

# 中國觀光客來台對台灣觀光業的影響

●王逸峰／南台科技大學休閒事業管理系副教授

本文將由台灣與中國之觀光交流歷史演進，台灣觀光業對中國觀光期待心理、觀光市場的排擠效應、其它問題等四個層面來分析。

## 台灣與中國觀光交流演進

自1987年政府宣佈解除戒嚴後，開放一般民眾赴中國探親，是台海兩岸交流活動的開端，近十餘年來，雙方的兩岸人民無論在社會、經濟、文教等方面的交流日趨縝密且多元，但是，開放的方向仍以單向為主。也就是由台灣的居民可前往中國觀光及投資，而中國至台灣的觀光與投資仍未鬆綁。2001年11月23日我國政府通過「開放大陸地區人民來台觀光推動方案」，並自2002年元月起實施。其方案內容主要採「總量管制」，開放初期每日一千人，每人停留期間不得超過十一天（含入境當日）；入出境管理方面，採團進團出原則。如有中國人民逾期停留未隨團返回者，接待旅行社將予記點，並作適當處分，另違反相關規定者，將視情節輕重，停止辦理中國人民來台觀光業務一個月至一年。根據上述推動方案，開放類別共三類（如表1）。

表1、中國觀光客之類別表

類別	說明	備註
第一類	指經香港、澳門來台觀光的中國大陸人民。	多年協商未果，現已開放
第二類	指赴國外旅遊或商務考察轉來台灣地區觀光的中國人民。	於2002年5月10日起開放
第三類	指赴海外留學或旅居國外取得當地居留權的中國大陸地區人民。	於2002年1月1日起開放

資料出處：黃硯羚（2007），P.11。

在黃硯羚（2007）曾對歷年來中國觀光客的人境人數有過整理，筆者歸納如下：

根據行政院大陸委員會「大陸地區人民進入台灣地區申請、核准暨入境（含社會、文教、經濟交流暨定居、居留、觀光及其他）總計人次統計表」，可整理近年來兩岸交流日趨頻繁，在2003年更是首度開啟春節包機，從圖1來看，2003年將觀光統計人數列入統計項目後，該項統計人次有逐年攀升的趨勢，然而有趣的是「社會交流總計人數」，該類統計人次開始呈現下降的現象，因此，推論以往社會交流名目來台者，其中應有不少是屬於尚未列入統計之「觀光活動人數」。申請再者，自2002年開放大陸地區人民來台觀光至2006年止，其來台觀光人次呈現逐年成長的趨勢。

由圖1確實可看出自2002年元旦起，我國政府有條件開放中國人民來台從事觀光活動以來，中國入境者從事觀光活動的比重有逐漸上升的趨勢，經貿交流人數的比重則現穩定的趨勢，其中，隨著觀光政策的開放，觀光活動人數相較於經貿交流人數、其他交流人數的比重上，有較明顯的成長幅度。

	■經貿交流人數	■觀光活動人數	□其他交流人數	總人口數			
2005年	17,409	54,224	101,349	123,982			
2004年	13,264	19,150	106,930	139,344			
2003年	10,666	12,768	111,377	134,811			
2002年	15,729	0	136,890	152,619			
2001年	9,874		124,114	133,988			
0%		20%	40%	60%	80%	100%	684,744

圖1、2001-2005年中國居民申請來台人數與目的概況

資料出處：黃硯羚（2007），P.14。

除了人數的增加之外，中國觀光客常被一般媒體報導為旅遊消費能力高，依現有國內較可信的統計資料如下：在消費行為方面，2006年中國觀光客在台平均消費每人每日消費為243.95美元，其中以旅館內消費所佔比例最高（佔41.80%），其次為購物費（佔32.77%），（表2）。在每人每日平均購物費細項消費金額比重上分別為：珠寶或玉器類27.25美元（34.09%）、名產或特產15.37美元（19.23%）、茶葉10.88美元（13.61%）。

表2、中國觀光客來台每人每日消費支出

市場別	金額（單位：美元）	結構比
旅館內支出費	101.98	41.80%
旅館外餐旅費	10.73	4.40%
在台境內交通費	21.20	8.69%
娛樂費	26.04	10.67%
雜費	4.06	1.67%
購物費	79.93	32.77%
合計	243.95	100.00%

資料出處：黃硯羚（2007），P.15。

### 台灣觀光業對中國觀光客的期待心理

在討論開放中國觀光客來台利弊時，必須先了解一個專有名詞，叫做「觀光出口」。所謂觀光出口指的就是把本國的觀光商品賣給外國的客人。換句話說，吸引外國的觀光客來台灣消費就是「觀光出口」。觀光的吸引點（Attractions）無法像出口貨品運送到國外去，因此，「出口」的貿易形成必須建立在外國觀光客親自入境才算數，以此觀之，過去八年民進黨政府所致力發展的「觀光客倍增計畫」其實就是要提昇觀光出口的數量，平衡觀光貿易的「逆差」（太多的Outbound Tourism，太少的Inbound Tourism）。

其實類似的問題在日本也發生。日本的出國旅遊人數一直遠高於它的入境旅遊人數。台灣的觀光客倍增計畫的概念事實上是學習日本的。因此，Inbound Tourism中要如何吸引國際觀光客（International Arrivals）便牽涉到觀光部門甚至是國家的整體政策執行。在倍增的壓力之下，台灣政府很難去阻擋開放中國觀光客的要求，特別是觀光產業所形成的集體壓力。而觀光產業中又以交通運輸業的直航期待最高（航空業），再其次可能是旅館業和旅行服務業如旅行社。過去幾年內最常聽到的觀光產業界或媒體的批評便是所謂的「開放」幅度不夠大。或許有人會質疑說，如果不倚賴中國觀光客的市場，單靠爭取其它客源，那麼對於觀光客的成長難道都沒有成績嗎？成績其實還是有的（見表3）。

表3、歷年入境旅客人數統計

年份	人次
1989	2,004,126
1990	1,934,084
1991	1,854,506
1992	1,873,327
1993	1,850,214
1994	2,127,249
1995	2,331,934
1996	2,358,221
1997	2,372,232
1998	2,298,706
1999	2,411,248
2000	2,624,037
2001	2,831,035
2002	2,977,692
2003	2,248,117
2004	2,950,342
2005	3,378,118
2006	3,519,827
2007	3,716,063

資料來源：觀光局統計年報（2007）。

那麼，觀光產業為何仍不滿足呢？其中第一個可能的原因是出在週末和週間的旅客數量落差過大。觀光業者經常自嘲是「週休五日」的行業，因此自然把算盤打到中國觀光客的頭上，希望利用中國觀光客的數量來平衡週間和週末的落差。

依照目前對中國觀光客開放政策的規劃，由現行的一千人／日提高為三千人／日，如以十日為旅行團最高停留天數，則同一瞬間，最高有三萬人次的中國觀光客在台旅遊。這個數量保守估計，房間需求大約要一萬五千間（假設平均二人一房）。如果全台灣的觀光飯店（不含民宿或小規模旅館）在中國觀光客尚未開放之前，其平日的空房數小於一萬五千間，則確實這樣的數字可以形成週間的空房填補效果。但是，問題在於，大量的中國客湧入之後，需求的壓力應該先出現在週末，而非週間。因為週末房間的現況早已呈現飽和。現在一下開放百萬人次的額度，勢必造成業者一個錯覺，認為週末容量不夠，因而再度地擴建住宿設施。可是，老問題還是會重覆出現，解決了週末中國觀光客的壓力，多出來的房間在週間，仍舊是供大於求的狀態。

## 觀光市場的排擠效應

觀光商品有一個特色叫做「生產與消費的不可分割性」，這和一般出口的商品不一樣，舉例而言，許多的商品是在終端製成之後，透過通路轉手到不同消費者某甲和某乙手上。消費者某甲和某乙不必然會碰面，而且消費使用商品的空間或時間可能是分開而不相干擾的。但是觀光商品的不可分割性卻無法這樣作。在同一個風景區內，同一個飯店內，同一個泡湯池內，業者無法去隔離使用者。因此，一個團體如果對另一個團體心有成見，或是兩個團體的行為不能相容時，必然會有一方退出。也因此，有些學者擔心中國觀光客旅遊不當行為太過嚴重導致排擠其他顧客群，最終承辦的業者將很可能面臨選擇客群的議題。此時一加一可能是小於二，反而牴觸了原本所「把餅做大」的期待。

不過這樣的現象，大概不會在開放的初期馬上呈現，只是過了一陣子，等到中國觀光客在台旅遊更普遍化的時候，比較可能發生。根據中央社（2006）及法新社（2006）的報導，有關中國觀光客的旅遊不當行為，其實是連中國政府都意識到事態嚴重，不但透過宣導，甚至還有行前教育。在這波的赴台旅遊觀光開放潮，中國政府也針對其出國的旅客在旅遊過程中的表現及規範有所要求。

台灣的觀光業者對此問題毫無警覺嗎？可能有。但是多數媒體報喜不報憂，及政治態勢變化的敏感，導致有保留意見的業者，對於這些顧慮不願意公開表達。服務業的至理名言是「客人永遠是對的」。因此，觀光業者如何處理中國觀光客與其它客群的衝突，將會相當地敏感與不容易。在台灣有一個和其它外國觀光地區特別不同的地方是，不論是接待的業者或在地社區居民，甚至是同一觀光景點的國內遊客均可聽得懂中國觀光客的語言。屆時如有一些遊客之間的衝突（可能是肇因於價值觀，意識形態等），將可能讓排擠效應提前引爆。為何在法國有所謂中國觀光客專門住在中國企業所專門投資和經營的飯店，所可能與此有很大關聯（自由時報，2008年4月17日）。

目前承辦的旅行社規劃的旅遊路線中（如表4），可以看得出日月潭和阿里山大致為中國觀光團的必經路線，以這兩個地點的遊客人數現況（如表5），我們大致可以模擬出大量開放中國觀光客的情況。

表4、觀光局建議之中國觀光團旅遊路線

建議行程	路線
代表行程（一）	桃園－台北都會風情之旅－基隆北海岸－宜蘭－花蓮海岸風光之旅、太魯閣和縱谷田園之美－台東－屏東墾丁生態知性之旅－高雄佛光山宗教文化之旅、澄清湖和西子灣等－台南文化古蹟之旅－雲嘉南濱海遊憩區－嘉義阿里山－南投湖光山色之旅－彰化古蹟文化之旅－台中參觀時尚汽車旅館和美術園道等－苗栗－新竹－桃園藝文之旅－台北－桃園搭機返國。
代表行程（二）	桃園國際機場－台北故宮－桃園兩蔣園區－金山－宜蘭－花蓮太魯閣－台東－墾丁－佛光山－新竹－苗栗－台中－日月潭－阿里山－台南－高雄搭機返國。
代表行程（三）	桃園機場－台北市－故宮文化及懷舊之旅－宜蘭－花蓮太魯閣－台中市－南投日月潭－嘉義阿里山－台南古蹟文化之旅－高雄－澎湖－高雄－屏東大鵬灣及墾丁－高雄佛光山－高雄左營－桃園大溪（兩蔣園區）－搭機返國。

資料來源：CTIN旅遊新聞網，<http://travelnews.network.com.tw/twnews/1250.html>。

表5、台灣熱門景點之遊客人數現況統計

遊憩區 月份	花蓮海洋公園	日月潭風景區	阿里山國家森林遊樂區	安平古堡
1	19,130	25,246	40,742	43,927
2	106,276	117,513	104,112	109,173
3	30,626	51,084	178,597	36,080
4	49,704	46,828	126,863	51,133
5	40,846	30,276	44,869	28,526
6	53,024	29,713	41,253	33,924
7	120,105	3,773	73,016	44,889
8	80,284	41,652	32,292	37,662
9	51,767	58,344	42,656	43,241
10	46,114	38,099	38,273	68,995
11	39,413	42,851	51,632	78,575
12	37,664	41,923	67,946	85,874
合計	674,953	1,057,302	842,251	661,999

資料來源：觀光局統計年報（2007）。

## 📁 台灣過度向中國傾斜的利弊

以日月潭為例，日月潭目前105萬人次，未來如果百萬的中國觀光客一來，其中只要一個人去一次，很可能未來在日月潭中，每兩個遊客就有一個是中國觀光客，就算保守一點估計，來台的中國觀光客，只有一半前往日月潭，那也可能產生現場每三人中就有一個是中國觀光客。這樣的比例，將「承載量」因素考量進來，必定影響對於整體觀光品質。此時，國內遊客或日本客層的直接感受便是中國觀光客人數過度偏高，並可能對此現象有所排斥，而波及到的是接待中國觀光客的店家和相關之服務業。

排擠效應的前提是客群互斥，而互斥主要是來自於「衝突」。有意思的是，很多人都忽略了中國觀光客和台灣的在地居民是否因近身的接觸而產生一些衝突。大部分的觀光客雖然很少要求多與當地接待者做接觸，但其舉止行為也會對當地人產生影響。除了雙方的種族不同、透過不同文化的接觸所帶來的交互作用，觀光客來到觀光地區是為了享樂、休閒，自然而然，其行為舉止比平時隨意、鬆弛；但相對地，當地接待者則是花了相當的精力與時間去滿足這些觀光客，因此雙方接觸的目的就不同了（謝淑芬，1994）。

一般而言，經濟水準差不多、文化差異性不大的雙方接觸時，當地接待者對來訪的觀光客通常不會有極端、厭惡的感覺。但當雙方文化差異大，即使接觸頻繁，因接觸的時間短暫且雙方了解不夠，使得當地接待者無所適從或誤解時，將可能引發衝突，但不同的觀光地接待者對觀光客的反應是不同的。即使是同一區居民也會隨著觀光地生命週期的階段，而分別顯示出對觀光客不同的反應，Doxey在1975年發展一套「遊客-居民」模型，稱之為：「刺激指數模型（Irridex Model）」（圖2）。共可分為四個階段來分別探討當地接待者及居民對觀光客的態度：

### （一）陶醉階段（Euphoria）

觀光發展初期，觀光規劃及設施還不充足，居民歡迎觀光客及投資者的到來，居民直接從觀光活動中受益。

### （二）冷漠階段（Apathy）

觀光產業成型，發展重點以行銷為主。居民視觀光客的出現為理所當然，以獲益為其目標，對遊客原有熱情陶醉轉為冷漠，接觸的關係偏重於商業行為，規劃偏重市場導向，當地商店為遊客而存在，社區內道路擁擠，發生無處可停車之狀況。

### （三）厭煩階段（Irritation）

觀光產業發展趨於飽和，無法容納新增之遊客，設施與資源使用上產生衝突，居民對觀光之觀感不一，遊客開始與居民競爭資源且大量觀光客打擾居民日常生活，使居民開始對觀光旅客感到厭煩。

#### (四) 敵對階段 (Antagonism)

居民視觀光客為導致所有不便與不悅的主因（如稅收提高、對居民資產權益不尊重、年輕人觀念腐化等負面影響），居民排斥觀光以致遊客漸趨流失。

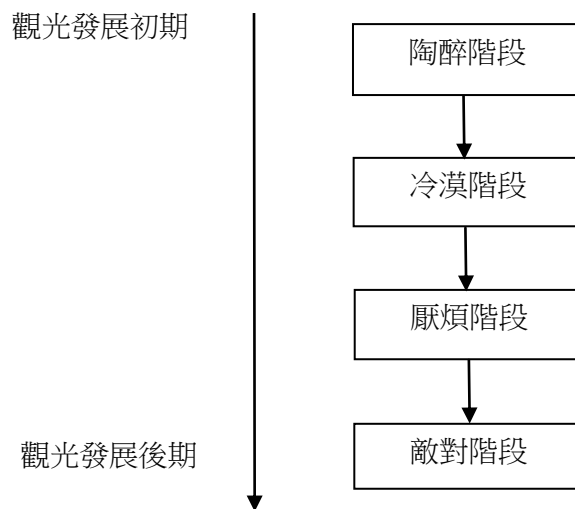


圖2、Doxey's Index of Irritation Model

資料來源：Doxey, 1975。

開放中國觀光客之後，筆者預測台灣的一般居民對於上述圖2中的「陶醉階段」不但不會持續太久，反而可能很快進入後續的階段。

其它問題：不可測的因素

觀光產業最忌諱的大概有下列幾項不可測的因素（Cook, R., Yale, L., & Marqua, J.(2007)）：

- 1、國和國之間的交戰與衝突。
- 2、恐怖分子的行動。
- 3、重大的犯罪行為，危及遊客安全。
- 4、重大天災，損及必要的基礎設施。
- 5、爆發重大的傳染病或疫情。

在台灣要開放中國觀光客的討論之中，其實第一項是最不可測的因素。如果兩個國家之間仍舊存在著政治衝突的可能，觀光應該是風險極大的產業。因為任何一方因政治

的原因控管觀光客的人數，便可能對觀光相關產業帶來程度不一的衝擊，例如，這兩天中國已傳出原本規劃的3000人次/日，很可能只放行1000人次/日。這將使得客源十分不穩定。最理想的狀態是觀光產業的出口發展也應該多元化，不能過度依賴單一國家的客源。台灣固然在地理位置及政治演化的過程中不可避免要處理中國觀光客的開放問題，但是程序應該是漸進與謹慎。觀光產業強調的是永續經營，即使不特別針對中國觀光客做特殊的考慮，站在「承載量」的觀點，一下子以「三倍」的量次開放，即便對於觀光產業帶來的「短多」，然而在服務的軟硬體設施都未就緒之時，做如此大幅度的調整是否適宜是有待觀察。

另外，有關於觀光產業所衍生的外部效果（如治安、防疫、跳機等問題），是否造成一般居民的負面衝擊，也是下一個要觀察的議題。在台灣的觀光產業水準持續並穩定的進步當中，面對這一波的開放，所帶來的觀光市場結構量變，是否因而產生「質變」，也只有兩三年後用進一步數據才能後驗了。

另一個可能會影響觀光產業的情況是所謂的開放中國資金來台投資的開題。如果開放中資進來投資觀光產業，即有可能產生中國觀光客住中資所經營的飯店狀況。其實，就在本文正在撰寫的同時，便發生中國的航運公司也要求分一杯羹的插曲（自由時報，2008年6月30日）。台灣的航運界一直以為可以獨食直航市場，現在看來完全是一廂情願。未來，類似的問題也可能出現在旅行社或旅館。如無完善規劃，放任中資以各種投資形式搶到經營權，屆時又回到一個老問題，錢是被誰賺走了？如果說，開放中國觀光客來台是要賺取觀光外匯，那麼，這結果與當初開放的初衷就大相逕庭了。

## 結論

站在觀光產業而言，在短期開放中國觀光客很可能帶來數量的利多。但是因為無法用正常的國對國觀光交流模式，導致許多的不可測因素。除了客源的穩定性仍然十分有問題外，排擠效應及中資可否開放投資觀光業，外部成本的衝擊是否影響到台灣觀光產業的永續經營，都有待進一步觀察，未來研究者可同時將這些變數及實務操作的成果做分析，來進一步驗證本文中的若干推論。

### 【參考文獻】

- Cook, R., Yale, L., & Marqua, J. (2007)：觀光學（賴韻如等譯），台北：華泰。
- CTIN旅遊新聞網（2008年6月3日），觀光局規劃三條路線迎陸客十天九夜豐富行程（謝文綺）。<http://travelnews.network.com.tw/twnews/1250.html>.
- Doxey, G.V. (1975) ,A causation theory of visitor-resident irritant: methodology and research inferences. Proceeding of the Travel Research Association, 6<sup>th</sup> Annual conference, San Diego California, PP.195-8.

中央通訊社（2006年9月17日），中國將限制行為不良遊客出國旅遊。

<http://tw.news.yahoo.com/article/url/d/a/060917/5/44gs.html>.

自由時報（2008年4月17日），中國觀光客在法國（陳麗伶），自由廣場。

<http://www.libertytimes.com.tw/2008/new/apr/17/today-o1.htm>.

自由時報（2008年6月30日），中國旅客來台全搭自家航空公司…台灣回程航班 恐成「蚊子包機」（李文儀），焦點新聞。

<http://www.libertytimes.com.tw/2008/new/jun/30/today-fo1-2.htm>.

法新社（2006年8月17日），中國要求人民出國必須注意海外形象。

<http://tw.news.yahoo.com/article/url/d/a/060817/19/2881.html>.

黃硯羚（2007），以台灣當地接待者觀點分析中國觀光客來台旅遊行為之研究初探，南台科技大學休閒事業管理研究所碩士學位論文。

謝淑芬（2004），觀光心理學，初版一十一刷，台北：五南圖書出版股份有限公司。◆