

【应用经济学研究】

澳门主要旅游客源市场分析

丁华^{1,2}, 戴宏³

(1. 西北大学 城市与资源学系, 陕西 西安 710069; 2. 长安大学 地球科学与国土资源学院, 陕西 西安 710054; 3. 长安大学 校长办公室, 陕西 西安 710064)

摘要: 运用数理统计分析方法, 分析澳门旅游客源市场。分析认为: 澳门旅游客源市场呈现以东亚市场为主、欧美等市场为辅的格局; 在东亚客源市场中, 中国大陆赴澳游客人数呈逐年上升趋势、平均停留天数较长, 中国香港赴澳游客人数呈逐年下降趋势、平均停留天数越来越少, 中国台湾赴澳游客人数呈缓慢增长趋势、平均停留天数也呈下降趋势。分析结果表明, 澳门旅游管理部门应当巩固东亚客源市场, 同时不断开拓其他地区的客源市场。

关键词: 经济学; 旅游经济学; 澳门; 旅游客源市场; 东亚市场

中图分类号: F590.8 文献标识码: A 文章编号: 1671-6248(2007)02-0041-05

Analysis on tourist market in Macao

DING Hua^{1,2}, DAI Hong³

(1. Department of Urban and Resources Northwest University, Xi'an 710069, Shaanxi, China;
2. School of Earth Sciences and Land Resources, Chang'an University, Xi'an 710054, Shaanxi, China;
3. Office of President, Chang'an University, Xi'an 710064, Shaanxi, China)

Abstract: Tourist markets are generating force of tourist industry and tourist economy in Macao. East Asia market is primary and Europe and America market is secondary for tourism in Macao. This essay mainly analyzes and researches arrivals, types, structures and levels of their consumption, stay time of visitors from Hongkong, Chinese mainland and Taiwan. The analyses can offer important bases for the future of tourist industry in Macao.

Key words: economics; tourist economics; Macao; tourist market; east Asia market

0 引言

旅游客源市场是澳门旅游业发展的生命线, 是澳门旅游经济发展的源动力, 是澳门制定旅游规划的基础。到目前为止, 只有很少的学者对澳门的旅游客源市场作细致深入的分析^[1], 这与澳门蓬勃发展的旅游业极不协调。本文以在澳门作访问学者期间收集的数据资料, 运用数理统计分析等方法, 揭示澳门旅游客源市场的发展阶段、结构特征、客源类型等规律, 为澳门旅游管理部门开展市场营销和旅游规划等工作提供参考。

1 旅游客源市场概况

1.1 总体旅游人次及特征

澳门总体旅游人次及特征主要表现在以下几个方面: 1) 呈阶段性发展变化(图1), 1993~1996年为平缓发展阶段, 1996~1999年为下降阶段, 1999~2003年为持续增长阶段, 2003年后为飞速发展阶段。2) 回归前后有明显差异, 回归前旅游人次及变化率波动较大, 而回归后旅游人次持续增长。1993~1998年旅游人次年平均增长率为1.50%, 其中1996年出现最高增长为5.14%, 这是由于1996年

澳门国际机场的正式启用以及与澳门通航的国家和地区的游客大幅上升所致;回归后旅游人次年平均增长率为15.74%,2005年高达18 711 187人次,主要因为回归效应及祖国给与的各种优惠政策。3)受外界大环境及突发事件影响较大,1997、1998年旅游人次大幅下滑,出现负增长,主要受亚洲金融危机影响;2003年出现回归后持续增长的最低点为3.10%,主要由于“非典”事件的影响。

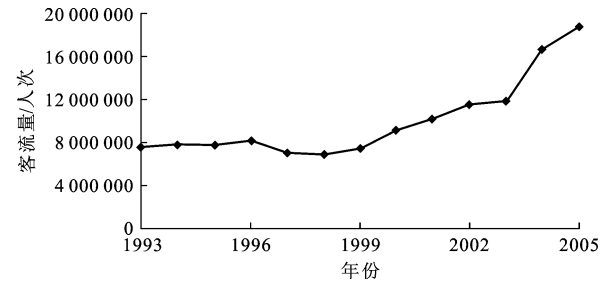


图 1 1993~2005 年入澳门旅游总人次趋势

1.2 客源市场洲际构成

澳门洲际客源市场呈现东亚市场一支独秀局面(表1),东亚市场从1993~2005年一直是澳门最大的客源市场,占到整个市场占有率的九成以上。1993~1997年,虽然东亚市场在整个客源市场中所占比例一直下降,但下降幅度不大(1%),自1998年以来所占比例逐步上升,到2005年已经达到95.43%,造成客源地集中在东亚的主要原因是这些地区与澳门有着相似的文化背景、历史渊源、地理位置和亲缘关系等。表1中显示欧洲市场自1996年达到其所占市场份额最高点3.55%后,一直处于下降趋势,年均降幅在0.2%以上,2000、2002年洲际排名由第二位下滑为第三位、第四位;1996年东南亚市场达到其所占市场份额最高点2.87%,在亚洲金融危机后恢复非常缓慢。南亚市场变化不大,其所占市场份额在0.17%上下波动,而大洋洲市场和

表 1 澳门洲际旅游客源市场统计

年份	东亚	东南亚	美洲	欧洲	大洋洲	南亚	其他	总人次
1993	7 051 093	197 738	136 084	236 921	50 423	12 351	144 701	7 701 007
	90.06%	2.53%	1.74%	3.03%	0.64%	0.16%	1.85%	
1994	7 041 655	200 122	139 019	235 176	49 627	12 412	155 742	7 833 754
	89.89%	2.55%	1.77%	3.00%	0.63%	0.16%	1.99%	
1995	6 944 596	195 338	134 528	239 063	48 226	14 576	176 185	7 752 495
	89.58%	2.52%	1.74%	3.08%	0.62%	0.19%	2.27%	
1996	7 208 083	234 341	149 324	289 400	50 835	18 430	200 624	8 151 055
	88.43%	2.87%	1.83%	3.55%	2.46%	0.23%	2.46%	
1997	6 219 419	175 959	121 197	236 722	39 668	16 155	191 250	7 000 370
	88.84%	2.51%	1.73%	3.38%	0.57%	0.23%	2.73%	
1998	6 535 475	109 023	97 845	140 359	31 677	11 113	23 043	6 948 535
	94.06%	1.57%	1.41%	2.02%	0.46%	0.16%	0.33%	
1999	7 040 474	116 312	96 968	137 443	33 968	13 592	5 167	7 443 924
	94.58%	1.56%	1.30%	1.85%	0.46%	0.18%	0.07%	
2000	8 732 612	141 846	108 626	120 907	36 347	16 636	5 238	9 162 212
	95.31%	1.55%	1.19%	1.32%	0.40%	0.18%	0.06%	
2001	9 844 786	150 025	109 044	114 595	37 577	17 838	5 108	10 278 973
	95.78%	1.46%	1.06%	1.11%	0.37%	0.17%	0.05%	
2002	11 070 552	168 989	115 385	113 156	38 400	18 109	5 341	11 530 841
	96.01%	1.47%	1.00%	0.98%	0.33%	0.16%	0.05%	
2003	11 514 589	146 542	86 674	85 211	31 067	18 050	5 743	11 887 876
	96.85%	1.23%	0.73%	0.72%	0.26%	0.15%	0.05%	
2004	16 059 117	260 523	143 552	125 280	49 996	26 423	7 665	16 672 556
	96.32%	1.56%	0.86%	0.75%	0.30%	0.16%	0.05%	
2005	17 855 496	296 100	182 769	162 564	71 680	31 854	10 724	18 711 187
	95.34%	1.58%	0.98%	0.87%	0.38%	0.17%	0.06%	

注: 年统计资料中第一行为旅游人次, 第二行为市场份额。

美洲市场所占市场份额自 1993 年以来一直呈逐步下降趋势。

2 东亚市场

总体来看, 在东亚市场中中国香港、中国大陆和中国台湾占有主导地位, 2005 年分别占有整个客源市场的30.01%、55.92%和7.90%(表 2)。从表 2 看出, 中国香港在 2003 年以前一直是澳门的第一大

客源市场, 1993 年曾高达整个市场78.79%, 其后绝对人次不仅不稳定, 而且市场份额基本呈现缩小趋势。中国大陆从 1993 年以来在旅游人次、市场份额方面都呈现蓬勃发展趋势, 2003 年取代了中国香港成为最大客源地, 比 1993 年旅游人次增长 38 倍之多, 市场份额增长 16 倍。中国台湾在整个客源市场中的比重呈现先增长后下降趋势, 2000 年达到历史最高, 占据市场的14.31%, 后来虽然绝对旅游人次

表 2 东亚各国(地区)旅游客源市场统计

年份	中国香港		中国大陆		中国台湾		日本		韩国	
	客流量/人次	份额/%	客流量/人次	份额/%	客流量/人次	份额/%	客流量/人次	份额/%	客流量/人次	份额/%
1993	6 067 760	78.79	272 143	3.53	272 304	3.54	364 034	4.84	83 361	0.96
1994	6 088 364	77.72	245 320	3.13	244 344	3.12	379 283	5.37	73 664	1.06
1995	5 617 492	72.46	543 240	7.01	280 083	3.61	416 168	6.33	86 514	1.12
1996	5 205 617	63.86	604 227	7.41	785 763	9.64	516 002	4.16	122 323	1.50
1997	4 400 048	62.85	527 927	7.54	906 740	12.95	290 928	2.41	92 176	1.32
1998	4 721 762	67.95	816 816	11.76	822 194	11.83	167 164	1.95	23 705	0.34
1999	4 229 833	56.82	1 645 193	22.10	984 820	13.23	145 284	1.58	33 483	0.45
2000	4 954 619	54.08	2 274 713	24.83	1 311 035	14.31	144 888	1.37	45 365	0.50
2001	5 196 136	50.55	3 005 722	29.24	1 451 826	14.12	140 937	1.24	48 274	0.47
2002	5 101 437	44.24	4 240 446	36.77	1 532 929	13.29	142 588	0.72	50 447	0.44
2003	4 623 162	38.89	5 742 036	48.30	1 022 830	8.60	85 613	0.73	38 281	0.32
2004	5 051 059	30.30	9 529 739	57.16	1 286 949	7.72	122 184	0.90	65 631	0.39
2005	5 614 892	30.01	10 462 966	55.92	1 478 814	7.90	169 115	0.90	12 0739	0.65

注: 份额指占有整个客源市场的百分比

有增长但市场份额不断缩小。

2.1 中国香港市场

澳门过去一直是香港人的主要休闲度假地, 但近几年来, 香港经济状况不佳, 公海上香港赌船越来越多, 中国内地“自由行”政策的实施等诸多原因使得香港在澳门的市场份额不断减小。香港在 1993~2005 年, 前往澳门的游客人次呈逐年下降的趋势, 较为明显的是 1997、1999 和 2003 年, 比上一年分别下降 15.5%、10.4%和9.4%。1994 年达到最高 6 088 364 人次, 1997 年达到最低 4 400 048 人次(图 2)。

香港游客进入澳门主要交通方式为海路, 2005 年已占到海路入境的 58%。随团比率逐年减小, 2005 年只有3.9%, 绝大多数游客为散客。同时香港游客在澳门停留天数越来越少, 2000 年为1.5天, 以后逐渐下降, 而 2003 年达到最高峰1.6 天, 2005 年只有0.9天(图 3)。

在游客人口特征方面, 香港赴澳游客的男女比例为 1.8 : 1, 年龄段为 21~50 岁^[1]。在消费方面,

2000~2005 年呈逐年上升趋势, 但人均消费不足 1 000 澳元, 其中 80%用于饮食等非购物消费, 20%左右用于购物消费(主要用于购买食品)。

2.2 中国大陆市场

1993~2005 年期间, 中国大陆前往澳门的游客人数总体呈逐年增加趋势, 较为明显的几次增幅分

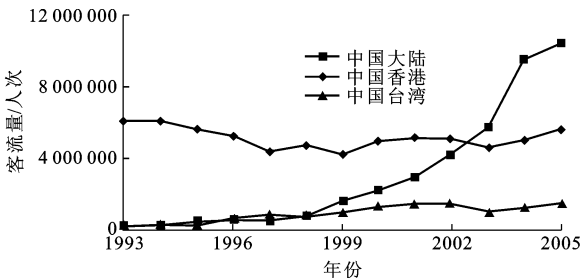


图 2 中国大陆、中国香港、中国台湾赴澳旅游人次

别是 1995、1998、1999 和 2004 年, 分别比上一年度增长了121.4%、54.7%、101.4%和66.0%, 2005 年达到最高人数 10 462 966 人次(图 2)。

中国大陆游客赴澳主要经陆路和海路入境, 在“自由行”政策实施以前, 主要以随团形式前往澳门,

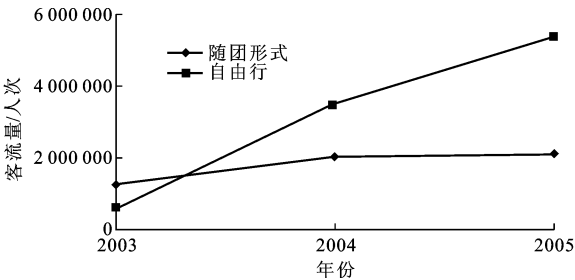


图3 大陆随团游客与“自由行”游客人次对比

自2003年起“自由行”逐渐成为赴澳旅游的主要形式(图3)。在澳门入境游客的平均停留天数方面,中国大陆游客要高于中国香港、中国台湾两地游客,2000~2005年平均为1.5天,2001年停留时间最长为2.1天,以后逐年下降,2005年为1.4天(图4)。

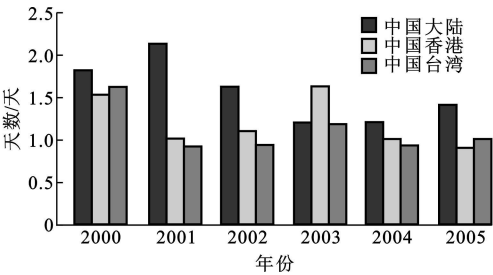


图4 中国大陆、中国香港、中国台湾赴澳游客平均逗留天数

中国大陆游客人均消费处于赴澳游客人均消费之首(不包括博彩消费),一直是赴澳游客人均消费的1.8~2倍,2005年赴澳人均消费为1 526澳元,中国大陆游客人均消费为3 078澳元。在消费结构上,大陆游客的人均购物消费要高于非购物消费(图5),且有逐年增长趋势。在博彩消费方面,中国大陆赴澳赌博的游客人数占中国大陆游客总数的48.7%,而在51.3%的非赌博游客中也有很多人进过赌场赌博过,在48.7%的中国大陆赌博游客中,消费水平在2 000澳元以上的游客人数占了55.5%,消费水平在4 000澳元以上的游客人数占了26.2%^[2]。

通过以上分析可以看出,相对于其他客源市场,中国大陆游客在入境人数、平均停留天数、过夜人数等方面都高于中国香港、中国台湾两地游客,并且中国大陆游客人均消费始终处于赴澳游客人均消费之首。中国大陆已成为澳门旅游业发展中最重要和最有潜力的目标市场,它对澳门旅游业发展和旅游经济的贡献已起到至关重要的作用和地位。

中国大陆成为澳门客源市场的“领头羊”,主要原因有:1)近年来,中国大陆经济发展迅速,人民生活水平不断提高,海峡两岸以港澳为中介的经济文

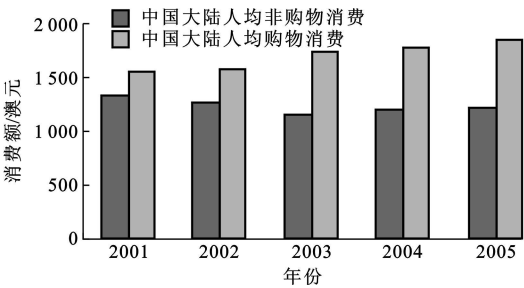


图5 大陆游客人均非购物消费和人均购物消费对比

化交往日趋频繁,中国大陆和中国台湾的赴澳游客均出现上升趋势。2)“自由行”政策的实施。2003年7月前按照有关政策,中国大陆居民只能以探亲、商务及参加旅行团的形式申请到港澳旅游,不能以个人身份赴港澳旅游。而2003年7月“自由行”政策实施以来,中国大陆到澳门的游客大幅增长并取代香港游客,成为最大的客源市场。同时到澳门的内地游客逐渐以自由行游客为主,以2004年为例,中国大陆旅客总数达9 529 739人次,与2003年相比激增66%,其中以“个人游”方式赴澳的中国大陆旅客达3 518 752人次,占中国大陆旅客总数的37%。3)“黄金周”的实施,促使中国大陆旅游升温。从1999年开始,中国实施“黄金周”放假新规定,带动了“假日经济”的发展。

2.3 中国台湾市场

中国台湾前往澳门的游客总数呈缓慢增长趋势,1996年出现最大涨幅,较1995年增长170.9%,2003年出现最大降幅,比2002年降低33.3%,2002年达到最高人数1 532 929人次。

近年来,澳门机场在沟通、促进海峡两岸经济合作和居民往来方面扮演着重要角色,目前澳门机场已成为中国大陆与中国台湾之间唯一的“间接直航”中转站。因此,经澳门往返海峡两岸的中国台湾游客人数也不断增加。中国台湾游客停留时间呈下降趋势,2000年为1.6天,2003年为1.2天,2005年为1.0天。

在消费结构和水平方面,中国台湾游客呈现逐年攀升趋势(表3),其中约60%用于住宿、交通等非购物消费,40%用于购买衣物、食品等购物消费。

表3 中国台湾赴澳游客人均消费

消费	2000	2001	2002	2003	2004	2005
人均消费/澳元	942	932	984	1266	1310	1336
人均非购物消费/澳元	605	571	629	772	819	895
人均购物消费/澳元	336	360	355	493	491	441

2.4 日本和韩国市场

1993~2005年日本前往澳门的游客总数呈现大幅下降的趋势,较大的3次降幅出现在1997、1998和2003年,分别比上一年降低43.6%、42.5%和40.0%。1996年达到最高人数516 002人次,2003年最低时只有85 613人次(图6)。日本年出境旅游规模在1 700万人次左右,目的地主要是美国大陆、夏威夷、韩国、中国大陆、中国香港、泰国、中国台湾等地。赴澳门旅游的日本人仅占其出游人数的3%,近几年人均消费约为960澳元,其中60%用于非购物消费,40%用于购物消费。日本游客停留时间在0.6~1.5天。本文认为,这主要与日本人热爱自然风光、历史古迹;金融危机后旅游模式为短途周边游;出游变为以商务旅行为主以及中老年客源等因素有关。

韩国在1993~2005年前往澳门旅游的总人数呈总体缓慢趋势,3次较大的降幅是在1997、1998和2003年,分别比上一年降低24.6%、74.3%和24.1%。1996年达到最高人数122 323人次,1998年最低人数为23 705人次(图6)。韩国游客中70%经海路赴澳,随团旅游比率为30%左右。

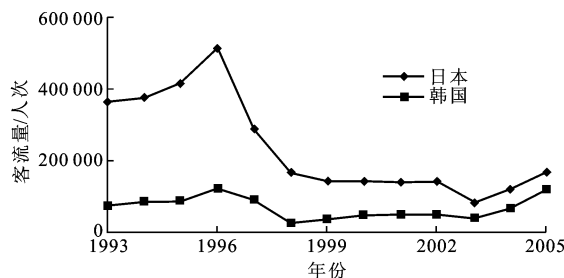


图6 日本、韩国入澳游客人次

3 其他客源市场

东南亚旅游人次在1998年金融危机时达到最低,为109 023人次,市场份额从1993年开始逐渐降低,2003年仅占市场份额的1.23%,以后逐渐恢复。东南亚游客在澳停留时间也不断缩短,2000~2005年从2.2天下降到1.3天。其消费水平仅次于中国大陆,平均为1 400~1 500元澳元,其中70%用于非购物消费,30%用于购物消费。^[8]

欧洲市场原是澳门旅游市场的第二大市场,在1996年达到了历史最高纪录,澳门回归祖国后一直下降,2003年以后稍有恢复。人均消费逐年下降,以2003~2005年为例,分别为1 132 933 824澳元,

80%左右为非购物消费。欧洲游客平均停留时间约为1天。值得注意的是,澳门回归后欧洲市场的游客主要来自英国、法国、德国,与回归前游客主要来自葡萄牙形成鲜明对比。

美洲市场在2003年跌至低谷为86 674人次,市场份额不断缩小。其原因主要与澳门两地距离较远,直航班机不多有明显关系。美洲游客平均停留时间超过1天,但总体呈下降趋势,人均消费逐渐降低,以2003~2005年为例,分别为1 446、1 407、1 317澳元,约75%用于非购物消费。^[10]

4 结 语

(1) 澳门旅游市场以东亚地区的中国大陆、中国香港、中国台湾为主要客源市场,其中中国大陆在澳门回归及“自由行”政策后,旅游需求旺盛,在旅游人次、停留时间、人均消费等方面均居第一。

(2) 澳门缺乏真正意义上的度假旅游者,停留时间都在不断下降,多在1.5天以下。

(3) 旅游人均消费水平(除中国大陆)连年降低,消费结构中购物消费偏低。

参考文献:

- [1] 郑向敏,陈传钱,龚永珩.澳门旅游市场的旅游主体分析[J].华侨大学学报:哲学社会科学版,2004,3(3): 36-43.
- [2] 曾忠禄.内地游客赌博与非赌博特征分析[N].澳门日报,2003 12 14(4).
- [3] 任佳燕.“自由行”对澳门经济的影响[J].中国统计,2005,2(2): 58-59.
- [4] 孔小文.中国内地经济增长与澳门旅游业发展的研究[J].亚太经济,2003,20(3): 56-59.
- [5] 冯怡驹.19万人次昨拱北过境[N].澳门日报,2003 12 25(7).
- [6] 何厚铨.继往开来与时俱进[N].澳门日报,2003 12 14(1).
- [7] 澳门统计暨普查局.1993~2005年澳门旅游统计年鉴[M].澳门:澳门统计出版社,2005.
- [8] 任科社,张周堂.散客旅游服务电子商务解决方案[J].长安大学学报:社会科学版,2005,7(4): 28-30.
- [9] 杨 剑,赵 敏,钱壮志.川陕生态旅游资源优势及客源市场分析[J].长安大学学报:社会科学版,2005,7(2): 54-57.
- [10] 魏峰群.旅游体验管理在旅游业经营实践中的影响[J].长安大学学报:社会科学版,2006,8(3): 22-25.