

「九十一年來台旅客消費及動向調查」

摘要分析

觀光局為瞭解來台旅客動機、在台旅遊動向、消費情形及對台滿意度，以供相關單位規劃與改善國內觀光設施、研擬國際觀光宣傳與行銷策略之參考，並作為估算觀光外匯收入之依據，辦理「九十一年來台旅客消費及動向調查」。經分別在桃園中正機場、高雄小港機場現場訪問離境旅客，共取得有效樣本 6,253 份。茲將其主要調查結果區分為「旅遊決策分析」、「旅遊動向分析」、「競爭力與效益分析」及「基本資料分析」四部分摘述如下：

一、旅遊決策分析

- (一) 近六成觀光目的旅客來台曾看過台灣觀光宣傳廣告：依本調查結果顯示，旅客來台曾看過台灣觀光宣傳廣告或旅遊報導者佔 40.92%，並以觀光目的旅客曾看過台灣觀光宣傳廣告之比例（佔 58.51%）最高；旅客來台以前在「雜誌書籍」（每百人有 59 人）看過台灣觀光宣傳廣告或旅遊報導者最多，「網際網路」（每百人有 34 人）、「報紙」（每百人有 34 人）居次。

91 年旅客來台曾看過台灣觀光宣傳廣告或旅遊報導之來源

單位：人次/每百人

項目	雜誌書籍	網際網路	報紙	電視電台	國際旅遊展覽	機場	地鐵	市間廣告燈箱	巴士車箱	其他
全體	59.24	34.04	33.80	28.10	8.79	6.84	3.13	2.58	2.11	6.06
觀光	64.62	27.79	32.68	29.54	9.63	5.03	3.65	3.28	2.92	4.23
業務	52.22	42.38	37.95	26.04	8.31	9.28	2.49	1.66	1.11	5.12

- (二) 看過台灣觀光宣傳廣告後之觀光目的旅客對台灣觀光印象及來台從事觀光活動意願有提高者皆達五成以上：本調查顯示，旅客在來台以前曾看過台灣觀光宣傳廣告或旅遊報導後，對台灣觀光印象有提高者佔 48.73%，普通者佔 44.90%，沒有被打動者僅佔 5.86%；而對影響其來台從事觀光活動意願有提高者佔 46.42%，普通者佔 41.46%，沒有被打動者佔 11.09%；而觀光目的旅客在看過台灣觀

光宣傳廣告後，對台灣的觀光印象及來台從事觀光活動意願有提高者更分別達 50.83%及 50.11%，沒有被打動者僅分佔 4%及 5%，顯見我國對國際間之觀光宣傳已獲正面效益。

91 年看過台灣觀光宣傳廣告後對台灣觀光印象之影響程度

單位：%

影響程度	非常高	稍高	普通	稍低	非常低	無意見/ 不知道
全體	8.28	40.45	44.90	4.53	1.33	0.51
觀光	8.53	42.30	44.71	2.99	0.95	0.51
業務	6.23	35.73	49.17	6.51	1.80	0.55

91 年看過台灣觀光宣傳廣告後對來台從事觀光活動意願之影響程度

單位：%

影響程度	非常高	稍高	普通	稍低	非常低	無意見/ 不知道
全體	8.91	37.51	41.46	7.42	3.67	1.02
觀光	9.12	40.99	43.33	4.01	1.46	1.09
業務	6.37	30.75	43.49	12.19	6.79	0.42

- (三) 超過半數旅客未來希望透過「網際網路」取得台灣旅遊資訊，來台後則希望在「旅館」、「機場入境處」取得旅遊資訊；來台旅客未來希望在其國家經由「電腦網際網路」(每百人有 51 人)、「雜誌書籍」(每百人有 44 人)、「旅行社」(每百人有 33 人)取得台灣旅遊資訊；而來台灣後則以希望在「旅館」(每百人有 46 人)取得資訊者最多，「機場入境處」(每百人有 35 人)次之。

91 年來台旅客未來希望取得台灣旅遊資訊來源

單位：人次/每百人

項 目	電 腦 網 際 網 路	雜 誌 書 籍	旅 行 社	報 紙	國 際 旅 遊 展 覽	電 視 電 台	台 灣 駐 外 機 關	其 他
全體	51.02	44.47	32.61	23.52	8.96	24.16	9.55	4.45
觀光	42.04	53.52	38.84	24.46	8.71	29.41	8.54	2.48
業務	58.00	37.42	27.90	22.52	7.65	19.30	9.96	4.50

91 年旅客來台灣後希望取得台灣旅遊資訊來源

單位：人次/每百人

項 目	旅 館	機 場 入 境 處	電 腦 網 際 網 路	旅 行 社	旅 遊 服 務 中 心	便 利 商 店	交 通 運 輸 場 站	餐 館	其 他
全體	45.99	34.74	29.41	22.33	21.38	13.59	12.68	6.08	6.67
觀光	44.43	42.38	20.79	31.37	55.54	19.33	16.13	6.79	3.84
業務	53.06	29.70	34.05	15.60	19.41	9.19	9.15	5.31	5.90

- (四) 「菜餚」、「風光景色」為吸引旅客來台觀光的主要因素：依據本次調查顯示，旅客至我國觀光的原因以「菜餚」（每百人有 51 人）、風光景色（每百人有 43 人）者較多，其次依序為人民友善（每百人有 30 人）、距離居住地近（每百人有 27 人）、歷史文物（每百人有 27 人）及「台灣民情風俗和文化」（每百人有 22 人）等，與歷年調查結果大致相同。

二、旅遊動向分析

- (一)首次來台旅客比例增加，並有高達九成七以上旅客願意再度來台：
依據公務統計資料，九十一年來台旅客以日本（佔 34%）、港澳（佔 15%）、美國（佔 13%）為前三大市場；另依據本次旅客調查結果顯示，九十一年來台旅客中有 54%旅客係為近三年來首次來台，較去年增加了 8 個百分點，其中日本、香港及美國首次來台旅客比例亦皆較去年增加，且另針對觀光目的旅客分析，觀光目的旅客近三年來為第一次至台灣觀光者達 77.25%，而來台觀光二次及以上的旅客距上次來台觀光年數以距離一年者（佔 50.68%）最多，距離二年者（佔 16.18%）次之。

91 年來台旅客近三年首次來台統計表（目標市場）

單位：%

項 目	91 年首次來台	90 年首次來台
全體	54.93	47.00
日本	57.81	52.12
香港	57.28	55.95
美國	49.56	34.27

91 年「觀光目的」旅客近三年來台觀光次數（目標市場別）

單位：%

項目	一次	二次	三次及以上
全體	77.25	13.27	8.62
日本	78.72	11.59	8.66
香港	74.63	16.67	8.52
美國	66.23	19.21	12.59

- (二)「故宮博物院」、「夜市」、「中正紀念堂」及「龍山寺」為來台旅客遊覽較多景點：旅客以在台北縣市遊覽者（每百人有 78 人）最多，其次為花蓮（每百人有 11 人）、高雄（每百人有 8 人）及屏東（每百人有 6 人）等；而旅客遊覽景點依序以故宮博物院（每百人有 35 人）、夜市（每百人有 28 人）、中正紀念堂（每百人有 27 人）、龍山寺（每百人有 23 人）較多，又以旅客最喜歡景點分析，以對「太魯閣」之喜歡程度最高（77.72%）。

- (三)「購物」、「逛夜市」、「參觀古蹟」為旅客在台前三大活動：旅客在台除以購物(每百人有 44 人)、逛夜市(每百人有 39 人)、參觀古蹟(每百人有 34 人)為主要活動外，觀光目的旅客並以參加「泡溫泉浴」、「冒險或生態旅遊」、「按摩、指壓」及「參觀展覽」者較多；此外，「夜總會、Pub 活動」、「參觀展覽」、「卡拉 OK、唱 KTV」及「按摩、指壓」亦為業務目的旅客較常參加之活動。
- (四)近五成業務旅客曾利用商務餘暇在台旅遊，旅遊天數以半天至一天者居多：來台業務旅客曾利用商務餘暇在台旅遊者佔 49.40%，其中所花費的旅遊時間，以半天(佔 35.95%)及 1 天(佔 30.99%)者為最多；另未曾利用商務暇餘在台旅遊者絕大多數係因「時間不夠」(佔 89.44%)。
- (五)七成六來台參加國際會議或展覽的旅客曾利用餘暇在台旅遊，旅遊天數以半天至二天者居多：旅客來台參加國際性會議或展覽性質以「科技性」(佔 35.37%)及「學術性」(佔 28.57%)居多，地點亦以在台北市者(佔 63.27%)較多，對會議或展覽之安排、設施、交通方便性及會前/會後旅遊行程安排等方面之滿意度皆傾向滿意；而曾利用會議餘暇在台旅遊者佔 76.19%；其所花費的旅遊時間，以 1 天(佔 31.25%)、半天(佔 22.32%)及二天(佔 19.64%)者為最多；另未曾利用會議或展覽餘暇在台旅遊者係因「時間不夠」(佔 70.59%)及「大會沒有安排」(佔 26.47%)。

三、競爭力與效益分析

- (一)旅客對來台經驗整體滿意度達八成：旅客對台灣的觀光環境便利性、國際化及安全性等各方面之評分(總分為 5 分)，以「台灣民眾態度友善」(4.21)、「住宿設施安全」(3.88)、「社會治安良好」(3.81)及「來台交通便利」(3.79)等感觀較佳，而「路標及公共設施牌示易懂」(3.14)、「旅遊環境外語溝通良好」(3.23)及「環境衛生良好」(3.35)方面則稍差；旅客對來台經驗的整體滿意度為傾向滿意(3.99)，其中表示非常滿意及滿意者佔 79.85%，非常不滿意及不滿意者僅佔 2.86%。
- (二)與亞洲各國觀光吸引力比較，台灣的「人民友善」、「菜餚」及「風光景色」最具優勢：據本調查顯示，旅客近三年內以觀光為

主要目的而去過次數較多的亞洲地區以去台灣(每百人有 26 人)、中國(每百人有 15 人)、香港(每百人有 14 人)及泰國(每百人有 13 人)者較多，而除台灣以外，以日本(佔 21.93%)、泰國(佔 21.20%)、香港(佔 14.90%)等最獲旅客喜愛；又與亞洲國家比較，旅客認為台灣的「人民友善」(23.43%)、「菜餚」(17.65%)及「風光景色」(11.49%)最具優勢。

- (三) 全年觀光外匯總收入為四十五億八千四百萬美元，占 GDP1.6%：九十一年來台旅客在台平均每人每日消費金額為 204.15 美元(較上年負成長 1.74%)，其中以旅館內支出費所佔比例最高(佔 37.71%)，其次為購物費(佔 17.96%)、旅館外支出費(佔 14.69%)；以目的別分析，觀光目的旅客(每日 244.03 美元)高於業務目的旅客(每日 199.82 美元)，而目標市場中則以日本旅客(每日 240.09 美元)為最高。

91 年來台旅客平均每人每日消費細項

單位：美元

項目	旅館內支出費	旅館外支出費	在台交通費	娛樂費	雜費	購物費	合計
全體	76.98	29.99	17.49	21.88	21.15	36.66	204.15
觀光	83.43	37.78	20.21	27.18	25.85	49.58	244.03
業務	81.35	28.21	17.98	21.78	21.36	29.14	199.82

91 年來台旅客平均每人每日消費細項(目標市場)

單位：美元

地區別	旅館內支出費	旅館外支出費	在台交通費	娛樂費	雜費	購物費	合計
日本	83.65	36.39	20.52	28.64	26.29	44.60	240.09
香港	72.39	32.68	17.95	24.11	21.05	45.60	213.78
美國	67.00	22.07	14.15	16.06	16.42	24.88	160.58

- (四) **超過五成來台觀光目的旅客會因購物退稅增加購物意願**：旅客在台以購買「紀念品及手工藝品」類物品者(佔 31.82%)最多，其次為「名產或特產」(佔 31.26%)及「服飾及相關配件」(佔 22.19%)等；消費金額則以購買「服飾及相關配件」、「名產或特產」、「紀念品及手工藝品」類佔購物費比重較高(分佔 14.74%、14.27%及 13.25%)；又進一步調查，如旅客在台購物可退還 5%之消費稅，則有 44.64%旅客表示會增加購物意願，且觀光目的旅客有 52.42%旅客表示會增加購物意願。

91 年購物退稅是否增加購物意願

單位：%

項目	會增加	不會增加	無意見/不知道
全體	44.64	27.15	28.21
觀光	52.42	22.26	25.32
業務	36.33	33.73	29.94

四、基本資料分析

- (一) **來台旅客以大專以上程度、年收入 30,000-99,999 美元間者居多數**：依據調查顯示，來台旅客以大專以上程度(佔 72.9%)，年收入 30,000-99,999 美元間者(佔 46.2%)佔多數；又業務目的旅客年收入在四萬美元以上者(佔 63.1%)顯著高於觀光目的旅客(佔 30.17%)；另以職業別來看，業務目的旅客以「專業人員」(佔 37.39%)、「民意代表、行政或企業主管或經理人員」(佔 25.12%)較多，而觀光目的旅客則以「專業人員」(佔 20.87%)、「事務工作人員」(佔 14%)、「學生」(佔 13.23%)者較多。
- (二) **超過半數觀光目的旅客採「團體包辦」旅行方式**：旅客來台旅行方式以「自行來臺灣，抵達後未曾請本地旅行社安排旅遊活動」者(佔 41.05%)最多，「請旅行社代訂機票安排住宿」(佔 25.84%)次之，而觀光目的旅客更以採「團體包辦」來台旅遊者最多(佔 52.45%)；另旅客對旅行社在遊程、住宿、交通工具、餐飲等安

排及導遊服務態度、導覽解說水準等各項服務上皆傾向滿意，整體印象滿意度達七成。

91 年旅客來台旅遊方式

單位：%

項目	個別包辦 旅遊	團體包辦 旅遊	請旅行社代 訂機票安排 住宿	自行來臺 灣，抵達後 曾請本地旅 行社安排旅 遊活動	自行來臺 灣，抵達後 未曾請本地 旅行社安排 旅遊活動
全體	6.27	23.04	25.84	3.36	41.05
觀光	8.54	52.45	16.05	2.69	20.02
業務	4.65	2.86	35.85	3.37	52.54

(三) 旅客在台以投宿國際觀光旅館者較多，住宿房價在九十美元以上者佔六成一：八成一受訪旅客來台係投宿旅館，其中以住宿「國際觀光旅館」(每百人 52 人)者最多，其次為「一般旅館」(每百人 40 人)、「觀光旅館」(每百人 8 人)等，而住宿房價以「135 美元以上」者(佔 38.40%)較多，「90-135 美元」(佔 23.27%)、「45-90 美元」(佔 22.18%)次之；對旅館整體評價有六成二表示滿意，不滿意僅佔 5%。