中華民國 114 年

來臺旅客消費及動向調查報告

2025 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 9
（一）資料建檔與檢誤 9
（二）分析架構 10
（三）分析項目 11
（四）支出金額之估算 12
五、 調查限制 13
參、 近 7 年來臺旅客基本資料 14
一、 總人次 14
二、 居住地 16
三、 年齡 18
四、 性別 19
肆、 調查結果-整體分析 20
一、 受訪旅客基本特性 21
（一）居住地 21
（二）來臺主要及次要目的 22
（三）年齡 24
（四）性別 24

（五）月份 25
（六）最高學歷 25
（七）工作別 26
（八）年收入 27
二、受訪旅客旅遊決策 28
（一）出發來臺多久前開始計劃行程 28
（二）度假、休閒、遊憩目的受訪旅客之旅遊資訊管道 29
（三）吸引旅客來臺度假、休閒、遊憩原因 36
（四）旅行安排方式 37
（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 40
三、受訪旅客旅遊動向 41
（一）來臺次數 41
（二）遊覽地點 42
（三）住宿情形 54
（四）參加活動情形 56
四、受訪旅客支出概況 58
（一）全體來臺旅客在臺支出金額估算 58
（二）主要市場來臺旅客在臺支出金額估算 61
（三）購物退稅服務 62
（四）預付費用項目 63
五、受訪旅客對臺灣深刻的印象 64
六、受訪旅客對此次來臺之各項滿意度分析 67
七、受訪旅客再度訪臺與推薦親友來臺旅遊的意願 69
八、觀光團體受訪旅客對旅行社及導遊服務之滿意度分析 70
（一）對旅行社及導遊服務之整體滿意度 70
（二）依受訪旅客特性分析 70
（三）對旅行社安排的購物服務之觀感 71
九、受訪旅客在臺境內搭乘交通工具分析 72
十、受訪旅客將低碳環保納為選擇旅遊服務評估因素狀況 74
伍、調查結果-日本市場旅客分析 75

陸、 調查結果-大陸市場旅客分析 109
柒、 調查結果-韓國市場旅客分析 134
捌、 調查結果-香港.澳門市場旅客分析 168
玖、 調查結果-新南向主力 7 國市場旅客分析 202
拾、 調查結果-美國市場旅客分析 237
拾壹、調查結果-歐洲市場旅客分析 271
拾貳、調查結果-近 3 年與疫情前變化分析 305
拾參、結論與建議 331
一、 結論 331
二、 建議 347
附件一：問卷 354
附件二：支出金額估算公式 366
附件三：名詞解釋 369
附件四：重大事件與觀光措施 370
附表一：整體結果 377
附表二：依性別分 467
附表三：依主要市場分 490

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 7
表 2-5-1　整體分析項目與內容 11
表 2-5-2　不同特性分析項目與內容 12
表 2-5-3　近 3 年與疫情前變化分析項目與內容 12
表 4-1　114 年無效樣本比率-依月份分 20
表 4-1-1　受訪旅客之居住地分布 21
表 4-1-2　受訪旅客之來臺主要目的分布 22
表 4-1-3　114 年受訪旅客來臺主要目的及次要目的交叉表 23
表 4-1-4　受訪旅客之年齡分布 24
表 4-1-5　受訪旅客之性別分布 24
表 4-1-6　各月受訪旅客之分布 25
表 4-1-7　受訪旅客之最高學歷分布 25
表 4-1-8　受訪旅客之工作別分布 26
表 4-1-9　受訪旅客之年收入分布 27
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 28
表 4-2-2　度假、休閒、遊憩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 29
表 4-2-3　受訪旅客在哪些管道看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導 30
表 4-2-4　受訪旅客受臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導決定來臺影響程度 31
表 4-2-5　受訪旅客受臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導決定來臺影響程度－依主要市場分 32
表 4-2-6　吸引旅客來臺度假、休閒、遊憩原因 36
表 4-2-7　受訪旅客之旅行安排方式 37
表 4-2-8　114 年來臺受訪旅客之旅行安排方式－依不同特性分 38
表 4-2-9　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 40
表 4-2-10　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 40
表 4-3-1　受訪旅客來臺次數 41
表 4-3-2　114 年受訪旅客最近 3 年來臺次數－依旅遊型態分 41
表 4-3-3　受訪旅客遊覽觀光景點排名 42
表 4-3-4　114 年受訪旅客遊覽觀光景點排名－依旅遊型態分 43
表 4-3-5　受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市排名 44
表 4-3-6　114 年受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市排名 －依旅遊型態分 45

表 4-3-7　受訪旅客遊覽觀光景點所在地區排名 46
表 4-3-8　114 年受訪旅客遊覽觀光景點所在地區排名－依旅遊型態分 46
表 4-3-9　受訪旅客年齡與主要市場分布－依曾遊覽觀光景點所在區域分 47
表 4-3-10　受訪旅客遊覽夜市排名 48
表 4-3-11　114 年受訪旅客遊覽夜市排名－依旅遊型態分 49
表 4-3-12　受訪旅客遊覽夜市所在縣市排名 50
表 4-3-13　受訪旅客最喜歡景點排名 51
表 4-3-14　受訪旅客最喜歡景點排名－依景點到訪相對百分率分 52
表 4-3-15　114 年受訪旅客最喜歡景點排名－依旅遊型態分 53
表 4-3-16　114 年受訪旅客住宿地點 54
表 4-3-17　受訪旅客對住宿旅館的整體滿意度 55
表 4-3-18　受訪旅客對住宿民宿的整體滿意度 55
表 4-3-19　受訪旅客在我國期間參加活動 56
表 4-3-20　114 年受訪旅客在我國期間參加活動－依旅遊型態分 57
表 4-4-1　114 年各幣別兌美元的年平均匯率 58
表 4-4-2　受訪旅客平均每人每日支出細項 59
表 4-4-3　來臺旅客在臺支出金額 60
表 4-4-4　受訪旅客平均每人每日購物費細項支出金額 60
表 4-4-5　114 年主要市場來臺旅客在臺支出金額 61
表 4-4-6　受訪旅客是否使用購物退稅服務 62
表 4-4-7　受訪旅客認為購物退稅手續是否簡便 62
表 4-4-8　受訪旅客來臺前是否預付費用 63
表 4-4-9　受訪旅客來臺前預付費用項目 63
表 4-5-1　受訪旅客對臺灣深刻的印象 65
表 4-5-2　114 年受訪旅客對臺灣深刻的印象－依旅遊型態分 66
表 4-6-1　受訪旅客此次來臺各項滿意度 67
表 4-6-2　114 年受訪旅客此次來臺各項滿意程度分布 68
表 4-7-1　受訪旅客是否會再度訪臺情形 69
表 4-7-2　受訪旅客表示會再度訪臺的主要原因 69
表 4-7-3　受訪旅客是否會推薦親友來臺灣旅遊情形 69
表 4-8-1　觀光團體受訪旅客對旅行社及導遊服務的滿意程度分布 70
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 70
表 4-8-3　114 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 70
表 4-8-4　旅行社安排的購物次數 71
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 71

表 4-9-1　受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具 72
表 4-9-2　114 年受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具－依旅遊型態分 73
表 4-9-3　受訪旅客在臺境內搭乘或使用的交通工具滿意程度分布 73
表 4-10-1　114 年受訪旅客是否將低碳環保納為選擇旅遊服務的評估因素 74
表 4-10-2　114 年受訪旅客有將低碳環保納為評估因素的旅遊服務 74
表 5-1-1　日本受訪旅客占全體受訪旅客的比率 75
表 5-1-2　日本受訪旅客之來臺主要目的分布 75
表 5-1-3　日本受訪旅客之最高學歷分布 76
表 5-1-4　日本受訪旅客之工作別分布 76
表 5-1-5　日本受訪旅客之年收入分布 77
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 .. 78
表 5-2-2　日本度假、休閒、遊憩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 79
表 5-2-3　日本度假、休閒、遊憩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 79
表 5-2-4　日本受訪旅客受臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導決定來臺影響程度 .. 80
表 5-2-5　吸引日本旅客來臺度假、休閒、遊憩原因 81
表 5-2-6　日本受訪旅客旅行方式 82
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安排的行程 83
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安排的行程 .. 83
表 5-3-1　日本受訪旅客來臺次數 84
表 5-3-2　114 年日本受訪旅客最近 3 年來臺次數－依旅遊型態分 84
表 5-3-3　日本受訪旅客遊覽觀光景點排名 85
表 5-3-4　114 年日本受訪旅客遊覽觀光景點排名－依旅遊型態分 86
表 5-3-5　日本受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市排名 87
表 5-3-6　114 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 88
表 5-3-7　日本受訪旅客遊覽觀光景點所在地區排名 89
表 5-3-8　114 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 89
表 5-3-9　日本受訪旅客遊覽夜市排名 90
表 5-3-10　114 年日本受訪旅客遊覽夜市排名－依旅遊型態分 90
表 5-3-11　日本受訪旅客最喜歡景點排名 91
表 5-3-12　114 年日本受訪旅客最喜歡景點排名－依旅遊型態分 92
表 5-3-13　日本受訪旅客住宿地點 92
表 5-3-14　日本受訪旅客對住宿旅館的整體滿意度 93
表 5-3-15　日本受訪旅客對住宿民宿的整體滿意度 93

表 5-3-16　日本受訪旅客在我國期間參加活動 94
表 5-3-17　114 年日本受訪旅客在我國期間參加活動－依旅遊型態分 95
表 5-4-1　日本受訪旅客平均每人每日支出細項 96
表 5-4-2　日本受訪旅客平均每人每日購物費細項支出金額 96
表 5-4-3　114 年日本受訪旅客平均每人每日支出細項－依旅遊型態分 97
表 5-4-4　114 年日本受訪旅客平均每人每日購物費細項支出金額
－依旅遊型態分 98
表 5-4-5　日本受訪旅客是否使用購物退稅服務 98
表 5-4-6　日本受訪旅客認為購物退稅手續是否簡便 99
表 5-4-7　日本受訪旅客來臺前是否預付費用 99
表 5-4-8　日本受訪旅客來臺前預付費用項目 99
表 5-5-1　日本受訪旅客對臺灣深刻的印象 100
表 5-5-2　114 年日本受訪旅客對臺灣深刻的印象－依旅遊型態分 101
表 5-6-1　日本受訪旅客此次來臺各項滿意度 102
表 5-7-1　日本受訪旅客是否會再度訪臺情形 103
表 5-7-2　日本受訪旅客表示會再度訪臺的主要目的 103
表 5-7-3　日本受訪旅客是否會推薦親友來臺灣旅遊情形 103
表 5-8-1　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 104
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 104
表 5-8-3　旅行社安排日本觀光團體受訪旅客的購物次數 105
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 105
表 5-9-1　日本受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具 106
表 5-9-2　114 年日本受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具－依旅遊型態分 107
表 5-9-3　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 107
表 5-10-1　114 年日本受訪旅客是否將低碳環保納為選擇旅遊服務的
評估因素 108
表 5-10-2　114 年日本受訪旅客有將低碳環保納為評估因素的旅遊服務 108
表 6-1-1　大陸受訪旅客占全體受訪旅客的比率 109
表 6-1-2　大陸受訪旅客之來臺主要目的分布 109
表 6-1-3　大陸受訪旅客之最高學歷分布 110
表 6-1-4　大陸受訪旅客之工作別分布 110
表 6-1-5　大陸受訪旅客之年收入分布 111
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 112
表 6-2-2　大陸度假、休閒、遊憩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 113

表 6-2-3　大陸度假、休閒、遊憩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 113
表 6-2-4　大陸受訪旅客受臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導決定來臺影響程度 114
表 6-2-5　吸引大陸旅客來臺度假、休閒、遊憩原因 115
表 6-2-6　大陸受訪旅客旅行方式 116
表 6-2-7　大陸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 117
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安排的行程 117
表 6-3-1　大陸受訪旅客來臺次數 118
表 6-3-2　大陸受訪旅客遊覽觀光景點排名 119
表 6-3-3　大陸受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市排名 120
表 6-3-4　大陸受訪旅客遊覽觀光景點所在地區排名 121
表 6-3-5　大陸受訪旅客遊覽夜市排名 121
表 6-3-6　大陸受訪旅客最喜歡景點排名 122
表 6-3-7　大陸受訪旅客住宿地點 123
表 6-3-8　大陸受訪旅客對住宿旅館的整體滿意度 123
表 6-3-9　大陸受訪旅客對住宿民宿的整體滿意度 124
表 6-3-10　大陸受訪旅客在我國期間參加活動 125
表 6-4-1　大陸受訪旅客平均每人每日支出細項 126
表 6-4-2　大陸受訪旅客平均每人每日購物費細項支出金額 126
表 6-4-3　大陸受訪旅客是否使用購物退稅服務 127
表 6-4-4　大陸受訪旅客認為購物退稅手續是否簡便 127
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 128
表 6-5-1　大陸受訪旅客對臺灣深刻的印象 129
表 6-6-1　大陸受訪旅客此次來臺各項滿意度 130
表 6-7-1　大陸受訪旅客是否會再度訪臺情形 131
表 6-7-2　大陸受訪旅客表示會再度訪臺的主要目的 131
表 6-7-3　大陸受訪旅客是否會推薦親友來臺灣旅遊情形 131
表 6-8-1　大陸受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具 132
表 6-8-2　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 132
表 6-9-1　114 年大陸受訪旅客是否將低碳環保納為選擇旅遊服務的評估因素 133

表 6-9-2　114 年大陸受訪旅客有將低碳環保納為評估因素的旅遊服務..... 133
表 7-1-1　韓國受訪旅客占全體受訪旅客的比率 134
表 7-1-2　韓國受訪旅客之來臺主要目的分布 134
表 7-1-3　韓國受訪旅客之最高學歷分布 135
表 7-1-4　韓國受訪旅客之工作別分布 135
表 7-1-5　韓國受訪旅客之年收入分布 136
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 137
表 7-2-2　韓國度假、休閒、遊憩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 138
表 7-2-3　韓國度假、休閒、遊憩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 138
表 7-2-4　韓國受訪旅客受臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導決定來臺
影響程度..... 139
表 7-2-5　吸引韓國旅客來臺度假、休閒、遊憩原因 140
表 7-2-6　韓國受訪旅客旅行方式 141
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
安排的行程 142
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安排的行程 142
表 7-3-1　韓國受訪旅客來臺次數 143
表 7-3-2　114 年韓國受訪旅客最近 3 年來臺次數－依旅遊型態分..... 143
表 7-3-3　韓國受訪旅客遊覽觀光景點排名 144
表 7-3-4　114 年韓國受訪旅客遊覽觀光景點排名－依旅遊型態分..... 145
表 7-3-5　韓國受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市排名 146
表 7-3-6　114 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.. 147
表 7-3-7　韓國受訪旅客遊覽觀光景點所在地區排名 148
表 7-3-8　114 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.. 148
表 7-3-9　韓國受訪旅客遊覽夜市排名 149
表 7-3-10　114 年韓國受訪旅客遊覽夜市排名－依旅遊型態分..... 149
表 7-3-11　韓國受訪旅客最喜歡景點排名..... 150
表 7-3-12　114 年韓國受訪旅客最喜歡景點排名－依旅遊型態分..... 151
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..... 152
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 7-3-17　114 年韓國受訪旅客在我國期間參加活動－依旅遊型態分..... 154

表 7-4-1　韓國受訪旅客平均每人每日支出細項 155
表 7-4-2　韓國受訪旅客平均每人每日購物費細項支出金額 155
表 7-4-3　114 年韓國受訪旅客平均每人每日支出細項－依旅遊型態分 156
表 7-4-4　114 年韓國受訪旅客平均每人每日購物費細項支出金額
－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 157
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 158
表 7-4-8　韓國受訪旅客來臺前預付費用項目 158
表 7-5-1　韓國受訪旅客對臺灣深刻的印象 159
表 7-5-2　114 年韓國受訪旅客對臺灣深刻的印象－依旅遊型態分 160
表 7-6-1　韓國受訪旅客此次來臺各項滿意度 161
表 7-7-1　韓國受訪旅客是否會再度訪臺情形 162
表 7-7-2　韓國受訪旅客表示會再度訪臺的主要目的 162
表 7-7-3　韓國受訪旅客是否會推薦親友來臺灣旅遊情形 162
表 7-8-1　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 163
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 163
表 7-8-3　旅行社安排韓國觀光團體受訪旅客的購物次數 164
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 164
表 7-9-1　韓國受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具 165
表 7-9-2　114 年韓國受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具－依旅遊型態分 166
表 7-9-3　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 166
表 7-10-1　114 年韓國受訪旅客是否將低碳環保納為選擇旅遊服務的
評估因素 167
表 7-10-2　114 年韓國受訪旅客有將低碳環保納為評估因素的旅遊服務 167
表 8-1-1　香港.澳門受訪旅客占全體受訪旅客的比率 168
表 8-1-2　香港.澳門受訪旅客之來臺主要目的分布 168
表 8-1-3　香港.澳門受訪旅客之最高學歷分布 169
表 8-1-4　香港.澳門受訪旅客之工作別分布 169
表 8-1-5　香港.澳門受訪旅客之年收入分布 170
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 171
表 8-2-2　香港.澳門度假、休閒、遊憩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.澳門度假、休閒、遊憩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 172
表 8-2-4　香港.澳門受訪旅客受臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導決定來臺影響程度 173
表 8-2-5　吸引香港.澳門旅客來臺度假、休閒、遊憩原因 174
表 8-2-6　香港.澳門受訪旅客旅行方式 175
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安排的行程 176
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安排的行程 176
表 8-3-1　香港.澳門受訪旅客來臺次數 177
表 8-3-2　114 年香港.澳門受訪旅客最近 3 年來臺次數－依旅遊型態分 177
表 8-3-3　香港.澳門受訪旅客遊覽觀光景點排名 178
表 8-3-4　114 年香港.澳門受訪旅客遊覽觀光景點排名－依旅遊型態分 179
表 8-3-5　香港.澳門受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市排名 180
表 8-3-6　114 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 181
表 8-3-7　香港.澳門受訪旅客遊覽觀光景點所在地區排名 182
表 8-3-8　114 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 182
表 8-3-9　香港.澳門受訪旅客遊覽夜市排名 183
表 8-3-10　114 年香港.澳門受訪旅客遊覽夜市排名－依旅遊型態分 183
表 8-3-11　香港.澳門受訪旅客最喜歡景點排名 184
表 8-3-12　114 年香港.澳門受訪旅客最喜歡景點排名－依旅遊型態分 185
表 8-3-13　香港.澳門受訪旅客住宿地點 185
表 8-3-14　香港.澳門受訪旅客對住宿旅館的整體滿意度 186
表 8-3-15　香港.澳門受訪旅客對住宿民宿的整體滿意度 186
表 8-3-16　香港.澳門受訪旅客在我國期間參加活動 187
表 8-3-17　114 年香港.澳門受訪旅客在我國期間參加活動－依旅遊型態分 188
表 8-4-1　香港.澳門受訪旅客平均每人每日支出細項 189
表 8-4-2　香港.澳門受訪旅客平均每人每日購物費細項支出金額 189
表 8-4-3　114 年香港.澳門受訪旅客平均每人每日支出細項－依旅遊型態分 190
表 8-4-4　114 年香港.澳門受訪旅客平均每人每日購物費細項支出金額－依旅遊型態分 191
表 8-4-5　香港.澳門受訪旅客是否使用購物退稅服務 191

表 8-4-6　香港.澳門受訪旅客認為購物退稅手續是否簡便 192
表 8-4-7　香港.澳門受訪旅客來臺前是否預付費用 192
表 8-4-8　香港.澳門受訪旅客來臺前預付費用項目 192
表 8-5-1　香港.澳門受訪旅客對臺灣深刻的印象 193
表 8-5-2　114 年香港.澳門受訪旅客對臺灣深刻的印象－依旅遊型態分 194
表 8-6-1　香港.澳門受訪旅客此次來臺各項滿意度 195
表 8-7-1　香港.澳門受訪旅客是否會再度訪臺情形 196
表 8-7-2　香港.澳門受訪旅客表示會再度訪臺的主要目的 196
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 196
表 8-8-1　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 197
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 197
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 198
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 198
表 8-9-1　香港.澳門受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具 199
表 8-9-2　114 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 200
表 8-9-3　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 200
表 8-10-1　114 年香港.澳門受訪旅客是否將低碳環保納為選擇旅遊服務的評估因素 201
表 8-10-2　114 年香港.澳門受訪旅客有將低碳環保納為評估因素的旅遊服務 201
表 9-1-1　新南向主力 7 國受訪旅客占全體受訪旅客的比率 202
表 9-1-2　新南向主力 7 國受訪旅客居住地分布 202
表 9-1-3　新南向主力 7 國受訪旅客之來臺主要目的分布 203
表 9-1-4　新南向主力 7 國受訪旅客之最高學歷分布 203
表 9-1-5　新南向主力 7 國受訪旅客之工作別分布 204
表 9-1-6　新南向主力 7 國受訪旅客之年收入分布 205
表 9-2-1　新南向主力 7 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 206
表 9-2-2　新南向主力 7 國度假、休閒、遊憩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 207
表 9-2-3　新南向主力 7 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 207

表 9-2-4　新南向主力 7 國受訪旅客受臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導決定來臺影響程度 208
表 9-2-5　吸引新南向主力 7 國旅客來臺度假、休閒、遊憩原因 209
表 9-2-6　新南向主力 7 國受訪旅客旅行方式 210
表 9-2-7　新南向主力 7 國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 211
表 9-2-8　新南向主力 7 國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 211
表 9-3-1　新南向主力 7 國受訪旅客來臺次數 212
表 9-3-2　114 年新南向主力 7 國受訪旅客最近 3 年來臺次數－依旅遊型態分 212
表 9-3-3　新南向主力 7 國受訪旅客遊覽觀光景點排名 213
表 9-3-4　114 年新南向主力 7 國受訪旅客遊覽觀光景點排名－依旅遊型態分 214
表 9-3-5　新南向主力 7 國受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市排名 215
表 9-3-6　114 年新南向主力 7 國受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市排名－依旅遊型態分 216
表 9-3-7　新南向主力 7 國受訪旅客遊覽觀光景點所在地區排名 217
表 9-3-8　114 年新南向主力 7 國受訪旅客遊覽觀光景點所在地區排名－依旅遊型態分 217
表 9-3-9　新南向主力 7 國受訪旅客遊覽夜市排名 218
表 9-3-11　新南向主力 7 國受訪旅客最喜歡景點排名 219
表 9-3-12　114 年新南向主力 7 國受訪旅客最喜歡景點排名－依旅遊型態分 .. 220
表 9-3-13　新南向主力 7 國受訪旅客住宿地點 220
表 9-3-14　新南向主力 7 國受訪旅客對住宿旅館的整體滿意度 221
表 9-3-15　新南向主力 7 國受訪旅客對住宿民宿的整體滿意度 221
表 9-3-16　新南向主力 7 國受訪旅客在我國期間參加活動 222
表 9-3-17　114 年新南向主力 7 國受訪旅客在我國期間參加活動－依旅遊型態分 223
表 9-4-1　新南向主力 7 國受訪旅客平均每人每日支出細項 224
表 9-4-2　新南向主力 7 國受訪旅客平均每人每日購物費細項支出金額 224
表 9-4-3　114 年新南向主力 7 國受訪旅客平均每人每日支出細項－依旅遊型態分 225
表 9-4-4　114 年新南向主力 7 國受訪旅客平均每人每日購物費細項支出金額－依旅遊型態分 226
表 9-4-5　新南向主力 7 國受訪旅客是否使用購物退稅服務 226

表 9-4-6　新南向主力 7 國受訪旅客認為購物退稅手續是否簡便 227
表 9-4-7　新南向主力 7 國受訪旅客來臺前是否預付費用 227
表 9-4-8　新南向主力 7 國受訪旅客來臺前預付費用項目 227
表 9-5-1　新南向主力 7 國受訪旅客對臺灣深刻的印象 228
表 9-5-2　114 年新南向主力 7 國受訪旅客對臺灣深刻的印象
－依旅遊型態分 229
表 9-6-1　新南向主力 7 國受訪旅客此次來臺各項滿意度 230
表 9-7-1　新南向主力 7 國受訪旅客是否會再度訪臺情形 231
表 9-7-2　新南向主力 7 國受訪旅客表示會再度訪臺的主要目的 231
表 9-7-3　新南向主力 7 國受訪旅客是否會推薦親友來臺灣旅遊情形 231
表 9-8-1　新南向主力 7 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 232
表 9-8-2　新南向主力 7 國觀光團體受訪旅客對旅行社及導遊服務的
滿意度 232
表 9-8-3　旅行社安排新南向主力 7 國觀光團體受訪旅客的購物次數 233
表 9-8-4　新南向主力 7 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 233
表 9-9-1　新南向主力 7 國受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具 234
表 9-9-2　114 年新南向主力 7 國受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具
－依旅遊型態分 235
表 9-9-3　新南向主力 7 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 235
表 9-10-1　114 年新南向主力 7 國受訪旅客是否將低碳環保納為選擇旅遊
服務的評估因素 236
表 9-10-2　114 年新南向主力 7 國受訪旅客有將低碳環保納為評估因素的
旅遊服務 236
表 10-1-1　美國受訪旅客占全體受訪旅客的比率 237
表 10-1-2　美國受訪旅客之來臺主要目的分布 237
表 10-1-3　美國受訪旅客之最高學歷分布 238
表 10-1-4　美國受訪旅客之工作別分布 238
表 10-1-5　美國受訪旅客之年收入分布 239
表 10-2-1　美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 240
表 10-2-2　美國度假、休閒、遊憩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 241

表 10-2-3　美國度假、休閒、遊憩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 241
表 10-2-4　美國受訪旅客受臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導決定來臺影響程度 242
表 10-2-5　吸引美國旅客來臺度假、休閒、遊憩原因 243
表 10-2-6　美國受訪旅客旅行方式 244
表 10-2-7　美國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 245
表 10-2-8　美國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 245
表 10-3-1　美國受訪旅客來臺次數 246
表 10-3-2　114 年美國受訪旅客最近 3 年來臺次數－依旅遊型態分 246
表 10-3-3　美國受訪旅客遊覽觀光景點排名 247
表 10-3-4　114 年美國受訪旅客遊覽觀光景點排名－依旅遊型態分 248
表 10-3-5　美國受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市排名 249
表 10-3-6　114 年美國受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市排名－依旅遊型態分 .. 250
表 10-3-7　美國受訪旅客遊覽觀光景點所在地區排名 251
表 10-3-8　114 年美國受訪旅客遊覽觀光景點所在地區排名－依旅遊型態分 .. 251
表 10-3-9　美國受訪旅客遊覽夜市排名 252
表 10-3-10　114 年美國受訪旅客遊覽夜市排名－依旅遊型態分 252
表 10-3-11　美國受訪旅客最喜歡景點排名 253
表 10-3-12　114 年美國受訪旅客最喜歡景點排名－依旅遊型態分 254
表 10-3-13　美國受訪旅客住宿地點 254
表 10-3-14　美國受訪旅客對住宿旅館的整體滿意度 255
表 10-3-15　美國受訪旅客對住宿民宿的整體滿意度 255
表 10-3-16　美國受訪旅客在我國期間參加活動 256
表 10-3-17　114 年美國受訪旅客在我國期間參加活動－依旅遊型態分 257
表 10-4-1　美國受訪旅客平均每人每日支出細項 258
表 10-4-2　美國受訪旅客平均每人每日購物費細項支出金額 258
表 10-4-3　114 年美國受訪旅客平均每人每日支出細項－依旅遊型態分 259
表 10-4-4　114 年美國受訪旅客平均每人每日購物費細項支出金額－依旅遊型態分 259
表 10-4-5　美國受訪旅客是否使用購物退稅服務 260
表 10-4-6　美國受訪旅客認為購物退稅手續是否簡便 260
表 10-4-7　美國受訪旅客來臺前是否預付費用 261
表 10-4-8　美國受訪旅客來臺前預付費用項目 261

表 10-5-1 美國受訪旅客對臺灣深刻的印象 262
表 10-5-2 114 年美國受訪旅客對臺灣深刻的印象－依旅遊型態分 263
表 10-6-1 美國受訪旅客此次來臺各項滿意度 264
表 10-7-1 美國受訪旅客是否會再度訪臺情形 265
表 10-7-2 美國受訪旅客表示會再度訪臺的主要目的 265
表 10-7-3 美國受訪旅客是否會推薦親友來臺灣旅遊情形 265
表 10-8-1 美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 266
表 10-8-2 美國觀光團體受訪旅客對旅行社及導遊服務的滿意度 266
表 10-8-3 旅行社安排美國觀光團體受訪旅客的購物次數 267
表 10-8-4 美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 267
表 10-9-1 美國受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具 268
表 10-9-2 114 年美國受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具－依旅遊型態分 269
表 10-9-3 美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 269
表 10-10-1 114 年美國受訪旅客是否將低碳環保納為選擇旅遊服務的
評估因素 270
表 10-10-2 114 年美國受訪旅客有將低碳環保納為評估因素的旅遊服務 270
表 11-1-1 歐洲受訪旅客占全體受訪旅客的比率 271
表 11-1-2 歐洲受訪旅客之來臺主要目的分布 271
表 11-1-3 歐洲受訪旅客之最高學歷分布 272
表 11-1-4 歐洲受訪旅客之工作別分布 272
表 11-1-5 歐洲受訪旅客之年收入分布 273
表 11-2-1 歐洲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 274
表 11-2-2 歐洲度假、休閒、遊憩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 275
表 11-2-3 歐洲度假、休閒、遊憩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 275
表 11-2-4 歐洲受訪旅客受臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導決定來臺
影響程度 276
表 11-2-5 吸引歐洲旅客來臺度假、休閒、遊憩原因 277
表 11-2-6 歐洲受訪旅客旅行方式 278
表 11-2-7 歐洲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 279
表 11-2-8 歐洲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 279
表 11-3-1 歐洲受訪旅客來臺次數 280

表 11-3-2　114 年歐洲受訪旅客最近 3 年來臺次數－依旅遊型態分 280
表 11-3-3　歐洲受訪旅客遊覽觀光景點排名 281
表 11-3-4　114 年歐洲受訪旅客遊覽觀光景點排名－依旅遊型態分 282
表 11-3-5　歐洲受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市排名 283
表 11-3-6　114 年歐洲受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市排名－依旅遊型態分 .. 284
表 11-3-7　歐洲受訪旅客遊覽觀光景點所在地區排名 285
表 11-3-8　114 年歐洲受訪旅客遊覽觀光景點所在地區排名－依旅遊型態分 .. 285
表 11-3-9　歐洲受訪旅客遊覽夜市排名 286
表 11-3-10　114 年歐洲受訪旅客遊覽夜市排名－依旅遊型態分 286
表 11-3-11　歐洲受訪旅客最喜歡景點排名 287
表 11-3-12　114 年歐洲受訪旅客最喜歡景點排名－依旅遊型態分 288
表 11-3-13　歐洲受訪旅客住宿地點 288
表 11-3-14　歐洲受訪旅客對住宿旅館的整體滿意度 289
表 11-3-15　歐洲受訪旅客對住宿民宿的整體滿意度 289
表 11-3-16　歐洲受訪旅客在我國期間參加活動 290
表 11-3-17　114 年歐洲受訪旅客在我國期間參加活動－依旅遊型態分 291
表 11-4-1　歐洲受訪旅客平均每人每日支出細項 292
表 11-4-2　歐洲受訪旅客平均每人每日購物費細項支出金額 292
表 11-4-3　114 年歐洲受訪旅客平均每人每日支出細項－依旅遊型態分 293
表 11-4-4　114 年歐洲受訪旅客平均每人每日購物費細項支出金額
－依旅遊型態分 293
表 11-4-5　歐洲受訪旅客是否使用購物退稅服務 294
表 11-4-6　歐洲受訪旅客認為購物退稅手續是否簡便 294
表 11-4-7　歐洲受訪旅客來臺前是否預付費用 295
表 11-4-8　歐洲受訪旅客來臺前預付費用項目 295
表 11-5-1　歐洲受訪旅客對臺灣深刻的印象 296
表 11-5-2　114 年歐洲受訪旅客對臺灣深刻的印象－依旅遊型態分 297
表 11-6-1　歐洲受訪旅客此次來臺各項滿意度 298
表 11-7-1　歐洲受訪旅客是否會再度訪臺情形 299
表 11-7-2　歐洲受訪旅客表示會再度訪臺的主要目的 299
表 11-7-3　歐洲受訪旅客是否會推薦親友來臺灣旅遊情形 299
表 11-8-1　歐洲觀光團體受訪旅客對旅行社及導遊服務的整體滿意程度 300
表 11-8-2　歐洲觀光團體受訪旅客對旅行社及導遊服務的滿意度 300
表 11-8-3　旅行社安排歐洲觀光團體受訪旅客的購物次數 301
表 11-8-4　歐洲觀光團體受訪旅客對旅行社安排購物的物品價格的觀感 301
表 11-9-1　歐洲受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具 302

表 11-9-2　114 年歐洲受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具－依旅遊型態分 303
表 11-9-3　歐洲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 . 303
表 11-10-1　114 年歐洲受訪旅客是否將低碳環保納為選擇旅遊服務的
評估因素 304
表 11-10-2　114 年歐洲受訪旅客有將低碳環保納為評估因素的旅遊服務 304
表 12-1-1　來臺旅客之居住地分布－近 3 年與疫情前變化分析 305
表 12-1-2　受訪旅客之來臺主要目的分布－近 3 年與疫情前變化分析 306
表 12-1-3　來臺旅客之年齡分布－近 3 年與疫情前變化分析 306
表 12-1-4　來臺旅客之性別分布－近 3 年與疫情前變化分析 307
表 12-1-5　受訪旅客之最高學歷分布－近 3 年與疫情前變化分析 307
表 12-1-6　受訪旅客之工作別分布－近 3 年與疫情前變化分析 308
表 12-1-7　受訪旅客之年收入分布－近 3 年與疫情前變化分析 309
表 12-2-1　受訪旅客出發來臺多久前開始計劃行程
－近 3 年與疫情前變化分析 310
表 12-2-2　度假、休閒、遊憩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 3 年與疫情前變化分析 311
表 12-2-3　度假、休閒、遊憩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 3 年與疫情前變化分析 311
表 12-2-4　吸引旅客來臺度假、休閒、遊憩原因－近 3 年與疫情前變化分析 . 312
表 12-2-5　受訪旅客之旅行安排方式－近 3 年與疫情前變化分析 313
表 12-3-1　受訪旅客來臺次數－近 3 年與疫情前變化分析 314
表 12-3-2　受訪旅客遊覽觀光景點排名－近 3 年與疫情前變化分析 315
表 12-3-3　受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市排名－近 3 年與疫情前變化分析 . 316
表 12-3-4　受訪旅客遊覽觀光景點所在地區排名－近 3 年與疫情前變化分析 . 317
表 12-3-5　受訪旅客遊覽夜市排名－近 3 年與疫情前變化分析 318
表 12-3-6　受訪旅客最喜歡景點排名－近 3 年與疫情前變化分析 319
表 12-3-7　受訪旅客在我國期間參加活動－近 3 年與疫情前變化分析 320
表 12-4-1　受訪旅客平均每人每日支出細項－近 3 年與疫情前變化分析 321
表 12-4-2　受訪旅客平均每人每日購物費細項支出金額
－近 3 年與疫情前變化分析 322
表 12-4-3　來臺旅客在臺支出金額－近 3 年與疫情前變化分析 323
表 12-4-4　主要市場來臺旅客觀光支出－近 3 年與疫情前變化分析 324
表 12-4-5　受訪旅客是否使用購物退稅服務－近 3 年與疫情前變化分析 325
表 12-4-6　受訪旅客認為購物退稅手續是否簡便－近 3 年與疫情前變化分析 . 326
表 12-4-7　受訪旅客來臺前是否預付費用－近 3 年與疫情前變化分析 326
表 12-4-8　受訪旅客來臺前預付費用項目－近 3 年與疫情前變化分析 326

表 12-5-1　受訪旅客對臺灣深刻的印象－近 3 年與疫情前變化分析 327
表 12-6-1　受訪旅客此次來臺各項滿意度－近 3 年與疫情前變化分析 328
表 12-7-1　受訪旅客是否會再度訪臺情形－近 3 年與疫情前變化分析 329
表 12-7-2　受訪旅客表示會再度訪臺的主要原因－近 3 年與疫情前變化分析 . 329
表 12-7-3　受訪旅客是否會推薦親友來臺灣旅遊情形
　　－近 3 年與疫情前變化分析 329
表 12-8-1　受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具－近 3 年與疫情前變化分析 330
附表 1-1　114 年受訪旅客來臺主要目的－依居住地分 377
附表 1-2　114 年受訪旅客年齡－依居住地分 378
附表 1-3　114 年受訪旅客年齡－依來臺主要目的分 379
附表 1-4　114 年受訪旅客性別－依居住地分 380
附表 1-5　114 年受訪旅客性別－依來臺主要目的分 381
附表 1-6　114 年受訪旅客最高學歷－依居住地分 382
附表 1-7　114 年受訪旅客最高學歷－依來臺主要目的分 383
附表 1-8　114 年受訪旅客工作別－依居住地分 384
附表 1-9　114 年受訪旅客工作別－依來臺主要目的分 386
附表 1-10　114 年受訪旅客年收入－依居住地分 388
附表 1-11　114 年受訪旅客年收入－依來臺主要目的分 390
附表 1-12　114 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 392
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 393
附表 1-14　臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導對決定來臺影響程度
　　－依居住地分 395
附表 1-15　對決定來臺度假、休閒、遊憩影響程度較大的資訊內容
　　－依居住地分 397
附表 1-16　114 年吸引旅客來臺度假、休閒、遊憩因素－依居住地分 399
附表 1-17　114 年受訪旅客旅行安排方式－依居住地分 401
附表 1-18　114 年受訪旅客旅行安排方式－依來臺主要目的分 402
附表 1-19　114 年受訪旅客最近 3 年來臺次數－依居住地分 403
附表 1-20　114 年受訪旅客最近 3 年來臺次數－依來臺主要目的分 404
附表 1-21　114 年受訪旅客停留夜數－依居住地分 405
附表 1-22　114 年受訪旅客停留夜數－依來臺主要目的分 407
附表 1-23　114 年受訪旅客停留夜數－依旅行方式分 409
附表 1-24　114 年受訪旅客主要遊覽景點所在縣市－依居住地分 411
附表 1-25　114 年受訪旅客主要遊覽景點所在縣市－依來臺主要目的分 414
附表 1-26　114 年受訪旅客住宿地點－依居住地分 417

附表 1-27　114 年受訪旅客住宿地點－依居住地分 418
附表 1-28　114 年受訪旅客對住宿旅館的整體滿意程度－依居住地分 419
附表 1-29　114 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 . 420
附表 1-30　114 年受訪旅客對住宿民宿的整體滿意程度－依居住地分 421
附表 1-31　114 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 422
附表 1-32　114 年受訪旅客在臺期間參加活動－依居住地分 423
附表 1-33　114 年受訪旅客在臺期間參加活動－依來臺主要目的分 425
附表 1-34　114 年受訪旅客在臺平均每人每日支出金額－依居住地分 427
附表 1-35　114 年受訪旅客在臺平均每人每日支出金額－依來臺主要目的分 . 428
附表 1-36　114 年受訪旅客在臺平均每人每日支出金額－依年齡分 429
附表 1-37　114 年受訪旅客在臺平均每人每日支出金額－依年收入分 430
附表 1-38　114 年受訪旅客在臺平均每人每日支出金額－依最高學歷分 431
附表 1-39　114 年受訪旅客在臺平均每人每日支出金額－依工作別分 432
附表 1-40　114 年受訪旅客在臺平均每人每日支出金額－依性別分 433
附表 1-41　114 年受訪旅客在臺平均每人每日支出金額－依停留夜數分 434
附表 1-42　114 年受訪旅客在臺平均每人每日支出金額－依月份分 435
附表 1-43　114 年受訪旅客在臺平均每人每日支出金額－依季分 436
附表 1-44　114 年受訪旅客在臺平均每人每日支出金額－依旅行安排方式分 . 437
附表 1-45　114 年受訪旅客在臺平均每人每日支出金額－依調查地點分 438
附表 1-46　114 年受訪旅客對臺灣深刻的印象－依居住地分 439
附表 1-47　114 年受訪旅客對臺灣深刻的印象－依來臺主要目的分 441
附表 1-48　114 年受訪旅客對觀光便利性之入境通關手續便捷的滿意度
－依居住地分 443
附表 1-49　114 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 444
附表 1-50　114 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 445
附表 1-51　114 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 446
附表 1-52　114 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 447
附表 1-53　114 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 448
附表 1-54　114 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 449

附表 1-55　114 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 450
附表 1-56　114 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 451
附表 1-57　114 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 452
附表 1-58　114 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 453
附表 1-59　114 年受訪旅客此次來臺經驗整體滿意度－依居住地分 454
附表 1-60　114 年受訪旅客此次來臺經驗整體滿意度－依來臺主要目的分 455
附表 1-61　114 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 456
附表 1-62　114 年旅行社安排的購物次數－依居住地分 457
附表 1-63　114 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 458
附表 1-64　114 年受訪旅客境內交通工具搭乘或使用情形－依居住地分 459
附表 1-65　114 年受訪旅客境內交通工具搭乘情形－依來臺主要目的分 461
附表 1-66　114 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 463
附表 1-67　114 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 464
附表 1-68　114 年受訪旅客是否將「低碳環保」納為選擇旅遊服務的
評估因素－依居住地分 465
附表 1-69　114 年受訪旅客是否將「低碳環保」納為選擇旅遊服務的
評估因素－依來臺主要目的分 466
附表 2-1　受訪旅客基本特性－依性別分 467
附表 2-2　受訪旅客出發來臺多久前開始計劃行程－依性別分 470
附表 2-3　度假、休閒、遊憩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 470
附表 2-4　受訪旅客在哪些管道看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導
－依性別分 471
附表 2-5　受訪旅客受臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導決定來臺影響程度
－依性別分 472
附表 2-6　吸引旅客來臺度假、休閒、遊憩原因－依性別分 473
附表 2-7　受訪旅客旅行方式－依性別分 474
附表 2-8　受訪旅客最近 3 年來臺次數－依性別分 475

附表 2-9　受訪旅客遊覽景點排名－依性別分 476
附表 2-10　受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市排名－依性別分 477
附表 2-11　受訪旅客遊覽觀光景點所在地區排名－依性別分 478
附表 2-12　受訪旅客遊覽夜市排名－依性別分 479
附表 2-13　受訪旅客最喜歡景點排名－依性別分 480
附表 2-14　受訪旅客住宿地點－依性別分 481
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 481
附表 2-16　受訪旅客在我國期間參加活動－依性別分 482
附表 2-17　受訪旅客平均每人每日支出細項－依性別分 483
附表 2-18　受訪旅客平均每人每日購物費細項支出金額－依性別分 483
附表 2-19　受訪旅客是否使用購物退稅服務－依性別分 484
附表 2-20　受訪旅客認為購物退稅手續是否簡便－依性別分 484
附表 2-21　受訪旅客對臺灣深刻的印象－依性別分 485
附表 2-22　受訪旅客此次來臺各項滿意度－依性別分 486
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 487
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 488
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 488
附表 2-26　受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具－依性別分 489
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 489
附表 3-1　受訪旅客基本特性－依主要市場分 490
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 493
附表 3-3　度假、休閒、遊憩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 493
附表 3-4　受訪旅客在哪些管道看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導
－依主要市場分 494
附表 3-5　受訪旅客受臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導決定來臺影響程度
－依主要市場分 495
附表 3-6　吸引旅客來臺度假、休閒、遊憩原因－依主要市場分 496
附表 3-7　受訪旅客旅行方式－依主要市場分 499
附表 3-8　受訪旅客最近 3 年來臺次數－依主要市場分 500
附表 3-9　受訪旅客遊覽景點排名－依主要市場分 501
附表 3-10　受訪旅客遊覽景點所在縣市排名－依主要市場分 504
附表 3-11　受訪旅客遊覽景點所在地區排名－依主要市場分 507
附表 3-12　受訪旅客遊覽夜市排名－依主要市場分 508
附表 3-13　受訪旅客最喜歡景點排名－依主要市場分 511

附表 3-14　受訪旅客住宿地點－依主要市場分 514
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 515
附表 3-16　受訪旅客在我國期間參加活動－依主要市場分 516
附表 3-17　受訪旅客在臺平均每人每日支出金額－依主要市場分 519
附表 3-18　受訪旅客平均每人每日購物費細項支出金額－依主要市場分 520
附表 3-19　受訪旅客是否使用購物退稅服務－依主要市場分 523
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 524
附表 3-21　受訪旅客對臺灣深刻的印象－依主要市場分 525
附表 3-22　受訪旅客此次來臺各項滿意度－依主要市場分 528
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 531
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 532
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 535
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 536
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 538
附表 3-28　受訪旅客是否將低碳環保納為選擇旅遊服務的評估因素
－依主要市場分 539

圖　目　次

圖 2-3-1　執行流程 4
圖 2-5-1　資料建檔、檢誤流程 9
圖 2-5-2　分析架構 10
圖 3-1-1　來臺旅客總人次變動情形 14
圖 3-1-2　各月來臺旅客總人次變動情形 15
圖 3-2-1　來臺旅客之居住地人次變動情形 16
圖 3-3-1　來臺旅客之年齡結構變動情形 18
圖 3-4-1　來臺旅客之性別結構變動情形 19
圖 4-2-1　度假、休閒、遊憩受訪旅客表示決定來臺影響程度較大的資訊內容 35
圖 4-5-1　114 年受訪旅客對臺灣深刻的前 10 大印象 64
圖 5-2-1　日本度假、休閒、遊憩受訪旅客表示決定來臺影響程度較大的資訊內容 80
圖 6-2-1　大陸度假、休閒、遊憩受訪旅客表示決定來臺影響程度較大的資訊內容 114
圖 7-2-1　韓國度假、休閒、遊憩受訪旅客表示決定來臺影響程度較大的資訊內容 139
圖 8-2-1　香港.澳門度假、休閒、遊憩受訪旅客表示決定來臺影響程度較大的資訊內容 173
圖 9-2-1　新南向主力 7 國度假、休閒、遊憩受訪旅客表示決定 來臺影響程度較大的資訊內容 208
圖 10-2-1　美國度假、休閒、遊憩受訪旅客表示決定來臺影響程度較大的資訊內容 242
圖 11-2-1　歐洲度假、休閒、遊憩受訪旅客表示決定來臺影響程度較大的資訊內容 276

中華民國 114 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、支出情形、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「114 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。

本調查對象為民國 114 年 1 月 1 日至 12 月 31 日入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 6,660 人，在 95%信賴區間下，抽樣誤差小於 0.012。

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」、「支出概況」、「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

857.45 萬人次...	來臺旅客人次，較 113 年成長 9.12%，較 108 年減少 27.73%。
6.95 夜.....	來臺旅客平均停留夜數，較 113 年減少 0.03 夜，較 108 年增加 0.75 夜。
185.14 美元...	來臺旅客平均每人每日支出，較 113 年增加 1.26%，較 108 年減少 5.50%。
110.33 億美元...	來臺旅客觀光支出，較 113 年增加 10.02%，較 108 年減少 23.44%。
1,287 美元.....	來臺旅客平均每人每次支出，較 113 年增加 0.86%，較 108 年增加 5.93%。
99%.....	來臺旅客整體滿意度，與 113 年持平，較 108 年增加 1 個百分點。
42%.....	來臺旅客近 3 年再訪比率。

表 1　來臺旅遊市場指標值－114 年與 113 年

指標	114 年	113 年	比較
來臺旅客人次	8,574,547 人次	7,857,686 人次	增加 716,861 人次 (增加 9.12%)
來臺旅客 平均停留夜數	6.95 夜	6.98 夜	減少 0.03 夜
來臺旅客 平均每人每日支出	185.14 美元 (新臺幣 5,770 元)	182.83 美元 (新臺幣 5,870 元)	增加 2.31 美元 (增加 1.26%) 新臺幣減少 100 元 (減少 1.70%)
來臺旅客觀光支出 (不含國際機票費)	110.33 億美元 (新臺幣 3,438.57 億元)	100.28 億美元 (新臺幣 3,219.67 億元)	增加 10.05 億美元 (增加 10.02%) 新臺幣增加 218.90 億元 (增加 6.80%)
來臺旅客平均 每人每次支出	1,287 美元 (新臺幣 40,102 元)	1,276 美元 (新臺幣 40,975 元)	增加 11 美元 (增加 0.86%) 新臺幣減少 873 元 (減少 2.13%)
來臺旅客 整體滿意度	99.36%	99.49%	減少 0.13 個百分點
來臺旅客 再訪比率[註3]	42.25%	53.67%	

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. 114 年新臺幣兌美元平均匯率為 31.166，113 年為 32.108，資料來源為中央銀行網站公布資料。
3. 114 年為「近 3 年來臺旅客再訪比率」，113 年為「近 5 年來臺旅客再訪比率」。

表 2　來臺旅遊市場指標值－114 年與 108 年

指標	114 年	108 年	比較
來臺旅客人次	8,574,547 人次	11,864,105 人次	減少 3,289,558 人次 (減少 27.73%)
來臺旅客 平均停留夜數	6.95 夜	6.20 夜	增加 0.75 夜
來臺旅客 平均每人每日支出	185.14 美元 (新臺幣 5,770 元)	195.91 美元 (新臺幣 6,059 元)	減少 10.77 美元 (減少 5.50%) 新臺幣減少 289 元 (減少 4.77%)
來臺旅客觀光支出 (不含國際機票費)	110.33 億美元 (新臺幣 3,438.57 億元)	144.11 億美元 (新臺幣 4,456.49 億元)	減少 33.78 億美元 (減少 23.44%) 新臺幣減少 1,017.92 億元 (減少 22.84%)
來臺旅客平均 每人每次支出	1,287 美元 (新臺幣 40,102 元)	1,215 美元 (新臺幣 37,563 元)	增加 72 美元 (增加 5.93%) 新臺幣增加 2,539 元 (增加 6.76%)
來臺旅客 整體滿意度	99.36%	98.33%	增加 1.03 個百分點
來臺旅客 近 3 年再訪比率	42.25%	42.22%	增加 0.03 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. 114 年新臺幣兌美元平均匯率為 31.166，108 年為 30.925，資料來源為中央銀行網站公布資料。

二、旅遊決策分析

（一）六成三旅客來臺主要目的為度假、休閒、遊憩。

受訪旅客來臺主要目的以度假、休閒、遊憩為最多，占 63.28%，其次依序為探親或訪友(20.11%)、業務(12.30%)等。

表 3　114 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	6,660	100.00
度假、休閒、遊憩	**4,215**	**63.28**
業務	**819**	**12.30**
國際會議或展覽	175	2.63
探親或訪友	**1,340**	**20.11**
求學	13	0.20
醫療	59	0.89
其他	39	0.59

（二）約六成五度假、休閒、遊憩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之程度較高，影響較大的資訊內容以遊記為最多。

來臺主要或次要目的為度假、休閒、遊憩的 5,828 位受訪旅客中，來臺前曾看過觀光宣傳廣告或旅遊報導者占 64.77%，其主要來源依序為社群網站(89.91%)、搜尋引擎(70.99%)、親友口碑(50.20%)、電視.電台(21.38%)、旅行社宣傳行程.摺頁(15.95%)等。

各居住地旅客來臺前看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導者，依序為德.英.法(85.25%)、越南(84.84%)、泰國(82.94%)、馬來西亞(77.30%)、韓國(76.89%)、新加坡(73.80%)、日本(69.89%)、印尼(67.03%)、菲律賓(65.44%)、紐澳(65.17%)及印度(64.00%)等。

表 4　114 年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
度假、休閒、遊憩目的	64.77	35.23

註：本題針對主要或次要目的為度假、休閒、遊憩之受訪旅客分析。

各觀光資訊管道中，以社群網站、搜尋引擎、親友口碑宣傳等3個管道，影響旅客決定來臺度假、休閒、遊憩程度較高。

表5　114年受訪旅客受臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導決定來臺影響程度

單位：%

觀光資訊管道	影響程度百分比
合計	100.00
社群網站	**37.48**
搜尋引擎	**31.49**
親友口碑	**15.97**
電視、電台	5.60
旅行社宣傳行程、摺頁	4.86
報章雜誌	2.02
電商平台	1.10
地鐵.巴士.航空站等交通運具及場站	0.69
國際旅遊展覽或特殊活動	0.48
戶外廣告或看板	0.31

註：1.本題針對主要或次要目的為度假、休閒、遊憩，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。

受訪旅客決定來臺影響程度較大的資訊內容以遊記(67.58%)為最高，其次為旅客評論(59.31%)，第三為攝影或影像紀錄(54.99%)。

表6　114年受訪旅客表示決定來臺影響程度較大的資訊內容

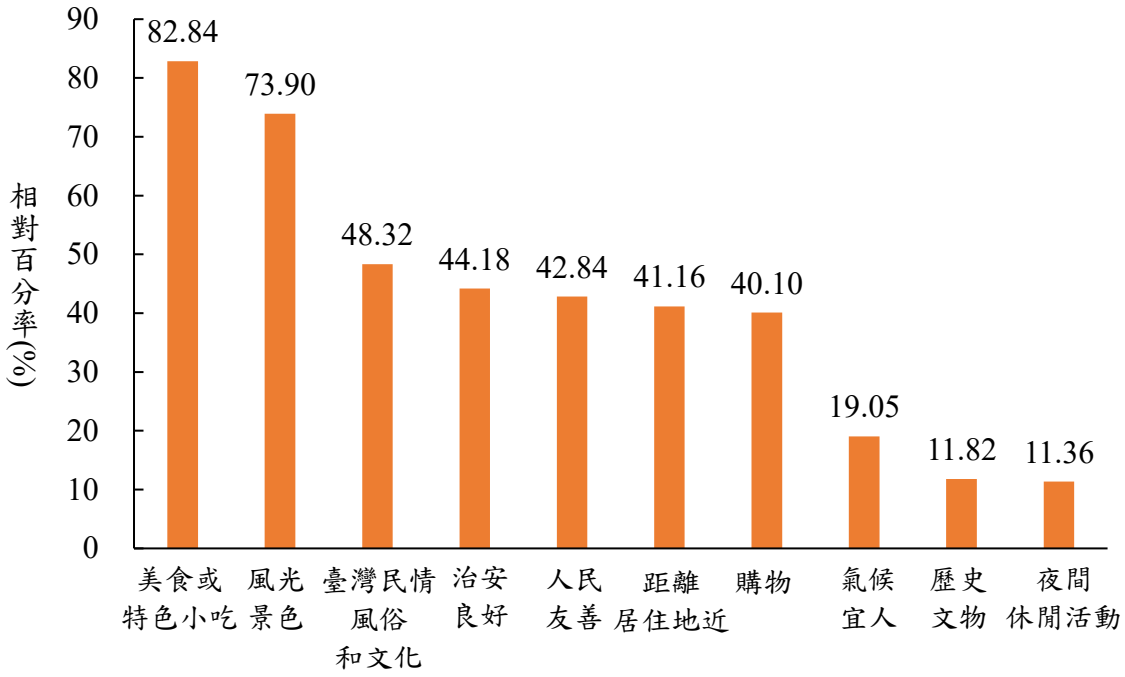
單位：%

資訊內容	相對百分率
遊記	67.58
旅客評論	59.31
攝影或影像紀錄	54.99
廣告	20.40
影視節目	16.98
旅遊雜誌或報導	12.42
獎勵優惠措施	5.03
電影	4.72

註：1.本題為複選題。
2.本題針對主要或次要目的為度假、休閒、遊憩，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旅客來臺度假、休閒、遊憩最主要因素。

吸引旅客來臺度假、休閒、遊憩因素依序為美食或特色小吃(82.84%)、風光景色(73.90%)、臺灣民情風俗和文化(48.32%)、治安良好 (44.18%)、人民友善(42.84%)等。



註：本題為複選題。

圖 1　114 年吸引旅客來臺度假、休閒、遊憩前十大因素

（四）七成六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 76.40%)，「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」(占 9.83%)次之。

就主要目的而言，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)」為主。

表 7　114 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或機票	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	9.83	4.07	5.90	3.80	76.40
度假、休閒、遊憩	100.00	15.54	2.99	3.87	4.51	73.09
業務	100.00	-	7.20	20.27	0.73	71.80
國際會議或展覽	100.00	-	17.72	16.57	1.14	64.57
探親或訪友	100.00	-	2.54	1.12	4.03	92.31
求學	100.00	-	61.54	7.69	-	30.77
醫療	100.00	-	-	23.73	1.69	74.58
其他	100.00	-	33.33	12.82	-	53.85

註：1.「-」表示無調查樣本。
2.求學(13 人)目的旅客，樣本數不足 30 人，其數值僅供參考。

三、旅遊動向分析

（一）五成八旅客為近 3 年首次訪臺。

受訪旅客近 3 年來臺次數以第 1 次來臺比率最高，占 57.75%，其次依序為第 2 次(25.63%)、第 3 次(10.53%)、第 4 次(3.15%)、5 次以上(2.94%)。

表 8　114 年受訪旅客近 3 年來臺次數

單位：%

近 3 年來臺次數	百分比
總計	100.00
第 1 次	**57.75**
第 2 次	**25.63**
第 3 次	**10.53**
第 4 次	3.15
5 次以上	2.94

（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(86.88%)、臺北 101(60.59%)、西門町(含西門紅樓)(57.55%)、中正紀念堂(46.52%)、九份(42.55%)等。

旅客遊覽觀光夜市以到訪饒河街夜市者最多(25.48%)，寧夏夜市次之(25.21%)，第三為士林夜市(23.57%)。

表 9　114 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	86.88	6	信義計畫區商圈	41.13
2	臺北 101	60.59	7	平溪	32.45
3	西門町(含西門紅樓)	57.55	8	中山站商圈	31.38
4	中正紀念堂	46.52	9	艋舺龍山寺	26.62
5	九份	42.55	10	大稻埕	26.43

註：本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之景點整理。

表 10　114 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	25.48	6	宜蘭羅東夜市	4.80
2	寧夏夜市	25.21	7	基隆廟口夜市	4.20
3	士林夜市	23.57	8	南機場夜市	4.14
4	臺中逢甲夜市	8.05	9	臺中一中街夜市	3.92
5	高雄六合夜市	7.12	10	高雄瑞豐夜市	2.91

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38.18%)，其次依序為九份(喜歡比率為 23.18%)、駁二藝術特區(喜歡比率為 21.69%)、淡水(喜歡比率為16.45%)、陽明山(喜歡比率為 13.69%)等。

表 11　114 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	15.81	38.18%	6	野柳	18.06	12.80%
2	九份	42.55	23.18%	7	故宮博物院	24.34	12.40%
3	駁二藝術特區	10.87	21.69%	8	平溪	32.45	12.12%
4	淡水	24.55	16.45%	9	北投	13.20	11.49%
5	陽明山	11.52	13.69%	10	臺北 101	60.59	9.69%

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(84.17%)、新北市(59.38%)、南投縣(16.59%)、高雄市(16.40%)、臺中市(15.65%)、宜蘭縣(10.99%)、臺南市(9.40%)等。

受訪旅客遊覽景點所在地區依序為北部地區(87.78%)、南部地區(23.96%)、中部地區(21.77%)、東部地區(2.66%)、離島地區(0.29%)。

表 12　114 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	84.17	12	新竹市	3.69
2	新北市	59.38	13	彰化縣	2.03
3	南投縣	16.59	14	屏東縣	1.94
4	高雄市	16.40	15	花蓮縣	1.79
5	臺中市	15.65	16	新竹縣	1.40
6	宜蘭縣	10.99	17	臺東縣	1.11
7	臺南市	9.40	18	苗栗縣	0.84
8	桃園市	9.20	19	雲林縣	0.57
9	嘉義縣	8.20	20	澎湖縣	0.23
10	基隆市	7.34	21	金門縣	0.05
11	嘉義市	4.95	22	連江縣	0.02

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，各縣市加總超過 100%。

表 13　114 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	87.78
2	南部地區	23.96
3	中部地區	21.77
4	東部地區	2.66
5	離島地區	0.29

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，各地區加總超過 100%。

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(93.50%)為最多，其次依序為逛夜市(87.12%)、參觀古蹟(64.58%)、按摩.指壓(21.16%)、登山.健行(19.04%)等。

表 14　114 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	93.50	10	水域活動(含遊湖、潛水等)	13.14
2	逛夜市	87.12	11	休閒農場	11.95
3	參觀古蹟	64.58	12	遊樂園	7.57
4	按摩指壓	21.16	13	參觀藝文表演活動(含演唱會)	5.87
5	登山、健行	19.04	14	參觀節慶活動（含宗教活動等）	3.50
6	參觀展覽	15.93	15	部落觀光	2.82
7	泡溫泉浴	15.36	16	觀光工廠	1.86
8	生態旅遊（含賞花、鳥、蝶等）	13.60	17	醫療保健	1.10
9	夜總會、PUB 活動	13.26	18	運動或賽事(含自行車旅遊等)	0.54

註：本題為複選題。

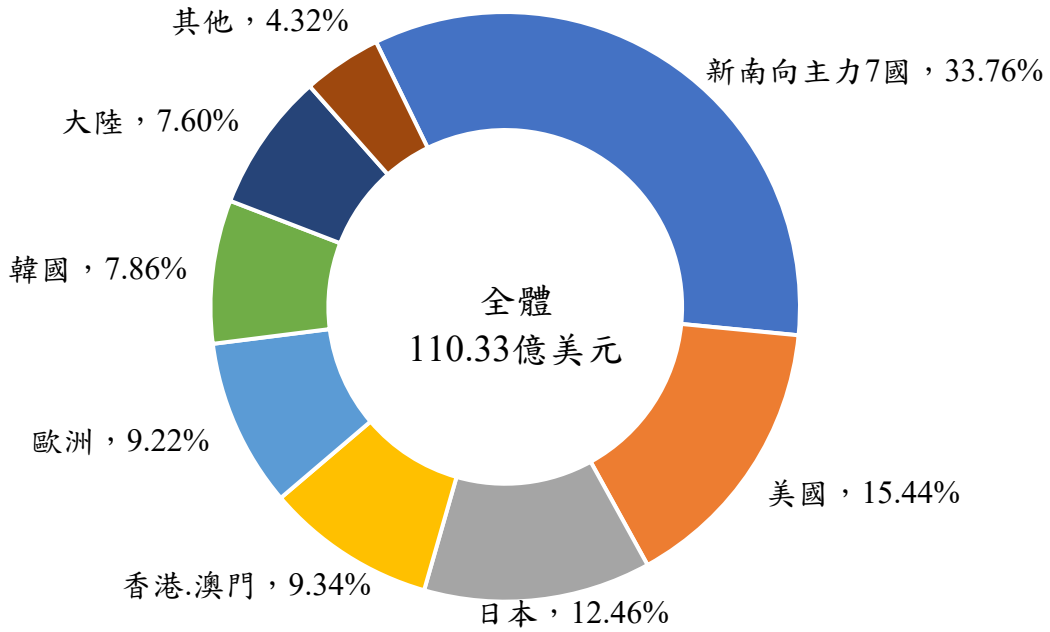
四、支出概況

（一）114 年觀光支出達 110.33 億美元，較 113 年成長 10.02%，已恢復至 108 年的 76.56%

114 年來臺旅客為 857 萬 4,547 人次，較 113 年增加 9.12%；旅客平均停留夜數為 6.95 夜，較 113 年減少 0.03 夜；受訪旅客在臺平均每人每日支出金額估算為 185.14 美元，較 113 年增加 1.26%；114 年來臺旅客觀光支出估算為 110.33 億美元，相較 113 年增加 10.02%，已恢復至 108 年的 76.56%。

由 7 個主要市場分析，以新南向主力 7 國旅客在臺總支出金額 (37.25 億美元，占全體的 33.76%)為最高，其次依序為美國(17.04 億美元，占 15.44%)、日本(13.75 億美元，占 12.46%)、香港.澳門(10.30 億美元，占 9.34%)、歐洲(10.17 億美元，占 9.22%)、韓國(8.67 億美元，占 7.86%)及大陸(8.38 億美元，占 7.60%)。

7 個主要市場中除香港.澳門觀光支出為減少 5.68%外，其餘主要市場均較 113 年成長，其中以歐洲(成長 14.92%)為最多，其次依序為大陸(13.24%)、日本(12.43%)、新南向主力 7 國(12.33%)、韓國(8.38%)、美國(7.51%)。



註：「其他」之占比係以 100.00%減去七個市場占比總和而得。

圖 2　114 年各主要市場來臺旅客在臺總支出金額占比

表 15 114 年來臺旅客在臺總支出金額(與 113 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)	平均每人每日支出金額(美元) (3)	觀光支出(億美元) (4)= (1)×(2)×(3) ÷100,000,000	占比 (5)=(4) ÷110.33
全體	8,574,547	6.95	185.14	110.33	100.00%
(增減比率)	9.12%	-0.43%	1.26%	10.02%	
新南向主力 7 國	2,578,396	8.85	163.24	37.25	33.76%
(增減比率)	8.43%	2.55%	1.01%	12.33%	
美國	715,481	9.81	242.84	17.04	15.44%
(增減比率)	9.86%	-3.73%	1.67%	7.51%	
日本	1,483,176	4.73	195.98	13.75	12.46%
(增減比率)	12.40%	-1.46%	1.48%	12.43%	
香港澳門	1,310,139	4.19	187.71	10.30	9.34%
(增減比率)	-0.06%	-6.05%	0.47%	-5.68%	
歐洲	403,499	12.38	203.67	10.17	9.22%
(增減比率)	15.29%	-2.29%	2.09%	14.92%	
韓國	1,016,520	4.13	206.41	8.67	7.86%
(增減比率)	1.34%	2.48%	4.26%	8.38%	
大陸	637,060	8.44	155.92	8.38	7.60%
(增減比率)	45.38%	-23.06%	1.27%	13.24%	

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. 新南向主力 7 國包括新加坡、馬來西亞、印尼、菲律賓、越南、泰國、印度。

3.「增減比率」係與 113 年相比。

表 16 114 年來臺旅客在臺總支出金額(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)	平均每人每日支出金額(美元) (3)	觀光支出(億美元) (4)= (1)×(2)×(3) ÷100,000,000	占比 (5)=(4) ÷110.33
全體	8,574,547	6.95	185.14	110.33	100.00%
(增減比率)	-27.73%	12.10%	-5.50%	-23.44%	
新南向主力 7 國	2,578,396	8.85	163.24	37.25	33.76%
(增減比率)	-0.73%	16.60%	-	-	
美國	715,481	9.81	242.84	17.04	15.44%
(增減比率)	18.25%	-3.54%	41.51%	61.36%	
日本	1,483,176	4.73	195.98	13.75	12.46%
(增減比率)	-31.59%	11.56%	-14.58%	-34.80%	
香港澳門	1,310,139	4.19	187.71	10.30	9.34%
(增減比率)	-25.48%	-0.71%	-10.01%	-33.42%	
歐洲	403,499	12.38	203.67	10.17	9.22%
(增減比率)	4.33%	14.74%	38.85%	66.18%	
韓國	1,016,520	4.13	206.41	8.67	7.86%
(增減比率)	-18.19%	5.63%	2.20%	-11.62%	
大陸	637,060	8.44	155.92	8.38	7.60%
(增減比率)	-76.53%	17.71%	-21.90%	-78.43%	

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；新南向市場於 108 年採「新南向 18 國」，114 年採「新南向主力 7 國」因分類調整，故此處不進行兩年度比較。

（二）114 年全體旅客在臺平均每人每日支出為 185.14 美元，較 113 年成長 1.26%，已恢復至 108 年的 94.50%；觀光支出達 110.33 億美元，較 113 年成長 10.02%，已恢復至 108 年的 76.56%

114 年受訪旅客在臺平均每人每日支出為 185.14 美元，其中以旅館內支出費 77.43 美元為最高(占 41.82%)，其次依序為旅館外餐飲費為 39.19 美元(占 21.17%)、購物費 33.92 美元(占 18.32%)等。與 113 年比較，114 年全體旅客平均每人每日支出金額增加 2.31 美元(成長 1.26%)；支出結構中，以旅館外餐飲費增加 1.84 美元為最多(成長 4.93%)，以在臺境內交通費下滑 1.83 美元(減少 9.53%)為最多。

將 4 個來臺主要目的相比較，以國際會議或展覽目的旅客(平均每人每日 274.51 美元)在臺支出為最高，其次依序為業務(235.38 美元) 、「度假、休閒、遊憩」目的旅客(190.20 美元)與探親或訪友目的旅客(123.85 美元)。就購物費而言，以國際會議或展覽(38.42 美元)最高，其次依序為「度假、休閒、遊憩」目的旅客(34.44 美元)、業務目的旅客(33.26 美元)、探親或訪友目的旅客(32.59 美元)。與 113 年比較，國際會議或展覽、「度假、休閒、遊憩」，以及探親或訪友目的旅客在臺平均每人每日支出金額均較 113 年增加。

就 7 個主要市場分析，以美國旅客(平均每人每日 242.84 美元)在臺支出金額為最高，其次依序為韓國(206.41 美元)、歐洲(203.67 美元)、日本(195.98 美元)、香港.澳門(187.71 美元)、新南向主力 7 國 (163.24 美元) 及大陸(155.92 美元)；就購物費而言，則依序為香港.澳門旅客(42.25 美元)、大陸(37.01 美元)、韓國(36.10 美元) 、美國(35.54 美元)、新南向主力 7 國(34.18 美元)、日本(30.93 美元)及歐洲(18.96 美元)等。

日本市場方面，平均每人每日支出金額為 195.98 美元，較 113 年增加 2.85 美元(增加 1.48%)；在支出結構中，以在旅館內支出費增加 4.06 美元（成長 4.76%）為最多，以在臺境內交通費下滑 3.83 美元 (減少 18.34%)為最多。

大陸市場方面，平均每人每日支出金額為 155.92 美元，較 113 年增加 1.95 美元(成長 1.27%)；在支出結構中，以購物費增加 3.57 美元 (成長 10.68%)為最多，以在臺境內交通費下滑 3.02 美元（減少 18.80%）為最多。

韓國市場方面，平均每人每日支出金額為 206.41 美元，較 113 年增加 8.43 美元(成長 4.26%)；在支出結構中，以旅館外餐飲費增加 7.15 美元 (成長 18.47%)為最多，以在臺境內交通費下滑 3.37 美元（減少 14.96%）為最多。

香港.澳門市場方面，平均每人每日支出金額為 187.71 美元，較 113 年增加 0.88 美元(成長 0.47%)；在支出結構中，以購物費增加 1.86 美元 (成長 4.61%)為最多，以在臺境內交通費下滑 2.51 美元（減少 15.23%）為最多。

新南向主力 7 國市場方面，平均每人每日支出金額為 163.24 美元，較 113 年增加 1.64 美元(增加 1.01%)；在支出結構中，以娛樂費增加 2.02 美元 (成長 31.46%)為最多，以旅館內支出費下滑 2.07 美元（減少 3.13%）為最多。

美國市場方面，平均每人每日支出金額為 242.84 美元，較 113 年增加 3.98 美元(成長 1.67%)；在支出結構中，以旅館內支出費增加 12.29 美元（成長 12.61%）為最多，以購物費下滑 5.31 美元 (減少 13.00%)為最多。

歐洲市場方面，平均每人每日支出金額為 203.67 美元，較 113 年增加 4.16 美元(成長 2.09%)；在支出結構中，以娛樂費增加 3.17 美元（成長 33.94%）為最多，以旅館外餐飲費下滑 0.57 美元 (減少 1.35%)為最多。

表 17　114 年受訪旅客在臺平均每人每日支出結構(與 113 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	185.14	77.43	39.19	17.37	9.95	7.28	33.92
	結構比	100.00%	41.82%	21.17%	9.38%	5.38%	3.93%	18.32%
	增減金額	2.31	1.17	1.84	-1.83	0.72	-0.05	0.46
	增減率	1.26%	1.53%	4.93%	-9.53%	7.80%	-0.68%	1.37%
度假、休閒、遊憩	金額	190.20	79.41	41.60	18.34	10.91	5.50	34.44
	結構比	100.00%	41.75%	21.87%	9.64%	5.74%	2.89%	18.11%
	增減金額	9.76	6.68	3.65	-1.22	0.68	-0.15	0.12
	增減率	5.41%	9.18%	9.62%	-6.24%	6.65%	-2.65%	0.35%
業務	金額	235.38	129.62	37.10	21.29	9.10	5.01	33.26
	結構比	100.00%	55.07%	15.76%	9.04%	3.87%	2.13%	14.13%
	增減金額	-36.27	-24.32	-4.44	-5.88	1.17	-0.91	-1.89
	增減率	-13.35%	-15.80%	-10.69%	-21.64%	14.75%	-15.37%	-5.38%
國際會議或展覽	金額	274.51	134.21	59.89	21.92	13.59	6.48	38.42
	結構比	100.00%	48.89%	21.82%	7.98%	4.95%	2.36%	14.00%
	增減金額	13.76	4.52	5.99	-2.25	4.02	-0.46	1.94
	增減率	5.28%	3.49%	11.11%	-9.31%	42.01%	-6.63%	5.32%
探親或訪友	金額	123.85	33.21	30.85	11.75	7.28	8.17	32.59
	結構比	100.00%	26.81%	24.91%	9.49%	5.88%	6.60%	26.31%
	增減金額	1.72	-0.70	-0.91	-0.88	0.51	1.12	2.58
	增減率	1.41%	-2.06%	-2.87%	-6.97%	7.53%	15.89%	8.60%

註：增減金額(率)係與 113 年比較。

表 18　114 年受訪旅客在臺平均每人每日支出結構(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	185.14	77.43	39.19	17.37	9.95	7.28	33.92
	結構比	100.00%	41.82%	21.17%	9.38%	5.38%	3.93%	18.32%
	增減金額	-10.77	0.81	0.71	-1.38	3.92	2.99	-17.82
	增減率	-5.50%	1.06%	1.85%	-7.36%	65.01%	69.70%	-34.44%
度假、休閒、遊憩	金額	190.20	79.41	41.60	18.34	10.91	5.50	34.44
	結構比	100.00%	41.75%	21.87%	9.64%	5.74%	2.89%	18.11%
	增減金額	-13.35	1.28	2.66	-0.49	4.14	1.23	-22.18
	增減率	-6.56%	1.64%	6.83%	-2.60%	61.15%	28.81%	-39.17%
業務	金額	235.38	129.62	37.10	21.29	9.10	5.01	33.26
	結構比	100.00%	55.07%	15.76%	9.04%	3.87%	2.13%	14.13%
	增減金額	12.90	6.40	-2.60	-3.76	5.23	3.19	4.45
	增減率	5.80%	5.19%	-6.55%	-15.01%	135.14%	175.27%	15.45%
國際會議或展覽	金額	274.51	134.21	59.89	21.92	13.59	6.48	38.42
	結構比	100.00%	48.89%	21.82%	7.98%	4.95%	2.36%	14.00%
	增減金額	92.53	53.48	31.41	3.81	11.25	-4.77	-2.65
	增減率	50.85%	66.25%	110.29%	21.04%	480.77%	-42.40%	-6.45%
探親或訪友	金額	123.85	33.21	30.85	11.75	7.28	8.17	32.59
	結構比	100.00%	26.81%	24.91%	9.49%	5.88%	6.60%	26.31%
	增減金額	6.65	3.68	-2.03	-1.19	3.45	3.89	-1.14
	增減率	5.67%	12.46%	-6.17%	-9.20%	90.08%	90.89%	-3.38%

註：增減金額(率)係與 108 年比較。

表 19　114 年受訪旅客在臺平均每人每日支出結構(與 113 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	185.14	77.43	39.19	17.37	9.95	7.28	33.92
	結構比	100.00%	41.82%	21.17%	9.38%	5.38%	3.93%	18.32%
	增減金額	2.31	1.17	1.84	-1.83	0.72	-0.05	0.46
	增減率	1.26%	1.53%	4.93%	-9.53%	7.80%	-0.68%	1.37%
日本	金額	195.98	89.39	41.13	17.05	10.15	7.33	30.93
	結構比	100.00%	45.61%	20.99%	8.70%	5.18%	3.74%	15.78%
	增減金額	2.85	4.06	1.83	-3.83	-0.47	-0.22	1.48
	增減率	1.48%	4.76%	4.66%	-18.34%	-4.43%	-2.91%	5.03%
大陸	金額	155.92	57.22	33.97	13.04	5.50	9.18	37.01
	結構比	100.00%	36.70%	21.79%	8.36%	3.52%	5.89%	23.74%
	增減金額	1.95	0.99	3.27	-3.02	0.00	-2.86	3.57
	增減率	1.27%	1.76%	10.65%	-18.80%	0.00%	-23.75%	10.68%
韓國	金額	206.41	87.35	45.87	19.16	11.47	6.46	36.10
	結構比	100.00%	42.32%	22.22%	9.28%	5.56%	3.13%	17.49%
	增減金額	8.43	4.89	7.15	-3.37	-0.65	-0.98	1.39
	增減率	4.26%	5.93%	18.47%	-14.96%	-5.36%	-13.17%	4.00%
香港澳門	金額	187.71	71.65	40.05	13.97	8.60	11.19	42.25
	結構比	100.00%	38.17%	21.34%	7.44%	4.58%	5.96%	22.51%
	增減金額	0.88	-1.01	0.98	-2.51	0.12	1.44	1.86
	增減率	0.47%	-1.39%	2.51%	-15.23%	1.42%	14.77%	4.61%
新南向主力7國	金額	163.24	64.14	35.30	16.55	8.44	4.63	34.18
	結構比	100.00%	39.29%	21.62%	10.14%	5.17%	2.84%	20.94%
	增減金額	1.64	-2.07	1.64	-0.16	2.02	0.16	0.05
	增減率	1.01%	-3.13%	4.87%	-0.96%	31.46%	3.58%	0.15%
美國	金額	242.84	109.74	46.03	25.40	17.36	8.77	35.54
	結構比	100.00%	45.19%	18.95%	10.46%	7.15%	3.61%	14.64%
	增減金額	3.98	12.29	-0.36	-1.54	-0.20	-0.90	-5.31
	增減率	1.67%	12.61%	-0.78%	-5.72%	-1.14%	-9.31%	-13.00%
歐洲	金額	203.67	100.43	41.69	22.78	12.51	7.30	18.96
	結構比	100.00%	49.31%	20.47%	11.19%	6.14%	3.58%	9.31%
	增減金額	4.16	1.06	-0.57	0.77	3.17	0.28	-0.55
	增減率	2.09%	1.07%	-1.35%	3.50%	33.94%	3.99%	-2.82%

註：1.新南向主力 7 國包括新加坡、馬來西亞、印尼、菲律賓、越南、泰國、印度。
2.增減金額(率)係與 113 年比較。

表 20　114 年受訪旅客在臺平均每人每日支出結構(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	185.14	77.43	39.19	17.37	9.95	7.28	33.92
	結構比	100.00%	41.82%	21.17%	9.38%	5.38%	3.93%	18.32%
	增減金額	-10.77	0.81	0.71	-1.38	3.92	2.99	-17.82
	增減率	-5.50%	1.06%	1.85%	-7.36%	65.01%	69.70%	-34.44%
日本	金額	195.98	89.39	41.13	17.05	10.15	7.33	30.93
	結構比	100.00%	45.61%	20.99%	8.70%	5.18%	3.74%	15.78%
	增減金額	-33.44	-21.01	-3.11	-2.31	0.23	0.99	-8.23
	增減率	-14.58%	-19.03%	-7.03%	-11.93%	2.32%	15.62%	-21.02%
大陸	金額	155.92	57.22	33.97	13.04	5.50	9.18	37.01
	結構比	100.00%	36.70%	21.79%	8.36%	3.52%	5.89%	23.74%
	增減金額	-43.71	3.67	4.61	-2.63	-0.31	5.20	-54.25
	增減率	-21.90%	6.85%	15.70%	-16.78%	-5.34%	130.65%	-59.45%
韓國	金額	206.41	87.35	45.87	19.16	11.47	6.46	36.10
	結構比	100.00%	42.32%	22.22%	9.28%	5.56%	3.13%	17.49%
	增減金額	4.45	-10.23	5.35	1.43	6.98	0.60	0.32
	增減率	2.20%	-10.48%	13.20%	8.07%	155.46%	10.24%	0.89%
香港澳門	金額	187.71	71.65	40.05	13.97	8.60	11.19	42.25
	結構比	100.00%	38.17%	21.34%	7.44%	4.58%	5.96%	22.51%
	增減金額	-20.87	-7.90	-6.23	-6.64	2.98	7.14	-10.22
	增減率	-10.01%	-9.93%	-13.46%	-32.22%	53.02%	176.30%	-19.48%
美國	金額	242.84	109.74	46.03	25.40	17.36	8.77	35.54
	結構比	100.00%	45.19%	18.95%	10.46%	7.15%	3.61%	14.64%
	增減金額	71.23	36.50	5.50	6.69	11.97	3.97	6.60
	增減率	41.51%	49.84%	13.57%	35.76%	222.08%	82.71%	22.81%
歐洲	金額	203.67	100.43	41.69	22.78	12.51	7.30	18.96
	結構比	100.00%	49.31%	20.47%	11.19%	6.14%	3.58%	9.31%
	增減金額	56.99	25.14	9.60	3.83	7.29	5.30	5.83
	增減率	38.85%	33.39%	29.92%	20.21%	139.66%	265.00%	44.40%

註：增減金額(率)係與 108 年比較。

（三）114 年全體觀光團體旅客在臺平均每人每日支出為 216.50 美元，相較 113 年增加 7.72%，恢復至 108 年的 96.71%。

114 年全體觀光團體旅客在臺每人每日平均支出金額為 216.50 美元，相較 113 年增加 7.72 %，已恢復至疫情前(108 年)的 96.71%；在支出結構中，以旅館內支出費 83.57 美元(占 38.60%)為最多，其次為旅館外餐飲費 42.79 美元(占 19.76%)。

就4個主要市場分析，114年以日本觀光團體旅客(平均每人每日227.07美元)為最高，其次依序為韓國(221.58 美元)、香港.澳門(195.88 美元)、新南向主力 7 國(191.35 美元)；就購物費而言，香港.澳門觀光團體旅客(平均每人每日 42.98 美元)為最高，其次依序為新南向主力 7 國(41.63 美元)、韓國 (41.58 美元)、日本(35.18 美元)。

由購物費之細項支出觀察，全體觀光團旅客以購買名產或特產為最多，占 39.64%；其次為茶葉，占 19.71%；第三為紀念品或手工藝品類，占 11.70%。日本觀光團體旅客以購買名產或特產以及茶葉為最多，分別占 37.38%；第三為紀念品或手工藝品類，占 11.00%。韓國觀光團體旅客以購買名產或特產為最多，占 44.85%；其次為煙或酒類，占 18.06%；第三為茶葉，占 17.05%。香港澳門觀光團體旅客以購買名產或特產為最多，占 47.39%；其次為茶葉，占 28.94%；第三為紀念品或手工藝品類，占 8.26%。新南向主力 7 國觀光團體旅客以購買名產或特產為最多，占 36.94%；其次為化妝品或香水類，占 20.01%；第三為服飾或相關配件，占 17.30%。

日本觀光團體旅客在臺每人每日平均支出為 227.07 美元，較 113 年增加 13.10 美元(成長 6.12%)；在支出結構中，以在旅館外餐飲費增加 10.35 美元 (成長 26.84%)為最多，以旅館內支出費下滑 5.77 美元(減少 6.36%)為最多。

韓國觀光團體旅客在臺每人每日平均支出為 221.58 美元，較 113 年增加 6.15 美元(成長 2.85%)；在支出結構中，以在旅館外餐飲費增加 10.73 美元 (成長 31.19%)為最多，以旅館內支出費下滑 3.30 美元(減少 3.65%)為最多。

香港.澳門觀光團體旅客在臺每人每日平均支出為 195.88 美元，較 113 年增加 7.96 美元(成長 4.24%)；在支出結構中，以在旅館外餐飲費增加 6.16 美元 (成長 20.99%)為最多，以購物費下滑 4.13 美元(減少 8.77%)為最多。

新南向主力 7 國觀光團體旅客在臺每人每日平均支出為 191.35 美元，較 113 年增加 8.56 美元(成長 4.68%)；在支出結構中，以購物費增加 6.55 美元 (成長 18.67%)為最多，以旅館內支出費下滑 8.61 美元(減少 10.94%)為最多。

表 21　114 年觀光團體旅客在臺平均每人每日支出(與 113 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	216.50	83.57	42.79	28.66	12.79	8.76	39.93
	結構比	100.00%	38.60%	19.76%	13.24%	5.91%	4.05%	18.44%
	增減金額	15.51	-1.69	8.48	1.16	4.89	-0.26	2.93
	增減率	7.72%	-1.98%	24.72%	4.22%	61.90%	-2.88%	7.92%
日本觀光團體	金額	227.07	84.92	48.91	33.17	12.67	12.22	35.18
	結構比	100.00%	37.40%	21.54%	14.61%	5.58%	5.38%	15.49%
	增減金額	13.10	-5.77	10.35	2.42	5.05	-1.24	2.29
	增減率	6.12%	-6.36%	26.84%	7.87%	66.27%	-9.21%	6.96%
韓國觀光團體	金額	221.58	87.19	45.13	26.58	12.98	8.12	41.58
	結構比	100.00%	39.35%	20.37%	12.00%	5.86%	3.66%	18.76%
	增減金額	6.15	-3.30	10.73	-2.52	0.40	-2.31	3.15
	增減率	2.85%	-3.65%	31.19%	-8.66%	3.18%	-22.15%	8.20%
香港澳門觀光團體	金額	195.88	77.60	35.51	21.71	10.08	8.00	42.98
	結構比	100.00%	39.62%	18.13%	11.08%	5.15%	4.08%	21.94%
	增減金額	7.96	0.90	6.16	-0.35	5.61	-0.23	-4.13
	增減率	4.24%	1.17%	20.99%	-1.59%	125.50%	-2.79%	-8.77%
新南向主力 7 國觀光團體	金額	191.35	70.11	36.14	26.44	10.55	6.48	41.63
	結構比	100.00%	36.64%	18.89%	13.82%	5.51%	3.38%	21.76%
	增減金額	8.56	-8.61	3.16	0.54	5.47	1.45	6.55
	增減率	4.68%	-10.94%	9.58%	2.08%	107.68%	28.83%	18.67%

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 655 人。
2.美國觀光團體(33 人)、歐洲觀光團體(9 人)樣本數少於 50 位，不宜比較分析。
3.截至 114 年底，中國尚未開放大陸觀光團體來臺旅遊。
4.增減金額(率)係與 113 年比較。

表 22　114 年觀光團體旅客在臺平均每人每日支出結構(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	216.50	83.57	42.79	28.66	12.79	8.76	39.93
	結構比	100.00%	38.60%	19.76%	13.24%	5.91%	4.05%	18.44%
	增減金額	-7.36	33.00	11.36	12.99	5.02	0.03	-69.76
	增減率	-3.29%	65.26%	36.14%	82.90%	64.61%	0.34%	-63.60%
日本觀光團體	金額	227.07	84.92	48.91	33.17	12.67	12.22	35.18
	結構比	100.00%	37.40%	21.54%	14.61%	5.58%	5.38%	15.49%
	增減金額	-76.05	-15.56	-8.93	0.55	-4.73	-5.45	-41.93
	增減率	-25.09%	-15.49%	-15.44%	1.69%	-27.18%	-30.84%	-54.38%
韓國觀光團體	金額	221.58	87.19	45.13	26.58	12.98	8.12	41.58
	結構比	100.00%	39.35%	20.37%	12.00%	5.86%	3.66%	18.76%
	增減金額	-5.16	12.14	3.02	4.93	2.25	-10.18	-17.32
	增減率	-2.28%	16.18%	7.17%	22.77%	20.97%	-55.63%	-29.41%

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 655 人。
　　2.截至 114 年底，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 23　114 年觀光團體旅客在臺平均每人每日購物費之細項支出
－依主要市場分

單位：美元

購物費支出項目	全體觀光團體		日本觀光團體		韓國觀光團體	
	支出金額	百分比	支出金額	百分比	支出金額	百分比
總計	39.93	100.00%	35.18	100.00%	41.58	100.00%
服飾或相關配件	3.30	8.26%	0.92	2.62%	0.90	2.17%
珠寶或玉器類	0.26	0.65%	0.92	2.62%	0.08	0.19%
紀念品或手工藝品類	**4.67**	**11.70%**	**3.87**	**11.00%**	5.50	13.23%
化妝品或香水類	3.66	9.17%	0.52	1.47%	0.62	1.49%
名產或特產	**15.83**	**39.64%**	**13.15**	**37.38%**	**18.65**	**44.85%**
煙或酒類	2.76	6.91%	1.25	3.55%	**7.51**	**18.06%**
藥品類或健康食品	0.97	2.43%	1.40	3.98%	1.16	2.79%
電子或電器用品	0.59	1.48%	0.00	0.00%	0.02	0.05%
茶葉	**7.87**	**19.71%**	**13.15**	**37.38%**	**7.09**	**17.05%**
其他	0.02	0.05%	0.00	0.00%	0.05	0.12%

表 23　114 年觀光團體旅客在臺平均每人每日購物費之細項支出
－依主要市場分(續完)

單位：美元

購物費支出項目	全體觀光團體		香港.澳門觀光團體		新南向主力7國觀光團體	
	支出金額	百分比	支出金額	百分比	支出金額	百分比
總計	39.93	100.00%	42.98	100.00%	41.63	100.00%
服飾或相關配件	3.30	8.26%	1.87	4.35%	**7.20**	**17.30%**
珠寶或玉器類	0.26	0.65%	0.00	0.00%	0.10	0.24%
紀念品或手工藝品類	**4.67**	**11.70%**	**3.55**	**8.26%**	4.18	10.04%
化妝品或香水類	3.66	9.17%	2.82	6.56%	**8.33**	**20.01%**
名產或特產	**15.83**	**39.64%**	**20.37**	**47.39%**	**15.38**	**36.94%**
煙或酒類	2.76	6.91%	0.54	1.26%	0.59	1.42%
藥品類或健康食品	0.97	2.43%	1.15	2.68%	0.65	1.56%
電子或電器用品	0.59	1.48%	0.24	0.56%	1.42	3.41%
茶葉	**7.87**	**19.71%**	**12.44**	**28.94%**	3.78	9.08%
其他	0.02	0.05%	0.00	0.00%	0.00	0.00%

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。
2.截至 114 年底，中國尚未開放大陸觀光團體來臺旅遊。

（四）114 年全體非觀光團體旅客在臺平均每人每日支出為 181.73 美元，相較 113 年增加 0.76%，恢復至 108 年的 96.37%。

114 年全體非觀光團體旅客在臺每人每日平均支出為 181.73 美元，相較 113 年增加 0.76%，已恢復至疫情前(108 年)的 96.37%；支出結構中，以旅館內支出費 76.76 美元(42.24%)最多，其次為旅館外餐飲費 38.79 美元(21.34%)。

就 7 個主要市場分析，114 年以美國非觀光團體旅客在臺每人每日平均支出 241.24 美元為最高，其次依序為韓國(202.25 美元)、歐洲(198.57 美元)、日本(192.01 美元)、香港.澳門(187.18 美元)、新南向主力 7 國(159.11 美元) 、大陸(155.92 美元)；就購物費而言，則依序為香港.澳門非觀光團體旅客(平均每人每日支出 42.19 美元) 、大陸(37.01 美元) 、美國 (35.65 美元)、韓國(34.66 美元)、新南向主力 7 國(33.10 美元)、日本(30.39 美元)、歐洲(18.45 美元)。

由購物費之細項支出觀察，全體非觀光團體以購買名產或特產為最多，占 40.79%；其次為服飾或相關配件，占 19.96%；第三為紀念品或手工藝品類，占 13.14%。日本非觀光團體旅客以購買名產或特產為最多，占 50.77%；其次為茶葉，占 17.90%；第三為紀念品或手工藝品類，占 16.75%。大陸非觀光團體旅客以購買名產或特產為最多，占 35.72%；其次為服飾或相關配件，占 27.21%；第三為茶葉，占 11.67%。韓國非觀光團體旅客以購買名產或特產為最多，占 50.46%；其次為紀念品或手工藝品類，占 16.13%；第三為煙或酒類，占 12.46%。香港.澳門非觀光團體旅客以購買名產或特產最多，占 51.91%；其次為服飾或相關配件，占 18.56%；第三為紀念品或手工藝品類，占 9.20%。新南向主力 7 國非觀光團體旅客以購買名產或特產為最多，占 33.57%；其次為服飾或相關配件，占 30.54%；第三為紀念品或手工藝品類，占 12.05%。美國非觀光團體旅客以購買名產或特產為最多，占 23.39%；其次為紀念品或手工藝品類，占 16.89%；第三為服飾及相關配件，占 16.30%。歐洲非觀光團體旅客以購買名產或特產為最多，占 32.31%；其次為紀念品或手工藝品類，占 24.44%；第三為茶葉，占 12.20%。

日本非觀光團體旅客在臺每人每日平均支出為 192.01 美元，較 113 年增加 3.13 美元(成長 1.66%)；在支出結構中，以旅館內支出費增加 5.82 美元 (成長 6.91%)為最多，以在臺境內交通費下滑 3.91 美元(減少 20.74%)為最多。

大陸非觀光團體旅客在臺每人每日平均支出為 155.92 美元，較 113 年增加 1.95 美元(成長 1.27%)；在支出結構中，以購物費增加 3.57 美元 (成長 10.68%)為最多，以在臺境內交通費下滑 3.02 美元(減少 18.80%)為最多。

韓國非觀光團體旅客在臺每人每日平均支出為 202.25 美元，較 113 年增加 10.64 美元(成長 5.55%)；在支出結構中，以旅館內支出費增加 7.71 美元 (成長 9.69%)為最多，以在臺境內交通費下滑 2.87 美元(減少 14.26%)為最多。

香港.澳門非觀光團體旅客在臺每人每日平均支出為 187.18 美元，較 113 年增加 0.27 美元(成長 0.14%)；在支出結構中，以購物費增加 2.49 美元 (成長 6.27%)為最多，以在臺境內交通費下滑 2.37 美元(減少 14.92%)為最多。

新南向主力 7 國非觀光團體旅客在臺每人每日平均支出為 159.11 美元，較 113 年增加 0.90 美元(成長 0.57%)；在支出結構中，以娛樂費增加 1.50 美元 (成長 22.62%)為最多，以在旅館內支出費下滑 0.99 美元(減少 1.54%)為最多。

美國非觀光團體旅客在臺每人每日平均支出為 241.24 美元，較 113 年增加 2.73 美元(成長 1.14%)；在支出結構中，以旅館內支出費增加 11.13 美元 (成長 11.44%)為最多，以購物費下滑 5.30 美元(減少 12.94%)為最多。

歐洲非觀光團體旅客在臺每人每日平均支出為 198.57 美元，較 113 年下滑 0.44 美元(減少 0.22%)；在支出結構中，僅娛樂費增加 2.43 美元 (成長 26.27%)，以旅館外餐飲費下滑 1.81 美元(減少 4.29%)為最多。

表 24　114 年非觀光團體旅客在臺平均每人每日支出結構(與 113 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
全體非觀光團體	金額	181.73	76.76	38.79	16.15	9.65	7.11	33.27
	結構比	100.00%	42.24%	21.34%	8.89%	5.31%	3.91%	18.31%
	增減金額	1.37	1.73	1.02	-1.90	0.22	0.00	0.30
	增減率	0.76%	2.31%	2.70%	-10.53%	2.33%	0.00%	0.91%
日本非觀光團體	金額	192.01	90.03	40.13	14.94	9.83	6.69	30.39
	結構比	100.00%	46.89%	20.90%	7.78%	5.12%	3.48%	15.83%
	增減金額	3.13	5.82	0.67	-3.91	-1.41	0.32	1.64
	增減率	1.66%	6.91%	1.70%	-20.74%	-12.54%	5.02%	5.70%
大陸非觀光團體	金額	155.92	57.22	33.97	13.04	5.50	9.18	37.01
	結構比	100.00%	36.70%	21.79%	8.36%	3.52%	5.89%	23.74%
	增減金額	1.95	0.99	3.27	-3.02	0.00	-2.86	3.57
	增減率	1.27%	1.76%	10.65%	-18.80%	0.00%	-23.75%	10.68%
韓國非觀光團體	金額	202.25	87.26	45.99	17.25	11.07	6.02	34.66
	結構比	100.00%	43.14%	22.74%	8.53%	5.47%	2.98%	17.14%
	增減金額	10.64	7.71	5.69	-2.87	-0.87	-0.34	1.32
	增減率	5.55%	9.69%	14.12%	-14.26%	-7.29%	-5.35%	3.96%
香港澳門非觀光團體	金額	187.18	71.29	40.30	13.52	8.52	11.36	42.19
	結構比	100.00%	38.09%	21.53%	7.22%	4.55%	6.07%	22.54%
	增減金額	0.27	-1.00	0.11	-2.37	-0.40	1.44	2.49
	增減率	0.14%	-1.38%	0.27%	-14.92%	-4.48%	14.52%	6.27%
新南向主力7國非觀光團體	金額	159.11	63.24	35.15	15.14	8.13	4.35	33.10
	結構比	100.00%	39.75%	22.09%	9.52%	5.11%	2.73%	20.80%
	增減金額	0.90	-0.99	1.41	-0.14	1.50	-0.03	-0.85
	增減率	0.57%	-1.54%	4.18%	-0.92%	22.62%	-0.68%	-2.50%
美國非觀光團體	金額	241.24	108.40	46.30	24.79	17.53	8.57	35.65
	結構比	100.00%	44.93%	19.19%	10.28%	7.27%	3.55%	14.78%
	增減金額	2.73	11.13	0.01	-2.07	0.07	-1.11	-5.30
	增減率	1.14%	11.44%	0.02%	-7.71%	0.40%	-11.47%	-12.94%
歐洲非觀光團體	金額	198.57	99.21	40.42	21.86	11.68	6.95	18.45
	結構比	100.00%	49.96%	20.36%	11.01%	5.88%	3.50%	9.29%
	增減金額	-0.44	-0.04	-1.81	-0.03	2.43	-0.06	-0.93
	增減率	-0.22%	-0.04%	-4.29%	-0.14%	26.27%	-0.86%	-4.80%

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 113 年比較。

表 25　114 年非觀光團體旅客在臺平均每人每日支出結構(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
全體非觀光團體	金額	181.73	76.76	38.79	16.15	9.65	7.11	33.27
	結構比	100.00%	42.24%	21.34%	8.89%	5.31%	3.91%	18.31%
	增減金額	-6.84	-5.27	-0.69	-3.12	3.84	3.73	-5.33
	增減率	-3.63%	-6.42%	-1.75%	-16.19%	66.09%	110.36%	-13.81%
日本非觀光團體	金額	192.01	90.03	40.13	14.94	9.83	6.69	30.39
	結構比	100.00%	46.89%	20.90%	7.78%	5.12%	3.48%	15.83%
	增減金額	-21.33	-22.38	-0.92	-1.38	1.43	2.93	-1.01
	增減率	-10.00%	-19.91%	-2.24%	-8.46%	17.02%	77.93%	-3.22%
大陸非觀光團體	金額	155.92	57.22	33.97	13.04	5.50	9.18	37.01
	結構比	100.00%	36.70%	21.79%	8.36%	3.52%	5.89%	23.74%
	增減金額	-39.88	-15.37	-2.86	-7.76	-1.44	4.24	-16.69
	增減率	-20.37%	-21.17%	-7.77%	-37.31%	-20.75%	85.83%	-31.08%
韓國非觀光團體	金額	202.25	87.26	45.99	17.25	11.07	6.02	34.66
	結構比	100.00%	43.14%	22.74%	8.53%	5.47%	2.98%	17.14%
	增減金額	5.09	-14.41	6.05	0.29	7.68	2.53	2.95
	增減率	2.58%	-14.17%	15.15%	1.71%	226.55%	72.49%	9.30%

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 26　114 年非觀光團體旅客在臺平均每人每日購物費之細項支出
－依主要市場分

單位：美元

購物費支出項目	全體非觀光團體		日本非觀光團體		大陸非觀光團體	
	支出金額	百分比	支出金額	百分比	支出金額	百分比
總計	33.27	100.00%	30.39	100.00%	37.01	100.00%
服飾或相關配件	**6.64**	**19.96%**	2.50	8.23%	**10.07**	**27.21%**
珠寶或玉器類	0.69	2.07%	0.19	0.62%	0.46	1.24%
紀念品或手工藝品類	**4.37**	**13.14%**	**5.09**	**16.75%**	2.32	6.27%
化妝品或香水類	1.56	4.69%	0.42	1.38%	2.12	5.73%
名產或特產	**13.57**	**40.79%**	**15.43**	**50.77%**	**13.22**	**35.72%**
煙或酒類	1.65	4.96%	0.87	2.86%	2.75	7.43%
藥品類或健康食品	0.66	1.98%	0.27	0.89%	1.29	3.49%
電子或電器用品	0.43	1.29%	0.09	0.30%	0.44	1.19%
茶葉	3.22	9.68%	**5.44**	**17.90%**	**4.32**	**11.67%**
其他	0.48	1.44%	0.09	0.30%	0.02	0.05%

表 26　114 年非觀光團體旅客在臺平均每人每日購物費之細項支出
－依主要市場分(續 1)

單位：美元

購物費支出項目	全體非觀光團體		韓國非觀光團體		香港.澳門非觀光團體	
	支出金額	百分比	支出金額	百分比	支出金額	百分比
總計	33.27	100.00%	34.66	100.00%	42.19	100.00%
服飾或相關配件	**6.64**	**19.96%**	3.88	11.19%	**7.83**	**18.56%**
珠寶或玉器類	0.69	2.07%	0.17	0.49%	0.28	0.66%
紀念品或手工藝品類	**4.37**	**13.14%**	**5.59**	**16.13%**	**3.88**	**9.20%**
化妝品或香水類	1.56	4.69%	0.31	0.89%	1.78	4.22%
名產或特產	**13.57**	**40.79%**	**17.49**	**50.46%**	**21.90**	**51.91%**
煙或酒類	1.65	4.96%	**4.32**	**12.46%**	0.55	1.30%
藥品類或健康食品	0.66	1.98%	0.86	2.48%	0.80	1.90%
電子或電器用品	0.43	1.29%	0.05	0.15%	0.07	0.17%
茶葉	3.22	9.68%	1.69	4.88%	3.19	7.56%
其他	0.48	1.44%	0.30	0.87%	1.91	4.52%

表 26　114 年非觀光團體旅客在臺平均每人每日購物費之細項支出
－依主要市場分(續 2)

單位：美元

購物費支出項目	全體非觀光團體		新南向主力7國非觀光團體		美國非觀光團體	
	支出金額	百分比	支出金額	百分比	支出金額	百分比
總計	33.27	100.00%	33.10	100.00%	35.65	100.00%
服飾或相關配件	**6.64**	**19.96%**	**10.11**	**30.54%**	**5.81**	**16.30%**
珠寶或玉器類	0.69	2.07%	1.00	3.02%	2.71	7.60%
紀念品或手工藝品類	**4.37**	**13.14%**	**3.99**	**12.05%**	**6.02**	**16.89%**
化妝品或香水類	1.56	4.69%	2.80	8.46%	1.43	4.01%
名產或特產	**13.57**	**40.79%**	**11.11**	**33.57%**	**8.34**	**23.39%**
煙或酒類	1.65	4.96%	0.98	2.96%	3.39	9.51%
藥品類或健康食品	0.66	1.98%	0.47	1.42%	1.50	4.21%
電子或電器用品	0.43	1.29%	0.84	2.54%	0.59	1.65%
茶葉	3.22	9.68%	1.64	4.96%	5.71	16.02%
其他	0.48	1.44%	0.16	0.48%	0.15	0.42%

表 26　114 年非觀光團體旅客在臺平均每人每日購物費之細項支出
－依主要市場分(續完)

單位：美元

購物費支出項目	全體非觀光團體		歐洲非觀光團體	
	支出金額	百分比	支出金額	百分比
總計	33.27	100.00%	18.45	100.00%
服飾或相關配件	**6.64**	**19.96%**	1.58	8.57%
珠寶或玉器類	0.69	2.07%	0.19	1.03%
紀念品或手工藝品類	**4.37**	**13.14%**	**4.51**	**24.44%**
化妝品或香水類	1.56	4.69%	0.41	2.22%
名產或特產	**13.57**	**40.79%**	**5.96**	**32.31%**
煙或酒類	1.65	4.96%	1.57	8.51%
藥品類或健康食品	0.66	1.98%	0.32	1.73%
電子或電器用品	0.43	1.29%	0.58	3.14%
茶葉	3.22	9.68%	**2.25**	**12.20%**
其他	0.48	1.44%	1.08	5.85%

註：非觀光團體係指除觀光團體外之旅客。

（五）旅客中有 25.75%使用過購物退稅服務，覺得退稅手續便利占 99.59%。

受訪旅客中使用過購物退稅服務者 25.75%，其中覺得退稅手續便利者占 99.59%。

由來臺主要目的觀察，度假、休閒、遊憩目的受訪旅客使用購物退稅服務的比率為 26.10%，其中認為退稅手續便利性者，占 99.45%。

表 27　114 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	25.75	99.59
度假、休閒、遊憩	26.10	99.45
業務	21.12	100.00
國際會議或展覽	38.86	100.00
探親或訪友	26.04	100.00
求學	23.08	100.00
醫療	22.03	92.31
其他	23.08	100.00

註：求學(13 人)，樣本數少於 30 位，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」及「社會治安良好」滿意度最高。

表 28　114 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	4.69	0.49
	旅遊資訊取得方便	4.59	0.54
	通訊 / 網路便利	4.57	0.58
	入境通關手續便捷	4.29	0.64
觀光國際化	臺灣民眾態度友善	4.72	0.48
	路標及公共設施牌示易懂	4.39	0.62
	旅遊環境語言溝通良好	4.28	0.77
環境安全性	社會治安良好	4.70	0.48
	遊憩環境安全	4.66	0.51
	住宿設施安全	4.63	0.53
	餐飲衛生良好	4.46	0.61
整體	來臺整體滿意度	4.62	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）99.76%受訪旅客有再度訪臺意願，再度訪臺主要原因為度假、休閒、遊憩；99.88%受訪旅客會推薦親友來臺灣旅遊。

受訪旅客有 99.76%表示會再來我國旅遊；其中會以度假、休閒、遊憩目的再度來臺者最多，占 74.37%，第二為探親或訪友，占 13.11%，第三為業務，占 10.10%。99.88%的受訪旅客表示會推薦親友來臺灣旅遊。

表 29　114 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	度假、休閒、遊憩	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	74.37	10.10	1.28	13.11	0.20	0.69	0.25

表 30　114 年受訪旅客是否會推薦親友來臺灣旅遊情形

單位：%

是否會推薦親友來臺灣旅遊	總計	會	不會
百分比	100.00	99.88	0.12

（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(87.81%)、逛夜市(77.63%)、自然風光(63.26%)、人情味濃厚(53.96%)及歷史古蹟(38.54%)等。

表 31　114 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	87.81	10	宗教文化	8.96
2	逛夜市	77.63	11	景點	7.82
3	自然風光	63.26	12	節慶活動或表演(含演唱會)	2.27
4	人情味濃厚	53.96	13	單車賞景	2.24
5	歷史古蹟	38.54	14	書店	2.21
6	便利商店	36.34	15	原住民文化	2.21
7	都會不夜城	30.08	16	醫療保健	1.91
8	地方特產	27.15	17	旅館(或民宿)住宿體驗	1.05
9	泡溫泉	11.08	18	其他	0.78

註：本題為複選題。

（四）九成二旅客對住宿旅館或民宿表示滿意。

受訪者住宿地點以旅館(87.09%)為最多，其次為親友家(17.87%)，第三為民宿(5.17%)；其中對投宿旅館的整體滿意度(非常滿意+滿意)為 92.25%，對民宿的整體滿意度(非常滿意+滿意)為 91.57%。

表 32　114 年受訪旅客住宿地點

單位：%

住宿地點	相對百分率
旅館	**87.09**
親友家	**17.87**
民宿	**5.17**
宿舍	0.68
寺廟、修道院或教會	0.14
租屋	0.03
其他	0.23

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 98.93%傾向滿意，無受訪旅客表示不滿意意見。

表 33　114 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：%

項目	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	98.93	36.95	61.98	1.07	-	-	-

註：「-」表示無調查樣本

（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98.85%。

受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具，以捷運(79.19%)為最多，其次為計程車(48.29%)，第三為臺鐵(39.94%)。

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 98.85%，表示不滿意僅占 0.32%，以對計程車不滿意居多數。

表 34　114 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	79.19
計程車	48.29
臺鐵	39.94
公民營客運	36.20
Uber(多元化計程車)	18.69
高鐵	14.71
遊覽車	13.09
船舶	5.63
公共自行車	4.40
小客車租賃	3.74
飛機	0.36
其他	14.85

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 35　114 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：%

項目	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	98.85	57.11	41.74	0.83	0.32	0.32	-

註：「-」表示無調查樣本

（七）34.25%受訪旅客將低碳環保納為選擇旅遊服務的評估因素。

有 34.25%受訪旅客表示將低碳環保納為選擇旅遊服務的評估因素，其中以交通為最多，其次為住宿。

表 36　受訪旅客進行低碳旅行之意願

單位：%

是否將低碳環保納為選擇旅遊服務的評估因素	總計	是	否
百分比	100.00	34.25	65.75

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 19.21%，第二為專業人員，占 15.47%，第三為服務及銷售工作人員，占 14.02%。

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

受訪旅客最高學歷大專為最多，占 69.24%。受訪旅客平均年收入約為 28,798.90 美元，其中以 15,000-29,999 美元為最多，占 23.80%，其次為 30,000-39,999 美元，占 18.78%，第三為無固定收入，占 14.95%。

2025 Annual Survey Report on Visitors Expenditure and Trends in Taiwan

Summary

The Tourism Administration of the Ministry of Transportation and Communications (MOTC) conducts this survey to understand the motivations, trends, expenditure patterns, impressions, and opinions of visitors to Taiwan. The results serve as a reference for 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 "2025 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 subjects of this survey are foreign and overseas Chinese visitors who entered Taiwan between January 1 and December 31, 2025. The survey employed quota sampling to control sample characteristics and ensure representativeness. A total of 6,660 valid responses were collected from January to December. The sampling error is less than 0.012 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 Demographic Information on Inbound Visitors."

I. Related Indices of Inbound Visitors in Taiwan

8,574,547 persons.	Number of inbound visitors; a 9.12% increase compared to 2024 and a 27.73% decrease compared to 2019.
6.95 nights.....	Average length of stay (nights) for inbound visitors; 0.03 nights shorter than in 2024, but 0.75 nights longer than in 2019.
US$185.14……..	Average per capita daily expenditure; a 1.26% increase compared to 2024, but a 5.50% decrease compared to 2019.
US$11.033 billion	Total tourism expenditure by inbound visitors; a 10.02% increase compared to 2024, but a 23.44% decrease compared to 2019.
US$1,287.....	Average per capita expenditure per trip; a 0.86% increase compared to 2024, and a 5.93% increase compared to 2019.
99%.....	Overall visitor satisfaction rate; on par with 2024, but 1 percentage point higher than in 2019.
42%.....	Percentage of inbound visitors who revisited Taiwan in the past three years.

Table 1 Related Indices of the Inbound Visitors in Taiwan - Comparison between 2025 and 2024

Indicator	2025	2024	Comparison
Number of inbound visitors	8,574,547 persons	7,857,686 persons	Increase of 716,861 persons (9.12% increase)
Average length of stay for inbound visitors	6.95 nights	6.98 nights	Decrease of 0.03 nights
Average per capita daily expenditure	US$185.14 (NT$5,770)	US$182.83 (NT$5,870)	Increase of US$2.31 (1.26% increase); Decrease of NT$100 (1.70% decrease)
Total tourism expenditure by inbound visitors (excluding international airfare)	US$11.033 billion (NT$343.857 billion)	US$10.028 billion (NT$321.967 billion)	Increase of US$1.005 billion (10.02% increase); Increase of NT$21.890 billion (6.80% increase)
Average per capita expenditure per trip	US$1,287 (NT$40,102)	US$1,276 (NT$40,975)	Increase of US$11 (0.86% increase); Decrease of NT$873 (2.13% decrease)
Overall visitor satisfaction rate	99.36%	99.49%	Decrease of 0.13 percentage points
Percentage of inbound visitors who revisited Taiwan [3]	42.25%	53.67%	

Notes: 1. Data on the “Number of inbound visitors” and “Average length of stay for inbound visitors” were obtained from 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 2025 was 31.166, and in 2024 it was 32.108, based on official data published on the website of the Central Bank of the Republic of China (Taiwan).

3. The 2025 figure refers to the "percentage of inbound visitors who revisited Taiwan in the past three years," while the 2024 figure refers to the "percentage of inbound visitors who revisited Taiwan in the past five years."

Table 2 Related Indices of the Inbound Visitors in Taiwan - Comparison between 2025 and 2019

Indicator	2025	2019	Comparison
Number of inbound visitors	8,574,547 persons	11,864,105 persons	Decrease of 3,289,558 persons (27.73% decrease)
Average length of stay for inbound visitors	6.95 nights	6.20 nights	Increase of 0.75 nights
Average per capita daily expenditure	US$185.14 (NT$5,770)	US$195.91 (NT$6,059)	Decrease of US$10.77 (5.50% decrease); Decrease of NT$289 (4.77% decrease)
Total tourism expenditure by inbound visitors (excluding international airfare)	US$11.033 billion (NT$343.857 billion)	US$14.411 billion (NT$445.649 billion)	Decrease of US$3.378 billion (23.44% decrease); Decrease of NT$101.792 billion (22.84% decrease)
Average per capita expenditure per trip	US$1,287 (NT$40,102)	US$1,215 (NT$37,563)	Increase of US$72 (5.93% increase); Increase of NT$2,539 (6.76% increase)
Overall visitor satisfaction rate	99.36%	98.33%	Increase of 1.03 percentage points
Percentage of inbound visitors who revisited Taiwan in the past three years	42.25%	42.22%	Increase of 0.03 percentage points

Notes: 1. Data on the "Number of inbound visitors" and "Average length of stay for inbound visitors" were obtained from 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 2025 was 31.166, 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).

II. Analysis of Inbound Visitors' Plans

A. 63% of the inbound visitors came to Taiwan primarily for holiday, leisure, and recreation.

The primary purpose of inbound visitors to Taiwan was holiday, leisure, and recreation (63.28%), followed by visiting friends or relatives (20.11%) and business (12.30%), among others.

Table 3 The main purpose of the inbound visitors in 2025

Unit: Persons; %

Main Purpose	Frequency	Percentage
Total	6,660	100.00
Holiday, leisure, and recreation	**4,215**	**63.28**
Business	**819**	**12.30**
International conference or exhibition	175	2.63
Visiting friends or relatives	**1,340**	**20.11**
Studies	13	0.20
Medical treatment	59	0.89
Others	39	0.59

B. About 65% of inbound visitors whose purpose was holiday, leisure, and recreation had seen tourism promotion advertisements or travel reports about Taiwan prior to their trip. The main information channels influencing their decision to visit Taiwan were social media, search engines, and word-of-mouth recommendations from friends or relatives, and travel blogs and online notes were the information content with the greatest influence.

Among the 5,828 inbound visitors whose primary or secondary purpose was holiday, leisure, and recreation, 64.77% had seen tourism promotion advertisements or travel reports about Taiwan prior to their trip. The main sources were social media (89.91%), search engines (70.99%), word-of-mouth recommendations from friends or relatives (50.20%), TV/radio (21.38%), and travel agency brochures and leaflets (15.95%), among others.

By place of residence, the proportion of inbound visitors who had seen tourism promotion advertisements or travel reports about Taiwan prior to their trip was highest among visitors from Germany/UK/France (85.25%), followed by Vietnam (84.84%), Thailand (82.94%), Malaysia (77.30%), Korea (76.89%), Singapore (73.80%), Japan (69.89%), Indonesia (67.03%), the Philippines (65.44%), Australia/New Zealand (65.17%), and India (64.00%).

Table 4 Percentage of inbound visitors whose purpose was holiday, leisure, and recreation who had seen tourism promotion advertisements or travel reports about Taiwan prior to their trip in 2025

Unit: %

Seen or Not	Yes	No
Holiday, leisure, and recreation purpose	64.77	35.23

Note: This analysis is based on inbound visitors whose primary or secondary purpose was holiday, leisure, and recreation.

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 visitors' decisions to travel to Taiwan for holiday, leisure, and recreation.

Table 5 Degree of influence of tourism advertisements or travel reports on inbound visitors' decision to visit Taiwan in 2025

Unit: %

Information Channel	Percentage of Influence
Total	100.00
Social media	**37.48**
Search engines	**31.49**
Word-of-mouth recommendations from friends or relatives	**15.97**
TV/radio	5.60
Travel agency brochures and leaflets	4.86
Newspapers, magazines, books	2.02
E-commerce platforms	1.10
Underground (subway), buses and bus stations, airplane and airport	0.69
International tourism exhibitions or special events	0.48
Outdoor advertisements or billboards	0.31

Notes: 1. This analysis is based on inbound visitors whose primary or secondary purpose was holiday, leisure, and recreation, 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 travel blogs and online notes (67.58%), followed by traveler reviews (59.31%), and photography or video records (54.99%).

Table 6 Information content that had the greatest influence on inbound visitors' decision to visit Taiwan in 2025

Unit: %

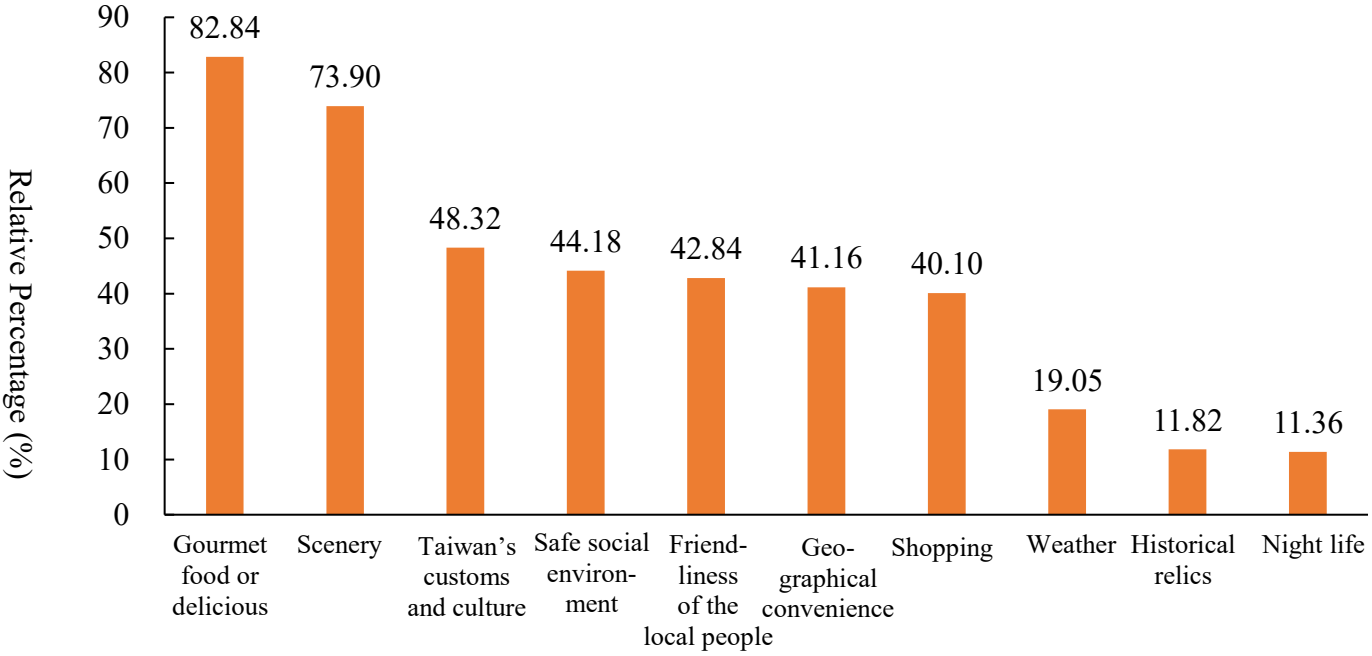
Information Content	Relative Percentage
Travel blogs and online notes	67.58
Traveler reviews	59.31
Photography or video records	54.99
Advertisements	20.40
Film and television programs	16.98
Travel magazines or reports	12.42
Incentives and preferential measures	5.03
Movies	4.72

Notes: 1. This was a multiple-response question.

2. This analysis is based on inbound visitors whose primary or secondary purpose was holiday, leisure, and recreation, 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 Taiwan for holiday, leisure, and recreation.

The main factors attracting visitors to Taiwan for holiday, leisure, and recreation were gourmet food or delicious snacks (82.84%), scenery (73.90%), Taiwan's customs and culture (48.32%), a safe social environment (44.18%), and the friendliness of the local people (42.84%), among others.



Note: This was a multiple-response question.

Figure 1 Top 10 reasons why inbound visitors decided to travel to Taiwan for holiday, leisure, and recreation in 2025

D. 76% 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 76.40%. The second most common arrangement was "group tour arranged through a travel agency (joined a tour group)", accounting for 9.83%.

By main purpose of visit, visitors across all purpose categories also predominantly 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 2025 - 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 accommoda-tions or tickets	Without any arrangements through travel agencies/OTA for booking accommodations and tickets; joined the activities arranged by a Taiwan travel agency after arrival	Without any arrangements through travel agencies/OTA for booking accommoda-tions and tickets; no arrangements by a Taiwan travel agency after arrival
Total	100.00	9.83	4.07	5.90	3.80	76.40
Holiday, leisure, and recreation	100.00	15.54	2.99	3.87	4.51	73.09
Business	100.00	-	7.20	20.27	0.73	71.80
International conference or exhibition	100.00	-	17.72	16.57	1.14	64.57
Visiting friends or relatives	100.00	-	2.54	1.12	4.03	92.31
Studies	100.00	-	61.54	7.69	-	30.77
Medical treatment	100.00	-	-	23.73	1.69	74.58
Others	100.00	-	33.33	12.82	-	53.85

Notes: 1. "-" indicates no sample data available.

2. Visitors whose purpose was studies (13 persons) had a sample size of fewer than 30; these figures are for reference only.

III. Analysis of Inbound Visitors' Behavior

A. 58% of inbound visitors were visiting Taiwan for the first time in the past three years.

Among the inbound visitors, 57.75% were visiting Taiwan for the first time within the past three years. This was followed by second-time visitors (25.63%), third-time visitors (10.53%), fourth-time visitors (3.15%), and those who had visited five times or more (2.94%).

Table 8 Number of times inbound visitors had visited Taiwan in the past three years (including this visit) in 2025

Unit: %

Times	Percentage
Total	100.00
The first time	**57.75**
The second time	**25.63**
The third time	**10.53**
The fourth time	3.15
Five times or more	2.94

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 (86.88%), Taipei 101 (60.59%), Ximending (including the Red House) (57.55%), Chiang Kai-Shek Memorial Hall (46.52%), and Jiufen (42.55%), among others.

Among tourist night markets, the most frequently visited were Raohe Street Night Market (25.48%), followed by Ningxia Night Market (25.21%), and Shilin Night Market (23.57%).

Table 9 Ranking of the major scenic spots visited by inbound visitors in 2025

Unit: %

Ranking	Scenic Spot	Relative Percentage	Ranking	Scenic Spot	Relative Percentage
1	Night Markets	86.88	6	Xinyi Shopping District	41.13
2	Taipei 101	60.59	7	Pingxi	32.45
3	Ximending (Including the Red House)	57.55	8	Zhongshan Station Shopping District	31.38
4	Chiang Kai-Shek Memorial Hall	46.52	9	Longshan Temple	26.62
5	Jiufen	42.55	10	Dadaocheng	26.43

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

Table 10 Ranking of night markets visited by inbound visitors in 2025

Unit: %

Ranking	Night Market	Relative Percentage	Ranking	Night Market	Relative Percentage
1	Raohe Street Night Market	25.48	6	Yilan Luodong Night Market	4.80
2	Ningxia Night Market	25.21	7	Keelung Miaokou Night Market	4.20
3	Shilin Night Market	23.57	8	Nanjichang Night Market	4.14
4	Taichung Fengchia Night Market	8.05	9	Taichung Yizhong Street Night Market	3.92
5	Kaohsiung Liuhe Night Market	7.12	10	Kaohsiung Ruifeng Night Market	2.91

Notes: 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 inbound visitors.

Among the scenic spots visited by inbound visitors, "Sun Moon Lake" was the most favored (favorability rate of 38.18%), followed by "Jiufen" (23.18%), "Pier-2 Art Center" (21.69%), "Tamsui" (16.45%), and "Yangmingshan" (13.69%).

Table 11 Ranking of the favorite scenic spots visited by inbound visitors in 2025

Ranking	Scenic spot	Relative Percentage	Percentage favoring the scenic spot	Ranking	Scenic spot	Relative Percentage	Percentage favoring the scenic spot
1	Sun Moon Lake	15.81	38.18%	6	Yehliu	18.06	12.80%
2	Jiufen	42.55	23.18%	7	National Palace Museum	24.34	12.40%
3	Pier-2 Art Center	10.87	21.69%	8	Pingxi	32.45	12.12%
4	Tamsui	24.55	16.45%	9	Beitou	13.20	11.49%
5	Yangmingshan	11.52	13.69%	10	Taipei 101	60.59	9.69%

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 visited city/county among inbound visitors.

By city or county, the top destinations visited by inbound visitors were Taipei City (84.17%), followed by New Taipei City (59.38%), Nantou County (16.59%), Kaohsiung City (16.40%), Taichung City (15.65%), Yilan County (10.99%), and Tainan City (9.40%), among others.

By region, Northern Taiwan accounted for 87.78% of visits, followed by Southern Taiwan (23.96%), Central Taiwan (21.77%), Eastern Taiwan (2.66%), and the Offshore Islands (0.29%).

Table 12 Ranking of the cities and counties visited by inbound visitors in 2025

Unit: %

Ranking	City/County	Relative Percentage	Ranking	City/County	Relative Percentage
1	Taipei City	84.17	12	Hsinchu City	3.69
2	New Taipei City	59.38	13	Changhua County	2.03
3	Nantou County	16.59	14	Pingtung County	1.94
4	Kaohsiung City	16.40	15	Hualien County	1.79
5	Taichung City	15.65	16	Hsinchu County	1.40
6	Yilan County	10.99	17	Taitung County	1.11
7	Tainan City	9.40	18	Miaoli County	0.84
8	Taoyuan City	9.20	19	Yunlin County	0.57
9	Chiayi County	8.20	20	Penghu County	0.23
10	Keelung City	7.34	21	Kinmen County	0.05
11	Chiayi City	4.95	22	Lienchiang County	0.02

Note: This table is based on tourist attractions that respondents remembered having visited. Since itineraries may cover multiple counties/cities, the percentages exceed 100% in total.

Table 13 Ranking of primary areas visited by inbound visitors in 2025

Unit: %

Ranking	Area	Relative Percentage
1	Northern Taiwan	87.78
2	Southern Taiwan	23.96
3	Central Taiwan	21.77
4	Eastern Taiwan	2.66
5	Offshore Islands	0.29

Notes: 1. This table is based on scenic spots that respondents recalled visiting. Since itineraries may cover multiple regions, the percentages exceed 100% in total.

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.
Offshore Islands: Kinmen County, Lienchiang County, Penghu County.

E. "Shopping", "visiting night markets", and "visiting historical sites and relics" were the major activities of inbound visitors in Taiwan.

Inbound visitors most commonly engaged in shopping (93.50%) during their stay in Taiwan, followed by visiting night markets (87.12%), visiting historical sites and relics(64.58%), massage or acupressure (21.16%), and hiking/ trekking/ backpacking/ mountaineering (19.04%).

Table 14 Ranking of the activities inbound visitors participated in during their stay in Taiwan in 2025

Unit: %

Ranking	Item	Relative Percentage	Ranking	Item	Relative Percentage
1	Shopping	93.50	10	Aquatic activities (including lake tour or diving etc.)	13.14
2	Night market	87.12	11	Leisure farm	11.95
3	Visiting historical sites and relics	64.58	12	Amusement park	7.57
4	Massage or acupressure	21.16	13	Cultural events (including concerts)	5.87
5	Hiking/trekking/backpacking /mountaineering	19.04	14	Festival activities (including religious activities, etc.)	3.50
6	Exhibitions	15.93	15	Tribal tourism	2.82
7	Hot spring soaking	15.36	16	Tourism factory	1.86
8	Eco tour (e.g., bird watching, flower viewing, or butterfly appreciation)	13.60	17	Health care	1.10
9	Pubs or night clubs	13.26	18	Sports or sporting competitions (including cycling trips, etc.)	0.54

Note: This was a multiple-response question.

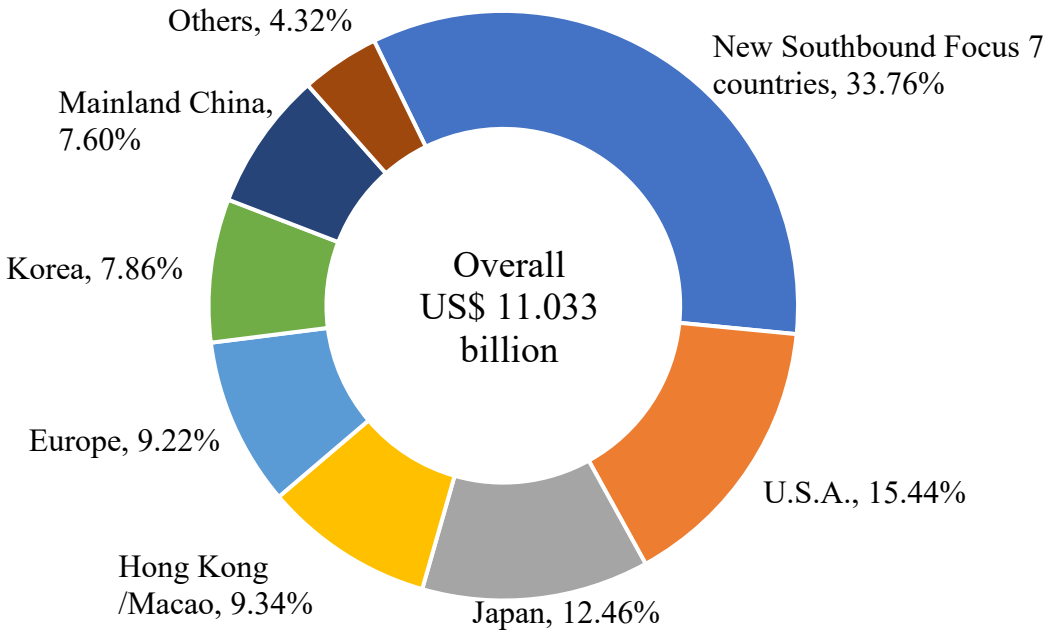
IV. Analysis of Inbound Visitors' Expenditure

A. In 2025, tourism expenditure by visitors to Taiwan amounted to US$11.033 billion, up 10.02% from 2024, and recovered to 76.56% of its 2019 level.

In 2025, the number of inbound visitors was 8,574,547 persons, an increase of 9.12% compared to 2024. The average length of stay for all inbound visitors was 6.95 nights, a decrease of 0.03 nights compared to 2024. The average daily expenditure per visitor in Taiwan was estimated at US$185.14, an increase of 1.26% compared to 2024. The total annual amount of visitors' expenditure was estimated at US$11.033 billion, up 10.02% from 2024, and recovered to 76.56% of its 2019 level.

According to the analysis of the 7 main markets, the total expenditure by inbound visitors was highest from the New Southbound Focus 7 countries (US$3.725 billion, accounting for 33.76% of the total), followed by the U.S.A. (US$1.704 billion, 15.44%), Japan (US$1.375 billion, 12.46%), Hong Kong/Macao (US$1.030 billion, 9.34%), Europe (US$1.017 billion, 9.22%), Korea (US$0.867 billion, 7.86%), and Mainland China (US$0.838 billion, 7.60%).

Among the 7 main markets, tourism expenditure increased compared to 2024 for all markets except Hong Kong/Macao, which decreased by 5.68%. The largest growth was from Europe (14.92%), followed by Mainland China (13.24%), Japan (12.43%), the New Southbound Focus 7 countries (12.33%), Korea (8.38%), and the U.S.A. (7.51%).



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 2025

Table 15 Total tourism expenditure by inbound visitors in Taiwan (compared to 2024) - by main market

Market	Number of inbound visitors (persons) (1)	Average length of stay (nights) (2)	Average daily expenditure per visitor (US$) (3)	Total annual amount of visitors' expenditure (US$ billion) (4)=(1)×(2)×(3) ÷1,000,000,000	Percentage (5)=(4) ÷11.033
All	8,574,547	6.95	185.14	11.033	100.00%
(Growth rate)	9.12%	-0.43%	1.26%	10.02%	
New Southbound Focus 7 Countries	2,578,396	8.85	163.24	3.725	33.76%
(Growth rate)	8.43%	2.55%	1.01%	12.33%	
U.S.A.	715,481	9.81	242.84	1.704	15.44%
(Growth rate)	9.86%	-3.73%	1.67%	7.51%	
Japan	1,483,176	4.73	195.98	1.375	12.46%
(Growth rate)	12.40%	-1.46%	1.48%	12.43%	
Hong Kong /Macao	1,310,139	4.19	187.71	1.030	9.34%
(Growth rate)	-0.06%	-6.05%	0.47%	-5.68%	
Europe	403,499	12.38	203.67	1.017	9.22%
(Growth rate)	15.29%	-2.29%	2.09%	14.92%	
Korea	1,016,520	4.13	206.41	0.867	7.86%
(Growth rate)	1.34%	2.48%	4.26%	8.38%	
Mainland China	637,060	8.44	155.92	0.838	7.60%
(Growth rate)	45.38%	-23.06%	1.27%	13.24%	

Notes: 1. Data on the "Number of inbound visitors" and "Average length of stay" were obtained from the National Immigration Agency, Ministry of the Interior, Republic of China (Taiwan).

2. The New Southbound Focus 7 countries include Singapore, Malaysia, Indonesia, the Philippines, Vietnam, Thailand, and India.

3. The "Growth Rate" is compared to that of 2024.

Table 16 Total tourism expenditure by inbound visitors in Taiwan (compared to 2019) - by main market

Market	Number of inbound visitors (persons) (1)	Average length of stay (nights) (2)	Average daily expenditure per visitor (US$) (3)	Total annual amount of visitors' expenditure (US$ billion) (4)=(1)×(2)×(3) ÷1,000,000,000	Percentage (5)=(4) ÷11.033
All	8,574,547	6.95	185.14	11.033	100.00%
(Growth rate)	-27.73%	12.10%	-5.50%	-23.44%	
New Southbound Focus 7 Countries	2,578,396	8.85	163.24	3.725	33.76%
(Growth rate)	-0.73%	16.60%	-	-	
U.S.A.	715,481	9.81	242.84	1.704	15.44%
(Growth rate)	18.25%	-3.54%	41.51%	61.36%	
Japan	1,483,176	4.73	195.98	1.375	12.46%
(Growth rate)	-31.59%	11.56%	-14.58%	-34.80%	
Hong Kong /Macao	1,310,139	4.19	187.71	1.030	9.34%
(Growth rate)	-25.48%	-0.71%	-10.01%	-33.42%	
Europe	403,499	12.38	203.67	1.017	9.22%
(Growth rate)	4.33%	14.74%	38.85%	66.18%	
Korea	1,016,520	4.13	206.41	0.867	7.86%
(Growth rate)	-18.19%	5.63%	2.20%	-11.62%	
Mainland China	637,060	8.44	155.92	0.838	7.60%
(Growth rate)	-76.53%	17.71%	-21.90%	-78.43%	

Notes: 1. Data on the "Number of inbound visitors" and "Average length of stay" were obtained from the National Immigration Agency, Ministry of the Interior, Republic of China (Taiwan).

2. The "Growth Rate" is compared to that of 2019. Since the New Southbound market classification changed from the "New Southbound 18 countries" in 2019 to the "New Southbound Focus 7 countries" in 2025, a comparison between the two years is not presented for this market.

B. In 2025, the average daily expenditure per visitor for all inbound visitors was US$185.14, up 1.26% from 2024, and recovered to 94.50% of its 2019 level; tourism expenditure amounted to US$11.033 billion, up 10.02% from 2024, and recovered to 76.56% of its 2019 level.

In 2025, the average daily expenditure per visitor in Taiwan was US$185.14, of which hotel bills accounted for the largest share at US$77.43 (41.82%), followed by meals excluding hotel meals at US$39.19 (21.17%), and shopping at US$33.92 (18.32%). Compared to 2024, the average daily expenditure per visitor for all visitors increased by US$2.31 (up 1.26%). Within the expenditure structure, meals excluding hotel meals recorded the largest increase, up by US$1.84 (up 4.93%), while local transportation recorded the largest decrease, down by US$1.83 (down 9.53%).

Comparing the 4 main purposes of visit, visitors whose purpose was international conference or exhibition had the highest average daily expenditure (US$274.51), followed by business (US$235.38), holiday, leisure, and recreation (US$190.20), and visiting friends or relatives (US$123.85). In terms of shopping expenses, international conference or exhibition visitors had the highest spending (US$38.42), followed by holiday, leisure, and recreation visitors (US$34.44), business visitors (US$33.26), and visitors visiting friends or relatives (US$32.59). Compared to 2024, the average daily expenditure per visitor increased for visitors whose purpose was international conference or exhibition, holiday, leisure, and recreation, and visiting friends or relatives.

According to the analysis of the 7 main markets, visitors from the U.S.A. had the highest average daily expenditure (US$242.84), followed by Korea (US$206.41), Europe (US$203.67), Japan (US$195.98), Hong Kong/Macao (US$187.71), the New Southbound Focus 7 countries (US$163.24), and Mainland China (US$155.92). In terms of shopping expenses, the order was Hong Kong/Macao (US$42.25), Mainland China (US$37.01), Korea (US$36.10), the U.S.A. (US$35.54), the New Southbound Focus 7 countries (US$34.18), Japan (US$30.93), and Europe (US$18.96).

For the Japan market, the average daily expenditure per visitor was US$195.98, an increase of US$2.85 (up 1.48%) compared to 2024. Within the expenditure structure, hotel bills showed the largest increase, up by US$4.06 (up 4.76%), while local transportation recorded the largest decrease, down by US$3.83 (down 18.34%).

For the Mainland China market, the average daily expenditure per visitor was US$155.92, an increase of US$1.95 (up 1.27%) compared to 2024. Within the expenditure structure, shopping showed the largest increase, up by US$3.57 (up 10.68%), while local transportation recorded the largest decrease, down by US$3.02 (down 18.80%).

For the Korea market, the average daily expenditure per visitor was US$206.41, an increase of US$8.43 (up 4.26%) compared to 2024. Within the expenditure structure, meals excluding hotel meals showed the largest increase, up by US$7.15 (up 18.47%), while local transportation recorded the largest decrease, down by US$3.37 (down 14.96%).

For the Hong Kong/Macao market, the average daily expenditure per visitor was US$187.71, an increase of US$0.88 (up 0.47%) compared to 2024. Within the expenditure structure, shopping showed the largest increase, up by US$1.86 (up 4.61%), while local transportation recorded the largest decrease, down by US$2.51 (down 15.23%).

For the New Southbound Focus 7 countries market, the average daily expenditure per visitor was US$163.24, an increase of US$1.64 (up 1.01%) compared to 2024. Within the expenditure structure, entertainment showed the largest increase, up by US$2.02 (up 31.46%), while hotel bills recorded the largest decrease, down by US$2.07 (down 3.13%).

For the U.S.A. market, the average daily expenditure per visitor was US$242.84, an increase of US$3.98 (up 1.67%) compared to 2024. Within the expenditure structure, hotel bills showed the largest increase, up by US$12.29 (up 12.61%), while shopping recorded the largest decrease, down by US$5.31 (down 13.00%).

For the Europe market, the average daily expenditure per visitor was US$203.67, an increase of US$4.16 (up 2.09%) compared to 2024. Within the expenditure structure, entertainment showed the largest increase, up by US$3.17 (up 33.94%), while meals excluding hotel meals recorded the largest decrease, down by US$0.57 (down 1.35%).

Table 17 The average daily expenditure per visitor in 2025 - by main purpose of visit (compared to 2024)

Unit: USD

Main Purpose		Total	Hotel Bills	Meals excluding hotel meals	Local transpor-tation	Entertain-ment	Miscella-neous expenses	Shopping
All	Amount of money	185.14	77.43	39.19	17.37	9.95	7.28	33.92
	Percentage	100.00%	41.82%	21.17%	9.38%	5.38%	3.93%	18.32%
	Amount of growth	2.31	1.17	1.84	-1.83	0.72	-0.05	0.46
	Growth rate	1.26%	1.53%	4.93%	-9.53%	7.80%	-0.68%	1.37%
Holiday, leisure, and recreation	Amount of money	190.20	79.41	41.60	18.34	10.91	5.50	34.44
	Percentage	100.00%	41.75%	21.87%	9.64%	5.74%	2.89%	18.11%
	Amount of growth	9.76	6.68	3.65	-1.22	0.68	-0.15	0.12
	Growth rate	5.41%	9.18%	9.62%	-6.24%	6.65%	-2.65%	0.35%
Business	Amount of money	235.38	129.62	37.10	21.29	9.10	5.01	33.26
	Percentage	100.00%	55.07%	15.76%	9.04%	3.87%	2.13%	14.13%
	Amount of growth	-36.27	-24.32	-4.44	-5.88	1.17	-0.91	-1.89
	Growth rate	-13.35%	-15.80%	-10.69%	-21.64%	14.75%	-15.37%	-5.38%
International conference or exhibition	Amount of money	274.51	134.21	59.89	21.92	13.59	6.48	38.42
	Percentage	100.00%	48.89%	21.82%	7.98%	4.95%	2.36%	14.00%
	Amount of growth	13.76	4.52	5.99	-2.25	4.02	-0.46	1.94
	Growth rate	5.28%	3.49%	11.11%	-9.31%	42.01%	-6.63%	5.32%
Visiting friends or relatives	Amount of money	123.85	33.21	30.85	11.75	7.28	8.17	32.59
	Percentage	100.00%	26.81%	24.91%	9.49%	5.88%	6.60%	26.31%
	Amount of growth	1.72	-0.70	-0.91	-0.88	0.51	1.12	2.58
	Growth rate	1.41%	-2.06%	-2.87%	-6.97%	7.53%	15.89%	8.60%

Notes: Both the “amount of growth” and the “growth rate” are compared with 2024.

Table 18 The average daily expenditure per visitor in 2025 - by main purpose of visit (compared to 2019)

Unit: USD

Main Purpose		Total	Hotel Bills	Meals excluding hotel meals	Local transpor-tation	Entertain-ment	Miscella-neous expenses	Shopping
All	Amount of money	185.14	77.43	39.19	17.37	9.95	7.28	33.92
	Percentage	100.00%	41.82%	21.17%	9.38%	5.38%	3.93%	18.32%
	Amount of growth	-10.77	0.81	0.71	-1.38	3.92	2.99	-17.82
	Growth rate	-5.50%	1.06%	1.85%	-7.36%	65.01%	69.70%	-34.44%
Holiday, leisure, and recreation	Amount of money	190.20	79.41	41.60	18.34	10.91	5.50	34.44
	Percentage	100.00%	41.75%	21.87%	9.64%	5.74%	2.89%	18.11%
	Amount of growth	-13.35	1.28	2.66	-0.49	4.14	1.23	-22.18
	Growth rate	-6.56%	1.64%	6.83%	-2.60%	61.15%	28.81%	-39.17%
Business	Amount of money	235.38	129.62	37.10	21.29	9.10	5.01	33.26
	Percentage	100.00%	55.07%	15.76%	9.04%	3.87%	2.13%	14.13%
	Amount of growth	12.90	6.40	-2.60	-3.76	5.23	3.19	4.45
	Growth rate	5.80%	5.19%	-6.55%	-15.01%	135.14%	175.27%	15.45%
International conference or exhibition	Amount of money	274.51	134.21	59.89	21.92	13.59	6.48	38.42
	Percentage	100.00%	48.89%	21.82%	7.98%	4.95%	2.36%	14.00%
	Amount of growth	92.53	53.48	31.41	3.81	11.25	-4.77	-2.65
	Growth rate	50.85%	66.25%	110.29%	21.04%	480.77%	-42.40%	-6.45%
Visiting friends or relatives	Amount of money	123.85	33.21	30.85	11.75	7.28	8.17	32.59
	Percentage	100.00%	26.81%	24.91%	9.49%	5.88%	6.60%	26.31%
	Amount of growth	6.65	3.68	-2.03	-1.19	3.45	3.89	-1.14
	Growth rate	5.67%	12.46%	-6.17%	-9.20%	90.08%	90.89%	-3.38%

Notes: Both the “amount of growth” and the “growth rate” are compared with 2019.

Table 19 The average daily expenditure per visitor in 2025 - by main market (compared to 2024)

Unit: USD

Main Market		Total	Hotel Bills	Meals excluding hotel meals	Local transpor-tation	Entertain-ment	Miscella-neous expenses	Shopping
All	Amount of money	185.14	77.43	39.19	17.37	9.95	7.28	33.92
	Percentage	100.00%	41.82%	21.17%	9.38%	5.38%	3.93%	18.32%
	Amount of growth	2.31	1.17	1.84	-1.83	0.72	-0.05	0.46
	Growth rate	1.26%	1.53%	4.93%	-9.53%	7.80%	-0.68%	1.37%
Japan	Amount of money	195.98	89.39	41.13	17.05	10.15	7.33	30.93
	Percentage	100.00%	45.61%	20.99%	8.70%	5.18%	3.74%	15.78%
	Amount of growth	2.85	4.06	1.83	-3.83	-0.47	-0.22	1.48
	Growth rate	1.48%	4.76%	4.66%	-18.34%	-4.43%	-2.91%	5.03%
Mainland China	Amount of money	155.92	57.22	33.97	13.04	5.50	9.18	37.01
	Percentage	100.00%	36.70%	21.79%	8.36%	3.52%	5.89%	23.74%
	Amount of growth	1.95	0.99	3.27	-3.02	0.00	-2.86	3.57
	Growth rate	1.27%	1.76%	10.65%	-18.80%	0.00%	-23.75%	10.68%
Korea	Amount of money	206.41	87.35	45.87	19.16	11.47	6.46	36.10
	Percentage	100.00%	42.32%	22.22%	9.28%	5.56%	3.13%	17.49%
	Amount of growth	8.43	4.89	7.15	-3.37	-0.65	-0.98	1.39
	Growth rate	4.26%	5.93%	18.47%	-14.96%	-5.36%	-13.17%	4.00%
Hong Kong /Macao	Amount of money	187.71	71.65	40.05	13.97	8.60	11.19	42.25
	Percentage	100.00%	38.17%	21.34%	7.44%	4.58%	5.96%	22.51%
	Amount of growth	0.88	-1.01	0.98	-2.51	0.12	1.44	1.86
	Growth rate	0.47%	-1.39%	2.51%	-15.23%	1.42%	14.77%	4.61%
New Southbound Focus 7 Countries	Amount of money	163.24	64.14	35.30	16.55	8.44	4.63	34.18
	Percentage	100.00%	39.29%	21.62%	10.14%	5.17%	2.84%	20.94%
	Amount of growth	1.64	-2.07	1.64	-0.16	2.02	0.16	0.05
	Growth rate	1.01%	-3.13%	4.87%	-0.96%	31.46%	3.58%	0.15%
U.S.A.	Amount of money	242.84	109.74	46.03	25.40	17.36	8.77	35.54
	Percentage	100.00%	45.19%	18.95%	10.46%	7.15%	3.61%	14.64%
	Amount of growth	3.98	12.29	-0.36	-1.54	-0.20	-0.90	-5.31
	Growth rate	1.67%	12.61%	-0.78%	-5.72%	-1.14%	-9.31%	-13.00%
Europe	Amount of money	203.67	100.43	41.69	22.78	12.51	7.30	18.96
	Percentage	100.00%	49.31%	20.47%	11.19%	6.14%	3.58%	9.31%
	Amount of growth	4.16	1.06	-0.57	0.77	3.17	0.28	-0.55
	Growth rate	2.09%	1.07%	-1.35%	3.50%	33.94%	3.99%	-2.82%

Notes: 1. The New Southbound Focus 7 countries include Singapore, Malaysia, Indonesia, the Philippines, Vietnam, Thailand, and India.

2. Both the “amount of growth” and the “growth rate” are compared with 2024.

Table 20 The average daily expenditure per visitor in 2025 - by main market (compared to 2019)

Unit: USD

Main Market		Total	Hotel Bills	Meals excluding hotel meals	Local transpor-tation	Entertain-ment	Miscella-neous expenses	Shopping
All	Amount of money	185.14	77.43	39.19	17.37	9.95	7.28	33.92
	Percentage	100.00%	41.82%	21.17%	9.38%	5.38%	3.93%	18.32%
	Amount of growth	-10.77	0.81	0.71	-1.38	3.92	2.99	-17.82
	Growth rate	-5.50%	1.06%	1.85%	-7.36%	65.01%	69.70%	-34.44%
Japan	Amount of money	195.98	89.39	41.13	17.05	10.15	7.33	30.93
	Percentage	100.00%	45.61%	20.99%	8.70%	5.18%	3.74%	15.78%
	Amount of growth	-33.44	-21.01	-3.11	-2.31	0.23	0.99	-8.23
	Growth rate	-14.58%	-19.03%	-7.03%	-11.93%	2.32%	15.62%	-21.02%
Mainland China	Amount of money	155.92	57.22	33.97	13.04	5.50	9.18	37.01
	Percentage	100.00%	36.70%	21.79%	8.36%	3.52%	5.89%	23.74%
	Amount of growth	-43.71	3.67	4.61	-2.63	-0.31	5.20	-54.25
	Growth rate	-21.90%	6.85%	15.70%	-16.78%	-5.34%	130.65%	-59.45%
Korea	Amount of money	206.41	87.35	45.87	19.16	11.47	6.46	36.10
	Percentage	100.00%	42.32%	22.22%	9.28%	5.56%	3.13%	17.49%
	Amount of growth	4.45	-10.23	5.35	1.43	6.98	0.60	0.32
	Growth rate	2.20%	-10.48%	13.20%	8.07%	155.46%	10.24%	0.89%
Hong Kong /Macao	Amount of money	187.71	71.65	40.05	13.97	8.60	11.19	42.25
	Percentage	100.00%	38.17%	21.34%	7.44%	4.58%	5.96%	22.51%
	Amount of growth	-20.87	-7.90	-6.23	-6.64	2.98	7.14	-10.22
	Growth rate	-10.01%	-9.93%	-13.46%	-32.22%	53.02%	176.30%	-19.48%
U.S.A.	Amount of money	242.84	109.74	46.03	25.40	17.36	8.77	35.54
	Percentage	100.00%	45.19%	18.95%	10.46%	7.15%	3.61%	14.64%
	Amount of growth	71.23	36.50	5.50	6.69	11.97	3.97	6.60
	Growth rate	41.51%	49.84%	13.57%	35.76%	222.08%	82.71%	22.81%
Europe	Amount of money	203.67	100.43	41.69	22.78	12.51	7.30	18.96
	Percentage	100.00%	49.31%	20.47%	11.19%	6.14%	3.58%	9.31%
	Amount of growth	56.99	25.14	9.60	3.83	7.29	5.30	5.83
	Growth rate	38.85%	33.39%	29.92%	20.21%	139.66%	265.00%	44.40%

Notes: Both the “amount of growth” and the “growth rate” are compared with 2019.

C. In 2025, the average daily expenditure per inbound tour group visitor in Taiwan was US$216.50, up 7.72% from 2024, and recovered to 96.71% of its 2019 level.

In 2025, the average daily expenditure per inbound tour group visitor in Taiwan was US$216.50, up 7.72% from 2024, and recovered to 96.71% of its pre-pandemic level in 2019. Within the expenditure structure, hotel bills accounted for the largest share at US$83.57 (38.60%), followed by meals excluding hotel meals at US$42.79 (19.76%).

Based on an analysis of the 4 main markets, in 2025, inbound tour group visitors from Japan had the highest average daily expenditure at US$227.07 per person, followed by Korea (US$221.58), Hong Kong/Macao (US$195.88), and the New Southbound Focus 7 countries (US$191.35). In terms of shopping expenses, the rankings were: inbound tour group visitors from Hong Kong/Macao (US$42.98), the New Southbound Focus 7 countries (US$41.63), Korea (US$41.58), and Japan (US$35.18).

Based on the breakdown of shopping expenses, inbound tour group visitors overall spent the most on local special products, accounting for 39.64%, followed by tea at 19.71%, and souvenirs or handicraft products at 11.70%. Inbound tour group visitors from Japan spent the most on local special products and tea, each accounting for 37.38%, with souvenirs or handicraft products ranking third at 11.00%. Inbound tour group visitors from Korea spent the most on local special products, accounting for 44.85%, followed by tobacco or alcohol at 18.06%, and tea at 17.05%. Inbound tour group visitors from Hong Kong/Macao spent the most on local special products, accounting for 47.39%, followed by tea at 28.94%, and souvenirs or handicraft products at 8.26%. Inbound tour group visitors from the New Southbound Focus 7 countries spent the most on local special products, accounting for 36.94%, followed by cosmetics or perfumes at 20.01%, and clothes or accessories at 17.30%.

Inbound tour group visitors from Japan had an average daily expenditure per person in Taiwan of US$227.07, an increase of US$13.10 (up 6.12%) compared to 2024. Within the expenditure structure, meals excluding hotel meals recorded the largest increase, up by US$10.35 (up 26.84%), while hotel bills recorded the largest decrease, down by US$5.77 (down 6.36%).

Inbound tour group visitors from Korea had an average daily expenditure per person in Taiwan of US$221.58, an increase of US$6.15 (up 2.85%) compared to 2024. Within the expenditure structure, meals excluding hotel meals recorded the largest increase, up by US$10.73 (up 31.19%), while hotel bills recorded the largest decrease, down by US$3.30 (down 3.65%).

Inbound tour group visitors from Hong Kong/Macao had an average daily expenditure per person in Taiwan of US$195.88, an increase of US$7.96 (up 4.24%) compared to 2024. Within the expenditure structure, meals excluding hotel meals recorded the largest increase, up by US$6.16 (up 20.99%), while shopping recorded the largest decrease, down by US$4.13 (down 8.77%).

Inbound tour group visitors from the New Southbound Focus 7 countries had an average daily expenditure per person in Taiwan of US$191.35, an increase of US$8.56 (up 4.68%) compared to 2024. Within the expenditure structure, shopping recorded the largest increase, up by US$6.55 (up 18.67%), while hotel bills recorded the largest decrease, down by US$8.61 (down 10.94%).

Table 21 The average daily expenditure for each inbound tour group visitor in 2025 - by main market (compared to 2024)

Unit: USD

Main Market		Total	Hotel Bills	Meals excluding hotel meals	Local transpor-tation	Entertain-ment	Miscella-neous expenses	Shopping
All tour group visitors	Amount of money	216.50	83.57	42.79	28.66	12.79	8.76	39.93
	Percentage	100.00%	38.60%	19.76%	13.24%	5.91%	4.05%	18.44%
	Amount of growth	15.51	-1.69	8.48	1.16	4.89	-0.26	2.93
	Growth rate	7.72%	-1.98%	24.72%	4.22%	61.90%	-2.88%	7.92%
Japan tour group visitors	Amount of money	227.07	84.92	48.91	33.17	12.67	12.22	35.18
	Percentage	100.00%	37.40%	21.54%	14.61%	5.58%	5.38%	15.49%
	Amount of growth	13.10	-5.77	10.35	2.42	5.05	-1.24	2.29
	Growth rate	6.12%	-6.36%	26.84%	7.87%	66.27%	-9.21%	6.96%
Korea tour group visitors	Amount of money	221.58	87.19	45.13	26.58	12.98	8.12	41.58
	Percentage	100.00%	39.35%	20.37%	12.00%	5.86%	3.66%	18.76%
	Amount of growth	6.15	-3.30	10.73	-2.52	0.40	-2.31	3.15
	Growth rate	2.85%	-3.65%	31.19%	-8.66%	3.18%	-22.15%	8.20%
Hong Kong /Macao tour group visitors	Amount of money	195.88	77.60	35.51	21.71	10.08	8.00	42.98
	Percentage	100.00%	39.62%	18.13%	11.08%	5.15%	4.08%	21.94%
	Amount of growth	7.96	0.90	6.16	-0.35	5.61	-0.23	-4.13
	Growth rate	4.24%	1.17%	20.99%	-1.59%	125.50%	-2.79%	-8.77%
New Southbound Focus 7 Countries tour group visitors	Amount of money	191.35	70.11	36.14	26.44	10.55	6.48	41.63
	Percentage	100.00%	36.64%	18.89%	13.82%	5.51%	3.38%	21.76%
	Amount of growth	8.56	-8.61	3.16	0.54	5.47	1.45	6.55
	Growth rate	4.68%	-10.94%	9.58%	2.08%	107.68%	28.83%	18.67%

Notes: 1. Tour group visitors refer to inbound visitors whose travel arrangement was "group tour arranged through a travel agency (joined a tour group)", with a total sample size of 655 people.
2. The sample sizes for tour group visitors from the U.S.A. (33 persons) and Europe (9 persons) were fewer than 50 and thus not suitable for comparison.
3. As of the end of 2025, Mainland China has not yet allowed group tours to Taiwan.
4. Both "amount of growth" and "growth rate" are compared to 2024.

Table 22 The average daily expenditure for each inbound tour group visitor in 2025 - by main market (compared to 2019)

Unit: USD

Main Market		Total	Hotel Bills	Meals excluding hotel meals	Local transpor-tation	Entertain-ment	Miscella-neous expenses	Shopping
All tour group visitors	Amount of money	216.50	83.57	42.79	28.66	12.79	8.76	39.93
	Percentage	100.00%	38.60%	19.76%	13.24%	5.91%	4.05%	18.44%
	Amount of growth	-7.36	33.00	11.36	12.99	5.02	0.03	-69.76
	Growth rate	-3.29%	65.26%	36.14%	82.90%	64.61%	0.34%	-63.60%
Japan tour group visitors	Amount of money	227.07	84.92	48.91	33.17	12.67	12.22	35.18
	Percentage	100.00%	37.40%	21.54%	14.61%	5.58%	5.38%	15.49%
	Amount of growth	-76.05	-15.56	-8.93	0.55	-4.73	-5.45	-41.93
	Growth rate	-25.09%	-15.49%	-15.44%	1.69%	-27.18%	-30.84%	-54.38%
Korea tour group visitors	Amount of money	221.58	87.19	45.13	26.58	12.98	8.12	41.58
	Percentage	100.00%	39.35%	20.37%	12.00%	5.86%	3.66%	18.76%
	Amount of growth	-5.16	12.14	3.02	4.93	2.25	-10.18	-17.32
	Growth rate	-2.28%	16.18%	7.17%	22.77%	20.97%	-55.63%	-29.41%

Notes: 1. Tour group visitors refer to inbound visitors whose travel arrangement was "group tour arranged through a travel agency (joined a tour group)", with a total sample size of 655 people.

2. As of the end of 2025, Mainland China has not yet allowed group tours to Taiwan.

3. Both "amount of growth" and "growth rate" are compared to 2019.

Table 23 The average daily expenditure of shopping details for each inbound tour group visitor in 2025 - 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	39.93	100.00%	35.18	100.00%	41.58	100.00%
Clothes or accessories	3.30	8.26%	0.92	2.62%	0.90	2.17%
Jewelry or jade	0.26	0.65%	0.92	2.62%	0.08	0.19%
Souvenirs or handicraft products	**4.67**	**11.70%**	**3.87**	**11.00%**	5.50	13.23%
Cosmetics or perfumes	3.66	9.17%	0.52	1.47%	0.62	1.49%
Local special products	**15.83**	**39.64%**	**13.15**	**37.38%**	**18.65**	**44.85%**
Tobacco or alcohol	2.76	6.91%	1.25	3.55%	**7.51**	**18.06%**
Cosmeceuticals or health food	0.97	2.43%	1.40	3.98%	1.16	2.79%
Consumer electronics & home appliances	0.59	1.48%	0.00	0.00%	0.02	0.05%
Tea	**7.87**	**19.71%**	**13.15**	**37.38%**	**7.09**	**17.05%**
Others	0.02	0.05%	0.00	0.00%	0.05	0.12%

Table 23 The average daily expenditure of shopping details for each inbound tour group visitor in 2025 - by main market (continued)

Unit: USD

Shopping Details	All tour group visitors		Hong Kong/Macao tour group visitors		New Southbound Focus 7 Countries tour group visitors	
	Amount of money	Percentage	Amount of money	Percentage	Amount of money	Percentage
Total	39.93	100.00%	42.98	100.00%	41.63	100.00%
Clothes or accessories	3.30	8.26%	1.87	4.35%	**7.20**	**17.30%**
Jewelry or jade	0.26	0.65%	0.00	0.00%	0.10	0.24%
Souvenirs or handicraft products	**4.67**	**11.70%**	**3.55**	**8.26%**	4.18	10.04%
Cosmetics or perfumes	3.66	9.17%	2.82	6.56%	**8.33**	**20.01%**
Local special products	**15.83**	**39.64%**	**20.37**	**47.39%**	**15.38**	**36.94%**
Tobacco or alcohol	2.76	6.91%	0.54	1.26%	0.59	1.42%
Cosmeceuticals or health food	0.97	2.43%	1.15	2.68%	0.65	1.56%
Consumer electronics & home appliances	0.59	1.48%	0.24	0.56%	1.42	3.41%
Tea	**7.87**	**19.71%**	**12.44**	**28.94%**	3.78	9.08%
Others	0.02	0.05%	0.00	0.00%	0.00	0.00%

Notes: 1. Tour group visitors refer to inbound visitors whose travel arrangement was "group tour arranged through a travel agency (joined a tour group)".

2. As of the end of 2025, Mainland China has not yet allowed group tours to Taiwan.

D. In 2025, the average daily expenditure per inbound non-tour-group visitor in Taiwan was US$181.73, up 0.76% from 2024, and recovered to 96.37% of its 2019 level

In 2025, the average daily expenditure per inbound non-tour-group visitor in Taiwan was US$181.73, up 0.76% from 2024, and recovered to 96.37% of its pre-pandemic level in 2019. Within the expenditure structure, hotel bills accounted for the largest share at US$76.76 (42.24%), followed by meals excluding hotel meals at US$38.79 (21.34%).

According to the analysis of the 7 main markets, in 2025, inbound non-tour-group visitors from the U.S.A. had the highest average daily expenditure in Taiwan at US$241.24 per person, followed by Korea (US$202.25), Europe (US$198.57), Japan (US$192.01), Hong Kong/Macao (US$187.18), the New Southbound Focus 7 countries (US$159.11), and Mainland China (US$155.92). In terms of shopping expenses, the rankings were: inbound non-tour-group visitors from Hong Kong/Macao (US$42.19), Mainland China (US$37.01), the U.S.A. (US$35.65), Korea (US$34.66), the New Southbound Focus 7 countries (US$33.10), Japan (US$30.39), and Europe (US$18.45).

Based on the breakdown of shopping expenses, inbound non-tour-group visitors overall spent the most on local special products, accounting for 40.79%, followed by clothes or accessories at 19.96%, and souvenirs or handicraft products at 13.14%. Inbound non-tour-group visitors from Japan spent the most on local special products, accounting for 50.77%, followed by tea at 17.90%, and souvenirs or handicraft products at 16.75%. Inbound non-tour-group visitors from Mainland China spent the most on local special products, accounting for 35.72%, followed by clothes or accessories at 27.21%, and tea at 11.67%. Inbound non-tour-group visitors from Korea spent the most on local special products, accounting for 50.46%, followed by souvenirs or handicraft products at 16.13%, and tobacco or alcohol at 12.46%. Inbound non-tour-group visitors from Hong Kong/Macao spent the most on local special products, accounting for 51.91%, followed by clothes or accessories at 18.56%, and souvenirs or handicraft products at 9.20%. Inbound non-tour-group visitors from the New Southbound Focus 7 countries spent the most on local special products, accounting for 33.57%, followed by clothes or accessories at 30.54%, and souvenirs or handicraft products at 12.05%. Inbound non-tour-group visitors from the U.S.A. spent the most on local special products, accounting for 23.39%, followed by souvenirs or handicraft products at 16.89%, and clothes or accessories at 16.30%. Inbound non-tour-group visitors from Europe spent the most on local special products, accounting for 32.31%, followed by souvenirs or handicraft products at 24.44%, and tea at 12.20%.

Inbound non-tour-group visitors from Japan had an average daily expenditure per person in Taiwan of US$192.01, an increase of US$3.13 (up 1.66%) compared to 2024. Within the expenditure structure, hotel bills recorded the largest increase, up by US$5.82 (up 6.91%), while local transportation recorded the largest decrease, down by US$3.91 (down 20.74%).

Inbound non-tour-group visitors from Mainland China had an average daily expenditure per person in Taiwan of US$155.92, an increase of US$1.95 (up 1.27%) compared to 2024. Within the expenditure structure, shopping recorded the largest increase, up by US$3.57 (up 10.68%), while local transportation recorded the largest decrease, down by US$3.02 (down 18.80%).

Inbound non-tour-group visitors from Korea had an average daily expenditure per person in Taiwan of US$202.25, an increase of US$10.64 (up 5.55%) compared to 2024. Within the expenditure structure, hotel bills recorded the largest increase, up by US$7.71 (up 9.69%), while local transportation recorded the largest decrease, down by US$2.87 (down 14.26%).

Inbound non-tour-group visitors from Hong Kong/Macao had an average daily expenditure per person in Taiwan of US$187.18, an increase of US$0.27 (up 0.14%) compared to 2024. Within the expenditure structure, shopping recorded the largest increase, up by US$2.49 (up 6.27%), while local transportation recorded the largest decrease, down by US$2.37 (down 14.92%).

Inbound non-tour-group visitors from the New Southbound Focus 7 countries had an average daily expenditure per person in Taiwan of US$159.11, an increase of US$0.90 (up 0.57%) compared to 2024. Within the expenditure structure, entertainment recorded the largest increase, up by US$1.50 (up 22.62%), while hotel bills recorded the largest decrease, down by US$0.99 (down 1.54%).

Inbound non-tour-group visitors from the U.S.A. had an average daily expenditure per person in Taiwan of US$241.24, an increase of US$2.73 (up 1.14%) compared to 2024. Within the expenditure structure, hotel bills recorded the largest increase, up by US$11.13 (up 11.44%), while shopping recorded the largest decrease, down by US$5.30 (down 12.94%).

Inbound non-tour-group visitors from Europe had an average daily expenditure per person in Taiwan of US$198.57, a decrease of US$0.44 (down 0.22%) compared to 2024. Within the expenditure structure, only entertainment increased, up by US$2.43 (up 26.27%), while meals excluding hotel meals recorded the largest decrease, down by US$1.81 (down 4.29%).

Table 24 The average daily expenditure per inbound non-tour-group visitor in 2025 - by main market (compared to 2024)

Unit: USD

Main Market		Total	Hotel Bills	Meals excluding hotel meals	Local transpor-tation	Entertain-ment	Miscella-neous expenses	Shopping
All non-tour-group visitors	Amount of money	181.73	76.76	38.79	16.15	9.65	7.11	33.27
	Percentage	100.00%	42.24%	21.34%	8.89%	5.31%	3.91%	18.31%
	Amount of growth	1.37	1.73	1.02	-1.90	0.22	0.00	0.30
	Growth rate	0.76%	2.31%	2.70%	-10.53%	2.33%	0.00%	0.91%
Japan non-tour-group visitors	Amount of money	192.01	90.03	40.13	14.94	9.83	6.69	30.39
	Percentage	100.00%	46.89%	20.90%	7.78%	5.12%	3.48%	15.83%
	Amount of growth	3.13	5.82	0.67	-3.91	-1.41	0.32	1.64
	Growth rate	1.66%	6.91%	1.70%	-20.74%	-12.54%	5.02%	5.70%
Mainland China non-tour-group visitors	Amount of money	155.92	57.22	33.97	13.04	5.50	9.18	37.01
	Percentage	100.00%	36.70%	21.79%	8.36%	3.52%	5.89%	23.74%
	Amount of growth	1.95	0.99	3.27	-3.02	0.00	-2.86	3.57
	Growth rate	1.27%	1.76%	10.65%	-18.80%	0.00%	-23.75%	10.68%
Korea non-tour-group visitors	Amount of money	202.25	87.26	45.99	17.25	11.07	6.02	34.66
	Percentage	100.00%	43.14%	22.74%	8.53%	5.47%	2.98%	17.14%
	Amount of growth	10.64	7.71	5.69	-2.87	-0.87	-0.34	1.32
	Growth rate	5.55%	9.69%	14.12%	-14.26%	-7.29%	-5.35%	3.96%
Hong Kong/ Macao non-tour-group visitors	Amount of money	187.18	71.29	40.30	13.52	8.52	11.36	42.19
	Percentage	100.00%	38.09%	21.53%	7.22%	4.55%	6.07%	22.54%
	Amount of growth	0.27	-1.00	0.11	-2.37	-0.40	1.44	2.49
	Growth rate	0.14%	-1.38%	0.27%	-14.92%	-4.48%	14.52%	6.27%
New Southbound Focus 7 Countries non-tour-group visitors	Amount of money	159.11	63.24	35.15	15.14	8.13	4.35	33.10
	Percentage	100.00%	39.75%	22.09%	9.52%	5.11%	2.73%	20.80%
	Amount of growth	0.90	-0.99	1.41	-0.14	1.50	-0.03	-0.85
	Growth rate	0.57%	-1.54%	4.18%	-0.92%	22.62%	-0.68%	-2.50%
U.S.A. non-tour-group visitors	Amount of money	241.24	108.40	46.30	24.79	17.53	8.57	35.65
	Percentage	100.00%	44.93%	19.19%	10.28%	7.27%	3.55%	14.78%
	Amount of growth	2.73	11.13	0.01	-2.07	0.07	-1.11	-5.30
	Growth rate	1.14%	11.44%	0.02%	-7.71%	0.40%	-11.47%	-12.94%
Europe non-tour-group visitors	Amount of money	198.57	99.21	40.42	21.86	11.68	6.95	18.45
	Percentage	100.00%	49.96%	20.36%	11.01%	5.88%	3.50%	9.29%
	Amount of growth	-0.44	-0.04	-1.81	-0.03	2.43	-0.06	-0.93
	Growth rate	-0.22%	-0.04%	-4.29%	-0.14%	26.27%	-0.86%	-4.80%

Notes: 1. Non-tour-group visitors refer to all visitors except tour group visitors.

2. Both the “amount of growth” and the “growth rate” are compared with 2024.

Table 25 The average daily expenditure per inbound non-tour-group visitor in 2025 - by main market (compared to 2019)

Unit: USD

Main Market		Total	Hotel Bills	Meals excluding hotel meals	Local transpor-tation	Entertain-ment	Miscella-neous expenses	Shopping
All non-tour-group visitors	Amount of money	181.73	76.76	38.79	16.15	9.65	7.11	33.27
	Percentage	100.00%	42.24%	21.34%	8.89%	5.31%	3.91%	18.31%
	Amount of growth	-6.84	-5.27	-0.69	-3.12	3.84	3.73	-5.33
	Growth rate	-3.63%	-6.42%	-1.75%	-16.19%	66.09%	110.36%	-13.81%
Japan non-tour-group visitors	Amount of money	192.01	90.03	40.13	14.94	9.83	6.69	30.39
	Percentage	100.00%	46.89%	20.90%	7.78%	5.12%	3.48%	15.83%
	Amount of growth	-21.33	-22.38	-0.92	-1.38	1.43	2.93	-1.01
	Growth rate	-10.00%	-19.91%	-2.24%	-8.46%	17.02%	77.93%	-3.22%
Mainland China non-tour-group visitors	Amount of money	155.92	57.22	33.97	13.04	5.50	9.18	37.01
	Percentage	100.00%	36.70%	21.79%	8.36%	3.52%	5.89%	23.74%
	Amount of growth	-39.88	-15.37	-2.86	-7.76	-1.44	4.24	-16.69
	Growth rate	-20.37%	-21.17%	-7.77%	-37.31%	-20.75%	85.83%	-31.08%
Korea non-tour-group visitors	Amount of money	202.25	87.26	45.99	17.25	11.07	6.02	34.66
	Percentage	100.00%	43.14%	22.74%	8.53%	5.47%	2.98%	17.14%
	Amount of growth	5.09	-14.41	6.05	0.29	7.68	2.53	2.95
	Growth rate	2.58%	-14.17%	15.15%	1.71%	226.55%	72.49%	9.30%

Notes:1. Non-tour-group visitors refer to all visitors except tour group visitors.

2. Both the “amount of growth” and the “growth rate” are compared with 2019.

Table 26 The average daily expenditure of shopping details for each inbound non-tour-group visitor in 2025 - 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	33.27	100.00%	30.39	100.00%	37.01	100.00%
Clothes or accessories	**6.64**	**19.96%**	2.50	8.23%	**10.07**	**27.21%**
Jewelry or jade	0.69	2.07%	0.19	0.62%	0.46	1.24%
Souvenirs or handicraft products	**4.37**	**13.14%**	**5.09**	**16.75%**	2.32	6.27%
Cosmetics or perfumes	1.56	4.69%	0.42	1.38%	2.12	5.73%
Local special products	**13.57**	**40.79%**	**15.43**	**50.77%**	**13.22**	**35.72%**
Tobacco or alcohol	1.65	4.96%	0.87	2.86%	2.75	7.43%
Cosmeceuticals or health food	0.66	1.98%	0.27	0.89%	1.29	3.49%
Consumer electronics & home appliances	0.43	1.29%	0.09	0.30%	0.44	1.19%
Tea	3.22	9.68%	**5.44**	**17.90%**	**4.32**	**11.67%**
Others	0.48	1.44%	0.09	0.30%	0.02	0.05%

Table 26 The average daily expenditure of shopping details for each inbound non-tour-group visitor in 2025 - 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	33.27	100.00%	34.66	100.00%	42.19	100.00%
Clothes or accessories	**6.64**	**19.96%**	3.88	11.19%	**7.83**	**18.56%**
Jewelry or jade	0.69	2.07%	0.17	0.49%	0.28	0.66%
Souvenirs or handicraft products	**4.37**	**13.14%**	**5.59**	**16.13%**	**3.88**	**9.20%**
Cosmetics or perfumes	1.56	4.69%	0.31	0.89%	1.78	4.22%
Local special products	**13.57**	**40.79%**	**17.49**	**50.46%**	**21.90**	**51.91%**
Tobacco or alcohol	1.65	4.96%	**4.32**	**12.46%**	0.55	1.30%
Cosmeceuticals or health food	0.66	1.98%	0.86	2.48%	0.80	1.90%
Consumer electronics & home appliances	0.43	1.29%	0.05	0.15%	0.07	0.17%
Tea	3.22	9.68%	1.69	4.88%	3.19	7.56%
Others	0.48	1.44%	0.30	0.87%	1.91	4.52%

Table 26 The average daily expenditure of shopping details for each inbound non-tour-group visitor in 2025 - by main market (continued 2)

Unit: USD

Shopping Details	All non-tour-group visitors		New Southbound Focus 7 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	33.27	100.00%	33.10	100.00%	35.65	100.00%
Clothes or accessories	**6.64**	**19.96%**	**10.11**	**30.54%**	**5.81**	**16.30%**
Jewelry or jade	0.69	2.07%	1.00	3.02%	2.71	7.60%
Souvenirs or handicraft products	**4.37**	**13.14%**	**3.99**	**12.05%**	**6.02**	**16.89%**
Cosmetics or perfumes	1.56	4.69%	2.80	8.46%	1.43	4.01%
Local special products	**13.57**	**40.79%**	**11.11**	**33.57%**	**8.34**	**23.39%**
Tobacco or alcohol	1.65	4.96%	0.98	2.96%	3.39	9.51%
Cosmeceuticals or health food	0.66	1.98%	0.47	1.42%	1.50	4.21%
Consumer electronics & home appliances	0.43	1.29%	0.84	2.54%	0.59	1.65%
Tea	3.22	9.68%	1.64	4.96%	5.71	16.02%
Others	0.48	1.44%	0.16	0.48%	0.15	0.42%

Table 26 The average daily expenditure of shopping details for each inbound non-tour-group visitor in 2025 - 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	33.27	100.00%	18.45	100.00%
Clothes or accessories	**6.64**	**19.96%**	1.58	8.57%
Jewelry or jade	0.69	2.07%	0.19	1.03%
Souvenirs or handicraft products	**4.37**	**13.14%**	**4.51**	**24.44%**
Cosmetics or perfumes	1.56	4.69%	0.41	2.22%
Local special products	**13.57**	**40.79%**	**5.96**	**32.31%**
Tobacco or alcohol	1.65	4.96%	1.57	8.51%
Cosmeceuticals or health food	0.66	1.98%	0.32	1.73%
Consumer electronics & home appliances	0.43	1.29%	0.58	3.14%
Tea	3.22	9.68%	**2.25**	**12.20%**
Others	0.48	1.44%	1.08	5.85%

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

E. A total of 25.75% of the inbound visitors utilized the tax refund service, with 99.59% reporting that the process was convenient.

Among the inbound visitors surveyed, 25.75% utilized the tax refund service, with 99.59% reporting that the process was convenient.

By main purpose of visit, 26.10% of inbound visitors whose purpose was holiday, leisure, and recreation had used the tax refund service, and 99.45% of them thought the procedures were convenient.

Table 27 The tax refund conditions for the inbound visitors in 2025 - by main purpose

Unit: %

Main Purpose	Applied for tax refund	Thought the procedures were convenient
All Purposes	25.75	99.59
Holiday, leisure, and recreation	26.10	99.45
Business	21.12	100.00
International conference or exhibition	38.86	100.00
Visiting friends or relatives	26.04	100.00
Studies	23.08	100.00
Medical treatment	22.03	92.31
Others	23.08	100.00

Note: The sample size for visitors whose purpose was studies was 13, which was fewer than 30; the figures are for reference only.

V. Analysis of Inbound Visitors' Satisfaction

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

Inbound visitors were generally satisfied with Taiwan's tourism convenience, international-friendly environment, and safety. Among all items, "Friendliness of Taiwanese people" and "Safety of social environments" received the highest satisfaction scores.

Table 28 The overall satisfaction of the inbound visitors during this trip to Taiwan in 2025

Item		Mean	Standard Deviation
Convenience	Local transportation	4.69	0.49
	Access to tourism information	4.59	0.54
	Communication/Internet facilities	4.57	0.58
	Customs clearance procedures	4.29	0.64
International-friendly environment	Friendliness of Taiwanese people	4.72	0.48
	Clarity of road signs and public facilities signs	4.39	0.62
	Access to services in English	4.28	0.77
Safety	Safety of social environments	4.70	0.48
	Safety of recreational environment	4.66	0.51
	Safety of accommodation facilities	4.63	0.53
	Good food hygiene	4.46	0.61
Total	Overall satisfaction	4.62	0.50

Note: Likert five-point scale: 1 = very dissatisfied, 2 = dissatisfied, 3 = neutral, 4 = satisfied, and 5 = very satisfied.

B. 99.76% of the inbound visitors were willing to revisit Taiwan, and the likely purpose of their next trip would be holiday, leisure, and recreation. 99.88% of the inbound visitors will recommend friends or relatives to visit Taiwan.

99.76% of the inbound visitors expressed a willingness to return to Taiwan. Among them, the most likely purpose for their next visit would be holiday, leisure, and recreation (74.37%), followed by visiting friends or relatives (13.11%) and business (10.10%). In addition, 99.88% 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 2025

Unit: %

Main purpose	Total	Holiday, leisure, and recreation	Business	International conference/ exhibition	Visit relatives/ friends	Studies	Medical Treatment	Others
Percentage	100.00	74.37	10.10	1.28	13.11	0.20	0.69	0.25

Table 30 The willingness of the inbound visitors to recommend friends or relatives to visit Taiwan in 2025

Unit: %

Will you recommend friends or relatives to visit Taiwan	Total	Yes	No
Percentage	100.00	99.88	0.12

C. "Culinary delights," "Visiting night markets," "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 (87.81%), night markets sightseeing (77.63%), natural landscape (63.26%), local friendliness and hospitality (53.96%), and historical relics (38.54%), among others.

Table 31 Ranking of the deepest impression of Taiwan as thought of by inbound visitors in 2025

Unit: %

Ranking	Item	Relative Percentage	Ranking	Item	Relative Percentage
1	Culinary delights	87.81	10	Religious culture	8.96
2	Visiting night markets	77.63	11	Tourist spots (including amusement park)	7.82
3	Natural landscape	63.26	12	Festival activities or performances (including concerts)	2.27
4	Local friendliness and hospitality	53.96	13	Cycling fun	2.24
5	Historical sites and relics	38.54	14	Book stores	2.21
6	Convenience stores	36.34	15	Aboriginal culture	2.21
7	Night life	30.08	16	Health care	1.91
8	Famous local products	27.15	17	The accommodation experience (hotels or guest houses, etc.)	1.05
9	Hot springs	11.08	18	Others	0.78

Note: This was a multiple-response question.

D. 92% of the inbound visitors were satisfied with their stay at hotels or guest houses.

The main accommodation for the inbound visitors was hotels (87.09%), followed by the home of relatives or friends (17.87%), and guest houses (or B&Bs) (5.17%). The overall satisfaction rate (very satisfied & satisfied) was 92.25% for hotel stays and 91.57% for guest house (or B&B) stays.

Table 32 Accommodation type of the inbound visitors in 2025

Unit: %

Accommodation Type	Relative Percentage
Hotel	**87.09**
The home of relatives or friends	**17.87**
Guest houses (or B&B)	**5.17**
Dormitory	0.68
Temples, seminaries, or churches	0.14
Rental apartments	0.03
Other	0.23

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. 99% of the inbound tour group visitors were satisfied with the services of the travel agencies and tour guides.

98.93% of the inbound tour group visitors were satisfied with the services provided by the travel agencies and the tour guides, and with zero respondents reporting dissatisfaction.

Table 33 Overall Satisfaction with the Local Travel Agencies and Tour Guide Services among Inbound Tour Group Visitors in 2025

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	98.93	36.95	61.98	1.07	-	-	-

Note: "-" indicates no sample cases.

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 98.85%.

Among inbound visitors, the most frequently used means of transportation in Taiwan were the MRT (79.19%), followed by taxis (48.29%) and trains (39.94%). The overall satisfaction rate with the means of transportation taken or used in Taiwan was 98.85%, with only 0.32% expressing dissatisfaction, most commonly regarding taxis.

Table 34 Modes of transportation used by inbound visitors in Taiwan in 2025

Unit: %

Mode of Transportation	Relative Percentage of Usage
MRT	79.19
Taxi	48.29
Train	39.94
Bus	36.20
Uber (diversified taxi)	18.69
High-Speed Rail	14.71
Coach	13.09
Ferry	5.63
Public bicycle	4.40
Car rental	3.74
Airplane	0.36
Other	14.85

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" includes Taiwan Tourist Shuttle Bus, double decker sightseeing bus, etc.
3. "Others" include private cars, cars driven by friends or relatives, company cars, hotel transfers, cable cars, etc.

Table 35 Overall satisfaction with the means of transportation taken or used by inbound visitors in Taiwan in 2025

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	98.85	57.11	41.74	0.83	0.32	0.32	-

Note: "-" indicates no sample cases.

G. 34.25% of the inbound visitors took low-carbon and environmental considerations into account when selecting travel services.

34.25% of the inbound visitors said they took low-carbon and environmental considerations into account when selecting travel services, most commonly in relation to transportation, followed by accommodation.

Table 36 Whether inbound visitors took low-carbon and environmental considerations into account when selecting travel services in 2025

Unit: %

Whether Low-carbon and Environmental Considerations Were a Factor in Selecting Travel Services	Total	Yes	No
Percentage	100.00	34.25	65.75

VI. Analysis of Basic Demographic 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 (19.21%), followed by professionals (15.47%) and service and sales workers (14.02%).

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 (69.24%). The average annual income of inbound visitors was approximately US$28,798.90. The most common income range was US$15,000–29,999 (23.80%), followed by US$30,000–39,999 (18.78%), and no fixed income (14.95%).

調查報告內容

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，以作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 114 年間來臺旅客旅遊動機、動向和在臺期間之支出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支出概況	藉由調查資料收集，可以瞭解來臺旅客的支出金額，並估算114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、吸引來臺度假、休閒、遊憩因素、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. 瞭解來臺旅客支出概況	分析來臺旅客支出概況及其變動，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 114 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 10 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3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
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)將低碳環保納為評估因素的旅遊服務
5.支出概況	(1)預付費用項目與金額 (2)在臺支出金額及結構 (3)購買物品

類　別	細　項
	(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：

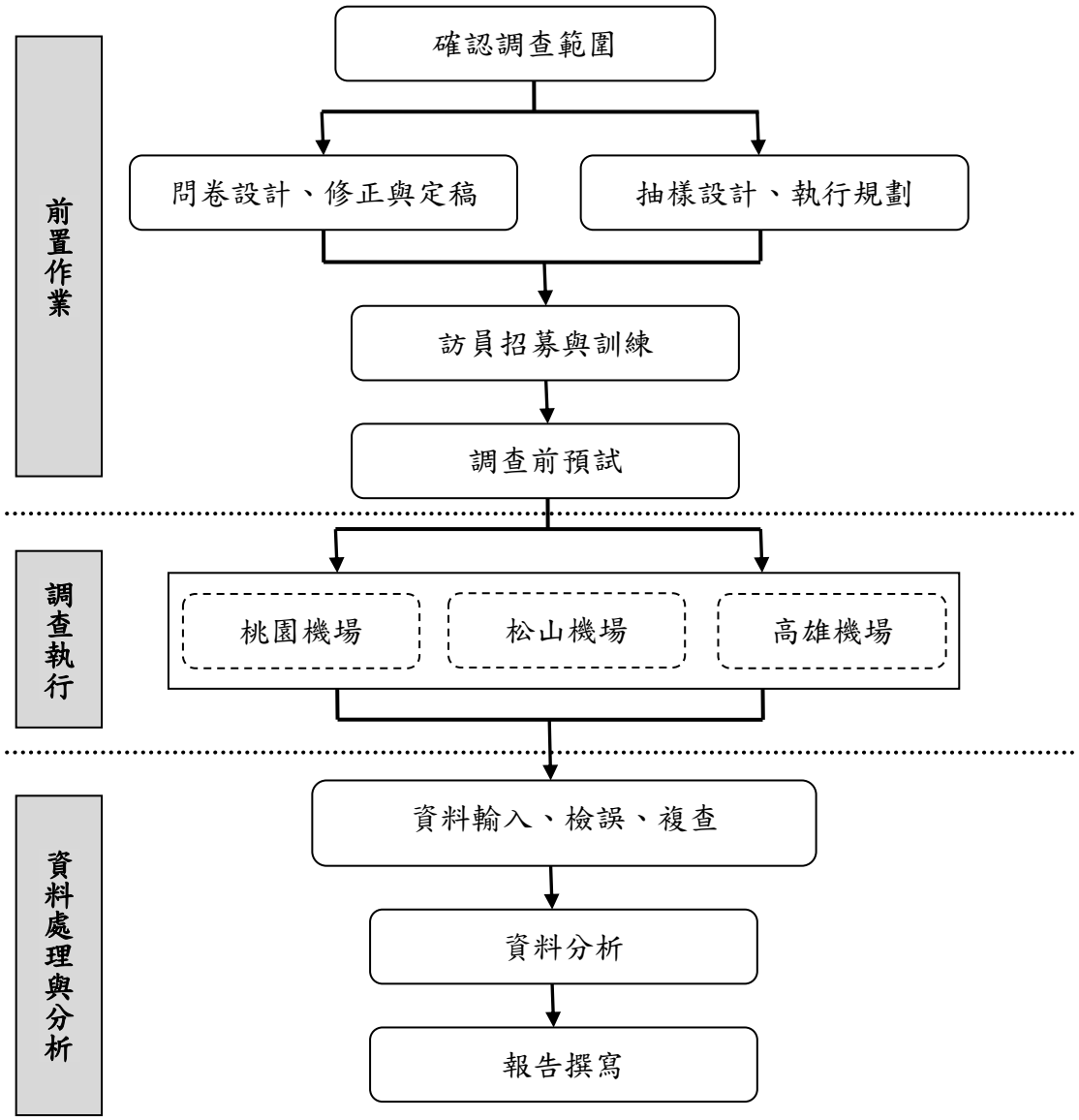


圖 2-3-1 執行流程

（二）調查時間

本調查訪問時間自民國 114 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

基於母體結構、調查成本及可行性等考量，本調查採用配額抽樣，以可掌握及觀察之來臺旅客特徵「居住地」、「性別」、「年齡」和「月份」作為「抽樣控制特徵」。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。以內政部移民署統計之入境旅客居住地、性別、年齡和月份的公務統計資料為樣本配置基礎。

因 113 年為疫後首個完整未受疫情影響的年度，以及考量中國大陸尚未開放陸團來臺之影響，114 年在抽樣設計上，參考「113 年來臺旅客公務統計」資料，對「月份」進行配置，得出各月應配置之樣本數。

其次，在居住地、年齡及性別樣本配置部分，在 114 年 1 月及 2 月以「113 年來臺旅客人次－按居住地、年齡別及性別分」公務統計資料配置樣本。3 月後依 114 年所產出最新「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，配置當月份各居住地之各性別與年齡別之樣本數。此外，截至 114 年底，中國大陸尚未開放觀光團體來臺觀光。

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(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、新南向主力 7 國、歐洲及美國等主要市場之支出及動向狀況。

- 新南向主力 7 國包括：新加坡、馬來西亞、印尼、菲律賓、越南、泰國、印度。
- 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 α=0.05，可得樣本數為 $n=\left(\frac{z_{\frac{\alpha}{2}}}{2d}\right)^2$，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。本調查預計抽樣至少 6,500 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、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 12-19 歲、20 歲至未滿 30 歲、30 歲至未滿 40 歲、40 歲至未滿 50 歲、50 歲至未滿 60 歲、60 歲以上等 6 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，將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於制訂作業標準，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 / 面訪時間	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支出。

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支出。

(4) 樣本檢定

本調查採配額抽樣設計，樣本配置係以內政部移民署統計之「來臺旅客人次－按居住地、年齡別及性別分」公務統計資料配置樣本。將 114 年調查有效樣本與來臺旅客「居住地、年齡別及性別」母體結構進行卡方一致性檢定，結果顯示，在 95%信心水準下，本次受訪旅客「居住地、年齡別及性別」結構與 114 年來臺旅客結構並無顯著差異（X^2=142.036，p>0.05），符合母體結構，表示本調查樣本配置整體上與抽樣設計所依據之母體分層結構相符。

除主要特徵分層結構外，本調查亦將月份作為調查執行期間之配置控制特徵，以避免樣本過度集中於特定月份。就月份配額檢定結果而言，若以內政部移民署統計之 114 年全年入境旅客月份結構作為母體進行卡方一致性檢定，結果顯示樣本月份分布與 114 年全年月份結構達顯著差異（χ^2=60.208，p<0.001）。進一步觀察各月份標準化殘差，主要差異為 3 月樣本比例略高於母體結構，以及 11 月、12 月樣本比例略低於母體結構。

惟月份結構檢定與「來臺旅客居住地、年齡別及性別」主要分層結構檢定之判讀目的不同。前者主要反映樣本於調查執行期間之月別分布情形，後者則對應本調查之主要特徵配額控制結構。且月份檢定之 Cramer's V 約為 0.029，屬極小效果量(Effect Size)，表示雖達統計顯著，但實質偏離程度有限。

綜合上述檢定結果，本調查主要配額控制所依據之「來臺旅客居住地、年齡別及性別」交叉分層結構與母體結構並無顯著差異，與母體分層結構相符。

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。

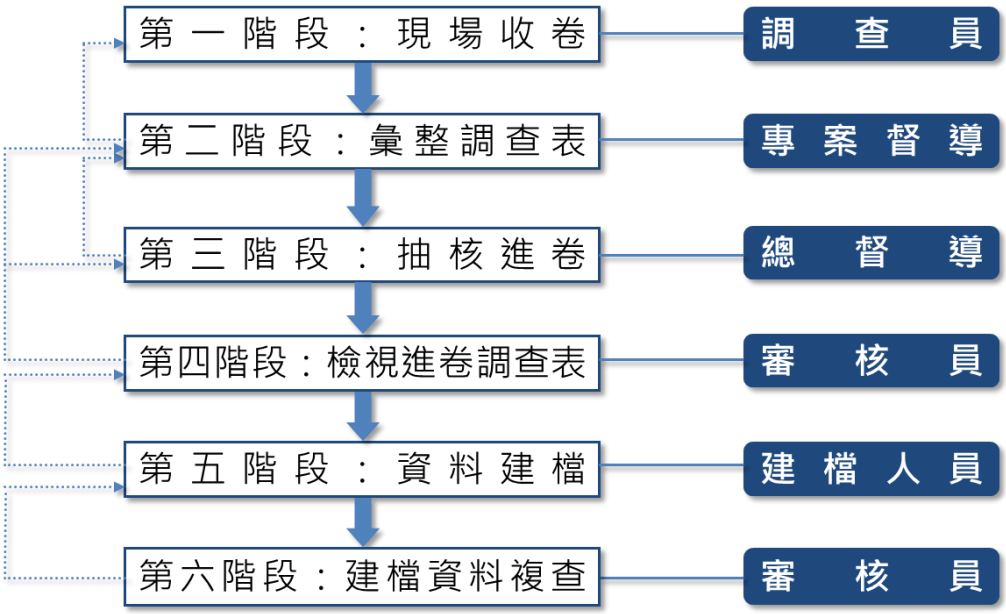


圖 2-5-1 資料建檔、檢誤流程

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 3 年與疫情前資料做變化分析，瞭解旅客來臺支出概況及旅遊動向之變化。

（二）分析架構

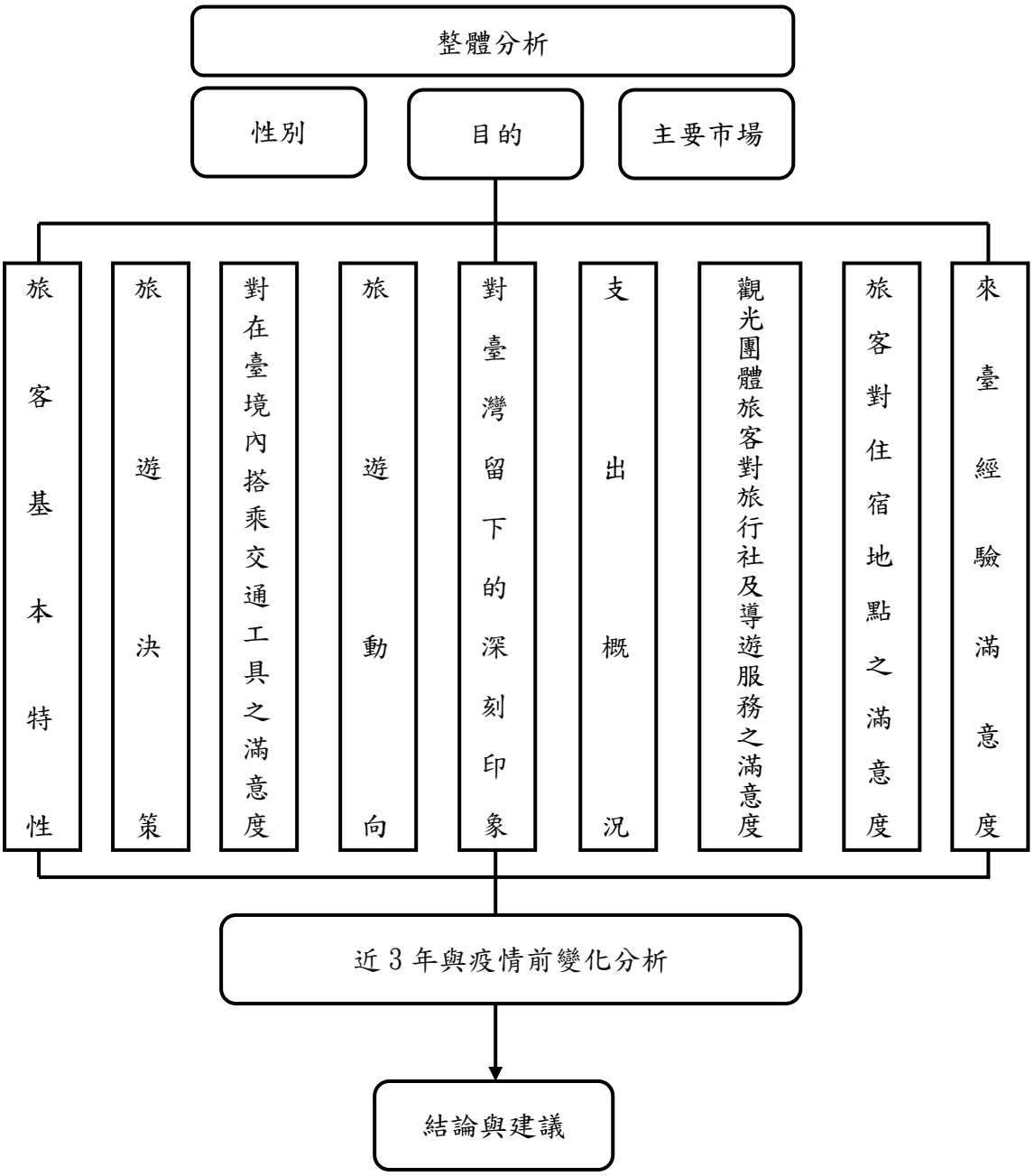


圖 2-5-2 分析架構

（三）分析項目

1. 整體分析

表 2-5-1　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、將低碳環保納為評估因素的旅遊服務、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)支出概況分析	本項分析可瞭解旅客的支出概況，進行支出金額估算，作為估計我國觀光支出的參考，並進行支出結構分析。再針對特殊支出群旅客進行分析，作為刺激支出之策略參考。
(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 2-5-2　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支出狀況，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支出狀況，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支出狀況，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支出狀況，提供作為相關單位決策依據。

3. 近 3 年與疫情前變化分析

表 2-5-3　近 3 年與疫情前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3年與疫情前變化分析	就來臺旅客不同特性及主要市場的旅客旅遊決策、動向與支出狀況等進行近3年(114年、113年、112年)與疫情前(108年)比較分析。

4. 開放式意見整理

5. 結論與建議

（四）支出金額之估算

平均每人每日總支出金額、平均每人每日各細項支出金額及觀光支出等有關旅客支出金額之估算公式，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。

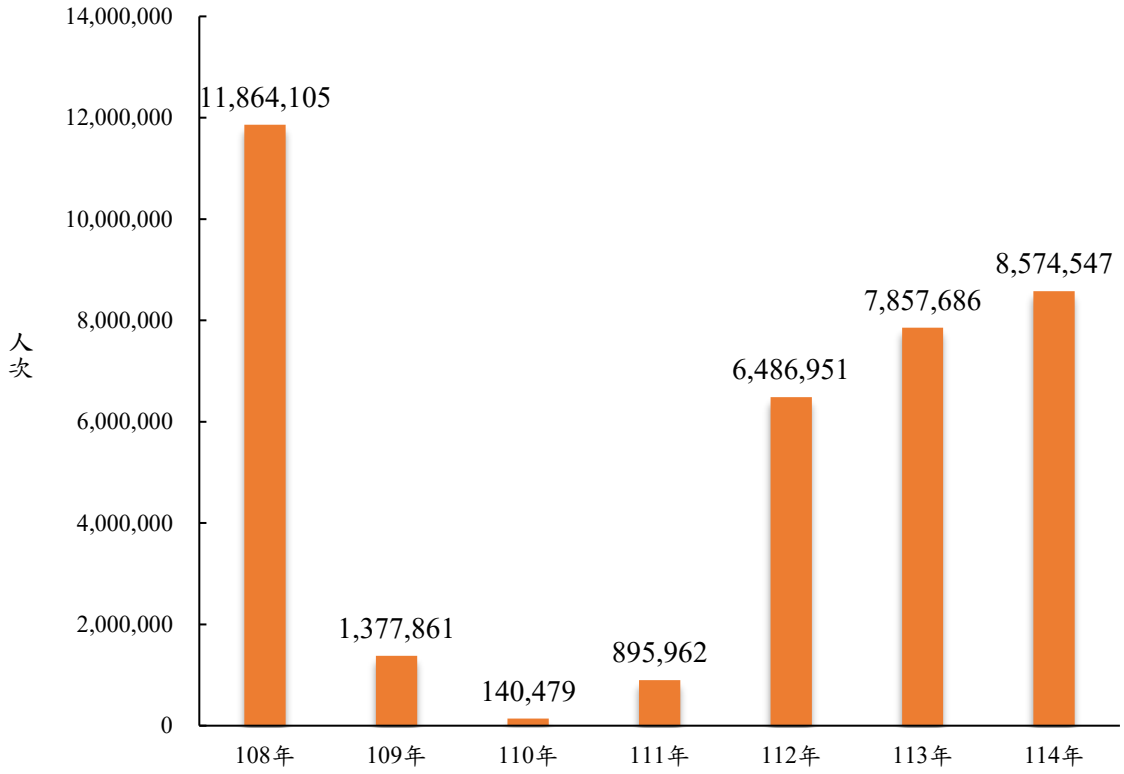
參、 近 7 年來臺旅客基本資料

本章就 108 年至 114 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 7 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%。

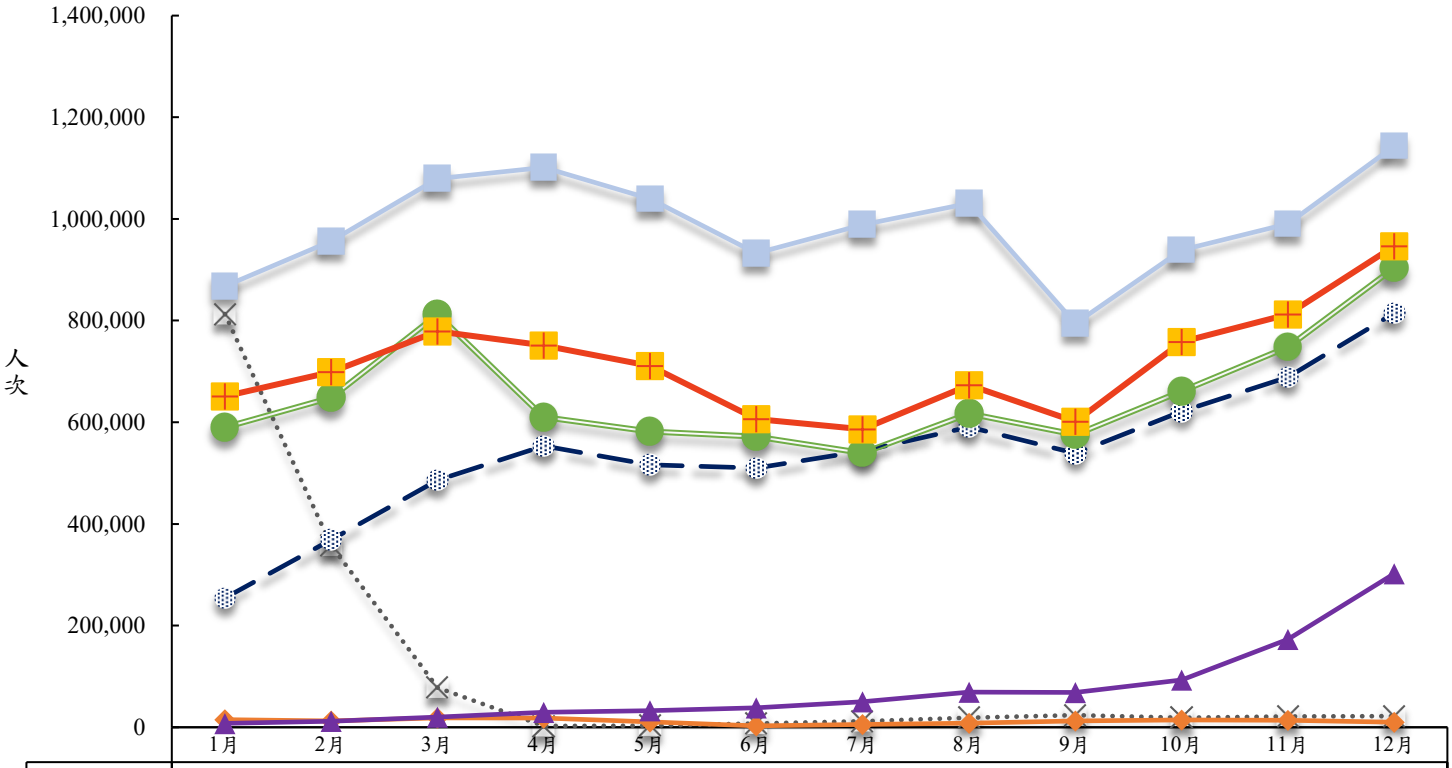
110 年與 111 年在邊境嚴管政策持續下，來臺旅客大幅降低，至 111 年 10 月 13 日開放邊境管制，112 年後旅客人次開始逐步復甦，114 年已達 857 萬 4,547 人次，較 113 年增加 71 萬 6,861 人次，成長 9.12%，已恢復至 108 年水準的 72.27%，詳見圖 3-1-1。



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

在各月旅客變動趨勢上，從圖 3-1-2 可知，114 年除 3 月人次較 113 年同期減少外，其餘月份均較 113 年成長。



	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
108年	867,711	956,202	1,079,498	1,101,393	1,039,758	932,697	988,765	1,030,937	794,415	939,131	990,397	1,143,201
109年	812,970	357,357	78,259	2,559	3,250	7,491	11,748	18,536	23,520	18,982	21,177	22,012
110年	14,794	12,674	18,406	17,843	10,719	2,779	5,480	7,960	12,264	14,107	13,461	9,992
111年	7,639	11,556	20,036	29,760	32,466	38,454	49,991	69,299	68,318	93,206	173,137	302,100
112年	254,359	369,098	486,171	553,211	516,396	509,693	543,388	590,458	538,658	621,649	689,105	814,765
113年	589,961	648,348	811,608	610,146	581,748	571,510	539,454	616,922	575,455	661,115	747,800	903,619
114年	651,078	699,158	778,576	751,149	710,933	606,346	586,226	673,102	601,339	757,860	812,236	946,544

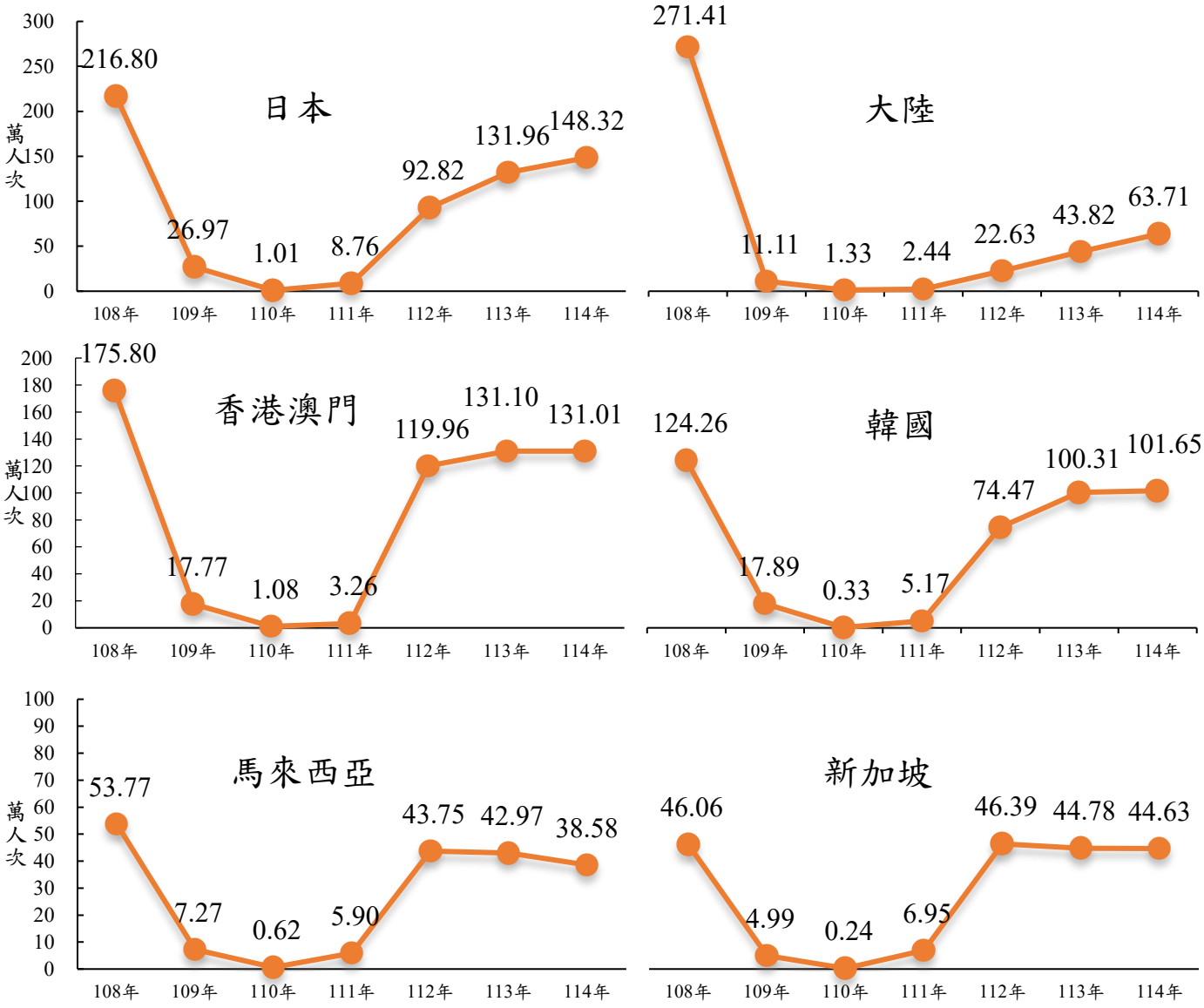
資料來源：內政部移民署

圖 3-1-2 各月來臺旅客總人次變動情形

二、 居住地

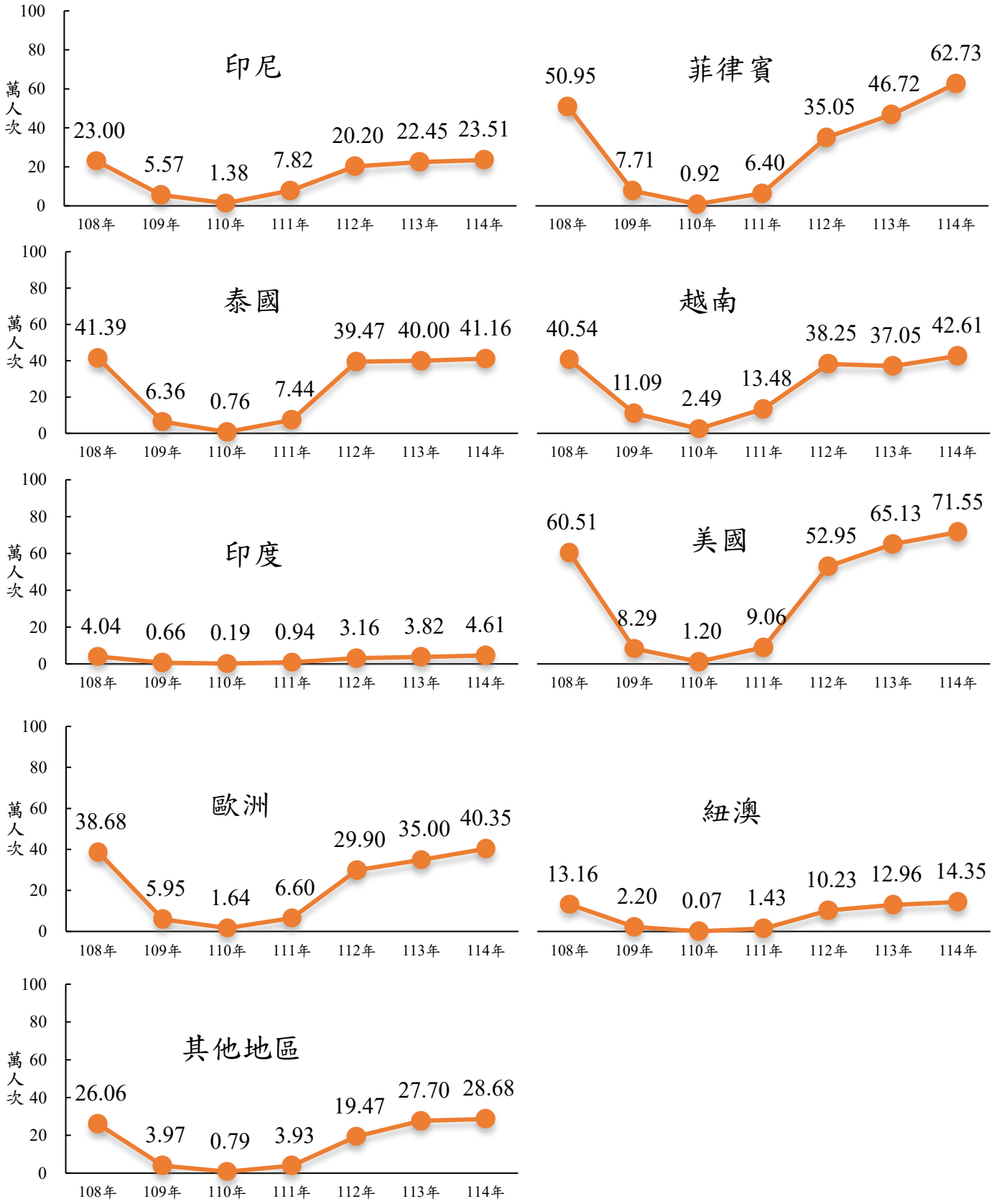
從圖 3-2-1 可知，108 年來臺旅客以大陸為最多，其次依序為日本、香港.澳門、韓國、美國等。109 年至 111 年因疫情影響，我國邊境管制的情形下，各居住地旅客人次均大幅減少，其中 109 年以日本為最多；110 年和 111 年以越南為最多。

111 年 10 月我國解除邊境管制後，來臺旅客開始逐月成長，112 年以香港.澳門最多，其次為日本；113 年與 114 年則均以日本最多，其次為香港.澳門，第三為韓國。在成長率部分，以大陸較 113 年成長 45.38%最多，其次為菲律賓(34.28%)。



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)

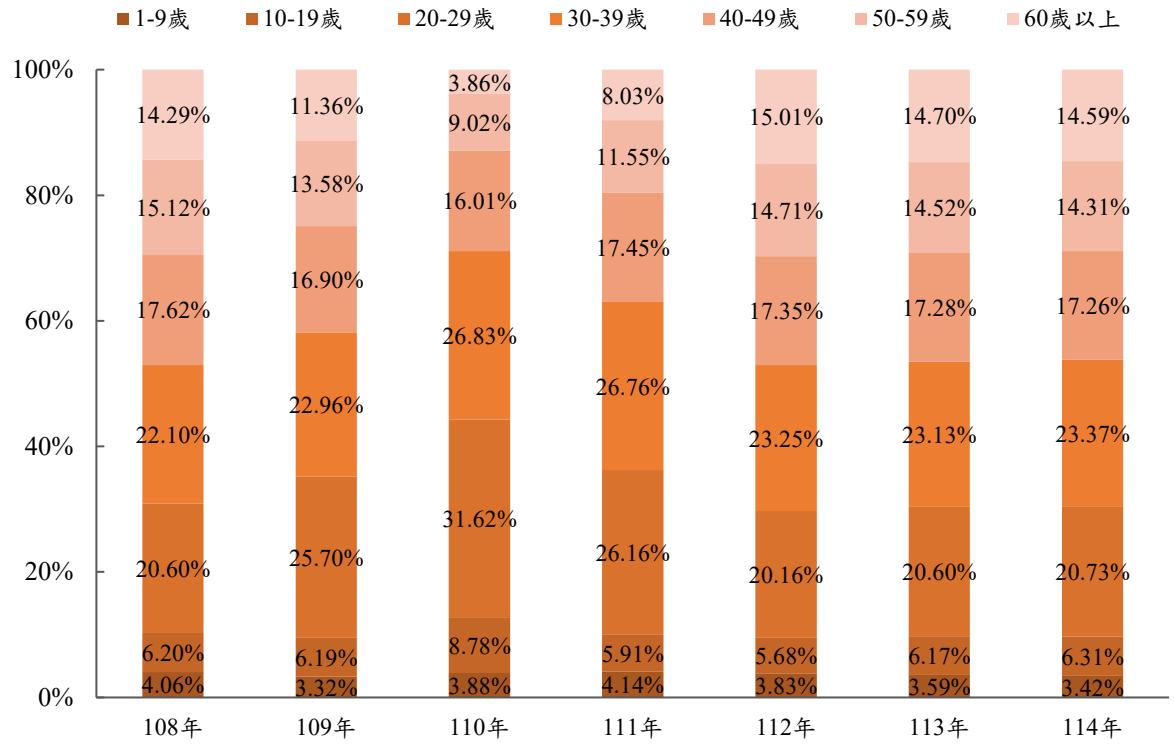
三、 年齡

108 年至 114 年來臺旅客平均年齡係依各年度年齡結構採 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，計算結果得出 108 年至 114 年旅客平均年齡分別為 39.59 歲、35.73 歲、32.65 歲、37.22 歲、39.35 歲、38.82 歲、39.20 歲，詳見圖 3-3-1。

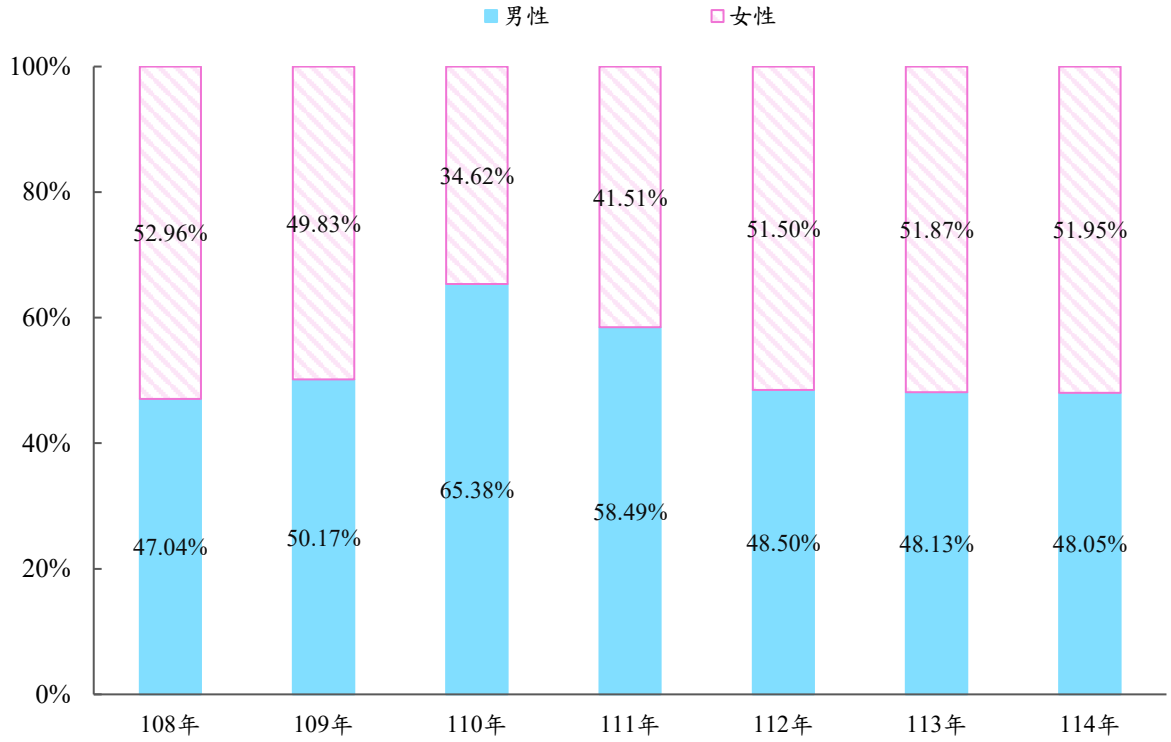


資料來源：內政部移民署

圖 3-3-1 來臺旅客之年齡結構變動情形

四、 性別

由圖 3-4-1 可知，除 109 年、110 年和 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，114 年總接觸樣本數為 9,796 人，其中有效樣本數 6,660 人，無效樣本 3,136 人，無效樣本比率為 32.01%；無效樣本類型以「拒訪」為最多。

114 年有效樣本共 6,660 人，其調查結果之分析詳述於本章。

表 4-1　114 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	**9,796**	**6,660**	**3,136**	**2,742**	**394**	**32.01**
1 月	775	547	228	211	17	**29.42**
2 月	798	567	231	205	26	**28.95**
3 月	1,032	707	325	288	37	**31.49**
4 月	797	534	263	231	32	**33.00**
5 月	732	510	222	197	25	**30.33**
6 月	722	501	221	191	30	**30.61**
7 月	669	473	196	169	27	**29.30**
8 月	794	540	254	212	42	**31.99**
9 月	771	514	257	224	33	**33.33**
10 月	843	578	265	219	46	**31.44**
11 月	823	553	270	239	31	**32.81**
12 月	1,040	636	404	356	48	**38.85**

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 114 年 6,660 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，114 年受訪旅客之居住地分布，以日本為最多占 17.15%，其次為香港.澳門占 14.92%，第三為韓國占 11.83%。

表 4-1-1　受訪旅客之居住地分布

單位：人；%

居住地	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	6,660	100.00	6,620	100.00	8,562	100.00
日本	**1,142**	**17.15**	**1,128**	**17.04**	**1,435**	**16.76**
大陸	512	7.69	348	5.26	**2,045**	**23.88**
韓國	**788**	**11.83**	**829**	**12.52**	833	9.73
香港.澳門	**994**	**14.92**	**1,116**	**16.86**	**1,345**	**15.71**
新加坡	305	4.58	344	5.20	297	3.47
馬來西亞	306	4.59	368	5.56	360	4.20
印尼	186	2.79	197	2.98	172	2.01
菲律賓	487	7.31	396	5.98	381	4.45
泰國	317	4.76	342	5.17	297	3.47
越南	346	5.20	340	5.14	319	3.73
印度	41	0.62	34	0.51	86	1.00
美國	556	8.35	545	8.23	421	4.92
德.英.法	175	2.63	167	2.52	192	2.24
歐洲其他地區	160	2.40	134	2.02	107	1.25
紐澳	109	1.64	106	1.60	84	0.98
其他地區	236	3.54	226	3.41	188	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 4-1-2 可知，114 年與 113 年、108 年受訪旅客之來臺主要目的均以「度假、休閒、遊憩」目的為最多，其次為「探親或訪友」，第三為「業務」。就居住地而言，除大陸及印尼以「探親或訪友」為最高外，其餘各居住地皆以「度假、休閒、遊憩」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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	6,660	100.00	6,620	100.00	8,562	100.00
度假、休閒、遊憩	**4,215**	**63.28**	**4,367**	**65.96**	**6,478**	**75.66**
業務	**819**	**12.30**	**840**	**12.69**	**794**	**9.27**
國際會議或展覽	175	2.63	108	1.63	84	0.98
探親或訪友	**1,340**	**20.11**	**1,226**	**18.52**	**1,033**	**12.06**
求學	13	0.20	5	0.08	43	0.50
醫療	59	0.89	45	0.68	31	0.36
其他	39	0.59	29	0.44	99	1.16

由表 4-1-3 可知，主要目的為業務而次要目的為「度假、休閒、遊憩」的受訪旅客，有 294 人，占主要目的為「業務」之受訪旅客的 35.90%；主要目的為「探親或訪友」而次要目的為「度假、休閒、遊憩」之受訪旅客，有 1,210 人，占主要目的為「探親或訪友」之受訪旅客的 90.30%。

表 4-1-3　114 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								
		度假、休閒、遊憩	業務	國際會議或展覽	探親或訪友	求學	醫療	其他	單一目的	總計
來臺主要目的	度假、休閒、遊憩		16	22	234	2	7	13	3,921	4,215
			0.38	0.52	5.55	0.05	0.17	0.31	93.02	100.00
	業務	294		54	17	-	-	2	452	819
		35.90		6.59	2.08	-	-	0.24	55.19	100.00
	國際會議或展覽	53	50	-	5	1	-	1	65	175
		30.29	28.57		2.86	0.57	-	0.57	37.14	100.00
	探親或訪友	1,210	2	5		-	5	2	116	1,340
		90.30	0.15	0.37		-	0.37	0.15	8.66	100.00
	求學	11	-	-	-		-	-	2	13
		84.62	-	-	-		-	-	15.38	100.00
	醫療	15	-	-	17	-		-	27	59
		25.42	-	-	28.81	-		-	45.77	100.00
	其他	30	1	2	2	-	-		4	39
		76.92	2.56	5.13	5.13	-	-		10.26	100.00

註：「-」表示無調查樣本。

（三）年齡

由表 4-1-4 可知，114 年受訪旅客之年齡分布狀況，其中以 30-39 歲為最多，占 25.74%，其次為 20-29 歲占 20.48%。受訪旅客平均年齡採 trimean 方法(式 1)估計算出 114 年受訪旅客之平均年齡為 41.46 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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	6,660	100.00	6,620	100.00	8,562	100.00
12-19 歲	192	2.88	127	1.92	138	1.61
20-29 歲	**1,364**	**20.48**	**1,881**	**28.41**	**2,229**	**26.03**
30-39 歲	**1,714**	**25.74**	**1,517**	**22.92**	**2,326**	**27.17**
40-49 歲	**1,277**	**19.17**	1,168	17.64	**1,598**	**18.66**
50-59 歲	1,046	15.71	**1,305**	**19.71**	1,259	14.70
60-64 歲	818	12.28	430	6.50	551	6.44
65 歲以上	249	3.74	192	2.90	461	5.38

（四）性別

由表 4-1-5 可知，114 年與 113 年、108 年受訪旅客之性別分布狀況，均以女性占比較高。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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	6,660	100.00	6,620	100.00	8,562	100.00
男性	3,200	48.05	3,195	48.26	4,142	48.38
女性	3,460	51.95	3,425	51.74	4,420	51.62

（五）月份

由表 4-1-6 可知，114 年與 108 年受訪旅客之月份分布狀況，均以 3 月受訪旅客為最多；113 年則以 12 月為最多。

表 4-1-6　各月受訪旅客之分布

單位：人；%

月份	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	6,660	100.00	6,620	100.00	8,562	100.00
1 月	547	8.21	447	6.75	567	6.62
2 月	**567**	**8.51**	488	7.37	680	7.94
3 月	**707**	**10.62**	**586**	**8.85**	**873**	**10.20**
4 月	534	8.02	575	8.69	645	7.53
5 月	510	7.66	525	7.93	**779**	**9.10**
6 月	501	7.52	488	7.37	681	7.95
7 月	473	7.10	484	7.31	664	7.76
8 月	540	8.11	540	8.16	721	8.42
9 月	514	7.72	496	7.49	744	8.69
10 月	578	8.68	585	8.84	**760**	**8.88**
11 月	553	8.30	**652**	**9.85**	689	8.05
12 月	**636**	**9.55**	**754**	**11.39**	759	8.86

（六）最高學歷

由表 4-1-7 可知，114 年與 113 年、108 年受訪旅客之最高學歷均以大專為最多。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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	6,660	100.00	6,620	100.00	8,562	100.00
小學、中學肄畢(含高職)	1,268	19.04	1,173	17.72	1,848	21.58
大專	**4,612**	**69.24**	**4,544**	**68.64**	**5,592**	**65.32**
碩、博士	779	11.70	899	13.58	1,067	12.46
其他	-	-	-	-	1	0.01
未回答	1	0.02	4	0.06	54	0.63

（七）工作別

由表 4-1-8 可知，114 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 19.21%，其次為專業人員，占 15.47%，第三為服務及銷售工作人員，占 14.02%。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

單位：人；%

工作別	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	6,660	100.00	6,620	100.00	8,562	100.00
民意代表、主管及經理人員	773	11.61	742	11.21	**1,481**	**17.30**
專業人員	**1,031**	**15.47**	**1,051**	**15.88**	**2,327**	**27.18**
技術員及助理專業人員	775	11.64	822	12.42	383	4.47
事務支援人員	**1,280**	**19.21**	**1,259**	**19.01**	**1,134**	**13.24**
服務及銷售工作人員	**934**	**14.02**	**934**	**14.11**	873	10.20
農、林、漁、牧業生產人員	136	2.04	112	1.69	15	0.18
技藝有關工作人員	175	2.63	208	3.14	60	0.70
機械設備操作及組裝人員	109	1.64	133	2.01	25	0.29
基層技術工及勞力工	42	0.63	42	0.63	15	0.18
軍人	7	0.11	…	…	…	…
家庭管理	501	7.52	457	6.90	574	6.70
學生	444	6.67	474	7.16	762	8.90
退休人員	424	6.37	344	5.20	763	8.91
其他	27	0.41	37	0.56	118	1.38
未回答	2	0.03	5	0.08	32	0.37

註：「…」表示無此選項。

（八）年收入

由表 4-1-9 可知，114 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 28,798.90 美元。其中以 15,000-29,999 美元為最多，占 23.80%，第二為 30,000-39,999 美元，占 18.78%，第三為無固定收入，占 14.95%。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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	6,660	100.00	6,620	100.00	8,562	100.00
9,999 美元以下	426	6.40	517	7.81	420	4.91
10,000-14,999 美元	930	13.96	**1,193**	**18.02**	844	9.86
15,000-29,999 美元	**1,585**	**23.80**	**1,655**	**25.00**	**1,602**	**18.71**
30,000-39,999 美元	**1,251**	**18.78**	**1,079**	**16.30**	**1,181**	**13.79**
40,000-69,999 美元	797	11.97	657	9.92	1,076	12.57
70,000-99,999 美元	390	5.86	366	5.53	399	4.66
100,000 美元以上	284	4.26	283	4.27	368	4.30
無固定收入	**996**	**14.95**	869	13.13	**2,665**	**31.12**
未回答	1	0.02	1	0.02	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 λ=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，114 年旅客平均出發來臺前 46.74 天開始計劃行程，標準誤為 0.30 天，全體及各來臺主要目的旅客開始計劃行程時間較 113 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

單位：天

來臺主要目的	114 年		113 年		108 年	
	平均數	標準誤	平均數	標準誤	平均數	標準誤
全體	46.74	0.30	41.05	0.40	51.71	0.37
度假、休閒、遊憩	48.48	0.39	42.68	0.50	53.50	0.43
業務	32.75	0.61	26.81	0.90	27.62	0.67
國際會議或展覽	45.35	1.78	43.65	3.09	51.50	3.53
探親或訪友	49.41	0.70	44.85	0.94	55.74	1.18
求學	144.43	78.84	87.47	30.98	83.13	7.77
醫療	41.13	2.64	35.20	3.29	55.88	6.46
其他	68.71	12.90	39.06	6.11	66.84	4.38

註：114 年樣本數少於 50 人之類別，包含 114 年求學(13 人)、其他(39 人)；113 年求學(5 人)、醫療(45 人)、其他(29 人)；108 年求學(43 人)、醫療(31 人)，其數值僅供參考。

114 年來臺主要或次要目的為「度假、休閒、遊憩」之受訪旅客共 5,828 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)度假、休閒、遊憩目的受訪旅客之旅遊資訊管道」及「(三)吸引旅客來臺度假、休閒、遊憩原因」兩小節，乃針對主要或次要目的為「度假、休閒、遊憩」之受訪旅客進行分析。

（二）度假、休閒、遊憩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，114 年「度假、休閒、遊憩」目的受訪旅客 5,828 人中，來臺前曾看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導者有 3,775 人，占 64.77%。

表 4-2-2　度假、休閒、遊憩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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	5,828	100.00	5,856	100.00	7,614	100.00
是	3,775	64.77	3,687	62.96	5,010	65.80
否	2,053	35.23	2,169	37.04	2,604	34.20

註：本題針對主要或次要目的為度假、休閒、遊憩之受訪旅客分析。

就居住地而言，德.英.法(85.25%)、越南(84.84%)、泰國(82.94%)、馬來西亞(77.30%)、韓國(76.89%)、新加坡(73.80%)、日本(69.89%)、印尼(67.03%)、菲律賓(65.44%)、紐澳(65.17%)及印度(64.00%)等「度假、休閒、遊憩」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居多，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

由表4-2-3可知，114年「度假、休閒、遊憩」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 3,775 人，其來源依序為社群網站(89.91%)、搜尋引擎(70.99%)、親友口碑(50.20%)、電視.電台(21.38%)、旅行社宣傳行程.摺頁(15.95%)等。

表 4-2-3　受訪旅客在哪些管道看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導

觀光資訊管道	114年		113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	**3,394**	**89.91**	**3,124**	**84.73**	…	…
搜尋引擎	**2,680**	**70.99**	**2,741**	**74.34**	…	…
親友口碑	**1,895**	**50.20**	**1,922**	**52.13**	**1,706**	**34.05**
電視/電台	807	21.38	841	22.81	**1,088**	**21.72**
旅行社宣傳行程、摺頁	602	15.95	674	18.28	1,017	20.30
報章雜誌	461	12.21	376	10.20	579	11.56
電商平台	249	6.60	194	5.26	…	…
戶外廣告或看板	152	4.03	52	1.41	170	3.39
地鐵.巴士.航空站等交通運具及場站	146	3.87	70	1.90	189	3.77
國際旅遊展覽或特殊活動	100	2.65	130	3.53	202	4.03
網際網路(含社群網路服務)	…	…	…	…	**3,458**	**69.02**

註：1. 本題為複選題，且針對主要或次要目的為度假、休閒、遊憩，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「度假、休閒、遊憩」受訪旅客均以社群網站為最高，詳見附表 1-13。

3. 受臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導決定來臺度假、休閒、遊憩影響程度

由表 4-2-4 可知，114 年來臺前看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導的旅客，影響其決定來臺「度假、休閒、遊憩」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百分比=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。

114 年影響受訪旅客決定來臺度假、休閒、遊憩的觀光資訊管道，以社群網站(37.48%)影響程度為最高，其次為搜尋引擎(31.49%)，第三為親友口碑(15.97%)，前三高排序與 113 年一致，其餘管道影響程度均低於 1 成。

表 4-2-4　受訪旅客受臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導決定來臺影響程度

單位：%

觀光資訊管道	影響程度	
	114 年	113 年
合計	100.00	100.00
社群網站	**37.48**	**34.80**
搜尋引擎	**31.49**	**32.00**
親友口碑	**15.97**	**17.21**
電視、電台	5.60	5.80
旅行社宣傳行程、摺頁	4.86	5.68
報章雜誌	2.02	1.86
電商平台	1.10	1.32
地鐵.巴士.航空站等交通運具及場站	0.69	0.37
國際旅遊展覽或特殊活動	0.48	0.65
戶外廣告或看板	0.31	0.31

註：1.本題針對主要或次要目的為度假、休閒、遊憩，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。

就主要市場而言，日本及香港.澳門「度假、休閒、遊憩」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。大陸、韓國、新南向主力 7 國、美國、歐洲「度假、休閒、遊憩」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 4-2-5、附表 1-14。

表 4-2-5　受訪旅客受臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導決定來臺影響程度－依主要市場分

單位：%

觀光資訊管道	全體		日本	
	114 年	113 年	114 年	113 年
合計	100.00	100.00	100.00	100.00
搜尋引擎	**31.49**	**31.99**	**36.54**	**35.25**
社群網站	**37.48**	**34.80**	**35.06**	**30.71**
電商平台	1.10	1.32	0.90	0.34
電視、電台	5.60	5.80	5.58	7.97
親友口碑	**15.97**	**17.21**	**11.50**	**12.75**
報章雜誌	2.02	1.86	3.31	3.36
戶外廣告或看板	0.31	0.31	0.31	0.26
地鐵.巴士.航空站等交通運具及場站	0.69	0.37	0.52	0.65
國際旅遊展覽或特殊活動	0.48	0.65	0.39	0.43
旅行社宣傳行程、摺頁	4.86	5.69	5.89	8.28

表 4-2-5　受訪旅客受臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導決定來臺影響程度－依居住地分(續 1)

單位：%

觀光資訊管道	大陸		韓國	
	114 年	113 年	114 年	113 年
合計	100.00	100.00	100.00	100.00
搜尋引擎	**34.24**	**44.31**	**35.66**	**32.92**
社群網站	**35.20**	**28.13**	**35.92**	**33.18**
電商平台	-	0.39	0.17	0.17
電視、電台	1.16	1.35	5.31	4.64
親友口碑	**27.85**	**24.28**	**10.95**	**14.61**
報章雜誌	0.19	1.35	0.97	0.91
戶外廣告或看板	0.39	-	0.13	0.24
地鐵.巴士.航空站等交通運具及場站	0.97	-	0.27	0.10
國際旅遊展覽或特殊活動	-	0.19	0.10	0.27
旅行社宣傳行程、摺頁	-	-	10.52	12.96

觀光資訊管道	香港.澳門		新南向主力 7 國	
	114 年	113 年	114 年	113 年
合計	100.00	100.00	100.00	100.00
搜尋引擎	**39.09**	**33.86**	**25.68**	**27.88**
社群網站	**39.00**	**34.63**	**38.64**	**36.32**
電商平台	0.31	0.37	1.91	2.88
電視、電台	2.54	4.45	6.21	5.39
親友口碑	**12.61**	**17.22**	**20.38**	**21.09**
報章雜誌	1.07	1.67	1.39	1.38
戶外廣告或看板	0.62	0.41	0.28	0.46
地鐵.巴士.航空站等交通運具及場站	0.49	0.20	1.19	0.52
國際旅遊展覽或特殊活動	0.13	0.77	0.81	0.86
旅行社宣傳行程、摺頁	4.14	6.41	3.51	3.22

表 4-2-5　受訪旅客受臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導決定來臺影響程度－依居住地分(續完)

單位：%

觀光資訊管道	美國		歐洲	
	114 年	113 年	114 年	113 年
合計	100.00	100.00	100.00	100.00
搜尋引擎	**25.00**	**29.04**	**37.93**	**34.60**
社群網站	**32.37**	**40.40**	**41.56**	**39.14**
電商平台	2.32	1.61	0.36	0.37
電視、電台	7.53	6.91	5.54	7.48
親友口碑	**23.34**	**17.79**	**9.26**	**15.71**
報章雜誌	4.55	2.08	3.27	1.72
戶外廣告或看板	0.75	0.09	-	-
地鐵.巴士.航空站等交通運具及場站	0.25	0.28	-	-
國際旅遊展覽或特殊活動	0.83	1.42	0.27	0.37
旅行社宣傳行程、摺頁	3.06	0.38	1.81	0.61

註：1.本題針對主要或次要目的為度假、休閒、遊憩，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

114 年「度假、休閒、遊憩」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 3,775 人，受訪旅客表示決定來臺影響程度較大的資訊內容以遊記 (67.58%)為最高，其次依序為旅客評論(59.31%)、攝影或影像紀錄(54.99%)、廣告(20.40%)等。113 年則以旅客評論為最高，其次為遊記，第三為攝影或影像紀錄。

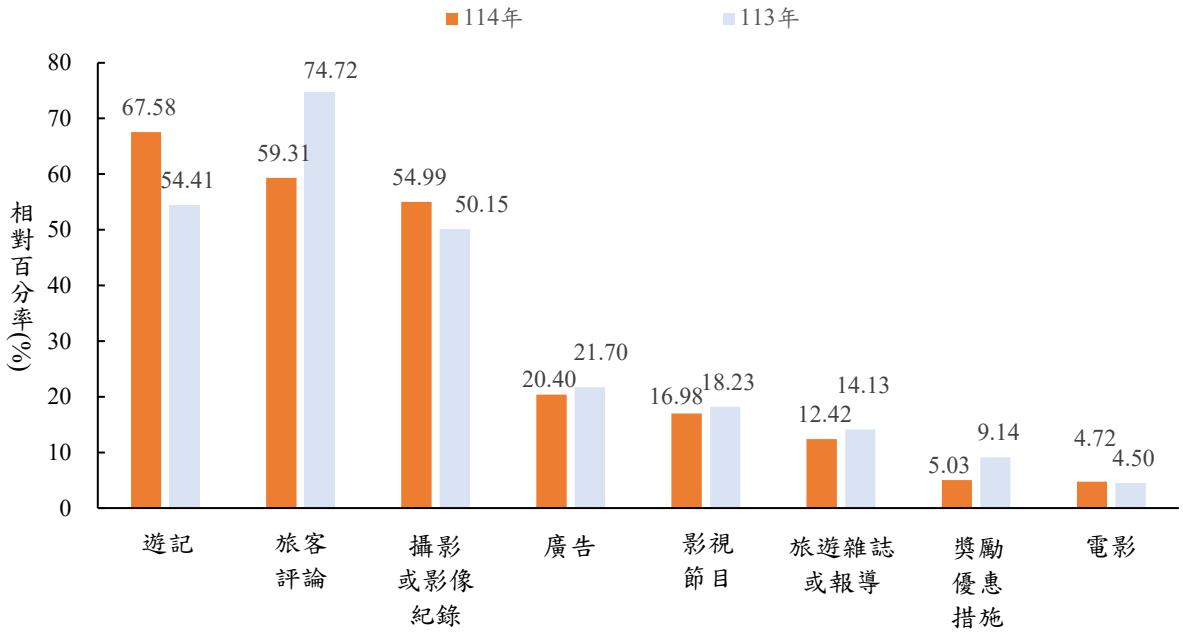


圖 4-2-1 度假、休閒、遊憩受訪旅客表示決定來臺影響程度較大的資訊內容

就居住地而言，香港.澳門、菲律賓及泰國受訪旅客以旅客評論為最高，越南受訪旅客以攝影或影像紀錄為最高，德.英.法受訪旅客以遊記與攝影或影像紀錄並列最高，其餘居住地均以遊記為最高，詳見附表 1-15。

（三）吸引旅客來臺度假、休閒、遊憩原因

由表 4-2-6 可知，114 年來臺主要或次要目的為「度假、休閒、遊憩」之受訪旅客共 5,828 人，吸引其來臺「度假、休閒、遊憩」原因，以美食或特色小吃(82.84%)為最高，其次依序為風光景色(73.90%)、臺灣民情風俗和文化(48.32%)、治安良好(44.18%)、人民友善(42.84%)、距離居住地近(41.16%)、購物(40.10%)等。114 年與 113 年、108 年皆以美食或特色小吃，以及風光景色為前兩名。

表 4-2-6　吸引旅客來臺度假、休閒、遊憩原因

單位：人次；%

吸引來臺原因	114 年		113 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	**4,828**	**82.84**	**5,120**	**87.43**	**5,449**	**71.57**
風光景色	**4,307**	**73.90**	**4,466**	**76.26**	**4,847**	**63.66**
臺灣民情風俗和文化	**2,816**	**48.32**	2,475	42.26	1,374	18.05
治安良好	2,575	44.18	**2,737**	**46.74**	423	5.56
人民友善	2,497	42.84	2,402	41.02	1,075	14.12
距離居住地近	2,399	41.16	2,168	37.02	1,706	22.41
購物	2,337	40.10	2,077	35.47	**1,816**	**23.85**
氣候宜人	1,110	19.05	950	16.22	716	9.40
歷史文物	689	11.82	782	13.35	956	12.56
夜間休閒活動	662	11.36	476	8.13	376	4.94
民主政治	454	7.79	615	10.50	78	1.02
遊憩設施(遊樂園、高爾夫球場、渡假村…)	119	2.04	144	2.46	80	1.05
節慶活動或表演(含演唱會)	112	1.92	…	…	…	…
醫療保健	111	1.90	39	0.67	25	0.33
運動或賽事(含自行車旅遊)	38	0.65	…	…	…	…
節慶活動	…	…	48	0.82	24	0.32
自行車旅遊	…	…	56	0.96	…	…
水果	…	…	…	…	1,188	15.60
花卉	…	…	…	…	115	1.51
體育活動	…	…	…	…	36	0.47
其他	135	2.32	100	1.71	306	4.02

註：1.「…」表示無此選項。

2.本題為複選題，針對主要或次要目的為度假、休閒、遊憩之受訪旅客分析。

就居住地而言，日本、大陸、韓國、香港.澳門、新加坡、馬來西亞度假、休閒、遊憩目的受訪旅客以美食或特色小吃為最多，其餘居住地均以風光景色為最多，詳見附表 1-16。

（四）旅行安排方式

由表 4-2-7，114 年和 113 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，分別占 76.40%及 75.16%。108 年則以「自行規劃行程，請旅行社代訂住宿地點或機票」(46.07%)為最多。

表 4-2-7　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或機票	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
114 年	6,660	655	271	393	253	5,088
	100.00	9.83	4.07	5.90	3.80	76.40
113 年	6,620	820	185	363	277	4,975
	100.00	12.39	2.79	5.48	4.18	75.16
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，除了求學目的受訪旅客以「自行規劃行程，由旅行社包辦」為最多外，其餘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、動向及支出，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 4-2-8 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 4-2-8　114 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或機票	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	6,660	655	271	393	253	5,088
	100.00	9.83	4.07	5.90	3.80	76.40
	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
年齡						
12-19 歲	192	18	18	3	5	148
	100.00	9.38	9.38	1.56	2.60	77.08
	2.88	2.75	6.64	0.76	1.98	2.91
20-29 歲	1,364	61	47	46	61	1,149
	100.00	4.47	3.45	3.37	4.47	84.24
	20.48	9.31	17.34	11.70	24.11	22.58
30-39 歲	1,714	84	54	86	79	1,411
	100.00	4.90	3.15	5.02	4.61	82.32
	25.74	12.82	19.93	21.88	31.23	27.73
40-49 歲	1,277	101	51	97	45	983
	100.00	7.91	3.99	7.60	3.52	76.98
	19.17	15.42	18.82	24.68	17.79	19.32
50-59 歲	1,046	125	33	93	30	765
	100.00	11.95	3.15	8.89	2.87	73.14
	15.71	19.08	12.18	23.66	11.86	15.04
60-64 歲	818	195	47	54	32	490
	100.00	23.84	5.75	6.60	3.91	59.90
	12.28	29.77	17.34	13.74	12.65	9.63
65 歲以上	249	71	21	14	1	142
	100.00	28.51	8.43	5.62	0.40	57.03
	3.74	10.84	7.75	3.56	0.40	2.79

註：「-」表示無調查樣本。

表 4-2-8　114 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或機票	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	6,660	655	271	393	253	5,088
	100.00	9.83	4.07	5.90	3.80	76.40
	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
性別						
男性	3,200	280	131	263	100	2,426
	100.00	8.75	4.09	8.22	3.13	75.81
	48.05	42.75	48.34	66.92	39.53	47.68
女性	3,460	375	140	130	153	2,662
	100.00	10.84	4.05	3.76	4.42	76.94
	51.95	57.25	51.66	33.08	60.47	52.32
年收入						
9,999 美元以下	426	108	14	12	39	253
	100.00	25.35	3.29	2.82	9.15	59.39
	6.40	16.49	5.17	3.05	15.42	4.97
10,000-14,999 美元	930	93	21	19	34	763
	100.00	10.00	2.26	2.04	3.66	82.04
	13.96	14.20	7.75	4.83	13.44	15.00
15,000-29,999 美元	1,585	121	32	46	52	1,334
	100.00	7.63	2.02	2.90	3.28	84.16
	23.80	18.47	11.81	11.70	20.55	26.22
30,000-39,999 美元	1,251	78	26	75	55	1,017
	100.00	6.24	2.08	6.00	4.40	81.29
	18.78	11.91	9.59	19.08	21.74	19.99
40,000-69,999 美元	797	44	43	80	29	601
	100.00	5.52	5.40	10.04	3.64	75.41
	11.97	6.72	15.87	20.36	11.46	11.81
70,000-99,999 美元	390	19	34	65	16	256
	100.00	4.87	8.72	16.67	4.10	65.64
	5.86	2.90	12.55	16.54	6.32	5.03
100,000 美元以上	284	24	38	54	5	163
	100.00	8.45	13.38	19.01	1.76	57.39
	4.26	3.66	14.02	13.74	1.98	3.20
無固定收入	996	168	63	42	23	700
	100.00	16.87	6.33	4.22	2.31	70.28
	14.95	25.65	23.25	10.69	9.09	13.76
未回答	1	-	-	-	-	1
	100.00	-	-	-	-	100.00
	0.02	-	-	-	-	0.02

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或機票」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 4-2-9 與表 4-2-10 可知，114 年該屬性受訪旅客共 646 人，其中有 346 人(53.56%)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。

表 4-2-9　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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	646	100.00	640	100.00	4,076	100.00
有參加	346	53.56	362	56.56	741	18.18
沒有參加	300	46.44	278	43.44	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或機票」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 4-2-10　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	114 年		113 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	20	5.78%	21	5.80	92	12.42
1 日遊	**194**	**56.07%**	**216**	**59.67**	**383**	**51.69**
2 日遊	76	21.97%	80	22.10	125	16.87
3 日遊以上	56	16.18%	46	12.71	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或機票」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，114 年受訪旅客近 3 年來臺次數以第 1 次來臺為最多，占 57.75%，其次為第 2 次，占 25.63%，第三為第 3 次，占 10.53%。

表 4-3-1　受訪旅客來臺次數

單位：人；%

旅客來臺次數	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	6,660	100.00	6,620	100.00	8,562	100.00
第 1 次	**3,846**	**57.75**	**3,067**	**46.33**	**4,947**	**57.77**
第 2 次	**1,707**	**25.63**	**1,990**	**30.06**	**1,492**	**17.43**
第 3 次	**701**	**10.53**	**963**	**14.55**	842	9.83
第 4 次	210	3.15	323	4.88	289	3.38
5 次以上	196	2.94	277	4.18	**992**	**11.59**

註：1. 114 年、108 年為「近 3 年來臺次數」。
2. 113 年為「近 5 年來臺次數」。

就居住地而言，114 年受訪旅客，除香港.澳門以第 2 次來臺為最多外，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，114 年「度假、休閒、遊憩」與「探親或訪友」目的受訪旅客均以第 1 次來臺為最多；「業務」目的受訪旅客以第 2 次來臺為最多；「國際會議或展覽」目的受訪旅客以第 3 次來臺為最多，詳見附表 1-20。

由表 4-3-2 可知，114 年觀光團體受訪旅客最近 3 年來臺次數以第 1 次來臺為最多，占 91.75%，其次為第 2 次，占 7.18%；非觀光團體受訪旅客以第 1 次來臺為最多，占 54.04%，其次為第 2 次，占 27.64%。

表 4-3-2　114 年受訪旅客最近 3 年來臺次數－依旅遊型態分

單位：人；%

近 3 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	6,660	100.00	655	100.00	6,005	100.00
第 1 次	**3,846**	**57.75**	**601**	**91.75**	**3,245**	**54.04**
第 2 次	**1,707**	**25.63**	**47**	**7.18**	**1,660**	**27.64**
第 3 次	**701**	**10.53**	**4**	**0.61**	**697**	**11.61**
第 4 次	210	3.15	3	0.46	207	3.45
5 次以上	196	2.94	-	-	196	3.26

註：1.全體樣本數為 6,660 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 655 人。
3.非觀光團體：觀光團體除外之旅客，樣本數為 6,005 人。
4.「-」表示無調查樣本。

（二）遊覽地點

1、遊覽觀光景點

由表 4-3-3 可知，114 年受訪旅客 6,660 人中，受訪旅客來臺遊覽觀光景點依序為夜市(86.88%)、臺北 101(60.59%)、西門町(57.55%)、中正紀念堂 (46.52%)、九份(42.55%)等。

旅客遊覽景點前 10 名中，中山站商圈、大稻埕排名均較 113 年及 108 年上升。

表 4-3-3　受訪旅客遊覽觀光景點排名

單位：人次；%

名次	114 年			113 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	5,786	86.88	夜市	5,550	83.84	夜市	6,834	79.82
2	臺北 101	4,035	60.59	臺北 101	3,776	57.04	臺北 101	4,475	52.27
3	西門町(含西門紅樓)	3,833	57.55	西門町(含西門紅樓)	3,716	56.13	西門町	3,571	41.71
4	中正紀念堂	3,098	46.52	中正紀念堂	2,791	42.16	九份	3,157	36.87
5	九份	2,834	42.55	九份	2,739	41.37	故宮博物院	2,648	30.93
6	信義計畫區商圈	2,739	41.13	信義計畫區商圈	2,473	37.36	中正紀念堂	2,644	30.88
7	平溪	2,161	32.45	平溪	2,196	33.17	日月潭	1,766	20.63
8	中山站商圈	2,090	31.38	淡水	1,982	29.94	野柳	1,728	20.18
9	艋舺龍山寺	1,773	26.62	艋舺龍山寺	1,618	24.44	淡水	1,673	19.54
10	大稻埕	1,760	26.43	故宮博物院	1,555	23.49	艋舺龍山寺	1,654	19.32
11	淡水	1,635	24.55	臺北市永康街商圈	1,249	18.87	平溪	1,541	18.00
12	故宮博物院	1,621	24.34	野柳	1,200	18.13	太魯閣、天祥	1,451	16.95
13	野柳	1,203	18.06	日月潭	1,028	15.53	國父紀念館	1,429	16.69
14	臺北市永康街商圈	1,176	17.66	臺北車站商圈	1,007	15.21	墾丁國家公園	1,424	16.63
15	日月潭	1,053	15.81	北投	964	14.56	阿里山	1,154	13.48
16	華山 1914 文化創意產業園區	895	13.44	陽明山	919	13.88	士林官邸	863	10.08
17	北投	879	13.20	貓空	809	12.22	西子灣	819	9.57
18	臺北車站商圈	772	11.59	大稻埕	794	11.99	七星潭	652	7.62
19	陽明山	767	11.52	華山 1914 文化創意產業園區	774	11.69	愛河	649	7.58
20	貓空	743	11.16	宮原眼科	671	10.14	北投	613	7.16

註：本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之景點整理。

由表 4-3-4 可知，114 年觀光團體受訪旅客遊覽景點排名依序為夜市、日月潭、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、臺北 101、西門町(含西門紅樓)、中正紀念堂、信義計畫區商圈、九份等。

表 4-3-4　114 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	5,786	86.88	夜市	634	96.79	夜市	5,152	85.80
2	臺北 101	4,035	60.59	日月潭	452	69.01	臺北 101	3,604	60.02
3	西門町(含西門紅樓)	3,833	57.55	臺北 101	431	65.80	西門町(含西門紅樓)	3,513	58.50
4	中正紀念堂	3,098	46.52	九份	418	63.82	中正紀念堂	2,697	44.91
5	九份	2,834	42.55	中正紀念堂	401	61.22	信義計畫區商圈	2,675	44.55
6	信義計畫區商圈	2,739	41.13	平溪	385	58.78	九份	2,416	40.23
7	平溪	2,161	32.45	西門町(含西門紅樓)	320	48.85	中山站商圈	2,083	34.69
8	中山站商圈	2,090	31.38	野柳	292	44.58	平溪	1,776	29.58
9	艋舺龍山寺	1,773	26.62	艋舺龍山寺	277	42.29	大稻埕	1,667	27.76
10	大稻埕	1,760	26.43	阿里山	258	39.39	淡水	1,523	25.36
11	淡水	1,635	24.55	宮原眼科	194	29.62	艋舺龍山寺	1,496	24.91
12	故宮博物院	1,621	24.34	高美濕地	182	27.79	故宮博物院	1,446	24.08
13	野柳	1,203	18.06	清境農場	182	27.79	臺北市永康街商圈	1,152	19.18
14	臺北市永康街商圈	1,176	17.66	台中三井 OUTLET	176	26.87	野柳	911	15.17
15	日月潭	1,053	15.81	故宮博物院	175	26.72	華山 1914 文化創意產業園區	871	14.50
16	華山 1914 文化創意產業園區	895	13.44	駁二藝術特區	135	20.61	北投	781	13.01
17	北投	879	13.20	檜意森活村	135	20.61	臺北車站商圈	767	12.77
18	臺北車站商圈	772	11.59	安平古堡	122	18.63	貓空	737	12.27
19	陽明山	767	11.52	溪頭	117	17.86	陽明山	690	11.49
20	貓空	743	11.16	淡水	112	17.10	松山文化創意園區	611	10.17

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 4-3-5 可知，114 年受訪旅客 6,660 人中，遊覽觀光景點所在縣市依序為臺北市(84.17%)、新北市(59.38%)、南投縣(16.59%)、高雄市(16.40%)、臺中市(15.65%)等。

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	114 年			113 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	5,606	84.17	臺北市	5,617	84.85	臺北市	7,170	83.74
2	新北市	3,955	59.38	新北市	3,983	60.17	新北市	4,870	56.88
3	南投縣	1,105	16.59	臺中市	1,189	17.96	南投縣	1,951	22.79
4	高雄市	1,092	16.40	南投縣	1,090	16.47	高雄市	1,918	22.40
5	臺中市	1,042	15.65	高雄市	1,065	16.09	花蓮縣	1,555	18.16
6	宜蘭縣	732	10.99	臺南市	631	9.53	屏東縣	1,467	17.13
7	臺南市	626	9.40	宜蘭縣	586	8.85	臺中市	1,252	14.62
8	桃園市	613	9.20	基隆市	585	8.84	嘉義縣	1,162	13.57
9	嘉義縣	546	8.20	桃園市	571	8.63	臺東縣	630	7.36
10	基隆市	489	7.34	嘉義縣	471	7.11	臺南市	396	4.63
11	嘉義市	330	4.95	新竹市	296	4.47	宜蘭縣	258	3.01
12	新竹市	246	3.69	嘉義市	227	3.43	基隆市	184	2.15
13	彰化縣	135	2.03	屏東縣	207	3.13	桃園市	170	1.99
14	屏東縣	129	1.94	花蓮縣	185	2.79	新竹縣	74	0.86
15	花蓮縣	119	1.79	彰化縣	135	2.04	彰化縣	72	0.84
16	新竹縣	93	1.40	新竹縣	104	1.57	新竹市	44	0.51
17	臺東縣	74	1.11	臺東縣	83	1.25	嘉義市	41	0.48
18	苗栗縣	56	0.84	苗栗縣	61	0.92	苗栗縣	34	0.40
19	雲林縣	38	0.57	雲林縣	39	0.59	雲林縣	19	0.22
20	澎湖縣	15	0.23	澎湖縣	35	0.53	澎湖縣	8	0.09
21	金門縣	3	0.05	金門縣	4	0.06	金門縣	5	0.06
22	連江縣	1	0.02	連江縣	2	0.03	連江縣	1	0.01

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，各縣市加總超過 100%。

由表 4-3-6 可知，114 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、臺中市及嘉義縣等；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、宜蘭縣、臺中市等。

表 4-3-6　114 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	5,606	84.17	臺北市	620	94.66	臺北市	4,986	83.03
2	新北市	3,955	59.38	新北市	499	76.18	新北市	3,456	57.55
3	南投縣	1,105	16.59	南投縣	461	70.38	高雄市	854	14.22
4	高雄市	1,092	16.40	臺中市	395	60.31	宜蘭縣	671	11.17
5	臺中市	1,042	15.65	嘉義縣	260	39.69	臺中市	647	10.77
6	宜蘭縣	732	10.99	高雄市	238	36.34	南投縣	644	10.72
7	臺南市	626	9.40	嘉義市	161	24.58	桃園市	556	9.26
8	桃園市	613	9.20	臺南市	155	23.66	臺南市	471	7.84
9	嘉義縣	546	8.20	宜蘭縣	61	9.31	基隆市	469	7.81
10	基隆市	489	7.34	桃園市	57	8.70	嘉義縣	286	4.76
11	嘉義市	330	4.95	彰化縣	34	5.19	新竹市	223	3.71
12	新竹市	246	3.69	新竹市	23	3.51	嘉義市	169	2.81
13	彰化縣	135	2.03	基隆市	20	3.05	屏東縣	112	1.87
14	屏東縣	129	1.94	屏東縣	17	2.60	花蓮縣	105	1.75
15	花蓮縣	119	1.79	雲林縣	16	2.44	彰化縣	101	1.68
16	新竹縣	93	1.40	苗栗縣	15	2.29	新竹縣	81	1.35
17	臺東縣	74	1.11	花蓮縣	14	2.14	臺東縣	66	1.10
18	苗栗縣	56	0.84	新竹縣	12	1.83	苗栗縣	41	0.68
19	雲林縣	38	0.57	臺東縣	8	1.22	雲林縣	22	0.37
20	澎湖縣	15	0.23	連江縣	1	0.15	澎湖縣	15	0.25
21	金門縣	3	0.05	澎湖縣	-	-	金門縣	3	0.05
22	連江縣	1	0.02	金門縣	-	-	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，各縣市加總超過 100%。
2.「-」表示無調查樣本。

由表 4-3-7 可知，114 年受訪旅客 6,660 人中，遊覽觀光景點所在地區依序為北部地區(87.78%)、南部地區(23.96%)、中部地區(21.77%)、東部地區(2.66%)、離島地區(0.29%)。其中，除遊覽南部地區旅客占比增加 0.91 個百分點外，其餘地區比率均較 113 年減少。

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	114 年			113 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	5,846	87.78	北部地區	5,838	88.19	北部地區	7,357	85.93
2	南部地區	1,596	23.96	中部地區	1,581	23.88	南部地區	2,572	30.04
3	中部地區	1,450	21.77	南部地區	1,526	23.05	中部地區	2,500	29.20
4	東部地區	177	2.66	東部地區	233	3.52	東部地區	1,619	18.91
5	離島地區	19	0.29	離島地區	41	0.62	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，各地區加總超過 100%。
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，114 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 4-3-8　114 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	5,846	87.78	北部地區	626	95.57	北部地區	5,220	86.93
2	南部地區	1,596	23.96	中部地區	497	75.88	南部地區	1,243	20.70
3	中部地區	1,450	21.77	南部地區	353	53.89	中部地區	953	15.87
4	東部地區	177	2.66	東部地區	22	3.36	東部地區	155	2.58
5	離島地區	19	0.29	離島地區	1	0.15	離島地區	18	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，各地區加總超過 100%。
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 4-3-9 可知，北部地區為旅客主要遊覽地區，對各年齡層與市場均具有吸引力具有高度國際化與多市場共同集中的特徵。旅客以 20–39 歲青壯年旅客為主，新南向主力 7 國(30.70%)、日本(17.28%)、韓國(13.22%)及香港.澳門(13.02%)構成主要客源。

中部地區旅客以 20-39 歲(40.00%)青壯年客群為最多，但相較於其他地區，60 歲以上樣本占比較高，顯示中部地區除吸引青壯年旅客外，對於樂齡旅客亦較具吸引力；就主要市場部分，中部地區以新南向主力 7 國(39.79%)占比最高，其次為韓國(12.28%)，第三為日本(11.65%)，其中新南向主力 7 國旅客占比高於其餘市場。

南部地區旅客以 20-39 歲(40.92%)為最多，其次為 40-59 歲(35.90%)。在主要市場部分，以新南向主力 7 國(28.51%)占比最高，其次為香港.澳門(18.61%)，第三為大陸(13.72%)，香港.澳門與大陸旅客占比相對較高。

東部地區旅客以 20-39 歲(45.20%)為最多，其次為 40-59 歲(28.81%)。在主要市場部分，以新南向主力 7 國(34.46%)占比最高，其次為美國(14.69%)，第三為大陸(11.30%)，其中，美國旅客在東部地區占比高於其餘地區。

表 4-3-9　受訪旅客年齡與主要市場分布－依曾遊覽觀光景點所在區域分

單位：人；%

項目	北部地區 (到訪比率 87.78%)		中部地區 (到訪比率 21.77%)		南部地區 (到訪比率 23.96%)		東部地區 (到訪比率 2.66%)		離島地區 (到訪比率 0.29%)	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	5,846	100.00	1,450	100.00	1,596	100.00	177	100.00	19	100.00
年齡										
19 歲以下	173	2.96	48	3.31	45	2.82	8	4.52	-	-
20-39 歲	2,715	46.44	580	40.00	653	40.92	80	45.20	9	47.37
40-59 歲	2,002	34.25	477	32.90	573	35.90	51	28.81	7	36.84
60 歲以上	956	16.35	345	23.79	325	20.36	38	21.47	3	15.79
主要市場										
日本	1,010	17.28	169	11.65	210	13.16	9	5.08	2	10.53
大陸	371	6.34	127	8.76	219	13.72	20	11.30	1	5.25
韓國	773	13.22	178	12.28	107	6.70	15	8.47	-	-
香港澳門	761	13.02	122	8.41	297	18.61	17	9.61	3	15.79
新南向主力 7 國	1,795	30.70	577	39.79	455	28.51	61	34.46	5	26.32
美國	498	8.52	110	7.59	112	7.02	26	14.69	-	-
歐洲	319	5.46	61	4.21	100	6.27	12	6.78	5	26.32
其他	319	5.46	106	7.31	96	6.01	17	9.61	3	15.79

註：「-」表示無調查樣本。

3.遊覽夜市

由表 4-3-10 可知，114 年受訪旅客 6,660 人中，遊覽夜市依序為饒河街夜市(25.48%)、寧夏夜市(25.21%)、士林夜市(23.57%)、臺中逢甲夜市(8.05%)、高雄六合夜市(7.12%)等。

108 年旅客遊覽夜市以士林夜市(112 年 10 月至 114 年 4 月地下美食街整修工程)為最高，113 年後則以饒河街夜市為最高。

表 4-3-10　受訪旅客遊覽夜市排名

單位：人次；%

名次	114 年			113 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	1,697	25.48	饒河街夜市	2,359	35.63	士林夜市	3,472	40.55
2	寧夏夜市	1,679	25.21	士林夜市	2,058	31.09	寧夏夜市	1,165	13.61
3	士林夜市	1,570	23.57	寧夏夜市	1,403	21.19	饒河街夜市	1,138	13.29
4	臺中逢甲夜市	536	8.05	臺中逢甲夜市	742	11.21	高雄六合夜市	994	11.61
5	高雄六合夜市	474	7.12	高雄六合夜市	552	8.34	臺中逢甲夜市	890	10.39
6	宜蘭羅東夜市	320	4.80	基隆廟口夜市	355	5.36	華西街夜市	312	3.64
7	基隆廟口夜市	280	4.20	迪化街(含大稻埕)夜市	235	3.55	師大夜市	246	2.87
8	南機場夜市	276	4.14	高雄瑞豐夜市	214	3.23	高雄瑞豐夜市	223	2.60
9	臺中一中街夜市	261	3.92	臺中一中街夜市	183	2.76	臺中一中街夜市	217	2.53
10	高雄瑞豐夜市	194	2.91	宜蘭羅東夜市	172	2.60	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 4-3-11 可知，觀光團體受訪旅客遊覽夜市依序為士林夜市(36.64%)、臺中逢甲夜市(33.44%)、饒河街夜市(21.22%)、高雄六合夜市(21.22%)等。非觀光團體受訪旅客遊覽夜市依序為寧夏夜市(26.21%)、饒河街夜市(25.95%)、士林夜市(22.15%)等。

表 4-3-11　114 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	1,697	25.48	士林夜市	240	36.64	寧夏夜市	1,574	26.21
2	寧夏夜市	1,679	25.21	臺中逢甲夜市	219	33.44	饒河街夜市	1,558	25.95
3	士林夜市	1,570	23.57	饒河街夜市	139	21.22	士林夜市	1,330	22.15
4	臺中逢甲夜市	536	8.05	高雄六合夜市	139	21.22	高雄六合夜市	335	5.58
5	高雄六合夜市	474	7.12	寧夏夜市	105	16.03	臺中逢甲夜市	317	5.28
6	宜蘭羅東夜市	320	4.80	臺中一中街夜市	98	14.96	宜蘭羅東夜市	288	4.80
7	基隆廟口夜市	280	4.20	宜蘭羅東夜市	32	4.89	基隆廟口夜市	272	4.53
8	南機場夜市	276	4.14	嘉義文化路夜市	15	2.29	南機場夜市	265	4.41
9	臺中一中街夜市	261	3.92	高雄瑞豐夜市	12	1.83	高雄瑞豐夜市	182	3.03
10	高雄瑞豐夜市	194	2.91	花蓮東大門夜市	12	1.83	臺中一中街夜市	163	2.71

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 4-3-12 可知，114 年受訪旅客 6,660 人中，受訪旅客遊覽夜市所在縣市以臺北市(71.38%)為最多，其次依序為臺中市(11.13%)、高雄市(10.60%)、宜蘭縣(4.86%)及基隆市(4.20%)等。

114 年與 113 年、108 年受訪旅客遊覽夜市所在縣市排名皆以臺北市為最高，且呈現比率持續成長之趨勢。

表 4-3-12　受訪旅客遊覽夜市所在縣市排名

單位：人次；%

名次	114 年			113 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	4,754	71.38	臺北市	4,565	68.96	臺北市	5,091	59.46
2	臺中市	741	11.13	臺中市	841	12.70	高雄市	1,151	13.44
3	高雄市	706	10.60	高雄市	744	11.24	臺中市	999	11.67
4	宜蘭縣	324	4.86	基隆市	355	5.36	花蓮縣	151	1.76
5	基隆市	280	4.20	宜蘭縣	174	2.63	基隆市	147	1.72
6	新北市	174	2.61	臺南市	173	2.61	屏東縣	85	0.99
7	臺南市	174	2.61	新北市	160	2.42	宜蘭縣	85	0.99
8	桃園市	103	1.55	桃園市	108	1.63	桃園市	79	0.92
9	花蓮縣	81	1.22	花蓮縣	90	1.36	臺南市	79	0.92
10	嘉義市	62	0.93	新竹市	51	0.77	新北市	69	0.81
11	新竹市	41	0.62	嘉義市	48	0.73	嘉義市	32	0.37
12	臺東縣	17	0.26	屏東縣	13	0.20	新竹市	21	0.25
13	屏東縣	15	0.23	臺東縣	12	0.18	臺東縣	7	0.08
14	南投縣	11	0.17	澎湖縣	3	0.05	彰化縣	6	0.07
15	苗栗縣	9	0.14	雲林縣	3	0.05	苗栗縣	5	0.06
16	彰化縣	8	0.12	苗栗縣	3	0.05	雲林縣	5	0.06
17	嘉義縣	3	0.05	彰化縣	1	0.02	南投縣	3	0.04
18	新竹縣	2	0.03	嘉義縣	1	0.02	澎湖縣	1	0.01
19	澎湖縣	2	0.03	南投縣	1	0.02	新竹縣	-	-
20	雲林縣	1	0.02	新竹縣	-	-	嘉義縣	-	-
21	金門縣	-	-	金門縣	-	-	金門縣	-	-
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夜市整理，遊程同時包含多個景點為跨縣市資料，各縣市加總超過 100%。
2.「-」表示無調查樣本。

5.最喜歡景點

由表 4-3-13 可知，114 年受訪旅客最喜歡景點依序為日月潭(喜歡比率 38.18%)、九份(喜歡比率 23.18%)、駁二藝術特區(喜歡比率 21.69%)、淡水(喜歡比率 16.45%)、陽明山(喜歡比率 13.69%)等。

前 10 名最喜歡景點中，駁二藝術特區、陽明山、臺北 101 排名均較 113 年與 108 年上升。

表 4-3-13　受訪旅客最喜歡景點排名

名次	114 年			113 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	15.81	38.18%	日月潭	15.53	42.70%	墾丁國家公園	16.63	25.56%
2	九份	42.55	23.18%	九份	41.37	21.07%	日月潭	20.63	25.42%
3	駁二藝術特區	10.87	21.69%	淡水	29.94	16.65%	九份	36.87	23.60%
4	淡水	24.55	16.45%	平溪	33.17	16.48%	阿里山	13.48	22.88%
5	陽明山	11.52	13.69%	野柳	18.13	15.75%	太魯閣、天祥	16.95	22.61%
6	野柳	18.06	12.80%	北投	14.56	13.28%	平溪	18.00	21.03%
7	故宮博物院	24.34	12.40%	故宮博物院	23.49	13.25%	野柳	20.18	20.43%
8	平溪	32.45	12.12%	夜市	83.84	11.62%	淡水	19.54	18.17%
9	北投	13.20	11.49%	西門町(含西門紅樓)	56.13	10.50%	故宮博物院	30.93	14.39%
10	臺北 101	60.59	9.69%	大稻埕	11.99	10.08%	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 4-3-14 可知，114 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 56.98%)、清境農場(喜歡比率 25.27%)、安平古堡(喜歡比率 24.29%)、礁溪(喜歡比率 18.72%)及旗津海岸公園(喜歡比率 18.21%)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武陵國家森林遊樂區(喜歡比率 32.86%)、奇美博物館(喜歡比率 26.95%)、佛光山(喜歡比率 24.59%)、猴硐(喜歡比率 21.28%)、太平山國家森林遊樂區(喜歡比率 17.28%)等。

表 4-3-14　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	8.06	56.98%	武陵國家森林遊樂區	2.10	32.86%
2	清境農場	7.01	25.27%	奇美博物館	2.51	26.95%
3	安平古堡	6.86	24.29%	佛光山	2.75	24.59%
4	礁溪	9.62	18.72%	猴硐	2.12	21.28%
5	旗津海岸公園	4.20	18.21%	太平山國家森林遊樂區	2.43	17.28%
6	象山	5.81	10.59%	烏來	3.92	15.71%
7	大溪	5.30	8.22%	南門市場	2.27	13.25%
8	新社	4.31	7.32%	美麗島站	2.30	11.11%
9	愛河	4.98	6.93%	新竹都城隍廟	1.76	10.26%
10	西子灣	4.56	6.58%	和平島濱海公園	3.84	9.38%

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 4-3-15 可知，114 年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、陽明山、大稻埕等；非觀光團體受訪旅客最喜歡景點依序為日月潭、九份、礁溪、淡水、野柳等。

表 4-3-15　114 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	15.81	38.18%	阿里山	39.39	46.51%	日月潭	10.01	37.77%
2	九份	42.55	23.18%	日月潭	69.01	38.72%	九份	40.23	25.62%
3	駁二藝術特區	10.87	21.69%	清境農場	27.79	15.38%	礁溪	10.02	18.27%
4	淡水	24.55	16.45%	陽明山	11.76	14.29%	淡水	25.36	17.07%
5	陽明山	11.52	13.69%	大稻埕	14.20	11.83%	野柳	15.17	15.26%
6	野柳	18.06	12.80%	九份	63.82	9.09%	陽明山	11.49	13.62%
7	故宮博物院	24.34	12.40%	佛光山	11.76	9.09%	平溪	29.58	13.01%
8	平溪	32.45	12.12%	平溪	58.78	8.05%	故宮博物院	24.08	13.00%
9	北投	13.20	11.49%	淡水	17.10	8.04%	北投	13.01	12.16%
10	臺北 101	60.59	9.69%	故宮博物院	26.72	7.43%	臺北 101	60.02	10.60%

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 4-3-16 可知，114 年受訪旅客 6,660 人中，住宿地點以旅館(87.09%)為最多，其次為親友家(17.87%)，第三為民宿(5.17%)。114 年與 113 年均以住宿旅館為最多，其次為親友家，第三為民宿。

表 4-3-16　114 年受訪旅客住宿地點

單位：人次；%

住宿地點	114 年		113 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率
旅館	**5,800**	**87.09**	**5,939**	**89.71**
親友家	**1,190**	**17.87**	**1,051**	**15.88**
民宿	**344**	**5.17**	**491**	**7.42**
宿舍	45	0.68	27	0.41
寺廟.修道院或教會	9	0.14	8	0.12
租屋	2	0.03	4	0.06
其他	15	0.23	4	0.06

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.其他包括網咖、醫療機構、露營等。

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，「度假、休閒、遊憩」，以及「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 4-3-17 可知，114 年受訪旅客 6,660 人中，有 5,800 人住宿地點為旅館，有九成二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 4.17 分，標準差為 0.57 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 4-3-17　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
114 年	5,800	5,350	1,466	3,884	416	34	32	2
	100.00	92.25	25.28	66.97	7.17	0.58	0.55	0.03
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

3、住宿民宿的整體滿意度

由表 4-3-18 可知，114 年受訪旅客 6,660 人中，有 344 人住宿地點為民宿，有九成二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 4.17 分，標準差為 0.62 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 4-3-18　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
114 年	344	315	92	223	25	4	2	2
	100.00	91.57	26.74	64.83	7.27	1.16	0.58	0.58
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

（四）參加活動情形

由表 4-3-19 可知，114 年受訪旅客 6,660 人中，受訪旅客參與活動以購物(93.50%)為最多，其次依序為逛夜市(87.12%)、參觀古蹟(64.58%)、按摩.指壓(21.16%)、登山.健行(19.04%)、參觀展覽(15.93%)等。

相較於113、108年，受訪旅客在我國期間參加活動前3名皆依序為購物、逛夜市和參觀古蹟。

表 4-3-19　受訪旅客在我國期間參加活動

單位：人次；%

參加活動	114 年		113 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	**6,227**	**93.50**	**6,112**	**92.33**	**8,022**	**93.69**
逛夜市	**5,802**	**87.12**	**5,631**	**85.06**	**6,836**	**79.84**
參觀古蹟	**4,301**	**64.58**	**3,752**	**56.68**	**3,429**	**40.05**
按摩指壓	1,409	21.16	1,322	19.97	639	7.46
登山、健行	1,268	19.04	933	14.09	…	…
參觀展覽	1,061	15.93	654	9.88	2,212	25.84
泡溫泉浴	1,023	15.36	1,101	16.63	960	11.21
生態旅遊（含賞花、鳥、蝶等）	906	13.60	852	12.87	1,033	12.06
夜總會、PUB 活動	883	13.26	505	7.63	194	2.27
水域活動(含遊湖、潛水等)	875	13.14	927	14.00	…	…
休閒農場	796	11.95	438	6.62	…	…
遊樂園	504	7.57	482	7.28	…	…
參觀藝文表演活動(含演唱會)	391	5.87	601	9.08	84	0.98
參觀節慶活動（含宗教活動等）	233	3.50	236	3.56	138	1.61
部落觀光	188	2.82	112	1.69	…	…
觀光工廠	124	1.86	123	1.86	260	3.04
醫療保健	73	1.10	60	0.91	35	0.41
運動或賽事(含自行車旅遊等)	36	0.54	23	0.35	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	34	0.51	52	0.79	162	1.89

註：1.本題為複選題。
2.「…」表示無此選項。

就居住地各居住地皆以購物為最高，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，詳見附表 1-33。

就旅遊型態而言，由表 4-3-20 可知，114 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、休閒農場、水域活動等；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、登山、健行等。

表 4-3-20　114 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	**6,227**	**93.50**	**644**	**98.32**	**5,583**	**92.97**
逛夜市	**5,802**	**87.12**	**632**	**96.49**	**5,170**	**86.09**
參觀古蹟	**4,301**	**64.58**	**524**	**80.00**	**3,777**	**62.90**
按摩指壓	1,409	21.16	115	17.56	1,294	21.55
登山、健行	1,268	19.04	180	27.48	1,088	18.12
參觀展覽	1,061	15.93	100	15.27	961	16.00
泡溫泉浴	1,023	15.36	83	12.67	940	15.65
生態旅遊（含賞花、鳥、蝶等）	906	13.60	278	42.44	628	10.46
夜總會、PUB 活動	883	13.26	65	9.92	818	13.62
水域活動(含遊湖、潛水等)	875	13.14	195	29.77	680	11.32
休閒農場	796	11.95	200	30.53	596	9.93
遊樂園	504	7.57	146	22.29	358	5.96
參觀藝文表演活動(含演唱會)	391	5.87	53	8.09	338	5.63
參觀節慶活動（含宗教活動等）	233	3.50	8	1.22	225	3.75
部落觀光	188	2.82	72	10.99	116	1.93
觀光工廠	124	1.86	29	4.43	95	1.58
醫療保健	73	1.10	2	0.31	71	1.18
運動或賽事(含自行車旅遊等)	36	0.54	2	0.31	34	0.57
其他	34	0.51	3	0.46	31	0.52

註：1.本題為複選題。
　　2.「-」表示無調查樣本。

四、 受訪旅客支出概況

（一）全體來臺旅客在臺支出金額估算

受訪旅客支出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 4-4-1　114 年各幣別兌美元的年平均匯率

幣別	114年平均匯率
新臺幣(NTD/USD)	31.166
日圓(JPY/USD)	149.66
英鎊(USD/GBP)	1.3167
港幣(HKD/USD)	7.7971
韓元(KRW/USD)	1,422.4
加拿大幣(CAD/USD)	1.3981
新加坡元(SGD/USD)	1.3075
人民幣(CNY/USD)	7.1898
澳幣(USD/AUD)	0.6443
印尼盾(IDR/USD)	16,477.9
泰銖(THB/USD)	32.883
馬來西亞幣(MYR/USD)	4.2844
菲律賓披索(PHP/USD)	57.505
歐元(USD/EUR)	1.130
越南盾(VND/USD)	25,043.7

註：下載自中央銀行：https://www.cbc.gov.tw/tw/cp-520-36599-75987-1.html。

受訪旅客支出金額之估算係以美元為計算單位，在進行支出金額之估算時，將原始支出總金額取 0.134912 次方轉換及截尾平均數(trimmed mean)方法，估算出 114 年受訪旅客平均每人每日支出金額為 185.14 美元，標準誤為 0.91 美元，估算方法詳見附件二。

由表 4-4-2 可知，114 年來臺旅客平均每人每日支出金額 185.14 美元，其中以旅館內支出費(41.82%)占比最高，其次為旅館外餐飲費(21.17%)，第三為購物費(18.32%)等。

另旅館住宿費約占旅館內支出費的 90.74%，推估平均每人每日旅館住宿費為 70.26 美元，較 113 年(72.94 美元)減少 3.67%。

與 108 年相較，114 年平均每人每日支出金額減少 10.77 美元，減少比率為 5.50%。在支出結構上，各年度皆以旅館內支出費為最高，108 年以購物費居次，而 114 年與 113 年均以旅館外餐飲費居次。

表 4-4-2　受訪旅客平均每人每日支出細項

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
114 年	金額	185.14	77.43	39.19	17.37	9.95	7.28	33.92
	結構比	100.00%	41.82%	21.17%	9.38%	5.38%	3.93%	18.32%
	增減金額	-10.77	0.81	0.71	-1.38	3.92	2.99	-17.82
	增減比率	-5.50%	1.06%	1.85%	-7.36%	65.01%	69.70%	-34.44%
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%
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。

來臺旅客在臺支出金額估算公式如下：

來臺旅客在臺支出金額＝（來臺旅客平均每人每日支出金額）
×（來臺旅客平均停留夜數）
×（來臺旅客人次）……..(1)

在式(1)中，「來臺旅客平均每人每日支出金額」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 114 年受訪旅客平均每人每日支出金額為 185.14 美元。依據內政部移民署公務統計資料，114 年來臺旅客平均停留夜數為 6.95 夜，總人次為 857 萬 4,547 人次，故依式(1)求得 114 年來臺旅客在臺總支出金額為 110.33 億美元(新臺幣 3,438.57 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　來臺旅客在臺支出金額

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支出金額(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	新臺幣兌美元年平均匯率 (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
114 年	8,574,547	6.95	185.14	110.33	31.166	3,438.57
113 年	7,857,686	6.98	182.83	100.28	32.108	3,219.67
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.新臺幣兌美元年平均匯率之資料來源為中央銀行網站。

由表 4-4-4 可知，114 年受訪旅客購物費支出項目中以購買名產或特產的比率最高，占 40.65%，其次為服飾或相關配件類，占 18.63%，第三為紀念品或手工藝品類，占 12.97%。

表 4-4-4　受訪旅客平均每人每日購物費細項支出金額

購物費支出項目	114 年		113 年		108 年	
	支出金額 (美元)	百分比	支出金額 (美元)	百分比	支出金額 (美元)	百分比
總計	33.92	100.00%	33.46	100.00%	51.74	100.00%
服飾或相關配件	**6.32**	**18.63%**	**6.38**	**19.10%**	**7.55**	**14.59%**
珠寶或玉器類	0.65	1.92%	0.42	1.25%	5.65	10.92%
紀念品或手工藝品類	**4.40**	**12.97%**	3.47	10.36%	3.80	7.34%
化妝品或香水類	1.76	5.19%	1.73	5.16%	**6.77**	**13.08%**
名產或特產	**13.79**	**40.65%**	**14.40**	**43.06%**	**19.93**	**38.52%**
煙或酒類	1.76	5.19%	1.35	4.02%	0.95	1.84%
藥品類或健康食品	0.69	2.03%	0.73	2.17%	1.33	2.57%
電子或電器產品	0.44	1.30%	0.88	2.63%	0.46	0.89%
茶葉	3.67	10.82%	**3.91**	**11.69%**	3.63	7.02%
其他	0.44	1.30%	0.19	0.56%	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支出情形，參見附表 1-34 至附表 1-45。

（二）主要市場來臺旅客在臺支出金額估算

各市場來臺旅客在臺支出金額估算公式如下：

各市場來臺旅客在臺支出金額

=（各市場來臺旅客平均每人每日支出金額）
×（各市場來臺旅客平均停留夜數）
×（各市場來臺旅客人次）……(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，114 年 7 個主要市場來臺旅客在臺總支出金額，以新南向主力 7 國(37.25 億美元)為最高，其次依序為美國(17.04 億美元)、日本(13.75 億美元)、香港.澳門(10.30 億美元)、歐洲(10.17 億美元)、韓國(8.67 億美元)、大陸(8.38 億美元)。

表 4-4-5　114 年主要市場來臺旅客在臺支出金額

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)	平均每人每日支出金額 (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) ×31.166
全體	8,574,547	6.95	185.14	110.33	3,438.57
新南向主力 7 國	2,578,396	8.85	163.24	37.25	1,160.92
美國	715,481	9.81	242.84	17.04	531.21
日本	1,483,176	4.73	195.98	13.75	428.50
香港.澳門	1,310,139	4.19	187.71	10.30	321.14
歐洲	403,499	12.38	203.67	10.17	317.08
韓國	1,016,520	4.13	206.41	8.67	270.07
大陸	637,060	8.44	155.92	8.38	261.28

註：1. 各市場「來臺旅客人次」及「平均停留夜數」資料來源為內政部移民署。
2.114 年美元對新臺幣之年平均匯率為 31.166，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，114 年受訪旅客 6,660 人中，使用過退稅服務者有 1,715 人，占 25.75%。

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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	6,660	100.00	6,620	100.00	8,562	100.00
是	1,715	25.75	1,537	23.22	2,080	24.29
否	4,945	74.25	5,083	76.78	6,482	75.71

2、購物退稅手續是否簡便

由表 4-4-7 可知，114 年有 1,715 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 1,708 人，占 99.59%。

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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	1,715	100.00	1,537	100.00	2,080	100.00
是	1,708	99.59	1,529	99.48	1,979	95.14
否	7	0.41	8	0.52	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，114 年 6,660 位受訪旅客中，來臺前有預付費用者共 3,466 人，占 52.04%。

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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	6,660	100.00	6,620	100.00	8,562	100.00
有預付	3,466	52.04	3,523	53.22	6,904	80.64
沒有預付	3,194	47.96	3,097	46.78	1,658	19.36

2、來臺前預付費用項目

由表 4-4-9 可知，114 年受訪旅客來臺前有預付費用的 3,466 人，預付項目以旅館內支出費為最多(96.60%)。

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	114 年		113 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	**3,348**	**96.60**	**3,407**	**96.71**	**6,774**	**98.12**
旅館外餐飲費	1,098	31.68	**1,070**	**30.37**	1,765	25.56
在臺境內交通費	**1,147**	**33.09**	**1,201**	**34.09**	**2,017**	**29.21**
娛樂費	854	24.64	480	13.62	1,912	27.69
雜費	**1,123**	**32.40**	692	19.64	**2,197**	**31.82**
購物費	5	0.14	3	0.09	-	-

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，114 年受訪旅客對臺灣留下的深刻印象依序為美食佳餚(87.81%)、逛夜市(77.63%)、自然風光(63.26%)、人情味濃厚(53.96%)、歷史古蹟(38.54%)、便利商店(36.34%)、都會不夜城(30.08%)等。

就居住地而言，日本、大陸受訪旅客對臺灣留下的深刻印象依序為美食佳餚、逛夜市及人情味濃厚等；韓國、香港.澳門、新加坡、馬來西亞、印尼、泰國、德.英.法、紐澳受訪旅客對臺灣留下的深刻印象依序為美食佳餚、逛夜市及自然風光等；美國受訪旅客對臺灣留下的深刻印象依序為美食佳餚、人情味濃厚、自然風光等；菲律賓受訪旅客對臺灣留下的深刻印象依序為逛夜市、美食佳餚、自然風光等；越南受訪旅客對臺灣留下的深刻印象依序為自然風光、逛夜市、美食佳餚等，詳見附表 1-46。

就來臺主要目的而言，「度假、休閒、遊憩」目的和「探親或訪友」目的受訪旅客對臺灣留下的深刻印象依序為美食佳餚、逛夜市、自然風光等；「業務」目的受訪旅客對臺灣留下的深刻的印象依序為美食佳餚、人情味濃厚、逛夜市等，詳見附表 1-47。

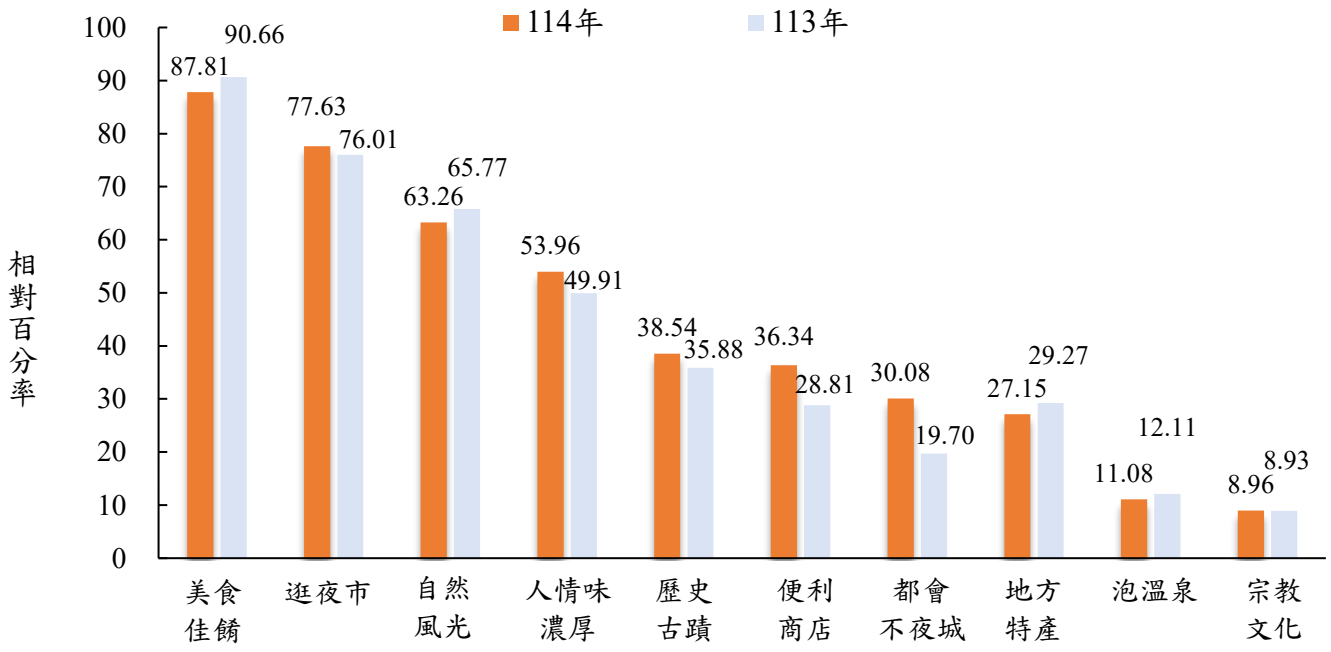


圖 4-5-1 114 年受訪旅客對臺灣深刻的前 10 大印象

由表 4-5-1 可知，114 年與 113 年、108 年均以美食佳餚為最高。

表 4-5-1　受訪旅客對臺灣深刻的印象

單位：人次；%

深刻印象	114 年		113 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	**5,848**	**87.81**	**6,002**	**90.66**	**4,942**	**57.72**
逛夜市	**5,170**	**77.63**	**5,032**	**76.01**	**3,326**	**38.85**
自然風光	**4,213**	**63.26**	**4,354**	**65.77**	…	…
人情味濃厚	3,594	53.96	3,304	49.91	2,738	31.98
歷史古蹟	2,567	38.54	2,375	35.88	761	8.89
便利商店	2,420	36.34	1,907	28.81	1,148	13.41
都會不夜城	2,003	30.08	1,304	19.70	592	6.91
地方特產	1,808	27.15	1,938	29.27	1,309	15.29
泡溫泉	738	11.08	802	12.11	534	6.24
宗教文化	597	8.96	591	8.93	…	…
景點	521	7.82	832	12.57	**4,684**	**54.71**
節慶活動或表演(含演唱會)	151	2.27	…	…	…	…
單車賞景	149	2.24	188	2.84	164	1.92
原住民文化	147	2.21	85	1.28	272	3.18
書店	147	2.21	135	2.04	448	5.23
醫療保健	127	1.91	81	1.22	…	…
旅館(或民宿)住宿體驗	70	1.05	83	1.25	201	2.35
節慶活動	…	…	100	1.51	51	0.60
水果	…	…	…	…	1,547	18.07
寺廟參訪	…	…	…	…	738	8.62
海岸風光	…	…	…	…	2,698	31.51
美容醫療	…	…	…	…	138	1.61
其他	52	0.78	97	1.47	362	4.23

註：本題為複選題。

由表 4-5-2 可知，114 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(88.85%)、逛夜市(83.97%)、自然風光(81.98%)、歷史古蹟(47.33%)、地方特產(45.65%)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(87.69%)、逛夜市(76.94%)、自然風光(61.22%)、人情味濃厚(55.62%)、歷史古蹟(37.59%)等。

表 4-5-2　114 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	**5,848**	**87.81**	**582**	**88.85**	**5,266**	**87.69**
逛夜市	**5,170**	**77.63**	**550**	**83.97**	**4,620**	**76.94**
自然風光	**4,213**	**63.26**	**537**	**81.98**	**3,676**	**61.22**
人情味濃厚	3,594	53.96	254	38.78	3,340	55.62
歷史古蹟	2,567	38.54	310	47.33	2,257	37.59
便利商店	2,420	36.34	233	35.57	2,187	36.42
都會不夜城	2,003	30.08	196	29.92	1,807	30.09
地方特產	1,808	27.15	299	45.65	1,509	25.13
泡溫泉	738	11.08	66	10.08	672	11.19
宗教文化	597	8.96	148	22.60	449	7.48
景點	521	7.82	77	11.76	444	7.39
節慶活動或表演(含演唱會)	151	2.27	3	0.46	148	2.46
單車賞景	149	2.24	5	0.76	144	2.40
原住民文化	147	2.21	40	6.11	107	1.78
書店	147	2.21	5	0.76	142	2.36
醫療保健	127	1.91	6	0.92	121	2.01
旅館(或民宿)住宿體驗	70	1.05	8	1.22	62	1.03
其他	52	0.78	1	0.15	51	0.85

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，關係到旅客再訪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，114 年各項來臺滿意度平均皆大於 4.28 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 4.62 分，較 113 年增加 0.01 分，較 108 年增加 0.13 分。由表 4-6-2 可知，114 年受訪旅客有九成九的受訪旅客對此次來臺的整體滿意度傾向滿意。

114 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		114 年		113 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	入境通關手續便捷	4.29	0.64	4.40	0.60	4.20	0.86
	通訊 / 網路便利	4.57	0.58	4.60	0.54	4.34	0.73
	旅遊資訊取得方便	4.59	0.54	4.58	0.54	4.37	0.70
	境內交通便利	4.69	0.49	4.63	0.53	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	4.39	0.62	4.37	0.66	4.32	0.76
	旅遊環境語言溝通良好	4.28	0.77	4.31	0.75	4.25	0.83
	臺灣民眾態度友善	4.72	0.48	4.72	0.48	4.63	0.55
環境安全性	遊憩環境安全	4.66	0.51	4.62	0.53	4.58	0.55
	社會治安良好	4.70	0.48	4.68	0.48	4.61	0.53
	住宿設施安全	4.63	0.53	4.62	0.53	4.59	0.54
	餐飲衛生良好	4.46	0.61	4.49	0.60	4.35	0.72
	環境衛生良好	…	…	…	…	4.38	0.72
整體	來臺整體滿意度	4.62	0.50	4.61	0.50	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 4-6-2　114 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	入境通關手續便捷	6,660	6,115	2,530	3,585	490	55	50	5	-
		100.00	91.81	37.99	53.82	7.36	0.83	0.75	0.08	-
	通訊/網路便利	6,660	6,390	4,098	2,292	254	12	10	2	4
		100.00	(96.00)	(61.56)	(34.44)	(3.82)	(0.18)	(0.15)	(0.03)	
	旅遊資訊取得方便	6,660	6,036	3,783	2,253	150	3	3	-	471
		100.00	(97.53)	(61.13)	(36.40)	(2.42)	(0.05)	(0.05)	-	
	境內交通便利	6,660	6,577	4,674	1,903	70	5	5	-	8
		100.00	(98.87)	(70.26)	(28.61)	(1.05)	(0.08)	(0.08)	-	
觀光環境國際化	路標及公共設施牌示易懂	6,660	6,234	2,997	3,237	367	34	32	2	25
		100.00	(93.96)	(45.17)	(48.79)	(5.53)	(0.51)	(0.48)	(0.03)	
	旅遊環境語言溝通良好	6,660	5,582	3,005	2,577	919	119	115	4	40
		100.00	(84.32)	(45.39)	(38.93)	(13.88)	(1.80)	(1.74)	(0.06)	
	臺灣民眾態度友善	6,660	6,563	4,930	1,633	91	6	5	1	-
		100.00	98.53	74.01	24.52	1.37	0.10	0.08	0.02	-
環境安全性	遊憩環境安全	6,660	6,443	4,457	1,986	115	5	4	1	97
		100.00	(98.17)	(67.91)	(30.26)	(1.75)	(0.08)	(0.06)	(0.02)	
	社會治安良好	6,660	6,601	4,729	1,872	53	6	5	1	-
		100.00	99.10	71.00	28.10	0.80	0.10	0.08	0.02	-
	住宿設施安全	6,660	6,386	4,264	2,122	109	14	12	2	151
		100.00	(98.12)	(65.52)	(32.60)	(1.67)	(0.21)	(0.18)	(0.03)	
	餐飲衛生良好	6,660	6,338	3,421	2,917	290	32	29	3	-
		100.00	95.16	51.36	43.80	4.35	0.49	0.44	0.05	-
整體	來臺整體滿意度	6,660	6,617	4,139	2,478	43	-	-	-	-
		100.00	99.36	62.15	37.21	0.64	-	-	-	-

註：1.「…」表示無此選項。
2.（）內數據表示扣除「沒經驗」後之比率。
3.「-」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，114 年有 99.76%的受訪旅客有再度訪臺的意願。

由表 4-7-2 得知，114 年有再度訪臺意願的旅客，其主要原因以「度假、休閒、遊憩」最多，占 74.37%，其次是「探親或訪友」，占 13.11%。

由表 4-7-3 得知，114 年有 99.88%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	114 年		113 年		108 年	
	人次	百分比	人次	百分比	人次	百分比
總計	6,660	100.00	6,620	100.00	8,562	100.00
會	6,644	99.76	6,607	99.80	8,408	98.20
不會	16	0.24	13	0.20	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	114 年		113 年		108 年	
	人次	百分比	人次	百分比	人次	百分比
總計	6,644	100.00	6,607	100.00	8,408	100.00
度假、休閒、遊憩	**4,941**	**74.37**	**5,198**	**78.66**	**6,984**	**83.06**
業務	**671**	**10.10**	**681**	**10.31**	**617**	**7.34**
國際會議或展覽	85	1.28	46	0.70	36	0.43
探親或訪友	**871**	**13.11**	**635**	**9.61**	**699**	**8.31**
求學	13	0.19	2	0.03	21	0.25
醫療	46	0.69	40	0.61	19	0.23
其他	17	0.26	5	0.08	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	114 年		113 年		108 年	
	人次	百分比	人次	百分比	人次	百分比
總計	6,660	100.00	6,620	100.00	8,562	100.00
會	**6,652**	**99.88**	**6,613**	**99.89**	**8,457**	**98.77**
不會	8	0.12	7	0.11	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，114 年有九成九的觀光團體受訪旅客對旅行社及導遊服務整體滿意度皆傾向滿意，無不滿意意見，滿意度平均分數為 4.36，標準差為 0.50。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　觀光團體受訪旅客對旅行社及導遊服務的滿意程度分布

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
114 年	655	648	242	406	7	-	-	-
	100.00	98.93	36.95	61.98	1.07	-	-	-
113 年	820	808	208	600	10	2	2	-
	100.00	98.54	25.37	73.17	1.22	0.24	0.24	-

註：「-」表示無調查樣本

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	114 年		113 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	4.36	0.50	4.24	0.47	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，114 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 4.31 分，傾向滿意。

表 4-8-3　114 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	4.43	4.31	4.38	4.31	4.36	4.36
標準差	0.50	0.51	0.50	0.47	0.51	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。

（三）對旅行社安排的購物服務之觀感

本小節針對 655 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，114 年旅行社安排的購物次數以 1~2 次為最多，占 64.73%，其次為 3~4 次，占 31.45%。

就居住地而言，日本、韓國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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	655	100.00	820	100.00	1,569	100.00
0 次	19	2.90	-	-	33	2.10
1~2 次	**424**	**64.73**	**570**	**69.51**	303	19.31
3~4 次	206	31.45	249	30.37	**715**	**45.58**
5~6 次	6	0.92	1	0.12	317	20.20
7~8 次	-	-	-	-	176	11.22
9 次以上	-	-	-	-	25	1.59

註：「-」表示無調查樣本。

由表 4-8-5 可知，114 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 82.39%，其次為「貴」，占 12.42%，詳見表 4-8-5。

就居住地而言，各居住地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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	636	100.00%	820	100.00	1,536	100.00
很便宜	-	-	1	0.12	14	0.91
便宜	24	3.77	30	3.66	182	11.85
實在	**524**	**82.39**	**635**	**77.44**	**896**	**58.33**
貴	79	12.42	149	18.17	423	27.54
很貴	9	1.42	5	0.61	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，114 年受訪旅客在臺境內搭乘或使用之交通工具，以捷運(79.19%)為最多，其次依序為計程車(48.29%)、臺鐵(39.94%)、公民營客運(36.20%)、Uber(18.69%)等。

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	114 年		113 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	**5,274**	**79.19**	**5,040**	**76.13**	**5,707**	**66.65**
計程車	**3,216**	**48.29**	**3,344**	**50.51**	**4,987**	**58.25**
臺鐵	**2,660**	**39.94**	**2,471**	**37.33**	2,365	27.62
公民營客運	2,411	36.20	2,250	33.99	**3,083**	**36.01**
Uber(多元化計程車)	1,245	18.69	963	14.55	537	6.27
高鐵	980	14.71	1,139	17.21	1,361	15.90
遊覽車	872	13.09	1,044	15.77	1,785	20.85
船舶	375	5.63	383	5.79	1,735	20.26
公共自行車	293	4.40	205	3.10	217	2.53
小客車租賃	249	3.74	304	4.59	195	2.28
飛機	24	0.36	40	0.60	20	0.23
其他	989	14.85	1,095	16.54	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「度假、休閒、遊憩」以捷運為最多，其次為臺鐵；「探親或訪友」目的旅客以捷運為最多，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(84.58%)為最多，其次依序為船舶(13.44%)、公民營客運(11.30%)、捷運(5.34%)等；非觀光團體以捷運(87.24%)為最多，其次依序為計程車(53.02%)、臺鐵(44.13%)、公民營客運(38.92%)等。

表 4-9-2　114 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	**5,274**	**79.19**	35	5.34	**5,239**	**87.24**
計程車	**3,216**	**48.29**	32	4.89	**3,184**	**53.02**
臺鐵	**2,660**	**39.94**	10	1.53	**2,650**	**44.13**
公民營客運	2,411	36.20	**74**	**11.30**	2,337	38.92
Uber(多元化計程車)	1,245	18.69	29	4.43	1,216	20.25
高鐵	980	14.71	31	4.73	949	15.80
遊覽車	872	13.09	**554**	**84.58**	318	5.30
船舶	375	5.63	**88**	**13.44**	287	4.78
公共自行車	293	4.40	3	0.46	290	4.83
小客車租賃	249	3.74	14	2.14	235	3.91
飛機	24	0.36	-	-	24	0.40
其他	989	14.85	23	3.51	966	16.09

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 4-9-3 可知，114 年受訪旅客對在臺境內搭乘或使用的交通工具有98.25%傾向滿意。滿意度平均數為4.56，標準差為0.53。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　受訪旅客在臺境內搭乘或使用的交通工具滿意程度分布

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
114 年	6,660	6,584	3,804	2,780	55	21	21	-
	100.00	98.85	57.11	41.74	0.83	0.32	0.32	-
113 年	6,620	6,510	3,801	2,709	66	44	40	4
	100.00	98.34	57.42	40.92	1.00	0.66	0.60	0.06

註：「-」表示無調查樣本。

十、 受訪旅客將低碳環保納為選擇旅遊服務評估因素狀況

由表 4-10-1、表 4-10-2 可知，有 34.25%受訪旅客表示有將低碳環保納為選擇旅遊服務的評估因素。就居住地而言，印尼(80.11%)、越南(70.81%)、美國(61.33%)、菲律賓(60.16%)有將低碳環保納為選擇旅遊服務的評估因素的比率均在六成以上，其中納入評估的旅遊服務以交通為最多，其次為住宿。就不同主要目的受訪旅客而言，各主要目的旅客皆以未將低碳環保納入評估占比較多。詳見附表 1-68、1-69。

表 4-10-1　114 年受訪旅客是否將低碳環保納為選擇旅遊服務的評估因素

單位：人；%

是否將低碳環保納為旅遊服務評估因素	人數	百分比
總計	6,660	100.00
是	2,281	34.25
否	4,379	65.75

表 4-10-2　114 年受訪旅客有將低碳環保納為評估因素的旅遊服務

單位：人次；%

納為評估因素的旅遊服務	人次	相對百分率
交通	**1,930**	**84.61**
住宿	**1,164**	**51.03**
景點	**753**	**33.01**
購物	747	32.75
用餐地點	511	22.40
其他	9	0.39

註：1.本題項係針對有將低碳環保納為選擇旅遊服務的評估因素之受訪旅客進行分析。
2.本題為複選題。

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，114 年日本受訪旅客占全體受訪旅客的比率為 17.15%，較 113 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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
日本	1,142	17.15	1,128	17.04	1,435	16.76

（二）來臺主要目的

由表 5-1-2 可知，114 年日本受訪旅客來臺主要目的以「度假、休閒、遊憩」為最多，其次為「探親或訪友」，第三為「業務」；113 年和 108 年則以「度假、休閒、遊憩」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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	1,142	100.00	1,128	100.00	1,435	100.00
度假、休閒、遊憩	**901**	**78.90**	**902**	**79.96**	**1,173**	**81.73**
業務	**104**	**9.11**	**126**	**11.17**	**138**	**9.62**
國際會議或展覽	30	2.62	15	1.33	3	0.21
探親或訪友	**105**	**9.19**	**82**	**7.27**	**109**	**7.60**
求學	-	-	-	-	2	0.14
醫療	1	0.09	-	-	1	0.07
其他	1	0.09	3	0.27	9	0.63

註：「-」表示無調查樣本。

（三）最高學歷

由表 5-1-3 可知，114 年與 113 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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	1,142	100.00	1,128	100.00	1,435	100.00
小學、中學肄畢(含高職)	**233**	**20.40**	**247**	**21.90**	**385**	**26.83**
大專	**764**	**66.90**	**716**	**63.47**	**948**	**66.06**
碩、博士	**145**	**12.70**	**164**	**14.54**	**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，114 年與 113 年、108 年日本受訪旅客皆以事務支援人員為最多，其次為民意代表、主管及經理人員。

表 5-1-4　日本受訪旅客之工作別分布

單位：人；%

工作別	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	1,142	100.00	1,128	100.00	1,435	100.00
民意代表、主管及經理人員	**143**	**12.52**	**146**	**12.94**	**258**	**17.98**
專業人員	121	10.60	**130**	**11.52**	134	9.34
技術員及助理專業人員	**124**	**10.86**	122	10.82	46	3.21
事務支援人員	**287**	**25.13**	**312**	**27.66**	**469**	**32.67**
服務及銷售工作人員	95	8.32	81	7.18	93	6.48
農、林、漁、牧業生產人員	32	2.80	11	0.98	-	-
技藝有關工作人員	17	1.49	22	1.95	11	0.77
機械設備操作及組裝人員	6	0.53	6	0.53	-	-
基層技術工及勞力工	7	0.61	3	0.27	-	-
軍人	-	-	…	…	…	…
家庭管理	110	9.63	105	9.31	129	8.99
學生	95	8.32	95	8.42	98	6.83
退休人員	102	8.93	86	7.62	**188**	**13.10**
其他	3	0.26	9	0.80	7	0.49
未回答	-	-	-	-	2	0.14

註：「…」表示無此選項；「-」表示無調查樣本。

（五）年收入

由表 5-1-5 可知，114 年和 113 年日本受訪旅客年收入以 30,000-39,999 美元為最多；108 年則以無固定收入為最多。

表 5-1-5　日本受訪旅客之年收入分布

單位：人；%

年收入	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	1,142	100.00	1,128	100.00	1,435	100.00
9,999 美元以下	74	6.48	88	7.80	3	0.21
10,000 – 14,999 美元	120	10.51	**156**	**13.83**	21	1.46
15,000 – 29,999 美元	**216**	**18.91**	**238**	**21.10**	178	12.40
30,000 – 39,999 美元	**289**	**25.31**	**252**	**22.34**	**268**	**18.68**
40,000 – 69,999 美元	139	12.17	138	12.23	**358**	**24.95**
70,000 – 99,999 美元	52	4.55	57	5.05	117	8.15
100,000 美元以上	34	2.98	22	1.95	56	3.90
無固定收入	**218**	**19.09**	177	15.70	**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 114 年日本受訪旅客平均出發來臺前 51.41 天開始計劃行程，標準誤為 0.81 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	114 年		113 年		108 年	
	平均數	標準誤	平均數	標準誤	平均數	標準誤
全體	51.41	0.81	42.57	1.11	58.58	0.96
度假、休閒、遊憩	53.98	0.91	45.16	1.20	62.99	1.02
業務	30.65	1.77	22.81	3.91	25.29	1.32
國際會議或展覽	76.09	8.23	55.49	11.81	50.00	20.00
探親或訪友	46.95	2.29	42.47	3.36	63.22	3.89
求學	-	-	-	-	60.00	0.00
醫療	60.00	--	-	-	15.00	--
其他	60.00	--	45.71	8.66	60.31	6.48

註：1.「-」表示無調查樣本；「--」表示僅有單一樣本，無法計算標準誤。
2.樣本數少於 50 人者(114 年國際會議或展覽 30 人，醫療 1 人，其他 1 人；113 年國際會議或展覽 15 人，其他 3 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。

114 年來臺主要或次要目的為度假、休閒、遊憩之日本受訪旅客共 1,033 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)日本度假、休閒、遊憩目的受訪旅客之旅遊資訊管道」及「(三)吸引日本旅客來臺度假、休閒、遊憩原因」兩小節，乃針對主要或次要目的為「度假、休閒、遊憩」之受訪旅客進行分析。

（二）日本度假、休閒、遊憩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 5-2-2 可知，114 年來臺主要或次要目的為「度假、休閒、遊憩」之日本受訪旅客 1,033 人中，來臺前曾看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導者有 722 人，占 69.89%，較 113 年、108 年減少。

表 5-2-2　日本度假、休閒、遊憩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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	1,033	100.00	1,021	100.00	1,305	100.00
是	722	69.89	773	75.71	978	74.94
否	311	30.11	248	24.29	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

114 年「度假、休閒、遊憩」目的之日本受訪旅客來臺前看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導者有 722 人。由表 5-2-3 可知，其來源依序為社群網站(83.38%)、搜尋引擎(74.24%)、親友口碑(36.70%)等。前三高資訊管道排序與 113 年一致。

表 5-2-3　日本度假、休閒、遊憩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	114 年		113 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	**602**	**83.38**	**586**	**75.81**	…	…
搜尋引擎	**536**	**74.24**	**575**	**74.39**	…	…
親友口碑	**265**	**36.70**	**297**	**38.42**	**321**	**32.82**
旅行社宣傳行程、摺頁	137	18.98	196	25.36	193	19.73
電視/電台	133	18.42	201	26.00	**232**	**23.72**
報章雜誌	92	12.74	117	15.14	162	16.56
電商平台	28	3.88	15	1.94	…	…
戶外廣告或看板	13	1.80	8	1.03	22	2.25
地鐵.巴士.航空站等交通運具及場站	11	1.52	22	2.85	21	2.15
國際旅遊展覽或特殊活動	8	1.11	8	1.03	10	1.02
網際網路(含社群網路服務)	…	…	…	…	**646**	**66.05**

註：1. 本題為複選題，且針對主要或次要目的為度假、休閒、遊憩，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. 受臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導決定來臺度假、休閒、遊憩影響程度

由表 5-2-4 可知，114 年和 113 年影響日本受訪旅客決定來臺觀光的管道，均以搜尋引擎影響程度為最高，其次為社群網站，第三為親友口碑，其餘管道影響程度百分比均低於一成。

表 5-2-4　日本受訪旅客受臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導決定來臺影響程度

單位：%

觀光資訊管道	影響程度	
	114 年	113 年
合計	100.00	100.00
搜尋引擎	**36.54**	**35.25**
社群網站	**35.06**	**30.71**
親友口碑	**11.50**	**12.75**
旅行社宣傳行程、摺頁	5.89	8.28
電視/電台	5.58	7.97
報章雜誌	3.31	3.36
電商平台	0.90	0.34
地鐵.巴士.航空站等交通運具及場站	0.52	0.65
國際旅遊展覽或特殊活動	0.39	0.43
戶外廣告或看板	0.31	0.26

註：1.本題針對主要或次要目的為度假、休閒、遊憩，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

114 年來臺主要或次要目的為「度假、休閒、遊憩」之日本受訪旅客來臺前看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導者有 722 人，受訪旅客表示決定來臺影響程度較大的資訊內容以遊記 (68.56%)為最高，其次依序為攝影或影像紀錄(54.85%)、旅客評論(44.04%)等。

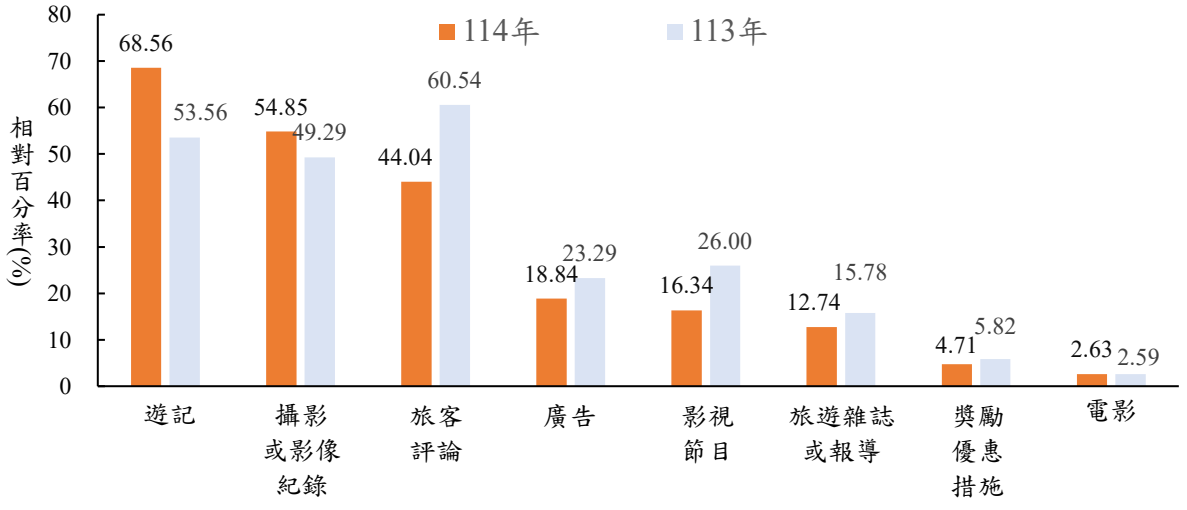


圖 5-2-1 日本度假、休閒、遊憩受訪旅客表示決定來臺影響程度較大的資訊內容

（三）吸引日本旅客來臺度假、休閒、遊憩原因

114 年來臺主要或次要目的為「度假、休閒、遊憩」之日本受訪旅客共1,033 人，由表 5-2-5 可知，吸引其來臺「度假、休閒、遊憩」原因，以美食或特色小吃(83.16%)為最高，其次依序為風光景色(60.02%)、臺灣民情風俗和文化(45.89%)、距離居住地近(45.11%)、治安良好(40.95%)等。

表 5-2-5　吸引日本旅客來臺度假、休閒、遊憩原因

單位：人次；%

吸引來臺原因	114 年		113 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	**859**	**83.16**	**891**	**87.27**	**1,086**	**83.22**
風光景色	**620**	**60.02**	**624**	**61.12**	**490**	**37.55**
臺灣民情風俗和文化	**474**	**45.89**	366	35.85	94	7.20
距離居住地近	466	45.11	**535**	**52.40**	**564**	**43.22**
治安良好	423	40.95	514	50.34	119	9.12
購物	328	31.75	247	24.19	227	17.39
人民友善	314	30.40	391	38.30	263	20.15
氣候宜人	149	14.42	127	12.44	138	10.57
歷史文物	72	6.97	127	12.44	162	12.41
夜間休閒活動	53	5.13	25	2.45	34	2.61
民主政治	53	5.13	57	5.58	4	0.31
遊憩設施(遊樂園、高爾夫球場、渡假村…)	15	1.45	6	0.59	8	0.61
節慶活動或表演(含演唱會)	6	0.58	…	…	…	…
運動或賽事(含自行車旅遊)	4	0.39	…	…	…	…
醫療保健	3	0.29	2	0.20	2	0.15
節慶活動	…	…	1	0.10	1	0.08
自行車旅遊	…	…	4	0.39	…	…
水果	…	…	…	…	219	16.78
花卉	…	…	…	…	3	0.23
體育活動	…	…	…	…	1	0.08
其他	12	1.16	8	0.78	22	1.69

註：1.「…」表示無此選項；「-」表示無調查樣本。
2.本題為複選題，針對主要或次要目的為「度假、休閒、遊憩」之受訪旅客分析。

（四）旅行安排方式

由表 5-2-6 可知，114 年與 113 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，分別占 74.17%及 64.80%；108 年則以「自行規劃行程，請旅行社代訂住宿地點或機票」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或機票	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
114 年	1,142	131	22	110	32	847
	100.00	11.47	1.93	9.63	2.80	74.17
113 年	1,128	192	24	144	37	731
	100.00	17.02	2.13	12.77	3.28	64.80
108 年	1,435	263	10	870	3	289
	100.00	18.33	0.70	60.63	0.21	20.14

（五）日本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或機票」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，114 年該屬性日本受訪旅客共 142 人，其中有 54 人(38.03%)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安排的行程

單位：人；%

是否參加本地旅行社安排的行程	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	142	100.00	181	100.00	873	100.00
有參加	54	38.03	58	32.04	65	7.45
沒有參加	88	61.97	123	67.96	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或機票」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安排的行程

單位：人次；%

參加本地旅行社安排的行程	114 年		113 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	8	14.81	14	24.14	**40**	**61.54**
1 日遊	**38**	**70.37**	**33**	**56.90**	26	40.00
2 日遊	5	9.26	9	15.52	-	-
3 日遊以上	3	5.56	2	3.45	-	-

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或機票」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、 日本市場受訪旅客旅遊動向

（一）來臺次數

由表 5-3-1 可知，114 年日本受訪旅客近 3 年來臺次數以第 1 次來臺為最多，占 62.52%，其次為第 2 次，占 20.32%，第三為第 3 次，占 9.54%。

表 5-3-1　日本受訪旅客來臺次數

單位：人；%

旅客來臺次數	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	1,142	100.00	1,128	100.00	1,435	100.00
第 1 次	**714**	**62.52**	**529**	**46.90**	**710**	**49.48**
第 2 次	**232**	**20.32**	**311**	**27.57**	**306**	**21.32**
第 3 次	**109**	**9.54**	**168**	**14.89**	154	10.73
第 4 次	47	4.12	68	6.03	53	3.69
5 次以上	40	3.50	52	4.61	**212**	**14.77**

註：1. 114 年、108 年為「近 3 年來臺次數」。
2. 113 年為「近 5 年來臺次數」。

由表 5-3-2 可知，114 年日本觀光團體受訪旅客最近 3 年來臺次數以第 1 次來臺為最多，占 90.08%，其次為第 2 次，占 9.16%；日本非觀光團體受訪旅客以第 1 次來臺為最多，占 58.95%，其次為第 2 次，占 21.76%。

表 5-3-2　114 年日本受訪旅客最近 3 年來臺次數－依旅遊型態分

單位：人；%

近 3 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	1,142	100.00	131	100.00%	1,011	100.00%
第 1 次	**714**	**62.52**	**118**	**90.08%**	**596**	**58.95%**
第 2 次	**232**	**20.32**	**12**	**9.16%**	**220**	**21.76%**
第 3 次	**109**	**9.54**	**1**	**0.76%**	**108**	**10.68%**
第 4 次	47	4.12	-	-	47	4.65%
5 次以上	40	3.50	-	-	40	3.96%

註：1.日本全體樣本數為 1,142 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 131 人。
3.日本非觀光團體：觀光團體除外之日本旅客，樣本數為 1,011 人。

（二）遊覽地點

1、遊覽觀光景點

由表 5-3-3 可知，114 年日本受訪旅客 1,142 人中，受訪旅客來臺遊覽觀光景點依序為夜市(88.97%)、西門町(含西門紅樓) (58.14%)、臺北 101(57.09%)、九份(55.25%)、中正紀念堂(50.53%)、大稻埕(49.56%)等。

日本旅客遊覽景點前 10 名中，中正紀念堂、大稻埕、中山站商圈排名均較 113 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	114 年			113 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	1,016	88.97	夜市	970	85.99	夜市	1,007	70.17
2	西門町(含西門紅樓)	664	58.14	西門町(含西門紅樓)	649	57.54	九份	714	49.76
3	臺北 101	652	57.09	臺北 101	646	57.27	臺北 101	436	30.38
4	九份	631	55.25	九份	596	52.84	故宮博物院	417	29.06
5	中正紀念堂	577	50.53	平溪	500	44.33	艋舺龍山寺	414	28.85
6	大稻埕	566	49.56	中正紀念堂	492	43.62	中正紀念堂	400	27.87
7	信義計畫區商圈	517	45.27	信義計畫區商圈	471	41.76	西門町	339	23.62
8	中山站商圈	479	41.94	故宮博物院	346	30.67	平溪	323	22.51
9	平溪	459	40.19	艋舺龍山寺	345	30.59	臺北市永康街商圈	215	14.98
10	艋舺龍山寺	405	35.46	臺北市永康街商圈	325	28.81	行天宮	141	9.83
11	臺北市永康街商圈	351	30.74	大稻埕	318	28.19	國父紀念館	129	8.99
12	故宮博物院	337	29.51	淡水	314	27.84	忠烈祠	125	8.71
13	淡水	276	24.17	臺北車站商圈	165	14.63	淡水	119	8.29
14	華山 1914 文化創意產業園區	157	13.75	中山站商圈	147	13.03	蓮池潭	81	5.64
15	北投	131	11.47	北投	146	12.94	總統府	73	5.09
16	野柳	126	11.03	野柳	146	12.94	北投	68	4.74
17	日月潭	125	10.95	宮原眼科	120	10.64	日月潭	53	3.69
18	駁二藝術特區	117	10.25	日月潭	111	9.84	赤崁樓	44	3.07
19	貓空	101	8.84	華山 1914 文化創意產業園區	105	9.31	貓空	35	2.44
20	金瓜石	98	8.58	臺中國家歌劇院	97	8.60	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，114 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、日月潭、艋舺龍山寺等；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、大稻埕、九份等。

表 5-3-4　114 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	1,016	88.97	夜市	128	97.71	夜市	888	87.83
2	西門町(含西門紅樓)	664	58.14	九份	106	80.92	西門町(含西門紅樓)	621	61.42
3	臺北 101	652	57.09	平溪	99	75.57	臺北 101	581	57.47
4	九份	631	55.25	日月潭	93	70.99	大稻埕	529	52.32
5	中正紀念堂	577	50.53	艋舺龍山寺	72	54.96	九份	525	51.93
6	大稻埕	566	49.56	臺北 101	71	54.20	中正紀念堂	508	50.25
7	信義計畫區商圈	517	45.27	中正紀念堂	69	52.67	信義計畫區商圈	493	48.76
8	中山站商圈	479	41.94	故宮博物院	51	38.93	中山站商圈	475	46.98
9	平溪	459	40.19	野柳	45	34.35	平溪	360	35.61
10	艋舺龍山寺	405	35.46	西門町(含西門紅樓)	43	32.82	臺北市永康街商圈	342	33.83
11	臺北市永康街商圈	351	30.74	宮原眼科	41	31.30	艋舺龍山寺	333	32.94
12	故宮博物院	337	29.51	駁二藝術特區	37	28.24	故宮博物院	286	28.29
13	淡水	276	24.17	大稻埕	37	28.24	淡水	265	26.21
14	華山 1914 文化創意產業園區	157	13.75	清境農場	37	28.24	華山 1914 文化創意產業園區	154	15.23
15	北投	131	11.47	金瓜石	36	27.48	北投	123	12.17
16	野柳	126	11.03	蓮池潭	35	26.72	貓空	101	9.99
17	日月潭	125	10.95	阿里山	34	25.95	野柳	81	8.01
18	駁二藝術特區	117	10.25	高美濕地	30	22.90	駁二藝術特區	80	7.91
19	貓空	101	8.84	臺中國家歌劇院	28	21.37	臺北車站商圈	76	7.52
20	金瓜石	98	8.58	信義計畫區商圈	24	18.32	松山文化創意園區	68	6.73

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，114 年日本受訪旅客 1,142 人中，遊覽觀光景點所在縣市依序為臺北市(86.78%)、新北市(67.69%)、高雄市(14.27%)、南投縣(11.38%)、臺中市(10.16%)等。其中遊覽觀光景點位於高雄市的比率較 113 年增加 6.38 個百分點。

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	114 年			113 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	991	86.78	臺北市	1,061	94.06	臺北市	1,205	83.97
2	新北市	773	67.69	新北市	787	69.77	新北市	840	58.54
3	高雄市	163	14.27	臺中市	183	16.22	高雄市	125	8.71
4	南投縣	130	11.38	南投縣	116	10.28	臺中市	68	4.74
5	臺中市	116	10.16	高雄市	89	7.89	南投縣	58	4.04
6	臺南市	90	7.88	宜蘭縣	71	6.29	臺南市	56	3.90
7	宜蘭縣	74	6.48	臺南市	68	6.03	花蓮縣	21	1.46
8	嘉義縣	53	4.64	新竹市	54	4.79	基隆市	12	0.84
9	新竹市	37	3.24	基隆市	53	4.70	桃園市	9	0.63
10	嘉義市	36	3.15	嘉義縣	45	3.99	屏東縣	9	0.63
11	基隆市	34	2.98	桃園市	39	3.46	新竹市	7	0.49
12	桃園市	34	2.98	花蓮縣	27	2.39	新竹縣	6	0.42
13	彰化縣	23	2.01	嘉義市	27	2.39	宜蘭縣	5	0.35
14	屏東縣	16	1.40	彰化縣	19	1.68	嘉義縣	5	0.35
15	新竹縣	5	0.44	新竹縣	13	1.15	彰化縣	4	0.28
16	花蓮縣	5	0.44	臺東縣	11	0.98	苗栗縣	2	0.14
17	苗栗縣	4	0.35	屏東縣	4	0.35	澎湖縣	2	0.14
18	臺東縣	4	0.35	苗栗縣	2	0.18	嘉義市	2	0.14
19	雲林縣	1	0.09	連江縣	2	0.18	雲林縣	1	0.07
20	澎湖縣	1	0.09	雲林縣	-	-	臺東縣	1	0.07
21	連江縣	1	0.09	澎湖縣	-	-	金門縣	1	0.07
22	金門縣	-	-	金門縣	-	-	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，各縣市加總超過 100%。
2.「-」表示無調查樣本。

由表 5-3-6 可知，114 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、南投縣、臺中市、高雄市等；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、高雄市、臺南市、宜蘭縣等。

表 5-3-6　114 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	991	86.78	臺北市	124	94.66	臺北市	867	85.76
2	新北市	773	67.69	新北市	108	82.44	新北市	665	65.78
3	高雄市	163	14.27	南投縣	93	70.99	高雄市	114	11.28
4	南投縣	130	11.38	臺中市	69	52.67	臺南市	64	6.33
5	臺中市	116	10.16	高雄市	49	37.40	宜蘭縣	60	5.93
6	臺南市	90	7.88	嘉義縣	34	25.95	臺中市	47	4.65
7	宜蘭縣	74	6.48	臺南市	26	19.85	南投縣	37	3.66
8	嘉義縣	53	4.64	嘉義市	23	17.56	新竹市	36	3.56
9	新竹市	37	3.24	宜蘭縣	14	10.69	桃園市	32	3.17
10	嘉義市	36	3.15	彰化縣	14	10.69	基隆市	29	2.87
11	基隆市	34	2.98	基隆市	5	3.82	嘉義縣	19	1.88
12	桃園市	34	2.98	桃園市	2	1.53	屏東縣	14	1.38
13	彰化縣	23	2.01	屏東縣	2	1.53	嘉義市	13	1.29
14	屏東縣	16	1.40	苗栗縣	2	1.53	彰化縣	9	0.89
15	新竹縣	5	0.44	新竹市	1	0.76	新竹縣	5	0.49
16	花蓮縣	5	0.44	花蓮縣	1	0.76	花蓮縣	4	0.40
17	苗栗縣	4	0.35	臺東縣	1	0.76	臺東縣	3	0.30
18	臺東縣	4	0.35	連江縣	1	0.76	苗栗縣	2	0.20
19	雲林縣	1	0.09	新竹縣	-	-	雲林縣	1	0.10
20	澎湖縣	1	0.09	雲林縣	-	-	澎湖縣	1	0.10
21	連江縣	1	0.09	澎湖縣	-	-	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，各縣市加總超過 100%。
2.「-」表示無調查樣本。

由表 5-3-7 可知，114 年日本受訪旅客 1,142 人中，遊覽觀光景點所在地區依序為北部地區(88.44%)、南部地區(18.39%)、中部地區(14.80%)、東部地區(0.79%)、離島地區(0.18%)。其中，114 年南部地區比率較 113 年增加 5.45 個百分點，上升至第二名；北部地區、中部地區及東部地區比率均較 113 年減少。

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	114 年			113 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	1,010	88.44	北部地區	1,097	97.25	北部地區	1,241	86.48
2	南部地區	210	18.39	中部地區	212	18.79	南部地區	153	10.66
3	中部地區	169	14.80	南部地區	146	12.94	中部地區	111	7.74
4	東部地區	9	0.79	東部地區	30	2.66	東部地區	21	1.46
5	離島地區	2	0.18	離島地區	2	0.18	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，各地區加總超過 100%。
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，114 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，其次依序為南部地區、中部地區、東部地區、離島地區。

表 5-3-8　114 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	1,010	88.44	北部地區	127	96.95	北部地區	883	87.34
2	南部地區	210	18.39	中部地區	94	71.76	南部地區	152	15.03
3	中部地區	169	14.80	南部地區	58	44.27	中部地區	75	7.42
4	東部地區	9	0.79	東部地區	2	1.53	東部地區	7	0.69
5	離島地區	2	0.18	離島地區	1	0.76	離島地區	1	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，各地區加總超過 100%。
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，114 年日本受訪旅客 1,142 人中，遊覽夜市依序為寧夏夜市(48.86%)、饒河街夜市(24.69%)、士林夜市(12.87%)等。

表 5-3-9　日本受訪旅客遊覽夜市排名

單位：人次；%

名次	114 年			113 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	寧夏夜市	558	48.86	饒河街夜市	432	38.30	士林夜市	583	40.63
2	饒河街夜市	282	24.69	寧夏夜市	407	36.08	寧夏夜市	210	14.63
3	士林夜市	147	12.87	士林夜市	280	24.82	饒河街夜市	174	12.13
4	高雄六合夜市	76	6.65	迪化街(含大稻埕)夜市	95	8.42	迪化街(含大稻埕)夜市	91	6.34
5	南機場夜市	46	4.03	臺中逢甲夜市	88	7.80	高雄六合夜市	59	4.11
6	臺中逢甲夜市	42	3.68	高雄六合夜市	32	2.84	華西街夜市	33	2.30
7	華西街夜市	34	2.98	基隆廟口夜市	32	2.84	臺中逢甲夜市	28	1.95
8	臺中一中街夜市	25	2.19	華西街夜市	26	2.30	師大夜市	12	0.84
9	宜蘭羅東夜市	24	2.10	臺中一中街夜市	22	1.95	基隆廟口夜市	11	0.77
10	高雄瑞豐夜市	22	1.93	臨江街夜市	17	1.51	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，114 年日本觀光團體受訪旅客遊覽夜市依序為饒河街夜市、寧夏夜市、高雄六合夜市等；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、士林夜市等。

表 5-3-10　114 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	寧夏夜市	558	48.86	饒河街夜市	49	37.40	寧夏夜市	521	51.53
2	饒河街夜市	282	24.69	寧夏夜市	37	28.24	饒河街夜市	233	23.05
3	士林夜市	147	12.87	高雄六合夜市	32	24.43	士林夜市	129	12.76
4	高雄六合夜市	76	6.65	臺中逢甲夜市	23	17.56	南機場夜市	45	4.45
5	南機場夜市	46	4.03	士林夜市	18	13.74	高雄六合夜市	44	4.35
6	臺中逢甲夜市	42	3.68	臺中一中街夜市	14	10.69	華西街夜市	26	2.57
7	華西街夜市	34	2.98	華西街夜市	8	6.11	臺南花園夜市	20	1.98
8	臺中一中街夜市	25	2.19	宜蘭羅東夜市	5	3.82	高雄瑞豐夜市	20	1.98
9	宜蘭羅東夜市	24	2.10	迪化街夜市	3	2.29	基隆廟口夜市	20	1.98
10	高雄瑞豐夜市	22	1.93	高雄新興夜市	3	2.29	宜蘭羅東夜市	19	1.88
							臺中逢甲夜市	19	1.88

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，114 年日本受訪旅客最喜歡景點依序為日月潭(喜歡比率 52.00%)、九份(喜歡比率 43.11%)、駁二藝術特區(喜歡比率 20.51%)、淡水 (喜歡比率 17.75%)等。

表 5-3-11　日本受訪旅客最喜歡景點排名

名次	114 年			113 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	10.95	52.00%	九份	52.84	35.91%	九份	49.76	45.94%
2	九份	55.25	43.11%	平溪	44.33	19.80%	平溪	22.51	33.75%
3	駁二藝術特區	10.25	20.51%	淡水	27.84	19.75%	夜市	70.17	21.85%
4	淡水	24.17	17.75%	中山站商圈	13.03	16.33%	故宮博物院	29.06	21.58%
5	故宮博物院	29.51	15.43%	故宮博物院	30.67	14.45%	臺北市永康街商圈	14.98	20.00%
6	北投	11.47	15.27%	北投	12.94	13.70%	臺北 101	30.38	13.76%
7	平溪	40.19	11.98%	大稻埕	28.19	11.32%	西門町	23.62	11.50%
8	大稻埕	49.56	10.78%	夜市	85.99	10.41%	艋舺龍山寺	28.85	11.11%
9	野柳	11.03	9.52%	野柳	12.94	10.27%	中正紀念堂	27.87	9.00%
10	中山站商圈	41.94	6.68%	宮原眼科	10.64	10.00%			

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 5-3-12 可知，114 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、大稻埕、九份、故宮博物院等；日本非觀光團體受訪旅客最喜歡景點依序為九份、淡水、故宮博物院、北投、平溪等。

表 5-3-12　114 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	日月潭	10.95	52.00%	日月潭	70.99	52.69%	九份	51.93	48.76%
2	九份	55.25	43.11%	阿里山	25.95	32.35%	淡水	26.21	18.49%
3	駁二藝術特區	10.25	20.51%	大稻埕	28.24	18.92%	故宮博物院	28.29	15.73%
4	淡水	24.17	17.75%	九份	80.92	15.09%	北投	12.17	15.45%
5	故宮博物院	29.51	15.43%	故宮博物院	38.93	13.73%	平溪	35.61	13.89%
6	北投	11.47	15.27%	蓮池潭	26.72	8.57%	大稻埕	52.32	10.21%
7	平溪	40.19	11.98%	清境農場	28.24	8.11%	中山站商圈	46.98	6.74%
8	大稻埕	49.56	10.78%	駁二藝術特區	28.24	5.41%	臺北 101	57.47	6.54%
9	野柳	11.03	9.52%	安平古堡	14.50	5.26%	西門町	61.42	5.64%
10	中山站商圈	41.94	6.68%	平溪	75.57	5.05%	臺北市永康街商圈	33.83	5.56%

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，114 年日本受訪旅客 1,142 人中，住宿地點以旅館(93.17%)為最多，其次為親友家(7.27%)，第三為民宿(4.03%)。

表 5-3-13　日本受訪旅客住宿地點

單位：人次；%

住宿地點	114 年		113 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率
旅館	**1,064**	**93.17**	**1,083**	**96.01**
親友家	**83**	**7.27**	**60**	**5.32**
民宿	**46**	**4.03**	**22**	**1.95**
宿舍	3	0.26	1	0.09
租屋	-	-	-	-
寺廟.修道院或教會	-	-	-	-
其他	1	0.09	-	-

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，114 年日本受訪旅客 1,142 人中，有 1,064 人住宿地點為旅館，有 91.54%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 4.14 分，標準差為 0.57 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
114 年	1,064	974	243	731	81	9	9	-
	100.00	91.54	22.84	68.70	7.61	0.85	0.85	-
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

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，114 年受訪旅客 1,142 人中，有 46 人住宿地點為民宿，有 93.48%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 4.20 分，標準差為 0.54 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
114 年	46	43	12	31	3	-	-	-
	100.00	93.48	26.09	67.39	6.52	-	-	-
113 年	22	17	5	12	4	1	1	-
	100.00	77.27	22.73	54.54	18.18	4.55	4.55	-

註:「-」表示無調查樣本。

（四）參加活動情形

由表 5-3-16 可知，114 年與 113 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	114 年		113 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	**1078**	**94.40**	**1,041**	**92.29**	**1,359**	**94.70**
逛夜市	**1027**	**89.93**	**977**	**86.61**	**1,007**	**70.17**
參觀古蹟	**784**	**68.65**	**684**	**60.64**	**505**	**35.19**
按摩指壓	364	31.87	335	29.7	350	24.39
水域活動(含遊湖、潛水等)	137	12.00	88	7.80	…	…
參觀展覽	124	10.86	78	6.91	417	29.06
登山、健行	118	10.33	55	4.88	…	…
夜總會、PUB 活動	111	9.72	34	3.01	16	1.11
生態旅遊（含賞花、鳥、蝶等）	95	8.32	96	8.51	27	1.88
泡溫泉浴	90	7.88	125	11.08	70	4.88
休閒農場	65	5.69	31	2.75	…	…
參觀藝文表演活動(含演唱會)	34	2.98	22	1.95	16	1.11
參觀節慶活動（含宗教活動等）	26	2.28	29	2.57	9	0.63
遊樂園	23	2.01	38	3.37	…	…
部落觀光	21	1.84	7	0.62	…	…
觀光工廠	15	1.31	19	1.68	3	0.21
運動或賽事(含自行車旅遊等)	3	0.26	3	0.27	11	0.77
醫療保健	3	0.26	-	-	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	2	0.18	10	0.89	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，114 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、生態旅遊、水域活動、按摩指壓等；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、夜總會、PUB 活動、參觀展覽等。

表 5-3-17　114 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	**1078**	**94.40**	**130**	**99.24**	**948**	**93.77**
逛夜市	**1027**	**89.93**	**128**	**97.71**	**899**	**88.92**
參觀古蹟	**784**	**68.65**	**103**	**78.63**	**681**	**67.36**
按摩指壓	364	31.87	45	34.35	319	31.55
水域活動(含遊湖、潛水等)	137	12.00	57	43.51	80	7.91
參觀展覽	124	10.86	14	10.69	110	10.88
登山、健行	118	10.33	18	13.74	100	9.89
夜總會、PUB 活動	111	9.72	-	-	111	10.98
生態旅遊（含賞花、鳥、蝶等）	95	8.32	59	45.04	36	3.56
泡溫泉浴	90	7.88	7	5.34	83	8.21
休閒農場	65	5.69	31	23.66	34	3.36
參觀藝文表演活動(含演唱會)	34	2.98	5	3.82	29	2.87
參觀節慶活動（含宗教活動等）	26	2.28	2	1.53	24	2.37
遊樂園	23	2.01	8	6.11	15	1.48
部落觀光	21	1.84	17	12.98	4	0.40
觀光工廠	15	1.31	6	4.58	9	0.89
運動或賽事(含自行車旅遊等)	3	0.26	-	-	3	0.30
醫療保健	3	0.26	-	-	3	0.30
其他	2	0.18	-	-	2	0.20

註：1.本題為複選題。
2.「-」表示無調查樣本。

四、 日本市場受訪旅客支出概況

（一） 支出概況

由表 5-4-1 可知，114 年日本受訪旅客平均每人每日支出為 195.98 美元，較 108 年減少 33.44 美元(減少 14.58%)；在支出結構中，以旅館內支出費減少 21.01 美元(減少 19.03%)為最多，以雜費增加 0.99 美元 (增加 15.62%)為最多。

表 5-4-1　日本受訪旅客平均每人每日支出細項

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
114 年	金額	195.98	89.39	41.13	17.05	10.15	7.33	30.93
	結構比	100.00%	45.61%	20.99%	8.70%	5.18%	3.74%	15.78%
	增減金額	-33.44	-21.01	-3.11	-2.31	0.23	0.99	-8.23
	增減比率	-14.58%	-19.03%	-7.03%	-11.93%	2.32%	15.62%	-21.02%
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%
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，114 年日本受訪旅客購物費支出項目中以購買名產或特產的比率最高，占 48.95%，其次為茶葉，占 20.47%。

表 5-4-2　日本受訪旅客平均每人每日購物費細項支出金額

購物費支出項目	114 年		113 年		108 年	
	支出金額(美元)	百分比	支出金額(美元)	百分比	支出金額(美元)	百分比
總計	30.93	100.00%	29.45	100.00%	39.16	100.00%
服飾或相關配件	2.32	7.50%	2.06	7.01%	1.86	4.74%
珠寶或玉器類	0.28	0.91%	0.62	2.11%	**1.86**	**4.75%**
紀念品或手工藝品類	**4.95**	**16.00%**	**3.77**	**12.81%**	1.62	4.13%
化妝品或香水類	0.43	1.39%	0.58	1.97%	1.49	3.81%
名產或特產	**15.14**	**48.95%**	**15.59**	**52.95%**	**22.31**	**56.98%**
煙或酒類	0.92	2.97%	0.90	3.04%	0.56	1.44%
藥品類或健康食品	0.40	1.29%	0.21	0.71%	0.59	1.50%
電子或電器產品	0.08	0.26%	0.18	0.60%	0.11	0.27%
茶葉	**6.33**	**20.47%**	**5.30**	**17.98%**	**8.22**	**21.00%**
其他	0.08	0.26%	0.24	0.82%	0.54	1.38%

由表 5-4-3 可知，114 年日本觀光團體旅客在臺每人每日平均支出為 227.07 美元，較 108 年減少 76.05 美元(減少 25.09%)；在支出結構中，除在臺境內交通費較 108 年增加 0.55 美元(成長 1.69%)外，其餘支出細項均較 108 年減少，其中以購物費減少 41.93 美元 (減少 54.38%)為最多。114 年日本非觀光團體旅客在臺每人每日平均支出為 192.01 美元，較 108 年減少 21.33 美元(減少 10.00%)；在支出結構中，以旅館內支出費減少 22.38 美元(減少 19.91%)為最多，以雜費增加 2.93 美元(增加 77.93%)為最多。

與非觀光團體受訪旅客相比較，114 年日本觀光團體受訪旅客平均每人每日支出較非觀光團體高出 35.06 美元。在支出結構中，旅館外餐飲費、在臺境內交通費、娛樂費、雜費、購物費均以觀光團體受訪旅客較高；旅館內支出費則以非觀光團體受訪旅客較高。

由表 5-4-4 可知，114 年日本觀光團體平均每人每日支出金額之購物費細項，以名產或特產和茶葉為最高，其次為紀念品或手工藝品，第三為藥品類或健康食品；日本非觀光團體以名產或特產為最高，其次為茶葉，第三為紀念品或手工藝品。

表 5-4-3　114 年日本受訪旅客平均每人每日支出細項－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	195.98	89.39	41.13	17.05	10.15	7.33	30.93
	結構比	100.00%	45.61%	20.99%	8.70%	5.18%	3.74%	15.78%
	增減金額	-33.44	-21.01	-3.11	-2.31	0.23	0.99	-8.23
	增減率	-14.58%	-19.03%	-7.03%	-11.93%	2.32%	15.62%	-21.02%
日本觀光團體	金額	227.07	84.92	48.91	33.17	12.67	12.22	35.18
	結構比	100.00%	37.40%	21.54%	14.61%	5.58%	5.38%	15.49%
	增減金額	-76.05	-15.56	-8.93	0.55	-4.73	-5.45	-41.93
	增減率	-25.09%	-15.49%	-15.44%	1.69%	-27.18%	-30.84%	-54.38%
日本非觀光團體	金額	192.01	90.03	40.13	14.94	9.83	6.69	30.39
	結構比	100.00%	46.89%	20.90%	7.78%	5.12%	3.48%	15.83%
	增減金額	-21.33	-22.38	-0.92	-1.38	1.43	2.93	-1.01
	增減率	-10.00%	-19.91%	-2.24%	-8.46%	17.02%	77.93%	-3.22%

註：1.日本全體樣本數為 1,142 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 131 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 1,011 人。
4.「增減金額」與「增減比率」係與 108 年相比。

表 5-4-4　114 年日本受訪旅客平均每人每日購物費細項支出金額
－依旅遊型態分

單位：美元

購物費支出項目	日本全體		日本觀光團體		日本非觀光團體	
	支出金額	百分比	支出金額	百分比	支出金額	百分比
總計	30.93	100.00%	35.18	100.00%	30.39	100.00%
服飾或相關配件	2.32	7.50%	0.92	2.62%	2.50	8.23%
珠寶或玉器類	0.28	0.91%	0.92	2.62%	0.19	0.62%
紀念品或手工藝品類	**4.95**	**16.00%**	**3.87**	**11.00%**	**5.09**	**16.75%**
化妝品或香水類	0.43	1.39%	0.52	1.47%	0.42	1.38%
名產或特產	**15.14**	**48.95%**	**13.15**	**37.38%**	**15.43**	**50.77%**
煙或酒類	0.92	2.97%	1.25	3.55%	0.87	2.86%
藥品類或健康食品	0.40	1.29%	**1.40**	**3.98%**	0.27	0.89%
電子或電器產品	0.08	0.26%	0.00	0.00%	0.09	0.30%
茶葉	**6.33**	**20.47%**	**13.15**	**37.38%**	**5.44**	**17.90%**
其他	0.08	0.26%	0.00	0.00%	0.09	0.30%

註：1.日本全體樣本數為 1,142 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 131 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 1,011 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，114 年日本受訪旅客 1,142 人中，使用過退稅服務者有 207 人，占 18.13%，較 113 年增加 3.59 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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	1,142	100.00	1,128	100.00	1,435	100.00
是	207	18.13	164	14.54	33	2.30
否	935	81.87	964	85.46	1,402	97.70

2、購物退稅手續是否簡便

由表 5-4-6 可知，114 年日本受訪旅客使用過購物退稅服務的有 207 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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	207	100.00	164	100.00	33	100.00
是	207	100.00	162	98.78	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，114 年 1,142 位日本受訪旅客中，來臺前有預付費用者共 679 人，占 59.46%，與 113 年接近，較 108 年減少 23.40 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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	1,142	100.00	1,128	100.00	1,435	100.00
有預付	679	59.46	668	59.22	1,189	82.86
沒有預付	463	40.54	460	40.78	246	17.14

2、來臺前預付費用項目

由表 5-4-8 可知，114 年日本受訪旅客來臺前有預付費用的 679 人，預付項目以旅館內支出費為最多(97.94%)，其次為旅館外餐飲費(31.22%)。

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	114 年		113 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	**665**	**97.94**	**663**	**99.25**	**1,179**	**99.16**
旅館外餐飲費	**212**	**31.22**	**189**	**28.29**	273	22.96
在臺境內交通費	**209**	**30.78**	**221**	**33.08**	277	23.30
娛樂費	119	17.53	38	5.69	**318**	**26.75**
雜費	149	21.94	79	11.83	**347**	**29.18**
購物費	1	0.15	-	-	-	-

註：1.本題為複選題。
2.「-」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，114 年日本受訪旅客對臺灣留下的深刻印象依序為美食佳餚(88.53%)、逛夜市(78.98%)、人情味濃厚(65.24%)、自然風光(55.87%)、歷史古蹟(38.35%)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	114 年		113 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	**1,011**	**88.53**	**1,042**	**92.38**	**1,015**	**70.73**
逛夜市	**902**	**78.98**	**864**	**76.60**	**313**	**21.81**
人情味濃厚	**745**	**65.24**	658	58.33	280	19.51
自然風光	638	55.87	**682**	**60.46**	…	…
歷史古蹟	438	38.35	452	40.07	98	6.83
都會不夜城	338	29.60	176	15.60	81	5.64
地方特產	215	18.83	262	23.23	112	7.80
便利商店	141	12.35	113	10.02	19	1.32
宗教文化	98	8.58	92	8.16	…	…
景點	82	7.18	126	11.17	**427**	**29.76**
泡溫泉	54	4.73	95	8.42	43	3.00
原住民文化	20	1.75	16	1.42	4	0.28
旅館(或民宿)住宿體驗	14	1.23	9	0.80	3	0.21
書店	10	0.88	7	0.62	15	1.05
單車賞景	9	0.79	5	0.44	12	0.84
節慶活動或表演(含演唱會)	7	0.61	…	…	…	…
醫療保健	4	0.35	-	-	…	…
節慶活動	…	…	12	1.06	1	0.07
海岸風光	…	…	…	…	190	13.24
寺廟參訪	…	…	…	…	120	8.36
水果	…	…	…	…	73	5.09
美容醫療	…	…	…	…	51	3.55
其他	4	0.35	11	0.98	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，114 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(94.66%)、逛夜市(89.31%)、自然風光(83.97%)、人情味濃厚(59.54%)、歷史古蹟(56.49%)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(87.73%)、逛夜市(77.65%)、人情味濃厚(65.97%)、自然風光(52.23%)等。

表 5-5-2　114 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	**1,011**	**88.53**	**124**	**94.66**	**887**	**87.73**
逛夜市	**902**	**78.98**	**117**	**89.31**	**785**	**77.65**
人情味濃厚	**745**	**65.24**	78	59.54	**667**	**65.97**
自然風光	638	55.87	**110**	**83.97**	528	52.23
歷史古蹟	438	38.35	74	56.49	364	36.00
都會不夜城	338	29.60	22	16.79	316	31.26
地方特產	215	18.83	55	41.98	160	15.83
便利商店	141	12.35	16	12.21	125	12.36
宗教文化	98	8.58	49	37.40	49	4.85
景點	82	7.18	16	12.21	66	6.53
泡溫泉	54	4.73	4	3.05	50	4.95
原住民文化	20	1.75	11	8.40	9	0.89
旅館(或民宿)住宿體驗	14	1.23	5	3.82	9	0.89
書店	10	0.88	2	1.53	8	0.79
單車賞景	9	0.79	0	0.00	9	0.89
節慶活動或表演(含演唱會)	7	0.61	0	0.00	7	0.69
醫療保健	4	0.35	1	0.76	3	0.30
其他	4	0.35	1	0.76	3	0.30

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，114 年日本市場受訪旅客對此次來臺之各項滿意度皆大於 4.03，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 4.53 分，較 113 年減少 0.04 分，較 108 年增加 0.21 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		114 年		113 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	入境通關手續便捷	4.17	0.57	4.18	0.56	3.89	1.01
	通訊 / 網路便利	4.53	0.55	4.54	0.56	4.03	0.80
	旅遊資訊取得方便	4.55	0.52	4.56	0.55	4.34	0.69
	境內交通便利	4.64	0.50	4.58	0.55	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	4.16	0.51	4.15	0.62	4.00	0.78
	旅遊環境語言溝通良好	4.03	0.64	4.14	0.70	4.19	0.71
	臺灣民眾態度友善	4.71	0.49	4.69	0.53	4.47	0.59
環境安全性	遊憩環境安全	4.57	0.55	4.55	0.56	4.44	0.58
	社會治安良好	4.62	0.51	4.63	0.52	4.44	0.57
	住宿設施安全	4.56	0.56	4.59	0.54	4.48	0.55
	餐飲衛生良好	4.21	0.65	4.30	0.70	3.75	0.78
	環境衛生良好	…	…	…	…	3.72	0.80
整體	來臺整體滿意度	4.53	0.50	4.57	0.50	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，114 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，114 年有再度訪臺意願的日本旅客，其主要目的以「度假、休閒、遊憩」最多，占 87.15%，其次是「探親或訪友」，占 6.07%。

由表 5-7-3 得知，114 年有 99.82%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	114 年		113 年		108 年	
	人次	百分比	人次	百分比	人次	百分比
總計	1,142	100.00	1,128	100.00	1,435	100.00
會	1,136	99.47	1,122	99.47	1,429	99.58
不會	6	0.53	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	114 年		113 年		108 年	
	人次	百分比	人次	百分比	人次	百分比
總計	1,136	100.00	1,122	100.00	1,429	100.00
度假、休閒、遊憩	**990**	**87.15**	**990**	**88.23**	**1,229**	**86.00**
業務	**62**	**5.46**	**92**	**8.20**	**123**	**8.61**
國際會議或展覽	11	0.97	3	0.27	-	-
探親或訪友	**69**	**6.07**	**37**	**3.30**	**75**	**5.25**
求學	1	0.09	-	-	1	0.07
醫療	1	0.09	-	-	1	0.07
其他	2	0.17	-	-	-	-

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	114 年		113 年		108 年	
	人次	百分比	人次	百分比	人次	百分比
總計	1,142	100.00	1,128	100.00	1,435	100.00
會	1,140	99.82	1,127	99.91	1,429	99.58
不會	2	0.18	1	0.09	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，114 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 131 人，對整體旅行社及導遊服務感到滿意者達 98.47%。整體印象滿意度平均數為 4.37，標準差為 0.52，顯示傾向滿意。

表 5-8-1　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
114 年	131	129	51	78	2	-	-	-
	100.00	98.47	38.93	59.54	1.53	-	-	-
113 年	192	191	67	124	1	-	-	-
	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	114 年		113 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	4.37	0.52	4.34	0.49	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 131 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，114 年、113 年與 108 年旅行社安排日本觀光團體受訪旅客的購物次數均以 1~2 次為最多。

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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	131	100.00	192	100.00	263	100.00
0 次	3	2.29	-	-	7	2.66
1~2 次	**96**	**73.28**	**156**	**81.25**	**129**	**49.05**
3~4 次	29	22.14	36	18.75	113	42.97
5~6 次	3	2.29	-	-	14	5.32
7~8 次	-	-	-	-	-	-
9 次以上	-	-	-	-	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

114 年、113 年與 108 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均以「實在」為最多，且該比率從 108 年的 51.17%，逐年成長至 114 年的 89.85%，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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	128	100.00	192	100.00	256	100.00
很便宜	-	-	-	-	2	0.78
便宜	2	1.56	14	7.29	73	28.52
實在	**115**	**89.85**	**156**	**81.25**	**131**	**51.17**
貴	10	7.81	20	10.42	48	18.75
很貴	1	0.78	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

114 年日本受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具，以捷運(81.26%)為最多，其次依序為計程車(48.77%)、臺鐵(46.23%)、公民營客運(31.44%)等，詳見表 5-9-1。114年、113年與108年日本受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具均以捷運為最高，其次皆為計程車。

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	114 年		113 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	**928**	**81.26**	**839**	**74.38**	**1,087**	**75.75**
計程車	**557**	**48.77**	**565**	**50.09**	**819**	**57.07**
臺鐵	**528**	**46.23**	**460**	**40.78**	179	12.47
公民營客運	359	31.44	360	31.91	**495**	**34.49**
Uber(多元化計程車)	179	15.67	93	8.24	27	1.88
遊覽車	175	15.32	239	21.19	274	19.09
高鐵	127	11.12	131	11.61	196	13.66
船舶	68	5.95	39	3.46	34	2.37
公共自行車	14	1.23	15	1.33	5	0.35
小客車租賃	4	0.35	22	1.95	22	1.53
飛機	1	0.09	3	0.27	3	0.21
其他	79	6.92	70	6.21	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。
4.「-」表示無調查樣本。

114 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(96.18%)為最多，其次依序為船舶(22.14%)、高鐵(12.98%)、捷運(6.11%)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(91.00%)為最多，其次依序為計程車(54.80%)、臺鐵(52.13%)、公民營客運(34.82%)等，詳見表 5-9-2。

表 5-9-2　114 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	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
捷運	**928**	**81.26**	8	6.11	**920**	**91.00**
計程車	**557**	**48.77**	3	2.29	**554**	**54.80**
臺鐵	**528**	**46.23**	1	0.76	**527**	**52.13**
公民營客運	359	31.44	7	5.34	352	34.82
Uber(多元化計程車)	179	15.67	2	1.53	177	17.51
遊覽車	175	15.32	**126**	**96.18**	49	4.85
高鐵	127	11.12	**17**	**12.98**	110	10.88
船舶	68	5.95	**29**	**22.14**	39	3.86
公共自行車	14	1.23	-	-	14	1.38
小客車租賃	4	0.35	-	-	4	0.40
飛機	1	0.09	-	-	1	0.10
其他	79	6.92	3	2.29	76	7.52

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，114 年有 98.25%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 4.43，標準差為 0.53。

表 5-9-3　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
114 年	1,142	1,122	508	614	19	1	1	-
	100.00	98.25	44.48	53.77	1.66	0.09	0.09	-
113 年	1,128	1,082	527	555	33	13	11	2
	100.00	95.91	46.71	49.20	2.93	1.16	0.98	0.18

註：「-」表示無調查樣本。

十、 日本市場旅客將低碳環保納為選擇旅遊服務評估因素狀況

由表 5-10-1 可知，有 22.07%的日本受訪旅客表示有將低碳環保納為選擇旅遊服務的評估因素。其中納入評估的旅遊服務以交通為最多，其次為住宿。

表 5-10-1　114 年日本受訪旅客是否將低碳環保納為選擇旅遊服務的評估因素

單位：人；%

是否將低碳環保納為旅遊服務評估因素	人數	百分比
總計	1,142	100.00
是	252	22.07
否	890	77.93

表 5-10-2　114 年日本受訪旅客有將低碳環保納為評估因素的旅遊服務

單位：人次；%

納為評估因素的旅遊服務	人次	相對百分率
交通	**212**	**84.13**
住宿	**129**	**51.19**
購物	**64**	**25.40**
用餐地點	53	21.03
景點	46	18.25
其他	1	0.40

註：1.本題項係針對有將低碳環保納為選擇旅遊服務的評估因素之受訪旅客進行分析。
2.本題為複選題。

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，114 年大陸受訪旅客占全體受訪旅客的比率為 7.69%，較 113 年增加，較 108 年減少。

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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
大陸	512	7.69	348	5.26	2,045	23.88

（二）來臺主要目的

由表 6-1-2 可知，114 年和 113 年大陸受訪旅客來臺主要目的皆以「探親或訪友」為最多，其次為「業務」，第三為「度假、休閒、遊憩」；108 年則以「度假、休閒、遊憩」為最多，其次為「探親或訪友」，第三為「業務」。

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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	512	100.00	348	100.00	2,045	100.00
度假、休閒、遊憩	**36**	**7.03**	6	1.72	**1,697**	**82.98**
業務	**117**	**22.85**	**78**	**22.41**	**145**	**7.09**
國際會議或展覽	6	1.17	**8**	**2.30**	12	0.59
探親或訪友	**345**	**67.38**	**250**	**71.85**	**147**	**7.19**
求學	-	-	-	-	11	0.54
醫療	6	1.17	6	1.72	14	0.68
其他	2	0.40	-	-	19	0.93

註：「-」表示無調查樣本。

（三）最高學歷

由表 6-1-3 可知，114 年與 113 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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	512	100.00	348	100.00	2,045	100.00
小學、中學肄畢(含高職)	**86**	**16.80**	**87**	**25.00**	**431**	**21.08**
大專	**375**	**73.24**	**216**	**62.07**	**1,336**	**65.33**
碩、博士	**51**	**9.96**	**45**	**12.93**	**244**	**11.93**
其他	-	-	-	-	-	-
未回答	-	-	-	-	34	1.66

註：「-」表示無調查樣本。

（四）工作別

由表 6-1-4 可知，114 年大陸受訪旅客以服務及銷售工作人員為最多；113 年、108 年則以專業人員為最多。

表 6-1-4　大陸受訪旅客之工作別分布

單位：人；%

工作別	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	512	100.00	348	100.00	2,045	100.00
民意代表、主管及經理人員	54	10.55	**52**	**14.94**	**352**	**17.21**
專業人員	58	11.33	**56**	**16.09**	**541**	**26.45**
技術員及助理專業人員	**66**	**12.89**	39	11.21	101	4.94
事務支援人員	**92**	**17.96**	**48**	**13.79**	226	11.05
服務及銷售工作人員	**131**	**25.58**	51	14.66	206	10.07
農、林、漁、牧業生產人員	16	3.13	13	3.74	5	0.24
技藝有關工作人員	16	3.13	8	2.30	12	0.59
機械設備操作及組裝人員	4	0.78	-	-	7	0.34
基層技術工及勞力工	3	0.59	2	0.57	10	0.49
軍人	-	-	…	…	…	…
家庭管理	30	5.86	41	11.78	116	5.67
學生	27	5.27	31	8.91	192	9.39
退休人員	11	2.15	6	1.72	**253**	**12.37**
其他	4	0.78	1	0.29	15	0.73
未回答	-	-	-	-	9	0.44

註：「…」表示無此選項；「-」表示無調查樣本。

（五）年收入

由表 6-1-5 可知，114 年大陸受訪旅客年收入以 15,000－29,999 美元為最多，占 33.20%；113 年以 10,000-14,999 美元為最多；108 年則以無固定收入為最多。

表 6-1-5　大陸受訪旅客之年收入分布

單位：人；%

年收入	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	512	100.00	348	100.00	2,045	100.00
9,999 美元以下	28	5.47	29	8.33	159	7.78
10,000 – 14,999 美元	**130**	**25.39**	**96**	**27.59**	**366**	**17.90**
15,000 – 29,999 美元	**170**	**33.20**	**92**	**26.44**	**488**	**23.86**
30,000 – 39,999 美元	**74**	**14.45**	36	10.34	186	9.10
40,000 – 69,999 美元	40	7.81	21	6.03	122	5.97
70,000 – 99,999 美元	4	0.78	9	2.59	25	1.22
100,000 美元以上	4	0.78	4	1.15	27	1.32
無固定收入	62	12.12	**61**	**17.53**	**671**	**32.81**
未回答	-	-	-	-	1	0.05

註：「-」表示無調查樣本。

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 114 年大陸受訪旅客平均出發來臺前 63.51 天開始計劃行程，標準誤為 1.43 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	114 年		113 年		108 年	
	平均數	標準誤	平均數	標準誤	平均數	標準誤
全體	63.51	1.43	53.49	2.09	53.38	0.74
度假、休閒、遊憩	86.13	8.23	35.61	11.86	55.13	0.79
業務	47.24	2.39	37.61	3.50	33.77	1.73
國際會議或展覽	79.91	18.23	88.59	15.56	55.46	8.55
探親或訪友	66.10	1.58	58.31	2.52	61.83	3.40
求學	-	-	-	-	94.10	15.43
醫療	52.53	10.51	30.32	4.65	97.98	16.85
其他	67.50	31.82	-	-	62.97	6.64

註：1.「-」表示無調查樣本。

2.樣本數少於 50 人者(114 年度假、休閒、遊憩 36 人、國際會議或展覽 6 人，醫療 6 人、其他 2 人；113 年度假、休閒、遊憩 6 人，國際會議或展覽 8 人，醫療 6 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。

114 年來臺主要或次要目的為「度假、休閒、遊憩」之大陸受訪旅客共 380 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)大陸度假、休閒、遊憩目的受訪旅客之旅遊資訊管道」及「(三)吸引大陸旅客來臺度假、休閒、遊憩原因」兩小節，乃針對主要或次要目的為「度假、休閒、遊憩」之受訪旅客進行分析。

（二）大陸度假、休閒、遊憩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6-2-2可知，114年來臺主要或次要目的為「度假、休閒、遊憩」之大陸受訪旅客 380 人中，來臺前曾看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導者有100人，占26.32%，較113年、108年減少。

表 6-2-2　大陸度假、休閒、遊憩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	114年		113年		108年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	380	100.00	252	100.00	1,897	100.00
是	100	26.32	97	38.49	1,245	65.63
否	280	73.68	155	61.51	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

114 年大陸「度假、休閒、遊憩」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 100 人。由表 6-2-3 可知，其來源依序為親友口碑(79.00%)、社群網站(78.00%)、搜尋引擎(66.00%)等。

表 6-2-3　大陸度假、休閒、遊憩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	114年		113年		108年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
親友口碑	**79**	**79.00**	**75**	**77.32**	**462**	**37.11**
社群網站	**78**	**78.00**	**68**	**70.10**	…	…
搜尋引擎	**66**	**66.00**	**84**	**86.60**	…	…
電視/電台	4	4.00	3	3.09	267	21.45
報章雜誌	4	4.00	5	5.15	64	5.14
地鐵.巴士.航空站等交通運具及場站	2	2.00	1	1.03	13	1.04
戶外廣告或看板	1	1.00	-	-	**424**	**34.06**
電商平台	-	-	2	2.06	…	…
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	-	-	-	-	36	2.89
網際網路(含社群網路服務)	…	…	…	…	**707**	**56.79**

註：1. 本題為複選題，且針對主要或次要目的為度假、休閒、遊憩，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. 受臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導決定來臺度假、休閒、遊憩影響程度

由表 6-2-4 可知，114 年影響大陸受訪旅客決定來臺觀光的管道，以社群網站(35.20%)影響程度為最高，其次為搜尋引擎(34.24%)，第三為親友口碑(27.85%)，其餘管道影響程度百分比均低於一成。

表 6-2-4　大陸受訪旅客受臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導決定來臺影響程度

單位：%

觀光資訊管道	影響程度	
	114 年	113 年
合計	100.00	100.00
社群網站	**35.20**	**28.13**
搜尋引擎	**34.24**	**44.31**
親友口碑	**27.85**	**24.28**
電視/電台	1.16	1.35
地鐵.巴士.航空站等交通運具及場站	0.97	-
戶外廣告或看板	0.39	-
報章雜誌	0.19	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	-	-

註：1.本題針對主要或次要目的為度假、休閒、遊憩，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

114 年大陸「度假、休閒、遊憩」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 100 人，受訪旅客表示決定來臺影響程度較大的資訊內容以遊記(76.00%)為最高，其次依序為旅客評論(71.00%)、攝影或影像紀錄(53.00%)等。

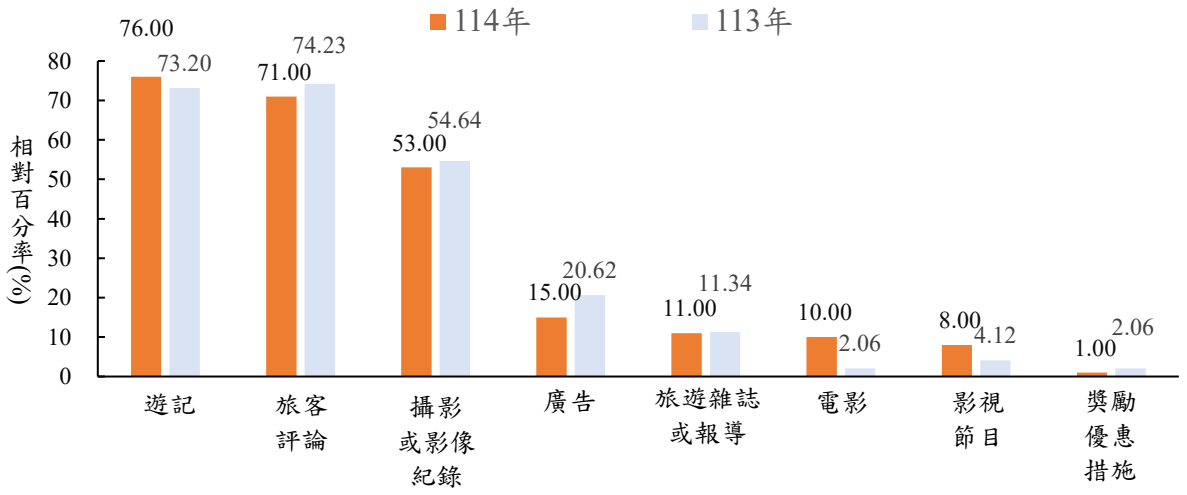


圖 6-2-1 大陸度假、休閒、遊憩受訪旅客表示決定來臺影響程度較大的資訊內容

（三）吸引大陸旅客來臺度假、休閒、遊憩原因

114 年來臺主要或次要目的為「度假、休閒、遊憩」之大陸受訪旅客共 380 人，由表 6-2-5 可知，吸引其來臺度假、休閒、遊憩原因，以美食或特色小吃(91.58%)為最高，其次依序為臺灣民情風俗和文化(69.47%)、風光景色(67.11%)、人民友善(44.21%)、治安良好(39.74%)等。

表 6-2-5　吸引大陸旅客來臺度假、休閒、遊憩原因

單位：人次；%

吸引來臺原因	114 年		113 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	**348**	**91.58**	**219**	**86.90**	**1,199**	**63.21**
臺灣民情風俗和文化	**264**	**69.47**	**154**	**61.11**	**536**	**28.26**
風光景色	**255**	**67.11**	**184**	**73.02**	**1,393**	**73.43**
人民友善	168	44.21	118	46.83	230	12.12
治安良好	151	39.74	150	59.52	62	3.27
購物	109	28.68	46	18.25	464	24.46
距離居住地近	43	11.32	27	10.71	187	9.86
氣候宜人	41	10.79	18	7.14	187	9.86
夜間休閒活動	31	8.16	2	0.79	75	3.95
民主政治	28	7.37	36	14.29	18	0.95
歷史文物	19	5.00	41	16.27	432	22.77
節慶活動或表演(含演唱會)	15	3.95	…	…	…	…
遊憩設施(遊樂園、高爾夫球場、渡假村…)	4	1.05	1	0.40	5	0.26
醫療保健	4	1.05	2	0.79	8	0.42
運動或賽事(含自行車旅遊)	-	-	…	…	…	…
節慶活動	…	…	3	1.19	4	0.21
自行車旅遊	…	…	-	-	…	…
水果	…	…	…	…	451	23.77
花卉	…	…	…	…	17	0.90
體育活動	…	…	…	…	2	0.11
其他	3	0.79	1	0.40	100	5.27

註：1.「…」表示無此選項；「-」表示無調查樣本。
2.本題為複選題，針對主要或次要目的為度假、休閒、遊憩之受訪旅客分析。

（四）旅行安排方式

由表 6-2-6 可知，114 年與 113 年大陸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「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或機票	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
114 年	512	-	13	12	15	472
	100.00	-	2.54	2.34	2.93	92.19
113 年	348	-	2	11	16	319
	100.00	-	0.57	3.16	4.60	91.67
108 年	2,045	953	87	555	14	436
	100.00	46.60	4.25	27.14	0.68	21.32

（五）大陸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或機票」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，114 年該屬性大陸受訪旅客共 27 人，其中有 15 人(55.56%)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。

表 6-2-7　大陸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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	27	100.00	27	100.00	569	100.00
有參加	15	55.56	14	51.85	152	26.71
沒有參加	12	44.44	13	48.15	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或機票」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安排的行程

單位：人次；%

參加本地旅行社安排的行程	114 年		113 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	6.67	1	7.14	12	7.89
1 日遊	14	93.33	13	92.86	78	51.32
2 日遊	-	-	-	-	43	28.29
3 日遊以上	-	-	-	-	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或機票」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、 大陸市場受訪旅客旅遊動向

（一）來臺次數

由表 6-3-1 可知，114 年大陸受訪旅客近 3 年來臺次數以第 1 次來臺為最多，占 54.69%，其次為第 2 次，占 31.25%，第三為第 3 次，占 8.79%。

表 6-3-1　大陸受訪旅客來臺次數

單位：人；%

旅客來臺次數	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	512	100.00	348	100.00	2,045	100.00
第 1 次	**280**	**54.69**	**176**	**50.57**	**1,580**	**77.26**
第 2 次	**160**	**31.25**	**117**	**33.62**	**218**	**10.66**
第 3 次	**45**	**8.79**	**35**	**10.06**	82	4.01
第 4 次	15	2.93	9	2.59	19	0.93
5 次以上	12	2.34	11	3.16	**146**	**7.14**

註：1. 114 年、108 年為「近 3 年來臺次數」。
2. 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，114 年大陸受訪旅客 512 人中，受訪旅客來臺遊覽觀光景點依序為夜市(86.13%)、臺北 101(50.20%)、西門町(含西門紅樓)(43.95%)、信義計畫區商圈(42.19%)、中正紀念堂(37.30%)等。

大陸旅客遊覽景點前 10 名中，信義計畫區商圈、九份、中山站商圈、平溪排名均較 113 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	114 年			113 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	441	86.13	夜市	291	83.62	夜市	1,805	88.26
2	臺北 101	257	50.20	臺北 101	218	62.64	臺北 101	1,474	72.08
3	西門町(含西門紅樓)	225	43.95	西門町(含西門紅樓)	179	51.44	故宮博物院	1,392	68.07
4	信義計畫區商圈	216	42.19	中正紀念堂	163	46.84	墾丁國家公園	1,194	58.39
5	中正紀念堂	191	37.30	信義計畫區商圈	162	46.55	日月潭	1,139	55.70
6	九份	162	31.64	淡水	124	35.63	太魯閣、天祥	1,046	51.15
7	中山站商圈	139	27.15	九份	114	32.76	阿里山	955	46.70
8	故宮博物院	138	26.95	故宮博物院	109	31.32	國父紀念館	852	41.66
9	淡水	134	26.17	平溪	93	26.72	中正紀念堂	829	40.54
10	平溪	126	24.61	臺北市永康街商圈	90	25.86	士林官邸	758	37.07
11	大稻埕	112	21.88	北投	77	22.13	野柳	740	36.19
12	日月潭	101	19.73	日月潭	77	22.13	西門町	645	31.54
13	臺北市永康街商圈	93	18.16	陽明山	68	19.54	九份	593	29.00
14	駁二藝術特區	90	17.58	貓空	62	17.82	西子灣	570	27.87
15	北投	89	17.38	艋舺龍山寺	57	16.38	七星潭	536	26.21
16	艋舺龍山寺	77	15.04	士林官邸	52	14.94	愛河	395	19.32
17	陽明山	70	13.67	華山 1914 文化創意產業園區	49	14.08	淡水	341	16.67
18	大溪	64	12.50	野柳	47	13.51	中台禪寺	334	16.33
19	士林官邸	63	12.30	宮原眼科	47	13.51	總統府	310	15.16
20	貓空	63	12.30	臺北車站商圈	44	12.64	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，114 年大陸受訪旅客 512 人中，遊覽觀光景點所在縣市依序為臺北市(66.80%)、新北市(46.09%)、高雄市(30.27%)、南投縣(20.70%)、桃園市(18.16%)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	114 年			113 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	342	66.80	臺北市	311	89.37	臺北市	1,852	90.56
2	新北市	236	46.09	新北市	200	57.47	新北市	1,279	62.54
3	高雄市	155	30.27	臺中市	82	23.56	屏東縣	1,202	58.78
4	南投縣	106	20.70	南投縣	81	23.28	南投縣	1,177	57.56
5	桃園市	93	18.16	桃園市	52	14.94	花蓮縣	1,124	54.96
6	臺中市	82	16.02	嘉義縣	41	11.78	高雄市	1,062	51.93
7	宜蘭縣	63	12.30	基隆市	39	11.21	嘉義縣	957	46.80
8	臺南市	57	11.13	高雄市	39	11.21	臺東縣	498	24.35
9	嘉義縣	54	10.55	宜蘭縣	35	10.06	臺中市	382	18.68
10	新竹市	46	8.98	新竹市	28	8.05	臺南市	124	6.06
11	嘉義市	44	8.59	臺南市	25	7.18	桃園市	54	2.64
12	基隆市	32	6.25	嘉義市	23	6.61	宜蘭縣	52	2.54
13	彰化縣	19	3.71	彰化縣	20	5.75	基隆市	51	2.49
14	屏東縣	18	3.52	新竹縣	13	3.74	彰化縣	23	1.12
15	花蓮縣	17	3.32	雲林縣	12	3.45	新竹縣	8	0.39
16	新竹縣	16	3.13	屏東縣	9	2.59	新竹市	8	0.39
17	苗栗縣	11	2.15	臺東縣	8	2.30	嘉義市	8	0.39
18	雲林縣	7	1.37	花蓮縣	6	1.72	雲林縣	7	0.34
19	臺東縣	4	0.78	澎湖縣	2	0.57	苗栗縣	4	0.20
20	澎湖縣	1	0.20	苗栗縣	-	-	澎湖縣	1	0.05
21	金門縣	-	-	連江縣	-	-	金門縣	1	0.05
22	連江縣	-	-	金門縣	-	-	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，各縣市加總超過 100%。
2.「-」表示無調查樣本。

由表 6-3-4 可知，114 年大陸受訪旅客 512 人中，遊覽觀光景點所在地區依序為北部地區(72.46%)、南部地區(42.77%)、中部地區(24.80%)、東部地區(3.91%)、離島地區(0.20%)。

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	114 年			113 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	371	72.46	北部地區	326	93.68	北部地區	1,881	91.98
2	南部地區	219	42.77	中部地區	113	32.47	南部地區	1,402	68.56
3	中部地區	127	24.80	南部地區	88	25.29	中部地區	1,291	63.13
4	東部地區	20	3.91	東部地區	12	3.45	東部地區	1,153	56.38
5	離島地區	1	0.20	離島地區	2	0.57	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，各地區加總超過 100%。
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 6-3-5 可知，114 年大陸受訪旅客 512 人中，遊覽夜市依序為士林夜市(27.93%)、饒河街夜市(22.85%)、寧夏夜市(15.63%)等。

表 6-3-5　大陸受訪旅客遊覽夜市排名

單位：人次；%

名次	114 年			113 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	143	27.93	饒河街夜市	134	38.51	士林夜市	694	33.94
2	饒河街夜市	117	22.85	士林夜市	122	35.06	高雄六合夜市	540	26.41
3	寧夏夜市	80	15.63	寧夏夜市	63	18.10	寧夏夜市	333	16.28
4	高雄六合夜市	56	10.94	臺中逢甲夜市	59	16.95	饒河街夜市	283	13.84
5	臺中逢甲夜市	55	10.74	基隆廟口夜市	28	8.05	臺中逢甲夜市	283	13.84
6	高雄瑞豐夜市	34	6.64	臺中一中街夜市	23	6.61	花蓮東大門夜市	104	5.09
7	臺中一中街夜市	24	4.69	高雄六合夜市	22	6.32	高雄瑞豐夜市	76	3.72
8	宜蘭羅東夜市	21	4.10	迪化街(含大稻埕)夜市	16	4.60	臺中一中街夜市	51	2.49
9	南機場夜市	18	3.52	永和樂華夜市	14	4.02	基隆廟口夜市	42	2.05
10	臨江街夜市	17	3.32	宜蘭羅東夜市	14	4.02	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，114 年大陸受訪旅客最喜歡景點依序為阿里山(喜歡比率 79.63%)、日月潭(喜歡比率 37.62%)、駁二藝術特區(喜歡比率 34.44%)、清境農場 (喜歡比率 32.20%)等。

表 6-3-6　大陸受訪旅客最喜歡景點排名

名次	114 年			113 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	10.55	79.63%	阿里山	11.49	80.00%	日月潭	55.70	25.02%
2	日月潭	19.73	37.62%	清境農場	10.06	48.57%	墾丁國家公園	58.39	23.62%
3	駁二藝術特區	17.58	34.44%	日月潭	22.13	41.56%	阿里山	46.70	19.90%
4	清境農場	11.52	32.20%	夜市	83.62	15.12%	清境農場	12.42	17.32%
5	礁溪	11.72	25.00%	淡水	35.63	14.52%	野柳	36.19	16.22%
6	故宮博物院	26.95	13.77%	故宮博物院	31.32	13.76%	故宮博物院	68.07	13.94%
7	大溪	12.50	12.50%	平溪	26.72	12.90%	淡水	16.67	11.14%
8	淡水	26.17	11.19%	野柳	13.51	12.77%	太魯閣、天祥	51.15	10.99%
9	平溪	24.61	8.73%	貓空	17.82	11.29%	平溪	11.25	8.70%
10	九份	31.64	8.64%	北投	22.13	10.39%	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，114 年大陸受訪旅客 512 人中，住宿地點以旅館(71.88%)為最多，其次為親友家(63.67%)，第三為民宿(3.91%)。

表 6-3-7　大陸受訪旅客住宿地點

單位：人次；%

住宿地點	114 年		113 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率
旅館	**368**	**71.88**	**283**	**81.32**
親友家	**326**	**63.67**	**218**	**62.64**
民宿	**20**	**3.91**	**11**	**3.16**
宿舍	12	2.34	4	1.15
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，114 年大陸受訪旅客 512 人中，有 368 人住宿地點為旅館，有 98.10%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 0.45 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
114 年	368	361	79	282	6	1	1	-
	100.00	98.10	21.47	76.63	1.63	0.27	0.27	-
113 年	283	276	72	204	7	-	-	-
	100.00	97.53	25.44	72.09	2.47	-	-	-

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，114 年受訪旅客 512 人中，有 20 人住宿地點為民宿，有 95.00%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 4.20 分，標準差為 0.52 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
114 年	20	19	5	14	1	-	-	-
	100.00	95.00	25.00	70.00	5.00	-	-	-
113 年	11	7	-	7	3	1	1	-
	100.00	63.64	-	63.64	27.27	9.09	9.09	-

註:「-」表示無調查樣本。

（四）參加活動情形

由表 6-3-10 可知，114 年與 113 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	114 年		113 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	**478**	**93.36**	**332**	**95.40**	**1,990**	**97.31**
逛夜市	**444**	**86.72**	**294**	**84.48**	**1,806**	**88.31**
參觀古蹟	**282**	**55.08**	**187**	**53.74**	**1,075**	**52.57**
水域活動(含遊湖、潛水等)	111	21.68	42	12.07	…	…
生態旅遊（含賞花、鳥、蝶等）	110	21.48	84	24.14	183	8.95
泡溫泉浴	108	21.09	90	25.86	353	17.26
休閒農場	92	17.97	44	12.64	…	…
按摩指壓	86	16.80	60	17.24	26	1.27
登山、健行	80	15.63	53	15.23	…	…
遊樂園	69	13.48	40	11.49	…	…
參觀展覽	66	12.89	22	6.32	973	47.58
夜總會、PUB 活動	29	5.66	8	2.30	13	0.64
參觀藝文表演活動(含演唱會)	28	5.47	8	2.30	16	0.78
部落觀光	26	5.08	23	6.61	…	…
參觀節慶活動（含宗教活動等）	22	4.30	16	4.60	26	1.27
觀光工廠	6	1.17	3	0.86	187	9.14
醫療保健	2	0.39	12	3.45	16	0.78
運動或賽事(含自行車旅遊等)	-	-	-	-	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	46	2.25

註：1.本題為複選題。
2.「…」表示無此選項。
3.「-」表示無調查樣本。

四、 大陸市場受訪旅客支出概況

（一）支出概況

由表 6-4-1 可知，114 年大陸受訪旅客平均每人每日支出為 155.92 美元，較 108 年減少 43.71 美元(減少 21.90%)；在支出結構中，以購物費減少 54.25 美元(減少 59.45%)為最多，以雜費增加 5.20 美元 (增加 130.65%)為最多。

表 6-4-1　大陸受訪旅客平均每人每日支出細項

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
114 年	金額	155.92	57.22	33.97	13.04	5.50	9.18	37.01
	結構比	100.00%	36.70%	21.79%	8.36%	3.52%	5.89%	23.74%
	增減金額	-43.71	3.67	4.61	-2.63	-0.31	5.20	-54.25
	增減比率	-21.90%	6.85%	15.70%	-16.78%	-5.34%	130.65%	-59.45%
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%
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，114 年大陸受訪旅客購物費支出項目中以購買名產或特產的比率最高，占 35.72%，其次為服飾或相關配件，占 27.21%。

表 6-4-2　大陸受訪旅客平均每人每日購物費細項支出金額

購物費支出項目	114 年		113 年		108 年	
	支出金額(美元)	百分比	支出金額(美元)	百分比	支出金額(美元)	百分比
總計	37.01	100.00%	33.44	100.00%	91.26	100.00%
服飾或相關配件	**10.07**	**27.21%**	**5.45**	**16.31%**	9.81	10.75%
珠寶或玉器類	0.46	1.24%	0.25	0.76%	**19.75**	**21.64%**
紀念品或手工藝品類	2.32	6.27%	2.40	7.17%	5.83	6.39%
化妝品或香水類	2.12	5.73%	2.59	7.76%	**16.00**	**17.53%**
名產或特產	**13.22**	**35.72%**	**12.27**	**36.66%**	**25.71**	**28.18%**
煙或酒類	2.75	7.43%	1.90	5.67%	2.49	2.73%
藥品類或健康食品	1.29	3.49%	2.70	8.07%	3.58	3.92%
電子或電器產品	0.44	1.19%	0.82	2.46%	0.51	0.56%
茶葉	**4.32**	**11.67%**	**5.06**	**15.13%**	4.99	5.46%
其他	0.02	0.05%	0.00	0.01%	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，114 年大陸受訪旅客 512 人中，使用過退稅服務者有 150 人，占 29.30%，較 113 年增加 2.29 個百分點。

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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	512	100.00	348	100.00	2,045	100.00
是	150	29.30	94	27.01	1,113	54.43
否	362	70.70	254	72.99	932	45.57

2、購物退稅手續是否簡便

由表 6-4-4 可知，114 年大陸受訪旅客使用過購物退稅服務的有 150 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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	150	100.00	94	100.00	1,113	100.00
是	150	100.00	94	100.00	1,078	96.86
否	-	-	-	-	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，114 年 512 位大陸受訪旅客中，來臺前有預付費用者共 216 人，占 42.19%，較 113 年增加 19.49 個百分點。

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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	512	100.00	348	100.00	2,045	100.00
有預付	216	42.19	79	22.70	1,745	85.33
沒有預付	296	57.81	269	77.30	300	14.67

2、來臺前預付費用項目

由表 6-4-6 可知，114 年大陸受訪旅客來臺前有預付費用的 216 人，預付項目以旅館內支出費為最多(91.67%)。

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	114 年		113 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	**198**	**91.67**	**78**	**98.73**	**1,728**	**99.03**
旅館外餐飲費	**39**	**18.06**	**11**	**13.92**	1,040	59.60
在臺境內交通費	36	16.67	**12**	**15.19**	**1,093**	**62.64**
娛樂費	33	15.28	7	8.86	1,071	61.38
雜費	**76**	**35.19**	8	10.13	**1,120**	**64.18**
購物費	-	-	-	-	-	-

註：1.本題為複選題。
2.「-」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，114 年大陸受訪旅客對臺灣留下的深刻印象依序為美食佳餚(90.43%)、逛夜市(81.25%)、人情味濃厚(59.57%)、自然風光(58.59%)、便利商店(45.70%)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	114 年		113 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	**463**	**90.43**	**332**	**95.40**	**893**	**43.67**
逛夜市	**416**	**81.25**	**270**	**77.59**	824	40.29
人情味濃厚	**305**	**59.57**	**229**	**65.80**	712	34.82
自然風光	300	58.59	200	57.47	…	…
便利商店	234	45.70	124	35.63	363	17.75
歷史古蹟	181	35.35	137	39.37	248	12.13
地方特產	134	26.17	114	32.76	417	20.39
都會不夜城	105	20.51	67	19.25	58	2.84
泡溫泉	88	17.19	73	20.98	144	7.04
宗教文化	59	11.52	27	7.76	…	…
景點	40	7.81	37	10.63	**1,598**	**78.14**
節慶活動或表演(含演唱會)	23	4.49	…	…	…	…
原住民文化	18	3.52	7	2.01	131	6.41
單車賞景	10	1.95	5	1.44	48	2.35
書店	5	0.98	11	3.16	176	8.61
醫療保健	4	0.78	12	3.45	…	…
旅館(或民宿)住宿體驗	3	0.59	3	0.86	28	1.37
節慶活動	…	…	3	0.86	8	0.39
美容醫療	…	…	…	…	29	1.42
寺廟參訪	…	…	…	…	81	3.96
水果	…	…	…	…	619	30.27
海岸風光	…	…	…	…	**1,132**	**55.35**
其他	2	0.39	4	1.15	96	4.69

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。

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，114 年大陸市場受訪旅客對此次來臺之各項滿意度皆大於 3.98，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 4.73 分，較 113 年減少 0.10 分，較 108 年增加 0.11 分。

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		114 年		113 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	入境通關手續便捷	3.98	0.83	4.32	0.66	4.31	0.81
	通訊 / 網路便利	4.65	0.51	4.77	0.44	4.35	0.78
	旅遊資訊取得方便	4.68	0.48	4.74	0.48	4.47	0.68
	境內交通便利	4.71	0.48	4.77	0.47	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	4.70	0.50	4.78	0.45	4.63	0.59
	旅遊環境語言溝通良好	4.84	0.39	4.90	0.31	4.75	0.45
	臺灣民眾態度友善	4.88	0.35	4.92	0.28	4.78	0.44
環境安全性	遊憩環境安全	4.81	0.40	4.84	0.38	4.72	0.48
	社會治安良好	4.84	0.37	4.90	0.31	4.75	0.46
	住宿設施安全	4.78	0.44	4.80	0.44	4.71	0.50
	餐飲衛生良好	4.71	0.46	4.76	0.45	4.62	0.57
	環境衛生良好	…	…	…	…	4.65	0.55
整體	來臺整體滿意度	4.73	0.45	4.83	0.39	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，114 年大陸受訪旅客均有再度訪臺的意願。

由表 6-7-2 得知，114 年與 113 年有再度訪臺意願的大陸旅客，其主要目的均以「探親或訪友」最多，其次是「度假、休閒、遊憩」，第三為「業務」。108 年則以「度假、休閒、遊憩」最多，其次為「業務」，第三為「探親或訪友」。

由表 6-7-3 得知，114 年大陸受訪旅客均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	114 年		113 年		108 年	
	人次	百分比	人次	百分比	人次	百分比
總計	512	100.00	348	100.00	2,045	100.00
會	512	100.00	348	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	114 年		113 年		108 年	
	人次	百分比	人次	百分比	人次	百分比
總計	512	100.00	348	100.00	1,967	100.00
度假、休閒、遊憩	**166**	**32.42**	**114**	**32.76**	**1,735**	**88.21**
業務	**89**	**17.38**	**77**	**22.13**	**109**	**5.54**
國際會議或展覽	3	0.58	1	0.29	9	0.46
探親或訪友	**252**	**49.22**	**151**	**43.38**	**98**	**4.98**
求學	-	-	-	-	5	0.25
醫療	1	0.20	5	1.44	5	0.25
其他	1	0.20	-	-	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	114 年		113 年		108 年	
	人次	百分比	人次	百分比	人次	百分比
總計	512	100.00	348	100.00	2,045	100.00
會	510	99.61	348	100.00	2,016	98.58
不會	2	0.39	-	-	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

114 年大陸受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具，以捷運(85.94%)為最多，其次依序為計程車(55.27%)、臺鐵(32.42%)、公民營客運(30.66%)、高鐵(20.51%)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	114 年		113 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	**440**	**85.94**	**293**	**84.20**	877	42.89
計程車	**283**	**55.27**	**211**	**60.63**	943	46.11
臺鐵	**166**	**32.42**	101	29.02	**1,041**	**50.90**
公民營客運	157	30.66	100	28.74	509	24.89
高鐵	105	20.51	**108**	**31.03**	362	17.70
Uber(多元化計程車)	63	12.30	25	7.18	42	2.05
船舶	37	7.23	16	4.60	**1,103**	**53.94**
遊覽車	16	3.13	10	2.87	**1,046**	**51.15**
公共自行車	10	1.95	6	1.72	46	2.25
小客車租賃	3	0.59	8	2.30	59	2.89
飛機	-	-	2	0.57	4	0.20
其他	248	48.44	185	53.16	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。
4.「-」表示無調查樣本。

由表 6-8-2 可知，114 年有 99.41%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 4.56，標準差為 0.52。

表 6-8-2　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
114 年	512	509	290	219	2	1	1	-
	100.00	99.41	56.64	42.77	0.39	0.20	0.20	-
113 年	348	346	212	134	1	1	1	-
	100.00	99.42	60.91	38.51	0.29	0.29	0.29	-

註：「-」表示無調查樣本。

九、 大陸市場旅客將低碳環保納為選擇旅遊服務評估因素狀況

由表 6-9-1 可知，有 15.23%的大陸受訪旅客表示有將低碳環保納為選擇旅遊服務的評估因素。其中納入評估的旅遊服務以交通為最多，其次為住宿。

表 6-9-1　114 年大陸受訪旅客是否將低碳環保納為選擇旅遊服務的評估因素

單位：人；%

是否將低碳環保納為旅遊服務評估因素	人數	百分比
總計	512	100.00
是	78	15.23
否	434	84.77

表 6-9-2　114 年大陸受訪旅客有將低碳環保納為評估因素的旅遊服務

單位：人次；%

納為評估因素的旅遊服務	人次	相對百分率
交通	**63**	**80.77**
住宿	**36**	**46.15**
購物	**10**	**12.82**
景點	4	5.13
用餐地點	3	3.85
其他	-	-

註：1.本題項係針對有將低碳環保納為選擇旅遊服務的評估因素之受訪旅客進行分析。
2.本題為複選題。

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，114 年韓國受訪旅客占全體受訪旅客的比率為 11.83%，較 113 年減少，較 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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
韓國	788	11.83	829	12.52	833	9.73

（二）來臺主要目的

由表 7-1-2 可知，114 年和 113 年、108 年韓國受訪旅客來臺主要目的皆以「度假、休閒、遊憩」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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	788	100.00	829	100.00	833	100.00
度假、休閒、遊憩	**671**	**85.15**	**708**	**85.40**	**795**	**95.44**
業務	**59**	**7.49**	**74**	**8.93**	**23**	**2.76**
國際會議或展覽	26	3.30	17	2.05	1	0.12
探親或訪友	**32**	**4.06**	**29**	**3.50**	**10**	**1.20**
求學	-	-	-	-	2	0.24
醫療	-	-	-	-	1	0.12
其他	-	-	1	0.12	1	0.12

註：「-」表示無調查樣本。

（三）最高學歷

由表 7-1-3 可知，114 年與 113 年、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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	788	100.00	829	100.00	833	100.00
小學、中學肄畢(含高職)	**191**	**24.24**	**190**	**22.92**	**135**	**16.21**
大專	**534**	**67.77**	**566**	**68.27**	**632**	**75.87**
碩、博士	**63**	**7.99**	**73**	**8.81**	**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，114 年與 113 年韓國受訪旅客皆以事務支援人員為最多；108 年則以專業人員為最多。

表 7-1-4　韓國受訪旅客之工作別分布

單位：人；%

工作別	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	788	100.00	829	100.00	833	100.00
民意代表、主管及經理人員	92	11.68	65	7.84	84	10.08
專業人員	**101**	**12.82**	**102**	**12.30**	**213**	**25.57**
技術員及助理專業人員	72	9.14	99	11.94	51	6.12
事務支援人員	**195**	**24.74**	**172**	**20.75**	**154**	**18.49**
服務及銷售工作人員	93	11.80	**133**	**16.04**	71	8.52
農、林、漁、牧業生產人員	31	3.93	14	1.69	1	0.12
技藝有關工作人員	12	1.52	18	2.17	7	0.84
機械設備操作及組裝人員	6	0.76	11	1.33	3	0.36
基層技術工及勞力工	3	0.38	3	0.36	-	-
軍人	3	0.38	…	…	…	…
家庭管理	**100**	**12.69**	91	10.98	63	7.56
學生	50	6.35	77	9.29	**138**	**16.57**
退休人員	30	3.81	43	5.19	38	4.56
其他	-	-	1	0.12	10	1.20
未回答	-	-	-	-	-	-

註：「…」表示無此選項；「-」表示無調查樣本。

（五）年收入

由表 7-1-5 可知，114 年韓國受訪旅客年收入以 15,000-29,999 美元為最多，其次為 30,000-39,999 美元；113 年以 15,000-29,999 美元為最多，其次為無固定收入；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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	788	100.00	829	100.00	833	100.00
9,999 美元以下	56	7.11	49	5.91	10	1.20
10,000 – 14,999 美元	63	7.99	88	10.62	32	3.84
15,000 – 29,999 美元	**241**	**30.58**	**246**	**29.67**	**189**	**22.69**
30,000 – 39,999 美元	**164**	**20.81**	**116**	**13.99**	**199**	**23.89**
40,000 – 69,999 美元	95	12.06	92	11.10	105	12.61
70,000 – 99,999 美元	30	3.81	56	6.76	16	1.92
100,000 美元以上	9	1.14	12	1.45	21	2.52
無固定收入	**130**	**16.50**	**170**	**20.50**	**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 114 年韓國受訪旅客平均出發來臺前 39.76 天開始計劃行程，標準誤為 0.78 天，計劃行程時間與 113 年接近，長於 108 年，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	114 年		113 年		108 年	
	平均數	標準誤	平均數	標準誤	平均數	標準誤
全體	39.76	0.78	39.71	1.11	30.41	0.77
度假、休閒、遊憩	40.49	0.84	41.09	1.18	30.73	0.80
業務	28.56	2.24	21.45	2.03	15.51	2.26
國際會議或展覽	43.65	3.11	42.16	5.17	14.00	--
探親或訪友	40.26	3.89	54.99	10.38	15.93	3.24
求學	-	-	-	-	90.00	0.00
醫療	-	-	-	-	60.00	--
其他	-	-	30.00	--	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(114 年國際會議或展覽 26 人，探親或訪友 32 人；113 年國際會議或展覽 17 人，探親或訪友 29 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。

114 年來臺主要或次要目的為「度假、休閒、遊憩」之韓國受訪旅客共 727 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)韓國度假、休閒、遊憩目的受訪旅客之旅遊資訊管道」及「(三)吸引韓國旅客來臺度假、休閒、遊憩原因」兩小節，乃針對主要或次要目的為「度假、休閒、遊憩」之受訪旅客進行分析。

（二）韓國度假、休閒、遊憩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 7-2-2 可知，114 年來臺主要或次要目的為「度假、休閒、遊憩」之韓國受訪旅客 727 人中，來臺前曾看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導者有 559 人，占 76.89%，較 113 年增加 4.23 個百分點。

表 7-2-2　韓國度假、休閒、遊憩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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	727	100.00	768	100.00	815	100.00
是	559	76.89	558	72.66	464	56.93
否	168	23.11	210	27.34	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

114 年韓國「度假、休閒、遊憩」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 559 人。由表 7-2-3 可知，其來源依序為社群網站(84.79%)、搜尋引擎(70.48%)、親友口碑(41.32%)、旅行社宣傳行程.摺頁(29.52%)等。

表 7-2-3　韓國度假、休閒、遊憩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	114 年		113 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	**474**	**84.79**	**447**	**80.11**	…	…
搜尋引擎	**394**	**70.48**	**386**	**69.18**	…	…
親友口碑	**231**	**41.32**	**258**	**46.24**	**136**	**29.31**
旅行社宣傳行程、摺頁	165	29.52	195	34.95	**102**	**21.98**
電視/電台	99	17.71	91	16.31	100	21.55
報章雜誌	28	5.01	27	4.84	67	14.44
電商平台	10	1.79	5	0.90	…	…
地鐵.巴士.航空站等交通運具及場站	4	0.72	5	0.90	7	1.51
戶外廣告或看板	2	0.36	2	0.36	3	0.65
國際旅遊展覽或特殊活動	2	0.36	7	1.25	6	1.29
網際網路(含社群網路服務)	…	…	…	…	**351**	**75.65**

註：1. 本題為複選題，且針對主要或次要目的為度假、休閒、遊憩，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. 受臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導決定來臺度假、休閒、遊憩影響程度

由表 7-2-4 可知，114 年影響韓國受訪旅客決定來臺觀光的管道，以社群網站(35.92%)影響程度為最高，其次依序為搜尋引擎(35.66%)、親友口碑(10.95%)，以及旅行社宣傳行程、摺頁(10.52%)，其餘管道影響程度百分比均低於一成。

表 7-2-4　韓國受訪旅客受臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導決定來臺影響程度

單位：%

觀光資訊管道	影響程度	
	114 年	113 年
合計	100.00	100.00
社群網站	**35.92**	**33.15**
搜尋引擎	**35.66**	**32.99**
親友口碑	**10.95**	**14.59**
旅行社宣傳行程、摺頁	10.52	12.95
電視/電台	5.31	4.64
報章雜誌	0.97	0.91
地鐵.巴士.航空站等交通運具及場站	0.27	0.10
電商平台	0.17	0.17
戶外廣告或看板	0.13	0.23
國際旅遊展覽或特殊活動	0.10	0.27

註：1.本題針對主要或次要目的為度假、休閒、遊憩，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

114 年韓國「度假、休閒、遊憩」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 559 人，受訪旅客表示決定來臺影響程度較大的資訊內容以遊記 (64.40%)為最高，其次依序為旅客評論(59.39%)、攝影或影像紀錄(55.28%)等。

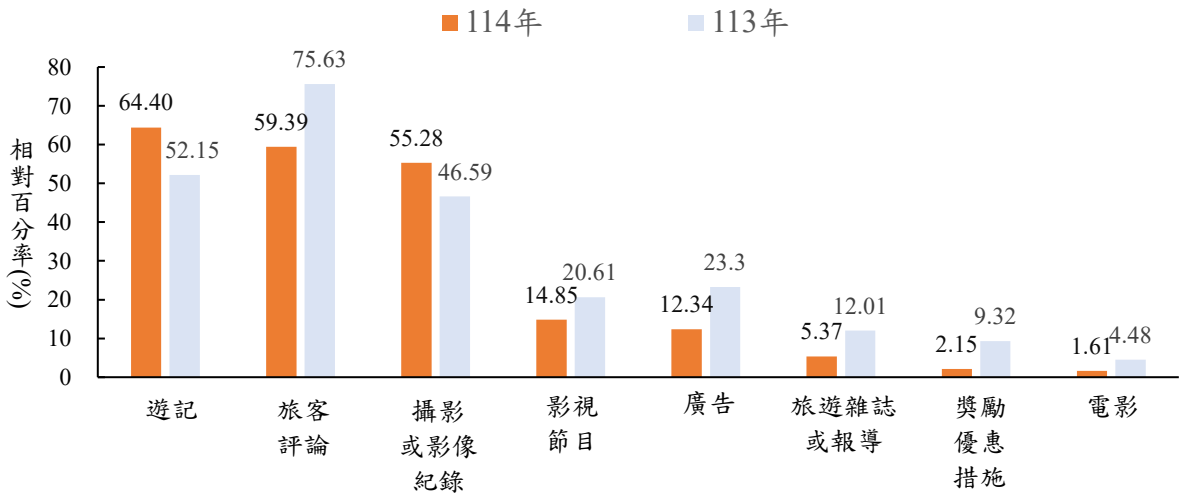


圖 7-2-1 韓國度假、休閒、遊憩受訪旅客表示決定來臺影響程度較大的資訊內容

（三）吸引韓國旅客來臺度假、休閒、遊憩原因

114 年來臺主要或次要目的為「度假、休閒、遊憩」之韓國受訪旅客共 727 人，由表 7-2-5 可知，吸引其來臺「度假、休閒、遊憩」原因，以美食或特色小吃(91.06%)為最高，其次依序為風光景色(73.59%)、距離居住地近(53.23%)、臺灣民情風俗和文化(42.23%)、購物(31.91%)、治安良好(31.77%)等。

表 7-2-5　吸引韓國旅客來臺度假、休閒、遊憩原因

單位：人次；%

吸引來臺原因	114 年		113 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	**662**	**91.06**	**698**	**90.89**	**508**	**62.33**
風光景色	**535**	**73.59**	**516**	**67.19**	**534**	**65.52**
距離居住地近	**387**	**53.23**	**394**	**51.30**	**415**	**50.92**
臺灣民情風俗和文化	307	42.23	232	30.21	45	5.52
購物	232	31.91	175	22.79	136	16.69
治安良好	231	31.77	244	31.77	51	6.26
人民友善	207	28.47	199	25.91	31	3.80
氣候宜人	62	8.53	68	8.85	100	12.27
夜間休閒活動	49	6.74	23	2.99	9	1.10
歷史文物	46	6.33	71	9.24	38	4.66
民主政治	38	5.23	52	6.77	1	0.12
遊憩設施(遊樂園、高爾夫球場、渡假村…)	4	0.55	5	0.65	6	0.74
節慶活動或表演(含演唱會)	2	0.28	…	…	…	…
運動或賽事(含自行車旅遊)	1	0.14	…	…	…	…
醫療保健	-	-	2	0.26	1	0.12
節慶活動	…	…	3	0.39	2	0.25
自行車旅遊	…	…	4	0.52	…	…
水果	…	…	…	…	69	8.47
花卉	…	…	…	…	5	0.61
體育活動	…	…	…	…	3	0.37
其他	5	0.69	8	1.04	10	1.23

註：1.「…」表示無此選項；「-」表示無調查樣本。
2.本題為複選題，針對主要或次要目的為度假、休閒、遊憩之受訪旅客分析。

（四）旅行安排方式

由表 7-2-6 可知，114 年與 113 年、108 年韓國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。

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或機票	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
114 年	788	160	28	65	33	502
	100.00	20.30	3.55	8.25	4.19	63.71
113 年	829	231	28	58	30	482
	100.00	27.86	3.38	7.00	3.62	58.14
108 年	833	130	7	180	50	466
	100.00	15.61	0.84	21.61	6.00	55.94

（五）韓國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或機票」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，114 年該屬性韓國受訪旅客共 98 人，其中有 52 人(53.06%)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安排的行程

單位：人；%

是否參加本地旅行社安排的行程	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	98	100.00	88	100.00	230	100.00
有參加	52	53.06	41	46.59	55	23.91
沒有參加	46	46.94	47	53.41	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或機票」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安排的行程

單位：人次；%

參加本地旅行社安排的行程	114 年		113 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	6	11.54	3	7.32	4	7.27
1 日遊	**36**	**69.23**	**30**	**73.17**	**50**	**90.91**
2 日遊	10	19.23	5	12.20	1	1.82
3 日遊以上	-	-	4	9.76	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或機票」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，114 年韓國受訪旅客近 3 年來臺次數以第 1 次來臺為最多，占 73.22%，其次為第 2 次，占 17.13%，第三為第 3 次，占 5.84%。

表 7-3-1　韓國受訪旅客來臺次數

單位：人；%

旅客來臺次數	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	788	100.00	829	100.00	833	100.00
第 1 次	**577**	**73.22**	**492**	**59.35**	**674**	**80.91**
第 2 次	**135**	**17.13**	**212**	**25.57**	**106**	**12.73**
第 3 次	**46**	**5.84**	**80**	**9.65**	18	2.16
第 4 次	20	2.54	27	3.26	10	1.20
5 次以上	10	1.27	18	2.17	**25**	**3.00**

註：1. 114 年、108 年為「近 3 年來臺次數」。
2. 113 年為「近 5 年來臺次數」。

由表 7-3-2 可知，114 年韓國觀光團體受訪旅客最近 3 年來臺次數以第 1 次來臺為最多，占 96.87%，其次為第 2 次，占 3.13%；韓國非觀光團體受訪旅客以第 1 次來臺為最多，占 67.21%，其次為第 2 次，占 20.70%。

表 7-3-2　114 年韓國受訪旅客最近 3 年來臺次數－依旅遊型態分

單位：人；%

近 3 年來臺次數	韓國全體		韓國觀光團體		韓國非觀光團體	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	788	100.00	160	100.00	628	100.00
第 1 次	**577**	**73.22**	**155**	**96.87**	**422**	**67.21**
第 2 次	**135**	**17.13**	**5**	**3.13**	**130**	**20.70**
第 3 次	**46**	**5.84**	-	-	**46**	**7.32**
第 4 次	20	2.54	-	-	20	3.18
5 次以上	10	1.27	-	-	10	1.59

註：1.韓國全體樣本數為 788 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 160 人。
3.韓國非觀光團體：觀光團體除外之韓國旅客，樣本數為 628 人。

（二）遊覽地點

1、遊覽觀光景點

由表 7-3-3 可知，114 年韓國受訪旅客 788 人中，受訪旅客來臺遊覽觀光景點依序為夜市(90.74%)、西門町(含西門紅樓)(69.67%)、臺北 101(69.42%)、九份(66.12%)、中正紀念堂(61.55%)、平溪(55.20%)等。

韓國旅客遊覽景點前 10 名中，西門町(含西門紅樓)、信義計畫區商圈、中山站商圈排名均較 113 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	114 年			113 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	715	90.74	夜市	738	89.02	夜市	690	82.83
2	西門町(含西門紅樓)	549	69.67	臺北 101	582	70.21	九份	595	71.43
3	臺北 101	547	69.42	西門町(含西門紅樓)	580	69.96	西門町	518	62.18
4	九份	521	66.12	九份	507	61.16	臺北 101	409	49.10
5	中正紀念堂	485	61.55	中正紀念堂	463	55.85	野柳	373	44.78
6	平溪	435	55.20	平溪	435	52.47	艋舺龍山寺	359	43.10
7	信義計畫區商圈	371	47.08	野柳	366	44.15	中正紀念堂	298	35.77
8	野柳	324	41.12	信義計畫區商圈	365	44.03	淡水	293	35.17
9	中山站商圈	312	39.59	故宮博物院	306	36.91	故宮博物院	239	28.69
10	艋舺龍山寺	299	37.94	淡水	305	36.79	太魯閣、天祥	99	11.88
11	故宮博物院	228	28.93	艋舺龍山寺	300	36.19	平溪	84	10.08
12	淡水	199	25.25	臺北市永康街商圈	239	28.83	忠烈祠	51	6.12
13	大稻埕	198	25.13	華山 1914 文化創意產業園區	142	17.13	北投	46	5.52
14	臺北市永康街商圈	183	23.22	臺北車站商圈	129	15.56	士林官邸	43	5.16
15	日月潭	147	18.65	日月潭	127	15.32	蓮池潭	41	4.92
16	華山 1914 文化創意產業園區	139	17.64	北投	98	11.82	西子灣	38	4.56
17	礁溪	103	13.07	陽明山	94	11.34	旗津海岸公園	37	4.44
18	臺北車站商圈	102	12.94	金瓜石	90	10.86	愛河	35	4.20
19	貓空	93	11.80	貓空	77	9.29	駁二藝術特區	34	4.08
20	松山文化創意園區	89	11.29	宮原眼科	75	9.05	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，114 年韓國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、中正紀念堂等；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 7-3-4　114 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	715	90.74	夜市	160	100.00	夜市	555	88.38
2	西門町(含西門紅樓)	549	69.67	日月潭	110	68.75	西門町(含西門紅樓)	466	74.20
3	臺北 101	547	69.42	平溪	102	63.75	臺北 101	462	73.57
4	九份	521	66.12	九份	101	63.13	九份	420	66.88
5	中正紀念堂	485	61.55	中正紀念堂	88	55.00	中正紀念堂	397	63.22
6	平溪	435	55.20	臺北 101	85	53.13	信義計畫區商圈	359	57.17
7	信義計畫區商圈	371	47.08	西門町(含西門紅樓)	83	51.88	平溪	333	53.03
8	野柳	324	41.12	阿里山	73	45.63	中山站商圈	311	49.52
9	中山站商圈	312	39.59	野柳	72	45.00	野柳	252	40.13
10	艋舺龍山寺	299	37.94	艋舺龍山寺	65	40.63	艋舺龍山寺	234	37.26
11	故宮博物院	228	28.93	台中三井 OUTLET	47	29.38	故宮博物院	197	31.37
12	淡水	199	25.25	清境農場	40	25.00	臺北市永康街商圈	175	27.87
13	大稻埕	198	25.13	宮原眼科	39	24.38	大稻埕	174	27.71
14	臺北市永康街商圈	183	23.22	高美濕地	37	23.13	淡水	172	27.39
15	日月潭	147	18.65	駁二藝術特區	35	21.88	華山 1914 文化創意產業園區	125	19.90
16	華山 1914 文化創意產業園區	139	17.64	忠烈祠	35	21.88	臺北車站商圈	101	16.08
17	礁溪	103	13.07	檜意森活村	32	20.00	貓空	93	14.81
18	臺北車站商圈	102	12.94	故宮博物院	31	19.38	礁溪	88	14.01
19	貓空	93	11.80	埔里酒廠	31	19.38	松山文化創意園區	74	11.78
20	松山文化創意園區	89	11.29	溪頭	29	18.13	金瓜石	65	10.35

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，114 年韓國受訪旅客 788 人中，遊覽觀光景點所在縣市依序為臺北市(96.57%)、新北市(77.66%)、南投縣(19.67%)、臺中市(18.53%)、宜蘭縣(14.59%)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	114 年			113 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	761	96.57	臺北市	766	92.40	臺北市	747	89.68
2	新北市	612	77.66	新北市	631	76.12	新北市	676	81.15
3	南投縣	155	19.67	臺中市	136	16.41	花蓮縣	99	11.88
4	臺中市	146	18.53	南投縣	128	15.44	高雄市	75	9.00
5	宜蘭縣	115	14.59	宜蘭縣	74	8.93	屏東縣	29	3.48
6	高雄市	80	10.15	高雄市	62	7.48	臺南市	12	1.44
7	嘉義縣	77	9.77	臺南市	48	5.79	南投縣	10	1.20
8	嘉義市	50	6.35	嘉義縣	47	5.67	臺中市	7	0.84
9	臺南市	47	5.96	桃園市	44	5.31	宜蘭縣	3	0.36
10	基隆市	39	4.95	基隆市	43	5.19	嘉義縣	3	0.36
11	桃園市	35	4.44	花蓮縣	32	3.86	基隆市	2	0.24
12	新竹市	27	3.43	新竹市	24	2.90	桃園市	-	-
13	彰化縣	10	1.27	嘉義市	20	2.41	新竹縣	-	-
14	雲林縣	8	1.02	彰化縣	9	1.09	苗栗縣	-	-
15	屏東縣	8	1.02	屏東縣	8	0.97	彰化縣	-	-
16	花蓮縣	8	1.02	雲林縣	4	0.48	雲林縣	-	-
17	苗栗縣	7	0.89	臺東縣	3	0.36	臺東縣	-	-
18	臺東縣	7	0.89	新竹縣	2	0.24	澎湖縣	-	-
19	新竹縣	4	0.51	苗栗縣	1	0.12	新竹市	-	-
20	澎湖縣	-	-	澎湖縣	1	0.12	嘉義市	-	-
21	連江縣	-	-	連江縣	-	-	金門縣	-	-
22	金門縣	-	-	金門縣	-	-	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，各縣市加總超過 100%。
2.「-」表示無調查樣本。

由表 7-3-6 可知，114 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、嘉義縣等；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、南投縣等。

表 7-3-6　114 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	761	96.57	臺北市	153	95.63	臺北市	608	96.82
2	新北市	612	77.66	新北市	117	73.13	新北市	495	78.82
3	南投縣	155	19.67	南投縣	116	72.50	宜蘭縣	94	14.97
4	臺中市	146	18.53	臺中市	94	58.75	臺中市	52	8.28
5	宜蘭縣	115	14.59	嘉義縣	73	45.63	南投縣	39	6.21
6	高雄市	80	10.15	高雄市	63	39.38	基隆市	34	5.41
7	嘉義縣	77	9.77	嘉義市	46	28.75	桃園市	27	4.30
8	嘉義市	50	6.35	臺南市	38	23.75	新竹市	18	2.87
9	臺南市	47	5.96	宜蘭縣	21	13.13	高雄市	17	2.71
10	基隆市	39	4.95	新竹市	9	5.63	臺南市	9	1.43
11	桃園市	35	4.44	彰化縣	9	5.63	嘉義縣	4	0.64
12	新竹市	27	3.43	桃園市	8	5.00	嘉義市	4	0.64
13	彰化縣	10	1.27	屏東縣	8	5.00	花蓮縣	2	0.32
14	雲林縣	8	1.02	雲林縣	7	4.38	臺東縣	2	0.32
15	屏東縣	8	1.02	花蓮縣	6	3.75	新竹縣	2	0.32
16	花蓮縣	8	1.02	苗栗縣	6	3.75	彰化縣	1	0.16
17	苗栗縣	7	0.89	基隆市	5	3.13	雲林縣	1	0.16
18	臺東縣	7	0.89	臺東縣	5	3.13	苗栗縣	1	0.16
19	新竹縣	4	0.51	新竹縣	2	1.25	屏東縣	-	-
20	澎湖縣	-	-	澎湖縣	-	-	澎湖縣	-	-
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，各縣市加總超過 100%。
2.「-」表示無調查樣本。

由表 7-3-7 可知，114 年韓國受訪旅客 788 人中，遊覽觀光景點所在地區依序為北部地區(98.10%)、中部地區(22.59%)、南部地區(13.58%)、東部地區(1.90%)。114 年與 113 年觀光旅景所在地區排名一致；108 年則依序為北部地區、東部地區、南部地區、中部地區。

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	114 年			113 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	773	98.10	北部地區	787	94.93	北部地區	758	91.00
2	中部地區	178	22.59	中部地區	167	20.14	東部地區	99	11.88
3	南部地區	107	13.58	南部地區	88	10.62	南部地區	87	10.44
4	東部地區	15	1.90	東部地區	32	3.86	中部地區	14	1.68
5	離島地區	-	-	離島地區	1	0.12	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，各地區加總超過 100%。
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 7-3-8 可知，114 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，其次依序皆為中部地區、南部地區、東部地區。

表 7-3-8　114 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	773	98.10	北部地區	154	96.25	北部地區	619	98.57
2	中部地區	178	22.59	中部地區	120	75.00	中部地區	58	9.24
3	南部地區	107	13.58	南部地區	83	51.88	南部地區	24	3.82
4	東部地區	15	1.90	東部地區	11	6.88	東部地區	4	0.64
5	離島地區	-	-	離島地區	-	-	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，各地區加總超過 100%。
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，114 年韓國受訪旅客 788 人中，遊覽夜市依序為饒河街夜市(38.07%)、寧夏夜市(27.92%)、士林夜市(22.72%)等。

表 7-3-9　韓國受訪旅客遊覽夜市排名

單位：人次；%

名次	114 年			113 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	300	38.07	饒河街夜市	377	45.48	士林夜市	535	64.23
2	寧夏夜市	220	27.92	士林夜市	294	35.46	華西街夜市	119	14.29
3	士林夜市	179	22.72	寧夏夜市	172	20.75	高雄六合夜市	64	7.68
4	臺中逢甲夜市	76	9.64	臺中逢甲夜市	99	11.94	寧夏夜市	16	1.92
5	宜蘭羅東夜市	53	6.73	高雄六合夜市	41	4.95	饒河街夜市	15	1.80
6	高雄六合夜市	53	6.73	宜蘭羅東夜市	29	3.50	高雄瑞豐夜市	14	1.68
7	南機場夜市	47	5.96	迪化街(含大稻埕)夜市	27	3.26	師大夜市	7	0.84
8	臺中一中街夜市	42	5.33	基隆廟口夜市	24	2.90	臺中逢甲夜市	3	0.36
9	基隆廟口夜市	22	2.79	花蓮東大門夜市	18	2.17	臨江街夜市	2	0.24
10	華西街夜市	21	2.66	華西街夜市	15	1.81	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，114 年韓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、高雄六合夜市等；韓國非觀光團體受訪旅客遊覽夜市依序為饒河街夜市、寧夏夜市、士林夜市等。

表 7-3-10　114 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	300	38.07	士林夜市	58	36.25	饒河街夜市	264	42.04
2	寧夏夜市	220	27.92	臺中逢甲夜市	48	30.00	寧夏夜市	187	29.78
3	士林夜市	179	22.72	高雄六合夜市	47	29.38	士林夜市	121	19.27
4	臺中逢甲夜市	76	9.64	饒河街夜市	36	22.50	南機場夜市	46	7.32
5	宜蘭羅東夜市	53	6.73	臺中一中街夜市	35	21.88	宜蘭羅東夜市	46	7.32
6	高雄六合夜市	53	6.73	寧夏夜市	33	20.63	臺中逢甲夜市	28	4.46
7	南機場夜市	47	5.96	宜蘭羅東夜市	7	4.38	基隆廟口夜市	22	3.50
8	臺中一中街夜市	42	5.33	花蓮東大門夜市	6	3.75	華西街夜市	21	3.34
9	基隆廟口夜市	22	2.79	嘉義文化路夜市	6	3.75	板橋湳雅夜市	16	2.55
10	華西街夜市	21	2.66	高雄瑞豐夜市	6	3.75	臨江街夜市	12	1.91

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，114 年韓國受訪旅客最喜歡景點依序為日月潭(喜歡比率 40.82%)、野柳(喜歡比率 26.54%)、淡水(喜歡比率 21.61%)、九份 (喜歡比率 17.85%)等。前四名排序與 113 年一致。

表 7-3-11　韓國受訪旅客最喜歡景點排名

名次	114 年			113 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	18.65	40.82%	日月潭	15.32	44.88%	平溪	10.08	60.71%
2	野柳	41.12	26.54%	野柳	44.15	24.86%	太魯閣、天祥	11.88	58.59%
3	淡水	25.25	21.61%	淡水	36.79	21.97%	野柳	44.78	28.15%
4	九份	66.12	17.85%	九份	61.16	18.54%	淡水	35.17	24.57%
5	礁溪	13.07	15.53%	平溪	52.47	15.63%	九份	71.43	20.00%
6	平溪	55.20	13.33%	故宮博物院	36.91	11.44%	臺北 101	49.10	13.20%
7	臺北 101	69.42	10.60%	北投	11.82	11.22%	故宮博物院	28.69	11.72%
8	西門町(含西門紅樓)	69.67	8.20%	西門町(含西門紅樓)	69.96	9.14%	西門町	62.18	11.00%
9	貓空	11.80	7.53%	夜市	89.02	9.08%	中正紀念堂	35.77	10.74%
10	信義計畫區商圈	47.08	6.74%	臺北 101	70.21	7.04%	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，114 年韓國觀光團體受訪旅客最喜歡景點依序為阿里山、日月潭、淡水、野柳、平溪等；韓國非觀光團體受訪旅客最喜歡景點依序為野柳、淡水、九份、平溪、臺北 101 等。

表 7-3-12　114 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	18.65	40.82%	阿里山	45.63	56.16%	野柳	40.13	30.95%
2	野柳	41.12	26.54%	日月潭	68.75	40.91%	淡水	27.39	22.09%
3	淡水	25.25	21.61%	淡水	16.88	18.52%	九份	66.88	20.48%
4	九份	66.12	17.85%	野柳	45.00	11.11%	平溪	53.03	14.11%
5	礁溪	13.07	15.53%	平溪	63.75	10.78%	臺北 101	73.57	12.55%
6	平溪	55.20	13.33%	清境農場	25.00	7.50%	礁溪	14.01	11.36%
7	臺北 101	69.42	10.60%	九份	63.13	6.93%	西門町(含西門紅樓)	74.20	9.44%
8	西門町(含西門紅樓)	69.67	8.20%	夜市	100.00	3.75%	貓空	14.81	7.53%
9	貓空	11.80	7.53%	中正紀念堂	55.00	3.41%	夜市	88.38	7.39%
10	信義計畫區商圈	47.08	6.74%	故宮博物院	19.38	3.23%	故宮博物院	31.37	7.11%

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 7-3-13 可知，114 年韓國受訪旅客 788 人中，住宿地點以旅館(97.08%)為最多，其次為親友家(2.41%)，第三為民宿(2.03%)。

表 7-3-13　韓國受訪旅客住宿地點

單位：人次；%

住宿地點	114 年		113 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率
旅館	**765**	**97.08**	**804**	**96.98**
親友家	**19**	**2.41**	**18**	**2.17**
民宿	**16**	**2.03**	**24**	**2.90**
宿舍	-	-	3	0.36
寺廟.修道院或教會	-	-	1	0.12
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 7-3-14 可知，114 年韓國受訪旅客 788 人中，有 765 人住宿地點為旅館，有 91.51%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 4.07 分，標準差為 0.54 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
114 年	765	700	130	570	58	7	5	2
	100.00	91.51	16.99	74.52	7.58	0.91	0.65	0.26
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

3、住宿民宿的整體滿意度

由表 7-3-15 可知，114 年受訪旅客 788 人中，有 16 人住宿地點為民宿，有 93.75%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 4.13 分，標準差為 0.96 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
114 年	16	15	5	10	-	1	-	1
	100.00	93.75	31.25	62.50	-	6.25	-	6.25
113 年	24	22	11	11	1	1	-	1
	100.00	91.66	45.83	45.83	4.17	4.17	-	4.17

註:「-」表示無調查樣本。

（四）參加活動情形

由表 7-3-16 可知，114 年與 113 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	114 年		113 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	**719**	**91.24**	**759**	**91.56**	**808**	**97.00**
逛夜市	**718**	**91.12**	**742**	**89.51**	**691**	**82.95**
參觀古蹟	**572**	**72.59**	**535**	**64.54**	**469**	**56.30**
按摩指壓	201	25.51	258	31.12	98	11.76
生態旅遊（含賞花、鳥、蝶等）	136	17.26	162	19.54	51	6.12
泡溫泉浴	89	11.29	98	11.82	62	7.44
登山、健行	88	11.17	69	8.32	…	…
水域活動(含遊湖、潛水等)	87	11.04	80	9.65	…	…
參觀展覽	86	10.91	47	5.67	64	7.68
休閒農場	85	10.79	37	4.46	…	…
夜總會、PUB 活動	77	9.77	50	6.03	17	2.04
遊樂園	61	7.74	59	7.12	…	…
參觀藝文表演活動(含演唱會)	40	5.08	65	7.84	2	0.24
部落觀光	28	3.55	10	1.21	…	…
觀光工廠	17	2.16	24	2.90	3	0.36
參觀節慶活動（含宗教活動等）	12	1.52	31	3.74	4	0.48
運動或賽事(含自行車旅遊等)	1	0.13	1	0.12	7	0.84
醫療保健	-	-	1	0.12	-	-
遊湖	…	…	…	…	4	0.48
登山			…	…	3	0.36
主題樂園	…	…	…	…	1	0.12
卡拉 OK 或唱 KTV	…	…	…	…	2	0.24
SPA、三溫暖	…	…	…	…	5	0.60
其他	5	0.63	5	0.60	5	0.60

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 7-3-17 可知，114 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、水域活動、休閒農場等；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、夜總會、PUB 活動、泡溫泉浴、參觀展覽等。

表 7-3-17　114 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	**719**	**91.24**	**159**	**99.38**	**560**	**89.17**
逛夜市	**718**	**91.12**	**160**	**100.00**	**558**	**88.85**
參觀古蹟	**572**	**72.59**	**123**	**76.88**	**449**	**71.50**
按摩指壓	201	25.51	32	20.00	169	26.91
生態旅遊（含賞花、鳥、蝶等）	136	17.26	88	55.00	48	7.64
泡溫泉浴	89	11.29	13	8.13	76	12.10
登山、健行	88	11.17	35	21.88	53	8.44
水域活動(含遊湖、潛水等)	87	11.04	65	40.63	22	3.50
參觀展覽	86	10.91	12	7.50	74	11.78
休閒農場	85	10.79	42	26.25	43	6.85
夜總會、PUB 活動	77	9.77	-	-	77	12.26
遊樂園	61	7.74	32	20.00	29	4.62
參觀藝文表演活動(含演唱會)	40	5.08	10	6.25	30	4.78
部落觀光	28	3.55	24	15.00	4	0.64
觀光工廠	17	2.16	9	5.63	8	1.27
參觀節慶活動（含宗教活動等）	12	1.52	-	-	12	1.91
運動或賽事(含自行車旅遊等)	1	0.13	-	-	1	0.16
醫療保健	-	-	-	-	-	-
其他	5	0.63	3	1.88	2	0.32

註：1.本題為複選題。
　　2.「-」表示無調查樣本。

四、 韓國市場受訪旅客支出概況

（一） 支出概況

由表 7-4-1 可知，114 年韓國受訪旅客平均每人每日支出為 206.41 美元，較 108 年增加 4.45 美元(成長 2.20%)；在支出結構中，以娛樂費增加 6.98 美元(增加 155.46%)為最多，以旅館內支出費減少 10.23 美元(減少 10.48%)為最多。

表 7-4-1　韓國受訪旅客平均每人每日支出細項

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
114 年	金額	206.41	87.35	45.87	19.16	11.47	6.46	36.10
	結構比	100.00%	42.32%	22.22%	9.28%	5.56%	3.13%	17.49%
	增減金額	4.45	-10.23	5.35	1.43	6.98	0.60	0.32
	增減比率	2.20%	-10.48%	13.20%	8.07%	155.46%	10.24%	0.89%
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%
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，114 年韓國受訪旅客購物費支出項目中以購買名產或特產的比率最高，占 49.14%，其次為紀念品或手工藝品類，占 15.46%。

表 7-4-2　韓國受訪旅客平均每人每日購物費細項支出金額

購物費支出項目	114 年		113 年		108 年	
	支出金額(美元)	百分比	支出金額(美元)	百分比	支出金額(美元)	百分比
總計	36.10	100.00%	34.71	100.00%	35.78	100.00%
服飾或相關配件	3.28	9.09%	**6.80**	**19.59%**	**2.31**	**6.45%**
珠寶或玉器類	0.15	0.41%	0.09	0.27%	0.48	1.34%
紀念品或手工藝品類	**5.58**	**15.46%**	**3.92**	**11.30%**	**5.44**	**15.21%**
化妝品或香水類	0.37	1.02%	0.60	1.72%	1.69	4.73%
名產或特產	**17.74**	**49.14%**	**16.96**	**48.88%**	**22.33**	**62.41%**
煙或酒類	**4.98**	**13.80%**	1.76	5.07%	1.53	4.28%
藥品類或健康食品	0.92	2.55%	0.76	2.18%	0.09	0.26%
電子或電器產品	0.04	0.11%	0.13	0.38%	0.19	0.52%
茶葉	2.79	7.73%	3.61	10.39%	1.14	3.18%
其他	0.25	0.69%	0.08	0.22%	0.58	1.62%

由表 7-4-3 可知，114 年韓國觀光團體旅客在臺每人每日平均支出為 221.58 美元，較 108 年減少 5.16 美元(減少 2.28%)；在支出結構中，以購物費減少 17.32 美元(減少 29.41%)為最多，以旅館內支出費增加 12.14 美元 (增加 16.18%)為最多。114 年韓國非觀光團體旅客在臺每人每日平均支出為 202.25 美元，較 108 年增加 5.09 美元(增加 2.58%)；在支出結構中，娛樂費增加 7.68 美元(增加 226.55%)為最多，以旅館內支出費減少 14.41 美元(減少 14.17%)為最多。

與非觀光團體受訪旅客相比較，114 年韓國觀光團體受訪旅客平均每人每日支出較非觀光團體高出 19.33 美元。在支出結構中，除旅館內支出費及旅館外餐飲費以非觀光團體受訪旅客較高外，其餘各項金額均以觀光團體受訪旅客較高。

由表 7-4-4 可知，114 年韓國觀光團體受訪旅客平均每人每日支出金額之購物費細項，以名產或特產為最高，其次為煙或酒類；韓國非觀光團體受訪旅客以名產或特產為最高，其次為紀念品或手工藝品類。

表 7-4-3　114 年韓國受訪旅客平均每人每日支出細項－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	206.41	87.35	45.87	19.16	11.47	6.46	36.10
	結構比	100.00%	42.32%	22.22%	9.28%	5.56%	3.13%	17.49%
	增減金額	4.45	-10.23	5.35	1.43	6.98	0.60	0.32
	增減率	2.20%	-10.48%	13.20%	8.07%	155.46%	10.24%	0.89%
韓國觀光團體	金額	221.58	87.19	45.13	26.58	12.98	8.12	41.58
	結構比	100.00%	39.35%	20.37%	12.00%	5.86%	3.66%	18.76%
	增減金額	-5.16	12.14	3.02	4.93	2.25	-10.18	-17.32
	增減率	-2.28%	16.18%	7.17%	22.77%	20.97%	-55.63%	-29.41%
韓國非觀光團體	金額	202.25	87.26	45.99	17.25	11.07	6.02	34.66
	結構比	100.00%	43.14%	22.74%	8.53%	5.47%	2.98%	17.14%
	增減金額	5.09	-14.41	6.05	0.29	7.68	2.53	2.95
	增減率	2.58%	-14.17%	15.15%	1.71%	226.55%	72.49%	9.30%

註：1.韓國全體樣本數為 788 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 160 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 628 人。
4.「增減金額」與「增減比率」係與 108 年相比。

表 7-4-4　114 年韓國受訪旅客平均每人每日購物費細項支出金額
－依旅遊型態分

單位：美元

購物費支出項目	韓國全體		韓國觀光團體		韓國非觀光團體	
	支出金額	百分比	支出金額	百分比	支出金額	百分比
總計	36.10	100.00%	41.58	100.00%	34.66	100.00%
服飾或相關配件	3.28	9.09%	0.90	2.17%	3.88	11.19%
珠寶或玉器類	0.15	0.41%	0.08	0.19%	0.17	0.49%
紀念品或手工藝品類	**5.58**	**15.46%**	5.50	13.23%	**5.59**	**16.13%**
化妝品或香水類	0.37	1.02%	0.62	1.49%	0.31	0.89%
名產或特產	**17.74**	**49.14%**	**18.65**	**44.85%**	**17.49**	**50.46%**
煙或酒類	**4.98**	**13.80%**	**7.51**	**18.06%**	**4.32**	**12.46%**
藥品類或健康食品	0.92	2.55%	1.16	2.79%	0.86	2.48%
電子或電器產品	0.04	0.11%	0.02	0.05%	0.05	0.15%
茶葉	2.79	7.73%	**7.09**	**17.05%**	1.69	4.88%
其他	0.25	0.69%	0.05	0.12%	0.30	0.87%

註：1.韓國全體樣本數為 788 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 160 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 628 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，114 年韓國受訪旅客 788 人中，使用過退稅服務者有 169 人，占 21.45%，較 113 年減少 1.83 個百分點。

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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	788	100.00	829	100.00	833	100.00
是	169	21.45	193	23.28	73	8.76
否	619	78.55	636	76.72	760	91.24

2、購物退稅手續是否簡便

由表 7-4-6 可知，114 年韓國受訪旅客使用過購物退稅服務的有 169 人，有 99.41%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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	169	100.00	193	100.00	73	100.00
是	168	99.41	193	100.00	71	97.26
否	1	0.59	-	-	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，114 年 788 位韓國受訪旅客中，來臺前有預付費用者共 400 人，占 50.76%，較 113 年減少 12.69 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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	788	100.00	829	100.00	833	100.00
有預付	400	50.76	526	63.45	783	94.00
沒有預付	388	49.24	303	36.55	50	6.00

2、來臺前預付費用項目

由表 7-4-8 可知，114 年韓國受訪旅客來臺前有預付費用的 400 人，預付項目以旅館內支出費為最多(97.75%)。

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	114 年		113 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	**391**	**97.75**	**522**	**99.24**	**771**	**98.47**
旅館外餐飲費	**205**	**51.25**	**197**	**37.45**	140	17.88
在臺境內交通費	**199**	**49.75**	**261**	**49.62**	**160**	**20.43**
娛樂費	120	30.00	49	9.32	**177**	**22.61**
雜費	148	37.00	100	19.01	151	19.28
購物費	1	0.25	-	-	-	-

註：1.本題為複選題。
2.「-」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，114 年韓國受訪旅客對臺灣留下的深刻印象依序為美食佳餚(91.37%)、逛夜市(73.60%)、自然風光(59.14%)、歷史古蹟(37.82%)、便利商店(28.68%)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	114 年		113 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	**720**	**91.37**	**763**	**92.04**	**530**	**63.63**
逛夜市	**580**	**73.60**	**661**	**79.73**	**338**	**40.58**
自然風光	**466**	**59.14**	**565**	**68.15**	…	…
歷史古蹟	298	37.82	335	40.41	109	13.09
便利商店	226	28.68	172	20.75	45	5.40
地方特產	205	26.02	235	28.35	144	17.29
都會不夜城	203	25.76	171	20.63	139	16.69
人情味濃厚	190	24.11	269	32.45	58	6.96
泡溫泉	66	8.38	70	8.44	45	5.40
宗教文化	64	8.12	66	7.96	…	…
景點	30	3.81	86	10.37	**422**	**50.66**
原住民文化	13	1.65	12	1.45	4	0.48
書店	9	1.14	6	0.72	2	0.24
旅館(或民宿)住宿體驗	6	0.76	5	0.60	10	1.20
單車賞景	5	0.63	8	0.97	12	1.44
節慶活動或表演(含演唱會)	4	0.51	…	…	…	…
醫療保健	4	0.51	1	0.12	…	…
節慶活動	…	…	9	1.09	3	0.36
美容醫療	…	…	…	…	5	0.60
寺廟參訪	…	…	…	…	56	6.72
水果	…	…	…	…	72	8.64
海岸風光	…	…	…	…	287	34.45
其他	2	0.25	2	0.24	12	1.44

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 7-5-2 可知，114 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(95.00%)、自然風光(79.38%)、逛夜市(76.25%)、地方特產(51.88%)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(90.45%)、逛夜市(72.93%)、自然風光(53.98%)、歷史古蹟(35.83%)等。

表 7-5-2　114 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	**720**	**91.37**	**152**	**95.00**	**568**	**90.45**
逛夜市	**580**	**73.60**	**122**	**76.25**	**458**	**72.93**
自然風光	**466**	**59.14**	**127**	**79.38**	**339**	**53.98**
歷史古蹟	298	37.82	73	45.63	225	35.83
便利商店	226	28.68	38	23.75	188	29.94
地方特產	205	26.02	83	51.88	122	19.43
都會不夜城	203	25.76	30	18.75	173	27.55
人情味濃厚	190	24.11	22	13.75	168	26.75
泡溫泉	66	8.38	11	6.88	55	8.76
宗教文化	64	8.12	35	21.88	29	4.62
景點	30	3.81	10	6.25	20	3.18
原住民文化	13	1.65	11	6.88	2	0.32
書店	9	1.14	-	-	9	1.43
旅館(或民宿)住宿體驗	6	0.76	-	-	6	0.96
單車賞景	5	0.63	-	-	5	0.80
節慶活動或表演(含演唱會)	4	0.51	-	-	4	0.64
醫療保健	4	0.51	-	-	4	0.64
其他	2	0.25	-	-	2	0.32

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，114 年韓國市場受訪旅客對此次來臺之各項滿意度皆大於 3.63，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 4.44 分，較 113 年與 108 年分別增加 0.03 分及 0.02 分。

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		114 年		113 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	入境通關手續便捷	4.14	0.57	4.21	0.60	4.27	0.83
	通訊 / 網路便利	4.43	0.59	4.39	0.58	4.47	0.59
	旅遊資訊取得方便	4.51	0.53	4.42	0.57	4.38	0.62
	境內交通便利	4.61	0.51	4.45	0.56	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	4.03	0.68	4.01	0.70	4.19	0.75
	旅遊環境語言溝通良好	3.63	0.85	3.83	0.78	3.81	0.91
	臺灣民眾態度友善	4.55	0.56	4.52	0.55	4.53	0.55
環境安全性	遊憩環境安全	4.50	0.55	4.45	0.55	4.53	0.52
	社會治安良好	4.54	0.50	4.49	0.52	4.54	0.52
	住宿設施安全	4.50	0.53	4.46	0.54	4.52	0.54
	餐飲衛生良好	4.13	0.67	4.24	0.61	4.23	0.75
	環境衛生良好	…	…	…	…	4.31	0.71
整體	來臺整體滿意度	4.44	0.51	4.41	0.52	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。

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，114 年有 99.11%的韓國受訪旅客有再度訪臺的意願。

由表 7-7-2 得知，114 年有再度訪臺意願的韓國旅客，其主要目的以「度假、休閒、遊憩」最多，占 88.60%，其次是「業務」，占 7.94%。

由表 7-7-3 得知，114 年有 99.62%的韓國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	114 年		113 年		108 年	
	人次	百分比	人次	百分比	人次	百分比
總計	788	100.00	829	100.00	833	100.00
會	781	99.11	825	99.52	811	97.36
不會	7	0.89	4	0.48	22	2.64

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	114 年		113 年		108 年	
	人次	百分比	人次	百分比	人次	百分比
總計	781	100.00	825	100.00	811	100.00
度假、休閒、遊憩	**692**	**88.60**	**752**	**91.15**	**786**	**96.92**
業務	**62**	**7.94**	**55**	**6.67**	**16**	**1.97**
國際會議或展覽	6	0.77	8	0.97	-	-
探親或訪友	**20**	**2.56**	**10**	**1.21**	**6**	**0.74**
求學	-	-	-	-	2	0.25
醫療	-	-	-	-	1	0.12
其他	1	0.13	-	-	-	-

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	114 年		113 年		108 年	
	人次	百分比	人次	百分比	人次	百分比
總計	788	100.00	829	100.00	833	100.00
會	785	99.62	828	99.88	823	98.80
不會	3	0.38	1	0.12	10	1.20

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 可知，114 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 160 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 4.20，標準差為 0.40，顯示傾向滿意。

表 7-8-1　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
114 年	160	160	32	128	-	-	-	-
	100.00	100.00	20.00	80.00	-	-	-	-
113 年	231	228	36	192	3	-	-	-
	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	114 年		113 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	4.20	0.40	4.14	0.39	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 160 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，114 年旅行社安排韓國觀光團體受訪旅客的購物次數以 1~2 次為最多，占 66.87%。

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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	160	100.00	231	100.00	130	100.00
0 次	1	0.63	-	-	9	6.92
1~2 次	**107**	**66.87**	**167**	**72.29**	**67**	**51.54**
3~4 次	52	32.50	64	27.71	46	35.38
5~6 次	-	-	-	-	8	6.15
7~8 次	-	-	-	-	-	-
9 次以上	-	-	-	-	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

114 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以「實在」為最多，占 85.54%，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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	159	100.00	231	100.00	121	100.00
很便宜	-	-	-	-	-	-
便宜	6	3.77	9	3.90	1	0.83
實在	**136**	**85.54**	**185**	**80.09**	**95**	**78.51**
貴	16	10.06	36	15.58	24	19.83
很貴	1	0.63	1	0.43	1	0.83

註：「-」表示無調查樣本。

九、 韓國市場受訪旅客在臺境內搭乘交通工具分析

114 年韓國受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具，以捷運(71.83%)為最多，其次依序為計程車(54.06%)、公民營客運(39.59%)、臺鐵(36.04%)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	114 年		113 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	**566**	**71.83**	**534**	**64.41**	**631**	**75.75**
計程車	**426**	**54.06**	**409**	**49.34**	**489**	**58.70**
公民營客運	**312**	**39.59**	**300**	**36.19**	**439**	**52.70**
臺鐵	284	36.04	279	33.66	129	15.49
遊覽車	209	26.52	264	31.85	143	17.17
Uber(多元化計程車)	119	15.10	66	7.96	60	7.20
高鐵	52	6.60	72	8.69	39	4.68
船舶	48	6.09	34	4.10	43	5.16
小客車租賃	14	1.78	16	1.93	8	0.96
公共自行車	3	0.38	8	0.97	16	1.92
飛機	2	0.25	2	0.24	-	-
其他	43	5.46	51	6.15	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。

114 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(99.38%)為最多，其次依序為船舶(17.50%)、捷運(3.13%)、計程車(3.13%)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(89.33%)為最多，其次依序為計程車(67.04%)、公民營客運(49.20%)、臺鐵(44.75%)等，詳見表 7-9-2。

表 7-9-2　114 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	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
捷運	**566**	**71.83**	**5**	**3.13**	**561**	**89.33**
計程車	**426**	**54.06**	**5**	**3.13**	**421**	**67.04**
公民營客運	**312**	**39.59**	3	1.88	**309**	**49.20**
臺鐵	284	36.04	3	1.88	281	44.75
遊覽車	209	26.52	**159**	**99.38**	50	7.96
Uber(多元化計程車)	119	15.10	-	-	119	18.95
高鐵	52	6.60	-	-	52	8.28
船舶	48	6.09	**28**	**17.50**	20	3.18
小客車租賃	14	1.78	2	1.25	12	1.91
公共自行車	3	0.38	-	-	3	0.48
飛機	2	0.25	-	-	2	0.32
其他	43	5.46	**5**	**3.13**	38	6.05

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。
4.「-」表示無調查樣本。

由表 7-9-3 可知，114 年有 97.97%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 4.37，標準差為 0.55。

表 7-9-3　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
114 年	788	772	314	458	11	5	5	-
	100.00	97.97	39.85	58.12	1.40	0.63	0.63	-
113 年	829	814	370	444	10	5	4	1
	100.00	98.19	44.63	53.56	1.21	0.60	0.48	0.12

註：「-」表示無調查樣本。

十、 韓國市場旅客將低碳環保納為選擇旅遊服務評估因素狀況

由表 7-10-1 可知，有 28.93%的韓國受訪旅客表示有將低碳環保納為選擇旅遊服務的評估因素。其中納入評估的旅遊服務以交通為最多，其次為住宿。

表 7-10-1　114 年韓國受訪旅客是否將低碳環保納為選擇旅遊服務的評估因素

單位：人；%

是否將低碳環保納為旅遊服務評估因素	人數	百分比
總計	788	100.00
是	228	28.93
否	560	71.07

表 7-10-2　114 年韓國受訪旅客有將低碳環保納為評估因素的旅遊服務

單位：人次；%

納為評估因素的旅遊服務	人次	相對百分率
交通	**206**	**90.35**
住宿	**92**	**40.35**
購物	**41**	**17.98**
景點	36	15.79
用餐地點	33	14.47
其他	-	-

註：1.本題項係針對有將低碳環保納為選擇旅遊服務的評估因素之受訪旅客進行分析。
2.本題為複選題。

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，114 年香港.澳門受訪旅客占全體受訪旅客的比率為 14.92%，較 113 年與 108 年減少。

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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
香港.澳門	994	14.92	1,116	16.86	1,345	15.71

（二）來臺主要目的

由表 8-1-2 可知，114 年和 113 年、108 年香港.澳門受訪旅客來臺主要目的皆以「度假、休閒、遊憩」為最多，其次為「探親或訪友」。

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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	994	100.00	1,116	100.00	1,345	100.00
度假、休閒、遊憩	**729**	**73.34**	**862**	**77.24**	**1,075**	**79.93**
業務	**42**	**4.23**	**87**	**7.80**	**62**	**4.61**
國際會議或展覽	21	2.11	9	0.81	9	0.67
探親或訪友	**155**	**15.59**	**124**	**11.11**	**156**	**11.60**
求學	-	-	1	0.09	6	0.45
醫療	39	3.92	26	2.33	9	0.67
其他	8	0.81	7	0.62	28	2.08

註：「-」表示無調查樣本。

（三）最高學歷

由表 8-1-3 可知，114 年與 113 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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	994	100.00	1,116	100.00	1,345	100.00
小學、中學肄畢(含高職)	**155**	**15.59**	**190**	**17.03**	**359**	**26.69**
大專	**775**	**77.97**	**836**	**74.91**	**857**	**63.72**
碩、博士	**64**	**6.44**	**89**	**7.97**	**125**	**9.29**
其他	-	-	-	-	-	-
未回答	-	-	1	0.09	4	0.30

註：「-」表示無調查樣本。

（四）工作別

由表 8-1-4 可知，114 年與 113 年香港.澳門受訪旅客皆以服務及銷售工作人員為最多；108 年則以專業人員為最多。

表 8-1-4　香港.澳門受訪旅客之工作別分布

單位：人；%

工作別	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	994	100.00	1,116	100.00	1,345	100.00
民意代表、主管及經理人員	93	9.36	79	7.08	**217**	**16.13**
專業人員	107	10.76	138	12.37	**369**	**27.43**
技術員及助理專業人員	**116**	**11.67**	**171**	**15.32**	62	4.61
事務支援人員	**194**	**19.53**	**206**	**18.45**	154	11.45
服務及銷售工作人員	**220**	**22.13**	**215**	**19.27**	**201**	**14.94**
農、林、漁、牧業生產人員	5	0.50	13	1.16	-	-
技藝有關工作人員	42	4.23	47	4.21	10	0.74
機械設備操作及組裝人員	11	1.11	10	0.90	7	0.52
基層技術工及勞力工	3	0.30	3	0.27	4	0.30
軍人	-	-	…	…	…	…
家庭管理	91	9.15	89	7.97	99	7.36
學生	56	5.63	83	7.44	106	7.88
退休人員	54	5.43	59	5.29	105	7.81
其他	2	0.20	3	0.27	10	0.74
未回答	-	-	-	-	1	0.07

註：「…」表示無此選項；「-」表示無調查樣本。

（五）年收入

由表 8-1-5 可知，114 年與 113 年香港.澳門受訪旅客年收入均以 15,000-29,999 美元為最多，其次皆為 30,000-39,999 美元；108 年則以無固定收入為最多，15,000-29,999 美元次之。

表 8-1-5　香港.澳門受訪旅客之年收入分布

單位：人；%

年收入	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	994	100.00	1,116	100.00	1,345	100.00
9,999 美元以下	52	5.23	81	7.26	29	2.16
10,000 – 14,999 美元	85	8.55	**160**	**14.34**	74	5.50
15,000 – 29,999 美元	**327**	**32.90**	**376**	**33.69**	**311**	**23.12**
30,000 – 39,999 美元	**263**	**26.46**	**205**	**18.37**	**261**	**19.41**
40,000 – 69,999 美元	110	11.07	93	8.33	188	13.98
70,000 – 99,999 美元	16	1.61	35	3.14	57	4.24
100,000 美元以上	4	0.40	15	1.34	52	3.87
無固定收入	**137**	**13.78**	151	13.53	**372**	**27.66**
未回答	-	-	-	-	-	-

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 114 年香港.澳門受訪旅客平均出發來臺前 35.61 天開始計劃行程，標準誤為 0.61 天，計劃行程時間與 113 年相近，而依來臺主要目的分如表 8-2-1 所示。

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	114 年		113 年	
	平均數	標準誤	平均數	標準誤
全體	35.61	0.61	35.25	0.86
度假、休閒、遊憩	36.47	0.71	36.49	0.99
業務	29.28	2.87	22.38	2.63
國際會議或展覽	31.26	3.22	32.82	1.88
探親或訪友	33.68	1.52	36.27	2.41
求學	-	-	20.00	--
醫療	31.61	1.91	32.31	3.02
其他	87.27	18.34	57.80	0.86

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(114 年業務 42 人、國際會議或展覽 21 人，醫療 39 人、其他 8 人；113 年國際會議或展覽 9 人，求學 1 人，醫療 26 人，其他 7 人)，其數值僅供參考。

114 年來臺主要或次要目的為「度假、休閒、遊憩」之香港.澳門受訪旅客共 881 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)香港.澳門度假、休閒、遊憩目的受訪旅客之旅遊資訊管道」及「(三)吸引香港.澳門旅客來臺度假、休閒、遊憩原因」兩小節，乃針對主要或次要目的為「度假、休閒、遊憩」之受訪旅客進行分析。

（二）香港.澳門度假、休閒、遊憩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 8-2-2 可知，114 年來臺主要或次要目的為「度假、休閒、遊憩」之香港.澳門受訪旅客 881 人中，來臺前曾看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導者有 433 人，占 49.15%，較 113 年增加。

表 8-2-2　香港.澳門度假、休閒、遊憩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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	881	100.00	1,008	100.00	1,259	100.00
是	433	49.15	452	44.84	755	59.97
否	448	50.85	556	55.16	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

114 年香港.澳門「度假、休閒、遊憩」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 433 人。由表 8-2-3 可知，其來源依序為社群網站(88.45%)、搜尋引擎(78.52%)、親友口碑(39.72%)、旅行社宣傳行程.摺頁(12.24%)等。

表 8-2-3　香港.澳門度假、休閒、遊憩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	114 年		113 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	**383**	**88.45**	**380**	**84.07**	…	…
搜尋引擎	**340**	**78.52**	**335**	**74.12**	…	…
親友口碑	**172**	**39.72**	**226**	**50.00**	**297**	**39.34**
旅行社宣傳行程、摺頁	53	12.24	99	21.90	111	14.70
電視/電台	38	8.78	83	18.36	**213**	**28.21**
報章雜誌	26	6.00	56	12.39	144	19.07
戶外廣告或看板	13	3.00	14	3.10	51	6.75
地鐵.巴士.航空站等交通運具及場站	11	2.54	8	1.77	80	10.60
電商平台	8	1.85	6	1.33	…	…
國際旅遊展覽或特殊活動	7	1.62	14	3.10	82	10.86
網際網路(含社群網路服務)	…	…	…	…	**579**	**76.69**

註：1. 本題為複選題，且針對主要或次要目的為度假、休閒、遊憩，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. 受臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導決定來臺度假、休閒、遊憩影響程度

由表 8-2-4 可知，114 年影響香港.澳門受訪旅客決定來臺觀光的管道，以搜尋引擎(39.09%)影響程度為最高，其次為社群網站(39.00%)，第三為親友口碑(12.61%)，其餘管道影響程度百分比均低於一成。

表 8-2-4 香港.澳門受訪旅客受臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導決定來臺影響程度

單位：%

觀光資訊管道	影響程度	
	114 年	113 年
合計	100.00	100.00
搜尋引擎	**39.09**	**33.86**
社群網站	**39.00**	**34.64**
親友口碑	**12.61**	**17.22**
旅行社宣傳行程、摺頁	4.14	6.41
電視/電台	2.54	4.45
報章雜誌	1.07	1.67
戶外廣告或看板	0.62	0.41
地鐵.巴士.航空站等交通運具及場站	0.49	0.20
電商平台	0.31	0.37
國際旅遊展覽或特殊活動	0.13	0.77

註：1.本題針對主要或次要目的為度假、休閒、遊憩，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

114 年香港.澳門度假、休閒、遊憩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 433 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(68.36%)為最高，其次依序為遊記(68.13%)、攝影或影像紀錄(44.34%)等。

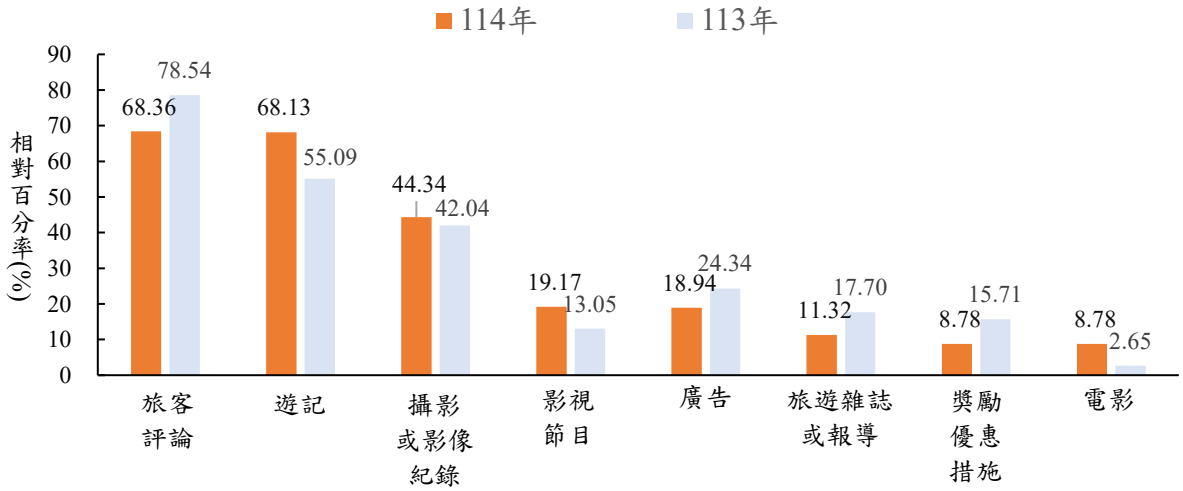


圖 8-2-1 香港.澳門度假、休閒、遊憩受訪旅客表示決定來臺影響程度較大的資訊內容

（三）吸引香港.澳門旅客來臺度假、休閒、遊憩原因

114 年來臺主要或次要目的為「度假、休閒、遊憩」之香港.澳門受訪旅客共 881 人，由表 8-2-5 可知，吸引其來臺「度假、休閒、遊憩」原因，以美食或特色小吃(90.12%)為最高，其次依序為距離居住地近(63.56%)、風光景色(58.34%)、購物(47.67%)、人民友善(47.67%)、治安良好(42.11%)等。

表 8-2-5　吸引香港.澳門旅客來臺度假、休閒、遊憩原因

單位：人次；%

吸引來臺原因	114 年		113 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	**794**	**90.12**	**926**	**91.87**	**1,041**	**82.68**
距離居住地近	**560**	**63.56**	**594**	**58.93**	**413**	**32.80**
風光景色	**514**	**58.34**	**717**	**71.13**	**734**	**58.30**
購物	420	47.67	453	44.94	440	34.95
人民友善	420	47.67	484	48.02	185	14.69
治安良好	371	42.11	467	46.33	52	4.13
臺灣民情風俗和文化	355	40.30	358	35.52	117	9.29
夜間休閒活動	87	9.88	60	5.95	82	6.51
民主政治	68	7.72	77	7.64	23	1.83
氣候宜人	53	6.02	111	11.01	92	7.31
節慶活動或表演(含演唱會)	33	3.75	…	…	…	…
遊憩設施(遊樂園、高爾夫球場、渡假村…)	21	2.38	24	2.38	15	1.19
歷史文物	18	2.04	68	6.75	74	5.88
醫療保健	18	2.04	6	0.60	7	0.56
運動或賽事(含自行車旅遊)	10	1.14	…	…	…	…
節慶活動	…	…	11	1.09	4	0.32
自行車旅遊	…	…	8	0.79	…	…
水果	…	…	…	…	201	15.97
花卉	…	…	…	…	25	1.99
體育活動	…	…	…	…	17	1.35
其他	27	3.06	18	1.79	59	4.69

註：1.「…」表示無此選項；「-」表示無調查樣本。
2.本題為複選題，針對主要或次要目的為度假、休閒、遊憩之受訪旅客分析。

（四）旅行安排方式

由表 8-2-6 可知，114 年與 113 年香港.澳門受訪旅客旅行安排方式以「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或機票」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或機票	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
114 年	994	55	7	27	39	866
	100.00	5.53	0.70	2.72	3.93	87.12
113 年	1,116	112	2	36	49	917
	100.00	10.04	0.18	3.23	4.39	82.16
108 年	1,345	48	11	770	15	501
	100.00	3.57	0.82	57.25	1.12	37.25

（五）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或機票」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 8-2-7 與表 8-2-8 可知，114 年該屬性香港.澳門受訪旅客共 66 人，其中有 38 人(57.58%)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安排的行程

單位：人；%

是否參加本地旅行社安排的行程	114 年		113 年	
	人數	百分比	人數	百分比
總計	66	100.00	85	100.00
有參加	38	57.58	53	62.35
沒有參加	28	42.42	32	37.65

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或機票」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安排的行程

單位：人次；%

參加本地旅行社安排的行程	114 年		113 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率
半日遊	2	5.26	-	-
1 日遊	**23**	**60.53**	**27**	**50.94**
2 日遊	13	34.21	22	41.51
3 日遊以上	-	-	4	7.55

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或機票」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、 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，114 年香港.澳門受訪旅客近 3 年來臺次數以第 2 次來臺為最多，占 33.40%，其次為第 1 次，占 26.86%，第三為第 3 次，占 22.23%。

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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	994	100.00	1,116	100.00	1,345	100.00
第 1 次	**267**	**26.86**	**209**	**18.73**	**305**	**22.68**
第 2 次	**332**	**33.40**	**386**	**34.59**	**285**	**21.19**
第 3 次	**221**	**22.23**	**278**	**24.91**	281	20.89
第 4 次	70	7.04	117	10.48	123	9.14
5 次以上	104	10.47	126	11.29	**351**	**26.10**

註：1. 114 年、108 年為「近 3 年來臺次數」。
2. 113 年為「近 5 年來臺次數」。

由表 8-3-2 可知，114 年香港.澳門觀光團體受訪旅客最近 3 年來臺次數以第 1 次來臺為最多，占 87.27%，其次為第 2 次，占 10.91%；香港.澳門非觀光團體受訪旅客以第 2 次來臺為最多，占 34.72%，其次為第 3 次，占 23.43%。

表 8-3-2　114 年香港.澳門受訪旅客最近 3 年來臺次數－依旅遊型態分

單位：人；%

近 3 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	994	100.00	55	100.00	939	100.00
第 1 次	**267**	**26.86**	**48**	**87.27**	**219**	**23.32**
第 2 次	**332**	**33.40**	**6**	**10.91**	**326**	**34.72**
第 3 次	**221**	**22.23**	**1**	**1.82**	**220**	**23.43**
第 4 次	70	7.04	-	-	70	7.45
5 次以上	104	10.47	-	-	104	11.08

註：1.香港.澳門全體樣本數為 994 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 55 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 939 人。

（二）遊覽地點

1、遊覽觀光景點

由表 8-3-3 可知，114 年香港.澳門受訪旅客 994 人中，受訪旅客來臺遊覽觀光景點依序為夜市(85.41%)、西門町(含西門紅樓)(53.52%)、中山站商圈(41.85%)、臺北 101(41.65%)、信義計畫區商圈(36.52%)、大稻埕(28.97%)等。

香港.澳門旅客遊覽景點前 10 名中，中山站商圈、大稻埕、臺北市永康街商圈排名較 113 年上升。

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	114 年			113 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	849	85.41	夜市	957	85.75	夜市	1,023	76.06
2	西門町(含西門紅樓)	532	53.52	西門町(含西門紅樓)	594	53.23	西門町	626	46.54
3	中山站商圈	416	41.85	臺北 101	392	35.13	臺北 101	403	29.96
4	臺北 101	414	41.65	淡水	338	30.29	淡水	287	21.34
5	信義計畫區商圈	363	36.52	信義計畫區商圈	312	27.96	九份	237	17.62
6	大稻埕	288	28.97	中正紀念堂	287	25.72	平溪	190	14.13
7	淡水	275	27.67	九份	228	20.43	中正紀念堂	175	13.01
8	中正紀念堂	260	26.16	大稻埕	205	18.37	北投	124	9.22
9	臺北市永康街商圈	189	19.01	平溪	198	17.74	艋舺龍山寺	107	7.96
10	九份	185	18.61	臺北市永康街商圈	194	17.38	故宮博物院	102	7.58
11	駁二藝術特區	168	16.90	北投	180	16.13	高美濕地	99	7.36
12	平溪	155	15.59	臺北車站商圈	173	15.50	陽明山	98	7.29
13	華山 1914 文化創意產業園區	147	14.79	艋舺龍山寺	155	13.89	宮原眼科	87	6.47
14	艋舺龍山寺	132	13.28	駁二藝術特區	154	13.80	日月潭	86	6.39
15	北投	130	13.08	華山 1914 文化創意產業園區	149	13.35	國父紀念館	79	5.87
16	貓空	115	11.57	貓空	127	11.38	野柳	79	5.87
17	松山文化創意園區	111	11.17	中山站商圈	123	11.02	臺北市永康街商圈	73	5.43
18	臺北車站商圈	107	10.76	日月潭	119	10.66	清境農場	72	5.35
19	故宮博物院	95	9.56	故宮博物院	107	9.59	信義計畫區商圈	70	5.20
20	旗津海岸公園	81	8.15	陽明山	96	8.60	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，114 年香港.澳門觀光團體受訪旅客遊覽景點排名依序為夜市、平溪、西門町(含西門紅樓)、忠烈祠、日月潭等；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)、中山站商圈、臺北 101、信義計畫區商圈等。

表 8-3-4　114 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	849	85.41	夜市	55	100.00	夜市	794	84.56
2	西門町(含西門紅樓)	532	53.52	平溪	25	45.45	西門町(含西門紅樓)	507	53.99
3	中山站商圈	416	41.85	西門町(含西門紅樓)	25	45.45	中山站商圈	416	44.30
4	臺北 101	414	41.65	忠烈祠	25	45.45	臺北 101	407	43.34
5	信義計畫區商圈	363	36.52	日月潭	24	43.64	信義計畫區商圈	363	38.66
6	大稻埕	288	28.97	阿里山	20	36.36	大稻埕	281	29.93
7	淡水	275	27.67	駁二藝術特區	19	34.55	淡水	262	27.90
8	中正紀念堂	260	26.16	四四南村	16	29.09	中正紀念堂	248	26.41
9	臺北市永康街商圈	189	19.01	幾米廣場	15	27.27	臺北市永康街商圈	189	20.13
10	九份	185	18.61	九份	13	23.64	九份	172	18.32
11	駁二藝術特區	168	16.90	淡水	13	23.64	駁二藝術特區	149	15.87
12	平溪	155	15.59	中正紀念堂	12	21.82	華山 1914 文化創意產業園區	144	15.34
13	華山 1914 文化創意產業園區	147	14.79	台中三井 OUTLET	12	21.82	平溪	130	13.84
14	艋舺龍山寺	132	13.28	安平古堡	11	20.00	艋舺龍山寺	129	13.74
15	北投	130	13.08	檜意森活村	11	20.00	北投	125	13.31
16	貓空	115	11.57	高跟鞋教堂	10	18.18	貓空	115	12.25
17	松山文化創意園區	111	11.17	士林官邸	10	18.18	松山文化創意園區	108	11.50
18	臺北車站商圈	107	10.76	總統府	9	16.36	臺北車站商圈	107	11.40
19	故宮博物院	95	9.56	佛光山	8	14.55	故宮博物院	95	10.12
20	旗津海岸公園	81	8.15	野柳	8	14.55	旗津海岸公園	79	8.41

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，114 年香港.澳門受訪旅客 994 人中，遊覽觀光景點所在縣市依序為臺北市(74.25%)、新北市(49.60%)、高雄市(26.26%)、臺南市(10.97%)、宜蘭縣(9.76%)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	114 年			113 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	738	74.25	臺北市	866	77.60	臺北市	993	73.83
2	新北市	493	49.60	新北市	535	47.94	新北市	533	39.63
3	高雄市	261	26.26	高雄市	269	24.10	臺中市	230	17.10
4	臺南市	109	10.97	臺中市	146	13.08	高雄市	156	11.60
5	宜蘭縣	97	9.76	南投縣	127	11.38	南投縣	144	10.71
6	南投縣	85	8.55	宜蘭縣	114	10.22	宜蘭縣	102	7.58
7	臺中市	83	8.35	臺南市	99	8.87	屏東縣	74	5.50
8	桃園市	72	7.24	基隆市	87	7.80	基隆市	56	4.16
9	基隆市	60	6.04	嘉義縣	81	7.26	臺南市	53	3.94
10	嘉義縣	52	5.23	桃園市	69	6.18	花蓮縣	51	3.79
11	屏東縣	44	4.43	屏東縣	44	3.94	嘉義縣	30	2.23
12	嘉義市	26	2.62	新竹市	42	3.76	臺東縣	30	2.23
13	新竹縣	12	1.21	新竹縣	27	2.42	桃園市	25	1.86
14	新竹市	11	1.11	嘉義市	26	2.33	彰化縣	17	1.26
15	臺東縣	10	1.01	花蓮縣	20	1.79	新竹縣	14	1.04
16	彰化縣	9	0.91	苗栗縣	20	1.79	苗栗縣	8	0.59
17	花蓮縣	8	0.80	彰化縣	16	1.43	嘉義市	8	0.59
18	苗栗縣	4	0.40	臺東縣	13	1.16	新竹市	7	0.52
19	雲林縣	4	0.40	澎湖縣	3	0.27	澎湖縣	3	0.22
20	澎湖縣	2	0.20	雲林縣	3	0.27	金門縣	1	0.07
21	金門縣	1	0.10	連江縣	-	-	雲林縣	-	-
22	連江縣	-	-	金門縣	-	-	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，各縣市加總超過 100%。
2.「-」表示無調查樣本。

由表 8-3-6 可知，114 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、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、臺南市、宜蘭縣等。

表 8-3-6　114 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	738	74.25	臺北市	53	96.36	臺北市	685	72.95
2	新北市	493	49.60	新北市	37	67.27	新北市	456	48.56
3	高雄市	261	26.26	南投縣	27	49.09	高雄市	237	25.24
4	臺南市	109	10.97	臺中市	27	49.09	臺南市	94	10.01
5	宜蘭縣	97	9.76	高雄市	24	43.64	宜蘭縣	79	8.41
6	南投縣	85	8.55	嘉義縣	22	40.00	桃園市	68	7.24
7	臺中市	83	8.35	宜蘭縣	18	32.73	南投縣	58	6.18
8	桃園市	72	7.24	臺南市	15	27.27	基隆市	57	6.07
9	基隆市	60	6.04	嘉義市	11	20.00	臺中市	56	5.96
10	嘉義縣	52	5.23	新竹縣	6	10.91	屏東縣	39	4.15
11	屏東縣	44	4.43	屏東縣	5	9.09	嘉義縣	30	3.19
12	嘉義市	26	2.62	桃園市	4	7.27	嘉義市	15	1.60
13	新竹縣	12	1.21	基隆市	3	5.45	新竹市	11	1.17
14	新竹市	11	1.11	彰化縣	3	5.45	臺東縣	10	1.06
15	臺東縣	10	1.01	花蓮縣	3	5.45	新竹縣	6	0.64
16	彰化縣	9	0.91	雲林縣	3	5.45	彰化縣	6	0.64
17	花蓮縣	8	0.80	苗栗縣	2	3.64	花蓮縣	5	0.53
18	苗栗縣	4	0.40	新竹市	-	-	苗栗縣	2	0.21
19	雲林縣	4	0.40	臺東縣	-	-	澎湖縣	2	0.21
20	澎湖縣	2	0.20	澎湖縣	-	-	雲林縣	1	0.11
21	金門縣	1	0.10	金門縣	-	-	金門縣	1	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，各縣市加總超過 100%。
2.「-」表示無調查樣本。

由表 8-3-7 可知，114 年香港.澳門受訪旅客 994 人中，遊覽觀光景點所在地區依序為北部地區(76.56%)、南部地區(29.88%)、中部地區(12.27%)、東部地區(1.71%)、離島地區(0.30%)。遊覽觀光景點所在地區排名順序與 113 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	114 年			113 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	761	76.56	北部地區	892	79.93	北部地區	1,043	77.55
2	南部地區	297	29.88	南部地區	322	28.85	中部地區	275	20.45
3	中部地區	122	12.27	中部地區	197	17.65	南部地區	227	16.88
4	東部地區	17	1.71	東部地區	30	2.69	東部地區	68	5.06
5	離島地區	3	0.30	離島地區	3	0.27	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，各地區加總超過 100%。
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，114 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，其次依序皆為中部地區、南部地區、東部地區；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 8-3-8　114 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	761	76.56	北部地區	53	96.36	北部地區	708	75.40
2	南部地區	297	29.88	中部地區	32	58.18	南部地區	269	28.65
3	中部地區	122	12.27	南部地區	28	50.91	中部地區	90	9.58
4	東部地區	17	1.71	東部地區	3	5.45	東部地區	14	1.49
5	離島地區	3	0.30	離島地區	-	-	離島地區	3	0.32

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，各地區加總超過 100%。
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 8-3-9 可知，114 年香港.澳門受訪旅客 994 人中，遊覽夜市依序為寧夏夜市(27.57%)、饒河街夜市(20.02%)、士林夜市(13.68%)等。

表 8-3-9　香港.澳門受訪旅客遊覽夜市排名

單位：人次；%

名次	114 年			113 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	寧夏夜市	274	27.57	饒河街夜市	383	34.32	士林夜市	352	26.17
2	饒河街夜市	199	20.02	寧夏夜市	267	23.92	饒河街夜市	261	19.41
3	士林夜市	136	13.68	士林夜市	219	19.62	寧夏夜市	182	13.53
4	高雄六合夜市	110	11.07	高雄六合夜市	156	13.98	臺中逢甲夜市	122	9.07
5	南機場夜市	66	6.64	臺中逢甲夜市	86	7.71	師大夜市	81	6.02
6	高雄瑞豐夜市	65	6.54	高雄瑞豐夜市	73	6.54	臺中一中街夜市	66	4.91
7	宜蘭羅東夜市	40	4.02	基隆廟口夜市	62	5.56	高雄六合夜市	63	4.68
8	臺南花園夜市	39	3.92	迪化街(含大稻埕)夜市	57	5.11	基隆廟口夜市	54	4.01
9	臺中一中街夜市	39	3.92	臺中一中街夜市	32	2.87	宜蘭羅東夜市	46	3.42
10	基隆廟口夜市	37	3.72	臺南花園夜市	32	2.87	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，114 年香港.澳門觀光團體受訪旅客遊覽夜市依序為寧夏夜市、高雄六合夜市、臺中一中街夜市等；香港.澳門非觀光團受訪旅客遊覽夜市依序為寧夏夜市、饒河街夜市、士林夜市等。

表 8-3-10　114 年香港.澳門受訪旅客遊覽夜市排名－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		
	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	寧夏夜市	274	27.57	寧夏夜市	22	40.00	寧夏夜市	252	26.84
2	饒河街夜市	199	20.02	高雄六合夜市	17	30.91	饒河街夜市	194	20.66
3	士林夜市	136	13.68	臺中一中街夜市	16	29.09	士林夜市	135	14.38
4	高雄六合夜市	110	11.07	宜蘭羅東夜市	15	27.27	高雄六合夜市	93	9.90
5	南機場夜市	66	6.64	臺中逢甲夜市	8	14.55	高雄瑞豐夜市	62	6.60
6	高雄瑞豐夜市	65	6.54	南機場夜市	7	12.73	南機場夜市	59	6.28
7	宜蘭羅東夜市	40	4.02	饒河街夜市	5	9.09	臺南花園夜市	38	4.05
8	臺南花園夜市	39	3.92	高雄瑞豐夜市	3	5.45	基隆廟口夜市	34	3.62
9	臺中一中街夜市	39	3.92	基隆廟口夜市	3	5.45	華西街夜市	26	2.77
10	基隆廟口夜市	37	3.72	桃園觀光夜市	3	5.45	宜蘭羅東夜市	25	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。

4.最喜歡景點

由表 8-3-11 可知，114 年香港.澳門受訪旅客最喜歡景點依序為九份(喜歡比率 35.68%)、淡水(喜歡比率 25.45%)、駁二藝術特區(喜歡比率 24.40%)、平溪 (喜歡比率 18.71%)等。

表 8-3-11　香港.澳門受訪旅客最喜歡景點排名

名次	114 年			113 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	18.61	35.68%	日月潭	10.66	55.46%	平溪	14.13	29.47%
2	淡水	27.67	25.45%	平溪	17.74	24.24%	淡水	21.34	27.87%
3	駁二藝術特區	16.90	24.40%	北投	16.13	21.67%	九份	17.62	21.94%
4	平溪	15.59	18.71%	九份	20.43	17.98%	西門町	46.54	19.01%
5	西門町(含西門紅樓)	53.52	15.23%	駁二藝術特區	13.80	17.53%	夜市	76.06	14.96%
6	北投	13.08	14.62%	淡水	30.29	16.57%	臺北 101	29.96	13.15%
7	信義計畫區商圈	36.52	13.50%	西門町(含西門紅樓)	53.23	15.82%	中正紀念堂	13.01	6.29%
8	大稻埕	28.97	12.15%	夜市	85.75	15.57%			
9	臺北 101	41.65	7.97%	中山站商圈	11.02	13.01%			
10	夜市	85.41	6.60%	貓空	11.38	12.60%			

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，114 年香港.澳門觀光團體受訪旅客最喜歡景點依序為阿里山、日月潭、平溪、碧潭等；香港.澳門非觀光團體受訪旅客最喜歡景點依序為九份、駁二藝術特區、淡水、平溪等。

表 8-3-12　114 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	九份	18.61	35.68%	阿里山	36.36	65.00%	九份	18.32	37.21%
2	淡水	27.67	25.45%	日月潭	43.64	54.17%	駁二藝術特區	15.87	26.85%
3	駁二藝術特區	16.90	24.40%	平溪	45.45	24.00%	淡水	27.90	25.95%
4	平溪	15.59	18.71%	碧潭	10.91	16.67%	平溪	13.84	17.69%
5	西門町(含西門紅樓)	53.52	15.23%	九份	23.64	15.38%	西門町(含西門紅樓)	53.99	15.78%
6	北投	13.08	14.62%	淡水	23.64	15.38%	北投	13.31	15.20%
7	信義計畫區商圈	36.52	13.50%	礁溪	12.73	14.29%	信義計畫區商圈	38.66	13.50%
8	大稻埕	28.97	12.15%	野柳	14.55	12.50%	大稻埕	29.93	12.46%
9	臺北 101	41.65	7.97%	中正紀念堂	21.82	8.33%	故宮博物院	10.12	9.47%
10	夜市	85.41	6.60%	駁二藝術特區	34.55	5.26%	臺北 101	43.34	8.11%

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，114 年香港.澳門受訪旅客 994 人中，住宿地點以旅館(90.64%)為最多，其次為親友家(11.57%)，第三為民宿(5.03%)。

表 8-3-13　香港.澳門受訪旅客住宿地點

單位：人次；%

住宿地點	114 年		113 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率
旅館	**901**	**90.64**	**1,045**	**93.64**
親友家	**115**	**11.57**	**77**	**6.90**
民宿	**50**	**5.03**	**71**	**6.36**
宿舍	2	0.20	3	0.27
寺廟.修道院或教會	3	0.30	-	-
租屋	-	-	-	-
其他	4	0.40	-	-

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。
4.其他包括網咖、醫療機構、露營等。

2、住宿旅館的整體滿意度

由表 8-3-14 可知，114 年香港.澳門受訪旅客 994 人中，有 901 人住宿地點為旅館，有 93.12%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 4.11 分，標準差為 0.52 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
114 年	901	839	170	669	55	7	7	-
	100.00	93.12	18.87	74.25	6.10	0.78	0.78	-
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

註:「-」表示無調查樣本。

3、住宿民宿的整體滿意度

由表 8-3-15 可知，114 年受訪旅客 994 人中，有 50 人住宿地點為民宿，有 92.00%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 4.20 分，標準差為 0.73 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
114 年	50	46	16	30	3	1	-	1
	100.00	92.00	32.00	60.00	6.00	2.00	-	2.00
113 年	71	63	12	51	7	1	1	-
	100.00	88.73	16.90	71.83	9.86	1.41	1.41	-

註:「-」表示無調查樣本。

（四）參加活動情形

由表 8-3-16 可知，114 年與 113 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	114 年		113 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	**962**	**96.78**	**1,061**	**95.07**	**1,293**	**96.13**
逛夜市	**851**	**85.61**	**969**	**86.83**	**1,023**	**76.06**
參觀古蹟	**481**	**48.39**	**465**	**41.67**	**290**	**21.56**
水域活動(含遊湖、潛水等)	193	19.42	193	17.29	…	…
泡溫泉浴	136	13.68	214	19.18	181	13.46
按摩指壓	116	11.67	169	15.14	58	4.31
登山、健行	94	9.46	124	11.11	…	…
參觀展覽	83	8.35	84	7.53	186	13.83
生態旅遊（含賞花、鳥、蝶等）	71	7.14	94	8.42	174	12.94
夜總會、PUB 活動	64	6.44	56	5.02	20	1.49
休閒農場	57	5.73	50	4.48	…	…
參觀藝文表演活動(含演唱會)	49	4.93	22	1.97	15	1.12
參觀節慶活動（含宗教活動等）	39	3.92	46	4.12	34	2.53
醫療保健	39	3.92	27	2.42	6	0.45
遊樂園	29	2.92	79	7.08	…	…
運動或賽事(含自行車旅遊等)	11	1.11	5	0.45	26	1.93
部落觀光	10	1.01	9	0.81	…	…
觀光工廠	2	0.20	25	2.24	16	1.19
遊湖	…	…	…	…	73	5.43
登山			…	…	43	3.2
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	13	1.31	15	1.34	40	2.97

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 8-3-17 可知，114 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、水域活動、參觀古蹟、生態旅遊等；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、水域活動、泡溫泉浴等。

表 8-3-17　114 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	**962**	**96.78**	**55**	**100.00**	**907**	**96.59**
逛夜市	**851**	**85.61**	**55**	**100.00**	**796**	**84.77**
參觀古蹟	**481**	**48.39**	**18**	**32.73**	**463**	**49.31**
水域活動(含遊湖、潛水等)	193	19.42	**28**	**50.91**	165	17.57
泡溫泉浴	136	13.68	10	18.18	126	13.42
按摩指壓	116	11.67	8	14.55	108	11.50
登山、健行	94	9.46	6	10.91	88	9.37
參觀展覽	83	8.35	-	-	83	8.84
生態旅遊（含賞花、鳥、蝶等）	71	7.14	**18**	**32.73**	53	5.64
夜總會、PUB 活動	64	6.44	-	-	64	6.82
休閒農場	57	5.73	9	16.36	48	5.11
參觀藝文表演活動(含演唱會)	49	4.93	-	-	49	5.22
參觀節慶活動（含宗教活動等）	39	3.92	-	-	39	4.15
醫療保健	39	3.92	-	-	39	4.15
遊樂園	29	2.92	5	9.09	24	2.56
運動或賽事(含自行車旅遊等)	11	1.11	-	-	11	1.17
部落觀光	10	1.01	5	9.09	5	0.53
觀光工廠	2	0.20	-	-	2	0.21
其他	13	1.31	-	-	13	1.38

註：1.本題為複選題。
2.「-」表示無調查樣本。

四、 香港.澳門市場受訪旅客支出概況

（一） 支出概況

由表 8-4-1 可知，114 年香港.澳門受訪旅客平均每人每日支出為 187.71 美元，較 108 年減少 20.87 美元(減少 10.01%)；在支出結構中，以購物費減少 10.22 美元(減少 19.48%)為最多，以雜費增加 7.14 美元 (增加 176.30%)為最多。

表 8-4-1　香港.澳門受訪旅客平均每人每日支出細項

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
114 年	金　　額	187.71	71.65	40.05	13.97	8.60	11.19	42.25
	結 構 比	100.00%	38.17%	21.34%	7.44%	4.58%	5.96%	22.51%
	增減金額	-20.87	-7.90	-6.23	-6.64	2.98	7.14	-10.22
	增減比率	-10.01%	-9.93%	-13.46%	-32.22%	53.02%	176.30%	-19.48%
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%
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，114 年香港.澳門受訪旅客購物費支出項目中以購買名產或特產的比率最高，占 51.64%，其次為服飾或相關配件，占 17.75%。

表 8-4-2　香港.澳門受訪旅客平均每人每日購物費細項支出金額

購物費支出項目	114 年		113 年		108 年	
	支出金額(美元)	百分比	支出金額(美元)	百分比	支出金額(美元)	百分比
總計	42.25	100.00%	40.39	100.00%	52.47	100.00%
服飾或相關配件	**7.50**	**17.75%**	**7.86**	**19.48%**	**9.43**	**17.97%**
珠寶或玉器類	0.27	0.64%	0.02	0.04%	0.73	1.39%
紀念品或手工藝品類	**3.86**	**9.14%**	3.62	8.96%	2.95	5.62%
化妝品或香水類	1.84	4.36%	2.12	5.24%	**8.15**	**15.53%**
名產或特產	**21.82**	**51.64%**	**20.39**	**50.51%**	**25.56**	**48.71%**
煙或酒類	0.55	1.30%	0.82	2.02%	0.00	0.00%
藥品類或健康食品	0.82	1.94%	0.64	1.58%	0.85	1.62%
電子或電器產品	0.08	0.19%	0.28	0.69%	1.94	3.70%
茶葉	3.70	8.76%	**4.16**	**10.30%**	0.41	0.79%
其他	1.81	4.28%	0.48	1.18%	2.45	4.67%

由表 8-4-3 可知，114 年香港.澳門觀光團體旅客在臺每人每日平均支出為 195.88 美元，在支出結構中，以旅館內支出費 77.60 美元為最多，占 39.62%，其次為購物費 42.98 美元，占 21.94%。

114 年香港.澳門非觀光團體旅客在臺每人每日平均支出為 187.18 美元，在支出結構中，以旅館內支出費 71.29 美元為最多，占 38.09%，其次為購物費 42.19 美元，占 22.54%。

與非觀光團體受訪旅客相比較，114 年香港.澳門觀光團體受訪旅客平均每人每日支出較非觀光團體高出 8.70 美元。在支出結構中，旅館內支出費、在臺境內交通費、娛樂費、購物費均以觀光團受訪旅客較高，旅館外餐飲費、雜費以非觀光團體受訪旅客較高。

由表 8-4-4 可知，114 年香港.澳門觀光團體受訪旅客平均每人每日支出金額之購物費細項，以名產或特產為最高，其次為茶葉；香港.澳門非觀光團體受訪旅客以名產或特產為最高，其次為服飾或相關配件。

表 8-4-3　114 年香港.澳門受訪旅客平均每人每日支出細項－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	187.71	71.65	40.05	13.97	8.60	11.19	42.25
	結構比	100.00%	38.17%	21.34%	7.44%	4.58%	5.96%	22.51%
	增減金額	-20.87	-7.90	-6.23	-6.64	2.98	7.14	-10.22
	增減率	-10.01%	-9.93%	-13.46%	-32.22%	53.02%	176.30%	-19.48%
香港.澳門觀光團體	金額	195.88	77.60	35.51	21.71	10.08	8.00	42.98
	結構比	100.00%	39.62%	18.13%	11.08%	5.15%	4.08%	21.94%
香港.澳門非觀光團體	金額	187.18	71.29	40.30	13.52	8.52	11.36	42.19
	結構比	100.00%	38.09%	21.53%	7.22%	4.55%	6.07%	22.54%

註：1.香港.澳門全體樣本數為 994 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 55 人。
3.香港.澳門非觀光團體：香港.澳門觀光團體除外之香港.澳門旅客，樣本數為 939 人。
4.「增減金額」與「增減比率」係與 108 年相比。

表 8-4-4　114 年香港.澳門受訪旅客平均每人每日購物費細項支出金額－依旅遊型態分

單位：美元

購物費支出項目	香港.澳門全體		香港.澳門觀光團體		香港.澳門非觀光團體	
	支出金額	百分比	支出金額	百分比	支出金額	百分比
總計	42.25	100.00%	42.98	100.00%	42.19	100.00%
服飾或相關配件	**7.50**	**17.75%**	1.87	4.35%	**7.83**	**18.56%**
珠寶或玉器類	0.27	0.64%	0.00	0.00%	0.28	0.66%
紀念品或手工藝品類	**3.86**	**9.14%**	**3.55**	**8.26%**	**3.88**	**9.20%**
化妝品或香水類	1.84	4.36%	2.82	6.56%	1.78	4.22%
名產或特產	**21.82**	**51.64%**	**20.37**	**47.39%**	**21.90**	**51.91%**
煙或酒類	0.55	1.30%	0.54	1.26%	0.55	1.30%
藥品類或健康食品	0.82	1.94%	1.15	2.68%	0.80	1.90%
電子或電器產品	0.08	0.19%	0.24	0.56%	0.07	0.17%
茶葉	3.70	8.76%	**12.44**	**28.94%**	3.19	7.56%
其他	1.81	4.28%	0.00	0.00%	1.91	4.52%

註：1.香港.澳門全體樣本數為 994 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 55 人。
3.香港.澳門非觀光團體：香港.澳門觀光團體除外之香港.澳門旅客，樣本數為 939 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，114 年香港.澳門受訪旅客 994 人中，使用過退稅服務者有 220 人，占 22.13%，較 113 年減少 1.53 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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	994	100.00	1,116	100.00	1,345	100.00
是	220	22.13	264	23.66	382	28.40
否	774	77.87	852	76.34	963	71.60

2、購物退稅手續是否簡便

由表 8-4-6 可知，114 年香港.澳門受訪旅客使用過購物退稅服務的有 220 人，有 99.09%覺得購物退稅手續簡便。

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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	220	100.00	264	100.00	382	100.00
是	218	99.09	262	99.24	349	91.36
否	2	0.91	2	0.76	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，114 年 994 位香港.澳門受訪旅客中，來臺前有預付費用者共 438 人，占 44.06%，較 113 年減少 4.95 個百分點。

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	114 年		113 年	
	人數	百分比	人數	百分比
總計	994	100.00	1,116	100.00
有預付	438	44.06	547	49.01
沒有預付	556	55.94	569	50.99

2、來臺前預付費用項目

由表 8-4-8 可知，114 年香港.澳門受訪旅客來臺前有預付費用的 438 人，預付項目以旅館內支出費為最多(97.26%)。

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	114 年		113 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率
旅館內支出費	**426**	**97.26**	**534**	**97.62**
旅館外餐飲費	**86**	**19.63**	**124**	**22.67**
在臺境內交通費	**81**	**18.49**	**146**	**26.69**
娛樂費	73	16.67	57	10.42
雜費	70	15.98	57	10.42
購物費	-	-	-	-

註：1.本題為複選題。
2.「-」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，114 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(94.06%)、逛夜市(79.18%)、自然風光(54.33%)、人情味濃厚(52.41%)、便利商店(30.38%)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	114 年		113 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	**935**	**94.06**	**1,033**	**92.56**	**800**	**59.48**
逛夜市	**787**	**79.18**	**890**	**79.75**	**584**	**43.42**
自然風光	**540**	**54.33**	**614**	**55.02**	…	…
人情味濃厚	521	52.41	581	52.06	465	34.57
便利商店	302	30.38	237	21.24	171	12.71
歷史古蹟	290	29.18	256	22.94	59	4.39
地方特產	280	28.17	338	30.29	227	16.88
都會不夜城	185	18.61	172	15.41	25	1.86
泡溫泉	111	11.17	167	14.96	136	10.11
宗教文化	82	8.25	74	6.63	…	…
節慶活動或表演(含演唱會)	43	4.33	…	…	…	…
醫療保健	35	3.52	27	2.42	…	…
單車賞景	32	3.22	38	3.41	35	2.60
書店	29	2.92	47	4.21	134	9.96
景點	25	2.52	130	11.65	**579**	**43.05**
旅館(或民宿)住宿體驗	12	1.21	19	1.70	36	2.68
原住民文化	10	1.01	11	0.99	29	2.16
美容醫療	…	…	…	…	14	1.04
寺廟參訪	…	…	…	…	56	4.16
水果	…	…	…	…	248	18.44
海岸風光	…	…	…	…	324	24.09
節慶活動	…	…	20	1.79	13	0.97
其他	24	2.41	33	2.96	76	5.65

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 8-5-2 可知，114 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(100%)、逛夜市(96.36%)、自然風光(94.55%)、地方特產(85.45%)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(93.72%)、逛夜市(78.17%)、自然風光(51.97%)、人情味濃厚(51.44%)等。

表 8-5-2　114 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	**935**	**94.06**	**55**	**100.00**	**880**	**93.72**
逛夜市	**787**	**79.18**	**53**	**96.36**	**734**	**78.17**
自然風光	**540**	**54.33**	**52**	**94.55**	**488**	**51.97**
人情味濃厚	521	52.41	38	69.09	483	51.44
便利商店	302	30.38	4	7.27	298	31.74
歷史古蹟	290	29.18	11	20.00	279	29.71
地方特產	280	28.17	47	85.45	233	24.81
都會不夜城	185	18.61	6	10.91	179	19.06
泡溫泉	111	11.17	9	16.36	102	10.86
宗教文化	82	8.25	17	30.91	65	6.92
節慶活動或表演(含演唱會)	43	4.33	-	-	43	4.58
醫療保健	35	3.52	-	-	35	3.73
單車賞景	32	3.22	-	-	32	3.41
書店	29	2.92	-	-	29	3.09
景點	25	2.52	3	5.45	22	2.34
旅館(或民宿)住宿體驗	12	1.21	-	-	12	1.28
原住民文化	10	1.01	3	5.45	7	0.75
其他	24	2.41	-	-	24	2.56

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，114 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4.15，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 4.68 分，較 113 年與 108 年分別增加 0.04 分及 0.19 分。

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		114 年		113 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	入境通關手續便捷	4.15	0.69	4.42	0.63	4.13	0.90
	通訊 / 網路便利	4.67	0.51	4.68	0.49	4.38	0.68
	旅遊資訊取得方便	4.67	0.49	4.61	0.51	4.35	0.68
	境內交通便利	4.78	0.45	4.66	0.55	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	4.71	0.51	4.61	0.56	4.35	0.71
	旅遊環境語言溝通良好	4.85	0.37	4.74	0.48	4.53	0.57
	臺灣民眾態度友善	4.84	0.40	4.80	0.41	4.66	0.52
環境安全性	遊憩環境安全	4.71	0.50	4.63	0.53	4.54	0.56
	社會治安良好	4.81	0.41	4.73	0.45	4.59	0.54
	住宿設施安全	4.64	0.55	4.58	0.55	4.55	0.56
	餐飲衛生良好	4.55	0.53	4.51	0.55	4.42	0.63
	環境衛生良好	…	…	…	…	4.45	0.63
整體	來臺整體滿意度	4.68	0.48	4.64	0.49	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，114 年香港.澳門受訪旅客均有再度訪臺的意願。

由表 8-7-2 得知，114 年有再度訪臺意願的香港.澳門旅客，其主要目的以「度假、休閒、遊憩」最多，占 84.31%，其次是探親或訪友，占 8.25%。

由表 8-7-3 得知，114 年的香港.澳門受訪旅客均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	114 年		113 年		108 年	
	人次	百分比	人次	百分比	人次	百分比
總計	994	100.00	1,116	100.00	1,345	100.00
會	994	100.00	1,116	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	114 年		113 年		108 年	
	人次	百分比	人次	百分比	人次	百分比
總計	994	100.00	1,116	100.00	1,342	100.00
度假、休閒、遊憩	**838**	**84.31**	**972**	**87.09**	**1,165**	**86.81**
業務	**34**	**3.42**	**61**	**5.47**	**46**	**3.43**
國際會議或展覽	9	0.90	4	0.36	4	0.30
探親或訪友	**82**	**8.25**	**55**	**4.93**	**108**	**8.05**
求學	1	0.10	-	-	2	0.15
醫療	28	2.82	22	1.97	6	0.45
其他	2	0.20	2	0.18	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	114 年		113 年		108 年	
	人次	百分比	人次	百分比	人次	百分比
總計	994	100.00	1,116	100.00	1,345	100.00
會	994	100.00	1,115	99.91	1,330	98.88
不會	-	-	1	0.09	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 可知，114 年旅行方式為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」的香港.澳門觀光團體受訪旅客共有 55 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 4.15，標準差為 0.36，顯示傾向滿意。

表 8-8-1　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
114 年	55	55	8	47	-	-	-	-
	100.00	100.00	14.55	85.45	-	-	-	-
113 年	112	110	30	80	-	2	2	-
	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	114 年		113 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	4.15	0.36	4.23	0.54	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，114 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 94.55%。

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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	55	100.00	112	100.00	48	100.00
0 次	-	-	-	-	1	2.08
1~2 次	**52**	**94.55**	**93**	**83.04**	**5**	**10.42**
3~4 次	**3**	**5.45**	**19**	**16.96**	**35**	**72.92**
5~6 次	-	-	-	-	**5**	**10.42**
7~8 次	-	-	-	-	1	2.08
9 次以上	-	-	-	-	1	2.08

註：「-」表示無調查樣本。

114 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 94.55%，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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	55	100.00	112	100.00	47	100.00
很便宜	-	-	-	-	4	8.51
便宜	2	3.64	2	1.79	17	36.17
實在	**52**	**94.55**	**108**	**96.42**	**20**	**42.55**
貴	1	1.81	2	1.79	6	12.77
很貴	-	-	-	-	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

九、 香港.澳門市場受訪旅客在臺境內搭乘交通工具分析

114 年香港.澳門受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具，以捷運(87.73%)為最多，其次依序為計程車(43.96%)、臺鐵(30.99%)、公民營客運(29.38%)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	114 年		113 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	**872**	**87.73**	**930**	**83.33**	**992**	**73.75**
計程車	**437**	**43.96**	**584**	**52.33**	**897**	**66.69**
臺鐵	**308**	**30.99**	315	28.23	250	18.59
公民營客運	292	29.38	**351**	**31.45**	**458**	**34.05**
Uber(多元化計程車)	161	16.20	141	12.63	90	6.69
船舶	70	7.04	91	8.15	131	9.74
遊覽車	67	6.74	130	11.65	60	4.46
高鐵	63	6.34	116	10.39	149	11.08
小客車租賃	54	5.43	91	8.15	47	3.49
公共自行車	29	2.92	53	4.75	22	1.64
飛機	3	0.30	4	0.36	5	0.37
其他	128	12.88	122	10.93	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。

114 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(98.18%)為最多，其次依序為船舶(14.55%)、捷運(9.09%)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(92.33%)為最多，其次依序為計程車(46.54%)、臺鐵(32.80%)、公民營客運(30.99%)等，詳見表 8-9-2。

表 8-9-2　114 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	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
捷運	**872**	**87.73**	**5**	**9.09**	**867**	**92.33**
計程車	**437**	**43.96**	-	-	**437**	**46.54**
臺鐵	**308**	**30.99**	-	-	**308**	**32.80**
公民營客運	292	29.38	1	1.82	291	30.99
Uber(多元化計程車)	161	16.20	-	-	161	17.15
船舶	70	7.04	**8**	**14.55**	62	6.60
遊覽車	67	6.74	**54**	**98.18**	13	1.38
高鐵	63	6.34	-	-	63	6.71
小客車租賃	54	5.43	-	-	54	5.75
公共自行車	29	2.92	-	-	29	3.09
飛機	3	0.30	-	-	3	0.32
其他	128	12.88	-	-	128	13.63

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，114 年有 98.69%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 4.55，標準差為 0.55。

表 8-9-3　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
114 年	994	981	567	414	7	6	6	-
	100.00	98.69	57.04	41.65	0.71	0.60	0.60	
113 年	1,116	1,090	590	500	11	15	15	-
	100.00	97.67	52.87	44.80	0.99	1.34	1.34	-

註：「-」表示無調查樣本。

十、 香港.澳門市場旅客將低碳環保納為選擇旅遊服務評估因素狀況

由表 8-10-1 可知，有 27.67%的香港.澳門受訪旅客表示有將低碳環保納為選擇旅遊服務的評估因素。其中納入評估的旅遊服務以交通為最多，其次為住宿。

表 8-10-1　114 年香港.澳門受訪旅客是否將低碳環保納為選擇旅遊服務的評估因素

單位：人；%

是否將低碳環保納為旅遊服務評估因素	人數	百分比
總計	994	100.00
是	275	27.67
否	719	72.33

表 8-10-2　114 年香港.澳門受訪旅客有將低碳環保納為評估因素的旅遊服務

單位：人次；%

納為評估因素的旅遊服務	人次	相對百分率
交通	**225**	**81.82**
住宿	110	40.00
購物	22	8.00
景點	12	4.36
用餐地點	1	0.36
其他	-	-

註：1.本題項係針對有將低碳環保納為選擇旅遊服務的評估因素之受訪旅客進行分析。
2.本題為複選題。
3.「-」表示無調查樣本。

玖、 調查結果-新南向主力 7 國市場旅客分析

一、 新南向主力 7 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，114 年新南向主力 7 國(包括新加坡、馬來西亞、印尼、菲律賓、越南、泰國、印度)受訪旅客占全體受訪旅客的比率為 29.85%，較 113 年減少。

表 9-1-1　新南向主力 7 國受訪旅客占全體受訪旅客的比率

單位：人；%

市場	114 年		113 年	
	人數	百分比	人數	百分比
新南向主力 7 國	1,988	29.85	2,021	30.53

（二）居住地

由表 9-1-2 可知，114 年新南向主力 7 國受訪旅客居住地以菲律賓為最多，占 24.50%，其次為越南，占 17.40%，第三為泰國，占 15.95%。

表 9-1-2　新南向主力 7 國受訪旅客居住地分布

單位：人；%

居住地	114 年		113 年	
	人數	百分比	人數	百分比
新南向主力 7 國	**1,988**	**100.00**	**2,021**	**100.00**
菲律賓	487	24.50	396	19.59
越南	346	17.40	340	16.82
泰國	317	15.95	342	16.92
馬來西亞	306	15.39	368	18.21
新加坡	305	15.34	344	17.02
印尼	186	9.36	197	9.75
印度	41	2.06	34	1.68

（三）來臺主要目的

由表 9-1-3 可知，114 年和 113 年新南向主力 7 國受訪旅客來臺主要目的皆以「度假、休閒、遊憩」為最多，其次為「探親或訪友」。

表 9-1-3　新南向主力 7 國受訪旅客之來臺主要目的分布

單位：人；%

來臺主要目的	114 年		113 年	
	人數	百分比	人數	百分比
總計	1,988	100.00	2,021	100.00
度假、休閒、遊憩	**1,303**	**65.54**	**1,389**	**68.73**
業務	**244**	**12.28**	**213**	**10.54**
國際會議或展覽	35	1.76	28	1.38
探親或訪友	**391**	**19.67**	**375**	**18.56**
求學	3	0.15	2	0.10
醫療	2	0.10	3	0.15
其他	10	0.50	11	0.54

（四）最高學歷

由表 9-1-4 可知，114 年與 113 年新南向主力 7 國受訪旅客最高學歷皆以大專為最多。

表 9-1-4　新南向主力 7 國受訪旅客之最高學歷分布

單位：人；%

最高學歷	114 年		113 年	
	人數	百分比	人數	百分比
總計	1,988	100.00	2,021	100.00
小學、中學肄畢(含高職)	**515**	**25.90**	**418**	**20.68**
大專	**1,316**	**66.20**	**1,402**	**69.37**
碩、博士	**157**	**7.90**	**200**	**9.90**
其他	-	-	-	-
未回答	-	-	1	0.05

註：「-」表示無調查樣本。

（五）工作別

由表 9-1-5 可知，114 年新南向主力 7 國受訪旅客以事務支援人員為最多；113 年以服務及銷售工作人員為最多。

表 9-1-5　新南向主力 7 國受訪旅客之工作別分布

單位：人；%

工作別	114 年		113 年	
	人數	百分比	人數	百分比
總計	1,988	100.00	2,021	100.00
民意代表、主管及經理人員	183	9.21	200	9.90
專業人員	**344**	**17.30**	**319**	**15.78**
技術員及助理專業人員	250	12.58	234	11.58
事務支援人員	**372**	**18.71**	**369**	**18.26**
服務及銷售工作人員	**295**	**14.84**	**388**	**19.20**
農、林、漁、牧業生產人員	40	2.01	37	1.83
技藝有關工作人員	67	3.37	81	4.01
機械設備操作及組裝人員	68	3.42	90	4.45
基層技術工及勞力工	22	1.11	25	1.24
軍人	1	0.05	…	…
家庭管理	126	6.34	93	4.60
學生	133	6.69	114	5.64
退休人員	78	3.92	54	2.67
其他	9	0.45	16	0.79
未回答	-	-	1	0.05

註：「…」表示無此選項；「-」表示無調查樣本。

（六）年收入

由表 9-1-6 可知，114 年新南向主力 7 國受訪旅客年收入以 15,000-29,999 美元為最多，其次為 10,000-14,999 美元；113 年以 10,000-14,999 美元為最多，其次為 15,000-29,999 美元。

表 9-1-6　新南向主力 7 國受訪旅客之年收入分布

單位：人；%

年收入	114 年		113 年	
	人數	百分比	人數	百分比
總計	1,988	100.00	2,021	100.00
9,999 美元以下	193	9.71	224	11.08
10,000 – 14,999 美元	**467**	**23.49**	**592**	**29.29**
15,000 – 29,999 美元	**533**	**26.81**	**528**	**26.13**
30,000 – 39,999 美元	**259**	**13.03**	**267**	**13.21**
40,000 – 69,999 美元	178	8.95	128	6.33
70,000 – 99,999 美元	85	4.28	46	2.28
100,000 美元以上	30	1.51	47	2.33
無固定收入	243	12.22	189	9.35
未回答	-	-	-	-

二、 新南向主力 7 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 114 年新南向主力 7 國受訪旅客平均出發來臺前 46.73 天開始計劃行程，標準誤為 0.68 天，而依來臺主要目的分如表 9-2-1 所示。

表 9-2-1　新南向主力 7 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	114 年		113 年	
	平均數	標準誤	平均數	標準誤
全體	46.73	0.68	42.87	0.72
度假、休閒、遊憩	51.01	0.87	45.78	0.90
業務	32.18	1.10	29.54	1.57
國際會議或展覽	33.29	2.37	34.14	3.77
探親或訪友	42.59	1.50	39.95	1.55
求學	113.33	40.55	120.00	60.00
醫療	18.50	11.50	24.67	17.67
其他	38.50	6.33	46.91	6.93

註：1.「-」表示無調查樣本；「--」表示僅有單一樣本，無法計算標準誤。
2.樣本數少於 50 人者(114 年國際會議或展覽 35 人、求學 3 人、醫療 2 人、其他 10 人；國際會議或展覽 28 人，求學 2 人，醫療 3 人，其他 11 人)，其數值僅供參考。

114 年來臺主要或次要目的為度假、休閒、遊憩之新南向主力 7 國受訪旅客共 1,829 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)新南向主力 7 國度假、休閒、遊憩目的受訪旅客之旅遊資訊管道」及「(三)吸引新南向主力 7 國旅客來臺度假、休閒、遊憩原因」兩小節，乃針對主要或次要目的為度假、休閒、遊憩之受訪旅客進行分析。

（二）新南向主力 7 國度假、休閒、遊憩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 9-2-2 可知，114 年來臺主要或次要目的為「度假、休閒、遊憩」之新南向主力 7 國受訪旅客 1,829 人中，來臺前曾看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導者有 1,367 人，占 74.74%，較 113 年增加 5.31 個百分點。

表 9-2-2　新南向主力 7 國度假、休閒、遊憩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	114 年		113 年	
	人數	百分比	人數	百分比
總計	1,829	100.00	1,855	100.00
是	1,367	74.74	1,288	69.43
否	462	25.26	567	30.57

2. 來臺前從哪些管道看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導

114 年新南向主力 7 國「度假、休閒、遊憩」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 1,367 人。由表 9-2-3 可知，其來源依序為社群網站(94.59%)、搜尋引擎(68.25%)、親友口碑(62.25%)、電視/電台(26.63%)等。

表 9-2-3　新南向主力 7 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	114 年		113 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率
社群網站	**1,293**	**94.59**	**1,161**	**90.14**
搜尋引擎	**933**	**68.25**	**957**	**74.30**
親友口碑	**851**	**62.25**	**800**	**62.11**
電視/電台	364	26.63	312	24.22
旅行社宣傳行程、摺頁	180	13.17	163	12.66
報章雜誌	179	13.09	100	7.76
電商平台	165	12.07	140	10.87
地鐵.巴士.航空站等交通運具及場站	96	7.02	30	2.33
戶外廣告或看板	85	6.22	23	1.79
國際旅遊展覽或特殊活動	60	4.39	83	6.44

註：本題為複選題，且針對主要或次要目的為度假、休閒、遊憩，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。

3. 受臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導決定來臺度假、休閒、遊憩影響程度

由表 9-2-4 可知，114 年影響新南向主力 7 國受訪旅客決定來臺觀光的管道，以社群網站(38.64%)影響程度為最高，其次為搜尋引擎(25.68%)，第三為親友口碑(20.38%)，其餘管道影響程度百分比均低於一成。

表 9-2-4　新南向主力 7 國受訪旅客受臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導決定來臺影響程度

單位：%

觀光資訊管道	影響程度	
	114 年	113 年
合計	100.00	100.00
社群網站	**38.64**	**36.32**
搜尋引擎	**25.68**	**27.88**
親友口碑	**20.38**	**21.09**
電視/電台	6.21	5.39
旅行社宣傳行程、摺頁	3.51	3.22
電商平台	1.91	2.88
報章雜誌	1.39	1.38
地鐵.巴士.航空站等交通運具及場站	1.19	0.52
國際旅遊展覽或特殊活動	0.81	0.86
戶外廣告或看板	0.28	0.46

註：1.本題針對主要或次要目的為度假、休閒、遊憩，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

114 年新南向主力 7 國「度假、休閒、遊憩」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 1,367 人，受訪旅客表示決定來臺影響程度較大的資訊內容以遊記 (64.45%)為最高，其次依序為旅客評論(63.79%)、攝影或影像紀錄(55.74%)等。

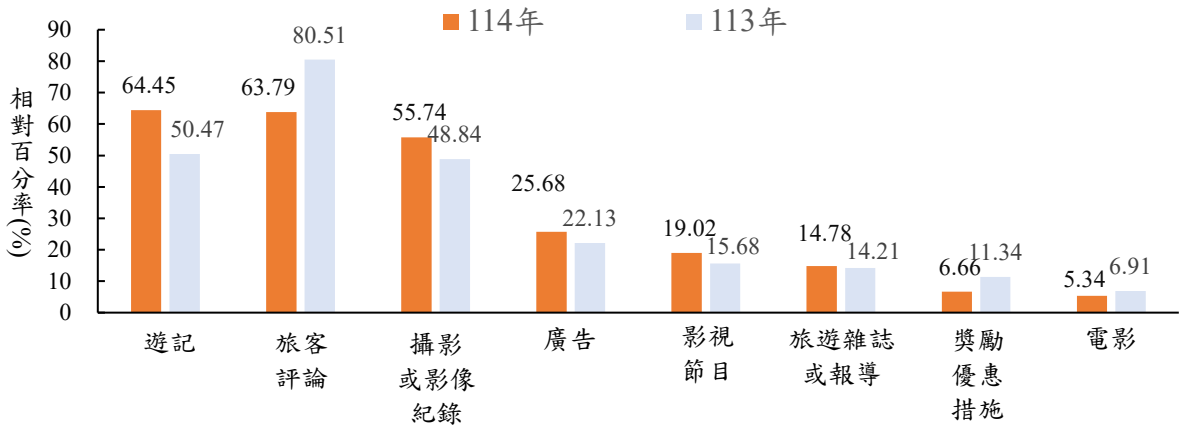


圖 9-2-1 新南向主力 7 國度假、休閒、遊憩受訪旅客表示決定來臺影響程度較大的資訊內容

（三）吸引新南向主力 7 國旅客來臺度假、休閒、遊憩原因

114 年來臺主要或次要目的為度假、休閒、遊憩之新南向主力 7 國受訪旅客共 1,829 人，由表 9-2-5 可知，吸引其來臺度假、休閒、遊憩原因，以風光景色(87.81%)為最高，其次依序為美食或特色小吃(77.69%)、購物(52.05%)、治安良好(50.85%)、人民友善(48.11%)等。

表 9-2-5　吸引新南向主力 7 國旅客來臺度假、休閒、遊憩原因

單位：人次；%

吸引來臺原因	114 年		113 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率
風光景色	**1,606**	**87.81**	**1,631**	**87.92**
美食或特色小吃	**1,421**	**77.69**	**1,570**	**84.64**
購物	**952**	**52.05**	**893**	**48.14**
治安良好	930	50.85	860	46.36
人民友善	880	48.11	722	38.92
臺灣民情風俗和文化	789	43.14	786	42.37
距離居住地近	724	39.58	468	25.23
氣候宜人	565	30.89	398	21.46
歷史文物	288	15.75	273	14.72
夜間休閒活動	285	15.58	239	12.88
民主政治	133	7.27	206	11.11
醫療保健	56	3.06	9	0.49
遊憩設施(遊樂園、高爾夫球場、渡假村…)	42	2.30	80	4.31
節慶活動或表演(含演唱會)	37	2.02	…	…
運動或賽事(含自行車旅遊)	11	0.60	…	…
節慶活動	…	…	11	0.59
自行車旅遊	…	…	20	1.08
其他	41	2.24	21	1.13

註：1.「…」表示無此選項。
2.本題為複選題，針對主要或次要目的為度假、休閒、遊憩之受訪旅客分析。

（四）旅行安排方式

由表 9-2-6 可知，114 年與 113 年新南向主力 7 國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。

表 9-2-6　新南向主力 7 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或機票	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
114 年	1,988	249	97	64	99	1,479
	100.00	12.53	4.88	3.22	4.98	74.40
113 年	2,021	274	22	40	103	1,582
	100.00	13.56	1.09	1.98	5.10	78.28

（五）新南向主力 7 國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或機票」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」之新南向主力 7 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，114 年該屬性新南向主力 7 國受訪旅客共 163 人，其中有 111 人(68.10%)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 9-2-7　新南向主力 7 國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	114 年		113 年	
	人數	百分比	人數	百分比
總計	163	100.00	143	100.00
有參加	111	68.10	117	81.82
沒有參加	52	31.90	26	18.18

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或機票」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　新南向主力 7 國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	114 年		113 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率
半日遊	3	2.70	2	1.71
1 日遊	**61**	**54.95**	**87**	**74.36**
2 日遊	32	28.83	18	15.38
3 日遊以上	15	13.51	10	8.55

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或機票」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、 新南向主力 7 國市場受訪旅客旅遊動向

（一）來臺次數

由表 9-3-1 可知，114 年新南向主力 7 國受訪旅客近 3 年來臺次數以第 1 次來臺為最多，占 63.83%，其次為第 2 次，占 24.85%，第三為第 3 次，占 7.85%。

表 9-3-1　新南向主力 7 國受訪旅客來臺次數

單位：人；%

旅客來臺次數	114 年		113 年	
	人數	百分比	人數	百分比
總計	1,988	100.00	2,021	100.00
第 1 次	**1,269**	**63.83**	**1,030**	**50.96**
第 2 次	**494**	**24.85**	**602**	**29.79**
第 3 次	**156**	**7.85**	**252**	**12.47**
第 4 次	45	2.26	81	4.01
5 次以上	24	1.21	56	2.77

註：1. 114 年為「近 3 年來臺次數」
2. 113 年為「近 5 年來臺次數」。

由表 9-3-2 可知，114 年新南向主力 7 國觀光團體受訪旅客最近 3 年來臺次數以第 1 次來臺為最多，占 94.78%，其次為第 2 次，占 4.82%；新南向主力 7 國非觀光團體受訪旅客以第 1 次來臺為最多，占 59.40%，其次為第 2 次，占 27.72%。

表 9-3-2　114 年新南向主力 7 國受訪旅客最近 3 年來臺次數－依旅遊型態分

單位：人；%

近 3 年來臺次數	新南向主力 7 國 全體		新南向主力 7 國 觀光團體		新南向主力 7 國 非觀光團體	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	1,988	100.00	249	100.00	1,739	100.00
第 1 次	**1,269**	**63.83**	**236**	**94.78**	**1,033**	**59.40**
第 2 次	**494**	**24.85**	**12**	**4.82**	**482**	**27.72**
第 3 次	**156**	**7.85**	**1**	**0.40**	**155**	**8.91**
第 4 次	45	2.26	-	-	45	2.59
5 次以上	24	1.21	-	-	24	1.38

註：1.新南向主力 7 國全體樣本數為 1,988 人。
2.新南向主力 7 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」之新南向主力 7 國旅客，樣本數為 249 人。
3.新南向主力 7 國非觀光團體：觀光團體除外之新南向主力 7 國旅客，樣本數為 1,739 人。

（二）遊覽地點

1、遊覽觀光景點

由表 9-3-3 可知，114 年新南向主力 7 國受訪旅客 1,988 人中，受訪旅客來臺遊覽觀光景點依序為夜市(91.75%)、臺北 101 (68.71%)、 西門町(含西門紅樓) (64.54%)、中正紀念堂 (51.51%)、九份(46.33%)、信義計畫區商圈(37.17%)、平溪(35.36%)等。

新南向主力 7 國旅客遊覽景點前 10 名中，中正紀念堂、艋舺龍山寺、中山站商圈排名較 113 年上升。

表 9-3-3　新南向主力 7 國受訪旅客遊覽觀光景點排名

單位：人次；%

名次	114 年			113 年		
	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	1,824	91.75	夜市	1,736	85.90
2	臺北 101	1,366	68.71	臺北 101	1,197	59.23
3	西門町(含西門紅樓)	1,283	64.54	西門町(含西門紅樓)	1,177	58.24
4	中正紀念堂	1,024	51.51	九份	886	43.84
5	九份	921	46.33	中正紀念堂	875	43.30
6	信義計畫區商圈	739	37.17	信義計畫區商圈	667	33.00
7	平溪	703	35.36	平溪	667	33.00
8	艋舺龍山寺	547	27.52	淡水	614	30.38
9	淡水	506	25.45	艋舺龍山寺	508	25.14
10	中山站商圈	489	24.60	日月潭	391	19.35
11	野柳	449	22.59	野柳	386	19.10
12	日月潭	432	21.73	臺北車站商圈	325	16.08
13	故宮博物院	385	19.37	貓空	299	14.79
14	臺北車站商圈	333	16.75	故宮博物院	289	14.30
15	大稻埕	305	15.34	陽明山	275	13.61
16	陽明山	302	15.19	宮原眼科	242	11.97
17	貓空	238	11.97	駁二藝術特區	215	10.64
18	北投	236	11.87	臺北市立動物園	208	10.29
19	宮原眼科	210	10.56	北投	185	9.15
20	阿里山	206	10.36	基隆港	182	9.01

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，114 年新南向主力 7 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；新南向主力 7 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、中正紀念堂、九份等。

表 9-3-4　114 年新南向主力 7 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	新南向主力 7 國全體			新南向主力 7 國觀光團體			新南向主力 7 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	1,824	91.75	夜市	237	95.18	夜市	1,587	91.26
2	臺北 101	1,366	68.71	臺北 101	231	92.77	西門町(含西門紅樓)	1,136	65.32
3	西門町(含西門紅樓)	1,283	64.54	中正紀念堂	202	81.12	臺北 101	1,135	65.27
4	中正紀念堂	1,024	51.51	日月潭	195	78.31	中正紀念堂	822	47.27
5	九份	921	46.33	九份	169	67.87	九份	752	43.24
6	信義計畫區商圈	739	37.17	西門町(含西門紅樓)	147	59.04	信義計畫區商圈	720	41.40
7	平溪	703	35.36	野柳	140	56.22	平溪	567	32.60
8	艋舺龍山寺	547	27.52	平溪	136	54.62	中山站商圈	488	28.06
9	淡水	506	25.45	艋舺龍山寺	113	45.38	淡水	451	25.93
10	中山站商圈	489	24.60	阿里山	105	42.17	艋舺龍山寺	434	24.96
11	野柳	449	22.59	台中三井 OUTLET	86	34.54	臺北車站商圈	333	19.15
12	日月潭	432	21.73	宮原眼科	85	34.14	故宮博物院	314	18.06
13	故宮博物院	385	19.37	高美濕地	82	32.93	野柳	309	17.77
14	臺北車站商圈	333	16.75	清境農場	77	30.92	大稻埕	287	16.50
15	大稻埕	305	15.34	故宮博物院	71	28.51	陽明山	242	13.92
16	陽明山	302	15.19	陽明山	60	24.10	日月潭	237	13.63
17	貓空	238	11.97	溪頭	58	23.29	貓空	234	13.46
18	北投	236	11.87	淡水	55	22.09	華山 1914 文化創意產業園區	202	11.62
19	宮原眼科	210	10.56	北投	50	20.08	臺北市永康街商圈	193	11.10
20	阿里山	206	10.36	新社	48	19.28	基隆港	192	11.04

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，114 年新南向主力 7 國受訪旅客 1,988 人中，遊覽觀光景點所在縣市依序為臺北市(86.82%)、新北市(61.42%)、南投縣(22.28%)、臺中市(21.23%)、桃園市(13.68%)等。

表 9-3-5　新南向主力 7 國受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市排名

單位：人次；%

名次	114 年			113 年		
	縣市	人次	相對百分率	縣市	人次	相對百分率
1	臺北市	1,726	86.82	臺北市	1,604	79.37
2	新北市	1,221	61.42	新北市	1,214	60.07
3	南投縣	443	22.28	高雄市	432	21.38
4	臺中市	422	21.23	南投縣	409	20.24
5	桃園市	272	13.68	臺中市	406	20.09
6	高雄市	256	12.88	桃園市	254	12.57
7	基隆市	239	12.02	基隆市	250	12.37
8	宜蘭縣	224	11.27	臺南市	231	11.43
9	嘉義縣	209	10.51	嘉義縣	168	8.31
10	臺南市	146	7.34	宜蘭縣	160	7.92
11	嘉義市	96	4.83	嘉義市	96	4.75
12	新竹市	53	2.67	屏東縣	77	3.81
13	花蓮縣	40	2.01	新竹市	57	2.82
14	新竹縣	37	1.86	花蓮縣	46	2.28
15	臺東縣	28	1.41	新竹縣	25	1.24
16	彰化縣	24	1.21	臺東縣	23	1.14
17	屏東縣	24	1.21	彰化縣	20	0.99
18	苗栗縣	19	0.96	苗栗縣	17	0.84
19	雲林縣	8	0.40	雲林縣	6	0.30
20	澎湖縣	4	0.20	澎湖縣	6	0.30
21	金門縣	1	0.05	金門縣	2	0.10
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，各縣市加總超過 100%。
2.「-」表示無調查樣本。

由表 9-3-6 可知，114 年新南向主力 7 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、嘉義縣等；新南向主力 7 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、臺中市、南投縣、桃園市等。

表 9-3-6　114 年新南向主力 7 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	新南向主力 7 國 全體			新南向主力 7 國 觀光團體			新南向主力 7 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	1,726	86.82	臺北市	241	96.79	臺北市	1,485	85.39
2	新北市	1,221	61.42	新北市	203	81.53	新北市	1,018	58.54
3	南投縣	443	22.28	南投縣	195	78.31	臺中市	252	14.49
4	臺中市	422	21.23	臺中市	170	68.27	南投縣	248	14.26
5	桃園市	272	13.68	嘉義縣	105	42.17	桃園市	240	13.80
6	高雄市	256	12.88	高雄市	74	29.72	基隆市	238	13.69
7	基隆市	239	12.02	嘉義市	57	22.89	宜蘭縣	218	12.54
8	宜蘭縣	224	11.27	臺南市	48	19.28	高雄市	182	10.47
9	嘉義縣	209	10.51	桃園市	32	12.85	嘉義縣	104	5.98
10	臺南市	146	7.34	新竹市	11	4.42	臺南市	98	5.64
11	嘉義市	96	4.83	彰化縣	7	2.81	新竹市	42	2.42
12	新竹市	53	2.67	宜蘭縣	6	2.41	嘉義市	39	2.24
13	花蓮縣	40	2.01	苗栗縣	5	2.01	花蓮縣	37	2.13
14	新竹縣	37	1.86	雲林縣	5	2.01	新竹縣	35	2.01
15	臺東縣	28	1.41	花蓮縣	3	1.20	臺東縣	26	1.50
16	彰化縣	24	1.21	新竹縣	2	0.80	屏東縣	23	1.32
17	屏東縣	24	1.21	臺東縣	2	0.80	彰化縣	17	0.98
18	苗栗縣	19	0.96	基隆市	1	0.40	苗栗縣	14	0.81
19	雲林縣	8	0.40	屏東縣	1	0.40	澎湖縣	4	0.23
20	澎湖縣	4	0.20	澎湖縣	-	-	雲林縣	3	0.17
21	金門縣	1	0.05	金門縣	-	-	金門縣	1	0.06
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，各縣市加總超過 100%。
2.「-」表示無調查樣本。

由表 9-3-7 可知，114 年新南向主力 7 國受訪旅客 1,988 人中，遊覽觀光景點所在地區依序為北部地區(90.29%)、中部地區(29.02%)、南部地區(22.89%)、東部地區(3.07%)、離島地區(0.25%)。遊覽觀光景點所在地區位於中部的排名較 113 年上升。

表 9-3-7　新南向主力 7 國受訪旅客遊覽觀光景點所在地區排名

單位：人次；%

名次	114 年			113 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
1	北部地區	1,795	90.29	北部地區	1,662	82.24
2	中部地區	577	29.02	南部地區	565	27.96
3	南部地區	455	22.89	中部地區	595	29.44
4	東部地區	61	3.07	東部地區	60	2.97
5	離島地區	5	0.25	離島地區	8	0.40

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，各地區加總超過 100%。
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，114 年新南向主力 7 國觀光團體與非觀光團體遊覽觀光景點所在地區以皆北部地區為最高，其次依序皆為中部地區、南部地區。

表 9-3-8　114 年新南向主力 7 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	新南向主力 7 國全體			新南向主力 7 國觀光團體			新南向主力 7 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	1,795	90.29	北部地區	242	97.19	北部地區	1,553	89.30
2	中部地區	577	29.02	中部地區	216	86.75	中部地區	361	20.76
3	南部地區	455	22.89	南部地區	149	59.84	南部地區	306	17.60
4	東部地區	61	3.07	東部地區	5	2.01	東部地區	56	3.22
5	離島地區	5	0.25	離島地區	-	-	離島地區	5	0.29

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，各地區加總超過 100%。
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，114 年新南向主力 7 國受訪旅客 1,988 人中，遊覽夜市依序為士林夜市(34.36%)、饒河街夜市(24.04%)、寧夏夜市(17.30%)等。

表 9-3-9　新南向主力 7 國受訪旅客遊覽夜市排名

單位：人次；%

名次	114 年			113 年		
	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	683	34.36	士林夜市	772	38.20
2	饒河街夜市	478	24.04	饒河街夜市	622	30.78
3	寧夏夜市	344	17.30	寧夏夜市	305	15.09
4	臺中逢甲夜市	233	11.72	臺中逢甲夜市	258	12.77
5	基隆廟口夜市	137	6.89	高雄六合夜市	215	10.64
6	高雄六合夜市	100	5.03	基隆廟口夜市	149	7.37
7	宜蘭羅東夜市	98	4.93	高雄瑞豐夜市	122	6.04
8	臺中一中街夜市	89	4.48	臺南花園夜市	61	3.02
9	南機場夜市	69	3.47	中壢新民夜市	45	2.23
10	華西街夜市	54	2.72	臺中一中街夜市	43	2.13

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，114 年新南向主力 7 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、饒河街夜市等；新南向主力 7 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、寧夏夜市等。

表 9-3-10　114 年新南向主力 7 國受訪旅客遊覽夜市排名－依旅遊型態分

單位：人次；%

名次	新南向主力 7 國全體			新南向主力 7 國觀光團體			新南向主力 7 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	683	34.36	士林夜市	131	52.61	士林夜市	552	31.74
2	饒河街夜市	478	24.04	臺中逢甲夜市	113	45.38	饒河街夜市	436	25.07
3	寧夏夜市	344	17.30	饒河街夜市	42	16.87	寧夏夜市	332	19.09
4	臺中逢甲夜市	233	11.72	臺中一中街夜市	32	12.85	基隆廟口夜市	136	7.82
5	基隆廟口夜市	137	6.89	高雄六合夜市	20	8.03	臺中逢甲夜市	120	6.90
6	高雄六合夜市	100	5.03	寧夏夜市	12	4.82	宜蘭羅東夜市	95	5.46
7	宜蘭羅東夜市	98	4.93	嘉義文化路夜市	6	2.41	高雄六合夜市	80	4.60
8	臺中一中街夜市	89	4.48	宜蘭羅東夜市	3	1.20	南機場夜市	68	3.91
9	南機場夜市	69	3.47	臺南大東夜市	2	0.80	臺中一中街夜市	57	3.28
10	華西街夜市	54	2.72	花蓮東大門夜市	2	0.80	華西街夜市	53	3.05
				高雄新興夜市	2	0.80			

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，114 年新南向主力 7 國受訪旅客最喜歡景點依序為阿里山(喜歡比率 51.94%)、日月潭(喜歡比率 34.72%)、陽明山(喜歡比率 17.22%)、九份 (喜歡比率 16.07%)等。

表 9-3-11　新南向主力 7 國受訪旅客最喜歡景點排名

名次	114 年			113 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
1	阿里山	10.36	51.94%	日月潭	19.35	36.83%
2	日月潭	21.73	34.72%	九份	43.84	17.72%
3	陽明山	15.19	17.22%	駁二藝術特區	10.64	17.21%
4	九份	46.33	16.07%	淡水	30.38	14.98%
5	淡水	25.45	12.85%	西門町(含西門紅樓)	58.24	14.44%
6	臺北 101	68.71	12.01%	夜市	85.90	13.42%
7	平溪	35.36	11.95%	平溪	33.00	13.34%
8	西門町(含西門紅樓)	64.54	11.69%	陽明山	13.61	12.73%
9	北投	11.87	8.90%	野柳	19.10	11.14%
10	野柳	22.59	8.02%	故宮博物院	14.30	10.38%

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，114 年新南向主力 7 國觀光團體受訪旅客最喜歡景點依序為阿里山、日月潭、佛光山、陽明山等；新南向主力 7 國非觀光團體受訪旅客最喜歡景點依序為日月潭、礁溪、九份、陽明山等。

表 9-3-12　114 年新南向主力 7 國受訪旅客最喜歡景點排名－依旅遊型態分

名次	新南向主力 7 國全體			新南向主力 7 國觀光團體			新南向主力 7 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	阿里山	10.36	51.94%	阿里山	42.17	44.76%	日月潭	13.63	36.71%
2	日月潭	21.73	34.72%	日月潭	78.31	32.31%	礁溪	10.87	18.52%
3	陽明山	15.19	17.22%	佛光山	10.84	25.93%	九份	43.24	17.95%
4	九份	46.33	16.07%	陽明山	24.10	15.00%	陽明山	13.92	17.77%
5	淡水	25.45	12.85%	清境農場	30.92	11.69%	淡水	25.93	13.97%
6	臺北 101	68.71	12.01%	彩虹眷村	13.25	9.09%	臺北 101	65.27	13.66%
7	平溪	35.36	11.95%	九份	67.87	7.69%	平溪	32.60	13.23%
8	西門町(含西門紅樓)	64.54	11.69%	夜市	95.18	6.75%	西門町(含西門紅樓)	65.32	12.41%
9	北投	11.87	8.90%	平溪	54.62	6.62%	北投	10.70	10.75%
10	野柳	22.59	8.02%	杉林溪森林生態渡假園區	18.47	6.52%	野柳	17.77	10.68%

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 9-3-13 可知，114 年新南向主力 7 國受訪旅客 1,988 人中，住宿地點以旅館(84.71%)為最多，其次為親友家(17.96%)，第三為民宿(4.78%)。

表 9-3-13　新南向主力 7 國受訪旅客住宿地點

單位：人次；%

住宿地點	114 年		113 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率
旅館	**1,684**	**84.71**	**1,736**	**85.90**
親友家	**357**	**17.96**	**350**	**17.32**
民宿	**95**	**4.78**	**190**	**9.40**
宿舍	20	1.01	11	0.54
寺廟.修道院或教會	5	0.25	2	0.10
租屋	1	0.05	6	0.30
其他	-	-	1	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。

2、住宿旅館的整體滿意度

由表9-3-14可知，114年新南向主力7國受訪旅客1,988人中，有1,684人住宿地點為旅館，有 90.44%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4.20分，標準差為0.61分。

表 9-3-14　新南向主力 7 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
114 年	1,684	1,523	500	1,023	152	9	9	-
	100.00	90.44	29.69	60.75	9.03	0.53	0.53	-
113 年	1,736	1,622	449	1,173	109	5	5	-
	100.00	93.43	25.86	67.57	6.28	0.29	0.29	-

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，114 年受訪旅客 1,988 人中，有 95 人住宿地點為民宿，有 90.53%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 4.15 分，標準差為 0.60 分。

表 9-3-15　新南向主力 7 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
114 年	95	86	24	62	8	1	1	-
	100.00	90.53	25.26	65.26	8.42	1.05	1.05	-
113 年	190	166	44	122	20	4	4	-
	100.00	87.36	23.16	64.20	10.53	2.11	2.11	-

註:「-」表示無調查樣本。

（四）參加活動情形

由表 9-3-16 可知，114 年與 113 年新南向主力 7 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 9-3-16　新南向主力 7 國受訪旅客在我國期間參加活動

單位：人次；%

參加活動	114 年		113 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率
購物	**1,917**	**96.43**	**1,908**	**94.41**
逛夜市	**1,822**	**91.65**	**1,778**	**87.98**
參觀古蹟	**1,362**	**68.51**	**1,136**	**56.21**
登山、健行	459	23.09	344	17.02
參觀展覽	372	18.71	185	9.15
泡溫泉浴	344	17.30	257	12.72
生態旅遊(含賞花、鳥、蝶等)	326	16.40	253	12.52
夜總會、PUB 活動	322	16.20	211	10.44
按摩、指壓	312	15.69	193	9.55
休閒農場	284	14.29	142	7.03
水域活動(含遊湖、潛水等)	227	11.42	317	15.69
遊樂園	209	10.51	163	8.07
參觀藝文表演活動(含演唱會)	111	5.58	220	10.89
參觀節慶活動(含宗教活動)	85	4.28	60	2.97
部落觀光	51	2.57	30	1.48
觀光工廠	37	1.86	32	1.58
醫療保健	7	0.35	5	0.25
運動或賽事(含自行車旅遊)	6	0.30	7	0.35
其他	7	0.35	8	0.40

註：1.本題為複選題。
2.「-」表示無調查樣本。

就旅遊型態而言，由表 9-3-17 可知，114 年新南向主力 7 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、生態旅遊、登山.健行等；新南向主力 7 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、參觀展覽等。

表 9-3-17　114 年新南向主力 7 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	新南向主力 7 國 全體		新南向主力 7 國 觀光團體		新南向主力 7 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	**1,917**	**96.43**	**243**	**97.59**	**1,674**	**96.26**
逛夜市	**1,822**	**91.65**	**236**	**94.78**	**1,586**	**91.20**
參觀古蹟	**1,362**	**68.51**	**230**	**92.37**	**1,132**	**65.09**
登山、健行	459	23.09	89	35.74	370	21.28
參觀展覽	372	18.71	44	17.67	328	18.86
泡溫泉浴	344	17.30	40	16.06	304	17.48
生態旅遊(含賞花、鳥、蝶等)	326	16.40	100	40.16	226	13.00
夜總會、PUB 活動	322	16.20	48	19.28	274	15.76
按摩、指壓	312	15.69	15	6.02	297	17.08
休閒農場	284	14.29	84	33.73	200	11.50
水域活動(含遊湖、潛水等)	227	11.42	34	13.65	193	11.10
遊樂園	209	10.51	75	30.12	134	7.71
參觀藝文表演活動(含演唱會)	111	5.58	21	8.43	90	5.18
參觀節慶活動(含宗教活動)	85	4.28	6	2.41	79	4.54
部落觀光	51	2.57	11	4.42	40	2.30
觀光工廠	37	1.86	9	3.61	28	1.61
醫療保健	7	0.35	-	0.00	7	0.40
運動或賽事(含自行車旅遊)	6	0.30	1	0.40	5	0.29
其他	7	0.35	-	0.00	7	0.40

註：1.本題為複選題。
2.「-」表示無調查樣本。

四、 新南向主力 7 國市場受訪旅客支出概況

（一）支出概況

由表 9-4-1 可知，114 年新南向主力 7 國受訪旅客平均每人每日支出為 163.24 美元，其中以旅館內支出費 64.14 美元為最多，占 39.29%，其次為旅館外餐飲費 35.30 美元，占 21.62%，第三為購物費 34.18 美元，占 20.94%。

表 9-4-1　新南向主力 7 國受訪旅客平均每人每日支出細項

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
114 年	金額	163.24	64.14	35.30	16.55	8.44	4.63	34.18
	結構比	100.00%	39.29%	21.62%	10.14%	5.17%	2.84%	20.94%
113 年	金額	161.60	66.21	33.66	16.71	6.42	4.47	34.13
	結構比	100.00%	40.97%	20.83%	10.34%	3.97%	2.77%	21.12%

由表 9-4-2 可知，114 年新南向主力 7 國受訪旅客購物費支出項目中以購買名產或特產的比率最高，占 34.08%，其次為服飾或相關配件，占 28.56%。

表 9-4-2　新南向主力 7 國受訪旅客平均每人每日購物費細項支出金額

購物費支出項目	114 年		113 年	
	支出金額(美元)	百分比	支出金額(美元)	百分比
總計	34.18	100.00%	34.13	100.00%
服飾或相關配件	**9.76**	**28.56%**	**10.02**	**29.36%**
珠寶或玉器類	0.89	2.60%	0.30	0.88%
紀念品或手工藝品類	**4.01**	**11.73%**	2.66	7.79%
化妝品或香水類	3.49	10.21%	**2.77**	**8.12%**
名產或特產	**11.65**	**34.08%**	**13.29**	**38.93%**
煙或酒類	0.93	2.72%	0.90	2.64%
藥品類或健康食品	0.49	1.44%	0.60	1.76%
電子或電器產品	0.91	2.66%	1.17	3.43%
茶葉	1.91	5.59%	2.33	6.83%
其他	0.14	0.41%	0.09	0.26%

由表 9-4-3 可知，114 年新南向主力 7 國觀光團體旅客在臺每人每日平均支出為 191.35 美元，在支出結構中，以旅館內支出費 70.11 美元為最多，占 36.64%，其次為購物費 41.63 美元，占 21.76%。

114 年新南向主力 7 國非觀光團體旅客在臺每人每日平均支出為 159.11 美元，在支出結構中，以旅館內支出費 63.24 美元為最多，占 39.75%，其次為旅館外餐飲費 35.15 美元，占 22.09%。

與非觀光團體受訪旅客相比較，114 年新南向主力 7 國觀光團體受訪旅客平均每人每日支出較非觀光團體高出 32.24 美元。在支出結構中，所有支出細項均以觀光團受訪旅客較高。

由表 9-4-4 可知，114 年新南向主力 7 國觀光團體受訪旅客平均每人每日支出金額之購物費細項，以名產或特產為最高，其次為化妝品或香水類；新南向主力 7 國非觀光團體受訪旅客以名產或特產為最高，其次為服飾或相關配件。

表 9-4-3　114 年新南向主力 7 國受訪旅客平均每人每日支出細項－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
新南向主力 7 國全體	金額	163.24	64.14	35.30	16.55	8.44	4.63	34.18
	結構比	100.00%	39.29%	21.62%	10.14%	5.17%	2.84%	20.94%
新南向主力 7 國觀光團體	金額	191.35	70.11	36.14	26.44	10.55	6.48	41.63
	結構比	100.00%	36.64%	18.89%	13.82%	5.51%	3.38%	21.76%
新南向主力 7 國非觀光團體	金額	159.11	63.24	35.15	15.14	8.13	4.35	33.10
	結構比	100.00%	39.75%	22.09%	9.52%	5.11%	2.73%	20.80%

註：1.新南向主力 7 國全體樣本數為 1,988 人。
2.新南向主力 7 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」之新南向主力 7 國旅客，樣本數為 249 人。
3.新南向主力 7 國非觀光團體：新南向主力 7 國觀光團體除外之新南向主力 7 國旅客，樣本數為 1,739 人。

表 9-4-4　114 年新南向主力 7 國受訪旅客平均每人每日購物費細項支出金額－依旅遊型態分

單位：美元

購物費支出項目	新南向主力 7 國全體		新南向主力7國觀光團體		新南向主力7國非觀光團體	
	支出金額	百分比	支出金額	百分比	支出金額	百分比
總計	34.18	100.00%	41.63	100.00%	33.10	100.00%
服飾或相關配件	**9.76**	**28.56%**	**7.20**	**17.30%**	**10.11**	**30.54%**
珠寶或玉器類	0.89	2.60%	0.10	0.24%	1.00	3.02%
紀念品或手工藝品類	**4.01**	**11.73%**	4.18	10.04%	**3.99**	**12.05%**
化妝品或香水類	3.49	10.21%	**8.33**	**20.01%**	2.80	8.46%
名產或特產	**11.65**	**34.08%**	**15.38**	**36.94%**	**11.11**	**33.57%**
煙或酒類	0.93	2.72%	0.59	1.42%	0.98	2.96%
藥品類或健康食品	0.49	1.44%	0.65	1.56%	0.47	1.42%
電子或電器產品	0.91	2.66%	1.42	3.41%	0.84	2.54%
茶葉	1.91	5.59%	3.78	9.08%	1.64	4.96%
其他	0.14	0.41%	0.00	0.00%	0.16	0.48%

註：1.新南向主力 7 國全體樣本數為 1,988 人。
2.新南向主力 7 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」之新南向主力 7 國旅客，樣本數為 249 人。
3.新南向主力 7 國非觀光團體：新南向主力 7 國觀光團體除外之新南向主力 7 國旅客，樣本數為 1,739 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，114 年新南向主力 7 國受訪旅客 1,988 人中，使用過退稅服務者有 640 人，占 32.19%，較 113 年增加 4.93 個百分點。

表 9-4-5　新南向主力 7 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	114 年		113 年	
	人數	百分比	人數	百分比
總計	1,988	100.00	2,021	100.00
是	640	32.19	551	27.26
否	1,348	67.81	1,470	72.74

2、購物退稅手續是否簡便

由表 9-4-6 可知，114 年新南向主力 7 國受訪旅客使用過購物退稅服務的有 640 人，有 99.53%覺得購物退稅手續簡便。

表 9-4-6　新南向主力 7 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	114 年		113 年	
	人數	百分比	人數	百分比
總計	640	100.00	551	100.00
是	637	99.53	548	99.46
否	3	0.47	3	0.54

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 9-4-7 可知，114 年 1,988 位新南向主力 7 國受訪旅客中，來臺前有預付費用者共 1,074 人，占 54.02%。

表 9-4-7　新南向主力 7 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	114 年		113 年	
	人數	百分比	人數	百分比
總計	1,988	100.00	2,021	100.00
有預付	1,074	54.02	1,163	57.55
沒有預付	914	45.98	858	42.45

2、來臺前預付費用項目

由表 9-4-8 可知，114 年新南向主力 7 國受訪旅客來臺前有預付費用的 1,074 人，預付項目以旅館內支出費為最多(96.18%)。

表 9-4-8　新南向主力 7 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	114 年		113 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率
旅館內支出費	**1,033**	**96.18**	**1,103**	**94.84**
旅館外餐飲費	334	31.10	**328**	**28.20**
在臺境內交通費	**382**	**35.57**	**363**	**31.21**
娛樂費	331	30.82	181	15.56
雜費	**423**	**39.39**	273	23.47
購物費	2	0.19	3	0.26

註：本題為複選題。

五、 新南向主力 7 國市場受訪旅客對臺灣最深刻的印象

由表 9-5-1 可知，114 年新南向主力 7 國受訪旅客對臺灣留下的深刻印象依序為逛夜市(83.65%)、美食佳餚(83.20%)、自然風光(74.45%)、人情味濃厚(52.36%)、便利商店(45.62%)等。

表 9-5-1　新南向主力 7 國受訪旅客對臺灣深刻的印象

單位：人次；%

深刻印象	114 年		113 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率
逛夜市	**1,663**	**83.65**	**1,568**	**77.59**
美食佳餚	**1,654**	**83.20**	**1,760**	**87.09**
自然風光	**1,480**	**74.45**	**1,474**	**72.93**
人情味濃厚	1,041	52.36	919	45.47
便利商店	907	45.62	770	38.10
歷史古蹟	759	38.18	666	32.95
都會不夜城	684	34.41	417	20.63
地方特產	612	30.78	618	30.58
泡溫泉	249	12.53	168	8.31
宗教文化	154	7.75	217	10.74
景點	120	6.04	212	10.49
單車賞景	64	3.22	107	5.29
醫療保健	46	2.31	25	1.24
節慶活動或表演(含演唱會)	44	2.21	…	…
書店	44	2.21	25	1.24
原住民文化	37	1.86	25	1.24
旅館(或民宿)住宿體驗	25	1.26	14	0.69
節慶活動	…	…	28	1.39
其他	5	0.25	27	1.34

註：1.本題為複選題。

2.「…」表示無該調查項目。

由表 9-5-2 可知，114 年新南向主力 7 國觀光團體受訪旅客對臺灣最深刻的印象依序為逛夜市(84.34%)、自然風光(81.53%)、美食佳餚(76.71%)、便利商店(53.82%)等。新南向主力 7 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(84.13%)、逛夜市(83.55%)、自然風光(73.43%)、人情味濃厚(55.49%)等。

表 9-5-2　114 年新南向主力 7 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	新南向主力 7 國 全體		新南向主力 7 國 觀光團體		新南向主力 7 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
逛夜市	**1,663**	**83.65**	**210**	**84.34**	**1,453**	**83.55**
美食佳餚	**1,654**	**83.20**	**191**	**76.71**	**1,463**	**84.13**
自然風光	**1,480**	**74.45**	**203**	**81.53**	**1,277**	**73.43**
人情味濃厚	1,041	52.36	76	30.52	965	55.49
便利商店	907	45.62	134	53.82	773	44.45
歷史古蹟	759	38.18	115	46.18	644	37.03
都會不夜城	684	34.41	100	40.16	584	33.58
地方特產	612	30.78	66	26.51	546	31.40
泡溫泉	249	12.53	33	13.25	216	12.42
宗教文化	154	7.75	34	13.65	120	6.90
景點	120	6.04	19	7.63	101	5.81
單車賞景	64	3.22	2	0.80	62	3.57
醫療保健	46	2.31	2	0.80	44	2.53
節慶活動或表演(含演唱會)	44	2.21	3	1.20	41	2.36
書店	44	2.21	0	0.00	44	2.53
原住民文化	37	1.86	6	2.41	31	1.78
旅館(或民宿)住宿體驗	25	1.26	2	0.80	23	1.32
其他	5	0.25	0	0.00	5	0.29

註：1. 本題為複選題。
　　2.「-」表示無調查樣本。

六、 新南向主力 7 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，114 年新南向主力 7 國市場受訪旅客對此次來臺之各項滿意度皆大於4.29，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 4.66 分。

表 9-6-1　新南向主力 7 國受訪旅客此次來臺各項滿意度

來臺旅客各項滿意度		114 年		113 年	
		平均數	標準差	平均數	標準差
觀光便利性	入境通關手續便捷	4.50	0.56	4.53	0.55
	通訊 / 網路便利	4.59	0.60	4.59	0.56
	旅遊資訊取得方便	4.60	0.56	4.30	1.16
	境內交通便利	4.71	0.47	4.63	0.58
觀光環境國際化	路標及公共設施牌示易懂	4.42	0.61	4.26	0.92
	旅遊環境語言溝通良好	4.29	0.76	4.13	0.97
	臺灣民眾態度友善	4.69	0.49	4.68	0.51
環境安全性	遊憩環境安全	4.72	0.49	4.53	0.85
	社會治安良好	4.74	0.47	4.68	0.48
	住宿設施安全	4.68	0.51	4.57	0.73
	餐飲衛生良好	4.62	0.52	4.56	0.54
整體	來臺整體滿意度	4.66	0.49	4.59	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。

七、 新南向主力 7 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，就來臺之新南向主力 7 國受訪旅客而言，114 年 99.95%的新南向主力 7 國受訪旅客有再度訪臺的意願。

由表 9-7-2 得知，114 年有再度訪臺意願的新南向主力 7 國旅客，其主要目的以度假、休閒、遊憩最多，占 76.55%，其次是探親或訪友，占 12.73%。

由表 9-7-3 得知，114 年有 99.95%的新南向主力 7 國受訪旅客表示會推薦親友來臺灣旅遊。

表 9-7-1　新南向主力 7 國受訪旅客是否會再度訪臺情形

單位：人；%

是否會再度訪臺	114 年		113 年	
	人次	百分比	人次	百分比
總計	1,988	100.00	2,021	100.00
會	1,987	99.95	2,019	99.90
不會	1	0.05	2	0.10

表 9-7-2　新南向主力 7 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	114 年		113 年	
	人次	百分比	人次	百分比
總計	1,987	100.00	2,019	100.00
度假、休閒、遊憩	**1,521**	**76.55**	**1,626**	**80.53**
業務	**182**	**9.16**	**147**	**7.28**
國際會議或展覽	24	1.21	14	0.69
探親或訪友	**253**	**12.73**	**226**	**11.19**
求學	4	0.20	2	0.10
醫療	1	0.05	3	0.15
其他	2	0.10	1	0.05

表 9-7-3　新南向主力 7 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	114 年		113 年	
	人次	百分比	人次	百分比
總計	1,988	100.00	2,021	100.00
會	1,987	99.95	2,019	99.90
不會	1	0.05	2	0.10

八、新南向主力 7 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 可知，114 年旅行方式為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」的新南向主力 7 國觀光團體受訪旅客共有 249 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 4.51，標準差為 0.50，顯示傾向滿意。

表 9-8-1　新南向主力 7 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
114 年	249	249	126	123	-	-	-	-
	100.00	100.00	50.60	49.40	-	-	-	-
113 年	274	268	70	198	6	-	-	-
	100.00	97.81	25.55	72.26	2.19	-	-	-

註：「-」表示無調查樣本

表 9-8-2　新南向主力 7 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	114 年		113 年	
	平均數	標準差	平均數	標準差
整體滿意度	4.51	0.50	4.23	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。

（二）對旅行社安排的購物服務之觀感

針對 117 位新南向主力 7 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，114 年旅行社安排新南向主力 7 國觀光團體受訪旅客的購物次數以 1~2 次為最多，占 52.21%。

表 9-8-3　旅行社安排新南向主力 7 國觀光團體受訪旅客的購物次數

單位：人；%

購物次數	114 年		113 年	
	人數	百分比	人數	百分比
總計	249	100.00	274	100.00
0 次	**8**	**3.21**	-	-
1~2 次	**130**	**52.21**	**152**	**55.47**
3~4 次	**108**	**43.37**	**121**	**44.16**
5~6 次	3	1.21	**1**	**0.36**
7~8 次	-	-	-	-
9 次以上	-	-	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

114 年新南向主力 7 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 76.35%，詳見表 9-8-4。

表 9-8-4　新南向主力 7 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	114 年		113 年	
	人數	百分比	人數	百分比
總計	241	100.00	274	100.00
很便宜	-	-	1	0.36
便宜	**9**	**3.73**	**4**	**1.46**
實在	**184**	**76.35**	**176**	**64.23**
貴	**45**	**18.67**	**91**	**33.21**
很貴	3	1.25	2	0.73

註：「-」表示無調查樣本。

九、 新南向主力 7 國市場受訪旅客在臺境內搭乘交通工具分析

114 年新南向主力 7 國受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具，以捷運(77.62%)為最多，其次依序為臺鐵(46.68%) 、計程車(45.77%)、公民營客運(40.90%)等，詳見表 9-9-1。

表 9-9-1　新南向主力 7 國受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具

單位：人次；%

交通工具	114 年		113 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率
捷運	**1,543**	**77.62**	**1,557**	**77.04**
臺鐵	**928**	**46.68**	**855**	**42.31**
計程車	**910**	**45.77**	**977**	**48.34**
公民營客運	813	40.90	668	33.05
Uber(多元化計程車)	364	18.31	317	15.69
遊覽車	344	17.30	348	17.22
高鐵	278	13.98	296	14.65
公共自行車	157	7.90	90	4.45
小客車租賃	135	6.79	106	5.24
船舶	92	4.63	127	6.28
飛機	6	0.30	8	0.40
其他	181	9.10	337	16.67

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。

114 年新南向主力 7 國觀光團體受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具，以遊覽車(75.90%)為最多，其次依序為公民營客運(19.68%)、計程車(7.63%)等；新南向主力 7 國非觀光團體受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具，以捷運(88.21%)為最多，其次依序為臺鐵 (53.08%)、計程車(51.24%)、公民營客運(43.93%)等，詳見表 9-9-2。

表 9-9-2　114 年新南向主力 7 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	新南向主力 7 國 全體		新南向主力 7 國 觀光團體		新南向主力 7 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
捷運	**1,543**	**77.62**	9	3.61	**1,534**	**88.21**
臺鐵	**928**	**46.68**	5	2.01	**923**	**53.08**
計程車	**910**	**45.77**	**19**	**7.63**	**891**	**51.24**
公民營客運	813	40.90	**49**	**19.68**	764	43.93
Uber(多元化計程車)	364	18.31	8	3.21	356	20.47
遊覽車	344	17.30	**189**	**75.90**	155	8.91
高鐵	278	13.98	5	2.01	273	15.70
公共自行車	157	7.90	2	0.80	155	8.91
小客車租賃	135	6.79	5	2.01	130	7.48
船舶	92	4.63	18	7.23	74	4.26
飛機	6	0.30	-	-	6	0.35
其他	181	9.10	3	1.20	178	10.24

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，114 年有 99.20%的新南向主力 7 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 4.69，標準差為 0.49。

表 9-9-3　新南向主力 7 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
114 年	1,988	1,972	1,389	583	10	6	6	-
	100.00	99.20	69.87	29.33	0.50	0.30	0.30	-
113 年	2,021	2,008	1,323	685	9	4	4	-
	100.00	99.35	65.46	33.89	0.45	0.20	0.20	-

註：「-」表示無調查樣本。

十、 新南向主力 7 國市場旅客將低碳環保納為選擇旅遊服務評估因素狀況

由表 9-10-1 可知，有 47.79%的新南向主力 7 國受訪旅客表示有將低碳環保納為選擇旅遊服務的評估因素。其中納入評估的旅遊服務以交通為最多，其次為住宿。

表 9-10-1　114 年新南向主力 7 國受訪旅客是否將低碳環保納為選擇旅遊服務的評估因素

單位：人；%

是否將低碳環保納為旅遊服務評估因素	人數	百分比
總計	1,988	100.00
是	950	47.79
否	1,038	52.21

表 9-10-2　114 年新南向主力 7 國受訪旅客有將低碳環保納為評估因素的旅遊服務

單位：人次；%

納為評估因素的旅遊服務	人次	相對百分率
交通	**797**	**83.89**
住宿	**489**	**51.47**
景點	**431**	**45.37**
購物	380	40.00
用餐地點	252	26.53
其他	1	0.11

註：1.本題項係針對有將低碳環保納為選擇旅遊服務的評估因素之受訪旅客進行分析。
2.本題為複選題。

拾、調查結果-美國市場旅客分析

一、 美國市場受訪旅客基本特性

（一）旅客分布情形

由表 10-1-1 可知，114 年美國受訪旅客占全體受訪旅客的比率為 8.42%，較 113 年及 108 年增加。

表 10-1-1　美國受訪旅客占全體受訪旅客的比率

單位：人；%

市場	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
美國	556	8.42	545	8.23	421	4.92

（二）來臺主要目的

由表 10-1-2 可知，114 年和 113 年美國受訪旅客來臺主要目的皆以「度假、休閒、遊憩」為最多，其次為「探親或訪友」。

表 10-1-2　美國受訪旅客之來臺主要目的分布

單位：人；%

來臺主要目的	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	556	100.00	545	100.00	421	100.00
度假、休閒、遊憩	**271**	**48.74**	**220**	**40.37**	**143**	**33.97**
業務	**111**	**19.96**	**130**	**23.85**	**94**	**22.33**
國際會議或展覽	35	6.29	15	2.75	3	0.71
探親或訪友	**106**	**19.06**	**166**	**30.46**	**173**	**41.09**
求學	9	1.62	2	0.37	3	0.71
醫療	9	1.62	8	1.47	-	-
其他	15	2.71	4	0.73	5	1.19

註：「-」表示無調查樣本。

（三）最高學歷

由表 10-1-3 可知，114 年與 113 年、108 年美國受訪旅客最高學歷皆以大專為最多。

表 10-1-3　美國受訪旅客之最高學歷分布

單位：人；%

最高學歷	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	556	100.00	545	100.00	421	100.00
小學、中學肄畢(含高職)	**61**	**10.97**	**18**	**3.30**	**33**	**7.84**
大專	**376**	**67.63**	**374**	**68.62**	**276**	**65.56**
碩、博士	**118**	**21.22**	**152**	**27.89**	**111**	**26.37**
其他	-	-	-	-	-	-
未回答	1	0.18	1	0.18	1	0.24

註：「-」表示無調查樣本。

（四）工作別

由表 10-1-4 可知，114 年與 113 年、108 年美國受訪旅客皆以專業人員為最多。

表 10-1-4　美國受訪旅客之工作別分布

單位：人；%

工作別	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	556	100.00	545	100.00	421	100.00
民意代表、主管及經理人員	**92**	**16.55**	**89**	**16.33**	**83**	**19.71**
專業人員	**135**	**24.28**	**142**	**26.06**	**193**	**45.84**
技術員及助理專業人員	58	10.43	**86**	**15.78**	11	2.61
事務支援人員	38	6.83	55	10.09	6	1.43
服務及銷售工作人員	**62**	**11.15**	35	6.42	22	5.23
農、林、漁、牧業生產人員	8	1.44	13	2.39	-	-
技藝有關工作人員	19	3.42	20	3.67	3	0.71
機械設備操作及組裝人員	11	1.98	8	1.47	1	0.24
基層技術工及勞力工	4	0.72	2	0.37	-	-
軍人	3	0.54	…	…	…	…
家庭管理	20	3.60	10	1.83	10	2.38
學生	37	6.65	34	6.24	26	6.18
退休人員	60	10.79	45	8.26	**55**	**13.06**
其他	8	1.44	4	0.73	8	1.90
未回答	1	0.18	2	0.37	3	0.71

註：「…」表示無此選項；「-」表示無調查樣本。

（五）年收入

由表10-1-5可知，114年美國受訪旅客年收入以100,000美元以上為最多，其次為 70,000－99,999 美元；113 年以 100,000 美元為最多，其次為 70,000－99,999 美元；108 年則以無固定收入為最多，40,000-69,999 美元次之。

表 10-1-5　美國受訪旅客之年收入分布

單位：人；%

年收入	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	556	100.00	545	100.00	421	100.00
9,999 美元以下	8	1.44	19	3.49	4	0.95
10,000 – 14,999 美元	11	1.98	32	5.87	6	1.43
15,000 – 29,999 美元	14	2.52	66	12.11	20	4.75
30,000 – 39,999 美元	52	9.35	**89**	**16.33**	36	8.55
40,000 – 69,999 美元	**114**	**20.50**	83	15.23	**93**	**22.09**
70,000 – 99,999 美元	**119**	**21.40**	**90**	**16.51**	63	14.96
100,000 美元以上	**127**	**22.84**	**112**	**20.55**	**81**	**19.24**
無固定收入	110	19.78	53	9.72	**118**	**28.03**
未回答	1	0.19	1	0.18	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

二、 美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 114 年美國受訪旅客平均出發來臺前 60.95 天開始計劃行程，標準誤為 1.45 天，而依來臺主要目的分如表 10-2-1 所示。

表 10-2-1　美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	114 年		113 年	
	平均數	標準誤	平均數	標準誤
全體	60.95	1.45	41.72	1.20
度假、休閒、遊憩	69.07	1.61	46.51	1.16
業務	34.57	1.54	27.46	1.00
國際會議或展覽	48.02	8.82	39.06	10.64
探親或訪友	61.69	3.51	46.94	1.45
求學	163.21	29.04	70.00	50.00
醫療	75.20	8.42	56.78	12.78
其他	90.21	17.34	38.75	8.75

註：樣本數少於 50 人者(114 年國際會議或展覽 35 人，求學 9 人，醫療 9 人，其他 15 人；113 年國際會議或展覽 15 人，求學 2 人，醫療 8 人，其他 4 人)，其數值僅供參考。

114 年來臺主要或次要目的為度假、休閒、遊憩之美國受訪旅客共 486 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)美國度假、休閒、遊憩目的受訪旅客之旅遊資訊管道」及「(三)吸引美國旅客來臺度假、休閒、遊憩原因」兩小節，乃針對主要或次要目的為度假、休閒、遊憩之受訪旅客進行分析。

（二）美國度假、休閒、遊憩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，114 年美國來臺主要或次要目的為「度假、休閒、遊憩」之美國受訪旅客 459 人中，占 46.84%，與 113 年、108 年相近。

表 10-2-2　美國度假、休閒、遊憩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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	459	100.00	448	100.00	299	100.00
是	215	46.84	193	43.08	142	47.49
否	244	53.16	255	56.92	157	52.51

2. 來臺前從哪些管道看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導

114 年美國度假、休閒、遊憩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 215 人。由表 10-2-3 可知，其來源依序為社群網站(91.16%)、搜尋引擎(75.81%)、親友口碑(59.07%)、報章雜誌(31.63%)等。

表 10-2-3　美國度假、休閒、遊憩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	114 年		113 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	**163**	**75.81**	**149**	**77.20**	…	…
社群網站	**196**	**91.16**	**176**	**91.19**	…	…
電商平台	**35**	**16.28**	15	7.77	…	…
電視/電台	64	29.77	65	33.68	**29**	**20.42**
親友口碑	**127**	**59.07**	**110**	**56.99**	**45**	**31.69**
報章雜誌	68	31.63	36	18.65	7	4.93
戶外廣告或看板	32	14.88	4	2.07	4	2.82
地鐵.巴士.航空站等交通運具及場站	18	8.37	2	1.04	6	4.23
國際旅遊展覽或特殊活動	15	6.98	13	6.74	4	2.82
旅行社宣傳行程、摺頁	29	13.49	7	3.63	6	4.23
網際網路(含社群網路服務)	…	…	…	…	**90**	**63.38**

註：1. 本題為複選題，且針對主要或次要目的為度假、休閒、遊憩，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. 受臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導決定來臺度假、休閒、遊憩影響程度

由表 10-2-4 可知，114 年影響美國受訪旅客決定來臺觀光的管道，以社群網站(32.37%)影響程度為最高，其次為搜尋引擎(25.00%)，第三為親友口碑(23.34%)，其餘管道影響程度百分比均低於一成。

表 10-2-4　美國受訪旅客受臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導決定來臺影響程度

單位：%

觀光資訊管道	影響程度	
	114 年	113 年
合計	100.00	100.00
社群網站	**32.37**	**40.40**
搜尋引擎	**25.00**	**29.04**
親友口碑	**23.34**	**17.79**
電視、電台	7.53	6.91
報章雜誌	4.55	2.08
旅行社宣傳行程、摺頁	3.06	0.38
電商平台	2.32	1.61
國際旅遊展覽或特殊活動	0.83	1.42
戶外廣告或看板	0.75	0.09
地鐵.巴士.航空站等交通運具及場站	0.25	0.28

註：1.本題針對主要或次要目的為度假、休閒、遊憩，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

114 年美國度假、休閒、遊憩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 215 人，受訪旅客表示決定來臺影響程度較大的資訊內容以遊記 (73.49%)為最高，其次依序為旅客評論(73.02%)、攝影或影像紀錄(46.05%)等。

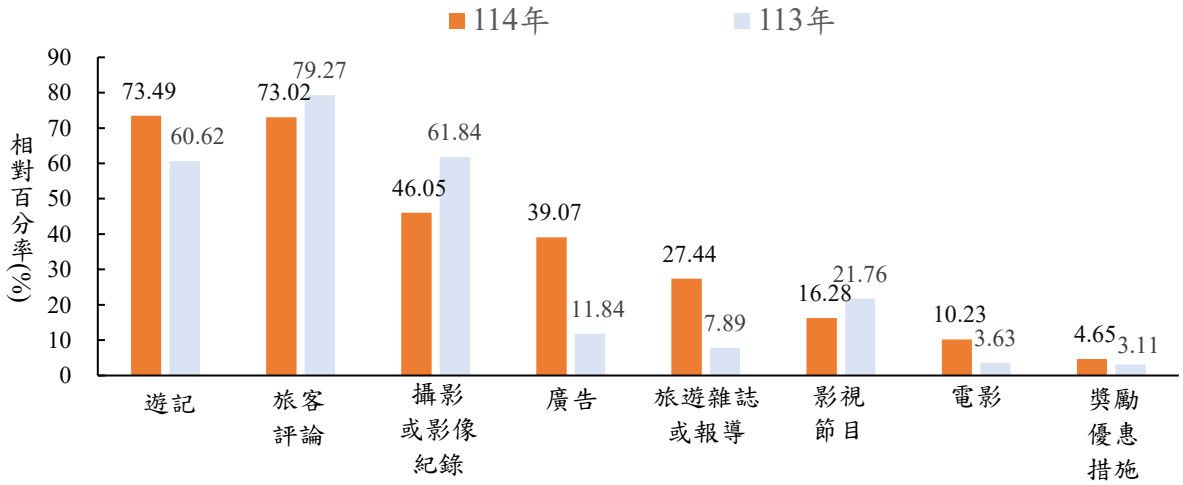


圖 10-2-1 美國度假、休閒、遊憩受訪旅客表示決定來臺影響程度較大的資訊內容

（三）吸引美國旅客來臺度假、休閒、遊憩原因

114 年來臺主要或次要目的為度假、休閒、遊憩之美國受訪旅客共 459 人，由表 10-2-5 可知，吸引其來臺度假、休閒、遊憩原因，以風光景色(71.90%)為最高，其次依序為美食或特色小吃(65.14%)、人民友善(58.17%)、臺灣民情風俗和文化(51.85%)、治安良好(47.74%)等。

表 10-2-5　吸引美國旅客來臺度假、休閒、遊憩原因

單位：人次；%

吸引來臺原因	114 年		113 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	**330**	**71.90**	**376**	**83.93**	**184**	**61.54**
美食或特色小吃	**299**	**65.14**	**393**	**87.72**	**224**	**74.92**
人民友善	**267**	**58.17**	**269**	**60.04**	51	17.06
臺灣民情風俗和文化	238	51.85	291	64.96	**68**	**22.74**
治安良好	219	47.71	262	58.48	10	3.34
購物	176	38.34	168	37.50	39	13.04
氣候宜人	171	37.25	159	35.49	12	4.01
歷史文物	163	35.51	115	25.67	31	10.37
距離居住地近	161	35.08	123	27.46	7	2.34
民主政治	100	21.79	149	33.26	7	2.34
夜間休閒活動	94	20.48	91	20.31	20	6.69
遊憩設施	27	5.88	22	4.91	1	0.33
醫療保健	26	5.66	16	3.57	3	1.00
節慶活動或表演(含演唱會)	15	3.27	…	…	…	…
運動或賽事	8	1.74	…	…	…	…
節慶活動	…	…	16	3.57	2	0.67
自行車旅遊	…	…	13	2.90	…	…
水果	…	…	…	…	42	14.05
花卉（含花博）	…	…	…	…	2	0.67
體育活動	…	…	…	…	-	-
其他	41	8.93	28	6.25	15	5.02

註：1.「…」表示無此選項；「-」表示無調查樣本。
2.本題為複選題，針對主要或次要目的為度假、休閒、遊憩之受訪旅客分析。

（四）旅行安排方式

由表 10-2-6 可知，114 年、113 年與 108 年美國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，皆超過五成。

表 10-2-6　美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或機票	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
114 年	556	33	83	54	9	377
	100.00	5.94	14.93	9.71	1.61	67.81
113 年	545	4	88	45	23	385
	100.00	0.73	16.15	8.26	4.22	70.64
108 年	421	8	4	173	3	233
	100.00	1.90	0.95	41.09	0.71	55.34

（五）美國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或機票」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」之美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 10-2-7 與表 10-2-8 可知，114 年該屬性美國受訪旅客共 63 人，其中有 44 人(69.84%)參加本地旅行社或線上旅行社(OTA)安排的行程，行程以 3 日遊為最多。

表 10-2-7　美國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	114 年		113 年	
	人數	百分比	人數	百分比
總計	63	100.00	68	100.00
有參加	44	69.84	53	77.94
沒有參加	19	30.16	15	22.06

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或機票」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 10-2-8　美國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	114 年		113 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率
半日遊	-	-	1	1.89
1 日遊	4	9.09	16	30.19
2 日遊	14	31.82	17	32.08
3 日遊以上	**26**	**59.09**	**19**	**35.85**

註：1.「-」表示無調查樣本。

2.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或機票」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。

3.本題為複選題。

三、 美國市場受訪旅客旅遊動向

（一）來臺次數

由表 10-3-1 可知，114 年美國受訪旅客近 3 年來臺次數以第 1 次來臺為最多，占 58.63%，其次為第 2 次，占 29.86%，第三為第 3 次，占 9.17%。

表 10-3-1　美國受訪旅客來臺次數

單位：人；%

旅客來臺次數	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	556	100.00	545	100.00	421	100.00
第 1 次	**326**	**58.63**	**268**	**49.17**	**169**	**40.14**
第 2 次	**166**	**29.86**	**178**	**32.66**	**111**	**26.37**
第 3 次	**51**	**9.17**	**78**	**14.31**	**75**	**17.81**
第 4 次	9	1.62	11	2.02	16	3.80
5 次以上	4	0.72	10	1.83	50	11.88

註：1. 114 年、108 年為「近 3 年來臺次數」
2. 113 年為「近 5 年來臺次數」。

由表 10-3-2 可知，114 年美國觀光團體受訪旅客最近 3 年來臺次數以第 1 次來臺為最多，占 54.55%，其次為第 2 次，占 33.33%；美國非觀光團體受訪旅客以第 1 次來臺為最多，占 58.89%，其次為第 2 次，占 29.64%。

表 10-3-2　114 年美國受訪旅客最近 3 年來臺次數－依旅遊型態分

單位：人；%

近 3 年來臺次數	美國全體		美國觀光團體		美國非觀光團體	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	556	100.00	33	5.94	523	94.06
第 1 次	**326**	**58.63**	**18**	**54.55**	**308**	**58.89**
第 2 次	**166**	**29.86**	**11**	**33.33**	**155**	**29.64**
第 3 次	**51**	**9.17**	1	3.03	**50**	**9.56**
第 4 次	9	1.62	**3**	**9.09**	6	1.15
5 次以上	4	0.72	-	-	4	0.76

註：1.美國全體樣本數為 556 人。
2.美國觀光團體：旅行方式為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」之美國旅客，樣本數為 33 人。
3.美國非觀光團體：觀光團體除外之美國旅客，樣本數為 523 人。

（二）遊覽地點

1、遊覽觀光景點

由表 10-3-3 可知，114 年美國受訪旅客 556 人中，受訪旅客來臺遊覽觀光景點依序為夜市(76.08%)、臺北 101 (50.36%)、西門町(含西門紅樓)(39.93%)、中正紀念堂 (36.87%)、信義計畫區商圈(33.63%)、故宮博物院(32.19%)等。

美國旅客遊覽景點前 10 名中，大稻埕排名均較 113 年及 108 年上升。

表 10-3-3　美國受訪旅客遊覽觀光景點排名

單位：人次；%

名次	114 年			113 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	423	76.08	夜市	389	71.38	夜市	305	72.45
2	臺北 101	280	50.36	臺北 101	322	59.08	臺北 101	218	51.78
3	西門町(含西門紅樓)	222	39.93	西門町(含西門紅樓)	240	44.04	西門町	117	27.79
4	中正紀念堂	205	36.87	信義計畫區商圈	212	38.90	中正紀念堂	91	21.62
5	信義計畫區商圈	187	33.63	中正紀念堂	204	37.43	九份	89	21.14
6	故宮博物院	179	32.19	故宮博物院	188	34.50	象山	79	18.76
7	陽明山	149	26.80	陽明山	169	31.01	故宮博物院	76	18.05
8	北投	127	22.84	北投	156	28.62	淡水	66	15.68
9	大稻埕	125	22.48	九份	149	27.34	陽明山	61	14.49
10	九份	111	19.96	淡水	123	22.57	艋舺龍山寺	56	13.30
11	艋舺龍山寺	110	19.78	臺北車站及商圈	97	17.80	平溪	47	11.16
12	淡水	94	16.91	艋舺龍山寺	95	17.43	北投	44	10.45
13	華山 1914 文化創意產業園區	86	15.47	平溪	89	16.33	信義計畫區商圈	36	8.55
14	臺北市永康街商圈	83	14.93	臺北市永康街商圈	86	15.78	野柳	36	8.55
15	象山	82	14.75	日月潭	73	13.39	國父紀念館	30	7.13
16	平溪	66	11.87	松山文化創意園區	72	13.21	太魯閣天祥	30	7.13
17	松山文化創意園區	62	11.15	野柳	64	11.74	日月潭	27	6.41
18	行天宮	59	10.61	華山 1914 文化創意產業園區	61	11.19	行天宮	25	5.94
19	大安森林公園	58	10.43	貓空	58	10.64	臺北市東區	24	5.70
20	貓空	56	10.07	南港經貿園區	58	10.64	旗津海岸公園	23	5.46

註：本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之景點整理。

由表 10-3-4 可知，114 年美國觀光團體受訪旅客遊覽景點排名依序為夜市、西門町(含西門紅樓)、故宮博物院、臺北 101、圓山等；美國非觀光團體受訪旅客遊覽景點依序為夜市、臺北 101、西門町(含西門紅樓)、中正紀念堂、信義計畫區商圈等。

表 10-3-4　114 年美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	美國全體			美國觀光團體			美國非觀光團體		
	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	423	76.08	夜市	28	84.85	夜市	395	75.53
2	臺北 101	280	50.36	西門町(含西門紅樓)	14	42.42	臺北 101	268	51.24
3	西門町(含西門紅樓)	222	39.93	故宮博物院	13	39.39	西門町(含西門紅樓)	208	39.77
4	中正紀念堂	205	36.87	臺北 101	12	36.36	中正紀念堂	199	38.05
5	信義計畫區商圈	187	33.63	圓山	11	33.33	信義計畫區商圈	178	34.03
6	故宮博物院	179	32.19	北投	10	30.30	故宮博物院	166	31.74
7	陽明山	149	26.80	信義計畫區商圈	9	27.27	陽明山	143	27.34
8	北投	127	22.84	士林夜市	9	27.27	饒河街夜市	127	24.28
9	大稻埕	125	22.48	安平古堡	8	24.24	士林夜市	120	22.94
10	九份	111	19.96	赤崁樓	8	24.24	大稻埕	118	22.56
11	艋舺龍山寺	110	19.78	愛河	8	24.24	北投	117	22.37
12	淡水	94	16.91	大稻埕	7	21.21	九份	106	20.27
13	華山 1914 文化創意產業園區	86	15.47	彩虹眷村	7	21.21	艋舺龍山寺	105	20.08
14	臺北市永康街商圈	83	14.93	中正紀念堂	6	18.18	淡水	88	16.83
15	象山	82	14.75	陽明山	6	18.18	華山 1914 文化創意產業園區	82	15.68
16	平溪	66	11.87	南港經貿園區	6	18.18	象山	81	15.49
17	松山文化創意園區	62	11.15	花博公園	6	18.18	臺北市永康街商圈	80	15.30
18	行天宮	59	10.61	淡水	6	18.18	寧夏夜市	63	12.05
19	大安森林公園	58	10.43	饒河街夜市	6	18.18	平溪	62	11.85
20	貓空	56	10.07	艋舺龍山寺	5	15.15	松山文化創意園區	59	11.28

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 10-3-5 可知，114 年美國受訪旅客 556 人中，遊覽觀光景點所在縣市依序為臺北市(80.04%)、新北市(41.37%)、臺中市(11.69%)、南投縣(10.61%)、高雄市(10.43%)等。

表 10-3-5　美國受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市排名

單位：人次；%

名次	114 年			113 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	445	80.04	臺北市	472	86.61	臺北市	332	78.86
2	新北市	230	41.37	新北市	252	46.24	新北市	158	37.53
3	臺中市	65	11.69	臺中市	89	16.33	高雄市	56	13.30
4	南投縣	59	10.61	南投縣	85	15.60	臺中市	35	8.31
5	高雄市	58	10.43	高雄市	76	13.94	南投縣	34	8.08
6	桃園市	53	9.53	臺南市	67	12.29	花蓮縣	32	7.60
7	臺南市	52	9.35	桃園市	54	9.91	屏東縣	25	5.94
8	宜蘭縣	52	9.35	宜蘭縣	52	9.54	臺南市	23	5.46
9	基隆市	46	8.27	基隆市	47	8.62	臺東縣	22	5.23
10	嘉義縣	32	5.76	嘉義縣	36	6.61	基隆市	12	2.85
11	新竹市	24	4.32	新竹市	29	5.32	桃園市	11	2.61
12	花蓮縣	19	3.42	屏東縣	27	4.95	宜蘭縣	11	2.61
13	彰化縣	18	3.24	彰化縣	24	4.40	嘉義縣	11	2.61
14	嘉義市	18	3.24	花蓮縣	20	3.67	新竹市	4	0.95
15	臺東縣	13	2.34	嘉義市	14	2.57	苗栗縣	3	0.71
16	新竹縣	10	1.80	臺東縣	14	2.57	彰化縣	3	0.71
17	屏東縣	9	1.62	澎湖縣	12	2.20	新竹縣	1	0.24
18	苗栗縣	6	1.08	苗栗縣	11	2.02	雲林縣	-	-
19	雲林縣	3	0.54	新竹縣	10	1.83	澎湖縣	-	-
20	澎湖縣	-	-	雲林縣	7	1.28	嘉義市	-	-
21	金門縣	-	-	金門縣	1	0.18	金門縣	-	-
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，各縣市加總超過 100%。
2.「-」表示無調查樣本。

由表 10-3-6 可知，114 年美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、臺中市、臺南市、高雄市等；美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、臺中市、南投縣、桃園市及宜蘭縣等。

表 10-3-6　114 年美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	美國全體			美國觀光團體			美國非觀光團體		
	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	445	80.04	臺北市	24	72.73	臺北市	421	80.50
2	新北市	230	41.37	新北市	10	30.30	新北市	220	42.07
3	臺中市	65	11.69	臺中市	9	27.27	臺中市	56	10.71
4	南投縣	59	10.61	臺南市	8	24.24	南投縣	54	10.33
5	高雄市	58	10.43	高雄市	8	24.24	桃園市	51	9.75
6	桃園市	53	9.53	基隆市	6	18.18	宜蘭縣	51	9.75
7	臺南市	52	9.35	南投縣	5	15.15	高雄市	50	9.56
8	宜蘭縣	52	9.35	桃園市	2	6.06	臺南市	44	8.41
9	基隆市	46	8.27	新竹市	2	6.06	基隆市	40	7.65
10	嘉義縣	32	5.76	嘉義市	2	6.06	嘉義縣	30	5.74
11	新竹市	24	4.32	嘉義縣	2	6.06	新竹市	22	4.21
12	花蓮縣	19	3.42	新竹縣	1	3.03	彰化縣	18	3.44
13	彰化縣	18	3.24	宜蘭縣	1	3.03	花蓮縣	18	3.44
14	嘉義市	18	3.24	花蓮縣	1	3.03	嘉義市	16	3.06
15	臺東縣	13	2.34	苗栗縣	-	-	臺東縣	13	2.49
16	新竹縣	10	1.80	彰化縣	-	-	新竹縣	9	1.72
17	屏東縣	9	1.62	雲林縣	-	-	屏東縣	9	1.72
18	苗栗縣	6	1.08	屏東縣	-	-	苗栗縣	6	1.15
19	雲林縣	3	0.54	臺東縣	-	-	雲林縣	3	0.57
20	澎湖縣	-	-	澎湖縣	-	-	澎湖縣	-	-
21	金門縣	-	-	金門縣	-	-	金門縣	-	-
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，各縣市加總超過 100%。
2.「-」表示無調查樣本。

由表 10-3-7 可知，114 年美國受訪旅客 556 人中，遊覽觀光景點所在地區依序為北部地區(59.57%)、南部地區(20.14%)、中部地區(19.78%)、東部地地區(4.68%)。前三高遊覽觀光景點所在地區排名順序與 113 年一致。

表 10-3-7　美國受訪旅客遊覽觀光景點所在地區排名

單位：人次；%

名次	114 年			113 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	498	89.57	北部地區	495	90.83	北部地區	342	81.24
2	南部地區	112	20.14	南部地區	128	23.49	南部地區	84	19.95
3	中部地區	110	19.78	中部地區	126	23.12	中部地區	59	14.01
4	東部地區	26	4.68	東部地區	29	5.32	東部地區	36	8.55
5	離島地區	-	-	離島地區	13	2.39	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，各地區加總超過 100%。
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。

由表 10-3-8 可知，114 年美國觀光團體遊覽觀光景點所在地區以北部地區為最高，其次依序為南部地區、中部地區、東部地區；美國非觀光團體以北部地區為最高，其次為南部地區、中部地區，第三為東部地區。

表 10-3-8　114 年美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	美國全體			美國觀光團體			美國非觀光團體		
	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	498	89.57	北部地區	25	75.76	北部地區	473	90.44
2	南部地區	112	20.14	南部地區	11	33.33	南部地區	101	19.31
3	中部地區	110	19.78	中部地區	9	27.27	中部地區	101	19.31
4	東部地區	26	4.68	東部地區	1	3.03	東部地區	25	4.78
5	離島地區	-	-	離島地區	-	-	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，各地區加總超過 100%。
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 10-3-9 可知，114 年美國受訪旅客 556 人中，遊覽夜市依序為饒河街夜市(23.92%)、士林夜市(23.20%)、寧夏夜市(13.58%)等。

表 10-3-9　美國受訪旅客遊覽夜市排名

單位：人次；%

名次	114 年			113 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	133	23.92	饒河街夜市	189	34.68	士林夜市	174	41.33
2	士林夜市	129	23.20	士林夜市	188	34.50	饒河街夜市	55	13.06
3	寧夏夜市	64	11.51	寧夏夜市	89	16.33	寧夏夜市	55	13.06
4	高雄六合夜市	29	5.22	臺中逢甲夜市	59	10.83	臺中逢甲夜市	26	6.18
5	臨江街夜市	27	4.86	高雄六合夜市	43	7.89	師大夜市	18	4.28
6	師大夜市	26	4.68	臨江街夜市	25	4.59	高雄六合夜市	18	4.28
7	宜蘭羅東夜市	25	4.50	臺中一中街夜市	21	3.85	華西街夜市	14	3.33
8	臺中逢甲夜市	25	4.50	基隆廟口夜市	20	3.67	基隆廟口夜市	12	2.85
9	基隆廟口夜市	22	3.96	華西街夜市	20	3.67	臺中一中街夜市	12	2.85
10	華西街夜市	18	3.24	師大夜市	17	3.12	臨江街夜市	10	2.38

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 10-3-10 可知，114 年美國觀光團體受訪旅客遊覽夜市依序為士林夜市、饒河街夜市、高雄六合夜市等；美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 10-3-10　114 年美國受訪旅客遊覽夜市排名－依旅遊型態分

單位：人次；%

名次	美國全體			美國觀光團體			美國非觀光團體		
	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	133	23.92	士林夜市	9	27.27	饒河街夜市	127	24.28
2	士林夜市	129	23.20	饒河街夜市	6	18.18	士林夜市	120	22.94
3	寧夏夜市	64	11.51	高雄六合夜市	5	15.15	寧夏夜市	63	12.05
4	高雄六合夜市	29	5.22	臺中逢甲夜市	4	12.12	臨江街夜市	25	4.78
5	臨江街夜市	27	4.86	基隆廟口夜市	3	9.09	師大夜市	24	4.59
6	師大夜市	26	4.68	師大夜市	2	6.06	宜蘭羅東夜市	24	4.59
7	宜蘭羅東夜市	25	4.50	嘉義文化路夜市	2	6.06	高雄六合夜市	24	4.59
8	臺中逢甲夜市	25	4.50	臺南大東夜市	2	6.06	臺中逢甲夜市	21	4.02
9	基隆廟口夜市	22	3.96	臨江街夜市	2	6.06	基隆廟口夜市	19	3.63
10	華西街夜市	18	3.24	新竹城隍廟夜市	1	3.03	華西街夜市	18	3.44

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 10-3-11 可知，114 年美國受訪旅客最喜歡景點依序為北投(喜歡比率 18.11%)、大稻埕(喜歡比率 17.60%)、平溪(喜歡比率 16.67%)、九份(喜歡比率 14.41%)等。

表 10-3-11　美國受訪旅客最喜歡景點排名

名次	114 年			113 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	北投	22.84	18.11%	日月潭	13.39	34.25%	象山	18.76	25.32%
2	大稻埕	22.48	17.60%	平溪	16.33	17.98%	臺北 101	51.78	22.48%
3	平溪	11.87	16.67%	南港經貿園區	10.64	17.24%	陽明山	14.49	21.31%
4	九份	19.96	14.41%	九份	27.34	16.11%	平溪	11.16	21.28%
5	故宮博物院	32.19	13.41%	北投	28.62	12.82%	九份	21.14	20.22%
6	臺北市永康街商圈	14.93	10.84%	故宮博物院	34.50	11.70%	北投	10.45	18.18%
7	貓空	10.07	10.71%	野柳	11.74	10.94%	夜市	72.45	17.70%
8	象山	14.75	9.76%	淡水	22.57	10.57%	故宮博物院	18.05	17.11%
9	淡水	16.91	9.57%	貓空	10.64	10.34%	淡水	15.68	13.64%
10	陽明山	26.80	8.72%	夜市	71.38	9.51%	西門町	27.79	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 10-3-12 可知，114 年美國觀光團體受訪旅客最喜歡景點依序為北投、日月潭、故宮博物院、大稻埕、駁二藝術特區等；美國非觀光團體受訪旅客最喜歡景點依序為平溪、大稻埕、北投、九份、故宮博物院等。

表 10-3-12　114 年美國受訪旅客最喜歡景點排名－依旅遊型態分

名次	美國全體			美國觀光團體			美國非觀光團體		
	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	北投	22.84	18.11%	北投	30.30	40.00%	平溪	11.85	17.74%
2	大稻埕	22.48	17.60%	日月潭	15.15	40.00%	大稻埕	22.56	16.95%
3	平溪	11.87	16.67%	故宮博物院	39.39	30.77%	北投	22.37	16.24%
4	九份	19.96	14.41%	大稻埕	21.21	28.57%	九份	20.27	15.09%
5	故宮博物院	32.19	13.41%	駁二藝術特區	12.12	25.00%	故宮博物院	31.74	12.05%
6	臺北市永康街商圈	14.93	10.84%	野柳	15.15	20.00%	臺北市永康街商圈	15.30	11.25%
7	貓空	10.07	10.71%	蓮池潭	15.15	20.00%	貓空	10.33	11.11%
8	象山	14.75	9.76%	美麗島站	15.15	20.00%	淡水	16.83	10.23%
9	淡水	16.91	9.57%	南港經貿園區	18.18	16.67%	象山	15.49	9.88%
10	陽明山	26.80	8.72%	信義計畫區商圈	27.27	11.11%	陽明山	27.34	9.09%

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 10-3-13 可知，114 年美國受訪旅客 556 人中，住宿地點以旅館(75.54%)為最多，其次為親友家(22.48%)，第三為民宿(13.85%)。

表 10-3-13　美國受訪旅客住宿地點

單位：人次；%

住宿地點	114 年		113 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率
旅館	**420**	**75.54**	**424**	**77.80**
親友家	**125**	**22.48**	**170**	**31.19**
民宿	**77**	**13.85**	**90**	**16.51**
宿舍	7	1.26	3	0.55
寺廟.修道院或教會	1	0.18	1	0.18
租屋	1	0.18	2	0.37
其他	10	1.80	2	0.37

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。

2、住宿旅館的整體滿意度

由表 10-3-14 可知，114 年美國受訪旅客 556 人中，有 420 人住宿地點為旅館，有 92.38%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 4.30 分，標準差為 0.60 分。

表 10-3-14　美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
114 年	420	388	159	229	32	-	-	-
	100.00	92.38	37.86	54.52	7.62	-	-	-
113 年	424	407	171	236	17	-	-	-
	100.00	95.99	40.33	55.66	4.01	-	-	-

註:「-」表示無調查樣本。

3、住宿民宿的整體滿意度

由表 10-3-15 可知，114 年美國受訪旅客 556 人中，有 77 人住宿地點為民宿，有 96.10%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 4.22 分，標準差為 0.50 分。

表 10-3-15　美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
114 年	77	74	20	54	3	-	-	-
	100.00	96.10	25.97	70.13	3.90	-	-	-
113 年	90	74	30	44	16	-	-	-
	100.00	82.22	33.33	48.89	17.78	-	-	-

註:「-」表示無調查樣本。

（四）參加活動情形

由表 10-3-16 可知，114 年與 113 年、108 年美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 10-3-16　美國受訪旅客在我國期間參加活動

單位：人次；%

參加活動	114 年		113 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	**472**	**84.89**	**472**	**86.60**	**335**	**79.57**
逛夜市	**417**	**75.00**	**398**	**73.00**	**305**	**72.45**
參觀古蹟	**371**	**66.73**	**352**	**64.60**	**120**	**28.50**
登山、健行	254	45.68	162	29.70	…	…
按摩指壓	224	40.29	200	36.70	23	5.46
參觀展覽	223	40.11	145	26.60	79	18.76
夜總會、PUB 活動	189	33.99	88	16.10	21	4.99
泡溫泉浴	141	25.36	187	34.30	54	12.83
休閒農場	91	16.37	56	10.30	…	…
生態旅遊（含賞花、鳥、蝶等）	75	13.49	67	12.30	89	21.14
參觀藝文表演活動(含演唱會)	75	13.49	171	31.40	2	0.48
水域活動(含遊湖、潛水等)	55	9.89	94	17.20	…	…
觀光工廠	41	7.37	6	1.10	2	0.48
部落觀光	33	5.94	15	2.80	…	…
遊樂園	30	5.40	50	9.20	…	…
參觀節慶活動（含宗教活動等）	30	5.40	41	7.50	22	5.23
醫療保健	16	2.88	9	1.70	3	0.71
運動或賽事(含自行車旅遊等)	8	1.44	1	0.20	5	1.19
登山	…	…	…	…	45	10.69
遊湖	…	…	…	…	16	3.80
卡拉 OK 或唱 KTV	…	…	…	…	14	3.33
主題樂園	…	…	…	…	8	1.90
SPA 三溫暖	…	…	…	…	5	1.19
其他	4	0.72	3	0.60	5	1.19

註：1.本題為複選題。
2.「…」表示無此選項。

就旅遊型態而言，由表 10-3-17 可知，114 年美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、參觀展覽、夜總會、PUB 活動、按摩指壓等；美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、按摩指壓、參觀展覽等。

表 10-3-17　114 年美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	美國全體		美國觀光團體		美國非觀光團體	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
購物	**472**	**84.89**	**31**	**93.94**	**441**	**84.32**
逛夜市	**417**	**75.00**	**27**	**81.82**	**390**	**74.57**
參觀古蹟	**371**	**66.73**	**25**	**75.76**	**346**	**66.16**
登山、健行	254	45.68	13	39.39	241	46.08
按摩指壓	224	40.29	14	42.42	210	40.15
參觀展覽	223	40.11	21	63.64	202	38.62
夜總會、PUB 活動	189	33.99	15	45.45	174	33.27
泡溫泉浴	141	25.36	6	18.18	135	25.81
休閒農場	91	16.37	8	24.24	83	15.87
生態旅遊（含賞花、鳥、蝶等）	75	13.49	9	27.27	66	12.62
參觀藝文表演活動(含演唱會)	75	13.49	8	24.24	67	12.81
水域活動(含遊湖、潛水等)	55	9.89	6	18.18	49	9.37
觀光工廠	41	7.37	3	9.09	38	7.27
部落觀光	33	5.94	9	27.27	24	4.59
遊樂園	30	5.40	2	6.06	28	5.35
參觀節慶活動（含宗教活動等）	30	5.40	-	-	30	5.74
醫療保健	16	2.88	2	6.06	14	2.68
運動或賽事(含自行車旅遊等)	8	1.44	1	3.03	7	1.34
其他	4	0.72	-	-	4	0.76

註：1.本題為複選題。
2.「-」表示無調查樣本。

四、 美國市場受訪旅客支出概況

（一）支出

由表 10-4-1 可知，114 年美國受訪旅客平均每人每日支出為 242.84 美元，較 108 年增加 71.23 美元(增加 41.51%)；在支出結構中，以娛樂費增加 11.97 美元 (增加 222.08%)為最多。

表 10-4-1　美國受訪旅客平均每人每日支出細項

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
114 年	金額	242.84	109.74	46.03	25.4	17.36	8.77	35.54
	結構比	100.00%	45.19%	18.95%	10.46%	7.15%	3.61%	14.64%
	增減金額	71.23	36.50	5.50	6.69	11.97	3.97	6.60
	增減比率	41.51%	49.84%	13.57%	35.76%	222.08%	82.71%	22.81%
113 年	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	12.17	4.87	11.91
	增減比率	39.19%	33.06%	14.46%	43.99%	225.79%	101.46%	41.15%
108 年	金額	171.61	73.24	40.53	18.71	5.39	4.8	28.94
	結構比	100.00%	42.68%	23.62%	10.90%	3.14%	2.80%	16.86%

註：「增減金額」與「增減比率」係與 108 年相比。

由表 10-4-2 可知，114 年美國受訪旅客購物費支出項目中以購買名產或特產的比率最高，占 23.07%，其次為茶葉，占 17.64%。

表 10-4-2　美國受訪旅客平均每人每日購物費細項支出金額

購物費支出項目	114 年		113 年		108 年	
	支出金額(美元)	百分比	支出金額(美元)	百分比	支出金額(美元)	百分比
總計	35.54	100.00%	33.46	100.00%	28.94	100.00%
服飾或相關配件	5.47	15.39%	**6.38**	**19.10%**	**5.41**	**18.69%**
珠寶或玉器類	2.57	7.23%	0.42	1.25%	**4.84**	**16.72%**
紀念品或手工藝品類	**5.87**	**16.52%**	3.47	10.36%	3.12	10.78%
化妝品或香水類	1.36	3.83%	1.73	5.16%	2.31	7.98%
名產或特產	**8.20**	**23.07%**	**14.40**	**43.06%**	**9.70**	**33.52%**
煙或酒類	3.58	10.07%	1.35	4.02%	0.00	0.00%
藥品類或健康食品	1.48	4.17%	0.73	2.17%	0.47	1.63%
電子或電器產品	0.59	1.66%	0.88	2.63%	0.52	1.80%
茶葉	**6.27**	**17.64%**	**3.91**	**11.69%**	0.82	2.83%
其他	0.15	0.42%	0.19	0.56%	1.75	6.05%

由表 10-4-3 可知，114 年美國非觀光團體旅客在臺每人每日平均支出為 241.24 美元，在支出結構中，以旅館內支出費 108.40 美元為最多，占 44.93%，其次為旅館外餐飲費 46.30 美元，占 19.19%。

表 10-4-3　114 年美國受訪旅客平均每人每日支出細項－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
美國全體	金額	242.84	109.74	46.03	25.4	17.36	8.77	35.54
	結構比	100.00%	45.19%	18.95%	10.46%	7.15%	3.61%	14.64%
美國非觀光團體	金額	241.24	108.40	46.30	24.79	17.53	8.57	35.65
	結構比	100.00%	44.93%	19.19%	10.28%	7.27%	3.55%	14.78%

註：1.美國全體樣本數為 556 人。
2.美國觀光團體：旅行方式為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」之美國旅客，樣本數僅 33 人，不進行估算。
3.美國非觀光團體：美國觀光團體除外之美國旅客，樣本數為 523 人。

由表 10-4-4 可知，114 年美國全體與非觀光團體受訪旅客平均每人每日支出金額之購物費細項，皆以名產或特產為最高。

表 10-4-4　114 年美國受訪旅客平均每人每日購物費細項支出金額－依旅遊型態分

單位：美元

購物費支出項目	美國全體		美國非觀光團體	
	支出金額	百分比	支出金額	百分比
總計	35.54	100.00%	35.65	100.00%
服飾或相關配件	5.47	15.39%	**5.81**	**16.30%**
珠寶或玉器類	2.57	7.23%	2.71	7.60%
紀念品或手工藝品類	**5.87**	**16.52%**	**6.02**	**16.89%**
化妝品或香水類	1.36	3.83%	1.43	4.01%
名產或特產	**8.20**	**23.07%**	**8.34**	**23.39%**
煙或酒類	3.58	10.07%	3.39	9.51%
藥品類或健康食品	1.48	4.17%	1.50	4.21%
電子或電器產品	0.59	1.66%	0.59	1.65%
茶葉	**6.27**	**17.64%**	5.71	16.02%
其他	0.15	0.42%	0.15	0.42%

註：1.美國全體樣本數為 556 人。
2.美國觀光團體：旅行方式為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」之美國旅客，樣本數僅 33 人，不進行估算。
3.美國非觀光團體：美國觀光團體除外之美國旅客，樣本數為 523 人。

（二）購物退稅服務

1、購物是否使用退稅服務

由表 10-4-5 可知，114 年美國受訪旅客 556 人中，使用過退稅服務者有 205 人，占 36.87%，較 113 年增加 6.41 個百分點。

表 10-4-5　美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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	556	100.00	545	100.00	421	100.00
是	205	36.87	166	30.46	25	5.94
否	351	63.13	379	69.54	396	94.06

2、購物退稅手續是否簡便

由表 10-4-6 可知，114 年美國受訪旅客使用過購物退稅服務的有 205 人，高達九成九覺得購物退稅手續簡便。

表 10-4-6　美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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	100.00
總計	205	100.00	165	100.00	25	100.00
是	204	99.51	165	99.40	23	92.00
否	1	0.49	1	0.60	2	8.00

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 10-4-7 可知，114 年 556 位美國受訪旅客中，來臺前有預付費用者共 402 人，占 72.30%。

表 10-4-7　美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	114 年		113 年	
	人數	百分比	人數	百分比
總計	556	100.00	545	100.00
有預付	402	72.30	292	53.58
沒有預付	154	27.70	253	46.42

2、來臺前預付費用項目

由表 10-4-8 可知，114 年美國受訪旅客來臺前有預付費用的 402 人，預付項目以旅館內支出費為最多(94.53%)。

表 10-4-8　美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	114 年		113 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率
旅館內支出費	**380**	**94.53**	**264**	**90.41**
旅館外餐飲費	162	40.30	**163**	**55.82**
在臺境內交通費	**181**	**45.02**	**155**	**53.08**
娛樂費	123	30.60	122	41.78
雜費	**180**	**44.78**	138	47.26
購物費	-	-	-	-

註：1.本題為複選題。
2.「-」表示無調查樣本。

五、 美國市場受訪旅客對臺灣最深刻的印象

由表 10-5-1 可知，114 年美國受訪旅客對臺灣留下的深刻印象依序為美食佳餚(78.06%)、人情味濃厚(74.64%)、自然風光(71.94%)、逛夜市(62.05%)、歷史古蹟(55.94%)等。

表 10-5-1　美國受訪旅客對臺灣深刻的印象

單位：人次；%

深刻印象	114 年		113 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	**434**	**78.06**	**503**	**92.29**	**239**	**56.77**
人情味濃厚	**415**	**74.64**	342	62.75	**201**	**47.74**
自然風光	**400**	**71.94**	**394**	**72.29**	…	…
逛夜市	345	62.05	**363**	**66.61**	152	36.1
歷史古蹟	311	55.94	257	47.16	27	6.41
便利商店	302	54.32	250	45.87	70	16.63
地方特產	225	40.47	244	44.77	38	9.03
都會不夜城	213	38.31	176	32.29	39	9.26
景點	177	31.83	185	33.94	**158**	**37.53**
泡溫泉	113	20.32	151	27.71	25	5.94
宗教文化	88	15.83	74	13.58	…	…
書店	42	7.55	29	5.32	17	4.04
原住民文化	32	5.76	7	1.28	21	4.99
醫療保健	29	5.22	11	2.02	…	…
單車賞景	24	4.32	18	3.30	12	2.85
節慶活動或表演(含演唱會)	19	3.42	…	…	…	…
旅館(或民宿)住宿體驗	3	0.54	21	3.85	15	3.56
節慶活動	…	…	28	5.14	3	0.71
水果	…	…	…	…	104	24.7
海岸風光	…	…	…	…	72	17.1
寺廟參訪	…	…	…	…	41	9.74
美容醫療	…	…	…	…	5	1.19
其他	2	0.36	8	1.47	33	7.84

註：1.本題為複選題。

2.「…」表示無該調查項目。

由表 10-5-2 可知，114 年美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(100.00%)、歷史古蹟(87.88%)、地方特產(87.88%)、人情味濃厚(84.85%)、自然風光(84.85%)等。美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(76.67%)、人情味濃厚(74.00%)、自然風光(71.13%)、逛夜市(61.76%)等。

表 10-5-2　114 年美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	美國全體		美國觀光團體		美國非觀光團體	
	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	**434**	**78.06**	**33**	**100.00**	**401**	**76.67**
人情味濃厚	**415**	**74.64**	28	84.85	**387**	**74.00**
自然風光	**400**	**71.94**	28	84.85	**372**	**71.13**
逛夜市	345	62.05	22	66.67	323	61.76
歷史古蹟	311	55.94	**29**	**87.88**	282	53.92
便利商店	302	54.32	16	48.48	286	54.68
地方特產	225	40.47	**29**	**87.88**	196	37.48
都會不夜城	213	38.31	15	45.45	198	37.86
景點	177	31.83	26	78.79	151	28.87
泡溫泉	113	20.32	6	18.18	107	20.46
宗教文化	88	15.83	10	30.30	78	14.91
書店	42	7.55	3	9.09	29	5.54
原住民文化	32	5.76	8	24.24	34	6.50
醫療保健	29	5.22	3	9.09	26	4.97
單車賞景	24	4.32	3	9.09	21	4.02
節慶活動或表演(含演唱會)	19	3.42	-	-	19	3.63
旅館(或民宿)住宿體驗	3	0.54	1	3.03	2	0.38
其他	2	0.36	-	-	2	0.38

註：1. 本題為複選題。
2.「-」表示無調查樣本。

六、 美國市場受訪旅客對此次來臺之各項滿意度分析

由表 10-6-1 可知，114 年美國市場受訪旅客對此次來臺之各項滿意度皆大於 4.27，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 4.53 分，較 108 年減少 0.03 分。

表 10-6-1　美國受訪旅客此次來臺各項滿意度

來臺旅客各項滿意度		114 年		113 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	入境通關手續便捷	4.41	0.66	4.62	0.52	4.39	0.74
	通訊 / 網路便利	4.37	0.71	4.69	0.58	4.41	0.72
	旅遊資訊取得方便	4.37	0.66	4.26	1.49	4.34	0.80
	境內交通便利	4.55	0.58	4.65	0.82	4.55	0.56
	來臺交通便利	…	…	…	…	4.59	0.60
	海關通關手續便利	…	…	…	…	4.49	0.63
	取得臺灣簽證快速	…	…	…	…	**	**
	使用 Free Wi-Fi 便利	…	…	…	…	4.09	0.88
觀光環境國際化	路標及公共設施牌示易懂	4.33	0.65	4.59	0.63	4.29	0.83
	旅遊環境語言溝通良好	4.27	0.68	4.40	1.00	4.15	0.84
	臺灣民眾態度友善	4.66	0.52	4.83	0.42	4.74	0.47
環境安全性	遊憩環境安全	4.57	0.53	4.61	0.94	4.61	0.54
	社會治安良好	4.57	0.58	4.78	0.42	4.66	0.54
	住宿設施安全	4.54	0.56	4.43	1.23	4.67	0.49
	餐飲衛生良好	4.51	0.58	4.67	0.53	4.44	0.65
	環境衛生良好	…	…	…	…	4.47	0.65
整體	來臺整體滿意度	4.53	0.54	4.75	0.44	4.56	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。

3.「**」表示有少數國籍非該居住地之旅客，不列入計算。

七、 美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 10-7-1 得知，就來臺之美國受訪旅客而言，114 年有 99.64%的美國受訪旅客有再度訪臺的意願。

由表 10-7-2 得知，114 年有再度訪臺意願的美國旅客，其主要目的以度假、休閒、遊憩最多，占 57.40%，其次是業務，占 18.95%。

由表 10-7-3 得知，114 年有 100.00%的美國受訪旅客表示會推薦親友來臺灣旅遊。

表 10-7-1　美國受訪旅客是否會再度訪臺情形

單位：人；%

是否會再度訪臺	114 年		113 年		108 年	
	人次	百分比	人次	百分比	人次	百分比
總計	556	100.00	545	100.00	421	100.00
會	554	99.64	545	100.00	416	98.81
不會	2	0.36	-	-	5	1.19

註：「-」表示無調查樣本。

表 10-7-2　美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	114 年		113 年		108 年	
	人次	百分比	人次	百分比	人次	百分比
總計	554	100.00	545	100.00	416	100.00
度假、休閒、遊憩	**318**	**57.40**	**330**	**60.55**	**220**	**52.88**
業務	**105**	**18.95**	**116**	**21.28**	**62**	**14.90**
國際會議或展覽	20	3.61	12	2.20	-	-
探親或訪友	**84**	**15.16**	**79**	**14.50**	**129**	**31.01**
求學	6	1.08	-	-	-	-
醫療	15	2.71	8	1.47	1	0.24
其他	6	1.09	-	-	4	0.96

註：「-」表示無調查樣本。

表 10-7-3　美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	114 年		113 年		108 年	
	人次	百分比	人次	百分比	人次	百分比
總計	556	100.00	545	100.00	421	100.00
會	556	100.00	545	100.00	412	97.86
不會	-	-	-	-	9	2.14

註：「-」表示無調查樣本。

八、 美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 10-8-1 可知，114 年旅行方式為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」的美國觀光團體受訪旅客共有 33 人，對整體旅行社及導遊服務感到滿意者達 90.91%。整體印象滿意度平均數為 4.14，標準差為 0.55，顯示傾向滿意。

表 10-8-1　美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
114 年	33	30	8	22	3	-	-	-
	100.00	90.91	24.24	66.67	9.09	-	-	-
113 年	4	4	1	3	-	-	-	-
	100.00	100.00	25.00	75.00	-	-	-	-

註：「-」表示無調查樣本

表 10-8-2　美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	114 年		113 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	0.55	4.25	0.50	4.75	0.46

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.美國(4 人)觀光團旅客樣本數不足 30 人，其數值僅供參考。

（二）對旅行社安排的購物服務之觀感

針對 33 位美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 10-8-3 可知，114 年旅行社安排美國觀光團體受訪旅客的購物次數以 1~2 次為最多，占 54.55%。

表 10-8-3　旅行社安排美國觀光團體受訪旅客的購物次數

單位：人；%

購物次數	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	33	100.00	4	100.00	8	100.00
0 次	**7**	**21.21**	-	-	-	-
1~2 次	**18**	**54.55**	-	-	**2**	**25.00**
3~4 次	**8**	**24.24**	**4**	**100.00**	**4**	**50.00**
5~6 次	-	-	-	-	**1**	**12.50**
7~8 次	-	-	-	-	**1**	**12.50**
9 次以上	-	-	-	-	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

114 年美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 42.42%，詳見表 10-8-4。

表 10-8-4　美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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	26	100.00	4	100.00	8	100.00
很便宜	-	-	-	-	-	-
便宜	**4**	**15.38**	**1**	**25.00**	-	-
實在	**14**	**53.86**	**3**	**75.00**	**6**	**75.00**
貴	**4**	**15.38**	-	-	**2**	**25.00**
很貴	**4**	**15.38**	-	-	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

九、 美國市場受訪旅客在臺境內搭乘交通工具分析

114 年美國受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具，以捷運(73.20%)為最多，其次依序為計程車(39.75%)、公民營客運(37.23%)、Uber(多元化計程車) (36.33%)、臺鐵(34.17%)等，詳見表 10-9-1。

表 10-9-1　美國受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具

單位：人次；%

交通工具	114 年		113 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	**407**	**73.20**	**390**	**71.56**	**299**	**71.02**
計程車	**221**	**39.75**	**242**	**44.40**	**296**	**70.31**
公民營客運	**207**	**37.23**	**208**	**38.17**	**168**	**39.90**
Uber(多元化計程車)	202	36.33	188	34.50	86	20.43
臺鐵	190	34.17	185	33.94	95	22.57
高鐵	157	28.24	204	37.43	103	24.47
公共自行車	54	9.71	17	3.12	16	3.80
船舶	27	4.86	43	7.89	32	7.60
小客車租賃	20	3.60	24	4.40	12	2.85
遊覽車	16	2.88	20	3.67	13	3.09
飛機	1	0.18	11	2.02	-	-
其他	138	24.82	158	28.99	40	9.50

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。

114 年美國觀光團體受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具，以 Uber(51.52%)為最多，其次依序為公民營客運(39.39%)、遊覽車(24.24%)、捷運(24.24%)等；美國非觀光團體受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具，以捷運(76.29%)為最多，其次依序為計程車(42.26%)、公民營客運(37.09%)、臺鐵(36.14%)等，詳見表 10-9-2。

表 10-9-2　114 年美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	美國全體		美國觀光團體		美國非觀光團體	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
捷運	**407**	**73.20**	8	24.24	**399**	**76.29**
計程車	**221**	**39.75**	-	-	**221**	**42.26**
公民營客運	**207**	**37.23**	**13**	**39.39**	**194**	**37.09**
Uber(多元化計程車)	202	36.33	**17**	**51.52**	185	35.37
臺鐵	190	34.17	1	3.03	189	36.14
高鐵	157	28.24	7	21.21	150	28.68
公共自行車	54	9.71	1	3.03	53	10.13
船舶	27	4.86	3	9.09	24	4.59
小客車租賃	20	3.60	1	3.03	19	3.63
遊覽車	16	2.88	**8**	**24.24**	8	1.53
飛機	1	0.18	-	-	1	0.19
其他	138	24.82	10	30.30	128	24.47

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 10-9-3 可知，114 年有 99.10%的美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 4.60，標準差為 0.52。

表 10-9-3　美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
114 年	556	551	342	209	3	2	2	-
	100.00	99.10	61.51	37.59	0.54	0.36	0.36	-
113 年	545	541	380	161	2	2	1	1
	100.00	99.27	69.73	29.54	0.37	0.37	0.18	0.18

註：「-」表示無調查樣本。

十、 美國市場旅客將低碳環保納為選擇旅遊服務評估因素狀況

由表 10-10-1 可知，有 61.33%的美國受訪旅客表示有將低碳環保納為選擇旅遊服務的評估因素。其中納入評估的旅遊服務以交通為最多，其次為住宿。

表 10-10-1　114 年美國受訪旅客是否將低碳環保納為選擇旅遊服務的評估因素

單位：人；%

是否將低碳環保納為旅遊服務評估因素	人數	百分比
總計	556	100.00
是	341	61.33
否	215	38.67

表 10-10-2　114 年美國受訪旅客有將低碳環保納為評估因素的旅遊服務

單位：人次；%

納為評估因素的旅遊服務	人次	相對百分率
交通	**286**	**83.87**
住宿	**240**	**70.38**
景點	**190**	**55.72**
購物	175	51.32
用餐地點	150	43.99
其他	7	2.05

註：1.本題項係針對有將低碳環保納為選擇旅遊服務的評估因素之受訪旅客進行分析。
2.本題為複選題。

拾壹、調查結果-歐洲市場旅客分析

一、 歐洲市場受訪旅客基本特性

（一）旅客分布情形

由表 11-1-1 可知，114 年歐洲受訪旅客占全體受訪旅客的比率為 5.08%，較 113 年及 108 年增加。

表 11-1-1　歐洲受訪旅客占全體受訪旅客的比率

單位：人；%

市場	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
歐洲	335	5.08	301	4.55	299	3.49

（二）來臺主要目的

由表 11-1-2 可知，114 年、108 年歐洲受訪旅客來臺主要目的皆以「度假、休閒、遊憩」為最多，其次為「業務」；113 年以「度假、休閒、遊憩」為最多，其次為「業務」和「探親或訪友」。

表 11-1-2　歐洲受訪旅客之來臺主要目的分布

單位：人；%

來臺主要目的	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	335	100.00	301	100.00	299	100.00
度假、休閒、遊憩	**175**	**52.24**	**130**	**43.19**	**135**	**45.15**
業務	**83**	**24.78**	**77**	**25.58**	**89**	**29.77**
國際會議或展覽	11	3.28	**13**	**4.32**	5	1.67
探親或訪友	**66**	**19.70**	**77**	**25.58**	**66**	**22.07**
求學	-	-	-	-	1	0.33
醫療	-	-	1	0.33	-	-
其他	-	-	3	1.00	3	1.00

註：「-」表示無調查樣本。

（三）最高學歷

由表 11-1-3 可知，114 年與 113 年、108 年歐洲受訪旅客最高學歷皆以大專為最多。

表 11-1-3　歐洲受訪旅客之最高學歷分布

單位：人；%

最高學歷	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	335	100.00	301	100.00	299	100.00
小學、中學肄畢(含高職)	**10**	**2.99**	**6**	**1.99**	**22**	**7.36**
大專	**219**	**65.37**	**191**	**63.46**	**179**	**59.87**
碩、博士	**106**	**31.64**	**104**	**34.55**	**97**	**32.44**
其他	-	-	-	-	-	-
未回答	-	-	-	-	1	0.33

註：「-」表示無調查樣本。

（四）工作別

由表 11-1-4 可知，114 年與 113 年、108 年歐洲受訪旅客皆以專業人員為最多。

表 11-1-4　歐洲受訪旅客之工作別分布

單位：人；%

工作別	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	335	100.00	301	100.00	299	100.00
民意代表、主管及經理人員	**67**	**20.00**	**65**	**21.59**	**50**	**16.72**
專業人員	**87**	**25.96**	**94**	**31.23**	**135**	**45.15**
技術員及助理專業人員	**48**	**14.33**	**41**	**13.62**	15	5.02
事務支援人員	43	12.84	38	12.62	3	1.00
服務及銷售工作人員	17	5.07	9	2.99	23	7.69
農、林、漁、牧業生產人員	1	0.30	3	1.00	-	-
技藝有關工作人員	1	0.30	8	2.66	-	-
機械設備操作及組裝人員	1	0.30	3	1.00	3	1.00
基層技術工及勞力工	-	-	-	-	-	-
軍人	-	-	…	…	…	…
家庭管理	7	2.09	7	2.33	-	-
學生	23	6.87	17	5.65	**41**	**13.71**
退休人員	40	11.94	13	4.32	6	2.01
其他	-	-	3	1.00	21	7.02
未回答	-	-	-	-	2	0.67

註：「…」表示無此選項；「-」表示無調查樣本。

（五）年收入

由表 11-1-5 可知，114 年歐洲受訪旅客年收入以 40,000－69,999 美元為最多，其次為 30,000－39,999 美元；113 年以 30,000－39,999 美元為最多，其次為 40,000－69,999 美元；108 年則以無固定收入為最多，70,000-99,999 美元次之。

表 11-1-5　歐洲受訪旅客之年收入分布

單位：人；%

年收入	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	335	100.00	301	100.00	299	100.00
9,999 美元以下	3	0.90	4	1.33	10	3.34
10,000 – 14,999 美元	22	6.57	15	4.98	12	4.01
15,000 – 29,999 美元	39	11.64	**49**	**16.28**	30	10.03
30,000 – 39,999 美元	**74**	**22.09**	**66**	**21.93**	31	10.37
40,000 – 69,999 美元	**70**	**20.90**	**61**	**20.27**	**54**	**18.06**
70,000 – 99,999 美元	**47**	**14.03**	34	11.30	34	11.37
100,000 美元以上	38	11.34	41	13.62	**37**	**12.37**
無固定收入	42	12.54	31	10.30	**89**	**29.77**
未回答	-	-	-	-	2	0.67

註：「-」表示無調查樣本。

二、 歐洲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 114 年歐洲受訪旅客平均出發來臺前 38.74 天開始計劃行程，標準誤為 0.85 天，而依來臺主要目的分如表 11-2-1 所示。

表 11-2-2　歐洲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	114 年		113 年	
	平均數	標準誤	平均數	標準誤
全體	38.74	0.85	40.30	1.95
度假、休閒、遊憩	42.30	0.97	44.71	1.97
業務	27.01	1.13	27.67	1.76
國際會議或展覽	46.69	17.46	35.99	23.45
探親或訪友	43.95	3.13	48.26	3.38
求學	-	-	-	-
醫療	-	-	30.00	--
其他	-	-	18.67	11.41

註：1.「-」表示無調查樣本；「--」表示僅有單一樣本，無法計算標準誤。
2.樣本數少於 50 人者(114 年國際會議或展覽 11 人；113 年國際會議或展覽 13 人，醫療 1 人，其他 3 人)，其數值僅供參考。

114 年來臺主要或次要目的為「度假、休閒、遊憩」之歐洲受訪旅客共 486 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)歐洲度假、休閒、遊憩目的受訪旅客之旅遊資訊管道」及「(三)吸引歐洲旅客來臺度假、休閒、遊憩原因」兩小節，乃針對主要或次要目的為「度假、休閒、遊憩」之受訪旅客進行分析。

（二）歐洲度假、休閒、遊憩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 11-2-2 可知，114 年歐洲來臺主要或次要目的為「度假、休閒、遊憩」之受訪旅客 244 人中，來臺前曾看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導者有 207 人，占 84.84%，較 113 年、108 年提升。

表 11-2-3　歐洲度假、休閒、遊憩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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	244	100.00	223	100.00	212	100.00
是	207	84.84	152	68.16	90	42.45
否	37	15.16	71	31.84	122	57.55

2. 來臺前從哪些管道看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導

114 年歐洲度假、休閒、遊憩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 207 人。由表 11-2-3 可知，其來源依序為社群網站(97.58%)、搜尋引擎(71.50%)、親友口碑(39.13%)、電視/電台(21.26%)等。

表 11-2-4　歐洲度假、休閒、遊憩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	114 年		113 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	**202**	**97.58**	**140**	**62.78**	…	…
搜尋引擎	**148**	**71.50**	**115**	**51.57**	…	…
親友口碑	**81**	**39.13**	**75**	**33.63**	**28**	**13.21**
電視/電台	44	21.26	41	18.39	**9**	**4.25**
報章雜誌	29	14.01	14	6.28	**9**	**4.25**
旅行社宣傳行程、摺頁	13	6.28	3	1.35	4	1.89
國際旅遊展覽或特殊活動	2	0.97	1	0.45	4	1.89
電商平台	1	0.48	4	1.79	…	…
戶外廣告或看板	-	-	-	-	2	0.94
地鐵. 巴士. 航空站等交通運具及場站	-	-	1	0.45	2	0.94
網際網路(含社群網路服務)	…	…	…	…	**79**	**37.26**

註：1. 本題為複選題，且針對主要或次要目的為度假、休閒、遊憩，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. 受臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導決定來臺度假、休閒、遊憩影響程度

由表 11-2-4 可知，114 年影響歐洲受訪旅客決定來臺觀光的管道，以社群網站(41.56%)影響程度為最高，其次為搜尋引擎(37.93%)，第三為親友口碑(9.26%)，其餘管道影響程度百分比均低於一成。

表 11-2-5　歐洲受訪旅客受臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導決定來臺影響程度

單位：%

觀光資訊管道	影響程度	
	114 年	113 年
合計	100.00	100.00
社群網站	**41.56**	**39.14**
搜尋引擎	**37.93**	**34.60**
親友口碑	**9.26**	**15.71**
電視、電台	5.54	7.48
報章雜誌	3.27	1.72
旅行社宣傳行程、摺頁	1.81	0.61
電商平台	0.36	0.37
國際旅遊展覽或特殊活動	0.27	0.37
地鐵.巴士.航空站等交通運具及場站	-	-
戶外廣告或看板	-	-

註：1.本題針對主要或次要目的為度假、休閒、遊憩，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

114 年歐洲度假、休閒、遊憩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 207 人，受訪旅客表示決定來臺影響程度較大的資訊內容以遊記 (73.91%)為最高，其次依序為攝影或影像紀錄(71.50%)、旅客評論(49.28%)等。

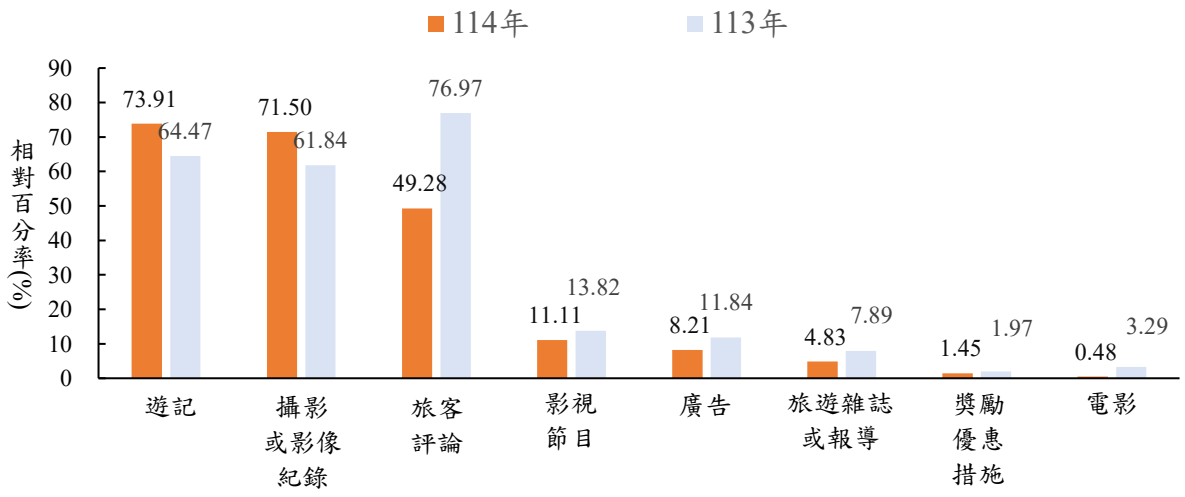


圖 11-2-1 歐洲度假、休閒、遊憩受訪旅客表示決定來臺影響程度較大的資訊內容

（三）吸引歐洲旅客來臺度假、休閒、遊憩原因

114 年來臺主要或次要目的為度假、休閒、遊憩之歐洲受訪旅客共 244 人，由表 11-2-5 可知，吸引其來臺度假、休閒、遊憩原因，以風光景色(92.62%)為最高，其次依序為美食或特色小吃(84.43%)、臺灣民情風俗和文化(77.05%)、治安良好(49.18%)、人民友善(38.93%)等。

表 11-2-6　吸引歐洲旅客來臺度假、休閒、遊憩原因

單位：人次；%

吸引來臺原因	114 年		113 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	**226**	**92.62**	**188**	**84.30**	**160**	**75.47**
美食或特色小吃	**206**	**84.43**	**179**	**80.27**	**127**	**59.91**
臺灣民情風俗和文化	**188**	**77.05**	**122**	**54.71**	**62**	**29.25**
治安良好	120	49.18	100	44.84	11	5.19
人民友善	95	38.93	101	45.29	46	21.70
歷史文物	46	18.85	40	17.94	25	11.79
購物	35	14.34	37	16.59	12	5.66
氣候宜人	31	12.7	29	13.00	19	8.96
夜間休閒活動	24	9.84	23	10.31	13	6.13
距離居住地近	18	7.38	12	5.38	12	5.66
民主政治	17	6.97	15	6.73	6	2.83
節慶活動或表演(含演唱會)	2	0.82	…	…	…	…
運動或賽事	2	0.82	…	…	…	…
遊憩設施	-	-	4	1.79	3	1.42
醫療保健	-	-	2	0.90	-	-
自行車旅遊	…	…	4	1.79	…	…
節慶活動	…	…	-	-	2	0.94
水果	…	…	…	…	14	6.60
體育活動	…	…	…	…	7	3.30
花卉(含花博)	…	…	…	…	2	0.94
其他	2	0.82	9	4.04	15	7.08

註：1.「…」表示無此選項；「-」表示無調查樣本。
2.本題為複選題，針對主要或次要目的為度假、休閒、遊憩之受訪旅客分析。

（四）旅行安排方式

由表 11-2-6 可知，114 年與 113 年歐洲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或機票」為最多，占 51.17%。

表 11-2-7　歐洲受訪旅客旅行方式

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或機票	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
114 年	335	9	4	33	19	270
	100.00	2.69	1.19	9.85	5.67	80.60
113 年	301	2	7	14	7	271
	100.00	0.66	2.33	4.65	2.33	90.03
108 年	299	2	1	156	1	139
	100.00	0.67	0.33	52.17	0.33	46.49

（五）歐洲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或機票」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」之歐洲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 11-2-7 與表 11-2-8 可知，114 年該屬性歐洲受訪旅客共 52 人，其中有 22 人(42.31%)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 11-2-8　歐洲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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	52	100.00	21	100.00	157	100.00
有參加	22	42.31	13	61.90		
沒有參加	30	57.69	8	38.10		

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或機票」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 11-2-9　歐洲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	114 年		113 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	0	0.00	0	0.00		
1 日遊	**15**	**68.18**	2	15.38		
2 日遊	2	9.09	**6**	**46.15**		
3 日遊以上	5	22.73	5	38.46		

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或機票」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、 歐洲市場受訪旅客旅遊動向

（一）來臺次數

由表 11-3-1 可知，114 年歐洲受訪旅客近 3 年來臺次數以第 1 次來臺為最多，占 68.66%，其次為第 2 次，占 23.28%，第三為第 3 次，占 7.16%。

表 11-3-1　歐洲受訪旅客來臺次數

單位：人；%

旅客來臺次數	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	335	100.00	301	100.00	299	100.00
第 1 次	**230**	**68.66**	**173**	**57.48**	**221**	**73.91**
第 2 次	**78**	**23.28**	**89**	**29.57**	**31**	**10.37**
第 3 次	**24**	**7.16**	**34**	**11.30**	18	6.02
第 4 次	2	0.60	3	1.00	7	2.34
5 次以上	1	0.30	2	0.66	**22**	**7.36**

註：1. 114 年、108 年為「近 3 年來臺次數」
2. 113 年為「近 5 年來臺次數」。

由表 11-3-2 可知，114 年歐洲觀光團體受訪旅客最近 3 年來臺次數以第 1 次來臺為最多，占 100.00%；歐洲非觀光團體受訪旅客以第 1 次來臺為最多，占 67.79%，其次為第 2 次，占 23.93%。

表 11-3-2　114 年歐洲受訪旅客最近 3 年來臺次數－依旅遊型態分

單位：人；%

近 3 年來臺次數	歐洲全體		歐洲觀光團體		歐洲非觀光團體	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	335	100.00	9	100.00	326	100.00
第 1 次	**230**	**68.66**	**9**	**100.00**	**221**	**67.79**
第 2 次	**78**	**23.28**	-	-	78	23.93
第 3 次	**24**	**7.16**	-	-	24	7.36
第 4 次	2	0.60	-	-	2	0.61
5 次以上	1	0.30	-	-	1	0.31

註：1.歐洲全體樣本數為 335 人。
2.歐洲觀光團體：旅行方式為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」之歐洲旅客，樣本數為 9 人。
3.歐洲非觀光團體：觀光團體除外之歐洲旅客，樣本數為 326 人。

（二）遊覽地點

1、遊覽觀光景點

由表 11-3-3 可知，114 年歐洲受訪旅客 335 人中，受訪旅客來臺遊覽觀光景點依序為臺北 101(80.90%)、夜市(74.03%)、中正紀念堂 (59.40%)、西門町(含西門紅樓) (53.73%)、信義計畫區商圈(51.64%)、九份(49.25%)等。

歐洲旅客遊覽景點前 10 名中，臺北 101 排名均較 113 年及 108 年上升。

表 11-3-3　歐洲受訪旅客遊覽觀光景點排名

單位：人次；%

名次	114 年			113 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	臺北 101	271	80.90	夜市	211	70.10	夜市	205	68.56
2	夜市	248	74.03	臺北 101	199	66.11	臺北 101	178	59.53
3	中正紀念堂	199	59.40	中正紀念堂	136	45.18	象山	104	34.78
4	西門町(含西門紅樓)	180	53.73	西門町(含西門紅樓)	132	43.85	艋舺龍山寺	88	29.43
5	信義計畫區商圈	173	51.64	信義計畫區商圈	128	42.52	中正紀念堂	87	29.1
6	九份	165	49.25	九份	108	35.88	西門町	82	27.42
7	故宮博物院	165	49.25	故宮博物院	107	35.55	九份	81	27.09
8	平溪	116	34.63	平溪	90	29.90	故宮博物院	66	22.07
9	艋舺龍山寺	111	33.13	淡水	69	22.92	太魯閣天祥	65	21.74
10	中山站商圈	97	28.96	艋舺龍山寺	63	20.93	日月潭	46	15.38
11	大稻埕	91	27.16	日月潭	61	20.27	平溪	43	14.38
12	安平古堡	77	22.99	陽明山	52	17.28	國父紀念館	41	13.71
13	松山文化創意園區	66	19.70	臺北市永康街商圈	51	16.94	墾丁國家公園	41	13.71
14	野柳	66	19.70	華山 1914 文化創意產業園區	48	15.95	淡水	40	13.38
15	駁二藝術特區	64	19.10	野柳	42	13.95	北投	38	12.71
16	赤崁樓	63	18.81	北投	39	12.96	蓮池潭	32	10.7
17	華山 1914 文化創意產業園區	60	17.91	宮原眼科	39	12.96	陽明山	25	8.36
18	淡水	58	17.31	礁溪	38	12.62	愛河	25	8.36
19	愛河	46	13.73	臺北車站及商圈	37	12.29	駁二藝術特區	24	8.03
20	礁溪	44	13.13	安平古堡	37	12.29	行天宮	22	7.36

註：本表依受訪旅客曾遊覽有記憶之景點整理。

由表 11-3-4 可知，114 年歐洲觀光團體受訪旅客遊覽景點排名依序為臺北 101、夜市、中正紀念堂、九份、平溪(含十分瀑布)等；歐洲非觀光團體受訪旅客遊覽景點依序為臺北 101、夜市、中正紀念堂、西門町(含西門紅樓)、信義計畫區商圈等。

表 11-3-4　114 年歐洲受訪旅客遊覽觀光景點排名－依旅遊型態分

單位：人次；%

名次	歐洲全體			歐洲觀光團體			歐洲非觀光團體		
	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	臺北 101	271	80.90	臺北 101	9	100.00	臺北 101	262	80.37
2	夜市	248	74.03	夜市	9	100.00	夜市	239	73.31
3	中正紀念堂	199	59.40	中正紀念堂	9	100.00	中正紀念堂	190	58.28
4	西門町(含西門紅樓)	180	53.73	九份	9	100.00	西門町(含西門紅樓)	176	53.99
5	信義計畫區商圈	173	51.64	平溪	9	100.00	信義計畫區商圈	173	53.07
6	九份	165	49.25	宮原眼科	9	100.00	故宮博物院	161	49.39
7	故宮博物院	165	49.25	日月潭	9	100.00	九份	156	47.85
8	平溪	116	34.63	清境農場	9	100.00	平溪	107	32.82
9	艋舺龍山寺	111	33.13	溪頭	9	100.00	艋舺龍山寺	104	31.90
10	中山站商圈	97	28.96	阿里山	9	100.00	中山站商圈	97	29.75
11	大稻埕	91	27.16	台中三井 OUTLET	8	88.89	大稻埕	91	27.91
12	安平古堡	77	22.99	高美濕地	8	88.89	安平古堡	70	21.47
13	松山文化創意園區	66	19.70	檜意森活村	8	88.89	松山文化創意園區	66	20.25
14	野柳	66	19.70	艋舺龍山寺	7	77.78	赤崁樓	61	18.71
15	駁二藝術特區	64	19.10	野柳	7	77.78	華山 1914 文化創意產業園區	60	18.40
16	赤崁樓	63	18.81	安平古堡	7	77.78	野柳	59	18.10
17	華山 1914 文化創意產業園區	60	17.91	愛河	7	77.78	淡水	58	17.79
18	淡水	58	17.31	西子灣	7	77.78	駁二藝術特區	57	17.48
19	愛河	46	13.73	駁二藝術特區	7	77.78	礁溪	44	13.50
20	礁溪	44	13.13	北投	5	55.56	安平港國家歷史風景區	40	12.27

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 11-3-5 可知，114 年歐洲受訪旅客 335 人中，遊覽觀光景點所在縣市依序為臺北市(90.15%)、新北市(55.82%)、臺南縣(23.28%)、高雄市(20.00%)、臺中市(16.12%)等。

表 11-3-5　歐洲受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市排名

單位：人次；%

名次	114 年			113 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	302	90.15	臺北市	250	83.06	臺北市	229	76.59
2	新北市	187	55.82	新北市	150	49.83	新北市	115	38.46
3	臺南市	78	23.28	臺中市	67	22.26	花蓮縣	71	23.75
4	高雄市	67	20.00	南投縣	61	20.27	高雄市	66	22.07
5	臺中市	54	16.12	臺南市	45	14.95	南投縣	49	16.39
6	宜蘭縣	47	14.03	高雄市	44	14.62	屏東縣	44	14.72
7	南投縣	42	12.54	宜蘭縣	43	14.29	臺中市	37	12.37
8	新竹市	28	8.36	新竹市	34	11.30	臺東縣	25	8.36
9	嘉義縣	26	7.76	嘉義縣	27	8.97	嘉義縣	20	6.69
10	嘉義市	25	7.46	桃園市	22	7.31	臺南市	17	5.69
11	桃園市	20	5.97	屏東縣	22	7.31	宜蘭縣	7	2.34
12	基隆市	11	3.28	基隆市	20	6.64	苗栗縣	3	1.00
13	花蓮縣	11	3.28	花蓮縣	17	5.65	基隆市	3	1.00
14	彰化縣	5	1.49	彰化縣	16	5.32	桃園市	2	0.67
15	澎湖縣	5	1.49	臺東縣	9	2.99	彰化縣	2	0.67
16	屏東縣	4	1.19	嘉義市	8	2.66	新竹市	2	0.67
17	新竹縣	2	0.60	新竹縣	8	2.66	嘉義市	1	0.33
18	臺東縣	1	0.30	澎湖縣	6	1.99	新竹縣	-	-
19	苗栗縣	1	0.30	苗栗縣	5	1.66	雲林縣	-	-
20	雲林縣	1	0.30	雲林縣	4	1.33	澎湖縣	-	-
21	金門縣	-	-	金門縣	1	0.33	金門縣	-	-
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，各縣市加總超過 100%。
2.「-」表示無調查樣本。

由表 11-3-6 可知，114 年歐洲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、嘉義市等；歐洲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、臺南市、高雄市、宜蘭縣等。

表 11-3-6　114 年歐洲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	歐洲全體			歐洲觀光團體			歐洲非觀光團體		
	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	302	90.15	臺北市	9	100.00	臺北市	293	89.88
2	新北市	187	55.82	新北市	9	100.00	新北市	178	54.60
3	臺南市	78	23.28	臺中市	9	100.00	臺南市	71	21.78
4	高雄市	67	20.00	南投縣	9	100.00	高雄市	60	18.40
5	臺中市	54	16.12	嘉義市	9	100.00	宜蘭縣	47	14.42
6	宜蘭縣	47	14.03	嘉義縣	9	100.00	臺中市	45	13.80
7	南投縣	42	12.54	臺南市	7	77.78	南投縣	33	10.12
8	新竹市	28	8.36	高雄市	7	77.78	新竹市	28	8.59
9	嘉義縣	26	7.76	桃園市	2	22.22	桃園市	18	5.52
10	嘉義市	25	7.46	雲林縣	1	11.11	嘉義縣	17	5.21
11	桃園市	20	5.97	基隆市	-	-	嘉義市	16	4.91
12	基隆市	11	3.28	新竹市	-	-	基隆市	11	3.37
13	花蓮縣	11	3.28	新竹縣	-	-	花蓮縣	11	3.37
14	彰化縣	5	1.49	苗栗縣	-	-	彰化縣	5	1.53
15	澎湖縣	5	1.49	彰化縣	-	-	澎湖縣	5	1.53
16	屏東縣	4	1.19	屏東縣	-	-	屏東縣	4	1.23
17	新竹縣	2	0.60	宜蘭縣	-	-	新竹縣	2	0.61
18	臺東縣	1	0.30	花蓮縣	-	-	苗栗縣	1	0.31
19	苗栗縣	1	0.30	臺東縣	-	-	臺東縣	1	0.31
20	雲林縣	1	0.30	澎湖縣	-	-	雲林縣	-	-
21	金門縣	-	-	金門縣	-	-	金門縣	-	-
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，各縣市加總超過 100%。
2.「-」表示無調查樣本。

由表 11-3-7 可知，114 年歐洲受訪旅客 335 人中，遊覽觀光景點所在地區依序為北部地區(95.22%)、南部地區(29.85%)、中部地區(18.21%)、東部地區(3.58%)、離島地區(1.49%)。114 年遊覽北部地區和南部地區的比率較 113 年分別增加 4.52 個百分點及 5.27 個百分點，中部地區和東部地區則分別減少 9.70 個百分點及 4.06 個百分點。

表 11-3-7　歐洲受訪旅客遊覽觀光景點所在地區排名

單位：人次；%

名次	114 年			113 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	319	95.22	北部地區	273	90.70	北部地區	234	78.26
2	南部地區	100	29.85	中部地區	84	27.91	南部地區	99	33.11
3	中部地區	61	18.21	南部地區	74	24.58	東部地區	73	24.41
4	東部地區	12	3.58	東部地區	23	7.64	中部地區	69	23.08
5	離島地區	5	1.49	離島地區	7	2.33	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，各地區加總超過 100%。
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 11-3-8 可知，114 年歐洲觀光團體遊覽觀光景點所在地區以北部、南部、中部地區為皆最高；歐洲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、東部地區和離島地區。

表 11-3-8　114 年歐洲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	歐洲全體			歐洲觀光團體			歐洲非觀光團體		
	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	319	95.22	北部地區	9	100.00	北部地區	310	95.09
2	南部地區	100	29.85	南部地區	9	100.00	南部地區	91	27.91
3	中部地區	61	18.21	中部地區	9	100.00	中部地區	52	15.95
4	東部地區	12	3.58	東部地區	-	-	東部地區	12	3.68
5	離島地區	5	1.49	離島地區	-	-	離島地區	5	1.53

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，各地區加總超過 100%。
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 11-3-9 可知，114 年歐洲受訪旅客 335 人中，遊覽夜市依序為饒河街夜市(32.54%)、士林夜市(18.51%)、寧夏夜市(18.21%)等。

表 11-3-9　歐洲受訪旅客遊覽夜市排名

單位：人次；%

名次	114 年			113 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	109	32.54	饒河街夜市	98	32.56	士林夜市	133	44.48
2	士林夜市	62	18.51	士林夜市	65	21.59	寧夏夜市	46	15.38
3	寧夏夜市	61	18.21	臺中逢甲夜市	46	15.28	饒河街夜市	39	13.04
4	臺中逢甲夜市	36	10.75	寧夏夜市	41	13.62	臺中逢甲夜市	21	7.02
5	宜蘭羅東夜市	29	8.66	高雄六合夜市	21	6.98	高雄六合夜市	17	5.69
6	高雄六合夜市	22	6.57	臺中一中街夜市	19	6.31	華西街夜市	13	4.35
7	臺中一中街夜市	11	3.28	宜蘭羅東夜市	19	6.31	師大夜市	12	4.01
8	花蓮東大門夜市	10	2.99	基隆廟口夜市	11	3.65	臺中一中街夜市	4	1.34
9	基隆廟口夜市	8	2.39	花蓮東大門夜市	11	3.65	臺南花園夜市	4	1.34
10	華西街夜市	7	2.09	臺南花園夜市	8	2.66	基隆廟口夜市	3	1.00

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 11-3-10 可知，114 年歐洲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、高雄六合夜市等；歐洲非觀光團受訪旅客遊覽夜市依序為饒河街夜市、寧夏夜市、士林夜市等。

表 11-3-10　114 年歐洲受訪旅客遊覽夜市排名－依旅遊型態分

單位：人次；%

名次	歐洲全體			歐洲觀光團體			歐洲非觀光團體		
	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	109	32.54	士林夜市	8	88.89	饒河街夜市	109	33.44
2	士林夜市	62	18.51	臺中逢甲夜市	8	88.89	寧夏夜市	61	18.71
3	寧夏夜市	61	18.21	高雄六合夜市	6	66.67	士林夜市	54	16.56
4	臺中逢甲夜市	36	10.75	高雄新興夜市	1	11.11	宜蘭羅東夜市	29	8.90
5	宜蘭羅東夜市	29	8.66				臺中逢甲夜市	28	8.59
6	高雄六合夜市	22	6.57				高雄六合夜市	16	4.91
7	臺中一中街夜市	11	3.28				臺中一中街夜市	11	3.37
8	花蓮東大門夜市	10	2.99				花蓮東大門夜市	10	3.07
9	基隆廟口夜市	8	2.39				基隆廟口夜市	8	2.45
10	華西街夜市	7	2.09				華西街夜市	7	2.15

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 11-3-11 可知，114 年歐洲受訪旅客最喜歡景點依序為安平古堡(喜歡比率 44.16%)、故宮博物院(喜歡比率 26.06%)、日月潭(喜歡比率 26.54%)、陽明山 (喜歡比率 22.86%)等。

表 11-3-11　歐洲受訪旅客最喜歡景點排名

名次	114 年			113 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	安平古堡	22.99	44.16%	日月潭	20.27	24.59%	太魯閣.天祥	21.74	63.08%
2	故宮博物院	49.25	26.06%	故宮博物院	35.55	22.43%	墾丁國家公園	13.71	29.27%
3	日月潭	11.64	25.64%	九份	35.88	19.44%	九份	27.09	19.75%
4	陽明山	10.45	22.86%	清境農場	10.3	19.35%	日月潭	15.38	15.22%
5	淡水	17.31	17.24%	安平古堡	12.29	18.92%	臺北 101	59.53	14.61%
6	九份	49.25	14.55%	臺北 101	66.11	15.58%	蓮池潭	10.70	12.50%
7	礁溪	13.13	13.64%	淡水	22.92	13.04%	平溪	14.38	11.63%
8	臺北 101	80.90	9.96%	平溪	29.9	10.00%	北投	12.71	10.53%
9	野柳	19.70	7.58%	北投	12.96	7.69%	夜市	68.56	9.27%
10	駁二藝術特區	19.10	6.25%	夜市	70.10	6.16%	西門町	27.42	7.32%

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 11-3-12 可知，114 年歐洲觀光團體受訪旅客最喜歡景點依序為清境農場(含青青草原)、日月潭、阿里山；歐洲非觀光團體受訪旅客最喜歡景點依序為安平古堡、故宮博物院、九份、臺北 101、野柳等。

表 11-3-12　114 年歐洲受訪旅客最喜歡景點排名－依旅遊型態分

名次	歐洲全體			歐洲觀光團體			歐洲非觀光團體		
	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	安平古堡	22.99	44.16%	清境農場	100.00	55.56%	安平古堡	21.47	48.57%
2	故宮博物院	49.25	26.06%	日月潭	100.00	22.22%	故宮博物院	49.39	26.71%
3	日月潭	11.64	25.64%	阿里山	100.00	22.22%	九份	47.85	15.38%
4	陽明山	10.45	22.86%				臺北 101	80.37	10.31%
5	淡水	17.31	17.24%				野柳	18.10	8.47%
6	九份	49.25	14.55%				駁二藝術特區	17.48	7.02%
7	礁溪	13.13	13.64%				平溪	32.82	5.61%
8	臺北 101	80.90	9.96%				愛河	11.96	2.56%
9	野柳	19.70	7.58%				中正紀念堂	58.28	2.11%
10	駁二藝術特區	19.10	6.25%				士林夜市	16.56	1.85%

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 11-3-13 可知，114 年歐洲受訪旅客 335 人中，住宿地點以旅館(90.45%)為最多，其次為親友家(14.03%)，第三為民宿(4.78%)。

表 11-3-13　歐洲受訪旅客住宿地點

單位：人次；%

住宿地點	114 年		113 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率
旅館	**303**	**90.45**	**270**	**89.70**
親友家	**47**	**14.03**	**59**	**19.60**
民宿	**16**	**4.78**	**42**	**13.95**
宿舍	-	-	2	0.66
寺廟.修道院或教會	-	-	-	-
租屋	-	-	-	-
其他	-	-	1	0.33

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 11-3-14 可知，114 年歐洲受訪旅客 335 人中，有 303 人住宿地點為旅館，有 93.73%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 0.56 分。

表 11-3-14　歐洲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
114 年	303	284	89	195	18	1	1	-
	100.00	93.73	29.37	64.36	5.94	0.33	0.33	-
113 年	270	254	96	158	15	1	1	-
	100.00	94.07	35.56	58.52	5.56	0.37	0.37	-

註:「-」表示無調查樣本。

3、住宿民宿的整體滿意度

由表 11-3-15 可知，114 年受訪旅客 335 人中，有 16 人住宿地點為民宿，有 75.00%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 3.87 分，標準差為 0.62 分。

表 11-3-15　歐洲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
114 年	16	12	2	10	4	-	-	-
	100.00	75.00	12.50	62.50	25.00	-	-	-
113 年	42	32	8	24	10	0	0	0
	100.00	76.19	19.05	57.14	23.81	0.00	0.00	0.00

註:「-」表示無調查樣本。

（四）參加活動情形

由表 11-3-16 可知，114 年與 113 年歐洲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；108 年則以逛夜市最高，其次為購物，第三為參觀古蹟。

表 11-3-16　歐洲受訪旅客在我國期間參加活動

單位：人次；%

參加活動	114 年		113 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	**287**	**85.67**	**256**	**85.00**	**202**	**67.56**
逛夜市	**249**	**74.33**	**214**	**71.10**	**205**	**68.56**
參觀古蹟	**215**	**64.18**	**177**	**58.80**	**122**	**40.80**
登山、健行	71	21.19	49	16.30	…	…
參觀展覽	58	17.31	52	17.30	63	21.07
休閒農場	49	14.63	35	11.60	…	…
泡溫泉浴	43	12.84	51	16.90	37	12.37
夜總會、PUB 活動	43	12.84	37	12.30	45	15.05
按摩指壓	40	11.94	50	16.60	12	4.01
生態旅遊（含賞花、鳥、蝶等）	38	11.34	39	13.00	112	37.46
水域活動(含遊湖、潛水等)	28	8.36	55	18.30	…	…
遊樂園	25	7.46	27	9.00	…	…
參觀藝文表演活動(含演唱會)	23	6.87	40	13.30	4	1.34
參觀節慶活動（含宗教活動等）	8	2.39	6	2.00	5	1.67
部落觀光	6	1.79	9	3.00	…	…
醫療保健	2	0.60	3	1.00	-	-
運動或賽事(含自行車旅遊等)	2	0.60	4	1.30	11	3.68
觀光工廠	1	0.30	10	3.30	-	-
登山	…	…	…	…	53	17.73
遊湖	…	…	…	…	25	8.36
主題樂園	…	…	…	…	4	1.34
卡拉 OK 或唱 KTV	…	…	…	…	4	1.34
SPA 三溫暖	…	…	…	…	1	0.33
其他	3	0.90	4	1.30	7	2.34

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 11-3-17 可知，114 年歐洲觀光團體受訪旅客在我國期間參加活動較多為購物、逛夜市、參觀古蹟、休閒農場、遊樂園；歐洲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、參觀展覽、休閒農場等。

表 11-3-17　114 年歐洲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	歐洲全體		歐洲觀光團體		歐洲非觀光團體	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
購物	**287**	**85.67**	**9**	**100.00**	**278**	**85.28**
逛夜市	**249**	**74.33**	**9**	**100.00**	**240**	**73.62**
參觀古蹟	**215**	**64.18**	**9**	**100.00**	**206**	**63.19**
登山、健行	71	21.19	**5**	**55.56**	66	20.25
參觀展覽	58	17.31	**4**	**44.44**	54	16.56
休閒農場	49	14.63	**9**	**100.00**	40	12.27
泡溫泉浴	43	12.84	2	22.22	41	12.58
夜總會、PUB 活動	43	12.84	-	-	43	13.19
按摩指壓	40	11.94	-	-	40	12.27
生態旅遊（含賞花、鳥、蝶等）	38	11.34	3	33.33	35	10.74
水域活動(含遊湖、潛水等)	28	8.36	1	11.11	27	8.28
遊樂園	25	7.46	**9**	**100.00**	16	4.91
參觀藝文表演活動(含演唱會)	23	6.87	3	33.33	20	6.13
參觀節慶活動（含宗教活動等）	8	2.39	-	-	8	2.45
部落觀光	6	1.79	3	33.33	3	0.92
醫療保健	2	0.60	-	-	2	0.61
運動或賽事(含自行車旅遊等)	2	0.60	-	-	2	0.61
觀光工廠	1	0.30	-	-	1	0.31
其他	3	0.90	-	-	3	0.92

註：1.本題為複選題。
2.「-」表示無調查樣本。
3.歐洲觀光團體：旅行方式為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」之歐洲旅客，樣本數為 9 人。

四、 歐洲市場受訪旅客支出概況

（一）支出

由表 11-4-1 可知，114 年歐洲受訪旅客平均每人每日支出為 203.67 美元，較 108 年增加 56.99 美元(增加 38.85%)；在支出結構中，以雜費增加 5.30 美元(增加 265.00%)為最多。

表 11-4-1　歐洲受訪旅客平均每人每日支出細項

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
114 年	金額	203.67	100.43	41.69	22.78	12.51	7.30	18.96
	結構比	100.00%	49.31%	20.47%	11.19%	6.14%	3.58%	9.31%
	增減金額	56.99	25.14	9.60	3.83	7.29	5.30	5.83
	增減比率	38.85%	33.39%	29.92%	20.21%	139.66%	265.00%	44.40%
113 年	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
	增減比率	36.02%	31.98%	31.69%	16.15%	78.93%	251.00%	48.59%
108 年	金額	146.68	75.29	32.09	18.95	5.22	2.00	13.13
	結構比	100.00%	51.33%	21.88%	12.92%	3.56%	1.36%	8.95%

註：「增減金額」與「增減比率」係與 108 年相比。

由表 11-4-2 可知，114 年歐洲受訪旅客購物費支出項目中以購買名產或特產的比率最高，占 33.33%，其次為紀念品或手工藝品類，占 25.26%。

表 11-4-2　歐洲受訪旅客平均每人每日購物費細項支出金額

購物費支出項目	114 年		113 年		108 年	
	支出金額(美元)	百分比	支出金額(美元)	百分比	支出金額(美元)	百分比
總計	18.96	100.00%	19.51	100.00%	13.13	100.00%
服飾或相關配件	1.54	8.12%	2.09	10.69%	**4.46**	**33.97%**
珠寶或玉器類	0.18	0.95%	0.05	0.24%	0.40	3.05%
紀念品或手工藝品類	**4.79**	**25.26%**	**4.19**	**21.47%**	**2.33**	**17.75%**
化妝品或香水類	0.40	2.11%	1.47	7.52%	0.72	5.48%
名產或特產	**6.32**	**33.33%**	**6.29**	**32.25%**	**3.18**	**24.22%**
煙或酒類	1.53	8.07%	1.69	8.68%	0.00	0.00%
藥品類或健康食品	0.31	1.64%	0.36	1.87%	0.25	1.90%
電子或電器產品	0.57	3.01%	1.01	5.17%	0.08	0.61%
茶葉	**2.27**	**11.97%**	**2.30**	**11.78%**	0.97	7.38%
其他	1.05	5.54%	0.06	0.33%	0.74	5.64%

由表 11-4-3 可知，114 年歐洲非觀光團體旅客在臺每人每日平均支出為 198.57 美元，在支出結構中，以旅館內支出費 99.21 美元為最多，占 49.96%，其次為旅館外餐飲費 40.42 美元，占 20.36%。

表 11-4-3　114 年歐洲受訪旅客平均每人每日支出細項－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
歐洲全體	金額	203.67	100.43	41.69	22.78	12.51	7.30	18.96
	結構比	100.00%	49.31%	20.47%	11.19%	6.14%	3.58%	9.31%
歐洲非觀光團體	金額	198.57	99.21	40.42	21.86	11.68	6.95	18.45
	結構比	100.00%	49.96%	20.36%	11.01%	5.88%	3.50%	9.29%

註：1.歐洲全體樣本數為 335 人。
2.歐洲觀光團體：旅行方式為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」之歐洲旅客，樣本數僅 9 人，不進行估算。
3.歐洲非觀光團體：歐洲觀光團體除外之歐洲旅客，樣本數為 326 人。

由表 11-4-4 可知，114 年歐洲觀光團體受訪旅客平均每人每日支出金額之購物費細項，以名產或特產為最高，其次為紀念品或手工藝品類。

表 11-4-4　114 年歐洲受訪旅客平均每人每日購物費細項支出金額－依旅遊型態分

單位：美元

購物費支出項目	歐洲全體		歐洲非觀光團體	
	支出金額	百分比	支出金額	百分比
總計	18.96	100.00%	18.45	100.00%
服飾或相關配件	1.54	8.12%	1.58	8.57%
珠寶或玉器類	0.18	0.95%	0.19	1.03%
紀念品或手工藝品類	**4.79**	**25.26%**	**4.51**	**24.44%**
化妝品或香水類	0.40	2.11%	0.41	2.22%
名產或特產	**6.32**	**33.33%**	**5.96**	**32.31%**
煙或酒類	1.53	8.07%	1.57	8.51%
藥品類或健康食品	0.31	1.64%	0.32	1.73%
電子或電器產品	0.57	3.01%	0.58	3.14%
茶葉	**2.27**	**11.97%**	**2.25**	**12.20%**
其他	1.05	5.54%	1.08	5.85%

註：1.歐洲全體樣本數為 335 人。
2.歐洲觀光團體：旅行方式為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」之歐洲旅客，樣本數僅 9 人，不進行估算。
3.歐洲非觀光團體：歐洲觀光團體除外之歐洲旅客，樣本數為 326 人。

（二）購物退稅服務

1、購物是否使用退稅服務

由表 11-4-5 可知，114 年歐洲受訪旅客 335 人中，使用過退稅服務者有 43 人，占 12.84%，較 113 年減少 4.77 個百分點。

表 11-4-5　歐洲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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	335	100.00	301	100.00	299	100.00
是	43	12.84	53	17.61	11	3.68
否	292	87.16	248	82.39	288	96.32

2、購物退稅手續是否簡便

由表 11-4-6 可知，114 年歐洲受訪旅客使用過購物退稅服務的有 43 人，均覺得購物退稅手續簡便。

表 11-4-6　歐洲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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	43	100.00	53	100.00	11	100.00
是	43	100.00	53	100.00	9	81.82
否	-	-	-	-	2	18.18

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 11-4-7 可知，114 年 335 位歐洲受訪旅客中，來臺前有預付費用者共 130 人，占 38.81%。

表 11-4-7　歐洲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	114 年		113 年	
	人數	百分比	人數	百分比
總計	335	100.00	301	100.00
有預付	130	38.81	122	40.53
沒有預付	205	61.19	179	59.47

2、來臺前預付費用項目

由表 11-4-8 可知，114 年歐洲受訪旅客來臺前有預付費用的 130 人，預付項目以旅館內支出費為最多(99.23%)，比率與 108 年相近。

表 11-4-8　歐洲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	114 年		113 年	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率
旅館內支出費	**129**	**99.23**	**122**	**100.00**
旅館外餐飲費	20	15.38	**28**	**22.95**
在臺境內交通費	21	16.15	**21**	**17.21**
娛樂費	**23**	**17.69**	11	9.02
雜費	**29**	**22.31**	15	12.30
購物費	1	0.77	-	-

註：1.本題為複選題。
2.「-」表示無調查樣本。

五、 歐洲市場受訪旅客對臺灣最深刻的印象

由表 11-5-1 可知，114 年歐洲受訪旅客對臺灣留下的深刻印象依序為美食佳餚(93.43%)、逛夜市(68.36%)、人情味濃厚(56.12%)、自然風光(54.63%)、歷史古蹟(44.18%)等。

表 11-5-1　歐洲受訪旅客對臺灣深刻的印象

單位：人次；%

深刻印象	114 年		113 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	**313**	**93.43**	**266**	**88.37**	**161**	**53.85**
逛夜市	**229**	**68.36**	**189**	**62.79**	**110**	**36.79**
人情味濃厚	**188**	**56.12**	147	48.84	**161**	**53.85**
自然風光	183	54.63	**187**	**62.13**	…	…
歷史古蹟	148	44.18	121	40.20	30	10.03
便利商店	136	40.60	114	37.87	42	14.05
都會不夜城	136	40.60	60	19.93	38	12.71
地方特產	37	11.04	62	20.60	23	7.69
泡溫泉	21	6.27	28	9.30	23	7.69
宗教文化	19	5.67	14	4.65	…	…
景點	15	4.48	35	11.63	**166**	**55.52**
書店	9	2.69	2	1.33	5	1.67
節慶活動或表演(含演唱會)	5	1.49	…	…	…	…
單車賞景	2	0.60	4	1.33	13	4.35
原住民文化	2	0.60	5	1.66	21	7.02
醫療保健	1	0.30	2	0.66	…	…
旅館(或民宿)住宿體驗	1	0.30	8	2.66	20	6.69
節慶活動	…	…	-	-	5	1.67
海岸風光					102	34.11
寺廟參訪					71	23.75
水果					55	18.39
美容醫療					1	0.33
其他	11	3.28	7	2.33	15	5.02

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 11-5-2 可知，114 年歐洲觀光團體受訪旅客對臺灣最深刻的印象依序為美食佳餚(100.00%)、逛夜市(100.00%)、便利商店(88.89%)、自然風光(77.78%)、都會不夜城(77.78%)等。歐洲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(93.25%)、逛夜市(67.48%)、人情味濃厚(55.83%)、自然風光(53.99%)等。

表 11-5-2　114 年歐洲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	歐洲全體		歐洲觀光團體		歐洲非觀光團體	
	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	**313**	**93.43**	**9**	**100.00**	**304**	**93.25**
逛夜市	**229**	**68.36**	**9**	**100.00**	**220**	**67.48**
人情味濃厚	**188**	**56.12**	6	66.67	**182**	**55.83**
自然風光	183	54.63	**7**	**77.78**	176	53.99
歷史古蹟	148	44.18	3	33.33	145	44.48
便利商店	136	40.60	**8**	**88.89**	128	39.26
都會不夜城	136	40.60	**7**	**77.78**	129	39.57
地方特產	37	11.04	5	55.56	32	9.82
泡溫泉	21	6.27	1	11.11	20	6.13
宗教文化	19	5.67	1	11.11	18	5.52
景點	15	4.48	-	-	15	4.60
書店	9	2.69	-	-	9	2.76
節慶活動或表演(含演唱會)	5	1.49	-	-	5	1.53
單車賞景	2	0.60	-	-	2	0.61
原住民文化	2	0.60	-	-	2	0.61
醫療保健	1	0.30	-	-	1	0.31
旅館(或民宿)住宿體驗	1	0.30	-	-	1	0.31
其他	11	3.28	-	-	11	3.37

註：1. 本題為複選題。
2.「-」表示無調查樣本。

六、 歐洲市場受訪旅客對此次來臺之各項滿意度分析

由表 11-6-1 可知，114 年歐洲市場受訪旅客對此次來臺之各項滿意度皆大於 3.99，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 4.71 分，較 108 年增加 0.13 分。

表 11-6-1　歐洲受訪旅客此次來臺各項滿意度

來臺旅客各項滿意度		114 年		113 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	入境通關手續便捷	4.36	0.50	4.46	0.55	4.42	0.78
	通訊 / 網路便利	4.72	0.47	4.69	0.48	4.45	0.74
	旅遊資訊取得方便	4.70	0.46	3.66	1.92	4.35	0.81
	境內交通便利	4.73	0.47	4.70	0.52	4.54	0.64
	來臺交通便利	…	…	…	…	4.63	0.56
	海關通關手續便利	…	…	…	…	4.52	0.70
	取得臺灣簽證快速	…	…	…	…	4.50	0.76
	使用 Free Wi-Fi 便利	…	…	…	…	4.23	0.84
觀光環境國際化	路標及公共設施牌示易懂	4.31	0.51	4.37	0.77	4.20	0.89
	旅遊環境語言溝通良好	3.99	0.72	3.87	1.31	3.75	1.01
	臺灣民眾態度友善	4.79	0.41	4.79	0.49	4.79	0.46
環境安全性	遊憩環境安全	4.70	0.51	4.22	1.44	4.71	0.50
	社會治安良好	4.73	0.44	4.70	0.47	4.78	0.43
	住宿設施安全	4.74	0.45	4.62	0.68	4.76	0.46
	餐飲衛生良好	4.34	0.65	4.49	0.57	4.49	0.69
	環境衛生良好	…	…	…	…	4.52	0.68
整體	來臺整體滿意度	4.71	0.46	4.68	0.47	4.58	0.51

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、 歐洲市場受訪旅客再度訪臺與推薦親友來臺旅遊的意願

由表 11-7-1 得知，就來臺之歐洲受訪旅客而言，114 年有 100.00%的歐洲受訪旅客有再度訪臺的意願。

由表 11-7-2 得知，114 年有再度訪臺意願的歐洲旅客，其主要目的以度假、休閒、遊憩最多，占 61.79%，其次是探親或訪友，占 12.84%。

由表 11-7-3 得知，114 年有 100.00%的歐洲受訪旅客表示會推薦親友來臺灣旅遊。

表 11-7-1　歐洲受訪旅客是否會再度訪臺情形

單位：人；%

是否會再度訪臺	114 年		113 年		108 年	
	人次	百分比	人次	百分比	人次	百分比
總計	335	100.00	301	100.00	299	100.00
會	335	100.00	301	100.00	290	96.99
不會	-	-	-	-	9	3.01

註：「-」表示無調查樣本。

表 11-7-2　歐洲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	114 年		113 年		108 年	
	人次	百分比	人次	百分比	人次	百分比
總計	335	100.00	301	100.00	299	100.00
度假、休閒、遊憩	**207**	**61.79**	**190**	**63.12**	**188**	**62.88**
業務	**77**	**22.99**	**79**	**26.26**	**63**	**21.07**
國際會議或展覽	7	2.09	2	0.66	-	-
探親或訪友	**43**	**12.84**	**28**	**9.30**	**38**	**12.71**
求學	-	-	-	-	1	0.33
醫療	-	-	1	0.33	-	-
其他	1	0.29	1	0.33	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

表 11-7-3　歐洲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	114 年		113 年		108 年	
	人次	百分比	人次	百分比	人次	百分比
總計	335	100.00	301	100.00	299	100.00
會	335	100.00	300	99.67	291	97.32
不會	-	-	1	0.33	8	2.68

註：「-」表示無調查樣本。

八、 歐洲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 11-8-1 可知，114 年旅行方式為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」的歐洲觀光團體受訪旅客共有 9 人，對整體旅行社及導遊服務感到滿意者達 100.00%。整體印象滿意度平均數為 4.78，標準差為 0.44，顯示傾向滿意。

表 11-8-1　歐洲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
114 年	9	9	2	7	-	-	-	-
	100.00	100.00	22.22	77.78	-	-	-	-
113 年	2	2	1	1	-	-	-	-
	100.00	100.00	50.00	50.00	-	-	-	-

註：1.「-」表示無調查樣本

2.114 年歐洲(9 人)觀光團體旅客樣本數不足 30 人，其數值僅供參考。113 年歐洲(2 人)觀光團體旅客樣本數不足 30 人，其數值僅供參考。

表 11-8-2　歐洲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	114 年		113 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	4.78	0.44	4.50	0.71	4.50	0.71

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 9 位歐洲觀光團體受訪旅客，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 11-8-3 可知，114 年旅行社安排歐洲觀光團體受訪旅客的購物次數以 1~2 次為最多，占 88.89%。

表 11-8-3　旅行社安排歐洲觀光團體受訪旅客的購物次數

單位：人；%

購物次數	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	9	100.00	2	100.00	2	100.00
0 次	-	-	-	-	-	-
1~2 次	**8**	**88.89**	**1**	**50.00**	-	-
3~4 次	**1**	**11.11**	**1**	**50.00**	-	-
5~6 次	-	-	-	-	**1**	**50.00**
7~8 次	-	-	-	-	-	-
9 次以上	-	-	-	-	**1**	**50.00**

註：「-」表示無調查樣本。

114 年歐洲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 100.00%，詳見表 11-8-4。

表 11-8-4　歐洲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	114 年		113 年		108 年	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	9	100.00	2	100.00	2	100.00
很便宜	-	-	-	-	-	-
便宜	-	-	-	-	-	-
實在	**9**	**100.00**	**2**	**100.00**	**1**	**50.00**
貴	-	-	-	-	**1**	**50.00**
很貴	-	-	-	-	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

九、 歐洲市場受訪旅客在臺境內搭乘交通工具分析

114 年歐洲受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具，以捷運(71.94%)為最多，其次依序為計程車(55.22%)、臺鐵(36.72%)、公民營客運(35.52%)、Uber(多元化計程車) (25.67%)等，詳見表 11-9-1。

表 11-9-1　歐洲受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具

單位：人次；%

交通工具	114 年		113 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	**241**	**71.94**	**220**	**73.09**	**224**	**74.92**
計程車	**185**	**55.22**	**169**	**56.15**	**193**	**64.55**
臺鐵	**123**	**36.72**	**115**	**38.21**	114	38.13
公民營客運	119	35.52	106	35.22	**136**	**45.48**
高鐵	106	31.64	110	36.54	83	27.76
Uber(多元化計程車)	86	25.67	60	19.93	37	12.37
遊覽車	22	6.57	9	2.99	3	1.00
船舶	15	4.48	22	7.31	39	13.04
公共自行車	11	3.28	9	2.99	24	8.03
小客車租賃	9	2.69	12	3.99	21	7.02
飛機	5	1.49	7	2.33	1	0.33
其他	66	19.70	86	28.57	17	5.69

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。

114 年歐洲觀光團體受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具，以遊覽車(66.67%)為最多，其次為小客車租賃(33.33%)；歐洲非觀光團體受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具，以捷運(73.93%)為最多，其次依序為計程車(56.75%)、臺鐵(37.73%)、公民營客運(36.50%)等，詳見表 11-9-2。

表 11-9-2　114 年歐洲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	歐洲全體		歐洲觀光團體		歐洲非觀光團體	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
捷運	**241**	**71.94**	-	-	**241**	**73.93**
計程車	**185**	**55.22**	-	-	**185**	**56.75**
臺鐵	**123**	**36.72**	-	-	**123**	**37.73**
公民營客運	119	35.52	-	-	119	36.50
高鐵	106	31.64	-	-	106	32.52
Uber(多元化計程車)	86	25.67	-	-	86	26.38
遊覽車	22	6.57	**6**	**66.67**	16	4.91
船舶	15	4.48	-	-	15	4.60
公共自行車	11	3.28	-	-	11	3.37
小客車租賃	9	2.69	**3**	**33.33**	6	1.84
飛機	5	1.49	-	-	5	1.53
其他	66	19.70	-	-	66	20.25

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 11-9-3 可知，114 年有 99.70%的歐洲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 4.57，標準差為 0.50。

表 11-9-3　歐洲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
114 年	335	334	191	143	1	-	-	-
	100.00	99.70	57.01	42.69	0.30	-	-	-
113 年	301	299	178	121	-	2	2	-
	100.00	99.34	59.14	40.20	-	0.66	0.66	-

註：「-」表示無調查樣本。

十、 歐洲市場旅客將低碳環保納為選擇旅遊服務評估因素狀況

由表 11-10-1 可知，有 21.19%的歐洲受訪旅客表示有將低碳環保納為選擇旅遊服務的評估因素。其中納入評估的旅遊服務以交通為最多，其次為住宿。

表 11-10-1　114 年歐洲受訪旅客是否將低碳環保納為選擇旅遊服務的評估因素

單位：人；%

是否將低碳環保納為旅遊服務評估因素	人數	百分比
總計	335	100.00
是	71	21.19
否	264	78.81

表 11-10-2　114 年歐洲受訪旅客有將低碳環保納為評估因素的旅遊服務

單位：人次；%

納為評估因素的旅遊服務	人次	相對百分率
交通	**63**	**88.73**
住宿	**27**	**38.03**
購物	**16**	**22.54**
景點	7	9.86
用餐地點	3	4.23
其他	-	-

註：1.本題項係針對有將低碳環保納為選擇旅遊服務的評估因素之受訪旅客進行分析。
2.本題為複選題。

拾貳、調查結果-近 3 年與疫情前變化分析

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。

為了解近 3 年與疫情前之變化，茲以 114 年與 113 年、112 年、108 年進行比較分析。

一、 近 3 年與疫情前旅客基本特性變化

（一）居住地

根據內政部移民署統計，114 年與 113 年來臺旅客皆以日本為最多，其次為香港.澳門，第三為韓國；112 年以香港.澳門為最多；108 年則以大陸為最多，詳見表 12-1-1。

表 12-1-1　來臺旅客之居住地分布－近 3 年與疫情前變化分析

單位：%

居住地	114 年	113 年	112 年	108 年
總計	100.00	100.00	100.00	100.00
日本	**17.30**	**16.79**	**14.31**	**18.27**
大陸	7.43	5.58	3.49	**22.88**
韓國	**11.86**	**12.77**	**11.48**	10.47
香港.澳門	**15.28**	**16.68**	**18.49**	**14.82**
新加坡	5.20	5.70	7.15	3.88
馬來西亞	4.50	5.47	6.74	4.53
印尼	2.74	2.86	3.11	1.94
菲律賓	7.32	5.95	5.40	4.29
泰國	4.80	5.09	6.08	3.49
越南	4.97	4.72	5.90	3.42
印度	0.54	0.49	0.49	0.34
美國	8.34	8.29	8.16	5.10
德.英.法	2.51	2.44	2.53	1.74
歐洲其他地區	2.20	2.02	2.08	1.52
紐澳	1.67	1.65	1.58	1.11
其他地區	3.34	3.53	3.00	2.20

資料來源：內政部移民署

（二）來臺主要目的

由表 12-1-2 可知，114 年與 113 年、112 年、108 年受訪旅客來臺主要目的均以度假、休閒、遊憩為最多，其次為探親或訪友，第三為業務。

表 12-1-2　受訪旅客之來臺主要目的分布－近 3 年與疫情前變化分析

單位：%

來臺主要目的	114 年 (樣本人數:6,660 人)	113 年 (樣本人數: 6,620 人)	112 年 (樣本人數: 6,102 人)	108 年 (樣本人數: 8,562 人)
總計	100.00	100.00	100.00	100.00
度假、休閒、遊憩	**63.28**	**65.96**	**67.39**	**75.66**
業務	**12.30**	**12.69**	**12.90**	**9.27**
國際會議或展覽	2.63	1.63	1.13	0.98
探親或訪友	**20.11**	**18.52**	**17.49**	**12.06**
求學	0.20	0.08	0.57	0.50
醫療	0.89	0.68	0.21	0.36
其他	0.59	0.44	0.31	1.16

（三）年齡

根據內政部移民署統計，114 年與 113 年、112 年、108 年來臺旅客均以 30-39 歲旅客為最多，其次為 20-29 歲。

表 12-1-3　來臺旅客之年齡分布－近 3 年與疫情前變化分析

單位：%

年齡	114 年	113 年	112 年	108 年
總計	100.00	100.00	100.00	100.00
19 歲以下	9.73	9.76	9.51	10.26
20-29 歲	**20.73**	**20.60**	**20.16**	**20.60**
30-39 歲	**23.37**	**23.13**	**23.25**	**22.10**
40-49 歲	**17.26**	**17.28**	**17.35**	**17.62**
50-59 歲	14.31	14.52	14.71	15.12
60 歲以上	14.59	14.70	15.01	14.29

資料來源：內政部移民署

（四）性別

根據內政部移民署統計，114 年與 113 年、112 年、108 年來臺旅客皆以女性占比較高，詳見表 12-1-4。

表 12-1-4　來臺旅客之性別分布－近 3 年與疫情前變化分析

單位：%

性別	114 年	113 年	112 年	108 年
總計	100.00	100.00	100.00	100.00
男性	48.05	48.13	48.50	47.04
女性	51.95	51.87	51.50	52.96

資料來源：內政部移民署

（五）最高學歷

由表 12-1-5 可知，114 年與 113 年、112 年、108 年受訪旅客最高學歷均以大專為最多。

表 12-1-5　受訪旅客之最高學歷分布－近 3 年與疫情前變化分析

單位：%

最高學歷	114 年 (樣本人數:6,660 人)	113 年 (樣本人數: 6,620 人)	112 年 (樣本人數: 6,102 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)	19.04	17.72	15.98	21.58
大專	**69.24**	**68.64**	**66.39**	**65.32**
碩、博士	11.70	13.58	17.13	12.46
其他	-	-	0.50	0.01
未回答	0.02	0.06	-	0.63

註：「-」表示無調查樣本。

（六）工作別

由表 12-1-6 可知，114 年與 113 年受訪旅客均以事務支援人員為最多；112 年與 108 年則以專業人員為最多。

表 12-1-6　受訪旅客之工作別分布－近 3 年與疫情前變化分析

單位：%

工作別	114 年 (樣本人數:6,660 人)	113 年 (樣本人數: 6,620 人)	112 年 (樣本人數: 6,102 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	11.61	11.21	9.10	**17.30**
專業人員	**15.47**	**15.88**	**19.81**	**27.18**
技術員及助理專業人員	11.64	12.42	13.85	4.47
事務支援人員	**19.21**	**19.01**	**15.63**	**13.24**
服務及銷售工作人員	**14.02**	**14.11**	**15.78**	10.20
農、林、漁、牧業生產人員	2.04	1.69	1.15	0.18
技藝有關工作人員	2.63	3.14	3.03	0.70
機械設備操作及組裝人員	1.64	2.01	2.33	0.29
基層技術工及勞力工	0.63	0.63	1.29	0.18
軍人	0.11	…	…	…
家庭管理	7.52	6.90	6.95	6.70
學生	6.67	7.16	6.57	8.90
退休人員	6.37	5.20	3.62	8.91
其他	0.41	0.56	0.74	1.38
未回答	0.03	0.08	0.15	0.37

註：「…」表示無此選項。

（七）年收入

由表 12-1-7 可知，114 年與 113 年、112 年受訪旅客之年收入均以 15,000-29,999 美元為最多； 108 年則以無固定收入為最多。

表 12-1-7　受訪旅客之年收入分布－近 3 年與疫情前變化分析

單位：%

月份	114 年 (樣本人數:6,660 人)	113 年 (樣本人數: 6,620 人)	112 年 (樣本人數: 6,102 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	6.40	7.81	10.55	4.91
10,000-14,999 美元	13.96	**18.02**	**17.47**	9.86
15,000-29,999 美元	**23.80**	**25.00**	**21.81**	**18.71**
30,000-39,999 美元	**18.78**	**16.30**	**16.32**	**13.79**
40,000-69,999 美元	11.97	9.92	12.78	12.57
70,000-99,999 美元	5.86	5.53	6.11	4.66
100,000 美元以上	4.26	4.27	3.54	4.30
無固定收入	**14.95**	13.13	11.37	**31.12**
未回答	0.02	0.02	0.05	0.08

二、 近3年與疫情前旅客旅遊決策

（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 12-2-1 可知，114 年 受訪旅客平均出發來臺前 46.74 天開始計劃行程，標準誤為 0.30 天；113 年為 41.05 天，標準誤為 0.40 天；112 年為 28.49 天，標準誤為 0.32 天；108 年為 51.71 天，標準誤為 0.37 天。

表 12-2-1　受訪旅客出發來臺多久前開始計劃行程－近 3 年與疫情前變化分析

單位：天

出發來臺多久前 開始計劃行程	114 年		113 年		112 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	46.74	0.30	41.05	0.40	28.49	0.32	51.71	0.37

114 年來臺主要或次要目的為度假、休閒、遊憩之受訪旅客共 5,828 人(以下簡稱為「度假、悠閒、遊憩目的受訪旅客」) ；113 年共 5,856 人；112 年共 5,402 人；108 年共 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)度假、休閒、遊憩目的受訪旅客之旅遊資訊管道」」及「(三)吸引旅客來臺度假、休閒、遊憩原因」兩小節，乃針對主要或次要目的為度假、休閒、遊憩之受訪旅客進行分析。

（二）度假、休閒、遊憩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 12-2-2 可知，114 年與 113 年、108 年「度假、休閒、遊憩」目的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 6 成以上，高於 112 年的 42.56%。

表 12-2-2　度假、休閒、遊憩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 3 年與疫情前變化分析

單位：%

來臺前是否看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導	114 年 (樣本人數:5,828 人)	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	100.00
是	64.77	62.96	42.56	65.80
否	35.23	37.04	57.44	34.20

註：本題針對主要或次要目的為度假、休閒、遊憩之受訪旅客分析。

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 12-2-3 可知，114 年與 113 年「度假、休閒、遊憩」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均依序為社群網站、搜尋引擎、親友口碑；112 年前三高依序為網際網路(含社群網路服務)、親友口碑、旅行社宣傳行程.摺頁；108 年前三高依序則為網際網路(含社群網路服務)、親友口碑、電視/電台。

表 12-2-3　度假、休閒、遊憩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 3 年與疫情前變化分析

單位：%

宣傳廣告或旅遊報導	114 年 (樣本人數:3,775 人)	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	**89.91**	**84.73**	…	…
搜尋引擎	**70.99**	**74.34**	…	…
親友口碑	**50.20**	**52.13**	**64.11**	**34.05**
電視/電台	21.38	22.81	26.36	**21.72**
旅行社宣傳行程、摺頁	15.95	18.28	**31.67**	20.30
報章雜誌	12.21	10.20	24.31	11.56
電商平台	6.60	5.26	…	…
戶外廣告或看板	4.03	1.41	14.79	4.03
地鐵.巴士.航空站等交通運具及場站	3.87	1.90	10.48	3.77
國際旅遊展覽或特殊活動	2.65	3.53	13.01	4.03
網際網路(含社群網路服務)	…	…	**91.00**	**69.02**

註：1. 本題為複選題，且針對主要或次要目的為度假、休閒、遊憩，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）吸引旅客來臺度假、休閒、遊憩原因

由表 12-2-4 可知，114 年與 113 年、112 年、108 年皆以美食或特色小吃為最高。

表 12-2-4　吸引旅客來臺度假、休閒、遊憩原因－近 3 年與疫情前變化分析

單位：%

吸引來臺原因	114 年 (樣本人數:5,828 人)	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	**82.84**	**87.43**	**82.17**	**71.57**
風光景色	**73.90**	**76.26**	**69.66**	**63.66**
臺灣民情風俗和文化	**48.32**	42.26	36.43	18.05
治安良好	44.18	**46.74**	37.36	5.56
人民友善	42.84	41.02	**47.20**	14.12
距離居住地近	41.16	37.02	27.80	22.41
購物	40.10	35.47	35.84	**23.85**
氣候宜人	19.05	16.22	24.40	9.40
歷史文物	11.82	13.35	14.31	12.56
夜間休閒活動	11.36	8.13	9.66	4.94
民主政治	7.79	10.50	5.76	1.02
遊憩設施(遊樂園、高爾夫球場、渡假村…)	2.04	2.46	3.33	1.05
節慶活動或表演(含演唱會)	1.92	…	…	…
醫療保健	1.90	0.67	1.78	0.33
運動或賽事(含自行車旅遊)	0.65	…	…	…
節慶活動	…	0.82	1.55	0.32
自行車旅遊	…	0.96	1.31	…
水果	…	…	19.23	15.60
花卉	…	…	4.78	1.51
體育活動	…	…	…	0.47
其他	2.32	1.71	0.67	4.02

註：1.「…」表示無此選項。
2.本題為複選題，針對主要或次要目的為度假、休閒、遊憩之受訪旅客分析。

（四）旅行安排方式

由表 12-2-5，114 年與 113 年、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或機票」為最多。

表 12-2-5　受訪旅客之旅行安排方式－近 3 年與疫情前變化分析

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或機票	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
114 年	6,660	655	271	393	253	5,088
	100.00	9.83	4.07	5.90	3.80	76.40
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

三、 近 3 年與疫情前旅客旅遊動向

（一）來臺次數

由表 12-3-1 可知，114 年與 113 年、112 年、108 年均以第 1 次來臺為最多，其次為第 2 次。

表 12-3-1　受訪旅客來臺次數－近 3 年與疫情前變化分析

單位：%

來臺次數	114 年 (樣本人數:6,660 人)	113 年 (樣本人數: 6,620 人)	112 年 (樣本人數: 6,102 人)	108 年 (樣本人數: 8,562 人)
總計	100.00	100.00	100.00	100.00
第 1 次	**57.75**	**46.33**	**47.67**	**57.77**
第 2 次	**25.63**	**30.06**	**33.56**	**17.43**
第 3 次	**10.53**	**14.55**	**12.56**	9.83
第 4 次	3.15	4.88	3.21	3.38
5 次以上	2.94	4.18	3.00	**11.59**

註：1. 114 年、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 12-3-2 可知，114 年與 113 年、112 年、108 年受訪旅客遊覽觀光景點均以夜市為最高。

114 年受訪旅客遊覽景點前 10 名中，中山站商圈、大稻埕排名均較 113 年、112 年、108 年上升。

表 12-3-2　受訪旅客遊覽觀光景點排名－近 3 年與疫情前變化分析

單位：%

名次	114 年 (樣本人數:6,660 人)		113 年 (樣本人數: 6,620 人)		112 年 (樣本人數: 6,102 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	86.88	夜市	83.84	夜市	78.43	夜市	79.82
2	臺北 101	60.59	臺北 101	57.04	臺北 101	56.96	臺北 101	52.27
3	西門町(含西門紅樓)	57.55	西門町(含西門紅樓)	56.13	西門町(含西門紅樓)	46.30	西門町	41.71
4	中正紀念堂	46.52	中正紀念堂	42.16	九份	40.51	九份	36.87
5	九份	42.55	九份	41.37	淡水	34.73	故宮博物院	30.93
6	信義計畫區商圈	41.13	信義計畫區商圈	37.36	中正紀念堂	27.22	中正紀念堂	30.88
7	平溪	32.45	平溪	33.17	信義計畫區商圈	27.19	日月潭	20.63
8	中山站商圈	31.38	淡水	29.94	艋舺龍山寺	24.86	野柳	20.18
9	艋舺龍山寺	26.62	艋舺龍山寺	24.44	平溪	24.32	淡水	19.54
10	大稻埕	26.43	故宮博物院	23.49	故宮博物院	22.25	艋舺龍山寺	19.32
11	淡水	24.55	臺北市永康街商圈	18.87	陽明山	15.86	平溪	18.00
12	故宮博物院	24.34	野柳	18.13	臺北市永康街商圈	14.39	太魯閣、天祥	16.95
13	野柳	18.06	日月潭	15.53	貓空	13.44	國父紀念館	16.69
14	臺北市永康街商圈	17.66	臺北車站商圈	15.21	日月潭	13.19	墾丁國家公園	16.63
15	日月潭	15.81	北投	14.56	北投	12.52	阿里山	13.48
16	華山 1914 文化創意產業園區	13.44	陽明山	13.88	野柳	11.46	士林官邸	10.08
17	北投	13.20	貓空	12.22	礁溪	8.96	西子灣	9.57
18	臺北車站商圈	11.59	大稻埕	11.99	士林官邸	8.33	七星潭	7.62
19	陽明山	11.52	華山 1914 文化創意產業園區	11.69	太魯閣、天祥	8.08	愛河	7.58
20	貓空	11.16	宮原眼科	10.14	清境農場	8.03	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 12-3-3 可知，114 年與 113 年、112 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 12-3-3　受訪旅客遊覽觀光景點所在縣市排名－近 3 年與疫情前變化分析

單位：%

名次	114 年 (樣本人數:6,660 人)		113 年 (樣本人數: 6,620 人)		112 年 (樣本人數: 6,102 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	84.17	臺北市	84.85	臺北市	84.05	臺北市	83.74
2	新北市	59.38	新北市	60.17	新北市	58.44	新北市	56.88
3	南投縣	16.59	臺中市	17.96	南投縣	15.98	南投縣	22.79
4	高雄市	16.40	南投縣	16.47	高雄市	14.27	高雄市	22.40
5	臺中市	15.65	高雄市	16.09	臺中市	12.60	花蓮縣	18.16
6	宜蘭縣	10.99	臺南市	9.53	宜蘭縣	11.70	屏東縣	17.13
7	臺南市	9.40	宜蘭縣	8.85	花蓮縣	9.28	臺中市	14.62
8	桃園市	9.20	基隆市	8.84	臺南市	8.90	嘉義縣	13.57
9	嘉義縣	8.20	桃園市	8.63	桃園市	7.28	臺東縣	7.36
10	基隆市	7.34	嘉義縣	7.11	嘉義縣	6.01	臺南市	4.63
11	嘉義市	4.95	新竹市	4.47	基隆市	5.60	宜蘭縣	3.01
12	新竹市	3.69	嘉義市	3.43	屏東縣	5.16	基隆市	2.15
13	彰化縣	2.03	屏東縣	3.13	新竹市	4.21	桃園市	1.99
14	屏東縣	1.94	花蓮縣	2.79	新竹縣	3.83	新竹縣	0.86
15	花蓮縣	1.79	彰化縣	2.04	臺東縣	2.36	彰化縣	0.84
16	新竹縣	1.40	新竹縣	1.57	嘉義市	2.13	新竹市	0.51
17	臺東縣	1.11	臺東縣	1.25	苗栗縣	1.52	嘉義市	0.48
18	苗栗縣	0.84	苗栗縣	0.92	彰化縣	1.28	苗栗縣	0.40
19	雲林縣	0.57	雲林縣	0.59	雲林縣	0.57	雲林縣	0.22
20	澎湖縣	0.23	澎湖縣	0.53	澎湖縣	0.57	澎湖縣	0.09
21	金門縣	0.05	金門縣	0.06	金門縣	0.08	金門縣	0.06
22	連江縣	0.02	連江縣	0.03	連江縣	-	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，各縣市加總超過 100%。
2.「-」表示無調查樣本。

由表 10-3-4 可知，114 年與 113 年、112 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。另 113 年 4 月受花蓮地震、颱風等天災影響，旅客遊覽景點位於東部地區的比率大幅下滑，114 年仍未見回升，114 年遊覽觀光景點位於東部地區的比率較 113 年、110 年、108 年下滑。

表 12-3-4　受訪旅客遊覽觀光景點所在地區排名－近 3 年與疫情前變化分析

單位：%

名次	114 年 (樣本人數:6,660 人)		113 年 (樣本人數: 6,620 人)		112 年 (樣本人數: 6,102 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	87.78	北部地區	88.19	北部地區	87.46	北部地區	85.93
2	南部地區	23.96	中部地區	23.88	中部地區	22.52	南部地區	30.04
3	中部地區	21.77	南部地區	23.05	南部地區	21.86	中部地區	29.20
4	東部地區	2.66	東部地區	3.52	東部地區	10.10	東部地區	18.91
5	離島地區	0.29	離島地區	0.62	離島地區	0.66	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，各地區加總超過 100%。
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 12-3-5 可知，可能受士林夜市地下美食街於 112 年 10 月至 114 年 4 月間因整修工程暫停營業影響所致，114 年與 113 年士林夜市遊覽比率下滑，受訪旅客遊覽夜市均以饒河街夜市為最高。

表 12-3-5　受訪旅客遊覽夜市排名－近 3 年與疫情前變化分析

單位：%

名次	114 年 (樣本人數:6,660 人)		113 年 (樣本人數: 6,620 人)		112 年 (樣本人數: 6,102 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	25.48	饒河街夜市	35.63	士林夜市	37.86	士林夜市	40.55
2	寧夏夜市	25.21	士林夜市	31.09	饒河街夜市	28.61	寧夏夜市	13.61
3	士林夜市	23.57	寧夏夜市	21.19	寧夏夜市	16.75	饒河街夜市	13.29
4	臺中逢甲夜市	8.05	臺中逢甲夜市	11.21	高雄六合夜市	6.69	高雄六合夜市	11.61
5	高雄六合夜市	7.12	高雄六合夜市	8.34	臺中逢甲夜市	6.34	臺中逢甲夜市	10.39
6	宜蘭羅東夜市	4.80	基隆廟口夜市	5.36	迪化街(含大稻埕)夜市	5.95	華西街夜市	3.64
7	基隆廟口夜市	4.20	迪化街(含大稻埕)夜市	3.55	華西街夜市	4.92	師大夜市	2.87
8	南機場夜市	4.14	高雄瑞豐夜市	3.23	花蓮東大門夜市	3.74	高雄瑞豐夜市	2.60
9	臺中一中街夜市	3.92	臺中一中街夜市	2.76	基隆廟口夜市	2.93	臺中一中街夜市	2.53
10	高雄瑞豐夜市	2.91	宜蘭羅東夜市	2.60	宜蘭羅東夜市	2.75	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。

4.最喜歡景點

由表 12-3-6 可知，114 年與 113 年、112 年受訪旅客最喜歡景點均以日月潭為最高，108 年則以墾丁國家公園最高。

表 12-3-6　受訪旅客最喜歡景點排名－近 3 年與疫情前變化分析

名次	114 年 (樣本人數:6,660 人)			113 年 (樣本人數: 6,620 人)			112 年 (樣本人數: 6,102 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	15.81	38.18%	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	42.55	23.18%	九份	41.37	21.07%	平溪	24.32	21.77%	日月潭	20.63	25.42%
3	駁二藝術特區	10.87	21.69%	淡水	29.94	16.65%	九份	40.51	20.55%	九份	36.87	23.60%
4	淡水	24.55	16.45%	平溪	33.17	16.48%	夜市	78.43	16.46%	阿里山	13.48	22.88%
5	陽明山	11.52	13.69%	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	野柳	18.06	12.80%	北投	14.56	13.28%	淡水	34.73	15.20%	平溪	18.00	21.03%
7	故宮博物院	24.34	12.40%	故宮博物院	23.49	13.25%	貓空	13.44	14.88%	野柳	20.18	20.43%
8	平溪	32.45	12.12%	夜市	83.84	11.62%	陽明山	15.86	12.40%	淡水	19.54	18.17%
9	北投	13.20	11.49%	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	臺北 101	60.59	9.69%	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 12-3-7 可知，114 年與 113 年、112 年、108 年受訪旅客在我國期間參加活動前三名皆依序為購物、逛夜市和參觀古蹟。

表 12-3-7　受訪旅客在我國期間參加活動－近 3 年與疫情前變化分析

單位：%

參加活動	114 年 (樣本人數:6,660 人)	113 年 (樣本人數: 6,620 人)	112 年 (樣本人數: 6,102 人)	108 年 (樣本人數: 8,562 人)
購物	**93.50**	**92.33**	**92.95**	**93.69**
逛夜市	**87.12**	**85.06**	**78.43**	**79.84**
參觀古蹟	**64.58**	**56.68**	**50.36**	**40.05**
按摩、指壓	21.16	19.97	16.60	7.46
登山、健行	19.04	14.09	15.26	…
參觀展覽	15.93	9.88	15.40	25.84
泡溫泉浴	15.36	16.63	23.17	11.21
生態旅遊(含賞花、鳥、蝶等)	13.60	12.87	23.01	12.06
夜總會、PUB 活動	13.26	7.63	10.06	2.27
水域活動(含遊湖、潛水等)	13.14	14.00	16.55	…
休閒農場	11.95	6.62	13.31	…
遊樂園	7.57	7.28	16.09	…
參觀藝文表演活動(含演唱會)	5.87	9.08	9.95	0.98
參觀節慶活動(含宗教活動)	3.50	3.56	3.56	1.61
部落觀光	2.82	1.69	8.52	…
觀光工廠	1.86	1.86	3.36	3.04
醫療保健	1.10	0.91	1.11	0.41
運動或賽事(含自行車旅遊)	0.54	0.35	2.02	1.13
遊湖	…	…	…	16.46
登山	…	…	…	7.57
主題樂園	…	…	…	2.86
卡拉 OK 或唱 KTV	…	…	…	0.76
SPA、三溫暖	…	…	…	0.44
其他	0.51	0.79	0.67	1.89

註：1.本題為複選題。
2.「…」表示無此選項。

四、 近3年與疫情前受訪旅客支出概況

（一）來臺旅客平均每人每日支出金額之比較

由表 12-4-1 可知，114 年來臺旅客平均每人每日支出金額為 185.14 美元，已恢復至 108 年水準的 94.50%，支出金額呈現疫後持續回升的趨勢。

在支出結構部分，114 年與 113 年、112 年、108 年均以旅館內支出費為最多。

表 12-4-1　受訪旅客平均每人每日支出細項－近 3 年與疫情前變化分析

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
114 年	金額	185.14	77.43	39.19	17.37	9.95	7.28	33.92
	結構比	100.00%	41.82%	21.17%	9.38%	5.38%	3.93%	18.32%
	增減金額	-10.77	0.81	0.71	-1.38	3.92	2.99	-17.82
	增減比率	-5.50%	1.06%	1.85%	-7.36%	65.01%	69.70%	-34.44%
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。

由表 12-4-2 可知，114 年與 113 年、112 年、108 年受訪旅客購物費支出細項均以名產或特產為最多。

表 12-4-2　受訪旅客平均每人每日購物費細項支出金額－近 3 年與疫情前變化分析

購物費支出項目	114 年		113 年	
	支出金額(美元)	百分比	支出金額(美元)	百分比
總計	33.92	100.00%	33.46	100.00%
服飾或相關配件	**6.32**	**18.63%**	**6.38**	**19.10%**
珠寶或玉器類	0.65	1.92%	0.42	1.25%
紀念品或手工藝品類	**4.40**	**12.97%**	3.47	10.36%
化妝品或香水類	1.76	5.19%	1.73	5.16%
名產或特產	**13.79**	**40.65%**	**14.40**	**43.06%**
煙或酒類	1.76	5.19%	1.35	4.02%
藥品類或健康食品	0.69	2.03%	0.73	2.17%
電子或電器產品	0.44	1.30%	0.88	2.63%
茶葉	3.67	10.82%	**3.91**	**11.69%**
其他	0.44	1.30%	0.19	0.56%

購物費支出項目	112 年		108 年	
	支出金額(美元)	百分比	支出金額(美元)	百分比
總計	35.15	100.00%	51.74	100.00%
服飾或相關配件	**5.60**	**15.91%**	**7.55**	**14.59%**
珠寶或玉器類	0.51	1.44%	5.65	10.92%
紀念品或手工藝品類	**5.14**	**14.63%**	3.80	7.34%
化妝品或香水類	1.41	4.02%	**6.77**	**13.08%**
名產或特產	**15.37**	**43.73%**	**19.93**	**38.52%**
煙或酒類	1.29	3.68%	0.95	1.84%
藥品類或健康食品	0.93	2.64%	1.33	2.57%
電子或電器產品	1.31	3.74%	0.46	0.89%
茶葉	3.29	9.37%	3.63	7.02%
其他	0.30	0.84%	1.67	3.23%

（二）來臺旅客觀光支出之比較

由表 12-4-3 可得知，114 年來臺旅客觀光支出為 110.33 億美元，為 108 年 144.11 億美元的 76.56%；折合新臺幣為 3,438.57 億元，為 108 年 4,456.49 億元的 77.16%，來臺旅客人次及平均每人每日支出金額逐年增加，來臺旅客觀光支出呈現疫後持續回升的趨勢。

表 12-4-3　來臺旅客在臺支出金額－近 3 年與疫情前變化分析

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支出金額(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	新臺幣兌美元年平均匯率 (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
114 年	8,574,547	6.95	185.14	110.33	31.166	3,438.57
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.新臺幣兌美元年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 12-4-4 可知，各主要市場皆逐年回升，其中美國(17.04 億美元)與歐洲(10.17 億美元)已較 108 年成長。

114 年主要市場來臺旅客觀光支出以新南向主力 7 國最高，總支出金額達 37.25 億美元，占全體 33.76%；其次為美國 17.04 億美元，占 15.44%，日本 13.75 億美元，占 12.46%。其中美國、歐洲市場支出占比均高於 108 年。

表 12-4-4　主要市場來臺旅客觀光支出－近 3 年與疫情前變化分析

市場別	來臺旅客人次 (1)	來臺旅客平均停留夜數(夜) (2)	平均每人每日支出金額(美元) (3)	觀光支出 (億美元) (4)= (1)×(2)×(3) ÷100,000,000	占比
114 年全體	8,574,547	6.95	185.14	110.33	100.00%
新南向主力 7 國	2,578,396	8.85	163.24	37.25	33.76%
美國	715,481	9.81	242.84	17.04	15.44%
日本	1,483,176	4.73	195.98	13.75	12.46%
香港.澳門	1,310,139	4.19	187.71	10.30	9.34%
歐洲	403,499	12.38	203.67	10.17	9.22%
韓國	1,016,520	4.13	206.41	8.67	7.86%
大陸	637,060	8.44	155.92	8.38	7.60%
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%

表 12-4-4　主要市場來臺旅客觀光支出－近 3 年與疫情前變化分析(續完)

市場別	來臺旅客人次 (1)	來臺旅客平均停留夜數(夜) (2)	平均每人每日支出金額(美元) (3)	觀光支出(億美元) (4)= (1)×(2)×(3)÷100,000,000	占比
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%
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：「來臺旅客人次」、「平均停留夜數」資料來源為內政部移民署。

（四）購物退稅服務

1、購物是否使用退稅服務

由表 12-4-5 可知，114 年、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。

表 12-4-5　受訪旅客是否使用購物退稅服務－近 3 年與疫情前變化分析

單位：%

是否使用購物退稅服務	114 年 (樣本人數:6,660 人)	113 年 (樣本人數: 6,620 人)	112 年 (樣本人數: 6,102 人)	108 年 (樣本人數: 8,562 人)
總計	100.00	100.00	100.00	100.00
是	25.75	23.22	16.81	24.29
否	74.25	76.78	83.19	75.71

2、購物退稅手續是否簡便

由表 12-4-6 可知，114 年與 113 年、112 年、108 年受訪旅客覺得購物退稅手續方便者占比皆在九成五以上。

表 12-4-6　受訪旅客認為購物退稅手續是否簡便－近 3 年與疫情前變化分析

單位：%

購物退稅手續是否簡便	114 年 (樣本人數:1,715 人)	113 年 (樣本人數:1,537 人)	112 年 (樣本人數:1,026 人)	108 年 (樣本人數:2,080 人)
總計	100.00	100.00	100.00	100.00
是	99.59	99.48	98.73	95.14
否	0.41	0.52	1.27	4.86

（五）預付費用項目

1、來臺前是否預付費用

由表 12-4-7 可知，114 年受訪旅客來臺前有預付費用者占 52.04%；113 年為 53.22%；112 年為 50.51%；108 年為 80.64%。

表 12-4-7　受訪旅客來臺前是否預付費用－近 3 年與疫情前變化分析

單位：%

來臺前是否預付費用	114 年 (樣本人數:6,660 人)	113 年 (樣本人數: 6,620 人)	112 年 (樣本人數: 6,102 人)	108 年 (樣本人數: 8,562 人)
總計	100.00	100.00	100.00	100.00
有預付	52.04	53.22	50.51	80.64
沒有預付	47.96	46.78	49.49	19.36

2、來臺前預付費用項目

由表 12-4-8 可知，114 年與 113 年、112 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 12-4-8　受訪旅客來臺前預付費用項目－近 3 年與疫情前變化分析

單位：%

來臺前預付費用項目	114 年 (樣本人數:3,466 人)	113 年 (樣本人數:3,523 人)	112 年 (樣本人數:3,082 人)	108 年 (樣本人數:6,904 人)
旅館內支出費	**96.60**	**96.71**	**97.44**	**98.12**
旅館外餐飲費	31.68	**30.37**	**29.14**	25.56
在臺境內交通費	**33.09**	**34.09**	**30.50**	**29.21**
娛樂費	24.64	13.62	20.38	27.69
雜費	**32.40**	19.64	9.25	**31.82**
購物費	0.14	0.09	0.49	-

註：1.本題為複選題。
2.「-」表示無調查樣本。

五、 近 3 年與疫情前受訪旅客對臺灣深刻的印象

由表 12-5-1 可知，114 年與 113 年、112 年、108 年受訪旅客對臺灣深刻的印象均以美食佳餚為最高。

表 12-5-1　受訪旅客對臺灣深刻的印象－近 3 年與疫情前變化分析

單位：%

深刻印象	114 年 (樣本人數:6,660 人)	113 年 (樣本人數: 6,620 人)	112 年 (樣本人數: 6,102 人)	108 年 (樣本人數: 8,562 人)
美食佳餚	**87.81**	**90.66**	**86.40**	**57.72**
逛夜市	**77.63**	**76.01**	**61.19**	**38.85**
自然風光	**63.26**	**65.77**	**67.83**	…
人情味濃厚	53.96	49.91	43.74	31.98
歷史古蹟	38.54	35.88	26.57	8.89
便利商店	36.34	28.81	32.01	13.41
都會不夜城	30.08	19.70	14.44	6.91
地方特產	27.15	29.27	36.28	15.29
泡溫泉	11.08	12.11	12.78	6.24
宗教文化	8.96	8.93	…	…
景點	7.82	12.57	15.95	**54.71**
節慶活動或表演(含演唱會)	2.27	…	…	…
單車賞景	2.24	2.84	3.21	1.92
原住民文化	2.21	1.28	3.93	3.18
書店	2.21	2.04	3.47	5.23
醫療保健	1.91	1.22	0.87	…
旅館(或民宿)住宿體驗	1.05	1.25	1.82	2.35
節慶活動	…	1.51	1.84	0.60
水果	…	…	19.80	18.07
寺廟參訪	…	…	18.45	8.62
海岸風光	…	…	…	31.51
美容醫療	…	…	…	1.61
其他	0.78	1.47	0.62	4.23

註：1.本題為複選題。

2.「…」表示無該調查項目。

六、 近 3 年與疫情前受訪旅客對此次來臺之各項滿意度分析

由表 12-6-1 可知，114 年與 113 年、112 年、108 年受訪旅客各項來臺滿意度皆大於 4 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。在來臺整體滿意度平均分數部分，114 年為 4.62 分，高於 113 年、112 年、108 年。

表 12-6-1　受訪旅客此次來臺各項滿意度－近 3 年與疫情前變化分析

來臺旅客各項滿意度		114 年	113 年	112 年	108 年
觀光便利性	入境通關手續便捷	4.29	4.40	4.40	4.20
	通訊 / 網路便利	4.57	4.60	4.49	4.34
	旅遊資訊取得方便	4.59	4.58	4.41	4.37
	境內交通便利	4.69	4.63	4.54	4.46
	來臺交通便利	…	…	…	4.53
	海關通關手續便利	…	…	…	4.30
	取得臺灣簽證快速	…	…	…	4.42
	使用 Free Wi-Fi 便利	…	…	…	4.15
觀光環境國際化	路標及公共設施牌示易懂	4.39	4.37	4.22	4.32
	旅遊環境語言溝通良好	4.28	4.31	4.11	4.25
	臺灣民眾態度友善	4.72	4.72	4.61	4.63
環境安全性	遊憩環境安全	4.66	4.62	4.52	4.58
	社會治安良好	4.70	4.68	4.54	4.61
	住宿設施安全	4.63	4.62	4.48	4.59
	餐飲衛生良好	4.46	4.49	4.37	4.35
	環境衛生良好	…	…	…	4.38
整體	來臺整體滿意度	4.62	4.61	4.44	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 3 年與疫情前受訪旅客再度訪臺與推薦親友來臺旅遊的意願

由表 12-7-1 得知，114 年與 113 年、112 年、108 年受訪旅客有再度訪臺的意願者占比均在 98%以上。

由表 12-7-2 得知，114 年與 113 年、112 年、108 年有再度訪臺意願的旅客，再訪主要原因均以度假、休閒、遊憩為最多。

由表 12-7-3 得知，114 年與 113 年、112 年、108 年受訪旅客表示會推薦親友來臺灣旅遊者占比均在 98%以上。

表 12-7-1　受訪旅客是否會再度訪臺情形－近 3 年與疫情前變化分析

單位：%

是否會再度訪臺	114 年 (樣本人數:6,660 人)	113 年 (樣本人數: 6,620 人)	112 年 (樣本人數: 6,102 人)	108 年 (樣本人數: 8,562 人)
總計	100.00	100.00	100.00	100.00
會	99.76	99.80	99.84	98.20
不會	0.24	0.20	0.16	1.80

表 12-7-2　受訪旅客表示會再度訪臺的主要原因－近 3 年與疫情前變化分析

單位：%

會再度訪臺的主要原因	114 年 (樣本人數:6,644 人)	113 年 (樣本人數:6,607 人)	112 年 (樣本人數:6,092 人)	108 年 (樣本人數:8,408 人)
總計	100.00	100.00	100.00	100.00
度假、休閒、遊憩	**74.37**	**78.66**	**76.67**	**83.06**
業務	**10.10**	**10.31**	**9.67**	**7.34**
國際會議或展覽	1.28	0.70	0.25	0.43
探親或訪友	**13.11**	**9.61**	**12.94**	**8.31**
求學	0.19	0.03	0.16	0.25
醫療	0.69	0.61	0.21	0.23
其他	0.26	0.08	0.10	0.38

表 12-7-3　受訪旅客是否會推薦親友來臺灣旅遊情形－近 3 年與疫情前變化分析

單位：%

是否會推薦親友來臺灣旅遊	114 年 (樣本人數:6,660 人)	113 年 (樣本人數: 6,620 人)	112 年 (樣本人數: 6,102 人)	108 年 (樣本人數: 8,562 人)
總計	100.00	100.00	100.00	100.00
會	99.88	99.89	99.93	98.77
不會	0.12	0.11	0.07	1.23

八、 近 3 年與疫情前受訪旅客在臺境內搭乘交通工具分析

由表 12-8-1 可知，114 年與 113 年、112 年、108 年受訪旅客均以捷運為最高，其次為計程車。

表 12-8-1　受訪旅客在臺境內搭乘之交通工具－近 3 年與疫情前變化分析

單位：人次；%

交通工具	114 年 (樣本人數:6,660 人)	113 年 (樣本人數: 6,620 人)	112 年 (樣本人數: 6,102 人)	108 年 (樣本人數: 8,562 人)
捷運	**79.19**	**76.13**	**79.60**	**66.65**
計程車	**48.29**	**50.51**	**72.80**	**58.25**
臺鐵	**39.94**	**37.33**	**48.34**	27.62
公民營客運	36.20	33.99	36.25	**36.01**
Uber(多元化計程車)	18.69	14.55	13.24	6.27
高鐵	14.71	17.21	22.50	15.90
遊覽車	13.09	15.77	16.90	20.85
船舶	5.63	5.79	12.18	20.26
公共自行車	4.40	3.10	6.08	2.53
小客車租賃	3.74	4.59	8.14	2.28
飛機	0.36	0.60	0.84	0.23
其他	14.85	16.54	11.01	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。

拾參、結論與建議

一、 結論

1. 114 年在國際政經環境、匯率波動、各國觀光市場競爭與旅客結構變化下，全年旅客人次及每人每日支出仍持續回升；觀光支出較 113 年成長 10.02%，恢復至 108 年的 76.56%，其中歐美市場支出更超越疫前成長 6 成以上。

114 年來臺旅客達 857 萬 4,547 人次，較 113 年成長 9.12%，已恢復至 108 年的 72.27%；平均每人每日在臺支出金額為 185.14 美元，較 113 年增加 1.26%，恢復至 108 年的 94.50%；114 年來臺旅客觀光支出達 110.33 億美元，較 113 年增加 10.02%，並恢復至 108 年的 76.56%。顯示在變動的國際環境下，來臺旅客人次與觀光支出仍呈現穩定復甦態勢。

根據內政部移民署統計，114 年主要市場來臺旅客人次以新南向主力 7 國為最多(占全體旅客的 30.07%)，其次依序為日本(17.30%)、香港.澳門(15.28%)、韓國(11.86%)、美國(8.34%)、大陸(7.43%)、歐洲(4.71%)。歐美長程市場旅客人次恢復程度相對較高，其中美國與歐洲均已達或超過 108 年水準(美國已達 108 年的 118.25%，歐洲達 104.33%)；亞洲市場則以韓國(恢復 81.81%)、香港.澳門(恢復 74.52%)較佳。整體市場結構相較疫情前呈現較為多元化發展之趨勢，日本、香港.澳門、韓國、新南向主力 7 國等市場占比均高於 10%，為主要的客源基礎，而美國與歐洲市場則因恢復程度相對較高，成為帶動長程市場復甦的重要動能。

114 年雖受美國對貿易夥伴實施「對等關稅」、中東地緣衝突擴大、俄烏戰爭、亞洲政局震盪等國際政治經濟環境變化，以及匯率巨幅波動影響，但全年平均每人每日在臺支出金額仍較 113 年成長。在日均支出結構部分，114 年受訪旅客以旅館內支出費 77.43 美元為最高(占 41.82%)，其次依序為旅館外餐飲費為 39.19 美元(占 21.17%)、購物費 33.92 美元(占 18.32%)等。其中，旅館內支出費(較 113 年成長 1.53%；較 108 年成長 1.06%)、旅館外餐飲費(較 113 年成長 4.93%；較 108 年成長 1.85%)、娛樂費(較 113 年成長 7.80%；較 108 年成長 65.01%)皆較 113 年與 108 年成長。

在主要市場的支出表現上，以新南向主力 7 國旅客在臺總支出金額(37.25 億美元，占全體的 33.76%)最高，其次依序為美國(17.04 億美元，占 15.44%)、日本(13.75 億美元，占 12.46%)、香港.澳門(10.30 億美元，占 9.34%)、歐洲(10.17 億美元，占 9.22%)、韓國(8.67 億美元，占 7.86%)及大陸(8.38 億美元，占 7.60%)。對比 108 年，美國與歐洲觀光支出均呈現大幅成長，分別增加 61.36%及 66.18%，其餘市場則在穩定恢復中。

政策說明：

(1) 114 年來臺旅客人次與觀光支出持續回升，顯示國際市場恢復穩定。為拓展高消費力市場客群，觀光署持續與經濟部國際貿易署合作推動 MICE 順道觀光，鼓勵國際商務人士延長在臺停留並順訪旅遊，以提升觀光消費。另透過參加國際獎勵旅遊與會議展（如 IMEX、ITB Asia），推廣臺灣會展環境、獎勵旅遊資源及獎助措施，爭取國際會展及企業獎勵旅遊來臺舉辦，拓展高端商務旅遊市場。

(2) 歐美屬長程旅遊市場，平均停留天數通常較亞洲鄰近市場旅客為長，觀光支出相對較高。此外，臺灣具備深度文化、生態、美食及永續旅遊等高附加價值旅遊資源，契合歐美旅客深度體驗及永續旅遊偏好，有助提升來臺旅遊意願及在臺觀光消費。

(3) 針對新南向市場，為因應不同國家旅客結構變化，觀光署採取「加強市場區隔與國際行銷」策略，以新加坡、馬來西亞、泰國、越南、菲律賓等五個市場為優先布局對象，並同步於雙印（印度、印尼）增設臺灣觀光服務分處，透過深耕在地據點，進一步擴大行銷力道並吸引高潛力客群。

(4) 為維持國際市場復甦動能，觀光署配合國家政策持續辦理泰國、菲律賓、汶萊旅客來臺免簽證試辦措施（至 115 年 7 月 31 日止），並續辦「觀宏專案」至 115 年 12 月 31 日，藉由便利的簽證措施吸引優質團客與自由行旅客，朝推動來臺人次與消費成長之目標邁進。

2. 自由行旅行安排方式占比持續成長，行程規劃時間逐漸拉長，旅客決策回歸理性考量；數位資訊影響力深化，旅遊內容偏好轉向遊記與影像紀錄，帶動深度體驗活動參與；公共運輸使用比率提升。

由 114 年調查結果顯示，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」為最多，占 76.40%，較 113 年微幅增加 1.24 個百分點，顯示自由行已為來臺旅客之主要旅遊型態。另一方面，114 年受訪旅客平均出發來臺前 46.74 天開始規劃行程，較 112 年的 28.49 天與 113 年的 41.05 天持續增長，並逐漸接近 108 年疫前的 51.71 天。此一數據變化顯示疫後初期決策時間較短之情形已逐步調整，旅客事前行程規劃時間逐漸回到接近疫情前之水準，用更多的時間來規劃來臺觀光行程。

在旅遊資訊管道方面，114 年來臺主要或次要目的為「度假、休閒、遊憩」之旅客中，有 64.77%於來臺前曾看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導。接觸管道高度集中於社群網站(89.91%)與搜尋引擎(70.99%)。在影響旅客決定來臺觀光之程度上，亦以社群網站(37.48%)及搜尋引擎(31.49%)居前兩位。在影響決策的資訊內容部分，「遊記」(67.58%)較 113 年增加 13.17 個百分點，成為占比最高的內容，其次為「旅客評論」(59.31%)，較 113 年減少 15.41 個百分點，第三為「攝影或影像紀錄」(54.99%)，較 113 年增加 4.84 個百分點，顯示旅客於決策過程中，對具備情境脈絡之圖文與影像紀錄之參考程度提高。

旅客自主規劃比率之提升、資訊取得方式之變化，亦與在臺參與活動之型態變動呈現並存關係。雖然購物(93.50%)與逛夜市(87.12%)仍為旅客在臺主要參加活動，但體驗型與戶外活動之參與度呈現持續成長趨勢。例如，參觀古蹟由 108 年的 40.05%成長至 114 年的 64.58%；登山、健行亦從 113 年的 14.09%上升至 114 年的 19.04%，來臺旅客從事的活動內容逐步擴展至文化探索與戶外參與等多元面向。

在交通使用行為部分，114 年受訪旅客以搭乘捷運(79.19%)為最高，其次為計程車(含 Uber)(66.98%)。此外，捷運、臺鐵(39.94%)、公民營客運(36.20%)等大眾運輸交通工具搭乘比率均較 113 年與 108 年增加。整體交通滿意度高達 98.85%，反映出旅客在行程安排上高度依賴便捷的都會圈大眾運輸系統。

政策說明：

(1) 因應自由行旅遊型態占比持續成長，觀光署積極運用國際線上旅遊平台強化臺灣觀光數位行銷，提升旅客於行程規劃及旅遊產品預訂階段之臺灣曝光度。例如於歐美市場與 Skyscanner、Expedia、Klook 等旅遊平台合作刊登臺灣觀光數位廣告，於新加坡、馬來西亞、菲

律賓、泰國等四地，積極與深受新南向年輕族群喜愛之線上旅行社平台（包括 KKDay、Klook 及 Traveloka 等）聯合行銷，結合旅遊產品推廣及優惠活動，透過精準行銷觸及潛在旅客，將數位行銷直接轉化為產品預訂與行程包裝，吸引自由行旅客來臺旅遊。

(2) 另配合旅客偏好轉向遊記與影像紀錄之趨勢，觀光署積極與海外電視媒體合作拍攝並邀請國外旅行社業者、媒體及知名網紅來臺體驗宣傳。例如邀請馬來西亞 Astro AEC 電視台「帶爸媽去旅行」節目來臺拍攝、邀請英國 4 位百萬級網紅體驗阿里山林業鐵路及茶文化，另邀請法國實境節目男星前往東北角、宜蘭等地，體驗攀岩、溯溪、立式划槳及原住民族文化等，透過國際媒體與社群曝光，提升臺灣特色旅遊產品之國際知名度，吸引國外旅客來臺深度旅遊。

(3) 針對高達七成以上的自由行客群及日益提升的公共運輸使用率，觀光署推動免下載之「台灣行動旅服 PWA」，並橫向介接交通部 TDX 平臺，即時提供公車動態、雙鐵與 YouBike 等大眾運輸資訊。同時，透過與 7-Eleven 跨界合作打造「旅人便利店」，將全臺逾 7,200 家門市轉化為數位旅遊樞紐。系統內建支援中、英、日、韓等多語系之「喔熊 AI 小幫手」，不僅能隨時解答旅遊問題，更能迎合旅客對遊記與影像的偏好，快速生成圖文並茂的客製化遊程與推薦，未來亦將持續擴充更多語系，打造無縫接軌的深度旅遊體驗。

(4) 為便利國內外旅客旅遊臺灣，觀光署 113 年起整合長途交通（高鐵、台鐵）、都會捷運（四大都會）與景區接駁（台灣好行、森林鐵路、Uber、汽車租賃）等多元旅運產品，推出國際旅客適用之「Taiwan PASS-高鐵版」及國內外旅客通用之「Taiwan PASS-台鐵版」交通電子套票，截至 114 年底已銷售達 3.3 萬套；其中，國際旅客適用之「Taiwan PASS-高鐵版」於 114 年辦理「買一送一」優惠活動，鼓勵國際旅客前往中南部旅遊。未來將持續整合更多景區接駁運具，並持續優化訂、取票使用體驗，引導國際旅客跨區旅遊，無縫接軌深入遊覽各大觀光景點，進而延伸行程並增加停留天數。

3. 美食、夜市與風光景色仍為臺灣核心吸引力，夜間消費與都會體驗具觀光延伸潛力，文化、安全性與友善度成為重要決策紅利；旅客行程仍高度集中於北部地區，但南部地區比率較 113 年成長，另受天災影響遊覽位於東部地區景點之比率持續降低。

114 年吸引旅客來臺觀光原因仍以「美食或特色小吃」(82.84%)最高，其次為風光景色(73.90%)。同時，受訪旅客對臺灣留下的深刻印象以美食佳餚(87.81%)為最高，其次為逛夜市(77.63%)，第三為自然風光(63.26%)，顯示臺灣在美食與自然景觀的定位深獲國際旅客認同。另一方面，旅客對都會不夜城印象深刻比率亦從 108 年的 6.91%，成長至 114 年的 30.08%，反映夜市、美食小吃與都會夜間體驗已成為旅客體驗臺灣的重要元素，具備發展夜間經濟與延伸旅遊消費之潛力。在其他吸引原因中，臺灣民情風俗和文化在疫後展現穩定增長趨勢，由 112 年之 36.43% 增加至 114 年之 48.32%；治安良好(44.18%)與人民友善(42.84%)近三年均穩定維持在四成以上。顯示臺灣的民情文化、安全形象與友善氛圍，已逐漸內化為臺灣觀光具備高度認同感的常態性核心競爭力。

在曾遊覽景點方面，旅客多集中於夜市(86.88%)、臺北 101(60.59%)、西門町(57.55%)、中正紀念堂(46.52%)等都會型景點。從曾遊覽景點所在區域觀察，114 年行程仍高度集中於北部地區(87.78%)，但比率較 113 年略為下滑 0.41 個百分點，其次為南部地區(23.96%)，比率較 113 年(23.05%)增加 0.91 個百分點，第三為中部地區(21.77%)較 113 年(23.88%)減少 2.11 個百分點，東部地區(2.66%)較 113 年(3.52%)減少 0.86 個百分點，係受 113 年花蓮地震及 114 年 9 月馬太鞍溪堰塞湖等天災影響。

就旅客最喜歡景點而言，前五名比率依序為日月潭(38.18%)、九份(23.18%)、駁二藝術特區(21.69%)、淡水(16.45%)與陽明山(13.69%)。

政策說明：

(1) 為提高臺灣大型觀光節慶活動吸引力及友善性，觀光署持續整合並篩選各地方縣市活動，依國際知名度及節慶特色，推出「臺灣觀光雙年曆」，除對國內外加強行銷宣傳，並輔導各主辦單位強化活動品質與內涵，著重旅客體驗及符合旅客旅遊型態之活動內容。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，推出 2 日以上遊程，併同地方城市行銷，推展多夜跨區旅遊及夜間經濟旅遊；同時強化外語導覽、增加外文版網站及外語說明牌、外語 App 等相關措施，吸引國際旅客到訪。

(2) 114 年國外旅客來臺仍以美食、特色小吃及風光景色為核心吸引力，而治安良好、人民友善與文化魅力已逐步成為臺灣常態競爭力。此外，由於「都會不夜城」印象從 108 年的 6.91%大幅成長至 114 年的 30.08%，顯見夜間經濟與都會體驗具備強大的消費延伸潛力，觀光署 115 年將以「台灣不打烊」為聚焦訴求，宣傳臺灣多樣豐富旅遊選擇，並結合各項國際宣傳主軸整合行銷。

(3) 在市場廣宣操作上，日韓及港澳市場鎖定重遊客、短天數深度遊與鐵道慢旅；東南亞市場則結合親子、自然體驗、獎勵旅遊及企業順道觀光；歐美及澳紐長程市場主打戶外活動、原民文化、永續旅遊及長天數深度體驗。後續觀光署並將持續透過媒體邀訪、業者熟悉旅遊、產品開發上架及花東永續旅遊境外包機獎助等行銷操作，使東部推廣由形象曝光進一步銜接實際產品轉換與具送客成效。

(4) 觀光署將持續以「安全可達、主題多元、值得停留」逐步建立國際旅客前往東部地區旅遊信心，並透過觀光署官網、駐外社群、國際媒體、KOL/KOC、OTA 平台及旅行社產品網頁同步露出，降低國際旅客對東部環境旅遊現況資訊落差。在產品內容上，以花東縱谷、東海岸景觀、部落文化、鐵道慢旅、自行車、溫泉、農村體驗、賞鯨、衝浪、月光海音樂會、熱氣球、馬拉松等多樣化主題，建立多元、必訪、可一來再來之旅遊內容，讓國際旅客理解東部仍具豐富且係安全之旅遊選擇。

4. 日本旅客來臺人次恢復近七成，日均支出變化受相對匯率、旅行安排方式與支出配置調整等因素影響；旅遊動向呈現向南部與自然景觀延伸之趨勢，逾三分之一為再訪客，美食與風光景色為核心吸引力，最喜歡景點為日月潭、九份、駁二，購物費結構中茶葉占比居各市場之冠。

114 年日本旅客來臺達 148 萬 3,176 人次，較 113 年成長 12.40%，恢復至 108 年的 68.41%，顯示市場持續回溫，惟整體復甦程度仍未完全回到疫情前水準。在支出表現方面，日本旅客平均每人每日支出金額為 195.98 美元，雖較 113 年(193.13 美元)增加，但仍較 108 年(229.42 美元)減少 33.44 美元(下滑 14.58%)。在支出結構中，以旅館內支出費較 108 年減少 21.01 美元(減少 19.03%)最為顯著，此一變化可能受來臺旅遊成本變化、旅行安排方式轉向自由行，以及支出項目配置調整等因素影響。

在旅遊動機方面，日本旅客來臺主因仍以美食或特色小吃(83.16%)及風光景色(60.02%)為主，對臺灣的深刻印象亦與吸引因素一致，依序為美食佳餚(88.53%)、逛夜市(78.98%)、人情味濃厚(65.24%)及自然風光(55.87%)，顯

示臺灣在美食與自然景觀方面對日本市場之吸引力具高度穩定性。114 年有37.48%的日本旅客為近 3 年內第二次以上來臺之再訪旅客，顯示該市場仍具一定程度之再訪特性。旅遊型態以「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」(74.17%)為主，且該比率又較 113 年增加 9.37 個百分點。

在旅遊行為方面，日本旅客在臺參與活動以購物(94.40%)、逛夜市(89.93%)及參觀古蹟(68.65%)為主。曾遊覽之觀光景點仍以夜市(88.97%)、西門町(含西門紅樓)(58.14%)、臺北 101(57.09%)及九份(55.25%)等北部都會及周邊景點為主，顯示其行程安排仍以交通便利之都會區為核心。

惟從景點偏好與區域分布觀察，日本旅客曾遊覽南部地區景點之比率由 113 年的 12.94%成長至 114 年的 18.39%，顯示在既有北部都會旅遊動線之外，旅遊範圍呈現向南部延伸之趨勢，日月潭、駁二藝術特區均為曾遊覽景點前 20 名，並分別為日本旅客最喜歡景點的第一名與第三名。

在購物行為方面，日本旅客仍以購買名產或特產(48.95%)為主，其中茶葉支出占比達 20.47%，明顯高於其他主要市場，顯示其對具在地特色之商品仍具高度偏好。

政策說明：

(1) 日本市場旅客日均消費力未回復疫前水準，主要受日圓疲弱導致海外旅遊成本上升影響。觀光署已鎖定日本高端族群，開發郵輪觀光、米其林美食、深度文化體驗等主題遊程，吸引高端旅客來臺觀光並延長停留時間，帶動在臺經濟消費與觀光發展。

(2) 日本市場採取「多元管道齊宣傳」、「話題活動引客源」及「參加旅展及推廣會」之推廣策略吸引日本民眾來臺旅遊，包含與日本旅遊節目合作製播臺灣特集、經營良旅再旅宣傳臺灣觀光網站、SNS、KOL 行銷等管道行銷；與日本大型旅行社和航空公司合作辦理促銷活動；結合傳統節慶活動、觀光署國家風景區管理處大型活動，舉辦大型募客活動，例如千人放天燈、野柳石光夜訪女王等；積極參加大型旅展或旅遊博覽會，並於東京、大阪、神戶、福岡等主要城市辦理觀光推廣活動，宣傳臺灣觀光，爭取日本旅客來臺。

(3) 另為鼓勵日本旅客再訪並跨區域延伸旅遊，觀光署駐東京及大阪辦事處積極與駐地旅行社合作來臺踩線，並安排中、南部景點考察，持續開發中、南部旅遊新產品，例如 HIS 台灣縱斷紀行 4 日遊(台北・台中・彰化・台南・高雄)、阪急交通社阿里山與關子嶺溫泉台

灣之旅 5 日遊(嘉義・台南)等，跳脫以往北部旅遊的侷限，以新遊程、新體驗為誘因，吸引日本重遊客再訪至臺灣北部以外地區旅遊。觀光署與日本影星妻夫木聰合作拍攝臺灣宣傳影片，取景高雄龍虎塔、三鳳中街商圈、臺南奇美博物館、體驗芒果冰等，運用名人影響力，擴大宣傳南臺灣觀光景點與特色魅力。

5. 香港.澳門旅客人次恢復至疫前七成五，以自由行為主，再訪比率居各市場之冠；美食與距離優勢為核心吸引力，曾遊覽景點所在地區仍以北部為主，但對南部及文創型景點維持較高之到訪比率。

114 年香港.澳門來臺旅客為 131 萬 139 人次，恢復至 108 年的 74.52%。在支出表現方面，平均每人每日支出為 187.71 美元，恢復至 108 年(208.58 美元)的九成水準，整體恢復程度相對穩定。相較 113 年(186.83 美元)，支出水準變動不大，市場支出表現較為平穩。

在旅行安排方式部分，114 年香港.澳門旅客以「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」為主，占 87.12%，較 113 年(82.16%)增加 4.96 個百分點，顯示自由行已為該市場之主要旅遊方式，且有各市場中最高的再訪比率(73.14%)。

在旅遊決策與印象方面，吸引香港.澳門旅客來臺之主要因素仍以美食或特色小吃(90.12%)為最高，其次為距離居住地近(63.56%)及風光景色(58.34%)。其中距離居住地近之比率為各主要市場中最高；在滿意度表現上，「旅遊環境語言溝通良好」為 4.85 分，亦為各主要市場中最高，且為該市場所有滿意度項目中之最高分，顯示距離與語言文化之親近性為該市場再訪基礎之重要來源。對臺灣的深刻印象前四名仍依序為美食佳餚(94.06%)、逛夜市(79.18%)、自然風光(54.33%)及人情味濃厚(52.41%)，與該市場旅遊動機及 113 年表現一致。

在旅遊動向方面，香港.澳門旅客在臺參與活動仍以購物(96.78%)、逛夜市(85.61%)及參觀古蹟(48.39%)為主。其中參觀古蹟較 113 年增加 6.72 個百分點，參觀藝文表演活動(含演唱會)由 113 年的 1.97%提高至 4.93%，PUB 活動及休閒農場亦分別增加 1.42 及 1.25 個百分點，體驗型活動之參與趨於多元。曾遊覽景點以夜市、西門町、臺北 101 及淡水等北部都會及周邊景點為主，整體旅遊動線仍集中於北部地區(76.56%)，惟曾遊覽景點位於南部地區之比率達 29.88%，在 7 個主要市場中僅次於大陸(42.77%)，並與歐洲(29.85%)相當，反映南部景點對香港.澳門旅客具有一定吸引力，其中，駁二藝術特區及旗津海岸公園均為曾遊覽比率前 20 名之景點。

進一步觀察 114 年景點選擇變化，在曾遊覽景點排名中，中山站商圈、大稻埕及永康街等文創與生活型街區之排名較 113 年上升；在最喜歡景點方面，九份、淡水、駁二藝術特區及平溪等持續名列前茅。顯示香港.澳門旅客在既有北部都會旅遊動線下，景點選擇逐步由傳統觀光地標延伸至文創街區與生活型場域，並持續對南部藝文類型景點保持一定偏好。

在購物支出結構方面，114 年香港.澳門旅客購物費以名產或特產占 51.64%為最高，為 7 個主要市場中比率最高者；茶葉由 108 年的每人每日 0.41 美元(占 0.79%)提高至 3.70 美元(占 8.76%)，紀念品或手工藝品類由 2.95 美元(占 5.62%)提高至 3.86 美元(占 9.14%)，消費金額亦呈現成長趨勢。

在觀光資訊來源部分，114 年影響香港.澳門旅客來臺觀光之主要資訊管道之影響程度分別為搜尋引擎(39.09%)及社群網站(39.00%)，明顯高於親友口碑(12.61%)與傳統媒體(電視/電台 2.54%、報章雜誌 1.07%)；資訊內容則以旅客評論(68.36%)、遊記(68.13%)及攝影或影像紀錄(44.34%)為主，顯示該市場旅遊決策已高度參考數位資訊與使用者經驗分享。

政策說明：

(1) 港澳為高度成熟之短程客源市場，具距離近、航班便利、語言溝通障礙低及自由行能力高等優勢。114 年港澳旅客來臺主要目的以度假、休閒、遊憩為主，且再訪比例高，顯示市場基礎穩定。惟港澳旅客對臺北、西門町、夜市、九份、淡水等傳統景點已具高度熟悉度，後續行銷除維持基本客源動能外，應持續聚焦「創造再訪新鮮感」及「引導跨區深度旅遊」，將花東、澎湖、金門、馬祖等地做為下一階段開發重點，整合花東縱谷、海岸景觀、部落文化、鐵道慢旅、海島度假、戰地文化、地方美食及特色住宿等主題，透過多元通路反覆觸及，降低旅客前往該等地區之資訊不確定性，期進一步帶動跨區移動、延長停留及在地消費成長。

(2) 港澳旅客旅遊決策高度依賴搜尋引擎、社群網站、旅客評論、遊記及影像內容，顯示其已由傳統廣告接收，轉向重視真實體驗、口碑評價及短影音情境。未來持續提高媒體及 KOL／KOC 邀訪頻率與曝光規模，強化各地觀光資源及在地特色行銷，並結合 OTA 平台及可預訂產品內容，使宣傳不僅停留於社群分享與形象曝光，更能進一步導入產品預訂、行程轉換及實際引客效益。

6. 韓國旅客人次恢復至疫前八成以上，日均支出已超越 108 年水準；旅行安排方式以自由行為主，受美食吸引比率為各市場中次高者，旅遊動向仍集中於北部都會圈，但遊覽景點位於中、南部之比率提升，最喜歡景點以日月潭為首。

114 年韓國來臺旅客為 101 萬 6,520 人次，恢復至 108 年的 81.81%。平均每人每日支出為 206.41 美元 ，不僅較 113 年(197.98 美元)增加 8.43 美元 ，亦超越 108 年(201.96 美元)之水準。支出結構中，以旅館外餐飲費成長最為明顯，114 年達 45.87 美元，較 113 年增加 7.15 美元。購物費方面，114 年韓國旅客平均每人每日購物費為 36.10 美元，較 113 年增加 1.39 美元，亦略高於 108 年 35.78 美元。

在購物費支出項目以名產或特產為最高，占 49.14%，第二為紀念品或手工藝品類(15.46%)，第三為煙或酒類(13.80%)。另依旅遊型態觀察，觀光團體購物費為 41.58 美元，高於非觀光團體之 34.66 美元，兩類旅客購物品項結構亦有所差異。觀光團體在茶葉、煙或酒類占比分別高於非觀光團體 12.17 及 5.60 個百分點；非觀光團體則在服飾或相關配件、名產或特產占比高於觀光團體 9.02 及 5.61 個百分點。顯示韓國觀光團體購物較集中於茶葉、煙酒等品項，非觀光團體則較偏向服飾配件、名產或特產。

另一方面，旅館外餐飲費支出成長也吻合吸引韓國旅客來臺之主要因素以美食或特色小吃(91.06%)為最高，該比率在主要市場中僅次於大陸；對臺灣深刻的印象亦以美食佳餚(91.37%)、逛夜市(73.60%)為主，對美食佳餚印象深刻比率於主要市場中僅次於香港.澳門，反映韓國旅客對臺灣美食的偏好及高度支出意願。

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及線上旅行社(OTA)安排的旅遊行程」(63.71%)最多，但該比率為主要市場中最低者；「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」占 20.30%，觀光團體旅客占比為主要市場中最高者。而參加觀光團體的韓國受訪旅客均對旅行社及導遊服務表示滿意，平均分數達 4.20 分(總分為 5 分)。

在旅遊動向方面，114 年韓國旅客在臺參與活動仍以購物(91.24%)、逛夜市(91.12%)及參觀古蹟(72.59%)為主。相較 113 年，購物略減 0.32 個百分點，但逛夜市增加 1.61 個百分點，參觀古蹟增加 8.05 個百分點；此外，登山、健行由 8.32%增加至 11.17%，水域活動由 9.65%增加至 11.04%，參觀展覽由 5.67%增加至 10.91%，休閒農場由 4.46%增加至 10.79%，夜總會、PUB 活動由 6.03%增加至 9.77%，反映出韓國旅客在臺體驗之型態更趨多元且具深度。

在遊覽景點方面，雖仍以夜市、西門町、臺北 101、九份及中正紀念堂等北部熱點為主，但亦呈現跨區旅遊比率提升之情形。曾遊覽景點位於中部地區之比率由 112 年的 15.92%持續上升至 114 年的 22.59%，南部地區(13.58%)亦較 113 年增加 2.96 個百分點，顯示韓國旅客在既有都會動線之外，已有向中南部地區延伸之趨勢。另東部地區受天災影響，觀光資源開放程度受限，其遊覽比率降至 1.90%，因此中南部地區比率之上升，亦可能部分反映東部旅遊受限下之替代性移轉行為。

在滿意度表現上，韓國旅客對來臺整體滿意度雖傾向滿意(4.44 分) ，但在「旅遊環境語言溝通良好」(3.63 分)與「路標及公共設施牌示易懂」(4.03 分)評分為主要市場中非華語系國家最低者 ，顯示針對該市場之友善語系環境與引導標示仍有優化空間。

政策說明：

(1) 有關韓國旅客遊覽景點位於中、南部之比率提升，觀光署近年加速開發並推薦給韓國旅客新景點及旅遊商品，特別是引導旅客順遊北部以外的其他區域，如首爾辦事處於 114 年媒合韓國運動網紅赴臺中拍攝健行影片宣傳、釜山辦事處與 KKday 合作向韓國旅客促銷臺灣南部機票與旅遊等，並透過包機獎助增加臺韓航班，由於韓國到臺灣中南部航線與航班增加，促使韓國旅行社組團包裝中南部商品，也帶動韓國旅客至中南部旅遊。

(2) 針對韓國客源特性，在韓國以「美食」及「台灣不打烊」辦理推廣活動，並運用各式宣傳通路（平面媒體、電子媒體、戶外廣告等）行銷臺灣觀光形象與旅遊商品，駐外辦事處並持續辦理推廣自由行講座，以提供韓國旅客最新臺灣觀光旅遊資訊，輔以行動裝置協助翻譯以降低韓國旅客語言溝通門檻，帶動至臺灣北部以外地區旅遊。

7. 新南向主力 7 國為觀光支出占比最大之區域市場，相較於美食，臺灣的自然風光更具吸引力；社群網站決策影響力深，服飾及化妝品購物潛力大，旅遊動向呈現跨區移動特徵。

114 年新南向主力 7 國來臺旅客達 257 萬 8,396 人次，平均每人每日支出為 163.24 美元，人次與每人每日支出分別較 113 年成長 8.43%及 2.55%，114 年觀光總支出估算為 37.25 億美元，在來臺人次與觀光支出上均為占比最高之區域市場。在支出表現方面，平均每人每日支出為 163.24 美元，支出結構仍以旅館內支出費(39.29%)、旅館外餐飲費(21.62%)及購物費(20.94%)為主。其中購物支出細項前三高依序為名產或特產(34.08%)、服飾或相關配件(28.56%)、紀念品或手工藝品類(11.73%)。此外，「服飾或相關配件」和

「化妝品或香水」支出比例皆為各主要市場中最高者，反映該客群對我國流行服飾與生活風格商品的喜愛 。

在旅遊決策方面，新南向主力 7 國旅客來臺動機以風光景色(87.81%)為最高，其次為美食或特色小吃(77.69%)，顯示臺灣自然資源對該客群之吸引力優於美食。此外，治安良好(50.85%)與人民友善(48.11%)亦為重要吸引因素。在資訊獲取上，該市場決策高度仰賴社群網站，看過臺灣觀光廣告或報導者中有 94.59%的旅客透過社群網站接觸臺灣觀光資訊，且社群網站對決策之影響程度(38.64%)亦為最高。影響決策之資訊內容則以具備真實體驗之遊記(64.45%)、旅客評論(63.79%)及攝影或影像紀錄(55.74%)為主。

在旅遊行為與動向上，新南向主力 7 國旅客以「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」(74.40%)為主要型態。曾遊覽景點雖仍以北部都會型景點(如臺北 101、西門町)為主，但遊覽中部(29.02%)及南部(22.89%)地區的比率高於日本(中部 14.80%；南部 18.39%)、韓國(中部 22.59%；南部 13.58%)市場，跨區旅遊比例相對較高。最喜歡景點前兩名為阿里山(喜歡比率 51.94%)和日月潭(喜歡比率 34.72%)。對臺灣深刻的印象前三高為逛夜市(83.65%)、美食佳餚(83.20%)與自然風光(74.45%)，其中對自然風光印象深刻的比率為各主要市場中最高者，顯示該市場對戶外、自然風光體驗有相對較高的偏好。

除上述整體趨勢外，進一步依據附表一資訊檢視新南向主力 7 國各居住地數據，歸納出以下主要市場差異：

(1) 吸引新南向主力 7 國旅客來臺度假、休閒、遊憩的原因以風光景色(87.81%)為最高，其次為美食或特色小吃(77.69%)。惟各市場受吸引之因素結構略有差異，以越南為例，其同樣以風光景色(84.19%)為最主要吸引原因，惟相較於美食或特色小吃(43.55%)，安全友善的旅遊環境對越南旅客更具吸引力，其受治安良好吸引之比率達 48.71%，為 7 國中第三高。此一偏好於實際旅遊印象中亦有呼應，越南旅客對「自然風光」留下深刻印象之比率達 82.95%，在 7 國中僅次於印尼，且明顯高於新加坡(60.98%)、馬來西亞(69.61%)等居住地，顯示自然景觀體驗為吸引越南市場之重要旅遊元素。

(2) 在旅遊資訊管道部分，社群網站為整體新南向主力 7 國旅客受影響程度最高的資訊管道；惟部份市場仍呈現不同的資訊接觸/影響特性。其中，印尼旅客受社群網站影響程度為 26.39%，為 7 國中最低，低於新加坡(42.35%)、泰國(41.50%)及馬來西亞(40.22%)等；相較之下，印尼旅客受親友口碑影響程度達 35.23%，為 7 國最高，且為其影響

程度最高的資訊管道，可能與該市場旅客來臺主要目的以探親或訪友(42.47%)占比最高，其次為業務(34.95%)，而「度假、休閒、遊憩」(19.89%)較低之型態有關。另從資訊接觸來源觀察，印尼旅客透過親友口碑(87.90%)、電視/電台(68.55%)、戶外看板(51.61%)、地鐵、巴士、航空站等交通運具及場站(62.90%)接觸臺灣觀光資訊之比率亦均為 7 國最高，甚至高於搜尋引擎 55.65%。反映印尼市場的旅遊資訊傳播較仰賴人際網絡與傳統媒介，有別於其餘 6 國以社群網路為主之樣態。

(3) 每人每日平均支出金額以新加坡(181.75 美元)為最高，最低者為菲律賓(148.90 美元)；在支出結構上，印尼旅客購物費支出占總支出的29.34%，為 7 國中最高者，明顯高於新加坡(18.16%)、馬來西亞(17.67%)與印度(17.04%)，此一結果亦與印尼旅客被吸引來臺原因相互呼應，其選擇購物之比率達86.49%，明顯高於其餘6國(比率介於28.06%~61.77%)，顯示印尼市場具有較高的購物消費潛力。而新加坡、馬來西亞、印度旅客的旅館內支出費則依序占 43.00%、41.88%及45.21%，顯示其消費結構相對偏重住宿服務而非購物。

(4) 在成長動能與旅遊體驗偏好上，菲律賓為新南向主力 7 國中成長最為顯著之市場，疫後來臺人次由 112 年的 35 萬 487 人次成長至 114年的62萬7,286人次，3年間增幅達78.98%，114年單一年度人次已居新南向主力 7 國之首，且最近 3 年首次來臺者占 67.35%，顯示該市場正處於快速拓展階段。在旅遊體驗偏好上，菲律賓旅客較其他新南向市場更具都會與夜間活動取向，其對「都會不夜城」留下深刻印象之比率達 41.27%，為 7 國中最高；在臺期間參與「夜總會或PUB 活動」(22.18%，7 國中第三高)及「參觀藝文表演活動」(8.83%，7 國中最高)之比率亦相對突出；娛樂費占其每人每日支出之比率(6.13%)同為 7 國最高，顯示都會夜生活與展演娛樂體驗對菲律賓旅客別具吸引力。此外，菲律賓旅客受「人民友善」(54.64%)、「治安良好」(51.62%)吸引之比率均為7國中第二高，友善安全的社會環境亦為吸引該市場旅客之重要因素。

政策說明：

(1) 提升新南向來臺旅客，觀光署透過重點專案、代言人與多管道宣傳推廣，並運用駐外辦事處或觀光服務分處(TTIC)深耕市場，吸引更多新南向國家旅客，深化旅遊品牌影響力。

(2) 新南向各國旅客差異性極高，其中確實不無偏好自然景觀與戶外活動族群，觀光署將透過主要社群平台進行在地化精準投放及建議持續優化穆斯林友善餐飲與住宿環境等作為，依據客源市場特性分別推動臺灣觀光宣傳推廣計劃、鞏固成熟市場、擴大新興市場，持續推升新南向市場來臺客源規模。

(3) 另為推廣臺灣觀光遊樂業，113-114 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。

8. 美國旅客人次與市場占比持續成長，疫後旅客目的轉向以「度假、休閒、遊憩」為主，資訊來源較其他市場多元，旅遊動向與觀光支出均呈現深化趨勢。

根據內政部移民署統計，美國旅客占比在 108 年為 5.10%，疫後人次與來臺旅客占比均呈現逐年成長之趨勢，114 年美國來臺旅客達 71 萬 5,481 人次，占 8.34%，就單一居住地而言，為占比第四高的來臺旅客市場。在來臺主要目的部分，108 年美國旅客來臺主要目的以探親或訪友為最高，且占比達 41.09%；疫後則均以「度假、休閒、遊憩」(112 年 52.53%、113 年 40.37%、48.74%)為最高。美國來臺旅客的年收入結構也有明顯轉變，114 年受訪旅客年收入在 70,000－99,999 美元者占 21.40%，較 108 年增加 6.44 個百分點；無固定收入則減少 8.25 個百分點。

旅客結構的變化也帶來決策、動向與支出上的轉變，在觀光資訊來源管道上，美國旅客的資訊來源多元，除以社群網站(91.16%)、搜尋引擎(75.81%)為主，從報章雜誌(31.63%)、電視/電台(29.77%)、電商平台(16.28%)、戶外廣告或看板(14.88%)等管道獲得資訊的比率均為各市場中最高者。資訊內容以遊記(73.49%)、旅客評論(73.02%)影響程度較大。疫情前吸引美國旅客來臺原因集中於美食或特色小吃、風光景色，疫後則趨於多元，共有 11 項吸引原因占比在兩成以上，顯示臺灣對美國市場之吸引力已擴展至自然景觀、飲食、歷史文化、治安、氣候與夜間休閒等多面向。

在遊覽地區部分，除東部地區受天災影響比率較 108 年下滑外，遊覽地區位於北部、中部及南部地區的比率均較疫情前成長。此外，大部分參加活動比率也均較 108 年成長，其中參觀古蹟(增加 38.23 個百分點)、按摩指壓(增加 34.83 個百分點)及參觀展覽(增加 21.35 個百分點)均增加超過 20 個百分點。平均每人每日支出也從 108 年的 171.61 美元，成長至 114 年的 242.84 美

元，各細項支出金額均較 108 年成長，其中以旅館內支出費增加 36.50 美元為最多，其次為娛樂費增加 11.97 美元。購物項目上，茶葉支出占比從 108 年的 2.83%，成長至 114 年的 17.64%，消費占比僅次於名產或特產(23.07%)。

疫後美國市場在人次規模與結構占比上均已超越 108 年水準，且旅客組成、來臺目的與在臺活動型態均呈現結構性轉變。隨著「度假、休閒、遊憩」目的旅客占比提高，美國旅客之遊覽地區與參與活動亦更趨多元且深化；同時，住宿、交通、娛樂及體驗活動等支出較可能集中於相對較短之旅程期間，進而推升平均每人每日支出水準。整體而言，美國市場疫後成長不僅反映來臺人次回升，也顯示其旅遊型態已由過去探親訪友占比較高之型態，逐步轉向以休閒觀光與多元體驗為核心之長程旅遊市場。

政策說明：

(1) 美國旅客人次與市場占比持續成長，且其旅遊型態已由過去探親訪友，轉向以休閒觀光與多元體驗為大宗之長程旅遊市場。

(2) 近年臺美直飛航班逐步恢復與增加，提升旅遊便利性，加上觀光署積極布局北美市場，透過與航空公司合作行銷、參與海外旅展、數位廣告投放、KOL 合作及主題旅遊推廣等方式，搭配新航點/航線開拓新城市客源，持續提高臺灣於美國市場之能見度與旅遊吸引力。

(3) 相較亞洲鄰近市場偏向短天數旅遊，美國旅客通常停留時間較長、消費能力較高，亦較傾向安排多元且具深度之旅遊行程。臺灣具備美食文化、自然景觀、夜市、人文歷史及交通便利等特色，符合美國旅客重視在地文化與體驗型旅遊之趨勢，因此對美國旅客吸引力持續提升。

(4) 為吸引美國等高消費力市場客群，觀光署與經濟部國際貿易署合作推動 MICE 順道觀光，鼓勵國際商務人士延伸在臺停留時間並順訪旅遊；同時積極拓展郵輪觀光市場，結合港口城市觀光資源與岸上遊程行銷，以帶動國內觀光消費與產值提升。

9. 歐洲旅客人次與市場占比持續成長，停留夜數為各主要市場最長；受自然風光、文化與美食吸引程度高，社群與影像內容影響力深，旅遊型態偏向深度體驗而非購物導向。

根據內政部移民署統計，歐洲旅客占比在 108 年為 3.26%，疫後人次與來臺旅客占比持續成長，114 年歐洲來臺旅客達 40 萬 3,499 人次，占 4.71%。平均停留夜數從 108 年的 10.79 夜，增加至 114 年的 12.38 夜，為各主要市場中在臺停留時間最長者。

多採非觀光團體(97.31%)形式來臺，看過觀光宣傳廣告或旅遊報導的比率從 108 年的 42.45%成長至 114 年的 84.84%，資訊管道的影響程度以社群網站(41.56%)和搜尋引擎(37.93%)為主，影響程度較大的資訊內容以遊記(73.91%)和攝影或影像紀錄(71.50%)較高。

吸引原因以風光景色(92.62%)和美食或特色小吃(84.43%)、臺灣民情風俗和文化(77.05%)為主，比率均較 108 年大幅增加，其中風光景色、臺灣民情風俗和文化占比為各市場中最高者。遊覽地區雖以北部為主(95.22%)，同時，南部景點如安平古堡(22.99%)、駁二藝術特區(19.10%)、赤崁樓(18.81%)、愛河(13.73%)均有排入曾遊覽景點前 20 名，安平古堡(喜歡比率 44.16%)更為歐洲旅客最喜歡景點第 1 名。

在觀光支出部分，歐洲旅客平均每人每日支出金額為 203.67 美元，其中以旅館內支出費(49.31%)占比最高，其次為旅館外餐飲費(20.47%)占比；平均每人每日購物費支出為 18.96 美元，為各市場中最低者。

整體而言，歐洲旅客來臺主要受風景、美食與文化吸引，對臺灣的吸引認知較明確建立於自然景觀、文化差異與地方生活體驗之上。相較於短期購物導向，歐洲旅客更偏向深度體驗與文化探索，其中安平古堡、赤崁樓及駁二藝術特區等兼具歷史文化或地方特色之南部景點，在遊覽比率及最喜歡景點排名中均有相對突出的表現。

政策說明：

(1) 歐洲旅客人次與市場占比持續成長，停留夜數為各主要市場最長；受自然風光、文化與美食吸引程度高，社群與影像內容影響力深，旅遊型態偏向深度體驗。

(2) 配合歐洲旅客重視旅遊紀錄與影像分享之習慣，觀光署持續邀請歐洲主流旅遊媒體及雜誌來臺踩線，深度體驗登山、自行車、潛水等戶外活動，以及原住民文化、生態賞鳥等特色主題，透過其產出具故事性與感染力之深度報導、影像內容及旅行札記，強化臺灣旅遊品牌形象，並逐步累積歐洲市場長效口碑與國際曝光效益。

(3) 鑑於歐洲長程旅客對南部歷史文化景點之高度興趣與偏好，觀光署針對自由行國際旅客推出「高鐵買一送一」優惠，並整合全臺交通資源推出「Taiwan PASS」旅遊套票，積極引導旅客將旅遊足跡延伸至中南部地區，帶動長天數自由行旅客深入探索臺灣多元文化與地方特色。

二、 建議

1. 建議透過引導跨區旅遊延長停留天數，並依各市場偏好強化在地特色商品之差異化行銷，以提升整體觀光支出效益。

綜合 114 年調查結果，來臺旅客人次與觀光支出持續回升。為進一步提升整體觀光支出效益，延長旅客在臺停留時間與增加消費機會為首要關鍵。在旅遊動向上，旅客實際遊覽動線高度集中於北部地區，惟從最喜歡景點調查結果觀察，日月潭與駁二藝術特區分別高居來臺旅客最喜歡景點的第一及第三名；其他如阿里山、清境農場、安平古堡、佛光山等中南部景點，雖整體到訪比率低於 10%，卻同樣具備高喜歡比率表現。此現象反映中南部景點之遊憩品質極具國際吸引力，深具引導旅客延伸行程、增加停留天數之潛能。

針對旅客未廣泛安排中南部行程之現況，可能與跨區移動所需時間成本、對中南部景點認知程度不足、行程規劃階段資訊取得不易，以及對非都會區語言與服務環境之疑慮等因素有關。因此，建議未來可優先以日月潭、駁二藝術特區、阿里山等具代表性之區域亮點為核心，加強國際行銷與資訊揭露，特別是在旅客高度依賴之社群平台與網路內容中，強化遊記、評論及影像紀錄等資訊之能見度，以提升中南部景點於行前決策階段之吸引力，並降低行程規劃障礙。

透過引導旅客由北部延伸至中、南部進行多點停留，藉此促進整體停留天數之增加。同時，依據各主要市場之支出特性，除強化在地特色商品之差異化行銷外，亦可進一步結合區域觀光資源，將特色商品轉化為實質的旅遊動機。例如，針對茶葉等具特定市場吸引力之品項，可結合不同產地特色（如北部貓空或文山、中部梨山或鹿谷、南部阿里山等）發展具區域識別度之體驗與購買場域；或以各地名特產之差異作為區域行銷主軸，強化商品與產地之連結性。透過商品魅力與旅遊目的地之深度整合，將有助於在滿足既有消費需求之餘，同步帶動旅客之跨區移動與在地消費，進而最大化整體觀光經濟效益。

2. 建議強化數位內容之精準投放與在地數位服務之可及性，以提升旅客決策轉換與在臺旅遊便利性。

綜合 114 年調查結果，來臺旅客在旅遊資訊取得與決策過程中，主要依賴社群網站與搜尋引擎等數位管道，且影響旅客決定來臺觀光之程度亦以此類管道為主；在資訊內容上，則以遊記、旅客評論及影像紀錄等旅客真實經驗分享最具影響力。顯示旅客在行前規劃階段，除重視資訊取得管道之便利性外，也傾向參考具體且貼近實際旅遊情境的經驗型內容。

在此情況下，數位策略之重點應聚焦於既有數位平台之內容經營與精準投放。建議可依主要客源市場常用之社群平台、搜尋工具及線上旅遊服務(OTA)，強化臺灣旅遊內容之在地化與差異化呈現，例如，針對跨區旅遊路線、中南部潛力景點及特色文化體驗內容，主動提升其於搜尋結果與社群演算法中的曝光機會，進而影響其行程規劃範圍。

另一方面，在旅客抵臺後之旅遊歷程中，數位化之重點則在於降低實際旅遊過程中的摩擦成本，包括支付、溝通及資訊取得等環節。調查結果亦顯示，日本、韓國、歐洲及新南向等主要市場在「旅遊環境語言溝通良好」之滿意度表現相對較低，反映語言與資訊可及性仍為影響旅遊體驗之重要因素之一。建議可針對主要客源市場慣用之數位工具與服務介面進行對接與優化，例如提升行動支付相容性、強化多語言標示與點餐介面，以及協助業者完善於地圖平台(如 Google Maps)之資訊揭露與預約功能。透過簡易且可快速推動之數位應用（如多語言菜單、線上預約與導航資訊整合），即可有效提升旅客在臺旅遊之便利性與消費意願。

3. 針對東部地區，建議降低國際市場之資訊落差，並逐步形塑多元主題之旅遊內容，以恢復國際旅遊動能。

綜合 114 年調查結果，東部地區繼 113 年花蓮地震後，再受颱風與堰塞湖等極端天災影響，來臺旅客遊覽東部地區景點比率降至 2.66%。此一現象除反映指標性太魯閣國家公園尚未全面開放之影響外，亦可能有部分受國際市場對東部地區現況之認知存在落差所致。隨著自由行旅客比重提升，旅客多仰賴自行蒐集資訊進行決策；相較於過去由旅行社代為篩選與組裝行程，現階段若缺乏明確且可辨識之安全資訊，國外旅客在對臺灣相對不熟悉的情況下，可能會將局部受損情形擴大解讀為整體區域風險，進而降低將東部納入行程之意願。

在此情況下，建議優先強化對外資訊揭露與溝通機制，並結合旅客實際資訊取得與決策行為進行內容設計。依據調查結果，國際旅客主要透過社群網站與搜尋引擎取得旅遊資訊，且以遊記、旅客評論及影像紀錄等具真實體驗之內容對決策影響最大。因此，東部地區之宣傳不僅限於官方揭露可安全旅遊之客觀資訊（如開放景點、交通可達性與服務現況），也可透過真實影像紀錄與實際到訪內容之宣傳，提升其於社群平台與搜尋結果中的可見度。使旅客能在資訊蒐集過程中，了解到臺灣東部是仍可前往且具吸引力之景區，進而降低因不確定性所帶來之避險決策。

另一方面，考量太魯閣國家公園短期內尚難全面恢復開放，對於東部觀光發展也可透過多元主題之整合推廣，提升觀光吸引力。建議可結合花東縱谷、海岸景觀、部落文化、慢活體驗、生態旅遊及藝文活動等資源，發展具區域特色之替代性旅遊內容。並可進一步透過既有之指標性活動與路線資源（如東海岸月光海音樂會、自行車旅遊路網、馬拉松、三鐵、衝浪等），強化整體旅遊吸引力，逐步重塑東部觀光品牌，帶動國際旅遊動能穩健復甦。

4. 日本旅客展現再訪比例較高且具跨區延伸之潛力，建議在既有文化體驗基礎上，進一步強化區域延伸與消費轉換設計。

根據 114 年調查結果，吸引日本旅客來臺之核心因素與 113 年一致，仍以美食或特色小吃（83.16%）與風光景色（60.02%）為主，且對臺灣治安良好與人民友善之評價維持高度水準，顯示臺灣既有之觀光品牌形象對日本市場具備穩定吸引力。

在旅遊行為方面，日本旅客在臺參與活動以購物(94.40%)、逛夜市(89.93%)及參觀古蹟(68.65%)為主。曾遊覽之觀光景點仍以夜市(88.97%)、西門町(含西門紅樓)(58.14%)、臺北 101(57.09%)及九份(55.25%)等北部都會及周邊景點為主，顯示其行程安排仍以交通便利之都會區為核心。

值得注意的是，114 年日本旅客中有 37.48%為近 3 年內之再訪客，顯示該市場具備深厚之再訪基礎。對於再訪客而言，北部指標性景點多已於首次或過往來臺時造訪，亟需具備新鮮感與差異化之旅遊目的地。調查數據亦確實呼應此一行為轉變，日本旅客遊覽北部地區景點的比率較 113 年減少 8.81 個百分點，遊覽南部地區景點之比率則從 113 年的 12.94%成長至 18.39%，其中，駁二藝術特區為日本旅客最喜歡景點的第三名，明確反映出日本旅客之旅遊足跡已有向南部擴展之趨勢。

基於上述變化，建議未來對日市場行銷策略，除持續鞏固美食與自然風光等核心吸引力外，可進一步以南部具代表性景點為節點，強化區域間之路線串聯與體驗整合。例如，以駁二藝術特區為核心，結合周邊自然景觀、歷史文化、茶產地(如六龜)或海洋文化等資源，發展具主題性之跨區旅遊產品，提升旅客跨區移動量能與整體消費深度。

5. 香港.澳門旅客再訪比率居各市場之冠，旅遊選擇逐步由經典景點延伸至生活型街區與多元體驗，建議以季節性內容、特色體驗及商品產地連結持續創造再訪理由。

香港.澳門市場受距離鄰近與語言文化親近之條件支撐，再訪比率達73.14%，且以自由行為主要旅遊方式。在旅遊動向上，中山站商圈、大稻埕及永康街等文創與生活型街區之曾遊覽排名較 113 年上升，參觀藝文表演活動、PUB 活動及休閒農場等體驗型活動之參與比率亦有所增加，顯示該市場旅客之旅遊選擇已逐步由經典景點走訪，延伸至生活型街區、藝文活動及特色體驗，旅遊安排呈現較高之自主性與深度化趨勢。

因此，針對香港.澳門此類成熟且高再訪之市場，觀光行銷重點宜由建立臺灣整體目的地認知，進一步轉向持續提供再次造訪之理由。相較於以經典景點為核心之一般性行程介紹，建議依不同季節及旅遊主題，強化藝文展演與演唱會檔期、地方節慶、特色街區、溫泉、山林步道及地方飲食等具有時間性或內容持續更新之旅遊資訊，使曾經來臺之旅客每次造訪均有不同之體驗選擇，並發展適合短天數、自主安排行程之主題型旅遊內容。另考量香港.澳門旅客主要觀光資訊內容高度仰賴旅客評論、遊記與攝影或影像紀錄，且與臺灣同屬繁體中文使用環境，可直接接觸臺灣在地使用者產出之旅遊與生活資訊，因此在內容傳播上，可進一步強化上述特色景點、活動及地方體驗於搜尋引擎、社群及影音平台之能見度，使原以臺灣本地使用者為主要受眾之深度旅遊內容，也能成為香港.澳門旅客發掘新景點及形成再次來臺動機之資訊來源。

在區域旅遊推廣方面，香港.澳門旅客曾遊覽景點雖仍以北部地區為主，但曾遊覽南部地區之比率達 29.88%，在 7 個主要市場中僅次於大陸市場，且駁二藝術特區及旗津海岸公園均進入該市場曾遊覽景點前 20 名，顯示香港.澳門旅客對南部地區已具一定市場認知及實際旅遊需求。因此，跨區旅遊之推動亦可優先針對已有旅遊基礎之南部城市，結合藝文展演、港灣休閒、特色街區、美食及地方節慶等內容，發展可獨立成行之短天數主題遊程，建立北部以外之二訪、三訪目的地選擇。

在商品與地方體驗之連結上，114 年香港.澳門旅客購物費以名產或特產占 51.64%為最高，且茶葉、紀念品或手工藝品支出亦較 108 年增加，顯示特色商品可進一步作為地方旅遊體驗之延伸。建議強化商品與地方文化、特色街區及體驗活動之連結，例如茶葉結合茶區參訪，手工藝品與文創商品結合駁二、大稻埕等藝文場域，使購物不僅為消費行為，也成為認識不同地區特色及促成再訪之誘因。

6. 韓國旅客具高餐飲支出與多元體驗需求，旅遊動向由北部向中南部擴展，建議在既有美食與療癒主軸下，進一步強化跨區旅遊與體驗深化。

根據 114 年調查結果顯示，韓國旅客平均每人每日支出達 206.41 美元，已超越 108 年之疫前水準，展現出強勁之消費動能；其中，以旅館外餐飲費成長最多，此現象與吸引其來臺主要原因以美食或特色小吃(91.06%)為最高，以及對臺灣深刻的印象以美食佳餚(91.37%)為最高等數據相符，反映韓國旅客對臺灣餐飲體驗之高度偏好與付費意願。

在旅遊動向方面，114 年韓國旅客除持續以購物(91.24%)、逛夜市(91.12%)與參觀古蹟(72.59%)為主要活動外，登山健行(11.17%，增加 2.85 個百分點)、水域活動(11.04%，增加 1.39 個百分點)、參觀展覽(10.91%，增加 5.24 個百分點)、休閒農場(10.79%，增加 6.33 個百分點) 及 PUB(9.77%，增加 3.74 個百分點)活動等參與比率均較 113 年成長，顯示其旅遊體驗需求越趨多樣性。韓國旅客遊覽地區仍以北部地區(98.10%)為主，且較 113 年增加 3.17 個百分點，但也有擴散至中南部地區之跡象，遊覽景點位於中部地區之比率由 112 年的 15.92% 持續成長至 114 年的 22.59%，南部地區(13.58%)亦較 113 年(10.62%)增加 2.96 個百分點。

基於上述變化，建議未來對韓市場策略，除持續強化美食與夜市等核心吸引力外，亦可結合戶外活動、文化體驗與夜間娛樂，發展多元組合式行程，並加強中部、南部景點之串聯與行銷。

此外，考量韓國旅客在語言溝通與指標易懂度之滿意度相對較低，建議應針對其熱門之跨區旅遊動線、重要交通節點及特色商圈，持續優化韓語友善環境。透過實質降低語言溝通與交通資訊取得之摩擦成本，全面提升韓國旅客跨區旅遊之便利性與整體體驗滿意度。

7. 針對新南向主力 7 國市場，建議以自然風光為核心吸引力，利用社群行銷臺灣流行消費元素，提升旅遊動機與觀光支出效益。

綜合 114 年調查結果，新南向主力 7 國為我國最具規模之區域市場。在旅遊動機上，以風光景色(87.81%)為最主要吸引因素，且明顯高於美食(77.69%)，顯示該市場對自然景觀有相對較高之偏好。在旅遊決策行為方面，該市場受數位資訊管道之影響程度極高，且影響決策之資訊內容以遊記、旅客評論及影像紀錄為主，顯示其旅遊動機高度受到具情境與視覺呈現之內容影響。在支出結構上，除名產或特產外，服飾或相關配件(28.56%)及化妝品或香水類(10.21%)支出占比均高於其他主要市場，反映其對流行與生活風格商品具較高消費潛力。

基於上述特性，建議未來針對新南向市場之策略，應以自然景觀與戶外活動為核心內容，強化影像化與情境式呈現，並透過主要社群平台進行在地化與精準投放，以提升旅遊動機之轉換效果。同時，應結合都會商圈與購物場域，強化臺灣流行服飾與生活風格商品之品牌行銷，使購物行為成為旅遊體驗之一部分。

此外，考量該市場涵蓋印尼與馬來西亞等穆斯林人口比例較高之國家，建議持續優化穆斯林友善餐飲與住宿環境，降低旅客在臺旅遊之限制。整體而言，透過自然景觀吸引、社群內容擴散與消費場景整合，可使新南向主力 7 國旅客在行前階段更容易形成來臺旅遊意願，並於實際旅程中增加購物、餐飲與生活風格消費機會，進而提升該市場之到訪意願與觀光支出效益。

8. 美國旅客組成結構轉變，具高支出與旅遊體驗深化特性，建議除社群與網路行銷外，結合電商平台及傳統媒體推廣臺灣深度體驗元素，發掘長程市場潛力。

根據 114 年調查結果，美國旅客平均每人每日支出達 242.84 美元，為主要市場中最高，且旅館內支出、境內交通費及娛樂費均相對突出，顯示美國市場具備發展高單價住宿、跨區旅遊與深度體驗之潛力。觀察其參加活動樣態，除購物、逛夜市與參觀古蹟外，登山健行(45.68%)、按摩指壓(40.29%)、參觀展覽(40.11%)、PUB 活動(33.99%)及泡溫泉浴(25.36%)等活動參與比率亦均在兩成五以上，顯示美國旅客對文化、休閒、展演、療癒與戶外活動具多元需求。在資訊管道方面，美國旅客資訊來源較其他市場多元，且主要參考遊記和旅客評論，顯示可信內容與真實旅遊經驗對其行前決策具有重要影響。

建議未來可加強與 OTA、旅遊電商、航空公司及具公信力之旅遊媒體合作，依美國旅客較偏好的文化、戶外、療癒、夜間休閒與展演活動等方向，整理具代表性之旅遊主題、跨區動線與停留建議，並透過遊記、旅客評論、影像紀錄及專題報導等形式，提升自由行旅客在行前規劃階段對臺灣多元旅遊內容之理解與信任。透過多元通路曝光與深度體驗內容整合，可降低長程旅客行前規劃成本，並進一步將其來臺意願轉化為實際行程安排與觀光支出效益。

9. 歐洲旅客停留時間較長且偏好自然風光與文化探索，建議行銷宣傳內容可凸顯深度旅遊形象，並串聯自然景點，以及南部歷史文化景點提升長程市場吸引力。

歐洲旅客平均停留夜數達 12.38 夜，為各主要市場中最長，且非觀光團體比率達 97.31%，顯示其旅遊型態偏向自主規劃。其來臺吸引因素以風光景色(92.62%)、美食或特色小吃(84.43%)及臺灣民情風俗和文化(77.05%)為主，其中風光景色與臺灣民情風俗和文化占比均為各市場中最高者，顯示歐洲市場對臺灣自然景觀、文化差異與地方生活體驗具有明確偏好。

另一方面，歐洲旅客來臺資訊管道來源以社群網站(41.56%)、搜尋引擎(37.93%)影響程度較高；資訊內容則以遊記(73.91%)與攝影或影像紀錄(71.50%)較高，建議未來針對歐洲市場之宣傳，應以具敘事性與視覺感染力之內容為核心，強化臺灣作為自然風光與文化深度兼具之旅遊目的地形象。內容呈現上，可避免以購物作為主要訴求，改以山海景觀、歷史文化、飲食體驗與地方生活為主軸，提升歐洲旅客對臺灣深度旅遊內容之理解與興趣。

此外，歐洲旅客雖仍以北部地區為主要遊覽區域(95.22%)，但南部具歷史文化脈絡之景點已展現相對突出的市場辨識度，南部景點如安平古堡、駁二藝術特區、赤崁樓、愛河均為旅客曾遊覽景點前 20 名之景點，安平古堡更為歐洲旅客最喜歡景點第 1 名(喜歡比率 44.16%)。建議未來可在既有北部都會觀光基礎上，強化南部歷史文化、海港城市與地方生活體驗之行銷元素，透過跨區文化節點串聯，提升長停留旅客探索臺灣不同區域之意願，進一步發掘歐洲市場之長程旅遊潛力。

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

114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支出情形，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3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，開始計劃這次的行程？_____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)度假、休閒、遊憩　□(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"度假、休閒、遊憩"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度假、休閒、遊憩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，對您決定來臺度假、休閒、遊憩影響程度較大的內容是？**(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度假、休閒、遊憩的原因？**(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)節慶活動或表演(含演唱會)　_____
□(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)運動或賽事(含自行車旅遊)　□(16)其他_____

C. 支出行為

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或機票

□(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　　，**給予(1分)或(2分)者，請問您不滿意為_____**

□(2)民宿，對其整體滿意程度評分　　，**給予(1分)或(2分)者，請問您不滿意為_____**

□(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＿＿＿＿人

□(2)旅館(或民宿等)外餐廳預付費＿＿＿＿＿＿＿＿元＿＿＿＿人

□(3)在臺境內交通預付費＿＿＿＿＿＿＿＿元＿＿＿＿人

□(4)娛樂預付費＿＿＿＿＿＿＿＿元＿＿＿＿人

□(5)雜費預付＿＿＿＿＿＿＿＿元＿＿＿＿人

□(6)購物預付費＿＿＿＿＿＿＿＿元＿＿＿＿人

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哪些活動？**(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(含演唱會) □(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_____

D2.1.請問您這次在臺灣期間曾經遊覽過哪些景點(或地方)？(訪員提示主要景點)

_____

D2.2.**最喜歡**的景點_____為什麼？_____

D3.請問您這次在臺灣境內曾搭乘或使用過以下哪些交通工具？**(複選)**

□(1)高鐵 □(2)臺鐵 □(3)捷運 □(4)飛機 □(5)遊覽車 □(6)計程車
□(7)小客車租賃 □(8)公共自行車 □(9)船舶
□(10)公民營客運(含台灣好行、雙層觀光巴士等) □(11) Uber(多元化計程車)
□(12)其他_____

D4.承上題，請問您對在臺灣境內曾搭乘或使用的交通工具整體滿意程度？

□(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)高鐵 □(2)臺鐵 □(3)捷運 □(4)飛機 □(5)遊覽車 □(6)計程車
□(7)小客車租賃 □(8)公共自行車 □(9)船舶
□(10)公民營客運(含台灣好行、雙層觀光巴士等) □(11) Uber(多元化計程車)
□(12)其他_____

D5.請問您是否會考慮再度來臺灣？

□(1)是，主要目的： □(1)度假、休閒、遊憩 □(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_____
□(2)否，為什麼？_____

D6.請問您是否會推薦親友來臺灣旅遊？ □(1)是 □(2)否，為什麼？_____

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哪些？ **(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)節慶活動或表演(含演唱會)_____

□(16)景點_____

□(17)旅館(或民宿)住宿體驗_____

□(18)其他_____

D9.請問您這次來臺的旅遊安排，是否有將「低碳環保」（如選擇綠色、低碳或環保旅館住宿、於環保餐廳用餐、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）納為選擇旅遊服務的評估因素？

□(1)是，包括哪些：（**複選**） □(1)住宿　□(2)交通　□(3)購物

□(4)景點　□(5)用餐地點　□(6)其他_____

□(2)否

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)軍人 □(11)家庭管理 □(12)學生
□(13)退休人員 □(14)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：_____

_____

最不滿意：_____

_____

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

2025Annual 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 three years (including this time)? _____

A3. How many days did you spend planning for this trip before you left for Taiwan?_____days

B. Plan a 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)Holiday, leisure, recreation ☐(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) Travel agency brochures and leaflets

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 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 blogs and online 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 holiday, leisure, or recreation 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 or performances (including concerts)_____
☐(9) Recreational facilities(e.g. amusement parks, golf courses, resort villages) ☐(10) Health care
☐(11)Taiwan's customs and culture ☐(12)Friendliness of the local people ☐(13)Safe social environment
☐(14)Democracy ☐(15) Sports or sporting competitions (including 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 or tickets.

☐(4) Without any arrangements through travel agencies/OTA for booking accommodations and tickets; joined 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? _____, **If you gave a score of (1) or (2), could you please explain why you are dissatisfied?** _____

☐(2)Guest houses (or B&B), how do you rate them? _____, **If you gave a score of (1) or (2), could you please explain why you are dissatisfied?** _____

☐(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.):_____$___person(s)

☐(2)Restaurants outside hotel(or guest houses etc.): _____$___person(s)

☐(3)Local transportation: _____$___person(s)

☐(4) Prepaid entertainment expenses: _____$___person(s)

☐(5)Prepaid miscellaneous expenses: _____ $___person(s)

☐(6)Prepaid shopping expenses: _____$___person(s)

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) Consumer electronics & home 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 (including concerts) □(9)Visiting historical sites and relics

□(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)Holiday, leisure, recreation ☐(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 applicable	very satisfied	satisfied	neutral	dissatisfied	very dissatisfied	the reasons of dissatisfaction
	0	5	4	3	2	1	
1. Convenience							
(1)Customs clearance procedures…..	☐	☐	☐	☐	☐	☐	_____
(2)Communication/Internet facilities	☐	☐	☐	☐	☐	☐	_____
(3)Access to tourism information……	☐	☐	☐	☐	☐	☐	_____
(4) Local transportation…..……	☐	☐	☐	☐	☐	☐	_____
2. International-friendly environment							
(1)Clarity of road signs and public facilities signs……	☐	☐	☐	☐	☐	☐	_____
(2)Access to services in English……	☐	☐	☐	☐	☐	☐	_____
(3)Friendliness of Taiwanese people…	☐	☐	☐	☐	☐	☐	_____
3. Safety							
(1)Safety of recreational environment…	☐	☐	☐	☐	☐	☐	_____
(2)Safety of social environments……	☐	☐	☐	☐	☐	☐	_____
(3)Safety of accommodation facilities…	☐	☐	☐	☐	☐	☐	_____
(4)Good food hygiene……	☐	☐	☐	☐	☐	☐	_____
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 sites and relics

☐(5)Visiting night markets ☐(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 or performances (including concerts)_____

☐(16)Tourist spots(including amusement park)_____

☐(17)The accommodation experience (hotels or guest houses, etc.)_____

☐(18)Others(please specify)_____

D9. During your trip to Taiwan, did you consider incorporating "low-carbon and environmentally friendly" factors (e.g., choosing green, low-carbon, or eco-friendly accommodations, dining at eco friendly restaurants, arranging travel itineraries using public transportation, bicycles, or hiking, or purchasing local specialties to reduce energy consumption in cargo transportation) as evaluation criteria for selecting travel services?

☐1. Yes, including the following: **(Select all that apply)**

☐(1)Accommodation ☐(2)Transportation ☐(3)Shopping

☐(4)Tourist spots ☐(5) Restaurant ☐ (6) Others: _____

☐2. No

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)Military ☐(11)Housewife/Househusband

☐(12)Student ☐(13)Retired ☐(14)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：

附件二：支出金額估算公式

一、 平均每人每日總支出金額之估算

受訪旅客支出金額之估算係以美元為計算單位，將總支出金額（含預付費用）除以共同支出人數及停留夜數，即為每人每日總支出金額，以 X 代表。

由於每人每日總支出金額會嚴重右偏，本調查先將每人每日總支出金額進行冪函數（power function）轉換，令 $Y = X^{\lambda}$，設定 λ=0.134912[1 2 3]。

為避免極端值影響每人每日總支出金額的平均估計，參考盧鴻鋆等人 (2012) 採用截尾平均數 (Trimmed mean) 方法來估算平均每人每日總支出 M。

以下說明計算流程：

(1) 令 n 表示總樣本數，$X_j, j = 1, \ldots, n,$ 代表每人每日總支出的觀察值，進行冪函數 $Y_j = X_j^{\lambda}$，$j = 1, \ldots, n$。

(2) 令 $Y_{(j)}, j = 1, \ldots, n,$ 表示樣本每人每日總支出排序後的觀察值，亦即，$Y_{(1)} \leq Y_{(1)} \leq \cdots \leq Y_{(n)}$。

(3) 令 $g = [\alpha n]/2$ 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支出的截尾平均值與變異數的估計值，計算方式如下：

$$\hat{\mu}_Y = \frac{\sum_{j=g+1}^{n-g} Y_{(j)}}{n - 2g}$$

$$\hat{o}_Y^2 = \frac{\sum_{j=g+1}^{n-g} \left(Y_{(j)} - \hat{\mu}_Y\right)^2}{n - 2g - 1}$$

偏態係數與峰態係數之估計值，以 γ_1 與 γ_2 表示。

---

[1] 盧鴻鋆、林晶璟、張永寬、李仁棻、黃登源 (2012)。來臺旅客支出估算研究。智慧科技與應用統計學報，第 10 卷第 1 期，53-69。

[2] 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.

[3] 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) 計算每人每日總支出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 λ=0.134912，a=b=0.683269 及 c=0，則 $T(U)$具有以下的特性：

(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支出金額之估算

(1) 計算全部人次之在旅館內、旅館外、交通費、娛樂費、雜費、購物費之支出金額總計：$S_i, i = 1,2,\cdots,6$。

	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
全部人次之各細項支出金額總計	S_1	S_2	S_3	S_4	S_5	S_6

(2) 計算總支出金額：$S = S_1 + S_2 + \cdots + S_6$。

(3) 計算各分項金額所佔之比率：$p_i = \frac{S_i}{S}, i = 1,2,\cdots 6$。

	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支出金額(m)依比率分攤至各細項：

$m_i = m \times p_i, i = 1,2,\cdots 6$。

	受訪旅客來臺支出項目						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	
支出金額	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（在臺總支出金額）

來臺旅客在臺總支出金額＝(來臺旅客平均每人每日支出金額)
×(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支出金額」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，而到日常生活動範圍以外之地方，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。

Tourism Expenditure 觀光支出

觀光支出是指旅客為了完成其旅遊活動所產生的所有消費，包括在旅程前、旅程中及旅程後支付的費用，只要其目的與本次旅遊行程直接相關，皆納入範圍。觀光支出不以付款者為限，亦可由旅客本人、親友、企業或其他第三方支付。

二、 本調查名詞定義：

參考內政部移民署及聯合國世界旅遊組織定義，本調查來臺旅客目的分為「度假、休閒、遊憩」、「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。

附件四：重大事件與觀光措施

時間	大事紀要
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。
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臺灣曝光，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臺灣。
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。

時間	大事紀要
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)，臺灣在非伊斯蘭合作組織旅遊目的地中獲得第三名的佳績，報告指出臺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。
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 起日啟動「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），臺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。

時間	大事紀要
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」。
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），臺灣再度榮獲「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、騎遇福爾摩沙等 10 大品牌自行車旅遊活動，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。

時間	大事紀要
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。
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，韓圜兌美元當日跌幅達 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，為 9 年來最多目的地獲獎的一年，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)，臺灣榮獲 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。
114-01	114 年 1 月 1 日至 10 月 31 日實施「台灣觀巴 2 人同行 1 人免費」優惠促銷措施，另配合「台灣觀光 100 亮點」輪值縣市，按季加碼為 3 折優惠，花蓮 1 至 4 月 1 折優惠。
114-01	114 年 1 月 1 日至 10 月 31 日「台灣好行」票價優惠，持電子票證搭乘享半價優惠（花蓮 4 條路線免費）。

時間	大事紀要
114-01	英國文化雜誌《Time Out》於 1 月 2 日公布 2025 年度「亞洲最佳旅行地」，臺南市被評為第 4 名，為臺灣唯一上榜城市。
114-01	紐約時報《The New York Times》1 月 7 日發布之「2025 年全球必去 52 個地方」榜單，阿里山成為唯一入選的臺灣景點，以其森林鐵路、蒼鬱山景和旅遊體驗獲得國際肯定。
114-02	臺灣觀光代表團 2 月 19 日赴印度參加南亞最大旅展 （SATTE），以「TAIWAN-Waves of Wonder」為主題推廣臺灣景點、美食與文化。
114-02	「2025 台灣燈會」於 2 月 12 日至 2 月 23 日於桃園市舉行，規劃有「主燈展演場(A18 展區)」及「光的遊戲場(A19 展區)」2 大展區。
114-02	臺中市西屯區新光三越於 2 月 13 日發生氣爆事件，造成 5 人死亡、38 人輕重傷(其中澳門籍遊客一家 7 口路過時遭波及造成 2 死 5 傷)。
114-03	全球資料庫網站（Numbeo）3 月發布全球最安全國家排名，在 146 個國家與地區中，臺灣安全指數高達 83.0 分，排名第 4。
114-04	美國總統川普於 4 月 2 日簽屬第 14257 號行政命令，推出「對等關稅」政策，宣布對全球所有貿易夥伴實施 10%的基準關稅，同時對多個國家或地區加徵額外關稅，臺灣為 32%，並於 4 月 5 日正式生效，該政策簽署後重挫臺灣及全球股匯市。後經多次談判，臺灣對等關稅於 116 年 1 月 15 日調降為 15%且不疊加原本最惠國待遇稅率。
114-05	《臺灣米其林指南 2025》於 5 月 7 日公告將新北市、新竹縣及新竹市納入評鑑，擴大「大臺北＋大新竹」美食地圖，展示臺灣在地飲食文化與旅遊多元魅力。
114-05	美國旅遊雜誌《Global Traveler》5 月 12 日公布第 12 屆休閒生活風格獎（Leisure Lifestyle Awards），臺灣獲得亞洲最佳休閒目的地第 2 名肯定。
114-05	為強化臺灣在歐洲的觀光旅遊引客拓展，交通部觀光署於本 5 月 15 日在荷蘭阿姆斯特丹舉行「觀光署駐阿姆斯特丹旅遊服務分處」（即 TTIC 台灣遊客中心）揭牌儀式，此是臺灣繼去年在巴黎設點後，歐陸再度增加一關鍵推廣據點。

時間	大事紀要
114-05	2025 年 5 月新臺幣強勢升值 2.088 元，升值幅度達 6.98%，為 36 年來單月最大升幅。根據中央銀行統計，從 113 年底以來主要貨幣對美元升貶幅，新臺幣升值 9.52%成為最強亞幣，日圓升值 8.55%、韓元升值 8.29%、人民幣升 1.59%。
114-05	2025 雙北世界壯年運動會，於 5 月 17 日至 5 月 30 日舉行，為亞洲第一次舉辦世界壯年運動會，更首創雙主辦城市，由臺北市及新北市共同主辦。
114-06	6 月 1 日至 9 月 1 日配合「台灣仲夏節」台灣觀巴屏東地區加碼為 3 折優惠。
114-06	訂房平台 Agoda於6月2日公布「亞洲最適合慢遊的九大城市」，臺灣為第 7 名。
114-06	為強化臺灣觀光在北美的引客力道，交通部觀光署於美國西雅圖舉行「觀光署駐西雅圖台灣觀光服務分處」(TTIC)揭牌儀式，看好西雅圖航線成長，觀光署深化北美佈局，為美洲市場再增加一關鍵推廣據點。
114-07	交通部觀光署為宣傳臺灣觀光，攜手臺鐵公司將 EMU700 型電聯車彩繪成日本京急電鐵列車紅色塗裝，復刻呈現「嗶嗶嗶嗶台灣號」主題彩繪列車，促進台日觀光雙向交流，並於 114 年 7 月 4 日正式啟航。
114-07	中度颱風丹娜絲於 7 月 6 日於嘉義縣登陸，並在中南部地區造成嚴重災情。
114-08	交通部觀光署 8 月 1 日至 8 月 4 日於台北世貿一館舉辦美食展，以「台灣超有料」為主題，邀請北中南東離島觀光圈及米其林業者參展。
114-08	美國旅遊媒體《Trazee Travel》於 8 月 19 日公布，臺灣連續三年獲選為讀者「最喜愛的冒險旅遊目的地」，顯示在北美年輕客群市場的推廣成效與國際吸引力。
114-08	2025 年臺灣米其林指南於 8 月 19 日發布，臺北市、臺中市、高雄市等地共計 53 家餐廳入選，展現臺灣美食多元與創新。
114-09	交通部觀光署於 9 月 25 日舉行「駐雪梨台灣觀光服務分處」揭牌儀式，將作為臺灣推動新南向觀光政策的戰略據點，看好澳、紐市場的成長潛力，強化與當地業者和媒體的合作，以拓展大洋洲市場。

時間	大事紀要
114-09	受 7 月 21 日颱風薇帕外圍環流夾帶的雨勢引發山崩影響，馬太鞍溪上游萬榮鄉處形成堰塞湖，其後因受颱風樺加沙外圍環流暴雨影響而於 9 月 23 日發生多次溢流。事發後，馬太鞍溪的南岸堤防及台 9 線馬太鞍溪橋遭龐大洪流沖毀，下游的光復鄉境內多處亦因而遭洪水淹沒，導致多人傷亡與嚴重災損，也再次重創花蓮觀光。
114-09	東北角及宜蘭海岸國家風景區管理處「重新開啟與當地社區的對話，共創卯澳灣故事」、參山國家風景區管理處「梨山海拔兩千的永續力」、日月潭國家風景區管理處「從旅遊中學會守護棲地，收穫更深的連結與美好」、茂林國家風景區管理處「國道讓蝶道－打造紫斑蝶的回家之路」、澎湖國家風景區管理處「珊瑚的重生：澎湖海底花園的復育庇護」及東部海岸國家風景區管理處「山海之間：布農文化主導的永續實踐」及雲嘉南濱海國家風景區管理處「從候鳥到生計：台灣西南海岸的永續之路」，於 9 月 29 日獲頒「2025 全球綠色目的地百大故事獎」。
114-11	為促進桃園國際機場轉機旅客入境體驗臺灣之美，交通部觀光署自 11 月 1 日起至 2026 年 10 月 31 日，推出「轉機入境・好禮等你！」(Enter Taiwan, Enjoy a Gift!) 方案，凡持非中華民國（臺灣）護照、經桃園國際機場轉機並於轉機時間入境臺灣停留 24 小時以內之旅客，即可獲得價值新臺幣 600 元的機場消費券，讓轉機旅客在短暫的停留中，感受臺灣的熱情與便利。
114-11	為感謝國際旅客對「遊台灣金福氣」活動的支持與對臺灣觀光的喜愛，觀光署自 114 年 11 月 12 日至 115 年 1 月 30 日，舉辦「因為有您・所以精彩－金福氣感謝季・幸運好禮送給您」抽獎活動。只要曾登錄參加過「遊台灣金福氣」活動且實際來臺的國際旅客，都可以在上述期間到感謝季活動網站登錄抽獎資格。
114-12	「財團法人台灣觀光研訓院」籌備處成立
114-12	行政院核定「Tourism 2030─臺灣觀光邁向 2030 方案」，本方案以「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」四大策略推動各項工作，以擴大吸引國際旅客來臺及強化國旅市場留宿，並提高旅客日均消費，期以「質量並進」實現 2030 年觀光產值達兆元之目標。

附表一：整體結果

附表 1-1　114 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						
		度假、休閒、遊憩	業務	國際會議或展覽	探親或訪友	求學	醫療	其他
總計	6,660	4,215	819	175	1,340	13	59	39
	100.00	63.28	12.30	2.63	20.11	0.20	0.89	0.59
日本	1,142	901	104	30	105	-	1	1
	100.00	78.90	9.11	2.62	9.19	-	0.09	0.09
大陸	512	36	117	6	345	-	6	2
	100.00	7.03	22.85	1.17	67.38	-	1.17	0.40
韓國	788	671	59	26	32	-	-	-
	100.00	85.15	7.49	3.30	4.06	-	-	-
香港 . 澳門	994	729	42	21	155	-	39	8
	100.00	73.34	4.23	2.11	15.59	-	3.92	0.81
新加坡	305	217	27	12	48	-	-	1
	100.00	71.15	8.85	3.93	15.74	-	-	0.33
馬來西亞	306	235	23	3	39	1	1	4
	100.00	76.80	7.52	0.98	12.75	0.32	0.32	1.31
印尼	186	37	65	2	79	-	-	3
	100.00	19.89	34.95	1.08	42.47	-	-	1.61
菲律賓	487	318	62	9	94	1	1	2
	100.00	65.30	12.73	1.85	19.29	0.21	0.21	0.41
泰國	317	240	18	-	59	-	-	-
	100.00	75.71	5.68	-	18.61	-	-	-
越南	346	241	36	5	63	1	-	-
	100.00	69.65	10.40	1.45	18.21	0.29	-	-
印度	41	15	13	4	9	-	-	-
	100.00	36.59	31.71	9.76	21.94	-	-	-
美國	556	271	111	35	106	9	9	15
	100.00	48.74	19.96	6.29	19.06	1.62	1.62	2.71
德 . 英 . 法	175	82	49	6	38	-	-	-
	100.00	46.86	28.00	3.43	21.71	-	-	-
歐洲其他地區	160	93	34	5	28	-	-	-
	100.00	58.13	21.25	3.13	17.49	-	-	-
紐澳	109	54	20	5	29	-	-	1
	100.00	49.54	18.35	4.59	26.61	-	-	0.91
其他地區	236	75	39	6	111	1	2	2
	100.00	31.78	16.53	2.54	47.03	0.42	0.85	0.85

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-2　114 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	6,660	192	1,364	1,714	1,277	1,046	818	224	25
	100.00	2.88	20.48	25.74	19.17	15.71	12.28	3.36	0.38
日本	1,142	35	209	174	208	248	202	62	4
	100.00	3.06	18.30	15.24	18.21	21.72	17.69	5.43	0.35
大陸	512	15	105	158	120	66	38	9	1
	100.00	2.93	20.51	30.86	23.44	12.89	7.42	1.76	0.19
韓國	788	23	154	179	153	153	104	21	1
	100.00	2.92	19.54	22.72	19.42	19.42	13.20	2.66	0.12
香港 . 澳門	994	17	205	289	192	136	123	27	5
	100.00	1.71	20.62	29.07	19.32	13.68	12.38	2.72	0.50
新加坡	305	2	50	82	67	53	35	16	-
	100.00	0.66	16.39	26.88	21.97	17.38	11.47	5.25	-
馬來西亞	306	16	69	79	54	47	35	6	-
	100.00	5.23	22.55	25.82	17.65	15.36	11.44	1.95	-
印尼	186	9	60	52	36	15	8	5	1
	100.00	4.84	32.26	27.96	19.35	8.06	4.30	2.69	0.54
菲律賓	487	18	125	178	77	47	36	6	-
	100.00	3.70	25.67	36.55	15.81	9.65	7.39	1.23	-
泰國	317	8	83	111	59	32	23	1	-
	100.00	2.52	26.18	35.02	18.61	10.09	7.26	0.32	-
越南	346	19	103	121	57	25	16	5	-
	100.00	5.49	29.77	34.97	16.47	7.23	4.62	1.45	-
印度	41	1	8	13	9	6	4	-	-
	100.00	2.44	19.51	31.71	21.95	14.63	9.76	-	-
美國	556	13	78	112	112	107	86	38	10
	100.00	2.34	14.03	20.14	20.14	19.25	15.47	6.83	1.80
德 . 英 . 法	175	3	34	40	30	28	35	4	1
	100.00	1.71	19.43	22.86	17.14	16.00	20.00	2.29	0.57
歐洲其他地區	160	2	28	43	31	29	22	5	-
	100.00	1.25	17.50	26.88	19.37	18.12	13.75	3.13	-
紐澳	109	-	20	23	23	16	20	5	2
	100.00	-	18.35	21.10	21.10	14.68	18.35	4.59	1.83
其他地區	236	11	33	60	49	38	31	14	-
	100.00	4.66	13.98	25.43	20.76	16.10	13.14	5.93	-

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-3　114 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	6,660	192	1,364	1,714	1,277	1,046	818	224	25
	100.00	2.88	20.48	25.74	19.17	15.71	12.28	3.36	0.38
度假、休閒、遊憩	4,215	125	977	1,086	697	657	545	118	10
	100.00	2.97	23.17	25.76	16.54	15.59	12.93	2.80	0.24
業務	819	2	78	231	272	170	59	7	-
	100.00	0.24	9.52	28.21	33.22	20.76	7.20	0.85	-
國際會議或展覽	175	-	22	51	61	31	6	2	2
	100.00	-	12.57	29.14	34.87	17.71	3.43	1.14	1.14
探親或訪友	1,340	58	271	332	233	174	186	76	10
	100.00	4.33	20.22	24.77	17.39	12.99	13.88	5.67	0.75
求學	13	3	8	2	-	-	-	-	-
	100.00	23.08	61.54	15.38	-	-	-	-	-
醫療	59	-	1	3	9	9	16	18	3
	100.00	-	1.69	5.08	15.25	15.25	27.12	30.51	5.08
其他	39	4	7	9	5	5	6	3	-
	100.00	10.26	17.95	23.08	12.82	12.82	15.38	7.69	-

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-4　114 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	6,660	3,200	3,460
	100.00	48.05	51.95
日本	1,142	590	552
	100.00	51.66	48.34
大陸	512	190	322
	100.00	37.11	62.89
韓國	788	359	429
	100.00	45.56	54.44
香港 . 澳門	994	441	553
	100.00	44.37	55.63
新加坡	305	155	150
	100.00	50.82	49.18
馬來西亞	306	149	157
	100.00	48.69	51.31
印尼	186	85	101
	100.00	45.70	54.30
菲律賓	487	196	291
	100.00	40.25	59.75
泰國	317	106	211
	100.00	33.44	66.56
越南	346	176	170
	100.00	50.87	49.13
印度	41	30	11
	100.00	73.17	26.83
美國	556	315	241
	100.00	56.65	43.35
德 . 英 . 法	175	111	64
	100.00	63.43	36.57
歐洲其他地區	160	105	55
	100.00	65.63	34.38
紐澳	109	59	50
	100.00	54.13	45.87
其他地區	236	133	103
	100.00	56.36	43.64

附表 1-5　114 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	6,660	3,200	3,460
	100.00	48.05	51.95
度假、休閒、遊憩	4,215	1,875	2,340
	100.00	44.48	55.52
業務	819	604	215
	100.00	73.75	26.25
國際會議或展覽	175	123	52
	100.00	70.29	29.71
探親或訪友	1,340	537	803
	100.00	40.07	59.93
求學	13	5	8
	100.00	38.46	61.54
醫療	59	30	29
	100.00	50.85	49.15
其他	39	26	13
	100.00	66.67	33.33

附表 1-6　114 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	6,660	1,268	4,612	779	-	1
	100.00	19.04	69.24	11.70	-	0.02
日本	1,142	233	764	145	-	-
	100.00	20.40	66.90	12.70	-	-
大陸	512	86	375	51	-	-
	100.00	16.80	73.24	9.96	-	-
韓國	788	191	534	63	-	-
	100.00	24.24	67.77	7.99	-	-
香港 . 澳門	994	155	775	64	-	-
	100.00	15.59	77.97	6.44	-	-
新加坡	305	41	227	37	-	-
	100.00	13.44	74.43	12.13	-	-
馬來西亞	306	63	220	23	-	-
	100.00	20.59	71.89	7.52	-	-
印尼	186	123	32	31	-	-
	100.00	66.13	17.20	16.67	-	-
菲律賓	487	132	328	27	-	-
	100.00	27.10	67.36	5.54	-	-
泰國	317	71	234	12	-	-
	100.00	22.40	73.81	3.79	-	-
越南	346	74	255	17	-	-
	100.00	21.39	73.70	4.91	-	-
印度	41	11	20	10	-	-
	100.00	26.83	48.78	24.39	-	-
美國	556	61	376	118	-	1
	100.00	10.97	67.63	21.22	-	0.18
德 . 英 . 法	175	4	104	67	-	-
	100.00	2.29	59.42	38.29	-	-
歐洲其他地區	160	6	115	39	-	-
	100.00	3.75	71.87	24.38	-	-
紐澳	109	3	81	25	-	-
	100.00	2.75	74.31	22.94	-	-
其他地區	236	14	172	50	-	-
	100.00	5.93	72.88	21.19	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-7　114 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	6,660	1,268	4,612	779	-	1
	100.00	19.04	69.24	11.70	-	0.02
度假、休閒、遊憩	4,215	835	3,132	248	-	-
	100.00	19.81	74.31	5.88	-	-
業務	819	69	399	350	-	1
	100.00	8.42	48.72	42.74	-	0.12
國際會議或展覽	175	7	89	79	-	-
	100.00	4.00	50.86	45.14	-	-
探親或訪友	1,340	321	925	94	-	-
	100.00	23.96	69.03	7.01	-	-
求學	13	3	10	-	-	-
	100.00	23.08	76.92	-	-	-
醫療	59	22	34	3	-	-
	100.00	37.29	57.63	5.08	-	-
其他	39	11	23	5	-	-
	100.00	28.21	58.97	12.82	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-8　114 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	6,660	773	1,031	775	1,280	934	136
	100.00	11.61	15.47	11.64	19.21	14.02	2.04
日本	1,142	143	121	124	287	95	32
	100.00	12.52	10.60	10.86	25.13	8.32	2.80
大陸	512	54	58	66	92	131	16
	100.00	10.55	11.33	12.89	17.96	25.58	3.13
韓國	788	92	101	72	195	93	31
	100.00	11.68	12.82	9.14	24.74	11.80	3.93
香港 . 澳門	994	93	107	116	194	220	5
	100.00	9.36	10.76	11.67	19.53	22.13	0.50
新加坡	305	43	58	27	67	43	1
	100.00	14.10	19.02	8.85	21.96	14.10	0.33
馬來西亞	306	29	43	26	65	46	3
	100.00	9.48	14.05	8.50	21.25	15.03	0.98
印尼	186	6	17	24	33	47	7
	100.00	3.23	9.14	12.90	17.74	25.27	3.76
菲律賓	487	35	75	63	93	84	12
	100.00	7.19	15.40	12.94	19.09	17.25	2.46
泰國	317	13	72	48	56	51	7
	100.00	4.10	22.70	15.14	17.66	16.09	2.21
越南	346	53	69	52	52	22	7
	100.00	15.32	19.95	15.03	15.03	6.36	2.02
印度	41	4	10	10	6	2	3
	100.00	9.76	24.39	24.39	14.62	4.88	7.32
美國	556	92	135	58	38	62	8
	100.00	16.55	24.28	10.43	6.83	11.15	1.44
德 . 英 . 法	175	34	38	30	19	10	-
	100.00	19.43	21.71	17.14	10.86	5.71	-
歐洲其他地區	160	33	49	18	24	7	1
	100.00	20.62	30.62	11.24	14.99	4.38	0.63
紐澳	109	20	26	13	21	3	2
	100.00	18.35	23.85	11.93	19.27	2.75	1.83
其他地區	236	29	52	28	38	18	1
	100.00	12.29	22.04	11.86	16.11	7.63	0.42

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-8　114 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	軍人	家庭管理	學生	退休人員	其他	未回答
總計	175	109	42	7	501	444	424	27	2
	2.63	1.64	0.63	0.11	7.52	6.67	6.37	0.41	0.03
日本	17	6	7	-	110	95	102	3	-
	1.49	0.53	0.61	-	9.63	8.32	8.93	0.26	-
大陸	16	4	3	-	30	27	11	4	-
	3.13	0.78	0.59	-	5.86	5.27	2.15	0.78	-
韓國	12	6	3	3	100	50	30	-	-
	1.52	0.76	0.38	0.38	12.69	6.35	3.81	-	-
香港 . 澳門	42	11	3	-	91	56	54	2	-
	4.23	1.11	0.30	-	9.15	5.63	5.43	0.20	-
新加坡	3	2	1	-	29	8	23	-	-
	0.98	0.66	0.33	-	9.51	2.62	7.54	-	-
馬來西亞	8	1	2	-	34	32	15	2	-
	2.61	0.33	0.65	-	11.11	10.46	4.90	0.65	-
印尼	9	16	1	-	6	15	4	1	-
	4.84	8.60	0.54	-	3.23	8.06	2.15	0.54	-
菲律賓	22	21	6	1	24	35	12	4	-
	4.52	4.31	1.23	0.21	4.93	7.19	2.46	0.82	-
泰國	17	14	3	-	14	14	7	1	-
	5.36	4.42	0.95	-	4.42	4.42	2.21	0.32	-
越南	8	11	9	-	16	29	17	1	-
	2.31	3.18	2.60	-	4.62	8.38	4.91	0.29	-
印度	-	3	-	-	3	-	-	-	-
	-	7.32	-	-	7.32	-	-	-	-
美國	19	11	4	3	20	37	60	8	1
	3.42	1.98	0.72	0.54	3.60	6.65	10.79	1.44	0.18
德 . 英 . 法	1	-	-	-	4	14	25	-	-
	0.57	-	-	-	2.29	8.00	14.29	-	-
歐洲其他地區	-	1	-	-	3	9	15	-	-
	-	0.63	-	-	1.88	5.63	9.38	-	-
紐澳	1	1	-	-	4	3	15	-	-
	0.92	0.92	-	-	3.67	2.75	13.76	-	-
其他地區	-	1	-	-	13	20	34	1	1
	-	0.42	-	-	5.51	8.47	14.41	0.42	0.42

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-9　114 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	6,660	773	1,031	775	1,280	934	136
	100.00	11.61	15.47	11.64	19.21	14.02	2.04
度假、休閒、遊憩	4,215	292	622	474	969	613	98
	100.00	6.93	14.76	11.25	22.98	14.54	2.33
業務	819	309	217	161	39	56	6
	100.00	37.73	26.50	19.66	4.76	6.84	0.73
國際會議或展覽	175	83	46	16	12	7	-
	100.00	47.43	26.29	9.14	6.86	4.00	-
探親或訪友	1,340	70	132	118	253	248	31
	100.00	5.22	9.85	8.81	18.89	18.51	2.31
求學	13	-	1	-	-	-	-
	100.00	-	7.69	-	-	-	-
醫療	59	16	4	2	3	3	-
	100.00	27.13	6.78	3.39	5.08	5.08	-
其他	39	3	9	4	4	7	1
	100.00	7.69	23.08	10.26	10.26	17.95	2.56

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-9　114 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	軍人	家庭管理	學生	退休人員	其他	未回答
總計	175	109	42	7	501	444	424	27	2
	2.63	1.64	0.63	0.11	7.52	6.67	6.37	0.41	0.03
度假、休閒、遊憩	110	73	28	5	357	301	262	11	-
	2.61	1.73	0.66	0.12	8.47	7.14	6.22	0.26	-
業務	11	11	-	-	-	1	3	4	1
	1.34	1.34	-	-	-	0.12	0.37	0.49	0.12
國際會議或展覽	2	1	-	1	1	2	-	4	-
	1.14	0.57	-	0.57	0.57	1.14	-	2.29	-
探親或訪友	49	24	14	1	129	123	139	8	1
	3.66	1.79	1.04	0.07	9.63	9.18	10.37	0.60	0.07
求學	-	-	-	-	-	12	-	-	-
	-	-	-	-	-	92.31	-	-	-
醫療	2	-	-	-	13	-	16	-	-
	3.39	-	-	-	22.03	-	27.12	-	-
其他	1	-	-	-	1	5	4	-	-
	2.56	-	-	-	2.56	12.82	10.26	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-10　114 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	6,660	426	930	1,585	1,251
	100.00	6.40	13.96	23.80	18.78
日本	1,142	74	120	216	289
	100.00	6.48	10.51	18.91	25.31
大陸	512	28	130	170	74
	100.00	5.47	25.39	33.20	14.45
韓國	788	56	63	241	164
	100.00	7.11	7.99	30.58	20.81
香港 . 澳門	994	52	85	327	263
	100.00	5.23	8.55	32.90	26.46
新加坡	305	2	21	71	81
	100.00	0.66	6.89	23.28	26.56
馬來西亞	306	15	52	87	54
	100.00	4.90	16.99	28.43	17.65
印尼	186	27	57	60	18
	100.00	14.52	30.65	32.26	9.68
菲律賓	487	51	105	152	53
	100.00	10.47	21.56	31.21	10.88
泰國	317	21	148	85	18
	100.00	6.62	46.69	26.81	5.68
越南	346	76	74	67	29
	100.00	21.97	21.39	19.36	8.38
印度	41	1	10	11	6
	100.00	2.44	24.39	26.83	14.63
美國	556	8	11	14	52
	100.00	1.44	1.98	2.52	9.35
德 . 英 . 法	175	3	13	19	31
	100.00	1.71	7.43	10.86	17.71
歐洲其他地區	160	-	9	20	43
	100.00	-	5.63	12.50	26.88
紐澳	109	1	4	11	24
	100.00	0.92	3.67	10.09	22.02
其他地區	236	11	28	34	52
	100.00	4.66	11.86	14.41	22.03

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-10　114 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	797	390	284	996	1
	11.97	5.86	4.26	14.95	0.02
日本	139	52	34	218	-
	12.17	4.55	2.98	19.09	-
大陸	40	4	4	62	-
	7.81	0.78	0.78	12.12	-
韓國	95	30	9	130	-
	12.06	3.81	1.14	16.50	-
香港 . 澳門	110	16	4	137	-
	11.07	1.61	0.40	13.78	-
新加坡	60	23	8	39	-
	19.67	7.54	2.62	12.78	-
馬來西亞	28	10	2	58	-
	9.15	3.27	0.65	18.96	-
印尼	13	1	-	10	-
	6.99	0.53	-	5.37	-
菲律賓	36	28	9	53	-
	7.39	5.75	1.85	10.89	-
泰國	5	3	-	37	-
	1.58	0.95	-	11.67	-
越南	27	20	10	43	-
	7.80	5.78	2.89	12.43	-
印度	9	-	1	3	-
	21.95	-	2.44	7.32	-
美國	114	119	127	110	1
	20.50	21.40	22.84	19.78	0.19
德 . 英 . 法	35	24	25	25	-
	20.00	13.71	14.29	14.29	-
歐洲其他地區	35	23	13	17	-
	21.88	14.37	8.12	10.62	-
紐澳	18	18	15	18	-
	16.51	16.51	13.76	16.52	-
其他地區	33	19	23	36	-
	13.98	8.05	9.75	15.26	-

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-11　114 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	6,660	426	930	1,585	1,251
	100.00	6.40	13.96	23.80	18.78
度假、休閒、遊憩	4,215	294	600	1,076	858
	100.00	6.98	14.23	25.52	20.36
業務	819	7	32	147	184
	100.00	0.85	3.91	17.95	22.46
國際會議或展覽	175	-	2	20	14
	100.00	-	1.14	11.43	8.00
探親或訪友	1,340	121	284	332	181
	100.00	9.03	21.18	24.78	13.51
求學	13	2	-	-	-
	100.00	15.38	-	-	-
醫療	59	1	4	7	8
	100.00	1.69	6.78	11.86	13.57
其他	39	1	8	3	6
	100.00	2.56	20.51	7.69	15.39

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-11　114 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	797	390	284	996	1
	11.97	5.86	4.26	14.95	0.02
度假、休閒、遊憩	449	161	96	681	-
	10.65	3.82	2.28	16.16	-
業務	175	133	131	9	1
	21.37	16.24	16.00	1.10	0.12
國際會議或展覽	53	57	24	5	-
	30.29	32.57	13.71	2.86	-
探親或訪友	107	31	25	259	-
	7.99	2.31	1.87	19.33	-
求學	1	-	1	9	-
	7.69	-	7.69	69.24	-
醫療	8	3	3	25	-
	13.57	5.08	5.08	42.37	-
其他	4	5	4	8	-
	10.26	12.82	10.26	20.51	-

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-12　114 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	5,828	3,775	2,053
	100.00	64.77	35.23
日本	1,033	722	311
	100.00	69.89	30.11
大陸	380	100	280
	100.00	26.32	73.68
韓國	727	559	168
	100.00	76.89	23.11
香港 . 澳門	881	433	448
	100.00	49.15	50.85
新加坡	271	200	71
	100.00	73.80	26.20
馬來西亞	282	218	64
	100.00	77.30	22.70
印尼	185	124	61
	100.00	67.03	32.97
菲律賓	463	303	160
	100.00	65.44	34.56
泰國	293	243	50
	100.00	82.94	17.06
越南	310	263	47
	100.00	84.84	15.16
印度	25	16	9
	100.00	64.00	36.00
美國	459	215	244
	100.00	46.84	53.16
德 . 英 . 法	122	104	18
	100.00	85.25	14.75
歐洲其他地區	122	103	19
	100.00	84.43	15.57
紐澳	89	58	31
	100.00	65.17	34.83
其他地區	186	114	72
	100.00	61.29	38.71

註：來臺主要或次要目的為度假、休閒、遊憩者才需作答本題。

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	3,775	2,680	3,394	249	807	1,895
		70.99	89.91	6.60	21.38	50.20
日本	722	536	602	28	133	265
		74.24	83.38	3.88	18.42	36.70
大陸	100	66	78	-	4	79
		66.00	78.00	-	4.00	79.00
韓國	559	394	474	10	99	231
		70.48	84.79	1.79	17.71	41.32
香港 . 澳門	433	340	383	8	38	172
		78.52	88.45	1.85	8.78	39.72
新加坡	200	131	195	3	66	98
		65.50	97.50	1.50	33.00	49.00
馬來西亞	218	158	200	2	68	107
		72.48	91.74	0.92	31.19	49.08
印尼	124	69	119	18	85	109
		55.65	95.97	14.52	68.55	87.90
菲律賓	303	210	292	50	80	182
		69.31	96.37	16.50	26.40	60.07
泰國	243	176	238	20	44	154
		72.43	97.94	8.23	18.11	63.37
越南	263	183	233	72	15	194
		69.58	88.59	27.38	5.70	73.76
印度	16	6	16	-	6	7
		37.50	100.00	-	37.50	43.75
美國	215	163	196	35	64	127
		75.81	91.16	16.28	29.77	59.07
德 . 英 . 法	104	77	102	-	21	36
		74.04	98.08	-	20.19	34.62
歐洲其他地區	103	71	100	1	23	45
		68.93	97.09	0.97	22.33	43.69
紐澳	58	36	57	2	18	26
		62.07	98.28	3.45	31.03	44.83
其他地區	114	64	109	-	43	63
		56.14	95.61	-	37.72	55.26

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	461	152	146	100	602
	12.21	4.03	3.87	2.65	15.95
日本	92	13	11	8	137
	12.74	1.80	1.52	1.11	18.98
大陸	4	1	2	-	-
	4.00	1.00	2.00	-	-
韓國	28	2	4	2	165
	5.01	0.36	0.72	0.36	29.52
香港 . 澳門	26	13	11	7	53
	6.00	3.00	2.54	1.62	12.24
新加坡	18	3	1	3	27
	9.00	1.50	0.50	1.50	13.50
馬來西亞	22	1	2	7	21
	10.09	0.46	0.92	3.21	9.63
印尼	53	64	78	9	15
	42.74	51.61	62.90	7.26	12.10
菲律賓	51	17	11	13	39
	16.83	5.61	3.63	4.29	12.87
泰國	17	-	4	9	28
	7.00	-	1.65	3.70	11.52
越南	18	-	-	19	44
	6.84	-	-	7.22	16.73
印度	-	-	-	-	6
	-	-	-	-	37.50
美國	68	32	18	15	29
	31.63	14.88	8.37	6.98	13.49
德 . 英 . 法	15	-	-	1	6
	14.42	-	-	0.96	5.77
歐洲其他地區	14	-	-	1	7
	13.59	-	-	0.97	6.80
紐澳	15	6	4	5	4
	25.86	10.34	6.90	8.62	6.90
其他地區	20	-	-	1	21
	17.54	-	-	0.88	18.42

註：1.本題為複選題。

2. 本題針對來臺主要或次要目的為度假、休閒、遊憩者，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。

3.「-」表示無調查樣本。

附表 1-14　臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導對決定來臺影響程度－依居住地分

單位：%

影響程度 百分比	樣本數 (人)	臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導對決定來臺影響程度					
		總計	搜尋引擎	社群網站	電商平台	電視/電台	親友口碑
全體	3,775	100.00	31.49	37.48	1.10	5.60	15.97
日本	722	100.00	36.54	35.06	0.90	5.58	11.50
大陸	100	100.00	34.24	35.20	-	1.16	27.85
韓國	559	100.00	35.66	35.92	0.17	5.31	10.95
香港.澳門	433	100.00	39.09	39.00	0.31	2.54	12.61
新加坡	200	100.00	29.60	42.35	0.09	9.65	12.66
馬來西亞	218	100.00	34.84	40.22	0.17	7.98	12.51
印尼	124	100.00	10.07	26.39	0.14	12.11	35.23
菲律賓	303	100.00	24.55	38.70	3.11	6.15	18.82
泰國	243	100.00	27.92	41.50	1.55	3.47	20.68
越南	263	100.00	22.69	37.35	4.72	1.34	27.63
印度	16	100.00	18.60	50.00	-	11.63	6.98
美國	215	100.00	25.00	32.37	2.32	7.53	23.34
德.英.法	104	100.00	38.88	41.77	-	5.06	8.14
歐洲其他地區	103	100.00	36.98	41.35	0.73	6.01	10.38
紐澳	58	100.00	29.35	39.99	0.32	8.39	14.52
其他地區	114	100.00	23.37	43.87	-	9.22	14.79

附表 1-14　臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導對決定來臺影響程度－依居住地分 (續完)

單位：%

影響程度百分比	臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導對決定來臺影響程度				
	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	2.02	0.31	0.69	0.48	4.86
日本	3.31	0.31	0.52	0.39	5.89
大陸	0.19	0.39	0.97	-	-
韓國	0.97	0.13	0.27	0.10	10.52
香港 . 澳門	1.07	0.62	0.49	0.13	4.14
新加坡	1.28	-	0.18	0.46	3.73
馬來西亞	0.92	0.17	-	0.76	2.43
印尼	0.82	1.63	11.02	-	2.59
菲律賓	3.29	0.42	0.18	1.14	3.64
泰國	0.81	-	0.30	0.59	3.18
越南	0.56	-	-	1.41	4.30
印度	-	-	-	-	12.79
美國	4.55	0.75	0.25	0.83	3.06
德 . 英 . 法	3.80	-	-	0.54	1.81
歐洲其他地區	2.73	-	-	-	1.82
紐澳	4.52	0.32	0.97	0.65	0.97
其他地區	3.34	-	-	0.16	5.25

註：1.本題針對來臺主要或次要目的為度假、休閒、遊憩者，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.按選擇管道影響程度的排序給予權重分數，並計算影響程度百分比。
3.「-」表示無調查樣本。

附表 1-15　對決定來臺度假、休閒、遊憩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)	對決定來臺度假、休閒、遊憩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	3,775	2,239	2,551	770	641
		59.31	67.58	20.40	16.98
日本	722	318	495	136	118
		44.04	68.56	18.84	16.34
大陸	100	71	76	15	8
		71.00	76.00	15.00	8.00
韓國	559	332	360	69	83
		59.39	64.40	12.34	14.85
香港 . 澳門	433	296	295	82	83
		68.36	68.13	18.94	19.17
新加坡	200	95	158	17	39
		47.50	79.00	8.50	19.50
馬來西亞	218	128	150	27	46
		58.72	68.81	12.39	21.10
印尼	124	103	112	73	86
		83.06	90.32	58.87	69.35
菲律賓	303	215	193	74	44
		70.96	63.70	24.42	14.52
泰國	243	168	143	97	31
		69.14	58.85	39.92	12.76
越南	263	155	114	63	11
		58.94	43.35	23.95	4.18
印度	16	8	11	-	3
		50.00	68.75	-	18.75
美國	215	157	158	84	35
		73.02	73.49	39.07	16.28
德 . 英 . 法	104	50	74	7	13
		48.08	71.15	6.73	12.50
歐洲其他地區	103	52	79	10	10
		50.49	76.70	9.71	9.71
紐澳	58	35	41	8	9
		60.34	70.69	13.79	15.52
其他地區	114	56	92	8	22
		49.12	80.70	7.02	19.30

附表 1-15　對決定來臺度假、休閒、遊憩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	對決定來臺度假、休閒、遊憩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	178	469	190	2,076	15
	4.72	12.42	5.03	54.99	0.40
日本	19	92	34	396	4
	2.63	12.74	4.71	54.85	0.55
大陸	10	11	1	53	1
	10.00	11.00	1.00	53.00	1.00
韓國	9	30	12	309	-
	1.61	5.37	2.15	55.28	-
香港 . 澳門	38	49	38	192	5
	8.78	11.32	8.78	44.34	1.15
新加坡	7	6	6	132	1
	3.50	3.00	3.00	66.00	0.50
馬來西亞	10	12	11	133	-
	4.59	5.50	5.05	61.01	-
印尼	28	74	13	38	-
	22.58	59.68	10.48	30.65	-
菲律賓	12	45	20	180	3
	3.96	14.85	6.60	59.41	0.99
泰國	9	41	10	102	-
	3.70	16.87	4.12	41.98	-
越南	7	24	31	166	-
	2.66	9.13	11.79	63.12	-
印度	-	-	-	11	-
	-	-	-	68.75	-
美國	22	59	10	99	1
	10.23	27.44	4.65	46.05	0.47
德 . 英 . 法	1	5	2	74	-
	0.96	4.81	1.92	71.15	-
歐洲其他地區	-	5	1	74	-
	-	4.85	0.97	71.84	-
紐澳	3	9	1	36	-
	5.17	15.52	1.72	62.07	-
其他地區	3	7	-	81	-
	2.63	6.14	-	71.05	-

註：1.本題為複選題。

2.來臺主要或次要目的為度假、休閒、遊憩者，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。

3.「-」表示無調查樣本。

附表 1-16　114 年吸引旅客來臺度假、休閒、遊憩因素－依居住地分

單位：人次；列%

人次 相對百分率	樣本數 (人)	吸引旅客來臺度假、休閒、遊憩因素							
		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 活動或表 演
全體	5,828	4,307	2,337	4,828	2,399	1,110	689	662	112
		73.90	40.10	82.84	41.16	19.05	11.82	11.36	1.92
日本	1,033	620	328	859	466	149	72	53	6
		60.02	31.75	83.16	45.11	14.42	6.97	5.13	0.58
大陸	380	255	109	348	43	41	19	31	15
		67.11	28.68	91.58	11.32	10.79	5.00	8.16	3.95
韓國	727	535	232	662	387	62	46	49	2
		73.59	31.91	91.06	53.23	8.53	6.33	6.74	0.28
香港 . 澳門	881	514	420	794	560	53	18	87	33
		58.34	47.67	90.12	63.56	6.02	2.04	9.88	3.75
新加坡	271	228	129	251	71	26	18	24	2
		84.13	47.60	92.62	26.20	9.59	6.64	8.86	0.74
馬來西亞	282	257	145	258	68	46	11	36	5
		91.13	51.42	91.49	24.11	16.31	3.90	12.77	1.77
印尼	185	180	160	173	139	109	94	44	6
		97.30	86.49	93.51	75.14	58.92	50.81	23.78	3.24
菲律賓	463	386	235	342	229	178	112	108	16
		83.37	50.76	73.87	49.46	38.44	24.19	23.33	3.46
泰國	293	271	181	239	114	99	25	52	1
		92.49	61.77	81.57	38.91	33.79	8.53	17.75	0.34
越南	310	261	87	135	103	104	27	20	7
		84.19	28.06	43.55	33.23	33.55	8.71	6.45	2.26
印度	25	23	15	23	-	3	1	1	-
		92.00	60.00	92.00	-	12.00	4.00	4.00	-
美國	459	330	176	299	161	171	163	94	15
		71.90	38.34	65.14	35.08	37.25	35.51	20.48	3.27
德 . 英 . 法	122	110	16	104	9	15	28	9	2
		90.16	13.11	85.25	7.38	12.30	22.95	7.38	1.64
歐洲其他地區	122	116	19	102	9	16	18	15	-
		95.08	15.57	83.61	7.38	13.11	14.75	12.30	-
紐澳	89	74	30	72	23	19	26	16	2
		83.15	33.71	80.90	25.84	21.35	29.21	17.98	2.25
其他地區	186	147	55	167	17	19	11	23	-
		79.03	29.57	89.78	9.14	10.22	5.91	12.37	-

附表 1-16　114 年吸引旅客來臺度假、休閒、遊憩因素－依居住地分(續完)

單位：人次；列%

人次 相對百分率	吸引旅客來臺度假、休閒、遊憩因素							
	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	運動或賽事	其他
全體	119	111	2,816	2,497	2,575	454	38	135
	2.04	1.90	48.32	42.84	44.18	7.79	0.65	2.32
日本	15	3	474	314	423	53	4	12
	1.45	0.29	45.89	30.40	40.95	5.13	0.39	1.16
大陸	4	4	264	168	151	28	-	3
	1.05	1.05	69.47	44.21	39.74	7.37	-	0.79
韓國	4	-	307	207	231	38	1	5
	0.55	-	42.23	28.47	31.77	5.23	0.14	0.69
香港 . 澳門	21	18	355	420	371	68	10	27
	2.38	2.04	40.30	47.67	42.11	7.72	1.14	3.06
新加坡	2	2	170	117	122	4	1	4
	0.74	0.74	62.73	43.17	45.02	1.48	0.37	1.48
馬來西亞	1	-	157	118	122	10	2	4
	0.35	-	55.67	41.84	43.26	3.55	0.71	1.42
印尼	1	35	33	135	162	20	-	-
	0.54	18.92	17.84	72.97	87.57	10.81	-	-
菲律賓	26	15	209	253	239	66	5	14
	5.62	3.24	45.14	54.64	51.62	14.25	1.08	3.02
泰國	9	2	102	134	122	20	1	-
	3.07	0.68	34.81	45.73	41.64	6.83	0.34	-
越南	3	2	100	108	151	12	-	19
	0.97	0.65	32.26	34.84	48.71	3.87	-	6.13
印度	-	-	18	15	12	1	2	-
	-	-	72.00	60.00	48.00	4.00	8.00	-
美國	27	26	238	267	219	100	8	41
	5.88	5.66	51.85	58.17	47.71	21.79	1.74	8.93
德 . 英 . 法	-	-	89	45	62	7	-	-
	-	-	72.95	36.89	50.82	5.74	-	-
歐洲其他地區	-	-	99	50	58	10	2	2
	-	-	81.15	40.98	47.54	8.20	1.64	1.64
紐澳	5	2	59	52	45	10	1	2
	5.62	2.25	66.29	58.43	50.56	11.24	1.12	2.25
其他地區	1	2	142	94	85	7	1	2
	0.54	1.08	76.34	50.54	45.70	3.76	0.54	1.08

註：1.本題為複選題，受訪旅客來臺主要或次要目的為度假、休閒、遊憩者才需作答。
2.「-」表示無調查樣本。

附表 1-17　114 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或機票	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	6,660	655	271	393	253	5,088
	100.00	9.83	4.07	5.90	3.80	76.40
日本	1,142	131	22	110	32	847
	100.00	11.47	1.93	9.63	2.80	74.17
大陸	512	-	13	12	15	472
	100.00	-	2.54	2.34	2.93	92.19
韓國	788	160	28	65	33	502
	100.00	20.30	3.55	8.25	4.19	63.71
香港 . 澳門	994	55	7	27	39	866
	100.00	5.53	0.70	2.72	3.93	87.12
新加坡	305	23	11	24	21	226
	100.00	7.54	3.61	7.87	6.88	74.10
馬來西亞	306	21	30	14	15	226
	100.00	6.86	9.80	4.58	4.90	73.86
印尼	186	13	21	-	4	148
	100.00	6.99	11.29	-	2.15	79.57
菲律賓	487	52	29	13	27	366
	100.00	10.68	5.96	2.67	5.54	75.15
泰國	317	57	6	10	17	227
	100.00	17.98	1.89	3.16	5.36	71.61
越南	346	78	-	-	14	254
	100.00	22.54	-	-	4.05	73.41
印度	41	5	-	3	1	32
	100.00	12.19	-	7.32	2.44	78.05
美國	556	33	83	54	9	377
	100.00	5.93	14.93	9.71	1.62	67.81
德 . 英 . 法	175	6	-	20	12	137
	100.00	3.43	-	11.43	6.86	78.28
歐洲其他地區	160	3	4	13	7	133
	100.00	1.88	2.50	8.12	4.37	83.13
紐澳	109	5	7	11	1	85
	100.00	4.59	6.42	10.09	0.92	77.98
其他地區	236	13	10	17	6	190
	100.00	5.51	4.24	7.20	2.54	80.51

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-18　114 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或機票	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	6,660	655	271	393	253	5,088
	100.00	9.83	4.07	5.90	3.80	76.40
度假、休閒、遊憩	4,215	655	126	163	190	3,081
	100.00	15.54	2.99	3.87	4.51	73.09
業務	819	-	59	166	6	588
	100.00	-	7.20	20.27	0.73	71.80
國際會議或展覽	175	-	31	29	2	113
	100.00	-	17.72	16.57	1.14	64.57
探親或訪友	1,340	-	34	15	54	1,237
	100.00	-	2.54	1.12	4.03	92.31
求學	13	-	8	1	-	4
	100.00	-	61.54	7.69	-	30.77
醫療	59	-	-	14	1	44
	100.00	-	-	23.73	1.69	74.58
其他	39	-	13	5	-	21
	100.00	-	33.33	12.82	-	53.85

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-19　114 年受訪旅客最近 3 年來臺次數－依居住地分

單位：人；%

人數 列百分比	總計	最近 3 年來臺次數				
		第 1 次	第 2 次	第 3 次	第 4 次	5 次以上
總計	6,660	3,846	1,707	701	210	196
	100.00	57.75	25.63	10.53	3.15	2.94
日本	1,142	714	232	109	47	40
	100.00	62.52	20.32	9.54	4.12	3.50
大陸	512	280	160	45	15	12
	100.00	54.69	31.25	8.79	2.93	2.34
韓國	788	577	135	46	20	10
	100.00	73.22	17.13	5.84	2.54	1.27
香港 . 澳門	994	267	332	221	70	104
	100.00	26.86	33.40	22.23	7.04	10.47
新加坡	305	170	74	35	19	7
	100.00	55.74	24.26	11.48	6.23	2.29
馬來西亞	306	203	66	26	5	6
	100.00	66.34	21.57	8.50	1.63	1.96
印尼	186	104	60	19	2	1
	100.00	55.91	32.26	10.22	1.07	0.54
菲律賓	487	328	111	33	12	3
	100.00	67.35	22.79	6.78	2.46	0.62
泰國	317	219	70	20	4	4
	100.00	69.09	22.08	6.31	1.26	1.26
越南	346	221	101	18	3	3
	100.00	63.87	29.19	5.20	0.87	0.87
印度	41	24	12	5	-	-
	100.00	58.54	29.27	12.19	-	-
美國	556	326	166	51	9	4
	100.00	58.63	29.86	9.17	1.62	0.72
德 . 英 . 法	175	113	48	13	1	-
	100.00	64.57	27.43	7.43	0.57	-
歐洲其他地區	160	117	30	11	1	1
	100.00	73.13	18.75	6.88	0.62	0.62
紐澳	109	71	26	11	1	-
	100.00	65.14	23.85	10.09	0.92	-
其他地區	236	112	84	38	1	1
	100.00	47.47	35.59	16.10	0.42	0.42

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-20　114 年受訪旅客最近 3 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 3 年來臺次數				
		第 1 次	第 2 次	第 3 次	第 4 次	5 次以上
總計	6,660	3,846	1,707	701	210	196
	100.00	57.75	25.63	10.53	3.15	2.94
度假、休閒、遊憩	4,215	3,033	824	233	61	64
	100.00	71.96	19.55	5.53	1.44	1.52
業務	819	212	317	168	68	54
	100.00	25.89	38.71	20.51	8.30	6.59
國際會議或展覽	175	24	52	66	24	9
	100.00	13.71	29.71	37.72	13.72	5.14
探親或訪友	1,340	544	478	214	51	53
	100.00	40.60	35.67	15.97	3.81	3.95
求學	13	12	1	-	-	-
	100.00	92.31	7.69	-	-	-
醫療	59	3	20	14	6	16
	100.00	5.08	33.90	23.73	10.17	27.12
其他	39	18	15	6	-	-
	100.00	46.15	38.46	15.39	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-21　114 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	6,660	27	633	1,872	1,628
	100.00	0.41	9.50	28.11	24.44
日本	1,142	4	248	478	232
	100.00	0.35	21.72	41.86	20.32
大陸	512	2	23	52	82
	100.00	0.39	4.49	10.16	16.02
韓國	788	2	55	393	212
	100.00	0.25	6.98	49.87	26.90
香港 . 澳門	994	11	175	379	209
	100.00	1.11	17.61	38.13	21.03
新加坡	305	-	11	73	112
	100.00	-	3.61	23.93	36.72
馬來西亞	306	-	8	41	109
	100.00	-	2.61	13.40	35.62
印尼	186	-	4	41	57
	100.00	-	2.15	22.04	30.65
菲律賓	487	-	11	88	151
	100.00	-	2.26	18.07	31.01
泰國	317	1	10	51	106
	100.00	0.32	3.15	16.09	33.44
越南	346	1	29	38	79
	100.00	0.29	8.38	10.98	22.83
印度	41	-	1	10	14
	100.00	-	2.44	24.39	34.15
美國	556	6	26	79	88
	100.00	1.08	4.68	14.21	15.83
德 . 英 . 法	175	-	8	47	60
	100.00	-	4.57	26.86	34.29
歐洲其他地區	160	-	6	49	58
	100.00	-	3.75	30.63	36.25
紐澳	109	-	7	21	28
	100.00	-	6.42	19.27	25.69
其他地區	236	-	11	32	31
	100.00	-	4.66	13.56	13.14

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-21　114 年受訪旅客停留夜數－依居住地分(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	1,830	522	121	25	2
	27.48	7.84	1.82	0.38	0.02
日本	145	34	-	1	-
	12.70	2.97	-	0.08	-
大陸	183	108	58	4	-
	35.74	21.09	11.33	0.78	-
韓國	120	6	-	-	-
	15.23	0.77	-	-	-
香港 . 澳門	167	44	5	4	-
	16.80	4.43	0.50	0.39	-
新加坡	83	25	1	-	-
	27.21	8.20	0.33	-	-
馬來西亞	128	16	3	-	1
	41.83	5.23	0.98	-	0.33
印尼	73	11	-	-	-
	39.25	5.91	-	-	-
菲律賓	203	33	1	-	-
	41.68	6.78	0.20	-	-
泰國	128	18	-	3	-
	40.38	5.67	-	0.95	-
越南	170	25	1	2	1
	49.13	7.23	0.29	0.58	0.29
印度	13	2	1	-	-
	31.70	4.88	2.44	-	-
美國	212	110	28	7	-
	38.13	19.78	5.04	1.25	-
德 . 英 . 法	47	11	2	-	-
	26.86	6.29	1.13	-	-
歐洲其他地區	34	12	1	-	-
	21.25	7.50	0.62	-	-
紐澳	39	13	-	1	-
	35.78	11.93	-	0.91	-
其他地區	85	54	20	3	-
	36.02	22.88	8.47	1.27	-

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-22　114 年受訪旅客停留夜數－依來臺主要目的分

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	6,660	27	633	1,872	1,628
	100.00	0.41	9.50	28.11	24.44
度假、休閒、遊憩	4,215	10	398	1,388	1,163
	100.00	0.24	9.44	32.93	27.59
業務	819	8	168	260	149
	100.00	0.98	20.51	31.75	18.19
國際會議或展覽	175	1	12	56	46
	100.00	0.57	6.86	32.00	26.29
探親或訪友	1,340	2	39	143	256
	100.00	0.15	2.91	10.67	19.10
求學	13	-	-	-	-
	100.00	-	-	-	-
醫療	59	2	13	18	4
	100.00	3.39	22.03	30.51	6.78
其他	39	4	3	7	10
	100.00	10.26	7.69	17.95	25.64

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-22　114 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	1,830	522	121	25	2
	27.48	7.84	1.82	0.38	0.02
度假、休閒、遊憩	1,069	168	14	5	-
	25.36	3.99	0.33	0.12	-
業務	188	37	6	3	-
	22.95	4.52	0.73	0.37	-
國際會議或展覽	57	3	-	-	-
	32.57	1.71	-	-	-
探親或訪友	495	301	90	14	-
	36.94	22.46	6.72	1.05	-
求學	-	4	5	2	2
	-	30.77	38.46	15.38	15.39
醫療	10	6	5	1	-
	16.95	10.17	8.47	1.70	-
其他	11	3	1	-	-
	28.21	7.69	2.56	-	-

註：1.「-」表示無調查樣本。

附表 1-23　114 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	6,660	27	633	1,872	1,628	1,830
	100.00	0.41	9.50	28.11	24.44	27.48
參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦	655	-	4	115	223	300
	100.00	-	0.61	17.56	34.05	45.80
自行規劃行程，由旅行社包辦	271	-	2	41	86	106
	100.00	-	0.74	15.13	31.73	39.11
自行規劃行程，請旅行社代訂住宿地點或機票	393	5	78	137	83	68
	100.00	1.27	19.85	34.86	21.12	17.30
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	253	-	9	57	80	86
	100.00	-	3.56	22.53	31.62	33.99
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	5,088	22	540	1,522	1,156	1,270
	100.00	0.43	10.61	29.91	22.72	24.96

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-23　114 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	522	121	25	2
	7.84	1.82	0.38	0.02
參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦	13	-	-	-
	1.98	-	-	-
自行規劃行程，由旅行社包辦	28	6	2	-
	10.33	2.22	0.74	-
自行規劃行程，請旅行社代訂住宿地點或機票	21	1	-	-
	5.34	0.26	-	-
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	17	2	2	-
	6.72	0.79	0.79	-
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	443	112	21	2
	8.71	2.20	0.41	0.05

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-24　114 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	6,660	3,955	5,606	613	1,042	626	1,092
		59.38	84.17	9.20	15.65	9.40	16.40
日本	1,142	773	991	34	116	90	163
		67.69	86.78	2.98	10.16	7.88	14.27
大陸	512	236	342	93	82	57	155
		46.09	66.80	18.16	16.02	11.13	30.27
韓國	788	612	761	35	146	47	80
		77.66	96.57	4.44	18.53	5.96	10.15
香港 . 澳門	994	493	738	72	83	109	261
		49.60	74.25	7.24	8.35	10.97	26.26
新加坡	305	200	254	25	64	36	67
		65.57	83.28	8.20	20.98	11.80	21.97
馬來西亞	306	192	240	27	91	46	74
		62.75	78.43	8.82	29.74	15.03	24.18
印尼	186	56	126	18	24	14	28
		30.11	67.74	9.68	12.90	7.53	15.05
菲律賓	487	289	424	99	88	20	27
		59.34	87.06	20.33	18.07	4.11	5.54
泰國	317	243	311	61	62	8	14
		76.66	98.11	19.24	19.56	2.52	4.42
越南	346	223	339	34	84	19	44
		64.45	97.98	9.83	24.28	5.49	12.72
印度	41	18	32	8	9	3	2
		43.90	78.05	19.51	21.95	7.32	4.88
美國	556	230	445	53	65	52	58
		41.37	80.04	9.53	11.69	9.35	10.43
德 . 英 . 法	175	95	161	8	34	41	39
		54.29	92.00	4.57	19.43	23.43	22.29
歐洲其他地區	160	92	141	12	20	37	28
		57.50	88.13	7.50	12.50	23.13	17.50
紐澳	109	52	90	7	18	17	10
		47.71	82.57	6.42	16.51	15.60	9.17
其他地區	236	151	211	27	56	30	42
		63.98	89.41	11.44	23.73	12.71	17.80

附表 1-24　114 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	732	93	56	135	1,105	38	546	129
	10.99	1.40	0.84	2.03	16.59	0.57	8.20	1.94
日本	74	5	4	23	130	1	53	16
	6.48	0.44	0.35	2.01	11.38	0.09	4.64	1.40
大陸	63	16	11	19	106	7	54	18
	12.30	3.13	2.15	3.71	20.70	1.37	10.55	3.52
韓國	115	4	7	10	155	8	77	8
	14.59	0.51	0.89	1.27	19.67	1.02	9.77	1.02
香港 . 澳門	97	12	4	9	85	4	52	44
	9.76	1.21	0.40	0.91	8.55	0.40	5.23	4.43
新加坡	61	2	1	4	69	-	39	8
	20.00	0.66	0.33	1.31	22.62	-	12.79	2.62
馬來西亞	64	7	-	9	91	2	38	9
	20.92	2.29	-	2.94	29.74	0.65	12.42	2.94
印尼	6	6	5	-	20	-	14	1
	3.23	3.23	2.69	-	10.75	-	7.53	0.54
菲律賓	39	17	4	5	78	3	22	3
	8.01	3.49	0.82	1.03	16.02	0.62	4.52	0.62
泰國	18	3	1	5	86	1	39	2
	5.68	0.95	0.32	1.58	27.13	0.32	12.30	0.63
越南	31	-	8	1	90	2	52	1
	8.96	-	2.31	0.29	26.01	0.58	15.03	0.29
印度	5	2	-	-	9	-	5	-
	12.20	4.88	-	-	21.95	-	12.20	-
美國	52	10	6	18	59	3	32	9
	9.35	1.80	1.08	3.24	10.61	0.54	5.76	1.62
德 . 英 . 法	22	2	1	4	27	1	13	2
	12.57	1.14	0.57	2.29	15.43	0.57	7.43	1.14
歐洲其他地區	25	-	-	1	15	-	13	2
	15.63	-	-	0.63	9.38	-	8.13	1.25
紐澳	19	3	-	3	20	1	5	1
	17.43	2.75	-	2.75	18.35	0.92	4.59	0.92
其他地區	41	4	4	24	65	5	38	5
	17.37	1.69	1.69	10.17	27.54	2.12	16.10	2.12

附表 1-24　114 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	74	119	15	489	246	330	3	1
	1.11	1.79	0.23	7.34	3.69	4.95	0.05	0.02
日本	4	5	1	34	37	36	-	1
	0.35	0.44	0.09	2.98	3.24	3.15	-	0.09
大陸	4	17	1	32	46	44	-	-
	0.78	3.32	0.20	6.25	8.98	8.59	-	-
韓國	7	8	-	39	27	50	-	-
	0.89	1.02	-	4.95	3.43	6.35	-	-
香港 . 澳門	10	8	2	60	11	26	1	-
	1.01	0.80	0.20	6.04	1.11	2.62	0.10	-
新加坡	4	8	2	27	2	24	-	-
	1.31	2.62	0.66	8.85	0.66	7.87	-	-
馬來西亞	9	11	-	37	10	20	-	-
	2.94	3.59	-	12.09	3.27	6.54	-	-
印尼	1	1	-	11	5	14	-	-
	0.54	0.54	-	5.91	2.69	7.53	-	-
菲律賓	7	9	2	69	16	12	1	-
	1.44	1.85	0.41	14.17	3.29	2.46	0.21	-
泰國	-	-	-	56	10	12	-	-
	-	-	-	17.67	3.15	3.79	-	-
越南	6	10	-	38	2	9	-	-
	1.73	2.89	-	10.98	0.58	2.60	-	-
印度	1	1	-	1	8	5	-	-
	2.44	2.44	-	2.44	19.51	12.20	-	-
美國	13	19	-	46	24	18	-	-
	2.34	3.42	-	8.27	4.32	3.24	-	-
德 . 英 . 法	1	6	3	4	17	13	-	-
	0.57	3.43	1.71	2.29	9.71	7.43	-	-
歐洲其他地區	-	5	2	7	11	12	-	-
	-	3.13	1.25	4.38	6.88	7.50	-	-
紐澳	2	3	-	7	6	6	-	-
	1.83	2.75	-	6.42	5.50	5.50	-	-
其他地區	5	8	2	21	14	29	1	-
	2.12	3.39	0.85	8.90	5.93	12.29	0.42	-

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，各縣市加總超過 100%。

2.「-」表示無調查樣本。

附表 1-25　114 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	6,660	3,955	5,606	613	1,042	626	1,092
		59.38	84.17	9.20	15.65	9.40	16.40
度假、休閒、遊憩	4,215	3,038	3,811	289	785	466	720
		72.08	90.42	6.86	18.62	11.06	17.08
業務	819	97	560	35	36	35	100
		11.84	68.38	4.27	4.40	4.27	12.21
國際會議或展覽	175	18	155	7	4	3	13
		10.29	88.57	4.00	2.29	1.71	7.43
探親或訪友	1,340	774	990	277	213	116	249
		57.76	73.88	20.67	15.90	8.66	18.58
求學	13	9	13	-	1	1	1
		69.23	100.00	-	7.69	7.69	7.69
醫療	59	14	50	4	-	1	3
		23.73	84.75	6.78	-	1.69	5.08
其他	39	5	27	1	3	4	6
		12.82	69.23	2.56	7.69	10.26	15.38

附表 1-25　114 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	732	93	56	135	1,105	38	546	129
	10.99	1.40	0.84	2.03	16.59	0.57	8.20	1.94
度假、休閒、遊憩	521	37	27	59	824	21	416	81
	12.36	0.88	0.64	1.40	19.55	0.50	9.87	1.92
業務	12	2	-	3	12	-	7	6
	1.47	0.24	-	0.37	1.47	-	0.85	0.73
國際會議或展覽	2	1	2	3	6	-	2	1
	1.14	0.57	1.14	1.71	3.43	-	1.14	0.57
探親或訪友	194	52	26	69	260	16	117	38
	14.48	3.88	1.94	5.15	19.40	1.19	8.73	2.84
求學	-	-	-	-	1	-	3	1
	-	-	-	-	7.69	-	23.08	7.69
醫療	1	-	-	-	-	-	-	-
	1.69	-	-	-	-	-	-	-
其他	2	1	1	1	2	1	1	2
	5.13	2.56	2.56	2.56	5.13	2.56	2.56	5.13

附表 1-25　114 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	74	119	15	489	246	330	3	1
	1.11	1.79	0.23	7.34	3.69	4.95	0.05	0.02
度假、休閒、遊憩	51	73	11	363	37	239	1	1
	1.21	1.73	0.26	8.61	0.88	5.67	0.02	0.02
業務	3	3	-	13	149	4	1	-
	0.37	0.37	-	1.59	18.19	0.49	0.12	-
國際會議或展覽	-	-	-	5	6	2	-	-
	-	-	-	2.86	3.43	1.14	-	-
探親或訪友	18	42	4	105	51	84	1	-
	1.34	3.13	0.30	7.84	3.81	6.27	0.07	-
求學	-	1	-	1	-	-	-	-
	-	7.69	-	7.69	-	-	-	-
醫療	1	-	-	1	-	-	-	-
	1.69	-	-	1.69	-	-	-	-
其他	1	-	-	1	3	1	-	-
	2.56	-	-	2.56	7.69	2.56	-	-

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，各縣市加總超過 100%。

2.「-」表示無調查樣本。

附表 1-26　114 年受訪旅客住宿地點－依居住地分

單位：人次；列%

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	6,660	5,800	344	1,190	45	2	9	15
		87.09	5.17	17.87	0.68	0.03	0.14	0.23
日本	1,142	1,064	46	83	3	-	-	1
		93.17	4.03	7.27	0.26	-	-	0.09
大陸	512	368	20	326	12	-	-	-
		71.88	3.91	63.67	2.34	-	-	-
韓國	788	765	16	19	-	-	-	-
		97.08	2.03	2.41	-	-	-	-
香港 . 澳門	994	901	50	115	2	-	3	4
		90.64	5.03	11.57	0.20	-	0.30	0.40
新加坡	305	281	10	34	-	-	-	-
		92.13	3.28	11.15	-	-	-	-
馬來西亞	306	286	25	31	2	-	3	-
		93.46	8.17	10.13	0.65	-	0.98	-
印尼	186	124	2	65	2	-	-	-
		66.67	1.08	34.95	1.08	-	-	-
菲律賓	487	386	35	99	7	-	2	-
		79.26	7.19	20.33	1.44	-	0.41	-
泰國	317	275	17	42	4	1	-	-
		86.75	5.36	13.25	1.26	0.32	-	-
越南	346	299	6	76	5	-	-	-
		86.42	1.73	21.97	1.45	-	-	-
印度	41	33	-	10	-	-	-	-
		80.49	-	24.39	-	-	-	-
美國	556	420	77	125	7	1	1	10
		75.54	13.85	22.48	1.26	0.18	0.18	1.80
德 . 英 . 法	175	158	12	26	-	-	-	-
		90.29	6.86	14.86	-	-	-	-
歐洲其他地區	160	145	4	21	-	-	-	-
		90.63	2.50	13.13	-	-	-	-
紐澳	109	92	9	23	-	-	-	-
		84.40	8.26	21.10	-	-	-	-
其他地區	236	203	15	95	1	-	-	-
		86.02	6.36	40.25	0.42	-	-	-

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 1-27　114 年受訪旅客住宿地點－依居住地分

單位：人次；列%

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	6,660	5,800	344	1,190	45	2	9	15
		87.09	5.17	17.87	0.68	0.03	0.14	0.23
度假、休閒、遊憩	4,215	4,029	266	114	5	-	3	4
		95.59	6.31	2.70	0.12	-	0.07	0.09
業務	819	794	8	7	14	-	-	1
		96.95	0.98	0.85	1.71	-	-	0.12
國際會議或展覽	175	165	6	6	1	-	-	-
		94.29	3.43	3.43	0.57	-	-	-
探親或訪友	1,340	732	57	1,047	14	1	4	2
		54.63	4.25	78.13	1.04	0.07	0.30	0.15
求學	13	3	-	-	10	1	-	-
		23.08	-	-	76.92	7.69	-	-
醫療	59	44	1	15	-	-	-	7
		74.58	1.69	25.42	-	-	-	11.86
其他	39	33	6	1	1	-	2	1
		84.62	15.38	2.56	2.56	-	5.13	2.56

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 1-28　114 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	5,800	1,466	3,884	416	32	2
	100.00	25.28	66.97	7.17	0.55	0.03
日本	1,064	243	731	81	9	-
	100.00	22.84	68.70	7.61	0.85	-
大陸	368	79	282	6	1	-
	100.00	21.47	76.63	1.63	0.27	-
韓國	765	130	570	58	5	2
	100.00	16.99	74.52	7.58	0.65	0.26
香港 . 澳門	901	170	669	55	7	-
	100.00	18.87	74.25	6.10	0.78	-
新加坡	281	72	201	7	1	-
	100.00	25.62	71.53	2.49	0.36	-
馬來西亞	286	75	195	14	2	-
	100.00	26.22	68.18	4.90	0.70	-
印尼	124	82	40	2	-	-
	100.00	66.13	32.26	1.61	-	-
菲律賓	386	127	220	38	1	-
	100.00	32.90	57.00	9.84	0.26	-
泰國	275	63	200	12	-	-
	100.00	22.91	72.73	4.36	-	-
越南	299	70	145	79	5	-
	100.00	23.41	48.50	26.42	1.67	-
印度	33	11	22	-	-	-
	100.00	33.33	66.67	-	-	-
美國	420	159	229	32	-	-
	100.00	37.86	54.52	7.62	-	-
德 . 英 . 法	158	55	94	8	1	-
	100.00	34.81	59.50	5.06	0.63	-
歐洲其他地區	145	34	101	10	-	-
	100.00	23.45	69.65	6.90	-	-
紐澳	92	26	61	5	-	-
	100.00	28.26	66.31	5.43	-	-
其他地區	203	70	124	9	-	-
	100.00	34.48	61.09	4.43	-	-

註：1.有住宿旅館者才需回答本題。
　　2.「-」表示無調查樣本。

附表 1-29　114 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	5,800	1,466	3,884	416	32	2
	100.00	25.28	66.97	7.17	0.55	0.03
度假、休閒、遊憩	4,029	779	2,855	364	29	2
	100.00	19.33	70.87	9.03	0.72	0.05
業務	794	414	359	20	1	-
	100.00	52.14	45.21	2.52	0.13	-
國際會議或展覽	165	110	53	2	-	-
	100.00	66.67	32.12	1.21	-	-
探親或訪友	732	138	565	27	2	-
	100.00	18.85	77.19	3.69	0.27	-
求學	3	2	1	-	-	-
	100.00	66.67	33.33	-	-	-
醫療	44	8	35	1	-	-
	100.00	18.18	79.55	2.27	-	-
其他	33	15	16	2	-	-
	100.00	45.45	48.49	6.06	-	-

註：1.有住宿旅館者才需回答本題。
　　2.「-」表示無調查樣本。

附表 1-30　114 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	344	92	223	25	2	2
	100.00	26.74	64.83	7.27	0.58	0.58
日本	46	12	31	3	-	-
	100.00	26.09	67.39	6.52	-	-
大陸	20	5	14	1	-	-
	100.00	25.00	70.00	5.00	-	-
韓國	16	5	10	-	-	1
	100.00	31.25	62.50	-	-	6.25
香港 . 澳門	50	16	30	3	-	1
	100.00	32.00	60.00	6.00	-	2.00
新加坡	10	3	5	2	-	-
	100.00	30.00	50.00	20.00	-	-
馬來西亞	25	5	17	2	1	-
	100.00	20.00	68.00	8.00	4.00	-
印尼	2	2	-	-	-	-
	100.00	100.00	-	-	-	-
菲律賓	35	11	22	2	-	-
	100.00	31.43	62.86	5.71	-	-
泰國	17	3	12	2	-	-
	100.00	17.65	70.59	11.76	-	-
越南	6	-	6	-	-	-
	100.00	-	100.00	-	-	-
印度	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-
美國	77	20	54	3	-	-
	100.00	25.97	70.13	3.90	-	-
德 . 英 . 法	12	2	7	3	-	-
	100.00	16.67	58.33	25.00	-	-
歐洲其他地區	4	-	3	1	-	-
	100.00	-	75.00	25.00	-	-
紐澳	9	4	4	1	-	-
	100.00	44.44	44.44	11.12	-	-
其他地區	15	4	8	2	1	-
	100.00	26.67	53.33	13.33	6.67	-

註：1.有住宿民宿者才需回答本題。
　　2.「-」表示無調查樣本。

附表 1-31　114 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	344	92	223	25	2	2
	100.00	26.74	64.83	7.27	0.58	0.58
度假、休閒、遊憩	266	68	171	23	2	2
	100.00	25.56	64.29	8.65	0.75	0.75
業務	8	1	7	-	-	-
	100.00	12.50	87.50	-	-	-
國際會議或展覽	6	1	5	-	-	-
	100.00	16.67	83.33	-	-	-
探親或訪友	57	18	37	2	-	-
	100.00	31.58	64.91	3.51	-	-
求學	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-
醫療	1	-	1	-	-	-
	100.00	-	100.00	-	-	-
其他	6	4	2	-	-	-
	100.00	66.67	33.33	-	-	-

註：1.有住宿民宿者才需回答本題。
　　2.「-」表示無調查樣本。

附表 1-32　114 年受訪旅客在臺期間參加活動－依居住地分

單位：人次；列%

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	6,660	906	36	233	1,023	1,409	883	1,061	391	4,301
		13.60	0.54	3.50	15.36	21.16	13.26	15.93	5.87	64.58
日本	1,142	95	3	26	90	364	111	124	34	784
		8.32	0.26	2.28	7.88	31.87	9.72	10.86	2.98	68.65
大陸	512	110	-	22	108	86	29	66	28	282
		21.48	-	4.30	21.09	16.80	5.66	12.89	5.47	55.08
韓國	788	136	1	12	89	201	77	86	40	572
		17.26	0.13	1.52	11.29	25.51	9.77	10.91	5.08	72.59
香港 . 澳門	994	71	11	39	136	116	64	83	49	481
		7.14	1.11	3.92	13.68	11.67	6.44	8.35	4.93	48.39
新加坡	305	37	1	12	74	30	19	28	15	202
		12.13	0.33	3.93	24.26	9.84	6.23	9.18	4.92	66.23
馬來西亞	306	52	2	14	66	34	15	22	19	196
		16.99	0.65	4.58	21.57	11.11	4.90	7.19	6.21	64.05
印尼	186	13	-	6	28	123	44	85	7	142
		6.99	-	3.23	15.05	66.13	23.66	45.70	3.76	76.34
菲律賓	487	65	2	26	72	97	108	116	43	330
		13.35	0.41	5.34	14.78	19.92	22.18	23.82	8.83	67.76
泰國	317	81	-	6	46	17	81	55	16	218
		25.55	-	1.89	14.51	5.36	25.55	17.35	5.05	68.77
越南	346	74	1	21	52	11	53	61	7	252
		21.39	0.29	6.07	15.03	3.18	15.32	17.63	2.02	72.83
印度	41	4	-	-	6	-	2	5	4	22
		9.76	-	-	14.63	-	4.88	12.20	9.76	53.66
美國	556	75	8	30	141	224	189	223	75	371
		13.49	1.44	5.40	25.36	40.29	33.99	40.11	13.49	66.73
德 . 英 . 法	175	23	1	6	21	20	20	32	12	108
		13.14	0.57	3.43	12.00	11.43	11.43	18.29	6.86	61.71
歐洲其他地區	160	15	1	2	22	20	23	26	11	107
		9.38	0.63	1.25	13.75	12.50	14.38	16.25	6.88	66.88
紐澳	109	11	1	3	21	28	25	29	9	75
		10.09	0.92	2.75	19.27	25.69	22.94	26.61	8.26	68.81
其他地區	236	44	4	8	51	38	23	20	22	159
		18.64	1.69	3.39	21.61	16.10	9.75	8.47	9.32	67.37

附表 1-32　114 年受訪旅客在臺期間參加活動－依居住地分(續完)

單位：人次；列%

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	6,227	5,802	875	1,268	124	796	188	504	73	34
	93.50	87.12	13.14	19.04	1.86	11.95	2.82	7.57	1.10	0.51
日本	1,078	1,027	137	118	15	65	21	23	3	2
	94.40	89.93	12.00	10.33	1.31	5.69	1.84	2.01	0.26	0.18
大陸	478	444	111	80	6	92	26	69	2	-
	93.36	86.72	21.68	15.63	1.17	17.97	5.08	13.48	0.39	-
韓國	719	718	87	88	17	85	28	61	-	5
	91.24	91.12	11.04	11.17	2.16	10.79	3.55	7.74	-	0.63
香港 . 澳門	962	851	193	94	2	57	10	29	39	13
	96.78	85.61	19.42	9.46	0.20	5.73	1.01	2.92	3.92	1.31
新加坡	294	265	49	51	2	71	9	45	-	1
	96.39	86.89	16.07	16.72	0.66	23.28	2.95	14.75	-	0.33
馬來西亞	298	278	67	49	-	75	12	41	-	3
	97.39	90.85	21.90	16.01	-	24.51	3.92	13.40	-	0.98
印尼	186	185	26	61	4	23	2	30	4	-
	100.00	99.46	13.98	32.80	2.15	12.37	1.08	16.13	2.15	-
菲律賓	472	448	56	151	15	68	18	55	3	1
	96.92	91.99	11.50	31.01	3.08	13.96	3.70	11.29	0.62	0.21
泰國	311	304	18	27	6	32	7	22	-	-
	98.11	95.90	5.68	8.52	1.89	10.09	2.21	6.94	-	-
越南	318	314	5	117	9	9	3	10	-	2
	91.91	90.75	1.45	33.82	2.60	2.60	0.87	2.89	-	0.58
印度	38	28	6	3	1	6	-	6	-	-
	92.68	68.29	14.63	7.32	2.44	14.63	-	14.63	-	-
美國	472	417	55	254	41	91	33	30	16	4
	84.89	75.00	9.89	45.68	7.37	16.37	5.94	5.40	2.88	0.72
德 . 英 . 法	149	128	19	31	1	26	5	16	1	2
	85.14	73.14	10.86	17.71	0.57	14.86	2.86	9.14	0.57	1.14
歐洲其他地區	138	121	9	40	-	23	1	9	1	1
	86.25	75.63	5.63	25.00	-	14.38	0.63	5.63	0.63	0.63
紐澳	101	85	11	43	5	17	5	14	2	-
	92.66	77.98	10.09	39.45	4.59	15.60	4.59	12.84	1.83	-
其他地區	213	189	26	61	-	56	8	44	2	-
	90.25	80.08	11.02	25.85	-	23.73	3.39	18.64	0.85	-

註：1.本題為複選題。
　　2.「-」表示無調查樣本。

附表 1-33　114 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；列%

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	6,660	906	36	233	1,023	1,409	883	1,061	391	4,301
		13.60	0.54	3.50	15.36	21.16	13.26	15.93	5.87	64.58
度假、休閒、遊憩	4,215	599	18	152	609	892	574	546	263	3,229
		14.21	0.43	3.61	14.45	21.16	13.62	12.95	6.24	76.61
業務	819	20	2	16	48	189	117	173	31	173
		2.44	0.24	1.95	5.86	23.08	14.29	21.12	3.79	21.12
國際會議或展覽	175	-	-	2	11	37	43	124	11	36
		-	-	1.14	6.29	21.14	24.57	70.86	6.29	20.57
探親或訪友	1,340	276	5	55	343	271	137	190	77	816
		20.60	0.37	4.10	25.60	20.22	10.22	14.18	5.75	60.90
求學	13	6	-	-	3	2	8	9	3	11
		46.15	-	-	23.08	15.38	61.54	69.23	23.08	84.62
醫療	59	3	-	2	7	10	1	7	4	17
		5.08	-	3.39	11.86	16.95	1.69	11.86	6.78	28.81
其他	39	2	11	6	2	8	3	12	2	19
		5.13	28.21	15.38	5.13	20.51	7.69	30.77	5.13	48.72

附表 1-33　114 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；列%

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	6,227	5,802	875	1,268	124	796	188	504	73	34
	93.50	87.12	13.14	19.04	1.86	11.95	2.82	7.57	1.10	0.51
度假、休閒、遊憩	4,108	4,047	561	789	68	529	125	313	7	16
	97.46	96.01	13.31	18.72	1.61	12.55	2.97	7.43	0.17	0.38
業務	596	429	65	110	25	28	8	20	4	1
	72.77	52.38	7.94	13.43	3.05	3.42	0.98	2.44	0.49	0.12
國際會議或展覽	145	72	12	19	10	14	5	1	1	2
	82.86	41.14	6.86	10.86	5.71	8.00	2.86	0.57	0.57	1.14
探親或訪友	1,280	1,198	232	328	18	218	49	168	16	11
	95.52	89.40	17.31	24.48	1.34	16.27	3.66	12.54	1.19	0.82
求學	12	13	-	8	-	1	-	-	-	-
	92.31	100.00	-	61.54	-	7.69	-	-	-	-
醫療	54	12	1	7	-	2	1	-	45	-
	91.53	20.34	1.69	11.86	-	3.39	1.69	-	76.27	-
其他	32	31	4	7	3	4	-	2	-	4
	82.05	79.49	10.26	17.95	7.69	10.26	-	5.13	-	10.26

註：1.本題為複選題。
　　2.「-」表示無調查樣本。

附表 1-34　114 年受訪旅客在臺平均每人每日支出金額－依居住地分

單位：美元

金額 百分比	樣本數 (人)	總計	來臺支出項目					
			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	6,660	185.14	77.43	39.19	17.37	9.95	7.28	33.92
		100.00%	41.82%	21.17%	9.38%	5.38%	3.93%	18.32%
日本	1,142	195.98	89.39	41.13	17.05	10.15	7.33	30.93
		100.00%	45.61%	20.99%	8.70%	5.18%	3.74%	15.78%
大陸	512	155.92	57.22	33.97	13.04	5.50	9.18	37.01
		100.00%	36.70%	21.79%	8.36%	3.52%	5.89%	23.74%
韓國	788	206.41	87.35	45.87	19.16	11.47	6.46	36.10
		100.00%	42.32%	22.22%	9.28%	5.56%	3.13%	17.49%
香港 .澳門	994	187.71	71.65	40.05	13.97	8.60	11.19	42.25
		100.00%	38.17%	21.34%	7.44%	4.58%	5.96%	22.51%
新加坡	305	181.75	78.15	38.18	17.82	9.07	5.52	33.01
		100.00%	43.00%	21.01%	9.80%	4.99%	3.04%	18.16%
馬來西亞	306	167.58	70.19	37.01	18.63	8.07	4.07	29.61
		100.00%	41.88%	22.08%	11.12%	4.82%	2.43%	17.67%
印尼	186	168.29	50.84	33.61	16.55	9.16	8.76	49.37
		100.00%	30.21%	19.97%	9.83%	5.44%	5.21%	29.34%
菲律賓	487	148.90	58.90	32.17	14.03	9.13	3.70	30.97
		100.00%	39.56%	21.61%	9.42%	6.13%	2.48%	20.80%
泰國	317	164.85	61.66	37.14	15.73	7.92	3.61	38.79
		100.00%	37.41%	22.53%	9.54%	4.80%	2.19%	23.53%
越南	346	159.20	62.03	35.48	17.65	7.56	4.13	32.35
		100.00%	38.96%	22.29%	11.09%	4.75%	2.59%	20.32%
印度	41	170.20	76.94	31.54	19.11	7.03	6.57	29.01
		100.00%	45.21%	18.53%	11.23%	4.13%	3.86%	17.04%
美國	556	242.84	109.74	46.03	25.40	17.36	8.77	35.54
		100.00%	45.19%	18.95%	10.46%	7.15%	3.61%	14.64%
德.英.法	175	206.91	104.61	40.25	22.24	11.82	7.77	20.22
		100.00%	50.56%	19.45%	10.75%	5.71%	3.76%	9.77%
歐洲其他地區	160	201.22	96.33	43.55	23.51	13.36	6.82	17.65
		100.00%	47.87%	21.64%	11.69%	6.64%	3.39%	8.77%
紐澳	109	174.78	80.40	33.65	18.75	12.03	5.55	24.40
		100.00%	46.00%	19.25%	10.73%	6.88%	3.18%	13.96%
其他地區	236	158.26	63.73	34.55	17.74	10.97	9.12	22.15
		100.00%	40.27%	21.83%	11.21%	6.93%	5.76%	14.00%

註：受訪旅客人數少於 50 位者，其數值僅供參考。

附表 1-35　114 年受訪旅客在臺平均每人每日支出金額－依來臺主要目的分

單位：美元

金額 百分比	樣本數 (人)	總計	來臺支出項目					
			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	6,660	185.14	77.43	39.19	17.37	9.95	7.28	33.92
		100.00%	41.82%	21.17%	9.38%	5.38%	3.93%	18.32%
度假、休閒、遊憩	4,215	190.20	79.41	41.60	18.34	10.91	5.50	34.44
		100.00%	41.75%	21.87%	9.64%	5.74%	2.89%	18.11%
業務	819	235.38	129.62	37.10	21.29	9.10	5.01	33.26
		100.00%	55.07%	15.76%	9.04%	3.87%	2.13%	14.13%
國際會議或展覽	175	274.51	134.21	59.89	21.92	13.59	6.48	38.42
		100.00%	48.89%	21.82%	7.98%	4.95%	2.36%	14.00%
探親或訪友	1,340	123.85	33.21	30.85	11.75	7.28	8.17	32.59
		100.00%	26.81%	24.91%	9.49%	5.88%	6.60%	26.31%
求學	13	144.18	57.87	31.86	12.16	9.07	25.63	7.59
		100.00%	40.14%	22.10%	8.43%	6.29%	17.78%	5.26%
醫療	59	280.27	72.68	33.97	10.79	3.20	123.29	36.34
		100.00%	25.93%	12.12%	3.85%	1.14%	43.99%	12.97%
其他	39	208.44	84.93	33.63	19.35	13.32	32.64	24.57
		100.00%	40.75%	16.13%	9.28%	6.39%	15.66%	11.79%

註：受訪旅客人數少於 50 位者，其數值僅供參考。

附表 1-36　114 年受訪旅客在臺平均每人每日支出金額－依年齡分

單位：美元

金額 百分比	樣本數 (人)	總計	來臺支出項目					
			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	6,660	185.14	77.43	39.19	17.37	9.95	7.28	33.92
		100.00%	41.82%	21.17%	9.38%	5.38%	3.93%	18.32%
12－19歲	192	158.13	62.07	36.90	17.10	9.44	4.19	28.43
		100.00%	39.25%	23.34%	10.81%	5.97%	2.65%	17.98%
20－29歲	1,364	169.25	67.82	38.02	15.46	9.50	4.64	33.81
		100.00%	40.08%	22.46%	9.13%	5.61%	2.74%	19.98%
30－39歲	1,714	178.65	73.21	38.11	16.39	9.99	5.23	35.72
		100.00%	40.99%	21.33%	9.17%	5.59%	2.93%	19.99%
40－49歲	1,277	198.17	88.37	39.95	17.85	10.68	6.99	34.33
		100.00%	44.59%	20.16%	9.01%	5.39%	3.53%	17.32%
50－59歲	1,046	195.89	86.66	39.39	17.92	9.57	8.87	33.48
		100.00%	44.23%	20.11%	9.15%	4.89%	4.53%	17.09%
60－64歲	818	195.82	79.30	42.04	20.34	10.20	11.56	32.38
		100.00%	40.49%	21.47%	10.39%	5.21%	5.90%	16.54%
65－69歲	224	197.59	72.89	40.84	21.79	10.31	19.82	31.94
		100.00%	36.89%	20.67%	11.03%	5.22%	10.03%	16.16%
70歲以上	25	210.54	78.87	56.95	13.17	8.11	12.31	41.13
		100.00%	37.45%	27.05%	6.26%	3.85%	5.85%	19.54%

註：受訪旅客人數少於 50 位者，其數值僅供參考。

附表 1-37　114 年受訪旅客在臺平均每人每日支出金額－依年收入分

單位：美元

金額 百分比	樣本數 (人)	總計	來臺支出項目					
			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	6,660	185.14	77.43	39.19	17.37	9.95	7.28	33.92
		100.00%	41.82%	21.17%	9.38%	5.38%	3.93%	18.32%
9,999 美元以下	426	154.78	58.42	34.10	16.89	7.58	8.06	29.73
		100.00%	37.74%	22.03%	10.91%	4.90%	5.21%	19.21%
10,000-14,999 美元	930	154.70	58.14	36.46	14.71	7.95	5.87	31.57
		100.00%	37.58%	23.57%	9.51%	5.14%	3.79%	20.41%
15,000-29,999 美元	1,585	169.32	67.58	37.68	15.12	8.34	5.20	35.40
		100.00%	39.91%	22.25%	8.93%	4.93%	3.07%	20.91%
30,000-39,999 美元	1,251	189.63	79.86	39.33	16.84	9.69	7.88	36.03
		100.00%	42.11%	20.74%	8.88%	5.11%	4.16%	19.00%
40,000-69,999 美元	797	215.88	96.88	41.03	19.66	12.38	7.65	38.28
		100.00%	44.88%	19.01%	9.11%	5.73%	3.54%	17.73%
70,000-99,999 美元	390	238.47	115.03	47.65	23.55	14.72	7.09	30.43
		100.00%	48.24%	19.98%	9.88%	6.17%	2.97%	12.76%
100,000 美元以上	284	276.17	143.45	47.93	25.31	16.52	8.31	34.65
		100.00%	51.94%	17.36%	9.16%	5.98%	3.01%	12.55%
無固定收入	996	179.99	69.28	40.04	18.26	10.34	10.42	31.65
		100.00%	38.49%	22.25%	10.15%	5.74%	5.79%	17.58%

註：1.類別「未回答」(1 人)未計算，故未列出。

附表 1-38　114 年受訪旅客在臺平均每人每日支出金額－依最高學歷分

單位：美元

金額 百分比	樣本數 (人)	總計	來臺支出項目					
			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	6,660	185.14	77.43	39.19	17.37	9.95	7.28	33.92
		100.00%	41.82%	21.17%	9.38%	5.38%	3.93%	18.32%
小學、中學 肄畢(含高職)	1,268	174.02	65.64	37.38	18.24	9.31	9.35	34.10
		100.00%	37.72%	21.48%	10.48%	5.35%	5.37%	19.60%
大專	4,612	181.26	74.63	39.47	16.57	10.03	6.93	33.63
		100.00%	41.18%	21.78%	9.14%	5.53%	3.82%	18.55%
碩、博士	779	226.63	113.46	40.59	20.72	10.57	5.88	35.41
		100.00%	50.07%	17.92%	9.14%	4.66%	2.59%	15.62%

註：類別「未回答」(1 人)未計算，故未列出。

附表 1-39　114 年受訪旅客在臺平均每人每日支出金額－依工作別分

單位：美元

金額 百分比	樣本數 (人)	總計	來臺支出項目					
			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	6,660	185.14	77.43	39.19	17.37	9.95	7.28	33.92
		100.00%	41.82%	21.17%	9.38%	5.38%	3.93%	18.32%
民意代表.主管 及經理人員	773	236.02	116.84	45.20	21.26	10.41	10.03	32.28
		100.00%	49.50%	19.15%	9.01%	4.41%	4.25%	13.68%
專業人員	1,031	199.67	88.96	39.18	18.37	10.80	6.53	35.83
		100.00%	44.56%	19.62%	9.20%	5.41%	3.27%	17.94%
技術員及助 理專業人員	775	185.93	81.16	39.38	18.32	9.60	5.31	32.16
		100.00%	43.65%	21.18%	9.85%	5.16%	2.86%	17.30%
事務支援 人員	1,280	168.95	67.46	38.05	14.80	9.57	4.61	34.46
		100.00%	39.93%	22.52%	8.76%	5.66%	2.73%	20.40%
服務及銷售 工作人員	934	172.62	64.28	37.67	15.02	9.60	6.88	39.17
		100.00%	37.24%	21.82%	8.70%	5.56%	3.99%	22.69%
農.林.漁.牧 生產人員	136	184.41	71.03	41.98	19.83	10.78	7.50	33.29
		100.00%	38.52%	22.76%	10.75%	5.85%	4.07%	18.05%
技藝有關 工作人員	175	167.08	65.63	37.06	14.85	11.92	5.69	31.93
		100.00%	39.28%	22.18%	8.89%	7.13%	3.41%	19.11%
機械設備操 作及組裝人員	109	178.51	74.62	37.23	18.86	9.17	4.68	33.95
		100.00%	41.79%	20.86%	10.57%	5.14%	2.62%	19.02%
基層技術工 及勞力工	42	147.20	57.59	30.14	14.30	10.84	5.88	28.45
		100.00%	39.13%	20.48%	9.71%	7.36%	3.99%	19.33%
軍人	7	204.82	105.80	40.14	13.25	14.83	5.21	25.59
		100.00%	51.66%	19.60%	6.47%	7.24%	2.54%	12.49%
家庭管理	501	182.16	68.33	39.71	18.86	9.03	11.50	34.73
		100.00%	37.51%	21.80%	10.35%	4.96%	6.31%	19.07%
學生	444	155.17	62.01	36.15	15.68	9.56	4.84	26.93
		100.00%	39.95%	23.30%	10.11%	6.16%	3.12%	17.36%
退休人員	424	185.32	67.86	40.11	19.55	10.25	15.80	31.75
		100.00%	36.62%	21.64%	10.55%	5.53%	8.53%	17.13%

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」(27 人)未再分細類計算，故未列出；「未回答」(2 人)未計算，故未列出。

附表 1-40　114 年受訪旅客在臺平均每人每日支出金額－依性別分

單位：美元

金額 百分比	樣本數 (人)	總計	來臺支出項目					
			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	6,660	185.14	77.43	39.19	17.37	9.95	7.28	33.92
		100.00%	41.82%	21.17%	9.38%	5.38%	3.93%	18.32%
男性	3,200	194.42	86.85	40.21	18.34	10.35	7.05	31.62
		100.00%	44.68%	20.68%	9.43%	5.32%	3.63%	16.26%
女性	3,460	176.77	68.81	38.29	16.49	9.60	7.48	36.10
		100.00%	38.93%	21.66%	9.33%	5.43%	4.23%	20.42%

附表 1-41　114 年受訪旅客在臺平均每人每日支出金額－依停留夜數分

單位：美元

金額 百分比	樣本數 (人)	總計	來臺支出項目					
			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	6,660	185.14	77.43	39.19	17.37	9.95	7.28	33.92
		100.00%	41.82%	21.17%	9.38%	5.38%	3.93%	18.32%
1 夜	27	311.82	170.57	56.25	22.37	27.12	2.69	32.82
		100.00%	54.70%	18.04%	7.17%	8.70%	0.86%	10.53%
2 夜	633	231.23	101.63	45.91	18.61	11.62	8.49	44.97
		100.00%	43.95%	19.85%	8.05%	5.03%	3.67%	19.45%
3 夜	1,872	206.42	86.87	43.41	17.24	10.53	9.12	39.25
		100.00%	42.09%	21.03%	8.35%	5.10%	4.42%	19.01%
4 夜	1,628	183.75	76.43	38.57	18.71	10.45	5.57	34.02
		100.00%	41.60%	20.99%	10.18%	5.69%	3.03%	18.51%
5 夜	933	178.74	73.31	37.47	19.30	9.68	6.43	32.55
		100.00%	41.01%	20.96%	10.80%	5.42%	3.60%	18.21%
6 夜	579	169.47	70.41	38.06	17.97	9.32	6.19	27.52
		100.00%	41.55%	22.46%	10.60%	5.50%	3.65%	16.24%
7 夜	318	154.94	66.37	34.27	14.76	9.11	5.28	25.15
		100.00%	42.83%	22.12%	9.53%	5.88%	3.41%	16.23%
8 - 15 夜	522	126.40	48.61	29.05	12.03	6.78	7.77	22.16
		100.00%	38.46%	22.98%	9.52%	5.36%	6.15%	17.53%
16 - 30 夜	121	95.94	32.49	24.43	8.63	4.67	10.80	14.92
		100.00%	33.86%	25.46%	9.00%	4.87%	11.26%	15.55%
31 - 60 夜	25	55.11	16.90	15.48	5.10	3.10	7.09	7.44
		100.00%	30.66%	28.09%	9.25%	5.63%	12.87%	13.50%
61 - 90 夜	2	44.18	4.60	16.84	3.74	3.37	7.66	7.97
		100.00%	10.41%	38.11%	8.47%	7.63%	17.34%	18.04%

註：受訪旅客人數少於 50 位者，其數值僅供參考。

附表 1-42　114 年受訪旅客在臺平均每人每日支出金額－依月份分

單位：美元

金額 百分比	樣本數 (人)	總計	來臺支出項目					
			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	6,660	185.14	77.43	39.19	17.37	9.95	7.28	33.92
		100.00%	41.82%	21.17%	9.38%	5.38%	3.93%	18.32%
1 月	547	191.39	80.60	38.26	17.82	9.40	8.70	36.61
		100.00%	42.11%	19.99%	9.31%	4.91%	4.55%	19.13%
2 月	567	185.87	81.46	38.63	19.53	9.38	6.10	30.77
		100.00%	43.83%	20.78%	10.51%	5.05%	3.28%	16.55%
3 月	707	186.00	80.62	38.15	18.07	9.93	6.39	32.84
		100.00%	43.33%	20.51%	9.72%	5.34%	3.44%	17.66%
4 月	534	171.39	71.85	38.69	15.96	8.54	5.40	30.95
		100.00%	41.93%	22.57%	9.31%	4.98%	3.15%	18.06%
5 月	510	186.83	78.21	40.82	20.08	8.78	6.03	32.91
		100.00%	41.86%	21.85%	10.75%	4.70%	3.23%	17.61%
6 月	501	197.59	82.89	40.46	20.18	10.77	7.44	35.85
		100.00%	41.95%	20.48%	10.21%	5.45%	3.77%	18.14%
7 月	473	183.42	77.92	39.01	16.08	9.64	8.71	32.06
		100.00%	42.48%	21.27%	8.77%	5.25%	4.75%	17.48%
8 月	540	182.17	74.01	40.26	16.80	11.38	7.68	32.04
		100.00%	40.63%	22.10%	9.22%	6.25%	4.21%	17.59%
9 月	514	178.76	69.85	38.21	17.27	10.39	7.25	35.79
		100.00%	39.07%	21.38%	9.66%	5.81%	4.06%	20.02%
10 月	578	189.63	76.65	40.60	16.59	10.70	8.32	36.77
		100.00%	40.42%	21.41%	8.75%	5.64%	4.39%	19.39%
11 月	553	181.14	74.58	38.44	14.97	9.88	9.71	33.56
		100.00%	41.17%	21.22%	8.26%	5.46%	5.36%	18.53%
12 月	636	188.25	79.81	39.35	15.51	10.57	6.10	36.91
		100.00%	42.40%	20.90%	8.24%	5.61%	3.24%	19.61%

附表 1-43　114 年受訪旅客在臺平均每人每日支出金額－依季分

單位：美元

金額 百分比	樣本數 (人)	總計	來臺支出項目					
			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	6,660	185.14	77.43	39.19	17.37	9.95	7.28	33.92
		100.00%	41.82%	21.17%	9.38%	5.38%	3.93%	18.32%
第 1 季	1,821	187.68	80.92	38.34	18.46	9.61	7.00	33.35
		100.00%	43.11%	20.43%	9.84%	5.12%	3.73%	17.77%
第 2 季	1,545	184.62	77.37	39.90	18.66	9.32	6.25	33.12
		100.00%	41.91%	21.61%	10.10%	5.05%	3.39%	17.94%
第 3 季	1,527	180.96	73.64	39.09	16.69	10.49	7.83	33.22
		100.00%	40.69%	21.60%	9.22%	5.80%	4.33%	18.36%
第 4 季	1,767	186.55	77.17	39.49	15.70	10.40	7.96	35.83
		100.00%	41.37%	21.17%	8.41%	5.57%	4.27%	19.21%

附表 1-44　114 年受訪旅客在臺平均每人每日支出金額－依旅行安排方式分

單位：美元

金額 百分比	樣本數 (人)	總計	來臺支出項目					
			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	6,660	185.14	77.43	39.19	17.37	9.95	7.28	33.92
		100.00%	41.82%	21.17%	9.38%	5.38%	3.93%	18.32%
參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦	655	216.50	83.57	42.79	28.66	12.79	8.76	39.93
		100.00%	38.60%	19.76%	13.24%	5.91%	4.05%	18.44%
自行規劃行程，由旅行社包辦	271	236.10	93.90	45.90	25.30	18.14	7.74	45.12
		100.00%	39.77%	19.44%	10.72%	7.68%	3.28%	19.11%
自行規劃行程，請旅行社代訂住宿地點或機票	393	252.73	138.82	44.75	22.73	13.11	11.29	22.03
		100.00%	54.93%	17.71%	8.99%	5.19%	4.46%	8.72%
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	253	173.62	64.20	38.82	12.71	17.55	7.81	32.53
		100.00%	36.98%	22.36%	7.32%	10.11%	4.50%	18.73%
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	5,088	174.15	71.86	38.04	15.35	8.55	6.74	33.61
		100.00%	41.26%	21.84%	8.82%	4.91%	3.87%	19.30%

註：受訪旅客人數少於 50 位者，其數值僅供參考。

附表 1-45　114 年受訪旅客在臺平均每人每日支出金額－依調查地點分

單位：美元

金額 百分比	樣本數 (人)	總計	來臺支出項目					
			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	6,660	185.14	77.43	39.19	17.37	9.95	7.28	33.92
		100.00%	41.82%	21.17%	9.38%	5.38%	3.93%	18.32%
臺灣桃園國際機場	5,642	187.49	76.71	39.84	18.18	10.31	7.76	34.69
		100.00%	40.91%	21.25%	9.70%	5.50%	4.14%	18.50%
高雄國際機場	595	147.22	71.17	31.16	11.35	6.02	2.82	24.70
		100.00%	48.33%	21.17%	7.71%	4.09%	1.92%	16.78%
臺北松山機場	423	210.10	97.17	42.40	15.36	10.93	7.02	37.22
		100.00%	46.25%	20.18%	7.31%	5.20%	3.34%	17.72%

附表 1-46　114 年受訪旅客對臺灣深刻的印象－依居住地分

單位：人次；列%

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	6,660	5,848	4,213	738	2,567	5,170	149	1,808	597	2,003
		87.81	63.26	11.08	38.54	77.63	2.24	27.15	8.96	30.08
日本	1,142	1,011	638	54	438	902	9	215	98	338
		88.53	55.87	4.73	38.35	78.98	0.79	18.83	8.58	29.60
大陸	512	463	300	88	181	416	10	134	59	105
		90.43	58.59	17.19	35.35	81.25	1.95	26.17	11.52	20.51
韓國	788	720	466	66	298	580	5	205	64	203
		91.37	59.14	8.38	37.82	73.60	0.63	26.02	8.12	25.76
香港 . 澳門	994	935	540	111	290	787	32	280	82	185
		94.06	54.33	11.17	29.18	79.18	3.22	28.17	8.25	18.61
新加坡	305	293	186	48	95	254	2	91	18	125
		96.07	60.98	15.74	31.15	83.28	0.66	29.84	5.90	40.98
馬來西亞	306	291	213	42	106	270	8	102	24	119
		95.10	69.61	13.73	34.64	88.24	2.61	33.33	7.84	38.89
印尼	186	183	160	25	106	177	11	103	8	45
		98.39	86.02	13.44	56.99	95.16	5.91	55.38	4.30	24.19
菲律賓	487	378	374	56	200	400	22	157	40	201
		77.62	76.80	11.50	41.07	82.14	4.52	32.24	8.21	41.27
泰國	317	275	248	32	94	273	4	96	34	112
		86.75	78.23	10.09	29.65	86.12	1.26	30.28	10.73	35.33
越南	346	194	287	44	154	262	17	57	28	66
		56.07	82.95	12.72	44.51	75.72	4.91	16.47	8.09	19.08
印度	41	40	12	2	4	27	-	6	2	16
		97.56	29.27	4.88	9.76	65.85	-	14.63	4.88	39.02
美國	556	434	400	113	311	345	24	225	88	213
		78.06	71.94	20.32	55.94	62.05	4.32	40.47	15.83	38.31
德 . 英 . 法	175	163	100	8	76	115	2	18	10	64
		93.14	57.14	4.57	43.43	65.71	1.14	10.29	5.71	36.57
歐洲其他地區	160	150	83	13	72	114	-	19	9	72
		93.75	51.88	8.13	45.00	71.25	-	11.88	5.63	45.00
紐澳	109	95	70	12	54	72	-	29	10	41
		87.16	64.22	11.01	49.54	66.06	-	26.61	9.17	37.61
其他地區	236	223	136	24	88	176	3	71	23	98
		94.49	57.63	10.17	37.29	74.58	1.27	30.08	9.75	41.53

附表 1-46　114 年受訪旅客對臺灣深刻的印象－依居住地分(續完)

單位：人次；列%

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	節慶活動或表演	景點	旅館(或民宿)住宿體驗	其他
全體	147	127	3,594	147	2,420	151	521	70	52
	2.21	1.91	53.96	2.21	36.34	2.27	7.82	1.05	0.78
日本	20	4	745	10	141	7	82	14	4
	1.75	0.35	65.24	0.88	12.35	0.61	7.18	1.23	0.35
大陸	18	4	305	5	234	23	40	3	2
	3.52	0.78	59.57	0.98	45.70	4.49	7.81	0.59	0.39
韓國	13	4	190	9	226	4	30	6	2
	1.65	0.51	24.11	1.14	28.68	0.51	3.81	0.76	0.25
香港 . 澳門	10	35	521	29	302	43	25	12	24
	1.01	3.52	52.41	2.92	30.38	4.33	2.52	1.21	2.41
新加坡	-	1	163	4	110	10	20	7	2
	-	0.33	53.44	1.31	36.07	3.28	6.56	2.30	0.66
馬來西亞	5	1	161	11	116	10	16	4	1
	1.63	0.33	52.61	3.59	37.91	3.27	5.23	1.31	0.33
印尼	2	24	145	3	145	5	2	6	-
	1.08	12.90	77.96	1.61	77.96	2.69	1.08	3.23	-
菲律賓	18	11	297	11	283	16	75	6	1
	3.70	2.26	60.99	2.26	58.11	3.29	15.40	1.23	0.21
泰國	11	8	159	2	109	-	6	-	-
	3.47	2.52	50.16	0.63	34.38	-	1.89	-	-
越南	1	1	102	12	118	3	-	-	1
	0.29	0.29	29.48	3.47	34.10	0.87	-	-	0.29
印度	-	-	14	1	26	-	1	2	-
	-	-	34.15	2.44	63.41	-	2.44	4.88	-
美國	42	29	415	32	302	19	177	3	2
	7.55	5.22	74.64	5.76	54.32	3.42	31.83	0.54	0.36
德 . 英 . 法	1	1	98	4	69	4	10	1	7
	0.57	0.57	56.00	2.29	39.43	2.29	5.71	0.57	4.00
歐洲其他地區	1	-	90	5	67	1	5	-	4
	0.63	-	56.25	3.13	41.88	0.63	3.13	-	2.50
紐澳	4	2	66	4	54	2	18	2	1
	3.67	1.83	60.55	3.67	49.54	1.83	16.51	1.83	0.92
其他地區	1	2	123	5	118	4	14	4	1
	0.42	0.85	52.12	2.12	50.00	1.69	5.93	1.69	0.42

註：1.本題為複選題。

2.「-」表示無調查樣本。

附表 1-47　114 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；列%

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	6,660	5,848	4,213	738	2,567	5,170	149	1,808	597	2,003
		87.81	63.26	11.08	38.54	77.63	2.24	27.15	8.96	30.08
度假、休閒、遊憩	4,215	3,631	2,861	429	1,816	3,568	91	1,059	399	1,424
		86.14	67.88	10.18	43.08	84.65	2.16	25.12	9.47	33.78
業務	819	724	269	45	164	391	10	175	26	136
		88.40	32.84	5.49	20.02	47.74	1.22	21.37	3.17	16.61
國際會議或展覽	175	165	52	11	41	63	4	93	15	38
		94.29	29.71	6.29	23.43	36.00	2.29	53.14	8.57	21.71
探親或訪友	1,340	1,235	983	244	508	1,095	41	446	149	389
		92.16	73.36	18.21	37.91	81.72	3.06	33.28	11.12	29.03
求學	13	10	11	2	7	11	3	2	3	8
		76.92	84.62	15.38	53.85	84.62	23.08	15.38	23.08	61.54
醫療	59	48	15	5	13	12	-	17	1	2
		81.36	25.42	8.47	22.03	20.34	-	28.81	1.69	3.39
其他	39	35	22	2	18	30	-	16	4	6
		89.74	56.41	5.13	46.15	76.92	-	41.03	10.26	15.38

附表 1-47　114 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；列%

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	節慶活動或表演	景點	旅館(或民宿)住宿體驗	其他
全體	147	127	3,594	147	2,420	151	521	70	52
	2.21	1.91	53.96	2.21	36.34	2.27	7.82	1.05	0.78
度假、休閒、遊憩	95	28	2,080	88	1,430	96	291	30	21
	2.25	0.66	49.35	2.09	33.93	2.28	6.90	0.71	0.50
業務	14	19	473	18	325	11	69	21	3
	1.71	2.32	57.75	2.20	39.68	1.34	8.42	2.56	0.37
國際會議或展覽	6	1	129	7	50	4	37	10	10
	3.43	0.57	73.71	4.00	28.57	2.29	21.14	5.71	5.71
探親或訪友	32	33	861	29	570	34	100	8	14
	2.39	2.46	64.25	2.16	42.54	2.54	7.46	0.60	1.04
求學	-	-	8	2	8	-	3	-	-
	-	-	61.54	15.38	61.54	-	23.08	-	-
醫療	-	44	20	1	15	2	8	-	1
	-	74.58	33.90	1.69	25.42	3.39	13.56	-	1.69
其他	-	2	23	2	22	4	13	1	3
	-	5.13	58.97	5.13	56.41	10.26	33.33	2.56	7.69

註：1.本題為複選題。
　　2.「-」表示無調查樣本。

附表 1-48　114 年受訪旅客對觀光便利性之入境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	6,660	2,530	3,585	490	50	5	-
	100.00	37.99	53.82	7.36	0.75	0.08	-
日本	1,142	280	790	61	8	3	-
	100.00	24.52	69.18	5.34	0.70	0.26	-
大陸	512	147	231	111	23	-	-
	100.00	28.71	45.12	21.68	4.49	-	-
韓國	788	176	554	49	7	2	-
	100.00	22.34	70.30	6.22	0.89	0.25	-
香港 . 澳門	994	307	538	138	11	-	-
	100.00	30.89	54.12	13.88	1.11	-	-
新加坡	305	132	162	11	-	-	-
	100.00	43.28	53.11	3.61	-	-	-
馬來西亞	306	129	169	8	-	-	-
	100.00	42.16	55.23	2.61	-	-	-
印尼	186	161	25	-	-	-	-
	100.00	86.56	13.44	-	-	-	-
菲律賓	487	241	210	36	-	-	-
	100.00	49.49	43.12	7.39	-	-	-
泰國	317	177	137	3	-	-	-
	100.00	55.83	43.22	0.95	-	-	-
越南	346	209	136	1	-	-	-
	100.00	60.40	39.31	0.29	-	-	-
印度	41	17	21	2	1	-	-
	100.00	41.46	51.22	4.88	2.44	-	-
美國	556	279	225	52	-	-	-
	100.00	50.18	40.47	9.35	-	-	-
德 . 英 . 法	175	67	107	1	-	-	-
	100.00	38.29	61.14	0.57	-	-	-
歐洲其他地區	160	57	101	2	-	-	-
	100.00	35.63	63.12	1.25	-	-	-
紐澳	109	52	53	4	-	-	-
	100.00	47.71	48.62	3.67	-	-	-
其他地區	236	99	126	11	-	-	-
	100.00	41.95	53.39	4.66	-	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-49　114 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	6,660	4,098	2,292	254	10	2	4
	100.00	61.54	34.41	3.81	0.15	0.03	0.06
日本	1,142	630	487	22	2	-	1
	100.00	55.16	42.64	1.93	0.18	-	0.09
大陸	512	344	159	9	-	-	-
	100.00	67.19	31.05	1.76	-	-	-
韓國	788	373	384	27	4	-	-
	100.00	47.34	48.72	3.43	0.51	-	-
香港 . 澳門	994	684	293	17	-	-	-
	100.00	68.81	29.48	1.71	-	-	-
新加坡	305	223	80	2	-	-	-
	100.00	73.11	26.23	0.66	-	-	-
馬來西亞	306	218	85	3	-	-	-
	100.00	71.24	27.78	0.98	-	-	-
印尼	186	173	13	-	-	-	-
	100.00	93.01	6.99	-	-	-	-
菲律賓	487	269	168	48	-	-	2
	100.00	55.23	34.50	9.86	-	-	0.41
泰國	317	224	90	3	-	-	-
	100.00	70.66	28.39	0.95	-	-	-
越南	346	161	129	53	2	1	-
	100.00	46.53	37.28	15.32	0.58	0.29	-
印度	41	30	10	1	-	-	-
	100.00	73.17	24.39	2.44	-	-	-
美國	556	276	214	62	2	1	1
	100.00	49.64	38.49	11.15	0.36	0.18	0.18
德 . 英 . 法	175	130	44	1	-	-	-
	100.00	74.29	25.14	0.57	-	-	-
歐洲其他地區	160	115	43	2	-	-	-
	100.00	71.87	26.88	1.25	-	-	-
紐澳	109	73	35	1	-	-	-
	100.00	66.97	32.11	0.92	-	-	-
其他地區	236	175	58	3	-	-	-
	100.00	74.15	24.58	1.27	-	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-50　114 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	6,660	3,783	2,253	150	3	-	471
	100.00	56.80	33.83	2.25	0.05	-	7.07
日本	1,142	617	469	12	-	-	44
	100.00	54.03	41.07	1.05	-	-	3.85
大陸	512	314	137	4	-	-	57
	100.00	61.33	26.76	0.78	-	-	11.13
韓國	788	385	351	2	3	-	47
	100.00	48.87	44.54	0.25	0.38	-	5.96
香港 . 澳門	994	628	288	7	-	-	71
	100.00	63.19	28.97	0.70	-	-	7.14
新加坡	305	190	80	-	-	-	35
	100.00	62.29	26.23	-	-	-	11.48
馬來西亞	306	210	79	1	-	-	16
	100.00	68.62	25.82	0.33	-	-	5.23
印尼	186	175	10	-	-	-	1
	100.00	94.08	5.38	-	-	-	0.54
菲律賓	487	268	178	37	-	-	4
	100.00	55.03	36.55	7.60	-	-	0.82
泰國	317	218	95	1	-	-	3
	100.00	68.76	29.97	0.32	-	-	0.95
越南	346	126	178	30	-	-	12
	100.00	36.42	51.44	8.67	-	-	3.47
印度	41	24	8	-	-	-	9
	100.00	58.54	19.51	-	-	-	21.95
美國	556	244	223	53	-	-	36
	100.00	43.89	40.11	9.53	-	-	6.47
德 . 英 . 法	175	87	42	-	-	-	46
	100.00	49.71	24.00	-	-	-	26.29
歐洲其他地區	160	95	37	-	-	-	28
	100.00	59.37	23.13	-	-	-	17.50
紐澳	109	64	26	2	-	-	17
	100.00	58.72	23.85	1.83	-	-	15.60
其他地區	236	138	52	1	-	-	45
	100.00	58.48	22.03	0.42	-	-	19.07

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-51　114 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	6,660	4,674	1,903	70	5	-	8
	100.00	70.18	28.57	1.05	0.08	-	0.12
日本	1,142	744	390	7	1	-	-
	100.00	65.15	34.15	0.61	0.09	-	-
大陸	512	372	134	6	-	-	-
	100.00	72.66	26.17	1.17	-	-	-
韓國	788	490	293	4	1	-	-
	100.00	62.18	37.18	0.51	0.13	-	-
香港 . 澳門	994	789	193	11	1	-	-
	100.00	79.37	19.42	1.11	0.10	-	-
新加坡	305	236	67	2	-	-	-
	100.00	77.37	21.97	0.66	-	-	-
馬來西亞	306	242	62	2	-	-	-
	100.00	79.09	20.26	0.65	-	-	-
印尼	186	176	10	-	-	-	-
	100.00	94.62	5.38	-	-	-	-
菲律賓	487	340	136	11	-	-	-
	100.00	69.81	27.93	2.26	-	-	-
泰國	317	221	94	2	-	-	-
	100.00	69.72	29.65	0.63	-	-	-
越南	346	190	154	2	-	-	-
	100.00	54.91	44.51	0.58	-	-	-
印度	41	32	9	-	-	-	-
	100.00	78.05	21.95	-	-	-	-
美國	556	324	205	17	2	-	8
	100.00	58.27	36.87	3.06	0.36	-	1.44
德 . 英 . 法	175	136	38	1	-	-	-
	100.00	77.72	21.71	0.57	-	-	-
歐洲其他地區	160	114	43	3	-	-	-
	100.00	71.24	26.88	1.88	-	-	-
紐澳	109	81	27	1	-	-	-
	100.00	74.31	24.77	0.92	-	-	-
其他地區	236	187	48	1	-	-	-
	100.00	79.24	20.34	0.42	-	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-52　114 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	6,660	2,997	3,237	367	32	2	25
	100.00	45.00	48.60	5.51	0.48	0.03	0.38
日本	1,142	251	822	63	4	-	2
	100.00	21.98	71.97	5.52	0.35	-	0.18
大陸	512	362	139	6	1	-	4
	100.00	70.70	27.15	1.17	0.20	-	0.78
韓國	788	180	471	123	12	2	-
	100.00	22.84	59.78	15.61	1.52	0.25	-
香港 . 澳門	994	731	241	17	3	-	2
	100.00	73.54	24.25	1.71	0.30	-	0.20
新加坡	305	169	133	3	-	-	-
	100.00	55.41	43.61	0.98	-	-	-
馬來西亞	306	169	135	2	-	-	-
	100.00	55.23	44.12	0.65	-	-	-
印尼	186	153	25	6	2	-	-
	100.00	82.25	13.44	3.23	1.08	-	-
菲律賓	487	220	228	36	1	-	2
	100.00	45.17	46.82	7.39	0.21	-	0.41
泰國	317	110	163	38	5	-	1
	100.00	34.70	51.41	11.99	1.58	-	0.32
越南	346	97	227	8	2	-	12
	100.00	28.03	65.61	2.31	0.58	-	3.47
印度	41	20	21	-	-	-	-
	100.00	48.78	51.22	-	-	-	-
美國	556	237	264	52	1	-	2
	100.00	42.63	47.48	9.35	0.18	-	0.36
德 . 英 . 法	175	62	107	6	-	-	-
	100.00	35.43	61.14	3.43	-	-	-
歐洲其他地區	160	49	109	2	-	-	-
	100.00	30.63	68.12	1.25	-	-	-
紐澳	109	56	48	4	1	-	-
	100.00	51.37	44.04	3.67	0.92	-	-
其他地區	236	131	104	1	-	-	-
	100.00	55.51	44.07	0.42	-	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-53　114 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	6,660	3,005	2,577	919	115	4	40
	100.00	45.12	38.69	13.80	1.73	0.06	0.60
日本	1,142	245	692	192	8	-	5
	100.00	21.45	60.60	16.81	0.70	-	0.44
大陸	512	430	77	3	-	-	2
	100.00	83.98	15.04	0.59	-	-	0.39
韓國	788	120	329	273	63	3	-
	100.00	15.23	41.76	34.64	7.99	0.38	-
香港 . 澳門	994	845	142	4	-	-	3
	100.00	85.01	14.29	0.40	-	-	0.30
新加坡	305	200	97	6	1	-	1
	100.00	65.57	31.80	1.97	0.33	-	0.33
馬來西亞	306	193	108	2	2	-	1
	100.00	63.08	35.29	0.65	0.65	-	0.33
印尼	186	147	15	19	5	-	-
	100.00	79.03	8.06	10.22	2.69	-	-
菲律賓	487	176	197	108	6	-	-
	100.00	36.14	40.45	22.18	1.23	-	-
泰國	317	86	144	69	18	-	-
	100.00	27.13	45.42	21.77	5.68	-	-
越南	346	91	212	29	5	-	9
	100.00	26.30	61.27	8.38	1.45	-	2.60
印度	41	13	10	15	2	-	1
	100.00	31.71	24.39	36.58	4.88	-	2.44
美國	556	219	258	71	1	-	7
	100.00	39.39	46.40	12.77	0.18	-	1.26
德 . 英 . 法	175	48	88	35	1	-	3
	100.00	27.43	50.29	20.00	0.57	-	1.71
歐洲其他地區	160	34	79	43	2	-	2
	100.00	21.25	49.37	26.88	1.25	-	1.25
紐澳	109	47	41	18	-	-	3
	100.00	43.13	37.61	16.51	-	-	2.75
其他地區	236	111	88	32	1	1	3
	100.00	47.04	37.29	13.56	0.42	0.42	1.27

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-54　114 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	6,660	4,930	1,633	91	5	1	-
	100.00	74.01	24.52	1.37	0.08	0.02	-
日本	1,142	824	304	12	2	-	-
	100.00	72.15	26.62	1.05	0.18	-	-
大陸	512	454	54	4	-	-	-
	100.00	88.67	10.55	0.78	-	-	-
韓國	788	461	303	22	2	-	-
	100.00	58.51	38.45	2.79	0.25	-	-
香港 . 澳門	994	853	128	12	1	-	-
	100.00	85.81	12.88	1.21	0.10	-	-
新加坡	305	261	42	2	-	-	-
	100.00	85.57	13.77	0.66	-	-	-
馬來西亞	306	265	35	5	-	1	-
	100.00	86.60	11.44	1.63	-	0.33	-
印尼	186	172	13	1	-	-	-
	100.00	92.47	6.99	0.54	-	-	-
菲律賓	487	321	156	10	-	-	-
	100.00	65.92	32.03	2.05	-	-	-
泰國	317	184	129	4	-	-	-
	100.00	58.05	40.69	1.26	-	-	-
越南	346	166	178	2	-	-	-
	100.00	47.98	51.44	0.58	-	-	-
印度	41	32	8	1	-	-	-
	100.00	78.05	19.51	2.44	-	-	-
美國	556	382	161	13	-	-	-
	100.00	68.70	28.96	2.34	-	-	-
德 . 英 . 法	175	139	35	1	-	-	-
	100.00	79.43	20.00	0.57	-	-	-
歐洲其他地區	160	128	32	-	-	-	-
	100.00	80.00	20.00	-	-	-	-
紐澳	109	87	22	-	-	-	-
	100.00	79.82	20.18	-	-	-	-
其他地區	236	201	33	2	-	-	-
	100.00	85.17	13.98	0.85	-	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-55　114 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	6,660	4,457	1,986	115	4	1	97
	100.00	66.91	29.82	1.73	0.06	0.02	1.46
日本	1,142	674	435	21	1	1	10
	100.00	59.01	38.09	1.84	0.09	0.09	0.88
大陸	512	408	96	1	-	-	7
	100.00	79.68	18.75	0.20	-	-	1.37
韓國	788	413	345	19	1	-	10
	100.00	52.41	43.78	2.41	0.13	-	1.27
香港 . 澳門	994	710	248	17	1	-	18
	100.00	71.43	24.95	1.71	0.10	-	1.81
新加坡	305	221	71	9	-	-	4
	100.00	72.46	23.28	2.95	-	-	1.31
馬來西亞	306	227	69	5	-	-	5
	100.00	74.19	22.55	1.63	-	-	1.63
印尼	186	179	7	-	-	-	-
	100.00	96.24	3.76	-	-	-	-
菲律賓	487	342	133	12	-	-	-
	100.00	70.23	27.31	2.46	-	-	-
泰國	317	223	85	9	-	-	-
	100.00	70.35	26.81	2.84	-	-	-
越南	346	230	114	1	-	-	1
	100.00	66.47	32.95	0.29	-	-	0.29
印度	41	28	10	-	-	-	3
	100.00	68.29	24.39	-	-	-	7.32
美國	556	326	211	11	-	-	8
	100.00	58.63	37.95	1.98	-	-	1.44
德 . 英 . 法	175	122	38	4	1	-	10
	100.00	69.72	21.71	2.29	0.57	-	5.71
歐洲其他地區	160	105	43	1	-	-	11
	100.00	65.62	26.87	0.63	-	-	6.88
紐澳	109	72	30	2	-	-	5
	100.00	66.06	27.52	1.83	-	-	4.59
其他地區	236	177	51	3	-	-	5
	100.00	75.00	21.61	1.27	-	-	2.12

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-56　114 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	6,660	4,729	1,872	53	5	1	-
	100.00	71.00	28.10	0.80	0.08	0.02	-
日本	1,142	716	421	3	1	1	-
	100.00	62.69	36.87	0.26	0.09	0.09	-
大陸	512	432	79	1	-	-	-
	100.00	84.37	15.43	0.20	-	-	-
韓國	788	423	364	1	-	-	-
	100.00	53.68	46.19	0.13	-	-	-
香港 . 澳門	994	809	179	6	-	-	-
	100.00	81.39	18.01	0.60	-	-	-
新加坡	305	237	67	1	-	-	-
	100.00	77.70	21.97	0.33	-	-	-
馬來西亞	306	239	66	1	-	-	-
	100.00	78.10	21.57	0.33	-	-	-
印尼	186	178	8	-	-	-	-
	100.00	95.70	4.30	-	-	-	-
菲律賓	487	349	126	12	-	-	-
	100.00	71.67	25.87	2.46	-	-	-
泰國	317	213	96	7	1	-	-
	100.00	67.19	30.28	2.21	0.32	-	-
越南	346	250	96	-	-	-	-
	100.00	72.25	27.75	-	-	-	-
印度	41	29	12	-	-	-	-
	100.00	70.73	29.27	-	-	-	-
美國	556	338	197	19	2	-	-
	100.00	60.79	35.43	3.42	0.36	-	-
德 . 英 . 法	175	130	45	-	-	-	-
	100.00	74.29	25.71	-	-	-	-
歐洲其他地區	160	115	45	-	-	-	-
	100.00	71.87	28.13	-	-	-	-
紐澳	109	77	29	2	1	-	-
	100.00	70.64	26.61	1.83	0.92	-	-
其他地區	236	194	42	-	-	-	-
	100.00	82.20	17.80	-	-	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-57　114 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	6,660	4,264	2,122	109	12	2	151
	100.00	64.02	31.86	1.64	0.18	0.03	2.27
日本	1,142	662	440	21	6	-	13
	100.00	57.96	38.53	1.84	0.53	-	1.14
大陸	512	379	97	5	-	-	31
	100.00	74.02	18.95	0.98	-	-	6.05
韓國	788	408	368	11	1	-	-
	100.00	51.77	46.70	1.40	0.13	-	-
香港 . 澳門	994	651	289	23	2	1	28
	100.00	65.50	29.07	2.31	0.20	0.10	2.82
新加坡	305	221	74	3	-	-	7
	100.00	72.46	24.26	0.98	-	-	2.30
馬來西亞	306	218	75	4	3	1	5
	100.00	71.24	24.51	1.31	0.98	0.33	1.63
印尼	186	179	7	-	-	-	-
	100.00	96.24	3.76	-	-	-	-
菲律賓	487	309	149	11	-	-	18
	100.00	63.44	30.60	2.26	-	-	3.70
泰國	317	201	107	8	-	-	1
	100.00	63.41	33.75	2.52	-	-	0.32
越南	346	209	131	1	-	-	5
	100.00	60.40	37.86	0.29	-	-	1.45
印度	41	28	12	-	-	-	1
	100.00	68.29	29.27	-	-	-	2.44
美國	556	298	208	17	-	-	33
	100.00	53.59	37.41	3.06	-	-	5.94
德 . 英 . 法	175	130	44	-	-	-	1
	100.00	74.29	25.14	-	-	-	0.57
歐洲其他地區	160	118	40	1	-	-	1
	100.00	73.74	25.00	0.63	-	-	0.63
紐澳	109	70	33	2	-	-	4
	100.00	64.22	30.28	1.83	-	-	3.67
其他地區	236	183	48	2	-	-	3
	100.00	77.54	20.34	0.85	-	-	1.27

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-58　114 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	6,660	3,421	2,917	290	29	3	-
	100.00	51.36	43.80	4.35	0.44	0.05	-
日本	1,142	373	642	117	9	1	-
	100.00	32.66	56.21	10.25	0.79	0.09	-
大陸	512	366	145	1	-	-	-
	100.00	71.48	28.32	0.20	-	-	-
韓國	788	213	484	74	15	2	-
	100.00	27.03	61.43	9.39	1.90	0.25	-
香港 . 澳門	994	562	418	14	-	-	-
	100.00	56.54	42.05	1.41	-	-	-
新加坡	305	176	121	8	-	-	-
	100.00	57.71	39.67	2.62	-	-	-
馬來西亞	306	195	105	5	1	-	-
	100.00	63.73	34.31	1.63	0.33	-	-
印尼	186	173	13	-	-	-	-
	100.00	93.01	6.99	-	-	-	-
菲律賓	487	299	181	7	-	-	-
	100.00	61.39	37.17	1.44	-	-	-
泰國	317	184	125	8	-	-	-
	100.00	58.05	39.43	2.52	-	-	-
越南	346	204	141	1	-	-	-
	100.00	58.96	40.75	0.29	-	-	-
印度	41	27	13	-	1	-	-
	100.00	65.85	31.71	-	2.44	-	-
美國	556	304	230	21	1	-	-
	100.00	54.67	41.37	3.78	0.18	-	-
德 . 英 . 法	175	75	86	13	1	-	-
	100.00	42.86	49.14	7.43	0.57	-	-
歐洲其他地區	160	70	76	13	1	-	-
	100.00	43.74	47.50	8.13	0.63	-	-
紐澳	109	55	49	5	-	-	-
	100.00	50.46	44.95	4.59	-	-	-
其他地區	236	145	88	3	-	-	-
	100.00	61.44	37.29	1.27	-	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-59　114 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	6,660	4,139	2,478	43	-	-
	100.00	62.15	37.21	0.64	-	-
日本	1,142	603	538	1	-	-
	100.00	52.80	47.11	0.09	-	-
大陸	512	377	133	2	-	-
	100.00	73.63	25.98	0.39	-	-
韓國	788	352	431	5	-	-
	100.00	44.67	54.70	0.63	-	-
香港 . 澳門	994	684	304	6	-	-
	100.00	68.81	30.58	0.61	-	-
新加坡	305	212	90	3	-	-
	100.00	69.51	29.51	0.98	-	-
馬來西亞	306	214	91	1	-	-
	100.00	69.93	29.74	0.33	-	-
印尼	186	172	14	-	-	-
	100.00	92.47	7.53	-	-	-
菲律賓	487	300	179	8	-	-
	100.00	61.60	36.76	1.64	-	-
泰國	317	234	79	4	-	-
	100.00	73.82	24.92	1.26	-	-
越南	346	168	178	-	-	-
	100.00	48.55	51.45	-	-	-
印度	41	31	9	1	-	-
	100.00	75.61	21.95	2.44	-	-
美國	556	303	242	11	-	-
	100.00	54.50	43.53	1.97	-	-
德 . 英 . 法	175	128	47	-	-	-
	100.00	73.14	26.86	-	-	-
歐洲其他地區	160	111	48	1	-	-
	100.00	69.38	30.00	0.62	-	-
紐澳	109	73	36	-	-	-
	100.00	66.97	33.03	-	-	-
其他地區	236	177	59	-	-	-
	100.00	75.00	25.00	-	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-60　114 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	6,660	4,139	2,478	43	-	-
	100.00	62.15	37.21	0.64	-	-
度假、休閒、遊憩	4,215	2,352	1,840	23	-	-
	100.00	55.80	43.65	0.55	-	-
業務	819	626	187	6	-	-
	100.00	76.43	22.83	0.74	-	-
國際會議或展覽	175	117	55	3	-	-
	100.00	66.86	31.43	1.71	-	-
探親或訪友	1,340	970	359	11	-	-
	100.00	72.39	26.79	0.82	-	-
求學	13	5	8	-	-	-
	100.00	38.46	61.54	-	-	-
醫療	59	44	15	-	-	-
	100.00	74.58	25.42	-	-	-
其他	39	25	14	-	-	-
	100.00	64.10	35.90	-	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-61　114 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	655	242	406	7	-	-
	100.00	36.95	61.98	1.07	-	-
日本	131	51	78	2	-	-
	100.00	38.93	59.54	1.53	-	-
大陸	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-
韓國	160	32	128	-	-	-
	100.00	20.00	80.00	-	-	-
香港 . 澳門	55	8	47	-	-	-
	100.00	14.55	85.45	-	-	-
新加坡	23	9	14	-	-	-
	100.00	39.13	60.87	-	-	-
馬來西亞	21	9	12	-	-	-
	100.00	42.86	57.14	-	-	-
印尼	13	3	10	-	-	-
	100.00	23.08	76.92	-	-	-
菲律賓	52	27	25	-	-	-
	100.00	51.92	48.08	-	-	-
泰國	57	34	23	-	-	-
	100.00	59.65	40.35	-	-	-
越南	78	43	35	-	-	-
	100.00	55.13	44.87	-	-	-
印度	5	1	4	-	-	-
	100.00	20.00	80.00	-	-	-
美國	33	8	22	3	-	-
	100.00	24.24	66.67	9.09	-	-
德 . 英 . 法	6	5	1	-	-	-
	100.00	83.33	16.67	-	-	-
歐洲其他地區	3	2	1	-	-	-
	100.00	66.67	33.33	-	-	-
紐澳	5	1	2	2	-	-
	100.00	20.00	40.00	40.00	-	-
其他地區	13	9	4	-	-	-
	100.00	69.23	30.77	-	-	-

註：1.觀光團體旅客才需作答本題。

2.「-」表示無調查樣本。

附表 1-62　114 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	655	19	424	206	6	-	-
	100.00	2.90	64.73	31.45	0.92	-	-
日本	131	3	96	29	3	-	-
	100.00	2.29	73.28	22.14	2.29	-	-
大陸	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-
韓國	160	1	107	52	-	-	-
	100.00	0.63	66.87	32.50	-	-	-
香港 . 澳門	55	-	52	3	-	-	-
	100.00	-	94.55	5.45	-	-	-
新加坡	23	-	17	6	-	-	-
	100.00	-	73.91	26.09	-	-	-
馬來西亞	21	-	11	9	1	-	-
	100.00	-	52.38	42.86	4.76	-	-
印尼	13	-	5	8	-	-	-
	100.00	-	38.46	61.54	-	-	-
菲律賓	52	5	20	26	1	-	-
	100.00	9.62	38.46	50.00	1.92	-	-
泰國	57	-	26	31	-	-	-
	100.00	-	45.61	54.39	-	-	-
越南	78	3	48	26	1	-	-
	100.00	3.85	61.54	33.33	1.28	-	-
印度	5	-	3	2	-	-	-
	100.00	-	60.00	40.00	-	-	-
美國	33	7	18	8	-	-	-
	100.00	21.21	54.55	24.24	-	-	-
德 . 英 . 法	6	-	6	-	-	-	-
	100.00	-	100.00	-	-	-	-
歐洲其他地區	3	-	2	1	-	-	-
	100.00	-	66.67	33.33	-	-	-
紐澳	5	-	4	1	-	-	-
	100.00	-	80.00	20.00	-	-	-
其他地區	13	-	9	4	-	-	-
	100.00	-	69.23	30.77	-	-	-

註：1.觀光團體旅客才需作答本題。

2.「-」表示無調查樣本。

附表 1-63　114 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	636	-	24	524	79	9
	100.00	-	3.77	82.39	12.42	1.42
日本	128	-	2	115	10	1
	100.00	-	1.56	89.85	7.81	0.78
大陸	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-
韓國	159	-	6	136	16	1
	100.00	-	3.77	85.54	10.06	0.63
香港 . 澳門	55	-	2	52	1	-
	100.00	-	3.64	94.54	1.82	-
新加坡	23	-	-	22	1	-
	100.00	-	-	95.65	4.35	-
馬來西亞	21	-	-	19	2	-
	100.00	-	-	90.48	9.52	-
印尼	13	-	-	9	4	-
	100.00	-	-	69.23	30.77	-
菲律賓	47	-	2	29	13	3
	100.00	-	4.26	61.70	27.66	6.38
泰國	57	-	4	48	5	-
	100.00	-	7.02	84.21	8.77	-
越南	75	-	3	55	17	-
	100.00	-	4.00	73.33	22.67	-
印度	5	-	-	2	3	-
	100.00	-	-	40.00	60.00	-
美國	26	-	4	14	4	4
	100.00	-	15.38	53.85	15.38	15.38
德 . 英 . 法	6	-	-	6	-	-
	100.00	-	-	100.00	-	-
歐洲其他地區	3	-	-	3	-	-
	100.00	-	-	100.00	-	-
紐澳	5	-	-	2	3	-
	100.00	-	-	40.00	60.00	-
其他地區	13	-	1	12	-	-
	100.00	-	7.69	92.31	-	-

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 1-64　114 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；列%

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	6,660	980	2,660	5,274	24	2,411	872
		14.71	39.94	79.19	0.36	36.20	13.09
日本	1,142	127	528	928	1	359	175
		11.12	46.23	81.26	0.09	31.44	15.32
大陸	512	105	166	440	-	157	16
		20.51	32.42	85.94	-	30.66	3.13
韓國	788	52	284	566	2	312	209
		6.60	36.04	71.83	0.25	39.59	26.52
香港 . 澳門	994	63	308	872	3	292	67
		6.34	30.99	87.73	0.30	29.38	6.74
新加坡	305	44	129	247	3	106	35
		14.43	42.30	80.98	0.98	34.75	11.48
馬來西亞	306	46	147	244	-	108	34
		15.03	48.04	79.74	-	35.29	11.11
印尼	186	29	93	148	-	125	84
		15.59	50.00	79.57	-	67.20	45.16
菲律賓	487	67	227	404	3	256	46
		13.76	46.61	82.96	0.62	52.57	9.45
泰國	317	28	173	238	-	105	73
		8.83	54.57	75.08	-	33.12	23.03
越南	346	50	149	233	-	102	67
		14.45	43.06	67.34	-	29.48	19.36
印度	41	14	10	29	-	11	5
		34.15	24.39	70.73	-	26.83	12.20
美國	556	157	190	407	1	207	16
		28.24	34.17	73.20	0.18	37.23	2.88
德 . 英 . 法	175	57	57	122	4	56	10
		32.57	32.57	69.71	2.29	32.00	5.71
歐洲其他地區	160	49	66	119	1	63	12
		30.63	41.25	74.38	0.63	39.38	7.50
紐澳	109	35	39	85	-	50	3
		32.11	35.78	77.98	-	45.87	2.75
其他地區	236	57	94	192	6	102	20
		24.15	39.83	81.36	2.54	43.22	8.47

附表 1-64　114 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；列%

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	3,216	249	293	375	1,245	989
	48.29	3.74	4.40	5.63	18.69	14.85
日本	557	4	14	68	179	79
	48.77	0.35	1.23	5.95	15.67	6.92
大陸	283	3	10	37	63	248
	55.27	0.59	1.95	7.23	12.30	48.44
韓國	426	14	3	48	119	43
	54.06	1.78	0.38	6.09	15.10	5.46
香港 . 澳門	437	54	29	70	161	128
	43.96	5.43	2.92	7.04	16.20	12.88
新加坡	147	45	5	18	69	35
	48.20	14.75	1.64	5.90	22.62	11.48
馬來西亞	114	57	10	24	63	35
	37.25	18.63	3.27	7.84	20.59	11.44
印尼	140	3	72	12	4	9
	75.27	1.61	38.71	6.45	2.15	4.84
菲律賓	222	19	56	28	105	41
	45.59	3.90	11.50	5.75	21.56	8.42
泰國	163	5	8	8	51	24
	51.42	1.58	2.52	2.52	16.09	7.57
越南	103	4	6	-	70	32
	29.77	1.16	1.73	-	20.23	9.25
印度	21	2	-	2	2	5
	51.22	4.88	-	4.88	4.88	12.20
美國	221	20	54	27	202	138
	39.75	3.60	9.71	4.86	36.33	24.82
德 . 英 . 法	95	7	5	10	44	43
	54.29	4.00	2.86	5.71	25.14	24.57
歐洲其他地區	90	2	6	5	42	23
	56.25	1.25	3.75	3.13	26.25	14.38
紐澳	64	1	12	6	25	28
	58.72	0.92	11.01	5.50	22.94	25.69
其他地區	133	9	3	12	46	78
	56.36	3.81	1.27	5.08	19.49	33.05

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.「-」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 1-65　114 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；列%

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	6,660	980	2,660	5,274	24	2,411	872
		14.71	39.94	79.19	0.36	36.20	13.09
度假、休閒、遊憩	4,215	508	1,997	3,392	18	1,654	746
		12.05	47.38	80.47	0.43	39.24	17.70
業務	819	187	94	518	1	141	35
		22.83	11.48	63.25	0.12	17.22	4.27
國際會議或展覽	175	28	11	106	-	27	4
		16.00	6.29	60.57	-	15.43	2.29
探親或訪友	1,340	246	539	1,167	4	560	81
		18.36	40.22	87.09	0.30	41.79	6.04
求學	13	2	8	12	-	13	-
		15.38	61.54	92.31	-	100.00	-
醫療	59	3	3	45	1	5	1
		5.08	5.08	76.27	1.69	8.47	1.69
其他	39	6	8	34	-	11	5
		15.38	20.51	87.18	-	28.21	12.82

附表 1-65　114 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；列%

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	3,216	249	293	375	1,245	989
	48.29	3.74	4.40	5.63	18.69	14.85
度假、休閒、遊憩	1,851	200	105	266	871	129
	43.91	4.74	2.49	6.31	20.66	3.06
業務	522	17	75	19	142	210
	63.74	2.08	9.16	2.32	17.34	25.64
國際會議或展覽	118	3	3	5	38	15
	67.43	1.71	1.71	2.86	21.71	8.57
探親或訪友	666	25	99	81	175	623
	49.70	1.87	7.39	6.04	13.06	46.49
求學	10	-	7	-	3	-
	76.92	-	53.85	-	23.08	-
醫療	33	-	1	-	7	9
	55.93	-	1.69	-	11.86	15.25
其他	16	4	3	4	9	3
	41.03	10.26	7.69	10.26	23.08	7.69

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 1-66　114 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	6,660	3,804	2,780	55	21	-
	100.00	57.11	41.74	0.83	0.32	-
日本	1,142	508	614	19	1	-
	100.00	44.48	53.77	1.66	0.09	-
大陸	512	290	219	2	1	-
	100.00	56.64	42.77	0.39	0.20	-
韓國	788	314	458	11	5	-
	100.00	39.85	58.12	1.40	0.63	-
香港 . 澳門	994	567	414	7	6	-
	100.00	57.05	41.65	0.70	0.60	-
新加坡	305	165	139	-	1	-
	100.00	54.10	45.57	-	0.33	-
馬來西亞	306	197	104	3	2	-
	100.00	64.38	33.99	0.98	0.65	-
印尼	186	163	23	-	-	-
	100.00	87.63	12.37	-	-	-
菲律賓	487	327	157	2	1	-
	100.00	67.14	32.24	0.41	0.21	-
泰國	317	229	87	-	1	-
	100.00	72.24	27.44	-	0.32	-
越南	346	284	57	5	-	-
	100.00	82.08	16.47	1.45	-	-
印度	41	24	16	-	1	-
	100.00	58.54	39.02	-	2.44	-
美國	556	342	209	3	2	-
	100.00	61.51	37.59	0.54	0.36	-
德 . 英 . 法	175	106	69	-	-	-
	100.00	60.57	39.43	-	-	-
歐洲其他地區	160	85	74	1	-	-
	100.00	53.12	46.25	0.63	-	-
紐澳	109	67	42	-	-	-
	100.00	61.47	38.53	-	-	-
其他地區	236	136	98	2	-	-
	100.00	57.62	41.53	0.85	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-67　114 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	6,660	3,804	2,780	55	21	-
	100.00	57.11	41.74	0.83	0.32	-
度假、休閒、遊憩	4,215	2,210	1,942	47	16	-
	100.00	52.43	46.07	1.12	0.38	-
業務	819	553	264	1	1	-
	100.00	67.52	32.23	0.12	0.12	-
國際會議或展覽	175	135	40	-	-	-
	100.00	77.14	22.86	-	-	-
探親或訪友	1,340	841	488	7	4	-
	100.00	62.76	36.42	0.52	0.30	-
求學	13	8	5	-	-	-
	100.00	61.54	38.46	-	-	-
醫療	59	33	26	-	-	-
	100.00	55.93	44.07	-	-	-
其他	39	24	15	-	-	-
	100.00	61.54	38.46	-	-	-

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-68　114 年受訪旅客是否將「低碳環保」納為選擇旅遊服務的評估因素－依居住地分

單位：人；%

人數 列百分比	總計	是否評估「低碳環保」	
		是	否
總計	6,660	2,281	4,379
	100.00	34.25	65.75
日本	1,142	252	890
	100.00	22.07	77.93
大陸	512	78	434
	100.00	15.23	84.77
韓國	788	228	560
	100.00	28.93	71.07
香港 . 澳門	994	275	719
	100.00	27.67	72.33
新加坡	305	60	245
	100.00	19.67	80.33
馬來西亞	306	72	234
	100.00	23.53	76.47
印尼	186	149	37
	100.00	80.11	19.89
菲律賓	487	293	194
	100.00	60.16	39.84
泰國	317	118	199
	100.00	37.22	62.78
越南	346	245	101
	100.00	70.81	29.19
印度	41	13	28
	100.00	31.71	68.29
美國	556	341	215
	100.00	61.33	38.67
德 . 英 . 法	175	38	137
	100.00	21.71	78.29
歐洲其他地區	160	33	127
	100.00	20.63	79.38
紐澳	109	48	61
	100.00	44.04	55.96
其他地區	236	38	198
	100.00	16.10	83.90

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-69　114 年受訪旅客是否將「低碳環保」納為選擇旅遊服務的評估因素－依來臺主要目的分

單位：人；%

人數 列百分比	總計	是否評估「低碳環保」	
		是	否
全體	6,660	2,281	4,379
	100.00	34.25	65.75
度假、休閒、遊憩	4,215	1,475	2,740
	100.00	34.99	65.01
業務	819	256	563
	100.00	31.26	68.74
國際會議或展覽	175	58	117
	100.00	33.14	66.86
探親或訪友	1,340	438	902
	100.00	32.69	67.31
求學	13	10	3
	100.00	76.92	23.08
醫療	59	18	41
	100.00	30.51	69.49
其他	39	26	13
	100.00	66.67	33.33

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	6,660	3,200	3,460
	100.00	100.00	100.00
來臺主要目的			
度假、休閒、遊憩	4,215	1,875	2,340
	63.28	58.59	67.63
業　　務	819	604	215
	12.30	18.88	6.21
國際會議或展覽	175	123	52
	2.63	3.84	1.50
探親或訪友	1,340	537	803
	20.11	16.78	23.21
求　　學	13	5	8
	0.20	0.16	0.23
醫　　療	59	30	29
	0.89	0.94	0.84
其　　他	39	26	13
	0.59	0.81	0.38
最高學歷			
小學、中學肄畢(含高職)	1,268	464	804
	19.04	14.50	23.24
大　　專	4,612	2,219	2,393
	69.24	69.34	69.16
碩、博士	779	516	263
	11.70	16.13	7.60
其　　他	-	-	-
	-	-	-
未回答	1	1	-
	0.02	0.03	-

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	6,660	3,200	3,460
	100.00	100.00	100.00
工　作　別			
民意代表、主管及經理人員	773	569	204
	11.61	17.78	5.90
專　業　人　員	1,031	648	383
	15.47	20.25	11.07
技術員及助理專業人員	775	547	228
	11.64	17.09	6.59
事　務　支　援　人　員	1,280	377	903
	19.21	11.78	26.09
服務及銷售工作人員	934	286	648
	14.02	8.94	18.73
農、林、漁、牧業生產人員	136	87	49
	2.04	2.72	1.42
技藝有關工作人員	175	69	106
	2.63	2.16	3.06
機械設備操作及組裝人員	109	83	26
	1.64	2.59	0.75
基層技術工及勞力工	42	23	19
	0.63	0.72	0.55
軍　　人	7	2	5
	0.11	0.06	0.14
家　庭　管　理	501	7	494
	7.52	0.22	14.28
學　　生	444	197	247
	6.67	6.16	7.14
退　休　人　員	424	286	138
	6.37	8.94	3.99
其　　他	27	18	9
	0.41	0.56	0.26
未　回　答	2	1	1
	0.03	0.03	0.03

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	6,660	3,200	3,460
	100.00	100.00	100.00
年　收　入			
9,999美元以下	426	149	277
	6.40	4.66	8.01
10,000–14,999美元	930	369	561
	13.96	11.53	16.21
15,000–29,999美元	1,585	665	920
	23.80	20.78	26.59
30,000–39,999美元	1,251	666	585
	18.78	20.81	16.91
40,000–69,999美元	797	529	268
	11.97	16.53	7.75
70,000–99,999美元	390	264	126
	5.86	8.25	3.64
100,000美元以上	284	214	70
	4.26	6.69	2.02
無固定收入	996	343	653
	14.95	10.72	18.87
未　回　答	1	1	-
	0.02	0.03	-

註：「-」表示無調查樣本。

附表 2-2　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	46.74	0.30
男性	45.09	0.43
女性	48.27	0.43

附表 2-3　度假、休閒、遊憩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	5,828	2,627	3,201
	100.00	100.00	100.00
是	3,775	1,673	2,102
	64.77	63.68	65.67
否	2,053	954	1,099
	35.23	36.32	34.33

註：本題針對度假、休閒、遊憩目的(主要或次要目的為度假、休閒、遊憩)之受訪旅客分析。

附表 2-4　受訪旅客在哪些管道看過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：3,775 人)		男性 (樣本人數：1,673 人)		女性 (樣本人數：2,102 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	3,394	89.91	1,492	89.18	1,902	90.49
搜尋引擎	2,680	70.99	1,209	72.27	1,471	69.98
親友口碑	1,895	50.20	855	51.11	1,040	49.48
電視/電台	807	21.38	336	20.08	471	22.41
旅行社宣傳行程、摺頁	602	15.95	245	14.64	357	16.98
報章雜誌	461	12.21	202	12.07	259	12.32
電商平台	249	6.60	123	7.35	126	5.99
戶外廣告或看板	152	4.03	75	4.48	77	3.66
地鐵.巴士.航空站等交通運具及場站	146	3.87	77	4.60	69	3.28
國際旅遊展覽或特殊活動	100	2.65	49	2.93	51	2.43

註：本題為複選題，針對度假、休閒、遊憩目的(主要或次要目的為度假、休閒、遊憩)之受訪旅客分析。

附表 2-5　受訪旅客受臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導決定來臺影響程度－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	37.48	37.06	37.83
搜尋引擎	31.49	32.07	31.03
親友口碑	15.97	16.17	15.82
電視、電台	5.60	5.31	5.82
旅行社宣傳行程、摺頁	4.86	4.45	5.19
報章雜誌	2.02	1.94	2.09
電商平台	1.10	1.33	0.91
地鐵.巴士.航空站等交通運具及場站	0.69	0.82	0.58
國際旅遊展覽或特殊活動	0.48	0.55	0.42
戶外廣告或看板	0.31	0.30	0.32

註：1.本題針對度假、休閒、遊憩目的(主要或次要目的為度假、休閒、遊憩)，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　吸引旅客來臺度假、休閒、遊憩原因－依性別分

單位：人次；%

吸引來臺度假、休閒、遊憩原因	全體 (樣本人數：5,828 人)		男性 (樣本人數：2,627 人)		女性 (樣本人數：3,201 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	4,828	82.84	2,148	81.77	2,680	83.72
風光景色	4,307	73.90	1,910	72.71	2,397	74.88
臺灣民情風俗和文化	2,816	48.32	1,239	47.16	1,577	49.27
治安良好	2,575	44.18	1,133	43.13	1,442	45.05
人民友善	2,497	42.84	1,104	42.03	1,393	43.52
距離居住地近	2,399	41.16	1,050	39.97	1,349	42.14
購物	2,337	40.10	996	37.91	1,341	41.89
氣候宜人	1,110	19.05	518	19.72	592	18.49
歷史文物	689	11.82	339	12.90	350	10.93
夜間休閒活動	662	11.36	300	11.42	362	11.31
民主政治	454	7.79	228	8.68	226	7.06
遊憩設施	119	2.04	53	2.02	66	2.06
節慶活動	112	1.92	42	1.60	70	2.19
醫療保健	111	1.90	48	1.83	63	1.97
運動或賽事	38	0.65	25	0.95	13	0.41
其他	135	2.32	79	3.01	56	1.75

註：本題為複選題，針對度假、休閒、遊憩目的(主要或次要目的為度假、休閒、遊憩)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	6,660	3,200	3,460
	100.00	100.00	100.00
參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦	655	280	375
	9.83	8.75	10.84
自行規劃行程，由旅行社包辦	271	131	140
	4.07	4.09	4.05
自行規劃行程，請旅行社代訂住宿地點(及機票)	393	263	130
	5.90	8.22	3.76
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	253	100	153
	3.80	3.13	4.41
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	5,088	2,426	2,662
	76.40	75.81	76.94

附表 2-8　受訪旅客最近 3 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	6,660	3,200	3,460
	100.00	100.00	100.00
第 1 次	3,846	1,739	2,107
	57.75	54.34	60.90
第 2 次	1,707	829	878
	25.63	25.91	25.38
第 3 次	701	397	304
	10.53	12.41	8.79
第 4 次	210	119	91
	3.15	3.72	2.63
5 次以上	196	116	80
	2.94	3.62	2.30

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：6,660 人)			男性 (樣本人數：3,200 人)			女性 (樣本人數：3,460 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	5,786	86.88	夜市	2,636	82.38	夜市	3,150	91.04
2	臺北101	4,035	60.59	臺北101	1,867	58.34	西門町(含西門紅樓)	2,191	63.32
3	西門町(含西門紅樓)	3,833	57.55	西門町(含西門紅樓)	1,642	51.31	臺北101	2,168	62.66
4	中正紀念堂	3,098	46.52	中正紀念堂	1,394	43.56	中正紀念堂	1,704	49.25
5	九份	2,834	42.55	信義計畫區商圈	1,287	40.22	九份	1,607	46.45
6	信義計畫區商圈	2,739	41.13	九份	1,227	38.34	信義計畫區商圈	1,452	41.97
7	平溪	2,161	32.45	平溪	925	28.91	平溪	1,236	35.72
8	中山站商圈	2,090	31.38	中山站商圈	877	27.41	中山站商圈	1,213	35.06
9	艋舺龍山寺	1,773	26.62	艋舺龍山寺	795	24.84	大稻埕	986	28.50
10	大稻埕	1,760	26.43	大稻埕	774	24.19	艋舺龍山寺	978	28.27
11	淡水	1,635	24.55	故宮博物院	744	23.25	淡水	922	26.65
12	故宮博物院	1,621	24.34	淡水	713	22.28	故宮博物院	877	25.35
13	野柳	1,203	18.06	野柳	514	16.06	野柳	689	19.91
14	臺北市永康街商圈	1,176	17.66	臺北市永康街商圈	508	15.88	臺北市永康街商圈	668	19.31
15	日月潭	1,053	15.81	日月潭	441	13.78	日月潭	612	17.69
16	華山 1914 文化創意產業園區	895	13.44	華山 1914 文化創意產業園區	410	12.81	北投	502	14.51
17	北投	879	13.20	北投	377	11.78	華山 1914 文化創意產業園區	485	14.02
18	臺北車站商圈	772	11.59	駁二藝術特區	338	10.56	陽明山	446	12.89
19	陽明山	767	11.52	臺北車站商圈	331	10.34	臺北車站商圈	441	12.75
20	貓空	743	11.16	陽明山	321	10.03	貓空	428	12.37

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：6,660 人)			男性 (樣本人數：3,200 人)			女性 (樣本人數：3,460 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	5,606	84.17	臺北市	2,640	82.50	臺北市	2,966	85.72
2	新北市	3,955	59.38	新北市	1,732	54.13	新北市	2,223	64.25
3	南投縣	1,105	16.59	高雄市	518	16.19	南投縣	640	18.50
4	高雄市	1,092	16.40	南投縣	465	14.53	臺中市	621	17.95
5	臺中市	1,042	15.65	臺中市	421	13.16	高雄市	574	16.59
6	宜蘭縣	732	10.99	宜蘭縣	331	10.34	宜蘭縣	401	11.59
7	臺南市	626	9.40	臺南市	323	10.09	桃園市	358	10.35
8	桃園市	613	9.20	桃園市	255	7.97	臺南市	303	8.76
9	嘉義縣	546	8.20	嘉義縣	254	7.94	嘉義縣	292	8.44
10	基隆市	489	7.34	基隆市	206	6.44	基隆市	283	8.18
11	嘉義市	330	4.95	新竹市	183	5.72	嘉義市	195	5.64
12	新竹市	246	3.69	嘉義市	135	4.22	彰化縣	82	2.37
13	彰化縣	135	2.03	屏東縣	58	1.81	屏東縣	71	2.05
14	屏東縣	129	1.94	彰化縣	53	1.66	花蓮縣	71	2.05
15	花蓮縣	119	1.79	花蓮縣	48	1.50	新竹市	63	1.82
16	新竹縣	93	1.40	臺東縣	38	1.19	新竹縣	60	1.73
17	臺東縣	74	1.11	新竹縣	33	1.03	臺東縣	36	1.04
18	苗栗縣	56	0.84	苗栗縣	21	0.66	苗栗縣	35	1.01
19	雲林縣	38	0.57	雲林縣	13	0.41	雲林縣	25	0.72
20	澎湖縣	15	0.23	澎湖縣	4	0.13	澎湖縣	11	0.32
21	金門縣	3	0.05	金門縣	1	0.03	金門縣	2	0.06
22	連江縣	1	0.02	連江縣	-	-	連江縣	1	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，各縣市加總超過 100%。
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：6,660 人)			男性 (樣本人數：3,200 人)			女性 (樣本人數：3,460 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	5,846	87.78	北部地區	2,798	87.44	北部地區	3,048	88.09
2	南部地區	1,596	23.96	南部地區	773	24.16	中部地區	841	24.31
3	中部地區	1,450	21.77	中部地區	609	19.03	南部地區	823	23.79
4	東部地區	177	2.66	東部地區	82	2.56	東部地區	95	2.75
5	離島地區	19	0.29	離島地區	5	0.16	離島地區	14	0.40

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，各地區加總超過 100%。

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：6,660 人)			男性 (樣本人數：3,200 人)			女性 (樣本人數：3,460 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	1,697	25.48	饒河街夜市	817	25.53	寧夏夜市	955	27.60
2	寧夏夜市	1,679	25.21	寧夏夜市	724	22.63	士林夜市	902	26.07
3	士林夜市	1,570	23.57	士林夜市	668	20.88	饒河街夜市	880	25.43
4	臺中逢甲夜市	536	8.05	高雄六合夜市	221	6.91	臺中逢甲夜市	327	9.45
5	高雄六合夜市	474	7.12	臺中逢甲夜市	209	6.53	高雄六合夜市	253	7.31
6	宜蘭羅東夜市	320	4.80	宜蘭羅東夜市	143	4.47	宜蘭羅東夜市	177	5.12
7	基隆廟口夜市	280	4.20	基隆廟口夜市	118	3.69	基隆廟口夜市	162	4.68
8	南機場夜市	276	4.14	南機場夜市	115	3.59	南機場夜市	161	4.65
9	臺中一中街夜市	261	3.92	臺中一中街夜市	107	3.34	臺中一中街夜市	154	4.45
10	高雄瑞豐夜市	194	2.91	高雄瑞豐夜市	93	2.91	高雄瑞豐夜市	101	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	15.81	38.18%	日月潭	13.78	40.36%	日月潭	17.69	36.60%
2	九份	42.55	23.18%	九份	38.34	21.60%	九份	46.45	24.39%
3	駁二藝術特區	10.87	21.69%	駁二藝術特區	10.56	21.30%	駁二藝術特區	11.16	22.02%
4	淡水	24.55	16.45%	淡水	22.28	17.39%	礁溪	10.29	18.54%
5	陽明山	11.52	13.69%	故宮博物院	23.25	14.65%	淡水	26.65	15.73%
6	野柳	18.06	12.80%	野柳	16.06	14.40%	陽明山	12.89	15.02%
7	故宮博物院	24.34	12.40%	北投	11.78	13.26%	平溪	35.72	12.70%
8	平溪	32.45	12.12%	臺北101	58.34	12.27%	野柳	19.91	11.61%
9	北投	13.20	11.49%	陽明山	10.03	11.84%	故宮博物院	25.35	10.49%
10	臺北101	60.59	9.69%	平溪	28.91	11.35%	北投	14.51	10.16%

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 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：6,660 人)		男性 (樣本人數：3,200 人)		女性 (樣本人數：3,460 人)	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
旅館	5,800	87.09	2,856	89.25	2,944	85.09
親友家	1,190	17.87	443	13.84	747	21.59
民宿	344	5.17	170	5.31	174	5.03
宿舍	45	0.68	26	0.81	19	0.55
寺廟.修道院或教會	9	0.14	3	0.09	6	0.17
租屋	2	0.03	2	0.06	-	-
其他	15	0.23	11	0.34	4	0.12

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	4.17	4.19	4.15
	0.57	0.58	0.55
住宿民宿整體滿意度	4.17	4.17	4.16
	0.62	0.58	0.67

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：6,660 人)		男性 (樣本人數：3,200 人)		女性 (樣本人數：3,460 人)	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
購物	6,227	93.50	2,877	89.91	3,350	96.82
逛夜市	5,802	87.12	2,640	82.50	3,162	91.39
參觀古蹟	4,301	64.58	1,929	60.28	2,372	68.55
按摩指壓	1,409	21.16	651	20.34	758	21.91
登山、健行	1,268	19.04	584	18.25	684	19.77
參觀展覽	1,061	15.93	516	16.13	545	15.75
泡溫泉浴	1,023	15.36	430	13.44	593	17.14
生態旅遊（含賞花、鳥、蝶等）	906	13.60	391	12.22	515	14.88
夜總會、PUB 活動	883	13.26	467	14.59	416	12.02
水域活動(含遊湖、潛水等)	875	13.14	387	12.09	488	14.10
休閒農場	796	11.95	325	10.16	471	13.61
遊樂園	504	7.57	183	5.72	321	9.28
參觀藝文表演活動(含演唱會)	391	5.87	166	5.19	225	6.50
參觀節慶活動（含宗教活動等）	233	3.50	101	3.16	132	3.82
部落觀光	188	2.82	75	2.34	113	3.27
觀光工廠	124	1.86	65	2.03	59	1.71
醫療保健	73	1.10	35	1.09	38	1.10
運動或賽事(含自行車旅遊等)	36	0.54	28	0.88	8	0.23
其他	34	0.51	13	0.41	21	0.61

註：本題為複選題。

附表 2-17　受訪旅客平均每人每日支出細項－依性別分

單位：美元；%

金額 百分比	人數	總計	來臺支出項目					
			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	6,660	185.14	77.43	39.19	17.37	9.95	7.28	33.92
		100.00%	41.82%	21.17%	9.38%	5.38%	3.93%	18.32%
男性	3,200	194.42	86.85	40.21	18.34	10.35	7.05	31.62
		100.00%	44.68%	20.68%	9.43%	5.32%	3.63%	16.26%
女性	3,460	176.77	68.81	38.29	16.49	9.60	7.48	36.10
		100.00%	38.93%	21.66%	9.33%	5.43%	4.23%	20.42%

附表 2-18　受訪旅客平均每人每日購物費細項支出金額－依性別分

購物費支出項目	全體		男性		女性	
	支出金額 (美元)	百分比	支出金額 (美元)	百分比	支出金額 (美元)	百分比
總計	33.92	100.00%	31.62	100.00%	36.10	100.00%
服飾或相關配件	6.32	18.63%	4.91	15.53%	7.63	21.14%
珠寶或玉器類	0.65	1.92%	0.53	1.68%	0.75	2.08%
紀念品或手工藝品類	4.40	12.97%	4.13	13.06%	4.65	12.88%
化妝品或香水類	1.76	5.19%	0.92	2.91%	2.55	7.06%
名產或特產	13.79	40.65%	13.37	42.28%	14.21	39.36%
煙或酒類	1.76	5.19%	2.33	7.37%	1.23	3.41%
藥品類或健康食品	0.69	2.03%	0.45	1.42%	0.92	2.55%
電子或電器產品	0.44	1.30%	0.63	1.99%	0.27	0.75%
茶葉	3.67	10.82%	4.06	12.84%	3.32	9.20%
其他	0.44	1.30%	0.29	0.92%	0.57	1.57%

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	6,660	100.00	3,200	100.00	3,460	100.00
是	1,715	25.75	728	22.75	987	28.53
否	4,945	74.25	2,472	77.25	2,473	71.47

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	1,715	100.00	728	100.00	987	100.00
是	1,708	99.59	725	99.59	983	99.59
否	7	0.41	3	0.41	4	0.41

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：6,660 人)		男性 (樣本人數：3,200 人)		女性 (樣本人數：3,460 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	5,848	87.81	2,796	87.38	3,052	88.21
逛夜市	5,170	77.63	2,326	72.69	2,844	82.20
自然風光	4,213	63.26	1,870	58.44	2,343	67.72
人情味濃厚	3,594	53.96	1,717	53.66	1,877	54.25
歷史古蹟	2,567	38.54	1,196	37.38	1,371	39.62
便利商店	2,420	36.34	1,104	34.50	1,316	38.03
都會不夜城	2,003	30.08	919	28.72	1,084	31.33
地方特產	1,808	27.15	785	24.53	1,023	29.57
泡溫泉	738	11.08	314	9.81	424	12.25
宗教文化	597	8.96	244	7.63	353	10.20
景點	521	7.82	263	8.22	258	7.46
節慶活動或表演(含演唱會)	151	2.27	60	1.88	91	2.63
單車賞景	149	2.24	66	2.06	83	2.40
原住民文化	147	2.21	72	2.25	75	2.17
書店	147	2.21	70	2.19	77	2.23
醫療保健	127	1.91	51	1.59	76	2.20
旅館(或民宿)住宿體驗	70	1.05	42	1.31	28	0.81
其他	52	0.78	30	0.94	22	0.64

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	4.29	0.64	4.30	0.63	4.28	0.65
	通訊/網路便利	4.57	0.58	4.58	0.57	4.57	0.58
	旅遊資訊取得方便	4.59	0.54	4.57	0.54	4.60	0.54
	境內交通便利	4.69	0.49	4.69	0.49	4.69	0.49
觀光環境國際化	路標及公共設施牌示易懂	4.39	0.62	4.38	0.61	4.39	0.62
	旅遊環境語言溝通良好	4.28	0.77	4.26	0.76	4.30	0.78
	臺灣民眾態度友善	4.72	0.48	4.72	0.48	4.72	0.48
環境安全性	遊憩環境安全	4.66	0.51	4.66	0.52	4.66	0.51
	社會治安良好	4.70	0.48	4.69	0.49	4.71	0.48
	住宿設施安全	4.63	0.53	4.63	0.53	4.64	0.53
	餐飲衛生良好	4.46	0.61	4.45	0.61	4.47	0.61
整體	來臺整體滿意度	4.62	0.50	4.62	0.50	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。

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	6,660	6,617	4,139	2,478	43	-	-	-
	100.00	99.36	62.15	37.21	0.64	-	-	-
男　　性	3,200	3,181	1,989	1,192	19	-	-	-
	100.00	99.41	62.16	37.25	0.59	-	-	-
女　　性	3,460	3,436	2,150	1,286	24	-	-	-
	100.00	99.31	62.14	37.17	0.69	-	-	-

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	6,660	100.00	3,200	100.00	3,460	100.00
會	6,644	99.76	3,193	99.78	3,451	99.74
不會	16	0.24	7	0.22	9	0.26
會再度訪臺的主要目的						
總計	6,644	100.00	3,193	100.00	3,451	100.00
度假、休閒、遊憩	4,941	74.37	2,261	70.81	2,680	77.66
業務	671	10.10	498	15.60	173	5.01
國際會議或展覽	85	1.28	53	1.66	32	0.93
探親或訪友	871	13.11	338	10.59	533	15.44
求學	13	0.19	6	0.19	7	0.20
醫療	46	0.69	26	0.81	20	0.58
其他	17	0.26	11	0.34	6	0.18
是否會推薦親友來臺灣旅遊						
總計	6,660	100.00	3,200	100.00	3,460	100.00
會	6,652	99.88	3,194	99.81	3,458	99.94
不會	8	0.12	6	0.19	2	0.06

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	655	4.36	0.50
男性	280	4.36	0.51
女性	375	4.36	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 2-26　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：6,660 人)		男性 (樣本人數：3,200 人)		女性 (樣本人數：3,460 人)	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
捷運	5,274	79.19	2,502	78.19	2,772	80.12
計程車	3,216	48.29	1,553	48.53	1,663	48.06
臺鐵	2,660	39.94	1,196	37.38	1,464	42.31
公民營客運	2,411	36.20	1,027	32.09	1,384	40.00
Uber(多元化計程車)	1,245	18.69	638	19.94	607	17.54
高鐵	980	14.71	533	16.66	447	12.92
遊覽車	872	13.09	356	11.13	516	14.91
船舶	375	5.63	169	5.28	206	5.95
公共自行車	293	4.40	134	4.19	159	4.60
小客車租賃	249	3.74	115	3.59	134	3.87
飛機	24	0.36	8	0.25	16	0.46
其他	989	14.85	484	15.13	505	14.60

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	6,660	4.56	0.53
男性	3,200	4.55	0.53
女性	3,460	4.56	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。

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 主力 7 國	美國	歐洲
總計	6,660	1,142	512	788	994	1,988	556	335
	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
來臺主要目的								
度假、休閒、遊憩	4,215	901	36	671	729	1,303	271	175
	63.28	78.90	7.03	85.15	73.34	65.54	48.74	52.24
業務	819	104	117	59	42	244	111	83
	12.30	9.11	22.85	7.49	4.23	12.28	19.96	24.78
國際會議或展覽	175	30	6	26	21	35	35	11
	2.63	2.62	1.17	3.30	2.11	1.76	6.29	3.28
探親或訪友	1,340	105	345	32	155	391	106	66
	20.11	9.19	67.38	4.06	15.59	19.67	19.06	19.70
求學	13	-	-	-	-	3	9	-
	0.20	-	-	-	-	0.15	1.62	-
醫療	59	1	6	-	39	2	9	-
	0.89	0.09	1.17	-	3.92	0.10	1.62	-
其他	39	1	2	-	8	10	15	-
	0.59	0.09	0.40	-	0.81	0.50	2.71	-
最高學歷								
小學、中學肄畢(含高職)	1,268	233	86	191	155	515	61	10
	19.04	20.40	16.80	24.24	15.59	25.90	10.97	2.99
大專	4,612	764	375	534	775	1,316	376	219
	69.24	66.90	73.24	67.77	77.97	66.20	67.63	65.37
碩、博士	779	145	51	63	64	157	118	106
	11.70	12.70	9.96	7.99	6.44	7.90	21.22	31.64
其他	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-
未回答	1	-	-	-	-	-	1	-
	0.02	-	-	-	-	-	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 主力 7 國	美國	歐洲
總　　計	6,660	1,142	512	788	994	1,988	556	335
	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	773	143	54	92	93	183	92	67
	11.61	12.52	10.55	11.68	9.36	9.21	16.55	20.00
專業人員	1,031	121	58	101	107	344	135	87
	15.47	10.60	11.33	12.82	10.76	17.30	24.28	25.96
技術員及助理專業人員	775	124	66	72	116	250	58	48
	11.64	10.86	12.89	9.14	11.67	12.58	10.43	14.33
事務支援人員	1,280	287	92	195	194	372	38	43
	19.21	25.13	17.96	24.74	19.53	18.71	6.83	12.84
服務及銷售工作人員	934	95	131	93	220	295	62	17
	14.02	8.32	25.58	11.80	22.13	14.84	11.15	5.07
農、林、漁、牧業生產人員	136	32	16	31	5	40	8	1
	2.04	2.80	3.13	3.93	0.50	2.01	1.44	0.30
技藝有關工作人員	175	17	16	12	42	67	19	1
	2.63	1.49	3.13	1.52	4.23	3.37	3.42	0.30
機械設備操作及組裝人員	109	6	4	6	11	68	11	1
	1.64	0.53	0.78	0.76	1.11	3.42	1.98	0.30
基層技術工及勞力工	42	7	3	3	3	22	4	-
	0.63	0.61	0.59	0.38	0.30	1.11	0.72	-
軍人	7	-	-	3	-	1	3	-
	0.11	-	-	0.38	-	0.05	0.54	-
家庭管理	501	110	30	100	91	126	20	7
	7.52	9.63	5.86	12.69	9.15	6.34	3.60	2.09
學生	444	95	27	50	56	133	37	23
	6.67	8.32	5.27	6.35	5.63	6.69	6.65	6.87
退休人員	424	102	11	30	54	78	60	40
	6.37	8.93	2.15	3.81	5.43	3.92	10.79	11.94
其他	27	3	4	-	2	9	8	-
	0.41	0.26	0.78	-	0.20	0.45	1.44	-
未回答	2	-	-	-	-	-	1	-
	0.03	-	-	-	-	-	0.18	-

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 主力 7 國	美國	歐洲
總　　計	6,660	1,142	512	788	994	1,988	556	335
	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	426	74	28	56	52	193	8	3
	6.40	6.48	5.47	7.11	5.23	9.71	1.44	0.90
10,000–14,999美元	930	120	130	63	85	467	11	22
	13.96	10.51	25.39	7.99	8.55	23.49	1.98	6.57
15,000–29,999美元	1,585	216	170	241	327	533	14	39
	23.80	18.91	33.20	30.58	32.90	26.81	2.52	11.64
30,000–39,999美元	1,251	289	74	164	263	259	52	74
	18.78	25.31	14.45	20.81	26.46	13.03	9.35	22.09
40,000–69,999美元	797	139	40	95	110	178	114	70
	11.97	12.17	7.81	12.06	11.07	8.95	20.50	20.90
70,000–99,999美元	390	52	4	30	16	85	119	47
	5.86	4.55	0.78	3.81	1.61	4.28	21.40	14.03
100,000美元以上	284	34	4	9	4	30	127	38
	4.26	2.98	0.78	1.14	0.40	1.51	22.84	11.34
無固定收入	996	218	62	130	137	243	110	42
	14.95	19.09	12.12	16.50	13.78	12.22	19.78	12.54
未回答	1	-	-	-	-	-	1	-
	0.02	-	-	-	-	-	0.19	-

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	46.74	0.30
日本	51.41	0.81
大陸	63.51	1.43
韓國	39.76	0.78
香港.澳門	35.61	0.61
新南向主力7國	46.73	0.68
美國	60.95	1.45
歐洲	38.74	0.85

附表 3-3　度假、休閒、遊憩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 主力7國	美國	歐洲
總計	5,828	1,033	380	727	881	1,829	459	244
	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
是	3,775	722	100	559	433	1,367	215	207
	64.77	69.89	26.32	76.89	49.15	74.74	46.84	84.84
否	2,053	311	280	168	448	462	244	37
	35.23	30.11	73.68	23.11	50.85	25.26	53.16	15.16

註：本題針對度假、休閒、遊憩目的(主要或次要目的為度假、休閒、遊憩)之受訪旅客分析。

附表 3-4　受訪旅客在哪些管道看過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 主力 7 國	美國	歐洲
總計	3,775	722	100	559	433	1,367	215	207
	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
搜尋引擎	2,680	536	66	394	340	933	163	148
	70.99	74.24	66.00	70.48	78.52	68.25	75.81	71.50
社群網站	3,394	602	78	474	383	1,293	196	202
	89.91	83.38	78.00	84.79	88.45	94.59	91.16	97.58
電商平台	249	28	-	10	8	165	35	1
	6.60	3.88	-	1.79	1.85	12.07	16.28	0.48
電視/電台	807	133	4	99	38	364	64	44
	21.38	18.42	4.00	17.71	8.78	26.63	29.77	21.26
親友口碑	1,895	265	79	231	172	851	127	81
	50.20	36.70	79.00	41.32	39.72	62.25	59.07	39.13
報章雜誌	461	92	4	28	26	179	68	29
	12.21	12.74	4.00	5.01	6.00	13.09	31.63	14.01
戶外廣告或看板	152	13	1	2	13	85	32	-
	4.03	1.80	1.00	0.36	3.00	6.22	14.88	-
地鐵.巴士.航空站等交通運具及場站	146	11	2	4	11	96	18	-
	3.87	1.52	2.00	0.72	2.54	7.02	8.37	-
國際旅遊展覽或特殊活動	100	8	-	2	7	60	15	2
	2.65	1.11	-	0.36	1.62	4.39	6.98	0.97
旅行社宣傳行程、摺頁	602	137	-	165	53	180	29	13
	15.95	18.98	-	29.52	12.24	13.17	13.49	6.28

註：本題針對度假、休閒、遊憩目的(主要或次要目的為度假、休閒、遊憩)之受訪旅客分析。

附表 3-5　受訪旅客受臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導決定來臺影響程度－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	新南向主力7國	美國	歐洲
社群網站	37.48	35.06	35.20	35.92	38.99	38.64	32.37	41.56
搜尋引擎	31.49	36.54	34.24	35.66	39.08	25.68	25.00	37.93
親友口碑	15.97	11.50	27.85	10.95	12.61	20.38	23.34	9.26
電視、電台	5.60	5.58	1.16	5.31	2.54	6.21	7.53	5.54
旅行社宣傳行程、摺頁	4.86	5.89	-	10.52	4.14	3.51	3.06	1.81
報章雜誌	2.02	3.31	0.19	0.97	1.07	1.39	4.55	3.27
電商平台	1.10	0.90	-	0.17	0.31	1.91	2.32	0.36
地鐵.巴士.航空站等交通運具及場站	0.69	0.52	0.97	0.27	0.49	1.19	0.25	-
國際旅遊展覽或特殊活動	0.48	0.39	-	0.10	0.13	0.81	0.83	0.27
戶外廣告或看板	0.31	0.31	0.39	0.13	0.62	0.28	0.75	-

註：1.本題針對度假、休閒、遊憩目的(主要或次要目的為度假、休閒、遊憩)，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　吸引旅客來臺度假、休閒、遊憩原因－依主要市場分

單位：人次；%

吸引來臺度假、休閒、遊憩原因	全體 (樣本人數：5,828 人)		日本 (樣本人數：1,033 人)		大陸 (樣本人數：380 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	4,828	82.84	859	83.16	348	91.58
風光景色	4,307	73.90	620	60.02	255	67.11
臺灣民情風俗和文化	2,816	48.32	474	45.89	264	69.47
治安良好	2,575	44.18	423	40.95	151	39.74
人民友善	2,497	42.84	314	30.40	168	44.21
距離居住地近	2,399	41.16	466	45.11	43	11.32
購物	2,337	40.10	328	31.75	109	28.68
氣候宜人	1,110	19.05	149	14.42	41	10.79
歷史文物	689	11.82	72	6.97	19	5.00
夜間休閒活動	662	11.36	53	5.13	31	8.16
民主政治	454	7.79	53	5.13	28	7.37
遊憩設施	119	2.04	15	1.45	4	1.05
節慶活動	112	1.92	6	0.58	15	3.95
醫療保健	111	1.90	3	0.29	4	1.05
運動或賽事	38	0.65	4	0.39	-	-
其他	135	2.32	12	1.16	3	0.79

附表 3-6　吸引度假、休閒、遊憩目的旅客來臺度假、休閒、遊憩因素－依主要市場分(續 1)

單位：人次；%

吸引來臺度假、休閒、遊憩原因	韓國 (樣本人數：727 人)		香港.澳門 (樣本人數：881 人)		新南向主力 7 國 (樣本人數：1,829 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	662	91.06	794	90.12	1,421	77.69
風光景色	535	73.59	514	58.34	1,606	87.81
臺灣民情風俗和文化	307	42.23	355	40.30	789	43.14
治安良好	231	31.77	371	42.11	930	50.85
人民友善	207	28.47	420	47.67	880	48.11
距離居住地近	387	53.23	560	63.56	724	39.58
購物	232	31.91	420	47.67	952	52.05
氣候宜人	62	8.53	53	6.02	565	30.89
歷史文物	46	6.33	18	2.04	288	15.75
夜間休閒活動	49	6.74	87	9.88	285	15.58
民主政治	38	5.23	68	7.72	133	7.27
遊憩設施	4	0.55	21	2.38	42	2.30
節慶活動	2	0.28	33	3.75	37	2.02
醫療保健	0	0.00	18	2.04	56	3.06
運動或賽事	1	0.14	10	1.14	11	0.60
其他	5	0.69	27	3.06	41	2.24

附表 3-6　吸引度假、休閒、遊憩目的旅客來臺度假、休閒、遊憩因素－依主要市場分(續完)

單位：人次；%

吸引來臺度假、休閒、遊憩原因	美國 (樣本人數：459 人)		歐洲 (樣本人數：244 人)	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率
美食或特色小吃	299	65.14	206	84.43
風光景色	330	71.90	226	92.62
臺灣民情風俗和文化	238	51.85	188	77.05
治安良好	219	47.71	120	49.18
人民友善	267	58.17	95	38.93
距離居住地近	161	35.08	18	7.38
購物	176	38.34	35	14.34
氣候宜人	171	37.25	31	12.70
歷史文物	163	35.51	46	18.85
夜間休閒活動	94	20.48	24	9.84
民主政治	100	21.79	17	6.97
遊憩設施	27	5.88	-	-
節慶活動	15	3.27	2	0.82
醫療保健	26	5.66	-	-
運動或賽事	8	1.74	2	0.82
其他	41	8.93	2	0.82

註：1.本題為複選題，針對度假、休閒、遊憩目的(主要或次要目的為度假、休閒、遊憩)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 主力 7 國	美國	歐洲
總計	6,660	1,142	512	788	994	1,988	556	335
	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	655	131	-	160	55	249	33	9
	9.83	11.47	-	20.30	5.53	12.53	5.94	2.69
自行規劃行程，由旅行社包辦	271	22	13	28	7	97	83	4
	4.07	1.93	2.54	3.55	0.70	4.88	14.93	1.19
自行規劃行程，請旅行社代訂住宿地點(及機票)	393	110	12	65	27	64	54	33
	5.90	9.63	2.34	8.25	2.72	3.22	9.71	9.85
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	253	32	15	33	39	99	9	19
	3.80	2.80	2.93	4.19	3.93	4.98	1.61	5.67
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	5,088	847	472	502	866	1,479	377	270
	76.40	74.17	92.19	63.71	87.12	74.40	67.81	80.60

註：「-」表示無調查樣本。

附表 3-8　受訪旅客最近 3 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 主力 7 國	美國	歐洲
總計	6,660	1,142	512	788	994	1,988	556	335
	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
第 1 次	3,846	714	280	577	267	1,269	326	230
	57.75	62.52	54.69	73.22	26.86	63.83	58.63	68.66
第 2 次	1,707	232	160	135	332	494	166	78
	25.63	20.32	31.25	17.13	33.40	24.85	29.86	23.28
第 3 次	701	109	45	46	221	156	51	24
	10.53	9.54	8.79	5.84	22.23	7.85	9.17	7.16
第 4 次	210	47	15	20	70	45	9	2
	3.15	4.12	2.93	2.54	7.04	2.26	1.62	0.60
5 次以上	196	40	12	10	104	24	4	1
	2.94	3.50	2.34	1.27	10.46	1.21	0.72	0.30

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：6,660 人)			日本 (樣本人數：1,142 人)			大陸 (樣本人數：512 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	5,786	86.88	夜市	1,016	88.97	夜市	441	86.13
2	臺北101	4,035	60.59	西門町(含西門紅樓)	664	58.14	臺北101	257	50.20
3	西門町(含西門紅樓)	3,833	57.55	臺北101	652	57.09	西門町(含西門紅樓)	225	43.95
4	中正紀念堂	3,098	46.52	九份	631	55.25	信義計畫區商圈	216	42.19
5	九份	2,834	42.55	中正紀念堂	577	50.53	中正紀念堂	191	37.30
6	信義計畫區商圈	2,739	41.13	大稻埕	566	49.56	九份	162	31.64
7	平溪	2,161	32.45	信義計畫區商圈	517	45.27	中山站商圈	139	27.15
8	中山站商圈	2,090	31.38	中山站商圈	479	41.94	故宮博物院	138	26.95
9	艋舺龍山寺	1,773	26.62	平溪	459	40.19	淡水	134	26.17
10	大稻埕	1,760	26.43	艋舺龍山寺	405	35.46	平溪	126	24.61
11	淡水	1,635	24.55	臺北市永康街商圈	351	30.74	大稻埕	112	21.88
12	故宮博物院	1,621	24.34	故宮博物院	337	29.51	日月潭	101	19.73
13	野柳	1,203	18.06	淡水	276	24.17	臺北市永康街商圈	93	18.16
14	臺北市永康街商圈	1,176	17.66	華山1914文化創意產業園區	157	13.75	駁二藝術特區	90	17.58
15	日月潭	1,053	15.81	北投	131	11.47	北投	89	17.38
16	華山1914文化創意產業園區	895	13.44	野柳	126	11.03	艋舺龍山寺	77	15.04
17	北投	879	13.20	日月潭	125	10.95	陽明山	70	13.67
18	臺北車站商圈	772	11.59	駁二藝術特區	117	10.25	大溪	64	12.50
19	陽明山	767	11.52	貓空	101	8.84	士林官邸	63	12.30
20	貓空	743	11.16	金瓜石	98	8.58	貓空	63	12.30

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：788 人)			香港.澳門 (樣本人數：994 人)			新南向主力 7 國 (樣本人數：1,988 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	715	90.74	夜市	849	85.41	夜市	1,824	91.75
2	西門町(含西門紅樓)	549	69.67	西門町(含西門紅樓)	532	53.52	臺北101	1,366	68.71
3	臺北101	547	69.42	中山站商圈	416	41.85	西門町(含西門紅樓)	1,283	64.54
4	九份	521	66.12	臺北101	414	41.65	中正紀念堂	1,024	51.51
5	中正紀念堂	485	61.55	信義計畫區商圈	363	36.52	九份	921	46.33
6	平溪	435	55.20	大稻埕	288	28.97	信義計畫區商圈	739	37.17
7	信義計畫區商圈	371	47.08	淡水	275	27.67	平溪	703	35.36
8	野柳	324	41.12	中正紀念堂	260	26.16	艋舺龍山寺	547	27.52
9	中山站商圈	312	39.59	臺北市永康街商圈	189	19.01	淡水	506	25.45
10	艋舺龍山寺	299	37.94	九份	185	18.61	中山站商圈	489	24.60
11	故宮博物院	228	28.93	駁二藝術特區	168	16.90	野柳	449	22.59
12	淡水	199	25.25	平溪	155	15.59	日月潭	432	21.73
13	大稻埕	198	25.13	華山1914文化創意產業園區	147	14.79	故宮博物院	385	19.37
14	臺北市永康街商圈	183	23.22	艋舺龍山寺	132	13.28	臺北車站商圈	333	16.75
15	日月潭	147	18.65	北投	130	13.08	大稻埕	305	15.34
16	華山1914文化創意產業園區	139	17.64	貓空	115	11.57	陽明山	302	15.19
17	礁溪	103	13.07	松山文化創意園區	111	11.17	貓空	238	11.97
18	臺北車站商圈	102	12.94	臺北車站商圈	107	10.76	北投	236	11.87
19	貓空	93	11.80	故宮博物院	95	9.56	宮原眼科	210	10.56
20	松山文化創意園區	89	11.29	旗津海岸公園	81	8.15	阿里山	206	10.36

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：556 人)			歐洲 (樣本人數：335 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	423	76.08	臺北101	271	80.90
2	臺北101	280	50.36	夜市	248	74.03
3	西門町(含西門紅樓)	222	39.93	中正紀念堂	199	59.40
4	中正紀念堂	205	36.87	西門町(含西門紅樓)	180	53.73
5	信義計畫區商圈	187	33.63	信義計畫區商圈	173	51.64
6	故宮博物院	179	32.19	九份	165	49.25
7	陽明山	149	26.80	故宮博物院	165	49.25
8	北投	127	22.84	平溪	116	34.63
9	大稻埕	125	22.48	艋舺龍山寺	111	33.13
10	九份	111	19.96	中山站商圈	97	28.96
11	艋舺龍山寺	110	19.78	大稻埕	91	27.16
12	淡水	94	16.91	安平古堡	77	22.99
13	華山 1914 文化創意產業園區	86	15.47	松山文化創意園區	66	19.70
14	臺北市永康街商圈	83	14.93	野柳	66	19.70
15	象山	82	14.75	駁二藝術特區	64	19.10
16	平溪	66	11.87	赤崁樓	63	18.81
17	松山文化創意園區	62	11.15	華山 1914 文化創意產業園區	60	17.91
18	行天宮	59	10.61	淡水	58	17.31
19	大安森林公園	58	10.43	愛河	46	13.73
20	貓空	56	10.07	礁溪	44	13.13

附表 3-10　受訪旅客遊覽景點所在縣市排名－依主要市場分

單位：人次；%

名次	全體 (樣本人數：6,660 人)			日本 (樣本人數：1,142 人)			大陸 (樣本人數：512 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	5,606	84.17	臺北市	991	86.78	臺北市	342	66.80
2	新北市	3,955	59.38	新北市	773	67.69	新北市	236	46.09
3	南投縣	1,105	16.59	高雄市	163	14.27	高雄市	155	30.27
4	高雄市	1,092	16.40	南投縣	130	11.38	南投縣	106	20.70
5	臺中市	1,042	15.65	臺中市	116	10.16	桃園市	93	18.16
6	宜蘭縣	732	10.99	臺南市	90	7.88	臺中市	82	16.02
7	臺南市	626	9.40	宜蘭縣	74	6.48	宜蘭縣	63	12.30
8	桃園市	613	9.20	嘉義縣	53	4.64	臺南市	57	11.13
9	嘉義縣	546	8.20	新竹市	37	3.24	嘉義縣	54	10.55
10	基隆市	489	7.34	嘉義市	36	3.15	新竹市	46	8.98
11	嘉義市	330	4.95	基隆市	34	2.98	嘉義市	44	8.59
12	新竹市	246	3.69	桃園市	34	2.98	基隆市	32	6.25
13	彰化縣	135	2.03	彰化縣	23	2.01	彰化縣	19	3.71
14	屏東縣	129	1.94	屏東縣	16	1.40	屏東縣	18	3.52
15	花蓮縣	119	1.79	新竹縣	5	0.44	花蓮縣	17	3.32
16	新竹縣	93	1.40	花蓮縣	5	0.44	新竹縣	16	3.13
17	臺東縣	74	1.11	苗栗縣	4	0.35	苗栗縣	11	2.15
18	苗栗縣	56	0.84	臺東縣	4	0.35	雲林縣	7	1.37
19	雲林縣	38	0.57	雲林縣	1	0.09	臺東縣	4	0.78
20	澎湖縣	15	0.23	澎湖縣	1	0.09	澎湖縣	1	0.20
21	金門縣	3	0.05	連江縣	1	0.09	金門縣	-	-
22	連江縣	1	0.02	金門縣	-	-	連江縣	-	-

附表 3-10　受訪旅客遊覽景點所在縣市排名－依主要市場分(續 1)

單位：人次；%

名次	韓國 (樣本人數：788 人)			香港.澳門 (樣本人數：994 人)			新南向主力 7 國 (樣本人數：1,988 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	761	96.57	臺北市	738	74.25	臺北市	1,726	86.82
2	新北市	612	77.66	新北市	493	49.60	新北市	1,221	61.42
3	南投縣	155	19.67	高雄市	261	26.26	南投縣	443	22.28
4	臺中市	146	18.53	臺南市	109	10.97	臺中市	422	21.23
5	宜蘭縣	115	14.59	宜蘭縣	97	9.76	桃園市	272	13.68
6	高雄市	80	10.15	南投縣	85	8.55	高雄市	256	12.88
7	嘉義縣	77	9.77	臺中市	83	8.35	基隆市	239	12.02
8	嘉義市	50	6.35	桃園市	72	7.24	宜蘭縣	224	11.27
9	臺南市	47	5.96	基隆市	60	6.04	嘉義縣	209	10.51
10	基隆市	39	4.95	嘉義縣	52	5.23	臺南市	146	7.34
11	桃園市	35	4.44	屏東縣	44	4.43	嘉義市	96	4.83
12	新竹市	27	3.43	嘉義市	26	2.62	新竹市	53	2.67
13	彰化縣	10	1.27	新竹縣	12	1.21	花蓮縣	40	2.01
14	雲林縣	8	1.02	新竹市	11	1.11	新竹縣	37	1.86
15	屏東縣	8	1.02	臺東縣	10	1.01	臺東縣	28	1.41
16	花蓮縣	8	1.02	彰化縣	9	0.91	彰化縣	24	1.21
17	苗栗縣	7	0.89	花蓮縣	8	0.80	屏東縣	24	1.21
18	臺東縣	7	0.89	苗栗縣	4	0.40	苗栗縣	19	0.96
19	新竹縣	4	0.51	雲林縣	4	0.40	雲林縣	8	0.40
20	澎湖縣	-	-	澎湖縣	2	0.20	澎湖縣	4	0.20
21	連江縣	-	-	金門縣	1	0.10	金門縣	1	0.05
22	金門縣	-	-	連江縣	-	-	連江縣	-	-

附表 3-10　受訪旅客遊覽景點所在縣市排名－依主要市場分(續完)

單位：人次；%

名次	美國 (樣本人數：556 人)			歐洲 (樣本人數：335 人)		
	縣市	人次	相對百分率	縣市	人次	相對百分率
1	臺北市	445	80.04	臺北市	302	90.15
2	新北市	230	41.37	新北市	187	55.82
3	臺中市	65	11.69	臺南市	78	23.28
4	南投縣	59	10.61	高雄市	67	20.00
5	高雄市	58	10.43	臺中市	54	16.12
6	桃園市	53	9.53	宜蘭縣	47	14.03
7	臺南市	52	9.35	南投縣	42	12.54
8	宜蘭縣	52	9.35	新竹市	28	8.36
9	基隆市	46	8.27	嘉義縣	26	7.76
10	嘉義縣	32	5.76	嘉義市	25	7.46
11	新竹市	24	4.32	桃園市	20	5.97
12	花蓮縣	19	3.42	基隆市	11	3.28
13	彰化縣	18	3.24	花蓮縣	11	3.28
14	嘉義市	18	3.24	彰化縣	5	1.49
15	臺東縣	13	2.34	澎湖縣	5	1.49
16	新竹縣	10	1.80	屏東縣	4	1.19
17	屏東縣	9	1.62	新竹縣	2	0.60
18	苗栗縣	6	1.08	臺東縣	1	0.30
19	雲林縣	3	0.54	苗栗縣	1	0.30
20	澎湖縣	-	-	雲林縣	1	0.30
21	金門縣	-	-	金門縣	-	-
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，各縣市加總超過 100%。
2.「-」表示無調查樣本。

附表 3-11　受訪旅客遊覽景點所在地區排名－依主要市場分

單位：人次；%

名次	全體 (樣本人數：6,660 人)			日本 (樣本人數：1,142 人)			大陸 (樣本人數：512 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	5,846	87.78	北部地區	1,010	88.44	北部地區	371	72.46
2	南部地區	1,596	23.96	南部地區	210	18.39	南部地區	219	42.77
3	中部地區	1,450	21.77	中部地區	169	14.80	中部地區	127	24.80
4	東部地區	177	2.66	東部地區	9	0.79	東部地區	20	3.91
5	離島地區	19	0.29	離島地區	2	0.18	離島地區	1	0.20

名次	韓國 (樣本人數：788 人)			香港.澳門 (樣本人數：994 人)			新南向主力 7 國 (樣本人數：1,988 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	773	98.10	北部地區	761	76.56	北部地區	1,795	90.29
2	中部地區	178	22.59	南部地區	297	29.88	中部地區	577	29.02
3	南部地區	107	13.58	中部地區	122	12.27	南部地區	455	22.89
4	東部地區	15	1.90	東部地區	17	1.71	東部地區	61	3.07
5	離島地區	-	-	離島地區	3	0.30	離島地區	5	0.25

名次	美國 (樣本人數：556 人)			歐洲 (樣本人數：335 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	498	89.57	北部地區	319	95.22
2	南部地區	112	20.14	南部地區	100	29.85
3	中部地區	110	19.78	中部地區	61	18.21
4	東部地區	26	4.68	東部地區	12	3.58
5	離島地區	-	-	離島地區	5	1.49

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，各地區加總超過 100%。

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：6,660 人)			日本 (樣本人數：1,142 人)			大陸 (樣本人數：512 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	1,697	25.48	寧夏夜市	558	48.86	士林夜市	143	27.93
2	寧夏夜市	1,679	25.21	饒河街夜市	282	24.69	饒河街夜市	117	22.85
3	士林夜市	1,570	23.57	士林夜市	147	12.87	寧夏夜市	80	15.63
4	臺中逢甲夜市	536	8.05	高雄六合夜市	76	6.65	高雄六合夜市	56	10.94
5	高雄六合夜市	474	7.12	南機場夜市	46	4.03	臺中逢甲夜市	55	10.74
6	宜蘭羅東夜市	320	4.80	臺中逢甲夜市	42	3.68	高雄瑞豐夜市	34	6.64
7	基隆廟口夜市	280	4.20	華西街夜市	34	2.98	臺中一中街夜市	24	4.69
8	南機場夜市	276	4.14	臺中一中街夜市	25	2.19	宜蘭羅東夜市	21	4.10
9	臺中一中街夜市	261	3.92	宜蘭羅東夜市	24	2.10	南機場夜市	18	3.52
10	高雄瑞豐夜市	194	2.91	高雄瑞豐夜市	22	1.93	臨江街夜市	17	3.32

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：788 人)			香港.澳門 (樣本人數：994 人)			新南向主力 7 國 (樣本人數：1,988 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	300	38.07	寧夏夜市	274	27.57	士林夜市	683	34.36
2	寧夏夜市	220	27.92	饒河街夜市	199	20.02	饒河街夜市	478	24.04
3	士林夜市	179	22.72	士林夜市	136	13.68	寧夏夜市	344	17.30
4	臺中逢甲夜市	76	9.64	高雄六合夜市	110	11.07	臺中逢甲夜市	233	11.72
5	宜蘭羅東夜市	53	6.73	南機場夜市	66	6.64	基隆廟口夜市	137	6.89
6	高雄六合夜市	53	6.73	高雄瑞豐夜市	65	6.54	高雄六合夜市	100	5.03
7	南機場夜市	47	5.96	宜蘭羅東夜市	40	4.02	宜蘭羅東夜市	98	4.93
8	臺中一中街夜市	42	5.33	臺南花園夜市	39	3.92	臺中一中街夜市	89	4.48
9	基隆廟口夜市	22	2.79	臺中一中街夜市	39	3.92	南機場夜市	69	3.47
10	華西街夜市	21	2.66	基隆廟口夜市	37	3.72	華西街夜市	54	2.72

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：556 人)			歐洲 (樣本人數：335 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	133	23.92	饒河街夜市	109	32.54
2	士林夜市	129	23.20	士林夜市	62	18.51
3	寧夏夜市	64	11.51	寧夏夜市	61	18.21
4	高雄六合夜市	29	5.22	臺中逢甲夜市	36	10.75
5	臨江街夜市	27	4.86	宜蘭羅東夜市	29	8.66
6	師大夜市	26	4.68	高雄六合夜市	22	6.57
7	宜蘭羅東夜市	25	4.50	臺中一中街夜市	11	3.28
8	臺中逢甲夜市	25	4.50	花蓮東大門夜市	10	2.99
9	基隆廟口夜市	22	3.96	基隆廟口夜市	8	2.39
10	華西街夜市	18	3.24	華西街夜市	7	2.09

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	15.81	38.18%	日月潭	10.95	52.00%	阿里山	10.55	79.63%
2	九份	42.55	23.18%	九份	55.25	43.11%	日月潭	19.73	37.62%
3	駁二藝術特區	10.87	21.69%	駁二藝術特區	10.25	20.51%	駁二藝術特區	17.58	34.44%
4	淡水	24.55	16.45%	淡水	24.17	17.75%	清境農場	11.52	32.20%
5	陽明山	11.52	13.69%	故宮博物院	29.51	15.43%	礁溪	11.72	25.00%
6	野柳	18.06	12.80%	北投	11.47	15.27%	故宮博物院	26.95	13.77%
7	故宮博物院	24.34	12.40%	平溪	40.19	11.98%	大溪	12.50	12.50%
8	平溪	32.45	12.12%	大稻埕	49.56	10.78%	淡水	26.17	11.19%
9	北投	13.20	11.49%	野柳	11.03	9.52%	平溪	24.61	8.73%
10	臺北101	60.59	9.69%	中山站商圈	41.94	6.68%	九份	31.64	8.64%

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			新南向主力 7 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	18.65	40.82%	九份	18.61	35.68%	阿里山	10.36	51.94%
2	野柳	41.12	26.54%	淡水	27.67	25.45%	日月潭	21.73	34.72%
3	淡水	25.25	21.61%	駁二藝術特區	16.90	24.40%	陽明山	15.19	17.22%
4	九份	66.12	17.85%	平溪	15.59	18.71%	九份	46.33	16.07%
5	礁溪	13.07	15.53%	西門町(含西門紅樓)	53.52	15.23%	淡水	25.45	12.85%
6	平溪	55.20	13.33%	北投	13.08	14.62%	臺北 101	68.71	12.01%
7	臺北 101	69.42	10.60%	信義計畫區商圈	36.52	13.50%	平溪	35.36	11.95%
8	西門町(含西門紅樓)	69.67	8.20%	大稻埕	28.97	12.15%	西門町(含西門紅樓)	64.54	11.69%
9	貓空	11.80	7.53%	臺北 101	41.65	7.97%	北投	11.87	8.90%
10	信義計畫區商圈	47.08	6.74%	夜市	85.41	6.60%	野柳	22.59	8.02%

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	北投	22.84	18.11%	安平古堡	22.99	44.16%
2	大稻埕	22.48	17.60%	故宮博物院	49.25	26.06%
3	平溪	11.87	16.67%	日月潭	11.64	25.64%
4	九份	19.96	14.41%	陽明山	10.45	22.86%
5	故宮博物院	32.19	13.41%	淡水	17.31	17.24%
6	臺北市永康街商圈	14.93	10.84%	九份	49.25	14.55%
7	貓空	10.07	10.71%	礁溪	13.13	13.64%
8	象山	14.75	9.76%	臺北101	80.90	9.96%
9	淡水	16.91	9.57%	野柳	19.70	7.58%
10	陽明山	26.80	8.72%	駁二藝術特區	19.10	6.25%

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：6,660 人)		日本 (樣本人數：1,142 人)		大陸 (樣本人數：512 人)	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
旅館	5,800	87.09	1,064	93.17	368	71.88
親友家	1,190	17.87	83	7.27	326	63.67
民宿	344	5.17	46	4.03	20	3.91
宿舍	45	0.68	3	0.26	12	2.34
寺廟.修道院或教會	9	0.14	-	-	-	-
租屋	2	0.03	-	-	-	-
其他	15	0.23	1	0.09	-	-

住宿地點	韓國 (樣本人數：788 人)		香港.澳門 (樣本人數：994 人)		新南向主力 7 國 (樣本人數：1,988 人)	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
旅館	765	97.08	901	90.64	1,684	84.71
親友家	19	2.41	115	11.57	357	17.96
民宿	16	2.03	50	5.03	95	4.78
宿舍	-	-	2	0.20	20	1.01
寺廟.修道院或教會	-	-	3	0.30	5	0.25
租屋	-	-	-	-	1	0.05
其他	-	-	4	0.40	-	-

住宿地點	美國 (樣本人數：556 人)		歐洲 (樣本人數：335 人)	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率
旅館	420	75.54	303	90.45
親友家	125	22.48	47	14.03
民宿	77	13.85	16	4.78
宿舍	7	1.26	-	-
寺廟.修道院或教會	1	0.18	-	-
租屋	1	0.18	-	-
其他	10	1.80	-	-

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 主力 7 國	美國	歐洲
住宿旅館整體滿意度	4.17	4.14	4.19	4.07	4.11	4.20	4.30	4.23
	0.57	0.57	0.45	0.54	0.52	0.61	0.60	0.56
住宿民宿整體滿意度	4.17	4.20	4.20	4.13	4.20	4.15	4.22	3.87
	0.62	0.54	0.52	0.96	0.73	0.60	0.50	0.62

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(20 人)、韓國(16 人)、歐洲(16 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：6,660 人)		日本 (樣本人數：1,142 人)		大陸 (樣本人數：512 人)	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
購物	6,227	93.50	1,078	94.40	478	93.36
逛夜市	5,802	87.12	1,027	89.93	444	86.72
參觀古蹟	4,301	64.58	784	68.65	282	55.08
按摩指壓	1,409	21.16	364	31.87	86	16.80
登山、健行	1,268	19.04	118	10.33	80	15.63
參觀展覽	1,061	15.93	124	10.86	66	12.89
泡溫泉浴	1,023	15.36	90	7.88	108	21.09
生態旅遊（含賞花、鳥、蝶等）	906	13.60	95	8.32	110	21.48
夜總會、PUB 活動	883	13.26	111	9.72	29	5.66
水域活動(含遊湖、潛水等)	875	13.14	137	12.00	111	21.68
休閒農場	796	11.95	65	5.69	92	17.97
遊樂園	504	7.57	23	2.01	69	13.48
參觀藝文表演活動(含演唱會)	391	5.87	34	2.98	28	5.47
參觀節慶活動（含宗教活動等）	233	3.50	26	2.28	22	4.30
部落觀光	188	2.82	21	1.84	26	5.08
觀光工廠	124	1.86	15	1.31	6	1.17
醫療保健	73	1.10	3	0.26	2	0.39
運動或賽事(含自行車旅遊等)	36	0.54	3	0.26	-	-
其他	34	0.51	2	0.18	-	-

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：788 人)		香港.澳門 (樣本人數：994 人)		新南向主力 7 國 (樣本人數：1,988 人)	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
購物	719	91.24	962	96.78	1,917	96.43
逛夜市	718	91.12	851	85.61	1,822	91.65
參觀古蹟	572	72.59	481	48.39	1,362	68.51
按摩指壓	201	25.51	116	11.67	312	15.69
登山、健行	88	11.17	94	9.46	459	23.09
參觀展覽	86	10.91	83	8.35	372	18.71
泡溫泉浴	89	11.29	136	13.68	344	17.30
生態旅遊（含賞花、鳥、蝶等）	136	17.26	71	7.14	326	16.40
夜總會、PUB 活動	77	9.77	64	6.44	322	16.20
水域活動(含遊湖、潛水等)	87	11.04	193	19.42	227	11.42
休閒農場	85	10.79	57	5.73	284	14.29
遊樂園	61	7.74	29	2.92	209	10.51
參觀藝文表演活動(含演唱會)	40	5.08	49	4.93	111	5.58
參觀節慶活動（含宗教活動等）	12	1.52	39	3.92	85	4.28
部落觀光	28	3.55	10	1.01	51	2.57
觀光工廠	17	2.16	2	0.20	37	1.86
醫療保健	-	-	39	3.92	7	0.35
運動或賽事(含自行車旅遊等)	1	0.13	11	1.11	6	0.30
其他	5	0.63	13	1.31	7	0.35

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：556 人)		歐洲 (樣本人數：335 人)	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率
購物	472	84.89	287	85.67
逛夜市	417	75.00	249	74.33
參觀古蹟	371	66.73	215	64.18
按摩指壓	224	40.29	40	11.94
登山、健行	254	45.68	71	21.19
參觀展覽	223	40.11	58	17.31
泡溫泉浴	141	25.36	43	12.84
生態旅遊（含賞花、鳥、蝶等）	75	13.49	38	11.34
夜總會、PUB 活動	189	33.99	43	12.84
水域活動(含遊湖、潛水等)	55	9.89	28	8.36
休閒農場	91	16.37	49	14.63
遊樂園	30	5.40	25	7.46
參觀藝文表演活動(含演唱會)	75	13.49	23	6.87
參觀節慶活動（含宗教活動等）	30	5.40	8	2.39
部落觀光	33	5.94	6	1.79
觀光工廠	41	7.37	1	0.30
醫療保健	16	2.88	2	0.60
運動或賽事(含自行車旅遊等)	8	1.44	2	0.60
其他	4	0.72	3	0.90

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支出金額－依主要市場分

單位：美元；%

金額 百分比	總人數 (人)	總計	來臺支出項目					
			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	6,660	185.14	77.43	39.19	17.37	9.95	7.28	33.92
		100.00%	41.82%	21.17%	9.38%	5.38%	3.93%	18.32%
日　　本	1,142	195.98	89.39	41.13	17.05	10.15	7.33	30.93
		100.00%	45.61%	20.99%	8.70%	5.18%	3.74%	15.78%
大　　陸	512	155.92	57.22	33.97	13.04	5.50	9.18	37.01
		100.00%	36.70%	21.79%	8.36%	3.52%	5.89%	23.74%
韓　　國	788	206.41	87.35	45.87	19.16	11.47	6.46	36.10
		100.00%	42.32%	22.22%	9.28%	5.56%	3.13%	17.49%
香港．澳門	994	187.71	71.65	40.05	13.97	8.60	11.19	42.25
		100.00%	38.17%	21.34%	7.44%	4.58%	5.96%	22.51%
新南向主力 7 國	1,988	163.24	64.14	35.30	16.55	8.44	4.63	34.18
		100.00%	39.29%	21.62%	10.14%	5.17%	2.84%	20.94%
美　　國	556	242.84	109.74	46.03	25.40	17.36	8.77	35.54
		100.00%	45.19%	18.95%	10.46%	7.15%	3.61%	14.64%
歐　　洲	335	203.67	100.43	41.69	22.78	12.51	7.30	18.96
		100.00%	49.31%	20.47%	11.19%	6.14%	3.58%	9.31%

附表 3-18　受訪旅客平均每人每日購物費細項支出金額－依主要市場分

購物費支出項目	全體		日本		大陸	
	支出金額(美元)	百分比	支出金額(美元)	百分比	支出金額(美元)	百分比
總計	33.92	100.00%	30.93	100.00%	37.01	100.00%
服飾或相關配件	6.32	18.63%	2.32	7.50%	10.07	27.21%
珠寶或玉器類	0.65	1.92%	0.28	0.91%	0.46	1.24%
紀念品或手工藝品類	4.40	12.97%	4.95	16.00%	2.32	6.27%
化妝品或香水類	1.76	5.19%	0.43	1.39%	2.12	5.73%
名產或特產	13.79	40.65%	15.14	48.95%	13.22	35.72%
煙或酒類	1.76	5.19%	0.92	2.97%	2.75	7.43%
藥品類或健康食品	0.69	2.03%	0.40	1.29%	1.29	3.49%
電子或電器產品	0.44	1.30%	0.08	0.26%	0.44	1.19%
茶葉	3.67	10.82%	6.33	20.47%	4.32	11.67%
其他	0.44	1.30%	0.08	0.26%	0.02	0.05%

附表 3-18　受訪旅客平均每人每日購物費細項支出金額－依主要市場分(續 1)

購物費支出項目	韓國		香港.澳門		新南向主力 7 國	
	支出金額(美元)	百分比	支出金額(美元)	百分比	支出金額(美元)	百分比
總計	36.10	100.00%	42.25	100.00%	34.18	100.00%
服飾或相關配件	3.28	9.09%	7.50	17.75%	9.76	28.56%
珠寶或玉器類	0.15	0.41%	0.27	0.64%	0.89	2.60%
紀念品或手工藝品類	5.58	15.46%	3.86	9.14%	4.01	11.73%
化妝品或香水類	0.37	1.02%	1.84	4.36%	3.49	10.21%
名產或特產	17.74	49.14%	21.82	51.64%	11.65	34.08%
煙或酒類	4.98	13.80%	0.55	1.30%	0.93	2.72%
藥品類或健康食品	0.92	2.55%	0.82	1.94%	0.49	1.44%
電子或電器產品	0.04	0.11%	0.08	0.19%	0.91	2.66%
茶葉	2.79	7.73%	3.70	8.76%	1.91	5.59%
其他	0.25	0.69%	1.81	4.28%	0.14	0.41%

附表 3-18　受訪旅客平均每人每日購物費細項支出金額－依主要市場分(續完)

購物費支出項目	美國		歐洲	
	支出金額(美元)	百分比	支出金額(美元)	百分比
總計	35.54	100.00%	18.96	100.00%
服飾或相關配件	5.47	15.39%	1.54	8.12%
珠寶或玉器類	2.57	7.23%	0.18	0.95%
紀念品或手工藝品類	5.87	16.52%	4.79	25.26%
化妝品或香水類	1.36	3.83%	0.40	2.11%
名產或特產	8.20	23.07%	6.32	33.33%
煙或酒類	3.58	10.07%	1.53	8.07%
藥品類或健康食品	1.48	4.17%	0.31	1.64%
電子或電器產品	0.59	1.66%	0.57	3.01%
茶葉	6.27	17.64%	2.27	11.97%
其他	0.15	0.42%	1.05	5.54%

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	6,660	100.00	1,142	100.00	512	100.00
是	1,715	25.75	207	18.13	150	29.30
否	4,945	74.25	935	81.87	362	70.70

是否使用購物退稅服務	韓國		香港.澳門		新南向主力 7 國	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	788	100.00	994	100.00	1,988	100.00
是	169	21.45	220	22.13	640	32.19
否	619	78.55	774	77.87	1,348	67.81

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	556	100.00	335	100.00
是	205	36.87	43	12.84
否	351	63.13	292	87.16

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	1,715	100.00	207	100.00	150	100.00
是	1,708	99.59	207	100.00	150	100.00
否	7	0.41	-	-	-	-

購物退稅手續是否簡便	韓國		香港.澳門		新南向主力7國	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	169	100.00	220	100.00	640	100.00
是	168	99.41	218	99.09	637	99.53
否	1	0.59	2	0.91	3	0.47

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	205	100.00	43	100.00
是	204	99.51	43	100.00
否	1	0.49	-	-

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：6,660 人)		日本 (樣本人數：1,142 人)		大陸 (樣本人數：512 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	5,848	87.81	1,011	88.53	463	90.43
逛夜市	5,170	77.63	902	78.98	416	81.25
自然風光	4,213	63.26	638	55.87	300	58.59
人情味濃厚	3,594	53.96	745	65.24	305	59.57
歷史古蹟	2,567	38.54	438	38.35	181	35.35
便利商店	2,420	36.34	141	12.35	234	45.70
都會不夜城	2,003	30.08	338	29.60	105	20.51
地方特產	1,808	27.15	215	18.83	134	26.17
泡溫泉	738	11.08	54	4.73	88	17.19
宗教文化	597	8.96	98	8.58	59	11.52
景點	521	7.82	82	7.18	40	7.81
節慶活動或表演(含演唱會)	151	2.27	7	0.61	23	4.49
單車賞景	149	2.24	9	0.79	10	1.95
原住民文化	147	2.21	20	1.75	5	0.98
書店	147	2.21	10	0.88	18	3.52
醫療保健	127	1.91	4	0.35	4	0.78
旅館(或民宿)住宿體驗	70	1.05	14	1.23	3	0.59
其他	52	0.78	4	0.35	2	0.39

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：788 人)		香港.澳門 (樣本人數：994 人)		新南向主力 7 國 (樣本人數：1,988 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	720	91.37	935	94.06	1,654	83.20
逛夜市	580	73.60	787	79.18	1,663	83.65
自然風光	466	59.14	540	54.33	1,480	74.45
人情味濃厚	190	24.11	521	52.41	1,041	52.36
歷史古蹟	298	37.82	290	29.18	759	38.18
便利商店	226	28.68	302	30.38	907	45.62
都會不夜城	203	25.76	185	18.61	684	34.41
地方特產	205	26.02	280	28.17	612	30.78
泡溫泉	66	8.38	111	11.17	249	12.53
宗教文化	64	8.12	82	8.25	154	7.75
景點	30	3.81	25	2.52	120	6.04
節慶活動或表演(含演唱會)	4	0.51	43	4.33	44	2.21
單車賞景	5	0.63	32	3.22	64	3.22
原住民文化	9	1.14	29	2.92	44	2.21
書店	13	1.65	10	1.01	37	1.86
醫療保健	4	0.51	35	3.52	46	2.31
旅館(或民宿)住宿體驗	6	0.76	12	1.21	25	1.26
其他	2	0.25	24	2.41	5	0.25

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：556 人)		歐洲 (樣本人數：335 人)	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率
美食佳餚	434	78.06	313	93.43
逛夜市	345	62.05	229	68.36
自然風光	400	71.94	183	54.63
人情味濃厚	415	74.64	188	56.12
歷史古蹟	311	55.94	148	44.18
便利商店	302	54.32	136	40.60
都會不夜城	213	38.31	136	40.60
地方特產	225	40.47	37	11.04
泡溫泉	113	20.32	21	6.27
宗教文化	88	15.83	19	5.67
景點	177	31.83	15	4.48
節慶活動或表演(含演唱會)	19	3.42	5	1.49
單車賞景	24	4.32	2	0.60
原住民文化	32	5.76	9	2.69
書店	42	7.55	2	0.60
醫療保健	29	5.22	1	0.30
旅館(或民宿)住宿體驗	3	0.54	1	0.30
其他	2	0.36	11	3.28

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	4.29	0.64	4.17	0.57	3.98	0.83
	通訊/網路便利	4.57	0.58	4.53	0.55	4.65	0.51
	旅遊資訊取得方便	4.59	0.54	4.55	0.52	4.68	0.48
	境內交通便利	4.69	0.49	4.64	0.50	4.71	0.48
觀光環境國際化	路標及公共設施牌示易懂	4.39	0.62	4.16	0.51	4.70	0.50
	旅遊環境語言溝通良好	4.28	0.77	4.03	0.64	4.84	0.39
	臺灣民眾態度友善	4.72	0.48	4.71	0.49	4.88	0.35
環境安全性	遊憩環境安全	4.66	0.51	4.57	0.55	4.81	0.40
	社會治安良好	4.70	0.48	4.62	0.51	4.84	0.37
	住宿設施安全	4.63	0.53	4.56	0.56	4.78	0.44
	餐飲衛生良好	4.46	0.61	4.21	0.65	4.71	0.46
整體	來臺整體滿意度	4.62	0.50	4.53	0.50	4.73	0.45

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		新南向主力 7 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	4.14	0.57	4.15	0.69	4.50	0.56
	通訊/網路便利	4.43	0.59	4.67	0.51	4.59	0.60
	旅遊資訊取得方便	4.51	0.53	4.67	0.49	4.60	0.56
	境內交通便利	4.61	0.51	4.78	0.45	4.71	0.47
觀光環境國際化	路標及公共設施牌示易懂	4.03	0.68	4.71	0.51	4.42	0.61
	旅遊環境語言溝通良好	3.63	0.85	4.85	0.37	4.29	0.76
	臺灣民眾態度友善	4.55	0.56	4.84	0.40	4.69	0.49
環境安全性	遊憩環境安全	4.50	0.55	4.71	0.50	4.72	0.49
	社會治安良好	4.54	0.50	4.81	0.41	4.74	0.47
	住宿設施安全	4.50	0.53	4.64	0.55	4.68	0.51
	餐飲衛生良好	4.13	0.67	4.55	0.53	4.62	0.52
整體	來臺整體滿意度	4.44	0.51	4.68	0.48	4.66	0.49

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	4.41	0.66	4.36	0.50
	通訊/網路便利	4.37	0.71	4.72	0.47
	旅遊資訊取得方便	4.37	0.66	4.70	0.46
	境內交通便利	4.55	0.58	4.73	0.47
觀光環境國際化	路標及公共設施牌示易懂	4.33	0.65	4.31	0.51
	旅遊環境語言溝通良好	4.27	0.68	3.99	0.72
	臺灣民眾態度友善	4.66	0.52	4.79	0.41
環境安全性	遊憩環境安全	4.57	0.53	4.70	0.51
	社會治安良好	4.57	0.58	4.73	0.44
	住宿設施安全	4.54	0.56	4.74	0.45
	餐飲衛生良好	4.51	0.58	4.34	0.65
整體	來臺整體滿意度	4.53	0.54	4.71	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 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	6,660	6,617	4,139	2,478	43	-	-	-
	100.00	99.36	62.15	37.21	0.64	-	-	-
日本	1,142	1,141	603	538	1	-	-	-
	100.00	99.91	52.80	47.11	0.09	-	-	-
大陸	512	510	377	133	2	-	-	-
	100.00	99.61	73.63	25.98	0.39	-	-	-
韓國	788	783	352	431	5	-	-	-
	100.00	99.37	44.67	54.70	0.63	-	-	-
香港．澳門	994	988	684	304	6	-	-	-
	100.00	99.39	68.81	30.58	0.61	-	-	-
新南向主力7國	1,988	1,971	1,331	640	17	-	-	-
	100.00	99.14	66.95	32.19	0.86	-	-	-
美國	556	545	303	242	11	-	-	-
	100.00	98.03	54.50	43.53	1.97	-	-	-
歐洲	335	334	239	95	1	-	-	-
	100.00	99.70	71.34	28.36	0.30	-	-	-

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	6,660	100.00	1,142	100.00	512	100.00
會	6,644	99.76	1,136	99.47	512	100.00
不會	16	0.24	6	0.53	-	-
會再度訪臺的主要目的						
總計	6,644	100.00	1,136	100.00	512	100.00
度假、休閒、遊憩	4,941	74.37	990	87.15	166	32.42
業務	671	10.10	62	5.46	89	17.38
國際會議或展覽	85	1.28	11	0.97	3	0.58
探親或訪友	871	13.11	69	6.07	252	49.22
求學	13	0.19	1	0.09	-	-
醫療	46	0.69	1	0.09	1	0.20
其他	17	0.26	2	0.17	1	0.20
是否會推薦親友來臺灣旅遊						
總計	6,660	100.00	1,142	100.00	512	100.00
會	6,652	99.88	1,140	99.82	510	99.61
不會	8	0.12	2	0.18	2	0.39

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		新南向主力 7 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	788	100.00	994	100.00	1,988	100.00
會	781	99.11	994	100.00	1,987	99.95
不會	7	0.89	-	-	1	0.05
會再度訪臺的主要目的						
總計	781	100.00	994	100.00	1,987	100.00
度假、休閒、遊憩	692	88.60	838	84.31	1,521	76.55
業務	62	7.94	34	3.42	182	9.16
國際會議或展覽	6	0.77	9	0.90	24	1.21
探親或訪友	20	2.56	82	8.25	253	12.73
求學	-	-	1	0.10	4	0.20
醫療	-	-	28	2.82	1	0.05
其他	1	0.13	2	0.20	2	0.10
是否會推薦親友來臺灣旅遊						
總計	788	100.00	994	100.00	1,988	100.00
會	785	99.62	994	100.00	1,987	99.95
不會	3	0.38	-	-	1	0.05

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	556	100.00	335	100.00
會	554	99.64	335	100.00
不會	2	0.36	-	-
會再度訪臺的主要目的				
總計	554	100.00	335	100.00
度假、休閒、遊憩	318	57.40	207	61.79
業務	105	18.95	77	22.99
國際會議或展覽	20	3.61	7	2.09
探親或訪友	84	15.16	43	12.84
求學	6	1.08	-	-
醫療	15	2.71	-	-
其他	6	1.09	1	0.29
是否會推薦親友來臺灣旅遊				
總計	556	100.00	335	100.00
會	556	100.00	335	100.00
不會	-	-	-	-

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	655	4.36	0.50
日本	131	4.37	0.52
大陸	-	-	-
韓國	160	4.20	0.40
香港.澳門	55	4.15	0.36
新南向主力7國	249	4.51	0.50
美國	33	4.14	0.55
歐洲	9	4.78	0.44

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 114 年底，中國尚未開放陸方團客來臺。

4.歐洲(9 人)觀光團體旅客樣本數不足 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：6,660 人)		日本 (樣本人數：1,142 人)		大陸 (樣本人數：512 人)	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
捷運	5,274	79.19	928	81.26	440	85.94
計程車	3,216	48.29	557	48.77	283	55.27
臺鐵	2,660	39.94	528	46.23	166	32.42
公民營客運	2,411	36.20	359	31.44	157	30.66
Uber(多元化計程車)	1,245	18.69	179	15.67	63	12.30
高鐵	980	14.71	127	11.12	105	20.51
遊覽車	872	13.09	175	15.32	16	3.13
船舶	375	5.63	68	5.95	37	7.23
公共自行車	293	4.40	14	1.23	10	1.95
小客車租賃	249	3.74	4	0.35	3	0.59
飛機	24	0.36	1	0.09	-	-
其他	989	14.85	79	6.92	248	48.44

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：788 人)		香港.澳門 (樣本人數：994 人)		新南向主力 7 國 (樣本人數：1,988 人)	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率	人次	相對百分率
捷運	566	71.83	872	87.73	1,543	77.62
計程車	426	54.06	437	43.96	910	45.77
臺鐵	284	36.04	308	30.99	928	46.68
公民營客運	312	39.59	292	29.38	813	40.90
Uber(多元化計程車)	119	15.10	161	16.20	364	18.31
高鐵	52	6.60	63	6.34	278	13.98
遊覽車	209	26.52	67	6.74	344	17.30
船舶	48	6.09	70	7.04	92	4.63
公共自行車	3	0.38	29	2.92	157	7.90
小客車租賃	14	1.78	54	5.43	135	6.79
飛機	2	0.25	3	0.30	6	0.30
其他	43	5.46	128	12.88	181	9.10

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：556 人)		歐洲 (樣本人數：335 人)	
	人次	相對百分率	人次	相對百分率
捷運	407	73.20	241	71.94
計程車	221	39.75	185	55.22
臺鐵	190	34.17	123	36.72
公民營客運	207	37.23	119	35.52
Uber(多元化計程車)	202	36.33	86	25.67
高鐵	157	28.24	106	31.64
遊覽車	16	2.88	22	6.57
船舶	27	4.86	15	4.48
公共自行車	54	9.71	11	3.28
小客車租賃	20	3.60	9	2.69
飛機	1	0.18	5	1.49
其他	138	24.82	66	19.70

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	6,660	4.56	0.53
日本	1,142	4.43	0.53
大陸	512	4.56	0.52
韓國	788	4.37	0.55
香港.澳門	994	4.55	0.55
新南向主力7國	1,988	4.69	0.49
美國	556	4.60	0.52
歐洲	335	4.57	0.50

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 3-28　受訪旅客是否將低碳環保納為選擇旅遊服務的評估因素－依主要市場分

單位：人；%

是否將低碳環保納為選擇旅遊服務的評估因素	樣本人數	納為選擇旅遊服務的評估因素比率
全體	6,660	34.25
日本	1,142	22.07
大陸	512	15.23
韓國	788	28.93
香港.澳門	994	27.67
新南向主力7國	1,988	47.79
美國	556	61.33
歐洲	335	21.19