

# 来华日本游客现状分析

作者：西安财经学院 高超

**【摘要】** 本文通过对来华日本游客的现状进行分析，对游客不同的性别、年龄段、不同的来华目的、停留的时间、消费水平的高低进行了分析，有针对性的在以上结论基础上提出相应的建议。

**【关键词】** 来华日本游客；总量分析；人均花费；停留时间

根据 2007 年《中国旅游统计年鉴》和 2007 年《入境游客调查统计资料》的数据分析，来华日本游客，总量持续增加、但增加幅度减缓。主要以男性游客为主、年龄集中在 25-64 岁之间、来华的时间主要在每年的十月、十一月份、旅游地区主要集中在长三角、北京、广东地区。日本是与我国一衣带水的邻邦，长期以来日本游客对我国的旅游资源充满兴趣，并且由于中日两国的空间距离接近，相对而言，来往的旅行费用较低，且中国的消费水平不高，物价低廉，这些因素促使来华的日本游客数量众多。改革开放以来，无论是在来华旅游的人次还是在旅游消费总额上，日本游客在来华旅游的外国人中历年都居于前列。2006 年，日本旅华人数为 374.5881 万人次，在 2006 年入境旅游者总人数中占 16.9%，居于第二。

## 一、数据来源

本文以国家旅游局出版的 2007 年《中国旅游统计年鉴》和 2007 年《入境游客抽样调查资料》所统计的数据为基础，对入境日本游客的现状进行研究分析。此资料是国家旅游局于 2006 年 3 月至 7 月在全国 123 个城市的主要边境口岸、旅游饭店、长江游船和部分国际旅行社进行的入境游客抽样调查。

## 二、总量分析

分析近五年的日本游客入境旅游的情况，从 2002 年到 2006 年日本游客入境旅游的人数从 2925553 人增加到 37745881 人，总量增加了 28%，年均增长率为 7%，其中 2003 年由于“非典”影响，总量下滑。占我国入境游客总人数的百分比基本徘徊在 3%，从我国第一大客源国变为仅次于韩国的第二大客源国。

分析 2006 年各月日本游客入境人数，其中，十一月入境人数最多，达到 351681 人，一月入境人数最少达到 242802 人，其余各月均有大量日本游客入境。

对日本游客入境目的进行分析，其中以观光休闲为目的的日本游客占到了入境总人数的 48.9%，悠久的历史、多彩的文化及著名的世界遗产所具有的魅力，将会长期吸引日本游客。其次是商务考察，占到了入境总人数的 26.4%，探亲访友的游客占到了总游客人数的 11%。对于入境方式进行考察，乘坐飞机入境的游客总人数是 2908521 人，占总人数的 77.7%。

在入境日本游客中男性游客人数为 2864861 人，占到了总人数的 76.5%，女性游客人数为 881020 人，占到了总人数的 23.5%。在年龄结构方面，主要集中在 25-64 岁的年龄段，这个阶段的人数占到了总人数的 84.8%。其中年龄在 25 岁到 44 岁之间的年轻人占到了总人数的 42%，45 到 64 岁的中老年人占到总人数



的 43%。年龄集中在 25~44 岁之间的这个群体是战后出生的,他们的旅游需求与上一辈是不同的,他们收入较多,没有家庭束缚,喜欢购物和享乐,被称为“青年贵族”,中老年游客人数的众多与日本已经进入老龄化社会的国情是相吻合的。

来华的日本游客游览的地区主要集中在长三角、广东和北京三大地区。这三大地区是我国最主要的政治、经济和文化中心,对日本游客有较大吸引力,其余地区人数相对较少。

### 三、消费现状分析

#### 1、入境日本游客人均天花费

根据抽样调查,2006 年入境日本游客的人均天花费为 232.71 美元/人天,其中花费在乘坐飞机上的费用最多,占到总花费的 34.7%,其次为住宿,占到总花费的 19.8%,仅此其后的是购物,占到总花费的 19.1%,用于餐饮的花费为 11.8%。景区游览和娱乐分别占到总花费的 2.2%和 3.5%。政府工作人员的人均天花费最多,为 311.67 美元/人天,超过入境游客人均天花费的 33.9%,其次为商贸人员,人均天花费为 285.27 美元/人天,超过入境游客人均天花费的 22.6%,学生的人均天花费最少为 113.15 美元/人天,仅达到平均水平的 48.6%。在对不同旅游目的的游客进行调查时,发现进行商务和会议旅游的游客花费最多,分别超过平均花费的 16%和 19.4%,花费最少的是进行文化、体育和科技交流的日本游客,花费仅为人均花费的 58%,其中观光游览的游客花费也相当低,为平均花费的 72.8%。在性别方面,男性花费较女性花费多,女性花费仅达到男性的 81.4%。在入境旅游的日本游客中,年龄 14 岁及以下的游客花费最多,占人均花费的 53.7%,其次为 45~64 岁的游客,超过人均花费的 31.1%,花费最少的 15~24 岁的青少年,花费仅为平均花费的 53.6%。

#### 2、入境日本游客停留时间

入境的日本游客人均停留天数为 5.2 天/人。其中以文化交流为目的的游客停留天数最长,达到 10.4 天/人,超出人均停留天数的一倍。其次是进行探亲访友的游客,平均停留天数达到 7.1 天/人。停留时间最短的是进行宗教朝拜的游客,平均停留天数达到 4 天/人。而以观光游览和休闲度假为目的的游客停留的时间也较短,为 4.5 天/人。在性别方面,男性通常停留的时间较女性长。在年龄方面,年龄在 15 岁到 24 岁之间的游客停留时间最长,平均停留 6.2 天,其次为 65 岁以上的老人,停留时间最短的是 14 岁及以下的少年儿童,平均停留时间为 3.5 天。

#### 3、入境日本游客的流向

日本游客在结束完中国旅游之后,90%的游客返回日本,只有少部分游客去香港继续旅途,去香港的游客仅占总游客人数 4%。

调查人数 出境后将前往的国家(或地区)

香港	台湾	回日本	泰国	韩国	美国	其他	
3376	134	22	3060	10	31	37	82

#### 4、入境日本游客感兴趣的旅游商品分析

日本游客最感兴趣的旅游商品是食品和茶叶,占到总人数的 47.9%,其次为服装和丝绸占到总人数的 29.7%,排在第三位的是纪念品和工艺品,占到总人数的 23.7%,最不感兴趣的是胶卷和电器,仅占总人数的 2.2%。

### 四、结论与探讨

#### 1、来华日本游客总量增加,增幅降低

来华日本游客从总量上是持续增加的,但是增加的幅度与其他客源国相比是减少的。分析其中原因,日本游客旅游非常注重宾馆的环境、设施和服务。目的地方便的旅游服务设施、



个性化或超值的服务,是日本游客进行旅游决策的重要因素。我国的宾馆业是最早引进外资的行业,宾馆的各种服务设施已经基本与国际接轨,部分知名的旅游景区在经过了改革开放近三十年的发展之后,服务设施也有所提升。但是目前尚有一部分景区的服务设施有待进一步提升,城市的基础设施有待进一步加强。

## 2、来华日本游客主要以观光休闲为目的

十月、十一月份入境旅游的游客数量最多、游客主要的游览地区集中在长三角、北京、广东地区。通过分析,来华的日本游客中以观光休闲为目的的日本游客占到了入境总人数的48.9%,而入境的时间十月、十一月份人数最多,一月份人数最少,并且游客主要的游览地区集中在长三角、北京和广东三个地区。因此,在对日本的旅游推介中,应以差异化推介为主,适时推出三亚休闲度假游、云南风光游等适宜冬季旅游的旅游产品,从而增加冬季入境的游客。另外,少数民族所特有的文化也会构成吸引日本游客的另一大旅游产品。

## 3、主要以男性游客为主、年龄集中在 25-64 岁之间。

男性在来华的日本游客中无论是数量、花费还是停留时间都占绝对地位。入境日本游客中,15~24岁的青年游客人均天花费最少,但停留时间最长,14岁及以下的少年儿童停留时间最短,但人均天花费最多。从总花费的角度看,45~64岁的游客平均人均总花费最高,而15~24岁的年轻人人均花费最低。总体来说,25~64岁的中青年来华旅游的人数最多、花费最高。因此旅游企业应该在充分分析各细分市场特点的基础上,有针对性地开发旅游产品,如针对老年人喜欢的名胜古迹游、针对女性的城市休闲游等等。

## 4、从事商务和会议活动的商贸人员人均花费最高。

政府工作人员人均天花费最高,仅随其后的是商贸人员,学生的人均天花费最少,但学生的停留时间最长。从事商务和会议活动的商贸人员人均花费最高。以观光休闲为目的的日本游客数量最多,但是均花费相对较少。分析其中原因,我国作为日本游客的主要目的国,由于地理距离近,同时游览费用低廉,长期吸引着大批消费能力相对较低的日本游客,但是随着这部分游客游览需求的满足,使得来华旅游的日本游客数量出现了下滑,因此,我们应对目前的旅游产品进行换代升级,从而适应不断变化的国际市场。

综上所述,来华日本游客总量持续增加、增加幅度减缓、主要以男性游客为主、年龄集中在 25-64 岁之间、来华的时间主要在每年的十月、十一月份、旅游地区主要集中在长三角、北京、广东地区。同时进行会议和商贸旅游的人士人均花费最高。因此,我们应根据以上特点,适时开发出适宜日本游客现状的旅游产品,弥补目前旅游产品的不足,才能吸引更多的游客来华旅游。

### 参考文献:

- 【1】 2007年《中国旅游统计年鉴》
- 【2】 2007年《入境游客抽样调查资料》
- 【3】 胡华.基于旅西日本游客旅游选择行为的西安旅游市场分析【J】.西安石油大学学报,2008,(2):11-15.
- 【4】 凌强.日本出境旅游现状及我国拓展日本客源市场对策【J】.商业研究,2006,(23) 169-171.
- 【5】 马耀峰.入境游客决策行为差异研究——以旅华日美游客为例【J】.干旱区资源与环境,2008,(1) 102-106.

### 【作者简介】

高超(1978—),女,陕西渭南人,硕士,西安财经学院旅游管理系教师,主要从事旅游市场营销、旅行社研究。

