第二章　市場可行性分析

第一節　觀光遊憩趨勢與市場需求分析

一、觀光旅遊趨勢

(一)來台旅客特性分析

1.來台旅客人數

民國 84 年至 95 年來台旅客人數均維持在 230 萬人以上，僅 92 年受 SARS 疫情影響造成來台旅客負成長 24.5%，僅 224 萬人次來台，而 93 年大幅成長至 295 萬人次，而 95 年來台旅客則已達 351 萬 9 千人次，為來台旅客人數之歷年來最高的一年。

表 2-1　歷年來台旅客統計

年期	人數	成長率	年期	人數	成長率
84	2,331,934	9.62	90	2,831,035	7.89
85	2,358,221	1.13	91	2,977,692	5.18
86	2,372,232	0.59	92	2,248,117	-24.50
87	2,298,706	-3.10	93	2,950,342	31.24
88	2,411,248	4.90	94	3,378,000	14.5
89	2,624,037	8.82	95	3,519,827	4.19

資料來源：交通部觀光局

2.來台旅客目的

依照觀光局所進行來華旅客抽樣調查結果，如表 2-2 資料所示，往年來台旅客中以業務類型目的所佔比例為最多，約在 50%左右。在民國 93 年過後，來台旅客以觀光為目的之比例便逐漸超越以業務為目的之來台旅客。在觀光目的類型旅客中有約 48%的旅行方式為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」。

若以歷年變動趨勢來看，以業務目的類型為主旅客，除在 90 年受到美國 911 攻擊事件影響，使得所佔比例大幅減少為 41.54%，但在 91 年度其比例則又回復到 48.0%，其餘各年來台旅客中均以業務目的類型旅客為最多，然於 93 年下滑至 39.78%，至民國 93 年過後以觀光為目的之來台旅客之比例便逐漸高於以業務為目的之來台旅客。歷年來以觀光為目的之來台旅客亦佔相當大之比例，並且

有逐年增加趨勢，至 93 年所佔比例達 4 成，其中近 5 成的旅客由旅行社規劃來台觀光行程，顯見以團體旅客為主要客層之旅館住宿需求增加。

表 2-2　來台旅客目的比例

目的類型 / 年度	觀光	業務	探親訪友	會議展覽	求學	其他	總計
85	40.11%	50.98%	3.60%	4.00%	0.22%	1.09%	100.00%
86	41.49%	51.15%	4.37%	2.03%	0.16%	0.81%	100.00%
87	31.02%	59.73%	5.43%	2.50%	0.54%	0.78%	100.00%
88	35.15%	57.34%	4.66%	0.88%	0.35%	1.62%	100.00%
89	32.01%	60.59%	4.08%	1.26%	0.52%	1.53%	100.00%
90	40.81%	41.54%	11.21%	1.02%	0.70%	4.72%	100.00%
91	41.84%	48.03%	3.91%	2.44%	0.66%	3.12%	100.00%
92	31.29%	52.17%	9.79%	3.04%	1.86%	1.86%	100.00%
93	40.02%	39.78%	3.21%	12.55%	1.68%	2.75%	100.00%
94	40.90%	27.96%	11.23%	1.47%	1.15%	17.3%	100.00%
95	42.91%	26.99%	10.72%	1.50%	1.11%	16.79%	100.00%

資料來源：交通部觀光局

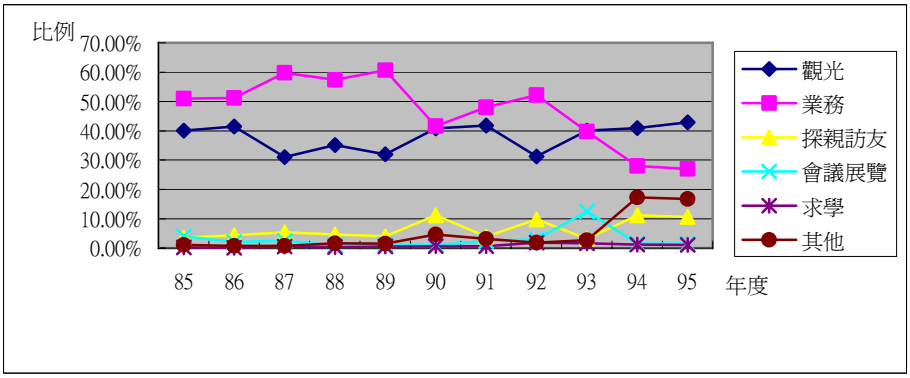


圖 2-1　來台旅客目的比例變動趨勢

3.來台旅客住宿偏好

依據 94 年來台旅客消費及動向調查報告顯示，如表 2-4，來台旅客中約 85.21%的旅客對於住宿地點的選擇是旅館，其中 53.47%的旅客選擇國際觀光旅館，38.75%的旅客選擇一般旅館。而住宿旅館地點以台北為最主要住宿地點，平均住宿天數為 7.1 夜，住宿價格在 45 美元至 90 美元之間，以新台幣 33 元兌換 1 美元計算，則約在 1,500~3,000 元。

表 2-3 來台旅客住宿偏好

項目		全體	觀光	業務	國際會議或展覽
住宿地點	旅館	85.21%	95.81%	93.78%	87.69%
	其他	14.79%	4.19%	6.22%	12.31%

項目		全體	觀光	業務	國際會議或展覽
住宿旅館	國際觀光旅館	53.47%	54.20%	54.1%	59.65%
	觀光旅館	13.05%	17.86%	7.45%	7.02%
	一般旅館	38.75%	34.96%	41.52%	37.72%

資料來源：交通部觀光局

觀察歷年住宿偏好之趨勢，依據對來台旅客抽樣調查結果發現，近年來台旅客其住宿旅館偏好已有重大變化，按表 2-4 及圖 2-2 所示來台旅客住宿旅館時，選擇住宿國際級觀光旅館旅客比例由 85 年度 69.52%至 94 年時已降為 53.47%，選擇住宿一般觀光旅館旅客比例在 85 年度為 11.22%而在 94 年度時則略增為 13.05%；而同一時期，選擇住宿一般旅館旅客比例由 19.27%大幅增加至 38.75%。進一步觀察住房價格仍以 45-未滿 90 美元(約新台幣 1,500-3,000 元)為主，且近 2 年來台旅客平均每人每次消費均成長的情形下，此部分住宿旅館類型改變，應與等級介於一般觀光旅館與一般旅館之服務水準提升有關。

表 2-4　來台旅客住宿旅館類型　　單位：人

住宿類型 / 年度	國際觀光旅館	一般觀光旅館	一般旅館	合計
85	2,782	449	771	4,002
比例	69.52%	11.22%	19.27%	100%
86	3,175	377	892	4,444
比例	71.44%	8.48%	20.07%	100%
87	3,068	419	978	4,465
比例	68.71%	9.38%	21.90%	100%
88	2,666	620	1,220	4,506
比例	59.17%	13.76%	27.08%	100%
89	2,525	340	1,450	4,315
比例	58.52%	7.88%	33.60%	100%
90	2,156	521	1,525	4,202
比例	51.31%	12.40%	36.29%	100%
91	2,625	418	1,993	5,036
比例	52.12%	8.30%	39.58%	100%
92	2,373	431	1,540	4,344
比例	54.63%	9.92%	35.45%	100%
93	2,076	532	1,801	4,409
比例	47. 09%	12. 07%	40. 85%	100%
94	2,282	557	1,654	4,268
比例	53.47%	13.05%	38.75%	100%

資料來源：交通部觀光局

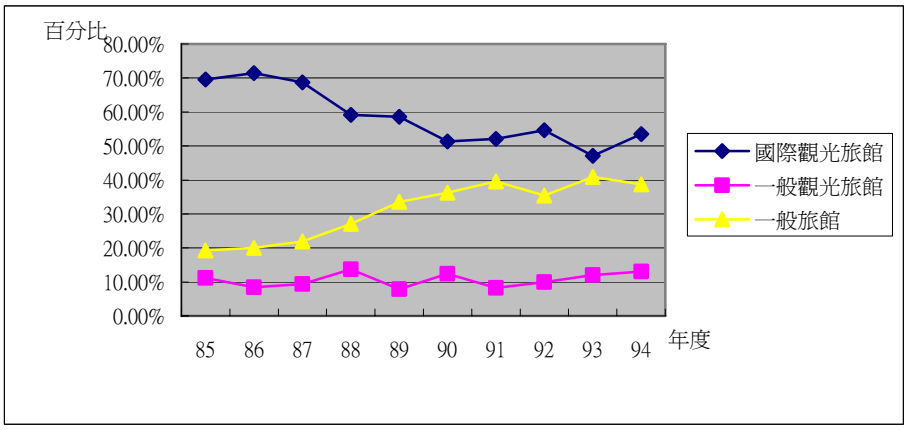


圖 2-2　來台旅客住宿旅館類型比例變動圖

4.來台旅客消費支出與參與活動

依據交通部觀光局統計資料，94 年在台平均每人每日消費為 207.50 美元，較去年成長 14.95％，其中以旅館內消費所占比例最高(占 46.09%)，其次為購物費(占 22.08%)、旅館外餐飲費(占 11.73%)，且均較 93 年有所成長；就目的別分析，觀光目的旅客(每日 267.02 美元)高於業務(每日 175.26 美元)及國際會議或展覽(每日 173.72 美元)；就市場別分析，以日本旅客(每日 276.30 美元)為最高，另購物費則依序為港澳(60.19 美元)、日本(57.9 美元)、韓國（39.47 美元）、新加坡 (36.45 美元)及馬來西亞 (31.11 美元)，與 93 年相比較，日本(45.10 美元)下降約 3 成，馬來西亞(31.06 美元)與港澳(43.28 美元)的購物金額為下跌。

此外，觀察來台旅客參加活動情形，受訪旅客在我國期間參加活動依序為購物(每百人有 80 人次)、逛夜市(每百人有 61 人次)、參觀古蹟(每百人有 50 人次)、冒險旅遊或生態旅遊(每百人有 31 人次)，均較民國 93 年增加。而屬於夜間活動的尚有夜總會 PUB 活動(每百人有 9 人次)，與民國 93 年（每百人有 21 人次）相比明顯下降。

5.來台旅客至日月潭景點分析

依照觀光局所進行來華旅客抽樣調查結果，如表 2-5、表 2-6 資料所示，94 年各遊覽旅遊線旅遊人次與民國 93 年各遊覽旅遊線旅遊人次差異不大，其中仍以北部海岸旅遊線(每百人有 30 人次)為主，日月潭旅遊線雖然排名由 93 年的第 6 名成長至 94 年的第 5 名，且遊覽人次由 93 年的每百人有 4.81 人次成長至 94 年的每百人有 4.85 人次，此外最喜歡遊覽景點中日月潭排名第 5，「自然景色」為喜歡主因。

表 2-5　93 與 94 年受訪旅客曾遊覽旅遊線景點排名

名次	93		94	
	遊覽旅遊線	相對次數(人次/每百人)	遊覽旅遊線	相對次數(人次/每百人)
1	北部海岸旅遊線	24.08	北部海岸旅遊線	30.19
2	花東旅遊線	9.78	花東旅遊線	8.50
3	脊樑山脈旅遊線	6.42	蘭陽北橫旅遊線	6.57
4	蘭陽北橫旅遊線	5.23	脊樑山脈旅遊線	5.91
5	恆春半島旅遊線	4.89	日月潭旅遊線	4.85
6	日月潭旅遊線	4.81	桃竹苗旅遊線	3.19

資料來源：交通部觀光局

表 2-6　94 年來台受訪旅客最喜歡景點排名

名次	最喜歡遊覽景點	喜歡比例（％）
1	太魯閣、天祥	51.98
2	阿里山	39.51
3	愛河	34.44
4	墾丁國家公園	34.23
5	九份	28.44
6	烏來	28.42
7	故宮博物院	26.97
8	日月潭	25.00
9	陽明山	24.33
10	野柳	23.78

資料來源：交通部觀光局

6.小結

綜合上述分析資料得知：

(1)民國 95 年來台旅客因業務及參加會議之目的來台者佔 28.49%，觀光及探親等其他目的來台者佔 53.63%，觀光目的之旅客以日本、歐洲、馬來西亞及新加坡為主，觀光之旅客人次較 94 年成長 4.19% 。

(2)首次來台旅客近五成。

(3)「菜餚」、「風光景色」為吸引旅客來台觀光之主要因素。

(4)「購物」、「逛夜市」、「參觀古蹟」為來台三大活動，與 92、93 年相同。

(5)來台觀光旅客 66.52%住宿在國際觀光旅館及觀光旅館，對旅館整體滿意度為七成六。觀光目的之遊客平均停留夜數為 3.84 夜。每人旅館消費支出為 95.63 美元/日。

(6)五成二業務目的與七成五國際會議或展覽目的旅客曾利用商務餘暇在台旅遊。

(7)五成九觀光目的旅客來台旅行方式為「參加旅行社規劃的行程、由旅行社包辦」。

(8)八成五旅客對來台整體經驗表示滿意。其中全體來台旅客曾造訪日月潭地區約佔 4.81%，如依此報告推估，至日月潭之國際旅客約為 14 萬餘人次。

顯示來台旅客以觀光為主，且多數觀光資源皆能符合國際觀光市場之需求，極具發展潛力，故應以觀光資源作為行銷重點透過網際網路行銷全球，93 年揮霾 SARS 影響，來台旅客逐漸成長，故應針對主要客層旅客規劃多元、精緻之套裝行程，以吸引更多國際旅客來台觀光旅遊，提高重遊意願。

(二)大陸旅客特性分析

2004 年，中國消費者境外旅遊人數達到 2,885 萬，比 2003 年同期增長 43%，其中到港澳地區旅遊人數則超過 1,250 萬人次，而據世界免稅協會與 AC 尼爾森的調查顯示，幾乎 100%的中國遊客在境外旅遊中有購物支出，平均花費 987 美元，刺激香港 2004 年的國民生產淨額成長 5%，由 2003 年的 3.1%成長到 2004 年的 8.1%。而目前中國出境旅遊的遊客仍然僅佔 13 億人口的一小部分，顯示中國消費者對全球旅遊業及相關行業來說仍存在巨大的市場潛力。

國際觀光有「二八理論」，就是八成的觀光客來自鄰近地區。AC 尼爾森調查顯示，由於地理位置鄰近以及交通的便利，中國消費者傾向於前往亞洲國家休閒度假。2000 至 2004 年間，香港（76%）成為中國大陸遊客的旅遊首選地，隨後為其他亞洲國家（61%）以及澳門（48%）(資料來源：宋秉忠、張元祥、陳怡萍，2005，日月潭概念股，遠見雜誌 2005.08)。

由上述中國旅遊市場潛力與相鄰地區優勢，加上台灣與大陸在歷史及人文的淵源，以及日月潭名列中國十景之一的優勢，未來開放大陸人士來台旅遊，對帶動地方觀光產業將產生重大影響。

1.大陸人士來台人數分析

大陸人士來台灣主要目的可分為參訪團與觀光團，台大空間資訊研究中心參考內政部警政署出入境管理局與交通部觀光局通報中心資料統計分析顯示，2004 年至日月潭旅遊的大陸人士約 39,907 人。

表 2-7　93 年大陸人士來台人數統計

	來台人次	到訪日月潭人次
觀光團	19,234	17,656
參訪團	31,787	22,251
合計	51,021	39,907

資料來源：台灣大學空間資訊研究中心

2.大陸人士到日月潭景點分析

(1)住宿

綜整台大空間資訊研究中心於民國 94 年 9 月至 11 月間對大陸觀光團與參訪團所作問卷調查資料，至日月潭旅遊停留時間均在一日以內，其中觀光團高達 93.6%的旅客人次僅在日月潭停留半日以內，而夜晚留宿於日月潭當地旅館的比例分析，留宿比例只有約 13.4%，整體而言，目前大陸人士來台留宿於日月潭比例相當少。

(2)餐飲

由表 2-8 列示之大陸團行經日月潭行程可知，在停留的時間內以用餐為主，少有留宿於日月潭地區之旅館，用餐地點均為邵族文化村，用餐費用約 150 元/人，其特色除了具較大空間容納多人外，並提供邵族舞蹈表演供大陸遊客觀賞。

表 2-8　大陸團行經日月潭路線表

環島天數	到達日程	行經路線	在日月潭有無用餐或住宿
十天九夜	第四天	台中→日月潭→嘉義	邵族文化村用餐
十天九夜	第三天	苗栗→日月潭→台中	邵族文化村用餐
九天八夜	第七天	阿里山→日月潭→台北	大溼閣飯店住宿
八天七夜	第二天	台北→日月潭→雲林	-
八天七夜	第六天	埔里→日月潭→台中	邵族文化村用餐
七天六夜	第二天	新竹→日月潭→雲林	-
七天六夜	第六天	埔里→日月潭→台北故宮	邵族文化村用餐
六天五夜	第二天	台北故宮→日月潭→阿里山	-
六天五夜	第三天	台北→日月潭→台中	邵族文化村用餐

資料來源：台灣大學空間資訊研究中心

3.大陸人士來台消費支出及參與活動分析

大陸人士來台無論是觀光團或是參訪團，其行程規劃早已固定，參訪團除參訪特定單位外，其餘活動與觀光團多所相同，均以台灣觀光景點遊覽為主，與來台旅客參與活動同樣以購物為主要活動項目之一，且消費能力強，喜歡購買有景點名稱的商品作為禮物，例如阿里山茶葉等，而愛殺價是大陸人士購物之特色。每人平均每日購物消費，達到 49.77 美元，相當於 400 元人民幣左右。此外，所訪問之大陸人士認為無論是靜態或是動態形式，日月潭都應儘快發展夜間活動。

4.大陸旅客至日月潭觀光特性

由上述現況分析可知大陸人士來台灣參訪或觀光時到訪日月潭的比例相當高，然而日月潭地區的餐飲較無特色且規模較小，大多屬國民旅遊水準，僅有少數餐廳或旅館有能力接待觀光團旅客的用餐需求，故觀光團往往停留時間短僅至特定餐廳用餐，而留宿於日月潭當地旅館的觀光團更是少之又少，反而多住宿於埔里鎮的鎮寶大飯店及埔岳大飯店，探究原因有三：

(1)住宿量體不足

大陸觀光團每團人數約在 15 人左右，惟日月潭地區之旅館多屬個人開發營運之小型旅館，部份公司型態之旅館亦少有 50 間客房之量體，此外，日月潭地區的旅館多屬國民旅遊水準，少有國際觀光水準之旅館(兩人房要兩張床)，故往往無法應付團體型觀光團之住宿需求。

(2)價格落差大，品質不一

由於日月潭得天獨厚的湖岸景觀資源特色，使得環湖區的旅館住宿價格昂貴，其中以屬國際觀光旅館的涵碧樓大飯店每晚住宿價格約在 12,000 元以上為最高，其他環湖區的旅館每晚住宿價格平均亦多在 5,000 元以上，然而非環湖區之旅館、民宿的住宿價格則多在 3,000 元以下，甚至有 1,200 元即可住宿一晚，而除了湖岸景觀特色影響住宿價格外，住宿品質亦反應在住宿價格上，包括服務人員素質、住宿品質等，往往令帶大陸觀光團的旅行社無法配合。

(3)旅行社利潤偏低

由於削價競爭與自第三地進入台灣造成團費分配減少的結果，承接大陸觀光團之台灣旅行社利潤微薄，以致於在住宿的選擇上多選擇觀光旅遊據點所在城市之衛星市鎮，例如觀光旅遊據點在台北市，則住宿地點的選擇可能在台北縣的三重市內，而日月潭地區具觀光旅館水準之旅館住宿價格偏高且議價空間少，導致旅行社無利可圖的情形下，往往選擇鄰近日月潭地區而住宿價格議價空間大的南投縣埔里鎮甚至是台中市。

5.大陸旅客來台觀光特性

綜觀日月潭觀光旅客需求現況，可獲得以下資訊：

(1)觀光目的旅客近 5 成來台行程由旅行社規劃

觀光目的類型旅客的佔來台旅客的 40.02%，其中約有 48%的旅

行方式為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」，而大陸人士來台更是全部由旅行社規劃行程，隨著台灣觀光產業發展以及預期未來開放大陸人士來台觀光，團體型態之觀光旅客比例將大幅成長。

(2)來台旅客參與活動以購物、逛夜市為最主要活動之一

購物、逛夜市為最主要活動透露出二項訊息：一是購買當地特產為購物主要目的，尤以大陸大士喜愛採購具有景點名稱之特產，亦即發展景點象徵意義標誌，並有完善規劃的商店街將可刺激買氣；而逛夜市代表對夜間活動的需求度高，無論靜態或是動態之夜間活動應積極規劃發展。

(3)遊客結構產生轉變，團體遊客漸多，刺激中、大型旅館之住宿需求

目前日月潭地區住宿型態以一般旅館(佔 81.35%)及民宿(佔16.88%)為主，由此可知日月潭地區之旅遊型態仍以國民旅遊為主，從日月潭旅遊人次結構以國人旅遊為大宗可得證之。然而國人旅遊再成長有限，相反的來台旅客在 2005 年已突破 300 萬人次大關，且將持續成長的態勢下，尤其是大陸人士來台未來開放後將有爆發性之成長，預期將帶動住宿需求的成長，而來台旅客以旅行社帶團觀光型式為主，故對日月潭地區而言，未來將有中大型觀光旅館住宿的迫切需求。

(4)來台旅客持續成長將可提升旅館平日住房率，降低旅館營運之固定成本

國人旅遊以假日為主，而大陸人士來台與來台旅客觀光以平日為主，在來台旅客持續成長趨勢下，將能增加風景區旅館平日住房率，有效降低旅館營運之固定成本，並增加營運收入。

(三)國人旅遊

近幾年國內旅遊活動的發展，有幾個主要的模式。分別是：在市場需求方面，遊憩需求大增，造成休閒時間明顯的一致性，使得假日成為旅遊活動的尖峰時段，進而導致休閒空間、交通等公共設施普遍不足、自然環境超載，形成旅遊市場極大的壓力。另外，以中產階級為主力的休閒市場，他們的旅遊活動消費取向，偏向於自然、精緻、回歸童年記憶的休閒文化，也造成遊憩市場逐漸走向市場區隔化的局面，其中以俱樂部經營方式來號召其同質團體的造成一股風潮，類似「高爾夫球場」、「渡假村」、「濱海別墅」等紛紛應運而生。

在市場供應方面，對應於國內龐大的遊憩需求，以及實施公教人員週休二日制所將造成的需求壓力，目前休閒市場的投資已成為各方競逐利益的戰場，各種大型遊樂中心、觀光遊憩綜合公園等鉅額投資案相繼出現。不過，在國民出國旅遊快速成長，開放大陸探親之後，及保育觀念提昇，過去的「趕鴨式國民旅遊」已漸漸失去市場吸引力，代之而起的結合文化歷史的旅遊活動，成為旅遊業者致力推廣的方向，並廣為都市中產階級及年輕學生接受。這種單點式的、具有學習性的、歷史性的、精緻化的旅遊休閒模式，將是下一階段旅遊市場頗具發展潛力的一環。

政府推動實際隔週休二日政策，因應時代潮流，滿足國民旅遊休閒需求而規劃重要措施，對於國人的休閒活動、觀光產業、及社會層面上產生重大影響。在觀光發展方面，除了使國人更有的連續假日出門旅遊外，由於市場需求增加，則有助於住宿、餐飲、遊樂業、旅行業等觀光產業的發展。

1.國民旅遊特性分析

綜合歷年國人旅遊狀況調查結果，分析國內觀光旅遊業市場需求概況摘要如下：

(1)旅遊量分析

依據「九十四年國人旅遊狀況調查」得知九十四年國人國內旅遊(12 歲以上)次數計達 92,610,100 旅次，較九十三年下降 15.3%。

(2)週休二日之分析

由於國人旅遊方式以家庭旅遊為主，其特性與其他旅遊方式大不相同，首先，家庭成員涵蓋不同的年齡階層，因此觀光遊憩地區在實質設施開發、觀光遊憩活動引入、服務提供等各方面，必須考慮不同年齡層之需要。其次在旅遊的時日選擇上係以家庭成員之共同假日為考量，因此旅遊時日多集中在星期例假日、國定假日，呈明顯的尖峰現象。導致尖峰時間因遊客數量眾多，而造成設施、服務人力不足及消耗在交通塞堵時間過長；而離峰時間卻因遊客稀少而使設施、服務人力產生閒置、浪費。惟根據國人國內旅遊狀況調查報告資料，94 年國人雖仍以利用週末、星期日從事國內旅遊者為最多佔 58.4%，較 93 年減少 2.4%，其中以利用平常日旅遊佔 26.4% ，顯示均衡離尖峰需求之觀光策略已有具體成效，亦表示國民旅遊時日運用，較以往有不同改變，對於休閒遊憩有明顯認知觀念，對旅遊產業有所助益。

(3)旅遊方式

民眾在國內的旅遊方式大多數採自行規劃行程旅遊，故由旅遊方式觀察，「家庭旅遊」為國民旅遊最主要之方式，次之則為結伴旅遊方式。隨著週休二日政策實施，都會區近郊型的旅遊方式，家庭旅遊、結伴旅遊之方式及參加團體舉辦旅遊，仍是未來旅遊趨勢。

(4)遊客屬性之分析

以 25 歲至 44 歲青壯年與 13 歲至 24 歲之青少年為主要遊客年齡層。在經營類型中，綜合遊樂園型以及海濱遊憩型以青少年為主，動物展示型則最受孩童青睞。

(5)遊客來源與旅遊地分析

以本國國民為主，且個人遊客（散客）略高於團體遊客。而民眾從事長程旅遊有增加趨勢，九十四年國內旅遊中約有六成三從事居住地區境內旅遊，三成七旅次至居住區域以外從事旅遊，出遊旅次以至北部最高，南部居次，以到訪據點分析，全年以淡水、墾丁海水浴場、國立海洋生物博物館為前三大熱門旅遊地，且顯示單一據點停留時間有增長趨勢。

(6)停留時間（旅遊天數）

政府從實施週休二日制度，對於國人出門旅遊的次數已呈增加現象，有利於整體觀光產業發展，惟此亦形成連續三日以上假期減少，單日旅遊情況增加之影響，國民旅遊的平均每次天數較過去明顯減少，94 年調查顯示國內旅客平均每次旅遊天數為 1.64 天。依據國民旅遊狀況調查結果，在旅遊天數方面，當日來回者占六成以上，故仍以一日遊為主。因此，未來國民旅遊型式，將以都會區周邊之旅遊景點，成為當日旅遊的主要去處；短程短天數之國外遊程將會成為國民旅遊的替代選擇。但近年統計結果顯示國民旅遊的天數似有拉長的趨勢，可見國民注重休閒活動及觀念仍有逐年提升趨勢。旅遊天數的增加代表旅遊型態逐漸由目的型轉為流動型與停留型，因此，觀光遊憩系統的建立與住宿設施的供給益形重要。

(7)住宿與消費型態

94 年調查顯示有三成六旅遊民眾在外過夜，其中以住宿於旅（賓）館（17% ）或親友家（12.8% ）者居多；而國內旅遊總支出為新臺幣一千九百二十六億元，以餐飲、住宿及購物支出比例較高。

(8)各類型風景據點遊客人數分析

交通部觀光局將台灣地區觀光風景據點分為古蹟文化型、遊樂園型、海岸型、湖泊型、山岳型等五大類。在民國 80 年以前，各類型風景區旅遊人次數量平均，81 年以後，遊樂型、古蹟文化型風景區遊客量表現驚人，顯見此兩類風景區在台灣具有廣大的需求市場。其中，古蹟文化型中以故宮、九族文化村、台中科博館及民俗村旅遊人次最多，代表遊憩市場中，富教育性、文化性質的遊憩元素仍具有強大需求；遊樂園中，六福村、劍湖山的成長，表示機械式遊樂園仍具有一定的市場。

(9)觀光遊樂業遊客量及區位分布

此外，再依據「民國 90 年觀光遊樂業調查報告」結果，從區位分析的角度分析，北、中、南部各月份遊客量略有差異，中部區域遊客量的最高峰是在 1 月份春節，其次為 4 月份春假，暑假遊客量雖高，但並未如預期的亮麗，南部區域最高峰亦為 1 月份的春節期間，其次依序則為 8 月份、4 月份、2 月份及 7 月份，與中部類似的是暑假遊客量雖高，定並未如預期。反觀北部區域，遊客量最高峰則是在 8 月份暑假期間，4 月份的春假雖高，但仍然低於 7 月份的遊客量，與中南部最大的不同點是 1 月份的北部遊客量在 12 個月份中倒數第五，明顯低於中南部，此現象顯而易見是由北部民眾旅遊人次的主要群體，其跟隨休假日的移動，形成春節期間返鄉探親的高旅遊人次，此亦影響北、中、南地區旅遊遊憩區遊客量的消長情形。

2.小結

綜合上述國內旅遊現況分析可知，國內旅遊市場具有重要特性如下列：

1.遊憩市場中，富教育性、文化性質的遊憩元素具有強大需求。

2.中部區域遊客量的最高峰是在 1 月份春節，其次為 4 月份春假。

3.台灣地區國民旅遊以家庭旅遊及學生旅遊為主；旅遊時間多集中於連續或較長之假期。

「純觀光旅遊」為國民旅遊的主流，且因休閒時間的延長及交通可及性的擴展，雖然一天來回仍佔旅遊天數的主力，但渡假或停留一夜以上的住宿行為將日漸增加。

二、本計畫區遊客旅遊特性分析

本計畫區隸屬於日月潭國家風景區，為有效獲得本區遊客之旅遊特性並進行遊客付費意願調查分析，因此進行本計畫區之遊客意向與付費意願問卷調查。問卷調查地點日月潭國家風景區內之伊達邵碼頭、水社碼頭、環潭步道區以及文武廟等，調查日期為民國 94 年 12 月 24、30 日(週六、週五)，發放問卷共計 300 份，回收有效問卷數為 245 份，詳細調查結果詳見附錄一。根據本計畫調查結果顯示前來本計畫區旅遊之遊客特性及相關旅遊經驗分析如下：

(一)遊客特性

1.居住地區

受訪遊客多以北部居民及中部居民為主，各佔總有效樣本數的 43.67％、35.51％；台灣其他地區居民合計僅佔 17.55％，其中則有 3.27％遊客屬外國遊客（以大陸地區到訪遊客為為主）。顯示前來日月潭旅遊之遊客較不受區域旅遊為限，遊客層面較廣。

2.性別年齡與婚姻狀況

受訪遊客中男女比例相當；年齡多以 25 歲至 34 歲為多，佔 35.51％，其次為 15 至 24 歲，佔 29.8％；而 53.47％的受訪遊客為未婚狀況，其次為已婚但尚無小孩者，佔 8.98％。

3.教育程度與職業

受訪遊客之教育程度以大專/大學者為多，佔 61.22％；其次為高中/高職，佔 23.27％。職業類別則以私人企業之一般受薪者為主，佔 40％，其次為學生族群，佔 20.82％。

4.家庭月收入

受訪遊客之家庭月收入以五萬元以下居多，佔 52.65％；其次為五~十萬者，佔 32.65％。家庭收入狀況偏低的情況可能受限於受訪遊客中學生族群佔二成，因而可能導致對家庭收入狀況較不清楚而影響調查結果。

(二)遊客旅遊經驗

1.至日月潭之旅遊次數

根據問卷調查結果，多數遊客前來日月潭旅遊已達三至五次，佔全體 28.98％，多屬外地遊客；其次為首次前來者，佔 26.53％。合計過去已曾經前來日月潭旅遊者達 73.47％，顯示大部分遊客至日月潭旅遊之重遊意願高。

2.旅遊頻度

調查結果顯示，62.86%的遊客選擇至日月潭旅遊的頻度為「很少」；其次為每年一次(17.55%)以及半年一次(10.20%)為主。

3.旅遊型式

遊客安排至日月潭旅遊之型態大多為與朋友同學前來，佔 36.73%，以及家庭旅遊，佔 30.20%。此外亦有 12.24%之遊客為參加旅行團旅遊，以及 10.61%之遊客屬個人旅行。

同行人數以「二~四人」為主，佔 44.9%；其次則為「八人以上」之旅行團，佔 31.84%。總體觀之，遊客前來日月潭遊玩多是以家人、同學、同事等小型團體為主，合計百分比共佔 66.94%。

4.旅遊之交通工具

受訪遊客所前往本區旅遊所使用之交通工具以自用車為主，佔 63.67%；其次為遊覽車，佔 26.65%。由於日月潭地區目前大眾運輸系統闕如，因此來訪遊客多以自用車為主要到訪交通工具，此亦容易形成假日交通堵塞、車位難尋…等課題，未來於各項旅遊設施規劃建設之際亦需同時考量大眾運輸系統(包括如套裝行程之觀光巴士…等)之安排與推廣。

5.出遊時間、停留時間與住宿方式

調查顯示遊客安排旅遊活動之時段主要階集中於週休二日，佔全體 46.12%。其餘選擇非週休二日或寒暑假者僅各佔 17.96%、18.37%。此外選擇「其他」之受訪者則無固定之出遊時間，顯示出其工作與休閒之時間並無一定規則，佔全體之百分比為 17.55%。

在前往日月潭的遊客中，以安排 2 天 1 夜行程者為首，計 117 人，佔 47.76%；其次為當日往返者（佔 38.78%），住宿之遊客高於交通部觀光局「九十三年國人旅遊狀況調查」之比例(27.9%)，因此顯示本風景區對於遊客之吸引力較高，較能延長遊客於本區停留時間。

而遊客此次安排留宿之旅館型態以「觀光旅館」為主，佔 38.67%；其次為民宿，佔 28%。選擇住宿一般旅館者佔 26%。其中未選擇觀光旅館之 92 名遊客中，未選擇觀光旅館留宿者大多表示因「價格太高」（佔 53.26% ），顯示價格高低因素仍為遊客選擇住宿型態之主要考量。

6.對本區旅遊之滿意度

問卷調查結果顯示，遊客對於過去曾至日月潭旅遊滿意者佔 48.76%的；合計滿意及很滿意之遊客佔 55.92%，然其中仍有 8.16%之

遊客表示不滿意及很不滿意，且亦有 35.92%之遊客不表意見，顯示日月潭旅遊服務仍有進步空間。

7.旅遊目的與旅遊印象

此次調查結果顯示，遊客到訪的主要目的地以「日月潭」為主（佔 58.78%），其次為配合旅遊行程（如旅行團套裝旅遊、環島…等），佔 26.12%。此外亦有 15.1%之遊客到訪日月潭為順路一遊，主要則是要到訪南投鄰近其他旅遊景點。

遊客對日月潭之旅遊印象顯示，受訪遊客之第一選擇以「湖光山色」為主，佔全體 84.08%。其次第二選擇以「國家風景區」為多，佔全體 23.17%。顯示「湖光山色」仍是一般民眾對於日月潭印象最為普遍者，反之對於具代表性之「原住民文化」（遊客之第一選擇中佔 5.71%、第二選擇則為 15.85%），以及代表特產-阿薩姆紅茶（第一選擇佔 0.41%、第二選擇則為 1.22%）…等則較不深刻，未來應可作為本案導入活動之主軸，如邵族文化…等，讓一般民眾對於代表日月潭之邵族文化認識更具廣度及深度。

而一般民眾對於日月潭旅遊之產品偏好仍以「湖光山色」為主，佔全體 67.76%；其次則為以「人文風情」為多，佔全體 13.88%；再其次則為「主題活動」（包括泳渡日月潭、花火節），佔第二選擇之 13.88%。顯示「湖光山色」為日月潭之主要旅遊印象與遊客選擇旅遊之偏好。

三、遊客付費意願調查分析

調查計畫區之遊客本次旅遊花費以及未來俟建設完成後願意花費等付費意願調查，結果如下：

(一)受訪遊客本次旅遊之住宿消費狀況

受訪遊客於旅遊期間停留 2 天或 2 天以上，住宿於日月潭或近鄰地區者，佔 61.22%，另外根據該旅遊花費調查瞭解，遊客於本次旅遊期間每晚個人住宿花費以 1,501 元以上至 2,500 元之間為多，佔 32%，其次為 2,501 元以上至 3,500 元之間者，佔 27.33%。

(二)受訪遊客「住宿」（以觀光旅館為主）消費意願

受訪遊客未來旅遊願意安排住宿之住宿費用以每人每晚 1,501~2,500 元間為最多，佔 39.59%；其次為 2,501 元以上至 3,500 元之間者，佔 29.94%。

(三)受訪遊客「餐飲」消費意願

受訪遊客願意花費的每餐個人費用仍以 101 元~200 元之間者為多，佔 40.41%；其次為 201-300 元之間，佔 38.37%。

比對交通部觀光局九十三年國人旅遊狀況調查報告之結果，國人旅遊九十四年全年平均單次旅遊的個人花費中在餐飲部分佔全部總費用的 24%）。顯示前來本區旅遊之遊客，其未來欲付出的平均餐飲費用低於國人旅遊平均狀況。

因此，未來本區的個人餐飲花費仍有提升的潛力，可藉由本計畫區遊客較有興趣的原住民文化美食以及特色餐廳的安排，增加來本區旅遊遊客的餐飲消費意願。

(四)受訪遊客對於國內旅遊之總消費意願

調查結果顯示，遊客對於國內旅遊之個人總消費之意願以 3,000 元以下者為最多，佔全體 35.51%；其次為 1,500 元以下，佔全體 29.8%；再其次則為 4,500 元以下，佔全體 18.37%。進一步比對國人九十四年旅遊狀況調查可知，國人旅遊單次總消費平均為 2,080 元，與本次問卷調查結果差距不大，符合國人旅遊一般狀況。

若將未來消費意願與調查期間該次旅遊消費狀況相比，在總消費狀況有略微提高之趨勢，顯示未來俟本計畫基地各項設施建設完善後，遊客具有提高其於本區的旅遊花費的意願。

(五)留宿日月潭之遊客其住宿選擇型態、住宿消費狀況與消費意願交叉分析

根據交叉分析結果顯示，本次旅行留宿日月潭之遊客以選擇觀光旅館為主，佔 47.1%，其次則為民宿，佔 27.1%，而本次住宿消費狀況以 2,501 元以上至 3,500 元之間為多，佔 27.1%，合計本次住宿消費在 3,501 元以上者達 38.6%。此外本次選擇留宿日月潭之遊客，對於觀光旅館之付費意願多在 2,501 元以上至 4,500 元之間之「中價位」為主，合計比例達 48.6%，選擇 2,500 以下中低價位之遊客合計比例則為 34.3%。

(六)非留宿日月潭之遊客其住宿選擇型態、住宿消費狀況與消費意願交叉分析

本次旅行雖有留宿但並非留宿日月潭之遊客以選擇一般旅館為主，佔 30.8%，其次則為觀光旅館，佔 27.7%，而本次住宿消費狀況以 1,501 元以上至 2,500 元之間為多，佔 33.8%，合計本次住宿消費在 3,501 元以上者僅佔 20%。此外本次非留宿於日月潭之遊客，對於觀光旅館之付費意願多在 1,501 元以上至 2,500 元之間為主，合計選擇 2,500 以下中低價位之遊客比例則達 39%。