

中華民國 98 年來臺旅客消費及動向調查

中文摘要

98 年在全球各國紛紛推出各種提振經濟方案奏效之下，下半年逐漸緩步脫離 97 年所引爆的金融風暴，惟向居來臺旅客第一大市場的日本，仍受國內經濟不景氣，企業減少海外旅遊津貼，外加燃油稅率之影響，其出境旅遊除赴韓國旅遊成長(因韓幣匯率大幅貶值)外，皆為負成長狀態；又 98 年 4 月於墨西哥爆發並擴大至全球的 H1N1 新型流感及 8 月莫拉克颱風重創南臺灣事件均對觀光產業造成嚴重影響。

幸賴我政府秉持以「全球佈局、全方位行銷」理念行銷推廣臺灣觀光，重視每個國際觀光市場，持續在各主要客源市場與媒體及旅行業者共同合作推廣來臺旅遊商品，加上「旅行台灣年-四季好禮大相送」活動促銷成果豐碩，以及推出關鍵字行銷、「世界最棒的旅遊—旅遊達人臺灣走透透」活動等創新行銷手法，98 年來臺旅客人次成長達 14.30%，實屬不易，尤其觀光目的來臺人次大幅成長 29.47%，表現更是亮麗。而自 97 年 7 月開放陸客來臺後，於 98 年全年陸客來臺人數已達 97 萬人次，其中來臺觀光團人數更突破 60 萬人次；日本為我最大客源國，雖該國處於出國旅遊疲弱景況，98 年來台人數亦衝破 100 萬人次，顯見對日推廣來台仍見成效。

交通部觀光局為瞭解 98 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「98 年來臺旅客消費及動向調查」，分別在臺灣桃園國際機場、高雄國際機場及松山機場現場訪問離境旅客。

本調查對象為 98 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 98 年有效樣本數為 5,784 人，其中日本旅客 1,363 人，大陸旅客 1,289 人。

茲將 98 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」、「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

439.5 萬人次...	來臺旅客人次，較上年成長 14.30%
68.16 億美元...	觀光外匯收入，較上年成長 14.82%
1,551 美元.....	來臺旅客平均每人每次消費，較上年成長 0.45%
7.17 夜.....	來臺旅客平均停留夜數，較上年減少 0.13 夜
216.30 美元...	來臺旅客平均每人每日消費，較上年成長 2.29%
229.8 萬人次...	觀光目的旅客人次，較上年成長 29.47%
227.27 美元...	觀光目的旅客平均每人每日消費，較上年減少 0.31%
79.6 萬人次.....	業務目的旅客人次，較上年減少 9.73%
230.68 美元...	業務目的旅客平均每人每日消費，較上年減少 0.60%
90%.....	來臺旅客整體滿意度，較上年增加 2 個百分點
40%.....	近 3 年旅客來臺重遊比率，較上年減少 9 個百分點

表 1 96 至 98 年來臺旅遊市場相關指標值

指標	96 年	97 年	98 年
來臺旅客人次	372 萬人次	385 萬人次	440 萬人次
觀光外匯收入	52.14 億美元	59.36 億美元	68.16 億美元
來臺旅客 平均每人每次消費	1,403 美元	1,544 美元	1,551 美元
來臺旅客 平均停留夜數	6.52 夜	7.30 夜	7.17 夜
來臺旅客 平均每人每日消費	215.21 美元	211.46 美元	216.30 美元
觀光目的旅客人次	165 萬人次	178 萬人次	230 萬人次
觀光目的旅客 平均每人每日消費	245.49 美元	227.98 美元	227.27 美元
業務目的旅客人次	93 萬人次	88 萬人次	80 萬人次
業務目的旅客 平均每人每日消費	204.80 美元	232.08 美元	230.68 美元
來臺旅客整體滿意度	86%	88%	90%
旅客來臺重遊比率	-	49%	40%

註：1.96 平均停留夜數以 60 夜內為計算基礎，97 與 98 年年以 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、五成七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、電視電台、親朋好友來臺口碑宣傳、旅行社宣傳行程摺頁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 57.07%，其主要來源依序為電視電台(每百人次有 68 人次)、報章雜誌(每百人次有 53 人次)、網際網路(每百人次有 51 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(70.84%)為最高；客源市場中以新加坡(78.36%)、香港、澳門(77.42%)、馬來西亞(74.52%)、日本(67.13%)及大陸(57.95%)旅客看過者比例較高。

來臺前以曾在「網際網路」、「電視電台」、「親朋好友來臺口碑宣傳」、「旅行社宣傳行程摺頁」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 3.5)。

表 2 98 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
98 年	57.07	70.84	31.20	36.21

表 3 98 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	3.66	1.18	3.27	1.22	3.93	1.12	4.03	1.06	3.28	1.30	3.10	1.24	3.78	1.15	3.87	1.25
觀光	3.67	1.16	3.32	1.22	3.96	1.12	4.08	1.00	3.35	1.23	3.15	1.20	3.86	1.09	3.83	1.24
業務	3.54	1.20	2.96	1.21	3.70	1.17	3.81	1.20	2.91	1.37	2.77	1.25	3.18	1.33	3.53	1.34
國際會議或展覽	3.57	0.81	3.33	0.87	3.83	0.76	3.91	1.02	3.73	0.90	2.89	0.60	4.13	0.89	4.06	0.94

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」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」、「交通資訊」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 42 人次)、機場入境處(每百人次有 41 人次)及旅行社(每百人次有 31 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 59 人次)、交通資訊(每百人次有 42 人次)及餐飲資訊(每百人次有 42 人次)。

表 4 98 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	旅行社	電腦網際網路	旅遊服務中心
相對次數	41.67	41.39	30.96	23.32	15.51

註：本題「來臺後希望在何處取得旅遊資訊」為複選題。

表 5 98 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	交通資訊	餐飲資訊	旅遊地圖或開車路線圖	主題旅遊建議
相對次數	58.56	42.43	42.17	39.18	16.89

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」與「菜餚」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 60 人次)、菜餚(每百人次有 45 人次)、臺灣民情風俗和文化(每百人次有 37 人次)、歷史文物(每百人次有 21 人次)、物品價格(每百人次有 20 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 98 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	歷史文物	物品價格	人民友善	距離居住地近	水果
相對次數	59.95	44.96	36.65	21.19	20.26	19.49	18.31	13.59

註：本題「吸引受訪旅客來臺觀光因素」為複選題。

四、五成三業務目的與九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 53.13% 及 89.83% 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「一天」為主，國際會議或展覽目的受訪旅客旅遊時間以「二天」及「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 98 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
98 年	53.13	89.83

五、五成八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 40.40%)，「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」(占 36.07%)、「請旅行社安排住宿(及代訂機票)」(占 21.08%)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 57.65%；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 57.44% 及 38.79%。

表 8 98 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	36.07	2.20	21.08	0.26	40.40
觀光	57.65	3.07	14.64	0.26	24.39
業務	3.98	0.98	37.53	0.07	57.44
國際會議或展覽	20.69	0.86	36.21	3.45	38.79

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」者占五成二。

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 46.40%)，其次為 5~6 次(占 26.80%)；對於旅行社安排購物的物品價格觀感以「實在」為最多(占 51.63%)。

表 9 98 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	16.59	46.40	26.80	10.21

表 10 98 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	0.58	13.66	51.63	31.59	2.54

參、旅遊動向分析

一、近 3 年旅客平均來臺 1.50 次，並有六成旅客為首次訪臺。

受訪旅客近 3 年來臺次數以第 1 次來臺比例最高，占 60.04%，平均來臺次數為 1.50 次；其中觀光目的旅客平均來臺 1.50 次，業務目的旅客平均來臺 3.00 次，國際會議或展覽目的旅客平均來臺 1.00 次。

表 11 98 年受訪旅客近 3 年首次來臺比例—依主要目的的分

單位：%

目的別	首次來臺比例
全體	60.04
觀光	74.63
業務	35.25
國際會議或展覽	76.72

二、「夜市」、「臺北 101」、「故宮博物院」、「日月潭」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 73 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）、「日月潭」（每百人次有 29 人次）及「中正紀念堂」（每百人次有 26 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 54 人次)，高雄六合夜市次之(每百人次有 17 人次)。

表 12 98 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	72.77	6	國父紀念館	21.84
2	臺北 101	58.23	7	淡水	21.72
3	故宮博物院	51.57	8	九份	21.33
4	日月潭	28.65	9	太魯閣·天祥	19.69
5	中正紀念堂	25.69	10	野柳	19.29

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 42.32%)，其次依序為「九份」、「阿里山」、「日月潭」、「故宮博物院」及「烏來」，喜歡比例皆在 20% 以上。

由來臺主要目分析，觀光目的旅客最喜歡景點為「太魯閣.天祥」；業務目的旅客最喜歡景點為「故宮博物院」。

表 13 98 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	19.69	42.32%	6	烏來	2.40	20.14%
2	九份	21.33	33.14%	7	墾丁國家公園	13.69	16.67%
3	阿里山	16.87	25.72%	8	臺北 101	58.23	16.33%
4	日月潭	28.65	23.30%	9	北投	9.20	15.98%
5	故宮博物院	51.57	21.19%	10	木柵動物園	2.21	15.63%

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 100 人以上，不列入計算。

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 81 人次)、南投(每百人次有 30 人次)、高雄(每百人次有 29 人次)、花蓮(每百人次有 20 人次)、嘉義(每百人次有 17 人次)、屏東(每百人次有 16 人次)等。

表 14 98 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	80.81	10	基隆	4.36
2	南投	29.86	11	桃園	3.04
3	高雄	29.20	12	宜蘭	2.37
4	花蓮	19.85	13	新竹	2.33
5	嘉義	16.89	14	彰化	0.76
6	屏東	16.10	15	雲林	0.66
7	臺東	9.42	16	金門	0.31
8	臺南	7.95	17	澎湖	0.19
9	臺中	6.52	18	苗栗	0.14

註：本表依「受訪旅客主要遊覽景點」整理。

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 87 人次),其次依序為逛夜市(每百人次有 73 人次)、參觀古蹟(每百人次有 57 人次)、冒險旅遊或生態旅遊(每百人次有 30 人次)。

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、逛夜及參觀古蹟居前 3 項。

表 15 98 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	86.81	10	夜總會.PUB 活動	3.46
2	逛 夜 市	72.75	11	參觀藝文表演活動	3.35
3	參 觀 古 蹟	57.19	12	卡拉 OK 或唱 KTV	3.32
4	冒險旅遊或生態旅遊	29.77	13	S P A . 三 溫 暖	2.40
5	參 觀 展 覽	26.33	14	護膚.美容.彩繪指甲	1.28
6	遊 湖	25.74	15	參觀節慶活動	1.04
7	泡 溫 泉 浴	24.22	16	拍婚紗或個人藝術照	0.67
8	按 摩 . 指 壓	12.14	17	打 高 爾 夫 球	0.45
9	主 題 樂 園	4.05	18	保 健 醫 療	0.38

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、有九成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」滿意度較高。

表 16 98 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	4.11	0.77
	海關通關手續便利	4.09	0.76
	來臺交通(航點、航班、機位)便利	4.09	0.79
	入關驗證手續便利	4.04	0.81
	取得臺灣簽證快速	4.02	0.95
	通訊設備(國際公共電話、網路)便利	3.93	0.89
	旅遊資訊取得方便	3.85	0.89
觀光 環境 國際 化	臺灣民眾態度友善	4.61	0.61
	旅遊環境語言溝通良好	4.04	0.95
	路標及公共設施牌示易懂	3.96	0.91
環境 安全 性	住宿設施安全	4.36	0.69
	遊憩據點設施安全	4.34	0.68
	社會治安良好	4.33	0.68
	環境衛生良好	4.03	0.81
	餐飲衛生良好	3.99	0.80
整體	來臺整體滿意度	4.22	0.62

1.非常不滿意 2.不滿意 3.普通 4.滿意 5.非常滿意

二、98 年觀光外匯總收入為 68 億 1,600 萬美元，較 97 年成長 14.82%。

98 年受訪旅客在臺平均每人每日消費為 216.30 美元，較上年成長 2.29%，其中以旅館內消費所占比例最高(占 39.33%)，其次為購物費(占 33.78%)、旅館外餐飲費(占 11.61%)等。

由主要市場分析，以日本旅客(平均每人每日 268.96 美元)及大陸旅客(平均每人每日 234.26 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 117.50 美元)、馬來西亞(平均每人每日 78.23 美元)及日本(平均每人每日 77.21 美元)等。

表 17 98 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	85.06	25.10	18.10	12.46	2.52	73.06	216.30
	結構比	39.33%	11.60%	8.37%	5.76%	1.16%	33.78%	100.00%
日 本	金 額	113.69	31.71	23.85	20.07	2.43	77.21	268.96
	結構比	42.27%	11.79%	8.87%	7.46%	0.90%	28.71%	100.00%
大 陸	金 額	71.43	14.69	13.92	15.53	1.19	117.50	234.26
	結構比	30.49%	6.27%	5.94%	6.63%	0.51%	50.16%	100.00%
香 港 澳 門	金 額	61.40	28.27	16.28	7.64	1.50	60.22	175.31
	結構比	35.02%	16.13%	9.29%	4.36%	0.85%	34.35%	100.00%
新 加 坡	金 額	76.24	26.14	17.56	7.50	2.97	62.28	192.69
	結構比	39.57%	13.57%	9.11%	3.89%	1.54%	32.32%	100.00%
韓 國	金 額	76.31	21.27	16.20	9.63	3.94	39.46	166.81
	結構比	45.75%	12.75%	9.71%	5.77%	2.36%	23.66%	100.00%
馬 來 西 亞	金 額	53.81	18.15	14.16	6.03	1.24	78.23	171.62
	結構比	31.36%	10.58%	8.25%	3.51%	0.72%	45.58%	100.00%
美 國	金 額	88.47	31.37	20.83	7.70	7.48	36.07	191.92
	結構比	46.10%	16.35%	10.85%	4.01%	3.90%	18.79%	100.00%
歐 洲	金 額	103.47	24.76	16.82	7.07	4.13	31.81	188.06
	結構比	55.02%	13.17%	8.94%	3.76%	2.20%	16.91%	100.00%
紐 澳	金 額	101.15	31.55	20.33	7.64	10.19	53.47	224.32
	結構比	45.09%	14.06%	9.06%	3.41%	4.54%	23.84%	100.00%

三、日本觀光團體旅客在臺每人每日平均消費為 314.22 美元，高於全體觀光團體旅客之 250.06 美元及大陸觀光團體旅客之 232.11 美元。

98 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每人每日平均消費為 314.22 美元，高於全體觀光團體旅客之 250.06 美元及大陸觀光團體旅客之 232.11 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 115.31 美元，高於全體觀光團體旅客之 108.45 美元及日本觀光團體旅客之 100.88 美元。

由購物費之細項消費觀察，全體、日本及大陸觀光團體旅客均以購買名產或特產為最多，分別占 36.35%、48.90% 及 29.73%；大陸觀光團體旅客第二高為購買珠寶或玉器類，占 25.20%。

表 18 98 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	82.77	18.85	17.25	20.93	1.81	108.45	250.06	
觀	光	團體	結構比	33.10%	7.54%	6.90%	8.37%	0.72%	43.37%	100.00%
日	本	金額	125.54	28.08	24.87	31.70	3.15	100.88	314.22	
觀	光	團體	結構比	39.95%	8.94%	7.91%	10.09%	1.00%	32.11%	100.00%
大	陸	金額	68.90	14.78	14.62	17.29	1.21	115.31	232.11	
觀	光	團體	結構比	29.68%	6.37%	6.30%	7.45%	0.52%	49.68%	100.00%

表 19 98 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	14.14	13.04%	13.22	13.10%	14.53	12.60%
珠寶或玉器類	20.15	18.58%	8.37	8.30%	29.06	25.20%
紀念品或手工藝品類	9.38	8.65%	6.42	6.36%	9.88	8.57%
化妝品或香水類	6.03	5.56%	5.18	5.14%	6.88	5.97%
名產或特產	39.42	36.35%	49.33	48.90%	34.28	29.73%
煙或酒類	5.12	4.72%	3.65	3.62%	6.56	5.69%
中藥或健康食品	2.26	2.08%	1.60	1.59%	1.02	0.88%
電子或電器用品	0.87	0.80%	0.62	0.61%	1.20	1.04%
茶葉	9.93	9.16%	11.65	11.55%	10.57	9.17%
其他	1.15	1.06%	0.84	0.83%	1.33	1.15%
合計	108.45	100.00%	100.88	100.00%	115.31	100.00%

四、旅客中 7.21% 使用過購物退稅服務，其中九成覺得退稅手續便利。

受訪旅客中使用過購物退稅服務者占 7.21%，其中覺得退稅手續便利者占 90.17%。

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有 8% 以上，其餘皆低於 8%；其中觀光目的旅客認為退稅手續便利性者，占 90.67%。

表 20 98 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	7.21	90.17
觀光	8.68	90.67
業務	3.66	92.86
國際會議或展覽	5.17	83.33

五、九成六受訪旅客有再度訪臺意願，主要原因為觀光。

受訪旅客有九成六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 70.60%，其次為業務目的，占 20.10%。

表 21 98 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	70.60	20.10	0.77	7.56	0.52	0.45

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」。

由主要市場分析，日本受訪旅客最喜歡「韓國」，大陸及美國受訪旅客最喜歡「香港.澳門」，香港.澳門、新加坡、韓國及歐洲受訪旅客最喜歡「日本」，馬來西亞受訪旅客最喜歡「新加坡」，紐澳受訪旅客最喜歡「日本」及「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 32 人次)最具優勢。

表 22 98 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	22.94	6	新加坡	10.81
2	泰國	15.72	7	馬來西亞	6.04
3	香港.澳門	15.46	8	印尼	3.85
4	韓國	11.87	9	菲律賓	1.53
5	中國大陸	11.78			

表 23 98 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	54.55	9	氣 候 宜 人	7.14
2	菜 餚	32.05	10	夜 間 休 閒 活 動	7.01
3	風 光 景 色	27.32	11	距 離 居 住 地 近	6.04
4	物 品 價 格	19.05	12	民 主 政 治	3.72
5	歷 史 文 物	15.19	13	遊 憩 設 施	3.33
6	水 果	13.62	14	保 健 醫 療	1.97
7	治 安 良 好	13.00	15	花 卉	1.53
8	民 情 風 俗 和 文 化	10.20	16	節 慶 活 動	1.44

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 24 98 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	喜歡的原因	與喜歡國家比較，臺灣較好的項目
日 本	風光景色、菜餚	人民友善、物品價格、菜餚
泰 國	物品價格、風光景色	人民友善、菜餚、風光景色
香 港 . 澳 門	菜餚、物品價格	人民友善、風光景色
韓 國	距離居住地近、菜餚	人民友善、菜餚
中 國 大 陸	風光景色、物品價格	人民友善、菜餚、治安良好
新 加 坡	治安良好、風光景色	人民友善、風光景色、菜餚
馬 來 西 亞	風光景色、菜餚	人民友善、風光景色、菜餚
印 尼	風光景色、物品價格	菜餚、人民友善
菲 律 賓	風光景色、物品價格	菜餚、人民友善

七、「美味菜餚」、「人情味濃厚」及「逛夜市」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 49 人次)、人情味濃厚(每百人次有 40 人次)、逛夜市(每百人次有 33 人次)等。

由主要市場分析，日本、香港.澳門、新加坡、韓國及馬來西亞旅客對臺灣最深刻的印象以「美味菜餚」、「逛夜市」、「人情味濃厚」居前 3 項；大陸旅客對「日月潭」、「人情味濃厚」、「海岸風光」印象最深刻；而美國、歐洲及紐澳旅客則對「人情味濃厚」、「美味菜餚」、「臺北 101」印象最深刻。

表 25 98 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	美味菜餚	48.86	11	阿里山	9.73
2	人情味濃厚	39.78	12	寺廟參訪	8.23
3	逛夜市	32.52	13	泡溫泉	8.14
4	故宮博物院	24.01	14	都會不夜城	6.85
5	臺北 101	23.69	15	原住民文化	4.62
6	山林濱海生態景觀	18.29	16	傳統技藝體驗	1.94
7	海岸風光	16.36	17	美容醫療	1.52
8	日月潭	14.85	18	優質 3C 商品	1.23
9	歷史古蹟	10.22	19	休閒農場體驗	0.74
10	地方特產	10.18	20	單車賞景	0.48

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。

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 29.30%，第二為「事務工作人員」，占 23.31%，第三為「民意代表.企業主管或經理人員」，占 15.66%。

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

受訪旅客最高學歷以「大專以上」最多，占 76.54%。受訪旅客平均年收入約為 40,076 美元，其中以「無固定收入」為最多，占 17.76%；其次為「40,000-69,999 美元」，占 16.25%。

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一。

受訪旅客在臺主要住宿於旅館(每百人次有 87 人次)，其中住宿旅館類型依序為國際觀光旅館(占 47.31%)、一般旅館(占 45.26%)、觀光旅館(占 7.43%)；旅客對旅館的整體滿意度為 81%，對民宿的整體滿意度為 77%，對青年旅館.活動中心的整體滿意度為 71%。

四、八成七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」。

五、旅客對在臺境內搭乘之各項交通工具均有七成八以上滿意度。

受訪旅客對在臺境內搭乘的各項交通工具，均有七成八以上的受訪旅客傾向滿意，其中以高鐵的滿意度(96%)為最高，其次為捷運(93%)與遊覽車(88%)。