

云南省入境旅游客源市场特征与影响因素研究^{*1}

穆学青 陈亚颀 郭向阳

(云南师范大学旅游与地理科学学院, 云南昆明 650500)

【摘要】:入境旅游是推动区域旅游业发展的重要组成部分。以云南省 2006—2015 年数据为基础,运用亲景度、吸引力模型、年际波动指数和多元回归模型分别分析了云南省入境旅游客源市场的特征和影响因素。结果发现:①时间序列上,2006—2015 年新加坡、泰国、英国、法国、德国和意大利属强亲景度类型;空间序列上,2006—2008 年和 2008—2015 年两个时期的波动表现为日本、澳大利亚、新加坡由前期的亲滇度类型后期转入低一级类型。位次变动呈现出高层级亲滇度类型向低层级类型的跨类型转变,而低层级类型向高层级类型的转入是类型内部位序调整的特点。②2006—2011 年云南省吸引力逐年上升,说明客源国的偏好增强;2011—2015 年云南对客源国的吸引力呈“弓形”态势。③通过相关性和多元回归分析可知,进出口贸易总额、人均 GDP、旅游产品品位度对入境游客规模具有正相促进关系,旅游距离呈现负向作用。

【关键词】:入境客源市场;亲景度;吸引力模型;年际波动指数;影响因素

【中图分类号】:F590.84 **【文献标志码】**:A **【文章编号】**:1005-8141(2018)05-0681-0

1 引言

入境旅游是促进国家外汇收入增加、旅游经济增长、缩小区域发展差异、提升国家形象的重要途径,2016 年我国在《“十三五”旅游业发展规划》中明确提出了大力发展入境旅游。2015 年 11 月云南省旅游发展委员会颁布《云南省旅游产业“十三五”发展规划》,明确提出:“扩大旅游客源市场,以扩大旅游市场规模和提高海外入境游客为目标”的发展意见。借助国家和省级层面的政策红利,云南入境旅游呈现良好的发展态势,入境人次由 2006 年的 111.17 万人增加到 2015 年的 420.00 万人,入境外汇收入由 2006 年的 6.58 亿美元猛增到 2015 年的 28.76 亿美元,两者年均分别增长了 27.65%、33.71%。

入境旅游客源市场是旅游业生存和发展的动力,是区域旅游竞争力提升的关键,因此对国际旅游客源市场的研究有利于提升区域旅游业国际形象,塑造旅游企业市场形象^[1]。随着入境旅游如火如荼的发展,关于入境旅游客源市场的研究方兴未艾。目前,国内对入境旅游的研究集中于旅游市场拓展^[2]、时空演变^[3,4]、影响因素^[5,6]、亲景度和竞争态^[1,7-13]等方面,其中尤其以亲景度和竞争态的研究居多,研究区域涉及到新疆、广西、甘肃、湖南等省域,市域尺度包括洛阳市、黄山市、上海市、西安市等著名旅游城市。关于云南省的入境旅游主要涉及入境旅游客源市场^[14]、时空特征^[15]、旅游流时空演变^[16]、空间集聚^[17]、亲景度^[18]、流量与流质耦合特征^[19]等。

综上所述,以往研究为本文及今后入境旅游的发展奠定了坚实理论基础,但针对云南省入境旅游客源市场吸引力特征与影响因素的研究鲜有涉及。亲滇度只能在一定程度上表明客源市场的旅游偏好程度,与入滇游客规模并无太大的关联性,而吸引

¹ 收稿日期:2018-03-16; 修订日期:2018-04-23

基金项目:国家自然科学基金项目“边境少数民族在社会空间建构过程中的情感唤醒机制研究”阶段性成果(编号:41561034)。

第一作者简介:穆学青(1993-),女,河南省新乡人,硕士研究生,研究方向为区域旅游规划与管理。

通讯作者简介:陈亚颀(1965-),女,云南省昆明人,硕士生导师,研究方向为民族文化地理学。

力大小能够反映出旅游目的地游客规模，且研究入境旅游规模的影响因素对制定省域入境旅游发展提质增效的策略具有重要意义。鉴于此，本文通过 2006—2015 年云南省吸纳各客源国入境旅游相关数据，运用亲景度、吸引力模型、年际波动指数以及多元回归分析法对云南省入境旅游市场的旅游偏好程度、吸引力及影响因素进行研究，旨在为云南省入境旅游市场的拓展与可持续发展提供理论借鉴和实践参考，进一步发挥入境旅游市场在云南旅游强省建设中的作用。

2 研究方法 with 数据来源

2.1 研究方法

客源市场亲景度:借鉴马耀峰^[2]提出的亲景度模型，用于测度某国外客源市场对云南省旅游偏好程度，公式为^[11]：

$$D_k = \frac{P_i/PI}{C_i/CI} \dots\dots\dots (1)$$

式中， D_k 表示亲(疏)景度； P_i 表示某客源国到访云南的旅游人次； PI 表示所有客源国到访云南省旅游的总人次； C_i 表示某客源国市场到访我国的旅游人次； CI 表示所有客源国到访我国的旅游总人次。本研究主要依据 D_k 大小将亲景客源市场划分为 4 种类型:当 $2 \leq D_k \leq +\infty$ 时，为强亲景度市场；当 $1 \leq D_k < 2$ 时，为弱亲景度市场；当 $0.5 \leq D_k < 1$ 时，为弱疏景度市场；当 $0 \leq D_k < 0.5$ 时，为强疏景度市场。

客源市场吸引力:借用吸引力模型来测度云南省对某客源国的总吸引力大小，公式为：

$$D = k \sum_{i=1}^n \frac{QP_i I_i}{d_i^2} \dots\dots\dots (2)$$

式中， D 为云南省对客源国的总吸引力； k 为待定系数； n 为客源国数量； Q 为客源国等级； P_i 为某客源国人口数； I_i 为某客源国人均收入水平； d_i 为云南省与客源国间的直线距离。对于目的地等级综合参数 Q ，它不仅包含旅游资源的品位度和交通通达性等硬件设施，还包括旅游综合服务水平等各种软件条件。因此，不能简单的从“软件条件”或“硬件条件”来表现目的地等级，而应选用旅游外汇收入这一综合指标反映旅游目的地等级，公式为：

$$Q = \frac{q_i}{Q_t} \dots\dots\dots (3)$$

式中， q_i 为云南省当年旅游外汇收入； Q_t 为我国当年旅游外汇收入。

年际变动指数:主要用来表征入境旅游数量年际变动相对差异，公式为：

$$Y_v = \frac{N_i}{\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n N_i} \times 100\% \dots\dots\dots (4)$$

式中, Y_t 为入境游客数量年际变动指数; N_i 为第 i 年度数量指标数值; n 为总年度数。 Y_t 值的大小与数量指标的稳定性呈反向关系。

2. 2 数据获取

选取 2007—2016 年作为时间序列来考察云南省入境旅游规模及其影响因素, 数据主要源于 2007—2016 年《中国统计年鉴》、《云南省统计年鉴》和《国际统计年鉴》。此外, 云南省与各客源国间的距离通过百度地图测距工具获取, 统计数据中主要涉及到新西兰、澳大利亚、意大利、德国、法国、英国、加拿大、美国、印度尼西亚、泰国、新加坡、菲律宾和日本等 14 个入境客源国。

3 结果分析

3. 1 各客源国亲滇度分析

时间序列: 本研究设定客源国市场在云南市场占有率与其在全国市场占有率的比值为“亲滇度”。通过亲景度式(1)对亲景度的测算, 绘制出云南省 2006—2015 年各客源国亲滇度年际变化图(图 1), 运用式(4)得出亲滇度的年际波动趋势图(图 2)。由图 1 可知, 2006—2015 年时段内, 新加坡、泰国、英国、法国、德国和意大利 6 个国家每年的亲滇度均大于 1, 属强亲景度类型; 泰国最为显著, 各年亲滇度均大于 2, 2011 年达到 6.65; 法国和意大利的亲滇度始终高于 2, 与泰国同属于强亲景度客源市场; 新加坡在 2006 年、2007 年属于强亲滇度客源市场, 但 2008 年后, 其亲滇度一直保持弱亲景度, 与英国、德国属于同一亲滇度类型; 澳大利亚、新西兰和美国的亲滇度值在弱亲景度和弱疏景度之间徘徊; 印尼和日本的亲景度值在弱疏景度和强疏景度值域范围内变动; 加拿大、菲律宾则一直属于弱疏景度客源国; 俄罗斯在研究时段内亲景度值居于末位, 最低值仅 0.03, 属于强疏景度客源市场。进一步研究发现, 云南省的入境旅游客源市场亲景度值越高, 年际振荡幅度越大, 亲景度值越小, 其年际振荡幅度越小, 年际变化越平稳。

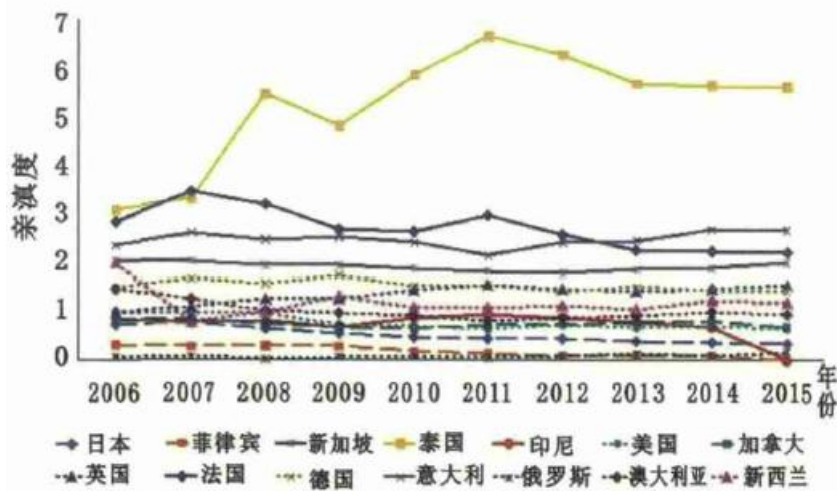


图 1 2006—2015 年主要客源国亲滇度年际变化

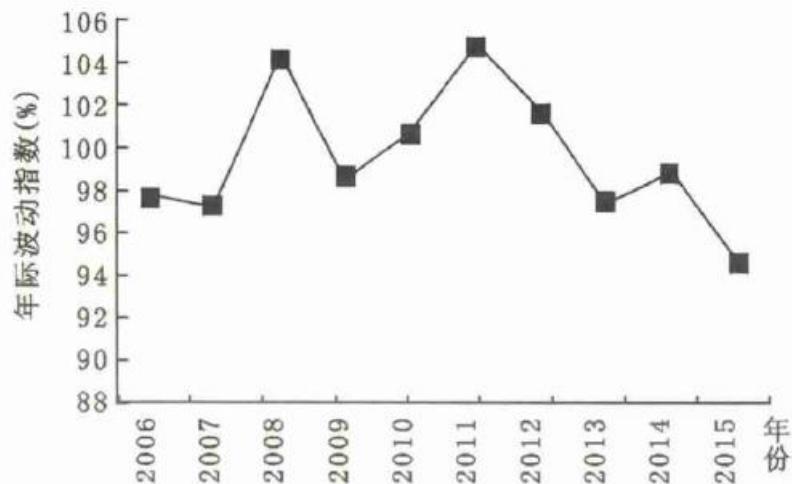


图2 云南省亲景度的年际波动趋势

东南亚市场是云南省入境旅游的传统客源地，也是我国主要的旅游客源市场，泰国与云南的旅游距离较短，文化上与云南傣族相近，游客陌生感知心理程度较低，文化相似性高的地区更能够为客源地居民接受，泰国亲滇度在研究时段内稳居第一，说明泰国客源市场对云南省旅游偏好程度较高，云南省对泰国的客源市场份额占有率和竞争力较强。日本和菲律宾的亲滇度受到金融危机等因素冲击，人们的出游意愿被抑制，呈逐年稳步下降趋势。此外，日本和菲律宾对中国出游欲望不高与近年来中日、中菲关于领土争端等政治问题不无关系。澳大利亚、新西兰、法国、意大利、英国、德国的亲滇度整体上有所波动但幅度不大，旅游距离和经济不景气是抑制其出旅游意愿的重要因素；中国与印度尼西亚虽然在2008年增开了30个国际航班，但北京、上海、广州等“硬件”设施更完善的大城市分流了云南省的大多客流；新加坡经济发达，新加坡华人较多，文化和语言相似性高，对中国认知程度较高，故其亲滇度在强亲景度和弱亲景度之间徘徊；美国近年来经济发展不太景气，国民出游意愿降低；加拿大政府与中国政府的政治体制虽存在较大差异，但两国紧密的经济联系使亲滇度相对平稳。俄罗斯亲滇度一直处于最低水平，说明旅游距离是限制俄罗斯居民来滇旅游的主要因素，俄罗斯客源国更偏爱于我国黑龙江、内蒙古、河北、北京等近距离旅游目的地。

由云南省亲景度的年际波动趋势(图2)可知，2006年和2007年云南省入境旅游客流年际波动指数小于100%，到2008年云南省的入境旅游客流年际波动指数突破100%，年际波动指数大幅度提高，说明2006年和2007年云南省的入境游客规模波动相对较小。尔后经历了2011年的又一高峰后波动下降，至2015年降至最低。2006—2015年云南省的亲景度在波动中出现了2008和2011年两个高峰值，主要是受益于2008年北京奥运会和2010年上海世博会的“溢出效应”，云南省的知名度随之提升，中国丰富绚烂的文化为外国人所熟知，独特的少数民族文化风情助推了云南省入境旅游人次的猛增；2015年云南省年际波动指数急转直下，这与2014年云南省“3·01”暴力恐怖袭击事件具有较大的相关性，同时也说明了入境旅游规模和效益对突发性事件具有敏感性特征。

空间序列分析:2008年爆发的全球性经济危机对多国经济造成重创，关联性较强的旅游业也受到了消极影响，故将2008作为截点来分析云南省入境旅游客源市场空间变化。根据2006—2015年的亲滇度分析可知，云南省近10年来的入境客源市场呈现出以下特点:①市场类型的变动。对比2006—2008年和2008—2015年两个时期，市场类型的变动在四种类型中均有显现，但是弱亲滇度和弱疏滇度的数量变化不大，主要是强亲滇度和强疏滇度的变化明显。2006—2008年，强亲滇度国家包括泰国、法国、意大利和新加坡；弱亲滇度的国家有德国、新西兰、澳大利亚和英国；弱疏滇度国家包括美国、加拿大、印尼和日本；强疏景度的国家有菲律宾和日本。2008—2015年，强亲滇度国家由原来的四国变为了泰国、法国和意大利三国，新加坡退居弱亲滇度；弱滇景度国家数量上没有变化，澳大利亚退居弱疏滇度国家行列，新加坡退居弱亲滇度国家行列；弱疏景度国家也是这种情况，日本退为强疏滇度国家行列，澳大利亚补入弱疏滇度国家行列；强疏滇度国家由原来的菲律宾和俄罗斯两国变为日本、

菲律宾和俄罗斯三国(图 3)。前后两个时期的波动主要表现为日本从前期的弱疏滇度客源国转入强疏滇度客源国行列;澳大利亚由弱亲滇度补入弱疏滇度客源国;强亲滇度类型中新加坡则转入弱亲滇度客源国。②市场位次的变动。云南入境旅游客源市场的位次变动反映了客源国对云南省偏好程度增减变化。对比 2006—2008 年和 2008—2015 年两个时期客源市场的位次变动幅度不大,位居前五位的泰国、法国、意大利、新加坡和德国的位序并无变动,仅是新加坡的亲滇度类型由强亲滇度变为弱亲滇度;新西兰由第六位下降至第七位,亲滇度类型无变动;澳大利亚由第七位下降至第八位,亲滇度类型由弱亲滇度转入弱疏滇度;英国则由第八位上升至第六位,亲滇度类型无变动;美国和加拿大的亲滇度类型没有变化,只位序上进行了互换;印度尼西亚、日本、菲律宾和俄罗斯的位序没有发生变化,仅日本的亲滇度类型发生了由弱疏滇度至强疏滇度的变化。综合以上分析,得出个客源国市场亲滇度的主要特点,表现为:高层级亲滇度类型向低层级亲滇度类型往往是跨类型转变,如日本、澳大利亚和新加坡;而低层级亲滇度向高层级亲滇度的转入是类型内部位序的调整,如加拿大和英国。

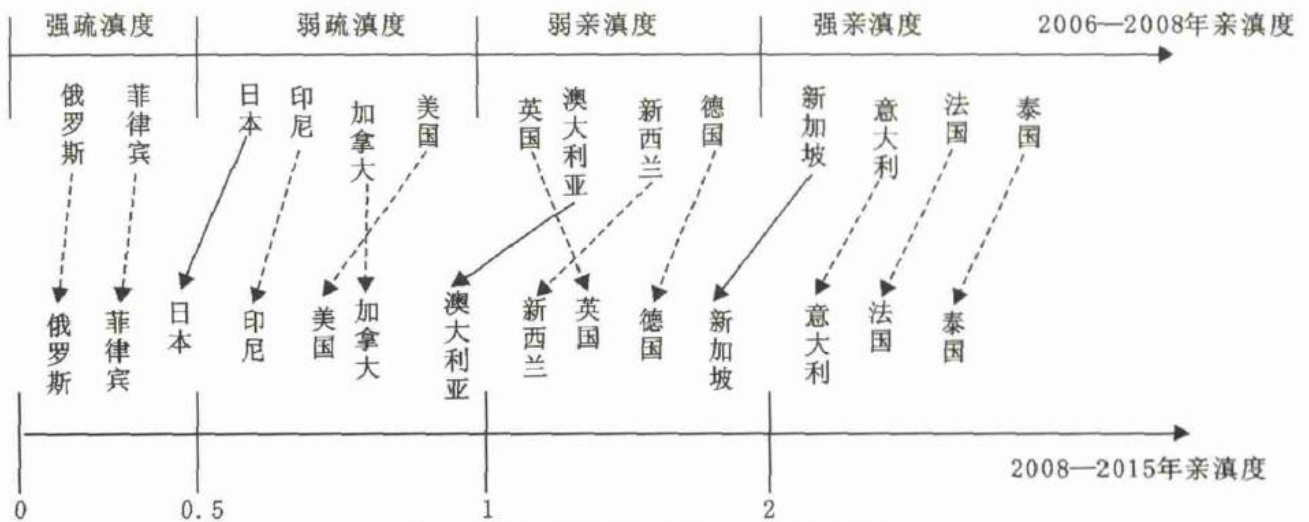


图 3 云南入境旅游客源市场亲滇度空间变化

3. 2 入境旅游客源市场吸引力

根据吸引力模型的计算,笔者绘出了云南省 2006—2015 年对主要客源国的吸引力(图 4)。由图 4 可知,2006—2011 年云南省对其主要客源国的吸引力逐年上升,表明云南省的旅游吸引力在不断增强;2011—2015 时段内,云南省对客源国的吸引力呈“弓形”的分布态势。具体来讲,日本、泰国、美国稳居前三位,这与云南省对这三个国家的游客接待量呈正相关关系,是云南省稳定的入境旅游客源国。云南省对日本的旅游吸引力较稳定,位列第一,且呈逐年上升的趋势,究其原因主要是中华文化对日本的吸引力较强,中国地大物博与日本领土面积狭小、资源匮乏形成强烈反差,加之两国距离相对较近,故对其形成了强大的吸引力。泰国的吸引力年际变化较大,且稳定上升幅度大,尤其是在 2011 年之后,增长幅度急剧加大,主要是由于两国旅游距离短,降低了游客旅游的“行游比”,加之中国—东盟自由贸易区的推动和国家鼓励边境开放开发的政策支持,两国旅游合作不断加强。云南省对美国客源市场旅游吸引力位列第三,呈现小幅度上升,主要原因是丰富灿烂的中华文化对其有较强吸引力。云南省对其他国家的吸引力较弱,但总体上保持稳定上升的态势。

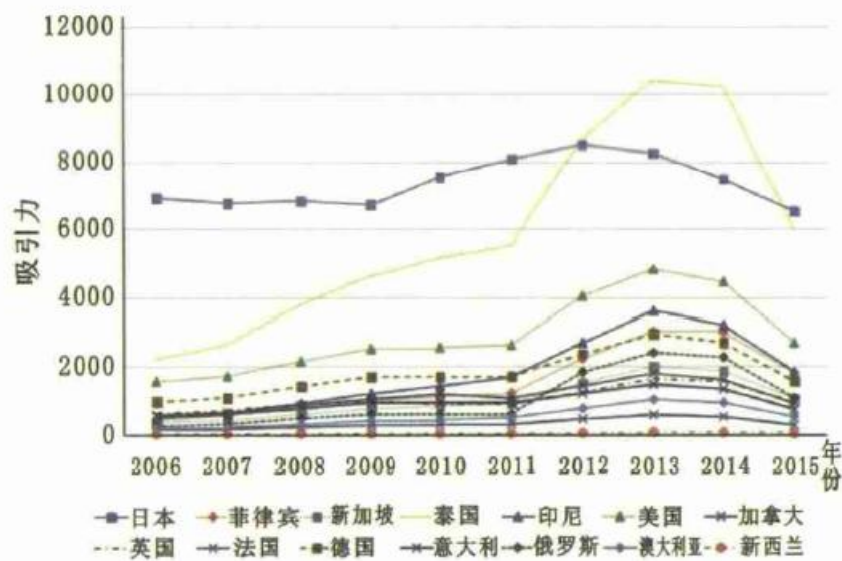


图4 云南省入境旅游客源市场吸引力

4 驱动因素

一般而言，驱动某国入境游客规模的因素主要有旅游资源丰度、经济发展水平、基础服务设施水平、旅游安全、交通便捷性、对外开放程度、国家关系等因素^[5]，本研究主要探讨了旅游目的地因素对入境客源国的吸引力的驱动因素作用程度，基于数据的典型性、科学性和可得性，选取2006—2015年云南省4A级以上景区数量(表征旅游资源禀赋程度)、人均GDP(代表经济发展水平)、进出口贸易总额(代表区域对外开放程度)、国际航线运输里程(表征交通便捷性)等4个因素作为自变量，入境旅游规模作为因变量，建立多元回归模型进行分析，来进一步考量各影响因素对云南省入境旅游规模作用程度的强弱。

4.1 相关性分析

在测度影响入境规模的影响因素作用程度之前，首先需要对各指标因素之间的关系进行检验。本文运用SPSS软件中的皮尔逊(Pearson)相关系数法对云南省入境游客规模与4A级以上景区数量、人均GDP、固定资产投资总额、进出口贸易总额、国际航线运输里程进行相关性分析。从表1可知，入境游客规模与4A级以上景区数量、进出口贸易总额、人均GDP和国际航线运输里程均在0.01水平下相关，说明入境游客规模与以上4个变量因素呈现显著相关关系。

表1 相关性统计值

项目	入境游客规模	4A级以上景区数量	进出口贸易总额	人均GDP	国际航线运输里程	
入境游客	Pearson 相关性	1	0.961**	0.927**	0.981**	-0.877**
规模	显著性(双侧)		0.000	0.000	0.000	0.001

4A 级以上	Pearson 相关性	0.961* *	1	0.899* *	0.970* *	0.913* *
景区数量	显著性 (双侧)	0.000		0.000	0.000	0.000
进出口	Pearson 相关性	0.927* *	0.899* *	1	0.919* *	0.888* *
贸易总额	显著性 (双侧)	0.000	0.000		0.000	0.001
人均 GDP	Pearson 相关性	0.981* *	0.970* *	0.919* *	1	0.931* *
	显著性 (双侧)	0.000	0.000	0.000		0.000
国际航线	Pearson 相关性	0.877* *	0.913* *	0.888* *	0.931* *	1* *
运输里程	显著性 (双侧)	0.001	0.000	0.001	0.000	

注:**在 0.01 水平(双侧)上显著相关。

4.2 回归分析

本文运用 SPSS 软件对影响云南入境旅游规模的因素进行分析(表 2—4)。由模型概况(表 2)可知,模型的相关系数 R 为 0.991,调整后的判定系数 R^2 为 0.968,说明 4A 级以上景区数量、进出口贸易总额、人均 GDP 和国际航线运输里程等 4 个自变量共解释因变量 96.8%的方差。由方差分析(表 3)可知,F 统计量的显著性值为 0.000,表明模型整体上较为显著。

表 2 模型概况^b

模型	R	R ²	调整 R ²	估计标准误差
1	0.9918	0.982	0.968	55.282

注:a. 预测变量(常量):国际航线运输里程、进出口贸易总额、4A 级以上景区数量;人均 GDP;b. 因变量:入境游客规模。

表 3 方差分析^a

模型	离差平方和	df	平均平方	F 值	显著性
回归	852123.603	4	213030.901	69.707	0.000 ^b
1 残差	15280.497	5	3056.099		

总计 867404.100 9

注:a. 因变量:入境游客规模; b. 预测变量(常量):国际航线运输里程、进出口贸易总额、4A 级以上景区数量、人均 GDP。

表 4 回归系数及检验结果^a

模型	非标准化系数		标准系数	T 值	显著性
	B 值	标准误差	B 值		
(常量)	- 195. 778	98. 972		-1. 978	0. 105
4A 级以上景区数量	3. 931	4. 975	0. 194	0. 790	0. 465
1 进出口贸易总额	0. 073	0. 050	0. 226	1. 463	0. 203
人均 GDP	0. 039	0. 013	0. 908	3. 128	0. 026
国际航线运输里程	-0. 333	0. 162	-0. 346	-2. 057	0. 095

注:a. 因变量:入境游客规模。

多元回归模型中的标准回归系数能够反映出自变量对因变量作用的重要程度,由回归系数及检验结果(表 4)可知,模型中 4 个自变量标准回归系数均通过了显著性检验,显著水平分别为 0. 01 和 0. 05,自变量标准化后的回归系数分别为 0. 194、0. 226、0. 908 和 -0. 346,可以判定,四个驱动因素对入境旅游规模的驱动程度由大到小依次为人均 GDP(0. 908)、进出口贸易总额(0. 226)、4A 级以上景区数量(0. 194)和国际航线运输里程(-0. 346)。其中,前三个指标与因变量呈现正相关关系,而国际航线运输里程与入境旅游规模呈现负相关关系,表明发达的区域经济水平、区域对外开放的程度及旅游吸引物质量对入境游客规模产生着重要影响,入境旅游规模与区位距离的远近在一定程度负向关系。综上可知,入境游客规模(F)与 4A 级以上景区数量(X_1)、进出口贸易总额(X_2)、人均 GDP(X_3)和国际航线运输里程(X_4)的多元线性回归方程为: $F=0. 194X_1+0. 226X_2+0. 908X_3-0. 346X_4$ 。

5 结论与建议

5. 1 结论

本文主要对云南主要客源国入境旅游亲滇度时空序列差异、吸引力状况和影响因素进行了全面探讨。研究表明:①云南省入境旅游客源市场亲景度与年际波动指数呈现正相关关系。时间序列上,2006—2015 年新加坡、泰国、英国、法国、德国和意大利均属强亲景度类型;空间序列上,云南省客源市场类型 2006—2008 年和 2008—2015 年两个时期的波动主要表现为日本从前期的弱疏滇度客源国转入强疏滇度客源国行列,澳大利亚由弱亲滇度补入弱疏滇度客源国,强亲滇度类型中新加坡则转入弱亲滇度客源国。位次变动呈现出高层级亲滇度类型向低层级类型亲滇度类型往往是跨类型转变,而低层级亲滇度类型向高层级亲滇度类型的转入是类型内部位序的调整的特点。②2006—2011 年,云南对主要客源国的吸引力逐年上升;2011—2015 年,云南

对主要客源国的吸引力呈“弓形”分布态势，说明旅游目的地旅游吸引力受突发时间因素影响较大。③通过相关性和多元回归分析可知，发达的区域经济水平、对外开放的程度及旅游产品的质量对入境游客规模产生着重要影响，区位距离对入境游客规模产生负向作用。

5. 2 建议

鉴于 4A 级以上景区数量、进出口贸易总额、人均 GDP 和国际航线运输里程 4 个因素对云南省入境旅游规模的显著影响，本文提出以下促进入境旅游规模提升的建议：首先，要提高旅游产品知名度。提高旅游产品知名度是发展入境旅游的重点内容，要规避重开发轻营销致使旅游景区的国际知名度不高的旅游发展模式，要加大旅游产品的国际营销力度，拓展国际营销科学途径，加大在 Facebook、Twitter、Linkedin 和 Instagram 社交网站的宣传力度。其次，要加强进出口贸易联系。入境游客规模与进出口贸易总额存在着正相关关系，对外经济联系对入境旅游发展有着重要影响，旅游发展涉及社会方方面面，不应该将旅游作为孤立发展对待，要转变旅游的发展观念，大力发展经济贸易活动和商务旅游。第三，要提升旅游目的地经济发展水平。入境旅游规模与目的地人均 GDP 具有较高的相关性，在发展旅游的同时要大力推动旅游目的地经济水平的提升，经济水平的提高对目的地旅游环境改善和优化及基础设施和旅游服务水平的提升大有裨益。第四，要提升旅游交通运输能力。在国际入境旅游发展中航空是最为重要的交通方式，因此要加强航空港口建设和航空线路建设和完善，提高交通通达性，减少中转环节，降低游客“行游比”。同时，也要完善旅游目的地整体旅游交通环境，为游客出游提供多元化、立体化和智慧化的交通方式。

参考文献：

- [1] 薛刚, 孙根年, 侯伟涛. 基于亲景度与竞争态的西安国内旅游分析 [J]. 旅游学刊, 2008, 23(9): 12—16.
- [2] 马耀峰, 梁旺兵. 基于亲景度的美国旅华市场拓展研究——以我国六大旅游热点城市为例 [J]. 旅游学刊, 2005, 20(1): 35—38.
- [3] 王力峰. 桂林国际客源市场时空演替规律研究 [J]. 经济地理, 2004, 24(5): 688—691.
- [4] 万户田, 黄和平. 江西省入境旅游流时空演变研究 [J]. 世界地理研究, 2014, 23(3): 128—139.
- [5] 万绪才, 王厚廷, 傅朝霞, 等. 中国城市入境旅游发展差异及其影响因素——以重点旅游城市为例 [J]. 地理研究, 2013, 32(2): 337—346.
- [6] 李旭, 秦耀辰, 宁晓菊, 等. 中国入境游客旅游目的地选择变化及影响因素 [J]. 经济地理, 2014, 34(6): 169—175.
- [7] 谢雪梅, 马耀峰, 白凯. 基于亲景度—市场竞争态矩阵模型的新疆入境市场分析 [J]. 干旱区资源与环境, 2009, 23(9): 190—194.
- [8] 甘永萍. 基于亲景度和竞争态的广西入境旅游客源市场分析 [J]. 广西社会科学, 2010, (2): 26—31.
- [9] 金蓉, 王雪平. 基于亲景度和竞争态的甘肃省入境国际旅游客源市场研究 [J]. 干旱区资源与环境, 2010, 24(4): 190—194.
- [10] 方世敏, 邓丽娟. 基于亲景度与竞争态分析的湖南入境旅游市场 [J]. 经济地理, 2014, 34(12): 182—187.

-
- [11] 王丽, 洛阳市入境旅游客源市场亲景度研究 [J]. 信阳师范学院学报(自然科学版), 2015, 28(3): 350-354.
- [12] 张艳, 章锦河, 王浩. 黄山市入境国外旅游市场亲景度与竞争态分析 [J]. 人文地理, 2007, 22(2): 43-47.
- [13] 刘春济, 高静. 基于亲景度与竞争态的上好入境旅游市场分析 [J]. 人文地理, 2007, 22(3): 73-77.
- [14] 房佳宁, 王嘉学, 白海霞. 云南省入境旅游客源市场分析 [J]. 昆明大学学报, 2008, 19(4): 41-44.
- [15] 孙景荣. 云南省入境旅游市场时空特征分析 [J]. 云南地理环境研究, 2008, 20(4): 113-116.
- [16] 幸岭. 云南省入境旅游流的时空演变研究 [J]. 旅游论坛, 2013, 6(4): 88-92.
- [17] 徐凯, 李悦铮, 江海旭. 云南省入境旅游空间集聚性演变及灰色模型预测分析 [J]. 云南地理环境研究, 2013, 25(6): 64-68.
- [18] 赵云, 尚前浪. 基于亲景度的云南省入境旅游客源市场分析 [J]. 经济研究导刊, 2010, (30): 161-164.
- [19] 郭向阳, 明庆忠, 穆学青. 云南省入境旅游流流量与流质的耦合度时空演变分析 [J]. 旅游研究, 2017, 9(1): 50-63.