

# 中華民國 94 年來台旅客消費及動向調查

## 中文摘要

交通部觀光局為瞭解來台旅客旅遊動機、動向、消費情形、觀感及意見，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「94 年來台旅客消費及動向調查」，分別在桃園中正機場、高雄小港機場現場訪問離境旅客。

本調查對象為 94 年 1 月 1 日至 12 月 31 日入境之外籍與華僑旅客(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 1 月份至 12 月份有效樣本數為 5,009 人。

茲將其主要調查結果區分為「來台旅遊市場相關指標」、「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、來台旅遊市場相關指標值

338 萬人次.....	來台旅客人次，較上年成長 14.50%
49.77 億美元.....	觀光外匯收入，較上年成長 22.80%
1.44%.....	全年觀光外匯收入佔 GDP 比例
1,473 美元.....	來台旅客每人每次平均消費，較上年成長 7.20%
7.10 夜.....	來台旅客平均停留夜數，較上年減少 0.51 夜
207.50 美元.....	來台旅客每人每日平均消費，較上年成長 14.95%
138 萬人次.....	觀光目的旅客人次，較上年成長 33.92%

267.02 美元..... 觀光目的旅客每人每日平均消費，較上年成長 12.08%

94 萬人次..... 業務目的旅客人次，較上年成長 2.62%

175.26 美元..... 業務旅客每人每日平均消費，較上年成長 9.79%

85%..... 來台旅客整體滿意度，較上年增加 4 個百分點

96%..... 旅客再度訪台意願

## 貳、旅遊決策分析

### 一、五成九旅客來台前曾看過台灣觀光宣傳廣告或旅遊報導，並以「電視.電台」、「網際網路」及「報章雜誌」最具宣傳效果：

受訪旅客來台前曾看過台灣觀光宣傳廣告或旅遊報導者占 59.25%，較上(93)年增加 12 個百分點，其主要來源依序為報章雜誌(每百人有 74 人)、電視.電台(每百人有 69 人)、網際網路(每百人有 59 人)等。

各目的旅客及客源市場旅客，來台前看過台灣觀光宣傳廣告或旅遊報導者均較上年增加，尤以觀光目的(76.47%)、韓國(82.78%)、香港.澳門(73.50%)、新加坡(70.97%)、馬來西亞(69.51%)及日本(65.34%)旅客看過者比例最高，顯示我國在推動「觀光客倍增計畫」之國際宣傳策略上，已顯現具體成效。

來台前以曾在「電視.電台」、「網際網路」及「報章雜誌」看過台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台觀光程度傾向高。

表 1. 94 年受訪旅客來台前看過台灣觀光宣傳廣告或旅遊報導

單位：列百分比(%)

年別	全體	觀光	業務	國際會議或展覽
94 年	59.25	76.47	39.17	42.31
93 年	47.64	63.73	33.55	38.89

表 2. 94 年受訪旅客受台灣觀光宣傳廣告或旅遊報導影響決定來台觀光程度

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	
	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	3.08	1.20	2.47	1.13	3.16	1.25	3.15	1.24	2.49	1.22
觀光	3.28	1.09	2.54	1.07	3.39	1.14	3.32	1.10	2.53	1.16
業務	2.41	1.26	2.19	1.16	2.43	1.30	2.60	1.41	2.30	1.25
國際會議或展覽	2.84	1.30	2.81	1.23	2.82	1.09	3.33	1.27	3.29	1.30
1.非常低 2. 稍低 3.普通 4. 稍高 5.非常高										

## 二、「菜餚」與「風光景色」為吸引旅客來台觀光主要因素：

吸引旅客來台觀光因素依序為菜餚(每百人有 62 人)、風光景色(每百人有 51 人)、台灣民情風俗和文化(每百人有 27 人)、歷史文物(每百人有 23 人)及物品價格(每百人有 21 人)。

由主要客源市場觀察，吸引日本、香港、澳門、韓國旅客來台觀光主因為「菜餚」；吸引美國、新加坡、馬來西亞、歐洲旅客來台觀光主因為「風光景色」；吸引紐澳旅客來台觀光主因為「台灣民情風俗和文化」。

表 3.94 年吸引受訪旅客來台觀光因素

市場別	單位：人/每百人							
	菜餚	風光景色	台灣民情 風俗和文化	歷史文物	物品價格	距離居 住地近	水果	夜間休 閒活動
全體	<b>62.21</b>	50.80	26.85	23.10	21.27	17.95	16.69	11.75
日本	<b>70.53</b>	37.94	21.07	30.53	25.42	26.56	17.25	2.60
美國	48.31	<b>58.45</b>	45.89	24.15	15.94	1.93	21.74	22.22
香港、澳門	<b>64.45</b>	61.21	18.58	11.36	16.52	14.45	14.90	16.52
新加坡	60.58	<b>76.35</b>	23.65	13.28	15.77	5.39	19.09	16.60
韓國	<b>50.29</b>	37.43	47.37	29.24	32.75	27.49	14.62	35.67
馬來西亞	49.02	<b>68.63</b>	29.41	15.69	11.76	-	11.76	11.76
歐洲	35.23	<b>63.64</b>	48.86	34.09	12.50	2.27	9.09	11.36
紐澳	35.29	61.76	<b>64.71</b>	23.53	17.65	2.94	5.88	20.59

註：本題「吸引受訪旅客來台觀光因素」為複選題

## 三、五成二業務目的與七成五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 51.99% 及 75.33% 曾利用商務或會議餘暇在台旅遊，業務目的旅遊時間以「半天」為主，國際會議或展覽目的以「半天」或「一天」為主，而未利用餘暇在台旅遊之原因主要皆為「時間不夠」。

#### 四、國際會議或展覽目的旅客對來台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台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」、「議事或展覽安排」、「交通方便性」、「會前/會後旅遊行程安排」。

表 4. 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	4.14	0.83
議事或展覽安排	4.12	0.85
交通方便性	3.97	0.95
會前/會後旅遊行程安排	3.87	1.01
1.非常不滿意 2.不滿意 3.普通 4.滿意 5.非常滿意		

#### 五、五成九觀光目的旅客來台旅行方式為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」，較上(93)年增加 12 個百分點：

受訪旅客來台方式以「自行來台，抵達後未曾請本地旅行社安排旅遊活動者」（佔 52.94%）最多，「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」（佔 28.93%）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，佔 59.36%（較 93 年增加 12 個百分點）；而業務與國際會議或展覽目的旅客則皆以「自行來台灣，抵達後未曾請本地旅行社安排活動」者為主，各佔 81.68%、79.99%。

表 5. 94 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	自行來台灣，抵達後曾請本地旅行社安排活動	自行來台灣，抵達後未曾請本地旅行社安排活動
-----	-------------------	---------------	---------------	----------------------	-----------------------

全體	28.93	5.37	11.96	0.80	<b>52.94</b>
觀光	<b>59.36</b>	10.18	10.91	0.94	18.61
業務	0.70	0.59	16.38	0.65	<b>81.68</b>
國際會議 或展覽	4.62	1.54	13.08	0.77	<b>79.99</b>

## 參、旅遊動向分析

### 一、「台北」為旅客最主要遊覽及喜愛的縣市：

受訪旅客主要遊覽縣市依序為台北（每百人有 79 人）、高雄（每百人有 13 人）、台中（每百人有 10 人）等；而最喜歡遊覽縣市主要為台北，其次為花蓮。

由來台目的及主要市場觀察，觀光、國際會議或展覽目的與日本、香港、澳門、新加坡、韓國、馬來西亞、歐洲及紐澳旅客最主要遊覽縣市及最喜歡遊覽縣市皆為「台北」；而業務目的旅客最主要遊覽縣市為「台北」，最喜歡縣市則為「屏東」；美國市場旅客最主要遊覽縣市為「台北」，最喜歡遊覽縣市為「花蓮」。

表 6. 94 年受訪旅客主要遊覽縣市排名

單位：人/每百人

名次	遊覽縣市	相對次數	名次	遊覽縣市	相對次數
1	台北	79.48	10	屏東	3.03
2	高雄	13.42	11	嘉義	2.24
3	台中	9.80	12	宜蘭	2.18
4	花蓮	7.83	13	台東	1.88
5	新竹	6.65	14	彰化	1.00
6	南投	5.99	15	苗栗	0.84
7	台南	5.57	16	雲林	0.70
8	基隆	5.29	17	金馬	0.40
9	桃園	5.05	18	澎湖	0.32

註：本題「受訪旅客主要遊覽縣市」為複選題

表 7. 94 年受訪旅客最喜歡遊覽縣市排名

單位：%

名次	遊覽縣市	喜歡比例	名次	遊覽縣市	喜歡比例
1	台北	67.60	4	嘉義	33.04
2	花蓮	47.45	5	南投	32.33
3	屏東	39.47	6	高雄	25.15

註：1.喜歡比例=（最喜歡該縣市人數/曾遊覽過該縣市人數）×100%。

2.若曾遊覽之景點人數未達 30 人以上，不列入計算。

## 二、「夜市」、「台北 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」（每百人有 59 人）、「台北 101」（每百人有 36 人）、「故宮博物院」（每百人有 33 人）及「中正紀念堂」（每百人有 31 人）等，且各景點到訪比例均較上(93)年增加。

以來台目的觀察，觀光目的旅客曾遊覽景點依序為「夜市」、「故宮博物院」及「中正紀念堂」；業務與國際會議或展覽目的旅客曾遊覽景點依序皆為「夜市」、「台北 101」及「故宮博物院」。

旅客遊覽觀光夜市以到訪士林夜市者（每百人有 40 人）最多，華西街夜市（每百人有 7 人）次之。

到訪觀光客倍增計畫旅遊線旅客則以遊覽「北部海岸旅遊線」（每百人有 30 人）最多，「花東旅遊線」（每百人有 9 人）次之。

表 8. 94 年受訪旅客遊覽主要景點排名

單位：人/每百人

名次	遊覽景點	相對次數	名次	遊覽景點	相對次數
1	夜市	58.81	6	西門町	17.49
2	台北 101	36.27	7	淡水	15.13
3	故宮博物院	33.16	8	忠烈祠	12.68
4	中正紀念堂	31.18	9	龍山寺	11.30
5	九份	17.97	10	陽明山	8.94

註：本題「受訪旅客遊覽主要景點」為複選題

表 9. 94 年受訪旅客遊覽旅遊線景點排名

單位：人/每百人

名次	遊覽旅遊線	相對次數	名次	遊覽旅遊線	相對次數
1	北部海岸旅遊線	30.19	7	恆春半島旅遊線	2.78
2	花東旅遊線	8.50	8	雲嘉南濱海旅遊線	2.12
3	蘭陽北橫旅遊線	6.57	9	阿里山旅遊線	1.76
4	脊樑山脈旅遊線	5.91	10	高屏山麓旅遊線	1.66
5	日月潭旅遊線	4.85	11	離島旅遊線	0.70
6	桃竹苗旅遊線	3.19			

註：本題為複選題

### 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」(喜歡比例為 51.98%)最獲喜愛，其次依序為「阿里山」、「愛河」及「墾丁國家公園」，喜歡比例在 34%以上。

由來台目的及主要市場觀察，觀光目的及日本旅客最喜歡景點為「太魯閣.天祥」，業務目的旅客最喜歡景點為「龍山寺」，國際會議或展覽旅客最喜歡景點為「故宮博物院」；韓國、歐洲及紐澳旅客則最喜歡「台北 101」；美國旅客為「陽明山」；香港.澳門旅客為「九份」；新加坡旅客為「野柳」；馬來西亞旅客為「夜市」。

表 10. 94 年受訪旅客最喜歡遊覽景點排名

單位：%

名次	遊覽景點	喜歡比例	名次	遊覽景點	喜歡比例
1	太魯閣.天祥	51.98	6	烏來	28.42
2	阿里山	39.51	7	故宮博物院	26.97
3	愛河	34.44	8	日月潭	25.00
4	墾丁國家公園	34.23	9	陽明山	24.33
5	九份	28.44	10	野柳	23.78

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.若曾遊覽該景點人數未達 30 人以上，不列入計算。

#### 四、「購物」、「逛夜市」及「參觀古蹟」為旅客在台主要活動：

受訪旅客在我國期間參加活動以購物（每百人有 80 人）者最多，其次依序為逛夜市（每百人有 61 人）、參觀古蹟（每百人有 50 人）、冒險旅遊或生態旅遊（每百人有 31 人）、泡溫泉浴（每百人有 20 人）及按摩指壓（每百人有 19 人）等；另以來台目的或主要市場觀察，受訪旅客在我國期間參加活動亦皆以「購物」或「逛夜市」為主。

表 11.94 年受訪旅客在台期間參加活動排名

單位：人/

每百人

名次	項目	相對次數	名次	項目	相對次數
1	購物	80.22	9	卡拉 OK 或唱 KTV	6.95
2	逛夜市	61.19	10	SPA.三溫暖	3.25
3	參觀古蹟	49.75	11	參觀藝文表演活動	3.23
4	冒險旅遊或生態旅遊	30.78	12	參觀民俗節慶活動	2.74
5	泡溫泉浴	19.62	13	護膚.美容.彩繪指甲	2.22
6	按摩.指壓	18.83	14	打高爾夫球	2.20
7	參觀展覽	10.20	15	拍婚紗或個人藝術照	0.94
8	夜總會.PUB 活動	9.12			

註：本題「受訪旅客在台期間參加活動」為複選題

## 肆、競爭力與效益分析

### 一、有八成五旅客對來台整體滿意度表示滿意：

旅客來台對我國觀光便利性、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「台灣民眾態度友善」及「住宿設施安全」滿意度較高，而以「環境衛生良好」及「路標及公共設施牌示易懂」滿意度較低。

與上(93)年比較，旅客此次來台經驗之各項滿意度均較 93 年為高，旅客整體滿意度亦較上年提升 4 個百分點。

表 12. 94 年受訪旅客對此次來台經驗的整體滿意度程度

項 目		平均值	標準差
觀光 便利 性	來台交通（航點、航班、機位）便利	3.96	0.76
	取得台灣簽證快速	3.92	0.98
	海關通關手續便利	3.90	0.86
	境內交通便利	3.82	0.83
	通訊設備（國際公共電話、網路）便利	3.82	0.83
	入關驗證手續便利	3.69	0.99
	旅遊資訊取得方便	3.68	0.87
國際 化  觀光 環境	台灣民眾態度友善	4.30	0.77
	旅遊環境語言溝通良好	3.67	0.94
	路標及公共設施牌示易懂	3.54	0.91
環境 安全 性	住宿設施安全	4.12	0.73
	社會治安良好	3.98	0.76
	遊憩據點設施安全	3.96	0.75
	環境衛生良好	3.49	0.93
整 體	來台整體滿意度	4.06	0.67
1.非常不滿意 2.不滿意 3.普通 4.滿意 5.非常滿意			

二、94 年觀光外匯總收入為 49 億 7,700 萬美元，較 93 年成長 22.80%，佔 GDP 的 1.44%：

94 年受訪旅客在台平均每人每日消費為 207.50 美元，較上年同期成長 14.95%，其中以旅館內消費所佔比例最高(佔 46.09%)，其次為購物費(佔 22.08%)、旅館外餐飲費(佔 11.73%)等。以目的別分析，觀光目的旅客(每人每日 267.02 美元)高於業務目的旅客(每人每日 175.26 美元)與國際會議或展覽目的旅客(每人每日 173.72 美元)。由主要市場分析，以日本旅客(每人每日 276.30 美元)在台消費為最高；進一步由購物費觀察，則依序以香港、澳門(每人每日 60.19 美元)、日本(每人每日 57.90 美元)、韓國(每人每日 39.47 美元)、新加坡(每人每日 36.45 美元)及馬來西亞(每人每日 31.11 美元)在台購物花費較多。

表 13. 94 年受訪旅客每人每日平均消費細項-以主要目的分

單位：美元

目的別		旅館內 支出費	旅館外 餐飲費	在台境內 交通費	娛樂費	雜費	購物費	合計
全體	金額	95.63	24.34	15.37	16.52	9.82	45.82	207.50
	結構比	46.09%	11.73%	7.41%	7.96%	4.73%	22.08%	100.00%
觀光	金額	119.28	32.58	18.55	19.33	10.59	66.69	267.02
	結構比	44.67%	12.20%	6.95%	7.24%	3.96%	24.98%	100.00%
業務	金額	84.26	19.59	16.09	18.55	9.49	27.28	175.26
	結構比	48.07%	11.18%	9.18%	10.58%	5.42%	15.57%	100.00%
國際會議 或展覽	金額	81.06	19.69	11.18	17.69	9.02	35.08	173.72
	結構比	46.66%	11.34%	6.44%	10.18%	5.19%	20.19%	100.00%

表 14. 94 年受訪旅客每人每日平均消費細項-以主要市場分

單位：美元

市場別		旅館內 支出費	旅館外 餐飲費	在台境內 交通費	娛樂費	雜費	購物費	合計
日本	金額	126.84	31.47	21.44	26.65	12.00	57.90	276.30
	結構比	45.90%	11.39%	7.76%	9.65%	4.34%	20.96%	100.00%
美國	金額	69.31	15.20	7.56	10.27	7.91	23.07	133.32
	結構比	52.00%	11.40%	5.67%	7.70%	5.93%	17.30%	100.00%
香港、 澳門	金額	71.05	26.13	12.08	12.68	7.88	60.19	190.01
	結構比	37.39%	13.75%	6.36%	6.67%	4.15%	31.68%	100.00%
新加坡	金額	57.83	17.12	9.75	11.98	8.70	36.45	141.83

	結構比	40.78%	12.07%	6.87%	8.45%	6.13%	25.70%	100.00%
韓國	金額	82.73	22.28	16.05	12.24	13.41	39.47	186.18
	結構比	44.44%	11.97%	8.62%	6.57%	7.20%	21.20%	100.00%
馬來西亞	金額	45.51	14.78	6.73	10.24	11.43	31.11	119.8
	結構比	38.00%	12.33%	5.62%	8.55%	9.54%	25.96%	100.00%
歐洲	金額	86.65	16.75	11.59	12.73	9.38	23.81	160.91
	結構比	53.84%	10.41%	7.21%	7.91%	5.83%	14.80%	100.00%
紐澳	金額	120.19	14.63	10.51	13.04	13.86	26.46	198.69
	結構比	60.49%	7.36%	5.29%	6.56%	6.98%	13.32%	100.00%

### 三、旅客中 8.11%使用過購物退稅服務，其中六成八覺得退稅手續便利：

受訪旅客中使用過購物退稅服務者佔 8.11%(較上年增加 2 個百分點)，其中覺得退稅手續便利者佔 68.47%。

以來台目的及主要市場觀察，觀光目的及日本受訪旅客使用購物退稅服務有 13.34%以上，其餘皆低於 5%；其中認為退稅手續便利性者，觀光目的旅客與日本旅客則分佔 66.67%與 63.98%。

表 15. 94 年受訪旅客購物退稅情形-以主要目的分

單位：%

目的別	使用過退稅	未使用過退稅	未回答
全體	8.11	91.59	0.30
觀光	13.34	86.57	0.09
業務	3.17	96.13	0.70
國際會議或展覽	4.62	94.61	0.77

### 四、九成六受訪旅客有再度訪台意願：

受訪旅客有九成六表示會再來我國旅遊；其中會以觀光目的再度來台者最多，佔 54.01%，第二為業務，佔 28.07%，第三為探親或訪友，佔 14.68%。

表 16. 94 年受訪旅客表示會再度訪台的主要原因

目的別	觀光	業務	國際會議 或展覽	探親訪友	求學	其他	合計
下次來台 主要原因	54.01%	28.07%	1.33%	14.68%	0.91%	1.00%	100.00%

## 五、「人民友善」、「菜餚」為旅客認為台灣最具競爭優勢的項目：

受訪旅客於近三年內以觀光為目的曾去過亞洲國家中，除台灣外，最喜歡的國家第一為「泰國」，第二為「日本」，第三為「中國大陸」。

由主要市場觀之，日本受訪旅客最喜歡「韓國」，馬來西亞受訪旅客最喜歡「新加坡」，美國、香港、澳門、韓國受訪旅客最喜歡「日本」，新加坡、歐洲、紐澳受訪旅客最喜歡「泰國」。

以最喜歡的亞洲國家與台灣比較，旅客認為台灣的「人民友善」(每百人有 37 人)及「菜餚」(每百人有 34 人)最具優勢。

表 17. 94 年受訪旅客曾觀光過且最喜歡的亞洲國家排名(除台灣外)

單位：%

名次	國家\地區	喜歡比例	名次	國家\地區	喜歡比例
1	泰國	20.24	6	新加坡	10.11
2	日本	18.70	7	馬來西亞	5.29
3	中國大陸	13.92	8	印尼	4.37
4	韓國	12.37	9	菲律賓	0.89
5	香港、澳門	10.63			

表 18. 94 年受訪旅客與最喜歡國家比較認為台灣較好項目排名

單位：人/每百人

名次	項目	相對次數	名次	項目	相對次數
1	人民友善	37.30	8	夜間休閒活動	9.35
2	菜餚	33.62	9	氣候宜人	9.13
3	物品價格	17.34	10	距離居住地近	7.84
4	治安良好	13.71	11	歷史文物	6.55
5	水果	11.28	12	民主政治	4.28
6	民情風俗和文化	9.96	13	遊憩設施	3.18
7	風光景色	9.84	14	節慶活動	2.39

註：本題「與最喜歡國家比較認為台灣較好項目」為複選題

表 19. 旅客最喜歡之亞洲鄰近國家與台灣之比較

最喜歡的國家	喜歡的原因	與喜歡國家比較,台灣較好的項目
泰國	物品價格、風光景色	菜餚、人民友善
日本	風光景色、菜餚	物品價格、菜餚
中國大陸	風光景色、物品價格	人民友善、治安良好
韓國	菜餚、風光景色	人民友善、菜餚
香港、澳門	菜餚、風光景色	人民友善、菜餚
新加坡	風光景色、治安良好	人民友善、菜餚
馬來西亞	風光景色、物品價格	菜餚、人民友善
印尼	風光景色、遊憩設施	菜餚、人民友善
菲律賓	風光景色、遊憩設施	治安良好、菜餚

## 伍、基本資料分析

### 一、旅客職業以事務工作人員最多：

受訪旅客以「事務工作人員」最多，佔 26.40%，第二為「專業人員」，佔 21.28%，第三為「民意代表.行政主管.企業主管或經理人員」，佔 16.77%。

### 二、旅客教育程度以大專以上，年收入以「未滿 10,000 美元」及「40,000-未滿 70,000 美元」居多：

受訪旅客最高學歷以「大專以上」最多，佔 73.94%。受訪旅客平均年收入約為 44,815 美元，其中以年收入「未滿 10,000 美元」最多，佔 18.72%；其次為「40,000-未滿 70,000 美元」，佔 18.29%。

### 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七成六：

受訪旅客在台主要住宿於旅館(每百人有 85 人)，其中住宿旅館類型依序為國際觀光旅館(每百人有 53 人)、一般旅館(每百人有 38 人)、觀光旅館(每百人有 13 人)；住宿地點依序為台北(每百人有 77 人)、高雄(每百人有 10 人)等，而住宿旅館每日房價以「45-未滿 90 美元」(佔 32.55%)最多，其次為「90-未滿 135 美元」(佔 31.74%)、「135 美元以上」(佔 15.89%)。

表 20. 旅館類型-以主要市場分

主要市場	住宿旅館類型	每日旅館房間價格
日本	國際觀光旅館	45-未滿 90 美元、90-未滿 135 美元
美國	國際觀光旅館	90-未滿 135 美元
香港.澳門	一般旅館	45-未滿 90 美元
新加坡	一般旅館	45-未滿 90 美元
韓國	一般旅館	45-未滿 90 美元
馬來西亞	一般旅館	45-未滿 90 美元
歐洲	國際觀光旅館	90-未滿 135 美元
紐澳	國際觀光旅館	90-未滿 135 美元

### 四、八成二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」、「導遊遊覽解說水準」、「交通工具安排」、「住宿地點安排」、「行程內容」、「餐飲安排」。