

# 福建入境旅游市场中台湾客源市场特征分析

林德荣

(厦门大学管理学院, 福建厦门 361005)

**摘要** 自1987年以来,台湾旅游客源市场在福建省入境旅游业中占据重要位置。该市场自从20世纪80年代开始,直到本世纪初以来,在客源结构、游客流向和旅游消费方面都发生了很大变化。分析入闽台湾客源市场特征,将有助于福建省旅游企业更有针对性地开发出适合台湾客源市场需求的旅游产品,最大限度地满足台湾入闽旅游者的旅游需求。

**关键词** 福建;入境旅游市场;台湾客源市场;特征

## An Analysis of the Feature of Taiwanese Tourists in Fujian Inbound Tourist Market

LIN Derong

(Tourism Department, Xiamen University, Xiamen 361005, China)

**Abstract:** The Taiwanese tourist market has been taken an important position in the development of Fujian inbound tourism since 1987. This market segment, however, has undertaken great changes in market structure, tourist flow, and tourists' consumption from 1980s to the beginning of 21 century. The author believes that analyzing the features of Taiwanese tourists in Fujian inbound tourist market (including the market structure and the consumption patterns) will have implications for Fujian tourism firms in developing suitable tourism products to meet the needs of this market segment.

**Key words:** Fujian; inbound tourist market; Taiwanese tourist market; feature

目前,福建仍是台湾同胞进出大陆的主要通道,也是台湾同胞赴大陆旅游最主要的目的地之一。据福建省旅游信息中心统计,自1979年起到2005年止,台胞入闽旅游已达656万人次,总量占全国五分之一,居全国各省市之首,占福建入境客人的三分之一。其发展过程大致经历了4个时期。一是冲破阻隔时期(1979-1986),二是旅游高潮时期(1987-1993),三是稳步发展时期(1994-2000),四是21世纪新的发展时期(2001-2005)(入闽台湾游客情况见图1-4)。从统计资料来看,台湾旅游客源市场对福建省入境旅游业的发展有着相当大的影响,但有关福建入境旅游市场中台湾客源市场特征分析的文献却相对缺乏,尤其是采用定量与定性分析相结合、深度访谈等实证方法对此进行研究的文章较缺乏。本文试采用规范性研究和实证分析(深度访谈)相结合的研究方法,对台湾客源市场特征进行分析。

### 一、台湾客源市场特征分析

#### 1. 市场总量和规模逐年增大,但存在一定程度的波动

从1979年开始直至2005年,台胞入闽旅游人次逐年攀升(见图1-4)。资料显示,台胞来福建旅游的数量1979年全年59万人次,到了1990年则超过36万人次,占到当年福建入境旅游市场总额的51.25%,一跃

收稿日期: 2006-08-20

作者简介: 林德荣(1965- ),男,厦门大学工商管理博士后流动站博士后,厦门大学管理学院副教授,博士。研究方向:旅游市场、旅游消费者行为及旅游企业管理。

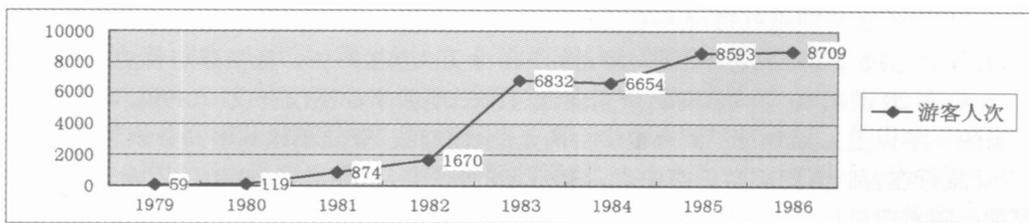


图1 冲破阻隔期入闽台湾游客情况

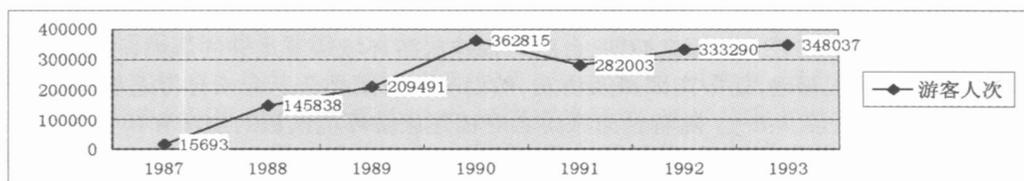


图2 旅游高潮期入闽台湾游客情况

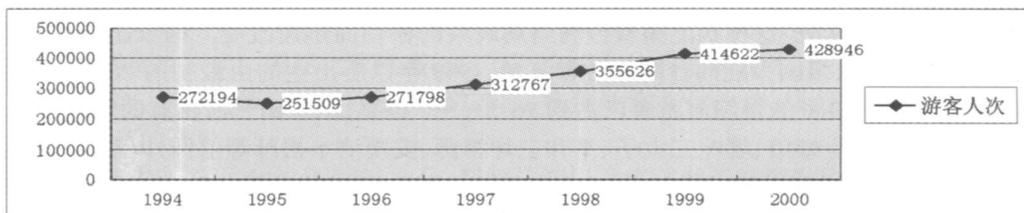


图3 稳定发展期入闽台湾游客情况

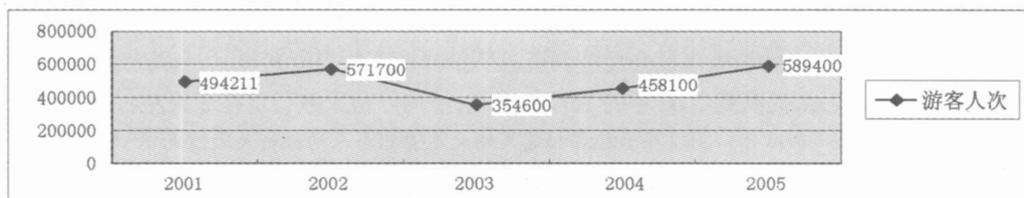


图4 21世纪头5年入闽台湾游客情况

资料来源:据福建旅游之窗: <http://www.lyou114.com/Site/2688.htm>, 福建省旅游信息中心提供的数据统计。

成为福建入境旅游业海外客源市场的主要部分。到2005年,入闽台湾游客达到589400人次,在一定程度上推动着福建入境旅游业的发展。

在台湾客源市场总量规模逐年增大的过程中,还表现出波动的特征。统计表明,1991年入闽人次为28.2万,比1990年缩减了22.27%<sup>①</sup>;1993年入闽台胞旅游人次恢复到34.8万。但从1994年开始台湾客源市场出现较大幅度的滑坡,连续5年时间维持在27万人次左右;1999年开始回升,2000年42.89万人次,2002年57.17万人次。2003年受SARS的影响,台胞入闽旅游人次有所下降,为35.46万,2004年回升到45.81万,2005年则为58.94万人次(见图4)。市场总量呈波动型增大的趋势。

2. 从初期较单一的寻根谒祖、探亲旅游,朝中后期的宗教朝圣、观光游览、商务会展以及青年修学旅游等多元化方向发展

20世纪90年代以前,寻根谒祖与探亲是台胞入闽的主要动机,纯观光旅游的比重不大。进入90年代,随着台胞对福建旅游环境认知程度的加深,台湾有关部门又原则上同意一般台胞以观光名义赴大陆旅游,纯观光旅游的比重开始增大。福建由于其所特有的宗教旅游资源特色和台胞浓厚的宗教文化特征,宗教朝圣仍然是台胞入闽旅游的主要动机之一。

自1992年起,随着台湾同胞赴祖国大陆投资热潮,商务旅游兴起<sup>[2]</sup>。福建是台胞的主要祖籍地,据1926年调查,台湾有汉族居民365万人,其中属闽籍者约310余万人,占83%。且福建与台湾隔海相望,最近距离只有72海里。早在20世纪80年代就有台资企业通过第三地前来福建投资设厂,1998年商务旅游已占入闽台湾客源市场的一半以上。如今每年都有很多台商走“金厦航线”登陆福建从事商务旅游活动。

同时,修学旅行在台胞入闽旅游份额中也占有一定的比例,从20世纪90年代以来,每年都有不少台湾学生前来求学。随着两岸经济、文化交流活动的频繁开展,每年都有很多经济、文化团体以及暑期学生夏令营前来从事专项旅游活动,在入闽台胞客源市场中也占有一定的比例。

### 3. 从早期的团队旅游为主向散客旅游方向转变

台湾当局有条件开放台胞赴大陆探亲初期,台胞对福建旅游环境缺乏足够的认识,因此多以组团形式入闽。许多台胞随旅游团进入福建,途中离团探亲访友,然后与旅行团会合返台或自行返程。当时台湾游客团体与散客的比例大体为9:1至8:2<sup>②</sup>。随着台湾旅游者对福建旅游环境认识的加深和回头客的增加,散客的比重迅速增大。尤其是开通了“厦金航线”后,台湾客源市场已以散客为主导,旅游活动个性化的特征明显。

### 4. 从早期的老年游客占多数,向中后期的中青年游客方向转变

1988年前后,台湾当局宣布有限开放(“三亲等”以内)民众赴大陆探亲初期,由于受旅行目的和探亲资格的限制,老年游客是主体。但这种状况随着台湾当局政策的松动而迅速改变。国家旅游局计划统计司的统计资料显示,1990年进入祖国大陆的台湾旅游者年龄,1949年以后出生的由最初的26%上升为64%。到1994年,进入大陆的21-50岁的台湾旅游者已占到76.5%<sup>③</sup>。但是,由于闽台所具有的特殊的神缘关系(两岸民众的妈祖、吴真人、注生娘娘、哪咤三太子、平和三坪祖师、安溪清水祖师等信仰)以及宗教旅游所特有的重游率高的特点,每年仍然有不少中老年人来福建从事宗教朝圣等旅游活动。近几年,每年赴莆田湄洲参拜妈祖的台胞在15万人次以上,前往漳州龙海白礁慈济宫和厦门青礁慈济宫朝拜大道公的台胞也有几万人次。

### 5. 旅游消费趋于理性,平均停留3天左右,对服务质量要求较高

据国家旅游局计划统计司统计和城市社会经济调查总队抽样调查所得资料显示,台湾旅游者在福建的人均天消费额从1995年的131.70美元,提高到2000年的167.18美元;平均停留天数稳定在3天左右(见表2)。

表2 1994年-2002年台胞在福建人均天消费额与人均停留天数情况

年份	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
人均天消费(US\$)	/	131.7	147.10	145.76	152.81	164.27	167.18	163.66	/
平均停留天数	4.16	2.76	2.53	2.82	3.10	2.49	3.13	2.91	2.84

资料来源:《中国旅游年鉴》、《海外旅游者抽样调查资料》。北京:中国旅游出版社,1994-2003。

通过与业界人士访谈了解到,1988-1990年的3年里,入闽台湾游客除了吃、住、行、游等最基本的消费外,在购物和娱乐方面表现出极强的消费能力。他们阔别几十年后初次回到大陆,见什么都觉得便宜,大到价值不菲的手工艺品和仿制文物如厦门的漆线雕、德化的瓷器、福州的脱胎漆器等,小到中草药、毛笔、蚕丝被、化妆品等,见什么买什么。据业内人士反映,当时的人均天消费高达200-350美元左右。1990年以后逐渐走向理性。1992年起入闽台湾商务客人的逐年增多,他们在购物以外的正常消费有逐年增高的趋势。

业内人士认为,在谈及入闽台湾游客时,应把他们划分为台北和台南两个部分,因为他们具有不同的消费特征。在日常接待中,他们观察到,台北游客的消费偏向理性,不盲目花钱。在旅游期间,台北客人比较注重饮食和旅游接待的服务质量,出游时常与家人一起,有不少是夫妻成行;而台南人在旅游消费方面所具有的特征是凭感觉消费,注重休闲娱乐,心情爽快就消费,就像他们一句口头禅所说的:花钱要看“kimaochi(日语:心情)”。他们中的很大一部分出游时常喜欢与朋友一起结伴同行。

## 二、结论

综合上述分析结论如下:

入闽台湾客源市场以成年、中青年人为主要群体。入闽旅游动机主要为商务、观光、谒祖、宗教朝圣及经济文化交流。消费能力强,旅游支出高,含金量高。出游形式散客超过了团队旅游,尤其是商务客人大都以散客形式通过厦金航线进入福建。目前这个市场主要份额是由“生育高峰期出生的一代(Baby Boomers, 1946-1964年)”所组成。这一代人都已接近中年,而有相当一部分人接近退休年龄,正积极地为自己的退休生活筹备储蓄资金。这一代人受教育程度较高,有着国际的视野,追求个性、自由和优雅的生活方式,远程旅行是他们的喜好和追求,属于技术-知识型的消费者群体,“对旅游产品的需求具有自己的特点,他们崇尚自然和事物的本来面目,不喜欢人造的景观,在他们工作之余,热衷于追求参与性较强的休闲旅游、绿色旅游和民俗文化旅游。”<sup>④</sup>

### 三、台湾客源市场开发的若干建议

第一,重点抓好散客旅游接待的工作,散客旅游所具有的批量小、批次多、预定期短、变化多、对服务质量要求高等特点,要求旅游企业要有更强的采购能力,反应更为灵敏,逐步具有自如应对散客市场的能力。在大力发展散客旅游业务中,逐步实现产品标准化、网络化、预订国际化,从而形成散客业务从外联到接待的规模经营。团体旅游产品的设计要与散客化的趋势结合,有新内容新包装,特别是组团形式要多样化,最大程度地满足入闽台胞的旅游要求。

第二,针对入闽台湾游客中青年化的趋势,抓好旅游产品的创新与开发,不断提高服务质量。中青年台胞尤其是“生育高峰期出生一代”,国际化程度高,见识广,应根据他们喜欢自然、本真,注重休闲娱乐等特征,开发出轻松、自主、新奇、组合灵活、参与性强的旅游产品,特别注意文化旅游、绿色旅游产品、能动性的休闲产品和娱乐型观光产品的开发。

第三,根据台湾客源市场商务休闲旅游、文化、修学旅游以及宗教朝圣旅游发展的要求,尽快做好沿海城市——厦门、漳州、泉州、莆田、福州,以及武夷山等地城市功能及旅游基础设施建设,调整宾馆类型和内部结构,改进硬件设施,完善商务和休闲服务,建设一批能满足商务、休闲度假以及宗教朝圣旅游者需要、结构合理的多层次的宾馆、餐厅和其它服务设施,抓好具有先进设施设备的会议中心和展示中心的建设,以满足入闽台湾游客的要求。都市生活的快节奏,需要高情感的补偿,因此,在做好商务产品开发的同时,应注重休闲娱乐产品的开发与生产,为商务旅游与休闲度假旅游服务。

第四,进一步加强闽台两地旅游业的交流合作,互推市场、互送客源、互享信息,实现两岸旅游资源和客源市场的对接,共同推动闽台两岸旅游业乃至社会经济的发展。

注释:

- ① 根据福建旅游信息中心提供的数据统计出的结果。
- ② 国家旅游局计划统计司. 1990年来华旅游者抽样调查资料[Z]. 北京:中国旅游出版社, 1992: 17.
- ③ 笔者通过与厦门市旅游集团公司资深导游员康季锋、张劲峰等,以及现厦门大学国际旅行社经理陈凤娟,原厦门市旅游局副局长、原文化局局长彭一万等数位熟悉台湾客源市场的旅游界人士的深度访谈,得到上述资料和看法。
- ④ The American Tourism Market Evolution To 2010[R]. Canadian Tourism Commission, May 1998: 33.

参考文献:

- [1][4] 胡善凤. 关于台胞旅游市场的分析与探讨[J]. 合肥联合大学学报, 1999(3): 37-41.
- [2] 黄福才, 蔡从燕. 中国大陆入境旅游业中台湾客源市场的特征和走向[J]. 厦门大学学报(哲社版), 1997(3): 66.
- [3] 唐俊雅. 建立多元化的闽台区域旅游协作体系[J]. 世界地理研究, 2002(3).
- [5] 中国国家旅游局. 中国旅游统计年鉴[Z]. 北京:中国旅游出版社, 1994-2003.
- [6] 中国国家旅游局. 中国旅游年鉴[Z]. 北京:中国旅游出版社, 1995-2004.
- [7] Milman, A.. The Impact of Tourism and Travel Experience on Senior Travelers' psychological Well being[J]. Journal of Travel Research, 1998, 37(2): 166-170.
- [8] Leo Huang, Hsier Tang Tsai. The Study of Senior Traveler Behavior in Taiwan[J]. Tourism Management, 2003, 24: 561-574.
- [9] 刘纬华, 郑向敏. 从“闽台旅游区”的构建看福建客源市场的拓展[J]. 襄樊学院学报, 2001(5): 82-85.
- [10] 陈燕. 海峡两岸旅游关系分析[J]. 台声杂志, 1994(3): 25-26.

(责任编辑:梁保尔)