

## 掌握陸客來臺形式轉變的商機

### 一、前言

近期臺灣經濟受到國際景氣復甦不如預期拖累，2015 年第二季經濟成長率僅 0.52%，其中陸客來臺觀光人數減 2.92%(結束連續 15 季正成長)，致整體來臺旅客人次僅小幅增加 1.55%，致使實質商品服務輸出成長率較 5 月預測時大幅減少 4.57 個百分點，成長幅度只有 1.30%；2015 年全年經濟成長率下修至 1.56%，與 5 月預測相比減幅達 1.72 個百分點，實質商品服務輸出成長率 1.35%，同樣大幅下修 3.34 個百分點，為近五年來次低水準。由於臺灣屬於小型開放經濟結構，外部需求波動對國內經濟表現影響甚鉅，此次下修實質商品服務輸出成長率，固然與商品出口金額成長連月表現不佳有關，但陸客來臺觀光人數減少，導致服務貿易輸出成長減緩，同樣是影響國內經濟成長表現不佳的重要因素。

面對國內經濟成長減緩趨勢，行政院推出多項措施希望能針對短、中、長期來改善國內經濟體質，提振經濟成長。其中在加強服務輸出部分，對於陸客來臺觀光將增加中客每日自由行人數達一千人，並放寬其他國家觀光客來臺簽證規定，吸引更多觀光客來臺旅遊。顯見在國內製造業產業轉型刻不容緩之際，觀光業所帶來的商機同樣對臺灣未來經濟成長扮演舉足輕重的地位。

### 二、陸客觀光商機龐大

根據前述主計處的數據顯示，陸客來臺觀光人數的確會影響臺灣經濟走勢。而觀察開放陸客來臺這 7 年對臺灣產生的直接與間接效益，也能佐證這樣的看法，陸客經濟對臺灣的影響不能輕忽。自 2008 年 7 月開放陸客來臺觀光，迄今已經屆滿 7 周年。而陸客不僅為臺灣帶來可觀的經濟效益，也帶來龐大的消費及就業效果。

根據觀光局統計，陸客來臺人數從最早的每日平均 300 人次，到 2014 年底止，平均每日已突破 1 萬人次。這 7 年來，總來臺人次逐年成長，2008 年僅有 32.9 萬人次，2014 年已高達 398.7 萬人次，成長幅度超過 10 倍。此外，為因應陸客來臺觀光人數的大幅成長，臺灣觀光旅遊相關產業也大舉投入資金，興建與改建新旅館。依據觀光局數據，自 2008 年下半年至 2014 年底，臺灣總共新增 766 家新建旅館，投資金額為 1,691 億元，若加計更新改建設備部分，則投資總

金額將高達 2,000 億元；預估到 2016 年底，還有 246 家旅館將會陸續開業，投資金額高達 1,530 億元。

陸客為臺灣帶來的直接效益顯而易見，也確實幫助臺灣的經濟成長。隨之衍生的間接效益，更不容小覷。大幅成長的陸客人數，徹底激發臺灣觀光旅遊潛能，除成功聚焦國際觀光旅遊產業的目光外，也吸引國際連鎖旅館品牌加快進駐臺灣。2008 年市場上僅有 8 個國際連鎖旅館品牌，但到了 2014 年，數目已激增至 19 個，成長幅度高達 138%。

國際知名品牌的進駐，有兩大好處，其一是可提高臺灣國際能見度，另一就是誘發鯰魚效應。目前臺灣旅館業的服務在同級別國家中雖已在平均水準之上，但對比以觀光旅遊聞名的國家或地區，服務水準仍有段落差。引進國際知名品牌將可激發國內同業的危機感，連帶提升整體的服務水準，這就是所謂的鯰魚效應。特別是在當前臺灣經濟因出口衰退而大幅下滑之際，要透過內需提振經濟就得加快服務業的升級與轉型，在這過程中，服務水準的提升顯然是必備的。

### 三、團客商機較不易擴及一般民眾

事實上，由於中國大陸經濟近年來快速發展，民間累積可觀財富，其民眾興起一股國外旅遊熱潮，且購買實力雄厚，所到之處均創造可觀消費紀錄，成為國際旅遊市場爭相行銷的目標。基於兩岸歷史、人文淵源，雖然政策面採取階段性開放措施，中國大陸民眾對於來臺觀光仍具有高度期盼，在主觀意願方面，陸客赴臺旅遊的興致高，是招攬陸客來臺觀光旅遊的一大誘因。

而我國自 1987 年 7 月 15 日宣布解嚴，並於同年 11 月 2 日開放一般民眾赴中國大陸探親後，兩岸交流才日趨頻繁。至於中國大陸人民來臺觀光旅遊，最早可溯及 1990 年初步放寬，至 2001 年開始有所謂「小三通」，並公布「大陸地區人民來臺從事觀光活動許可辦法」及「大陸地區人民申請來臺從事觀光活動作業規定」，但開放對象僅限於旅居國外的大陸人士，或經由國外旅遊或商務考察而轉來臺灣旅遊者，並未真正開放大陸境內民眾來臺觀光旅遊。直到 2008 年 6 月，兩岸開啟制度性協商管道，於召開首次江陳會後簽署「海峽兩岸關於大陸居民赴臺灣旅遊協議」，才正式開放大陸地區民眾來臺觀光旅遊的管道。2011 年 6 月進一步開放陸客自由行，於觀光團體型式之外，提供陸客來臺旅遊另一種選項。(陸客來臺自由行發展過程詳見表 1)

表 1 開放陸客自由行來臺之發展過程

日期	事件
100.6.21	海基會與中國大陸海協會於 100 年 6 月 21 日完成「海峽兩岸關於大陸居民赴臺灣旅遊協議修正文件一」換文，翌日生效。第 1 批開放北京、上海、廈門為試點城市，6 月 28 日首批自由行中國大陸旅客來臺。
100.7.17	臺、海小兩會假重慶長江三峽黃金一號舉辦 2011 年海峽兩岸觀光交流圓桌會議，討論旅遊品質及旅遊安全議題。
100.7.27	福建居民赴金門、馬祖、澎湖地區個人旅遊完成換函通報，並於 7 月 29 日正式啟動。
101.4.28	中國大陸旅客來臺自由行第 2 批 10 個試點城市，分兩階段實施，來臺人數配額上限由每日 500 人，配合本次開放調整為每日 1,000 人。 第 1 階段 101 年 4 月 28 日天津、重慶、南京、廣州、杭州、成都等 6 個試點城市正式啟動。
101.8.28	中國大陸旅客來臺自由行第 2 批第 2 階段濟南、西安、福州、深圳 4 個試點城市啟動。
101.11.15	「臺旅會」上海辦事處成立。
102.6.16	臺旅會與海旅會經多次積極磋商達成共識後，兩岸同意開放第 3 批 13 個中國大陸城市，分兩階段啟動，102 年 6 月 28 日正式啟動第一階段瀋陽等 6 個城市，8 月 28 日再啟動石家莊等 7 個城市。
102.6.28	第 3 批第 1 階段中國大陸旅客來臺自由行 6 個開放城市，瀋陽、鄭州、武漢、蘇州、寧波、青島於 102 年 6 月 28 日啟動。
102.8.28	第 3 批第 2 階段中國大陸旅客來臺自由行 7 個試點城市，石家莊、長春、合肥、長沙、南寧、昆明、泉州於 102 年 8 月 28 日啟動。
102.12.1	為挑戰來臺旅客 800 萬人次歷史新高，擴中國大陸客來臺自由行規模，每日配額上限由 2,000 人調整至 3,000 人，並自 102 年 12 月 1 日起實施。
103.4.16	中國大陸旅客來臺自由行每日配額上限由 3,000 人調整至 4,000 人，並自 103 年 4 月 16 日起實施。
103.7.18	第 6 屆「海峽兩岸觀光交流圓桌會議」以「深化合作，互利共贏」為主軸，在中國大陸長春市舉行，謝會長提出未來持續推動的四個工作重點：一、「整頓市場秩序，優化旅遊品質」二、「推動兩岸郵輪旅遊發展」三、「擴大赴臺自由行市場規模」四、「強化旅遊安全工作」。會議中雙方共同宣布，第 4 批陸客來臺自由行開放城市，增加開放哈爾濱等 10 個城市，並於 103 年 8 月 18 日啟動。
103.8.18	第 4 批中國大陸旅客來臺自由行 10 個開放城市，哈爾濱、太原、南昌、貴陽、大連、無錫、溫州、中山、煙臺、漳州，於 103 年 8 月 18 日啟動，合計開放陸客來臺自由行城市已達 36 個城市。

日期	事件
104.3.18	第 5 批中國大陸旅客來臺自由行 11 個開放城市：海口、呼和浩特、蘭州、銀川、常州、舟山、惠州、威海、龍岩、桂林、徐州，於 104 年 4 月 15 日啟動，合計開放陸客來臺自由行城市已達 47 個城市；另新增 48 家出境旅遊組團社為第 6 批指定經營中國大陸居民赴臺旅遊業務旅行社。赴臺旅遊組團社合計共開放 31 省（區、市），組團社 311 社。
104.9.21	移民署公告修正陸客來臺自由行每日配額上限由 4,000 人調整至 5,000 人，並自 104 年 9 月 21 日起實施。

資料來源：交通部觀光局。

面對未來陸客來臺觀光型態逐漸轉變的趨勢，雖然在政策面上乃政府為了提振國內經濟而端出的解決方案，但對於國內整體旅遊、觀光業而言，卻不失為一次好的「轉骨」良機。尤其觀光資源屬俱樂部財，不具有完全的「可共享性」，也就是說當遊客人數超過一定限度後，隨著人數的增加，遊客參訪景點的效益也將直線下滑。也因為觀光資源不具有完全的「可共享性」，所以若景點的遊客過多，遊興降低，將導致其他許多遊客不願前來的排擠效果，一般來說，高所得者時間成本較高，而時間成本高的遊客對排隊、擁擠的忍受程度低，就屬於容易受到「排擠」族群，同時旅遊的效益降低，又進一步使得旅客為遊此地所願付的價格下跌，如此惡性循環，也就較難發展高品質高單價的旅遊服務。

再者，當景點的遊客過多時，為使旅遊的效益不致太低、維持景點起碼的運作，就得增加維護成本，如增派警力疏導交通、增加人力清運垃圾等，增加的成本最後多由政府買單。此外，對於以自然環境為賣點的景點，如太魯閣國家公園，過多的人潮與車潮也容易導致生態惡化，不僅不利觀光產業的永續發展，將來也可能要再花一大筆錢復原生態環境。因此，當推動觀光產業發展時，為了永續為地方帶來最佳經濟效益，就必須考慮到各景點最適旅客人數的問題，而不是盲目以「極大化觀光人數」作為經營目標。

自 2008 年夏開放中國大陸團客來臺後，2009 年起我國來臺旅客人數成長主要以中國大陸團客為主；中國大陸來臺旅客(不含港澳)平均年成長率約為 33%。但根據觀光局所做之「來臺旅客消費及動向調查」顯示(如表 2)，中國大陸團客的行程主要以購物為主，其中超過四成以上的中國大陸觀光團安排五次以上的購物活動，而中國大陸團客每人每日消費支出有六成以上為購物費用。以 2014 年為例，中國大陸觀光團平均每人每日消費支出為 242 美元，其中購物費用為 128 美元，而其他旅館、餐飲、交通、娛樂與雜費等支出則僅為 114 美元。

表 2 2014 年受訪旅客每人每日平均消費細項—依主要市場分

單位：美元,%

市場別		總計	旅館內 支出費	旅館外 餐飲費	在臺境內 交通費	娛樂費	雜費	購物費
全體	金額	221.76	72.60	33.34	30.14	7.90	2.60	75.18
	結構比	100.00%	32.74%	15.04%	13.59%	3.56%	1.17%	33.90%
日本	金額	243.33	102.90	37.23	37.72	14.19	2.21	49.08
	結構比	100.00%	42.29%	15.30%	15.50%	5.83%	0.91%	20.17%
中國 大陸	金額	241.98	44.38	29.34	31.09	6.63	2.08	128.46
	結構比	100.00%	18.34%	12.13%	12.85%	2.74%	0.86%	53.09%
香港 澳門	金額	198.82	72.02	37.30	23.59	6.79	4.23	54.89
	結構比	100.00%	36.22%	18.76%	11.87%	3.42%	2.13%	27.61%
新加坡	金額	204.45	80.38	34.32	26.20	9.69	3.03	50.83
	結構比	100.00%	39.32%	16.79%	12.81%	4.74%	1.48%	24.86%
韓國	金額	216.09	88.61	38.22	34.66	7.05	3.41	44.14
	結構比	100.00%	41.01%	17.69%	16.04%	3.26%	1.58%	20.43%
馬來 西亞	金額	165.37	60.97	27.02	21.42	5.29	2.57	48.10
	結構比	100.00%	36.87%	16.34%	12.95%	3.20%	1.56%	29.09%
美國	金額	211.78	121.63	35.44	23.34	7.02	3.62	20.72
	結構比	100.00%	57.43%	16.74%	11.02%	3.31%	1.71%	9.79%
歐洲	金額	187.71	107.43	28.62	22.32	6.05	2.66	20.62
	結構比	100.00%	57.24%	15.25%	11.89%	3.22%	1.41%	10.98%
紐澳	金額	183.46	73.51	32.87	24.58	9.18	13.57	29.75
	結構比	100.00%	40.07%	17.92%	13.40%	5.01%	7.39%	16.22%

資料來源：中華民國 103 年來臺旅客消費及動向調查。

其中，高達 128 美元的平均每日購物費用對當地經濟推動效益其實有限。舉例來說，調查中也指出，中國大陸團客的購物內容集中在珠寶、玉器、名特產與化妝品(如表 3)。以鑽石為例，根據天下雜誌 2012 年的報導，中國大陸團客主要到高雄購買鑽石，但高雄並不產鑽石，而五家接待中國大陸團客的鑽石商中，有三家是港資(捷達、歐亞與林紅)，其市占率則高達八成。此三家港資近年又陸續投資全臺其他諸如伴手禮、鐘錶與珊瑚等陸客購物店；在所有購物行程中，目前僅少數本土業者在紅珊瑚和玉石中佔有優勢。

表 3 2014 年全體、日本及中國大陸觀光團體旅客平均每人每日購物費之細項消費

單位：美元,%

購物費消費項目	全體觀光團體旅客		日本觀光團體旅客		中國大陸觀光團體旅客	
	消費金額	百分比	消費金額	百分比	消費金額	百分比
總計	143.52	100.00%	76.63	100.00%	171.77	100.00%
服飾或相關配件	17.45	12.16%	9.65	12.59%	21.87	12.73%
珠寶或玉器類	38.42	26.77%	3.74	4.88%	52.30	30.45%
紀念品或手工藝品類	9.40	6.55%	3.36	4.39%	10.07	5.86%
化妝品或香水類	16.19	11.28%	2.46	3.21%	21.37	12.44%
名產或特產	38.47	26.80%	40.41	52.74%	39.27	22.86%
煙或酒類	6.29	4.38%	2.10	2.74%	8.27	4.82%
中藥或健康食品	3.28	2.29%	0.53	0.69%	3.24	1.89%
電子或電器用品	2.42	1.69%	0.25	0.32%	3.28	1.91%
茶葉	10.71	7.46%	13.90	18.14%	11.17	6.51%
其他	0.88	0.61%	0.24	0.31%	0.92	0.54%

資料來源：同表 2。

由此可知，在中國大陸團客來臺的消費中，至少有六成落入港資(中資)或少數幾家購物店業者手中，餘下的每人每天 114 美元的消費再由對岸的數間組團社，以及本地眾多的接團社、旅館、餐飲、交通、娛樂等業者瓜分，另根據《新新聞》雜誌於 2013 年所做的報導(第 1369 期)，臺灣地接社能拿到的團費，每人每天最多僅有 40 美元。即使 2013 年底有部分的改革措施，仍難以相信 2013 年中國大陸旅行團給予本地地接社的費用能超過每人每日 100 美元。而即使此 114 美元全由本地業者瓜分，吸引中國大陸團客對臺灣整體觀光產業的效益，仍較其他國家(譬如日、韓或新加坡)旅客為低。

#### 四、自由行商機更能雨露均霑

其實，陸客自由行政策開放之初，國內業者期待頗高，首發團於 2011 年 6 月 28 日抵臺，當日自由行陸客共 278 人，但截至 7 月底為止一個月，自由行人數僅 858 人，與原先預期落差頗大。之後情況雖有所改善，但每月自由行人數最多才 8 千多人，總計自由行開放至 2011 年底為止半年多時間，自由行總數僅 3 萬多人，平均每天自由行人數約 162 人，對國內經濟拉抬效果呈現非常有限。自

由行成效未如預期的主因，包括申辦手續較為繁複、費用高於跟團、業者利潤較低、試點範圍有限，以及宣傳不足等。

以臺灣觀光協會於 2014 年 11 月 8 日「海峽兩岸臺北旅展」中，針對參加旅展的中國大陸人士進行「大陸民眾來臺旅遊看法調查」所進行調查為例，陸客來臺旅遊以自由行較受歡迎，6 成 5 的受訪者希望以自由行方式遊臺灣，其中，5 成 2 的受訪者是屬於戶籍地已開放地區，1 成 3 則是未開放，但也有 3 成 5 較希望以團體旅遊方式來臺。高達 9 成 8 認同「開放個人遊」對於增加兩岸人民交流有幫助，如果可簡化赴臺申請資料、增加直航班次，針對自由行旅客多開放自由行試點城市，針對旅行團方面再提升其品質，應該會讓這趟臺灣行更加圓滿，對寶島留下美好深刻的印象。

目前來臺旅客以陸客為最大宗，且開放陸客自由行的城市不斷增加，傳統走馬看花式的大眾觀光模式勢必調整，因此，強調臺灣在地文化、傳統或生活方式體驗的深度旅遊，必將逐漸受到自由行陸客的重視。在追求觀光量化成長的同時，也可藉由整合地方政府力量與居民的社區共識，定期推出既具文化特色又可吸引觀光客的產品，作為國際行銷的亮點，希望旅客不僅在夜市、商圈、美食及購物等獲得滿足，更引導遊客深度體驗在地文化、特色、風土人情等，進而讓經濟效益得以遍及各地，讓各行各業雨露均霑，經由觀光體驗帶給旅客更多的感動，讓臺灣的優質軟實力向外擴散，進一步促成區域均衡發展，讓觀光產業永續經營。

隨著陸客自由行人數持續開放，觀光型態也從過去的團進團出、走馬看花，逐漸轉變為搭配包車旅遊定點、深度旅遊，而大眾交通運輸機場接送便利性，則是吸引自由行旅客成行的關鍵。為提升臺灣經濟發展競爭力，宜蘭縣、基隆市、新北市、桃園市、新竹縣、新竹市、苗栗縣等北臺灣八個縣市早已組成北臺區域發展推動委員會，除在產業發展、交通運輸、文化教育、防災治安、環境資源等各項議題上跨區進行資源整合與分工合作，在促進觀光方面亦持續推廣八縣市觀光景點路線串聯及觀光巴士旅遊行程，提升旅客在移動上的便利性。

長期來看，臺灣經濟要重新找回成長動能，內與外，缺一不可。對內，服務業的升級轉型是重中之重。這一方面，觀光旅遊業的發展，做了良好示範。對外，中國大陸市場仍是關鍵所在。中國大陸供應鏈自主化的對臺灣衝擊效應正逐步擴大，但危機就是轉機，臺灣反而應藉此找出自身供應鏈的特色，集中發展具有獨特性的高端技術，如此才能真正發揮兩岸優勢互補，就如同瑞士模式，成功找到自己的發展定位。

## 五、防範可能問題於未然

雖然不論是針對陸客來臺觀光，或是整體觀光、旅遊業發展，持續推廣陸客自由行都是一項重要且必須的政策方向，但持平而論，未來臺灣在陸客自由行逐漸增加的情況下，仍有許多問題必須面對。舉例來說，香港自從 2003 年開放中國大陸遊客自由行之後，對香港當地人的生活即造成不小影響。而近年來，香港的中國大陸自由行旅客，自 2009 年中國大陸政府開放深圳旅客「一簽多行」後急速暴增，從 03 年的 67 萬人次，暴漲至 2009 年的 1,059 萬人。來到 2014 年，全年的自由行人數已高達 3,134 萬人，整整成長了超過 45 倍，當中透過「一簽多行」前來香港的深圳居民，就高達 1,485 萬人。

換句話說，香港這座人口密集的都會區，每一年還要再多塞這些上千萬的中國大陸人，這使得當地不僅知名觀光景點人潮暴增，連一般市區巷道也變得更為擁擠，同時讓香港各類交通設施每逢尖峰時刻必定「塞爆」，甚至不時還會有中國大陸旅客在列車等公共設施上做出吃麵、隨地大小便等不雅舉動，引發不少中港民眾之間的衝突。

此外，隨著這些掃貨不手軟的中國大陸觀光客，利用自由行的管道大舉湧入，各式各樣的跨國零售連鎖店以及精品業者紛紛搶占香港熱門店面，原本是住宅區的北區、屯門、元朗，變成這些水貨客掃貨勝地，商場、大型藥妝店隨處可見。而這些店鋪的進駐也拉抬店面市場，租金在短短 10 年內就成長數倍之多，高漲的租金排擠了小吃餐廳、特色小店、美容院等日常生活不可或缺的店鋪，且全換成藥局、珠寶店、精品店、3C 商品旗艦店等，嚴重影響當地人民的生活機能。

因此，雖然對臺灣而言，陸客來臺旅遊形式朝向推廣自由行來發展，有助於國內整體旅遊、觀光產業發展更為健康，但另一方面，由於兩岸人口、面積等規模差距太大，因此，在進行開放陸客自由行的進程上，香港開放中國大陸遊客自由行的前車之鑑，值得我國政府在推動相關政策時做為參考之用，才能讓有效降低未來陸客自由行可能帶來的社會成本，讓整體陸客自由行商機極大化。

## 【資料來源】

1. 中華民國統計資訊網總體統計料庫。  
<http://ebas1.ebas.gov.tw/pxweb/Dialog/statfile9L.asp>。
2. 經濟部(2012)，“提高陸客來台對消費與就業的帶動效果。”，101 年度國內外及中國大陸經濟研究及策略規劃。
3. 交通部觀光局(2015)，“中華民國 103 年來臺旅客消費及動向調查。”
4. 交通部觀光局(2015)，“陸客來臺觀光大事紀。”
5. 佘健源、劉玉哲(2015)，“人潮並不等於錢潮：中國觀光團來臺七年後。”，想想論壇。

<李長泰>