

台湾民众赴大陆旅游客源市场的变动特征研究 ——基于市场占有率、增长率和竞争态三个维度

郭安禧 黄福才

(厦门大学管理学院 福建厦门 361005)

摘要: 本文以 1988~2010 年台湾民众赴大陆旅游人次的统计数据为基础,从市场占有率、市场增长率和市场竞争态三个维度,对该客源市场的变动特征展开分析。结果表明:该客源市场在大陆入境旅游中的市场占有率自 1990 后变动相对平缓,主要围绕均线 $\alpha_i = 3.50\%$ 作小幅变动;其市场增长率变动表现为波动幅度连续强幅、波动高度持续高峰、波动深度正负并存、平均位势总体偏高;整个市场竞争态集聚在均线 α_i 为 3.50% 、极差为 1.59% 的垂直于 X 轴的狭小区域内大体作上下变动。

关键词: 台湾客源市场;入境旅游;市场占有率;市场增长率

1 引言

1987 年 11 月,台湾当局允许民众赴大陆探亲旅游,大陆方面积极回应,开启了台湾民众赴大陆旅游的通途。随着台湾地区出岛旅游的不断发展以及两岸在经贸、文化等领域联系不断增强,1988~2010 年台湾民众赴大陆旅游人次总体呈逐渐增长之势。据历年《中国旅游统计年鉴》的数据资料,1988 年台湾民众赴大陆旅游人次为 43.77 万,1989 年达 54.10 万,较 1988 年增长了 23.60 个百分点;到 2010 年,这一入次数已达 514.00 万,是 1988 年的 11.74 倍。20 多年来,台湾客源市场在大陆入境旅游中一直扮演非常重要的角色,和港澳客源市场一样是推动大陆入境旅游不断发展的主体力量。

由于台湾客源市场在大陆入境旅游中占有重要地位,因此其逐渐受到学术界的关注。黄福才和蔡从燕(1997)、林德荣(2007)、刘大可和章楹(2009)对大陆入

收稿日期:2011-05-26; 修订日期:2011-08-12

基金项目:国家社会科学基金项目《海峡两岸旅游综合服务质量评估模型及其应用研究》(11BGL052);中央高校基本科研业务费专项资金项目《两岸旅游市场与服务质量新问题比较研究》(2011221046)

作者简介:郭安禧(1977-),男,厦门大学管理学院博士生,研究方向为旅游市场营销。黄福才(1947-),男,厦门大学管理学院教授,博导,研究方向为旅游基础理论与旅游市场。

境旅游业中台湾客源市场的人口学特征和消费行为特征等进行了分析研究,发现该客源市场呈现年龄结构以中青年为主、出游动机以商务旅游为主、消费水平普遍较高等特征。孙根年和王洁洁(2009)分析了两岸关系变化对台湾民众赴大陆旅游客流量的影响,指出当台海关系恶化、危机事件爆发时,在入境客流量统计值、环比增长率和占出岛旅游比统计曲线上会形成明显的“凹形谷”。谢天成等(2007)以大陆地区接待台港澳游客数据为基础,研究了1990~2004年台港澳客源市场的空间分布格局,认为其空间分布受大陆各省区与台港澳之间经济联系程度的影响较大,主要集中在东南沿海和东部经济发达地区。Guo等(2006)回顾和分析了大陆与台湾之间开展旅游的情况,指出由于经济的发展程度不同、民众的生活水准不一以及台湾当局的限制性政策,两岸间的旅游客流很不平衡,由台湾赴大陆的客流量较多,而由大陆赴台湾的客流量非常有限。

从现有有关台湾民众赴大陆旅游的研究成果来看,就数量而言,目前取得的研究成果并不丰富。通过在SDOL电子期刊数据库和中国学术期刊数据库(CNKI)中搜索发现(搜索时间:2011-05-14),境外在这一领域的研究成果极少,境内学术论文也不过10余篇。就研究视角而言,主要集中于行为学、政治学、地理学等视角,视域范围较狭。就研究内容而言,主要停留在客源结构、消费行为、空间分布等方面,所涉内容也不广泛。随着两岸关系逐步发展,台湾地区将成为大陆入境旅游的最具增长潜力的客源市场(曾博伟,2007)。台湾民众赴大陆旅游的发展前景与现有理论研究不足之间的矛盾,凸显出增强对该领域研究力度的必要性。

本文基于市场竞争态的视角,以1989~2011年《中国旅游统计年鉴》的相关统计数据为基础,对1988年以来台湾民众赴大陆旅游客源市场的变动特征进行分析,希望能够总结归纳出该客源市场变动的一般性规律,从而对于保持和进一步开拓这一市场以及预测其未来发展趋势等有所理论贡献。

2 研究方法与设计

2.1 研究方法

本文避开客源结构、消费行为等传统的市场分析视角,换从市场竞争态角度对该客源市场进行分析研究。市场竞争态是指各客源市场在市场占有率(α_i)和市场增长率(β_i)双指标共同作用下所表现出来的特征,记为 $\Omega_i(\alpha_i, \beta_i)$ (李景宜,2002)。 α_i 和 β_i 的计算公式分别为:

$$\alpha_i = X_i / \sum_{i=1}^n X_i \times 100\% \quad (1)$$

$$\beta_i = (X_i - X_{i-1}) / X_{i-1} \times 100\% \quad (2)$$

式中, X_i 为某客源市场第*i*年到访目的地的旅游人次; X_{i-1} 为某客源市场上年到访目的地的旅游人次。

2.2 研究设计

由于市场竞争态 $\Omega_i(\alpha_i, \beta_i)$ 是由市场占有率 α_i 和市场增长率 β_i 两个指标组合构成,因此,我们从其构成指标出发,沿着从市场占有率到市场增长率再到市场竞

争态这条主线,通过在时间序列上的纵向比较,对1988年以来台湾民众赴大陆旅游客源市场的变动特征展开分析。

3 台湾客源市场占有率的变动特征

本研究中,我们把台湾客源市场占有率界定为台湾民众赴大陆旅游人次占当年大陆接待入境旅游人次总量的百分比。从这一界定出发,我们先根据(1)式算出每年该客源市场的占有率,然后再运用EXCEL软件绘制其市场占有率变动曲线图(见图1)。



图1 台湾客源市场在大陆入境旅游市场中的市场占有率

资料来源:根据《中国旅游统计年鉴》(1989~2011)相关数据绘制。下同。

从图1中曲线的波动情况看,台湾客源市场的市场占有率依其变动特征大体可以划分为4个阶段:第1阶段为1988~1990年,第2阶段为1991~2003年,第3阶段为2004~2008年,第4阶段为2009~2010年。各阶段的变动特征如下。

1988~1990年,其特征表现为市场占有率急速上升。1988年台湾民众赴大陆旅游人次为43.77万,占当年大陆接待入境旅游人次总量的1.38%。1989年该旅游人次增至54.10万,占当年大陆接待入境旅游人次总量的2.21%,市场占有率较1988年上升0.83个百分点。1990年,该旅游人次再次猛增,升至94.80万,市场占有率则升至3.45%,较1989年上升了1.24个百分点。台湾客源市场占有率短期内快速上升,主要有三方面原因:一是1987年台湾当局允许民众回大陆探亲旅游,民众积聚数十年的思乡之情喷涌而出,形成赴大陆探亲旅游的热潮;二是伴随台湾当局对大陆经贸政策的松动,大陆适时出台鼓励台湾同胞投资的政策,激发了台商投资大陆的热情,基于商务等目的赴大陆的旅游人次快速增长;三是1989年北京发生“六四事件”,来自欧美等地的游客骤减,导致1989和1990年入境大陆的旅游人次总量均较1988年出现大幅下滑,从而提高了该客源市场的占有率。

1991~2003年,该客源市场占有率的变动特征表现为波动起伏。受岛内“台独”活动影响,1991年台湾民众赴大陆旅游人次较1990年减少了0.14万,市场占有率较1990年下跌0.61个百分点,在市场占有率曲线上首次出现“凹形谷”。1994年发生台湾游客被不法分子残害的“千岛湖事件”,致使台湾赴大陆旅游人次较1993年减少13.68万,市场占有率下降0.49个百分点,市场占有率曲线再次向下凹陷。1998年受大陆严重洪涝灾害和亚洲金融风暴影响,市场占有率曲线出现第3次“凹形谷”,市场占有率较1997年下降0.25个百分点。第4次“凹形谷”出

现在 2003 年,这是由于两岸都发生了严重的“非典”疫情,台湾赴大陆的旅游人次急速下滑,较上年下降 92.87 万,市场占有率下降 0.76 个百分点。“凹形谷”多次出现,使得市场占有率变动波折起伏,表明该客源市场容易受政治环境、经济因素、突发事件等外部因素影响,抵御外力冲击的能力比较弱。

2004 ~ 2008 年,该客源市场占有率的变动特征表现为平稳发展。2004 年,该客源市场赴大陆的旅游人次较 2003 年有所增长,达到 368.53 万。市场占有率也出现反弹,由 2003 年的 2.98% 升至 3.38%,回升了 0.40 个百分点。但 2004 年之后连续 4 年该客源市场占有率基本是在 3.44% 左右徘徊,变动幅度很小,极差仅有 0.16 个百分点。这一期间该客源市场占有率保持平稳而未见较大幅度增长,原因主要有三方面:其一,“台独”分裂活动导致两岸关系出现紧张,保障台湾民众赴大陆旅游持续稳定发展的环境条件遭到一定程度破坏;其二,台湾当局出台的投资限定政策,延缓了台商投资大陆的增长速度,同时也抑制了基于商务等目的赴大陆旅游人次的增长;其三,随着大陆与欧美、港澳等地经贸等联系增强,以及大陆旅游接待条件的不断改善,欧美、港澳等地赴大陆的旅游人次同时也得到了较好增长,压低了台湾客源市场占有率的增长幅度。

2009 ~ 2010 年,该客源市场占有率的变动特征表现为小幅上扬。2008 年,马英九当选台湾地区领导人,两岸关系较李登辉、陈水扁时代(1988 ~ 2008)明显好转,台湾民众赴大陆旅游得到进一步发展。2009 年,该客源市场赴大陆的旅游人次为 448.40 万,较 2008 年增加 9.84 万。市场占有率开始小幅上扬,较 2008 年提升 0.17 个百分点。2010 年该客源市场赴大陆旅游人次再度增长,达 514.00 万,市场占有率也由 2009 年的 3.55% 升至 3.84%,上升了 0.29 个百分点。此间市场占有率小幅上扬,有两方面原因:一是随着两岸关系迈入和平发展阶段,经贸、科技、文化教育等领域的联系不断增强(余静文,王春超 2011),基于商务、文化等目的赴大陆的旅游人次进一步增长;二是 2008 年两岸实现空运和海运直航,使台湾民众赴大陆旅游更为方便和快捷,节省了游客的费用和时间成本。

综观 1988 年以来该客源市场占有率的变动情况,主要表现出以下两大特征。一是市场占有率波动趋缓。1988 ~ 1990 年该客源市场占有率一路飙升,3 年中从 1.38% 陡升至 3.45%。1991 ~ 2003 年则呈现波动起伏,极差为 1.59 个百分点。2004 ~ 2010 年由波动起伏向温和平缓转化,没有出现“山高谷深”现象,极差仅有 0.47 个百分点。市场占有率的变动由波折转向平缓,表明该客源市场占有率的稳定性正在逐步增强。二是市场占有率相对平稳。除却 1988 ~ 1990 年由于探亲潮、投资潮等原因出现赴大陆旅游人次“井喷”、市场占有率“飙升”外,1991 ~ 2010 年该客源市场占有率在 2.84% ~ 4.43% 这一狭小区域内围绕均线 $\alpha_i = 3.50\%$ 作小幅变动,极差为 1.59%,方差为 0.11%。市场占有率相对平稳的主要原因有二:1990 年之后该客源市场主要以商务游客为主(刘大可,章楹 2009),随着台湾当局“戒急用忍”等投资限定政策出台,台商投资大陆的增长速度明显放缓,基于商务等目的赴大陆的旅游人次增幅有限,而受距离、交通、签证等因素影响,重游率又很难有大的提高;二是虽然台湾赴大陆的旅游人次总体上在不断增长,但大陆接待入境旅游

人次的总量也在不断增长,特别是相比港澳市场而言,其入境人次还没有获得大的提升。因此,该客源市场占有率表现为相对平稳。

4 台湾客源市场增长率变动特征

本研究中,我们将台湾客源市场增长率界定为当年台湾民众赴大陆旅游人次较其上年赴大陆旅游人次的增长比率。虽然总体而言 1988~2010 年该客源市场的旅游人次呈逐渐增长之势,然而受两岸关系、经济因素、突发事件等方面影响,其市场增长率呈现出大波大折的形态(见图 2)。

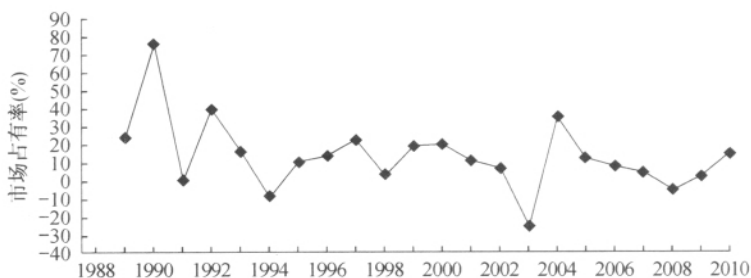


图 2 台湾客源市场的增长率变动

增长率的变动通常从波动幅度、波动高度、波动深度、平均位势等方面进行考察。波动幅度即振幅,是指每个周期内经济增长率上下波动的离差;根据峰谷落差的大小,可以分为强幅型($X \geq 10\%$)、中幅型($5\% \leq X < 10\%$)和低幅型($X < 5\%$)三种类型。波动高度即峰位,是指每个周期内处于波峰的增长率,反映每个周期内经济扩张的强度;根据峰位高低,可以分为高峰型($F \geq 15\%$)、中峰型($10\% \leq F < 15\%$)和低峰型($F < 10\%$)三种类型。波动深度即谷位,是指每个周期内处于波谷的增长率,反映每个周期内经济收缩的力度;根据谷位深浅,可以分为古典型($G < 0$)和增长型($G \geq 0$)两种类型。平均位势即波位,是指每个周期内各年度的平均增长率,反映每个周期内经济增长的总和水平;根据其大小,可以分为高位型($P \geq 8\%$)、中位型($5\% \leq P < 8\%$)和低位型($P < 5\%$)三种类型。依据这些经济周期理论(刘树成,1996;匡林,2000;闫逢柱,等,2009),我们从波动幅度、波动高度、波动深度、平均位势等 4 个方面,分别对该客源市场的增长率变动特征展开分析。

根据“谷-谷”划分的方法,1988 年以来该客源市场增长率波动共经历了 6 个周期(见表 1),其特征主要表现为如下。

4.1 波动幅度连续强幅

在经历的全部 6 个周期中,该客源市场增长率最大波动幅度高达 75.38%,远远超过 10% 的强幅标准,属于超强幅型。最小波动幅度出现在还未结束的第 6 个周期,为 12.39%,属强幅型已成定局。6 个周期的平均振幅为 40.19%,也远超 10% 的强幅标准。因此,无论就单个周期的波动幅度还是全部周期的平均振幅而言,1988 年以来该客源市场的增长率都属于强幅型波动。波动幅度连续强幅,说明该客源市场增长率的稳定性不佳。之所以出现连续强幅,主要是由于在政治、经

济等外部因素影响下,增长率波动形成了过高的“大起”和过深的“大落”,从而引发增长率的大波大折。不过,纵观6个周期的波动幅度变化,若排除2003年“非典”造成的特殊影响,峰谷落差呈现逐渐缩小之势。

表1 1988年以来台湾客源市场增长率波动周期划分

周期序号	年份	市场增长率(%)	周期序号	年份	市场增长率(%)
1	1989	23.60	4	1999	18.86
	1990	75.23		2000	20.27
	1991	-0.14		2001	10.72
2	1992	39.21		2002	6.35
	1993	15.88		2003	-25.37
	1994	-8.96		2004	34.90
3	1995	10.22	5	2005	11.50
	1996	13.16		2006	7.40
	1997	22.13		2007	4.86
	1998	2.69		2008	-5.24
			6	2009	2.24
				2010	14.63

4.2 波动高度持续高峰

台湾客源市场增长率波动的全部6个周期的平均高度为34.40%,总体而言属于高峰型。第1~5个周期的波动高度都超过15%的高峰标准,属于高峰型波动。第6个周期尚未结束,其高点距高峰型的最低标准仅有0.37个百分点,随着两岸关系逐步发展,第6个周期的波动达到高峰型的可能性比较大。波动高度持续高峰,说明该客源市场增长率的扩张强度比较强。但对比6个周期的波动高度,发现其波动高度也呈逐渐下降趋势。第1、2个周期的波动高度大于6个周期的平均高度,之后的4个周期除第5个周期的波动高度较平均高度稍高外,其余3个周期的波动高度均较平均高度低矮。波动高度呈逐渐下降趋势,说明该客源市场增长率虽然是持续高峰型波动但其扩张强度正在逐渐减弱。波动高度之所以持续高峰,主要由于两岸都为台湾民众赴大陆旅游提供了一些政策支持,共同拉动了旅游人次的增长波。

4.3 波动深度正负并存

台湾客源市场增长率的波动深度有4个周期为负,2个周期为正,呈现正负值并存特征。其中:第1、2、4、5个周期的波动深度小于0,属于古典型波动;而第3和第6个周期的波动深度大于0,属于增长型波动。全部6个周期的平均深度为-5.80%,总体而言属于古典型波动。波动深度正负并存且以负值为主,说明该客源市场增长率的稳定性不强,在外部因素冲击下缺乏强劲的抗衰退能力。这一特征的出现,有三方面原因:其一,旅游业对外部环境变动比较敏感,在台海危机、“非典”事件等外力冲击下,其市场增长率容易下滑;其二,该客源市场不如港澳客源市场成熟,抵御外力冲击的能力比较弱;其三,根据经济周期理论,“大起”往往会导致随后的“大落”(刘树成,1996),该客源市场增长率的6个周期均呈高峰型波动,

在外力冲击下出现“山高谷深”是一种必然。

4.4 平均位势总体偏高

由于第6个周期尚未结束,因此分析平均位势时我们仅对前5个周期进行考察。从经历的前5个周期看,有4个周期的平均位势高于8%,属于高位型。只有第4个周期的平均位势(6.17%)低于8%,属于中位型。5个周期的平均位势均值为15.43%,总体而言属于高位型。平均位势总体偏高,说明该客源市场增长率的总体增长水平比较高。平均位势变动的另一特征是出现触底反弹迹象。第1~4个周期的平均位势从32.90%到6.17%逐渐降低,在第5个周期出现反弹,升至10.69%。平均位势出现反弹,说明该客源市场增长率的总体增长水平在回升。波动高度总体偏高有五方面原因:一是台湾当局开放民众赴大陆探亲、两岸实行海运和空运直航等政策,突破了历史遗留的禁锢,为台湾民众赴大陆旅游提供了便利;二是台湾地区经济发达,民众出岛旅游率高,与出游日韩、东南亚等地相比,赴大陆旅游具有距离近、费用低等优势;三是两岸血脉相连、文化相通,构成了对台湾民众赴大陆旅游的独特吸力;四是大陆鼓励台商在大陆投资兴业,促进了基于商务等目的赴大陆旅游人次的增长;五是改革开放之后,大陆的旅游基础设施、旅游服务质量、旅游产品结构等得到不断完善和优化,增强了对台湾客源市场的吸引力。

5 台湾客源市场竞争态的变动特征

市场竞争态 $\Omega_i(\alpha_i, \beta_i)$ 由市场占有率 α_i 和市场增长率 β_i 组合构成,并在二维坐标中对应为一个点(薛刚,等 2008)。我们依照台湾民众赴大陆旅游客源市场的市场占有率和市场增长率,运用 EXCEL 软件画出该客源市场竞争态的变动情况图(见图3)。由于1987年该客源市场的旅游人次数据获取比较困难,从而使得1988年的市场增长率无法真实反映,因此图3显示的仅为该客源市场1989~2010年的竞争态变动情况。

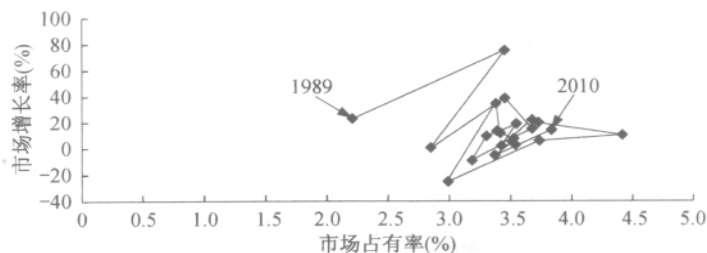


图3 台湾客源市场的竞争态变动

从图3可以看出,台湾客源市场占有率的变动表现非常平稳。除1989~1990年该客源市场的占有率因探亲潮、投资潮快速上升外,1991~2010年其市场占有率的变动幅度都不大,最大值为4.43%,最小值为2.84%,极差为1.59%,方差为0.11%。市场占有率围绕均线 $\alpha_i = 3.50%$ 在2.84%~4.43%这一狭小区域内作小幅变动。对市场竞争态产生影响的主要是市场增长率的变动。受两岸关系、突发事件等因素影响,1989~2010年该客源市场增长率变动表现为大波大折,最大

为 75.23% ,最小值为 -25.37% ,极差为 100.60% ,方差为 389.00% 。因此 ,1989 ~ 2010 年该客源市场的竞争态变动主要集聚在 $2.84\% \leq \alpha_i \leq 4.43\%$ 这一垂直于 X 轴的狭小区域内大体作上下变动。近年随着两岸关系不断改善 ,其市场竞争态更多集中在 X 轴附近围绕均线 $\alpha_i = 3.50\%$ 作小幅位移。

6 研究结论与研究局限

6.1 研究结论

本文从市场竞争态的组合构成出发 ,从市场占有率、市场增长率和市场竞争态三个维度 ,对 1988 年以来台湾民众赴大陆旅游客源市场的变动特征进行了分析 ,得出了如下结论: (1) 该客源市场占有率除 1988 ~ 1990 表现为急速上升外 ,1991 ~ 2010 年的变动表现为相对平缓 ,市场占有率在 $2.84\% \leq \alpha_i \leq 4.43\%$ 这一狭小区域内围绕均线 $\alpha_i = 3.50\%$ 作小幅变动; (2) 受两岸关系、突发事件等因素影响 ,1988 ~ 2010 年该客源市场增长率在大波大折中取得发展 ,变动特征表现为波动幅度连续强幅、波动高度持续高峰、波动深度正负并存、平均位势总体偏高; (3) 该客源市场竞争态变动主要受市场增长率波折起伏影响 ,集聚在均线为 $\alpha_i = 3.50\%$ 、极差为 1.59% 的垂直于 X 轴的狭小区域内大体呈上下变动 ,近年更多集中在 X 轴附近作小幅位移。随着两岸关系逐步发展 ,竞争态有向右上方位移可能。

6.2 研究局限

本文从市场竞争态的视角 ,对 1988 年以来台湾民众赴大陆旅游客源市场的变动特征作了较为详细的分析。但市场竞争态毕竟是一种相对简单的方法 ,所得结论可能还不够全面和深入。因此在今后的研究中 ,我们将尝试运用其它研究方法对该客源市场作进一步的分析和探讨。

参考文献:

- [1] Guo Yingzhi ,Kim S S ,Timothy D J ,et al. Tourism and reconciliation between Mainland China and Taiwan [J]. *Tourism Management* 2006 27(5) :997-1005.
- [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) : 65-70.
- [3] 匡林. 中国旅游业周期波动分析 [J]. *旅游学刊* 2000(2) : 9-17.
- [4] 李景宜. “黄金周”山地旅游市场竞争态及其转移研究 [J]. *山地学报* 2002(5) : 531-535.
- [5] 林德荣. 福建入境旅游市场中台湾客源市场特征分析 [J]. *旅游科学* 2007(1) : 46-49.
- [6] 刘大可 章楹. 台湾赴大陆商务旅游市场分析 [J]. *北京第二外国语学院学报* 2009(3) : 11-14.
- [7] 刘树成. 中国经济周期波动的新阶段 [M]. 上海远东出版社 ,1996: 3-29.
- [8] 孙根年 王洁洁. 1987 年来台关系变化对台湾入境大陆客流量的影响 [J]. *地理学报* , 2009(12) : 1513-1522.
- [9] 谢天成 潘明麒 谢正观. 1990 - 2004 年入境的港澳台游客空间分布格局动态变化及研究 [J]. *宁夏大学学报 (自然科学版)* 2007(4) : 388-392.
- [10] 薛刚 孙根年 侯伟涛. 基于亲景度与竞争态的西安国内旅游分析 [J]. *旅游学刊* 2008 (9) : 12-16.

(下转第 66 页)

The Effect of Novelty Seeking and Satisfaction on Temporal Revisit Intention: A Case Study of Ancient Fenghuang Town in Hunan

XU Chunxiao¹, ZHU Xi²

(1. Hunan Normal University, Changsha 410081, China;

2. Changsha Commerce & Tourism College, Changsha 410081, China)

Abstract: Revisit has been attracting much attention in tourism area due to its huge economic interests. The original data applied in this paper was from questionnaire survey done in Fenghuang Town. Through constructing the structure equation model, we explored the formation mechanism of temporal revisit intention on the basis of understanding the relationship between novelty seeking and satisfaction. Compared to previous findings, we found that novelty seeking has a direct effect on short-term revisit intention and a positive effect on satisfaction, while not on mid-term and long-term revisit intention.

Key words: revisit; temporal; satisfaction; novelty seeking

(责任编辑:朱绿梅)

(上接第40页)

- [11] 闫逢柱, 苏李, 田国英. 中国出口贸易增长波动的实证分析[J]. 当代财经, 2009(10): 99-104.
- [12] 余静文, 王春超. 政治环境与经济发展—以海峡两岸关系的演进为例[J]. 南方经济, 2011(4): 30-39.
- [13] 曾博伟. 2006-2007年中国入境旅游分析、预测与展望[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2007: 67-80.

A Study on the Change Traits of Taiwan Travelers to Mainland China: Based on Market Share, Growth Rate and Competitive State

GUO Anxi, HUANG Fucai

(School of Management, Xiamen University, Xiamen 361005, China)

Abstract: Based on the annual data of Taiwanese visiting Mainland China during 1988~2010, this paper analyzed its change traits in terms of market share, growth rate and competitive state. The result shows that the market share has kept stable during 1991~2010 with value changes slightly around the average line $\alpha_i = 3.50\%$. Change traits in market growth rate data tells that the amplitude has been violent, the peak high, the negative and positive values of depth coexisting, and the average growth rate of each cycle is on the high side in general. The competitive state swings in a vertical narrow interval around the average line $\alpha_i = 3.50\%$, with the lowest 1.59%.

Key words: Taiwanese tourist market; inbound tourism; market share; market growth rate

(责任编辑:朱绿梅)