

中華民國 108 年來臺旅客消費及動向調查

摘要

交通部觀光局為瞭解來臺旅客旅遊動機、動向、消費情形、觀感及意見，以供相關單位研擬國際觀光宣傳與行銷策略、提昇國內觀光服務品質與國際旅遊觀光競爭力之參考，並作為估算觀光外匯收入之依據，辦理「108 年來臺旅客消費及動向調查」，分別在臺灣桃園國際機場、高雄國際航空站、臺北松山機場及臺中航空站現場訪問離境旅客。

本調查對象為 108 年 1 月 1 日至 12 月 31 日入境之外籍與華僑旅客(含大陸旅客，不含過境之外籍與華僑旅客)，採用「配額抽樣法」抽樣，取樣時盡量符合作業標準及樣本特徵之控制，以達隨機性及樣本代表性。本調查 108 年有效樣本數為 8,562 人。

茲將其主要調查結果區分為「來臺旅遊市場相關指標」、「旅遊決策分析」、「旅遊動向分析」、「消費概況」、「滿意度分析」、「基本資料分析」及「分析發現」七部分摘述如下：

壹、來臺旅遊市場相關指標值

1,186.4 萬人次... 來臺旅客人次，較上年增加 7.21%

6.20 夜..... 來臺旅客平均停留夜數，較上年減少 0.26 夜

195.91 美元..... 來臺旅客平均每人每日消費，較上年增加 2.20%

144.11 億美元..... 觀光外匯收入，較上年增加 5.15%

1,215 美元..... 來臺旅客平均每人每次消費，較上年減少 1.86%

98%..... 來臺旅客整體滿意度，較上年增加 1 個百分點

42%..... 近 3 年旅客來臺重遊比率，較上年增加 1 個百分點

表 1 106 至 108 年來臺旅遊市場相關指標值

指標	108 年	107 年	106 年
來臺旅客人次	11,864,105 人次	11,066,707 人次	10,739,601 人次
來臺旅客 平均停留夜數	6.20 夜	6.46 夜	6.39 夜
來臺旅客 平均每人每日消費	195.91 美元 (新臺幣 6,059 元)	191.70 美元 (新臺幣 5,781 元)	179.45 美元 (新臺幣 5,462 元)
觀光外匯收入 (不含國際機票費)	144.11 億美元 (新臺幣 4,456.49 億元)	137.05 億美元 (新臺幣 4,132.82 億元)	123.15 億美元 (新臺幣 3,748.55 億元)
來臺旅客 平均每人每次消費	1,215 美元 (新臺幣 37,563 元)	1,238 美元 (新臺幣 37,345 元)	1,147 美元 (新臺幣 34,904 元)
來臺旅客 整體滿意度	98.33%	97.38%	97.58%
旅客來臺重遊比率	42.22%	41.05%	40.83%

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. 108 年新台幣對美元平均匯率為 30.925，107 年為 30.156，106 年為 30.439，資料來源為中央銀行官網。

貳、旅遊決策分析

一、七成六旅客來臺主要目的為觀光，五成八旅客為近3年首次來臺。

受訪旅客來臺主要目的以觀光為最多，占 75.66%，其次依序為探親或訪友(占 12.06%)、業務(占 9.27%)、國際會議或展覽(占 0.98%)等。近3年來臺次數以第1次比率最高，占 57.78%，其次依序為第2次(占 17.43%)、5次以上(占 11.59%)等。

表 2 108 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	8,562	100.00
觀光	6,478	75.66
業務	794	9.27
國際會議或展覽	84	0.98
探親或訪友	1,033	12.06
求學	43	0.50
醫療	31	0.36
其他	99	1.16

表 3 108 年受訪旅客最近3年來臺次數

單位：%

最近3年來臺次數	百分比
總計	100.00
第 1 次	57.78
第 2 次	17.43
第 3 次	9.83
第 4 次	3.38
5 次 以 上	11.59

二、九成六旅客在臺期間有上網，上網方式以「Free WiFi」為最多。

受訪旅客在臺期間有上網的比率高達九成六，上網方式以 Free WiFi 為最多(每百人次有 72 人次)，其次依序為預付卡(SIM)(每百人次有 47 人次)、國際漫遊(每百人次有 18 人次)、分享器(Router)(每百人次有 16 人次)。

表 4 108 年受訪旅客在臺期間上網方式

單位：人次/百人次

上網方式	相對次數
Free WiFi	71.92
iTaiwan Free WiFi	6.27
其他 Free WiFi	70.90
預付卡(SIM)	47.34
國際漫遊	17.82
分享器(Router)	16.29

註：本表已扣除未上網者。本題為複選題，

三、六成六觀光目的旅客來臺前曾看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導，資訊來源以親朋好友口碑宣傳、網際網路(含社交群組)、旅行社宣傳行程、摺頁及電視、電台影響旅客決定來臺觀光之程度較高。

來臺主要或次要目的為觀光的 7,614 位觀光目的受訪旅客中，來臺前曾看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導者占 65.80%，其主要來源依序為網際網路(含社交群組)(每百人次有 69 人次)、親朋好友口碑宣傳(每百人次有 34 人次)、電視電台(每百人次有 22 人次)、旅行社宣傳行程、摺頁(每百人次有 20 人次)、報章雜誌(每百人次有 12 人次)等。

各居住地觀光目的旅客來臺前看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導者，以越南(79.84%)、泰國(79.01%)、新加坡(75.55%)、菲律賓(75.35%)、日本(74.94%)、印尼(73.87%)、馬來西亞(70.45%)、大陸(65.63%)、香港、澳門(59.97%)及韓國(56.93%)旅客看過者比率高。

各資訊來源中，以親朋好友口碑宣傳、網際網路(含社交群組)、旅行社宣傳行程、摺頁及電視、電台等 4 個管道，影響觀光目的旅客決定來臺觀光程度較高(平均數皆大於 3.50)。

表 5 108 年觀光目的受訪旅客來臺前看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導比率

單位：%

是否看過	總計	是	否
百分比	100.00	65.80	34.20

註：「觀光目的受訪旅客」係指主要或次要目的為觀光之受訪旅客。

表6 108年觀光目的受訪旅客受臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導影響決定來臺觀光程度

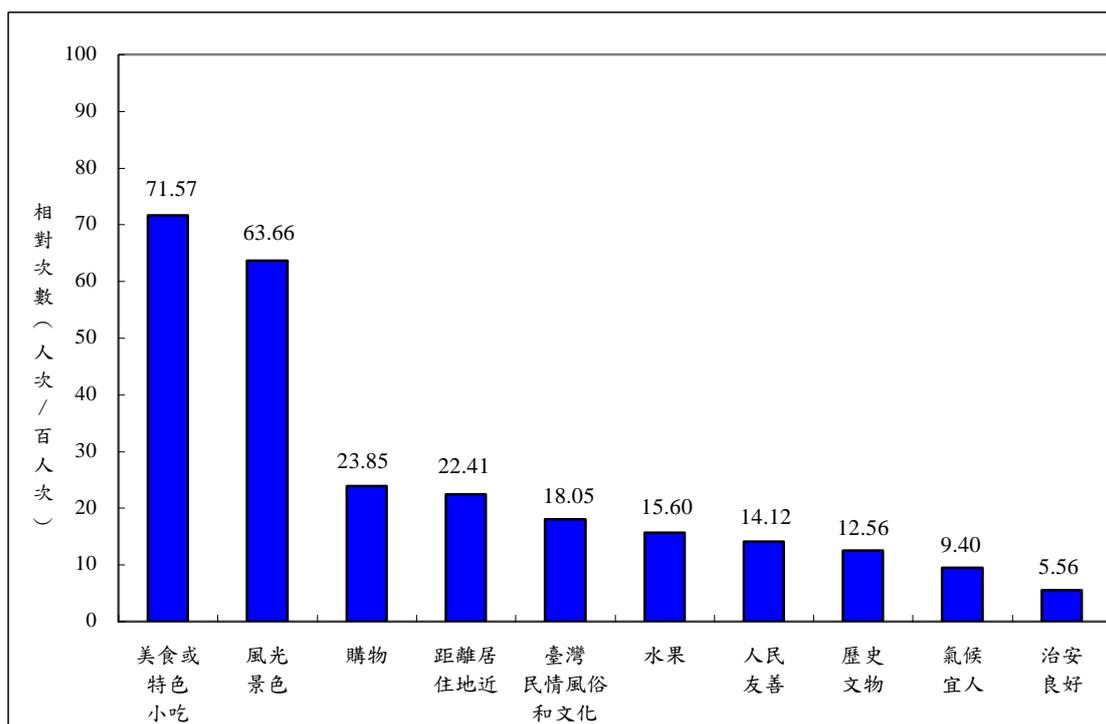
資訊來源	報章雜誌		地鐵、巴士、航空站等交通運具及場站		電視電台		國際旅遊展覽或特殊活動		戶外廣告或看板		旅行社宣傳行程摺頁		親朋好友口碑宣傳		網際網路(含社交群組)	
	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差
影響程度	3.40	1.07	2.92	1.39	3.61	1.19	3.34	1.13	3.38	1.33	3.93	1.34	4.46	0.84	4.39	0.92

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

2.本題「觀光目的受訪旅客」係指主要或次要目的為觀光之受訪旅客。

四、美食或特色小吃與風光景色為吸引觀光目的旅客來臺觀光最主要因素。

吸引觀光目的旅客來臺觀光因素依序為美食或特色小吃(每百人次有 72 人次)、風光景色(每百人次有 64 人次)、購物(每百人次有 24 人次)、距離居住地近(每百人次有 22 人次)、臺灣民情風俗和文化(每百人次有 18 人次)、水果(每百人次有 16 人次)及人民友善(每百人次有14 人次)等。



註：本題「吸引觀光目的(主要或次要目的為觀光)受訪旅客來臺觀光因素」為複選題。

圖1 108年吸引觀光目的旅客來臺觀光前十大因素

五、一成八旅客來臺旅行安排方式為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」。

受訪旅客來臺旅行安排方式以「自行規劃行程，請旅行社代訂住宿地點(及機票)」者最多(占 46.08%)，「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安排的旅遊行程」(占 31.89%)次之，而「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」(18.33%)位居第三。

就主要目的而言，觀光主要目的旅客以「自行規劃行程，請旅行社代訂住宿地點(及機票)」者為主，占 45.68%；業務主要目的旅客以「自行規劃行程，請旅行社代訂住宿地點(及機票)」者為主，占 60.96%。

表 7 108 年受訪旅客旅行安排方式—依來臺主要目的分

單位：%

列百分比	總計	觀光團體	非觀光團體			
		參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦	自行規劃行程，由旅行社包辦	自行規劃行程，請旅行社代訂住宿地點(及機票)	未請旅行社代訂住宿地點及機票，抵達後未曾參加本地旅行社安排的旅遊行程	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安排的旅遊行程
全體	100.00	18.33	2.18	46.08	1.53	31.89
觀光	100.00	24.22	2.53	45.68	1.91	25.66
業務	100.00	-	0.25	60.96	0.25	38.54
國際會議或展覽	100.00	-	3.57	72.62	-	23.81
探親或訪友	100.00	-	-	33.59	0.39	66.02
求學	100.00	-	9.30	37.21	-	53.49
醫療	100.00	-	3.23	58.06	-	38.71
其他	100.00	-	13.13	60.61	1.01	25.25

註：1. 「-」表示無調查樣本。

2. 其他主要目的因未再細分，其數值僅供參考。

參、旅遊動向分析

一、六成六觀光主要目的旅客為近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57.78%，其中觀光主要目的旅客首次來臺比率為66.27%，業務主要目的旅客首次來臺比率為30.23%，國際會議或展覽主要目的首次來臺比率為45.24%。

表8 108年受訪旅客近3年首次來臺比率—依來臺主要目的分

目的別		首次來臺比率	單位：%
全體		57.78	
觀光		66.27	
業務		30.23	
國際會議或展覽		45.24	
探親或訪友		29.91	
求學		60.47	
醫療		32.26	
其他		31.31	

二、夜市、臺北101、西門町、九份、故宮博物院及中正紀念堂為旅客主要遊覽景點。

受訪旅客主要遊覽景點依序為夜市(每百人次有80人次)、臺北101(每百人次有52人次)、西門町(每百人次有42人次)、九份(每百人次有37人次)、故宮博物院(每百人次有31人次)、中正紀念堂(每百人次有31人次)等。

旅客遊覽觀光夜市以到訪士林夜市者最多(每百人次有41人次)，寧夏夜市次之(每百人次有14人次)。

表9 108年受訪旅客主要遊覽景點排名

單位：人次/百人次					
名次	遊覽景點	相對次數	名次	遊覽景點	相對次數
1	夜市	79.82	6	中正紀念堂	30.88
2	臺北101	52.27	7	日月潭	20.63
3	西門町	41.71	8	野柳	20.18
4	九份	36.87	9	淡水	19.54
5	故宮博物院	30.93	10	艋舺龍山寺	19.32

註：本表依受訪旅客曾遊覽過印象較深刻之景點(最多15個)整理。

三、墾丁國家公園為旅客最喜歡的景點。

受訪旅客於遊覽景點中僅選擇一個最喜歡的景點，則以墾丁國家公園最獲喜愛(喜歡比率為 25.56%)，其次依序為日月潭、九份、阿里山、太魯閣、天祥、平溪等，喜歡比率皆在 21% 以上。

表 10 108 年受訪旅客最喜歡景點排名

名次	最喜歡景點	到訪相對 次數(人次 /百人次)	喜歡 比率	名次	最喜歡景點	到訪相對 次數(人次 /百人次)	喜歡 比率
1	墾丁國家公園	16.63	25.56%	6	平溪	18.00	21.03%
2	日月潭	20.63	25.42%	7	野柳	20.18	20.43%
3	九份	36.87	23.60%	8	淡水	19.54	18.17%
4	阿里山	13.48	22.88%	9	故宮博物院	30.93	14.39%
5	太魯閣、天祥	16.95	22.61%	10	西門町	41.71	13.89%

註：1.本題「最喜歡景點」僅能就曾經遊覽過的景點中選一個。

2.喜歡比率=(最喜歡該景點人數/曾遊覽過該景點人數)×100%。

3.喜歡比率之排序以景點到訪相對次數達 10(人次/每百人次)以上者計算。

四、臺北市為旅客主要遊覽景點所在縣市。

受訪旅客主要遊覽景點所在縣市依序為臺北市(每百人次有 84 人次)、新北市(每百人次有 57 人次)、南投縣(每百人次有 23 人次)、高雄市(每百人次有 22 人次)、花蓮縣(每百人次有 18 人次)、屏東縣(每百人次有 17 人次)、臺中市(每百人次有 15 人次)、嘉義縣(每百人次有 14 人次)等。

表 11 108 年受訪旅客遊覽景點所在縣市排名

單位：人次/百人次					
名次	縣市	相對次數	名次	縣市	相對次數
1	臺北市	83.74	12	基隆市	2.15
2	新北市	56.88	13	桃園市	1.99
3	南投縣	22.79	14	新竹縣	0.86
4	高雄市	22.40	15	彰化縣	0.84
5	花蓮縣	18.16	16	新竹市	0.51
6	屏東縣	17.13	17	嘉義市	0.48
7	臺中市	14.62	18	苗栗縣	0.40
8	嘉義縣	13.57	19	雲林縣	0.22
9	臺東縣	7.36	20	澎湖縣	0.09
10	臺南市	4.63	21	金門縣	0.06
11	宜蘭縣	3.01	22	連江縣	0.01

註：本表依受訪旅客曾遊覽過景點之所在縣市整理。

表 12 108 年受訪旅客遊覽景點所在地區排名

單位：人次/百人次

名次	地區	相對次數
1	北 部 地 區	85.93
2	南 部 地 區	30.04
3	中 部 地 區	29.20
4	東 部 地 區	18.91
5	離 島 地 區	0.16

註：1.本表依受訪旅客曾遊覽過景點之所在地區整理。

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(每百人次有 94 人次)為最多，其次依序為逛夜市(每百人次有 80 人次)、參觀古蹟(每百人次有 40 人次)、參觀展覽(每百人次有 26 人次)、遊湖(每百人次有 16 人次)、生態旅遊(每百人次有 12 人次)、泡溫泉浴(每百人次有 11 人次)等。

表 13 108 年受訪旅客在臺期間參加活動排名

單位：人次/百人次

名次	項目	相對次數	名次	項目	相對次數
1	購 物	93.69	10	觀 光 工 廠	3.04
2	逛 夜 市	79.84	11	主 題 樂 園	2.86
3	參 觀 古 蹟	40.05	12	夜總會.PUB 活動	2.27
4	參 觀 展 覽	25.84	13	參 觀 節 慶 活 動	1.61
5	遊 湖	16.46	14	運 動 或 賽 事	1.13
6	生 態 旅 遊	12.06	15	參 觀 藝 文 表 演 活 動	0.98
7	泡 溫 泉 浴	11.21	16	卡 拉 OK 或 唱 KTV	0.76
8	登 山	7.57	17	S P A . 三 溫 暖	0.44
9	按 摩 . 指 壓	7.46	18	保 健 醫 療	0.41

註：本題「受訪旅客在臺期間參加活動」為複選題

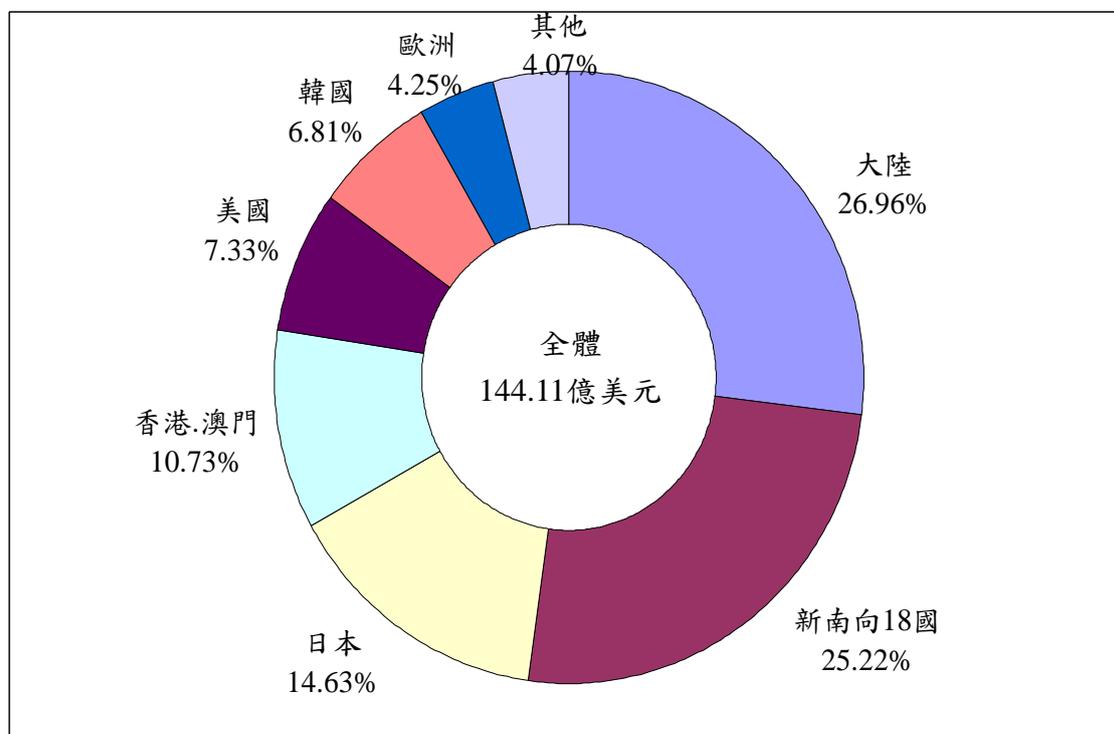
肆、消費概況

一、108 年觀光外匯總收入為 144 億 1,100 萬美元，較上年增加 5.15%，居歷史第 2 高，僅次於 103 年。

108 年來臺旅客為 11,864,105 人次，較上年增加 7.21%；旅客平均停留夜數為 6.20 夜，較上年減少 0.26 夜；受訪旅客在臺平均每人每日消費估算為 195.91 美元，較上年增加 2.20%。108 年觀光外匯收入(來臺旅客在臺總消費金額)估算為 144.11 億美元，較上年增加 5.15%。

由 7 個主要市場分析，以大陸旅客在臺總消費金額為最高(38.85 億美元，占全體的 26.96%)，其次依序為新南向 18 國(36.34 億美元，占 25.22%)、日本(21.09 億美元，占 14.63%)、香港.澳門(15.47 億美元，占 10.73%)、美國(10.56 億美元，占 7.33%)、韓國(9.81 億美元，占 6.81%)及歐洲(6.12 億美元，占 4.25%)。

與上年比較，除大陸市場減少 4.24%與新南向 18 國減少 1.54%外，其餘 5 個市場均較上年增加，其中以韓國增加 24.49%為最多，其次由高至低依序為日本(增加 13.02%)、香港.澳門(增加 10.90%)、美國(增加 10.11%)及歐洲(增加 9.48%)。



註：「其他」之占比係以 100.00%減去七個市場占比總和而得。

圖 2 108 年各主要市場來臺旅客在臺總消費金額占比

表 14 108 年來臺旅客在臺總消費金額—依主要市場分

市場別	來臺旅客人次 (1)	來臺旅客平均停留夜數(夜) (2)	平均每人每日消費金額(美元) (3)	總消費金額 (億美元) (4)=(1)×(2)×(3) ÷100,000,000	占比 (5)=(4) ÷144.11
全體	11,864,105	6.20	195.91	144.11	100.00%
(增減比率)	7.21%	-4.02%	2.20%	5.15%	
大陸	2,714,065	7.17	199.63	38.85	26.96%
(增減比率)	0.68%	0.84%	-5.69%	-4.24%	
新南向 18 國	2,772,159	7.69	170.46	36.34	25.22%
(增減比率)	6.84%	-10.37%	2.80%	-1.54%	
日本	2,167,952	4.24	229.42	21.09	14.63%
(增減比率)	10.10%	-1.85%	4.59%	13.02%	
香港、澳門	1,758,006	4.22	208.58	15.47	10.73%
(增減比率)	6.31%	1.20%	3.10%	10.90%	
美國	605,054	10.17	171.61	10.56	7.33%
(增減比率)	4.31%	-1.93%	7.65%	10.11%	
韓國	1,242,598	3.91	201.96	9.81	6.81%
(增減比率)	21.89%	-5.10%	7.59%	24.49%	
歐洲	386,752	10.79	146.68	6.12	4.25%
(增減比率)	10.47%	0.09%	-0.99%	9.48%	

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」係與上年相比。

二、108 年全體旅客在臺平均每人每日消費為 195.91 美元，較上年增加 2.20%。

108 年受訪旅客在臺平均每人每日消費為 195.91 美元，較上年增加 2.20%，消費結構中以旅館內支出費 76.62 美元為最高(占 39.11%)，其次為購物費 51.74 美元(占 26.41%)、旅館外餐飲費 38.48 美元(占 19.64%)等。

由 7 個主要市場分析，108 年受訪旅客平均每人每日消費以日本旅客(229.42 美元)在臺消費力為最高，其次依序為香港澳門(208.58 美元)、韓國(201.96 美元)、大陸(199.63 美元)、美國(171.61 美元)、新南向 18 國(170.46 美元)及歐洲(146.68 美元)；進一步由購物費觀察，購物花費由高至低依序為大陸、香港澳門、新南向 18 國、日本、韓國、美國及歐洲旅客。

與上年比較，108 年全體旅客平均每人每日消費額增加 4.21 美元(增加 2.20%)；消費結構中，旅館內支出費增加 10.62 美元(增加 16.09%)為最多，購物費則減少 4.78 美元(減少 8.46%)為最多。

日本市場方面，平均每人每日消費較上年增加 10.07 美元(增加 4.59%)；消費結構中，各細項均較上年增加，其中以旅館內支出費增加 6.19 美元(增加 5.94%)為最多，其次為旅館外餐飲費增加 2.61 美元(增加 6.27%)。

大陸市場方面，平均每人每日消費較上年減少 12.05 美元(減少 5.69%)；消費結構中，旅館內支出費增加 3.11 美元(增加 6.17%)為最多，購物費則減少 14.05 美元(減少 13.34%)為最多。

韓國市場方面，平均每人每日消費較上年增加 14.25 美元(增加 7.59%)。消費結構中，以旅館內支出費增加 24.55 美元(增加 33.62%)為最多，旅館外餐飲費則減少 4.90 美元(減少 10.79%)為最多，其次為購物費減少 3.89 美元(減少 9.81%)。旅館內支出費較上年大幅增加，可能係因旅客選擇住宿費用較高之民宿與旅館，以及在旅館內的餐飲與購物費增加。

香港.澳門市場方面，平均每人每日消費較上年增加 6.27 美元(增加 3.10%)。消費結構中，以旅館內支出費增加 17.61 美元(增加 28.43%)為最多，購物費則減少 8.18 美元(減少 13.49%)為最多，其次為旅館外餐飲費減少 3.27 美元(減少 6.60%)。旅館內支出費較上年大幅增加的可能原因為旅館內的購物費與餐飲費增加。

新南向 18 國市場方面，平均每人每日消費較上年增加 4.65 美元(增加 2.80%)；消費結構中，以旅館內支出費增加 12.55 美元(增加 24.50%)為最多，購物費則減少 5.41 美元(減少 11.50%)為最多。旅館內支出費較上年增加的可能原因為旅館內的購物費與餐飲費增加。

美國市場方面，平均每人每日消費較上年增加 12.19 美元(增加 7.65%)。消費結構中，以旅館內支出費增加 11.24 美元(增加 18.13%)為最多，其次為購物費增加 8.06 美元(增加 38.60%)，雜費則減少 7.24 美元(減少 60.13%)為最多。旅館內支出費較上年增加的可能原因為旅客選擇住宿費用較高之民宿與旅館。

歐洲市場方面，平均每人每日消費較上年減少 1.47 美元(減少 0.99%)。消費結構中，以旅館外餐飲費減少 4.10 美元(減少 11.33%)為最多，娛樂費則增加 2.11 美元(增加 67.85%)為最多。

表 15 108 年受訪旅客在臺平均每人每日消費結構—依主要市場分

單位：美元

市場別		總計	旅館內 支出費	旅館外 餐飲費	在臺境內 交通費	娛樂費	雜費	購物費
全 體	金 額	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%
	增 減 金 額	4.21	10.62	-1.19	-0.55	-0.03	0.14	-4.78
	增 減 比 率	2.20%	16.09%	-3.00%	-2.85%	-0.50%	3.37%	-8.46%
日 本	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%
	增 減 金 額	10.07	6.19	2.61	0.12	0.53	0.59	0.03
	增 減 比 率	4.59%	5.94%	6.27%	0.62%	5.64%	10.26%	0.08%
大 陸	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%
	增 減 金 額	-12.05	3.11	-1.01	-0.83	0.48	0.25	-14.05
	增 減 比 率	-5.69%	6.17%	-3.33%	-5.03%	9.01%	6.70%	-13.34%
韓 國	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%
	增 減 金 額	14.25	24.55	-4.90	-0.50	-1.81	0.80	-3.89
	增 減 比 率	7.59%	33.62%	-10.79%	-2.74%	-28.73%	15.81%	-9.81%
香 港 澳 門	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%
	增 減 金 額	6.27	17.61	-3.27	-0.29	0.24	0.16	-8.18
	增 減 比 率	3.10%	28.43%	-6.60%	-1.39%	4.46%	4.11%	-13.49%
新南向 18 國	金 額	170.46	63.77	36.31	19.98	5.50	3.27	41.63
	結 構 比	100.00%	37.41%	21.30%	11.72%	3.23%	1.92%	24.42%
	增 減 金 額	4.65	12.55	-0.84	-0.84	0.14	-0.95	-5.41
	增 減 比 率	2.80%	24.50%	-2.26%	-4.03%	2.61%	-22.51%	-11.50%
美 國	金 額	171.61	73.24	40.53	18.71	5.39	4.80	28.94
	結 構 比	100.00%	42.68%	23.62%	10.90%	3.14%	2.80%	16.86%
	增 減 金 額	12.19	11.24	0.20	-0.05	-0.02	-7.24	8.06
	增 減 比 率	7.65%	18.13%	0.50%	-0.27%	-0.37%	-60.13%	38.60%
歐 洲	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%
	增 減 金 額	-1.47	0.40	-4.10	0.01	2.11	-1.55	1.66
	增 減 比 率	-0.99%	0.53%	-11.33%	0.05%	67.85%	-43.66%	14.47%

註：1.新南向 18 國係自 106 年開始分類，包括東協 10 國(馬來西亞、新加坡、印尼、菲律賓、泰國、越南、緬甸、汶萊、柬埔寨、寮國)、南亞 6 國(印度、斯里蘭卡、不丹、尼泊爾、孟加拉、巴基斯坦)及紐澳(澳大利亞、紐西蘭)等 18 國。108 年的樣本數為 2,038 人。

2.「增減金額」與「增減比率」係與上年相比。

三、108 年全體觀光團體旅客在臺平均每人每日消費為 223.86 美元，較上年減少 4.01%。

108 年全體觀光團體旅客在臺每人每日平均消費為 223.86 美元，較上年減少 9.35 美元(減少 4.01%)；消費結構中，購物費減少 5.19 美元(減少 4.52%)為最多，其次為旅館內支出費減少 3.53 美元(減少 6.52%)。

由 4 個主要市場的觀光團體旅客相比較，108 年以日本觀光團體旅客(平均每人每日 303.12 美元)為最高，其次依序為韓國(226.74 美元)、新南向 18 國(210.62 美元)及大陸(203.26 美元)；進一步由購物費觀察，購物花費由高至低依序為大陸、新南向 18 國、日本及韓國。

由購物費之消費細項結構觀察，日本觀光團體旅客以購買名產或特產為最多，占 50.39%；其次為茶葉，占 24.88%；第三為珠寶或玉器類，占 10.87%。大陸觀光團體旅客以購買珠寶或玉器類為最多，占 28.41%；其次為名產或特產，占 26.18%；第三為化妝品或香水類，占 13.74%。韓國觀光團體旅客以購買名產或特產為最多，占 70.10%；其次為紀念品或手工藝品類，占 9.39%；第三為茶葉，占 5.47%。新南向 18 國觀光團體旅客以購買名產或特產為最多，占 44.61%；其次為服飾或相關配件，占 16.66%；第三為紀念品或手工藝品類，占 9.72%。

與上年比較，108 年日本觀光團體旅客在臺每人每日平均消費為 303.12 美元，較上年大幅增加 40.36 美元(增加 15.36%)，主要因為團費與購物費增加；消費結構中，各細項皆較上年增加，其中以購物費增加 13.02 美元(增加 20.32%)為最多，其次為旅館內支出費增加 10.33 美元(增加 11.46%)，其次為旅館外餐飲費增加 6.84 美元(增加 13.41%)。大陸觀光團體旅客在臺每人每日平均消費為 203.26 美元，較上年大幅減少 26.41 美元(減少 11.50%)；消費結構中，各細項皆較上年減少，其中以購物費減少 19.15 美元(減少 12.84%)為最多，其次為旅館內支出費減少 3.74 美元(減少 10.22%)。韓國觀光團體旅客在臺每人每日平均消費為 226.74 美元，較上年減少 24.35 美元(減少 9.70%)，主要因為購物費與旅館內支出費減少；消費結構中，購物費減少 13.83 美元(減少 19.02%)為最多，其次為旅館內支出費減少 10.62 美元(減少 12.40%)，而雜費則較上年增加 3.57 美元(增加 24.24%)為最多。新南向 18 國觀光團體旅客在臺每人每日平均消費為 210.62 美元，較上年增加 3.81 美元(增加 1.84%)；消費結構中，旅館外餐飲費增加 5.62 美元(增加 16.35%)為最多，而購物費則減少 1.13 美元(減少 1.43%)為最多。

表 16 108 年觀光團體旅客在臺平均每人每日消費支出—依主要市場分

單位：美元

居住地別		總計	旅館內 支出費	旅館外 餐飲費	在臺境內 交通費	娛樂費	雜費	購物費
全體 觀光團體	金額	223.86	50.57	31.43	15.67	7.77	8.73	109.69
	結構比	100.00%	22.59%	14.04%	7.00%	3.47%	3.90%	49.00%
	增減金額	-9.35	-3.53	0.03	-0.92	-0.31	0.57	-5.19
	增減比率	-4.01%	-6.52%	0.10%	-5.55%	-3.84%	6.99%	-4.52%
日本 觀光團體	金額	303.12	100.48	57.84	32.62	17.40	17.67	77.11
	結構比	100.00%	33.15%	19.08%	10.76%	5.74%	5.83%	25.44%
	增減金額	40.36	10.33	6.84	4.16	2.47	3.54	13.02
	增減比率	15.36%	11.46%	13.41%	14.62%	16.54%	25.05%	20.32%
大陸 觀光團體	金額	203.26	32.87	20.51	9.96	4.86	5.05	130.01
	結構比	100.00%	16.17%	10.09%	4.90%	2.39%	2.49%	63.96%
	增減金額	-26.41	-3.74	-1.64	-1.16	-0.43	-0.29	-19.15
	增減比率	-11.50%	-10.22%	-7.40%	-10.43%	-8.13%	-5.43%	-12.84%
韓國 觀光團體	金額	226.74	75.05	42.11	21.65	10.73	18.30	58.90
	結構比	100.00%	33.10%	18.57%	9.55%	4.73%	8.07%	25.98%
	增減金額	-24.35	-10.62	1.23	-2.96	-1.74	3.57	-13.83
	增減比率	-9.70%	-12.40%	3.01%	-12.03%	-13.95%	24.24%	-19.02%
新南向 18國 觀光團體	金額	210.62	57.66	40.00	17.68	8.77	8.65	77.85
	結構比	100.00%	27.38%	18.99%	8.40%	4.16%	4.11%	36.96%
	增減金額	3.81	-0.74	5.62	-0.32	0.28	0.10	-1.13
	增減比率	1.84%	-1.27%	16.35%	-1.78%	3.30%	1.17%	-1.43%

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.「增減金額」與「增減比率」係與上年相比。

表 17 108 年觀光團體旅客在臺平均每人每日購物費之細項消費—依主要市場分
單位：美元

購物費消費項目	全體觀光團體		日本觀光團體		大陸觀光團體	
	消費金額	百分比	消費金額	百分比	消費金額	百分比
總計	109.69	100.00%	77.11	100.00%	130.01	100.00%
服飾或相關配件	8.70	7.93%	2.04	2.65%	10.96	8.43%
珠寶或玉器類	25.10	22.88%	8.38	10.87%	36.94	28.41%
紀念品或手工藝品類	7.75	7.07%	3.83	4.97%	9.13	7.02%
化妝品或香水類	12.28	11.20%	1.95	2.53%	17.86	13.74%
名產或特產	36.65	33.41%	38.86	50.39%	34.04	26.18%
煙或酒類	2.91	2.65%	0.66	0.85%	4.04	3.11%
中藥或健康食品	4.85	4.42%	1.30	1.69%	5.93	4.56%
電子或電器用品	0.43	0.39%	0.01	0.01%	0.67	0.52%
茶葉	9.21	8.40%	19.18	24.88%	7.35	5.65%
其他	1.81	1.65%	0.90	1.16%	3.09	2.38%

表 17 108 年觀光團體旅客在臺平均每人每日購物費之細項消費
—依主要市場分(續完)

購物費消費項目	全體觀光團體		韓國觀光團體		新南向18國觀光團體	
	消費金額	百分比	消費金額	百分比	消費金額	百分比
總計	109.69	100.00%	58.90	100.00%	77.85	100.00%
服飾或相關配件	8.70	7.93%	0.43	0.73%	12.97	16.66%
珠寶或玉器類	25.10	22.88%	2.61	4.43%	3.30	4.24%
紀念品或手工藝品類	7.75	7.07%	5.53	9.39%	7.57	9.72%
化妝品或香水類	12.28	11.20%	1.41	2.39%	6.38	8.20%
名產或特產	36.65	33.41%	41.29	70.10%	34.73	44.61%
煙或酒類	2.91	2.65%	3.07	5.21%	0.38	0.48%
中藥或健康食品	4.85	4.42%	0.07	0.12%	5.56	7.14%
電子或電器用品	0.43	0.39%	0.00	0.00%	0.07	0.09%
茶葉	9.21	8.40%	3.22	5.47%	6.37	8.19%
其他	1.81	1.65%	1.27	2.16%	0.52	0.67%

四、108 年全體非觀光團體旅客在臺平均每人每日消費為 188.57 美元，較上年增加 7.08%。

108 年全體非觀光團體旅客在臺每人每日平均消費為 188.57 美元，較上年增加 7.08 美元(增加 3.90%)；消費結構中，旅館內支出費較上年增加 13.56 美元(增加 19.80%)為最多，而購物費則較上年減少 3.85 美元(減少 9.07%)為最多。

由 4 個主要市場的非觀光團體旅客相比較，108 年以日本非觀光團體旅客在臺每人每日平均消費 213.34 美元為最高，其次依序為韓國(197.16 美元)、大陸(195.80 美元)及新南向 18 國(166.87 美元)；進一步由購物費觀察，購物花費由高至低依序為大陸、新南向 18 國、韓國及日本。

由購物費之消費細項結構觀察，日本非觀光團體旅客以購買名產或特產為最多，占 60.79%；其次為茶葉，占 18.82%；第三為服飾或相關配件，占 5.96%。大陸非觀光團體旅客以購買名產或特產為最多，占 31.97%；其次為化妝品或香水類，占 24.92%；第三為服飾或相關配件，占 15.25%。韓國非觀光團體旅客以購買名產或特產為最多，占 58.40%；其次為紀念品或手工藝品類，占 16.59%；第三為服飾或相關配件，占 8.45%。新南向 18 國非觀光團體旅客以購買名產或特產為最多，占 34.75%；其次為服飾或相關配件，占 29.24%；第三為化妝品或香水類，占 10.84%。

與上年比較，108 年日本非觀光團體旅客在臺每人每日平均消費為 213.34 美元，較上年增加 5.59 美元(增加 2.69%)；消費結構中，旅館內支出費增加 4.58 美元(增加 4.25%)為最多，其次為旅館外餐飲費增加 2.06 美元(增加 5.28%)，而購物費則減少 1.15 美元(減少 3.53%)為最多。大陸非觀光團體旅客在臺每人每日平均消費為 195.80 美元，較上年減少 0.31 美元(減少 0.16%)；消費結構中，旅館內支出費增加 9.62 美元(增加 15.28%)為最多，而購物費則減少 11.85 美元(減少 18.08%)為最多。韓國非觀光團體旅客在臺每人每日平均消費為 197.16 美元，較上年大幅增加 22.95 美元(增加 13.17%)；消費結構中，以旅館內支出費增加 31.74 美元(增加 45.39%)為最多，可能係因旅客選擇住宿費用較高之民宿與旅館，以及在旅館內的餐飲與購物費增加；而旅館外餐飲費則減少 6.22 美元(減少 13.47%)為最多。新南向 18 國非觀光團體旅客在臺每人每日平均消費為 166.87 美元，較上年增加 6.74 美元(增加 4.21%)；消費結構中，以旅館內支出費增加 14.47 美元(增加 29.07%)為最多，而購物費則減少 3.92 美元(減少 9.25%)為最多。

表 18 108 年非觀光團體旅客在臺平均每人每日消費支出—依主要市場分

單位：美元

居住地別		總計	旅館內 支出費	旅館外 餐飲費	在臺境內 交通費	娛樂費	雜費	購物費
全 非 團 觀 光 體	金 額	188.57	82.03	39.48	19.27	5.81	3.38	38.60
	結 構 比	100.00%	43.50%	20.94%	10.22%	3.08%	1.79%	20.47%
	增 減 金 額	7.08	13.56	-1.86	-0.58	0.12	-0.31	-3.85
	增 減 比 率	3.90%	19.80%	-4.50%	-2.92%	2.11%	-8.40%	-9.07%
日 非 團 觀 光 體	金 額	213.34	112.41	41.05	16.32	8.40	3.76	31.40
	結 構 比	100.00%	52.69%	19.24%	7.65%	3.94%	1.76%	14.72%
	增 減 金 額	5.59	4.58	2.06	-0.44	0.34	0.20	-1.15
	增 減 比 率	2.69%	4.25%	5.28%	-2.63%	4.22%	5.62%	-3.53%
大 非 團 觀 光 體	金 額	195.80	72.59	36.83	20.80	6.94	4.94	53.70
	結 構 比	100.00%	37.07%	18.81%	10.63%	3.54%	2.52%	27.43%
	增 減 金 額	-0.31	9.62	-0.69	-0.53	1.06	2.08	-11.85
	增 減 比 率	-0.16%	15.28%	-1.84%	-2.48%	18.03%	72.73%	-18.08%
韓 非 團 觀 光 體	金 額	197.16	101.67	39.94	16.96	3.39	3.49	31.71
	結 構 比	100.00%	51.57%	20.26%	8.60%	1.72%	1.77%	16.08%
	增 減 金 額	22.95	31.74	-6.22	0.20	-1.68	0.51	-1.60
	增 減 比 率	13.17%	45.39%	-13.47%	1.19%	-33.14%	17.11%	-4.80%
新 南 向 18 國 非 團 觀 光 體	金 額	166.87	64.25	35.89	20.21	5.23	2.82	38.47
	結 構 比	100.00%	38.50%	21.51%	12.11%	3.13%	1.69%	23.06%
	增 減 金 額	6.74	14.47	-1.39	-0.92	0.25	-1.75	-3.92
	增 減 比 率	4.21%	29.07%	-3.73%	-4.35%	5.02%	-38.29%	-9.25%

註：1.非觀光團體係指除觀光團體外之旅客。

2.「增減金額」與「增減比率」係與上年相比。

表 19 108 年非觀光團體旅客在臺平均每人每日購物費之細項消費—依主要市場分

單位：美元

購物費消費項目	全體非觀光團體		日本非觀光團體		大陸非觀光團體	
	消費金額	百分比	消費金額	百分比	消費金額	百分比
總計	38.60	100.00%	31.40	100.00%	53.70	100.00%
服飾或相關配件	7.11	18.42%	1.87	5.96%	8.19	15.25%
珠寶或玉器類	1.29	3.35%	0.39	1.24%	4.61	8.59%
紀念品或手工藝品類	2.92	7.56%	1.15	3.66%	2.70	5.03%
化妝品或香水類	5.15	13.35%	1.41	4.49%	13.38	24.92%
名產或特產	16.47	42.67%	19.09	60.79%	17.17	31.97%
煙或酒類	0.58	1.50%	0.55	1.76%	1.14	2.12%
中藥或健康食品	0.69	1.79%	0.43	1.37%	1.40	2.61%
電子或電器用品	0.44	1.14%	0.13	0.41%	0.33	0.61%
茶葉	2.41	6.24%	5.91	18.82%	2.66	4.95%
其他	1.54	3.98%	0.47	1.50%	2.12	3.95%

表 19 108 年非觀光團體旅客在臺平均每人每日購物費之細項消費

—依主要市場分(續完)

單位：美元

購物費消費項目	全體非觀光團體		韓國非觀光團體		新南向18國 非觀光團體	
	消費金額	百分比	消費金額	百分比	消費金額	百分比
總計	38.60	100.00%	31.71	100.00%	38.47	100.00%
服飾或相關配件	7.11	18.42%	2.68	8.45%	11.25	29.24%
珠寶或玉器類	1.29	3.35%	0.07	0.22%	1.44	3.75%
紀念品或手工藝品類	2.92	7.56%	5.26	16.59%	3.56	9.26%
化妝品或香水類	5.15	13.35%	1.69	5.33%	4.17	10.84%
名產或特產	16.47	42.67%	18.52	58.40%	13.37	34.75%
煙或酒類	0.58	1.50%	1.20	3.78%	0.29	0.76%
中藥或健康食品	0.69	1.79%	0.09	0.28%	0.58	1.51%
電子或電器用品	0.44	1.14%	0.22	0.69%	0.66	1.71%
茶葉	2.41	6.24%	0.79	2.50%	1.66	4.32%
其他	1.54	3.98%	1.19	3.76%	1.49	3.86%

五、二成四旅客使用過購物退稅服務，其中九成五覺得退稅手續便利。

受訪旅客中使用過購物退稅服務者占 24.29%，其中覺得退稅手續便利者占 95.14%。

由來臺主要目的觀察，觀光目的受訪旅客使用購物退稅服務的比率為 28.50%，其中認為退稅手續便利性者，占 95.23%。

表 20 108 年受訪旅客購物退稅情形－依來臺主要目的分

來臺主要目的		使用過退稅的比率	認為退稅手續簡便的比率
全	體	24.29	95.14
觀	光	28.50	95.23
業	務	7.81	96.77
國 際 會 議 或 展 覽		11.90	90.00
探 親 或 訪 友		12.49	94.57
求	學	4.65	100.00
醫	療	32.26	100.00
其	他	21.21	85.71

單位：%

註：樣本數太少的類別：國際會議或展覽(10 人)、求學(2 人)、醫療(10 人)、其他(21 人)，其數值僅供參考。

六、二成旅客有使用行動支付，其中 AliPay(支付寶)為主要支付平台。

受訪旅客於這次旅遊有使用行動支付者占 19.66%；使用行動支付的平台以 AliPay(支付寶)為最多(每百人次有 87 人次)，其次依序為 WeChat Pay(微信支付)(每百人次有 14 人次)、Apple Pay(每百人次有 9 人次)、Taiwan Pay(台灣 Pay)(每百人次有 1 人次)等。

表 21 108 年受訪旅客使用行動支付之平台

使用行動支付平台	相對次數
AliPay(支付寶)	87.34
WeChat Pay(微信支付)	14.20
Apple Pay	9.09
Taiwan Pay(台灣 Pay)	1.07
LINE Pay	1.01
Google Pay	0.59
JKOSPay(街口支付)	0.30
Pi(拍錢包)	0.06

單位：人次/百人次

註：1.本表已扣除未使用者，本題為 108 年新增題目。

2.「WeChat Pay(微信支付)」及「Google Pay」係由「其他」整理而得。

伍、滿意度分析

一、有九成八旅客對來臺整體滿意度表示滿意。

旅客來臺對我國觀光便利性、觀光環境國際化及環境安全性之滿意度皆傾向滿意，其中滿意度最高為臺灣民眾態度友善，其次依序為社會治安良好、住宿設施安全、遊憩據點設施安全及來臺交通(航點、航班、機位)便利等。

表 22 108 年受訪旅客對此次來臺經驗的整體滿意度程度

項 目		平均值	標準差
觀光 便利 性	來臺交通(航點、航班、機位)便利	4.53	0.58
	境內交通便利	4.46	0.61
	取得臺灣簽證快速	4.42	0.76
	旅遊資訊取得方便	4.37	0.70
	通訊設備(國際公共電話、網路)便利	4.34	0.73
	海關通關手續便利	4.30	0.76
	入關驗證手續便利	4.20	0.86
觀光 環境 國際 化	使用 Free WiFi 便利	4.15	0.83
	臺灣民眾態度友善	4.63	0.55
	路標及公共設施牌示易懂	4.32	0.76
	旅遊環境語言溝通良好	4.25	0.83
環境 安全 性	社會治安良好	4.61	0.53
	住宿設施安全	4.59	0.54
	遊憩據點設施安全	4.58	0.55
	環境衛生良好	4.38	0.72
	餐飲衛生良好	4.35	0.72
整體	來臺整體滿意度	4.49	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、九成八受訪旅客有再度訪臺意願，主要原因為觀光。九成九受訪旅客會推薦親友來臺灣旅遊。

受訪旅客有九成八表示會再來我國旅遊；其中會以觀光目的再度來臺者最多，占 83.06%，第二為探親或訪友，占 8.31%，第三為業務，占 7.34%。九成九的受訪旅客表示會推薦親友來臺灣旅遊。

表 23 108 年受訪旅客表示會再度訪臺的主要原因

再度訪臺主要原因	總計	觀光	探親或訪友	業務	國際會議或展覽	求學	醫療	其他
百分比	100.00	83.06	8.31	7.34	0.43	0.25	0.23	0.38

表 24 108 年受訪旅客是否會推薦親友來臺灣旅遊情形

是否會推薦親友來臺灣旅遊	總計	會	不會
百分比	100.00	98.77	1.23

三、美味菜餚、景點、逛夜市、人情味濃厚、海岸風光及水果為旅客對臺灣最深刻的印象。

受訪旅客此次來臺經驗對臺灣最深刻的印象依序為美味菜餚(每百人次有 58 人次)、景點(每百人次有 55 人次)、逛夜市(每百人次有 39 人次)、人情味濃厚(每百人次有 32 人次)、海岸風光(每百人次有 32 人次)及水果(每百人次有 18 人次)等。

表 25 108 年受訪旅客此次來臺經驗對臺灣最深刻的印象

名次	項目	相對次數	名次	項目	相對次數
1	美味菜餚	57.72	10	寺廟參訪	8.62
2	景點	54.71	11	都會不夜城	6.91
3	逛夜市	38.85	12	泡溫泉	6.24
4	人情味濃厚	31.98	13	書店	5.23
5	海岸風光	31.51	14	原住民文化	3.18
6	水果	18.07	15	旅館(或民宿)住宿體驗	2.35
7	地方特產	15.29	16	單車賞景	1.92
8	便利商店	13.41	17	美容醫療	1.61
9	歷史古蹟	8.89	18	節慶活動	0.60

註：本題「受訪旅客此次來臺經驗對臺灣最深刻的印象」為複選題

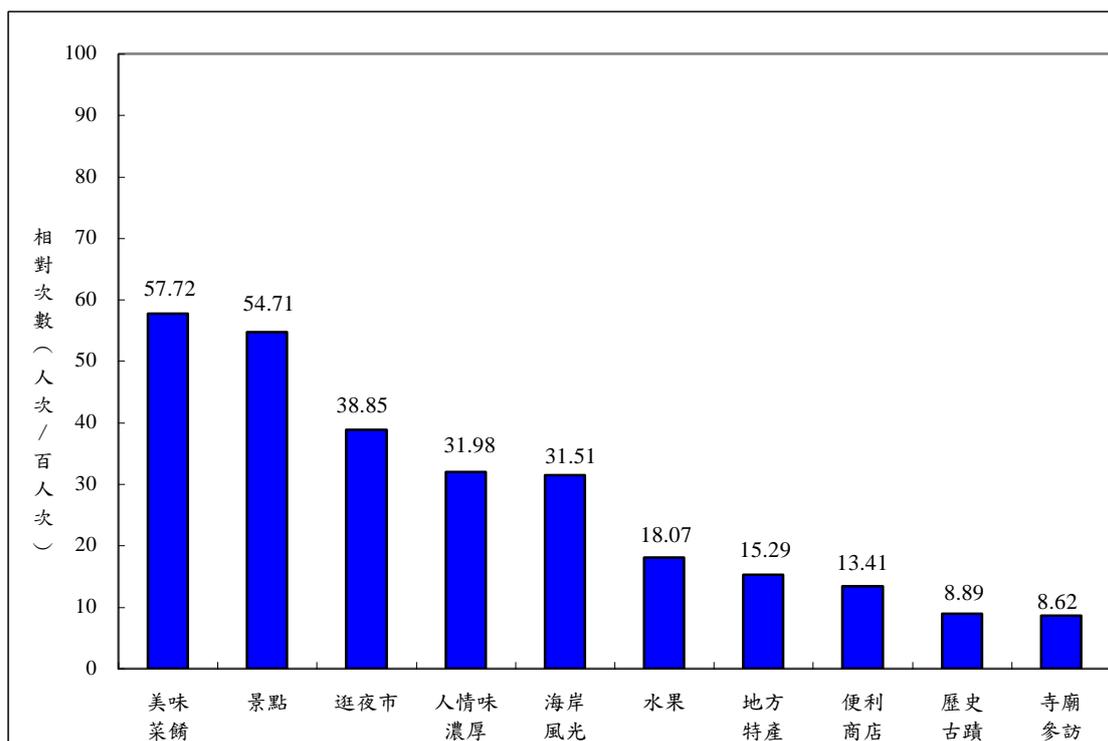


圖 3 108 年受訪旅客對臺灣最深刻的前十大印象

四、非觀光團體旅客對住宿旅館的整體滿意度為八成四，對民宿的整體滿意度為七成三。

非觀光團體受訪旅客在臺主要住宿於旅館(每百人次有 79 人次)，對投宿旅館的整體滿意程度傾向於滿意，其中「非常滿意」占 38.05%，「滿意」占 45.80%；其次為民宿(每百人次有 21 人次)，對民宿旅館的整體滿意程度傾向於滿意，其中「非常滿意」占 34.33%，「滿意」占 38.97%。

五、九成五觀光團體旅客對旅行社及導遊服務之整體印象表示滿意。

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

六、旅客對在臺境內搭乘之交通工具，均有八成六以上滿意度。

受訪旅客對在臺境內搭乘的各項交通工具，除飛機樣本過少外，其餘均有八成六以上的受訪旅客傾向滿意，其中以高鐵的滿意度(97.50%)為最高，其次依序為小客車租賃(97.44%)、捷運(97.14%)、Uber(97.02%)、遊覽車(96.02%)、船舶(94.24%)、公共自行車(94.01%)、臺鐵(91.84%)、計程車(90.21%)、公民營客運(86.12%)。

陸、基本資料分析

一、旅客工作別以專業人員最多。

受訪旅客以專業人員為最多，占 27.18%，第二為民意代表、主管及經理人員，占 17.30%，第三為事務支援人員，占 13.24%。

二、旅客教育程度以大專最多，年收入以無固定收入、15,000-29,999 美元及 30,000-39,999 美元以下居多。

受訪旅客最高學歷以大專為最多，占 65.31%。受訪旅客平均年收入約為 33,641 美元，其中以無固定收入為最多，占 31.13%，其次為 15,000-29,999 美元，占 18.71%，第三為 30,000-39,999 美元，占 13.79%。

柒、分析發現

- 一、新南向政策持續發揮成效，108 年新南向 18 國來臺旅客首度超越大陸，大陸旅客占比則近 5 年逐年減少；108 年來臺旅客人次再創歷史新高，達 1,186 萬人次，其中以韓國成長率最高；觀光外匯達 144 億美元，較上年增加 5.15%，居歷史第 2 高，僅次於 103 年；日本旅客平均每人每日消費最高、陸客購物最多。
- 二、臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導的觸及率仍以網際網路(含社交群組)居最高，親朋好友口碑宣傳與網際網路(含社交群組)影響觀光目的旅客決定來臺觀光的程度最高；各市場旅客對來臺旅遊整體滿意程度均達九成五以上。
- 三、來臺旅客搭乘大眾運具持續普及，捷運排名持續位居首位，各大眾運具均有八成六以上滿意程度。對臺灣的美味菜餚、景點、逛夜市、人情味濃厚及海岸風光等印象最深刻。
- 四、108 年來臺女性旅客持續超過男性，以泰國市場女性占比為最高；男性平均每人每日消費仍高於女性，而女性更愛購物(尤其化妝品或香水類)，喜歡水果、逛夜市與西門町；女性旅客最近 3 年首次來臺的比率亦高於男性；觀光目的女性旅客來臺前曾看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導的比率高於男性。
- 五、108 年 50 歲以下來臺旅客，隨著年齡愈高，平均每人每日消費愈多；40 歲以上來臺旅客屬消費較高群組；年收入 40,000 美元以上來臺旅客屬消費較高群組。
- 六、108 年非觀光團體旅客遊覽相對次數比觀光團體旅客更多的熱門景點為西門町、艋舺龍山寺、淡水、北投、陽明山、象山、臺北市永康街商圈及臺北市立動物園；觀光團體旅客偏好購物，非觀光團體旅客在旅館內支出費、旅館外餐飲費及在臺境內交通費皆支出較多。
- 七、日本旅客日均消費較上年增加，仍維持市場最高；重遊率逐年增加，重視「治安良好」，喜愛「美食或特色小吃」與「水果」；購物偏好「名產或特產」與「茶葉」。
- 八、大陸日均消費較上年減少，尤以購物費減少最多。受美食或特色小吃與水果吸引來臺觀光均為歷年最高。

- 九、韓國來臺人次再創歷史新高，日均消費亦較上年增加，其中旅館內支出費增加最多。
- 十、開放免簽政策與觀光行銷措施持續發揮綜效，新南向 18 國來臺旅客持續成長，再創歷史新高；日均消費較上年增加且高於歐洲旅客，其中購物費超過韓國與日本旅客，旅館內支出費、旅館外餐飲費與在臺境內交通費，均高於大陸旅客。