

行政院國家科學委員會專題研究計畫 成果報告

東亞地區國際旅遊競爭力影響因素之探討 研究成果報告(精簡版)

計畫類別：個別型
計畫編號：NSC 97-2410-H-004-021-
執行期間：97年08月01日至98年07月31日
執行單位：國立政治大學經濟學系

計畫主持人：王國樑

計畫參與人員：碩士班研究生-兼任助理人員：楊承翰
博士班研究生-兼任助理人員：陳麗雪

處理方式：本計畫可公開查詢

中華民國 98 年 11 月 23 日

行政院國家科學委員會補助專題研究計畫成果報告

東亞地區國際旅遊競爭力影響因素之探討

計畫編號：NSC 97-2410-H-004-021-

執行期間：2008 年 08 月 01 日至 2009 年 07 月 31 日

計畫主持人：王國樑 執行單位：國立政治大學經濟學系

中文摘要

隨著各國國民所得的提升，消費者日漸重視休閒，為全球旅遊業的發展帶來無限商機，各國政府乃極盡所能地想提昇其國際旅遊競爭力。因此，本文以兩階段消費決策模型為立論基礎，利用 1981-2004 年國際旅遊統計資料，透過 3SLS 迴歸分析，探討東亞九個經濟體(台灣、香港、印尼、馬來西亞、菲律賓、新加坡、泰國、中國及韓國)在國際旅遊市場之相對競爭力及其影響因素。結果發現：(一) 相對價格的影響視遊客的旅遊目的而有所差異。(二) 相對匯率的影響則視遊客的旅遊支出係以來源國貨幣或目的國貨幣支付而有所不同。(三) 供給面變數對不同來源國及不同目的國確有影響，但可能與預期方向相反。

關鍵字：金融危機、霾害、國際旅遊競爭力、三階段最小平方法

Abstract

Using the 1981-2004 international-tourism-related data of nine Eastern Asian economies, an empirical analysis by 3SLS has been performed. The major

findings are: (1) the relative price effect depends critically on the purposes of visit and the patterns of travel; (2) the exchange rate effect depends on whether the tourism expenditures in the destinations are priced in terms of local currencies or currency in the origin country; (3) supply-side factors indeed could have decisive influences on the market share. However, their effects appear to be origin- and destination-dependent.

Keywords: Financial Crisis, Haze Impact, Competitiveness of International Tourism, 3SLS

壹、緒論

依據世界觀光組織之統計資料，自 1981 至 2004 年期間，全球觀光人數從 6.2 億人次增加至 15.3 億人次，而到訪亞洲的比例更是逐年攀升，在 2004 年一度高達 27.3%，僅次於歐洲。相較於 2000 年，成長幅度達 31%。而整個東亞到訪觀光人次自 1990 年的 12.84%，至 2004 年更是達 23.92% 的成

長幅度。WTO 更預測至 2020 年，全球觀光人數將達 16.02 億人次，其中亞洲及太平洋地區觀光人次可望達 3.97 億人次，佔全球市場的 24.78%。

根據世界觀光旅遊委員會推估，2000 年全球觀光產業規模約占全世界 GDP 的 10.8%，相當於 3.58 兆美元，並預估至 2010 年止，全球觀光產業的規模將達全世界 GDP 的 11.6%，相當於 6.59 兆美元。2000 年全球觀光產業從業人口約有 1.92 億人，約占總體就業人口之十二分之一，並預估至 2010 年止，觀光產業將再創造 5,941 萬人的工作機會，使全球觀光產業就業人口數達至 2.53 億人。各國透過「國際觀光」所得之外匯亦是年年增加，以台灣為例，1990 年的觀光收益為 10.7 億美元，至 2005 年已達 49.77 億美元，而中國觀光收益的成長更是驚人，至 2005 年已達 292 億美元。世界旅遊組織的統計資料更顯示，觀光產業將為各國財政來源帶來更豐厚的收入。

在 1981 至 2004 年期間，東亞九國在國際觀光上皆有出色的表現(請參見圖 2、3)，但不同經濟體的相對競爭力卻有消長的情形(請參見圖 4)，以美國與日本兩大來源國為例(請參見圖 5、6)，香港在美、日市場皆占有極大比例，但卻逐年遞減；中國以其多方優勢吸引對中華文化有興趣的外國旅客，2004 年所占比例已超越香港；韓國以其在娛樂文化上的優勢，逐漸吸引美、日旅客；而台灣則是在美國市場失去優勢，競爭力逐年消退；反觀東南亞國家，則因長期投入「旅遊景點」形象的塑造，仍維持以往的水準，不至於因中國的崛起，而流失過多國

際旅客。因此，近年來，各國政府對觀光產業的發展日漸重視，紛紛提出各種激勵政策以提昇其國際旅遊競爭力。

傳統上，消費者需求理論一直被廣泛應用在各類經濟研究中，旅遊需求相關研究亦主要採用此理論。在實證模型上，單一方程式(single equation)與聯立方程式(simultaneous equations)等兩取向(approaches)常被用以建構旅遊需求模型。單一方程式取向基本上以旅遊支出或到訪旅客人數衡量旅遊需求，並假設影響需求的因素為所得水率、相對物價、相對匯率、交通費用、治安(社會穩定)問題、或盛大的運動賽事等，此一取向雖可專注於事件的影響力，但詳盡程度卻有限(Eadington & Redman, 1991)。於是，Deaton & Muellbauer (1980)企圖以 AIDS (almost ideal demand system)所推行之聯立方程式模型取而代之。此模型假設消費者先決定將多少所得用於國外旅遊，再針對某一目的地，估計其(佔預算的)比例對於種種影響因素變動的敏感程度。此一聯立方程式研究取向雖然較符合本文之研究需求，但在資料的蒐集上卻有其困難度，目前各國在旅遊費用方面的統計工作尚未有完整的資料庫，除了資料年數有限外，更多情況是由「估計」所得，實證結果的可靠性並不如到訪人數(Moshirian, 1993)。因此，本文參考 Tsai & Wang (1998)與 Wang & Wu (2002)的理論模型，企圖建構一個較嚴謹的替代模型以克服上述瓶頸，並參考 Moshirian (1993)、Crouch & Shaw (1990)、Martin & Witt (1987)、White (1985)與 O'Hagan & Harrison (1984)的

作法，建立一個較完整實證模型。最後，依據 1981-2004 年東亞九經濟體國際觀光旅遊競資料，分別估計與探討各經濟體國際旅遊競爭力的影響因素。

本文共分為五節，除緒論之外，第二節為理論模型的建立，第三節為資料說明及實證模型，第四節為實證分析結果，最後一節則為結論與建議。

貳、理論模型建立

就經濟理論而言，探討對國際旅遊的需求因素，主要從消費者需求理論出發，實證分析主要有兩種方法可將國際旅遊之需求因素以模型進行分析，分別為：單一方程最小平方法 (ordinary least square, 簡稱 OLS) 與聯立方程式估計。單一方程 OLS 主要將旅遊支出／收入或旅遊觀光客人數設定為被解釋變數，而以遊客的所得、國與國之間的相對匯率、相對物價、兩地的交通成本及其他供給面因素，(如，目的國之政治局勢、治安問題、自然災害、或有無主要運動活動及對觀光客來源國之行銷等策略因素) 作為解釋變數。然而，Eadington & Redman (1991) 指出，單一方程 OLS 雖然提供研究國際旅遊需求頗為實用的方法，但就其所能涵蓋的研究範圍仍是受限。因此，許多學者已改以聯立方程式模型進行國際旅遊之研究，其中，以 Deaton & Muellbauer (1980) 的 AIDS 模型為代表；此模型假設經濟個體決定花多少所得在國際旅遊，並嘗試估計當各國國際旅遊目的國之間相對物價及所得發生改變時，各目的國國際旅遊觀光市場佔有率之變化。因此，聯

立方程估計方法相當適合研究各經濟體在國際旅遊相對競爭力之研究；然而，該研究方法所需之旅遊支出(包括台灣、香港、中國、韓國及東南亞五國)資料無法確切獲得，僅部分國家有相關資料，且資料筆數有限，以致於上述模型無法使用；但根據 Tsai & Wang (1998) 之模型，則可克服此困難。

一般而言，一經濟個體在做旅遊決策時至少可能有三個階段以上。在第一階段，在有限的貨幣所得、其他限制(如，假期、往來兩地的交通成本等)及效用最大化假設下，經濟個體一開始選擇的支出項目上包括「旅遊」這個項目；在第二階段，則是考慮國內或國外旅遊；而第三階段可能是決定到北美、南美、西歐、東歐、非洲，或者是亞洲地區；最後，如果決定到亞洲地區，則選擇某一特定國家或區域來旅遊。

基於簡化理由，上述決策過程可縮減成一個兩階段決策模型如下：

一、第 i 來源國的經濟個體 l 之效用函數，可由兩項財貨所構成——「至東亞地區九個經濟體(簡稱國外)旅遊財貨與勞務」 t_{li} 與「其他商品財貨」 x_{li} 來表示如下¹：

$$u_{li} = u_{li}(t_{li}, x_{li}), \quad (1)$$
$$l = 1, 2, \dots, L_i, \quad i = 1, 2, \dots, I,$$

$$t_{li} = (t_{li}^1, t_{li}^2, \dots, t_{li}^{K_i})$$

$$x_{li} = (x_{li}^1, x_{li}^2, \dots, x_{li}^{M_i})$$

¹ 本文為探討各目的國之間的相對競爭力之比較，因此，國內旅遊包含於 x_{li} 。

其中， I 、 L_i 、 K_i 分別為來源國總數、第 i 來源國經濟個體總數及旅遊目的國總數。定義 t_{li} 之外生價格向量函數為 $p_i = (p_i^1, p_i^2, \dots, p_i^{K_i})$ ； x_{li} 之外生價格向量函數為 $q_i = (q_i^1, q_i^2, \dots, q_i^{M_i})$ 。且經濟個體之所得為 Y_{li} ，則經濟個體 l 之效用極大化可寫成：

$$\begin{aligned} \max u_{li} &= u_{li}(t_{li}, x_{li}), \\ \text{s. t. } p_i \cdot t_{li} + q_i \cdot x_{li} &= Y_{li} \end{aligned} \quad (2)$$

二、由於為了描述旅遊目的國之相對競爭力，因此，觀光客在各地的「消費支出相對比例」是一重要指標；然而「相對比例」的函數型態以各國所提供的旅遊財貨與勞務之個別價格較觀光客至該地區願意支出的總金額為佳。進一步可做下列假設：

(1) 若國外旅遊財貨相對於其他財貨為「弱可分性」的(weakly separable)，則可形成獨立的「國外旅遊財貨與勞務」的「次效用函數」(subutility function)— $v_{li}(t_{li})$

$$u_{li}(t_{li}, x_{li}) = u_{li}(v_{li}(t_{li}), x_{li}), \quad (3)$$

(2) 若再假設此次效用函數 $v_{li}(t_{li})$ 為齊序(homothetic)，則觀光客對兩種財貨商品，可進行彼此獨立的二階段消費決策。第一階段藉由最適化的過程選擇最適的 v_{li} 與 x_{li} ，同時決定了最適的「所有國外旅遊財貨與勞務」支出水準 $Y_{li}^t = rv_{li}$ ；第二階段則決定至「各個旅遊目的地國財

貨與勞務」最適量 t_{li}^k 。因此，第二階段為解下列最適量 t_{li}^k 之問題²：

$$\max v_{li}(t_{li}), \quad (4)$$

$$\text{s. t. } p_i \cdot t_{li} = Y_{li}^t$$

$$t_{li}^k = Y_{li}^t b_{li}^k(p_i) \quad (5)$$

其中， p_i ：代表對應於各國 t_{li}^k 旅遊財貨的外生價格； t_{li}^k ：代表第 i 來源國的 l 經濟個體至 k 國「旅遊財貨與勞務」的最適量； Y_{li}^t ：代表第 i 來源國的 l 經濟個體至 k 國「旅遊財貨與勞務」的最適支出； b_{li}^k ：代表第 i 來源國的 l 經濟個體至 k 國的最適支出佔「國外旅遊財貨與勞務」的最適支出的比例。

三、假設一國消費者的偏好皆是完全相同的，且經濟個體可「無限制的分割」。將第 i 國所有消費者加總起來，則最適消費支出比例 β_i^k 將變成 i 國至 k 國佔 i 國觀光客至東亞地區的比例。將上式兩邊同乘 $\sum_k p_i^k$ ，且已知

$$\sum_k p_i^k \sum_l t_{li}^k = \sum_l Y_{li}^t,$$

$$\text{故 } \sum_k p_i^k b_{li}^k = 1 \quad (6)$$

² 齊序的假設，理論上須滿足經濟個體所有目的地國旅遊財貨與勞務。一旦經濟個體只消費一目的地國之旅遊財貨，則此假設就不適用；然而在兩階段決策中，此條件為充分而非必要條件，因此，此假設可簡化效用極大化過程且被廣泛地接受(Varian, 1992)。

$$\beta_i^k(p_i) = \frac{p_i^k b_i^k(p_i)}{\sum_{j=1}^{K_i} p_i^j b_i^j}, \quad (7)$$

$$\sum_k \beta_i^k = 1.$$

β_i^k 表示至目的地 k 國比例相對至整個地區的變動指標；若 β_i^k 提高則表示 k 國之競爭力相對上升；反之，則相對下降。

四、關心相對競爭力之變化同時，我們對於影響 β_i^k 之所有因素亦感興趣。因此，引進 α_i 表示偏好的改變，則 $\beta_i^k(p_i)$ 可改為 $\beta_i^k(p_i, \alpha_i)$ ；除了時間過程之偏好變化， α_i 可解釋為供給面因素所造成的改變，如提昇旅遊觀光客成長政策、廣告活動及政治事件等。於是， $\beta_i^k(p_i, \alpha_i)$ 可改寫為 $\beta_i^k(p_i, \alpha_i(T, z))$ ，其中， T 代表時間偏好； Z 表示供給面因素之向量。由於 β_i^k 對於 p_i 為零階齊次函數，所以，式(7)藉由各基期所計算之成長率可表示為

$$G\beta_i^k = \sum_{j \neq k}^{K_i} \theta_{ij}^k (Gp_i^j - Gp_i^k) + \varepsilon_i^k GT + \sum_n \eta_{in}^k Gz_n \quad (8)$$

其中， $Gx = (x - x^0)/x^0$ ， $x = \beta_i^k, p_i^j, T, z_n, x^0$ 為基期之 x ；

$$\theta_{ij}^k = \frac{\partial \beta_i^k}{\partial p_i^j} \frac{p_i^{j0}}{\beta_i^{k0}};$$

$$\varepsilon_i^k = \frac{\partial \beta_i^k}{\partial T} \frac{T^0}{\beta_i^{k0}};$$

$$\eta_{in}^k = \frac{\partial \beta_i^k}{\partial z_n} \frac{z_n^0}{\beta_i^{k0}} \quad (3).$$

由於價格 p_i^j 是以第 i 來源國貨幣表示，而觀光客一般支付旅遊費用是以旅遊目的地國貨幣，因此，必須知道旅遊目的地國與來源國之間的匯率以求算 p_i^j 。假設旅遊財貨在第 j 個目的地的價格為 p_i^{*j} ，而匯率為 E_i^j ，則可得 $p_i^{*j} \cdot E_i^j = p_i^j$ 。進一步對上式取對數再微分，可獲得下列式子：

$$(Gp_i^{*j} - Gp_i^{*k}) + (GE_i^j - GE_i^k) = Gp_i^j - Gp_i^k \quad (9)$$

其中， Gx 表示變數 x 的變動率，且上式顯示出對於第 i 來源國之觀光客其旅遊於第 j 個目的地國所產生的成本變動，主要來自兩方面：其一為目的地國家旅遊財貨價格之變化，另一為匯率變動。

五、進一步將第式(9)代入式(8)。然而就國際旅遊文化而言，觀光客較容易掌握世界各國匯率變動，但較無法精確獲悉旅遊目的國家之物價；這也顯示出觀光客傾向於對匯率變動較敏感而非旅遊財貨之價格 (Artus, 1972; Truett and Truett, 1987; Crouch, 1992; Moshirion 1993)。因此，在某些情況下，應將匯率變動這變數從這模型中獨立出，則式(8)可得：

³ β_i^k 成長率之推導，利用全微分

$$db_i^k = \frac{\partial b_i^k}{\partial p_i^1} dp_i^1 + \frac{\partial b_i^k}{\partial p_i^2} dp_i^2 + \dots + \frac{\partial b_i^k}{\partial p_i^k} dp_i^k$$

及 $\sum_k p_i^k b_i^k = 1$ ，可得(8)式。

$$G\beta_i^k = \sum_{j \neq k}^{K_i} \theta_{ij}^k (Gp_i^{*j} - Gp_i^{*k}) + \sum_{j \neq k}^{K_i} \zeta_{ij}^k (GE_i^j - GE_i^k). \quad (10)$$

$$+ \varepsilon_i^k GT + \sum_n \eta_{in}^k GZ_n$$

本文將以式(10)為實證架構，探討東亞地區經濟體之國際旅遊競爭力的影響因素。

參、資料說明與實證模型

本文所利用之資料涵蓋期間從1981到2004年，共24年，遠高於Crouch & Shaw (1990)的13年，也超過Tsai & Wang (1998)與Wang & Wu (2002)的22年。且在討論目的國之時，將中國與韓國之影響納入考量，使東亞地區國家旅遊競爭力之比較更趨完善。

一、樣本

本文主要的目的在比較東亞九國在國際觀光旅遊之相對競爭力，故必須審慎選擇來源國，考慮到來源國必須占各目的國訪客前十大之一，且剔除研究樣本之經濟體為其他經濟體來源國，故以美國、日本為來源國之代表。

由於不同來源國或目的國之間可能存在特殊的文化或政經關係，針對經濟體與經濟體之間的關連性、資料的完整度及目的國間的替代／互補性，本文亦對樣本(不同目的國)做取捨。基本上，各來源國第一組樣本中

皆包括九個經濟體，其後的樣本組合則依據各目的國統計資料的多寡，及各經濟體之間的人文發展、歷史背景，及往來交通便利與否等因素作區隔。就美國、日本觀光客到台灣、香港、新加坡、中國，樣本2剔除馬來西亞，因為其統計資料不甚完全；樣本3則剔除印尼、馬來西亞、菲律賓及韓國；樣本4再剔除泰國。就美國、日本觀光客到印尼，樣本2剔除菲律賓；樣本3保留印尼、馬來西亞、新加坡、泰國；樣本4只留存印尼、馬來西亞及新加坡。就美國、日本觀光客至馬來西亞，樣本2剔除台灣；樣本3包括香港、印尼、馬來西亞、新加坡；樣本4僅包括香港、馬來西亞及新加坡。就美國、日本觀光客至菲律賓，樣本2剔除馬來西亞；樣本3包含台灣、香港、菲律賓、新加坡及中國；樣本4只存在台灣、香港、菲律賓與中國。就美國、日本觀光客至泰國，樣本2剔除菲律賓；樣本3包含印尼、馬來西亞、泰國；樣本4則包括台灣、香港、泰國。就美國、日本觀光客至韓國，樣本2剔除馬來西亞；樣本3包括台灣、香港、新加坡、中國與韓國；樣本4只包括台灣、香港、中國與韓國(請參見表1)。

二、變數

(一) 被解釋變數

承接第二節的理論模型，被解釋變數— β_i^k 為第*i*來源國對第*k*目的國旅遊支出佔其對所有目的國旅遊支出，但這類資料庫的建構興起於近幾年，除了期數過少，更少有國家作這類的統計(Moshirian, 1993; Tsai &

Wang, 1998; Wang & Wu, 2002)。再者，限於經費、人力問題，觀光收入的統計資料僅能以抽樣的方式再加以推估，未若以出入境旅客之到訪記錄有公信力。故此，在本文的實證模型中，將以每一目的國佔單一來源國到所有目的國旅客總數之比例為替代變數。資料來源主要為 WTO (World Tourism Organization)出版的 Yearbook of Tourism Statistics，及各國旅遊局、統計單位。

(二) 解釋變數

式(10)包含兩組解釋變數，第一組為相對價格變動率；第二組為影響國際遊客偏好之所有變數。就旅遊業的性質而言，主要由勞務與財貨組合而成，相較於其他實物商品，其價格更顯複雜，大抵涵蓋三種元素，分別為到目的國之運輸成本、在目的國購買商品、勞務之價格，以及匯率。既有文獻 Martin & Witt (1987)與 Moshirian (1993)曾試圖建立專用於國際旅遊的觀光客物價指數，但結果不如預期。在實證研究上，各目的國之消費者物價指數仍為旅遊成本之合理推估指標。在本文中，台灣的消費者物價指數資料來源為主計處，而匯率來源為中央銀行；中國的消費者物價指數與匯率資料來源為中國國家統計局；韓國的消費者物價指數與匯率資料來源為大韓民國統計廳；其餘經濟體資料來源為 International Monetary Fund's International Financial Statistics Yearbook，且所有消費者物價指數皆以 2000 年為基期。

影響消費者偏好的變數中，以「時間趨勢」為首，在實證分析中，時間

趨勢多被用以代表偏好的自然改變 (O'Hagan & Harrison, 1984; Crouch & Shaw, 1990; White, 1985)。另一方面，基於觀光旅遊業的特性，目的國的情況對遊客的偏好有極顯著的影響，消費者在選擇地點之時，往往會先考量當地的人文活動，如特殊節慶、盛大的體育競賽等，旅遊業的行銷手法如馬來西亞的觀光年，當地的政治局勢、治安、經濟問題，以致天災、流行疾病等等因素，都會直接影響國際旅客的抉擇。故，式(10)的供給面變數試圖涵蓋上述因素，使用計量分析中的虛擬變數代表，其定義分別如下：

$$D96 \begin{cases} year = 1996 \Rightarrow D96 = 1 \\ other\ years \Rightarrow D96 = 0 \end{cases}$$

1996 年，香港回歸大陸前訪港熱潮。

$$D97 \begin{cases} year = 1997 \Rightarrow D97 = 1 \\ other\ years \Rightarrow D97 = 0 \end{cases}$$

1997 年，香港回歸中國，正式為特別行政區。

$$D98 \begin{cases} year = 1998 \Rightarrow D98 = 1 \\ other\ years \Rightarrow D98 = 0 \end{cases}$$

1998 年，自泰國起始，蔓延至亞洲的金融風暴。

$$D99 \begin{cases} year \geq 1999 \Rightarrow D99 = 1 \\ other\ years \Rightarrow D99 = 0 \end{cases}$$

1999 年 9 月 21 日，集集發生芮氏規模 7.3 的大地震。

$$D02 \begin{cases} year = 2002 \Rightarrow D02 = 1 \\ other\ years \Rightarrow D02 = 0 \end{cases}$$

2002 年，日韓聯合舉辦世界足球大賽。

$$D03 \begin{cases} year = 2003 \Rightarrow D03 = 1 \\ other\ years \Rightarrow D03 = 0 \end{cases}$$

2003年，台灣、香港、中國、新加坡等地，爆發嚴重急性呼吸道疾病(SARS)。

三、實證模型

由各個經濟體物價所衍生之相對價格變動率存在高度相關，故透過計算，改採每一經濟體之單一相對價格，以避免嚴重的線性重合；根據O'Hagan & Harrison (1984)和 White (1985)，第*i*來源國觀光客所面臨第*k*目的地國相對於其他目的地國的相對價格，可定義為

$$rp_i^k = \frac{(p_i^k)}{\left(\prod_{j \neq k} (p_i^j)^{w_j}\right)}$$

其中， $w_j = s_j / \sum_{j \neq k} s_j$ ； s_j 為第*j*個目的國之觀光客市場佔有率。因此，式(10)可推衍成式(10')以符合本文實證研究所需。

$$\begin{aligned} G\beta_i^k &= \theta_i^k Grp_i^{*k} + \zeta_i^k GrE_i^k + \varepsilon_i^k GT \\ &+ h_{i96}^k D96 + h_{i97}^k D97 \\ &+ h_{i98}^k D98 + h_{i99}^k D99 \\ &+ h_{i02}^k D02 + h_{i03}^k D03 \end{aligned} \quad (10')$$

其中， $Grp_i^{*k} = Gp_i^{*k} - \sum_{j \neq k} w_j Gp_i^{*j}$ ；

$$GrE_i^k = GE_i^k - \sum_{j \neq k} w_j GE_i^j。$$

肆、實證結果

針對各經濟體，本文利用三階段最小平方法(three-stage least squares，

簡稱3SLS)估計式(10')，亦經由普通最小平方法於各方程式中估得判定係數(R^2)，以供每一方程式解釋能力判斷之參考(請參見表2至表19)。

一、美國市場實證結果

美國觀光客在東亞九個目的國的迴歸實證結果列於表2-10。以實證結果而言，四組樣本之估計結果相去不遠，但本文以探討各目的國間互補及替代關係為主，故在解釋東亞九國在美國市場的相對競爭力時，將以樣本三、四為主，樣本一、二為輔。以下分別就相對價格、相對匯率、時間偏好及各供給面變數解釋其對國際觀光競爭力之影響。

(一) 相對價格

就各目的國相對價格(Grp_i^{*k})之估計參數而言，香港、新加坡如預期為負號，且至少具5%的顯著水準；台灣、菲律賓、中國、韓國雖亦為負號，但不具顯著水準。此情形由統計資料顯示大部分美國訪客至四目的國，多以商務或歸國探親為主要目的，而這兩類型之旅客，不管在居住或是購物上，都相對有優勢，對物價波動較不敏感，故美國訪客對四國的物價變動無顯著影響。此外，印尼、馬來西亞、泰國的估計係數在樣本三中為正號，但並不具顯著水準，可能是在實證模型尚有未考慮的因素，故不如預期方向。

(二) 相對匯率

由實證結果可得相對匯率 (GrE_i^k) 係數，香港及新加坡為負號，且香港有 10% 的顯著水準，而新加坡則有 1% 的顯著水準，與預期方向相符。中國之估計係數雖不具顯著水準，但亦為負號。而印尼、馬來西亞、菲律賓、泰國、韓國之係數為正號，但不具顯著水準，主要因為美國訪客在五國的旅遊支出，並非以當地貨幣計算，而是大部分以美元計價，故對匯率的變動較不敏感。台灣的係數為正，且具 10% 顯著水準，此影響可能是實證模型中忽略了某些相關的解釋變數，如：總體經濟環境的波動，或外商直接投資等因素。這些條件與相對匯率密切相關，且對訪客具正向影響，故正向顯著的相對匯率係數可能包含了被忽略因素的影響。

(三) 時間趨勢

由表 2-10 可知，印尼與新加坡之 GT 係數估計值為正號，且分別具 10% 與 1% 的顯著水準，表示兩個經濟體有一正向自動偏好的改變；菲律賓、泰國之估計係數亦為正號，但不具顯著水準。而台灣之係數為負，且具 10% 的顯著水準，表示存在負向自動偏好改變；香港、韓國之估計係數皆為負，但不具顯著水準。估計係數不顯著，其原因可能為國際旅遊之相對競爭力乃綜合種種因素後的指標，且消費者偏好的轉變並不是單純能以時間因素解釋故「時間」在少數國家並無顯著影

響力。

(四) 供給面變數

就香港回歸前訪港熱潮(D96)事件而言，香港雖如預期中為正號，但卻不具顯著水準，這可能是因為中國政府承諾不干涉香港原有的自由、民主，美國訪客對此項承諾採信任態度。而香港在 D97 的估計係數為正號，且具 10% 的顯著水準，這可能是因為美國訪客的目的多以見證目的國重要事件為主，較不在意政治意識。反觀新加坡的估計值為負，且具 5% 顯著水準，可能是新加坡與香港在美國市場具替代關係。其他七國的估計係數並不具顯著水準。

至於東南亞金融風暴(D98)的估計數值，新加坡的估計值為負，且具 1% 的顯著水準。從國際旅遊觀點來看，目的國貨幣貶值有助於吸引遊客，但金融風暴所引起之負面影響，如：股市大幅波動，金融秩序大亂，卻使觀光客望之卻步。且在 1998 年由印尼為起點的「霾害」，對當地的旅遊業不啻為一重創，在這些因素相互影響下，印尼、馬來西亞、菲律賓、泰國等國的正、負號較難判斷。

就台灣 921 大地震(D99)事件而言，台灣之估計值並不如預期中為負，卻是具 10% 顯著水準的正號，從美國訪客的目的而言，可能有較合理的解釋，其主要目的多為商務或探親，921 地震後，

探親的人數大增，這似乎能解釋為何估計值為正。而新加坡的估計值為負，且具1%的顯著水準，可能在美國市場台灣與新加坡為替代關係，故旅遊人數亦受影響。其他經濟體的估計值並無顯著效果。

至於日韓聯合舉辦世足賽(D02)事件，韓國的估計係數如預期為正，且具1%的顯著水準，台灣、香港、菲律賓、新加坡之估計值亦為正號，且至少具1%的顯著水準，可見除了韓國直接吸引觀光客外，其餘四經濟體在美國市場為互補關係，在長程旅途中，為增加旅遊的遊樂性，故在挑選目的地時亦納入考量，因而間接受惠。從這個事件來看，證實理論模型中所強調供給面變數之影響，大型運動賽事對國際旅遊確有其影響力，除舉辦國家受惠外，周邊國家若能善加運用，與主辦國家加強合作，雙方在國際觀光旅遊上將有更豐厚的收益。而中國之估計值為負，且具1%的顯著水準，可能是因為與上述四經濟體為替代關係，故訪客人數受負面影響。其他經濟體之估計值則不具顯著水準。

就爆發 SARS (D03)事件來看，台灣、香港、新加坡之估計係數皆如預期為負，且具1%的顯著水準，尤其對以服務業為主的香港更是重大打擊。出乎意料的是中國之估計係數為正號，且具1%的顯著水準，這可能是因為美國旅客對「訪中國」的熱潮持續上

漲，且自原始資料(參見圖 1)可得知，SARS 事件對旅客人數比例的影響相對不大，故其肆虐並不足以造成顯著的影響。而菲律賓、韓國在樣本 1 的估計值為正，且至少具 5%的顯著水準，表示在美國市場視這兩國與台灣、新加坡、香港為替代關係，有部分觀光客因而轉向韓國、菲律賓旅遊。其他經濟體之估計值並無顯著影響。

二、日本市場實證結果

日本觀光客在東亞九個目的國的迴歸實證結果列於表 11-19。以實證結果而言，四組樣本之估計結果相去不遠，但本文以探討各目的國間互補及替代關係為主，故在解釋東亞九國在日本市場的相對競爭力時，將以樣本三、四為主，樣本一、二為輔。以下分別就相對價格、相對匯率、時間偏好及各供給面變數解釋其對國際觀光競爭力之影響。

(一) 相對價格

只有印尼及韓國的相對價格 (Grp_i^{*k}) 係數估計值如預期為負值，且至少具 10%的顯著水準。新加坡、泰國之估計值則為正號，並具 5%的顯著水準。其他經濟體則不具顯著水準。新加坡、泰國之估計值為正，可能是因為實證模型忽略了某些重要的解釋變數，如：交通成本等，日本觀光客到新加坡或泰國的旅遊支出中超過 50%以上是在交通上，但這並不反映在當地物價上。此

外，日本訪客多以旅行團形式出遊，旅行社在行程的安排上多具有議價能力，故日本訪客在旅遊時對物價波動較不敏感。

(二) 相對匯率

印尼、馬來西亞、新加坡及泰國的相對匯率(GrE_i^k)估計值皆呈現負號，且至少具有 10% 的顯著水準。主要因為日本旅客在上述經濟體的消費多以美元計價，相對匯率的波動會有比較顯著的影響。台灣、香港、菲律賓、中國及韓國的估計值不具顯著水準，可能是因為上述經濟體對日圓的接受度較高，且日本旅客在上述四國購物時，多以消費精品為主，業者在這方面會提供較完善的服務，旅客較無自行換匯的必要性，故相對匯率的影響不顯著。

(三) 時間趨勢

由表 11-19 可得，新加坡、泰國在日本市場存在正向自發性偏好變動，且具 1% 的顯著水準；其他經濟體的時間趨勢估計值則不具顯著水準。

(四) 供給面變數

就香港回歸前訪港熱潮(D96)事件而言，香港的係數估計值如預測，且具 1% 的顯著水準。日本訪客至香港的目的多以觀光、購物為主，故對目的國的政治型態、社會環境會有較明顯的關注，從原始資料亦可得知，1996 年日本訪客大量湧入香港，但在

1997 年旅遊人數比例卻比去年減少 10%，對政治型態轉變的恐懼可見一斑。台灣、印尼及韓國的 D96 係數估計值為負，且具 10% 的顯著水準，可能在日本市場被視為與香港具替代關係。而在 D97 的係數估計值中，除了上述三經濟體，新加坡、泰國亦為正號，且具 5% 的顯著水準，替代關係更為明顯。

在東南亞金融風暴(D98)事件中，台灣、香港、馬來西亞的係數估計值為負，且具 1% 的顯著水準。可能是因為三經濟體相對其他國家匯率的波動較小，故貶值的優勢不大。韓國、泰國的係數估計值為正，且至少具 5% 的顯著水準，泰國因為貨幣大幅貶值，且當地的精品業亦有長足的發展，對日本市場產生吸引力，而韓國則因地利之便，在匯率上又享有優勢，足以吸引日本旅客到訪。

至於 921 大地震(D99)事件，台灣的估計值並不具顯著水準，這可能跟日本觀光客的旅遊目的有關，參考觀光局統計資料可知，日本訪客到訪台灣主要以北部的旅遊景點為主，且觀光目的主要為觀光、購物，故較不受此事件影響。新加坡、泰國的估計值為負，且至少具 5% 的顯著水準，可能是因為實證模型未全盤考慮新、泰兩地的事件。其他經濟體的估計值不具統計顯著性。

就日韓聯合舉辦世足賽(D02)事件來看，韓國的估計值並不如

預期顯著，可能是因為兩地聯合舉辦賽事，故日本民眾為支持本國球隊，主要參與在本國舉行之賽事，其他經濟體之係數估計值亦不具顯著水準，因日本訪客在亞洲以短途旅遊為主，而世足賽事件攸關對國家的認同感，對日本民眾的影響力較強烈，故其他國家不足以對日本遊客構成吸引力，明顯與美國市場有所區隔，可得知同一事件對不同來源國明顯有不同的影響力。

至於 SARS 疫情(D03)事件，台灣、香港、新加坡的係數估計值皆為負號，且具 10%的顯著水準。菲律賓、泰國的係數估計值為正，且至少具 5%的顯著水準，可知日本觀光客在疫情爆發時，選擇前往菲國、泰國以取代對疫區的到訪。前述兩國與台灣、香港、新加坡的人文背景、文化色彩等社會條件相距不遠，在日本市場被視為替代的景點。中國並不如預期中具顯著水準，從原始人數比例(請參見圖 2)亦可看出，疫情爆發並未降低日本訪客之遊興，甚至仍高於 2002 年之旅遊人數比例，就疫情肆虐的程度而言，中國未必較台灣、香港、新加坡輕，而中國的醫療水準更是不如上述三地，但日本旅客仍選擇前往中國，可見其國際旅遊競爭力已經逐漸凌駕前述三經濟體。

伍、結論與建議

為探討各經濟體相對於其他經濟體旅遊競爭力的影響因素，本文首先根據兩階段決策所建立的理論模型，推導與建立實證模型，以各經濟體之來源國觀光客人次相對比例為被解釋變數；解釋變數包括相對價格、相對匯率及供給面變數。透過「相近的人文背景」及「相鄰的地域關係」為樣本分組原則，依據 1981-2004 年國際旅遊相關統計資料，利用 3SLS 進行迴歸分析，以兩個主要來源國—美國、日本，九個觀光目的地國—台灣、香港、中國、韓國及東南亞國協五國，在四個不同樣本分組下，主要的發現有：

1. 相對價格的影響視旅遊目的及型態的不同而有差異。大多數到菲律賓及台灣的美國觀光客對當地物價波動並不敏感，其目的主要為商務或探親；而日本觀光客除了到印尼及韓國外，對於其餘旅遊目的地國的相對價格變動並不敏感，主要因為多數日本旅客是以旅行團形式出遊，且背後通常存在有議價能力的旅行社。
2. 匯率的影響則須視旅遊支出是以當地貨幣計價或來源國貨幣計價而有差異。國際旅遊觀光客的旅遊支出，若大部分以來源國貨幣計算，則對於匯率變動通常不敏感。
3. 供給面變數對國際觀光市場確實存在決定性的影響力。對於不同來源國及不同目的地國更產生差異極大的效果。就香港回歸前訪港熱潮及香港回歸而言，香港與台灣或新加坡在日本市場具有高度替代關係，造成日本觀光客在 96 年與 97 年在台、港、新三地的旅遊人數比例巨

幅變動；然而對美國觀光客而言，台灣、新加坡，分別與香港並無明顯的替代關係，效果相對不顯著。而台灣 921 大地震對美國、日本旅客都無顯著影響。日韓聯合舉辦世界足球大賽，對美、日兩國的觀光客也存在反差極大的影響。

根據本文的實證結果，有兩項重要議題值得更深入的探究：(1)為提昇台灣國際旅遊觀光市場的競爭力，必須針對不同來源國的觀光客採取不同的行銷策略。本文發現國際觀光客並非同質，故若採用相同行銷手法，將無法達到預期的效果。亦即，欲有效的提昇相對競爭力，應針對不同來源國之觀光客及各個目的國的特性進行深入的探究，以擬定適當的行銷策略。(2)在本文實證結果上，發現悖理的相對價格效果及不合理的匯率效果，可能的因素在於對重要解釋變數有所遺漏。因此，需要更多潛在的供給面變數及資料，使得國際觀光市場的分析能更趨完備，也唯有如此，實證結果與其衍生的政策意涵方更具有意義與可行性。

參考文獻

- Artus, J. R. (1972), "An Econometric Analysis of International Travel," *International Monetary Fund Staff Papers*, 19(3), 579-614.
- Crouch, U. I. (1992), "Effects of Income and Price on International Tourism," *Annals of Tourism Research*, 19,643-664.
- Crouch, U. I. and R. N. Shaw (1990), "Determinants of International Tourist Flows: Findings from 30 Years of Empirical Research," in *The Tourism connection: Linking Research and Marketing, Proceedings of the 21st Annual conference of the Travel and tourism Research Association*, 45-60, TTRA, Salt Lake City, UT.
- Deaton, A. and J. Muellbauer (1980), "An Almost Ideal Demand System," *American Economic Review*, 70,312-326.
- Eadington W. R. and M. Redman (1991), "Economics and Tourism," *Annals of Tourism Research*, 18, 41-56.
- Martin, C. A. and S. E. Witt (1987), "Tourism Forecasting Models: Choice of Appropriate Variable to Represent Tourists' cost of Living," *Tourism Management*, 8,223-245.
- Moshirian, F. (1993), "Determinants of International Trade flows in Travel and Passenger Services," *The Economic Record*, 69(206), 239-252.
- O'Hagan, J. W. and M. J. Harrison (1984), "Market Shares of U.S. Tourist Expenditures in Europe: An Econometric Analysis," *Applied Economics*, 16(6), 9119-9131.

- Truett, D. B. and L. J. Truett (1987), “The Response of Tourism to International Economic Conditions: Greece, Mexico and Spain,” *The Journal of Developing Areas*, 21(2), 177-190.
- Tsai, P. L. and K. L. Wang (1998), “Competitiveness of International Tourism in Taiwan: US versus Japanese Visitors,” *Applied Economics*, 30, 631-641.
- Varian, H. R. (1992), *Microeconomic Analysis*, 3rd edition, W. W. Norton, New York.
- Wang, K. L. and C. S. Wu (2002), “A Study of Competitiveness of International Tourism in the South East Asian Region,” in Takatoshi Ito and Anne O. Krueger, eds., *Service Trade in the Asian-Pacific Region*, Chicago: University of Chicago.
- White, K. J. (1985), “An International Travel Demand Model: US Travel to Western Europe,” *Annals of Tourism Research*, 12(4), 529-545.
- WTO, *Yearbook of Tourism Statistics 2006*, World Tourism Organization, Madrid, Spain.

表 1：美國、日本觀光客至東亞九個經濟體之樣本組合

	樣本 1	樣本 2	樣本 3	樣本 4
台灣	九個經濟體	去除馬國	台香新泰中	台香新中
香港	九個經濟體	去除馬國	台香新泰中	台香新中
印尼	九個經濟體	去除菲國	印馬新泰	印馬新
馬來西亞	九個經濟體	去除台灣	香印馬新	香馬新
菲律賓	九個經濟體	去除馬國	台香菲新中	台香菲中
新加坡	九個經濟體	去除馬國	台香新泰中	台香新中
泰國	九個經濟體	去除菲國	印馬泰	台香泰
中國	九個經濟體	去除馬國	台香新泰中	台香新中
韓國	九個經濟體	去除馬國	台香新中韓	台香中韓

表 2：台灣在美國市場國際旅遊競爭力之迴歸估計結果

	Sample 1	Sample 2	Sample 3	Sample 4
GrP_i^{*k}	0.0208 (0.32)	0.0186 (0.31)	-0.061 (-0.93)	-0.052 (-0.95)
GrE_i^k	0.0816 (1.07)	0.0585 (0.80)	0.129 (1.54)	0.172* (1.85)
GT	-0.282 (-0.36)	-0.172 (-0.23)	-1.117 (-1.52)	-1.402* (-1.77)
D96	-5.324 (-1.11)	-6.059 (-1.30)	-7.295 (-1.40)	-4.492 (-0.80)
D97	6.615 (1.24)	5.668 (1.11)	4.213 (0.74)	3.986 (0.66)
D98	-0.894 (-0.15)	-2.098 (-0.36)	-3.407 (-0.55)	1.592 (0.23)
D99	5.305 (1.01)	4.179 (0.83)	3.070* (0.58)	5.723 (0.93)
D02	2.412 (0.57)	32.219*** (7.11)	51.916*** (7.99)	64.883*** (9.82)
D03	-7.754* (-1.80)	-28.673*** (-6.88)	-26.529*** (-5.45)	-28.609*** (-5.65)
R-square	0.518	0.918	0.934	0.946

註：括弧內為 t 統計值；*、**與***分別代表 10%、5%與 1%的顯著水準下具統計顯著性；R-square 值來自 OLS。

表 3：香港在美國市場國際旅遊競爭力之迴歸估計結果

	Sample 1	Sample 2	Sample 3	Sample 4
GrP_i^{*k}	-0.071 (-1.57)	-0.065 (-1.61)	-0.083** (-2.20)	-0.047 (-1.27)
GrE_i^k	-0.276 (-1.31)	-0.295 (-1.59)	-0.242* (-1.91)	-0.157 (-1.39)
GT	-0.062 (-0.27)	-0.107 (-0.53)	-0.003 (-0.02)	-0.202* (-1.05)
D96	3.806 (0.62)	3.789 (0.68)	4.412 (1.01)	5.260 (1.54)
D97	9.115 (1.33)	9.188 (1.49)	9.931* (2.05)	5.778 (1.55)
D98	5.384 (0.62)	5.836 (0.76)	6.240 (1.03)	4.946 (1.06)
D99	8.565 (1.12)	9.664 (1.41)	8.245 (1.53)	6.090 (1.33)
D02	-1.983 (-0.32)	25.661*** (4.53)	43.145*** (8.83)	51.527*** (11.08)
D03	-17.868*** (-2.81)	-37.022*** (-6.45)	-36.327*** (-8.25)	-37.849*** (-10.88)
R-square	0.461	0.864	0.937	0.972

註：同表 2。

表 4：印尼在美國市場國際旅遊競爭力之迴歸估計結果

	Sample 1	Sample 2	Sample 3	Sample 4
GrP_i^{*k}	-0.006 (-0.12)	-0.018 (-0.34)	0.001 (2.02)	-0.044 (-0.66)
GrE_i^k	-0.641 (-1.88)	-0.403 (-1.22)	-0.006 (-1.75)	0.185 (0.52)
GT	-2.144 (-1.45)	-1.309 (-0.79)	3.695* (1.94)	1.994 (0.65)
D96	17.279 (1.36)	14.085 (1.04)	—	9.069 (0.74)
D97	-10.237 (-0.75)	-13.175 (-0.91)	21.194 (0.57)	-15.312 (-1.18)
D98	-6.600 (-0.46)	-6.859 (-0.44)	—	-2.823 (-0.17)
D99	11.982 (0.63)	9.873 (0.48)	-75.046* (-1.77)	2.142 (0.10)
D02	-7.565 (-0.61)	16.510 (1.09)	—	-0.183 (-0.01)
D03	12.531 (0.94)	-10.107 (-0.71)	—	-0.531 (-0.04)
R-square	0.532	0.525	0.606	0.187

註：同表 2。

表 5：馬來西亞在美國市場國際旅遊競爭力之迴歸估計結果

	Sample 1	Sample 2	Sample 3	Sample 4
GrP_i^{*k}	0.228 (0.37)	-0.001 (-0.31)	0.294 (0.52)	-0.011 (-0.36)
GrE_i^k	-1.171 (-1.21)	-0.072 (-0.66)	0.011 (0.04)	-0.099 (-0.97)
GT	3.472 (0.71)	-3.122 (-0.22)	3.096 (0.57)	-0.127 (-1.03)
D96	-6.550 (-0.13)	—	-10.057 (-0.21)	4.439 (1.16)
D97	-13.143 (-0.25)	-17.221 (-0.06)	-9.476 (-0.19)	1.867 (0.48)
D98	-26.921 (-0.48)	—	-0.812 (-0.02)	-1.216 (-0.28)
D99	-12.822 (-0.32)	5.125 (0.02)	2.554 (0.07)	5.276 (1.31)
D02	-32.060 (-0.70)	—	-27.818 (-0.60)	46.707*** (10.95)
D03	13.906 0.31	—	22.387 (0.48)	-40.863*** (-10.34)
R-square	0.203	0.028	0.106	0.963

註：同表 2。

表 6：菲律賓在美國市場國際旅遊競爭力之迴歸估計結果

	Sample 1	Sample 2	Sample 3	Sample 4
GrP_i^{*k}	0.030 (0.38)	0.004 (0.07)	-0040 (-0.74)	-0.019 (-0.38)
GrE_i^k	0.296 (1.47)	0.372* (2.02)	0.060 (0.39)	0.144 (0.95)
GT	0.915 (0.50)	1.674 (1.03)	0.997 (0.79)	0.925 (0.87)
D96	-10.444 (-0.89)	-12.139 (-1.04)	-3.019 (-0.25)	-5.498 (-0.42)
D97	0.367 (0.03)	-1.884 (-0.15)	3.925 (0.31)	0.579 (0.04)
D98	-4.645 (-0.35)	-6.875 (-0.53)	6.153 (0.48)	1.718 (0.13)
D99	-29.656** (-2.38)	-31.255** (-2.60)	-12.786 (-1.16)	-17.994 (-1.65)
D02	2.809 (0.25)	34.731** (2.95)	49.880*** (3.87)	55.987*** (4.06)
D03	30.233** (2.66)	2.139 (0.19)	1.300 (0.11)	-3.596 (-0.28)
R-square	0.508	0.486	0.570	0.591

註：同表 2。

表 7：新加坡在美國市場國際旅遊競爭力之迴歸估計結果

	Sample 1	Sample 2	Sample 3	Sample 4
GrP_i^{*k}	-0.117 (-1.08)	-0.127 (-1.10)	-0.402** (-2.88)	-0.343*** (-2.91)
GrE_i^k	-0.472** (-2.21)	-0.481* (-2.10)	-1.090*** (-3.56)	-1.032*** (-3.69)
GT	1.566** (2.30)	1.544* (2.05)	2.755*** (3.24)	2.496*** (2.98)
D96	-3.448 (-0.59)	-4.014 (-0.62)	-6.504 (-1.03)	-6.717 (-0.88)
D97	-6.795 (-1.05)	-7.616 (-1.07)	-15.555* (-2.14)	-20.585** (-2.43)
D98	-19.337** (-2.45)	-20.417** (-2.35)	-30.820*** (-3.85)	-35.339*** (-3.55)
D99	-20.949** (-2.52)	-21.822** (-2.37)	-31.112*** (-4.22)	-37.917*** (-4.18)
D02	-8.726 (-1.61)	15.110** (2.35)	32.610*** (4.34)	33.669*** (3.96)
D03	-2.221 (-0.41)	-24.082*** (-3.99)	-19.067*** (-3.16)	-23.191*** (-3.34)
R-square	0.613	0.769	0.863	0.864

註：同表 2。

表 8：泰國在美國市場國際旅遊競爭力之迴歸估計結果

	Sample 1	Sample 2	Sample 3	Sample 4
GrP_i^{*k}	0.088 (0.59)	0.099 (0.56)	0.400 (0.87)	-0.019 (-0.38)
GrE_i^k	0.280 (0.69)	-0.037 (-0.08)	-0.001 (-0.15)	0.144 (0.95)
GT	0.423 (0.29)	0.642 (0.49)	2.143 (1.41)	0.925 (0.87)
D96	17.159 (1.15)	16.529 (1.07)	-31.661 (-0.81)	-5.498 (-0.42)
D97	-4.046 (-0.25)	-7.645 (-0.46)	-36.056 (-0.90)	0.579 (0.04)
D98	30.172 (1.61)	24.301 (1.26)	-32.073 (-0.80)	1.718 (0.13)
D99	14.800 (0.99)	5.981 (0.40)	-29.283 (-0.93)	-17.994 (-1.65)
D02	-2.893 (-0.22)	26.485 (1.61)	-2.934 (-0.08)	55.978*** (4.06)
D03	12.137 (0.92)	-13.310 (-1.00)	-1.273 (-0.03)	-3.596 (-0.28)
R-square	0.297	0.481	0.297	0.591

註：同表 2。

表 9：中國在美國市場國際旅遊競爭力之迴歸估計結果

	Sample 1	Sample 2	Sample 3	Sample 4
GrP_i^{*k}	-0.021 (-0.25)	-0.024 (-0.29)	-0.025 (-0.36)	-0.040 (-0.62)
GrE_i^k	-0.447 (-1.63)	-0.344 (-1.39)	-0.330 (-1.48)	-0.101 (-0.50)
GT	-1.392 (-1.18)	-0.943 (-0.89)	-1.152 (-0.92)	0.040 (0.04)
D96	-2.823 (-0.18)	-3.257 (-0.22)	-2.634 (-0.20)	-0.447 (-0.04)
D97	4.599 (0.29)	2.924 (0.19)	3.563 (0.26)	-1.016 (-0.09)
D98	16.676 (0.96)	12.998 (0.80)	12.524 (0.84)	8.436 (0.68)
D99	19.534 (1.19)	14.913 (1.00)	14.214 (0.94)	3.222 (0.26)
D02	4.218 (0.31)	-93.049*** (-7.29)	-88.258*** (-7.41)	-88.360*** (-8.63)
D03	-12.487 (-0.91)	608.481*** (46.73)	583.238*** (47.93)	551.680*** (53.00)
R-square	0.324	0.995	0.995	0.996

註：同表 2。

表 10：韓國在美國市場國際旅遊競爭力之迴歸估計結果

	Sample 1	Sample 2	Sample 3	Sample 4
GrP_i^{*k}	-0.119 (-0.98)	-0.199 (-1.48)	-0.031 (-0.30)	-0.076 (-1.01)
GrE_i^k	0.178 (0.66)	0.268 (0.95)	0.214 (0.69)	0.365 (1.33)
GT	-0.809 (-1.13)	-0.776 (-1.61)	-0.269 (-0.73)	-0.933 (-1.65)
D96	-1.268 (-0.17)	-3.263 (-0.48)	2.920 (0.37)	0.284 (0.04)
D97	2.776 (0.32)	3.319 (0.43)	4.565 (0.52)	3.966 (0.46)
D98	-3.102 (-0.29)	-0.590 (-0.06)	4.407 (0.38)	7.821 (0.66)
D99	-1.659 (-0.21)	-1.692 (-0.26)	-1.263 (-0.16)	4.557 (0.50)
D02	8.300 (1.19)	52.761*** (5.15)	55.881*** (4.06)	68.620*** (6.35)
D03	22.797*** (3.27)	-0.086 (-0.01)	-7.349 (-1.02)	-8.366 (-1.21)
R-square	0.455	0.795	0.810	0.865

註：同表 2。

表 11：台灣在日本市場國際旅遊競爭力之迴歸估計結果

	Sample 1	Sample 2	Sample 3	Sample 4
GrP_i^{*k}	-0.086 (-0.47)	-0.091 (-0.54)	-0.093 (-0.61)	0.027 (0.65)
GrE_i^k	-0.289 (-1.00)	-0.255 (-0.92)	-0.134 (-0.54)	-0.121 (-1.03)
GT	-0.254 (-0.13)	-0.403 (-0.22)	-0.758 (-0.48)	-0.359 (-1.30)
D96	-4.352 (-1.65)	-14.420* (-1.78)	-17.570* (-1.92)	33.289*** (6.47)
D97	9.764 (1.12)	9.853 (1.22)	18.910** (2.14)	-25.085*** (-4.73)
D98	0.458 (0.05)	0.454 (0.05)	8.057 (0.97)	-14.731*** (-2.53)
D99	-3.336 (-0.42)	-2.585 (-0.35)	2.627 (0.39)	4.581 (0.79)
D02	-2.045 (-0.31)	-2.764 (-0.45)	-4.649 (-0.66)	-1.643 (-0.32)
D03	-10.998 (-1.64)	-11.448* (-1.82)	-5.743 (-0.77)	-5.605 (-1.05)
R-square	0.633	0.665	0.680	0.680

註：同表 2。

表 12：香港在日本市場國際旅遊競爭力之迴歸估計結果

	Sample 1	Sample 2	Sample 3	Sample 4
GrP_i^{*k}	0.036 (1.01)	0.031 (0.66)	-0.015 (-0.40)	0.027 (0.65)
GrE_i^k	-0.045 (-0.33)	0.026 (0.13)	-0.131 (-1.08)	-0.121 (-1.03)
GT	-0.249 (-0.95)	-0.147 (-0.41)	-0.085 (-0.29)	-0.359 (-1.30)
D96	39.997*** (5.80)	38.882*** (5.50)	34.227*** (6.70)	33.289*** (6.47)
D97	-34.408*** (-4.81)	-35.528*** (-4.72)	-27.638*** (-5.16)	-25.085*** (-4.73)
D98	-23.762*** (-3.08)	-25.848*** (-2.97)	-17.766*** (-2.95)	-14.731*** (-2.53)
D99	3.386 (0.54)	1.170 (0.14)	1.832 (0.33)	4.581 (0.79)
D02	1.656 (0.24)	0.373 (0.05)	-2.816 (-0.56)	-1.643 (-0.32)
D03	-11.953 (-1.68)	-13.370* (-1.82)	-11.624* (-2.21)	-5.605 (-1.05)
R-square	0874	0.875	0.905	0.890

註：同表 2。

表 13：印尼在日本市場國際旅遊競爭力之迴歸估計結果

	Sample 1	Sample 2	Sample 3	Sample 4
GrP_i^{*k}	-0.071* (-1.78)	-0.024 (-0.41)	-0.153 (-0.93)	-0.023 (-0.39)
GrE_i^k	-0.525* (-2.11)	-84.048 (-1.30)	0.058 (0.20)	-0.352* (-1.84)
GT	-0.496 (-0.60)	-1.166 (-0.69)	-1.677 (-0.95)	-0.846 (-0.73)
D96	15.026 (1.12)	15.438 (1.04)	-17.961** (-1.92)	22.168 (1.72)
D97	15.624 (1.16)	18.731 (1.21)	18.845** (2.10)	6.386 (0.49)
D98	-1.767 (-0.99)	-19.990 (-1.20)	9.160 (1.09)	-9.527 (-0.54)
D99	31.704* (1.80)	15.841 (0.74)	5.906 (0.84)	16.184 (0.67)
D02	2.683 (0.20)	1.474 (0.11)	-4.252 (-0.61)	4.139 (0.30)
D03	13.311 (0.97)	10.615 (0.72)	-4.251 (-0.56)	16.362 (1.11)
R-square	0.546	0.517	0.680	0.474

註：同表 2。

表 14：馬來西亞在日本市場國際旅遊競爭力之迴歸估計結果

	Sample 1	Sample 2	Sample 3	Sample 4
GrP_i^{*k}	0.506 (0.97)	-3.377 (-0.76)	-0.018 (-0.04)	0.008 (0.17)
GrE_i^k	-1.512* (-1.86)	-107.129*** (-3.66)	-0.608 (-0.67)	-0.114 (-0.94)
GT	3.118 (1.12)	161.977 (0.12)	0.196 (0.05)	-0.097 (-0.33)
D96	14.151 (0.32)	—	-26.081 (-0.74)	25.489*** (4.56)
D97	15.294 (0.35)	-2968.62 (-0.10)	7.120 (0.20)	-24.030*** (-4.17)
D98	4.563 (0.10)	—	2.842 (0.07)	-20.005*** (-3.26)
D99	23.671 (0.65)	-3757.03 (-0.11)	-2.091 (-0.05)	-0.923 (-0.15)
D02	-22.768 (-0.63)	—	-21.675 (-0.65)	-2.449 (-0.46)
D03	-23.735 (-0.65)	—	-16.737 (-0.47)	-9.640 (-1.73)
R-square	0.222	0.003	0.155	0.871

註：同表 2。

表 15：菲律賓在日本市場國際旅遊競爭力之迴歸估計結果

	Sample 1	Sample 2	Sample 3	Sample 4
GrP_i^{*k}	-0.013 (-0.13)	-0.082 (-0.68)	-0.095 (-0.76)	-0.100 (-0.81)
GrE_i^k	0.297 (1.46)	0.399* (1.97)	0.110 (0.51)	0.190 (0.79)
GT	1.369 (0.63)	2.487 (1.14)	1.845 (0.87)	1.946 (1.02)
D96	-13.340 (-0.86)	-15.394 (-1.02)	-16.090 (-0.97)	-23.388 (-1.32)
D97	12.784 (0.80)	11.377 (0.75)	27.179 (1.65)	27.522 (1.54)
D98	-0.594 (-0.04)	-1.835 (-0.11)	13.714 (0.81)	9.098 (0.50)
D99	-18.643 (-1.21)	-18.986 (-1.30)	-7.528 (-0.46)	-10.430 (-0.60)
D02	3.045 (0.20)	2.632 (0.18)	1.150 (0.07)	1.344 (0.08)
D03	35.774** (2.37)	34.581** (2.35)	43.337*** (2.68)	42.735** (2.46)
R-square	0.444	0.450	0.524	0.512

註：同表 2。

表 16：新加坡在日本市場國際旅遊競爭力之迴歸估計結果

	Sample 1	Sample 2	Sample 3	Sample 4
GrP_i^{*k}	0.270** (2.34)	0.198* (1.86)	0.202* (2.06)	0.140 (1.68)
GrE_i^k	-0.736*** (-4.56)	-0.450*** (-3.40)	-0.441*** (-2.57)	-0.450*** (-2.61)
GT	3.082*** (4.49)	2.122*** (3.33)	2.009*** (3.31)	1.988*** (3.13)
D96	-2.175 (-0.26)	-6.158 (-0.77)	-8.269 (-0.95)	-11.074 (-1.19)
D97	16.180* (2.04)	11.837 (1.56)	20.201** (2.49)	23.647*** (2.59)
D98	-7.448 (-0.99)	-10.283 (-1.42)	-9.351 (-1.27)	-4.966 (-0.58)
D99	-10.022 (-1.62)	-8.181 (-1.40)	-14.464*** (-2.67)	-14.477** (-2.36)
D02	-0.064 (-0.01)	-1.787 (-0.27)	-5.270 (-0.73)	-5.428 (-0.68)
D03	-12.288* (-1.77)	-13.063** (-1.96)	-12.780 (-1.74)	-8.034 (0.03)
R-square	0.726	0.754	0.754	0.737

註：同表 2。

表 17：泰國在日本市場國際旅遊競爭力之迴歸估計結果

	Sample 1	Sample 2	Sample 3	Sample 4
GrP_i^{*k}	0.046 (0.48)	-0.069 (-0.79)	0.227** (2.17)	0.106 (1.07)
GrE_i^k	-0.922** (-2.55)	-111.827** (-2.25)	-0.737*** (-3.26)	-0.583 (-1.31)
GT	0.565 (0.84)	-0.278 (-0.50)	2.812*** (3.71)	0.78 (0.93)
D96	0.490 (0.05)	-5.058 (-0.55)	-5.631 (-0.62)	8.415 (0.65)
D97	11.084 (1.17)	6.668 (0.73)	23.324*** (2.78)	21.598 (1.65)
D98	8.127 (0.78)	1.973 (0.20)	-8.795 (-1.19)	39.680*** (2.93)
D99	-7.496 (-0.81)	-14.815 (-1.74)	-18.020*** (-3.16)	3.483 (0.37)
D02	3.419 (0.45)	3.922 (0.51)	-4.492 (-0.62)	-4.889 (-0.45)
D03	19.012** (2.45)	19.666*** (2.51)	-13.420* (-1.82)	26.834** (2.48)
R-square	0.558	0.576	0.754	0.644

註：同表 2。

表 18：中國在日本市場國際旅遊競爭力之迴歸估計結果

	Sample 1	Sample 2	Sample 3	Sample 4
GrP_i^{*k}	0.109 (0.67)	-0.112 (-1.06)	-0.051 (-0.37)	-0.048 (-0.34)
GrE_i^k	-0.985* (-1.84)	0.610 (1.43)	0.008 (0.02)	-0.148 (-0.37)
GT	-4.912** (-2.43)	2.968* (2.07)	1.034 (0.54)	0.436 (0.23)
D96	-12.538 (-0.37)	-12.217 (-0.55)	-14.824 (-0.67)	-14.259 (-0.69)
D97	0.438 (0.01)	1.902 (0.08)	14.008 (0.60)	18.833 (0.87)
D98	14.440 (0.41)	-11.125 (-0.47)	6.944 (0.29)	12.187 (0.56)
D99	19.303 (0.67)	-26.646 (-1.28)	-3.627 (-0.18)	-0.649 (-0.04)
D02	0.828 (0.03)	4.253 (0.20)	3.250 (0.16)	3.637 (0.19)
D03	8.120 (0.25)	-13.369 (-0.62)	-1.878 (-0.09)	3.837 (0.20)
R-square	0.656	0.275	0.315	0.374

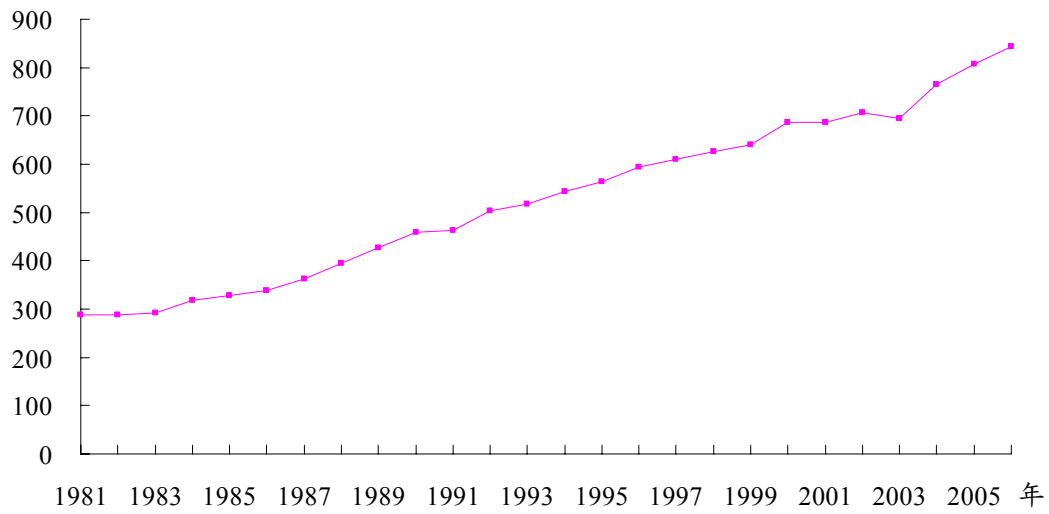
註：同表 2。

表 19：韓國在日本市場國際旅遊競爭力之迴歸估計結果

	Sample 1	Sample 2	Sample 3	Sample 4
GrP_i^{*k}	0.169 (1.40)	-1.971*** (-3.33)	0.089 (0.71)	0.086 (0.91)
GrE_i^k	0.887* (2.07)	267.270 (0.97)	0.064 (0.12)	0.337 (0.45)
GT	0.134 (0.35)	-7.578*** (-6.16)	0.207 (0.57)	0.170 (0.30)
D96	-13.304 (-1.52)	-40.843 (-1.17)	-16.510 (-1.62)	-18.855* (-1.87)
D97	32.742*** (3.84)	24.863 (0.77)	31.122*** (3.15)	34.273*** (3.27)
D98	46.042*** (4.87)	37.374 (1.00)	31.526*** (2.90)	31.690** (2.24)
D99	11.564 (1.64)	18.825 (0.67)	1.029 (0.17)	1.395 (0.16)
D02	-7.698 (-1.04)	21.909 (0.88)	-8.166 (-1.03)	-8.483 (-0.98)
D03	3.221 (0.43)	41.638 (1.62)	7.807 (0.95)	6.021 (0.68)
R-square	0.757	0.797	0.756	0.726

註：同表 2。

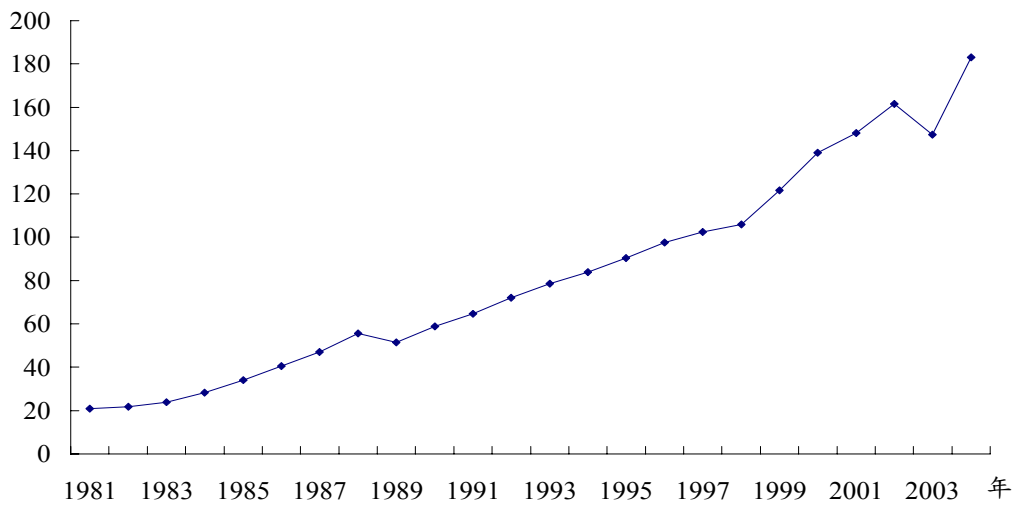
百萬人



資料來源：WTO, Yearbook of Tourism Statistics, 2006。

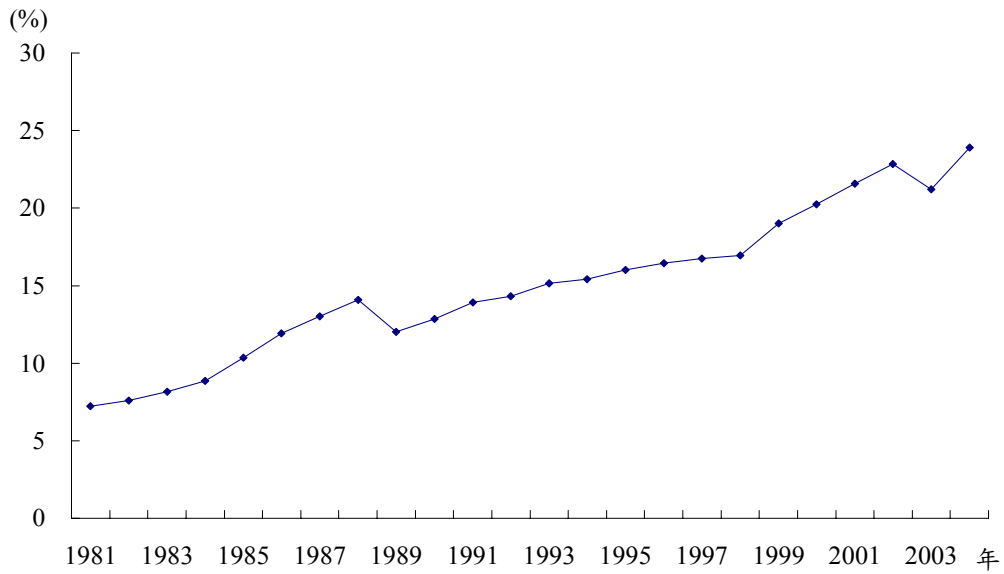
圖 1：全世界旅遊總人數

百萬人



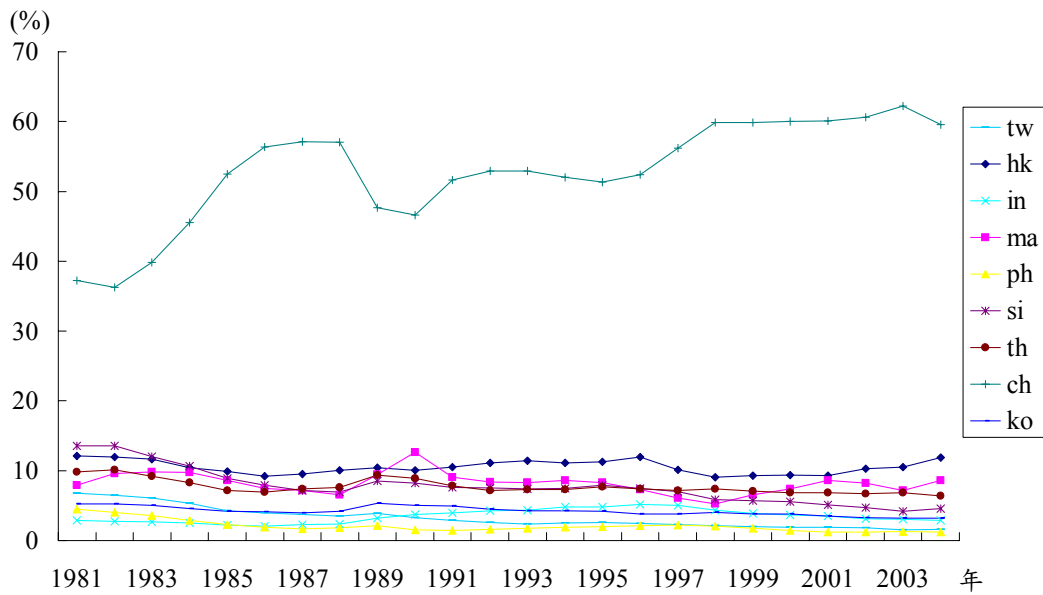
資料來源：同圖 1。

圖 2：東亞九經濟體國際訪客人數



資料來源：同圖 1。

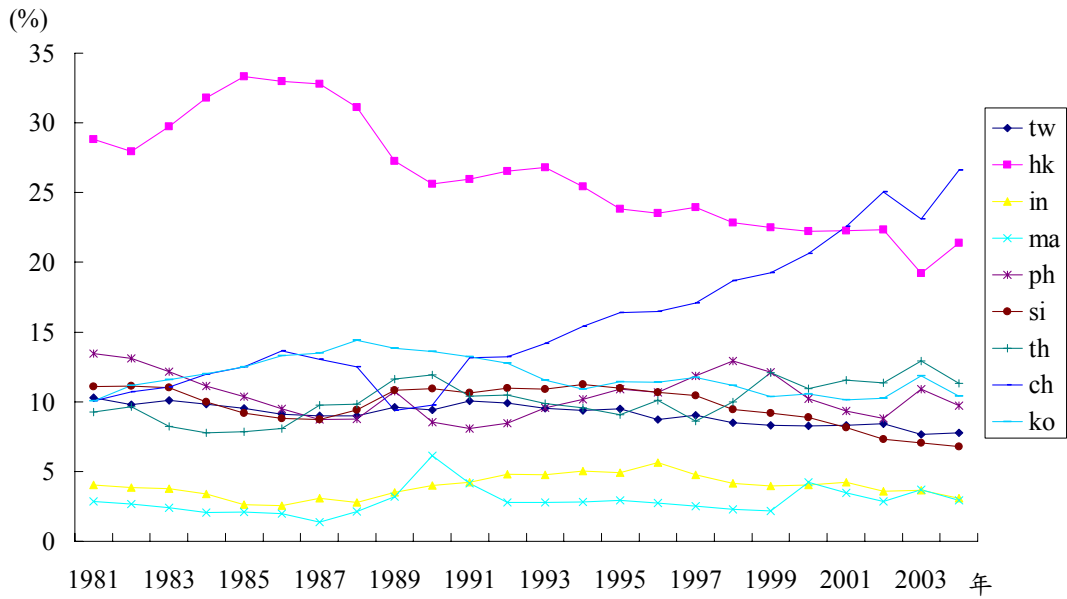
圖 3：東亞九經濟體國際訪客總人數佔全球市場的比率



資料來源：同圖 1。

註：tw 為台灣；hk 為香港；in 為印尼；ma 為馬來西亞；ph 為菲律賓；si 為新加坡；th 為泰國；ch 為中國；ko 為韓國。

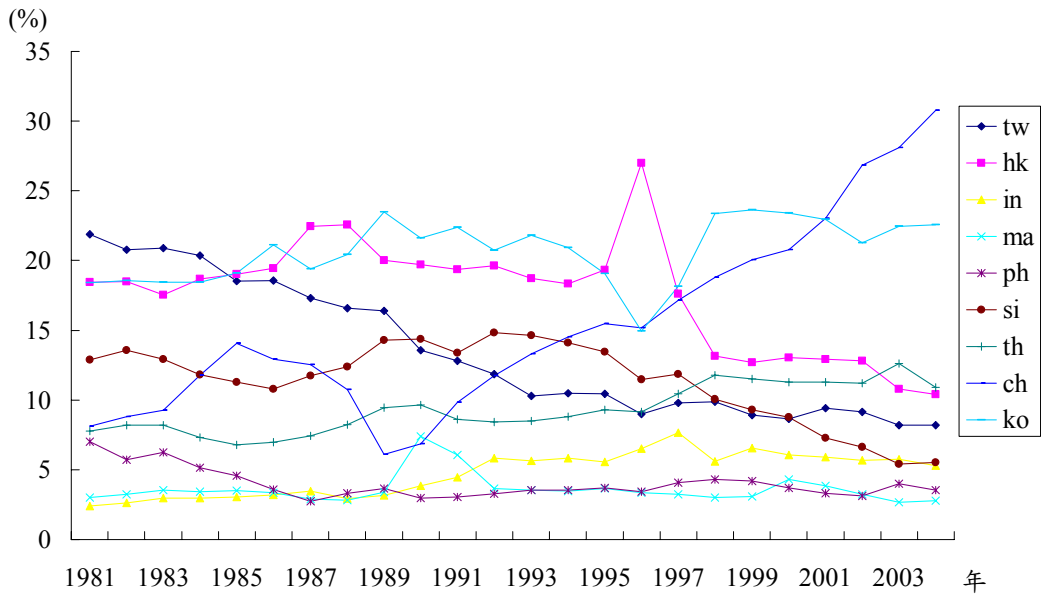
圖 4：東亞各經濟體國際訪客人數佔九經濟體到訪總人數的比率



資料來源：同圖 1。

註：同圖 4。

圖 5：東亞九經濟體在美國市場的相對競爭力



資料來源：同圖 1。

註：同圖 4。

圖 6：東亞九經濟體在日本市場的相對競爭力