

中華民國 106 年來臺旅客消費及動向調查

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「106 年來臺旅客消費及動向調查」，分別在臺灣桃園國際機場、高雄國際機場、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 106 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，取樣時儘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 1 月至 12 月份有效樣本數為 7,320 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」、「基本資料分析」及「分析發現」七部分摘述如下：

壹、來臺旅遊市場相關指標值

1,074.0 萬人次...	來臺旅客人次，較上年成長 0.46%
123.15 億美元.....	觀光外匯收入，較上年減少 7.92%
1,147 美元.....	來臺旅客平均每人消費，較上年減少 8.31%
6.39 夜.....	來臺旅客平均停留夜數，較上年減少 0.10 夜
179.45 美元...	來臺旅客平均每人每日消費，較上年減少 6.91%
764.9 萬人次...	觀光目的旅客人次，較上年成長 1.16%
185.44 美元...	觀光目的旅客平均每人每日消費，較上年減少 12.21%
74.4 萬人次.....	業務目的旅客人次，較上年成長 1.56%
215.92 美元...	業務目的旅客平均每人每日消費，較上年減少 1.95%
98%.....	來臺旅客整體滿意度，與上年相當
41%.....	近 3 年旅客來臺重遊比率，較上年增加 4 個百分點

表 1 104 至 106 年來臺旅遊市場相關指標值

指標	106 年	105 年	104 年
來臺旅客人次	10,739,601 人次	10,690,279 人次	10,439,785 人次
觀光外匯收入 (不含國際機票費)	123.15 億美元 (新臺幣 3,748.55 億元)	133.74 億美元 (新臺幣 4,322.33 億元)	143.88 億美元 (新臺幣 4,589.45 億元)
來臺旅客 平均每人消費	1,147 美元	1,251 美元	1,378 美元
來臺旅客 平均停留夜數	6.39 夜	6.49 夜	6.63 夜
來臺旅客 平均每人每日消費	179.45 美元	192.77 美元	207.87 美元
觀光目的旅客人次	7,648,509 人次	7,560,753 人次	7,505,457 人次
觀光目的旅客 平均每人每日消費	185.44 美元	197.65 美元	214.04 美元
業務目的旅客人次	744,402 人次	732,968 人次	758,889 人次
業務目的旅客 平均每人每日消費	215.92 美元	220.21 美元	232.80 美元
來臺旅客 整體滿意度	98%	98%	97%
旅客來臺重遊比率	41%	37%	34%

註：1. 「來臺旅客人次」、「來臺旅客平均停留夜數」、「觀光目的旅客人次」與「業務目的旅客人次」資料來源為內政部移民署。

2. 106 年新台幣對美元平均匯率為 30.439，較上年(32.318)升值 5.81%，資料來源為中央銀行網站公布資料。

貳、旅遊決策分析

一、六成旅客來臺前曾看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導，以親朋好友來臺口碑宣傳、網際網路、旅行社宣傳行程摺頁及電視、電台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 60.33%，其主要來源依序為網際網路(每百人次有 65 人次)、親朋好友來臺口碑宣傳(每百人次有 34 人次)、電視電台(每百人次有 34 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(65.95%)為最高；客源市場中，新加坡(73.05%)、馬來西亞(71.19%)、日本(71.11%)、印尼(64.67%)、泰國(63.39%)、香港、澳門(62.30%)、大陸(59.38%)、韓國(54.52%)及菲律賓(51.67%)與紐澳(51.67%)旅客看過者比率較高。

來臺前以曾透過「親朋好友來臺口碑宣傳」、「網際網路」、「旅行社宣傳行程摺頁」及「電視電台」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 3.50)。

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 70 人次)，其次依序為社群網站(每百人次有 34 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 9 人次)。

表 2 106 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	來臺前看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導的比率
全體	60.33
觀光	65.95
業務	36.18
國際會議或展覽	42.35
探親或訪友	54.59
求學	55.56
醫療	48.00
其他	45.95

表 3 106 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	3.47	0.96	3.29	0.99	3.67	0.95	3.33	1.04	3.07	0.96	3.94	1.08	4.24	0.88	4.20	0.87
觀 光	3.55	0.94	3.28	0.95	3.75	0.92	3.25	1.07	3.07	0.92	4.02	1.07	4.17	0.87	4.26	0.82
業 務	3.30	1.03	3.63	0.97	3.47	0.94	3.82	0.85	3.52	1.21	3.78	0.80	3.93	0.83	3.94	0.92
國際會議 或展覽	3.88	0.64	3.40	1.34	3.27	1.19	3.33	2.08	2.33	1.15	3.00	1.10	3.85	1.46	4.33	1.00
探親或 友訪	3.23	0.90	3.08	1.11	3.42	1.08	3.25	0.85	2.75	0.94	3.45	1.04	4.64	0.76	3.97	1.04
求 學	3.25	1.26	4.50	0.71	2.86	0.90	5.00	--	2.67	0.58	2.67	1.15	3.57	0.53	4.12	1.17
醫 療	2.33	1.53	3.33	2.08	3.38	1.30	4.00	--	-	-	2.00	1.00	4.00	1.10	3.88	1.13
其 他	2.94	1.20	3.17	0.75	3.00	1.29	3.75	0.50	3.67	0.58	3.13	1.36	4.25	0.79	3.87	1.07

註：1. Likert 五點尺度：1=非常低，2=稍低，3=普通，4=稍高，5=非常高。

2. 「-」表示無調查樣本；「--」表示僅有單一樣本，無法計算標準差。

3. 「求學」及「醫療」目的，因樣本數太少(少於30)，其數值僅供參考。

二、旅客來臺後希望取得旅遊資訊的地方以網站、機場入境處及旅館為最多，希望取得的旅遊資訊以大眾交通資訊、餐飲資訊及遊景點簡介為最多。

旅客來臺後希望取得旅遊資訊的地方依序為網站(每百人次有 53 人次)、機場入境處(每百人次有 44 人次)及旅館(每百人次有 29 人次)。

旅客來臺後希望取得的旅遊資訊依序為大眾交通資訊(每百人次有 54 人次)、餐飲資訊(每百人次有 49 人次)、旅遊景點簡介(每百人次有 46 人次)及旅遊地圖或開車路線圖(每百人次有 25 人次)。

表 4 106 年受訪旅客來臺後希望在何處取得旅遊資訊

取得旅遊 資訊來源	單位：人次/每百人次				
	網站	機場入境處	旅館	交通運輸場站	旅遊服務中心
相對次數	52.69	43.58	28.72	17.64	16.22

註：本題「來臺後希望在何處取得旅遊資訊」為複選題。

表 5 106 年受訪旅客來臺後希望取得哪些旅遊資訊

取得旅遊 資訊項目	單位：人次/每百人次					
	大眾 交通資訊	餐飲 資訊	旅遊 景點簡介	旅遊地圖或 開車路線圖	主題旅遊 建議	住宿資訊
相對次數	53.92	48.59	45.90	25.41	16.07	14.28

註：本題「來臺後希望取得哪些旅遊資訊」為複選題。

三、美食或特色小吃、風光景色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美食或特色小吃(每百人次有 68 人次)、風光景色(每百人次有 60 人次)、購物(每百人次有 26 人次)、臺灣民情風俗和文化(每百人次有 20 人次)、人民友善(每百人次有 16 人次)等。

表 6 106 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	美食或 特色小吃	風光景色	購物	臺灣民情 風俗和文化	人民友善	距離 居住地近	歷史文物
相對次數	67.78	59.78	25.57	20.47	15.93	11.53	11.44

註：本題「吸引受訪旅客來臺觀光因素」為複選題。

四、二成六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「未請旅行社安排、代訂住宿地點及機票，抵達後未曾參加本地旅行社安排的旅遊行程」者最多(占 46.33%)，「自行規劃行程，請旅行社安排或代訂住宿地點(及機票)」(占 31.31%)次之。

就主要目的而言，觀光目的旅客以「未請旅行社安排、代訂住宿地點及機票，抵達後未曾參加本地旅行社安排的旅遊行程」者最多，占 37.49%；「自行規劃行程，請旅行社安排或代訂住宿地點(及機票)」次之，占 32.84%。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 66.13%。

表 7 106 年受訪旅客旅行方式—以來臺主要目的分

單位：人；%

人數 列百分比	總計	旅行方式					
		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，抵達後未曾參加本地旅行社安排的旅遊行程	未請旅行社安排、代訂住宿地點及機票，抵達後未曾參加本地旅行社安排的旅遊行程	未請旅行社安排、代訂住宿地點及機票，抵達後未曾參加本地旅行社安排的旅遊行程
全體	7,320	1,401	183	2,292	53	3,391	
	100.00	19.14	2.50	31.31	0.72	46.33	
觀光	5,290	1,401	129	1,737	40	1,983	
	100.00	26.48	2.44	32.84	0.76	37.49	
業務	868	-	15	278	1	574	
	100.00	-	1.73	32.03	0.12	66.13	
國際會議或展覽	85	-	4	41	-	40	
	100.00	-	4.71	48.24	-	47.06	
探親或訪友	905	-	5	184	11	705	
	100.00	-	0.55	20.33	1.22	77.90	
求學	36	-	5	8	-	23	
	100.00	-	13.89	22.22	-	63.89	
醫療	25	-	1	6	-	18	
	100.00	-	4.00	24.00	-	72.00	
其他	111	-	24	38	1	48	
	100.00	-	21.62	34.23	0.90	43.24	

註：「-」表示無調查樣本。

參、旅遊動向分析

一、五成九旅客為近3年首次訪臺。

受訪旅客近3年來臺次數以第1次來臺比率最高，占59.17%，其中觀光目的旅客首次來臺比率為68.20%，業務目的旅客首次來臺比率為35.14%，國際會議或展覽目的首次來臺比率為54.12%。

表8 106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
全體		59.17
觀光		68.20
業務		35.14
國際會議或展覽		54.12
探親或訪友		31.60
求學		55.56
醫療		40.00
其他		50.45

二、夜市、臺北101、九份、故宮博物院、西門町及中正紀念堂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82人次)、臺北101(每百人次有53人次)、九份(每百人次有38人次)、故宮博物院(每百人次有36人次)、西門町(每百人次有36人次)、中正紀念堂(每百人次有35人次)等。

旅客遊覽觀光夜市以到訪士林夜市者最多(每百人次有46人次)，饒河街夜市次之(每百人次有14人次)。

表9 106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	81.98	6	中正紀念堂	35.34
2	臺北101	52.99	7	日月潭	22.72
3	九份	37.50	8	淡水	22.43
4	故宮博物院	35.68	9	艋舺龍山寺	20.38
5	西門町	35.59	10	野柳	18.70

註：本題「受訪旅客遊覽主要景點」為複選題。

三、墾丁國家公園為旅客最喜歡的景點。

受訪旅客遊覽景點中以墾丁國家公園最獲喜愛(喜歡比率為 31.62%)，其次依序為日月潭、太魯閣.天祥、九份、阿里山、野柳及平溪等，喜歡比率皆在 21% 以上。

表 10 106 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	墾丁國家公園	16.50	31.62%	6	野 柳	18.70	22.35%
2	日 月 潭	22.72	30.85%	7	平 溪	14.37	21.96%
3	太魯閣.天祥	17.54	28.35%	8	淡 水	22.43	18.94%
4	九 份	37.50	27.40%	9	故 宮 博 物 院	35.68	16.88%
5	阿 里 山	12.73	23.39%	10	西 門 町	35.59	11.63%

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/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 84 人次)、新北市(每百人次有 57 人次)、南投縣(每百人次有 25 人次)、高雄市(每百人次有 21 人次)、花蓮縣(每百人次有 19 人次)、屏東縣(每百人次有 17 人次)、嘉義縣(每百人次有 13 人次)、臺中市(每百人次有 13 人次)等。

表 11 106 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	83.65	12	基 隆 市	2.69
2	新 北 市	57.08	13	桃 園 市	2.19
3	南 投 縣	25.44	14	彰 化 縣	0.82
4	高 雄 市	20.75	15	新 竹 縣	0.59
5	花 蓮 縣	18.57	16	苗 栗 縣	0.46
6	屏 東 縣	17.04	17	新 竹 市	0.29
7	嘉 義 縣	12.83	18	雲 林 縣	0.18
8	臺 中 市	12.34	19	嘉 義 市	0.16
9	臺 東 縣	6.39	20	澎 湖 縣	0.15
10	臺 南 市	4.56	21	金 門 縣	0.07
11	宜 蘭 縣	3.35	22	連 江 縣	0.03

註：本題「受訪旅客主要遊覽景點所在縣市」為複選題。

表 12 106 年受訪旅客遊覽景點所在地區排名

單位：人次；人次/百人次

名次	地區	人次	相對次數
1	北 部 地 區	6,291	85.94
2	南 部 地 區	2,245	30.67
3	中 部 地 區	2,186	29.86
4	東 部 地 區	1,409	19.25
5	離 島 地 區	17	0.23

註：北部地區：臺北市、基隆市、新北市、宜蘭縣、桃園市、新竹縣、新竹市。

中部地區：苗栗縣、臺中市、彰化縣、南投縣、雲林縣。

南部地區：嘉義縣、嘉義市、臺南市、高雄市、屏東縣。

東部地區：臺東縣、花蓮縣。

離島地區：金門縣、連江縣、澎湖縣。

五、購物、逛夜市及參觀古蹟為旅客在臺主要活動。

受訪旅客在我國期間參加活動以購物為最多(每百人次有 92 人次),其次依序為逛夜市(每百人次有 82 人次)、參觀古蹟(每百人次有 41 人次)、參觀展覽(每百人次有 26 人次)、遊湖(每百人次有 18 人次)等。

表 13 106 年受訪旅客在臺期間參加活動排名

單位：人次/百人次

名次	項目	相對次數	名次	項目	相對次數
1	購 物	92.38	10	運 動 或 賽 事	1.09
2	逛 夜 市	81.98	11	參 觀 節 慶 活 動	0.97
3	參 觀 古 蹟	40.78	12	夜 總 會 . P U B 活 動	0.89
4	參 觀 展 覽	26.41	13	參 觀 藝 文 表 演 活 動	0.87
5	遊 湖	17.77	14	卡 拉 O K 或 唱 K T V	0.78
6	泡 溫 泉 浴	10.40	15	S P A . 三 溫 暖	0.48
7	按 摩 . 指 壓	9.59	16	保 健 醫 療	0.34
8	生 態 旅 遊	5.49	17	護 膚 . 美 容 . 彩 繪 指 甲	0.29
9	主 題 樂 園	3.11	18	拍 婚 紗 或 個 人 藝 術 照	0.25

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、106年觀光外匯總收入為123億1,500萬美元，較上年減少7.92%；由於受臺幣升值因素影響，約折合達新臺幣3,748億5,500萬元，較上年減少13.27%。

106年受訪旅客在臺平均每人每日消費為179.45美元，較上年減少13.32美元(減少6.91%)；消費結構中，以購物費減少7.43美元(減少12.76%)為最多，其次為在臺境內交通費減少6.15美元(減少25.39%)等。

將4個來臺主要目的相比較，以業務目的旅客(平均每人每日215.92美元)在臺消費力為最高，其次依序為國際會議或展覽旅客(平均每人每日201.88美元)、觀光目的旅客(平均每人每日185.44美元)及探親或訪友目的旅客(平均每人每日108.09美元)。進一步由購物費觀察，則觀光目的旅客(平均每人每日58.59美元)高於其餘3個目的。與上年比較，106年4個來臺主要目的旅客在臺平均每人每日消費均較上年減少。

由7個主要市場分析，以日本旅客(平均每人每日214.05美元)在臺消費力為最高，其次依序為韓國(平均每人每日194.58美元)、大陸(平均每人每日184.38美元)、香港澳門(平均每人每日183.92美元)、美國(平均每人每日155.67美元)、新南向18國(平均每人每日152.25美元)及歐洲(平均每人每日137.19美元)；進一步由購物費觀察，則依序為大陸(平均每人每日83.08美元)、香港澳門(平均每人每日51.30美元)、韓國(平均每人每日46.29美元)、新南向18國(平均每人每日42.43美元)及日本(平均每人每日40.68美元)等。

日本市場方面，因住宿觀光旅館比率減少以及觀光團體的團費減少，106年較上年減少27.37美元(減少11.34%)；消費結構中，以在臺境內交通費減少14.75美元(減少44.11%)為最多，其次為旅館內支出費減少6.88美元(減少6.33%)。

大陸市場方面，持續受到大陸實施旅遊法與禁奢令影響，加上大陸旅客在全球消費均漸趨理性，106年在臺的平均每人每日消費較上年減少14.05美元(減少7.08%)；消費結構中，購物費減少13.22美元(減少13.73%)為最高，旅館內支出費則增加4.19美元(增加9.21%)。

韓國市場方面，106年在臺的平均每人每日消費較上年增加6.52美元(成長3.47%)；消費結構中，除在臺境內交通費及旅館內支出費外，其餘皆成長，其中購物費增加4.58美元(增加10.98%)為最高，其次為娛樂費增加4.37美元(成長163.06%)，旅館外餐飲費增加3.48美元(增加9.23%)。

表 14 106 年受訪旅客在臺平均每人每日消費結構—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	179.45	67.47	34.04	18.07	5.58	3.48	50.81
	結 構 比	100.00%	37.60%	18.97%	10.07%	3.11%	1.94%	28.31%
	成 長 金 額	-13.32	-3.41	2.09	-6.15	0.35	1.23	-7.43
	成 長 比	-6.91%	-4.81%	6.54%	-25.39%	6.69%	54.67%	-12.76%
觀 光	金 額	185.44	65.53	33.57	18.08	6.13	3.54	58.59
	結 構 比	100.00%	35.34%	18.10%	9.75%	3.31%	1.91%	31.59%
	成 長 金 額	-12.21	-1.16	2.11	-7.91	0.58	1.72	-7.55
	成 長 比	-6.18%	-1.74%	6.71%	-30.43%	10.45%	94.51%	-11.42%
業 務	金 額	215.92	119.97	40.31	24.23	4.17	2.45	24.79
	結 構 比	100.00%	55.56%	18.67%	11.22%	1.93%	1.14%	11.48%
	成 長 金 額	-4.29	-6.70	4.70	1.82	0.64	0.40	-5.15
	成 長 比	-1.95%	-5.29%	13.20%	8.12%	18.13%	19.51%	-17.20%
國 際 會 議 或 展 覽	金 額	201.88	91.41	36.64	17.46	3.21	6.80	46.36
	結 構 比	100.00%	45.28%	18.15%	8.65%	1.59%	3.37%	22.96%
	成 長 金 額	-10.89	-10.15	2.56	-10.41	-6.97	2.76	11.32
	成 長 比	-5.12%	-9.99%	7.51%	-37.35%	-68.47%	68.32%	32.31%
探 親 或 訪 友	金 額	108.09	27.42	29.33	11.89	3.73	3.69	32.03
	結 構 比	100.00%	25.37%	27.14%	11.00%	3.45%	3.41%	29.63%
	成 長 金 額	-15.70	-7.87	-1.17	-0.15	-0.64	-0.65	-5.22
	成 長 比	-12.68%	-22.30%	-3.84%	-1.25%	-14.65%	-14.98%	-14.01%
求 學	金 額	87.13	33.27	18.15	10.49	3.83	7.40	13.99
	結 構 比	100.00%	38.18%	20.83%	12.04%	4.40%	8.49%	16.06%
	成 長 金 額	-14.61	-1.53	3.47	-0.57	0.74	-15.54	-1.18
	成 長 比	-14.36%	-4.40%	23.64%	-5.15%	23.95%	-67.74%	-7.78%
醫 療	金 額	526.94	67.20	40.00	11.76	2.12	228.14	177.72
	結 構 比	100.00%	12.75%	7.59%	2.23%	0.40%	43.30%	33.73%
	成 長 金 額	-13.35	-10.82	-2.09	-7.89	1.42	-104.52	110.55
	成 長 比	-2.47%	-13.87%	-4.97%	-40.15%	202.86%	-31.42%	164.58%
其 他	金 額	158.20	51.15	33.89	17.51	16.89	4.49	34.27
	結 構 比	100.00%	32.33%	21.42%	11.07%	10.68%	2.84%	21.66%
	成 長 金 額	-3.24	-13.56	8.97	-0.61	8.80	-10.14	3.30
	成 長 比	-2.01%	-20.96%	36.00%	-3.37%	108.78%	-69.31%	10.66%

註：1.求學目的受訪旅客僅 36 位，其數值僅供參考；其中雜費包括學費等。

2.醫療目的受訪旅客僅 25 位，其數值僅供參考；其中雜費包括醫療費用等。

3.其他目的受訪旅客共 111 位，因未再詳細分類，其數值僅供參考。

表 15 106 年受訪旅客在臺平均每人每日消費結構—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	179.45	67.47	34.04	18.07	5.58	3.48	50.81
	結 構 比	100.00%	37.60%	18.97%	10.07%	3.11%	1.94%	28.31%
	成 長 金 額	-13.32	-3.41	2.09	-6.15	0.35	1.23	-7.43
	成 長 比	-6.91%	-4.81%	6.54%	-25.39%	6.69%	54.67%	-12.76%
日 本	金 額	214.05	101.85	37.68	18.69	10.08	5.07	40.68
	結 構 比	100.00%	47.58%	17.60%	8.73%	4.71%	2.37%	19.01%
	成 長 金 額	-27.37	-6.88	-4.31	-14.75	-0.81	1.88	-2.50
	成 長 比	-11.34%	-6.33%	-10.26%	-44.11%	-7.44%	58.93%	-5.79%
大 陸	金 額	184.38	49.69	27.73	16.32	4.75	2.81	83.08
	結 構 比	100.00%	26.95%	15.04%	8.85%	2.58%	1.52%	45.06%
	成 長 金 額	-14.05	4.19	2.51	-8.75	0.23	0.99	-13.22
	成 長 比	-7.08%	9.21%	9.95%	-34.90%	5.09%	54.40%	-13.73%
香 港 澳 門	金 額	183.92	63.93	41.55	19.64	4.70	2.80	51.30
	結 構 比	100.00%	34.76%	22.59%	10.68%	2.56%	1.52%	27.89%
	成 長 金 額	0.94	-7.37	5.88	-0.37	0.40	0.19	2.21
	成 長 比	0.51%	-10.34%	16.48%	-1.85%	9.30%	7.28%	4.50%
韓 國	金 額	194.58	77.10	41.19	18.44	7.05	4.51	46.29
	結 構 比	100.00%	39.62%	21.17%	9.48%	3.62%	2.32%	23.79%
	成 長 金 額	6.52	-3.83	3.48	-4.92	4.37	2.84	4.58
	成 長 比	3.47%	-4.73%	9.23%	-21.06%	163.06%	170.06%	10.98%
新南向 18 國	金 額	152.25	55.36	29.64	17.63	3.89	3.30	42.43
	結 構 比	100.00%	36.36%	19.47%	11.58%	2.55%	2.16%	27.87%
美 國	金 額	155.67	75.53	35.51	17.84	3.77	5.27	17.75
	結 構 比	100.00%	48.52%	22.81%	11.46%	2.42%	3.39%	11.40%
	成 長 金 額	6.64	3.88	8.16	2.05	-1.06	-1.30	-5.09
	成 長 比	4.46%	5.42%	29.84%	12.98%	-21.95%	-19.79%	-22.29%
歐 洲	金 額	137.19	75.07	27.37	19.04	2.88	1.74	11.09
	結 構 比	100.00%	54.72%	19.95%	13.88%	2.10%	1.27%	8.08%
	成 長 金 額	5.12	4.33	2.35	2.70	-0.35	-1.38	-2.53
	成 長 比	3.88%	6.12%	9.39%	16.52%	-10.84%	-44.23%	-18.58%

註：新南向 18 國係自 106 年開始分類，包括東協 10 國(馬來西亞、新加坡、印尼、菲律賓、泰國、越南、緬甸、汶萊、柬埔寨、寮國)、南亞 6 國(印度、斯里蘭卡、不丹、尼泊爾、孟加拉、巴基斯坦)及紐澳(澳大利亞、紐西蘭)等 18 國。106 年的樣本數為 1,628 人。

二、106 年全體觀光團體旅客在臺平均每人每日消費為 218.79 美元，較上年減少 4.74%。

106 年全體觀光團體旅客在臺每人每日平均消費為 218.79 美元，較上年減少 10.89 美元(減少 4.74%)；消費結構中，以在臺境內交通費減少 24.22 美元(減少 58.50%)為最多，其次為購物費減少 23.69 美元(減少 19.47%)，旅館內支出費則增加 26.34 美元(增加 87.31%)為最多。

將 4 個主要市場的觀光團體旅客相比較，106 年以日本觀光團體旅客在臺每人每日平均消費 258.99 美元為最高，其次依序為韓國觀光團體旅客(平均每人每日 257.96 美元)、新南向 18 國觀光團體旅客(平均每人每日 204.91 美元)及大陸觀光團體旅客(平均每人每日 188.75 美元)；進一步由購物費觀察，則依序為大陸觀光團體旅客(平均每人每日 121.33 美元)、韓國觀光團體旅客(平均每人每日 78.62 美元)、新南向 18 國觀光團體旅客(平均每人每日 77.11 美元)及日本觀光團體旅客(平均每人每日 74.08 美元)等。

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 50.19%；其次為茶葉，占 14.38%；第三為珠寶或玉器類，占 9.25%。大陸觀光團體旅客以購買珠寶或玉器類為最多，占 33.13%；其次為名產或特產，占 25.51%；第三為化妝品或香水類，占 14.91%。韓國觀光團體旅客以購買名產或特產為最多，占 41.41%；其次為紀念品或手工藝品類，占 17.13%；第三為珠寶或玉器類，占 11.48%。新南向 18 國觀光團體旅客以購買名產或特產為最多，占 34.79%；其次為服飾或相關配件，占 15.04%；第三為化妝品或香水類，占 11.44%。

與上年比較，106 年日本觀光團體旅客在臺每人每日平均消費為 258.99 美元，較上年減少 43.05 美元(減少 14.25%)；消費結構中，以在臺境內交通費減少 55.00 美元(減少 67.55%)為最多，旅館內支出費則增加 27.33 美元(增加 47.02%)為最多。大陸觀光團體旅客在臺每人每日平均消費為 188.75 美元，較上年減少 19.35 美元(減少 9.30%)；消費結構中，以在臺境內交通費減少 18.35 美元(減少 65.91%)為最多，其次為購物費減少 14.83 美元(減少 10.89%)，旅館內支出費則增加 10.82 美元(增加 52.52%)為最多。韓國觀光團體旅客在臺每人每日平均消費為 257.96 美元，較上年增加 2.16 美元(增加 0.84%)；消費結構中，以旅館內支出費增加 39.19 美元(增加 81.80%)為最多，其次為雜費增加 9.66 美元(增加 16.23%)，在臺境內交通費則減少 38.50 美元(減少 60.16%)為最多，其次為購物費減少 15.23 美元(減少 16.23%)。

表 16 106 年觀光團體旅客在臺平均每人每日消費支出—依主要市場分

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 觀光團體	金額	218.79	56.51	30.01	17.18	8.71	8.38	98.00
	結構比	100.00%	25.83%	13.72%	7.85%	3.98%	3.83%	44.79%
	成長金額	-10.89	26.34	4.61	-24.22	-0.11	6.18	-23.69
	成長比	-4.74%	87.31%	18.15%	-58.50%	-1.25%	280.91%	-19.47%
日本 觀光團體	金額	258.99	85.46	44.67	26.42	15.54	12.82	74.08
	結構比	100.00%	33.00%	17.25%	10.20%	6.00%	4.95%	28.60%
	成長金額	-43.05	27.33	-6.04	-55.00	-7.01	7.02	-9.35
	成長比	-14.25%	47.02%	-11.91%	-67.55%	-31.09%	121.03%	-11.21%
大陸 觀光團體	金額	188.75	31.42	17.39	9.49	4.51	4.61	121.33
	結構比	100.00%	16.65%	9.21%	5.03%	2.39%	2.44%	64.28%
	成長金額	-19.35	10.82	0.78	-18.35	-1.00	3.23	-14.83
	成長比	-9.30%	52.52%	4.70%	-65.91%	-18.15%	234.06%	-10.89%
韓國 觀光團體	金額	257.96	87.10	40.79	25.50	13.01	12.94	78.62
	結構比	100.00%	33.76%	15.81%	9.89%	5.04%	5.02%	30.48%
	成長金額	2.16	39.19	6.90	-38.50	0.13	9.66	-15.23
	成長比	0.84%	81.80%	20.36%	-60.16%	1.01%	294.51%	-16.23%
新南向 18國 觀光團體	金額	204.91	59.33	33.11	18.02	8.64	8.70	77.11
	結構比	100.00%	28.95%	16.16%	8.79%	4.22%	4.25%	37.63%

註：觀光團體旅客係指旅行方式為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」之旅客。

表 17 106 年觀光團體旅客在臺平均每人每日購物費之細項消費
— 依主要市場分

單位：美元

購物費消費項目	全體觀光團體		日本觀光團體		大陸觀光團體	
	消費金額	百分比	消費金額	百分比	消費金額	百分比
總計	98.00	100.00%	74.08	100.00%	121.33	100.00%
服飾或相關配件	7.99	8.15%	6.10	8.23%	8.26	6.81%
珠寶或玉器類	22.24	22.69%	6.85	9.25%	40.20	33.13%
紀念品或手工藝品類	7.05	7.20%	5.05	6.82%	5.84	4.81%
化妝品或香水類	11.06	11.29%	2.18	2.94%	18.09	14.91%
名產或特產	34.37	35.07%	37.18	50.19%	30.95	25.51%
煙或酒類	3.52	3.59%	1.42	1.92%	4.31	3.55%
中藥或健康食品	3.08	3.14%	1.39	1.87%	4.64	3.83%
電子或電器用品	0.30	0.31%	0.56	0.76%	0.51	0.42%
茶葉	6.79	6.93%	10.65	14.38%	5.96	4.91%
其他	1.60	1.63%	2.70	3.64%	2.57	2.12%

表 17 106 年觀光團體旅客在臺平均每人每日購物費之細項消費
— 依主要市場分(續完)

單位：美元

購物費消費項目	全體觀光團體		韓國觀光團體		新南向18國觀光團體	
	消費金額	百分比	消費金額	百分比	消費金額	百分比
總計	98.00	100.00%	78.62	100.00%	77.11	100.00%
服飾或相關配件	7.99	8.15%	6.70	8.53%	11.60	15.04%
珠寶或玉器類	22.24	22.69%	9.03	11.48%	3.47	4.50%
紀念品或手工藝品類	7.05	7.20%	13.47	17.13%	6.82	8.84%
化妝品或香水類	11.06	11.29%	5.84	7.43%	8.82	11.44%
名產或特產	34.37	35.07%	32.56	41.41%	26.83	34.79%
煙或酒類	3.52	3.59%	6.92	8.81%	1.43	1.85%
中藥或健康食品	3.08	3.14%	1.87	2.38%	3.31	4.30%
電子或電器用品	0.30	0.31%	0.14	0.18%	0.13	0.17%
茶葉	6.79	6.93%	1.12	1.42%	3.33	4.32%
其他	1.60	1.63%	0.97	1.23%	11.37	14.75%

三、106 年全體非觀光團體旅客在臺平均每人每日消費為 170.39 美元，較上年減少 6.06%。

106 年全體非觀光團體旅客在臺每人每日平均消費為 170.39 美元，較上年減少 10.99 美元(減少 6.06%)；消費結構中，以旅館內支出費減少 13.46 美元(減少 16.11%)為最多。

由 4 個主要市場的非觀光團體旅客相比較，106 年以日本非觀光團體旅客在臺每人每日平均消費 196.83 美元為最高，其次依序為大陸非觀光團體旅客(平均每人每日 182.90 美元)、韓國非觀光團體旅客(平均每人每日 172.13 美元)及新南向 18 國非觀光團體旅客(平均每人每日 145.88 美元)；進一步由購物費觀察，則依序為大陸非觀光團體旅客(平均每人每日 62.59 美元)、新南向 18 國非觀光團體旅客(平均每人每日 38.32 美元)、韓國非觀光團體旅客(平均每人每日 35.30 美元)及日本非觀光團體旅客(平均每人每日 28.41 美元)等。

由購物費之細項消費觀察，日本非觀光團體旅客以購買名產或特產為最多，占 59.09%；其次為茶葉，占 14.79%；第三為服飾或相關配件，占 9.96%。大陸非觀光團體旅客以購買名產或特產為最多，占 26.01%；其次為化妝品或香水類，占 19.89%；第三為服飾或相關配件，占 18.72%。韓國非觀光團體旅客以購買名產或特產為最多，占 54.92%；其次為紀念品或手工藝品類，占 19.22%；第三為服飾或相關配件，占 7.88%。新南向 18 國非觀光團體旅客以購買名產或特產為最多，占 35.03%；其次為服飾或相關配件，占 26.38%；第三為化妝品或香水類，占 14.25%。

與上年比較，106 年日本非觀光團體旅客在臺每人每日平均消費為 196.83 美元，較上年減少 23.05 美元(減少 10.48%)；消費結構中，以旅館內支出費減少 19.29 美元(減少 15.15%)為最多。大陸非觀光團體旅客在臺每人每日平均消費為 182.90 美元，較上年減少 5.97 美元(減少 3.16%)；消費結構中，以旅館內支出費減少 10.89 美元(減少 15.48%)為最多，購物費則增加 6.19 美元(增加 10.98%)為最多。韓國非觀光團體旅客在臺每人每日平均消費為 172.13 美元，較上年減少 6.36 美元(減少 3.56%)；消費結構中，以旅館內支出費減少 12.58 美元(減少 14.69%)為最多，娛樂費則增加 3.69 美元(增加 269.34%)為最多，其次為旅館外餐飲費增加 3.41 美元(增加 8.98%)。

表 18 106 年非觀光團體旅客在臺平均每人每日消費支出—依主要市場分

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
全體非 觀光團體	金額	170.39	70.08	34.83	18.18	4.89	2.59	39.82
	結構比	100.00%	41.13%	20.44%	10.67%	2.87%	1.52%	23.37%
	成長金額	-10.99	-13.46	1.38	-0.43	0.84	-0.09	0.77
	成長比	-6.06%	-16.11%	4.13%	-2.31%	20.74%	-3.36%	1.97%
日本非 觀光團體	金額	196.83	108.00	34.70	15.57	7.97	2.18	28.41
	結構比	100.00%	54.87%	17.63%	7.91%	4.05%	1.11%	14.43%
	成長金額	-23.05	-19.29	-3.30	-0.56	1.42	-0.04	-1.28
	成長比	-10.48%	-15.15%	-8.68%	-3.47%	21.68%	-1.80%	-4.31%
大陸非 觀光團體	金額	182.90	59.44	32.88	19.88	5.40	2.71	62.59
	結構比	100.00%	32.50%	17.98%	10.87%	2.95%	1.48%	34.22%
	成長金額	-5.97	-10.89	-0.19	-1.71	1.64	-1.01	6.19
	成長比	-3.16%	-15.48%	-0.57%	-7.92%	43.62%	-27.15%	10.98%
韓國非 觀光團體	金額	172.13	73.03	41.40	15.83	5.06	1.51	35.30
	結構比	100.00%	42.43%	24.05%	9.20%	2.94%	0.88%	20.51%
	成長金額	-6.36	-12.58	3.41	-1.75	3.69	-0.11	0.98
	成長比	-3.56%	-14.69%	8.98%	-9.95%	269.34%	-6.79%	2.86%
新南向 18國非 觀光團體	金額	145.88	54.60	29.06	17.48	3.30	3.12	38.32
	結構比	100.00%	37.43%	19.92%	11.98%	2.26%	2.14%	26.27%

註：非觀光團體旅客係指觀光團體外之旅客。

表 19 106 年非觀光團體旅客在臺平均每人每日購物費之細項消費
— 依主要市場分

單位：美元

購物費消費項目	全體非觀光團體		日本非觀光團體		大陸非觀光團體	
	消費金額	百分比	消費金額	百分比	消費金額	百分比
總計	39.82	100.00%	28.41	100.00%	62.59	100.00%
服飾或相關配件	7.50	18.84%	2.83	9.96%	11.72	18.72%
珠寶或玉器類	2.20	5.52%	0.44	1.56%	10.10	16.13%
紀念品或手工藝品類	3.09	7.77%	0.89	3.13%	3.27	5.22%
化妝品或香水類	5.89	14.80%	0.87	3.06%	12.45	19.89%
名產或特產	15.88	39.88%	16.79	59.09%	16.28	26.01%
煙或酒類	0.77	1.94%	0.56	1.97%	1.29	2.07%
中藥或健康食品	0.44	1.11%	0.55	1.92%	0.70	1.12%
電子或電器用品	0.78	1.95%	0.22	0.78%	1.65	2.64%
茶葉	1.88	4.71%	4.20	14.79%	2.26	3.61%
其他	1.39	3.48%	1.06	3.74%	2.87	4.59%

表 19 106 年非觀光團體旅客在臺平均每人每日購物費之細項消費
— 依主要市場分(續完)

單位：美元

購物費消費項目	全體非觀光團體		韓國非觀光團體		新南向18國 非觀光團體	
	消費金額	百分比	消費金額	百分比	消費金額	百分比
總計	39.82	100.00%	35.30	100.00%	38.32	100.00%
服飾或相關配件	7.50	18.84%	2.78	7.88%	10.11	26.38%
珠寶或玉器類	2.20	5.52%	0.87	2.47%	1.03	2.69%
紀念品或手工藝品類	3.09	7.77%	6.79	19.22%	3.57	9.31%
化妝品或香水類	5.89	14.80%	1.98	5.62%	5.46	14.25%
名產或特產	15.88	39.88%	19.39	54.92%	13.42	35.03%
煙或酒類	0.77	1.94%	1.24	3.52%	0.49	1.29%
中藥或健康食品	0.44	1.11%	0.28	0.78%	0.26	0.67%
電子或電器用品	0.78	1.95%	0.22	0.61%	1.76	4.60%
茶葉	1.88	4.71%	1.08	3.07%	1.25	3.26%
其他	1.39	3.48%	0.67	1.91%	0.97	2.52%

四、旅客中 22.70%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 22.70%，其中覺得退稅手續便利者占 95.49%。

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為 27.50%，其中認為退稅手續便利性者，占 95.53%。

表 20 106 年受訪旅客購物退稅情形－依來臺主要目的分

單位：%

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	22.70	95.49
觀光	27.50	95.53
業務	6.80	93.22
國際會議或展覽	14.12	100.00
探親或訪友	12.15	94.55
求學	5.56	100.00
醫療	24.00	100.00
其他	16.22	100.00

註：使用過退稅服務的人數太少的 4 個類別：國際會議或展覽(12 人)、求學(2 人)、醫療(6 人)、其他(18 人)，其數值僅供參考。

伍、滿意度分析

一、有九成八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、社會治安良好、住宿設施安全及來臺交通(航點、航班、機位)便利滿意度最高。

由 7 個主要市場分析，各市場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。

表 21 106 年受訪旅客對此次來臺各項滿意度

項 目		平均值	標準差
觀光 便利 性	來 臺 交 通 便 利	4.56	0.60
	境 內 交 通 便 利	4.51	0.64
	旅 遊 資 訊 取 得 方 便	4.43	0.72
	取 得 臺 灣 簽 證 快 速	4.42	0.82
	通 訊 設 備 便 利	4.41	0.77
	海 關 通 關 手 續 便 利	4.34	0.86
	入 關 驗 證 手 續 便 利	4.28	0.93
	使用 iTaiwan Free WiFi 便利	3.97	1.07
觀光 環 境 國 際 化	臺 灣 民 眾 態 度 友 善	4.64	0.56
	路 標 及 公 共 設 施 牌 示 易 懂	4.35	0.79
	旅 遊 環 境 語 言 溝 通 良 好	4.34	0.86
環 境 安 全 性	社 會 治 安 良 好	4.61	0.55
	住 宿 設 施 安 全	4.61	0.55
	遊 憩 據 點 設 施 安 全	4.53	0.57
	環 境 衛 生 良 好	4.36	0.79
	餐 飲 衛 生 良 好	4.34	0.78
整 體	來 臺 整 體 滿 意 度	4.55	0.55

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，主要原因為觀光。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 79.29%，第二為業務，占 9.73%，第三為探親或訪友，占 9.54%。九成九的受訪旅客表示會推薦親友來臺灣旅遊。

表 22 106 年受訪旅客會再度訪臺的主要原因

單位：%

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	79.29	9.73	9.54	0.61	0.37	0.18

表 23 106 年受訪旅客是否會推薦親友來臺灣旅遊情形

單位：%

是否會推薦親友來臺灣旅遊	總計	會	不會
百分比	100.00	99.29	0.71

三、人民友善、美食或特色小吃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。

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 40 人次)、美食或特色小吃(每百人次有 32 人次)及風光景色(每百人次有 15 人次)最具優勢。

表 24 106 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	最喜歡的國家/地區	比率
1	日本	40.27
2	泰國	18.22
3	香港、澳門	10.11
4	新加坡	9.87
5	韓國	9.01
6	中國大陸	4.54
7	馬來西亞	3.71
8	印尼	2.22
9	菲律賓	2.05

表 25 106 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/百人次

名次	臺灣較好項目	相對次數
1	人 民 友 善	39.61
2	美 食 或 特 色 小 吃	31.94
3	風 光 景 色	15.36
4	治 安 良 好	7.99
5	民 情 風 俗 和 文 化	6.54
6	購 物	6.47
7	水 果	4.42
8	歷 史 文 物	4.25
9	距 離 居 住 地 近	3.52
10	氣 候 宜 人	3.00
11	夜 間 休 閒 活 動	2.08
12	民 主 政 治	0.44
13	遊 憩 設 施	0.39
14	節 慶 活 動	0.29
15	保 健 醫 療	0.27
16	花 卉	0.12

註：本題「與最喜歡國家比較認為臺灣較好項目」為複選題。

表 26 106 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	購物、美食或特色小吃、風光景色	人民友善、美食或特色小吃
泰國	風光景色、美食或特色小吃、購物	人民友善、美食或特色小吃
香港.澳門	美食或特色小吃、購物、風光景色	人民友善、風光景色、美食或特色小吃
韓國	購物、美食或特色小吃、風光景色	人民友善、美食或特色小吃、風光景色
新加坡	風光景色、治安良好、美食或特色小吃	人民友善、美食或特色小吃、風光景色
中國大陸	風光景色、歷史文物	人民友善、美食或特色小吃、治安良好
馬來西亞	風光景色、美食或特色小吃	人民友善、美食或特色小吃
印尼	風光景色	美食或特色小吃、人民友善
菲律賓	風光景色、人民友善	美食或特色小吃、人民友善

四、景點、美味菜餚、人情味濃厚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景點(每百人次有 59 人次)、美味菜餚(每百人次有 55 人次)、人情味濃厚(每百人次有 43 人次)及逛夜市(每百人次有 37 人次)等。

表 27 106 年受訪旅客此次來臺經驗對臺灣最深刻的印象

單位：人次/百人次

名次	項目	相對次數	名次	項目	相對次數
1	景 點	58.77	10	寺 廟 參 訪	7.16
2	美 味 菜 餚	54.99	11	都 會 不 夜 城	5.36
3	人 情 味 濃 厚	43.42	12	泡 溫 泉	4.81
4	逛 夜 市	36.97	13	原 住 民 文 化	2.28
5	海 岸 風 光	26.52	14	2 4 小 時 書 店	2.17
6	歷 史 古 蹟	12.34	15	單 車 賞 景	1.84
7	水 果	10.01	16	美 容 醫 療	1.76
8	地 方 特 產	8.57	17	旅 館(或 民 宿)住 宿 體 驗	0.94
9	便 利 商 店	8.48	18	節 慶 活 動	0.37

註：本題「受訪旅客依這次來臺經驗或體驗，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七。

受訪旅客在臺主要住宿於旅館(每百人次有 79 人次)，其中主要住宿旅館類型依序為一般旅館(占 73.28%)、國際觀光旅館(占 20.42%)及一般觀光旅館(占 6.29%)。主要住宿旅館整體滿意度為 87.08%，民宿整體滿意度為 90.49%。

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八。

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 38.97%)，其次為 1~2 次(占 24.63%)；對於旅行社安排購物的購物觀感以「實在」為最多(占 57.90%)，占，其次為「貴」(占 28.55%)。

七、九成五觀光團體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導覽解說水準、導遊應急處理能力、導遊整體服務表現、交通工具安排(含司機服務)、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大眾交通工具，均有八成九以上滿意度。

受訪旅客對在臺境內搭乘的各項大眾交通工具，均有八成九以上的受訪旅客傾向滿意，其中以台灣觀光巴士的滿意度(99.04%)為最高，其次依序為公共自行車 (96.61%)、捷運(96.48%)及遊覽車 (96.37%)等。

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 33.40%，第二為民意代表、主管及經理人員，占 13.16%，第三為 服務及銷售工作人員，占 10.89%。

二、旅客教育程度以大專最多，年收入以無固定收入、15,000-29,999 美元及 40,000-69,999 元美元以下居多。

受訪旅客最高學歷以大專最多，占 65.60%。受訪旅客平均年收入約為 33,744.35 美元，其中無固定收入為最多，占 29.62%，其次為 15,000-29,999 美元，占 16.27%，第三為 40,000-69,999 元美元以下，占 13.91%。

柒、分析發現

一、106 年來臺旅客人次再創歷史新高，達 1,074 萬人次，除大陸較上年減少外，其餘市場均為成長，其中以越南成長最高，其次依序為菲律賓、泰國等；觀光外匯達 123 億美元，較上年微幅減少，為歷史第五高；日本旅客平均每人每日消費最高、陸客購物費最多。

二、觀光目的旅客來臺人次逐年上升，屢創新高；網際網路滲透率仍居最高，親朋好友來臺口碑宣傳與網際網路影響旅客決定來臺觀光程度最高；各市場滿意程度均達九成五以上。

三、來臺旅客搭乘大眾運具持續增加，均有八成九以上滿意程度，並對臺灣的景點、美味菜餚、人情味濃厚、逛夜市及海岸風光等印象深刻。

四、106 年來臺女性旅客持續超過男性，以大陸市場女性占比為最高；男性平均每人每日消費仍高於女性，而女性更愛購物與逛夜市；女性旅客來臺前曾看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導的比率高於男性；女性旅客最近 3 年首次來臺的比率亦高於男性。

- 五、106 年來臺旅客隨著年收入愈高，平均每人每日消費愈多：30 歲以上來臺旅客仍屬消費較高群組。
- 六、日本旅客因住宿觀光旅館比率減少以及觀光團體的團費減少，日均消費減少，其中以在臺境內交通費減少最多，其次為旅館內支出費。
- 七、大陸重遊旅客近 3 年逐年成長；團客偏好購物，花費在「珠寶玉器類」的比重回復為最高，非團客旅館內支出較高；非團客(自由行)透過網際網路看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導、受美食或特色小吃吸引來臺及來臺後對臺灣最深刻的印象為美味菜餚者均顯著高於團客。
- 八、韓國來臺旅客人次創歷史新高，達 105 萬人次，日均消費增加，其中觀光團體以旅館內支出費增加最多，非觀光團體以旅館外餐飲費增加最多。
- 九、新南向 18 國旅客因開放免簽政策與觀光行銷發揮成效，來臺旅客大幅成長，日均消費與美國旅客相當，其中購物費超過日本旅客，旅館內支出費、旅館外餐飲費與在臺境內交通費，均高於大陸旅客。