

# 中華民國 103 年來臺旅客消費及動向調查

## 報告摘要

交通部觀光局為瞭解來臺旅客旅遊動機、動向、消費情形、觀感及意見，以供相關單位研擬國際觀光宣傳與行銷策略、提昇國內觀光服務品質與國際旅遊觀光競爭力之參考，並作為估算觀光外匯收入之依據，辦理「103 年來臺旅客消費及動向調查」，分別在臺灣桃園國際機場、高雄國際航空站、臺北松山機場及臺中航空站現場訪問離境旅客。

本調查對象為 103 年 1 月 1 日至 12 月 31 日入境之外籍與華僑旅客(含大陸旅客，不含過境之外籍與華僑旅客)，採用「配額抽樣法」抽樣，取樣時盡量符合作業標準及樣本特徵之控制，以達隨機性及樣本代表性。本調查 103 年有效樣本數為 6,033 人。

茲將其主要調查結果區分為「來臺旅遊市場相關指標」、「旅遊決策分析」、「旅遊動向分析」、「消費概況」、「滿意度分析」及「基本資料分析」五部分摘述如下：

### 壹、來臺旅遊市場相關指標值

991.0 萬人次...	來臺旅客人次，較上年成長 23.63%
146.15 億美元...	觀光外匯收入，較上年成長 18.61%
1,475 美元.....	來臺旅客平均每人每次消費，較上年減少 4.03%
6.65 夜.....	來臺旅客平均停留夜數，較上年減少 0.21 夜
221.76 美元...	來臺旅客平均每人每日消費，較上年減少 1.03%
719.2 萬人次...	觀光目的旅客人次，較上年成長 31.26%
228.95 美元...	觀光目的旅客平均每人每日消費，較上年減少 2.89%
77.0 萬人次.....	業務目的旅客人次，較上年減少 17.00%
260.16 美元...	業務目的旅客平均每人每日消費，較上年成長 3.23%
96%.....	來臺旅客整體滿意度，與上年增加 1 個百分點
34%.....	近 3 年旅客來臺重遊比率，較上年減少 1 個百分點

表 1 101 至 103 年來臺旅遊市場相關指標值

指標	103 年	102 年	101 年
來臺旅客人次	991 萬人次	802 萬人次	731 萬人次
觀光外匯收入	146.15 億美元	123.22 億美元	117.69 億美元
來臺旅客 平均每人每次消費	1,475 美元	1,537 美元	1,610 美元
來臺旅客 平均停留夜數	6.65 夜	6.86 夜	6.87 夜
來臺旅客 平均每人每日消費	221.76 美元	224.07 美元	234.31 美元
觀光目的旅客人次	719 萬人次	548 萬人次	468 萬人次
觀光目的旅客 平均每人每日消費	228.95 美元	235.76 美元	256.87 美元
業務目的旅客人次	77 萬人次	93 萬人次	89 萬人次
業務目的旅客 平均每人每日消費	260.16 美元	252.02 美元	217.48 美元
來臺旅客整體滿意度	96%	95%	95%
旅客來臺重遊比率	34%	35%	31%

## 貳、旅遊決策分析

一、五成九旅客來臺前曾看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導，以網際網路、親朋好友來臺口碑宣傳、電視.電台、報章雜誌及旅行社宣傳行程.摺頁影響旅客決定來臺觀光之程度較高。

受訪旅客來臺前曾看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導者占 59.06%，其主要來源依序為網際網路(每百人次有 63 人次)、電視電台(每百人次有 47 人次)、親朋好友來臺口碑宣傳(每百人次有 36 人次)等。

各目的旅客來臺前看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導者，以觀光目的(66.02%)為最高；客源市場中，日本(70.10%)、香港.澳門(68.97%)、馬來西亞(63.53%)、新加坡(61.40%)、大陸(61.34%)及韓國(58.43%)旅客看過者比率較高。

來臺前以曾在「網際網路」、「親朋好友來臺口碑」、「電視.電台」、「報章雜誌」及「旅行社宣傳行程.摺頁」看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導的受訪旅客表示其影響決定來臺觀光程度傾向較高(平均數皆大於 3.70)。

來臺前在網際網路看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導的受訪旅客，主要是參考入口網站(每百人次有 73 人次)，其次依序為社群網站(每百人次有 36 人次)、觀光業者官網(每百人次有 28 人次)及部落格或 bbs 討論板(每百人次有 22 人次)。

表 2 103 年受訪旅客來臺前看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導

單位：百分比(%)

目的別	全體	觀光	業務	國際會議或展覽
看過比率	59.06	66.02	31.95	49.26

表 3 103 年受訪旅客受臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導影響決定來臺觀光程度

目的別	報章雜誌		地鐵廣告燈箱巴士車廂		電視電台		國際旅遊展覽		戶外廣告或看板		旅行社宣傳行程摺頁		親朋好友來臺口碑宣傳		網際網路	
	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差
全體	3.91	1.20	3.17	1.35	4.09	1.21	3.28	1.22	2.95	1.24	3.71	1.28	4.22	1.02	4.30	1.04
觀光	3.99	1.13	3.19	1.32	4.18	1.14	3.30	1.21	2.96	1.23	3.79	1.25	4.25	0.97	4.38	0.95
業務	3.51	1.39	3.67	1.37	3.81	1.45	3.25	1.24	3.20	1.32	3.03	1.48	3.76	1.41	3.91	1.35
國際會議或展覽	2.96	1.54	2.40	1.55	2.92	1.41	3.50	1.41	2.47	1.25	3.06	1.00	3.35	1.32	3.86	1.31

二、旅客來臺後希望取得旅遊資訊的地方以「機場入境處」、「電腦網際網路」及「旅館」為最多，希望取得的旅遊資訊以「交通資訊」、「旅遊景點簡介」及「餐飲資訊」為最多。

旅客來臺後希望取得旅遊資訊的地方依序為機場入境處（每百人次有 51 人次）、電腦網際網路（每百人次有 38 人次）及旅館（每百人次有 28 人次）。

旅客來臺後希望取得的旅遊資訊依序為交通資訊（每百人次有 54 人次）、旅遊景點簡介（每百人次有 50 人次）、餐飲資訊（每百人次有 50 人次）及旅遊地圖或開車路線圖（每百人次有 34 人次）。

表 4 103 年受訪旅客來臺後希望在何處取得旅遊資訊

單位：人次/每百人次

取得旅遊資訊來源	機場入境處	電腦網際網路	旅館	旅遊服務中心	旅行社
相對次數	50.62	38.46	28.19	17.34	16.86

註：本題「來臺後希望在何處取得旅遊資訊」為複選題。

表 5 103 年受訪旅客來臺後希望取得哪些旅遊資訊

單位：人次/每百人次

取得旅遊資訊項目	交通資訊	旅遊景點簡介	餐飲資訊	旅遊地圖或開車路線圖	住宿資訊	節慶活動簡介
相對次數	54.17	49.93	49.83	34.44	23.27	18.10

註：本題「來臺後希望取得哪些旅遊資訊」為複選題。

三、「風光景色」、「菜餚」與「購物」為吸引旅客來臺觀光主要因素。

吸引旅客來臺觀光因素依序為風光景色（每百人次有 64 人次）、菜餚（每百人次有 40 人次）、購物（每百人次有 29 人次）、臺灣民情風俗和文化（每百人次有 25 人次）及人民友善（每百人次有 22 人次）等。

由主要市場觀察，除吸引日本旅客來臺觀光主因為「菜餚」外；其餘主因皆以「風光景色」為最多。

表 6 103 年吸引受訪旅客來臺觀光因素

單位：人次/每百人次

來臺觀光因素	風光景色	菜餚	購物	臺灣民情風俗和文化	人民友善	水果	歷史文物
相對次數	64.31	39.67	28.56	24.85	22.36	19.40	15.86

註：本題「吸引受訪旅客來臺觀光因素」為複選題。

四、四成一觀光目的旅客來臺旅行方式為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」。

受訪旅客來臺方式以「抵達後未曾參加本地旅行社安排的旅遊行程」者最多(占 42.33%)，「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」次之(占 29.36%)。

就主要目的而言，觀光目的旅客以「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」者為主，占 41.09%；業務目的旅客以「抵達後未曾參加本地旅行社安排的旅遊行程」者為主，占 68.05%。

表 7 103 年旅客旅行方式—以來臺主要目的分

單位：列百分比(%)

目的別	參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦	自行規劃行程，由旅行社包辦	自行規劃行程，請旅行社安排或代訂住宿地點(及機票)	未請旅行社安排、代訂住宿地點及機票，抵達後曾參加本地旅行社安排的旅遊行程	抵達後未曾參加本地旅行社安排的旅遊行程
全體	29.36	2.65	24.98	0.68	42.33
觀光	<b>41.09</b>	1.79	25.73	0.82	30.58
業務	0.11	3.25	28.48	0.11	<b>68.05</b>
國際會議或展覽	1.47	12.50	30.88	0.74	<b>54.41</b>

註：「-」表示無調查樣本。

## 參、旅遊動向分析

### 一、近 3 年旅客平均來臺 1.50 次，並有六成六旅客為首次訪臺。

受訪旅客近 3 年來臺次數以第 1 次來臺比率最高，占 66.25%，平均來臺次數為 1.50 次；其中觀光目的旅客首次來臺比率為 75.25%，業務目的旅客首次來臺比率為 38.45%，國際會議或展覽目的首次來臺比率為 64.71%。

表 8 103 年受訪旅客近 3 年首次來臺比率—依來臺主要目的分

目的別		首次來臺比率	單位：%
全體		66.25	
觀光		75.25	
業務		38.45	
國際會議或展覽		64.71	

### 二、「夜市」、「臺北 101」、「故宮博物院」、「中正紀念堂」及「日月潭」為旅客主要遊覽景點。

受訪旅客主要遊覽景點依序為夜市(每百人次有 79 人次)、臺北 101(每百人次有 58 人次)、故宮博物院(每百人次有 49 人次)、中正紀念堂(每百人次有 38 人次)及日月潭(每百人次有 32 人次)等。

由來臺主要目的分析，觀光、業務與國際會議或展覽目的旅客遊覽景點前 3 名依序皆為「夜市」、「臺北 101」及「故宮博物院」。

旅客遊覽觀光夜市以到訪士林夜市者最多(每百人次有 43 人次)，高雄六合夜市次之(每百人次有 13 人次)。

表 9 103 年受訪旅客主要遊覽景點排名

單位：人次/百人次					
名次	遊覽景點	相對次數	名次	遊覽景點	相對次數
1	夜市	79.00	6	九份	30.47
2	臺北 101	57.95	7	墾丁國家公園	29.72
3	故宮博物院	49.03	8	國父紀念館	28.16
4	中正紀念堂	37.94	9	太魯閣、天祥	26.22
5	日月潭	31.97	10	西門町	24.80

註：本題「受訪旅客遊覽主要景點」為複選題。

### 三、「日月潭」為旅客最喜歡的景點。

受訪旅客遊覽景點中以「日月潭」最獲喜愛(喜歡比率為 26.28%)，其次依序為「九份」、「墾丁國家公園」、「太魯閣、天祥」及「阿里山」，喜歡比率皆在 22% 以上。

由來臺主要目的分析，觀光目的旅客最喜歡的熱門景點為「九份」；業務目的旅客最喜歡的熱門景點為「臺北 101」；國際會議或展覽目的旅客最喜歡的熱門景點為「故宮博物院」。

表 10 103 年受訪旅客最喜歡景點排名

名次	最喜歡景點	到訪相對 次數(人次 /百人次)	喜歡 比率	名次	最喜歡景點	到訪相對 次數(人次 /百人次)	喜歡 比率
1	日 月 潭	31.97	26.28%	6	野 柳	24.25	17.09%
2	九 份	30.47	25.79%	7	故 宮 博 物 院	49.03	14.44%
3	墾丁國家公園	29.72	24.04%	8	淡 水	24.76	14.12%
4	太魯閣.天祥	26.22	23.77%	9	西 門 町	24.80	12.43%
5	阿 里 山	23.32	22.10%	10	臺 北 1 0 1	57.95	11.61%

註：1.本題「最喜歡景點」僅能就曾經遊覽過的景點中選一個。  
2.喜歡比率=(最喜歡該景點人數/曾遊覽過該景點人數)×100%。  
3.喜歡比率之排序以景點到訪相對次數達 10(人次/每百人次)以上者計算。

#### 四、「臺北市」為旅客主要遊覽景點所在縣市。

受訪旅客主要遊覽景點所在縣市依序為臺北市(每百人次有 85 人次)、新北市(每百人次有 60 人次)、南投縣(每百人次有 35 人次)、高雄市(每百人次有 32 人次)等。

表 11 103 年受訪旅客遊覽景點所在縣市排名

單位：人次/百人次					
名次	縣市	相對次數	名次	縣市	相對次數
1	臺 北 市	85.35	12	宜 蘭 縣	3.98
2	新 北 市	59.74	13	基 隆 市	3.78
3	南 投 縣	35.17	14	彰 化 縣	0.94
4	高 雄 市	32.21	15	新 竹 縣	0.81
5	屏 東 縣	30.02	16	新 竹 市	0.43
6	花 蓮 縣	27.52	17	苗 栗 縣	0.35
7	嘉 義 縣	23.35	18	雲 林 縣	0.17
8	臺 東 縣	13.53	19	澎 湖 縣	0.15
9	臺 中 市	11.09	20	嘉 義 市	0.13
10	臺 南 市	5.85	21	金 門 縣	0.07
11	桃 園 縣	5.29	22	連 江 縣	-

註：1.本題「受訪旅客主要遊覽景點所在縣市」為複選題。

2.「-」表示無調查樣本。

## 五、「購物」、「逛夜市」及「參觀古蹟」為旅客在臺主要活動。

受訪旅客在臺期間參加活動以購物為最多(每百人次有 90 人次),其次依序為逛夜市(每百人次有 79 人次)、參觀古蹟(每百人次有 47 人次)、遊湖(每百人次有 26 人次)、泡溫泉浴(每百人次有 21 人次)等。

由來臺主要目的分析,各目的旅客在我國期間參加活動亦皆以購物、逛夜市及參觀古蹟為主。

表 12 103 年受訪旅客在臺期間參加活動排名

單位：人次/百人次

名次	參加活動	相對次數	名次	參加活動	相對次數
1	購 物	90.25	10	生 態 旅 遊	2.65
2	逛 夜 市	79.02	11	卡 拉 OK 或 唱 KTV	2.15
3	參 觀 古 蹟	46.81	12	運 動 或 賽 事	1.61
4	遊 湖	26.36	13	S P A . 三 溫 暖	1.57
5	泡 溫 泉 浴	21.25	14	參 觀 節 慶 活 動	1.38
6	按 摩 . 指 壓	9.81	15	參 觀 藝 文 表 演 活 動	0.93
7	主 題 樂 園	4.48	16	保 健 醫 療	0.66
8	參 觀 展 覽	3.93	17	護 膚 . 美 容 . 彩 繪 指 甲	0.58
9	夜 總 會 . PUB 活 動	3.86	18	拍 婚 紗 或 個 人 藝 術 照	0.35

註：本題「受訪旅客在臺期間參加活動」為複選題



## 肆、消費概況

### 一、103 年觀光外匯總收入為 146 億 1,500 萬美元，較 102 年成長 18.61%。

103 年受訪旅客在臺平均每人每日消費為 221.76 美元，其中以購物費所占比率最高(占 33.90%)，其次為旅館內支出費(占 32.74%)、旅館外餐飲費(占 15.04%)等。

由來臺主要目的分析，以業務目的旅客(平均每人每日 260.16 美元)在臺消費力為最高，其次為國際會議或展覽旅客(平均每人每日 240.06 美元)，第三為觀光目的旅客(平均每人每日 228.95 美元)。進一步由購物費觀察，則觀光目的旅客(平均每人每日 90.47 美元)高於其餘目的。

由主要市場分析，以日本旅客(平均每人每日 243.33 美元)及大陸旅客(平均每人每日 241.98 美元)在臺消費力為最高；進一步由購物費觀察，則依序為大陸(平均每人每日 128.46 美元)、香港、澳門(平均每人每日 54.98 美元)、新加坡(平均每人每日 50.83 美元)及日本(平均每人每日 49.08 美元)等。

與上年比較，103 年全體旅客平均每人每日消費額減少 1.03%；其中除日本、大陸及紐澳市場外，其餘各市場的日均消費皆呈正成長，其中尤以韓國成長 10.95%為最高。

日本市場方面，因受到日幣持續貶值及經濟不振影響，出國旅遊各項花費計價都相對變高，相對來臺消費亦趨向保守，103 年在臺平均每人每日消費額較上年下滑 8.27%。

大陸市場方面，受到大陸實施旅遊法與禁奢令影響，103 年在臺的每人每日平均消費較上年減少 6.8%。

表 13 103 年受訪旅客每人每日平均消費細項—依來臺主要目的分

單位：美元

目的別		總計	旅館內支出費	旅館外餐飲費	在臺境內交通費	娛樂費	雜費	購物費
全體	金額	221.76	72.60	33.34	30.14	7.90	2.60	75.18
	結構比	100.00%	32.74%	15.04%	13.59%	3.56%	1.17%	33.90%
觀光	金額	228.95	62.00	33.13	32.73	8.35	2.28	90.47
	結構比	100.00%	27.08%	14.47%	14.30%	3.65%	0.99%	39.51%
業務	金額	260.16	146.40	39.95	26.39	7.36	3.00	37.08
	結構比	100.00%	56.27%	15.35%	10.14%	2.83%	1.15%	14.25%
國際會議或展覽	金額	240.06	120.29	34.32	30.44	7.10	4.96	42.95
	結構比	100.00%	50.11%	14.29%	12.68%	2.96%	2.07%	17.89%

探親或 訪友	金額	123.03	35.67	25.49	14.65	5.92	4.92	36.38
	結構比	100.00%	29.00%	20.72%	11.90%	4.81%	4.00%	29.57%
求學	金額	102.60	34.11	14.08	12.65	7.15	11.05	23.57
	結構比	100.00%	33.24%	13.72%	12.33%	6.97%	10.77%	22.97%
醫療	金額	308.11	57.66	16.03	11.66	1.34	191.02	30.40
	結構比	100.00%	18.71%	5.20%	3.78%	0.44%	62.00%	9.87%

註：醫療目的受訪旅客僅 8 位，其數值僅供參考。

表 14 103 年受訪旅客每人每日平均消費細項—依主要市場分

單位：美元

市場別		總計	旅館內 支出費	旅館外 餐飲費	在臺境內 交通費	娛樂費	雜費	購物費
全 體	金 額	221.76	72.60	33.34	30.14	7.90	2.60	75.18
	結構比	100.00%	32.74%	15.04%	13.59%	3.56%	1.17%	33.90%
日 本	金 額	243.33	102.90	37.23	37.72	14.19	2.21	49.08
	結構比	100.00%	42.29%	15.30%	15.50%	5.83%	0.91%	20.17%
大 陸	金 額	241.98	44.38	29.34	31.09	6.63	2.08	128.46
	結構比	100.00%	18.34%	12.13%	12.85%	2.74%	0.86%	53.09%
香 港 澳 門	金 額	198.82	72.02	37.30	23.59	6.79	4.23	54.89
	結構比	100.00%	36.22%	18.76%	11.87%	3.42%	2.13%	27.61%
新 加 坡	金 額	204.45	80.38	34.32	26.20	9.69	3.03	50.83
	結構比	100.00%	39.32%	16.79%	12.81%	4.74%	1.48%	24.86%
韓 國	金 額	216.09	88.61	38.22	34.66	7.05	3.41	44.14
	結構比	100.00%	41.01%	17.69%	16.04%	3.26%	1.58%	20.43%
馬 來 西 亞	金 額	165.37	60.97	27.02	21.42	5.29	2.57	48.10
	結構比	100.00%	36.87%	16.34%	12.95%	3.20%	1.56%	29.09%
美 國	金 額	211.78	121.63	35.44	23.34	7.02	3.62	20.72
	結構比	100.00%	57.43%	16.74%	11.02%	3.31%	1.71%	9.79%
歐 洲	金 額	187.71	107.43	28.62	22.32	6.05	2.66	20.62
	結構比	100.00%	57.24%	15.25%	11.89%	3.22%	1.41%	10.98%
紐 澳	金 額	183.46	73.51	32.87	24.58	9.18	13.57	29.75
	結構比	100.00%	40.07%	17.92%	13.40%	5.01%	7.39%	16.22%

二、日本觀光團體旅客在臺每人每日平均消費為 296.17 美元，較上年減少 10.8%；大陸觀光團體旅客為 265.34 美元，較上年增加 0.34%。

103 年大陸與日本、全體觀光團體旅客相比較，日本觀光團體旅客在臺每人每日平均消費為 296.17 美元，高於全體觀光團體旅客之 265.98 美元及大陸觀光團體旅客之 265.34 美元。

進一步由購物費觀察，大陸觀光團體旅客在臺平均每人每日購物費為 171.77 美元，高於全體觀光團體旅客之 143.52 美元及日本觀光團體旅客之 76.63 美元。

由購物費之細項消費觀察，日本觀光團體旅客以購買名產或特產為最多，占 52.74%；其次為茶葉，占 18.14%；第三為服飾或相關配件，占 12.59%。大陸觀光團體旅客則以購買珠寶或玉器類為最多，占 30.45%；其次為名產或特產，占 22.86%；第三為服飾或相關配件，占 12.73%。

與上年比較，103 年日本觀光團體旅客在臺每人每日平均消費減少 10.8%；消費細項中除娛樂費與上年相當外，其餘各項均較上年減少，尤以購物費減少 24.5%為最多，且購物類別中花費在珠寶玉器類者之比重由 102 年占 13%降至 103 年的 5%最為明顯。

另 103 年大陸觀光團體旅客在臺每人每日平均消費為 265.34 美元，較 102 年增加 0.34%；消費細項中除購物費成長 6.96%外，其餘各項皆略呈減少；而購物類別中，花費在珠寶玉器類者之比重已呈下滑趨勢(由 102 年占 35%降至 103 年的 30%)，其他各類物品購買金額則多為上升，顯示觀光局推動優質團措施，對帶動觀光相關產業發展達致雨露均霑，已顯現其正面效益。

表 15 103 年全體、日本及大陸觀光團體旅客之平均每人每日消費支出

單位：美元

居住地別		總計	旅館內 支出費	旅館外 餐飲費	在臺境內 交通費	娛樂費	雜費	購物費
全	體金額	265.98	33.69	30.47	45.67	10.16	2.47	143.52
觀	光團體結構比	100.00%	12.67%	11.46%	17.17%	3.82%	0.93%	53.96%
日	本金額	296.17	59.71	48.24	82.61	24.87	4.12	76.63
觀	光團體結構比	100.00%	20.16%	16.29%	27.89%	8.40%	1.39%	25.87%
大	陸金額	265.34	25.74	24.32	34.70	6.95	1.87	171.77
觀	光團體結構比	100.00%	9.70%	9.16%	13.08%	2.62%	0.70%	64.73%

表 16 103 年全體、日本及大陸觀光團體旅客平均每人每日購物費之細項消費

單位：美元

購物費消費項目	全體觀光團體旅客		日本觀光團體旅客		大陸觀光團體旅客	
	消費金額	百分比	消費金額	百分比	消費金額	百分比
總計	143.52	100.00%	76.63	100.00%	171.77	100.00%
服飾或相關配件	<b>17.45</b>	<b>12.16%</b>	<b>9.65</b>	<b>12.59%</b>	<b>21.87</b>	<b>12.73%</b>
珠寶或玉器類	<b>38.42</b>	<b>26.77%</b>	3.74	4.88%	<b>52.30</b>	<b>30.45%</b>
紀念品或手工藝品類	9.40	6.55%	3.36	4.39%	10.07	5.86%
化妝品或香水類	16.19	11.28%	2.46	3.21%	21.37	12.44%
名產或特產	<b>38.47</b>	<b>26.80%</b>	<b>40.41</b>	<b>52.74%</b>	<b>39.27</b>	<b>22.86%</b>
煙或酒類	6.29	4.38%	2.10	2.74%	8.27	4.82%
中藥或健康食品	3.28	2.29%	0.53	0.69%	3.24	1.89%
電子或電器用品	2.42	1.69%	0.25	0.32%	3.28	1.91%
茶葉	10.71	7.46%	<b>13.90</b>	<b>18.14%</b>	11.17	6.51%
其他	0.88	0.61%	0.24	0.31%	0.92	0.54%

### 三、旅客中 20.22%使用過購物退稅服務，其中九成五覺得退稅手續便利。

受訪旅客中使用過購物退稅服務者占 20.22%，其中覺得退稅手續便利者占 94.84%。

由來臺主要目的觀察，觀光目的受訪旅客使用購物退稅服務的比率最高(占 24.82%)，其中認為退稅手續便利性者，占 95.02%。

表 17 103 年受訪旅客購物退稅情形—依來臺主要目的分

來臺主要目的		使用過退稅的比率	認為退稅手續簡便的比率
全體		20.22	94.84
觀光		24.82	95.02
業務		8.18	93.15
國際會議或展覽		11.76	100.00

單位：百分比%

## 伍、滿意度分析

### 一、有九成六旅客對來臺整體滿意度表示滿意。

旅客來臺對我國觀光便利性、觀光環境國際化及環境安全性之滿意度皆傾向滿意，其中以「臺灣民眾態度友善」、「遊憩據點設施安全」、「社會治安良好」及「住宿設施安全」滿意度最高。

由主要市場分析，各市場旅客此次來臺整體經驗滿意度均達 92% 以上；以大陸旅客最高(滿意度 98.04%)，香港、澳門旅客次之(滿意度 96.68%)。

表 18 103 年受訪旅客對此次來臺經驗的整體滿意度程度

項 目		平均數	標準差
觀 光 便 利 性	取得臺灣簽證快速	4.20	0.92
	來臺交通(航點、航班、機位)便利	4.42	0.69
	通訊設備(國際公共電話、網路)便利	4.20	0.87
	使用 iTaiwan Free WiFi 便利	4.02	1.08
	旅遊資訊取得方便	4.29	0.75
	境內交通便利	4.42	0.68
	入關驗證手續便利	4.31	0.80
觀 光 環 境 國 際 化	海關通關手續便利	4.34	0.75
	路標及公共設施標示易懂	4.20	0.85
	旅遊環境語言溝通良好	4.28	0.88
	臺灣民眾態度友善	4.68	0.56

環	遊	憩	據	點	設	施	安	全	4.57	0.59
境	社	會	治	安	良	好			4.57	0.60
安	住	宿	設	施	安	全			4.57	0.61
全	環	境	衛	生	良	好			4.37	0.76
性	餐	飲	衛	生	良	好			4.30	0.79
整	來	臺	整	體	滿	意	度		4.51	0.57

註：Likert 五點尺度：1=非常不滿意，2=不滿意，3=普通，4=滿意，5=非常滿意。

二、九成八受訪旅客有再度訪臺意願，主要因為觀光。九成九受訪旅客會推薦親友來臺灣旅遊。

受訪旅客有九成八表示會再來我國旅遊；其中會以觀光目的再度來臺者最多，占 75.03%，第二為業務，占 13.72%，第三為探親或訪友，占 8.73%。九成九的受訪旅客表示會推薦親友來臺灣旅遊。

表 19 103 年受訪旅客表示會再度訪臺的主要原因

再度訪臺主要原因	總計	觀光	業務	探親或訪友	國際會議或展覽	求學	醫療
百分比	100.00	75.03	13.72	8.73	1.07	0.73	0.08

表 20 103 年受訪旅客是否會推薦親友來臺灣旅遊情形

是否會推薦親友來臺灣旅遊	總計	會	不會
百分比	100.00	98.69	1.31

三、「人民友善」、「菜餚」與「風光景色」為旅客認為臺灣最具競爭優勢的項目。

受訪旅客於近 3 年內以觀光為目的曾去過亞洲國家中(除臺灣外)，最喜歡的國家/地區第一為「日本」，第二為「泰國」，第三為「香港.澳門」。

由主要市場分析，日本受訪旅客最喜歡「韓國」；大陸及加拿大受訪旅客最喜歡「香港.澳門」；香港.澳門、新加坡、韓國、美國及歐洲受訪旅客最喜歡「日本」；馬來西亞受訪旅客最喜歡「泰國」；紐澳受訪旅客最喜歡「新加坡」。

臺灣與最喜歡的亞洲國家/地區比較，旅客認為臺灣的「人民友善」(每百人次有 52 人次)、「菜餚」(每百人次有 26 人次)、「風光景色」(每百人次有 25 人次)及「治安良好」(每百人次有 17 人次)最具優勢。

表 21 103 年受訪旅客曾觀光過且最喜歡的亞洲國家/地區排名(除臺灣外)

		單位：%
名次	國家/地區	比率
1	日本	22.42
2	泰國	19.16
3	香港 · 澳門	18.43
4	韓國	14.28
5	新加坡	12.45
6	中國大陸	5.09
7	馬來西亞	3.86
8	印尼	2.73
9	菲律賓	1.59

表 22 103 年受訪旅客與最喜歡國家/地區比較，認為臺灣較好項目排名

		單位：人次/每百人次
名次	項目	相對次數
1	人民友善	52.48
2	菜餚	26.08
3	風光景色	24.90
4	治安良好	16.92
5	水果	13.30
6	購物	12.90
7	民情風俗和文化	12.37
8	氣候宜人	9.60
9	距離居住地近	7.93
10	歷史文物	7.16
11	夜間休閒活動	5.74
12	民主政治	2.77
13	花卉	1.42
14	節慶活動	1.34
15	保健醫療	1.34
16	遊憩設施	1.26

註：本題「與最喜歡國家比較認為臺灣較好項目」為複選題。



表 23 103 年受訪旅客最喜歡之亞洲鄰近國家/地區與臺灣之比較

最喜歡 國家/地區	喜歡的項目	與喜歡國家/地區比較， 臺灣較好的項目
日本	風光景色、購物、菜餚	人民友善
泰國	風光景色、菜餚	人民友善、治安良好
香港、澳門	購物	人民友善、風光景色
韓國	購物、菜餚	人民友善
新加坡	購物、治安良好	人民友善、風光景色、菜餚
中國大陸	風光景色、歷史文物	人民友善、治安良好
馬來西亞	風光景色、菜餚	人民友善
印尼	風光景色	菜餚、人民友善、治安良好
菲律賓	風光景色	菜餚、人民友善、治安良好

#### 四、「人情味濃厚」、「美味菜餚」及「逛夜市」為旅客對臺灣最深刻的印象。

受訪旅客此次來臺經驗對臺灣最深刻的印象依序為人情味濃厚(每百人次有 48 人次)、美味菜餚(每百人次有 47 人次)、逛夜市(每百人次有 38 人次)等。

表 24 103 年受訪旅客此次來臺經驗對臺灣最深刻的印象

單位：人次/每百人次

名次	項目	相對次數	名次	項目	相對次數
1	人情味濃厚	48.10	10	寺廟參訪	7.91
2	美味菜餚	47.02	11	泡溫泉	7.54
3	逛夜市	38.22	12	24小時書店	5.52
4	海岸風光	27.22	13	原住民文化	4.39
5	水果	20.93	14	都會不夜城	4.26
6	便利商店	15.12	15	單車賞景	2.62
7	景點	14.07	16	旅館(或民宿)住宿體驗	2.01
8	歷史古蹟	13.29	17	美容醫療	1.79
9	地方特產	11.25	18	節慶活動	0.31

註：本題「受訪旅客此次來臺經驗對臺灣最深刻的印象」為複選題

## 五、旅客以住宿一般旅館為主，對主要投宿旅館的整體滿意度為八成五。

受訪旅客在臺主要住宿於旅館(每百人次有 83 人次)，其中主要住宿旅館類型依序為一般旅館(占 69.46%)、國際觀光旅館(占 22.58%)、一般觀光旅館(占 7.96%)。主要住宿旅館整體滿意度為 85.39%，民宿整體滿意度為 86.78%，青年旅館整體滿意度為 87.44%。

## 六、旅行社安排觀光團體旅客購物次數以 3-4 次最多，旅客對購物觀感為「實在」者占五成六。

來臺方式為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」的受訪旅客中，旅行社安排的購物次數以 3-4 次為最多(占 39.47%)，其次為 5-6 次(占 22.25%)；對於旅行社安排購物的購物觀感以「實在」為最多(占 55.67%)。

## 七、九成五旅客對旅行社及導遊服務之整體印象表示滿意。

受訪旅客對旅行社及導遊服務態度皆傾向滿意，滿意度由高至低依序為「交通工具安排(含司機服務)」、「導遊應急處理能力」、「導遊整體服務表現」、「導覽解說水準」、「住宿地點安排」、「行程內容」、「餐飲安排」。

## 八、旅客對在臺境內搭乘之交通工具，均有八成五以上滿意度。

受訪旅客對在臺境內搭乘的各項交通工具，均有八成五以上的受訪旅客傾向滿意，其中以高鐵的滿意度(98.01%)為最高，其次為捷運(96.83%)與遊覽車(95.62%)。

# 陸、基本資料分析

## 一、旅客工作別以專業人員最多。

受訪旅客以「專業人員」最多，占 32.72%，第二為「民意代表、主管及經理人員」，占 11.90%，第三為「事務支援人員」，占 11.21%。

## 二、旅客教育程度以大專以上，年收入以「無固定收入」、「15,000-29,999 美元」及「9,999 美元以下」居多。

受訪旅客最高學歷以「大專以上」最多，占 79.71%。受訪旅客平均年收入約為 34,959.52 美元，其中以「無固定收入」最多，占 21.76%；其次為「15,000-19,999 美元」，占 16.14%；第三為「9,999 美元以下」，占 14.07%。