

中華民國 100 年來臺旅客消費及動向調查

摘要

欣逢建國百年，觀光局持續積極推動「旅行台灣・感動 100」及觀光拔尖領航方案，觀光效益成果豐碩，雖發生日本 311 海嘯事件，來臺旅客仍達 608.7 萬人次，創下歷史新高，客源市場中成長率最高前三名為新加坡、日本及韓國，而人次最多前三大客源市場為大陸、日本及香港、澳門。

交通部觀光局為瞭解 100 年來臺旅客旅遊動機、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，特辦理「100 年來臺旅客消費及動向調查」，分別在臺灣桃園國際機場、高雄國際機場及臺北松山機場現場訪問離境旅客。

本調查對象為 100 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 100 年有效樣本數為 6,009 人，其中大陸旅客 1,759 人，日本旅客 1,378 人。

茲將 100 年主要調查結果區分為「來臺旅遊市場相關指標」、「旅遊決策分析」、「旅遊動向分析」、「消費概況」、「滿意度分析」及「基本資料分析」六部分，摘述如下：

壹、來臺旅遊市場相關指標值

608.7 萬人次.....	來臺旅客人次，較上年成長 9.34%
110.65 億美元...	觀光外匯收入，較上年成長 26.91%
1,818 美元.....	來臺旅客平均每人每次消費，較上年成長 16.09%
7.05 夜.....	來臺旅客平均停留夜數，較上年減少 0.01 夜
257.82 美元...	來臺旅客平均每人每日消費，較上年成長 16.22%
363.4 萬人次...	觀光目的旅客人次，較上年成長 11.95%
280.41 美元...	觀光目的旅客平均每人每日消費，較上年成長 15.69%
98.5 萬人次.....	業務目的旅客人次，較上年成長 5.02%
233.22 美元...	業務目的旅客平均每人每日消費，較上年成長 11.13%
93%.....	來臺旅客整體滿意度，與上年相當
35%.....	近 3 年旅客來臺重遊比率，較上年增加 2 個百分點

表 1 98 至 100 年來臺旅遊市場相關指標值

指標	98 年	99 年	100 年
來臺旅客人次	440 萬人次	557 萬人次	609 萬人次
觀光外匯收入	68.16 億美元	87.19 億美元	110.65 億美元
來臺旅客 平均每人每次消費	1,551 美元	1,566 美元	1,818 美元
來臺旅客 平均停留夜數	7.17 夜	7.06 夜	7.05 夜
來臺旅客 平均每人每日消費	216.30 美元	221.84 美元	257.82 美元
觀光目的旅客人次	230 萬人次	325 萬人次	363 萬人次
觀光目的旅客 平均每人每日消費	227.27 美元	242.39 美元	280.41 美元
業務目的旅客人次	80 萬人次	94 萬人次	98 萬人次
業務目的旅客 平均每人每日消費	230.68 美元	209.86 美元	233.22 美元
來臺旅客整體滿意度	90%	93%	93%
旅客來臺重遊比率	40%	33%	35%

貳、旅遊決策分析

一、六成六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、旅行社宣傳行程摺頁、親朋好友來臺口碑宣傳、電視電台及報章雜誌等五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 66.35%，其主要來源依序為電視電台(每百人次有 58 人次)、網際網路(每百人次有 55 人次)、報章雜誌(每百人次有 45 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(76.78%)為最高；客源市場中以馬來西亞(83.56%)、大陸(76.58%)、香港、澳門(75.99%)、日本(75.91%)及新加坡(74.73%)旅客看過者比例較高。

來臺前以曾在「網際網路」、「旅行社宣傳行程摺頁」、「親朋好友來臺口碑宣傳」、「電視電台」及「報章雜誌」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(平均數皆大於 3.50)。

表 2 100 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
100 年	66.35	76.78	43.31	54.97

表 3 100 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		親朋好友來臺口碑宣傳	
	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
全體	3.63	1.25	3.15	1.06	3.76	1.16	4.00	1.02	3.05	1.13	2.73	1.17	3.95	1.16	3.88	1.02
觀光	3.74	1.22	3.17	1.09	3.86	1.15	4.10	1.01	3.03	1.10	2.69	1.19	4.05	1.11	3.96	0.91
業務	3.18	1.27	3.13	0.93	3.45	1.06	3.66	0.99	3.10	1.25	2.90	1.18	3.42	1.17	3.45	1.27
國際會議或展覽	3.29	1.45	3.38	1.19	3.37	1.35	3.97	0.92	3.29	1.21	3.00	1.15	3.59	1.37	3.48	1.27
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來源以「旅館」及「機場入境處」為最多，希望取得的旅遊資訊以「旅遊景點簡介」、「餐飲資訊」、「交通資訊」及「旅遊地圖或開車路線圖」為最多。

旅客來臺後希望取得旅遊資訊的來源依序為旅館(每百人次有 43 人次)、機場入境處(每百人次有 34 人次)、電腦網際網路(每百人次有 29 人次)及旅行社(每百人次有 28 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 54 人次)、餐飲資訊(每百人次有 53 人次)、交通資訊(每百人次有 41 人次)及旅遊地圖或開車路線圖(每百人次有 33 人次)。

表 4 100 年受訪旅客來臺後希望在何處取得旅遊資訊

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	43.32	34.27	29.46	27.84	16.79

註：本題「來臺後希望在何處取得旅遊資訊」為複選題。

表 5 100 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	旅遊地圖或開車路線圖	主題旅遊建議
相對次數	54.00	52.94	41.11	33.33	17.19

註：本題「來臺後希望取得哪些旅遊資訊」為複選題。

三、「風光景色」、「菜餚」與「臺灣民情風俗和文化」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風光景色(每百人次有 61 人次)、菜餚(每百人次有 41 人次)、臺灣民情風俗和文化(每百人次有 35 人次)、人民友善(每百人次有 26 人次)、歷史文物(每百人次有 25 人次)等。

由主要市場觀察，除吸引日本旅客來臺觀光主因為「菜餚」外；其餘主因皆以「風光景色」為最多。

表 6 100 年吸引受訪旅客來臺觀光因素

單位：人次/每百人次

項目	風光景色	菜餚	臺灣民情風俗和文化	人民友善	歷史文物	水果	距離居住地近	物品價格
相對次數	60.80	41.37	34.80	26.28	24.57	20.37	19.41	18.22

註：本題「吸引受訪旅客來臺觀光因素」為複選題。

四、五成三業務目的與八成七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 53.08% 及 87.26% 曾利用商務或會議餘暇在臺旅遊；其中業務目的受訪旅客旅遊時間以「半天」及「1 天」為主，國際會議或展覽目的受訪旅客旅遊時間以「半天」、「2 天」及「1 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 7 100 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
100 年	53.08	87.26

五、六成二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「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」者居多(占 41.47%)，「自行來臺，抵達後未曾請本地旅行社安排旅遊活動」(占 30.80%)、「請旅行社安排住宿(及代訂機票)」(占 24.45%)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 61.76%；業務目的旅客以「自行來台灣，抵達後未曾請本地旅行社安排活動」者為主，占 49.49%；國際會議或展覽目的旅客以「請旅行社安排住宿(及代訂機票)」者為主，占 43.71%。

表 8 100 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	請旅行社安排住宿(及代訂機票)	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	41.47	2.73	24.45	0.55	30.80
觀光	61.76	3.21	15.56	0.51	18.95
業務	3.09	0.75	46.05	0.62	49.49
國際會議或展覽	7.95	5.30	43.71	0.66	42.38

六、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」者占五成。

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 39.04%)，其次為 5-6 次(占 33.27%)；對於旅行社安排購物的物品價格觀感以「實在」為最多(占 50.24%)。

由主要市場觀察，旅行社安排大陸旅客的購物次數以 5-6 次為最多(占 43.25%)，非大陸旅客的購物次數以 3-4 次為最多(占 54.56%)。大陸旅客對於旅行社安排購物的物品價格觀感以「貴」為最多(占 47.62%)，其次為「實在」(占 47.24%)；非大陸旅客對於旅行社安排購物的物品價格觀感以「實在」為最多(占 55.34%)，其次為「便宜」(占 23.42%)。

表 9 100 年旅行社安排的購物次數

單位：列百分比(%)

購物次數	0 次	1-2 次	3-4 次	5-6 次	7 次以上
百分比	0.72	13.04	39.04	33.27	13.92

表 10 100 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	0.49	10.55	50.24	36.82	1.90

參、旅遊動向分析

一、近 3 年旅客平均來臺 1.50 次，並有六成五旅客為首次訪臺。

受訪旅客近 3 年來臺次數以第 1 次來臺比例最高，占 65.45%，平均來臺次數為 1.50 次；其中觀光目的旅客第 1 次來臺比例為 77.94%。

表 11 100 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	65.45
觀光	77.94
業務	38.16
國際會議或展覽	68.87

二、「夜市」、「臺北 101」、「故宮博物院」、「中正紀念堂」及「日月潭」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 74 人次)、「臺北 101」(每百人次有 58 人次)、「故宮博物院」(每百人次有 52 人次)、「中正紀念堂」(每百人次有 35 人次)及「日月潭」(每百人次有 34 人次)等。

由來臺主要目的分析，觀光、業務與國際會議或展覽目的旅客遊覽景點前 3 名依序皆為「夜市」、「臺北 101」及「故宮博物院」。

旅客遊覽觀光夜市以到訪士林夜市者最多(每百人次有 47 人次)，高雄六合夜市次之(每百人次有 25 人次)。

表 12 100 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	74.06	6	野 柳	27.82
2	臺 北 1 0 1	58.46	7	國 父 紀 念 館	27.33
3	故 宮 博 物 院	52.39	8	太 魯 閣 . 天 祥	24.50
4	中 正 紀 念 堂	34.71	9	阿 里 山	22.87
5	日 月 潭	34.22	10	西 子 灣	22.60

註：本題「受訪旅客遊覽主要景點」為複選題。

三、「九份」為旅客最喜歡的熱門景點。

受訪旅客遊覽的熱門景點中以「九份」最獲喜愛(喜歡比例為 31.72%)，其次依序為「太魯閣.天祥」、「日月潭」、「阿里山」、及「野柳」，喜歡比例皆在 19% 以上。

表 13 100 年受訪旅客最喜歡熱門景點排名

名次	最喜歡熱門景點	到訪相對次數(人次/每百人次)	喜歡比例	名次	最喜歡熱門景點	到訪相對次數(人次/每百人次)	喜歡比例
1	九 份	22.40	31.72%	6	故 宮 博 物 院	52.39	17.95%
2	太 魯 閣 . 天 祥	24.50	30.64%	7	艋 舺 龍 山 寺	14.05	14.22%
3	日 月 潭	34.22	24.27%	8	淡 水	17.51	14.16%
4	阿 里 山	22.87	22.34%	9	西 門 町	19.17	13.19%
5	野 柳	27.82	19.50%	10	臺 北 1 0 1	58.46	11.13%

註：1.本題「最喜歡景點」僅能就曾遊覽過的景點中選一個。

2.喜歡比例=(最喜歡該景點人數/曾遊覽過該景點人數)×100%。

3.喜歡比例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」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(每百人次有 82 人次)、南投(每百人次有 36 人次)、高雄(每百人次有 36 人次)、花蓮(每百人次有 25 人次)、屏東(每百人次有 24 人次)等。

表 14 100 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	82.24	10	桃園	5.33
2	南投	35.61	11	宜蘭	2.91
3	高雄	35.58	12	基隆	2.50
4	花蓮	25.03	13	新竹	1.78
5	屏東	24.03	14	彰化	1.26
6	嘉義	22.90	15	苗栗	0.47
7	臺東	14.88	16	雲林	0.27
8	臺南	6.31	17	澎湖	0.17
9	臺中	5.69	18	金門	0.15

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 83 人次),其次依序為逛夜市(每百人次有 74 人次)、參觀古蹟(每百人次有 36 人次)、遊湖(每百人次有 30 人次)等。

由來臺主要目分析,各目的旅客在我國期間參加活動亦均以購物及逛夜為主。

表 15 100 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	82.76	11	參觀節慶活動	1.93
2	逛夜市	73.99	12	卡拉 OK 或唱 KTV	1.76
3	參觀古蹟	36.26	13	騎乘自行車	1.70
4	遊湖	29.97	14	S P A . 三溫暖	1.26
5	參觀展覽	19.72	15	護膚.美容.彩繪指甲	0.77
6	泡溫泉浴	15.04	16	拍婚紗或個人藝術照	0.67
7	按摩 . 指壓	12.03	17	冒險旅遊或生態旅遊	0.63
8	參觀藝文表演活動	5.51	18	打高爾夫球	0.43
9	主題樂園	4.84	19	保健醫療	0.43
10	夜總會.PUB 活動	2.78			

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、100 年觀光外匯總收入為 110 億 6,500 萬美元，較 99 年成長 26.91%。

100 年受訪旅客在臺平均每人每日消費為 257.82 美元，較上年成長 16.22%，其中以旅館內消費所占比例最高(占 35.06%)，其次為購物費(占 33.49%)、旅館外餐飲費(占 12.44%)等。

由來臺主要目的分析，以觀光目的旅客(平均每人每日 280.41 美元)在臺消費力為最高，其次為國際會議或展覽目的旅客(平均每人每日 256.39 美元)，第三為業務旅客(平均每人每日 233.22 美元)。

由主要市場分析，以日本旅客(平均每人每日 348.12 美元)及大陸旅客(平均每人每日 270.31 美元)在臺消費力為最高；進一步由購物費觀察，則依序為大陸(平均每人每日 159.90 美元)、新加坡(平均每人每日 90.67 美元)及日本(平均每人每日 76.39 美元)等。

表 17 100 年受訪旅客每人每日平均消費細項－依來臺主要目的分

單位：美元

目的別		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	90.39	32.08	22.92	22.07	4.01	86.35	257.82
	結構比	35.06%	12.44%	8.89%	8.56%	1.56%	33.49%	100.00%
觀光	金額	74.98	34.41	24.14	29.95	4.40	112.53	280.41
	結構比	26.74%	12.27%	8.61%	10.68%	1.57%	40.13%	100.00%
業務	金額	140.43	27.97	22.73	7.28	3.23	31.58	233.22
	結構比	60.21%	11.99%	9.75%	3.12%	1.39%	13.54%	100.00%
國際會議 或展覽	金額	131.19	33.56	21.75	12.36	3.74	53.79	256.39
	結構比	51.17%	13.09%	8.48%	4.82%	1.46%	20.98%	100.00%
探親或 訪友	金額	41.81	25.29	11.77	5.89	2.68	33.75	121.19
	結構比	34.50%	20.87%	9.71%	4.86%	2.21%	27.85%	100.00%
求學	金額	24.13	23.33	12.59	6.79	7.56	55.92	130.32
	結構比	18.52%	17.90%	9.66%	5.21%	5.80%	42.91%	100.00%

表 18 100 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	90.39	32.08	22.92	22.07	4.01	86.35	257.82
	結構比	35.06%	12.44%	8.89%	8.56%	1.56%	33.49%	100.00%
日 本	金 額	133.78	50.85	34.51	46.82	5.77	76.39	348.12
	結構比	38.43%	14.61%	9.91%	13.45%	1.66%	21.94%	100.00%
大 陸	金 額	44.51	20.01	16.79	25.56	3.54	159.90	270.31
	結構比	16.47%	7.40%	6.21%	9.46%	1.31%	59.15%	100.00%
香 港 澳 門	金 額	81.85	36.78	20.86	10.93	3.06	59.13	212.61
	結構比	38.50%	17.30%	9.81%	5.14%	1.44%	27.81%	100.00%
新 加 坡	金 額	89.28	36.80	23.38	16.44	4.04	90.66	260.60
	結構比	34.26%	14.12%	8.97%	6.31%	1.55%	34.79%	100.00%
韓 國	金 額	74.39	32.70	23.23	8.38	4.31	36.77	179.78
	結構比	41.38%	18.19%	12.92%	4.66%	2.40%	20.45%	100.00%
馬來西亞	金 額	54.95	29.37	21.10	7.84	6.17	56.36	175.79
	結構比	31.26%	16.71%	12.00%	4.46%	3.51%	32.06%	100.00%
美 國	金 額	134.76	27.54	19.42	4.85	3.38	15.85	205.80
	結構比	65.48%	13.38%	9.44%	2.36%	1.64%	7.70%	100.00%
歐 洲	金 額	119.24	22.87	20.87	5.09	5.09	20.45	193.61
	結構比	61.59%	11.81%	10.78%	2.63%	2.63%	10.56%	100.00%
紐 澳	金 額	82.93	19.06	16.46	6.79	2.47	20.64	148.35
	結構比	55.90%	12.85%	11.10%	4.58%	1.66%	13.91%	100.00%

二、日本觀光團體旅客在臺每人每日平均消費為 430.53 美元，高於全體觀光團體旅客之 302.10 美元及大陸觀光團體旅客之 266.35 美元。

100 年大陸與日本、全體觀光團體旅客相比較，日本觀光團體旅客在臺平均每人每日消費為 430.53 美元，高於全體觀光團體旅客之 302.10 美元及大陸觀光團體旅客之 266.35 美元。

進一步由購物費觀察，大陸觀光團體旅客在臺平均每人每日購物費為 163.91 美元，高於全體觀光團體旅客之 146.96 美元及日本觀光團體旅客之 123.28 美元。

由購物費之細項消費觀察，日本觀光團體旅客以購買名產或特產為最多，占 60.28%；大陸觀光團體旅客以購買珠寶或玉器類為最多，占 32.12% 第二高為名產或特產，占 25.18%。

表 19 100 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	57.04	29.88	24.11	38.58	5.53	146.96	302.10
觀光團體	結 構 比	18.88%	9.89%	7.98%	12.77%	1.83%	48.65%	100.00%
日 本	金 額	111.18	57.22	45.83	81.99	11.03	123.28	430.53
觀光團體	結 構 比	25.82%	13.29%	10.65%	19.04%	2.56%	28.64%	100.00%
大 陸	金 額	37.90	18.89	15.95	26.26	3.44	163.91	266.35
觀光團體	結 構 比	14.23%	7.09%	5.99%	9.86%	1.29%	61.54%	100.00%

表 20 100 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	15.14	10.30%	<u>12.72</u>	<u>10.32%</u>	16.57	10.11%
珠寶或玉器類	<u>37.72</u>	<u>25.67%</u>	10.33	8.38%	52.65	32.12%
紀念品或手工藝品類	9.63	6.55%	7.46	6.05%	10.44	6.37%
化妝品或香水類	10.33	7.03%	3.99	3.24%	13.72	8.37%
名產或特產	49.53	33.70%	74.31	60.28%	<u>41.27</u>	<u>25.18%</u>
煙或酒類	7.11	4.84%	3.43	2.78%	9.60	5.86%
中藥或健康食品	3.06	2.08%	1.13	0.91%	2.18	1.33%
電子或電器用品	1.20	0.82%	0.05	0.04%	1.84	1.12%
茶葉	12.34	8.40%	9.42	7.64%	14.87	9.07%
其他	0.90	0.61%	0.44	0.36%	0.77	0.47%
合 計	146.96	100.00%	123.28	100.00%	163.91	100.00%

三、旅客中 10.35%使用過購物退稅服務，其中九成二覺得退稅手續便利。

受訪旅客中使用過購物退稅服務者占 10.35%，其中覺得退稅手續便利者占 91.80%。

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者，占 13.56%，其中有 92.42%認為退稅手續便利。

表 21 100 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		10.35	91.80
觀光		13.56	92.42
業務		3.57	86.54
國際會議或展覽		6.62	90.00

伍、滿意度分析

一、有九成三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」、「遊憩據點設施安全」及「社會治安良好」滿意度最高。

由主要市場分析，旅客此次來臺整體經驗滿意度除韓國市場(滿意度為73.36%)外，其餘各市場滿意度均達90%以上；以大陸旅客最高(滿意度97.95%)，港澳旅客次之(滿意度94.19%)，美國旅客再次之(滿意度93.45%)。

表 22 100 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	境內交通便利	4.21	0.67
	海關通關手續便利	4.19	0.68
	入關驗證手續便利	4.18	0.69
	來臺交通(航點、航班、機位)便利	4.16	0.72
	取得臺灣簽證快速	4.12	0.85
	旅遊資訊取得方便	3.98	0.79
	通訊設備(國際公共電話、網路)便利	3.90	0.89
觀光 環境 國際 化	臺灣民眾態度友善	4.56	0.59
	旅遊環境語言溝通良好	4.03	0.96
	路標及公共設施牌示易懂	3.89	0.92
環境 安全 性	住宿設施安全	4.36	0.63
	遊憩據點設施安全	4.32	0.64
	社會治安良好	4.30	0.65
	環境衛生良好	4.10	0.81
	餐飲衛生良好	4.01	0.81
整體	來臺整體滿意度	4.24	0.58
1.非常不滿意 2.不滿意 3.普通 4.滿意 5.非常滿意			

二、九成四受訪旅客有再度訪臺意願，主要原因為觀光。

受訪旅客有九成四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69.68%，其次為業務目的，占22.26%。

表 23 100 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	探親或訪友	國際會議或展覽	求學	其他
百分比	69.68	22.26	5.62	0.67	0.49	1.27

三、「人民友善」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「香港.澳門」，第三為「泰國」。

由主要市場分析，日本受訪旅客最喜歡「韓國」；大陸及馬來西亞受訪旅客最喜歡「香港.澳門」；香港.澳門、新加坡、韓國及美國受訪旅客最喜歡「日本」；紐澳受訪旅客最喜歡「泰國」。

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 50 人次)最具優勢，其次為「菜餚」(每百人次有 27 人次)、「物品價格」(每百人次有 22 人次)、「風光景色」(每百人次有 22 人次)等。

表 24 100 年受訪旅客曾觀光過且最喜歡的亞洲國家/地區排名(除臺灣外)

單位：%

名次	國家/地區	比例	名次	國家/地區	比例
1	日本	22.76	6	中國大陸	8.69
2	香港.澳門	17.34	7	馬來西亞	4.59
3	泰國	15.68	8	印尼	1.88
4	韓國	15.33	9	菲律賓	1.62
5	新加坡	12.10			

表 25 100 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	50.20	9	氣候宜人	7.78
2	菜餚	27.39	10	距離居住地近	7.47
3	物品價格	22.28	11	夜間休閒活動	6.47
4	風光景色	22.06	12	民主政治	3.76
5	治安良好	15.90	13	遊憩設施	2.93
6	水果	14.42	14	花卉	2.27
7	民情風俗和文化	11.45	15	保健醫療	1.92
8	歷史文物	9.65	16	節慶活動	1.40

註：本題「受訪旅客與最喜歡國家/地區比較，認為臺灣較好的項目」為複選題。

表 26 100 年受訪旅客最喜歡之亞洲鄰近國家/地區與臺灣之比較

最喜歡的國家	喜歡的項目	臺灣較好的項目
日本	風光景色、菜餚、人民友善	物品價格、人民友善
泰國	物品價格、菜餚、風光景色	人民友善
香港、澳門	菜餚、物品價格	人民友善、風光景色
新加坡	治安良好	人民友善、風光景色
韓國	菜餚	人民友善、菜餚
中國大陸	風光景色、歷史文物、物品價格	人民友善、治安良好、菜餚
馬來西亞	風光景色	人民友善、菜餚
印尼	風光景色、人民友善	菜餚、人民友善、治安良好
菲律賓	風光景色、物品價格	菜餚、人民友善

四、「人情味濃厚」、「美味菜餚」及「逛夜市」為旅客對臺灣最深刻的印象。

受訪旅客對臺灣最深刻的印象依序為人情味濃厚(每百人次有 50 人次)、美味菜餚(每百人次有 42 人次)、逛夜市(每百人次有 33 人次)等。

由主要市場分析，大陸受訪旅客對「人情味濃厚」、「日月潭」及「海岸風光」印象最深刻；歐洲受訪旅客為「人情味濃厚」、「美味菜餚」及「臺北 101」；其餘各市場皆對「人情味濃厚」、「美味菜餚」及「逛夜市」印象最深刻。

表 27 100 年受訪旅客此次來臺經驗對臺灣最深刻的印象

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	人情味濃厚	49.83	12	阿里山	9.85
2	美味菜餚	42.07	13	泡溫泉	9.32
3	逛夜市	33.27	14	都會不夜城	3.76
4	故宮博物院	22.72	15	原住民文化	2.88
5	臺北 101	21.23	16	美容醫療	2.48
6	海岸風光	18.64	17	休閒農場體驗	1.78
7	日月潭	17.12	18	傳統技藝體驗	1.28
8	太魯閣、天祥	12.93	19	優質 3C 商品	0.98
9	歷史古蹟	12.53	20	單車賞景	0.93
10	地方特產	10.78	21	山林濱海生態景觀	0.63
11	寺廟參訪	10.27			

註：本題「受訪旅客依此次來臺經驗，對臺灣最深刻的印象」為複選題。

五、六成旅客以住宿一般旅館為主，對投宿旅館的整體滿意度為八成六。

受訪旅客在臺主要住宿於旅館(每百人次有 91 人次)，其中住宿旅館類型依序為一般旅館(占 60.41%)、國際觀光旅館(占 32.38%)、觀光旅館(占 7.21%)；旅客對旅館的整體滿意度為 86%，對民宿的整體滿意度為 83%，對青年旅館、活動中心的整體滿意度為 82%。

六、九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」、「交通工具安排」、「住宿地點安排」、「行程內容」、「餐飲安排」。

七、旅客對在臺境內搭乘之各項交通工具均有六成九以上滿意度。

受訪旅客對在臺境內搭乘的各項交通工具，均有六成九以上的受訪旅客傾向滿意，其中以高鐵的滿意度(96.67%)為最高，其次為捷運(95.65%)與遊覽車(93.55%)。

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」最多，占 33.90%，第二為「民意代表、企業主管或經理人員」，占 15.19%，第三為「事務工作人員」，占 14.08%。

二、旅客教育程度以大專以上居多，年收入以「無固定收入」、「9,999 美元以下」及「40,000-69,999 美元」居多。

受訪旅客最高學歷以「大專以上」最多，占 78.65%。受訪旅客平均年收入約為 40,659 美元，其中以「無固定收入」為最多，占 18.52%；其次為「9,999 美元以下」，占 15.39%；第三為「40,000-69,999 美元」，占 13.78%。