

南向北向救觀光：  
新南向與「新北向政策」對我國觀光產業助益之分析

周均羨

- 高中生組
- 大學生組
- 研究生組

元智大學管理學院學士班（主修：國際企業）

## 壹、前言：想要救觀光，該向南或向北？

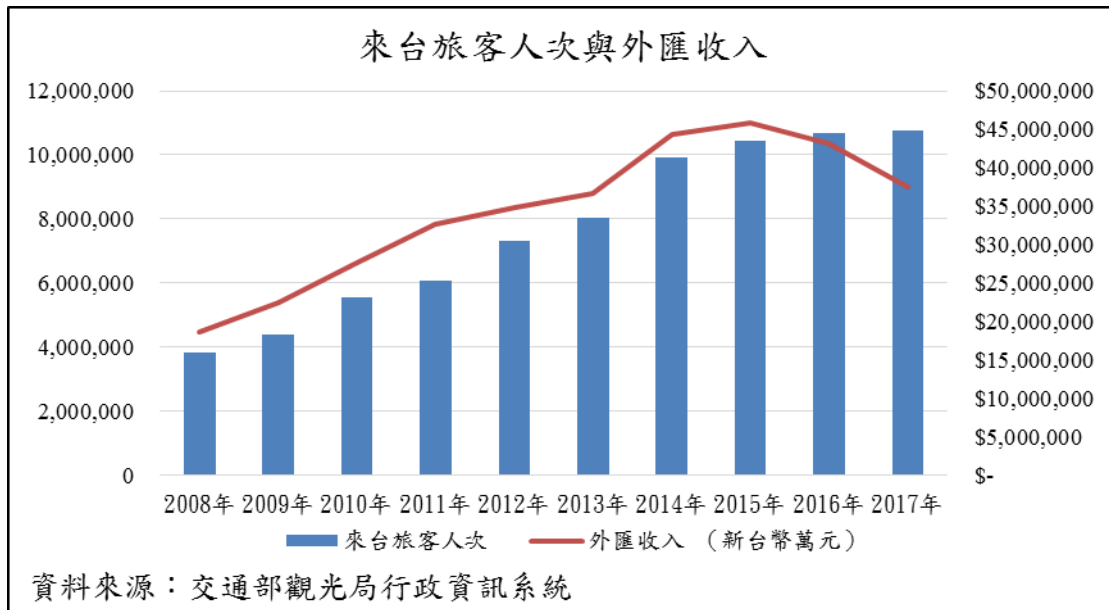
觀光業又被稱做無煙囪工業，是在全球化、交通運輸網絡日益發達、休閒娛樂需求逐漸增長的情況下，相當具成長空間與發展潛力的產業。台灣具有獨特的歷史文化背景，亦擁有豐富的地景資源與自然景觀，可說兼具文化觀光(Cultural tourism)與生態觀光(Ecotourism)之價值。觀光客的到來不僅能帶動消費與 GDP 的成長，促進經濟與相關產業的發展、提供更多就業機會之外，還能增進國家形象、提升國際軟實力；因此，提升國外旅客前來我國境內觀光之意願，也能夠做為突破我國外交困境的方法之一。

然而，根據交通部觀光局 2017 年的來台旅客消費及動向調查報告，2017 年的來台旅客人次雖從 2016 年的 10,690,279 人次提升至 10,739,601 人次，成長 0.46%，觀光外匯收入卻由 133.74 億美元跌至 123.15 億美元，跌幅達 7.92%（詳如圖一）；其中由於近年來兩岸關係降溫，因此雖然來台旅客總數提升，來自中國大陸的旅客卻自 2015 年起便呈現逐年下降的趨勢（詳如圖二），而由於中國大陸旅客的消費力高（平均每人每日 184.38 美元，僅次於日、韓旅客），流失中國大陸旅客很可能會對既有的觀光產業造成衝擊。

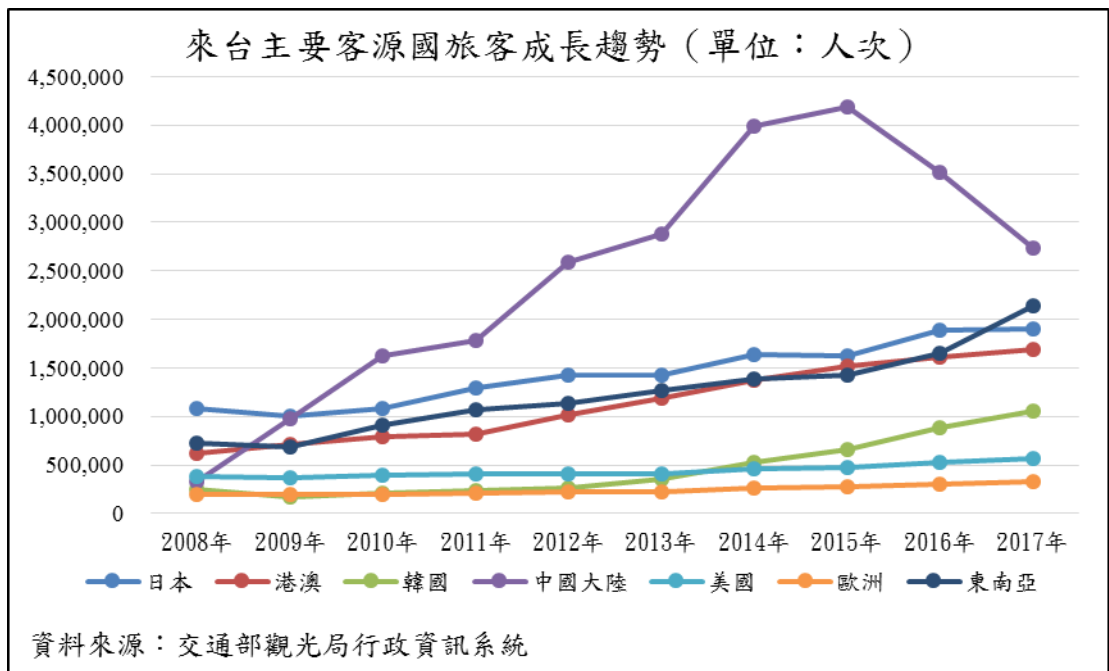
為了擺脫對單一客源的依賴，補足流失的高消費力客源並提升我國在國際上的能見度，發掘新的旅客市場成為政府當下的重要任務。2018 年 9 月，我國外交部為推廣國內觀光與促進經貿交流，宣布試辦俄羅斯國民來台 14 天免簽證待遇，並將於 10 月接待第一批俄羅斯踩線團來台觀光，希望促進俄羅斯旅客來台旅遊意願。與針對東南亞國協的新南向政策相反，該政策希望往北方國家俄羅斯尋找出路，因此我們以國內媒體慣用的「新北向政策」稱呼之。

本文以開放俄羅斯國民來台 14 天免簽證待遇為契機，希望瞭解若向俄羅斯、日本、韓國等位於我國北方的國家推動促進觀光的政策（即本文所稱之「新北向政策」），是否能為我國觀光產業帶來足夠的效益，且將一併探討新南向政策迄今所帶來的觀光收益，以及其與北方國家旅客來台觀光產生之預期效益比較，並嘗試根據結論提出政策建議。

本文主要使用國家實驗研究院（以下簡稱國研院）科技政策研究與資訊中心之政策研究指標資料庫(Policy Research Indicators Database，以下簡稱 PRIDE 指標資料庫)及我國交通部觀光局等政府單位提供之內容進行分析，輔以國內外新聞報導資訊，以期透過視覺化的數據統計資料，更深入了解我國觀光客源市場的概況，比較新南向與北向旅客的差異，並提供客觀之政策方向參考。



圖一、近十年來台旅客人次與外匯收入變化

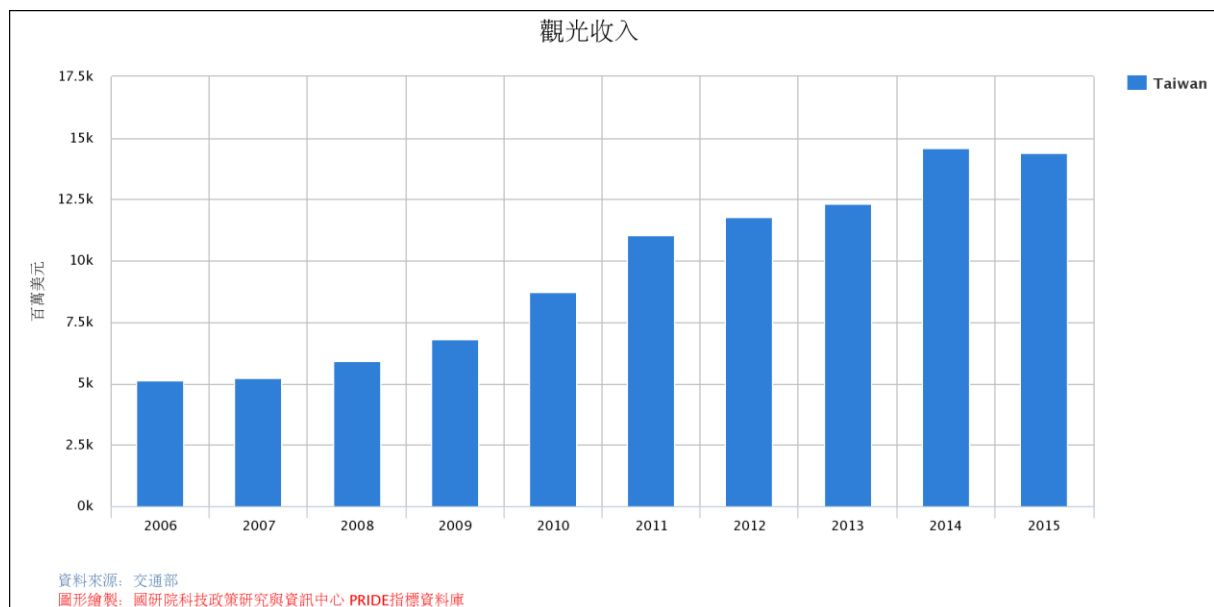


圖二、近十年來台主要客源國旅客成長趨勢 (單位：人次)

## 貳、我國觀光產業現況概述

### 一、觀光收入

依據 PRIDE 指標資料庫中蒐錄自交通部之我國觀光收入的統計，我國觀光收入由 2005 年的 4,977 百萬美元，提升至 2016 年的 13,374 百萬美元，在金額方面有顯著性的成長（詳如圖三）；然而，根據觀光局 2015 至 2017 年觀光收支統計表及圖一，雖然我國入境旅客呈現逐年上升之趨勢，但整體觀光收入卻自 2015 年起開始降低，儘管國內旅遊觀光收入有所上升，仍不敵觀光外匯收入下降的衝擊，使總觀光收入由 2015 年的 257.29 億美元減少至 2017 年的 255.05 億美元，占 GDP 百分比亦由 4.90% 降至 4.45%，顯示我國觀光業正面臨獲利萎縮的危機。

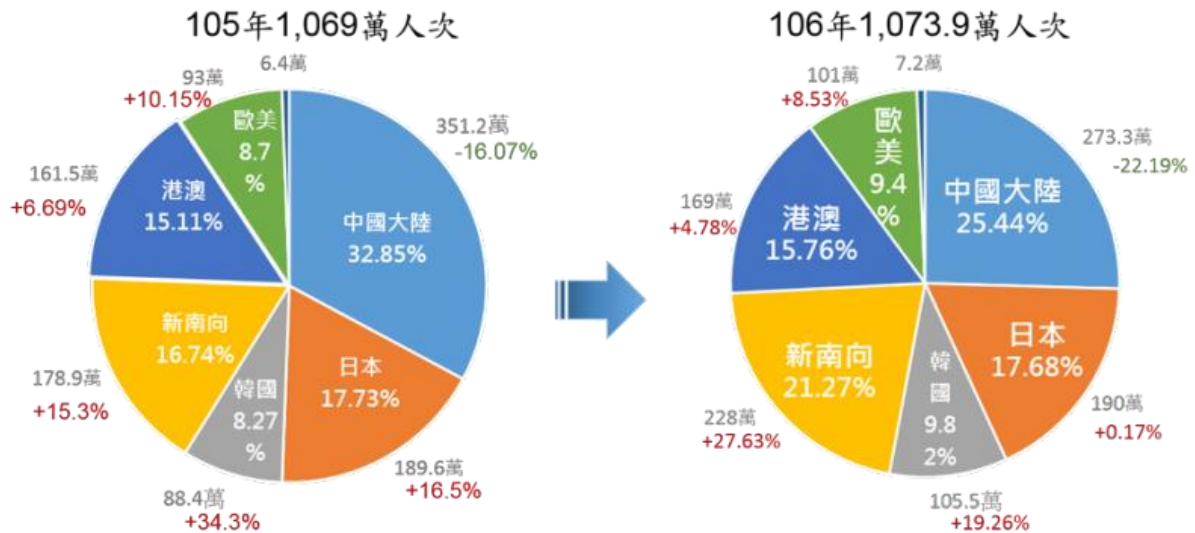


系統編號：MT10305-0516

圖三、2006 至 2015 年我國觀光收入

### 二、來台旅客主要來源地與消費力

本文將來台旅客主要來源地大致分為六大區域（詳如圖四），分別為中國大陸、日本、韓國、港澳、新南向國家與歐美地區；其中由圖四圓餅圖可觀察到，雖然中國大陸旅客減少，但總體來台旅客小幅增加，由 105 年的 1,069 萬人次，增加至 106 年的 1,073.9 萬人次。本節將配合觀光局定期發佈之來台旅客消費及動向調查，簡述此六大區域來台旅客之特色、占人次比與消費能力，並整理於下表一。



圖片來源：風傳媒（2018）

資料來源：內政部移民署

圖四、我國旅客來源地圓餅圖

### （一）中國大陸

儘管自 2015 年起便逐年減少，中國大陸的旅客目前依然在來台旅客數量中佔了最大部分，2017 年佔比仍高達 25.44%，每次平均在台停留夜數為 7 日；消費方面則受旅遊法與禁奢令影響，在六大區域中排名第三，2017 年平均每人每日消費 184.38 美元，較去年減少 7.08%，消費項目以購物為大宗。

### （二）日本

日本為我國第二大的境外旅客來源國，近年來台旅客人次大約維持在每年 190 萬人次，平均停留夜數約在 4 至 5 日左右；消費力則在六大區域中奪得第一，2017 年平均每人每日消費 214.05 美元，但因住宿觀光旅館比率及觀光團體團費減少，因此較去年降低 11.34%。

### （三）韓國

韓國為六大區域中第五大旅客來源地，而若以國家為排名單位，則是我國第三大旅客來源國，且人次近年來不斷成長；平均每人每日消費 194.58 美元，每次約停留 4 夜。

### （四）港澳

港澳旅客來台人次在六大區域中排名第四，每年來台旅客人次僅略低於日本，然而近年成長逐漸趨緩；平均每人每日消費 183.92 美元，每次停留夜數約為 4 夜。

## (五)新南向國家

新南向國家包括印尼、菲律賓、泰國、馬來西亞、新加坡、汶萊、越南、緬甸、柬埔寨、寮國、印度、巴基斯坦、孟加拉、尼泊爾、斯里蘭卡、不丹、澳大利亞、紐西蘭等 18 國，近年來台旅客呈現高度成長，一躍成為六大區域中的第二名。消費力亦不容小覷，平均每人每日消費 152.25 美元，每次停留 8 至 12 夜不等。

## (六)歐美地區

歐美地區來台旅客人次則有小幅成長，平均停留夜數較鄰近的港澳、日、韓要長，但平均每人每日消費較低，美國旅客平均每人每日消費 155.67 美元，歐洲旅客平均每人每日消費 137.19 美元，且花在購物上的比例為六大區域中最低。

表一、來台旅客人次與消費特色（依主要來源地區分）

	中國大陸	日本	韓國	港澳	新南向	歐美
2017 年來台人次	2,732,549	1,898,854	1,054,708	1,692,063	2,277,631*	891,455
平均每人每日消費(美元)	184.38	214.05	194.58	183.92	152.25	美國： 155.67 歐洲： 137.19
平均停留夜數	7.33	4.4	4.11	4.19	東南亞： 7.94 紐澳： 8.91-11.97 印度： 11.7	美國： 10.67 歐洲： 10.89
主要花費項目	購物費	旅館內支出費	旅館內支出費	旅館內支出費	旅館內支出費	旅館內支出費
主要購買商品	珠寶或玉器類、名產或特產	名產或特產、茶葉	名產或特產、紀念品或手工藝品類	暫無資料	名產或特產、服飾或相關配件	暫無資料

\*由於資料限制，新南向國家人次資料包含東南亞國家，但不包含巴基斯坦、孟加拉、尼泊爾、斯里蘭卡與不丹。

資料來源：交通部觀光局行政資訊系統（2018）

### 三、國際指標

雖然我國觀光外匯收入自 2015 年起逐年減少，但根據 PRIDE 指標資料庫蒐錄自 APEC 之觀光旅遊競爭力指數，我國觀光旅遊競爭力略有回升，由 2015 年的 4.35 上升至 4.47（詳如圖五）；但與其他東亞地區相比，回升幅度相對較小，且自 2015 年起便落後於中國大陸，在五個東亞地區中敬陪末座。



系統編號：API0401-0140

圖五、近十年東亞地區觀光旅遊競爭力指數變化

由上述分析與介紹中可以發現，我國 2017 年入境旅客人數與觀光旅遊競爭力皆有所提升，但提升幅度有限，且整體觀光外匯收入有所下跌；因此提升我國觀光產業的吸引力、尋找消費力更高的客源，以填補中國大陸旅客來台人次下降的缺口，是我國觀光產業的當務之急。

## 參、新南向政策對我國觀光之助益

### 一、新南向政策概述

新南向政策是蔡英文總統的主要政見之一。根據經濟部國際貿易局新南向政策專網之新南向政策綱領，新南向政策旨在為台灣經濟尋求新的方向和新的動能，並重新定位台灣在亞洲發展的重要角色，創造未來價值；同時，亦藉此開啓我國和東協、南亞及紐澳等國家廣泛的協商和對話，期能建立緊密的合作，共創區域的發展和繁榮。目前新南向的目標國家包括印尼、菲律賓、泰國、馬來西亞、新加坡、汶萊、越南、緬甸、柬埔寨、寮國、印度、巴基斯坦、孟加拉、尼泊爾、斯里蘭卡、不丹、澳大利亞、紐西蘭等 18 國。

## 2018「Win the PRIDE：用指標說故事」競賽文稿

蔡英文總統在 520 就職演說中也提到「新南向政策」能夠「提升台灣對外經濟的格局與多元性，告別以往過於依賴單一市場的現象，重新建構台灣與亞洲的連結」。據行政院的新南向工作計畫，行政院也於民國 105 年 9 月 5 日提出《新南向政策推動計畫》，且隨之成立經貿談判辦公室，負責統籌與協調「新南向政策」之相關執行工作。其政策目標可分為下列數點：

### （一）短中程目標

- 結合國家意志、政策誘因及企業商機，促進並擴大貿易、投資、觀光、文化及人才等雙向交流。
- 配合經濟發展新模式，推動產業新南向戰略佈局。
- 充實並培育新南向人才，突破發展瓶頸。
- 擴大多邊和雙邊協商及對話，加強經濟合作，並化解爭議和分歧。

### （二）總體及長程目標

- 促進台灣和東協、南亞及紐澳等國家的經貿、科技、文化等各層面的連結，共享資源、人才與市場，創造互利共贏的新合作模式，進而建立「經濟共同體意識」。
- 建立廣泛的協商和對話機制，形塑和東協、南亞及紐澳等國家的合作共識，並有效解決相關問題和分歧，逐步累積互信及共同體意識。

## 二、與觀光相關之政策

據交通部之新南向「觀光」潛力領域工作計畫，新南向政策主要有以下觀光政策：

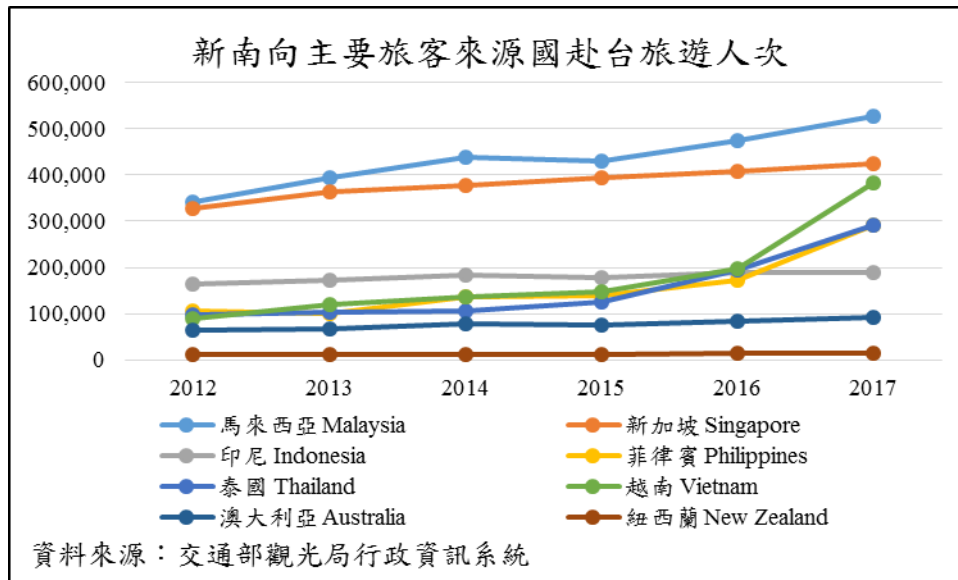
- 增設駐外據點，開拓新興市場
- 推動地方深度旅遊，越在地越國際
- 結合友臺組織，推動臺/華商企業獎勵旅遊
- 鼓勵結盟南向，強化觀光資訊應用
- 區域串連，連結產學合作
- 加速推動免簽，減少簽證障礙

## 三、新南向政策對我國觀光助益之分析

本文根據交通部觀光局之 2016 年觀光統計年報，將包括馬來西亞、新加坡、印尼、



菲律賓、泰國、越南、澳大利亞與紐西蘭等新南向國家中目前來台旅客數量較多的 8 國進行分析；由此 8 國近年赴台旅遊人次變化來看，2016 年新南向政策實施後，所有國家的來台旅遊人次皆有所成長，其中以泰國、越南與菲律賓的增長幅度最高，成長率分別高達 50%、95.98% 和 68.69%（詳如圖六）。



圖六、新南向主要旅客來源國赴台旅遊人次

消費力方面，新南向 18 國 2017 年平均每人每日在台消費 152.25 美元，其中新加坡消費力平均每人每日 205.07 美元，菲律賓平均 175 美元，馬來西亞平均 162.07 美元，泰國平均 143.74 美元。此外，根據風傳媒引用交通部觀光局資料之報導，汶萊、柬埔寨、寮國和緬甸在台日均消費 229 美金，初步分析該 4 國有能力出國旅遊者，多為社經地位較高者，也是目前台灣爭取新南向旅客的重要目標客群。

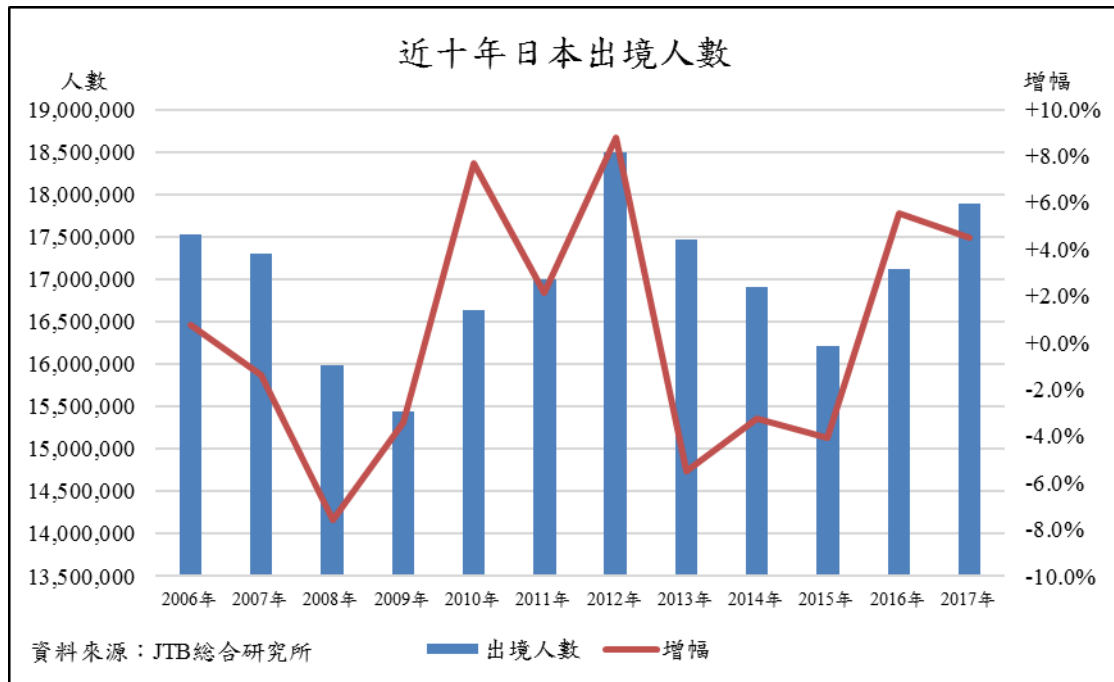
## 肆、「新北向政策」之預期效益分析

與新南向政策向南 18 國相反，「新北向政策」向位於台灣北方的俄羅斯尋求機會。本文同時鎖定已是我國觀光主要客源之日本、韓國，以及我國現正欲積極開發之俄羅斯市場，進行目標客群與預期效益之分析。

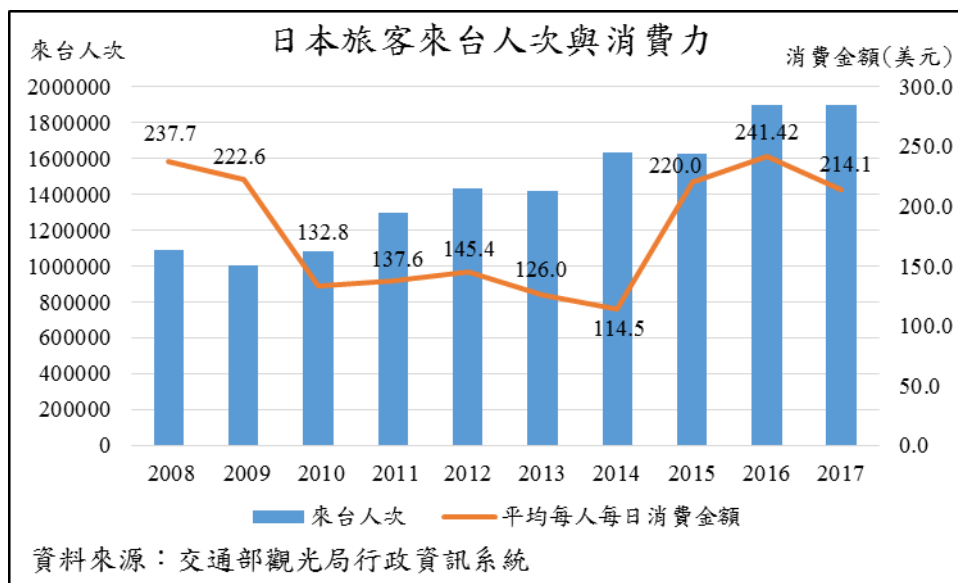
### 一、新北向國家旅客分析

#### (一) 日本

日本為我國主要旅客來源國之一。據日本經濟新聞報導，由於受安倍經濟學 (Abenomics) 影響，日圓近年持續貶值，導致日本旅客在海外的消費能力下降；然而從圖七中可以觀察到，自 2016 年起日本出國人數開始出現回升，旅客市場有復甦的潛力。



圖七、近十年日本出境人數



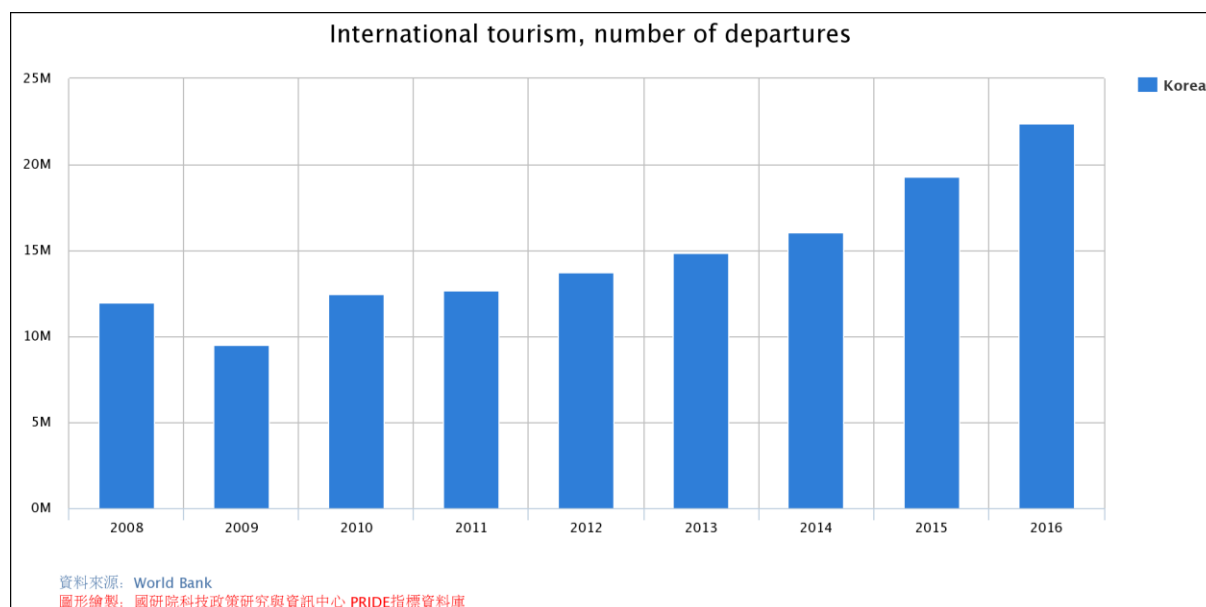
圖八、日本旅客來台人次與消費力變化

旅遊偏好方面，根據日本旅行業協會的調查，在日本旅客黃金週假期的海外旅遊偏好地區中，台灣由於距離近且治安良好，長期名列第一；暑假海外旅遊偏好地區方面，台灣亦擊敗夏威夷拔得頭籌，成為 2018 年日本旅客中人氣最高的旅遊地區，顯見來台旅遊對於日本旅客而言仍相當具吸引力，來台旅客人數有望進一步提升。喜好的旅遊項目方面據觀光局調查為購物、美食或特色小吃、風光景色，購買物品則以名特產為主，茶葉與服飾、配件次之。

## (二)韓國

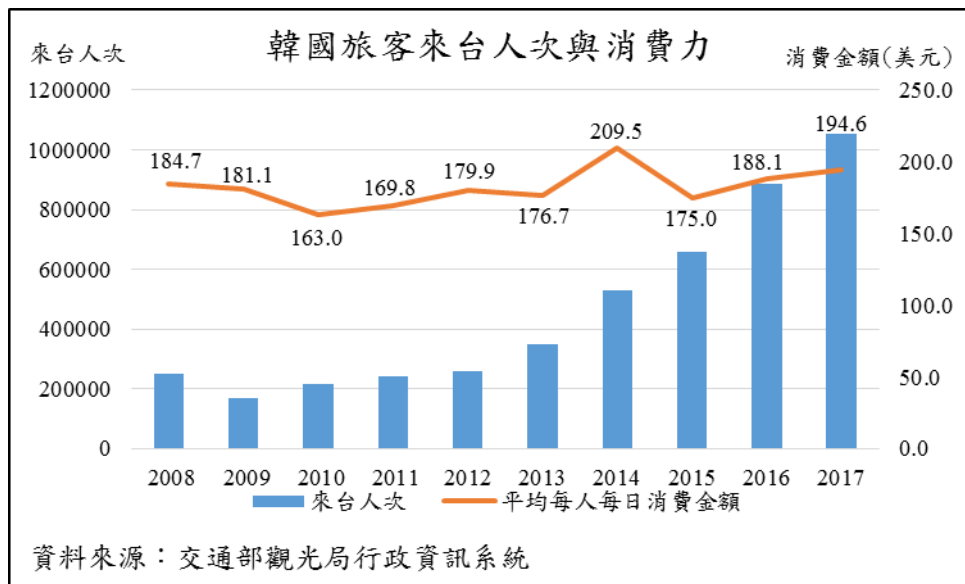
韓國在我國旅客主要來源國中排行第三，且自 2009 年起，韓國出境及來台旅客人次便逐年攀升（詳如圖九、圖十），赴台觀光旅客人次尚有成長的潛力；相較於日本旅客的消費力下降，韓國旅客的在台消費金額有緩步上揚的趨勢，購買的物品主要以名特產為主，其次為紀念品或手工藝品類、珠寶或玉器類。

此外，由於 2016 年發生韓國部署薩德反飛彈系統事件使中韓關係降溫，韓國遊客赴中國大陸旅遊人次下降，台灣可藉機加強相關旅遊宣傳，吸引韓國旅客轉為來台旅遊，以增加韓國旅客市場的市占率；且韓國與台灣地理位置接近，飛行航程僅約 2.5 小時，相當適合臨時或短期的觀光旅遊。



系統編號：WB10406-0046

圖九、韓國出境旅客人數



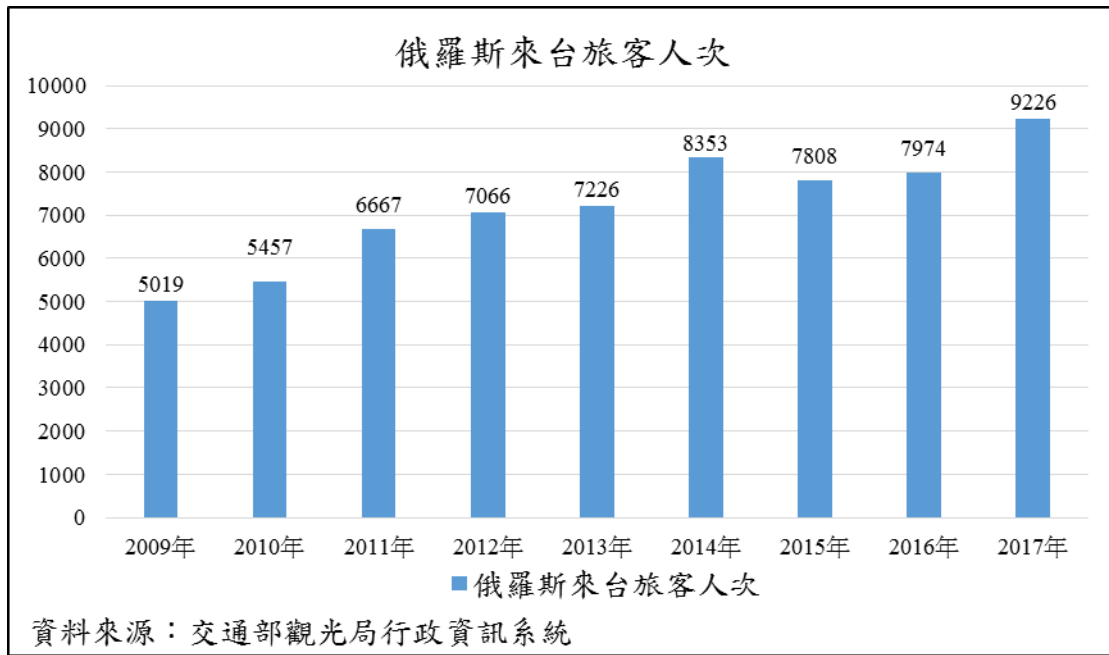
圖十、韓國旅客來台人次與消費力變化

### (三)俄羅斯

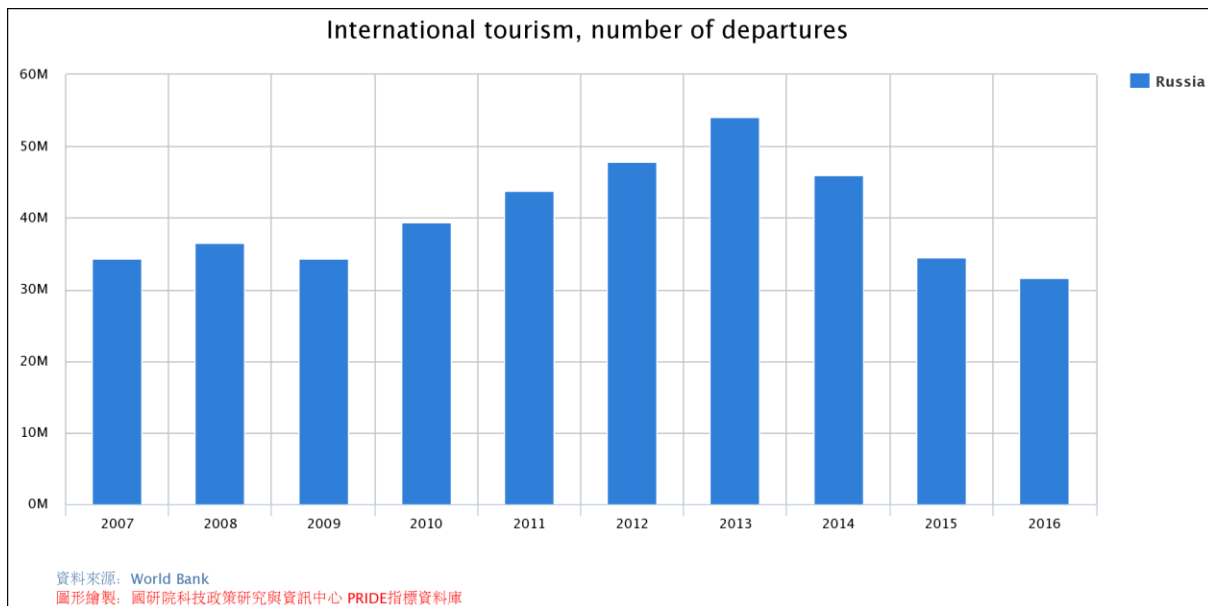
2017年俄羅斯總人口數約為1.46億人，雖大於我國主要旅客來源國日本的1.26億，但因近年俄羅斯頻受國際制裁，盧布大幅貶值，使俄羅斯旅客出境旅遊人次自2013年起不斷下跌；而由於直飛航班相對較少與試辦觀光簽證前的簽證門檻、手續繁雜等問題，目前赴台觀光的俄羅斯旅客相當稀少，每年均不滿一萬人次，但仍有逐步成長的趨勢。不過，由於俄羅斯2016年出境人次仍有三千萬以上，來台旅客卻不足一萬人次（詳如圖十一、圖十二），顯見開放觀光簽證、降低來台阻礙與加強觀光宣傳後，未來來台人次有極大的成長潛力。

旅遊偏好方面，根據俄羅斯官方媒體衛星通訊社報導，在全俄社會輿論調查中心對於夏季休閒方式的民調中，俄羅斯人較嚮往的夏季休閒方式為出境旅遊（29%）或在黑海邊度假（26%）；其中較富裕的俄羅斯人更傾向於出境游，佔該類人群的41%。Russia Country Commercial Guide則指出，天氣、價格與歷史文化吸引力等為俄羅斯旅客選擇旅遊目的地的優先考量因素，且上層階級及新興中產階級非常喜愛陽光與海灘假期（beach holidays）。

消費力方面，根據圓山大飯店總經理楊守毅之莫斯科MITT參展暨市場分析報告，俄羅斯人每月平均工資雖僅有約30,000盧布，但俄羅斯貧富差距懸殊，高消費力人口很多，聯合國世界旅遊組織(UNWTO)更將俄羅斯名列第九，為國際旅遊方面領先的消費國；且根據Ipsos Comcon針對2016年俄羅斯出境旅遊業績的年度調查資料，雖然俄羅斯出境旅遊的人數減少，但其在國外旅遊時的花費卻增加了40%。俄羅斯官方媒體RT也指出，2017年俄羅斯旅客在國外消費金額達到310億美元，消費力相當驚人。



圖十一、2009 至 2017 年俄羅斯來台旅客人次統計



系統編號：WB10406-0046

圖十二、2007 至 2016 年俄羅斯出境旅客人次 (單位：百萬)

## 二、新北向政策預期效益

根據上述觀察，日本、韓國與俄羅斯旅客來台人次皆呈現上升狀態，且雖然日本旅客每人每日平均消費金額有所下降，上述三國旅客仍為相對高消費力之客群，平均每人每日消費金額亦較中國大陸旅客為高；因此若能繼續提升上述三國旅客赴台旅遊人次，對於緩解中國大陸旅客流失所造成的經濟損失將會有莫大的幫助。

## 伍、結論與政策建議

### 一、結論

經過上述的分析，本文歸納出新南向政策與「新北向政策」對我國觀光之助益與特點比較，整理如下：

表二、新南向與「新北向」旅客比較

	新南向政策 18 國	「新北向政策」3 國
包括國家	印尼、菲律賓、泰國、馬來西亞、新加坡、汶萊、越南、緬甸、柬埔寨、寮國、印度、巴基斯坦、孟加拉、尼泊爾、斯里蘭卡、不丹、澳大利亞、紐西蘭	日本、韓國、俄羅斯
2017 年來台旅客人次	約 228 萬	約 296 萬（日本 190 萬、韓國 105.5 萬、俄羅斯約 0.9 萬）
2016/2017 年成長率	34.3%/27.63%	日本：16.5%/0.17% 韓國：34.3%/19.26% 俄羅斯：2.13%/15.7%
2017 年平均每人每日在台消費金額（美元）	152.25	日本：214.05 韓國：194.58
旅客主要消費產品類別	名產或特產、服飾或相關配件、化妝品或香水類	名產或特產、紀念品或手工藝品類、茶葉、珠寶或玉器類、服飾或相關配件

資料來源：交通部觀光局行政資訊系統（2018）

新南向旅客雖然成長快速，具市場潛力，但平均消費金額較低，短期內尚不足以補足中國大陸旅客流失造成的經濟損失。北方的日本雖然赴台旅客成長速度趨緩，但消費力仍然偏高；來自韓國的旅客則大幅增加，其消費力逼近日本旅客；且日、韓原本就是我國的主要旅客來源國，因此已有相當的觀光宣傳與旅客接待經驗可供參考，對應的導覽人員也相當充沛，推廣赴台觀光相對較為容易。「新北向政策」的目標國家俄羅斯則具潛在的高消費力客群，且旅客偏好與台灣的觀光特色相符，是待開發的潛力股；唯我國俄語導覽人才有限，政府可考慮與具備俄文相關科系之大專院校合作，共同規劃俄羅斯旅客來台之參考行程。

## 2018「Win the PRIDE：用指標說故事」競賽文稿

綜上所述，若政府欲快速填補中國大陸旅客流失造成的觀光外匯收入損失，可以以較熟悉的日、韓市場為主，具高消費潛力的俄羅斯市場為輔，優先吸引來自北方國家的旅客，較容易在短期內提升觀光外匯收入；但長期而言，若希望提升來台旅客客源的多元性、提高來台旅客人次、降低對單一市場的依賴並增進與新南向國家的交流互動、突破我國目前的外交困境，則建議耕耘來自新南向國家的旅客。若政府希望進一步提升新南向國家旅客在台的平均消費金額，則可嘗試進行市場區隔，將目標市場鎖定為具高消費力的富裕階層旅客，並對觀光宣傳策略進行調整。

## 二、政策建議

根據上述分析資料與結論，本文嘗試提出以下政策建議，以供政府執行觀光政策之參考：

### (一)加強推廣在地名特產

上述基於來台旅客消費及動向調查的各國旅客特色顯示，名產或特產為境外旅客來台購買之大宗，顯示許多國家的旅客對於名特產有深厚的興趣與購買意願，因此政府可著重宣傳台灣在地生產之特色產品，做為推廣台灣觀光的主題，不僅能幫助在地經濟發展、強化地方特色，亦對提升來台旅客之購物消費金額有所助益。

### (二)設計吸引俄羅斯旅客的觀光行程

由於歷史文化對俄羅斯旅客具吸引力，因此政府可以以台灣獨特的歷史背景做為主題，推廣文化觀光；也可以針對俄羅斯中高階層旅客偏好的陽光與海灘假期進行設計，吸引俄羅斯旅客前來北海岸、墾丁、澎湖等地度假，體驗我國的自然地景及夏日風情。

為與中國大陸做出旅遊市場區隔，政府亦可強調台灣的特色做為觀光宣傳要點，例如夜市文化適合尋求美食與在地特色小吃的旅客，治安良好則適合家庭及單身獨行旅客等。

### (三)打造對新南向旅客更加友善的環境

由於新南向國家在宗教信仰與生活習慣方面與台灣有諸多不同之處，因此建議政府可以依據新南向國家旅客需求，打造更為友善的旅遊環境，例如為穆斯林旅客提供更多清真認證食品、增加旅遊告示及導覽的語言種類等等，除了能幫助來台旅客外，也能照顧到來台就職的外籍移工，一舉兩得。

## 參考文獻

1. 中央通訊社 (2018)。俄羅斯國民免簽 張學舜：101 將招待踩線團。上網日期：2018 年 10 月 13 日，取自：<http://www.cna.com.tw/news/afe/201809060364.aspx>
2. 日本經濟新聞中文版 (2015)。日本人出國人數減少 3%。上網日期：2018 年 10 月 27 日，取自：<https://zh.cn.nikkei.com/industry/tradingretail/12801-20150120.html>
3. 日本旅行業協會 (2018)。旅行動向調查 (人氣ランキング)。上網日期：2018 年 10 月 28 日，取自：<https://www.jata-net.or.jp/data/trend/ranking/index.html>
4. 台灣旅遊交流協會 (2018)。莫斯科 MITT 參展暨市場分析報告。上網日期：2018 年 10 月 30 日，取自：  
[http://www.ttia.org.tw/public/topnews/goodnewsdtl.asp?M\\_ID=2018040302](http://www.ttia.org.tw/public/topnews/goodnewsdtl.asp?M_ID=2018040302)
5. 自由時報 (2018)。謠言終結站—政府請花錢少的東南亞旅客來台？觀光局：新南向旅客消費不容小覷。上網日期：2018 年 11 月 5 日，取自：  
<http://news.ltn.com.tw/news/focus/paper/1217253>
6. 交通部觀光局 (2018)。來台旅客消費及動向調查。上網日期：2018 年 11 月 3 日，取自：  
<https://admin.taiwan.net.tw/FileUploadCategoryListC003340.aspx?CategoryID=6f2f646b-872e-44f1-b725-a75c0f7d0bf9&appname=FileUploadCategoryListC003340>
7. 交通部觀光局 (2018)。來臺旅客居住地分析統計。上網日期：2018 年 11 月 3 日，取自：  
<https://admin.taiwan.net.tw/FileUploadCategoryListC003330.aspx?CategoryID=97dbfd3b-e636-4983-a306-639772660433&appname=FileUploadCategoryListC003330>
8. 交通部觀光局 (2018)。新南向「觀光」潛力領域工作計畫。上網日期：2018 年 11 月 3 日，取自：  
<https://admin.taiwan.net.tw/FileUploadCategoryListC003100.aspx?CategoryID=edc55044-9a5a-41db-8f67-85fabacafa58&appname=FileUploadCategory3104>
9. 交通部觀光局 (2018)。觀光統計年報。上網日期：2018 年 11 月 3 日，取自：  
<https://admin.taiwan.net.tw/FileUploadCategoryListC003330.aspx?CategoryID=ab8b94b3-dfa6-4f5e-9bee-592f0fa42ff1&appname=FileUploadCategoryListC003330>
10. 風傳媒 (2018)。陸客不來，害慘台灣觀光市場？2017 年來台觀光人數再次「不減反增」，用數字說真相。上網日期：2018 年 10 月 17 日，取自：  
<https://www.storm.mg/lifestyle/461778>
11. 俄羅斯衛星通訊社 (2010)。俄羅斯人嚮往出國或去海邊度假 但實際基本在家休息。上網日期：2018 年 10 月 23 日，取自：  
<http://big5.sputniknews.cn/russia/2010052642796078/>



## 2018 「Win the PRIDE：用指標說故事」競賽文稿

12. 新南向政策專網 (2016)。新南向政策綱領。上網日期：2018 年 10 月 30 日，取自：  
<https://www.newsouthboundpolicy.tw/PageDetail.aspx?id=9d38cb45-4dfc-41eb-96dd-536cf6085f31&pageType=SouthPolicy>
13. 經濟日報 (2018)。到底一年賺多少泰國觀光財？官方數字來了。上網日期：2018 年 11 月 5 日，取自：<https://money.udn.com/money/story/5648/3338266>
14. JTB 綜合研究所 (2018)。アウトバウンド 日本人海外旅行動向。上網日期：2018 年 10 月 28 日，取自：<https://www.tourism.jp/tourism-database/stats/outbound/>
15. RT (2018)。Russian tourists spent \$31 billion abroad last year。上網日期：2018 年 10 月 23 日，取自：<https://www.rt.com/business/425500-russian-tourists-spend-billions/>