

# 中華民國 95 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「95 年來臺旅客消費及動向調查」，分別在臺灣桃園國際機場、高雄小港機場現場訪問離境旅客。

本調查對象為 95 年 1 月 1 日至 12 月 31 日入境之外籍與華僑旅客(含中國大陸觀光團體旅客，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 5,510 人，其中 508 人為中國大陸觀光團體旅客。

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

352 萬人次.....	來臺旅客人次，較上年成長 4.19%
51.36 億美元.....	觀光外匯收入，較上年成長 3.19%
1.41%.....	觀光外匯收入佔 GDP 比例
1,459 美元.....	來臺旅客每人每次平均消費，較上年減少 0.95%
6.92 夜.....	來臺旅客平均停留夜數，較上年減少 0.18 夜

210.87 美元.....	來臺旅客每人每日平均消費，較上年成長 1.62%
151 萬人次.....	觀光目的旅客人次，較上年成長 9.31%
245.47 美元.....	觀光目的旅客每人每日平均消費，較上年減少 8.07%
95 萬人次.....	業務目的旅客人次，較上年成長 0.57%
194.10 美元.....	業務目的旅客每人每日平均消費，較上年成長 10.75%
89%.....	來臺旅客整體滿意度，較上年增加 4 個百分點
98%.....	旅客再度訪臺意願，較上年增加 2 個百分點

表 1 93 至 95 年來臺旅遊市場相關指標值

指標	93 年	94 年	95 年
來臺旅客人次	295 萬人次	338 萬人次	352 萬人次
觀光外匯收入	40.53 億美元	49.77 億美元	51.36 億美元
觀光外匯收入 佔 GDP 比例	1.22%	1.40%	1.41%
來臺旅客 每人每次平均消費	1,374 美元	1,473 美元	1,459 美元
來臺旅客 平均停留夜數	7.61 夜	7.10 夜	6.92 夜
來臺旅客 每人每日平均消費	180.52 美元	207.50 美元	210.87 美元
觀光目的旅客人次	103 萬人次	138 萬人次	151 萬人次
觀光目的旅客 每人每日平均消費	238.25 美元	267.02 美元	245.47 美元
業務目的旅客人次	92 萬人次	94 萬人次	95 萬人次
業務旅客 每人每日平均消費	159.63 美元	175.26 美元	194.10 美元
來臺旅客整體滿意度	81%	85%	89%
旅客再度訪臺意願	*	96%	98%

註：「\*」代表無此調查項目。



## 貳、旅遊決策分析

一、五成旅客來臺前曾看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導，並以「報章雜誌」、「電視.電台」及「網際網路」最具宣傳效果，尤其「網際網路」的影響程度逐年增加。

受訪旅客來臺前曾看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導者佔 49.84%，其主要來源依序為報章雜誌(每百人次有 78 人次)、電視.電台(每百人次有 69 人次)、網際網路(每百人次有 68 人次)等，其中以網際網路增加最多(較 94 年每百人次增加 9 人次，較 93 年則每百人次大幅增加 32 人次)。

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(65.40%)為最高，客源市場中新加坡(63.12%)、香港.澳門(59.82%)、日本(59.16%)及馬來西亞(58.46%)旅客看過者比例較高。

來臺前以曾在「網際網路」、「報章雜誌」及「電視.電台」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高。

表 2 95 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
95 年	49.84	65.40	34.43	41.13

表 3 95 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	
	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	3.52	1.19	2.70	1.27	3.39	1.26	3.52	1.26	2.67	1.30	2.57	1.25
觀光	3.65	1.12	2.73	1.24	3.51	1.18	3.60	1.21	2.64	1.30	2.60	1.25

業務	<b>3.29</b>	1.25	2.62	1.28	<b>3.18</b>	1.34	<b>3.39</b>	1.30	2.67	1.29	2.54	1.24
國際會議 或展覽	<b>3.26</b>	1.15	2.69	1.35	<b>3.27</b>	1.37	<b>3.71</b>	1.20	<b>3.25</b>	1.45	2.41	1.28
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 54 人次)、風光景色(每百人次有 49 人次)、距離居住地近(每百人次有 20 人次)、歷史文物(每百人次有 17 人次)及臺灣民情風俗和文化(每百人次有 17 人次)。

由主要客源市場觀察，吸引日本、香港、澳門旅客來臺觀光主因為「菜餚」；吸引美國、新加坡、韓國、馬來西亞、歐洲、紐澳及中國大陸觀光團體旅客來臺觀光主因為「風光景色」。

表 4 95 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	距離居 住地近	歷史 文物	臺灣民情 風俗和文化	物品 價格	水果	氣候 宜人
全體	<b>54.43</b>	48.89	19.79	16.95	16.77	16.06	14.62	13.55
日本	<b>59.72</b>	42.23	28.70	18.91	10.01	17.04	15.92	14.65
美國	36.65	<b>49.07</b>	4.35	20.50	27.33	11.18	15.53	13.04
香港、澳門	<b>62.64</b>	55.47	16.04	9.81	20.57	16.42	13.02	6.98
新加坡	55.22	<b>65.67</b>	6.47	9.95	20.90	25.37	15.42	19.90
韓國	26.73	<b>51.49</b>	26.73	26.73	29.70	9.90	8.91	15.84
馬來西亞	56.52	<b>63.04</b>	4.35	17.39	8.70	10.87	4.35	15.22
歐洲	38.64	<b>40.91</b>	6.06	17.42	25.76	11.36	9.85	12.12
紐澳	57.14	<b>62.86</b>	14.29	20.00	37.14	14.29	11.43	17.14
中國大陸(團體)	44.09	<b>85.43</b>	3.35	25.98	39.96	3.54	42.13	17.72

註：本題為複選題。

## 三、四成七業務目的與六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 46.55% 及 59.89% 曾利用商務或會議餘暇在臺旅遊，業務目的旅遊時間以「半天」為主，國際會議或展覽目的以「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」。

#### **四、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「議事或展覽安排」、「會議或展覽設施」、「交通方便性」、「會前/會後旅遊行程安排」。

表 5 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
議事或展覽安排	4.19	0.73
會議或展覽設施	4.18	0.72
交通方便性	3.97	0.90
會前/會後旅遊行程安排	3.68	1.07
1.非常不滿意 2.不滿意 3.普通 4.滿意 5.非常滿意		

五、六成六旅客來臺旅行方式以「自行來臺，抵達後未曾請本地旅行社安排旅遊活動者」、「請旅行社代訂機票及安排住宿」為主，觀光目的旅客來臺旅行方式則以「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」佔五成。

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」者最多(佔 36.89%)，「請旅行社代訂機票及安排住宿」者次之(佔 29.17%)。

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 49.55% (較 94 年減少 10 個百分點)；業務目的旅客以「請旅行社代訂機票及安排住宿」者為主，佔 47.76% (較 94 年增加 32 個百分點)；國際會議或展覽目的旅客則以「自行來台灣，抵達後未曾請本地旅行社安排活動」者為主，佔 45.97% (較 94 年減少 34 個百分點)。

表 6 95 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	24.39	7.80	29.17	1.76	<b>36.89</b>
觀光	<b>49.55</b>	10.78	14.72	1.22	23.73
業務	3.00	5.51	<b>47.76</b>	2.36	41.37



國際會議 或展覽	8.87	10.48	32.26	2.42	45.97
-------------	------	-------	-------	------	-------

## 參、旅遊動向分析

### 一、「臺北」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臺北(每百人次有 63 人次)、花蓮(每百人次有 8 人次)、高雄(每百人次有 8 人次)等；而最喜歡遊覽縣市主要為臺北，其次為花蓮。

由來臺主要目的及主要市場觀察，觀光、國際會議或展覽目的與香港、澳門、新加坡、馬來西亞及紐澳旅客最主要遊覽縣市及最喜歡遊覽縣市皆為「臺北」；業務目的與美國、韓國及歐洲市場旅客最主要遊覽縣市為「臺北」，最喜歡縣市為「花蓮」；而日本市場旅客最主要遊覽縣市為「臺北」，最喜歡遊覽縣市則為「嘉義」。

表 7 95 年受訪旅客主要遊覽縣市排名

單位：人次/每百人

次

名次	遊覽縣市	相對次數	名次	遊覽縣市	相對次數
1	臺北	63.19	10	新竹	2.44
2	花蓮	7.92	11	臺東	1.06
3	高雄	7.62	12	宜蘭	0.86
4	南投	6.44	13	桃園	0.80
5	屏東	6.12	14	彰化	0.42

6	基隆	4.58	15	苗栗	0.24
7	嘉義	3.34	16	雲林	0.14
8	臺中	3.02	17	澎湖	0.14
9	臺南	2.58	18	金馬	0.10

註：本題為複選題

表 8 95 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	臺北	66.56	4	屏東	50.65
2	花蓮	61.62	5	南投	36.34
3	嘉義	50.90	6	臺南	23.26

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」、「故宮博物院」、「臺北 101」及「臺灣民主紀念館」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 41 人次）、「故宮博物院」（每百人次有 27 人次）、「臺北 101」（每百人次有 25 人次）及「臺灣民主紀念館(中正紀念堂）」（每百人次有 21 人次）等。

以來臺目的觀察，觀光目的旅客曾遊覽景點依序為「夜市」、「故宮博物院」及「臺灣民主紀念館(中正紀念堂)」；業務目的旅客曾遊覽景點依序為「夜市」、「臺北 101」及「故宮博物院」；國際會議或展覽目的旅客曾遊覽景點依序為「臺北 101」、「夜市」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 34 人次)，高雄六合夜市次之(每百人次有 4 人次)。

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」最多(每百人次有 26 人次)，「花東旅遊線」次之(每百人次有 8 人次)。

表 9 95 年受訪旅客遊覽主要景點排名

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	40.96	6	龍山寺	11.30
2	故宮博物院	26.53	7	忠烈祠	10.74
3	臺北 101	25.23	8	西門町	10.08
4	臺灣民主紀念館 (中正紀念堂)	20.71	9	淡水	8.56
5	九份	15.81	10	太魯閣.天祥	7.68

註：本題為複選題。

表 10 95 年受訪旅客遊覽旅遊線景點排名

單位：人次/每百人  
次

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	25.51	7	阿里山旅遊線	3.24
2	花東旅遊線	8.42	8	雲嘉南濱海旅遊線	2.16
3	脊樑山脈旅遊線	8.26	9	桃竹苗旅遊線	1.66
4	蘭陽北橫旅遊線	7.24	10	高屏山麓旅遊線	1.30
5	日月潭旅遊線	5.78	11	離島旅遊線	0.24
6	恆春半島旅遊線	5.64			

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」最獲喜愛(喜歡比例為 62.24%)，其次依序為「墾丁國家公園」、「阿里山」及「九份」，喜歡比例在 41% 以上。

由來臺目的及主要市場觀察，觀光、業務目的及美國、新加坡、韓國、歐洲旅客最喜歡景點為「太魯閣.天祥」，國際會議或展覽及紐澳旅客最喜歡景點為「臺北 101」；日本旅客最喜歡景點為「墾丁國家公園」，香港、澳門旅客為「烏來」，馬來西亞旅客為「夜市」。

表 11 95 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	62.24	6	故宮博物院	33.46
2	墾丁國家公園	52.59	7	烏來	32.37
3	阿里山	51.55	8	臺北 101	31.54
4	九份	41.85	9	野柳	26.19
5	日月潭	35.63	10	淡水	25.47

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」為旅客在臺主要活動。

受訪旅客在我國期間參加活動以購物者最多(每百人次有 60 人次)，其次依序為逛夜市(每百人次有 49 人次)、參觀古蹟(每百人次有 38 人次)、按摩指壓(每百人次有 17 人次)、泡溫泉浴(每百人次有 17 人次)、冒險旅遊或生態旅遊(每百人次有 11 人次)及夜總會.PUB 活動(每百人次有 11 人次)等；另以來臺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 12 95 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	60.36	10	參觀藝文表演活動	5.94
2	逛夜市	49.18	11	遊湖	5.40
3	參觀古蹟	37.66	12	SPA.三溫暖	3.94
4	按摩.指壓	17.39	13	參觀民俗節慶活動	3.80
5	泡溫泉浴	16.93	14	打高爾夫球	2.34
6	冒險旅遊或生態旅遊	11.26	15	護膚.美容.彩繪指甲	2.06

7	夜總會.PUB 活動	10.52	16	拍婚紗或個人藝術照	1.26
8	參觀展覽	9.74	17	參觀戰地坑道	0.58
9	卡拉 OK 或唱 KTV	6.40			

註：本題為複選題

## 肆、競爭力與效益分析

### 一、有八成九旅客對來臺整體滿意度表示滿意。

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」及「住宿設施安全」滿意度較高，而以「路標及公共設施牌示易懂」、「旅遊環境語言溝通良好」及「環境衛生良好」滿意度較低。

與上(94)年比較，旅客此次來臺經驗之各項滿意度均較94年為高，旅客整體滿意度亦較上年提升4個百分點。

表 13 95 年受訪旅客對此次來臺經驗的整體滿意度程度

項 目		平均值	標準差
觀光 便利 性	來臺交通(航點、航班、機位)便利	4.07	0.82
	海關通關手續便利	4.00	0.83
	境內交通便利	3.94	0.87
	取得臺灣簽證快速	3.94	1.01
	通訊設備(國際公共電話、網路)便利	3.93	0.89
	入關驗證手續便利	3.90	0.91
	旅遊資訊取得方便	3.83	0.89
國際 化	臺灣民眾態度友善	4.47	0.69
	旅遊環境語言溝通良好	3.73	1.00
觀光 環境	路標及公共設施牌示易懂	3.65	0.96
環境 安全 性	住宿設施安全	4.29	0.71
	社會治安良好	4.18	0.75
	遊憩據點設施安全	4.14	0.76
	環境衛生良好	3.76	0.91
整 體	來臺整體滿意度	4.18	0.64
1.非常不滿意 2.不滿意 3.普通 4.滿意 5.非常滿意			

二、95年觀光外匯總收入為51億3,600萬美元，較94年成長3.19%，佔GDP的1.41%。

95年受訪旅客在臺平均每人每日消費為210.87美元，較上年同期成長1.62%，其中以旅館內消費所佔比例最高(佔44.74%)，其次為購物費(佔23.02%)、旅館外餐飲費(佔12.67%)等。

以目的別分析，觀光目的旅客(每人每日 245.47 美元)高於業務目的旅客(每人每日 194.10 美元)與國際會議或展覽目的旅客(每人每日 197.45 美元)。

由主要市場分析，以日本旅客(每人每日 264.83 美元)在臺消費為最高；進一步由購物費觀察，則依序以日本(每人每日 65.44 美元)、韓國(每人每日 56.46 美元)、香港、澳門(每人每日 48.62 美元)、馬來西亞(每人每日 37.11 美元)及新加坡(每人每日 31.79 美元)在臺購物花費較多。

表 14 95 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	在臺境內 交通費	娛樂費	雜費	購物費	合計
全體	金額	94.34	26.72	18.15	17.72	5.40	48.54	210.87
	結構比	44.74%	12.67%	8.61%	8.40%	2.56%	23.02%	100.00%
觀光	金額	96.43	27.79	20.66	25.55	5.76	69.27	245.47
	結構比	39.28%	11.32%	8.42%	10.41%	2.35%	28.22%	100.00%
業務	金額	109.69	30.91	17.06	9.29	5.21	21.94	194.10
	結構比	56.51%	15.92%	8.79%	4.79%	2.68%	11.30%	100.00%
國際會議 或展覽	金額	96.90	30.05	15.57	11.59	8.04	35.31	197.45
	結構比	49.07%	15.22%	7.88%	5.87%	4.07%	17.88%	100.00%

表 15 95 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	在臺境內 交通費	娛樂費	雜費	購物費	合計
日本	金額	110.79	33.77	23.69	25.22	5.92	65.44	264.83
	結構比	41.83%	12.75%	8.95%	9.52%	2.24%	24.71%	100.00%
美國	金額	103.65	28.46	14.25	10.63	5.10	19.15	181.23
	結構比	57.19%	15.70%	7.86%	5.86%	2.81%	10.56%	100.00%
香港、 澳門	金額	53.37	26.54	12.96	13.45	4.38	48.62	159.30
	結構比	33.50%	16.66%	8.13%	8.44%	2.75%	30.52%	100.00%
新加坡	金額	57.73	19.11	12.51	10.84	3.65	31.79	135.64
	結構比	42.57%	14.09%	9.22%	7.99%	2.69%	23.44%	100.00%
韓國	金額	75.36	19.21	21.22	14.90	8.68	56.46	195.83



	結構比	38.48%	9.81%	10.84%	7.61%	4.43%	28.83%	100.00%
馬來西 亞	金額	41.53	14.56	10.33	9.62	3.95	37.11	117.10
	結構比	35.46%	12.43%	8.82%	8.21%	3.38%	31.69%	100.00%
歐洲	金額	112.58	24.92	12.68	9.54	5.10	14.53	179.34
	結構比	62.77%	13.89%	7.07%	5.32%	2.85%	8.10%	100.00%
紐澳	金額	92.81	23.59	16.54	14.79	6.73	19.00	173.47
	結構比	53.50%	13.60%	9.53%	8.53%	3.88%	10.96%	100.00%

三、中國大陸觀光團體旅客在臺每人每日平均消費為 243.95 美元，低於日本觀光團體旅客之 341.82 美元。

95 年中國大陸觀光團體旅客在臺每人每日平均消費為 243.95 美元，其中以旅館內消費所佔比例最高(佔 41.80%)，其次為購物費(佔 32.77%)。

中國大陸與日本觀光團體旅客相比較，則中國大陸觀光團體旅客在臺每人每日平均消費低於日本觀光團體旅客之 341.82 美元。

以購物費用觀察，中國大陸觀光團體旅客每人每日平均購物費為 79.93 美元，其中以購買珠寶或玉器為最多(佔 34.09%)；日本觀光團體旅客每人每日平均購物費為 102.94 美元，其中以購買名產或特產為最多(佔 41.56%)。

表 16 95 年中國大陸及日本觀光團體受訪旅客之每人每日平均消費支出

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
中國大陸 觀光團體	金額	101.98	10.73	21.20	26.04	4.06	79.93	243.95
	結構比	41.80%	4.40%	8.69%	10.67%	1.67%	32.77%	100.00%
日本 觀光團體	金額	142.37	26.33	27.53	36.56	6.09	102.94	341.82
	結構比	41.65%	7.70%	8.05%	10.69%	1.78%	30.11%	100.00%

表 17 95 年中國大陸及日本觀光團體每人每日平均購物費細項消費金額

購物費消費項目	中國大陸觀光團體		日本觀光團體	
	消費金額(美元)	百分比	消費金額(美元)	百分比
服飾或相關配件	2.84	3.55%	13.26	12.88%
珠寶或玉器類	<b>27.25</b>	<b>34.09%</b>	9.49	9.22%
紀念品或手工藝品類	11.54	14.44%	8.20	7.96%
化妝品或香水類	4.24	5.31%	4.36	4.24%
名產或特產	15.37	19.23%	<b>42.78</b>	<b>41.56%</b>
煙或酒類	2.71	3.39%	3.08	2.99%

中藥	1.90	2.37%	2.47	2.40%
電子或電器產品	1.98	2.48%	2.43	2.36%
茶葉	10.88	13.61%	14.31	13.90%
其他	1.22	1.53%	2.56	2.49%
合計	79.93	100.00%	102.94	100.00%

#### 四、旅客中 6.76%使用過購物退稅服務，其中八成五覺得退稅手續便利。

受訪旅客中使用過購物退稅服務者佔 6.76%，其中覺得退稅手續便利者佔 85.21%。

以來臺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 8.71%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 83.72%與 80.43%。

表 18 95 年受訪旅客購物退稅情形—以主要目的分

單位：列百分比%

目的別	使用過退稅	未使用過退稅
全體	6.76	93.24
觀光	9.74	90.26
業務	4.43	95.57
國際會議或展覽	1.61	98.39

#### 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，佔 55.37%，第二為業務，佔 33.28%，第三為探親或訪友，佔 7.62%。

表 19 95 年受訪旅客表示會再度訪臺的主要原因

目的別 題項	觀光	業務	國際會議 或展覽	探親或 訪友	求學	其他	合計
下次來臺 主要原因	55.37%	33.28%	1.02%	7.62%	1.37%	1.35%	100.00%

#### 六、「人民友善」、「菜餚」為旅客認為臺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，除臺灣外，最喜歡的國家第一為「中國大陸」，第二為「泰國」，第三為「日本」。

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

與最喜歡的亞洲國家與臺灣比較，旅客認為臺灣的「人民友善」(每百人次有 51 人次)及「菜餚」(每百人次有 43 人次)最具優勢。

表 20 95 年受訪旅客曾觀光過且最喜歡的亞洲國家排名(除臺灣外)

單位：%

名次	國家\地區	比例	名次	國家\地區	比例
1	中國大陸	19.30	6	新加坡	9.25
2	泰國	18.98	7	馬來西亞	5.25
3	日本	15.90	8	印尼	2.80
4	香港、澳門	14.58	9	菲律賓	1.68
5	韓國	12.25			

表 21 95 年受訪旅客與最喜歡國家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	51.30	8	歷史文物	16.90
2	菜餚	43.41	9	民情風俗和文化	15.98
3	風光景色	25.23	10	距離居住地近	12.05
4	水果	23.91	11	夜間休閒活動	11.25
5	物品價格	22.91	12	民主政治	8.61
6	治安良好	20.99	13	遊憩設施	4.25
7	氣候宜人	19.10	14	節慶活動	2.08

註：本題為複選題。

表 22 95 年受訪旅客最喜歡之亞洲鄰近國家與臺灣之比較

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
--------	-------	-----------------

中國大陸	風光景色、物品價格、歷史文物	人民友善、菜餚、治安良好
泰國	物品價格、風光景色、菜餚	人民友善、菜餚
日本	風光景色、菜餚、民情風俗文化	物品價格、菜餚、人民友善
香港.澳門	菜餚、物品價格、風光景色	人民友善、菜餚
韓國	菜餚、風光景色、距居住地近	人民友善、菜餚
新加坡	治安良好、風光景色、氣候宜人	人民友善、菜餚、風光景色
馬來西亞	風光景色、物品價格、菜餚	人民友善、菜餚
印尼	風光景色、物品價格、遊憩設施	人民友善、菜餚
菲律賓	物品價格、風光景色	菜餚、人民友善

## 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 26.39%，第二為「專業人員」，佔 23.69%，第三為「民意代表.行政主管.企業主管或經理人員」，佔 17.83%。

### 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 76.07%。受訪旅客平均年收入約為 46,526 美元，其中以年收入「未滿 10,000 美元」最多，佔 22.35%；其次為「40,000-未滿 70,000 美元」，佔 21.11%。

### 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五。

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(每百人次有 59 人次)、一般旅館(每百人次有 34 人次)、觀光旅館(每百人次有 13 人次)；住宿地點依序為臺北(每百人次有 77 人次)、高雄(每百人次有 12 人次)等，而住宿旅館每日房價以「45-未滿 90 美元」(佔 38.00%)最多，其次為「90-未滿 135 美元」(佔 32.59%)、「135 美元以上」(佔 19.89%)。

表 23 住宿旅館類型—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
美國	國際觀光旅館	90-未滿 135 美元
香港.澳門	國際觀光旅館	45-未滿 90 美元
新加坡	國際觀光旅館	45-未滿 90 美元
韓國	一般旅館	45-未滿 90 美元、90-未滿 135 美元
馬來西亞	國際觀光旅館	90-未滿 135 美元
歐洲	國際觀光旅館	90-未滿 135 美元
紐澳	國際觀光旅館	135 美元以上

#### 四、八成九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」。