

# 广东赴澳门自由行游客旅游消费行为研究

费永红<sup>1</sup> 刘益<sup>2</sup>

(1.广东省旅游局,广东 广州 510630;2.暨南大学 管理学院旅游管理系,广东 广州 510632)

**摘要:** 根据对广东赴澳门自由行游客的抽样调查结果,对广东的自由行游客的基本特征以及旅游消费行为特征进行了分析。调查发现,来自广东的澳门自由行游客具有明显的年龄和性别特征;相对于内地游客平均消费水平来说,广东的自由行游客消费水平相对较低;广东的自由行游客在澳门停留时间较短,购物和娱乐是最大的两个消费项目,景区游览花费水平较低,广东游客的消费潜力没有得到有效释放。最后对澳门旅游业的发展提出了建议。

**关键词:** 澳门自由行;消费行为;广东

**Abstract:** According to the inquiry result about individual visitors from Guangdong to Macao, the article analyzed the individual characteristic and consumption characteristic of individual visitors from Guangdong to Macao. Through the inquiry, we have found the individual visitors from Guangdong to Macao had distinctive characters on age and gender, and the average consumption level was lower than the mainland visitors, the stay duration of Guangdong individual visitors was relatively shorter, shopping and entertainment were two of the largest consumer items, the consumption in scenic areas was in a lower level, Guangdong tourists consumption potential has not been effectively released. Finally, the some suggestions about development of tourism in Macao had been brought forward.

**Keywords:** individual tour to Macao consumption behavior; Guangdong

2003年7月,中央政府为支持香港经济复苏和澳门经济发展,决定开放内地部分省(市)办理居民赴港澳个人游业务,即港澳地区所熟知的“港澳自由行”(以下简称自由行)。“港澳自由行”政策首先在广东省试点实施,至2007年底,内地居民赴港澳“个人游”范围已扩大至49个城市。“自由行”政策实施以后,内地居民访澳门人数猛增,从2003年的574万人次,增加到2007年的1487万人次,占了澳门入境旅游人数的55%,为澳门的经济发展起到了重要作用。在访澳的内地游客中,“自由行”游客一直占有重要的市场地位。据澳门特别行政区政府统计暨普查局统计数据,2007年访澳内地游客中,“自由行”游客占了48.2%。

而在澳门自由行游客中,广东省一直都是最大的客源市场。据澳门学者2005年的抽样调查数据,在被调查的自由行游客中有88%均来自广东省。广东与澳门毗邻,并且全省居民都已经开放了港澳个人游业务。因此,广东客源市场对于澳门旅游业发展

来说具有举足轻重的地位。分析广东赴澳门自由行游客旅游消费行为特征,对于澳门旅游企业更好地满足广东游客要求,对于加强内地与澳门的旅游协作,促进澳门经济更快发展具有积极的现实意义。为此,本文根据广东省旅游局对广东出境游客开展的专项调查资料,对广东赴澳门自由行游客旅游消费行为特征作一分析。

## 一、调查对象与方法

本文属于广东国际旅游支出抽样调查计划的部分结果。调查对象覆盖广东全省,并以珠三角出境游客为主。调查方法采用调查问卷形式,通过旅行社开展相关调查。

本次调查在全省范围内选取了27家具有出境经营权的国际旅行社,共发放调查问卷2800份,收回有效问卷2535份。其中,采用游客事后调查的方式,获取了2007年度香港自由行游客问卷351份,2007年度澳门自由行游客问卷202份。本文重点针对澳门自由行游客的旅游消费行为特征进行研究,探讨澳门旅游产品变化特征与市场需求变动趋势之间的内在联系,为粤澳两地进一步深化旅游协作提供参考。

## 二、自由行游客基本特征

### 1. 性别结构特征

在202名澳门自由行游客当中,男性游客占47%,女性游客占53%。整体来看,通过自由行走澳门的广东游客男女比例并没有明显的性别差异。但课题组进一步分析发现,剔除港澳联程旅游游客后,纯粹澳门游游客则表现出一定程度的性别差异,其中男性游客占58%,女性游客占42%。

### 2. 年龄结构特征

调查研究发现,澳门自由行游客中,以中青年比例最高,25~44岁年龄段的游客占了58.4%。其次是45~64岁以及15~24岁年龄段的人,各占19.3%。65岁以上的老年组游客和15岁以下的少年组游客比例最少,分别占2.5%和0.5%的比例。

### 3. 职业结构特征

自由行游客当中,人数比例最大的是职员,属于第一梯队市场阶层,占31.2%;其次是家庭妇女和商贸人员,分别占13%和11.9%,属于第二梯队市场阶层;专业技术人员、退休人员和学生属于第三梯队市场阶层,人数比例各自占了6.4%;政府工作人员、技工(工人)、服务员(推销员)所占比例最低,为第四梯队市场阶层,人数比例均不超过4%。

## 三、自由行游客旅游消费行为特征

### 1. 旅游目的分析

从广东赴澳门自由行游客旅游目的类型来看,观光旅游游客占了最大比重,达61%。其次是休闲度假游客,占28.6%。探亲访友游客列在第三位,占7.8%。文化体育科技交流游客比重最低,占1.3%。可见观光旅游仍然是澳门自由行游客的首选。

## 2. 旅游消费特征分析

①人均消费水平分析。被调查游客在澳门的人均消费水平为3836元人民币,消费水平由高到低排列的花费类型分别是购物、娱乐、餐饮、交通、住宿、景区游览、邮电等。

对比同期澳门特区政府统计暨普查局的调查数据,内地游客在澳门的人均旅游消费折合人民币为3350元(按2007年底汇率计算),但由于此数据并不包含博彩消费,而博彩业收入占了澳门旅游业总收入的75%。因此,可以认为,扣除娱乐消费因素,广东游客的人均消费会大大低于内地游客的人均消费。广东游客在澳门的旅游消费较低的原因可能是粤澳两地游客往来频繁,广东游客在澳门已经形成了较为理性的消费心理。据澳门学者2005年的抽样调查数据,在以广东游客为主体的自由行游客中,有82%的游客属于回头客(即来澳门两次以上)。因此,虽然广东游客的消费能力较强,但在内地游客中并不属于高消费群体。

②旅游消费结构分析。在被调查的游客中,以购物花费所占比例最大,占总花费的28.7%。人均花费水平达1101元。而同期内地游客的人均购物消费折合人民币为1806元,反映出内地游客在购物方面具有较高的消费需求。

本次调查的游客中,娱乐消费仅次于购物消费,占了总花费的25%。人均花费水平为959元人民币。购物消费和娱乐消费占了总花费的一半以上,而景区游览花费水平人均只有104元,占总花费的2.7%。反映出澳门旅游产品中以购物和娱乐最具吸引力。对于消费心理相对成熟的广东游客来说,在澳门的购物消费能够成为最大的消费项目,反映出以博彩为龙头的澳门旅游业在购物旅游方面仍然大有潜力可控。

从自由行游客的餐饮和住宿花费来看,分别只占了总花费的9.2%和4.8%。尤其是住宿花费人均只有184元,反映出多数广东游客在澳门逗留时间不超过一天。这也是广东的自由行游客与内地游客相比,消费水平相对较低的一个重要原因。

## 四、结论与启示

### 1. 调查总结分析

根据以上调查结果分析,可以对广东赴澳门自由行游客旅游消费行为特征做如下总结:

①来自广东的澳门自由行游客具有明显的年龄和性别特征,以中青年为主,男性多于女性。这与澳门旅游产品结构缺乏多元化存在很大的内在联系。

②白领阶层是广东赴澳门自由行游客的主体,消费能力较强,而消费水平却低于内地游客人均消费水平,说明澳门现有的旅游产品并未能有效刺激广东游客的消费需求。

③来自广东的自由行游客在澳门最大的消费项目是购物,而购物旅游在澳门旅游形象中所占地位较低,入境游客的平均购物消费只占总花费的19%。购物旅游产品在澳门旅游产品中并不具有比较优势。因此,内地游客的强烈购物需求和澳门购物旅游形象之间形成了一个较大的落差,澳门的购物旅游产品还有很大的

发展空间。

④来自广东的自由行游客在澳门停留时间较短、景区游览花费水平较低,说明澳门现有的旅游产品对广东游客缺乏过夜吸引力,极大地压抑了广东游客消费潜力的释放。

### 2. 对澳门旅游业的启示

通过对广东的自由行游客旅游消费行为特征的分析,可以为澳门旅游业得到以下几点启示:

①“港澳自由行”政策已经在广东全省22个地级城市实施,广东的自由行游客是未来澳门旅游业的一个主要市场,高度重视并满足这一市场的旅游需求,对于澳门旅游业和澳门经济持续快速发展具有重要的意义。

②内地客源市场在很长一段时期内都将是澳门旅游消费水平最高的客源群体,随着“港澳自由行”政策在内地的进一步推进实施,应高度重视内地客源市场的开发,并根据内地游客的需求,加强和改进旅游设施和服务。

③重视女性客源市场的开发。目前,来自广东的自由行游客中,男性比例偏高。而分析广东的自由行游客职业构成,有12.9%的游客是家庭妇女,在职业结构比例排名中位列第二。因此,如何针对女性市场开发有吸引力的旅游产品,充分挖掘女性市场的消费潜力,值得澳门旅游企业进行研究。

④大力发展购物旅游产品,改善澳门购物旅游形象。在内地游客持续增长的购物需求背景下,澳门购物旅游产品有条件成为未来澳门旅游业的一个新的经济增长点,澳门旅游业应该在购物旅游产品和购物形象方面实现新的突破。

⑤积极开发休闲度假旅游产品,促进澳门旅游产品多元化发展。澳门旅游业目前以博彩为龙头的发展模式在内地市场上只能取得量的扩张,难以实现质的飞跃。尤其是在广东市场上,应充分考虑家庭旅游市场的需求,改变目前以博彩为主打的单一旅游形象,积极开发有吸引力的休闲度假旅游产品,最大限度地释放广东客源市场的旅游消费潜力。

注:本文为广东省软科学研究项目(项目编号:2007B070900034)的阶段性成果。

### 参考文献:

- [1] 曾忠禄,张冬梅.内地赴澳门自由行游客特征研究[J].旅游学刊,2005,(03).
- [2] 澳门统计暨普查局.旅客入境数目(2003-2007)[EB/OL].  
<http://www.dsec.gov.mo>.
- [3] 澳门统计暨普查局.旅客消费调查(2007)[EB/OL].  
<http://www.dsec.gov.mo>.

### 作者简介:

费永红,女,广东省旅游局工作,研究方向:旅游经济、旅游统计。

刘益,男,暨南大学管理学院旅游管理系主任助理,博士,副教授,研究方向:旅游经济、旅游规划、旅游影响研究。