

江西省入境旅游的消费变化及结构变动度分析

王玲, 张睿

东华大学旭日工商管理学院, 上海

收稿日期: 2023年11月3日; 录用日期: 2023年11月20日; 发布日期: 2023年12月22日

摘要

入境旅游在旅游业中占据重要地位, 不仅反映了一个国家或地区对游客需求的满足程度, 还表现了该国家或地区在旅游业发展方面的水平、对外开放程度以及旅游市场的质量。江西省旅游资源丰富, 研究江西省入境旅游消费的变化特征和趋势不仅具有重要的现实意义, 而且可以更好地利用江西省的丰富旅游资源, 实现旅游业的可持续发展。本研究将定量分析江西省入境旅游消费结构的时间变化, 运用消费结构指数和结构变动度指数, 对2009~2019年江西省入境旅游消费结构的时序变化及结构变动度进行分析。研究表明: 1) 江西省入境旅游消费总体表现出逐渐减缓的增长趋势。2) 江西省的入境旅游消费结构相对来说较为合理。3) 购物消费的波动对整体结构的变动产生显著影响, 突显了购物在江西省的旅游消费中的关键地位。

关键词

江西省, 消费, 结构

Changes in Consumption of Inbound Tourism in Jiangxi Province Analysis of Structural Variability

Ling Wang, Rui Zhang

Glorious Sun School of Business and Management, Donghua University, Shanghai

Received: Nov. 3rd, 2023; accepted: Nov. 20th, 2023; published: Dec. 22nd, 2023

Abstract

Inbound tourism plays an important role in the tourism industry, reflecting not only the satisfaction of a country or region with tourist needs, but also the level of tourism development, degree of openness to the outside world, and quality of the tourism market. Jiangxi Province is rich in tour-

ism resources. Studying the changing characteristics and trends of inbound tourism consumption in Jiangxi Province not only has important practical significance, but also can better utilize the abundant tourism resources in Jiangxi Province and achieve sustainable development of the tourism industry. This study will quantitatively analyze the temporal changes in the consumption structure of inbound tourism in Jiangxi Province, and use the consumption structure index and structural change index to analyze the temporal changes and structural change degree of inbound tourism consumption structure in Jiangxi Province from 2009 to 2019. Research shows that: 1) The overall inbound tourism consumption in Jiangxi Province shows a gradual slowing down growth trend. 2) The consumption structure of inbound tourism in Jiangxi Province is relatively reasonable. 3) The fluctuation of shopping consumption has a significant impact on the overall structural changes, highlighting the key position of shopping in tourism consumption in Jiangxi Province.

Keywords

Jiangxi Province, Consumption, Structure

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

旅游业被认为是一项涵盖众多领域的多元综合性产业,其综合性质和庞大的产业体系使其在国家和地区的经济发展中发挥着不可或缺的作用。其中,入境旅游在旅游业中占据重要地位,它不仅反映了一个国家或地区对游客需求的满足程度,还表现了该国家或地区在旅游业发展方面的水平、对外开放程度以及旅游市场的质量[1] [2]。自2013年提出了“旅游强省建设”计划以来,江西省的旅游业处于关键的转型升级阶段,因此,研究江西省入境旅游的消费变化及结构变动度分析对江西省入境旅游业的发展进行研究具有更加实际和指导性的意义。

国外对旅游消费的研究可以追溯到19世纪末,其中意大利统计学家博迪奥在1899年的研究是旅游消费领域的先声。他的研究关注了在意大利的外国游客的流动和支出,为旅游消费研究奠定了基础[3]。自20世纪90年代以来,对旅游消费的研究逐渐科学化、数据化和成熟化,数理统计方法称为更加主流的研究方法。P. J. Sheldon和D. C. Frechtling以投入产出模型和统计均衡模型为基础,在大量的旅游消费数据的基础上,探究旅游消费的规模范围和本质原因[4] [5]。

国内对旅游消费结构的研究始于21世纪初。谢彦君、刘佳等学者研究了国内居民的消费结构和变动趋势[6] [7]。王钦安等研究了入境旅游消费结构以及其对国内总消费的贡献[8]。总的来说,国内目前的旅游消费研究主要以经济学的视角对全国或发达地区的入境旅游消费结构进行研究,而较少关注入境旅游消费的空间差异特征和稳定性变化,对中西部地区的研究相对较少[9]。

江西省作为一个拥有丰富自然景观和重要革命历史遗迹的大省,为旅游业的蓬勃发展提供了宝贵资源。然而,尽管资源丰富,江西省的旅游业,尤其是入境旅游,与其潜力相比发展不够协调。这意味着对江西省入境旅游消费特点和趋势的深入研究对于该地区的旅游开发和经济增长至关重要[10]。在这一背景下,研究江西省入境旅游消费的变化特征和趋势不仅具有重要的现实意义,而且可以帮助更好地利用江西省的丰富旅游资源,探究旅游消费的影响因素[11],从而实现旅游业的可持续发展。因此,本研究将定量分析江西省入境旅游消费结构的时间变化,以期促进江西省入境旅游市场的转型和发展提供有数据

支撑合理化建议。本文首先分析了江西省旅游资源和入境旅游发展的基本特征, 其次使用消费结构指数和消费结构变动度两个评价指标来评估其合理性, 最后根据江西省入境旅游消费特征的数据结果提出了相关建议。

2. 研究方法及数据来源

2.1. 研究方法

2.1.1. 消费结构指数

旅游消费结构指数是通过比较非基本消费与基本消费在旅游支出中所占的比例, 来衡量旅游消费结构的复杂程度[12]。如果旅游结构指数较高, 说明非基本旅游消费在总支出中所占比重较大, 这意味着旅游消费结构更加多元和合理; 相反, 较低的指数则反映出相对较高的基本消费比例。若旅游消费结构指数为 P , 则:

$$P = a/b \times 100\% \quad (1)$$

式中: a 为非基本消费结构比重; b 为基本消费结构比重。

2.1.2. 消费结构变动度

旅游消费结构变动度是一种综合指标, 用以评估某一旅游消费项目在特定时期内的构成变化情况。[13]数值越大, 则该旅游消费项目的结构变动幅度越大。具体公式如下:

$$D = |X1i - X0i| \quad (2)$$

式中: D 为旅游消费结构变动值; $X1i$ 表示期末第 i 类消费占总消费额的百分比; $X0i$ 表示期初第 i 类消费占总消费额的百分比。

2.2. 数据来源

本研究所采用的基础数据 2009~2019 年间江西省入境旅游人数及总收入变化、入境旅游消费额变化数据来源于《江西统计年鉴》(2010~2020 年)。江西省入境旅游人数及总收入的增长率变化、入境旅游消费额比重变化等数据在前述数据基础上利用公式整理计算所得[14]。

3. 结果分析

3.1. 江西省入境旅游消费总体特征

近年来, 江西省的入境旅游市场发展迅猛, 已经崭露头角, 成为当地旅游经济的新亮点。这一趋势不仅受益于中国经济持续增长, 还得益于对中华优秀传统文化的广泛宣传和推广。随着中国经济的不断壮大, 入境旅游在江西省表现出强劲的增长势头, 入境游客数量和旅游外汇收入都呈现了显著的上升趋势, 为该地区的经济繁荣做出了重要贡献。

2009~2019 年江西省入境旅游人数及总收入的相关数据如表 1 所示, 分析可得, 江西省入境旅游人数和总收入呈现逐年上升的趋势, 十年间, 旅游人数从 96.4 万激增至 191.17 万, 翻 1.98 倍; 旅游总收入从 28,975 万美元增至 86,538 万美元, 翻 2.99 倍。说明江西省入境旅游获得了较为稳定且快速的发展。

对如图 1 所示的入境旅游人数及总收入的增长率进行探究, 分析可得: 江西省入境旅游人数及总收入的增长率曲线呈现相同的变化趋势, 波动幅度较大, 超过 30%。其中 2014 年旅游人数增长率首次出现负值, 整体呈现先下降后上升再下降的趋势, 说明江西省入境旅游发展不稳定。

江西省入境旅游人数的增长率总体大于 5%, 整体呈现先下降后上升的趋势, 其中唯有 2014 年旅游人数增长率为负, 可能受节假日中国热门景区的人满为患的影响不仅妨碍了游客欣赏风景, 而且也必然

影响了住宿、餐饮等方面的服务质量。其次国际金融危机的发生, 国际经济增长的放缓, 导致外国游客收入减少或者对收入增长预期的下降。另一方面, 江西省的入境旅游总收入增长率基本保持在 6% 以上, 但在 2014 年和 2015 年分别降至 2% 和 3%。总体而言, 江西省入境旅游发展速度较快但存在较大波动, 受国内外经济环境影响较为明显。

Table 1. Changes in the number of inbound tourists and total income in Jiangxi Province from 2009 to 2019
表 1. 2009~2019 年江西省入境旅游人数及总收入变化

年份	旅游人数/人次	旅游外汇总收入/万美元
2009	964,299	28,975
2010	1,140,792	34,630
2011	1,358,265	41,500
2012	1,561,793	48,473
2013	1,636,100	52,508
2014	1,716,759	55,687
2015	1,552,833	56,700
2016	1,648,342	58,454
2017	1,746,871	62,992
2018	1,917,812	74,538
2019	1,911,659	86,538

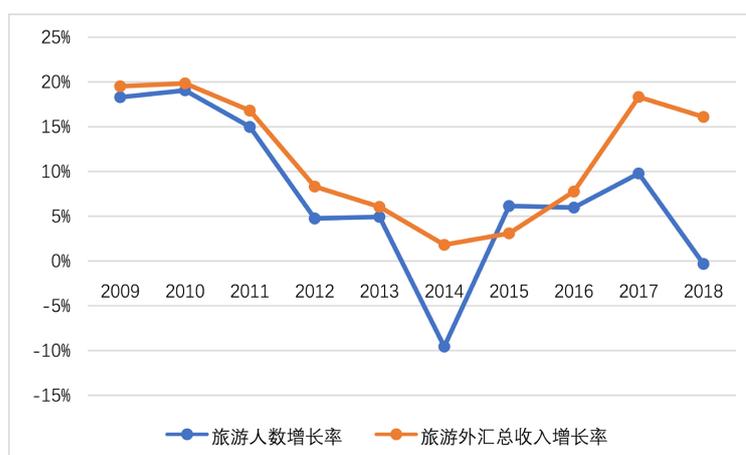


Figure 1. Changes in the growth rate of inbound tourists and total income in Jiangxi Province from 2009 to 2019
图 1. 2009~2019 年江西省入境旅游人数及总收入增长率变化

3.2. 江西省入境旅游消费额及比重变化趋势

入境旅游的消费结构是指入境游客在旅游过程中的支出构成要素主体与总消费支出的比例关系。这一结构比例可反映出入境游客的生活消费质量以及支出构成的内在合理性。旅游消费可以划分为基本旅游消费和非基本旅游消费两个主要类别。基本旅游消费包括与旅行相关的基本需求, 例如住宿、餐饮、交通、景点游览等。而非基本旅游消费则包括额外的支出项目, 如旅游购物、娱乐、邮电通讯等。通过

了解这些支出项目的比例关系, 可以更好地理解入境游客的消费行为和旅游消费结构的特点。

旅游消费结构是评估一个国家或地区旅游业发展水平或游客来源地的经济发展水平的重要评价指标。一般而言, 一个国家或地区的旅游业发展水平与入境旅游的基本旅游消费结构成反比例关系, 可反映不同地区旅游消费的特点和发展水平。江西省入境旅游消费额变化 2009 年~2019 年如表 2 所示。

分析江西省 2009~2019 年入境旅游消费额变化(如图 2 所示)可得出, 人均消费额大致呈持续上升态势, 从 2009 年的人均消费 300.5 美元到 2019 年 452.7 美元, 说明江西省入境游客消费金额水平不断提高, 旅游业发展水平及吸引力均提高, 旅游供需匹配度增强。

对江西省 2009~2019 年入境旅游各项旅游消费项目比重变化趋势(如图 2、图 3 所示)进行分析发现:

1) 长途交通在总体上呈下降趋势, 尤其是在 2018 年出现了明显的下降, 但它一直在旅游消费中占据前三位, 大多数年份甚至位居榜首, 所占比重相当大。与此相对比, 市内交通所占比重较小, 且没有显著变化, 这表明入境游客的旅游范围较为有限, 并且传统的旅游模式仍然占主导地位。

2) 餐饮和住宿消费在入境旅游消费中所占的份额呈现出相似的演变趋势, 总体上均在逐渐增加。近两年来, 它们的排名维持不变, 依然是入境旅游消费的主要构成部分, 占据相当大的份额。

3) 游客在景区游览的消费比重总体上呈现波动状态, 近三年有轻微上升趋势。

4) 十年间, 娱乐消费比重略微下降。整体而言, 娱乐消费在整个旅游消费中所占比重相对较小, 最高消费占比仅为 14.8%。这表明江西省的旅游景区在吸引游客进行娱乐消费方面还有改进的空间。

5) 购物消费比重一直高于 56.2%, 呈现波动上升趋势, 这表明入境游客在购物方面的消费相对较高, 但存在一定的不稳定性。

6) 邮电通讯消费比重非常低, 近年来呈下降趋势, 趋近于零。这反映出入境游客在邮电通讯方面的支出相对较少, 且呈逐渐减少的趋势。

Table 2. Changes in inbound tourism consumption in Jiangxi Province from 2009 to 2019

表 2. 2009~2019 年江西省入境旅游消费额变化

消费项目	年份										
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
长途交通	7476	11,324	14,899	15,463	16,803	18,042	20,374	21,043	20,661	10,137	9865
游览	1420	1281	1992	3296	3255	3230	2204	2280	2646	5814	7442
住宿	3361	3498	3984	4460	5828	5624	5617	6138	7244	13,566	14,365
餐饮	2579	3047	2532	2908	4201	4344	3938	4326	5102	14,535	16,875
娱乐	1999	2009	1411	2521	2363	2951	2025	2104	2079	3205	4673
购物	7591	9281	12,409	13,427	13,705	16,316	16,272	15,841	18,268	19,827	25,875
邮电通讯	666	623	871	969	1470	1225	1191	1159	1134	596	173
市内交通	638	693	705	921	1050	1281	1235	1344	1323	522	260
其他	3245	2874	2697	4508	3833	2673	3844	4209	4535	6336	7010
人均消费 (美元/人)	300.5	303.6	305.5	310.4	320.9	324.4	365.1	354.6	360.6	388.7	452.7
合计	28,975	34,630	41,500	48,373	52,508	55,687	56,700	58,454	62,992	74,538	86,538

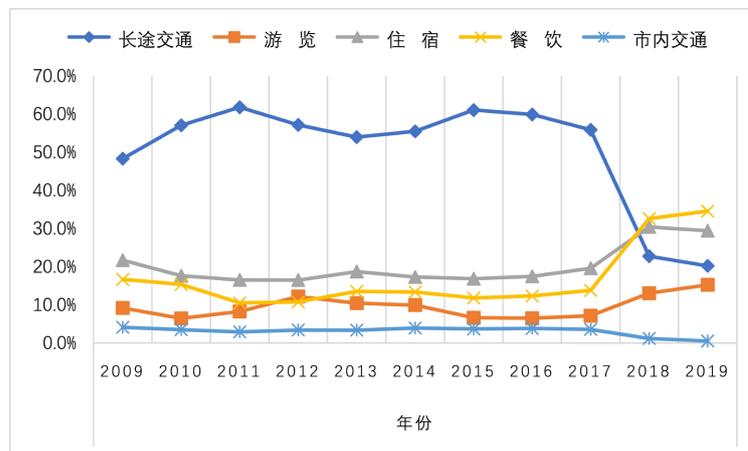


Figure 2. Changes in the proportion of basic consumption structure of inbound tourism in Jiangxi Province from 2009 to 2019

图 2. 2009~2019 年江西省入境旅游基本消费结构比重变化

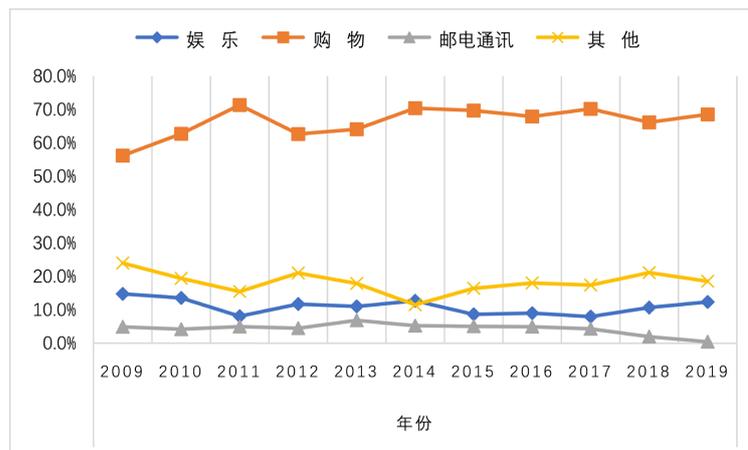


Figure 3. Changes in the proportion of non basic consumption structure of inbound tourism in Jiangxi Province from 2009 to 2019

图 3. 2009~2019 年江西省入境旅游非基本消费结构比重变化

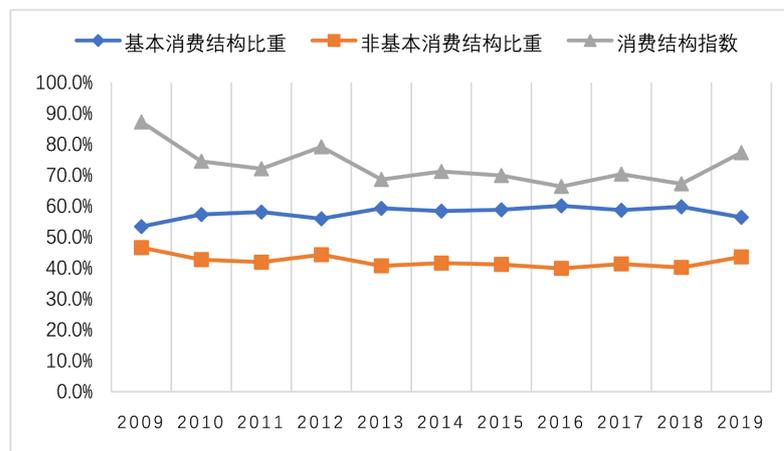


Figure 4. Consumption Structure Index of Inbound Tourism in Jiangxi Province from 2009 to 2019

图 4. 2009~2019 年江西省入境旅游消费结构指数

对 2009~2019 年江西省入境旅游消费结构指数(图 4)进行分析发现,江西省入境旅游的基本消费结构而非基本消费结构比重呈现出相似的变化趋势,波动幅度较小,变化不明显,但消费结构指数则呈波动下降的趋势。江西省入境旅游的非基本消费结构指数的最低点达到了 66.4%,远高于国际公认的最低警戒线 30%。这表明江西省入境旅游的消费结构属于相对高水平。因此,我们应该继续保持这种消费结构,致力于完善以旅游为平台的多元化旅游产业结构,并积极推动全域旅游的发展。

3.3. 江西省入境旅游消费结构变动度分析

通过对 2009 年至 2019 年江西省入境旅游消费结构的变动度进行分析(如表 3 所示),发现在这段时间内,2015 年至 2016 年和 2016 年至 2017 年的旅游消费结构变动度相对较低,均未超过 15%。这表明在这两年期间,江西省的各项旅游消费保持相对稳定。然而,2017 年至 2018 年的结构变动度最高,达到了 83.9%,暗示着在 2017 年江西省的旅游消费结构发生了较大幅度的变化,尤其是在长途交通、餐饮和住宿方面发生了显著变化。

总体来看,从 2009 年到 2019 年,旅游消费结构发生较大变动的几个项目分别是长途交通、餐饮和购物,它们的消费结构变动度分别为 28.1%、17.9%和 12.4%。而其他项目的变动度均低于 10%。

Table 3. Changes in the consumption structure of inbound tourism in Jiangxi Province from 2009 to 2019

表 3. 2009~2019 年江西省入境旅游消费结构变动度

消费项目	年份										
	2009~ 2010	2010~ 2011	2011~ 2012	2012~ 2013	2013~ 2014	2014~ 2015	2015~ 2016	2016~ 2017	2017~ 2018	2018~ 2019	2009~ 2019
长途交通	8.8	4.7	4.6	3.2	1.5	5.6	1.2	4.0	33.1	2.5	28.1
游览	2.7	1.8	3.9	1.7	0.5	3.3	0.1	0.7	5.9	2.2	6.1
住宿	4.1	1.1	0.0	2.2	1.4	0.5	0.6	2.1	10.8	1.0	7.7
餐饮	1.3	4.9	0.3	2.7	0.1	1.6	0.5	1.5	18.8	2.0	17.9
市内交通	0.6	0.6	0.5	0.0	0.6	0.2	0.1	0.2	2.4	0.6	3.6
娱乐	1.2	5.5	3.7	0.7	1.7	4.1	0.3	1.0	2.7	1.7	2.4
购物	6.5	8.6	8.7	1.5	6.3	0.7	1.8	2.3	4.0	2.4	12.4
邮电通讯	0.7	0.8	0.5	2.4	1.6	0.2	0.1	0.6	2.4	1.5	4.5
其他	4.6	3.9	5.5	3.1	6.4	4.9	1.6	0.6	3.7	2.6	5.5
结构变动度	30.6	31.9	27.7	17.6	20.1	21.0	6.4	13.1	83.9	16.5	88.1

4. 结论与建议

4.1. 结论

根据消费结构指数和消费结构变动度的数据,对江西省 2009 年至 2019 年的入境旅游消费结构进行了分析,结果如下。

1) 江西省入境旅游消费总体表现出逐渐减缓的增长趋势,入境游客人数、总收入以及人均消费等绝对值数量呈现年度递增状态,但增幅均逐渐减弱。

2) 江西省的入境旅游消费结构相对来说较为合理,非基本消费的占比适中,明显高于国际公认的安全线(30%)。在基本消费结构方面,游客的支出主要聚焦在食、住、行、游。而非基本消费结构则主要以购物为主导。

3) 购物消费的波动对整体结构的变动产生显著影响, 突显了购物在江西省的旅游消费中的关键地位, 对促进整体消费具有积极作用。这一趋势也表明购物在江西旅游经济中的潜力和重要性。

4.2. 建议

4.2.1. 积极开拓市场, 因国施策, 开发适应不同市场需求的新旅游产品

亚洲市场一直是中国入境旅游的传统市场, 江西省应当充分发挥其地理优势, 积极进行文化宣传和品牌推广, 同时继续提供签证优惠、举办旅游节活动、加强宣传旅游产品, 以及根据各国的兴趣和习惯开发多样化的旅游产品, 努力拓展亚洲市场。尽管欧美市场规模相对较小, 但消费能力强, 因此在江西省的旅游市场中不可忽视。为了开发这一市场的潜力, 需要不断加大广告宣传、品牌推广、活动策划, 以及提供更多独特的旅游体验。此外, 需要深入了解欧美消费者的习惯、饮食和文化特点, 以便开发适应这一市场需求的新旅游产品。这种融合将有助于满足不同市场的需求, 吸引更多欧美游客前来江西旅游。

4.2.2. 加强旅游及市场营销人才培养, 提高对外开拓能力

在知识经济时代, 人才成为决定竞争力的关键因素。江西省如果希望成功开拓入境游客市场, 就必须加强旅游人才的培养和发展。江西需要培养专业的市场营销人员, 他们能够深入了解不同市场的需求, 制定精准的市场营销策略, 并有效地传达江西的旅游品牌形象。这需要不断提高他们的市场分析能力和创新意识。由于涉及国际旅游市场, 江西需要拥有精通国际事务和多国语言能力的人才。这些人才能够处理国际合作、国际营销和与国际客户的沟通, 为江西省的旅游业与国际市场进行有效互动。高效的旅游经营管理对于江西的旅游业至关重要。培养管理人员, 提高他们的领导力、创新和危机管理能力, 有助于提高整个旅游业的综合素质。通过加强旅游人才的培训和发展, 江西不仅可以提高旅游从业人员的专业素养, 还能增强其开拓市场的能力和水平。这将为江西的旅游业在激烈的国际竞争中提供有力的竞争优势。

4.2.3. 针对细分市场, 积极利用现代网络信息技术营销方法

针对不同的客源市场, 应当全面利用各种媒体尤其是新媒体, 加大力度稳定并拓展东北亚、东南亚市场, 充分发展欧美非等海外市场。根据不同国家和地区的兴趣和习俗, 开发新的旅游产品, 以满足不同市场的需求。

选择多种营销方法, 利用现代网络信息优势, 扩大“江西风景独好”品牌影响力, 以吸引更多游客。积极利用现代网络信息技术, 如社交媒体、微博等, 进行城市形象的传播和推广, 突出形象中的动感和活力, 突出新江西的新意, 拓展客源市场。

参考文献

- [1] 杨玉英, 刘辉, 闫静. 中国入境旅游演变特征及发展策略[J]. 宏观经济研究, 2019(7): 127-135.
- [2] 童昀, 马勇, 刘军. 入境旅游提升了城市绿色全要素生产率吗?——基于非线性视角[J]. 旅游学刊, 2021, 36(9): 120-133.
- [3] 张辉, 厉新建. 旅游经济学原理[M]. 北京: 高等教育出版社, 2004: 2-6.
- [4] Sheldon, P.J. and Cooper, C. (1990) A Review of Tourism Expenditure Research. *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management*, 2, 28-49.
- [5] Frechtling, D.C., Tyrell, T.J. and Johnston, R.J. (2006) An Assessment of Visitor Expenditure Methods and Models. *Journal of Travel Research*, 45, 26-35. <https://doi.org/10.1177/0047287506288877>
- [6] 谢彦君, 于佳, 杨昆. 旅游消费的情境化取向: 旅游飞地效应与景区消费恐惧——以海口骑楼老街片区中山路景观街区为例[J]. 陕西师范大学学报(自然科学版), 2020, 48(4): 56-70.

- [7] 刘佳, 张洪香. 山东省旅游消费增长差异时空演化特征与影响因素[J]. 华东经济管理, 2017, 31(5): 12-18.
- [8] 王钦安, 孙根年. 内蒙古入境旅游消费结构变化及其对国民消费的贡献[J]. 地域研究与开发, 2016, 35(5): 94-99.
- [9] 武亚群, 延军平, 张平, 等. 山西省入境旅游消费结构的时序变化及结构变动度分析[J]. 河南科学, 2017, 35(7): 1181-1188.
- [10] 肖黎明, 于翠凤. 中国绿色文旅融合发展的时空特征及影响因素分析[J]. 生态经济, 2021, 37(8): 118-125.
- [11] 乔花芳, 高茜茜, 谢双玉, 等. 长江经济带旅游经济的时空分异及影响因素研究[J]. 华中师范大学学报(自然科学版), 2019, 53(5): 735-744, 754.
- [12] 刘民坤, 蒋丽玲. 旅游业对经济增长的贡献研究评述[J]. 旅游学刊, 2017, 32(4): 33-42.
- [13] 李贝贝, 孙京京, 张娴, 等. 入境游客旅游消费结构变化的实证分析及其对国民消费的贡献——以安徽省为例[J]. 山西师范大学学报(自然科学版), 2022, 36(1): 121-128.
- [14] 江西省统计局. 江西统计年鉴(2010-2020) [EB/OL]. <http://tjj.jiangxi.gov.cn/col/col38595/>, 2023-10-08.