業的發展歷程和現狀，對借鑒香港和日本的先進經驗，對進一步完善澳門休閒旅遊業的發展具有一定的現實意義。

## 一、客源市場比較

香港最大的客源市場是中國內地，其次是美國、加拿大、澳洲、韓國和新加坡。近幾年來，隨著香港和中國內地交流的不斷增多，交通的日益便利，內地訪港遊客佔香港入境遊人數的比例不斷增加，由圖1可以看出，2003年中國內地訪港遊客佔香港全年入境遊客總數首次突破半數。2004年，香港共接待入境旅遊者2181.1萬人次，其中內地居民1224.6人，佔香港入境遊總人數的56.1%。

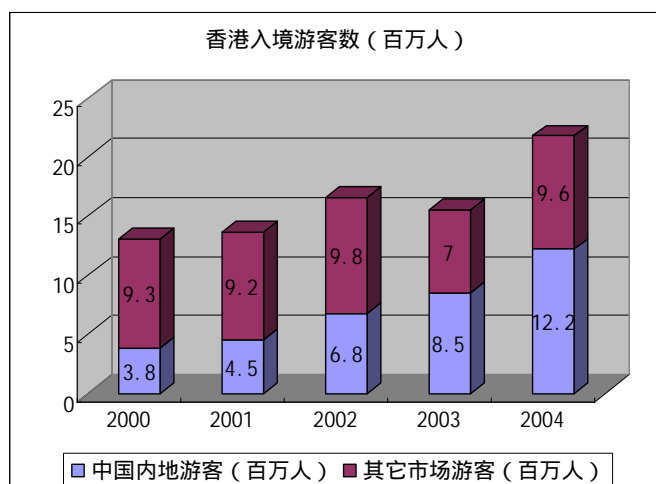


圖1

內地遊客在香港的休閒旅遊業發展中起著舉足輕重的作用，香港迪斯尼樂園開幕首日共接待了1.6萬名遊客，其中內地遊客佔了三分之一。香港客源市場的這一特點決定了特區政府在規劃香港休閒旅遊業時把內地遊客的需求擺在了十分重要的位置。京港、滬港和粵港直通車的開通實現了內地三大主要城市火車直達香港，大大方便了兩地的交通往來，降低了交通成本。目前，香港服務接待行業正普遍推行普通話服務，為方便內地居民，香港的地鐵、火車等交通工具也均有普通話報站，銀行通常設有普通話服務專櫃，人民幣兌換網點更是遍佈香港大街小巷。

日本位居第一的客源市場是韓國，2004年，來到日本觀光遊覽的韓國遊客達159萬人次，佔日本入境遊總數的26%；第二位是臺灣，108萬人，佔18%；其後依次是美國76萬人、中國內地62萬人、香港30萬人。

表1 2004年日本主要客源市場遊客數(萬人)

	韓國	臺灣	美國	中國內地	香港
人數	159	108	76	63	30
佔總人數的比例	26%	18%	12%	10%	5%

港澳臺是中國內地最大的旅遊市場。除此之外，由於歷史、地域、傳統文化等因素的影響。針對澳門客源市場的這一特徵，在發展休閒產業時保持有澳門特色、地方特色和傳統特色的旅遊產品顯得至關重要，眾所周知，日本的服務業堪稱世界第一，所以針對這一客源市場，澳門的休閒服務行業應該牢固地樹立“顧

客至上”的原則，改進服務質量，加強設施建設<sup>2</sup>。

## 二． 休閒度假自然資源比較

休閒度假資源是一個地區發展休閒度假業的基礎和前提條件。只有擁有獨特的休閒度假資源，才能誘發遊客前來休閒度假的動機。休閒度假資源大致可以分為自然資源和人文資源兩類，以下對三地的休閒度假自然資源進行比較研究：

- 香港：自然資源相對匱乏，海濱度假長盛不衰

香港地域狹小，休閒度假的自然資源相對日本和中國內地而言比較匱乏。但香港是天然良港，地處亞熱帶季風區，海岸線綿長曲折，維多利亞港風光秀美，淺水灣更是具備了亞洲少有的3S(Sea,Sun,Sand)條件，因此，香港的海濱休閒度假資源是日本和中國內地不可比擬的。

目前，國際休閒旅遊的走勢是“休息和放鬆”，這使得海濱度假更趨火爆，成為遊客首選的三種旅遊產品之一。亞洲遊客普遍具有強烈的海濱度假熱望，故海濱度假旅遊在不久的將來有望成為該市場發展的主流。眼下，亞太地區對海濱休閒式度假旅遊需求較大的只限於新西蘭和澳大利亞這兩個成熟的市場，以及正趨於成熟的香港和新加坡市場。

- 日本：火山溫泉資源豐富，滑雪勝地優勢明顯

日本屬於溫帶海洋性氣候，四季分明，自然景觀優美，但是日本適合休閒度假的自然資源中最具有代表性的當推它的火山溫泉資源和滑雪勝地。

日本地處環太平洋火山地震帶，頻繁的地震雖然給日本的經濟建設和人民生活帶來一定的負面影響，但豐富的火山景觀和溫泉資源又是日本休閒業得以發展的重要條件。除了著名的富士山之外，僅北海道一地就有珠活火山、昭和新山、摩周火口湖、阿寒山(雌雄火口湖)國立公園、釧路濕地的仙鶴、登別溫泉等火山和溫泉景觀，此外，還有阿蘇活火山、櫻島活火山、雲仙活火山、白根、伊豆、熱海、箱根、淺間山溫泉和火山地貌等。

由於獨特的地理位置，日本的雪場資源十分豐富，尤其是本州島和北海道，冬季積雪多的可達三四米，滑雪的時間可以從11月中旬一直延續到來年的4、5月份<sup>3</sup>，是亞洲乃至世界的滑雪勝地。

## ●澳門：人文地理環境

澳門優越的地理位置、宜人的亞熱帶氣候、發達的服務設施，使之在國際旅遊界頗具影響。地區旅遊自然景觀較少，主要是幾百年來形成的人文旅遊資源，大量古跡保存完好。澳門最有特色的是賭博娛樂設施。賭博內容豐而又豐，賽馬、賽狗、賽車俱全。賭博業在澳門合法化，形成以“博彩觀光”為傳統的旅遊模式。葡京娛樂場、大三巴牌坊、西望洋山教堂為當地名勝。

澳門旅遊業憑藉著其獨特的歷史和地理條件，一直有較好的表現。澳門眾多的名勝古跡，既有傳統的中國文化色彩，又有濃郁的葡國情調，加上興旺的博彩業，令澳門有“東方蒙特卡羅”之稱，每年都吸引大量的遊客。

通過以上比較，我們不難看出，三地在休閒度假自然資源方面各有特色，休閒度假發展的重點也各不相同。香港政府充分利用海濱一自然優勢，開發大嶼山和離島度假觀光，在海洋的休閒功能上大做文章。香港旅遊事務署仰仗維多利亞港的優美景色和知名度，於2004年1月推出一項新的旅遊項目——“幻彩詠香江”，這是一個世界級的多媒體燈光音樂匯演，每晚在維多利亞港海旁舉行。此外，西貢海濱美化工程和鯉魚門的首期整改項目已經完成，尖沙咀海濱長廊及赤柱海濱的美化工程正在進行之中，預計分別於2006和2007年完成。溫泉和滑雪是日本休閒度假業的主要賣點，在日本已經開發利用的溫泉有2988處，結合各種溫泉休閒旅館遍佈日本各地，登記在冊的滑雪場在200處以上。

澳門休閒度假應根據澳門多元的文化，設置具有藝術性較強的，休閒度假的場所。使在職場上經歷了激烈競爭的人群，可以在次享受另一番的生活情趣。另外可引進中國獨特的中醫藥養生保健法，使消費者在休閒的同時還可以健康身體。都市人整天在燈紅酒綠、觥籌交錯中疲憊地度過休閒時光，因而十分嚮往自然，到野外的自然風光中休閒娛樂，而這種休閒場所正是滿足了都市人的這種心

理要求。把陽光、藝術、自然、健康帶給人們，把休閒娛樂導入了一個嶄新的方向。

### 三． 休閒度假人文資源比較

休閒度假人文資源是促使遊客產生休閒度假動機的重要因素，香港、日本和中國內地都有著豐富的人文資源，但側重點卻各不相同，以下就對三地區的休閒度假人文資源進行比較分析：

- 香港：東西文化水乳交融，影視娛樂活力無限

英國對香港將近一個世紀的殖民統治為香港留下了眾多“西方遺跡”，包括都爹利街石階及煤氣路燈、舊三軍司令官邸、聖約翰大教堂等，這些富有異域情調的歐式建築與香港根深蒂固的中國傳統文化相融和，形成了香港特有的文化內涵，吸引世界各地的休閒旅遊者慕名來到香港體驗東西方文化的撞擊。

中西交融在飲食文化上的體現使香港獲得“美食之都”的稱號，這裏彙集了世界各地的美食佳餚，遊客可在香港品嚐到中西南北最可口的美食，每年都有不少旅遊者專為此而來。

香港影視娛樂業的規模和知名度位居亞洲乃至全球的前列。截止2004年9月，香港擁有影視娛樂服務機構2687個，從業人員19694人。2004年在香港本地公映的港產電影共77部，票房收入3.8億港元(4,910萬美元)，較2003年增升4.6%，香港也是全球最大的電影和電視節目出口地之一。發達的影視娛樂業為香港造就了巨大的明星效應，成為吸引各地旅遊者的又一大亮點。

- 日本：振興傳統文化，發展文化休閒

為了擺脫“文化沙漠”的恥辱，保護地域社會的文化遺存，進一步振興地方經濟，推動旅遊業成為“21世紀的領頭產業”，日本政府於1992年開始實施《以地域傳統藝能活動帶動觀光旅遊和地域工商業振興的有關法律》，大力扶持地域傳統文化的開發和保護，取得了顯著成效，直接表現為節慶、事件和較高層次的文化性旅遊活動在市場份額中的比重逐年提高。

- 澳門：東西文化交融，多元文化交集

在澳門這個彈丸之地，居住著成千上萬的中國人和葡萄牙人，還有一些西班牙人、英國人、意大利人、德國人、瑞士人、日本人、朝鮮人、印度人等等，他們按照各自的風俗習慣生活。在中西文化共生共存的奇異之區，形成了宗教、風俗習慣、建築音樂繪畫、科學技術、語言文字等方面的多元文化的歷史形態。

第一，挖掘文化亮點，營造獨特的文化休閒氛圍。香港政府始終把娛樂業和明星效應作為提高香港休閒旅遊吸引力的一張王牌，如邀請國際影星成龍作為香港旅遊形象大使，歌星張學友作為香港迪斯尼樂園的名譽大使，開發“星光大道”等，把香港的對外形象塑造成了十足的“東方好萊塢”，影視娛樂業已經成為香港休閒旅遊業的一部分。這個效應值得澳門借鑒。第二，建立健全法律法規體系。澳門休閒旅遊法律法規建設相對滯後，日本休閒旅遊立法值得借鑒。

#### 四． 各地區休閒業發展特色

香港，日本和澳門除了在客源市場、休閒度假自然資源、人文資源三方面有較強的可比性之外，三地休閒業的發展在其它方面也有各自突出的特點。

- 香港：購物天堂名不虛傳

香港是國際公認的“購物天堂”，在吸引世界遊客方面，購物一直是香港最突出的優勢之一。香港實行自由貿易的經濟政策，除少數幾類物品外，一般進口貨物都免稅，且不存在銷售稅及工商業增值稅，因而香港商品價格較世界主要城市低廉。香港有 5 萬餘家各種檔次的百貨公司、購物中心、超級市場和專賣店，具有優良的購物環境。幾十年來，訪港遊客購物消費一直佔總消費的半數以上，1998 年佔 49%，1999 年佔 50.7%，2000 年和 2001 年均佔 50.2%。

- 澳門：個性化的休閒方式

針對澳門這種地域狹小的經濟體，有些受不了假日蜂擁的遊樂人群，會去追求更富自主性和挑戰性的休閒活動。家庭休閒是一個趨勢，家庭的核心是孩子，因此休閒項目能吸引孩子才能留住父母。在國外，有些度假地對兒童的安排是多種多樣的。如加勒比海濱度假區為父母身邊的孩子推出了各種活動，其中既有適應孩童的遊戲、藝術與雕刻，也有適應大一些孩子的滑冰、衝浪、航海等課程。另一方面應根據澳門獨特的多元化文化背景開發一些其他的休閒項目。

- 日本：休閒業服務質量堪稱世界一流

日本休閒業的服務質量堪稱世界一流，這一特點在日本休閒產業的方方面面都得以體現。日本的休間接待工作從迎賓服務、中間服務、直到送客服務，都體現了無微不至的人性關懷。服務人員真正把顧客當作了“上帝”，使顧客高興而來，滿意而歸，給顧客留下的印象是親切、溫暖、熱情、周到、舒適和方便。

日本休閒服務業特別注重環境的整潔和器械的衛生，因此，很多國家的人視日本人有“潔癖”。然而，由於日本人對清潔衛生的高要求而產生的高水平服務質量，卻被世人傳為佳話。

“差異產生吸引力”，這裏“差異”就是各地區有別於其它地區的特點。香港政府充分抓住香港“購物天堂”和“美食天堂”的特點，出臺並組織了一系列宣傳措施和活動，從 2004 年開始，香港政府每年都舉辦香港“購物節”，取得了滿意的效果。澳門可根據博彩業和多元文化的特色開發一些與之相適應配套的休閒產品。日本一流的休閒服務質量值得澳門休閒服務企業借鑒。

#### 參考文獻：

- [1] 馬惠娣. 21 世紀與休閒經濟、休閒產業、休閒文化. 自然辯證法研究.200101.pp48-52
- [2] 張丹宇、明慶忠. 日本海外旅遊市場動向的分析研究. 雲南師範大學學報：哲學社會科學版.2005,37(2).-57-61
- [3]徐皎.日本國內旅遊業的發展及其地域特徵. 世界地理研究.2004,13(3).-72-78
- [4] 王濤.香港旅遊業發展初探.亞太經濟.2004(4).-55-58
- [5] 郭力. 日本的酒店管理及服務質量. 遼寧經濟.1999(7).-15-16
- [6] 趙忠奇. 試析日韓旅華市場的潛力與開拓.河南商業高等專科學校學報.2003,16(2).-55-57
- [7] 王濤. 香港旅遊業發展初探.亞太經濟.2004(4).-55-58
- [8] Dogan Gursoy and Erdogan Gavcar. International leisure tourists ' involvement

profile. Annals of Tourism Research, Volume 30, Issue 4, October 2003, Pages 906-926

[9] H. Leo Theuns. Multidisciplinary focus on leisure and tourism. Annals of Tourism Research, Volume 16, Issue 2, 1989, Pages 189-204

[10] Jiri Kaspar. Leisure, recreation and tourism in socialist countries. International Journal of Tourism Management, Volume 2, Issue 4, December 1981, Pages 224-232

[11] Honggen Xiao. TOURISM AND LEISURE IN CHINA----A Tale of Two Cities. Annals of Tourism Research, Vol. 24, No. 2, pp357-370, 1997

[12] 日本休閒產業風光不再 , 2003-06-09. [http:// web.cbex.com.cn/ article/ 20030609/ 20030609004789\\_1.xml](http://web.cbex.com.cn/article/20030609/20030609004789_1.xml)

[13] 旅遊資源與開發. 中國旅遊網. <http://www.cnta.com/ziliao/lyjjy/50-2.asp>