

中華民國 97 年來臺旅客消費及動向調查

中文摘要

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「97 年來臺旅客消費及動向調查」，分別在臺灣桃園國際機場、高雄國際機場現場訪問離境旅客。

本調查對象為 97 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。本調查有效樣本數為 5,506 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」、「競爭力與效益分析」及「基本資料分析」五部分摘述如下：

壹、來臺旅遊市場相關指標值

384.5 萬人次...	來臺旅客人次，較上年成長 3.47%
59.36 億美元...	觀光外匯收入，較上年成長 13.85%
1,544 美元.....	來臺旅客平均每人每次消費，較上年成長 10.05%
7.30 夜.....	來臺旅客平均停留夜數，較上年增加 0.78 夜
211.46 美元...	來臺旅客平均每人每日消費，較上年減少 1.74%
178 萬人次.....	觀光目的旅客人次，較上年成長 7.69%
227.98 美元...	觀光目的旅客平均每人每日消費，較上年減少 7.13%
88.1 萬人次.....	業務目的旅客人次，較上年減少 5.30%
232.08 美元...	業務目的旅客平均每人每日消費，較上年成長 13.32%
88%.....	來臺旅客整體滿意度，較上年增加 2 個百分點
49%.....	近 3 年旅客來臺重遊比率

表 1 95 至 97 年來臺旅遊市場相關指標值

指標	95 年	96 年	97 年
來臺旅客人次	352 萬人次	372 萬人次	385 萬人次
觀光外匯收入	51.36 億美元	52.14 億美元	59.36 億美元
來臺旅客 平均每人每次消費	1,459 美元	1,403 美元	1,544 美元
來臺旅客 平均停留夜數	6.92 夜	6.52 夜	7.30 夜
來臺旅客 平均每人每日消費	210.87 美元	215.21 美元	211.46 美元
觀光目的旅客人次	151 萬人次	165 萬人次	178 萬人次
觀光目的旅客 平均每人每日消費	245.47 美元	245.49 美元	227.98 美元
業務目的旅客人次	95 萬人次	93 萬人次	88 萬人次
業務目的旅客 平均每人每日消費	194.10 美元	204.80 美元	232.08 美元
來臺旅客整體滿意度	89%	86%	88%
旅客來臺重遊率	55%	-	49%

註：1. 95 與 96 年平均停留夜數以 60 夜內為計算基礎，97 年以 90 夜內為計算基礎。

2. 「-」表示該年無調查資料。

貳、旅遊決策分析

一、五成二旅客來臺前曾看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導，其中以網際網路、報章雜誌、電視電台及旅行社宣傳行程摺頁等四種宣傳影響旅客決定來臺觀光的程度較高。

受訪旅客來臺前曾看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導者占 52.16%，其主要來源依序為網際網路(每百人次有 76 人次)、報章雜誌(每百人次有 75 人次)、電視電台(每百人次有 71 人次)等。

各目的旅客來臺前看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導者，以觀光目的(68.40%)為最高，其次為國際會議或展覽目的(53.47%)；客源市場中以新加坡(75.33%)、香港、澳門(70.39%)、馬來西亞(63.72%)、日本(59.10%)、韓國(58.99%)及大陸(56.14%)旅客看過者比例較高。

來臺前以曾在「網際網路」、「報章雜誌」、「電視、電台」及「旅行社宣傳行程摺頁」看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導的受訪旅客表示其影響決定來臺觀光程度傾向較高(平均數均大於 3.5)。

表 2 97 年受訪旅客來臺前看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導

單位：百分比(%)

年別	全體	觀光	業務	國際會議或展覽
97 年	52.16	68.40	31.46	53.47

表 3 97 年受訪旅客受臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導影響決定來臺觀光程度

目的別	報章雜誌		地鐵廣告燈箱巴士車廂		電視電台		網際網路		國際旅遊展覽		戶外廣告或看板		旅行社宣傳行程摺頁	
	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差
全體	3.79	1.11	2.97	1.22	3.75	1.13	4.04	0.96	3.06	1.32	2.87	1.25	3.62	1.20
觀光	3.94	1.10	2.90	1.29	3.86	1.14	4.11	0.95	3.01	1.38	2.79	1.31	3.79	1.20
業務	3.48	1.11	2.96	1.09	3.45	1.13	3.88	0.97	2.97	1.23	2.85	1.08	3.16	1.13
國際會議或展覽	3.62	0.90	3.24	0.87	3.35	0.79	3.82	0.73	3.54	0.91	3.06	0.87	3.49	0.82
1.非常低 2.稍低 3.普通 4.稍高 5.非常高														

二、旅客來臺後希望取得旅遊資訊的地方以「旅館」為最多，希望取得的旅遊資訊以「旅遊景點簡介」及「餐飲資訊」為最多。

旅客來臺後希望取得旅遊資訊的地方依序為旅館(每百人次有 46 人次)、機場入境處(每百人次有 42 人次)及電腦網際網路(每百人次有 38 人次)。

旅客來臺後希望取得的旅遊資訊依序為旅遊景點簡介(每百人次有 53 人次)、餐飲資訊(每百人次有 53 人次)及交通資訊(每百人次有 43 人次)。

表 4 97 年受訪旅客來臺後希望在哪取得旅遊資訊

單位：人次/每百人次

取得旅遊資訊來源	旅館	機場入境處	電腦網際網路	旅行社	旅遊服務中心
相對次數	46.42	42.34	38.21	30.78	23.79

註：本題「來臺後希望在哪取得旅遊資訊」為複選題。

表 5 97 年受訪旅客來臺後希望取得哪些旅遊資訊

單位：人次/每百人次

取得旅遊資訊項目	旅遊景點簡介	餐飲資訊	交通資訊	旅遊地圖	住宿資訊
相對次數	53.45	53.25	42.61	37.90	27.75

註：本題「來臺後希望取得哪些旅遊資訊」為複選題。

三、「菜餚」與「風光景色」為吸引旅客來臺觀光主要因素。

吸引旅客來臺觀光因素依序為菜餚(每百人次有 58 人次)、風光景色(每百人次有 57 人次)、物品價格(每百人次有 27 人次)、距離居住地近(每百人次有 26 人次)及歷史文物(每百人次有 25 人次)等。

由主要市場觀察，吸引日本、港澳旅客來臺觀光主因為「菜餚」；其餘主因皆為「風光景色」。

表 6 97 年吸引受訪旅客來臺觀光因素

單位：人次/每百人次

市場別	菜餚	風光 景色	物品 價格	距離居 住地近	歷史 文物	臺灣民情 風俗和文化	人民 友善	水果
全體	57.85	57.17	26.54	26.02	24.51	22.93	17.53	13.78
日本	65.53	38.94	25.32	46.17	28.19	13.40	16.17	15.43
大陸	41.78	76.89	20.44	12.00	36.89	55.11	20.44	13.33
香港・澳門	68.80	58.93	27.72	20.17	15.09	18.14	13.06	12.34
新加坡	66.20	77.46	40.38	22.54	23.94	32.86	23.00	23.47
韓國	36.92	55.61	32.24	23.83	28.04	19.16	18.22	10.28
馬來西亞	51.35	68.24	36.49	14.86	16.89	18.92	16.22	15.54
美國	41.13	64.54	17.73	7.80	24.82	27.66	23.40	7.80
歐洲	40.35	66.67	8.77	5.26	39.47	38.60	24.56	8.77
紐澳	39.13	78.26	19.57	4.35	23.91	36.96	23.91	15.22

註：本題「吸引受訪旅客來臺觀光因素」為複選題。

四、五成四業務目的與八成國際會議或展覽目的旅客曾利用餘暇旅遊。

業務目的與國際會議或展覽目的受訪旅客分別有 54.38% 及 79.64% 曾利用商務或會議餘暇在臺旅遊，旅遊時間分別以「半天」與「一天」為主，而未利用餘暇在臺旅遊之主要原因皆為「時間不夠」。

表 7 97 年業務與國際會議或展覽目的受訪旅客曾利用餘暇旅遊之比例

單位：百分比(%)

年別	業務	國際會議或展覽
97 年	54.38	79.64

五、國際會議或展覽目的旅客對來臺參加會議或展覽之觀感傾向滿意。

國際會議或展覽目的受訪旅客對來臺參加會議或展覽之各項觀感皆傾向滿意，滿意度由高至低依序為「會議或展覽設施」、「會議或展覽安排」、「會前/會後旅遊行程安排」、「交通方便性」。

表 8 國際會議或展覽目的旅客對本次會議或展覽之滿意程度

對本次會議或展覽之滿意度	平均數	標準差
會議或展覽設施	4.27	0.63
會議或展覽安排	4.23	0.66
會前 / 會後旅遊行程安排	4.11	0.83
交通方便性	4.08	0.78
1.非常不滿意 2.不滿意 3.普通 4.滿意 5.非常滿意		

六、四成三觀光目的旅客來臺旅行方式為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」。

受訪旅客來臺方式以「自行來臺，抵達後未曾請本地旅行社安排旅遊活動」者居多(占 46.48%)，「請旅行社代訂機票及安排住宿」(占 26.95%)、「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」(占 21.79%)次之。

就主要目的而言，觀光目的旅客以「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」者為主，占 43.48%；業務及國際會議或展覽目的旅客均以「自行來臺，抵達後未曾請本地旅行社安排旅遊活動」者為主，分別占 49.31%及 44.44%。

表 9 97 年旅客旅行方式—以主要目的分

單位：列百分比(%)

目的別	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	請旅行社代訂機票及安排住宿	自行來臺灣，抵達後未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	21.79	4.23	26.95	0.54	46.48
觀光	43.48	5.62	15.40	0.53	34.96
業務	1.38	2.91	45.87	0.53	49.31
國際會議或展覽	6.25	6.25	42.36	0.69	44.44

七、旅行社安排團體旅客購物次數以 3~4 次最多，對物品價格觀感為「實在」者占六成三。

來臺方式為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」的受訪旅客中，旅行社安排的購物次數以 3~4 次為最多(占 48.58%)，其次為 5~6 次(占 24.17%)；對於旅行社安排購物的物品價格觀感以「實在」為最多(占 63.33%)。

表 10 97 年旅行社安排的購物次數

單位：列百分比(%)

購物次數	1~2 次	3~4 次	5~6 次	7 次以上
百分比	18.33	48.58	24.17	8.92

表 11 97 年受訪旅客對旅行社安排購物的物品價格的觀感

單位：列百分比(%)

對物品價格觀感	很便宜	便宜	實在	貴	很貴
百分比	0.50	12.50	63.33	22.42	1.25

參、旅遊動向分析

一、近 3 年旅客平均來臺 2.45 次，並有五成一旅客為首次訪臺。

受訪旅客近 3 年來臺次數以第 1 次來臺比例最高，占 50.87%，平均來臺次數為 2.45 次；其中觀光目的旅客平均來臺 1.43 次；業務目的旅客平均來臺 3.73 次；國際會議或展覽目的旅客平均來臺 1.44 次。

表 12 97 年受訪旅客近 3 年首次來臺比例—依主要目的分

單位：%

目的別	首次來臺比例
全體	50.87
觀光	65.04
業務	33.53
國際會議或展覽	65.28

二、「夜市」、「臺北 101」、「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 67 人次）、「臺北 101」（每百人次有 50 人次）、「故宮博物院」（每百人次有 39 人次）及「中正紀念堂」（每百人次有 31 人次）等。

由來臺主要目的觀察，觀光目的旅客遊覽景點前 3 名依序為「夜市」、「臺北 101」及「故宮博物院」；業務與國際會議或展覽目的旅客遊覽觀光景點前 3 名依序皆為「夜市」、「臺北 101」及「信義計畫區商圈」。

旅客遊覽觀光夜市以到訪士林夜市者最多(每百人次有 48 人次)，高雄六合夜市次之(每百人次有 10 人次)。

表 13 97 年受訪旅客主要遊覽景點排名

單位：人次/每百人次

名次	遊覽景點	相對次數	名次	遊覽景點	相對次數
1	夜市	67.29	6	淡水	26.21
2	臺北 101	50.40	7	西門町	24.14
3	故宮博物院	39.19	8	九份	21.39
4	中正紀念堂	30.86	9	臺北東區	18.03
5	信義計畫區商圈	27.81	10	忠烈祠	17.91

註：本題「受訪旅客遊覽主要景點」為複選題。

三、「太魯閣.天祥」為旅客最喜歡的景點。

受訪旅客遊覽景點中以「太魯閣.天祥」最獲喜愛(喜歡比例為 47.36%)，其次依序為「墾丁國家公園」、「阿里山」、「九份」、「日月潭」及「故宮博物院」，喜歡比例皆在 22% 以上。

由來臺主要目的及主要市場觀察，觀光目的、業務目的、日本、大陸、新加坡、韓國、馬來西亞、美國、歐洲旅客最喜歡景點為「太魯閣.天祥」；國際會議或展覽目的及紐澳旅客最喜歡景點為「故宮博物院」，香港.澳門旅客最喜歡景點為「阿里山」。

表 14 97 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/ 每百人次)	喜歡 比例	名次	最喜歡景點	到訪相對 次數(人次/ 每百人次)	喜歡 比例
1	太魯閣.天祥	9.97	47.36%	6	故宮博物院	39.19	22.24%
2	墾丁國家公園	5.45	32.33%	7	淡水	26.21	18.64%
3	阿里山	5.68	30.03%	8	木柵貓空	4.23	18.03%
4	九份	21.39	27.84%	9	臺北 101	50.40	17.33%
5	日月潭	11.21	27.55%	10	烏來	4.10	17.26%

註：1.喜歡比例=(最喜歡該景點人數/曾遊覽過該景點人數)×100%。

2.喜歡比例之排序，若曾遊覽該景點人數未達 30 人以上，不列入計算。

四、「臺北」為旅客主要遊覽景點及最喜歡景點所在縣市。

受訪旅客主要遊覽景點所在縣市依序為臺北(每百人次有 76 人次)、高雄(每百人次有 15 人次)、南投(每百人次有 12 人次)等；而最喜歡景點所在縣市主要為臺北，其次為花蓮。

表 15 97 年受訪旅客遊覽景點所在縣市排名

單位：人次/每百人次

名次	縣市	相對次數	名次	縣市	相對次數
1	臺北	75.81	10	基隆	5.12
2	高雄	15.38	11	臺東	2.60
3	南投	12.26	12	桃園	2.34
4	花蓮	10.24	13	宜蘭	2.12
5	臺中	6.19	14	雲林	0.60
6	屏東	5.90	15	彰化	0.51
7	嘉義	5.78	16	苗栗	0.27
8	新竹	5.30	17	金門	0.07
9	臺南	5.19	18	澎湖	0.05

註：本題「受訪旅客遊覽主要景點所在縣市」為複選題

表 16 97 年受訪旅客最喜歡景點所在縣市排名

單位：%

名次	縣市	喜歡比例	名次	縣市	喜歡比例
1	臺北	66.75	4	屏東	31.69
2	花蓮	47.52	5	嘉義	30.19
3	南投	32.00	6	宜蘭	20.51

註：1.喜歡比例=(最喜歡景點所在縣市人數/曾遊覽過該景點所在縣市人數)×100%。

2.喜歡比例之排序，若曾遊覽過該景點所在縣市人數未達 30 人以上，不列入計算。

五、「購物」、「逛夜市」及「參觀古蹟」為旅客在臺主要活動。

受訪旅客在我國期間參加活動以購物為最多(每百人次有 85 人次)，其次依序為逛夜市(每百人次有 67 人次)、參觀古蹟(每百人次有 51 人次)、冒險旅遊或生態旅遊(每百人次有 30 人次)；而本局配合「2008-2009 旅行台灣年」辦理之四季好禮大放送，使泡溫泉、遊主題遊樂園人數明顯增加。

表 17 97 年受訪旅客在臺期間參加活動排名

單位：人次/每百人次

名次	項目	相對次數	名次	項目	相對次數
1	購物	84.93	10	夜總會、PUB 活動	8.21
2	逛夜市	67.45	11	參觀藝文表演活動	5.39
3	參觀古蹟	51.42	12	卡拉 OK 或唱 KTV	5.27
4	冒險旅遊或生態旅遊	29.71	13	S P A . 三溫暖	4.96
5	參觀展覽	23.70	14	參觀節慶活動	3.72
6	泡溫泉浴	22.94	15	護膚、美容、彩繪指甲	2.82
7	按摩、指壓	15.46	16	拍婚紗或個人藝術照	1.51
8	主題樂園	13.06	17	打高爾夫球	1.42
9	遊湖	11.46	18	保健醫療	0.96

註：本題「受訪旅客在臺期間參加活動」為複選題

肆、競爭力與效益分析

一、有八成八旅客對來臺整體經驗表示滿意。

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」、「住宿設施安全」、「社會治安良好」及「遊憩據點設施安全」滿意度較高。

表 18 97 年受訪旅客此次來臺各項滿意度

來臺旅客各項滿意度		平均值	標準差
觀光 便利 性	取得臺灣簽證快速	4.11	0.96
	來臺交通(航點、航班、機位)便利	4.09	0.81
	境內交通便利	4.08	0.79
	海關通關手續便利	4.06	0.79
	入關驗證手續便利	4.01	0.81
	通訊設備(國際公共電話、網路)便利	3.97	0.82
	旅遊資訊取得方便	3.89	0.84
觀光 環境 國際 化	臺灣民眾態度友善	4.50	0.67
	旅遊環境語言溝通良好	3.89	0.95
	路標及公共設施牌示易懂	3.85	0.90
環境 安全 性	住宿設施安全	4.32	0.72
	社會治安良好	4.26	0.71
	遊憩據點設施安全	4.26	0.72
	環境衛生良好	3.89	0.84
	餐飲衛生良好	3.88	0.83
整體	來臺整體滿意度	4.18	0.63
1.非常不滿意 2.不滿意 3.普通 4.滿意 5.非常滿意			

二、97 年觀光外匯總收入為 59 億 3,600 萬美元，較 96 年成長 13.85%。

97 年受訪旅客在臺平均每人每日消費為 211.46 美元，較上年減少 1.74%，其中以旅館內消費所佔比例最高(占 43.90%)，其次為購物費(占 27.35%)、旅館外餐飲費(占 12.34%)等。

由主要市場分析，以日本旅客(平均每人每日 260.47 美元)在臺消費為最高；進一步由購物費觀察，則依序為大陸(平均每人每日 93.75 美元)、新加坡(平均每人每日 68.75 美元)、日本(平均每人每日 68.69 美元)、馬來西亞(平均每人每日 57.96 美元)及香港、澳門(平均每人每日 57.33 美元)。

表 19 97 年受訪旅客每人每日平均消費細項－依主要市場分

單位：美元

市場別		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	合計
全 體	金 額	92.83	26.09	17.11	14.02	3.58	57.83	211.46
	結構比	43.90%	12.34%	8.09%	6.63%	1.69%	27.35%	100.00%
日 本	金 額	111.49	31.43	22.63	22.68	3.55	68.69	260.47
	結構比	42.80%	12.07%	8.69%	8.71%	1.36%	26.37%	100.00%
大 陸	金 額	89.11	15.62	14.12	16.22	2.28	93.75	231.10
	結構比	38.56%	6.76%	6.11%	7.02%	0.99%	40.57%	100.00%
香 港 澳 門	金 額	57.03	26.60	14.66	10.53	2.50	57.33	168.65
	結構比	33.82%	15.77%	8.69%	6.24%	1.48%	34.00%	100.00%
新 加 坡	金 額	74.09	21.71	15.21	11.84	3.04	68.75	194.64
	結構比	38.07%	11.15%	7.82%	6.08%	1.56%	35.32%	100.00%
韓 國	金 額	89.74	16.22	17.36	16.93	6.91	49.08	196.24
	結構比	45.73%	8.27%	8.85%	8.63%	3.52%	25.01%	100.00%
馬來西亞	金 額	60.23	19.97	11.78	8.49	2.60	57.96	161.03
	結構比	37.40%	12.40%	7.31%	5.27%	1.61%	36.00%	100.00%
美 國	金 額	101.64	28.82	15.07	7.00	3.64	36.98	193.14
	結構比	52.62%	14.92%	7.80%	3.62%	1.88%	19.15%	100.00%
歐 洲	金 額	119.44	30.87	17.33	9.17	4.22	33.94	214.97
	結構比	55.56%	14.36%	8.06%	4.26%	1.96%	15.79%	100.00%
紐 澳	金 額	133.36	30.89	20.03	17.79	3.88	53.97	259.92
	結構比	51.31%	11.89%	7.71%	6.85%	1.49%	20.76%	100.00%

三、大陸觀光團體旅客在臺每人每日平均消費為 295.00 美元，低於日本觀光團體旅客之 335.56 美元，高於全體觀光團體旅客之 268.34 美元。

97 年大陸與日本、全體觀光團體旅客相比較，大陸觀光團體旅客在臺每人每日平均消費為 295.00 美元，低於日本觀光團體旅客之 335.56 美元，高於全體觀光團體旅客之 268.34 美元。

進一步由購物費觀察，大陸觀光團體旅客在臺每人每日平均購物費為 131.36 美元，高於日本之 97.87 美元及全體之 89.42 美元。

由購物費之細項消費觀察，全體、日本及大陸韓國觀光團體旅客均以購買名產或特產為最多，分別佔值 44.43%、56.72%及 25.14%。

表 20 97 年全體、日本及大陸觀光團體旅客之平均每人每日消費支出

單位：美元

居住地別		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	合計
全 體	金 額	100.53	17.03	24.97	34.19	2.19	89.42	268.34
觀光團體	結 構 比	37.47%	6.35%	9.31%	12.74%	0.82%	33.32%	100.00%
日 本	金 額	133.62	24.09	31.81	45.57	2.60	97.87	335.56
觀光團體	結 構 比	39.82%	7.18%	9.48%	13.58%	0.77%	29.17%	100.00%
大 陸	金 額	95.04	9.18	24.00	34.14	1.28	131.36	295.00
觀光團體	結 構 比	32.22%	3.11%	8.13%	11.57%	0.43%	44.53%	100.00%

表 21 97 年全體、日本及大陸觀光團體旅客平均每人每日購物費之細項消費

單位：美元

購 物 費 消 費 項 目	全體觀光團體旅客		日本觀光團體旅客		大陸觀光團體旅客	
	消費金額	百分比	消費金額	百分比	消費金額	百分比
服飾或相關配件	11.37	12.72%	10.99	11.23%	17.13	13.04%
珠寶或玉器類	9.74	10.89%	4.88	4.99%	29.43	22.40%
紀念品或手工藝品類	8.06	9.02%	5.18	5.29%	15.39	11.72%
化妝品或香水類	3.53	3.95%	4.04	4.13%	3.70	2.82%
名產或特產	39.73	44.43%	55.52	56.72%	33.02	25.14%
煙或酒類	2.97	3.32%	3.31	3.38%	6.39	4.86%
中藥或健康食品	3.68	4.11%	2.15	2.19%	1.55	1.18%
電子或電器用品	0.99	1.11%	0.86	0.87%	1.50	1.14%
茶葉	7.35	8.21%	8.80	8.99%	13.68	10.41%
其他	2.01	2.24%	2.15	2.19%	9.57	7.28%
合 計	89.42	100.00%	97.87	100.00%	131.36	100.00%

四、旅客中 6.74%使用過購物退稅服務，其中八成七覺得退稅手續便利。

受訪旅客中使用過購物退稅服務者占 6.74%，其中覺得退稅手續便利者占 87.06%。

由來臺主要目的及主要市場觀察，國際會議或展覽目的及日本受訪旅客使用購物退稅服務有 9% 以上，其餘皆低於 9%；其中認為退稅手續便利性者，國際會議或展覽目的旅客與日本旅客則分占 100.00% 與 91.43%。

表 22 97 年受訪旅客購物退稅情形－依來臺主要目的分

單位：百分比%

來臺主要目的	使用過退稅的比例	認為退稅手續簡便的比例
全體	6.74	87.06
觀光	8.56	87.05
業務	4.34	87.80
國際會議或展覽	9.72	100.00

五、九成八受訪旅客有再度訪臺意願，主要原因為觀光。

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 58.75%，其次為業務，占 28.61%。

表 23 97 年受訪旅客表示會再度訪臺的主要原因

單位：列百分比(%)

再度訪臺主要原因	觀光	業務	國際會議或展覽	探親或訪友	求學	其他
百分比	58.74	28.61	0.93	9.37	0.85	1.50

六、「人民友善」與「菜餚」為旅客認為臺灣最具競爭優勢的項目。

受訪旅客於近 3 年內以觀光為目的曾去過亞洲鄰近國家/地區中，除臺灣外，最喜歡的國家/地區第一為「日本」，第二為「泰國」，第三為「香港、澳門」。

臺灣與最喜歡的國家/地區比較，旅客認為臺灣的「人民友善」(每百人次有 55 人次)及「菜餚」(每百人次有 48 人次)最具優勢。

表 24 97 年受訪旅客與最喜歡亞洲鄰近國家/地區比較認為臺灣較好項目排名

單位：人次/每百人次

名次	項目	相對次數	名次	項目	相對次數
1	人 民 友 善	54.84	9	遊 憩 設 施	15.84
2	菜 餚	47.95	10	民情風俗和文化	10.61
3	風 光 景 色	30.42	11	氣 候 宜 人	10.29
4	物 品 價 格	30.42	12	距 離 居 住 地 近	9.40
5	水 果	22.96	13	節 慶 活 動	9.15
6	夜 間 休 閒 活 動	20.78	14	民 主 政 治	6.64
7	治 安 良 好	17.05	15	花 卉	4.98
8	歷 史 文 物	16.16	16	保 健 醫 療	3.77

註：本題「受訪旅客與最喜歡國家/地區比較，認為臺灣較好項目」為複選題。

伍、基本資料分析

一、旅客工作別以專業人員最多。

受訪旅客以「專業人員」最多，占 32.71%，第二為「民意代表.行政主管.企業主管或經理人員」，占 19.00%，第三為「事務工作人員」，占 18.63%。

二、旅客教育程度以大專以上居多，年收入以「40,000-69,999 美元」及「30,000-39,999 美元」居多。

受訪旅客最高學歷以「大專以上」最多，占 80.51%。受訪旅客平均年收入約為 50,800 美元，其中以年收入「40,000-69,999 美元」最多，占 20.45%；其次為「30,000-39,999 美元」，占 15.93%。

三、旅客以住宿國際觀光旅館為主，對投宿旅館的整體滿意度為八成。

受訪旅客在臺主要住宿於旅館(每百人次有 84 人次)，其中住宿旅館類型依序為國際觀光旅館(占 52.79%)、一般旅館(占 38.47%)、觀光旅館(占 8.74%)；旅客對旅館的整體滿意度為 80%，對民宿的整體滿意度為 48%(普通占 51%)，對青年旅館.活動中心的整體滿意度為 71%。

四、八成五旅客對旅行社及導遊服務之整體印象表示滿意。

受訪旅客對旅行社及導遊服務態度皆傾向滿意，滿意度由高至低依序為「導遊服務態度」、「導覽解說水準」、「住宿地點安排」、「交通工具安排」、「行程內容」、「餐飲安排」。