

中華民國 113 年

來臺旅客消費及動向調查報告

**2024 Annual Survey Report on Visitors
Expenditure and Trends in Taiwan**

委託單位：交通部觀光署

研究單位：思多葛市場研究股份有限公司

目 次

中文摘要

英文摘要

壹、調查動機與目的.....	1
貳、調查實施計畫.....	2
一、調查對象.....	2
二、調查項目.....	2
三、調查方法.....	4
(一) 執行流程.....	4
(二) 調查時間.....	5
(三) 調查地點.....	5
(四) 調查方式.....	5
(五) 抽樣設計.....	5
四、資料分析.....	8
(一) 資料建檔與檢誤.....	8
(二) 分析架構.....	9
(三) 分析項目.....	10
(四) 消費金額之估算.....	11
五、調查限制.....	12
參、近6年來臺旅客基本資料.....	13
一、總人次.....	13
二、居住地.....	15
三、年齡.....	17
四、性別.....	18
肆、調查結果-整體分析.....	19
一、受訪旅客基本特性.....	20
(一) 居住地.....	20
(二) 來臺主要及次要目的.....	21
(三) 年齡.....	23
(四) 性別.....	23
(五) 月份.....	24
(六) 最高學歷.....	24
(七) 工作別.....	25
(八) 年收入.....	26
二、受訪旅客旅遊決策.....	27

(一) 出發來臺多久前開始計劃行程	27
(二) 觀光目的受訪旅客之旅遊資訊管道	28
(三) 吸引觀光目的旅客來臺觀光原因	33
(四) 旅行安排方式	34
(五) 部分非觀光團體受訪旅客來臺後參加本地旅行社安排行程之情形 ...	37
三、受訪旅客旅遊動向	38
(一) 來臺次數	38
(二) 遊覽地點	39
(三) 住宿情形	51
(四) 參加活動情形	53
四、受訪旅客消費支出概況	55
(一) 全體來臺旅客在臺消費金額估算	55
(二) 主要市場來臺旅客在臺消費金額估算	58
(三) 購物退稅服務	59
(四) 預付費用項目	60
五、受訪旅客對臺灣深刻的印象	61
六、受訪旅客對此次來臺之各項滿意度分析	64
七、受訪旅客再度訪臺與推薦親友來臺旅遊的意願	66
八、觀光團體受訪旅客對旅行社及導遊服務之滿意度分析	67
(一) 對旅行社及導遊服務之整體滿意度	67
(二) 依受訪旅客特性分析	67
(三) 對旅行社安排的購物服務之觀感	68
九、受訪旅客在臺境內搭乘交通工具分析	69
十、受訪旅客對從事低碳旅行之看法	71
伍、調查結果-日本市場旅客分析	72
陸、調查結果-大陸市場旅客分析	107
柒、調查結果-韓國市場旅客分析	133
捌、調查結果-香港澳門市場旅客分析	169
玖、調查結果-新南向 18 國市場旅客分析	205
拾、調查結果-近 6 年變化分析	242
一、近 6 年受訪旅客基本特性變化	242
(一) 居住地	242
(二) 來臺主要及次要目的	243
(三) 年齡	243
(四) 性別	244
(五) 月份	244

(六) 最高學歷	245
(七) 工作別	245
(八) 年收入	246
二、近 6 年受訪旅客旅遊決策	247
(一) 出發來臺多久前開始計劃行程	247
(二) 觀光目的受訪旅客之旅遊資訊管道	248
(三) 吸引觀光目的旅客來臺觀光原因	249
(四) 旅行安排方式	250
三、近 6 年受訪旅客旅遊動向	251
(一) 來臺次數	251
(二) 遊覽地點	252
(三) 參加活動情形	257
四、近 6 年受訪旅客消費支出概況	258
(一) 來臺旅客平均每人每日消費金額之比較	258
(二) 來臺旅客觀光支出之比較	260
(三) 主要市場來臺旅客觀光支出之比較	260
(四) 購物退稅服務	262
(五) 預付費用項目	263
五、近 6 年受訪旅客對臺灣深刻的印象	264
六、近 6 年受訪旅客對此次來臺之各項滿意度分析	265
七、近 6 年受訪旅客再度訪臺與推薦親友來臺旅遊的意願	266
八、近 6 年受訪旅客在臺境內搭乘交通工具分析	267
拾壹、結論與建議	268
一、結論	268
二、建議	282
附件一：中文問卷	286
附件二：消費金額估算公式	337
附件三：名詞解釋	340
附件四：重大事件與觀光措施	341
附表一：整體結果	350
附表二：依性別分	440
附表三：依主要市場分	463

表 目 次

表 1-1	調查目的與說明	1
表 2-2-1	調查項目	2
表 2-3-1	抽樣誤差與所需要抽樣的樣本數	6
表 2-3-2	樣本調查基準日之配置原則	8
表 2-4-1	整體分析項目與內容	10
表 2-4-2	不同特性分析項目與內容	11
表 2-4-3	近 6 年變化分析項目與內容	11
表 4-1	113 年無效樣本比率-依月份分	19
表 4-1-1	受訪旅客之居住地分布	20
表 4-1-2	受訪旅客之來臺主要目的分布	21
表 4-1-3	113 年受訪旅客來臺主要目的及次要目的交叉表	22
表 4-1-4	受訪旅客之年齡分布	23
表 4-1-5	受訪旅客之性別分布	23
表 4-1-6	受訪旅客之月份分布	24
表 4-1-7	受訪旅客之最高學歷分布	24
表 4-1-8	受訪旅客之工作別分布	25
表 4-1-9	受訪旅客之年收入分布	26
表 4-2-1	受訪旅客出發來臺多久前開始計劃行程—依來臺主要目的分	27
表 4-2-2	觀光目的受訪旅客來臺前是否看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導 ..	28
表 4-2-3	觀光目的受訪旅客在哪些管道看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導 ..	28
表 4-2-4	113 年觀光目的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	29
表 4-2-5	吸引觀光目的旅客來臺觀光原因	33
表 4-2-6	受訪旅客之旅行安排方式	34
表 4-2-7	113 年來臺受訪旅客之旅行安排方式—依不同特性分	35
表 4-2-8	部分非觀光團體受訪旅客來臺後是否參加本地旅行社安排的行程 ..	37
表 4-2-9	部分非觀光團體受訪旅客來臺後參加本地旅行社安排的行程	37
表 4-3-1	受訪旅客來臺次數	38
表 4-3-2	113 年受訪旅客最近 5 年來臺次數—依旅遊型態分	38
表 4-3-3	受訪旅客遊覽觀光景點排名	39
表 4-3-4	113 年受訪旅客遊覽觀光景點排名-依旅遊型態分	40
表 4-3-5	受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市排名	41
表 4-3-6	113 年受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市排名—依旅遊型態分	42
表 4-3-7	受訪旅客遊覽觀光景點所在地區排名	43

表 4-3-8	113 年受訪旅客遊覽觀光景點所在地區排名—依旅遊型態分.....	44
表 4-3-9	受訪旅客遊覽夜市排名	45
表 4-3-10	113 年受訪旅客遊覽夜市排名—依旅遊型態分	46
表 4-3-11	受訪旅客遊覽夜市所在縣市排名	47
表 4-3-12	受訪旅客最喜歡景點排名	48
表 4-3-13	受訪旅客最喜歡景點排名—依景點到訪相對百分率分	49
表 4-3-14	113 年受訪旅客最喜歡景點排名—依旅遊型態分	50
表 4-3-15	受訪旅客住宿地點	51
表 4-3-16	受訪旅客對住宿旅館的整體滿意度	52
表 4-3-17	受訪旅客對住宿民宿的整體滿意度	52
表 4-3-18	受訪旅客在我國期間參加活動	53
表 4-3-19	113 年受訪旅客在我國期間參加活動—依旅遊型態分	54
表 4-4-1	113 年各幣別兌美元的年平均匯率	55
表 4-4-2	受訪旅客平均每人每日消費細項	56
表 4-4-3	來臺旅客在臺消費金額	57
表 4-4-4	受訪旅客平均每人每日購物費細項消費金額	57
表 4-4-5	113 年主要市場來臺旅客在臺消費金額	58
表 4-4-6	受訪旅客是否使用購物退稅服務	59
表 4-4-7	受訪旅客認為購物退稅手續是否簡便	59
表 4-4-8	受訪旅客來臺前是否預付費用	60
表 4-4-9	受訪旅客來臺前預付費用項目	60
表 4-5-1	受訪旅客對臺灣深刻的印象	62
表 4-5-2	113 年受訪旅客對臺灣深刻的印象—依旅遊型態分	63
表 4-6-1	受訪旅客此次來臺各項滿意度	64
表 4-6-2	113 年受訪旅客此次來臺各項滿意程度分布	65
表 4-7-1	受訪旅客是否會再度訪臺情形	66
表 4-7-2	受訪旅客表示會再度訪臺的主要原因	66
表 4-7-3	受訪旅客是否會推薦親友來臺灣旅遊情形	66
表 4-8-1	113 年觀光團體受訪旅客對旅行社及導遊服務的整體滿意程度	67
表 4-8-2	觀光團體受訪旅客對旅行社及導遊服務的滿意度	67
表 4-8-3	113 年觀光團體受訪旅客對旅行社及導遊服務之整體滿意度 —依特性分	67
表 4-8-4	旅行社安排的購物次數	68
表 4-8-5	觀光團體受訪旅客對旅行社安排購物的物品價格的觀感	68
表 4-9-1	受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具	69
表 4-9-2	113 年受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具—依旅遊型態分	70

表 4-9-3	113 年受訪旅客在臺境內搭乘或使用的交通工具整體滿意程度分布	70
表 4-10-1	113 年受訪旅客進行低碳旅行之意願	71
表 5-1-1	日本受訪旅客占全體受訪旅客的比率	72
表 5-1-2	日本受訪旅客之來臺主要目的分布	72
表 5-1-3	日本受訪旅客之最高學歷分布	73
表 5-1-4	日本受訪旅客之工作別分布	73
表 5-1-5	日本受訪旅客之年收入分布	74
表 5-2-1	日本受訪旅客出發來臺多久前開始計劃行程—依來臺主要目的分 ..	75
表 5-2-2	日本觀光目的受訪旅客來臺前是否看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導.....	76
表 5-2-3	日本觀光目的受訪旅客在哪些管道看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導.....	76
表 5-2-4	113 年日本觀光目的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	77
表 5-2-5	吸引日本觀光目的旅客來臺觀光原因	78
表 5-2-6	日本受訪旅客旅行方式	79
表 5-2-7	日本部分非觀光團體受訪旅客來臺後是否參加本地旅行社或線上旅行社安排的行程	80
表 5-2-8	日本部分非觀光團體受訪旅客來臺後參加本地旅行社或線上旅行社安排的行程	80
表 5-3-1	日本受訪旅客來臺次數	81
表 5-3-2	113 年日本受訪旅客最近 5 年來臺次數—依旅遊型態分.....	81
表 5-3-3	日本受訪旅客遊覽觀光景點排名	82
表 5-3-4	113 年日本受訪旅客遊覽觀光景點排名—依旅遊型態分.....	83
表 5-3-5	日本受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市排名	84
表 5-3-6	113 年日本受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市排名—依旅遊型態分....	85
表 5-3-7	日本受訪旅客遊覽觀光景點所在地區排名	86
表 5-3-8	113 年日本受訪旅客遊覽觀光景點所在地區排名—依旅遊型態分....	86
表 5-3-9	日本受訪旅客遊覽夜市排名	87
表 5-3-10	113 年日本受訪旅客遊覽夜市排名—依旅遊型態分	87
表 5-3-11	日本受訪旅客最喜歡景點排名	88
表 5-3-12	113 年日本受訪旅客最喜歡景點排名—依旅遊型態分	88
表 5-3-13	日本受訪旅客住宿地點.....	89
表 5-3-14	日本受訪旅客對住宿旅館的整體滿意度.....	89

表 5-3-15	日本受訪旅客對住宿民宿的整體滿意度.....	90
表 5-3-16	日本受訪旅客在我國期間參加活動	91
表 5-3-17	113 年日本受訪旅客在我國期間參加活動—依旅遊型態分.....	92
表 5-4-1	日本受訪旅客平均每人每日消費細項	93
表 5-4-2	日本受訪旅客平均每人每日購物費細項消費金額	94
表 5-4-3	113 年日本受訪旅客平均每人每日消費細項—依旅遊型態分.....	95
表 5-4-4	113 年日本受訪旅客平均每人每日購物費細項消費金額 —依旅遊型態分	95
表 5-4-5	日本受訪旅客是否使用購物退稅服務	96
表 5-4-6	日本受訪旅客認為購物退稅手續是否簡便	96
表 5-4-7	日本受訪旅客來臺前是否預付費用	97
表 5-4-8	日本受訪旅客來臺前預付費用項目	97
表 5-5-1	日本受訪旅客對臺灣深刻的印象	98
表 5-5-2	113 年日本受訪旅客對臺灣深刻的印象—依旅遊型態分.....	99
表 5-6-1	日本受訪旅客此次來臺各項滿意度	100
表 5-7-1	日本受訪旅客是否會再度訪臺情形	101
表 5-7-2	日本受訪旅客表示會再度訪臺的主要目的	101
表 5-7-3	日本受訪旅客是否會推薦親友來臺灣旅遊情形	101
表 5-8-1	113 年日本觀光團體受訪旅客對旅行社及導遊服務的整體 滿意程度.....	102
表 5-8-2	日本觀光團體受訪旅客對旅行社及導遊服務的滿意度	102
表 5-8-3	旅行社安排日本觀光團體受訪旅客的購物次數	103
表 5-8-4	日本觀光團體受訪旅客對旅行社安排購物的物品價格的觀感	103
表 5-9-1	日本受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具	104
表 5-9-2	113 年日本受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具—依旅遊型態分.....	105
表 5-9-3	113 年日本受訪旅客在臺境內搭乘或使用的交通工具整體 滿意程度分布	105
表 5-10-1	113 年日本受訪旅客進行低碳旅行之意願	106
表 6-1-1	大陸受訪旅客占全體受訪旅客的比率	107
表 6-1-2	大陸受訪旅客之來臺主要目的分布	107
表 6-1-3	大陸受訪旅客之最高學歷分布	108
表 6-1-4	大陸受訪旅客之工作別分布	108
表 6-1-5	大陸受訪旅客之年收入分布	109
表 6-2-1	大陸受訪旅客出發來臺多久前開始計劃行程 —依來臺主要目的分	110
表 6-2-2	大陸觀光目的受訪旅客來臺前是否看過臺灣觀光宣傳廣告或	

	旅遊報導.....	111
表 6-2-3	大陸觀光目的受訪旅客在哪些管道看過臺灣觀光宣傳廣告或 旅遊報導.....	111
表 6-2-4	113 年大陸觀光目的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	112
表 6-2-5	吸引大陸觀光目的旅客來臺觀光原因	113
表 6-2-6	大陸受訪旅客旅行方式	114
表 6-2-7	大陸非觀光團體受訪旅客來臺後是否參加本地旅行社或 線上旅行社安排的行程	115
表 6-2-8	大陸部分非觀光團體受訪旅客來臺後參加本地旅行社或 線上旅行社安排的行程	115
表 6-3-1	大陸受訪旅客來臺次數	116
表 6-3-2	大陸受訪旅客遊覽觀光景點排名	117
表 6-3-3	大陸受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市排名	118
表 6-3-4	大陸受訪旅客遊覽觀光景點所在地區排名	119
表 6-3-5	大陸受訪旅客遊覽夜市排名	119
表 6-3-6	大陸受訪旅客最喜歡景點排名	120
表 6-3-7	大陸受訪旅客住宿地點	121
表 6-3-8	大陸受訪旅客對住宿旅館的整體滿意度	121
表 6-3-9	大陸受訪旅客對住宿民宿的整體滿意度	122
表 6-3-10	大陸受訪旅客在我國期間參加活動.....	123
表 6-4-1	大陸受訪旅客平均每人每日消費細項	124
表 6-4-2	大陸受訪旅客平均每人每日購物費細項消費金額	125
表 6-4-3	大陸受訪旅客是否使用購物退稅服務	126
表 6-4-4	大陸受訪旅客認為購物退稅手續是否簡便	126
表 6-4-5	大陸受訪旅客來臺前是否預付費用	127
表 6-4-6	大陸受訪旅客來臺前預付費用項目	127
表 6-5-1	大陸受訪旅客對臺灣深刻的印象	128
表 6-6-1	大陸受訪旅客此次來臺各項滿意度	129
表 6-7-1	大陸受訪旅客是否會再度訪臺情形	130
表 6-7-2	大陸受訪旅客表示會再度訪臺的主要目的	130
表 6-7-3	大陸受訪旅客是否會推薦親友來臺灣旅遊情形	130
表 6-8-1	大陸受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具	131
表 6-8-2	113 年大陸受訪旅客在臺境內搭乘或使用的交通工具整體 滿意程度分布	131
表 6-9-1	113 年大陸受訪旅客進行低碳旅行之意願.....	132

表 7-1-1	韓國受訪旅客占全體受訪旅客的比率	133
表 7-1-2	韓國受訪旅客之來臺主要目的分布	133
表 7-1-3	韓國受訪旅客之最高學歷分布	134
表 7-1-4	韓國受訪旅客之工作別分布	134
表 7-1-5	韓國受訪旅客之年收入分布	135
表 7-2-1	韓國受訪旅客出發來臺多久前開始計劃行程 一依來臺主要目的分	136
表 7-2-2	韓國觀光目的受訪旅客來臺前是否看過臺灣觀光宣傳廣告或 旅遊報導.....	137
表 7-2-3	韓國觀光目的受訪旅客在哪些管道看過臺灣觀光宣傳廣告或 旅遊報導.....	137
表 7-2-4	113 年韓國觀光目的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	138
表 7-2-5	吸引韓國觀光目的旅客來臺觀光原因	139
表 7-2-6	韓國受訪旅客旅行方式	140
表 7-2-7	韓國部分非觀光團體受訪旅客來臺後是否參加本地旅行社或 線上旅行社安排的行程	141
表 7-2-8	韓國部分非觀光團體受訪旅客來臺後參加本地旅行社或 線上旅行社安排的行程	141
表 7-3-1	韓國受訪旅客來臺次數	142
表 7-3-2	113 年韓國受訪旅客最近 5 年來臺次數一依旅遊型態分	142
表 7-3-3	韓國受訪旅客遊覽觀光景點排名	143
表 7-3-4	113 年韓國受訪旅客遊覽觀光景點排名一依旅遊型態分.....	144
表 7-3-5	韓國受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市排名	145
表 7-3-6	113 年韓國受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市排名一依旅遊型態分..	146
表 7-3-7	韓國受訪旅客遊覽觀光景點所在地區排名	147
表 7-3-8	113 年韓國受訪旅客遊覽觀光景點所在地區排名一依旅遊型態分..	147
表 7-3-9	韓國受訪旅客遊覽夜市排名	148
表 7-3-10	113 年韓國受訪旅客遊覽夜市排名一依旅遊型態分	148
表 7-3-11	韓國受訪旅客最喜歡景點排名	149
表 7-3-12	113 年韓國受訪旅客最喜歡景點排名一依旅遊型態分	150
表 7-3-13	韓國受訪旅客住宿地點.....	151
表 7-3-14	韓國受訪旅客對住宿旅館的整體滿意度.....	151
表 7-3-15	韓國受訪旅客對住宿民宿的整體滿意度.....	152
表 7-3-16	韓國受訪旅客在我國期間參加活動.....	153
表 7-3-17	113 年韓國受訪旅客在我國期間參加活動一依旅遊型態分	154

表 7-4-1	韓國受訪旅客平均每人每日消費細項	155
表 7-4-2	韓國受訪旅客平均每人每日購物費細項消費金額	156
表 7-4-3	113 年韓國受訪旅客平均每人每日消費細項—依旅遊型態分	157
表 7-4-4	113 年韓國受訪旅客平均每人每日購物費細項消費金額 —依旅遊型態分	157
表 7-4-5	韓國受訪旅客是否使用購物退稅服務	158
表 7-4-6	韓國受訪旅客認為購物退稅手續是否簡便	158
表 7-4-7	韓國受訪旅客來臺前是否預付費用	159
表 7-4-8	韓國受訪旅客來臺前預付費用項目	159
表 7-5-1	韓國受訪旅客對臺灣深刻的印象	160
表 7-5-2	113 年韓國受訪旅客對臺灣深刻的印象—依旅遊型態分	161
表 7-6-1	韓國受訪旅客此次來臺各項滿意度	162
表 7-7-1	韓國受訪旅客是否會再度訪臺情形	163
表 7-7-2	韓國受訪旅客表示會再度訪臺的主要目的	163
表 7-7-3	韓國受訪旅客是否會推薦親友來臺灣旅遊情形	163
表 7-8-1	113 年韓國觀光團體受訪旅客對旅行社及導遊服務的整體 滿意程度	164
表 7-8-2	韓國觀光團體受訪旅客對旅行社及導遊服務的滿意度	164
表 7-8-3	旅行社安排韓國觀光團體受訪旅客的購物次數	165
表 7-8-4	韓國觀光團體受訪旅客對旅行社安排購物的物品價格的觀感	165
表 7-9-1	韓國受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具	166
表 7-9-2	113 年韓國受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具—依旅遊型態分	167
表 7-9-3	113 年韓國受訪旅客在臺境內搭乘或使用的交通工具整體 滿意程度分布	167
表 7-10-1	113 年韓國受訪旅客進行低碳旅行之意願	168
表 8-1-1	香港、澳門受訪旅客占全體受訪旅客的比率	169
表 8-1-2	香港、澳門受訪旅客之來臺主要目的分布	169
表 8-1-3	香港、澳門受訪旅客之最高學歷分布	170
表 8-1-4	香港、澳門受訪旅客之工作別分布	170
表 8-1-5	香港、澳門受訪旅客之年收入分布	171
表 8-2-1	香港、澳門受訪旅客出發來臺多久前開始計劃行程 —依來臺主要目的分	172
表 8-2-2	香港、澳門觀光目的受訪旅客來臺前是否看過臺灣觀光宣傳廣告或 旅遊報導	172
表 8-2-3	香港、澳門觀光目的受訪旅客在哪些管道看過臺灣觀光宣傳廣告或 旅遊報導	173

表 8-2-4	113 年香港.澳門觀光目的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	174
表 8-2-5	吸引香港.澳門觀光目的旅客來臺觀光原因	175
表 8-2-6	香港.澳門受訪旅客旅行方式	176
表 8-2-7	香港.澳門部分非觀光團體受訪旅客來臺後是否參加本地 旅行社或線上旅行社安排的行程	177
表 8-2-8	香港.澳門部分非觀光團體受訪旅客來臺後參加本地 旅行社或線上旅行社安排的行程	177
表 8-3-1	香港.澳門受訪旅客來臺次數	178
表 8-3-2	113 年香港.澳門受訪旅客最近 5 年來臺次數—依旅遊型態分	178
表 8-3-3	香港.澳門受訪旅客遊覽觀光景點排名	179
表 8-3-4	113 年香港.澳門受訪旅客遊覽觀光景點排名—依旅遊型態分	180
表 8-3-5	香港.澳門受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市排名	181
表 8-3-6	113 年香港.澳門受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市排名 —依旅遊型態分	182
表 8-3-7	香港.澳門受訪旅客遊覽觀光景點所在地區排名	183
表 8-3-8	113 年香港.澳門受訪旅客遊覽觀光景點所在地區排名 —依旅遊型態分	183
表 8-3-9	香港.澳門受訪旅客遊覽夜市排名	184
表 8-3-10	113 年香港.澳門受訪旅客遊覽夜市排名—依旅遊型態分	184
表 8-3-11	香港.澳門受訪旅客最喜歡景點排名	185
表 8-3-12	113 年香港.澳門受訪旅客最喜歡景點排名—依旅遊型態分	186
表 8-3-13	香港.澳門受訪旅客住宿地點	187
表 8-3-14	香港.澳門受訪旅客對住宿旅館的整體滿意度	187
表 8-3-15	香港.澳門受訪旅客對住宿民宿的整體滿意度	188
表 8-3-16	香港.澳門受訪旅客在我國期間參加活動	189
表 8-3-17	113 年香港.澳門受訪旅客在我國期間參加活動 —依旅遊型態分	190
表 8-4-1	香港.澳門受訪旅客平均每人每日消費細項	191
表 8-4-2	香港.澳門受訪旅客平均每人每日購物費細項消費金額	192
表 8-4-3	113 年香港.澳門受訪旅客平均每人每日消費細項—依旅遊型態分	193
表 8-4-4	113 年香港.澳門受訪旅客平均每人每日購物費細項消費金額 —依旅遊型態分	193
表 8-4-5	香港.澳門受訪旅客是否使用購物退稅服務	194
表 8-4-6	香港.澳門受訪旅客認為購物退稅手續是否簡便	194
表 8-4-7	香港.澳門受訪旅客來臺前是否預付費用	195

表 8-4-8	香港.澳門受訪旅客來臺前預付費用項目	195
表 8-5-1	香港.澳門受訪旅客對臺灣深刻的印象	196
表 8-5-2	113 年香港.澳門受訪旅客對臺灣深刻的印象—依旅遊型態分	197
表 8-6-1	香港.澳門受訪旅客此次來臺各項滿意度	198
表 8-7-1	香港.澳門受訪旅客是否會再度訪臺情形	199
表 8-7-2	香港.澳門受訪旅客表示會再度訪臺的主要目的	199
表 8-7-3	香港.澳門受訪旅客是否會推薦親友來臺灣旅遊情形	199
表 8-8-1	113 年香港.澳門觀光團體受訪旅客對旅行社及導遊服務的 整體滿意程度	200
表 8-8-2	香港.澳門觀光團體受訪旅客對旅行社及導遊服務的滿意度	200
表 8-8-3	旅行社安排香港.澳門觀光團體受訪旅客的購物次數	201
表 8-8-4	香港.澳門觀光團體受訪旅客對旅行社安排購物的物品 價格的觀感	201
表 8-9-1	香港.澳門受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具	202
表 8-9-2	113 年香港.澳門受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具 —依旅遊型態分	203
表 8-9-3	113 年香港.澳門受訪旅客在臺境內搭乘或使用的交通工具 整體滿意程度分布	203
表 8-10-1	113 年香港.澳門受訪旅客進行低碳旅行之意願	204
表 9-1-1	新南向 18 國受訪旅客占全體受訪旅客的比率	205
表 9-1-2	新南向 18 國受訪旅客居住地分布	206
表 9-1-3	新南向 18 國受訪旅客之來臺主要目的分布	207
表 9-1-4	新南向 18 國受訪旅客之最高學歷分布	207
表 9-1-5	新南向 18 國受訪旅客之工作別分布	208
表 9-1-6	新南向 18 國受訪旅客之年收入分布	208
表 9-2-1	新南向 18 國受訪旅客出發來臺多久前開始計劃行程 —依來臺主要目的分	209
表 9-2-2	新南向 18 國觀光目的受訪旅客來臺前是否看過臺灣觀光 宣傳廣告或旅遊報導	210
表 9-2-3	新南向 18 國觀光目的受訪旅客在哪些管道看過臺灣觀光 宣傳廣告或旅遊報導	210
表 9-2-4	113 年新南向 18 國觀光目的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	211
表 9-2-5	吸引新南向 18 國觀光目的旅客來臺觀光原因	212
表 9-2-6	新南向 18 國受訪旅客旅行方式	213
表 9-2-7	新南向 18 國部分非觀光團體受訪旅客來臺後是否參加本地	

	旅行社或線上旅行社安排的行程	214
表 9-2-8	新南向 18 國部分非觀光團體受訪旅客來臺後參加本地旅行社 或線上旅行社安排的行程	214
表 9-3-1	新南向 18 國受訪旅客來臺次數.....	215
表 9-3-2	113 年新南向 18 國受訪旅客最近 5 年來臺次數—依旅遊型態分	215
表 9-3-3	新南向 18 國受訪旅客遊覽觀光景點排名	216
表 9-3-4	113 年新南向 18 國受訪旅客遊覽觀光景點排名 —依旅遊型態分 ...	217
表 9-3-5	新南向 18 國受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市排名	218
表 9-3-6	113 年新南向 18 國受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市排名 —依旅遊型態分	219
表 9-3-7	新南向 18 國受訪旅客遊覽觀光景點所在地區排名	220
表 9-3-8	113 年新南向 18 國受訪旅客遊覽觀光景點所在地區排名 —依旅遊型態分	220
表 9-3-9	新南向 18 國受訪旅客遊覽夜市排名.....	221
表 9-3-10	113 年新南向 18 國受訪旅客遊覽夜市排名—依旅遊型態分	221
表 9-3-11	新南向 18 國受訪旅客最喜歡景點排名	222
表 9-3-12	113 年新南向 18 國受訪旅客最喜歡景點排名 —依旅遊型態分	223
表 9-3-13	新南向 18 國受訪旅客住宿地點	224
表 9-3-14	新南向 18 國受訪旅客對住宿旅館的整體滿意度	224
表 9-3-15	新南向 18 國受訪旅客對住宿民宿的整體滿意度	225
表 9-3-16	新南向 18 國受訪旅客在我國期間參加活動	226
表 9-3-17	113 年新南向 18 國受訪旅客在我國期間參加活動 —依旅遊型態分	227
表 9-4-1	新南向 18 國受訪旅客平均每人每日消費細項	228
表 9-4-2	新南向 18 國受訪旅客平均每人每日購物費細項消費金額	229
表 9-4-3	113 年新南向 18 國受訪旅客平均每人每日消費細項 —依旅遊型態分	230
表 9-4-4	113 年新南向 18 國受訪旅客平均每人每日購物費細項消費金額—依 旅遊型態分	230
表 9-4-5	新南向 18 國受訪旅客是否使用購物退稅服務	231
表 9-4-6	新南向 18 國受訪旅客認為購物退稅手續是否簡便	231
表 9-4-7	新南向 18 國受訪旅客來臺前是否預付費用.....	232
表 9-4-8	新南向 18 國受訪旅客來臺前預付費用項目	232
表 9-5-1	新南向 18 國受訪旅客對臺灣深刻的印象.....	233
表 9-5-2	113 年新南向 18 國受訪旅客對臺灣深刻的印象—依旅遊型態分	234

表 9-6-1	新南向 18 國受訪旅客此次來臺各項滿意度.....	235
表 9-7-1	新南向 18 國受訪旅客是否會再度訪臺情形.....	236
表 9-7-2	新南向 18 國受訪旅客表示會再度訪臺的主要目的	236
表 9-7-3	新南向 18 國受訪旅客是否會推薦親友來臺灣旅遊情形	236
表 9-8-1	113 年新南向 18 國觀光團體受訪旅客對旅行社及導遊服務的整體滿意程度.....	237
表 9-8-2	新南向 18 國觀光團體受訪旅客對旅行社及導遊服務的滿意度	237
表 9-8-3	旅行社安排新南向 18 國觀光團體受訪旅客的購物次數	238
表 9-8-4	新南向 18 國觀光團體受訪旅客對旅行社安排購物的物品價格的觀感	238
表 9-9-1	新南向 18 國受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具	239
表 9-9-2	113 年新南向 18 國受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具 — 依旅遊型態分	240
表 9-9-3	113 年新南向 18 國受訪旅客在臺境內搭乘或使用的交通工具 整體滿意程度分布	240
表 9-10-1	113 年新南向 18 國受訪旅客進行低碳旅行之意願	241
表 10-1-1	受訪旅客之居住地分布—近 6 年變化分析	242
表 10-1-2	受訪旅客之來臺主要目的分布—近 6 年變化分析	243
表 10-1-3	受訪旅客之年齡分布—近 6 年變化分析	243
表 10-1-4	受訪旅客之性別分布—近 6 年變化分析	244
表 10-1-5	受訪旅客之月份分布—近 6 年變化分析	244
表 10-1-6	受訪旅客之最高學歷分布—近 6 年變化分析	245
表 10-1-7	受訪旅客之工作別分布—近 6 年變化分析	245
表 10-1-8	受訪旅客之年收入分布—近 6 年變化分析	246
表 10-2-1	受訪旅客出發來臺多久前開始計劃行程—近 6 年變化分析	247
表 10-2-2	觀光目的受訪旅客來臺前是否看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導 — 近 6 年變化分析	248
表 10-2-3	觀光目的受訪旅客在哪些管道看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導 — 近 6 年變化分析	248
表 10-2-4	吸引觀光目的旅客來臺觀光原因—近 6 年變化分析	249
表 10-2-5	受訪旅客之旅行安排方式—近 6 年變化分析	250
表 10-3-1	受訪旅客來臺次數—近 6 年變化分析	251
表 10-3-2	受訪旅客遊覽觀光景點排名—近 6 年變化分析	252
表 10-3-3	受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市排名—近 6 年變化分析	253
表 10-3-4	受訪旅客遊覽觀光景點所在地區排名—近 6 年變化分析	254
表 10-3-5	受訪旅客遊覽夜市排名—近 6 年變化分析	255

表 10-3-6	受訪旅客最喜歡景點排名—近 6 年變化分析	256
表 10-3-7	受訪旅客在我國期間參加活動—近 6 年變化分析	257
表 10-4-1	受訪旅客平均每人每日消費細項—近 6 年變化分析	258
表 10-4-2	受訪旅客平均每人每日購物費細項消費金額—近 6 年變化分析	259
表 10-4-3	來臺旅客在臺消費金額—近 6 年變化分析.....	260
表 10-4-4	主要市場來臺旅客觀光支出—依邊境管制前中後分	261
表 10-4-4	主要市場來臺旅客觀光支出—依邊境管制前中後分(續完).....	262
表 10-4-5	受訪旅客是否使用購物退稅服務—近 6 年變化分析	262
表 10-4-6	受訪旅客認為購物退稅手續是否簡便—近 6 年變化分析	263
表 10-4-7	受訪旅客來臺前是否預付費用—近 6 年變化分析	263
表 10-4-8	受訪旅客來臺前預付費用項目—近 6 年變化分析	263
表 10-5-1	受訪旅客對臺灣深刻的印象—近 6 年變化分析	264
表 10-6-1	受訪旅客此次來臺各項滿意度—近 6 年變化分析	265
表 10-7-1	受訪旅客是否會再度訪臺情形—近 6 年變化分析	266
表 10-7-2	受訪旅客表示會再度訪臺的主要原因—近 6 年變化分析	266
表 10-7-3	受訪旅客是否會推薦親友來臺灣旅遊情形—近 6 年變化分析	266
表 10-8-1	受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具—近 6 年變化分析	267
附表 1-1	113 年受訪旅客來臺主要目的—依居住地分.....	350
附表 1-2	113 年受訪旅客年齡—依居住地分	351
附表 1-3	113 年受訪旅客年齡—依來臺主要目的分.....	352
附表 1-4	113 年受訪旅客性別—依居住地分.....	353
附表 1-5	113 年受訪旅客性別—依來臺主要目的分.....	354
附表 1-6	113 年受訪旅客最高學歷—依居住地分.....	355
附表 1-7	113 年受訪旅客最高學歷—依來臺主要目的分.....	356
附表 1-8	113 年受訪旅客工作別—依居住地分	357
附表 1-9	113 年受訪旅客工作別—依來臺主要目的分.....	359
附表 1-10	113 年受訪旅客年收入—依居住地分	361
附表 1-11	113 年受訪旅客年收入—依來臺主要目的分	363
附表 1-12	113 年受訪旅客是否看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導 —依居住地分	365
附表 1-13	看過哪些臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導—依居住地分	366
附表 1-14	受臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導影響決定來臺觀光程度 —依居住地分	368
附表 1-15	對決定來臺觀光影響程度較大的資訊內容—依居住地分	370
附表 1-16	113 年吸引觀光目的旅客來臺觀光因素—依居住地分	372
附表 1-17	113 年受訪旅客旅行安排方式—依居住地分	374

附表 1-18	113 年受訪旅客旅行安排方式—依來臺主要目的分	375
附表 1-19	113 年受訪旅客最近 5 年來臺次數—依居住地分	376
附表 1-20	113 年受訪旅客最近 5 年來臺次數—依來臺主要目的分	377
附表 1-21	113 年受訪旅客停留夜數—依居住地分	378
附表 1-22	113 年受訪旅客停留夜數—依來臺主要目的分	380
附表 1-23	113 年受訪旅客停留夜數—依旅行方式分	382
附表 1-24	113 年受訪旅客主要遊覽景點所在縣市—依居住地分	384
附表 1-25	113 年受訪旅客主要遊覽景點所在縣市—依來臺主要目的分	387
附表 1-26	113 年受訪旅客住宿地點—依居住地分	390
附表 1-27	113 年受訪旅客住宿地點—依來臺主要目的分	391
附表 1-28	113 年受訪旅客對住宿旅館的整體滿意程度—依居住地分	392
附表 1-29	113 年受訪旅客對住宿旅館的整體滿意程度—依來臺主要目的分	393
附表 1-30	113 年受訪旅客對住宿民宿的整體滿意程度—依居住地分	394
附表 1-31	113 年受訪旅客對住宿民宿的整體滿意程度—依來臺主要目的分	395
附表 1-32	113 年受訪旅客在臺期間參加活動—依居住地分	396
附表 1-33	113 年受訪旅客在臺期間參加活動—依來臺主要目的分	398
附表 1-34	113 年受訪旅客在臺平均每人每日消費金額—依居住地分	400
附表 1-35	113 年受訪旅客在臺平均每人每日消費金額—依來臺主要目的分	401
附表 1-36	113 年受訪旅客在臺平均每人每日消費金額—依年齡分	402
附表 1-37	113 年受訪旅客在臺平均每人每日消費金額—依年收入分	403
附表 1-38	113 年受訪旅客在臺平均每人每日消費金額—依最高學歷分	404
附表 1-39	113 年受訪旅客在臺平均每人每日消費金額—依工作別分	405
附表 1-40	113 年受訪旅客在臺平均每人每日消費金額—依性別分	406
附表 1-41	113 年受訪旅客在臺平均每人每日消費金額—依停留夜數分	407
附表 1-42	113 年受訪旅客在臺平均每人每日消費金額—依月份分	408
附表 1-43	113 年受訪旅客在臺平均每人每日消費金額—依季分	409
附表 1-44	113 年受訪旅客在臺平均每人每日消費金額—依旅行安排方式分	410
附表 1-45	113 年受訪旅客在臺平均每人每日消費金額—依調查地點分	411
附表 1-46	113 年受訪旅客對臺灣深刻的印象—依居住地分	412
附表 1-47	113 年受訪旅客對臺灣深刻的印象—依來臺主要目的分	414
附表 1-48	113 年受訪旅客對觀光便利性之入境證照及通關手續便捷的 滿意度—依居住地分	416
附表 1-49	113 年受訪旅客對觀光便利性之通訊/網路便利的滿意度 —依居住地分	417
附表 1-50	113 年受訪旅客對觀光便利性之旅遊資訊取得方便的滿意度 —依居住地分	418

附表 1-51	113 年受訪旅客對觀光便利性之境內交通便利的滿意度 —依居住地分	419
附表 1-52	113 年受訪旅客對觀光環境國際化之路標及公共設施牌示易懂 的滿意度 —依居住地分	420
附表 1-53	113 年受訪旅客對觀光環境國際化之旅遊環境語言溝通良好 的滿意度 —依居住地分	421
附表 1-54	113 年受訪旅客對觀光環境國際化之臺灣民眾態度友善 的滿意度—依居住地分	422
附表 1-55	113 年受訪旅客對環境安全性之遊憩環境安全的滿意度 —依居住地分	423
附表 1-56	113 年受訪旅客對環境安全性之社會治安良好的滿意度 —依居住地分	424
附表 1-57	113 年受訪旅客對環境安全性之住宿設施安全的滿意度 —依居住地分	425
附表 1-58	113 年受訪旅客對環境安全性之餐飲衛生良好的滿意度 —依居住地分	426
附表 1-59	113 年受訪旅客此次來臺經驗整體滿意度—依居住地分	427
附表 1-60	113 年受訪旅客此次來臺經驗整體滿意度—依來臺主要目的分	428
附表 1-61	113 年觀光團體受訪旅客對旅行社及導遊服務的整體滿意度 —依居住地分	429
附表 1-62	113 年旅行社安排的購物次數—依居住地分	430
附表 1-63	113 年觀光團體受訪旅客對旅行社安排購物的物品價格的觀感 —依居住地分	431
附表 1-64	113 年受訪旅客境內交通工具搭乘或使用情形—依居住地分	432
附表 1-65	113 年受訪旅客境內交通工具搭乘情形—依來臺主要目的分	434
附表 1-66	113 年受訪旅客對境內曾搭乘或使用交通工具的整體滿意度 —依居住地分	436
附表 1-67	113 年受訪旅客對境內曾搭乘或使用交通工具的整體滿意度 —依來臺主要目的分	437
附表 1-68	113 年受訪旅客是否願意進行低碳旅行—依居住地分	438
附表 1-69	113 年受訪旅客是否願意進行低碳旅行—依來臺主要目的分	439
附表 2-1	受訪旅客基本特性—依性別分	440
附表 2-2	不同主要目的受訪旅客出發來臺多久前開始計劃行程—依性別分	443
附表 2-3	觀光目的受訪旅客來臺前是否看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導 —依性別分	443

附表 2-4	看過哪些臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導—依性別分	444
附表 2-5	觀光目的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—依性別分	445
附表 2-6	吸引觀光目的旅客來臺觀光因素—依性別分	446
附表 2-7	受訪旅客旅行方式—依性別分	447
附表 2-8	受訪旅客最近 5 年來臺次數—依性別分	448
附表 2-9	受訪旅客遊覽景點排名—依性別分	449
附表 2-10	受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市排名—依性別分	450
附表 2-11	受訪旅客遊覽觀光景點所在地區排名—依性別分	451
附表 2-12	受訪旅客遊覽夜市排名—依性別分	452
附表 2-13	受訪旅客最喜歡景點排名—依性別分	453
附表 2-14	受訪旅客住宿地點—依性別分	454
附表 2-15	受訪旅客對住宿旅館與民宿的整體滿意度—依性別分	454
附表 2-16	受訪旅客在我國期間參加活動—依性別分	455
附表 2-17	受訪旅客平均每人每日消費細項—依性別分	456
附表 2-18	受訪旅客平均每人每日購物費細項消費金額—依性別分	456
附表 2-19	受訪旅客是否使用購物退稅服務—依性別分	457
附表 2-20	受訪旅客認為購物退稅手續是否簡便—依性別分	457
附表 2-21	受訪旅客對臺灣深刻的印象—依性別分	458
附表 2-22	受訪旅客此次來臺各項滿意度—依性別分	459
附表 2-23	受訪旅客此次來臺經驗整體滿意程度分布—依性別分	460
附表 2-24	受訪旅客再度訪臺與推薦親友來臺旅遊的意願—依性別分	461
附表 2-25	觀光團體受訪旅客對旅行社及導遊服務的滿意度—依性別分	461
附表 2-26	受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具—依性別分	462
附表 2-27	受訪旅客在臺境內搭乘或使用的交通工具整體滿意度—依性別分	462
附表 3-1	受訪旅客基本特性—依主要市場分	463
附表 3-2	受訪旅客出發來臺多久前開始計劃行程—依主要市場分	466
附表 3-3	觀光目的受訪旅客來臺前是否看過臺灣觀光宣傳廣告或 旅遊報導—依主要市場分	466
附表 3-4	觀光目的受訪旅客來臺前看過的臺灣觀光宣傳廣告或 旅遊報導—依主要市場分	467
附表 3-5	觀光目的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—依主要市場分	468
附表 3-6	吸引觀光目的旅客來臺觀光因素—依主要市場分	469
附表 3-7	受訪旅客旅行方式—依主要市場分	472
附表 3-8	受訪旅客最近 5 年來臺次數—依主要市場分	473

附表 3-9	受訪旅客遊覽景點排名－依主要市場分	474
附表 3-10	受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市排名－依主要市場分	477
附表 3-11	受訪旅客遊覽觀光景點所在地區排名－依主要市場分	480
附表 3-12	受訪旅客遊覽夜市排名－依主要市場分	481
附表 3-13	受訪旅客最喜歡景點排名－依主要市場分	484
附表 3-14	受訪旅客住宿地點－依主要市場分	487
附表 3-15	受訪旅客對住宿旅館與民宿的整體滿意度－依主要市場分	488
附表 3-16	受訪旅客在我國期間參加活動－依主要市場分	489
附表 3-17	受訪旅客在臺平均每人每日消費金額－依主要市場分	492
附表 3-18	受訪旅客平均每人每日購物費細項消費金額－依主要市場分	493
附表 3-19	受訪旅客是否使用購物退稅服務－依主要市場分	496
附表 3-20	受訪旅客認為購物退稅手續是否簡便－依主要市場分	497
附表 3-21	受訪旅客對臺灣深刻的印象－依主要市場分	498
附表 3-22	受訪旅客此次來臺各項滿意度－依主要市場分	501
附表 3-23	受訪旅客此次來臺經驗整體滿意程度分布－依主要市場分	504
附表 3-24	受訪旅客再度訪臺與推薦親友來臺旅遊的意願－依主要市場分	505
附表 3-25	觀光團體受訪旅客對旅行社及導遊服務的滿意度－依主要市場分	508
附表 3-26	受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具－依主要市場分	509
附表 3-27	受訪旅客在臺境內搭乘或使用的交通工具整體滿意度 －依主要市場分	511

圖 目 次

圖 2-3-1	執行流程.....	4
圖 2-4-1	資料建檔、檢誤流程	8
圖 2-4-2	分析架構.....	9
圖 3-1-1	來臺旅客總人次變動情形	13
圖 3-1-2	各月來臺旅客總人次變動情形	14
圖 3-2-1	來臺旅客之居住地人次變動情形	15
圖 3-3-1	來臺旅客之年齡人次變動情形	17
圖 3-4-1	來臺旅客之性別結構變動情形	18
圖 4-2-1	113 年觀光目的受訪旅客表示決定來臺影響程度較大的資訊內容....	32
圖 4-5-1	113 年受訪旅客對臺灣深刻的前 10 大印象.....	61
圖 5-2-1	113 年日本觀光目的受訪旅客表示決定來臺影響程度較大的 資訊內容.....	77
圖 6-2-1	113 年大陸觀光目的受訪旅客表示決定來臺影響程度較大的 資訊內容.....	112
圖 7-2-1	113 年韓國觀光目的受訪旅客表示決定來臺影響程度較大的 資訊內容.....	138
圖 8-2-1	113 年香港、澳門觀光目的受訪旅客表示決定來臺影響程度 較大的資訊內容	174
圖 9-2-1	113 年新南向 18 國觀光目的受訪旅客表示決定來臺影響程度 較大的資訊內容	211

中華民國 113 年來臺旅客消費及動向調查

摘要

交通部觀光署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、提升國內觀光服務品質與國際旅遊觀光競爭力之參考，並做為估算來臺旅客觀光支出之依據，辦理「113 年來臺旅客消費及動向調查」，分別在臺灣桃園國際機場、臺北松山機場、高雄國際機場訪問離境旅客。

來臺旅客人次在 104 年後突破千萬人次，103 年至 108 年間呈現持續成長的趨勢，109 年受 COVID-19 疫情影響，我國為防範疫情於 3 月 19 日宣布邊境管制，限制所有非本國籍旅客入境，旅客人次大幅減少至 137 萬 7,861 人次，110 年降至 14 萬 479 人次。111 年 10 月 13 日開放邊境管制後開始逐步回升，113 年受 4 月花蓮地震、7 月及 10 月颱風等天災衝擊，全年旅客達 785 萬 7,686 人次，仍較 112 年成長 21.13%，已恢復至 108 年的 66.23%。

本調查對象為民國 113 年 1 月 1 日至 12 月 31 日入境之外籍與華僑旅客(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 1 月至 12 月有效樣本數為 6,620 人，在 95%信賴區間下，抽樣誤差小於 0.013。

茲將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」六部分摘述如下：

一、來臺旅遊市場相關指標值

785.77 萬人次...	來臺旅客人次，較 112 年成長 21.13%，較 108 年減少 33.77%。
6.98 夜.....	來臺旅客平均停留夜數，較 112 年減少 0.41 夜，較 108 年增加 0.78 夜。
182.83 美元...	來臺旅客平均每人每日消費，較 112 年成長 1.20%，較 108 年減少 6.68%。
100.28 億美元...	來臺旅客觀光支出，較 112 年成長 15.78%，較 108 年減少 30.41%。
1,276 美元.....	來臺旅客平均每人每次消費，較 112 年減少 4.42%，較 108 年增加 5.02%。
99%.....	來臺旅客整體滿意度，較 112 年增加 2 個百分點，較 108 年增加 1 個百分點。
54%.....	來臺旅客近 5 年再訪比率，較 112 年增加 1.34 個百分點。

表 1 來臺旅遊市場指標值－113 年與 112 年

指標	113 年	112 年	比較
來臺旅客人次	7,857,686 人次	6,486,951 人次	增加 1,370,735 人次 (增加 21.13%)
來臺旅客 平均停留夜數	6.98 夜	7.39 夜	減少 0.41 夜
來臺旅客 平均每人每日消費	182.83 美元 (5,870 新臺幣元)	180.67 美元 (新臺幣 5,628 元)	增加 2.16 美元 (增加 1.20%) 新臺幣增加 242 元 (增加 4.30%)
來臺旅客觀光支出 (不含國際機票費)	100.28 億美元 (新臺幣 3,219.67 億元)	86.61 億美元 (新臺幣 2,697.92 億元)	增加 13.67 億美元 (增加 15.78%) 新臺幣增加 521.75 億元 (增加 19.34%)
來臺旅客平均 每人每次消費	1,276 美元 (新臺幣 40,975 元)	1,335 美元 (新臺幣 41,590 元)	減少 59 美元 (減少 4.42%) 新臺幣減少 615 元 (減少 1.48%)
來臺旅客 整體滿意度	99.49%	97.12%	增加 2.37 個百分點
來臺旅客 近 5 年再訪比率	53.67%	52.33%	增加 1.34 個百分點

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

2. 113 年新臺幣兌美元平均匯率為 32.108，112 年為 31.150，資料來源為中央銀行網站公布資料。

表 2 來臺旅遊市場指標值－113 年與 108 年

指標	113 年	108 年	比較
來臺旅客人次	7,857,686 人次	11,864,105 人次	減少 4,006,419 人次 (減少 33.77%)
來臺旅客 平均停留夜數	6.98 夜	6.20 夜	增加 0.78 夜
來臺旅客 平均每人每日消費	182.83 美元 (5,870 新臺幣元)	195.91 美元 (新臺幣 6,059 元)	減少 13.08 美元 (減少 6.68%) 新臺幣減少 189 元 (減少 3.12%)
來臺旅客觀光支出 (不含國際機票費)	100.28 億美元 (新臺幣 3,219.67 億元)	144.11 億美元 (新臺幣 4,456.49 億元)	減少 43.83 億美元 (減少 30.41%) 新臺幣減少 1,236.82 億元 (減少 27.75%)
來臺旅客平均 每人每次消費	1,276 美元 (新臺幣 40,975 元)	1,215 美元 (新臺幣 37,563 元)	增加 61 美元 (增加 5.02%) 新臺幣增加 3,412 元 (增加 9.08%)
來臺旅客 整體滿意度	99.49%	98.33%	增加 1.16 個百分點
來臺旅客再訪比率 ^{註 3}	53.67%	42.22%	

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

2. 113 年新臺幣兌美元平均匯率為 32.108，108 年為 30.925，資料來源為中央銀行網站公布資料。

3. 113 年為「近 5 年來臺旅客再訪比率」，108 年為「近 3 年來臺旅客再訪比率」。

二、旅遊決策分析

(一) 六成六旅客來臺主要目的為觀光

受訪旅客來臺主要目的以觀光為最多，占 65.96%，其次依序為探親或訪友(18.52%)、業務(12.69%)、國際會議或展覽(1.63%)等。

表 3 113 年受訪旅客之來臺主要目的分布

單位：人；%		
來臺主要目的	樣本人數	百分比
總計	6,620	100.00
觀光	4,367	65.96
業務	840	12.69
國際會議或展覽	108	1.63
探親或訪友	1,226	18.52
求學	5	0.08
醫療	45	0.68
其他	29	0.44

(二) 六成三觀光目的旅客來臺前曾看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導，資訊管道以社群網站、搜尋引擎、親友口碑影響旅客決定來臺觀光之程度較高，而旅客表示影響較大的資訊內容以旅客評論為最多。

來臺主要或次要目的為觀光的 5,856 位觀光目的受訪旅客中，來臺前曾看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導者占 62.96%，其主要來源依序為社群網站(84.73%)、搜尋引擎(74.34%)、親友口碑(52.13%)、電視、電台(22.81%)、旅行社宣傳行程、摺頁(18.28%)等。

各居住地觀光目的旅客來臺前看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導者，以越南(89.51%)為最高，其次依序為日本(75.71%)、泰國(74.53%)及韓國(72.66%)等。

表 4 113 年觀光目的受訪旅客來臺前看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導比率

單位：%		
是否看過	是	否
觀光目的全體	62.96	37.04

註：本題針對觀光目的(主要或次要目的為觀光)之受訪旅客分析。

各資訊來源中，以社群網站、搜尋引擎、親友口碑等3個管道，影響觀光目的旅客決定來臺觀光程度較高。

表5 113年觀光目的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

單位：%

觀光資訊管道	影響程度百分比
合計	100.00
社群網站	34.80
搜尋引擎	31.99
親友口碑	17.21
電視/電台	5.80
旅行社宣傳行程、摺頁	5.69
報章雜誌	1.86
電商平台	1.32
國際旅遊展覽或特殊活動	0.65
地鐵、巴士、航空站等交通運具及場站	0.37
戶外廣告或看板	0.31

註：1.本題針對觀光目的(主要或次要目的為觀光)，且來臺前看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導之受訪旅客分析。

2.按選擇影響較大的前三個管道排序給予權重分數，並計算影響程度百分比。

受訪旅客表示決定來臺影響程度較大的資訊內容以旅客評論(74.72%)為最高，其次為遊記(54.41%)，第三為攝影或影像紀錄(50.15%)。

表6 113年觀光目的受訪旅客表示決定來臺影響程度較大的資訊內容

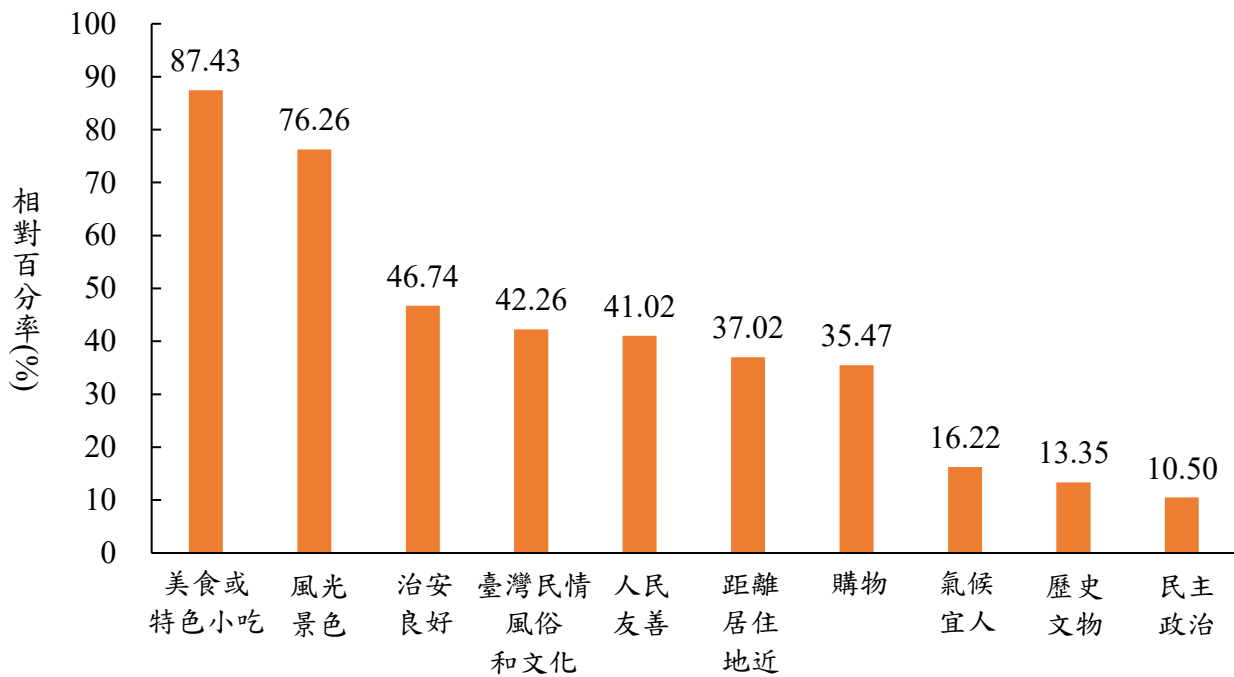
單位：%

資訊內容	相對百分率
旅客評論	74.72
遊記	54.41
攝影或影像紀錄	50.15
廣告	21.70
影視節目	18.23
旅遊雜誌或報導	14.13
獎勵、優惠措施	9.14
電影	4.50

註：本題針對觀光目的(主要或次要目的為觀光)，且來臺前看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導之受訪旅客分析。

(三)「美食或特色小吃」與「風光景色」為吸引觀光目的旅客來臺觀光最主要因素。

吸引觀光目的旅客來臺觀光因素依序為美食或特色小吃(87.43%)、風光景色(76.26%)、治安良好(46.74%)、臺灣民情風俗和文化(42.26%)、人民友善(41.02%)、距離居住地近(37.02%)、購物(35.47%)、氣候宜人(16.22%)、歷史文物(13.35%)、民主政治(10.50%)等。



註：本題為複選題。

圖 1 113 年吸引觀光目的旅客來臺觀光前十大因素

(四) 七成五旅客來臺旅行安排方式為「未請旅行社代訂住宿地點及機票，抵達後未曾參加本地旅行社或線上旅行社(OTA)安排的旅遊行程」。

受訪旅客來臺旅行安排方式以「未請旅行社代訂住宿地點及機票，抵達後未曾參加本地旅行社或線上旅行社(OTA)安排的旅遊行程)」者最多(占 75.16%)，「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」(占 12.39%)次之。

就主要目的而言，各主要目的旅客來臺旅行安排方式皆以「未請旅行社代訂住宿地點及機票，抵達後未曾參加本地旅行社或線上旅行社(OTA)安排的旅遊行程)」為主。

表 7 113 年受訪旅客旅行安排方式—依來臺主要目的分

單位：%

列百分比	總計	觀光團體	非觀光團體			
		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 旅行社代訂 住宿地點 (及機票)	未請旅行社 代訂住宿地 點及機票， 抵達後 曾參加 旅行社行程	未請旅行社 代訂住宿地 點及機票， 抵達後 未曾參加 旅行社行程
全體	100.00	12.39	2.79	5.48	4.18	75.16
觀光	100.00	18.78	2.04	4.17	4.37	70.64
業務	100.00	-	8.21	18.33	1.31	72.15
國際會議或展覽	100.00	-	12.96	5.56	4.63	76.85
探親或訪友	100.00	-	0.57	1.22	5.71	92.50
求學	100.00	-	20.00	-	-	80.00
醫療	100.00	-	4.44	11.11	-	84.45
其他	100.00	-	10.34	3.45	-	86.21

註：1.「-」表示無調查樣本。

2.求學(5 人)、醫療(45 人)及其他(29 人)目的旅客，樣本數不足 50 人，其數值僅供參考。

三、旅遊動向分析

(一) 四成六旅客為近 5 年首次訪臺。

受訪旅客近 5 年來臺次數以第 1 次來臺比率最高，占 46.33%，其次依序為第 2 次(30.06%)、第 3 次(14.55%)、第 4 次(4.88%)、5 次以上(4.18%)。

表 8 113 年受訪旅客近 5 年來臺次數

單位：%	
近 5 年來臺次數	百分比
總計	100.00
第 1 次	46.33
第 2 次	30.06
第 3 次	14.55
第 4 次	4.88
5 次以上	4.18

(二) 夜市、臺北 101、西門町、中正紀念堂及九份為旅客主要遊覽景點。

受訪旅客主要遊覽景點依序為夜市(83.84%)、臺北 101(57.04%)、西門町(含西門紅樓)(56.13%)、中正紀念堂(42.16%)、九份(41.37%)等。

旅客遊覽觀光夜市以到訪饒河街夜市為最多(35.63%)，士林夜市(31.09%)次之。

表 9 113 年受訪旅客主要遊覽景點排名

單位：%					
名次	遊覽景點	相對百分率	名次	遊覽景點	相對百分率
1	夜市	83.84	6	信義計畫區商圈	37.36
2	臺北 101	57.04	7	平溪	33.17
3	西門町(含西門紅樓)	56.13	8	淡水	29.94
4	中正紀念堂	42.16	9	艋舺龍山寺	24.44
5	九份	41.37	10	故宮博物院	23.49

註：本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之景點整理。

表 10 113 年受訪旅客遊覽夜市排名

單位：%

名次	遊覽夜市	相對百分率	名次	遊覽夜市	相對百分率
1	饒河街夜市	35.63	6	基隆廟口夜市	5.36
2	士林夜市	31.09	7	迪化街(含大稻埕)夜市	3.55
3	寧夏夜市	21.19	8	高雄瑞豐夜市	3.23
4	臺中逢甲夜市	11.21	9	臺中一中街夜市	2.76
5	高雄六合夜市	8.34	10	宜蘭羅東夜市	2.60

註：1.本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之夜市整理。

2.所指「夜市」為廣義性的夜市，以夜間營業為主，由攤販、市集、商店及街頭表演等聚集，提供美食小吃及逛街購物的場所。

(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42.70%)，其次依序為九份、淡水、平溪、野柳等，喜歡比率皆在15%以上。

表 11 113 年受訪旅客最喜歡景點排名

名次	最喜歡景點	遊覽景點 相對 百分率	喜歡 比率	名次	最喜歡景點	遊覽景點 相對 百分率	喜歡 比率
1	日月潭	15.53	42.70%	6	北投	14.56	13.28%
2	九份	41.37	21.07%	7	故宮博物院	23.49	13.25%
3	淡水	29.94	16.65%	8	夜市	83.84	11.62%
4	平溪	33.17	16.48%	9	西門町(含西門紅樓)	56.13	10.50%
5	野柳	18.13	15.75%	10	大稻埕	11.99	10.08%

註：1.本題「最喜歡景點」僅能就曾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百分率達10%以上者計算。

4.依據喜歡比率從高到低排序名次。

(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(84.85%)、新北市(60.17%)、臺中市(17.96%)、南投縣(16.47%)、高雄市(16.09%)等。

受訪旅客遊覽景點所在地區依序為北部地區(88.19%)、中部地區(23.88%)、南部地區(23.05%)、東部地區(3.52%)、離島地區(0.62%)。

表 12 113 年受訪旅客遊覽景點所在縣市排名

單位：%

名次	縣市	相對百分率	名次	縣市	相對百分率
1	臺北市	84.85	12	嘉義市	3.43
2	新北市	60.17	13	屏東縣	3.13
3	臺中市	17.96	14	花蓮縣	2.79
4	南投縣	16.47	15	彰化縣	2.04
5	高雄市	16.09	16	新竹縣	1.57
6	臺南市	9.53	17	臺東縣	1.25
7	宜蘭縣	8.85	18	苗栗縣	0.92
8	基隆市	8.84	19	雲林縣	0.59
9	桃園市	8.63	20	澎湖縣	0.53
10	嘉義縣	7.11	21	金門縣	0.06
11	新竹市	4.47	22	連江縣	0.03

註：本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之景點整理，遊程同時包含多個景點為跨縣市資料。

表 13 113 年受訪旅客遊覽景點所在地區排名

單位：%

名次	地區	相對百分率
1	北部地區	88.19
2	中部地區	23.88
3	南部地區	23.05
4	東部地區	3.52
5	離島地區	0.62

註：1.本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之景點整理，遊程同時包含多個景點為跨地區資料。

2.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(92.33%)為最多，其次依序為逛夜市(85.06%)、參觀古蹟(56.68%)、按摩指壓(19.97%)、泡溫泉浴(16.63%)等。

表 14 113 年受訪旅客在臺期間參加活動排名

單位：%

名次	項目	相對 百分率	名次	項目	相對 百分率
1	購物	92.33	10	參觀藝文表演活動	9.08
2	逛夜市	85.06	11	夜總會、PUB 活動	7.63
3	參觀古蹟	56.68	12	遊樂園	7.28
4	按摩指壓	19.97	13	休閒農場	6.62
5	泡溫泉浴	16.63	14	參觀節慶活動(含宗教活動等)	3.56
6	登山、健行	14.09	15	觀光工廠	1.86
7	水域活動(含遊湖、潛水等)	14.00	16	部落觀光	1.69
8	生態旅遊(含賞花、鳥、蝶等)	12.87	17	醫療保健	0.91
9	參觀展覽	9.88	18	運動或賽事(含自行車旅遊等)	0.35

註：本題為複選題。

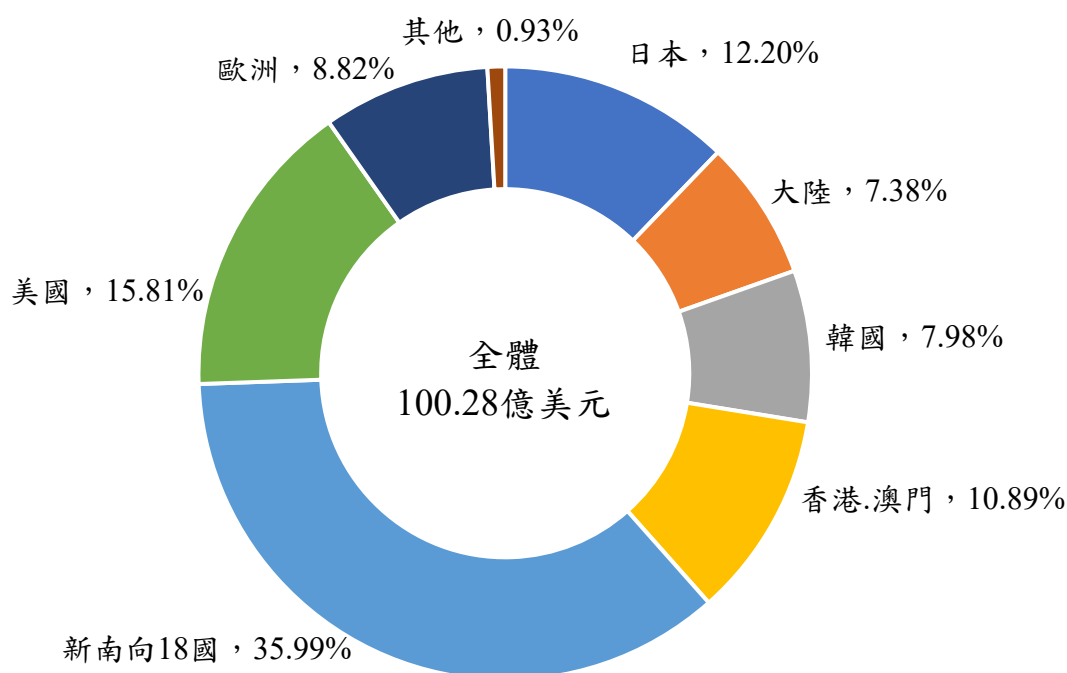
四、消費概況

(一) 113 年來臺旅客觀光支出為 100.28 億美元，較 112 年成長 15.78%，已恢復至 108 年的 69.59%。

113 年來臺旅客為 785 萬 7,686 人次，較 112 年成長 21.13%；旅客平均停留夜數為 6.98 夜，較 112 年減少 0.41 夜；受訪旅客在臺平均每人每日消費金額估算為 182.83 美元，較 112 年成長 1.20%；113 年來臺旅客觀光支出估算為 100.28 億美元，較 112 年成長 15.78%，已恢復至 108 年的 69.59%；按新臺幣計算約折合達新臺幣 3,219.67 億元，較 112 年成長 19.34%，已恢復至 108 年的 72.25%。

由 7 個主要市場分析，以新南向 18 國旅客在臺總消費金額 (36.09 億美元，占全體的 35.99%) 為最高，其次依序為美國(15.85 億美元，占 15.81%)、日本(12.23 億美元，占 12.20%)、香港.澳門(10.92 億美元，占 10.89%)、歐洲(8.85 億美元，占 8.82%)、韓國(8.00 億美元，占 7.98%)及大陸(7.40 億美元，占 7.38%)。

7 個主要市場觀光支出均較 112 年成長，其中以美國(成長 30.88%)為最多，其次依序為大陸(29.6%)、日本(21.93%)、韓國(20.85%)、歐洲(13.46%)、新南向 18 國(9.26%)及香港.澳門(7.59%)。



註：「其他」之占比係以 100.00% 減去七個市場占比總和而得。

圖 2 113 年各主要市場來臺旅客在臺總消費金額占比

表 15 113 年來臺旅客在臺總消費金額(與 112 年比較)－依主要市場分

市場別	來臺旅客 人次 (1)	來臺旅客平均 停留夜數(夜) (2)	平均每人每日 消費金額(美元) (3)	觀光支出 (億美元) (4)=(1)×(2)×(3) ÷100,000,000	占比 (5)=(4) ÷100.28
全體	7,857,686	6.98	182.83	100.28	100.00%
(增減比率)	21.13%	-5.55%	1.20%	15.78%	
新南向 18 國	2,538,154	8.73	162.88	36.09	35.99%
(增減比率)	6.12%	4.30%	-1.27%	9.26%	
美國	651,264	10.19	238.86	15.85	15.81%
(增減比率)	22.99%	-12.08%	21.05%	30.88%	
日本	1,319,592	4.8	193.13	12.23	12.20%
(增減比率)	42.16%	-12.25%	-2.27%	21.93%	
香港澳門	1,310,977	4.46	186.83	10.92	10.89%
(增減比率)	9.29%	-6.11%	4.87%	7.59%	
歐洲	349,981	12.67	199.51	8.85	8.82%
(增減比率)	17.06%	-4.52%	1.50%	13.46%	
韓國	1,003,086	4.03	197.98	8.00	7.98%
(增減比率)	34.69%	-3.82%	-6.67%	20.85%	
大陸	438,212	10.97	153.97	7.40	7.38%
(增減比率)	93.67%	-33.39%	0.54%	29.60%	

註：1.「來臺旅客人次」與「來臺旅客平均停留夜數」資料來源為內政部移民署。

2.「增減比率」係與 112 年相比。

表 16 113 年來臺旅客在臺總消費金額(與 108 年比較)－依主要市場分

市場別	來臺旅客 人次 (1)	來臺旅客平均 停留夜數(夜) (2)	平均每人每日 消費金額(美元) (3)	觀光支出 (億美元) (4)=(1)×(2)×(3) ÷100,000,000	占比 (5)=(4) ÷100.28
全體	7,857,686	6.98	182.83	100.28	100.00%
(增減比率)	-33.77%	12.58%	-6.68%	-30.41%	
新南向 18 國	2,538,154	8.73	162.88	36.09	35.99%
(增減比率)	-8.44%	13.52%	-4.45%	-0.69%	
美國	651,264	10.19	238.86	15.85	15.81%
(增減比率)	7.64%	0.20%	39.19%	50.09%	
日本	1,319,592	4.80	193.13	12.23	12.20%
(增減比率)	-39.13%	13.21%	-15.82%	-42.01%	
香港澳門	1,310,977	4.46	186.83	10.92	10.89%
(增減比率)	-25.43%	5.69%	-10.43%	-29.41%	
歐洲	349,981	12.67	199.51	8.85	8.82%
(增減比率)	-9.51%	17.42%	36.02%	44.61%	
韓國	1,003,086	4.03	197.98	8.00	7.98%
(增減比率)	-19.28%	3.07%	-1.97%	-18.45%	
大陸	438,212	10.97	153.97	7.40	7.38%
(增減比率)	-83.85%	53.00%	-22.87%	-80.95%	

註：1.「來臺旅客人次」與「來臺旅客平均停留夜數」資料來源為內政部移民署。

2.「增減比率」係與 108 年相比。

(二) 113 年全體旅客在臺平均每人每日消費為 182.83 美元，較 112 年成長 1.20%，恢復至 108 年的 93.32%。

113 年受訪旅客在臺平均每人每日消費為 182.83 美元，其中以旅館內支出費 76.26 美元為最高(占 41.71%)，其次依序為旅館外餐飲費 37.35 美元(占 20.43%)、購物費 33.46 美元(占 18.30%)等。與 112 年比較，113 年全體旅客平均每人每日消費金額增加 2.16 美元(成長 1.20%)；消費結構中，以旅館內支出費增加 4.74 美元(成長 6.63%)為最多，以娛樂費減少 2.17 美元(下滑 19.04%)為最多。

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 271.65 美元)在臺消費力為最高，其次依序為國際會議或展覽目的旅客(260.75 美元)、觀光目的旅客(180.44 美元)與探親或訪友目的旅客(122.13 美元)。就購物費而言，以國際會議或展覽目的旅客(36.48 美元)最高，其次依序為業務目的旅客(35.15 美元)、觀光目的旅客(34.32 美元)、探親或訪友目的旅客(30.01 美元)。與 112 年比較，除觀光目的旅客在臺平均每人每日消費金額較 112 年微幅減少 0.87 美元(下滑 0.48%)外，業務、國際會議或展覽、探親或訪友目的旅客均較 112 年增加。

就 7 個主要市場分析，以美國旅客(平均每人每日 238.86 美元)在臺消費力為最高，其次依序為歐洲(199.51 美元)、韓國(197.98 美元)、日本(193.13 美元)、香港.澳門(186.83 美元)、新南向 18 國 (162.88 美元)、大陸(153.97 美元)；就購物費而言，則依序為美國(平均每人每日 40.85 美元)、香港.澳門旅客(40.39 美元)、韓國(34.71 美元)、新南向 18 國(33.44 美元)、大陸(33.44 美元)、日本(29.45 美元)及歐洲(19.51 美元)等。

日本市場方面，平均每人每日消費金額為 193.13 美元，較 112 年減少 4.49 美元(減少 2.27%)；在消費結構中，以購物費下滑 6.45 美元 (減少 17.97%)為最多，以旅館外餐飲費增加 3.24 美元 (成長 8.99%) 為最多。

大陸市場方面，平均每人每日消費金額為 153.97 美元，較 112 年增加 0.82 美元(成長 0.54%)；在消費結構中，以旅館外餐飲費增加 4.40 美元 (成長 16.73%) 為最多，以娛樂費下滑 4.45 美元 (減少 44.72%)為最多。

韓國市場方面，平均每人每日消費金額為 197.98 美元，較 112 年下滑 14.16 美元(減少 6.67%)；在消費結構中，以購物費下滑 10.25 美元(減少 22.80%)為最多，以旅館內支出費增加 6.45 美元 (成長 8.49%) 為最多。

香港.澳門市場方面，平均每人每日消費金額為 186.83 美元，較 112 年增加 8.68 美元(成長 4.87%)；在消費結構中，以旅館外餐飲費增加 5.18 美元(成長 15.28%)為最多，以在臺境內交通費減少 3.08 美元 (下滑 15.75%) 為最多。

新南向 18 國市場方面，平均每人每日消費金額為 162.88 美元，較 112 年減少 2.10 美元(減少 1.27%)；在消費結構中，以娛樂費下滑 4.14 美元 (減少 38.69%)為最多，以旅館外餐飲費增加 3.24 美元（成長 10.57%）為最多。

美國市場方面，平均每人每日消費金額為 238.86 美元，較 112 年增加 41.53 美元(成長 21.05%)；在消費結構中，除雜費外，其餘細項消費金額均較 112 年增加，其中以旅館內支出費增加 13.57 美元（成長 16.18%）為最多。

歐洲市場方面，平均每人每日消費金額為 199.51 美元，較 112 年增加 2.94 美元(成長 1.50%)；在消費結構中，以旅館內支出費增加 12.72 美元（成長 14.68%）為最多，以在購物費減少 8.43 美元（減少 30.17%）為最多。

表 17 113 年受訪旅客在臺平均每人每日消費結構(與 112 年比較)

— 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	182.83	76.26	37.35	19.20	9.23	7.33	33.46
	結構比	100.00%	41.71%	20.43%	10.50%	5.05%	4.01%	18.30%
	增減金額	2.16	4.74	3.27	-0.99	-2.17	-1.00	-1.69
	增減率	1.20%	6.63%	9.60%	-4.90%	-19.04%	-12.00%	-4.81%
觀光	金額	180.44	72.73	37.95	19.56	10.23	5.65	34.32
	結構比	100.00%	40.31%	21.03%	10.84%	5.67%	3.13%	19.02%
	增減金額	-0.87	4.40	3.08	-0.78	-2.53	-1.87	-3.17
	增減率	-0.48%	6.44%	8.83%	-3.83%	-19.83%	-24.87%	-8.46%
業務	金額	271.65	153.94	41.54	27.17	7.93	5.92	35.15
	結構比	100.00%	56.67%	15.29%	10.00%	2.92%	2.18%	12.94%
	增減金額	4.21	10.64	-3.09	-2.53	-1.55	-3.91	4.65
	增減率	1.57%	7.42%	-6.92%	-8.52%	-16.35%	-39.78%	15.25%
國際會議 或展覽	金額	260.75	129.69	53.9	24.17	9.57	6.94	36.48
	結構比	100.00%	49.74%	20.67%	9.27%	3.67%	2.66%	13.99%
	增減金額	23.51	53.11	6.89	-7.69	-5.92	-4.81	-18.07
	增減率	9.91%	69.35%	14.66%	-24.14%	-38.22%	-40.94%	-33.13%
探親或 訪友	金額	122.13	33.91	31.76	12.63	6.77	7.05	30.01
	結構比	100.00%	27.77%	26.01%	10.34%	5.54%	5.77%	24.57%
	增減金額	7.16	2.18	8.06	-0.50	-1.08	-0.94	-0.56
	增減率	6.23%	6.87%	34.01%	-3.81%	-13.76%	-11.76%	-1.83%

註：1.增減金額(率)係與 112 年比較。

2.樣本數少於 50 人之類別，包含求學(5 人)、醫療(45 人)、其他(29 人)等，不列入比較。

表 18 113 年受訪旅客在臺平均每人每日消費結構(與 108 年比較)

— 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	182.83	76.26	37.35	19.20	9.23	7.33	33.46
	結構比	100.00%	41.71%	20.43%	10.50%	5.05%	4.01%	18.30%
	增減金額	-13.08	-0.36	-1.13	0.45	3.20	3.04	-18.28
	增減率	-6.68%	-0.47%	-2.94%	2.40%	53.07%	70.86%	-35.33%
觀光	金額	180.44	72.73	37.95	19.56	10.23	5.65	34.32
	結構比	100.00%	40.31%	21.03%	10.84%	5.67%	3.13%	19.02%
	增減金額	-23.11	-5.39	-0.99	0.73	3.46	1.38	-22.3
	增減率	-11.35%	-6.90%	-2.54%	3.88%	51.11%	32.32%	-39.39%
業務	金額	271.65	153.94	41.54	27.17	7.93	5.92	35.15
	結構比	100.00%	56.67%	15.29%	10.00%	2.92%	2.18%	12.94%
	增減金額	49.17	30.72	1.83	2.12	4.06	4.10	6.34
	增減率	22.10%	24.93%	4.61%	8.46%	104.91%	225.27%	22.01%
國際會議 或展覽	金額	260.75	129.69	53.90	24.17	9.57	6.94	36.48
	結構比	100.00%	49.74%	20.67%	9.27%	3.67%	2.66%	13.99%
	增減金額	78.77	48.96	25.42	6.06	7.23	-4.31	-4.59
	增減率	43.28%	60.65%	89.26%	33.46%	308.97%	-38.31%	-11.18%
探親或 訪友	金額	122.13	33.91	31.76	12.63	6.77	7.05	30.01
	結構比	100.00%	27.77%	26.01%	10.34%	5.54%	5.77%	24.57%
	增減金額	4.93	4.38	-1.13	-0.31	2.94	2.77	-3.72
	增減率	4.21%	14.83%	-3.44%	-2.40%	76.76%	64.72%	-11.03%

註：1.增減金額(率)係與 108 年比較。

2.樣本數少於 50 人之類別，包含求學(5 人)、醫療(45 人)、其他(29 人)等，不列入比較。

表 19 113 年受訪旅客在臺平均每人每日消費結構(與 112 年比較)

— 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	182.83	76.26	37.35	19.20	9.23	7.33	33.46
	結 構 比	100.00%	41.71%	20.43%	10.50%	5.05%	4.01%	18.30%
	增 減 金 額	2.16	4.74	3.27	-0.99	-2.17	-1.00	-1.69
	增 減 率	1.20%	6.63%	9.60%	-4.90%	-19.04%	-12.00%	-4.81%
日 本	金 額	193.13	85.33	39.30	20.88	10.62	7.55	29.45
	結 構 比	100.00%	44.18%	20.35%	10.81%	5.50%	3.91%	15.25%
	增 減 金 額	-4.49	-0.26	3.24	-0.31	0.50	-1.21	-6.45
	增 減 率	-2.27%	-0.30%	8.99%	-1.46%	4.94%	-13.81%	-17.97%
大 陸	金 額	153.97	56.23	30.70	16.06	5.50	12.04	33.44
	結 構 比	100.00%	36.52%	19.94%	10.43%	3.57%	7.82%	21.72%
	增 減 金 額	0.82	4.03	4.40	0.65	-4.45	-0.05	-3.76
	增 減 率	0.54%	7.72%	16.73%	4.22%	-44.72%	-0.41%	-10.11%
韓 國	金 額	197.98	82.46	38.72	22.53	12.12	7.44	34.71
	結 構 比	100.00%	41.65%	19.56%	11.38%	6.12%	3.76%	17.53%
	增 減 金 額	-14.16	6.45	-4.27	-1.05	-3.58	-1.46	-10.25
	增 減 率	-6.67%	8.49%	-9.93%	-4.45%	-22.80%	-16.40%	-22.80%
香 港 澳 門	金 額	186.83	72.66	39.07	16.48	8.48	9.75	40.39
	結 構 比	100.00%	38.89%	20.91%	8.82%	4.54%	5.22%	21.62%
	增 減 金 額	8.68	4.24	5.18	-3.08	-2.64	0.76	4.22
	增 減 率	4.87%	6.20%	15.28%	-15.75%	-23.74%	8.45%	11.67%
新 南 向 18 國	金 額	162.88	67.63	33.90	16.92	6.56	4.43	33.44
	結 構 比	100.00%	41.52%	20.81%	10.39%	4.03%	2.72%	20.53%
	增 減 金 額	-2.10	2.99	3.24	-1.73	-4.14	-2.43	-0.03
	增 減 率	-1.27%	4.63%	10.57%	-9.28%	-38.69%	-35.42%	-0.09%
美 國	金 額	238.86	97.45	46.39	26.94	17.56	9.67	40.85
	結 構 比	100.00%	40.80%	19.42%	11.28%	7.35%	4.05%	17.10%
	增 減 金 額	41.53	13.57	9.25	4.45	5.40	-0.54	9.40
	增 減 率	21.05%	16.18%	24.91%	19.79%	44.41%	-5.29%	29.89%
歐 洲	金 額	199.51	99.37	42.26	22.01	9.34	7.02	19.51
	結 構 比	100.00%	49.81%	21.18%	11.03%	4.68%	3.52%	9.78%
	增 減 金 額	2.94	12.72	4.73	-1.50	-3.23	-1.35	-8.43
	增 減 率	1.50%	14.68%	12.60%	-6.38%	-25.70%	-16.13%	-30.17%

註：1.新南向 18 國包括東協 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。

2.增減金額(率)係與 112 年比較。

表 20 113 年受訪旅客在臺平均每人每日消費結構(與 108 年比較)

— 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	182.83	76.26	37.35	19.20	9.23	7.33	33.46
	結 構 比	100.00%	41.71%	20.43%	10.50%	5.05%	4.01%	18.30%
	增 減 金 額	-13.08	-0.36	-1.13	0.45	3.20	3.04	-18.28
	增 減 率	-6.68%	-0.47%	-2.94%	2.40%	53.07%	70.86%	-35.33%
日 本	金 額	193.13	85.33	39.30	20.88	10.62	7.55	29.45
	結 構 比	100.00%	44.18%	20.35%	10.81%	5.50%	3.91%	15.25%
	增 減 金 額	-36.29	-25.07	-4.94	1.52	0.70	1.21	-9.71
	增 減 率	-15.82%	-22.71%	-11.17%	7.85%	7.06%	19.09%	-24.80%
大 陸	金 額	153.97	56.23	30.70	16.06	5.50	12.04	33.44
	結 構 比	100.00%	36.52%	19.94%	10.43%	3.57%	7.82%	21.72%
	增 減 金 額	-45.66	2.68	1.34	0.39	-0.31	8.06	-57.82
	增 減 率	-22.87%	5.00%	4.56%	2.49%	-5.34%	202.51%	-63.36%
韓 國	金 額	197.98	82.46	38.72	22.53	12.12	7.44	34.71
	結 構 比	100.00%	41.65%	19.56%	11.38%	6.12%	3.76%	17.53%
	增 減 金 額	-3.98	-15.12	-1.80	4.80	7.63	1.58	-1.07
	增 減 率	-1.97%	-15.49%	-4.44%	27.07%	169.93%	26.96%	-2.99%
香 港 澳 門	金 額	186.83	72.66	39.07	16.48	8.48	9.75	40.39
	結 構 比	100.00%	38.89%	20.91%	8.82%	4.54%	5.22%	21.62%
	增 減 金 額	-21.75	-6.89	-7.21	-4.13	2.86	5.70	-12.08
	增 減 率	-10.43%	-8.66%	-15.58%	-20.04%	50.89%	140.74%	-23.02%
新 南 向 18 國	金 額	162.88	67.63	33.90	16.92	6.56	4.43	33.44
	結 構 比	100.00%	41.52%	20.81%	10.39%	4.03%	2.72%	20.53%
	增 減 金 額	-7.58	3.86	-2.41	-3.06	1.06	1.16	-8.19
	增 減 率	-4.45%	6.05%	-6.64%	-15.32%	19.27%	35.47%	-19.67%
美 國	金 額	238.86	97.45	46.39	26.94	17.56	9.67	40.85
	結 構 比	100.00%	40.80%	19.42%	11.28%	7.35%	4.05%	17.10%
	增 減 金 額	67.25	24.21	5.86	8.23	12.18	4.88	11.91
	增 減 率	39.19%	33.06%	14.46%	43.99%	226.39%	101.88%	41.15%
歐 洲	金 額	199.51	99.37	42.26	22.01	9.34	7.02	19.51
	結 構 比	100.00%	49.81%	21.18%	11.03%	4.68%	3.52%	9.78%
	增 減 金 額	52.83	24.08	10.17	3.06	4.12	5.02	6.38
	增 減 率	36.02%	31.98%	31.69%	16.15%	78.93%	251.00%	48.59%

註：1. 新南向 18 國包括東協 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。

2. 增減金額(率)係與 108 年比較。

(三) 113 年全體觀光團體旅客在臺平均每人每日消費為 200.99 美元，較 112 年下滑 6.17%，恢復至 108 年的 89.78%。

113 年全體觀光團體旅客在臺每人每日平均消費金額為 200.99 美元，較 112 年下滑 6.17%，恢復至疫情前(108 年)的 89.78%，此可能係受全球通貨膨脹、日韓貨幣兌新臺幣貶值、花蓮地震影響減少東部行程，以及目的地團費價格競爭等因素影響所致；在消費結構中，以旅館內支出費 85.26 美元(占 42.42%)為最多，其次為購物費 37.00 美元(18.41%)。

就 4 個主要市場分析，113 年以韓國觀光團體旅客(平均每人每日 215.43 美元)為最高，其次依序為日本(213.97 美元)、香港.澳門(187.92 美元)、新南向 18 國(182.66 美元)；就購物費而言，依序為香港.澳門觀光團體旅客(47.11 美元)、韓國(38.43 美元)、新南向 18 國(35.00 美元)、日本(32.89 美元)。

由購物費之細項消費觀察，全體觀光團旅客以購買名產或特產為最多，占 46.28%；其次為茶葉，占 18.70%；第三為紀念品或手工藝品類，占 10.83%。4 個主要市場均以購買名產或特產為最多；次高消費項目上，日本、韓國、香港.澳門觀光團體為茶葉；新南向 18 國為服飾或相關配件。

日本觀光團體旅客在臺每人每日平均消費為 213.97 美元，較 112 年下滑 57.62 美元(減少 21.22%)；在消費結構中，以旅館內支出費較 112 年減少 65.90 美元(下滑 42.08%)為最多，在臺境內交通費增加 13.05 美元(成長 73.73%)為最多。

韓國觀光團體旅客在臺每人每日平均消費為 215.43 美元，較 112 年減少 37.24 美元(下滑 14.74%)；在消費結構中，以購物費減少 31.44 美元(下滑 45.00%)為最多，以在臺境內交通費增加 9.15 美元(成長 45.86%)為最多。

香港.澳門觀光團體旅客在臺每人每日平均消費為 187.92 美元，較 112 年減少 13.34 美元(下滑 6.63%)；在消費結構中，以旅館內支出費減少 24.18 美元(下滑 23.97%)為最多，以旅館外餐飲費增加 6.70 美元(成長 29.58%)為最多。

新南向 18 國觀光團體旅客在臺每人每日平均消費為 182.66 美元，較 112 年減少 4.47 美元(下滑 2.39%)；在消費結構中，以旅館內支出費減少 15.34 美元(下滑 16.32%)為最多，以在臺境內交通費增加 10.59 美元(成長 68.90%)為最多。

表 21 113 年觀光團體旅客在臺平均每人每日消費支出(與 112 年比較)

— 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	200.99	85.26	34.31	27.50	7.90	9.02	37.00
	結構比	100.00%	42.42%	17.07%	13.68%	3.93%	4.49%	18.41%
	增減金額	-13.21	-22.79	8.94	10.79	-2.00	1.49	-9.64
	增減率	-6.17%	-21.09%	35.24%	64.57%	-20.20%	19.79%	-20.67%
日本 觀光團體	金額	213.97	90.69	38.56	30.75	7.62	13.46	32.89
	結構比	100.00%	42.39%	18.02%	14.37%	3.56%	6.29%	15.37%
	增減金額	-57.62	-65.90	11.57	13.05	-1.64	-0.04	-14.66
	增減率	-21.22%	-42.08%	42.87%	73.73%	-17.71%	-0.30%	-30.83%
韓國 觀光團體	金額	215.43	90.49	34.40	29.10	12.58	10.43	38.43
	結構比	100.00%	42.00%	15.97%	13.51%	5.84%	4.84%	17.84%
	增減金額	-37.24	-20.58	6.46	9.15	-0.27	-0.56	-31.44
	增減率	-14.74%	-18.53%	23.12%	45.86%	-2.10%	-5.10%	-45.00%
香港 澳門 觀光團體	金額	187.92	76.70	29.35	22.06	4.47	8.23	47.11
	結構比	100.00%	40.81%	15.62%	11.74%	2.38%	4.38%	25.07%
	增減金額	-13.34	-24.18	6.70	6.31	-1.08	1.66	-2.75
	增減率	-6.63%	-23.97%	29.58%	40.06%	-19.46%	25.27%	-5.52%
新南向 18 國 觀光團體	金額	182.66	78.65	32.99	25.96	5.04	5.02	35.00
	結構比	100.00%	43.06%	18.06%	14.21%	2.76%	2.75%	19.16%
	增減金額	-4.47	-15.34	7.90	10.59	-6.05	0.36	-1.93
	增減率	-2.39%	-16.32%	31.49%	68.90%	-54.55%	7.73%	-5.23%

註：1.觀光團體係指旅行方式為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」之旅客，樣本數共計 820 人。

2.美國觀光團體(4 人)、歐洲觀光團體(2 人)樣本數少於 50 位，不宜比較分析。

3.截至 113 年 12 月底，中國尚未開放大陸觀光團體來臺旅遊。

4.增減金額(率)係與 112 年同期比較。

表 22 113 年觀光團體旅客在臺平均每人每日消費支出(與 108 年比較)

— 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	200.99	85.26	34.31	27.50	7.90	9.02	37.00
	結構比	100.00%	42.42%	17.07%	13.68%	3.93%	4.49%	18.41%
	增減金額	-22.87	34.69	2.88	11.83	0.13	0.29	-72.69
	增減率	-10.22%	68.60%	9.16%	75.49%	1.67%	3.32%	-66.27%
日本 觀光團體	金額	213.97	90.69	38.56	30.75	7.62	13.46	32.89
	結構比	100.00%	42.39%	18.02%	14.37%	3.56%	6.29%	15.37%
	增減金額	-89.15	-9.79	-19.28	-1.87	-9.78	-4.21	-44.22
	增減率	-29.41%	-9.74%	-33.33%	-5.73%	-56.21%	-23.83%	-57.35%
韓國 觀光團體	金額	215.43	90.49	34.40	29.10	12.58	10.43	38.43
	結構比	100.00%	42.00%	15.97%	13.51%	5.84%	4.84%	17.84%
	增減金額	-11.31	15.44	-7.71	7.45	1.85	-7.87	-20.47
	增減率	-4.99%	20.57%	-18.31%	34.41%	17.24%	-43.01%	-34.75%
新南向 18 國 觀光團體	金額	182.66	78.65	32.99	25.96	5.04	5.02	35.00
	結構比	100.00%	43.06%	18.06%	14.21%	2.76%	2.75%	19.16%
	增減金額	-27.96	20.99	-7.01	8.28	-3.73	-3.63	-42.85
	增減率	-13.28%	36.40%	-17.53%	46.83%	-42.53%	-41.97%	-55.04%

註：1.觀光團體係指旅行方式為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」之旅客，樣本數共計 820 人。

2.截至 113 年 12 月底，中國尚未開放大陸觀光團體來臺旅遊。

3.增減金額(率)係與 108 年比較。

表 23 113 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		韓國觀光團體	
	消費金額	百分比	消費金額	百分比	消費金額	百分比
總計	37.00	100.00%	32.89	100.00%	38.43	100.00%
服飾或相關配件	3.02	8.15%	0.12	0.37%	3.61	9.40%
珠寶或玉器類	0.56	1.52%	2.12	6.44%	0.15	0.40%
紀念品或手工藝品類	4.01	10.83%	3.45	10.48%	4.33	11.27%
化妝品或香水類	1.96	5.30%	0.50	1.51%	0.49	1.28%
名產或特產	17.12	46.28%	14.66	44.59%	20.09	52.25%
煙或酒類	1.51	4.08%	1.55	4.70%	2.56	6.66%
藥品類或健康食品	0.98	2.66%	0.64	1.95%	1.66	4.32%
電子或電器用品	0.87	2.35%	0.00	0.00%	0.06	0.15%
茶葉	6.92	18.70%	9.85	29.96%	5.45	14.19%
其他	0.05	0.13%	0.00	0.00%	0.03	0.08%

表 23 113 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		香港、澳門觀光團體		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	37.00	100.00%	47.11	100.00%	35.00	100.00%
服飾或相關配件	3.02	8.15%	2.93	6.21%	4.70	13.42%
珠寶或玉器類	0.56	1.52%	0.00	0.00%	0.01	0.03%
紀念品或手工藝品類	4.01	10.83%	3.40	7.22%	4.24	12.12%
化妝品或香水類	1.96	5.30%	1.79	3.79%	4.28	12.22%
名產或特產	17.12	46.28%	22.30	47.35%	14.47	41.36%
煙或酒類	1.51	4.08%	1.59	3.37%	0.61	1.73%
藥品類或健康食品	0.98	2.66%	1.71	3.62%	0.41	1.16%
電子或電器用品	0.87	2.35%	0.39	0.82%	2.38	6.81%
茶葉	6.92	18.70%	12.91	27.43%	3.82	10.91%
其他	0.05	0.13%	0.09	0.19%	0.08	0.24%

註：觀光團體係指旅行方式為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」之旅客。

(四) 113 年全體非觀光團體旅客在臺平均每人每日消費為 180.36 美元，較 112 年成長 2.38%，已恢復至 108 年的 95.65%。

113 年全體非觀光團體旅客在臺每人每日平均消費為 180.36 美元，較 112 年成長 2.38%，已恢復至疫情前(108 年)的 95.65%；消費結構中，以旅館內支出費 75.03 美元(41.60%)最多，其次為旅館外餐飲費 37.77 美元(20.94%)。

就 7 個主要市場分析，113 年以美國非觀光團體旅客在臺每人每日平均消費 238.51 美元為最高，其次依序為歐洲(199.01 美元)、韓國(191.61 美元)、日本(188.88 美元)、香港.澳門(186.91 美元)、新南向 18 國(159.95 美元)、大陸(153.97 美元)；就購物費而言，則依序為美國非觀光團體旅客 (40.95 美元)、香港.澳門(39.70 美元)、大陸(33.44 美元)、韓國(33.34 美元)、新南向 18 國(33.21 美元)、日本(28.75 美元)、歐洲(19.38 美元)。

由購物費之細項消費觀察，全體非觀光團體以購買名產或特產為最多，占 42.55%；其次為服飾或相關配件，占 20.81%；第三為茶葉，占 10.60%。7 個主要市場均以購買名產或特產為最多；次高消費項目上，日本、美國非觀光團體為茶葉；大陸、韓國、香港.澳門、新南向 18 國為服飾或相關配件；歐洲為紀念品或手工藝品。

日本非觀光團體旅客在臺每人每日平均消費為 188.88 美元，較 112 年增加 2.30 美元(成長 1.23%)；在消費結構中，以旅館內支出費增加 9.42 美元 成長 12.6%)為最多，以購物費減少 5.42 美元(下滑 15.86%)為最多。

大陸非觀光團體旅客在臺每人每日平均消費為 153.97 美元，較 112 年增加 0.82 美元(成長 0.54%)；在消費結構中，以旅館外餐飲費增加 4.40 美元(成長 16.73%)為最多，以娛樂費減少 4.45 美元 (下滑 44.72%)為最多。

韓國非觀光團體旅客在臺每人每日平均消費為 191.61 美元，較 112 年減少 12.01 美元(下滑 5.90%)；在消費結構中，除旅館內支出費增加 10.75 美元 (成長 15.63%)外，其餘皆減少，其中以購物費減少 6.49 美元(下滑 16.29%)為最多。

香港.澳門非觀光團體旅客在臺每人每日平均消費為 186.91 美元，較 112 年增加 12.16 美元(成長 6.96%)；在消費結構中，以旅館內支出費增加 8.58 美元 (成長 13.47%)為最多，以在臺境內交通費減少 4.21 美元(下滑 20.95%)為最多。

新南向 18 國非觀光團體旅客在臺每人每日平均消費為 159.95 美元，較 112 年減少 1.32 美元(下滑 0.82%)；在消費結構中，以娛樂費減少 3.86 美元(下滑 36.28%)為最多，以旅館內支出費增加 6.30 美元 (成長 10.55%)為最多。

美國非觀光團體旅客在臺每人每日平均消費為 238.51 美元，較 112 年增加 42.31 美元(成長 21.56%)；在消費結構中，除雜費減少 0.64 美元(下滑 6.20%)外，其餘皆成長，其中以旅館內支出費增加 14.75 美元(成長 17.87%)為最多。

歐洲非觀光團體旅客在臺每人每日平均消費為 199.01 美元，較 112 年增加 3.60 美元(成長 1.84%)；在消費結構中，以旅館內支出費增加 13.30 美元(成長 15.47%)為最多，以購物費減少 8.20 美元(下滑 29.73%)為最多。

表 24 113 年非觀光團體旅客在臺平均每人每日消費支出(與 112 年比較)

— 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 非 團	觀 光 體	金額	180.36	75.03	37.77	18.05	9.43	7.11	32.97
		結構比	100.00%	41.60%	20.94%	10.01%	5.23%	3.94%	18.28%
		增減金額	4.20	8.41	2.53	-2.60	-2.18	-1.32	-0.64
		增減率	2.38%	12.62%	7.18%	-12.59%	-18.78%	-15.66%	-1.90%
日 非 團	本 光 體	金額	188.88	84.21	39.46	18.85	11.24	6.37	28.75
		結構比	100.00%	44.59%	20.89%	9.98%	5.95%	3.37%	15.22%
		增減金額	2.30	9.42	1.94	-2.92	0.96	-1.68	-5.42
		增減率	1.23%	12.60%	5.17%	-13.41%	9.34%	-20.87%	-15.86%
大 非 團	陸 光 體	金額	153.97	56.23	30.70	16.06	5.50	12.04	33.44
		結構比	100.00%	36.52%	19.94%	10.43%	3.57%	7.82%	21.72%
		增減金額	0.82	4.03	4.40	0.65	-4.45	-0.05	-3.76
		增減率	0.54%	7.72%	16.73%	4.22%	-44.72%	-0.41%	-10.11%
韓 非 團	國 光 體	金額	191.61	79.55	40.30	20.12	11.94	6.36	33.34
		結構比	100.00%	41.52%	21.03%	10.50%	6.23%	3.32%	17.40%
		增減金額	-12.01	10.75	-5.70	-4.17	-4.31	-2.09	-6.49
		增減率	-5.90%	15.63%	-12.39%	-17.17%	-26.52%	-24.73%	-16.29%
香 澳 非 觀 光 團	港 門 體	金額	186.91	72.29	40.19	15.89	8.92	9.92	39.70
		結構比	100.00%	38.68%	21.50%	8.50%	4.77%	5.31%	21.24%
		增減金額	12.16	8.58	4.69	-4.21	-3.01	0.59	5.52
		增減率	6.96%	13.47%	13.21%	-20.95%	-25.23%	6.32%	16.15%
新 南 18 非 觀 光 團	向 國 體	金額	159.95	66.00	34.02	15.61	6.78	4.33	33.21
		結構比	100.00%	41.26%	21.27%	9.76%	4.24%	2.71%	20.76%
		增減金額	-1.32	6.30	2.42	-3.60	-3.86	-2.90	0.32
		增減率	-0.82%	10.55%	7.66%	-18.74%	-36.28%	-40.11%	0.97%
美 非 團	國 光 體	金額	238.51	97.27	46.29	26.86	17.46	9.68	40.95
		結構比	100.00%	40.78%	19.41%	11.26%	7.32%	4.06%	17.17%
		增減金額	42.31	14.75	9.01	4.40	5.19	-0.64	9.60
		增減率	21.56%	17.87%	24.17%	19.59%	42.30%	-6.20%	30.62%
歐 非 團	洲 光 體	金額	199.01	99.25	42.23	21.89	9.25	7.01	19.38
		結構比	100.00%	49.87%	21.22%	11.00%	4.65%	3.52%	9.74%
		增減金額	3.60	13.30	4.72	-1.65	-3.27	-1.30	-8.20
		增減率	1.84%	15.47%	12.58%	-7.01%	-26.12%	-15.64%	-29.73%

註：1. 非觀光團體係指除觀光團體外之旅客。

2. 增減金額(率)係與 112 年比較。

表 25 113 年非觀光團體旅客在臺平均每人每日消費支出(與 108 年比較)

— 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 非 團	金 額	180.36	75.03	37.77	18.05	9.43	7.11	32.97
	結 構 比	100.00%	41.60%	20.94%	10.01%	5.23%	3.94%	18.28%
	增 減 金 額	-8.21	-7.00	-1.71	-1.22	3.62	3.73	-5.63
	增 減 率	-4.35%	-8.53%	-4.33%	-6.33%	62.31%	110.36%	-14.59%
日 非 團	金 額	188.88	84.21	39.46	18.85	11.24	6.37	28.75
	結 構 比	100.00%	44.59%	20.89%	9.98%	5.95%	3.37%	15.22%
	增 減 金 額	-24.46	-28.20	-1.59	2.53	2.84	2.61	-2.65
	增 減 率	-11.47%	-25.09%	-3.87%	15.50%	33.81%	69.41%	-8.44%
大 非 團	金 額	153.97	56.23	30.70	16.06	5.50	12.04	33.44
	結 構 比	100.00%	36.52%	19.94%	10.43%	3.57%	7.82%	21.72%
	增 減 金 額	-41.83	-16.36	-6.13	-4.74	-1.44	7.10	-20.26
	增 減 率	-21.36%	-22.54%	-16.64%	-22.79%	-20.75%	143.72%	-37.73%
韓 非 團	金 額	191.61	79.55	40.30	20.12	11.94	6.36	33.34
	結 構 比	100.00%	41.52%	21.03%	10.50%	6.23%	3.32%	17.40%
	增 減 金 額	-5.55	-22.12	0.36	3.16	8.55	2.87	1.63
	增 減 率	-2.81%	-21.76%	0.90%	18.63%	252.21%	82.23%	5.14%
新 南 向 18 國 非 觀 光 團 體	金 額	159.95	66.00	34.02	15.61	6.78	4.33	33.21
	結 構 比	100.00%	41.26%	21.27%	9.76%	4.24%	2.71%	20.76%
	增 減 金 額	-6.92	1.75	-1.87	-4.60	1.55	1.51	-5.26
	增 減 率	-4.15%	2.72%	-5.21%	-22.76%	29.64%	53.55%	-13.67%

註：1. 非觀光團體係指除觀光團體外之旅客。

2. 增減金額(率)係與 108 年比較。

表 26 113 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	32.97	100.00%	28.75	100.00%	33.44	100.00%
服飾或相關配件	<u>6.86</u>	<u>20.81%</u>	2.46	8.57%	<u>5.45</u>	<u>16.31%</u>
珠寶或玉器類	0.40	1.20%	0.32	1.10%	0.25	0.76%
紀念品或手工藝品類	3.39	10.29%	3.84	13.36%	2.40	7.17%
化妝品或香水類	1.69	5.14%	0.60	2.07%	2.59	7.76%
名產或特產	14.04	42.55%	15.79	54.90%	12.27	36.66%
煙或酒類	1.32	4.01%	0.76	2.65%	1.90	5.67%
藥品類或健康食品	0.69	2.10%	0.12	0.41%	2.70	8.07%
電子或電器用品	0.88	2.67%	0.21	0.74%	0.82	2.46%
茶葉	3.49	10.60%	<u>4.36</u>	<u>15.18%</u>	5.06	15.13%
其他	0.21	0.63%	0.29	1.02%	0.00	0.01%

表 26 113 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 1)

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		香港、澳門非觀光團體	
	消費金額	百分比	消費金額	百分比	消費金額	百分比
總計	32.97	100.00%	33.34	100.00%	39.70	100.00%
服飾或相關配件	<u>6.86</u>	<u>20.81%</u>	<u>7.96</u>	<u>23.87%</u>	<u>8.42</u>	<u>21.22%</u>
珠寶或玉器類	0.40	1.20%	0.07	0.22%	0.02	0.05%
紀念品或手工藝品類	3.39	10.29%	3.77	11.31%	3.65	9.19%
化妝品或香水類	1.69	5.14%	0.64	1.91%	2.16	5.43%
名產或特產	14.04	42.55%	15.82	47.46%	20.21	50.90%
煙或酒類	1.32	4.01%	1.47	4.40%	0.73	1.84%
藥品類或健康食品	0.69	2.10%	0.43	1.28%	0.52	1.32%
電子或電器用品	0.88	2.67%	0.16	0.48%	0.27	0.68%
茶葉	3.49	10.60%	2.93	8.79%	3.20	8.06%
其他	0.21	0.63%	0.09	0.28%	0.52	1.31%

表 26 113 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 2)

單位：美元

購物費消費項目	全體非觀光團體		新南向18國非觀光團體		美國非觀光團體	
	消費金額	百分比	消費金額	百分比	消費金額	百分比
總計	32.97	100.00%	33.21	100.00%	40.95	100.00%
服飾或相關配件	6.86	20.81%	10.52	31.67%	3.02	7.37%
珠寶或玉器類	0.40	1.20%	0.37	1.11%	2.09	5.11%
紀念品或手工藝品類	3.39	10.29%	2.49	7.49%	5.14	12.55%
化妝品或香水類	1.69	5.14%	2.42	7.30%	1.60	3.91%
名產或特產	14.04	42.55%	12.71	38.31%	10.95	26.77%
煙或酒類	1.32	4.01%	0.97	2.91%	4.16	10.15%
藥品類或健康食品	0.69	2.10%	0.60	1.82%	1.63	3.98%
電子或電器用品	0.88	2.67%	0.92	2.76%	3.88	9.47%
茶葉	3.49	10.60%	2.12	6.37%	8.24	20.11%
其他	0.21	0.63%	0.09	0.26%	0.24	0.58%

表 26 113 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		歐洲非觀光團體	
	消費金額	百分比	消費金額	百分比
總計	32.97	100.00%	19.38	100.00%
服飾或相關配件	6.86	20.81%	2.10	10.83%
珠寶或玉器類	0.40	1.20%	0.00	0.00%
紀念品或手工藝品類	3.39	10.29%	4.18	21.63%
化妝品或香水類	1.69	5.14%	1.40	7.21%
名產或特產	14.04	42.55%	6.27	32.42%
煙或酒類	1.32	4.01%	1.71	8.80%
藥品類或健康食品	0.69	2.10%	0.37	1.89%
電子或電器用品	0.88	2.67%	1.02	5.24%
茶葉	3.49	10.60%	2.26	11.64%
其他	0.21	0.63%	0.07	0.34%

註：非觀光團體係指除觀光團體外之旅客。

(五) 旅客中有 23.22%使用過購物退稅服務，覺得退稅手續便利占 99.48%。

受訪旅客中使用過購物退稅服務者 23.22%，其中覺得退稅手續便利者占 99.48%。

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 22.88%，其中認為退稅手續便利性者，占 99.50%。

表 27 113 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	23.22	99.48
觀光	22.88	99.50
業務	23.21	99.49
國際會議或展覽	36.11	100.00
探親或訪友	23.65	99.31
求學	20.00	100.00
醫療	17.78	100.00
其他	17.24	100.00

註：求學(5 人)、醫療(45 人)及其他(29 人)目的旅客，樣本數少於 50 人其數值僅供參考。

五、滿意度分析

（一）有九成九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」滿意度 4.72 分為最高。

表 28 113 年受訪旅客對此次來臺經驗的整體滿意度程度

來臺旅客各項滿意度		平均數	標準差
觀光 便利 性	境內交通便利	4.63	0.53
	通訊 / 網路便利	4.60	0.54
	旅遊資訊取得方便	4.58	0.54
	入境證照及通關手續便捷	4.40	0.60
觀光 環境 國際 化	臺灣民眾態度友善	4.72	0.48
	路標及公共設施牌示易懂	4.37	0.66
	旅遊環境語言溝通良好	4.31	0.75
環境 安全 性	社會治安良好	4.68	0.48
	遊憩環境安全	4.62	0.53
	住宿設施安全	4.62	0.53
	餐飲衛生良好	4.49	0.60
整體	來臺整體滿意度	4.61	0.50

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) 99.80%受訪旅客有再度訪臺意願，再度訪臺主要原因為觀光；99.89%受訪旅客會推薦親友來臺灣旅遊。

受訪旅客有 99.80%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 78.66%，第二為業務，占 10.31%，第三為探親或訪友，占 9.61%。99.89%的受訪旅客表示會推薦親友來臺灣旅遊。

表 29 113 年受訪旅客表示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	國際會議 或展覽	探親或 訪友	求學	醫療	其他
百分比	100.00	78.66	10.31	0.70	9.61	0.03	0.61	0.08

表 30 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	99.89	0.11

(三) 美食佳餚、逛夜市、自然風光、人情味濃厚及歷史古蹟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留下的深刻印象依序為美食佳餚(90.66%)、逛夜市(76.01%)、自然風光(65.77%)、人情味濃厚(49.11%)及歷史古蹟(35.88%)等。

表 31 113 年受訪旅客此次來臺經驗對臺灣深刻的印象

單位：%

名次	項目	相對百分率	名次	項目	相對百分率
1	美食佳餚	90.66	10	泡溫泉	12.11
2	逛夜市	76.01	11	宗教文化	8.93
3	自然風光	65.77	12	單車賞景	2.84
4	人情味濃厚	49.91	13	書店	2.04
5	歷史古蹟	35.88	14	節慶活動	1.51
6	地方特產	29.27	15	原住民文化	1.28
7	便利商店	28.81	16	旅館(或民宿)住宿體驗	1.25
8	都會不夜城	19.70	17	醫療保健	1.22
9	景點	12.57	18	其他	1.47

註：本題為複選題。

（四）九成三旅客對住宿旅館表示滿意；八成四旅客對住宿民宿表示滿意。

受訪者住宿地點以旅館(89.71%)為最多，其次為親友家(15.88%)，第三為民宿(7.42%)；其中對投宿旅館的整體滿意度(非常滿意+滿意)為 93.56%，對民宿的整體滿意度(非常滿意+滿意)為 84.72%。

表 32 113 年受訪旅客住宿地點

單位：%

住宿地點	相對百分率
旅館	89.71
親友家	15.88
民宿	7.42
宿舍	0.41
租屋	0.12
寺廟、修道院或教會	0.06
其他	0.06

註：本題為複選題，為旅客選擇住宿類型之相對百分率，非反映住宿頻率。

（五）九成九觀光團體旅客對旅行社及導遊服務傾向滿意。

觀光團體受訪旅客對旅行社及導遊服務有 98.54%傾向滿意，僅 0.24%表示不滿意。

表 33 113 年觀光團體受訪旅客對旅行社及導遊服務的整體滿意程度

單位：%

列百分比	總計	滿意程度			普通	不滿意程度		
		合計	非常滿意	滿意		合計	不滿意	非常不滿意
旅行社及導遊服務 整體滿意度	100.00	98.54	25.37	73.17	1.22	0.24	0.24	-

註：1.「-」表示無調查樣本

2.僅兩筆不滿意意見，分別為不滿意餐飲安排，以及導覽解說水準。

(六) 旅客在臺境內以搭乘捷運、計程車、臺鐵居前3位，對搭乘之交通工具整體滿意度為 98.34%。

受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具，以捷運(76.13%)為最多，其次為計程車(50.51%)，第三為臺鐵(37.33%)。受訪旅客對在臺境內搭乘或使用的交通工具整體滿意度為 98.34%。

表 34 113 年受訪旅客在臺境內搭乘交通工具

單位：%

交通工具	搭乘交通工具相對百分率
捷運	76.13
計程車	50.51
臺鐵	37.33
公民營客運	33.99
高鐵	17.21
遊覽車	15.77
Uber(多元化計程車)	14.55
船舶	5.79
小客車租賃	4.59
公共自行車	3.10
飛機	0.60
其他	16.54

註：1. 本題為複選題，為旅客選擇交通工具類型之相對百分率，非使用頻率。

2. 「公民營客運」包含台灣好行、雙層觀光巴士等。

3. 「其他」包括自用車、親友開車、公司派車、飯店接送、纜車等。

表 35 113 年受訪旅客在臺境內搭乘或使用的交通工具整體滿意程度

單位：%

列百分比	總計	滿意程度			普通	不滿意程度		
		合計	非常滿意	滿意		合計	不滿意	非常不滿意
曾搭乘交通工具 整體滿意度	100.00	98.34	57.42	40.92	1.00	0.66	0.60	0.06

註：共 44 位受訪旅客表示不滿意意見，其中以不滿意公民營客運(22 人)為最多，其次為計程車(15 人)。

(七) 81.10%受訪旅客有意願進行低碳旅行。

有 81.10%的受訪旅客表示未來「願意」進行低碳旅行，「不知道/不清楚」占 15.89%，「不願意」者僅占 3.01%。

表 36 受訪旅客進行低碳旅行之意願

單位：%				
是否願意進行低碳旅遊	總計	願意	不願意	不知道/不清楚
百分比	100.00	81.10	3.01	15.89

六、基本資料分析

(一) 旅客工作別以事務支援人員最多。

受訪旅客以事務支援人員為最多，占 19.01%，第二為專業人員，占 15.88%，第三為服務及銷售工作人員，占 14.11%。

(二) 旅客最高學歷以大專最多，年收入以 15,000-29,999 美元最多。

受訪旅客最高學歷以大專為最多，占 68.64%。受訪旅客平均年收入約為 29,938.76 美元，其中以 15,000-29,999 美元為最多，占 25.00%，其次為 10,000-14,999 美元，占 18.02%，第三為 30,000-39,999 美元，占 16.30%。

2024 Annual Survey Report on Visitors Expenditure and Trends in Taiwan

Summary

The Tourism Administration of the Ministry of Transportation and Communications (MOTC) seeks to understand the motivations, trends, consumption patterns, impressions, and opinions of visitors to Taiwan, to provide relevant units with a reference for formulating international tourism promotion and marketing strategies, enhancing domestic tourism service quality, and improving international tourism competitiveness. This serves as a basis for estimating tourism expenditures. To achieve this, we conducted the "2024 Annual Survey Report on Visitors Expenditure and Trends in Taiwan", interviewing departing visitors at Taiwan Taoyuan International Airport, Taipei Songshan Airport, and Kaohsiung International Airport.

The number of visitors to Taiwan surpassed 10 million in 2015. From 2014 to 2019, there was a continuous growth trend. However, in 2020, due to the impact of the new coronavirus pneumonia epidemic (COVID-19), Taiwan announced border controls on March 19 to prevent the spread of the virus, restricting entry to all non-citizens. Consequently, the number of visitors significantly decreased to 1,377,861. In 2021, it further dropped to 140,479 visitors. Following the lifting of border restrictions on October 13, 2022, visitor numbers began to gradually recover. In 2024, despite natural disasters such as the Hualien earthquake in April and typhoons in July and October, Taiwan recorded a total of 7,857,686 visitors for the year, marking a 21.13% increase compared to 2023 and reaching 66.23% of the 2019 level.

The subjects of this survey are foreign and overseas Chinese visitors who entered Taiwan between January 1 and December 31, 2024 (excluding foreign and overseas Chinese transit visitors). The survey employed quota sampling to control sample characteristics and ensure representativeness. A total of 6,620 valid responses were collected from January to December. The sampling error is less than 0.013 at the 95% confidence level.

The main survey results are summarized into six sections as follows: "Related Indices of Inbound Visitors to Taiwan, " "Analysis of Inbound Visitors' Plans," "Analysis of Inbound Visitors' Behavior," "Analysis of Inbound Visitors' Expenditure, " "Analysis of Inbound Visitors' Satisfaction," and "Analysis of Basic Information on Inbound Visitors."

I. Related Indices of Inbound Visitors in Taiwan

7,857,686 persons...	Number of inbound visitors; a 21.13% increase compared to 2023 and a 33.77% decrease compared to 2019.
6.98 nights.....	Average length of stay (nights) for inbound visitors; 0.41 nights shorter than in 2023, but 0.78 nights longer than in 2019.
US\$182.83.....	Average per capita daily expenditure; a 1.20% increase compared to 2023, but a 6.68% decrease compared to 2019.
US\$10.028 Billion..	Total tourism expenditure by inbound visitors; a 15.78% increase compared to 2023, but a 30.41% decrease compared to 2019.
US\$1,276.....	Average per capita expenditure per trip; a 4.42% decrease compared to 2023, but a 5.02% increase compared to 2019.
99%.....	Overall visitor satisfaction rate; 2 percentage points higher than in 2023 and 1 percentage point higher than in 2019.
54%.....	Percentage of inbound visitors who revisited Taiwan in the past five years; a 1.34 percentage point increase compared to 2023.

Table 1 Related Indices of the Inbound Visitors in Taiwan - Comparison between 2024 and 2023

Indicator	2024	2023	Comparison
Number of inbound visitors	7,857,686 persons	6,486,951 persons	Increase of 1,370,735 persons (21.13% increase)
Average length of stay for inbound visitors	6.98 nights	7.39 nights	Decrease of 0.41 nights
Average per capita daily expenditure	US\$ 182.83 (NT\$5,870)	US\$180.67 (NT\$5,628)	Increase of US\$2.16 (1.20% increase) Increase of NT\$242 (4.30% increase)
Total tourism expenditure by inbound visitors (excluding international airfare)	US\$10.028 Billion (NT\$321.967 Billion)	US\$8.661 Billion (NT\$269.792 Billion)	Increase of US\$1.367 Billion (15.78% increase) Increase of NT\$52.175 Billion (19.34% increase)
Average per capita expenditure per trip	US\$1,276 (NT\$40,975)	US\$1,335 (NT\$41,590)	Decrease of US\$59 (4.42% decrease) Decrease of NT\$615 (1.48% decrease)
Overall visitor satisfaction rate	99.49%	97.12%	Increase of 2.37 percentage points
Percentage of inbound visitors who revisited Taiwan in the past five years	53.67%	52.33%	Increase of 1.34 percentage points

Notes: 1. The data source for “Number of inbound visitors” and “Average length of stay for inbound visitors” are the National Immigration Agency, Ministry of the Interior, Republic of China (Taiwan).

2. The average exchange rate of the New Taiwan Dollar to the U.S. Dollar in 2024 was 32.108, and in 2023 it was 31.150, based on official data published on the website of the Central Bank of the Republic of China (Taiwan).

Table 2 Related Indices of the Inbound Visitors in Taiwan - Comparison between 2024 and 2019

Indicator	2024	2019	Comparison
Number of inbound visitors	7,857,686 persons	11,864,105 persons	Decrease of 4,006,419 persons (33.77% decrease)
Average length of stay for inbound visitors	6.98 nights	6.20 nights	Increase of 0.78 nights
Average per capita daily expenditure	US\$ 182.83 (NT\$5,870)	US\$195.91 (NT\$6,059)	Decrease of US\$13.08 (6.68% decrease) Decrease of NT\$189 (3.12% decrease)
Total tourism expenditure by inbound visitors (excluding international airfare)	US\$10.028 Billion (NT\$321.967 Billion)	US\$14.411 Billion (NT\$445.649 Billion)	Decrease of US\$4.383 Billion (30.41% decrease) Decrease of NT\$123.682 Billion (27.75% decrease)
Average per capita expenditure per trip	US\$1,276 (NT\$40,975)	US\$1,215 (NT\$37,563)	Increase of US\$61 (5.02% increase) Increase of NT\$3,412 (9.08% increase)
Overall visitor satisfaction rate	99.49%	98.33%	Increase of 1.16 percentage points
Percentage of inbound visitors revisiting Taiwan ³	53.67%	42.22%	

Notes: 1. The data source for “Number of inbound visitors” and “Average length of stay for inbound visitors” are the National Immigration Agency, Ministry of the Interior, Republic of China (Taiwan).

2. The average exchange rate of the New Taiwan Dollar to the U.S. Dollar in 2024 was 32.108, and in 2019 it was 30.925, based on official data published on the website of the Central Bank of the Republic of China (Taiwan).

3. The 2024 figure for the visitor revisit rate refers to the percentage of inbound visitors who revisited Taiwan in the past five years, while the 2019 figure refers to revisits within the past three years.

II. Analysis of Inbound Visitors' Plans

A. 66% of the inbound visitors came to Taiwan primarily for sightseeing.

The primary purposes of inbound visitors to Taiwan were sightseeing (65.96%), visiting friends or relatives (18.52%), business (12.69%), and international conferences or exhibitions (1.63%), among others.

Table 3 The main purpose the inbound visitors in 2024

Unit: Persons; %		
Main Purpose	Frequency	Percentage
Total	6,620	100.00
Sightseeing	4,367	65.96
Business	840	12.69
International conference or exhibition	108	1.63
Visiting friends or relatives	1,226	18.52
Studies	5	0.08
Medical treatment	45	0.68
Others	29	0.44

B. 63% of inbound visitors whose primary or secondary purpose was sightseeing had obtained pre-travel information about Taiwan from official government tourism promotion campaigns or travel reports. The main information channels influencing their decision to visit Taiwan were social media, search engines, and word-of-mouth recommendations from friends or relatives. In terms of content, traveler reviews were the most frequently cited as having the greatest influence.

Among the 5,856 inbound visitors whose primary or secondary purpose was sightseeing, 62.96% had obtained pre-travel information about Taiwan from official government tourism promotion campaigns or travel reports. The main information channels influencing their decision to visit Taiwan were social media (84.73%), search engines (74.34%), word-of-mouth recommendations from friends or relatives (52.13%), TV/radio (22.81%), and tourism leaflets of travel agencies (18.28%), among others.

By country of residence, the proportion of sightseeing-purpose visitors who had obtained pre-travel information about Taiwan from official tourism promotion campaigns or travel reports was highest among visitors from Vietnam (89.51%), followed by Japan (75.71%), Thailand (74.53%), and Korea (72.66%).

Table 4 Percentage of the inbound visitors with sightseeing purpose who had obtained pre-travel information about Taiwan from official government tourism promotion campaigns or travel reports in 2024

Unit: %

Seen or Not Seen	Yes	No
All Sightseeing Purpose Visitors	62.96	37.04

Note: The inbound visitors with sightseeing purpose include all the visitors with the sightseeing as their main or the secondary purpose.

Among the various information channels, social media, search engines, and word-of-mouth recommendations from friends or relatives were the top three channels that had the greatest influence on sightseeing-purpose visitors' decisions to travel to Taiwan.

Table 5 Degree of influence of tourism advertisements or travel reports on sightseeing-purpose visitors' decision to visit Taiwan in 2024

Unit: %

Information Channel	Percentage of Influence
Total	100.00
Social media	34.80
Search engines	32.00
Word-of-mouth recommendations from friends or relatives	17.21
TV/radio	5.80
Tourism leaflets of travel agencies	5.68
Newspapers, magazines, books	1.86
E-commerce platforms	1.32
International tourism exhibitions or special events	0.65
Underground (subway), buses and bus stations, airplane and airport	0.37
Outdoor advertisements or billboards	0.31

Notes: 1. This analysis is based on inbound visitors whose primary or secondary purpose was sightseeing and who had seen tourism advertisements or travel reports about Taiwan prior to their trip.

2. The percentages of influence were calculated by assigning weighted scores based on visitors' rankings of the top three most influential information channels.

The information content that visitors reported as having the greatest influence on their decision to visit Taiwan was traveler reviews (74.72%), followed by travel notes (54.41%) and photography or video records (50.15%).

Table 6 Information content that had the greatest influence on sightseeing-purpose visitors' decision to visit Taiwan in 2024

Unit: %

Information Content	Percentage of Influence
Traveler reviews	74.72
Travel notes	54.41
Photography or video records	50.15
Advertisements	21.70
Film and television programs	18.23
Travel magazines or reports	14.13
Incentives and preferential measures	9.14
Movies	4.50

Note: This analysis is based on inbound visitors whose primary or secondary purpose was sightseeing and who had seen tourism advertisements or travel reports about Taiwan prior to their trip.

C. "Gourmet food or delicious snacks" and "scenery" were the major reasons that attracted inbound visitors to take a sightseeing trip to Taiwan.

The main factors attracting sightseeing-purpose visitors to Taiwan were gourmet food or delicious snacks (87.43%), scenery (76.26%), a safe social environment (46.74%), Taiwan’s customs and culture (42.26%), and the friendliness of the people (41.02%).



Note: This was a multiple-response question.

Figure 1 Top 10 reasons why the inbound visitors decided to take sightseeing trips to Taiwan in 2024

D. 75% of inbound visitors arranged their trip to Taiwan “without any arrangements through travel agencies/OTA for booking accommodations and tickets; no arrangements by a Taiwan travel agency after arrival.”

Among all inbound visitors, the most common travel arrangement was “without any arrangements through travel agencies/OTA for booking accommodations and tickets; no arrangements by a Taiwan travel agency after arrival”, accounting for 75.16%. The second most common arrangement was “group tour arranged through a travel agency (joined a tour group)”, accounting for 12.39%.

By main purpose of visit, the majority of visitors across all major purpose categories also chose “without any arrangements through travel agencies/OTA for booking accommodations and tickets; no arrangements by a Taiwan travel agency after arrival.”

Table 7 Type of travel arrangements made by inbound visitors in 2024 - by main purpose of visit

Unit: %

Main Purpose	Total	Tour group	Non-tour-group			
		Group tour arranged through a travel agency	Individual tour arranged through a travel agency	Individual tour arranged through a travel agency only for booking accommodations (and tickets)	Without any arrangements through travel agencies/OTA for booking accommodations and tickets; jointed the activities arranged by a Taiwan travel agency after arrival	Without any arrangements through travel agencies/OTA for booking accommodations and tickets; no arrangements by a Taiwan travel agency after arrival
Total	100.00	12.39	2.79	5.48	4.18	75.16
Sightseeing	100.00	18.78	2.04	4.17	4.37	70.64
Business	100.00	-	8.21	18.33	1.31	72.15
International conference or exhibition	100.00	-	12.96	5.56	4.63	76.85
Visiting friends or relatives	100.00	-	0.57	1.22	5.71	92.50
Studies	100.00	-	20.00	-	-	80.00
Medical treatment	100.00	-	4.44	11.11	-	84.45
Others	100.00	-	10.34	3.45	-	86.21

Notes: 1. "-" means no visitor in the sample.

2. The sample size for visitors with studies purposes (5 persons), medical treatment (45 persons), and others (29 persons) is less than 50 persons; their values are for reference only.

III. Analysis of Inbound Visitors' Behavior

A. 46% inbound visitors were visiting Taiwan for the first time in the past five years.

Among the inbound visitors, 46.33% were visiting Taiwan for the first time within the past five years. This was followed by second-time visitors (30.06%), third-time visitors (14.55%), fourth-time visitors (4.88%), and those who had visited five times or more (4.18%).

Table 8 Numbers of times inbound visitors had visited Taiwan in the past five years(including this visit) in 2024

Unit: %	
Times	Percentage
Total	100.00
The first time	46.33
The second time	30.06
The third time	14.55
The forth time	4.88
More than 5 times	4.18

B. “Night markets”, “Taipei 101”, “Ximending”, “Chiang Kai-Shek Memorial Hall”, and “Jiufen”, were the major scenic spots visited by inbound visitors.

The major scenic spots visited by inbound visitors were night markets (83.84%), Taipei 101 (57.04%), Ximending (including the Red House) (56.13%), Chiang Kai-Shek Memorial Hall (42.16%), and Jiufen (41.37%), among others.

Among tourist night markets, the most frequently visited was Raohe Street Night Market (35.63%), followed by Shilin Night Market (31.09%).

Table 9 Ranking of the major scenic spots visited by inbound visitors in 2024

Unit: %

Ranking	Scenic Spot	Relative Percentage	Ranking	Scenic Spot	Relative Percentage
1	Night Markets	83.84	6	Xinyi Shopping District	37.36
2	Taipei 101	57.04	7	Pingxi	33.17
3	Ximending (Including the Red House)	56.13	8	Tamsui	29.94
4	Chiang Kai-Shek Memorial Hall	42.16	9	Longshan Temple	24.44
5	Jiufen	41.37	10	National Palace Museum	23.49

Note: This table is based on tourist attractions that respondents remembered having visited.

Table 10 Ranking of night markets visited by inbound visitors in 2024

Unit: %

Ranking	Night Market	Relative Percentage	Ranking	Night Market	Relative Percentage
1	Raohe Night Market	35.63	6	Keelung Miaokou Night Market	5.36
2	Shilin Night Market	31.09	7	Dihua Street (including Dadaocheng) Night Market	3.55
3	Ningxia Night Market	21.19	8	Kaohsiung Ruifeng Night Market	3.23
4	Taichung Fengchia Night Market	11.21	9	Taichung Yizhong Street Night Market	2.76
5	Kaohsiung Liuhe Night Market	8.34	10	Yilan Luodong Night Market	2.60

Note: 1. This table is based on the night markets that visitors recalled having visited.

2. The term “night market” refers broadly to markets that primarily operate at night. These markets typically feature vendors, food stalls, shops, and street performers, offering a variety of local snacks, cuisine, and shopping experiences.

C. “Sun Moon Lake” was the favorite scenic spot for the inbound visitors.

Among the scenic spots visited by inbound visitors, “Sun Moon Lake” was the most favored (42.70%), followed by “Jiufen”, “Tamsui”, “Pingxi”, and “Yehliu” (all over 15%).

Table 11 Ranking of the favorite scenic spots visited by inbound visitors in 2024

Rank- ing	Scenic spot	Relative Percentage	Percentage favoring the scenic spot	Rank- ing	Scenic spot	Relative Percentage	Percentage favoring the scenic spot
1	Sun Moon Lake	15.53	42.70%	6	Beitou	14.56	13.28%
2	Jiufen	41.37	21.07%	7	National Palace Museum	23.49	13.25%
3	Tamsui	29.94	16.65%	8	Night Markets	83.84	11.62%
4	Pingxi	33.17	16.48%	9	Ximending (Including the Red House)	56.13	10.50%
5	Yehliu	18.13	15.75%	10	Dadaocheng	11.99	10.08%

Notes: 1. For the question, “Favorite Scenic Spot,” respondents were allowed to select only one favorite location from among the spots they had visited.

2. The percentage favoring the scenic spot = (Number of people who selected the spot as their favorite / Number of people who visited the spot) × 100%.

3. The percentage favoring the scenic spot is calculated for spots with a relative visitation percentage of 10% or more.

4. Rankings are listed in descending order based on favorability percentage.

D. Taipei City was the most frequently visited city/county for sightseeing among inbound visitors.

By city or county, the top destinations visited by inbound visitors were Taipei City (84.85%), followed by New Taipei City (60.17%), Taichung City (17.96%), Nantou County (16.47%), and Kaohsiung City (16.09%), among others.

By region, Northern Taiwan accounted for 88.19% of visits, followed by Central Taiwan (23.88%), Southern Taiwan (23.05%), Eastern Taiwan (3.52%), and the Offshore Islands (0.62%).

Table 12 Ranking of the cities and counties visited by inbound visitors in 2024

Unit: %

Ranking	City/County	Relative Percentage	Ranking	City/County	Relative Percentage
1	Taipei City	84.85	12	Chiayi City	3.43
2	New Taipei City	60.17	13	Pingtung County	3.13
3	Taichung City	17.96	14	Hualien County	2.79
4	Nantou County	16.47	15	Changhua County	2.04
5	Kaohsiung City	16.09	16	Hsinchu County	1.57
6	Tainan City	9.53	17	Taitung County	1.25
7	Yilan County	8.85	18	Miaoli County	0.92
8	Keelung City	8.84	19	Yunlin County	0.59
9	Taoyuan City	8.63	20	Penghu County	0.53
10	Chiayi County	7.11	21	Kinmen County	0.06
11	Hsinchu City	4.47	22	Lienchiang County	0.03

Note: This table is organized based on scenic spots that interviewed visitors remembered visiting. The data includes cases where itineraries covered multiple cities and counties.

Table 13 Ranking of primary areas inbound visitors visited in 2024

Unit: %

Ranking	Area	Relative Percentage
1	Northern Taiwan	88.19
2	Central Taiwan	23.88
3	Southern Taiwan	23.05
4	Eastern Taiwan	3.52
5	Offshore islands	0.62

Notes: 1. This table is based on scenic spots that respondents recalled visiting. It includes cases where travel itineraries covered multiple regions.

2. Northern region: Taipei City, Keelung City, New Taipei City, Yilan County, Taoyuan City, Hsinchu County, Hsinchu City.

Central region: Miaoli County, Taichung City, Changhua County, Nantou County, Yunlin County.

Southern region: Chiayi County, Chiayi City, Tainan City, Kaohsiung City, Pingtung County.

Eastern region: Taitung County, Hualien County.

Outlying islands: Kinmen County, Lienchiang County, Penghu County.

E. “Shopping”, “night market sightseeing”, and “historical relics sightseeing” were the major activities of the inbound visitors in Taiwan.

Inbound visitors most commonly participated in shopping (92.33%) during their stay in Taiwan, followed by visiting night markets (85.06%), historical relics sightseeing (56.68%), massage or acupuncture (19.97%), and hot spring soaking (16.63%).

Table 14 Ranking of the activities the inbound visitors participated in 2024

Unit: %

Ranking	Item	Relative Percentage	Ranking	Item	Relative Percentage
1	Shopping	92.33	10	Cultural events	9.08
2	Night market	85.06	11	Pubs or night clubs	7.63
3	Historical relics sightseeing	56.68	12	Amusement park	7.28
4	Massage or acupuncture	19.97	13	Leisure farm	6.62
5	Hot spring soaking	16.63	14	Festival activities (including religious activities etc.)	3.56
6	Hiking/trekking/backpacking/mountaineering	14.09	15	Tourism factory	1.86
7	Aquatic activities (including lake tour or diving etc.)	14.00	16	Tribal tourism	1.69
8	Eco tour (e.g Bird watching 、flower viewing or butterfly appreciation)	12.87	17	Health care	0.91
9	Exhibitions	9.88	18	Sports or sporting competitions(including cycling trip etc.)	0.35

Note: This was a multiple-response question.

IV. Analysis of Inbound Visitors’ Expenditure

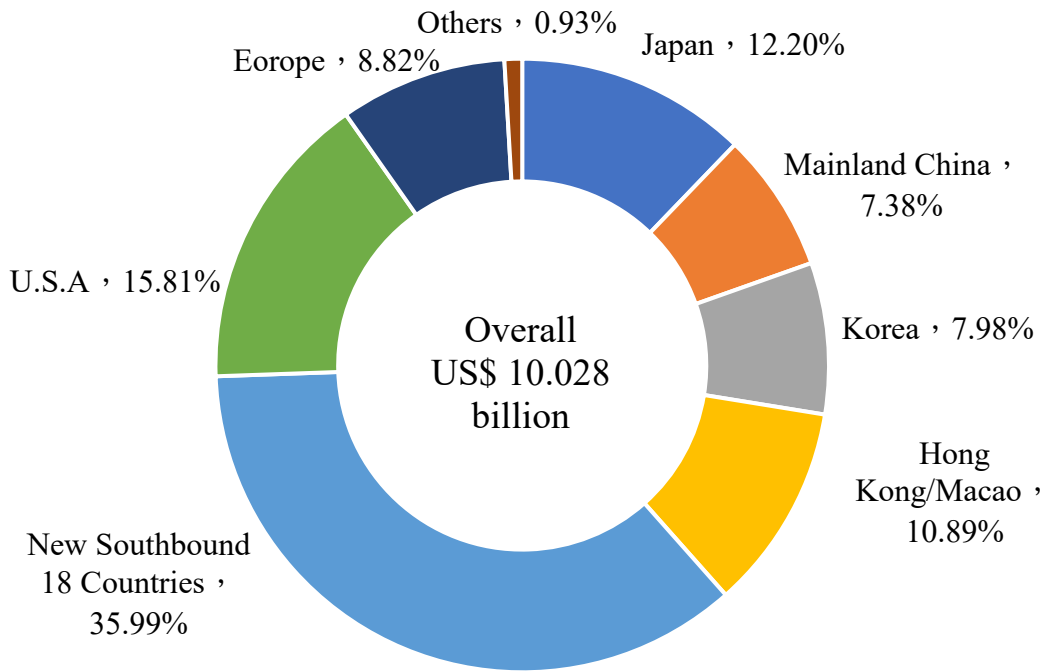
A. In 2024, tourism expenditure by visitors to Taiwan amounted to US\$10.028 billion, an increase of 15.78% compared to 2023, restoring to 69.59% of the levels seen in 2019.

In 2024, the number of inbound visitors was 7,857,686 persons, an increase of 21.13% compared to 2023. The average length of stay for all inbound visitors was 6.98 nights, a decrease of 0.41 nights compared to 2023. The average daily expenditure per visitor in Taiwan was estimated at US\$182.83, an increase of 1.20% compared to 2023. The total annual amount of visitors’ expenditure was estimated at US\$10.028 billion, an increase of 15.78% compared to 2023,

restoring to 69.59% of the 2019 level. When calculated in New Taiwan Dollars, this expenditure amounted to NT\$321.967 billion, a 19.34% increase over 2023, restoring to 72.25% of the 2019 level.

According to the analysis of the 7 main markets, the total expenditure by inbound visitors was highest from the New Southbound 18 countries (US\$3.609 billion, accounting for 35.99% of the total), followed by the U.S.A. (US\$1.585 billion, 15.81%), Japan (US\$1.223 billion, 12.20%), Hong Kong/Macao (US\$1.092 billion, 10.89%), Europe (US\$0.885 billion, 8.82%), Korea (US\$0.800 billion, 7.98%), and Mainland China (US\$0.740 billion, 7.38%).

Tourism expenditure from all of the 7 main markets increased compared to 2023. The largest growth was from the U.S.A. (30.88%), followed by Mainland China (29.60%), Japan (21.93%), Korea (20.85%), Europe (13.46%), the New Southbound 18 countries (9.26%), and Hong Kong/Macao (7.59%).



Note: The percentage of “Others” is 100.00% minus the sum of the percentages of the 7 main markets.

Figure 2 The percentages of the total expenditure of the inbound visitors of the 7 main markets in 2024

Table 15 The total expenditure of inbound visitors from the 7 main markets in 2024
(compared to 2023)

Market	Number of inbound visitors (persons) (1)	Average length of stay (nights) (2)	Average daily expenditures per visitor (US\$) (3)	Total annual amount of visitors' expenditure (US\$ billion) (4)=(1)×(2)×(3) ÷100,000,000	Percentage (5)=(4) ÷100.28
All	7,857,686	6.98	182.83	100.28	100.00%
(Growth rate)	21.13%	-5.55%	1.20%	15.78%	
New Southbound 18 Countries	2,538,154	8.73	162.88	36.09	35.99%
(Growth rate)	6.12%	4.30%	-1.27%	9.26%	
U.S.A	651,264	10.19	238.86	15.85	15.81%
(Growth rate)	22.99%	-12.08%	21.05%	30.88%	
Japan	1,319,592	4.8	193.13	12.23	12.20%
(Growth rate)	42.16%	-12.25%	-2.27%	21.93%	
Hong Kong /Macao	1,310,977	4.46	186.83	10.92	10.89%
(Growth rate)	9.29%	-6.11%	4.87%	7.59%	
Europe	349,981	12.67	199.51	8.85	8.82%
(Growth rate)	17.06%	-4.52%	1.50%	13.46%	
Korea	1,003,086	4.03	197.98	8.00	7.98%
(Growth rate)	34.69%	-3.82%	-6.67%	20.85%	
Mainland China	438,212	10.97	153.97	7.40	7.38%
(Growth rate)	93.67%	-33.39%	0.54%	29.60%	

Notes: 1. The data source of “Number of inbound visitors” and “Average length of stay” are the National Immigration Agency, Ministry of the Interior, Republic of China (Taiwan).

2. The "Growth Rate" is compared to that of 2023.

Table 16 The total expenditure of inbound visitors from the 7 main markets in 2024
(compared to 2019)

Market	Number of inbound visitors (persons) (1)	Average length of stay (nights) (2)	Average daily expenditures per visitor (US\$) (3)	Total annual amount of visitors' expenditure (US\$ billion) (4)=(1)×(2)×(3) ÷100,000,000	Percentage (5)=(4) ÷100.28
All	7,857,686	6.98	182.83	100.28	100.00%
(Growth rate)	-33.77%	12.58%	-6.68%	-30.41%	
New Southbound 18 Countries	2,538,154	8.73	162.88	36.09	35.99%
(Growth rate)	-8.44%	13.52%	-4.45%	-0.69%	
U.S.A	651,264	10.19	238.86	15.85	15.81%
(Growth rate)	7.64%	0.20%	39.19%	50.09%	
Japan	1,319,592	4.80	193.13	12.23	12.20%
(Growth rate)	-39.13%	13.21%	-15.82%	-42.01%	
Hong Kong /Macao	1,310,977	4.46	186.83	10.92	10.89%
(Growth rate)	-25.43%	5.69%	-10.43%	-29.41%	
Europe	349,981	12.67	199.51	8.85	8.82%
(Growth rate)	-9.51%	17.42%	36.02%	44.61%	
Korea	1,003,086	4.03	197.98	8.00	7.98%
(Growth rate)	-19.28%	3.07%	-1.97%	-18.45%	
Mainland China	438,212	10.97	153.97	7.40	7.38%
(Growth rate)	-83.85%	53.00%	-22.87%	-80.95%	

Notes: 1. The data source of “Number of inbound visitors” and “Average length of stay” are the National Immigration Agency, Ministry of the Interior, Republic of China (Taiwan).

2. The "Growth Rate" is compared to that of 2019.

B. In 2024, the average daily expenditure per inbound visitor in Taiwan was US\$182.83, an increase of 1.20% compared to 2023, restoring to 93.32% of the 2019 level.

In 2024, the average daily expenditure per inbound visitor in Taiwan was US\$182.83. The highest spending category was hotel bills at US\$76.26 (41.71%), followed by meals excluding hotel meals at US\$37.35 (20.43%) and shopping at US\$33.46 (18.30%). Compared to 2023, the average daily expenditure per visitor increased by US\$2.16 (up 1.20%). Among the expenditure categories, hotel bills recorded the largest increase, up by US\$4.74 (up 6.63%), while entertainment expenses showed the largest decrease, down by US\$2.17 (down 19.04%).

When comparing the four main purposes for visiting Taiwan, business visitors had the highest average daily expenditure at US\$271.65 per person, followed by international conference or exhibition visitors (US\$260.75), sightseeing visitors (US\$180.44), and visitors for the purpose of visiting friends or relatives (US\$122.13). In terms of shopping expenses, international conference or exhibition visitors spent the most at US\$36.48, followed by business visitors (US\$35.15), sightseeing visitors (US\$34.32), and visiting friends or relatives (US\$30.01). Compared to 2023, all visitor types except sightseeing visitors showed an increase in average daily expenditure. Sightseeing visitors' spending slightly decreased by US\$0.87 (down 0.48%).

According to the analysis of the 7 main markets, visitors from the U.S.A. had the highest average daily expenditure in Taiwan at US\$238.86 per person, followed by Europe (US\$199.51), Korea (US\$197.98), Japan (US\$193.13), Hong Kong/Macao (US\$186.83), the New Southbound 18 countries (US\$162.88), and Mainland China (US\$153.97). In terms of shopping expenses, the rankings were as follows: the U.S.A. (US\$40.85 per person per day), Hong Kong/Macao (US\$40.39), Korea (US\$34.71), the New Southbound 18 countries (US\$33.44), Mainland China (US\$33.44), Japan (US\$29.45), and Europe (US\$19.51).

For the Japan market, the average daily expenditure per visitor was US\$193.13, a decrease of US\$4.49 (down 2.27%) compared to 2023. Within the expenditure structure, shopping expenses recorded the largest decrease, down by US\$6.45 (down 17.97%), while meals excluding hotel meals showed the largest increase, up by US\$3.24 (up 8.99%).

For the Mainland China market, the average daily expenditure per visitor was US\$153.97, an increase of US\$0.82 (up 0.54%) compared to 2023. Within the expenditure structure, meals excluding hotel meals showed the largest increase, up by US\$4.40 (up 16.73%), while entertainment expenses recorded the largest decrease, down by US\$4.45 (down 44.72%).

For the Korea market, the average daily expenditure per visitor was US\$197.98, a decrease of US\$14.16 (down 6.67%) compared to 2023. Within the expenditure structure, shopping expenses recorded the largest decrease, down by US\$10.25 (down 22.80%), while hotel bills showed the largest increase, up by US\$6.45 (up 8.49%).

For the Hong Kong/Macao market, the average daily expenditure per visitor was US\$186.83, an increase of US\$8.68 (up 4.87%) compared to 2023. Within the expenditure structure, meals excluding hotel meals showed the largest increase, up by US\$5.18 (up 15.28%), while local transportation expenses recorded the largest decrease, down by US\$3.08 (down 15.75%).

For the New Southbound 18 countries market, the average daily expenditure per visitor was US\$162.88, a decrease of US\$2.10 (down 1.27%) compared to 2023. Within the expenditure structure, entertainment expenses recorded the largest decrease, down by US\$4.14 (down 38.69%), while meals excluding hotel meals showed the largest increase, up by US\$3.24 (up 10.57%).

For the U.S.A. market, the average daily expenditure per visitor was US\$238.86, an increase of US\$41.53 (up 21.05%) compared to 2023. Within the expenditure structure, all categories except miscellaneous expenses showed an increase compared to 2023, with hotel bills recording the largest increase, up by US\$13.57 (up 16.18%).

For the Europe market, the average daily expenditure per visitor was US\$199.51, an increase of US\$2.94 (up 1.50%) compared to 2023. Within the expenditure structure, hotel bills showed the largest increase, up by US\$12.72 (up 14.68%), while shopping expenses recorded the largest decrease, down by US\$8.43 (down 30.17%).

Table 17 The average daily expenditure per visitor in 2024- by main purpose of visit
(compared to 2023)

		Unit: USD						
Main Purpose		Total	Hotel Bills	Meals excluding hotel meals	Local transportation	Entertainment	Miscellaneous expenses	Shopping
All	Amount of money	182.83	76.26	37.35	19.20	9.23	7.33	33.46
	Percentage	100.00%	41.71%	20.43%	10.50%	5.05%	4.01%	18.30%
	Amount of growth	2.16	4.74	3.27	-0.99	-2.17	-1.00	-1.69
	Growth rate	1.20%	6.63%	9.60%	-4.90%	-19.04%	-12.00%	-4.81%
Sightseeing	Amount of money	180.44	72.73	37.95	19.56	10.23	5.65	34.32
	Percentage	100.00%	40.31%	21.03%	10.84%	5.67%	3.13%	19.02%
	Amount of growth	-0.87	4.40	3.08	-0.78	-2.53	-1.87	-3.17
	Growth rate	-0.48%	6.44%	8.83%	-3.83%	-19.83%	-24.87%	-8.46%
Business	Amount of money	271.65	153.94	41.54	27.17	7.93	5.92	35.15
	Percentage	100.00%	56.67%	15.29%	10.00%	2.92%	2.18%	12.94%
	Amount of growth	4.21	10.64	-3.09	-2.53	-1.55	-3.91	4.65
	Growth rate	1.57%	7.42%	-6.92%	-8.52%	-16.35%	-39.78%	15.25%
International conference or exhibition	Amount of money	260.75	129.69	53.9	24.17	9.57	6.94	36.48
	Percentage	100.00%	49.74%	20.67%	9.27%	3.67%	2.66%	13.99%
	Amount of growth	23.51	53.11	6.89	-7.69	-5.92	-4.81	-18.07
	Growth rate	9.91%	69.35%	14.66%	-24.14%	-38.22%	-40.94%	-33.13%
Visiting friends or relatives	Amount of money	122.13	33.91	31.76	12.63	6.77	7.05	30.01
	Percentage	100.00%	27.77%	26.01%	10.34%	5.54%	5.77%	24.57%
	Amount of growth	7.16	2.18	8.06	-0.50	-1.08	-0.94	-0.56
	Growth rate	6.23%	6.87%	34.01%	-3.81%	-13.76%	-11.76%	-1.83%

Notes: 1. Both of "amount of growth" and "growth rate" is compared to 2023.

2. For the purposes of studies (5 persons), medical treatment (45 persons), and others (29 persons), the sample size is less than 50 and thus not suitable for comparison.

Table 18 The average daily expenditure per visitor in 2024- by main purpose of visit
(compared to 2019)

		Unit: USD						
Main Purpose		Total	Hotel Bills	Meals excluding hotel meals	Local transportation	Entertainment	Miscellaneous expenses	Shopping
All	Amount of money	182.83	76.26	37.35	19.20	9.23	7.33	33.46
	Percentage	100.00%	41.71%	20.43%	10.50%	5.05%	4.01%	18.30%
	Amount of growth	-13.08	-0.36	-1.13	0.45	3.20	3.04	-18.28
	Growth rate	-6.68%	-0.47%	-2.94%	2.40%	53.07%	70.86%	-35.33%
Sightseeing	Amount of money	180.44	72.73	37.95	19.56	10.23	5.65	34.32
	Percentage	100.00%	40.31%	21.03%	10.84%	5.67%	3.13%	19.02%
	Amount of growth	-23.11	-5.39	-0.99	0.73	3.46	1.38	-22.3
	Growth rate	-11.35%	-6.90%	-2.54%	3.88%	51.11%	32.32%	-39.39%
Business	Amount of money	271.65	153.94	41.54	27.17	7.93	5.92	35.15
	Percentage	100.00%	56.67%	15.29%	10.00%	2.92%	2.18%	12.94%
	Amount of growth	49.17	30.72	1.83	2.12	4.06	4.10	6.34
	Growth rate	22.10%	24.93%	4.61%	8.46%	104.91%	225.27%	22.01%
International conference or exhibition	Amount of money	260.75	129.69	53.90	24.17	9.57	6.94	36.48
	Percentage	100.00%	49.74%	20.67%	9.27%	3.67%	2.66%	13.99%
	Amount of growth	78.77	48.96	25.42	6.06	7.23	-4.31	-4.59
	Growth rate	43.28%	60.65%	89.26%	33.46%	308.97%	-38.31%	-11.18%
Visiting friends or relatives	Amount of money	122.13	33.91	31.76	12.63	6.77	7.05	30.01
	Percentage	100.00%	27.77%	26.01%	10.34%	5.54%	5.77%	24.57%
	Amount of growth	4.93	4.38	-1.13	-0.31	2.94	2.77	-3.72
	Growth rate	4.21%	14.83%	-3.44%	-2.40%	76.76%	64.72%	-11.03%

Notes: 1. Both of "amount of growth" and "growth rate" is compared to 2019.

2. For the purposes of studies (5 persons), medical treatment (45 persons), and others (29 persons), the sample size is less than 50 and thus not suitable for comparison.

Table 19 The average daily expenditure per visitor in 2024- by main market
(compared to 2023)

		Unit: USD						
Main Market		Total	Hotel Bills	Meals excluding hotel meals	Local transportation	Entertainment	Miscellaneous expenses	Shopping
All	Amount of money	182.83	76.26	37.35	19.20	9.23	7.33	33.46
	Percentage	100.00%	41.71%	20.43%	10.50%	5.05%	4.01%	18.30%
	Amount of growth	2.16	4.74	3.27	-0.99	-2.17	-1.00	-1.69
	Growth rate	1.20%	6.63%	9.60%	-4.90%	-19.04%	-12.00%	-4.81%
Japan	Amount of money	193.13	85.33	39.30	20.88	10.62	7.55	29.45
	Percentage	100.00%	44.18%	20.35%	10.81%	5.50%	3.91%	15.25%
	Amount of growth	-4.49	-0.26	3.24	-0.31	0.50	-1.21	-6.45
	Growth rate	-2.27%	-0.30%	8.99%	-1.46%	4.94%	-13.81%	-17.97%
Mainland China	Amount of money	153.97	56.23	30.70	16.06	5.50	12.04	33.44
	Percentage	100.00%	36.52%	19.94%	10.43%	3.57%	7.82%	21.72%
	Amount of growth	0.82	4.03	4.40	0.65	-4.45	-0.05	-3.76
	Growth rate	0.54%	7.72%	16.73%	4.22%	-44.72%	-0.41%	-10.11%
Korea	Amount of money	197.98	82.46	38.72	22.53	12.12	7.44	34.71
	Percentage	100.00%	41.65%	19.56%	11.38%	6.12%	3.76%	17.53%
	Amount of growth	-14.16	6.45	-4.27	-1.05	-3.58	-1.46	-10.25
	Growth rate	-6.67%	8.49%	-9.93%	-4.45%	-22.80%	-16.40%	-22.80%
Hong Kong /Macao	Amount of money	186.83	72.66	39.07	16.48	8.48	9.75	40.39
	Percentage	100.00%	38.89%	20.91%	8.82%	4.54%	5.22%	21.62%
	Amount of growth	8.68	4.24	5.18	-3.08	-2.64	0.76	4.22
	Growth rate	4.87%	6.20%	15.28%	-15.75%	-23.74%	8.45%	11.67%
New Southbound 18 Countries	Amount of money	162.88	67.63	33.90	16.92	6.56	4.43	33.44
	Percentage	100.00%	41.52%	20.81%	10.39%	4.03%	2.72%	20.53%
	Amount of growth	-2.10	2.99	3.24	-1.73	-4.14	-2.43	-0.03
	Growth rate	-1.27%	4.63%	10.57%	-9.28%	-38.69%	-35.42%	-0.09%
U.S.A	Amount of money	238.86	97.45	46.39	26.94	17.56	9.67	40.85
	Percentage	100.00%	40.80%	19.42%	11.28%	7.35%	4.05%	17.10%
	Amount of growth	41.53	13.57	9.25	4.45	5.40	-0.54	9.40
	Growth rate	21.05%	16.18%	24.91%	19.79%	44.41%	-5.29%	29.89%
Europe	Amount of money	199.51	99.37	42.26	22.01	9.34	7.02	19.51
	Percentage	100.00%	49.81%	21.18%	11.03%	4.68%	3.52%	9.78%
	Amount of growth	2.94	12.72	4.73	-1.50	-3.23	-1.35	-8.43
	Growth rate	1.50%	14.68%	12.60%	-6.38%	-25.70%	-16.13%	-30.17%

Notes: 1. The New Southbound 18 countries include the 10 ASEAN countries (Malaysia, Singapore, Indonesia, the Philippines, Thailand, Vietnam, Myanmar, Brunei, Cambodia, Laos), 6 South Asian countries (India, Sri Lanka, Bhutan, Nepal, Bangladesh, Pakistan), and 2 Oceania countries (Australia, New Zealand).

2. Both of "amount of growth" and "growth rate" is compared to 2023.

Table 20 The average daily expenditure per visitor in 2024- by main market
(compared to 2019)

		Unit: USD						
Main Market		Total	Hotel Bills	Meals excluding hotel meals	Local transportation	Entertainment	Miscellaneous expenses	Shopping
All	Amount of money	182.83	76.26	37.35	19.20	9.23	7.33	33.46
	Percentage	100.00%	41.71%	20.43%	10.50%	5.05%	4.01%	18.30%
	Amount of growth	-13.08	-0.36	-1.13	0.45	3.20	3.04	-18.28
	Growth rate	-6.68%	-0.47%	-2.94%	2.40%	53.07%	70.86%	-35.33%
Japan	Amount of money	193.13	85.33	39.30	20.88	10.62	7.55	29.45
	Percentage	100.00%	44.18%	20.35%	10.81%	5.50%	3.91%	15.25%
	Amount of growth	-36.29	-25.07	-4.94	1.52	0.70	1.21	-9.71
	Growth rate	-15.82%	-22.71%	-11.17%	7.85%	7.06%	19.09%	-24.80%
Mainland China	Amount of money	153.97	56.23	30.70	16.06	5.50	12.04	33.44
	Percentage	100.00%	36.52%	19.94%	10.43%	3.57%	7.82%	21.72%
	Amount of growth	-45.66	2.68	1.34	0.39	-0.31	8.06	-57.82
	Growth rate	-22.87%	5.00%	4.56%	2.49%	-5.34%	202.51%	-63.36%
Korea	Amount of money	197.98	82.46	38.72	22.53	12.12	7.44	34.71
	Percentage	100.00%	41.65%	19.56%	11.38%	6.12%	3.76%	17.53%
	Amount of growth	-3.98	-15.12	-1.80	4.80	7.63	1.58	-1.07
	Growth rate	-1.97%	-15.49%	-4.44%	27.07%	169.93%	26.96%	-2.99%
Hong Kong /Macao	Amount of money	186.83	72.66	39.07	16.48	8.48	9.75	40.39
	Percentage	100.00%	38.89%	20.91%	8.82%	4.54%	5.22%	21.62%
	Amount of growth	-21.75	-6.89	-7.21	-4.13	2.86	5.70	-12.08
	Growth rate	-10.43%	-8.66%	-15.58%	-20.04%	50.89%	140.74%	-23.02%
New Southbound 18 Countries	Amount of money	162.88	67.63	33.90	16.92	6.56	4.43	33.44
	Percentage	100.00%	41.52%	20.81%	10.39%	4.03%	2.72%	20.53%
	Amount of growth	-7.58	3.86	-2.41	-3.06	1.06	1.16	-8.19
	Growth rate	-4.45%	6.05%	-6.64%	-15.32%	19.27%	35.47%	-19.67%
U.S.A	Amount of money	238.86	97.45	46.39	26.94	17.56	9.67	40.85
	Percentage	100.00%	40.80%	19.42%	11.28%	7.35%	4.05%	17.10%
	Amount of growth	67.25	24.21	5.86	8.23	12.18	4.88	11.91
	Growth rate	39.19%	33.06%	14.46%	43.99%	226.39%	101.88%	41.15%
Europe	Amount of money	199.51	99.37	42.26	22.01	9.34	7.02	19.51
	Percentage	100.00%	49.81%	21.18%	11.03%	4.68%	3.52%	9.78%
	Amount of growth	52.83	24.08	10.17	3.06	4.12	5.02	6.38
	Growth rate	36.02%	31.98%	31.69%	16.15%	78.93%	251.00%	48.59%

Notes: 1. The New Southbound 18 countries include the 10 ASEAN countries (Malaysia, Singapore, Indonesia, the Philippines, Thailand, Vietnam, Myanmar, Brunei, Cambodia, Laos), 6 South Asian countries (India, Sri Lanka, Bhutan, Nepal, Bangladesh, Pakistan), and 2 Oceania countries (Australia, New Zealand).

2. Both of "amount of growth" and "growth rate" is compared to 2019.

C. In 2024, the average daily expenditure per inbound tour group visitor in Taiwan was US\$200.99, a decrease of 6.17% compared to 2023, restoring to 89.78% of the 2019 level.

In 2024, the average daily expenditure per inbound tour group visitor in Taiwan was US\$200.99, a 6.17% decrease compared to 2023, returning to 89.78% of the pre-pandemic level (2019). This decline may have been due to factors such as global inflation, depreciation of the Japanese yen and Korean won against the New Taiwan Dollar, reduced tour itineraries to Eastern Taiwan caused by the Hualien earthquake, and intensified price competition among destination tour packages. Within the expenditure structure, hotel bills were the highest spending category at US\$85.26 (42.42%), followed by shopping expenses at US\$37.00 (18.41%).

Based on an analysis of the four main markets, inbound tour group visitors from Korea had the highest average daily expenditure in 2024 at US\$215.43 per person, followed by Japan (US\$213.97), Hong Kong/Macao (US\$187.92), and the New Southbound 18 countries (US\$182.66). In terms of shopping expenses, the rankings were: Hong Kong/Macao (US\$47.11), Korea (US\$38.43), New Southbound 18 countries (US\$35.00), and Japan (US\$32.89).

A breakdown of shopping expenses showed that most inbound tour group visitors spent the most on local special products (46.28%), followed by tea (18.70%), and souvenirs or handicraft products (10.83%). Local special products were the top spending category in all four markets. As for the second-highest shopping expense, it was tea for tour group visitors from Japan, Korea, and Hong Kong/Macao, while for the New Southbound 18 countries, it was clothes or accessories.

Inbound tour group visitors from Japan had an average daily expenditure of US\$213.97, a decrease of US\$57.62 (down 21.22%) compared to 2023. Within the expenditure structure, hotel bills saw the largest decrease, down by US\$65.90 (down 42.08%), while local transportation expenses showed the largest increase, up by US\$13.05 (up 73.73%).

Inbound tour group visitors from Korea had an average daily expenditure of US\$215.43, a decrease of US\$37.24 (down 14.74%) compared to 2023. Shopping expenses showed the largest decrease, down by US\$31.44 (down 45.00%), while local transportation expenses had the largest increase, up by US\$9.15 (up 45.86%).

Inbound tour group visitors from Hong Kong/Macao had an average daily expenditure of US\$187.92, a decrease of US\$13.34 (down 6.63%) compared to 2023. Hotel bills recorded the largest decrease, down by US\$24.18 (down 23.97%), while meals excluding hotel meals showed the largest increase, up by US\$6.70 (up 29.58%).

Inbound tour group visitors from the New Southbound 18 countries had an average daily expenditure of US\$182.66, a decrease of US\$4.47 (down 2.39%) compared to 2023. Hotel bills showed the largest decrease, down by US\$15.34 (down 16.32%), while local transportation expenses showed the largest increase, up by US\$10.59 (up 68.90%).

Table 21 The average daily expenditure for each inbound tour group visitor in 2024 – by main market (compared to 2023)

		Unit: USD						
Main Market		Total	Hotel Bills	Meals excluding hotel meals	Local transportation	Entertainment	Miscellaneous expenses	Shopping
All tour group visitors	Amount of money	200.99	85.26	34.31	27.50	7.90	9.02	37.00
	Percentage	100.00%	42.42%	17.07%	13.68%	3.93%	4.49%	18.41%
	Amount of growth	-13.21	-22.79	8.94	10.79	-2.00	1.49	-9.64
	Growth rate	-6.17%	-21.09%	35.24%	64.57%	-20.20%	19.79%	-20.67%
Japan tour group visitors	Amount of money	213.97	90.69	38.56	30.75	7.62	13.46	32.89
	Percentage	100.00%	42.39%	18.02%	14.37%	3.56%	6.29%	15.37%
	Amount of growth	-57.62	-65.90	11.57	13.05	-1.64	-0.04	-14.66
	Growth rate	-21.22%	-42.08%	42.87%	73.73%	-17.71%	-0.30%	-30.83%
Korea tour group visitors	Amount of money	215.43	90.49	34.40	29.10	12.58	10.43	38.43
	Percentage	100.00%	42.00%	15.97%	13.51%	5.84%	4.84%	17.84%
	Amount of growth	-37.24	-20.58	6.46	9.15	-0.27	-0.56	-31.44
	Growth rate	-14.74%	-18.53%	23.12%	45.86%	-2.10%	-5.10%	-45.00%
Hong Kong /Macao tour group visitors	Amount of money	187.92	76.70	29.35	22.06	4.47	8.23	47.11
	Percentage	100.00%	40.81%	15.62%	11.74%	2.38%	4.38%	25.07%
	Amount of growth	-13.34	-24.18	6.70	6.31	-1.08	1.66	-2.75
	Growth rate	-6.63%	-23.97%	29.58%	40.06%	-19.46%	25.27%	-5.52%
New Southbound 18 Countries tour group visitors	Amount of money	182.66	78.65	32.99	25.96	5.04	5.02	35.00
	Percentage	100.00%	43.06%	18.06%	14.21%	2.76%	2.75%	19.16%
	Amount of growth	-4.47	-15.34	7.90	10.59	-6.05	0.36	-1.93
	Growth rate	-2.39%	-16.32%	31.49%	68.90%	-54.55%	7.73%	-5.23%

- Notes: 1. The tour group visitors mean the inbound visitors who chose to make their trip as a " group tour arranged through a travel agency (joined a tour group), with a total sample size of 820 people.
2. The sample sizes for tour group visitors from the U.S.A. (4 persons) and Europe (2 persons) were fewer than 50 and thus not suitable for comparison analysis
3. As of the end of 2024, Mainland China has not yet allowed group tours to Taiwan.
4. Both of "amount of growth" and "growth rate" is compared to 2023.

Table 21 The average daily expenditure for each inbound tour group visitor in 2024 – by main market (compared to 2019)

		Unit: USD						
Main Market		Total	Hotel Bills	Meals excluding hotel meals	Local transportation	Entertainment	Miscellaneous expenses	Shopping
All tour group visitors	Amount of money	200.99	85.26	34.31	27.50	7.90	9.02	37.00
	Percentage	100.00%	42.42%	17.07%	13.68%	3.93%	4.49%	18.41%
	Amount of growth	-22.87	34.69	2.88	11.83	0.13	0.29	-72.69
	Growth rate	-10.22%	68.60%	9.16%	75.49%	1.67%	3.32%	-66.27%
Japan tour group visitors	Amount of money	213.97	90.69	38.56	30.75	7.62	13.46	32.89
	Percentage	100.00%	42.39%	18.02%	14.37%	3.56%	6.29%	15.37%
	Amount of growth	-89.15	-9.79	-19.28	-1.87	-9.78	-4.21	-44.22
	Growth rate	-29.41%	-9.74%	-33.33%	-5.73%	-56.21%	-23.83%	-57.35%
Korea tour group visitors	Amount of money	215.43	90.49	34.40	29.10	12.58	10.43	38.43
	Percentage	100.00%	42.00%	15.97%	13.51%	5.84%	4.84%	17.84%
	Amount of growth	-11.31	15.44	-7.71	7.45	1.85	-7.87	-20.47
	Growth rate	-4.99%	20.57%	-18.31%	34.41%	17.24%	-43.01%	-34.75%
New Southbound 18 Countries tour group visitors	Amount of money	182.66	78.65	32.99	25.96	5.04	5.02	35.00
	Percentage	100.00%	43.06%	18.06%	14.21%	2.76%	2.75%	19.16%
	Amount of growth	-27.96	20.99	-7.01	8.28	-3.73	-3.63	-42.85
	Growth rate	-13.28%	36.40%	-17.53%	46.83%	-42.53%	-41.97%	-55.04%

- Notes: 1. The tour group visitors mean the inbound visitors who chose to make their trip as a " group tour arranged through a travel agency (joined a tour group), with a total sample size of 820 people.
2. As of the end of 2024, Mainland China has not yet allowed group tours to Taiwan.
3. Both of "amount of growth" and "growth rate" is compared to 2019.

Table 23 The average daily expenditure of shopping details for each inbound tour group visitor in 2024 - by main market

Unit: USD

Shopping Details	All tour group visitors		Japan tour group visitors		Korea tour group visitors	
	Amount of money	Percentage	Amount of money	Percentage	Amount of money	Percentage
Total	37.00	100.00%	32.89	100.00%	38.43	100.00%
Clothes or accessories	3.02	8.15%	0.12	0.37%	3.61	9.40%
Jewelry or jade	0.56	1.52%	2.12	6.44%	0.15	0.40%
Souvenirs or handicraft products	4.01	10.83%	3.45	10.48%	4.33	11.27%
Cosmetics or perfumes	1.96	5.30%	0.50	1.51%	0.49	1.28%
Local special products	17.12	46.28%	14.66	44.59%	20.09	52.25%
Tobacco or alcohol	1.51	4.08%	1.55	4.70%	2.56	6.66%
Cosmeceuticals or health food	0.98	2.66%	0.64	1.95%	1.66	4.32%
3C or electronic appliances	0.87	2.35%	0.00	0.00%	0.06	0.15%
Tea	<u>6.92</u>	<u>18.70%</u>	<u>9.85</u>	<u>29.96%</u>	<u>5.45</u>	<u>14.19%</u>
Others	0.05	0.13%	0.00	0.00%	0.03	0.08%

Table 23 The average daily expenditure of shopping details for each inbound tour group visitor in 2024 - by main market(continued.)

Unit: USD

Shopping Details	All tour group visitors		Hong Kong/Macao tour group visitors		New Southbound 18 Countries tour group visitors	
	Amount of money	Percentage	Amount of money	Percentage	Amount of money	Percentage
Total	37.00	100.00%	47.11	100.00%	35.00	100.00%
Clothes or accessories	3.02	8.15%	2.93	6.21%	<u>4.70</u>	<u>13.42%</u>
Jewelry or jade	0.56	1.52%	0.00	0.00%	0.01	0.03%
Souvenirs or handicraft products	4.01	10.83%	3.40	7.22%	4.24	12.12%
Cosmetics or perfumes	1.96	5.30%	1.79	3.79%	4.28	12.22%
Local special products	17.12	46.28%	22.30	47.35%	14.47	41.36%
Tobacco or alcohol	1.51	4.08%	1.59	3.37%	0.61	1.73%
Cosmeceuticals or health food	0.98	2.66%	1.71	3.62%	0.41	1.16%
3C or electronic appliances	0.87	2.35%	0.39	0.82%	2.38	6.81%
Tea	<u>6.92</u>	<u>18.70%</u>	<u>12.91</u>	<u>27.43%</u>	3.82	10.91%
Others	0.05	0.13%	0.09	0.19%	0.08	0.24%

Notes: The tour group visitors mean the inbound visitors who chose to make their trip as a " group tour arranged through a travel agency (joined a tour group).

D. In 2024, the average daily expenditure in Taiwan for each inbound non-tour-group visitor was US\$180.36, an increase of 2.38% compared to 2023, restoring to 95.65% of the 2019 level.

In 2024, the average daily expenditure in Taiwan for each inbound non-tour-group visitor was US\$180.36, an increase of 2.38% compared to 2023, returning to 95.65% of the pre-pandemic level (2019). Within the expenditure structure, hotel bills accounted for the largest share at US\$75.03 (41.60%), followed by meals excluding hotel meals at US\$37.77 (20.94%).

According to the analysis of the seven main markets, the inbound non-tour-group visitors from the U.S.A. had the highest average daily expenditure in Taiwan in 2024 at US\$238.51 per person, followed by Europe (US\$199.01), Korea (US\$191.61), Japan (US\$188.88), Hong Kong/Macao (US\$186.91), the New Southbound 18 countries (US\$159.95), and Mainland China (US\$153.97). In terms of shopping expenses, the rankings were as follows: inbound non-tour-group visitors from the U.S.A. (US\$40.95), Hong Kong/Macao (US\$39.70), Mainland China (US\$33.44), Korea (US\$33.34), the New Southbound 18 countries (US\$33.21), Japan (US\$28.75), and Europe (US\$19.38).

Based on the breakdown of shopping expenses, the majority of inbound non-tour-group visitors spent the most on local special products, accounting for 42.55%, followed by clothes or accessories at 20.81%, and tea at 10.60%. Across the seven main markets, local special products ranked first for all of them. As for the second-highest spending category, it was tea for inbound non-tour-group visitors from Japan and the U.S.A.; clothes or accessories for those from Mainland China, Korea, Hong Kong/Macao, and the New Southbound 18 countries; and souvenirs or handicraft products for those from Europe.

The inbound non-tour-group visitors from Japan had an average daily expenditure per person in Taiwan of US\$188.88, an increase of US\$2.30 (up 1.23%) compared to 2023. Within the expenditure structure, hotel bills recorded the largest increase, up by US\$9.42 (up 12.60%), while shopping expenses recorded the largest decrease, down by US\$5.42 (down 15.86%).

The inbound non-tour-group visitors from Mainland China had an average daily expenditure per person in Taiwan of US\$153.97, an increase of US\$0.82 (up 0.54%) compared to 2023. Within the expenditure structure, meals excluding hotel meals recorded the largest increase, up by US\$4.40 (up 16.73%), while

entertainment expenses recorded the largest decrease, down by US\$4.45 (down 44.72%).

The inbound non-tour-group visitors from Korea had an average daily expenditure per person in Taiwan of US\$191.61, a decrease of US\$12.01 (down 5.90%) compared to 2023. Within the expenditure structure, except for hotel bills, which increased by US\$10.75 (up 15.63%), all other components decreased. Among them, shopping expenses recorded the largest decrease, down by US\$6.49 (down 16.29%).

The inbound non-tour-group visitors from Hong Kong/Macao had an average daily expenditure per person in Taiwan of US\$186.91, an increase of US\$12.16 (up 6.96%) compared to 2023. Within the expenditure structure, hotel bills recorded the largest increase, up by US\$8.58 (up 13.47%), while local transportation expenses recorded the largest decrease, down by US\$4.21 (down 20.95%).

The inbound non-tour-group visitors from the New Southbound 18 countries had an average daily expenditure per person in Taiwan of US\$159.95, a decrease of US\$1.32 (down 0.82%) compared to 2023. Within the expenditure structure, entertainment expenses recorded the largest decrease, down by US\$3.86 (down 36.28%), while hotel bills recorded the largest increase, up by US\$6.30 (up 10.55%).

The inbound non-tour-group visitors from the U.S.A. had an average daily expenditure per person in Taiwan of US\$238.51, an increase of US\$42.31 (up 21.56%) compared to 2023. Within the expenditure structure, all components increased except for miscellaneous expenses, which decreased by US\$0.64 (down 6.20%). Among the increases, hotel bills recorded the largest growth, up by US\$14.75 (up 17.87%).

The inbound non-tour-group visitors from Europe had an average daily expenditure per person in Taiwan of US\$199.01, an increase of US\$3.60 (up 1.84%) compared to 2023. Within the expenditure structure, hotel bills recorded the largest increase, up by US\$13.30 (up 15.47%), while shopping expenses recorded the largest decrease, down by US\$8.20 (down 29.73%).

Table 24 The average daily expenditure for each inbound non-tour-group visitor in 2024 - by main market (compared to 2023)

		Unit: USD						
Main Market		Total	Hotel Bills	Meals excluding hotel meals	Local transportation	Entertainment	Miscellaneous expenses	Shopping
All non-tour-group visitors	Amount of money	180.36	75.03	37.77	18.05	9.43	7.11	32.97
	Percentage	100.00%	41.60%	20.94%	10.01%	5.23%	3.94%	18.28%
	Amount of growth	4.20	8.41	2.53	-2.60	-2.18	-1.32	-0.64
	Growth rate	2.38%	12.62%	7.18%	-12.59%	-18.78%	-15.66%	-1.90%
Japan non-tour-group visitors	Amount of money	188.88	84.21	39.46	18.85	11.24	6.37	28.75
	Percentage	100.00%	44.59%	20.89%	9.98%	5.95%	3.37%	15.22%
	Amount of growth	2.30	9.42	1.94	-2.92	0.96	-1.68	-5.42
	Growth rate	1.23%	12.60%	5.17%	-13.41%	9.34%	-20.87%	-15.86%
Mainland China non-tour-group visitors	Amount of money	153.97	56.23	30.70	16.06	5.50	12.04	33.44
	Percentage	100.00%	36.52%	19.94%	10.43%	3.57%	7.82%	21.72%
	Amount of growth	0.82	4.03	4.40	0.65	-4.45	-0.05	-3.76
	Growth rate	0.54%	7.72%	16.73%	4.22%	-44.72%	-0.41%	-10.11%
Korea non-tour-group visitors	Amount of money	191.61	79.55	40.30	20.12	11.94	6.36	33.34
	Percentage	100.00%	41.52%	21.03%	10.50%	6.23%	3.32%	17.40%
	Amount of growth	-12.01	10.75	-5.70	-4.17	-4.31	-2.09	-6.49
	Growth rate	-5.90%	15.63%	-12.39%	-17.17%	-26.52%	-24.73%	-16.29%
Hong Kong/Macao non-tour-group visitors	Amount of money	186.91	72.29	40.19	15.89	8.92	9.92	39.70
	Percentage	100.00%	38.68%	21.50%	8.50%	4.77%	5.31%	21.24%
	Amount of growth	12.16	8.58	4.69	-4.21	-3.01	0.59	5.52
	Growth rate	6.96%	13.47%	13.21%	-20.95%	-25.23%	6.32%	16.15%
New Southbound 18 Countries non-tour-group visitors	Amount of money	159.95	66.00	34.02	15.61	6.78	4.33	33.21
	Percentage	100.00%	41.26%	21.27%	9.76%	4.24%	2.71%	20.76%
	Amount of growth	-1.32	6.30	2.42	-3.60	-3.86	-2.90	0.32
	Growth rate	-0.82%	10.55%	7.66%	-18.74%	-36.28%	-40.11%	0.97%
U.S.A non-tour-group visitors	Amount of money	238.51	97.27	46.29	26.86	17.46	9.68	40.95
	Percentage	100.00%	40.78%	19.41%	11.26%	7.32%	4.06%	17.17%
	Amount of growth	42.31	14.75	9.01	4.40	5.19	-0.64	9.60
	Growth rate	21.56%	17.87%	24.17%	19.59%	42.30%	-6.20%	30.62%
Europe non-tour-group visitors	Amount of money	199.01	99.25	42.23	21.89	9.25	7.01	19.38
	Percentage	100.00%	49.87%	21.22%	11.00%	4.65%	3.52%	9.74%
	Amount of growth	3.60	13.30	4.72	-1.65	-3.27	-1.30	-8.20
	Growth rate	1.84%	15.47%	12.58%	-7.01%	-26.12%	-15.64%	-29.73%

Notes: 1. The non-tour-group visitors mean all the inbound visitors except the tour group visitors.

2. Both of "amount of growth" and "growth rate" is compared to 2023.

Table 25 The average daily expenditure for each inbound non-tour-group visitor in 2024 - by main market (compared to 2019)

		Unit: USD						
Main Market		Total	Hotel Bills	Meals excluding hotel meals	Local transportation	Entertainment	Miscellaneous expenses	Shopping
All non-tour-group visitors	Amount of money	180.36	75.03	37.77	18.05	9.43	7.11	32.97
	Percentage	100.00%	41.60%	20.94%	10.01%	5.23%	3.94%	18.28%
	Amount of growth	-8.21	-7.00	-1.71	-1.22	3.62	3.73	-5.63
	Growth rate	-4.35%	-8.53%	-4.33%	-6.33%	62.31%	110.36%	-14.59%
Japan non-tour-group visitors	Amount of money	188.88	84.21	39.46	18.85	11.24	6.37	28.75
	Percentage	100.00%	44.59%	20.89%	9.98%	5.95%	3.37%	15.22%
	Amount of growth	-24.46	-28.20	-1.59	2.53	2.84	2.61	-2.65
	Growth rate	-11.47%	-25.09%	-3.87%	15.50%	33.81%	69.41%	-8.44%
Mainland China non-tour-group visitors	Amount of money	153.97	56.23	30.70	16.06	5.50	12.04	33.44
	Percentage	100.00%	36.52%	19.94%	10.43%	3.57%	7.82%	21.72%
	Amount of growth	-41.83	-16.36	-6.13	-4.74	-1.44	7.10	-20.26
	Growth rate	-21.36%	-22.54%	-16.64%	-22.79%	-20.75%	143.72%	-37.73%
Korea non-tour-group visitors	Amount of money	191.61	79.55	40.30	20.12	11.94	6.36	33.34
	Percentage	100.00%	41.52%	21.03%	10.50%	6.23%	3.32%	17.40%
	Amount of growth	-5.55	-22.12	0.36	3.16	8.55	2.87	1.63
	Growth rate	-2.81%	-21.76%	0.90%	18.63%	252.21%	82.23%	5.14%
New Southbound 18 Countries non-tour-group visitors	Amount of money	159.95	66.00	34.02	15.61	6.78	4.33	33.21
	Percentage	100.00%	41.26%	21.27%	9.76%	4.24%	2.71%	20.76%
	Amount of growth	-6.92	1.75	-1.87	-4.60	1.55	1.51	-5.26
	Growth rate	-4.15%	2.72%	-5.21%	-22.76%	29.64%	53.55%	-13.67%

Notes: 1. The non-tour-group visitors mean all the inbound visitors except the tour group visitors.

2. Both of "amount of growth" and "growth rate" is compared to 2019.

Table 26 The average daily expenditure of shopping details for each inbound non-tour-group visitor in 2024 - by main market

Unit: USD

Shopping Details	All non-tour-group visitors		Japan non-tour-group visitors		Mainland China non-tour-group visitors	
	Amount of money	Percentage	Amount of money	Percentage	Amount of money	Percentage
Total	32.97	100.00%	28.75	100.00%	33.44	100.00%
Clothes or accessories	<u>6.86</u>	<u>20.81%</u>	2.46	8.57%	<u>5.45</u>	<u>16.31%</u>
Jewelry or jade	0.40	1.20%	0.32	1.10%	0.25	0.76%
Souvenirs or handicraft products	3.39	10.29%	3.84	13.36%	2.40	7.17%
Cosmetics or perfumes	1.69	5.14%	0.60	2.07%	2.59	7.76%
Local special products	14.04	42.55%	15.79	54.90%	12.27	36.66%
Tobacco or alcohol	1.32	4.01%	0.76	2.65%	1.90	5.67%
Cosmeceuticals or health food	0.69	2.10%	0.12	0.41%	2.70	8.07%
3C or electronic appliances	0.88	2.67%	0.21	0.74%	0.82	2.46%
Tea	3.49	10.60%	<u>4.36</u>	<u>15.18%</u>	5.06	15.13%
Others	0.21	0.63%	0.29	1.02%	0.00	0.01%

Table 26 The average daily expenditure of shopping details for each inbound non-tour-group visitor in 2024 - by main market (continued 1)

Unit: USD

Shopping Details	All non-tour-group visitors		Korea non-tour-group visitors		Hong Kong/ Macao non-tour-group visitors	
	Amount of money	Percentage	Amount of money	Percentage	Amount of money	Percentage
Total	32.97	100.00%	33.34	100.00%	39.70	100.00%
Clothes or accessories	<u>6.86</u>	<u>20.81%</u>	<u>7.96</u>	<u>23.87%</u>	<u>8.42</u>	<u>21.22%</u>
Jewelry or jade	0.40	1.20%	0.07	0.22%	0.02	0.05%
Souvenirs or handicraft products	3.39	10.29%	3.77	11.31%	3.65	9.19%
Cosmetics or perfumes	1.69	5.14%	0.64	1.91%	2.16	5.43%
Local special products	14.04	42.55%	15.82	47.46%	20.21	50.90%
Tobacco or alcohol	1.32	4.01%	1.47	4.40%	0.73	1.84%
Cosmeceuticals or health food	0.69	2.10%	0.43	1.28%	0.52	1.32%
3C or electronic appliances	0.88	2.67%	0.16	0.48%	0.27	0.68%
Tea	3.49	10.60%	2.93	8.79%	3.20	8.06%
Others	0.21	0.63%	0.09	0.28%	0.52	1.31%

Table 26 The average daily expenditure of shopping details for each inbound non-tour-group visitor in 2024 - by main market (continued 2)

Unit: USD

Shopping Details	All non-tour-group visitors		New Southbound 18 Countries non-tour-group visitors		U.S.A non-tour-group visitors	
	Amount of money	Percentage	Amount of money	Percentage	Amount of money	Percentage
Total	32.97	100.00%	33.21	100.00%	40.95	100.00%
Clothes or accessories	<u>6.86</u>	<u>20.81%</u>	<u>10.52</u>	<u>31.67%</u>	3.02	7.37%
Jewelry or jade	0.40	1.20%	0.37	1.11%	2.09	5.11%
Souvenirs or handicraft products	3.39	10.29%	2.49	7.49%	5.14	12.55%
Cosmetics or perfumes	1.69	5.14%	2.42	7.30%	1.60	3.91%
Local special products	14.04	42.55%	12.71	38.31%	10.95	26.77%
Tobacco or alcohol	1.32	4.01%	0.97	2.91%	4.16	10.15%
Cosmeceuticals or health food	0.69	2.10%	0.60	1.82%	1.63	3.98%
3C or electronic appliances	0.88	2.67%	0.92	2.76%	3.88	9.47%
Tea	3.49	10.60%	2.12	6.37%	<u>8.24</u>	<u>20.11%</u>
Others	0.21	0.63%	0.09	0.26%	0.24	0.58%

Table 26 The average daily expenditure of shopping details for each inbound non-tour-group visitor in 2024 - by main market (continued.)

Unit: USD

Shopping Details	All non-tour-group visitors		Europe non-tour-group visitors	
	Amount of money	Percentage	Amount of money	Percentage
Total	32.97	100.00%	19.38	100.00%
Clothes or accessories	<u>6.86</u>	<u>20.81%</u>	2.10	10.83%
Jewelry or jade	0.40	1.20%	0.00	0.00%
Souvenirs or handicraft products	3.39	10.29%	<u>4.18</u>	<u>21.63%</u>
Cosmetics or perfumes	1.69	5.14%	1.40	7.21%
Local special products	14.04	42.55%	6.27	32.42%
Tobacco or alcohol	1.32	4.01%	1.71	8.80%
Cosmeceuticals or health food	0.69	2.10%	0.37	1.89%
3C or electronic appliances	0.88	2.67%	1.02	5.24%
Tea	3.49	10.60%	2.26	11.64%
Others	0.21	0.63%	0.07	0.34%

Note: Non-tour-group tour refers to all visitors except group tour visitors.

E. A total of 23.22% of the inbound visitors had used the tax refund service, and 99.48% of them thought the procedures were convenient.

Among the inbound visitors surveyed, 23.22% had used the tax refund service, and 99.48% of them thought the procedures were convenient.

By main purpose of visit, 22.88% of inbound visitors with sightseeing as their main purpose had used the tax refund service, and 99.50% of them thought the procedures were convenient.

Table 22 The tax refund conditions for the inbound visitors in 2024 – by main purpose
Unit: %

Main Purpose	Applied for tax refund	Thought the procedures were convenient
All Purposes	23.22	99.48
Sightseeing	22.88	99.50
Business	23.21	99.49
International conference or exhibition	36.11	100.00
Visiting friends or relatives	23.65	99.31
Studies	20.00	100.00
Medical treatment	17.78	100.00
Others	17.24	100.00

Note: The sample size for visitors with studies purposes (5 persons), medical treatment (45 persons), and others (29 persons) is less than 50 persons; their values are for reference only.

V. Analysis of Inbound Visitors' Satisfaction

A. A total of 99% of the inbound visitors were satisfied with their overall experience in Taiwan.

Inbound visitors were generally satisfied with Taiwan's tourism convenience, environment internationalization, and safety. Among all items, "Friendliness of Taiwan people" received the highest satisfaction score at 4.72.

Table 28 The overall satisfaction of the inbound visitors during this trip to Taiwan in 2024

Item		Mean	Standard Deviation
Convenience	Local transportation	4.63	0.53
	Communication/Internet facilities	4.60	0.54
	Access to tourism information	4.58	0.54
	Entry permit and customs clearance procedures	4.40	0.60
Environment Internationalization	Friendliness of Taiwan people	4.72	0.48
	Clearness of road signs and public facilities signs	4.37	0.66
	Access to services in language	4.31	0.75
Safety	Safety of social environments	4.68	0.48
	Safety of recreational environment	4.62	0.53
	Safety of accommodation facilities	4.62	0.53
	Good food hygiene	4.49	0.60
Total	Overall satisfaction	4.61	0.50

Note: Likert 5 point scale: 1=very poor, 2=poor, 3=fair, 4=good, 5=excellent.

B. A total of 99.80% of the inbound visitors were willing to revisit Taiwan, and the likely purpose of their next trip would be sightseeing. A total of 99.89% of the inbound visitors will recommend friends or relatives to visit Taiwan.

A total of 99.80% of the inbound visitors said they were willing to come back to Taiwan. Among them, the most likely purpose for their next visit would be sightseeing (78.66%), followed by business (10.31%) and visiting friends or relatives (9.61%). In addition, 99.89% of the inbound visitors stated that they would recommend friends or relatives to visit Taiwan.

Table 29 The main purpose of the inbound visitors to revisit Taiwan in 2024

Unit: %

Main purpose	Total	Sightseeing	Visit relatives/ friends	Business	International conference/ exhibition	Studies	Medical Treatment	Others
Percentage	100.00	78.66	10.31	0.70	9.61	0.03	0.61	0.08

Table 30 The willingness of the inbound visitors to recommend friends or relatives to visit Taiwan in 2024

Unit: %

Will you recommend friends or relatives to visit Taiwan	Total	Yes	No
Percentage	100.00	99.89	0.11

C. Taiwan’s “culinary delights,” “night markets sightseeing,” “natural landscape,” “local friendliness and hospitality,” and “historical relics” were the most impressive parts of Taiwan for inbound visitors.

The most impressive parts of Taiwan during this trip were culinary delights (90.66%), night markets sightseeing (76.01%), natural landscape (65.77%), local friendliness and hospitality (49.11%), and historical relics (35.88%), etc.

Table 31 Ranking of the deepest impression of Taiwan as thought of by inbound visitors in 2024

Unit: %

Ranking	Item	Relative Percentage	Ranking	Item	Relative Percentage
1	Culinary delights	90.66	10	Hot springs	12.11
2	Night markets sightseeing	76.01	11	Religious culture	8.93
3	Natural landscape	65.77	12	Cycling fun	2.84
4	Local friendliness and hospitality	49.91	13	Book stores	2.04
5	Historical relics	35.88	14	Festival activities	1.51
6	Famous local products	29.27	15	Aboriginal culture	1.28
7	Convenience stores	28.81	16	The accommodation experience (hotels or guest houses, etc.)	1.25
8	Night life	19.70	17	Health care	1.22
9	Tourist spots (including amusement park)	12.57	18	Others	1.47

Note: This was a multiple-response question.

D. A total of 93% of the inbound visitors were satisfied with their hotel accommodation, and 84% were satisfied with their stay at guest houses (or B&Bs).

The main accommodation for the inbound visitors was hotels (89.71%), followed by the home of relatives or friends (15.88%), and guest houses (or B&Bs) (7.42%). The overall satisfaction rate (very satisfied & satisfied) was 93.56% for hotel stays and 84.72% for guest house (or B&B) stays.

Table 32 Accommodation type of the inbound visitors in 2024

Unit: %

Accommodation Type	Relative Percentage
Hotel	89.71
The home of relatives or friends	15.88
Guest houses (or B&B)	7.42
Dormitory	0.41
Rental apartments	0.12
Temples, seminaries, or churches	0.06
Other	0.06

Note: This was a multiple-response question. The percentages represent the relative proportion of visitors who selected each type of accommodation, not the frequency of stays.

E. A total of 99% of the inbound tour group visitors were satisfied with their overall impressions of the travel agencies and the services of the tour guides.

A total of 98.54% of the inbound tour group visitors were satisfied with the services provided by the travel agencies and the tour guides, while only 0.24% expressed dissatisfaction.

Table 33 Overall Satisfaction with the Local Travel Agencies and Tour Guide Services among Inbound Tour Group Visitors in 2024

Unit: %

Row Percentage	Total	Satisfaction Level			Neutral	Dissatisfaction Level		
		Total	Very satisfied	Satisfied		Total	Dissatisfied	Very dissatisfied
Overall satisfaction with local travel agencies and tour guide services	100.00	98.54	25.37	73.17	1.22	0.24	0.24	-

Notes: 1. "-" indicates no sample cases.

2. There were only two dissatisfied responses: one about meal arrangements and the other about the quality of guided explanations.

F. The most commonly used means of transportation by inbound visitors in Taiwan were the MRT, taxis, and trains (Taiwan Railways). The overall satisfaction rate with the transportation services they used reached 98.34%.

Among inbound visitors, the most frequently used means of transportation in Taiwan were the MRT (76.13%), followed by taxis (50.51%) and trains (37.33%). The overall satisfaction rate with the means of transportation they had taken or employed in Taiwan was 98.34%.

Table 34 Modes of transportation used and satisfaction levels of inbound visitors in 2024

Unit: %

Mode of Transportation	Relative Percentage of Usage
MRT	76.13
Taxi	50.51
Train	37.33
Bus	33.99
High Speed Rail	17.21
Coach	15.77
Uber(diversified taxi)	14.55
Ferry	5.79
Car rental	4.59
Public bicycles	3.10
Airplane	0.60
Other	16.54

Notes: 1. This was a multiple-response question. The percentages represent the relative proportion of visitors who selected each type of transportation, not the frequency of use.

2. "Bus" include Taiwan Tourist Shuttle Bus, double decker sightseeing bus, etc.

3. "Others" include chartered cars, friends' or relatives' cars, company cars, cable cars, hotel transfers, etc.

Table 35 Overall satisfaction with the means of transportation taken or employed by inbound visitors in Taiwan in 2024

Unit: %

Row Percentage	Total	Satisfaction Level			Neutral	Dissatisfaction Level		
		Total	Very satisfied	Satisfied		Total	Dissatisfied	Very dissatisfied
Overall satisfaction with the means of transportation taken or employed	100.00	98.34	57.42	40.92	1.00	0.66	0.60	0.06

Notes: A total of 44 respondents expressed dissatisfaction, with the most common complaint regarding public and private coaches (22 persons), followed by taxis (15 persons).

G. A total of 81.10% of the inbound visitors expressed willingness to carry out low-carbon travels in the future.

A total of 81.10% of the inbound visitors expressed that they are “willing” to carry out low-carbon travels in the future, while 15.89% answered “without any knowledge/no idea,” and only 3.01% indicated “unwilling.”

Table 36 Willingness of Inbound Visitors to Carry Out Low-carbon Travels

Unit: %				
Willingness to Carry Out Low-carbon Travels	Total	Willing	Unwilling	Without any knowledge / No idea
Percentage	100.00	81.10	3.01	15.89

VI. Analysis of Basic Information on Inbound Visitors

A. The largest occupational group among inbound visitors was clerical support workers.

Among inbound visitors, the largest occupational group was clerical support workers (19.01%), followed by professionals (15.88%) and service and sales workers (14.11%).

B. The highest level of education among inbound visitors was college or university, while the most common annual income range was US\$15,000–29,999.

The highest level of education among inbound visitors was college or university (68.64%). The average annual income of inbound visitors was approximately US\$29,938.76. The most common income range was US\$15,000–29,999 (25.00%), followed by US\$10,000–14,999 (18.02%), and US\$30,000–39,999 (16.30%).

壹、調查動機與目的

觀光署為主管國內外觀光、旅遊相關業務之中央行政機構，透過定期有系統之來臺旅客消費及動向調查，獲得旅客來臺相關資訊，以做為政策研擬及輔導相關單位之依據。

本調查主要目的在瞭解 113 年間來臺旅客旅遊動機、動向和在臺期間之消費行為及對我國之觀感與滿意程度，並估算來臺旅客觀光支出，以供相關單位訂定觀光宣傳推廣策略、規劃與改善觀光設施及提昇服務品質之參考，如下表 1-1 所示：

表 1-1 調查目的與說明

調查目的	說明
1. 估算年度觀光支出與來臺旅客消費概況	藉由調查資料收集，可以瞭解來臺旅客的消費金額，並估算 113 年來臺旅客觀光支出。
2. 瞭解來臺旅客結構、特性、旅遊決策與動向，並進一步做市場區隔	(1) 調查來臺旅客的基本資料、來臺前參考的資訊、吸引來臺觀光因素、來臺旅客在臺參與的活動、遊覽景點及最喜歡的景點等項目，可提供旅行社、旅館等相關事業來臺旅客資訊，做為其營運決策、行銷管理之參考依據，以提供更吸引來臺旅客的旅遊環境。 (2) 就基本資料、性別及主要市場等不同特性之旅客，進一步分析其決策與動向，做為管理決策參考。
3. 瞭解來臺旅客消費概況	分析來臺旅客消費概況及其變動，探討其變動可能因素。
4. 瞭解旅客對我國觀光環境之滿意度	調查來臺旅客的整體及各面向滿意度，包含觀光便利性、觀光環境國際化及環境安全性等構面，提供相關單位管理參考。
5. 提供旅遊業者與政府相關資訊	(1) 調查來臺旅客對旅館與民宿的滿意程度，提供業者參考。 (2) 調查觀光團體旅客對旅行社及導遊服務整體滿意度，提供相關單位參考。 (3) 調查旅客在臺灣境內搭乘或使用的交通工具及整體滿意度，提供業者與政府相關單位參考。
6. 旅客對我國深刻的印象	調查來臺旅客對我國留下深刻印象的項目，以供國際行銷參考。
7. 提供相關單位訂定營運發展方向與決策參考	(1) 分析來臺旅客旅遊不滿意原因，做為相關單位管理改善的參考。 (2) 透過開放式問項之分析整理，瞭解旅客在問卷之外的意見，提供相關單位參考。

貳、調查實施計畫

一、調查對象

民國 113 年 1 月 1 日至 12 月 31 日間入境之外籍與華僑旅客(不含過境之外籍、華僑旅客)。

二、調查項目

依據調查目的之需要，將調查項目分為以下 9 類別，如下表 2-2-1 所示。

表 2-2-1 調查項目

類 別	細 項
1.旅客基本資料	(1)國籍 (2)居住地 (3)年齡 (4)最高學歷 (5)年收入 (6)工作別 (7)性別
2.旅遊決策	(1)最近5年來臺次數 (2)來臺多久前開始計劃行程 (3)來臺目的 (4)吸引旅客來臺觀光原因 (5)旅行安排方式 (6)來臺灣後，是否有選擇本地旅行社安排的行程
3.觀光資訊	(1)旅客來臺前是否看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導 (2)旅客來臺前在何處看過臺灣觀光宣傳 (3)影響旅客決定來臺觀光的宣傳管道 (4)影響旅客決定來臺觀光的資訊內容

類 別	細 項
4.旅遊動向	(1)在臺停留夜數 (2)在臺參與活動項目 (3)遊覽景點，最喜歡景點及原因 (4)在臺境內搭乘的交通工具及整體滿意度 (5)再度來臺意願及目的 (6)推薦親友來臺旅遊意願 (7)對臺灣留下深刻印象的項目 (8)進行低碳旅行意願
5.消費概況	(1)預付費用項目與金額 (2)在臺消費支出金額及結構 (3)購買物品 (4)使用購物退稅情形 (5)購物退稅手續是否簡便
6.觀光團體旅客對旅行社及導遊服務之滿意度	(1)旅行社及導遊服務整體滿意度 (2)旅行社安排的購物服務觀感
7.旅客對住宿地點之整體滿意度	(1)住宿地點 (2)對住宿旅館之整體滿意度 (3)對住宿民宿之整體滿意度
8.來臺經驗滿意度	(1)觀光便利性 (2)觀光環境國際化 (3)環境安全性 (4)整體滿意度
9.開放式意見	

三、調查方法

(一) 執行流程

本調查的執行流程可分為「前置作業」、「調查執行」及「資料處理與分析」3部分，如下圖所示：

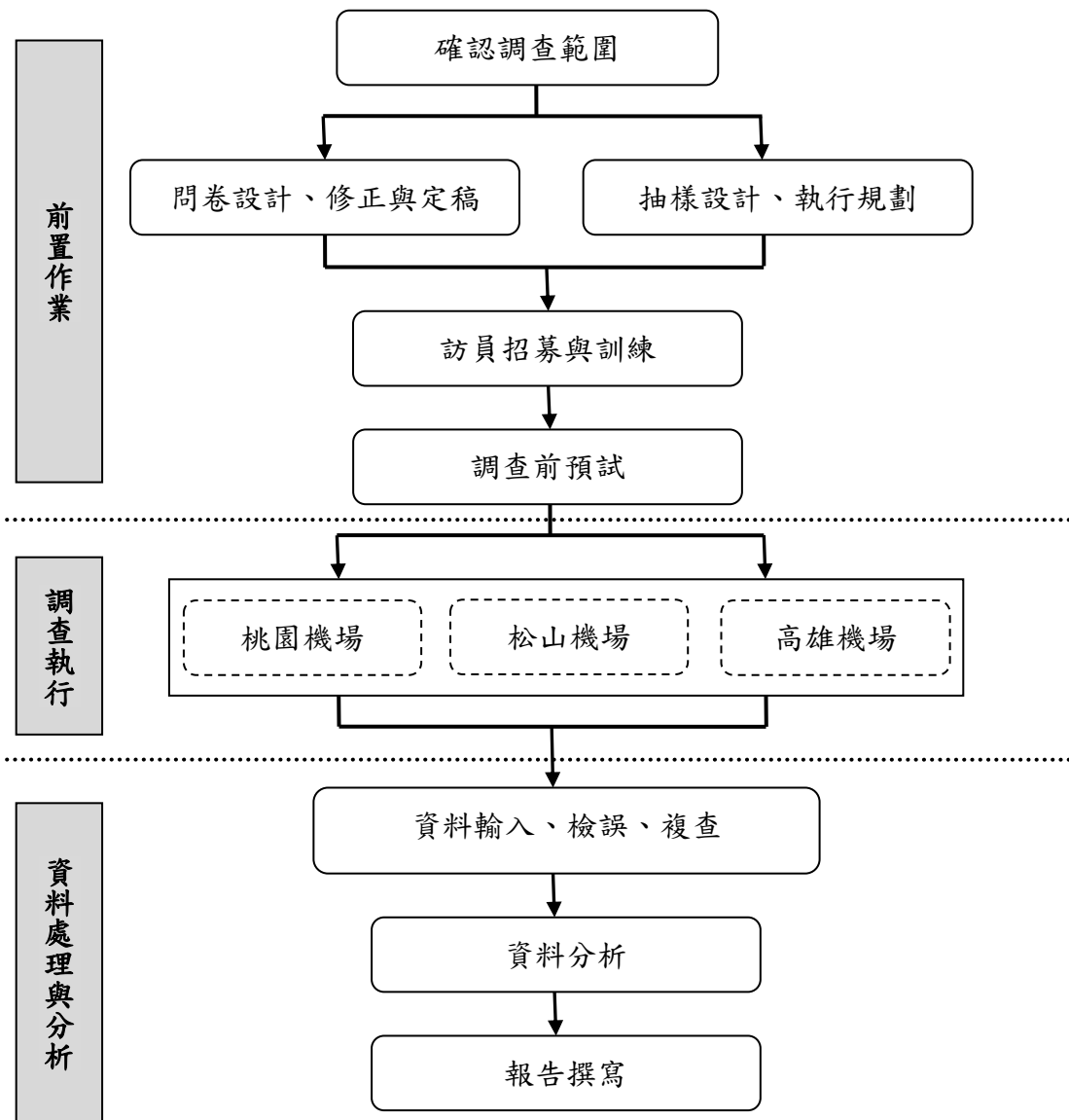


圖 2-3-1 執行流程

（二）調查時間

本調查訪問時間自民國 113 年 1 月 1 日起至 12 月 31 日止。

（三）調查地點

調查地點分為臺灣桃園國際機場第 1 和第 2 航站、臺北松山機場、高雄國際機場 3 處，於機場航空公司報到處進行調查。

（四）調查方式

採用面對面訪問方式，派精通英、日、韓、泰、印、越、俄語等訪員前往調查地點，直接對旅客進行訪視，並於訪視後贈送小禮物，以提高旅客受訪率。

（五）抽樣設計

1. 來臺旅客調查樣本

本調查主要目的為估算來臺旅客觀光支出，因此找到影響觀光外匯收入的 4 個變數，「居住地」、「性別」、「年齡」和「月份」作為「抽樣控制特徵」。

基於母體結構的特殊性、調查成本及可行性等考量，本調查採用配額抽樣，訪員於執行調查時，依據樣本分層結構及作業流程抽取訪問對象。以交通部觀光署提供之旅客居住地、性別、年齡和月份的公務統計資料為樣本配置基礎。

考慮 112 年各月來臺旅客走勢與疫情前的 108 年類似，但因內政部移民署於本調查初期尚無全年結構可供參照；又我國截至 112 年 11 月底尚未開放中國大陸人士來臺。基於以上考量，113 年調查各月旅客配額乃依 108 年各月排除中國大陸居住地後的來臺旅客結構進行配置，得出各月應配置之樣本數。

其次，在「居住地」、「性別」、「年齡」部分，受港澳自由行開放影響，112 年第 1 季與 4 月後旅客結構居住地有較大差異，而 4 月之後旅客結構較為平穩，若以 112 年全年累計結構做為 113 年樣本配置基礎，恐有部分偏差。

故於 113 年 1 月至 3 月調查以 108 年來臺旅客排除中國大陸居住地人次的「居住地」、「性別」、「年齡」比率配置應完成之樣本數。113 年 4 月後，再依內政部移民署 113 年 1 月至 12 月所產出最新「累計至前兩個月各居住地來臺旅客人次」公務統計資料，按比率配置當月份各居住地之樣本數；最後依據「累計至前兩個月來臺旅客人次-按居住地、年齡別及性別分」公務統計資料，按比率配置當月份各居住地之性別與年齡之樣本數，滾動調整配額。

2. 樣本數之配置與抽取

(1) 樣本數之設定

本調查樣本分為日本、大陸、韓國、港澳、新加坡、馬來西亞、印尼、菲律賓、泰國、越南、印度、美國、德英法、歐洲其他地區(包括俄羅斯等)、紐澳、其他地區，共 16 個居住地進行配置，並分析日本、大陸、韓國、港澳、新南向 18 國、歐洲及美國等主要市場之消費及動向狀況。

- 新南向 18 國包括：新加坡、馬來西亞、泰國、印尼、越南、菲律賓、緬甸、寮國、柬埔寨、尼泊爾、印度、斯里蘭卡、孟加拉、汶萊、不丹、巴基斯坦、紐西蘭、澳洲。
- 其他地區包括：非洲、南美洲、中東（如卡達、沙烏地阿拉伯、以色列、埃及等國）、中亞（如哈薩克、烏茲別克等國）、加拿大、土耳其等。

當樣本充分大時，樣本比率的分配近似常態分配，設定顯著水準 $\alpha=0.05$ ，可得樣本數為 $n = \left(\frac{z_{\alpha/2}}{2d} \right)^2$ ，其中 d 為抽樣誤差，表 2-3-1 為給定抽樣誤差下，所需調查的樣本數。本調查抽樣共計 6,620 份，代表抽樣誤差小於 0.013。且除嚴格控制樣本特徵外，本調查抽樣時更以調查基準日控制樣本比率，預期抽樣誤差會小於實際誤差。

表 2-3-1 抽樣誤差與所需要抽樣的樣本數

d	n
0.01	9,604
0.011	7,937
0.012	6,669
0.013	5,683
0.014	4,900

(2) 樣本數之配置

本調查採用配額抽樣法，主要是基於：來臺旅客母體結構的特殊屬性、調查成本及抽樣可行性的考量等 3 個因素。訪員取樣時儘量符合作業標準及樣本比率之控制，執行調查訪問。

由於考慮以居住地、來臺性別、年齡及月份作為控制特徵。該 4 個控制特徵變數詳細分類為：旅客居住地有日本、大陸、韓國、港澳、新加坡、馬來西亞、印尼、菲律賓、泰國、越南、印度、美國、德英法、歐洲其他(包括俄羅斯等)、紐澳、其他地區共 16 類；性別為男性及女性；年齡分為未滿 30 歲、30 歲至未滿 50 歲、50 歲以上等 3 類；月份則為 1 至 12 月。

本計畫調查地點分為臺灣桃園國際機場、臺北松山機場、高雄國際航空站 3 處，參考公務統計之來臺旅客人次，依比率配置樣本。

(3) 樣本抽取

本調查以 7 天為一段，4 個星期為一週期，每星期 2 個調查基準日控制樣本比率。另各調查日分為 2 個調查單元時間，7 時至 14 時 59 分為第 1 單元時間，15 時 00 分至 23 時為第 2 單元時間。抽取過程設計目的在制訂作業標準，以接近隨機性。

- 每週期第 1 星期的星期日、星期二，第 2 星期的星期一、星期四，第 3 星期的星期三、星期六，第 4 星期的星期五為調查基準日。
- 奇數週期中如調查基準日屬於星期日、星期一、星期三、星期五時，調查第 1 單元時間，調查基準日屬於星期二、星期四、星期六時，則調查第 2 單元時間。偶數週期中如調查基準日屬於星期二、星期四、星期六時，調查第 1 單元時間，調查基準日屬於星期日、星期一、星期三、星期五時，則調查第 2 單元時間，餘類推。每一調查基準日調查時間內的所有離境機次隨機抽樣。在樣本數分配方面，因第 1 單元時間離境機次較少，故第 1 單元時間調查的樣本數比第 2 單元調查時間略少。
- 臺北松山機場及高雄國際機場因配置樣本較少，採每月 2 至 3 個調查基準日抽取，同樣區分為 2 個單元時間。
- 調查基準日應抽出樣本，若不符控制特徵應抽數或因天候、災害等導致調查基準日離境機次為零時，將順延於第 2 天同一單元時間內補充。

表 2-3-2 樣本調查基準日之配置原則

週 序	一	二	三	四
第1單元	星期日	星期一	星期三	星期五
第2單元	星期二	星期四	星期六	

註：第2週期以星期一、四為第1週，以此類推。

每一週期中星期日至星期六的每一天皆控制調查基準日之樣本比率，調查第 1 或第 2 單元時間，因此可以估計月平均消費。

奇數週期與偶數週期調查第 1 單元與第 2 單元時間對調，2 個週期中星期日至星期六的每一天皆安排調查第 1 及第 2 單元時間，因此可以更穩定估計季平均消費。

四、資料分析

（一）資料建檔與檢誤

現場完成調查後，將交由現場督導覆核及彙整調查表，回收後的調查表將由總督導抽核進卷及審核員檢視以控管資料品質，檢視內容包含是否有邏輯錯誤、漏答比例超過 10%、勾選不正確等情況，若漏答比例過高及有邏輯錯誤之問卷將判定為廢卷，審核無誤之問卷方交由建檔人員進行資料鍵入，完成建檔之資料將再交由審核員抽取後與問卷交叉比對，確保資料輸入之正確性。

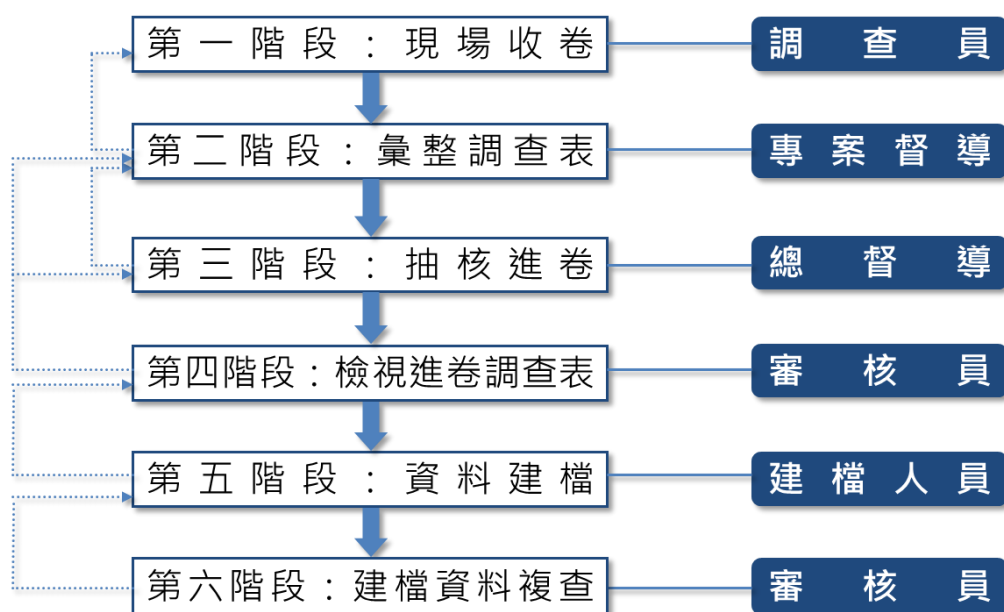


圖 2-4-1 資料建檔、檢誤流程

資料完成建檔、檢誤後，將以 SPSS 統計軟體進行統計分析，探查各變項之分布情形，瞭解資料相關性。同時進行個別變數樣本代表性分析，以評估資料品質。確認資料品質後，分析旅客特性、市場特性，並以近 5 年資料做變化分析，瞭解旅客來臺消費概況及旅遊動向之變化。

(二) 分析架構

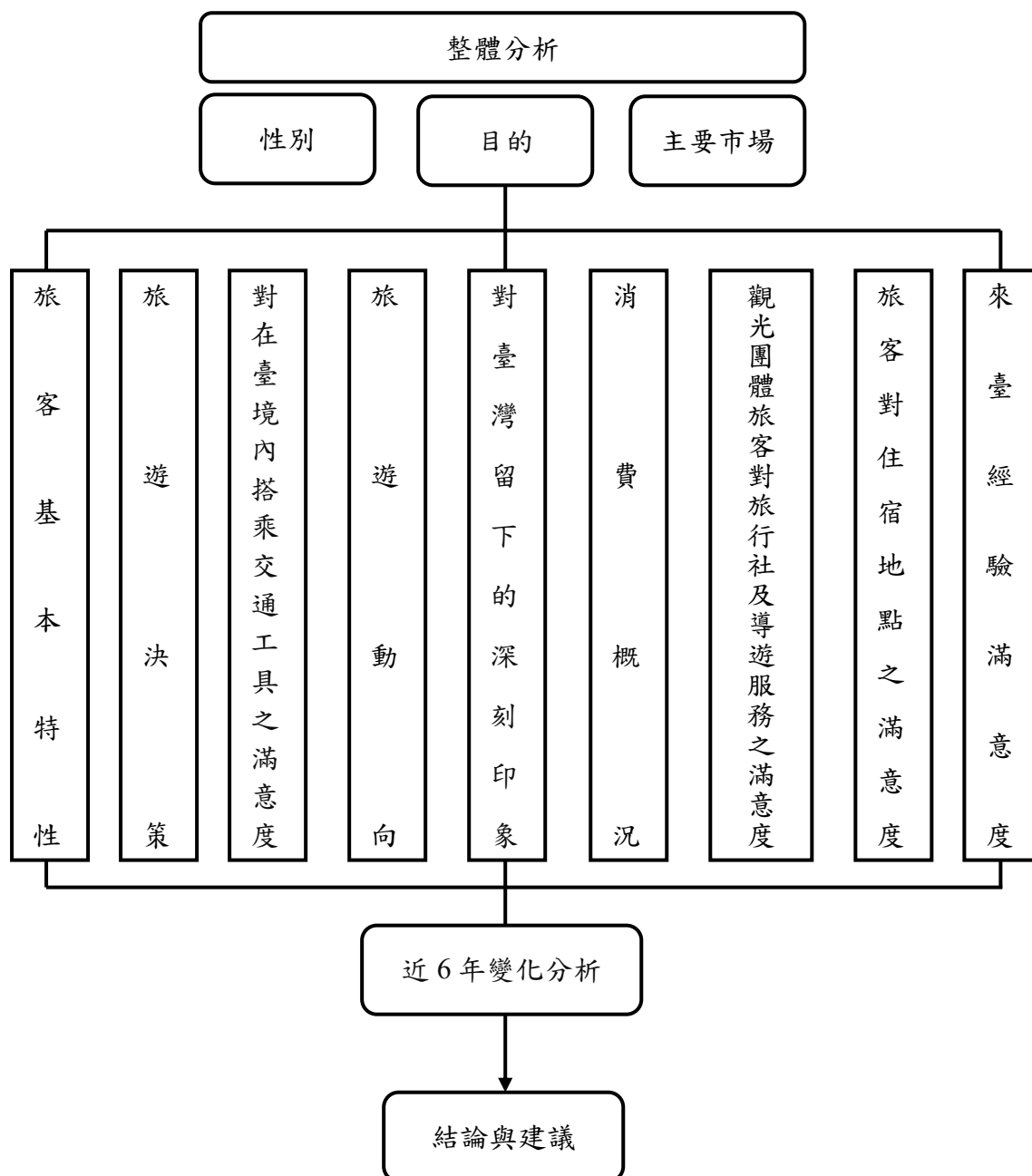


圖 2-4-2 分析架構

(三) 分析項目

1. 整體分析

表 2-4-1 整體分析項目與內容

分析項目	分析內容
(1)旅客基本特性	利用各種資訊，藉以分析本年度來臺旅客的基本背景變化。
(2)旅遊決策分析	藉由旅客考慮因素及資訊的獲得，以瞭解本年度來臺旅客作旅遊決策的特性。
(3)來臺動向分析	藉由本項分析以瞭解來臺旅客在國內參與的活動、遊覽景點及最喜歡的景點、深刻的印象、搭乘交通工具及滿意度、低碳旅行意願、再訪及推薦意願。
(4)對臺灣留下的深刻印象	本項分析可以瞭解旅客依這次來臺經驗或體驗，對臺灣留下的深刻印象，作為國際行銷參考。
(5)消費概況分析	本項分析可瞭解旅客的消費概況，進行消費金額估算，作為估計我國觀光支出的參考，並進行消費結構分析。再針對特殊消費群旅客進行分析，作為刺激消費之策略參考。
(6)觀光團體旅客對旅行社及導遊服務之滿意度	包括對旅行社和導遊服務之滿意度，及購物觀感提供相關單位參考。
(7)旅客對住宿地點之整體滿意度	包含旅客住宿地點及對旅館、民宿之整體滿意度，可提供旅館和民宿業者參考。
(8)旅客對在臺境內搭乘交通工具之滿意度分析	提供交通部及相關業者參考。
(9)旅客對觀光環境之滿意度	本項分析可以瞭解旅客對觀光環境之滿意度，包括觀光便利性、觀光環境國際化及環境安全性等構面，以及整體滿意度。

2. 就不同特性分析

表 2-4-2 不同特性分析項目與內容

分析項目	分析內容
(1)依基本特性分	瞭解不同基本特性旅客的旅遊動向與消費狀況，如年齡、工作別、年收入等。
(2)依性別分	瞭解不同性別旅客之旅遊動向與消費狀況，提供作為相關單位決策依據。
(3)依來臺目的分	瞭解不同來臺目的旅客之旅遊動向與消費狀況，提供作為相關單位決策依據。
(4)依主要市場分	瞭解不同主要市場旅客之旅遊動向與消費狀況，提供作為相關單位決策依據。

3. 近 6 年變化分析

表 2-4-3 近 6 年變化分析項目與內容

分析項目	分析內容
依來臺旅客特性及主要市場之近6年變化分析	就來臺旅客不同特性及主要市場的旅客旅遊決策、動向與消費狀況等進行近6年比較分析，主要以108年、110年、112年、113年進行分析。

4. 開放式意見整理

5. 結論與建議

（四）消費金額之估算

平均每人每日總消費金額、平均每人每日各細項消費金額及觀光支出等有關旅客消費金額之估算公式，詳見附件二。

五、調查限制

本調查由於來臺旅客母體結構的特殊屬性，並受限於母體資料的取得、調查成本及調查實務操作的可行性等條件限制，調查所得的樣本結構與理論上的母體結構必然存在差異，主要 3 點原因說明如下：

1. 來臺旅客的母體結構，受到各主要市場的觀光政策、貨幣政策與經濟情勢，以及 COVID-19 疫情等諸多因素影響，使母體結構每年均有相當的差異，因此本調查並無理論上的穩定母體結構。
2. 本調查的母體資料來源為交通部觀光署之統計月報，其原始資料來源為內政部入出國及移民署之公務統計，因此本調查取得各月母體資料時間落後樣本配置時間約 2 個月；此外，每個月的母體結構與累積至當月的母體結構也有相當差異。
3. 基於調查成本考量，本調查僅在臺灣桃園國際機場、臺北松山機場、高雄國際航空站進行調查，雖已涵蓋多數的來臺旅客，仍未涵蓋其他出境機場與港口。

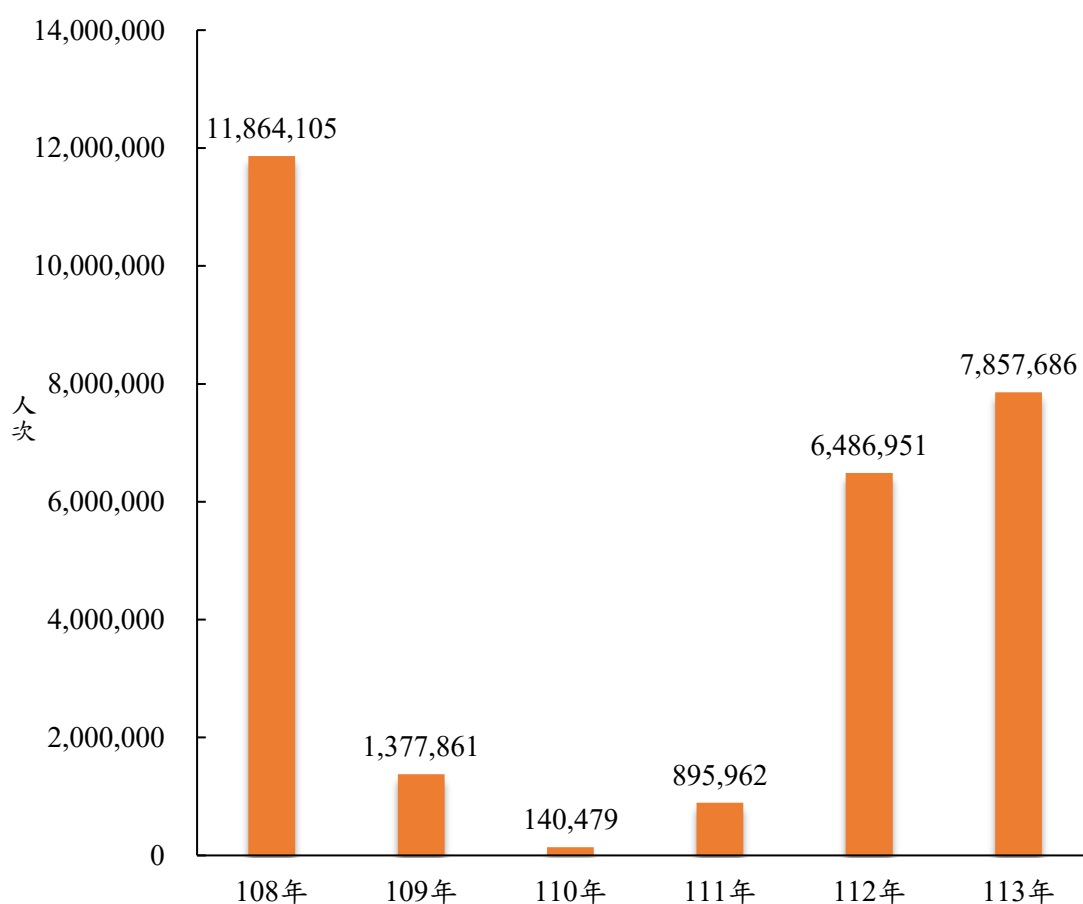
參、近 6 年來臺旅客基本資料

本章就 108 年至 113 年之公務統計資料中來臺旅客總人次、居住地、年齡及性別等基本資料作近 6 年之趨勢分析。

一、總人次

109 年我國為防範 COVID-19 疫情，於 1 月 24 日宣布旅行業暫停接待大陸觀光團，並於 3 月 19 日宣布邊境管制，限制所有非本國籍旅客入境，來臺旅客為 137 萬 7,861 人次，較 108 年減少 1,048 萬 6,244 人次，下滑 88.39%。

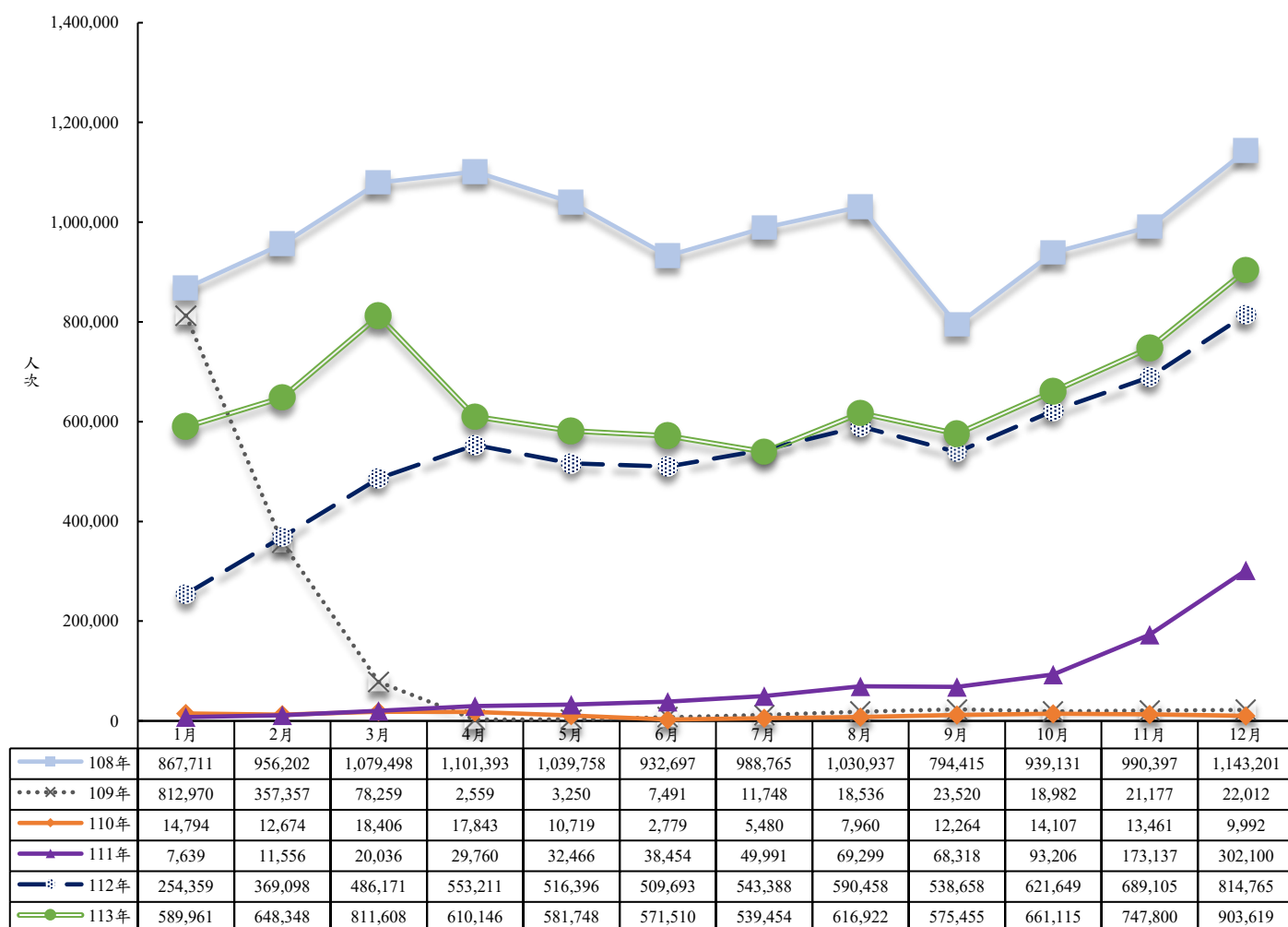
110 年與 111 年在邊境嚴管政策持續下，來臺旅客大幅降低，至 111 年 10 月 13 日開放邊境管制，112 年與 113 年旅客人次逐步復甦，113 年達 785 萬 7,686 人次，較 112 年增加 137 萬 735 人次，成長 21.13%，已恢復至 108 年水準的 66.23%，詳見圖 3-1-1。



資料來源：內政部移民署

圖 3-1-1 來臺旅客總人次變動情形

從圖 3-1-2 可知各月旅客變動趨勢，其中 113 年 4 月 3 日花蓮地震導致 4 月旅客人次較 3 月下滑；7 月受強烈颱風凱米影響，10 月則因颱風山陀兒及康芮侵臺，國際暨兩岸航線大量航班取消，並在中部、南部及東部地區造成嚴重災情，影響旅客人次復甦。受天災因素影響，使 4 月與 7 月的入境表現均偏離 108 年與 112 年趨勢，而 10 月的旅客復甦速度亦較 9 月及 11 月放緩。



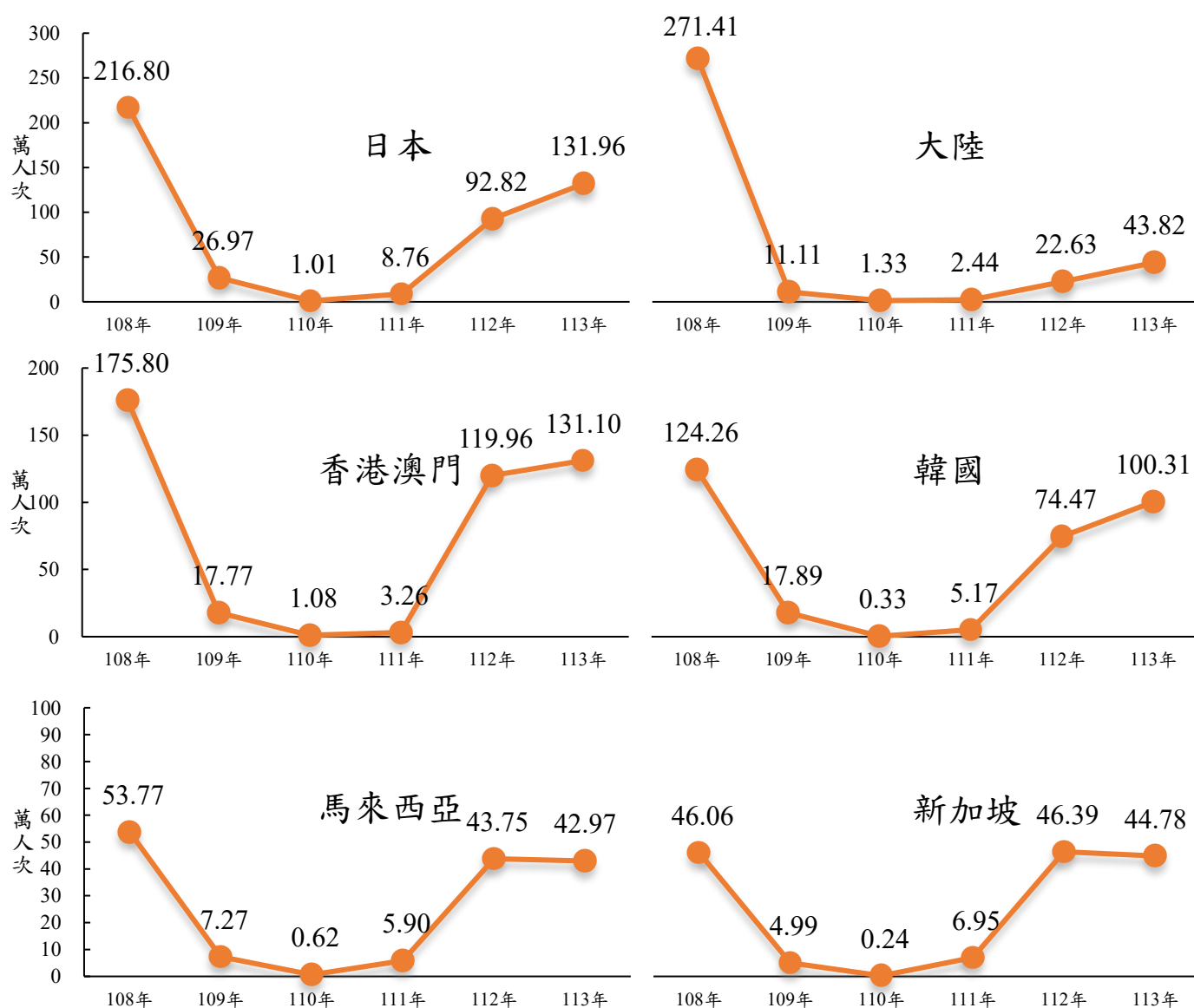
資料來源：內政部移民署

圖 3-1-2 各月來臺旅客總人次變動情形

二、居住地

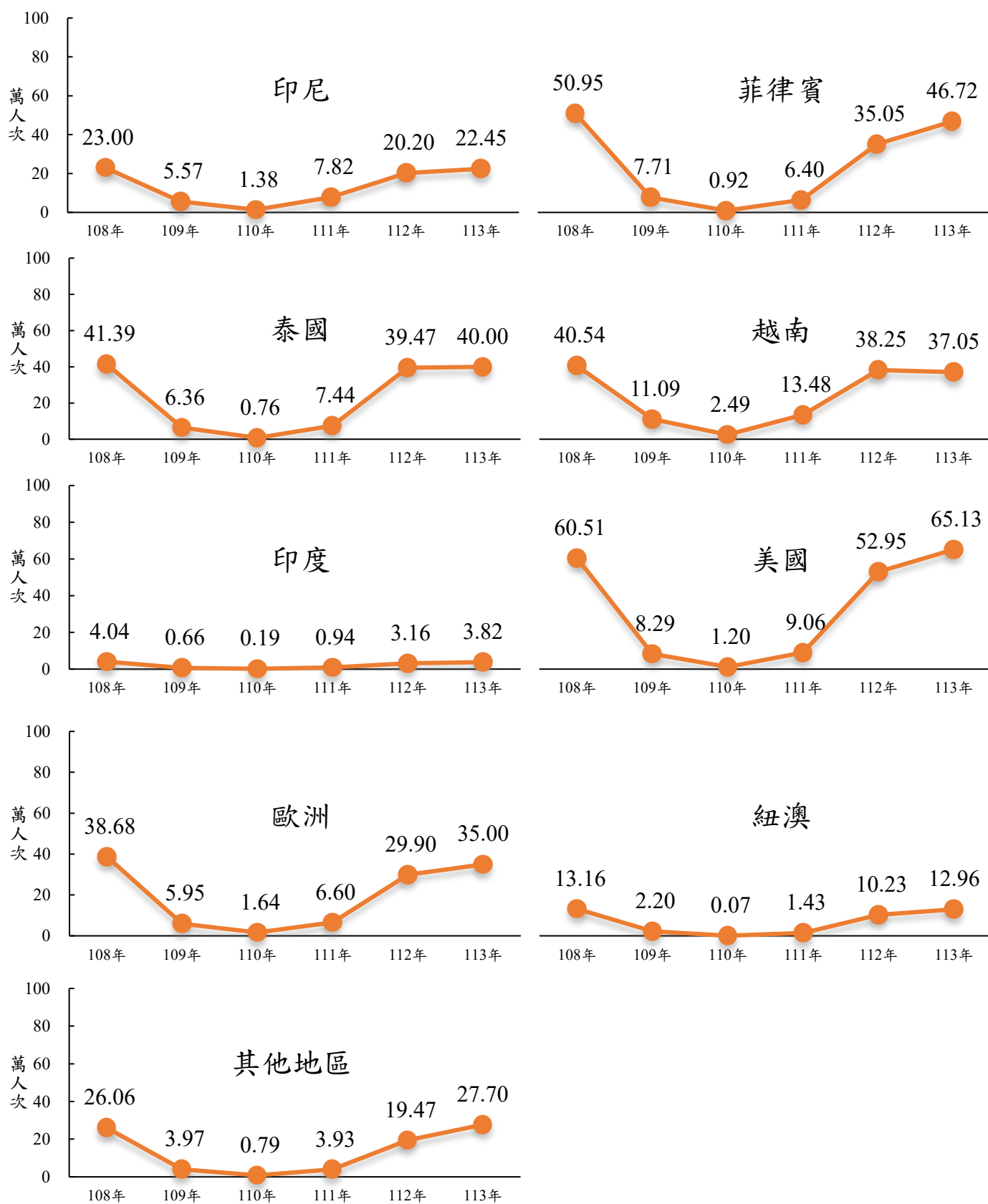
從圖 3-2-1 可知，108 年來臺旅客以大陸為最多，其次依序為日本、香港、澳門、韓國、美國等。109 年至 111 年因疫情影響，我國邊境管制的情形下，各居住地旅客人次均大幅減少，其中 109 年來臺旅客居住地以日本為最多；110 年和 111 年以越南為最多。

111 年 10 月我國解除邊境管制後，來臺旅客開始回升，112 年以香港、澳門最多，其次為日本；113 年以日本為最多，其次為香港、澳門，第三為韓國。



資料來源：內政部移民署

圖 3-2-1 來臺旅客之居住地人次變動情形



資料來源：內政部移民署

圖 3-2-1 來臺旅客之居住地人次變動情形(續完)

三、年齡

108 年至 113 年來臺旅客平均年齡採 trimean 方法估計算出，其定義為：

$$(Q_2 + (\frac{Q_1 + Q_3}{2})) / 2$$

(式 1)

其中 Q_1 、 Q_2 、 Q_3 分別代表第 1、第 2 與第 3 四分位數，計算結果得到各年平均年齡分別為 39.59 歲、35.73 歲、32.65 歲、37.22 歲、39.35 歲、38.82 歲，詳見圖 3-3-1。

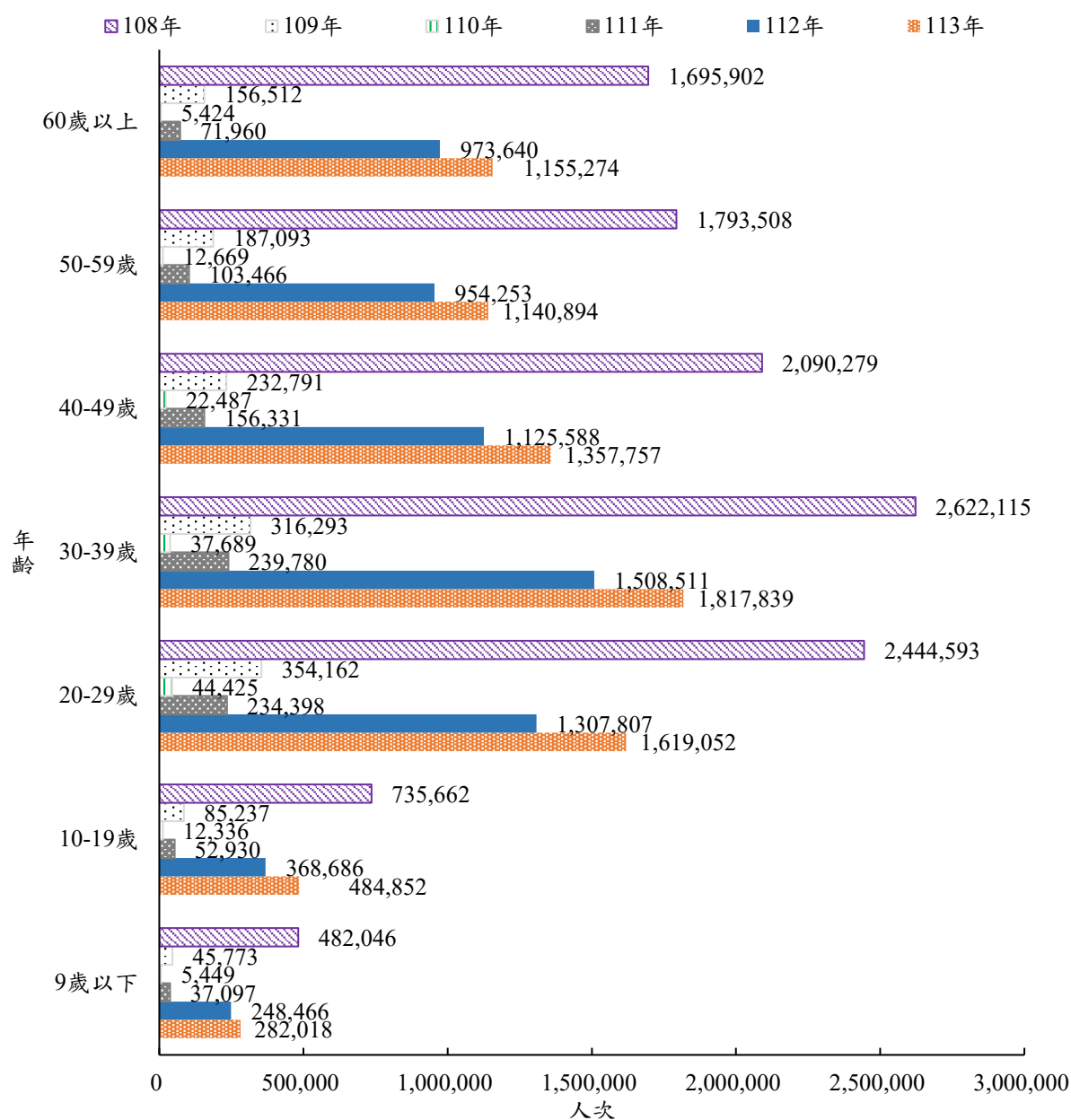
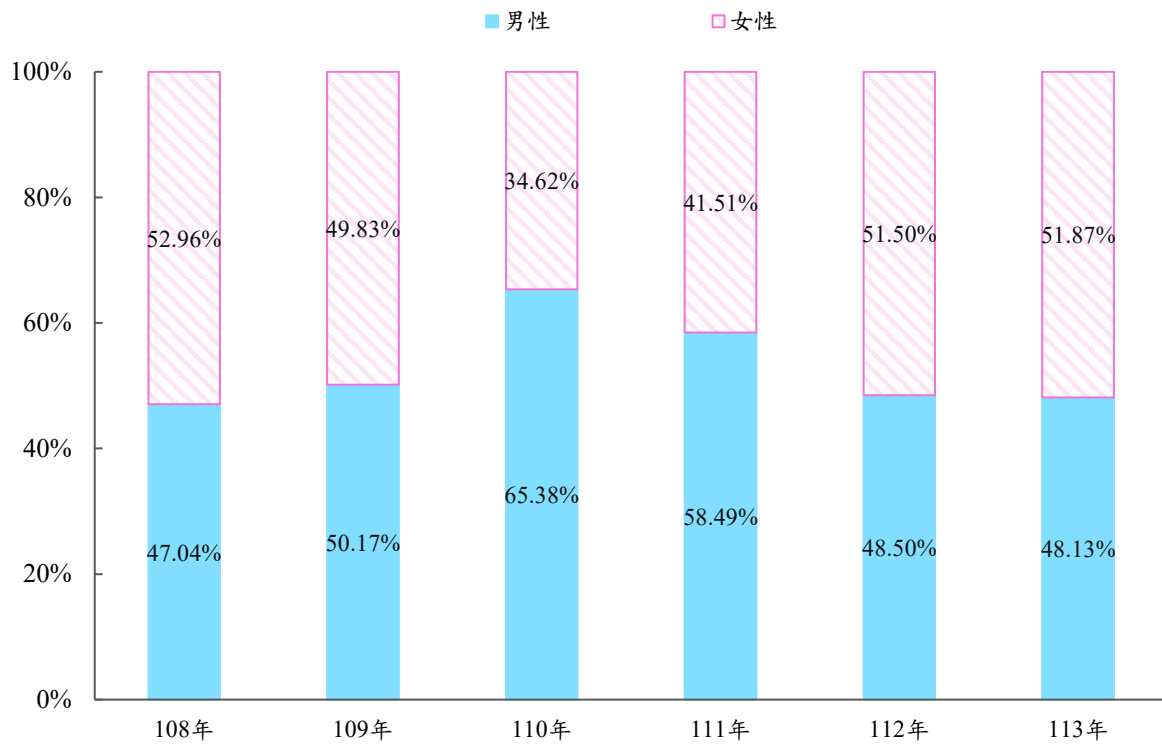


圖 3-3-1 來臺旅客之年齡人次變動情形

四、性別

由圖 3-4-1 可知，除 109 年至 111 年男性來臺旅客占比高於女性外，其餘年度均以女性占比較高。



資料來源：內政部移民署

圖 3-4-1 來臺旅客之性別結構變動情形

肆、調查結果-整體分析

本調查採用配額抽樣法，控制特徵為受訪旅客的居住地、年齡、性別及月份。由表 4-1 可知，113 年總接觸樣本數為 9,521 人，其中有效樣本數 6,620 人，無效樣本 2,901 人，無效樣本比率為 30.47%；無效樣本類型以「拒訪」居多，其次為「未完成」。

113 年有效樣本共 6,620 人，其調查結果之分析詳述於本章。

表 4-1 113 年無效樣本比率-依月份分

單位：人；%

月份	總接觸 樣本數 (1)	有效 樣本數	無效樣本數			無效樣本 比率 [(2)/(1)]×100
			合計 (2)	拒訪	未完成	
全體	9,521	6,620	2,901	2,724	177	30.47
1 月	617	447	170	160	10	27.55
2 月	721	488	233	220	13	32.32
3 月	801	586	215	202	13	26.84
4 月	844	575	269	252	17	31.87
5 月	763	525	238	226	12	31.19
6 月	737	488	249	239	10	33.79
7 月	700	484	216	202	14	30.86
8 月	818	540	278	257	21	33.99
9 月	693	496	197	180	17	28.43
10 月	859	585	274	260	14	31.90
11 月	906	652	254	234	20	28.04
12 月	1062	754	308	292	16	29.00

註：「未完成」原因包括「問卷太長」、「旅客趕時間」、「導遊趕人」、「旅客不願回答金額部分」等。

一、 受訪旅客基本特性

以下為 113 年 6,620 位受訪旅客基本特性之調查結果。

(一) 居住地

由表 4-1-1 可知，113 年受訪旅客之居住地分布，以日本為最多占 17.04%，其次為香港.澳門占 16.86%，第三為韓國占 12.52%。

表 4-1-1 受訪旅客之居住地分布

單位：人；%

居住地	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	6,620	100.00	6,102	100.00	8,562	100.00
日本	1,128	17.04	837	13.72	1,435	16.76
大陸	348	5.26	204	3.34	2,045	23.88
韓國	829	12.52	666	10.91	833	9.73
香港.澳門	1,116	16.86	1,169	19.16	1,345	15.71
新加坡	344	5.20	393	6.44	297	3.47
馬來西亞	368	5.56	398	6.52	360	4.20
印尼	197	2.98	203	3.33	172	2.01
菲律賓	396	5.98	330	5.41	381	4.45
泰國	342	5.17	381	6.24	297	3.47
越南	340	5.14	413	6.77	319	3.73
印度	34	0.51	39	0.64	86	1.00
美國	545	8.23	495	8.11	421	4.92
德.英.法	167	2.52	167	2.74	192	2.24
歐洲其他地區	134	2.02	130	2.13	107	1.25
紐澳	106	1.60	94	1.54	84	0.98
其他地區	226	3.41	183	3.00	188	2.20

註：其他地區包含亞洲其他地區、美洲其他地區、非洲地區及大洋洲其他地區。

（二）來臺主要及次要目的

由表 4-1-2 可知，113 年受訪旅客之來臺主要目的以觀光目的為最多，占 65.96%，其次為探親或訪友占 18.52%，第三為業務占 12.69%。就居住地而言，除大陸以探親訪友為最高、印度以業務為最高外，其餘居住地皆以觀光目的占比最高，詳見附表 1-1。

表 4-1-2 受訪旅客之來臺主要目的分布

單位：人；%

來臺主要目的	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	6,620	100.00	6,102	100.00	8,562	100.00
觀光	4,367	65.96	4,112	67.39	6,478	75.66
業務	840	12.69	787	12.90	794	9.27
國際會議或展覽	108	1.63	69	1.13	84	0.98
探親或訪友	<u>1,226</u>	<u>18.52</u>	<u>1,067</u>	<u>17.49</u>	<u>1,033</u>	<u>12.06</u>
求學	5	0.08	35	0.57	43	0.50
醫療	45	0.68	13	0.21	31	0.36
其他	29	0.44	19	0.31	99	1.16

由表 4-1-3 可知，主要目的為業務而次要目的為觀光的受訪旅客，有 259 人，占主要目的為業務受訪旅客的 30.83%；主要目的為探親或訪友而次要目的為觀光之受訪旅客，有 1,134 人，占主要目的為探親或訪友受訪旅客的 92.50%。

表 4-1-3 113 年受訪旅客來臺主要目的及次要目的交叉表

單位：人；%

人數 列百分比		來臺次要目的							
		觀光	業務	國際會議或展覽	探親或訪友	求學	醫療	其他	單一目的
來臺主要目的	觀光	14	6	245	-	2	6	4,094	4,367
		0.32	0.14	5.61	-	0.05	0.14	93.74	100.00
	業務	259	80	14	-	-	-	487	840
		30.83	9.52	1.67	-	-	-	57.98	100.00
	國際會議或展覽	55	24	1	-	1	-	27	108
		50.92	22.22	0.93	-	0.93	-	25.00	100.00
	探親或訪友	1,134	2	1	-	11	1	77	1,226
		92.50	0.16	0.08	-	0.90	0.08	6.28	100.00
	求學	4	-	-	-	-	-	1	5
		80.00	-	-	-	-	-	20.00	100.00
	醫療	11	-	-	11	-	-	23	45
		24.44	-	-	24.44	-	-	51.12	100.00
	其他	26	-	-	2	-	-	1	29
		89.65	-	-	6.90	-	-	3.45	100.00

註：「-」表示無調查樣本。

(三) 年齡

由表 4-1-4 可知，113 年受訪旅客之年齡分布狀況，其中以 20-29 歲為最多，占 28.41%，其次為 30-39 歲占 22.92%。受訪旅客平均年齡採 trimean 方法估計算出，計算結果可得 113 年受訪旅客之平均年齡為 38.84 歲。不同居住地和主要目的受訪旅客之年齡請見附表 1-2、1-3。

表 4-1-4 受訪旅客之年齡分布

單位：人；%

年齡	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	6,620	100.00	6,102	100.00	8,562	100.00
12-19 歲	127	1.92	100	1.64	138	1.61
20-29 歲	1,881	28.41	1,700	27.86	2,229	26.03
30-39 歲	1,517	22.92	1,465	24.01	2,326	27.17
40-49 歲	1,168	17.64	1,053	17.26	1,598	18.66
50-59 歲	1,305	19.71	1,398	22.91	1,259	14.70
60-64 歲	430	6.50	289	4.74	551	6.44
65 歲以上	192	2.90	97	1.58	461	5.38

(四) 性別

由表 4-1-5 可知，113 年受訪旅客之性別分布狀況，以女性占 51.74% 高於男性的 48.26%。不同居住地和主要目的受訪旅客之性別請見附表 1-4、1-5。

表 4-1-5 受訪旅客之性別分布

單位：人；%

性別	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	6,620	100.00	6,102	100.00	8,562	100.00
男性	3,195	48.26	2,965	48.59	4,142	48.38
女性	3,425	51.74	3,137	51.41	4,420	51.62

（五）月份

由表 4-1-6 可知，113 年各月受訪旅客之分布狀況以 12 月受訪旅客占 11.39%為最多，其次為 11 月占 9.85%，第三為 3 月占 8.85%。

表 4-1-6 受訪旅客之月份分布

單位：人；%

月份	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	6,620	100.00	6,102	100.00	8,562	100.00
1 月	447	6.75	411	6.74	567	6.62
2 月	488	7.37	441	7.23	680	7.94
3 月	586	8.85	531	8.70	873	10.20
4 月	575	8.69	520	8.52	645	7.53
5 月	525	7.93	489	8.01	<u>779</u>	<u>9.10</u>
6 月	488	7.37	453	7.42	681	7.95
7 月	484	7.31	449	7.36	664	7.76
8 月	540	8.16	503	8.24	721	8.42
9 月	496	7.49	461	7.56	744	8.69
10 月	585	8.84	552	9.05	760	8.88
11 月	<u>652</u>	<u>9.85</u>	<u>598</u>	<u>9.80</u>	689	8.05
12 月	754	11.39	694	11.37	759	8.86

（六）最高學歷

由表 4-1-7 可知，113 年受訪旅客之最高學歷分布狀況。受訪旅客最高學歷以大專為最多，占 68.64%。不同居住地和主要目的受訪旅客之最高學歷請見附表 1-6、1-7。

表 4-1-7 受訪旅客之最高學歷分布

單位：人；%

最高學歷	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	6,620	100.00	6,102	100.00	8,562	100.00
小學、中學肄畢(含高職)	1,173	17.72	975	15.98	1,848	21.58
大專	4,544	68.64	4,051	66.39	5,592	65.32
碩、博士	899	13.58	1,045	17.13	1,067	12.46
其他	-	-	-	-	1	0.01
未回答	4	0.06	31	0.50	54	0.63

(七) 工作別

由表 4-1-8 可知，113 年受訪旅客之工作別分布狀況，受訪旅客以事務支援人員為最多，占 19.01%，其次為專業人員，占 15.88%，第三為服務及銷售工作人員，占 14.11%。不同居住地和主要目的受訪旅客之工作別請見附表 1-8、1-9。

表 4-1-8 受訪旅客之工作別分布

工作別	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	6,620	100.00	6,102	100.00	8,562	100.00
民意代表、主管及經理人員	742	11.21	555	9.10	1,481	17.30
專業人員	1,051	15.88	1,209	19.81	2,327	27.18
技術員及助理專業人員	822	12.42	845	13.85	383	4.47
事務支援人員	1,259	19.01	954	15.63	1,134	13.24
服務及銷售工作人員	934	14.11	963	15.78	873	10.20
農、林、漁、牧業生產人員	112	1.69	70	1.15	15	0.18
技藝有關工作人員	208	3.14	185	3.03	60	0.70
機械設備操作及組裝人員	133	2.01	142	2.33	25	0.29
基層技術工及勞力工	42	0.63	79	1.29	15	0.18
家庭管理	457	6.90	424	6.95	574	6.70
學生	474	7.16	401	6.57	762	8.90
退休人員	344	5.20	221	3.62	763	8.91
其他	37	0.56	45	0.74	118	1.38
未回答	5	0.08	9	0.15	32	0.37

(八) 年收入

由表 4-1-9 可知，113 年受訪旅客之年收入分布狀況。受訪旅客年收入採 trimean 方法估計(式 1)算出，為 29,938.76 美元。其中以 15,000-29,999 美元為最多，占 25.00%，第二為 10,000-14,999 美元，占 18.02%，第三為 30,000-39,999 美元，占 16.30%。不同居住地和主要目的受訪旅客之年收入請見附表 1-10、1-11。

表 4-1-9 受訪旅客之年收入分布

單位：人；%

年收入	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	6,620	100.00	6,102	100.00	8,562	100.00
9,999 美元以下	517	7.81	644	10.55	420	4.91
10,000-14,999 美元	1,193	18.02	1,066	17.47	844	9.86
15,000-29,999 美元	1,655	25.00	1,331	21.81	1,602	18.71
30,000-39,999 美元	1,079	16.30	996	16.32	1,181	13.79
40,000-69,999 美元	657	9.92	780	12.78	1,076	12.57
70,000-99,999 美元	366	5.53	373	6.11	399	4.66
100,000 美元以上	283	4.27	216	3.54	368	4.30
無固定收入	869	13.13	693	11.37	2,665	31.12
未回答	1	0.02	3	0.05	7	0.08

二、受訪旅客旅遊決策

(一) 出發來臺多久前開始計劃行程

受訪旅客出發來臺多久前開始計劃行程之計算，因計劃行程時間(X)原始樣本資料分布呈現右偏(skew to right)，不宜用樣本平均數(算數平均數)推估母體平均數，因此先將原始資料取 $\lambda=0.134912$ 次方轉換後($Y=X^\lambda$)，其分布將近似對稱的常態分配，再求截尾平均數(trimmed mean)，計算出全體及各來臺主要目的別之開始計劃行程天數的平均數與標準誤。

由表 4-2-1 可知，113 年旅客平均出發來臺前 41.05 天開始計劃行程，標準誤為 0.40 天，全體及各來臺主要目的旅客開始計劃行程時間較 112 年增加，但較 108 年縮短，反映隨疫後報復性旅遊降溫，旅客計劃旅遊行為趨於理性。

表 4-2-1 受訪旅客出發來臺多久前開始計劃行程—依來臺主要目的分

來臺主要目的	113 年		112 年		108 年	
	平均數	標準誤	平均數	標準誤	平均數	標準誤
全體	41.05	0.40	28.49	0.32	51.71	0.37
觀光	42.68	0.50	28.42	0.38	53.50	0.43
業務	26.81	0.90	22.63	0.61	27.62	0.67
國際會議或展覽	43.65	3.09	29.41	5.36	51.50	3.53
探親或訪友	44.85	0.94	31.83	0.67	55.74	1.18
求學	87.47	30.98	55.00	13.79	83.13	7.77
醫療	35.20	3.29	38.62	5.18	55.88	6.46
其他	39.06	6.11	40.21	9.79	66.84	4.38

註：樣本數少於 50 人之類別，包含 113 年求學(5 人)、醫療(45 人)、其他(29 人)；112 年求學(35 人)、醫療(13 人)、其他(19 人)；108 年求學(43 人)、醫療(31 人)，其數值僅供參考。

113 年來臺主要或次要目的為觀光之受訪旅客共 5,856 人(以下簡稱為「觀光目的受訪旅客」)，為探討其來臺觀光資訊管道與影響程度、吸引其來臺觀光之因素，以下「(二)觀光目的受訪旅客之旅遊資訊管道」及「(三)吸引觀光目的旅客來臺觀光原因」兩小節，乃針對觀光目的受訪旅客進行分析。

(二) 觀光目的受訪旅客之旅遊資訊管道

1. 來臺前是否看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導

由表 4-2-2 可知，113 年觀光目的受訪旅客 5,856 人中，來臺前曾看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導者有 3,687 人，占 62.96%。

表 4-2-2 觀光目的受訪旅客來臺前是否看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導

單位：人；%

來臺前是否看過臺灣 觀光宣傳廣告或旅遊報導	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	5,856	100.00	5,402	100.00	7,614	100.00
是	3,687	62.96	2,299	42.56	5,010	65.80
否	2,169	37.04	3,103	57.44	2,604	34.20

註：本題針對觀光目的(主要或次要目的為觀光)之受訪旅客分析。

就居住地而言，各居住地觀光目的受訪旅客來臺前看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導者之比率，以越南(89.51%)為最高，其次依序為日本(75.71%)、泰國(74.53%)、歐洲其他地區(74.04%)及韓國(72.66%)等，詳見附表 1-12。

2. 來臺前從哪些管道看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導

113 年觀光目的受訪旅客來臺前看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導者有 3,687 人，其來源依序為社群網站(84.73%)、搜尋引擎(74.34%)、親友口碑(52.13%)、電視.電台(22.81%)、旅行社宣傳行程.摺頁(18.28%)等。

表 4-2-3 觀光目的受訪旅客在哪些管道看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導

單位：人次；%

觀光資訊管道	113 年		112 年		108 年	
	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率
社群網站	3,124	84.73	...	...	...	...
搜尋引擎	2,741	74.34	...	...	...	...
親友口碑	1,922	52.13	1,474	64.11	1,706	34.05
電視/電台	841	22.81	606	26.36	1,088	21.72
旅行社宣傳行程、摺頁	674	18.28	728	31.67	1,017	20.30
報章雜誌	376	10.20	559	24.31	579	11.56
電商平台	194	5.26	...	...	...	...
國際旅遊展覽或特殊活動	130	3.53	299	13.01	202	4.03
地鐵.巴士.航空站等交通運具及場站	70	1.90	241	10.48	189	3.77
戶外廣告或看板	52	1.41	340	14.79	170	3.39
網際網路(含社群網路服務)	...	...	2,092	91.00	3,458	69.02

註：1. 本題為複選題，且針對觀光目的(主要或次要目的為觀光)，並於來臺前看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導之受訪旅客分析。

2. 「…」表示無該調查項目。

就居住地而言，各居住地受訪旅客均以社群網站為最高，詳見附表 1-13。

3. 臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導影響旅客決定來臺觀光的程度

由表 4-2-4 可知，113 年來臺前看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導的觀光目的旅客，影響其決定來臺觀光程度的管道可複選 3 個，並依其影響程度排序為第一、第二，以及第三管道。計算影響程度時，第 1 選項給予 3 分，第 2 選項給予 2 分，第 3 選項給予 1 分。某一選項之總分等於加總每一受訪旅客該選項之分數。某一選項的影響程度=該選項總分÷各選項總分和；再依據各項管道之影響程度進行排序。

113 年影響受訪旅客決定來臺觀光的管道，以社群網站(34.80%)影響程度為最高，其次為搜尋引擎(32%)，第三為親友口碑(17.21%)，其餘管道相對百分率均低於一成。

就主要市場而言，日本、大陸觀光目的受訪旅客均以搜尋引擎為最高，其次為社群網站，第三為親友口碑。韓國、香港、澳門、新南向 18 國、美國、歐洲觀光目的受訪旅客則以社群網站為最高，其次為搜尋引擎，第三為親友口碑，詳見表 4-2-4、附表 1-14。

表 4-2-4 113 年觀光目的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

單位：%

全體		日本	
觀光資訊管道	影響程度	觀光資訊管道	影響程度
合計	100.00	合計	100.00
社群網站	34.80	搜尋引擎	35.25
搜尋引擎	32.00	社群網站	30.71
親友口碑	17.21	親友口碑	12.75
電視/電台	5.80	旅行社宣傳行程、摺頁	8.28
旅行社宣傳行程、摺頁	5.68	電視/電台	7.97
報章雜誌	1.86	報章雜誌	3.36
電商平台	1.32	地鐵、巴士、航空站等交通運具及場站	0.65
國際旅遊展覽或特殊活動	0.65	國際旅遊展覽或特殊活動	0.43
地鐵、巴士、航空站等交通運具及場站	0.37	電商平台	0.34
戶外廣告或看板	0.31	戶外廣告或看板	0.26

表 4-2-4 113 年觀光目的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(續 1)

大陸		韓國	
觀光資訊管道	影響程度	觀光資訊管道	影響程度
合計	100.00	合計	100.00
搜尋引擎	44.31	社群網站	33.15
社群網站	28.13	搜尋引擎	32.99
親友口碑	24.28	親友口碑	14.59
電視/電台	1.35	旅行社宣傳行程、摺頁	12.95
報章雜誌	1.35	電視/電台	4.64
電商平台	0.39	報章雜誌	0.91
國際旅遊展覽或特殊活動	0.19	國際旅遊展覽或特殊活動	0.27
旅行社宣傳行程、摺頁	-	戶外廣告或看板	0.23
地鐵、巴士、航空站等交通運具及場站	-	電商平台	0.17
戶外廣告或看板	-	地鐵、巴士、航空站等交通運具及場站	0.10
香港、澳門		新南向 18 國	
觀光資訊管道	影響程度	觀光資訊管道	影響程度
合計	100.00	合計	100.00
社群網站	34.64	社群網站	36.49
搜尋引擎	33.86	搜尋引擎	28.63
親友口碑	17.22	親友口碑	20.59
旅行社宣傳行程、摺頁	6.41	電視/電台	5.25
電視/電台	4.45	旅行社宣傳行程、摺頁	3.06
報章雜誌	1.67	電商平台	2.82
國際旅遊展覽或特殊活動	0.77	報章雜誌	1.42
戶外廣告或看板	0.41	國際旅遊展覽或特殊活動	0.81
電商平台	0.37	地鐵、巴士、航空站等交通運具及場站	0.49
地鐵、巴士、航空站等交通運具及場站	0.20	戶外廣告或看板	0.44

表 4-2-4 113 年觀光目的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(續完)

美國		歐洲	
觀光資訊管道	影響程度	觀光資訊管道	影響程度
合計	100.00	合計	100.00
社群網站	40.40	社群網站	39.14
搜尋引擎	29.04	搜尋引擎	34.60
親友口碑	17.79	親友口碑	15.71
電視/電台	6.91	電視/電台	7.48
報章雜誌	2.08	報章雜誌	1.72
電商平台	1.61	旅行社宣傳行程、摺頁	0.61
國際旅遊展覽或特殊活動	1.42	電商平台	0.37
旅行社宣傳行程、摺頁	0.38	國際旅遊展覽或特殊活動	0.37
地鐵、巴士、航空站等交通運具及場站	0.28	地鐵、巴士、航空站等交通運具及場站	-
戶外廣告或看板	0.09	戶外廣告或看板	-

註：1.本題針對觀光目的(主要或次要目的為觀光)，且來臺前看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導之受訪旅客分析。

2.按選擇影響較大的前三個管道排序給予權重分數，並計算影響程度百分比。

3.「-」表示無調查樣本。

4. 決定來臺影響程度較大的資訊內容

113 年觀光目的受訪旅客來臺前看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導者有 3,687 人，受訪旅客表示決定來臺影響程度較大的資訊內容以旅客評論(74.72%)為最高，其次依序為遊記(54.41%)、攝影或影像紀錄(50.15%)、廣告(21.70%)等。

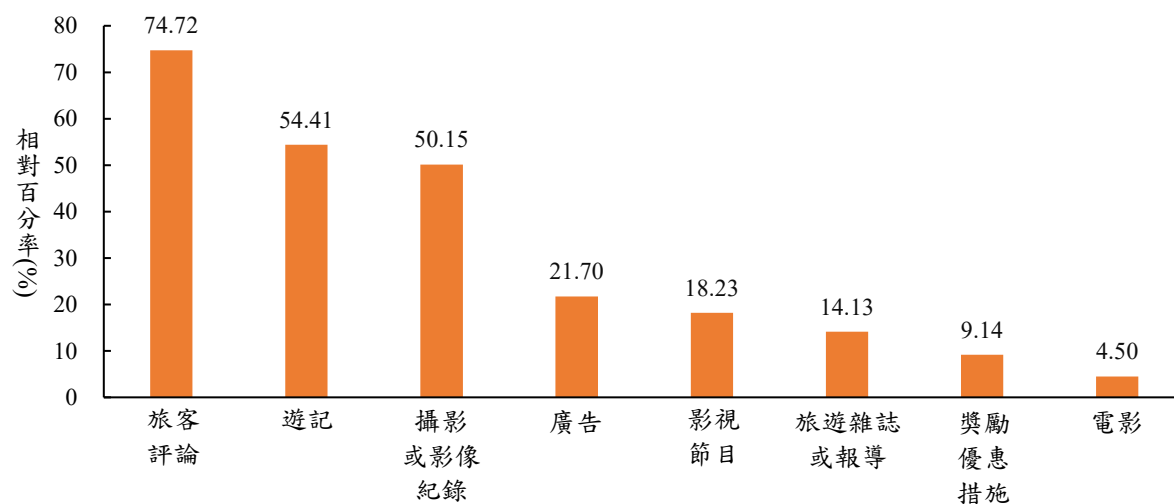


圖 4-2-1 113 年觀光目的受訪旅客表示決定來臺影響程度較大的資訊內容

就居住地而言，各居住地受訪旅客均以旅客評論為最高，詳見附表 1-15。

(三) 吸引觀光目的旅客來臺觀光原因

113 年觀光目的(來臺主要或次要目的為觀光)之受訪旅客共 5,856 人，由表 4-2-5 可知，吸引其來臺觀光原因，以美食或特色小吃(87.43%)為最高，其次依序為風光景色(76.26%)、治安良好(46.74%)、臺灣民情風俗和文化(42.26%)、人民友善(41.02%)等。113 年與 112 年、108 年皆以美食或特色小吃為最高，其次為風光景色。

表 4-2-5 吸引觀光目的旅客來臺觀光原因

單位：人次；%

吸引來臺觀光原因	113 年		112 年		108 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
美食或特色小吃	5,120	87.43	4,439	82.17	5,449	71.57
風光景色	4,466	76.26	3,763	69.66	4,847	63.66
治安良好	2,737	46.74	2,018	37.36	423	5.56
臺灣民情風俗和文化	2,475	42.26	1,968	36.43	1,374	18.05
人民友善	2,402	41.02	2,550	47.20	1,075	14.12
距離居住地近	2,168	37.02	1,502	27.80	1,706	22.41
購物	2,077	35.47	1,936	35.84	1,816	23.85
氣候宜人	950	16.22	1,318	24.40	716	9.40
歷史文物	782	13.35	773	14.31	956	12.56
民主政治	615	10.50	311	5.76	78	1.02
夜間休閒活動	476	8.13	522	9.66	376	4.94
遊憩設施(遊樂園、高爾夫球場、渡假村…)	144	2.46	180	3.33	80	1.05
自行車旅遊	56	0.96	71	1.31	...	...
節慶活動	48	0.82	84	1.55	24	0.32
醫療保健	39	0.67	96	1.78	25	0.33
水果	...	...	1,039	19.23	1,188	15.60
花卉	...	...	258	4.78	115	1.51
體育活動	...	...	...	...	36	0.47
其他	100	1.71	36	0.67	306	4.02

註：1.「…」表示無此選項。

2.本題為複選題，針對觀光目的(主要或次要目的為觀光)之受訪旅客分析。

就居住地而言，除菲律賓、泰國、越南、印度、德英法、紐澳以風光景色為最多，其餘各居住地受訪旅客均以美食或特色小吃為最多，詳見附表 1-16。

(四) 旅行安排方式

由表 4-2-6，113 年和 112 年均以「未請旅行社代訂住宿地點及機票，抵達後未曾參加本地旅行社及線上旅行社(OTA)安排的旅遊行程」為最多。108 年則以「自行規劃行程，請旅行社代訂住宿地點(及機票)」為最多。

表 4-2-6 受訪旅客之旅行安排方式

單位：人；%

人數 列百分比	總計	觀光團體	非觀光團體			
		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 旅行社代訂 住宿地點 (及機票)	未請旅行社 代訂住宿地 點及機票， 抵達後 曾參加 旅行社行程	未請旅行社 代訂住宿地 點及機票， 抵達後 未曾參加 旅行社行程
113 年	6,620	820	185	363	277	4,975
	100.00	12.39	2.79	5.48	4.18	75.16
112 年	6,102	722	108	439	387	4,446
	100.00	11.83	1.77	7.19	6.34	72.87
108 年	8,562	1,569	187	3,945	131	2,730
	100.00	18.33	2.18	46.07	1.53	31.89

就居住地而言，所有居住地受訪旅客皆以「未請旅行社代訂住宿地點及機票，抵達後未曾參加本地旅行社或線上旅行社(OTA)安排的旅遊行程」為最多，詳見附表 1-17。

就來臺主要目的而言，各目的受訪旅客皆以「未請旅行社代訂住宿地點及機票，抵達後未曾參加本地旅行社或線上旅行社(OTA)安排的旅遊行程」為最多，詳見附表 1-18。

為比較旅客從事不同旅遊型態的特性、動向及消費，以下將旅行安排方式為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」的旅客稱為「觀光團體」旅客；其他旅行安排方式的旅客稱為「非觀光團體」旅客。

表 4-2-7 為不同特性受訪旅客之旅行安排方式分析，就年齡而言，各年齡旅客皆以「未請旅行社代訂住宿地點及機票，抵達後未曾參加本地旅行社或線上旅行社(OTA)安排的旅遊行程」為最多。

就性別而言，男性及女性皆以「未請旅行社代訂住宿地點及機票，抵達後未曾參加本地旅行社或線上旅行社(OTA)安排的旅遊行程」為最多。

就年收入而言，各收入皆以「未請旅行社代訂住宿地點及機票，抵達後未曾參加本地旅行社或線上旅行社(OTA)安排的旅遊行程」為最多。

表 4-2-7 113 年來臺受訪旅客之旅行安排方式－依不同特性分

單位：人；%；%

人數 列百分比 行百分比	總計	觀光團體	非觀光團體				
		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 旅行社代訂 住宿地點 (及機票)	未請旅行社 代訂住宿地 點及機票， 抵達後 曾參加 旅行社行程	未請旅行社 代訂住宿地 點及機票， 抵達後 未曾參加 旅行社行程	
總計	6,620	820	185	363	277	4,975	
	100.00	12.39	2.79	5.48	4.18	75.16	
	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	
年齡							
	12-19 歲	127	7	22	1	3	94
		100.00	5.51	17.32	0.79	2.36	74.02
20-29 歲		1.92	0.85	11.89	0.28	1.08	1.89
		1,881	150	35	67	90	1,539
		100.00	7.97	1.86	3.56	4.78	81.83
30-39 歲		28.41	18.29	18.92	18.46	32.48	30.94
		1,517	89	39	83	75	1,231
		100.00	5.87	2.57	5.47	4.94	81.15
40-49 歲		22.92	10.85	21.08	22.87	27.08	24.74
		1,168	150	19	88	47	864
		100.00	12.84	1.63	7.53	4.02	73.98
50-59 歲		17.64	18.29	10.27	24.24	16.97	17.37
		1,305	186	42	104	46	927
		100.00	14.25	3.22	7.97	3.52	71.04
60-64 歲		19.71	22.69	22.71	28.64	16.61	18.63
		430	171	19	11	11	218
		100.00	39.77	4.42	2.56	2.56	50.69
65-69 歲		6.50	20.86	10.27	3.03	3.97	4.38
		173	63	9	8	5	88
		100.00	36.42	5.20	4.62	2.89	50.87
70 歲以上		2.61	7.68	4.86	2.20	1.81	1.77
		19	4	-	1	-	14
		100.00	21.05	-	5.26	-	73.69
	0.29	0.49	-	0.28	-	0.28	

註：「-」表示無調查樣本。

表 4-2-7 113 年來臺受訪旅客之旅行安排方式－依不同特性分(續完)

單位：人；%；%

人數 列百分比 行百分比	總計	觀光團體	非觀光團體			
		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 旅行社代訂 住宿地點 (及機票)	未請旅行社 代訂住宿地 點及機票， 抵達後 曾參加 旅行社行程	未請旅行社 代訂住宿地 點及機票， 抵達後 未曾參加 旅行社行程
總計	6,620 100.00 100.00	820 12.39 100.00	185 2.79 100.00	363 5.48 100.00	277 4.18 100.00	4,975 75.16 100.00
性別						
男性	3,195 100.00 48.26	344 10.77 41.95	93 2.91 50.27	220 6.89 60.61	124 3.88 44.77	2,414 75.55 48.52
女性	3,425 100.00 51.74	476 13.90 58.05	92 2.69 49.73	143 4.18 39.39	153 4.47 55.23	2,561 74.76 51.48
年收入						
9,999 美元以下	517 100.00 7.81	160 30.95 19.51	4 0.77 2.16	7 1.35 1.93	44 8.51 15.88	302 58.42 6.07
10,000- 14,999 美元	1,193 100.00 18.02	166 13.91 20.24	2 0.17 1.08	41 3.44 11.29	64 5.36 23.1	920 77.12 18.49
15,000- 29,999 美元	1,655 100.00 25	128 7.73 15.61	14 0.85 7.57	74 4.47 20.39	66 3.99 23.84	1,373 82.96 27.6
30,000- 39,999 美元	1,079 100.00 16.3	105 9.73 12.8	11 1.02 5.95	89 8.25 24.51	34 3.15 12.27	840 77.85 16.88
40,000- 69,999 美元	657 100.00 9.92	69 10.50 8.41	27 4.11 14.59	49 7.46 13.5	28 4.26 10.11	484 73.67 9.73
70,000- 99,999 美元	366 100.00 5.53	14 3.83 1.71	35 9.56 18.92	27 7.38 7.44	10 2.73 3.61	280 76.50 5.63
100,000 美元 以上	283 100.00 4.27	3 1.06 0.37	41 14.49 22.16	46 16.25 12.67	8 2.83 2.89	185 65.37 3.72
無固定收入	869 100.00 13.13	175 20.14 21.35	51 5.87 27.57	29 3.34 7.99	23 2.65 8.3	591 68.00 11.88
未回答	1 100.00 0.02	- - -	- - -	1 100.00 0.28	- - -	- - -

註：「-」表示無調查樣本。

(五) 部分非觀光團體受訪旅客來臺後參加本地旅行社安排行程之情形

本項針對旅行方式為「自行規劃行程，請旅行社代訂住宿地點(及機票)」或「未請旅行社代訂住宿地點及機票，抵達後曾參加本地旅行社或線上旅行社(OTA)安排的旅遊行程」之部分非觀光團體受訪旅客，調查其參加本地旅行社安排行程之情形。

由表 4-2-8 與表 4-2-9 可知，113 年該屬性受訪旅客共 640 人，其中有 362 人(56.56%)參加本地旅行社或線上旅行社(OTA)安排的行程，行程以 1 日遊為最多(59.67%)。有參加本地行程的比率較 112 年減少 4.94 個百分點；較 108 年增加 38.38 個百分點，各年度安排行程天數皆以 1 日遊占比為最高。

表 4-2-8 部分非觀光團體受訪旅客來臺後是否參加本地旅行社安排的行程

單位：人；%

是否參加本地 旅行社 安排的行程	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	640	100.00	826	100.00	4,076	100.00
有參加	362	56.56	508	61.50	741	18.18
沒有參加	278	43.44	318	38.50	3,335	81.82

註：本題項係針對旅行方式為「自行規劃行程，請旅行社代訂住宿地點(及機票)」或「未請旅行社代訂住宿地點及機票，抵達後曾參加本地旅行社或線上旅行社(OTA)安排的旅遊行程」之旅客。

表 4-2-9 部分非觀光團體受訪旅客來臺後參加本地旅行社安排的行程

單位：人次；%

參加本地旅行社 安排的行程	113 年		112 年		108 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
半日遊	21	5.80	16	3.15	92	12.42
1 日遊	216	59.67	246	48.43	383	51.69
2 日遊	80	22.10	183	36.02	125	16.87
3 日遊以上	46	12.71	74	14.57	161	21.73

註：1.本題項係針對旅行方式為「自行規劃行程，請旅行社代訂住宿地點(及機票)」或「未請旅行社代訂住宿地點及機票，抵達後曾參加本地旅行社或線上旅行社(OTA)安排的旅遊行程」，且有參加本地旅行社安排的行程之旅客。

2.本題為複選題。

三、受訪旅客旅遊動向

(一) 來臺次數

由表 4-3-1 可知，113 年受訪旅客近 5 年來臺次數以第 1 次來臺為最多，占 46.33%，其次為第 2 次，占 30.06%，第三為第 3 次以上，占 14.55%。

表 4-3-1 受訪旅客來臺次數

單位：人；%

旅客來臺次數	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	6,620	100.00	6,102	100.00	8,562	100.00
第 1 次	3,067	46.33	2,909	47.67	4,947	57.77
第 2 次	<u>1,990</u>	<u>30.06</u>	<u>2,048</u>	<u>33.56</u>	<u>1,492</u>	<u>17.43</u>
第 3 次	963	14.55	766	12.56	842	9.83
第 4 次	323	4.88	196	3.21	289	3.38
5 次以上	277	4.18	183	3.00	992	11.59

註：1. 108 年為「近 3 年來臺次數」。

2. 112 年、113 年為「近 5 年來臺次數」。

就居住地而言，除香港、澳門、新加坡、印度受訪旅客以第 2 次為最多外，其餘居住地皆以第 1 次來臺為最多，詳見附表 1-19。

就來臺主要目的而言，113 年觀光目的受訪旅客以第 1 次來臺為最多；探親或訪友目的受訪旅客以第 2 次來臺為最多；業務目的的受訪旅客以第 3 次為最多，詳見附表 1-20。

由表 4-3-2 可知，113 年觀光團體受訪旅客最近 5 年來臺次數以第 1 次來臺為最多，占 77.32%，其次為第 2 次，占 19.51%；非觀光團體受訪旅客以第 1 次來臺為最多，占 41.95%，其次為第 2 次，占 31.55%。

表 4-3-2 113 年受訪旅客最近 5 年來臺次數—依旅遊型態分

單位：人；%

近 5 年 來臺次數	全體		觀光團體		非觀光團體	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	6,620	100.00	820	100.00	5,800	100.00
第 1 次	3,067	46.33	634	77.32	2,433	41.95
第 2 次	<u>1,990</u>	<u>30.06</u>	<u>160</u>	<u>19.51</u>	<u>1,830</u>	<u>31.55</u>
第 3 次	963	14.55	22	2.68	941	16.22
第 4 次	323	4.88	2	0.24	321	5.53
5 次以上	277	4.18	2	0.24	275	4.74

註：1. 全體樣本數為 6,620 人。

2. 觀光團體：旅行方式為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」之旅客，樣本數為 820 人。

3. 非觀光團體：觀光團體除外之旅客，樣本數為 5,800 人。

(二) 遊覽地點

1、遊覽觀光景點

由表 4-3-3 可知，113 年受訪旅客 6,620 人中，受訪旅客來臺遊覽觀光景點依序為夜市(83.84%)、臺北 101(57.04%)、西門町(含西門紅樓)(56.13%)、中正紀念堂(42.16%)、九份(41.37%)等。

旅客遊覽觀光景點排名前十名景點中，中正紀念堂、信義計畫區商圈、平溪排名均較 112 年及 108 年上升。

表 4-3-3 受訪旅客遊覽觀光景點排名

名次	113 年			112 年			108 年		
	遊覽 景點	人次	相對 百分率	遊覽 景點	人次	相對 百分率	遊覽 景點	人次	相對 百分率
1	夜市	5,550	83.84	夜市	4,786	78.43	夜市	6,834	79.82
2	臺北 101	3,776	57.04	臺北 101	3,476	56.96	臺北 101	4,475	52.27
3	西門町(含西門紅樓)	3,716	56.13	西門町(含西門紅樓)	2,825	46.30	西門町	3,571	41.71
4	中正紀念堂	2,791	42.16	九份	2,472	40.51	九份	3,157	36.87
5	九份	2,739	41.37	淡水	2,119	34.73	故宮博物院	2,648	30.93
6	信義計畫區商圈	2,473	37.36	中正紀念堂	1,661	27.22	中正紀念堂	2,644	30.88
7	平溪	2,196	33.17	信義計畫區商圈	1,659	27.19	日月潭	1,766	20.63
8	淡水	1,982	29.94	艋舺龍山寺	1,517	24.86	野柳	1,728	20.18
9	艋舺龍山寺	1,618	24.44	平溪	1,484	24.32	淡水	1,673	19.54
10	故宮博物院	1,555	23.49	故宮博物院	1,358	22.25	艋舺龍山寺	1,654	19.32
11	臺北市永康街商圈	1,249	18.87	陽明山	968	15.86	平溪	1,541	18.00
12	野柳	1,200	18.13	臺北市永康街商圈	878	14.39	太魯閣、天祥	1,451	16.95
13	日月潭	1,028	15.53	貓空	820	13.44	國父紀念館	1,429	16.69
14	臺北車站商圈	1,007	15.21	日月潭	805	13.19	墾丁國家公園	1,424	16.63
15	北投	964	14.56	北投	764	12.52	阿里山	1,154	13.48
16	陽明山	919	13.88	野柳	699	11.46	士林官邸	863	10.08
17	貓空	809	12.22	礁溪	547	8.96	西子灣	819	9.57
18	大稻埕	794	11.99	士林官邸	508	8.33	七星潭	652	7.62
19	華山 1914 文化創意 產業園區	774	11.69	太魯閣、天祥	493	8.08	愛河	649	7.58
20	宮原眼科	671	10.14	清境農場	490	8.03	北投	613	7.16

由表 4-3-4 可知，113 年觀光團體受訪旅客遊覽景點排名依序為夜市、臺北 101、九份、中正紀念堂、平溪等；非觀光團體受訪旅客遊覽景點依序為夜市、西門町(含西門紅樓)、臺北 101、信義計畫區商圈等。

表 4-3-4 113 年受訪旅客遊覽觀光景點排名-依旅遊型態分

單位：人次；%

名次	全體			觀光團體			非觀光團體		
	遊覽景點	人次	相對百分率	遊覽景點	人次	相對百分率	遊覽景點	人次	相對百分率
1	夜市	5,550	83.84	夜市	772	94.15	夜市	4,778	82.38
2	臺北 101	3,776	57.04	臺北 101	586	71.46	西門町(含西門紅樓)	3,257	56.16
3	西門町(含西門紅樓)	3,716	56.13	九份	583	71.10	臺北 101	3,190	55.00
4	中正紀念堂	2,791	42.16	中正紀念堂	539	65.73	信義計畫區商圈	2,286	39.41
5	九份	2,739	41.37	平溪	536	65.37	中正紀念堂	2,252	38.83
6	信義計畫區商圈	2,473	37.36	日月潭	500	60.98	九份	2,156	37.17
7	平溪	2,196	33.17	西門町(含西門紅樓)	459	55.98	淡水	1,807	31.16
8	淡水	1,982	29.94	艋舺龍山寺	424	51.71	平溪	1,660	28.62
9	艋舺龍山寺	1,618	24.44	野柳	357	43.54	故宮博物院	1,290	22.24
10	故宮博物院	1,555	23.49	故宮博物院	265	32.32	艋舺龍山寺	1,194	20.59
11	臺北市永康街商圈	1,249	18.87	宮原眼科	257	31.34	臺北市永康街商圈	1,179	20.33
12	野柳	1,200	18.13	高美濕地	226	27.56	臺北車站商圈	992	17.10
13	日月潭	1,028	15.53	阿里山	189	23.05	北投	924	15.93
14	臺北車站商圈	1,007	15.21	信義計畫區商圈	187	22.80	野柳	843	14.53
15	北投	964	14.56	淡水	175	21.34	陽明山	817	14.09
16	陽明山	919	13.88	忠烈祠	136	16.59	貓空	801	13.81
17	貓空	809	12.22	臺中國家歌劇院	132	16.10	大稻埕	772	13.31
18	大稻埕	794	11.99	駁二藝術特區	117	14.27	華山 1914 文化創意產業園區	758	13.07
19	華山 1914 文化創意產業園區	774	11.69	清境農場	114	13.90	日月潭	528	9.10
20	宮原眼科	671	10.14	台中三井 OUTLET	112	13.66	駁二藝術特區	490	8.45

2.遊覽觀光景點所在縣市及地區

由表 4-3-5 可知，113 年受訪旅客 6,620 人中，遊覽觀光景點所在縣市依序為臺北市(84.85%)、新北市(60.17%)、臺中市(17.96%)、南投縣(16.47%)、高雄市(16.09%)等。前五名遊覽觀光景點所在縣市中，臺中市排名較 108 年及 112 年上升。

各居住地遊覽景點所在縣市，詳見附表 1-24；各主要目的別遊覽景點所在縣市，詳見附表 1-25。

表 4-3-5 受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市排名

單位：人次；%

名次	113 年			112 年			108 年		
	縣市	人次	相對百分率	縣市	人次	相對百分率	縣市	人次	相對百分率
1	臺北市	5,617	84.85	臺北市	5,129	84.05	臺北市	7,170	83.74
2	新北市	3,983	60.17	新北市	3,566	58.44	新北市	4,870	56.88
3	臺中市	1,189	17.96	南投縣	975	15.98	南投縣	1,951	22.79
4	南投縣	1,090	16.47	高雄市	871	14.27	高雄市	1,918	22.40
5	高雄市	1,065	16.09	臺中市	769	12.60	花蓮縣	1,555	18.16
6	臺南市	631	9.53	宜蘭縣	714	11.70	屏東縣	1,467	17.13
7	宜蘭縣	586	8.85	花蓮縣	566	9.28	臺中市	1,252	14.62
8	基隆市	585	8.84	臺南市	543	8.90	嘉義縣	1,162	13.57
9	桃園市	571	8.63	桃園市	444	7.28	臺東縣	630	7.36
10	嘉義縣	471	7.11	嘉義縣	367	6.01	臺南市	396	4.63
11	新竹市	296	4.47	基隆市	342	5.60	宜蘭縣	258	3.01
12	嘉義市	227	3.43	屏東縣	315	5.16	基隆市	184	2.15
13	屏東縣	207	3.13	新竹市	257	4.21	桃園市	170	1.99
14	花蓮縣	185	2.79	新竹縣	234	3.83	新竹縣	74	0.86
15	彰化縣	135	2.04	臺東縣	144	2.36	彰化縣	72	0.84
16	新竹縣	104	1.57	嘉義市	130	2.13	新竹市	44	0.51
17	臺東縣	83	1.25	苗栗縣	93	1.52	嘉義市	41	0.48
18	苗栗縣	61	0.92	彰化縣	78	1.28	苗栗縣	34	0.40
19	雲林縣	39	0.59	雲林縣	35	0.57	雲林縣	19	0.22
20	澎湖縣	35	0.53	澎湖縣	35	0.57	澎湖縣	8	0.09
21	金門縣	4	0.06	金門縣	5	0.08	金門縣	5	0.06
22	連江縣	2	0.03	連江縣	-	-	連江縣	1	0.01

註：1.本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之景點整理，遊程同時包含多個景點為跨縣市資料。

2.「-」表示無調查樣本。

由表 4-3-6 可知，113 年觀光團體受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市以臺北市為最多，其次依序為新北市、南投縣、臺中市及高雄市等；非觀光團體受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市以臺北市為最多，其次依序為新北市、高雄市、臺中市、南投縣等。

表 4-3-6 113 年受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市排名—依旅遊型態分

單位：人次；%

名次	全體			觀光團體			非觀光團體		
	縣市	人次	相對百分率	縣市	人次	相對百分率	縣市	人次	相對百分率
1	臺北市	5,617	84.85	臺北市	783	95.49	臺北市	4,834	83.34
2	新北市	3,983	60.17	新北市	660	80.49	新北市	3,323	57.29
3	臺中市	1,189	17.96	南投縣	506	61.71	高雄市	835	14.40
4	南投縣	1,090	16.47	臺中市	446	54.39	臺中市	743	12.81
5	高雄市	1,065	16.09	高雄市	230	28.05	南投縣	584	10.07
6	臺南市	631	9.53	嘉義縣	194	23.66	基隆市	539	9.29
7	宜蘭縣	586	8.85	臺南市	138	16.83	宜蘭縣	516	8.90
8	基隆市	585	8.84	嘉義市	106	12.93	桃園市	509	8.78
9	桃園市	571	8.63	宜蘭縣	70	8.54	臺南市	493	8.50
10	嘉義縣	471	7.11	桃園市	62	7.56	新竹市	285	4.91
11	新竹市	296	4.47	花蓮縣	54	6.59	嘉義縣	277	4.78
12	嘉義市	227	3.43	基隆市	46	5.61	屏東縣	189	3.26
13	屏東縣	207	3.13	彰化縣	39	4.76	花蓮縣	131	2.26
14	花蓮縣	185	2.79	新竹縣	20	2.44	嘉義市	121	2.09
15	彰化縣	135	2.04	屏東縣	18	2.20	彰化縣	96	1.66
16	新竹縣	104	1.57	臺東縣	13	1.59	新竹縣	84	1.45
17	臺東縣	83	1.25	新竹市	11	1.34	臺東縣	70	1.21
18	苗栗縣	61	0.92	苗栗縣	10	1.22	苗栗縣	51	0.88
19	雲林縣	39	0.59	雲林縣	4	0.49	雲林縣	35	0.60
20	澎湖縣	35	0.53	澎湖縣	2	0.24	澎湖縣	33	0.57
21	金門縣	4	0.06	金門縣	-	-	金門縣	4	0.07
22	連江縣	2	0.03	連江縣	-	-	連江縣	2	0.03

註：1.本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之景點整理，遊程同時包含多個景點為跨縣市資料。

2.「-」表示無調查樣本。

由表 4-3-7 可知，113 年受訪旅客 6,620 人中，遊覽觀光景點所在地區依序為北部地區(88.19%)、中部地區(23.88%)、南部地區(23.05%)、東部地區(3.52%)、離島地區(0.62%)。

遊覽景點所在地區排序與 112 年一致，但受 113 年 4 月花蓮地震、7 月凱米颱風、10 月山陀兒颱風與康芮颱風的天災影響，東部地區的相對百分率下滑 6.58 個百分點，遊覽景點位於中部地區與南部地區的相對百分率則分別增加 1.36 個百分點及 1.19 個百分點。進一步比較 113 年第 1 季（花蓮地震前）與 113 年第 2 季至第 4 季（地震、颱風影響），調查結果顯示，第 2 季至第 4 季旅客遊覽景點所在地區位於東部地區的比率(1.88%)較第 1 季(9.01%)減少 7.12 個百分點，而北部地區(第 1 季 84.62%；第 2 季至第 4 季 89.25%)增加 4.64 個百分點，中部地區(第 1 季 20.91%；第 2 季至第 4 季 24.77%)增加 3.86 個百分點，呈現東部地區比率減少，北部及中部地區成長之狀況，其中北部景點中正紀念堂、基隆港、中山站商圈、烏來、野柳，中部景點日月潭、高美濕地曾遊覽比率均較第 1 季增加超過 3 個百分點。

表 4-3-7 受訪旅客遊覽觀光景點所在地區排名

單位：人次；%

名次	113 年			112 年			108 年		
	遊覽景點 所在地區	人次	相對 百分率	遊覽景點 所在地區	人次	相對 百分率	遊覽景點 所在地區	人次	相對 百分率
1	北部地區	5,838	88.19	北部地區	5,337	87.46	北部地區	7,357	85.93
2	中部地區	1,581	23.88	中部地區	1,374	22.52	南部地區	2,572	30.04
3	南部地區	1,526	23.05	南部地區	1,334	21.86	中部地區	2,500	29.20
4	東部地區	233	3.52	東部地區	616	10.10	東部地區	1,619	18.91
5	離島地區	41	0.62	離島地區	40	0.66	離島地區	14	0.16

註：1.本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之景點整理，遊程同時包含多個景點為跨地區資料。

2.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。

由表 4-3-8 可知，113 年觀光團體遊覽觀光景點所在地區以北部地區為最高，其次依序為中部地區、南部地區、東部地區、離島地區。非觀光團體旅客遊覽觀光景點所在地區以北部地區為最高，其次依序為南部地區、中部地區、東部地區、離島地區。

表 4-3-8 113 年受訪旅客遊覽觀光景點所在地區排名—依旅遊型態分

單位：人次；%

名次	全體			觀光團體			非觀光團體		
	遊覽景點 所在地區	人次	相對 百分率	遊覽景點 所在地區	人次	相對 百分率	遊覽景點 所在地區	人次	相對 百分率
1	北部地區	5,838	88.19	北部地區	786	95.85	北部地區	5,052	87.10
2	中部地區	1,581	23.88	中部地區	574	70.00	南部地區	1,195	20.60
3	南部地區	1,526	23.05	南部地區	331	40.37	中部地區	1,007	17.36
4	東部地區	233	3.52	東部地區	59	7.20	東部地區	174	3.00
5	離島地區	41	0.62	離島地區	2	0.24	離島地區	39	0.67

註：1.本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之景點整理，遊程同時包含多個景點為跨地區資料。

2.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。

3.遊覽夜市

由表 4-3-9 可知，113 年受訪旅客 6,620 人中，遊覽夜市依序為饒河街夜市(35.63%)、士林夜市(31.09%)、寧夏夜市(21.19%)、臺中逢甲夜市(11.21%)等。其中士林夜市相對百分率及排名均較 112 年及 108 年下滑，可能受士林夜市地下美食街於 112 年 10 月至 114 年 4 月 16 日間因整修工程暫停營業影響所致。

表 4-3-9 受訪旅客遊覽夜市排名

單位：人次；%

名次	113 年			112 年			108 年		
	遊覽夜市	人次	相對百分率	遊覽夜市	人次	相對百分率	遊覽夜市	人次	相對百分率
1	饒河街夜市	2,359	35.63	士林夜市	2,310	37.86	士林夜市	3,472	40.55
2	士林夜市	2,058	31.09	饒河街夜市	1,746	28.61	寧夏夜市	1,165	13.61
3	寧夏夜市	1,403	21.19	寧夏夜市	1,022	16.75	饒河街夜市	1,138	13.29
4	臺中逢甲夜市	742	11.21	高雄六合夜市	408	6.69	高雄六合夜市	994	11.61
5	高雄六合夜市	552	8.34	臺中逢甲夜市	387	6.34	臺中逢甲夜市	890	10.39
6	基隆廟口夜市	355	5.36	迪化街(含大稻埕)夜市	363	5.95	華西街夜市	312	3.64
7	迪化街(含大稻埕)夜市	235	3.55	華西街夜市	300	4.92	師大夜市	246	2.87
8	高雄瑞豐夜市	214	3.23	花蓮東大門夜市	228	3.74	高雄瑞豐夜市	223	2.60
9	臺中一中街夜市	183	2.76	基隆廟口夜市	179	2.93	臺中一中街夜市	217	2.53
10	宜蘭羅東夜市	172	2.60	宜蘭羅東夜市	168	2.75	花蓮東大門夜市	150	1.75

註：1.本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之夜市整理。

2.所指「夜市」為廣義性的夜市，以夜間營業為主，由攤販、市集、商店及街頭表演等聚集，提供美食小吃及逛街購物的場所。

由表 4-3-10 可知，觀光團體受訪旅客遊覽夜市依序為士林夜市(40.00%)、臺中逢甲夜市(35.12%)、饒河街夜市(32.20%)等。非觀光團體受訪旅客遊覽夜市依序為饒河街夜市(36.12%)、士林夜市(29.83%)、寧夏夜市(22.64%)等。

表 4-3-10 113 年受訪旅客遊覽夜市排名—依旅遊型態分

單位：人次；%

名次	全體			觀光團體			非觀光團體		
	遊覽夜市	人次	相對百分率	遊覽夜市	人次	相對百分率	遊覽夜市	人次	相對百分率
1	饒河街夜市	2,359	35.63	士林夜市	328	40.00	饒河街夜市	2,095	36.12
2	士林夜市	2,058	31.09	臺中逢甲夜市	288	35.12	士林夜市	1,730	29.83
3	寧夏夜市	1,403	21.19	饒河街夜市	264	32.20	寧夏夜市	1,313	22.64
4	臺中逢甲夜市	742	11.21	高雄六合夜市	129	15.73	臺中逢甲夜市	454	7.83
5	高雄六合夜市	552	8.34	寧夏夜市	90	10.98	高雄六合夜市	423	7.29
6	基隆廟口夜市	355	5.36	花蓮東大門夜市	33	4.02	基隆廟口夜市	330	5.69
7	迪化街(含大稻埕)夜市	235	3.55	臺中一中街夜市	29	3.54	迪化街(含大稻埕)夜市	229	3.95
8	高雄瑞豐夜市	214	3.23	宜蘭羅東夜市	29	3.54	高雄瑞豐夜市	207	3.57
9	臺中一中街夜市	183	2.76	基隆廟口夜市	25	3.05	臺中一中街夜市	154	2.66
10	宜蘭羅東夜市	172	2.60	華西街夜市	13	1.59	宜蘭羅東夜市	143	2.47

註：1.本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之夜市整理。

2.所指「夜市」為廣義性的夜市，以夜間營業為主，由攤販、市集、商店及街頭表演等聚集，提供美食小吃及逛街購物的場所。

4.遊覽夜市所在縣市

由表 4-3-11 可知，113 年受訪旅客 6,620 人中，受訪旅客遊覽夜市所在縣市以臺北市(68.96%)為最多，其次依序為臺中市(12.70%)、高雄市(11.24%)、基隆市(5.36%)等。各年度受訪旅客遊覽夜市所在縣市排名皆以臺北市為最高。

表 4-3-11 受訪旅客遊覽夜市所在縣市排名

單位：人次；%

名次	113 年			112 年			108 年		
	縣市	人次	相對百分率	縣市	人次	相對百分率	縣市	人次	相對百分率
1	臺北市	4,565	68.96	臺北市	3,957	64.85	臺北市	5,091	59.46
2	臺中市	841	12.70	高雄市	581	9.52	高雄市	1,151	13.44
3	高雄市	744	11.24	臺中市	422	6.92	臺中市	999	11.67
4	基隆市	355	5.36	花蓮縣	233	3.82	花蓮縣	151	1.76
5	宜蘭縣	174	2.63	新北市	231	3.79	基隆市	147	1.72
6	臺南市	173	2.61	基隆市	179	2.93	屏東縣	85	0.99
7	新北市	160	2.42	宜蘭縣	169	2.77	宜蘭縣	85	0.99
8	桃園市	108	1.63	臺南市	114	1.87	桃園市	79	0.92
9	花蓮縣	90	1.36	桃園市	96	1.57	臺南市	79	0.92
10	新竹市	51	0.77	新竹市	40	0.66	新北市	69	0.81
11	嘉義市	48	0.73	嘉義市	22	0.36	嘉義市	32	0.37
12	屏東縣	13	0.20	屏東縣	17	0.28	新竹市	21	0.25
13	臺東縣	12	0.18	南投縣	6	0.10	臺東縣	7	0.08
14	澎湖縣	3	0.05	臺東縣	6	0.10	彰化縣	6	0.07
15	雲林縣	3	0.05	澎湖縣	4	0.07	苗栗縣	5	0.06
16	苗栗縣	3	0.05	新竹縣	3	0.05	雲林縣	5	0.06
17	彰化縣	1	0.02	嘉義縣	3	0.05	南投縣	3	0.04
18	嘉義縣	1	0.02	苗栗縣	1	0.02	澎湖縣	1	0.01
19	南投縣	1	0.02	彰化縣	1	0.02	新竹縣	-	-
20	新竹縣	-	-	雲林縣	-	-	嘉義縣	-	-
21	連江縣	-	-	金門縣	-	-	金門縣	-	-

註：本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之夜市整理；「-」表示無調查樣本。

5.最喜歡景點

由表 4-3-12 可知，113 年受訪旅客最喜歡景點依序為日月潭(喜歡比率 42.70%)、九份(喜歡比率 21.07%)、淡水(喜歡比率 16.65%)、平溪(喜歡比率 16.48%)、野柳(喜歡比率 15.75%)等。

前 10 名最喜歡景點中，九份、淡水、野柳、北投、西門町(含西門紅樓)、大稻埕排名較 112 年與 108 年上升。

表 4-3-12 受訪旅客最喜歡景點排名

名次	113 年			112 年			108 年		
	最喜歡 景點	到訪 相對 百分率	喜歡 比率	最喜歡 景點	到訪 相對 百分率	喜歡 比率	最喜歡 景點	到訪 相對 百分率	喜歡 比率
1	日月潭	15.53	42.70%	日月潭	13.19	35.03%	墾丁國家公園	16.63	25.56%
2	九份	41.37	21.07%	平溪	24.32	21.77%	日月潭	20.63	25.42%
3	淡水	29.94	16.65%	九份	40.51	20.55%	九份	36.87	23.60%
4	平溪	33.17	16.48%	夜市	78.43	16.46%	阿里山	13.48	22.88%
5	野柳	18.13	15.75%	故宮博物院	22.25	15.91%	太魯閣、天祥	16.95	22.61%
6	北投	14.56	13.28%	淡水	34.73	15.20%	平溪	18.00	21.03%
7	故宮博物院	23.49	13.25%	貓空	13.44	14.88%	野柳	20.18	20.43%
8	夜市	83.84	11.62%	陽明山	15.86	12.40%	淡水	19.54	18.17%
9	西門町(含西門紅樓)	56.13	10.50%	野柳	11.46	11.44%	故宮博物院	30.93	14.39%
10	大稻埕	11.99	10.08%	臺北 101	56.96	10.93%	西門町	41.71	13.89%

註：1.本題「最喜歡景點」僅能就曾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百分率達 10%以上者計算。

4.依據喜歡比率從高到低排序名次。

若依景點到訪相對百分率分，由表 4-3-13 可知，113 年受訪旅客到訪相對百分率 4.00~9.99(人次/每百人次)的景點中，最喜歡的景點依序為阿里山(喜歡比率 54.12%)、清境農場(喜歡比率 27.25%)、中山站商圈(喜歡比率 17.24%)、礁溪(喜歡比率 16.74%)及旗津海岸公園(喜歡比率 15.24%)等；到訪相對百分率 1.61~3.99(人次/每百人次)的景點中，最喜歡的景點依序為太魯閣.天祥(喜歡比率 61.81%)、佛光山(喜歡比率 32.78%)、武陵國家森林遊樂區(喜歡比率 27.40%)、奇美博物館(喜歡比率 24.73%)、侯硐(喜歡比率 21.52%)等。

表 4-3-13 受訪旅客最喜歡景點排名—依景點到訪相對百分率分

名次	景點到訪相對百分率 4.00~9.99(人次/百人次)			景點到訪相對百分率 1.61~3.99(人次/百人次)		
	最喜歡 景點	到訪 相對 百分率	喜歡 比率	最喜歡 景點	到訪 相對 百分率	喜歡 比率
1	阿里山	6.78	54.12%	太魯閣、天祥	2.18	61.81%
2	清境農場	5.05	27.25%	佛光山	2.72	32.78%
3	中山站商圈	5.26	17.24%	武陵國家森林遊樂區	2.21	27.40%
4	礁溪	6.95	16.74%	奇美博物館	2.75	24.73%
5	旗津海岸公園	4.76	15.24%	猴硐	2.39	21.52%
6	駁二藝術特區	9.17	14.83%	墾丁國家公園	1.99	18.18%
7	烏來	4.65	14.61%	大安森林公園	1.80	15.97%
8	南港經貿園區	4.46	13.22%	象山	3.81	13.89%
9	安平古堡	6.37	12.56%	新社	2.13	12.77%
10	大溪	5.21	7.83%	石門水庫風景區	1.81	10.83%

註：1.本題「最喜歡景點」僅能就曾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%。

由表 4-3-14 可知，113 年觀光團體受訪旅客最喜歡景點依序為日月潭、阿里山、清境農場、故宮博物院、淡水等；非觀光團體受訪旅客最喜歡景點依序為九份、野柳、平溪、淡水、北投等。

因花蓮地震導致太魯閣國家公園內設施及步道受損，旅客到訪相對百分比下降。即使太魯閣.天祥的喜歡比率較高，由於到訪相對百分率未達 10%，因此未列入旅客最喜歡景點前十名排名。

表 4-3-14 113 年受訪旅客最喜歡景點排名－依旅遊型態分

名次	全體			觀光團體			非觀光團體		
	最喜歡 景點	到訪 相對 百分率	喜歡 比率	最喜歡 景點	到訪 相對 百分率	喜歡 比率	最喜歡 景點	到訪 相對 百分率	喜歡 比率
1	日月潭	15.53	42.70%	日月潭	60.98	45.40%	九份	37.17	23.33%
2	九份	41.37	21.07%	阿里山	23.05	40.74%	野柳	14.53	18.27%
3	淡水	29.94	16.65%	清境農場	13.90	18.42%	平溪	28.62	17.89%
4	平溪	33.17	16.48%	故宮博物院	32.32	16.60%	淡水	31.16	16.82%
5	野柳	18.13	15.75%	淡水	21.34	14.86%	北投	15.93	13.42%
6	北投	14.56	13.28%	駁二藝術特區	14.27	13.68%	故宮博物院	22.24	12.56%
7	故宮博物院	23.49	13.25%	九份	71.10	12.69%	夜市	82.38	12.45%
8	夜市	83.84	11.62%	平溪	65.37	12.13%	西門町(含西門紅樓)	56.16	11.54%
9	西門町(含西門紅樓)	56.13	10.50%	野柳	43.54	9.80%	大稻埕	13.31	10.23%
10	大稻埕	11.99	10.08%	夜市	94.15	6.48%	貓空	13.81	9.86%

註：1.本題「最喜歡景點」僅能就曾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百分率達 10%以上者計算。

4.依據喜歡比率從高到低排序名次。

(三) 住宿情形

1、住宿地點

由表 4-3-15 可知，113 年受訪旅客 6,620 人中，住宿地點以旅館(89.71%)為最多，其次為親友家(15.88%)，第三為民宿(7.42%)。113 年與 112 年均以住宿旅館為最多，其次為親友家，第三為民宿。其中，112 年曾遊覽東部地區景點之旅客住宿於民宿(20.94%)的比率高於該年度整體表現，而 113 年受地震、颱風影響，旅客曾遊覽景點位於東部比率減少，進而導致 113 年曾住宿於民宿旅客的比率較 112 年減少 3.81 個百分點。

表 4-3-15 受訪旅客住宿地點

單位：人次；%

住宿地點	113 年		112 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率
旅館	5,939	89.71	5,275	86.45
親友家	1,051	15.88	1,045	17.13
民宿	491	7.42	685	11.23
宿舍	27	0.41	64	1.05
租屋	8	0.12	27	0.44
寺廟、修道院或教會	4	0.06	20	0.33
其他	4	0.06	3	0.05

註：1.本題為複選題，為旅客選擇住宿類型之相對百分率，非反映住宿頻率。

2.108 年非觀光團體受訪旅客才需作答，故本表不列入比較。

3.「-」表示無調查樣本

就居住地而言，各居住地受訪旅客住宿地點皆以旅館為主，詳見附表 1-26。

就來臺主要目的而言，觀光、業務目的受訪旅客住宿地點皆以旅館為主；探親或訪友受訪旅客住宿地點主要為親友家，詳見附表 1-27。

2、住宿旅館的整體滿意度

由表 4-3-16 可知，113 年受訪旅客 6,620 人中，有 5,939 人住宿地點為旅館，有 93.56% 的受訪旅客對住宿旅館表示滿意；從非常滿意到非常不滿意給予 5 分至 1 分的給分，計算所得滿意度平均分數為 4.16 分，標準差為 0.53 分。各居住地受訪旅客對住宿旅館的整體滿意程度分布詳見附表 1-28，各來臺主要目的受訪旅客對住宿旅館的整體滿意程度分布詳見附表 1-29。

表 4-3-16 受訪旅客對住宿旅館的整體滿意度

單位：人；%

人數 列百分比	總計	滿意程度			普通	不滿意程度		
		合計	非常滿意	滿意		合計	不滿意	非常不滿意
113 年	5,939	5,557	1,356	4,201	365	17	14	3
	100.00	93.56	22.83	70.73	6.15	0.29	0.24	0.05
112 年	5,275	4,858	1,355	3,503	402	15	11	4
	100.00	92.10	25.69	66.41	7.62	0.28	0.20	0.08

3、住宿民宿的整體滿意度

由表 4-3-17 可知，113 年受訪旅客 6,620 人中，有 491 人住宿地點為民宿，有 84.72% 的受訪旅客對住宿民宿表示滿意；從非常滿意到非常不滿意給予 5 分至 1 分的給分，計算所得滿意度平均分數為 4.07 分，標準差為 0.67 分。各居住地受訪旅客對住宿民宿的整體滿意程度分布詳見附表 1-30，各來臺主要目的受訪旅客對住宿民宿的整體滿意程度分布詳見附表 1-31。

表 4-3-17 受訪旅客對住宿民宿的整體滿意度

單位：人；%

人數 列百分比	總計	滿意程度			普通	不滿意程度		
		合計	非常滿意	滿意		合計	不滿意	非常不滿意
113 年	491	416	118	298	67	8	7	1
	100.00	84.72	24.03	60.69	13.65	1.63	1.43	0.20
112 年	685	585	191	394	91	9	6	3
	100.00	85.40	27.88	57.52	13.28	1.31	0.88	0.44

註：「-」表示無調查樣本。

(四) 參加活動情形

由表 4-3-18 可知，113 年受訪旅客 6,620 人中，受訪旅客參與活動以購物(92.33%)為最多，其次依序為逛夜市(85.06%)、參觀古蹟(56.68%)、按摩指壓(19.97%)、泡溫泉浴(16.63%)等。

113 年與 112 年、108 年受訪旅客在我國期間參加活動前 3 名皆為購物、逛夜市和參觀古蹟。

表 4-3-18 受訪旅客在我國期間參加活動

單位：人次；%

參加活動	113 年		112 年		108 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
購物	6,112	92.33	5,672	92.95	8,022	93.69
逛夜市	5,631	85.06	4,786	78.43	6,836	79.84
參觀古蹟	3,752	56.68	3,073	50.36	3,429	40.05
按摩指壓	1,322	19.97	1,013	16.60	639	7.46
泡溫泉浴	1,101	16.63	1,414	23.17	960	11.21
登山、健行	933	14.09	931	15.26	...	...
水域活動(含遊湖、潛水等)	927	14.00	1,010	16.55	...	...
生態旅遊(含賞花、鳥、蝶等)	852	12.87	1,404	23.01	1,033	12.06
參觀展覽	654	9.88	940	15.40	2,212	25.84
參觀藝文表演活動	601	9.08	607	9.95	84	0.98
夜總會、PUB 活動	505	7.63	614	10.06	194	2.27
遊樂園	482	7.28	982	16.09	...	...
休閒農場	438	6.62	812	13.31	...	...
參觀節慶活動(含宗教活動等)	236	3.56	217	3.56	138	1.61
觀光工廠	123	1.86	205	3.36	260	3.04
部落觀光	112	1.69	520	8.52	...	...
醫療保健	60	0.91	68	1.11	35	0.41
運動或賽事(含自行車旅遊等)	23	0.35	123	2.02	97	1.13
遊湖	...	...	...	...	1,409	16.46
登山	...	...	...	...	648	7.57
主題樂園	...	...	...	...	245	2.86
卡拉 OK 或唱 KTV	...	...	...	...	65	0.76
SPA、三溫暖	...	...	...	...	38	0.44
其他	52	0.79	41	0.67	162	1.89

註：1. 本題為複選題。

2. 「…」表示無此選項。

就居住地而言，各居住地受訪旅客在我國期間參加活動皆以購物為最高，其次為逛夜市，詳見附表 1-32。

就來臺主要目的而言，各主要目的受訪旅客在我國期間參加活動皆以購物為最高，逛夜市次之，詳見附表 1-33。

就旅遊型態而言，由表 4-3-19 可知，113 年觀光團體受訪旅客在我國期間參加活動依序為購物、逛夜市、參觀古蹟、生態旅遊、水域活動(含遊湖、潛水等)等；非觀光團體受訪旅客依序為購物、逛夜市、參觀古蹟、按摩指壓、泡溫泉浴等。

表 4-3-19 113 年受訪旅客在我國期間參加活動—依旅遊型態分

單位：人次；%

參加活動	全體		觀光團體		非觀光團體	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
購物	6,112	92.33	806	98.29	5,306	91.48
逛夜市	<u>5,631</u>	<u>85.06</u>	<u>782</u>	<u>95.37</u>	<u>4,849</u>	<u>83.60</u>
參觀古蹟	3,752	56.68	603	73.54	3,149	54.29
按摩指壓	1,322	19.97	167	20.37	1,155	19.91
泡溫泉浴	1,101	16.63	101	12.32	1,000	17.24
登山、健行	933	14.09	129	15.73	804	13.86
水域活動(含遊湖、潛水等)	927	14.00	186	22.68	741	12.78
生態旅遊(含賞花、鳥、蝶等)	852	12.87	261	31.83	591	10.19
參觀展覽	654	9.88	60	7.32	594	10.24
參觀藝文表演活動	601	9.08	122	14.88	479	8.26
夜總會、PUB 活動	505	7.63	8	0.98	497	8.57
遊樂園	482	7.28	96	11.71	386	6.66
休閒農場	438	6.62	119	14.51	319	5.50
參觀節慶活動(含宗教活動等)	236	3.56	16	1.95	220	3.79
觀光工廠	123	1.86	62	7.56	61	1.05
部落觀光	112	1.69	28	3.41	84	1.45
醫療保健	60	0.91	1	0.12	59	1.02
運動或賽事(含自行車旅遊等)	23	0.35	-	-	23	0.40
其他	52	0.79	1	0.12	51	0.88

註：1. 本題為複選題。

2. 「-」表示無調查樣本。

四、受訪旅客消費支出概況

(一) 全體來臺旅客在臺消費金額估算

受訪旅客消費金額之估算係以美元為計算單位，本調查所採用之各國幣值換算匯率乃根據 113 年中央銀行各幣別兌美元的平均匯率資料，詳見表 4-4-1。

表 4-4-1 113 年各幣別兌美元的年平均匯率

幣別	113 年平均匯率
新臺幣(NTD/USD)	32.108
日圓(JPY/USD)	151.37
英鎊(USD/GBP)	1.2781
港幣(HKD/USD)	7.8038
韓元(KRW/USD)	1,363.4
加拿大幣(CAD/USD)	1.3694
新加坡元(SGD/USD)	1.3362
人民幣(CNY/USD)	7.1975
澳幣(USD/AUD)	0.6599
印尼盾(IDR/USD)	15,855.4
泰銖(THB/USD)	35.294
馬來西亞幣(MYR/USD)	4.5764
菲律賓披索(PHP/USD)	57.291
歐元(USD/EUR)	1.0824
越南盾(VND/USD)	24,164.9

資料來源：中央銀行，<https://www.cbc.gov.tw/tw/cp-520-36599-75987-1.html>。

受訪旅客消費金額之估算係以美元為計算單位，在進行消費金額之估算時，將原始消費總金額取 0.134912 次方轉換及截尾平均數(trimmed mean)方法，估算出 113 年受訪旅客平均每人每日消費金額為 182.83 美元，標準誤為 1.52 美元，估算方法詳見附件二。

由表 4-4-2 可知，113 年來臺旅客平均每人每日消費金額 182.83 美元，其中以旅館內支出費(41.71%)占比最高，其次為旅館外餐飲費(20.43%)，第三為購物費(18.30%)等。

另旅館住宿費約占旅館內支出費的 95.65%，推估平均每人每日旅館住宿費為 72.94 美元，較 112 年(66.78 美元)成長 9.22%。

與 108 年相較，113 年平均每人每日消費金額減少 13.08 美元，減少比率為 6.68%。在消費結構上，各年度皆以旅館內支出費為最高，113 年以旅館外餐飲費居次，而 112 年及 108 年則以購物費居次。

表 4-4-2 受訪旅客平均每人每日消費細項

單位：美元

期別		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
113 年	金額	182.83	76.26	37.35	19.20	9.23	7.33	33.46
	結構比	100.00%	41.71%	20.43%	10.50%	5.05%	4.01%	18.30%
	增減金額	-13.08	-0.36	-1.13	0.45	3.20	3.04	-18.28
	增減比率	-6.68%	-0.47%	-2.94%	2.40%	53.07%	70.86%	-35.33%
112 年	金額	180.67	71.52	34.08	20.19	11.40	8.33	35.15
	結構比	100.00%	39.59%	18.86%	11.17%	6.31%	4.61%	19.46%
	增減金額	-15.24	-5.10	-4.40	1.44	5.37	4.04	-16.59
	增減比率	-7.78%	-6.66%	-11.43%	7.68%	89.05%	94.17%	-32.06%
108 年	金額	195.91	76.62	38.48	18.75	6.03	4.29	51.74
	結構比	100.00%	39.11%	19.64%	9.57%	3.08%	2.19%	26.41%

註：「增減金額」與「增減比率」係與 108 年相比。

來臺旅客在臺消費金額估算公式如下：

來臺旅客在臺消費金額 = (來臺旅客平均每人每日消費金額)

× (來臺旅客平均停留夜數)

× (來臺旅客人次)(2)

在式(2)中，「來臺旅客平均每人每日消費金額」係根據本調查所得，「來臺旅客平均停留夜數」及「來臺旅客人次」係根據內政部移民署公務統計資料。

由表 4-4-3 可知，依據調查得到 113 年受訪旅客平均每人每日消費金額為 182.83 美元。依據內政部移民署公務統計資料，113 年來臺旅客平均停留夜數為 6.98 夜，總人次為 785 萬 7,686 人次，故依式(2)求得 113 年來臺旅客在臺總消費金額為 100.28 億美元(新臺幣 3,219.67 億元)。其中新臺幣兌美元之平均匯率乃依據中央銀行之資料為標準。

表 4-4-3 來臺旅客在臺消費金額

期別	來臺旅客 人次 (1)	來臺旅客 平均停留 夜數 (2)	來臺旅客 平均每人 每日消費 金額(美元) (3)	來臺旅客 觀光支出 (不含國際機票) (億美元) (4)=(1)×(2)×(3) ÷100,000,000	新台幣 兌美元 月平均 匯率 (5)	來臺旅客 觀光支出 (不含國際機票) (新臺幣億元) (6)=(1)×(2)×(3) ×(5)÷100,000,000
113 年	7,857,686	6.98	182.83	100.28	32.108	3,219.67
112 年	6,486,951	7.39	180.67	86.61	31.150	2,697.92
108 年	11,864,105	6.20	195.91	144.11	30.925	4,456.49

註：1.「來臺旅客人次」、「平均停留夜數」資料來源為內政部移民署。

2.新臺幣兌美元月平均匯率之資料來源為中央銀行網站。

由表 4-4-4 可知，113 年受訪旅客購物費消費項目中以購買名產或特產的比率最高，占 43.06%，其次為服飾或相關配件類，占 19.10%，第三為茶葉，占 11.69%。

表 4-4-4 受訪旅客平均每人每日購物費細項消費金額

購物費消費項目	113 年		112 年		108 年	
	消費金額 (美元)	百分比	消費金額 (美元)	百分比	消費金額 (美元)	百分比
總計	33.46	100.00%	35.15	100.00%	51.74	100.00%
服飾或相關配件	6.38	19.10%	5.60	15.91%	7.55	14.59%
珠寶或玉器類	0.42	1.25%	0.51	1.44%	5.65	10.92%
紀念品或手工藝品類	3.47	10.36%	5.14	14.63%	3.80	7.34%
化妝品或香水類	1.73	5.16%	1.41	4.02%	6.77	13.08%
名產或特產	14.40	43.06%	15.37	43.73%	19.93	38.52%
煙或酒類	1.35	4.02%	1.29	3.68%	0.95	1.84%
藥品類或健康食品	0.73	2.17%	0.93	2.64%	1.33	2.57%
電子或電器產品	0.88	2.63%	1.31	3.74%	0.46	0.89%
茶葉	3.91	11.69%	3.29	9.37%	3.63	7.02%
其他	0.19	0.56%	0.30	0.84%	1.67	3.23%

進一步根據受訪旅客的基本資料與調查狀況，分別探討受訪旅客平均每人每日消費情形，參見附表 1-34 至附表 1-45。

(二) 主要市場來臺旅客在臺消費金額估算

各市場來臺旅客在臺消費金額估算公式如下：

各市場來臺旅客在臺消費金額

$$= (\text{各市場來臺旅客平均每人每日消費金額}) \\ \times (\text{各市場來臺旅客平均停留夜數}) \\ \times (\text{各市場來臺旅客人次}) \dots\dots\dots(2)$$

在式(2)中，「各市場來臺旅客平均每人每日消費金額」係根據本調查所得，「各市場來臺旅客平均停留夜數」及「各市場來臺旅客人次」係根據內政部移民署資料。

由表 4-4-5 可知，113 年 7 個主要市場來臺旅客在臺總消費金額，以新南向 18 國 (36.09 億美元) 為最高，其次依序為美國 (15.85 億美元)、日本 (12.23 億美元)、香港.澳門 (10.92 億美元)、歐洲 (8.85 億美元)、韓國 (8.00 億美元)、大陸 (7.40 億美元)。

表 4-4-5 113 年主要市場來臺旅客在臺消費金額

市場別	來臺旅客 公務統計 人次 (1)	來臺旅客 公務統計 平均停留夜數 (2)	平均每人每日 消費金額 (美元) (3)	觀光支出 總金額 (億美元) (4)=(1)×(2)×(3)	觀光支出 總金額 (億新臺幣) (5)= (1)×(2) ×(3) ×32.108
全體	7,857,686	6.98	182.83	100.28	3,219.67
新南向 18 國	2,538,154	8.73	162.88	36.09	1,158.81
美國	651,264	10.19	238.86	15.85	508.97
日本	1,319,592	4.80	193.13	12.23	392.78
香港.澳門	1,310,977	4.46	186.83	10.92	350.74
歐洲	349,981	12.67	199.51	8.85	284.05
韓國	1,003,086	4.03	197.98	8.00	256.97
大陸	438,212	10.97	153.97	7.40	237.65

註：1. 「各市場來臺旅客人次」及「各市場平均停留夜數」資料來源為內政部移民署。

2. 113 年美元對新臺幣之年平均匯率為 32.108，資料來源為中央銀行。

(三) 購物退稅服務

1、購物是否使用退稅服務

由表 4-4-6 可知，113 年受訪旅客 6,620 人中，使用過退稅服務者有 1,537 人，占 23.22%，比率較 112 年增加 6.41 個百分點，較 108 年減少 1.07 個百分點。

表 4-4-6 受訪旅客是否使用購物退稅服務

單位：人；%

是否使用 購物退稅服務	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	6,620	100.00	6,102	100.00	8,562	100.00
是	1,537	23.22	1,026	16.81	2,080	24.29
否	5,083	76.78	5,076	83.19	6,482	75.71

2、購物退稅手續是否簡便

由表 4-4-7 可知，113 年有 1,537 人受訪旅客使用過購物退稅服務，覺得購物退稅手續方便的有 1,529 人，占 99.48%，比率較 108、112 年增加。

表 4-4-7 受訪旅客認為購物退稅手續是否簡便

單位：人；%

購物退稅手續 是否簡便	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	1,537	100.00	1,026	100.00	2,080	100.00
是	1,529	99.48	1,013	98.73	1,979	95.14
否	8	0.52	13	1.27	101	4.86

(四) 預付費用項目

1、來臺前是否預付費用

由表 4-4-8 可知，113 年 6,620 位受訪旅客中，來臺前有預付費用者共 3,523 人，占 53.22%，比率較 112 年增加 2.71 個百分點，較 108 年減少 27.42 個百分點。

表 4-4-8 受訪旅客來臺前是否預付費用

單位：人；%

來臺前是否預付費用	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	6,620	100.00	6,102	100.00	8,562	100.00
有預付	3,523	53.22	3,082	50.51	6,904	80.64
沒有預付	3,097	46.78	3,020	49.49	1,658	19.36

2、來臺前預付費用項目

由表 4-4-9 可知，113 年受訪旅客來臺前有預付費用的 3,523 人，預付項目以旅館內支出費為最多(96.71%)，比率與 108、112 年相近。

表 4-4-9 受訪旅客來臺前預付費用項目

單位：人次；%

來臺前預付費用項目	113 年		112 年		108 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
旅館內支出費	3,407	96.71	3,003	97.44	6,774	98.12
旅館外餐飲費	1,070	30.37	898	29.14	1,765	25.56
在臺境內交通費	<u>1,201</u>	<u>34.09</u>	<u>940</u>	<u>30.50</u>	2,017	29.21
娛樂費	480	13.62	628	20.38	1,912	27.69
雜費	692	19.64	285	9.25	<u>2,197</u>	<u>31.82</u>
購物費	3	0.09	15	0.49	-	-

註：1. 本題為複選題。

2. 「-」表示無調查樣本。

五、受訪旅客對臺灣深刻的印象

由圖 4-5-1 可知，113 年受訪旅客對臺灣留下的深刻印象依序為美食佳餚(90.66%)、逛夜市(76.01%)、自然風光(65.77%)、人情味濃厚(49.91%)、歷史古蹟(35.88%)、地方特產(29.27%)等。

就各居住地而言，除越南以自然風光為最高，其餘居住地均以美食佳餚為最高；就來臺主要目的而言，各目的均以美食佳餚為最高，詳見附表 1-46、附表 1-47。

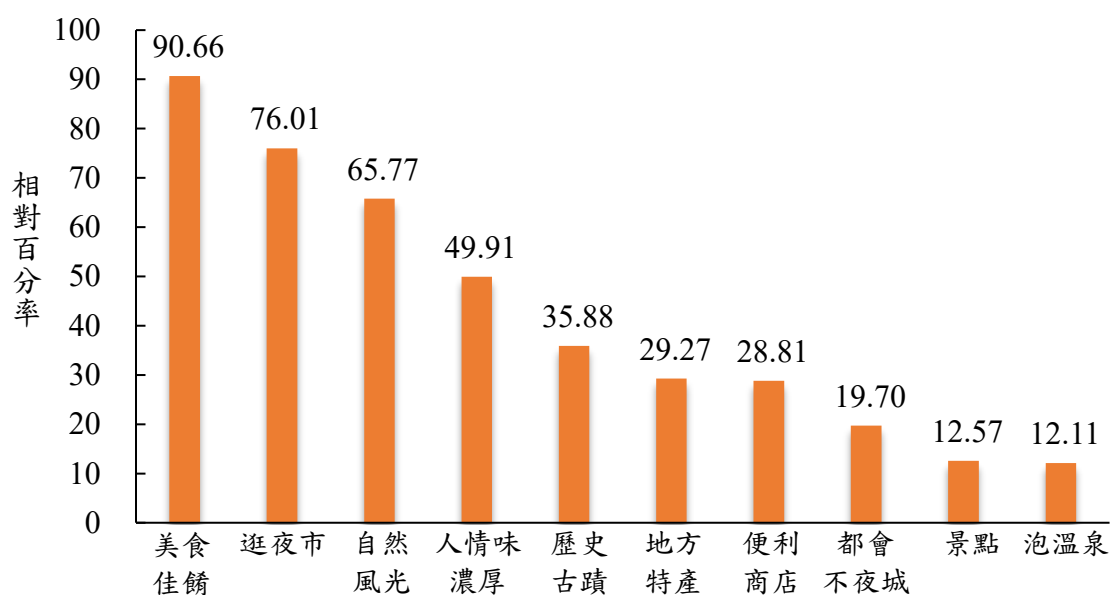


圖 4-5-1 113 年受訪旅客對臺灣深刻的前 10 大印象

由表 4-5-1 可知，113 年以美食佳餚為最高，其次為逛夜市；112 年以美食佳餚為最高，其次為自然風光；108 年以美食佳肴為最高，其次為景點。

表 4-5-1 受訪旅客對臺灣深刻的印象

單位：人次；%

深刻印象	113 年		112 年		108 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
美食佳餚	6,002	90.66	5,272	86.40	4,942	57.72
逛夜市	<u>5,032</u>	<u>76.01</u>	3,734	61.19	3,326	38.85
自然風光	4,354	65.77	<u>4,139</u>	<u>67.83</u>	...	...
人情味濃厚	3,304	49.91	2,669	43.74	2,738	31.98
歷史古蹟	2,375	35.88	1,621	26.57	761	8.89
地方特產	1,938	29.27	2,214	36.28	1,309	15.29
便利商店	1,907	28.81	1,953	32.01	1,148	13.41
都會不夜城	1,304	19.70	881	14.44	592	6.91
景點	832	12.57	973	15.95	<u>4,684</u>	<u>54.71</u>
泡溫泉	802	12.11	780	12.78	534	6.24
宗教文化	591	8.93	...	...	...	...
單車賞景	188	2.84	196	3.21	164	1.92
書店	135	2.04	212	3.47	448	5.23
節慶活動	100	1.51	112	1.84	51	0.60
原住民文化	85	1.28	240	3.93	272	3.18
旅館(或民宿)住宿體驗	83	1.25	111	1.82	201	2.35
醫療保健	81	1.22	53	0.87	...	...
水果	...	...	1,208	19.80	1,547	18.07
寺廟參訪	...	...	1,126	18.45	738	8.62
海岸風光	...	...	...	...	2,698	31.51
美容醫療	...	...	...	...	138	1.61
其他	97	1.47	38	0.62	362	4.23

註：1. 本題為複選題。

2. 「…」表示無該調查項目。

由表 4-5-2 可知，113 年觀光團體受訪旅客對臺灣留下的深刻印象依序為美食佳餚(93.29%)、自然風光(87.93%)、逛夜市(84.02%)、歷史古蹟(45.61%)、地方特產(42.68%)等。非觀光團體受訪旅客對臺灣留下的深刻印象依序為美食佳餚(90.29%)、逛夜市(74.88%)、自然風光(62.64%)、人情味濃厚(52.48%)、歷史古蹟(34.50%)等。

表 4-5-2 113 年受訪旅客對臺灣深刻的印象－依旅遊型態分

單位：人次；%

深刻印象	全體		觀光團體		非觀光團體	
	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率
美食佳餚	6,002	90.66	765	93.29	5,237	90.29
逛夜市	<u>5,032</u>	<u>76.01</u>	689	84.02	<u>4,343</u>	<u>74.88</u>
自然風光	4,354	65.77	<u>721</u>	<u>87.93</u>	3,633	62.64
人情味濃厚	3,304	49.91	260	31.71	3,044	52.48
歷史古蹟	2,375	35.88	374	45.61	2,001	34.50
地方特產	1,938	29.27	350	42.68	1,588	27.38
便利商店	1,907	28.81	216	26.34	1,691	29.16
都會不夜城	1,304	19.70	148	18.05	1,156	19.93
景點	832	12.57	135	16.46	697	12.02
泡溫泉	802	12.11	57	6.95	745	12.84
宗教文化	591	8.93	141	17.20	450	7.76
單車賞景	188	2.84	3	0.37	185	3.19
書店	135	2.04	1	0.12	134	2.31
節慶活動	100	1.51	7	0.85	93	1.60
原住民文化	85	1.28	23	2.80	62	1.07
旅館(或民宿)住宿體驗	83	1.25	7	0.85	76	1.31
醫療保健	81	1.22	3	0.37	78	1.34
其他	97	1.47	1	0.12	96	1.66

註：本題為複選題。

六、受訪旅客對此次來臺之各項滿意度分析

由於旅客來臺經驗滿意度，關係到旅客重遊意願及國家觀光發展改善之方向，故本調查針對受訪旅客在觀光便利性、觀光環境國際化、環境安全性三大方面來探討旅客來臺經驗情形。

由表 4-6-1 可知，113 年各項來臺滿意度平均皆大於 4.31 分，表示受訪旅客在觀光便利性、觀光環境國際化、環境安全性三大方面都傾向滿意，來臺整體滿意度平均分數為 4.61 分，較 112 年增加 0.17 分，較 108 年增加 0.12 分。由表 4-6-2 可知，113 年受訪旅客有 99.49% 的受訪旅客受對此次來臺的整體滿意度傾向滿意。

113 年不同居住地受訪旅客之各項滿意度請見附表 1-48 至 1-58。不同居住地及來臺主要目的之整體滿意度請見附表 1-59 及 1-60。

表 4-6-1 受訪旅客此次來臺各項滿意度

來臺旅客各項滿意度		113 年		112 年		108 年	
		平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差
觀光 便利 性	入境證照及通關手續便捷	4.40	0.60	4.40	0.64	4.20	0.86
	通訊 / 網路便利	4.60	0.54	4.49	0.63	4.34	0.73
	旅遊資訊取得方便	4.58	0.54	4.41	0.64	4.37	0.70
	境內交通便利	4.63	0.53	4.54	0.60	4.46	0.61
	來臺交通便利	...	...	...	...	4.53	0.58
	海關通關手續便利	...	...	...	...	4.30	0.76
	取得臺灣簽證快速	...	...	...	...	4.42	0.76
	使用 Free Wi-Fi 便利	...	...	...	...	4.15	0.83
觀光 環境 國際 化	路標及公共設施牌示易懂	4.37	0.66	4.22	0.78	4.32	0.76
	旅遊環境語言溝通良好	4.31	0.75	4.11	0.86	4.25	0.83
	臺灣民眾態度友善	4.72	0.48	4.61	0.58	4.63	0.55
環 境 安 全 性	遊憩環境安全	4.62	0.53	4.52	0.57	4.58	0.55
	社會治安良好	4.68	0.48	4.54	0.57	4.61	0.53
	住宿設施安全	4.62	0.53	4.48	0.59	4.59	0.54
	餐飲衛生良好	4.49	0.60	4.37	0.66	4.35	0.72
	環境衛生良好	...	...	...	...	4.38	0.72
整體	來臺整體滿意度	4.61	0.50	4.44	0.56	4.49	0.54

註：1.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。

2.「…」表示無該調查項目。

表 4-6-2 113 年受訪旅客此次來臺各項滿意程度分布

人數 列百分比		總計	滿意程度			普通	不滿意程度			沒 經 驗
			合計	非常 滿意	滿意		合計	不滿意	非常 不滿意	
觀光 便利 性	入境證照及通關 手續便捷	6,620	6,316	2,992	3,324	273	31	27	4	-
		100.00	95.41	45.20	50.21	4.12	0.47	0.41	0.06	
	通訊/網路便利	6,620	6,462	4,156	2,306	142	10	10	-	6
		100.00	(97.70)	(62.83)	(34.87)	(2.15)	(0.15)	(0.15)	-	
	旅遊資訊 取得方便	6,620	5,989	3,694	2,295	140	4	4	-	487
		100.00	(97.65)	(60.23)	(37.42)	(2.28)	(0.07)	(0.07)	-	
	境內交通便利	6,620	6,470	4,319	2,151	102	19	19	-	29
		100.00	(98.16)	(65.52)	(32.64)	(1.55)	(0.29)	(0.29)	-	
觀光 環境 國際 化環 境 安 全 性	路標及公共 設施牌示易懂	6,620	5,957	3,060	2,897	559	37	35	2	67
		100.00	(90.91)	(46.70)	(44.21)	(8.53)	(0.56)	(0.53)	(0.03)	
	旅遊環境語言 溝通良好	6,620	5,465	3,049	2,416	910	66	63	3	179
		100.00	(84.84)	(47.33)	(37.51)	(14.13)	(1.03)	(0.98)	(0.05)	
	臺灣民眾 態度友善	6,620	6,532	4,876	1,656	72	11	9	2	5
		100.00	(98.74)	(73.71)	(25.03)	(1.09)	(0.17)	(0.14)	(0.03)	
	遊憩環境安全	6,620	6,305	4,109	2,196	101	12	12	-	202
		100.00	(98.24)	(64.02)	(34.22)	(1.57)	(0.19)	(0.19)	-	
整 體	社會治安良好	6,620	6,576	4,550	2,026	42	2	2	-	-
		100.00	99.34	68.74	30.60	0.63	0.03	0.03	-	
	住宿設施安全	6,620	6,417	4,147	2,270	83	16	15	1	104
		100.00	(98.48)	(63.64)	(34.84)	(1.27)	(0.25)	(0.23)	(0.02)	
	餐飲衛生良好	6,620	6,339	3,529	2,810	252	29	25	4	-
		100.00	95.75	53.30	42.45	3.81	0.44	0.38	0.06	
	來臺整體滿意度	6,620	6,586	4,089	2,497	34	-	-	-	-
		100.00	99.49	61.77	37.72	0.51	-	-	-	

註：1. () 內數據表示扣除「沒經驗」後之比率。

2. 「-」表示無調查樣本。

七、受訪旅客再度訪臺與推薦親友來臺旅遊的意願

由表 4-7-1 得知，就來臺之受訪旅客而言，113 年有 99.80% 的受訪旅客有再度訪臺的意願。

由表 4-7-2 得知，113 年有再度訪臺意願的旅客，其主要原因以觀光最多，占 78.66%，其次是業務，占 10.31%。

由表 4-7-3 得知，113 年有 99.89% 的受訪旅客表示會推薦親友來臺灣旅遊。

表 4-7-1 受訪旅客是否會再度訪臺情形

單位：人；%

是否會再度訪臺	113 年		112 年		108 年	
	人次	百分比	人次	百分比	人次	百分比
總計	6,620	100.00	6,102	100.00	8,562	100.00
會	6,607	99.80	6,092	99.84	8,408	98.20
不會	13	0.20	10	0.16	154	1.80

表 4-7-2 受訪旅客表示會再度訪臺的主要原因

單位：人；%

會再度訪臺的主要原因	113 年		112 年		108 年	
	人次	百分比	人次	百分比	人次	百分比
總計	6,607	100.00	6,092	100.00	8,408	100.00
觀光	5,198	78.66	4,671	76.67	6,984	83.06
業務	681	10.31	589	9.67	617	7.34
國際會議或展覽	46	0.70	15	0.25	36	0.43
探親或訪友	635	9.61	788	12.94	699	8.31
求學	2	0.03	10	0.16	21	0.25
醫療	40	0.61	13	0.21	19	0.23
其他	5	0.08	6	0.10	32	0.38

表 4-7-3 受訪旅客是否會推薦親友來臺灣旅遊情形

單位：人；%

是否會推薦親友來臺灣旅遊	113 年		112 年		108 年	
	人次	百分比	人次	百分比	人次	百分比
總計	6,620	100.00	6,102	100.00	8,562	100.00
會	6,613	99.89	6,098	99.93	8,457	98.77
不會	7	0.11	4	0.07	105	1.23

八、觀光團體受訪旅客對旅行社及導遊服務之滿意度分析

(一) 對旅行社及導遊服務之整體滿意度

由表 4-8-1、表 4-8-2 可知，113 年有 98.54% 的觀光團體受訪旅客對旅行社及導遊服務傾向滿意，滿意度平均數為 4.24，標準差為 0.47。不同居住地的觀光團體受訪旅客對旅行社及導遊服務的整體滿意度請見附表 1-61。

表 4-8-1 113 年觀光團體受訪旅客對旅行社及導遊服務的整體滿意程度

單位：人；%

人數 列百分比	總計	滿意程度			普通	不滿意程度		
		合計	非常滿意	滿意		合計	不滿意	非常不滿意
旅行社及導遊服務	820	808	208	600	10	2	2	-
整體滿意度	100.00	98.54	25.37	73.17	1.22	0.24	0.24	-

註：1.「-」表示無調查樣本。

2. 不滿意原因為「餐飲安排」(1 人)、「導覽解說水準」(1 人)。

表 4-8-2 觀光團體受訪旅客對旅行社及導遊服務的滿意度

旅行社及導遊服務 之滿意度	113 年		112 年		108 年	
	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差
整體滿意度	4.24	0.47	4.30	0.50	4.60	0.60

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) 依受訪旅客特性分析

由表 4-8-3 可知，113 年各年齡層與性別觀光團體受訪旅客對旅行社及導遊服務之整體滿意度皆大於 4.22 分，傾向滿意。

表 4-8-3 113 年觀光團體受訪旅客對旅行社及導遊服務之整體滿意度—依特性分

旅行社及導遊服務 之整體滿意度	年齡				性別	
	29 歲以下	30 至 49 歲	50 至 64 歲	65 歲以上	男性	女性
平均數	4.23	4.22	4.24	4.28	4.26	4.22
標準差	0.42	0.52	0.46	0.45	0.48	0.46

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。

（三）對旅行社安排的購物服務之觀感

本小節針對 820 位觀光團體受訪旅客，調查其對旅行社安排的購物次數及對物品價格的觀感。

由表 4-8-4 可知，113 年旅行社安排的購物次數以 1~2 次為最多，占 69.51%，其次為 3~4 次，占 30.37%。相較於 112 年，1~2 次比率增加 3.44 個百分點；相較於 108 年，1~2 次比率增加 50.20 個百分點。

就居住地而言，日本、韓國、香港、澳門受訪旅客旅行社安排的購物次數均以 1~2 次為最多，詳見附表 1-62。

表 4-8-4 旅行社安排的購物次數

單位：人；%

購物次數	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	820	100.00	722	100.00	1,569	100.00
0 次	-	-	4	0.55	33	2.10
1~2 次	570	69.51	477	66.07	303	19.31
3~4 次	249	30.37	<u>216</u>	<u>29.92</u>	715	45.58
5~6 次	1	0.12	21	2.91	<u>317</u>	<u>20.20</u>
7~8 次	-	-	3	0.41	176	11.22
9 次以上	-	-	1	0.14	25	1.59

註：「-」表示無調查樣本。

由表 4-8-5 可知，113 年觀光團體受訪旅客對旅行社安排購物的物品價格的觀感以「實在」為最多，占 77.44%，其次為「貴」，占 18.17%。相較於 112 年及 108，兩年度亦皆以「實在」最多，「貴」次之。

就居住地而言，日本、韓國、香港、澳門觀光團體受訪旅客對旅行社安排購物的物品價格的觀感均以「實在」為最多，詳見附表 1-63。

表 4-8-5 觀光團體受訪旅客對旅行社安排購物的物品價格的觀感

單位：人；%

對物品價格觀感	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	820	100.00	718	100.00	1,536	100.00
很便宜	1	0.12	5	0.70	14	0.91
便宜	30	3.66	27	3.76	182	11.85
實在	635	77.44	489	68.11	896	58.33
貴	149	18.17	175	24.37	423	27.54
很貴	5	0.61	22	3.06	21	1.37

註：「-」表示無調查樣本。

九、受訪旅客在臺境內搭乘交通工具分析

由表 4-9-1 可知，113 年與 112 年均以捷運為最高，其次為計程車，第三為臺鐵；108 年則以公民營客運為第三高。其中，112 年曾遊覽景點位於東部地區之旅客曾搭乘臺鐵(64.61%)及計程車(67.86%)的比率均高於該年整體比率，113 年受地震、颱風等天災因素影響，旅客曾遊覽景點位於東部地區比率減少，進而造成 113 年旅客搭乘臺鐵、計程車比率有減少之情況。

表 4-9-1 受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具

單位：人次；%

交通工具	113 年		112 年		108 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
捷運	5,040	76.13	4,857	79.60	5,707	66.65
計程車	3,344	50.51	4,442	72.80	4,987	58.25
臺鐵	2,471	37.33	2,950	48.34	2,365	27.62
公民營客運	2,250	33.99	2,212	36.25	3,083	36.01
高鐵	1,139	17.21	1,373	22.50	1,361	15.90
遊覽車	1,044	15.77	1,031	16.90	1,785	20.85
Uber(多元化計程車)	963	14.55	808	13.24	537	6.27
船舶	383	5.79	743	12.18	1,735	20.26
小客車租賃	304	4.59	497	8.14	195	2.28
公共自行車	205	3.10	371	6.08	217	2.53
飛機	40	0.60	51	0.84	20	0.23
其他	1,095	16.54	672	11.01	764	8.92

註：1. 本題為複選題，為旅客選擇交通工具類型之相對百分率，非使用頻率。

2. 「公民營客運」包含台灣好行、雙層觀光巴士等。

3. 「其他」包括自用車、親友開車、公司派車、飯店接送、纜車等。

就居住地而言，各居住地受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具皆以捷運為最多，詳見附表 1-64。

就主要目的而言觀光、探親或訪友目的旅客均以捷運為最多，其次為計程車；業務目的旅客以計程車為最多，其次為捷運，詳見附表 1-65。

由表 4-9-2 可知，觀光團體受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具以遊覽車(94.39%)為最多，其次依序為計程車(18.05%)、船舶(12.68%)、捷運(4.51%)等；非觀光團體以捷運(86.26%)為最多，其次依序為計程車(55.10%)、臺鐵(42.43%)、公民營客運(38.00%)等。

表 4-9-2 113 年受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具—依旅遊型態分

單位：人次；%

交通工具	全體		觀光團體		非觀光團體	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
捷運	5,040	76.13	37	4.51	5,003	86.26
計程車	3,344	50.51	148	18.05	3,196	55.10
臺鐵	2,471	37.33	10	1.22	2,461	42.43
公民營客運	2,250	33.99	46	5.61	2,204	38.00
高鐵	1,139	17.21	22	2.68	1,117	19.26
遊覽車	1,044	15.77	774	94.39	270	4.66
Uber(多元化計程車)	963	14.55	4	0.49	959	16.53
船舶	383	5.79	104	12.68	279	4.81
小客車租賃	304	4.59	1	0.12	303	5.22
公共自行車	205	3.10	-	-	205	3.53
飛機	40	0.60	2	0.24	38	0.66
其他	1,095	16.54	2	0.24	1,093	18.84

註：1. 本題為複選題，為旅客選擇交通工具類型之相對百分率，非使用頻率。

2. 「公民營客運」包含台灣好行、雙層觀光巴士等。

3. 「其他」包括自用車、親友開車、公司派車、飯店接送、纜車等。

4. 「-」表示無調查樣本。

由表 4-9-3 可知，113 年受訪旅客對在臺境內搭乘或使用的交通工具具有 98.34%傾向滿意，滿意度平均數為 4.55，標準差為 0.56。不同居住地及來臺主要目的之受訪旅客在臺境內搭乘或使用的交通工具整體滿意度請見附表 1-66 及 1-67。

表 4-9-3 113 年受訪旅客在臺境內搭乘或使用的交通工具整體滿意程度分布

單位：人；%

人數 列百分比	總計	滿意程度			普通	不滿意程度		
		合計	非常滿意	滿意		合計	不滿意	非常不滿意
交通工具	6,620	6,510	3,801	2,709	66	44	40	4
整體滿意度	100.00	98.34	57.42	40.92	1.00	0.66	0.60	0.06

註：共 44 位受訪旅客表示不滿意意見，其中以不滿意公民營客運(22 人)為最多，其次為計程車(15 人)。

十、受訪旅客對從事低碳旅行之看法

由表 4-10-1 可知，有 81.10%的受訪旅客表示未來「願意」進行低碳旅行。就居住地而言，各居住地受訪旅客均以「願意」占比為最多。就不同主要目的受訪旅客而言，各主要目的旅客皆以「願意」為最多，詳見附表 1-68、1-69。

表 4-10-1 113 年受訪旅客進行低碳旅行之意願

單位：人；%		
是否願意進行低碳旅遊	人數	百分比
總計	6,620	100.00
願意	5,369	81.10
不願意	199	3.01
不知道/不清楚	1,052	15.89

伍、調查結果-日本市場旅客分析

一、日本市場受訪旅客基本特性

(一) 旅客分布情形

由表 5-1-1 可知，113 年日本受訪旅客占全體受訪旅客的比率為 17.04%，較 112 年及 108 年增加。

表 5-1-1 日本受訪旅客占全體受訪旅客的比率

單位：人；%

市場	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
日本	1,128	17.04	837	13.72	1,435	16.76

(二) 來臺主要目的

由表 5-1-2 可知，113 年、112 年和 108 年日本受訪旅客來臺主要目的皆以觀光為最多，其次為業務，第三為探親或訪友。

表 5-1-2 日本受訪旅客之來臺主要目的分布

單位：人；%

來臺主要目的	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	1,128	100.00	837	100.00	1,435	100.00
觀光	902	79.96	628	75.03	1,173	81.73
業務	126	11.17	102	12.19	138	9.62
國際會議或展覽	15	1.33	15	1.79	3	0.21
探親或訪友	82	7.27	85	10.16	109	7.60
求學	-	-	6	0.72	2	0.14
醫療	-	-	-	-	1	0.07
其他	3	0.27	1	0.11	9	0.63

註：「-」表示無調查樣本。

(三) 最高學歷

由表 5-1-3 可知，113 年與 112 年、108 年日本受訪旅客最高學歷皆以大專為最多。

表 5-1-3 日本受訪旅客之最高學歷分布

單位：人；%

最高學歷	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	1,128	100.00	837	100.00	1,435	100.00
小學、中學肄畢(含高職)	247	21.90	98	11.71	385	26.83
大專	716	63.47	549	65.59	948	66.06
碩、博士	164	14.54	190	22.70	94	6.55
其他	-	-	-	-	1	0.07
未回答	1	0.09	-	-	7	0.49

註：「-」表示無調查樣本。

(四) 工作別

由表 5-1-4 可知，113 年與 112 年、108 年日本受訪旅客皆以事務支援人員為最多。

表 5-1-4 日本受訪旅客之工作別分布

單位：人；%

工作別	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	1,128	100.00	837	100.00	1,435	100.00
民意代表、主管及經理人員	146	12.94	69	8.24	258	17.98
專業人員	130	11.52	131	15.65	134	9.34
技術員及助理專業人員	122	10.82	80	9.56	46	3.21
事務支援人員	312	27.66	283	33.81	469	32.67
服務及銷售工作人員	81	7.18	64	7.65	93	6.48
農、林、漁、牧業生產人員	11	0.98	4	0.48	-	-
技藝有關工作人員	22	1.95	14	1.67	11	0.77
機械設備操作及組裝人員	6	0.53	4	0.48	-	-
基層技術工及勞力工	3	0.27	4	0.48	-	-
家庭管理	105	9.31	73	8.72	129	8.99
學生	95	8.42	77	9.20	98	6.83
退休人員	86	7.62	32	3.82	188	13.10
其他	9	0.80	2	0.24	7	0.49
未回答	-	-	-	-	2	0.14

註：「-」表示無調查樣本。

（五）年收入

由表 5-1-5 可知，113 年日本受訪旅客年收入以 30,000-39,999 美元為最多，其次為 15,000-29,999 美元；112 年以 15,000-29,999 美元為最多，其次為 30,000-39,999 美元；108 年則以無固定收入為最多，40,000-69,999 美元次之。

表 5-1-5 日本受訪旅客之年收入分布

單位：人；%

年收入	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	1,128	100.00	837	100.00	1,435	100.00
9,999 美元以下	88	7.80	51	6.09	3	0.21
10,000 – 14,999 美元	156	13.83	125	14.93	21	1.46
15,000 – 29,999 美元	<u>238</u>	<u>21.10</u>	220	26.28	178	12.40
30,000 – 39,999 美元	252	22.34	<u>146</u>	<u>17.44</u>	268	18.68
40,000 – 69,999 美元	138	12.23	101	12.07	<u>358</u>	<u>24.95</u>
70,000 – 99,999 美元	57	5.05	39	4.66	117	8.15
100,000 美元以上	22	1.95	15	1.79	56	3.90
無固定收入	177	15.70	140	16.74	434	30.24

二、日本市場受訪旅客旅遊決策

(一) 出發來臺多久前開始計劃行程

受訪旅客出發來臺多久前開始計劃行程之計算，取 0.134912 次方轉換，再求截尾平均數(trimmed mean)，計算出 113 年日本受訪旅客平均出發來臺前 42.57 天開始計劃行程，標準誤為 1.11 天，而依來臺主要目的分如表 5-2-1 所示。

表 5-2-1 日本受訪旅客出發來臺多久前開始計劃行程—依來臺主要目的分

單位：天

來臺主要目的	113 年		112 年		108 年	
	平均數	標準誤	平均數	標準誤	平均數	標準誤
全體	42.57	1.11	34.42	1.11	58.58	0.96
觀光	45.16	1.20	34.99	1.25	62.99	1.02
業務	22.81	3.91	22.79	2.01	25.29	1.32
國際會議或展覽	55.49	11.81	52.73	23.27	50.00	20.00
探親或訪友	42.47	3.36	39.46	2.79	63.22	3.89
求學	-	-	60.00	13.42	60.00	0.00
醫療	-	-	-	-	15.00	--
其他	45.71	8.66	10.00	--	60.31	6.48

註：1.「-」表示無調查樣本；「--」表示僅有單一樣本，無法計算標準差。

2.樣本數少於 50 人者(113 年國際會議或展覽 15 人，求學 0 人，醫療 0 人，其他 3 人；112 年國際會議或展覽 15 人，求學 6 人，醫療 0 人，其他 1 人；108 年國際會議或展覽 3 人，求學 2 人，醫療 1 人，其他 9 人)，其數值僅供參考。

113 年來臺主要目的或次要目的為觀光之日本受訪旅客共 1,021 人(以下簡稱為「日本觀光目的受訪旅客」)，為探討其來臺觀光資訊管道與影響程度、吸引其來臺觀光之因素，以下「(二)觀光目的受訪旅客之旅遊資訊管道」及「(三)吸引觀光目的旅客來臺觀光原因」兩小節，乃針對日本觀光目的受訪旅客進行分析。

(二) 觀光目的旅客之旅遊資訊管道

1. 來臺前是否看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導

由表 5-2-2 可知，113 年日本觀光目的受訪旅客 1,021 人中，來臺前曾看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導者有 773 人，占 75.71%，較 112 年增加 18.49 個百分點，較 108 年減少 0.77 個百分點。

表 5-2-2 日本觀光目的受訪旅客來臺前是否看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導

單位：人；%

來臺前是否看過臺灣 觀光宣傳廣告或旅遊報導	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	1,021	100.00	748	100.00	1,305	100.00
是	773	75.71	428	57.22	978	74.94
否	248	24.29	320	42.78	327	25.06

2. 來臺前從哪些管道看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導

113 年日本觀光目的受訪旅客來臺前看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導者有 773 人。由表 5-2-3 可知，其來源依序為社群網站(75.81%)、搜尋引擎(74.39%)、親友口碑(38.42%)、電視/電台(26.00%)等。

表 5-2-3 日本觀光目的受訪旅客在哪些管道看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導

單位：人次；%

觀光資訊管道	113 年		112 年		108 年	
	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率
社群網站	586	75.81	...	...	...	...
搜尋引擎	575	74.39	...	...	...	...
親友口碑	297	38.42	319	74.53	...	32.82
電視/電台	201	26.00	162	37.85	...	23.72
旅行社宣傳行程、摺頁	196	25.36	163	38.08	...	19.73
報章雜誌	117	15.14	126	29.44	...	16.56
地鐵、巴士、航空站等交通運具及場站	22	2.85	39	9.11	...	2.15
電商平台	15	1.94	...	...	...	...
戶外廣告或看板	8	1.03	45	10.51	...	2.25
國際旅遊展覽或特殊活動	8	1.03	50	11.68	...	1.02
網際網路(含社群網路服務)	...	...	397	92.76	...	66.05

註：1. 本題為複選題，且針對觀光目的(主要或次要目的為觀光)，並於來臺前看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導之受訪旅客分析。

2. 「…」表示無該調查項目。

3. 臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導影響旅客決定來臺觀光的程度

由表 5-2-4 可知，113 年影響日本受訪旅客決定來臺觀光的管道，以搜尋引擎(35.25%)影響程度為最高，其次為社群網站(30.71%)，第三為親友口碑(12.75%)，其餘管道影響程度百分比均低於一成。

表 5-2-4 113 年日本觀光目的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

單位：%

觀光資訊管道	影響程度
合計	100.00
搜尋引擎	35.25
社群網站	30.71
親友口碑	12.75
旅行社宣傳行程、摺頁	8.28
電視/電台	7.97
報章雜誌	3.36
地鐵、巴士、航空站等交通運具及場站	0.65
國際旅遊展覽或特殊活動	0.43
電商平台	0.34
戶外廣告或看板	0.26

註：1.本題針對觀光目的(主要或次要目的為觀光)，且來臺前看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導之受訪旅客分析。
2.按選擇影響較大的前三個管道排序給予權重分數，並計算影響程度百分比。

4. 決定來臺影響程度較大的資訊內容

113 年日本觀光目的受訪旅客來臺前看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導者有 400 人，受訪旅客表示決定來臺影響程度較大的資訊內容以旅客評論(60.54%)為最高，其次依序為遊記(53.56%)、攝影或影像紀錄(49.29%)、影視節目(26.00%)、廣告(23.29%)、旅遊雜誌或報導(15.78%)、獎勵優惠措施(5.82%)、電影(2.59%)等。

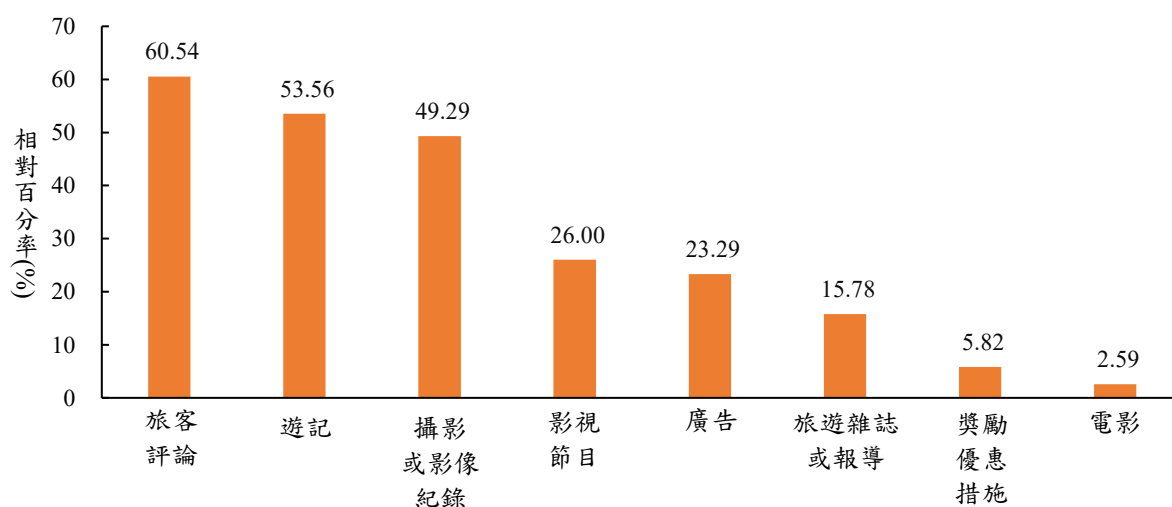


圖 5-2-1 113 年日本觀光目的受訪旅客表示決定來臺影響程度較大的資訊內容

(三) 吸引觀光目的旅客來臺觀光原因

113 年日本觀光目的(來臺主要或次要目的為觀光)之受訪旅客共 1,021 人，由表 5-2-5 可知，吸引其來臺觀光原因，以美食或特色小吃(87.27%)為最高，其次依序為風光景色(61.12%)、距離居住地近(52.40%)、治安良好(50.34%)、人民友善(38.30%)等。

表 5-2-5 吸引日本觀光目的旅客來臺觀光原因

單位：人次；%

吸引來臺觀光原因	113 年		112 年		108 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
美食或特色小吃	891	87.27	620	82.89	1,086	83.22
風光景色	624	61.12	458	61.23	490	37.55
距離居住地近	535	52.40	285	38.10	564	43.22
治安良好	514	50.34	384	51.34	119	9.12
人民友善	391	38.30	406	54.28	263	20.15
臺灣民情風俗和文化	366	35.85	214	28.61	94	7.20
購物	247	24.19	190	25.40	227	17.39
氣候宜人	127	12.44	128	17.11	138	10.57
歷史文物	127	12.44	117	15.64	162	12.41
民主政治	57	5.58	27	3.61	4	0.31
夜間休閒活動	25	2.45	13	1.74	34	2.61
遊憩設施(遊樂園、高爾夫球場、渡假村…)	6	0.59	5	0.67	8	0.61
自行車旅遊	4	0.39	4	0.53	…	…
醫療保健	2	0.20	4	0.53	2	0.15
節慶活動	1	0.10	8	1.07	1	0.08
水果	…	…	120	16.04	219	16.78
花卉	…	…	11	1.47	3	0.23
體育活動	…	…	…	…	1	0.08
其他	8	0.78	4	0.53	22	1.69

註：1.「…」表示無此選項。

2.本題為複選題，針對觀光目的(主要或次要目的為觀光)之受訪旅客分析。

(四) 旅行安排方式

由表 5-2-6 可知，113 年與 112 年日本受訪旅客旅行安排方式均以「未請旅行社代訂住宿地點及機票，抵達後未曾參加本地旅行社及線上旅行社(OTA)安排的旅遊行程」為最多；108 年則以「自行規劃行程，請旅行社代訂住宿地點（及機票）」為最多，占 60.63%。

表 5-2-6 日本受訪旅客旅行方式

單位：人；%

人數 列百分比	總計	觀光團體	非觀光團體			
		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 旅行社代訂 住宿地點 (及機票)	未請旅行社 代訂住宿地 點及機票， 抵達後 曾參加 旅行社行程	未請旅行社 代訂住宿地 點及機票， 抵達後 未曾參加 旅行社行程
113 年	1,128	192	24	144	37	731
	100.00	17.02	2.13	12.77	3.28	64.80
112 年	837	113	7	87	36	594
	100.00	13.50	0.84	10.39	4.30	70.97
108 年	1,435	263	10	870	3	289
	100.00	18.33	0.70	60.63	0.21	20.14

(五) 部分非觀光團體受訪旅客來臺後參加本地旅行社或線上旅行社安排行程之情形

本項針對旅行方式為「自行規劃行程，請旅行社代訂住宿地點(及機票)」或「未請旅行社代訂住宿地點及機票，抵達後曾參加本地旅行社或線上旅行社(OTA)安排的旅遊行程」之日本市場部分非觀光團體受訪旅客，調查其參加本地旅行社安排行程之情形。

由表 5-2-7 與表 5-2-8 可知，113 年該屬性日本受訪旅客共 181 人，其中有 58 人(32.04%)參加本地旅行社或線上旅行社(OTA)安排的行程，行程以 1 日遊為最多。

表 5-2-7 日本部分非觀光團體受訪旅客來臺後是否參加本地旅行社或線上旅行社安排的行程

單位：人；%

是否參加本地 旅行社 安排的行程	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	181	100.00	123	100.00	873	100.00
有參加	58	32.04	46	37.40	65	7.45
沒有參加	123	67.96	77	62.60	808	92.55

註：本題項係針對旅行方式為「自行規劃行程，請旅行社代訂住宿地點(及機票)」或「未請旅行社代訂住宿地點及機票，抵達後曾參加本地旅行社或線上旅行社(OTA)安排的旅遊行程」之旅客。

表 5-2-8 日本部分非觀光團體受訪旅客來臺後參加本地旅行社或線上旅行社安排的行程

單位：人次；%

參加本地旅行社 安排的行程	113 年		112 年		108 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
半日遊	14	24.14	1	2.17	40	61.54
1 日遊	33	56.90	22	47.83	26	40.00
2 日遊	9	15.52	15	32.61	-	-
3 日遊以上	2	3.45	8	17.39	-	-

註：1.本題項係針對旅行方式為「自行規劃行程，請旅行社代訂住宿地點(及機票)」或「未請旅行社代訂住宿地點及機票，抵達後曾參加本地旅行社或線上旅行社(OTA)安排的旅遊行程」，且有參加本地旅行社安排的行程之旅客。

2.本題為複選題。

3.「-」表示無調查樣本。

三、日本市場受訪旅客旅遊動向

(一) 來臺次數

由表 5-3-1 可知，113 年日本受訪旅客近 5 年來臺次數以第 1 次來臺為最多，占 46.90%，其次為第 2 次，占 27.57%，第三為第 3 次，占 14.89%。

表 5-3-1 日本受訪旅客來臺次數

單位：人；%

旅客來臺次數	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	1,128	100.00	837	100.00	1,435	100.00
第 1 次	529	46.90	398	47.55	710	49.48
第 2 次	311	27.57	270	32.26	306	21.32
第 3 次	168	14.89	107	12.78	154	10.73
第 4 次	68	6.03	24	2.87	53	3.69
5 次以上	52	4.61	38	4.54	212	14.77

註：1. 108 年為「近 3 年來臺次數」。

2. 112 年、113 年為「近 5 年來臺次數」。

由表 5-3-2 可知，113 年日本觀光團體受訪旅客最近 5 年來臺次數以第 1 次來臺為最多，占 70.31%，其次為第 2 次，占 26.04%；日本非觀光團體受訪旅客以第 1 次來臺為最多，占 42.10%，其次為第 2 次，占 27.88%。

表 5-3-2 113 年日本受訪旅客最近 5 年來臺次數—依旅遊型態分

單位：人；%

近 5 年 來臺次數	日本全體		日本觀光團體		日本非觀光團體	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	1,128	100.00	192	100.00	936	100.00
第 1 次	529	46.90	135	70.31	394	42.10
第 2 次	311	27.57	50	26.04	261	27.88
第 3 次	168	14.89	6	3.13	162	17.31
第 4 次	68	6.03	0	0.00	68	7.26
5 次以上	52	4.61	1	0.52	51	5.45

註：1. 日本全體樣本數為 1,128 人。

2. 日本觀光團體：旅行方式為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」之日本旅客，樣本數為 192 人。

3. 日本非觀光團體：觀光團體除外之日本旅客，樣本數為 936 人。

(二) 遊覽地點

1、遊覽觀光景點

由表 5-3-3 可知，113 年日本受訪旅客 1,128 人中，受訪旅客來臺遊覽觀光景點依序為夜市(85.99%)、西門町(含西門紅樓) (57.54%)、臺北 101(57.27%)、九份(52.84%)、平溪(44.33%)等。

日本旅客遊覽觀光景點排名前 10 名景點中，西門町(含西門紅樓)、平溪、信義計畫區商圈排名均較 112 年及 108 年上升。

表 5-3-3 日本受訪旅客遊覽觀光景點排名

單位：人次；%

名次	113 年			112 年			108 年		
	遊覽 景點	人次	相對 百分率	遊覽 景點	人次	相對 百分率	遊覽 景點	人次	相對 百分率
1	夜市	970	85.99	夜市	679	81.12	夜市	1,007	70.17
2	西門町(含西門紅樓)	649	57.54	臺北 101	480	57.35	九份	714	49.76
3	臺北 101	646	57.27	九份	411	49.10	臺北 101	436	30.38
4	九份	596	52.84	西門町(含西門紅樓)	406	48.51	故宮博物院	417	29.06
5	平溪	500	44.33	淡水	300	35.84	艋舺龍山寺	414	28.85
6	中正紀念堂	492	43.62	平溪	288	34.41	中正紀念堂	400	27.87
7	信義計畫區商圈	471	41.76	故宮博物院	269	32.14	西門町	339	23.62
8	故宮博物院	346	30.67	信義計畫區商圈	250	29.87	平溪	323	22.51
9	艋舺龍山寺	345	30.59	中正紀念堂	249	29.75	臺北市永康街商圈	215	14.98
10	臺北市永康街商圈	325	28.81	艋舺龍山寺	248	29.63	行天宮	141	9.83
11	大稻埕	318	28.19	臺北市永康街商圈	227	27.12	國父紀念館	129	8.99
12	淡水	314	27.84	北投	92	10.99	忠烈祠	125	8.71
13	臺北車站商圈	165	14.63	陽明山	86	10.27	淡水	119	8.29
14	中山站商圈	147	13.03	野柳	85	10.16	蓮池潭	81	5.64
15	北投	146	12.94	日月潭	70	8.36	總統府	73	5.09
16	野柳	146	12.94	貓空	69	8.24	北投	68	4.74
17	宮原眼科	120	10.64	礁溪	58	6.93	日月潭	53	3.69
18	日月潭	111	9.84	臺北車站商圈	55	6.57	赤崁樓	44	3.07
19	華山 1914 文化創意 產業園區	105	9.31	安平古堡	51	6.09	貓空	35	2.44
20	臺中國家歌劇院	97	8.60	士林官邸	49	5.85	宮原眼科	32	2.23

註：本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之景點整理。

由表 5-3-4 可知，113 年日本觀光團體受訪旅客遊覽景點排名依序為夜市、九份、平溪、臺北 101、中正紀念堂等；日本非觀光團體受訪旅客遊覽景點依序為夜市、西門町(含西門紅樓)、臺北 101、九份、信義計畫區商圈等。

表 5-3-4 113 年日本受訪旅客遊覽觀光景點排名－依旅遊型態分

單位：人次；%

名次	日本全體			日本觀光團體			日本非觀光團體		
	遊覽景點	人次	相對百分率	遊覽景點	人次	相對百分率	遊覽景點	人次	相對百分率
1	夜市	970	85.99	夜市	182	94.79	夜市	788	84.19
2	西門町(含西門紅樓)	649	57.54	九份	148	77.08	西門町(含西門紅樓)	536	57.26
3	臺北 101	646	57.27	平溪	134	69.79	臺北 101	513	54.81
4	九份	596	52.84	臺北 101	133	69.27	九份	448	47.86
5	平溪	500	44.33	中正紀念堂	127	66.15	信義計畫區商圈	392	41.88
6	中正紀念堂	492	43.62	艋舺龍山寺	120	62.50	平溪	366	39.10
7	信義計畫區商圈	471	41.76	西門町(含西門紅樓)	113	58.85	中正紀念堂	365	39.00
8	故宮博物院	346	30.67	故宮博物院	107	55.73	大稻埕	308	32.91
9	艋舺龍山寺	345	30.59	日月潭	91	47.40	臺北市永康街商圈	304	32.48
10	臺北市永康街商圈	325	28.81	信義計畫區商圈	79	41.15	淡水	287	30.66
11	大稻埕	318	28.19	宮原眼科	77	40.10	故宮博物院	239	25.53
12	淡水	314	27.84	臺中國家歌劇院	71	36.98	艋舺龍山寺	225	24.04
13	臺北車站商圈	165	14.63	總統府	63	32.81	臺北車站商圈	155	16.56
14	中山站商圈	147	13.03	高美濕地	54	28.13	中山站商圈	146	15.60
15	北投	146	12.94	野柳	43	22.40	北投	144	15.38
16	野柳	146	12.94	忠烈祠	36	18.75	華山 1914 文化創意產業園區	105	11.22
17	宮原眼科	120	10.64	駁二藝術特區	34	17.71	野柳	103	11.00
18	日月潭	111	9.84	阿里山	34	17.71	貓空	94	10.04
19	華山 1914 文化創意產業園區	105	9.31	蓮池潭	32	16.67	陽明山	63	6.73
20	臺中國家歌劇院	97	8.60	淡水	27	14.06	南港經貿園區	58	6.20

註：本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之景點整理。

2.遊覽觀光景點所在縣市及地區

由表 5-3-5 可知，113 年日本受訪旅客 1,128 人中，遊覽觀光景點所在縣市依序為臺北市(94.06%)、新北市(69.77%)、臺中市(16.22%)、南投縣(10.28%)、高雄市(7.89%)等。

表 5-3-5 日本受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市排名

單位：人次；%

名次	113 年			112 年			108 年		
	縣市	人次	相對百分率	縣市	人次	相對百分率	縣市	人次	相對百分率
1	臺北市	1,061	94.06	臺北市	724	86.50	臺北市	1,205	83.97
2	新北市	787	69.77	新北市	547	65.35	新北市	840	58.54
3	臺中市	183	16.22	臺中市	91	10.87	高雄市	125	8.71
4	南投縣	116	10.28	高雄市	88	10.51	臺中市	68	4.74
5	高雄市	89	7.89	南投縣	81	9.68	南投縣	58	4.04
6	宜蘭縣	71	6.29	宜蘭縣	77	9.20	臺南市	56	3.90
7	臺南市	68	6.03	臺南市	74	8.84	花蓮縣	21	1.46
8	新竹市	54	4.79	花蓮縣	47	5.62	基隆市	12	0.84
9	基隆市	53	4.70	新竹市	37	4.42	桃園市	9	0.63
10	嘉義縣	45	3.99	嘉義縣	34	4.06	屏東縣	9	0.63
11	桃園市	39	3.46	桃園市	29	3.46	新竹市	7	0.49
12	花蓮縣	27	2.39	基隆市	27	3.23	新竹縣	6	0.42
13	嘉義市	27	2.39	新竹縣	27	3.23	宜蘭縣	5	0.35
14	彰化縣	19	1.68	屏東縣	22	2.63	嘉義縣	5	0.35
15	新竹縣	13	1.15	嘉義市	18	2.15	彰化縣	4	0.28
16	臺東縣	11	0.98	臺東縣	14	1.67	苗栗縣	2	0.14
17	屏東縣	4	0.35	苗栗縣	8	0.96	澎湖縣	2	0.14
18	苗栗縣	2	0.18	彰化縣	8	0.96	嘉義市	2	0.14
19	連江縣	2	0.18	澎湖縣	5	0.60	雲林縣	1	0.07
20	雲林縣	-	-	金門縣	2	0.24	臺東縣	1	0.07
21	澎湖縣	-	-	雲林縣	1	0.12	金門縣	1	0.07
22	金門縣	-	-	連江縣	-	-	連江縣	-	-

註：1.本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之景點整理，遊程同時包含多個景點為跨縣市資料。

2.「-」表示無調查樣本。

由表 5-3-6 可知，113 年日本觀光團體受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市以臺北市為最多，其次依序為新北市、臺中市、南投縣、高雄市及嘉義縣等；日本非觀光團體受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市以臺北市為最多，其次依序為新北市、臺中市、宜蘭縣及新竹市等。

表 5-3-6 113 年日本受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市排名－依旅遊型態分

單位：人次；%

名次	日本全體			日本觀光團體			日本非觀光團體		
	縣市	人次	相對百分率	縣市	人次	相對百分率	縣市	人次	相對百分率
1	臺北市	1,061	94.06	臺北市	190	98.96	臺北市	871	93.06
2	新北市	787	69.77	新北市	158	82.29	新北市	629	67.20
3	臺中市	183	16.22	臺中市	115	59.90	臺中市	68	7.26
4	南投縣	116	10.28	南投縣	93	48.44	宜蘭縣	50	5.34
5	高雄市	89	7.89	高雄市	55	28.65	新竹市	49	5.24
6	宜蘭縣	71	6.29	嘉義縣	36	18.75	基隆市	43	4.59
7	臺南市	68	6.03	臺南市	30	15.63	臺南市	38	4.06
8	新竹市	54	4.79	宜蘭縣	21	10.94	高雄市	34	3.63
9	基隆市	53	4.70	嘉義市	21	10.94	桃園市	33	3.53
10	嘉義縣	45	3.99	彰化縣	16	8.33	南投縣	23	2.46
11	桃園市	39	3.46	花蓮縣	11	5.73	花蓮縣	16	1.71
12	花蓮縣	27	2.39	基隆市	10	5.21	新竹縣	12	1.28
13	嘉義市	27	2.39	桃園市	6	3.13	嘉義縣	9	0.96
14	彰化縣	19	1.68	臺東縣	6	3.13	嘉義市	6	0.64
15	新竹縣	13	1.15	新竹市	5	2.60	臺東縣	5	0.53
16	臺東縣	11	0.98	屏東縣	2	1.04	彰化縣	3	0.32
17	屏東縣	4	0.35	新竹縣	1	0.52	苗栗縣	2	0.21
18	苗栗縣	2	0.18	苗栗縣	-	-	連江縣	2	0.21
19	連江縣	2	0.18	連江縣	-	-	屏東縣	2	0.21
20	雲林縣	-	-	雲林縣	-	-	雲林縣	-	-
21	澎湖縣	-	-	澎湖縣	-	-	澎湖縣	-	-
22	金門縣	-	-	金門縣	-	-	金門縣	-	-

註：1.本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之景點整理，遊程同時包含多個景點為跨縣市資料。

2.「-」表示無調查樣本。

由表 5-3-7 可知，113 年日本受訪旅客 1,128 人中，遊覽觀光景點所在地區依序為北部地區(97.25%)、中部地區(18.79%)、南部地區(12.94%)、東部地區(2.66%)、離島地區(0.18%)。遊覽觀光景點所在地區排名順序與 112 年一致。

表 5-3-7 日本受訪旅客遊覽觀光景點所在地區排名

單位：人次；%

名次	113 年			112 年			108 年		
	遊覽景點 所在地區	人次	相對 百分率	遊覽景點 所在地區	人次	相對 百分率	遊覽景點 所在地區	人次	相對 百分率
1	北部地區	1,097	97.25	北部地區	754	90.08	北部地區	1,241	86.48
2	中部地區	212	18.79	中部地區	151	18.04	南部地區	153	10.66
3	南部地區	146	12.94	南部地區	148	17.68	中部地區	111	7.74
4	東部地區	30	2.66	東部地區	49	5.85	東部地區	21	1.46
5	離島地區	2	0.18	離島地區	7	0.84	離島地區	3	0.21

註：1.本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之景點整理，遊程同時包含多個景點為跨地區資料。

2.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。

由表 5-3-8 可知，113 年日本觀光團體遊覽觀光景點所在地區以北部地區為最高，其次依序為中部地區、南部地區、東部地區、離島地區；日本非觀光團體以北部地區為最高，其次依序為中部地區、南部地區、東部地區、離島地區。

表 5-3-8 113 年日本受訪旅客遊覽觀光景點所在地區排名－依旅遊型態分

單位：人次；%

名次	日本全體			日本觀光團體			日本非觀光團體		
	遊覽景點 所在地區	人次	相對 百分率	遊覽景點 所在地區	人次	相對 百分率	遊覽景點 所在地區	人次	相對 百分率
1	北部地區	1,097	97.25	北部地區	192	100.00	北部地區	905	96.69
2	中部地區	212	18.79	中部地區	132	68.75	中部地區	80	8.55
3	南部地區	146	12.94	南部地區	75	39.06	南部地區	71	7.59
4	東部地區	30	2.66	東部地區	13	6.77	東部地區	17	1.82
5	離島地區	2	0.18	離島地區	-	-	離島地區	2	0.21

註：1.本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之景點整理，遊程同時包含多個景點為跨地區資料。

2.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。

3.遊覽夜市

由表 5-3-9 可知，113 年日本受訪旅客 1,128 人中，遊覽夜市依序為饒河街夜市(38.30%)、寧夏夜市(36.08%)、士林夜市(24.82%)等。

表 5-3-9 日本受訪旅客遊覽夜市排名

單位：人次；%

名次	113 年			112 年			108 年		
	遊覽夜市	人次	相對百分率	遊覽夜市	人次	相對百分率	遊覽夜市	人次	相對百分率
1	饒河街夜市	432	38.30	士林夜市	307	36.68	士林夜市	583	40.63
2	寧夏夜市	407	36.08	饒河街夜市	252	30.11	寧夏夜市	210	14.63
3	士林夜市	280	24.82	寧夏夜市	170	20.31	饒河街夜市	174	12.13
4	迪化街(含大稻埕)夜市	95	8.42	迪化街(含大稻埕)夜市	158	18.88	迪化街(含大稻埕)夜市	91	6.34
5	臺中逢甲夜市	88	7.80	臺中逢甲夜市	48	5.73	高雄六合夜市	59	4.11
6	高雄六合夜市	32	2.84	華西街夜市	38	4.54	華西街夜市	33	2.30
7	基隆廟口夜市	32	2.84	高雄六合夜市	35	4.18	臺中逢甲夜市	28	1.95
8	華西街夜市	26	2.30	花蓮東大門夜市	18	2.15	師大夜市	12	0.84
9	臺中一中街夜市	22	1.95	宜蘭羅東夜市	15	1.79	基隆廟口夜市	11	0.77
10	臨江街夜市	17	1.51	高雄瑞豐夜市	14	1.67	高雄瑞豐夜市	10	0.70

註：1.本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之夜市整理。

2.所指「夜市」為廣義性的夜市，以夜間營業為主，由攤販、市集、商店及街頭表演等聚集，提供美食小吃及逛街購物的場所。

由表 5-3-10 可知，113 年日本觀光團體受訪旅客遊覽夜市依序為饒河街夜市、臺中逢甲夜市、士林夜市及寧夏夜市等；日本非觀光團受訪旅客遊覽夜市依序為寧夏夜市、饒河街夜市、士林夜市、迪化街(含大稻埕)夜市等。

表 5-3-10 113 年日本受訪旅客遊覽夜市排名－依旅遊型態分

單位：人次；%

名次	日本全體			日本觀光團體			日本非觀光團體		
	遊覽夜市	人次	相對百分率	遊覽夜市	人次	相對百分率	遊覽夜市	人次	相對百分率
1	饒河街夜市	432	38.30	饒河街夜市	74	38.54	寧夏夜市	383	40.92
2	寧夏夜市	407	36.08	臺中逢甲夜市	56	29.17	饒河街夜市	358	38.25
3	士林夜市	280	24.82	士林夜市	49	25.52	士林夜市	231	24.68
4	迪化街(含大稻埕)夜市	95	8.42	寧夏夜市	24	12.50	迪化街(含大稻埕)夜市	94	10.04
5	臺中逢甲夜市	88	7.80	高雄六合夜市	22	11.46	臺中逢甲夜市	32	3.42
6	高雄六合夜市	32	2.84	臺中一中街夜市	11	5.73	基隆廟口夜市	28	2.99
7	基隆廟口夜市	32	2.84	華西街夜市	7	3.65	華西街夜市	19	2.03
8	華西街夜市	26	2.30	臨江街夜市	5	2.60	新竹城隍廟夜市	16	1.71
9	臺中一中街夜市	22	1.95	花蓮東大門夜市	5	2.60	南機場夜市	14	1.50
10	臨江街夜市	17	1.51	基隆廟口夜市	4	2.08	永和樂華夜市	13	1.39

註：1.本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之夜市整理。

2.所指「夜市」為廣義性的夜市，以夜間營業為主，由攤販、市集、商店及街頭表演等聚集，提供美食小吃及逛街購物的場所。

4.最喜歡景點

由表 5-3-11 可知，113 年日本受訪旅客最喜歡景點依序為九份(喜歡比率 35.91%)、平溪(喜歡比率 19.80%)、淡水(喜歡比率 19.75%)、中山站商圈(喜歡比率 16.33%)等。

表 5-3-11 日本受訪旅客最喜歡景點排名

名次	113 年			112 年			108 年		
	最喜歡景點	到訪相對百分率	喜歡比率	最喜歡景點	到訪相對百分率	喜歡比率	最喜歡景點	到訪相對百分率	喜歡比率
1	九份	52.84	35.91%	九份	49.10	39.17%	九份	49.76	45.94%
2	平溪	44.33	19.80%	平溪	34.41	22.92%	平溪	22.51	33.75%
3	淡水	27.84	19.75%	淡水	35.84	20.33%	夜市	70.17	21.85%
4	中山站商圈	13.03	16.33%	夜市	81.12	15.17%	故宮博物院	29.06	21.58%
5	故宮博物院	30.67	14.45%	陽明山	10.27	12.79%	臺北市永康街商圈	14.98	20.00%
6	北投	12.94	13.70%	故宮博物院	32.14	12.64%	臺北 101	30.38	13.76%
7	大稻埕	28.19	11.32%	北投	10.99	10.87%	西門町	23.62	11.50%
8	夜市	85.99	10.41%	臺北市永康街商圈	27.12	6.17%	艋舺龍山寺	28.85	11.11%
9	野柳	12.94	10.27%	臺北 101	57.35	5.00%	中正紀念堂	27.87	9.00%
10	宮原眼科	10.64	10.00%	艋舺龍山寺	29.63	4.84%			

註：1.本題「最喜歡景點」僅能就曾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百分率達 10%以上者計算。

由表 5-3-12 可知，113 年日本觀光團體受訪旅客最喜歡景點依序為日月潭、阿里山、駁二藝術特區、故宮博物院、清境農場等；日本非觀光團體受訪旅客最喜歡景點依序為九份、平溪、淡水、貓空、中山站商圈等。

表 5-3-12 113 年日本受訪旅客最喜歡景點排名—依旅遊型態分

名次	日本全體			日本觀光團體			日本非觀光團體		
	最喜歡景點	到訪相對百分率	喜歡比率	最喜歡景點	到訪相對百分率	喜歡比率	最喜歡景點	到訪相對百分率	喜歡比率
1	九份	52.84	35.91%	日月潭	47.40	58.24%	九份	47.86	41.74%
2	平溪	44.33	19.80%	阿里山	17.71	35.29%	平溪	39.10	24.04%
3	淡水	27.84	19.75%	駁二藝術特區	17.71	32.35%	淡水	30.66	19.86%
4	中山站商圈	13.03	16.33%	故宮博物院	55.73	24.30%	貓空	10.04	18.09%
5	故宮博物院	30.67	14.45%	清境農場	10.94	19.05%	中山站商圈	15.60	16.44%
6	北投	12.94	13.70%	淡水	14.06	18.52%	北投	15.38	13.89%
7	大稻埕	28.19	11.32%	九份	77.08	18.24%	夜市	84.19	12.31%
8	夜市	85.99	10.41%	野柳	22.40	9.30%	大稻埕	32.91	11.36%
9	野柳	12.94	10.27%	平溪	69.79	8.21%	野柳	11.00	10.68%
10	宮原眼科	10.64	10.00%	宮原眼科	40.10	7.79%	故宮博物院	25.53	10.04%

註：1.本題「最喜歡景點」僅能就曾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百分率達 10%以上者計算。

(三) 住宿情形

1、住宿地點

由表 5-3-13 可知，113 年日本受訪旅客 1,128 人中，住宿地點以旅館(96.01%)為最多，其次為親友家(5.32%)，第三為民宿(1.95%)。

表 5-3-13 日本受訪旅客住宿地點

單位：人次；%

住宿地點	113 年		112 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率
旅館	1,083	96.01	775	92.59
親友家	60	5.32	97	11.59
民宿	22	1.95	48	5.73
宿舍	1	0.09	8	0.96
租屋	-	-	1	0.12
寺廟.修道院或教會	-	-	-	-
其他	-	-	-	-

註：1.本題為複選題，為旅客選擇住宿類型之相對百分率，非反映住宿頻率。

2.108 年非觀光團體受訪旅客才需作答，故本表不列入比較。

3.「-」表示無調查樣本。

2、住宿旅館的整體滿意度

由表 5-3-14 可知，113 年日本受訪旅客 1,128 人中，有 1,083 人住宿地點為旅館，有 92.62%的受訪旅客對住宿旅館表示滿意；從非常滿意到非常不滿意給予 5 分至 1 分的給分，計算所得滿意度平均分數為 4.09 分，標準差為 0.50 分。

表 5-3-14 日本受訪旅客對住宿旅館的整體滿意度

單位：人；%

人數 列百分比	總計	滿意程度			普通	不滿意程度		
		合計	非常滿意	滿意		合計	不滿意	非常不滿意
113 年	1,083	1,003	184	819	77	3	2	1
	100.00	92.62	16.99	75.63	7.11	0.27	0.18	0.09
112 年	775	707	161	546	66	2	2	-
	100.00	91.23	20.77	70.45	8.52	0.26	0.26	-

註：「-」表示無調查樣本。

3、住宿民宿的整體滿意度

由表 5-3-15 可知，113 年受訪旅客 1,128 人中，有 22 人住宿地點為民宿，有 77.27% 的受訪旅客對住宿民宿表示滿意；從非常滿意到非常不滿意給予 5 分至 1 分的給分，計算所得滿意度平均分數為 3.96 分，標準差為 0.79 分。

表 5-3-15 日本受訪旅客對住宿民宿的整體滿意度

單位：人；%

人數 列百分比	總計	滿意程度			普通	不滿意程度		
		合計	非常 滿意	滿意		合計	不滿意	非常 不滿意
113 年	22	17	5	12	4	1	1	-
	100.00	77.27	22.73	54.54	18.18	4.55	4.55	-
112 年	48	41	8	33	7	-	-	-
	100.00	85.42	16.67	68.75	14.58	-	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

(四) 參加活動情形

由表 5-3-16 可知，113 年與 112 年、108 年日本受訪旅客在我國期間參加活動均以購物為最高，其次為逛夜市，第三為參觀古蹟。

表 5-3-16 日本受訪旅客在我國期間參加活動

單位：人次；%

參加活動	113 年		112 年		108 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
購物	1,041	92.29	786	93.91	1,359	94.70
逛夜市	977	86.61	679	81.12	1,007	70.17
參觀古蹟	684	60.64	463	55.32	505	35.19
按摩指壓	335	29.70	168	20.07	350	24.39
泡溫泉浴	125	11.08	162	19.35	70	4.88
生態旅遊(含賞花、鳥、蝶等)	96	8.51	118	14.10	27	1.88
水域活動(含遊湖、潛水等)	88	7.80	93	11.11	...	...
參觀展覽	78	6.91	100	11.95	417	29.06
登山、健行	55	4.88	82	9.80	...	...
遊樂園	38	3.37	71	8.48	...	...
夜總會、PUB 活動	34	3.01	36	4.30	16	1.11
休閒農場	31	2.75	78	9.32	...	...
參觀節慶活動(含宗教活動等)	29	2.57	21	2.51	9	0.63
參觀藝文表演活動	22	1.95	35	4.18	16	1.11
觀光工廠	19	1.68	23	2.75	3	0.21
部落觀光	7	0.62	40	4.78	...	...
運動或賽事(含自行車旅遊等)	3	0.27	13	1.55	11	0.77
醫療保健	-	-	1	0.12	1	0.07
遊湖	...	...	...	...	12	0.84
登山	...	...	...	...	6	0.42
卡拉 OK 或唱 KTV	...	...	...	...	5	0.35
SPA、三溫暖	...	...	...	...	4	0.28
主題樂園	...	...	...	...	1	0.07
其他	10	0.89	8	0.96	29	2.02

註：1. 本題為複選題。

2. 「…」表示無此選項。

3. 「-」表示無調查樣本。

就旅遊型態而言，由表 5-3-17 可知，113 年日本觀光團體受訪旅客在我國期間參加活動依序為購物、逛夜市、參觀古蹟、按摩指壓、生態旅遊、水域活動等；日本非觀光團體受訪旅客依序為購物、逛夜市、參觀古蹟、按摩指壓、泡溫泉浴等。

表 5-3-17 113 年日本受訪旅客在我國期間參加活動—依旅遊型態分

單位：人次；%

參加活動	日本全體		日本觀光團體		日本非觀光團體	
	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率
購物	1,041	92.29	190	98.96	851	90.92
逛夜市	<u>977</u>	<u>86.61</u>	<u>183</u>	<u>95.31</u>	<u>794</u>	<u>84.83</u>
參觀古蹟	684	60.64	150	78.13	534	57.05
按摩指壓	335	29.70	82	42.71	253	27.03
泡溫泉浴	125	11.08	14	7.29	111	11.86
生態旅遊(含賞花、鳥、蝶等)	96	8.51	45	23.44	51	5.45
水域活動(含遊湖、潛水等)	88	7.80	45	23.44	43	4.59
參觀展覽	78	6.91	21	10.94	57	6.09
登山、健行	55	4.88	13	6.77	42	4.49
遊樂園	38	3.37	11	5.73	27	2.88
夜總會、PUB 活動	34	3.01	1	0.52	33	3.53
休閒農場	31	2.75	14	7.29	17	1.82
參觀節慶活動(含宗教活動等)	29	2.57	6	3.13	23	2.46
參觀藝文表演活動	22	1.95	4	2.08	18	1.92
觀光工廠	19	1.68	13	6.77	6	0.64
部落觀光	7	0.62	5	2.60	2	0.21
運動或賽事(含自行車旅遊等)	3	0.27	-	-	3	0.32
醫療保健	-	-	-	-	-	-
其他	10	0.89	1	0.52	9	0.96

註：1. 本題為複選題。

2. 「-」表示無調查樣本。

四、日本市場受訪旅客消費支出概況

(一) 消費支出

由表 5-4-1 可知，113 年日本受訪旅客平均每人每日消費為 193.13 美元，較 108 年減少 36.29 美元(減少 15.82%)；在消費結構中，以旅館內支出費減少 25.07 美元(減少 22.71%)為最多，以在臺境內交通費增加 1.52 美元(增加 7.85%)為最多。

表 5-4-1 日本受訪旅客平均每人每日消費細項

單位：美元

期別		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
113 年	金額	193.13	85.33	39.30	20.88	10.62	7.55	29.45
	結構比	100.00%	44.18%	20.35%	10.81%	5.50%	3.91%	15.25%
	增減金額	-36.29	-25.07	-4.94	1.52	0.70	1.21	-9.71
	增減比率	-15.82%	-22.71%	-11.17%	7.85%	7.06%	19.09%	-24.80%
112 年	金額	197.62	85.59	36.06	21.19	10.12	8.76	35.90
	結構比	100.00%	43.31%	18.25%	10.72%	5.12%	4.43%	18.17%
	增減金額	-31.80	-24.81	-8.18	1.83	0.20	2.42	-3.26
	增減比率	-13.86%	-22.47%	-18.49%	9.45%	2.02%	38.17%	-8.32%
108 年	金額	229.42	110.40	44.24	19.36	9.92	6.34	39.16
	結構比	100.00%	48.12%	19.29%	8.44%	4.32%	2.76%	17.07%

註：「增減金額」與「增減比率」係與 108 年相比。

由表 5-4-2 可知，113 年日本受訪旅客購物費消費項目中以購買名產或特產的比率最高，占 52.95%，其次為茶葉，占 17.98%。

表 5-4-2 日本受訪旅客平均每人每日購物費細項消費金額

購物費消費項目	113 年		112 年		108 年	
	消費金額 (美元)	百分比	消費金額 (美元)	百分比	消費金額 (美元)	百分比
總計	29.45	100.00%	35.90	100.00%	39.16	100.00%
服飾或相關配件	2.06	7.01%	2.52	7.02%	1.86	4.74%
珠寶或玉器類	0.62	2.11%	0.50	1.40%	1.86	4.75%
紀念品或手工藝品類	3.77	12.81%	4.28	11.91%	1.62	4.13%
化妝品或香水類	0.58	1.97%	0.63	1.76%	1.49	3.81%
名產或特產	15.59	52.95%	18.52	51.59%	22.31	56.98%
煙或酒類	0.90	3.04%	1.12	3.11%	0.56	1.44%
藥品類或健康食品	0.21	0.71%	0.38	1.05%	0.59	1.50%
電子或電器產品	0.18	0.60%	1.38	3.85%	0.11	0.27%
茶葉	5.30	17.98%	6.28	17.49%	8.22	21.00%
其他	0.24	0.82%	0.29	0.82%	0.54	1.38%

由表 5-4-3 可知，113 年日本觀光團體旅客在臺每人每日平均消費為 213.97 美元，較 108 年減少 89.15 美元(減少 29.41%)；在消費結構中，所有消費項目均較 108 年減少，其中以購物費減少 44.22 美元(減少 57.35%)為最多。113 年日本非觀光團體旅客在臺每人每日平均消費為 188.88 美元，較 108 年減少 24.46 美元(減少 11.47%)；在消費結構中，以旅館內支出費減少 28.20 美元(減少 25.09%)為最多，以在娛樂費增加 2.84 美元(增加 33.81%)為最多。

與非觀光團體受訪旅客相比較，113 年日本觀光團體受訪旅客平均每人每日消費較非觀光團體高出 25.09 美元。在消費結構中，旅館內支出費、在臺境內交通費、雜費、購物費以觀光團體受訪旅客較高；旅館外餐飲費、娛樂費則以非觀光團體受訪旅客較高。

由表 5-4-4 可知，113 年日本觀光團體與非觀光團體受訪旅客平均每人每日消費金額之購物費細項，皆以名產或特產為最高，其次皆為茶葉。

表 5-4-3 113 年日本受訪旅客平均每人每日消費細項－依旅遊型態分

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
日本全體	金額	193.13	85.33	39.30	20.88	10.62	7.55	29.45
	結構比	100.00%	44.18%	20.35%	10.81%	5.50%	3.91%	15.25%
	增減金額	-36.29	-25.07	-4.94	1.52	0.70	1.21	-9.71
	增減率	-15.82%	-22.71%	-11.17%	7.85%	7.06%	19.09%	-24.80%
日本 觀光團體	金額	213.97	90.69	38.56	30.75	7.62	13.46	32.89
	結構比	100.00%	42.39%	18.02%	14.37%	3.56%	6.29%	15.37%
	增減金額	-89.15	-9.79	-19.28	-1.87	-9.78	-4.21	-44.22
	增減率	-29.41%	-9.74%	-33.33%	-5.73%	-56.21%	-23.83%	-57.35%
日本非 觀光團體	金額	188.88	84.21	39.46	18.85	11.24	6.37	28.75
	結構比	100.00%	44.59%	20.89%	9.98%	5.95%	3.37%	15.22%
	增減金額	-24.46	-28.20	-1.59	2.53	2.84	2.61	-2.65
	增減率	-11.47%	-25.09%	-3.87%	15.50%	33.81%	69.41%	-8.44%

註：1.日本全體樣本數為 1,128 人。

2.日本觀光團體：旅行方式為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」之日本旅客，樣本數為 192 人。

3.日本非觀光團體：日本觀光團體除外之日本旅客，樣本數為 936 人。

4.「增減金額」與「增減比率」係與 108 年相比。

表 5-4-4 113 年日本受訪旅客平均每人每日購物費細項消費金額
－依旅遊型態分

單位：美元

購物費消費項目	日本全體		日本觀光團體		日本非觀光團體	
	消費金額	百分比	消費金額	百分比	消費金額	百分比
總計	29.45	100.00%	32.89	100.00%	28.75	100.00%
服飾或相關配件	2.06	7.01%	0.12	0.37%	2.46	8.57%
珠寶或玉器類	0.62	2.11%	2.12	6.44%	0.32	1.10%
紀念品或手工藝品類	3.77	12.81%	3.45	10.48%	3.84	13.36%
化妝品或香水類	0.58	1.97%	0.50	1.51%	0.60	2.07%
名產或特產	15.59	52.95%	14.66	44.59%	15.79	54.90%
煙或酒類	0.90	3.04%	1.55	4.70%	0.76	2.65%
藥品類或健康食品	0.21	0.71%	0.64	1.95%	0.12	0.41%
電子或電器產品	0.18	0.60%	0.00	0.00%	0.21	0.74%
茶葉	5.30	17.98%	9.85	29.96%	4.36	15.18%
其他	0.24	0.82%	0.00	0.00%	0.29	1.02%

註：1.日本全體樣本數為 1,128 人。

2.日本觀光團體：旅行方式為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」之日本旅客，樣本數為 192 人。

3.日本非觀光團體：日本觀光團體除外之日本旅客，樣本數為 936 人。

(二) 購物退稅服務

1、購物是否使用退稅服務

由表 5-4-5 可知，113 年日本受訪旅客 1,128 人中，使用過退稅服務者有 164 人，占 14.54%，較 108 年增加 12.24 個百分點。

表 5-4-5 日本受訪旅客是否使用購物退稅服務

單位：人；%

是否使用 購物退稅服務	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	1,128	100.00	837	100.00	1,435	100.00
是	164	14.54	81	9.68	33	2.30
否	964	85.46	756	90.32	1,402	97.70

2、購物退稅手續是否簡便

由表 5-4-6 可知，113 年日本受訪旅客使用過購物退稅服務的有 164 人，均覺得購物退稅手續簡便。

表 5-4-6 日本受訪旅客認為購物退稅手續是否簡便

單位：人；%

購物退稅手續 是否簡便	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	164	100.00	81	100.00	33	100.00
是	162	98.78	81	100.00	33	100.00
否	2	1.22	-	-	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

(三) 預付費用項目

1、來臺前是否預付費用

由表 5-4-7 可知，113 年 1,128 位日本受訪旅客中，來臺前有預付費用者共 668 人，占 59.22%，較 108 年減少 23.64 個百分點。

表 5-4-7 日本受訪旅客來臺前是否預付費用

單位：人；%

來臺前是否預付費用	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	1,128	100.00	837	100.00	1,435	100.00
有預付	668	59.22	561	67.03	1,189	82.86
沒有預付	460	40.78	276	32.97	246	17.14

2、來臺前預付費用項目

由表 5-4-8 可知，113 年日本受訪旅客來臺前有預付費用的 668 人，預付項目以旅館內支出費為最多(99.25%)，比率與 108 年相近。

表 5-4-8 日本受訪旅客來臺前預付費用項目

單位：人次；%

來臺前預付費用項目	113 年		112 年		108 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
旅館內支出費	663	99.25	551	98.22	1,179	99.16
旅館外餐飲費	189	28.29	151	26.92	273	22.96
在臺境內交通費	<u>221</u>	<u>33.08</u>	<u>153</u>	<u>27.27</u>	277	23.30
娛樂費	38	5.69	93	16.58	318	26.75
雜費	79	11.83	39	6.95	<u>347</u>	<u>29.18</u>
購物費	-	-	1	0.18	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

五、日本市場受訪旅客對臺灣最深刻的印象

由表 5-5-1 可知，113 年日本受訪旅客對臺灣留下的深刻印象依序為美食佳餚(92.38%)、逛夜市(76.60%)、自然風光(60.46%)、人情味濃厚(58.33%)、歷史古蹟(40.70%)等。

表 5-5-1 日本受訪旅客對臺灣深刻的印象

單位：人次；%

深刻印象	113 年		112 年		108 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
美食佳餚	1,042	92.38	739	88.29	1,015	70.73
逛夜市	864	76.60	520	62.13	313	21.81
自然風光	682	60.46	609	72.76	...	...
人情味濃厚	658	58.33	431	51.49	280	19.51
歷史古蹟	452	40.07	272	32.50	98	6.83
地方特產	262	23.23	250	29.87	112	7.80
都會不夜城	176	15.60	93	11.11	81	5.64
景點	126	11.17	153	18.28	427	29.76
便利商店	113	10.02	100	11.95	19	1.32
泡溫泉	95	8.42	84	10.04	43	3.00
宗教文化	92	8.16	...	...	...	...
原住民文化	16	1.42	25	2.99	4	0.28
節慶活動	12	1.06	6	0.72	1	0.07
旅館(或民宿)住宿體驗	9	0.80	8	0.96	3	0.21
書店	7	0.62	11	1.31	15	1.05
單車賞景	5	0.44	26	3.11	12	0.84
醫療保健	-	-	2	0.24	...	...
海岸風光	...	...	...	...	190	13.24
美容醫療	...	...	...	...	51	3.55
寺廟參訪	...	...	129	15.41	120	8.36
水果	...	...	111	13.26	73	5.09
其他	11	0.98	6	0.72	25	1.74

註：1. 本題為複選題。

2. 「…」表示無該調查項目。

3. 「-」表示無調查樣本。

由表 5-5-2 可知，113 年日本觀光團體受訪旅客對臺灣最深刻的印象依序為美食佳餚(95.83%)、自然風光(90.10%)、逛夜市(81.25%)、歷史古蹟(58.33%)等。日本非觀光團體受訪旅客對臺灣最深刻的印象依序為美食佳餚(91.67%)、逛夜市(75.64%)、人情味濃厚(61.22%)、自然風光(54.38%)等。

表 5-5-2 113 年日本受訪旅客對臺灣深刻的印象－依旅遊型態分

單位：人次；%

深刻印象	日本全體		日本觀光團體		日本非觀光團體	
	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率
美食佳餚	1,042	92.38	184	95.83	858	91.67
逛夜市	864	76.60	156	81.25	708	75.64
自然風光	682	60.46	173	90.10	509	54.38
人情味濃厚	658	58.33	85	44.27	573	61.22
歷史古蹟	452	40.07	112	58.33	340	36.32
地方特產	262	23.23	65	33.85	197	21.05
都會不夜城	176	15.60	24	12.50	152	16.24
景點	126	11.17	36	18.75	90	9.62
便利商店	113	10.02	10	5.21	103	11.00
泡溫泉	95	8.42	4	2.08	91	9.72
宗教文化	92	8.16	44	22.92	48	5.13
原住民文化	16	1.42	7	3.65	9	0.96
節慶活動	12	1.06	3	1.56	9	0.96
旅館(或民宿)住宿體驗	9	0.80	-	-	9	0.96
書店	7	0.62	1	0.52	6	0.64
單車賞景	5	0.44	-	-	5	0.53
醫療保健	-	-	-	-	-	-
其他	11	0.98	-	-	11	1.18

註：1. 本題為複選題。

2. 「-」表示無調查樣本。

六、日本市場受訪旅客對此次來臺之各項滿意度分析

由表 5-6-1 可知，113 年日本市場受訪旅客對此次來臺之各項滿意度皆大於 4.14，表示受訪旅客在觀光便利性、觀光環境國際化、環境安全性三大方面都傾向滿意，來臺整體滿意度平均分數為 4.57 分，較 108 年增加 0.25 分。

表 5-6-1 日本受訪旅客此次來臺各項滿意度

來臺旅客各項滿意度		113 年		112 年		108 年	
		平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差
觀光 便利 性	入境證照及通關手續便捷	4.18	0.56	4.29	0.69	3.89	1.01
	通訊 / 網路便利	4.54	0.56	4.47	0.60	4.03	0.80
	旅遊資訊取得方便	4.56	0.55	4.50	0.60	4.34	0.69
	境內交通便利	4.58	0.55	4.58	0.59	4.37	0.61
	來臺交通便利	...	...	...	...	4.43	0.57
	海關通關手續便利	...	...	...	...	4.04	0.88
	使用 Free Wi-Fi 便利	...	...	...	...	3.99	0.84
觀光 環境 國際 化	路標及公共設施牌示易懂	4.15	0.62	4.14	0.73	4.00	0.78
	旅遊環境語言溝通良好	4.14	0.70	4.00	0.80	4.19	0.71
	臺灣民眾態度友善	4.69	0.53	4.69	0.53	4.47	0.59
環 境 安 全 性	遊憩環境安全	4.55	0.56	4.52	0.57	4.44	0.58
	社會治安良好	4.63	0.52	4.60	0.55	4.44	0.57
	住宿設施安全	4.59	0.54	4.53	0.60	4.48	0.55
	餐飲衛生良好	4.30	0.70	4.25	0.76	3.75	0.78
	環境衛生良好	...	...	...	...	3.72	0.80
整體	來臺整體滿意度	4.57	0.50	4.45	0.55	4.32	0.52

註：1.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。

2.「…」表示無該調查項目。

七、日本市場受訪旅客再度訪臺與推薦親友來臺旅遊的意願

由表 5-7-1 得知，就來臺之日本受訪旅客而言，113 年有 99.47% 的日本受訪旅客有再度訪臺的意願。

由表 5-7-2 得知，113 年有再度訪臺意願的日本旅客，其主要目的以觀光最多，占 88.23%，其次是業務，占 8.20%。

由表 5-7-3 得知，113 年有 99.91% 的日本受訪旅客表示會推薦親友來臺灣旅遊。

表 5-7-1 日本受訪旅客是否會再度訪臺情形

單位：人；%

是否會再度訪臺	113 年		112 年		108 年	
	人次	百分比	人次	百分比	人次	百分比
總計	1,128	100.00	837	100.00	1,435	100.00
會	1,122	99.47	837	100.00	1,429	99.58
不會	6	0.53	-	-	6	0.42

註：「-」表示無調查樣本。

表 5-7-2 日本受訪旅客表示會再度訪臺的主要目的

單位：人；%

會再度訪臺的主要原因	113 年		112 年		108 年	
	人次	百分比	人次	百分比	人次	百分比
總計	1,122	100.00	837	100.00	1,429	100.00
觀光	990	88.23	695	83.04	1,229	86.00
業務	92	8.20	67	8.00	123	8.61
國際會議或展覽	3	0.27	3	0.36	-	-
探親或訪友	37	3.30	70	8.36	75	5.25
求學	-	-	2	0.24	1	0.07
醫療	-	-	-	-	1	0.07
其他	-	-	-	-	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

表 5-7-3 日本受訪旅客是否會推薦親友來臺灣旅遊情形

單位：人；%

是否會推薦親友來臺灣旅遊	113 年		112 年		108 年	
	人次	百分比	人次	百分比	人次	百分比
總計	1,128	100.00	837	100.00	1,435	100.00
會	1,127	99.91	836	99.88	1,429	99.58
不會	1	0.09	1	0.12	6	0.42

八、日本市場觀光團體受訪旅客對旅行社及導遊服務之滿意度分析

(一) 對旅行社及導遊服務之整體滿意度

由表 5-8-1 可知，113 年旅行方式為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」的日本觀光團體受訪旅客共有 192 人，均對整體旅行社及導遊服務感到滿意。整體印象滿意度平均數為 4.34，標準差為 0.49，顯示傾向滿意。

表 5-8-1 113 年日本觀光團體受訪旅客對旅行社及導遊服務的整體滿意程度

單位：人；%

人數 列百分比	總計	滿意程度			普通	不滿意程度		
		合計	非常滿意	滿意		合計	不滿意	非常不滿意
旅行社及導遊服務	192	191	67	124	1	-	-	-
整體滿意度	100.00	99.48	34.90	64.58	0.52	-	-	-

註：「-」表示無調查樣本

表 5-8-2 日本觀光團體受訪旅客對旅行社及導遊服務的滿意度

旅行社及導遊服務 之滿意度	113 年		112 年		108 年	
	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差
整體滿意度	4.34	0.49	4.34	0.54	4.52	0.56

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）對旅行社安排的購物服務之觀感

針對 192 位日本觀光團體受訪旅客，調查其對旅行社安排的購物次數及對物品價格的觀感。

由表 5-8-3 可知，113 年旅行社安排日本觀光團體受訪旅客的購物次數以 1~2 次為最多，占 81.25%。

表 5-8-3 旅行社安排日本觀光團體受訪旅客的購物次數

單位：人；%

購物次數	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	192	100.00	113	100.00	263	100.00
0 次	-	-	-	-	7	2.66
1~2 次	156	81.25	92	81.42	129	49.05
3~4 次	<u>36</u>	<u>18.75</u>	<u>21</u>	<u>18.58</u>	<u>113</u>	<u>42.97</u>
5~6 次	-	-	-	-	14	5.32
7~8 次	-	-	-	-	-	-
9 次以上	-	-	-	-	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

113 年日本觀光團體受訪旅客對旅行社安排購物的物品價格的觀感以「實在」為最多，占 81.25%，詳見表 5-8-4。

表 5-8-4 日本觀光團體受訪旅客對旅行社安排購物的物品價格的觀感

單位：人；%

對物品價格觀感	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	192	100.00	113	100.00	256	100.00
很便宜	-	-	-	-	2	0.78
便宜	14	7.29	9	7.96	<u>73</u>	<u>28.52</u>
實在	156	81.25	92	81.42	131	51.17
貴	<u>20</u>	<u>10.42</u>	<u>12</u>	<u>10.62</u>	48	18.75
很貴	2	1.04	-	-	2	0.78

註：「-」表示無調查樣本。

九、日本市場受訪旅客在臺境內搭乘交通工具分析

113 年日本受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具，以捷運(74.38%)為最多，其次依序為計程車(50.09%)、臺鐵(40.78%)、公民營客運(31.91%)、遊覽車(21.19%)等，詳見表 5-9-1。

表 5-9-1 日本受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具

單位：人次；%

交通工具	113 年		112 年		108 年	
	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率
捷運	839	74.38	676	80.76	1,087	75.75
計程車	565	50.09	553	66.07	819	57.07
臺鐵	460	40.78	426	50.90	179	12.47
公民營客運	360	31.91	294	35.13	495	34.49
遊覽車	239	21.19	146	17.44	274	19.09
高鐵	131	11.61	148	17.68	196	13.66
Uber(多元化計程車)	93	8.24	58	6.93	27	1.88
船舶	39	3.46	70	8.36	34	2.37
小客車租賃	22	1.95	29	3.46	22	1.53
公共自行車	15	1.33	27	3.23	5	0.35
飛機	3	0.27	4	0.48	3	0.21
其他	70	6.21	67	8.00	26	1.81

註：1. 本題為複選題，為旅客選擇交通工具類型之相對百分率，非使用頻率。

2. 「公民營客運」包含台灣好行、雙層觀光巴士等。

3. 「其他」包括自用車、親友開車、公司派車、飯店接送、纜車等。

113 年日本觀光團體受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具，以遊覽車(99.48%)為最多，其次依序為計程車(12.50%)、船舶(10.42%)、高鐵(8.33%)等；日本非觀光團體受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具，以捷運(89.21%)為最多，其次依序為計程車(57.80%)、臺鐵(48.40%)、公民營客運(38.46%)等，詳見表 5-9-2。

表 5-9-2 113 年日本受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具—依旅遊型態分

單位：人次；%

交通工具	全體		觀光團體		非觀光團體	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
捷運	839	74.38	4	2.08	835	89.21
計程車	565	50.09	24	12.50	541	57.80
臺鐵	460	40.78	7	3.65	453	48.40
公民營客運	360	31.91	-	-	360	38.46
遊覽車	239	21.19	191	99.48	48	5.13
高鐵	131	11.61	16	8.33	115	12.29
Uber(多元化計程車)	93	8.24	-	-	93	9.94
船舶	39	3.46	20	10.42	19	2.03
小客車租賃	22	1.95	-	-	22	2.35
公共自行車	15	1.33	-	-	15	1.60
飛機	3	0.27	-	-	3	0.32
其他	70	6.21	-	-	70	7.48

註：1. 本題為複選題，為旅客選擇交通工具類型之相對百分率，非使用頻率。

2. 「公民營客運」包含台灣好行、雙層觀光巴士等。

3. 「其他」包括自用車、親友開車、公司派車、飯店接送、纜車等。

4. 「-」表示無調查樣本。

由表 5-9-3 可知，113 年有 95.91% 的日本受訪旅客對在臺境內搭乘之交通工具感到滿意，滿意度平均數為 4.41，標準差為 0.62。

表 5-9-3 113 年日本受訪旅客在臺境內搭乘或使用的交通工具整體滿意程度分布

單位：人；%

人數 列百分比	總計	滿意程度			普通	不滿意程度		
		合計	非常滿意	滿意		合計	不滿意	非常不滿意
交通工具	1,128	1,082	527	555	33	13	11	2
整體滿意度	100.00	95.91	46.71	49.20	2.93	1.16	0.98	0.18

註：日本受訪旅客表示不滿意的交通工具以公民營客運(5 人)、計程車(5 人)為最多。

十、日本市場受訪旅客對從事低碳旅行之看法

由表 5-10-1 可知，有 75.18% 的日本受訪旅客表示未來「願意」從事低碳旅行。

表 5-10-1 113 年日本受訪旅客進行低碳旅行之意願

單位：人；%		
是否願意進行低碳旅遊	人數	百分比
總計	1,128	100.00
願意	848	75.18
不願意	51	4.52
不知道/不清楚	229	20.30

陸、調查結果-大陸市場旅客分析

一、大陸市場受訪旅客基本特性

(一) 旅客分布情形

由表 6-1-1 可知，113 年大陸受訪旅客占全體受訪旅客的比率為 5.26%，較 112 年增加 1.92 個百分點，較 108 年減少 18.62 個百分點。

表 6-1-1 大陸受訪旅客占全體受訪旅客的比率

單位：人；%

市場	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
大陸	348	5.26	204	3.34	2,045	23.88

(二) 來臺主要目的

由表 6-1-2 可知，113 年與 112 年大陸受訪旅客來臺主要目的以探親或訪友為最多，108 年則以觀光為來臺主要目的。

表 6-1-2 大陸受訪旅客之來臺主要目的分布

單位：人；%

來臺主要目的	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	348	100.00	204	100.00	2,045	100.00
觀光	6	1.72	45	22.06	1,697	82.98
業務	78	22.41	15	7.35	145	7.09
國際會議或展覽	8	2.30	-	-	12	0.59
探親或訪友	250	71.85	138	67.65	147	7.19
求學	-	-	1	0.49	11	0.54
醫療	6	1.72	4	1.96	14	0.68
其他	-	-	1	0.49	19	0.93

註：「-」表示無調查樣本。

(三) 最高學歷

由表 6-1-3 可知，113 年與 112 年、108 年大陸受訪旅客最高學歷皆以大專為最多。

表 6-1-3 大陸受訪旅客之最高學歷分布

單位：人；%

最高學歷	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	348	100.00	204	100.00	2,045	100.00
小學、中學肄畢(含高職)	87	25.00	62	30.39	431	21.08
大專	216	62.07	120	58.82	1,336	65.33
碩、博士	45	12.93	20	9.81	244	11.93
其他	-	-	-	-	-	-
未回答	-	-	2	0.98	34	1.66

註：「-」表示無調查樣本。

(四) 工作別

由表 6-1-4 可知，113 年與 112 年、108 年大陸受訪旅客皆以專業人員為最多。

表 6-1-4 大陸受訪旅客之工作別分布

單位：人；%

工作別	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	348	100.00	204	100.00	2,045	100.00
民意代表、主管及經理人員	52	14.94	12	5.88	352	17.21
專業人員	56	16.09	46	22.55	541	26.45
技術員及助理專業人員	39	11.21	24	11.76	101	4.94
事務支援人員	48	13.79	18	8.82	226	11.05
服務及銷售工作人員	51	14.66	25	12.25	206	10.07
農、林、漁、牧業生產人員	13	3.74	4	1.97	5	0.24
技藝有關工作人員	8	2.30	11	5.39	12	0.59
機械設備操作及組裝人員	-	-	4	1.97	7	0.34
基層技術工及勞力工	2	0.57	9	4.41	10	0.49
家庭管理	41	11.78	30	14.71	116	5.67
學生	31	8.91	9	4.41	192	9.39
退休人員	6	1.72	12	5.88	253	12.37
其他	1	0.29	-	-	15	0.73
未回答	-	-	-	-	9	0.44

註：「-」表示無調查樣本。

（五）年收入

由表 6-1-5 可知，113 年大陸受訪旅客年收入均以 10,000-14,999 美元為最多，其次為 15,000-29,999 美元；112 年大陸受訪旅客年收入均以 15,000-29,999 美元為最多，其次為 10,000-14,999 美元；108 年則以無固定收入為最多，15,000-29,999 美元次之。

表 6-1-5 大陸受訪旅客之年收入分布

單位：人；%

年收入	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	348	100.00	204	100.00	2,045	100.00
9,999 美元以下	29	8.33	36	17.65	159	7.78
10,000 – 14,999 美元	96	27.59	38	18.63	366	17.90
15,000 – 29,999 美元	<u>92</u>	<u>26.44</u>	51	25.00	488	23.86
30,000 – 39,999 美元	36	10.34	30	14.71	186	9.10
40,000 – 69,999 美元	21	6.03	13	6.37	122	5.97
70,000 – 99,999 美元	9	2.59	4	1.96	25	1.22
100,000 美元以上	4	1.15	4	1.96	27	1.32
無固定收入	61	17.53	28	13.72	671	32.81
未回答	-	-	-	-	1	0.05

二、大陸市場受訪旅客旅遊決策

(一) 出發來臺多久前開始計劃行程

受訪旅客出發來臺多久前開始計劃行程之計算，取 0.134912 次方轉換，再求截尾平均數(trimmed mean)，計算出 113 年大陸受訪旅客平均出發來臺前 53.49 天開始計劃行程，標準誤為 2.09 天，而依來臺主要目的分如表 6-2-1 所示。

表 6-2-1 大陸受訪旅客出發來臺多久前開始計劃行程—依來臺主要目的分

單位：天

來臺主要目的	113 年		112 年		108 年	
	平均數	標準誤	平均數	標準誤	平均數	標準誤
全體	53.49	2.09	34.16	1.71	53.38	0.74
觀光	35.61	11.86	24.84	2.65	55.13	0.79
業務	37.61	3.50	32.07	7.45	33.77	1.73
國際會議或展覽	88.59	15.56	-	-	55.46	8.55
探親或訪友	58.31	2.52	36.70	2.14	61.83	3.40
求學	-	-	60.00	--	94.10	15.43
醫療	30.32	4.65	38.75	3.15	97.98	16.85
其他	-	-	90.00	--	62.97	6.64

註：1.「-」表示無調查樣本；「--」表示僅有單一樣本，無法計算標準差。

2.樣本數少於 50 人者(113 年觀光 6 人，國際會議或展覽 8 人，醫療 6 人)；112 年觀光 45 人，業務 15 人，求學 1 人，醫療 4 人，其他 1 人；108 年國際會議或展覽 12 人，求學 11 人，醫療 14 人，其他 19 人，其數值僅供參考。

113 年來臺主要目的或次要目的為觀光之大陸受訪旅客共 252 人(以下簡稱為「大陸觀光目的受訪旅客」)，為探討其來臺觀光資訊管道與影響程度、吸引其來臺觀光之因素，以下「(二)觀光目的受訪旅客之旅遊資訊管道」及「(三)吸引觀光目的旅客來臺觀光原因」兩小節，乃針對大陸觀光目的受訪旅客進行分析。

(二) 觀光目的旅客之旅遊資訊管道

1. 來臺前是否看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導

由表 6-2-2 可知，113 年大陸觀光目的受訪旅客 252 人中，來臺前曾看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導者有 97 人，占 38.49%，較 108 年減少 27.14 個百分點。

表 6-2-2 大陸觀光目的受訪旅客來臺前是否看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導

單位：人；%

來臺前是否看過臺灣 觀光宣傳廣告或旅遊報導	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	252	100.00	170	100.00	1,897	100.00
是	97	38.49	44	25.88	1,245	65.63
否	155	61.51	126	74.12	652	34.37

2. 來臺前從哪些管道看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導

113 年大陸觀光目的受訪旅客來臺前看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導者有 97 人。由表 6-2-3 可知，其來源依序為搜尋引擎、親友口碑、社群網站等。

表 6-2-3 大陸觀光目的受訪旅客在哪些管道看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導

單位：人次；%

觀光資訊管道	113 年		112 年		108 年	
	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率
搜尋引擎	84	86.60	...	...	...	...
親友口碑	75	77.32	28	63.64	462	37.11
社群網站	68	70.10	...	...	...	...
報章雜誌	5	5.15	11	25.00	64	5.14
電視/電台	3	3.09	15	34.09	267	21.45
電商平台	2	2.06	...	...	...	...
地鐵、巴士、航空站等交通運具 及場站	1	1.03	-	-	13	1.04
國際旅遊展覽或特殊活動	1	1.03	-	-	21	1.69
旅行社宣傳行程、摺頁	-	-	2	4.55	36	2.89
戶外廣告或看板	-	-	8	18.18	424	34.06
網際網路(含社群網路服務)	...	...	41	93.18	707	56.79

註：1. 本題為複選題，且針對觀光目的(主要或次要目的為觀光)，並於來臺前看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導之受訪旅客分析。

2. 「-」表示無調查樣本；「…」表示無該調查項目。

3. 臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導影響旅客決定來臺觀光的程度

由表 6-2-4 可知，113 年影響大陸受訪旅客決定來臺觀光的管道，以搜尋引擎(44.31%)影響程度為最高，其次為社群網站(28.13%)，第三為親友口碑(24.28%)，其餘管道影響程度百分比均低於一成。

表 6-2-4 113 年大陸觀光目的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

單位：%

觀光資訊管道	影響程度
合計	100.00
搜尋引擎	44.31
社群網站	28.13
親友口碑	24.28
電視/電台	1.35
報章雜誌	1.35
電商平台	0.39
國際旅遊展覽或特殊活動	0.19
旅行社宣傳行程、摺頁	-
地鐵、巴士、航空站等交通運具及場站	-
戶外廣告或看板	-

註：1.本題針對觀光目的(主要或次要目的為觀光)，且來臺前看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導之受訪旅客分析。

2.按選擇影響較大的前三個管道排序給予權重分數，並計算影響程度百分比。

3.「-」表示無調查樣本。

4. 決定來臺影響程度較大的資訊內容

由圖 6-2-1 可知，113 年大陸觀光目的受訪旅客來臺前看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導者有 97 人，受訪旅客表示決定來臺影響程度較大的資訊內容以旅客評論(74.23%)為最高，其次依序為遊記(73.20%)、攝影或影像紀錄(54.64%)、旅遊雜誌或報導(11.34%)、影視節目(4.12%)、電影(2.06%)、獎勵優惠措施(2.06%)等。

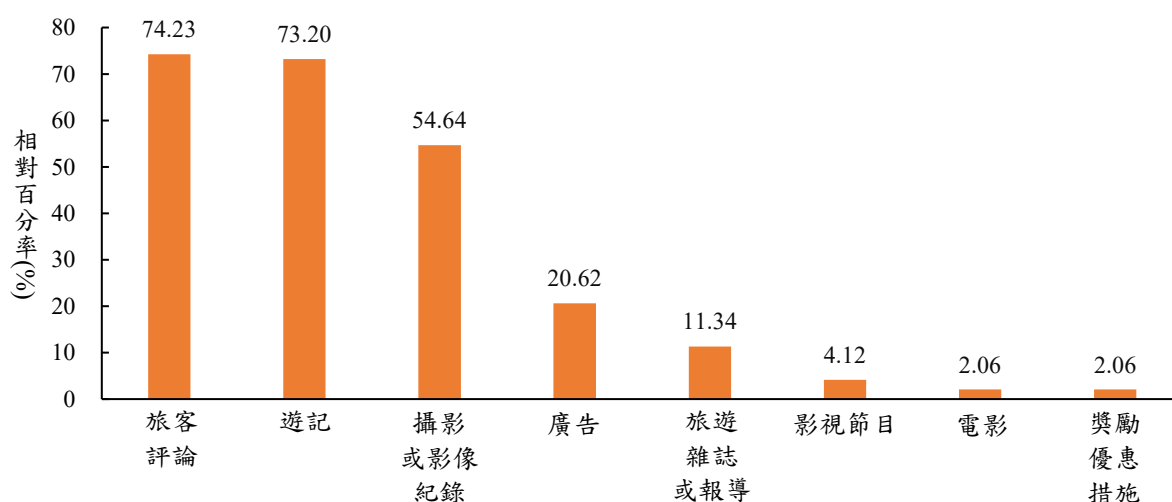


圖 6-2-1 113 年大陸觀光目的受訪旅客表示決定來臺影響程度較大的資訊內容

(三) 吸引觀光目的旅客來臺觀光原因

113 年大陸觀光目的(來臺主要或次要目的為觀光)之受訪旅客共 252 人，由表 6-2-5 可知，吸引其來臺觀光原因，以美食或特色小吃(86.90%)為最高，其次依序為風光景色(73.02%)、臺灣民情風俗和文化(61.11%)、治安良好(59.52%)、人民友善(46.83%)、購物(18.25%)、歷史文物(16.27%)、民主政治(14.29%)、距離居住地近(10.71%)等。

表 6-2-5 吸引大陸觀光目的旅客來臺觀光原因

單位：人次；%

吸引來臺觀光原因	113 年		112 年		108 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
美食或特色小吃	219	86.90	144	84.71	1,199	63.21
風光景色	184	73.02	103	60.59	1,393	73.43
臺灣民情風俗和文化	154	61.11	81	47.65	536	28.26
治安良好	150	59.52	54	31.76	62	3.27
人民友善	118	46.83	79	46.47	230	12.12
購物	46	18.25	50	29.41	464	24.46
歷史文物	41	16.27	32	18.82	432	22.77
民主政治	36	14.29	17	10.00	18	0.95
距離居住地近	27	10.71	41	24.12	187	9.86
氣候宜人	18	7.14	44	25.88	187	9.86
節慶活動	3	1.19	-	-	4	0.21
夜間休閒活動	2	0.79	8	4.71	75	3.95
醫療保健	2	0.79	4	2.35	8	0.42
遊憩設施(遊樂園、高爾夫球場、渡假村…)	1	0.40	2	1.18	5	0.26
自行車旅遊	-	-	1	0.59	...	...
水果	...	...	31	18.24	451	23.77
花卉	...	...	3	1.76	17	0.90
體育活動	...	...	...	...	2	0.11
其他	1	0.40	1	0.59	100	5.27

註：1.「-」表示無調查樣本；「…」表示無此選項。

2.本題為複選題，針對觀光目的(主要或次要目的為觀光)之受訪旅客分析。

(四) 旅行安排方式

由表 6-2-6，113 年及 112 年大陸旅客旅行安排方式均以「未請旅行社代訂住宿地點及機票，抵達後未曾參加本地旅行社及線上旅行社(OTA)安排的旅遊行程」為最多，分別占 91.67%和 84.81%。108 年則以「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」為最多，占 46.60%。

表 6-2-6 大陸受訪旅客旅行方式

單位：人；%

人數 列百分比	總計	觀光團體	非觀光團體			
		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 旅行社代訂 住宿地點 (及機票)	未請旅行社 代訂住宿地 點及機票， 抵達後 曾參加 旅行社行程	未請旅行社 代訂住宿地 點及機票， 抵達後 未曾參加 旅行社行程
113 年	348	-	2	11	16	319
	100.00	-	0.57	3.16	4.60	91.67
112 年	204	-	2	12	17	173
	100.00	-	0.98	5.88	8.33	84.81
108 年	2,045	953	87	555	14	436
	100.00	46.60	4.25	27.14	0.68	21.32

註：「-」表示無調查樣本。

(五) 部分大陸非觀光團體受訪旅客來臺後參加本地旅行社或線上旅行社安排行程之情形

本項針對旅行方式為「自行規劃行程，請旅行社代訂住宿地點(及機票)」或「未請旅行社代訂住宿地點及機票，抵達後曾參加本地旅行社或線上旅行社(OTA)安排的旅遊行程」之大陸市場部分非觀光團體受訪旅客，調查其參加本地旅行社安排行程之情形。

由表 6-2-7 與表 6-2-8 可知，113 年該屬性大陸受訪旅客共 27 人，其中有 14 人參加本地旅行社或線上旅行社(OTA)安排的行程，行程以 1 日遊為最多。

表 6-2-7 大陸非觀光團體受訪旅客來臺後是否參加本地旅行社或線上旅行社安排的行程

單位：人；%

是否參加本地旅行社 安排的行程	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	27	100.00	29	100.00	569	100.00
有參加	14	51.85	18	62.07	152	26.71
沒有參加	13	48.15	11	37.93	417	73.29

註：本題項係針對旅行方式為「自行規劃行程，請旅行社代訂住宿地點(及機票)」或「未請旅行社代訂住宿地點及機票，抵達後曾參加本地旅行社或線上旅行社(OTA)安排的旅遊行程」之旅客。

表 6-2-8 大陸部分非觀光團體受訪旅客來臺後參加本地旅行社或線上旅行社安排的行程

單位：人次；%

參加本地旅行社 安排的行程	113 年		112 年		108 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
半日遊	1	7.14	-	-	12	7.89
1 日遊	13	92.86	6	33.33	78	51.32
2 日遊	-	-	9	50.00	43	28.29
3 日遊以上	-	-	4	22.22	25	16.45

註：1.本題項係針對旅行方式為「自行規劃行程，請旅行社代訂住宿地點(及機票)」或「未請旅行社代訂住宿地點及機票，抵達後曾參加本地旅行社或線上旅行社(OTA)安排的旅遊行程」，且有參加本地旅行社安排的行程之旅客。

2.本題為複選題。

3.「-」表示無調查樣本。

三、大陸市場受訪旅客旅遊動向

(一) 來臺次數

由表 6-3-1 可知，113 年大陸受訪旅客近 5 年來臺次數以第 1 次來臺為最多，占 50.57%，其次為第 2 次，占 33.62%，第三為第 3 次，占 10.06%。

表 6-3-1 大陸受訪旅客來臺次數

旅客來臺次數	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	348	100.00	204	100.00	2,045	100.00
第 1 次	176	50.57	78	38.24	1,580	77.26
第 2 次	117	33.62	86	42.16	218	10.66
第 3 次	35	10.06	23	11.27	82	4.01
第 4 次	9	2.59	6	2.94	19	0.93
5 次以上	11	3.16	11	5.39	146	7.14

註：1. 108 年為「近 3 年來臺次數」。

2. 112 年、113 年為「近 5 年來臺次數」。

(二) 遊覽地點

1、遊覽觀光景點

由表 6-3-2 可知，113 年大陸受訪旅客 348 人中，受訪旅客來臺遊覽觀光景點依序為夜市(83.62%)、臺北 101(62.64%)、西門町(含西門紅樓)(51.44%)、中正紀念堂(46.84%)、信義計畫區商圈(46.55%)等。

大陸旅客遊覽觀光景點排名前 10 名中，中正紀念堂、臺北市永康街商圈、平溪排名均較 112 年及 108 年上升。

表 6-3-2 大陸受訪旅客遊覽觀光景點排名

單位：人次；%

名次	113 年			112 年			108 年		
	遊覽 景點	人次	相對 百分率	遊覽 景點	人次	相對 百分率	遊覽 景點	人次	相對 百分率
1	夜市	291	83.62	夜市	177	86.76	夜市	1,805	88.26
2	臺北 101	218	62.64	臺北 101	108	52.94	臺北 101	1,474	72.08
3	西門町(含西門紅樓)	179	51.44	西門町(含西門紅樓)	91	44.61	故宮博物院	1,392	68.07
4	中正紀念堂	163	46.84	淡水	75	36.76	墾丁國家公園	1,194	58.39
5	信義計畫區商圈	162	46.55	信義計畫區商圈	65	31.86	日月潭	1,139	55.70
6	淡水	124	35.63	九份	61	29.90	太魯閣、天祥	1,046	51.15
7	九份	114	32.76	艋舺龍山寺	56	27.45	阿里山	955	46.70
8	故宮博物院	109	31.32	中正紀念堂	56	27.45	國父紀念館	852	41.66
9	平溪	93	26.72	故宮博物院	54	26.47	中正紀念堂	829	40.54
10	臺北市永康街商圈	90	25.86	陽明山	50	24.51	士林官邸	758	37.07
11	北投	77	22.13	臺北市永康街商圈	49	24.02	野柳	740	36.19
12	日月潭	77	22.13	北投	42	20.59	西門町	645	31.54
13	陽明山	68	19.54	貓空	37	18.14	九份	593	29.00
14	貓空	62	17.82	日月潭	36	17.65	西子灣	570	27.87
15	艋舺龍山寺	57	16.38	平溪	36	17.65	七星潭	536	26.21
16	士林官邸	52	14.94	士林官邸	34	16.67	愛河	395	19.32
17	華山 1914 文化創意 產業園區	49	14.08	礁溪	32	15.69	淡水	341	16.67
18	野柳	47	13.51	野柳	22	10.78	中台禪寺	334	16.33
19	宮原眼科	47	13.51	清境農場	21	10.29	總統府	310	15.16
20	臺北車站商圈	44	12.64	駁二藝術特區	20	9.80	清境農場	254	12.42

註：本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之景點整理。

2.遊覽觀光景點所在縣市及地區

由表 6-3-3 可知，113 年大陸受訪旅客 348 人中，遊覽觀光景點所在縣市依序為臺北市(89.37%)、新北市(57.47%)、臺中市(23.56%)、南投縣(23.28%)、桃園市(14.94%)等。

表 6-3-3 大陸受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市排名

單位：人次；%

名次	113 年			112 年			108 年		
	縣市	人次	相對百分率	縣市	人次	相對百分率	縣市	人次	相對百分率
1	臺北市	311	89.37	臺北市	159	77.94	臺北市	1,852	90.56
2	新北市	200	57.47	新北市	102	50.00	新北市	1,279	62.54
3	臺中市	82	23.56	高雄市	42	20.59	屏東縣	1,202	58.78
4	南投縣	81	23.28	南投縣	42	20.59	南投縣	1,177	57.56
5	桃園市	52	14.94	宜蘭縣	37	18.14	花蓮縣	1,124	54.96
6	嘉義縣	41	11.78	臺中市	27	13.24	高雄市	1,062	51.93
7	基隆市	39	11.21	桃園市	23	11.27	嘉義縣	957	46.80
8	高雄市	39	11.21	臺南市	22	10.78	臺東縣	498	24.35
9	宜蘭縣	35	10.06	花蓮縣	22	10.78	臺中市	382	18.68
10	新竹市	28	8.05	嘉義縣	20	9.80	臺南市	124	6.06
11	臺南市	25	7.18	基隆市	17	8.33	桃園市	54	2.64
12	嘉義市	23	6.61	屏東縣	12	5.88	宜蘭縣	52	2.54
13	彰化縣	20	5.75	新竹市	11	5.39	基隆市	51	2.49
14	新竹縣	13	3.74	新竹縣	10	4.90	彰化縣	23	1.12
15	雲林縣	12	3.45	臺東縣	7	3.43	新竹縣	8	0.39
16	屏東縣	9	2.59	嘉義市	7	3.43	新竹市	8	0.39
17	臺東縣	8	2.30	彰化縣	5	2.45	嘉義市	8	0.39
18	花蓮縣	6	1.72	苗栗縣	2	0.98	雲林縣	7	0.34
19	澎湖縣	2	0.57	雲林縣	1	0.49	苗栗縣	4	0.20
20	苗栗縣	-	-	澎湖縣	-	-	澎湖縣	1	0.05
21	連江縣	-	-	金門縣	-	-	金門縣	1	0.05
22	金門縣	-	-	連江縣	-	-	連江縣	-	-

註：1.本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之景點整理，遊程同時包含多個景點為跨縣市資料。

2.「-」表示無調查樣本。

由表 6-3-4 可知，113 年大陸受訪旅客 348 人中，遊覽觀光景點所在地區依序為北部地區(93.68%)、中部地區(32.47%)、南部地區(25.29%)、東部地區(3.45%)、離島地區(0.57%)，中部地區排序較 112 年及 108 年上升。

表 6-3-4 大陸受訪旅客遊覽觀光景點所在地區排名

單位：人次；%

名次	113 年			112 年			108 年		
	遊覽景點 所在地區	人次	相對 百分率	遊覽景點 所在地區	人次	相對 百分率	遊覽景點 所在地區	人次	相對 百分率
1	北部地區	326	93.68	北部地區	165	80.88	北部地區	1,881	91.98
2	中部地區	113	32.47	南部地區	61	29.90	南部地區	1,402	68.56
3	南部地區	88	25.29	中部地區	57	27.94	中部地區	1,291	63.13
4	東部地區	12	3.45	東部地區	25	12.25	東部地區	1,153	56.38
5	離島地區	2	0.57	離島地區	-	-	離島地區	2	0.10

註：1.本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之景點整理，遊程同時包含多個景點為跨地區資料。

2.「-」表示無調查樣本。

3.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。

3.遊覽夜市

由表 6-3-5 可知，113 年大陸受訪旅客 348 人中，遊覽夜市依序為饒河街夜市(38.51%)、士林夜市(35.06%)、寧夏夜市(18.10%)、臺中逢甲夜市(16.95%)等。

表 6-3-5 大陸受訪旅客遊覽夜市排名

單位：人次；%

名次	113 年			112 年			108 年		
	遊覽夜市	人次	相對 百分率	遊覽夜市	人次	相對 百分率	遊覽夜市	人次	相對 百分率
1	饒河街夜市	134	38.51	士林夜市	74	36.27	士林夜市	694	33.94
2	士林夜市	122	35.06	饒河街夜市	71	34.80	高雄六合夜市	540	26.41
3	寧夏夜市	63	18.10	寧夏夜市	38	18.63	寧夏夜市	333	16.28
4	臺中逢甲夜市	59	16.95	高雄六合夜市	24	11.76	饒河街夜市	283	13.84
5	基隆廟口夜市	28	8.05	迪化街(含大稻埕)夜市	23	11.27	臺中逢甲夜市	283	13.84
6	臺中一中街夜市	23	6.61	臺中逢甲夜市	17	8.33	花蓮東大門夜市	104	5.09
7	高雄六合夜市	22	6.32	基隆廟口夜市	11	5.39	高雄瑞豐夜市	76	3.72
8	迪化街(含大稻埕)夜市	16	4.60	宜蘭羅東夜市	11	5.39	臺中一中街夜市	51	2.49
9	永和樂華夜市	14	4.02	花蓮東大門夜市	10	4.90	基隆廟口夜市	42	2.05
10	宜蘭羅東夜市	14	4.02	華西街夜市	6	2.94	華西街夜市	34	1.66

註：1.本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之夜市整理。

2.所指「夜市」為廣義性的夜市，以夜間營業為主，由攤販、市集、商店及街頭表演等聚集，提供美食小吃及逛街購物的場所。

4.最喜歡景點

由表 6-3-6 可知，113 年大陸受訪旅客最喜歡景點依序為阿里山(喜歡比率 80.00%)、清境農場(喜歡比率 48.57%)、日月潭(喜歡比率 41.56%)、夜市(喜歡比率 15.12)、淡水(喜歡比率 14.52%)及故宮(喜歡比率 13.76%)等。

表 6-3-6 大陸受訪旅客最喜歡景點排名

名次	113 年			112 年			108 年		
	最喜歡 景點	到訪 相對 百分率	喜歡 比率	最喜歡 景點	到訪 相對 百分率	喜歡 比率	最喜歡 景點	到訪 相對 百分率	喜歡 比率
1	阿里山	11.49	80.00%	日月潭	17.65	50.00%	日月潭	55.70	25.02%
2	清境農場	10.06	48.57%	故宮博物院	26.47	24.07%	墾丁國家公園	58.39	23.62%
3	日月潭	22.13	41.56%	平溪	17.65	22.22%	阿里山	46.70	19.90%
4	夜市	83.62	15.12%	淡水	36.76	21.33%	清境農場	12.42	17.32%
5	淡水	35.63	14.52%	清境農場	10.29	19.05%	野柳	36.19	16.22%
6	故宮博物院	31.32	13.76%	礁溪	15.69	18.75%	故宮博物院	68.07	13.94%
7	平溪	26.72	12.90%	夜市	86.76	15.25%	淡水	16.67	11.14%
8	野柳	13.51	12.77%	貓空	18.14	13.51%	太魯閣、天祥	51.15	10.99%
9	貓空	17.82	11.29%	陽明山	24.51	12.00%	平溪	11.25	8.70%
10	北投	22.13	10.39%	北投	20.59	9.52%	西門町	31.54	8.53%

註：1.本題「最喜歡景點」僅能就曾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百分率達 10%以上者計算。

4.依據喜歡比率從高到低排序名次。

(三) 住宿情形

1、住宿地點

由表 6-3-7 可知，113 年大陸受訪旅客 348 人中，住宿地點以旅館(81.32%)為最多，其次為親友家(62.64%)，再者為民宿(3.16%)。

表 6-3-7 大陸受訪旅客住宿地點

單位：人次；%

住宿地點	113 年		112 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率
旅館	283	81.32	143	70.10
親友家	<u>218</u>	<u>62.64</u>	<u>110</u>	<u>53.92</u>
民宿	11	3.16	15	7.35
宿舍	4	1.15	4	1.96
寺廟、修道院或教會	-	-	-	-
租屋	-	-	-	-
其他	-	-	-	-

註：1.本題為複選題，為旅客選擇住宿類型之相對百分率，非反映住宿頻率。

2.108 年非觀光團體受訪旅客才需作答，故本表不列入比較。

3.「-」表示無調查樣本。

2、住宿旅館的整體滿意度

由表 6-3-8 可知，113 年大陸受訪旅客 348 人中，有 283 人住宿地點為旅館，有 97.53%的受訪旅客對住宿旅館表示滿意；從非常滿意到非常不滿意給予 5 分至 1 分的給分，計算所得滿意度平均分數為 4.23 分，標準差為 0.48 分。

表 6-3-8 大陸受訪旅客對住宿旅館的整體滿意度

單位：人；%

人數 列百分比	總計	滿意程度			普通	不滿意程度		
		合計	非常 滿意	滿意		合計	不滿意	非常 不滿意
113 年	283	276	72	204	7	-	-	-
	100.00	97.53	25.44	72.09	2.47	-	-	-
112 年	143	132	37	95	10	1	1	-
	100.00	92.31	25.87	66.43	6.99	0.70	0.70	-

註：「-」表示無調查樣本。

3、住宿民宿的整體滿意度

由表 6-3-9 可知，113 年大陸受訪旅客 348 人中，有 11 人住宿地點為民宿，有 63.64%的受訪旅客對住宿民宿表示滿意；從非常滿意到非常不滿意給予 5 分至 1 分的給分，計算所得滿意度平均分數為 3.55 分，標準差為 0.69 分。

表 6-3-9 大陸受訪旅客對住宿民宿的整體滿意度

單位：人；%

人數 列百分比	總計	滿意程度			普通	不滿意程度		
		合計	非常 滿意	滿意		合計	不滿意	非常 不滿意
113 年	11	7	-	7	3	1	1	-
	100.00	63.64	-	63.64	27.27	9.09	9.09	-
112 年	15	12	3	9	3	-	-	-
	100.00	80.00	20.00	60.00	20.00	-	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

(四) 參加活動情形

由表 6-3-10 可知，113 年與 112 年、108 年大陸受訪旅客在我國期間參加活動均以購物為最高，其次為逛夜市，第三為參觀古蹟。

表 6-3-10 大陸受訪旅客在我國期間參加活動

單位：人次；%

參加活動	113 年		112 年		108 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
購物	332	95.40	197	96.57	1,990	97.31
逛夜市	294	84.48	177	86.76	1,806	88.31
參觀古蹟	187	53.74	101	49.51	1,075	52.57
泡溫泉浴	90	25.86	76	37.25	353	17.26
生態旅遊(含賞花、鳥、蝶等)	84	24.14	66	32.35	183	8.95
按摩指壓	60	17.24	57	27.94	26	1.27
登山、健行	53	15.23	34	16.67	...	...
休閒農場	44	12.64	36	17.65	...	...
水域活動(含遊湖、潛水等)	42	12.07	46	22.55	...	...
遊樂園	40	11.49	46	22.55	...	...
部落觀光	23	6.61	22	10.78	...	...
參觀展覽	22	6.32	33	16.18	973	47.58
參觀節慶活動(含宗教活動等)	16	4.60	7	3.43	26	1.27
醫療保健	12	3.45	8	3.92	16	0.78
夜總會、PUB 活動	8	2.30	16	7.84	13	0.64
參觀藝文表演活動	8	2.30	11	5.39	16	0.78
觀光工廠	3	0.86	6	2.94	187	9.14
運動或賽事(含自行車旅遊等)	-	-	4	1.96	23	1.12
遊湖	...	...	...	...	1,005	49.14
登山	...	...	...	...	359	17.56
主題樂園	...	...	...	...	85	4.16
卡拉 OK 或唱 KTV	...	...	...	...	12	0.59
SPA、三溫暖	...	...	...	...	9	0.44
其他	3	0.86	3	1.47	46	2.25

註：1. 本題為複選題。

2. 「…」表示無此選項。

四、大陸市場受訪旅客消費支出概況

(一) 消費支出

由表 6-4-1 可知，113 年大陸受訪旅客平均每人每日消費為 153.97 美元，較 108 年減少 45.66 美元(減少 22.87%)；在消費結構中，以購物費減少 57.82 美元(減少 63.36%)為最多，以雜費增加 8.06 美元(成長 202.51%)為最多。

表 6-4-1 大陸受訪旅客平均每人每日消費細項

單位：美元

期別		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
113 年	金 額	153.97	56.23	30.70	16.06	5.50	12.04	33.44
	結 構 比	100.00%	36.52%	19.94%	10.43%	3.57%	7.82%	21.72%
	增減金額	-45.66	2.68	1.34	0.39	-0.31	8.06	-57.82
	增減比率	-22.87%	5.00%	4.56%	2.49%	-5.34%	202.51%	-63.36%
112 年	金 額	153.15	52.20	26.30	15.41	9.95	12.09	37.20
	結 構 比	100.00%	34.08%	17.17%	10.06%	6.50%	7.89%	24.30%
	增減金額	-46.48	-1.35	-3.06	-0.26	4.14	8.11	-54.06
	增減比率	-23.28%	-2.52%	-10.42%	-1.66%	71.26%	203.77%	-59.24%
108 年	金 額	199.63	53.55	29.36	15.67	5.81	3.98	91.26
	結 構 比	100.00%	26.83%	14.71%	7.85%	2.91%	1.99%	45.71%

註：「增減金額」與「增減比率」係與 108 年相比。

由表 6-4-2 可知，113 年大陸受訪旅客購物費消費項目中以購買名產或特產的比率最高，占 36.66%，其次為服飾或相關配件，占 16.31%。

表 6-4-2 大陸受訪旅客平均每人每日購物費細項消費金額

購物費消費項目	113 年		112 年		108 年	
	消費金額 (美元)	百分比	消費金額 (美元)	百分比	消費金額 (美元)	百分比
總計	33.44	100.00%	37.20	100.00%	91.26	100.00%
服飾或相關配件	<u>5.45</u>	<u>16.31%</u>	<u>8.43</u>	<u>22.67%</u>	9.81	10.75%
珠寶或玉器類	0.25	0.76%	0.95	2.55%	<u>19.75</u>	<u>21.64%</u>
紀念品或手工藝品類	2.40	7.17%	3.49	9.38%	5.83	6.39%
化妝品或香水類	2.59	7.76%	2.24	6.03%	16.00	17.53%
名產或特產	12.27	36.66%	12.74	34.25%	25.71	28.18%
煙或酒類	1.90	5.67%	1.98	5.32%	2.49	2.73%
藥品類或健康食品	2.70	8.07%	2.54	6.84%	3.58	3.92%
電子或電器產品	0.82	2.46%	1.05	2.81%	0.51	0.56%
茶葉	5.06	15.13%	3.78	10.15%	4.99	5.46%
其他	0.00	0.01%	0.00	0.00%	2.59	2.84%

(二) 購物退稅服務

1、購物是否使用退稅服務

由表 6-4-3 可知，113 年大陸受訪旅客 348 人中，使用過退稅服務者有 94 人，占 27.01%，比率較 112 年及 108 年減少。

表 6-4-3 大陸受訪旅客是否使用購物退稅服務

單位：人；%

是否使用 購物退稅服務	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	348	100.00	204	100.00	2,045	100.00
是	94	27.01	62	30.39	1,113	54.43
否	254	72.99	142	69.61	932	45.57

2、購物退稅手續是否簡便

由表 6-4-4 可知，113 年大陸受訪旅客使用過購物退稅服務的有 94 人，均覺得購物退稅手續簡便。

表 6-4-4 大陸受訪旅客認為購物退稅手續是否簡便

單位：人；%

購物退稅手續 是否簡便	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	94	100.00	62	100.00	1,113	100.00
是	94	100.00	61	98.39	1,078	96.86
否	-	-	1	1.61	35	3.14

註：「-」表示無調查樣本。

(三) 預付費用項目

1、來臺前是否預付費用

由表 6-4-5 可知，113 年 348 位大陸受訪旅客中，來臺前有預付費用者共 79 人，占 22.70%，比率較 112 年及 108 年減少。

表 6-4-5 大陸受訪旅客來臺前是否預付費用

單位：人；%

來臺前是否預付費用	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	348	100.00	204	100.00	2,045	100.00
有預付	79	22.70	54	26.47	1,745	85.33
沒有預付	269	77.30	150	73.53	300	14.67

2、來臺前預付費用項目

由表 6-4-6 可知，113 年大陸受訪旅客來臺前有預付費用的 79 人，預付項目以旅館內支出費為最多(98.73%)。

表 6-4-6 大陸受訪旅客來臺前預付費用項目

單位：人次；%

來臺前預付費用項目	113 年		112 年		108 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
旅館內支出費	78	98.73	50	92.59	1,728	99.03
旅館外餐飲費	11	13.92	10	18.52	1,040	59.60
在臺境內交通費	12	15.19	7	12.96	1,093	62.64
娛樂費	7	8.86	9	16.67	1,071	61.38
雜費	8	10.13	6	11.11	1,120	64.18
購物費	-	-	-	-	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

五、大陸市場受訪旅客對臺灣最深刻的印象

由表 6-5-1 可知，113 年大陸受訪旅客對臺灣留下的深刻印象依序為美食佳餚(95.40%)、逛夜市(77.59%)、人情味濃厚(65.80%)、自然風光(57.47%)、歷史古蹟(39.37%)、便利商店(35.63%)及地方特產(32.76%)等。

表 6-5-1 大陸受訪旅客對臺灣深刻的印象

單位：人次；%

深刻印象	113 年		112 年		108 年	
	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率
美食佳餚	332	95.40	176	86.27	893	43.67
逛夜市	270	77.59	150	73.53	824	40.29
人情味濃厚	229	65.80	107	52.45	712	34.82
自然風光	200	57.47	156	76.47	...	...
歷史古蹟	137	39.37	59	28.92	248	12.13
便利商店	124	35.63	89	43.63	363	17.75
地方特產	114	32.76	76	37.25	417	20.39
泡溫泉	73	20.98	46	22.55	144	7.04
都會不夜城	67	19.25	21	10.29	58	2.84
景點	37	10.63	35	17.16	1,598	78.14
宗教文化	27	7.76	...	...	...	...
醫療保健	12	3.45	7	3.43	...	...
書店	11	3.16	10	4.90	176	8.61
原住民文化	7	2.01	10	4.90	131	6.41
單車賞景	5	1.44	4	1.96	48	2.35
節慶活動	3	0.86	6	2.94	8	0.39
旅館(或民宿)住宿體驗	3	0.86	3	1.47	28	1.37
美容醫療	...	...	...	...	29	1.42
寺廟參訪	...	...	39	19.12	81	3.96
水果	...	...	55	26.96	619	30.27
海岸風光	...	...	...	...	1,132	55.35
其他	4	1.15	1	0.49	96	4.69

註：1. 本題為複選題。

2. 「…」表示無該調查項目。

六、大陸市場受訪旅客對此次來臺之各項滿意度分析

由表 6-6-1 可知，113 年大陸市場受訪旅客對此次來臺之各項滿意度皆大於 4.32，表示受訪旅客在觀光便利性、觀光環境國際化、環境安全性三大方面都傾向滿意，來臺整體滿意度平均分數為 4.83 分，較 112 年及 108 年增加。

表 6-6-1 大陸受訪旅客此次來臺各項滿意度

來臺旅客各項滿意度		113 年		112 年		108 年	
		平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差
觀光 便利 性	入境證照及通關手續便捷	4.32	0.66	4.31	0.66	4.31	0.81
	通訊 / 網路便利	4.77	0.44	4.49	0.64	4.35	0.78
	旅遊資訊取得方便	4.74	0.48	4.48	0.62	4.47	0.68
	境內交通便利	4.77	0.47	4.58	0.60	4.51	0.63
	來臺交通便利	...	...	...	...	4.62	0.57
	海關通關手續便利	...	...	...	...	4.37	0.75
	取得臺灣簽證快速	...	...	...	...	4.46	0.75
	使用 Free Wi-Fi 便利	...	...	...	...	4.16	0.88
觀光 環境 國際 化	路標及公共設施牌示易懂	4.78	0.45	4.49	0.66	4.63	0.59
	旅遊環境語言溝通良好	4.90	0.31	4.57	0.60	4.75	0.45
	臺灣民眾態度友善	4.92	0.28	4.65	0.56	4.78	0.44
環 境 安 全 性	遊憩環境安全	4.84	0.38	4.57	0.63	4.72	0.48
	社會治安良好	4.90	0.31	4.57	0.60	4.75	0.46
	住宿設施安全	4.80	0.44	4.49	0.62	4.71	0.5
	餐飲衛生良好	4.76	0.45	4.44	0.62	4.62	0.57
	環境衛生良好	...	...	...	...	4.65	0.55
整體	來臺整體滿意度	4.83	0.39	4.51	0.57	4.62	0.52

註：1.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。

2.「…」表示無該調查項目。

七、大陸市場受訪旅客再度訪臺與推薦親友來臺旅遊的意願

由表 6-7-1 得知，就來臺之大陸受訪旅客而言，113 年的大陸受訪旅客均有再度訪臺的意願。

由表 6-7-2 得知，113 年有再度訪臺意願的大陸旅客，其主要目的以探親或訪友最多，占 43.38%，其次是觀光，占 32.76%。

由表 6-7-3 得知，113 年有 100%的大陸受訪旅客表示會推薦親友來臺灣旅遊。

表 6-7-1 大陸受訪旅客是否會再度訪臺情形

單位：人；%

是否會再度訪臺	113 年		112 年		108 年	
	人次	百分比	人次	百分比	人次	百分比
總計	348	100.00	204	100.00	2,045	100.00
會	348	100.00	204	100.00	1,967	96.19
不會	-	-	-	-	78	3.81

註：「-」表示無調查樣本。

表 6-7-2 大陸受訪旅客表示會再度訪臺的主要目的

單位：人；%

會再度訪臺的主要原因	113 年		112 年		108 年	
	人次	百分比	人次	百分比	人次	百分比
總計	348	100.00	204	100.00	1,967	100.00
觀光	114	32.76	100	49.02	1,735	88.21
業務	77	22.13	8	3.92	109	5.54
國際會議或展覽	1	0.29	-	-	9	0.46
探親或訪友	151	43.38	94	46.08	98	4.98
求學	-	-	-	-	5	0.25
醫療	5	1.44	2	0.98	5	0.25
其他	-	-	-	-	6	0.31

註：「-」表示無調查樣本。

表 6-7-3 大陸受訪旅客是否會推薦親友來臺灣旅遊情形

單位：人；%

是否會推薦親友來臺灣旅遊	113 年		112 年		108 年	
	人次	百分比	人次	百分比	人次	百分比
總計	348	100.00	204	100.00	2,045	100.00
會	348	100.00	204	100.00	2,016	98.58
不會	-	-	-	-	29	1.42

註：「-」表示無調查樣本。

八、大陸市場受訪旅客在臺境內搭乘交通工具分析

113 年大陸受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具，以捷運(84.20%)為最多，其次依序為計程車(60.63%)、其他交通工具(53.16%)、高鐵(31.03%)、臺鐵(29.02%)、公民營客運(28.74%)等，其他交通工具包含親友開車、纜車等，詳見表 6-8-1。

表 6-8-1 大陸受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具

單位：人次；%

交通工具	113 年		112 年		108 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
捷運	293	84.20	183	89.71	877	42.89
計程車	211	60.63	147	72.06	943	46.11
高鐵	108	31.03	53	25.98	362	17.70
臺鐵	101	29.02	81	39.71	1,041	50.90
公民營客運	100	28.74	68	33.33	509	24.89
Uber(多元化計程車)	25	7.18	24	11.76	42	2.05
船舶	16	4.60	45	22.06	1,103	53.94
遊覽車	10	2.87	10	4.90	1,046	51.15
小客車租賃	8	2.30	17	8.33	59	2.89
公共自行車	6	1.72	10	4.90	46	2.25
飛機	2	0.57	1	0.49	4	0.20
其他	185	53.16	70	34.31	193	9.44

註：1. 本題為複選題，為旅客選擇交通工具類型之相對百分率，非使用頻率。

2. 「公民營客運」包含台灣好行、雙層觀光巴士等。

3. 「其他」包括自用車、親友開車、公司派車、飯店接送、纜車等。

由表 6-8-2 可知，113 年有 99.42% 的大陸受訪旅客對在臺境內搭乘之交通工具感到滿意，滿意度平均數為 4.60，標準差為 0.51。

表 6-8-2 113 年大陸受訪旅客在臺境內搭乘或使用的交通工具整體滿意程度分布

單位：人；%

人數 列百分比	總計	滿意程度			普通	不滿意程度		
		合計	非常滿意	滿意		合計	不滿意	非常不滿意
交通工具	348	346	212	134	1	1	1	-
整體滿意度	100.00	99.42	60.91	38.51	0.29	0.29	0.29	-

註：1. 「-」表示無調查樣本。

2. 僅 1 位大陸受訪旅客表示不滿意意見，其中不滿意交通工具為計程車。

九、大陸市場受訪旅客對從事低碳旅行之看法

由表 6-9-1 可知，有 83.04% 的大陸受訪旅客表示未來「願意」從事低碳旅行。

表 6-9-1 113 年大陸受訪旅客進行低碳旅行之意願

單位：人；%		
是否願意進行低碳旅遊	人數	百分比
總計	348	100.00
願意	289	83.04
不願意	5	1.44
不知道/不清楚	54	15.52

柒、調查結果-韓國市場旅客分析

一、韓國市場受訪旅客基本特性

(一) 旅客分布情形

由表 7-1-1 可知，113 年韓國受訪旅客占全體受訪旅客的比率為 12.52%，較 112 年、108 年增加。

表 7-1-1 韓國受訪旅客占全體受訪旅客的比率

單位：人；%

市場	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
韓國	829	12.52	666	10.91	833	9.73

(二) 來臺主要目的

由表 7-1-2 可知，113 年與 112 年、108 年韓國受訪旅客來臺主要目的皆以觀光為最多，其次為業務。

表 7-1-2 韓國受訪旅客之來臺主要目的分布

單位：人；%

來臺主要目的	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	829	100.00	666	100.00	833	100.00
觀光	708	85.40	571	85.74	795	95.44
業務	74	8.93	67	10.06	23	2.76
國際會議或展覽	17	2.05	3	0.45	1	0.12
探親或訪友	29	3.50	24	3.60	10	1.20
求學	-	-	-	-	2	0.24
醫療	-	-	-	-	1	0.12
其他	1	0.12	1	0.15	1	0.12

註：「-」表示無調查樣本。

(三) 最高學歷

由表 7-1-3 可知，113 年、112 年和 108 年韓國受訪旅客最高學歷皆以大專為最多。

表 7-1-3 韓國受訪旅客之最高學歷分布

單位：人；%

最高學歷	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	829	100.00	666	100.00	833	100.00
小學、中學肄畢(含高職)	190	22.92	94	14.11	135	16.21
大專	566	68.27	475	71.32	632	75.87
碩、博士	73	8.81	97	14.57	64	7.68
其他	-	-	-	-	-	-
未回答	-	-	-	-	2	0.24

註：「-」表示無調查樣本。

(四) 工作別

由表 7-1-4 可知，113 年與 112 年韓國受訪旅客皆以事務支援人員為最多，分別占 20.75%及 17.72%；108 年則以專業人員為最多，占 25.57%。

表 7-1-4 韓國受訪旅客之工作別分布

單位：人；%

工作別	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	829	100.00	666	100.00	833	100.00
民意代表、主管及經理人員	65	7.84	54	8.11	84	10.08
專業人員	102	12.30	109	16.37	213	25.57
技術員及助理專業人員	99	11.94	94	14.11	51	6.12
事務支援人員	172	20.75	118	17.72	154	18.49
服務及銷售工作人員	133	16.04	116	17.42	71	8.52
農、林、漁、牧業生產人員	14	1.69	6	0.90	1	0.12
技藝有關工作人員	18	2.17	25	3.75	7	0.84
機械設備操作及組裝人員	11	1.33	12	1.80	3	0.36
基層技術工及勞力工	3	0.36	6	0.90	-	-
家庭管理	91	10.98	54	8.11	63	7.56
學生	77	9.29	48	7.21	138	16.57
退休人員	43	5.19	20	3.00	38	4.56
其他	1	0.12	3	0.45	10	1.20
未回答	-	-	1	0.15	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

(五) 年收入

由表 7-1-5 可知，113 年韓國受訪旅客年收入以 15,000-29,999 美元為最多，其次為無固定收入；112 年以 15,000-29,999 美元為最多，其次為 30,000-39,99；108 年則以無固定收入為最多，30,000-39,999 美元次之。

表 7-1-5 韓國受訪旅客之年收入分布

單位：人；%

年收入	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	829	100.00	666	100.00	833	100.00
9,999 美元以下	49	5.91	48	7.21	10	1.20
10,000 – 14,999 美元	88	10.62	85	12.76	32	3.84
15,000 – 29,999 美元	246	29.67	145	21.77	189	22.69
30,000 – 39,999 美元	116	13.99	114	17.12	199	23.89
40,000 – 69,999 美元	92	11.10	95	14.26	105	12.61
70,000 – 99,999 美元	56	6.76	64	9.61	16	1.92
100,000 美元以上	12	1.45	24	3.60	21	2.52
無固定收入	170	20.50	91	13.67	261	31.33

二、韓國市場受訪旅客旅遊決策

(一) 出發來臺多久前開始計劃行程

受訪旅客出發來臺多久前開始計劃行程之計算，取 0.134912 次方轉換，再求截尾平均數(trimmed mean)，計算出 113 年韓國受訪旅客平均出發來臺前 39.71 天開始計劃行程，標準誤為 1.11 天，而依來臺主要目的分如表 7-2-1 所示。

表 7-2-1 韓國受訪旅客出發來臺多久前開始計劃行程－依來臺主要目的分

單位：天

來臺主要目的	113 年		112 年		108 年	
	平均數	標準誤	平均數	標準誤	平均數	標準誤
全體	39.71	1.11	24.96	0.76	30.41	0.77
觀光	41.09	1.18	25.11	0.80	30.73	0.80
業務	21.45	2.03	19.67	1.60	15.51	2.26
國際會議或展覽	42.16	5.17	23.00	8.50	14.00	--
探親或訪友	54.99	10.38	37.04	7.15	15.93	3.24
求學	-	-	-	-	90.00	0.00
醫療	-	-	-	-	60.00	--
其他	30.00	--	10.00	-	60.00	--

註：1.「-」表示無調查樣本；「--」表示僅有單一樣本，無法計算標準差。

2.樣本數少於 50 人者(113 年國際會議或展覽 17 人，探親或訪友 29 人，其他 1 人；112 年國際會議或展覽 3 人，探親或訪友 24 人，其他 1 人；108 年業務 23 人，國際會議或展覽 1 人，探親或訪友 10 人，求學 2 人，醫療 1 人，其他 1 人)，其數值僅供參考。

113 年來臺主要目的或次要目的為觀光之韓國受訪旅客共 768 人(以下簡稱為「韓國觀光目的受訪旅客」)，為探討其來臺觀光資訊管道與影響程度、吸引其來臺觀光之因素，以下「(二)觀光目的受訪旅客之旅遊資訊管道」及「(三)吸引觀光目的旅客來臺觀光原因」兩小節，乃針對韓國觀光目的受訪旅客進行分析。

(二) 觀光目的旅客之旅遊資訊管道

1. 來臺前是否看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導

由表 7-2-2 可知，113 年韓國觀光目的受訪旅客 768 人中，來臺前曾看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導者有 558 人，占 72.66%，較 112 年與 108 年增加。

表 7-2-2 韓國觀光目的受訪旅客來臺前是否看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導

單位：人；%

來臺前是否看過臺灣 觀光宣傳廣告或旅遊報導	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	768	100.00	620	100.00	815	100.00
是	558	72.66	287	46.29	464	56.93
否	210	27.34	333	53.71	351	43.07

2. 來臺前從哪些管道看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導

113 年韓國觀光目的受訪旅客來臺前看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導者有 558 人。由表 7-2-3 可知，其來源依序為社群網站(80.11%)、搜尋引擎(69.18%)、親友口碑(46.24%)等。

表 7-2-3 韓國觀光目的受訪旅客在哪些管道看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導

單位：人次；%

觀光資訊管道	113 年		112 年		108 年	
	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率
社群網站	447	80.11	...	...	...	...
搜尋引擎	386	69.18	...	...	...	...
親友口碑	258	46.24	181	63.07	136	29.31
旅行社宣傳行程、摺頁	195	34.95	111	38.68	102	21.98
電視/電台	91	16.31	55	19.16	100	21.55
報章雜誌	27	4.84	36	12.54	67	14.44
國際旅遊展覽或特殊活動	7	1.25	19	6.62	6	1.29
電商平台	5	0.90	...	...	...	...
地鐵、巴士、航空站等交通運具及場站	5	0.90	26	9.06	7	1.51
戶外廣告或看板	2	0.36	25	8.71	3	0.65
網際網路(含社群網路服務)	...	...	264	91.99	351	75.65

註：1. 本題為複選題，且針對觀光目的(主要或次要目的為觀光)，並於來臺前看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導之受訪旅客分析。

2. 「…」表示無該調查項目。

3. 臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導影響旅客決定來臺觀光的程度

由表 7-2-4 可知，113 年影響韓國受訪旅客決定來臺觀光的管道，以社群網站(33.15%)影響程度為最高，其次為搜尋引擎(32.99%)，第三為親友口碑(14.59%)，第四為旅行社宣傳行程、摺頁(12.95%)，其餘管道影響程度百分比均低於一成。

表 7-2-4 113 年韓國觀光目的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

單位：%

觀光資訊管道	影響程度
合計	100.00
社群網站	33.15
搜尋引擎	32.99
親友口碑	14.59
旅行社宣傳行程、摺頁	12.95
電視/電台	4.64
報章雜誌	0.91
國際旅遊展覽或特殊活動	0.27
戶外廣告或看板	0.23
電商平台	0.17
地鐵、巴士、航空站等交通運具及場站	0.10

註：1.本題針對觀光目的(主要或次要目的為觀光)，且來臺前看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導之受訪旅客分析。

2.按選擇影響較大的前三個管道排序給予權重分數，並計算影響程度百分比。

4. 決定來臺影響程度較大的資訊內容

113 年韓國觀光目的受訪旅客來臺前看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導者有 558 人，受訪旅客表示決定來臺影響程度較大的資訊內容以旅客評論(75.63%)為最高，其次依序為遊記(52.15%)、攝影或影像紀錄(46.59%)、廣告(23.30%)、影視節目(20.61%)、旅遊雜誌或報導(12.01%)、獎勵優惠措施(9.32%)、電影(4.48%)等。

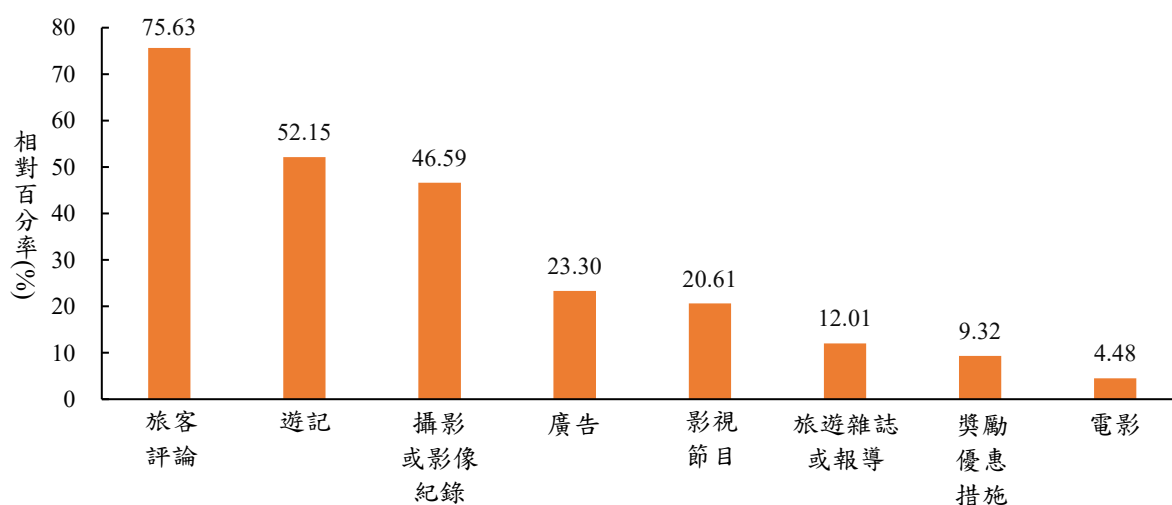


圖 7-2-1 113 年韓國觀光目的受訪旅客表示決定來臺影響程度較大的資訊內容

(三) 吸引觀光目的旅客來臺觀光原因

113 年韓國觀光目的(來臺主要或次要目的為觀光)之受訪旅客共 768 人，由表 7-2-5 可知，吸引其來臺觀光原因，以美食或特色小吃(90.89%)為最高，其次依序為風光景色(67.19%)、距離居住地近(51.30%)、治安良好(31.77%)、臺灣民情風俗和文化(30.21%)等。

表 7-2-5 吸引韓國觀光目的旅客來臺觀光原因

單位：人次；%

吸引來臺觀光原因	113 年		112 年		108 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
美食或特色小吃	698	90.89	537	86.61	508	62.33
風光景色	516	67.19	384	61.94	534	65.52
距離居住地近	394	51.30	227	36.61	415	50.92
治安良好	244	31.77	174	28.06	51	6.26
臺灣民情風俗和文化	232	30.21	203	32.74	45	5.52
人民友善	199	25.91	207	33.39	31	3.80
購物	175	22.79	173	27.90	136	16.69
歷史文物	71	9.24	76	12.26	38	4.66
氣候宜人	68	8.85	143	23.06	100	12.27
民主政治	52	6.77	18	2.90	1	0.12
夜間休閒活動	23	2.99	26	4.19	9	1.10
遊憩設施(遊樂園、高爾夫球場、渡假村…)	5	0.65	10	1.61	6	0.74
自行車旅遊	4	0.52	4	0.65	…	…
節慶活動	3	0.39	1	0.16	2	0.25
醫療保健	2	0.26	-	-	1	0.12
水果	…	…	116	18.71	69	8.47
花卉	…	…	20	3.23	5	0.61
體育活動	…	…	…	…	3	0.37
其他	8	1.04	1	0.16	10	1.23

註：1.「-」表示無調查樣本；「…」表示無此選項。

2.本題為複選題，針對觀光目的(主要或次要目的為觀光)之受訪旅客分析。

(四) 旅行安排方式

由表 7-2-6，113 年與 112 年、108 年韓國旅客旅行安排方式皆「未請旅行社代訂住宿地點及機票，抵達後未曾參加本地旅行社及線上旅行社(OTA)安排的旅遊行程」為最多。

表 7-2-6 韓國受訪旅客旅行方式

單位：人；%

人數 列百分比	總計	觀光團體	非觀光團體			
		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 旅行社代訂 住宿地點 (及機票)	未請旅行社 代訂住宿地 點及機票， 抵達後 曾參加 旅行社行程	未請旅行社 代訂住宿地 點及機票， 抵達後 未曾參加 旅行社行程
113 年	829	231	28	58	30	482
	100.00	27.86	3.38	7.00	3.62	58.14
112 年	666	116	11	57	25	457
	100.00	17.42	1.65	8.56	3.75	68.62
108 年	833	130	7	180	50	466
	100.00	15.61	0.84	21.61	6.00	55.94

(五) 部分非觀光團體受訪旅客來臺後參加本地旅行社或線上旅行社安排行程之情形

本項針對旅行方式為「自行規劃行程，請旅行社代訂住宿地點(及機票)」或「未請旅行社代訂住宿地點及機票，抵達後曾參加本地旅行社或線上旅行社(OTA)安排的旅遊行程」之韓國市場部分非觀光團體受訪旅客，調查其參加本地旅行社安排行程之情形。

由表 7-2-7 與表 7-2-8 可知，113 年該屬性韓國受訪旅客共 88 人，其中有 41 人參加本地旅行社或線上旅行社(OTA)安排的行程，行程以 1 日遊為最多。

表 7-2-7 韓國部分非觀光團體受訪旅客來臺後是否參加本地旅行社或線上旅行社安排的行程

單位：人；%

是否參加本地 旅行社 安排的行程	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	88	100.00	82	100.00	230	100.00
有參加	41	46.59	46	56.10	55	23.91
沒有參加	47	53.41	36	43.90	175	76.09

註：本題項係針對旅行方式為「自行規劃行程，請旅行社代訂住宿地點(及機票)」或「未請旅行社代訂住宿地點及機票，抵達後曾參加本地旅行社或線上旅行社(OTA)安排的旅遊行程」之旅客。

表 7-2-8 韓國部分非觀光團體受訪旅客來臺後參加本地旅行社或線上旅行社安排的行程

單位：人次；%

參加本地旅行社 安排的行程	113 年		112 年		108 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
半日遊	3	7.32	2	4.35	4	7.27
1 日遊	30	73.17	27	58.70	50	90.91
2 日遊	5	12.20	16	34.78	1	1.82
3 日遊以上	4	9.76	1	2.17	1	1.82

註：1.本題項係針對旅行方式為「自行規劃行程，請旅行社代訂住宿地點(及機票)」或「未請旅行社代訂住宿地點及機票，抵達後曾參加本地旅行社或線上旅行社(OTA)安排的旅遊行程」，且有參加本地旅行社安排的行程之旅客。
2.本題為複選題。

三、韓國市場受訪旅客旅遊動向

(一) 來臺次數

由表 7-3-1 可知，113 年及 112 年韓國受訪旅客近 5 年來臺次數均以第 1 次來臺為最多，其次為第 2 次，第三為第 3 次。

表 7-3-1 韓國受訪旅客來臺次數

單位：人；%

旅客來臺次數	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	829	100.00	666	100.00	833	100.00
第 1 次	492	59.35	382	57.36	674	80.91
第 2 次	212	25.57	196	29.43	106	12.73
第 3 次	80	9.65	59	8.86	18	2.16
第 4 次	27	3.26	20	3.00	10	1.20
5 次以上	18	2.17	9	1.35	25	3.00

註：1. 108 年為「近 3 年來臺次數」。

2. 112 年、113 年為「近 5 年來臺次數」。

由表 7-3-2 可知，113 年韓國觀光團體受訪旅客最近 5 年來臺次數以第 1 次來臺為最多，占 78.36%，其次為第 2 次，占 18.61%；韓國非觀光團體受訪旅客以第 1 次來臺為最多，占 52.01%，其次為第 2 次，占 28.26%。

表 7-3-2 113 年韓國受訪旅客最近 5 年來臺次數—依旅遊型態分

單位：人；%

近 5 年 來臺次數	韓國全體		韓國觀光團體		非韓國觀光團體	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	829	100.00	231	100.00	598	100.00
第 1 次	492	59.35	181	78.36	311	52.01
第 2 次	212	25.57	43	18.61	169	28.26
第 3 次	80	9.65	6	2.60	74	12.37
第 4 次	27	3.26	1	0.43	26	4.35
5 次以上	18	2.17	-	-	18	3.01

註：1. 韓國全體樣本數為 829 人。

2. 韓國觀光團體：旅行方式為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」之韓國旅客，樣本數為 231 人。

3. 韓國非觀光團體：觀光團體除外之韓國旅客，樣本數為 598 人。

4. 「-」表示無調查樣本。

(二) 遊覽地點

1、遊覽觀光景點

由表 7-3-3 可知，113 年韓國受訪旅客 829 人中，受訪旅客來臺遊覽觀光景點依序為夜市(89.02%)、臺北 101(70.21%)、西門町(含西門紅樓)(69.96%)、九份(61.16%)、中正紀念堂(55.85%)、平溪(52.47%)等。

韓國旅客遊覽觀光景點排名前 10 名中，中正紀念堂、信義計畫區商圈排名較 112 年及 108 年上升。

表 7-3-3 韓國受訪旅客遊覽觀光景點排名

單位：人次；%

名次	113 年			112 年			108 年		
	遊覽 景點	人次	相對 百分率	遊覽 景點	人次	相對 百分率	遊覽 景點	人次	相對 百分率
1	夜市	738	89.02	夜市	552	82.88	夜市	690	82.83
2	臺北 101	582	70.21	臺北 101	431	64.71	九份	595	71.43
3	西門町(含西門紅樓)	580	69.96	九份	378	56.76	西門町	518	62.18
4	九份	507	61.16	西門町(含西門紅樓)	365	54.80	臺北 101	409	49.10
5	中正紀念堂	463	55.85	淡水	281	42.19	野柳	373	44.78
6	平溪	435	52.47	平溪	216	32.43	艋舺龍山寺	359	43.10
7	野柳	366	44.15	中正紀念堂	184	27.63	中正紀念堂	298	35.77
8	信義計畫區商圈	365	44.03	故宮博物院	179	26.88	淡水	293	35.17
9	故宮博物院	306	36.91	信義計畫區商圈	179	26.88	故宮博物院	239	28.69
10	淡水	305	36.79	艋舺龍山寺	177	26.58	太魯閣、天祥	99	11.88
11	艋舺龍山寺	300	36.19	野柳	137	20.57	平溪	84	10.08
12	臺北市永康街商圈	239	28.83	臺北市永康街商圈	125	18.77	忠烈祠	51	6.12
13	華山 1914 文化創意 產業園區	142	17.13	陽明山	107	16.07	北投	46	5.52
14	臺北車站商圈	129	15.56	北投	90	13.51	士林官邸	43	5.16
15	日月潭	127	15.32	太魯閣、天祥	68	10.21	蓮池潭	41	4.92
16	北投	98	11.82	貓空	66	9.91	西子灣	38	4.56
17	陽明山	94	11.34	金瓜石	66	9.91	旗津海岸公園	37	4.44
18	金瓜石	90	10.86	日月潭	65	9.76	愛河	35	4.20
19	貓空	77	9.29	礁溪	63	9.46	駁二藝術特區	34	4.08
20	宮原眼科	75	9.05	臺北市東區	55	8.26	墾丁國家公園	28	3.36

註：本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之景點整理。

由表 7-3-4 可知，113 年韓國觀光團體受訪旅客遊覽景點排名依序為夜市、臺北 101、九份、平溪、西門町(含西門紅樓)等；韓國非觀光團體受訪旅客遊覽景點依序為夜市、西門町(含西門紅樓)、臺北 101、九份、中正紀念堂等。

表 7-3-4 113 年韓國受訪旅客遊覽觀光景點排名－依旅遊型態分

單位：人次；%

名次	韓國全體			韓國觀光團體			韓國非觀光團體		
	遊覽景點	人次	相對百分率	遊覽景點	人次	相對百分率	遊覽景點	人次	相對百分率
1	夜市	738	89.02	夜市	227	98.27	夜市	511	85.45
2	臺北 101	582	70.21	臺北 101	178	77.06	西門町(含西門紅樓)	426	71.24
3	西門町(含西門紅樓)	580	69.96	九份	178	77.06	臺北 101	404	67.56
4	九份	507	61.16	平溪	165	71.43	九份	329	55.02
5	中正紀念堂	463	55.85	西門町(含西門紅樓)	154	66.67	中正紀念堂	310	51.84
6	平溪	435	52.47	中正紀念堂	153	66.23	信義計畫區商圈	296	49.50
7	野柳	366	44.15	野柳	144	62.34	平溪	270	45.15
8	信義計畫區商圈	365	44.03	艋舺龍山寺	140	60.61	淡水	234	39.13
9	故宮博物院	306	36.91	日月潭	113	48.92	野柳	222	37.12
10	淡水	305	36.79	故宮博物院	106	45.89	臺北市永康街商圈	203	33.95
11	艋舺龍山寺	300	36.19	淡水	71	30.74	故宮博物院	200	33.44
12	臺北市永康街商圈	239	28.83	信義計畫區商圈	69	29.87	艋舺龍山寺	160	26.76
13	華山 1914 文化創意產業園區	142	17.13	高美濕地	49	21.21	華山 1914 文化創意產業園區	130	21.74
14	臺北車站商圈	129	15.56	宮原眼科	47	20.35	臺北車站商圈	127	21.24
15	日月潭	127	15.32	金瓜石	43	18.61	北投	83	13.88
16	北投	98	11.82	阿里山	40	17.32	貓空	76	12.71
17	陽明山	94	11.34	忠烈祠	39	16.88	陽明山	59	9.87
18	金瓜石	90	10.86	臺北市永康街商圈	36	15.58	礁溪	51	8.53
19	貓空	77	9.29	總統府	36	15.58	金瓜石	47	7.86
20	宮原眼科	75	9.05	陽明山	35	15.15	大稻埕	45	7.53

註：本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之景點整理。

2.遊覽觀光景點所在縣市及地區

由表 7-3-5 可知，113 年韓國受訪旅客 829 人中，遊覽觀光景點所在縣市依序為臺北市(92.40%)、新北市(76.12%)、臺中市(16.41%)、南投縣(15.44%)等。

表 7-3-5 韓國受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市排名

單位：人次；%

名次	113 年			112 年			108 年		
	縣市	人次	相對百分率	縣市	人次	相對百分率	縣市	人次	相對百分率
1	臺北市	766	92.40	臺北市	592	88.89	臺北市	747	89.68
2	新北市	631	76.12	新北市	463	69.52	新北市	676	81.15
3	臺中市	136	16.41	花蓮縣	84	12.61	花蓮縣	99	11.88
4	南投縣	128	15.44	南投縣	75	11.26	高雄市	75	9.00
5	宜蘭縣	74	8.93	宜蘭縣	74	11.11	屏東縣	29	3.48
6	高雄市	62	7.48	臺中市	61	9.16	臺南市	12	1.44
7	臺南市	48	5.79	高雄市	56	8.41	南投縣	10	1.20
8	嘉義縣	47	5.67	臺南市	34	5.11	臺中市	7	0.84
9	桃園市	44	5.31	基隆市	34	5.11	宜蘭縣	3	0.36
10	基隆市	43	5.19	桃園市	23	3.45	嘉義縣	3	0.36
11	花蓮縣	32	3.86	嘉義縣	22	3.30	基隆市	2	0.24
12	新竹市	24	2.90	新竹市	18	2.70	桃園市	-	-
13	嘉義市	20	2.41	屏東縣	16	2.40	新竹縣	-	-
14	彰化縣	9	1.09	新竹縣	10	1.50	苗栗縣	-	-
15	屏東縣	8	0.97	臺東縣	7	1.05	彰化縣	-	-
16	雲林縣	4	0.48	嘉義市	6	0.90	雲林縣	-	-
17	臺東縣	3	0.36	彰化縣	2	0.30	臺東縣	-	-
18	新竹縣	2	0.24	澎湖縣	2	0.30	澎湖縣	-	-
19	苗栗縣	1	0.12	苗栗縣	1	0.15	新竹市	-	-
20	澎湖縣	1	0.12	金門縣	1	0.15	嘉義市	-	-
21	連江縣	-	-	雲林縣	-	-	金門縣	-	-
22	金門縣	-	-	連江縣	-	-	連江縣	-	-

註：1.本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之景點整理，遊程同時包含多個景點為跨縣市資料。

2.「-」表示無調查樣本。

由表 7-3-6 可知，113 年韓國觀光團體受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市以臺北市為最多，其次依序為新北市、南投縣、臺中市、高雄市等；韓國非觀光團體受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市以臺北市為最多，其次依序為新北市、宜蘭縣、臺中市、基隆市等。

表 7-3-6 113 年韓國受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市排名－依旅遊型態分

單位：人次；%

名次	韓國全體			韓國觀光團體			韓國非觀光團體		
	縣市	人次	相對百分率	縣市	人次	相對百分率	縣市	人次	相對百分率
1	臺北市	766	92.40	臺北市	215	93.07	臺北市	551	92.14
2	新北市	631	76.12	新北市	187	80.95	新北市	444	74.25
3	臺中市	136	16.41	南投縣	113	48.92	宜蘭縣	55	9.20
4	南投縣	128	15.44	臺中市	92	39.83	臺中市	44	7.36
5	宜蘭縣	74	8.93	高雄市	49	21.21	基隆市	38	6.35
6	高雄市	62	7.48	嘉義縣	42	18.18	桃園市	33	5.52
7	臺南市	48	5.79	臺南市	35	15.15	新竹市	22	3.68
8	嘉義縣	47	5.67	花蓮縣	22	9.52	南投縣	15	2.51
9	桃園市	44	5.31	宜蘭縣	19	8.23	高雄市	13	2.17
10	基隆市	43	5.19	嘉義市	17	7.36	臺南市	13	2.17
11	花蓮縣	32	3.86	桃園市	11	4.76	花蓮縣	10	1.67
12	新竹市	24	2.90	彰化縣	8	3.46	嘉義縣	5	0.84
13	嘉義市	20	2.41	基隆市	5	2.16	嘉義市	3	0.50
14	彰化縣	9	1.09	屏東縣	5	2.16	屏東縣	3	0.50
15	屏東縣	8	0.97	雲林縣	3	1.30	新竹縣	2	0.33
16	雲林縣	4	0.48	新竹市	2	0.87	苗栗縣	1	0.17
17	臺東縣	3	0.36	臺東縣	2	0.87	澎湖縣	1	0.17
18	新竹縣	2	0.24	新竹縣	-	-	彰化縣	1	0.17
19	苗栗縣	1	0.12	澎湖縣	-	-	雲林縣	1	0.17
20	澎湖縣	1	0.12	苗栗縣	-	-	臺東縣	1	0.17
21	連江縣	-	-	連江縣	-	-	連江縣	-	-
22	金門縣	-	-	金門縣	-	-	金門縣	-	-

註：1.本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之景點整理，遊程同時包含多個景點為跨縣市資料。

2.「-」表示無調查樣本。

由表 7-3-7 可知，113 年韓國受訪旅客 829 人中，遊覽觀光景點所在地區依序為北部地區(94.93%)、中部地區(20.14%)、南部地區(10.62%)、東部地區(3.86%)、離島地區(0.12%)。

表 7-3-7 韓國受訪旅客遊覽觀光景點所在地區排名

單位：人次；%

名次	113 年			112 年			108 年		
	遊覽景點 所在地區	人次	相對 百分率	遊覽景點 所在地區	人次	相對 百分率	遊覽景點 所在地區	人次	相對 百分率
1	北部地區	787	94.93	北部地區	614	92.19	北部地區	758	91.00
2	中部地區	167	20.14	中部地區	106	15.92	東部地區	99	11.88
3	南部地區	88	10.62	南部地區	89	13.36	南部地區	87	10.44
4	東部地區	32	3.86	東部地區	85	12.76	中部地區	14	1.68
5	離島地區	1	0.12	離島地區	3	0.45	離島地區	-	-

註：1.本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之景點整理，遊程同時包含多個景點為跨地區資料。

2.「-」表示無調查樣本。

3.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。

由表 7-3-8 可知，113 年韓國觀光團體與非觀光團體遊覽觀光景點所在地區均以北部地區為最高，其次依序為中部地區、南部地區、東部地區、離島地區。

表 7-3-8 113 年韓國受訪旅客遊覽觀光景點所在地區排名－依旅遊型態分

單位：人次；%

名次	韓國全體			韓國觀光團體			韓國非觀光團體		
	遊覽景點 所在地區	人次	相對 百分率	遊覽景點 所在地區	人次	相對 百分率	遊覽景點 所在地區	人次	相對 百分率
1	北部地區	787	94.93	北部地區	215	93.07	北部地區	572	95.65
2	中部地區	167	20.14	中部地區	119	51.52	中部地區	48	8.03
3	南部地區	88	10.62	南部地區	63	27.27	南部地區	25	4.18
4	東部地區	32	3.86	東部地區	22	9.52	東部地區	10	1.67
5	離島地區	1	0.12	離島地區	-	-	離島地區	1	0.17

註：1.本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之景點整理，遊程同時包含多個景點為跨地區資料。

2.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。

3.遊覽夜市

由表 7-3-9 可知，113 年韓國受訪旅客 829 人中，遊覽夜市依序為饒河街夜市(45.48%)、士林夜市(35.46%)、寧夏夜市(20.76%)等。

表 7-3-9 韓國受訪旅客遊覽夜市排名

單位：人次；%

名次	113 年			112 年			108 年		
	遊覽夜市	人次	相對百分率	遊覽夜市	人次	相對百分率	遊覽夜市	人次	相對百分率
1	饒河街夜市	377	45.48	士林夜市	309	46.40	士林夜市	535	64.23
2	士林夜市	294	35.46	饒河街夜市	200	30.03	華西街夜市	119	14.29
3	寧夏夜市	172	20.75	寧夏夜市	90	13.51	高雄六合夜市	64	7.68
4	臺中逢甲夜市	99	11.94	臺中逢甲夜市	33	4.95	寧夏夜市	16	1.92
5	高雄六合夜市	41	4.95	花蓮東大門夜市	33	4.95	饒河街夜市	15	1.80
6	宜蘭羅東夜市	29	3.50	高雄六合夜市	32	4.80	高雄瑞豐夜市	14	1.68
7	迪化街(含大稻埕)夜市	27	3.26	華西街夜市	30	4.50	師大夜市	7	0.84
8	基隆廟口夜市	24	2.90	宜蘭羅東夜市	20	3.00	臺中逢甲夜市	3	0.36
9	花蓮東大門夜市	18	2.17	永和樂華夜市	20	3.00	臨江街夜市	2	0.24
10	華西街夜市	15	1.81	基隆廟口夜市	17	2.55	基隆廟口夜市	2	0.24

註：1.本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之夜市整理。

2.所指「夜市」為廣義性的夜市，以夜間營業為主，由攤販、市集、商店及街頭表演等聚集，提供美食小吃及逛街購物的場所。

由表 7-3-10 可知，韓國觀光團體受訪旅客遊覽夜市依序為饒河街夜市、士林夜市、臺中逢甲夜市等；韓國非觀光團受訪旅客遊覽夜市依序為饒河街夜市、士林夜市、寧夏夜市等。

表 7-3-10 113 年韓國受訪旅客遊覽夜市排名－依旅遊型態分

單位：人次；%

名次	韓國全體			韓國觀光團體			韓國非觀光團體		
	遊覽夜市	人次	相對百分率	遊覽夜市	人次	相對百分率	遊覽夜市	人次	相對百分率
1	饒河街夜市	377	45.48	饒河街夜市	100	43.29	饒河街夜市	277	46.32
2	士林夜市	294	35.46	士林夜市	82	35.50	士林夜市	212	35.45
3	寧夏夜市	172	20.75	臺中逢甲夜市	71	30.74	寧夏夜市	143	23.91
4	臺中逢甲夜市	99	11.94	高雄六合夜市	31	13.42	臺中逢甲夜市	28	4.68
5	高雄六合夜市	41	4.95	寧夏夜市	29	12.55	迪化街(含大稻埕)夜市	25	4.18
6	宜蘭羅東夜市	29	3.50	花蓮東大門夜市	15	6.49	基隆廟口夜市	23	3.85
7	迪化街(含大稻埕)夜市	27	3.26	宜蘭羅東夜市	13	5.63	宜蘭羅東夜市	16	2.68
8	基隆廟口夜市	24	2.90	華西街夜市	6	2.60	永和樂華夜市	12	2.01
9	花蓮東大門夜市	18	2.17	高雄瑞豐夜市	3	1.30	臨江街夜市	11	1.84
10	華西街夜市	15	1.81	高雄新興夜市	3	1.30	高雄六合夜市	10	1.67

註：1.本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之夜市整理。

2.所指「夜市」為廣義性的夜市，以夜間營業為主，由攤販、市集、商店及街頭表演等聚集，提供美食小吃及逛街購物的場所。

4.最喜歡景點

由表 7-3-11 可知，113 年韓國受訪旅客最喜歡景點依序為日月潭(喜歡比率 44.88%)、野柳(喜歡比率 24.86%)、淡水(喜歡比率 21.97%)、九份(喜歡比率 18.54%)、平溪(喜歡比率 15.63%)等。

表 7-3-11 韓國受訪旅客最喜歡景點排名

名次	113 年			112 年			108 年		
	最喜歡景點	到訪相對百分率	喜歡比率	最喜歡景點	到訪相對百分率	喜歡比率	最喜歡景點	到訪相對百分率	喜歡比率
1	日月潭	15.32	44.88%	太魯閣、天祥	10.21	55.88%	平溪	10.08	60.71%
2	野柳	44.15	24.86%	九份	56.76	22.75%	太魯閣、天祥	11.88	58.59%
3	淡水	36.79	21.97%	平溪	32.43	19.44%	野柳	44.78	28.15%
4	九份	61.16	18.54%	故宮博物院	26.88	15.08%	淡水	35.17	24.57%
5	平溪	52.47	15.63%	夜市	82.88	15.04%	九份	71.43	20.00%
6	故宮博物院	36.91	11.44%	淡水	42.19	14.23%	臺北 101	49.10	13.20%
7	北投	11.82	11.22%	野柳	20.57	13.14%	故宮博物院	28.69	11.72%
8	西門町(含西門紅樓)	69.96	9.14%	臺北市永康街商圈	18.77	12.00%	西門町	62.18	11.00%
9	夜市	89.02	9.08%	臺北 101	64.71	11.83%	中正紀念堂	35.77	10.74%
10	臺北 101	70.21	7.04%	陽明山	16.07	11.21%	夜市	82.83	8.55%

註：1.本題「最喜歡景點」僅能就曾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百分率達 10%以上者計算。
 4.依據喜歡比率從高到低排序名次。

由表 7-3-12 可知，113 年韓國觀光團體受訪旅客最喜歡景點依序為日月潭、阿里山、淡水、故宮博物院、平溪等；韓國非觀光團體受訪旅客最喜歡景點依序為野柳、九份、淡水、平溪、北投等。

表 7-3-12 113 年韓國受訪旅客最喜歡景點排名－依旅遊型態分

名次	韓國全體			韓國觀光團體			韓國非觀光團體		
	最喜歡 景點	到訪 相對 百分率	喜歡 比率	最喜歡 景點	到訪 相對 百分率	喜歡 比率	最喜歡 景點	到訪 相對 百分率	喜歡 比率
1	日月潭	15.32	44.88%	日月潭	48.92	44.25%	野柳	37.12	32.88%
2	野柳	44.15	24.86%	阿里山	17.32	35.00%	九份	55.02	23.40%
3	淡水	36.79	21.97%	淡水	30.74	25.35%	淡水	39.13	20.94%
4	九份	61.16	18.54%	故宮博物院	45.89	16.04%	平溪	45.15	15.93%
5	平溪	52.47	15.63%	平溪	71.43	15.15%	北投	13.88	12.05%
6	故宮博物院	36.91	11.44%	野柳	62.34	12.50%	西門町(含西門紅樓)	71.24	11.50%
7	北投	11.82	11.22%	駁二藝術特區	11.26	11.54%	夜市	85.45	10.76%
8	西門町(含西門紅樓)	69.96	9.14%	臺北市永康街 商圈	15.58	11.11%	臺北 101	67.56	9.65%
9	夜市	89.02	9.08%	清境農場	12.99	10.00%	故宮博物院	33.44	9.00%
10	臺北 101	70.21	7.04%	九份	77.06	9.55%	信義計畫區商圈	49.50	5.07%

- 註：1.本題「最喜歡景點」僅能就曾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百分率達 10%以上者計算。
4.依據喜歡比率從高到低排序名次。

(三) 住宿情形

1、住宿地點

由表 7-3-13 可知，113 年韓國受訪旅客 829 人中，住宿地點以旅館(96.98%)為最多，其次為民宿(2.90%)，第三為親友家(2.17%)。

表 7-3-13 韓國受訪旅客住宿地點

單位：人次；%

住宿地點	113 年		112 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率
旅館	804	96.98	634	95.20
民宿	24	2.90	36	5.41
親友家	18	2.17	36	5.41
宿舍	3	0.36	4	0.60
寺廟修道院或教會	1	0.12	2	0.30
租屋	-	-	2	0.30
其他	-	-	-	-

註：1.本題為複選題，為旅客選擇住宿類型之相對百分率，非反映住宿頻率。

2.108 年非觀光團體受訪旅客才需作答，故本表不列入比較。

3.「-」表示無調查樣本。

2、住宿旅館的整體滿意度

由表 7-3-14 可知，113 年韓國受訪旅客 829 人中，有 804 人住宿地點為旅館，有 92.54%的受訪旅客對住宿旅館表示滿意；從非常滿意到非常不滿意給予 5 分至 1 分的給分，計算所得滿意度平均分數為 4.09 分，標準差為 0.51 分。

表 7-3-14 韓國受訪旅客對住宿旅館的整體滿意度

單位：人；%

人數 列百分比	總計	滿意程度			普通	不滿意程度		
		合計	非常 滿意	滿意		合計	不滿意	非常 不滿意
113 年	804	744	138	606	57	3	2	1
	100.00	92.54	17.16	75.38	7.09	0.37	0.25	0.12
112 年	634	583	160	423	47	4	2	2
	100.00	91.96	25.24	66.72	7.41	0.63	0.32	0.32

註：「-」表示無調查樣本。

3、住宿民宿的整體滿意度

由表 7-3-15 可知，113 年韓國受訪旅客 829 人中，有 24 人住宿地點為民宿，有 91.66% 的受訪旅客對住宿民宿表示滿意；從非常滿意到非常不滿意給予 5 分至 1 分的給分，計算所得滿意度平均分數為 4.29 分，標準差為 0.91 分。

表 7-3-15 韓國受訪旅客對住宿民宿的整體滿意度

單位：人；%

人數 列百分比	總計	滿意程度			普通	不滿意程度		
		合計	非常 滿意	滿意		合計	不滿意	非常 不滿意
113 年	24	22	11	11	1	1	-	1
	100.00	91.66	45.83	45.83	4.17	4.17	-	4.17
112 年	36	26	6	20	7	3	3	-
	100.00	72.23	16.67	55.56	19.44	8.33	8.33	-

註：「-」表示無調查樣本。

(四) 參加活動情形

由表 7-3-16 可知，113 年與 112 年、108 年韓國受訪旅客在我國期間參加活動均以購物為最高，其次為逛夜市，第三為參觀古蹟。

表 7-3-16 韓國受訪旅客在我國期間參加活動

單位：人次；%

參加活動	113 年		112 年		108 年	
	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率
購物	759	91.56	620	93.09	808	97.00
逛夜市	742	89.51	552	82.88	691	82.95
參觀古蹟	535	64.54	349	52.40	469	56.30
按摩指壓	258	31.12	228	34.23	98	11.76
生態旅遊(含賞花、鳥、蝶等)	162	19.54	164	24.62	51	6.12
泡溫泉浴	98	11.82	164	24.62	62	7.44
水域活動(含遊湖、潛水等)	80	9.65	91	13.66	...	...
登山、健行	69	8.32	88	13.21	...	...
參觀藝文表演活動	65	7.84	50	7.51	2	0.24
遊樂園	59	7.12	90	13.51	...	...
夜總會、PUB 活動	50	6.03	78	11.71	17	2.04
參觀展覽	47	5.67	79	11.86	64	7.68
休閒農場	37	4.46	69	10.36	...	...
參觀節慶活動(含宗教活動等)	31	3.74	20	3.00	4	0.48
觀光工廠	24	2.90	13	1.95	3	0.36
部落觀光	10	1.21	47	7.06	...	...
醫療保健	1	0.12	2	0.30	-	-
運動或賽事(含自行車旅遊等)	1	0.12	13	1.95	7	0.84
遊湖	...	...	...	...	4	0.48
SPA、三溫暖	...	...	...	...	5	0.60
登山	...	...	...	...	3	0.36
卡拉 OK 或唱 KTV	...	...	...	...	2	0.24
主題樂園	...	...	...	...	1	0.12
其他	5	0.60	1	0.15	5	0.60

註：1. 本題為複選題。

2. 「-」表示無調查樣本；「…」表示無此選項。

就旅遊型態而言，由表 7-3-17 可知，113 年韓國觀光團體受訪旅客在我國期間參加活動依序為逛夜市、購物、參觀古蹟、生態旅遊、按摩指壓等；韓國非觀光團體受訪旅客依序為購物、逛夜市、參觀古蹟、按摩指壓、泡溫泉浴、生態旅遊等。

表 7-3-17 113 年韓國受訪旅客在我國期間參加活動—依旅遊型態分

單位：人次；%

參加活動	韓國全體		韓國觀光團體		韓國非觀光團體	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
購物	759	91.56	226	97.84	533	89.13
逛夜市	742	89.51	228	98.70	514	85.95
參觀古蹟	535	64.54	176	76.19	359	60.03
按摩指壓	258	31.12	81	35.06	177	29.60
生態旅遊(含賞花、鳥、蝶等)	162	19.54	98	42.42	64	10.70
泡溫泉浴	98	11.82	28	12.12	70	11.71
水域活動(含遊湖、潛水等)	80	9.65	51	22.08	29	4.85
登山、健行	69	8.32	34	14.72	35	5.85
參觀藝文表演活動	65	7.84	28	12.12	37	6.19
遊樂園	59	7.12	29	12.55	30	5.02
夜總會、PUB 活動	50	6.03	3	1.30	47	7.86
參觀展覽	47	5.67	21	9.09	26	4.35
休閒農場	37	4.46	31	13.42	6	1.00
參觀節慶活動(含宗教活動等)	31	3.74	3	1.30	28	4.68
觀光工廠	24	2.90	16	6.93	8	1.34
部落觀光	10	1.21	9	3.90	1	0.17
醫療保健	1	0.12	-	-	1	0.17
運動或賽事(含自行車旅遊等)	1	0.12	1	0.43	-	-
其他	5	0.60	-	-	5	0.84

註：1. 本題為複選題。

2. 「-」表示無調查樣本。

四、韓國市場受訪旅客消費支出概況

(一) 消費支出

由表 7-4-1 可知，113 年韓國受訪旅客平均每人每日消費為 197.98 美元，較 108 年減少 3.98 美元(減少 1.97%)；在消費結構中，以旅館內支出費減少 15.12 美元(減少 15.49%)為最多，以娛樂費增加 7.63 美元(成長 169.93%)為最多。

表 7-4-1 韓國受訪旅客平均每人每日消費細項

單位：美元；%

期別		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
113 年	金額	197.98	82.46	38.72	22.53	12.12	7.44	34.71
	結構比	100.00%	41.65%	19.56%	11.38%	6.12%	3.76%	17.53%
	增減金額	-3.98	-15.12	-1.80	4.80	7.63	1.58	-1.07
	增減比率	-1.97%	-15.49%	-4.44%	27.07%	169.93%	26.96%	-2.99%
112 年	金額	212.14	76.01	42.99	23.58	15.70	8.90	44.96
	結構比	100.00%	35.83%	20.27%	11.12%	7.40%	4.19%	21.19%
	增減金額	10.18	-21.57	2.47	5.85	11.21	3.04	9.18
	增減比率	5.04%	-22.10%	6.10%	32.99%	249.67%	51.88%	25.66%
108 年	金額	201.96	97.58	40.52	17.73	4.49	5.86	35.78
	結構比	100.00%	48.32%	20.06%	8.78%	2.23%	2.90%	17.71%

註：「增減金額」與「增減比率」係與 108 年相比。

由表 7-4-2 可知，113 年韓國受訪旅客購物費消費項目中，以購買名產或特產的比率最高，占 48.88%，其次為服飾或相關配件，占 19.59%，第三為紀念品或手工藝品類，占 11.30%。

表 7-4-2 韓國受訪旅客平均每人每日購物費細項消費金額

購物費消費項目	113 年		112 年		108 年	
	消費金額 (美元)	百分比	消費金額 (美元)	百分比	消費金額 (美元)	百分比
總計	34.71	100.00%	44.96	100.00%	35.78	100.00%
服飾或相關配件	6.80	19.59%	3.38	7.51%	2.31	6.45%
珠寶或玉器類	0.09	0.27%	0.94	2.09%	0.48	1.34%
紀念品或手工藝品類	3.92	11.30%	7.71	17.14%	5.44	15.21%
化妝品或香水類	0.60	1.72%	1.05	2.34%	1.69	4.73%
名產或特產	16.96	48.88%	23.29	51.80%	22.33	62.41%
煙或酒類	1.76	5.07%	2.07	4.60%	1.53	4.28%
藥品類或健康食品	0.76	2.18%	1.66	3.69%	0.09	0.26%
電子或電器產品	0.13	0.38%	0.54	1.22%	0.19	0.52%
茶葉	3.61	10.39%	4.23	9.41%	1.14	3.18%
其他	0.08	0.22%	0.09	0.20%	0.58	1.62%

由表 7-4-3 可知，113 年韓國觀光團體旅客在臺每人每日平均消費為 215.43 美元，較 108 年減少 11.31 美元(減少 4.99%)；在消費結構中，以購物費減少 20.47 美元(減少 34.75%)為最多，以旅館內支出費增加 15.44 美元(增加 20.57%)為最多。

113 年韓國非觀光團體旅客在臺每人每日平均消費為 191.61 美元，較 108 年減少 5.55 美元(減少 2.81%)；在消費結構中，以旅館內支出費減少 22.12 美元(減少 21.76%)為最多，以娛樂費增加 8.55 美元(增加 252.21%)為最多。

與非觀光團體受訪旅客相比較，113 年韓國觀光團體受訪旅客平均每人每日消費較非觀光團體高出 23.82 美元。在消費結構中，除旅館外餐飲費外，其餘細項皆以觀光團體受訪旅客較高。

由表 7-4-4 可知，113 年韓國觀光團體與非觀光團體受訪旅客平均每人每日消費金額之購物費細項，皆以名產或特產為最高。

表 7-4-3 113 年韓國受訪旅客平均每人每日消費細項－依旅遊型態分

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
韓國全體	金額	197.98	82.46	38.72	22.53	12.12	7.44	34.71
	結構比	100.00%	41.65%	19.56%	11.38%	6.12%	3.76%	17.53%
	增減金額	-3.98	-15.12	-1.80	4.80	7.63	1.58	-1.07
	增減率	-1.97%	-15.49%	-4.44%	27.07%	169.93%	26.96%	-2.99%
韓國 觀光團體	金額	215.43	90.49	34.40	29.10	12.58	10.43	38.43
	結構比	100.00%	42.00%	15.97%	13.51%	5.84%	4.84%	17.84%
	增減金額	-11.31	15.44	-7.71	7.45	1.85	-7.87	-20.47
	增減率	-4.99%	20.57%	-18.31%	34.41%	17.24%	-43.01%	-34.75%
韓國非 觀光團體	金額	191.61	79.55	40.30	20.12	11.94	6.36	33.34
	結構比	100.00%	41.52%	21.03%	10.50%	6.23%	3.32%	17.40%
	增減金額	-5.55	-22.12	0.36	3.16	8.55	2.87	1.63
	增減率	-2.81%	-21.76%	0.90%	18.63%	252.21%	82.23%	5.14%

註：1.韓國全體樣本數為 829 人。

2.韓國觀光團體：旅行方式為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」之韓國旅客，樣本數為 231 人。

3.韓國非觀光團體：韓國觀光團體除外之韓國旅客，樣本數為 598 人。

4.「增減金額」與「增減比率」係與 108 年相比。

表 7-4-4 113 年韓國受訪旅客平均每人每日購物費細項消費金額
－依旅遊型態分

購物費消費項目	韓國全體		韓國觀光團體		韓國非觀光團體	
	消費金額	百分比	消費金額	百分比	消費金額	百分比
總計	34.71	100.00%	38.43	100.00%	33.34	100.00%
服飾或相關配件	6.80	19.59%	3.61	9.40%	7.96	23.87%
珠寶或玉器類	0.09	0.27%	0.15	0.40%	0.07	0.22%
紀念品或手工藝品類	3.92	11.30%	4.33	11.27%	3.77	11.31%
化妝品或香水類	0.60	1.72%	0.49	1.28%	0.64	1.91%
名產或特產	16.96	48.88%	20.09	52.25%	15.82	47.46%
煙或酒類	1.76	5.07%	2.56	6.66%	1.47	4.40%
藥品類或健康食品	0.76	2.18%	1.66	4.32%	0.43	1.28%
電子或電器產品	0.13	0.38%	0.06	0.15%	0.16	0.48%
茶葉	3.61	10.39%	5.45	14.19%	2.93	8.79%
其他	0.08	0.22%	0.03	0.08%	0.09	0.28%

註：1.韓國全體樣本數為 829 人。

2.韓國觀光團體：旅行方式為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」之韓國旅客，樣本數為 231 人。

3.韓國非觀光團體：韓國觀光團體除外之韓國旅客，樣本數為 598 人。

(二) 購物退稅服務

1、購物是否使用退稅服務

由表 7-4-5 可知，113 年韓國受訪旅客 829 人中，使用過退稅服務者有 193 人，占 23.28%，比率較 112 年及 108 年增加。

表 7-4-5 韓國受訪旅客是否使用購物退稅服務

單位：人；%

是否使用 購物退稅服務	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	829	100.00	666	100.00	833	100.00
是	193	23.28	124	18.62	73	8.76
否	636	76.72	542	81.38	760	91.24

2、購物退稅手續是否簡便

由表 7-4-6 可知，113 年韓國受訪旅客使用過購物退稅服務的有 193 人，均覺得購物退稅手續簡便。

表 7-4-6 韓國受訪旅客認為購物退稅手續是否簡便

單位：人；%

購物退稅手續 是否簡便	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	193	100.00	124	100.00	73	100.00
是	193	100.00	120	96.77	71	97.26
否	-	-	4	3.23	2	2.74

註：「-」表示無調查樣本。

(三) 預付費用項目

1、來臺前是否預付費用

由表 7-4-7 可知，113 年 829 位韓國受訪旅客中，來臺前有預付費用者共 526 人，占 63.45%，比率較 108 年減少 30.55 個百分點。

表 7-4-7 韓國受訪旅客來臺前是否預付費用

單位：人；%

來臺前是否預付費用	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	829	100.00	666	100.00	833	100.00
有預付	526	63.45	404	60.66	783	94.00
沒有預付	303	36.55	262	39.34	50	6.00

2、來臺前預付費用項目

由表 7-4-8 可知，113 年韓國受訪旅客來臺前有預付費用的 526 人，預付項目以旅館內支出費為最多(99.24%)，比率與 112 年、108 年相近。

表 7-4-8 韓國受訪旅客來臺前預付費用項目

單位：人次；%

來臺前預付費用項目	113 年		112 年		108 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
旅館內支出費	522	99.24	400	99.01	771	98.47
旅館外餐飲費	197	37.45	125	30.94	140	17.88
在臺境內交通費	<u>261</u>	<u>49.62</u>	<u>129</u>	<u>31.93</u>	160	20.43
娛樂費	49	9.32	81	20.05	<u>177</u>	<u>22.61</u>
雜費	100	19.01	54	13.37	151	19.28
購物費	-	-	2	0.50	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

五、韓國市場受訪旅客對臺灣最深刻的印象

由表 7-5-1 可知，113 年韓國受訪旅客對臺灣留下的深刻印象依序為美食佳餚(92.04%)、逛夜市(79.73%)、自然風光(68.15%)、歷史古蹟(40.41%)、人情味濃厚(32.45%)、地方特產(28.35%)等。

表 7-5-1 韓國受訪旅客對臺灣深刻的印象

單位：人次；%

深刻印象	113 年		112 年		108 年	
	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率
美食佳餚	763	92.04	582	87.39	530	63.63
逛夜市	<u>661</u>	<u>79.73</u>	429	64.41	338	40.58
自然風光	565	68.15	<u>464</u>	<u>69.67</u>	...	...
歷史古蹟	335	40.41	195	29.28	109	13.09
人情味濃厚	269	32.45	213	31.98	58	6.96
地方特產	235	28.35	267	40.09	144	17.29
便利商店	172	20.75	168	25.23	45	5.40
都會不夜城	171	20.63	108	16.22	139	16.69
景點	86	10.37	93	13.96	<u>422</u>	<u>50.66</u>
泡溫泉	70	8.44	103	15.47	45	5.40
宗教文化	66	7.96	...	...	...	...
原住民文化	12	1.45	34	5.11	4	0.48
節慶活動	9	1.09	13	1.95	3	0.36
單車賞景	8	0.97	15	2.25	12	1.44
書店	6	0.72	7	1.05	2	0.24
旅館(或民宿)住宿體驗	5	0.60	5	0.75	10	1.20
醫療保健	1	0.12	1	0.15	...	...
寺廟參訪	...	...	111	16.67	56	6.72
海岸風光	...	...	...	...	287	34.45
水果	...	...	123	18.47	72	8.64
美容醫療	...	...	...	...	5	0.60
其他	2	0.24	1	0.15	12	1.44

註：1. 本題為複選題。

2. 「…」表示無該調查項目。

由表 7-5-2 可知，113 年韓國觀光團體受訪旅客對臺灣最深刻的印象依序為美食佳餚(98.27%)、逛夜市(90.48%)、自然風光(89.61%)、歷史古蹟(53.68%)等。韓國非觀光團體受訪旅客對臺灣最深刻的印象依序為美食佳餚(89.63%)、逛夜市(75.59%)、自然風光(59.87%)、人情味濃厚(36.29%)、歷史古蹟(35.28%)等。

表 7-5-2 113 年韓國受訪旅客對臺灣深刻的印象－依旅遊型態分

單位：人次；%

深刻印象	韓國全體		韓國觀光團體		韓國非觀光團體	
	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率
美食佳餚	763	92.04	227	98.27	536	89.63
逛夜市	<u>661</u>	<u>79.73</u>	<u>209</u>	<u>90.48</u>	<u>452</u>	<u>75.59</u>
自然風光	565	68.15	207	89.61	358	59.87
歷史古蹟	335	40.41	124	53.68	211	35.28
人情味濃厚	269	32.45	52	22.51	217	36.29
地方特產	235	28.35	105	45.45	130	21.74
便利商店	172	20.75	39	16.88	133	22.24
都會不夜城	171	20.63	30	12.99	141	23.58
景點	86	10.37	42	18.18	44	7.36
泡溫泉	70	8.44	19	8.23	51	8.53
宗教文化	66	7.96	30	12.99	36	6.02
原住民文化	12	1.45	4	1.73	8	1.34
節慶活動	9	1.09	1	0.43	8	1.34
單車賞景	8	0.97	-	-	8	1.34
書店	6	0.72	-	-	6	1.00
旅館(或民宿)住宿體驗	5	0.60	2	0.87	3	0.50
醫療保健	1	0.12	1	0.43	-	-
其他	2	0.24	-	-	2	0.33

註：1. 本題為複選題。

2. 「-」表示無調查樣本。

六、韓國市場受訪旅客對此次來臺之各項滿意度分析

由表 7-6-1 可知，113 年韓國市場受訪旅客對此次來臺之各項滿意度皆大於 3.83，表示受訪旅客在觀光便利性、觀光環境國際化、環境安全性三大方面都傾向滿意，來臺整體滿意度平均分數為 4.41 分，較 112 年增加。

表 7-6-1 韓國受訪旅客此次來臺各項滿意度

來臺旅客各項滿意度		113 年		112 年		108 年	
		平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差
觀光 便利 性	入境證照及通關手續便捷	4.21	0.60	4.36	0.69	4.27	0.83
	通訊 / 網路便利	4.39	0.58	4.37	0.74	4.47	0.59
	旅遊資訊取得方便	4.42	0.57	4.28	0.69	4.38	0.62
	境內交通便利	4.45	0.56	4.46	0.61	4.44	0.59
	來臺交通便利	...	...	...	...	4.48	0.61
	海關通關手續便利	...	...	...	...	4.35	0.71
	取得臺灣簽證快速	...	...	...	...	-	-
	使用 Free Wi-Fi 便利	...	...	...	...	4.21	0.73
觀光 環境 國際 化	路標及公共設施牌示易懂	4.01	0.70	3.94	0.88	4.19	0.75
	旅遊環境語言溝通良好	3.83	0.78	3.80	0.91	3.81	0.91
	臺灣民眾態度友善	4.52	0.55	4.53	0.61	4.53	0.55
環 境 安 全 性	遊憩環境安全	4.45	0.55	4.47	0.58	4.53	0.52
	社會治安良好	4.49	0.52	4.47	0.57	4.54	0.52
	住宿設施安全	4.46	0.54	4.41	0.61	4.52	0.54
	餐飲衛生良好	4.24	0.61	4.20	0.73	4.23	0.75
	環境衛生良好	...	...	...	...	4.31	0.71
整體	來臺整體滿意度	4.41	0.52	4.33	0.56	4.42	0.55

註：1.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。

2.「…」表示無該調查項目。

3.「-」表示無調查樣本。

七、韓國市場受訪旅客再度訪臺與推薦親友來臺旅遊的意願

由表 7-7-1 得知，就來臺之韓國受訪旅客而言，113 年有 99.52% 的受訪旅客有再度訪臺的意願。

由表 7-7-2 得知，113 年有再度訪臺意願的韓國旅客，其主要目的以觀光最多，占 91.15%，其次是業務，占 6.67%。

由表 7-7-3 得知，113 年有 99.88% 的受訪旅客表示會推薦親友來臺灣旅遊。

表 7-7-1 韓國受訪旅客是否會再度訪臺情形

單位：人；%

是否會再度訪臺	113 年		112 年		108 年	
	人次	百分比	人次	百分比	人次	百分比
總計	829	100.00	666	100.00	833	100.00
會	825	99.52	666	100.00	811	97.36
不會	4	0.48	-	-	22	2.64

註：「-」表示無調查樣本。

表 7-7-2 韓國受訪旅客表示會再度訪臺的主要目的

單位：人；%

會再度訪臺的主要原因	113 年		112 年		108 年	
	人次	百分比	人次	百分比	人次	百分比
總計	825	100.00	666	100.00	811	100.00
觀光	752	91.15	583	87.54	786	96.92
業務	55	6.67	58	8.71	16	1.97
國際會議或展覽	8	0.97	1	0.15	-	-
探親或訪友	10	1.21	24	3.60	6	0.74
求學	-	-	-	-	2	0.25
醫療	-	-	-	-	1	0.12
其他	-	-	-	-	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

表 7-7-3 韓國受訪旅客是否會推薦親友來臺灣旅遊情形

單位：人；%

是否會推薦親友來臺灣旅遊	113 年		112 年		108 年	
	人次	百分比	人次	百分比	人次	百分比
總計	829	100.00	666	100.00	833	100.00
會	828	99.88	666	100.00	823	98.80
不會	1	0.12	-	-	10	1.20

註：「-」表示無調查樣本。

八、韓國市場觀光團體受訪旅客對旅行社及導遊服務之滿意度分析

(一) 對旅行社及導遊服務之整體滿意度

由表 7-8-1、表 7-8-2 可知，113 年旅行方式為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」的韓國觀光團體受訪旅客共有 231 人，有 98.70%對整體旅行社及導遊服務感到滿意。整體印象滿意度平均數為 4.14，標準差為 0.38，顯示傾向滿意。

表 7-8-1 113 年韓國觀光團體受訪旅客對旅行社及導遊服務的整體滿意程度

單位：人；%

人數 列百分比	總計	滿意程度			普通	不滿意程度		
		合計	非常滿意	滿意		合計	不滿意	非常不滿意
旅行社及導遊服務	231	228	36	192	3	-	-	-
整體滿意度	100.00	98.70	15.58	83.12	1.30	-	-	-

註：「-」表示無調查樣本

表 7-8-2 韓國觀光團體受訪旅客對旅行社及導遊服務的滿意度

旅行社及導遊服務 之滿意度	113 年		112 年		108 年	
	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差
整體滿意度	4.14	0.39	4.29	0.48	4.69	0.65

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）對旅行社安排的購物服務之觀感

針對 231 位韓國觀光團體受訪旅客，調查其對旅行社安排的購物次數及對物品價格的觀感。

由表 7-8-3 可知，113 年與 112 年、108 年旅行社安排韓國觀光團體受訪旅客的購物次數均以 1~2 次為最多，其次為 3~4 次。

表 7-8-3 旅行社安排韓國觀光團體受訪旅客的購物次數

單位：人；%

購物次數	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	231	100.00	116	100.00	130	100.00
0 次	-	-	1	0.86	9	6.92
1~2 次	167	72.29	86	74.14	67	51.54
3~4 次	64	27.71	28	24.14	46	35.38
5~6 次	-	-	1	0.86	8	6.15
7~8 次	-	-	-	-	-	-
9 次以上	-	-	-	-	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

113 年與 112 年、108 年韓國觀光團體受訪旅客對旅行社安排購物的物品價格的觀感均以「實在」為最多，其次為「貴」，詳見表 7-8-4。

表 7-8-4 韓國觀光團體受訪旅客對旅行社安排購物的物品價格的觀感

單位：人；%

對物品價格觀感	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	231	100.00	115	100.00	121	100.00
很便宜	-	-	2	1.74	-	-
便宜	9	3.90	7	6.09	1	0.83
實在	185	80.09	85	73.91	95	78.51
貴	36	15.58	20	17.39	24	19.83
很貴	1	0.43	1	0.87	1	0.83

註：「-」表示無調查樣本。

(三) 韓國市場受訪旅客在臺境內搭乘交通工具分析

由表 7-9-1 可知，113 年韓國受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具，以捷運(64.41%)為最多，其次依序為計程車(49.34%)、公民營客運(36.19%)、臺鐵(33.66%)、遊覽車(31.85%)等，詳見表 7-9-1。

表 7-9-1 韓國受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具

單位：人次；%

交通工具	113 年		112 年		108 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
捷運	534	64.41	526	78.98	631	75.75
計程車	409	49.34	499	74.92	489	58.70
公民營客運	300	36.19	253	37.99	439	52.70
臺鐵	279	33.66	347	52.10	129	15.49
遊覽車	264	31.85	135	20.27	143	17.17
高鐵	72	8.69	134	20.12	39	4.68
Uber(多元化計程車)	66	7.96	64	9.61	60	7.20
船舶	34	4.10	81	12.16	43	5.16
小客車租賃	16	1.93	44	6.61	8	0.96
公共自行車	8	0.97	27	4.05	16	1.92
飛機	2	0.24	4	0.60	-	-
其他	51	6.15	33	4.95	16	1.92

註：1. 本題為複選題，為旅客選擇交通工具類型之相對百分率，非使用頻率。

2. 「公民營客運」包含台灣好行、雙層觀光巴士等。

3. 「其他」包括自用車、親友開車、公司派車、飯店接送、纜車等。

4. 「-」表示無調查樣本。

113 年韓國觀光團體受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具，以遊覽車(97.84%)為最多，其次依序為船舶(13.85%)、計程車(11.69%)、公民營客運(4.33%)等；韓國非觀光團體受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具，以捷運(88.13%)為最多，其次依序為計程車(63.88%)、公民營客運(48.49%)、臺鐵(46.66%)等，詳見表 7-9-2。

表 7-9-2 113 年韓國受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具—依旅遊型態分

單位：人次；%

交通工具	全體		觀光團體		非觀光團體	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
捷運	534	64.41	7	3.03	527	88.13
計程車	409	49.34	27	11.69	382	63.88
公民營客運	300	36.19	10	4.33	290	48.49
臺鐵	279	33.66	-	-	279	46.66
遊覽車	264	31.85	226	97.84	38	6.35
高鐵	72	8.69	5	2.16	67	11.20
Uber(多元化計程車)	66	7.96	1	0.43	65	10.87
船舶	34	4.10	32	13.85	2	0.33
小客車租賃	16	1.93	1	0.43	15	2.51
公共自行車	8	0.97	1	0.43	15	2.51
飛機	2	0.24	-	-	8	1.34
其他	51	6.15	-	-	2	0.33

註：1. 本題為複選題，為旅客選擇交通工具類型之相對百分率，非使用頻率。

2. 「公民營客運」包含台灣好行、雙層觀光巴士等。

3. 「其他」包括自用車、親友開車、公司派車、飯店接送、纜車等。

由表 7-9-3 可知，113 年有 98.19%的韓國受訪旅客對在臺境內搭乘之交通工具感到滿意，滿意度平均數為 4.42，標準差為 0.56。

表 7-9-3 113 年韓國受訪旅客在臺境內搭乘或使用的交通工具整體滿意程度分布

單位：人；%

人數 列百分比	總計	滿意程度			普通	不滿意程度		
		合計	非常滿意	滿意		合計	不滿意	非常不滿意
交通工具	829	814	370	444	10	5	4	1
整體滿意度	100.00	98.19	44.63	53.56	1.21	0.60	0.48	0.12

註：1. 「-」表示無調查樣本。

2. 僅 1 位韓國受訪旅客表示不滿意意見，其中不滿意交通工具為公民營客運。

九、韓國市場受訪旅客對從事低碳旅行之看法

由表 7-10-1 可知，有 76.11%的韓國受訪旅客表示未來「願意」從事低碳旅行。

表 7-10-1 113 年韓國受訪旅客進行低碳旅行之意願

單位：人；%		
是否願意進行低碳旅遊	人數	百分比
總計	829	100.00
願意	631	76.11
不願意	41	4.95
不知道/不清楚	157	18.94

捌、調查結果-香港澳門市場旅客分析

一、香港澳門市場受訪旅客基本特性

(一) 旅客分布情形

由表 8-1-1 可知，113 年香港.澳門受訪旅客占全體受訪旅客的比率為 16.86%，較 112 年減少，較 108 年增加。

表 8-1-1 香港.澳門受訪旅客占全體受訪旅客的比率

單位：人；%

市場	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
香港.澳門	1,116	16.86	1,169	19.16	1,345	15.71

(二) 來臺主要目的

由表 8-1-2 可知，113 年與 112 年、108 年香港.澳門受訪旅客來臺主要目的皆以觀光為最多，其次為探親或訪友，第三為業務。

表 8-1-2 香港.澳門受訪旅客之來臺主要目的分布

單位：人；%

來臺主要目的	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	1,116	100.00	1,169	100.00	1,345	100.00
觀光	862	77.24	829	70.92	1,075	79.93
業務	87	7.80	149	12.75	62	4.61
國際會議或展覽	9	0.81	20	1.71	9	0.67
探親或訪友	124	11.11	155	13.26	156	11.60
求學	1	0.09	1	0.09	6	0.45
醫療	26	2.33	9	0.77	9	0.67
其他	7	0.62	6	0.50	28	2.08

(三) 最高學歷

由表 8-1-3 可知，113 年與 112 年、108 年香港.澳門受訪旅客最高學歷皆以大專為最多。

表 8-1-3 香港.澳門受訪旅客之最高學歷分布

單位：人；%

最高學歷	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	1,116	100.00	1,169	100.00	1,345	100.00
小學、中學肄畢(含高職)	190	17.03	196	16.77	359	26.69
大專	836	74.91	844	72.20	857	63.72
碩、博士	89	7.97	114	9.75	125	9.29
其他	-	-	-	-	-	-
未回答	1	0.09	15	1.28	4	0.30

註：「-」表示無調查樣本。

(四) 工作別

由表 8-1-4 可知，113 年與 112 年香港.澳門受訪旅客均以服務及銷售工作人員為最多，分別占 19.27%及 18.56%；108 年則以專業人員最多，占 27.43%。

表 8-1-4 香港.澳門受訪旅客之工作別分布

單位：人；%

工作別	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	1,116	100.00	1,169	100.00	1,345	100.00
民意代表、主管及經理人員	79	7.08	51	4.36	217	16.13
專業人員	138	12.37	204	17.45	369	27.43
技術員及助理專業人員	171	15.32	173	14.80	62	4.61
事務支援人員	206	18.45	181	15.48	154	11.45
服務及銷售工作人員	215	19.27	217	18.56	201	14.94
農、林、漁、牧業生產人員	13	1.16	12	1.03	-	-
技藝有關工作人員	47	4.21	47	4.02	10	0.74
機械設備操作及組裝人員	10	0.90	30	2.57	7	0.52
基層技術工及勞力工	3	0.27	12	1.03	4	0.30
家庭管理	89	7.97	101	8.64	99	7.36
學生	83	7.44	89	7.61	106	7.88
退休人員	59	5.29	47	4.02	105	7.81
其他	3	0.27	4	0.34	10	0.74
未回答	-	-	1	0.09	1	0.07

註：「-」表示無調查樣本。

(五) 年收入

由表 8-1-5 可知，113 年及 112 年香港.澳門受訪旅客年收入以 15,000-29,999 美元為最多；108 年則以無固定收入為最多。

表 8-1-5 香港.澳門受訪旅客之年收入分布

單位：人；%

年收入	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	1,116	100.00	1,169	100.00	1,345	100.00
9,999 美元以下	81	7.26	128	10.95	29	2.16
10,000 – 14,999 美元	160	14.34	<u>243</u>	<u>20.79</u>	74	5.50
15,000 – 29,999 美元	376	33.69	293	25.06	<u>311</u>	<u>23.12</u>
30,000 – 39,999 美元	<u>205</u>	<u>18.37</u>	181	15.48	261	19.41
40,000 – 69,999 美元	93	8.33	157	13.43	188	13.98
70,000 – 99,999 美元	35	3.14	22	1.88	57	4.24
100,000 美元以上	15	1.34	8	0.68	52	3.87
無固定收入	151	13.53	136	11.64	372	27.66
未回答	-	-	1	0.09	1	0.07

二、香港澳門市場受訪旅客旅遊決策

(一) 出發來臺多久前開始計劃行程

受訪旅客出發來臺多久前開始計劃行程之計算，取 0.134912 次方轉換，再求截尾平均數(trimmed mean)，計算出 113 年香港.澳門受訪旅客平均出發來臺前 35.25 天開始計劃行程，標準誤為 0.86 天，計劃行程時間較 112 年增加。

表 8-2-1 香港.澳門受訪旅客出發來臺多久前開始計劃行程—依來臺主要目的分

單位：天

來臺主要目的	113 年		112 年	
	平均數	標準誤	平均數	標準誤
全體	35.25	0.86	27.75	0.69
觀光	36.49	0.99	28.21	0.81
業務	22.38	2.63	24.33	1.94
國際會議或展覽	32.82	1.88	19.40	2.19
探親或訪友	36.27	2.41	27.71	1.90
求學	20.00	--	30.00	--
醫療	32.31	3.02	38.56	7.52
其他	57.80	0.86	62.17	21.54

註：1.「--」表示僅有單一樣本，無法計算標準差。

2.樣本數少於 50 人者(113 年國際會議或展覽 9 人，求學 1 人，醫療 26 人，其他 7 人；112 年國際會議或展覽 20 人，求學 1 人，醫療 9 人，其他 1 人)，其數值僅供參考。

113 年來臺主要目的或次要目的為觀光之香港.澳門受訪旅客共 1,008 人(以下簡稱為「香港.澳門觀光目的受訪旅客」)，為探討其來臺觀光資訊管道與影響程度、吸引其來臺觀光之因素，以下「(二)觀光目的受訪旅客之旅遊資訊管道」及「(三)吸引觀光目的旅客來臺觀光原因」兩小節，乃針對香港.澳門觀光目的受訪旅客進行分析。

(二) 觀光目的旅客之旅遊資訊管道

1. 來臺前是否看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導

由表 8-2-2 可知，113 年香港.澳門觀光目的受訪旅客 1,008 人中，來臺前曾看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導者有 452 人，占 44.84%，較 112 年增加 5.62 個百分點，較 108 年減少 15.13%。

表 8-2-2 香港.澳門觀光目的受訪旅客來臺前是否看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導

單位：人；%

來臺前是否看過臺灣 觀光宣傳廣告或旅遊報導	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	1,008	100.00	1,025	100.00	1,259	100.00
是	452	44.84	402	39.22	755	59.97
否	556	55.16	623	60.78	504	40.03

2. 來臺前從哪些管道看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導

113 年香港、澳門觀光目的受訪旅客來臺前看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導者有 452 人。由表 8-2-3 可知，其來源依序為社群網站(84.07%)、搜尋引擎(74.12%)、親友口碑(50.00%)等。

表 8-2-3 香港、澳門觀光目的受訪旅客在哪些管道看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導

單位：人次；%

觀光資訊管道	113 年		112 年		108 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
社群網站	380	84.07	...	...	...	...
搜尋引擎	335	74.12	...	...	...	...
親友口碑	226	50.00	253	62.94	297	39.34
旅行社宣傳行程、摺頁	99	21.90	122	30.35	111	14.70
電視/電台	83	18.36	132	32.84	213	28.21
報章雜誌	56	12.39	142	35.32	144	19.07
國際旅遊展覽或特殊活動	14	3.10	94	23.38	82	10.86
戶外廣告或看板	14	3.10	89	22.14	51	6.75
地鐵、巴士、航空站等交通運具及場站	8	1.77	60	14.93	80	10.60
電商平台	6	1.33	...	...	...	...
網際網路(含社群網路服務)	...	...	351	87.31	579	76.69

註：1. 本題為複選題，且針對觀光目的(主要或次要目的為觀光)，並於來臺前看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導之受訪旅客分析。

2. 「…」表示無該調查項目。

3. 臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導影響旅客決定來臺觀光的程度

由表 8-2-4 可知，113 年影響香港、澳門受訪旅客決定來臺觀光的管道，以社群網站(34.64%)影響程度為最高，其次為搜尋引擎(33.86%)，第三為親友口碑(17.22%)，其餘管道影響程度百分比均低於一成。

表 8-2-4 113 年香港、澳門觀光目的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

單位：%

觀光資訊管道	影響程度
合計	100.00
社群網站	34.64
搜尋引擎	33.86
親友口碑	17.22
旅行社宣傳行程、摺頁	6.41
電視/電台	4.45
報章雜誌	1.67
國際旅遊展覽或特殊活動	0.77
戶外廣告或看板	0.41
電商平台	0.37
地鐵、巴士、航空站等交通運具及場站	0.20

註：1.本題針對觀光目的(主要或次要目的為觀光)，且來臺前看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導之受訪旅客分析。

2.按選擇影響較大的前三個管道排序給予權重分數，並計算影響程度百分比。

4. 決定來臺影響程度較大的資訊內容

由圖 8-2-1 可知，113 年香港、澳門觀光目的受訪旅客來臺前看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導者有 452 人，受訪旅客表示決定來臺影響程度較大的資訊內容以旅客評論(78.54%)為最高，其次為遊記(55.09%)，再次之為攝影或影像紀錄(42.04%)，第四為廣告(24.34%)。

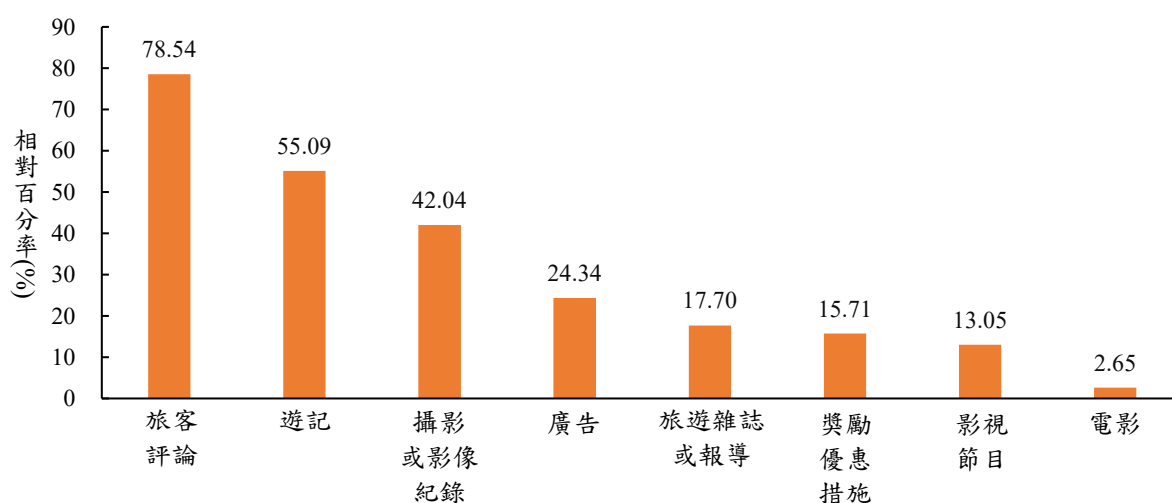


圖 8-2-1 113 年香港、澳門觀光目的受訪旅客表示決定來臺影響程度較大的資訊內容

(三) 吸引觀光目的旅客來臺觀光原因

113 年香港、澳門觀光目的(來臺主要或次要目的為觀光)之受訪旅客共 1,008 人，由表 8-2-5 可知，吸引其來臺觀光原因，以美食或特色小吃(91.87%)為最高，其次依序為風光景色(71.13%)、距離居住地近(58.93%)、人民友善(48.02%)、治安良好(46.33%)等。

表 8-2-5 吸引香港、澳門觀光目的旅客來臺觀光原因

單位：人次；%

吸引來臺觀光原因	113 年		112 年		108 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
美食或特色小吃	926	91.87	923	90.05	1,041	82.68
風光景色	717	71.13	696	67.90	734	58.30
距離居住地近	594	58.93	468	45.66	413	32.80
人民友善	484	48.02	496	48.39	185	14.69
治安良好	467	46.33	418	40.78	52	4.13
購物	453	44.94	325	31.71	440	34.95
臺灣民情風俗和文化	358	35.52	358	34.93	117	9.29
氣候宜人	111	11.01	186	18.15	92	7.31
民主政治	77	7.64	83	8.10	23	1.83
歷史文物	68	6.75	155	15.12	74	5.88
夜間休閒活動	60	5.95	75	7.32	82	6.51
遊憩設施(遊樂園、高爾夫球場、渡假村…)	24	2.38	34	3.32	15	1.19
節慶活動	11	1.09	5	0.49	4	0.32
自行車旅遊	8	0.79	14	1.37	…	…
醫療保健	6	0.60	10	0.98	7	0.56
水果	…	…	247	24.10	201	15.97
花卉	…	…	17	1.66	25	1.99
體育活動	…	…	…	…	17	1.35
其他	18	1.79	9	0.88	59	4.69

註：1.「…」表示無此選項。

2.本題為複選題，針對觀光目的(主要或次要目的為觀光)之受訪旅客分析。

(四) 旅行安排方式

由表 8-2-6，113 年和 112 年香港.澳門旅客旅行安排方式皆以「未請旅行社代訂住宿地點及機票，抵達後未曾參加本地旅行社及線上旅行社(OTA)安排的旅遊行程」為最多；108 年則以「自行規劃行程，請旅行社代訂住宿地點(及機票)」為最多。

表 8-2-6 香港.澳門受訪旅客旅行方式

單位：人；%

人數 列百分比	總計	觀光團體	非觀光團體			
		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 旅行社代訂 住宿地點 (及機票)	未請旅行社 代訂住宿地 點及機票， 抵達後 曾參加 旅行社行程	未請旅行社 代訂住宿地 點及機票， 抵達後 未曾參加 旅行社行程
113 年	1,116	112	2	36	49	917
	100.00	10.04	0.18	3.23	4.39	82.16
112 年	1,169	149	12	102	97	809
	100.00	12.75	1.03	8.73	8.30	69.19
108 年	1,345	48	11	770	15	501
	100.00	3.57	0.82	57.25	1.12	37.25

(五) 部分非觀光團體受訪旅客來臺後參加本地旅行社或線上旅行社安排行程之情形

本項針對旅行方式為「自行規劃行程，請旅行社代訂住宿地點(及機票)」或「未請旅行社代訂住宿地點及機票，抵達後曾參加本地旅行社或線上旅行社(OTA)安排的旅遊行程」之香港、澳門部分非觀光團體受訪旅客，調查其參加本地旅行社安排行程之情形。

由表 8-2-7 與表 8-2-8 可知，113 年該屬性香港、澳門受訪旅客共 85 人，其中有 53 人參加本地旅行社或線上旅行社(OTA)安排的行程，行程以 1 日遊為最多。

表 8-2-7 香港、澳門部分非觀光團體受訪旅客來臺後是否參加本地旅行社或線上旅行社安排的行程

單位：人；%

是否參加本地旅行社 安排的行程	113 年		112 年	
	人數	百分比	人數	百分比
總計	85	100.00	199	100.00
有參加	53	62.35	113	56.78
沒有參加	32	37.65	86	43.22

註：本題項係針對旅行方式為「自行規劃行程，請旅行社代訂住宿地點(及機票)」或「未請旅行社代訂住宿地點及機票，抵達後曾參加本地旅行社或線上旅行社(OTA)安排的旅遊行程」之旅客。

表 8-2-8 香港、澳門部分非觀光團體受訪旅客來臺後參加本地旅行社或線上旅行社安排的行程

單位：人次；%

參加本地旅行社 安排的行程	113 年		112 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率
半日遊	-	-	1	0.88
1 日遊	27	50.94	45	39.82
2 日遊	22	41.51	58	51.33
3 日遊以上	4	7.55	9	7.96

註：1. 本題項係針對旅行方式為「自行規劃行程，請旅行社代訂住宿地點(及機票)」或「未請旅行社代訂住宿地點及機票，抵達後曾參加本地旅行社或線上旅行社(OTA)安排的旅遊行程」，且有參加本地旅行社安排的行程之旅客。

2. 本題為複選題。

3. 「-」表示無調查樣本。

三、香港澳門市場受訪旅客旅遊動向

(一) 來臺次數

由表 8-3-1 可知，113 年香港.澳門受訪旅客近 5 年來臺次數以第 2 次來臺為最多，占 34.59%，其次為第 3 次，占 24.91%，第三為第 1 次，占 18.73%。

表 8-3-1 香港.澳門受訪旅客來臺次數

單位：人；%

旅客來臺次數	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	1,116	100.00	1,169	100.00	1,345	100.00
第 1 次	209	18.73	411	35.16	305	22.68
第 2 次	386	34.59	423	36.18	285	21.19
第 3 次	278	24.91	220	18.82	281	20.89
第 4 次	117	10.48	57	4.88	123	9.14
5 次以上	126	11.29	58	4.96	351	26.10

註：1. 108 年為「近 3 年來臺次數」。

2. 112 年、113 年為「近 5 年來臺次數」。

由表 8-3-2 可知，113 年香港.澳門觀光團體受訪旅客最近 5 年來臺次數以第 1 次來臺為最多，占 47.32%，其次為第 2 次，占 43.75%；非觀光團體受訪旅客以第 2 次來臺為最多，占 33.57%，其次為第 3 次，占 26.79%。

表 8-3-2 113 年香港.澳門受訪旅客最近 5 年來臺次數—依旅遊型態分

單位：人；%

近 5 年 來臺次數	香港.澳門全體		香港.澳門觀光團體		香港.澳門非觀光團體	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	1,116	100.00	112	100.00	1,004	100.00
第 1 次	209	18.73	53	47.32	156	15.54
第 2 次	386	34.59	49	43.75	337	33.57
第 3 次	278	24.91	9	8.04	269	26.79
第 4 次	117	10.48	-	-	117	11.65
5 次以上	126	11.29	1	0.89	125	12.45

註：1. 香港.澳門全體樣本數為 1,116 人。

2. 香港.澳門觀光團體：旅行方式為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」之香港.澳門旅客，樣本數為 112 人。

3. 香港.澳門非觀光團體：觀光團體除外之香港.澳門旅客，樣本數為 1,004 人。

4. 「-」表示無調查樣本。

(二) 遊覽地點

1、遊覽觀光景點

由表 8-3-3 可知，113 年香港.澳門受訪旅客 1,116 人中，受訪旅客來臺遊覽觀光景點依序為夜市(85.75%)、西門町(含西門紅樓) (53.23%)、臺北 101(35.13%)、淡水(30.29%)、信義計畫區商圈(27.96%)等。

表 8-3-3 香港.澳門受訪旅客遊覽觀光景點排名

單位：人次；%

名次	113 年			112 年			108 年		
	遊覽 景點	人次	相對 百分率	遊覽 景點	人次	相對 百分率	遊覽 景點	人次	相對 百分率
1	夜市	957	85.75	夜市	967	82.72	夜市	1,023	76.06
2	西門町(含西門紅樓)	594	53.23	西門町(含西門紅樓)	564	48.25	西門町	626	46.54
3	臺北 101	392	35.13	臺北 101	539	46.11	臺北 101	403	29.96
4	淡水	338	30.29	淡水	394	33.70	淡水	287	21.34
5	信義計畫區商圈	312	27.96	九份	372	31.82	九份	237	17.62
6	中正紀念堂	287	25.72	信義計畫區商圈	328	28.06	平溪	190	14.13
7	九份	228	20.43	中正紀念堂	275	23.52	中正紀念堂	175	13.01
8	大稻埕	205	18.37	平溪	251	21.47	北投	124	9.22
9	平溪	198	17.74	艋舺龍山寺	225	19.25	艋舺龍山寺	107	7.96
10	臺北市永康街商圈	194	17.38	臺北市永康街商圈	189	16.17	故宮博物院	102	7.58
11	北投	180	16.13	故宮博物院	186	15.91	高美濕地	99	7.36
12	臺北車站商圈	173	15.50	日月潭	155	13.26	陽明山	98	7.29
13	艋舺龍山寺	155	13.89	陽明山	152	13.00	宮原眼科	87	6.47
14	駁二藝術特區	154	13.80	貓空	139	11.89	日月潭	86	6.39
15	華山 1914 文化創意 產業園區	149	13.35	華山 1914 文化創意 產業園區	136	11.63	國父紀念館	79	5.87
16	貓空	127	11.38	北投	133	11.38	野柳	79	5.87
17	中山站商圈	123	11.02	礁溪	127	10.86	臺北市永康街商圈	73	5.43
18	日月潭	119	10.66	駁二藝術特區	116	9.92	清境農場	72	5.35
19	故宮博物院	107	9.59	野柳	98	8.38	信義計畫區商圈	70	5.20
20	陽明山	96	8.60	清境農場	96	8.21	貓空	69	5.13

註：本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之景點整理。

由表 8-3-4 可知，113 年香港.澳門觀光團體受訪旅客遊覽景點排名依序為夜市、日月潭、平溪、九份、西門町(含西門紅樓)等；香港.澳門非觀光團體受訪旅客遊覽景點依序為夜市、西門町(含西門紅樓)、臺北 101、淡水、信義計畫區商圈等。

表 8-3-4 113 年香港.澳門受訪旅客遊覽觀光景點排名－依旅遊型態分

單位：人次；%

名次	香港.澳門全體			香港.澳門觀光團體			香港.澳門非觀光團體		
	遊覽景點	人次	相對百分率	遊覽景點	人次	相對百分率	遊覽景點	人次	相對百分率
1	夜市	957	85.75	夜市	109	97.32	夜市	848	84.46
2	西門町(含西門紅樓)	594	53.23	日月潭	72	64.29	西門町(含西門紅樓)	552	54.98
3	臺北 101	392	35.13	平溪	57	50.89	臺北 101	359	35.76
4	淡水	338	30.29	九份	46	41.07	淡水	308	30.68
5	信義計畫區商圈	312	27.96	西門町(含西門紅樓)	42	37.50	信義計畫區商圈	297	29.58
6	中正紀念堂	287	25.72	忠烈祠	37	33.04	中正紀念堂	258	25.70
7	九份	228	20.43	高美濕地	36	32.14	大稻埕	201	20.02
8	大稻埕	205	18.37	臺北 101	33	29.46	臺北市永康街商圈	188	18.73
9	平溪	198	17.74	阿里山	32	28.57	九份	182	18.13
10	臺北市永康街商圈	194	17.38	淡水	30	26.79	北投	174	17.33
11	北投	180	16.13	駁二藝術特區	30	26.79	臺北車站商圈	172	17.13
12	臺北車站商圈	173	15.50	中正紀念堂	29	25.89	艋舺龍山寺	148	14.74
13	艋舺龍山寺	155	13.89	清境農場	26	23.21	華山 1914 文化創意產業園區	146	14.54
14	駁二藝術特區	154	13.80	野柳	24	21.43	平溪	141	14.04
15	華山 1914 文化創意產業園區	149	13.35	四四南村	22	19.64	駁二藝術特區	124	12.35
16	貓空	127	11.38	佛光山	20	17.86	貓空	124	12.35
17	中山站商圈	123	11.02	旗津海岸公園	19	16.96	中山站商圈	123	12.25
18	日月潭	119	10.66	圓山	18	16.07	故宮博物院	100	9.96
19	故宮博物院	107	9.59	陽明山	16	14.29	臺北市立動物園	84	8.37
20	陽明山	96	8.60	信義計畫區商圈	15	13.39	陽明山	80	7.97

註：本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之景點整理。

2.遊覽觀光景點所在縣市及地區

由表 8-3-5 可知，113 年香港.澳門受訪旅客 1,116 人中，遊覽觀光景點所在縣市依序為臺北市(77.60%)、新北市(47.94%)、高雄市(24.10%)、臺中市(13.08%)等。

表 8-3-5 香港.澳門受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市排名

單位：人次；%

名次	113 年			112 年			108 年		
	縣市	人次	相對百分率	縣市	人次	相對百分率	縣市	人次	相對百分率
1	臺北市	866	77.60	臺北市	878	75.11	臺北市	993	73.83
2	新北市	535	47.94	新北市	576	49.27	新北市	533	39.63
3	高雄市	269	24.10	高雄市	279	23.87	臺中市	230	17.10
4	臺中市	146	13.08	南投縣	194	16.60	高雄市	156	11.60
5	南投縣	127	11.38	宜蘭縣	175	14.97	南投縣	144	10.71
6	宜蘭縣	114	10.22	臺中市	160	13.69	宜蘭縣	102	7.58
7	臺南市	99	8.87	臺南市	125	10.69	屏東縣	74	5.50
8	基隆市	87	7.80	屏東縣	99	8.47	基隆市	56	4.16
9	嘉義縣	81	7.26	花蓮縣	91	7.78	臺南市	53	3.94
10	桃園市	69	6.18	嘉義縣	77	6.59	花蓮縣	51	3.79
11	屏東縣	44	3.94	桃園市	69	5.90	嘉義縣	30	2.23
12	新竹市	42	3.76	基隆市	60	5.13	臺東縣	30	2.23
13	新竹縣	27	2.42	新竹市	57	4.88	桃園市	25	1.86
14	嘉義市	26	2.33	臺東縣	44	3.76	彰化縣	17	1.26
15	花蓮縣	20	1.79	新竹縣	42	3.59	新竹縣	14	1.04
16	苗栗縣	20	1.79	彰化縣	22	1.88	苗栗縣	8	0.59
17	彰化縣	16	1.43	嘉義市	20	1.71	嘉義市	8	0.59
18	臺東縣	13	1.16	苗栗縣	18	1.54	新竹市	7	0.52
19	澎湖縣	3	0.27	澎湖縣	7	0.60	澎湖縣	3	0.22
20	雲林縣	3	0.27	雲林縣	5	0.43	金門縣	1	0.07
21	連江縣	-	-	金門縣	-	-	雲林縣	-	-
22	金門縣	-	-	連江縣	-	-	連江縣	-	-

註：1.本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之景點整理，遊程同時包含多個景點為跨縣市資料。

2.「-」表示無調查樣本。

由表 8-3-6 可知，113 年香港.澳門觀光團體受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市以臺北市為最多，其次依序為新北市、南投縣、臺中市及高雄市等；香港.澳門非觀光團體受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市以臺北市為最多，其次依序為新北市、高雄市、宜蘭縣、臺中市及臺南市等。

表 8-3-6 113 年香港.澳門受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市排名
—依旅遊型態分

單位：人次；%

名次	香港.澳門全體			香港.澳門觀光團體			香港.澳門非觀光團體		
	縣市	人次	相對百分率	縣市	人次	相對百分率	縣市	人次	相對百分率
1	臺北市	866	77.60	臺北市	107	95.54	臺北市	759	75.60
2	新北市	535	47.94	新北市	76	67.86	新北市	459	45.72
3	高雄市	269	24.10	南投縣	72	64.29	高雄市	229	22.81
4	臺中市	146	13.08	臺中市	54	48.21	宜蘭縣	97	9.66
5	南投縣	127	11.38	高雄市	40	35.71	臺中市	92	9.16
6	宜蘭縣	114	10.22	嘉義縣	32	28.57	臺南市	92	9.16
7	臺南市	99	8.87	宜蘭縣	17	15.18	基隆市	70	6.97
8	基隆市	87	7.80	基隆市	17	15.18	桃園市	61	6.08
9	嘉義縣	81	7.26	新竹縣	13	11.61	南投縣	55	5.48
10	桃園市	69	6.18	花蓮縣	9	8.04	嘉義縣	49	4.88
11	屏東縣	44	3.94	彰化縣	9	8.04	屏東縣	42	4.18
12	新竹市	42	3.76	桃園市	8	7.14	新竹市	38	3.78
13	新竹縣	27	2.42	苗栗縣	8	7.14	嘉義市	19	1.89
14	嘉義市	26	2.33	臺南市	7	6.25	新竹縣	14	1.39
15	花蓮縣	20	1.79	嘉義市	7	6.25	苗栗縣	12	1.20
16	苗栗縣	20	1.79	新竹市	4	3.57	臺東縣	12	1.20
17	彰化縣	16	1.43	屏東縣	2	1.79	花蓮縣	11	1.10
18	臺東縣	13	1.16	臺東縣	1	0.89	彰化縣	7	0.70
19	澎湖縣	3	0.27	澎湖縣	-	-	澎湖縣	3	0.30
20	雲林縣	3	0.27	雲林縣	-	-	雲林縣	3	0.30
21	連江縣	-	-	連江縣	-	-	連江縣	-	-
22	金門縣	-	-	金門縣	-	-	金門縣	-	-

註：1.本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之景點整理，遊程同時包含多個景點為跨縣市資料。

2.「-」表示無調查樣本。

由表 8-3-7 可知，113 年香港.澳門受訪旅客 1,116 人中，遊覽觀光景點所在地區依序為北部地區(79.93%)、南部地區(28.85%)、中部地區(17.65%)、東部地區(2.69%)、離島地區(0.27%)，排序與 112 年一致。

表 8-3-7 香港.澳門受訪旅客遊覽觀光景點所在地區排名

單位：人次；%

名次	113 年			112 年			108 年		
	遊覽景點 所在地區	人次	相對 百分率	遊覽景點 所在地區	人次	相對 百分率	遊覽景點 所在地區	人次	相對 百分率
1	北部地區	892	79.93	北部地區	913	78.10	北部地區	1,043	77.55
2	南部地區	322	28.85	南部地區	370	31.65	中部地區	275	20.45
3	中部地區	197	17.65	中部地區	264	22.58	南部地區	227	16.88
4	東部地區	30	2.69	東部地區	112	9.58	東部地區	68	5.06
5	離島地區	3	0.27	離島地區	7	0.60	離島地區	4	0.30

註：1.本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之景點整理，遊程同時包含多個景點為跨地區資料。

2.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。

由表 8-3-8 可知，113 年香港.澳門觀光團體遊覽觀光景點所在地區以北部地區為最高，其次依序為中部地區、南部地區、東部地區、離島地區；香港.澳門非觀光團體以北部地區為最高，其次依序為南部地區、中部地區、東部地區、離島地區。

表 8-3-8 113 年香港.澳門受訪旅客遊覽觀光景點所在地區排名

— 依旅遊型態分

單位：人次；%

名次	香港.澳門全體			香港.澳門觀光團體			香港.澳門非觀光團體		
	遊覽景點 所在地區	人次	相對 百分率	遊覽景點 所在地區	人次	相對 百分率	遊覽景點 所在地區	人次	相對 百分率
1	北部地區	892	79.93	北部地區	107	95.54	北部地區	785	78.19
2	南部地區	322	28.85	中部地區	76	67.86	南部地區	274	27.29
3	中部地區	197	17.65	南部地區	48	42.86	中部地區	121	12.05
4	東部地區	30	2.69	東部地區	10	8.93	東部地區	20	1.99
5	離島地區	3	0.27	離島地區	-	-	離島地區	3	0.30

註：1.本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之景點整理，遊程同時包含多個景點為跨地區資料。

2.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。

3.「-」表示無調查樣本。

3.遊覽夜市

由表 8-3-9 可知，113 年香港.澳門受訪旅客 1,116 人中，遊覽夜市依序為饒河街夜市(34.32%)、寧夏夜市 (23.92%)、士林夜市 (19.62%)等。

表 8-3-9 香港.澳門受訪旅客遊覽夜市排名

名次	113 年			112 年			108 年		
	遊覽夜市	人次	相對百分率	遊覽夜市	人次	相對百分率	遊覽夜市	人次	相對百分率
1	饒河街夜市	383	34.32	饒河街夜市	374	31.99	士林夜市	352	26.17
2	寧夏夜市	267	23.92	士林夜市	340	29.08	饒河街夜市	261	19.41
3	士林夜市	219	19.62	寧夏夜市	249	21.30	寧夏夜市	182	13.53
4	高雄六合夜市	156	13.98	高雄六合夜市	126	10.78	臺中逢甲夜市	122	9.07
5	臺中逢甲夜市	86	7.71	臺中逢甲夜市	99	8.47	師大夜市	81	6.02
6	高雄瑞豐夜市	73	6.54	迪化街(含大稻埕)夜市	90	7.70	臺中一中街夜市	66	4.91
7	基隆廟口夜市	62	5.56	高雄瑞豐夜市	88	7.53	高雄六合夜市	63	4.68
8	迪化街(含大稻埕)夜市	57	5.11	華西街夜市	49	4.19	基隆廟口夜市	54	4.01
9	臺中一中街夜市	32	2.87	宜蘭羅東夜市	49	4.19	宜蘭羅東夜市	46	3.42
10	臺南花園夜市	32	2.87	花蓮東大門夜市	40	3.42	高雄瑞豐夜市	34	2.53

註：1.本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之夜市整理。

2.所指「夜市」為廣義性的夜市，以夜間營業為主，由攤販、市集、商店及街頭表演等聚集，提供美食小吃及逛街購物的場所。

由表 8-3-10 可知，香港.澳門觀光團體遊覽夜市依序為饒河街夜市、高雄六合夜市、臺中逢甲夜市、士林夜市等；香港.澳門非觀光團受訪旅客遊覽夜市依序為饒河街夜市、寧夏夜市、士林夜市、高雄六合夜市等。

表 8-3-10 113 年香港.澳門受訪旅客遊覽夜市排名—依旅遊型態分

名次	香港.澳門全體			香港.澳門觀光團體			香港.澳門非觀光團體		
	遊覽夜市	人次	相對百分率	遊覽夜市	人次	相對百分率	遊覽夜市	人次	相對百分率
1	饒河街夜市	383	34.32	饒河街夜市	49	43.75	饒河街夜市	334	33.27
2	寧夏夜市	267	23.92	高雄六合夜市	36	32.14	寧夏夜市	249	24.80
3	士林夜市	219	19.62	臺中逢甲夜市	33	29.46	士林夜市	195	19.42
4	高雄六合夜市	156	13.98	士林夜市	24	21.43	高雄六合夜市	120	11.95
5	臺中逢甲夜市	86	7.71	寧夏夜市	18	16.07	高雄瑞豐夜市	72	7.17
6	高雄瑞豐夜市	73	6.54	基隆廟口夜市	17	15.18	迪化街(含大稻埕)夜市	57	5.68
7	基隆廟口夜市	62	5.56	臺中一中街夜市	7	6.25	臺中逢甲夜市	53	5.28
8	迪化街(含大稻埕)夜市	57	5.11	宜蘭羅東夜市	7	6.25	基隆廟口夜市	45	4.48
9	臺中一中街夜市	32	2.87	臺中中華路夜市	6	5.36	臺南花園夜市	32	3.19
10	臺南花園夜市	32	2.87	花蓮東大門夜市	5	4.46	臺中一中街夜市	25	2.49

註：1.本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之夜市整理。

2.所指「夜市」為廣義性的夜市，以夜間營業為主，由攤販、市集、商店及街頭表演等聚集，提供美食小吃及逛街購物的場所。

4.最喜歡景點

由表 8-3-11 可知，113 年香港.澳門受訪旅客最喜歡景點依序為日月潭(喜歡比率 55.46%)、平溪(喜歡比率 24.24%)、北投(喜歡比率 21.67%)、九份(喜歡比率 17.98%)、駁二藝術特區(喜歡比率 17.53%)等。

表 8-3-11 香港.澳門受訪旅客最喜歡景點排名

名次	113 年			112 年			108 年		
	最喜歡 景點	到訪 相對 百分率	喜歡 比率	最喜歡 景點	到訪 相對 百分率	喜歡 比率	最喜歡 景點	到訪 相對 百分率	喜歡 比率
1	日月潭	10.66	55.46%	平溪	21.47	31.08%	平溪	14.13	29.47%
2	平溪	17.74	24.24%	日月潭	13.26	29.03%	淡水	21.34	27.87%
3	北投	16.13	21.67%	貓空	11.89	19.42%	九份	17.62	21.94%
4	九份	20.43	17.98%	北投	11.38	18.80%	西門町	46.54	19.01%
5	駁二藝術特區	13.80	17.53%	夜市	82.72	16.55%	夜市	76.06	14.96%
6	淡水	30.29	16.57%	淡水	33.70	14.21%	臺北 101	29.96	13.15%
7	西門町(含西門 紅樓)	53.23	15.82%	九份	31.82	12.37%	中正紀念堂	13.01	6.29%
8	夜市	85.75	15.57%	故宮博物院	15.91	11.29%			
9	中山站商圈	11.02	13.01%	西門町(含西門 紅樓)	48.25	10.11%			
10	貓空	11.38	12.60%	陽明山	13.00	9.87%			

註：1.本題「最喜歡景點」僅能就曾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百分率達 10%以上者計算。

4.依據喜歡比率從高到低排序名次。

由表 8-3-12 可知，113 年香港.澳門觀光團體受訪旅客最喜歡景點依序為日月潭、阿里山、清境農場、九份、野柳等；香港.澳門非觀光團體受訪旅客最喜歡景點依序為平溪、北投、駁二藝術特區、九份、淡水等。

表 8-3-12 113 年香港.澳門受訪旅客最喜歡景點排名－依旅遊型態分

名次	香港.澳門全體			香港.澳門觀光團體			香港.澳門非觀光團體		
	最喜歡 景點	到訪 相對 百分率	喜歡 比率	最喜歡 景點	到訪 相對 百分率	喜歡 比率	最喜歡 景點	到訪 相對 百分率	喜歡 比率
1	日月潭	10.66	55.46%	日月潭	64.29	58.33%	平溪	14.04	27.66%
2	平溪	17.74	24.24%	阿里山	28.57	50.00%	北投	17.33	22.41%
3	北投	16.13	21.67%	清境農場	23.21	23.08%	駁二藝術特區	12.35	20.16%
4	九份	20.43	17.98%	九份	41.07	17.39%	九份	18.13	18.13%
5	駁二藝術特區	13.80	17.53%	野柳	21.43	16.67%	淡水	30.68	17.53%
6	淡水	30.29	16.57%	平溪	50.89	15.79%	夜市	84.46	16.98%
7	西門町(含西門紅樓)	53.23	15.82%	士林官邸	10.71	8.33%	西門町(含西門紅樓)	54.98	16.85%
8	夜市	85.75	15.57%	駁二藝術特區	26.79	6.67%	中山站商圈	12.25	13.01%
9	中山站商圈	11.02	13.01%	淡水	26.79	6.67%	貓空	12.35	12.90%
10	貓空	11.38	12.60%	高美濕地	32.14	5.56%	大稻埕	20.02	10.95%

註：1.本題「最喜歡景點」僅能就曾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百分率達 10%以上者計算。

(三) 住宿情形

1、住宿地點

由表 8-3-13 可知，113 年香港.澳門受訪旅客 1,116 人中，住宿地點以旅館(93.64%)為最多，其次為親友家(6.90%)，再者為民宿(6.36%)。

表 8-3-13 香港.澳門受訪旅客住宿地點

單位：人次；%

住宿地點	113 年		112 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率
旅館	1,045	93.64	1,002	85.71
親友家	77	6.90	141	12.06
民宿	71	6.36	127	10.86
宿舍	3	0.27	16	1.37
租屋	-	-	3	0.26
寺廟.修道院或教會	-	-	2	0.17
其他	-	-	-	-

註：1.本題為複選題，為旅客選擇住宿類型之相對百分率，非反映住宿頻率。

2.108 年非觀光團體受訪旅客才需作答，故本表不列入比較。

3.「-」表示無調查樣本。

2、住宿旅館的整體滿意度

由表 8-3-14 可知，113 年香港.澳門受訪旅客 1,116 人中，有 1,045 人住宿地點為旅館，有 93.30%的受訪旅客對住宿旅館表示滿意；從非常滿意到非常不滿意給予 5 分至 1 分的給分，計算所得滿意度平均分數為 4.09 分，標準差為 0.48 分。

表 8-3-14 香港.澳門受訪旅客對住宿旅館的整體滿意度

單位：人；%

人數 列百分比	總計	滿意程度			普通	不滿意程度		
		合計	非常滿意	滿意		合計	不滿意	非常不滿意
113 年	1,045	975	164	811	67	3	2	1
	100.00	93.30	15.69	77.61	6.41	0.29	0.19	0.10
112 年	1,002	928	191	737	72	2	2	-
	100.00	92.61	19.06	73.55	7.19	0.20	0.20	-

註：「-」表示無調查樣本。

3、住宿民宿的整體滿意度

由表 8-3-14 可知，113 年香港.澳門受訪旅客 1,116 人中，有 71 人住宿地點為民宿，有 88.73%的受訪旅客對住宿民宿表示滿意；從非常滿意到非常不滿意給予 5 分至 1 分的給分，計算所得滿意度平均分數為 4.04 分，標準差為 0.57 分。

表 8-3-15 香港.澳門受訪旅客對住宿民宿的整體滿意度

單位：人；%

人數 列百分比	總計	滿意程度			普通	不滿意程度		
		合計	非常 滿意	滿意		合計	不滿意	非常 不滿意
113 年	71	63	12	51	7	1	1	-
	100.00	88.73	16.90	71.83	9.86	1.41	1.41	-
112 年	141	132	38	94	9	-	-	-
	100.00	93.62	26.95	66.67	6.38	-	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

(四) 參加活動情形

由表 8-3-16 可知，113 年與 112 年、108 年香港.澳門受訪旅客在我國期間參加活動均以購物為最高，其次為逛夜市，第三為參觀古蹟。

表 8-3-16 香港.澳門受訪旅客在我國期間參加活動

單位：人次；%

參加活動	113 年		112 年		108 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
購物	1,061	95.07	1,088	93.07	1,293	96.13
逛夜市	969	86.83	967	82.72	1,023	76.06
參觀古蹟	465	41.67	461	39.44	290	21.56
泡溫泉浴	214	19.18	262	22.41	181	13.46
水域活動(含遊湖、潛水等)	193	17.29	266	22.75	...	...
按摩指壓	169	15.14	207	17.71	58	4.31
登山、健行	124	11.11	162	13.86	...	...
生態旅遊(含賞花、鳥、蝶等)	94	8.42	306	26.18	174	12.94
參觀展覽	84	7.53	207	17.71	186	13.83
遊樂園	79	7.08	189	16.17	...	...
夜總會、PUB 活動	56	5.02	86	7.36	20	1.49
休閒農場	50	4.48	162	13.86	...	...
參觀節慶活動(含宗教活動等)	46	4.12	42	3.59	34	2.53
醫療保健	27	2.42	19	1.63	6	0.45
觀光工廠	25	2.24	42	3.59	16	1.19
參觀藝文表演活動	22	1.97	70	5.99	15	1.12
部落觀光	9	0.81	74	6.33	...	...
運動或賽事(含自行車旅遊等)	5	0.45	30	2.57	26	1.93
遊湖	...	...	...	...	73	5.43
登山	...	...	...	...	43	3.20
主題樂園	...	...	...	...	36	2.68
卡拉 OK 或唱 KTV	...	...	...	...	8	0.59
SPA、三溫暖	...	...	...	...	3	0.22
其他	15	1.34	14	1.20	40	2.97

註：1. 本題為複選題。

2. 「…」表示無此選項。

就旅遊型態而言，由表 8-3-17 可知，113 年香港.澳門觀光團體受訪旅客在我國期間參加活動依序為購物、逛夜市、生態旅遊、水域活動(含遊湖、潛水等)等；香港.澳門非觀光團體受訪旅客依序為購物、逛夜市、參觀古蹟、泡溫泉浴等。

表 8-3-17 113 年香港.澳門受訪旅客在我國期間參加活動
—依旅遊型態分

單位：人次；%

參加活動	香港.澳門 全體		香港.澳門 觀光團體		香港.澳門 非觀光團體	
	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率
購物	1,061	95.07	112	100.00	949	94.52
逛夜市	969	86.83	109	97.32	860	85.66
參觀古蹟	465	41.67	29	25.89	436	43.43
泡溫泉浴	214	19.18	13	11.61	201	20.02
水域活動(含遊湖、潛水等)	193	17.29	38	33.93	155	15.44
按摩指壓	169	15.14	1	0.89	168	16.73
登山、健行	124	11.11	31	27.68	93	9.26
生態旅遊(含賞花、鳥、蝶等)	94	8.42	42	37.50	52	5.18
參觀展覽	84	7.53	2	1.79	82	8.17
遊樂園	79	7.08	17	15.18	62	6.18
夜總會、PUB 活動	56	5.02	-	-	56	5.58
休閒農場	50	4.48	12	10.71	38	3.78
參觀節慶活動(含宗教活動等)	46	4.12	2	1.79	44	4.38
醫療保健	27	2.42	-	-	27	2.69
觀光工廠	25	2.24	14	12.50	11	1.10
參觀藝文表演活動	22	1.97	-	-	22	2.19
部落觀光	9	0.81	2	1.79	7	0.70
運動或賽事(含自行車旅遊等)	5	0.45	-	-	5	0.50
其他	15	1.34	-	-	15	1.49

註：1. 本題為複選題。

2. 「-」表示無調查樣本。

四、香港澳門市場受訪旅客消費支出概況

(一) 消費支出

由表 8-4-1 可知，113 年香港、澳門受訪旅客平均每人每日消費為 186.83 美元，較 108 年減少 21.75 美元(減少 10.43%)；在消費結構中，以購物費減少 12.08 美元(減少 23.02%)為最多，以雜費增加 5.70 美元(成長 140.74%)為最多。

表 8-4-1 香港、澳門受訪旅客平均每人每日消費細項

單位：美元

期別		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
113 年	金額	186.83	72.66	39.07	16.48	8.48	9.75	40.39
	結構比	100.00%	38.89%	20.91%	8.82%	4.54%	5.22%	21.62%
	增減金額	-21.75	-6.89	-7.21	-4.13	2.86	5.70	-12.08
	增減比率	-10.43%	-8.66%	-15.58%	-20.04%	50.89%	140.74%	-23.02%
112 年	金額	178.15	68.42	33.89	19.56	11.12	8.99	36.17
	結構比	100.00%	38.40%	19.02%	10.98%	6.25%	5.04%	20.31%
	增減金額	-30.43	-11.13	-12.39	-1.05	5.50	4.94	-16.30
	增減比率	-14.59%	-13.99%	-26.77%	-5.09%	97.86%	121.98%	-31.07%
108 年	金額	208.58	79.55	46.28	20.61	5.62	4.05	52.47
	結構比	100.00%	38.14%	22.19%	9.88%	2.69%	1.94%	25.16%

註：「增減金額」與「增減比率」係與 108 年相比。

由表 8-4-2 可知，113 年香港.澳門受訪旅客購物費消費項目中，以購買名產或特產的比率最高，占 50.51%，其次為服飾或相關配件，占 19.48%。

表 8-4-2 香港.澳門受訪旅客平均每人每日購物費細項消費金額

購物費消費項目	113 年		112 年		108 年	
	消費金額 (美元)	百分比	消費金額 (美元)	百分比	消費金額 (美元)	百分比
總計	40.39	100.00%	36.17	100.00%	52.47	100.00%
服飾或相關配件	7.86	19.48%	5.87	16.22%	9.43	17.97%
珠寶或玉器類	0.02	0.04%	0.21	0.59%	0.73	1.39%
紀念品或手工藝品類	3.62	8.96%	3.81	10.54%	2.95	5.62%
化妝品或香水類	2.12	5.24%	1.82	5.03%	8.15	15.53%
名產或特產	20.39	50.51%	17.59	48.62%	25.56	48.71%
煙或酒類	0.82	2.02%	1.40	3.88%	0.00	0.00%
藥品類或健康食品	0.64	1.58%	1.17	3.24%	0.85	1.62%
電子或電器產品	0.28	0.69%	1.27	3.52%	1.94	3.70%
茶葉	4.16	10.30%	2.75	7.60%	0.41	0.79%
其他	0.48	1.18%	0.28	0.76%	2.45	4.67%

由表 8-4-3 可知，113 年香港.澳門觀光團體旅客在臺每人每日平均消費為 187.92 美元，在消費結構中，以旅館內支出費 76.70 美元為最多，占 40.81%，其次為購物費 47.11 美元，占 25.07%。

113 年香港.澳門非觀光團體旅客在臺每人每日平均消費為 186.91 美元，在消費結構中，以旅館內支出費 72.29 美元為最多，占 38.68%，其次為購物費 39.70 美元，占 21.24%。

113 年香港.澳門觀光團體受訪旅客平均每人每日消費金額較非觀光團體高出 1.01 美元。在消費結構中，除旅館外餐飲費、娛樂費、雜費外，其餘細項皆以觀光團體受訪旅客較高。

由表 8-4-4 可知，113 年香港.澳門觀光團體與非觀光團體受訪旅客平均每人每日消費金額之購物費細項，皆以名產或特產為最高。

表 8-4-3 113 年香港、澳門受訪旅客平均每人每日消費細項—依旅遊型態分

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
香港、澳門 全體	金額	186.83	72.66	39.07	16.48	8.48	9.75	40.39
	結構比	100.00%	38.89%	20.91%	8.82%	4.54%	5.22%	21.62%
	增減金額	-21.75	-6.89	-7.21	-4.13	2.86	5.70	-12.08
	增減率	-10.43%	-8.66%	-15.58%	-20.04%	50.89%	140.74%	-23.02%
香港、澳門 觀光團體	金額	187.92	76.70	29.35	22.06	4.47	8.23	47.11
	結構比	100.00%	40.81%	15.62%	11.74%	2.38%	4.38%	25.07%
香港、澳門 非觀光團體	金額	186.91	72.29	40.19	15.89	8.92	9.92	39.70
	結構比	100.00%	38.68%	21.50%	8.50%	4.77%	5.31%	21.24%

註：1.香港、澳門全體樣本數為 1,116 人。

2.香港、澳門觀光團體：旅行方式為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」之香港、澳門旅客，樣本數為 112 人。

3.香港、澳門非觀光團體：觀光團體除外之香港、澳門旅客，樣本數為 1,004 人。

4.「增減金額」與「增減比率」係與 108 年相比。

表 8-4-4 113 年香港、澳門受訪旅客平均每人每日購物費細項消費金額
—依旅遊型態分

購物費消費項目	香港、澳門 全體		香港、澳門 觀光團體		香港、澳門 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	40.39	100.00%	47.11	100.00%	39.70	100.00%
服飾或相關配件	7.86	19.48%	2.93	6.21%	8.42	21.22%
珠寶或玉器類	0.02	0.04%	0.00	0.00%	0.02	0.05%
紀念品或手工藝品類	3.62	8.96%	3.40	7.22%	3.65	9.19%
化妝品或香水類	2.12	5.24%	1.79	3.79%	2.16	5.43%
名產或特產	20.39	50.51%	22.30	47.35%	20.21	50.90%
煙或酒類	0.82	2.02%	1.59	3.37%	0.73	1.84%
藥品類或健康食品	0.64	1.58%	1.71	3.62%	0.52	1.32%
電子或電器產品	0.28	0.69%	0.39	0.82%	0.27	0.68%
茶葉	4.16	10.30%	12.91	27.43%	3.20	8.06%
其他	0.48	1.18%	0.09	0.19%	0.52	1.31%

註：1.香港、澳門全體樣本數為 1,116 人。

2.香港、澳門觀光團體：旅行方式為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」之香港、澳門旅客，樣本數為 112 人。

3.香港、澳門非觀光團體：觀光團體除外之香港、澳門旅客，樣本數為 1,004 人。

(二) 購物退稅服務

1、購物是否使用退稅服務

由表 8-4-5 可知，113 年香港.澳門受訪旅客 1,116 人中，使用過退稅服務者有 264 人，占 23.66%，比率較 112 年增加 7.58 個百分點。

表 8-4-5 香港.澳門受訪旅客是否使用購物退稅服務

單位：人；%

是否使用 購物退稅服務	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	1,116	100.00	1,169	100.00	1,345	100.00
是	264	23.66	188	16.08	382	28.40
否	852	76.34	981	83.92	963	71.60

2、購物退稅手續是否簡便

由表 8-4-6 可知，113 年香港.澳門受訪旅客使用過購物退稅服務的有 262 人，均覺得購物退稅手續簡便，比率較 112 年增加 0.84 個百分點。

表 8-4-6 香港.澳門受訪旅客認為購物退稅手續是否簡便

單位：人；%

購物退稅手續 是否簡便	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	264	100.00	188	100.00	382	100.00
是	262	99.24	185	98.40	349	91.36
否	2	0.76	3	1.60	33	8.64

(三) 預付費用項目

1、來臺前是否預付費用

由表 8-4-7 可知，113 年 1,116 位香港.澳門受訪旅客中，來臺前有預付費用者共 547 人，占 49.01%。

表 8-4-7 香港.澳門受訪旅客來臺前是否預付費用

單位：人；%

來臺前是否預付費用	113 年		112 年	
	人數	百分比	人數	百分比
總計	1,116	100.00	1,169	100.00
有預付	547	49.01	588	50.30
沒有預付	569	50.99	581	49.70

2、來臺前預付費用項目

由表 8-4-8 可知，113 年香港.澳門受訪旅客來臺前有預付費用的 534 人，預付項目以旅館內支出費為最多(97.62%)。

表 8-4-8 香港.澳門受訪旅客來臺前預付費用項目

單位：人次；%

來臺前預付費用項目	113 年		112 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率
旅館內支出費	534	97.62	568	96.60
旅館外餐飲費	124	22.67	135	22.96
在臺境內交通費	<u>146</u>	<u>26.69</u>	<u>143</u>	<u>24.32</u>
娛樂費	57	10.42	114	19.39
雜費	57	10.42	26	4.42
購物費	-	-	6	1.02

註：「-」表示無調查樣本。

五、香港澳門市場受訪旅客對臺灣最深刻的印象

由表 8-5-1 可知，113 年香港、澳門受訪旅客對臺灣留下的深刻印象依序為美食佳餚(92.56%)、逛夜市(79.75%)、自然風光(55.02%)、人情味濃厚(52.06%)、地方特產(30.29%)、歷史古蹟(22.94%)等。

表 8-5-1 香港、澳門受訪旅客對臺灣深刻的印象

單位：人次；%

深刻印象	113 年		112 年		108 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
美食佳餚	1,033	92.56	1,071	91.62	800	59.48
逛夜市	890	79.75	835	71.43	584	43.42
自然風光	614	55.02	801	68.52	...	...
人情味濃厚	581	52.06	589	50.38	465	34.57
地方特產	338	30.29	471	40.29	227	16.88
歷史古蹟	256	22.94	294	25.15	59	4.39
便利商店	237	21.24	393	33.62	171	12.71
都會不夜城	172	15.41	105	8.98	25	1.86
泡溫泉	167	14.96	145	12.40	136	10.11
景點	130	11.65	245	20.96	579	43.05
宗教文化	74	6.63	...	...	...	...
書店	47	4.21	98	8.38	134	9.96
單車賞景	38	3.41	46	3.93	35	2.60
醫療保健	27	2.42	16	1.37	...	...
節慶活動	20	1.79	22	1.88	13	0.97
旅館(或民宿)住宿體驗	19	1.70	27	2.31	36	2.68
原住民文化	11	0.99	42	3.59	29	2.16
美容醫療	...	...	...	...	14	1.04
寺廟參訪	...	...	190	16.25	56	4.16
水果	...	...	322	27.54	248	18.44
海岸風光	...	...	...	...	324	24.09
其他	33	2.96	20	1.71	76	5.65

註：1. 本題為複選題。

2. 「…」表示無該調查項目。

由表 8-5-2 可知，113 年香港.澳門觀光團體受訪旅客對臺灣最深刻的印象依序為美食佳餚(99.11%)、逛夜市(92.86%)、自然風光(91.96%)、地方特產(83.93%)等。香港.澳門非觀光團體受訪旅客對臺灣最深刻的印象依序為美食佳餚(91.83%)、逛夜市(78.29%)、自然風光(50.90%)、人情味濃厚(50.70%)等。

表 8-5-2 113 年香港.澳門受訪旅客對臺灣深刻的印象－依旅遊型態分

單位：人次；%

深刻印象	香港.澳門 全體		香港.澳門 觀光團體		香港.澳門 非觀光團體	
	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率
美食佳餚	1,033	92.56	111	99.11	922	91.83
逛夜市	890	79.75	104	92.86	786	78.29
自然風光	614	55.02	103	91.96	511	50.90
人情味濃厚	581	52.06	72	64.29	509	50.70
地方特產	338	30.29	94	83.93	244	24.30
歷史古蹟	256	22.94	16	14.29	240	23.90
便利商店	237	21.24	26	23.21	211	21.02
都會不夜城	172	15.41	20	17.86	152	15.14
泡溫泉	167	14.96	12	10.71	155	15.44
景點	130	11.65	11	9.82	119	11.85
宗教文化	74	6.63	35	31.25	39	3.88
書店	47	4.21	-	-	47	4.68
單車賞景	38	3.41	-	-	38	3.78
醫療保健	27	2.42	-	-	27	2.69
節慶活動	20	1.79	2	1.79	18	1.79
旅館(或民宿)住宿體驗	19	1.70	4	3.57	15	1.49
原住民文化	11	0.99	3	2.68	8	0.80
其他	33	2.96	-	-	33	3.29

註：1. 本題為複選題。

2. 「-」表示無調查樣本。

六、香港澳門市場受訪旅客對此次來臺之各項滿意度分析

由表 8-6-1 可知，113 年香港、澳門市場受訪旅客對此次來臺之各項滿意度皆大於 4.42，表示受訪旅客在觀光便利性、觀光環境國際化、環境安全性三大方面都傾向滿意，來臺整體滿意度平均分數為 4.64 分，較 112 年與 108 年增加。

表 8-6-1 香港、澳門受訪旅客此次來臺各項滿意度

來臺旅客各項滿意度		113 年		112 年		108 年	
		平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差
觀光 便利 性	入境證照及通關手續便捷	4.42	0.63	4.42	0.61	4.13	0.90
	通訊 / 網路便利	4.68	0.49	4.56	0.58	4.38	0.68
	旅遊資訊取得方便	4.61	0.51	4.48	0.61	4.35	0.68
	境內交通便利	4.66	0.55	4.56	0.59	4.42	0.63
	來臺交通便利	...	...	...	...	4.54	0.55
	海關通關手續便利	...	...	...	...	4.24	0.80
	取得臺灣簽證快速	...	...	...	...	4.52	0.67
	使用 Free Wi-Fi 便利	...	...	...	...	4.12	0.78
觀光 環境 國際 化	路標及公共設施牌示易懂	4.61	0.56	4.44	0.67	4.35	0.71
	旅遊環境語言溝通良好	4.74	0.48	4.53	0.62	4.53	0.57
	臺灣民眾態度友善	4.80	0.41	4.67	0.53	4.66	0.52
環 境 安 全 性	遊憩環境安全	4.63	0.53	4.57	0.55	4.54	0.56
	社會治安良好	4.73	0.45	4.58	0.55	4.59	0.54
	住宿設施安全	4.58	0.55	4.51	0.58	4.55	0.56
	餐飲衛生良好	4.51	0.55	4.40	0.64	4.42	0.63
	環境衛生良好	...	...	...	...	4.45	0.63
整體	來臺整體滿意度	4.64	0.49	4.46	0.58	4.49	0.53

註：1.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。

2.「…」表示無該調查項目。

七、香港澳門市場受訪旅客再度訪臺與推薦親友來臺旅遊的意願

由表 8-7-1 得知，就來臺之香港.澳門受訪旅客而言，113 年全部香港.澳門受訪旅客均有再度訪臺的意願。

由表 8-7-2 得知，113 年有再度訪臺意願的香港.澳門旅客，其主要目的以觀光最多，占 87.09%。

由表 8-7-3 得知，113 年有 99.91%的受訪旅客表示會推薦親友來臺灣旅遊。

表 8-7-1 香港.澳門受訪旅客是否會再度訪臺情形

單位：人；%

是否會再度訪臺	113 年		112 年		108 年	
	人次	百分比	人次	百分比	人次	百分比
總計	1,116	100.00	1,169	100.00	1,345	100.00
會	1,116	100.00	1,169	100.00	1,342	99.78
不會	-	-	-	-	3	0.22

註：「-」表示無調查樣本。

表 8-7-2 香港.澳門受訪旅客表示會再度訪臺的主要目的

單位：人；%

會再度訪臺的主要原因	113 年		112 年		108 年	
	人次	百分比	人次	百分比	人次	百分比
總計	1,116	100.00	1,169	100.00	1,342	100.00
觀光	972	87.09	946	80.92	1,165	86.81
業務	61	5.47	96	8.21	46	3.43
國際會議或展覽	4	0.36	6	0.51	4	0.30
探親或訪友	55	4.93	110	9.41	108	8.05
求學	-	-	-	-	2	0.15
醫療	22	1.97	10	0.86	6	0.45
其他	2	0.18	1	0.09	11	0.82

註：「-」表示無調查樣本。

表 8-7-3 香港.澳門受訪旅客是否會推薦親友來臺灣旅遊情形

單位：人；%

是否會推薦親友來臺灣旅遊	113 年		112 年		108 年	
	人次	百分比	人次	百分比	人次	百分比
總計	1,116	100.00	1,345	100.00	1,345	100.00
會	1,115	99.91	1,330	98.88	1,330	98.88
不會	1	0.09	15	1.12	15	1.12

八、香港澳門市場觀光團體受訪旅客對旅行社及導遊服務之滿意度分析

(一) 對旅行社及導遊服務之整體滿意度

由表 8-8-1、表 8-8-2 可知，113 年旅行方式為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」的韓國觀光團體受訪旅客共有 112 人，均對整體旅行社及導遊服務感到滿意。整體印象滿意度平均數為 4.23，標準差為 0.54，顯示傾向滿意。

表 8-8-1 113 年香港、澳門觀光團體受訪旅客對旅行社及導遊服務的整體滿意程度

單位：人；%

人數 列百分比	總計	滿意程度			普通	不滿意程度		
		合計	非常滿意	滿意		合計	不滿意	非常不滿意
旅行社及導遊服務	112	110	30	80	-	2	2	-
整體滿意度	100.00	98.21	26.79	71.42	-	1.79	1.79	-

註：「-」表示無調查樣本

表 8-8-2 香港、澳門觀光團體受訪旅客對旅行社及導遊服務的滿意度

旅行社及導遊服務 之滿意度	113 年		112 年		108 年	
	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差
整體滿意度	4.23	0.54	4.26	0.44	4.56	0.54

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）對旅行社安排的購物服務之觀感

針對112位香港.澳門觀光團體受訪旅客，調查其對旅行社安排的購物次數及對物品價格的觀感。

由表 8-8-3 可知，113 年旅行社安排香港.澳門觀光團體受訪旅客的購物次數以 1~2 次為最多，占 83.04%，其次為 3~4 次，占 16.96%。

表 8-8-3 旅行社安排香港.澳門觀光團體受訪旅客的購物次數

單位：人；%

購物次數	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	112	100.00	149	100.00	48	100.00
0 次	-	-	1	0.67	1	2.08
1~2 次	93	83.04	120	80.54	5	10.42
3~4 次	19	16.96	25	16.78	35	72.92
5~6 次	-	-	3	2.01	5	10.42
7~8 次	-	-	-	-	1	2.08
9 次以上	-	-	-	-	1	2.08

註：「-」表示無調查樣本。

113 年香港.澳門觀光團體受訪旅客對旅行社安排購物的物品價格的觀感以「實在」為最多，占 96.42%，詳見表 8-8-4。

表 8-8-4 香港.澳門觀光團體受訪旅客對旅行社安排購物的物品價格的觀感

單位：人；%

對物品價格觀感	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	112	100.00	148	100.00	47	100.00
很便宜	-	-	-	-	4	8.51
便宜	2	1.79	4	2.70	17	36.17
實在	108	96.42	125	84.46	20	42.55
貴	2	1.79	18	12.16	6	12.77
很貴	-	-	1	0.68	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

(三) 香港澳門市場受訪旅客在臺境內搭乘交通工具分析

113 年香港、澳門受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具，以捷運(83.33%)為最多，其次依序為計程車(52.33%)、公民營客運(31.45%)、臺鐵(28.23%)等，詳見表 8-9-1。

表 8-9-1 香港、澳門受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具

單位：人次；%

交通工具	113 年		112 年		108 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
捷運	930	83.33	928	79.38	992	73.75
計程車	584	52.33	778	66.55	897	66.69
公民營客運	351	31.45	316	27.03	458	34.05
臺鐵	315	28.23	415	35.50	250	18.59
Uber(多元化計程車)	141	12.63	164	14.03	90	6.69
遊覽車	130	11.65	190	16.25	60	4.46
高鐵	116	10.39	204	17.45	149	11.08
船舶	91	8.15	200	17.11	131	9.74
小客車租賃	91	8.15	140	11.98	47	3.49
公共自行車	53	4.75	95	8.13	22	1.64
飛機	4	0.36	15	1.28	5	0.37
其他	122	10.93	140	11.98	189	14.05

註：1. 本題為複選題，為旅客選擇交通工具類型之相對百分率，非使用頻率。

2. 「公民營客運」包含台灣好行、雙層觀光巴士等。

3. 「其他」包括自用車、親友開車、公司派車、飯店接送、纜車等。

113 年香港.澳門觀光團體受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具，以遊覽車(99.11%)為最多，其次依序為船舶(26.79%)、計程車(22.32%)、捷運(10.71%)等；香港.澳門非觀光團體受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具，以捷運(91.43%)為最多，其次依序為計程車(55.68%)、公民營客運(34.96%)、臺鐵(31.27%)等，詳見表 8-9-2。

表 8-9-2 113 年香港.澳門受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具—依旅遊型態分

單位：人次；%

交通工具	全體		觀光團體		非觀光團體	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
捷運	930	83.33	12	10.71	918	91.43
計程車	584	52.33	25	22.32	559	55.68
公民營客運	351	31.45	-	-	351	34.96
臺鐵	315	28.23	1	0.89	314	31.27
Uber(多元化計程車)	141	12.63	-	-	141	14.04
遊覽車	130	11.65	111	99.11	19	1.89
高鐵	116	10.39	-	-	116	11.55
船舶	91	8.15	30	26.79	61	6.08
小客車租賃	91	8.15	-	-	91	9.06
公共自行車	53	4.75	-	-	53	5.28
飛機	4	0.36	-	-	4	0.40
其他	122	10.93	2	1.79	120	11.95

註：1. 本題為複選題，為旅客選擇交通工具類型之相對百分率，非使用頻率。

2. 「公民營客運」包含台灣好行、雙層觀光巴士等。

3. 「其他」包括自用車、親友開車、公司派車、飯店接送、纜車等。

4. 「-」表示無調查樣本。

由表 8-9-3 可知，113 年有 97.67% 的香港.澳門受訪旅客對在臺境內搭乘之交通工具感到滿意，滿意度平均數為 4.49，標準差為 0.59。

表 8-9-3 113 年香港.澳門受訪旅客在臺境內搭乘或使用的交通工具整體滿意程度分布

單位：人；%

人數 列百分比	總計	滿意程度			普通	不滿意程度		
		合計	非常滿意	滿意		合計	不滿意	非常不滿意
交通工具	1,116	1,090	590	500	11	15	15	-
整體滿意度	100.00	97.67	52.87	44.80	0.99	1.34	1.34	-

註：1. 僅 2 位香港.澳門受訪旅客表示不滿意意見，其中不滿意交通工具分別為捷運與臺鐵。

2. 「-」表示無調查樣本。

九、香港澳門市場受訪旅客對從事低碳旅行之看法

由表 8-10-1 可知，有 87.54% 的香港.澳門受訪旅客表示未來「願意」從事低碳旅行。

表 8-10-1 113 年香港.澳門受訪旅客進行低碳旅行之意願

單位：人；%		
是否願意進行低碳旅遊	人數	百分比
總計	1,116	100.00
願意	977	87.54
不願意	37	3.32
不知道/不清楚	102	9.14

玖、調查結果-新南向 18 國市場旅客分析

配合新南向政策之推動，「新南向 18 國」此一類別包括東協 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、巴基斯坦、孟加拉、尼泊爾、斯里蘭卡、不丹)及紐澳 2 國(紐西蘭、澳大利亞)。

本章就 113 年新南向 18 國市場受訪旅客之消費及動向進行分析，並與 112 年、108 年加以比較。

一、新南向 18 國市場受訪旅客基本特性

(一) 旅客分布情形

由表 9-1-1 可知，113 年新南向 18 國受訪旅客占全體受訪旅客的比率為 32.60%，較 112 年減少 4.60 個百分點，較 108 年增加 8.80 個百分點。

表 9-1-1 新南向 18 國受訪旅客占全體受訪旅客的比率

市場	單位：人；%					
	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
新南向 18 國	2,158	32.60	2,270	37.20	2,038	23.80

(二) 居住地

由表 9-1-2 可知，113 年新南向 18 國受訪旅客以東協 10 國為最多，占 93.38%，其次為紐澳，占 4.91%，第三為南亞 6 國，占 1.71%。

表 9-1-2 新南向 18 國受訪旅客居住地分布

單位：人；%

居住地	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
新南向 18 國	2,158	100.00	2,270	100.00	2,038	100.00
東協 10 國	2,015	93.38	2,133	93.97	1,857	91.12
馬來西亞	368	17.05	398	17.53	360	17.66
新加坡	344	15.94	393	17.31	297	14.57
印尼	197	9.13	203	8.94	172	8.44
菲律賓	396	18.35	330	14.54	381	18.69
泰國	342	15.85	381	16.79	297	14.57
越南	340	15.76	413	18.20	319	15.65
緬甸	9	0.42	3	0.13	2	0.10
汶萊	16	0.74	12	0.53	19	0.93
柬埔寨	3	0.14	-	-	9	0.44
寮國	-	-	-	-	1	0.05
南亞 6 國	37	1.71	43	1.89	97	4.76
印度	34	1.57	39	1.72	86	4.22
斯里蘭卡	1	0.05	3	0.13	1	0.05
不丹	-	-	1	0.04	-	-
尼泊爾	-	-	-	-	1	0.05
孟加拉	-	-	-	-	5	0.25
巴基斯坦	2	0.09	-	-	4	0.20
紐澳	106	4.91	94	4.14	84	4.12
澳大利亞	98	4.54	85	3.74	69	3.39
紐西蘭	8	0.37	9	0.40	15	0.74

註：「-」表示無調查樣本。

(三) 來臺主要目的

由表 9-1-3 可知，113 年與 112 年、108 年新南向 18 國受訪旅客來臺主要目的皆以觀光為最多。

表 9-1-3 新南向 18 國受訪旅客之來臺主要目的分布

單位：人；%

來臺主要目的	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	2,158	100.00	2,270	100.00	2,038	100.00
觀光	1,456	67.47	1,536	67.66	1,365	66.98
業務	246	11.40	246	10.84	217	10.65
國際會議或展覽	29	1.34	22	0.97	49	2.40
探親或訪友	<u>411</u>	<u>19.05</u>	<u>441</u>	<u>19.43</u>	<u>350</u>	<u>17.17</u>
求學	2	0.09	16	0.70	18	0.88
醫療	3	0.14	-	-	6	0.29
其他	11	0.51	9	0.40	33	1.62

(四) 最高學歷

由表 9-1-4 可知，113 年與 112 年、108 年新南向 18 國受訪旅客最高學歷皆以大專為最多。

表 9-1-4 新南向 18 國受訪旅客之最高學歷分布

單位：人；%

最高學歷	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	2,158	100.00	2,270	100.00	2,038	100.00
小學、中學肄畢(含高職)	<u>425</u>	<u>19.69</u>	498	21.94	471	23.11
大專	1,497	69.37	1,426	62.82	1,253	61.48
碩、博士	235	10.89	335	14.76	309	15.16
其他	-	-	-	-	-	-
未回答	1	0.05	11	0.48	5	0.25

註：「-」表示無調查樣本。

（五）工作別

由表 9-1-5 可知，113 年與 112 年新南向 18 國受訪旅客皆以服務及銷售工作人員為最多，分別占 18.67%及 20.04%；108 年則以專業人員最多，占 33.81%。

表 9-1-5 新南向 18 國受訪旅客之工作別分布

單位：人；%

工作別	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	2,158	100.00	2,270	100.00	2,038	100.00
民意代表、主管及經理人員	224	10.38	203	8.94	404	19.82
專業人員	348	16.13	432	19.03	689	33.81
技術員及助理專業人員	247	11.45	304	13.39	89	4.37
事務支援人員	391	18.12	289	12.73	120	5.89
服務及銷售工作人員	403	18.67	455	20.04	247	12.12
農、林、漁、牧業生產人員	43	1.99	40	1.76	9	0.44
技藝有關工作人員	84	3.89	69	3.04	13	0.64
機械設備操作及組裝人員	90	4.17	84	3.70	3	0.15
基層技術工及勞力工	28	1.30	48	2.12	1	0.05
家庭管理	97	4.49	126	5.55	152	7.46
學生	123	5.70	137	6.04	145	7.11
退休人員	61	2.83	55	2.42	111	5.45
其他	16	0.74	24	1.06	41	2.01
未回答	3	0.14	4	0.18	14	0.69

（六）年收入

由表 9-1-6 可知，113 年與 112 年新南向 18 國受訪旅客年收入以 10,000-14,999 美元為最多；108 年則以無固定收入為最多。

表 9-1-6 新南向 18 國受訪旅客之年收入分布

單位：人；%

年收入	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	2,158	100.00	2,270	100.00	2,038	100.00
9,999 美元以下	230	10.66	348	15.33	200	9.81
10,000 – 14,999 美元	615	28.49	530	23.35	317	15.55
15,000 – 29,999 美元	550	25.48	487	21.45	358	17.57
30,000 – 39,999 美元	288	13.35	296	13.04	183	8.98
40,000 – 69,999 美元	151	7.00	209	9.21	143	7.02
70,000 – 99,999 美元	65	3.01	106	4.67	82	4.02
100,000 美元以上	61	2.83	70	3.08	88	4.32
無固定收入	198	9.18	223	9.83	664	32.58

二、新南向 18 國市場受訪旅客旅遊決策

(一) 出發來臺多久前開始計劃行程

受訪旅客出發來臺多久前開始計劃行程之計算，取 0.134912 次方轉換，再求截尾平均數(trimmed mean)，計算出 113 年新南向 18 國受訪旅客平均出發來臺前 41.45 天開始計劃行程，標準誤為 0.69 天，而依來臺主要目的分如表 9-2-1 所示。

表 9-2-1 新南向 18 國受訪旅客出發來臺多久前開始計劃行程
— 依來臺主要目的分

來臺主要目的	單位：天					
	113 年		112 年		108 年	
	平均數	標準誤	平均數	標準誤	平均數	標準誤
全體	41.45	0.69	27.20	0.50	53.95	0.80
觀光	44.50	0.88	27.49	0.60	58.65	1.03
業務	28.46	1.39	20.23	0.82	24.00	1.13
國際會議或展覽	33.13	3.75	26.41	3.99	52.88	4.93
探親或訪友	38.89	1.44	28.59	0.88	48.75	1.80
求學	120.00	60.00	68.06	29.48	81.10	13.22
醫療	35.80	17.67	-	-	36.27	6.33
其他	46.86	6.93	29.56	11.77	68.22	8.27

註：1.「-」表示無調查樣本。

2.樣本數少於 50 人者(108 年國際會議或展覽 49 人，求學 18 人，醫療 6 人，其他 33 人；112 年國際會議或展覽 22 人，求學 16 人，其他 9 人；113 年國際會議或展覽 29 人，求學 2 人，醫療 3 人，其他 11 人)，其數值僅供參考。

113 年來臺主要目的或次要目的為觀光之新南向 18 國受訪旅客共 1,965 人(以下簡稱為「新南向 18 國觀光目的受訪旅客」)，為探討其來臺觀光資訊管道與影響程度、吸引其來臺觀光之因素，以下「(二)觀光目的受訪旅客之旅遊資訊管道」及「(三)吸引觀光目的旅客來臺觀光原因」兩小節，乃針對新南向 18 國觀光目的受訪旅客進行分析。

(二) 觀光目的旅客之旅遊資訊管道

1. 來臺前是否看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導

由表 9-2-2 可知，113 年新南向 18 國觀光目的受訪旅客 1,965 人中，來臺前曾看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導者有 1,364 人，占 69.41%，比率較 112 年增加 26.96 個百分點，與 108 年較相近。

表 9-2-2 新南向 18 國觀光目的受訪旅客來臺前是否看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導

單位：人；%

來臺前是否看過臺灣 觀光宣傳廣告或旅遊報導	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	1,965	100.00	2,052	100.00	1,708	90.94
是	1,364	69.41	871	42.45	1,261	73.83
否	601	30.59	1,181	57.55	447	26.17

2. 來臺前在何處看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導

113 年新南向 18 國觀光目的受訪旅客來臺前看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導者有 1,364 人。由表 9-2-3 可知，其來源依序為社群網站(90.47%)、搜尋引擎(75.00%)、親友口碑(61.36%)等。

表 9-2-3 新南向 18 國觀光目的受訪旅客在哪些管道看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導

單位：人次；%

觀光資訊管道	113 年		112 年		108 年	
	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率
社群網站	1,234	90.47	...	...	...	...
搜尋引擎	1,023	75.00	...	...	...	...
親友口碑	837	61.36	526	60.39	400	31.72
電視/電台	322	23.61	184	21.13	231	18.32
旅行社宣傳行程、摺頁	165	12.10	269	30.88	172	13.64
電商平台	146	10.70	...	...	...	...
報章雜誌	109	7.99	186	21.35	123	9.75
國際旅遊展覽或特殊活動	83	6.09	115	13.20	75	5.95
地鐵、巴士、航空站等交通運具及場站	30	2.20	93	10.68	57	4.52
戶外廣告或看板	23	1.69	138	15.84	51	4.04
網際網路(含社群網路服務)	...	...	796	91.39	943	74.78

註：1. 本題為複選題，且針對觀光目的(主要或次要目的為觀光)，並於來臺前看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導之受訪旅客分析。

2. 「…」表示無該調查項目。

3. 臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導影響旅客決定來臺觀光的程度

由表 9-2-4 可知，113 年影響新南向 18 國受訪旅客決定來臺觀光的管道，以社群網站(36.50%)影響程度為最高，其次為搜尋引擎(28.62%)，第三為親友口碑(20.59%)，其餘管道影響程度百分比均低於一成。

表 9-2-4 113 年新南向 18 國觀光目的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

單位：%

觀光資訊管道	影響程度
合計	100.00
社群網站	36.49
搜尋引擎	28.63
親友口碑	20.59
電視/電台	5.25
旅行社宣傳行程、摺頁	3.06
電商平台	2.82
報章雜誌	1.42
國際旅遊展覽或特殊活動	0.81
地鐵、巴士、航空站等交通運具及場站	0.49
戶外廣告或看板	0.44

註：1.本題針對觀光目的(主要或次要目的為觀光)，且來臺前看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導之受訪旅客分析。

2.按選擇影響較大的前三個管道排序給予權重分數，並計算影響程度百分比。

4. 影響旅客決定來臺觀光的資訊內容

113 年觀光目的受訪旅客來臺前看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導者有 1,364 人，受訪旅客表示決定來臺影響程度較大的資訊內容以旅客評論(69.04%)為最高，其次依序為遊記(44.43%)、攝影或影像紀錄(42.86%)、廣告(18.88%)、影視節目(13.22%)、旅遊雜誌或報導(11.77%)、獎勵優惠措施(9.57%)、電影(5.79%)等。

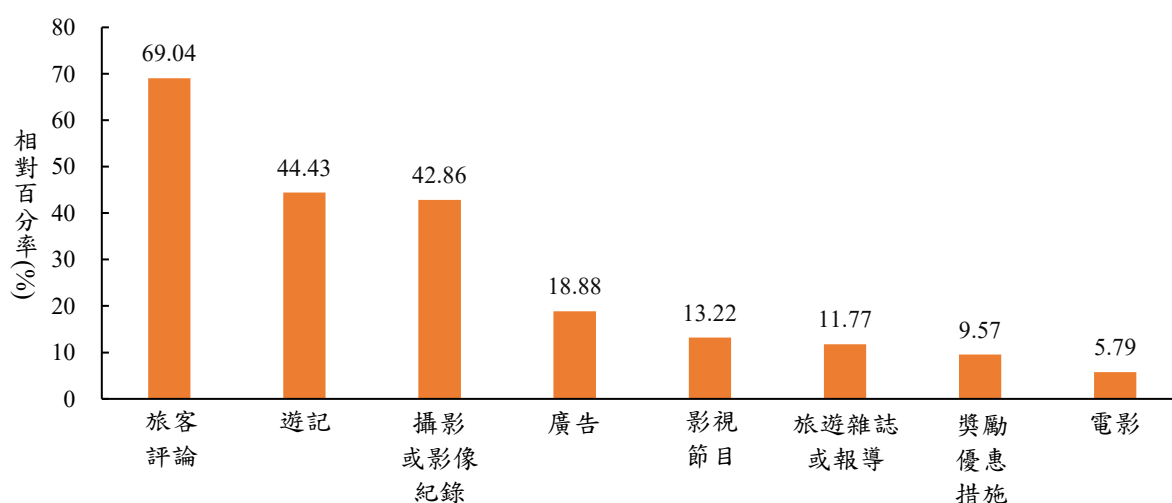


圖 9-2-1 113 年新南向 18 國觀光目的受訪旅客表示決定來臺影響程度較大的資訊內容

(三) 吸引觀光目的旅客來臺觀光原因

113 年新南向 18 國觀光目的(來臺主要或次要目的為觀光)之受訪旅客共 1,965 人，由表 9-2-5 可知，吸引其來臺觀光原因，以風光景色(87.68%)為最高，其次依序為美食或特色小吃(84.43%)、購物(46.46%)、治安良好(46.21%)、臺灣民情風俗和文化(43.21%)、人民友善(38.83%)等。

表 9-2-5 吸引新南向 18 國觀光目的旅客來臺觀光原因

單位：人次；%

吸引來臺觀光原因	113 年		112 年		108 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
風光景色	1,723	87.68	1,554	75.73	1,266	74.12
美食或特色小吃	1,659	84.43	1,623	79.09	1,205	70.55
購物	913	46.46	932	45.42	481	28.16
治安良好	908	46.21	697	33.97	103	6.03
臺灣民情風俗和文化	849	43.21	751	36.60	417	24.41
人民友善	763	38.83	955	46.54	253	14.81
距離居住地近	476	24.22	425	20.71	106	6.21
氣候宜人	415	21.12	576	28.07	154	9.02
歷史文物	292	14.86	268	13.06	169	9.89
夜間休閒活動	244	12.42	281	13.69	142	8.31
民主政治	218	11.09	100	4.87	17	1.00
遊憩設施(遊樂園、高爾夫球場、渡假村…)	81	4.12	103	5.02	36	2.11
自行車旅遊	21	1.07	40	1.95	...	...
節慶活動	13	0.66	52	2.53	9	0.53
醫療保健	9	0.46	60	2.92	4	0.23
水果	...	...	340	16.57	176	10.30
花卉	...	...	165	8.04	61	3.57
其他	27	1.37	14	0.68	81	4.74

註：1.「…」表示無此選項。

2.本題為複選題，針對觀光目的(主要或次要目的為觀光)之受訪旅客分析。

(四) 旅行安排方式

由表 9-2-6，113 年與 112 年新南向 18 國旅客旅行安排方式均以「未請旅行社代訂住宿地點及機票，抵達後未曾參加本地旅行社及線上旅行社(OTA)安排的旅遊行程」為最多，其次為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」。108 年則以「自行規劃行程，請旅行社代訂住宿地點(及機票)」為最多。

表 9-2-6 新南向 18 國受訪旅客旅行方式

單位：人；%

人數 列百分比	總計	觀光團體	非觀光團體			
		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 旅行社代訂 住宿地點 (及機票)	未請旅行社 代訂住宿地 點及機票， 抵達後 曾參加 旅行社行程	未請旅行社 代訂住宿地 點及機票， 抵達後 未曾參加 旅行社行程
113 年	2,158	276	26	46	107	1,703
	100.00	12.79	1.20	2.13	4.96	78.92
112 年	2,270	327	58	140	158	1,587
	100.00	14.40	2.56	6.17	6.96	69.91
108 年	2,038	162	67	1,156	43	610
	100.00	7.95	3.29	56.72	2.11	29.93

(五) 部分非觀光團體受訪旅客來臺後參加本地旅行社或線上旅行社安排行程之情形

本項針對旅行方式為「自行規劃行程，請旅行社代訂住宿地點(及機票)」或「未請旅行社代訂住宿地點及機票，抵達後曾參加本地旅行社或線上旅行社(OTA)安排的旅遊行程」之新南向 18 國市場部分非觀光團體受訪旅客，調查其參加本地旅行社安排行程之情形。

由表 9-2-7 與表 9-2-8 可知，113 年該屬性新南向 18 國受訪旅客共 153 人，其中有 122 人(79.74%)參加本地旅行社或線上旅行社(OTA)安排的行程，行程以 1 日遊為最多(72.95%)。

表 9-2-7 新南向 18 國部分非觀光團體受訪旅客來臺後是否參加本地旅行社或線上旅行社安排的行程

單位：人；%

是否參加本地 旅行社 安排的行程	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	153	100.00	298	100.00	1,199	100.00
有參加	122	79.74	215	72.15	292	24.35
沒有參加	31	20.26	83	27.85	907	75.65

註：本題項係針對旅行方式為「自行規劃行程，請旅行社代訂住宿地點(及機票)」或「未請旅行社代訂住宿地點及機票，抵達後曾參加本地旅行社或線上旅行社(OTA)安排的旅遊行程」之旅客。

表 9-2-8 新南向 18 國部分非觀光團體受訪旅客來臺後參加本地旅行社或線上旅行社安排的行程

單位：人次；%

參加本地旅行社 安排的行程	113 年		112 年		108 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
半日遊	2	1.64	9	4.19	14	4.79
1 日遊	89	72.95	111	51.63	143	48.97
2 日遊	20	16.39	60	27.91	54	18.49
3 日遊以上	11	9.02	36	16.74	86	29.45

註：1.本題項係針對旅行方式為「自行規劃行程，請旅行社代訂住宿地點(及機票)」或「未請旅行社代訂住宿地點及機票，抵達後曾參加本地旅行社或線上旅行社(OTA)安排的旅遊行程」，且有參加本地旅行社安排的行程之旅客。

2.本題為複選題。

三、新南向 18 國市場受訪旅客旅遊動向

(一) 來臺次數

由表 9-3-1 可知，113 年新南向 18 國受訪旅客近 5 年來臺次數以第 1 次來臺為最多，占 51.30%，其次為第 2 次，占 29.98%，第三為第 3 次，占 12.14%。

表 9-3-1 新南向 18 國受訪旅客來臺次數

單位：人；%

旅客來臺次數	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	2,158	100.00	2,270	100.00	2,038	100.00
第 1 次	1,107	51.30	1,203	53.00	1,177	57.75
第 2 次	647	29.98	727	32.02	415	20.36
第 3 次	262	12.14	227	10.00	206	10.11
第 4 次	84	3.89	64	2.82	58	2.85
5 次以上	58	2.69	49	2.16	182	8.93

註：1. 108 年為「近 3 年來臺次數」。

2. 112 年、113 年為「近 5 年來臺次數」。

由表 9-3-2 可知，113 年觀光團體受訪旅客最近 5 年來臺次數以第 1 次來臺為最多，占 93.12%，其次為第 2 次，占 6.16%；非觀光團體受訪旅客以第 1 次來臺為最多，占 45.16%，其次為第 2 次，占 33.48%。

表 9-3-2 113 年新南向 18 國受訪旅客最近 5 年來臺次數—依旅遊型態分

單位：人；%

近 5 年 來臺次數	新南向 18 國全體		新南向 18 國 觀光團體		新南向 18 國 非觀光團體	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	2,158	100.00	276	100.00	1,882	100.00
第 1 次	1,107	51.30	257	93.12	850	45.16
第 2 次	647	29.98	17	6.16	630	33.48
第 3 次	262	12.14	1	0.36	261	13.87
第 4 次	84	3.89	1	0.36	83	4.41
5 次以上	58	2.69	-	-	58	3.08

註：1. 新南向 18 國全體樣本數為 2,158 人。

2. 新南向 18 國觀光團體：旅行方式為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」之新南向 18 國旅客，樣本數為 276 人。

3. 新南向 18 國非觀光團體：觀光團體除外之新南向 18 國旅客，樣本數為 1,882 人。

4. 「-」表示無調查樣本。

(二) 遊覽地點

1、遊覽觀光景點

由表 9-3-3 可知，113 年新南向 18 國受訪旅客 2,158 人中，受訪旅客來臺遊覽觀光景點依序為夜市(85.08%)、臺北 101(59.50%)、西門町(含西門紅樓)(57.88%)、九份(43.88%)、中正紀念堂(43.84%)等。

新南向 18 國旅客遊覽觀光景點排名前 10 名中，信義計畫區商圈排名均較 112 年及 108 年上升。

表 9-3-3 新南向 18 國受訪旅客遊覽觀光景點排名

單位：人次；%

名次	113 年			112 年			108 年		
	遊覽 景點	人次	相對 百分率	遊覽 景點	人次	相對 百分率	遊覽 景點	人次	相對 百分率
1	夜市	1,836	85.08	夜市	1,784	78.59	夜市	1,690	82.92
2	臺北 101	1,284	59.50	臺北 101	1,397	61.54	臺北 101	1,247	61.19
3	西門町(含西門紅樓)	1,249	57.88	西門町(含西門紅樓)	1,130	49.78	西門町	1,181	57.95
4	九份	947	43.88	九份	976	43.00	九份	814	39.94
5	中正紀念堂	946	43.84	淡水	822	36.21	中正紀念堂	707	34.69
6	信義計畫區商圈	726	33.64	中正紀念堂	684	30.13	平溪	603	29.59
7	平溪	713	33.04	平溪	575	25.33	淡水	503	24.68
8	淡水	650	30.12	艋舺龍山寺	575	25.33	艋舺龍山寺	465	22.82
9	艋舺龍山寺	548	25.39	信義計畫區商圈	522	23.00	野柳	436	21.39
10	日月潭	411	19.05	故宮博物院	391	17.22	日月潭	390	19.14
11	野柳	403	18.67	貓空	385	16.96	故宮博物院	317	15.55
12	臺北車站商圈	345	15.99	陽明山	356	15.68	國父紀念館	270	13.25
13	故宮博物院	327	15.15	日月潭	340	14.98	象山	213	10.45
14	貓空	322	14.92	野柳	295	13.00	陽明山	209	10.26
15	陽明山	312	14.46	北投	227	10.00	北投	189	9.27
16	宮原眼科	257	11.91	清境農場	215	9.47	佛光山	188	9.22
17	駁二藝術特區	225	10.43	臺北市立動物園	204	8.99	清境農場	154	7.56
18	臺北市立動物園	215	9.96	金瓜石	198	8.72	蓮池潭	145	7.11
19	臺北市永康街商圈	214	9.92	士林官邸	196	8.63	彩虹眷村	138	6.77
20	北投	214	9.92	礁溪	187	8.24	臺北市立動物園	134	6.58

註：本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之景點整理。

由表 9-3-4 可知，113 年新南向 18 國觀光團體受訪旅客遊覽景點排名依序為夜市、臺北 101、中正紀念堂、日月潭、九份等；新南向 18 國非觀光團體受訪旅客遊覽景點依序為夜市、西門町(含西門紅樓)、臺北 101、九份、中正紀念堂等。

表 9-3-4 113 年新南向 18 國受訪旅客遊覽觀光景點排名
— 依旅遊型態分

單位：人次；%

名次	新南向 18 國全體			新南向 18 國觀光團體			新南向 18 國非觀光團體		
	遊覽景點	人次	相對百分率	遊覽景點	人次	相對百分率	遊覽景點	人次	相對百分率
1	夜市	1,836	85.08	夜市	245	88.77	夜市	1,591	84.54
2	臺北 101	1,284	59.50	臺北 101	233	84.42	西門町(含西門紅樓)	1,099	58.40
3	西門町(含西門紅樓)	1,249	57.88	中正紀念堂	222	80.43	臺北 101	1,051	55.84
4	九份	947	43.88	日月潭	215	77.90	九份	743	39.48
5	中正紀念堂	946	43.84	九份	204	73.91	中正紀念堂	724	38.47
6	信義計畫區商圈	726	33.64	平溪	173	62.68	信義計畫區商圈	702	37.30
7	平溪	713	33.04	西門町(含西門紅樓)	150	54.35	淡水	604	32.09
8	淡水	650	30.12	艋舺龍山寺	148	53.62	平溪	540	28.69
9	艋舺龍山寺	548	25.39	野柳	142	51.45	艋舺龍山寺	400	21.25
10	日月潭	411	19.05	宮原眼科	118	42.75	臺北車站商圈	343	18.23
11	野柳	403	18.67	高美濕地	84	30.43	貓空	320	17.00
12	臺北車站商圈	345	15.99	阿里山	77	27.90	故宮博物院	288	15.30
13	故宮博物院	327	15.15	溪頭	71	25.72	陽明山	269	14.29
14	貓空	322	14.92	台中三井 OUTLET	53	19.20	野柳	261	13.87
15	陽明山	312	14.46	袖珍博物館	47	17.03	臺北市立動物園	212	11.26
16	宮原眼科	257	11.91	淡水	46	16.67	臺北市永康街商圈	207	11.00
17	駁二藝術特區	225	10.43	安平古堡	44	15.94	駁二藝術特區	205	10.89
18	臺北市立動物園	215	9.96	陽明山	43	15.58	北投	197	10.47
19	臺北市永康街商圈	214	9.92	故宮博物院	39	14.13	日月潭	196	10.41
20	北投	214	9.92	愛河	39	14.13	基隆港	193	10.26

註：本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之景點整理。

2.遊覽觀光景點所在縣市及地區

由表 9-3-5 可知，113 年新南向 18 國受訪旅客 2,158 人中，遊覽觀光景點所在縣市依序為臺北市(79.61%)、新北市(59.96%)、高雄市(20.71%)、南投縣(19.93%)、臺中市(19.88%)等。

表 9-3-5 新南向 18 國受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市排名

單位：人次；%

名次	113 年			112 年			108 年		
	縣市	人次	相對百分率	縣市	人次	相對百分率	縣市	人次	相對百分率
1	臺北市	1,718	79.61	臺北市	1,958	86.26	臺北市	1,685	82.68
2	新北市	1,294	59.96	新北市	1,408	62.03	新北市	1,203	59.03
3	高雄市	447	20.71	南投縣	419	18.46	臺中市	476	23.36
4	南投縣	430	19.93	臺中市	309	13.61	南投縣	463	22.72
5	臺中市	429	19.88	高雄市	287	12.64	高雄市	360	17.66
6	基隆市	275	12.74	宜蘭縣	254	11.19	花蓮縣	134	6.58
7	桃園市	268	12.42	桃園市	249	10.97	嘉義縣	133	6.53
8	臺南市	243	11.26	花蓮縣	201	8.85	臺南市	106	5.20
9	嘉義縣	178	8.25	臺南市	176	7.75	宜蘭縣	75	3.68
10	宜蘭縣	177	8.20	基隆市	164	7.22	屏東縣	71	3.48
11	嘉義市	100	4.63	嘉義縣	150	6.61	桃園市	68	3.34
12	屏東縣	82	3.80	新竹縣	104	4.58	基隆市	48	2.36
13	新竹市	71	3.29	屏東縣	93	4.10	臺東縣	46	2.26
14	花蓮縣	50	2.32	新竹市	86	3.79	新竹縣	42	2.06
15	新竹縣	26	1.20	嘉義市	54	2.38	彰化縣	21	1.03
16	臺東縣	23	1.07	苗栗縣	38	1.67	嘉義市	19	0.93
17	彰化縣	22	1.02	臺東縣	35	1.54	新竹市	15	0.74
18	苗栗縣	19	0.88	彰化縣	23	1.01	苗栗縣	14	0.69
19	澎湖縣	8	0.37	雲林縣	21	0.93	雲林縣	10	0.49
20	雲林縣	7	0.32	澎湖縣	9	0.40	金門縣	2	0.10
21	金門縣	2	0.09	金門縣	2	0.09	澎湖縣	1	0.05
22	連江縣	-	-	連江縣	-	-	連江縣	1	0.05

註：1.本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之景點整理，遊程同時包含多個景點為跨縣市資料。

2.「-」表示無調查樣本。

由表 9-3-6 可知，113 年新南向 18 國觀光團體受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市以臺北市為最多，其次依序為新北市、南投縣、臺中市、高雄市、嘉義市等；新南向 18 國非觀光團體受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市以臺北市為最多，其次依序為新北市、高雄市、基隆市、臺中市等。

表 9-3-6 113 年新南向 18 國受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市排名
— 依旅遊型態分

單位：人次；%

名次	新南向 18 國全體			新南向 18 國觀光團體			新南向 18 國非觀光團體		
	縣市	人次	相對百分率	縣市	人次	相對百分率	縣市	人次	相對百分率
1	臺北市	1,718	79.61	臺北市	262	94.93	臺北市	1,456	77.36
2	新北市	1,294	59.96	新北市	231	83.70	新北市	1,063	56.48
3	高雄市	447	20.71	南投縣	219	79.35	高雄市	369	19.61
4	南投縣	430	19.93	臺中市	176	63.77	基隆市	261	13.87
5	臺中市	429	19.88	高雄市	78	28.26	臺中市	253	13.44
6	基隆市	275	12.74	嘉義縣	78	28.26	桃園市	232	12.33
7	桃園市	268	12.42	臺南市	58	21.01	南投縣	211	11.21
8	臺南市	243	11.26	嘉義市	57	20.65	臺南市	185	9.83
9	嘉義縣	178	8.25	桃園市	36	13.04	宜蘭縣	164	8.71
10	宜蘭縣	177	8.20	基隆市	14	5.07	嘉義縣	100	5.31
11	嘉義市	100	4.63	宜蘭縣	13	4.71	屏東縣	73	3.88
12	屏東縣	82	3.80	花蓮縣	12	4.35	新竹市	71	3.77
13	新竹市	71	3.29	屏東縣	9	3.26	嘉義市	43	2.28
14	花蓮縣	50	2.32	新竹縣	6	2.17	花蓮縣	38	2.02
15	新竹縣	26	1.20	彰化縣	5	1.81	新竹縣	20	1.06
16	臺東縣	23	1.07	臺東縣	4	1.45	臺東縣	19	1.01
17	彰化縣	22	1.02	苗栗縣	2	0.72	彰化縣	17	0.90
18	苗栗縣	19	0.88	澎湖縣	2	0.72	苗栗縣	17	0.90
19	澎湖縣	8	0.37	雲林縣	1	0.36	澎湖縣	6	0.32
20	雲林縣	7	0.32	雲林縣	-	-	雲林縣	6	0.32
21	金門縣	2	0.09	金門縣	-	-	金門縣	2	0.11
22	連江縣	-	-	連江縣	-	-	連江縣	-	-

註：1.本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之景點整理，遊程同時包含多個景點為跨縣市資料。

2.「-」表示無調查樣本。

由表 9-3-7 可知，113 年新南向 18 國受訪旅客 2,158 人中，遊覽觀光景點所在地區依序為北部地區(82.90%)、南部地區(28.68%)、中部地區(27.90%)、東部地區(2.97%)、離島地區(0.46%)。南部地區排序較 112 年及 108 年上升。

表 9-3-7 新南向 18 國受訪旅客遊覽觀光景點所在地區排名

單位：人次；%

名次	113 年			112 年			108 年		
	遊覽景點 所在地區	人次	相對 百分率	遊覽景點 所在地區	人次	相對 百分率	遊覽景點 所在地區	人次	相對 百分率
1	北部地區	1,789	82.90	北部地區	2,037	89.74	北部地區	1,730	84.89
2	南部地區	619	28.68	中部地區	579	25.51	中部地區	653	32.04
3	中部地區	602	27.90	南部地區	446	19.65	南部地區	489	23.99
4	東部地區	64	2.97	東部地區	214	9.43	東部地區	144	7.07
5	離島地區	10	0.46	離島地區	11	0.48	離島地區	4	0.20

註：1.本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之景點整理，遊程同時包含多個景點為跨地區資料。

2.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。

由表 9-3-8 可知，113 年新南向 18 國觀光團體遊覽觀光景點所在地區以北部地區為最高，其次依序為中部地區、南部地區、東部地區、離島地區；新南向 18 國非觀光團體遊覽觀光景點所在地區，以北部地區為最高，其次依序為南部地區、中部地區、東部地區、離島地區。

表 9-3-8 113 年新南向 18 國受訪旅客遊覽觀光景點所在地區排名—依旅遊型態分

單位：人次；%

名次	新南向 18 國全體			新南向 18 國觀光團體			新南向 18 國非觀光團體		
	遊覽景點 所在地區	人次	相對 百分率	遊覽景點 所在地區	人次	相對 百分率	遊覽景點 所在地區	人次	相對 百分率
1	北部地區	1,789	82.90	北部地區	263	95.29	北部地區	1,526	81.08
2	南部地區	619	28.68	中部地區	238	86.23	南部地區	482	25.61
3	中部地區	602	27.90	南部地區	137	49.64	中部地區	364	19.34
4	東部地區	64	2.97	東部地區	14	5.07	東部地區	50	2.66
5	離島地區	10	0.46	離島地區	2	0.72	離島地區	8	0.43

註：1.本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之景點整理，遊程同時包含多個景點為跨地區資料。

2.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。

3.遊覽夜市

由表 9-3-9 可知，113 年新南向 18 國受訪旅客 2,158 人中，遊覽夜市依序為士林夜市(38.14%)、饒河街夜市(30.91%)、寧夏夜市(15.01%)等。

表 9-3-9 新南向 18 國受訪旅客遊覽夜市排名

單位：人次；%

名次	113 年			112 年			108 年		
	遊覽夜市	人次	相對百分率	遊覽夜市	人次	相對百分率	遊覽夜市	人次	相對百分率
1	士林夜市	823	38.14	士林夜市	990	43.61	士林夜市	928	45.53
2	饒河街夜市	667	30.91	饒河街夜市	635	27.97	臺中逢甲夜市	364	17.86
3	寧夏夜市	324	15.01	寧夏夜市	361	15.90	饒河街夜市	312	15.31
4	臺中逢甲夜市	267	12.37	臺中逢甲夜市	144	6.34	寧夏夜市	251	12.32
5	高雄六合夜市	219	10.15	高雄六合夜市	132	5.81	高雄六合夜市	204	10.01
6	基隆廟口夜市	163	7.55	華西街夜市	124	5.46	師大夜市	102	5.00
7	高雄瑞豐夜市	125	5.79	花蓮東大門夜市	88	3.88	高雄瑞豐夜市	67	3.29
8	臺南花園夜市	61	2.83	基隆廟口夜市	87	3.83	臺中一中街夜市	53	2.60
9	臺中一中街夜市	47	2.18	永和樂華夜市	71	3.13	華西街夜市	52	2.55
10	宜蘭羅東夜市	47	2.18	宜蘭羅東夜市	56	2.47	基隆廟口夜市	33	1.62

註：1.本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之夜市整理。

2.所指「夜市」為廣義性的夜市，以夜間營業為主，由攤販、市集、商店及街頭表演等聚集，提供美食小吃及逛街購物的場所。

由表 9-3-10 可知，新南向 18 國觀光團體受訪旅客遊覽夜市依序為士林夜市、臺中逢甲夜市、饒河街夜市、高雄六合夜市等；新南向 18 國非觀光團受訪旅客遊覽夜市依序為士林夜市、饒河街夜市、寧夏夜市、高雄六合夜市等。

表 9-3-10 113 年新南向 18 國受訪旅客遊覽夜市排名—依旅遊型態分

單位：人次；%

名次	新南向 18 國全體			新南向 18 國觀光團體			新南向 18 國非觀光團體		
	遊覽夜市	人次	相對百分率	遊覽夜市	人次	相對百分率	遊覽夜市	人次	相對百分率
1	士林夜市	823	38.14	士林夜市	165	59.78	士林夜市	658	34.96
2	饒河街夜市	667	30.91	臺中逢甲夜市	121	43.84	饒河街夜市	627	33.32
3	寧夏夜市	324	15.01	饒河街夜市	40	14.49	寧夏夜市	305	16.21
4	臺中逢甲夜市	267	12.37	高雄六合夜市	35	12.68	高雄六合夜市	184	9.78
5	高雄六合夜市	219	10.15	寧夏夜市	19	6.88	基隆廟口夜市	160	8.50
6	基隆廟口夜市	163	7.55	臺中一中街夜市	9	3.26	臺中逢甲夜市	146	7.76
7	高雄瑞豐夜市	125	5.79	花蓮東大門夜市	8	2.90	高雄瑞豐夜市	124	6.59
8	臺南花園夜市	61	2.83	宜蘭羅東夜市	5	1.81	臺南花園夜市	58	3.08
9	臺中一中街夜市	47	2.18	高雄新興夜市	5	1.81	中壢新民夜市	45	2.39
10	宜蘭羅東夜市	47	2.18	基隆廟口夜市	3	1.09	宜蘭羅東夜市	42	2.23

註：1.本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之夜市整理。

2.所指「夜市」為廣義性的夜市，以夜間營業為主，由攤販、市集、商店及街頭表演等聚集，提供美食小吃及逛街購物的場所。

4.最喜歡景點

由表 9-3-11 可知，113 年新南向 18 國受訪旅客最喜歡景點依序為日月潭(喜歡比率 38.69%)、九份(喜歡比率 17.74%)、駁二藝術特區(喜歡比率 16.89%)、淡水(喜歡比率 14.62%)及西門町(含西門紅樓)(喜歡比率 14.09%)等。與 108 年、112 年相比，日月潭皆為最喜歡景點的第一名，駁二藝術特區則是第一次進入最喜歡景點排名前 10 名，淡水成為新南向旅客最喜歡景點的比率持續增加。

表 9-3-11 新南向 18 國受訪旅客最喜歡景點排名

名次	113 年			112 年			108 年		
	最喜歡 景點	到訪 相對 百分率	喜歡 比率	最喜歡 景點	到訪 相對 百分率	喜歡 比率	最喜歡 景點	到訪 相對 百分率	喜歡 比率
1	日月潭	19.05	38.69%	日月潭	14.98	33.82%	日月潭	19.14	25.90%
2	九份	43.88	17.74%	平溪	25.33	17.22%	九份	39.94	19.29%
3	駁二藝術特區	10.43	16.89%	故宮博物院	17.22	16.88%	野柳	21.39	18.81%
4	淡水	30.12	14.62%	夜市	78.59	16.87%	西門町	57.95	17.44%
5	西門町(含西 門紅樓)	57.88	14.09%	九份	43.00	16.60%	臺北 101	61.19	16.52%
6	平溪	33.04	13.88%	貓空	16.96	15.32%	陽明山	10.26	13.40%
7	夜市	85.08	11.93%	西門町(含西 門紅樓)	49.78	14.96%	象山	10.45	12.68%
8	陽明山	14.46	11.86%	野柳	13.00	14.24%	夜市	82.92	12.54%
9	野柳	18.67	11.17%	淡水	36.21	14.11%	平溪	29.59	11.77%
10	故宮博物院	15.15	11.01%	臺北 101	61.54	13.17%	淡水	24.68	11.13%

註：1.本題「最喜歡景點」僅能就曾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百分率達 10%以上者計算。

4.依據喜歡比率從高到低排序名次。

由表 9-3-12 可知，113 年新南向 18 國觀光團體受訪旅客最喜歡景點依序為阿里山、日月潭、清境農場、平溪、夜市等；新南向 18 國非觀光團體受訪旅客最喜歡景點依序為日月潭、九份、駁二藝術特區、淡水、西門町(含西門紅樓)等。

表 9-3-12 113 年新南向 18 國受訪旅客最喜歡景點排名
— 依旅遊型態分

名次	新南向 18 國全體			新南向 18 國觀光團體			新南向 18 國非觀光團體		
	最喜歡 景點	到訪 相對 百分率	喜歡 比率	最喜歡 景點	到訪 相對 百分率	喜歡 比率	最喜歡 景點	到訪 相對 百分率	喜歡 比率
1	日月潭	19.05	38.69%	阿里山	27.90	40.26%	日月潭	10.41	39.80%
2	九份	43.88	17.74%	日月潭	77.90	37.67%	九份	39.48	19.65%
3	駁二藝術特區	10.43	16.89%	清境農場	10.51	20.69%	駁二藝術特區	10.89	18.54%
4	淡水	30.12	14.62%	平溪	62.68	11.56%	淡水	32.09	15.56%
5	西門町(含西門紅樓)	57.88	14.09%	夜市	88.77	11.43%	西門町(含西門紅樓)	58.40	15.38%
6	平溪	33.04	13.88%	九份	73.91	10.78%	平溪	28.69	14.63%
7	夜市	85.08	11.93%	陽明山	15.58	9.30%	野柳	13.87	13.79%
8	陽明山	14.46	11.86%	野柳	51.45	6.34%	故宮博物院	15.30	12.50%
9	野柳	18.67	11.17%	西門町(含西門紅樓)	54.35	4.67%	陽明山	14.29	12.27%
10	故宮博物院	15.15	11.01%	溪頭	25.72	4.23%	夜市	84.54	12.01%

註：1. 本題「最喜歡景點」僅能就曾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百分率達 10% 以上者計算。
4. 依據喜歡比率從高到低排序名次。

(三) 住宿情形

1、住宿地點

由表 9-3-13 可知，113 年新南向 18 國受訪旅客 2,158 人中，住宿地點以旅館(86.24%)為最多，其次為親友家(17.56%)。

表 9-3-13 新南向 18 國受訪旅客住宿地點

單位：人次；%

住宿地點	113 年		112 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率
旅館	1,861	86.24	1,903	83.83
親友家	<u>379</u>	<u>17.56</u>	<u>454</u>	<u>20.00</u>
民宿	203	9.41	269	11.85
宿舍	11	0.51	23	1.01
租屋	6	0.28	8	0.35
寺廟、修道院或教會	2	0.09	14	0.62
其他	1	0.05	1	0.04

註：1.本題為複選題，為旅客選擇住宿類型之相對百分率，非反映住宿頻率。

2.108 年非觀光團體受訪旅客才需作答，故本表不列入比較。

3.「-」表示無調查樣本。

2、住宿旅館的整體滿意度

由表 9-3-14 可知，113 年新南向 18 國受訪旅客 2,158 人中，有 1,861 人住宿地點為旅館，有 93.17%的受訪旅客對住宿旅館表示滿意；從非常滿意到非常不滿意給予 5 分至 1 分的給分，計算所得滿意度平均分數為 4.19 分，標準差為 0.55 分。

表 9-3-14 新南向 18 國受訪旅客對住宿旅館的整體滿意度

單位：人；%

人數 列百分比	總計	滿意程度			普通	不滿意程度		
		合計	非常滿意	滿意		合計	不滿意	非常不滿意
113 年	1,861	1,734	488	1,246	120	7	7	-
	100.00	93.17	26.22	66.95	6.45	0.38	0.38	-
112 年	1,903	1,749	482	1,267	151	3	1	2
	100.00	91.91	25.33	66.58	7.93	0.16	0.05	0.11

註：「-」表示無調查樣本。

3、住宿民宿的整體滿意度

由表 9-3-15 可知，113 年受訪旅客 2,158 人中，有 203 人住宿地點為民宿，有 87.69%的受訪旅客對住宿民宿表示滿意；從非常滿意到非常不滿意給予 5 分至 1 分的給分，計算所得滿意度平均分數為 4.08 分，標準差為 0.63 分。

表 9-3-15 新南向 18 國受訪旅客對住宿民宿的整體滿意度

單位：人；%

人數 列百分比	總計	滿意程度			普通	不滿意程度		
		合計	非常 滿意	滿意		合計	不滿意	非常 不滿意
113 年	203	178	45	133	21	4	4	-
	100.00	87.69	22.17	65.52	10.34	1.97	1.97	-
112 年	269	215	54	161	50	4	3	1
	100.00	79.93	20.07	59.85	18.59	1.49	1.12	0.37

註：「-」表示無調查樣本。

(四) 參加活動情形

由表 9-3-16 可知，113 年與 112 年、108 年新南向 18 國受訪旅客在我國期間參加活動均以購物為最高，其次為逛夜市，第 3 為參觀古蹟。

表 9-3-16 新南向 18 國受訪旅客在我國期間參加活動

單位：人次；%

參加活動	113 年		112 年		108 年	
	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率
購物	2,020	93.61	2,142	94.36	1,908	93.62
逛夜市	<u>1,877</u>	<u>86.98</u>	<u>1,784</u>	<u>78.59</u>	<u>1,690</u>	<u>82.92</u>
參觀古蹟	1,214	56.26	1,190	52.42	799	39.21
登山、健行	376	17.42	377	16.61	...	...
水域活動(含遊湖、潛水等)	339	15.71	336	14.80	...	...
泡溫泉浴	286	13.25	468	20.62	180	8.83
生態旅遊(含賞花、鳥、蝶等)	274	12.70	530	23.35	367	18.01
參觀藝文表演活動	232	10.75	279	12.29	27	1.32
夜總會、PUB 活動	221	10.24	222	9.78	53	2.60
按摩指壓	216	10.01	200	8.81	69	3.39
參觀展覽	205	9.50	310	13.66	399	19.58
遊樂園	168	7.78	446	19.65	...	...
休閒農場	149	6.90	332	14.63	...	...
參觀節慶活動(含宗教活動等)	63	2.92	90	3.96	38	1.86
觀光工廠	34	1.58	98	4.32	48	2.36
部落觀光	34	1.58	225	9.91	...	...
運動或賽事(含自行車旅遊等)	9	0.42	41	1.81	12	0.59
醫療保健	5	0.23	21	0.93	9	0.44
遊湖	...	...	...	...	262	12.86
登山	...	...	...	...	126	6.18
主題樂園	...	...	...	...	103	5.05
卡拉 OK 或唱 KTV	...	...	...	...	18	0.88
SPA、三溫暖	...	...	...	...	10	0.49
其他	9	0.42	9	0.40	28	1.37

註：1. 本題為複選題。

2. 「…」表示無此選項。

就旅遊型態而言，由表 9-3-17 可知，113 年新南向 18 國觀光團體受訪旅客在我國期間參加活動依序為購物、逛夜市、參觀古蹟、參觀藝文表演活動、生態旅遊等；新南向 18 國非觀光團體受訪旅客依序為購物、逛夜市、參觀古蹟、登山、健行、水域活動等。

表 9-3-17 113 年新南向 18 國受訪旅客在我國期間參加活動
—依旅遊型態分

單位：人次；%

參加活動	新南向 18 國全體		新南向 18 國 觀光團體		新南向 18 國 非觀光團體	
	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率
購物	2,020	93.61	269	97.46	1,751	93.04
逛夜市	<u>1,877</u>	<u>86.98</u>	<u>253</u>	<u>91.67</u>	<u>1,624</u>	<u>86.29</u>
參觀古蹟	1,214	56.26	239	86.59	975	51.81
登山、健行	376	17.42	51	18.48	325	17.27
水域活動(含遊湖、潛水等)	339	15.71	49	17.75	290	15.41
泡溫泉浴	286	13.25	45	16.30	241	12.81
生態旅遊(含賞花、鳥、蝶等)	274	12.70	76	27.54	198	10.52
參觀藝文表演活動	232	10.75	82	29.71	150	7.97
夜總會、PUB 活動	221	10.24	2	0.72	219	11.64
按摩指壓	216	10.01	3	1.09	213	11.32
參觀展覽	205	9.50	14	5.07	191	10.15
遊樂園	168	7.78	34	12.32	134	7.12
休閒農場	149	6.90	55	19.93	94	4.99
參觀節慶活動(含宗教活動等)	63	2.92	5	1.81	58	3.08
觀光工廠	34	1.58	18	6.52	16	0.85
部落觀光	34	1.58	12	4.35	22	1.17
運動或賽事(含自行車旅遊等)	9	0.42	-	-	9	0.48
醫療保健	5	0.23	-	-	5	0.27
其他	9	0.42	-	-	9	0.48

註：1. 本題為複選題。

2. 「-」表示無調查樣本。

四、新南向 18 國市場受訪旅客消費支出概況

(一) 消費支出

由表 9-4-1 可知，113 年新南向 18 國受訪旅客平均每人每日消費為 162.88 美元，較 108 年減少 7.58 美元(減少 4.45%)；在消費結構中，以購物費減少 8.19 美元(減少 19.67%)為最多，以旅館內支出費增加 3.86 美元 (增加 6.05%)為最多。

表 9-4-1 新南向 18 國受訪旅客平均每人每日消費細項

單位：美元

期別		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
113 年	金 額	162.88	67.63	33.90	16.92	6.56	4.43	33.44
	結 構 比	100.00%	41.52%	20.81%	10.39%	4.03%	2.72%	20.53%
	增減金額	-7.58	3.86	-2.41	-3.06	1.06	1.16	-8.19
	增減比率	-4.45%	6.05%	-6.64%	-15.32%	19.27%	35.47%	-19.67%
112 年	金 額	164.98	64.64	30.66	18.65	10.70	6.86	33.47
	結 構 比	100.00%	39.18%	18.58%	11.31%	6.49%	4.16%	20.28%
	增減金額	-5.48	0.87	-5.65	-1.33	5.20	3.59	-8.16
	增減比率	-3.21%	1.36%	-15.56%	-6.66%	94.55%	109.79%	-19.60%
108 年	金 額	170.46	63.77	36.31	19.98	5.50	3.27	41.63
	結 構 比	100.00%	37.41%	21.30%	11.72%	3.23%	1.92%	24.42%

註：「增減金額」與「增減比率」係與 108 年相比。

由表 9-4-2 可知，113 年與 112 年、108 年新南向 18 國受訪旅客購物費消費項目均以名產或特產為最高，其次為服飾或相關配件。

表 9-4-2 新南向 18 國受訪旅客平均每人每日購物費細項消費金額

購物費消費項目	113 年		112 年		108 年	
	消費金額 (美元)	百分比	消費金額 (美元)	百分比	消費金額 (美元)	百分比
總計	33.44	100.00%	33.47	100.00%	41.63	100.00%
服飾或相關配件	9.78	29.25%	7.51	22.43%	11.50	27.62%
珠寶或玉器類	0.32	0.97%	0.47	1.40%	1.61	3.87%
紀念品或手工藝品類	2.71	8.10%	5.05	15.10%	3.90	9.37%
化妝品或香水類	2.66	7.95%	1.66	4.95%	4.32	10.37%
名產或特產	12.96	38.72%	13.13	39.22%	15.18	36.46%
煙或酒類	0.92	2.75%	1.06	3.16%	0.30	0.73%
藥品類或健康食品	0.58	1.74%	0.70	2.08%	0.84	2.01%
電子或電器產品	1.10	3.30%	1.52	4.54%	0.55	1.33%
茶葉	2.33	6.97%	1.92	5.73%	2.01	4.83%
其他	0.08	0.25%	0.46	1.39%	1.42	3.41%

由表 9-4-3 可知，113 年新南向 18 國觀光團體旅客在臺每人每日平均消費為 182.66 美元，較 108 年減 27.96 美元(減少 13.28%)；在消費結構中，以購物費減少 42.85 美元(減少 55.04%)為最多，增加部分以旅館內支出費增加 20.99 美元(成長 36.40%)為最多。

113 年新南向 18 國非觀光團體旅客在臺每人每日平均消費為 159.95 美元，較 108 年減少 6.92 美元(減少 4.15%)；在消費結構中，以購物費減少 5.26 美元(減少 13.67%)為最多，以旅館內支出費增加 1.75 美元(增加 2.27%)為最多。

與非觀光團體受訪旅客相比較，113 年新南向 18 國觀光團體受訪旅客平均每人每日消費較非觀光團體高出 22.71 美元。在消費結構中，旅館內支出費、在臺境內交通費、雜費、購物費皆以觀光團體受訪旅客較高。

由表 9-4-4 可知，113 年新南向 18 國觀光團體與非觀光團體受訪旅客平均每人每日消費金額之購物費細項，皆以名產或特產為最高，服飾或相關配件次之。

表 9-4-3 113 年新南向 18 國受訪旅客平均每人每日消費細項－依旅遊型態分

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
新南向 18 國 全體	金額	162.88	67.63	33.90	16.92	6.56	4.43	33.44
	結構比	100.00%	41.52%	20.81%	10.39%	4.03%	2.72%	20.53%
	增減金額	-7.58	3.86	-2.41	-3.06	1.06	1.16	-8.19
	增減率	-4.45%	6.05%	-6.64%	-15.32%	19.27%	35.47%	-19.67%
新南向 18 國 觀光團體	金額	182.66	78.65	32.99	25.96	5.04	5.02	35.00
	結構比	100.00%	43.06%	18.06%	14.21%	2.76%	2.75%	19.16%
	增減金額	-27.96	20.99	-7.01	8.28	-3.73	-3.63	-42.85
	增減率	-13.28%	36.40%	-17.53%	46.83%	-42.53%	-41.97%	-55.04%
新南向 18 國 非觀光團體	金額	159.95	66.00	34.02	15.61	6.78	4.33	33.21
	結構比	100.00%	41.26%	21.27%	9.76%	4.24%	2.71%	20.76%
	增減金額	-6.92	1.75	-1.87	-4.60	1.55	1.51	-5.26
	增減率	-4.15%	2.72%	-5.21%	-22.76%	29.64%	53.55%	-13.67%

註：1.新南向 18 國全體樣本數為 2,158 人。

2.新南向 18 國觀光團體：旅行方式為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」之新南向 18 國旅客，樣本數為 276 人。

3.新南向 18 國非觀光團體：觀光團體除外之新南向 18 國旅客，樣本數為 1,882 人。

4.「增減金額」與「增減比率」係與 108 年相比。

表 9-4-4 113 年新南向 18 國受訪旅客平均每人每日購物費細項消費金額－依旅遊型態分

購物費消費項目	新南向 18 國全體		新南向 18 國觀光團體		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	33.44	100.00%	35.00	100.00%	33.21	100.00%
服飾或相關配件	9.78	29.25%	4.70	13.42%	10.52	31.67%
珠寶或玉器類	0.32	0.97%	0.01	0.03%	0.37	1.11%
紀念品或手工藝品類	2.71	8.10%	4.24	12.12%	2.49	7.49%
化妝品或香水類	2.66	7.95%	4.28	12.22%	2.42	7.30%
名產或特產	12.96	38.72%	14.47	41.36%	12.71	38.31%
煙或酒類	0.92	2.75%	0.61	1.73%	0.97	2.91%
藥品類或健康食品	0.58	1.74%	0.41	1.16%	0.60	1.82%
電子或電器產品	1.10	3.30%	2.38	6.81%	0.92	2.76%
茶葉	2.33	6.97%	3.82	10.91%	2.12	6.37%
其他	0.08	0.25%	0.08	0.24%	0.09	0.26%

註：1.新南向 18 國全體樣本數為 2,158 人。

2.新南向 18 國觀光團體：旅行方式為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」之新南向 18 國旅客，樣本數為 276 人。

3.新南向 18 國非觀光團體：觀光團體除外之新南向 18 國旅客，樣本數為 1,882 人。

(二) 購物退稅服務

1、購物是否使用退稅服務

由表 9-4-5 可知，113 年新南向 18 國受訪旅客 2,158 人中，使用過退稅服務者有 581 人，占 26.92%，比率較 112 年及 108 年增加。

表 9-4-5 新南向 18 國受訪旅客是否使用購物退稅服務

是否使用 購物退稅服務	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	2,158	100.00	2,270	100.00	2,038	100.00
是	581	26.92	404	17.80	432	21.20
否	1,577	73.08	1,866	82.20	1,606	78.80

單位：人；%

2、購物退稅手續是否簡便

由表 9-4-6 可知，113 年新南向 18 國受訪旅客使用過購物退稅服務的有 581 人，其中有 99.48%覺得購物退稅手續簡便。

表 9-4-6 新南向 18 國受訪旅客認為購物退稅手續是否簡便

購物退稅手續 是否簡便	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	581	100.00	404	100.00	432	100.00
是	578	99.48	401	99.26	405	93.75
否	3	0.52	3	0.74	27	6.25

單位：人；%

(三) 預付費用項目

1、來臺前是否預付費用

由表 9-4-7 可知，113 年 2,158 位新南向 18 國受訪旅客中，來臺前有預付費用者共 1,232 人，占 57.09%，比率較 108 年減少 19.70 個百分點，較 112 年增加 6.65 個百分點。

表 9-4-7 新南向 18 國受訪旅客來臺前是否預付費用

單位：人；%

來臺前是否預付費用	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	2,158	100.00	2,270	100.00	2,038	100.00
有預付	1,232	57.09	1,145	50.44	1,565	76.79
沒有預付	926	42.91	1,125	49.56	473	23.21

2、來臺前預付費用項目

由表 9-4-8 可知，113 年新南向 18 國受訪旅客來臺前有預付費用的 1,232 人，預付項目以旅館內支出費為最多(94.89%)，比率與 112 年、108 年相近。

表 9-4-8 新南向 18 國受訪旅客來臺前預付費用項目

單位：人次；%

來臺前預付費用項目	113 年		112 年		108 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
旅館內支出費	1,169	94.89	1,130	98.69	1,519	97.06
旅館外餐飲費	347	28.17	392	34.24	230	14.70
在臺境內交通費	<u>375</u>	<u>30.44</u>	<u>410</u>	<u>35.81</u>	<u>359</u>	<u>22.94</u>
娛樂費	190	15.42	262	22.88	246	15.72
雜費	289	23.46	135	11.79	337	21.53
購物費	3	0.24	6	0.52	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

五、新南向 18 國市場受訪旅客對臺灣最深刻的印象

由表 9-5-1 可知，113 年新南向 18 國受訪旅客對臺灣留下的深刻印象依序為美食佳餚(87.07%)、逛夜市(76.60%)、自然風光(73.12%)、人情味濃厚(45.78%)、便利商店(38.00%)及歷史古蹟(33.78%)等。

表 9-5-1 新南向 18 國受訪旅客對臺灣深刻的印象

單位：人次；%

深刻印象	113 年		112 年		108 年	
	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率
美食佳餚	1,879	87.07	1,903	83.83	1,214	59.57
逛夜市	1,653	76.60	1,340	59.03	948	46.52
自然風光	1,578	73.12	1,584	69.78	...	...
人情味濃厚	988	45.78	919	40.48	791	38.81
便利商店	820	38.00	899	39.60	415	20.36
歷史古蹟	729	33.78	569	25.07	174	8.54
地方特產	642	29.75	905	39.87	330	16.19
都會不夜城	440	20.39	366	16.12	188	9.22
景點	229	10.61	353	15.55	1,252	61.43
宗教文化	229	10.61	...	...	...	...
泡溫泉	189	8.76	249	10.97	106	5.20
單車賞景	108	5.00	77	3.39	30	1.47
書店	28	1.30	59	2.60	92	4.51
節慶活動	28	1.30	48	2.11	18	0.88
醫療保健	25	1.16	15	0.66	...	...
原住民文化	25	1.16	87	3.83	52	2.55
旅館(或民宿)住宿體驗	17	0.79	44	1.94	79	3.88
美容醫療	...	...	...	...	32	1.57
寺廟參訪	...	...	460	20.26	287	14.08
水果	...	...	375	16.52	336	16.49
海岸風光	...	...	...	...	550	26.99
其他	30	1.39	4	0.18	101	4.96

註：1. 本題為複選題。

2. 「…」表示無該調查項目。

由表 9-5-2 可知，113 年新南向 18 國觀光團體受訪旅客對臺灣最深刻的印象依序為美食佳餚(84.78%)、自然風光(82.97%)、逛夜市(77.17%)、便利商店(49.64%)等。新南向 18 國非觀光團體受訪旅客對臺灣最深刻的印象依序為美食佳餚(87.41%)、逛夜市(76.51%)、自然風光(71.68%)、人情味濃厚(49.84%)等。

表 9-5-2 113 年新南向 18 國受訪旅客對臺灣深刻的印象—依旅遊型態分

單位：人次；%

深刻印象	新南向 18 國全體		新南向 18 國觀光團體		新南向 18 國非觀光團體	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
美食佳餚	1,879	87.07	234	84.78	1,645	87.41
逛夜市	1,653	76.60	213	77.17	1,440	76.51
自然風光	1,578	73.12	229	82.97	1,349	71.68
人情味濃厚	988	45.78	50	18.12	938	49.84
便利商店	820	38.00	137	49.64	683	36.29
歷史古蹟	729	33.78	120	43.48	609	32.36
地方特產	642	29.75	83	30.07	559	29.70
都會不夜城	440	20.39	70	25.36	370	19.66
景點	229	10.61	46	16.67	183	9.72
宗教文化	229	10.61	32	11.59	197	10.47
泡溫泉	189	8.76	22	7.97	167	8.87
單車賞景	108	5.00	3	1.09	105	5.58
書店	28	1.30	-	-	28	1.49
節慶活動	28	1.30	1	0.36	27	1.43
醫療保健	25	1.16	2	0.72	23	1.22
原住民文化	25	1.16	9	3.26	16	0.85
旅館(或民宿)住宿體驗	17	0.79	1	0.36	16	0.85
其他	30	1.39	1	0.36	29	1.54

註：1. 本題為複選題。

2. 「-」表示無調查樣本。

六、新南向 18 國市場受訪旅客對此次來臺之各項滿意度分析

由表 9-6-1 可知，113 年新南向 18 國市場受訪旅客對此次來臺之各項滿意度皆大於 4.23 分，表示受訪旅客在觀光便利性、觀光環境國際化、環境安全性三大方面都傾向滿意，來臺整體滿意度平均分數為 4.61 分，較 112 年及 108 年增加。

表 9-6-1 新南向 18 國受訪旅客此次來臺各項滿意度

來臺旅客各項滿意度		113 年		112 年		108 年	
		平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差
觀光 便利 性	入境證照及通關手續便捷	4.53	0.55	4.41	0.64	4.24	0.78
	通訊 / 網路便利	4.60	0.54	4.46	0.64	4.41	0.66
	旅遊資訊取得方便	4.56	0.55	4.36	0.66	4.29	0.71
	境內交通便利	4.65	0.50	4.53	0.60	4.45	0.59
	來臺交通便利	...	...	...	...	4.50	0.59
	海關通關手續便利	...	...	...	...	4.34	0.68
	取得臺灣簽證快速	...	...	...	...	4.12	0.88
	使用 Free Wi-Fi 便利	...	...	...	...	4.21	0.80
觀光 環境 國際 化	路標及公共設施牌示易懂	4.36	0.66	4.16	0.81	4.29	0.76
	旅遊環境語言溝通良好	4.23	0.76	3.96	0.91	3.89	0.94
	臺灣民眾態度友善	4.70	0.50	4.56	0.62	4.56	0.61
環 境 安 全 性	遊憩環境安全	4.64	0.51	4.49	0.58	4.54	0.55
	社會治安良好	4.69	0.48	4.51	0.58	4.59	0.54
	住宿設施安全	4.64	0.51	4.47	0.60	4.55	0.55
	餐飲衛生良好	4.57	0.54	4.42	0.61	4.44	0.63
	環境衛生良好	...	...	...	...	4.49	0.62
整體	來臺整體滿意度	4.61	0.50	4.41	0.56	4.47	0.54

註：1.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。

2.「…」表示無該調查項目。

七、新南向 18 國市場受訪旅客再度訪臺與推薦親友來臺旅遊的意願

由表 9-7-1 得知，113 年有 99.91% 的新南向 18 國受訪旅客有再度訪臺的意願。

由表 9-7-2 得知，113 年有再度訪臺意願的新南向 18 國旅客，其主要目的以觀光最多，占 79.40%，其次是探親或訪友，占 11.36%。

由表 9-7-3 得知，113 年有 99.91% 的新南向 18 國受訪旅客表示會推薦親友來臺灣旅遊。

表 9-7-1 新南向 18 國受訪旅客是否會再度訪臺情形

單位：人；%

是否會再度訪臺	113 年		112 年		108 年	
	人次	百分比	人次	百分比	人次	百分比
總計	2,158	100.00	2,270	100.00	2,038	100.00
會	2,156	99.91	2,266	99.82	2,012	98.72
不會	2	0.09	4	0.18	26	1.28

表 9-7-2 新南向 18 國受訪旅客表示會再度訪臺的主要目的

單位：人；%

會再度訪臺的主要原因	113 年		112 年		108 年	
	人次	百分比	人次	百分比	人次	百分比
總計	2,156	100.00	2,266	100.00	2,012	100.00
觀光	1,712	79.40	1,705	75.24	1,558	77.44
業務	178	8.26	198	8.74	180	8.95
國際會議或展覽	15	0.70	2	0.09	21	1.04
探親或訪友	245	11.36	348	15.36	228	11.33
求學	2	0.09	7	0.31	10	0.50
醫療	3	0.14	1	0.04	5	0.25
其他	1	0.05	5	0.22	10	0.50

表 9-7-3 新南向 18 國受訪旅客是否會推薦親友來臺灣旅遊情形

單位：人；%

是否會推薦親友來臺灣旅遊	113 年		112 年		108 年	
	人次	百分比	人次	百分比	人次	百分比
總計	2,158	100.00	2,270	100.00	2,038	100.00
會	2,156	99.91	2,268	99.91	2,010	98.63
不會	2	0.09	2	0.09	28	1.37

八、新南向 18 國市場觀光團體受訪旅客對旅行社及導遊服務之滿意度分析

(一) 對旅行社及導遊服務之整體滿意度

由表 9-8-1、表 9-8-2 可知，113 年旅行方式為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」的新南向 18 國觀光團體受訪旅客共有 276 人，有 97.83%對整體旅行社及導遊服務感到滿意。整體印象滿意度平均數為 4.24，標準差為 0.47，顯示傾向滿意。

表 9-8-1 113 年新南向 18 國觀光團體受訪旅客對旅行社及導遊服務的整體滿意程度

單位：人；%

人數 列百分比	總計	滿意程度			普通	不滿意程度		
		合計	非常滿意	滿意		合計	不滿意	非常不滿意
旅行社及導遊服務	276	270	71	199	6	-	-	-
整體滿意度	100.00	97.83	25.72	72.11	2.17	-	-	-

註：「-」表示無調查樣本

表 9-8-2 新南向 18 國觀光團體受訪旅客對旅行社及導遊服務的滿意度

旅行社及導遊服務 之滿意度	113 年		112 年		108 年	
	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差
整體滿意度	4.24	0.47	4.32	0.52	4.66	0.50

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) 對旅行社安排的購物服務之觀感

針對 276 位新南向 18 國觀光團體受訪旅客，調查其對旅行社安排的購物次數及對物品價格的觀感。

由表 9-8-3 可知，113 年旅行社安排新南向 18 國觀光團體受訪旅客的購物次數以 1~2 次為最多，占 55.44%，其次為 3~4 次，占 44.20%。

表 9-8-3 旅行社安排新南向 18 國觀光團體受訪旅客的購物次數

單位：人；%

購物次數	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	276	100.00	327	100.00	162	100.00
0 次	-	-	1	0.31	4	2.47
1~2 次	153	55.44	172	52.60	24	14.81
3~4 次	122	44.20	136	41.59	104	64.20
5~6 次	1	0.36	17	5.19	28	17.28
7~8 次	-	-	1	0.31	2	1.23
9 次以上	-	-	-	-	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

113 年新南向 18 國觀光團體受訪旅客對旅行社安排購物的物品價格的觀感以「實在」為最多，占 64.50%，其次為「貴」，占 32.97%，詳見表 9-8-4。

表 9-8-4 新南向 18 國觀光團體受訪旅客對旅行社安排購物的物品價格的觀感

單位：人；%

對物品價格觀感	113 年		112 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	276	100.00	326	100.00	158	100.00
很便宜	1	0.36	3	0.92	2	1.27
便宜	4	1.45	5	1.53	3	1.90
實在	178	64.50	176	53.99	115	72.78
貴	91	32.97	122	37.42	34	21.52
很貴	2	0.72	20	6.13	4	2.53

(三) 新南向 18 國市場受訪旅客在臺境內搭乘交通工具分析

113 年新南向 18 國受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具，以捷運(77.25%)為最多，其次依序為計程車(48.56%)、臺鐵(42.59%)、公民營客運(33.55%)等，詳見表 9-9-1。

表 9-9-1 新南向 18 國受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具

單位：人次；%

交通工具	113 年		112 年		108 年	
	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率
捷運	1,667	77.25	1,759	77.49	1,480	72.62
計程車	1,048	48.56	1,668	73.48	1,261	61.87
臺鐵	919	42.59	1,202	52.95	514	25.22
公民營客運	724	33.55	869	38.28	811	39.79
遊覽車	359	16.64	482	21.23	242	11.87
Uber(多元化計程車)	349	16.17	324	14.27	184	9.03
高鐵	327	15.15	547	24.10	390	19.14
船舶	130	6.02	236	10.40	341	16.73
小客車租賃	117	5.42	211	9.30	36	1.77
公共自行車	93	4.31	159	7.00	65	3.19
飛機	9	0.42	16	0.70	5	0.25
其他	369	17.10	218	9.60	273	13.40

註：1. 本題為複選題，為旅客選擇交通工具類型之相對百分率，非使用頻率。

2. 「公民營客運」包含台灣好行、雙層觀光巴士等。

3. 「其他」包括自用車、親友開車、公司派車、飯店接送、纜車等。

113 年新南向 18 國觀光團體受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具，以遊覽車(86.23%)為最多，其次依序為計程車(23.55%)、公民營客運(13.04%)等；新南向 18 國非觀光團體受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具，以捷運(87.89%)為最多，其次依序為計程車(52.23%)、臺鐵(48.72%)、公民營客運(36.56%)等，詳見表 9-9-2。

表 9-9-2 113 年新南向 18 國受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具—依旅遊型態分

單位：人次；%

交通工具	全體		觀光團體		非觀光團體	
	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率
捷運	1,667	77.25	13	4.71	1,654	87.89
計程車	1,048	48.56	65	23.55	983	52.23
臺鐵	919	42.59	2	0.72	917	48.72
公民營客運	724	33.55	36	13.04	688	36.56
遊覽車	359	16.64	238	86.23	121	6.43
Uber(多元化計程車)	349	16.17	3	1.09	346	18.38
高鐵	327	15.15	1	0.36	326	17.32
船舶	130	6.02	22	7.97	108	5.74
小客車租賃	117	5.42	-	-	117	6.22
公共自行車	93	4.31	-	-	93	4.94
飛機	9	0.42	2	0.72	7	0.37
其他	369	17.10	-	-	369	19.61

註：1. 本題為複選題，為旅客選擇交通工具類型之相對百分率，非使用頻率。

2. 「公民營客運」包含台灣好行、雙層觀光巴士等。

3. 「其他」包括自用車、親友開車、公司派車、飯店接送、纜車等。

4. 「-」表示無調查樣本。

由表 9-9-3 可知，113 年有 99.39% 的新南向 18 國受訪旅客對在臺境內搭乘之交通工具感到滿意，滿意度平均數為 4.65，標準差為 0.50。共 4 位新南向 18 國受訪旅客表示不滿意意見，其中不滿意交通工具分別為計程車，以及公民營客運。

表 9-9-3 113 年新南向 18 國受訪旅客在臺境內搭乘或使用的交通工具整體滿意程度分布

單位：人；%

人數 列百分比	總計	滿意程度			普通	不滿意程度		
		合計	非常 滿意	滿意		合計	不滿意	非常 不滿意
交通工具	2,158	2,145	1,431	714	9	4	4	-
整體滿意度	100.00	99.39	66.30	33.09	0.42	0.19	0.19	-

註：1. 「-」表示無調查樣本。

2. 僅 4 位新南向 18 國受訪旅客表示不滿意意見，其中不滿意交通工具分別為計程車與公民營客運。

九、新南向 18 國市場受訪旅客對從事低碳旅行之看法

由表 9-10-1 可知，有 82.34% 的新南向 18 國受訪旅客表示未來「願意」從事低碳旅行。

表 9-10-1 113 年新南向 18 國受訪旅客進行低碳旅行之意願

單位：人；%		
是否願意進行低碳旅遊	人數	百分比
總計	2,158	100.00
願意	1,777	82.34
不願意	42	1.95
不知道/不清楚	339	15.71

拾、調查結果-近 6 年變化分析

109 年我國為防範 COVID-19 疫情，於 1 月 24 日宣布旅行業暫停接待大陸觀光團，並於 3 月 19 日宣布邊境管制，限制所有非本國籍旅客入境，直至 111 年 10 月 13 日方開放邊境管制。且我國於 112 年 9 月 1 日起恢復旅居及留學第三地陸籍人士得申請許可來臺從事觀光活動。

由於 109 年因疫情暫停第 2 季調查與母體結構有斷裂不一致情形，及 111 年因邊境持續嚴管未辦理調查，故無 109 及 111 年資料，茲以 113 年與 112 年、110 年、108 年進行分析。

一、近 6 年受訪旅客基本特性變化

(一) 居住地

由表 10-1-1 可知，113 年受訪旅客之居住地分布，以日本為最多；112 年受訪旅客之居住地分布，以香港、澳門為最多；110 年為邊境管制期間，受訪旅客居住地以美國為最多；108 年則以大陸為最多。

表 10-1-1 受訪旅客之居住地分布—近 6 年變化分析

居住地	單位：%			
	113 年 (樣本人數:6,620 人)	112 年 (樣本人數:6,102 人)	110 年 (樣本人數: 2,876 人)	108 年 (樣本人數:8,562 人)
總計	100.00	100.00	100.00	100.00
日本	17.04	13.72	3.30	16.76
大陸	5.26	3.34	5.63	23.88
韓國	12.52	10.91	4.42	9.73
香港、澳門	16.86	19.16	8.17	15.71
新加坡	5.20	6.44	6.61	3.47
馬來西亞	5.56	6.52	0.35	4.20
印尼	2.98	3.33	0.63	2.01
菲律賓	5.98	5.41	0.07	4.45
泰國	5.17	6.24	0.70	3.47
越南	5.14	6.77	0.07	3.73
印度	0.51	0.64	0.24	1.00
美國	8.23	8.11	53.93	4.92
德、英、法	2.52	2.74	4.83	2.24
歐洲其他地區	2.02	2.13	4.62	1.25
紐澳	1.60	1.54	1.22	0.98
其他地區	3.41	3.00	5.22	2.20

註：1.德、英、法為德國、英國及法國；紐澳為紐西蘭與澳洲。

2.其他地區包含亞洲其他地區、美洲其他地區、非洲地區及大洋洲其他地區。

(二) 來臺主要及次要目的

由表 10-1-2 可知，除 110 年為邊境管制期間，受訪旅客來臺主要目的以探親或訪友為最多外，113 年、112 年及 108 年均以觀光為最多，其次為探親或訪友，第三為業務。

表 10-1-2 受訪旅客之來臺主要目的分布－近 6 年變化分析

單位：%

來臺主要目的	113 年 (樣本人數:6,620 人)	112 年 (樣本人數:6,102 人)	110 年 (樣本人數:2,876 人)	108 年 (樣本人數:8,562 人)
總計	100.00	100.00	100.00	100.00
觀光	65.96	67.39	-	75.66
業務	12.69	12.90	25.28	9.27
國際會議或展覽	1.63	1.13	-	0.98
探親或訪友	18.52	17.49	68.88	12.06
求學	0.08	0.57	0.94	0.50
醫療	0.68	0.21	0.45	0.36
其他	0.44	0.31	4.45	1.16

(三) 年齡

由表 10-1-3 可知，113 年與 112 年均以 20-29 歲受訪旅客為最多；110 年與 108 年則以 30-39 歲為最多。

表 10-1-3 受訪旅客之年齡分布－近 6 年變化分析

單位：%

年齡	113 年 (樣本人數:6,620 人)	112 年 (樣本人數:6,102 人)	110 年 (樣本人數:2,876 人)	108 年 (樣本人數:8,562 人)
總計	100.00	100.00	100.00	100.00
12-19 歲	1.92	1.64	1.39	1.61
20-29 歲	28.41	27.86	10.61	26.03
30-39 歲	22.92	24.01	25.76	27.17
40-49 歲	17.64	17.26	19.92	18.66
50-59 歲	19.71	22.91	19.96	14.70
60-64 歲	6.50	4.74	10.12	6.44
65 歲以上	2.90	1.58	12.24	5.38

(四) 性別

由表 10-1-4 可知，113 年與 112 年、108 年受訪旅客均以女性占比較高；110 年則以男性較高。

表 10-1-4 受訪旅客之性別分布—近 6 年變化分析

單位：%

性別	113 年 (樣本人數:6,620 人)	112 年 (樣本人數:6,102 人)	110 年 (樣本人數:2,876 人)	108 年 (樣本人數:8,562 人)
總計	100.00	100.00	100.00	100.00
男性	48.26	48.59	55.42	48.38
女性	51.74	51.41	44.58	51.62

(五) 月份

由表 10-1-5 可知，113 年與 112 年受訪旅客以 12 月旅客占比為最多，110 年、108 年則以 3 月旅客占比為最多。

表 10-1-5 受訪旅客之月份分布—近 6 年變化分析

單位：%

月份	113 年 (樣本人數:6,620 人)	112 年 (樣本人數:6,102 人)	110 年 (樣本人數:2,876 人)	108 年 (樣本人數:8,562 人)
總計	100.00	100.00	100.00	100.00
1 月	6.75	6.74	14.85	6.62
2 月	7.37	7.23	12.10	7.94
3 月	8.85	8.70	16.27	10.20
4 月	8.69	8.52	15.40	7.53
5 月	7.93	8.01	7.58	9.10
6 月	7.37	7.42	-	7.95
7 月	7.31	7.36	-	7.76
8 月	8.16	8.24	-	8.42
9 月	7.49	7.56	7.16	8.69
10 月	8.84	9.05	6.12	8.88
11 月	9.85	9.80	10.19	8.05
12 月	11.39	11.37	10.33	8.86

註：「-」表示無調查樣本。

(六) 最高學歷

由表 10-1-6 可知，113 年與 112 年、110 年、108 年受訪旅客最高學歷均以大專為最多。

表 10-1-6 受訪旅客之最高學歷分布－近 6 年變化分析

單位：％

最高學歷	113 年 (樣本人數:6,620 人)	112 年 (樣本人數:6,102 人)	110 年 (樣本人數:2,876 人)	108 年 (樣本人數:8,562 人)
總計	100.00	100.00	100.00	100.00
小學、中學肄 畢(含高職)	17.72	15.98	11.09	21.58
大專	68.64	66.39	50.90	65.31
碩、博士	13.58	17.13	37.76	12.46
其他	-	-	-	0.01
未回答	0.06	0.50	0.24	0.63

註：「-」表示無調查樣本。

(七) 工作別

由表 10-1-7 可知，113 年受訪旅客以事務支援人員為最多；112 年、110 年與 108 年則以專業人員為最多。

表 10-1-7 受訪旅客之工作別分布－近 6 年變化分析

單位：％

工作別	113 年 (樣本人數:6,620 人)	112 年 (樣本人數:6,102 人)	110 年 (樣本人數:2,876 人)	108 年 (樣本人數:8,562 人)
總計	100.00	100.00	100.00	100.00
民意代表、主管及經理人員	11.21	9.10	18.18	17.30
專業人員	15.88	19.81	38.18	27.18
技術員及助理專業人員	12.42	13.85	4.94	4.47
事務支援人員	19.01	15.63	1.67	13.24
服務及銷售工作人員	14.11	15.78	5.91	10.20
農、林、漁、牧業生產人員	1.69	1.15	0.10	0.18
技藝有關工作人員	3.14	3.03	0.31	0.70
機械設備操作及組裝人員	2.01	2.33	0.28	0.29
基層技術工及勞力工	0.63	1.29	0.14	0.18
家庭管理	6.90	6.95	10.15	6.70
學生	7.16	6.57	4.24	8.90
退休人員	5.20	3.62	14.74	8.91
其他	0.56	0.74	1.15	1.38
未回答	0.08	0.15	-	0.37

註：「-」表示無調查樣本。

(八) 年收入

由表 10-1-8 可知，113 年與 112 年受訪旅客之年收入以 15,000-29,999 美元為最多；110 年與 108 年則以無固定收入為最多。

表 10-1-8 受訪旅客之年收入分布－近 6 年變化分析

單位：%

月份	113 年 (樣本人數:6,620 人)	112 年 (樣本人數:6,102 人)	110 年 (樣本人數:2,876 人)	108 年 (樣本人數:8,562 人)
總計	100.00	100.00	100.00	100.00
9,999 美元以下	7.81	10.55	0.90	4.91
10,000-14,999 美元	<u>18.02</u>	<u>17.47</u>	1.56	9.86
15,000-29,999 美元	25.00	21.81	3.30	<u>18.71</u>
30,000-39,999 美元	16.30	16.32	5.15	13.79
40,000-69,999 美元	9.92	12.78	11.16	12.57
70,000-99,999 美元	5.53	6.11	12.17	4.66
100,000 美元以上	4.27	3.54	<u>26.95</u>	4.30
無固定收入	13.13	11.37	38.77	31.13
未回答	0.02	0.05	0.03	0.08

二、近 6 年受訪旅客旅遊決策

(一) 出發來臺多久前開始計劃行程

受訪旅客出發來臺多久前開始計劃行程之計算，取 0.134912 次方轉換，再求截尾平均數(trimmed mean)，計算出全體及各來臺主要目的別之平均數與標準誤。由表 10-2-1 可知，113 年 受訪旅客平均出發來臺前 41.05 天開始計劃行程，標準誤為 0.40 天；112 年為 28.49 天，標準誤為 0.32 天；110 年為 57.22 天，標準誤為 0.71 天；108 年為 51.71 天，標準誤為 0.37 天。

表 10-2-1 受訪旅客出發來臺多久前開始計劃行程－近 6 年變化分析

單位：天								
出發來臺多久前 開始計畫行程	113 年		112 年		110 年		108 年	
	平均數	標準誤	平均數	標準誤	平均數	標準誤	平均數	標準誤
全體	41.05	0.40	28.49	0.32	57.22	0.71	51.71	0.37

113 年來臺主要或次要目的為觀光之受訪旅客共 5,856 人(以下簡稱為「觀光目的受訪旅客」)；112 年之觀光目的受訪旅客共 5,402 人；110 年之觀光目的(次要目的)受訪旅客共 265 人；108 年之觀光目的受訪旅客共 7,614 人。為探討其來臺觀光資訊管道與影響程度、吸引其來臺觀光之因素，以下「(二)觀光目的受訪旅客之旅遊資訊管道」及「(三)吸引觀光目的旅客來臺觀光原因」兩小節，乃針對觀光目的受訪旅客進行分析。

(二) 觀光目的受訪旅客之旅遊資訊管道

1. 來臺前是否看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導

由表 10-2-2 可知，113 年與 108 年受訪旅客來臺前曾看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導的比率均在六成三以上，高於 112 年。

表 10-2-2 觀光目的受訪旅客來臺前是否看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導—近 6 年變化分析

單位：%

來臺前是否 看過臺灣 觀光宣傳廣告 或旅遊報導	113 年 (樣本人數:5,856 人)	112 年 (樣本人數:5,402 人)	108 年 (樣本人數:7,614 人)
總計	100.00	100.00	100.00
是	62.96	42.56	65.80
否	37.04	57.44	34.20

註：本題針對觀光目的(主要或次要目的為觀光)之受訪旅客分析。

2. 來臺前從哪些管道看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導

由表 10-2-3 可知，113 年觀光目的受訪旅客來臺前曾看過的臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導來源前三高依序為社群網站、搜尋引擎、親友口碑等；112 年與 108 年均以網際網路(含社群網路服務)為最多，其次為親友口碑。

表 10-2-3 觀光目的受訪旅客在哪些管道看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導—近 6 年變化分析

單位：%

觀光資訊管道	113 年 (樣本人數 3,687 人)	112 年 (樣本人數:2,299 人)	108 年 (樣本人數:5,010 人)
社群網站	84.73	...	...
搜尋引擎	74.34	...	...
親友口碑	52.13	64.11	34.05
電視/電台	22.81	26.36	21.72
旅行社宣傳行程、摺頁	18.28	31.67	20.30
報章雜誌	10.20	24.31	11.56
電商平台	5.26	...	...
國際旅遊展覽或特殊活動	3.53	13.01	4.03
地鐵、巴士、航空站等交通運具及場站	1.90	10.48	3.77
戶外廣告或看板	1.41	14.79	3.39
網際網路(含社群網路服務)	...	91.00	69.02

註：1. 本題為複選題，且針對觀光目的(主要或次要目的為觀光)，並於來臺前看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導之受訪旅客分析。

2. 「…」表示無該調查項目。

(三) 吸引觀光目的旅客來臺觀光原因

由表 10-2-4 可知，113 年與 112 年、108 年皆以美食或特色小吃為最高，其次為風光景色。

表 10-2-4 吸引觀光目的旅客來臺觀光原因－近 6 年變化分析

單位：%

吸引來臺觀光原因	113 年 (樣本人數:5,856 人)	112 年 (樣本人數:5,402 人)	108 年 (樣本人數:7,614 人)
美食或特色小吃	87.43	82.17	71.57
風光景色	<u>76.26</u>	<u>69.66</u>	<u>63.66</u>
治安良好	46.74	37.36	5.56
臺灣民情風俗和文化	42.26	36.43	18.05
人民友善	41.02	47.20	14.12
距離居住地近	37.02	27.80	22.41
購物	35.47	35.84	23.85
氣候宜人	16.22	24.40	9.40
歷史文物	13.35	14.31	12.56
民主政治	10.50	5.76	1.02
夜間休閒活動	8.13	9.66	4.94
遊憩設施(遊樂園、高爾夫球場、渡假村…)	2.46	3.33	1.05
自行車旅遊	0.96	1.31	...
節慶活動	0.82	1.55	0.32
醫療保健	0.67	1.78	0.33
水果	...	19.23	15.60
花卉	...	4.78	1.51
體育活動	...	...	0.47
其他	1.71	0.67	4.02

註：1.「…」表示無此選項。

2.本題為複選題，針對觀光目的(主要或次要目的為觀光)之受訪旅客分析。

(四) 旅行安排方式

由表 10-2-5，113 年與 112 年、110 年均以「未請旅行社代訂住宿地點及機票，抵達後未曾參加本地旅行社及線上旅行社(OTA)安排的旅遊行程」為最多。108 年則以「自行規劃行程，請旅行社代訂住宿地點(及機票)」為最多。

表 10-2-5 受訪旅客之旅行安排方式－近 6 年變化分析

單位：人；%

人數 列百分比	總計	觀光團體	非觀光團體			
		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 旅行社代訂 住宿地點 (及機票)	未請旅行社 代訂住宿地 點及機票， 抵達後 曾參加 旅行社行程	未請旅行社 代訂住宿地 點及機票， 抵達後 未曾參加 旅行社行程
113 年	6,620	820	185	363	277	4,975
	100.00	12.39	2.79	5.48	4.18	75.16
112 年	6,102	722	108	439	387	4,446
	100.00	11.83	1.77	7.19	6.34	72.87
110 年	2,876	-	2	273	58	2,543
	100.00	-	0.07	9.49	2.02	88.42
108 年	8,562	1,569	187	3,945	131	2,730
	100.00	18.33	2.18	46.08	1.53	31.89

註：「-」表示無調查樣本。

三、近 6 年受訪旅客旅遊動向

(一) 來臺次數

由表 10-3-1 可知，113 年與 112 年、108 年均以第 1 次來臺為最多，其次為第 2 次；110 年則第 2 次為最多。

表 10-3-1 受訪旅客來臺次數－近 6 年變化分析

單位：%

來臺次數	113 年 (樣本人數:6,620 人)	112 年 (樣本人數:6,102 人)	110 年 (樣本人數:2,876 人)	108 年 (樣本人數:8,562 人)
總計	100.00	100.00	100.00	100.00
第 1 次	46.33	47.67	18.39	57.78
第 2 次	30.06	33.56	28.55	17.43
第 3 次	14.55	12.56	22.88	9.83
第 4 次	4.88	3.21	6.47	3.38
5 次以上	4.18	3.00	23.71	11.59

註：1. 108 年、110 年為「近 3 年來臺次數」。

2. 112 年、113 年為「近 5 年來臺次數」。

(二) 遊覽地點

1、遊覽觀光景點

由表 10-3-2 可知，113 年與 112 年、110 年、108 年受訪旅客遊覽觀光景點均以夜市為最高，其次為臺北 101，再其次為西門町(含西門紅樓)。

整體而言，近 6 年來臺旅客遊覽的觀光景點均以北部地區為主，疫後進入前二十名的北部景點數量增加，中正紀念堂、信義計畫區商圈、平溪的排名逐年上升，墾丁國家公園、阿里山、西子灣、七星潭、愛河、太魯閣、天祥等南部、東部地區景點則呈現排名下滑的趨勢。

表 10-3-2 受訪旅客遊覽觀光景點排名—近 6 年變化分析

單位：%

名次	113 年 (樣本人數:6,620 人)		112 年 (樣本人數:6,102 人)		110 年 (樣本人數:2,876 人)		108 年 (樣本人數:8,562 人)	
	遊覽 景點	相對 百分 率	遊覽 景點	相對 百分 率	遊覽 景點	相對 百分 率	遊覽 景點	相對 百分 率
1	夜市	83.84	夜市	78.43	夜市	41.93	夜市	79.82
2	臺北 101	57.04	臺北 101	56.96	臺北 101	14.12	臺北 101	52.27
3	西門町(含西門紅樓)	56.13	西門町(含西門紅樓)	46.30	西門町	11.02	西門町	41.71
4	中正紀念堂	42.16	九份	40.51	淡水	10.64	九份	36.87
5	九份	41.37	淡水	34.73	陽明山	7.58	故宮博物院	30.93
6	信義計畫區商圈	37.36	中正紀念堂	27.22	北投	7.09	中正紀念堂	30.88
7	平溪	33.17	信義計畫區商圈	27.19	日月潭	5.15	日月潭	20.63
8	淡水	29.94	艋舺龍山寺	24.86	礁溪	5.08	野柳	20.18
9	艋舺龍山寺	24.44	平溪	24.32	象山	4.97	淡水	19.54
10	故宮博物院	23.49	故宮博物院	22.25	墾丁國家公園	4.90	艋舺龍山寺	19.32
11	臺北市永康街商圈	18.87	陽明山	15.86	太魯閣、天祥	4.59	平溪	18.00
12	野柳	18.13	臺北市永康街商圈	14.39	信義計畫區商 圈	4.24	太魯閣、天祥	16.95
13	日月潭	15.53	貓空	13.44	九份	4.00	國父紀念館	16.69
14	臺北車站商圈	15.21	日月潭	13.19	艋舺龍山寺	3.62	墾丁國家公園	16.63
15	北投	14.56	北投	12.52	愛河	3.58	阿里山	13.48
16	陽明山	13.88	野柳	11.46	安平古堡	3.20	士林官邸	10.08
17	貓空	12.22	礁溪	8.96	中正紀念堂	3.09	西子灣	9.57
18	大稻埕	11.99	士林官邸	8.33	阿里山	2.96	七星潭	7.62
19	華山 1914 文化創意產 業園區	11.69	太魯閣、天祥	8.08	旗津海岸公園	2.89	愛河	7.58
20	宮原眼科	10.14	清境農場	8.03	駁二藝術特區	2.75	北投	7.16

註：本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之景點整理

2.遊覽觀光景點所在縣市及地區

由表 10-3-3 可知，113 年與 112 年、110 年、108 年受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市均以臺北市為最高，其次為新北市。

表 10-3-3 受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市排名－近 6 年變化分析

單位：％

名次	113 年 (樣本人數:6,620 人)		112 年 (樣本人數:6,102 人)		110 年 (樣本人數:2,876 人)		108 年 (樣本人數:8,562 人)	
	縣市	相對 百分率	縣市	相對 百分率	縣市	相對 百分率	縣市	相對 百分率
1	臺北市	84.85	臺北市	84.05	臺北市	44.78	臺北市	83.74
2	新北市	60.17	新北市	58.44	新北市	20.34	新北市	56.88
3	臺中市	17.96	南投縣	15.98	臺中市	11.93	南投縣	22.79
4	南投縣	16.47	高雄市	14.27	高雄市	10.15	高雄市	22.40
5	高雄市	16.09	臺中市	12.60	臺南市	9.25	花蓮縣	18.16
6	臺南市	9.53	宜蘭縣	11.70	南投縣	8.41	屏東縣	17.13
7	宜蘭縣	8.85	花蓮縣	9.28	宜蘭縣	7.55	臺中市	14.62
8	基隆市	8.84	臺南市	8.90	花蓮縣	6.15	嘉義縣	13.57
9	桃園市	8.63	桃園市	7.28	屏東縣	5.98	臺東縣	7.36
10	嘉義縣	7.11	嘉義縣	6.01	臺東縣	4.24	臺南市	4.63
11	新竹市	4.47	基隆市	5.60	桃園市	4.00	宜蘭縣	3.01
12	嘉義市	3.43	屏東縣	5.16	嘉義縣	3.62	基隆市	2.15
13	屏東縣	3.13	新竹市	4.21	基隆市	3.23	桃園市	1.99
14	花蓮縣	2.79	新竹縣	3.83	苗栗縣	1.84	新竹縣	0.86
15	彰化縣	2.04	臺東縣	2.36	新竹縣	1.70	彰化縣	0.84
16	新竹縣	1.57	嘉義市	2.13	彰化縣	1.56	新竹市	0.51
17	臺東縣	1.25	苗栗縣	1.52	新竹市	1.50	嘉義市	0.48
18	苗栗縣	0.92	彰化縣	1.28	嘉義市	0.80	苗栗縣	0.40
19	雲林縣	0.59	雲林縣	0.57	澎湖縣	0.70	雲林縣	0.22
20	澎湖縣	0.53	澎湖縣	0.57	雲林縣	0.38	澎湖縣	0.09
21	金門縣	0.06	金門縣	0.08	金門縣	0.38	金門縣	0.06
22	連江縣	0.03	連江縣	-	連江縣	0.10	連江縣	0.01

註：1.本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之景點整理，遊程同時包含多個景點為跨縣市資料。

2.「-」表示無調查樣本。

由表 10-3-4 可知，113 年與 112 年、110 年、108 年受訪旅客遊覽觀光景點所在地區均以北部地區為最高。113 年與 112 年旅客遊覽觀光景點位於北部地區的比率持續成長，中部、南部、東部地區的比率則較 108 年下滑，其中受 113 年 4 月花蓮地震影響，113 年旅客遊覽觀光景點位於東部地區的比率降至 3.52%。

表 10-3-4 受訪旅客遊覽觀光景點所在地區排名－近 6 年變化分析

單位：%

名次	113 年 (樣本人數:6,620 人)		112 年 (樣本人數:6,102 人)		110 年 (樣本人數:2,876 人)		108 年 (樣本人數:8,562 人)	
	遊覽景點 所在地區	相對 百分率	遊覽景點 所在地區	相對 百分率	遊覽景點 所在地區	相對 百分率	遊覽景點 所在地區	相對 百分率
1	北部地區	88.19	北部地區	87.46	北部地區	55.63	北部地區	85.93
2	中部地區	23.88	中部地區	22.52	南部地區	22.64	南部地區	30.04
3	南部地區	23.05	南部地區	21.86	中部地區	19.40	中部地區	29.20
4	東部地區	3.52	東部地區	10.10	東部地區	8.34	東部地區	18.91
5	離島地區	0.62	離島地區	0.66	離島地區	1.04	離島地區	0.16

註：1.本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之景點整理，遊程同時包含多個景點為跨地區資料。

2.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。

3.遊覽夜市

由表 10-3-5 可知，除 113 年受訪旅客遊覽夜市以饒河街夜市為最高外，112 年、110 年、108 年均以士林夜市為最高。

表 10-3-5 受訪旅客遊覽夜市排名－近 6 年變化分析

單位：％

名次	113 年 (樣本人數:6,620 人)		112 年 (樣本人數:6,102 人)		110 年 (樣本人數:2,876 人)		108 年 (樣本人數:8,562 人)	
	遊覽夜市	相對 百分 率	遊覽夜市	相對 百分 率	遊覽夜市	相對 百分 率	遊覽夜市	相對 百分 率
1	饒河街夜市	35.63	士林夜市	37.86	士林夜市	8.17	士林夜市	40.55
2	士林夜市	31.09	饒河街夜市	28.61	饒河街夜市	6.61	寧夏夜市	13.61
3	寧夏夜市	21.19	寧夏夜市	16.75	寧夏夜市	5.70	饒河街夜市	13.29
4	臺中逢甲夜市	11.21	高雄六合夜市	6.69	臺中逢甲夜市	5.70	高雄六合夜市	11.61
5	高雄六合夜市	8.34	臺中逢甲夜市	6.34	臺中一中街夜市	2.12	臺中逢甲夜市	10.39
6	基隆廟口夜市	5.36	迪化街(含大稻埕)夜市	5.95	師大夜市	2.05	華西街夜市	3.64
7	迪化街(含大稻埕)夜市	3.55	華西街夜市	4.92	臺南花園夜市	2.02	師大夜市	2.87
8	高雄瑞豐夜市	3.23	花蓮東大門夜市	3.74	臨江街夜市	1.95	高雄瑞豐夜市	2.60
9	臺中一中街夜市	2.76	基隆廟口夜市	2.93	基隆廟口夜市	1.84	臺中一中街夜市	2.53
10	宜蘭羅東夜市	2.60	宜蘭羅東夜市	2.75	宜蘭羅東夜市	1.81	花蓮東大門夜市	1.75

註：1.本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之夜市整理。

2.所指「夜市」為廣義性的夜市，以夜間營業為主，由攤販、市集、商店及街頭表演等聚集，提供美食小吃及逛街購物的場所。

3.士林夜市地下美食街於 112 年 10 月至 114 年 4 月 16 日間因整修工程暫停營業。

4.最喜歡景點

由表 10-3-6 可知，113 年與 112 年年受訪旅客最喜歡景點均以日月潭為最高；110 年則以臺北 101 為最高；108 年以墾丁國家公園為最高。

表 10-3-6 受訪旅客最喜歡景點排名－近 6 年變化分析

名次	113 年 (樣本人數:6,620 人)			112 年 (樣本人數:6,102 人)			110 年 (樣本人數:2,876 人)			108 年 (樣本人數:8,562 人)		
	最喜歡 景點	到訪 相對 百分 率	喜歡 比率	最喜歡 景點	到訪 相對 百分 率	喜歡 比率	最喜歡 景點	到訪 相對 百分 率	喜歡 比率	最喜歡 景點	到訪 相對 百分 率	喜歡 比率
1	日月潭	15.53	42.70%	日月潭	13.19	35.03%	淡水	10.64	22.88%	墾丁國家公園	16.63	25.56%
2	九份	41.37	21.07%	平溪	24.32	21.77%	臺北 101	14.12	19.21%	日月潭	20.63	25.42%
3	淡水	29.94	16.65%	九份	40.51	20.55%	夜市	41.93	16.92%	九份	36.87	23.60%
4	平溪	33.17	16.48%	夜市	78.43	16.46%	西門町	11.02	12.30%	阿里山	13.48	22.88%
5	野柳	18.13	15.75%	故宮博物院	22.25	15.91%				太魯閣、天祥	16.95	22.61%
6	北投	14.56	13.28%	淡水	34.73	15.20%				平溪	18.00	21.03%
7	故宮博物院	23.49	13.25%	貓空	13.44	14.88%				野柳	20.18	20.43%
8	夜市	83.84	11.62%	陽明山	15.86	12.40%				淡水	19.54	18.17%
9	西門町(含西門紅樓)	56.13	10.50%	野柳	11.46	11.44%				故宮博物院	30.93	14.39%
10	大稻埕	11.99	10.08%	臺北 101	56.96	10.93%				西門町	41.71	13.89%

註：1.本題「最喜歡景點」僅能就曾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百分率達 10%以上者計算。

4.依據喜歡比率從高到低排序名次。

(三) 參加活動情形

由表 10-3-7 可知，113 年與 112 年、110 年、108 年受訪旅客在我國期間參加活動前兩名皆為購物和逛夜市。相較於疫情前，113 年與 112 年旅客在參加按摩指壓、參觀古蹟的比率都增加超過 9 個百分點；參觀展覽比率則較疫情前下滑，從 108 年的 25.84% 降至 113 年的 9.88%。

表 10-3-7 受訪旅客在我國期間參加活動—近 6 年變化分析

單位：%

參加活動	113 年 (樣本人數:6,620 人)	112 年 (樣本人數:6,102 人)	110 年 (樣本人數:2,876 人)	108 年 (樣本人數:8,562 人)
購物	92.33	92.95	87.73	93.69
逛夜市	85.06	78.43	42.04	79.84
參觀古蹟	56.68	50.36	12.13	40.05
按摩指壓	19.97	16.60	12.87	7.46
泡溫泉浴	16.63	23.01	12.97	11.21
登山、健行	14.09	15.26	19.92	...
水域活動(含遊湖、潛水等)	14.00	16.55	3.30	...
生態旅遊(含賞花、鳥、蝶等)	12.87	23.01	10.81	12.06
參觀展覽	9.88	15.40	6.75	25.84
參觀藝文表演活動	9.08	9.95	2.09	0.98
夜總會、PUB 活動	7.63	10.06	5.18	2.27
遊樂園	7.28	16.09	...	...
休閒農場	6.62	13.31	3.51	...
參觀節慶活動(含宗教活動等)	3.56	3.56	1.22	1.61
觀光工廠	1.86	3.36	1.56	3.04
部落觀光	1.69	8.52	1.04	...
醫療保健	0.91	1.11	13.25	0.41
運動或賽事(含自行車旅遊等)	0.35	2.02	2.85	1.13
遊湖	...	...	...	16.46
登山	...	...	...	7.57
主題樂園	...	...	2.96	2.86
卡拉 OK 或唱 KTV	...	...	...	0.76
SPA、三溫暖	...	...	...	0.44
其他	0.79	0.67	3.06	1.89

註：1. 本題為複選題。

2. 「…」表示無此選項。

四、近 6 年受訪旅客消費支出概況

(一) 來臺旅客平均每人每日消費金額之比較

由表 10-4-1 可知，113 年來臺旅客平均每人每日消費金額為 182.83 美元，已恢復至 108 年水準的 93.32%，消費金額呈現疫後持續回升的趨勢。

在消費結構部分，113 年與 112 年、110 年、108 年均以旅館內支出費為最多。

表 10-4-1 受訪旅客平均每人每日消費細項－近 6 年變化分析

單位：美元

期別		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
113 年	金 額	182.83	76.26	37.35	19.20	9.23	7.33	33.46
	結 構 比	100.00%	41.71%	20.43%	10.50%	5.05%	4.01%	18.30%
	增減金額	-13.08	-0.36	-1.13	0.45	3.20	3.04	-18.28
	增減比率	-6.68%	-0.47%	-2.94%	2.40%	53.07%	70.86%	-35.33%
112 年	金 額	180.67	71.52	34.08	20.19	11.40	8.33	35.15
	結 構 比	100.00%	39.59%	18.86%	11.17%	6.31%	4.61%	19.46%
	增減金額	-15.24	-5.10	-4.4	1.44	5.37	4.04	-16.59
	增減比率	-7.78%	-6.66%	-11.43%	7.68%	89.05%	94.17%	-32.06%
110 年	金 額	90.54	42.45	17.26	6.21	1.69	11.15	11.78
	結 構 比	100.00%	46.89%	19.06%	6.86%	1.87%	12.31%	13.01%
	增減金額	-105.37	-34.17	-21.22	-12.54	-4.34	6.86	-39.96
	增減比率	-53.78%	-44.60%	-55.15%	-66.88%	-71.97%	159.91%	-77.23%
108 年	金 額	195.91	76.62	38.48	18.75	6.03	4.29	51.74
	結 構 比	100.00%	39.11%	19.64%	9.57%	3.08%	2.19%	26.41%

註：「增減金額」與「增減比率」係與 108 年相比。

由表 10-4-2 可知，113 年與 112 年、110 年、108 年受訪旅客購物費消費細項均以名產或特產為最多，在其他消費趨勢上，113 年服飾或相關配件、名產或特產，以及茶葉的消費占比均較 108 年增加超過 4 個百分點；珠寶或玉器類、化妝品或香水類則較疫前分別減少 9.67 個百分點及 7.92 個百分點。

表 10-4-2 受訪旅客平均每人每日購物費細項消費金額－近 6 年變化分析

購物費消費項目	113 年		112 年	
	消費金額(美元)	百分比	消費金額(美元)	百分比
總計	33.46	100.00%	35.15	100.00%
服飾或相關配件	<u>6.38</u>	<u>19.10%</u>	<u>5.60</u>	<u>15.91%</u>
珠寶或玉器類	0.42	1.25%	0.51	1.44%
紀念品或手工藝品類	3.47	10.36%	5.14	14.63%
化妝品或香水類	1.73	5.16%	1.41	4.02%
名產或特產	14.40	43.06%	15.37	43.73%
煙或酒類	1.35	4.02%	1.29	3.68%
藥品類或健康食品	0.73	2.17%	0.93	2.64%
電子或電器產品	0.88	2.63%	1.31	3.74%
茶葉	3.91	11.69%	3.29	9.37%
其他	0.19	0.56%	0.30	0.84%

購物費消費項目	110 年		108 年	
	消費金額(美元)	百分比	消費金額(美元)	百分比
總計	11.78	100.00%	51.74	100.00%
服飾或相關配件	<u>2.44</u>	<u>20.71%</u>	<u>7.55</u>	<u>14.59%</u>
珠寶或玉器類	0.54	4.58%	5.65	10.92%
紀念品或手工藝品類	0.49	4.16%	3.80	7.34%
化妝品或香水類	1.13	9.59%	6.77	13.08%
名產或特產	3.28	27.84%	19.93	38.52%
煙或酒類	0.26	2.21%	0.95	1.84%
藥品類或健康食品	0.52	4.41%	1.33	2.57%
電子或電器產品	1.19	10.10%	0.46	0.89%
茶葉	0.66	5.62%	3.63	7.02%
其他	1.27	10.78%	1.67	3.23%

(二) 來臺旅客觀光支出之比較

由表 10-4-3 可得知，113 年來臺旅客觀光支出為 100.28 億美元，為 108 年 144.11 億美元的 69.59%；折合新臺幣為 3,219.67 億元，為 108 年 4,456.49 億元的 72.25%，受來臺旅客人次及平均每人每日消費金額持續增加影響，來臺旅客觀光支出呈現疫後持續回升的趨勢。

表 10-4-3 來臺旅客在臺消費金額—近 6 年變化分析

期別	來臺旅客 人次 (1)	來臺旅客 平均停留 夜數 (2)	來臺旅客 平均每人 每日消費 金額(美元) (3)	來臺旅客 觀光支出 (不含國際機票) (億美元) (4)=(1)×(2)×(3) ÷100,000,000	新台幣 兌美元 月平均 匯率 (5)	來臺旅客 觀光支出 (不含國際機票) (新臺幣億元) (6)=(1)×(2)×(3) ×(5)÷100,000,000
113 年	7,857,686	6.98	182.83	100.28	32.108	3,219.67
112 年	6,486,951	7.39	180.67	86.61	31.150	2,697.92
110 年	140,479	58.55	90.54	7.45	28.022	208.68
108 年	11,864,105	6.20	195.91	144.11	30.925	4,456.49

註：1.「來臺旅客人次」、「平均停留夜數」資料來源為內政部移民署。

2.新臺幣兌美元月平均匯率之資料來源為中央銀行網站。

(三) 主要市場來臺旅客觀光支出之比較

由表 10-4-4 可知，113 年 7 個主要市場來臺旅客觀光支出除美國較 108 年成長外，其餘市場均較 108 年為低，其中以大陸減少 31.45 億美元為最多，為 108 年的 19.05%。相較於 110 年，則 7 個主要市場觀光支出均大幅成長。

113 年 7 個主要市場來臺旅客觀光支出占比以新南向 18 國旅客在臺總消費金額 (36.09 億美元，占全體的 35.99%) 為最高，其次依序為美國 (15.85 億美元，占全體的 15.81%)、日本 (12.23 億美元，占全體的 12.20%)、香港、澳門 (10.92 億美元，占全體的 10.89%)、歐洲 (8.85 億美元，占全體的 8.82%)、韓國 (8.00 億美元，占全體的 7.98%)、大陸 (7.40 億美元，占全體的 7.38%)。112 年 7 個主要市場來臺旅客觀光支出占比以新南向 18 國旅客在臺總消費金額 (33.03 億美元，占全體的 38.14%) 為最高，其次依序為美國 (12.11 億美元，占全體的 13.98%)、香港、澳門 (10.15 億美元，占全體的 11.72%)、日本 (10.03 億美元，占全體的 11.58%)、歐洲 (7.80 億美元，占全體的 9.01%)、韓國 (6.62 億美元，占全體的 7.64%)、大陸 (5.71 億美元，占全體的 6.59%)。110 年以新南向 18 國 (3.66 億美元，占全體的 49.13%) 為最高，其次依序為歐洲 (1.15 億美元，占 15.44%)、大陸 (0.61 億美元，占 8.19%)、美國 (0.60 億美元，占 8.05%)、日本 (0.58 億美元，占 7.79%)、香港、澳門 (0.51 億美元，占 6.85%)、韓國 (0.20 億美

元，占 2.68%)。108 年以大陸 (38.85 億美元，占全體的 26.96%)為最高，其次依序為新南向 18 國(36.34 億美元，占 25.22%)、日本(21.09 億美元，占 14.63%)、香港.澳門(15.47 億美元，占 10.73%)、美國(10.56 億美元，占 7.33%)、韓國 (9.81 億美元，占 6.81%)、歐洲(6.12 億美元，占 4.25%)。

表 10-4-4 主要市場來臺旅客觀光支出—依邊境管制前中後分

市場別	來臺旅客 人次 (1)	來臺旅客平均 停留夜數(夜) (2)	平均每人每日 消費金額(美元) (3)	觀光支出 (億美元) (4)=(1)×(2)×(3) ÷100,000,000	占比
113 年全體	7,857,686	6.98	182.83	100.28	100.00%
新南向 18 國	2,538,154	8.73	162.88	36.09	35.99%
美國	651,264	10.19	238.86	15.85	15.81%
日本	1,319,592	4.80	193.13	12.23	12.20%
香港.澳門	1,310,977	4.46	186.83	10.92	10.89%
歐洲	349,981	12.67	199.51	8.85	8.82%
韓國	1,003,086	4.03	197.98	8.00	7.98%
大陸	438,212	10.97	153.97	7.40	7.38%
112 年全體	6,486,951	7.39	180.67	86.61	100.00
新南向 18 國	2,391,760	8.37	164.98	33.03	38.14
美國	529,532	11.59	197.33	12.11	13.98
香港.澳門	1,199,572	4.75	178.15	10.15	11.72
日本	928,235	5.47	197.62	10.03	11.58
歐洲	298,986	13.27	196.57	7.80	9.01
韓國	744,727	4.19	212.14	6.62	7.64
大陸	226,269	16.47	153.15	5.71	6.59
110 年全體	140,479	58.55	90.54	7.45	100.00
新南向 18 國	68,339	57.84	92.58	3.66	49.13
歐洲	16,413	59.39	118.25	1.15	15.44
大陸	13,267	62.88	73.71	0.61	8.19
美國	11,981	58.90	84.99	0.60	8.05
日本	10,056	52.82	108.77	0.58	7.79
香港.澳門	10,760	51.89	91.92	0.51	6.85
韓國	3,300	56.64	105.60	0.20	2.68

表 10-4-4 主要市場來臺旅客觀光支出－依邊境管制前中後分(續完)

市場別	來臺旅客 人次 (1)	來臺旅客平均 停留夜數(夜) (2)	平均每人每日 消費金額(美元) (3)	觀光支出 (億美元) (4)=(1)×(2)×(3) ÷100,000,000	占比
108 年全體	11,864,105	6.20	195.91	144.11	100.00
大陸	2,714,065	7.17	199.63	38.85	26.96
新南向 18 國	2,772,159	7.69	170.46	36.34	25.22
日本	2,167,952	4.24	229.42	21.09	14.63
香港.澳門	1,758,006	4.22	208.58	15.47	10.73
美國	605,054	10.17	171.61	10.56	7.33
韓國	1,242,598	3.91	201.96	9.81	6.81
歐洲	386,752	10.79	146.68	6.12	4.25

註：1.「來臺旅客人次」資料來源為內政部移民署。

2. 113、112 年與 108 年「平均停留夜數」之資料來源為內政部移民署；110 年為調查資料計算得出。

(四) 購物退稅服務

1、購物是否使用退稅服務

由表 10-4-5 可知，113 年與 108 年受訪旅客使用過退稅服務者占比皆在 2 成以上，高於 112 年與 110 年。113 年使用過退稅服務者占比較 112 年成長 6.41 個百分點。

表 10-4-5 受訪旅客是否使用購物退稅服務－近 6 年變化分析

是否使用 購物退稅服務	單位：%			
	113 年 (樣本人數:6,620 人)	112 年 (樣本人數:6,102 人)	110 年 (樣本人數:2,876 人)	108 年 (樣本人數:8,562 人)
總計	100.00	100.00	100.00	100.00
是	23.22	16.81	1.84	24.29
否	76.78	83.19	98.16	75.71

2、購物退稅手續是否簡便

由表 10-4-6 可知，113 年與 112 年、110 年、108 年受訪旅客覺得購物退稅手續方便者占比皆在 83.02% 以上，113 年為 99.48%。

表 10-4-6 受訪旅客認為購物退稅手續是否簡便－近 6 年變化分析

單位：%

購物退稅手續 是否簡便	113 年 (樣本人數:1,537 人)	112 年 (樣本人數:1,026 人)	110 年 (樣本人數: 53 人)	108 年 (樣本人數:2,080 人)
總計	100.00	100.00	100.00	100.00
是	99.48	98.73	83.02	95.14
否	0.52	1.27	16.98	4.86

(五) 預付費用項目

1、來臺前是否預付費用

由表 10-4-7 可知，113 年受訪旅客來臺前有預付費用者占 53.22%；112 年為 50.51%；110 年為 35.64%；108 年為 80.64%。

表 10-4-7 受訪旅客來臺前是否預付費用－近 6 年變化分析

單位：%

來臺前是否預 付費用	113 年 (樣本人數:6,620 人)	112 年 (樣本人數:6,102 人)	110 年 (樣本人數:2,876 人)	108 年 (樣本人數:8,562 人)
總計	100.00	100.00	100.00	100.00
有預付	53.22	50.51	35.64	80.64
沒有預付	46.78	49.49	64.36	19.36

2、來臺前預付費用項目

由表 10-4-8 可知，113 年與 112 年、110 年、108 年受訪旅客來臺前有預付費用者，預付項目皆以旅館內支出費為最多。

表 10-4-8 受訪旅客來臺前預付費用項目－近 6 年變化分析

單位：%

來臺前預付費用項目	113 年 (樣本人數:3,523 人)	112 年 (樣本人數:3,082 人)	110 年 (樣本人數: 1,025 人)	108 年 (樣本人數:6,904 人)
旅館內支出費	96.71	97.44	99.41	98.12
旅館外餐飲費	30.37	29.14	0.29	25.56
在臺境內交通費	34.09	30.50	0.59	29.21
娛樂費	13.62	20.38	0.49	27.69
雜費	19.64	9.25	0.68	31.82
購物費	0.09	0.49	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

五、近 6 年受訪旅客對臺灣深刻的印象

由表 10-5-1 可知，113 年與 112 年、110 年、108 年受訪旅客對臺灣深刻的印象均以美食佳餚為最高，其中對美食、逛夜市印象深刻的比率均較疫情前大幅增加。

表 10-5-1 受訪旅客對臺灣深刻的印象－近 6 年變化分析

單位：%

深刻印象	113 年 (樣本人數:6,620 人)	112 年 (樣本人數:6,102 人)	110 年 (樣本人數:2,876 人)	108 年 (樣本人數:8,562 人)
美食佳餚	90.66	86.40	45.90	57.72
逛夜市	76.01	61.19	15.51	38.85
自然風光	65.77	67.83	...	...
人情味濃厚	49.91	43.74	41.27	31.98
歷史古蹟	35.88	26.57	2.71	8.89
地方特產	29.27	36.28	4.76	15.29
便利商店	28.81	32.01	21.97	13.41
都會不夜城	19.70	14.44	4.62	6.91
景點	12.57	15.95	12.62	54.71
泡溫泉	12.11	12.78	6.71	6.24
宗教文化	8.93	...	...	...
單車賞景	2.84	3.21	2.54	1.92
書店	2.04	3.47	4.87	5.23
節慶活動	1.51	1.84	0.59	0.60
原住民文化	1.28	3.93	1.67	3.18
旅館(或民宿)住宿體驗	1.25	1.82	1.25	2.35
醫療保健	1.22	0.87	12.27	...
水果	...	19.80	21.56	18.07
寺廟參訪	...	18.45	5.32	8.62
海岸風光	...	...	14.26	31.51
美容醫療	...	...	...	1.61
其他	1.47	0.62	10.29	4.23

註：1. 本題為複選題。

2. 「…」表示無該調查項目。

六、近 6 年受訪旅客對此次來臺之各項滿意度分析

由表 10-6-1 可知，113 年與 112 年、110 年、108 年受訪旅客各項來臺滿意度皆大於 3.57，表示受訪旅客在觀光便利性、觀光環境國際化、環境安全性三大方面都傾向滿意。在來臺整體滿意度平均分數部分，113 年為 4.61 分，高於 112 年、110 年、108 年。

表 10-6-1 受訪旅客此次來臺各項滿意度－近 6 年變化分析

來臺旅客各項滿意度		113 年	112 年	110 年	108 年
觀光 便利 性	入境證照及通關手續便捷	4.40	4.40	4.34	4.20
	通訊 / 網路便利	4.60	4.49	4.25	4.34
	旅遊資訊取得方便	4.58	4.41	4.30	4.37
	境內交通便利	4.63	4.54	4.40	4.46
	來臺交通便利	...	...	4.23	4.53
	海關通關手續便利	...	...	4.39	4.30
	取得臺灣簽證快速	...	...	3.57	4.42
	使用 Free Wi-Fi 便利	...	...	4.06	4.15
觀光 環境 國際 化	路標及公共設施牌示易懂	4.37	4.22	4.24	4.32
	旅遊環境語言溝通良好	4.31	4.11	4.33	4.25
	臺灣民眾態度友善	4.72	4.61	4.60	4.63
環 境 安 全 性	遊憩環境安全	4.62	4.52	4.46	4.58
	社會治安良好	4.68	4.54	4.47	4.61
	住宿設施安全	4.62	4.48	4.47	4.59
	餐飲衛生良好	4.49	4.37	4.21	4.35
	環境衛生良好	...	...	4.26	4.38
整體	來臺整體滿意度	4.61	4.44	4.34	4.49

註：1.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。

2.「…」表示無該調查項目。

七、近 6 年受訪旅客再度訪臺與推薦親友來臺旅遊的意願

由表 10-7-1 得知，113 年與 112 年、110 年、108 年受訪旅客有再度訪臺的意願者占比均在 98.20% 以上。

由表 10-7-2 得知，有再度訪臺意願的旅客，其再訪主要原因除 110 年以探親或訪友為最多外，其餘均以觀光最多。

由表 10-7-3 得知，113 年與 112 年、110 年、108 年受訪旅客表示會推薦親友來臺灣旅遊者占比均在 96.73% 以上。

表 10-7-1 受訪旅客是否會再度訪臺情形－近 6 年變化分析

單位：%

是否會再度 訪臺	113 年 (樣本人數:6,620 人)	112 年 (樣本人數:6,102 人)	110 年 (樣本人數:2,876 人)	108 年 (樣本人數:8,562 人)
總計	100.00	100.00	100.00	100.00
會	99.80	99.84	98.92	98.20
不會	0.20	0.16	1.08	1.80

表 10-7-2 受訪旅客表示會再度訪臺的主要原因－近 6 年變化分析

單位：%

會再度訪臺的 主要原因	113 年 (樣本人數:6,607 人)	112 年 (樣本人數:6,092 人)	110 年 (樣本人數:2,845 人)	108 年 (樣本人數:8,408 人)
總計	100.00	100.00	100.00	100.00
觀光	78.66	76.67	24.64	83.06
業務	10.31	9.67	20.74	7.34
國際會議或展覽	0.70	0.25	0.07	0.43
探親或訪友	9.61	12.94	52.41	8.31
求學	0.03	0.16	0.81	0.25
醫療	0.61	0.21	0.32	0.23
其他	0.08	0.10	1.02	0.38

表 10-7-3 受訪旅客是否會推薦親友來臺灣旅遊情形－近 6 年變化分析

單位：%

是否會推薦親 友來臺灣旅遊	113 年 (樣本人數:6,620 人)	112 年 (樣本人數:6,102 人)	110 年 (樣本人數:2,876 人)	108 年 (樣本人數:8,562 人)
總計	100.00	100.00	100.00	100.00
會	99.89	99.93	96.73	98.77
不會	0.11	0.07	3.27	1.23

八、近 6 年受訪旅客在臺境內搭乘交通工具分析

由表 10-8-1 可知，113 年與 112 年、108 年均以捷運為最高，其次為計程車；110 年則以計程車為最高，其次為捷運。

表 10-8-1 受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具—近 6 年變化分析

單位：人次；%

交通工具	113 年 (樣本人數:6,620 人)	112 年 (樣本人數:6,102 人)	110 年 (樣本人數:2,876 人)	108 年 (樣本人數:8,562 人)
捷運	76.13	79.60	<u>69.33</u>	66.65
計程車	<u>50.51</u>	<u>72.80</u>	90.65	<u>58.25</u>
臺鐵	37.33	48.34	21.52	27.62
公民營客運	33.99	36.25	40.44	36.01
高鐵	17.21	22.50	47.60	15.90
遊覽車	15.77	16.90	1.39	20.85
Uber(多元化計程車)	14.55	13.24	21.45	6.27
船舶	5.79	12.18	4.55	20.26
小客車租賃	4.59	8.14	12.31	2.28
公共自行車	3.10	6.08	10.33	2.53
飛機	0.60	0.84	1.04	0.23
其他	16.54	11.01	25.24	8.92

註：1. 本題為複選題，為旅客選擇交通工具類型之相對百分率，非使用頻率。

2. 「公民營客運」包含台灣好行、雙層觀光巴士等。

3. 「其他」包括自用車、親友開車、公司派車、飯店接送、纜車等。

拾壹、結論與建議

一、結論

1. 113 年來臺旅客與每人每日平均消費金額持續回升，旅客結構朝多元化發展，觀光支出較 112 年成長 15.78%，已恢復至 108 年 69.59%。

113 年來臺旅客達 785 萬 7,686 人次，較 112 年成長 21.13%，已恢復至 108 年的 66.23%；平均每人每日在臺消費金額為 182.83 美元，較 112 年成長 1.2%，已恢復至 108 年的 93.32%，另若考慮近年通貨膨脹與匯率變動影響，將平均每人每日消費金額依我國消費者物價指數變動比率、新臺幣兌美元變動比率予以標準化處理，113 年平均每人每日消費金額則較 112 年成長 2.08%；113 年來臺旅客觀光支出達 100.28 億美元，較 112 年成長 15.78%，並恢復至 108 年的 69.59%。顯示 113 年來臺旅客人次、消費金額與觀光支出均呈現持續復甦的趨勢。

7 個主要市場來臺旅客人次，以新南向 18 國為最多（占全體旅客的 32.30%），其次依序為日本（16.79%）、香港.澳門（16.68%）、韓國（12.77%）、美國（8.29%）、大陸（5.58%）、歐洲（4.45%），各主要市場來臺人次均較 112 年成長；相較於 108 年恢復率以美國為最佳，來臺旅客人次已達 108 年的 107.64%，其次依序為新南向 18 國（恢復 91.56%）、歐洲（恢復 90.49%）、韓國（恢復 80.72%）、香港.澳門（恢復 74.57%）、日本（恢復 60.87%）、大陸（恢復 16.15%）。疫後來臺旅客市場結構重塑，亞洲鄰近市場（除大陸）與美國市場成為支撐復甦的重要引擎，市場多元化趨勢更加明顯。

在消費金額部分，受全球通貨膨脹、日韓貨幣貶值（日圓兌新臺幣較 108 年下跌 33.74%；韓元下跌 12.68%）、花蓮地震與颱風等天災影響減少東部行程、數位購物消費行為增加等因素影響，疫後日均消費結構發生轉變，其中旅館內支出費（76.26 美元）、旅館外餐飲費（37.35 美元）在疫後呈現持續回升的趨勢，消費金額均較 112 年成長，並已接近 108 年表現；在臺境內交通費（19.20 美元）、娛樂費（9.23 美元）、雜費（7.33 美元）則呈現先升後降的趨勢，且該 3 項費用均較 108 年成長，但對比 112 年則呈現下滑的狀況；購物費（33.46 美元）在疫後為呈現持續下滑的趨勢，分別較 112 年下滑 4.81%，較 108 年下滑 35.33%。

在 7 個主要市場的消費支出表現上，以新南向 18 國旅客在臺總消費金額（36.09 億美元，占全體的 35.99%）為最高，其次依序為美國（15.85 億美元，占 15.81%）、日本（12.23 億美元，占 12.20%）、香港.澳門（10.92 億美元，占 10.89%）、歐洲（8.85 億美元，占 8.82%）、韓國（8.00 億美元，占 7.98%）及大陸（7.40 億美元，占 7.38%）。各主要市場觀光支出均較 112 年成長，對比 108 年以美國（成長 50.09%）為最多，其次為歐洲（成長 44.61%）；新南向 18 國（下滑 0.69%）表現接近疫情前水準；其餘市場觀光支出則尚未完全恢復，觀光支出恢復率依序為韓國（恢復 81.55%）、香港.澳門（恢復 70.59%）、日本（恢復 57.99%）、大陸（恢復 19.05%）。

政策說明：

- (1) 臺灣觀光以「多元行銷、全球布局」核心思維將臺灣推向國際，不侷限單一市場，引導業者開發多元產品，持續拓展及佈局全球，並於 113 年陸續設置臺灣觀光服務分處（TTIC）之拓點地區，包含印度孟買、印尼雅加達、法國巴黎、加拿大溫哥華、菲律賓馬尼拉，均較去年同期呈現正成長，持續以全球海外市場為目標客群，爭取全球國際旅客來臺。
- (2) 觀光署遵照行政院 113 年 5 月 30 日院會通過「拓展觀光亮點，帶動兆元產業」施政方向，啟動全新臺灣觀光新品牌，透過觀光品牌全球引客、環島亮點捲動國旅、跨域整合多元旅遊及智慧景區價值升級等四大策略，擴大吸引國際旅客來臺。
- (3) 日本市場目標客群鎖定 20-39 歲年輕族群、50 歲以上中高齡族群為主要行銷對象，以「ビビビビ！台湾」、「你想體驗的事物都在這裡」為宣傳主軸，整合線上/線下多元通路管道（包含 SNS 宣傳、電視媒體、名人帶路、B2C 推廣活動、異業合作）行銷宣傳臺灣為海外旅遊首選目的地，日本市場來臺旅客人次已恢復至疫前 108 6 成（60.87%）。
- (4) 針對韓國客源特性，在韓國以「生態、美食、樂活」三大主題宣傳辦理行銷推廣活動，並運用各式宣傳通路（平面媒體、電子媒體、交通樞紐地區戶外廣告等）行銷臺灣觀光形象與旅遊商品，韓國市場來臺旅客人次已恢復至疫前 108 年 8 成（80.72%）。
- (5) 美國市場受惠於北美來臺航班航點復飛情況較佳，觀光署推動「北美客倍增計畫」，積極聚焦參加重要 B2C 或 B2B 旅展並舉辦推廣會，直接與目標客群互動；藉由與主流市場知名影視節目旅遊頻道合作（如 CNN、Netflix），結合影視行銷主打臺灣旅遊特色；

於交通場站或重要地標刊登戶外廣告宣傳、透過網路自媒體及與網紅社群合作宣傳曝光等，提升臺灣觀光國際知名度及網路聲量。

- (6) 歐洲主要國家陸續擴增來臺航線航點，觀光署結合媒體踩線宣傳，包含邀請主流媒體來臺（如英國 The Times、泰晤士報、獨立報等），深度走訪景點，報導戶外活動、自然景點、茶文化、美食等主題旅遊，並舉辦推廣活動向當地旅行業介紹臺灣，增進特殊興趣客群來臺，並推廣轉機客一程多站旅遊。
- (7) 港澳為高度成熟市場，旅客來臺旅遊模式以自由行為主，觀光署持續強化辦理多元主題旅遊邀訪（業者、媒體、KOL 等）及旅行講座分享，傳達深度探索臺灣魅力印象，並提升「五路齊開（大型旅展、推廣會、戶外廣告、電視媒體、社群媒體等）」廣宣及跨業合作行銷等操作，共同推升臺灣於港澳市場聲量，提醒港澳旅客臺灣「時時有活動、處處皆精采」，全方位引客來臺及導客在臺分區旅遊。
- (8) 大陸市場持續維穩宣傳臺灣多元旅遊風貌與魅力，鞏固觀光品牌曝光度及大陸旅客對臺熟悉度，並自陸方 113 年 8、9 月恢復福建居民赴馬祖與金門旅遊以來，積極行銷小三通旅遊，透過辦理各項旅遊推介會、邀請當地旅行業者、媒體、KOL 等赴金馬熟悉旅遊及取材等，期未來兩岸持續朝友好交流、良性互動之目標推展。

2. 疫後「未請旅行社代訂住宿地點及機票，抵達後未曾參加旅行社行程」旅行安排方式占比持續成長，旅客運用數位資訊進行旅遊決策的比率提升，並加速旅客決策時間，以及對深度體驗的偏好增加。

由 113 年調查結果顯示，非觀光團旅客（87.61%）較 108 年（81.67%）增加，旅行安排方式以「未請旅行社代訂住宿地點及機票，抵達後未曾參加旅行社行程」（75.16%）為最多，較 108 年增加 43.27 個百分點，較 112 年增加 2.29 個百分點，呈現疫後持續成長的趨勢。

在「未請旅行社代訂住宿地點及機票，抵達後未曾參加旅行社行程」旅客比率逐年增加的趨勢下，該類型旅客在旅遊行程安排上更傾向於自我規劃行程、彈性，以及個人化的旅遊方式，影響疫後來臺旅客在旅遊資訊來源管道，以及活動參與型態的變化。首先就旅遊資訊來源管道部分，108 年在網際網路（含社群網路服務）看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導的比率為 69.02%，112 年成長至 91%，113 年調查將網際網路拆分為社群網站與搜尋

引擎，其中在社群網站看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導的比率為 84.73%，搜尋引擎為 74.34%，且顯著高於三名的親友口碑（52.13%）。

在影響旅客決定來臺觀光的程度百分比部分，同樣以社群網站（34.80%）和搜尋引擎（32%）為前兩高，並明顯高於第三的親友口碑（17.21%）或傳統宣傳媒介如電視/電台（5.80%）、旅行社宣傳行程、摺頁（5.68%）等。而影響旅客決策的資訊內容以旅客評論（74.72%）、遊記（54.41%）、攝影或影像紀錄（50.15%）等來自其他旅客分享的真實體驗影響力，高於廣告（21.70%）、影視節目（18.23%）、旅遊雜誌或報導（14.13%）等內容。另一方面，113 年受訪旅客平均出發來臺前 41.05 天開始計劃行程，較 112 年的 28.49 天增長，但較 108 年的 51.71 天縮短，顯示隨著疫情趨緩旅客已逐漸回歸疫前狀態，而旅遊資訊數位化趨勢，也加速了旅客決策流程。

旅行安排方式的變化也驅動疫後旅客從事活動更趨多元，購物、逛夜市雖仍為旅客在臺主要參加活動，但疫後旅客在參觀古蹟、按摩指壓、泡溫泉浴、參觀藝文表演活動、夜總會、PUB 活動的比率均較 108 年成長。這項趨勢也與 Mastercard Economics Institute¹在 2023 年的研究發現相吻合，該研究指出疫情後旅客對獨特和難忘的旅遊體驗需求正在增加，更強調旅程中的體驗而非物質享受。此現象反映「未請旅行社代訂住宿地點及機票，抵達後未曾參加旅行社行程」旅客已成為疫後旅遊市場的主力，其偏好亦帶動整體旅遊活動趨向多元與深度體驗。

政策說明：

- (1) 為光署透過輔導中華民國旅行業品質保障協會辦理「第 12 屆國際金旅獎評選」，特別在國民旅遊類增設微笑南灣組，推廣南部地區 10 大知性展館，另為行銷花蓮，行程若包裝花蓮地區遊程，列為評分加分項目；其次為讓國內外旅客瞭解台灣多樣旅遊面貌，亦將觀光署推動台灣觀光 100 亮點列入國民旅遊類及入境旅遊類的遊程規劃旅遊元素內。113 年度共遴選出 95 條金旅獎遊程，並包含入境旅遊類別之遊程 8 條，因應不同國旅及入境市場旅客之喜好需求打造特色遊程，也進一步讓旅客感受深度台灣魅力文化。
- (2) 觀光署為吸引國際旅客來臺，於海外持續投放並運用戶外廣告、數位廣告、社群媒體、專屬頁面等平台蒐集相關數據資訊，即時調整推廣內容、訊息與目標受眾，使效益最大化，並因應觀光客日趨多元、深度體驗旅遊喜好，聚焦重點主題(如新秘境、新景

¹ Mastercard Economics Institute. (2023). *Travel industry trends 2023*. Retrieved from https://www.mastercardservices.com/en/advisors/economic-consulting/insights/travel-industry-trends-2023?channel=pr&campaign_id=7016e000002aZd3AA&cmp2023.q2.meitravelpress_apac

點、新活動)，鏈結臺灣旅遊產品，結合全球 AI 應用趨勢，以 AI 協助國際旅客提前規劃來臺遊程，提高送客及國際旅客來臺效益。

- (3) 為便利國內外旅客旅遊臺灣，觀光署自 113 年起整合高鐵、台鐵、都會捷運與台灣好行，陸續推出「Taiwan PASS-高鐵版」及「Taiwan PASS-台鐵版」交通電子票券，全年銷售約 2.5 萬張，廣受國內外旅客喜愛；其中捷運部分即納入「北北基好玩卡」，以因應國際旅客北部、都會型旅遊之需求，台灣好行部分則納入 4 條熱門路線（清境、日月潭、阿里山、墾丁快線），引導旅客前往中、南部地區之體驗型景點，並透過日、韓之 KOL 進行宣傳、參與東京旅展、與 OTA 專案合作宣傳，並於 113 年 9 月份推出「Taiwan PASS 高鐵版兩人同行一人免費優惠」，積極以線上為主、線下為輔的方式，建立品牌形象。
- (4) 113 年觀光署致力推動觀光產業「永續韌性」與「數位創新」雙軸轉型，打造高品質旅遊體驗與創新服務，並推動「國家智慧景區」，優先導入 6 個示範景區，以智慧管理、智慧服務及智慧行銷三大面向，發展 AI 智慧管理與決策系統、提升旅遊服務資訊透明度，提供來臺自由行旅客安全便利的旅遊環境，並打造數位觀光旅遊新體驗。

3. 美食與風光景色為臺灣核心吸引力，臺灣旅遊的安全性及友善度也為旅遊決策加分；旅客偏好呈現都市便利與自然體驗並存，疫後景點集中於北部，東部受災致旅遊意願下滑。

108 年吸引旅客來臺觀光原因以美食或特色小吃（71.57%）最高，其次為風光景色（63.66%），第三為購物（23.85%）；113 年同樣以美食或特色小吃最高（87.43%），風光景色（76.26%）次之，第三則為治安良好（46.74%），前兩名的比率與第三名有較大的差距，顯示美食或特色小吃、風光景色一直以來都是吸引國際旅客來臺的核心吸引力，且在疫後有增強的趨勢。同時，美食佳餚（90.66%）、逛夜市（76.01%）、自然風光（65.77%）亦為 113 年受訪旅客對臺灣留下的深刻印象前三高，顯示美食和自然風光除為對來臺旅客具有較強的吸引力的因素外，也讓旅客在實際體驗後獲得深刻的印象，得到來臺旅客的高度認同。在其他吸引原因中，治安良好（46.74%，較 108 年增加 41.18 個百分點）、臺灣民情風俗和文化（42.26%，較 108 年增加 24.21 個百分點）、人民友善（41.02%，較 108 年增加 26.9%）等吸引原因占比均較 108 年成長超過 24 個百分點，顯示旅遊的安全性、友善度也成為吸引國際旅客決定到訪臺灣的重要助力。

在曾遊覽景點方面，疫後來臺旅客遊覽景點以都會型景點為主，如夜市（83.84%，較 108 年增加 4.02 個百分點）、臺北 101（57.04%，較 108 年增

加 4.77 個百分點)、西門町(含西門紅樓)(56.13%，較 108 年增加 14.42 個百分點)、中正紀念堂(42.16%，較 108 年增加 11.28 個百分點)等，主要都會型景點的到訪相對百分率在疫後均呈現成長趨勢。從曾遊覽景點所在區域觀察，疫後旅客旅遊行程出現高度集中於北部地區的趨勢，113 年受訪旅客遊覽觀光景點位於北部地區的相對百分率為 88.19%，較 112 年(87.46%)、108 年(85.93%)增加。而疫後遊覽景點位於中部、南部、東部地區的相對百分率則較 108 年減少。其中，113 年東部地區受到 4 月花蓮地震、7 月、10 月颱風等天災影響對區域觀光造成明顯衝擊，如太魯閣國家公園管理處於地震發生後即宣布因應重創的園區及周邊步道，將無限期閉園以進行修復，截至 114 年 6 月止仍未開放，致 113 年曾遊覽景點位於東部地區的到訪相對百分率降至 3.52%。

就旅客最喜歡景點調查結果而言，喜歡比率較高的景點則多為戶外型景點，113 年旅客最喜歡景點前五名依序為日月潭(喜歡比率 42.7%)、九份(喜歡比率 21.07%)、淡水(喜歡比率 16.65%)、平溪(喜歡比率 16.48%)、野柳(喜歡比率 15.75%)。反映旅客實際行程安排多以都會型景點為主，但在主觀偏好上更傾向具自然或文化深度的體驗型景點。

在交通使用行為方面，捷運為來臺旅客在臺灣境內最主要搭乘的交通工具類型，該項交通工具的使用比率亦從 108 年的 66.65%提升至 113 年的 76.13%，增加 9.48 個百分點。此現象可與都會型景點的集中，以及景點位於北部地區相對百分率成長之結果相互呼應，反映旅客在安排行程時，傾向結合景點集中、交通便利性高的都會型路線，進一步凸顯都市交通基礎建設對旅遊行為的支撐角色。

整體而言，旅客在偏好自然體驗的同時，仍以交通便利的都市景點作為主要行程規劃，呈現出追求都市便利性與自然感知之間的平衡與取捨。此亦說明臺灣未來在觀光資源整合與推廣上，宜持續強化美食與自然風光的主題定位，同時兼顧都市基礎設施與旅遊體驗品質的提升。

政策說明：

- (1) 觀光署持續督導相關國家風景區管理處逐年編列經費，強化中部、南部與東部區域觀光潛力景點建設。
- (2) 調查顯示，旅客偏好都市便利與自然體驗並存，並集中於北區旅遊。觀光署亦持續推動區域觀光圈計畫，114 年度將以 7 個區域觀光圈品牌形象，整合 18 個觀光圈觀光資源，致力規劃環境便利與自然體驗並存，且具臺灣多元特色的區域旅遊產品與條件，並著重國際宣傳策略，積極進行海外宣傳，以引導旅客到 7 個區域觀光

圈旅遊。

- (3) 近年觀光署均於「台灣美食展」中設置主題館，推廣臺灣美食與小吃文化，並將美食及遊程結合做為展覽內容，使旅客在旅遊同時掌握美食據點，呈現出臺灣飲食文化底蘊與歷史脈絡的特色，未來亦持續加強推廣，增進大眾對於臺灣不同特色美食的認識，藉由旅行探索並宣傳臺灣魅力景點。觀光署連續 7 年與米其林合作出版《臺灣米其林指南》，並由台北、擴大至臺中、高雄及臺南地區，政府及產業界持續為提升國際遊客選擇臺灣為全球首選旅遊目的地而努力，吸引更多遊客來臺感受美食最純粹之鮮美及與土地接觸的感動。
- (4) 針對花東地區經歷天災侵襲，為協助花東觀光產業振興，觀光署推動花東觀光產業震後紓困及振興措施，跨部會推出受災觀光產業融資紓困措施、安置旅宿措施、成立「花蓮振興觀光業專案辦公室」等，協助觀光業者紓困與重建。在振興觀光產業措施方面，推出「振興花蓮震後觀光產業實施計畫」及「振興臺東自由行住宿補助方案」，包含自由行住宿優惠、補助團體旅遊、台灣好行及台灣觀巴交通旅運優惠、觀光遊樂業入園優惠、擴大補助外國團客住宿花東及加碼境外包機赴花東觀光獎助計畫等，積極協助花東地區觀光產業日益復甦。
- (5) 為促進區域旅遊平衡，觀光署 113 年攜手 22 縣市推薦全臺 100 處景點，共同推動「台灣觀光 100 亮點」，推動「台灣觀光 100 亮點」，透過 6 大系列活動，鼓勵旅客每月逛亮點、遊活動、享優惠，體驗臺灣各區域四季風情，暢玩全臺一整年，帶動地方觀光產業發展。
- (6) 為活絡國民旅遊及推動臺灣大型觀光節慶活動，觀光署整合並篩選各地方縣市活動，依國際知名度及節慶等特色，推出臺灣觀光雙年曆，對國內、外加強行銷宣傳，並輔導各主辦單位提升活動品質與內涵，以吸引國內外旅客來臺旅遊，進而帶動地方觀光相關產業發展，提升地方觀光收益。另委託專家學者針對活動內容提出改善建議，以輔導各活動主辦單位，結合旅行業、旅宿業、觀光圈及周邊景點觀光元素，推出 2 日以上遊程措施，併同地方城市行銷，推展跨夜跨區旅遊，同時強化外語導覽、增加外文版網站、外語說明牌等相關措施，吸引國際旅客到訪。

(7) 觀光署持續與地方政府合作，鼓勵旅宿業者結合當地特色文化、景點或活動，推出相關加值或住宿優惠方案，吸引旅客留宿。觀光署已於旅宿網推出「優宿專區」，包含「住宿優惠方案」及「平價優質旅宿」二大專區，並持續於旅宿網上更新及曝光、供民眾出遊時選擇。

4. 日本旅客 113 年持續受日圓貶值、旅遊成本上升及日本經濟衰退影響，來臺人次恢復至疫前的六成，日均消費恢復八成四；有過半為重遊旅客；美食、自然風光、距離近與治安好為主要吸引力；以遊覽夜市、西門町、臺北 101、九份最多，最喜歡景點為九份；購物費以「名產或特產」為多，「茶葉」相較其餘主要市場有較高的支出占比。

日本旅客疫後回流未完全恢復，主要受日圓兌新臺幣貶值、旅遊成本上升及日本經濟衰退等影響，在臺日均消費水準尚低於 112 年及 108 年表現。根據內政部移民署統計，113 年日本旅客來臺人次達 131 萬 9,592 人次，為 113 年來臺旅客數量最多的單一國家市場，較 112 年成長 42.16%，較 108 年恢復 6 成，而日本整體出境狀況 113 年較 108 年（疫前）減少 35.22%（資料來源為日本國家旅遊局），顯示來臺趨勢與日本整體出境市場表現一致，非臺灣單一目的地因素所致。

在消費行為上，113 年日本旅客在臺平均每人每日消費金額為 193.13 美元，較 108 年減少 36.29 美元（下滑 15.82%），其中以旅館內支出費減少 25.07 美元（減少 22.71%）為最多，反映日本旅客對住宿價格與旅遊成本更為敏感。雖然整體消費降低，但在臺境內交通費卻略有上升，增加 1.52 美元（成長 7.85%），此現象可能反映日本旅客住宿地點選擇有所改變，例如因降低住宿支出而轉向郊區或非熱門景點周邊住宿，導致交通費用增加；亦可能與旅遊行程中景點串聯數量增加有關。另一方面，日本旅客購物費消費項目以名產或特產為最多（52.95%），其次為茶葉（17.98%），其中茶葉支出占比相對高於其他主要市場。

吸引日本觀光目的旅客來臺觀光主要因素部分，113 年、112 年與 108 年均以美食或特色小吃為最高，113 年受該因素吸引的日本觀光目的旅客占 87.27%，較 108 年增加 4.05 個百分點，其次依序為風光景色（61.12%）、距離居住地近（52.40%）、治安良好（50.34%）等。而美食佳餚（92.38%）、逛夜市（76.60%）、自然風光（60.46%）亦為日本旅客對臺灣印象深刻的前三高項目，與吸引原因一致。同時，數據呈現 113 年有 53.1% 的日本旅客為重遊客，顯示美食、自然風光等元素在激勵旅客再次到訪動機上仍具有高度吸引力。

在參加活動情形上，以購物（92.29%）為最高，其次為逛夜市（86.61%），第三為參觀古蹟（60.64%）。遊覽觀光景點依序為夜市（85.99%）、西門町（含西門紅樓）（57.54%）、臺北 101（57.27%）、九份（52.84%）、平溪（44.33%）等；最喜歡的景點依序為九份（喜歡比率 35.91%）、平溪（喜歡比率 19.80%）、淡水（喜歡比率 19.75%）等。日本旅客實際遊覽或最喜愛的景點多集中於北部地區，尤偏好具文化、歷史或懷舊氛圍的景點。

政策說明：

- (1) 為吸引日本市場目標客群 20-39 歲年輕族群、50 歲以上中高齡族群，觀光署 113 年 9 月 4 日公布日本市場最新台灣觀光形象代言人-妻夫木聰，透過臺灣觀光宣傳影片的拍攝，於電視媒體、社群媒體、戶外及車站廣告等放送宣傳，以「ビビビビ！台湾」為宣傳主題，透過各式通路及代言人的影響力，積極爭取日本旅客來臺觀光。
 - (2) 日本市場運用線上/線下多元媒體通路積極宣傳，並結合日本大型旅展、業者說明會、B2C Roadshow 活動、航空公司共同促銷、異業合作等方式共同向日本民眾宣傳推廣臺灣旅遊產品，同時與日本旅行業協會合作辦理「千人放天燈」等大型引客活動，持續辦理修學旅行、台日 32 同名車站等活動，攜手日本旅行業者、學校、協會共同行銷推廣送客來臺。
5. 香港、澳門旅客人次恢復至疫前的七成五，日均消費恢復九成；美食與風光景色為主要吸引力，且疫後受「人民友善」吸引的比率大幅提升。曾遊覽景點仍以北部為主，但相較其他主要市場，香港、澳門旅客至南部景點的比例較高，顯示其地區性偏好具差異性。

113 年香港、澳門來臺旅客總數為 131 萬 977 人次，為 113 年來臺第二大市場，僅次於日本；較 112 年成長 9.29%，已恢復至 108 年的 74.57%。香港、澳門旅客平均每人每日消費金額為 186.83 美元，較 108 年減少 21.75 美元（下滑 10.43%）；在消費結構中，除娛樂費、雜費較 108 年分別增加 2.86 美元（成長 50.89%）及 5.70 美元（成長 140.74%）外，其餘消費項目均較 108 年減少，其中以購物費減少 12.08 美元（下滑 23.02%）最多；購物花費以名產或特產為最多（50.51%），其次為服飾或相關配件類（19.48%）。

吸引香港、澳門觀光目的旅客來臺觀光主要因素以美食或特色小吃（91.87%）為最高，其次依序為風光景色（71.13%）、距離居住地近（58.93%）、人民友善（48.02%）、治安良好（46.33%）等。相較於 108 年，

各項吸引原因中，除夜間休閒活動（減少 0.56 個百分點）下滑外，其餘皆較 108 年增加，其中以人民友善（增加 33.33 個百分點）、臺灣民情風俗和文化（增加 26.23 個百分點）、距離居住地近（增加 26.13 個百分點）的成長幅度最多。同時，香港.澳門旅客對臺灣留下的深刻印象前四名依序為美食佳餚（92.56%）、逛夜市（79.75%）、自然風光（55.02%）、人情味濃厚（52.06%），這些印象與其旅遊動機高度一致，反映臺灣所具備的吸引力能成功轉化為旅客的實際體驗與深刻回憶。

香港.澳門旅客在我國期間參加活動以購物（95.07%）為最高，其次為逛夜市（86.83%），第三為參觀古蹟（41.67%）；與 108 年相較，除購物（減少 1.06 個百分點）、參觀展覽（減少 6.30 個百分點）、生態旅遊（減少 4.52 個百分點）及運動或賽事（減少 1.48 個百分點）下滑外，其餘皆較 108 年增加，其中參觀古蹟（增加 20.11 個百分點）、按摩指壓（10.83 個百分點）、逛夜市（10.77 個百分點）增加幅度均超過 10 個百分點。反映旅客對文化與紓壓放鬆體驗類型的活動偏好有所成長。

香港.澳門旅客來臺遊覽觀光景點依序為夜市（85.75%）、西門町（含西門紅樓）（53.23%）、臺北 101（35.13%）、淡水（30.29%）等。就遊覽景點所在地區而言，香港.澳門曾遊覽景點位於北部地區的比率為 79.93%，低於日本（97.25%）、韓國（94.93%）旅客，且曾遊覽景點位於南部地區（28.85%）的比率為各主要市場中最高者，反映南部景點對於香港.澳門具有較高吸引力，其中南部景點駁二藝術特區、中部景點日月潭均有排入香港.澳門旅客曾遊覽景點前二十名。

政策說明：

港澳為高度成熟市場，旅客來臺旅遊模式以自由行為主，觀光署持續強化辦理多元主題旅遊邀訪（業者、媒體、KOL 等）及旅行講座分享，傳達深度探索臺灣魅力印象，並提升「五路齊開（大型旅展、推廣會、戶外廣告、電視媒體、社群媒體等）」廣宣及跨業合作行銷等操作，共同推升臺灣於港澳市場聲量，提醒港澳旅客臺灣「時時有活動、處處皆精采」，全方位引客來臺及導客在臺分區旅遊。

6. 韓國旅客人次恢復至疫前的八成，日均消費力接近疫情水準，但消費結構略有轉型，參加活動多元且比率上升。旅客主要受美食、風光景色、距離近吸引，並對美食、逛夜市、自然風光留下深刻印象；其主要遊覽景點為夜市、臺北 101、西門町、九份與中正紀念堂，最喜歡景點為日月潭。

113 年韓國來臺旅客總數為 100 萬 3,086 人次，較 112 年成長 34.69%，已恢復至 108 年的 80.72%。韓國旅客平均每人每日消費金額為 197.98 美元，較 108 年減少 3.98 美元（下滑 1.97%）；在消費結構中，以旅館內支出費較 108 年減少 15.12 美元（下滑 15.49%）為最多，以娛樂費增加 7.63 美元（成長 169.93%）為最多；購物花費以名產或特產為最多（48.88%），其次為服飾或相關配件類（19.59%）。韓國旅客 113 年平均每人每日消費金額較 112 年下滑，可能受韓國匯率變動劇烈影響，從 113 年第 4 季開始，韓元持續走貶（由 113 年 9 月 30 日 1 美元：1,310 韓元，貶至 113 年 12 月 30 日 1：1,470），而第 4 季為韓國旅客赴臺主要旺季，韓元大幅貶值而造成人均消費金額下滑。

韓國旅客在我國期間參加活動以購物（91.56%）為最高，其次為逛夜市（89.51%），第三為參觀古蹟（64.54%）。與 108 年相較，除購物（減少 5.44 個百分點）、參觀展覽（減少 2.01 個百分點）及運動或賽事（減少 0.72 個百分點）外，其餘活動參與比率均有所提升。

在吸引韓國觀光目的旅客來臺觀光原因部分，美食或特色小吃在疫後較 108 年大幅成長（113 年 90.89%；112 年 86.61%；108 年 62.33%），並在 112 年後占比超過風光景色成為吸引韓國旅客來臺主要原因。113 年次高為風光景色（67.19%），第三為距離居住地近（51.30%），比率則與 108 年相近。此外，相較於 108 年，治安良好（增加 25.51 個百分點）、臺灣民情風俗和文化（增加 24.69 個百分點）、人民友善（增加 22.11 個百分點）之成長幅度最為顯著，反映韓國旅客對臺灣的文化、安全與友善形象的高度肯定。同時，美食佳餚（92.04%）、逛夜市（79.73%）、自然風光（68.15%）亦為韓國旅客來臺印象深刻的前三高元素，與吸引旅客的原因相互呼應。

韓國旅客來臺遊覽觀光景點依序為夜市（89.02%）、臺北 101（70.21%）、西門町（含西門紅樓）（69.96%）、九份（61.16%）、中正紀念堂（55.85%）、平溪（52.47%）等。112 年韓國旅客遊覽景點位於東部地區的比率為 12.76%，比率高於日本、香港、澳門、新南向 18 國等主要市場，當年度最喜歡景點為太魯閣、天祥，惟 113 年受到花蓮地震影響，韓國旅客遊覽景點位於東部地區的比率降至 3.86%，北部和中部地區比率則較 112 年增加，反映出 113 年韓

國旅客遊覽景點有向北部集中、中部轉移的跡象，其中，中部地區景點日月潭、宮原眼科的遊覽比率均較 112 年成長，日月潭（喜歡比率 44.88%）更成為 113 年韓國旅客最喜歡景點。綜合韓國旅客曾遊覽景點與最喜歡景點表現，可知韓國旅客在遊覽景點的安排上仍以都市便利與交通考量為主，故景點多集中於北部都會區，而實際偏好則傾向自然與深度體驗型景點。

政策說明：

韓國市場部分，於 113 年 8 月 16 日宣布由知名韓團 Super Junior 成員圭賢擔任代言人，以及新年度觀光宣傳主軸「浪漫就在你身邊」，期望藉由韓國知名藝人的影響力及臺式浪漫元素吸引更多韓國民眾來臺旅遊。

7. 新南向 18 國旅客主要受風光景色、美食吸引，以購物、逛夜市為來臺主要活動，在服飾或相關配件上有較多花費；不論疫情前後皆以日月潭為旅客最喜歡景點。

113 年新南向 18 國來臺旅客達 253 萬 8,154 人次，較 112 年成長 6.12%，已恢復至 108 年的 91.56%，觀光支出達 36.09 億美元，在來臺旅客人次和觀光支出部分，新南向 18 國均為占比最高的區域市場。其中，新南向 18 國旅客人次尚未完全恢復至疫前水準，可能係受到中國大陸近 2 年陸續對東南亞國家放寬簽證措施甚至提供免簽待遇，降低簽證門檻促使相關國家旅客優先選擇前往中國大陸旅遊；另根據 UN Tourism 在 2025 年 1 月發布的《世界旅遊晴雨表》（World Tourism Barometer），亞太地區入境旅遊人次恢復至疫前 87%，顯示新南向 18 國旅客來臺人次仍優於亞太地區整體表現。

新南向 18 國旅客平均每人每日消費金額為 162.88 美元，較 108 年減少 7.58 美元（下滑 4.45%）；在消費結構中，以購物費減少 8.19 美元（減少 19.67%）為最多，以旅館內支出費增加 3.86 美元（增加 6.05%）為最多。購物費消費項目以名產或特產為最多（38.72%），其次為服飾或相關配件（29.25%），其中服飾或相關配件支出高於其他市場，反映新南向旅客對我國時尚、潮流衣著的喜愛。新南向 18 國中，以印度（平均每人每日消費 198.74 美元）、新加坡（198.50 美元）及紐澳（184.60 美元）旅客消費力居前三名，消費結構均以旅館內支出費為最高，旅館外餐飲費次之。

在吸引原因方面，以風光景色（87.68%）為最高，其次依序為美食或特色小吃（84.43%）、購物（46.46%）、治安良好（46.21%）、臺灣民情風俗和文化（43.21%）等，有別於日本、韓國市場，新南向 18 國旅客受風光景色吸引的比率顯著較高。此外，相較於 108 年，113 受到治安良好（成長 40.18 個百分點）、人民友善（成長 24.02 個百分點）及臺灣民情風俗和文化

(成長 18.80 個百分點)、購物 (18.30 個百分點)、距離居住地近 (18.01 個百分點) 吸引的相對百分率成長幅度最多。深刻印象則依序為美食佳餚 (87.07%)、逛夜市 (76.60%)、自然風光 (73.12%)、人情味濃厚 (45.78%) 等，整體而言與吸引原因相近，顯示美食、夜市文化、自然景觀為吸引新南向旅客的優勢。

新南向 18 國旅客在我國期間參加活動以購物 (93.61%) 為最高，其次為逛夜市 (86.98%)，第三為參觀古蹟 (56.26%)；相較於 108 年，以參觀展覽 (減少 10.08 個百分點) 及生態旅遊 (減少 5.31 個百分點) 下滑程度較大；以參觀古蹟成長最多 (增加 17.05 個百分點)，其次依序為參觀藝文表演活動 (增加 9.43 個百分點)、夜總會、PUB 活動 (增加 7.64 個百分點)、按摩指壓 (6.62 個百分點) 等。

新南向 18 國旅客來臺遊覽觀光景點依序為夜市 (85.08%)、臺北 101 (59.50%)、西門町 (含西門紅樓) (57.88%)、九份 (43.88%)、中正紀念堂 (43.84%) 等；最喜歡的景點依序為日月潭 (喜歡比率 38.69%)、九份 (喜歡比率 17.74%)、駁二藝術特區 (喜歡比率 16.89%)、淡水 (喜歡比率 14.62%) 及西門町 (含西門紅樓) (喜歡比率 14.09%) 等。113 年、112 年、108 年新南向旅客最喜歡景點，皆以日月潭為最喜歡景點的第一名。此外，新南向 18 國旅客為遊覽景點位於南部地區 (28.68%) 及中部地區 (27.90%) 比率高於日本 (中部地區 18.79%、南部地區 12.94%)、韓國 (中部地區 20.14%、南部地區 10.62%)，顯示該客群有較高比率從事跨區旅遊。

政策說明：

- (1) 為提升新南向 18 國來臺旅客，本署透過簽證簡化(觀宏專案)、重點專案、代言人與多管道宣傳推廣，吸引更多新南向國家旅客，深化旅遊品牌影響力。
- (2) 新南向 18 國市場穆斯林族群逾 9 億人，為提升臺灣在穆斯林世界能見度及吸引穆斯林族群來臺旅遊，持續規劃爭取國際性穆斯林旅遊評等公證機構來臺踩線，爭取穆斯林關鍵人士關注，提高來臺旅客人次。
- (3) 新南向 18 國中，以印度 (平均每人每日消費 198.74 美元)、新加坡 (198.50 美元) 及紐澳 (184.60 美元) 旅客消費力居前三名。新加坡市場屬高度成熟市場且具備華語溝通文化底蘊，本署目標客群著重一般大眾及吸引重遊客，行銷策略主張「宣傳虛實並進、集客先團後散」，透過戶外實體廣告、多媒體及異業合作等多元管道行銷，積極參加當地大型旅展及舉辦 Road Show 活動，提高市場熱

度與網路聲量。紐澳市場則以操作大型公關廣宣、大型戶外廣宣加強臺灣觀光新品牌曝光及記憶度。

- (4) 印度近年經濟成長快速，新富與中產階層崛起，商務及家庭旅遊比例高且具一定消費能力利基，本署積極爭取龐大「新富階層」及「商務客群」等紅利，於印度市場首推商務旅客、獎勵旅遊及親子遊程（From MICE to Family），積極參加 ITB INDIA、SATTE、OTA 等當地大型旅展，操作大型公關行銷，並於 113 年 2 月設立駐孟買台灣觀光服務分處（Taiwan Tourism Information Center, TTIC），強化臺灣觀光品牌知名度，以吸引更多印度旅客來臺旅遊。
- (5) 另為推廣臺灣觀光遊樂業，觀光署 113 年持續深耕新南向旅遊市場，並以新加坡、馬來西亞、印尼及越南等 4 國為重點推廣市場，透過辦理國際推廣 B2B 及 B2C 活動、目標市場熟悉旅遊、在臺國際學生青年口碑行銷等國際推廣活動，吸引國外團體與自由行旅客深度遊覽深具臺灣特色之主題樂園。

二、建議

1. 建議持續優化自由行服務體驗，推動智慧旅遊與數位行銷升級。

根據調查結果顯示，來臺旅客有 75.16% 的來臺旅客以完全自主旅行方式（未請旅行社代訂住宿地點及機票，抵達後未曾參加旅行社行程），較 108 年增加 43.27%，且較 112 年增加 2.29%。在資訊來源部分，113 年觀光目的來臺旅客行前曾看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導的比率為 62.96%，在各類管道中以社群網站為最高，占 84.73%，其次為搜尋引擎站 74.34%，且高出第三名親朋好友口碑宣傳（52.13%）22.21 個百分點。並以旅客評論、遊記、攝影或影像紀錄為影響程度較大的資訊內容的前三名。顯示數位化已是旅客行前規劃與決策的主要依據。此外，旅客平均出發前 41.05 天規劃行程，較疫情前縮短 10.66 天，反映旅遊決策趨即時、彈性。

基於以上調查發現，由於旅客運用數位資訊進行旅遊決策比率逐年提升，建議宜加強數位行銷與宣傳策略，並參考各國假期安排，規劃不同停留天數的包裝遊程，以吸引更多長宿旅客來臺。其次，隨自由行旅客占比持續成長，建議應持續提升交通、導覽、用餐、住宿等多語服務設施普及率，推動即時資訊與數位支付應用，降低旅客自由行的語言與交通障礙。同時在行銷上，可持續強化社群行銷、KOL 推廣與使用者生成內容（User-generated content, UGC）運用，提升行銷觸及的即時性與旅客共鳴度，進一步鞏固臺灣自由行友善目的地的形象與競爭優勢。

2. 因應天然災害衝擊與旅客集中北部旅遊，建議強化中部、南部與東部區域觀光潛力景點建設與行銷，吸引旅客分流與提高產業韌性。

根據調查結果顯示，疫後來臺旅客遊覽景點有更集中於北部地區的趨勢，113 年受訪旅客遊覽景點位於北部地區的比率高達 88.19%，較 112 年（87.46%）與 108 年（85.93%）增加，而中、南、東部地區在疫後的到訪比率明顯下降，尤其 113 年東部受到地震、風災影響，太魯閣國家公園受損嚴重，也對當地觀光產業帶來重大衝擊，使得造訪東部地區的比率降至 3.52%，反映遊客對旅遊安全的顧慮，以及國際名景點的不可取代性，直接影響該地旅遊復甦速度。

此外，中部地區雖整體到訪比率較 108 年下降，但值得注意的是，日月潭在 113 年仍然是所有景點中旅客最喜愛的第一名景點，喜歡比率達 42.7%，顯示中部地區仍保有具有國際吸引力的核心支撐景點。因此，中部未來仍可作為旅客分流與推升深度體驗旅遊的重要樞紐。

南部地區部分，在疫情前如墾丁國家公園、阿里山、西子灣、愛河等皆曾進入旅客熱門遊覽前二十名，且 108 年旅客最喜歡景點為墾丁國家公園。但在疫後 112 年及 113 年，南部景點皆未能進入熱門景點前二十名，亦未出現於旅客最愛前十名景點之列，顯示旅客旅遊型態轉變（如短程自由行興起）、來臺旅客市場結構變化，以及偏好集中於北部及都會周邊的趨勢，對南部旅遊帶來了顯著挑戰。

疫後來臺旅客以「未請旅行社代訂住宿地點及機票，抵達後未曾參加旅行社行程」（75.16%）為主，且行前規劃時間縮短，旅遊行為傾向短距離、即時調整與高便利性移動。北部地區因景點集中、大眾運輸便利，成為自由行旅客首選，而中南部地區因航班相對較少，且距離北部國際機場較遠，需額外搭乘高鐵或自駕，形成交通門檻，影響旅客意願。而南部旅遊的下降，也可能與旅客傾向短天期停留、集中都市周邊活動有關。然而值得注意的是，來自港澳市場及新南向 18 國的旅客前往南部地區的到訪比率相對較高，具有支撐南部地區旅遊市場的潛力。

基於以上發現，建議持續加強景點優化及開發亮點，提升中、南、東部景點可及性，推行優惠措施或規劃彈性預訂服務等，提高遊覽意願。就中部地區而言，建議加強中部地區日月潭、清境農場等具備國際旅客吸引能力的景點的品質服務提升，尤其日月潭為新南向 18 國、香港、澳門、韓國等主要市場旅客喜歡景點第一名，可做為串聯中部地區周邊景點和活動的核心樞紐。

針對南部地區，建議可降低南部地區交通進入門檻與提高旅遊吸引力，例如結合高鐵、臺鐵與地方交通系統，推出南部旅遊專屬的交通套票。其次，應透過體驗產品設計與行銷包裝，塑造南部旅遊的獨特性與不可替代性，例如墾丁國家公園的海岸風光，並配合限定活動體驗、美食或季節性限定景點等方式，激發旅客「不去會後悔」的心理動機，提升旅客到訪意願。最後，針對到訪率較高的香港、澳門旅客，可結合其偏好，如水域活動（含遊湖、潛水等）相對百分率高於日本、韓國與新南向 18 國，發展並完善自由行產品，進一步鞏固既有客群。

針對東部地區，除增加旅運可及性外，在太魯閣國家公園短期尚無法完全恢復的情況下，積極布局替代景點及活動體驗，如花東縱谷、鹿野高台、池上、瑞穗、三仙台、鯉魚潭、七星潭等，結合地方原民文化體驗與自然資源，形成主題性、特色化、多元化及深度化的新旅遊路線。

3. 建議對日本市場持續以美食、風光景色、地方人文、人情味作為行銷主軸，推廣日式懷舊生活體驗行程。

延續 112 年對日本市場的調查分析結果，113 年調查發現，美食或特色小吃、風光景色、治安良好、人民友善、臺灣民情風俗和文化，仍為吸引日本旅客來臺的重要元素，且「臺灣民眾態度友善」與「社會治安良好」分別為日本旅客滿意度最高的第一與第二名指標，平均分數達 4.69 分與 4.63 分，顯示臺灣在人情味與安全感方面深獲日本旅客認同。

在觀光動向上，日本旅客以參觀古蹟為主要活動的比率高於其他主要市場，且較 112 年及 108 年成長，顯示日本旅客對文化體驗的興趣持續上升。景點偏好方面，九份、平溪、淡水等帶有日式懷舊氛圍與自然景觀的地點，仍是日本旅客來臺旅遊時最喜愛的景點類型。

然而，受日圓兌新臺幣貶值、旅遊成本上升及日本國內經濟衰退影響，日本來臺旅客人次尚未恢復至疫情前水準，113 年來臺人次僅達 108 年的 60.87%。儘管如此，從日本出入國在留管理廳統計資料顯示，113 年日本國人出國人次達 1,300 萬 7,280 人次，僅恢復至 108 年的 64.78%，然而旅客回升速度於 113 年的 8 月後有加速跡象，出境人次逐步回升，顯示市場復甦潛力仍在，需適時加強行銷誘因。

另綜合參考 2025 年 4 月 25 日 Loyalty Marketing 調查，日本旅客受到旅遊費用飆升，約有 4 成旅客將減少海外旅遊，而且旅客也將有意識地節省旅費如交通或住宿成本，也會減少在當地的旅遊消費。另依 2025 年 3 月份 JTB Generation Z's Lifestyle and Travel Survey 報告顯示，Z 世代對旅遊的價值信念，男性將個人興趣與專業領域融入旅行體驗；而女性則由重視物超所值轉變為深度體驗。基於以上觀察，建議未來對日本市場行銷策略應持續以「美食」、「自然風光」、「地方人文」與「人情味」為核心品牌主軸，並深化臺灣安全、友善、舒適生活型態的正面形象。產品設計上，建議推廣結合具臺灣特色節慶活動、在地文化體驗、歷史人文古蹟、獨特自然景致等自由行產品，如放天燈、台灣燈會、文化園區體驗行程、參訪人文古蹟、夜訪野柳公園、溫泉療癒行程等，可強化各地已成熟且定期舉辦之國際型活動引客，另針對日本旅客喜歡鐵道旅遊元素，可加強包裝鐵道沿線景點、辦理車站集章活動，提供日本旅客對文化體驗與鐵道輕旅行的偏好。

4. 建議針對韓國市場以美食、文化體驗、紓壓旅行為宣傳重點，強化中部潛力景點宣傳能量，並推廣東部替代景點。

113 年調查結果顯示，韓國旅客來臺主要受美食或特色小吃（90.89%）、風光景色（67.19%）、距離居住地近（51.3%）等因素吸引。旅行安排方式以自由行為主，在旅遊動向上，113 年與 112 年韓國旅客遊覽景點所在地區均以北部地區為主，比率分別為 94.93%及 92.19%，同時 112 年韓國旅客有較高比率（12.76%）到訪東部地區，惟 113 年受地震、風災影響，該比率降至 3.86%，中部地區到訪比率則從 112 年的 15.92%提升至 20.14%。反映疫後韓國旅客以北部地區為主要旅遊地點，並有一定比率的旅客會擴散至中部、南部、東部地區旅遊，而在東部旅遊吸引力受創的情況下，旅遊地區出現往中部轉移的趨勢。從參加活動來看，以購物、逛夜市、參觀古蹟為主，但對按摩指壓、生態旅遊、泡溫泉浴等紓壓行程亦有較高的參加比率。另一方面，在消費金額結構中，韓國旅客在娛樂費的花費金額也相對較高。

建議針對韓國旅客可以美食、文化體驗、紓壓療癒行程為宣傳主軸，推出結合美食、逛夜市、古蹟巡禮、泡湯、按摩放鬆、登山健行等自由行產品，強化臺灣作為「亞洲短程療癒旅遊首選」的市場定位。

另外日月潭在 113 年成為韓國旅客最喜歡景點，建議可以日月潭為中部核心景點，串聯清境農場、臺中市區購物地點或夜市，設計滿足旅客多元需求的行程內容。就東部地區而言，在太魯閣國家公園尚未完全重建開放的情況下，建議以東部潛力景點或獨特體驗活動進行宣傳，滿足韓國旅客對自然景觀與紓壓療癒的旅遊需求。

附件一：問卷

核定機關：行政院主計總處
核定文號：主普管字第1120400080號
調查類別：一般統計調查
有效期間：112年1月1日至114年12月31日

樣 本 編 號		
居住地	配置月日	流水號

113年來臺旅客消費及動向調查

親愛的旅客：您好！

臺灣交通部觀光署為改進觀光設施及了解各位在臺灣消費情形，以期在未來提供來臺旅客更好的服務品質，敬請接受我們的訪問。謝謝您的協助！

交通部觀光署 敬啟

訪視開始時間：____月____日____時____分

A. 一般資料

A1.請問您於何時抵達臺灣？____年____月____日

A2.請問您最近5年內來臺灣幾次(含這一次)？____次

A3.請問您在出發來臺灣之前多久，開始計畫這次的行程？____天

B. 旅遊決策

B1.請問您這次來臺灣的目的為何？(主要目的請以“A”表示，次要目的請以“B”表示)

- ☐ (1)觀光 ☐ (2)業務 ☐ (3)國際會議或展覽 ☐ (4)探親或訪友 ☐ (5)求學
☐ (6)醫療 ☐ (7)其他_____【本題勾選“觀光”請續答B2.1；其餘請跳答C1.】

B2.1.請問您來臺灣以前，是否曾看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導？

- ☐ (1)是(續答) ☐ (2)否(請跳答B3)

B2.2.請問您來臺灣前曾從下列哪些管道看過的臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導？(複選)

- ☐ (1)搜尋引擎 ☐ (2)社群網站 ☐ (3)電商平台 ☐ (4)電視/電台 ☐ (5)親友口碑
☐ (6)報章雜誌 ☐ (7)戶外廣告或看板 ☐ (8)地鐵、巴士、航空站等交通運具及場站
☐ (9)國際旅遊展覽或特殊活動 ☐ (10)旅行社宣傳行程、摺頁

B2.2.1 上述管道對您決定來臺觀光影響程度較大者依序為(填入問項編號)：

第一【____】、第二【____】、第三【____】

B2.3.承上題，在您曾看過的臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導，對您決定來臺觀光影響程度較大的資訊內容是？(複選)

- ☐ (1)旅客評論 ☐ (2)遊記 ☐ (3)廣告
☐ (4)影視節目 ☐ (5)電影 ☐ (6)旅遊雜誌或報導
☐ (7)獎勵、優惠措施 ☐ (8)攝影或影像紀錄 ☐ (9)其他_____

B3.請問下列哪些是吸引您這次來臺灣觀光的原因？(複選)

- ☐ (1)風光景色 ☐ (2)購物 ☐ (3)美食或特色小吃 ☐ (4)距離居住地近
☐ (5)氣候宜人 ☐ (6)歷史文物 ☐ (7)夜間休閒活動 ☐ (8)節慶活動_____
☐ (9)遊憩設施(遊樂園、高爾夫球場、渡假村...)
☐ (10)醫療保健
☐ (11)臺灣民情風俗和文化 ☐ (12)人民友善 ☐ (13)治安良好
☐ (14)民主政治 ☐ (15)自行車旅遊 ☐ (16)其他_____

C. 消費行為

C1. 請問您的旅行安排方式為：

- ☐ (1) 參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦(參加旅行團)
☐ (2) 自行規劃行程，由旅行社包辦(如交流團、修學旅行、獎勵旅遊、親友團等)
☐ (3) 自行規劃行程，請旅行社代訂住宿地點(及機票)
☐ (4) 未請旅行社代訂住宿地點及機票，抵達後曾參加本地旅行社或線上旅行社(OTA)安排的旅遊行程
☐ (5) 未請旅行社代訂住宿地點及機票，抵達後未曾參加本地旅行社及線上旅行社(OTA)安排的旅遊行程

【勾選(1)者，請續答C2.1及C2.2後跳答C4；勾選(2)或(5)者，請跳答C4；勾選(3)或(4)者，請跳答C3】

C2.1. 請問您對臺灣旅行社及導遊服務的整體滿意程度？

- ☐ (1) 非常滿意 ☐ (2) 滿意 ☐ (3) 普通 ☐ (4) 不滿意 ☐ (5) 非常不滿意

勾選(4)或(5)者，請問您不滿意的項目為何？(複選)

- ☐ (1) 行程內容 ☐ (2) 住宿地點安排 ☐ (3) 交通工具安排(含司機服務)
☐ (4) 餐飲安排 ☐ (5) 導覽解說水準 ☐ (6) 導遊應急處理能力 ☐ (7) 導遊整體服務表現
☐ (8) 其他_____

C2.2. 請問您對臺灣旅行社安排的購物服務觀感：

A. 購物次數：_____次

B. 物品價格：☐ (1) 很便宜 ☐ (2) 便宜 ☐ (3) 實在 ☐ (4) 貴 ☐ (5) 很貴

C3. 請問您來臺灣後，參加本地旅行社或線上旅行社(OTA)安排的行程有幾日遊？(複選)

- ☐ (1) 沒有 ☐ (2) 半日遊 ☐ (3) 1日遊 ☐ (4) 2日遊 ☐ (5) 3日遊以上

C4. 請問您這次在臺灣期間住宿地方為何？(複選)

(非常不滿意給予1分，不滿意給予2分，普通給予3分，滿意給予4分，非常滿意給予5分)

- ☐ (1) 旅館，對其整體滿意程度評分_____ ☐ (2) 民宿，對其整體滿意程度評分_____
☐ (3) 親友家 ☐ (4) 宿舍 ☐ (5) 租屋 ☐ (6) 寺廟、修道院或教會 ☐ (7) 其他_____

C5. 請問您來臺灣之前，有沒有預付個人任何費用？(包括由本人、親友或公司...等支付)

- ☐ (1) 有(請續答) ☐ (2) 沒有(請跳答C7)

C5-1. 請問您所預付費用總額為_____元(幣制_____)(☐ 含 ☐ 不含 機票費)

C6. 請問這次預付費用中包含下列哪些項目？各約多少元？(複選)

- ☐ (1) 旅館(或民宿等)內預付費_____元
☐ (2) 旅館(或民宿等)外餐廳預付費_____元 ☐ (3) 在臺境內交通預付費_____元
☐ (4) 娛樂預付費_____元 ☐ (5) 雜費預付_____元 ☐ (6) 購物預付費_____元

C7.請問您在臺灣期間總共花費_____元(幣制_____) (不包含C5-1預付費用)

C8.請問您上題在臺灣期間總花費包含下列哪些項目?各約多少元(或百分比)?是幾個人的花費?

1.旅館(或民宿等)內支出費_____元_____ % _____人

1.1.其中旅館(或民宿等)住宿費約_____元_____ % _____人

2.旅館(或民宿等)外餐飲費_____元_____ % _____人

3.在臺境內交通費_____元_____ % _____人

4.娛樂費_____元_____ % _____人

5.雜費_____元_____ % _____人

6.購物費_____元_____ % _____人

(1)服飾或相關配件(例如皮包、鞋子...)_____元_____ %

(2)珠寶或玉器類_____元_____ %

(3)紀念品或手工藝品類_____元_____ %

(4)化妝品或香水類_____元_____ %

(5)名產或特產_____元_____ %

(6)煙或酒類_____元_____ %

(7)藥品類或健康食品_____元_____ %

(8)電子或電器用品_____元_____ %

(9)茶葉_____元_____ %

(10)其他(請記錄)_____元_____ %

C9.請問您是否有使用購物退稅服務?

☐ (1)是(請續答) ☐ (2)否(請跳答D1)

C10.請問您覺得購物退稅手續是否簡便?

☐ (1)是 ☐ (2)否

D. 旅遊動向

D1.請問您這次在臺灣期間曾參加過下列那些活動?(複選)

☐ (1)生態旅遊(含賞花、鳥、蝶等)_____ (訪員提示)

☐ (2)運動或賽事(含自行車旅遊等)_____ (訪員提示)

☐ (3)參觀節慶活動(含宗教活動等)_____ (訪員提示)

☐ (4)泡溫泉浴 ☐ (5)按摩、指壓 ☐ (6)夜總會、PUB活動 ☐ (7)參觀展覽

☐ (8)參觀藝文表演活動 ☐ (9)參觀古蹟 ☐ (10)購物 ☐ (11)逛夜市

☐ (12)水域活動(含遊湖、潛水等) ☐ (13)登山、健行 ☐ (14)觀光工廠 ☐ (15)休閒農場

☐ (16)部落觀光 ☐ (17)遊樂園 ☐ (18)醫療保健 ☐ (19)其他_____

D7.請您依這次來臺經驗，對下列項目的滿意程度評分：

	沒有 經驗	非常 滿意	滿意	普通	不滿意	非常 不滿意	不滿意 原因
	0	5	4	3	2	1	
1.觀光便利性							
(1)入境證照及通關手續便捷.....	☐	☐	☐	☐	☐	☐	_____
(2)通訊/網路便利.....	☐	☐	☐	☐	☐	☐	_____
(3)旅遊資訊取得方便.....	☐	☐	☐	☐	☐	☐	_____
(4)境內交通便利.....	☐	☐	☐	☐	☐	☐	_____
2.觀光環境國際化							
(1)路標及公共設施牌示易懂.....	☐	☐	☐	☐	☐	☐	_____
(2)旅遊環境語言溝通良好.....	☐	☐	☐	☐	☐	☐	_____
(3)臺灣民眾態度友善.....	☐	☐	☐	☐	☐	☐	_____
3.環境安全性							
(1)遊憩環境安全.....	☐	☐	☐	☐	☐	☐	_____
(2)社會治安良好.....	☐	☐	☐	☐	☐	☐	_____
(3)住宿設施安全.....	☐	☐	☐	☐	☐	☐	_____
(4)餐飲衛生良好.....	☐	☐	☐	☐	☐	☐	_____
4.整體滿意程度.....		☐	☐	☐	☐	☐	_____

D8.請問依您這次來臺經驗或體驗，您對臺灣留下深刻印象的有那些？(複選)

- ☐ (1)美食佳餚 ☐ (2)自然風光 ☐ (3)泡溫泉 ☐ (4)歷史古蹟
☐ (5)逛夜市 ☐ (6)單車賞景 ☐ (7)地方特產 ☐ (8)宗教文化
☐ (9)都會不夜城 ☐ (10)原住民文化 ☐ (11)醫療保健 ☐ (12)人情味濃厚
☐ (13)書店 ☐ (14)便利商店 ☐ (15)節慶活動 _____
☐ (16)景點 _____
☐ (17)旅館(或民宿)住宿體驗 _____
☐ (18)其他 _____

D9.請問您未來是否願意進行低碳旅行（如選擇綠色、低碳或環保旅館住宿、安排以公眾運輸、單車或健行方式移動的旅遊行程、購入在地特產減少貨物運輸耗能等）？

- ☐ (1)願意 ☐ (2)不願意 ☐ (3)不知道/不清楚

E. 旅客基本資料

E1.國籍：

E2.居住地(國家/地區)：

E3.年齡：☐ (1)12-19歲 ☐ (2)20-29歲 ☐ (3)30-39歲 ☐ (4)40-49歲
☐ (5)50-59歲 ☐ (6)60-64歲 ☐ (7)65-69歲 ☐ (8)70歲以上

E4.最高學歷：☐ (1)小學、中學肄畢(含高職) ☐ (2)大專 ☐ (3)碩、博士 ☐ (4)其他

E5.您的年收入，折合美元大約多少元？

☐ (1)9,999美元以下 ☐ (2)10,000-14,999美元 ☐ (3)15,000-29,999美元
☐ (4)30,000-39,999美元 ☐ (5)40,000-69,999美元 ☐ (6)70,000-99,999美元
☐ (7)100,000美元以上 ☐ (8)無固定收入

E6.工作別：

☐ (1)民意代表、主管及經理人員 ☐ (2)專業人員 ☐ (3)技術員及助理專業人員
☐ (4)事務支援人員 ☐ (5)服務及銷售工作人員 ☐ (6)農、林、漁、牧業生產人員
☐ (7)技藝有關工作人員 ☐ (8)機械設備操作及組裝人員 ☐ (9)基層技術工及勞力工
☐ (10)家庭管理 ☐ (11)學生 ☐ (12)退休人員 ☐ (13)其他

E7.性別：☐ (1)男性 ☐ (2)女性

※其他紀錄(請訪員紀錄旅客最滿意和最不滿意的感受，及其他意見)：

最滿意：_____

最不满意：_____

其他：_____

~~~~~ 訪問到此結束，感謝您的合作！敬祝您旅途愉快！！~~~~~

F1.訪視結束時間：\_\_\_\_\_時\_\_\_\_\_分    訪員簽名：\_\_\_\_\_

|                                     |
|-------------------------------------|
| 核定機關：行政院主計總處                        |
| 核定文號：主普管字第 1120400080 號             |
| 調查類別：一般統計調查                         |
| 有效期間：112 年 1 月 1 日至 114 年 12 月 31 日 |

| 樣 本 編 號 |      |     |
|---------|------|-----|
| 居住地     | 配置月日 | 流水號 |
|         |      |     |

## 2024 Annual Survey of Visitors Expenditure and Trends in Taiwan

Dear Sir or Madam,

In order to improve the quality of our tourism facilities and services, Taiwan's Tourism Administration is conducting this survey to obtain a comprehensive understanding of your consumption behavior during your stay in Taiwan. To help us better understand your needs, the Tourism Administration would appreciate your time in filling out this survey.

Tourism Administration

訪視開始時間：\_\_\_\_月\_\_\_\_日\_\_\_\_時\_\_\_\_分

### A. General Information

- A1. When did you arrive in Taiwan on this trip? Date : \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_(yy/mm/dd)
- A2. How many times have you been to Taiwan in the past five years (including this time)? \_\_\_\_\_
- A3. How many days did you spend planning for this trip before you left for Taiwan? \_\_\_\_\_ days

### B. Plan for Your Trip

B1. What are the purposes of taking this trip to Taiwan?

**(Indicate by marking "A" for the main purpose and "B" for the secondary purpose.)**

- ☐ (1) Sightseeing    ☐ (2) Business    ☐ (3) International Conference or Exhibition
- ☐ (4) Visiting friends or relatives    ☐ (5) Studies    ☐ (6) Medical Treatment
- ☐ (7) Others (Please specify) \_\_\_\_\_

**(If your answer is "(1)", please go to B2.1. Otherwise, please go to C1.)**

B2.1. Have you ever obtained pre-travel information about Taiwan from official government tourism promotion campaigns or travel reports? ☐ (1) Yes **(Please go to B2.2.)**    ☐ (2) No **(Please go to B3)**

B2.2. Before coming to Taiwan, from which of the following channels have you seen tourism advertisements or travel reports about Taiwan? **(Select all that apply)**

- ☐ (1) Search engines    ☐ (2) Social media    ☐ (3) E-commerce platforms
- ☐ (4) TV/radio    ☐ (5) Word-of-mouth recommendations from friends or relatives
- ☐ (6) Newspapers, magazines, books    ☐ (7) Outdoor advertisements or billboards
- ☐ (8) Underground(subway), buses and bus stations, airplane and airport
- ☐ (9) International tourism exhibitions or special events
- ☐ (10) Tourism leaflets of travel agencies

B2.2.1 Which of the above-mentioned channels has exercised greater impact on your decision to visit Taiwan. **(fill in the option number):**

First (\_\_\_\_), Second (\_\_\_\_), Third (\_\_\_\_)

B2.3. In continuation from the previous question, which information contents about tourism advertisement or travel reports on Taiwan you have seen exercise greater impact on your decision to visit Taiwan? **(Select all that apply)**

- ☐ (1) Traveler reviews    ☐ (2) Travel notes    ☐ (3) Advertisements
- ☐ (4) Film and television programs    ☐ (5) Movies    ☐ (6) Travel magazines or reports
- ☐ (7) Incentives and preferential measures    ☐ (8) Photography or video records
- ☐ (9) Others \_\_\_\_\_

B3. What attracted you to come to Taiwan for sightseeing this time? **(Check all that apply)**

- ☐ (1) Scenery ☐ (2) Shopping ☐ (3) Gourmet food or delicious snacks ☐ (4) Geographical convenience  
☐ (5) Weather ☐ (6) Historical relics ☐ (7) Night life ☐ (8) Festival activities  
☐ (9) Recreational facilities (e.g. amusement parks, golf courses, resort villages) ☐ (10) Health care  
☐ (11) Taiwan's customs and culture ☐ (12) Friendliness of the people ☐ (13) Safe social environment  
☐ (14) Democracy ☐ (15) Cycling trip ☐ (16) Others (please specify) \_\_\_\_\_

## C. Expenditure Behavior

C1. How did you arrange this trip to Taiwan?

- ☐ (1) Group tour arranged through a travel agency. (Joined a tour group)  
☐ (2) Individual tour arranged through a travel agency. (Examples: exchange program, school holiday trip, incentive travel, family and friends tour group, etc.)  
☐ (3) Individual tour arranged through a travel agency only for booking accommodations (and tickets.)  
☐ (4) Without any arrangements through travel agencies/OTA for booking accommodations and tickets; jointed the activities arranged by a Taiwan travel agency after arrival.  
☐ (5) Without any arrangements through travel agencies/OTA for booking accommodations and tickets; no arrangements by a Taiwan travel agency after arrival.

**(If your answer is “(1)”, please go to C2.1 and C2.2, then skip to C4. If your answer is “(2) or (5)”, please go to C4. If your answer is “(3) or (4)”, please go to C3.)**

C2.1. How satisfied, as a whole, do you find the local travel agencies and tour guide services in Taiwan?

- ☐ (1) Very satisfied ☐ (2) Satisfied ☐ (3) Neutral ☐ (4) Dissatisfied ☐ (5) Very dissatisfied

If you selected the answer as (4) or (5), what are the items you find dissatisfied with? **(Select all that apply)**

- ☐ (1) Itinerary ☐ (2) Accommodations ☐ (3) Transportation (including driver services)  
☐ (4) Meals ☐ (5) Professionalism of the Tour guides  
☐ (6) The tour guides' ability to handle emergencies  
☐ (7) The tour guides' integral service performances.  
☐ (8) Others \_\_\_\_\_

C2.2. What are your comments on shopping arranged by the local travel agency?

A. Number of shopping trips: \_\_\_\_\_ times

- B. Commodity prices: ☐ (1) Very low-price ☐ (2) Low-price ☐ (3) Good-price  
☐ (4) High-price ☐ (5) Very high-price

C3. After arrival, have you ever made travel arrangements through local travel agencies/OTA?

**(Please check all that apply)**

☐ (1) none   ☐ (2) half-day tour   ☐ (3) one-day tour   ☐ (4) two-day tour   ☐ (5) over three-day tour

C4. Where did you stay during this visit to Taiwan? **(Please check all that apply, if required, rate your general impressions, using a scale of 1-5, with "5" meaning very satisfied and "1" meaning very dissatisfied.)**

☐ (1) Hotels, how do you rate them? \_\_\_\_\_

☐ (2) Guest houses (or B&B), how do you rate them? \_\_\_\_\_

☐ (3) The home of relatives or friends   ☐ (4) Dormitory   ☐ (5) Rental apartments

☐ (6) Temples, seminaries, or churches

☐ (7) Others (please specify) \_\_\_\_\_

C5. Did you pay any prepaid travel expenses for personal itinerary before arrival? (prepaid by yourself, your relatives, your company...etc.) ☐ (1) Yes **(Please go to C5.1.)**   ☐ (2) No **(Please go to C7.)**

C5-1. How much did you prepay before arrival? \_\_\_\_\_ **(Type of currency : \_\_\_\_\_)**  
**(Air/ship fare: ☐ (1) include   ☐ (2) excluded)**

C6. Which of the following expenses did you prepay before arrival? **(Please check all that apply)**

☐ (1) Hotel (or guest houses etc.):

☐ (2) Restaurants outside hotel (or guest houses etc.): \_\_\_\_\_

☐ (3) Local transportation: \_\_\_\_\_ ☐ (4) Prepaid entertainment expenses:

☐ (5) Prepaid miscellaneous expenses: \_\_\_\_\_

☐ (6) Prepaid shopping expenses: \_\_\_\_\_

C7. How much money in total did you spend in Taiwan on this trip? **(Please exclude C5-1. prepayments)**  
\_\_\_\_\_ **(Type of currency : \_\_\_\_\_)**

C8. Please itemize these expenses in terms of their amount (or percentage) and persons.

- |                                                                   |       |          |         |           |
|-------------------------------------------------------------------|-------|----------|---------|-----------|
| 1. Hotel (or guest houses etc.) bills:                            | _____ | \$ _____ | % _____ | person(s) |
| 1.1. The hotel (or guest houses etc.) accommodation fee is about: | _____ | \$ _____ | % _____ | person(s) |
| 2. Meals excluding hotel (or guest houses etc.) meals:            | _____ | \$ _____ | % _____ | person(s) |
| 3. Local transportation:                                          | _____ | \$ _____ | % _____ | person(s) |
| 4. Entertainment:                                                 | _____ | \$ _____ | % _____ | person(s) |
| 5. Miscellaneous expenses:                                        | _____ | \$ _____ | % _____ | person(s) |
| 6. Shopping:                                                      | _____ | \$ _____ | % _____ | person(s) |
| (1) Clothes or accessories: _____ \$ _____ %                      |       |          |         |           |
| (2) Jewelry or jade: _____ \$ _____ %                             |       |          |         |           |
| (3) Souvenirs or handicraft products: _____ \$ _____ %            |       |          |         |           |
| (4) Cosmetics or perfumes: _____ \$ _____ %                       |       |          |         |           |
| (5) Local special products: _____ \$ _____ %                      |       |          |         |           |
| (6) Tobacco or alcohol: _____ \$ _____ %                          |       |          |         |           |
| (7) Cosmeceuticals or health food: _____ \$ _____ %               |       |          |         |           |
| (8) 3C or electric appliances: _____ \$ _____ %                   |       |          |         |           |
| (9) Tea: _____ \$ _____ %                                         |       |          |         |           |
| (10) Others (please specify): _____ \$ _____ %                    |       |          |         |           |

C9. Did you claim a tax refund prior to departure?

☐ (1) Yes. **(Please go to C10.)**      ☐ (2) No. **(Please go to D1.)**

C10. Were the refund procedures easy to follow and convenient?

☐ (1) Yes.      ☐ (2) No.

## D. Tourist Behavior

D1. Please check all activities that you have participated in during your stay in Taiwan.

☐ (1) Eco tour: (e.g Bird watching 、flower viewing or butterfly appreciation) \_\_\_\_\_ (Hint)

☐ (2) Sports or sporting competitions (including cycling trip etc.): \_\_\_\_\_ (Hint)

☐ (3) Festival activities (including religious activities etc.): \_\_\_\_\_ (Hint)

☐ (4) Hot spring soaking      ☐ (5) Massage or acupressure      ☐ (6) Pubs or night clubs

☐ (7) Exhibitions      ☐ (8) Cultural events      ☐ (9) Historical relics sightseeing      ☐ (10) Shopping

☐ (11) Night market      ☐ (12) Aquatic activities (including lake tour or diving etc.)

☐ (13) Hiking/trekking/backpacking/mountaineering      ☐ (14) Tourism factory

☐ (15) Leisure farm      ☐ (16) Tribal tourism      ☐ (17) Amusement park      ☐ (18) Health care

☐ (19) Others (please specify) \_\_\_\_\_

D2.1. What tourist spots have you visited on this trip?

\_\_\_\_\_

D2.2. Your favorite tourist spot is: \_\_\_\_\_ Why? \_\_\_\_\_

D3. Which of the following means of transportation have you taken or employed in Taiwan this time?

**(Select all that apply)**

☐ (1) High-speed rail    ☐ (2) Train    ☐ (3) MRT    ☐ (4) Airplane    ☐ (5) Coach    ☐ (6) Taxi

☐ (7) Car rental    ☐ (8) Public bicycle    ☐ (9) Ferry

☐ (10) Bus (Includes Taiwan Tourist Shuttle Bus, Double decker Sightseeing Bus etc.)

☐ (11) Uber (diversified taxi)    ☐ (12) Others \_\_\_\_\_

D4. In continuation from the previous question, how satisfied, as a whole, do you find with the means of transportation you have taken or employed in Taiwan?

☐ (1) Very satisfied    ☐ (2) Satisfied    ☐ (3) Neutral    ☐ (4) Dissatisfied    ☐ (5) Very dissatisfied

If you selected the answer as **(4) or (5)**, what are the items you find dissatisfied with? **(Select all that apply)**

☐ (1) High-speed rail    ☐ (2) Train    ☐ (3) MRT    ☐ (4) Airplane    ☐ (5) Coach    ☐ (6) Taxi

☐ (7) Car rental    ☐ (8) Public bicycle    ☐ (9) Ferry

☐ (10) Bus (Includes Taiwan Tourist Shuttle Bus, Double decker Sightseeing Bus etc.)

☐ (11) Uber (diversified taxi)    ☐ (12) Others \_\_\_\_\_

D5. Will you visit Taiwan again?

☐ 1. Yes. The main purpose is:

☐ (1)Sightseeing      ☐ (2)Business      ☐ (3)International Conference or Exhibition

☐ (4)Visiting friends or relatives      ☐ (5)Studies      ☐ (6)Medical Treatment

☐ (7)Others(please specify)\_\_\_\_\_

☐ 2. No. Why not?\_\_\_\_\_

D6. Will you recommend friends or relatives to visit Taiwan?

☐ (1)Yes      ☐ (2)No. Why not?\_\_\_\_\_

D7. How do you rate your satisfaction with the experiences you had during your stay in Taiwan?

|  | not<br>applicable | very<br>satisfied | satisfied | neutral | dissatisfied | very<br>dissatisfied | the reasons of<br>dissatisfaction |
|--|-------------------|-------------------|-----------|---------|--------------|----------------------|-----------------------------------|
|  | 0                 | 5                 | 4         | 3       | 2            | 1                    |                                   |

### 1. Convenience

- |                                                        |                          |                          |                          |                          |                          |                          |       |
|--------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|-------|
| (1) Entry permit and customs clearance procedures..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____ |
| (2)Communication/Internet facilities                   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____ |
| (3)Access to tourism information.....                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____ |
| (4) Local transportation.....                          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____ |

### 2. Environment internationalization

- |                                                             |                          |                          |                          |                          |                          |                          |       |
|-------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|-------|
| (1)Clearness of road signs and public facilities signs..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____ |
| (2)Access to services in English.....                       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____ |
| (3)Friendliness of Taiwan people.....                       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____ |

### 3. Safety

- |                                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |       |
|------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|-------|
| (1)Safety of recreational environment... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____ |
| (2)Safety of social environments.....    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____ |
| (3)Safety of accommodation facilities... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____ |
| (4)Good food hygiene.....                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____ |

**4. Please rate your overall satisfaction with this trip to Taiwan.....**

☐      ☐      ☐      ☐      ☐      \_\_\_\_\_

D8. What are your deepest impression of Taiwan in this trip? **(Please check all that apply)**

- ☐ (1)Culinary delights    ☐ (2) Natural landscape      ☐ (3)Hot springs☐ (4)Historical relics
- ☐ (5)Night markets sightseeing    ☐ (6)Cycling fun    ☐ (7)Famous local products    ☐ (8)Religious culture
- ☐ (9)Night life      ☐ (10)Aboriginal culture      ☐ (11)Health care
- ☐ (12)Local friendliness and hospitality    ☐ (13)Book stores      ☐ (14)Convenience stores
- ☐ (15)Festival activities\_\_\_\_\_
- ☐ (16)Tourist spots(including amusement park)\_\_\_\_\_
- ☐ (17)The accommodation experience ( hotels or guest houses, etc.)\_\_\_\_\_
- ☐ (18)Others(please specify)\_\_\_\_\_



D9. Are you willing to carry out low-carbon travels in the future (such as choosing green, low-carbon or environmental-friendly hotel for accommodation, arrangements of travel itineraries using public transportation, bicycle or hiking, and purchase of local specialties to reduce energy consumption in cargo transportation, and so forth)?

☐ (1) Willing   ☐ (2) Unwilling   ☐ (3) Without any knowledge/No idea

## E. Personal Information

E1. Nationality: \_\_\_\_\_

E2. The country/area of your residence: \_\_\_\_\_

E3. Age: ☐ (1) 12-19   ☐ (2) 20-29   ☐ (3) 30-39   ☐ (4) 40-49   ☐ (5) 50-59  
☐ (6) 60-64   ☐ (7) 65-69   ☐ (8) 70 and over

E4. Education:

☐ (1) Primary, junior, senior high schools or vocational high school  
☐ (2) College or university   ☐ (3) Graduate school (master or doctor)  
☐ (4) Others \_\_\_\_\_

E5. Annual income: **(converted to USD)**

☐ (1) Under 9,999   ☐ (2) 10,000-14,999   ☐ (3) 15,000-29,999   ☐ (4) 30,000-39,999  
☐ (5) 40,000-69,999   ☐ (6) 70,000-99,999   ☐ (7) Over 100,000   ☐ (8) No fixed income

E6. Occupation:

☐ (1) Legislators, Senior Officials and Managers   ☐ (2) Professionals  
☐ (3) Technicians and Associate Professionals   ☐ (4) Clerical Support Workers  
☐ (5) Service and Sales Workers   ☐ (6) Skilled Agricultural, Forestry and Fishery Workers  
☐ (7) Craft and Related Trades Workers   ☐ (8) Plant and Machine Operators, and Assemblers  
☐ (9) Elementary Laborers   ☐ (10) Housewife/Househusband   ☐ (11) Student  
☐ (12) Retired   ☐ (13) Others \_\_\_\_\_

E7. Gender: ☐ (1) Male   ☐ (2) Female

### Other suggestions:

What part of the trip did you find most satisfying and least satisfying in this trip?

The most satisfying : \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

The least satisfying : \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Other opinions : \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

~~ Thank You for Your Cooperation ~~ Have a Nice Trip Home!

F1. 訪視結束時間： \_\_\_\_時\_\_\_\_分

訪員簽名： \_\_\_\_\_

|                                                                                  |
|----------------------------------------------------------------------------------|
| 核定機關：行政院主計總處<br>核定文號：主普管字第1120400080號<br>調查類別：一般統計調查<br>有效期間：112年1月1日至114年12月31日 |
|----------------------------------------------------------------------------------|

| 樣 本 編 號 |      |     |
|---------|------|-----|
| 居住地     | 配置月日 | 流水號 |
|         |      |     |

## 2024年訪台外国人旅行者の台湾における消費動向調査

旅行者の皆様：

この度、台湾交通部観光署では、観光施設の充実を図り、皆様により良いサービスを提供するため、旅行者の皆様にアンケートを実施することになりました。アンケートは、調査、研究を委託された私たちで行っております。お忙しいところ誠に恐縮ですが、調査の趣旨をご理解いただき、ご協力下さいますようお願い致します。

交通部観光署

訪視開始時間： \_\_\_\_月 \_\_\_\_日 \_\_\_\_時 \_\_\_\_分

### A. 一般資料

A1.いつ台湾にいらっしゃいましたか。 \_\_\_\_年 \_\_\_\_月 \_\_\_\_日

A2.この五年間で何回台湾にいらっしゃいましたか。(今回を含む) \_\_\_\_回

A3.今回の台湾旅行は、いつ頃計画されましたか？ \_\_\_\_日前より

### B. 観光プランについて

B1.今回台湾にいらした目的は何ですか。(メイン目的をAで、サブ目的をBで記入して下さい。)

- ☐ (1)観光      ☐ (2)ビジネス      ☐ (3)国際会議または展示会（見本市）  
☐ (4)家族、知り合いの訪問 ☐ (5)留学      ☐ (6)医療      ☐ (7)その他 \_\_\_\_

【(1)の観光をお選びの方は、B2.1の質問へ。その他はC1へ。】

B2.1.台湾にいらっしゃる前に、台湾についての宣伝広告や旅行に関する報道をご覧になったことはありますか？ ☐ (1)はい（次の質問へ） ☐ (2)いいえ（B3へ）

B2.2.台湾に来る前、下記のどのような方法で台湾の観光宣伝広告又はトラベル情報を知りましたか？【複数選択可】

- ☐ (1)検索エンジン      ☐ (2)SNS      ☐ (3)電商プラットフォーム      ☐ (4)テレビ、ラジオ  
☐ (5)友人や知人からのお勧め      ☐ (6)新聞、雑誌      ☐ (7)街の看板広告  
☐ (8)地下鉄駅、バス停、空港内の公共交通機関場所などでの屋外広告  
☐ (9)国際旅行展覧会 またはその他のイベント活動  
☐ (10)旅行会社の宣伝パンフレット

B2.2.1. 上記方法のうち、一番大きい決定要素となった項目を順番ごとに並べてください。

（項目番号を記入）：

一番【 \_\_\_\_ 】、二番【 \_\_\_\_ 】、三番【 \_\_\_\_ 】

B2.3.前項質問に続き、見られた台湾観光宣伝広告又はトラベル報道のうち、台湾旅行を決定された影響力のあった情報はどれですか？【複数選択可】

- ☐ (1)旅行客のコメント番組      ☐ (2)トラベル日記      ☐ (3)広告  
☐ (4)テレビ番組      ☐ (5)映画      ☐ (6)旅遊雑誌又は報道  
☐ (7)奨励、キャンペーン情報      ☐ (8)撮影又はドキュメンタリー      ☐ (9)その他\_\_\_\_\_

B3.台湾観光の魅力は次のどれですか。【複数選択可】

- ☐ (1)景色    ☐ (2)買物    ☐ (3)グルメ、地元料理    ☐ (4)近いので来やすい  
☐ (5)気候の良さ    ☐ (6)歴史文物    ☐ (7)ナイトライフ    ☐ (8)民俗芸能イベント\_\_\_\_\_  
☐ (9)レジャー施設(遊園地、ゴルフ、リゾート等)    ☐ (10)医療保健  
☐ (11)民俗と文化    ☐ (12)人の良さ    ☐ (13)治安の良さ    ☐ (14)民主的政治  
☐ (15)自転車旅行    ☐ (16)その他\_\_\_\_\_

## C. 消費の内容と方法について

C1.次のどの方法にて今回旅行されましたか。

- ☐ (1)旅行会社の団体パッケージツアーで参加した  
☐ (2)旅行者の依頼に基づいて旅行会社が企画した団体旅行(例：交流訪問、修学旅行、慰安旅行、親類、友人達との旅行など)で参加した  
☐ (3)本人自ら旅程を決めるが、航空券購入と宿泊予約などは旅行会社に依頼する  
☐ (4)本人自ら直接航空券購入や宿泊予約をするが、旅程は、台湾到着後、台湾現地の旅行会社またはオンライン旅行代理店(OTA)に依頼を進む  
☐ (5)航空券購入、宿泊予約、旅程すべてを本人自らアレンジする

【(1)をお選びの方は下記のC2. 1とC2. 2ページに進んでください、この二つのC2. 1とC2. 2回答が終わった後は、C4に進んでください；(2),(5)をお選びの方はC4へ；(3),(4)をお選びの方はC3へ。】

C2.1.現地旅行社とツアーガイドのサービスに対する全体満足度を教えてください

- ☐ (1)非常に満足      ☐ (2)満足      ☐ (3)普通      ☐ (4)不満      ☐ (5)非常に不満

(4)又は(5)を選択された場合、該当する不満足項目をチェックしてください？【複数選択可】

- ☐ (1)ツアー行程内容    ☐ (2)宿泊先の手配    ☐ (3)交通機関の手配(運転手のサービスを含む)  
☐ (4)食事の手配      ☐ (5)ガイドの解説・説明      ☐ (6)緊急時のガイドの対応能力  
☐ (7)ガイドの全体的なサービス    ☐ (8)その他\_\_\_\_\_

C2.2.旅行社が案内した店の印象

A. 買い物回数：\_\_\_\_\_回

B. 物価の安さ：☐ (1)非常に安い    ☐ (2)安い    ☐ (3)普通    ☐ (4)高い    ☐ (5)非常に高い

C3.台湾に来た後、現地旅行社またはオンライン旅行代理店(OTA)を通してツアーし

たことがありますか？ もしありましたら何日間でしたか？【複数選択可】

- ☐ (1)無し    ☐ (2)半日ツアー    ☐ (3)1日ツアー    ☐ (4)2日ツアー    ☐ (5)3日以上ツアー

C4.滞在期間中の宿泊先はどちらですか。【複数選択可】

(非常に不満は1点、不満は2点、普通は3点、満足は4点、とても満足は5点でご記入ください。)

- ☐ (1)ホテル。全体的な満足度の点数\_\_\_\_\_ ☐ (2)民宿。全体的な満足度の点数\_\_\_\_\_
- ☐ (3)親類, 友人の家 ☐ (4)寮 ☐ (5)貸家 ☐ (6)お寺(修道院、教会) ☐ (7)その他\_\_\_\_\_

C5.台湾へ到着する前に、旅費の一部または全額を前払いしたことがありますか？(本人の他、友人、会社などが支払った場合も含む)。☐ (1)はい (次へ) ☐ (2)いいえ (C7へ)

C5-1.前払いした金額はいくらですか。総額\_\_\_\_\_ (通貨別\_\_\_\_\_)

(航空券代金: ☐ (1)含む ☐ (2)含まない)

C6.前払費用の金額のうち、その金額は下記のどの項目に含まれますか？そして項目別支出された金額も一緒にご記入お願いいたします。【複数選択可】

- ☐ (1)ホテルや民宿内での前払諸経費\_\_\_\_\_元 ☐ (2)ホテルや民宿外の前払金\_\_\_\_\_元
- ☐ (3)台湾国内の交通費\_\_\_\_\_元 ☐ (4)娯楽前払金\_\_\_\_\_元
- ☐ (5)前払雑費\_\_\_\_\_元 ☐ (6)買物前払金\_\_\_\_\_元

C7.台湾で、合計いくらお使いになりましたか。\_\_\_\_\_ (通貨別\_\_\_\_\_)(C5-1の部分を除く)

C8.その費用の内訳は次のように分けると大体どのぐらいですか。(または項目別に全体パーセントと総支出人数も記入してください。)

- |                           |        |        |        |
|---------------------------|--------|--------|--------|
| 1. ホテルや民宿内での諸経費           | _____元 | _____% | _____人 |
| 1-1. ホテルや民宿の宿泊費           | _____元 | _____% | _____人 |
| 2. ホテルや民宿外の飲食代            | _____元 | _____% | _____人 |
| 3. 台湾国内の交通費               | _____元 | _____% | _____人 |
| 4. 娯楽費                    | _____元 | _____% | _____人 |
| 5. 雑費                     | _____元 | _____% | _____人 |
| 6. 買物代                    | _____元 | _____% | _____人 |
| (1) 衣類やアクセサリ (例: かばん、靴など) | _____元 | _____% |        |
| (2) 宝石、玉石など               | _____元 | _____% |        |
| (3) 記念品、工芸品など             | _____元 | _____% |        |
| (4) 化粧品、香水など              | _____元 | _____% |        |
| (5) 名産品、特産品など             | _____元 | _____% |        |
| (6) たばこ、お酒など              | _____元 | _____% |        |
| (7) 医薬品、健康食品              | _____元 | _____% |        |
| (8) デジタル製品、家庭用電化製品        | _____元 | _____% |        |
| (9) お茶                    | _____元 | _____% |        |
| (10) その他(記録して下さい)         | _____元 | _____% |        |

C9.消費税の払い戻し手続きはご利用になりましたか？ ☐ (1)はい(次へ) ☐ (2)いいえ (D1へ)

C10.税金払い戻し手続きは簡単だと思いますか？ ☐ (1)はい ☐ (2)いいえ

## D. 旅行の傾向について

D1.台湾滞在期間中、何をなさいましたか。【複数選択可】

- ☐ (1)エコツアー(花見、鳥見、チョウ見物を含む)\_\_\_\_\_ (調査員から説明を)  
☐ (2)スポーツや競技大会(自転車旅行を含む)\_\_\_\_\_ (調査員から説明を)  
☐ (3)民俗芸能イベントの見物(宗教行事を含む)\_\_\_\_\_ (調査員から説明を)  
☐ (4)温泉 ☐ (5)マッサージ・つぼ療法 ☐ (6)ナイトクラブ・パブ ☐ (7)展覧会の見学  
☐ (8)公演・芸術鑑賞 ☐ (9)古跡見学 ☐ (10)買物 ☐ (11)夜市巡り  
☐ (12)水上活動(湖ツアー、ダイビングを含む) ☐ (13)登山, ハイキング  
☐ (14)観光工場 ☐ (15)レジャー農場 ☐ (16)先住民部落観光 ☐ (17)遊園地  
☐ (18)医療保健 ☐ (19)その他\_\_\_\_\_

D2.1.今回の滞在期間中、台湾のどちらへお出かけになりましたか？

\_\_\_\_\_

D2.2.その中で一番良かったと思う所はどこですか。\_\_\_\_\_理由\_\_\_\_\_

D3.台湾旅行(滞在)中にご利用した交通手段。【複数選択可】

- ☐ (1)高速鉄道(新幹線) ☐ (2)鉄道 ☐ (3)地下鉄 ☐ (4)飛行機  
☐ (5)遊覧バス ☐ (6)タクシー ☐ (7)レンタカー ☐ (8)公衆自転車  
☐ (9)船 ☐ (10)公・民営旅客バス(台湾トリップバス、ダブルデッカーバス等を含み)  
☐ (11)Uber(個人タクシー) ☐ (12)その他\_\_\_\_\_

D4.前項質問に続き、台湾旅行(滞在)中にご利用した交通手段に対する全体満足度を教えてください。

- ☐ (1)非常に満足 ☐ (2)満足 ☐ (3)普通 ☐ (4)不満 ☐ (5)非常に不満

(4)又は(5)を選択された場合、該当する不満項目をチェックしてください【複数選択可】

- ☐ (1)高速鉄道(新幹線) ☐ (2)鉄道 ☐ (3)地下鉄 ☐ (4)飛行機  
☐ (5)遊覧バス ☐ (6)タクシー ☐ (7)レンタカー ☐ (8)公衆自転車  
☐ (9)船 ☐ (10)公・民営旅客バス(台湾トリップバス、ダブルデッカーバス等を含み)  
☐ (11)Uber(個人タクシー) ☐ (12)その他\_\_\_\_\_

D5.もう一度台湾に来たいと思いますか。

- ☐ A. はい。その目的は？ ☐ (1)観光 ☐ (2)ビジネス ☐ (3)国際会議または展示会  
☐ (4)家族、知り合いの訪問 ☐ (5)留学 ☐ (6)医療 ☐ (7)その他  
☐ B. いいえ。その理由は？

D6.親族や友人に台湾旅行をお勧めしますか。

- ☐ (1)はい。 ☐ (2)いいえ。その理由？ \_\_\_\_\_

D7. 今回の訪台における満足度を以下の項目でお答えください。

|                                       | 経験が<br>無い                | 非常に<br>満足                | 満足                       | 普通                       | 不満                       | 非常に<br>不満                | 不満の<br>原因 |
|---------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|-----------|
|                                       | 0                        | 5                        | 4                        | 3                        | 2                        | 1                        |           |
| 1. 観光手配の便利さについて                       |                          |                          |                          |                          |                          |                          |           |
| (1) 査証と入国審査の便利さ.....                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____     |
| (2) 通信/インターネットの便利.....                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____     |
| (3) 旅行情報の入手しやすさ.....                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____     |
| (4) 台湾での交通の便利さ.....                   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____     |
| 2. 観光環境の国際化について                       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |           |
| (1) 道路、公共施設、観光名所などの<br>案内標識の解り易さ..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____     |
| (2) 観光地でのコミュニケーション.....               | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____     |
| (3) 台湾人の態度.....                       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____     |
| 3. 環境の安全について                          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |           |
| (1) 観光地環境の安全.....                     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____     |
| (2) 治安の良さ.....                        | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____     |
| (3) 宿泊先の安全.....                       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____     |
| (4) 飲食衛生.....                         | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____     |
| 4. 台湾の全体的な印象.....                     |                          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____     |

D8. 今回の台湾訪問に印象に残ったのは何ですか？【複数選択可】

- ☐ (1) 美味しいもの    ☐ (2) 自然景観    ☐ (3) 温泉    ☐ (4) 古墳等歴史的建造物  
☐ (5) 夜市巡り    ☐ (6) サイクリング    ☐ (7) 地方の特産品    ☐ (8) 宗教文化  
☐ (9) 街の夜景    ☐ (10) 原住民族の文化    ☐ (11) 医療保健    ☐ (12) 温かい人情  
☐ (13) 本屋    ☐ (14) コンビニ    ☐ (15) 民俗芸能イベント \_\_\_\_\_  
☐ (16) 景観スポット（遊園地などを含む） \_\_\_\_\_  
☐ (17) ホテルや民宿の宿泊経験 \_\_\_\_\_  
☐ (18) その他 \_\_\_\_\_

D9. 今後は低炭素旅行を選択する可能性がありますか？（例えば、グリーンホテル、サステナブルホテルを選択し、公共交通機関や自転車又はウォーキングなどの移動方式をスケジュールに組み、現地のお土産を購入することより貨物運輸より発生するエネルギー消費量削減など）

- ☐ (1) はい    ☐ (2) いいえ    ☐ (3) 不明/不確定

## E. 旅行者の基本資料

お客様の個人的な情報についてご記入をお願い致します。

E1.国籍：\_\_\_\_\_ E2.居住地(国/地域)：\_\_\_\_\_

E3. 年齢： ☐ (1)12-19歳 ☐ (2)20-29歳 ☐ (3)30-39歳 ☐ (4)40-49歳 ☐ (5)50-59歳  
☐ (6)60-64歳 ☐ (7)65-69歳 ☐ (8)70歳以上

E4.最終学歴：☐ (1)小学校・中学校・高校(専門学校も含む) 中退 ☐ (2)大学(短大も含む)  
☐ (3)大学以上修士・博士 ☐ (4)その他\_\_\_\_\_

E5.年収：☐ (1)9,999USドル以下 ☐ (2)10,000-14,999USドル ☐ (3)15,000-29,999USドル  
☐ (4)30,000-39,999USドル ☐ (5)40,000-69,999USドル ☐ (6)70,000-99,999USドル  
☐ (7)100,000USドル以上 ☐ (8)固定収入なし

E6.職種：☐ (1)代議士、議員、自営業、管理職、マネージャー ☐ (2)専門職  
☐ (3)技術員、技術アシスタント ☐ (4)事務職などの会社員  
☐ (5)サービス業、セールスマン ☐ (6)農林水産業者  
☐ (7)工芸技士 ☐ (8)機械装置の操作や組立工 ☐ (9)工員、労働者  
☐ (10)専業主婦 ☐ (11)学生 ☐ (12)定年退職者 ☐ (13)その他\_\_\_\_\_

E7.性別：☐ (1)男性 ☐ (2)女性

※ その他台湾に対するご意見やご感想をご記入ください。

満足な点： \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

不満な点： \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

その他ご意見・ご感想など： \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

アンケートはここまでです。ご協力、誠にありがとうございました。是非また台湾へお越し下さい。

F1.訪視結束時間：\_\_\_\_\_時\_\_\_\_\_分 訪員簽名:\_\_\_\_\_

核定機關：行政院主計總處  
 核定文號：主普管字第1120400080號  
 調查類別：一般統計調查  
 有效期間：112年1月1日至114年12月31日

| 樣 本 編 號 |      |     |
|---------|------|-----|
| 居住地     | 配置月日 | 流水號 |
|         |      |     |

## 2024년 대만 방문 여행자 소비 및 동향 조사

방문객 여러분, 안녕하십니까.

저희 대만 대만관광청 관광 시설 개선과 관광객의 소비 성향을 파악 하여, 보다 더  
 질 좋은 서비스를 제공하기 위해 본 설문 조사를 실시하고자 하오니 많은 협조를  
 부탁드립니다. 감사합니다.

대만 관광청

訪視開始時間：\_\_\_\_月\_\_\_\_日\_\_\_\_時\_\_\_\_分

### A. 일반 사항

- A1. 귀하께서 언제 대만에 도착하십니까? \_\_\_\_\_년 \_\_\_\_\_월 \_\_\_\_\_일  
 A2. 최근 5년 간 대만에 몇 번 와 보셨습니까? (이번 포함) \_\_\_\_\_번  
 A3. 대만방문 전 대만 여행 계획을 얼마 동안 짜셨습니까? \_\_\_\_\_일

### B. 여행 결정 요인

B1. 금번 대만에 방문하신 목적은 무엇입니까? (주목적은 A로, 2차 목적은 B로 표시)

- ☐ (1) 관광      ☐ (2) 업무      ☐ (3) 국제회의, 전람회      ☐ (4) 친지, 친구 방문  
☐ (5) 학업      ☐ (6) 의료      ☐ (7) 기타 \_\_\_\_\_

【목적이 관광이시면 아래 B2.1로 넘어가시고, 그외는 항목 C1.로】

B2.1. 대만 오시기 전에 대만 관광 광고 또는 여행 팸플렛을 보신적이 있습니까?

- ☐ (1) 네 (다음 문항으로 계속) ☐ (2) 아니요 (B3로 넘어갑니다.)

B2.2. 타이완을 방문하기 전 어떤 루트를 통해 타이완 관광 홍보 또는 여행 자료를 봤나요? (복수 선택)

- ☐ (1) 검색 엔진      ☐ (2) SNS      ☐ (3) 전자상거래 플랫폼      ☐ (4) 텔레비전, 라디오  
☐ (5) 친구 혹은 지인 추천      ☐ (6) 신문 잡지      ☐ (7) 옥외 간판 광고  
☐ (8) 지하철역, 버스정류장, 공항 및 대중교통 장소에 있는 옥외광고  
☐ (9) 국제 여행 전람회 또는 기타 행사 이벤트      ☐ (10) 여행사 광고 전단지 혹은 팸플렛

B2.2.1. 상술한 루트 중 타이완 관광을 결정하는 데 비교적 큰 영향을 미친 것은? (번호로 기재)

첫 번째 [\_\_\_\_\_] 두 번째 [\_\_\_\_\_] 세 번째 [\_\_\_\_\_]

B2.3. 상기 질문과 관련해, 열람한 타이완 관광 홍보 또는 여행 자료에서 타이완 관광을 결정하는 데 비교적 큰 영향을 미친 내용은? (복수 선택)

- ☐ (1) 여행객 후기      ☐ (2) 여행 기록      ☐ (3) 광고      ☐ (4) 미디어 프로그램  
☐ (5) 영화      ☐ (6) 여행 잡지 또는 보도      ☐ (7) 경품, 혜택  
☐ (8) 촬영 또는 영상물      ☐ (9) 기타 \_\_\_\_\_



- B3. 하기의 항목중 어느것이 가장 대만을 방문하게끔 만든 동기를 선택해 주세요? (복수 선택 가)
- ☐ (1)풍경 및 경치    ☐ (2)쇼핑    ☐ (3)맛있는 음식·특산물    ☐ (4)거리상 가까워서
- ☐ (5)기후    ☐ (6)역사 문물    ☐ (7)야간레저활동    ☐ (8)축제 행사 참관
- ☐ (9)유람시설(오락시설, 골프장, 리조트)    ☐ (10)의료기관(치료)
- ☐ (11)대만 풍속과 문화    ☐ (12)국민의 대만인 태도    ☐ (13)치안상태 양호
- ☐ (14)민주정치    ☐ (15)자전거 투어    ☐ (16)기타\_\_\_\_\_

## C. 소비 행위

C1. 귀하의 이번 대만 여행 스케줄은 누구에 의해 계획되고 만들어 졌는지요?

- ☐ (1)여행사가 정한 여행 스케줄에 따라 (여행사 패키지)
- ☐ (2)본인이 스케줄을 정한 후 여행사에 의뢰(교류방문, 학습/수학 여행, 회사가 주체한 여행, 가족여행).
- ☐ (3)본인이 스케줄을 정한 후 여행사를 통하여 비행기표 구매와 숙박을 예약.
- ☐ (4)비행기표와 숙박예약만 본인 직접 진행, 여행상품은 대만 도착후 현지 여행사 또는 온라인 여행사(OTA)가 제공하는 여행 상품을 통해 진행
- ☐ (5)비행기표와 숙박예약, 여행스케줄 모두 직접 본인이 직접 진행

**【(1)을 선택하신 분은 C2.1와 C2.2페이지로 넘어가신후, C2.1와 C2.2 두개의 답변이 끝나시면 바로 C4페이지로 넘어 가십시오; (2), (5)를 선택하신 분은 C4으로 넘어 가십시오; (3), (4)를 선택하신 분은 C3으로 넘어 가세요.】**

C2.1. 타이완 여행사 및 가이드 서비스의 전반적인 만족도는 어떻게 되나요?

- ☐ (1)매우 만족    ☐ (2)만족    ☐ (3)보통    ☐ (4)불만족    ☐ (5)매우 불만족

(4) 또는 (5)를 선택하신 분은 어떤 부분에서 만족하지 못했나요? (복수 선택)

- ☐ (1)스케줄 내용    ☐ (2)숙소 배정    ☐ (3)교통 수단(운전기사 서비스 포함)
- ☐ (4)식사 준비    ☐ (5)가이드 설명 수준    ☐ (6)가이드의 임기응변 처리 능력
- ☐ (7)가이드의 전체 서비스 능력    ☐ (8)기타\_\_\_\_\_

C2.2. 대만 현지 여행사가 마련한 쇼핑 서비스에 대한 느낌은 어떻습니까?

A. 쇼핑 : \_\_\_\_\_번

B. 물품 가격 : ☐ (1)매우싸다    ☐ (2)싸다    ☐ (3)적당하다    ☐ (4)비싸다    ☐ (5)매우비싸다

C3. 대만에 오신후 현지 여행사 혹은 온라인 여행사(OTA)를 통하여 여행 상품에 참가 하신적이 있습니까? (복수 선택)

- ☐ (1)없음    ☐ (2)반일 코스    ☐ (3)1일 코스    ☐ (4)2일 코스    ☐ (5)3일 코스이상

C4. 금번 대만 방문 기간 동안 숙박 하셨던 곳은 어디인지요? (복수 선택)

**(매우 불만족 1점, 불만족 2점, 보통 3점, 만족 4점, 매우 만족 5점)**

- ☐ (1)호텔/여관, 만족도 : \_\_\_\_\_    ☐ (2)민박, 만족도 : \_\_\_\_\_
- ☐ (3)친구집    ☐ (4)숙소    ☐ (5)단기임대    ☐ (6)절,교회,수도원    ☐ (7)기타

C5. 대만에 오시기 전, 금번 대만 방문을 위해 미리 관련 비용을 지불하신 적이 있습니까?

(본인, 친지, 친구 및 회사등 모두 포함)

- ☐ (1)예 (다음 문항으로 계속)    ☐ (2)아니오 (C7으로 넘어갑니다.)

C5-1. 개인이 미리 지불한 총비용은 ? \_\_\_\_\_원 (화폐\_\_\_\_\_) (항공료 ☐ (1)포함    ☐ (2)제외)

C6. 미리 지불한 금액 중 어떤 항목이 들어 있습니까? 그리고 항목별 지출하신 액수도 함께기입 부탁드립니다. (복수 선택)

- ☐ (1) 호텔이나 민박에 미리 지불한 비용 \_\_\_\_\_ 원
- ☐ (2) 호텔이나 민박에 외의 미리 지불한 식사비용 \_\_\_\_\_ 원
- ☐ (3) 대만에서의 교통비용 \_\_\_\_\_ 원
- ☐ (4) 미리 지불한 오락 비용 \_\_\_\_\_ 원
- ☐ (5) 미리 지불한 잡비 \_\_\_\_\_ 원
- ☐ (6) 미리 지불한 쇼핑 비용 \_\_\_\_\_ 원

C7. 대만에 계신 동안 귀하께서 사용하신 총비용은? \_\_\_\_\_ 원(화폐 \_\_) (C5-1의 비용 제외)

C8. 대만 여행(체류)기간 동안 지출 하신 모든 비용과 항목별 지출하신 총비율 그리고 총지출 인원(사람수)를 기입해 주세요.

|                              |         |         |         |
|------------------------------|---------|---------|---------|
| 1. 호텔이나 민박 내 비용              | _____ 원 | _____ % | _____ 명 |
| 1-1. 호텔이나 민박의 숙박비            | _____ 원 | _____ % | _____ 명 |
| 2. 호텔이나 민박 외의 식사비용           | _____ 원 | _____ % | _____ 명 |
| 3. 대만에서의 교통비용                | _____ 원 | _____ % | _____ 명 |
| 4. 오락비                       | _____ 원 | _____ % | _____ 명 |
| 5. 잡비                        | _____ 원 | _____ % | _____ 명 |
| 6. 쇼핑                        | _____ 원 | _____ % | _____ 명 |
| (1) 의상 또는 악세서리(예: 신발, 가방...) | _____ 원 | _____ % |         |
| (2) 보석 또는 옥기류                | _____ 원 | _____ % |         |
| (3) 기념품 또는 수공예품류             | _____ 원 | _____ % |         |
| (4) 화장품 또는 향수류               | _____ 원 | _____ % |         |
| (5) 특산품                      | _____ 원 | _____ % |         |
| (6) 담배 또는 주류                 | _____ 원 | _____ % |         |
| (7) 약품 또는 건강식품               | _____ 원 | _____ % |         |
| (8) 전자 전기 용품                 | _____ 원 | _____ % |         |
| (9) 차임                       | _____ 원 | _____ % |         |
| (10) 기타(기재사항)                | _____ 원 | _____ % |         |

C9. 대만에서 소비할 때 세금을 돌려 받아 보신 적이 있습니까?

☐ (1) 예 (다음 문항으로 계속) ☐ (2) 아니요 (아닐 경우 D1로 넘어갑니다.)

C10. 세금 환불 수속이 간편합니까?

☐ (1) 예 ☐ (2) 아니요



D7. 이번 대만 방문 시 다음 항목에 대한 만족도를 체크해 주시기 바랍니다.

|                          | 경험<br>없음                 | 매우<br>만족                 | 만족                       | 보통                       | 불만<br>족                  | 매우<br>불만족                | 불만해<br>하는이유 |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|-------------|
|                          | 0                        | 5                        | 4                        | 3                        | 2                        | 1                        |             |
| <b>1. 관광 편리성</b>         |                          |                          |                          |                          |                          |                          |             |
| (1)사증과 입국 수속이 편리함.....   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____       |
| (2)통신이나 인터넷 편리함.....     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____       |
| (3)여행정보 취득 편리함.....      | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____       |
| (4)대만에서의 교통이 편리함.....    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____       |
| <b>2. 국제화된 관광 환경</b>     |                          |                          |                          |                          |                          |                          |             |
| (1)도로 및 공공시설물 표지 명확..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____       |
| (2)여행 환경 언어 소통이 원활함..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____       |
| (3)대만 국민의 태도가 우호적임.....  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____       |
| <b>3. 환경의 안전성</b>        |                          |                          |                          |                          |                          |                          |             |
| (1)여행지 환경이 안전함.....      | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____       |
| (2)사회 치안이 양호함.....       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____       |
| (3)숙박 시설이 안전함.....       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____       |
| (4)음식이 위생적임.....         | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____       |
| <b>4. 전체 만족도.....</b>    |                          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____       |

D8. 이번 대만방문기간 동안 인상 깊었던 점은 무엇입니까? (복수 선택)

- ☐ (1)미식      ☐ (2) 자연 경관      ☐ (3)온천      ☐ (4)역사고적지  
☐ (5)야시장 구경   ☐ (6)자전거 여행 체험   ☐ (7)지방 특산품      ☐ (8) 종교 문화  
☐ (9)도시 야경      ☐ (10)원주민 문화      ☐ (11)의료기관(치료)      ☐ (12)인정이 짙음  
☐ (13)서점      ☐ (14)편의점      ☐ (15)축제이벤트 : \_\_\_\_\_  
☐ (16)관광명소 : \_\_\_\_\_  
☐ (17)호텔, 민박, 유스호스텔 등의 숙박 경험 : \_\_\_\_\_  
☐ (18)기타 : \_\_\_\_\_

D9. 저탄소 여행을 원하시나요? (친환경, 저탄소 또는 환경 보호를 선택한 숙박 업소에 묵거나 대중교통, 자전거 또는 도보로 이동, 또는 현지의 특산물을 구입해 운송 에너지 절감 등)

- ☐ (1)원한다      ☐ (2)원하지 않는다      ☐ (3)모르겠다

**E. 여행자 기본 자료 개인 기본 자료를 아래에 기재해 주시기 바랍니다.**

E1. 국적 : \_\_\_\_\_

E2. 거주지(국가/도시명) : \_\_\_\_\_

E3. 연령 : ☐ (1) 12-19세   ☐ (2) 20-29세   ☐ (3) 30-39세   ☐ (4) 40-49세   ☐ (5) 50-59세  
☐ (6) 60-64세   ☐ (7) 65-69세   ☐ (8) 70세이상

E4. 최고학력 :

☐ (1) 초, 중, 고등학교재학/졸업   ☐ (2) 전문대, 대학교   ☐ (3) 대학원 석사.박사  
☐ (4) 기타 \_\_\_\_\_

E5. 귀하의 1년 수입을 대략 미화 달러로 환산하면 얼마 정도가 되십니까?

☐ (1) \$9,999이하   ☐ (2) \$10,000-14,999   ☐ (3) \$15,000-29,999   ☐ (4) \$30,000-39,999  
☐ (5) \$40,000-69,999   ☐ (6) \$70,000-99,999   ☐ (7) \$100,000이상   ☐ (8) 정해진 수입 없음

E6. 직업별 :

☐ (1) 의회의원, 고위 임직원 및 관리직 종사자   ☐ (2) 전문직종 종사자  
☐ (3) 기술인력 및 전문보조원   ☐ (4) 사무보조 종사자  
☐ (5) 서비스업 및 판매직 종사자   ☐ (6) 농업, 임업, 어업, 축산업 종사자  
☐ (7) 예술 관련 종사자   ☐ (8) 기계설비 조작 및 조립 종사자  
☐ (9) 단순 노무 종사자   ☐ (10) 가사   ☐ (11) 학생  
☐ (12) 정년퇴직자   ☐ (13) 기타 \_\_\_\_\_

E7. 성별 : ☐ (1) 남성   ☐ (2) 여성

※ 기타기록 : (방문원은 여행객의 가장만족했던 점과 불만족했던 점, 그리고 기타의견을 기록해 주십시오.)

가장 만족스러운 사항 : \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

가장 만족스럽지 않은 사항 : \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

기타 : \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**마지막까지 앙케트 설문 조사에 협조해 주셔서 대단히 감사합니다.**

**즐거운 여행되시길 바랍니다**

F1. 訪視結束時間 : \_\_\_\_\_ 時 \_\_\_\_\_ 分

訪員簽名 : \_\_\_\_\_

|                                     |
|-------------------------------------|
| 核定機關：行政院主計總處                        |
| 核定文號：主普管字第 1120400080 號             |
| 調查類別：一般統計調查                         |
| 有效期間：112 年 1 月 1 日至 114 年 12 月 31 日 |

| 樣 本 編 號 - 印 尼 |      |     |
|---------------|------|-----|
| 居住地           | 配置月日 | 流水號 |
|               |      |     |

## Survey Tahunan 2024 Pola Konsumsi dan kegiatan Wisatawan di Taiwan

Wisatawan yth.

Kami adalah Badan Pariwisata Kementerian Perhubungan dalam rangka memperbaiki fasilitas kepariwisataan dan mengetahui pola konsumsi para wisman di Taiwan, kami harapkan anda meluangkan waktu mengisi survey ini demi peningkatan mutu pelayanan yang lebih baik kepada anda.

Salam hormat,

Badan Pariwisata Kementerian Perhubungan

訪視開始時間：\_\_\_\_月\_\_\_\_日\_\_\_\_時\_\_\_\_分

### A. Informasi Umum

- A1. Kapan anda tiba di Taiwan? Tahun\_\_\_\_Bulan\_\_\_\_Tanggal\_\_\_\_
- A2. Berapa kali anda berkunjung ke Taiwan dalam waktu 5 tahun terakhir (termasuk kali ini)? \_\_\_\_\_
- A3. Sebelum berangkat ke Taiwan, berapa lama waktu yang anda pakai untuk merencanakan perjalanan ini? \_\_\_\_\_hari.

### B. Rencana Perjalanan

B1. Apa tujuan kunjungan anda ke Taiwan kali ini? **(Tujuan utama harap menuliskan “A”, tujuan kedua harap menuliskan “B”)**

- ☐ (1) Melancong      ☐ (2) Urusan bisnis      ☐ (3) Konferensi Internasional atau Pameran  
☐ (4) Mengunjungi teman atau saudara      ☐ (5) Studi      ☐ (6) Pengobatan Medikal      ☐ (7) Yang lain \_\_\_\_\_

**(Jika jawaban anda adalah “(1)”, jawablah ke B2.1. Kalau bukan, jawablah ke bagian C1.)**

B2.1. Sebelum ke Taiwan apakah anda pernah melihat iklan promosi atau laporan pariwisata tentang Taiwan dari Instansi Pariwisata?

- ☐ (1) Ya **(lanjutkan menjawab)**      ☐ (2) Tidak **(langsung ke B3)**

B2.2. Sebelum Anda datang ke Taiwan, dari jalur mana berikut ini pernah melihat iklan pariwisata atau laporan perjalanan Taiwan? **(jawaban bisa lebih dari satu)**

- ☐ (1) Mesin pencari      ☐ (2) Situs media sosial      ☐ (3) Platform e-commerce      ☐ (4) TV, radio  
☐ (5) Saran teman yang pernah berkunjung ke Taiwan      ☐ (6) Koran, majalah, buku  
☐ (7) Iklan outdoor atau papan iklan      ☐ (8) MRT, kotak iklan, iklan di bus, Stasiun Penerbangan  
☐ (9) Pameran Wisata Internasional atau acara tertentu      ☐ (10) Brosur wisata biro perjalanan

B2.2.1. Jalur di atas yang berpengaruh yang lebih besar terhadap keputusan Anda mengunjungi Taiwan, masing-masing urutannya **(Masukkan nomor pertanyaan):**

Pertama [\_\_\_\_], Kedua [\_\_\_\_], Ketiga [\_\_\_\_]

B2.3. Berdasarkan pertanyaan di atas, di antara iklan pariwisata Taiwan atau laporan perjalanan yang pernah Anda lihat, isi informasi manakah yang paling berpengaruh terhadap keputusan Anda mengunjungi Taiwan? **(jawaban bisa lebih dari satu)**

- ☐ (1) Komentar wisatawan      ☐ (2) Catatan perjalanan      ☐ (3) Iklan      ☐ (4) Acara TV  
☐ (5) Film      ☐ (6) Majalah atau laporan perjalanan      ☐ (7) Insentif, tindakan diskon  
☐ (8) Fotografi atau rekaman video      ☐ (9) Lainnya \_\_\_\_\_

B3. Apa yang menarik anda untuk berkunjung ke Taiwan kali ini? **(jawaban bisa lebih dari satu)**

- ☐ (1) Pemandangan      ☐ (2) Belanja      ☐ (3) Makanan atau kudapannya yang menarik  
☐ (4) Letak geografisnya berdekatan      ☐ (5) Cuacanya nyaman  
☐ (6) Benda peninggalan sejarah      ☐ (7) Kehidupan malam      ☐ (8) Kegiatan festival: \_\_\_\_\_  
☐ (9) Fasilitas rekreasi (Taman rekreasi, lapangan golf, tempat liburan Resort.....)  
☐ (10) Perawatan kesehatan      ☐ (11) Adat dan budaya Taiwan      ☐ (12) Masyarakatnya bersahabat  
☐ (13) Keamanan terjamin      ☐ (14) Demokrasi      ☐ (15) Tur Bersepeda  
☐ (16) Yang lain: \_\_\_\_\_

### C. Kebiasaan Konsumsi

C1. Bagaimana anda mengatur kunjungan ke Taiwan ini?

- ☐ (1) Tur grup yang diatur biro perjalanan. (Ikut tur grup)  
☐ (2) Tur individu yang diatur biro perjalanan. (Mis. program pertukaran, kunjungan liburan sekolah, wisata insentif, tur dengan grup teman dan saudara sendiri, dll.)  
☐ (3) Mengatur sendiri jadwal perjalanan, biro perjalanan hanya memesan hotel (termasuk tiket.)  
☐ (4) Tanpa bantuan dari Biro perjalanan dalam memesan hotel dan tiket Pesawat, setiba di Taiwan baru bergabung dengan Biro perjalanan Taiwan / OTA.  
☐ (5) Tanpa bantuan dari Biro perjalanan dalam memesan hotel dan tiket pesawat, setiba di Taiwan tidak bergabung dengan Biro perjalanan Taiwan / OTA.

**(Jika anda menjawab “(1)”, jawablah bagian C2.1, C2.2 dan C4. saja; Jika anda menjawab “(2)” atau “(5)”, langsung ke C4.; Jika anda menjawab “(3)” atau “(4)”, langsung ke C3.)**

C2.1. Bagaimana kepuasan Anda secara keseluruhan terhadap biro perjalanan dan layanan pemandu wisata Taiwan?

- ☐ (1) Sangat puas      ☐ (2) Puas      ☐ (3) Biasa      ☐ (4) Tidak puas      ☐ (5) Sangat tidak puas

**Bagi yang mencentang (4) atau (5), item apa yang membuat Anda tidak puas? (Pilihan banyak)**

- ☐ (1) Isi rencana perjalanan      ☐ (2) Akomodasi  
☐ (3) Transportasi (termasuk pelayanan supir)      ☐ (4) Makanannya  
☐ (5) Standar keahlian pemandu      ☐ (6) Kemampuan pemandu mengatasi hal darurat  
☐ (7) Penampilan pemandu      ☐ (8) Lainnya \_\_\_\_\_

C2.2. Bagaimana kesan anda terhadap acara belanja yang diatur biro perjalanan lokal?

A. Jadwal acara belanja : \_\_\_\_\_ kali

B. Harga barang : ☐ (1) Sangat murah      ☐ (2) Murah      ☐ (3) Memadai      ☐ (4) Mahal      ☐ (5) Sangat mahal

C3. Setiba di Taiwan, apakah anda meminta jasa biro perjalanan lokal / OTA mengatur tur wisata? **(jawaban bisa lebih dari satu)**

- ☐ (1) Tidak      ☐ (2) Tur setengah hari      ☐ (3) Tur 1 hari      ☐ (4) Tur 2 hari      ☐ (5) Tur di atas 3 hari.

C4. Di mana anda tinggal dalam kunjungan di Taiwan kali ini? **(jawaban bisa lebih dari satu, bila perlu, beri penilaiannya, memakai skala 1-5, nilai “5” sangat puas, “4” puas, “3” biasa, “2” tidak puas dan “1” sangat tidak puas)**

- ☐ (1) Hotel-Berapa penilaian anda? \_\_\_\_ ☐ (2) Rumah penginapan dan lainnya -Berapa penilaian anda? \_\_\_\_  
☐ (3) Rumah saudara atau teman ☐ (4) Asrama ☐ (5) Sewa apartemen  
☐ (6) Kuil, seminari, atau gereja ☐ (7) Yang lain (beri penjelasan): \_\_\_\_\_

C5. Sebelum datang, apakah anda telah membayar dulu biaya tur pribadi? **(prabayar oleh saya sendiri, oleh saudara saya, oleh perusahaan saya...dll.)**

- ☐ (1) Ya **(lanjutkan menjawab)** ☐ (2) Tidak **(langsung jawab ke C7.)**

C5-1. Berapa biaya yang telah anda keluarkan sebelum berwisata ke Taiwan? \_\_\_\_\_

**(Jenis mata uang \_\_\_\_\_)** (Biaya tiket ☐ (1) termasuk ☐ (2) tidak termasuk)

C6. Berapakah biaya yang akan Anda keluarkan dalam perjalanan kali ini? **(jawaban bisa lebih dari satu)**

- ☐ (1) Biaya prabayar hotel (Rumah penginapan dan lainnya) \_\_\_\_\_ \$  
☐ (2) Biaya prabayar makan di luar hotel (Rumah penginapan dan lainnya) \_\_\_\_\_ \$  
☐ (3) Biaya prabayar transport lokal \_\_\_\_\_ \$ ☐ (4) Biaya prabayar hiburan \_\_\_\_\_ \$  
☐ (5) Prabayar biaya lain-lain \_\_\_\_\_ \$ ☐ (6) Biaya prabayar belanja \_\_\_\_\_ \$

C7. Berapa total biaya yang terpakai selama anda di Taiwan ? **(Biaya tidak termasuk C5-1.)**

\_\_\_\_\_ \$ **(Jenis mata uang: \_\_\_\_\_)**

C8. Berapa total biaya yang Anda keluarkan (dalam persen) ? dan berapa orang?

1. Biaya hotel (Rumah penginapan dan lainnya) \_\_\_\_\_ \$ \_\_\_\_\_ % \_\_\_\_\_ orang

1.1. Di antaranya biaya akomodasi hotel (Rumah penginapan dan lainnya) kira-kira adalah \_\_\_\_\_ \$  
 \_\_\_\_\_ % \_\_\_\_\_ orang

2. Biaya makan di luar hotel (Rumah penginapan dan lainnya) \_\_\_\_\_ \$ \_\_\_\_\_ % \_\_\_\_\_ orang

3. Biaya transportasi lokal \_\_\_\_\_ \$ \_\_\_\_\_ % \_\_\_\_\_ orang

4. Biaya prabayar hiburan \_\_\_\_\_ \$ \_\_\_\_\_ % \_\_\_\_\_ orang

5. Prabayar biaya lain-lain \_\_\_\_\_ \$ \_\_\_\_\_ % \_\_\_\_\_ orang

6. Biaya prabayar belanja \_\_\_\_\_ \$ \_\_\_\_\_ % \_\_\_\_\_ orang

(1) Pakaian atau aksesoris \_\_\_\_\_ \$ \_\_\_\_\_ %

(2) Perhiasan permata atau jade \_\_\_\_\_ \$ \_\_\_\_\_ %

(3) Suvenir atau produk kerajinan tangan \_\_\_\_\_ \$ \_\_\_\_\_ %

(4) Kosmetik atau parfum \_\_\_\_\_ \$ \_\_\_\_\_ %

(5) Produk lokal special \_\_\_\_\_ \$ \_\_\_\_\_ %

(6) Rokok atau minuman keras \_\_\_\_\_ \$ \_\_\_\_\_ %

(7) Jenis obat atau makanan health food \_\_\_\_\_ \$ \_\_\_\_\_ %

(8) Produk 3C atau peralatan elektronik \_\_\_\_\_ \$ \_\_\_\_\_ %

(9) Teh \_\_\_\_\_ \$ \_\_\_\_\_ %

(10) Yang lain (mohon dijelaskan) \_\_\_\_\_ \$ \_\_\_\_\_ %



C9. Sebelum meninggalkan Taiwan, apakah anda mengklaim tax refund?

- ☐ (1) Ya (lanjutkan menjawab)      ☐ (2) Tidak (Lanjutkan ke bagian D1.)

C10. Apakah proses pengembalian pajaknya praktis dan nyaman?

- ☐ (1) Ya ☐ (2) Tidak

#### D. Kegiatan Wisatawan

D1. Kunjungan anda di Taiwan kali ini, apakah telah berpartisipasi dengan kegiatan berikut ini?(**jawaban bisa lebih dari satu**)

- ☐ (1) Eko tur (Termasuk menikmati bunga, burung, kupu-kupu dan lainnya) \_\_\_\_\_ (ada petunjuk petugas)
- ☐ (2) Sport atau lomba sport (Termasuk perjalanan sepeda dan lainnya) \_\_\_\_\_ (ada petunjuk petugas)
- ☐ (3) Kegiatan festival (Termasuk kegiatan agama dan lainnya) \_\_\_\_\_ (ada petunjuk petugas)
- ☐ (4) Mandi air belerang    ☐ (5) Pijat atau acupressure    ☐ (6) Pub atau night club    ☐ (7) Pameran
- ☐ (8) Kegiatan budaya    ☐ (9) Melihat peninggalan sejarah    ☐ (10) Belanja    ☐ (11) Pasar malam
- ☐ (12) Kegiatan air (Termasuk wisata danau, menyelam dan lainnya) ☐ (13) Mendaki gunung
- ☐ (14) Kunjungan Pabrik untuk turis    ☐ (15) Rekreasi Pertanian    ☐ (16) Kunjungan kesenian suku daerah
- ☐ (17) Taman hiburan    ☐ (18) Perawatan kesehatan    ☐ (19) Yang lain \_\_\_\_\_

D2.1. Tempat wisata apa saja yang telah anda kunjungi kli ini?

D2.2. Tempat wisata yang **paling disukai**:\_\_\_\_\_Mengapa?\_\_\_\_\_

D3. Di antara alat transportasi berikut, manakah yang pernah Anda naiki atau gunakan di Taiwan kali ini?  
(jawaban bisa lebih dari satu)

- ☐ (1) Kereta THSR      ☐ (2) K.A      ☐ (3) MRT      ☐ (4) Pesawat terbang      ☐ (5) Bus Antar Kota
- ☐ (6) Taxi      ☐ (7) Sewa mobil sedan      ☐ (8) Sepeda umum      ☐ (9) Kapal Ferry
- ☐ (10) Bus Umum (termasuk Bus Wisata Taiwan dan bus wisata bertingkat)
- ☐ (11) Uber(taksi yang beragam)      ☐ (12) Yang lain

D4. Berdasarkan pertanyaan di atas, bagaimana kepuasan Anda secara keseluruhan dengan alat transportasi yang pernah Anda naik atau gunakan di Taiwan?

- ☐ (1) Sangat puas    ☐ (2) Puas    ☐ (3) Biasa    ☐ (4) Tidak puas    ☐ (5) Sangat tidak puas

**Bagi yang mencentang (4) atau (5), item apa yang membuat Anda tidak puas? (jawaban bisa lebih dari satu)**

- ☐ (1) Kereta THSR     ☐ (2) K.A     ☐ (3) MRT     ☐ (4) Pesawat terbang     ☐ (5) Bus Antar Kota  
☐ (6) Taxi     ☐ (7) Sewa mobil sedan     ☐ (8) Sepeda umum     ☐ (9) Kapal Ferry  
☐ (10) Bus Umum (termasuk Bus Wisata Taiwan dan bus wisata bertingkat)  
☐ (11) Uber (taksi yang beragam)     ☐ (12) Yang lain

D5. Apakah anda akan mengunjungi Taiwan lagi?

- ☐ 1. Ya. Alasan utama: ☐ (1) Tamasya ☐ (2) Bisnis ☐ (3) Konperensi Internasional atau Pameran  
☐ (4) Menengok teman atau saudara ☐ (5) Studi ☐ (6) Pengobatan Medikal  
☐ (7) Yang lain

☐ 2.Tidak. Mengapa?

D6. Apakah anda akan merekomendasi teman atau saudara berkunjung ke Taiwan?

☐ (1) Ya ☐ (2) Tidak. Mengapa? \_\_\_\_\_

D7. Berdasarkan pengalaman kunjungan kali ini, berilah nilai kepuasan anda, dengan skala 1-5 :

|                                                                         | Tidak ada pengalaman     | Sangat puas              | Puas                     | Biasa                    | Tidak puas               | Sangat tidak puas        | Alasan tidak puas |
|-------------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|-------------------|
|                                                                         | 0                        | 5                        | 4                        | 3                        | 2                        | 1                        |                   |
| <b>1. Kenyamanan</b>                                                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                   |
| (1) Izin masuk ke wilayah Taiwan dan proses bea cukai yang mudah.....   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____             |
| (2)Kemudahan Komunikasi /Interent.                                      | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____             |
| (3) Akses info turisme.....                                             | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____             |
| (4)Transportasi lokal.....                                              | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____             |
| <b>2. Internasionalisasi lingkungan wisata</b>                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                   |
| (1) Rambu lalu lintas dan papan fasilitas umum sangat jelas.....        | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____             |
| (2) Akses pelayanan Bahasa Inggris.                                     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____             |
| (3) Keramahan orang Taiwan.....                                         | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____             |
| <b>3. Keamanan</b>                                                      |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                   |
| (1) Lingkungan rekreasi aman.....                                       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____             |
| (2) Keamanan sosial.....                                                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____             |
| (3) Keamanan akomodasi.....                                             | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____             |
| (4) Kebersihan makanan.....                                             | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____             |
| <b>4. Nilai keseluruhan terhadap perjalanan anda di Taiwan kali ini</b> |                          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____             |

D8. Hal apa yang paling berkesan dalam kunjungan Anda ke Taiwan kali ini?(jawaban bisa lebih dari satu)

- ☐ (1) Makanan enak ☐ (2) Pemandangan alam ☐ (3) Sumber air panas ☐ (4) Peninggalan sejarah  
☐ (5) Jalan-jalan di pasar malam ☐ (6) Asyik bersepeda ☐ (7) Makan an khas daerah  
☐ (8) Budaya religious ☐ (9) Kehidupan malam ☐ (10) Kebudayaan aborigin  
☐ (11) Perawatan Kesehatan ☐ (12) Keramahan orang lokal  
☐ (13) Toko buku ☐ (14) Toko Convenience Store  
☐ (15) Kegiatan festifal \_\_\_\_\_ ☐ (16) Tempat wisata (Termasuk Taman Hiburan )  
☐ (17) Hotel(Rumah penginapan dan lainnya) Pengalaman akomodasi  
☐ (18) Yang lain

D9. Apakah Anda bersedia melakukan perjalanan rendah karbon di masa depan (misalnya memilih akomodasi hotel yang hijau, rendah karbon atau ramah lingkungan, mengatur rencana perjalanan menggunakan transportasi umum, bersepeda atau lintas alam, membeli makanan khas lokal untuk mengurangi konsumsi energi dalam transportasi kargo, dan lainnya)?

☐ (1) Bersedia ☐ (2) Tidak bersedia ☐ (3) Tidak tahu/tidak jelas

## E. Data Pribadi

E1. Warga negara: \_\_\_\_\_

E2. Tempat tinggal (Negara/daerah): \_\_\_\_\_

E3. Umur: ☐ (1) 12-19 tahun      ☐ (2) 20-29 tahun      ☐ (3) 30-39 tahun      ☐ (4) 40-49 tahun  
☐ (5) 50-59 tahun      ☐ (6) 60-64 tahun      ☐ (7) 65-69 tahun      ☐ (8) 70 tahun ke atas

E4. Pendidikan terakhir: ☐ (1) SD, SMP, SMA (termasuk SMK) ☐ (2) Perguruan Tinggi  
☐ (3) S2, S3 ☐ (4) Yang lain \_\_\_\_\_

E5. Pendapatan anda pertahun sekitar: (dihitung dalam nilai USD)

☐ (1) di bawah 9,999      ☐ (2) 10,000-14,999      ☐ (3) 15,000-29,999  
☐ (4) 30,000-39,999      ☐ (5) 40,000-69,999      ☐ (6) 70,000-99,999  
☐ (7) di atas 100,000      ☐ (8) tidak berpendapatan tetap

E6. Jenis Pekerjaan:

☐ (1) Legislator, Pejabat tinggi dan Manager      ☐ (2) Profesional      ☐ (3) Tehnisi dan Asisten Profesional  
☐ (4) Pegawai pembantu administrasi      ☐ (5) Pegawai pelayanan dan pemasaran  
☐ (6) Pegawai produksi bidang pertanian, kehutanan, perikanan, peternakan.  
☐ (7) Pegawai bidang usaha kerajinan      ☐ (8) Petugas operator dan pemasangan mesin  
☐ (9) Tenaga kerja tingkat dasar      ☐ (10) Pekerja rumah tangga      ☐ (11) Pelajar  
☐ (12) Pensiun      ☐ (13) Yang lain \_\_\_\_\_

E7. Jenis kelamin: ☐ (1) Laki-laki      ☐ (2) Wanita

### Saran lainnya:

Dalam kunjungan kali ini, apakah anda menemukan hal yang paling memuaskan dan yang paling tidak memuaskan?

Yang paling memuaskan : \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Yang paling tidak memuaskan : \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Komentar lainnya : \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Terima kasih atas kerja sama anda. Selamat jalan!

F1. 訪視結束時間：\_\_\_\_\_時\_\_\_\_\_分

訪員簽名：\_\_\_\_\_

核定機關：行政院主計總處  
核定文號：主普管字第 1120400080 號  
調查類別：一般統計調查  
有效期間：112年1月1日至114年12月31日

| 樣本編號－泰文 |      |     |
|---------|------|-----|
| 居住地     | 配置月日 | 流水號 |
|         |      |     |

แบบสอบถามพฤติกรรมการบริโภคและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวได้ในวัน ปี 2567

สวัสดีครับ/ค่ะ

เพื่อศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในได้วันและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

เป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาปรับปรุงคุณภาพการท่องเที่ยวในได้วันให้ดียิ่งขึ้น กรมการท่องเที่ยว กระทรวงคมนาคม

จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามนี้ จักขอบพระคุณยิ่ง

กรมการท่องเที่ยว กระทรวงคมนาคม

วันที่ \_\_\_\_\_ เดือน \_\_\_\_\_ พ.ศ. \_\_\_\_\_ เวลา \_\_\_\_\_

## A. ข้อมูลทั่วไป

A1. ท่านเดินทางถึงได้วันเมื่อวันที่ \_\_\_\_\_ เดือน \_\_\_\_\_ พ.ศ.

A2. ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ท่านเดินทางมาได้วันกี่ครั้ง? \_\_\_\_\_ ครั้ง (รวมครั้งนี้ด้วย)

A3. ก่อนการเดินทางมาได้วัน, ท่านใช้เวลาในการวางแผนนานเท่าใด? \_\_\_\_\_ วัน

## B. การตัดสินใจมาท่องเที่ยวได้วัน

B1. วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาได้วันในครั้งนี้ของท่าน? (วัตถุประสงค์หลักให้กำกับด้วยอักษร "A"

วัตถุประสงค์รองให้กำกับด้วยอักษร "B")

- ☐ (1) ท่องเที่ยว ☐ (2) ธุรกิจ ☐ (3) ร่วมประชุมหรือร่วมงานแสดงสินค้า ☐ (4) เยี่ยมญาติมิตร  
☐ (5) ศึกษา ☐ (6) รักษาพยาบาล ☐ (7) อื่น ๆ \_\_\_\_\_

(ผู้ตอบ "ท่องเที่ยว" กรุณาตอบคำถามในข้อ B2.1 ส่วนคำตอบอื่น ๆ ให้ข้ามไปตอบคำถามในข้อ C1.)

B2.1. ก่อนเดินทางมาท่องเที่ยวได้วัน, ท่านเคยชมโฆษณาหรือรายงานข่าวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวได้วันหรือไม่?

- ☐ (1) เคย (ตอบคำถามต่อไป) ☐ (2) ไม่เคย (ข้ามไปตอบข้อ B3)

B2.2. ก่อนที่คุณจะเดินทางมาท่องเที่ยวได้วัน คุณเคยดูโฆษณาหรือรายการโปรโมตการท่องเที่ยวของได้วันผ่านช่องทางใดบ้าง?

(เลือกได้หลายคำตอบ)

- ☐ (1) เครื่องมือค้นหา ☐ (2) โซเชียลมีเดีย ☐ (3) แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ ☐ (4) โฆษณาทางโทรทัศน์วิทยุ  
☐ (5) ได้รับการบอกเล่าจากญาติมิตรที่เคยเดินทางมาได้วัน ☐ (6) รายงานข่าวทางสื่อสิ่งพิมพ์ ☐ (7) บั้ยโฆษณาออกสถานที่  
☐ (8) โฆษณานรลปัส เครื่องบิน สนามบินและสถานีรถ ☐ (9) มหกรรมการท่องเที่ยวนานาชาติหรือกิจกรรมพิเศษ  
☐ (10) แผ่นพับโฆษณาของบริษัทนำเที่ยว

B2.2.1. จากช่องทางต่างๆข้างต้น

กรุณาเรียงลำดับสิ่งที่ส่งผลให้คุณตัดสินใจมาเที่ยวได้วันจากมากไปน้อย(กรอกเลขหน้าข้อที่เลือก):

อันดับหนึ่ง 【 \_\_\_\_\_ 】、อันดับสอง 【 \_\_\_\_\_ 】、อันดับสาม 【 \_\_\_\_\_ 】

B2.3. จากคำถามข้างต้น สื่อหรือโฆษณาโปรโมตการท่องเที่ยวของได้วันประเภทใด ที่ส่งผลให้คุณอยากมาเที่ยวได้วันมากที่สุด?

(เลือกได้หลายคำตอบ)

- ☐ (1) คอมเมนต์ของนักท่องเที่ยว ☐ (2) บันทึกการเดินทาง ☐ (3) โฆษณา  
☐ (4) รายการโทรทัศน์ ☐ (5) ภาพยนตร์ ☐ (6) นิตยสารหรือหนังสือพิมพ์ท่องเที่ยว  
☐ (7) รางวัล หรือโปรโมชั่น ☐ (8) ภาพถ่ายหรือวิดีโอ ☐ (9) อื่นๆ \_\_\_\_\_

B3. เหตุผลใดดังต่อไปนี้ที่เป็นแรงจูงใจให้ท่านมาท่องเที่ยวได้วันนี้ ? (เลือกได้หลายคำตอบ)

- ☐ (1) แหล่งท่องเที่ยว ☐ (2) ช็อปปิ้ง ☐ (3) อาหารหรือของกินเล่นแปลกๆ ☐ (4) อยู่ใกล้กับประเทศที่ท่านพำนักอาศัย
- ☐ (5) อากาศดี ☐ (6) ประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ ☐ (7) กิจกรรมยามค่ำคืน ☐ (8) ฉลองเทศกาลสำคัญ \_\_\_\_\_
- ☐ (9) สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ (สวนสนุก สนามกอล์ฟ และรีสอร์ท...) ☐ (10) รักษาพยาบาลและสุขภาพ
- ☐ (11) ประเพณีและวัฒนธรรมได้วัน ☐ (12) ความเป็นมิตรของชาวได้วัน ☐ (13) ความปลอดภัยดีเยี่ยม
- ☐ (14) ธรรมชาติสวย ☐ (15) ทวีรจักรยาน ☐ (16) อื่นๆ \_\_\_\_\_

### C. พฤติกรรมการบริโภค

C1. ท่านจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวอย่างไร:

- ☐ (1) มากับบริษัทนำเที่ยว (โปรแกรมการท่องเที่ยวของบริษัทนำเที่ยวเป็นผู้ดำเนินการทั้งหมด)
- ☐ (2) จัดกำหนดการเอง แล้วให้บริษัทนำเที่ยวเป็นผู้ดำเนินการทั้งหมด (เช่น คณะศึกษาดูงาน ประชุมทางวิชาการ ศึกษาเพิ่มเติม การท่องเที่ยวโดยนายจ้างเป็นผู้ออกค่าใช้จ่าย และท่องเที่ยวร่วมกับญาติมิตร)
- ☐ (3) จัดกำหนดการเอง แล้วให้บริษัทนำเที่ยวดำเนินการหรือช่วยจองห้องพัก (บัตรโดยสารเครื่องบิน)
- ☐ (4) ท่องเที่ยวโดยไม่ผ่านการบริการและจองห้องพัก/จองบัตรโดยสารเครื่องบินของบริษัทนำเที่ยว เมื่อเดินทางถึงได้วันจะซื้อโปรแกรมท่องเที่ยวของบริษัทนำเที่ยวท้องถิ่น หรือซื้อทัวร์ออนไลน์ (OTA)
- ☐ (5) ท่องเที่ยวโดยไม่ผ่านการบริการและจองห้องพัก/จองบัตรโดยสารเครื่องบินของบริษัทนำเที่ยว
- ไม่เคยซื้อ** โปรแกรมนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยวท้องถิ่นและโปรแกรมทัวร์กับบริษัททัวร์ออนไลน์ (OTA)

(ผู้ตอบ (1) ให้ตอบคำถามต่อข้อ C2.1 และ C2.2 แล้วข้ามไปตอบข้อ C4; ผู้ตอบ (2) หรือ (5) ให้ข้ามไปตอบข้อ C4; ส่วนผู้ตอบ (3) หรือ (4) ให้ข้ามไปตอบข้อ C3)

C2.1. คุณพึงพอใจในการให้บริการของบริษัทและไกด์นำทางของได้วันเพียงใด?

- ☐ (1) พอใจมาก ☐ (2) พอใจ ☐ (3) เฉยๆ ☐ (4) ไม่พอใจ ☐ (5) ไม่พอใจมาก

สำหรับผู้เลือก(4)หรือ(5) สาเหตุที่ทำให้คุณรู้สึกไม่พึงพอใจเป็นเพราะเหตุใด? (เลือกได้หลายคำตอบ)

- ☐ (1) กำหนดการ ☐ (2) การบริการจัดสถานที่พัก
- ☐ (3) การบริการด้านการเดินทาง(พนักงานขับรถ) ☐ (4) การบริการด้านอาหาร
- ☐ (5) การแนะนำของมัคคุเทศก์ ☐ (6) การแก้ปัญหาเฉพาะหน้าของมัคคุเทศก์
- ☐ (7) การให้บริการโดยรวมของมัคคุเทศก์ ☐ (8) อื่นๆ \_\_\_\_\_

C2.2. ความคิดเห็นต่อการให้บริการพาไปช้อปปิ้งของบริษัทนำเที่ยวได้วัน :

A. จำนวนครั้งที่พาไปช้อปปิ้ง ครั้ง \_\_\_\_\_

B. ราคาสินค้า ☐ (1) ถูกมาก ☐ (2) ถูก ☐ (3) เหมาะสม ☐ (4) แพง ☐ (5) แพงมาก

C3. เมื่อเดินทางถึงได้วันท่านซื้อโปรแกรมทัวร์ของบริษัททัวร์ท้องถิ่นหรือผ่านบริษัททัวร์ออนไลน์ (OAT) แบบแพคเกจกี่วัน?

(เลือกได้หลายคำตอบ)

- ☐ (1) ไม่ ☐ (2) ซื้อโปรแกรมท่องเที่ยวครึ่งวัน ☐ (3) ซื้อโปรแกรมท่องเที่ยว 1 วัน
- ☐ (4) กำหนดการท่องเที่ยว 2 วัน ☐ (5) กำหนดการท่องเที่ยว 3 วันขึ้นไป

C4. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวได้วันครั้งนี้ พักที่ใด? (เลือกได้หลายคำตอบ)

(ไม่พอใจมาก 1 คะแนน , ไม่พอใจ 2 คะแนน , เฉยๆ 3 คะแนน , พอใจ 4 คะแนน , พอใจมาก 5 คะแนน)

- ☐ (1) โรงแรม , ระดับความพอใจ คะแนน \_\_\_\_\_ ☐ (2) เกสต์เฮ้าส์ , ระดับความพอใจ คะแนน \_\_\_\_\_
- ☐ (3) บ้านญาติ/เพื่อน ☐ (4) พอพัก ☐ (5) บ้านเช่า ☐ (6) วัด อาราม หรือโบสถ์ ☐ (7) อื่นๆ \_\_\_\_\_

C5. ก่อนเดินทางมาไต้หวัน ท่านต้องชำระค่าบริการล่วงหน้าหรือไม่ ? (รวมถึงการชำระส่วนตัว ญาติมิตร หรือบริษัท)

☐ (1) มีการชำระล่วงหน้า (ตอบคำถามต่อไป)

☐ (2) ไม่มีการชำระล่วงหน้า (ข้ามไปตอบ C7)

C5-1. ค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดของท่าน \_\_\_\_\_ (ค่าเงินบาท: \_\_\_\_\_) (☐ (1) รวม ☐ (2) ไม่รวม ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน)

C6. ค่าใช้จ่ายที่ชำระล่วงหน้า เป็นค่าใช้จ่ายประเภทใดบ้าง แต่ละประเภทเป็นจำนวนเงินเท่าใด ? (เลือกได้หลายคำตอบ)

☐ (1) ค่าใช้จ่ายในโรงแรมที่พัก(เกสต์เฮาส์เป็นต้น): \_\_\_\_\_ ☐ (2) ค่าอาหารนอกโรงแรม(เกสต์เฮาส์เป็นต้น): \_\_\_\_\_

☐ (3) ค่าเดินทางในไต้หวัน: \_\_\_\_\_ ☐ (4) ค่าสินทนการสำรองออกก่อน: \_\_\_\_\_

☐ (5) ค่าเบ็ดเตล็ดสำรองออกก่อน : \_\_\_\_\_ ☐ (6) ค่าซื้อของสำรองออกก่อน: \_\_\_\_\_

C7. ค่าใช้จ่ายในไต้หวันรวม \_\_\_\_\_ บาท (ค่าเงินบาท \_\_\_\_\_) (ไม่รวมค่าใช้จ่ายล่วงหน้าในข้อ C5-1 )

C8. ค่าใช้จ่ายในช่วงระหว่างที่ท่านอยู่ในไต้หวันดังกล่าวข้างต้นรวมค่าใช้จ่ายประเภทใดบ้าง แต่ละประเภทมีจำนวนเท่าใด

(หรือคำนวณเป็นร้อยละของค่าใช้จ่ายรวม) และเป็นค่าใช้จ่ายของกี่คน?

1. ค่าโรงแรม (เกสต์เฮาส์เป็นต้น) \_\_\_\_\_ บาท \_\_\_\_\_ % \_\_\_\_\_ จำนวน คน

1.1 รวมถึงค่าโรงแรม(หรือเกสต์เฮาส์เป็นต้น)ประมาณ \_\_\_\_\_ บาท \_\_\_\_\_ % \_\_\_\_\_ จำนวน คน

2. ค่าอาหาร/เครื่องดื่มนอกโรงแรม(เกสต์เฮาส์ เป็นต้น) \_\_\_\_\_ บาท \_\_\_\_\_ % \_\_\_\_\_ จำนวน คน

3. ค่าเดินทางในไต้หวัน \_\_\_\_\_ บาท \_\_\_\_\_ % \_\_\_\_\_ จำนวน คน

4. ค่าใช้จ่ายด้านบันเทิง/สินทนการ \_\_\_\_\_ บาท \_\_\_\_\_ % \_\_\_\_\_ จำนวน คน

5. ค่าใช้จ่ายฉีปะ \_\_\_\_\_ บาท \_\_\_\_\_ % \_\_\_\_\_ จำนวน คน

6. ค่าใช้จ่ายในการซื้อของ (ซื้อป้าง) \_\_\_\_\_ บาท \_\_\_\_\_ % \_\_\_\_\_ จำนวน คน

(1) เสื้อผ้าหรือเครื่องแต่งกาย (เช่น กระเป๋า/รองเท้า) \_\_\_\_\_ บาท \_\_\_\_\_ %

(2) เพชร พลอย ไข่มุก หรือหยก \_\_\_\_\_ บาท \_\_\_\_\_ %

(3) ของที่ระลึก เครื่องหัตถกรรม \_\_\_\_\_ บาท \_\_\_\_\_ %

(4) เครื่องสำอางค์หรือน้ำหอม \_\_\_\_\_ บาท \_\_\_\_\_ %

(5) สินค้าพื้นเมือง/สินค้าชื่อดังท้องถิ่น \_\_\_\_\_ บาท \_\_\_\_\_ %

(6) บุหรี่หรือเหล้า \_\_\_\_\_ บาท \_\_\_\_\_ %

(7) ประเภทยา / ยาเสริมสุขภาพ \_\_\_\_\_ บาท \_\_\_\_\_ %

(8) เครื่องใช้ไฟฟ้า/อิเล็กทรอนิกส์ \_\_\_\_\_ บาท \_\_\_\_\_ %

(9) ใบชา . \_\_\_\_\_ บาท \_\_\_\_\_ %

(10) อื่น ๆ (โปรดระบุ) \_\_\_\_\_ บาท \_\_\_\_\_ %

C9. ท่านใช้บริการขอคืนภาษีสินค้าที่ซื้อหรือไม่?

☐ (1) ใช้บริการ(กรุณาตอบคำถามต่อไป)

☐ (2) ไม่สะดวก (กรุณาข้ามไปตอบ D1.)

C10. ท่านเห็นว่าการบริการคืนภาษีมีความสะดวกหรือไม่?

☐ (1) สะดวก

☐ (2) ไม่สะดวก

## D. ประเภทของการท่องเที่ยว

D1. ในระหว่างการท่องเที่ยวในไต้หวัน ท่านเคยใช้บริการการท่องเที่ยวใดบ้าง? (เลือกได้หลายคำตอบ)

- ☐ (1) การท่องเที่ยวธรรมชาติ (รวมถึงการชมดอกไม้ นก ผีเสื้อ เป็นต้น) (ผู้สัมภาษณ์ถาม) \_\_\_\_\_
- ☐ (2) กีฬาหรือการแข่งขัน (รวมถึงการท่องเที่ยวด้วยจักรยาน เป็นต้น) (ผู้สัมภาษณ์ถาม) \_\_\_\_\_
- ☐ (3) เข้าร่วมกิจกรรมงานเทศกาล (รวมถึง กิจกรรมทางศาสนา เป็นต้น) (ผู้สัมภาษณ์ถาม) \_\_\_\_\_
- ☐ (4) อาบน้ำแร่/บ่อน้ำพุร้อน ☐ (5) นวด ☐ (6) ไนต์คลับ PUB ☐ (7) ชมนิทรรศการ/งานแสดงสินค้า
- ☐ (8) เยี่ยมชมกิจกรรมศิลปวัฒนธรรม ☐ (9) เยี่ยมชมโบราณสถาน ☐ (10) ช็อปปิ้ง ☐ (11) เที่ยวไนท์มาร์เก็ต
- ☐ (12) กิจกรรมทางน้ำ (รวมถึงการเที่ยวตามบึง ดำน้ำ เป็นต้น) ☐ (13) ปีนเขา/เดินเพื่อสุขภาพ
- ☐ (14) เยี่ยมชมโรงงานเพื่อการท่องเที่ยว ☐ (15) ฟาร์มท่องเที่ยว ☐ (16) แหล่งท่องเที่ยวชนพื้นเมือง
- ☐ (17) สวนสนุก ☐ (18) รักษาพยาบาลและสุขภาพ ☐ (19) อื่นๆ \_\_\_\_\_

D2.1. ท่านเคยไปท่องเที่ยวที่ใดบ้างในการท่องเที่ยวไต้หวันครั้งนี้? (ผู้สัมภาษณ์เป็นผู้ถามแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในไต้หวัน)

D2.2. แหล่งท่องเที่ยวที่ชอบมากที่สุด \_\_\_\_\_ เหตุผล \_\_\_\_\_

D3. กรุณาระบุระดับความพอใจการใช้บริการระบบขนส่งในไต้หวัน: (เลือกได้หลายคำตอบ)

- ☐ (1) รถไฟความเร็วสูง ☐ (2) รถไฟ ☐ (3) รถไฟฟ้า ☐ (4) เครื่องบิน
- ☐ (5) รถทัวร์. ☐ (6) รถแท็กซี่ ☐ (7) เช่ารถ
- ☐ (8) ปะแท็กซี่/จักรยานได้ จักรยานสาธารณะ ☐ (9) เรือ
- ☐ (10) บริษัทขนส่งทั้งของรัฐและเอกชน (รวมTaiwan Tourist Shuttle service และรถชัตเติลทัวร์ 2 ชั้น)
- ☐ (11) Uber(แท็กซี่ทางเลือก) ☐ (12) อื่นๆ \_\_\_\_\_

D4. จากคำถามข้างต้น คุณพึงพอใจในการให้บริการโดยรวมทางคมนาคมภายในไต้หวันเพียงใด?

- ☐ (1) พอใจมาก ☐ (2) พอใจ ☐ (3) เฉยๆ ☐ (4) ไม่พอใจ ☐ (5) ไม่พอใจมาก

สำหรับผู้เลือก(4)หรือ(5) สิ่งที่ทำให้คุณรู้สึกไม่พึงพอใจเป็นการคมนาคมทางใด? (เลือกได้หลายคำตอบ)

- ☐ (1) รถไฟความเร็วสูง ☐ (2) รถไฟ ☐ (3) รถไฟฟ้า ☐ (4) เครื่องบิน
- ☐ (5) รถทัวร์. ☐ (6) รถแท็กซี่ ☐ (7) เช่ารถ
- ☐ (8) ปะแท็กซี่/จักรยานได้ จักรยานสาธารณะ ☐ (9) เรือ
- ☐ (10) บริษัทขนส่งทั้งของรัฐและเอกชน (รวมTaiwan Tourist Shuttle service และรถชัตเติลทัวร์ 2 ชั้น)
- ☐ (11) Uber(แท็กซี่ทางเลือก) ☐ (12) อื่นๆ \_\_\_\_\_

D5. ท่านอยากจะกลับมาเที่ยวไต้หวันอีกครั้งหรือไม่

- ☐ (1) อยาก เพื่อ : ☐ (1) ท่องเที่ยว ☐ (2) ธุรกิจ ☐ (3) ร่วมประชุม/แสดงสินค้า ☐ (4) เยี่ยมญาติมิตร
- ☐ (5) ศึกษาต่อ ☐ (6) รักษาพยาบาล ☐ (7) อื่นๆ \_\_\_\_\_
- ☐ (2) ไม่อยาก เหตุผล?

D6. ท่านจะแนะนำให้ญาติมิตรมาเที่ยวไต้หวันหรือไม่ ☐ (1) แนะนำ ☐ (2) ไม่แนะนำ? \_\_\_\_\_

D7. กรุณาให้คะแนนความพอใจประเภทต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

|                                                                               | ไม่เคยใช้บริการ          | พอใจมาก                  | พอใจ                     | เฉยๆ                     | ไม่พอใจ                  | ไม่พอใจมาก               | เหตุผลที่ไม่พอใจ |
|-------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|------------------|
|                                                                               | 0                        | 5                        | 4                        | 3                        | 2                        | 1                        |                  |
| <b>1. ความสะดวกด้านการท่องเที่ยว</b>                                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                  |
| (1) เอกสารเข้าประเทศและความสะดวกสบายของขั้นตอนการผ่านด่านตรวจคนเข้าเมือง..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____            |
| (2) ความสะดวกในการสื่อสาร (เช่น โทรศัพท์สาธารณะ อินเทอร์เน็ต) .....           | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____            |
| (3) ความสะดวกในการรับข้อมูลการท่องเที่ยว .....                                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____            |
| (4) ความสะดวกของการเดินทางในไต้หวัน .....                                     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____            |
| <b>2. ด้านความเป็นสากลของการบริการการท่องเที่ยว</b>                           |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                  |
| (1) บ้ายบอกทาง และป้ายสาธารณะต่างๆ เข้าใจง่าย.....                            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____            |
| (2) ความสะดวกในการใช้ภาษาดีเยี่ยม.....                                        | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____            |
| (3) ชาวไต้หวันมีความเป็นมิตร .....                                            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____            |
| <b>3. ด้านความปลอดภัย</b>                                                     |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                  |
| (1) ความปลอดภัยของอุปกรณ์ต่างๆ ตามแหล่งท่องเที่ยว                             | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____            |
| (2) ความปลอดภัยในสถานที่ต่างๆ.....                                            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____            |
| (3) ความปลอดภัยของที่พักรักษา.....                                            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____            |
| (4) อาหารสะอาดถูกสุขลักษณะ .....                                              | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____            |
| <b>4. ระดับความพอใจโดยรวม .....</b>                                           |                          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | _____            |

D8. จากประสบการณ์การท่องเที่ยวไต้หวันในคราวนี้ ท่านมีความประทับใจต่อไต้หวันสิ่งใดมากที่สุด เพราะเหตุใด?

(เลือกได้หลายคำตอบ)

- |                                                                          |                                                   |                                                    |                                               |
|--------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> (1) อาหารอร่อย                                  | <input type="checkbox"/> (2) ธรรมชาติ วิถีชีวิต   | <input type="checkbox"/> (3) บ่อน้ำแร่ น้ำพุร้อน   | <input type="checkbox"/> (4) โบราณสถาน        |
| <input type="checkbox"/> (5) ช้อปสินค้าราคาถูก                           | <input type="checkbox"/> (6) ช้างกระยาสาร         | <input type="checkbox"/> (7) สินค้าพื้นเมือง       | <input type="checkbox"/> (8) วัฒนธรรมทางศาสนา |
| <input type="checkbox"/> (9) เมืองวราตรี                                 | <input type="checkbox"/> (10) วัฒนธรรมชนพื้นเมือง | <input type="checkbox"/> (11) รักษาพยาบาลและสุขภาพ |                                               |
| <input type="checkbox"/> (12) ความเป็นมิตรของผู้คน                       | <input type="checkbox"/> (13) ร้านหนังสือ         | <input type="checkbox"/> (14) ร้านสะดวกซื้อ        |                                               |
| <input type="checkbox"/> (15) งานเทศกาลต่าง ๆ                            | _____                                             |                                                    |                                               |
| <input type="checkbox"/> (16) แหล่งท่องเที่ยว (สวนสนุก) _____            |                                                   |                                                    |                                               |
| <input type="checkbox"/> (17) โรงแรม(เกสต์เฮ้าส์) ประสบการณ์ที่พัก _____ |                                                   |                                                    |                                               |
| <input type="checkbox"/> (18) อื่น ๆ _____                               |                                                   |                                                    |                                               |

D9. คุณมีแนวโน้มที่จะท่องเที่ยวโลว์คาร์บอนในอนาคตหรือไม่ (เช่น เลือกที่พักสีเขียว โลว์คาร์บอน หรืออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม)

คมนาคมด้วยการโดยสารขนส่งสาธารณะ ปั่นจักรยาน หรือเดิน ชื้อสินค้าท้องถิ่นเพื่อลดการขนส่งสินค้าเป็นระยะทางไกล เป็นต้น ) ?

- |                                     |                                        |                                               |
|-------------------------------------|----------------------------------------|-----------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> (1) ยินยอม | <input type="checkbox"/> (2) ไม่ยินยอม | <input type="checkbox"/> (3) ไม่ทราบ/ไม่แน่ใจ |
|-------------------------------------|----------------------------------------|-----------------------------------------------|



## E. ข้อมูลเบื้องต้นของนักท่องเที่ยว

E1. สัญชาติ : \_\_\_\_\_

E2. ประเทศที่อยู่ : \_\_\_\_\_

E3. อายุ : ☐ (1) 12-19 ปี ☐ (2) 20-29 ปี ☐ (3) 30-39 ปี ☐ (4) 40-49 ปี ☐ (5) 50-59 ปี  
☐ (6) 60-64 ปี ☐ (7) 65-69 ปี ☐ (8) 70 ปีขึ้นไป

E4. ระดับการศึกษาสูงสุดของท่าน :

☐ (1) ประถมศึกษาหรือไม่จบมัธยม (รวม ปวช.) ☐ (2) ปริญญาตรี ☐ (3) ปริญญาโท เอก ☐ (4) อื่น ๆ \_\_\_\_\_

E5. รายได้ต่อปีของท่าน คำนวณเป็นเงินดอลลาร์สหรัฐ ?

☐ (1) น้อยกว่า 9,999 US\$ ☐ (2) 10,000-14,999 US\$ ☐ (3) 15,000-29,999 US\$  
☐ (4) 30,000-39,999 US\$ ☐ (5) 40,000-69,999 US\$ ☐ (6) 70,000-99,999 US\$  
☐ (7) 100,000 US\$ ขึ้นไป ☐ (8) มีรายได้ไม่แน่นอน

E6. อาชีพ :

☐ (1) ผู้แทนประชาชน ผู้บริหาร หรือผู้จัดการ ☐ (2) อาชีพเฉพาะด้าน  
☐ (3) ช่างเทคนิคและผู้ช่วยอาชีพเฉพาะด้าน ☐ (4) เจ้าหน้าที่ฝ่ายสนับสนุนงานอาชีพ  
☐ (5) งานบริการและเจ้าหน้าที่ขายประจำเคาน์เตอร์ ☐ (6) เกษตร ป่าไม้ ประมง และปศุสัตว์  
☐ (7) งานเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม ☐ (8) ควบคุมและประกอบเครื่องจักรกล  
☐ (9) ผู้ใช้แรงงานและช่างเทคนิคพื้นฐาน ☐ (10) ดูแลงานบ้าน  
☐ (11) นักเรียน/นักศึกษา ☐ (12) เกษียณ ☐ (13) อื่น ๆ \_\_\_\_\_

E7. เพศ : ☐ (1) ชาย ☐ (2) หญิง

※บันทึกอื่น ๆ (ผู้สัมภาษณ์จดบันทึกความรู้สึกที่พอใจและไม่พอใจมากที่สุด ตลอดจนความเห็นอื่นๆ ของนักท่องเที่ยว) :

พอใจที่สุด : \_\_\_\_\_

ไม่พอใจที่สุด : \_\_\_\_\_

อื่น ๆ : \_\_\_\_\_

~~แบบสอบถามสิ้นสุดลงเพียงเท่านี้ ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือและขออวยพรให้ท่านท่องเที่ยวได้วันอย่างมีความสุข~~

F1. 訪視結束時間 : \_\_\_\_\_ 時 \_\_\_\_\_ 分

訪員簽名 : \_\_\_\_\_

|                          |
|--------------------------|
| 核定機關：行政院主計總處             |
| 核定文號：主普管字第 1120400080 號  |
| 調查類別：一般統計調查              |
| 有效期間：112年1月1日至114年12月31日 |

| 樣本編號－越南 |      |     |
|---------|------|-----|
| 居住地     | 配置月日 | 流水號 |
|         |      |     |

## Thăm dò ý kiến du khách về tình hình tiêu dùng và xu hướng du lịch Đài Loan năm 2024

Xin kính chào bạn !

Nhằm cải thiện cơ sở vật chất trong ngành du lịch và tìm hiểu tình hình tiêu dùng của quý vị tại Đài Loan, cũng như sau này có thể cung cấp chất lượng phục vụ tốt hơn cho du khách khi đến thăm Đài Loan, Sở Du Lịch Bộ Giao Thông Đài Loan xin mời bạn tiếp nhận cuộc phỏng vấn của chúng tôi. Rất cảm ơn sự giúp đỡ của bạn !

Kính thư  
Sở Du Lịch Bộ Giao Thông

Thời gian bắt đầu phỏng vấn \_\_giờ\_\_phút ngày \_\_tháng\_\_

### A. Thông tin chung

A1. Bạn đến Đài Loan vào lúc nào ? Ngày \_\_\_\_\_ tháng \_\_\_\_\_ năm \_\_\_\_\_

A2. Trong 5 năm nay bạn đã đến Đài Loan bao nhiêu lần (kể cả lần này) ? \_\_\_\_\_ lần

A3. Trước khi đến Đài Loan bạn mất bao lâu, bắt đầu lập kế hoạch cho chuyến đi này? \_\_\_\_\_ ngày

### B. Lập kế hoạch cho chuyến du lịch

B1. Lần này bạn đến Đài Loan với mục đích gì ?

(Là mục đích chính xin ghi bằng chữ “A”, là mục đích phụ xin ghi bằng chữ “B”)

☐ (1) Du lịch   ☐ (2) Thương mại   ☐ (3) Dự hội nghị quốc tế hoặc triển lãm

☐ (4) Thăm thân hoặc thăm bạn bè   ☐ (5) Du học   ☐ (6) Chữa bệnh

☐ (7) Khác \_\_\_\_\_

**【Trong câu hỏi này nếu chọn lý do là “du lịch” xin tiếp tục trả lời vào mục B2.1; nếu vì mục đích khác xin chuyển đến mục C1】**

B2.1. Trước khi bạn đến Đài Loan, có phải đã từng xem qua những quảng cáo tuyên truyền hoặc thông tin về du lịch Đài Loan hay không ?

☐ (1) Có (Tiếp tục trả lời)   ☐ (2) Không (Xin chuyển đến B3 để trả lời)

B2.2. Xin hỏi trước khi bạn sang Đài Loan đã từng nhìn thấy quảng cáo tuyên truyền du lịch hoặc phóng sự du lịch Đài Loan qua những kênh nào dưới đây? (Có thể chọn nhiều đáp án)

☐ (1) Công cụ tìm kiếm   ☐ (2) website mạng xã hội

☐ (3) Nền tảng thương mại điện tử   ☐ (4) Truyền hình, đài phát thanh

☐ (5) Quảng cáo truyền miệng của bà con bạn bè   ☐ (6) Sách báo tạp chí

☐ (7) Quảng cáo ngoài trời hoặc panô quảng cáo

☐ (8) Quảng cáo trên tàu điện ngầm, xe buýt, các trạm hàng không và các trạm trung chuyển

☐ (9) Hội chợ du lịch quốc tế hoặc các hoạt động đặc biệt

☐ (10) Công ty lữ hành tuyên truyền tour du lịch, tờ rơi

B2.2.1. Thứ tự mức độ ảnh hưởng của các kênh nói trên đối với quyết định sang Đài Loan du lịch của bạn là (điền mã câu hỏi):

Thứ 1 【\_\_\_\_\_】、Thứ 2 【\_\_\_\_\_】、Thứ 3 【\_\_\_\_\_】

B2.3. Tiếp theo câu hỏi trên, những nội dung thông tin nào trong các quảng cáo tuyên truyền du lịch hoặc phóng sự du lịch Đài Loan mà bạn đã từng xem có mức độ ảnh hưởng lớn đến quyết định sang Đài Loan du lịch của bạn là ? **(Có thể chọn nhiều đáp án)**

- ☐ (1) Bình luận của du khách      ☐ (2) Nhật ký du lịch      ☐ (3) Quảng cáo  
☐ (4) Tiết mục phim truyền hình      ☐ (5) Phim      ☐ (6) Tạp chí hoặc phóng sự du lịch  
☐ (7) Biện pháp khen thưởng, ưu đãi      ☐ (8) Nhiếp ảnh hoặc quay video      ☐ (9) Khác \_\_\_\_\_

B3. Những nguyên nhân nào dưới đây đã thu hút bạn thực hiện chuyến đi Đài Loan lần này ?

**(Có thể chọn nhiều đáp án)**

- ☐ (1) Phong cảnh      ☐ (2) Mua sắm      ☐ (3) Ẩm thực hay món ăn vật đặc sắc  
☐ (4) Có vị trí địa lý thuận lợi      ☐ (5) Thời tiết thích hợp  
☐ (6) Cổ vật lịch sử      ☐ (7) Hoạt động giải trí ban đêm      ☐ (8) Hoạt động lễ hội \_\_\_\_\_  
☐ (9) Cung cấp hệ thống vui chơi, nghỉ dưỡng tiện ích (Công viên giải trí, sân golf, khu nghỉ dưỡng ...)  
☐ (10) Y tế/chăm sóc sức khỏe      ☐ (11) Phong tục và văn hóa Đài Loan  
☐ (12) Người dân thân thiện      ☐ (13) An ninh trật tự tốt      ☐ (14) Hệ thống chính trị dân chủ  
☐ (15) Tour xe đạp      ☐ (16) Khác \_\_\_\_\_

## C. Hành vi tiêu dùng

C1. Chuyến đi của bạn được xếp đặt theo phương thức :

- ☐ (1) Tham gia tour trọn gói của của công ty du lịch (đi theo đoàn)  
☐ (2) Tự lên kế hoạch cho chuyến đi, phần còn lại do công ty du lịch lo toàn bộ (đoàn giao lưu, chương trình tour du lịch học tập, du lịch khen thưởng, chuyến du lịch gia đình v.v...)  
☐ (3) Tự lên kế hoạch cho chuyến đi, nhờ công ty du lịch sắp xếp hoặc đặt trước địa điểm ở trọ (và vé máy bay)  
☐ (4) Du lịch tự túc, sau khi đến nơi đăng ký tham gia tour du lịch nội địa do công ty du lịch địa phương tổ chức hoặc tham gia các chương trình du lịch trên các trang mạng trực tuyến (OTA)  
☐ (5) Du lịch tự túc, sau khi tới nơi **chưa từng** tham gia tour du lịch do công ty du lịch địa phương tổ chức hoặc các chương trình du lịch trên các trang mạng trực tuyến (OTA)

**【Chọn(1), xin trả lời tiếp C2.1 và C2.2 sau đó chuyển đến C4; chọn(2) hoặc(5), xin chuyển đến C4 để trả lời; chọn (3) hoặc(4) xin chuyển đến C3 để trả lời】**

C2.1. Xin hỏi mức độ hài lòng của bạn dành cho công ty du lịch và dịch vụ hướng dẫn viên du lịch Đài Loan?

- ☐ (1) Rất hài lòng      ☐ (2) Hài lòng      ☐ (3) Bình thường  
☐ (4) Không hài lòng      ☐ (5) Rất không hài lòng

**Trường hợp chọn (4) hoặc (5), xin hỏi hạng mục bạn không hài lòng là gì ? (Có thể chọn nhiều đáp án)**

- ☐ (1) Nội dung tour du lịch      ☐ (2) Sắp xếp địa điểm ở trọ  
☐ (3) Sắp xếp phương tiện giao thông (kể cả cung cách phục vụ của tài xế)  
☐ (4) Sắp xếp ăn uống      ☐ (5) Trình độ chuyên môn của thuyết minh viên  
☐ (6) Khả năng xử lý khẩn cấp của hướng dẫn viên du lịch  
☐ (7) Cung cách phục vụ tổng quát của hướng dẫn viên du lịch      ☐ (8) Khác \_\_\_\_\_

C2.2 Cảm giác của bạn đối với lịch trình mua sắm do công ty du lịch sắp xếp :

A.Số lần mua sắm : \_\_\_\_\_ lần

B.Giá cả sản phẩm : ☐ (1) Rất rẻ ☐ (2) Rẻ ☐ (3) Đúng giá ☐ (4) Đắt ☐ (5) Rất đắt

C3. Sau khi tới Đài Loan, các tour du lịch bạn đặt từ các công ty du lịch hoặc các trang du lịch trực tuyến (OTA) gồm có bao nhiêu ngày (**Có thể chọn nhiều đáp án**)

☐ (1) Không ☐ (2) Tour tham quan nửa ngày ☐ (3) Tour tham quan 1 ngày

☐ (4) Tour tham quan 2 ngày ☐ (5) Tour tham quan trên 3 ngày

C4. Lần này bạn đến Đài Loan chỗ ở như thế nào? (**Có thể chọn nhiều đáp án**)

(**rất không hài lòng: 1 điểm, không hài lòng: 2 điểm, bình thường: 3 điểm, hài lòng: 4 điểm, rất hài lòng: 5 điểm**)

☐ (1) Khách sạn, mức điểm hài lòng :\_\_\_\_\_, ☐ (2) Guest house, mức điểm hài lòng :\_\_\_\_\_,

☐ (3) Nhà người thân ☐ (4) Ký túc xá ☐ (5) Nhà cho thuê

☐ (6) Chùa miếu, đạo tràng hoặc nhà thờ ☐ (7) Khác

C5. Trước khi đến Đài Loan, bạn có trả trước bất kỳ khoản phí nào cho chuyến đi hay không ? (bao gồm sự chi tiêu cho mình, người thân hoặc công ty v.v...)

☐ (1) Có (**Xin tiếp tục trả lời**) ☐ (2) Không (**Xin chuyển đến câu C7. để trả lời**)

C5-1. Bạn đã trả trước với tổng số tiền là \_\_\_\_\_ (**Loại tiền tệ** \_\_\_\_\_)

(Bao gồm vé máy bay: ☐ (1) Có ☐ (2) Không)

C6. Trong chi phí trả trước lần này gồm có những khoản nào ? và khoảng bao nhiêu tiền ? (**Có thể chọn nhiều đáp án**)

☐ (1) Phí chi trả trước tiêu trong khách sạn(hoặc guest house): \_\_\_\_\_

☐ (2) Phí ăn trả trước uống ngoài khách sạn(hoặc guest house): \_\_\_\_\_

☐ (3) Phí trả trước giao thông nội địa: \_\_\_\_\_ ☐ (4) Phí giải trí trả trước: \_\_\_\_\_

☐ (5) Phụ phí trả trước: \_\_\_\_\_ ☐ (6) Phí mua hàng trả trước: \_\_\_\_\_

C7. Trong thời gian du lịch Đài Loan bạn đã tiêu xài tổng số tiền là \_\_\_\_\_ (**Loại tiền tệ** \_\_\_\_\_) (**Không tính các khoản phí trả trước trong phần C5-1**)

C8. Trong tổng số tiền chi tiêu của câu hỏi trên bao gồm những mục nào sau đây ? chiếm khoảng bao nhiêu tiền ? (hoặc tính theo phần trăm) ? chi phí dành cho bao nhiêu người ?

1. Phí chi tiêu trong khách sạn (hoặc guest house..) \_\_\_\_\_ đồng \_\_\_\_\_ % \_\_\_\_\_ người

1.1 Trong đó phí lưu trú khách sạn (hoặc guest house..) \_\_\_\_\_ đồng \_\_\_\_\_ % \_\_\_\_\_ người

2. Phí ăn uống ngoài khách sạn (hoặc guest house..) \_\_\_\_\_ đồng \_\_\_\_\_ % \_\_\_\_\_ người

3. Phí giao thông nội địa \_\_\_\_\_ đồng \_\_\_\_\_ % \_\_\_\_\_ người

4. Phí giải trí \_\_\_\_\_ đồng \_\_\_\_\_ % \_\_\_\_\_ người

5. Tạp phí \_\_\_\_\_ đồng \_\_\_\_\_ % \_\_\_\_\_ người

6. Phí mua sắm \_\_\_\_\_ đồng \_\_\_\_\_ % \_\_\_\_\_ người

(1) Quần áo hoặc trang sức (như ví xách, giày v.v....) \_\_\_\_\_ đồng \_\_\_\_\_ %

(2) Đồ châu báu hoặc cẩm thạch \_\_\_\_\_ đồng \_\_\_\_\_ %

(3) Quà lưu niệm hoặc hàng thủ công mỹ nghệ \_\_\_\_\_ đồng \_\_\_\_\_ %

(4) Mỹ phẩm hoặc nước hoa \_\_\_\_\_ đồng \_\_\_\_\_ %

(5) Đặc sản nổi tiếng \_\_\_\_\_ đồng \_\_\_\_\_ %

(6) Thuốc lá hoặc rượu \_\_\_\_\_ đồng \_\_\_\_\_ %

(7) Loại dược phẩm hoặc thực phẩm lành mạnh \_\_\_\_\_ đồng \_\_\_\_\_ %

(8) Điện tử hoặc đồ điện gia dụng \_\_\_\_\_ đồng \_\_\_\_\_ %

(9) Trà \_\_\_\_\_ đồng \_\_\_\_\_ %

(10) Khác (xin ghi rõ) \_\_\_\_\_ đồng \_\_\_\_\_ %

C9. Bạn có sử dụng dịch vụ hoàn thuế khi mua hàng hay không ?

☐ (1) Có (**Xin tiếp tục trả lời**)    ☐ (2) Không (**Xin chuyển đến phần D1.**)

C10. Bạn cảm thấy làm thủ tục hoàn thuế khi mua hàng có tiện lợi hay không ?

☐ (1) Có    ☐ (2) Không

## D. Xu hướng du lịch

D1. Bạn sang Đài Loan lần này đã từng tham gia những hoạt động nào được liệt kê dưới đây :

(Có thể chọn nhiều đáp án)

- ☐ (1) Du lịch sinh thái (Bao gồm ngắm hoa, chim, bướm) \_\_\_\_\_ (nhân viên phỏng vấn gợi ý)  
☐ (2) Thể thao hoặc thi đấu (Bao gồm du lịch xe đạp) \_\_\_\_\_ (nhân viên phỏng vấn gợi ý)  
☐ (3) Tham quan hoạt động lễ hội (Bao gồm hoạt động tôn giáo) \_\_\_\_\_ (nhân viên phỏng vấn gợi ý)  
☐ (4) Tắm suối nước nóng ☐ (5) Xoa bóp, bấm huyệt ☐ (6) Quán rượu, quán Bar  
☐ (7) Tham quan triển lãm ☐ (8) Tham quan hoạt động biểu diễn nghệ thuật  
☐ (9) Tham quan khu di tích ☐ (10) Mua sắm ☐ (11) Đi chợ đêm  
☐ (12) Hoạt động trên nước (Bao gồm tour du lịch hồ, lặn) ☐ (13) Leo núi, tản bộ  
☐ (14) Tham quan công xưởng ☐ (15) Các khu trang trại nghỉ dưỡng ☐ (16) Tham quan bộ lạc  
☐ (17) Công viên giải trí ☐ (18) Y tế/chăm sóc sức khỏe ☐ (19) Khác \_\_\_\_\_

D2.1. Trong thời gian ở Đài Loan, bạn đã tham quan điểm du lịch nào (hoặc đã đến thăm miền nào)? (nhân viên phỏng vấn gợi ý vài địa điểm chính)

\_\_\_\_\_

D2.2. **Thích nhất** là điểm du lịch \_\_\_\_\_ Tại sao? \_\_\_\_\_

D3. Xin hỏi bạn từng đi hoặc sử dụng phương tiện giao thông nào trong lãnh thổ Đài Loan lần này? (Có thể chọn nhiều đáp án)

- ☐ (1) Xe lửa cao tốc ☐ (2) Xe lửa ☐ (3) Xe điện Metro ☐ (4) Máy bay  
☐ (5) Xe bus đường dài ☐ (6) Xe taxi ☐ (7) Thuê xe hơi loại nhỏ  
☐ (8) Xe đạp công cộng ☐ (9) Tàu thuyền  
☐ (10) Xe bus công tư hợp doanh (Bao gồm Taiwan Tourist, xe buýt du lịch hai tầng v.v..) ☐ (11) Uber (đa dạng hóa xe taxi) ☐ (12) Khác \_\_\_\_\_

D4. Tiếp theo câu hỏi trên, Xin hỏi mức độ hài lòng của bạn dành cho các phương tiện giao thông mà bạn từng đi hoặc sử dụng trong lãnh thổ Đài Loan?

- ☐ (1) Rất hài lòng ☐ (2) Hài lòng ☐ (3) Bình thường  
☐ (4) Không hài lòng ☐ (5) Rất không hài lòng

**Trường hợp chọn (4) hoặc (5), xin hỏi hạng mục bạn không hài lòng là gì? (Có thể chọn nhiều đáp án)**

- ☐ (1) Xe lửa cao tốc ☐ (2) Xe lửa ☐ (3) Xe điện Metro ☐ (4) Máy bay  
☐ (5) Xe bus đường dài ☐ (6) Xe taxi ☐ (7) Thuê xe hơi loại nhỏ  
☐ (8) Xe đạp công cộng ☐ (9) Tàu thuyền  
☐ (10) Xe bus công tư hợp doanh (Bao gồm Taiwan Tourist, xe buýt du lịch hai tầng v.v..) ☐ (11) Uber (đa dạng hóa xe taxi) ☐ (12) Khác \_\_\_\_\_

D5. Bạn có muốn quay trở lại Đài Loan không ?

☐ (1) Có, nguyên nhân chính :

- ☐ (1) Du lịch ☐ (2) Thương mại ☐ (3) Tham dự hội nghị quốc tế hoặc triển lãm  
☐ (4) Thăm thân hay thăm bạn bè ☐ (5) Du học ☐ (6) Chữa bệnh  
☐ (7) Khác \_\_\_\_\_

☐ (2) Không, tại sao ? \_\_\_\_\_

D6. Bạn có giới thiệu cho bạn bè đến Đà Loan du lịch hay không?

☐ (1) Có ☐ (2) Không, tại sao? \_\_\_\_\_

D7. Với trải nghiệm trong chuyến đi Đà Loan lần này xin bạn cho biết mức độ hài lòng của bạn đối với các hạng mục dưới đây :

|  | Không<br>sử dụng<br>phương<br>tiện | Rất<br>hài lòng | Hài lòng | Bình<br>thường | Không<br>hài lòng | Rất<br>không<br>hài lòng | Lý do<br>không hài<br>lòng |
|--|------------------------------------|-----------------|----------|----------------|-------------------|--------------------------|----------------------------|
|  | 0                                  | 5               | 4        | 3              | 2                 | 1                        |                            |

### 1. Tính tiện lợi trong du lịch

(1) Thủ tục giấy phép nhập cảnh và thông quan

nhANH chóng tiện lợi..... ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ \_\_\_\_\_

(2) Thông tin liên lạc / mạng tiện lợi..... ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ \_\_\_\_\_

(3) Dễ dàng cập nhật thông tin du lịch..... ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ \_\_\_\_\_

(4) Hệ thống giao thông nội địa thuận lợi..... ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ \_\_\_\_\_

### 2. Môi trường du lịch quốc tế hóa

(1) Biển chỉ đường và biển báo thiết bị công cộng

rõ ràng..... ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ \_\_\_\_\_

(2) Ngôn ngữ giao tiếp du lịch rất thuận tiện..... ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ \_\_\_\_\_

(3) Người dân Đà Loan rất thân thiện..... ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ \_\_\_\_\_

### 3. Tính an toàn của môi trường

(1) Môi trường thăm quan và nghỉ dưỡng an toàn. ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ \_\_\_\_\_

(2) An ninh trật tự tốt..... ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ \_\_\_\_\_

(3) Trang thiết bị chỗ trọ an toàn..... ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ \_\_\_\_\_

(4) Ẩm thực sạch sẽ, an toàn..... ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ \_\_\_\_\_

4. Mức độ hài lòng tổng quát..... ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ \_\_\_\_\_

D8. Dựa vào kinh nghiệm hoặc trải nghiệm trong chuyến du lịch lần này, ấn tượng sâu đậm nhất của bạn về Đà Loan là gì ? (Có thể chọn nhiều đáp án)

- |                                                                                    |                                                      |                                                      |
|------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> (1) Món ngon                                              | <input type="checkbox"/> (2) Phong cảnh tự nhiên     | <input type="checkbox"/> (3) Tắm suối nước nóng      |
| <input type="checkbox"/> (4) Di tích lịch sử                                       | <input type="checkbox"/> (5) Đi chợ đêm              | <input type="checkbox"/> (6) Đạp xe ngắm cảnh        |
| <input type="checkbox"/> (7) Đặc sản địa phương                                    | <input type="checkbox"/> (8) Văn hóa tôn giáo        | <input type="checkbox"/> (9) Cuộc sống về đêm ở city |
| <input type="checkbox"/> (10) Văn hóa thổ dân                                      | <input type="checkbox"/> (11) Y tế/chăm sóc sức khỏe | <input type="checkbox"/> (12) Tình người sâu đậm     |
| <input type="checkbox"/> (13) Hiệu sách                                            | <input type="checkbox"/> (14) Cửa hàng tiện lợi      |                                                      |
| <input type="checkbox"/> (15) Hoạt động Lễ hội _____                               |                                                      |                                                      |
| <input type="checkbox"/> (16) Điểm du lịch (Bao gồm Công viên giải trí) _____      |                                                      |                                                      |
| <input type="checkbox"/> (17) Trải nghiệm tại khách sạn (hoặc guest house..) _____ |                                                      |                                                      |
| <input type="checkbox"/> (18) Khác _____                                           |                                                      |                                                      |

D9. Xin hỏi trong tương lai bạn có đồng ý thực hiện các chuyến du lịch ít các bon (như lựa chọn nhà nghỉ chỗ ở nhiều cây xanh, ít các bon hoặc thân thiện môi trường, sắp xếp các chuyến hành trình du lịch bằng phương tiện công cộng, xe đạp hoặc đi bộ đường dài, mua các đặc sản địa phương giảm thiểu tiêu thụ năng lượng vận chuyển hàng hóa) hay không?

☐ (1) Đồng ý

☐ (2) Không đồng ý

☐ (3) Không biết/không rõ

## E. Thông tin cá nhân của du khách

Mời bạn điền thông tin cá nhân theo hướng dẫn dưới đây :

E1. Quốc tịch : \_\_\_\_\_

E2. Nơi bạn đang sống (Quốc gia / Khu vực) : \_\_\_\_\_

E3. Tuổi : ☐ (1) 12-19 tuổi ☐ (2) 20-29 tuổi ☐ (3) 30-39 tuổi ☐ (4) 40-49 tuổi

☐ (5) 50-59 tuổi ☐ (6) 60-64 tuổi ☐ (7) 65-69 tuổi ☐ (8) Trên 70 tuổi

E4. Trình độ giáo dục : ☐ (1) Tốt nghiệp/chưa tốt nghiệp : Cấp I, cấp II, cấp III, Trường dạy nghề

☐ (2) Cao đẳng, Đại học ☐ (3) Thạc sĩ, Tiến Sĩ ☐ (4) Khác

E5. Thu nhập 1 năm của bạn khoảng bao nhiêu đô la Mỹ?

☐ (1) Dưới 9.999 USD ☐ (2) Từ 10.000USD - 14.999 USD ☐ (3) Từ 15.000USD – 29.999USD

☐ (4) Từ 30.000 USD – 39.999USD ☐ (5) Từ 40.000USD – 69.999USD

☐ (6) Từ 70.000 USD – 99.999USD ☐ (7) Trên 100.000USD ☐ (8) Không cố định

E6. Nghề nghiệp :

☐ (1) Đại biểu Quốc hội, giám đốc, trưởng phòng ☐ (2) Chuyên viên

☐ (3) Kỹ thuật viên và trợ lý chuyên môn ☐ (4) Nhân viên văn phòng

☐ (5) Nhân viên phục vụ và bán hàng ☐ (6) Nhân viên ngành Nông, Lâm, Ngư nghiệp và Chăn nuôi

☐ (7) Nhân viên thủ công mỹ nghệ ☐ (8) Nhân viên thao tác và lắp ráp thiết bị máy móc

☐ (9) Lao động phổ thông ☐ (10) Nội trợ ☐ (11) Học sinh ☐ (12) Nghỉ hưu

☐ (13) Khác \_\_\_\_\_

E7. Giới tính : ☐ (1) Nam ☐ (2) Nữ

※Những ý kiến đóng góp khác ( Nhân viên phỏng vấn ghi lại những cảm nhận hài lòng nhất và không hài lòng nhất cùng với ý kiến đóng góp của du khách ) :

Hài lòng nhất: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Rất không hài lòng: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Ý kiến khác: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

~~~~~ **ăn thăm hỏi ý kiến xin được kết thúc, cảm ơn sự hợp tác của bạn !**

Chúc bạn có một chuyến du lịch vui vẻ ! ! ~~~~~

F1. 訪視結束時間：____時____分

訪員簽名：_____

核定機關：行政院主計總處
核定文號：主普管字第1120400080號
調查類別：一般統計調查
有效期間：112年1月1日至114年12月31日

樣本編號－俄文		
居住地	配置月日	流水號

Обзор пассажирского потребления и направлений в Тайване на 2024 год

Уважаемый пассажир! Здравствуйте!

Отдел по Министерству транспорта и коммуникаций, Управление по туризму с радостью принимает ваш визит. Просим вас ответить на вопросы анкеты это поможет нам значительно улучшить качество обслуживания посетителей в будущем.

Спасибо за вашу помощь!

Министерство транспорта и коммуникаций, Управление по туризму.

Время начала посещения : ____ Месяц ____ День ____ час ____ минута

А. Общая информация

A1. Когда вы прибыли в Тайвань? ____ Год ____ Месяц ____ День

A2. Сколько раз вы посещали Тайвань за последние 5 года (включая этот)? ____ раз(а)

A3. Сколько дней вы потратили на планирование этой поездки, прежде чем уехать в Тайвань? ____ дней

В. План поездки

B1. Каковы цели поездки в Тайвань? (Основная цель «А», вторичная цель «В».)

- ☐ (1) Осмотр достопримечательностей
 ☐ (2) Бизнес
☐ (3) Международная конференция или выставка
 ☐ (4) В гости к родственникам или друзьям
☐ (5) Образование
 ☐ (6) Медицинская
 ☐ (7) Другое _____

【Если отметите как «Туризм», продолжайте отвечать на вопросы B2.1, если другое, то пропустите C1.】

B2.1. Вы когда-нибудь получали информацию о Тайване перед поездкой из официальных правительственных кампаний по продвижению туризма или отчетов о поездках?

- ☐ (1) Да (Перейдите к B2-2)
 ☐ (2) Нет (Перейдите к B3)

B2.2. По какому из следующих каналов Вы получили туристическую рекламу или видели репортажи о путешествиях по Тайваню перед приездом на Тайвань? (Выберите несколько ответов)

- ☐ (1) Поисковые системы
 ☐ (2) Социальные сайты
☐ (3) Платформы электронной коммерции
 ☐ (4) ТВ, радио
☐ (5) Из слов друзей и родственников
 ☐ (6) Газеты и журналы
☐ (7) Реклама
☐ (8) Метро, автобусы, аэропорты, станции и другое транспортное оборудование
☐ (9) Международные туристические выставки или особые события
☐ (10) Турагентства, раскрутка маршрута

B2.2.1. Какой из перечисленных выше каналов оказал большее влияние на ваше решение посетить Тайвань, выберите каналы с самой большой значимостью (введите номер варианта):

Первый (____), второй (____), третий (____)

В2.3. продолжение предыдущего вопроса, какая информация в туристической рекламе или отчетах о путешествиях по Тайваню, которые вы видели, оказал наибольшее влияние на ваше решение посетить Тайвань? **(Выберите несколько ответов)**

☐ (1) Отзывы путешественников	☐ (2) Путевые заметки	☐ (3) Реклама
☐ (4) Телепрограммы	☐ (5) Кино	☐ (6) Журналы или репортажи о путешествиях
☐ (7) Меры стимулирования и льгот	☐ (8) Фото и видеозаписи	
☐ (9) Другое _____		

В3. Что из перечисленного является причиной, по которой вы захотели посетить Тайвань? **(Выберите несколько ответов)**

☐ (1) Декорации	☐ (2) Покупки	☐ (3) Изысканные блюда
☐ (4) Местопроживания	☐ (5) Приятный климат	☐ (6) Исторические артефакты
☐ (7) Ночные развлечения	☐ (8) Фестивали и мероприятия _____	
☐ (9) Рекреационные объекты (парк развлечений, поле для гольфа, курорт ...)		
☐ (10) Здравоохранение	☐ (11) Тайваньские обычаи и культура	☐ (12) Дружелюбие людей
☐ (13) Хороший общественный порядок	☐ (14) Демократическая политика	
☐ (15) Велосипедная поездка ☐ (16) Другое _____		

С. Поведение расходов

С1. Как вы решили путешествовать :

- ☐ (1) Участвовать в поездке, организованной туристическим агентством
- ☐ (2) Планировать свою поездку, организованной агентством (группы по обмену, учебные поездки, семья и друзья и т. д.)
- ☐ (3) Запланировать свое путешествие и попросить туристическое агентство забронировать место проживания и авиабилеты
- ☐ (4) Без каких-либо договоренностей через туристические агентства / ОТА для бронирования жилья и билетов; присоединился к мероприятиям, организованным туристическим агентством Тайваня после прибытия..
- ☐ (5) Без каких-либо договоренностей через туристические агентства / ОТА для бронирования жилья и билетов; Никакие договоренности с туристическим агентством Тайваня после прибытия.

【Если вы отметили (1), перейдите к пунктам С2.1 и С2.2, затем перейдите к С4. ; если вы выбрали (2) или (5), перейдите С4. ; если вы выбрали (3) или (4), перейдите С3.】

С2.1. Насколько в целом вы удовлетворены туристическими агентствами и услугами гидов на Тайване?

☐ (1) Очень доволен	☐ (2) Доволен	☐ (3) Средне
☐ (4) Не доволен	☐ (5) Очень не доволен	

Для отметивших (4) или (5): чем вы не удовлетворены? **(Выберите несколько ответов)**

☐ (1) Содержание маршрута	☐ (2) Размещение места
☐ (3) Транспортные услуги (Услуги водителя включены)	☐ (4) Организация питания
☐ (5) Управляемый уровень интерпретации	
☐ (6) Руководство по реагированию на чрезвычайные ситуации	
☐ (7) Руководство общей производительности обслуживания ☐ (8) Другое _____	

С2.2. Что вы думаете о сервисе покупок, организованном Тайваньским туристическим агентством :

А. Количество раз, когда вы ходили за покупками : _____ раз (а)

В. Цены товаров : ☐ (1) Очень дешево ☐ (2) Дешево ☐ (3) Нормально ☐ (4) Дорого
☐ (5) Очень дорого

С3. После прибытия вы когда-нибудь договаривались о поездках через местные туристические агентства / ОТА? **(Выберите несколько ответов)**

☐ (1) Не было ☐ (2) Экскурсия на полдня ☐ (3) Экскурсия на 1 день
☐ (4) Экскурсия на 2 дня ☐ (5) Экскурсия на 3 дня и более

С4. Место вашего пребывания на Тайване? **(Выберите несколько ответов)**

(Очень неудовлетворительно 1 балл, неудовлетворительно 2 балла, обычное 3 балла, удовлетворительно 4 балла, очень доволен 5 баллов.)

☐ (1) Отель , Оцените их общее обслуживание _____
☐ (2) Гостевые дома (или B & B) , Оцените их общее обслуживание _____
☐ (3) Родственники и друзья ☐ (4) Общежитие ☐ (5) Аренда дома
☐ (6) Храм, монастырь или церковь ☐ (7) Другое _____

С5. У вас есть какие-либо предоплаченные личные сборы до приезда на Тайвань? (включая самостоятельную оплату, родственниками, компаниями и т. д.)

☐ (1) Да **(Пожалуйста, перейдите к С5.1.)** ☐ (2) Нет **(Пожалуйста, перейдите к С7)**

С5-1. Общая сумма вашей предоплаты? _____ **(Валютная система _____)**
(☐ (1) Включая авиабилет ☐ (2) Исключая авиабилет)

С6. Какие из следующих расходов вы оплатили до прибытия? **(Пожалуйста, отметьте все, что относится и укажите цену)**

☐ (1) Предоплата на месте отеля (Гостевые дома (или B & B)) _____
☐ (2) Ресторан за пределами отеля (Гостевые дома (или B & B)) _____
☐ (3) Предоплаченный трафик в пределах Тайваня _____
☐ (4) Предоплаченные представительские расходы: _____
☐ (5) Предоплаченные разные расходы _____
☐ (6) Предоплаченные расходы на покупки _____

С7. Какова общая стоимость вашего пребывания на Тайване? _____ **(Валютная система _____)**
(Не включает в себя предоплату С5-1)

C8. Пожалуйста, перечислите общую сумму этих расходов (или в процентах)(Сколько человек?)

1. Внутренние расходы отеля проживание с завтраком (Гостевые дома (или B & B))

_____ \$ _____ % _____ чел.

1.1 Плата за проживание в отеле (Гостевые дома (или B & B)) составляет около

_____ \$ _____ % _____ чел

2. Еда и напитки за пределами отеля проживание с завтраком (Гостевые дома (или B & B))

_____ \$ _____ % _____ чел.

3. Транспортные расходы _____ \$ _____ % _____ чел.

4. Плата за развлечения _____ \$ _____ % _____ чел.

5. Различные сборы _____ \$ _____ % _____ чел.

6. Плата за покупки _____ \$ _____ % _____ чел.

(1) Одежда или аксессуары (кожаные сумки, обувь...) _____ \$ _____ %

(2) Ювелирные изделия _____ \$ _____ %

(3) Сувениры или изделия ручной работы _____ \$ _____ %

(4) Косметика или парфюмерия _____ \$ _____ %

(5) Известный или специальный продукт _____ \$ _____ %

(6) Сигареты или алкоголь _____ \$ _____ %

(7) Лекарственные средства или здоровая пища _____ \$ _____ %

(8) Электронные или электрические приборы _____ \$ _____ %

(9) Чай _____ \$ _____ %

(10) Другое _____ \$ _____ %

C9. У вас есть услуга возврата налога на покупки? ☐ (1) Да ☐ (2) Нет (Перейдите к D1)

C10. Как вы думаете, процедура возврата налога на покупки проста? ☐ (1) Да ☐ (2) Нет

D. Направление путешествий

D1. Вы участвовали в следующих мероприятиях во время вашего пребывания в Тайване?

(Выберите несколько ответов)

☐ (1) Эко-туризм (включая наблюдение за цветами, птицами и бабочками) _____

☐ (2) Спортивные события (включая велотур и т. д.) _____

☐ (3) Посещение фестивалей (включая религиозную деятельность и пр.) _____

☐ (4) Ванна с горячими источниками ☐ (5) Массаж или точечный массаж

☐ (6) Пабы или ночные клубы ☐ (7) Выставки ☐ (8) Культурные мероприятия

☐ (9) Посещение памятников ☐ (10) Покупки ☐ (11) Посещение ночных рынков

☐ (12) водные виды отдыха (включая тур по озеру или дайвинг и пр.)

☐ (13) Туризм/трекинг/пеший туризм/альпинизм ☐ (14) Обзорная фабрика

☐ (15) Ферма для отдыха ☐ (16) Племенной туризм ☐ (17) Парк развлечений

☐ (18) Здравоохранение ☐ (19) Другое _____

D2.1. Какие места вы посетили во время вашего пребывания в Тайване ?

D2.2. Любимые достопримечательности _____ Почему? _____

D3. Каким из следующих видов транспорта вы воспользовались на Тайване в этот раз? **(Выберите несколько ответов)**

- ☐ (1) Скоростной поезд ☐ (2) Тайваньская железная дорога ☐ (3) MRT
☐ (4) Самолет ☐ (5) Туристический автобус ☐ (6) Такси
☐ (7) Прокат автомобилей ☐ (8) Общественный велосипед ☐ (9) Паром
☐ (10) Автобус (включает двухэтажный экскурсионный автобус и т.Д.)
☐ (11) Компания Uber (различные виды такси) ☐ (12) Другое _____

D4. В продолжение предыдущего вопроса: насколько вы в целом удовлетворены транспортными средствами, которые вы использовали на Тайване?

- ☐ (1) Очень удовлетворен ☐ (2) Удовлетворен ☐ (3) Средне
☐ (4) Не удовлетворен ☐ (5) Очень не удовлетворен

Для отметивших (4) или (5): чем вы не удовлетворены? **(Выберите несколько ответов)**

- ☐ (1) Скоростной поезд ☐ (2) Тайваньская железная дорога ☐ (3) MRT
☐ (4) Самолет ☐ (5) Туристический автобус ☐ (6) Такси
☐ (7) Прокат автомобилей ☐ (8) Общественный велосипед ☐ (9) Паром
☐ (10) Автобус (включает двухэтажный экскурсионный автобус и т.Д.)
☐ (11) Компания Uber (различные виды такси) ☐ (12) Другое _____

D5. Вы снова посетите Тайвань?

- ☐ (1) Да, основная цель : ☐ (1) Осмотр достопримечательностей ☐ (2) Бизнес
☐ (3) Международная конференция или выставка
☐ (4) В гости к родственникам или друзьям ☐ (5) Образование
☐ (6) Медицинская ☐ (7) Другое _____

☐ (2) Нет, почему? _____

D6. Рекомендуете ли вы родственникам и друзьям путешествовать на Тайвань?

- ☐ (1) Да ☐ (2) Нет, почему? _____

D7. Оцените степень вашей удовлетворенности по следующим пунктам :

	Нет опыта	Очень удовле творен	Удовле творен	Средне	Не удовле творен	Очень не удовле творен	Неустранивает причина
	0	5	4	3	2	1	
1. Осмотр достопримечательностей							
(1) Легкий въезд и таможенное оформление.....	☐	☐	☐	☐	☐	☐	_____
(2) Коммуникация / Сеть Удобство.....	☐	☐	☐	☐	☐	☐	_____
(3) Доступ к туристической информации.....	☐	☐	☐	☐	☐	☐	_____
(4) Удобная транспортировка по территории	☐	☐	☐	☐	☐	☐	_____
2. Интернационализация экскурсионн среды							
(1) Дорожные знаки и общественные об	☐	☐	☐	☐	☐	☐	_____
(2) Общение в туристической среде.....	☐	☐	☐	☐	☐	☐	_____
(3) Дружелюбие Тайваньцев.....	☐	☐	☐	☐	☐	☐	_____
3. Экологическая безопасность							
(1) Экологическая безопасность.....	☐	☐	☐	☐	☐	☐	_____
(2) Хороший социальный порядок.....	☐	☐	☐	☐	☐	☐	_____
(3) Безопасность размещения.....	☐	☐	☐	☐	☐	☐	_____
(4) Хорошая еда и гигиена.....	☐	☐	☐	☐	☐	☐	_____
4. Общий уровень удовлетворенности..		☐	☐	☐	☐	☐	_____

D8. Что впечатлило в Тайване вас больше всего? (Выберите несколько ответов)

- ☐ (1) вкусы ☐ (2) Природный ландшафт ☐ (3) Горячие источники
☐ (4) Исторические памятники ☐ (5) Ночные рынки ☐ (6) Осмотр велосипедов
☐ (7) Местная еда ☐ (8) Религия и культура ☐ (9) Ночной город
☐ (10) Местная культура ☐ (11) Здравоохранение ☐ (12) Дружелюбность жителей
☐ (13) Книжные магазины ☐ (14) Круглосуточные магазины
☐ (15) Фестивали _____
☐ (16) Достопримечательности (включая Парк развлечений) _____
☐ (17) Размещение в отеле (Гостевые дома (или B & B)) _____
☐ (18) Другое _____

D9. Хотите ли вы в будущем совершать путешествия с низким уровнем выбросов углерода (например, выбирать «зеленый», низкоуглеродный или экологически чистый отель для проживания, выбирать маршруты путешествий на общественном транспорте, на велосипеде или пешком, покупать местные деликатесы для снижения энергопотребления при грузоперевозках и т. д.)?

☐ (1) Хочу ☐ (2) Не хочу ☐ (3) Не знаю/непонятно

Е. Персональные данные

E1. Гражданство : _____

E2. Местожительства (страна/область) : _____

E3. Возраст : ☐ (1) 12-19 лет ☐ (2) 20-29 лет ☐ (3) 30-39 лет ☐ (4) 40-49 лет
 ☐ (5) 50-59 лет ☐ (6) 60-64 лет ☐ (7) 65 -69 лет ☐ (8) 70 лет и старше

E4. Степень образования :

☐ (1) Окончание начальной и средней школы (включая высшее образование)
☐ (2) Университет, колледж ☐ (3) Магистр, доктор наук ☐ (4) Другое _____

E5. Ваш годовой доход, в долларах США?

☐ (1) 9,999 и ниже ☐ (2) 10,000-14,999 долларов ☐ (3) 15,000-29,999 долларов
☐ (4) 30,000-39,999 долларов ☐ (5) 40,000-69,999 долларов ☐ (6) 70,000-99,999 долларов
☐ (7) 100,000 и выше ☐ (8) Нет фиксированного дохода

E6. Работа :

☐ (1) Представитель общественного мнения, руководитель или менеджер
☐ (2) Специальный персонал ☐ (3) Техник или помощник специального персонала
☐ (4) Служба поддержки дел ☐ (5) Сервисный или торговый персонал
☐ (6) Сельское, лесное, рыбное хозяйство, животноводство, производственный персонал
☐ (7) Навыки, связанные с персоналом
☐ (8) Персонал обслуживания или обслуживающий механическое оборудование
☐ (9) Основной технический рабочий или рабочий ☐ (10) Домохозяйство
☐ (11) Студент ☐ (12) Пенсионер ☐ (13) Другое _____

E7. Пол : ☐ (1) Мужской ☐ (2) Женский

※Другие записи (Запишите, чем вы удовлетворены и неудовлетворены или другое мнение) :

Удовлетворен : _____

Неудовлетворен : _____

другое : _____

~~ Спасибо за сотрудничество! Приятного путешествия домой!~~

F1.訪視結束時間：_____時_____分

訪員簽名：_____

附件二：消費金額估算公式

一、平均每人每日總消費金額之估算

受訪旅客消費金額之估算係以美元為計算單位，將總消費金額(含預付費用)除以共同消費人數及停留夜數，即為每人每日總消費金額，以 X 代表。

由於每人每日總消費金額會嚴重右偏，本調查先將每人每日總消費金額進行冪函數 (power function) 轉換，令 $Y = X^\lambda$ ，設定 $\lambda = 0.134912^{2\ 3\ 4}$ 。

為避免極端值影響每人每日總消費金額的平均估計，參考盧鴻鑒等人 (2012) 採用截尾平均數 (Trimmed mean) 方法來估算平均每人每日總消費 M 。

以下說明計算流程：

- (1) 令 n 表示總樣本數， $X_j, j = 1, \dots, n$ ，代表每人每日總消費的觀察值，進行冪函數 $Y_j = X_j^\lambda, j = 1, \dots, n$ 。
- (2) 令 $Y_{(j)}, j = 1, \dots, n$ ，表示樣本每人每日總消費排序後的觀察值，亦即， $Y_{(1)} \leq Y_{(2)} \leq \dots \leq Y_{(n)}$ 。
- (3) 令 $g = [\alpha n]$ 表示截尾樣本數，其中， $[x]$ 表示不超過 x 的最大整數， α 表示截尾比例，本計畫設定 $\alpha = 0.02$ ，也就是估計時去除最小與最大 1% 的觀察值。
- (4) 計算冪函數轉換每人每日總消費的截尾平均值與變異數的估計值，計算方式如下：

$$\hat{\mu}_Y = \frac{\sum_{j=g+1}^{n-g} Y_{(j)}}{n - 2g}$$

$$\hat{\sigma}_Y^2 = \frac{\sum_{j=g+1}^{n-g} (Y_{(j)} - \hat{\mu}_Y)^2}{n - 2g - 1}$$

偏態係數與峰態係數之估計值，以 γ_1 與 γ_2 表示。

² 盧鴻鑒、林晶璟、張永寬、李仁棻、黃登源 (2012)。來臺旅客消費估算研究。智慧科技與應用統計學報，第 10 卷第 1 期，53-69。

³ Chang, Y.K. and Huang, D.Y. (2005). On some robust estimation procedures for quantiles based on data. Journal of Applied Statistics, 32(9), 909-927.

⁴ Lee, R.F. and Huang, D.Y. (2003). On some data oriented robust estimation procedures for means. Journal of Applied Statistics, 30(6), 625-634.

(5) 計算每人每日總消費的截尾平均值與標準差的估計值，計算方式如下：

$$M_X = \hat{\mu}_Y^{\frac{1}{\lambda}} + \frac{1}{2} * \hat{\sigma}_Y^2 * \frac{1}{\lambda} * \left(\frac{1}{\lambda} - 1\right) * \hat{\mu}_Y^{\frac{1}{\lambda}-2} + \frac{1}{6} * \gamma_1 * \hat{\sigma}_Y^3 * \frac{1}{\lambda} * \left(\frac{1}{\lambda} - 1\right) * \left(\frac{1}{\lambda} - 2\right) * \hat{\mu}_Y^{\frac{1}{\lambda}-3} \\ + \frac{1}{24} * (\gamma_2 + 3) * \hat{\sigma}_Y^4 * \frac{1}{\lambda} * \left(\frac{1}{\lambda} - 1\right) * \left(\frac{1}{\lambda} - 2\right) * \left(\frac{1}{\lambda} - 3\right) * \hat{\mu}_Y^{\frac{1}{\lambda}-4}$$

$$\text{標準差估計值}(s_M) = \frac{\hat{\sigma}_Y}{\sqrt{n-2g}} * \frac{1}{\lambda} * \hat{\mu}_Y^{\frac{1}{\lambda}-1}$$

【定理】假設 U 是有均勻分配 $U(0,1)$ 的隨機變數。

令 $T(U) = a\left(\frac{U^\lambda}{\lambda}\right) - b\left[1 - \frac{(U)^\lambda}{\lambda}\right] + c$ 具一般化 Tukey λ 分配。

若式中 $\lambda=0.134912$ ， $a=b=0.683269$ 及 $c=0$ ，則 $T(U)$ 具有以下特性：

(a) $T(U)$ 有對稱於 0 的分配；

(b) $T(U)$ 和標準常態隨機變數有相同的前四項中央動差(centered moments)

二、 平均每人每日各細項消費金額之估算

(1) 計算全部人次之在旅館內、旅館外、交通費、娛樂費、雜費、購物費之消費金額總計： $S_i, i = 1, 2, \dots, 6$ 。

	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
全部人次之各細項消費金額總計	S_1	S_2	S_3	S_4	S_5	S_6

(2) 計算總消費金額： $S = S_1 + S_2 + \dots + S_6$ 。

(3) 計算各分項金額所佔之比率： $p_i = \frac{S_i}{S}, i = 1, 2, \dots, 6$ 。

	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
各分項金額所佔之比率	p_1	p_2	p_3	p_4	p_5	p_6

(4) 計算所得之平均每人每日消費金額(m)依比率分攤至各細項：

$$m_i = m \times p_i, i = 1, 2, \dots, 6。$$

	受訪旅客來臺消費項目						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	
消 費 金 額	m_1	m_2	m_3	m_4	m_5	m_6	m
比 率	p_1	p_2	p_3	p_4	p_5	p_6	100.00%

三、來臺旅客觀光支出之估算（在臺總消費金額）

來臺旅客在臺總消費金額 = (來臺旅客平均每人每日消費金額)

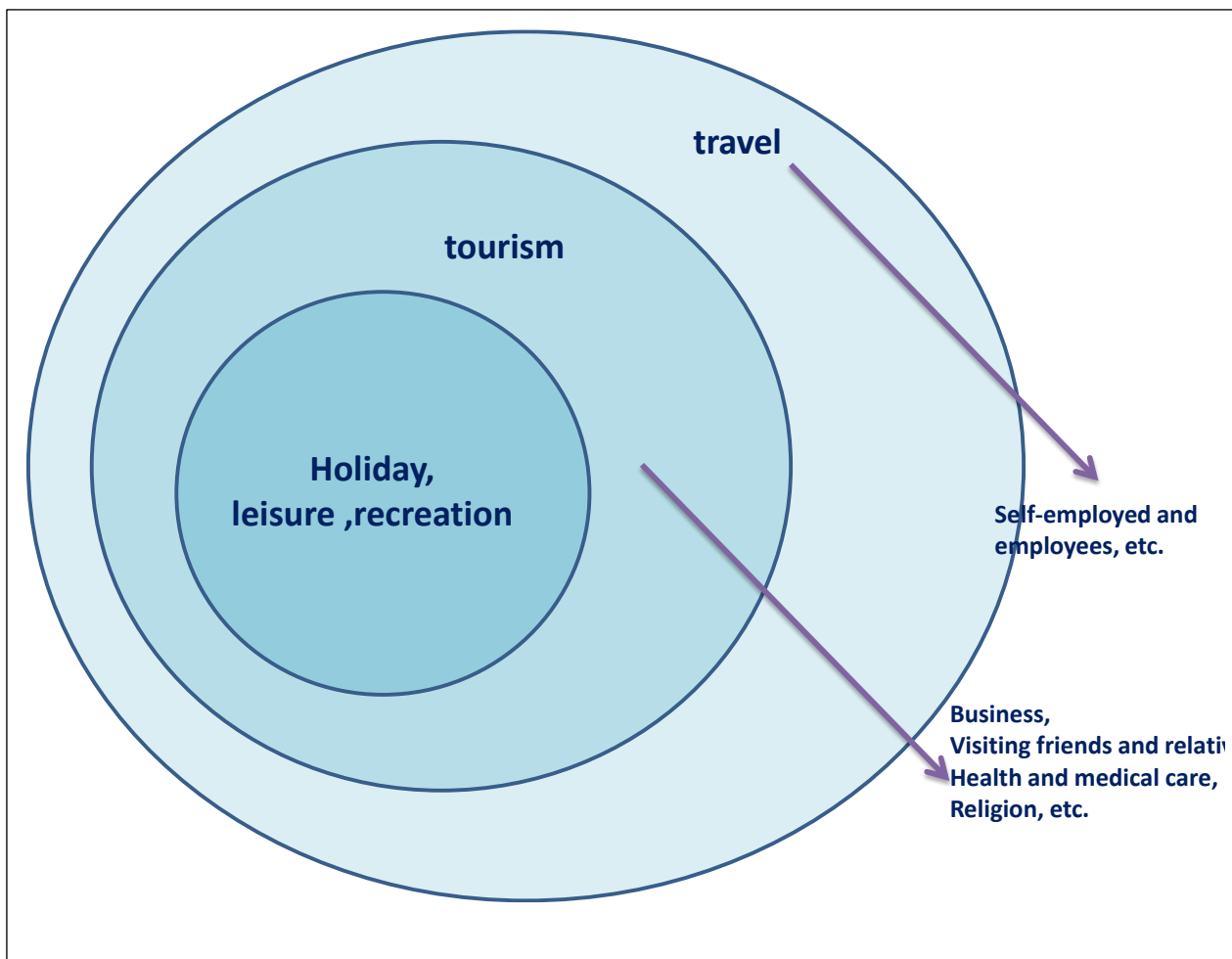
×(來臺旅客平均停留夜數)

×(來臺旅客人次)

上式中，「來臺旅客平均每人每日消費金額」係根據本調查所得，「來臺旅客平均停留夜數」及「來臺旅客人次」係根據內政部移民署資料。

附件三：名詞解釋

一、聯合國世界旅遊組織(UN Tourism)名詞定義：



Travel 旅行

旅行 (travel) 是人們從某個地點去另外一個地點的旅程，經常與觀光交互使用。旅行的目的有觀光、商務、探訪親友、求學、遊學、參加會議展覽、受僱者、長期留學生，或多目的的組合。

Tourism 觀光

個人離開日常熟悉的生活環境 24 小時以上，到外地從事相關餐飲、住宿、交通、旅遊及觀賞風景文物等活動。

觀光：「一種基於休閒、業務、或其他非以賺取報酬為目的，而到日常生活範圍以外之地方，且停留不超過一年的旅行活動。」，觀光的目的是除了度假、休閒、遊憩，也包含商務、探訪親友、健康醫療、求學、遊學、參加會議展覽等。

二、本調查依據內政部移民署統計資料，來臺旅客目的分為觀光、業務、國際會議或展覽、探親或訪友、求學、醫療及其他共 7 項類別；此中觀光目的係狹義觀光，主要為從事度假、休閒、遊憩等。

附件四：重大事件與觀光措施

時間	大事紀要
112-01	CECC 宣布自 112 年 1 月 1 日起，調整 COVID-19 確診者隔離治療費用支付原則，非本國籍人士如在臺期間確診，其確診隔離治療期間相關費用由個案自行負擔。
112-01	中國宣佈 1 月 8 日開始放寬邊境管控措施。
112-01	泰國政府宣布自 1 月 9 日起取消對要求所有 18 歲(含)以上之國際旅客入境泰國時，必須出示完整接種疫苗(2 劑)證明，或由合格醫療機構醫師出具之 6 個月內已確診 COVID-19 並康復證明，未能施打疫苗者必須提供醫師開立證明等相關規定，全面解除邊境管制措施。
112-02	「2023 台灣燈會」於 2 月 5 日至 2 月 19 日在臺北市舉辦。
112-02	大陸委員會宣布自 2 月 20 日起開放港澳居民來臺自由行。
112-02	旅遊平臺 Booking.com 公布「2023 旅客評分卓越獎 Traveller Review Awards」，花蓮首次名列「全球最好客城市」第二名，以國家公園的驚艷地景和熱鬧的夜市美食獲得肯定。
112-02	新加坡政府宣布自 2 月 13 日起所有未完整接種 COVID-19 疫苗的入境者不再需要出示陰性檢測證明；未完整接種的短期旅客也不再強制購買 COVID-19 旅遊保險，全面解除邊境管制措施。
112-03	韓國政府宣布包含臺灣在內的 22 個國家，旅客入境韓國享有免申請「韓國電子旅行許可（K-ETA）」的優惠待遇，該措施實施自 4 月 1 日起至 113 年 12 月 31 日止。
112-03	CECC 宣布自 3 月 20 日起，入境旅客輕症確診者免隔離、免通報，且取消入境者自主防疫，回歸邊境常態監測管理。

時間	大事紀要
112-04	行政院 5 月 29 日召開記者會，宣布推動「疫後擴大旅宿服務徵才計畫」，將結合交通部「補助旅宿業穩定接待國際旅客服務量能」、勞動部「疫後改善缺工擴大就業」及教育部「大專院校學生從事旅宿業暑期職場體驗」等 3 三項方案，以各部會力量共同紓緩旅宿業缺工問題。
112-04	日本政府宣布自 4 月 29 日起所有入境旅客均無須提交 72 小時內 PCR 陰性證明或 3 劑疫苗接種證明，全面解除邊境管制措施。
112-04	中國宣布自 4 月 29 日起，所有入境中國旅客可以用登機前 48 小時內抗原檢測(快篩)代替核酸檢測(PCR)，航空公司不再檢驗登機前檢測證明。
112-04	新加坡恢復轉機旅客的旅遊優惠，旅客於樟宜機場過境轉機 5.5 小時以上，24 小時以內、並取得入境資格，即可參加免費的旅遊行程。
112-05	為加速吸引國際觀光客來臺，交通部觀光署推出「遊台灣金福氣 Taiwan the Lucky Land--自由行旅客來臺消費金抽獎活動」自 5 月 1 日開跑，國際自由行旅客依活動辦法登錄即有機會抽中 5,000 元消費金。 除自由行旅客抽消費金活動外，為鼓勵國外組團社與國內接待旅行社合作攬客組團來臺旅遊，觀光署依團體人數及在臺天數提供 5,000 元到 5 萬元獎助金之申請。另也重啟深受過境旅客喜愛的過境半日遊，自 5 月 1 日開始接受預訂。
112-05	美國國土安全部表示入境美國之國際旅客無須提供 COVID-19 的疫苗接種證明。
112-05	Booking.com 公布 2023 年「十大永續旅遊目的地」，臺南市致力於發展永續產業及太陽能等被列入榜單，是臺灣唯一入榜城市。
112-05	自 112 年 5 月 20 日起至 114 年 8 月 31 日止，國內外自由行旅客使用各種電子票證(含行動支付)搭乘「台灣好行」路線，不分平假日均可享票價「半價」折扣優惠。

時間	大事紀要
112-06	臺灣獲萬事達卡(Mastercard)與新月評等(Crescent Rating) 112 年 6 月聯合發表「全球穆斯林旅遊指數 (GMTI)」評為非伊斯蘭合作組織旅遊目的地(non-OIC destinations)第 3 名，僅次於新加坡與英國，顯示臺灣推動友善穆斯林旅遊受到國際肯定，可提供國際穆斯林旅客來臺灣安心旅遊。
112-06	印尼政府宣布自 6 月 9 日起赴印尼旅客無須出示疫苗接種紀錄、PCR 檢測結果等資料，並取消相關隔離檢疫措施，全面解除邊境管制措施。
112-06	外交部領事事務局於 6 月 30 日公布，為配合新南向政策之推動、及考量後疫情時代恢復互訪交流與活絡觀光市場的需求，自 8 月 1 日起延長試辦泰國、菲律賓、汶萊國民來臺免簽證的措施至 113 年 7 月 31 日，並續行「觀宏專案」1 年至 113 年 12 月 31 日。
112-06	韓國政府宣布自 6 月 1 日起免除落地篩檢、隔離檢疫、登機前持 PCR 陰性證明，包括入境落地免簽證，同時也將取消入境人士核酸檢測以及一般醫療院所、藥局等高風險場所的強制配戴口罩等規定、確診者強制隔離 7 天改為建議隔離 5 天，全面解除邊境管制與防疫措施。
112-07	菲律賓政府宣布自 7 月 22 日起入境旅客將不再需要出示疫苗接種證書或 COVID-19 檢測結果，全面解除邊境管制措施。
112-07	交通部觀光署推出「在地有腳」小客車租賃業接駁服務，全臺共四十六條路線往返交通場站及住宿地點之間。
112-08	中國文旅部自今年 2 月 6 日起陸續開放旅行社辦理團客出境旅遊業務，並在 8 月 10 日公布第三批名單中包含美國、日本、韓國等 78 國，合計中國旅客可赴 138 國旅遊，但開放名單中並未包含臺灣。
112-08	美國旅遊雜誌 Trazee Travel 公布，讀者票選的 2023 年最喜愛的各類旅遊目的地，其中臺灣獲選「最喜愛的冒險旅遊目的地」(Favorite Adventure Destination)獎項。

時間	大事紀要
112-08	亞太旅行協會金獎（Pacific Asia Travel Association Gold Awards）於 8 月 24 日公布 2023 年的各獎項得主，交通部觀光署北海岸及觀音山國家風景區管理處以「Alabao Bay Secret Land Reappearance Plan（和平島地質公園世界秘境）」贏得「永續發展與社會責任—亞太地區旅遊目的地復原力」金獎獎項。
112-08	中國宣布自 8 月 30 日起，所有入境中國旅客無需進行入境前新冠病毒核酸（PCR）或抗原檢測（快篩），全面解除邊境管制措施。
112-09	交通部觀光署推出「補助旅宿業穩定接待國際旅客服務量能方案」，凡是符合申請資格之旅宿業者，新聘僱房務及清潔服務人員，補助每人每月 5 千元，最長 12 個月，自民國 112 年 10 月 1 日起至 114 年 5 月 31 日止開放申請。
112-09	大陸委員會宣布，自 9 月 1 日起恢復旅居及留學第三地陸籍人士來臺從事觀光活動。
112-09	9 月 15 日交通部觀光局改制為交通部觀光署，署成立後兼具政策和執行雙重功能，以用心在地榮耀臺灣為願景，打造臺灣為「親山親海親環島」的魅力寶島。
112-10	2023 年全球綠色目的地年會(Global Green Destinations Day Conference) 於 10 月 8 日頒發「2023 全球百大目的地故事獎」，本年度臺灣再次嶄露頭角，共計 6 個目的地加入綠色目的地比賽與認證計畫並全數獲獎。
112-11	2023「ITF 台北國際旅展」於 11 月 3 日至 11 月 6 日舉辦。
112-11	交通部觀光署為全球佈局暨拓展韓國觀光市場、加強推廣來臺旅遊、及加速恢復韓國來臺旅客數，於 11 月 13 日正式成立「交通部觀光署駐釜山辦事處」。
112-11	日圓持續貶值，11 月 17 日臺灣銀行的日圓現鈔出售匯價已來到 1 日圓兌 0.2149 新臺幣，創下近 30 多年以來的新低價位。
112-11	交通部觀光署於 11 月 17 日舉辦《用心在地∞榮耀臺灣》2023 臺灣觀光高峰論壇，會中特邀觀光、科技、氣候、媒體及運輸等多元領域產業產官學研參與，引領觀光產業朝雙軸「永續發展×數位轉型」前進，以建構臺灣大觀光生態系，實現 2030 永續觀光願景。

時間	大事紀要
112-12	112 年國際旅客入境人次 600 萬目標於 12 月 15 日提前達標。
112-12	為提升機場國門與國家風景區外語接待能力，交通部觀光署採購 AI「智慧櫃檯」即時翻譯服務方案，以便更服務外籍旅客，穩定接待量能，目前於松山機場及野柳遊客中心設有櫃檯；未來在預期外籍旅客逐步增加的狀況下，將透過適當的評估，擴及至其他機場或國家級風景區。
112-12	交通部觀光署與氣象署於 12 月 18 日簽署「觀光氣象合作備忘錄(MOU)」，期望透過雙方積極合作，使觀光與氣象緊密結合，提供遊客更便捷的旅遊服務，讓遊程規劃能更安心、順暢。
112-12	行政院於 112 年 12 月 26 日備查《東南亞國家優質團體旅客來臺觀光簽證作業規範》，觀宏專案試辦至 113 年 12 月 31 日。
112-12	112 年 12 月 1 日至 113 年 5 月 31 日，觀光署與台灣高速鐵路股份有限公司合作推出「國際旅客搭高鐵兩人同行一人免費優惠活動」，並於活動首月(112 年 12 月 1 日至 12 月 31 日)加贈免費兌換「機捷來回票+北捷 72 小時票」1 套，讓國際旅客從北臺灣玩到南臺灣，加速吸引更多海外旅客首選臺灣為旅遊目的地，深入中南部旅遊，體驗南臺灣之美。
113-01	旅遊集團智遊網（Expedia）於 1 月 1 日發佈旅遊趨勢報告，平替式旅遊成為 2024 年的旅遊趨勢。其中臺北獲得平替旅遊目的地排行榜第一名，取代韓國首爾成為在消費與氣候更加平易近人的旅遊選項。
113-01	交通部觀光署與航港局於 1 月 11 日發布推動國內「渡輪跳島旅遊」及國際「亞洲跳島郵輪聯盟」，結合離島資源與探索型郵輪，提升國內外高端旅遊吸引力，促進觀光發展與經濟效益。
113-01	交通部觀光署於 113 年 1 月 1 日，結合高鐵、4 條捷運及 4 條台灣好行，正式推出 Taiwan PASS 高鐵版。

時間	大事紀要
113-02	由於中國片面宣布改變 M503 航線造成兩岸情勢變化與中國未安排陸客來臺旅遊，觀光署於 2 月 7 日宣布停止招攬赴中旅行團，並期盼獲得對等友善的觀光互動模式。
113-02	交通部觀光署於 2 月 8 日成立「駐孟買台灣觀光服務分處」，開展對印度的中長期布局，並參與當地旅展增加台灣曝光，從 MICE 市場啟動，未來進展到大眾旅遊市場，希望吸引印度旅客探索體驗台灣。
113-02	台灣燈會在 2 月 24 日至 3 月 10 日於臺南「高鐵燈區」及「安平燈區」舉行。
113-02	交通部觀光署於 2 月 28 日成立「駐雅加達台灣觀光服務分處」，深化臺灣觀光品牌，推廣穆斯林友善旅遊與新南向市場，強化與印尼旅遊業者合作，吸引更多印尼旅客來臺。
113-03	113 年 3 月 1 日至 12 月 31 日實施「台灣觀巴 2 人同行 1 人免費」優惠促銷措施。
113-04	4 月 3 日於花蓮外海發生芮氏規模 7.2 的強震，在花蓮縣秀林鄉測得最大震度 6 強，為 921 大地震後最強地震。造成花東地區多處房屋受損，鐵路公路等交通方式均有受阻。旅行社與飯店業者皆有虧損，並重創太魯閣，景點及道路因地震落石而造成大規模損毀，部分區域需長期修復。影響包括遊客減少、國際旅遊業受挫及旅宿業衝擊。太魯閣國家公園管理處於 4 月 8 日宣布共分三階段開放計畫，加強防護設施與安全評估，以確保水土環境與旅客安全。
113-04	交通部觀光署為強化歐洲佈局，於 4 月 30 日在法國巴黎成立台灣觀光服務分處。
113-05	根據萬事達卡與新月評等發表的 2024 年全球穆斯林旅遊指數 (Global Muslim Travel Index)，台灣在非伊斯蘭合作組織旅遊目的地中獲得第三名的佳績，報告指出台灣的優異表現得益於清真認證餐廳大幅度增加，以及建立熱門旅遊景點、機場、火車站祈禱室等穆斯林友善措施。
113-05	因應 0403 花蓮地震對觀光業的影響，交通部於 5 月 4 日宣布編列振興觀光旅遊編列 12.31 億元的預算，包含旅宿業融資信用保證、旅遊振興補助、交通優惠，期盼帶動花蓮觀光產業復甦。

時間	大事紀要
113-05	交通部觀光署於 5 月 7 日宣布攜手 Bito 設計團隊推出全新臺灣觀光品牌 3.0，以「WAVES OF WONDER」為概念，運用波動線條象徵臺灣山海風貌，打造專屬字型 TAIWAN SANS，並在國際重要據點展出宣傳。
113-05	行政院通過本署「拓展觀光亮點，帶動兆元產業」之施政方向。
113-06	交通部觀光署於 6 月 1 日起辦理「0403 花東振興方案」。
113-06	交通部觀光署於 6 月 1 日起啟動「振興花蓮震後觀光產業實施計畫」花蓮自由行住宿優惠活動，及「獎勵旅行業辦理花東團體旅遊補助方案」。
113-06	6 月 1 日-12 月 31 日「台灣好行」花東地區 6 條路線持電子票證乘車享免費優惠。
113-06	6 月 1 日-12 月 31 日「台灣觀巴」花東套裝遊程 2 折優惠。
113-06	萬事達卡與新月評等（Crescent Rating）發表 2024 年全球穆斯林旅遊指數（GMTI），台灣在非伊斯蘭合作組織旅遊目的地（non-OIC destinations）獲得第 3 名。
113-07	交通部觀光署於 7 月 1 日至 9 月 30 推出 Taiwan PASS 台鐵版(花蓮振興方案) 2 人同行 1 人免費的超值優惠。
113-07	7 月 1 日-12 月 31 日「台灣好行」宜蘭地區 4 條路線持電子票證乘車享免費優惠。
113-07	7 月 1 日-12 月 31 日「台灣觀巴」宜蘭套裝遊程 2 折優惠。
113-07	強烈颱風凱米 7 月 22 日至 28 日挾帶強風、豪雨侵臺，全臺共有 449 班航班取消，並對中部、南部造成積淹水災情。
113-07	《富比世顧問》（Forbes Advisor）於 7 月 25 日公布全球安全旅遊城市排名，臺北為全球排名第 12 名、亞洲第 5 名，其中治安指標為全球第二好。
113-08	交通部觀光署於 8 月 1 日啟動臺東自由行住宿優惠活動。
113-08	交通部觀光署自 8 月 1 日起至 12 月 31 日針對外國團客住宿花東提供加碼獎助。
113-08	交通部觀光署於 8 月 2 日-8 月 5 日參展「2024 台灣美食展」。

時間	大事紀要
113-08	美國著名旅遊雜誌《Travel + Leisure》於 8 月 6 日公布「10 個最低旅遊成本的亞洲城市」，其中臺北為亞洲最實惠旅遊地點第一名。
113-08	美國知名旅遊雜誌《Global Traveler》（環旅世界）第 12 屆休閒生活風格獎（Leisure Lifestyle Awards），台灣再度榮獲「亞洲最佳休閒旅遊目的地」。
113-09	交通部觀光署於 9 月 3 日宣布推動「臺灣自行車旅遊節」，推出包括國際知名 KOM 登山王挑戰賽、環法自行車挑戰賽等 10 大品牌活動，結合兩鐵旅遊、友善服務與在地文化，吸引國內外旅客以低碳方式體驗臺灣之美，促進永續觀光發展。
113-09	交通部觀光署於 9 月 13 日推出「高鐵兩人同行一人免費」及「Taiwan PASS 高鐵版兩人同行一人免費」優惠，吸引國際旅客探索臺灣中南部，體驗自然美景、文化與美食，促進區域觀光發展，活動限定短期入境旅客，並於國外市場積極宣傳。
113-10	交通部觀光署為強化北美布局，於 10 月 2 日在加拿大溫哥華成立台灣觀光服務分處。
113-10	強烈颱風山陀兒於 10 月 3 日從高雄市登陸，對全臺各地均造成嚴重災情。
113-10	交通部觀光署於 10 月 7 日-11 月 30 日推出觀光遊樂業「花蓮好樂園 2 折優惠」活動。
113-10	交通部觀光署於 10 月 29 日攜手全臺 22 縣市政府推出「台灣觀光 100 亮點」計畫，涵蓋 6 大系列活動，包含特色展覽、亮點市集、電子集章、每月主打縣市旅遊優惠、遊程圖文影音競賽及壯遊企劃徵集，鼓勵國內外旅客深度遊臺。
113-10	強烈颱風康芮於 10 月 31 日從臺東縣登陸，造成國際暨兩岸航線取消超過 300 架次。
113-11	2024 ITF 臺北國際旅展於 11 月 1 日至 11 月 4 日舉辦，展會強化「觀光外交」主題，吸引 111 國參展。推出邦交國特展區、商談會等活動，促進國內外交流，推動臺灣旅遊發展與國際合作。

時間	大事紀要
113-12	韓國總統尹錫悅於 12 月 3 日韓國時間 22 時 27 分發布戒嚴，翌日 4 時 30 分在韓國國會通過撤銷戒嚴令，對韓國政治經濟環境造成不確定性的影響，韓圓兌美元當日跌幅達 1.9%，並下跌至 2022 年 10 月以來最低點
113-12	2024 綠色目的地百大故事獎 12 月 11 日於智利蓬塔阿雷納斯（Punta Arenas）舉行，台灣 9 案獲獎展現永續旅遊實力。
113-12	12 月 12 日臺灣獲英國旅遊期刊 Wanderlust 的「全球最嚮往島嶼」的銀獎。
113-12	2024 全球綠色目的地百大故事獎(Green Destination Top 100 Stories)，台灣榮獲 8 項，為 9 年來最多目的地獲獎的一年。
113-12	交通部觀光署為強化新南向布局，於 12 月 20 日在菲律賓馬尼拉成立台灣觀光服務分處。

附表一：整體結果

附表 1-1 113 年受訪旅客來臺主要目的—依居住地分

單位：人；%

人數 列百分比	總計	來臺主要目的						
		觀光	業務	國際會議 或展覽	探親或 訪友	求學	醫療	其他
總計	6,620	4,367	840	108	1,226	5	45	29
	100.00	65.96	12.69	1.63	18.52	0.08	0.68	0.44
日本	1,128	902	126	15	82	-	-	3
	100.00	79.96	11.17	1.33	7.27	-	-	0.27
大陸	348	6	78	8	250	-	6	-
	100.00	1.72	22.41	2.30	71.85	-	1.72	-
韓國	829	708	74	17	29	-	-	1
	100.00	85.40	8.93	2.05	3.50	-	-	0.12
香港、澳門	1,116	862	87	9	124	1	26	7
	100.00	77.24	7.80	0.81	11.11	0.09	2.33	0.62
新加坡	344	214	63	9	56	-	-	2
	100.00	62.21	18.31	2.62	16.28	-	-	0.58
馬來西亞	368	268	34	3	59	-	1	3
	100.00	72.83	9.24	0.82	16.03	-	0.26	0.82
印尼	197	121	7	2	64	-	-	3
	100.00	61.42	3.55	1.02	32.49	-	-	1.52
菲律賓	396	282	33	6	74	-	1	-
	100.00	71.21	8.33	1.52	18.69	-	0.25	-
泰國	342	256	30	-	56	-	-	-
	100.00	74.85	8.77	-	16.38	-	-	-
越南	340	241	31	7	59	1	-	1
	100.00	70.88	9.12	2.06	17.36	0.29	-	0.29
印度	34	7	15	1	7	1	1	2
	100.00	20.59	44.12	2.94	20.59	2.94	2.94	5.88
美國	545	220	130	15	166	2	8	4
	100.00	40.37	23.85	2.75	30.46	0.37	1.47	0.73
德、英、法	167	60	47	5	53	-	1	1
	100.00	35.93	28.14	2.99	31.74	-	0.60	0.60
歐洲其他地區	134	70	30	8	24	-	-	2
	100.00	52.24	22.39	5.97	17.91	-	-	1.49
紐澳	106	54	25	-	27	-	-	-
	100.00	50.94	23.58	-	25.48	-	-	-
其他地區	226	96	30	3	96	-	1	-
	100.00	42.48	13.27	1.33	42.48	-	0.44	-

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-2 113 年受訪旅客年齡—依居住地分

單位：人；%

人數 列百分比	總計	年齡							
		12-19 歲	20-29 歲	30-39 歲	40-49 歲	50-59 歲	60-64 歲	65-69 歲	70 歲以上
總計	6,620	127	1,881	1,517	1,168	1,305	430	173	19
	100.00	1.92	28.41	22.92	17.64	19.71	6.50	2.61	0.29
日本	1,128	22	283	192	158	289	120	58	6
	100.00	1.95	25.09	17.02	14.01	25.62	10.64	5.14	0.53
大陸	348	14	71	68	130	46	16	3	-
	100.00	4.02	20.40	19.54	37.36	13.22	4.60	0.86	-
韓國	829	29	217	165	141	179	75	23	-
	100.00	3.50	26.18	19.90	17.01	21.59	9.05	2.77	-
香港・澳門	1,116	17	350	241	226	174	68	34	6
	100.00	1.52	31.36	21.59	20.25	15.59	6.09	3.05	0.55
新加坡	344	3	83	78	67	89	21	2	1
	100.00	0.87	24.13	22.67	19.48	25.87	6.10	0.58	0.30
馬來西亞	368	10	123	75	64	80	13	3	-
	100.00	2.72	33.42	20.38	17.39	21.74	3.53	0.82	-
印尼	197	3	78	73	15	21	7	-	-
	100.00	1.52	39.59	37.06	7.61	10.66	3.56	-	-
菲律賓	396	1	130	141	54	59	5	6	-
	100.00	0.25	32.83	35.61	13.64	14.90	1.26	1.51	-
泰國	342	3	104	132	44	50	6	3	-
	100.00	0.88	30.41	38.60	12.87	14.62	1.75	0.87	-
越南	340	1	131	105	55	30	13	5	-
	100.00	0.29	38.53	30.88	16.18	8.82	3.82	1.48	-
印度	34	-	9	12	7	5	1	-	-
	100.00	-	26.47	35.29	20.59	14.71	2.94	-	-
美國	545	9	150	96	89	149	31	17	4
	100.00	1.65	27.52	17.61	16.33	27.34	5.69	3.12	0.74
德・英・法	167	1	43	32	32	48	9	2	-
	100.00	0.60	25.75	19.16	19.16	28.74	5.39	1.20	-
歐洲其他 地區	134	3	32	35	25	31	6	2	-
	100.00	2.24	23.88	26.12	18.66	23.13	4.48	1.49	-
紐澳	106	4	24	21	18	27	9	3	-
	100.00	3.77	22.64	19.81	16.98	25.47	8.49	2.84	-
其他地區	226	7	53	51	43	28	30	12	2
	100.00	3.10	23.45	22.57	19.03	12.39	13.27	5.31	0.88

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-3 113 年受訪旅客年齡—依來臺主要目的分

單位：人；%

人數 列百分比	總計	年齡							
		12-19 歲	20-29 歲	30-39 歲	40-49 歲	50-59 歲	60-64 歲	65-69 歲	70 歲以上
總計	6,620	127	1,881	1,517	1,168	1,305	430	173	19
	100.00	1.92	28.41	22.92	17.64	19.71	6.50	2.61	0.29
觀光	4,367	86	1,401	1,021	626	804	299	119	11
	100.00	1.97	32.09	23.38	14.33	18.41	6.85	2.72	0.25
業務	840	1	103	218	270	238	8	1	1
	100.00	0.12	12.26	25.95	32.15	28.33	0.95	0.12	0.12
國際會議或展覽	108	1	17	23	34	28	2	3	-
	100.00	0.93	15.74	21.30	31.47	25.93	1.85	2.78	-
探親或訪友	1,226	38	343	238	226	226	108	41	6
	100.00	3.10	27.99	19.41	18.43	18.43	8.81	3.34	0.49
求學	5	-	5	-	-	-	-	-	-
	100.00	-	100.00	-	-	-	-	-	-
醫療	45	-	2	6	8	7	13	8	1
	100.00	-	4.44	13.33	17.78	15.56	28.89	17.78	2.22
其他	29	1	10	11	4	2	-	1	-
	100.00	3.45	34.48	37.93	13.79	6.90	-	3.45	-

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-4 113 年受訪旅客性別—依居住地分

單位：人；%

人數 列百分比	總計	性別	
		男性	女性
總計	6,620	3,195	3,425
	100.00	48.26	51.74
日本	1,128	588	540
	100.00	52.13	47.87
大陸	348	130	218
	100.00	37.36	62.64
韓國	829	368	461
	100.00	44.39	55.61
香港、澳門	1,116	498	618
	100.00	44.62	55.38
新加坡	344	170	174
	100.00	49.42	50.58
馬來西亞	368	172	196
	100.00	46.74	53.26
印尼	197	93	104
	100.00	47.21	52.79
菲律賓	396	167	229
	100.00	42.17	57.83
泰國	342	124	218
	100.00	36.26	63.74
越南	340	171	169
	100.00	50.29	49.71
印度	34	27	7
	100.00	79.41	20.59
美國	545	308	237
	100.00	56.51	43.49
德、英、法	167	106	61
	100.00	63.47	36.53
歐洲其他地區	134	89	45
	100.00	66.42	33.58
紐澳	106	58	48
	100.00	54.72	45.28
其他地區	226	126	100
	100.00	55.75	44.25

附表 1-5 113 年受訪旅客性別—依來臺主要目的分

單位：人；%

人數 列百分比	總計	性別	
		男性	女性
總計	6,620	3,195	3,425
	100.00	48.26	51.74
觀光	4,367	1,944	2,423
	100.00	44.52	55.48
業務	840	642	198
	100.00	76.43	23.57
國際會議或展覽	108	73	35
	100.00	67.59	32.41
探親或訪友	1,226	498	728
	100.00	40.62	59.38
求學	5	4	1
	100.00	80.00	20.00
醫療	45	22	23
	100.00	48.89	51.11
其他	29	12	17
	100.00	41.38	58.62

附表 1-6 113 年受訪旅客最高學歷—依居住地分

單位：人；%

人數 列百分比	總計	最高學歷				
		小學中學肄畢 (含高職)	大專	碩、博士	其他	未回答
總計	6,620	1,173	4,544	899	-	4
	100.00	17.72	68.64	13.58	-	0.06
日本	1,128	247	716	164	-	1
	100.00	21.90	63.47	14.54	-	0.09
大陸	348	87	216	45	-	-
	100.00	25.00	62.07	12.93	-	-
韓國	829	190	566	73	-	-
	100.00	22.92	68.27	8.81	-	-
香港、澳門	1,116	190	836	89	-	1
	100.00	17.03	74.91	7.97	-	0.09
新加坡	344	33	247	64	-	-
	100.00	9.59	71.81	18.60	-	-
馬來西亞	368	50	296	22	-	-
	100.00	13.59	80.43	5.98	-	-
印尼	197	94	100	3	-	-
	100.00	47.72	50.76	1.52	-	-
菲律賓	396	105	256	35	-	-
	100.00	26.52	64.64	8.84	-	-
泰國	342	64	251	27	-	-
	100.00	18.71	73.40	7.89	-	-
越南	340	70	233	36	-	1
	100.00	20.59	68.53	10.59	-	0.29
印度	34	2	19	13	-	-
	100.00	5.88	55.88	38.24	-	-
美國	545	18	374	152	-	1
	100.00	3.30	68.63	27.89	-	0.18
德、英、法	167	2	100	65	-	-
	100.00	1.20	59.88	38.92	-	-
歐洲其他地區	134	4	91	39	-	-
	100.00	2.99	67.91	29.10	-	-
紐澳	106	7	70	29	-	-
	100.00	6.60	66.04	27.36	-	-
其他地區	226	10	173	43	-	-
	100.00	4.42	76.55	19.03	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-7 113 年受訪旅客最高學歷—依來臺主要目的分

單位：人；%

人數 列百分比	總計	最高學歷				
		小學、中學 肄畢(含高職)	大專	碩、博士	其他	未回答
總計	6,620	1,173	4,544	899	-	4
	100.00	17.72	68.64	13.58	-	0.06
觀光	4,367	875	3,184	306	-	2
	100.00	20.04	72.90	7.01	-	0.05
業務	840	7	403	429	-	1
	100.00	0.83	47.98	51.07	-	0.12
國際會議或展覽	108	3	60	45	-	-
	100.00	2.78	55.55	41.67	-	-
探親或訪友	1,226	270	848	107	-	1
	100.00	22.02	69.17	8.73	-	0.08
求學	5	-	5	-	-	-
	100.00	-	100.00	-	-	-
醫療	45	14	27	4	-	-
	100.00	31.11	60.00	8.89	-	-
其他	29	4	17	8	-	-
	100.00	13.79	58.62	27.59	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-8 113 年受訪旅客工作別—依居住地分

單位：人；%

人數 列百分比	總計	工作別					
		民意代表 主管及 經理人員	專業人員	技術員及 助理專業 人員	事務支援 人員	服務及 銷售工作 人員	農林漁牧 生產人員
總計	6,620	742	1,051	822	1,259	934	112
	100.00	11.21	15.88	12.42	19.01	14.11	1.69
日本	1,128	146	130	122	312	81	11
	100.00	12.94	11.52	10.82	27.66	7.18	0.98
大陸	348	52	56	39	48	51	13
	100.00	14.94	16.09	11.21	13.79	14.66	3.74
韓國	829	65	102	99	172	133	14
	100.00	7.84	12.30	11.94	20.75	16.04	1.69
香港、澳門	1,116	79	138	171	206	215	13
	100.00	7.08	12.37	15.32	18.45	19.27	1.16
新加坡	344	46	68	39	49	55	7
	100.00	13.37	19.78	11.34	14.24	15.99	2.03
馬來西亞	368	25	37	52	75	82	7
	100.00	6.79	10.05	14.13	20.39	22.28	1.90
印尼	197	7	14	21	54	28	3
	100.00	3.55	7.11	10.66	27.42	14.21	1.52
菲律賓	396	28	64	47	86	91	12
	100.00	7.07	16.16	11.87	21.73	22.98	3.03
泰國	342	28	75	43	46	81	5
	100.00	8.19	21.93	12.57	13.45	23.68	1.46
越南	340	59	52	25	54	51	2
	100.00	17.35	15.30	7.35	15.89	15.00	0.59
印度	34	7	9	7	5	-	1
	100.00	20.59	26.47	20.59	14.71	-	2.94
美國	545	89	142	86	55	35	13
	100.00	16.33	26.05	15.78	10.09	6.42	2.39
德、英、法	167	38	52	28	18	2	2
	100.00	22.75	31.13	16.77	10.78	1.20	1.20
歐洲其他地區	134	27	42	13	20	7	1
	100.00	20.15	31.33	9.70	14.93	5.22	0.75
紐澳	106	17	26	8	12	13	4
	100.00	16.04	24.54	7.55	11.32	12.26	3.77
其他地區	226	29	44	22	47	9	4
	100.00	12.83	19.47	9.73	20.81	3.98	1.77

附表 1-8 113 年受訪旅客工作別—依居住地分(續完)

單位：人；%

人數 列百分比	工作別							
	技藝有關 工作人員	機械設備 操作及 組裝人員	基層技術 工及 勞力工	家庭管理	學生	退休人員	其他	未回答
總計	208	133	42	457	474	344	37	5
	3.14	2.01	0.63	6.90	7.16	5.20	0.56	0.08
日本	22	6	3	105	95	86	9	-
	1.95	0.53	0.27	9.31	8.42	7.62	0.80	-
大陸	8	-	2	41	31	6	1	-
	2.30	-	0.57	11.78	8.91	1.72	0.29	-
韓國	18	11	3	91	77	43	1	-
	2.17	1.33	0.36	10.98	9.29	5.19	0.12	-
香港、澳門	47	10	3	89	83	59	3	-
	4.21	0.90	0.27	7.97	7.44	5.29	0.27	-
新加坡	17	4	3	26	16	13	1	-
	4.94	1.16	0.87	7.56	4.65	3.78	0.29	-
馬來西亞	16	12	4	19	33	5	1	-
	4.35	3.26	1.09	5.16	8.97	1.36	0.27	-
印尼	18	20	7	11	9	4	1	-
	9.14	10.15	3.55	5.58	4.57	2.03	0.51	-
菲律賓	9	24	5	13	13	4	-	-
	2.27	6.06	1.26	3.28	3.28	1.01	-	-
泰國	11	16	-	9	16	9	3	-
	3.22	4.68	-	2.63	4.68	2.63	0.88	-
越南	9	14	6	15	25	18	9	1
	2.65	4.12	1.76	4.41	7.35	5.29	2.65	0.29
印度	1	-	-	-	2	1	1	-
	2.94	-	-	-	5.88	2.94	2.94	-
美國	20	8	2	10	34	45	4	2
	3.67	1.47	0.37	1.83	6.24	8.26	0.73	0.37
德、英、法	4	2	-	5	8	7	1	-
	2.40	1.20	-	2.99	4.79	4.19	0.60	-
歐洲其他地區	4	1	-	2	9	6	2	-
	2.99	0.75	-	1.49	6.72	4.48	1.49	-
紐澳	3	-	3	4	7	7	-	2
	2.83	-	2.83	3.77	6.60	6.60	-	1.89
其他地區	1	5	1	17	16	31	-	-
	0.44	2.21	0.44	7.52	7.08	13.72	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-9 113 年受訪旅客工作別—依來臺主要目的分

單位：人；%

人數 列百分比	總計	工作別					
		民意代表 主管及 經理人員	專業人員	技術員及 助理專業 人員	事務支援 人員	服務及 銷售工作 人員	農林漁牧 生產人員
總計	6,620	742	1,051	822	1,259	934	112
	100.00	11.21	15.88	12.42	19.01	14.11	1.69
觀光	4,367	222	622	588	984	686	75
	100.00	5.08	14.24	13.46	22.54	15.71	1.72
業務	840	356	251	114	41	44	5
	100.00	42.38	29.87	13.57	4.88	5.24	0.60
國際會議或展覽	108	58	25	9	4	3	3
	100.00	53.70	23.15	8.33	3.70	2.78	2.78
探親或訪友	1,226	101	134	105	220	197	29
	100.00	8.24	10.93	8.56	17.94	16.07	2.37
求學	5	-	1	-	-	-	-
	100.00	-	20.00	-	-	-	-
醫療	45	4	11	2	3	2	-
	100.00	8.89	24.44	4.44	6.67	4.44	-
其他	29	1	7	4	7	2	-
	100.00	3.45	24.14	13.78	24.14	6.90	-

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-9 113 年受訪旅客工作別—依來臺主要目的分(續完)

單位：人；%

人數 列百分比	工作別							
	技藝有關 工作人員	機械設備 操作及 組裝人員	基層技術 工及 勞力工	家庭管理	學生	退休人員	其他	未回答
總計	208	133	42	457	474	344	37	5
	3.14	2.01	0.63	6.90	7.16	5.20	0.56	0.08
觀光	155	95	30	322	332	229	25	2
	3.55	2.18	0.69	7.37	7.60	5.24	0.57	0.05
業務	14	8	1	-	-	1	2	3
	1.67	0.95	0.12	-	-	0.12	0.24	0.36
國際會議或展覽	1	2	-	1	2	-	-	-
	0.93	1.85	-	0.93	1.85	-	-	-
探親或訪友	36	28	10	121	133	104	8	-
	2.94	2.28	0.82	9.87	10.85	8.48	0.65	-
求學	1	-	-	-	3	-	-	-
	20.00	-	-	-	60.00	-	-	-
醫療	-	-	-	12	-	10	1	-
	-	-	-	26.67	-	22.22	2.22	-
其他	1	-	1	1	4	-	1	-
	3.45	-	3.45	3.45	13.79	-	3.45	-

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-10 113 年受訪旅客年收入—依居住地分

單位：人；%

人數 列百分比	總計	年收入			
		9,999 美元 以下	10,000- 14,999 美元	15,000- 29,999 美元	30,000- 39,999 美元
總計	6,620	517	1,193	1,655	1,079
	100.00	7.81	18.02	25.00	16.30
日本	1,128	88	156	238	252
	100.00	7.80	13.83	21.10	22.34
大陸	348	29	96	92	36
	100.00	8.33	27.59	26.44	10.34
韓國	829	49	88	246	116
	100.00	5.91	10.62	29.67	13.99
香港・澳門	1,116	81	160	376	205
	100.00	7.26	14.34	33.69	18.37
新加坡	344	11	30	98	82
	100.00	3.20	8.72	28.49	23.84
馬來西亞	368	37	93	108	60
	100.00	10.05	25.27	29.35	16.30
印尼	197	36	101	28	13
	100.00	18.27	51.27	14.21	6.60
菲律賓	396	53	145	87	48
	100.00	13.38	36.62	21.97	12.12
泰國	342	29	102	117	35
	100.00	8.48	29.82	34.21	10.23
越南	340	57	115	81	26
	100.00	16.76	33.82	23.82	7.65
印度	34	1	6	9	3
	100.00	2.94	17.65	26.47	8.82
美國	545	19	32	66	89
	100.00	3.49	5.87	12.11	16.33
德・英・法	167	2	6	24	43
	100.00	1.20	3.59	14.37	25.75
歐洲其他地區	134	2	9	25	23
	100.00	1.49	6.72	18.66	17.16
紐澳	106	5	7	20	18
	100.00	4.72	6.60	18.87	16.98
其他地區	226	18	47	40	30
	100.00	7.96	20.80	17.70	13.27

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-10 113 年受訪旅客年收入—依居住地分(續完)

單位：人；%

人數 列百分比	年收入				
	40,000- 69,999 美元	70,000- 99,999 美元	100,000 美元 以上	無固定收入	未回答
總計	657	366	283	869	1
	9.92	5.53	4.27	13.13	0.02
日本	138	57	22	177	-
	12.23	5.05	1.95	15.70	-
大陸	21	9	4	61	-
	6.03	2.59	1.15	17.53	-
韓國	92	56	12	170	-
	11.10	6.76	1.45	20.50	-
香港、澳門	93	35	15	151	-
	8.33	3.14	1.34	13.53	-
新加坡	48	17	16	42	-
	13.95	4.94	4.65	12.21	-
馬來西亞	22	5	7	36	-
	5.98	1.36	1.90	9.79	-
印尼	2	-	1	16	-
	1.02	-	0.51	8.12	-
菲律賓	22	13	9	19	-
	5.56	3.28	2.27	4.80	-
泰國	20	6	6	27	-
	5.85	1.76	1.76	7.89	-
越南	9	3	3	46	-
	2.65	0.88	0.88	13.54	-
印度	5	2	5	3	-
	14.71	5.88	14.71	8.82	-
美國	83	90	112	53	1
	15.23	16.51	20.55	9.73	0.18
德、英、法	25	20	29	18	-
	14.97	11.98	17.37	10.77	-
歐洲其他地區	36	14	12	13	-
	26.87	10.45	8.96	9.69	-
紐澳	19	15	14	8	-
	17.92	14.15	13.21	7.55	-
其他地區	22	24	16	29	-
	9.73	10.62	7.08	12.84	-

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-11 113 年受訪旅客年收入—依來臺主要目的分

單位：人；%

人數 列百分比	總計	年收入			
		9,999 美元 以下	10,000- 14,999 美元	15,000- 29,999 美元	30,000- 39,999 美元
總計	6,620	517	1,193	1,655	1,079
	100.00	7.81	18.02	25.00	16.30
觀光	4,367	348	833	1,237	702
	100.00	7.97	19.07	28.33	16.08
業務	840	1	30	143	192
	100.00	0.12	3.57	17.02	22.86
國際會議或展覽	108	-	16	13	13
	100.00	-	14.81	12.04	12.04
探親或訪友	1,226	161	306	248	158
	100.00	13.13	24.96	20.23	12.89
求學	5	1	-	2	-
	100.00	20.00	-	40.00	-
醫療	45	2	2	6	11
	100.00	4.44	4.44	13.34	24.45
其他	29	4	6	6	3
	100.00	13.79	20.69	20.69	10.34

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-11 113 年受訪旅客年收入—依來臺主要目的分(續完)

單位：人；%

人數 列百分比	年收入				
	40,000- 69,999 美元	70,000- 99,999 美元	100,000 美元 以上	無固定收入	未回答
總計	657	366	283	869	1
	9.92	5.53	4.27	13.13	0.02
觀光	400	135	91	621	-
	9.16	3.09	2.08	14.22	-
業務	168	149	153	3	1
	20.00	17.74	18.21	0.36	0.12
國際會議或展覽	20	31	11	4	-
	18.52	28.70	10.19	3.70	-
探親或訪友	66	44	25	218	-
	5.38	3.59	2.04	17.78	-
求學	-	-	-	2	-
	-	-	-	40.00	-
醫療	2	3	2	17	-
	4.44	6.67	4.44	37.78	-
其他	1	4	1	4	-
	3.45	13.79	3.45	13.79	-

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-12 113 年受訪旅客是否看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導—依居住地分

單位：人；%

人數 列百分比	總計	是否看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導	
		是	否
總計	5,856	3,687	2,169
	100.00	62.96	37.04
日本	1,021	773	248
	100.00	75.71	24.29
大陸	252	97	155
	100.00	38.49	61.51
韓國	768	558	210
	100.00	72.66	27.34
香港、澳門	1,008	452	556
	100.00	44.84	55.16
新加坡	284	162	122
	100.00	57.04	42.96
馬來西亞	342	214	128
	100.00	62.57	37.43
印尼	191	130	61
	100.00	68.06	31.94
菲律賓	372	243	129
	100.00	65.32	34.68
泰國	322	240	82
	100.00	74.53	25.47
越南	324	290	34
	100.00	89.51	10.49
印度	20	9	11
	100.00	45.00	55.00
美國	448	193	255
	100.00	43.08	56.92
德、英、法	119	75	44
	100.00	63.03	36.97
歐洲其他地區	104	77	27
	100.00	74.04	25.96
紐澳	85	57	28
	100.00	67.06	32.94
其他地區	196	117	79
	100.00	59.69	40.31

註：觀光目的旅客(來臺主要或次要目的為觀光者)才需作答本題。

附表 1-13 看過哪些臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導－依居住地分

單位：人次；%

人次 相對百分率	樣本數 (人)	看過哪些臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導				
		搜尋引擎	社群網站	電商平台	電視/電台	親友口碑
總計	3,687	2,741	3,124	194	841	1,922
		74.34	84.73	5.26	22.81	52.13
日本	773	575	586	15	201	297
		74.39	75.81	1.94	26.00	38.42
大陸	97	84	68	2	3	75
		86.60	70.10	2.06	3.09	77.32
韓國	558	386	447	5	91	258
		69.18	80.11	0.90	16.31	46.24
香港、澳門	452	335	380	6	83	226
		74.12	84.07	1.33	18.36	50.00
新加坡	162	118	146	7	40	89
		72.84	90.12	4.32	24.69	54.94
馬來西亞	214	158	186	3	51	137
		73.83	86.92	1.40	23.83	64.02
印尼	130	104	124	-	41	67
		80.00	95.38	-	31.54	51.54
菲律賓	243	186	236	18	40	127
		76.54	97.12	7.41	16.46	52.26
泰國	240	179	220	26	75	147
		74.58	91.67	10.83	31.25	61.25
越南	290	205	241	86	63	227
		70.69	83.10	29.66	21.72	78.28
印度	9	7	8	-	2	6
		77.78	88.89	-	22.22	66.67
美國	193	149	176	15	65	110
		77.20	91.19	7.77	33.68	56.99
德、英、法	75	58	70	3	23	41
		77.33	93.33	4.00	30.67	54.67
歐洲其他地區	77	57	70	1	18	34
		74.03	90.91	1.30	23.38	44.16
紐澳	57	49	54	6	8	24
		85.96	94.74	10.53	14.04	42.11
其他地區	117	91	112	1	37	57
		77.78	95.73	0.85	31.62	48.72

附表 1-13 看過哪些臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導—依居住地分(續完)

單位：人次；%

人次 相對百分率	看過哪些臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導				
	報章雜誌	戶外廣告 或看板	地鐵、巴士、航空站等 交通運具及場站	國際旅遊展覽或 特殊活動	旅行社宣傳行 程、摺頁
總計	376	52	70	130	674
	10.20	1.41	1.90	3.53	18.28
日本	117	8	22	8	196
	15.14	1.03	2.85	1.03	25.36
大陸	5	-	1	1	-
	5.15	-	1.03	1.03	-
韓國	27	2	5	7	195
	4.84	0.36	0.90	1.25	34.95
香港、澳門	56	14	8	14	99
	12.39	3.10	1.77	3.10	21.90
新加坡	22	5	4	11	7
	13.58	3.09	2.47	6.79	4.32
馬來西亞	19	4	5	9	26
	8.88	1.87	2.34	4.21	12.15
印尼	8	2	-	1	24
	6.15	1.54	-	0.77	18.46
菲律賓	18	4	6	13	38
	7.41	1.65	2.47	5.35	15.64
泰國	16	7	14	33	19
	6.67	2.92	5.83	13.75	7.92
越南	15	1	1	15	49
	5.17	0.34	0.34	5.17	16.90
印度	2	-	-	1	-
	22.22	-	-	11.11	-
美國	36	4	2	13	7
	18.65	2.07	1.04	6.74	3.63
德、英、法	7	-	-	-	1
	9.33	-	-	-	1.33
歐洲其他地區	7	-	1	1	2
	9.09	-	1.30	1.30	2.60
紐澳	8	-	-	-	2
	14.04	-	-	-	3.51
其他地區	13	1	1	3	9
	11.11	0.85	0.85	2.56	7.69

註：1. 本題為複選題，且針對觀光目的(主要或次要目的為觀光)，並於來臺前看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導之受訪旅客分析。

2. 「-」表示無調查樣本。

附表 1-14 受臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導影響決定來臺觀光程度－依居住地分

單位：%

影響程度 百分比	樣本數 (人)	受臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導影響決定來臺觀光程度					
		總計	搜尋引擎	社群網站	電商平台	電視/電台	親友口碑
全體	3,687	100.00	32.00	34.80	1.32	5.80	17.21
日本	773	100.00	35.25	30.71	0.34	7.97	12.75
大陸	97	100.00	44.31	28.13	0.39	1.35	24.28
韓國	558	100.00	32.99	33.15	0.17	4.64	14.59
香港、澳門	452	100.00	33.86	34.64	0.37	4.45	17.22
新加坡	162	100.00	30.58	37.70	0.34	6.46	17.44
馬來西亞	214	100.00	31.53	34.66	0.17	6.32	19.90
印尼	130	100.00	34.64	38.98	-	7.71	12.04
菲律賓	243	100.00	33.33	39.67	1.12	3.80	14.47
泰國	240	100.00	23.08	36.47	2.93	6.92	24.66
越南	290	100.00	19.84	32.47	9.22	2.97	30.95
印度	9	100.00	30.00	40.00	-	8.00	18.00
美國	193	100.00	29.04	40.40	1.61	6.91	17.79
德、英、法	75	100.00	34.56	38.96	0.25	7.84	16.67
歐洲其他地區	77	100.00	34.64	39.31	0.49	7.13	14.74
紐澳	57	100.00	39.61	40.59	2.27	2.92	12.34
其他地區	117	100.00	32.97	40.35	0.31	7.85	12.87

附表 1-14 受臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導影響決定來臺觀光程度—依居住地分(續完)

單位：%

影響程度 百分比	受臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導影響決定來臺觀光程度				
	報章雜誌	戶外廣告 或看板	地鐵、巴士、航空站 等交通運具及場站	國際旅遊展覽 或特殊活動	旅行社宣傳行 程、摺頁
全體	1.86	0.31	0.37	0.65	5.68
日本	3.36	0.26	0.65	0.43	8.28
大陸	1.35	-	-	0.19	-
韓國	0.91	0.23	0.10	0.27	12.95
香港、澳門	1.67	0.41	0.20	0.77	6.41
新加坡	3.06	0.57	0.45	2.15	1.25
馬來西亞	1.52	0.08	0.51	1.01	4.30
印尼	1.08	0.41	-	-	5.14
菲律賓	1.19	0.45	0.67	0.75	4.55
泰國	0.60	1.13	1.28	1.05	1.88
越南	1.20	0.19	0.06	0.38	2.72
印度	4.00	-	-	-	-
美國	2.08	0.09	0.28	1.42	0.38
德、英、法	1.47	-	-	-	0.25
歐洲其他地區	1.97	-	-	0.74	0.98
紐澳	1.95	-	-	-	0.32
其他地區	2.67	0.16	-	0.78	2.04

註：1.觀光目的旅客(來臺主要或次要目的為觀光者)，且來臺前看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導者才需作答本題。

2.按選擇影響較大的前三個管道排序給予權重分數，並計算影響程度百分比。

3.「-」表示無調查樣本。

附表 1-15 對決定來臺觀光影響程度較大的資訊內容—依居住地分

單位：人次；列%

人次 相對百分率	樣本數 (人)	對決定來臺觀光影響程度較大的資訊內容			
		旅客評論	遊記	廣告	影視節目
總計	3,687	2,755	2,006	800	672
		74.72	54.41	21.70	18.23
日本	773	468	414	180	201
		60.54	53.56	23.29	26.00
大陸	97	72	71	20	4
		74.23	73.20	20.62	4.12
韓國	558	422	291	130	115
		75.63	52.15	23.30	20.61
香港、澳門	452	355	249	110	59
		78.54	55.09	24.34	13.05
新加坡	162	134	81	25	38
		82.72	50.00	15.43	23.46
馬來西亞	214	165	108	45	51
		77.10	50.47	21.03	23.83
印尼	130	94	104	13	28
		72.31	80.00	10.00	21.54
菲律賓	243	217	132	60	21
		89.30	54.32	24.69	8.64
泰國	240	206	95	52	37
		85.83	39.58	21.67	15.42
越南	290	215	126	87	26
		74.14	43.45	30.00	8.97
印度	9	6	4	3	1
		66.67	44.44	33.33	11.11
美國	193	153	117	30	42
		79.27	60.62	15.54	21.76
德、英、法	75	56	53	7	11
		74.67	70.67	9.33	14.67
歐洲其他地區	77	61	45	11	10
		79.22	58.44	14.29	12.99
紐澳	57	43	41	13	7
		75.44	71.93	22.81	12.28
其他地區	117	88	75	14	21
		75.21	64.10	11.97	17.95

附表 1-15 對決定來臺觀光影響程度較大的資訊內容－依居住地分(續完)

單位：人次；列%

人次 相對百分率	對決定來臺觀光影響程度較大的資訊內容				
	電影	旅遊雜誌或報導	獎勵、優惠措施	攝影或影像紀錄	其他
總計	166	521	337	1,849	1
	4.50	14.13	9.14	50.15	0.03
日本	20	122	45	381	1
	2.59	15.78	5.82	49.29	0.13
大陸	2	11	2	53	-
	2.06	11.34	2.06	54.64	-
韓國	25	67	52	260	-
	4.48	12.01	9.32	46.59	-
香港、澳門	12	80	71	190	-
	2.65	17.70	15.71	42.04	-
新加坡	11	35	21	66	-
	6.79	21.60	12.96	40.74	-
馬來西亞	14	27	37	90	-
	6.54	12.62	17.29	42.06	-
印尼	-	7	18	78	-
	-	5.38	13.85	60.00	-
菲律賓	14	23	32	136	-
	5.76	9.47	13.17	55.97	-
泰國	30	56	13	98	-
	12.50	23.33	5.42	40.83	-
越南	20	34	25	154	-
	6.90	11.72	8.62	53.10	-
印度	-	1	-	7	-
	-	11.11	-	77.78	-
美國	7	30	6	112	-
	3.63	15.54	3.11	58.03	-
德、英、法	2	5	2	49	-
	2.67	6.67	2.67	65.33	-
歐洲其他地區	3	7	1	45	-
	3.90	9.09	1.30	58.44	-
紐澳	3	4	4	37	-
	5.26	7.02	7.02	64.91	-
其他地區	3	12	8	93	-
	2.56	10.26	6.84	79.49	-

註：1.觀光目的旅客(來臺主要或次要目的為觀光者)，且來臺前看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導者才需作答本題。

2.「-」表示無調查樣本。

附表 1-16 113 年吸引觀光目的旅客來臺觀光因素—依居住地分

單位：人次；%

人次 相對百分率	樣本數 (人)	吸引旅客來臺觀光因素							
		風光 景色	購物	美食或 特色小吃	距離居住 地近	氣候 宜人	歷史 文物	夜間休閒 活動	節慶 活動
全體	5,856	4,466	2,077	5,120	2,168	950	782	476	48
		76.26	35.47	87.43	37.02	16.22	13.35	8.13	0.82
日本	1,021	624	247	891	535	127	127	25	1
		61.12	24.19	87.27	52.40	12.44	12.44	2.45	0.10
大陸	252	184	46	219	27	18	41	2	3
		73.02	18.25	86.90	10.71	7.14	16.27	0.79	1.19
韓國	768	516	175	698	394	68	71	23	3
		67.19	22.79	90.89	51.30	8.85	9.24	2.99	0.39
香港、澳門	1,008	717	453	926	594	111	68	60	11
		71.13	44.94	91.87	58.93	11.01	6.75	5.95	1.09
新加坡	284	237	136	265	35	39	37	13	3
		83.45	47.89	93.31	12.32	13.73	13.03	4.58	1.06
馬來西亞	342	284	169	308	50	45	29	17	2
		83.04	49.42	90.06	14.62	13.16	8.48	4.97	0.58
印尼	191	174	83	184	44	30	7	5	1
		91.10	43.46	96.34	23.04	15.71	3.66	2.62	0.52
菲律賓	372	334	198	320	108	85	62	68	5
		89.78	53.23	86.02	29.03	22.85	16.67	18.28	1.34
泰國	322	280	162	260	114	77	41	78	-
		86.96	50.31	80.75	35.40	23.91	12.73	24.22	-
越南	324	309	140	222	117	121	93	56	-
		95.37	43.21	68.52	36.11	37.35	28.70	17.28	-
印度	20	13	5	11	-	1	4	2	-
		65.00	25.00	55.00	-	5.00	20.00	10.00	-
美國	448	376	168	393	123	159	115	91	16
		83.93	37.50	87.72	27.46	35.49	25.67	20.31	3.57
德、英、法	119	101	18	99	9	17	22	13	-
		84.87	15.13	83.19	7.56	14.29	18.49	10.92	-
歐洲其他地區	104	87	19	80	3	12	18	10	-
		83.65	18.27	76.92	2.88	11.54	17.31	9.62	-
紐澳	85	69	13	67	6	12	17	5	2
		81.18	15.29	78.82	7.06	14.12	20.00	5.88	2.35
其他地區	196	161	45	177	9	28	30	8	1
		82.14	22.96	90.31	4.59	14.29	15.31	4.08	0.51

註：1. 本題為複選題，觀光目的旅客(來臺主要或次要目的為觀光者)才需作答。

2. 「-」表示無調查樣本。

附表 1-16 113 年吸引觀光目的旅客來臺觀光因素—依居住地分(續完)

單位：人次；%

人次 相對百分率	吸引旅客來臺觀光因素							
	遊憩 設施	醫療 保健	臺灣民情 風俗和文化	人民 友善	治安 良好	民主 政治	自行車 旅遊	其他
全體	144	39	2,475	2,402	2,737	615	56	100
	2.46	0.67	42.26	41.02	46.74	10.50	0.96	1.71
日本	6	2	366	391	514	57	4	8
	0.59	0.20	35.85	38.30	50.34	5.58	0.39	0.78
大陸	1	2	154	118	150	36	-	1
	0.40	0.79	61.11	46.83	59.52	14.29	-	0.40
韓國	5	2	232	199	244	52	4	8
	0.65	0.26	30.21	25.91	31.77	6.77	0.52	1.04
香港、澳門	24	6	358	484	467	77	8	18
	2.38	0.60	35.52	48.02	46.33	7.64	0.79	1.79
新加坡	2	2	110	120	118	11	2	2
	0.70	0.70	38.73	42.25	41.55	3.87	0.70	0.70
馬來西亞	6	1	153	142	138	16	2	5
	1.75	0.29	44.74	41.52	40.35	4.68	0.58	1.46
印尼	5	1	74	54	103	13	5	-
	2.62	0.52	38.74	28.27	53.93	6.81	2.62	-
菲律賓	32	2	180	148	175	39	4	4
	8.60	0.54	48.39	39.78	47.04	10.48	1.08	1.08
泰國	17	2	125	137	157	59	4	4
	5.28	0.62	38.82	42.55	48.76	18.32	1.24	1.24
越南	16	-	137	109	159	67	3	4
	4.94	-	42.28	33.64	49.07	20.68	0.93	1.23
印度	2	1	7	12	10	1	-	2
	10.00	5.00	35.00	60.00	50.00	5.00	-	10.00
美國	22	16	291	269	262	149	13	28
	4.91	3.57	64.96	60.04	58.48	33.26	2.90	6.25
德、英、法	2	2	69	58	52	8	3	2
	1.68	1.68	57.98	48.74	43.70	6.72	2.52	1.68
歐洲其他地區	2	-	53	43	48	7	1	7
	1.92	-	50.96	41.35	46.15	6.73	0.96	6.73
紐澳	-	-	50	32	36	10	1	5
	-	-	58.82	37.65	42.35	11.76	1.18	5.88
其他地區	2	-	116	86	104	13	2	2
	1.02	-	59.18	43.88	53.06	6.63	1.02	1.02

註：1. 本題為複選題，觀光目的旅客(來臺主要或次要目的為觀光者)才需作答。

2. 「-」表示無調查樣本。

附表 1-17 113 年受訪旅客旅行安排方式－依居住地分

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 旅行社代訂 住宿地點 (及機票)	未請旅行社代訂 住宿地點及機 票，抵達後 曾參加 旅行社行程	未請旅行社代訂 住宿地點及機 票，抵達後 未曾參加 旅行社行程
總計	6,620	820	185	363	277	4,975
	100.00	12.39	2.79	5.48	4.18	75.16
日本	1,128	192	24	144	37	731
	100.00	17.02	2.13	12.77	3.28	64.80
大陸	348	-	2	11	16	319
	100.00	-	0.57	3.16	4.60	91.67
韓國	829	231	28	58	30	482
	100.00	27.86	3.38	7.00	3.62	58.14
香港、澳門	1,116	112	2	36	49	917
	100.00	10.04	0.18	3.23	4.39	82.16
新加坡	344	7	-	6	13	318
	100.00	2.03	-	1.74	3.78	92.45
馬來西亞	368	27	2	5	15	319
	100.00	7.34	0.54	1.36	4.08	86.68
印尼	197	48	-	1	14	134
	100.00	24.37	-	0.51	7.11	68.01
菲律賓	396	67	14	18	25	272
	100.00	16.92	3.54	4.55	6.31	68.68
泰國	342	44	4	5	9	280
	100.00	12.87	1.17	1.46	2.63	81.87
越南	340	81	2	1	26	230
	100.00	23.82	0.59	0.29	7.65	67.65
印度	34	-	-	4	1	29
	100.00	-	-	11.76	2.94	85.30
美國	545	4	88	45	23	385
	100.00	0.73	16.15	8.26	4.22	70.64
德、英、法	167	-	2	6	3	156
	100.00	-	1.20	3.59	1.80	93.41
歐洲其他地區	134	2	5	8	4	115
	100.00	1.49	3.73	5.97	2.99	85.82
紐澳	106	-	4	5	3	94
	100.00	-	3.77	4.72	2.83	88.68
其他地區	226	5	8	10	9	194
	100.00	2.21	3.54	4.42	3.98	85.85

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-18 113 年受訪旅客旅行安排方式—依來臺主要目的分

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 旅行社代訂 住宿地點 (及機票)	未請旅行社代 訂住宿地點及 機票，抵達後 曾參加 旅行社行程	未請旅行社代 訂住宿地點及 機票，抵達後 未曾參加 旅行社行程
總計	6,620	820	185	363	277	4,975
	100.00	12.39	2.79	5.48	4.18	75.16
觀光	4,367	820	89	182	191	3,085
	100.00	18.78	2.04	4.17	4.37	70.64
業務	840	-	69	154	11	606
	100.00	-	8.21	18.33	1.31	72.15
國際會議或展覽	108	-	14	6	5	83
	100.00	-	12.96	5.56	4.63	76.85
探親或訪友	1,226	-	7	15	70	1,134
	100.00	-	0.57	1.22	5.71	92.50
求學	5	-	1	-	-	4
	100.00	-	20.00	-	-	80.00
醫療	45	-	2	5	-	38
	100.00	-	4.44	11.11	-	84.45
其他	29	-	3	1	-	25
	100.00	-	10.34	3.45	-	86.21

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-19 113 年受訪旅客最近 5 年來臺次數－依居住地分

單位：人；%

人數 列百分比	總計	最近 5 年來臺次數				
		第 1 次	第 2 次	第 3 次	第 4 次	5 次以上
總計	6,620	3,067	1,990	963	323	277
	100.00	46.33	30.06	14.55	4.88	4.18
日本	1,128	529	311	168	68	52
	100.00	46.90	27.57	14.89	6.03	4.61
大陸	348	176	117	35	9	11
	100.00	50.57	33.62	10.06	2.59	3.16
韓國	829	492	212	80	27	18
	100.00	59.35	25.57	9.65	3.26	2.17
香港、澳門	1,116	209	386	278	117	126
	100.00	18.73	34.59	24.91	10.48	11.29
新加坡	344	88	129	72	34	21
	100.00	25.58	37.50	20.93	9.88	6.11
馬來西亞	368	150	117	66	23	12
	100.00	40.76	31.79	17.93	6.25	3.27
印尼	197	137	39	17	4	-
	100.00	69.54	19.80	8.63	2.03	-
菲律賓	396	244	110	30	7	5
	100.00	61.62	27.78	7.58	1.77	1.25
泰國	342	182	104	33	9	14
	100.00	53.22	30.41	9.65	2.63	4.09
越南	340	217	90	26	3	4
	100.00	63.82	26.47	7.65	0.88	1.18
印度	34	12	13	8	1	-
	100.00	35.29	38.24	23.53	2.94	-
美國	545	268	178	78	11	10
	100.00	49.17	32.66	14.31	2.02	1.84
德、英、法	167	87	56	21	3	-
	100.00	52.10	33.53	12.57	1.80	-
歐洲其他地區	134	86	33	13	-	2
	100.00	64.18	24.63	9.70	-	1.49
紐澳	106	59	37	7	1	2
	100.00	55.66	34.91	6.60	0.94	1.89
其他地區	226	131	58	31	6	-
	100.00	57.96	25.66	13.72	2.66	-

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-20 113 年受訪旅客最近 5 年來臺次數－依來臺主要目的分

單位：人；%

人數 列百分比	總計	最近 5 年來臺次數				
		第 1 次	第 2 次	第 3 次	第 4 次	5 次以上
總計	6,620	3,067	1,990	963	323	277
	100.00	46.33	30.06	14.55	4.88	4.18
觀光	4,367	2,449	1,238	449	133	98
	100.00	56.08	28.35	10.28	3.05	2.24
業務	840	122	244	259	116	99
	100.00	14.52	29.05	30.83	13.81	11.79
國際會議或展覽	108	29	27	35	13	4
	100.00	26.85	25.00	32.41	12.04	3.70
探親或訪友	1,226	446	457	211	53	59
	100.00	36.38	37.28	17.21	4.32	4.81
求學	5	2	2	1	-	-
	100.00	40.00	40.00	20.00	-	-
醫療	45	7	10	5	7	16
	100.00	15.56	22.22	11.11	15.56	35.55
其他	29	12	12	3	1	1
	100.00	41.38	41.38	10.34	3.45	3.45

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-21 113 年受訪旅客停留夜數－依居住地分

單位：人；%；夜

人數 列百分比	總計	停留夜數			
		1 夜	2 夜	3 夜	4 夜
總計	6,620	42	649	1,735	1,584
	100.00	0.63	9.80	26.21	23.93
日本	1,128	14	272	517	191
	100.00	1.24	24.11	45.83	16.93
大陸	348	1	9	33	60
	100.00	0.29	2.59	9.48	17.24
韓國	829	8	89	400	202
	100.00	0.97	10.74	48.25	24.37
香港、澳門	1,116	7	138	351	321
	100.00	0.63	12.37	31.45	28.76
新加坡	344	3	25	55	85
	100.00	0.87	7.27	15.99	24.71
馬來西亞	368	3	16	39	90
	100.00	0.82	4.35	10.60	24.46
印尼	197	1	7	25	67
	100.00	0.51	3.55	12.69	34.01
菲律賓	396	2	27	68	149
	100.00	0.51	6.82	17.17	37.63
泰國	342	-	4	54	104
	100.00	-	1.17	15.79	30.41
越南	340	-	10	31	82
	100.00	-	2.94	9.12	24.12
印度	34	-	4	6	12
	100.00	-	11.76	17.65	35.30
美國	545	-	29	65	79
	100.00	-	5.32	11.93	14.50
德、英、法	167	1	9	27	33
	100.00	0.60	5.39	16.17	19.76
歐洲其他地區	134	1	4	28	30
	100.00	0.75	2.98	20.90	22.39
紐澳	106	1	1	17	21
	100.00	0.94	0.94	16.04	19.81
其他地區	226	-	5	19	58
	100.00	-	2.21	8.41	25.66

附表 1-21 113 年受訪旅客停留夜數—依居住地分(續完)

單位：人；%

人數 列百分比	停留夜數				
	5-7 夜	8-15 夜	16-30 夜	31-60 夜	61-90 夜
總計	1,905	554	124	22	5
	28.78	8.37	1.87	0.33	0.08
日本	118	16	-	-	-
	10.46	1.43	-	-	-
大陸	135	68	38	4	-
	38.79	19.54	10.92	1.15	-
韓國	118	11	1	-	-
	14.23	1.32	0.12	-	-
香港、澳門	235	56	6	2	-
	21.06	5.01	0.54	0.18	-
新加坡	129	44	3	-	-
	37.50	12.79	0.87	-	-
馬來西亞	166	46	7	1	-
	45.11	12.49	1.90	0.27	-
印尼	89	7	-	1	-
	45.18	3.55	-	0.51	-
菲律賓	130	19	1	-	-
	32.83	4.79	0.25	-	-
泰國	152	25	3	-	-
	44.44	7.31	0.88	-	-
越南	186	23	4	1	3
	54.71	6.76	1.18	0.29	0.88
印度	6	4	1	1	-
	17.65	11.76	2.94	2.94	-
美國	228	107	29	6	2
	41.83	19.63	5.32	1.10	0.37
德、英、法	48	34	12	3	-
	28.74	20.35	7.19	1.80	-
歐洲其他地區	48	19	4	-	-
	35.82	14.18	2.98	-	-
紐澳	42	23	1	-	-
	39.62	21.71	0.94	-	-
其他地區	75	52	14	3	-
	33.19	23.01	6.19	1.33	-

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-22 113 年受訪旅客停留夜數—依來臺主要目的分

單位：人；%

人數 列百分比	總計	停留夜數			
		1 夜	2 夜	3 夜	4 夜
總計	6,620	42	649	1,735	1,584
	100.00	0.63	9.80	26.21	23.93
觀光	4,367	13	339	1,337	1,180
	100.00	0.30	7.76	30.62	27.01
業務	840	21	242	249	150
	100.00	2.50	28.81	29.64	17.86
國際會議或展覽	108	6	13	30	17
	100.00	5.56	12.04	27.78	15.74
探親或訪友	1,226	1	38	105	223
	100.00	0.08	3.10	8.56	18.19
求學	5	-	-	-	2
	100.00	-	-	-	40.00
醫療	45	-	13	7	7
	100.00	-	28.89	15.56	15.56
其他	29	1	4	7	5
	100.00	3.45	13.79	24.14	17.24

附表 1-22 113 年受訪旅客停留夜數—依來臺主要目的分(續完)

單位：人；%；夜

人數 列百分比	停留夜數				
	5-7 夜	8-15 夜	16-30 夜	31-60 夜	61-90 夜
總計	1,905	554	124	22	5
	28.78	8.37	1.87	0.33	0.08
觀光	1,248	232	15	2	1
	28.59	5.31	0.34	0.05	0.02
業務	144	30	3	-	1
	17.14	3.57	0.36	-	0.12
國際會議或展覽	34	6	2	-	-
	31.48	5.56	1.84	-	-
探親或訪友	460	277	102	19	1
	37.52	22.59	8.32	1.56	0.08
求學	-	-	-	1	2
	-	-	-	20.00	40.00
醫療	10	6	2	-	-
	22.22	13.33	4.44	-	-
其他	9	3	-	-	-
	31.03	10.35	-	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-23 113 年受訪旅客停留夜數－依旅行方式分

單位：人；%；夜

人數 列百分比	總計	停留夜數				
		1 夜	2 夜	3 夜	4 夜	5-7 夜
全體	6,620	42	649	1,735	1,584	1,905
	100.00	0.63	9.80	26.21	23.93	28.78
參加旅行社規劃的 行程，由旅行社包辦	820	-	13	186	311	301
	100.00	-	1.59	22.68	37.92	36.71
自行規劃行程， 由旅行社包辦	185	-	15	60	38	46
	100.00	-	8.11	32.43	20.54	24.87
自行規劃行程， 請旅行社代訂住宿 地點(及機票)	363	3	114	125	52	61
	100.00	0.83	31.40	34.44	14.33	16.80
未請旅行社代訂住宿 地點及機票， 抵達後曾參加 旅行社行程	277	1	8	43	83	116
	100.00	0.36	2.89	15.52	29.96	41.88
未請旅行社代訂住宿 地點及機票， 抵達後未曾參加 旅行社行程	4,975	38	499	1,321	1,100	1,381
	100.00	0.76	10.03	26.55	22.11	27.76

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-23 113 年受訪旅客停留夜數－依旅行方式分(續完)

單位：人；%；夜

人數 列百分比	停留夜數			
	8-15 夜	16-30 夜	31-60 夜	61-90 夜
全體	554 8.37	124 1.87	22 0.33	5 0.08
參加旅行社規劃的 行程，由旅行社包辦	9 1.10	- -	- -	- -
自行規劃行程， 由旅行社包辦	24 12.97	1 0.54	- -	1 0.54
自行規劃行程， 請旅行社代訂住宿 地點(及機票)	7 1.93	- -	- -	1 0.27
未請旅行社代訂住宿地點及機票， 抵達後曾參加 旅行社行程	25 9.03	1 0.36	- -	- -
未請旅行社代訂住宿地點及機票， 抵達後未曾參加 旅行社行程	489 9.83	122 2.45	22 0.44	3 0.07

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-24 113 年受訪旅客主要遊覽景點所在縣市－依居住地分

單位：人次；列%

人次 相對百分率	樣本數 (人)	曾遊覽景點所在縣市					
		新北市	臺北市	桃園市	臺中市	臺南市	高雄市
全體	6,620	3,983	5,617	571	1,189	631	1,065
		60.17	84.85	8.63	17.96	9.53	16.09
日本	1,128	787	1,061	39	183	68	89
		69.77	94.06	3.46	16.22	6.03	7.89
大陸	348	200	311	52	82	25	39
		57.47	89.37	14.94	23.56	7.18	11.21
韓國	829	631	766	44	136	48	62
		76.12	92.40	5.31	16.41	5.79	7.48
香港・澳門	1,116	535	866	69	146	99	269
		47.94	77.60	6.18	13.08	8.87	24.10
新加坡	344	124	168	14	46	72	158
		36.05	48.84	4.07	13.37	20.93	45.93
馬來西亞	368	158	211	18	89	78	166
		42.93	57.34	4.89	24.18	21.20	45.11
印尼	197	155	172	58	63	19	26
		78.68	87.31	29.44	31.98	9.64	13.20
菲律賓	396	315	376	75	80	20	21
		79.55	94.95	18.94	20.20	5.05	5.30
泰國	342	218	325	50	59	11	21
		63.74	95.03	14.62	17.25	3.22	6.14
越南	340	232	326	35	67	27	37
		68.24	95.88	10.29	19.71	7.94	10.88
印度	34	12	26	4	2	4	3
		35.29	76.47	11.76	5.88	11.76	8.82
美國	545	252	472	54	89	67	76
		46.24	86.61	9.91	16.33	12.29	13.94
德・英・法	167	74	142	11	35	25	27
		44.31	85.03	6.59	20.96	14.97	16.17
歐洲其他地區	134	76	108	11	32	20	17
		56.72	80.60	8.21	23.88	14.93	12.69
紐澳	106	59	87	13	17	11	14
		55.66	82.08	12.26	16.04	10.38	13.21
其他地區	226	155	200	24	63	37	40
		68.58	88.50	10.62	27.88	16.37	17.70

附表 1-24 113 年受訪旅客主要遊覽景點所在縣市－依居住地分(續 1)

單位：人次；列%

人次 相對百分率	曾遊覽景點所在縣市							
	宜蘭縣	新竹縣	苗栗縣	彰化縣	南投縣	雲林縣	嘉義縣	屏東縣
全體	586	104	61	135	1,090	39	471	207
	8.85	1.57	0.92	2.04	16.47	0.59	7.11	3.13
日本	71	13	2	19	116	-	45	4
	6.29	1.15	0.18	1.68	10.28	-	3.99	0.35
大陸	35	13	-	20	81	12	41	9
	10.06	3.74	-	5.75	23.28	3.45	11.78	2.59
韓國	74	2	1	9	128	4	47	8
	8.93	0.24	0.12	1.09	15.44	0.48	5.67	0.97
香港、澳門	114	27	20	16	127	3	81	44
	10.22	2.42	1.79	1.43	11.38	0.27	7.26	3.94
新加坡	32	1	5	7	44	1	27	30
	9.30	0.29	1.45	2.03	12.79	0.29	7.85	8.72
馬來西亞	41	5	7	4	67	1	52	35
	11.14	1.36	1.90	1.09	18.21	0.27	14.13	9.51
印尼	13	4	-	3	52	1	21	3
	6.60	2.03	-	1.52	26.40	0.51	10.66	1.52
菲律賓	22	7	3	1	70	-	18	2
	5.56	1.77	0.76	0.25	17.68	-	4.55	0.51
泰國	22	4	1	3	69	2	28	3
	6.43	1.17	0.29	0.88	20.18	0.58	8.19	0.88
越南	28	3	1	1	105	1	22	4
	8.24	0.88	0.29	0.29	30.88	0.29	6.47	1.18
印度	2	1	-	1	2	-	-	-
	5.88	2.94	-	2.94	5.88	-	-	-
美國	52	10	11	24	85	7	36	27
	9.54	1.83	2.02	4.40	15.60	1.28	6.61	4.95
德、英、法	25	5	2	10	36	2	17	12
	14.97	2.99	1.20	5.99	21.56	1.20	10.18	7.19
歐洲其他地區	18	3	3	6	25	2	10	10
	13.43	2.24	2.24	4.48	18.66	1.49	7.46	7.46
紐澳	13	1	2	1	16	1	9	5
	12.26	0.94	1.89	0.94	15.09	0.94	8.49	4.72
其他地區	24	5	3	10	67	2	17	11
	10.62	2.21	1.33	4.42	29.65	0.88	7.52	4.87

附表 1-24 113 年受訪旅客主要遊覽景點所在縣市－依居住地分(續完)

單位：人次；列%

人次 相對百分率	曾遊覽景點所在縣市							
	臺東縣	花蓮縣	澎湖縣	基隆市	新竹市	嘉義市	金門縣	連江縣
全體	83	185	35	585	296	227	4	2
	1.25	2.79	0.53	8.84	4.47	3.43	0.06	0.03
日本	11	27	-	53	54	27	-	2
	0.98	2.39	-	4.70	4.79	2.39	-	0.18
大陸	8	6	2	39	28	23	-	-
	2.30	1.72	0.57	11.21	8.05	6.61	-	-
韓國	3	32	1	43	24	20	-	-
	0.36	3.86	0.12	5.19	2.90	2.41	-	-
香港、澳門	13	20	3	87	42	26	-	-
	1.16	1.79	0.27	7.80	3.76	2.33	-	-
新加坡	6	6	-	16	14	17	1	-
	1.74	1.74	-	4.65	4.07	4.94	0.29	-
馬來西亞	12	17	1	27	5	21	1	-
	3.26	4.62	0.27	7.34	1.36	5.71	0.27	-
印尼	2	1	-	39	6	19	-	-
	1.02	0.51	-	19.80	3.05	9.64	-	-
菲律賓	-	12	-	65	12	16	-	-
	-	3.03	-	16.41	3.03	4.04	-	-
泰國	1	3	-	57	10	15	-	-
	0.29	0.88	-	16.67	2.92	4.39	-	-
越南	2	6	5	44	3	8	-	-
	0.59	1.76	1.47	12.94	0.88	2.35	-	-
印度	-	1	-	2	7	-	-	-
	-	2.94	-	5.88	20.59	-	-	-
美國	14	20	12	47	29	14	1	-
	2.57	3.67	2.20	8.62	5.32	2.57	0.18	-
德、英、法	6	13	5	11	21	3	-	-
	3.59	7.78	2.99	6.59	12.57	1.80	-	-
歐洲其他地區	3	4	1	9	13	5	1	-
	2.24	2.99	0.75	6.72	9.70	3.73	0.75	-
紐澳	-	4	2	17	12	3	-	-
	-	3.77	1.89	16.04	11.32	2.83	-	-
其他地區	2	13	3	29	16	10	-	-
	0.88	5.75	1.33	12.83	7.08	4.42	-	-

註：1.本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之景點整理，遊程同時包含多個景點為跨縣市資料。

2.「-」表示無調查樣本。

附表 1-25 113 年受訪旅客主要遊覽景點所在縣市—依來臺主要目的分

單位：人次；列%

人次 相對百分率	樣本數 (人)	曾遊覽景點所在縣市					
		新北市	臺北市	桃園市	臺中市	臺南市	高雄市
全體	6,620	3,983	5,617	571	1,189	631	1,065
		60.17	84.85	8.63	17.96	9.53	16.09
觀光	4,367	3,130	3,919	307	892	451	710
		71.67	89.74	7.03	20.43	10.33	16.26
業務	840	80	561	36	31	42	68
		9.52	66.79	4.29	3.69	5.00	8.10
國際會議或展覽	108	16	94	3	1	-	8
		14.81	87.04	2.78	0.93	-	7.41
探親或訪友	1,226	740	981	223	261	137	269
		60.36	80.02	18.19	21.29	11.17	21.94
求學	5	3	5	1	-	-	-
		60.00	100.00	20.00	-	-	-
醫療	45	8	43	-	1	-	1
		17.78	95.56	-	2.22	-	2.22
其他	29	6	14	1	3	1	9
		20.69	48.28	3.45	10.34	3.45	31.03

附表 1-25 113 年受訪旅客主要遊覽景點所在縣市－依來臺主要目的分(續 1)

單位：人次；列%

人次 相對百分率	曾遊覽景點所在縣市							
	宜蘭縣	新竹縣	苗栗縣	彰化縣	南投縣	雲林縣	嘉義縣	屏東縣
全體	586	104	61	135	1,090	39	471	207
	8.85	1.57	0.92	2.04	16.47	0.59	7.11	3.13
觀光	436	48	35	63	835	12	353	136
	9.98	1.10	0.80	1.44	19.12	0.27	8.08	3.11
業務	12	1	3	-	6	-	2	2
	1.43	0.12	0.36	-	0.71	-	0.24	0.24
國際會議或展覽	2	-	-	1	3	-	1	1
	1.85	-	-	0.93	2.78	-	0.93	0.93
探親或訪友	132	55	23	71	246	26	115	64
	10.77	4.49	1.88	5.79	20.07	2.12	9.38	5.22
求學	-	-	-	-	-	-	-	1
	-	-	-	-	-	-	-	20.00
醫療	1	-	-	-	-	-	-	-
	2.22	-	-	-	-	-	-	-
其他	3	-	-	-	-	1	-	3
	10.34	-	-	-	-	3.45	-	10.34

附表 1-25 113 年受訪旅客主要遊覽景點所在縣市－依來臺主要目的分(續完)

單位：人次；列%

人次 相對百分率	曾遊覽景點所在縣市							
	臺東縣	花蓮縣	澎湖縣	基隆市	新竹市	嘉義市	金門縣	連江縣
全體	83	185	35	585	296	227	4	2
	1.25	2.79	0.53	8.84	4.47	3.43	0.06	0.03
觀光	46	144	21	425	48	172	1	2
	1.05	3.30	0.48	9.73	1.10	3.94	0.02	0.05
業務	-	2	-	15	192	1	-	-
	-	0.24	-	1.79	22.86	0.12	-	-
國際會議或展覽	-	2	-	2	2	1	-	-
	-	1.85	-	1.85	1.85	0.93	-	-
探親或訪友	37	36	13	141	54	53	3	-
	3.02	2.94	1.06	11.50	4.40	4.32	0.24	-
求學	-	-	1	-	-	-	-	-
	-	-	20.00	-	-	-	-	-
醫療	-	1	-	1	-	-	-	-
	-	2.22	-	2.22	-	-	-	-
其他	-	-	-	1	-	-	-	-
	-	-	-	3.45	-	-	-	-

註：1.本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之景點整理，遊程同時包含多個景點為跨縣市資料。

2.「-」表示無調查樣本。

附表 1-26 113 年受訪旅客住宿地點－依居住地分

單位：人次；%

人次 相對百分率	樣本數 (人)	住宿地點						
		旅館	民宿	親友家	宿舍	租屋	寺廟修道 院或教會	其他
全體	6,620	5,939	491	1,051	27	8	4	4
		89.71	7.42	15.88	0.41	0.12	0.06	0.06
日本	1,128	1,083	22	60	1	-	-	-
		96.01	1.95	5.32	0.09	-	-	-
大陸	348	283	11	218	4	-	-	-
		81.32	3.16	62.64	1.15	-	-	-
韓國	829	804	24	18	3	-	1	-
		96.98	2.90	2.17	0.36	-	0.12	-
香港・澳門	1,116	1,045	71	77	3	-	-	-
		93.64	6.36	6.90	0.27	-	-	-
新加坡	344	323	49	41	-	3	-	-
		93.90	14.24	11.92	-	0.87	-	-
馬來西亞	368	330	52	44	1	-	1	-
		89.67	14.13	11.96	0.27	-	0.27	-
印尼	197	145	10	62	1	1	-	-
		73.60	5.08	31.47	0.51	0.51	-	-
菲律賓	396	327	28	64	1	1	-	-
		82.58	7.07	16.16	0.25	0.25	-	-
泰國	342	313	17	44	2	-	-	-
		91.52	4.97	12.87	0.58	-	-	-
越南	340	269	32	87	5	1	-	-
		79.12	9.41	25.59	1.47	0.29	-	-
印度	34	29	2	8	1	-	1	1
		85.29	5.88	23.53	2.94	-	2.94	2.94
美國	545	424	90	170	3	2	1	2
		77.80	16.51	31.19	0.55	0.37	0.18	0.37
德・英・法	167	146	24	41	-	-	-	-
		87.43	14.37	24.55	-	-	-	-
歐洲其他地區	134	124	18	18	2	-	-	1
		92.54	13.43	13.43	1.49	-	-	0.75
紐澳	106	95	11	25	-	-	-	-
		89.62	10.38	23.58	-	-	-	-
其他地區	226	199	30	74	-	-	-	-
		88.05	13.27	32.74	-	-	-	-

註：1. 本題為複選題，為旅客選擇住宿類型之相對百分率，非反映住宿頻率。

2. 「-」表示無調查樣本。

附表 1-27 113 年受訪旅客住宿地點—依來臺主要目的分

單位：人次；%

人次 相對百分率	樣本數 (人)	住宿地點						
		旅館	民宿	親友家	宿舍	租屋	寺廟修道 院或教會	其他
全體	6,620	5,939	491	1,051	27	8	4	4
		89.71	7.42	15.88	0.41	0.12	0.06	0.06
觀光	4,367	4,141	396	134	2	4	2	-
		94.82	9.07	3.07	0.05	0.09	0.05	-
業務	840	821	6	10	9	1	1	-
		97.74	0.71	1.19	1.07	0.12	0.12	-
國際會議或展覽	108	106	2	6	2	-	-	-
		98.15	1.85	5.56	1.85	-	-	-
探親或訪友	1,226	812	83	886	9	3	-	-
		66.23	6.77	72.27	0.73	0.24	-	-
求學	5	3	-	-	3	-	-	-
		60.00	-	-	60.00	-	-	-
醫療	45	35	-	12	-	-	-	3
		77.78	-	26.67	-	-	-	6.67
其他	29	21	4	3	2	-	1	1
		72.41	13.79	10.34	6.90	-	3.45	3.45

註：1. 本題為複選題，為旅客選擇住宿類型之相對百分率，非反映住宿頻率。

2. 「-」表示無調查樣本。

附表 1-28 113 年受訪旅客對住宿旅館的整體滿意程度－依居住地分

單位：人；%

人數 列百分比	總計	旅客對住宿旅館的整體滿意程度				
		非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
總計	5,939	1,356	4,201	365	14	3
	100.00	22.83	70.73	6.15	0.24	0.05
日本	1,083	184	819	77	2	1
	100.00	16.99	75.63	7.11	0.18	0.09
大陸	283	72	204	7	-	-
	100.00	25.44	72.09	2.47	-	-
韓國	804	138	606	57	2	1
	100.00	17.16	75.38	7.09	0.25	0.12
香港・澳門	1,045	164	811	67	2	1
	100.00	15.69	77.61	6.41	0.19	0.10
新加坡	323	93	217	13	-	-
	100.00	28.79	67.19	4.02	-	-
馬來西亞	330	72	232	24	2	-
	100.00	21.82	70.30	7.27	0.61	-
印尼	145	15	118	12	-	-
	100.00	10.34	81.38	8.28	-	-
菲律賓	327	86	228	13	-	-
	100.00	26.30	69.72	3.98	-	-
泰國	313	104	194	14	1	-
	100.00	33.23	61.98	4.47	0.32	-
越南	269	60	175	32	2	-
	100.00	22.30	65.06	11.90	0.74	-
印度	29	19	9	1	-	-
	100.00	65.52	31.03	3.45	-	-
美國	424	171	236	17	-	-
	100.00	40.33	55.66	4.01	-	-
德・英・法	146	57	79	9	1	-
	100.00	39.04	54.12	6.16	0.68	-
歐洲其他地區	124	39	79	6	-	-
	100.00	31.45	63.71	4.84	-	-
紐澳	95	30	52	11	2	-
	100.00	31.58	54.73	11.58	2.11	-
其他地區	199	52	142	5	-	-
	100.00	26.13	71.36	2.51	-	-

註：1.有住宿旅館者才需回答本題。

2.「-」表示無調查樣本。

附表 1-29 113 年受訪旅客對住宿旅館的整體滿意程度－依來臺主要目的分

單位：人；%

人數 列百分比	總計	旅客對住宿旅館的整體滿意程度				
		非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
總計	5,939	1,356	4,201	365	14	3
	100.00	22.83	70.73	6.15	0.24	0.05
觀光	4,141	714	3,106	306	13	2
	100.00	17.24	75.01	7.39	0.31	0.05
業務	821	437	367	16	1	-
	100.00	53.23	44.70	1.95	0.12	-
國際會議或展覽	106	58	45	3	-	-
	100.00	54.72	42.45	2.83	-	-
探親或訪友	812	134	643	34	-	1
	100.00	16.50	79.19	4.19	-	0.12
求學	3	-	2	1	-	-
	100.00	-	66.67	33.33	-	-
醫療	35	5	27	3	-	-
	100.00	14.29	77.14	8.57	-	-
其他	21	8	11	2	-	-
	100.00	38.10	52.38	9.52	-	-

註：1.有住宿旅館者才需回答本題。

2.「-」表示無調查樣本。

附表 1-30 113 年受訪旅客對住宿民宿的整體滿意程度－依居住地分

單位：人；%

人數 列百分比	總計	旅客對住宿民宿的整體滿意程度				
		非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
總計	491	118	298	67	7	1
	100.00	24.03	60.69	13.65	1.43	0.20
日本	22	5	12	4	1	-
	100.00	22.73	54.54	18.18	4.55	-
大陸	11	-	7	3	1	-
	100.00	-	63.64	27.27	9.09	-
韓國	24	11	11	1	-	1
	100.00	45.83	45.83	4.17	-	4.17
香港、澳門	71	12	51	7	1	-
	100.00	16.90	71.83	9.86	1.41	-
新加坡	49	12	30	5	2	-
	100.00	24.49	61.23	10.20	4.08	-
馬來西亞	52	11	33	6	2	-
	100.00	21.15	63.46	11.54	3.85	-
印尼	10	1	8	1	-	-
	100.00	10.00	80.00	10.00	-	-
菲律賓	28	11	11	6	-	-
	100.00	39.29	39.29	21.42	-	-
泰國	17	2	13	2	-	-
	100.00	11.76	76.48	11.76	-	-
越南	32	7	25	-	-	-
	100.00	21.88	78.12	-	-	-
印度	2	-	2	-	-	-
	100.00	-	100.00	-	-	-
美國	90	30	44	16	-	-
	100.00	33.33	48.89	17.78	-	-
德、英、法	24	2	13	9	-	-
	100.00	8.33	54.17	37.50	-	-
歐洲其他地區	18	6	11	1	-	-
	100.00	33.33	61.11	5.56	-	-
紐澳	11	1	9	1	-	-
	100.00	9.09	81.82	9.09	-	-
其他地區	30	7	18	5	-	-
	100.00	23.33	60.00	16.67	-	-

註：1.有住宿民宿者才需回答本題。

2.「-」表示無調查樣本。

附表 1-31 113 年受訪旅客對住宿民宿的整體滿意程度－依來臺主要目的分

單位：人；%

人數 列百分比	總計	旅客對住宿民宿的整體滿意程度				
		非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
總計	491	118	298	67	7	1
	100.00	24.03	60.69	13.65	1.43	0.20
觀光	396	96	243	53	4	-
	100.00	24.24	61.36	13.38	1.02	-
業務	6	5	1	-	-	-
	100.00	83.33	16.67	-	-	-
國際會議或展覽	2	1	1	-	-	-
	100.00	50.00	50.00	-	-	-
探親或訪友	83	16	52	12	2	1
	100.00	19.28	62.65	14.46	2.41	1.20
求學	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-
醫療	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-
其他	4	-	1	2	1	-
	100.00	-	25.00	50.00	25.00	-

註：1.有住宿民宿者才需回答本題。

2.「-」表示無調查樣本。

附表 1-32 113 年受訪旅客在臺期間參加活動—依居住地分

單位：人次；%

人次 相對百分率	樣本數 (人)	參加活動								
		生態 旅遊	運動 或賽事	參觀 節慶 活動	泡溫 泉浴	按摩 指壓	夜總會 PUB 活 動	參觀 展覽	參觀藝文 表演活動	參觀 古蹟
全體	6,620	852	23	236	1,101	1,322	505	654	601	3,752
		12.87	0.35	3.56	16.63	19.97	7.63	9.88	9.08	56.68
日本	1,128	96	3	29	125	335	34	78	22	684
		8.51	0.27	2.57	11.08	29.70	3.01	6.91	1.95	60.64
大陸	348	84	-	16	90	60	8	22	8	187
		24.14	-	4.60	25.86	17.24	2.30	6.32	2.30	53.74
韓國	829	162	1	31	98	258	50	47	65	535
		19.54	0.12	3.74	11.82	31.12	6.03	5.67	7.84	64.54
香港・澳門	1,116	94	5	46	214	169	56	84	22	465
		8.42	0.45	4.12	19.18	15.14	5.02	7.53	1.97	41.67
新加坡	344	21	4	13	51	47	14	35	22	154
		6.10	1.16	3.78	14.83	13.66	4.07	10.17	6.40	44.77
馬來西亞	368	43	-	18	43	34	9	35	46	182
		11.68	-	4.89	11.68	9.24	2.45	9.51	12.50	49.46
印尼	197	11	1	2	13	1	-	11	32	128
		5.58	0.51	1.02	6.60	0.51	-	5.58	16.24	64.97
菲律賓	396	32	1	8	41	37	28	31	64	255
		8.08	0.25	2.02	10.35	9.34	7.07	7.83	16.16	64.39
泰國	342	46	-	12	25	43	72	34	27	183
		13.45	-	3.51	7.31	12.57	21.05	9.94	7.89	53.51
越南	340	98	1	7	82	28	85	38	26	221
		28.82	0.29	2.06	24.12	8.24	25.00	11.18	7.65	65.00
印度	34	2	-	-	2	3	3	1	3	13
		5.88	-	-	5.88	8.82	8.82	2.94	8.82	38.24
美國	545	67	1	41	187	200	88	145	171	352
		12.29	0.18	7.52	34.31	36.70	16.15	26.61	31.38	64.59
德・英・法	167	25	-	5	27	33	23	27	21	94
		14.97	-	2.99	16.17	19.76	13.77	16.17	12.57	56.29
歐洲其他地區	134	14	4	1	24	17	14	25	19	83
		10.45	2.99	0.75	17.91	12.69	10.45	18.66	14.18	61.94
紐澳	106	17	2	3	26	23	9	18	11	60
		16.04	1.89	2.83	24.53	21.70	8.49	16.98	10.38	56.60
其他地區	226	40	-	4	53	34	12	23	42	156
		17.70	-	1.77	23.45	15.04	5.31	10.18	18.58	69.03

附表 1-32 113 年受訪旅客在臺期間參加活動—依居住地分(續完)

單位：人次；%

人次 相對百分率	參加活動									
	購物	逛夜市	水域 活動	登山 健行	觀光 工廠	休閒 農場	部落 觀光	遊樂園	醫療 保健	其他
全體	6,112	5,631	927	933	123	438	112	482	60	52
	92.33	85.06	14.00	14.09	1.86	6.62	1.69	7.28	0.91	0.79
日本	1,041	977	88	55	19	31	7	38	-	10
	92.29	86.61	7.80	4.88	1.68	2.75	0.62	3.37	-	0.89
大陸	332	294	42	53	3	44	23	40	12	3
	95.40	84.48	12.07	15.23	0.86	12.64	6.61	11.49	3.45	0.86
韓國	759	742	80	69	24	37	10	59	1	5
	91.56	89.51	9.65	8.32	2.90	4.46	1.21	7.12	0.12	0.60
香港・澳門	1,061	969	193	124	25	50	9	79	27	15
	95.07	86.83	17.29	11.11	2.24	4.48	0.81	7.08	2.42	1.34
新加坡	313	284	75	51	2	26	4	14	2	1
	90.99	82.56	21.80	14.83	0.58	7.56	1.16	4.07	0.58	0.29
馬來西亞	356	335	93	66	9	48	9	31	-	2
	96.74	91.03	25.27	17.93	2.45	13.04	2.45	8.42	-	0.54
印尼	192	185	35	24	3	20	3	32	-	-
	97.46	93.91	17.77	12.18	1.52	10.15	1.52	16.24	-	-
菲律賓	372	360	42	64	9	25	6	44	-	1
	93.94	90.91	10.61	16.16	2.27	6.31	1.52	11.11	-	0.25
泰國	331	310	29	51	5	10	4	21	1	4
	96.78	90.64	8.48	14.91	1.46	2.92	1.17	6.14	0.29	1.17
越南	314	284	40	87	3	13	4	20	1	-
	92.35	83.53	11.76	25.59	0.88	3.82	1.18	5.88	0.29	-
印度	30	20	3	1	1	-	-	1	1	-
	88.24	58.82	8.82	2.94	2.94	-	-	2.94	2.94	-
美國	472	398	94	162	6	56	15	50	9	3
	86.61	73.03	17.25	29.72	1.10	10.28	2.75	9.17	1.65	0.55
德・英・法	143	124	27	25	4	22	9	16	2	3
	85.63	74.25	16.17	14.97	2.40	13.17	5.39	9.58	1.20	1.80
歐洲其他地區	113	90	28	24	6	13	-	11	1	1
	84.33	67.16	20.90	17.91	4.48	9.70	-	8.21	0.75	0.75
紐澳	84	76	14	30	1	7	2	5	-	1
	79.25	71.70	13.21	28.30	0.94	6.60	1.89	4.72	-	0.94
其他地區	199	183	44	47	3	36	7	21	3	3
	88.05	80.97	19.47	20.80	1.33	15.93	3.10	9.29	1.33	1.33

註：1.本題為複選題。

2.「-」表示無調查樣本。

附表 1-33 113 年受訪旅客在臺期間參加活動—依來臺主要目的分

單位：人次；%

人次 相對百分率	樣本數 (人)	參加活動								
		生態 旅遊	運動 或賽事	參觀 節慶 活動	泡溫 泉浴	按摩 指壓	夜總會 PUB 活 動	參觀 展覽	參觀藝文 表演活動	參觀 古蹟
全體	6,620	852	23	236	1,101	1,322	505	654	601	3,752
		12.87	0.35	3.56	16.63	19.97	7.63	9.88	9.08	56.68
觀光	4,367	626	18	156	739	938	346	316	421	2,889
		14.33	0.41	3.57	16.92	21.48	7.92	7.24	9.64	66.16
業務	840	15	1	13	61	116	103	205	59	126
		1.79	0.12	1.55	7.26	13.81	12.26	24.40	7.02	15.00
國際會議或展覽	108	6	-	5	10	22	12	61	14	21
		5.56	-	4.63	9.26	20.37	11.11	56.48	12.96	19.44
探親或訪友	1,226	204	3	59	283	239	42	67	99	697
		16.64	0.24	4.81	23.08	19.49	3.43	5.46	8.08	56.85
求學	5	-	-	-	-	-	-	1	-	2
		-	-	-	-	-	-	20.00	-	40.00
醫療	45	-	-	2	7	7	-	2	5	11
		-	-	4.44	15.56	15.56	-	4.44	11.11	24.44
其他	29	1	1	1	1	-	2	2	3	6
		3.45	3.45	3.45	3.45	-	6.90	6.90	10.34	20.69

附表 1-33 113 年受訪旅客在臺期間參加活動—依來臺主要目的分(續完)

單位：人次；%

人次 相對百分率	參加活動									
	購物	逛夜市	水域 活動	登山 健行	觀光 工廠	休閒 農場	部落 觀光	遊樂園	醫療 保健	其他
全體	6,112	5,631	927	933	123	438	112	482	60	52
	92.33	85.06	14.00	14.09	1.86	6.62	1.69	7.28	0.91	0.79
觀光	4,248	4,085	692	622	98	281	55	296	4	20
	97.28	93.54	15.85	14.24	2.24	6.43	1.26	6.78	0.09	0.46
業務	533	345	18	54	2	1	2	7	-	11
	63.45	41.07	2.14	6.43	0.24	0.12	0.24	0.83	-	1.31
國際會議或展覽	84	63	5	16	1	2	1	5	1	2
	77.78	58.33	4.63	14.81	0.93	1.85	0.93	4.63	0.93	1.85
探親或訪友	1,174	1,092	208	238	22	154	54	171	17	14
	95.76	89.07	16.97	19.41	1.79	12.56	4.40	13.95	1.39	1.14
求學	5	3	1	-	-	-	-	1	-	1
	100.00	60.00	20.00	-	-	-	-	20.00	-	20.00
醫療	41	19	-	3	-	-	-	-	38	1
	91.11	42.22	-	6.67	-	-	-	-	84.44	2.22
其他	27	24	3	-	-	-	-	2	-	3
	93.10	82.76	10.34	-	-	-	-	6.90	-	10.34

註：1.本題為複選題。

2.「-」表示無調查樣本。

附表 1-34 113 年受訪旅客在臺平均每人每日消費金額－依居住地分

單位：美元；%

金額 百分比	樣本數 (人)	總計	來臺消費項目					
			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	6,620	182.83	76.26	37.35	19.20	9.23	7.33	33.46
		100.00%	41.71%	20.43%	10.50%	5.05%	4.01%	18.30%
日本	1,128	193.13	85.33	39.30	20.88	10.62	7.55	29.45
		100.00%	44.18%	20.35%	10.81%	5.50%	3.91%	15.25%
大陸	348	153.97	56.23	30.70	16.06	5.50	12.04	33.44
		100.00%	36.52%	19.94%	10.43%	3.57%	7.82%	21.72%
韓國	829	197.98	82.46	38.72	22.53	12.12	7.44	34.71
		100.00%	41.65%	19.56%	11.38%	6.12%	3.76%	17.53%
香港・澳門	1,116	186.83	72.66	39.07	16.48	8.48	9.75	40.39
		100.00%	38.89%	20.91%	8.82%	4.54%	5.22%	21.62%
新加坡	344	198.50	91.18	41.78	19.31	6.25	5.66	34.32
		100.00%	45.93%	21.05%	9.73%	3.15%	2.85%	17.29%
馬來西亞	368	147.08	62.24	31.40	15.13	5.54	5.38	27.39
		100.00%	42.31%	21.35%	10.29%	3.77%	3.66%	18.62%
印尼	197	142.36	48.38	33.51	17.92	6.05	3.43	33.07
		100.00%	33.98%	23.54%	12.59%	4.25%	2.41%	23.23%
菲律賓	396	151.52	60.08	31.26	16.96	6.92	3.71	32.59
		100.00%	39.65%	20.63%	11.19%	4.57%	2.45%	21.51%
泰國	342	160.72	63.04	32.67	14.63	5.87	3.38	41.13
		100.00%	39.23%	20.33%	9.10%	3.65%	2.10%	25.59%
越南	340	159.83	63.72	31.25	16.32	7.77	4.20	36.57
		100.00%	39.87%	19.55%	10.21%	4.86%	2.63%	22.88%
印度	34	198.74	87.82	38.36	22.30	5.94	11.29	33.03
		100.00%	44.19%	19.30%	11.22%	2.99%	5.68%	16.62%
美國	545	238.86	97.45	46.39	26.94	17.56	9.67	40.85
		100.00%	40.80%	19.42%	11.28%	7.35%	4.05%	17.10%
德、英、法	167	190.88	93.45	41.48	20.86	8.21	7.56	19.32
		100.00%	48.96%	21.73%	10.93%	4.30%	3.96%	10.12%
歐洲其他地區	134	209.29	106.24	43.05	23.29	10.65	6.34	19.72
		100.00%	50.76%	20.57%	11.13%	5.09%	3.03%	9.42%
紐澳	106	184.60	90.33	38.29	20.42	9.49	4.08	21.99
		100.00%	48.94%	20.74%	11.06%	5.14%	2.21%	11.91%
其他地區	226	153.36	66.94	32.83	17.99	6.98	9.45	19.17
		100.00%	43.65%	21.41%	11.73%	4.55%	6.16%	12.50%

註：受訪旅客人數少於 50 位者，其數值僅供參考。

附表 1-35 113 年受訪旅客在臺平均每人每日消費金額－依來臺主要目的分

單位：美元；%

金額 百分比	樣本數 (人)	總計	來臺消費項目					
			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	6,620	182.83	76.26	37.35	19.20	9.23	7.33	33.46
		100.00%	41.71%	20.43%	10.50%	5.05%	4.01%	18.30%
觀光	4,367	180.44	72.73	37.95	19.56	10.23	5.65	34.32
		100.00%	40.31%	21.03%	10.84%	5.67%	3.13%	19.02%
業務	840	271.65	153.94	41.54	27.17	7.93	5.92	35.15
		100.00%	56.67%	15.29%	10.00%	2.92%	2.18%	12.94%
國際會議或展覽	108	260.75	129.69	53.90	24.17	9.57	6.94	36.48
		100.00%	49.74%	20.67%	9.27%	3.67%	2.66%	13.99%
探親或訪友	1,226	122.13	33.91	31.76	12.63	6.77	7.05	30.01
		100.00%	27.77%	26.01%	10.34%	5.54%	5.77%	24.57%
求學	5	121.24	37.56	27.52	13.86	1.77	21.13	19.40
		100.00%	30.98%	22.70%	11.43%	1.46%	17.43%	16.00%
醫療	45	345.82	53.40	34.20	15.42	3.39	211.99	27.42
		100.00%	15.44%	9.89%	4.46%	0.98%	61.30%	7.93%
其他	29	160.18	52.90	39.21	14.83	19.62	3.62	30.00
		100.00%	33.02%	24.48%	9.26%	12.25%	2.26%	18.73%

註：受訪旅客人數少於 50 位者，其數值僅供參考。

附表 1-36 113 年受訪旅客在臺平均每人每日消費金額－依年齡分

單位：美元；%

金額 百分比	樣本數 (人)	總計	來臺消費項目					
			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	6,620	182.83	76.26	37.35	19.20	9.23	7.33	33.46
		100.00%	41.71%	20.43%	10.50%	5.05%	4.01%	18.30%
12－19 歲	127	157.71	67.23	32.82	19.49	11.40	3.85	22.92
		100.00%	42.63%	20.81%	12.36%	7.23%	2.44%	14.53%
20－29 歲	1,881	171.07	68.14	37.69	17.83	9.94	4.64	32.83
		100.00%	39.84%	22.03%	10.42%	5.81%	2.71%	19.19%
30－39 歲	1,517	182.36	74.38	37.46	18.71	9.61	5.67	36.53
		100.00%	40.79%	20.54%	10.26%	5.27%	3.11%	20.03%
40－49 歲	1,168	191.63	85.27	37.21	20.10	8.07	9.04	31.94
		100.00%	44.49%	19.42%	10.49%	4.21%	4.72%	16.67%
50－59 歲	1,305	195.58	86.06	38.14	20.03	8.64	7.84	34.87
		100.00%	44.00%	19.50%	10.24%	4.42%	4.01%	17.83%
60－64 歲	430	185.31	72.36	36.14	21.57	9.17	15.40	30.67
		100.00%	39.05%	19.50%	11.64%	4.95%	8.31%	16.55%
65－69 歲	192	176.33	66.63	34.47	20.31	9.45	17.70	27.77
		100.00%	37.78%	19.55%	11.52%	5.36%	10.04%	15.75%
70 歲以上	127	157.71	67.23	32.82	19.49	11.40	3.85	22.92
		100.00%	42.63%	20.81%	12.36%	7.23%	2.44%	14.53%

註：受訪旅客人數少於 50 位者，其數值僅供參考。

附表 1-37 113 年受訪旅客在臺平均每人每日消費金額－依年收入分

單位：美元；%

金額 百分比	樣本數 (人)	總計	來臺消費項目					
			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	6,620	182.83	76.26	37.35	19.20	9.23	7.33	33.46
		100.00%	41.71%	20.43%	10.50%	5.05%	4.01%	18.30%
9,999 美元以下	517	152.25	55.67	32.76	16.56	6.79	7.90	32.57
		100.00%	36.56%	21.52%	10.88%	4.46%	5.19%	21.39%
10,000-14,999 美元	1,193	153.36	58.61	33.74	16.27	6.75	4.14	33.85
		100.00%	38.22%	22.00%	10.61%	4.40%	2.70%	22.07%
15,000-29,999 美元	1,655	169.09	70.57	36.51	17.20	8.45	5.55	30.81
		100.00%	41.74%	21.59%	10.17%	5.00%	3.28%	18.22%
30,000-39,999 美元	1,079	186.26	80.26	37.29	19.17	8.77	9.48	31.29
		100.00%	43.09%	20.02%	10.29%	4.71%	5.09%	16.80%
40,000-69,999 美元	657	224.65	99.52	42.35	23.99	11.79	7.08	39.92
		100.00%	44.30%	18.85%	10.68%	5.25%	3.15%	17.77%
70,000-99,999 美元	366	253.46	112.61	47.70	26.51	14.40	10.95	41.29
		100.00%	44.43%	18.82%	10.46%	5.68%	4.32%	16.29%
100,000 美元以上	283	283.09	142.96	50.05	27.97	13.48	9.48	39.15
		100.00%	50.50%	17.68%	9.88%	4.76%	3.35%	13.83%
無固定收入	869	177.36	67.50	36.04	19.86	11.09	10.41	32.46
		100.00%	38.06%	20.32%	11.20%	6.25%	5.87%	18.30%

註：類別「未回答」(1 人)未計算，故未列出。

附表 1-38 113 年受訪旅客在臺平均每人每日消費金額－依最高學歷分

單位：美元；%

金額 百分比	樣本數 (人)	總計	來臺消費項目					
			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	6,620	182.83	76.26	37.35	19.20	9.23	7.33	33.46
		100.00%	41.71%	20.43%	10.50%	5.05%	4.01%	18.30%
小學、中學 肄畢(含高職)	1,173	171.70	64.75	34.41	20.60	9.01	9.60	33.33
		100.00%	37.71%	20.04%	12.00%	5.25%	5.59%	19.41%
大專	4,544	176.04	71.72	37.11	17.99	9.35	6.58	33.29
		100.00%	40.74%	21.08%	10.22%	5.31%	3.74%	18.91%
碩、博士	899	233.83	115.07	42.77	23.71	9.12	8.25	34.91
		100.00%	49.21%	18.29%	10.14%	3.90%	3.53%	14.93%

註：類別「未回答」(3 人)未計算，故未列出。

附表 1-39 113 年受訪旅客在臺平均每人每日消費金額－依工作別分

單位：美元；%

金額 百分比	樣本數 (人)	總計	來臺消費項目					
			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	6,620	182.83	76.26	37.35	19.20	9.23	7.33	33.46
		100.00%	41.71%	20.43%	10.50%	5.05%	4.01%	18.30%
民意代表、主管 及經理人員	742	230.57	117.06	40.72	22.48	8.07	8.67	33.57
		100.00%	50.77%	17.66%	9.75%	3.50%	3.76%	14.56%
專業人員	1,051	204.18	87.80	39.88	21.54	10.39	9.66	34.91
		100.00%	43.00%	19.53%	10.55%	5.09%	4.73%	17.10%
技術員及助 理專業人員	822	180.79	77.19	38.06	19.31	9.71	5.12	31.40
		100.00%	42.70%	21.05%	10.68%	5.37%	2.83%	17.37%
事務支援 人員	1,259	167.28	65.20	36.15	17.11	9.17	5.12	34.53
		100.00%	38.98%	21.61%	10.23%	5.48%	3.06%	20.64%
服務及銷售 工作人員	934	168.45	65.28	36.94	17.28	8.00	5.22	35.73
		100.00%	38.75%	21.93%	10.26%	4.75%	3.10%	21.21%
農、林、漁、牧 生產人員	112	166.54	67.05	35.07	19.35	10.26	4.15	30.66
		100.00%	40.26%	21.06%	11.62%	6.16%	2.49%	18.41%
技藝有關 工作人員	208	181.67	73.63	37.33	20.86	10.66	4.58	34.61
		100.00%	40.53%	20.55%	11.48%	5.87%	2.52%	19.05%
機械設備操 作及組裝人員	133	160.30	71.90	33.95	17.06	9.14	3.45	24.80
		100.00%	44.86%	21.18%	10.64%	5.70%	2.15%	15.47%
基層技術工 及勞力工	42	152.39	58.96	33.68	15.67	9.39	4.59	30.10
		100.00%	38.70%	22.10%	10.28%	6.16%	3.01%	19.75%
家庭管理	457	177.32	65.71	34.45	20.32	8.85	14.35	33.64
		100.00%	37.06%	19.43%	11.46%	4.99%	8.09%	18.97%
學生	474	158.25	60.50	35.53	17.06	9.54	4.89	30.73
		100.00%	38.23%	22.45%	10.78%	6.03%	3.09%	19.42%
退休人員	344	183.09	69.57	36.16	20.38	9.83	14.94	32.21
		100.00%	38.00%	19.75%	11.13%	5.37%	8.16%	17.59%

註：1. 受訪旅客人數少於 50 位者，其數值僅供參考。

2. 類別「其他」(37 人)未再分細類計算，故未列出；「未回答」(5 人)未計算，故未列出。

附表 1-40 113 年受訪旅客在臺平均每人每日消費金額－依性別分

單位：美元；%

金額 百分比	樣本數 (人)	總計	來臺消費項目					
			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	6,620	182.83	76.26	37.35	19.20	9.23	7.33	33.46
		100.00%	41.71%	20.43%	10.50%	5.05%	4.01%	18.30%
男性	3,195	187.52	84.75	37.47	19.90	9.08	6.73	29.59
		100.00%	45.20%	19.98%	10.61%	4.84%	3.59%	15.78%
女性	3,425	178.46	68.42	37.21	18.54	9.39	7.89	37.01
		100.00%	38.34%	20.85%	10.39%	5.26%	4.42%	20.74%

附表 1-41 113 年受訪旅客在臺平均每人每日消費金額－依停留夜數分

單位：美元；%

金額 百分比	樣本數 (人)	總計	來臺消費項目					
			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	6,620	182.83	76.26	37.35	19.20	9.23	7.33	33.46
		100.00%	41.71%	20.43%	10.50%	5.05%	4.01%	18.30%
1 夜	42	308.83	162.57	53.12	30.05	3.98	7.63	51.48
		100.00%	52.64%	17.20%	9.73%	1.29%	2.47%	16.67%
2 夜	649	257.09	116.54	46.92	24.60	12.29	10.16	46.58
		100.00%	45.33%	18.25%	9.57%	4.78%	3.95%	18.12%
3 夜	1,735	205.71	86.04	41.59	20.84	11.27	8.04	37.93
		100.00%	41.82%	20.22%	10.13%	5.48%	3.91%	18.44%
4 夜	1,584	176.17	71.92	35.67	19.84	9.16	6.20	33.38
		100.00%	40.82%	20.25%	11.26%	5.20%	3.52%	18.95%
5 夜	1,037	170.37	70.27	35.06	18.49	8.28	6.34	31.93
		100.00%	41.25%	20.58%	10.85%	4.86%	3.72%	18.74%
6 夜	529	153.53	63.49	33.33	16.72	7.29	5.10	27.60
		100.00%	41.35%	21.71%	10.89%	4.75%	3.32%	17.98%
7 夜	339	154.49	61.16	34.22	16.47	8.51	6.18	27.95
		100.00%	39.59%	22.15%	10.66%	5.51%	4.00%	18.09%
8 - 15 夜	554	131.12	51.07	30.63	13.53	5.60	9.32	20.97
		100.00%	38.95%	23.36%	10.32%	4.27%	7.11%	15.99%
16 - 30 夜	124	92.77	30.22	25.51	9.48	4.19	9.83	13.54
		100.00%	32.57%	27.50%	10.22%	4.52%	10.60%	14.59%
31 - 60 夜	22	82.84	25.75	25.12	8.83	5.08	6.69	11.37
		100.00%	31.09%	30.32%	10.66%	6.13%	8.08%	13.72%
61 - 90 夜	5	137.22	67.13	20.25	15.19	8.62	12.13	13.90
		100.00%	48.92%	14.76%	11.07%	6.28%	8.84%	10.13%

註：受訪旅客人數少於 50 位者，其數值僅供參考。

附表 1-42 113 年受訪旅客在臺平均每人每日消費金額－依月份分

單位：美元；%

金額 百分比	樣本數 (人)	總計	來臺消費項目					
			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	6,620	182.83	76.26	37.35	19.20	9.23	7.33	33.46
		100.00%	41.71%	20.43%	10.50%	5.05%	4.01%	18.30%
1 月	447	162.42	63.56	34.81	18.17	6.79	8.30	30.79
		100.00%	39.13%	21.43%	11.19%	4.18%	5.11%	18.96%
2 月	488	177.71	70.39	35.42	18.55	12.69	8.00	32.66
		100.00%	39.61%	19.93%	10.44%	7.14%	4.50%	18.38%
3 月	586	166.14	70.36	33.71	18.16	9.44	6.53	27.94
		100.00%	42.35%	20.29%	10.93%	5.68%	3.93%	16.82%
4 月	575	179.84	72.51	39.73	19.80	8.94	7.50	31.36
		100.00%	40.32%	22.09%	11.01%	4.97%	4.17%	17.44%
5 月	525	179.03	71.56	39.14	18.40	8.52	9.18	32.23
		100.00%	39.97%	21.86%	10.28%	4.76%	5.13%	18.00%
6 月	488	185.12	72.89	38.06	20.73	8.55	7.42	37.47
		100.00%	39.37%	20.56%	11.20%	4.62%	4.01%	20.24%
7 月	484	186.93	75.09	35.97	19.03	8.02	7.53	41.29
		100.00%	40.17%	19.24%	10.18%	4.29%	4.03%	22.09%
8 月	540	183.44	76.71	39.79	19.38	7.69	6.26	33.61
		100.00%	41.82%	21.69%	10.57%	4.19%	3.41%	18.32%
9 月	496	188.09	81.80	38.18	18.21	9.65	8.54	31.71
		100.00%	43.49%	20.30%	9.68%	5.13%	4.54%	16.86%
10 月	585	191.05	78.07	38.02	20.61	10.49	6.76	37.10
		100.00%	40.86%	19.90%	10.79%	5.49%	3.54%	19.42%
11 月	652	192.06	84.97	36.89	19.67	9.56	7.05	33.92
		100.00%	44.24%	19.21%	10.24%	4.98%	3.67%	17.66%
12 月	754	195.97	89.39	38.33	19.48	10.05	6.09	32.63
		100.00%	45.61%	19.56%	9.94%	5.13%	3.11%	16.65%

附表 1-43 113 年受訪旅客在臺平均每人每日消費金額－依季分

單位：美元；%

金額 百分比	樣本數 (人)	總計	來臺消費項目					
			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	6,620	182.83	76.26	37.35	19.20	9.23	7.33	33.46
		100.00%	41.71%	20.43%	10.50%	5.05%	4.01%	18.30%
第 1 季	1,521	168.81	68.38	34.59	18.30	9.71	7.53	30.30
		100.00%	40.51%	20.49%	10.84%	5.75%	4.46%	17.95%
第 2 季	1,588	181.34	72.39	39.04	19.64	8.69	8.03	33.55
		100.00%	39.92%	21.53%	10.83%	4.79%	4.43%	18.50%
第 3 季	1,520	185.45	77.57	37.89	18.82	8.40	7.40	35.37
		100.00%	41.83%	20.43%	10.15%	4.53%	3.99%	19.07%
第 4 季	1,991	193.35	84.61	37.80	19.90	10.03	6.61	34.40
		100.00%	43.76%	19.55%	10.29%	5.19%	3.42%	17.79%

附表 1-44 113 年受訪旅客在臺平均每人每日消費金額－依旅行安排方式分

單位：美元；%

金額 百分比	樣本數 (人)	總計	來臺消費項目					
			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	6,620	182.83	76.26	37.35	19.20	9.23	7.33	33.46
		100.00%	41.71%	20.43%	10.50%	5.05%	4.01%	18.30%
參加旅行社規劃的 行程，由旅行社包辦	820	200.99	85.26	34.31	27.50	7.90	9.02	37.00
		100.00%	42.42%	17.07%	13.68%	3.93%	4.49%	18.41%
自行規劃行程， 由旅行社包辦	185	385.69	156.20	67.26	49.06	29.78	11.03	72.36
		100.00%	40.50%	17.44%	12.72%	7.72%	2.86%	18.76%
自行規劃行程， 請旅行社代訂住宿 地點(及機票)	363	251.97	135.94	42.28	23.76	11.99	9.12	28.88
		100.00%	53.95%	16.78%	9.43%	4.76%	3.62%	11.46%
未請旅行社代訂住宿 地點及機票，抵達後 曾參加旅行社行程	277	159.54	56.39	34.13	13.16	19.18	7.47	29.21
		100.00%	35.35%	21.39%	8.25%	12.02%	4.68%	18.31%
未請旅行社代訂住宿 地點及機票，抵達後 未曾參加旅行社行程	4,975	169.34	68.91	36.68	16.82	7.98	6.81	32.14
		100.00%	40.70%	21.66%	9.93%	4.71%	4.02%	18.98%

附表 1-45 113 年受訪旅客在臺平均每人每日消費金額－依調查地點分

單位：美元；%

金額 百分比	樣本數 (人)	總計	來臺消費項目					
			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	6,620	182.83	76.26	37.35	19.20	9.23	7.33	33.46
		100.00%	41.71%	20.43%	10.50%	5.05%	4.01%	18.30%
臺灣桃園國際機場	5,647	185.79	76.11	37.86	19.81	9.61	8.10	34.30
		100.00%	40.97%	20.38%	10.66%	5.17%	4.36%	18.46%
高雄國際機場	538	147.09	71.18	31.76	11.53	2.28	0.51	29.83
		100.00%	48.39%	21.59%	7.84%	1.55%	0.35%	20.28%
臺北松山機場	435	190.03	85.40	37.76	20.77	13.19	5.62	27.29
		100.00%	44.94%	19.87%	10.93%	6.94%	2.96%	14.36%

附表 1-46 113 年受訪旅客對臺灣深刻的印象—依居住地分

單位：人次；%

人次 相對百分率	樣本數 (人)	對臺灣留下印象深刻的項目								
		美食 佳餚	自然 風光	泡溫泉	歷史 古蹟	逛夜市	單車 賞景	地方 特產	宗教 文化	都會 不夜城
全體	6,620	6,002	4,354	802	2,375	5,032	188	1,938	591	1,304
		90.66	65.77	12.11	35.88	76.01	2.84	29.27	8.93	19.70
日本	1,128	1,042	682	95	452	864	5	262	92	176
		92.38	60.46	8.42	40.07	76.60	0.44	23.23	8.16	15.60
大陸	348	332	200	73	137	270	5	114	27	67
		95.40	57.47	20.98	39.37	77.59	1.44	32.76	7.76	19.25
韓國	829	763	565	70	335	661	8	235	66	171
		92.04	68.15	8.44	40.41	79.73	0.97	28.35	7.96	20.63
香港・澳門	1,116	1,033	614	167	256	890	38	338	74	172
		92.56	55.02	14.96	22.94	79.75	3.41	30.29	6.63	15.41
新加坡	344	313	219	40	86	253	17	91	17	44
		90.99	63.66	11.63	25.00	73.55	4.94	26.45	4.94	12.79
馬來西亞	368	326	260	24	109	305	21	109	40	63
		88.59	70.65	6.52	29.62	82.88	5.71	29.62	10.87	17.12
印尼	197	194	143	6	63	173	5	61	13	51
		98.48	72.59	3.05	31.98	87.82	2.54	30.96	6.60	25.89
菲律賓	396	340	289	31	142	330	6	115	29	101
		85.86	72.98	7.83	35.86	83.33	1.52	29.04	7.32	25.51
泰國	342	300	258	12	102	251	36	114	60	88
		87.72	75.44	3.51	29.82	73.39	10.53	33.33	17.54	25.73
越南	340	259	291	55	156	239	22	122	56	63
		76.18	85.59	16.18	45.88	70.29	6.47	35.88	16.47	18.53
印度	34	28	14	-	8	17	-	6	2	7
		82.35	41.18	-	23.53	50.00	-	17.65	5.88	20.59
美國	545	503	394	151	257	363	18	244	74	176
		92.29	72.29	27.71	47.16	66.61	3.30	44.77	13.58	32.29
德・英・法	167	151	102	14	66	108	4	39	9	35
		90.42	61.08	8.38	39.52	64.67	2.40	23.35	5.39	20.96
歐洲其他地區	134	115	85	14	55	81	-	23	5	25
		85.82	63.43	10.45	41.04	60.45	-	17.16	3.73	18.66
紐澳	106	88	80	19	47	66	1	21	11	20
		83.02	75.47	17.92	44.34	62.26	0.94	19.81	10.38	18.87
其他地區	226	215	158	31	104	161	2	44	16	45
		95.13	69.91	13.72	46.02	71.24	0.88	19.47	7.08	19.91

附表 1-46 113 年受訪旅客對臺灣深刻的印象—依居住地分(續完)

單位：人次；%

人次 相對百分率	對臺灣留下印象深刻的項目								
	原住民 文化	醫療 保健	人情味 濃厚	書店	便利 商店	節慶 活動	景點	旅館 (或民宿) 住宿體驗	其他
全體	85	81	3,304	135	1,907	100	832	83	97
	1.28	1.22	49.91	2.04	28.81	1.51	12.57	1.25	1.47
日本	16	-	658	7	113	12	126	9	11
	1.42	-	58.33	0.62	10.02	1.06	11.17	0.80	0.98
大陸	7	12	229	11	124	3	37	3	4
	2.01	3.45	65.80	3.16	35.63	0.86	10.63	0.86	1.15
韓國	12	1	269	6	172	9	86	5	2
	1.45	0.12	32.45	0.72	20.75	1.09	10.37	0.60	0.24
香港、澳門	11	27	581	47	237	20	130	19	33
	0.99	2.42	52.06	4.21	21.24	1.79	11.65	1.70	2.96
新加坡	4	2	144	1	60	7	34	4	11
	1.16	0.58	41.86	0.29	17.44	2.03	9.88	1.16	3.20
馬來西亞	2	-	161	5	115	11	34	4	4
	0.54	-	43.75	1.36	31.25	2.99	9.24	1.09	1.09
印尼	-	1	89	1	79	1	8	1	-
	-	0.51	45.18	0.51	40.10	0.51	4.06	0.51	-
菲律賓	4	1	177	6	197	5	86	3	5
	1.01	0.25	44.70	1.52	49.75	1.26	21.72	0.76	1.26
泰國	8	14	169	2	159	3	30	2	3
	2.34	4.09	49.42	0.58	46.49	0.88	8.77	0.58	0.88
越南	7	6	158	8	145	1	17	-	4
	2.06	1.76	46.47	2.35	42.65	0.29	5.00	-	1.18
印度	-	1	21	2	15	-	3	-	-
	-	2.94	61.76	5.88	44.12	-	8.82	-	-
美國	7	11	342	29	250	28	185	21	8
	1.28	2.02	62.75	5.32	45.87	5.14	33.94	3.85	1.47
德、英、法	3	2	83	2	64	-	19	5	3
	1.80	1.20	49.70	1.20	38.32	-	11.38	2.99	1.80
歐洲其他地區	2	-	64	2	50	-	16	3	4
	1.49	-	47.76	1.49	37.31	-	11.94	2.24	2.99
紐澳	-	-	53	3	36	-	17	3	3
	-	-	50.00	2.83	33.96	-	16.04	2.83	2.83
其他地區	2	3	106	3	91	-	4	1	2
	0.88	1.33	46.90	1.33	40.27	-	1.77	0.44	0.88

註：1.本題為複選題。

2.「-」表示無調查樣本。

附表 1-47 113 年受訪旅客對臺灣深刻的印象—依來臺主要目的分

單位：人次；%

人次 相對百分率	樣本數 (人)	對臺灣留下印象深刻的項目								
		美食 佳餚	自然 風光	泡溫泉	歷史 古蹟	逛夜市	單車 賞景	地方 特產	宗教 文化	都會 不夜城
全體	6,620	6,002	4,354	802	2,375	5,032	188	1,938	591	1,304
		90.66	65.77	12.11	35.88	76.01	2.84	29.27	8.93	19.70
觀光	4,367	3,954	3,273	517	1,795	3,641	155	1,289	428	909
		90.54	74.95	11.84	41.10	83.38	3.55	29.52	9.80	20.82
業務	840	749	155	53	100	313	6	208	20	104
		89.17	18.45	6.31	11.90	37.26	0.71	24.76	2.38	12.38
國際會議或展覽	108	98	29	8	15	55	1	46	3	22
		90.74	26.85	7.41	13.89	50.93	0.93	42.59	2.78	20.37
探親或訪友	1,226	1,135	874	217	454	988	26	381	133	262
		92.58	71.29	17.70	37.03	80.59	2.12	31.08	10.85	21.37
求學	5	5	3	-	2	2	-	1	-	1
		100.00	60.00	-	40.00	40.00	-	20.00	-	20.00
醫療	45	38	9	6	6	14	-	9	4	3
		84.44	20.00	13.33	13.33	31.11	-	20.00	8.89	6.67
其他	29	23	11	1	3	19	-	4	3	3
		79.31	37.93	3.45	10.34	65.52	-	13.79	10.34	10.34

附表 1-47 113 年受訪旅客對臺灣深刻的印象－依來臺主要目的分(續完)

單位：人次；%

人次 相對百分率	對臺灣留下印象深刻的項目								
	原住民 文化	醫療 保健	人情味 濃厚	書店	便利 商店	節慶 活動	景點	旅館 (或民宿) 住宿體驗	其他
全體	85	81	3,304	135	1,907	100	832	83	97
	1.28	1.22	49.91	2.04	28.81	1.51	12.57	1.25	1.47
觀光	64	13	2,125	79	1,212	65	593	38	60
	1.47	0.30	48.66	1.81	27.75	1.49	13.58	0.87	1.37
業務	2	10	412	28	219	7	93	31	8
	0.24	1.19	49.05	3.33	26.07	0.83	11.07	3.69	0.95
國際會議或展覽	2	-	60	2	25	3	17	1	1
	1.85	-	55.56	1.85	23.15	2.78	15.74	0.93	0.93
探親或訪友	17	18	676	25	431	23	123	10	18
	1.39	1.47	55.14	2.04	35.15	1.88	10.03	0.82	1.47
求學	-	-	2	-	2	-	-	-	1
	-	-	40.00	-	40.00	-	-	-	20.00
醫療	-	40	16	-	9	1	6	3	-
	-	88.89	35.56	-	20.00	2.22	13.33	6.67	-
其他	-	-	13	1	9	1	-	-	9
	-	-	44.83	3.45	31.03	3.45	-	-	31.03

註：1.本題為複選題。

2.「-」表示無調查樣本。

附表 1-48 113 年受訪旅客對觀光便利性之入境證照及通關手續便捷的滿意度

—依居住地分

單位：人；%

人數 列百分比	總計	入境證照及通關手續便捷					沒有經驗
		非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意	
總計	6,620	2,992	3,324	273	27	4	-
	100.00	45.20	50.21	4.12	0.41	0.06	-
日本	1,128	286	767	66	8	1	-
	100.00	25.35	68.00	5.85	0.71	0.09	-
大陸	348	147	170	28	3	-	-
	100.00	42.24	48.85	8.05	0.86	-	-
韓國	829	249	510	67	2	1	-
	100.00	30.04	61.52	8.08	0.24	0.12	-
香港、澳門	1,116	535	527	42	10	2	-
	100.00	47.94	47.22	3.76	0.90	0.18	-
新加坡	344	171	167	6	-	-	-
	100.00	49.71	48.55	1.74	-	-	-
馬來西亞	368	203	156	9	-	-	-
	100.00	55.16	42.39	2.45	-	-	-
印尼	197	99	97	1	-	-	-
	100.00	50.25	49.24	0.51	-	-	-
菲律賓	396	184	198	14	-	-	-
	100.00	46.46	50.00	3.54	-	-	-
泰國	342	216	118	7	1	-	-
	100.00	63.16	34.50	2.05	0.29	-	-
越南	340	228	102	8	2	-	-
	100.00	67.06	30.00	2.35	0.59	-	-
印度	34	16	15	3	-	-	-
	100.00	47.06	44.12	8.82	-	-	-
美國	545	349	186	10	-	-	-
	100.00	64.04	34.13	1.83	-	-	-
德、英、法	167	77	86	3	1	-	-
	100.00	46.11	51.49	1.80	0.60	-	-
歐洲其他地區	134	69	63	2	-	-	-
	100.00	51.50	47.01	1.49	-	-	-
紐澳	106	65	37	4	-	-	-
	100.00	61.32	34.91	3.77	-	-	-
其他地區	226	98	125	3	-	-	-
	100.00	43.36	55.31	1.33	-	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-49 113 年受訪旅客對觀光便利性之通訊/網路便利的滿意度－依居住地分

單位：人；%

人數 列百分比	總計	通訊/網路便利					沒有經驗
		非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意	
總計	6,620	4,156	2,306	142	10	-	6
	100.00	62.78	34.83	2.15	0.15	-	0.09
日本	1,128	643	449	36	-	-	-
	100.00	57.01	39.80	3.19	-	-	-
大陸	348	269	77	2	-	-	-
	100.00	77.30	22.13	0.57	-	-	-
韓國	829	360	437	26	4	-	2
	100.00	43.43	52.71	3.14	0.48	-	0.24
香港・澳門	1,116	772	330	13	-	-	1
	100.00	69.18	29.57	1.16	-	-	0.09
新加坡	344	238	104	2	-	-	-
	100.00	69.19	30.23	0.58	-	-	-
馬來西亞	368	249	118	1	-	-	-
	100.00	67.66	32.07	0.27	-	-	-
印尼	197	151	46	-	-	-	-
	100.00	76.65	23.35	-	-	-	-
菲律賓	396	236	148	10	1	-	1
	100.00	59.60	37.37	2.53	0.25	-	0.25
泰國	342	169	161	12	-	-	-
	100.00	49.41	47.08	3.51	-	-	-
越南	340	184	133	20	3	-	-
	100.00	54.12	39.12	5.88	0.88	-	-
印度	34	26	8	-	-	-	-
	100.00	76.47	23.53	-	-	-	-
美國	545	399	127	16	2	-	1
	100.00	73.21	23.30	2.94	0.37	-	0.18
德・英・法	167	114	51	2	-	-	-
	100.00	68.26	30.54	1.20	-	-	-
歐洲其他地區	134	96	38	-	-	-	-
	100.00	71.64	28.36	-	-	-	-
紐澳	106	80	25	1	-	-	-
	100.00	75.48	23.58	0.94	-	-	-
其他地區	226	170	54	1	-	-	1
	100.00	75.23	23.89	0.44	-	-	0.44

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-50 113 年受訪旅客對觀光便利性之旅遊資訊取得方便的滿意度－依居住地分

單位：人；%

人數 列百分比	總計	旅遊資訊取得方便					沒有經驗
		非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意	
總計	6,620	3,694	2,295	140	4	-	487
	100.00	55.80	34.67	2.11	0.06	-	7.36
日本	1,128	631	402	31	-	-	64
	100.00	55.94	35.64	2.75	-	-	5.67
大陸	348	221	65	5	-	-	57
	100.00	63.50	18.68	1.44	-	-	16.38
韓國	829	358	401	24	2	-	44
	100.00	43.18	48.37	2.90	0.24	-	5.31
香港・澳門	1,116	658	389	11	-	-	58
	100.00	58.95	34.86	0.99	-	-	5.20
新加坡	344	171	132	2	-	-	39
	100.00	49.71	38.37	0.58	-	-	11.34
馬來西亞	368	189	157	4	-	-	18
	100.00	51.36	42.66	1.09	-	-	4.89
印尼	197	120	65	1	-	-	11
	100.00	60.92	32.99	0.51	-	-	5.58
菲律賓	396	217	145	15	1	-	18
	100.00	54.79	36.62	3.79	0.25	-	4.55
泰國	342	179	148	10	-	-	5
	100.00	52.35	43.27	2.92	-	-	1.46
越南	340	201	115	17	-	-	7
	100.00	59.12	33.82	5.00	-	-	2.06
印度	34	12	11	-	-	-	11
	100.00	35.30	32.35	-	-	-	32.35
美國	545	367	115	9	-	-	54
	100.00	67.34	21.10	1.65	-	-	9.91
德・英・法	167	80	45	4	1	-	37
	100.00	47.89	26.95	2.40	0.60	-	22.16
歐洲其他地區	134	72	33	5	-	-	24
	100.00	53.73	24.63	3.73	-	-	17.91
紐澳	106	74	18	-	-	-	14
	100.00	69.81	16.98	-	-	-	13.21
其他地區	226	144	54	2	-	-	26
	100.00	63.73	23.89	0.88	-	-	11.50

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-51 113 年受訪旅客對觀光便利性之境內交通便利的滿意度－依居住地分

單位：人；%

人數 列百分比	總計	境內交通便利					沒有經驗
		非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意	
總計	6,620	4,319	2,151	102	19	-	29
	100.00	65.24	32.49	1.54	0.29	-	0.44
日本	1,128	678	425	21	4	-	-
	100.00	60.11	37.68	1.86	0.35	-	-
大陸	348	272	67	4	1	-	4
	100.00	78.16	19.25	1.15	0.29	-	1.15
韓國	829	398	406	20	2	-	3
	100.00	48.01	48.98	2.41	0.24	-	0.36
香港、澳門	1,116	777	306	26	6	-	1
	100.00	69.62	27.42	2.33	0.54	-	0.09
新加坡	344	207	134	2	1	-	-
	100.00	60.18	38.95	0.58	0.29	-	-
馬來西亞	368	236	126	5	-	-	1
	100.00	64.13	34.24	1.36	-	-	0.27
印尼	197	144	52	-	-	-	1
	100.00	73.09	26.40	-	-	-	0.51
菲律賓	396	269	122	4	-	-	1
	100.00	67.93	30.81	1.01	-	-	0.25
泰國	342	201	135	3	-	-	3
	100.00	58.77	39.47	0.88	-	-	0.88
越南	340	234	100	4	-	-	2
	100.00	68.82	29.41	1.18	-	-	0.59
印度	34	26	8	-	-	-	-
	100.00	76.47	23.53	-	-	-	-
美國	545	409	118	5	2	-	11
	100.00	75.04	21.65	0.92	0.37	-	2.02
德、英、法	167	113	51	2	1	-	-
	100.00	67.66	30.54	1.20	0.60	-	-
歐洲其他地區	134	105	27	1	1	-	-
	100.00	78.35	20.15	0.75	0.75	-	-
紐澳	106	83	22	-	-	-	1
	100.00	78.31	20.75	-	-	-	0.94
其他地區	226	167	52	5	1	-	1
	100.00	73.90	23.01	2.21	0.44	-	0.44

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-52 113 年受訪旅客對觀光環境國際化之路標及公共設施牌示易懂的滿意度

—依居住地分

單位：人；%

人數 列百分比	總計	路標及公共設施牌示易懂					沒有經驗
		非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意	
總計	6,620	3,060	2,897	559	35	2	67
	100.00	46.23	43.76	8.44	0.53	0.03	1.01
日本	1,128	301	695	119	7	1	5
	100.00	26.69	61.61	10.55	0.62	0.09	0.44
大陸	348	273	67	2	1	-	5
	100.00	78.45	19.25	0.57	0.29	-	1.44
韓國	829	193	465	153	13	1	4
	100.00	23.28	56.09	18.46	1.57	0.12	0.48
香港、澳門	1,116	719	359	31	4	-	3
	100.00	64.42	32.17	2.78	0.36	-	0.27
新加坡	344	181	133	19	1	-	10
	100.00	52.62	38.66	5.52	0.29	-	2.91
馬來西亞	368	180	166	15	1	-	6
	100.00	48.91	45.11	4.08	0.27	-	1.63
印尼	197	55	102	39	1	-	-
	100.00	27.91	51.78	19.80	0.51	-	-
菲律賓	396	171	183	40	1	-	1
	100.00	43.19	46.21	10.10	0.25	-	0.25
泰國	342	152	146	40	2	-	2
	100.00	44.45	42.69	11.70	0.58	-	0.58
越南	340	147	129	36	2	-	26
	100.00	43.23	37.94	10.59	0.59	-	7.65
印度	34	18	14	2	-	-	-
	100.00	52.94	41.18	5.88	-	-	-
美國	545	351	169	23	-	-	2
	100.00	64.40	31.01	4.22	-	-	0.37
德、英、法	167	79	76	9	1	-	2
	100.00	47.30	45.51	5.39	0.60	-	1.20
歐洲其他地區	134	66	55	12	-	-	1
	100.00	49.25	41.04	8.96	-	-	0.75
紐澳	106	62	38	6	-	-	-
	100.00	58.49	35.85	5.66	-	-	-
其他地區	226	112	100	13	1	-	-
	100.00	49.56	44.25	5.75	0.44	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-53 113 年受訪旅客對觀光環境國際化之旅遊環境語言溝通良好的滿意度

—依居住地分

單位：人；%

人數 列百分比	總計	旅遊環境語言溝通良好					沒有經驗
		非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意	
總計	6,620	3,049	2,416	910	63	3	179
	100.00	46.05	36.50	13.75	0.95	0.05	2.70
日本	1,128	346	560	182	8	-	32
	100.00	30.67	49.65	16.13	0.71	-	2.84
大陸	348	303	31	1	-	-	13
	100.00	87.06	8.91	0.29	-	-	3.74
韓國	829	165	359	257	21	1	26
	100.00	19.90	43.31	31.00	2.53	0.12	3.14
香港、澳門	1,116	833	255	14	2	-	12
	100.00	74.64	22.85	1.25	0.18	-	1.08
新加坡	344	194	124	11	-	-	15
	100.00	56.39	36.05	3.20	-	-	4.36
馬來西亞	368	193	150	13	3	-	9
	100.00	52.44	40.76	3.53	0.82	-	2.45
印尼	197	55	74	64	3	-	1
	100.00	27.92	37.56	32.49	1.52	-	0.51
菲律賓	396	112	165	108	3	1	7
	100.00	28.28	41.67	27.27	0.76	0.25	1.77
泰國	342	118	146	69	8	-	1
	100.00	34.50	42.69	20.18	2.34	-	0.29
越南	340	139	128	64	3	-	6
	100.00	40.89	37.65	18.82	0.88	-	1.76
印度	34	12	10	7	-	1	4
	100.00	35.30	29.41	20.59	-	2.94	11.76
美國	545	327	156	43	4	-	15
	100.00	60.01	28.62	7.89	0.73	-	2.75
德、英、法	167	53	72	24	3	-	15
	100.00	31.74	43.11	14.37	1.80	-	8.98
歐洲其他地區	134	49	58	17	3	-	7
	100.00	36.57	43.28	12.69	2.24	-	5.22
紐澳	106	53	38	9	-	-	6
	100.00	50.00	35.85	8.49	-	-	5.66
其他地區	226	97	90	27	2	-	10
	100.00	42.93	39.82	11.95	0.88	-	4.42

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-54 113 年受訪旅客對觀光環境國際化之臺灣民眾態度友善的滿意度－依居住地分

單位：人；%

人數 列百分比	總計	臺灣民眾態度友善					沒有經驗
		非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意	
總計	6,620	4,876	1,656	72	9	2	5
	100.00	73.65	25.01	1.09	0.14	0.03	0.08
日本	1,128	806	295	20	4	1	2
	100.00	71.46	26.15	1.77	0.35	0.09	0.18
大陸	348	319	29	-	-	-	-
	100.00	91.67	8.33	-	-	-	-
韓國	829	451	358	17	2	-	1
	100.00	54.41	43.18	2.05	0.24	-	0.12
香港、澳門	1,116	900	212	4	-	-	-
	100.00	80.64	19.00	0.36	-	-	-
新加坡	344	246	95	2	1	-	-
	100.00	71.51	27.62	0.58	0.29	-	-
馬來西亞	368	263	98	6	-	1	-
	100.00	71.47	26.63	1.63	-	0.27	-
印尼	197	151	46	-	-	-	-
	100.00	76.65	23.35	-	-	-	-
菲律賓	396	273	115	8	-	-	-
	100.00	68.94	29.04	2.02	-	-	-
泰國	342	212	123	6	-	-	1
	100.00	62.00	35.96	1.75	-	-	0.29
越南	340	237	99	4	-	-	-
	100.00	69.70	29.12	1.18	-	-	-
印度	34	26	7	1	-	-	-
	100.00	76.47	20.59	2.94	-	-	-
美國	545	457	84	2	2	-	-
	100.00	83.85	15.41	0.37	0.37	-	-
德、英、法	167	133	32	1	-	-	1
	100.00	79.64	19.16	0.60	-	-	0.60
歐洲其他地區	134	111	23	-	-	-	-
	100.00	82.84	17.16	-	-	-	-
紐澳	106	95	11	-	-	-	-
	100.00	89.62	10.38	-	-	-	-
其他地區	226	196	29	1	-	-	-
	100.00	86.73	12.83	0.44	-	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-55 113 年受訪旅客對環境安全性之遊憩環境安全的滿意度－依居住地分

單位：人；%

人數 列百分比	總計	遊憩環境安全					沒有經驗
		非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意	
總計	6,620	4,109	2,196	101	12	-	202
	100.00	62.07	33.17	1.53	0.18	-	3.05
日本	1,128	635	427	34	1	-	31
	100.00	56.30	37.85	3.01	0.09	-	2.75
大陸	348	277	51	1	-	-	19
	100.00	79.59	14.66	0.29	-	-	5.46
韓國	829	386	400	17	2	-	24
	100.00	46.56	48.25	2.05	0.24	-	2.90
香港、澳門	1,116	710	364	22	1	-	19
	100.00	63.62	32.62	1.97	0.09	-	1.70
新加坡	344	205	117	3	2	-	17
	100.00	59.60	34.01	0.87	0.58	-	4.94
馬來西亞	368	241	112	4	3	-	8
	100.00	65.49	30.43	1.09	0.82	-	2.17
印尼	197	139	57	-	-	-	1
	100.00	70.56	28.93	-	-	-	0.51
菲律賓	396	245	138	2	-	-	11
	100.00	61.86	34.85	0.51	-	-	2.78
泰國	342	191	145	5	-	-	1
	100.00	55.85	42.40	1.46	-	-	0.29
越南	340	233	104	1	-	-	2
	100.00	68.53	30.59	0.29	-	-	0.59
印度	34	20	9	-	-	-	5
	100.00	58.82	26.47	-	-	-	14.71
美國	545	405	116	7	-	-	17
	100.00	74.32	21.28	1.28	-	-	3.12
德、英、法	167	92	52	2	1	-	20
	100.00	55.08	31.14	1.20	0.60	-	11.98
歐洲其他地區	134	90	36	-	-	-	8
	100.00	67.16	26.87	-	-	-	5.97
紐澳	106	78	18	-	1	-	9
	100.00	73.59	16.98	-	0.94	-	8.49
其他地區	226	162	50	3	1	-	10
	100.00	71.69	22.12	1.33	0.44	-	4.42

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-56 113 年受訪旅客對環境安全性之社會治安良好的滿意度－依居住地分

單位：人；%

人數 列百分比	總計	社會治安良好					沒有經驗
		非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意	
總計	6,620	4,550	2,026	42	2	-	-
	100.00	68.74	30.60	0.63	0.03	-	-
日本	1,128	722	390	15	1	-	-
	100.00	64.01	34.57	1.33	0.09	-	-
大陸	348	314	33	1	-	-	-
	100.00	90.23	9.48	0.29	-	-	-
韓國	829	418	404	6	1	-	-
	100.00	50.43	48.73	0.72	0.12	-	-
香港、澳門	1,116	813	301	2	-	-	-
	100.00	72.85	26.97	0.18	-	-	-
新加坡	344	214	127	3	-	-	-
	100.00	62.21	36.92	0.87	-	-	-
馬來西亞	368	256	108	4	-	-	-
	100.00	69.56	29.35	1.09	-	-	-
印尼	197	146	51	-	-	-	-
	100.00	74.11	25.89	-	-	-	-
菲律賓	396	261	132	3	-	-	-
	100.00	65.91	33.33	0.76	-	-	-
泰國	342	224	114	4	-	-	-
	100.00	65.50	33.33	1.17	-	-	-
越南	340	261	79	-	-	-	-
	100.00	76.76	23.24	-	-	-	-
印度	34	24	10	-	-	-	-
	100.00	70.59	29.41	-	-	-	-
美國	545	429	114	2	-	-	-
	100.00	78.71	20.92	0.37	-	-	-
德、英、法	167	107	59	1	-	-	-
	100.00	64.07	35.33	0.60	-	-	-
歐洲其他地區	134	104	30	-	-	-	-
	100.00	77.61	22.39	-	-	-	-
紐澳	106	85	21	-	-	-	-
	100.00	80.19	19.81	-	-	-	-
其他地區	226	172	53	1	-	-	-
	100.00	76.11	23.45	0.44	-	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-57 113 年受訪旅客對環境安全性之住宿設施安全的滿意度－依居住地分

單位：人；%

人數 列百分比	總計	住宿設施安全					沒有經驗
		非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意	
總計	6,620	4,147	2,270	83	15	1	104
	100.00	62.64	34.29	1.25	0.23	0.02	1.57
日本	1,128	687	416	18	1	1	5
	100.00	60.90	36.88	1.60	0.09	0.09	0.44
大陸	348	271	57	3	1	-	16
	100.00	77.87	16.38	0.86	0.29	-	4.60
韓國	829	393	422	10	2	-	2
	100.00	47.41	50.90	1.21	0.24	-	0.24
香港、澳門	1,116	675	407	20	5	-	9
	100.00	60.48	36.47	1.79	0.45	-	0.81
新加坡	344	196	144	4	-	-	-
	100.00	56.98	41.86	1.16	-	-	-
馬來西亞	368	234	127	2	1	-	4
	100.00	63.59	34.51	0.54	0.27	-	1.09
印尼	197	138	50	-	-	-	9
	100.00	70.05	25.38	-	-	-	4.57
菲律賓	396	247	134	5	1	-	9
	100.00	62.38	33.84	1.26	0.25	-	2.27
泰國	342	202	133	6	-	-	1
	100.00	59.07	38.89	1.75	-	-	0.29
越南	340	253	80	4	-	-	3
	100.00	74.41	23.53	1.18	-	-	0.88
印度	34	25	8	-	-	-	1
	100.00	73.53	23.53	-	-	-	2.94
美國	545	379	126	3	4	-	33
	100.00	69.54	23.12	0.55	0.73	-	6.06
德、英、法	167	108	55	3	-	-	1
	100.00	64.67	32.93	1.80	-	-	0.60
歐洲其他地區	134	94	37	1	-	-	2
	100.00	70.15	27.61	0.75	-	-	1.49
紐澳	106	72	30	1	-	-	3
	100.00	67.93	28.30	0.94	-	-	2.83
其他地區	226	173	44	3	-	-	6
	100.00	76.55	19.47	1.33	-	-	2.65

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-58 113 年受訪旅客對環境安全性之餐飲衛生良好的滿意度－依居住地分

單位：人；%

人數 列百分比	總計	餐飲衛生良好					沒有經驗
		非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意	
總計	6,620	3,529	2,810	252	25	4	-
	100.00	53.30	42.45	3.81	0.38	0.06	-
日本	1,128	482	519	112	15	-	-
	100.00	42.73	46.01	9.93	1.33	-	-
大陸	348	266	79	3	-	-	-
	100.00	76.44	22.70	0.86	-	-	-
韓國	829	262	513	45	6	3	-
	100.00	31.61	61.88	5.43	0.72	0.36	-
香港、澳門	1,116	597	493	25	-	1	-
	100.00	53.49	44.18	2.24	-	0.09	-
新加坡	344	153	180	9	2	-	-
	100.00	44.48	52.32	2.62	0.58	-	-
馬來西亞	368	206	155	6	1	-	-
	100.00	55.98	42.12	1.63	0.27	-	-
印尼	197	127	69	1	-	-	-
	100.00	64.46	35.03	0.51	-	-	-
菲律賓	396	227	162	7	-	-	-
	100.00	57.32	40.91	1.77	-	-	-
泰國	342	190	145	7	-	-	-
	100.00	55.55	42.40	2.05	-	-	-
越南	340	236	98	6	-	-	-
	100.00	69.42	28.82	1.76	-	-	-
印度	34	25	9	-	-	-	-
	100.00	73.53	26.47	-	-	-	-
美國	545	381	148	16	-	-	-
	100.00	69.90	27.16	2.94	-	-	-
德、英、法	167	73	87	7	-	-	-
	100.00	43.71	52.10	4.19	-	-	-
歐洲其他地區	134	84	46	4	-	-	-
	100.00	62.68	34.33	2.99	-	-	-
紐澳	106	73	33	-	-	-	-
	100.00	68.87	31.13	-	-	-	-
其他地區	226	147	74	4	1	-	-
	100.00	65.05	32.74	1.77	0.44	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-59 113 年受訪旅客此次來臺經驗整體滿意度－依居住地分

單位：人；%

人數 列百分比	總計	非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
總計	6,620	4,089	2,497	34	-	-
	100.00	61.77	37.72	0.51	-	-
日本	1,128	652	471	5	-	-
	100.00	57.80	41.76	0.44	-	-
大陸	348	292	54	2	-	-
	100.00	83.91	15.52	0.57	-	-
韓國	829	349	470	10	-	-
	100.00	42.10	56.69	1.21	-	-
香港、澳門	1,116	719	392	5	-	-
	100.00	64.43	35.13	0.44	-	-
新加坡	344	169	174	1	-	-
	100.00	49.13	50.58	0.29	-	-
馬來西亞	368	216	150	2	-	-
	100.00	58.70	40.76	0.54	-	-
印尼	197	130	67	-	-	-
	100.00	65.99	34.01	-	-	-
菲律賓	396	240	155	1	-	-
	100.00	60.61	39.14	0.25	-	-
泰國	342	204	134	4	-	-
	100.00	59.65	39.18	1.17	-	-
越南	340	226	112	2	-	-
	100.00	66.47	32.94	0.59	-	-
印度	34	26	8	-	-	-
	100.00	76.47	23.53	-	-	-
美國	545	411	133	1	-	-
	100.00	75.41	24.40	0.19	-	-
德、英、法	167	109	58	-	-	-
	100.00	65.27	34.73	-	-	-
歐洲其他地區	134	97	37	-	-	-
	100.00	72.39	27.61	-	-	-
紐澳	106	79	27	-	-	-
	100.00	74.53	25.47	-	-	-
其他地區	226	170	55	1	-	-
	100.00	75.22	24.34	0.44	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-60 113 年受訪旅客此次來臺經驗整體滿意度－依來臺主要目的分

單位：人；%

人數 列百分比	總計	非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
總計	6,620	4,089	2,497	34	-	-
	100.00	61.77	37.72	0.51	-	-
觀光	4,367	2,499	1,844	24	-	-
	100.00	57.22	42.23	0.55	-	-
業務	840	621	216	3	-	-
	100.00	73.93	25.71	0.36	-	-
國際會議或展覽	108	75	33	-	-	-
	100.00	69.44	30.56	-	-	-
探親或訪友	1,226	837	382	7	-	-
	100.00	68.27	31.16	0.57	-	-
求學	5	3	2	-	-	-
	100.00	60.00	40.00	-	-	-
醫療	45	31	14	-	-	-
	100.00	68.89	31.11	-	-	-
其他	29	23	6	-	-	-
	100.00	79.31	20.69	-	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-61 113 年觀光團體受訪旅客對旅行社及導遊服務的整體滿意度－依居住地分

單位：人；%

人數 列百分比	總計	觀光團體旅客對旅行社及導遊服務的整體滿意度				
		非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
總計	820	208	600	10	2	-
	100.00	25.37	73.17	1.22	0.24	-
日本	192	67	124	1	-	-
	100.00	34.90	64.58	0.52	-	-
大陸	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-
韓國	231	36	192	3	-	-
	100.00	15.58	83.12	1.30	-	-
香港・澳門	112	30	80	-	2	-
	100.00	26.79	71.42	-	1.79	-
新加坡	7	-	7	-	-	-
	100.00	-	100.00	-	-	-
馬來西亞	27	9	18	-	-	-
	100.00	33.33	66.67	-	-	-
印尼	48	10	38	-	-	-
	100.00	20.83	79.17	-	-	-
菲律賓	67	24	42	1	-	-
	100.00	35.82	62.69	1.49	-	-
泰國	44	10	33	1	-	-
	100.00	22.73	75.00	2.27	-	-
越南	81	17	60	4	-	-
	100.00	20.99	74.07	4.94	-	-
印度	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-
美國	4	1	3	-	-	-
	100.00	25.00	75.00	-	-	-
德・英・法	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-
歐洲其他地區	2	1	1	-	-	-
	100.00	50.00	50.00	-	-	-
紐澳	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-
其他地區	5	3	2	-	-	-
	100.00	60.00	40.00	-	-	-

註：1. 觀光團體旅客才需作答本題。

2. 「-」表示無調查樣本。

附表 1-62 113 年旅行社安排的購物次數－依居住地分

單位：人；%

人數 列百分比	總計	旅行社安排的購物次數					
		0 次	1~2 次	3~4 次	5~6 次	7~8 次	9 次以上
總計	820	-	570	249	1	-	-
	100.00	-	69.51	30.37	0.12	-	-
日本	192	-	156	36	-	-	-
	100.00	-	81.25	18.75	-	-	-
大陸	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-
韓國	231	-	167	64	-	-	-
	100.00	-	72.29	27.71	-	-	-
香港、澳門	112	-	93	19	-	-	-
	100.00	-	83.04	16.96	-	-	-
新加坡	7	-	2	5	-	-	-
	100.00	-	28.57	71.43	-	-	-
馬來西亞	27	-	16	11	-	-	-
	100.00	-	59.26	40.74	-	-	-
印尼	48	-	19	29	-	-	-
	100.00	-	39.58	60.42	-	-	-
菲律賓	67	-	31	36	-	-	-
	100.00	-	46.27	53.73	-	-	-
泰國	44	-	30	13	1	-	-
	100.00	-	68.18	29.55	2.27	-	-
越南	81	-	54	27	-	-	-
	100.00	-	66.67	33.33	-	-	-
印度	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-
美國	4	-	-	4	-	-	-
	100.00	-	-	100.00	-	-	-
德、英、法	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-
歐洲其他地區	2	-	1	1	-	-	-
	100.00	-	50.00	50.00	-	-	-
紐澳	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-
其他地區	5	-	1	4	-	-	-
	100.00	-	20.00	80.00	-	-	-

註：1.觀光團體旅客才需作答本題。

2.「-」表示無調查樣本。

附表 1-63 113 年觀光團體受訪旅客對旅行社安排購物的物品價格的觀感－依居住地分

單位：人；%

人數 列百分比	總計	旅客對旅行社安排購物的物品價格的觀感				
		很便宜	便宜	實在	貴	很貴
總計	820	1	30	635	149	5
	100.00	0.12	3.66	77.44	18.17	0.61
日本	192	-	14	156	20	2
	100.00	-	7.29	81.25	10.42	1.04
大陸	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-
韓國	231	-	9	185	36	1
	100.00	-	3.90	80.09	15.58	0.43
香港、澳門	112	-	2	108	2	-
	100.00	-	1.79	96.42	1.79	-
新加坡	7	-	-	7	-	-
	100.00	-	-	100.00	-	-
馬來西亞	27	-	-	26	1	-
	100.00	-	-	96.30	3.70	-
印尼	48	-	-	25	23	-
	100.00	-	-	52.08	47.92	-
菲律賓	67	-	1	49	17	-
	100.00	-	1.49	73.14	25.37	-
泰國	44	1	3	24	15	1
	100.00	2.27	6.82	54.55	34.09	2.27
越南	81	-	-	45	35	1
	100.00	-	-	55.56	43.21	1.23
印度	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-
美國	4	-	1	3	-	-
	100.00	-	25.00	75.00	-	-
德、英、法	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-
歐洲其他地區	2	-	-	2	-	-
	100.00	-	-	100.00	-	-
紐澳	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-
其他地區	5	-	-	5	-	-
	100.00	-	-	100.00	-	-

註：1. 觀光團體旅客且有購物經驗才需作答本題。

2. 「-」表示無調查樣本。

附表 1-64 113 年受訪旅客境內交通工具搭乘或使用情形－依居住地分

單位：人次；%

人次 相對百分率	樣本數 (人)	境內交通工具					
		高鐵	臺鐵	捷運	飛機	公民營客運	遊覽車
全體	6,620	1,139	2,471	5,040	40	2,250	1,044
		17.21	37.33	76.13	0.60	33.99	15.77
日本	1,128	131	460	839	3	360	239
		11.61	40.78	74.38	0.27	31.91	21.19
大陸	348	108	101	293	2	100	10
		31.03	29.02	84.20	0.57	28.74	2.87
韓國	829	72	279	534	2	300	264
		8.69	33.66	64.41	0.24	36.19	31.85
香港・澳門	1,116	116	315	930	4	351	130
		10.39	28.23	83.33	0.36	31.45	11.65
新加坡	344	65	128	277	-	99	15
		18.90	37.21	80.52	-	28.78	4.36
馬來西亞	368	64	161	308	2	127	38
		17.39	43.75	83.70	0.54	34.51	10.33
印尼	197	20	74	130	-	78	60
		10.15	37.56	65.99	-	39.59	30.46
菲律賓	396	52	176	309	-	174	89
		13.13	44.44	78.03	-	43.94	22.47
泰國	342	51	151	277	2	80	54
		14.91	44.15	80.99	0.58	23.39	15.79
越南	340	35	152	233	4	102	91
		10.29	44.71	68.53	1.18	30.00	26.76
印度	34	9	13	23	-	8	1
		26.47	38.24	67.65	-	23.53	2.94
美國	545	204	185	390	11	208	20
		37.43	33.94	71.56	2.02	38.17	3.67
德・英・法	167	63	57	126	5	50	1
		37.72	34.13	75.45	2.99	29.94	0.60
歐洲其他地區	134	47	58	94	2	56	8
		35.07	43.28	70.15	1.49	41.79	5.97
紐澳	106	27	47	85	1	41	8
		25.47	44.34	80.19	0.94	38.68	7.55
其他地區	226	75	114	192	2	116	16
		33.19	50.44	84.96	0.88	51.33	7.08

附表 1-64 113 年受訪旅客境內交通工具搭乘或使用情形－依居住地分(續完)

單位：人次；%

人次 相對百分率	境內交通工具					
	計程車	小客車租賃	公共自行車	船舶	Uber	其他
全體	3,344	304	205	383	963	1,095
	50.51	4.59	3.10	5.79	14.55	16.54
日本	565	22	15	39	93	70
	50.09	1.95	1.33	3.46	8.24	6.21
大陸	211	8	6	16	25	185
	60.63	2.30	1.72	4.60	7.18	53.16
韓國	409	16	8	34	66	51
	49.34	1.93	0.97	4.10	7.96	6.15
香港・澳門	584	91	53	91	141	122
	52.33	8.15	4.75	8.15	12.63	10.93
新加坡	180	36	27	39	50	78
	52.33	10.47	7.85	11.34	14.53	22.67
馬來西亞	180	47	29	45	58	69
	48.91	12.77	7.88	12.23	15.76	18.75
印尼	76	5	2	4	16	40
	38.58	2.54	1.02	2.03	8.12	20.30
菲律賓	180	8	10	19	55	52
	45.45	2.02	2.53	4.80	13.89	13.13
泰國	202	3	10	12	46	30
	59.06	0.88	2.92	3.51	13.45	8.77
越南	138	7	12	7	88	57
	40.59	2.06	3.53	2.06	25.88	16.76
印度	21	-	-	1	4	11
	61.76	-	-	2.94	11.76	32.35
美國	242	24	17	43	188	158
	44.40	4.40	3.12	7.89	34.50	28.99
德・英・法	107	7	5	13	31	55
	64.07	4.19	2.99	7.78	18.56	32.93
歐洲其他地區	62	5	4	9	29	31
	46.27	3.73	2.99	6.72	21.64	23.13
紐澳	53	8	3	2	30	29
	50.00	7.55	2.83	1.89	28.30	27.36
其他地區	134	17	4	9	43	57
	59.29	7.52	1.77	3.98	19.03	25.22

註：1. 本題為複選題，為旅客選擇交通工具類型之相對百分率，非使用頻率。

2. 「-」表示無調查樣本。

3. 「公民營客運」包含台灣好行、雙層觀光巴士等。

4. 「其他」包括自用車、親友開車、公司派車、纜車等。

附表 1-65 113 年受訪旅客境內交通工具搭乘情形－依來臺主要目的分

單位：人次；%

人次 相對百分率	樣本數 (人)	境內交通工具					
		高鐵	臺鐵	捷運	飛機	公民營客運	遊覽車
全體	6,620	1,139	2,471	5,040	40	2,250	1,044
		17.21	37.33	76.13	0.60	33.99	15.77
觀光	4,367	564	1,961	3,347	22	1,754	983
		12.92	44.90	76.64	0.50	40.16	22.51
業務	840	211	44	488	-	30	4
		25.12	5.24	58.10	-	3.57	0.48
國際會議或展覽	108	13	8	66	-	9	3
		12.04	7.41	61.11	-	8.33	2.78
探親或訪友	1,226	338	445	1,077	17	447	53
		27.57	36.30	87.85	1.39	36.46	4.32
求學	5	2	4	4	1	2	-
		40.00	80.00	80.00	20.00	40.00	-
醫療	45	3	2	37	-	1	-
		6.67	4.44	82.22	-	2.22	-
其他	29	8	7	21	-	7	1
		27.59	24.14	72.41	-	24.14	3.45

附表 1-65 113 年受訪旅客境內交通工具搭乘情形－依來臺主要目的分(續完)

單位：人次；%

人次 相對百分率	境內交通工具					
	計程車	小客車租賃	公共自行車	船舶	Uber	其他
全體	3,344	304	205	383	963	1,095
	50.51	4.59	3.10	5.79	14.55	16.54
觀光	2,127	235	154	299	654	135
	48.71	5.38	3.53	6.85	14.98	3.09
業務	518	10	7	7	136	320
	61.67	1.19	0.83	0.83	16.19	38.10
國際會議或展覽	75	3	1	1	23	14
	69.44	2.78	0.93	0.93	21.30	12.96
探親或訪友	575	55	42	72	138	618
	46.90	4.49	3.43	5.87	11.26	50.41
求學	2	1	-	-	1	-
	40.00	20.00	-	-	20.00	-
醫療	33	-	-	1	7	6
	73.33	-	-	2.22	15.56	13.33
其他	14	-	1	3	4	2
	48.28	-	3.45	10.34	13.79	6.90

註：1. 本題為複選題，為旅客選擇交通工具類型之相對百分率，非使用頻率。

2. 「-」表示無調查樣本。

3. 「公民營客運」包含台灣好行、雙層觀光巴士等。

4. 「其他」包括自用車、親友開車、公司派車、飯店接送、纜車等。

附表 1-66 113 年受訪旅客對境內曾搭乘或使用交通工具的整體滿意度－依居住地分

單位：人；%

人數 列百分比	總計	旅客對境內曾搭乘或使用交通工具的整體滿意度				
		非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
總計	6,620	3,801	2,709	66	40	4
	100.00	57.42	40.92	1.00	0.60	0.06
日本	1,128	527	555	33	11	2
	100.00	46.71	49.20	2.93	0.98	0.18
大陸	348	212	134	1	1	-
	100.00	60.91	38.51	0.29	0.29	-
韓國	829	370	444	10	4	1
	100.00	44.63	53.56	1.21	0.48	0.12
香港・澳門	1,116	590	500	11	15	-
	100.00	52.87	44.80	0.99	1.34	-
新加坡	344	214	128	1	1	-
	100.00	62.21	37.21	0.29	0.29	-
馬來西亞	368	229	136	2	1	-
	100.00	62.23	36.96	0.54	0.27	-
印尼	197	112	84	-	1	-
	100.00	56.85	42.64	-	0.51	-
菲律賓	396	266	128	2	-	-
	100.00	67.17	32.32	0.51	-	-
泰國	342	227	114	1	-	-
	100.00	66.38	33.33	0.29	-	-
越南	340	248	88	3	1	-
	100.00	72.95	25.88	0.88	0.29	-
印度	34	27	7	-	-	-
	100.00	79.41	20.59	-	-	-
美國	545	380	161	2	1	1
	100.00	69.73	29.54	0.37	0.18	0.18
德・英・法	167	92	74	-	1	-
	100.00	55.09	44.31	-	0.60	-
歐洲其他地區	134	86	47	-	1	-
	100.00	64.18	35.07	-	0.75	-
紐澳	106	85	21	-	-	-
	100.00	80.19	19.81	-	-	-
其他地區	226	136	88	-	2	-
	100.00	60.18	38.94	-	0.88	-

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-67 113 年受訪旅客對境內曾搭乘或使用交通工具的整體滿意度－依來臺主要目的分

單位：人；%

人數 列百分比	總計	旅客對境內曾搭乘或使用交通工具的整體滿意度				
		非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
全體	6,620	3,801	2,709	66	40	4
	100.00	57.42	40.92	1.00	0.60	0.06
觀光	4,367	2,395	1,878	56	35	3
	100.00	54.85	43.00	1.28	0.80	0.07
業務	840	539	298	3	-	-
	100.00	64.16	35.48	0.36	-	-
國際會議或展覽	108	75	33	-	-	-
	100.00	69.44	30.56	-	-	-
探親或訪友	1,226	750	465	6	4	1
	100.00	61.17	37.93	0.49	0.33	0.08
求學	5	2	3	-	-	-
	100.00	40.00	60.00	-	-	-
醫療	45	21	23	-	1	-
	100.00	46.67	51.11	-	2.22	-
其他	29	19	9	1	-	-
	100.00	65.52	31.03	3.45	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-68 113 年受訪旅客是否願意進行低碳旅行－依居住地分

單位：人；%

人數 列百分比	總計	是否願意進行低碳旅行		
		願意	不願意	不知道/不清楚
總計	6,620	5,369	199	1,052
	100.00	81.10	3.01	15.89
日本	1,128	848	51	229
	100.00	75.18	4.52	20.30
大陸	348	289	5	54
	100.00	83.04	1.44	15.52
韓國	829	631	41	157
	100.00	76.11	4.95	18.94
香港、澳門	1,116	977	37	102
	100.00	87.54	3.32	9.14
新加坡	344	304	12	28
	100.00	88.37	3.49	8.14
馬來西亞	368	331	9	28
	100.00	89.94	2.45	7.61
印尼	197	165	3	29
	100.00	83.76	1.52	14.72
菲律賓	396	310	12	74
	100.00	78.28	3.03	18.69
泰國	342	271	4	67
	100.00	79.24	1.17	19.59
越南	340	245	-	95
	100.00	72.06	-	27.94
印度	34	29	1	4
	100.00	85.30	2.94	11.76
美國	545	470	9	66
	100.00	86.24	1.65	12.11
德、英、法	167	131	5	31
	100.00	78.45	2.99	18.56
歐洲其他地區	134	111	4	19
	100.00	82.83	2.99	14.18
紐澳	106	92	1	13
	100.00	86.80	0.94	12.26
其他地區	226	165	5	56
	100.00	73.01	2.21	24.78

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-69 113 年受訪旅客是否願意進行低碳旅行－依來臺主要目的分

單位：人；%

人數 列百分比	總計	是否願意進行低碳旅行		
		願意	不願意	不知道/不清楚
全體	6,620	5,369	199	1,052
	100.00	81.10	3.01	15.89
觀光	4,367	3,505	120	742
	100.00	80.26	2.75	16.99
業務	840	658	54	128
	100.00	78.33	6.43	15.24
國際會議或展覽	108	100	2	6
	100.00	92.59	1.85	5.56
探親或訪友	1,226	1,048	16	162
	100.00	85.48	1.31	13.21
求學	5	5	-	-
	100.00	100.00	-	-
醫療	45	27	6	12
	100.00	60.00	13.33	26.67
其他	29	26	1	2
	100.00	89.65	3.45	6.90

註：「-」表示無調查樣本。

附表二：依性別分

附表 2-1 受訪旅客基本特性－依性別分

單位：人；%

人數 行百分比	全體	男性	女性
總計	6,620 100.00	3,195 100.00	3,425 100.00
來臺主要目的			
觀光	4,367 65.96	1,944 60.85	2,423 70.74
業務	840 12.69	642 20.09	198 5.78
國際會議或展覽	108 1.63	73 2.28	35 1.02
探親或訪友	1,226 18.52	498 15.59	728 21.26
求學	5 0.08	4 0.13	1 0.03
醫療	45 0.68	22 0.69	23 0.67
其他	29 0.44	12 0.38	17 0.50
最高學歷			
小學、中學肄畢(含高職)	1,173 17.72	426 13.33	747 21.81
大學	4,544 68.64	2,186 68.42	2,358 68.85
碩士、博士	899 13.58	581 18.18	318 9.28
其他	-	-	-
未回答	4 0.06	2 0.06	2 0.06

附表 2-1 受訪旅客基本特性－依性別分(續 1)

單位：人；%

人數 行百分比	全體	男性	女性
總計	6,620 100.00	3,195 100.00	3,425 100.00
工 作 別			
民意代表、主管及經理人員	742 11.21	536 16.78	206 6.01
專 業 人 員	1,051 15.88	633 19.81	418 12.20
技術員及助理專業人員	822 12.42	557 17.43	265 7.74
事 務 支 援 人 員	1,259 19.01	400 12.52	859 25.08
服務及銷售工作人員	934 14.11	304 9.51	630 18.39
農、林、漁、牧業生產人員	112 1.69	67 2.10	45 1.31
技 藝 有 關 工 作 人 員	208 3.14	82 2.57	126 3.68
機械設備操作及組裝人員	133 2.01	102 3.19	31 0.91
基層技術工及勞力工	42 0.63	16 0.50	26 0.76
家 庭 管 理	457 6.90	11 0.34	446 13.02
學 生	474 7.16	224 7.01	250 7.30
退 休 人 員	344 5.20	240 7.51	104 3.04
其 他	37 0.56	20 0.63	17 0.50
未 回 答	5 0.08	3 0.09	2 0.06

附表 2-1 受訪旅客基本特性－依性別分(續完)

單位：人；%

人數 行百分比	全體	男性	女性
總計	6,620 100.00	3,195 100.00	3,425 100.00
年 收 入			
9 , 9 9 9 美 元 以 下	517 7.81	179 5.60	338 9.87
1 0 , 0 0 0 – 1 4 , 9 9 9 美元	1,193 18.02	490 15.34	703 20.53
1 5 , 0 0 0 – 2 9 , 9 9 9 美元	1,655 25.00	742 23.22	913 26.66
3 0 , 0 0 0 – 3 9 , 9 9 9 美元	1,079 16.30	608 19.03	471 13.75
4 0 , 0 0 0 – 6 9 , 9 9 9 美元	657 9.92	407 12.74	250 7.30
7 0 , 0 0 0 – 9 9 , 9 9 9 美元	366 5.53	262 8.20	104 3.04
1 0 0 , 0 0 0 美元以上	283 4.27	187 5.85	96 2.80
無 固 定 收 入	869 13.13	319 9.98	550 16.06
未 回 答	1 0.02	1 0.03	- -

註：「-」表示無調查樣本。

附表 2-2 不同主要目的受訪旅客出發來臺多久前開始計劃行程－依性別分

單位：天

性別		出發來臺前開始計劃行程時間	
		平均數	標準誤
全	體	41.05	0.40
男	性	39.84	0.07
女	性	42.07	0.07

附表 2-3 觀光目的受訪旅客來臺前是否看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導－依性別分

單位：人；%

人數 行百分比		全體	男性	女性
總	計	5,856	2,643	3,213
		100.00	100.00	100.00
是		3,687	1,671	2,016
		62.96	63.22	62.75
否		2,169	972	1,197
		37.04	36.78	37.25

註：本題針對觀光目的(主要或次要目的為觀光)之受訪旅客分析。

附表 2-4 看過哪些臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導—依性別分

單位：人次；%

觀光資訊管道	全體 (樣本人數：3,687 人)		男性 (樣本人數：1,671 人)		女性 (樣本人數：2,016 人)	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
社 群 網 站	3,124	84.73	1,424	85.22	1,700	84.33
搜 尋 引 擎	2,741	74.34	1,277	76.42	1,464	72.62
親 友 口 碑	1,922	52.13	841	50.33	1,081	53.62
電 視 / 電 台	841	22.81	378	22.62	463	22.97
旅行社宣傳行程、摺頁	674	18.28	267	15.98	407	20.19
報 章 雜 誌	376	10.20	166	9.93	210	10.42
電 商 平 台	194	5.26	101	6.04	93	4.61
國際旅遊展覽或特殊活動	130	3.53	59	3.53	71	3.52
地鐵、巴士、航空站等交通 運 具 及 場 站	70	1.90	22	1.32	48	2.38
戶 外 廣 告 或 看 板	52	1.41	20	1.20	32	1.59

註：本題為複選題，針對觀光目的(主要或次要目的為觀光)之受訪旅客分析。

附表 2-5 觀光目的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

—依性別分

觀光資訊管道	全體	男性	女性
	影響程度百分比	影響程度百分比	影響程度百分比
社 群 網 站	34.80	35.00	34.61
搜 尋 引 擎	32.00	33.24	30.96
親 友 口 碑	17.21	16.65	17.68
電 視 / 電 台	5.80	5.79	5.81
旅行社宣傳行程、摺頁	5.68	5.00	6.25
報 章 雜 誌	1.86	1.74	1.96
電 商 平 台	1.32	1.44	1.22
國際旅遊展覽或特殊活動	0.65	0.64	0.66
地鐵、巴士、航空站等 交通運具及場站	0.37	0.29	0.45
戶 外 廣 告 或 看 板	0.31	0.21	0.40

註：1.本題針對觀光目的(主要或次要目的為觀光)，且來臺前看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導之受訪旅客分析。

2.按選擇影響較大的前三個管道排序給予權重分數，並計算影響程度百分比。

附表 2-6 吸引觀光目的旅客來臺觀光因素—依性別分

單位：人次；%

吸引來臺觀光原因	全體 (樣本人數：5,856 人)		男性 (樣本人數：2,643 人)		女性 (樣本人數：3,213 人)	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
美食或特色小吃	5,120	87.43	2,311	87.44	2,809	87.43
風光景色	4,466	76.26	1,968	74.46	2,498	77.75
治安良好	2,737	46.74	1,226	46.39	1,511	47.03
臺灣民情風俗和文化	2,475	42.26	1,108	41.92	1,367	42.55
人民友善	2,402	41.02	1,113	42.11	1,289	40.12
距離居住地近	2,168	37.02	896	33.90	1,272	39.59
購物	2,077	35.47	906	34.28	1,171	36.45
氣候宜人	950	16.22	442	16.72	508	15.81
歷史文物	782	13.35	377	14.26	405	12.61
民主政治	615	10.50	300	11.35	315	9.80
夜間休閒活動	476	8.13	224	8.48	252	7.84
遊憩設施(遊樂園、高爾夫球場、渡假村…)	144	2.46	70	2.65	74	2.30
自行車旅遊	56	0.96	27	1.02	29	0.90
節慶活動	48	0.82	27	1.02	21	0.65
醫療保健	39	0.67	18	0.68	21	0.65
其他	100	1.71	46	1.74	54	1.68

註：本題為複選題，針對觀光目的(主要或次要目的為觀光)之受訪旅客分析。

附表 2-7 受訪旅客旅行方式－依性別分

單位：人；%

人數 行百分比	全體	男性	女性
總計	6,620 100.00	3,195 100.00	3,425 100.00
參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦	820 12.39	344 10.77	476 13.90
自行規劃行程，由旅行社包辦	185 2.79	93 2.91	92 2.69
自行規劃行程，請旅行社代訂 住宿地點(及機票)	363 5.48	220 6.89	143 4.18
未請旅行社代訂住宿地點及機票， 抵達後曾參加旅行社行程	277 4.18	124 3.88	153 4.47
未請旅行社代訂住宿地點及機票， 抵達後未曾參加旅行社行程	4,975 75.16	2,414 75.56	2,561 74.77

附表 2-8 受訪旅客最近 5 年來臺次數－依性別分

單位：人；%

人數 行百分比		全體	男性	女性
總	計	6,620	3,195	3,425
		100.00	100.00	100.00
第 1	次	3,067	1,418	1,649
		46.33	44.38	48.15
第 2	次	1,990	874	1,116
		30.06	27.36	32.58
第 3	次	963	543	420
		14.55	17.00	12.26
第 4	次	323	200	123
		4.88	6.26	3.59
5 次 以 上		277	160	117
		4.18	5.01	3.42

附表 2-9 受訪旅客遊覽景點排名－依性別分

單位：人次；%

名次	全體 (樣本人數：6,620 人)			男性 (樣本人數：3,195 人)			女性 (樣本人數：3,425 人)		
	遊覽 景點	人次	相對 百分率	遊覽 景點	人次	相對 百分率	遊覽 景點	人次	相對 百分率
1	夜市	5,550	83.84	夜市	2,547	79.72	夜市	3,003	87.68
2	臺北 101	3,776	57.04	臺北 101	1,722	53.90	西門町(含西門紅樓)	2,105	61.46
3	西門町(含西門紅樓)	3,716	56.13	西門町(含西門紅樓)	1,611	50.42	臺北 101	2,054	59.97
4	中正紀念堂	2,791	42.16	中正紀念堂	1,266	39.62	九份	1,530	44.67
5	九份	2,739	41.37	九份	1,209	37.84	中正紀念堂	1,525	44.53
6	信義計畫區商圈	2,473	37.36	信義計畫區商圈	1,109	34.71	信義計畫區商圈	1,364	39.82
7	平溪	2,196	33.17	平溪	962	30.11	平溪	1,234	36.03
8	淡水	1,982	29.94	淡水	829	25.95	淡水	1,153	33.66
9	艋舺龍山寺	1,618	24.44	故宮博物院	717	22.44	艋舺龍山寺	909	26.54
10	故宮博物院	1,555	23.49	艋舺龍山寺	709	22.19	故宮博物院	838	24.47
11	臺北市永康街商圈	1,249	18.87	野柳	546	17.09	臺北市永康街商圈	715	20.88
12	野柳	1,200	18.13	臺北市永康街商圈	534	16.71	野柳	654	19.09
13	日月潭	1,028	15.53	日月潭	483	15.12	臺北車站商圈	559	16.32
14	臺北車站商圈	1,007	15.21	臺北車站商圈	448	14.02	北投	547	15.97
15	北投	964	14.56	北投	417	13.05	日月潭	545	15.91
16	陽明山	919	13.88	陽明山	397	12.43	陽明山	522	15.24
17	貓空	809	12.22	大稻埕	347	10.86	貓空	477	13.93
18	大稻埕	794	11.99	貓空	332	10.39	華山 1914 文化創意產業園區	452	13.20
19	華山 1914 文化創意產業園區	774	11.69	華山 1914 文化創意產業園區	322	10.08	大稻埕	447	13.05
20	宮原眼科	671	10.14	宮原眼科	300	9.39	宮原眼科	371	10.83

附表 2-10 受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市排名－依性別分

單位：人次；%

名次	全體 (樣本人數：6,620 人)			男性 (樣本人數：3,195 人)			女性 (樣本人數：3,425 人)		
	縣市	人次	相對 百分率	縣市	人次	相對 百分率	縣市	人次	相對 百分率
1	臺北市	5,617	84.85	臺北市	2,624	82.13	臺北市	2,993	87.39
2	新北市	3,983	60.17	新北市	1,733	54.24	新北市	2,250	65.69
3	臺中市	1,189	17.96	臺中市	545	17.06	臺中市	644	18.80
4	南投縣	1,090	16.47	南投縣	512	16.03	南投縣	578	16.88
5	高雄市	1,065	16.09	高雄市	500	15.65	高雄市	565	16.50
6	臺南市	631	9.53	臺南市	323	10.11	基隆市	331	9.66
7	宜蘭縣	586	8.85	宜蘭縣	272	8.51	桃園市	328	9.58
8	基隆市	585	8.84	基隆市	254	7.95	宜蘭縣	314	9.17
9	桃園市	571	8.63	桃園市	243	7.61	臺南市	308	8.99
10	嘉義縣	471	7.11	嘉義縣	212	6.64	嘉義縣	259	7.56
11	新竹市	296	4.47	新竹市	205	6.42	嘉義市	133	3.88
12	嘉義市	227	3.43	屏東縣	105	3.29	屏東縣	102	2.98
13	屏東縣	207	3.13	花蓮縣	100	3.13	新竹市	91	2.66
14	花蓮縣	185	2.79	嘉義市	94	2.94	花蓮縣	85	2.48
15	彰化縣	135	2.04	彰化縣	66	2.07	彰化縣	69	2.01
16	新竹縣	104	1.57	新竹縣	41	1.28	新竹縣	63	1.84
17	臺東縣	83	1.25	臺東縣	41	1.28	臺東縣	42	1.23
18	苗栗縣	61	0.92	苗栗縣	33	1.03	苗栗縣	28	0.82
19	雲林縣	39	0.59	雲林縣	21	0.66	雲林縣	18	0.53
20	澎湖縣	35	0.53	澎湖縣	21	0.66	澎湖縣	14	0.41
21	金門縣	4	0.06	金門縣	2	0.06	金門縣	2	0.06
22	連江縣	2	0.03	連江縣	2	0.06	連江縣	-	-

註：1. 本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之景點整理，遊程同時包含多個景點為跨縣市資料。

2. 「-」表示無調查樣本。

附表 2-11 受訪旅客遊覽觀光景點所在地區排名—依性別分

單位：人次；%

名次	全體 (樣本人數：6,620 人)			男性 (樣本人數：3,195 人)			女性 (樣本人數：3,425 人)		
	遊覽景點所在地區	人次	相對百分率	遊覽景點所在地區	人次	相對百分率	遊覽景點所在地區	人次	相對百分率
1	北部地區	5,838	88.19	北部地區	2,771	86.73	北部地區	3,067	89.55
2	中部地區	1,581	23.88	南部地區	733	22.94	中部地區	850	24.82
3	南部地區	1,526	23.05	中部地區	731	22.88	南部地區	793	23.15
4	東部地區	233	3.52	東部地區	119	3.72	東部地區	114	3.33
5	離島地區	41	0.62	離島地區	25	0.78	離島地區	16	0.47

註：1.本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之景點整理，遊程同時包含多個景點為跨地區資料。

2.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。

附表 2-12 受訪旅客遊覽夜市排名－依性別分

單位：人次；%

名次	全體 (樣本人數：6,620 人)			男性 (樣本人數：3,195 人)			女性 (樣本人數：3,425 人)		
	遊覽夜市	人次	相對百分率	遊覽夜市	人次	相對百分率	遊覽夜市	人次	相對百分率
1	饒河街夜市	2,359	35.63	饒河街夜市	1,071	33.52	饒河街夜市	1,288	37.61
2	士林夜市	2,058	31.09	士林夜市	889	27.82	士林夜市	1,169	34.13
3	寧夏夜市	1,403	21.19	寧夏夜市	620	19.41	寧夏夜市	783	22.86
4	臺中逢甲夜市	742	11.21	臺中逢甲夜市	342	10.70	臺中逢甲夜市	400	11.68
5	高雄六合夜市	552	8.34	高雄六合夜市	259	8.11	高雄六合夜市	293	8.55
6	基隆廟口夜市	355	5.36	基隆廟口夜市	146	4.57	基隆廟口夜市	209	6.10
7	迪化街(含大稻埕)夜市	235	3.55	迪化街(含大稻埕)夜市	111	3.47	迪化街(含大稻埕)夜市	124	3.62
8	高雄瑞豐夜市	214	3.23	高雄瑞豐夜市	99	3.10	高雄瑞豐夜市	115	3.36
9	臺中一中街夜市	183	2.76	臺中一中街夜市	83	2.60	宜蘭羅東夜市	101	2.95
10	宜蘭羅東夜市	172	2.60	宜蘭羅東夜市	71	2.22	臺中一中街夜市	100	2.92

註：1.本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之夜市整理。

2.所指「夜市」為廣義性的夜市，以夜間營業為主，由攤販、市集、商店及街頭表演等聚集，提供美食小吃及逛街購物的場所。

附表 2-13 受訪旅客最喜歡景點排名－依性別分

名次	全體				男性				女性			
	最喜歡 景點	到訪 相對 百分率	喜歡 比率		最喜歡 景點	到訪 相對 百分率	喜歡 比率		最喜歡 景點	到訪 相對 百分率	喜歡 比率	
1	日 月 潭	15.53	42.70%		日 月 潭	15.12	43.27%		日 月 潭	15.91	42.20%	
2	九 份	41.37	21.07%		九 份	37.84	20.26%		九 份	44.67	21.70%	
3	淡 水	29.94	16.65%		淡 水	25.95	17.25%		平 溪	36.03	16.86%	
4	平 溪	33.17	16.48%		平 溪	30.11	16.01%		淡 水	33.66	16.22%	
5	野 柳	18.13	15.75%		野 柳	17.09	15.38%		野 柳	19.09	16.06%	
6	北 投	14.56	13.28%		故 宮 博 物 院	22.44	14.50%		北 投	15.97	13.35%	
7	故 宮 博 物 院	23.49	13.25%		北 投	13.05	13.19%		故 宮 博 物 院	24.47	12.17%	
8	夜 市	83.84	11.62%		夜 市	79.72	12.49%		夜 市	87.68	10.89%	
9	西 門 町(含 西 門 紅 樓)	56.13	10.50%		大 稻 埕	10.86	10.66%		西 門 町(含 西 門 紅 樓)	61.46	10.74%	
10	大 稻 埕	11.99	10.08%		西 門 町(含 西 門 紅 樓)	50.42	10.18%		貓 空	13.93	10.06%	

註：1.本題「最喜歡景點」僅能就曾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百分率達10%以上者計算。
4.依據喜歡比率從高到低排序名次。

附表 2-14 受訪旅客住宿地點－依性別分

單位：人次；%

住宿地點	全體 (樣本人數：6,620 人)		男性 (樣本人數：3,195 人)		女性 (樣本人數：3,425 人)	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
旅館	5,939	89.71	2,925	91.55	3,014	88.00
親友家	1,051	15.88	419	13.11	632	18.45
民宿	491	7.42	226	7.07	265	7.74
宿舍	27	0.41	14	0.44	13	0.38
寺廟、修道院或教會	8	0.12	3	0.09	5	0.15
租屋	4	0.06	2	0.06	2	0.06
其他	4	0.06	4	0.13	-	-

註：1. 本題為複選題，為旅客選擇住宿類型之相對百分率，非反映住宿頻率。

2. 「-」表示無調查樣本。

附表 2-15 受訪旅客對住宿旅館與民宿的整體滿意度－依性別分

平均數 標準差	全體	男性	女性
住宿旅館整體滿意度	4.16	4.20	4.13
	0.53	0.54	0.51
住宿民宿整體滿意度	4.06	3.99	4.14
	0.70	0.70	0.64

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。

附表 2-16 受訪旅客在我國期間參加活動—依性別分

單位：人次；%

參加活動	全體 (樣本人數：6,620 人)		男性 (樣本人數：3,195 人)		女性 (樣本人數：3,425 人)	
	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率
購物	6,112	92.33	2,810	87.95	3,302	96.41
逛夜市	5,631	85.06	2,578	80.69	3,053	89.14
參觀古蹟	3,752	56.68	1,700	53.21	2,052	59.91
按摩指壓	1,322	19.97	603	18.87	719	20.99
泡溫泉浴	1,101	16.63	498	15.59	603	17.61
登山、健行	933	14.09	414	12.96	519	15.15
水域活動(含遊湖、潛水等)	927	14.00	456	14.27	471	13.75
生態旅遊(含賞花、鳥、蝶等)	852	12.87	381	11.92	471	13.75
參觀展覽	654	9.88	383	11.99	271	7.91
參觀藝文表演活動	601	9.08	283	8.86	318	9.28
夜總會、PUB 活動	505	7.63	276	8.64	229	6.69
遊樂園	482	7.28	211	6.60	271	7.91
休閒農場	438	6.62	184	5.76	254	7.42
參觀節慶活動(含宗教活動等)	236	3.56	101	3.16	135	3.94
觀光工廠	123	1.86	57	1.78	66	1.93
部落觀光	112	1.69	54	1.69	58	1.69
醫療保健	60	0.91	26	0.81	34	0.99
運動或賽事(含自行車旅遊等)	23	0.35	18	0.56	5	0.15
其他	52	0.79	28	0.88	24	0.70

註：本題為複選題。

附表 2-17 受訪旅客平均每人每日消費細項—依性別分

單位：美元；%

金額 百分比	人數	總計	來臺消費項目					
			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	6,620	182.83	76.26	37.35	19.20	9.23	7.33	33.46
		100.00%	41.71%	20.43%	10.50%	5.05%	4.01%	18.30%
男	3,195	187.52	84.75	37.47	19.90	9.08	6.73	29.59
		100.00%	45.20%	19.98%	10.61%	4.84%	3.59%	15.78%
女	3,425	178.46	68.42	37.21	18.54	9.39	7.89	37.01
		100.00%	38.34%	20.85%	10.39%	5.26%	4.42%	20.74%

附表 2-18 受訪旅客平均每人每日購物費細項消費金額—依性別分

購物費消費項目	全體		男性		女性	
	消費金額 (美元)	百分比	消費金額 (美元)	百分比	消費金額 (美元)	百分比
總計	33.46	100.00%	29.59	100.00%	37.01	100.00%
服飾或相關配件	6.38	19.10%	4.73	16.00%	7.92	21.40%
珠寶或玉器類	0.42	1.25%	0.38	1.28%	0.45	1.22%
紀念品或手工藝品類	3.47	10.36%	3.03	10.24%	3.87	10.45%
化妝品或香水類	1.73	5.16%	0.97	3.29%	2.42	6.54%
名產或特產	14.40	43.06%	13.06	44.10%	15.66	42.28%
煙或酒類	1.35	4.02%	1.77	5.99%	0.95	2.57%
藥品類或健康食品	0.73	2.17%	0.49	1.65%	0.94	2.55%
電子或電器產品	0.88	2.63%	1.06	3.59%	0.71	1.92%
茶葉	3.91	11.69%	3.95	13.34%	3.87	10.47%
其他	0.19	0.56%	0.15	0.52%	0.22	0.60%

附表 2-19 受訪旅客是否使用購物退稅服務—依性別分

單位：人；%

是否使用 購物退稅服務	全體		男性		女性	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	6,620	100.00	3,195	100.00	3,425	100.00
是	1,537	23.22	671	21.00	866	25.28
否	5,083	76.78	2,524	79.00	2,559	74.72

附表 2-20 受訪旅客認為購物退稅手續是否簡便—依性別分

單位：人；%

購物退稅手續 是否簡便	全體		男性		女性	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	1,537	100.00	671	21.00	866	25.28
是	1,529	99.48	669	99.70	860	99.31
否	8	0.52	2	0.30	6	0.69

附表 2-21 受訪旅客對臺灣深刻的印象—依性別分

單位：人次；%

深刻印象	全體 (樣本人數：6,620 人)		男性 (樣本人數：3,195 人)		女性 (樣本人數：3,425 人)	
	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率
美食佳餚	6,002	90.66	2,909	91.05	3,093	90.31
逛夜市	5,032	76.01	2,312	72.36	2,720	79.42
自然風光	4,354	65.77	1,946	60.91	2,408	70.31
人情味濃厚	3,304	49.91	1,595	49.92	1,709	49.90
歷史古蹟	2,375	35.88	1,069	33.46	1,306	38.13
地方特產	1,938	29.27	867	27.14	1,071	31.27
便利商店	1,907	28.81	858	26.85	1,049	30.63
都會不夜城	1,304	19.70	587	18.37	717	20.93
景點	832	12.57	374	11.71	458	13.37
泡溫泉	802	12.11	351	10.99	451	13.17
宗教文化	591	8.93	234	7.32	357	10.42
單車賞景	188	2.84	99	3.10	89	2.60
書店	135	2.04	63	1.97	72	2.10
節慶活動	100	1.51	48	1.50	52	1.52
原住民文化	85	1.28	40	1.25	45	1.31
旅館(或民宿)住宿體驗	83	1.25	46	1.44	37	1.08
醫療保健	81	1.22	35	1.10	46	1.34
其他	97	1.47	46	1.44	51	1.49

註：本題為複選題。

附表 2-22 受訪旅客此次來臺各項滿意度－依性別分

來臺旅客各項滿意度		全體		男性		女性	
		平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差
觀光 便利性	入境證照及通關手續便捷	4.40	0.60	4.40	0.61	4.40	0.59
	通訊 / 網路便利	4.60	0.54	4.61	0.53	4.59	0.55
	旅遊資訊取得方便	4.58	0.54	4.58	0.54	4.58	0.54
	境內交通便利	4.63	0.53	4.64	0.52	4.63	0.54
觀光 環境 國際化	路標及公共設施牌示易懂	4.37	0.66	4.38	0.65	4.36	0.68
	旅遊環境語言溝通良好	4.31	0.75	4.31	0.74	4.31	0.76
	臺灣民眾態度友善	4.72	0.48	4.74	0.47	4.71	0.50
環境 安全 性	遊憩環境安全	4.62	0.53	4.63	0.51	4.61	0.54
	社會治安良好	4.68	0.48	4.69	0.48	4.67	0.49
	住宿設施安全	4.62	0.53	4.63	0.52	4.61	0.54
	餐飲衛生良好	4.49	0.60	4.50	0.59	4.47	0.60
整體	來臺整體滿意度	4.61	0.50	4.63	0.49	4.60	0.50

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。

附表 2-23 受訪旅客此次來臺經驗整體滿意程度分布－依性別分

單位：人；%

樣本人數 列百分比	總計	滿意程度			普通	不滿意程度		
		合計	非常 滿意	滿意		合計	不滿意	非常 不滿意
全體	6,620	6,586	4,089	2,497	34	-	-	-
	100.00	99.49	61.77	37.72	0.51	-	-	-
男性	3,195	3,183	2,018	1,165	12	-	-	-
	100.00	99.62	63.16	36.46	0.38	-	-	-
女性	3,425	3,403	2,071	1,332	22	-	-	-
	100.00	99.36	60.47	38.89	0.64	-	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

附表 2-24 受訪旅客再度訪臺與推薦親友來臺旅遊的意願－依性別分

單位：人；%

人數 行百分比	全體		男性		女性	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
是否會再度訪臺						
總計	6,620	100.00	3,195	100.00	3,425	100.00
會	6,607	99.80	3,188	99.78	3,419	99.82
不會	13	0.20	7	0.22	6	0.18
會再度訪臺的主要目的						
總計	6,607	100.00	3,188	100.00	3,419	100.00
觀光	5,198	78.66	2,360	74.04	2,838	83.01
業務	681	10.31	526	16.50	155	4.53
國際會議或展覽	46	0.70	31	0.97	15	0.44
探親或訪友	635	9.61	250	7.84	385	11.26
求學	2	0.03	0	0.00	2	0.06
醫療	40	0.61	18	0.56	22	0.64
其他	5	0.08	3	0.09	2	0.06
是否會推薦親友來臺灣旅遊						
總計	6,620	100.00	3,195	100.00	3,425	100.00
會	6,613	99.89	3,191	99.87	3,422	99.91
不會	7	0.11	4	0.13	3	0.09

附表 2-25 觀光團體受訪旅客對旅行社及導遊服務的滿意度－依性別分

旅行社及導遊服務之整體滿意度		樣本人數	平均數	標準差
全體	體	820	4.24	0.47
男性	性	344	4.26	0.48
女性	性	476	4.22	0.46

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。

附表 2-26 受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具—依性別分

單位：人次；%

搭乘交通工具	全體 (樣本人數：6,620 人)		男性 (樣本人數：3,195 人)		女性 (樣本人數：3,425 人)	
	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率
捷運	5,040	76.13	2,397	75.02	2,643	77.17
計程車	3,344	50.51	1,670	52.27	1,674	48.88
臺鐵	2,471	37.33	1,123	35.15	1,348	39.36
公民營客運	2,250	33.99	994	31.11	1,256	36.67
高鐵	1,139	17.21	589	18.44	550	16.06
遊覽車	1,044	15.77	455	14.24	589	17.20
Uber(多元化計程車)	963	14.55	450	14.08	513	14.98
船舶	383	5.79	195	6.10	188	5.49
小客車租賃	304	4.59	145	4.54	159	4.64
公共自行車	205	3.10	96	3.00	109	3.18
飛機	40	0.60	24	0.75	16	0.47
其他	1,095	16.54	588	18.40	507	14.80

註：1. 本題為複選題，為旅客選擇交通工具類型之相對百分率，非使用頻率。

2. 「公民營客運」包含台灣好行、雙層觀光巴士等。

3. 「其他」包括包車、親友開車、公司派車、纜車、輕軌、飯店接送等。

附表 2-27 受訪旅客在臺境內搭乘或使用的交通工具整體滿意度—依性別分

搭乘交通工具之整體滿意度		樣本人數	平均數	標準差
全體	體	6,620	4.55	0.56
男	性	3,195	4.55	0.56
女	性	3,425	4.55	0.56

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

附表三：依主要市場分

附表 3-1 受訪旅客基本特性－依主要市場分

單位：人；%

人數 行百分比	全體	日本	大陸	韓國	香港 澳門	新南向 18 國	美國	歐洲
總計	6,620	1,128	348	829	1,116	2,158	545	301
	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
來臺主要目的								
觀光	4,367	902	6	708	862	1,456	220	130
	65.96	79.96	1.72	85.40	77.24	67.47	40.37	43.19
業務	840	126	78	74	87	246	130	77
	12.69	11.17	22.41	8.93	7.80	11.40	23.85	25.58
國際會議或展覽	108	15	8	17	9	29	15	13
	1.63	1.33	2.30	2.05	0.81	1.34	2.75	4.32
探親或訪友	1,226	82	250	29	124	411	166	77
	18.52	7.27	71.85	3.50	11.11	19.05	30.46	25.58
求學	5	-	-	-	1	2	2	-
	0.08	-	-	-	0.09	0.09	0.37	-
醫療	45	-	6	-	26	3	8	1
	0.68	-	1.72	-	2.33	0.14	1.47	0.33
其他	29	3	-	1	7	11	4	3
	0.44	0.27	-	0.12	0.62	0.51	0.73	1.00
最高學歷								
小學、中學肄畢(含高職)	1,173	247	87	190	190	425	18	6
	17.72	21.90	25.00	22.92	17.03	19.69	3.30	1.99
大專	4,544	716	216	566	836	1,497	374	191
	68.64	63.47	26.07	68.27	74.91	69.37	68.62	63.46
碩、博士	899	164	45	73	89	235	152	104
	13.58	14.54	12.93	8.81	7.97	10.89	27.89	34.55
其他	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-
未回答	4	1	-	-	1	1	1	-
	0.06	0.09	-	-	0.09	0.05	0.18	-

附表 3-1 受訪旅客基本特性－依主要市場分(續 1)

單位：人；%

人數 行百分比	全體	日本	大陸	韓國	香港 澳門	新南向 18 國	美國	歐洲
總計	6,620	1,128	348	829	1,116	2,158	545	301
	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
工 作 別								
民意代表、主管及經理人員	742	146	52	65	79	224	89	65
	11.21	12.94	14.94	7.84	7.08	10.38	16.33	21.59
專 業 人 員	1051	130	56	102	138	348	142	94
	15.88	11.52	16.09	12.30	12.37	16.13	26.06	31.23
技術員及助理專業人員	822	122	39	99	171	247	86	41
	12.42	10.82	11.21	11.94	15.32	11.45	15.78	13.62
事務支援人員	1259	312	48	172	206	391	55	38
	19.01	27.66	13.79	20.75	18.45	18.12	10.09	12.62
服務及銷售工作人員	934	81	51	133	215	403	35	9
	14.11	7.18	14.66	16.04	19.27	18.67	6.42	2.99
農、林、漁、牧業生產人員	112	11	13	14	13	43	13	3
	1.69	0.98	3.74	1.69	1.16	1.99	2.39	1.00
技藝有關工作人員	208	22	8	18	47	84	20	8
	3.14	1.95	2.30	2.17	4.21	3.89	3.67	2.66
機械設備操作及組裝人員	133	6	-	11	10	90	8	3
	2.01	0.53	-	1.33	0.90	4.17	1.47	1.00
基層技術工及勞力工	42	3	2	3	3	28	2	-
	0.63	0.27	0.57	0.36	0.27	1.30	0.37	-
家庭管理	457	105	41	91	89	97	10	7
	6.90	9.31	11.78	10.98	7.97	4.49	1.83	2.33
學 生	474	95	31	77	83	123	34	17
	7.16	8.42	8.91	9.29	7.44	5.70	6.24	5.65
退休人員	344	86	6	43	59	61	45	13
	5.20	7.62	1.72	5.19	5.29	2.83	8.26	4.32
其 他	37	9	1	1	3	16	4	3
	0.56	0.80	0.29	0.12	0.27	0.74	0.73	1.00
未 回 答	5	-	-	-	-	3	2	-
	0.08	-	-	-	-	0.14	0.37	-

附表 3-1 受訪旅客基本特性－依主要市場分(續完)

單位：人；%

人數 行百分比	全體	日本	大陸	韓國	香港 澳門	新南向 18 國	美國	歐洲
總計	6,620	1,128	348	829	1,116	2,158	545	301
	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
年 收 入								
9,999 美元以下	517	88	29	49	81	230	19	4
	7.81	7.80	8.33	5.91	7.26	10.66	3.49	1.33
10,000－14,999 美元	1,193	156	96	88	160	615	32	15
	18.02	13.83	27.59	10.62	14.34	28.50	5.87	4.98
15,000－29,999 美元	1,655	238	92	246	376	550	66	49
	25.00	21.10	26.44	29.67	33.69	25.49	12.11	16.28
30,000－39,999 美元	1,079	252	36	116	205	288	89	66
	16.30	22.34	10.34	13.99	18.37	13.35	16.33	21.93
40,000－69,999 美元	657	138	21	92	93	151	83	61
	9.92	12.23	6.03	11.10	8.33	7.00	15.23	20.27
70,000－99,999 美元	366	57	9	56	35	65	90	34
	5.53	5.05	2.59	6.76	3.14	3.01	16.51	11.30
100,000 美元以上	283	22	4	12	15	61	112	41
	4.27	1.95	1.15	1.45	1.34	2.83	20.55	13.62
無 固 定 收 入	869	177	61	170	151	198	53	31
	13.13	15.70	17.53	20.51	13.53	9.18	9.72	10.30
未 回 答	1	-	-	-	-	-	1	-
	0.02	-	-	-	-	-	0.18	-

註：「-」表示無調查樣本。

附表 3-2 受訪旅客出發來臺多久前開始計劃行程—依主要市場分

單位：天

主要市場		出發來臺前開始計劃行程時間	
		平均數	標準誤
全	體	41.05	0.40
日	本	42.57	1.11
大	陸	53.49	2.09
韓	國	39.71	1.11
香 港	門	35.25	0.86
新 南 向 18	國	41.45	0.69
美	國	41.72	1.20
歐	洲	40.30	1.95

附表 3-3 觀光目的受訪旅客來臺前是否看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導—依主要市場分

單位：人；%

人數 行百分比		全體	日本	大陸	韓國	香港 澳門	新南向 18 國	美國	歐洲
總	計	5,856	1,021	252	768	1,008	1,965	448	223
		100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
是		3,687	773	97	558	452	1,364	193	152
		62.96	75.71	38.49	72.66	44.84	69.41	43.08	68.16
否		2,169	248	155	210	556	601	255	71
		37.04	24.29	61.51	27.34	55.16	30.59	56.92	31.84

註：本題針對觀光目的(主要或次要目的為觀光)之受訪旅客分析。

附表 3-4 觀光目的受訪旅客來臺前看過的臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導—依主要市場分

單位：人次；%

人次 行百分比		全體	日本	大陸	韓國	香港 澳門	新南向 18 國	美國	歐洲
總計		3,687	773	97	558	452	1,364	193	152
		100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
搜索引擎		2,741	575	84	386	335	1,023	149	115
		74.34	74.39	86.60	69.18	74.12	75.00	77.20	75.66
社群網站		3,124	586	68	447	380	1,234	176	140
		84.73	75.81	70.10	80.11	84.07	90.47	91.19	92.11
電商平台		194	15	2	5	6	146	15	4
		5.26	1.94	2.06	0.90	1.33	10.70	7.77	2.63
電視 / 電台		841	201	3	91	83	322	65	41
		22.81	26.00	3.09	16.31	18.36	23.61	33.68	26.97
親友口碑		1,922	297	75	258	226	837	110	75
		52.13	38.42	77.32	46.24	50.00	61.36	56.99	49.34
報章雜誌		376	117	5	27	56	109	36	14
		10.20	15.14	5.15	4.84	12.39	7.99	18.65	9.21
戶外廣告或看板		52	8	-	2	14	23	4	-
		1.41	1.03	-	0.36	3.10	1.69	2.07	-
地鐵、巴士、航空站等交通 運具及場站		70	22	1	5	8	30	2	1
		1.90	2.85	1.03	0.90	1.77	2.20	1.04	0.66
國際旅遊展覽或 特殊活動		130	8	1	7	14	83	13	1
		3.53	1.03	1.03	1.25	3.10	6.09	6.74	0.66
旅行社宣傳行程、摺頁		674	196	-	195	99	165	7	3
		18.28	25.36	-	34.95	21.90	12.10	3.63	1.97

註：本題針對觀光目的(主要或次要目的為觀光)之受訪旅客分析。

附表 3-5 觀光目的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
—依主要市場分

單位：%

觀光資訊管道	全體	日本	大陸	韓國	香港 澳門	新南向 18 國	美國	歐洲
社 群 網 站	34.80	30.71	28.13	33.15	34.64	36.49	40.40	39.14
搜 尋 引 擎	32.00	35.25	44.31	32.99	33.86	28.63	29.04	34.60
親 友 口 碑	17.21	12.75	24.28	14.59	17.22	20.59	17.79	15.71
電 視 / 電 台	5.80	7.97	1.35	4.64	4.45	5.25	6.91	7.48
旅行社宣傳行程、摺頁	5.68	8.28	-	12.95	6.41	3.06	0.38	0.61
報 章 雜 誌	1.86	3.36	1.35	0.91	1.67	1.42	2.08	1.72
電 商 平 台	1.32	0.34	0.39	0.17	0.37	2.82	1.61	0.37
國際旅遊展覽或特殊活動	0.65	0.43	0.19	0.27	0.77	0.81	1.42	0.37
地鐵、巴士、航空站等交通運具及 場 站	0.37	0.65	-	0.10	0.20	0.49	0.28	-
戶 外 廣 告 或 看 板	0.31	0.26	-	0.23	0.41	0.44	0.09	-

註：1.本題針對觀光目的(主要或次要目的為觀光)，且來臺前看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導之受訪旅客分析。

2.按選擇影響較大的前三個管道排序給予權重分數，並計算影響程度百分比

3.「-」表示無調查樣本。

附表 3-6 吸引觀光目的旅客來臺觀光因素—依主要市場分

單位：人次；%

吸引來臺觀光原因	全體 (樣本人數：5,856 人)		日本 (樣本人數：1,021 人)		大陸 (樣本人數：252 人)	
	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率
美食或特色小吃	5,120	87.43	891	87.27	219	86.90
風光景色	4,466	76.26	624	61.12	184	73.02
治安良好	2,737	46.74	514	50.34	150	59.52
臺灣民情風俗和文化	2,475	42.26	366	35.85	154	61.11
人民友善	2,402	41.02	391	38.30	118	46.83
距離居住地近	2,168	37.02	535	52.40	27	10.71
購物	2,077	35.47	247	24.19	46	18.25
氣候宜人	950	16.22	127	12.44	18	7.14
歷史文物	782	13.35	127	12.44	41	16.27
民主政治	615	10.50	57	5.58	36	14.29
夜間休閒活動	476	8.13	25	2.45	2	0.79
遊憩設施(遊樂園、高爾夫球場、渡假村…)	144	2.46	6	0.59	1	0.40
自行車旅遊	56	0.96	4	0.39	-	-
節慶活動	48	0.82	1	0.10	3	1.19
醫療保健	39	0.67	2	0.20	2	0.79
其他	100	1.71	8	0.78	1	0.40

附表 3-6 吸引觀光目的旅客來臺觀光因素—依主要市場分(續 1)

單位：人次；%

吸引來臺觀光原因	韓國 (樣本人數：768 人)		香港.澳門 (樣本人數：1,008 人)		新南向 18 國 (樣本人數：1,965 人)	
	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率
美食或特色小吃	698	90.89	926	91.87	1,659	84.43
風光景色	516	67.19	717	71.13	1,723	87.68
治安良好	244	31.77	467	46.33	908	46.21
臺灣民情風俗和文化	232	30.21	358	35.52	849	43.21
人民友善	199	25.91	484	48.02	763	38.83
距離居住地近	394	51.30	594	58.93	476	24.22
購物	175	22.79	453	44.94	913	46.46
氣候宜人	68	8.85	111	11.01	415	21.12
歷史文物	71	9.24	68	6.75	292	14.86
民主政治	52	6.77	77	7.64	218	11.09
夜間休閒活動	23	2.99	60	5.95	244	12.42
遊憩設施(遊樂園、高爾夫球場、渡假村…)	5	0.65	24	2.38	81	4.12
自行車旅遊	4	0.52	8	0.79	21	1.07
節慶活動	3	0.39	11	1.09	13	0.66
醫療保健	2	0.26	6	0.60	9	0.46
其他	8	1.04	18	1.79	27	1.37

附表 3-6 吸引觀光目的旅客來臺觀光因素—依主要市場分(續完)

單位：人次；%

吸引來臺觀光原因	美國 (樣本人數：448 人)		歐洲 (樣本人數：223 人)	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率
美 食 或 特 色 小 吃	393	87.72	179	80.27
風 光 景 色	376	83.93	188	84.30
治 安 良 好	262	58.48	100	44.84
臺 灣 民 情 風 俗 和 文 化	291	64.96	122	54.71
人 民 友 善	269	60.04	101	45.29
距 離 居 住 地 近	123	27.46	12	5.38
購 物	168	37.50	37	16.59
氣 候 宜 人	159	35.49	29	13.00
歷 史 文 物	115	25.67	40	17.94
民 主 政 治	149	33.26	15	6.73
夜 間 休 閒 活 動	91	20.31	23	10.31
遊 憩 設 施 (遊 樂 園 、 高 爾 夫 球 場 、 渡 假 村 …)	22	4.91	4	1.79
自 行 車 旅 遊	13	2.90	4	1.79
節 慶 活 動	16	3.57	-	-
醫 療 保 健	16	3.57	2	0.90
其 他	28	6.25	9	4.04

註：1.本題為複選題，針對觀光目的(主要或次要目的為觀光)之受訪旅客分析。

2.「-」表示無調查樣本。

附表 3-7 受訪旅客旅行方式－依主要市場分

單位：人；%

人數 行百分比	全體	日本	大陸	韓國	香港 澳門	新南向 18 國	美國	歐洲
總 計	6,620	1,128	348	829	1,116	2,158	545	301
	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
參 加 旅 行 社 規 劃 的 行 程，由 旅 行 社 包 辦	820	192	-	231	112	276	4	2
	12.39	17.02	-	27.86	10.04	12.79	0.73	0.66
自 行 規 劃 行 程， 由 旅 行 社 包 辦	185	24	2	28	2	26	88	7
	2.79	2.13	0.57	3.38	0.18	1.20	16.15	2.33
自 行 規 劃 行 程， 請 旅 行 社 代 訂 住 宿 地 點(及 機 票)	363	144	11	58	36	46	45	14
	5.48	12.77	3.16	7.00	3.23	2.13	8.26	4.65
未 請 旅 行 社 代 訂 住 宿 地 點 及 機 票，抵 達 後 曾 參 加 旅 行 社 行 程	277	37	16	30	49	107	23	7
	4.18	3.28	4.60	3.62	4.39	4.96	4.22	2.33
未 請 旅 行 社 代 訂 住 宿 地 點 及 機 票，抵 達 後 未 曾 參 加 旅 行 社 行 程	4,975	731	319	482	917	1,703	385	271
	75.15	64.80	91.67	58.14	82.16	78.92	70.64	90.03

註：「-」表示無調查樣本。

附表 3-8 受訪旅客最近 5 年來臺次數—依主要市場分

單位：人；%

人數 行百分比	全體	日本	大陸	韓國	香港 澳門	新南向 18 國	美國	歐洲
總計	6,620	1,128	348	829	1,116	2,158	545	301
	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
第 1 次	3,067	529	176	492	209	1,107	268	173
	46.33%	46.90%	50.57%	59.35%	18.73%	51.30%	49.17%	57.48%
第 2 次	1,990	311	117	212	386	647	178	89
	30.06%	27.57%	33.62%	25.57%	34.59%	29.98%	32.66%	29.57%
第 3 次	963	168	35	80	278	262	78	34
	14.55%	14.89%	10.06%	9.65%	24.91%	12.14%	14.31%	11.30%
第 4 次	323	68	9	27	117	84	11	3
	4.88%	6.03%	2.59%	3.26%	10.48%	3.89%	2.02%	1.00%
5 次以上	277	52	11	18	126	58	10	2
	4.18%	4.61%	3.16%	2.17%	11.29%	2.69%	1.83%	0.66%

附表 3-9 受訪旅客遊覽景點排名－依主要市場分

單位：人次；%

名次	全體 (樣本人數：6,620 人)			日本 (樣本人數：1,128 人)			大陸 (樣本人數：348 人)		
	遊覽 景點	人次	相對 百分率	遊覽 景點	人 次	相對 百分率	遊覽 景點	人次	相對 百分率
1	夜市	5,550	83.84	夜市	970	85.99	夜市	291	83.62
2	臺北 101	3,776	57.04	西門町(含西門紅樓)	649	57.54	臺北 101	218	62.64
3	西門町(含西門紅樓)	3,716	56.13	臺北 101	646	57.27	西門町(含西門紅樓)	179	51.44
4	中正紀念堂	2,791	42.16	九份	596	52.84	中正紀念堂	163	46.84
5	九份	2,739	41.37	平溪	500	44.33	信義計畫區商圈	162	46.55
6	信義計畫區商圈	2,473	37.36	中正紀念堂	492	43.62	淡水	124	35.63
7	平溪	2,196	33.17	信義計畫區商圈	471	41.76	九份	114	32.76
8	淡水	1,982	29.94	故宮博物院	346	30.67	故宮博物院	109	31.32
9	艋舺龍山寺	1,618	24.44	艋舺龍山寺	345	30.59	平溪	93	26.72
10	故宮博物院	1,555	23.49	臺北市永康街商圈	325	28.81	臺北市永康街商圈	90	25.86
11	臺北市永康街商圈	1,249	18.87	大稻埕	318	28.19	北投	77	22.13
12	野柳	1,200	18.13	淡水	314	27.84	日月潭	77	22.13
13	日月潭	1,028	15.53	臺北車站商圈	165	14.63	陽明山	68	19.54
14	臺北車站商圈	1,007	15.21	中山站商圈	147	13.03	貓空	62	17.82
15	北投	964	14.56	北投	146	12.94	艋舺龍山寺	57	16.38
16	陽明山	919	13.88	野柳	146	12.94	士林官邸	52	14.94
17	貓空	809	12.22	宮原眼科	120	10.64	華山 1914 文化創意產業園區	49	14.08
18	大稻埕	794	11.99	日月潭	111	9.84	野柳	47	13.51
19	華山 1914 文化創意產業園區	774	11.69	華山 1914 文化創意產業園區	105	9.31	宮原眼科	47	13.51
20	宮原眼科	671	10.14	臺中國家歌劇院	97	8.60	臺北車站商圈	44	12.64

附表 3-9 受訪旅客遊覽景點排名－依主要市場分(續 1)

單位：人次；%

名次	韓國 (樣本人數：829 人)			香港.澳門 (樣本人數：1,116 人)			新南向 18 國 (樣本人數：2,158 人)		
	遊覽 景點	人次	相對 百分率	遊覽 景點	人次	相對 百分率	遊覽 景點	人次	相對 百分率
1	夜市	738	89.02	夜市	957	85.75	夜市	1,836	85.08
2	臺北 1 0 1	582	70.21	西門町(含西門紅樓)	594	53.23	臺北 1 0 1	1,284	59.50
3	西門町(含西門紅樓)	580	69.96	臺北 1 0 1	392	35.13	西門町(含西門紅樓)	1,249	57.88
4	九份	507	61.16	淡水	338	30.29	九份	947	43.88
5	中正紀念堂	463	55.85	信義計畫區商圈	312	27.96	中正紀念堂	946	43.84
6	平溪	435	52.47	中正紀念堂	287	25.72	信義計畫區商圈	726	33.64
7	野柳	366	44.15	九份	228	20.43	平溪	713	33.04
8	信義計畫區商圈	365	44.03	大稻埕	205	18.37	淡水	650	30.12
9	故宮博物院	306	36.91	平溪	198	17.74	艋舺龍山寺	548	25.39
10	淡水	305	36.79	臺北市永康街商圈	194	17.38	日月潭	411	19.05
11	艋舺龍山寺	300	36.19	北投	180	16.13	野柳	403	18.67
12	臺北市永康街商圈	239	28.83	臺北車站商圈	173	15.50	臺北車站商圈	345	15.99
13	華山 1914 文化创意產業園	142	17.13	艋舺龍山寺	155	13.89	故宮博物院	327	15.15
14	臺北車站商圈	129	15.56	駁二藝術特區	154	13.80	貓空	322	14.92
15	日月潭	127	15.32	華山 1914 文化创意產業園	149	13.35	陽明山	312	14.46
16	北投	98	11.82	貓空	127	11.38	宮原眼科	257	11.91
17	陽明山	94	11.34	中山站商圈	123	11.02	駁二藝術特區	225	10.43
18	金瓜石	90	10.86	日月潭	119	10.66	臺北市立動物園	215	9.96
19	貓空	77	9.29	故宮博物院	107	9.59	臺北市永康街商圈	214	9.92
20	宮原眼科	75	9.05	陽明山	96	8.60	北投	214	9.92

附表 3-9 受訪旅客遊覽景點排名－依主要市場分(續完)

單位：人次；%

名次	美國 (樣本人數：545 人)			歐洲 (樣本人數：301 人)		
	遊覽 景點	人次	相對 百分率	遊覽 景點	人次	相對 百分率
1	夜 市	389	71.38	夜 市	211	70.10
2	臺 北 1 0 1	322	59.08	臺 北 1 0 1	199	66.11
3	西 門 町 (含 西 門 紅 樓)	240	44.04	中 正 紀 念 堂	136	45.18
4	信 義 計 畫 區 商 圈	212	38.90	西 門 町 (含 西 門 紅 樓)	132	43.85
5	中 正 紀 念 堂	204	37.43	信 義 計 畫 區 商 圈	128	42.52
6	故 宮 博 物 院	188	34.50	九 份	108	35.88
7	陽 明 山	169	31.01	故 宮 博 物 院	107	35.55
8	北 投	156	28.62	平 溪	90	29.90
9	九 份	149	27.34	淡 水	69	22.92
10	淡 水	123	22.57	艋 舺 龍 山 寺	63	20.93
11	臺 北 車 站 商 圈	97	17.80	日 月 潭	61	20.27
12	艋 舺 龍 山 寺	95	17.43	陽 明 山	52	17.28
13	平 溪	89	16.33	臺 北 市 永 康 街 商 圈	51	16.94
14	臺 北 市 永 康 街 商 圈	86	15.78	華 山 1914 文 化 創 意 產 業 園 區	48	15.95
15	日 月 潭	73	13.39	野 柳	42	13.95
16	松 山 文 化 創 意 園 區	72	13.21	北 投	39	12.96
17	野 柳	64	11.74	宮 原 眼 科	39	12.96
18	華 山 1914 文 化 創 意 產 業 園 區	61	11.19	礁 溪	38	12.62
19	貓 空	58	10.64	臺 北 車 站 商 圈	37	12.29
20	南 港 經 貿 園 區	58	10.64	安 平 古 堡	37	12.29

附表 3-10 受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市排名－依主要市場分

單位：人次；%

名次	全體 (樣本人數：6,620 人)			日本 (樣本人數：1,128 人)			大陸 (樣本人數：348 人)		
	縣市	人次	相對 百分率	縣市	人次	相對 百分率	縣市	人次	相對 百分率
1	臺北市	5,617	84.85	臺北市	1,061	94.06	臺北市	311	89.37
2	新北市	3,983	60.17	新北市	787	69.77	新北市	200	57.47
3	臺中市	1,189	17.96	臺中市	183	16.22	臺中市	82	23.56
4	南投縣	1,090	16.47	南投縣	116	10.28	南投縣	81	23.28
5	高雄市	1,065	16.09	高雄市	89	7.89	桃園市	52	14.94
6	臺南市	631	9.53	宜蘭縣	71	6.29	嘉義縣	41	11.78
7	宜蘭縣	586	8.85	臺南市	68	6.03	高雄市	39	11.21
8	基隆市	585	8.84	新竹市	54	4.79	基隆市	39	11.21
9	桃園市	571	8.63	基隆市	53	4.70	宜蘭縣	35	10.06
10	嘉義縣	471	7.11	嘉義縣	45	3.99	新竹市	28	8.05
11	新竹市	296	4.47	桃園市	39	3.46	臺南市	25	7.18
12	嘉義市	227	3.43	嘉義市	27	2.39	嘉義市	23	6.61
13	屏東縣	207	3.13	花蓮縣	27	2.39	彰化縣	20	5.75
14	花蓮縣	185	2.79	彰化縣	19	1.68	新竹縣	13	3.74
15	彰化縣	135	2.04	新竹縣	13	1.15	雲林縣	12	3.45
16	新竹縣	104	1.57	臺東縣	11	0.98	屏東縣	9	2.59
17	臺東縣	83	1.25	屏東縣	4	0.35	臺東縣	8	2.30
18	苗栗縣	61	0.92	苗栗縣	2	0.18	花蓮縣	6	1.72
19	雲林縣	39	0.59	連江縣	2	0.18	澎湖縣	2	0.57
20	澎湖縣	35	0.53	雲林縣	-	-	金門縣	-	-
21	金門縣	4	0.06	澎湖縣	-	-	苗栗縣	-	-
22	連江縣	2	0.03	金門縣	-	-	連江縣	-	-

附表 3-10 受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市排名－依主要市場分(續 1)

單位：人次；%

名次	韓國 (樣本人數：829 人)			香港.澳門 (樣本人數：1,116 人)			新南向 18 國 (樣本人數：2,158 人)		
	縣市	人次	相對 百分率	縣市	人次	相對 百分率	縣市	人次	相對 百分率
1	臺北市	766	92.40	臺北市	866	77.60	臺北市	1,718	79.61
2	新北市	631	76.12	新北市	535	47.94	新北市	1,294	59.96
3	臺中市	136	16.41	高雄市	269	24.10	高雄市	447	20.71
4	南投縣	128	15.44	臺中市	146	13.08	南投縣	430	19.93
5	宜蘭縣	74	8.93	南投縣	127	11.38	臺中市	429	19.88
6	高雄市	62	7.48	宜蘭縣	114	10.22	基隆市	275	12.74
7	臺南市	48	5.79	臺南市	99	8.87	桃園市	268	12.42
8	嘉義縣	47	5.67	基隆市	87	7.80	臺南市	243	11.26
9	桃園市	44	5.31	嘉義縣	81	7.26	嘉義縣	178	8.25
10	基隆市	43	5.19	桃園市	69	6.18	宜蘭縣	177	8.20
11	花蓮縣	32	3.86	屏東縣	44	3.94	嘉義市	100	4.63
12	新竹市	24	2.90	新竹市	42	3.76	屏東縣	82	3.80
13	嘉義市	20	2.41	新竹縣	27	2.42	新竹市	71	3.29
14	彰化縣	9	1.09	嘉義市	26	2.33	花蓮縣	50	2.32
15	屏東縣	8	0.97	花蓮縣	20	1.79	新竹縣	26	1.20
16	雲林縣	4	0.48	苗栗縣	20	1.79	臺東縣	23	1.07
17	臺東縣	3	0.36	彰化縣	16	1.43	彰化縣	22	1.02
18	新竹縣	2	0.24	臺東縣	13	1.16	苗栗縣	19	0.88
19	苗栗縣	1	0.12	雲林縣	3	0.27	澎湖縣	8	0.37
20	澎湖縣	1	0.12	澎湖縣	3	0.27	雲林縣	7	0.32
21	金門縣	-	-	金門縣	-	-	金門縣	2	0.09
22	連江縣	-	-	連江縣	-	-	連江縣	-	-

附表 3-10 受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市排名—依主要市場分(續完)

單位：人次；%

名次	美國 (樣本人數：448 人)			歐洲 (樣本人數：223 人)		
	縣市	人次	相對 百分率	縣市	人次	相對 百分率
1	臺北市	472	86.61	臺北市	250	83.06
2	新北市	252	46.24	新北市	150	49.83
3	臺中市	89	16.33	臺中市	67	22.26
4	南投縣	85	15.60	南投縣	61	20.27
5	高雄市	76	13.94	臺南市	45	14.95
6	臺南市	67	12.29	高雄市	44	14.62
7	桃園市	54	9.91	宜蘭縣	43	14.29
8	宜蘭縣	52	9.54	新竹市	34	11.30
9	基隆市	47	8.62	嘉義縣	27	8.97
10	嘉義縣	36	6.61	桃園市	22	7.31
11	新竹市	29	5.32	屏東縣	22	7.31
12	屏東縣	27	4.95	基隆市	20	6.64
13	彰化縣	24	4.40	花蓮縣	17	5.65
14	花蓮縣	20	3.67	彰化縣	16	5.32
15	嘉義市	14	2.57	臺東縣	9	2.99
16	臺東縣	14	2.57	嘉義市	8	2.66
17	澎湖縣	12	2.20	新竹縣	8	2.66
18	苗栗縣	11	2.02	澎湖縣	6	1.99
19	新竹縣	10	1.83	苗栗縣	5	1.66
20	雲林縣	7	1.28	雲林縣	4	1.33
21	金門縣	1	0.18	金門縣	1	0.33
22	連江縣	-	-	連江縣	-	-

註：1.本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之景點整理，遊程同時包含多個景點為跨縣市資料。

2.「-」表示無調查樣本。

附表 3-11 受訪旅客遊覽觀光景點所在地區排名—依主要市場分

單位：人次；%

名次	全體 (樣本人數：6,620 人)			日本 (樣本人數：1,128 人)			大陸 (樣本人數：348 人)		
	遊覽景點 所在地區	人次	相對 百分率	遊覽景點所 在地區	人次	相對 百分率	遊覽景點所 在地區	人次	相對 百分率
1	北部地區	5,838	88.19	北部地區	1,097	97.25	北部地區	326	93.68
2	中部地區	1,581	23.88	中部地區	212	18.79	中部地區	113	32.47
3	南部地區	1,526	23.05	南部地區	146	12.94	南部地區	88	25.29
4	東部地區	233	3.52	東部地區	30	2.66	東部地區	12	3.45
5	離島地區	41	0.62	離島地區	2	0.18	離島地區	2	0.57

名次	韓國 (樣本人數：829 人)			香港.澳門 (樣本人數：1,116 人)			新南向 18 國 (樣本人數：2,158 人)		
	遊覽景點 所在地區	人次	相對 百分率	遊覽景點所 在地區	人次	相對 百分率	遊覽景點所 在地區	人次	相對 百分率
1	北部地區	787	94.93	北部地區	892	79.93	北部地區	1,789	82.90
2	中部地區	167	20.14	南部地區	322	28.85	南部地區	619	28.68
3	南部地區	88	10.62	中部地區	197	17.65	中部地區	602	27.90
4	東部地區	32	3.86	東部地區	30	2.69	東部地區	64	2.97
5	離島地區	1	0.12	離島地區	3	0.27	離島地區	10	0.46

名次	美國 (樣本人數：545 人)			歐洲 (樣本人數：301 人)		
	遊覽景點 所在地區	人次	相對 百分率	遊覽景點所 在地區	人次	相對 百分率
1	北部地區	495	90.83	北部地區	273	90.70
2	南部地區	128	23.49	中部地區	84	27.91
3	中部地區	126	23.12	南部地區	74	24.58
4	東部地區	29	5.32	東部地區	23	7.64
5	離島地區	13	2.39	離島地區	7	2.33

註：1.本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之景點整理，遊程同時包含多個景點為跨地區資料。

2.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。

附表 3-12 受訪旅客遊覽夜市排名—依主要市場分

單位：人次；%

名次	全體 (樣本人數：6,620 人)			日本 (樣本人數：1,128 人)			大陸 (樣本人數：348 人)		
	遊覽夜市	人次	相對 百分率	遊覽夜市	人次	相對 百分率	遊覽夜市	人次	相對 百分率
1	饒河街夜市	2,359	35.63	饒河街夜市	432	38.30	饒河街夜市	134	38.51
2	士林夜市	2,058	31.09	寧夏夜市	407	36.08	士林夜市	122	35.06
3	寧夏夜市	1,403	21.19	士林夜市	280	24.82	寧夏夜市	63	18.10
4	臺中逢甲夜市	742	11.21	迪化街(含大稻埕)夜	95	8.42	臺中逢甲夜市	59	16.95
5	高雄六合夜市	552	8.34	臺中逢甲夜市	88	7.80	基隆廟口夜市	28	8.05
6	基隆廟口夜市	355	5.36	高雄六合夜市	32	2.84	臺中一中街夜市	23	6.61
7	迪化街(含大稻埕)夜市	235	3.55	基隆廟口夜市	32	2.84	高雄六合夜市	22	6.32
8	高雄瑞豐夜市	214	3.23	華西街夜市	26	2.30	迪化街(含大稻埕)夜市	16	4.60
9	臺中一中街夜市	183	2.76	臺中一中街夜市	22	1.95	永和樂華夜市	14	4.02
10	宜蘭羅東夜市	172	2.60	臨江街夜市	17	1.51	宜蘭羅東夜市	14	4.02

附表 3-12 受訪旅客遊覽夜市排名—依主要市場分(續 1)

單位：人次；%

名次	韓國 (樣本人數：829 人)			香港.澳門 (樣本人數：1,116 人)			新南向 18 國 (樣本人數：2,158 人)		
	遊覽夜市	人次	相對 百分率	遊覽夜市	人次	相對 百分率	遊覽夜市	人次	相對 百分率
1	饒河街夜市	377	45.48	饒河街夜市	383	34.32	士林夜市	823	38.14
2	士林夜市	294	35.46	寧夏夜市	267	23.92	饒河街夜市	667	30.91
3	寧夏夜市	172	20.75	士林夜市	219	19.62	寧夏夜市	324	15.01
4	臺中逢甲夜市	99	11.94	高雄六合夜市	156	13.98	臺中逢甲夜市	267	12.37
5	高雄六合夜市	41	4.95	臺中逢甲夜市	86	7.71	高雄六合夜市	219	10.15
6	宜蘭羅東夜市	29	3.50	高雄瑞豐夜市	73	6.54	基隆廟口夜市	163	7.55
7	迪化街(含大稻埕)夜市	27	3.26	基隆廟口夜市	62	5.56	高雄瑞豐夜市	125	5.79
8	基隆廟口夜市	24	2.90	迪化街(含大稻埕)夜市	57	5.11	臺南花園夜市	61	2.83
9	花蓮東大門夜市	18	2.17	臺中一中街夜市	32	2.87	臺中一中街夜市	47	2.18
10	華西街夜市	15	1.81	臺南花園夜市	32	2.87	宜蘭羅東夜市	47	2.18

附表 3-12 受訪旅客遊覽夜市排名—依主要市場分(續完)

單位：人次；%

名次	美國 (樣本人數：545 人)			歐洲 (樣本人數：301 人)		
	遊覽夜市	人次	相對 百分率	遊覽夜市	人次	相對 百分率
1	饒河街夜市	189	34.68	饒河街夜市	98	32.56
2	士林夜市	188	34.50	士林夜市	65	21.59
3	寧夏夜市	89	16.33	臺中逢甲夜市	46	15.28
4	臺中逢甲夜市	59	10.83	寧夏夜市	41	13.62
5	高雄六合夜市	43	7.89	高雄六合夜市	21	6.98
6	臨江街夜市	25	4.59	臺中一中街夜市	19	6.31
7	臺中一中街夜市	21	3.85	宜蘭羅東夜市	19	6.31
8	基隆廟口夜市	20	3.67	基隆廟口夜市	11	3.65
9	華西街夜市	20	3.67	花蓮東大門夜市	11	3.65
10	師大夜市	17	3.12	臺南花園夜市	8	2.66

註：1.本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之夜市整理。

2.所指「夜市」為廣義性的夜市，以夜間營業為主，由攤販、市集、商店及街頭表演等聚集，提供美食小吃及逛街購物的場所。

附表 3-13 受訪旅客最喜歡景點排名—依主要市場分

名次	全體				日本				大陸			
	最喜歡 景點	到訪 相對 百分率	喜歡 比率		最喜歡 景點	到訪 相對 百分率	喜歡 比率		最喜歡 景點	到訪 相對 百分率	喜歡 比率	
1	日月潭	15.53	42.70%		九份	52.84	35.91%		阿里山	11.49	80.00%	
2	九份	41.37	21.07%		平溪	44.33	19.80%		清境農場	10.06	48.57%	
3	淡水	29.94	16.65%		淡水	27.84	19.75%		日月潭	22.13	41.56%	
4	平溪	33.17	16.48%		中山站商圈	13.03	16.33%		夜市	83.62	15.12%	
5	野柳	18.13	15.75%		故宮博物院	30.67	14.45%		淡水	35.63	14.52%	
6	北投	14.56	13.28%		北投	12.94	13.70%		故宮博物院	31.32	13.76%	
7	故宮博物院	23.49	13.25%		大稻埕	28.19	11.32%		平溪	26.72	12.90%	
8	夜市	83.84	11.62%		夜市	85.99	10.41%		野柳	13.51	12.77%	
9	西門町(含西門紅樓)	56.13	10.50%		野柳	12.94	10.27%		貓空	17.82	11.29%	
10	大稻埕	11.99	10.08%		宮原眼科	10.64	10.00%		北投	22.13	10.39%	

附表 3-13 受訪旅客最喜歡景點排名—依主要市場分(續 1)

名次	韓國				香港.澳門				新南向 18 國								
	最喜歡 景點		到訪 相對 百分率	喜歡 比率	最喜歡 景點		到訪 相對 百分率	喜歡 比率	最喜歡 景點		到訪 相對 百分率	喜歡 比率					
1	日	月	潭	15.32	44.88%	日	月	潭	10.66	55.46%	日	月	潭	19.05	38.69%		
2	野		柳	44.15	24.86%	平		溪	17.74	24.24%	九		份	43.88	17.74%		
3	淡		水	36.79	21.97%	北		投	16.13	21.67%	駁二藝術特區			10.43	16.89%		
4	九		份	61.16	18.54%	九		份	20.43	17.98%	淡		水	30.12	14.62%		
5	平		溪	52.47	15.63%	駁二藝術特區			13.80	17.53%	西門町(含西門紅樓)			57.88	14.09%		
6	故	宮	博	物	院	淡		水	30.29	16.57%	平		溪	33.04	13.88%		
7	北		投	11.82	11.22%	西門町(含西門紅樓)			53.23	15.82%	夜		市	85.08	11.93%		
8	西門町(含西門紅樓)			69.96	9.14%	夜		市	85.75	15.57%	陽	明	山	14.46	11.86%		
9	夜		市	89.02	9.08%	中	山	站	商	圈	11.02	13.01%	野		柳	18.67	11.17%
10	臺	北	101	70.21	7.04%	貓		空	11.38	12.60%	故	宮	博	物	院	15.15	11.01%

附表 3-13 受訪旅客最喜歡景點排名—依主要市場分(續完)

名次	美國				歐洲			
	最喜歡 景點	到訪 相對 百分率	喜歡 比率		最喜歡 景點	到訪 相對 百分率	喜歡 比率	
1	日月潭	13.39	34.25%		日月潭	20.27	24.59%	
2	平溪	16.33	17.98%		故宮博物院	35.55	22.43%	
3	南港經貿園區	10.64	17.24%		九份	35.88	19.44%	
4	九份	27.34	16.11%		清境農場	10.30	19.35%	
5	北投	28.62	12.82%		安平古堡	12.29	18.92%	
6	故宮博物院	34.50	11.70%		臺北101	66.11	15.58%	
7	野柳	11.74	10.94%		淡水	22.92	13.04%	
8	淡水	22.57	10.57%		平溪	29.90	10.00%	
9	貓空	10.64	10.34%		北投	12.96	7.69%	
10	夜市	71.38	9.51%		夜市	70.10	6.16%	

註：1.本題「最喜歡景點」僅能就曾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百分率達10%以上者計算。
4.依據喜歡比率從高到低排序名次。

附表 3-14 受訪旅客住宿地點－依主要市場分

單位：人次；%

住宿地點		全體 (樣本人數：6,620 人)		日本 (樣本人數：1,128 人)		大陸 (樣本人數：348 人)	
		人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
旅館		5,939	89.71%	1,083	96.01%	283	81.32%
親友家		1051	15.88%	60	5.32%	218	62.64%
民宿		491	7.42%	22	1.95%	11	3.16%
宿舍		27	0.41%	1	0.09%	4	1.15%
寺廟.修道院或教會		4	0.06%	-	-	-	-
租屋		8	0.12%	-	-	-	-
其他		4	0.06%	-	-	-	-

住宿地點		韓國 (樣本人數：829 人)		香港.澳門 (樣本人數：1,116 人)		新南向 18 國 (樣本人數：2,158 人)	
		人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
旅館		804	96.98%	1,045	93.64%	1,861	86.24%
親友家		18	2.17%	77	6.90%	379	17.56%
民宿		24	2.90%	71	6.36%	203	9.41%
宿舍		3	0.36%	3	0.27%	11	0.51%
寺廟.修道院或教會		1	0.12%	-	-	2	0.09%
租屋		-	-	-	-	6	0.28%
其他		-	-	-	-	1	0.05%

住宿地點		美國 (樣本人數：545 人)		歐洲 (樣本人數：301 人)	
		人次	相對百分率	人次	相對百分率
旅館		424	77.80%	270	89.70%
親友家		170	31.19%	59	19.60%
民宿		90	16.51%	42	13.95%
宿舍		3	0.55%	2	0.66%
寺廟.修道院或教會		1	0.18%	-	-
租屋		2	0.37%	-	-
其他		2	0.37%	1	0.33%

註：1.本題為複選題。

2.「-」表示無調查樣本。

附表 3-15 受訪旅客對住宿旅館與民宿的整體滿意度－依主要市場分

平均數 標準差	全體	日本	大陸	韓國	香港 澳門	新南向 18 國	美國	歐洲
住 宿 旅 館	4.16	4.09	4.23	4.09	4.09	4.19	4.36	4.29
整 體 滿 意 度	0.53	0.50	0.48	0.51	0.48	0.55	0.56	0.58
住 宿 民 宿	4.07	3.96	3.55	4.29	4.04	4.08	4.16	3.95
整 體 滿 意 度	0.67	0.79	0.69	0.91	0.57	0.63	0.70	0.66

註：1.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。

2.住宿於民宿的大陸(11 人)旅客，樣本數不足 30 人，其數值僅供參考。

附表 3-16 受訪旅客在我國期間參加活動—依主要市場分

單位：人次；%

參加活動	全體 (樣本人數：6,620 人)		日本 (樣本人數：1,128 人)		大陸 (樣本人數：348 人)	
	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率
購物	6,112	92.33	1,041	92.29	332	95.40
逛夜市	5,631	85.06	977	86.61	294	84.48
參觀古蹟	3,752	56.68	684	60.64	187	53.74
按摩指壓	1,322	19.97	335	29.70	60	17.24
泡溫泉浴	1,101	16.63	125	11.08	90	25.86
登山、健行	933	14.09	55	4.88	53	15.23
水域活動(含遊湖、潛水等)	927	14.00	88	7.80	42	12.07
生態旅遊(含賞花、鳥、蝶等)	852	12.87	96	8.51	84	24.14
參觀展覽	654	9.88	78	6.91	22	6.32
參觀藝文表演活動	601	9.08	22	1.95	8	2.30
夜總會、PUB 活動	505	7.63	34	3.01	8	2.30
遊樂園	482	7.28	38	3.37	40	11.49
休閒農場	438	6.62	31	2.75	44	12.64
參觀節慶活動(含宗教活動等)	236	3.56	29	2.57	16	4.60
觀光工廠	123	1.86	19	1.68	3	0.86
部落觀光	112	1.69	7	0.62	23	6.61
醫療保健	60	0.91	-	-	12	3.45
運動或賽事(含自行車旅遊等)	23	0.35	3	0.27	-	-
其他	52	0.79	10	0.89	3	0.86

附表 3-16 受訪旅客在我國期間參加活動—依主要市場分(續 1)

單位：人次；%

參加活動	韓國 (樣本人數：829 人)		香港.澳門 (樣本人數：1,116 人)		新南向 18 國 (樣本人數：2,158 人)	
	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率
購物	759	91.56	1,061	95.07	2,020	93.61
逛夜市	742	89.51	969	86.83	1,877	86.98
參觀古蹟	535	64.54	465	41.67	1,214	56.26
按摩指壓	258	31.12	169	15.14	216	10.01
泡溫泉浴	98	11.82	214	19.18	286	13.25
登山、健行	69	8.32	124	11.11	376	17.42
水域活動(含遊湖、潛水等)	80	9.65	193	17.29	339	15.71
生態旅遊(含賞花、鳥、蝶等)	162	19.54	94	8.42	274	12.70
參觀展覽	47	5.67	84	7.53	205	9.50
參觀藝文表演活動	65	7.84	22	1.97	232	10.75
夜總會、PUB 活動	50	6.03	56	5.02	221	10.24
遊樂園	59	7.12	79	7.08	168	7.78
休閒農場	37	4.46	50	4.48	149	6.90
參觀節慶活動(含宗教活動等)	31	3.74	46	4.12	63	2.92
觀光工廠	24	2.90	25	2.24	34	1.58
部落觀光	10	1.21	9	0.81	34	1.58
醫療保健	1	0.12	27	2.42	5	0.23
運動或賽事(含自行車旅遊等)	1	0.12	5	0.45	9	0.42
其他	5	0.60	15	1.34	9	0.42

附表 3-16 受訪旅客在我國期間參加活動—依主要市場分(續完)

單位：人次；%

參加活動	美國 (樣本人數：545 人)		歐洲 (樣本人數：301 人)	
	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率
購物	472	86.61	256	85.05
逛夜市	398	73.03	214	71.10
參觀古蹟	352	64.59	177	58.80
按摩指壓	200	36.70	50	16.61
泡溫泉浴	187	34.31	51	16.94
登山、健行	162	29.72	49	16.28
水域活動(含遊湖、潛水等)	94	17.25	55	18.27
生態旅遊(含賞花、鳥、蝶等)	67	12.29	39	12.96
參觀展覽	145	26.61	52	17.28
參觀藝文表演活動	171	31.38	40	13.29
夜總會、PUB 活動	88	16.15	37	12.29
遊樂園	50	9.17	27	8.97
休閒農場	56	10.28	35	11.63
參觀節慶活動(含宗教活動等)	41	7.52	6	1.99
觀光工廠	6	1.10	10	3.32
部落觀光	15	2.75	9	2.99
醫療保健	9	1.65	3	1.00
運動或賽事(含自行車旅遊等)	1	0.18	4	1.33
其他	3	0.55	4	1.33

註：1.本題為複選題。

2.「-」表示無調查樣本。

附表 3-17 受訪旅客在臺平均每人每日消費金額—依主要市場分

單位：美元；%

金額 百分比		總人數 (人)	總計	來臺消費項目					
				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	6,620	182.83	76.26	37.35	19.20	9.23	7.33	33.46
			100.00%	41.71%	20.43%	10.50%	5.05%	4.01%	18.30%
日	本	1,128	193.13	85.33	39.30	20.88	10.62	7.55	29.45
			100.00%	44.18%	20.35%	10.81%	5.50%	3.91%	15.25%
大	陸	348	153.97	56.23	30.70	16.06	5.50	12.04	33.44
			100.00%	36.52%	19.94%	10.43%	3.57%	7.82%	21.72%
韓	國	829	197.98	82.46	38.72	22.53	12.12	7.44	34.71
			100.00%	41.65%	19.56%	11.38%	6.12%	3.76%	17.53%
香 港	． 澳 門	1,116	186.83	72.66	39.07	16.48	8.48	9.75	40.39
			100.00%	38.89%	20.91%	8.82%	4.54%	5.22%	21.62%
新 南 向 18 國		2,158	162.88	67.63	33.90	16.92	6.56	4.43	33.44
			100.00%	41.52%	20.81%	10.39%	4.03%	2.72%	20.53%
美	國	545	238.86	97.45	46.39	26.94	17.56	9.67	40.85
			100.00%	40.80%	19.42%	11.28%	7.35%	4.05%	17.10%
歐	洲	301	199.51	99.37	42.26	22.01	9.34	7.02	19.51
			100.00%	49.81%	21.18%	11.03%	4.68%	3.52%	9.78%

附表 3-18 受訪旅客平均每人每日購物費細項消費金額－依主要市場分

購物費消費項目	全體		日本		大陸	
	消費金額 (美元)	百分比	消費金額 (美元)	百分比	消費金額 (美元)	百分比
總計	33.46	100.00%	29.45	100.00%	33.44	100.00%
服飾或相關配件	6.38	19.10%	2.06	7.01%	5.45	16.31%
珠寶或玉器類	0.42	1.25%	0.62	2.11%	0.25	0.76%
紀念品或手工藝品類	3.47	10.36%	3.77	12.81%	2.40	7.17%
化妝品或香水類	1.73	5.16%	0.58	1.97%	2.59	7.76%
名產或特產	14.40	43.06%	15.59	52.95%	12.27	36.66%
煙或酒類	1.35	4.02%	0.90	3.04%	1.90	5.67%
藥品類或健康食品	0.73	2.17%	0.21	0.71%	2.70	8.07%
電子或電器產品	0.88	2.63%	0.18	0.60%	0.82	2.46%
茶葉	3.91	11.69%	5.30	17.98%	5.06	15.13%
其他	0.19	0.56%	0.24	0.82%	0.00	0.01%

附表 3-18 受訪旅客平均每人每日購物費細項消費金額—依主要市場分(續 1)

購物費消費項目	韓國		香港.澳門		新南向 18 國	
	消費金額 (美元)	百分比	消費金額 (美元)	百分比	消費金額 (美元)	百分比
總計	34.71	100.00%	40.39	100.00%	33.44	100.00%
服飾或相關配件	6.80	19.59%	7.86	19.48%	9.78	29.25%
珠寶或玉器類	0.09	0.27%	0.02	0.04%	0.32	0.97%
紀念品或手工藝品類	3.92	11.30%	3.62	8.96%	2.71	8.10%
化妝品或香水類	0.60	1.72%	2.12	5.24%	2.66	7.95%
名產或特產	16.96	48.88%	20.39	50.51%	12.96	38.72%
煙或酒類	1.76	5.07%	0.82	2.02%	0.92	2.75%
藥品類或健康食品	0.76	2.18%	0.64	1.58%	0.58	1.74%
電子或電器產品	0.13	0.38%	0.28	0.69%	1.10	3.30%
茶葉	3.61	10.39%	4.16	10.30%	2.33	6.97%
其他	0.08	0.22%	0.48	1.18%	0.08	0.25%

附表 3-18 受訪旅客平均每人每日購物費細項消費金額－依主要市場分(續完)

購物費消費項目	美國		歐洲	
	消費金額 (美元)	百分比	消費金額 (美元)	百分比
總計	40.85	100.00%	19.51	100.00%
服飾或相關配件	2.99	7.33%	2.09	10.69%
珠寶或玉器類	2.08	5.09%	0.05	0.24%
紀念品或手工藝品類	5.18	12.67%	4.19	21.47%
化妝品或香水類	1.59	3.89%	1.47	7.52%
名產或特產	10.98	26.89%	6.29	32.25%
煙或酒類	4.14	10.14%	1.69	8.68%
藥品類或健康食品	1.62	3.96%	0.36	1.87%
電子或電器產品	3.85	9.43%	1.01	5.17%
茶葉	8.18	20.02%	2.30	11.78%
其他	0.24	0.58%	0.06	0.33%

附表 3-19 受訪旅客是否使用購物退稅服務—依主要市場分

單位：人；%

是否使用 購物退稅服務	全體		日本		大陸	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	6,620	100.00	1,128	100.00	348	100.00
是	1,537	23.22	164	14.54	94	27.01
否	5,083	76.78	964	85.46	254	72.99

是否使用 購物退稅服務	韓國		香港、澳門		新南向 18 國	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	829	100.00	1,116	100.00	2,158	100.00
是	193	23.28	264	23.66	581	26.92
否	636	76.72	852	76.34	1,577	73.08

是否使用 購物退稅服務	美國		歐洲	
	人數	百分比	人數	百分比
總計	545	100.00	301	100.00
是	166	30.46	53	17.61
否	379	69.54	248	82.39

附表 3-20 受訪旅客認為購物退稅手續是否簡便—依主要市場分

單位：人；%

購物退稅手續 是否簡便	全體		日本		大陸	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	1,537	100.00	164	100.00	94	100.00
是	1,529	99.48	162	98.78	94	100.00
否	8	0.52	2	1.22	-	-

購物退稅手續 是否簡便	韓國		香港、澳門		新南向 18 國	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	193	100.00	264	100.00	581	100.00
是	193	100.00	262	99.24	578	99.48
否	-	-	2	0.76	3	0.52

購物退稅手續 是否簡便	美國		歐洲	
	人數	百分比	人數	百分比
總計	166	100.00	53	100.00
是	165	99.40	53	100.00
否	1	0.60	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

附表 3-21 受訪旅客對臺灣深刻的印象—依主要市場分

單位：人次；%

深刻印象	全體 (樣本人數：6,620 人)		日本 (樣本人數：1,128 人)		大陸 (樣本人數：348 人)	
	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率
美食佳餚	6,002	90.66	1,042	92.38	332	95.40
逛夜市	5,032	76.01	864	76.60	270	77.59
自然風光	4,354	65.77	682	60.46	200	57.47
人情味濃厚	3,304	49.91	658	58.33	229	65.80
歷史古蹟	2,375	35.88	452	40.07	137	39.37
地方特產	1,938	29.27	262	23.23	114	32.76
便利商店	1,907	28.81	113	10.02	124	35.63
都會不夜城	1,304	19.70	176	15.60	67	19.25
景點	832	12.57	126	11.17	37	10.63
泡溫泉	802	12.11	95	8.42	73	20.98
宗教文化	591	8.93	92	8.16	27	7.76
單車賞景	188	2.84	5	0.44	5	1.44
書店	135	2.04	7	0.62	11	3.16
節慶活動	100	1.51	12	1.06	3	0.86
原住民文化	85	1.28	16	1.42	7	2.01
旅館(或民宿)住宿體驗	83	1.25	9	0.80	3	0.86
醫療保健	81	1.22	-	-	12	3.45
其他	97	1.47	11	0.98	4	1.15

附表 3-21 受訪旅客對臺灣深刻的印象—依主要市場分(續 1)

單位：人次；%

深刻印象	韓國 (樣本人數：829 人)		香港.澳門 (樣本人數：1,116 人)		新南向 18 國 (樣本人數：2,158 人)	
	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率
美食佳餚	763	92.04	1,033	92.56	1,879	87.07
逛夜市	661	79.73	890	79.75	1,653	76.60
自然風光	565	68.15	614	55.02	1,578	73.12
人情味濃厚	269	32.45	581	52.06	988	45.78
歷史古蹟	335	40.41	256	22.94	729	33.78
地方特產	235	28.35	338	30.29	642	29.75
便利商店	172	20.75	237	21.24	820	38.00
都會不夜城	171	20.63	172	15.41	440	20.39
景點	86	10.37	130	11.65	229	10.61
泡溫泉	70	8.44	167	14.96	189	8.76
宗教文化	66	7.96	74	6.63	229	10.61
單車賞景	8	0.97	38	3.41	108	5.00
書店	6	0.72	47	4.21	28	1.30
節慶活動	9	1.09	20	1.79	28	1.30
原住民文化	12	1.45	11	0.99	25	1.16
旅館(或民宿)住宿體驗	5	0.60	19	1.70	17	0.79
醫療保健	1	0.12	27	2.42	25	1.16
其他	2	0.24	33	2.96	30	1.39

附表 3-21 受訪旅客對臺灣深刻的印象—依主要市場分(續完)

單位：人次；%

深刻印象	美國 (樣本人數：545 人)		歐洲 (樣本人數：301 人)	
	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率
美食佳餚	503	92.29	266	88.37
逛夜市	363	66.61	189	62.79
自然風光	394	72.29	187	62.13
人情味濃厚	342	62.75	147	48.84
歷史古蹟	257	47.16	121	40.20
地方特產	244	44.77	62	20.60
便利商店	250	45.87	114	37.87
都會不夜城	176	32.29	60	19.93
景點	185	33.94	35	11.63
泡溫泉	151	27.71	28	9.30
宗教文化	74	13.58	14	4.65
單車賞景	18	3.30	4	1.33
書店	29	5.32	4	1.33
節慶活動	28	5.14	-	-
原住民文化	7	1.28	5	1.66
旅館（或民宿）住宿體驗	21	3.85	8	2.66
醫療保健	11	2.02	2	0.66
其他	8	1.47	7	2.33

註：1.本題為複選題。

2.「-」表示無調查樣本。

附表 3-22 受訪旅客此次來臺各項滿意度－依主要市場分

來臺旅客各項滿意度		全體		日本		大陸	
		平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差
觀光 便利性	入境證照及通關手續便捷	4.40	0.60	4.18	0.56	4.32	0.66
	通訊 / 網路便利	4.60	0.54	4.54	0.56	4.77	0.44
	旅遊資訊取得方便	4.58	0.54	4.56	0.55	4.74	0.48
	境內交通便利	4.63	0.53	4.58	0.55	4.77	0.47
觀光 環境 國際化	路標及公共設施牌示易懂	4.37	0.66	4.15	0.62	4.78	0.45
	旅遊環境語言溝通良好	4.31	0.75	4.14	0.70	4.90	0.31
	臺灣民眾態度友善	4.72	0.48	4.69	0.53	4.92	0.28
環境 安全 性	遊憩環境安全	4.62	0.53	4.55	0.56	4.84	0.38
	社會治安良好	4.68	0.48	4.63	0.52	4.90	0.31
	住宿設施安全	4.62	0.53	4.59	0.54	4.80	0.44
	餐飲衛生良好	4.49	0.60	4.30	0.70	4.76	0.45
整體	來臺整體滿意度	4.61	0.50	4.57	0.50	4.83	0.39

附表 3-22 受訪旅客此次來臺各項滿意度－依主要市場分(續 1)

來臺旅客各項滿意度		韓國		香港、澳門		新南向 18 國	
		平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差
觀光 便利性	入境證照及通關手續便捷	4.21	0.60	4.42	0.63	4.53	0.55
	通訊 / 網路便利	4.39	0.58	4.68	0.49	4.60	0.54
	旅遊資訊取得方便	4.42	0.57	4.61	0.51	4.56	0.55
	境內交通便利	4.45	0.56	4.66	0.55	4.65	0.50
觀光 環境 國際化	路標及公共設施牌示易懂	4.01	0.70	4.61	0.56	4.36	0.66
	旅遊環境語言溝通良好	3.83	0.78	4.74	0.48	4.23	0.76
	臺灣民眾態度友善	4.52	0.55	4.80	0.41	4.70	0.50
環境 安全 性	遊憩環境安全	4.45	0.55	4.63	0.53	4.64	0.51
	社會治安良好	4.49	0.52	4.73	0.45	4.69	0.48
	住宿設施安全	4.46	0.54	4.58	0.55	4.64	0.51
	餐飲衛生良好	4.24	0.61	4.51	0.55	4.57	0.54
整體	來臺整體滿意度	4.41	0.52	4.64	0.49	4.61	0.50

附表 3-22 受訪旅客此次來臺各項滿意度－依主要市場分(續完)

來臺旅客各項滿意度		美國		歐洲	
		平均數	標準差	平均數	標準差
觀光 便利性	入境證照及通關手續便捷	4.62	0.52	4.46	0.55
	通訊 / 網路便利	4.70	0.54	4.69	0.48
	旅遊資訊取得方便	4.73	0.48	4.59	0.59
	境內交通便利	4.75	0.48	4.70	0.52
觀光 環境 國際化	路標及公共設施牌示易懂	4.60	0.57	4.41	0.64
	旅遊環境語言溝通良好	4.52	0.68	4.18	0.75
	臺灣民眾態度友善	4.83	0.42	4.81	0.40
環境 安全 性	遊憩環境安全	4.75	0.46	4.65	0.51
	社會治安良好	4.78	0.42	4.70	0.47
	住宿設施安全	4.72	0.51	4.66	0.50
	餐飲衛生良好	4.67	0.53	4.49	0.57
整體	來臺整體滿意度	4.75	0.44	4.68	0.47

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。

附表 3-23 受訪旅客此次來臺經驗整體滿意程度分布－依主要市場分

單位：人；%

樣本人數 列百分比	總計	滿意程度			普通	不滿意程度		
		合計	非常 滿意	滿意		合計	不滿意	非常 不滿意
全 體	6,620	6,586	4,089	2,497	34	-	-	-
	100.00	99.49	61.77	37.72	0.51	-	-	-
日 本	1,128	1,123	652	471	5	-	-	-
	100.00	99.56	57.80	41.76	0.44	-	-	-
大 陸	348	346	292	54	2	-	-	-
	100.00	99.43	83.91	15.52	0.57	-	-	-
韓 國	829	819	349	470	10	-	-	-
	100.00	98.79	42.10	56.69	1.21	-	-	-
香 港.澳 門	1,116	1,111	719	392	5	-	-	-
	100.00	99.56	64.43	35.13	0.44	-	-	-
新南向 18 國	2,158	2,148	1,316	832	10	-	-	-
	100.00	99.54	60.98	38.56	0.46	-	-	-
美 國	545	544	411	133	1	-	-	-
	100.00	99.81	75.41	24.40	0.19	-	-	-
歐 洲	301	301	206	95	-	-	-	-
	100.00	100.00	68.44	31.56	-	-	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

附表 3-24 受訪旅客再度訪臺與推薦親友來臺旅遊的意願—依主要市場分

單位：人；%

人數 行百分比	全體		日本		大陸	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
是否會再度訪臺						
總計	6,620	100.00	1,128	100.00	348	100.00
會	6,607	99.80	1,122	99.47	348	100.00
不會	13	0.20	6	0.53	-	-
會再度訪臺的主要目的						
總計	6,607	100.00	1,122	100.00	348	100.00
觀光	5,198	78.66	990	88.23	114	32.76
業務	681	10.31	92	8.20	77	22.13
國際會議或展覽	46	0.70	3	0.27	1	0.29
探親或訪友	635	9.61	37	3.30	151	43.38
求學	2	0.03	-	-	-	-
醫療	40	0.61	-	-	5	1.44
其他	5	0.08	-	-	-	-
是否會推薦親友來臺灣旅遊						
總計	6,620	100.00	1,128	100.00	348	100.00
會	6,613	99.89	1,127	99.91	348	100.00
不會	7	0.11	1	0.09	-	-

附表 3-24 受訪旅客再度訪臺與推薦親友來臺旅遊的意願—依主要市場分(續 1)

單位：人；%

人數 行百分比	韓國		香港.澳門		新南向 18 國	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
是否會再度訪臺						
總計	829	100.00	1,116	100.00	2,158	100.00
會	825	99.52	1,116	100.00	2,156	99.91
不會	4	0.48	-	-	2	0.09
會再度訪臺的主要目的						
總計	825	100.00	1,116	100.00	2,156	100.00
觀光	752	91.15	972	87.09	1,712	79.40
業務	55	6.67	61	5.47	178	8.26
國際會議或展覽	8	0.97	4	0.36	15	0.70
探親或訪友	10	1.21	55	4.93	245	11.36
求學	-	-	-	-	2	0.09
醫療	-	-	22	1.97	3	0.14
其他	-	-	2	0.18	1	0.05
是否會推薦親友來臺灣旅遊						
總計	829	100.00	1,116	100.00	2,158	100.00
會	828	99.88	1,115	99.91	2,156	99.91
不會	1	0.12	1	0.09	2	0.09

附表 3-24 受訪旅客再度訪臺與推薦親友來臺旅遊的意願－依主要市場分(續完)

單位：人；%

人數 行百分比		美國		歐洲	
		人數	百分比	人數	百分比
是否會再度訪臺					
總計		545	100.00	301	100.00
會		545	100.00	301	100.00
不	會	-	-	-	-
會再度訪臺的主要目的					
總計		545	100.00	301	100.00
觀光		330	60.55	190	63.12
業務		116	21.28	79	26.26
國際會議或展覽		12	2.20	2	0.66
探親或訪友		79	14.50	28	9.30
求學		-	-	-	-
醫療		8	1.47	1	0.33
其他		-	-	1	0.33
是否會推薦親友來臺灣旅遊					
總計		545	100.00	301	100.00
會		545	100.00	300	99.67
不	會	-	-	1	0.33

註：「-」表示無調查樣本。

附表 3-25 觀光團體受訪旅客對旅行社及導遊服務的滿意度－依主要市場分

旅行社及導遊服務之整體滿意度		樣本人數	平均數	標準差
全	體	820	4.24	0.47
日	本	192	4.34	0.49
大	陸	-	-	-
韓	國	231	4.14	0.39
香	門	112	4.23	0.54
新	向	276	4.24	0.47
美	國	4	4.25	0.50
歐	洲	2	4.50	0.71

註：1.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。

2.「-」表示無調查樣本。

3. 截至 113 年底，中國尚未開放陸方團客來臺。

4. 美國(4 人)、歐洲(2 人)觀光團旅客樣本數不足 30 人，其數值僅供參考。

附表 3-26 受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具—依主要市場分

單位：人次；%

搭乘交通工具	全體 (樣本人數：6,620 人)		日本 (樣本人數：1,128 人)		大陸 (樣本人數：348 人)	
	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率
捷運	5,040	76.13	839	74.38	293	84.20
計程車	3,344	50.51	565	50.09	211	60.63
臺鐵	2,471	37.33	460	40.78	101	29.02
公 民 營 客 運	2,250	33.99	360	31.91	100	28.74
高 鐵	1,139	17.21	131	11.61	108	31.03
遊 覽 車	1,044	15.77	239	21.19	10	2.87
Uber(多 元 化 計 程 車)	963	14.55	93	8.24	25	7.18
船 舶	383	5.79	39	3.46	16	4.60
小 客 車 租 賃	304	4.59	22	1.95	8	2.30
公 共 自 行 車	205	3.10	15	1.33	6	1.72
飛 機	40	0.60	3	0.27	2	0.57
其 他	1,095	16.54	70	6.21	185	53.16

附表 3-26 受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具—依主要市場分(續 1)

單位：人次；%

搭乘交通工具	韓國 (樣本人數：829 人)		香港、澳門 (樣本人數：1,116 人)		新南向 18 國 (樣本人數：2,158 人)	
	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率	人次	相對 百分率
捷運	534	64.41	930	83.33	1,667	77.25
計程車	409	49.34	584	52.33	1,048	48.56
臺鐵	279	33.66	315	28.23	919	42.59
公 民 營 客 運	300	36.19	351	31.45	724	33.55
高 鐵	72	8.69	116	10.39	327	15.15
遊 覽 車	264	31.85	130	11.65	359	16.64
Uber(多 元 化 計 程 車)	66	7.96	141	12.63	349	16.17
船 舶	34	4.10	91	8.15	130	6.02
小 客 車 租 賃	16	1.93	91	8.15	117	5.42
公 共 自 行 車	8	0.97	53	4.75	93	4.31
飛 機	2	0.24	4	0.36	9	0.42
其 他	51	6.15	122	10.93	369	17.10

附表 3-26 受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具—依主要市場分(續完)

單位：人次；%

搭乘交通工具			美國 (樣本人數：545 人)		歐洲 (樣本人數：301 人)	
			人次	相對 百分率	人次	相對 百分率
捷	運	車	390	71.56	220	73.09
計	程	車	242	44.40	169	56.15
臺	鐵	車	185	33.94	115	38.21
公	民	營	204	37.43	110	36.54
高	鐵	車	208	38.17	106	35.22
遊	覽	車	20	3.67	9	2.99
Uber(多	元	化	188	34.50	60	19.93
船	船	舶	43	7.89	22	7.31
小	客	車	24	4.40	12	3.99
公	共	自	17	3.12	9	2.99
飛	機	機	11	2.02	7	2.33
其	他	他	158	28.99	86	28.57

註：1. 本題為複選題，為旅客選擇交通工具類型之相對百分率，非使用頻率。

2. 「公民營客運」包含台灣好行、雙層觀光巴士等。

3. 「其他」包括包車、親友開車、公司派車、纜車、輕軌、飯店接送等。

附表 3-27 受訪旅客在臺境內搭乘或使用的交通工具整體滿意度－依主要市場分

搭乘交通工具之整體滿意度				樣本人數	平均數	標準差
全	體 本 陸 國 門 國 洲	18	向	6,620	4.55	0.56
日				1,128	4.41	0.62
大				348	4.60	0.51
韓				829	4.42	0.56
香				1,116	4.49	0.59
新				2,158	4.65	0.50
美				545	4.68	0.51
歐				301	4.58	0.53

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