

刘德谦
石美玉
◎ 著



旅游理论与实践前沿丛书

当代中国旅游购物研究

Research

Tourism

中国旅游出版社



旅游理论与实践前沿丛书

当代中国旅游购物研究

RESEARCH OF CONTEMPORARY CHINESE TOURISM

刘德谦 石美玉◎著

中国旅游出版社

项目统筹：付 蓉

责任编辑：张珊珊

责任印制：冯冬青

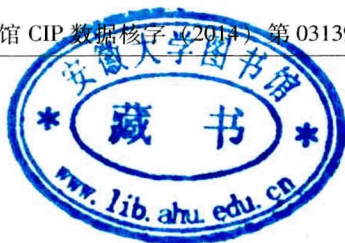
封面设计：何 杰

图书在版编目 (CIP) 数据

当代中国旅游购物研究 / 刘德谦, 石美玉著. --北京: 中国旅游出版社, 2014. 3
ISBN 978 - 7 - 5032 - 4931 - 0

I. ①当… II. ①刘… ②石… III. ①旅游商品 - 研究 - 中国 IV. ①F592.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 031391 号



书 名：当代中国旅游购物研究

作 者：刘德谦 石美玉

出版发行：中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲 9 号 邮编：100005)

<http://www.cttp.net.cn> E-mail: cttp@cnta.gov.cn

发行部电话：010 - 85166503

经 销：全国各地新华书店

印 刷：河北省三河市灵山红旗印刷厂

版 次：2014 年 3 月第 1 版 2014 年 3 月第 1 次印刷

开 本：720 毫米 × 970 毫米 1/16

印 张：20.5

字 数：366 千

定 价：52.00 元

I S B N 978 - 7 - 5032 - 4931 - 0

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与发行部联系调换

序

本书研究的重心，是旅游者自愿和主动的旅游购物及其供给。本书作者注意到了，2013年4月25日国家已经颁布了《中华人民共和国旅游法》，而且注意到了其中关于“旅行社组织、接待旅游者，不得指定具体购物场所，不得安排另行付费旅游项目”的法条。正是因为如此，本书在此刻出版也许正合时宜。

旅游购物本是旅游活动中的一件十分正常的事，而且有过旅游经历的人，也几乎都有过购物的冲动。可是，这些年来由于零负团费的陷阱，由于团队旅游安排购物次数过多过频，由于一些购物场所货不真价不实，从而让人们产生了某些反常的思维模式，好像旅游中的购物不是旅游的内容一样。于是旅游中的排斥购物情绪，乃至旅行社“纯玩团”的推出，旅游行程中不许购物的规定等，也都应运而生。如果看看中国出境游客在海外购物时兴高采烈的盛况，如何让中国游客在国内也能享受到购物的乐趣，如何让入境旅游者来华时也有惬意的购物感受，这就让我们不得不认真思考了。

本书的第一板块（我们把它称为第一篇）就是一份有关如何发展中国旅游购物的研究报告。报告通过对旅游者购物需求的调研，通过对旅游购品经营者的调研，通过云南、义乌、香港发展旅游购物的实例，以及如何释放游客消费潜力的分析，从而提出了有关认识上的战略转变和发展旅游购物的对策与建议。这篇名为“旅游购物问题的实证研究”的报告，原本是国家旅游局资助的一项研究课题，不过我们觉得，这一研究成果既可以供国家旅游局作为决策的参考，同时对于各个地方政府、各地经济的决策人和旅游的主管方面，以及有关研究人员和教学人员，或许都有其参考价值，所以我们最终把它选为了本书的第一篇。

本书的第二板块（书中第二篇），是一份有关具体类别旅游购品的市场调研报告，该报告从实地资源和生产现状出发，尽力搜集了全国相关市场的基本情况和主要特点，结合对该地竞争优劣势的分析，进而就产品规模、技术特征、

市场定位、营销策略、政府和企业各自的角色等问题提出了具体的建议，以期能够为地方政府和有关企业的决策提供一些有用的参考。这项课题是世界银行的一个关于可持续发展战略研究项目的子项目，虽然子项目的内容仅是有关河北省衡水湖芦苇草工艺品市场的调研，但对于其他类别商品如何面向市场进行研究，或者也不失其参考价值。

本书的第三板块（书中第三篇）的“旅游购物研究续论”，是汇集的一组偏于整体阐述的理论研究文章。这是本书特意为了与以上实证研究呼应而安排的。这些文章，无论是对不同时期发展现状的总结，还是对旅游购物增长点的探寻，也无论是关于旅游购品开发创意的研究、关于旅游购物所需产业融合的分析，还是关于旅游中的免税业发展探究，以及对当前旅游购物发展亟须拓宽思路的呼唤等，都正是在更广阔的视域中对旅游购物中关键问题的梳理。

在本书第一板块的研究报告中，我们选择了义乌和香港等地作为发展旅游购物可资借鉴的实例。为了有利于读者在阅读该报告时能够了解这些地方旅游购物的更多侧面，了解它们的最新发展，本书特地在最后增添了一个“延伸阅读”的板块，以期能够有助于读者利用当地的资料了解义乌近年购物旅游的新进展，了解香港如何在新变化中维护旅游购物的诚信。而所有这些，都正是让旅游购物适应时代发展所不可或缺的。

本书作者在这里还想对以经济眼光看待旅游业的读者说一句，那就是在人们通常所称的“食住行游购娱”之中，食、住、行、游等的消费，大多没有太大的弹性，而购物却是蕴藏着巨大弹性的。所以，即使把旅游业作为单一的经济活动，那么，也应该在发展旅游购物上多下功夫，以经营者的诚信守法为基点，以旅游者的称心如意为目标，从而扩大旅游消费，让旅游消费发挥出作为终极消费的动能来。

当然，我们更相信，绝大多数致力于发展旅游购物的决策者、经营者、管理者、研究者与我们研究这个问题的出发点都是相同的，那就是希望能够让旅游者在旅游活动中买到自己称心如意的好东西，能够让老百姓对自己的旅游生活越来越满意。

本书作者

2013年8月16日

1	序
1	第一篇 旅游购物问题的实证研究
2	绪论 问题的提出及研究背景
2	第一部分 问题的提出与任务
5	第二部分 国内外研究现状
9	第三部分 研究思路与课题组原有研究基础
12	专题一 生产与经营的实证研究
14	第一部分 北京旅游购物的供给调研
43	第二部分 泰安市旅游商品调研及商品设计大赛讨论
49	专题二 消费需求与发展趋势的实证研究
49	第一部分 国内旅游者的购物行为分析
62	第二部分 奥运会为旅游购物带来的影响和机遇
64	专题三 两个相关的典型：云南和义乌
64	第一部分 “七彩云南”旅游购物的典型意义
76	第二部分 义乌旅游购物的典型意义
93	专题四 购物增长的探索
93	第一部分 香港购物与“香港购物节”
104	第二部分 导游人员与购物弊端的关系分析

119	第三部分 关于旅游购物潜力释放的分析
130	专题五 旅游购物的发展对策、建议及其他
130	第一部分 旅游购物的发展对策与建议
149	第二部分 两点附带的说明
151	附 录
151	附录一 北京旅游购物的典型性数据
159	附录二 旅游购物退税资料
166	附录三 近来媒体对“旅游购物退税”的一则报道
171	第二篇 河北衡水湖国家级自然保护区苇草工艺品市场调研
173	前 言
174	一、任务与背景
178	二、对衡水湖当前苇编、蒲编生产的调研与分析
183	三、外部市场现状调研
195	四、企业发展和地域竞争力比较
204	五、工艺品市场深度访谈
207	六、衡水湖苇编工艺品发展的 SWOT 分析
210	七、选择与创新
221	第三篇 旅游购物研究续论
222	试论旅游购物的增长点
228	中国旅游购物现状、问题与新思考
239	关于我国旅游商品创意开发的三点思考

242	基于旅游购物视角的旅游与其他产业融合研究
245	我国国际旅游中的免税业发展问题探析
253	2011 年中国居民旅游购物的新发展
263	旅游购物发展亟须拓展思路
271	第四篇 旅游购物延伸阅读
272	专题一 义乌购物旅游
272	义乌, 购物旅游这七年
280	义乌国际商贸城“国家 4A 级旅游景区”创建之路
283	义乌市旅游发展工作总结三篇 (2011 - 2013 年)
288	专题二 香港旅游购物相关资料
288	香港旅游“购物贴士”
293	消费者委员会呈交立法会经济事务委员会的意见书《打击因内地零团费所引致的不良市场行为》
296	《检讨内地来港团经营模式与规管措施专责小组报告》
313	媒体对《检讨内地来港团经营模式与规管措施专责小组报告》的报道
315	后 记
319	参与部分执笔
320	本书开印时的补记

第一篇

旅游购物问题的 实证研究

绪 论	问题的提出及研究背景	/ 2
专题一	生产与经营的实证研究	/ 12
专题二	消费需求与发展趋势的实证研究	/ 49
专题三	两个相关的典型：云南和义乌	/ 64
专题四	购物增长的探索	/ 93
专题五	旅游购物的发展对策、建议及其他	/ 130
附 录		/ 151

绪 论

问题的提出及研究背景^①

第一部分 问题的提出与任务

一、问题的提出

随着人类社会的发展,旅游活动对人类的价值越来越受重视,旅游供给的产业集群性质也越来越清晰(在我国的《国民经济行业分类》[GB/T 4754-2002]中,旅游的供给甚至跨越了F、I、L、N、R等不少门类)。在人们所称的旅游业“六大要素”中,旅游购物自是其中的一个重要组成。因此,“如何看待今天中国旅游购物发展的现状”,“它继续发展的潜力如何”,以及“如何才能促进其更好地发展”等,都自然而然地成为学界、业界和管理层共同关注的问题。

在国家旅游局2007年进行公开招标的时候,本课题组一致同意选择了“旅游购物问题的实证研究”这个研究课题。虽然这是一个表面看来并无特殊价值的

* 本篇说明:《旅游购物问题的实证研究》是北京联合大学旅游学院、中国社会科学院旅游研究中心、开思九州旅游发展研究中心于2007年联合申报后获准承接的国家旅游局资助性招标课题。课题组长为刘德谦,副组长为石美玉、戴学峰。报告执笔人为刘德谦、石美玉、林红、戴学锋(关于四人分工执笔情况,详见每章首页的脚注)。最后由刘德谦负责全面调整与统稿。2008年年初,国家旅游局综合司邀请有关专家进行中期评审(匿名评审)并提出修改意见;2008年10月通过了国家旅游局的结题评审(获得了评审专家“优等”的等级评价)。2009年入选国家旅游局主编的《旅游科研课题成果精选(续编)》(中国旅游出版社,2009年6月出版)。

① 本绪论执笔人刘德谦。

研究方向，但是如果用实证方法去认真研究，却也是一项繁复而有意义的工作。

基于“旅游经济”是一个应用性很强的研究领域，近来有关它的实证研究也开始受到更多重视。实证研究方法的引入，自当有利于对现实的深入认识与分析，有利于透过现象的迷雾发现旅游产业真实存在的诸多特征；认识到它（旅游发展和产业发展的规律）“是什么”，从而有利于科学地预测，并进而有利于旅游业的选择（包括业界的和管理层的决策等）。

实证研究，就其传统而言，即所谓的“假说演绎法”^①，是对“假设”进行“证实”或“证伪”的逻辑过程。但是，它的工作核心并不在于对他人现有结论的分析与辩驳，而是使用实证的方法（如观察法、谈话法、测验法、个案法、实验法等其他典型方法）^②来证明。

二、主要观点与任务

课题组成员，此前在对旅游的研究工作中，产生了对中国旅游购物的这样的认识，即旅游消费者作为微观的消费主体，其旅游购物的消费行为的变化，分别来自其可自由支配的收入与时间，来自目的地商品市场状态与消费者消费心理的契合。因此，努力创造商品市场的吸引力和适应度，将是激发并推动旅游购物发展的关键。

我们希望提出的关键之点和创新之点是：旅游购物是人类的旅行活动与购物需求的结合体；旅游购物消费是旅游消费中最具弹性的一部分。

除了旅游购物体验有异于一般购物外，其购买实现的诸多要素又同于一般购物；但因其购物的实现是在异地，消费者（旅游者）购买信息的获得、信息的

① 实证研究作为一种研究范式，产生于培根的经验哲学和牛顿—伽利略的自然科学研究。法国哲学家孔多塞、圣西门、孔德等主张从经验入手，采用程序化、操作化和定量分析的手段，使社会现象的研究达到精细化和准确化的水平，也就是将自然科学实证的精神贯彻于社会现象专题之中。他们和后者，根据不同时期实证研究所逐渐丰富的有关原则，将实证性研究概括为通过对研究对象的大量观察、实验和调查，获取客观材料，以期从个别到一般，归纳出事物的本质属性和发展规律的方法。

② 诺贝尔经济学奖获得者米尔顿·弗里德曼发表的《实证经济学方法论》（1953），应该说是对其方法论的后期解说，该论自发表以来，既得到了经典的待遇，又饱受争议（如萨缪尔森、库普曼斯、西蒙等都曾直接撰文参与论战），时至今日，有关解读和再解读也仍在继续。为避免本报告内容的旁逸斜出，故这里将这方面的讨论都作了省略。

真实度与对称度以及商品的品质保障（包括售后服务）等问题，就凸显了出来。

当前我国旅行社的运行，已经使中国的旅游购物陷入“零负团费”和“回扣”的怪圈（人们在这里常说的“回扣”其实应该称为“佣金”或“回佣”）。只有从制度上和实践中解决这一难题，还“旅游购物”以“清白”，旅游者的消费潜力才能够由此释放出来。

扩展对“旅游购物”内涵的认识，现在仍然是必要的。商家对旅游购物的供应，不应当仅仅限于第一部类的传统产品（“地方土特产品”和“工艺类旅游纪念品”），而应该大力拓展第二部类的旅游购物（第二部类的主体是生活日用品），以使包括两大部类的商品一并成为旅游者十分乐意的异地购物选择。

旅游购物的新拓展，必须进一步激发地方商业的积极性，开拓出旅游与商业更佳结合的新格局。旅游购物不应该只是目的地旅游供给要素的一部分，在有条件的地区，它还能成为目的地整合旅游供给和目的地形象塑造的主要动力。

此外，众所熟知的，如旅游购物商品的生产与销售环节，包括产地、原料、设计、质量、安全、环保，以及销售渠道的建立与扩展、批发市场的建设与管理、购物商店与摊点的关系，旅游购物生产销售与旅行社（及相关人员）的关系等，也都需要给以充分的重视；同时从跨学科研究的角度，借助相关学科理论与方法进一步研究我国旅游购物的理论框架，同样是值得探索的。

为此，本课题组在承接国家旅游局 2007 年招标课题“旅游购物问题的实证研究”的时候，便提出了自己的思路和希望能够通过实践进行研究解决的问题：

（1）对旅游企业发展旅游商品的实证研究。采取问卷调查、企业访谈等方式，调查旅游商业街、景区点、饭店业、交通业等有关企业发展旅游商品的现状。通过对一手资料的统计学分析，进一步深入分析当前存在的主要问题。

（2）对旅游商品的发展趋势研究。通过旅游者对旅游商品需求情况的问卷调查，分析消费者行为的特征，以及未来发展趋势；结合未来旅游业的发展趋势和北京奥运会的召开对其影响的分析，了解北京和全国旅游商品发展的未来趋势。

（3）旅游商品创新性发展的建议研究。在前面实证研究的基础上，结合未来旅游商品发展的趋势，有针对性地提出可操作性的政策建议。

第二部分 国内外研究现状

旅游购物是旅游经济中最活跃、最具潜力的要素。正因为旅游购物在旅游产品的构成要素中蕴藏的可供挖掘的经济效益的潜力最大,本课题组认为,它应该是旅游者一定程度上的“无限”花费。例如,旅游购物在旅游业总收入中的比重,据2006年资料显示,即使在旅游业发达的区域也并非都是很高的(如西班牙,仅为6%);但是在香港,却是55.9%,这就是一个十分引人注目的现象。虽然不能把购物花费作为该地或该国旅游发展的高下或成败的主要标志,但是旅游购物花费的“无限”规律却也是十分明显的。

在旅游业发达的国家和地区,大都相当重视发展旅游购物。但是,由于受到旅游业曾有的经营模式以及多种因素的影响,在当前中国旅游产业的发展中,旅游购物仍然存在着不少问题。它不仅为中国旅游业带来了较多的负面效应,而且就中国旅游业的新发展而言也是一种制约。

旅游购物是人类单一旅行活动与购物需求的结合体,国外可追溯到专为购物而旅行的罗马时代。尽管旅游购物需要花费游客不少的金钱与时间,但是不少旅游者却仍然“乐此不疲”。关于这一点,环顾周边的旅游者,情况或许就更为突出。

基于被视为现代旅游之始的1841年托马斯·库克组织500余人从莱斯特乘火车到洛勃赫参加禁酒大会的旅行的非休闲性,从而导致人们常常低估了购物与现代旅游的关系,以致人们对此研究和讨论的努力,一直不够,直到20世纪50年代大众旅游兴起,乃至到了20世纪80年代,国外学界对旅游购物才开始有了较多的关注。有研究者^①曾经对Science Direct引擎的*Annals of Tourism Research*(《旅游研究纪事》)和*Tourism Management*(《旅游管理》)期刊页面进行的搜索(2007年),发现这两份国外公认的专业权威期刊发表的旅游购物相关的文献仍然有限。前者共刊出了11篇相关文献(论文10篇,书评1篇),后

^① 参见陈钢华、黄远水论文《国外旅游购物研究综述——ATR和TM反映的学术态势》(载《旅游学刊》2007年第12期88~92页)。该文中有小失误的地方,已经由本课题组改正。

者共刊出相关文献 37 篇（论文 34 篇，书评 1 篇，短讯 2 篇）。详见表 1-1。

表 1-1 《旅游研究纪事》和《旅游管理》刊载的有关旅游购物研究的文献数量

刊物名称	所载文献总计	论文	书评	短讯
旅游研究纪事	11	10	1	0
旅游管理	37	34	1	2

①资料来源：《旅游研究纪事》和《旅游管理》

②截至 2007 年 6 月

如果从近 10 年的发展脉络来看，问题自然可以更乐观一些。表 1-2 反映的是 1997~2007 年各年的情况，其中，1998~2003 年的 7 年中，两刊每年一共推出的文献均为 2~3 篇，到了 2004、2006 和 2007 这 3 个年度，便增加到了 4~5 篇。不过，1997~2007 年的 11 年间，两刊推出的旅游购物主体文献总共也才 33 篇。

表 1-2 1997~2007 年间《旅游研究纪事》和《旅游管理》

刊载的有关旅游购物研究的文献数量

刊物名称	年度刊出相关文献数量										
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
《旅游研究纪事》	0	1	0	0	2	0	1	1	0	1	0
《旅游管理》	0	2	2	2	1	2	2	4	3	3	5
合计	0	3	2	2	3	3	3	5	3	4	5

①资料来源：《旅游研究纪事》和《旅游管理》

②截至 2007 年 6 月

在我国，对旅游购物的重视，也是随着改革开放才逐渐凸显出来的。应该提出的，是国家旅游局对此的认识，甚至早在 1990 年便由《中国旅游报》组织了“旅游商品发展对策研讨会”，就“旅游商品”的概念、内涵、当前难点和应有对策进行了相当有深度的讨论。如果以 1978 年改革开放作为中国旅游新发展的标志，那么我国最权威的文献数据库 CNKI（中国知网）从 1979 年至今的文献，应该是我国相关文献最具代表性的反映。

据本课题组 2007 年 12 月底就旅游购物相关文献对上述文献库的检索，其中，“中国期刊全文数据库”共收入相关论文文献 126 篇；“中国重要报纸全文数据库”共收入相关文章 375 篇；“中国博士学位论文全文数据库”共收入相

关博士学位论文1篇;“中国优秀硕士学位论文全文数据库”共收入相关硕士学位论文9篇。中国期刊的“全国核心期刊”的旅游类里,只有一种核心期刊,即《旅游学刊》,该刊自1986年创刊至2007年,共发表旅游购物主题文献7篇。搜索结果如表1-3所示。

表1-3 中国权威数据库收集的中国1979~2007年旅游购物研究的文献数量

文献库名称	起讫时间 (年份)	收入相关文献量
中国期刊全文数据库	1979~2007	126
中国重要报纸全文数据库	1979~2007	375
中国博士学位论文全文数据库	1979~2007	1
中国优秀硕士学位论文全文数据库	1979~2007	9
中国重要会议论文全文数据库	1979~2007	0
核心期刊 (1种)	1986~2007	7

资料来源: 中国知识资源总库 (CNKI)

搜索整理时间: 2007年12月底

虽然发表有关旅游购物文章最多的是报纸,报纸上的文章也多偏于相关事件的简单描述,但是也应该说,对于旅游购物,这些年来我国的研究还是很有成绩的。尤其值得注意的是,多数的研究都一致肯定了旅游购物在旅游业中的价值和意义,而且一致的愿望都是要推动旅游购物的迅速发展。文章的内容,包括旅游购物的概念、内涵,旅游购物的价值、偏好,旅游购物品的分类、特征,旅游者对旅游购物的爱好、评价,以及当前中国旅游购物的问题、对策等。目前,有关论述和研究不仅正在增多,而且其中也不乏真知灼见。

但是也不能不指出,由于信息传递途径等方面的原因,至今一些后起的研究往往还在重复着以往的话题,以致中国旅游购物研究的阶段性比起海外来,其进程就显得缺乏阶梯感。例如,近年持续出现的关于旅游购物概念的论文,就在某种程度上反映着目前学界在此方面还缺乏更多的共识,或者这也正好反映着一部分学习者、研究者乃至业界人士等,甚至连旅游购物的概念也仍然有着许多模糊的认识。

就CNKI汇总的2007年全国旅游购物专题文献来分析,“中国重要报纸全文数据库”共收集全国重要报纸文献31篇,主要内容集中在以下三方面:一是

对于居民旅游购物的引导与提醒（10篇）；二是对各地旅游购物市场的报道（17篇）；三是对旅游购物发展的新建议（4篇）。由于报纸多考虑其自身受众的接受能力，因此这些文献大都是些面向普通读者的通俗短文。CNKI“中国期刊全文数据库”汇总的2007年全国旅游购物专题文献共27篇，其中，面向一般消费者的文章有5篇；面向学界、业界和管理层的论述有22篇。前者内容，是对普通受众旅游购物的引导与提醒，或者是对旅游购物活动的报道。后者应该说多数都是论文。其中，注目于旅游购物研究综述的3篇；注目于当前旅游购物市场问题及其治理的5篇；注目于地方旅游购物开发的6篇；注目于旅游购物发展总体研究的5篇；注目于旅游购物模式探讨的1篇；注目于海外经验借鉴的1篇；注目于优化旅游购物服务的1篇。详见表1-4所示。

表1-4 由中国知识资源库（CNKI）检索到的2007年旅游购物文献受众适应度分类

文献库名称	面向受众	总量	类别	文献量
中国重要报纸 全文数据库	广大受众	21	对于居民旅游购物的引导与提醒	10
			对各地旅游购物市场的报道	17
			对旅游购物发展的建议	4
中国期刊 全文数据库	普通受众	5	对于居民旅游购物的引导与提醒	3
			对旅游购物活动的报道	2
	学界、业界和管理层	22	注目于旅游购物研究综述	3
			注目于购物市场问题及其治理	5
			注目于地方旅游购物开发	6
			注目于旅游购物发展总体研究	5
			注目于旅游购物模式的探讨	1
			注目于海外经验的借鉴	1
			注目于优化旅游购物服务	1

资料来源：中国知识资源总库（CNKI）

搜索整理时间：2007年12月底

虽然这些文章在研究内容与方法上，都较2006年有了较多的变化，所以相对于2006年有研究者指出的“当前，细化研究的缺乏已经成为旅游购物研究的理论进展及其实践价值实现的‘瓶颈’”^①的问题，2007年应该说已经有所改

① 见马进甫《国内旅游购物研究综述》（载《北京第二外国语学院学报》2006年第9期）第13页。

变；但是在总体上，当前我们旅游购物的细化研究，尤其是实证研究，的确还需要大家做出更多的努力。

第三部分 研究思路与课题组原有研究基础

这里，拟就本课题组的研究思路及课题组成员的原有研究基础作一简单的汇报。

本课题的主要申报成员，对于旅游购物都有着多年的思考。这次的合作申报，目的不仅是各自对此一问题作出更深的探讨，而且更重要的是发挥每个成员此前研究和研究的特色，形成合力，以便结合当前我国旅游购物的现实，针对具体的问题，一起用实证的方法找出症结，进而努力提出共同的建议。

申报人刘德谦，在早年的研究中，就曾用现代营销学罗伯特·劳特伯恩（Robert Lauterborn）的4C理论（以消费者为核心）和罗伯特·德格鲁特（Robert. P. Degroot）的销售心理理论对旅游者的购物需求进行了研究，从需求的实现度进而扩展至购买的方便、支付的意愿，再至双方信息的对称沟通。为此，他根据自己注目实践研究的偏好，提出了如何利用旅游购物的“需求弹性”机理发展我国旅游购物的主张。除了刘德谦本人曾经多次在全国相关会议上就旅游购物问题与业界学界交流外，也在不少地方进行了多次调研，并在其学术论文中（例如，1993年《试论旅游购物的增长点》、2006年《关于旅游城市的两个视角》），就旅游购物的发展提出了他的建议^①。

合作申报人戴学锋，由于先后就职于旅游管理机关、旅游企业、旅游研究单位的关系，因而其对旅游购物的思考更有着多角度的特点，例如其此前的一些研究，就是意在从现代服务学的视角去研究旅游购物，所以除了有关理论研究和宏观思考外，还提出了发展旅游购物的一些建议。例如，其2006年《旅游步行街该如何规划》在有关旅游购物空间安排的战略建议上，就与国外研究者

^① 刘德谦早年论文《试论旅游购物的增长点》，作为1993年有关会议的主题发言，会后不久即在《北京联合大学学报》1993年第3期刊出，发言摘要也于会后在《北京旅游报》上发表。其2006年论文《关于旅游城市的两个视角》，为其2006年10月在深圳“全球化视野下国际旅游城市建设国际研讨会”上的主题发言。