



中華民國 108 年

來臺旅客在臺北市之消費及動向調查

Annual Survey Report on
Visitors Expenditure and Trends in Taipei
(2019)

臺北市政府觀光傳播局

Department of Information and Tourism,

Taipei City Government

2019

中華民國 108 年

來臺旅客在臺北市之消費及動向調查

Annual Survey Report on
Visitors Expenditure and Trends in Taipei
(2019)

主辦單位：臺北市府觀光傳播局

受託單位：思多葛市場研究股份有限公司

目 次

摘要.....	- 1 -
壹、 臺北市國際觀光旅遊市場指標.....	- 1 -
貳、 旅遊動向.....	- 2 -
參、 消費概況.....	- 5 -
肆、 對臺北市印象最好的項目.....	- 8 -
伍、 穆斯林旅客消費、動向與友善環境.....	- 9 -
ABSTRACT.....	I
I. Market Index of Taipei International Tourism.....	I
II. Travel Trends.....	II
III. Receipts Overview.....	V
IV. Best Impression of Taipei.....	VIII
V. Muslim Tourists Receipts, Trends and Muslim-Friendliness.....	IX
壹、 調查動機與目的.....	1
貳、 量化問卷調查設計.....	4
一、 調查對象、時間及區域範圍.....	4
(一) 調查對象與時間.....	4
(二) 調查區域範圍.....	4
二、 調查項目.....	4
三、 調查方法.....	6
(一) 調查架構.....	6
(二) 調查方式.....	7
(三) 調查人力.....	7
四、 抽樣方法及樣本數配置.....	7
(一) 抽樣特徵變數.....	7
(二) 樣本數設定與分配依據.....	8
(三) 調查日期分配與抽樣原則.....	8
(四) 調查樣本配置.....	10
(五) 消費金額統計方法.....	11
五、 資料檢核.....	11
(一) 調查品質之維護.....	11
(二) 資料檢誤條件設定.....	12
(三) 資料登錄建檔.....	13

(四) 調查前預試計畫	13
六、資料分析	13
(一) 資料品質檢定	13
(二) 資料結構與相關性分析	14
(三) 消費金額估算	14
(四) 開放式問項整理	14
參、受訪旅客量化調查結果	15
一、來臺旅客到訪臺北市比率與人次	15
二、來臺旅客到訪臺北市旅客基本特性	18
(一) 調查地點	18
(二) 居住地	19
(三) 國籍	21
(四) 來臺北市主要及次要目的	22
(五) 性別	24
(六) 年齡	25
(七) 月份	27
(八) 教育程度	29
(九) 職業	30
(十) 年收入	32
(十一) 宗教信仰	34
(十二) 臺北市旅客特徵與年齡交叉分析	35
三、到訪臺北市旅客旅遊決策	37
(一) 入境地點	37
(二) 最近 3 年來臺北市次數	37
(三) 出發前規劃行程時間	38
(四) 利用線上旅行社 (OTA) 規劃旅遊行程情形	39
(五) 商務 (業務及國際會議或展覽目的) 旅客在臺北市旅遊情形	41
(六) 旅遊型態	42
(七) 旅遊類型	44
(八) 臺北市吸引旅客的原因	46
(九) 臺北市觀光訊息的管道	47
四、到訪臺北市旅客旅遊動向	51
(一) 在臺北市停留時間	51
(二) 在臺北市旅遊期間曾參觀景點	51

(三)	臺北市跨年晚會與燈節參與情形	60
(四)	在臺北市旅遊期間查找旅遊資訊管道	62
(五)	在臺北市旅遊期間使用的交通工具	63
(六)	旅客住宿型態	64
五、	到訪臺北市旅客消費支出概況	66
(一)	不同類型受訪旅客在臺北市消費支出	68
(二)	購物費消費支出情形	69
(三)	在臺北市旅遊期間必買的商品	70
六、	到訪臺北市旅客對臺北市印象	72
(一)	印象最好的項目	72
(二)	偏好風味與食物	74
七、	到訪臺北市旅客滿意度與再訪意願	77
(一)	到訪臺北市旅客滿意度	77
(二)	歷年滿意度比較	79
(三)	受訪旅客再訪意願	80
肆、	主要市場來臺旅客在臺北市之消費及動向	81
一、	日本旅客在臺北市之消費及動向	81
(一)	基本特徵	81
(二)	旅遊決策	83
(三)	旅遊動向	84
(四)	消費支出	86
(五)	對臺北市印象與滿意度	87
二、	大陸 (含港澳) 旅客在臺北市之消費及動向	88
(一)	基本特徵	88
(二)	旅遊決策	90
(三)	旅遊動向	91
(四)	消費支出	93
(五)	對臺北市印象與滿意度	94
三、	韓國旅客在臺北市之消費及動向	95
(一)	基本特徵	95
(二)	旅遊決策	97
(三)	旅遊動向	98
(四)	消費支出	100
(五)	對臺北市印象與滿意度	101

四、 馬來西亞旅客在臺北市之消費及動向	102
(一) 基本特徵	102
(二) 旅遊決策	104
(三) 旅遊動向	105
(四) 消費支出	107
(五) 對臺北市印象與滿意度	108
五、 印尼旅客在臺北市之消費及動向	109
(一) 基本特徵	109
(二) 旅遊決策	111
(三) 旅遊動向	112
(四) 消費支出	114
(五) 對臺北市印象與滿意度	115
六、 泰國旅客在臺北市之消費及動向	116
(一) 基本特徵	116
(二) 旅遊決策	118
(三) 旅遊動向	119
(四) 消費支出	121
(五) 對臺北市印象與滿意度	122
七、 菲律賓旅客在臺北市之消費及動向	123
(一) 基本特徵	123
(二) 旅遊決策	125
(三) 旅遊動向	126
(四) 消費支出	128
(五) 對臺北市印象與滿意度	129
八、 穆斯林旅客在臺北市之消費及動向	130
(一) 基本特徵	130
(二) 旅遊決策	132
(三) 旅遊動向	134
(四) 消費支出	136
(五) 對臺北市印象與滿意度	137
(六) 穆斯林友善環境	138
九、 不同性別旅客在臺北市之消費及動向	139
(一) 基本特徵	140

(二) 旅遊決策	142
(三) 旅遊動向	144
(四) 消費支出	146
(五) 對臺北市印象與滿意度	147
(六) 性別交叉分析	147
伍、到訪臺北市旅客開放式意見整理	149
陸、結論	150
柒、建議	161
參考文獻	164
附件一 來臺旅客在臺北市之消費及動向調查問卷	165
附件二 消費金額估算	196
附件三 附表	197

圖 次

圖 2-3-1	調查架構圖.....	6
圖 3-1-1	106 年至 108 年來臺旅客到訪臺北市比率.....	17
圖 3-3-1	103 年至 108 年來臺/臺北市旅客旅遊型態趨勢.....	43
圖 3-4-1	106 年至 108 年到訪臺北市受訪旅客在臺北市住宿趨勢.....	65
圖 3-7-1	106 年至 108 年到訪臺北市受訪旅客滿意度趨勢比較.....	79
圖 4-1-1	108 年到訪臺北市日本旅客摘要.....	81
圖 4-2-1	108 年到訪臺北市大陸 (含港澳) 旅客摘要.....	88
圖 4-3-1	108 年到訪臺北市韓國旅客摘要.....	95
圖 4-4-1	108 年到訪臺北市馬來西亞旅客摘要.....	102
圖 4-5-1	108 年到訪臺北市印尼旅客摘要.....	109
圖 4-6-1	108 年到訪臺北市泰國旅客摘要.....	116
圖 4-7-1	108 年到訪臺北市菲律賓旅客摘要.....	123
圖 4-8-1	108 年到訪臺北市穆斯林旅客摘要.....	130
圖 4-9-1	108 年到訪臺北市男性旅客摘要.....	139
圖 4-9-2	108 年到訪臺北市女性旅客摘要.....	140

表 次

表 1-1-1	調查目的與說明.....	3
表 2-2-1	調查項目表.....	4
表 2-4-1	日期抽取規劃表.....	9
表 2-4-2	108 年來臺旅客在臺北市之消費及動向調查班表.....	9
表 2-4-3	每月應完成樣本數.....	11
表 3-1-1	108 年受訪旅客到訪臺北市人次比率-按月份分.....	15
表 3-1-2	108 年受訪旅客曾到訪臺北市人次比率-按居住地分.....	16
表 3-2-1	108 年來臺旅客受調查地點適配度檢定.....	18
表 3-2-2	108 年到訪臺北市受訪旅客受調查地點分布.....	18
表 3-2-3	108 年來臺旅客居住地適配度檢定.....	19
表 3-2-4	108 年到訪臺北市受訪旅客居住地分布.....	20
表 3-2-5	108 年到訪臺北市受訪旅客國籍分布.....	21
表 3-2-6	108 年到訪臺北市受訪旅客到訪臺北市主要目的分布.....	22
表 3-2-7	108 年到訪臺北市受訪旅客到訪臺北市其他主要目的.....	22
表 3-2-8	108 年到訪臺北市受訪旅客到訪臺北市主要及次要目的交叉分析.....	23
表 3-2-9	108 年來臺旅客性別適配度檢定.....	24
表 3-2-10	108 年到訪臺北市受訪旅客性別分布.....	24
表 3-2-11	108 年來臺旅客年齡適配度檢定.....	25
表 3-2-12	108 年到訪臺北市受訪旅客年齡分布.....	25
表 3-2-13	108 年來臺旅客月份適配度檢定.....	27
表 3-2-14	108 年到訪臺北市受訪旅客月份分布.....	28
表 3-2-15	108 年到訪臺北市受訪旅客教育程度分布.....	29
表 3-2-16	108 年到訪臺北市受訪旅客職業分布.....	30
表 3-2-17	108 年到訪臺北市受訪旅客年收入分布.....	32
表 3-2-18	108 年到訪臺北市受訪旅客宗教信仰分布.....	34
表 3-2-19	108 年到訪臺北市受訪旅客特徵與年齡交叉分析.....	36
表 3-3-1	108 年到訪臺北市受訪旅客來臺入境地點分布.....	37
表 3-3-2	108 年到訪臺北市受訪旅客近 3 年來臺北市次數分布.....	37
表 3-3-3	108 年到訪臺北市受訪旅客利用線上旅行社 (OTA) 規劃旅遊行程情形.....	39
表 3-3-4	108 年到訪臺北市商務目的旅客利用餘暇時間旅遊天數分布.....	41
表 3-3-5	108 年到訪臺北市受訪旅客在臺北市旅遊型態分布.....	42

表 3-3-6	108 年到訪臺北市受訪旅客在臺北市旅遊類型分布.....	44
表 3-3-7	108 年到訪臺北市受訪旅客被臺北市吸引原因分布.....	46
表 3-3-8	108 年到訪臺北市受訪旅客曾看過的臺北市觀光訊息管道.....	48
表 3-3-9	108 年到訪臺北市受訪旅客曾看過的臺北市觀光訊息的參考網站.....	48
表 3-3-10	108 年到訪臺北市受訪旅客瀏覽入口網站說明.....	49
表 3-3-11	108 年到訪臺北市受訪旅客瀏覽社群網站說明.....	49
表 3-3-12	108 年到訪臺北市受訪旅客曾看過臺北市觀光傳播局管理的「臺北 旅遊網」情況.....	50
表 3-4-1	108 年到訪臺北市受訪旅客在臺北市曾遊覽景點排名.....	52
表 3-4-2	103 年至 108 年到訪臺北市受訪旅客在臺北市曾遊覽景點排名....	54
表 3-4-3	108 年到訪臺北市受訪旅客在臺北市曾遊覽夜市排名.....	55
表 3-4-4	108 年到訪臺北市受訪旅客在臺北市最喜歡景點排名.....	55
表 3-4-5	108 年到訪臺北市受訪旅客於曾遊覽過臺北市景點中最喜歡的景點	58
表 3-4-6	103 年至 108 年到訪臺北市受訪旅客於曾遊覽過臺北市景點中最喜歡 的景點.....	59
表 3-4-7	108 年到訪臺北市受訪旅客參與臺北市跨年晚會情形.....	60
表 3-4-8	108 年到訪臺北市受訪旅客參與臺北燈節情形.....	61
表 3-4-9	108 年到訪臺北市受訪旅客在臺北市旅遊期間查找旅遊資訊管道.....	62
表 3-4-10	108 年到訪臺北市受訪旅客使用的交通工具分布.....	63
表 3-4-11	108 年到訪臺北市受訪旅客使用的其他交通工具.....	63
表 3-4-12	108 年到訪臺北市受訪旅客在臺北市是否有利用計程車包車服務來 安排旅遊行程.....	64
表 3-4-13	108 年到訪臺北市受訪旅客在臺北市住宿型態分布.....	65
表 3-5-1	108 年到訪臺北市受訪旅客在臺北市每人每日消費金額.....	66
表 3-5-2	104 至 108 年到訪臺北市受訪旅客在臺北市期間之消費金額.....	67
表 3-5-3	108 年到訪臺北市受訪旅客在臺北市每人每日購物費消費細項....	69
表 3-5-4	108 年到訪臺北市受訪旅客在臺北市必買商品.....	70
表 3-5-5	108 年到訪臺北市受訪旅客在臺北市必買的甜點.....	70
表 3-5-6	108 年到訪臺北市受訪旅客在臺北市必買的其他商品.....	71
表 3-6-1	108 年到訪臺北市受訪旅客對臺北市印象最好的項目.....	72
表 3-6-2	108 年到訪臺北市受訪旅客對臺北市印象最好的項目-分類後.....	73
表 3-6-3	108 年到訪臺北市受訪旅客在臺北市期間較喜歡的料理風味.....	74
表 3-6-4	108 年到訪臺北市受訪旅客認為在臺北市旅遊期間必吃的食物....	75

表 3-6-5	108 年到訪臺北市受訪旅客認為在臺北市必吃的米其林餐廳.....	75
表 3-6-6	108 年到訪臺北市受訪旅客認為在臺北市必吃的其他商品.....	76
表 3-7-1	108 年到訪臺北市受訪旅客在臺北市的旅遊經驗滿意度.....	77
表 3-7-2	106-108 年到訪臺北市受訪旅客滿意度趨勢比較.....	79
表 3-7-3	108 年到訪臺北市受訪旅客是否願意再來臺北市.....	80
表 4-1-1	108 年到訪臺北市受訪日本旅客基本特徵.....	82
表 4-1-2	108 年到訪臺北市受訪日本旅客旅遊決策.....	83
表 4-1-3	108 年到訪臺北市受訪日本旅客曾遊覽景點.....	84
表 4-1-4	108 年到訪臺北市受訪日本旅客最喜歡景點.....	85
表 4-1-5	108 年到訪臺北市受訪日本旅客旅遊動向.....	85
表 4-1-6	108 年到訪臺北市受訪日本旅客消費支出.....	86
表 4-1-7	108 年到訪臺北市受訪日本旅客對臺北市印象與滿意度.....	87
表 4-2-1	108 年到訪臺北市受訪大陸 (含港澳) 旅客基本特徵.....	89
表 4-2-2	108 年到訪臺北市受訪大陸 (含港澳) 旅客旅遊決策.....	90
表 4-2-3	108 年到訪臺北市受訪大陸 (含港澳) 旅客曾遊覽景點.....	91
表 4-2-4	108 年到訪臺北市受訪大陸 (含港澳) 旅客最喜歡景點.....	92
表 4-2-5	108 年到訪臺北市受訪大陸 (含港澳) 旅客旅遊動向.....	92
表 4-2-6	108 年到訪臺北市受訪大陸 (含港澳) 旅客消費支出.....	93
表 4-2-7	108 年到訪臺北市受訪大陸 (含港澳) 旅客對臺北市印象與滿意度	94
表 4-3-1	108 年到訪臺北市受訪韓國旅客基本特徵.....	96
表 4-3-2	108 年到訪臺北市受訪韓國旅客旅遊決策.....	97
表 4-3-3	108 年到訪臺北市受訪韓國旅客曾遊覽景點.....	98
表 4-3-4	108 年到訪臺北市受訪韓國旅客最喜歡景點.....	99
表 4-3-5	108 年到訪臺北市受訪韓國旅客旅遊動向.....	99
表 4-3-6	108 年到訪臺北市受訪韓國旅客消費支出.....	100
表 4-3-7	108 年到訪臺北市受訪韓國旅客對臺北市印象與滿意度.....	101
表 4-4-1	108 年到訪臺北市受訪馬來西亞旅客基本特徵.....	103
表 4-4-2	108 年到訪臺北市受訪馬來西亞旅客旅遊決策.....	104
表 4-4-3	108 年到訪臺北市受訪馬來西亞旅客曾遊覽景點.....	105
表 4-4-4	108 年到訪臺北市受訪馬來西亞旅客最喜歡景點.....	106
表 4-4-5	108 年到訪臺北市受訪馬來西亞旅客旅遊動向.....	106
表 4-4-6	108 年到訪臺北市受訪馬來西亞旅客消費支出.....	107
表 4-4-7	108 年到訪臺北市受訪馬來西亞旅客對臺北市印象與滿意度.....	108

表 4-5-1	108 年到訪臺北市受訪印尼旅客基本特徵.....	110
表 4-5-2	108 年到訪臺北市受訪印尼旅客旅遊決策.....	111
表 4-5-3	108 年到訪臺北市受訪印尼旅客曾遊覽景點.....	112
表 4-5-4	108 年到訪臺北市受訪印尼旅客最喜歡景點.....	113
表 4-5-5	108 年到訪臺北市受訪印尼旅客旅遊動向.....	113
表 4-5-6	108 年到訪臺北市受訪印尼旅客消費支出.....	114
表 4-5-7	108 年到訪臺北市受訪印尼旅客對臺北市印象與滿意度.....	115
表 4-6-1	108 年到訪臺北市受訪泰國旅客基本特徵.....	117
表 4-6-2	108 年到訪臺北市受訪泰國旅客旅遊決策.....	118
表 4-6-3	108 年到訪臺北市受訪泰國旅客曾遊覽景點.....	119
表 4-6-4	108 年到訪臺北市受訪泰國旅客最喜歡景點.....	120
表 4-6-5	108 年到訪臺北市受訪泰國旅客旅遊動向.....	120
表 4-6-6	108 年到訪臺北市受訪泰國旅客消費支出.....	121
表 4-6-7	108 年到訪臺北市受訪泰國旅客對臺北市印象與滿意度.....	122
表 4-7-1	108 年到訪臺北市受訪菲律賓旅客基本特徵.....	124
表 4-7-2	108 年到訪臺北市受訪菲律賓旅客旅遊決策.....	125
表 4-7-3	108 年到訪臺北市受訪菲律賓旅客曾遊覽景點.....	126
表 4-7-4	108 年到訪臺北市受訪菲律賓旅客最喜歡景點.....	127
表 4-7-5	108 年到訪臺北市受訪菲律賓旅客旅遊動向.....	127
表 4-7-6	108 年到訪臺北市受訪菲律賓旅客消費支出.....	128
表 4-7-7	108 年到訪臺北市受訪菲律賓旅客對臺北市印象與滿意度.....	129
表 4-8-1	108 年到訪臺北市受訪穆斯林旅客基本特徵.....	131
表 4-8-2	108 年到訪臺北市受訪穆斯林旅客旅遊決策.....	132
表 4-8-3	108 年到訪臺北市受訪穆斯林旅客曾遊覽景點.....	134
表 4-8-4	108 年到訪臺北市受訪穆斯林旅客最喜歡景點.....	134
表 4-8-5	108 年到訪臺北市受訪穆斯林旅客旅遊動向.....	135
表 4-8-6	108 年到訪臺北市受訪穆斯林旅客消費支出.....	136
表 4-8-7	108 年到訪臺北市受訪穆斯林旅客對臺北市印象與滿意度.....	137
表 4-8-8	108 年到訪臺北市受訪穆斯林旅客對臺北市穆斯林友善環境滿意度	138
表 4-9-1	108 年到訪臺北市受訪旅客月份分布-依性別分.....	140
表 4-9-2	108 年到訪臺北市受訪旅客基本特徵-依性別分.....	141
表 4-9-3	108 年到訪臺北市受訪旅客旅遊決策-依性別分.....	143
表 4-9-4	108 年到訪臺北市受訪旅客曾遊覽景點-依性別分.....	144

表 4-9-5	108 年到訪臺北市受訪旅客最喜歡景點-依性別分	144
表 4-9-6	108 年到訪臺北市受訪旅客旅遊動向-依性別分	145
表 4-9-7	108 年到訪臺北市受訪旅客消費支出-依性別分	146
表 4-9-8	108 年到訪臺北市受訪旅客對臺北市印象與滿意度-依性別分	147
表 4-9-9	108 年到訪臺北市受訪旅客特徵與性別交叉分析	148
表 5-1-1	108 年到訪臺北市受訪旅客對臺北市感到滿意因素的開放式意見整理	149
表 7-1-1	108 年到訪臺北市旅客特徵-居住地的交叉分析	158
附表 3-1	108 年受訪旅客基本特徵-按主要目的分	197
附表 3-2	108 年受訪旅客基本特徵-按性別分	198
附表 3-3	108 年受訪旅客基本特徵-按年齡分	199
附表 3-4	108 年受訪旅客基本特徵-按月份分	200
附表 3-5	108 年受訪旅客基本特徵-按教育程度分	202
附表 3-6	108 年受訪旅客基本特徵-按職業分	203
附表 3-7	108 年受訪旅客基本特徵-按年收入分	204
附表 3-8	108 年受訪旅客基本特徵-按宗教信仰分	205
附表 3-9	108 年受訪旅客基本特徵-按初訪及重遊樣態分	206
附表 3-10	108 年受訪旅客單因子變異數分析-規劃行程時間	207
附表 3-11	108 年受訪旅客利用的線上旅行社排名-按性別分	208
附表 3-12	108 年受訪旅客利用的線上旅行社排名-按年齡分	209
附表 3-13	108 年受訪旅客利用的線上旅行社排名-按主要目的分	210
附表 3-14	108 年受訪旅客使用 OTA 排名-按初訪及重遊樣態分	211
附表 3-15	108 年受訪旅客使用 OTA 排名-按主要市場分	212
附表 3-16	108 年受訪旅客基本特徵-按旅遊型態分	214
附表 3-17	108 年受訪旅客旅遊類型排名-按性別分	215
附表 3-18	108 年受訪旅客旅遊類型排名-按年齡分	216
附表 3-19	108 年受訪旅客旅遊類型排名-按主要目的分	217
附表 3-20	108 年受訪旅客旅遊類型排名-按旅遊型態分	218
附表 3-21	108 年受訪旅客旅遊類型排名-按初訪及重遊樣態分	219
附表 3-22	108 年受訪旅客旅遊類型排名-按主要市場分	220
附表 3-23	108 年受訪旅客被吸引到訪臺北市原因排名-按性別分	222
附表 3-24	108 年受訪旅客被吸引到訪臺北市原因排名-按年齡分	223
附表 3-25	108 年受訪旅客被吸引到訪臺北市原因排名-按主要目的分	224
附表 3-26	108 年受訪旅客被吸引到訪臺北市原因排名-按旅遊型態分	225

附表 3-27	108 年受訪旅客被吸引到訪臺北市原因排名-按初訪及重遊樣態分	226
附表 3-28	108 年受訪旅客被吸引到訪臺北市原因排名-按主要市場分	227
附表 3-29	108 年到訪臺北市受訪旅客基本特徵-按「臺北旅遊網」使用經驗分	229
附表 3-30	108 年受訪旅客單因子變異數分析-平均停留時間	230
附表 3-31	108 年受訪旅客曾遊覽景點排名-按性別分	231
附表 3-32	108 年受訪旅客曾遊覽景點排名-按年齡分	232
附表 3-33	108 年受訪旅客曾遊覽景點排名-按主要目的分	233
附表 3-34	108 年受訪旅客曾遊覽景點排名-按旅遊型態分	234
附表 3-35	108 年受訪旅客曾遊覽景點排名-按初訪及重遊樣態分	235
附表 3-36	108 年受訪旅客曾遊覽景點排名-按主要市場分	236
附表 3-37	108 年受訪旅客最喜歡景點排名-按性別分	238
附表 3-38	108 年受訪旅客最喜歡景點排名-按年齡分	239
附表 3-39	108 年受訪旅客最喜歡景點排名-按主要目的分	240
附表 3-40	108 年受訪旅客最喜歡景點排名-按旅遊型態分	241
附表 3-41	108 年受訪旅客最喜歡景點排名-按初訪及重遊樣態分	242
附表 3-42	108 年受訪旅客最喜歡景點排名-按主要市場分	243
附表 3-43	108 年受訪旅客基本特徵-按臺北市跨年晚會分	245
附表 3-44	108 年受訪旅客基本特徵-按臺北燈節分	246
附表 3-45	108 年受訪旅客在臺北市每人每日消費金額-按月份分	247
附表 3-46	108 年受訪旅客在臺北市每人每日消費金額-按性別分	248
附表 3-47	108 年受訪旅客在臺北市每人每日消費金額-按年齡分	249
附表 3-48	108 年受訪旅客在臺北市每人每日消費金額-按主要目的分	250
附表 3-49	108 年受訪旅客在臺北市每人每日消費金額-按旅遊型態分	251
附表 3-50	108 年受訪旅客在臺北市每人每日消費金額-按初訪及重遊樣態分	252
附表 3-51	108 年受訪旅客在臺北市每人每日平均消費細項-按主要市場分	253
附表 3-52	108 年受訪旅客對臺北市印象最好的項目-按性別分	254
附表 3-53	108 年受訪旅客對臺北市印象最好的項目-按年齡分	255
附表 3-54	108 年受訪旅客對臺北市印象最好的項目-按主要目的分	256
附表 3-55	108 年受訪旅客對臺北市印象最好的項目-按旅遊型態分	257
附表 3-56	108 年受訪旅客對臺北市印象最好的項目-按初訪及重遊樣態分	258
附表 3-57	108 年受訪旅客對臺北市印象最好的項目-按主要市場分	259

附表 3-58	108 年受訪旅客整體經驗滿意度交叉分析	261
附表 3-59	108 年受訪旅客交通便利性滿意度交叉分析	262
附表 3-60	108 年受訪旅客住宿經驗滿意度交叉分析	263
附表 3-61	108 年受訪旅客消費經驗滿意度交叉分析	264
附表 3-62	108 年受訪旅客人員服務滿意度交叉分析	265
附表 3-63	108 年受訪旅客整體景點滿意度交叉分析	266
附表 3-64	108 年受訪旅客餐飲經驗滿意度交叉分析	267

摘要

臺北市觀光傳播局為瞭解 108 年來臺旅客在臺北市的消費金額、旅客旅遊動機、動向和在臺北期間的消費狀況，以及對臺北市的印象與各項旅遊經驗滿意程度，並估算來臺北市之旅客人次，以供相關單位規劃與改善觀光設施、提升旅遊品質及訂定觀光發展策略之參考，特執行本次調查。

本次調查分別於臺灣桃園國際機場、臺北松山機場、高雄國際機場等三處，針對 108 年 1 月 1 日至 12 月 31 日期間自臺灣出境且停留臺灣夜數 90 夜以內之外籍與華僑旅客（不含過境之外籍、華僑旅客）進行調查。按母體資料進行樣本特徵控制，採分層比例抽樣抽取符合特徵之樣本。

108 年受訪來臺旅客共計有 2,277 人，其中旅遊期間曾到訪臺北市旅客有 2,000 人，整體到訪臺北市比率為 87.83%。以下茲就 108 年主要調查結果分為臺北市國際觀光旅遊市場指標、旅遊動向、消費概況、印象最好的項目、穆斯林友善環境及基本資料等項目進行概述。

壹、臺北市國際觀光旅遊市場指標

11,864,105 人次	108 年來臺旅客人次
87.83%	108 年來臺旅客到訪臺北市比率
10,420,243 人次	108 年來臺旅客到訪臺北市人次
877.98 美元	108 年來臺旅客在臺北市每人每次平均消費 ¹
255.97 美元	108 年來臺旅客在臺北市每人每日平均消費
3.45 日 ²	108 年來臺旅客在臺北市平均停留日數
91.49 億美元	108 年臺北市觀光外匯收入
98.35%	108 年到訪臺北市旅客在臺北市旅遊整體經驗滿意之比率

¹ 108 年來臺北市旅客每人每次平均消費金額估算=108 年來臺北市旅客每人每日平均消費金額x108 年來臺北市旅客平均停留日數（以扣除 2%極端值後的平均停留日數 3.43 日計算）。

² 扣除 2%極端值後為 3.43 日。

貳、旅遊動向

一、108年旅客在臺北市曾遊覽景點前五名依序為台北101、西門町、故宮博物院、東門永康商圈和信義商圈

108年受訪旅客在臺北市平均停留日數為3.45日；停留夜數為2.41夜。到訪臺北市曾遊覽景點依遊覽次數排名，依序為台北101(87.15%)、西門町(73.95%)、故宮博物院(65.5%)、東門永康商圈(62.65%)、信義商圈(48.7%)等，見表1。

表1 108年到訪臺北市受訪旅客在臺北市曾遊覽景點排名

單位：人次、百分比

名次	在臺北市期間曾遊覽景點	人次	百分比
1	台北101	1,743	87.15%
2	西門町	1,479	73.95%
3	故宮博物院	1,310	65.50%
4	東門永康商圈	1,253	62.65%
5	信義商圈	974	48.70%
6	中正紀念堂	778	38.90%
7	國父紀念館	737	36.85%
8	大稻埕 ³	490	24.50%
9	士林官邸	413	20.65%
10	陽明山	334	16.70%

資料來源：本研究整理。

註1：本題為複選題。

註2：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

夜市遊覽人次最高者為士林夜市，占59.22%；其次為饒河街夜市，占31.77%；第三為寧夏夜市，占14.61%，見表2。

表2 108年到訪臺北市受訪旅客在臺北市曾遊覽夜市排名

單位：人次、百分比

名次	在臺北市期間曾遊覽夜市	人次	百分比
1	士林夜市	1,111	59.22%
2	饒河街夜市	596	31.77%
3	寧夏夜市	274	14.61%
4	通化夜市	51	2.72%
5	華西街夜市	6	0.32%
6	廣州街夜市	1	0.05%
7	師大夜市	2	0.11%
8	臨江夜市	3	0.16%

資料來源：本研究整理。

註1：本題為開放式填答，受訪者可填答超過1個夜市。

註2：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

³ 大稻埕為合併大稻埕碼頭、霞海城隍廟及迪化街三項景點。

二、故宮博物院為 108 年到訪臺北市旅客最喜歡景點，曾遊覽景點中以大稻埕為 108 年到訪臺北市旅客最喜歡景點

108 年受訪旅客最喜歡的景點為故宮博物院，喜歡比率為 21.15%；其次為西門町，喜歡比率為 11.45%；第三為台北 101，喜歡比率為 10.45%。

表 3 108 年到訪臺北市受訪旅客在臺北市最喜歡景點排名

單位：人數、百分比

名次	受訪旅客最喜歡的臺北市景點	人數	百分比
1	故宮博物院	423	21.15%
2	西門町	229	11.45%
3	台北 101	209	10.45%
4	大稻埕	201	10.05%
5	信義商圈	130	6.50%
6	東門永康商圈	107	5.35%
7	貓空 (含貓纜)	89	4.45%
8	北投溫泉區	75	3.75%
9	陽明山	50	2.50%
10	象山	31	1.55%

資料來源：本研究整理。

註：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

依實際到訪景點訪客人次計算喜歡比率，旅客對各遊覽景點的最喜歡率以大稻埕最受歡迎，喜歡比率 41.02%；其次為故宮博物院，喜歡比率 32.29%；第三則為西門町，喜歡比率 15.48%，詳見表 4。

表 4 108 年到訪臺北市受訪旅客曾遊覽景點中最喜歡的臺北市景點

單位：人數、百分比

名次	最喜歡的臺北市景點	到訪次數 (A)	到訪百分比	最喜歡景點人數 (B)	喜歡比率 (B/A)
1	大稻埕	490	24.50%	201	41.02%
2	故宮博物院	1,310	65.50%	423	32.29%
3	西門町	1,479	73.95%	229	15.48%
4	陽明山	334	16.70%	50	14.97%
5	信義商圈	974	48.70%	130	13.35%
6	台北 101	1,743	87.15%	209	11.99%
7	龍山寺	319	15.95%	29	9.09%
8	東門永康商圈	1,253	62.65%	107	8.54%
9	士林官邸	413	20.65%	30	7.26%
10	中正紀念堂	778	38.90%	26	3.34%

資料來源：本研究整理。

註：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

三、過去 (和本次) 曾參加臺北市跨年晚會旅客占 4.7% (活動當月為 18.71%)，臺北燈節占 6.7% (活動當月為 34.78%)

108 年受訪旅客過去 (和本次) 參與臺北市跨年晚會的情形，全年有參加過者占 4.7%，沒參加過者占 95.3%，進一步詢問沒參加過者未來參加意願，其中有 70.25% 未來有意願參加。若僅觀察活動當月，則 108 年 1 月受訪旅客，有參加過臺北市跨年晚會的旅客占 18.71%。

參與臺北燈節的情形，有參加過者占 6.7%，沒參加過者占 93.3%，進一步詢問沒參加過者未來參加意願，其中有 77.71% 未來有意願參加。若僅觀察活動當月，則 108 年 2 月受訪旅客，有參加過臺北燈節的旅客占 34.78%。

四、108 年有 98.35% 旅客滿意在臺北市的旅遊經驗

108 年受訪旅客對臺北市整體旅遊經驗滿意度為 98.35%，較 107 年 (96.42%) 增長 1.93%。在細項滿意度部分，交通便利性滿意度為 99.25%；住宿經驗滿意度為 94.91%；消費經驗滿意度為 96.2%；人員服務滿意度為 95%；整體景點滿意度為 94.15%；餐飲經驗滿意度為 97.3%，詳見表 5。

表 5 108 年到訪臺北市受訪旅客在臺北市旅遊經驗滿意度

單位：人數·百分比

項目	總計	滿意度			普通	不滿意度		
		合計	非常滿意	滿意		不滿意	非常不滿意	合計
整體經驗	2,000	1,967	551	1,416	33	0	0	0
	100.00%	98.35%	27.55%	70.80%	1.65%	0.00%	0.00%	0.00%
交通便利性	2,000	1,985	1,167	818	15	0	0	0
	100.00%	99.25%	58.35%	40.90%	0.75%	0.00%	0.00%	0.00%
住宿經驗	1,768	1,678	481	1,197	88	2	2	0
	100.00%	94.91%	27.21%	67.70%	4.98%	0.11%	0.11%	0.00%
消費經驗	2,000	1,924	492	1,432	76	0	0	0
	100.00%	96.20%	24.60%	71.60%	3.80%	0.00%	0.00%	0.00%
人員服務	2,000	1,900	467	1,433	100	0	0	0
	100.00%	95.00%	23.35%	71.65%	5.00%	0.00%	0.00%	0.00%
整體景點	2,000	1,883	365	1,518	117	0	0	0
	100.00%	94.15%	18.25%	75.90%	5.85%	0.00%	0.00%	0.00%
餐飲經驗	2,000	1,946	745	1,201	54	0	0	0
	100.00%	97.30%	37.25%	60.05%	2.70%	0.00%	0.00%	0.00%

資料來源：本研究整理

參、消費概況

一、108 年來臺旅客在臺北市每人每日平均消費金額為 255.97 美元

108 年受訪旅客每人每日平均消費金額為 255.97 美元，其中以購物費支出最高，每人每日平均消費金額為 144.8 美元，占 56.57%；旅館內支出費每人每日平均消費金額 55.02 美元次之，占每人每日總消費金額中的 21.49%；第三為旅館外餐飲費，平均消費金額為 33.55 美元，占 13.11%，詳見表 6。

表 6 108 年到訪臺北市受訪旅客在臺北市每人每日平均消費細項-按主要市場分

單位：美元，百分比

市場別		總計	旅館內支出費	旅館外餐飲費	在臺北市內交通費	娛樂費	雜費	購物費
全體	金額	255.97	55.02	33.55	8.33	8.41	5.86	144.80
	結構比	100.00%	21.49%	13.11%	3.25%	3.29%	2.29%	56.57%
日本	金額	259.18	52.19	40.38	12.67	7.57	9.44	136.92
	結構比	100.00%	20.14%	15.58%	4.89%	2.92%	3.64%	52.83%
大陸	金額	258.38	62.78	18.15	2.37	2.20	6.28	166.60
	結構比	100.00%	24.30%	7.02%	0.92%	0.85%	2.43%	64.48%
香港	金額	257.05	52.71	36.37	9.23	11.38	5.59	141.77
	結構比	100.00%	20.50%	14.15%	3.59%	4.43%	2.18%	55.15%
澳門	金額	252.67	60.38	40.17	9.70	13.02	2.28	127.12
	結構比	100.00%	23.90%	15.90%	3.84%	5.15%	0.90%	50.31%
韓國	金額	252.67	60.38	40.17	9.70	13.02	2.28	127.12
	結構比	100.00%	23.90%	15.90%	3.84%	5.15%	0.90%	50.31%
新加坡	金額	258.64	57.66	36.16	9.78	7.24	8.66	139.13
	結構比	100.00%	22.29%	13.98%	3.78%	2.80%	3.35%	53.79%
馬來	金額	251.57	49.43	35.71	9.27	6.77	5.94	144.44
	結構比	100.00%	19.65%	14.19%	3.69%	2.69%	2.36%	57.42%
西亞	金額	251.93	49.08	40.86	12.07	13.01	4.75	132.15
	結構比	100.00%	19.48%	16.22%	4.79%	5.17%	1.89%	52.45%
菲律賓	金額	249.24	53.89	43.34	14.43	8.39	4.51	124.67
	結構比	100.00%	21.62%	17.39%	5.79%	3.37%	1.81%	50.02%
泰國	金額	249.93	39.49	38.25	12.55	11.21	8.43	139.99
	結構比	100.00%	15.80%	15.30%	5.02%	4.49%	3.37%	56.01%
越南	金額	248.67	47.02	41.44	12.65	7.61	4.47	135.48
	結構比	100.00%	18.91%	16.66%	5.09%	3.06%	1.80%	54.48%
印尼	金額	252.81	44.15	37.38	7.20	18.02	2.37	143.68
	結構比	100.00%	17.46%	14.79%	2.85%	7.13%	0.94%	56.83%
美國	金額	254.99	50.78	46.84	7.95	16.19	2.74	130.50
	結構比	100.00%	19.92%	18.37%	3.12%	6.35%	1.07%	51.18%
加拿大	金額	253.18	56.97	38.90	7.93	9.56	1.49	138.33
	結構比	100.00%	22.50%	15.36%	3.13%	3.78%	0.59%	54.64%
歐洲	金額	253.43	49.65	38.27	6.77	13.01	1.77	143.96
	結構比	100.00%	19.59%	15.10%	2.67%	5.14%	0.70%	56.80%
紐澳	金額	243.31	16.50	43.09	8.29	18.02	2.97	154.44
	結構比	100.00%	6.78%	17.71%	3.41%	7.41%	1.22%	63.47%

註 1：扣除 2% 極端值後，進行消費金額估算，樣本數總計 1,960 人。

註 2：歐洲市場包含英國、法國、德國及歐洲其他地區等四個居住地。

二、108 年臺北市國際觀光旅遊外匯收入為 91.49 億美元，較 107 年增加 2.59 億美元

依據觀光局「觀光統計月報」，108 年來臺旅客總人次為 11,864,105 人。另從本次調查結果得知，108 年來臺旅客到訪臺北市比率為 87.83%，平均停留日數為 3.43 日⁴，旅客在臺北市每人每日平均消費金額為 255.97 美元，故依公式（註），求得 108 年來臺旅客消費金額為 91.49 億美元。再依據中央銀行公佈之 108 年平均匯率資料，該期間平均匯率為 30.925 元新臺幣兌 1 美元，換算後 108 年來臺旅客在臺北市消費金額約為 2,829.24 億新臺幣，詳見表 7。

表 7 108 年來臺旅客在臺北市之消費金額

年度	來臺旅客 公務統計 (人次)	到訪 臺北市 比率(%)	在臺北市 平均停留 日數(天)	在臺北市 每人每日平均 消費金額 (美元)	在臺北市 消費金額 (美元·億 元)	新臺幣 平均匯 率 (美元)	在臺北市 消費金額 (新臺幣·億 元)
108 年	11,864,105	87.83	3.43	255.97	91.49	30.925	2,829.24

資料來源：觀光局統計月報、本研究整理。

註 1：平均每人每日消費收入與觀光外匯收入是以扣除 2% 極端值後的平均停留天數計算（3.43 日），未扣除 2% 極端值的平均停留天數為 3.45 日。

註 2：108 年觀光外匯收入 = 來臺人次 11,864,105 * 到訪率 (2,000/2,277) = 10,420,243；10,420,243 人次 * 255.97 美元 * 3.43 日 = 9,148,734,730 美元；9,148,734,730 * 30.925 匯率 = 282,924,621,525 新臺幣。

三、購物費消費細項以名產或特產最多，平均消費 43.91 美元，旅遊期間必買商品為鳳梨酥

108 年受訪旅客購物費消費金額分布，以名產或特產最高，平均消費金額為 43.91 美元，占 30.32%；其次為服飾或相關配件，平均消費金額為 41.41 美元，占 28.6%；接續為紀念品或手工藝品類，平均消費金額為 15.44 美元，占 10.66%，詳見表 8。

⁴ 未扣除 2% 極端值的平均停留天數為 3.45 日

表 8 108 年到訪臺北市受訪旅客在臺北市每人每日購物費消費細項

單位：美元·百分比

購物費消費細項	金額	百分比
總購物費支出	144.80	100.00%
名產或特產	43.91	30.32%
服飾或相關配件	41.41	28.60%
紀念品或手工藝品	15.44	10.66%
茶葉	14.83	10.24%
化妝品或香水類	11.17	7.72%
菸或酒類	8.29	5.73%
藥妝藥品或健康食品類	7.20	4.97%
電子或電器用品類	1.17	0.81%
珠寶或玉器	1.09	0.75%
其他	0.28	0.19%

資料來源：本研究整理。

註：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

108 年受訪旅客在臺北市旅遊期間必買商品，以鳳梨酥為主，占 89.65%，其次為牛軋糖，占 44.6%，再次之為茶葉，占 24.05%，詳見表 9。

表 9 108 年到訪臺北市受訪旅客認為在臺北市必買商品

單位：人次

必買商品項目	人次	百分比
鳳梨酥	1,793	89.65%
牛軋糖	892	44.60%
茶葉	481	24.05%
水果乾	327	16.35%
肉乾	264	13.20%
綠豆糕	259	12.95%
美妝	213	10.65%
泡麵	140	7.00%
甜點	51	2.55%
調味料	40	2.00%
牙膏	40	2.00%
服飾配件	21	1.05%
家電	1	0.05%
其他	18	0.90%

資料來源：本研究整理。

註 1：本題為複選題。

註 2：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

肆、對臺北市印象最好的項目

一、美食、生活、交通為到訪旅客對臺北市印象最好的前三項目

108 年受訪旅客，在臺北市的旅遊經驗中對臺北市印象最好的項目以「美食」為最高，為 74.15%，其次為「生活」，占 64.7%，第三為「交通」，占 59.35%，詳見表 10。

表 10 108 年到訪臺北市受訪旅客對臺北市印象最好的項目

單位：人次，百分比

對臺北市印象最好的項目	人次	百分比
美食	1,483	74.15%
生活	1,294	64.70%
交通	1,187	59.35%
友善環境	1,160	58.00%
娛樂	1,065	53.25%
文化	1,028	51.40%

資料來源：本研究整理。

註 1：本題為複選題。

註 2：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

二、旅客偏好臺式料理風味，旅遊期間必吃食物為珍珠奶茶

108 年受訪旅客，在臺北市旅遊期間偏好的料理風味以臺式風味為最高，占 96.4%，其次為中式風味，占 39.2%，第三為日式風味，占 6.2%，詳見表 11。

表 11 108 年到訪臺北市受訪旅客在臺北市期間較喜歡的料理風味

單位：人次，百分比

料理風味	人次	百分比
臺式風味	1,928	96.40%
中式風味	784	39.20%
日式風味	124	6.20%
美式風味	78	3.90%
泰式風味	10	0.50%
印度風味	4	0.20%
中東風味	1	0.05%
義式風味	1	0.05%
法式風味	0	0.00%
其他風味	12	0.60%

資料來源：本研究整理。

註 1：本題為複選題。

註 2：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

表 12 108 年到訪臺北市受訪旅客認為在臺北市旅遊期間必吃的食物

單位：人次·百分比

臺式料理	人次	百分比
珍珠奶茶	1,424	71.20%
牛肉麵	1,233	61.65%
小籠包	1,134	56.70%
滷肉飯	940	47.00%
芒果冰	571	28.55%
臺式熱炒	339	16.95%
麵線	300	15.00%
蚵仔煎	270	13.50%
臭豆腐	181	9.05%
麻辣火鍋	127	6.35%
米其林餐廳	52	2.60%
其他	174	8.70%

資料來源：本研究整理。

註 1：本題為複選題。

註 2：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

伍、穆斯林旅客消費、動向與友善環境

穆斯林旅客居住地以印尼(41.67%)、菲律賓(32.29%)和馬來西亞(25%)為主。有 77.08% 的穆斯林旅客為初次到訪臺北市的旅客。在臺北市旅遊平均停留日數為 3.43 日，2.4 夜，曾遊覽景點依序為西門町 (92.71%)、台北 101 (91.67%)、東門永康商圈 (79.17%)。最喜歡景點為西門町 (44.79%)、台北 101 (19.79%)、故宮博物院 (6.25%) 等。穆斯林受訪者每人每日平均消費金額為 251.55 美元，在細項支出結構上，以購物費支出 133.3 美元為最高，占 52.99%，其次為旅館內支出費，平均支出金額為 47.13 美元，占 18.73%，第三為旅館外餐飲費，平均支出金額為 42.2 美元，占 16.78%

108 年整體穆斯林受訪旅客對臺北市穆斯林友善環境的整體滿意度狀況，滿意度為 70.83%，普通占 27.08%，不滿意占 2.09%。就細項指標而言，「旅途中有提供乾淨適當的廁所與清潔設施」、「語言溝通上沒有困難」及「旅途中遇到的人民對穆斯林態度友善」三項指標同意度皆在 7 成以上，「容易透過網路搜尋到臺北市清真旅遊的相關資訊」、「旅途中可以找到清真食品或餐廳」及「旅途規劃時可以找到對穆斯林友善的旅館或住宿地點」滿意的比率在 5 成以上，其餘指標評價則以普通的占比較高，詳參下表 13。

表 13 108 年到訪臺北市受訪穆斯林旅客對臺北市穆斯林友善環境滿意度

單位：人數·百分比

項目	總計	滿意度			普通	不滿意度		
		合計	非常滿意	滿意		不滿意	非常不滿意	合計
旅遊景點有提供穆斯林旅遊指南	96	30	0	30	57	9	0	9
	100.00%	31.25%	0.00%	31.25%	59.38%	9.38%	0.00%	9.38%
旅途中有提供乾淨適當的廁所與清潔設施	96	77	36	41	18	1	0	1
	100.00%	80.21%	37.50%	42.71%	18.75%	1.04%	0.00%	1.04%
旅途中有提供穆斯林祈禱室	96	33	1	32	50	13	0	13
	100.00%	34.38%	1.04%	33.33%	52.08%	13.54%	0.00%	13.54%
旅途中可以找到清真食品或餐廳	96	53	2	51	37	6	0	6
	100.00%	55.21%	2.08%	53.13%	38.54%	6.25%	0.00%	6.25%
旅途規劃時可以找到對穆斯林友善的旅館或住宿地點	96	53	3	50	40	3	0	3
	100.00%	55.21%	3.13%	52.08%	41.67%	3.13%	0.00%	3.13%
語言溝通上沒有困難	96	70	3	67	24	2	0	2
	100.00%	72.92%	3.13%	69.79%	25.00%	2.08%	0.00%	2.08%
容易透過網路搜尋到臺北市清真旅遊的相關資訊	96	65	17	48	29	2	0	2
	100.00%	67.71%	17.71%	50.00%	30.21%	2.08%	0.00%	2.08%
旅途中遇到的人民對穆斯林態度友善	96	70	8	62	26	0	0	0
	100.00%	72.92%	8.33%	64.58%	27.08%	0.00%	0.00%	0.00%
對臺北市穆斯林友善環境的感受	96	68	0	68	26	2	0	2
	100.00%	70.83%	0.00%	70.83%	27.08%	2.09%	0.00%	2.08%

資料來源：本研究整理。

註 1：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

註 2：滿意人數為「非常滿意」和「滿意」的人數合計。

Abstract

In order to plan and improve tourism related construction, travel quality and the stipulation of tourism development strategy, the Survey is conducted over the international tourism Receipts, travel motivation, trends, Receipts categories, impression of Taipei, experiences and satisfaction as well tourist arrivals.

In Taoyuan International Airport, Taipei Songshan Airport and Kaohsiung International Airport, the survey covered international and chinese overseas tourists (travelers in transit not included) who stayed 90 nights or less in and departed from Taiwan from January 1 to December 31, 2019. Sample characteristics control according to the population, and Stratified Proportional Sampling method is adopted to obtain samples that match the characteristics.

Of 2,277 surveyed tourists in Taiwan this year, 2,000 visited Taipei, contributing a 87.83% visit rate. The survey results categorise Market Index of Taipei International Tourism, travel trends, Receipts overview, best impressions, Muslim-friendliness and basic information as follows.

I. Market Index of Taipei International Tourism

11,864,105 Arrivals	Taiwan tourist arrivals
87.83%	Taipei tourist arrival rate
10,420,243 Visits	Taipei tourist arrivals
USD877.98	Expenditure per person/payment ⁵ in Taipei
USD 255.97	Expenditure per person/day in Taipei
3.45 days	Average length of stay in Taipei
9.149 Billion	Taipei Tourism Receipts
98.35%	Taipei tourists overall satisfaction rate in Taipei

⁵ 2019 Estimated average expenditure per tourist/payment in Taipei = Average expenditure per tourist/day in Taipei in 2019 * inbound visitors average length of stay in Taipei in 2018 (3.43 days after deducting 2% extreme value)

II. Travel Trends

A. Top 5 Taipei Destinations (in order) to be Taipei 101, Ximending, National Palace Museum, Dongmen-Yongkang Shopping Area and Xinyi Shopping Area

With average 3.45 days, 2.41 nights of travel length, the top 5 destinations according to visit counts are Taipei 101 (87.15%), Ximending (73.95%), National Palace Museum (65.5%), Dongmen-Yongkang Shopping Area (62.65%) and Xinyi Shopping Area (48.7%)

Table 1. 2019 Top 5 Visited Taipei Destinations

Unit: visits, percentage

Rank	Visited Destination	Visitors	Percentage
1	Taipei 101	1,743	87.15%
2	Ximending	<u>1,479</u>	<u>73.95%</u>
3	National Palace Museum	<u>1,310</u>	<u>65.50%</u>
4	Dongmen-Yongkang Shopping Area	1,253	62.65%
5	Dongmen-Yongkang Shopping Area	974	48.70%
6	CKS Memorial Hall	778	38.90%
7	SYS Memorial Hall	737	36.85%
8	Dadaocheng	490	24.50%
9	Shilin Official Residence	413	20.65%
10	Yangming Mountain	334	16.70%

Source: 2019 Taipei Tourists Receipts and Trends Survey Final Report

Note 1. Surveyed tourists may choose more than one destination

Note 2. Bold numbers in grey highlight represent Top 1, underlined bold numbers represent Top 2 and Top 3.

For night markets, Shihlin Night Market ranked as the most visited at 59.22%, followed by Raohe Night Market at 31.77%, and Ningxia Night Market at 14.61%, as shown in Table 2.

Table 2. 2019 Top 8 Visited Night Markets (NM)

Unit: visits, percentage

Rank	Visited Night Markets	Visitors	Percentage
1	Shihlin Night Market	1,111	59.22%
2	Raohe Night Market	<u>596</u>	<u>31.77%</u>
3	Ningxia Night Market	<u>274</u>	<u>14.61%</u>
4	Tonghua Night Market	51	2.72%
5	Huaxi St. Night Market	6	0.32%
6	Guangzhou St. Night Market	1	0.05%
7	Shihda Night Market	2	0.11%
8	Linjiang Night Market	3	0.16%

Source: 2019 Taipei Tourists Receipts and Trends Survey Final Report

Note 1. Surveyed tourists may choose more than one destination

Note 2. Bold numbers in grey highlight represent Top 1, underlined bold numbers represent Top 2 and Top 3.

B. National Palace Museum is the Most Liked Destination; Dadaocheng is the Most Liked among Visited Destinations

National Palace Museum is most liked by surveyed tourists at 21.15%, followed by Ximending (11.45%) and Taipei 101 (10.45%).

Table 3. Most Liked Taipei Destinations

Unit: visitors, percentage

Rank	Most Liked Taipei Destinations	Visitors	Percentage
1	National Palace Museum	423	21.15%
2	Ximending	<u>229</u>	<u>11.45%</u>
3	Taipei 101	<u>209</u>	<u>10.45%</u>
4	Dadaocheng	201	10.05%
5	Xinyi Shopping Area	130	6.50%
6	Dongmen-Yongkang Area	107	5.35%
7	Maokong (Included Gondola)	89	4.45%
8	Beitou Hot Spring Area	75	3.75%
9	Yangming Mountain	50	2.50%
10	Elephant Mountain	31	1.55%

Source: 2019 Taipei Tourists Receipts and Trends Survey Final Report

Note. Bold numbers in grey highlight represent Top 1, underlined bold numbers represent Top 2 and Top 3.

According to visit counts, Dadaocheng ranked Top 1 of the most liked destination at 41.02%, followed by National Palace Museum (32.29%), and Ximending (15.48%), as shown in Table 4.

Table 4. Most Liked Among Visited Taipei Destinations

Unit: visitors, percentage

Rank	Most Liked Taipei Destination	Visitors (A)	Visit Percentage %	Liked by Visitor Numbers (B)	Like Rate (B/A)
1	Dadaocheng	490	24.50%	201	41.02%
2	National Palace Museum	1,310	65.50%	423	<u>32.29%</u>
3	Ximending	1,479	73.95%	229	<u>15.48%</u>
4	Yangming Mountain	334	16.70%	50	14.97%
5	Xinyi Shopping Area	974	48.70%	130	13.35%
6	Taipei 101	1,743	87.15%	209	11.99%
7	Longshan Temple	319	15.95%	29	9.09%
8	Dongmen-Yongkang Shopping Area	1,253	62.65%	107	8.54%
9	Shihlin Official Residence	413	20.65%	30	7.26%
10	CKS Memorial Hall	778	38.90%	26	3.34%

Source: 2019 Taipei Tourists Receipts and Trends Survey Final Report

Note. Bold numbers in grey highlight represent Top 1, underlined bold numbers represent Top 2 and Top 3.

C. 4.7% Attended/Have Attended Taipei New Year Party (18.71% during event month), 6.7% Attended Taipei Lantern Festival (34.78% during event month)

4.7% of surveyed tourists attended/have attended Taipei New Year Party, 95.3% never attended any before. On the future attendance, 70.25% expressed their willingness. In the event month, 18.71% of January surveyed tourists have attended the event.

As for the Lantern Festival, 6.7% have attended one, 93.3% never attended any before. In the event month, 34.78% of February surveyed tourists have attended the event.

D. 98.35% satisfied in Taipei Experience

98.35% overall satisfaction in Taipei experience, increased by 1.93% compared to the previous year (96.42%). On the categories, 99.25% satisfaction in transportation; 94.91% in accommodation; 96.2% in shopping experience; 95% in personnel in contact; 94.15% in destination overall experience; 97.3% in dining experience, as shown in Table 5.

Table 5. Taipei Experience Satisfaction

Unit: visitors, percentage

Category	Total	Satisfied			Normal	Not Satisfied		
		subtotal	Very satisfied	Satisfied		Not Satisfied	Very unsatisfied	Total
Overall Experience	2,000	1,967	551	1,416	33	0	0	0
	100.00%	98.35%	27.55%	70.80%	1.65%	0.00%	0.00%	0.00%
Transportation	2,000	1,985	1,167	818	15	0	0	0
	100.00%	99.25%	58.35%	40.90%	0.75%	0.00%	0.00%	0.00%
Accommodation experience	1,768	1,678	481	1,197	88	2	2	0
	100.00%	94.91%	27.21%	67.70%	4.98%	0.11%	0.11%	0.00%
Consumer experience	2,000	1,924	492	1,432	76	0	0	0
	100.00%	96.20%	24.60%	71.60%	3.80%	0.00%	0.00%	0.00%
Personnel in contact	2,000	1,900	467	1,433	100	0	0	0
	100.00%	95.00%	23.35%	71.65%	5.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Destination	2,000	1,883	365	1,518	117	0	0	0
	100.00%	94.15%	18.25%	75.90%	5.85%	0.00%	0.00%	0.00%
Dining experience	2,000	1,946	745	1,201	54	0	0	0
	100.00%	97.30%	37.25%	60.05%	2.70%	0.00%	0.00%	0.00%

Source: 2019 Taipei Tourists Receipts and Trends Survey Final Report

III. Receipts Overview

A. USD 255.97 Receipts per Tourist/Day in Taipei

Of average receipt USD 255.97 per tourist/day, USD 144.8 on shopping (56.57%), USD 55.02 on accommodation (21.49%), and USD 33.55 on dining outside hotel (13.11%), as seen in Table 6.

Table 6. Receipts Category per Tourist/Day – by Major Economy (Region)

Unit: USD, percentage

Economy		Subtotal	In-hotel Expense	Dining expense outside hotel	Transportation within Taipei	Entertainment	Miscellaneous	Shopping
Total	Receipts	255.97	55.02	33.55	8.33	8.41	5.86	144.80
	Breakdown	100.00%	21.49%	13.11%	3.25%	3.29%	2.29%	56.57%
Japan	Receipts	259.18	52.19	40.38	12.67	7.57	9.44	136.92
	Breakdown	100.00%	20.14%	15.58%	4.89%	2.92%	3.64%	52.83%
China	Receipts	258.38	62.78	18.15	2.37	2.20	6.28	166.60
	Breakdown	100.00%	24.30%	7.02%	0.92%	0.85%	2.43%	64.48%
Hong Kong/ Macao	Receipts	257.05	52.71	36.37	9.23	11.38	5.59	141.77
	Breakdown	100.00%	20.50%	14.15%	3.59%	4.43%	2.18%	55.15%
Korea	Receipts	252.67	60.38	40.17	9.70	13.02	2.28	127.12
	Breakdown	100.00%	23.90%	15.90%	3.84%	5.15%	0.90%	50.31%
Singapore	Receipts	258.64	57.66	36.16	9.78	7.24	8.66	139.13
	Breakdown	100.00%	22.29%	13.98%	3.78%	2.80%	3.35%	53.79%
Malaysia	Receipts	251.57	49.43	35.71	9.27	6.77	5.94	144.44
	Breakdown	100.00%	19.65%	14.19%	3.69%	2.69%	2.36%	57.42%
Philippines	Receipts	251.93	49.08	40.86	12.07	13.01	4.75	132.15
	Breakdown	100.00%	19.48%	16.22%	4.79%	5.17%	1.89%	52.45%
Thailand	Receipts	249.24	53.89	43.34	14.43	8.39	4.51	124.67
	Breakdown	100.00%	21.62%	17.39%	5.79%	3.37%	1.81%	50.02%
Vietnam	Receipts	249.93	39.49	38.25	12.55	11.21	8.43	139.99
	Breakdown	100.00%	15.80%	15.30%	5.02%	4.49%	3.37%	56.01%
Indonesia	Receipts	248.67	47.02	41.44	12.65	7.61	4.47	135.48
	Breakdown	100.00%	18.91%	16.66%	5.09%	3.06%	1.80%	54.48%
USA	Receipts	252.81	44.15	37.38	7.20	18.02	2.37	143.68
	Breakdown	100.00%	17.46%	14.79%	2.85%	7.13%	0.94%	56.83%
Canada	Receipts	254.99	50.78	46.84	7.95	16.19	2.74	130.50
	Breakdown	100.00%	19.92%	18.37%	3.12%	6.35%	1.07%	51.18%
Europe	Receipts	253.18	56.97	38.90	7.93	9.56	1.49	138.33
	Breakdown	100.00%	22.50%	15.36%	3.13%	3.78%	0.59%	54.64%
Australia/ New Zealand	Receipts	253.43	49.65	38.27	6.77	13.01	1.77	143.96
Others	Receipts	243.31	16.50	43.09	8.29	18.02	2.97	154.44
	Breakdown	100.00%	6.78%	17.71%	3.41%	7.41%	1.22%	63.47%

Note 1. Sample size 1,960 tourists accounted for receipts after deduction of 2% extreme values

Note 2. Europe includes UK, France, Germany and other European regions.

II. Taipei Earned Tourism Receipts of USD 9.149 Billion in 2019, USD 259 Million Increased Than 2018.

Tourism Bureau “Tourism Monthly Statistics” indicated total 11,864,105 tourist arrival in Taiwan in 2019. From the 2019 Taipei Tourists Receipts and Trends Survey Final Report, 87.83% visited Taipei, spending an average of 3.43 days⁶ and USD 255.97 per tourist/day. The 2019 tourism receipts reached USD 9.149 Billion (Note). According to year currency averaged at TWD 30.925=USD1, Taipei earned tourism receipts of TWD 282.92 billion, as shown in Table 7.

Table 7. Tourism Receipts in Taipei

Year	Business Travellers (Visits)	Visited Taipei (%)	Length of Stay in Taipei (Days)	Receipts per Person/Day in Taipei (USD)	Receipts in Taipei (Billion USD)	USD-TWD Currency	Receipts in Taipei (Billion TWD)
2019	11,864,105	87.83	3.43	255.97	9.149	30.925	282.924

Source: Tourism Monthly Statistics, 2019 Taipei Tourists Receipts and Trends Survey Final Report

Note 1: average receipts per tourist/day and tourism receipts are based on average length of stay (3.43 days) after deduction of 2% extreme values. 3.45 days before deduction of 2% extreme values.

Note 2. 2019 Tourism Receipts =11,864,105 Taiwan international tourist visits * Taipei visit rate (2,000/2,277) =10,420,243; 10,420,243 visits * USD255.97*3.43 days=USD 9,148,734,730; 9,148,734,730*30.925 =TWD 282,924,621,525

C. Local Specialty Gourmet Ranked Top 1 Tourism Receipts at USD 43.91. Pineapple Cake is Travel Must-buy.

For 2019 tourism receipts, local specialty gourmet ranked Top 1 tourism receipts at USD 43.91 (30.32%), followed by clothes and accessories at USD 41.41 (28.6%) and souvenirs and handmade goods at USD 15.44 (10.66%), as seen in Table 8.

⁶ 3.45 days before deduction of 2% extreme values.

Table 8. 2019 Taipei Traveler Daily Tourism Receipts Items

Unit: USD, Percentage

Expense	Amount	Percentage
Total Receipts	144.80	100.00%
Specialty	43.91	30.32%
Clothes & Accessories	41.41	28.60%
Souvenirs & Handmade Items	15.44	10.66%
Tea Leaves	14.83	10.24%
Cosmetics & Perfume	11.17	7.72%
Cigarettes and Alcohol	8.29	5.73%
Drugs, Dietary Supplement	7.20	4.97%
Electronic and Electrical Appliance	1.17	0.81%
Jewels and Jades	1.09	0.75%
Others	0.28	0.19%

Source: 2019 Taipei Tourists Receipts and Trends Survey Final Report

Note. Bold numbers in grey highlight represent Top 1, underlined bold numbers represent Top 2 and Top 3.

Pineapple Cake is deemed 2019 Taipei Tourists Must-Buys (89.65%), followed by Nougat (44.6%), and Tea Leaves (24.05%), as shown in Table 9.

Table 9. 2019 Taipei Tourists Must-Buys

Unit: Tourists

Must –Buy Item	Visitors	Percentage
Pineapple Cake	1,793	89.65%
Nougat	892	44.60%
Tea Leaves	481	24.05%
Dried Fruit	327	16.35%
Meat Jerky	264	13.20%
Mung Bean Cake	259	12.95%
Cosmetics	213	10.65%
Instant Noodle	140	7.00%
Sweets	51	2.55%
Seasonings	40	2.00%
Toothpaste	40	2.00%
Clothes & Accessories	21	1.05%
Home Appliance	1	0.05%
Others	18	0.90%

Source: 2019 Taipei Tourists Receipts and Trends Survey Final Report

Note 1. Surveyed tourists may choose more than one destination

Note 2. Bold numbers in grey highlight represent Top 1, underlined bold numbers represent Top 2 and Top 3.

IV. Best Impression of Taipei

A. Gourmet, Life, Transportation Ranked Top 3 Impression

2019 surveyed tourists indicated the best impression of Taipei is “Food” (74.15%), followed by “Life” (64.7%), and “Transportation” (59.35%), as shown in Table 10.

Table 10. Best Taipei Impression by Taipei Visitors

Unit: tourists, Percentage

Best Taipei Impression	Visitors	Percentage
Food	1,483	74.15%
Life	<u>1,294</u>	<u>64.70%</u>
Transportation	<u>1,187</u>	<u>59.35%</u>
Friendly Environment	1,160	58.00%
Entertainment	1,065	53.25%
Culture	1,028	51.40%

Source: 2019 Taipei Tourists Receipts and Trends Survey Final Report

Note 1. Surveyed tourists may choose more than one destination

Note 2. Bold numbers in grey highlight represent Top 1, underlined bold numbers represent Top 2 and Top 3.

B. Taiwanese Cuisine Preferred. Pearl Milk Tea is Travel Must-Eat.

Among surveyed tourists, Taiwanese cuisine is preferred food (96.4%) during travel in Taipei, followed by Chinese cuisine (39.2%), and Japanese food (6.2%), as shown in Table 11.

Table 11. Preferred Cuisine Style during Travel in Taipei

Unit: visits, percentage

Cuisine Type	Visitors	Percentage
Taiwanese Cuisine	1,928	96.40%
Chinese Cuisine	<u>784</u>	<u>39.20%</u>
Japanese Cuisine	<u>124</u>	<u>6.20%</u>
American Cuisine	78	3.90%
Thai Cuisine	10	0.50%
Indian Cuisine	4	0.20%
Mid-East Cuisine	1	0.05%
Italian Cuisine	1	0.05%
French Cuisine	0	0.00%
Others	12	0.60%

Source: 2019 Taipei Tourists Receipts and Trends Survey Final Report

Note 1. Surveyed tourists may choose more than one destination

Note 2. Bold numbers in grey highlight represent Top 1, underlined bold numbers represent Top 2 and Top 3.

Table 12. 2019 Must-Eats in Taipei

Unit: visits, percentage

Taiwanese Cuisine	Visitors	Percentage
Pearl Milk Tea	1,424	71.20%
Beef Noodle	<u>1,233</u>	<u>61.65%</u>
Xiao-Long-Bao	<u>1,134</u>	<u>56.70%</u>
Braised Pork Rice	940	47.00%
Mango Ice	571	28.55%
Taiwanese Stir-Fries	339	16.95%
Vermicelli	300	15.00%
Oyster Omelet	270	13.50%
Stinky Tofu	181	9.05%
Mala Hotpot	127	6.35%
Michelin Restaurant	52	2.60%
Others	174	8.70%

Source: 2019 Taipei Tourists Receipts and Trends Survey Final Report

Note 1. Surveyed tourists may choose more than one destination

Note 2. Bold numbers in grey highlight represent Top 1, underlined bold numbers represent Top 2 and Top 3.

V. Muslim Tourists Receipts, Trends and Muslim-Friendliness

Indonesian (41.67%), Philippines (32.29%), and Malaysians (25%) compose the majority of Muslim tourist population. 77.08% of Muslim tourists visited Taipei for the first time. The average length of stay falls at 3.43 days and 2.4 nights. Most visited destinations are (in order) Ximending (92.71%), Taipei 101 (91.67%), and Dongmen-Yongkang Shopping Area (79.17%). Top 3 most liked destinations are Ximending (44.79%), Taipei 101 (19.79%), and National Palace Museum (6.25%). Average receipt at USD 251.55 per person/day, of which 52.99% (USD 133.3) spent on shopping, followed by USD 47.13 within hotel (18.73%), and USD 42.2 dining outside hotel (16.78%).

Surveyed Muslim tourists expressed 70.83% satisfaction in overall Muslim-friendliness in Taipei, 27.08% choose average, and 2.09% chose not satisfied. On each category, more than 70% agreed on “clean toilets with proper cleaning facilities”, “little language barrier” and “Muslim-friendly interaction”; 50% on “accessible Taipei Muslim-related travel information through internet”, “Halal food or restaurants available during travel”, and “Muslim-friendly hotels or accommodation when planning travel”. Average ranked the rest of the categories, as shown in Table 13.

Table 13. 2019 Taipei Muslim-friendliness Travel Satisfaction

Unit: Tourists, percentage

Category	Subtotal	Satisfied			Average	Unsatisfied		
		Subtotal	Very satisfied	Satisfied		Unsatisfied	Very Unsatisfied	Total
Muslim Travel Guide in Destination	96	30	0	30	57	9	0	9
	100.00%	31.25%	0.00%	31.25%	59.38%	9.38%	0.00%	9.38%
Clean toilets with proper cleaning facilities	96	77	36	41	18	1	0	1
	100.00%	80.21%	37.50%	42.71%	18.75%	1.04%	0.00%	1.04%
Dedicated prayer room for Muslim when travel	96	33	1	32	50	13	0	13
	100.00%	34.38%	1.04%	33.33%	52.08%	13.54%	0.00%	13.54%
Halal food or restaurants available during travel	96	53	2	51	37	6	0	6
	100.00%	55.21%	2.08%	53.13%	38.54%	6.25%	0.00%	6.25%
Muslim-friendly hotels or accommodation when planning travel	96	53	3	50	40	3	0	3
	100.00%	55.21%	3.13%	52.08%	41.67%	3.13%	0.00%	3.13%
Little language barrier	96	70	3	67	24	2	0	2
	100.00%	72.92%	3.13%	69.79%	25.00%	2.08%	0.00%	2.08%
accessible Taipei Muslim-related travel information through internet	96	65	17	48	29	2	0	2
	100.00%	67.71%	17.71%	50.00%	30.21%	2.08%	0.00%	2.08%
Muslim-friendly interaction	96	70	8	62	26	0	0	0
	100.00%	72.92%	8.33%	64.58%	27.08%	0.00%	0.00%	0.00%
Overall Muslim-friendliness in Taipei	96	68	0	68	26	2	0	2
	100.00%	70.83%	0.00%	70.83%	27.08%	2.09%	0.00%	2.08%

Source: 2019 Taipei Tourists Receipts and Trends Survey Final Report

Note 1. Bold numbers in grey highlight represent Top 1, underlined bold numbers represent Top 2 and Top 3.

Note 2. The number of “Satisfied” includes “Very Satisfied” and “Satisfied”.

壹、調查動機與目的

根據聯合國世界觀光組織 (World Tourism Organization, 以下簡稱 UNWTO) 調查指出民國 40 年代旅遊業開始在國際上快速成長，最初國際旅客數量大約為 2,500 萬人次，經過 60 餘年的發展，106 年國際旅客數量已經成長到約 13.26 億人次，隨著國際旅客人次逐年增加，也帶動商機與貿易的發展，以世界產業的出口量而言，旅遊業為世界第三大出口產業，僅次於燃料、化學產業，但領先於食品、汽車產品業；若以已開發國家而言，旅遊業甚至為國家中出口最多的產業 (UNWTO, 2018) 。

106 年交通部觀光局為因應全球化、數位化與在地化之挑戰，推動「Tourism 2020-臺灣永續觀光發展方案」(106 至 109 年) 以順應國際觀光趨勢。在實際執行上，分別採取「開拓多元市場」、「活絡國民旅遊」、「輔導產業轉型」、「發展智慧觀光」和「推廣體驗觀光」等措施活絡我國觀光市場。其中，在開拓多元市場部分，交通部觀光局也依據行政院「新南向政策」，配合中程施政計畫核定預算額度，集中資源向東協 10 國，以及印度、不丹等 12 國行銷推廣新南向觀光策略 (交通部觀光局，2017) 。

根據交通部觀光局統計，107 年共有 1,107 萬人次的海外旅客，較 106 年成長 3.05%，再創來臺旅客新高。在海外旅客國籍分布上，大陸旅客雖然連續 3 年衰退，但仍為我國主要海外旅客來源，107 年陸客共有 270 萬人次來臺。東南亞旅客人次也有明顯的成長，已連續 7 年皆呈現成長趨勢。雖然總旅客人次逐年成長，但許多國際旅客的旅遊型態開始選擇以短途、短天數旅遊為主，旅客停留時間縮短，加上新南向國家旅客在來臺其他目的上占有較高的比率，每人每日在臺消費金額亦低於其他主要客源國等因素影響。我國觀光外匯收入在 104 年至 106 年呈現連續三年減少的狀況，107 年隨平均消費金額及來臺人次成長，觀光外匯收入來到 137.05 億美元，回到 105 年的水平。臺北市觀光外匯收入在 104 年至 107 年間呈現逐年減少的趨勢，從 104 年的 109.39 億美元，減少至 107 年的 88.91 億美元，但在旅客旅遊型態穩定，且旅客量增加的情況下，108 年觀光外匯收入來到 91.49 億美元，較 107 年增加 2.58 億美元。

臺北市為我國首都，同時也是經濟、文化與觀光發展的重要指標城市，歷年調查皆有 9 成左右的國外旅客到訪臺北市，有鑑於此，臺北市政府近年來陸續研擬與推動一系列之觀光政策，108 年施政重點包含「推廣臺北美食觀光」、「推出自由型專案，吸引目標地區旅客至臺北市自由行」、「持續推動景點行銷，營

造便利易遊環境」、「建置臺北旅遊網、整合民間旅遊平台與業者合作互補網站功能」、「輔導臺北市旅館升級並提供多元友善的住宿選擇」、「定期維護展館設備及規劃主題特展，並結合節慶活動企劃推廣活動」、「強化臺北市旅遊服務中心品質」等。然而，上述觀光政策之推動，有賴客觀及精準之調查資料作為參考依據，故特辦理本調查計畫，透過歷年重複橫斷面調查，掌握來臺旅客在臺北市消費及動向之趨勢。

爰此，本計畫於桃園國際機場、臺北松山機場、高雄國際機場等 3 處，針對曾到訪臺北市之國際觀光旅客進行面對面之問卷調查，並依實地問卷結果推估 108 年來臺旅客在臺北市期間之消費金額與消費情況、旅客旅遊動機、旅遊動向、對臺北市之印象以及各項滿意程度。本計畫之調查分析結果，可作為相關單位訂定觀光宣傳推廣策略、發展會展產業、活絡臺北市觀光、產業升級以及提升服務品質之參考。如下表 1-1-1 所示：

表 1-1-1 調查目的與說明

調查目的	說明
1. 瞭解 108 年度來臺旅客到訪臺北市的比率與人次	分析問卷調查所蒐集之資料，估算 108 年來臺旅客到訪臺北市的比率與人次。
2. 瞭解曾到訪臺北市之來臺旅客的結構、特性與旅遊情況，並進一步做市場區隔	<p>(1) 調查曾到訪臺北市的來臺旅客的基本資料、旅遊決策、動向、觀感及意見，以作為相關事業營運決策、行銷管理之參考依據，塑造更優質之旅遊環境。</p> <p>(2) 就基本資料，以及到訪臺北市目的與主要市場等不同特性之旅客，分析其在臺北市主要動向，以區隔旅客之需求，作為決策參考。</p>
3. 估算 108 年臺北市觀光外匯收入與來臺旅客在臺北市消費狀況	<p>(1) 分析問卷調查所蒐集之資料，瞭解來臺旅客在臺北市的消費狀況，估算 108 年臺北市觀光外匯收入。</p> <p>(2) 瞭解來臺旅客在臺北市旅遊期間必吃及必買的商品類型，作為後續行銷推廣之參考。</p> <p>(3) 就主要市場及到訪臺北市目的等不同特性之旅客，進一步分析其消費狀況，作為決策參考。</p>
4. 曾到訪臺北市的來臺旅客對臺北市的印象	<p>(1) 調查旅客對臺北市印象最好的項目，提供觀光行銷參考。</p> <p>(2) 就主要市場及旅行方式等不同特性之旅客，進一步分析其對臺北市印象最好的項目，提供觀光行銷參考。</p>
5. 瞭解旅客滿意度相關資訊	調查來臺旅客曾到訪臺北市者，對交通、住宿、消費、人員服務、整體景點、餐飲經驗、整體經驗的滿意程度。
6. 瞭解業務、國際會議或展覽資訊	瞭解來臺進行業務或參加國際會議或展覽目的的旅客，在臺北市的旅遊動向及意見。
7. 提供相關單位訂定營運發展方向與決策參考	<p>(1) 分析旅客在臺北市旅遊之滿意/不滿意原因，作為相關單位的參考。</p> <p>(2) 透過開放式問項的整理分析，瞭解旅客在問卷之外的意見，提供相關單位參考。</p>

貳、 量化問卷調查設計

一、 調查對象、時間及區域範圍

(一) 調查對象與時間

本調查採用面對面訪問方式，針對 108 年 1 月 1 日至 108 年 12 月 31 日期間，自臺灣出境且在臺灣停留 90 夜以內之 12 歲以上外籍與華僑旅客（不含過境之外籍、華僑旅客）。

(二) 調查區域範圍

以臺灣桃園國際機場（一、二航站）、臺北松山機場及高雄國際機場 3 處，依據當日配額及航班資訊於機場航空公司報到處進行調查。

二、 調查項目

本次調查項目，包含以下八大類別，各類別調查細項詳參下表 2-2-1。

表 2-2-1 調查項目表

類 別	細 項
1. 旅客基本資料	(1) 國籍 (2) 居住地 (3) 入境地點 (4) 年齡 (5) 年收入 (6) 最高學歷(7) 行業別 (8) 性別 (9) 信仰
2. 旅遊決策	(1) 是否停留臺北市 (2) 在臺北市停留天數、夜數 (3) 來臺北市目的（旅遊、探親、求學、商務、國際會議或展覽等） (4) 來臺北市前是否透過網站瀏覽本市資訊 (5) 最近3年來臺北市次數 (6) 來臺北市多久前開始計畫行程 (7) 是否利用線上旅行社規劃旅遊行程 (8) 吸引到訪臺北市的原因 (9) 來臺北市旅遊類型
3. 旅遊動向	(1) 在臺北市遊覽之景點、最喜歡景點、最不喜歡景點及其原因、印象深刻的項目等 (2) 跨年晚會及臺北燈節參加經驗與意願 (3) 住宿地點 (4) 印象最好的項目 (5) 各類交通工具滿意度及計程車包車服務經驗 (6) 料理風味偏好 (7) 來臺北市必吃的食物和必買的商品

類 別	細 項
4. 消費狀況	(1) 旅行方式 (團體或自由行等) (2) 在臺北市消費支出金額及結構 (3) 購買物品 (4) 購買名特產項目
5. 業務及國際會議或展覽目的旅客利用餘暇在臺北市旅遊情況	(1) 是否利用餘暇在臺北市旅遊 (2) 有利用餘暇在臺北市旅遊之時間
6. 到訪臺北市滿意度	(1) 臺北市各項旅遊經驗滿意度及不滿意之原因 (交通、住宿、消費、人員服務、整體景點、餐飲、整體經驗) (2) 再度到訪臺北的意願及因素
7. 穆斯林旅遊友善環境調查	(1) 臺北市穆斯林環境友善程度量表 (2) 臺北市穆斯林友善環境滿意度 (3) 臺北市穆斯林友善環境應改善部分
8. 開放式意見	旅客於開放式題目中所補充之意見

三、調查方法

調查方法以問卷調查蒐集 108 年來臺旅客到訪臺北市消費及動向之資料，進行量化資料分析。詳細調查方法說明如下。

(一) 調查架構

本調查架構，如下圖 2-3-1 所示：

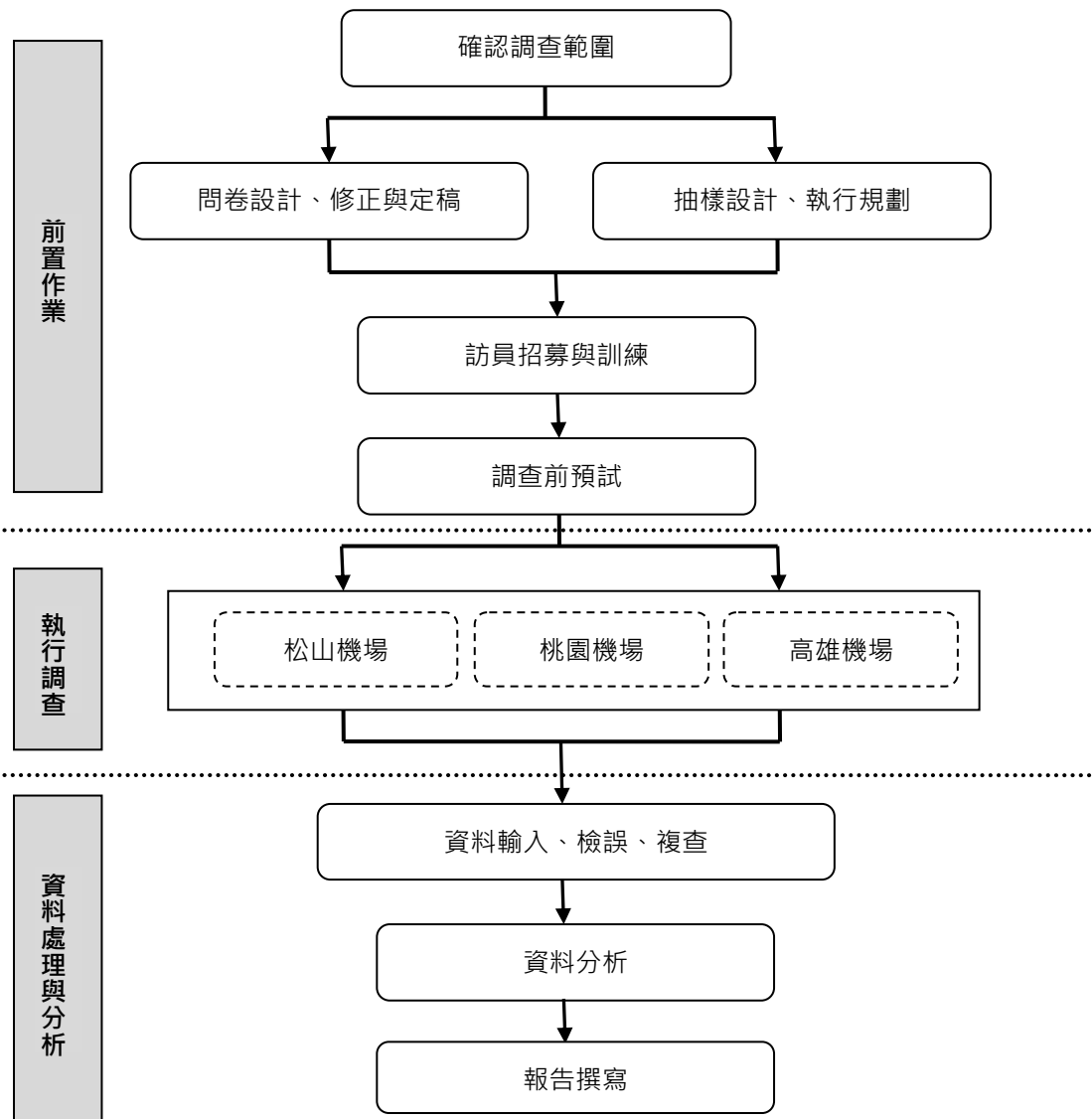


圖 2-3-1 調查架構圖

（二） 調查方式

本調查派遣精通英、日、韓其中一種外國語言的資深訪員前往調查地點，於出境候機處、休息區，以面訪方式訪問出境旅客。實際訪問前由研究小組訓練訪問員，令其瞭解調查目的，加強訓練訪問技巧，並經實地演練後，始正式進行調查工作。此外，訪問員皆攜帶景點提示卡，並於受訪旅客回答旅遊動向（景點）問項有不確定的時候，出示提示卡輔助旅客回答。

（三） 調查人力

本調查於三處訪問地點共計安排 15 位訪員進行調查，每月有 7 天調查日，其中於臺灣桃園機場有 5 天、臺北松山機場 1 日、高雄國際機場 1 日，各個調查日分配之訪員人力包含 1 位督導，以及訪員 2 至 5 人，訪員數量主要依各機場樣本配置（不同語系樣本分配數）及對應航班彈性調度。

四、 抽樣方法及樣本數配置

本調查依據 107 年來臺旅客的母體結構比率進行樣本數配置⁷，調查有效樣本數為 2,000 人，抽樣內容說明如下：

（一） 抽樣特徵變數

依據「107 年來臺旅客在臺北市之消費及動向調查報告」，89.35%來臺旅客曾到訪臺北市，因此到訪臺北市之旅客結構應與來臺旅客結構相當，爰以內政部移民署及交通部觀光局之來臺旅客資料（不含本國籍之旅客），可知各月入境旅客占全年入境旅客比率、臺灣各國際機場入境旅客占全體入境旅客比率（臺灣桃園國際機場、臺北松山機場及高雄國際機場入境旅客比例為 82：7：11）及臺灣各國際機場入境旅客之居住地、性別、年齡及月份等 4 類特徵變數結構比率，依各分層特徵所占比例抽取樣本，共計回收 2,000 份有效樣本。特徵變數說明如下：

1. 機場：桃園機場、高雄機場、松山機場。
2. 月份：1 月-12 月。
3. 旅客居住地：大陸、日本、香港/澳門、韓國、美國、馬來西亞、新加坡、亞洲其他地區（印尼、越南、泰國、菲律賓、緬甸、柬埔寨、汶

⁷ 為調查計畫規劃抽樣時所能獲得之最新資訊。

萊、寮國等)、紐澳、加拿大、英國、法國、德國、歐洲其他地區及其他地區等 15 處

4. 性別：男性及女性 2 類。
5. 年齡：未滿 30 歲、30 歲至 49 歲、50 歲及以上等 3 個年齡組別⁸。

本調查採分層比例抽樣，並於調查完成後就回收資料結構與交通部觀光局和內政部移民署的母體資料作一致性檢定，檢定結果顯示來臺旅客基本資料符合抽樣控制特徵變數的母體結構比率，故資料分析結果具參考價值。

(二) 樣本數設定與分配依據

1. 母體定義

108 年 1 月 1 日至 108 年 12 月 31 日期間，自臺灣出境且在臺灣停留 90 夜以內之 12 歲以上外籍與華僑旅客(不含過境之外籍、華僑旅客)。

2. 抽樣方法

本調查採分層比例抽樣，主要依據內政部移民署出入境管理局公告之機場與港口出境人次統計數字(臺灣桃園國際機場 82.7%、高雄國際機場 10.7%及臺北松山機場 6.6%)及交通部觀光局公佈之公務統計資訊中的來臺旅客特徵，包含居住地、性別、年齡和月份作為控制特徵，並據以執行訪問。

(三) 調查日期分配與抽樣原則

1. 調查日定義

調查日分為平常日與例假日，平常日為周一至周五，例假日包含周六、日及國定假日。

2. 日期抽取設計

本調查以 4 星期為 1 週期，星期抽樣類別分為一、三、五、日，以及二、四、六兩組，時間抽樣再分為日(8:00-15:00)、夜(15:00-22:00)

⁸ 本調查問卷原年齡組別包含：12-19 歲、20-29 歲、30-39 歲、40-49 歲、50-59 歲、60-69 歲，以及 70 歲及以上，共計 7 組，因交通部觀光局入境統計年齡區間非單齡統計，且區間分組方式不同，考量母體年齡層分組方式，以及執行調查之可行性，將上述 7 組年齡轉為未滿 30 歲、30-49 歲、50 歲及以上三組。

兩類。調查基準分為單數週期與雙數週期，各週期平均分配抽樣星期與時間，即單數與雙數週次皆包含「一、三、五、日(日)」、「一、三、五、日(夜)」、「二、四、六(日)」及「二、四、六(夜)」四組抽樣時段，如下表 2-4-1 所示：

表 2-4-1 日期抽取規劃表

週期		一	二	三	四
1	星期	一、三、五、日		二、四、六	
	時間	日		日	
2	星期		一、三、五、日		二、四、六
	時間		夜		夜
3	星期	二、四、六		一、三、五、日	
	時間	夜		夜	
4	星期		二、四、六		一、三、五、日
	時間		日		日

資料來源：本研究整理。

實際執行之調查日期、時段與場所，詳見下表 2-4-2 所示：

表 2-4-2 108 年來臺旅客在臺北市之消費及動向調查班表

一月								
08:00~15:00	日	一	三	五	15:00~22:00	三	四	六
第三周	1/20	1/14	1/16	1/18	第一周	1/2	1/3	1/5
上	松	桃	桃	桃	下	高	桃	桃
二月								
15:00~22:00	一	三	五	日	08:00~15:00	二	四	六
第二周	2/11	2/13	2/15	2/17	第四周	2/26	2/28	2/23
下	桃	桃	桃	桃	上	桃	松	高
三月								
08:00~15:00	一	三	五	日	15:00~22:00	二	四	六
第三周	3/11	3/13	3/15	3/17	第一周	3/5	3/7	3/2
上	松	桃	桃	桃	下	桃	高	桃
四月								
15:00~22:00	日	一	三	五	08:00~15:00	二	四	六
第四周	4/21	4/22	4/24	4/26	第二周	4/9	4/11	4/13
下	高	桃	桃	桃	上	松	桃	桃
五月								
08:00~15:00	三	五	日	一	15:00~22:00	二	四	六
第一周	5/1	5/3	5/5	5/6	第三周	5/14	5/16	5/18
上	松	桃	桃	高	下	桃	桃	桃

六月								
15:00~22:00	日	一	三	五	08:00~15:00	二	四	六
第二周	6/9	6/10	6/12	6/14	第四周	6/25	6/27	6/29
下	桃	桃	高	桃	上	桃	桃	松
七月								
08:00~15:00	日	一	三	五	15:00~22:00	二	四	六
第三周	7/14	7/15	7/17	7/19	第一周	7/2	7/4	7/6
上	桃	桃	桃	松	下	高	桃	桃
八月								
15:00~22:00	日	一	三	五	08:00~15:00	二	四	六
第四周	8/18	8/19	8/21	8/23	第二周	8/6	8/8	8/10
下	桃	高	桃	桃	上	桃	松	桃
九月								
08:00~15:00	日	一	三	五	15:00~22:00	二	四	六
第一周	9/1	9/2	9/4	9/6	第三周	9/17	9/19	9/21
上	桃	桃	桃	松	下	桃	高	桃
十月								
15:00~22:00	日	一	三	五	08:00~15:00	二	四	六
第二周	10/6	10/7	10/9	10/11	第四周	10/22	10/24	10/26
下	桃	桃	桃	高	上	松	桃	桃
十一月								
08:00~15:00	日	一	三	五	15:00~22:00	六	二	四
第三周	11/17	11/18	11/20	11/22	第一周	11/2	11/5	11/7
上	桃	桃	松	桃	下	高	桃	桃
十二月								
15:00~22:00	日	一	三	五	08:00~15:00	二	四	六
第四周	12/22	12/23	12/25	12/27	第二周	12/10	12/12	12/14
下	桃	桃	桃	高	上	桃	桃	松

(四) 調查樣本配置

本調查考量來臺旅客類型及月份等特徵採分層比例抽樣，利用 107 年交通部觀光局來臺旅客統計，以及內政部入出國及移民署之旅客資料，可得知各月入境旅客占全年入境旅客比率、臺灣各國際機場占全體入境旅客比例和旅客居住地、性別、年齡等特徵變數結構，並依各特徵變數所占比例配置應完成樣本份數，如下表 2-4-2 所示：

表 2-4-3 每月應完成樣本數

期間	各月抽樣 人數比率 (%)	調查樣本配置 (份)			
	107年	總計	臺灣桃園 國際機場	臺北松山 機場	高雄 國際機場
總計	100.00	2,000	1,654	132	214
1 月	7.75	155	128	10	17
2 月	6.90	138	113	10	15
3 月	8.85	177	146	12	19
4 月	8.70	174	144	11	19
5 月	7.70	154	128	10	16
6 月	7.75	155	128	10	17
7 月	7.70	154	128	10	16
8 月	8.45	169	140	11	18
9 月	7.45	149	124	10	15
10 月	8.75	175	144	12	19
11 月	9.45	189	157	12	20
12 月	10.55	211	174	14	23

資料來源：內政部移民署、交通部觀光局

註1：各月樣本配置以符合母體之居住地、性別、年齡等變數結構比例為抽取原則。

註2：107年臺灣桃園國際機場、臺北松山機場及高雄國際機場入境人口比例為82：7：11。

(五) 消費金額統計方法

在消費金額的估算上，使用母數推估模式 (Lee & Huang, 2003)，首先將每人每日總消費金額取 $\lambda=0.134912$ 次方轉換，使資料結構更趨近常態分布狀態，接續利用已訪問旅客到訪臺北市比率及來臺旅客人次估算到訪臺北市旅客人次，並依各類型旅客在各項消費上的金額結構比率，推算到訪臺北市旅客的消費總值 (詳附件 2)。

五、資料檢核

本研究依據下列做法，來確保調查之信效度：

(一) 調查品質之維護

調查所蒐得資料準確性之高低，為影響後續分析結果是否具有代表性之重要關鍵因素，故為確保本調查具高品質與具可信度，相關監控及檢測問卷之方式如下說明。

1. 定期更換訪員，以避免同一訪員長期執行調查所造成之系統性誤差

由於訪員在選擇受訪對象時，可能會受自身之習慣所影響，長時間累積下來，易造成某一類型族群較多，進而產生系統性偏誤而影響樣本組成結構，故本調查採定時更替訪員，以提高樣本結構之代表性。

2. 現場複查 30%回收問卷之機制

本次調查在問卷回收後，以訪員為單位進行複查，複查方式為抽取該訪員所完成問卷數之 30%，若有問卷漏答或邏輯問題而無法現場進行補正者，則以廢卷處理不列入完成樣本統計分析。

(二) 資料檢誤條件設定

完整的檢誤條件是調查資料品質的第一步，事先針對可能發生之邏輯性或非邏輯性問題進行設定⁹，可於調查執行時提醒調查團隊即時發現資料謬誤、及時補救，亦可作為樣本回收後資料處理人員確認資料可信度之審核標準。

⁹ 在統計軟體中，利用語法設定各項填答邏輯，調查資料回收後可迅速發現是否有誤。例如有住宿旅館或青年旅館者，需填答住宿滿意度，沒住宿旅館或青年旅館者無須填答住宿滿意度；購物費細項加總需等於購物費總額等條件。

(三) 資料登錄建檔

建置符合本調查需求之「建檔登錄系統」，內含初步檢誤邏輯鑑定，若發現有樣本邏輯發生錯誤，則立即顯示在系統畫面中，減少建檔員錯誤發生。另外「建檔登錄系統」更可在問卷建檔後，輸出此份樣本錯誤訊息，方便進行資料複查。

(四) 調查前預試計畫

為確保調查品質及降低實際訪查時的困難，本調查在正式調查前已實施預試計畫。預試過程如下說明：

1. 內部預試計畫

由計畫相關的研究部及調查部人員進行模擬施測，評估及記錄問卷內容、抽樣方式、執行模式，並提出修正建議予委託單位參考，作為是否調整調查內容或方式之依據。

2. 修正調查方針，進行訪員訓練

依內部預試之修正方針實施訪員訓練。

3. 前測實施期程：

107 年 11 月 1 日上午完成內部預試；107 年 11 月 1 日下午 14:00 至 19:00 於臺北松山機場完成實地預試。

4. 改善調查方針：

依前測執行結果，整體問卷語意受訪者皆可充分瞭解，且受訪者大部分皆不需提示就可以主動回答問題。部分問卷問項進行修正並由委託機關審核後，據以執行。

六、資料分析

本調查量化資料分析，使用統計套裝軟體 SPSS 22.0 與 SAS 等進行資料分析工作，分析方法說明如下。

(一) 資料品質檢定

運用卡方檢定 (Chi-square Test) 進行適配度檢定 (Goodness of Fit test)，檢視抽樣控制特徵的樣本配置情況，以評估本次調查樣本之代表性。

（二）資料結構與相關性分析

資料結構分析，主要使用描述性統計瞭解到訪臺北市旅客之基本特徵、旅遊決策、消費行為、旅遊動向，以及滿意度等變項之分布狀況，以期能掌握樣本之整體輪廓。

其次，本調查藉由卡方檢定、單因子變異數分析 (one-way ANOVA) 等統計方法，以旅客居住地、性別、年齡、旅行方式、月份等基本特徵為自變項，進一步檢視不同特徵之旅客，在消費金額、旅遊動向和滿意度上有所差異。

（三）消費金額估算

在消費金額的估算上，首先利用調查旅客接觸情況，估算來臺旅客至臺北市之比率，並搭配來臺整體旅客人次推算出來臺北市旅客人次。

其次，利用本問卷調查之結果，推算各類型旅客在各項消費上的金額，並更進一步推算整體來臺北市旅客的外匯總值，估算過程及公式請參見附件二。

（四）開放式問項整理

開放式問項由分析人員進行分類與歸納後，作為輔助說明量化統計結果之資料。

參、受訪旅客量化調查結果

一、來臺旅客到訪臺北市比率與人次

扣除過境旅客、臺籍旅客，以及停留 90 夜以上旅客後，合格旅客總接觸數為 2,277 人，其中到訪臺北旅客 2,000 人，未到訪旅客 277 人，108 年來臺旅客到訪臺北市比率為 87.83%，內容詳見下表 3-1-1。

表 3-1-1 108 年受訪旅客到訪臺北市人次比率-按月份分

單位：人次，百分比

月份	(1) 公務統計來臺 旅客人次	(2) 到訪臺北市 樣本人數	(3) 總接觸 人數	(4)= (2) ÷ (3) 到訪臺北市樣本 比率	(5) = (1) × (4) 到訪臺北市 人次估計
總計	11,864,105	2,000	2,277	87.83%	10,420,243
1 月	867,711	155	175	88.57%	768,532
2 月	956,202	138	159	86.79%	829,888
3 月	1,079,498	177	203	87.19%	941,214
4 月	1,101,393	174	200	87.00%	958,212
5 月	1,039,758	154	178	86.52%	899,599
6 月	932,697	155	177	87.57%	816,763
7 月	988,765	152	175	86.86%	858,841
8 月	1,030,937	172	196	87.76%	904,750
9 月	794,415	148	166	89.16%	708,300
10 月	939,131	176	198	88.89%	834,794
11 月	990,397	189	213	88.73%	878,779
12 月	1,143,201	210	237	88.61%	1,012,990

資料來源：108 年交通部觀光局來臺旅客統計、本研究整理。

說明：到訪臺北市人次為公務統計來臺旅客人次乘以到訪臺北市樣本比率換算，故整體人次不等於各月份加總。

108 年來臺旅客曾到訪臺北市人次比率，在居住地分布部分，加拿大、紐澳、歐洲旅客本次接觸樣本皆有到訪臺北市經驗，其次為大陸旅客，達 93.9%，第三名為韓國旅客，到訪率達 92.95%。另一方面，扣除其他地區旅客，到訪率最低的居住地為新加坡旅客，到訪率為 76.92%，內容詳見下表 3-1-2。

表 3-1-2 108 年受訪旅客曾到訪臺北市人次比率-按居住地分

單位：人數、百分比

項目	是否到訪臺北市		總計
	沒有	有	
總計	277	2,000	2,277
列百分比	12.17%	87.83%	100.00%
大陸	34	523	557
	6.10%	93.90%	100.00%
日本	87	369	456
	19.08%	80.92%	100.00%
香港澳門	59	320	379
	15.57%	84.43%	100.00%
韓國	17	224	241
	7.05%	92.95%	100.00%
新加坡	21	70	91
	23.08%	76.92%	100.00%
馬來西亞	13	78	91
	14.29%	85.71%	100.00%
菲律賓	7	49	56
	12.50%	87.50%	100.00%
泰國	6	50	56
	10.71%	89.29%	100.00%
越南	4	52	56
	7.14%	92.86%	100.00%
印尼	7	44	51
	13.73%	86.27%	100.00%
美國	13	93	106
	12.26%	87.74%	100.00%
加拿大	1	30	31
	3.23%	96.77%	100.00%
歐洲	3	55	58
	5.17%	94.83%	100.00%
紐澳	1	30	31
	3.23%	96.77%	100.00%
其他地區	4	13	17
	23.53%	76.47%	100.00%

資料來源：本研究整理。

註 1：歐洲包含：英國、法國、德國、捷克、荷蘭、義大利等。

註 2：其他地區包含：巴西、巴拉圭、阿根廷、南非、哥倫比亞、柬埔寨等。

另一方面，彙整近 3 年來臺旅客到訪臺北市比率，108 年到訪比率 87.83%，較 107 年減少 1.52%，近 3 年到訪率呈現微幅減少的趨勢，內容詳見下圖 3-1-1。

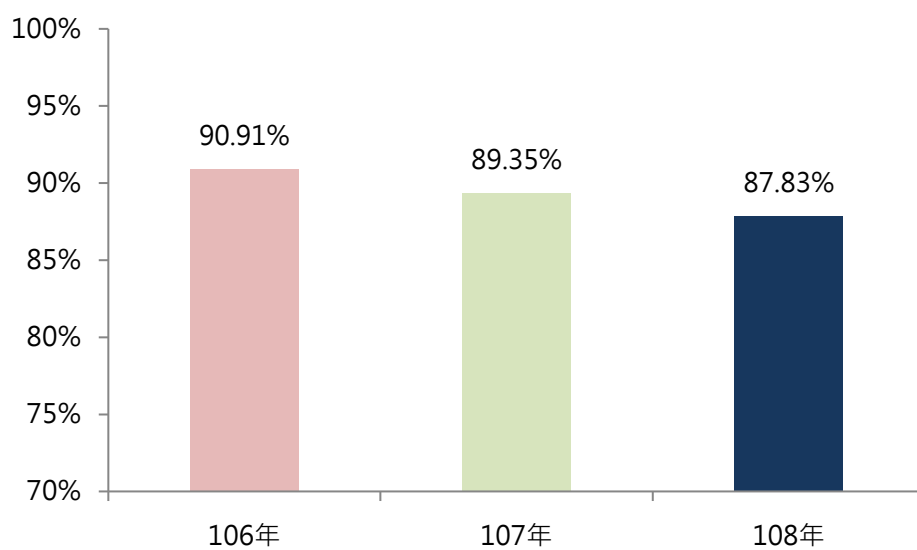


圖 3-1-1 106 年至 108 年來臺旅客到訪臺北市比率

二、來臺旅客到訪臺北市旅客基本特性

(一) 調查地點

在母體適配度檢定上，由於公務統計數字為來臺旅客數據，故在此採用 108 年 2,277 份來臺受訪旅客樣本結構進行檢定。108 年 2,277 位來臺旅客中，調查地點分布狀況，經母體適配度進行卡方檢定之結果顯示，在 95% 信心水準下，本次抽樣民眾與 108 年三機場出境人數結構並無明顯差異 ($X^2=3.33$ ， $p>0.05$)，符合母體結構，詳見表 3-2-1。

表 3-2-1 108 年來臺旅客受調查地點適配度檢定

單位：人數，百分比

項目	母體數		樣本數		檢定值
	人次	百分比	人數	百分比	
總計	15,548,091	100.00%	2,277	100.00%	
臺灣桃園國際機場	12,676,739	81.53%	1,881	82.61%	卡方值 3.33
高雄國際機場	2,014,233	12.95%	266	11.68%	p 值 0.19
臺北松山機場	857,119	5.51%	130	5.71%	

資料來源：108 年內政部統計處出(國)境統計。

註：母體數僅包含三機場出境旅客人數，非整體出境人數，故母體總人次為 15,548,091 人。

另就 108 年到訪臺北市受訪旅客，在調查地點部分，以臺灣桃園國際機場人數最多，共計 1,660 人 (占 83%)；其次為高雄國際機場，共計 210 人 (占 10.5%)；第三為臺北松山國際機場，共計 130 人 (占 6.5%)，數據詳見表 3-2-2。

表 3-2-2 108 年到訪臺北市受訪旅客受調查地點分布

單位：人數，百分比

項目	樣本數	
	人數	百分比
總計	2,000	100.00%
臺灣桃園國際機場	1,660	83.00%
高雄國際機場	210	10.50%
臺北松山國際機場	130	6.50%

(二) 居住地

在母體適配度檢定上，由於公務統計數字為來臺旅客數據，故在此採用 108 年 2,277 份來臺受訪旅客樣本結構進行檢定。在居住地部分，以受訪大陸旅客占 24.46% 最高；其次為日本，占 20.03%；第三為香港澳門旅客，占 16.64%。母體適配度檢定結果顯示，在 95% 信心水準下，本次抽樣旅客與 108 年來臺觀光旅客居住地結構並無明顯差異 ($\chi^2=16.14$ ， $p>0.05$)，符合母體結構，居住地分布狀況及檢定內容詳見下表 3-2-3。

表 3-2-3 108 年來臺旅客居住地適配度檢定

單位：人數、百分比

居住地	母體數		樣本數		檢定值
	人次	百分比	人數	百分比	
總計	9,899,554	100.00%	2,277	100.00%	
日本	1,972,961	19.93%	456	20.03%	卡方值 16.14
大陸	2,199,043	22.21%	557	24.46%	p 值 0.14
香港澳門	1,677,511	16.95%	379	16.64%	
韓國	1,130,055	11.42%	241	10.58%	
新加坡	424,118	4.28%	91	4.00%	
馬來西亞	451,609	4.56%	91	4.00%	
亞洲其他	947,352	9.57%	219	9.62%	
美國	498,563	5.04%	106	4.66%	
加拿大	107,813	1.09%	31	1.36%	
歐洲	285,586	2.88%	58	2.55%	
紐澳	102,016	1.03%	31	1.36%	
其他地區	102,927	1.04%	17	0.75%	

資料來源：本研究整理。

註 1：母體資料參考交通部觀光局 108 年來臺旅客統計，<https://stat.taiwan.net.tw/inboundSearch>。資料取用時間：109/3/4。

註 2：考量亞洲其他地區居住地特性，故母體資料以扣除旅遊目的為「其他」者計算。

註 3：亞洲其他地區包含汶萊、緬甸、柬埔寨等。

註 4：其他地區包含：巴西、巴拉圭、阿根廷、南非、哥倫比亞等。

另就 108 年到訪臺北市受訪旅客，在居住地部分，以受訪大陸旅客人數最多，共計 523 人(占 26.15%)；其次為日本，共計 369 人(占 18.45%)；第三為香港澳門旅客，共計 320 人(占 16%)，數據詳見表 3-2-4。

表 3-2-4 108 年到訪臺北市受訪旅客居住地分布

單位：人數，百分比

居住地	樣本數	
	人數	百分比
總計	2,000	100.00%
大陸	523	26.15%
日本	369	18.45%
香港澳門	320	16.00%
韓國	224	11.20%
美國	93	4.65%
馬來西亞	78	3.90%
新加坡	70	3.50%
越南	52	2.60%
泰國	50	2.50%
菲律賓	49	2.45%
印尼	44	2.20%
加拿大	30	1.50%
紐澳	30	1.50%
歐洲其他地區	19	0.95%
英國	12	0.60%
法國	12	0.60%
德國	12	0.60%
柬埔寨	1	0.05%
其他地區	12	0.60%

資料來源：本研究整理。

註 1：其他地區包含：巴西、巴拉圭、阿根廷、南非、哥倫比亞等。

註 2：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

(三) 國籍

108 年受訪旅客之國籍分布狀況，旅客人數最多者為大陸（含港澳）旅客，占 42.15%。其次為日本旅客，占 18.45%，第三為韓國旅客，占 11.2%，詳見下表 3-2-5。

表 3-2-5 108 年到訪臺北市受訪旅客國籍分布

單位：人數，百分比

居住地	樣本數	
	人數	百分比
總計	2,000	100.00%
大陸（含港澳）	843	42.15%
日本	369	18.45%
韓國	224	11.20%
美國	93	4.65%
馬來西亞	78	3.90%
新加坡	70	3.50%
越南	52	2.60%
泰國	50	2.50%
菲律賓	49	2.45%
印尼	44	2.20%
加拿大	30	1.50%
紐澳	30	1.50%
歐洲其他地區	19	0.95%
英國	12	0.60%
法國	12	0.60%
德國	12	0.60%
柬埔寨	1	0.05%
其他地區	12	0.60%

資料來源：本研究整理。

註 1：香港澳門旅客併入大陸國籍計算。

註 2：其他地區包含：巴西、巴拉圭、阿根廷、南非、哥倫比亞等。

註 3：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

(四) 來臺北市主要及次要目的

1. 主要目的

108 年受訪旅客來臺北市主要目的，在 2,000 份有效樣本中，以觀光為主要目的者最多，占比 87.6%；其次為探親或訪友，占 7.95%；第三為業務目的，占 4.05%，合計參加會議與業務的商務旅客，共占 4.1%。其他來臺北市目的者，占 0.25%，詳見下表 3-2-6。

表 3-2-6 108 年到訪臺北市受訪旅客到訪臺北市主要目的分布

單位：人數，百分比

來臺北市主要目的	人數	百分比
總計	2,000	100.00%
觀光	1,752	87.60%
探親或訪友	159	7.95%
業務	81	4.05%
國際會議	1	0.05%
求學	1	0.05%
健康管理（醫療/美容/健檢/養生）	1	0.05%
其他	5	0.25%

資料來源：本研究整理。

註 1：其他包含：交流、面試。

註 2：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

其他目的包含交流、面試，詳見下表 3-2-7。

表 3-2-7 108 年到訪臺北市受訪旅客到訪臺北市其他主要目的

單位：人數，百分比

來臺北市主要目的	人數	百分比
總計	5	100.00%
交流	4	80.00%
面試	1	20.00%

資料來源：本研究整理。

註：數值為粗體灰底色者表示排序第一。

2. 次要目的

108 年受訪旅客樣本中，有次要目的者占整體 12.35%，其中單一目的者占 87.65%。以下就次要目的與主要目的進行交叉分析，求學及健康管理樣本數較少，該主要目的旅客皆無次要目的，而主要目的為觀光者，為單一目的的比率則占 96.63%。

主要目的為參加國際會議或展覽者僅有 1 人，次要目的為觀光。而以業務為來臺北市主要目的者，次要目的為觀光者，占 75.31%。詳見下表 3-2-8。

表 3-2-8 108 年到訪臺北市受訪旅客到訪臺北市主要及次要目的交叉分析

單位：人數、百分比

人數 列百分比	到訪臺北市的次要目的							單一目的	總計	
	觀光	業務	國際會議 或展覽	探親或 訪友	求學	健康 管理	其他			
來 臺 北 市 的 主 要 目 的	觀光		3	-	54	-	2	-	1,693	1,752
			0.17%	-	3.08%	-	0.11%	-	96.63%	100.00%
	業務	61		-	-	-	-	-	20	81
		75.31%		-	-	-	-	-	24.69%	100.00%
	國際會議 或展覽	1	-		-	-	-	-	-	1
		100.00%	-		-	-	-	-	-	100.00%
	探親或 訪友	123	-	-		-	-	-	36	159
		77.36%	-	-		-	-	-	22.64%	100.00%
	求學	-	-	-	-		-	-	1	1
		-	-	-	-		-	-	100.00%	100.00%
健康管理	-	-	-	-	-		-	1	1	
	-	-	-	-	-		-	100.00%	100.00%	
其他	3	-	-	-	-	-		2	5	
	60.00%	-	-	-	-	-		40.00%	100.00%	
總計	188	3	-	54	-	2	-	1,753	2,000	
	9.40%	0.15%	-	2.70%	-	0.10%	-	87.65%	100.00%	

註 1：「-」表示無調查樣本。

註 2：其他包含：交流、面試。

另就到訪臺北市旅客主要目的¹⁰與性別、年齡、旅遊型態、初訪及重遊樣態，以及主要市場作分析，詳見附表 3-1。

以觀光為目的的旅客，性別以女性占 54.57% 較高；年齡以 12-29 歲占 30.25% 較高；旅遊型態以自由行占 70.09% 為主；初訪及重遊樣態以初次來臺北市占 72.20% 為多；主要市場以大陸市場旅客占 29.28% 最高。

以商務為目的的旅客，性別以男性占 57.32% 較高；年齡以 30-39 歲與 40-49 歲較高，皆占 29.27%；旅遊型態以團客占 69.51% 較高；初訪及重遊樣態以近三年重遊臺北市占 93.9% 為主；主要市場以韓國市場旅客占 35.37% 為多。

以探親或訪友為目的的旅客，性別以女性占 54.72% 較高；年齡以 50-59 歲占 28.93% 較高；旅遊型態皆為自由行；初訪及重遊樣態以近三年重遊臺北市占 85.53% 為多；主要市場以日本市場旅客占 24.53% 最高。

¹⁰ 由於國際會議或展覽、求學及健康管理為主要目的之旅客人數較少，故予以整併，將國際會議或展覽與業務目的合併為商務目的，求學、健康管理與其他目的合併為其他目的。

(五) 性別

在母體適配度檢定上，由於公務統計數字為來臺旅客數據，故在此採用 108 年 2,227 份來臺受訪旅客樣本結構進行檢定。男性受訪者占 46.03%；女性受訪者占 53.97%。性別比率與母體適配度上，檢定結果顯示，在 95% 信心水準下，本次抽樣民眾與 108 年來臺觀光旅客性別結構並無明顯差異 ($\chi^2=0.06$ ， $p>0.05$)，符合母體結構，內容詳見下表 3-2-9。

表 3-2-9 108 年來臺旅客性別適配度檢定

單位：人數·百分比

項目	母體數		樣本數		檢定值	
	人次	百分比	人數	百分比		
總計	9,899,554	100.00%	2,277	100.00%		
男性	4,581,085	46.28%	1,054	46.03%	卡方值	0.06
女性	5,318,469	53.72%	1,223	53.97%	p 值	0.81

資料來源：本研究整理。

註 1：母體資料參考觀光局 108 年來臺旅客統計。

註 2：考量亞洲其他地區居住地特性，故母體資料以扣除旅遊目的為「其他」者計算。

另就 108 年到訪臺北市受訪旅客性別分布而言，女性受訪者占 54.05%；男性受訪者占 45.95%，內容詳見下表 3-2-10。

表 3-2-10 108 年到訪臺北市受訪旅客性別分布

單位：人數·百分比

性別	人數	百分比
總計	2,000	100.00%
男性	919	45.95%
女性	1,081	54.05%

資料來源：本研究整理。

另就來臺北市旅客特徵按性別與年齡、主要目的、旅遊型態、初訪及重遊樣態，以及主要市場進行分析，數據詳見附表 3-2。

男性旅客年齡以 12-29 歲 (27.31%) 較高；主要到訪臺北市目的以觀光 (86.62%) 為主；旅遊型態以自由行 (68.66%) 較高；初訪及重遊樣態以初次到訪臺北市 (66.81%) 占比較高；主要市場以大陸市場旅客 (29.27%) 最高。

女性旅客年齡以 12-29 歲 (30.25%) 較高；主要到訪臺北市目的以觀光 (88.44%) 為主；旅遊型態以自由行 (72.71%) 較高；初訪及重遊樣態以初次到訪臺北市 (63%) 占比較高；主要市場以大陸市場旅客 (23.5%) 最高。

(六) 年齡

在母體適配度檢定上，由於公務統計數字為來臺旅客數據，故在此採用 108 年 2,000 份來臺受訪旅客樣本結構進行檢定。未滿 30 歲受訪者占 29.5%；30-49 歲受訪者占 38.39%；50 歲及以上受訪者占 32.11%。年齡比率與母體適配度上，檢定結果顯示，在 95% 信心水準下，本次抽樣民眾與 108 年來臺觀光旅客性別結構並無明顯差異 ($\chi^2=3.08, p>0.05$)，符合母體結構，內容詳見下表 3-2-11。

表 3-2-11 108 年來臺旅客年齡適配度檢定

單位：人數，百分比

項目	母體數		樣本數		檢定值	
	人數	百分比	人數	百分比		
總計	9,899,554	100.00%	2,277	100.00%		
未滿 30 歲	3,022,316	30.53%	657	29.50%	卡方值	3.08
30-49 歲	3,827,059	38.66%	855	38.39%	p 值	0.21
50 歲及以上	3,050,179	30.81%	715	32.11%		

資料來源：本研究整理。

註 1：母體資料參考觀光局 108 年來臺旅客統計。

註 2：考量亞洲其他地區居住地特性，故母體資料以扣除旅遊目的為「其他」者計算。

108 年受訪旅客年齡分布以 20-29 歲最多，占 28.55%，其次為 30-39 歲，占 23.75%，第三為 50-59 歲占 23.35%，內容詳見下表 3-2-12。

表 3-2-12 108 年到訪臺北市受訪旅客年齡分布

單位：人數，百分比

年齡	人數	百分比
總計	2,000	100.00%
12-19 歲	7	0.35%
20-29 歲	571	28.55%
30-39 歲	475	23.75%
40-49 歲	282	14.10%
50-59 歲	467	23.35%
60-69 歲	192	9.60%
70 歲及以上	6	0.30%

資料來源：本研究整理。

註：數值為粗體灰色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

另就來臺北市旅客特徵按年齡¹¹與性別、主要目的、旅遊型態、初訪及重遊樣態，以及主要市場進行分析，數據詳見附表 3-3。

¹¹ 12-20 歲、70 歲及以上回收樣本分數分別為 7 份及 6 份，樣本份數較少，故將兩年齡層樣本與 20-29 歲、60-69 歲合併，合併後年齡層分為 12-29 歲、30-39 歲、40-49 歲、50-59 歲與 60 歲及以上，以利後續分析。

12-29 歲旅客性別以女性 (56.57%) 較高；主要到訪臺北市目的以觀光 (91.7%) 為主；旅遊型態以自由行 (90.31%) 較高；初訪及重遊樣態以初次到訪臺北市 (76.12%) 占比較高；主要市場以香港澳門市場旅客 (20.24%) 最高。

30-39 歲旅客性別以女性 (53.47%) 較高；主要到訪臺北市目的以觀光 (87.16%) 為主；旅遊型態以自由行 (82.74%) 較高；初訪及重遊樣態以初次到訪臺北市 (63.58%) 占比較高；主要市場以香港澳門市場旅客 (22.32%) 最高。

40-49 歲旅客性別以女性 (54.61%) 較高；主要到訪臺北市目的以觀光 (85.82%) 為主；旅遊型態以自由行 (57.45%) 較高；初訪及重遊樣態以近三年重遊臺北市 (53.55%) 占比較高；主要市場以大陸市場旅客 (36.52%) 最高。

50-59 歲旅客性別以女性 (59.74%) 較高；主要到訪臺北市目的以觀光 (85.65%) 為主；旅遊型態以自由行 (52.03%) 較高；初訪及重遊樣態以初次到訪臺北市 (63.38%) 占比較高；主要市場以大陸市場旅客 (38.12%) 最高。

60 歲及以上旅客性別以男性 (66.16%) 較高；主要到訪臺北市目的以觀光 (83.84%) 為主；旅遊型態接近團散各半；初訪及重遊樣態以初次到訪臺北市 (63.64%) 占比較高；主要市場以大陸市場旅客 (47.47%) 最高。

(七) 月份

在母體適配度檢定上，由於公務統計數字為來臺旅客數據，故在此採用 108 年 2,277 份來臺受訪旅客樣本結構進行檢定。在月份部分，以 12 月占 10.41% 最高；其次為 11 月，占 9.35%；第三為 3 月，占 8.92%。母體適配度檢定結果顯示，在 95% 信心水準下，本次抽樣旅客與 108 年來臺觀光旅客居住地結構並無明顯差異 ($\chi^2=12.97$ ， $p>0.05$)，符合母體結構，居住地分布狀況及檢定內容詳見下表 3-2-13。

表 3-2-13 108 年來臺旅客月份適配度檢定

單位：人數、百分比

居住地	母體數		樣本數		檢定值
	人數	百分比	人數	百分比	
總計	9,899,554	100.00%	2,277	100.00%	
1 月	716,290	7.24%	175	7.69%	卡方值 12.97 p 值 0.30
2 月	749,655	7.57%	159	6.98%	
3 月	924,634	9.34%	203	8.92%	
4 月	932,281	9.42%	200	8.78%	
5 月	869,490	8.78%	178	7.82%	
6 月	787,697	7.96%	177	7.77%	
7 月	813,970	8.22%	175	7.69%	
8 月	862,548	8.71%	196	8.61%	
9 月	642,977	6.50%	166	7.29%	
10 月	787,567	7.96%	198	8.70%	
11 月	843,723	8.52%	213	9.35%	
12 月	968,722	9.79%	237	10.41%	

資料來源：本研究整理。

註 1：母體資料參考交通部觀光局 108 年來臺旅客統計。

註 2：考量亞洲其他地區居住地特性，故母體資料以扣除旅遊目的為「其他」者計算。

108 年受訪旅客月份分布，以 12 月受訪者最多，占 10.5%，其次為 11 月，占 9.45%，第三為 3 月，占 8.85%，詳見下表 3-2-14。

表 3-2-14 108 年到訪臺北市受訪旅客月份分布

單位：人數、人次、百分比

月份	人數	百分比
總計	2,000	100.00%
1 月	155	7.75%
2 月	138	6.90%
3 月	177	8.85%
4 月	174	8.70%
5 月	154	7.70%
6 月	155	7.75%
7 月	152	7.60%
8 月	172	8.60%
9 月	148	7.40%
10 月	176	8.80%
11 月	189	9.45%
12 月	210	10.50%

資料來源：本研究整理。

註：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

另就來臺北市旅客特徵按月份與性別、年齡、主要目的、旅遊型態、初訪及重遊樣態，以及主要市場進行分析，數據詳見附表 3-4。

在性別部分，各月份皆以女性占比較高；在年齡部分，除 8 月以 50-59 歲 (29.07%) 較高，11 月以 30-39 歲 (28.04%) 較高外，其餘皆以 12-29 歲占比較高；在主要目的部分，各月份皆以觀光目的旅客占比較高；在旅遊型態部分，各月份皆以自由行旅客占比較高；在初訪及重遊樣態部分，皆以初次到訪為多；在主要市場部分，除 12 月以香港澳門 (36.19%) 占比較高外，各月份皆以大陸旅客較多¹²。

¹² 居住地樣本配置會隨交通部觀光局來臺旅客統計數值滾動調整，故各月份居住地樣本配置會根據數據變動情形滾動調整。

(八) 教育程度

108 年受訪旅客教育程度分布，以大學(含專科)學歷最多，占 74.9%；其次為中等教育(含國中、高中、高職)，占 20.25%。內容詳見下表 3-2-15。

表 3-2-15 108 年到訪臺北市受訪旅客教育程度分布

單位：人數、百分比

教育程度	人數	百分比
總計	2,000	100.00%
初等教育(小學)及以下	19	0.95%
中等教育(含國中、高中、高職)	405	20.25%
大學(含專科)	1,498	74.90%
研究所及以上	78	3.90%

資料來源：本研究整理。

註：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

另就來臺北市旅客特徵按教育程度與性別、年齡、主要目的、旅遊型態、初訪及重遊樣態，以及主要市場進行分析，數據詳見附表 3-5。

中等教育以下學歷旅客性別以女性(60.14%)較高；年齡以 50-59 歲(50%)較高；主要到訪臺北市目的以觀光(94.1%)為主；旅遊型態以團客(64.39%)較高；初訪及重遊樣態以初次到訪臺北市(74.53%)占比較高；主要市場以大陸市場旅客(59.43%)最高。

大學(含專科)學歷旅客性別以女性(53.6%)較高；年齡以 12-29 歲(36.92%)較高；主要到訪臺北市目的以觀光(87.18%)為主；旅遊型態以自由行(80.44%)較高；初訪及重遊樣態以初次到訪臺北市(63.68%)占比較高；主要市場以日本市場旅客(18.16%)最高。

研究所以上學歷旅客性別以男性(70.51%)較高；年齡以 30-39 歲(29.49%)較高；主要到訪臺北市目的以觀光(60.26%)為主；旅遊型態以自由行(78.21%)較高；初訪及重遊樣態以近三年重遊臺北市(67.95%)占比較高；主要市場以日本市場旅客(17.95%)最高。

(九) 職業

108 年受訪旅客職業分布，占比較高者依序為批發及零售業、金融及保險業、家庭管理，以及其他類型服務業，占比依序為 12.95%、12.85%、11.55%與 9.3%；占比較低的職業為公共行政及國防與其他行業，分別占 0.7%及 1%，其他職業則包含自由業、無職業與待業中。詳見下表 3-2-16。

表 3-2-16 108 年到訪臺北市受訪旅客職業分布

單位：人數、百分比

職業別	人數	百分比
總計	2,000	100.00%
批發及零售業	259	12.95%
金融及保險業	257	12.85%
家庭管理	231	11.55%
其他類型服務業	186	9.30%
學生	184	9.20%
製造業	178	8.90%
退休人員	147	7.35%
其他工業(包含礦業及土石採取業、電力及燃氣供應業、用水供應及污染整治業)	108	5.40%
醫療保健及社會工作服務業	94	4.70%
藝術、娛樂及休閒服務業	94	4.70%
教育業	62	3.10%
出版、影音製作、傳播及資通訊服務業	56	2.80%
住宿及餐飲業	43	2.15%
營建工程業	41	2.05%
農、林、漁、牧業	26	1.30%
公共行政及國防；強制性社會安全	14	0.70%
其他	20	1.00%

資料來源：本研究整理。

註 1：其他包含：自由業與待業中。

註 2：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

另就來臺北市旅客特徵按職業¹³與性別、年齡、主要目的、旅遊型態、初訪及重遊樣態，以及主要市場進行分析，數據詳見附表 3-6。

職業為農業之旅客性別以男性 (73.08%) 較高；年齡以 50-59 歲 (42.31%) 較高；主要到訪臺北市目的以觀光 (88.46%) 為主；旅遊型態

¹³ 分為農業、工業、服務業、家庭管理、學生、退休人員與其他。

以團客 (76.92%) 較高；初訪及重遊樣態以初次到訪臺北市 (80.77%) 占比較高；主要市場以大陸市場旅客 (65.38%) 最高。

職業為工業之旅客性別以男性 (77.37%) 較高；年齡以 30-39 歲 (31.8%) 較高；主要到訪臺北市目的以觀光 (79.2%) 為主；旅遊型態以自由行 (54.43%) 較高；初訪及重遊樣態以初次到訪臺北市 (63.3%) 占比較高；主要市場以大陸市場旅客 (37.92%) 最高。

職業為服務業之旅客性別以女性 (58.97%) 較高；年齡以 30-39 歲 (33.71%) 較高；主要到訪臺北市目的以觀光 (91.55%) 為主；旅遊型態以自由行 (78.87%) 較高；初訪及重遊樣態以初次到訪臺北市 (63%) 占比較高；主要市場以香港澳門市場旅客 (21.41%) 最高。

職業為家庭管理之旅客性別皆為女性 (100%)；年齡以 50-59 歲 (68.83%) 為主；主要到訪臺北市目的以觀光 (87.45%) 為多；旅遊型態以自由行 (56.71%) 較高；初訪及重遊樣態以初次到訪臺北市 (61.04%) 占比較高；主要市場以大陸市場旅客 (38.1%) 最高。

職業為學生之旅客性別以女性 (57.07%) 較高；年齡皆介於 12-29 歲區間 (100%)；主要到訪臺北市目的以觀光 (88.59%) 為主；旅遊型態以自由行 (92.39%) 較高；初訪及重遊樣態以初次到訪臺北市 (80.43%) 占比較高；主要市場以韓國市場旅客 (27.17%) 最高。

職業為退休人員之旅客性別以男性 (82.99%) 較高；年齡以 60 歲及以上 (88.44%) 較高；主要到訪臺北市目的以觀光 (80.95%) 為主；旅遊型態接近團散各半；初訪及重遊樣態以初次到訪臺北市 (65.31%) 占比較高；主要市場以大陸市場旅客 (47.62%) 最高。

(十) 年收入

108 年受訪旅客平均年收入，採穩健估計 $(Q_1+Q_3)/2$ 算出，標準誤則採 $[(Q_1-Q_3)/2]/\sqrt{n}$ 計算，詳細公式如下所示：

$$Q_1 = L_i + \left(1 \times \frac{n}{4} - F\right) \times \frac{h_i}{f_i}$$

$$Q_3 = L_i + \left(3 \times \frac{n}{4} - F\right) \times \frac{h_i}{f_i}$$

$$\text{平均年收入} = (Q_1+Q_3)/2$$

L_i ： Q_i 所在組別的真正下限數值

n ：總次數

F ：小於 Q_i 所在組別的各組別次數和

h_i ： Q_i 所在組別的組距

f_i ： Q_i 所在組別的次數

算出 108 年受訪旅客平均年收入為 26,271.78 美元，標準誤為 244.27 美元。在區間分布上，以年收入介於 20,000-29,999 美元之間者最多，占 20.35%，其次為 30,000-39,999 美元區間，占 19.7%，第三為無固定收入者，占 20.05%，其中無固定收入者可能包括退休、有其他投資收入、在學學生等。年收入詳細數據分布狀態，詳見下表 3-2-17。

表 3-2-17 108 年到訪臺北市受訪旅客年收入分布

單位：人數，百分比

年收入	人數	百分比
總計	2,000	100.00%
未滿 10,000 美元	129	6.45%
10,000-19,999 美元	350	17.50%
20,000-29,999 美元	407	20.35%
30,000-39,999 美元	394	19.70%
40,000-49,999 美元	138	6.90%
50,000-59,999 美元	47	2.35%
60,000-69,999 美元	9	0.45%
70,000-79,999 美元	3	0.15%
80,000-89,999 美元	0	0.00%
90,000-99,999 美元	0	0.00%
100,000 美元及以上	2	0.10%
無固定收入	401	20.05%
未回答	120	6.00%

資料來源：本研究整理。

註：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

另就來臺北市旅客特徵按年收入¹⁴與性別、年齡、主要目的、旅遊型態、初訪及重遊樣態，以及主要市場進行分析，數據詳見附表 3-7。

年收入為未滿 10,000 美元之旅客性別以女性 (57.36%) 較高；年齡以 12-29 歲 (41.86%) 較高；主要到訪臺北市目的以觀光 (94.57%) 為主；旅遊型態以自由行 (56.59%) 較高；初訪及重遊樣態以初次到訪臺北市 (79.07%) 占比較高；主要市場以大陸市場旅客 (41.09%) 最高。

年收入為 10,000 美元-19,999 美元之旅客性別接近男女各半；年齡以 12-29 歲 (42.29%) 較高；主要到訪臺北市目的以觀光 (92%) 為主；旅遊型態以自由行 (74.29%) 較高；初訪及重遊樣態以初次到訪臺北市 (73.14%) 占比較高；主要市場以大陸市場旅客 (32%) 最高。

年收入為 20,000 美元-29,999 美元之旅客性別接近男女各半；年齡以 12-29 歲 (34.89%) 較高；主要到訪臺北市目的以觀光 (94.35%) 為主；旅遊型態以自由行 (67.81%) 較高；初訪及重遊樣態以初次到訪臺北市 (70.02%) 占比較高；主要市場以大陸市場旅客 (36.36%) 最高。

年收入為 30,000 美元-39,999 美元之旅客性別接近男女各半；年齡以 30-39 歲 (44.67%) 較高；主要到訪臺北市目的以觀光 (89.85%) 為主；旅遊型態以自由行 (76.4%) 較高；初訪及重遊樣態以初次到訪臺北市 (59.39%) 占比較高；主要市場以日本市場旅客 (29.19%) 最高。

年收入為 40,000 美元以上之旅客性別以男性 (61.31%) 較高；年齡以 50-59 歲 (40.7%) 較高；主要到訪臺北市目的以觀光 (79.4%) 為主；旅遊型態以自由行 (78.89%) 較高；初訪及重遊樣態以近三年重遊臺北市 (57.29%) 占比較高；主要市場以日本市場旅客 (39.7%) 最高。

年收入為無固定收入之旅客性別以女性 (71.07%) 較高；年齡以 50-59 歲 (37.41%) 較高；主要到訪臺北市目的以觀光 (86.03%) 為主；旅遊型態以自由行 (66.33%) 較高；初訪及重遊樣態以初次到訪臺北市 (71.32%) 占比較高；主要市場以大陸市場旅客 (31.67%) 最高。

¹⁴ 分為未滿 10,000 美元、10,000-19,999 美元、20,000-29,999 美元、30,000-39,999 美元、40,000 美元以上、無固定收入，未回答者則予以排除。

(十一) 宗教信仰

108 年受訪旅客宗教信仰分布，占比最高者為無信仰，為 72.45%，其次為基督教，占 9.45%，第三為佛教，占 6.25%，詳見下表 3-2-18。

表 3-2-18 108 年到訪臺北市受訪旅客宗教信仰分布

單位：人數，百分比

宗教信仰	人數	百分比
總計	2,000	100.00%
無信仰	1,449	72.45%
基督教	189	9.45%
佛教	125	6.25%
道教	106	5.30%
回教	96	4.80%
天主教	35	1.75%

資料來源：本研究整理。

註 1：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

另就來臺北市旅客特徵按宗教信仰與性別、年齡、主要目的、旅遊型態、初訪及重遊樣態，以及主要市場進行分析，數據詳見附表 3-8。

信仰為佛教之旅客性別以女性(54.4%)較高；年齡以 50-59 歲(32.8%)較高；主要到訪臺北市目的以觀光(86.4%)為主；旅遊型態以自由行(73.6%)較高；初訪及重遊樣態以初次到訪臺北市 (56.8%) 占比較高；主要市場以日本市場旅客 (29.6%) 最高。

信仰為基督教之旅客性別以女性 (65.08%) 較高；年齡以 12-29 歲 (39.15%) 較高；主要到訪臺北市目的以觀光 (77.78%) 為主；旅遊型態以自由行 (93.12%) 較高；初訪及重遊樣態以初次到訪臺北市 (60.32%) 占比較高；主要市場以美國市場旅客 (25.4%) 最高。

信仰為天主教之旅客性別以女性(60%)較高；年齡以 12-29 歲(34.29%)較高；主要到訪臺北市目的以觀光 (88.57%) 為主；旅遊型態以自由行 (94.29%) 較高；初訪及重遊樣態以初次到訪臺北市(57.71%)占比較高；主要市場以香港澳門市場旅客 (31.43%) 最高。

信仰為道教之旅客性別接近男女各半；年齡以 50-59 歲 (39.62%) 較高；主要到訪臺北市目的以觀光(94.34%)為主；旅遊型態以團客(68.87%) 較高；初訪及重遊樣態以初次到訪臺北市 (66.04%) 占比較高；主要市場以大陸市場旅客 (66.98%) 最高。

信仰為回教之旅客性別以女性 (66.67%) 較高；年齡以 12-29 歲 (64.58%) 較高；主要到訪臺北市目的以觀光 (87.5%) 為主；旅遊型態以自由行 (97.92%) 較高；初訪及重遊樣態以初次到訪臺北市 (77.08%) 占比較高；主要市場以印尼市場旅客 (41.67%) 較高。

(十二) 臺北市旅客特徵與年齡交叉分析

由下表 3-2-19 可知，108 年受訪旅客年齡與性別、主要目的、旅遊型態、初訪及重遊樣態、主要市場等變數的交叉分析結果，其中性別、旅遊型態、初訪及重遊與主要市場在年齡分布上有顯著差異，顯著水準 $p < 0.05$ 。

就性別而言，男性在 60 歲及以上年齡層的占比較多，女性在 12-29 歲和 50-59 歲年齡層的旅客占比較多。在旅遊型態部分，團客以 50-59 歲最多，自由行以 12-29 歲最多。在初訪及重遊部分，初次到訪旅客以 12-29 歲年齡層占比最高，近三年重遊旅客以 30-39 歲占比最高。在主要市場部分，印尼、越南、新加坡、馬來西亞、菲律賓、泰國與韓國等國家以 12-29 歲年齡層占比最高，日本、大陸、美國、歐洲等國家以 50-59 歲年齡層占比最高。

表 3-2-19 108 年到訪臺北市受訪旅客特徵與年齡交叉分析

單位：人數；百分比

項目	樣本數	年齡				
		12-29 歲	30-39 歲	40-49 歲	50-59 歲	60 歲及以上
總計	2,000	578	475	282	467	198
性別***						
男性	919	27.31%	24.05%	13.93%	20.46%	14.25%
女性	1,081	30.25%	23.50%	14.25%	25.81%	6.20%
主要目的						
觀光	1,752	30.25%	23.63%	13.81%	22.83%	9.47%
商務	82	14.63%	29.27%	29.27%	25.61%	1.22%
探親或訪友	159	20.75%	21.38%	10.06%	28.93%	18.87%
其他	7	42.86%	42.86%	0.00%	0.00%	14.29%
旅遊型態***						
團客	583	9.61%	14.07%	20.58%	38.42%	17.32%
自由行	1,417	36.84%	27.73%	11.43%	17.15%	6.85%
初訪及重遊***						
初次來臺北市	1,295	33.98%	23.32%	10.12%	22.86%	9.73%
近三年重遊	705	19.57%	24.54%	21.42%	24.26%	10.21%
主要市場***						
日本	369	16.80%	22.49%	17.34%	25.47%	17.89%
大陸	523	10.52%	17.78%	19.69%	34.03%	17.97%
香港澳門	320	36.56%	33.13%	10.63%	15.31%	4.38%
韓國	224	42.86%	21.88%	11.61%	20.98%	2.68%
新加坡	70	60.00%	18.57%	8.57%	12.86%	0.00%
馬來西亞	78	55.13%	30.77%	3.85%	10.26%	0.00%
菲律賓	49	55.10%	26.53%	4.08%	8.16%	6.12%
泰國	50	52.00%	46.00%	2.00%	0.00%	0.00%
越南	52	67.31%	19.23%	1.92%	11.54%	0.00%
印尼	44	81.82%	15.91%	2.27%	0.00%	0.00%
美國	93	22.58%	22.58%	15.05%	32.26%	7.53%
加拿大	30	16.67%	20.00%	33.33%	26.67%	3.33%
歐洲	55	10.91%	27.27%	18.18%	34.55%	9.09%
紐澳	30	13.33%	40.00%	20.00%	23.33%	3.33%
其他	13	23.08%	0.00%	7.69%	61.54%	7.69%

註：經卡方檢定 (Chi-Square)，*表示 $p < 0.05$ ；**表示 $p < 0.01$ ；***表示 $p < 0.001$ 。

三、到訪臺北市旅客旅遊決策

(一) 入境地點

108 年受訪旅客入境地點分布，以由臺灣桃園國際機場入境人數最多，占 83%；其次為高雄國際機場，占 10.5%；第三為臺北松山機場，占 6.5%，可參考下表 3-3-1。

表 3-3-1 108 年到訪臺北市受訪旅客來臺入境地點分布

單位：人數、百分比

入境地點	人數	百分比
總計	2,000	100.00%
臺灣桃園機場	1,660	83.00%
高雄國際機場	210	10.50%
臺北松山機場	130	6.50%

資料來源：本研究整理。

註：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

(二) 最近 3 年來臺北市次數

108 年受訪旅客近 3 年來臺北市次數，平均為 2.63 次，標準誤為 0.05 次。初次到訪臺北市者占 64.75%，近三年重遊旅客占 35.25%，在次數分布上，第 2 次來臺北市者占 22.9%，第 3 次占 8.25%。數據內容詳見下表 3-3-2。

表 3-3-2 108 年到訪臺北市受訪旅客近 3 年來臺北市次數分布

單位：人數、百分比

近 3 年來臺北市次數	人數	百分比
總計	2,000	100.00%
初訪及重遊		
初次來臺北市	1,295	64.75%
近三年重遊	705	35.25%
總計		
初次來臺北市	1,295	64.75%
第 2 次	458	22.90%
第 3 次	165	8.25%
第 4 次	24	1.20%
5 次以上	58	2.90%

資料來源：本研究整理。

註：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

另就來臺北市旅客特徵按初訪及重遊樣態與性別、年齡、主要目的、旅遊型態，以及主要市場進行分析，數據詳見附表 3-9。

初次到訪臺北市之旅客性別以女性（52.59%）較高；年齡以 12-29 歲（33.98%）較高；主要到訪臺北市目的以觀光（97.68%）為主；旅遊型態以自由行（64.09%）較高；主要市場以大陸市場旅客（33.75%）最高。

近三年重遊臺北市之旅客性別以女性（56.74%）較高；年齡以 30-39 歲（24.54%）較高；主要到訪臺北市目的以觀光（69.08%）為主；旅遊型態以自由行（83.26%）較高；主要市場以日本市場旅客（30.78%）最高。

（三）出發前規劃行程時間

108 年受訪旅客平均出發前規劃行程所花時間為 58.6 天。將出發前規劃行程所花時間與性別、年齡、主要目的、旅遊型態、初訪及重遊樣態，以及主要市場作單因子變異數分析，詳見附表 3-10。

其中不同年齡、主要目的、旅遊型態、初訪及重遊樣態，以及主要市場旅客在出發前規劃行程時間有顯著差異。

在年齡部分，以 50-59 歲（65.62 天）最多，以 30-39 歲（53.26 天）最少；在主要目的部分，排除人數較少的目的後，以觀光目的（60.23 天）最多，商務目的（30.26 天）最少；在旅遊型態部分，以團客（80.78 天）最多，自由行（49.47 天）最少；在初訪及重遊樣態部分，以初次到訪（64.95 天）最多，近三年重遊（46.92 天）最少；在主要市場部分，以美國旅客（84.31 天）最多，日本旅客（33.94 天）最少。

(四) 利用線上旅行社 (OTA) 規劃旅遊行程情形

108 年受訪旅客有 40.8% 的旅客在規劃行程時曾利用線上旅行社，其中以 Booking.com 的使用率最高，占 39.95%，次之為 Hotels.com，占 25.12%，第三為 Expedia，占 14.34%。整體而言，旅客線上旅行社的使用類型以訂房網站為主，詳見表 3-3-3。

表 3-3-3 108 年到訪臺北市受訪旅客利用線上旅行社 (OTA) 規劃旅遊行程情形

單位：人數、百分比

旅遊型態	人數	百分比
總計	2,000	100.00%
有	816	40.80%
否	1,184	59.20%
線上旅行社 (OTA) 業者		
Booking.com	326	39.95%
Hotels.com	205	25.12%
Expedia	117	14.34%
TripAdvisor	67	8.21%
攜程	67	8.21%
Agoda	37	4.53%
KKday	34	4.17%
Airbnb	33	4.04%
Priceline	19	2.33%
HotelsCombined	16	1.96%
Hana Tour	3	0.37%
同程藝龍	2	0.25%
Kayak	1	0.12%
Klook	1	0.12%
Sky scanner	1	0.12%
Trvago	1	0.12%
飛豬	1	0.12%

資料來源：本研究整理。

註 1：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

註 2：旅客利用的線上旅行社為複選題。

針對不同到訪主要目的、性別、年齡、初訪及重遊樣態及主要市場與利用線上旅行社業者進行整理，數據詳見附表 3-11 至表 4-15。

在性別部分，男性利用的線上旅行社依序為 Booking.com (38.68%)、Hotels.com (26.05%) 及 Expedia (14.74%) 等。女性利用的線上旅行社依序為 Booking.com (41.06%)、Hotels.com (24.31%) 及 Expedia (13.99%)。

在年齡部分，12-39 歲與 50-59 歲年齡層利用的線上旅行社前三名依序皆為 Booking.com、Hotels.com 和 Expedia 三家業者；40-49 歲年齡層以 Booking.com(33.33%)、Expedia(26.09%)和 Hotels.com(23.19%)；60 歲及以上年齡層則以 Expedia (50%) 最高。

在主要目的部分，觀光目的旅客利用的線上旅行社依序為 Booking.com (39.85%)、Hotels.com (24.97%) 及 Expedia (14.5%)；商務目的旅客使用三家線上旅行社，分別為 Hotels.com、Expedia 及 TripAdvisor (三家均為 33.33%)；探親或訪友目的旅客利用的線上旅行社依序為 Booking.com (52.63%)、Hotels.com (26.32%) 等。

在初訪與重遊樣態部分，初次到訪旅客利用的線上旅行社前三高依序為 Booking.com (41.44%)、Hotels.com (25.05%) 及 Expedia (12.34%)；近三年重遊旅客則依序為 Booking.com (37%)、Hotels.com (25.27%) 及 Expedia (18.32%)。

在主要市場部分，日本旅客利用的線上旅行社前三高依序為 Booking.com (31.58%)、Hotels.com (28.65%)、Expedia (27.49%)；大陸為攜程 (86.15%)、Booking.com (9.23%)、Airbnb (9.23%)；香港澳門為 Booking.com (46.01%)、Hotels.com (24.88%) 及 Expedia (14.55%)；韓國為 Booking.com (33.33%)、Hotels.com (22.81%)、Expedia (22.81%)。

東南亞國家中，新加坡前三高為 Booking.com (58.49%)、Expedia (20.75%)、Hotels.com(15.09%)；馬來西亞為 Booking.com(51.79%)、Hotels.com(25%)、Expedia(8.93%)；菲律賓為 Booking.com(44.74%)、Hotels.com(34.21%)及 AGODA(15.79%)；泰國為 Booking.com(50%)、Hotels.com(50%)、Expedia(7.89%)；越南為 Booking.com(41.18%)、AGODA(29.41%)、Hotels.com(26.47%)；印尼為 Booking.com(63.64%)、Hotels.com (21.21%)、AGODA (12.12%)。

在歐美國家中，美國前四高為 Booking.com (33.33%)、Hotels.com (33.33%)、TripAdvisor (23.81%)、Airbnb (23.81%)；加拿大前三高為 TripAdvisor(45.45%)、Hotels.com(27.27%)、Booking.com(18.18%)；歐洲為 Booking.com (40%)、TripAdvisor (33.33%) 及 Hotels.com

(33.33%); 紐澳為 Hotels.com(37.5%)、Airbnb(37.5%)、Booking.com (25%)。

(五) 商務 (業務及國際會議或展覽目的) 旅客在臺北市旅遊情形

108 年受訪旅客共有 85 位為商務目的 (含主要及次要) 到訪臺北市旅客，且皆有利用業務空檔時間進行觀光活動，旅遊時間以 1 天最多，占 52.94%，其次為 2 天，有 31.76%，3-3-4。

表 3-3-4 108 年到訪臺北市商務目的旅客利用餘暇時間旅遊天數分布

單位：人數、百分比

利用餘暇在臺北市旅遊天數	商務目的旅客	
	人數	百分比
總計	85	100.00%
半天	12	14.12%
1 天	45	52.94%
2 天	27	31.76%
3 天	1	1.18%
4 天	0	0.00%
5 天以上	0	0.00%

資料來源：本研究整理。

註：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

(六) 旅遊型態

108 年受訪旅客的旅行型態，以完全自行安排者最多，占 59.25%；次為參加旅行社規畫的行程，由旅行社包辦，占 26.1%。占比最低的旅遊型態為自行規畫行程後，由旅行社包辦，占 0.05%。另轉換上述旅行方式後¹⁵，檢視自由行與團客比率，在自由行部分，占 70.85%；團客部分占 29.15%。數據內容詳見下表 3-3-5。

表 3-3-5 108 年到訪臺北市受訪旅客在臺北市旅遊型態分布

單位：人數、百分比

旅遊型態	人數	百分比
總計	2,000	100.00%
團客或自由行		
團客	583	29.15%
自由行	1,417	70.85%
規劃型態		
完全自行安排	1,185	59.25%
參加旅行社規畫的行程，由旅行社包辦	522	26.10%
由旅行社安排住宿（及代訂機票）	232	11.60%
由邀請單位安排	60	3.00%
自行規劃行程後，由旅行社包辦	1	0.05%

資料來源：本研究整理。

註：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

另依來臺北市旅客特徵按旅遊型態與性別、年齡、主要目的、初訪及重遊樣態，以及主要市場進行分析，數據詳見附表 3-16。

旅遊型態為團客的旅客性別以女性（50.6%）較高；年齡以 50-59 歲（38.42%）較高；主要到訪臺北市目的以觀光（89.88%）為主；初訪及重遊樣態以初次到訪臺北市（79.76%）占比較高；主要市場以大陸旅客（74.61%）最高。

旅遊型態為自由行之旅客性別以女性（55.47%）較高；年齡以 12-29 歲（36.84%）較高；主要到訪臺北市目的以觀光（86.66%）為主；初訪及

¹⁵ 依據交通部觀光局「來臺旅客消費及動向調查」報告，來臺旅客旅行方式可分為：「參加旅行社規畫的行程，由旅行社包辦」、「自行規劃行程，由旅行社包辦」、「旅行社代訂機票及安排住宿」、「自行來臺灣，抵達後曾請本地旅行社安排活動」、「自行來臺灣，抵達後未曾請本地旅行社安排活動」等五大類，其中「旅行社代訂機票及安排住宿」、「自行來臺灣，抵達後曾請本地旅行社安排活動」、「自行來臺灣，抵達後未曾請本地旅行社安排活動」就旅行業實務操作上普遍被視為自由行之範疇。對照本調查問項後，將「由旅行社安排住宿（及代訂機票）」以及「完全自行安排」視作自由行旅客；「參加旅行社規畫的行程，由旅行社包辦」、「自由規畫行程後，由旅行社包辦」、「由邀請單位安排」視作團客。

重遊樣態以初次到訪臺北市 (58.57%) 占比較高；主要市場以日本旅客 (25.12%) 最高。

在歷年趨勢上，到訪臺北市旅客自由行自 104 年後占比皆在 6 成以上，108 年自由行來臺北市旅遊者的比率較 107 年成長 1.57%，來到 70.85%；對比交通部觀光局歷年《來臺旅客消費及動向調查》結果，來臺旅客旅遊型態自由行比率自 103 年後連續 5 年成長，從 70.64% 增加至 106 年的 80.86%，107 年則略為減少 2.74% 至 78.12%，但自 103 年後來臺旅客自由行比率均在 7 成以上，內容詳見下圖 3-3-1。

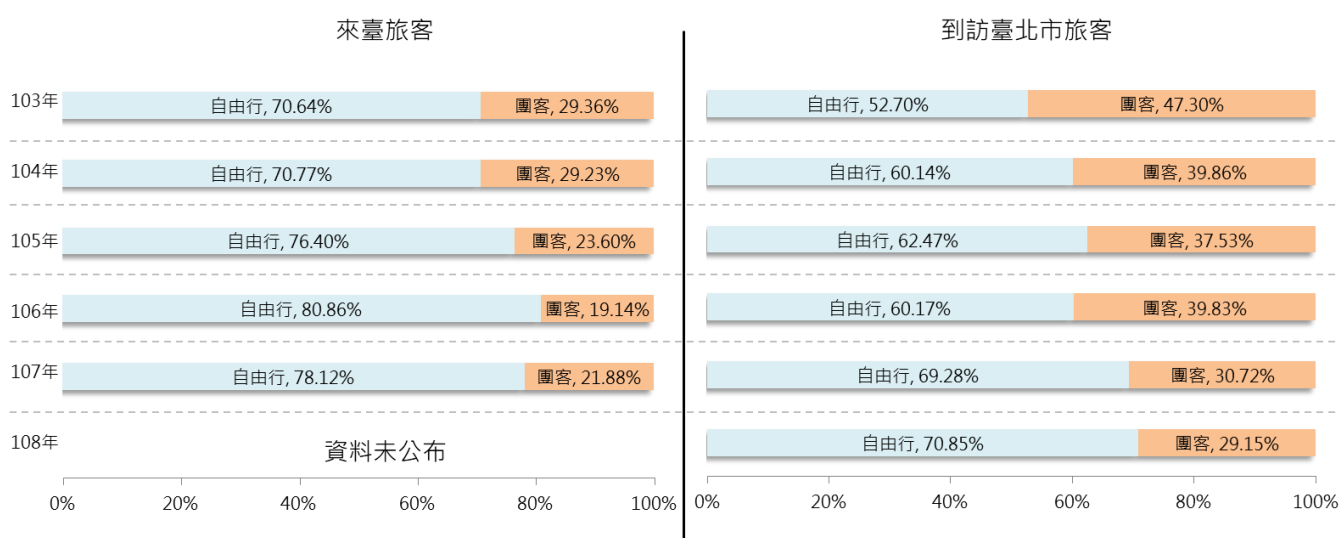


圖 3-3-1 103 年至 108 年來臺/臺北市旅客旅遊型態趨勢¹⁶

¹⁶ 截至本研究期末報告完成時間 (109 年 6 月)，交通部觀光局尚未公開 108 年來臺旅客消費及動向調查報告，故來臺旅客數值僅更新至 107 年度。

(七) 旅遊類型

108 年受訪旅客的旅行類型，以好友旅行最多，占 49.55%；其次為情侶或夫妻旅行，占 24.55%，第三為家族旅行，占 23%。數據內容詳見下表 3-3-6。

表 3-3-6 108 年到訪臺北市受訪旅客在臺北市旅遊類型分布

單位：人次，百分比

旅遊類型	人次	百分比
好友旅行	991	49.55%
情侶或夫妻旅行	491	24.55%
家族旅行	460	23.00%
探訪親友旅行	129	6.45%
樂齡旅行	110	5.50%
商務旅行	85	4.25%
獨自旅行	79	3.95%
蜜月旅行	1	0.05%
其他	9	0.45%

資料來源：本研究整理。

註 1：本題為複選題。

註 2：其他包含：員工旅遊、求學、看醫生、舞蹈交流、找工作等。

註 3：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

針對臺北市旅客特徵按旅遊類型與性別、年齡、主要目的、旅遊型態、初訪及重遊樣態，以及主要市場進行分析，數據詳見附表 3-17 至表 4-22。

在性別部分，兩性別前三高的旅遊類型皆依序為好友旅行、情侶或夫妻旅行，以及家族旅行。

在年齡部分，12-39 歲間的旅遊類型前三名皆依序為好友旅行、情侶或夫妻旅行，以及家族旅行；40-49 歲依序為情侶或夫妻旅行 (34.04%)、好友旅行 (33.69%) 及家族旅行 (32.98%)；50-59 歲依序為家族旅行 (42.4%)、情侶或夫妻旅行 (36.4%) 及好友旅行 (25.05%)；60 歲及以上依序為樂齡旅行 (32.32%)、情侶或夫妻旅行 (31.31%) 及家族旅行 (29.29%)。

在主要目的部分，觀光目的旅客旅遊類型前三名依序為好友旅行 (55.02%)、情侶或夫妻旅行 (26.08%) 和家族旅行 (23.52%)；商務目的為商務旅行 (100%)、獨自旅行 (1.22%) 和探訪親友旅行 (1.22%)；探親或訪友為目的者為探訪親友旅行 (63.52%)、家族旅行 (30.19%) 和情侶或夫妻旅行 (20.75%)；其他目的為其他 (75%)、好友旅行 (28.57%)、獨自旅行 (28.57%)。

在旅遊型態部分，團客的旅遊類型前三名依序為家族旅行 (39.62%)、好友旅行 (33.1%) 及情侶或夫妻旅行 (19.9%)；自由行旅客依序為好友旅行 (56.32%)、情侶或夫妻旅行 (26.46%) 及家族旅行 (16.16%)。

在初訪與重遊樣態部分，初次到訪旅客旅遊類型前三高依序為好友旅行 (57.22%)、情侶或夫妻旅行 (24.48%) 及家族旅行 (22.78%)；近三年重遊旅客則依序為好友旅行 (35.46%)、情侶或夫妻旅行 (24.68%) 及家族旅行 (23.4%)。

在主要市場部分，日本旅客旅遊類型前三高依序為好友旅行 (40.92%)、情侶或夫妻旅行 (29%) 及家族旅行 (17.34%)；大陸為家族旅行 (40.73%)、好友旅行 (32.7%)、情侶或夫妻旅行 (21.03%)；香港澳門為好友旅行 (58.13%)、情侶或夫妻旅行 (18.75%) 及家族旅行 (14.69%)；韓國為好友旅行 (63.84%)、情侶或夫妻旅行 (26.34%) 及家族旅行 (16.07%)。

東南亞國家中，新加坡前三高為好友旅行 (48.57%)、情侶或夫妻旅行 (30%)、家族旅行 (14.29%)；馬來西亞為好友旅行 (70.51%)、家族旅行 (19.23%)、情侶或夫妻旅行 (12.82%)；菲律賓為好友旅行 (81.63%)、家族旅行 (10.2%) 及情侶或夫妻旅行 (8.16%)；泰國為好友旅行 (82%)、情侶或夫妻旅行 (12%) 及探訪親友旅行 (4%)；越南為好友旅行 (61.54%)、探訪親友旅行 (21.15%) 及情侶或夫妻旅行 (19.23%)；印尼為好友旅行 (84.09%)、探訪親友旅行 (9.09%)、家族旅行 (4.55%) 及獨自旅行 (4.55%)。

在歐美國家中，美國前三高為情侶或夫妻旅行 (55.91%)、好友旅行 (46.24%) 和家族旅行 (32.26%)；加拿大為情侶或夫妻旅行 (46.67%)、好友旅行 (46.67%)、探訪親友旅行 (16.67%)；歐洲為好友旅行 (36.36%)、商務旅行 (30.91%) 及情侶或夫妻旅行 (29.09%)；紐澳為好友旅行 (66.67%)、情侶或夫妻旅行 (60%) 及家族旅行 (23.33%)。

(八) 臺北市吸引旅客的原因

108 年受訪旅客認為吸引其到訪臺北市的原因，就相對次數而言，以民情風俗和文化占比最高，有 62.8%，其次為食物，占 62.15%，第三是風光景色，占 41.85%。數據內容詳參下表 3-3-7。

表 3-3-7 108 年到訪臺北市受訪旅客被臺北市吸引原因分布

單位：人次、百分比

臺北市吸引旅客原因	人次	百分比
民情風俗和文化	1,256	62.80%
食物	1,243	62.15%
風光景色	837	41.85%
交通便利	633	31.65%
逛街購物	603	30.15%
治安良好	467	23.35%
距離居住地近	433	21.65%
歷史文物	350	17.50%
氣候宜人	222	11.10%
夜間休閒活動	160	8.00%
遊憩場所	84	4.20%
商務旅遊	82	4.10%
藝文展演、節慶活動	36	1.80%
健康管理（醫療 / 美容 / 健檢 / 養生）	18	0.90%
會議展覽活動	7	0.35%
其他	99	4.95%

資料來源：本研究整理。

註 1：本題為複選題。

註 2：其他包含：探親訪友、朋友介紹 / 邀請、面試、機票便宜等。

註 3：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

另就來臺北市旅客特徵按吸引到訪原因（前十名）與性別、年齡、主要目的、旅遊型態、初訪及重遊樣態，以及主要市場進行分析，數據詳見附表 3-23 至表 4-28。

在性別部分，男性前三高被吸引原因依序為民情風俗和文化（65.51%）、食物（60.28%）及風光景色（40.37%）；女性為食物（63.74%）、民情風俗和文化（60.50%）及風光景色（43.11%）。

在年齡部分，12-29 歲前三名被吸引原因皆為食物（66.09%）、民情風俗和文化（59.86%）與風光景色（41.18%）；30-39 歲為食物（68.21%）、

民情風俗和文化 (57.26%) 與交通便利 (38.95%) ; 40-60 歲及以上旅客被吸引的主要原因前三位皆為民情風俗和文化、食物及風光景色。

在主要目的部分，觀光目的旅客前三高被吸引原因依序為民情風俗和文化 (67.92%)、食物 (66.5%) 和風光景色 (46%) ; 商務目的為商務旅遊 (100%)、食物 (20.73%) 及交通便利 (8.54%) ; 探親或訪友目的旅客為探親 (41.51%)、民情風俗和文化 (38.99%) 和食物 (37.74%)。

在旅遊型態部分，團客前三高被吸引原因依序為民情風俗和文化 (75.99%)、風光景色 (52.32%) 和食物 (47.17%) ; 自由行到訪臺北市旅客前三高被吸引原因依序為食物 (68.31%)、民情風俗和文化 (57.37%) 和交通便利 (41.64%)。

在初訪及重遊樣態部分，初次到訪旅客前三高被吸引原因依序為民情風俗和文化 (68.65%)、食物 (61.78%) 和風光景色 (48.34%) ; 近三年重遊旅客前三高被吸引原因依序為食物 (62.84%)、民情風俗和文化 (52.06%) 和交通便利 (35.6%)。

在主要市場部分，大陸、新加坡、馬來西亞、菲律賓、泰國、越南市場旅客被吸引原因排序上雖略有差異，但前三高項目皆為食物、民情風俗和文化、風光景色；日本、香港澳門市場旅客被吸引原因排序前三高項目皆為食物、民情風俗和文化、交通便利；美國、加拿大、紐澳市場旅客被吸引原因排序上雖略有差異，但前三高項目皆為食物、交通便利、逛街購物；韓國市場旅客被吸引原因依序為食物、距離居住地近、民情風俗和文化；印尼旅客被吸引原因依序為民情風俗和文化、風光景色、交通便利；歐洲市場旅客被吸引原因依序為食物、交通便利、商務旅遊。

(九) 臺北市觀光訊息的管道

108 年受訪旅客中共有 79.6% 的受訪者在到訪臺北市前曾看過臺北市的觀光宣傳廣告或旅遊報導。就曾看過的旅客而言，其主要訊息來源管道以網際網路為主，占 63.8%，其次為親朋好友的口碑宣傳，占 43.5%，第三為電視、電臺，占 19.3%。

區分旅遊型態後，自由行旅客曾看過臺北市的觀光宣傳廣告或旅遊報導的比率高達 85.39%，團客則為 65.52%。就管道而言，團客以親朋好友的口碑宣傳為主，占 77.49%，自由行旅客以網際網路為主，占 91.07%，數據內容詳參下表 3-3-8。

表 3-3-8 108 年到訪臺北市受訪旅客曾看過的臺北市觀光訊息管道

單位：人數、百分比

項目	整體		團客		自由行	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	2,000	100.00%	583	100.00%	1,417	100.00%
曾看過臺北市的觀光宣傳廣告或旅遊報導						
是	1,592	79.60%	382	65.52%	1,210	85.39%
否	408	20.40%	201	34.48%	207	14.61%
訊息來源管道						
網際網路	1,276	63.80%	174	45.55%	1,102	91.07%
親朋好友的口碑宣傳	870	43.50%	296	77.49%	574	47.44%
電視、電臺	386	19.30%	39	10.21%	347	28.68%
旅行社宣傳行程、摺頁	331	16.55%	204	53.40%	127	10.50%
報章雜誌	222	11.10%	37	9.69%	185	15.29%
戶外廣告或看板	46	2.30%	11	2.88%	35	2.89%
地鐵、巴士廣告燈箱	22	1.10%	2	0.52%	20	1.65%
國際旅遊展覽	22	1.10%	4	1.05%	18	1.49%

資料來源：本研究整理。

註：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

1,276 位曾使用網際網路看過臺北市觀光訊息管道的旅客中，以入口網站為最多，占 96.71%，其次為社群媒體，占 72.96%，第三為民間業者官方網站，占 12.07%，數據內容詳參下表 3-3-9。

表 3-3-9 108 年到訪臺北市受訪旅客曾看過的臺北市觀光訊息的參考網站

單位：人數、百分比

項目	人數	百分比
總計	1,276	100.00%
入口網站(如 yahoo、google、百度、新浪等)	1,234	96.71%
社群媒體(如 facebook、twitter、微博等)	931	72.96%
民間業者官方網站(如旅行社、旅館、遊樂園等官網)	154	12.07%
政府觀光官方網站(如臺北市觀光傳播局、臺灣觀光旅遊網)	145	11.36%
部落格或 BBS 討論版	71	5.56%

資料來源：本研究整理。

註：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

曾使用入口網站的 1,234 位旅客中，瀏覽的網站以 Google 最多，占 73.99%，其次為百度，占 16.94%，第三為 Yahoo，占 11.26%，內容詳參下表 3-3-11。

表 3-3-10 108 年到訪臺北市受訪旅客瀏覽入口網站說明

單位：人數，百分比

項目	人數	百分比
Google	913	74.0%
百度	209	16.9%
Yahoo	139	11.3%
NAVER	110	8.9%
新浪	99	8.0%
Bing (Microsoft)	3	0.2%
eBay	2	0.2%

資料來源：本研究整理。

註：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

曾使用社群媒體的 931 位旅客，瀏覽的網站以 Facebook 最多，占 70.89%，其次為微博，占 19.66%，第三為 Instagram，占 18.47%，內容詳參下表 3-3-11。

表 3-3-11 108 年到訪臺北市受訪旅客瀏覽社群網站說明

單位：人數，百分比

項目	人數	百分比
Facebook	660	70.89%
微博	183	19.66%
Instagram	172	18.47%
YouTube	84	9.02%
Twitter	60	6.44%
Google+	8	0.86%
Naver Cafe	1	0.11%
Plurk	0	0.00%
Pinterest	0	0.00%

資料來源：本研究整理。

註：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

曾參考網際網路的 1,276 位旅客中，共有 145 人來臺北市前曾看過臺北市觀光傳播局管理的「臺北旅遊網」，占參考網站旅客的 11.36%，其中曾瀏覽該網站的旅客對該網站的滿意度為 82.06%，數據內容詳參下表 3-3-12。

表 3-3-12 108 年到訪臺北市受訪旅客曾看過臺北市觀光傳播局管理的「臺北旅遊網」情況

單位：人數·百分比

項目	人數	百分比
總計	1,276	100.00%
是否曾看過臺北市觀光傳播局管理的「臺北旅遊網」		
是	145	11.36%
否	1,131	88.64%
對「臺北旅遊網」滿意度		
非常滿意	16	11.03%
滿意	103	71.03%
普通	26	17.94%
不滿意	0	0.00%
非常不滿意	0	0.00%

資料來源：本研究整理。

另就來臺北市旅客特徵按是否曾看過臺北市觀光傳播局管理的「臺北旅遊網」與性別、年齡、主要目的、旅遊型態、初訪及重遊樣態，以及主要市場進行分析，數據詳見附表 3-29。

曾使用臺北旅遊網之旅客性別以女性（56.55%）較高；年齡以 12-29 歲（41.38%）較高；主要到訪臺北市目的以觀光（92.41%）為主；旅遊型態以自由行（93.1%）為主；初訪及重遊樣態以初次到訪臺北市（54.48%）占比較高；主要市場以香港澳門市場旅客（40%）最高。

未使用臺北旅遊網之旅客性別以女性（52.96%）較高；年齡以 12-29 歲（39.52%）較高；主要到訪臺北市目的以觀光（94.47%）為主；旅遊型態以自由行（85.5%）為主；初訪及重遊樣態以初次到訪臺北市（69.23%）占比較高；主要市場以日本市場旅客（20.6%）最高。

四、到訪臺北市旅客旅遊動向

(一) 在臺北市停留時間

108年受訪旅客在臺北市平均停留日數為3.45日(標準誤為0.05日)，停留夜數為2.41夜(標準誤為0.05夜)。

就不同性別、年齡、主要目的、旅遊型態、初訪及重遊樣態，以及主要市場進行分析，數據詳見附表3-30。

在停留日數部分，不同主要目的、旅遊型態、初訪及重遊樣態和主要市場有顯著差異，主要目的以探親或訪友(4.56日)最多，觀光(3.29日)最少；旅遊型態以自由行(3.63日)較多、團客(3.02日)較少；初訪及重遊樣態以近三年重遊(3.84日)較多、初次到訪臺北市(3.24日)較少；主要市場以歐洲(4.47日)最多，大陸(3.1日)最少。

在停留夜數部分，不同主要目的、旅遊型態、初訪及重遊樣態和主要市場有顯著差異，主要目的以探親或訪友(3.55夜)最多，觀光(2.25夜)最少；旅遊型態以自由行(2.59夜)較多、團客(1.96夜)較少；初訪及重遊樣態以近三年重遊(2.77夜)較多、初次到訪臺北市(2.22夜)較少；主要市場以美國(3.39夜)最多，大陸(2.03夜)最少。

(二) 在臺北市旅遊期間曾參觀景點

1. 參觀景點次數¹⁷

針對108年受訪旅客曾遊覽景點進行排序(前十名)，以台北101比率最高為87.15%；其次為西門町，比率為73.95%；第三為故宮博物院，比率為65.5%；第四位為東門永康商圈，比率為62.65%。其餘景點數據，詳參下表3-4-1。

¹⁷ 詢問受訪者於臺北市旅遊期間遊覽景點，採不主動提示詢問，若受訪者無法清楚回憶，則採隨機提示受訪者，避免同一景點提示次數過多之情況。

表 3-4-1 108 年到訪臺北市受訪旅客在臺北市曾遊覽景點排名

單位：人次、百分比

名次	在臺北市期間曾遊覽景點	人次	百分比
1	台北 101	1,743	87.15%
2	西門町	1,479	73.95%
3	故宮博物院	1,310	65.50%
4	東門永康商圈	1,253	62.65%
5	信義商圈	974	48.70%
6	中正紀念堂	778	38.90%
7	國父紀念館	737	36.85%
8	大稻埕 ¹⁸	490	24.50%
9	士林官邸	413	20.65%
10	陽明山	334	16.70%

資料來源：本研究整理。

註 1：本題為複選題。

註 2：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

以下將受訪旅客曾遊覽景點與性別、年齡、主要目的、旅遊型態、初訪及重遊樣態，以及主要市場進行分析，數據詳見附表 3-31 至表 4-36。

就性別而言，男性曾遊覽景點依序為台北 101 (84.11%)、西門町 (73.12%) 及故宮博物院等 (66.38%)；女性曾遊覽景點依序為台北 101 (89.73%)、西門町 (74.65%) 及故宮博物院 (64.75%) 等。

就年齡而言，12-29 歲和 30-39 歲兩年齡層旅客曾遊覽景點前五名皆相同，依序為台北 101、西門町、東門永康商圈、故宮博物院及信義商圈。40-49 歲和 50-59 歲年齡層旅客曾遊覽景點前五名皆相同，依序為台北 101、故宮博物院、西門町、東門永康商圈及信義商圈；60 歲及以上依序為故宮博物院(78.28%)、台北 101(75.25%)及西門町(60.1%)。

就主要目的而言，以觀光為主要目的者曾遊覽景點依序為台北 101 (88.76%)、西門町 (79.91%) 及故宮博物院 (70.78%)；商務目的旅客依序為台北 101 (82.93%)、信義商圈 (62.2%) 與東門永康街商圈 (36.59%)；探親或訪友目的旅客依序為台北 101 (71.7%)、信義商圈 (57.23%) 和東門永康商圈 (56.6%) 等。

¹⁸ 大稻埕為合併大稻埕碼頭、霞海城隍廟及迪化街三項景點。

就旅遊型態而言，團客曾遊覽景點依序為台北 101 (96.05%)、故宮博物院 (90.57%) 和西門町 (69.3%) 等；自由行到訪臺北市旅客曾遊覽景點依序為台北 101 (83.49%)、西門町 (75.86%) 和東門永康商圈 (75.51%) 等。

就初訪及重遊樣態而言，初次到訪臺北市旅客曾遊覽景點依序為台北 101 (95.52%)、西門町 (81.78%) 和故宮博物院 (76.76%)；近三年重遊旅客曾遊覽景點依序為台北 101 (71.77%)、東門永康商圈 (66.1%) 和西門町 (59.57%)。

就東北亞主要市場而言，日本市場旅客曾遊覽景點依序為東門永康商圈 (84.01%)、西門町 (69.11%) 和台北 101 (64.77%)；大陸市場旅客曾遊覽景點依序為台北 101 (94.07%)、故宮博物院 (93.31%) 和西門町 (80.31%)；香港澳門市場旅客曾遊覽景點依序為台北 101 (82.81%)、西門町 (77.81%) 和東門永康商圈 (68.13%)；韓國市場旅客曾遊覽景點依序為台北 101 (95.54%)、信義商圈 (70.09%) 和西門町 (63.39%)。

就東南亞主要市場而言，新加坡市場旅客曾遊覽景點依序為台北 101 (87.14%)、西門町 (77.14%) 和東門永康商圈 (51.43%)；馬來西亞市場旅客曾遊覽景點依序為西門町 (84.62%)、台北 101 (83.33%) 和東門永康商圈 (64.1%)；菲律賓市場旅客曾遊覽景點依序為台北 101 (95.92%)、東門永康商圈 (89.8%) 和西門町 (83.67%)；泰國市場旅客曾遊覽景點依序為台北 101 (98%)、西門町 (90%) 和東門永康商圈 (88%)；越南市場旅客曾遊覽景點依序為台北 101 (94.23%) 和西門町 (94.23%)、東門永康商圈 (73.08%)、故宮博物院 (67.31%)；印尼市場旅客曾遊覽景點依序為西門町 (95.45%)、台北 101 (93.18%) 和東門永康商圈 (70.45%)。

就歐美主要市場而言，美國市場旅客曾遊覽景點依序為台北 101 (97.85%)、信義商圈 (82.8%)、東門永康商圈 (60.22%)；加拿大市場旅客曾遊覽景點依序為台北 101 (100%)、信義商圈 (86.67%) 和東門永康商圈 (83.33%)；歐洲市場旅客曾遊覽景點依序為台北 101 (94.55%)、信義商圈 (89.09%) 和東門永康商圈 (61.82%)；紐澳市場旅客曾遊覽景點依序為台北 101 (100%)、信義商圈 (83.33%)、東門永康商圈 (70%)。

在歷年曾遊覽景點上，因 107 年之後的調查將夜市景點單獨排名，故在不考慮夜市景點的情況下，103 年至 108 年各年度均以台北 101 為到訪臺北市旅客最常到訪景點，其後則多以故宮博物院或西門町為次高到訪景點。對比過往趨勢，108 年新進入前十名的景點為東門永康商圈，且排序於第四名，屬於到訪臺北市最常遊覽的新興景點，詳參下表 3-4-2。

表 3-4-2 103 年至 108 年到訪臺北市受訪旅客在臺北市曾遊覽景點排名

單位：人次、百分比

名次	108 年			107 年		
	遊覽景點	人次	百分比	遊覽景點	人次	百分比
1	台北 101	1,743	87.15%	台北 101	2,679	74.42%
2	西門町	1,479	73.95%	西門町	2,185	60.69%
3	故宮博物院	1,310	65.50%	故宮博物院	1,682	46.72%
4	東門永康商圈	1,253	62.65%	中正紀念堂	1,276	35.44%
5	信義商圈	974	48.70%	龍山寺	1,087	30.19%
6	中正紀念堂	778	38.90%	大稻埕	964	26.78%
7	國父紀念館	737	36.85%	國父紀念館	843	23.42%
8	大稻埕	490	24.50%	北門	833	23.14%
9	士林官邸	413	20.65%	陽明山	687	19.08%
10	陽明山	334	16.70%	士林官邸	540	15.00%
名次	106 年			105 年		
	遊覽景點	人次	百分比	遊覽景點	人次	百分比
1	夜市	2,683	74.53%	夜市	2851	79.19%
2	台北 101	2,424	67.33%	台北 101	2564	71.22%
3	西門町	1,755	48.75%	故宮博物院	1916	53.22%
4	信義商圈	1,452	40.33%	西門町	1623	45.08%
5	故宮博物院	1,397	38.81%	中正紀念堂	1450	40.28%
6	中正紀念堂	1,351	37.53%	國父紀念館	1013	28.14%
7	龍山寺	878	24.39%	龍山寺	812	22.56%
8	國父紀念館	833	23.14%	士林官邸	673	18.69%
9	北投溫泉區	463	12.86%	北投溫泉區	575	15.97%
10	士林官邸	454	12.61%	陽明山	448	12.44%
名次	104 年			103 年		
	遊覽景點	人次	百分比	遊覽景點	人次	百分比
1	台北 101	2,670	73.45%	台北 101	1,883	52.31
2	士林夜市	1,672	44.48%	夜市	1,248	34.67
3	故宮博物院	1,584	43.58%	故宮博物院	1,068	29.67
4	西門町	1,308	35.98%	中正紀念堂	705	19.58
5	中正紀念堂	966	26.57%	國父紀念館	511	14.19
6	臺北東區	898	24.70%	西門町	495	13.75
7	國父紀念館	858	23.60%	陽明山	185	5.14
8	饒河夜市	810	22.28%	龍山寺	163	4.53
9	陽明山	503	13.84%	信義計畫區商圈	156	4.33
10	北投溫泉區	488	13.43%	士林官邸	153	4.25

註 1：本題「受訪旅客曾遊覽觀光景點」為複選。

註 2：本調查自 107 年後另外檢視曾遊覽夜市排名，故景點排序部分不列入夜市。

2. 遊覽觀光夜市

針對 108 年受訪旅客中有 1,876 位旅客在臺北市旅遊期間曾遊覽觀光夜市，占整體旅客的 93.8%。以下就各夜市遊覽人次占整體旅客比率進行整理，其中比率最高者為士林夜市，占 59.22%；其次為饒河街夜市，占 31.77%；第三為寧夏夜市，占 14.61%。其餘夜市遊覽人次資訊，詳見下表 3-4-3。

表 3-4-3 108 年到訪臺北市受訪旅客在臺北市曾遊覽夜市排名

單位：人次，百分比

名次	在臺北市期間曾遊覽夜市	人次	百分比
1	士林夜市	1,111	59.22%
2	饒河街夜市	596	31.77%
3	寧夏夜市	274	14.61%
4	通化夜市	51	2.72%
5	華西街夜市	6	0.32%
6	臨江夜市	3	0.16%
7	師大夜市	2	0.11%
8	廣州街夜市	1	0.05%

資料來源：本研究整理。

註 1：本題為開放式填答，受訪者可填答超過 1 個夜市。

註 2：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

3. 最喜歡景點

除遊覽景點次數外，另統計受訪旅客最喜歡之景點，其中，以故宮博物院喜歡比率 21.15% 為最高；其次為西門町，喜歡比率 11.45%；第三則為台北 101，喜歡比率 10.45%。其餘數據內容，詳參下表 3-4-4。

表 3-4-4 108 年到訪臺北市受訪旅客在臺北市最喜歡景點排名

單位：人數，百分比

名次	受訪旅客最喜歡的臺北市景點	人數	百分比
1	故宮博物院	423	21.15%
2	西門町	229	11.45%
3	台北 101	209	10.45%
4	大稻埕	201	10.05%
5	信義商圈	130	6.50%
6	東門永康商圈	107	5.35%
7	貓空 (含貓纜)	89	4.45%
8	北投溫泉區	75	3.75%
9	陽明山	50	2.50%
10	象山	31	1.55%

資料來源：本研究整理。

註：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

以下將受訪旅客最喜歡景點與性別、年齡、主要目的、旅遊型態、初訪及重遊樣態，以及主要市場進行分析，數據詳見附表 3-37 至表 4-42。

就性別而言，男性最喜歡景點依序為故宮博物院 (24.48%)、西門町 (12.19%) 及台北 101 (9.25%) 等；女性為故宮博物院 (18.32%)、台北 101 (11.47%) 及大稻埕 (11.29%) 等。

就年齡而言，12-29 歲旅客最喜歡景點，依序為西門町 (25.26%)、故宮博物院 (12.8%) 和大稻埕 (11.07%)；30-39 歲旅客最喜歡景點依序為西門町 (13.26%)、大稻埕 (13.05%) 與故宮博物院 (12.21%) 等；40-49 歲旅客最喜歡景點依序為故宮博物院 (23.05%)、台北 101 (15.25%) 和大稻埕 (9.22%) 等；50-59 歲旅客前三名最喜歡景點依序為故宮博物院 (11.35%)、台北 101 (8.35%) 和大稻埕 (5.14%)；60 歲及以上旅客最喜歡景點依序為故宮博物院 (37.88%)、北投溫泉區 (10.1%)、台北 101 (7.07%) 等。

就主要目的而言，以觀光為主要目的者最喜歡景點依序為故宮博物院 (23.17%)、西門町 (12.39%) 及大稻埕 (11.02%) 等；商務目的旅客最喜歡景點依序為信義商圈 (23.17%)、東門永康街商圈 (9.76%) 及台北 101 (8.54%) 等；探親或訪友目的旅客最喜歡景點依序為陽明山 (12.58%)、信義商圈 (11.32%)、北投溫泉區 (11.32%) 及台北 101 (10.06%) 等。

就旅遊型態而言，團客最喜歡景點依序為故宮博物院 (37.56%)、台北 101 (14.92%) 和士林官邸 (4.8%) 等；自由行到訪臺北市旅客最喜歡景點依序為故宮博物院 (14.4%)、西門町 (14.4%)、大稻埕 (14.18%) 和台北 101 (8.61%) 等。

就初訪及重遊樣態而言，初次到訪臺北市旅客最喜歡景點依序為故宮博物院 (25.79%)、西門町 (13.28%) 和台北 101 (11.97%)；近三年重遊旅客最喜歡景點依序為大稻埕 (13.62%)、故宮博物院 (12.62%) 和信義商圈 (9.22%)。

就東北亞主要市場而言，日本市場旅客最喜歡景點依序為大稻埕 (30.89%)、故宮博物院 (18.16%)、北投溫泉區 (11.11%) 和貓空 (含貓纜) (11.11%) 等；大陸市場旅客最喜歡景點依序為故宮博物院 (38.43%)、台北 101 (14.72%) 和西門町 (7.84%) 等；香港澳門市

場旅客最喜歡景點依序為大稻埕 (15%)、西門町 (13.44%) 和故宮博物院(13.13%)等;韓國市場旅客最喜歡景點依序為信義商圈(15.18%)、故宮博物院 (12.5%) 和台北 101 (11.16%) 等。

就東南亞主要市場而言·新加坡市場旅客最喜歡景點依序為故宮博物院 (17.14%)、大稻埕 (17.14%)、信義商圈 (10%) 和象山 (10%) 等;馬來西亞市場旅客最喜歡景點依序為西門町 (15.38%)、故宮博物院 (14.1%) 和台北 101 (10.26%) 等;菲律賓市場旅客最喜歡景點依序為西門町 (38.78%)、台北 101 (20.41%) 和故宮博物院 (14.29%) 等;泰國市場旅客最喜歡景點依序為西門町 (42%)、故宮博物院 (22%) 和台北 101 (18%) 等;越南市場旅客最喜歡景點依序為西門町 (36.54%)、台北 101 (17.31%)、貓空 (含貓纜) (11.54%) 等;印尼市場旅客最喜歡景點為西門町 (56.82%)、台北 101 (15.91%)、故宮博物院 (6.82%)。

就歐美主要市場而言·美國市場旅客最喜歡景點依序為信義商圈 (21.51%)、故宮博物院 (17.2%)、台北 101 (16.13%) 等;加拿大市場旅客最喜歡景點為故宮博物院 (13.33%)、東門永康商圈 (13.33%) 和台北 101 (10%) 等;歐洲市場旅客最喜歡景點依序為信義商圈 (23.64%)、故宮博物院 (16.36%)、台北 101 (16.36%) 等;紐澳市場旅客最喜歡景點依序為信義商圈 (20%)、故宮博物院 (20%)、台北 101 (10%)、陽明山 (10%) 等。

4. 曾遊覽過臺北市的景點中最喜歡的景點

依實際到訪景點訪客人次計算喜歡比率，曾遊覽景點中最喜歡景點以大稻埕最受歡迎，喜歡比率 41.02%；其次為故宮博物院，喜歡比率 32.29%；第三則為西門町，喜歡比率 15.48%。其餘數據內容詳參下表 3-4-6。

表 3-4-5 108 年到訪臺北市受訪旅客於曾遊覽過臺北市景點中最喜歡的景點

單位：人數、百分比

名次	曾遊覽過臺北市景點中最喜歡的景點	到訪次數 (A)	到訪百分比	最喜歡景點人數 (B)	喜歡比率 (B/A)
1	大稻埕	490	24.50%	201	41.02%
2	故宮博物院	1,310	65.50%	423	32.29%
3	西門町	1,479	73.95%	229	15.48%
4	陽明山	334	16.70%	50	14.97%
5	信義商圈	974	48.70%	130	13.35%
6	台北 101	1,743	87.15%	209	11.99%
7	龍山寺	319	15.95%	29	9.09%
8	東門永康商圈	1,253	62.65%	107	8.54%
9	士林官邸	413	20.65%	30	7.26%
10	中正紀念堂	778	38.90%	26	3.34%

資料來源：本研究整理。

註 1：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

註 2：僅納入到訪率高於 10% 的景點進行排序。

在歷年受訪旅客對各遊覽臺北市景點的最喜歡率的比較上，103 年至 107 年中，除 104 年以陽明山最受旅客喜愛外，其餘年度均以故宮博物院為到訪臺北市旅客最喜歡的景點，而大稻埕則於 108 年首度取代故宮博物院，成為旅客曾遊覽過臺北市景點中最喜歡的景點，詳參下表 3-4-6。

表 3-4-6 103 年至 108 年到訪臺北市受訪旅客於曾遊覽過臺北市景點中最喜歡的景點

名次	108 年			107 年		
	最喜歡景點	到訪百分比	喜歡比率	最喜歡景點	到訪百分比	喜歡比率
1	大稻埕	24.50%	41.02%	故宮博物院	46.72%	40.67%
2	故宮博物院	65.50%	32.29%	陽明山	19.08%	34.06%
3	西門町	73.95%	15.48%	台北 101	74.42%	21.95%
4	陽明山	16.70%	14.97%	永康街商圈	14.81%	20.64%
5	信義商圈	48.70%	13.35%	西門町	60.69%	19.22%
6	台北 101	87.15%	11.99%	龍山寺	30.19%	16.19%
7	龍山寺	15.95%	9.09%	大稻埕	26.78%	15.56%
8	東門永康商圈	62.65%	8.54%	中正紀念堂	35.44%	6.74%
9	士林官邸	20.65%	7.26%	士林官邸	15.00%	5.19%
10	中正紀念堂	38.90%	3.34%	北門	23.14%	2.64%
名次	106 年			105 年		
	最喜歡景點	到訪百分比	喜歡比率	最喜歡景點	到訪百分比	喜歡比率
1	故宮博物院	38.81%	27.56%	故宮博物院	53.22%	30.58%
2	陽明山	12.33%	21.17%	陽明山	12.44%	28.79%
3	大稻埕	10.56%	19.21%	北投溫泉區	15.97%	18.43%
4	北投溫泉區	12.86%	16.85%	台北 101	71.22%	18.14%
5	夜市	74.53%	14.28%	夜市	79.19%	17.43%
6	台北 101	67.33%	13.20%	西門町	45.08%	12.32%
7	西門町	48.75%	8.95%	龍山寺	22.56%	10.84%
8	龍山寺	24.39%	8.31%	士林官邸	18.69%	6.09%
9	中正紀念堂	37.53%	5.92%	中正紀念堂	40.28%	6.00%
10	信義商圈	40.33%	4.68%	國父紀念館	28.14%	3.16%
名次	104 年		103 年			
	最喜歡景點	喜歡比率	最喜歡景點	到訪百分比	喜歡比率	
1	陽明山	48.71%	故宮博物院	29.67	30.62%	
2	故宮博物院	36.30%	台北 101	52.31	25.86%	
3	台北 101	29.93%	西門町	13.75	20.20%	
4	西門町	28.29%	夜市	34.67	17.15%	
5	北投溫泉區	26.23%	中正紀念堂	19.58	11.06%	
6	士林夜市	19.20%	國父紀念館	14.19	7.44%	
7	饒河夜市	16.42%				
8	中正紀念堂	10.77%				
9	臺北東區	8.57%				
10	國父紀念館	4.78%				

註 1：到訪相對人次單位為「人次/每百人次」。

註 2：喜歡比例 = (最喜歡該景點人數 / 曾遊覽該景點人數) x 100%。

註 3：103、105 年喜歡比率之排序以景點到訪相對人次達 7% (人次 / 每百人次) 以上者計算。

(三) 臺北市跨年晚會與燈節參與情形

1. 臺北市跨年晚會

108 年受訪旅客過去 (和本次) 參與臺北市跨年晚會的情形，有參加過者占 4.7%，沒參加過者占 95.3%，進一步詢問沒參加過者未來參加意願，其中有 70.25% 未來有意願參加。

如僅就 108 年臺北市跨年晚會活動舉辦當月 (1 月) 旅客過去 (和本次) 參與情形分析，有參加過者占 18.71%，沒參加過者占 81.29%，詳參下表 3-4-7。

表 3-4-7 108 年到訪臺北市受訪旅客參與臺北市跨年晚會情形

單位：人數

跨年晚會參與情形	108 年全年旅客		108 年活動當月 (1 月) 旅客	
	人數	百分比	人數	百分比
參與情形	2,000	100.00%	155	100.00%
有參加過	94	4.70%	29	18.71%
沒參加過	1,906	95.30%	126	81.29%
參與意願				
沒參加過，未來有意願	1,339	70.25%	67	53.17%
沒參加過，未來無意願	567	29.75%	59	46.83%

資料來源：本研究整理。

以下將受訪旅客參與臺北市跨年晚會情形與性別、年齡、主要目的、旅遊型態、初訪及重遊樣態，以及主要市場進行分析，數據詳見附表 3-43。

就過去 (和本次) 曾參加過臺北市跨年晚會的旅客而言，以女性 (53.19%) 為多；年齡以 12-29 歲 (27.66%) 最多；主要目的以探親或訪友 (43.62%) 和觀光 (40.43%) 占比相對較高；旅遊型態以自由行 (80.85%) 為主；初訪及重遊樣態以近三年重遊 (81.91%) 較多；主要市場以韓國 (17.02%) 和美國 (15.96%) 市場旅客占比較高。

沒參加過，但未來有意願參加的旅客以女性 (54.59%) 為多；年齡以 12-29 歲 (35.55%) 最多；主要目的以觀光 (89.99%) 為主；旅遊型態以自由行 (75.43%) 較高；初訪及重遊樣態以初次到訪 (68.19%) 較多；主要市場以大陸 (21.73%) 市場旅客占比較高。

沒參加過，未來也無意願參加的旅客以女性（52.91%）為多；年齡以 50-59 歲（38.1%）最多；主要目的以觀光（89.77%）為主；旅遊型態以自由行（58.38%）較高；初訪及重遊樣態以初次到訪（64.37%）較多；主要市場以大陸（40.39%）市場旅客占比較高。

2.臺北燈節

108 年受訪旅客過去（和本次）參與臺北燈節的情形，有參加過者占 6.7%，沒參加過者占 93.3%，進一步詢問沒參加過者未來參加意願，其中有 77.71% 未來有意願參加。

如僅就 108 年臺北燈節活動舉辦當月（2 月）旅客過去（和本次）參與情形分析，有參加過者占 34.78%，沒參加過者占 65.22%，詳參下表 3-4-8。

表 3-4-8 108 年到訪臺北市受訪旅客參與臺北燈節情形

單位：人數、百分比

臺北燈節參與情形	108 年全年旅客		108 年活動當月（2 月）旅客	
	人數	百分比	人數	百分比
參與情形	2,000	100.00%	138	100.00%
有參加過	134	6.70%	48	34.78%
沒參加過	1,866	93.30%	90	65.22%
參與意願				
沒參加過，未來有意願	1,450	77.71%	55	61.11%
沒參加過，未來無意願	416	22.29%	35	38.89%

資料來源：本研究整理。

以下將受訪旅客參與臺北燈節情形與性別、年齡、主要目的、旅遊型態、初訪及重遊樣態，以及主要市場進行分析，數據詳見附表 3-44。

就過去（和本次）曾參加過臺北燈節的旅客而言，以男性（51.49%）為多；年齡以 50-59 歲（30.6%）最多；主要目的以探親或訪友（44.03%）和觀光（38.81%）占比相對較高；旅遊型態以自由行（82.09%）為主；初訪及重遊樣態以近三年重遊（81.34%）較多；主要市場以日本（25.37%）市場旅客占比較高。

沒參加過，但未來有意願參加的旅客以女性（54.83%）為多；年齡以 12-29 歲（33.52%）最多；主要目的以觀光（91.31%）為主；旅遊型態以自由行（76.76%）較高；初訪及重遊樣態以初次到訪（67.38%）較多；主要市場以大陸（20.69%）市場旅客占比較高。

沒參加過，未來也無意願參加的旅客以女性（53.13%）為多；年齡以 50-59 歲（34.13%）最多；主要目的以觀光（90.38%）為主；旅遊型態以團客（53.37%）較高；初訪及重遊樣態以初次到訪（70.43%）較多；主要市場以大陸（52.64%）市場旅客占比較高。

（四）在臺北市旅遊期間查找旅遊資訊管道

108 年受訪旅客在臺北市旅遊期間查找旅遊資訊的管道以網站為多，占 48.25%，其次為旅遊書，占 39.95%，第三則為附近民眾，占 23.4%，詳參下表 3-4-9。

表 3-4-9 108 年到訪臺北市受訪旅客在臺北市旅遊期間查找旅遊資訊管道

單位：人次，百分比

旅遊期間查找管道	人次	百分比
網站	965	48.25%
旅遊書	799	39.95%
附近民眾	468	23.40%
親友	418	20.90%
旅行社	384	19.20%
旅遊 App	309	15.45%
旅遊景點摺頁	289	14.45%
旅館/民宿	185	9.25%
遊客服務中心	117	5.85%
其他	48	2.40%

資料來源：本研究整理。

註 1：本題為複選題。

註 2：其他包含：同事、google map、客戶、導遊等。

註 3：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

(五) 在臺北市旅遊期間使用的交通工具

1. 交通工具使用類型

108 年受訪旅客所使用的交通工具以捷運最多，占 72.65%，其次為搭乘計程車之旅客，占 55.4%，第三則為公車，占 27.1%，詳參下表 3-4-10。

表 3-4-10 108 年到訪臺北市受訪旅客使用的交通工具分布

單位：人次，百分比

使用的交通工具	人次	百分比
捷運	1,453	72.65%
計程車	<u>1,108</u>	<u>55.40%</u>
公車	<u>542</u>	<u>27.10%</u>
遊覽車	514	25.70%
雙層觀光巴士	34	1.70%
單車	33	1.65%
機車	8	0.40%
其他	116	5.80%

資料來源：本研究整理。

註 1：本題為複選題。

註 2：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

有 116 位受訪旅客使用其他交通工具，類型上以自駕/親友接送為主，占 85.34%，其次為公司車/公司接送，占 12.93%，詳參下表 3-4-11。

表 3-4-11 108 年到訪臺北市受訪旅客使用的其他交通工具

單位：人次，百分比

其他交通工具	人次	百分比
自駕/親友接送	99	85.34%
公司車/公司接送	<u>15</u>	<u>12.93%</u>
纜車	<u>3</u>	<u>2.59%</u>

資料來源：本研究整理。

註 1：本題為複選題。

註 2：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

2.計程車包車服務

108 年受訪旅客中共有 35 人有計程車包車服務經驗，占整體樣本的 1.75%，詳見下表 3-4-12。

表 3-4-12 108 年到訪臺北市受訪旅客在臺北市是否有利用計程車包車服務來安排旅遊行程

單位：人次，百分比

是否利用計程車包車服務	人數	百分比
總計	2,000	100.00%
是	35	1.75%
否	1,965	98.25%

資料來源：本研究整理。

(六) 旅客住宿型態

108 年受訪旅客中，有在臺北市住宿的旅客占 97.4%，相較於 106 年及 107 年有明顯成長，透過交通部觀光局旅宿業營運統計資料可知，108 年臺北市住宿人數約為 1,431 萬人，相較於 107 年的 1,267 萬人，增加 164 萬的住宿人數，且整體住房率也從 107 年的 66.2% 成長至 70.13%，顯示 108 年臺北市旅館住宿狀況確實有明顯提升。另一方面，108 年到訪臺北市受訪旅客在到訪目的上，以觀光占多數，與來臺旅客趨勢相同¹⁹，其餘目的旅客相對少於 107 年及 106 年的情況，也可能影響旅客住宿於臺北市的比率。

在 108 年到訪臺北市受訪旅客的主要住宿型態部分，以旅館為主，占 82.91%，其次為親友家，占 8.32%，詳見下表 3-4-13。

¹⁹ 108 年來臺旅客以觀光為主要目的者較 107 年增加約 85 萬人次，觀光目的到訪人次首度突破 800 萬人次。

表 3-4-13 108 年到訪臺北市受訪旅客在臺北市住宿型態分布

單位：人次、百分比

旅客住宿型態	106 年		107 年		108 年	
	人次	百分比	人次	百分比	人次	百分比
總計	3,600	100.00%	3,600	100.00%	2,000	100.00%
是否住宿於臺北市						
是	3,099	86.08%	3,025	84.03%	1,948	97.40%
否	501	13.92%	575	15.97%	52	2.60%
住宿類型						
旅館	2,543	82.06%	2,344	77.49%	1,615	82.91%
親友家	<u>243</u>	<u>7.84%</u>	<u>554</u>	<u>18.31%</u>	<u>162</u>	<u>8.32%</u>
青年旅館、活動中心	78	2.52%	51	1.69%	<u>140</u>	<u>7.19%</u>
宿舍	47	1.52%	<u>67</u>	<u>2.21%</u>	19	0.98%
租屋	61	1.97%	3	0.10%	2	0.10%
寺廟、修道院或教會	4	0.13%	2	0.07%	1	0.05%
其他	133	4.29%	16	0.53%	15	0.77%

資料來源：本研究整理。

註 1：住宿類型為複選題。

註 2：其他為透過 Airbnb 訂房的住宿。

註 3：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

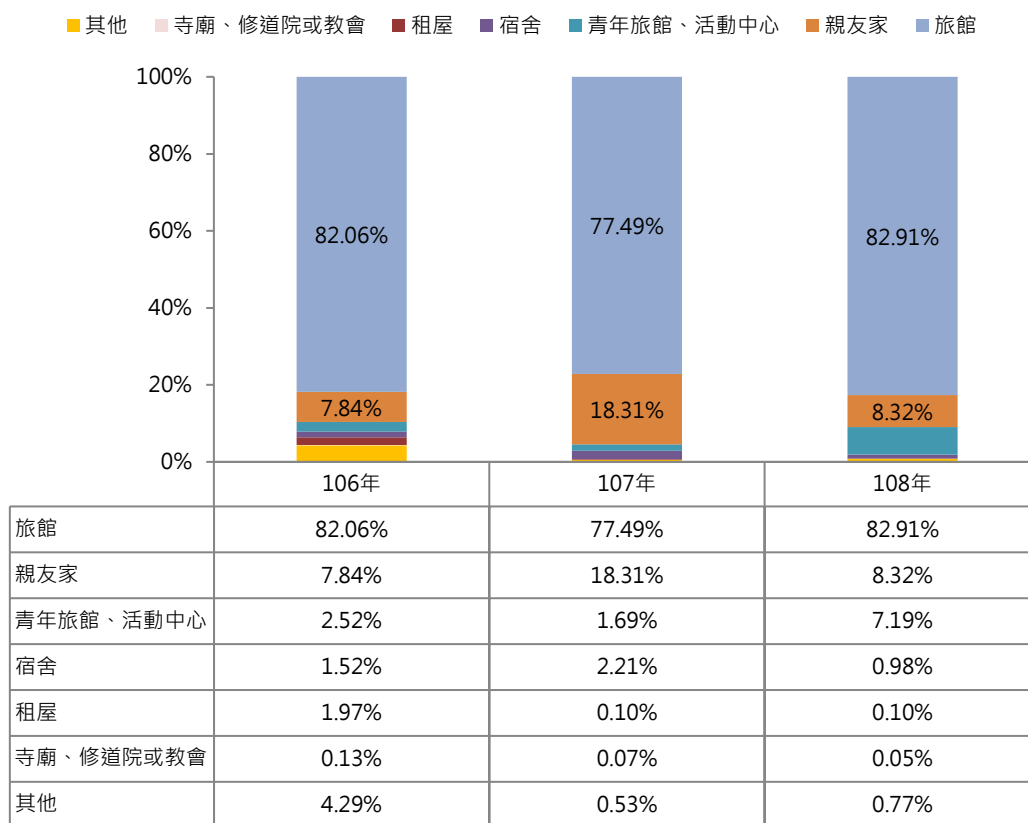


圖 3-4-1 106 年至 108 年到訪臺北市受訪旅客在臺北市住宿趨勢

五、到訪臺北市旅客消費支出概況

受訪旅客在臺北市消費支出金額估算以美元為計算單位，本次調查採用之匯率換算基準，係根據 108 年中央銀行美元兌各幣別平均匯率資料計算。

在進行消費金額估算時，首先將各欄金額轉換為美元基準，並除以消費人次。本次調查旅館內支出包含旅館住宿費，由於部分旅客無法明確回答住宿金額²⁰，故為減少遺漏資料 (missing data) 造成對整體估計的偏差，此處針對應填而未填寫住宿金額者，依據交通部觀光局各類旅館平均住宿費用進行進行住宿金額遺漏值插補。

將插補後的每人每次平均每項消費金額進行加總，再除以停留日數，取得每人每日平均消費金額，估算出 108 年每人每日平均消費金額為 255.97 美元，標準誤為 0.33 美元，估算方法詳見附件二。

就每人每日各項消費金額與占比進行分析，其中以購物費支出最高，每人每日平均消費金額為 144.8 美元，占 56.57%；旅館內支出費每人每日平均消費金額 55.02 美元次之，占每人每日總消費金額中的 21.49%；第三為旅館外餐飲費，平均消費金額為 33.55 美元，占 13.11%。數據內容詳見下表 3-5-1。

表 3-5-1 108 年到訪臺北市受訪旅客在臺北市每人每日消費金額

單位：美元，百分比

期別		總計	旅館內 支出費	旅館外 餐飲費	在臺北市 內交通費	娛樂費	雜費	購物費
108 年	金額	255.97	55.02	33.55	8.33	8.41	5.86	144.80
	結構比	100.00%	21.49%	13.11%	3.25%	3.29%	2.29%	56.57%

資料來源：本研究整理。

註：資料已扣除 2% 極端值。

²⁰ 可能原因包括受訪者忘記，以及含於團費不清楚實際金額。

108 年來臺旅客在臺北市旅客消費金額估算公式如下：

$$\begin{aligned}
 & 108 \text{ 年來臺旅客在臺北市消費金額} \\
 & = (\text{到訪臺北市旅客每人每日消費金額}) \\
 & \quad \times (\text{來臺旅客在臺北市平均停留日數}) \\
 & \quad \times (108 \text{ 年來臺旅客公務統計人次}) \\
 & \quad \times (108 \text{ 年來臺旅客到訪臺北市比率}) \dots\dots\dots (1)
 \end{aligned}$$

於上揭公式 (1) 中，「108 年來臺旅客公務統計人次」，係根據交通部觀光局「來臺旅客統計」，其餘項目皆根據本調查數據估算而得。

依據觀光局「來臺旅客統計」，108 年來臺旅客總量為 11,864,105 人次。另從本次調查結果得知，108 年來臺旅客到訪臺北市比率為 87.83%，平均停留日數為 3.43 日²¹，旅客在臺北市每人每日平均消費金額為 255.97 美元，故依公式 (1)，求得 108 年來臺旅客在臺北市的消費金額為 91.49 億美元。再依據中央銀行公佈之 108 年匯率資料，得該期間平均匯率為 30.925 元新臺幣兌 1 美元，換算後 108 年來臺旅客在臺北市消費金額約為 2,829.24 億新臺幣。消費估算數據內容，詳見下表 3-5-2。

表 3-5-2 104 至 108 年到訪臺北市受訪旅客在臺北市期間之消費金額

單位：人次，百分比，天，美元，新臺幣

年度	來臺旅客 公務統計 (人次)	到訪 臺北市 比率 (%)	在臺北市 平均停留 日數 (天)	在臺北市 每人每日平均 消費金額 (美元)	在臺北市 消費金額 (美元·億 元)	新臺幣 平均匯 率 (美元)	在臺北市 消費金額 (新臺幣·億 元)
104 年	10,439,785	92.00	3.73	305.35	109.39	31.90	3,489.47
105 年	10,690,279	91.31	4.57	242.06	108.05	32.33	3,492.69
106 年	10,739,601	90.91	4.22	259.83	107.05	30.44	3,258.61
107 年	11,066,707	89.35	3.61	249.06	88.91	30.16	2,681.43
108 年	11,864,105	87.83	3.43	255.97	91.49	30.925	2,829.24

資料來源：104 至 107 年來臺旅客在臺北市之消費及動向調查報告、本研究整理。

註 1：平均每人每日消費收入與觀光外匯收入是以扣除 2% 極端值後的平均停留天數計算 (3.43 日)，未扣除 2% 極端值的平均停留天數為 3.45 日。

註 2：108 年觀光外匯收入 = 來臺人次 11,864,105 * 到訪率 (2,000/2,277) = 10,420,243；10,420,243 人次 * 255.97 美元 * 3.43 日 = 9,148,734,730 美元；9,148,734,730 * 30.925 匯率 = 282,924,621,525 新臺幣。

²¹ 未扣除 2% 極端值之平均停留天數為 3.45 日

(一) 不同類型受訪旅客在臺北市消費支出

以下依序就旅客到訪月份、性別、年齡、主要目的、旅遊型態、初訪及重遊樣態，以及主要市場檢視各類到訪臺北市旅客之消費支出狀況，詳見附表 3-45 至 4-51。

就月份而言，以 6 月旅客消費力最高，平均每人每日消費金額為 258.31 美元，消費金額最低的月份則為 10 月的旅客，平均每人每日消費金額為 253.01 美元。

就性別而言，男性 (256.07 美元) 每人每日平均消費金額略高於女性 (255.88 美元)，在消費結構上，兩性別皆以購物費消費金額占比最高，女性購物費平均消費金額為 147.67 美元，男性為 141.4 美元，此外男性旅館內支出費平均消費為 56.96 美元，高於女性旅客的 53.38 美元。

就年齡而言，以 40-49 歲受訪旅客消費力最高，平均每人每日消費金額為 258.99 美元，消費金額最低的年齡層則為 12-29 歲的旅客，平均每人每日消費金額為 252.54 美元。

就主要目的而言，以觀光目的旅客消費力最高，平均每人每日消費金額為 256.82 美元，消費金額最低者為其他目的旅客，平均每人每日消費金額為 247.86 美元，其次為探親或訪友為目的的旅客，為 245.83 美元。

就旅遊型態而言，團客 (258.36 美元) 每人每日平均消費金額略高於自由行旅客 (254.98 美元)，在消費結構上，除旅館內支出與購物費以團客較高外，其餘消費支出項目皆以自由行旅客較高。

就初訪及重遊樣態而言，以初次到訪臺北市的旅客 (256.37 美元) 每人每日平均消費金額高於近三年重遊旅客 (255.2 美元)，在消費結構上，初次到訪旅客在旅館內支出費和購物費支出金額較高，近三年重遊旅客則以旅館外餐飲費、交通費、娛樂費及雜費支出金額較高。

就主要市場而言，以日本市場為最高，平均每人每日支出金額為 259.18 美元，其後依序為新加坡 (258.64 美元)、大陸 (258.38 美元) 等。在消費結構上，各國皆以購物費支出金額最高，如不考慮其他國家，以大陸市場購物費消費支出金額最高，為 166.6 美元，其後依序為馬來西亞 (144.44 美元)、紐澳 (143.96 美元)、美國 (143.68 美元) 等。

(二) 購物費消費支出情形

108 年受訪旅客購物費消費金額分布，以名產或特產最高，平均消費金額為 43.91 美元，占 30.32%；其次為服飾或相關配件，平均消費金額為 41.41 美元，占 28.6%；接續為紀念品或手工藝品類，平均消費金額為 15.44 美元，占 10.66%，詳見下表 3-5-3。

表 3-5-3 108 年到訪臺北市受訪旅客在臺北市每人每日購物費消費細項

單位：美元，百分比

購物費消費細項	金額	百分比
總購物費支出	144.80	100.00%
名產或特產	43.91	30.32%
服飾或相關配件	41.41	28.60%
紀念品或手工藝品	15.44	10.66%
茶葉	14.83	10.24%
化妝品或香水類	11.17	7.72%
菸或酒類	8.29	5.73%
藥妝藥品或健康食品類	7.20	4.97%
電子或電器用品類	1.17	0.81%
珠寶或玉器	1.09	0.75%
其他	0.28	0.19%

資料來源：本研究整理。

註：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

(三) 在臺北市旅遊期間必買的商品

108 年受訪旅客在臺北市旅遊期間必買商品，以鳳梨酥為主，占 89.65%，其次為牛軋糖，占 44.6%，再次之為茶葉，占 24.05%，詳見表 3-5-4。

表 3-5-4 108 年到訪臺北市受訪旅客在臺北市必買商品

單位：人次

必買商品項目	人次	百分比
鳳梨酥	1,793	89.65%
牛軋糖	892	44.60%
茶葉	481	24.05%
水果乾	327	16.35%
肉乾	264	13.20%
綠豆糕	259	12.95%
美妝	213	10.65%
泡麵	140	7.00%
甜點	51	2.55%
調味料	40	2.00%
牙膏	40	2.00%
服飾配件	21	1.05%
家電	1	0.05%
其他	18	0.90%

資料來源：本研究整理。

註 1：本題為複選題。

註 2：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

在甜點部分，有 51 位旅客認為必買，其中品項以芋頭酥 (25.49%) 占比最高，其後依續為太陽餅 (19.61%)、方塊酥 (7.84%)、花生酥 (7.84%) 等，詳見表 3-5-5。

表 3-5-5 108 年到訪臺北市受訪旅客在臺北市必買的甜點

單位：人次，百分比

排序	其他名特產	人次	百分比
1	芋頭酥	13	25.49%
2	太陽餅	10	19.61%
3	方塊酥	4	7.84%
	花生酥	4	7.84%
4	奶油酥餅	3	5.88%
5	化妝品奶茶 (純粹喝系列)	2	3.92%
	牛舌餅	2	3.92%
	豆花	2	3.92%
	蛋捲	2	3.92%
	蛋黃酥	2	3.92%

排序	其他名特產	人次	百分比
6	奶酥	1	1.96%
	巧克力酥片	1	1.96%
	芋圓	1	1.96%
	花生糖	1	1.96%
	香帥芋泥捲	1	1.96%
	麻糬	1	1.96%
	紫晶酥	1	1.96%

資料來源：本研究整理。

註 1：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

註 2：化妝品奶茶為國內某茶飲品牌因包裝精美形似化妝品，故韓國旅客會以化妝品奶茶稱之。

整理其他必買產品項目，包含酒類、精油、烏魚子、梅子等，詳見表 3-5-6。

表 3-5-6 108 年到訪臺北市受訪旅客在臺北市必買的其他商品

單位：人次，百分比

排序	其他名特產	人次	百分比
1	酒類	6	33.33%
2	精油	<u>2</u>	<u>11.11%</u>
	烏魚子	<u>2</u>	<u>11.11%</u>
	梅子	<u>2</u>	<u>11.11%</u>
3	保健食品	1	5.56%
	香皂	1	5.56%
	零食	1	5.56%
	熊寶貝香衣袋	1	5.56%
	枇杷膏	1	5.56%
	即溶奶茶	1	5.56%

資料來源：本研究整理。

註：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

六、到訪臺北市旅客對臺北市印象

(一) 印象最好的項目

108 年受訪旅客在臺北市的旅遊經驗中對臺北市印象最好的項目以食物為最高，占 73.4%，其次為交通，占 58.9%，第三為夜市，占 51.2%，詳參下表 3-6-1。

表 3-6-1 108 年到訪臺北市受訪旅客對臺北市印象最好的項目

單位：人次、百分比

對臺北市印象最好的項目	人次	百分比
食物	1,468	73.40%
交通	1,178	58.90%
夜市	1,024	51.20%
生活機能	1,011	50.55%
人情味	874	43.70%
民情風俗與文化	727	36.35%
古蹟、歷史文物	600	30.00%
公民素養	476	23.80%
街道市容	299	14.95%
24 小時營業場所 (如書店、便利店)	177	8.85%
都會夜生活	163	8.15%
溫泉	82	4.10%
WiFi 環境	80	4.00%
地方特產	80	4.00%
藝文展演、節慶活動	31	1.55%
臺北市雙層觀光巴士	15	0.75%
健康管理 (醫療/美容/健檢/養生)	15	0.75%
電子支付	12	0.60%

資料來源：本研究整理。

註 1：本題為複選題。

註 2：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

以下將受訪旅客對臺北市印象最好的項目予以分類，共分為「美食」（含食物、地方特產）、「娛樂」（含夜市、溫泉、藝文展演、節慶活動、景點）、「生活」（含生活機能、健康管理、街道市容、24 小時營業場所、都會夜生活、電子支付）、「友善環境」（含公民素養、人情味、WiFi 環境）、「文化」（含古蹟歷史文物、民情風俗與文化）、「交通」（含交通、臺北市雙層觀光巴士）六大類，並進一步檢視，其中以「美食」為最高，占 74.15%，其次為「生活」，占 64.7%，第三為「交通」，占 59.35%，見下表 3-6-2。

表 3-6-2 108 年到訪臺北市受訪旅客對臺北市印象最好的項目-分類後

單位：人次、百分比

對臺北市印象最好的項目	人次	百分比
美食	1,483	74.15%
生活	1,294	64.70%
交通	1,187	59.35%
友善環境	1,160	58.00%
娛樂	1,065	53.25%
文化	1,028	51.40%

資料來源：本研究整理。

註 1：本題為複選題。

註 2：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

以下將受訪旅客對臺北市印象最好的項目與性別、年齡、主要目的、旅遊型態、初訪及重遊樣態，以及主要市場進行分析，數據詳見附表 3-52 至表 4-57。

在性別部分，男性旅客印象最好的項目依序為美食 (73.56%)、生活 (62.24%)、友善環境 (58.76%) 及交通 (56.37%)；女性為美食 (74.65%)、生活 (66.79%)、交通 (61.89%) 和友善環境 (57.35%)。

在年齡部分，12-29 歲旅客印象最好的項目依序為美食 (78.72%)、生活 (68.51%) 和交通 (68.34%) 等；30-39 歲旅客印象最好的項目依序為美食 (81.05%)、生活 (69.05%) 和交通 (66.32%) 等；40-49 歲旅客印象最好的項目依序為美食 (70.21%)、生活 (66.31%) 和友善環境 (62.06%) 等；50-59 歲旅客印象最好的項目依序為美食 (68.74%)、生活 (63.38%)、友善環境 (58.24%) 等；60 歲及以上旅客印象最好的項目依序為友善環境 (66.67%)、文化 (66.16%) 和美食 (62.63%) 等。

在主要目的部分，觀光目的旅客印象最好的項目依序為美食 (75.29%)、生活 (63.41%) 和友善環境 (59.7%) 等；商務目的旅客印象最好的項目依序為生活 (80.49%)、美食 (68.29%) 和交通 (47.56%) 等；探親或訪友目的旅客印象最好的項目依序為生活 (69.81%)、交通 (67.3%) 和美食 (66.04%) 等。

在旅遊型態部分，團客印象最好的項目依序為友善環境 (69.47%)、文化 (65.52%) 和美食 (61.06%) 等；自由行到訪臺北市旅客印象最好的項目依序為美食 (79.53%)、交通 (74.66%) 和生活 (66.9%) 等。

在初訪及重遊樣態部分，初次到訪臺北市旅客印象最好的項目依序為美食 (72.59%)、生活 (63.01%) 和友善環境 (59%) 等；近三年重遊臺北市旅客印象最好的項目依序為美食 (77.02%)、生活 (67.8%) 和交通 (65.82%) 等。

在主要市場部分，日本、香港澳門、韓國、新加坡、馬來西亞、美國、加拿大旅客印象最好的項目以美食占比最高；菲律賓、泰國、越南、印尼旅客皆以交通印象占比最高；歐洲、紐澳旅客以生活印象占比最高；大陸旅客以友善環境占比最高。

(二) 偏好風味與食物

1. 偏好的料理風味

108 年受訪旅客偏好的料理風味，以臺式風味偏好比率最高，為 96.4%，其次為中式風味，占 39.2%，第三為日式風味，占 6.2%，詳參下表 3-6-3。

表 3-6-3 108 年到訪臺北市受訪旅客在臺北市期間較喜歡的料理風味

單位：人次，百分比

料理風味	人次	百分比
臺式風味	1,928	96.40%
中式風味	784	39.20%
日式風味	124	6.20%
美式風味	78	3.90%
泰式風味	10	0.50%
印度風味	4	0.20%
中東風味	1	0.05%
義式風味	1	0.05%
法式風味	0	0.00%
其他風味	12	0.60%

資料來源：本研究整理。

註 1：本題為複選題。

註 2：其他包含：韓式風味、東南亞風味等。

註 3：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

2.在臺北市旅遊期間必吃的食物

108 年受訪旅客認為在臺北市旅遊期間必吃的食物，以珍珠奶茶為最高，占 71.2%，其次為牛肉麵，占 61.65%，第三為小籠包，占 56.7%，詳參下表 3-6-4。

表 3-6-4 108 年到訪臺北市受訪旅客認為在臺北市旅遊期間必吃的食物

單位：人次，百分比

必吃的食物	人次	百分比
珍珠奶茶	1,424	71.20%
牛肉麵	1,233	61.65%
小籠包	1,134	56.70%
滷肉飯	940	47.00%
芒果冰	571	28.55%
臺式熱炒	339	16.95%
麵線	300	15.00%
蚵仔煎	270	13.50%
臭豆腐	181	9.05%
麻辣火鍋	127	6.35%
米其林餐廳	52	2.60%
其他	174	8.70%

資料來源：本研究整理。

註 1：本題為複選題。

註 2：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

在米其林餐廳部分，有 52 位旅客認為必吃，其中店家以鼎泰豐(84.62%) 占比最高，其後為老山東牛肉麵 (3.85%) 及教父牛排 (3.85%) 等，詳見表 3-6-5。

表 3-6-5 108 年到訪臺北市受訪旅客認為在臺北市必吃的米其林餐廳

單位：人次，百分比

排序	其他名特產	人次	百分比
1	鼎泰豐	44	84.62%
2	老山東牛肉麵	2	3.85%
	教父牛排	2	3.85%
3	RAW	1	1.92%
	大腕燒肉	1	1.92%
	頤宮	1	1.92%
	金蓬萊	1	1.92%

資料來源：本研究整理。

註 1：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

註 2：本題為開放式問項整理，旅客可填答兩個以上的餐廳。

整理其他必吃食物，包含雞排、滷味、豆花、鹽酥雞等，詳見表 3-6-6。

表 3-6-6 108 年到訪臺北市受訪旅客認為在臺北市必吃的其他商品

單位：人次，百分比

排序	其他名特產	人次	百分比
1	雞排	81	46.55%
2	滷味	8	4.60%
	胡椒餅	8	4.60%
	大腸包小腸	8	4.60%
3	鹽酥雞	7	4.02%
	豆花	7	4.02%
4	炒米粉	5	2.87%
5	割包	4	2.30%
	麻油雞	4	2.30%
	四神湯	4	2.30%
6	藥燉排骨	3	1.72%
	粽子	3	1.72%
	飯糰	3	1.72%
7	雞肉飯	2	1.15%
	薑母鴨	2	1.15%
	雪花冰	2	1.15%
8	鱈魚飯	1	0.57%
	魷魚羹	1	0.57%
	蔥油餅	1	0.57%
	蔥抓餅	1	0.57%
	意麵	1	0.57%
	魚羹	1	0.57%
	甜不辣	1	0.57%
	排骨飯	1	0.57%
	烤肉串	1	0.57%
	海鮮粥	1	0.57%
	挫冰	1	0.57%
	韭菜盒子	1	0.57%
	剉冰	1	0.57%
	芋圓	1	0.57%
	肉圓	1	0.57%
	肉包子	1	0.57%
	羊肉湯	1	0.57%
	地瓜球	1	0.57%
	生炒花枝	1	0.57%
	水果	1	0.57%
	日式蓋飯	1	0.57%
	手抓餅	1	0.57%
	魷魚羹	1	0.57%

資料來源：本研究整理。

註：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

七、到訪臺北市旅客滿意度與再訪意願

(一) 到訪臺北市旅客滿意度

108 年受訪旅客對臺北市整體旅遊經驗滿意度為 98.35%。在細項滿意度部分，交通便利性滿意度為 99.25%；住宿經驗滿意度為 94.91%；消費經驗滿意度為 96.2%；人員服務滿意度為 95%；整體景點滿意度為 94.15%；餐飲經驗滿意度為 97.3%。詳參下表 3-7-1。

表 3-7-1 108 年到訪臺北市受訪旅客在臺北市的旅遊經驗滿意度

單位：人數、百分比

項目	總計	滿意度			普通	不滿意度		
		合計	非常滿意	滿意		不滿意	非常不滿意	合計
整體經驗	2,000	1,967	551	1,416	33	0	0	0
	100.00%	98.35%	27.55%	70.80%	1.65%	0.00%	0.00%	0.00%
交通便利性	2,000	1,985	1,167	818	15	0	0	0
	100.00%	99.25%	58.35%	40.90%	0.75%	0.00%	0.00%	0.00%
住宿經驗	1,768	1,678	481	1,197	88	2	2	0
	100.00%	94.91%	27.21%	67.70%	4.98%	0.11%	0.11%	0.00%
消費經驗	2,000	1,924	492	1,432	76	0	0	0
	100.00%	96.20%	24.60%	71.60%	3.80%	0.00%	0.00%	0.00%
人員服務	2,000	1,900	467	1,433	100	0	0	0
	100.00%	95.00%	23.35%	71.65%	5.00%	0.00%	0.00%	0.00%
整體景點	2,000	1,883	365	1,518	117	0	0	0
	100.00%	94.15%	18.25%	75.90%	5.85%	0.00%	0.00%	0.00%
餐飲經驗	2,000	1,946	745	1,201	54	0	0	0
	100.00%	97.30%	37.25%	60.05%	2.70%	0.00%	0.00%	0.00%

資料來源：本研究整理

註：本項「住宿經驗」僅供在臺北市旅遊期間住宿於旅館、青年旅館（活動中心）、其他（airbnb）之旅客填答；住宿於宿舍、租屋、寺廟、修道院或教會、親友家者則無需填寫。由於住宿類型為複選題，故 108 年可填答住宿經驗之旅客共計 1,768 人。

進一步分析不同性別、年齡、主要目的、旅遊型態、初訪及重遊樣態，以及主要市場在整體與各項滿意度上的差異，數據詳見附表 3-58 至表 4-64。

首先，就 108 年受訪旅客整體經驗滿意度而言，卡方檢定結果顯示在年齡、旅遊型態和初訪及重遊樣態顯著影響旅客滿意度分布。在年齡部分，12-29 歲旅客整體經驗滿意度為 99.48% 為最高，60 歲及以上旅客滿意度 96.46% 最低；在旅遊型態部分，自由行旅客滿意度為 99.01%，高於團客的 96.74%；在初訪及重遊樣態部分，初次到訪旅客滿意度為 98.58%，高於近

三年重遊旅客的 98.22%，但近三年重遊旅客非常滿意的比率為 35.74%，顯著高於初次到訪旅客的 23.09%。

在交通便利性滿意度部分，卡方檢定結果顯示旅遊型態顯著影響旅客滿意度分布。就旅遊型態而言，自由行旅客滿意度為 99.44%，高於團客的 98.80%，其中自由行到訪臺北市旅客交通便利性經驗非常滿意的比率為 63.94%，顯著高於團客的 44.77%。

在住宿經驗滿意度部分，卡方檢定結果顯示年齡、旅遊型態、初訪及重遊樣態顯著影響旅客滿意度分布。在年齡部分，12-29 歲旅客住宿經驗滿意度為 96.97% 為最高，60 歲及以上旅客滿意度 91.3% 最低；在旅遊型態部分，自由行旅客滿意度為 96.41%，高於團客的 91.5%，惟團客非常滿意的比率為 31.24%，顯著高於自由行旅客的 25.43%；在初訪及重遊樣態部分，近三年重遊臺北市旅客住宿經驗滿意度為 96.23%，高於初次到訪臺北市旅客的 94.34%，其中近三年重遊旅客非常滿意的比率為 34.46%，顯著高於初次到訪旅客的 24.09%。

在消費經驗滿意度部分，卡方檢定結果顯示在年齡、旅遊型態、初訪及重遊樣態等變數皆顯著影響旅客滿意度分布。就年齡而言，12-29 歲的消費經驗滿意度 97.4% 為最高，40-49 歲旅客滿意度 93.97% 最低；就旅遊型態而言，自由行旅客滿意度為 97.25%，高於團客的 93.65%；就初訪及重遊樣態而言，近三年重遊旅客滿意度為 97.45%，高於初次到訪臺北市旅客的 95.52%，其中重遊旅客非常滿意的比率為 30.07%，顯著高於初次到訪臺北市旅客的 21.62%。

在人員服務滿意度部分，卡方檢定結果顯示旅遊型態顯著影響旅客滿意度分布，團客滿意度為 96.23%，高於自由行旅客的 94.5%，其中團客非常滿意的比率為 34.13%，顯著高於自由行旅客的 18.91%。

在整體景點滿意度部分，卡方檢定結果顯示在年齡、旅遊型態、主要市場等變數顯著影響旅客滿意度分布。就年齡而言，以 12-29 歲旅客整體景點滿意度 97.06% 為最高，40-49 歲旅客 89.72% 最低；就旅遊型態而言，自由行旅客滿意度為 94.71%，高於團客的 92.8%；就主要市場而言，紐澳 (100%)、其他國家 (100%)、香港澳門 (98.75%)、馬來西亞 (98.72%) 滿意度較高，而日本 (90.51%)、大陸 (91.01%)、菲律賓 (91.84%) 滿意度較低。

在餐飲經驗滿意度部分，卡方檢定結果顯示在性別、年齡、旅遊型態、初訪及重遊樣態等變數顯著影響旅客滿意度分布。就性別而言，女性滿意度 97.96%，略高於男性滿意度 96.52%；就年齡而言，以 30-39 歲旅客餐飲經驗滿意度 99.16% 為最高，60 歲及以上旅客 93.43% 最低；就旅遊型態而言，自由行旅客滿意度為 98.66%，高於團客的 94%；就初訪及重遊樣態而言，近三年重遊旅客滿意度為 98.16%，略高於初次到訪臺北市旅客的 96.83%，其中近三年重遊旅客非常滿意的比率為 43.55%，顯著高於初次到訪臺北市旅客的 33.82%。

(二) 歷年滿意度比較

108 年受訪旅客除住宿經驗及人員服務滿意度表現較 107 年減少 0.28% 和 1.73% 外，其餘指標皆較去年有所提升，其中以餐飲經驗滿意度提升 2.83% 為最多，詳參下表 3-7-2、圖 3-7-1。

表 3-7-2 106-108 年到訪臺北市受訪旅客滿意度趨勢比較

單位：人數，百分比

項目	106 年	107 年	108 年	108 年較 107 年滿意度 增減幅度
整體經驗	96.17%	96.42%	98.35%	1.93%
交通便利性	96.97%	97.28%	99.25%	1.97%
住宿經驗	94.14%	95.19%	94.91%	-0.28%
消費經驗	92.72%	95.25%	96.20%	0.95%
人員服務	-	96.73%	95.00%	-1.73%
整體景點	93.14%	92.64%	94.15%	1.51%
餐飲經驗	-	94.47%	97.30%	2.83%

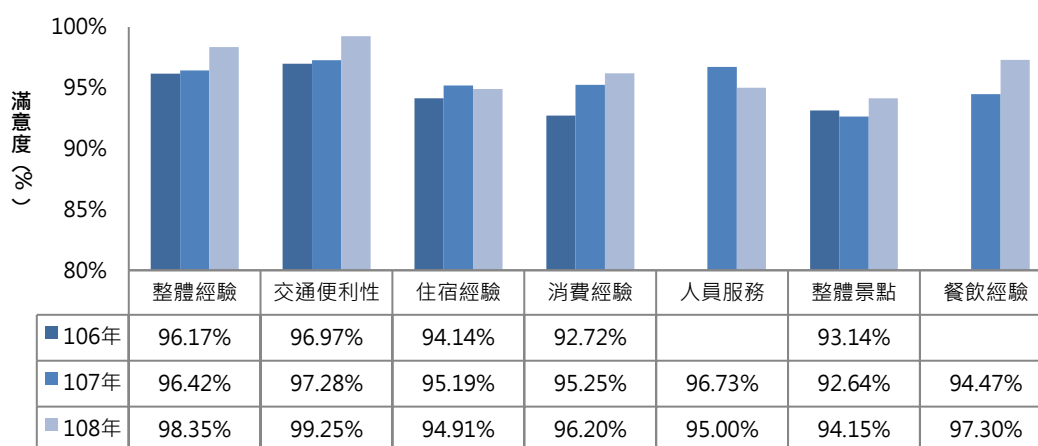


圖 3-7-1 106 年至 108 年到訪臺北市受訪旅客滿意度趨勢比較

(三) 受訪旅客再訪意願

108年受訪旅客願意再度到訪臺北市者，占99.75%；不願再度到訪者，僅占0.25%。再度前來的原因以觀光為主，占99.15%，其次為探親或訪友，占11.58%，詳參下表3-7-3。

表 3-7-3 108 年到訪臺北市受訪旅客是否願意再來臺北市

單位：人數，百分比

是否願意再來臺北市	人數	百分比
總計	2,000	100.00%
是	1,995	99.75%
否	5	0.25%
會考慮再度來臺北市的主要原因		
觀光	1,978	99.15%
業務	77	3.86%
國際會議或展覽	7	0.35%
探親或訪友	231	11.58%
健康管理	4	0.20%
求學	4	0.20%
其他	3	0.15%

資料來源：本研究整理。

註 1：再度來臺北市原因為複選題。

註 2：其他包含：工作、購物、舞蹈交流等。

註 3：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

肆、主要市場來臺旅客在臺北市之消費及動向

一、日本旅客在臺北市之消費及動向

以下就 108 年受訪日本旅客在臺北市之消費及動向進行分析，包括檢視旅客基本特徵、旅遊決策、旅遊動向、消費支出，以及印象與滿意度，摘要內容見下圖 4-1-1。

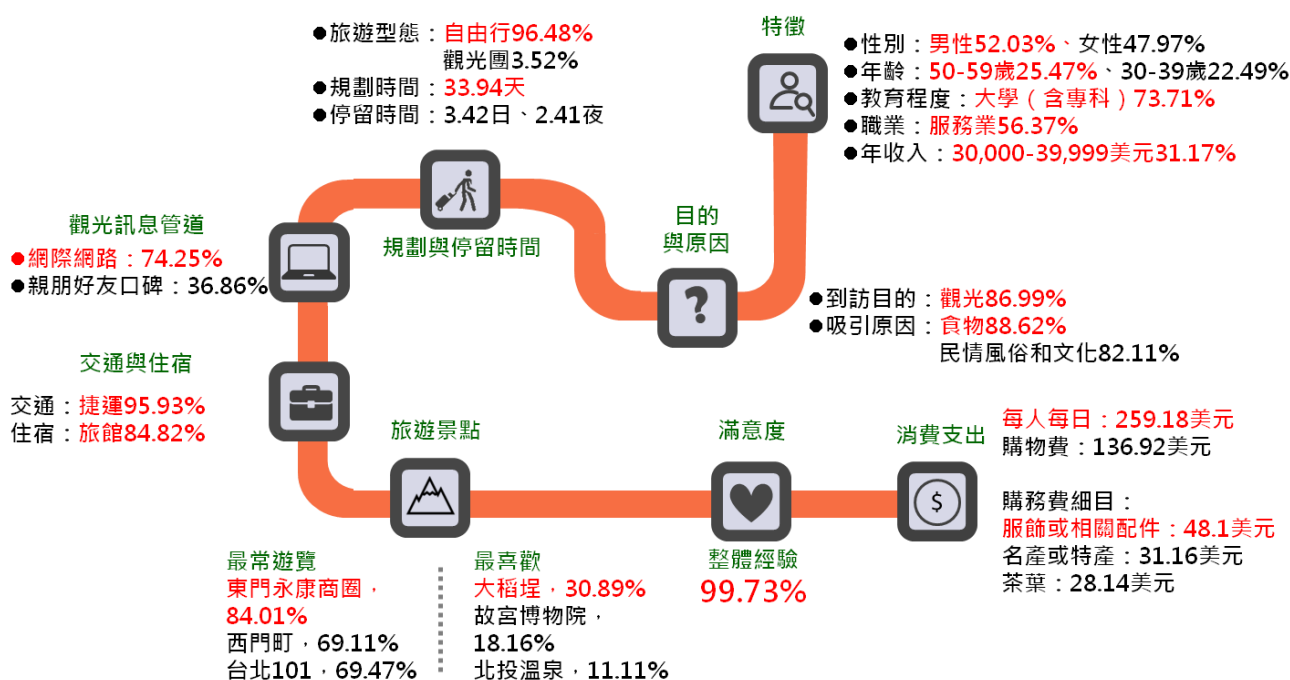


圖 4-1-1 108 年到訪臺北市日本旅客摘要

(一) 基本特徵

以下分別就性別、年齡、教育程度、職業和年收入等基本特徵變項檢視 108 年受訪日本旅客之特徵。

108 年整體日本受訪旅客旅遊型態自由行占 96.48%，參加觀光團旅客占 3.52%，性別以男性 (52.03%) 較多；年齡以 50-59 歲 (25.47%) 最多；在教育程度部分，日本旅客以大學 (含專科) 占比最高，為 73.71%；職業以服務業 (56.37%) 最多；年收入以 30,000-39,999 美元區間 (31.17%) 最多，詳參下表 4-1-1。

表 4-1-1 108 年到訪臺北市受訪日本旅客基本特徵

項目	整體日本旅客		觀光團日本旅客		自由行日本旅客	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	369	100.00%	13	100.00%	356	100.00%
性別						
男	192	52.03%	7	53.85%	185	51.97%
女	177	47.97%	6	46.15%	171	48.03%
年齡						
12-29 歲	62	16.80%	1	7.69%	61	17.13%
30-39 歲	83	22.49%	1	7.69%	82	23.03%
40-49 歲	64	17.34%	1	7.69%	63	17.70%
50-59 歲	94	25.47%	8	61.54%	86	24.16%
60 歲及以上	66	17.89%	2	15.38%	64	17.98%
教育程度						
中等教育及以下	83	22.49%	6	46.15%	77	21.63%
大學 (含專科)	272	73.71%	5	38.46%	267	75.00%
研究所及以上	14	3.79%	2	15.38%	12	3.37%
職業						
農業	4	1.08%	1	7.69%	3	0.84%
工業	49	13.28%	5	38.46%	44	12.36%
服務業	208	56.37%	3	23.08%	205	57.58%
家庭管理	56	15.18%	4	30.77%	52	14.61%
學生	9	2.44%	0	0.00%	9	2.53%
退休人員	41	11.11%	0	0.00%	41	11.52%
其他	2	0.54%	0	0.00%	2	0.56%
年收入						
未滿 10,000 美元	14	3.79%	3	23.08%	11	3.09%
10,000-19,999 美元	39	10.57%	0	0.00%	39	10.96%
20,000-29,999 美元	66	17.89%	0	0.00%	66	18.54%
30,000-39,999 美元	115	31.17%	0	0.00%	115	32.30%
40,000-49,999 美元	54	14.63%	3	23.08%	51	14.33%
50,000-59,999 美元	22	5.96%	1	7.69%	21	5.90%
60,000-69,999 美元	2	0.54%	0	0.00%	2	0.56%
70,000-79,999 美元	1	0.27%	0	0.00%	1	0.28%
80,000-89,999 美元	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
90,000-99,999 美元	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
100,000 美元及以上	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
無固定收入	47	12.74%	2	15.38%	45	12.64%
未回答	9	2.44%	4	30.77%	5	1.40%

資料來源：本研究整理。

註：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

(二) 旅遊決策

以下分別就規劃行程天數、主要目的、吸引原因、訊息管道和是否曾看過觀傳局網頁等變項檢視 108 年受訪日本旅客之旅遊決策樣態。

108 年整體日本受訪旅客平均規劃行程天數為 33.94 天；主要目的以觀光 (86.99%) 最多；吸引到訪臺北市原因以食物 (88.62%) 最多；觀光訊息管道以網際網路 (74.25%) 使用率最高，其中曾看過臺北旅遊網的比率为 12.54%，詳參下表 4-1-2。

表 4-1-2 108 年到訪臺北市受訪日本旅客旅遊決策

項目	整體日本旅客		觀光團日本旅客		自由行日本旅客	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	369	100.00%	13	100.00%	356	100.00%
出發前規劃行程天數	33.94 天		43 天		33.61 天	
來臺北市主要目的						
觀光	321	86.99%	9	69.23%	312	87.64%
商務	8	2.17%	4	30.77%	4	1.12%
探親或訪友	39	10.57%	0	0.00%	39	10.96%
其他	1	0.27%	0	0.00%	1	0.28%
吸引到訪臺北市原因						
食物	327	88.62%	8	61.54%	319	89.61%
逛街購物	60	16.26%	3	23.08%	57	16.01%
風光景色	94	25.47%	3	23.08%	91	25.56%
交通便利	159	43.09%	4	30.77%	155	43.54%
民情風俗和文化	303	82.11%	5	38.46%	298	83.71%
氣候宜人	9	2.44%	0	0.00%	9	2.53%
夜間休閒活動	8	2.17%	0	0.00%	8	2.25%
遊憩場所	13	3.52%	1	7.69%	12	3.37%
歷史文物	13	3.52%	2	15.38%	11	3.09%
健康管理	3	0.81%	0	0.00%	3	0.84%
治安良好	152	41.19%	3	23.08%	149	41.85%
藝文展演、節慶活動	10	2.71%	1	7.69%	9	2.53%
商務旅遊	8	2.17%	4	30.77%	4	1.12%
會議展覽活動	1	0.27%	0	0.00%	1	0.28%
距離居住地近	29	7.86%	5	38.46%	24	6.74%
其他吸引原因	8	2.17%	1	7.69%	7	1.97%
觀光訊息管道						
報章雜誌	61	16.53%	2	25.00%	59	18.50%
地鐵、巴士廣告燈箱	5	1.36%	1	12.50%	4	1.25%
電視、電臺	199	53.93%	0	0.00%	199	62.38%
國際旅遊展覽	1	0.27%	0	0.00%	1	0.31%

項目	整體日本旅客		觀光團日本旅客		自由行日本旅客	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
戶外廣告或看板	13	3.52%	1	12.50%	12	3.76%
旅行社宣傳行程、摺頁	44	11.92%	7	87.50%	37	11.60%
親朋好友的口碑宣傳	136	36.86%	4	50.00%	132	41.38%
網際網路	274	74.25%	3	37.50%	271	84.95%
是否曾看過觀傳局網頁						
是	41	12.54%	1	12.50%	40	12.54%
否	286	87.46%	7	87.50%	279	87.46%

資料來源：本研究整理。

註 1：吸引到訪原因和觀光訊息管道為複選題。

註 2：有 42 人未使用網際網路。

註 3：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

(三) 旅遊動向

108 年整體日本受訪旅客曾遊覽景點依序為東門永康商圈(84.01%)、西門町 (69.11%) 和台北 101 (64.77%) 等；參加觀光團日本旅客依序為台北 101 (100%)、故宮博物院 (69.23%) 和東門永康商圈 (53.85%) 等；自由行日本旅客依序為東門永康商圈 (85.11%)、西門町 (70.51%) 和台北 101 (63.48%) 等，詳參下表 4-1-3。

表 4-1-3 108 年到訪臺北市受訪日本旅客曾遊覽景點

項目	整體日本旅客		項目	觀光團日本旅客		項目	自由行日本旅客	
	人數	百分比		人數	百分比		人數	百分比
總計	369	100.00%	總計	13	100.00%	總計	356	100.00%
遊覽觀光景點 (前十)			遊覽觀光景點 (前十)			遊覽觀光景點 (前十)		
東門永康商圈	310	84.01%	台北 101	13	100.00%	東門永康商圈	303	85.11%
西門町	255	69.11%	故宮博物院	9	69.23%	西門町	251	70.51%
台北 101	239	64.77%	東門永康商圈	7	53.85%	台北 101	226	63.48%
大稻埕	223	60.43%	信義商圈	7	53.85%	大稻埕	220	61.80%
故宮博物院	223	60.43%	中正紀念堂	5	38.46%	故宮博物院	214	60.11%
信義商圈	165	44.72%	西門町	4	30.77%	信義商圈	158	44.38%
中正紀念堂	103	27.91%	北投溫泉區	4	30.77%	中正紀念堂	98	27.53%
國父紀念館	82	22.22%	大稻埕	3	23.08%	國父紀念館	80	22.47%
北投溫泉區	72	19.51%	龍山寺	3	23.08%	北投溫泉區	68	19.10%
捷運中山站街區	62	16.80%	國父紀念館	2	15.38%	捷運中山站街區	61	17.13%

資料來源：本研究整理。

註：本題為複選題。

108 年整體日本受訪旅客最喜歡景點依序為大稻埕 (30.89%)、故宮博物院 (18.16%)、北投溫泉區 (11.11%) 和貓空 (含貓纜) (11.11%) 等；參加觀光團日本旅客依序為故宮博物院 (38.46%)、北投溫泉區 (15.38%) 等；自由行日本旅客依序為大稻埕 (32.02%)、故宮博物院 (17.42%) 和貓空 (含貓纜) (11.52%) 等，詳參下表 4-1-4。

表 4-1-4 108 年到訪臺北市受訪日本旅客最喜歡景點

項目	整體日本旅客		項目	觀光團日本旅客		項目	自由行日本旅客	
	人數	百分比		人數	百分比		人數	百分比
總計	369	100.00%	總計	13	100.00%	總計	356	100.00%
最喜歡景點 (前十)			最喜歡景點 (前十)			最喜歡景點 (前十)		
大稻埕	114	30.89%	故宮博物院	5	38.46%	大稻埕	114	32.02%
故宮博物院	67	18.16%	北投溫泉區	2	15.38%	故宮博物院	62	17.42%
北投溫泉區	41	11.11%	信義商圈	1	7.69%	貓空(含貓纜)	41	11.52%
貓空(含貓纜)	41	11.11%	陽明山	1	7.69%	北投溫泉區	39	10.96%
東門永康商圈	28	7.59%	無最喜歡景點	4	30.77%	東門永康商圈	28	7.87%
西門町	17	4.61%			西門町	17	4.78%	
信義商圈	16	4.34%			信義商圈	15	4.21%	
台北 101	8	2.17%			台北 101	8	2.25%	
陽明山	7	1.90%			保安宮	7	1.97%	
保安宮	7	1.90%			陽明山	6	1.69%	

資料來源：本研究整理。

註：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

在停留日夜數部分，108 年整體日本受訪旅客平均停留時間為 3.42 日、2.41 夜，交通工具以捷運 (95.93%) 為主，住宿型態以旅館 (84.82%) 為主，詳參下表 4-1-5。

表 4-1-5 108 年到訪臺北市受訪日本旅客旅遊動向

項目	整體日本旅客		觀光團日本旅客		自由行日本旅客	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	369	100.00%	13	100.00%	356	100.00%
停留日夜數						
日數		3.42 日		3.54 日		3.41 日
夜數		2.41 夜		2.54 夜		2.40 夜
使用交通工具						
公車	86	23.31%	2	15.38%	84	23.60%
捷運	354	95.93%	6	46.15%	348	97.75%
單車	11	2.98%	0	0.00%	11	3.09%
計程車	331	89.70%	8	61.54%	323	90.73%
機車	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
遊覽車	5	1.36%	5	38.46%	0	0.00%
雙層觀光巴士	5	1.36%	2	15.38%	3	0.84%
其他	24	6.50%	0	0.00%	24	6.74%

項目	整體日本旅客		觀光團日本旅客		自由行日本旅客	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
住宿類型						
無在臺北市住宿	3	0.81%	0	0.00%	3	0.84%
旅館	313	84.82%	12	92.31%	301	84.55%
青年旅館、活動中心	<u>12</u>	<u>3.25%</u>	0	0.00%	<u>12</u>	<u>3.37%</u>
親友家	<u>35</u>	<u>9.49%</u>	0	0.00%	<u>35</u>	<u>9.83%</u>
宿舍	2	0.54%	<u>1</u>	<u>7.69%</u>	1	0.28%
租屋	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
寺廟、修道院或教會	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
其他	4	1.08%	0	0.00%	4	1.12%

資料來源：本研究整理。

註 1：使用交通工具和住宿類型為複選題。

註 2：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

(四) 消費支出

在消費支出部分，108 年整體日本受訪旅客平均每人每日消費金額為 259.18 美元，其中以購物費消費金額 136.92 美元最高，其次為旅館內支出費的 52.19 美元；購物費消費細項中以服飾或相關配件(35.13%)為多，其次為名產或特產 (22.76%)，詳參下表 4-1-6。

表 4-1-6 108 年到訪臺北市受訪日本旅客消費支出

項目	整體日本旅客		觀光團日本旅客		自由行日本旅客	
	金額	結構比	金額	結構比	金額	結構比
每人每日消費金額	259.18	100.00%	259.03	100.00%	259.18	100.00%
旅館內支出費	52.19	20.14%	62.47	24.12%	51.84	20.00%
旅館外餐飲費	40.38	15.58%	41.85	16.16%	40.33	15.56%
在臺北市內交通費	12.67	4.89%	11.23	4.34%	12.72	4.91%
娛樂費	7.57	2.92%	11.09	4.28%	7.45	2.87%
雜費	9.44	3.64%	0.00	0.00%	9.76	3.77%
購物費	136.92	52.83%	132.39	51.11%	137.08	52.89%
服飾或相關配件	48.10	35.13%	19.70	14.88%	49.07	35.80%
珠寶或玉器	0.26	0.19%	0.00	0.00%	0.27	0.20%
紀念品或手工藝品	8.59	6.27%	7.10	5.36%	8.64	6.30%
化妝品或香水類	11.21	8.18%	2.48	1.88%	11.50	8.39%
名產或特產	31.16	22.76%	65.32	49.34%	29.99	21.88%
菸或酒類	5.39	3.93%	9.41	7.11%	5.25	3.83%
藥妝藥品或健康食品類	1.46	1.07%	0.00	0.00%	1.51	1.10%
電子或電器用品類	2.47	1.81%	0.00	0.00%	2.56	1.86%
茶葉	28.14	20.55%	26.00	19.64%	28.21	20.58%
其他	0.15	0.11%	2.38	1.80%	0.07	0.05%

資料來源：本研究整理。

註 1：扣除 2% 極端值後，進行消費金額估算，樣本數總計 363 人。

註 2：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

(五) 對臺北市印象與滿意度

108年整體日本受訪旅客對臺北市印象最好的項目為美食(91.06%)，整體旅遊經驗滿意度為99.73%，再訪意願為100%，詳參下表4-1-7。

表 4-1-7 108 年到訪臺北市受訪日本旅客對臺北市印象與滿意度

項目	整體日本旅客		觀光團日本旅客		自由行日本旅客	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	369	100.00%	13	100.00%	356	100.00%
印象最好的項目						
美食	336	91.06%	11	84.62%	325	91.29%
娛樂	155	42.01%	6	46.15%	149	41.85%
生活	186	50.41%	<u>9</u>	<u>69.23%</u>	177	49.72%
友善環境	214	57.99%	6	46.15%	208	58.43%
文化	<u>258</u>	<u>69.92%</u>	5	38.46%	<u>253</u>	<u>71.07%</u>
交通	<u>309</u>	<u>83.74%</u>	<u>7</u>	<u>53.85%</u>	<u>302</u>	<u>84.83%</u>
滿意度						
整體經驗		99.73%		100.00%		99.72%
交通便利性		99.73%		100.00%		99.72%
住宿經驗		98.78%		100.00%		98.74%
消費經驗		<u>99.19%</u>		100.00%		<u>99.16%</u>
人員服務		94.04%		100.00%		93.82%
整體景點		90.51%		100.00%		90.17%
餐飲經驗		<u>99.46%</u>		100.00%		<u>99.44%</u>
是否會再度來臺北市						
是	369	100.00%	13	100.00%	356	100.00%
否	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%

資料來源：本研究整理。

註 1：印象最好的項目為複選題。

註 2：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

二、大陸（含港澳）旅客在臺北市之消費及動向

以下就 108 年大陸（含港澳）受訪旅客在臺北市之消費及動向進行分析，包括檢視旅客基本特徵、旅遊決策、旅遊動向、消費支出，以及印象與滿意度，摘要內容見下圖 4-2-1。

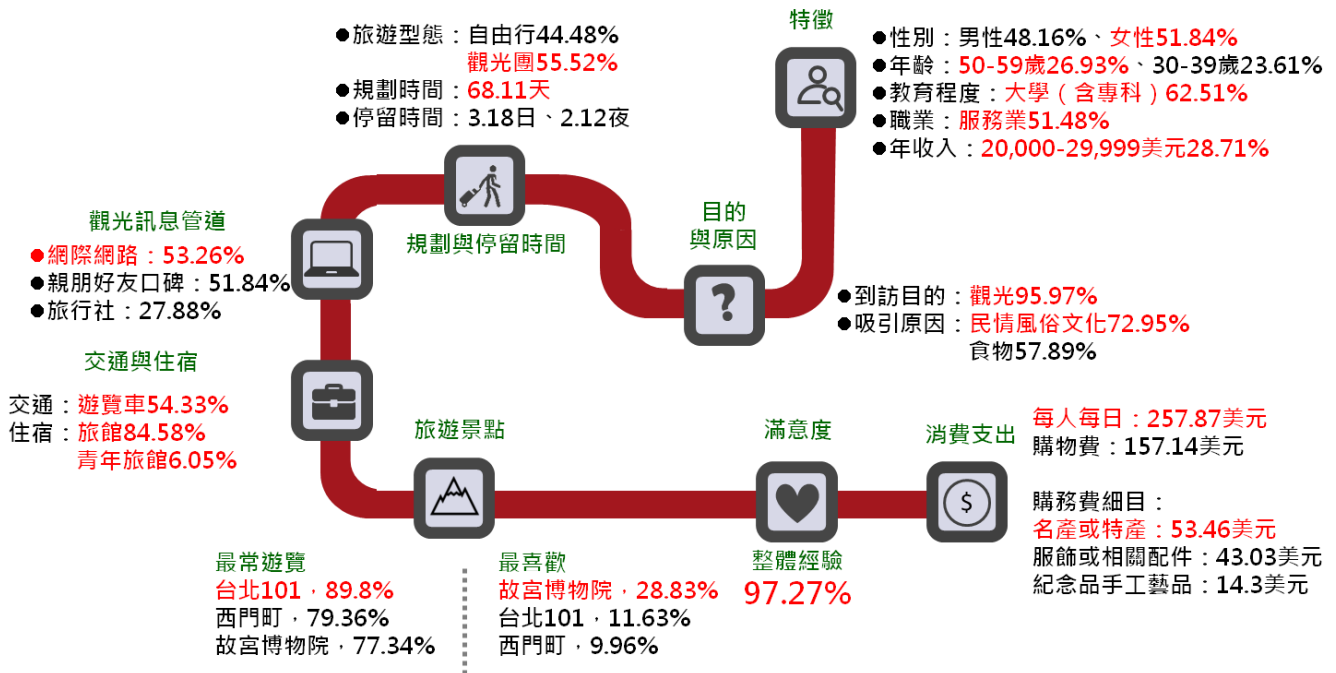


圖 4-2-1 108 年到訪臺北市大陸（含港澳）旅客摘要

（一）基本特徵

以下分別就性別、年齡、教育程度、職業和年收入等基本特徵變項檢視 108 年大陸（含港澳）受訪旅客之特徵。

108 年整體大陸（含港澳）受訪旅客旅遊型態觀光團占 55.52%，自由行占 44.48%；性別以女性（51.84%）占比為多；年齡以 50-59 歲（26.93%）為多；教育程度以大學（含專科）（62.51%）學歷占比最高；在職業部分，以服務業（51.48%）為多；年收入以 20,000-29,999 美元（28.71%）區間占比為多，詳參下表 4-2-1。

表 4-2-1 108 年到訪臺北市受訪大陸 (含港澳) 旅客基本特徵

項目	整體大陸 (含港澳) 旅客		觀光團大陸 (含港澳) 旅客		自由行大陸 (含港澳) 旅客	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	843	100.00%	468	100.00%	375	100.00%
性別						
男	406	48.16%	239	51.07%	167	44.53%
女	437	51.84%	229	48.93%	208	55.47%
年齡						
12-29 歲	172	20.40%	36	7.69%	136	36.27%
30-39 歲	199	23.61%	61	13.03%	138	36.80%
40-49 歲	137	16.25%	99	21.15%	38	10.13%
50-59 歲	227	26.93%	179	38.25%	48	12.80%
60 歲及以上	108	12.81%	93	19.87%	15	4.00%
教育程度						
中等教育及以下	295	34.99%	252	53.85%	43	11.47%
大學 (含專科)	527	62.51%	214	45.73%	313	83.47%
研究所及以上	21	2.49%	2	0.43%	19	5.07%
職業						
農業	17	2.02%	16	3.42%	1	0.27%
工業	146	17.32%	101	21.58%	45	12.00%
服務業	434	51.48%	184	39.32%	250	66.67%
家庭管理	113	13.40%	88	18.80%	25	6.67%
學生	49	5.81%	11	2.35%	38	10.13%
退休人員	82	9.73%	68	14.53%	14	3.73%
其他	2	0.24%	0	0.00%	2	0.53%
年收入						
未滿 10,000 美元	67	7.95%	51	10.90%	16	4.27%
10,000-19,999 美元	145	17.20%	87	18.59%	58	15.47%
20,000-29,999 美元	242	28.71%	122	26.07%	120	32.00%
30,000-39,999 美元	155	18.39%	66	14.10%	89	23.73%
40,000-49,999 美元	36	4.27%	19	4.06%	17	4.53%
50,000-59,999 美元	6	0.71%	1	0.21%	5	1.33%
60,000-69,999 美元	1	0.12%	1	0.21%	0	0.00%
70,000-79,999 美元	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
80,000-89,999 美元	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
90,000-99,999 美元	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
100,000 美元及以上	2	0.24%	0	0.00%	2	0.53%
無固定收入	175	20.76%	120	25.64%	55	14.67%
未回答	14	1.66%	1	0.21%	13	3.47%

資料來源：本研究整理。

註：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

(二) 旅遊決策

以下分別就規劃行程天數、主要目的、吸引原因、訊息管道和是否曾看過觀傳局網頁等變項檢視 108 年大陸 (含港澳) 受訪旅客之旅遊決策樣態。

108 年整體大陸 (含港澳) 受訪旅客平均規劃行程天數為 68.11 天；主要目的以觀光 (95.97%) 為主；吸引到訪臺北市原因以民情風俗和文化 (72.95%) 最多；觀光訊息管道以網際網路 (53.26%) 最高，其中曾看過臺北旅遊網的比率為 10.58%，詳參下表 4-2-2。

表 4-2-2 108 年到訪臺北市受訪大陸 (含港澳) 旅客旅遊決策

項目	整體大陸 (含港澳) 旅客		觀光團大陸 (含港澳) 旅客		自由行大陸 (含港澳) 旅客	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	843	100.00%	468	100.00%	375	100.00%
出發前規劃行程天數	68.11 天		86.31 天		45.39 天	
來臺北市主要目的						
觀光	809	95.97%	463	98.93%	346	92.27%
商務	12	1.42%	5	1.07%	7	1.87%
探親或訪友	21	2.49%	0	0.00%	21	5.60%
其他	1	0.12%	0	0.00%	1	0.27%
吸引到訪臺北市原因						
食物	488	57.89%	220	47.01%	268	71.47%
逛街購物	294	34.88%	136	29.06%	158	42.13%
風光景色	441	52.31%	282	60.26%	159	42.40%
交通便利	206	24.44%	24	5.13%	182	48.53%
民情風俗和文化	615	72.95%	405	86.54%	210	56.00%
氣候宜人	115	13.64%	76	16.24%	39	10.40%
夜間休閒活動	74	8.78%	13	2.78%	61	16.27%
遊憩場所	32	3.80%	14	2.99%	18	4.80%
歷史文物	253	30.01%	214	45.73%	39	10.40%
健康管理	10	1.19%	1	0.21%	9	2.40%
治安良好	183	21.71%	80	17.09%	103	27.47%
藝文展演、節慶活動	9	1.07%	2	0.43%	7	1.87%
商務旅遊	12	1.42%	5	1.07%	7	1.87%
會議展覽活動	2	0.24%	0	0.00%	2	0.53%
距離居住地近	255	30.25%	131	27.99%	124	33.07%
其他吸引原因	14	1.66%	0	0.00%	14	3.73%
觀光訊息管道						
報章雜誌	82	9.73%	34	7.26%	48	12.80%
地鐵、巴士廣告燈箱	15	1.78%	1	0.21%	14	3.73%
電視、電臺	101	11.98%	37	7.91%	64	17.07%

項目	整體大陸 (含港澳)旅客		觀光團大陸 (含港澳)旅客		自由行大陸 (含港澳)旅客	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
國際旅遊展覽	11	1.30%	4	0.85%	7	1.87%
戶外廣告或看板	25	2.97%	7	1.50%	18	4.80%
旅行社宣傳行程、摺頁	235	27.88%	182	38.89%	53	14.13%
親朋好友的口碑宣傳	437	51.84%	278	59.40%	159	42.40%
網際網路	449	53.26%	149	31.84%	300	80.00%
是否曾看過觀傳局網頁						
是	71	10.58%	8	2.33%	63	19.27%
否	600	89.42%	336	97.67%	264	80.73%

資料來源：本研究整理。

註 1：吸引到訪原因和觀光訊息管道為複選題。

註 2：有 172 人未使用網際網路。

註 3：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

(三) 旅遊動向

108 年整體大陸 (含港澳) 受訪旅客曾遊覽景點依序為台北 101 (89.8%)、西門町 (79.36%) 和故宮博物院 (77.34%) 等；參加觀光團大陸 (含港澳) 旅客依序為故宮博物院 (97.86%)、台北 101 (96.37%) 和西門町 (78.63%) 等；自由行大陸 (含港澳) 旅客依序為台北 101 (81.6%)、西門町 (80.27%) 和東門永康商圈 (70.13%) 等，詳參下表 4-2-3。

表 4-2-3 108 年到訪臺北市受訪大陸 (含港澳) 旅客曾遊覽景點

項目	整體大陸 (含港澳)旅客		項目	觀光團大陸 (含港澳)旅客		項目	自由行大陸 (含港澳)旅客	
	人數	百分比		人數	百分比		人數	百分比
總計	843	100.00%	總計	468	100.00%	總計	375	100.00%
遊覽觀光景點 (前十)			遊覽觀光景點 (前十)			遊覽觀光景點 (前十)		
台北 101	757	89.80%	故宮博物院	458	97.86%	台北 101	306	81.60%
西門町	669	79.36%	台北 101	451	96.37%	西門町	301	80.27%
故宮博物院	652	77.34%	西門町	368	78.63%	東門永康商圈	263	70.13%
國父紀念館	414	49.11%	國父紀念館	301	64.32%	信義商圈	199	53.07%
東門永康商圈	403	47.81%	士林官邸	294	62.82%	故宮博物院	194	51.73%
中正紀念堂	394	46.74%	中正紀念堂	269	57.48%	大稻埕	140	37.33%
士林官邸	320	37.96%	東門永康商圈	140	29.91%	中正紀念堂	125	33.33%
信義商圈	315	37.37%	信義商圈	116	24.79%	國父紀念館	113	30.13%
大稻埕	150	17.79%	龍山寺	59	12.61%	龍山寺	64	17.07%
龍山寺	123	14.59%	陽明山	42	8.97%	陽明山	55	14.67%

資料來源：本研究整理。

註：本題為複選題。

在最喜歡景點部分，108 年整體大陸（含港澳）受訪旅客依序為故宮博物院（28.83%）、台北 101（11.63%）和西門町（9.96%）等；參加觀光團大陸（含港澳）旅客依序為故宮博物院（41.45%）、台北 101（15.81%）和士林官邸（5.98%）等；自由行大陸（含港澳）旅客依序為西門町（16%）、大稻埕（15.2%）和故宮博物院（13.07%）等，詳參下表 4-2-4。

表 4-2-4 108 年到訪臺北市受訪大陸（含港澳）旅客最喜歡景點

項目	整體大陸 (含港澳) 旅客		項目	觀光團大陸 (含港澳) 旅客		項目	自由行大陸(含港澳) 旅客	
	人數	百分比		人數	百分比		人數	百分比
總計	843	100.00%	總計	468	100.00%	總計	375	100.00%
最喜歡景點 (前十)			最喜歡景點 (前十)			最喜歡景點 (前十)		
故宮博物院	243	28.83%	故宮博物院	194	41.45%	西門町	60	16.00%
台北 101	98	11.63%	台北 101	74	15.81%	大稻埕	57	15.20%
西門町	84	9.96%	士林官邸	28	5.98%	故宮博物院	49	13.07%
大稻埕	57	6.76%	西門町	24	5.13%	東門永康商圈	28	7.47%
東門永康商圈	31	3.68%	國父紀念館	20	4.27%	台北 101	24	6.40%
士林官邸	29	3.44%	中正紀念堂	17	3.63%	貓空(含貓纜)	22	5.87%
貓空(含貓纜)	27	3.20%	北投溫泉區	12	2.56%	信義商圈	21	5.60%
信義商圈	25	2.97%	貓空(含貓纜)	5	1.07%	象山	14	3.73%
北投溫泉區	22	2.61%	信義商圈	4	0.85%	北投溫泉區	10	2.67%
國父紀念館	21	2.49%	龍山寺	4	0.85%	陽明山	7	1.87%

資料來源：本研究整理。

在停留日夜數部分，108 年大陸（含港澳）受訪旅客平均停留時間為 3.18 日、2.12 夜；交通工具以遊覽車（54.33%）為多；住宿型態以旅館（84.58%）為主，詳參下表 4-2-5。

表 4-2-5 108 年到訪臺北市受訪大陸（含港澳）旅客旅遊動向

項目	整體大陸 (含港澳) 旅客		觀光團大陸 (含港澳) 旅客		自由行大陸 (含港澳) 旅客	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	843	100.00%	468	100.00%	375	100.00%
停留日夜數						
日數		3.18 日		2.85 日		3.59 日
夜數		2.12 夜		1.78 夜		2.55 夜
使用交通工具						
公車	159	18.86%	4	0.85%	155	41.33%
捷運	440	52.19%	94	20.09%	346	92.27%
單車	15	1.78%	0	0.00%	15	4.00%
計程車	272	32.27%	30	6.41%	242	64.53%
機車	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
遊覽車	458	54.33%	456	97.44%	2	0.53%
雙層觀光巴士	8	0.95%	1	0.21%	7	1.87%

項目	整體大陸 (含港澳)旅客		觀光團大陸 (含港澳)旅客		自由行大陸 (含港澳)旅客	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
其他	14	1.66%	4	0.85%	10	2.67%
住宿類型						
無在臺北市住宿	36	4.27%	27	5.77%	9	2.40%
旅館	713	84.58%	427	91.24%	286	76.27%
青年旅館、活動中心	51	6.05%	7	1.50%	44	11.73%
親友家	32	3.80%	1	0.21%	31	8.27%
宿舍	7	0.83%	4	0.85%	3	0.80%
租屋	2	0.24%	0	0.00%	2	0.53%
寺廟、修道院或教會	1	0.12%	0	0.00%	1	0.27%
其他	3	0.36%	0	0.00%	3	0.80%

資料來源：本研究整理。

註 1：使用交通工具和住宿類型為複選題。

註 2：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

(四) 消費支出

在消費支出部分，108 年整體大陸 (含港澳) 受訪旅客平均每人每日消費金額為 257.87 美元，其中以購物費消費金額 157.14 美元最高，其次為旅館內支出費的 58.94 美元；購物費消費細項中以名產或特產 (34.02%) 為多，其次為服飾或相關配件 (27.39%)，詳參下表 4-2-6。

表 4-2-6 108 年到訪臺北市受訪大陸 (含港澳) 旅客消費支出

項目	整體大陸 (含港澳)旅客		觀光團大陸 (含港澳)旅客		自由行大陸 (含港澳)旅客	
	金額	結構比	金額	結構比	金額	結構比
每人每日消費金額	257.87	100.00%	258.86	100.00%	256.64	100.00%
旅館內支出費	58.94	22.86%	66.57	25.72%	49.40	19.25%
旅館外餐飲費	25.09	9.73%	15.52	6.00%	37.06	14.44%
在臺北市內交通費	4.99	1.93%	0.73	0.28%	10.32	4.02%
娛樂費	5.69	2.21%	1.10	0.43%	11.44	4.46%
雜費	6.02	2.33%	6.52	2.52%	5.39	2.10%
購物費	157.14	60.94%	168.41	65.06%	143.03	55.73%
服飾或相關配件	43.03	27.39%	40.02	23.76%	46.81	32.73%
珠寶或玉器	1.66	1.06%	2.54	1.51%	0.56	0.39%
紀念品或手工藝品	14.30	9.10%	16.90	10.03%	11.06	7.73%
化妝品或香水類	10.43	6.63%	7.43	4.41%	14.18	9.91%
名產或特產	53.46	34.02%	59.87	35.55%	45.43	31.76%
菸或酒類	9.04	5.75%	10.98	6.52%	6.61	4.62%
藥妝藥品或健康食品類	10.77	6.85%	11.05	6.56%	10.41	7.28%
電子或電器用品類	1.11	0.71%	1.16	0.69%	1.06	0.74%
茶葉	12.96	8.25%	18.14	10.77%	6.48	4.53%
其他	0.37	0.24%	0.32	0.19%	0.43	0.30%

資料來源：本研究整理。

註 1：扣除 2% 極端值後，進行消費金額估算，樣本數總計 824 人。

註 2：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

(五) 對臺北市印象與滿意度

108 年整體大陸 (含港澳) 受訪旅客對臺北市印象最好的項目依序為友善環境 (70.34%)、美食 (65.36%) 和生活 (61.57%) 等；整體旅遊經驗滿意度為 97.27%，再訪意願為 99.41%，詳參下表 4-2-7。

表 4-2-7 108 年到訪臺北市受訪大陸 (含港澳) 旅客對臺北市印象與滿意度

項目	整體大陸 (含港澳) 旅客		觀光團大陸 (含港澳) 旅客		自由行大陸 (含港澳) 旅客	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	843	100.00%	468	100.00%	375	100.00%
印象最好的項目						
美食	551	65.36%	262	55.98%	289	77.07%
娛樂	502	59.55%	276	58.97%	226	60.27%
生活	519	61.57%	255	54.49%	264	70.40%
友善環境	593	70.34%	345	73.72%	248	66.13%
文化	513	60.85%	343	73.29%	170	45.33%
交通	335	39.74%	77	16.45%	258	68.80%
滿意度						
整體經驗		97.27%		95.94%		98.93%
交通便利性		98.81%		98.50%		99.20%
住宿經驗		91.55%		89.63%		94.03%
消費經驗		94.54%		92.31%		97.33%
人員服務		95.37%		95.51%		95.20%
整體景點		93.95%		91.24%		97.33%
餐飲經驗		95.37%		92.52%		98.93%
是否會再度來臺北市						
是	838	99.41%	464	99.15%	374	99.73%
否	5	0.59%	4	0.85%	1	0.27%

資料來源：本研究整理。

註 1：印象最好的項目為複選題。

註 2：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

三、韓國旅客在臺北市之消費及動向

以下就 108 年受訪韓國旅客在臺北市之消費及動向進行分析，包括檢視旅客基本特徵、旅遊決策、旅遊動向、消費支出，以及印象與滿意度，摘要內容見下圖 4-3-1。

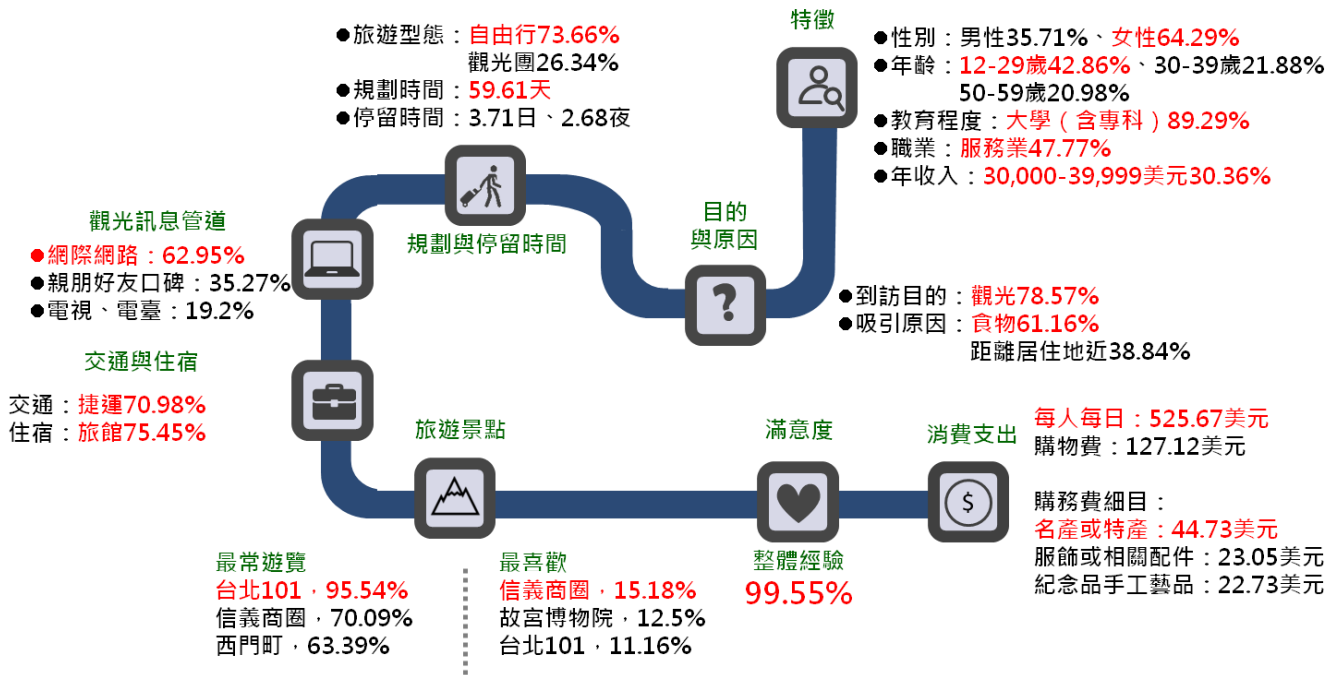


圖 4-3-1 108 年到訪臺北市韓國旅客摘要

(一) 基本特徵

以下分別就性別、年齡、教育程度、職業和年收入等基本特徵變項檢視 108 年受訪韓國旅客之特徵。

108 年整體韓國旅客旅遊型態自由行占 73.66%，參加觀光團旅客占 26.34%；性別以女性 (64.29%) 占比較高；年齡以 12-29 歲 (42.86%) 占比為多；在教育程度以大學 (含專科) (89.29%) 占比較高；職業以服務業 (47.77%) 占比較高；年收入以 30,000-39,999 美元 (30.36%) 占比較高，詳參下表 4-3-1。

表 4-3-1 108 年到訪臺北市受訪韓國旅客基本特徵

項目	整體韓國旅客		觀光團韓國旅客		自由行韓國旅客	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	224	100.00%	59	100.00%	165	100.00%
性別						
男	80	35.71%	28	47.46%	52	31.52%
女	144	64.29%	31	52.54%	113	68.48%
年齡						
12-29 歲	96	42.86%	11	18.64%	85	51.52%
30-39 歲	49	21.88%	12	20.34%	37	22.42%
40-49 歲	26	11.61%	10	16.95%	16	9.70%
50-59 歲	47	20.98%	23	38.98%	24	14.55%
60 歲及以上	6	2.68%	3	5.08%	3	1.82%
教育程度						
中等教育及以下	16	7.14%	13	22.03%	3	1.82%
大學 (含專科)	200	89.29%	42	71.19%	158	95.76%
研究所及以上	8	3.57%	4	6.78%	4	2.42%
職業						
農業	3	1.34%	3	5.08%	0	0.00%
工業	38	16.96%	24	40.68%	14	8.48%
服務業	107	47.77%	21	35.59%	86	52.12%
家庭管理	16	7.14%	6	10.17%	10	6.06%
學生	50	22.32%	0	0.00%	50	30.30%
退休人員	8	3.57%	5	8.47%	3	1.82%
其他	2	0.89%	0	0.00%	2	1.21%
年收入						
未滿 10,000 美元	7	3.13%	2	3.39%	5	3.03%
10,000-19,999 美元	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
20,000-29,999 美元	34	15.18%	5	8.47%	29	17.58%
30,000-39,999 美元	68	30.36%	22	37.29%	46	27.88%
40,000-49,999 美元	19	8.48%	8	13.56%	11	6.67%
50,000-59,999 美元	5	2.23%	5	8.47%	0	0.00%
60,000-69,999 美元	2	0.89%	0	0.00%	2	1.21%
70,000-79,999 美元	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
80,000-89,999 美元	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
90,000-99,999 美元	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
100,000 美元及以上	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
無固定收入	62	27.68%	7	11.86%	55	33.33%
未回答	27	12.05%	10	16.95%	17	10.30%

資料來源：本研究整理。

註：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

(二) 旅遊決策

以下分別就規劃行程天數、主要目的、吸引原因、訊息管道和是否曾看過觀傳局網頁等變項檢視 108 年受訪韓國旅客之旅遊決策樣態。

108 年整體韓國受訪旅客平均規劃行程天數為 59.61 天；主要目的以觀光 (78.57%) 最多；吸引到訪臺北市原因依序為食物 (61.16%)、距離居住地近 (38.84%) 和民情風俗和文化 (32.59%) 等；觀光訊息管道以網際網路(62.95%)使用率最高，其中曾看過臺北旅遊網的比率为 8.22%，詳參下表 4-3-2。

表 4-3-2 108 年到訪臺北市受訪韓國旅客旅遊決策

項目	整體韓國旅客		觀光團韓國旅客		自由行韓國旅客	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	224	100.00%	59	100.00%	165	100.00%
出發前規劃行程天數	59.61 天		61.54 天		58.92 天	
來臺北市主要目的						
觀光	176	78.57%	38	64.41%	138	83.64%
商務	29	12.95%	21	35.59%	8	4.85%
探親或訪友	19	8.48%	0	0.00%	19	11.52%
其他	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
吸引到訪臺北市原因						
食物	137	61.16%	28	47.46%	109	66.06%
逛街購物	72	32.14%	16	27.12%	56	33.94%
風光景色	60	26.79%	10	16.95%	50	30.30%
交通便利	58	25.89%	8	13.56%	50	30.30%
民情風俗和文化	73	32.59%	27	45.76%	46	27.88%
氣候宜人	25	11.16%	17	28.81%	8	4.85%
夜間休閒活動	21	9.38%	10	16.95%	11	6.67%
遊憩場所	22	9.82%	6	10.17%	16	9.70%
歷史文物	35	15.63%	23	38.98%	12	7.27%
健康管理	2	0.89%	1	1.69%	1	0.61%
治安良好	36	16.07%	19	32.20%	17	10.30%
藝文展演、節慶活動	10	4.46%	3	5.08%	7	4.24%
商務旅遊	29	12.95%	21	35.59%	8	4.85%
會議展覽活動	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
距離居住地近	87	38.84%	11	18.64%	76	46.06%
其他吸引原因	18	8.04%	1	1.69%	17	10.30%
觀光訊息管道						
報章雜誌	12	5.36%	1	6.25%	11	8.46%
地鐵、巴士廣告燈箱	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
電視、電臺	43	19.20%	2	12.50%	41	31.54%
國際旅遊展覽	2	0.89%	0	0.00%	2	1.54%

項目	整體韓國旅客		觀光團韓國旅客		自由行韓國旅客	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
戶外廣告或看板	1	0.45%	0	0.00%	1	0.77%
旅行社宣傳行程、摺頁	10	4.46%	8	50.00%	2	1.54%
親朋好友的口碑宣傳	79	35.27%	5	31.25%	74	56.92%
網際網路	141	62.95%	13	81.25%	128	98.46%
是否曾看過觀傳局網頁						
是	12	8.22%	0	0.00%	12	9.23%
否	134	91.78%	16	100.00%	118	90.77%

資料來源：本研究整理。

註 1：吸引到訪原因和觀光訊息管道為複選題。

註 2：有 78 人未使用網際網路。

註 3：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

(三) 旅遊動向

108 年整體韓國受訪旅客曾遊覽景點依序為台北 101 (95.54%)、信義商圈 (70.09%) 和西門町 (63.39%) 等；參加觀光團韓國旅客依序為台北 101 (93.22%)、故宮博物院 (62.71%) 和信義商圈 (59.32%) 等；自由行韓國旅客依序為台北 101 (96.36%)、西門町 (74.55%) 和信義商圈 (73.94%) 等，詳參下表 4-3-3。

表 4-3-3 108 年到訪臺北市受訪韓國旅客曾遊覽景點

項目	整體韓國旅客		項目	觀光團韓國旅客		項目	自由行韓國旅客	
	人數	百分比		人數	百分比		人數	百分比
總計	224	100.00%	總計	59	100.00%	總計	165	100.00%
遊覽觀光景點 (前十)			遊覽觀光景點 (前十)			遊覽觀光景點 (前十)		
台北 101	214	95.54%	台北 101	55	93.22%	台北 101	159	96.36%
信義商圈	157	70.09%	故宮博物院	37	62.71%	西門町	123	74.55%
西門町	142	63.39%	信義商圈	35	59.32%	信義商圈	122	73.94%
東門永康商圈	131	58.48%	中正紀念堂	25	42.37%	東門永康商圈	116	70.30%
故宮博物院	100	44.64%	西門町	19	32.20%	故宮博物院	63	38.18%
中正紀念堂	63	28.13%	東門永康商圈	15	25.42%	中正紀念堂	38	23.03%
國父紀念館	46	20.54%	龍山寺	13	22.03%	捷運中山站街區	35	21.21%
陽明山	42	18.75%	國父紀念館	12	20.34%	國父紀念館	34	20.61%
捷運中山站街區	37	16.52%	陽明山	12	20.34%	陽明山	30	18.18%
龍山寺	33	14.73%	士林官邸	12	20.34%	華山文創園區	26	15.76%

資料來源：本研究整理。

註：本題為複選題。

108 年整體韓國受訪旅客最喜歡景點依序為信義商圈 (15.18%)、故宮博物院 (12.5%) 和台北 101 (11.16%) 等；參加觀光團韓國旅客依序為故宮博物院 (20.34%)、台北 101 (13.56%) 和信義商圈 (11.86%) 等；自由行韓國旅客依序為信義商圈 (16.36%)、西門町 (11.52%) 和台北 101 (10.3%)、東門永康商圈 (10.3%) 等，詳參下表 4-3-4。

表 4-3-4 108 年到訪臺北市受訪韓國旅客最喜歡景點

項目	整體韓國旅客		項目	觀光團韓國旅客		項目	自由行韓國旅客	
	人數	百分比		人數	百分比		人數	百分比
總計	224	100.00%	總計	59	100.00%	總計	165	100.00%
最喜歡景點 (前十)			最喜歡景點 (前十)			最喜歡景點 (前十)		
信義商圈	34	15.18%	故宮博物院	12	20.34%	信義商圈	27	16.36%
故宮博物院	28	12.50%	台北 101	8	13.56%	西門町	19	11.52%
台北 101	25	11.16%	信義商圈	7	11.86%	台北 101	17	10.30%
東門永康商圈	22	9.82%	東門永康商圈	5	8.47%	東門永康商圈	17	10.30%
西門町	19	8.48%	北投溫泉區	4	6.78%	故宮博物院	16	9.70%
北投溫泉區	7	3.13%	中正紀念堂	2	3.39%	大稻埕	5	3.03%
中正紀念堂	6	2.68%	陽明山	2	3.39%	臺北市東區	5	3.03%
大稻埕	5	2.23%	龍山寺	2	3.39%	中正紀念堂	4	2.42%
陽明山	5	2.23%	無最喜歡景點	17	28.81%	華山文創園區	4	2.42%
臺北市東區	5	2.23%				北投溫泉區	3	1.82%

資料來源：本研究整理。

108 年整體韓國受訪旅客平均停留時間為 3.71 日、2.68 夜；交通工具以捷運(70.98%)為主；住宿類型以旅館(75.45%)為主，詳參下表 4-3-5。

表 4-3-5 108 年到訪臺北市受訪韓國旅客旅遊動向

項目	整體韓國旅客		觀光團韓國旅客		自由行韓國旅客	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	224	100.00%	59	100.00%	165	100.00%
停留日夜數						
日數		3.71 日		3.68 日		3.72 日
夜數		2.68 夜		2.68 夜		2.68 夜
使用交通工具						
公車	51	22.77%	0	0.00%	51	30.91%
捷運	159	70.98%	12	20.34%	147	89.09%
單車	2	0.89%	1	1.69%	1	0.61%
計程車	153	68.30%	20	33.90%	133	80.61%
機車	5	2.23%	0	0.00%	5	3.03%
遊覽車	36	16.07%	36	61.02%	0	0.00%
雙層觀光巴士	5	2.23%	0	0.00%	5	3.03%
其他	22	9.82%	1	1.69%	21	12.73%

項目	整體韓國旅客		觀光團韓國旅客		自由行韓國旅客	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
住宿類型						
無在臺北市住宿	5	2.23%	0	0.00%	5	3.03%
旅館	169	75.45%	52	88.14%	117	70.91%
青年旅館、活動中心	<u>22</u>	<u>9.82%</u>	<u>1</u>	<u>1.69%</u>	<u>21</u>	<u>12.73%</u>
親友家	<u>20</u>	<u>8.93%</u>	0	0.00%	<u>20</u>	<u>12.12%</u>
宿舍	7	3.13%	<u>6</u>	<u>10.17%</u>	1	0.61%
租屋	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
寺廟、修道院或教會	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
其他	2	0.89%	0	0.00%	2	1.21%

資料來源：本研究整理。

註 1：使用交通工具和住宿類型為複選題。

註 2：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

(四) 消費支出

在消費支出部分，108 年受訪韓國旅客平均每人每日消費金額為 252.67 美元，其中以購物費消費金額 127.12 美元最高，其次為旅館內支出費的 60.38 美元；購物費消費細項中以名產或特產 (35.19%) 為多，其次為服飾或相關配件 (18.13%)，詳參下表 4-3-6。

表 4-3-6 108 年到訪臺北市受訪韓國旅客消費支出

項目	整體韓國旅客		觀光團韓國旅客		自由行韓國旅客	
	金額	結構比	金額	結構比	金額	結構比
每人每日消費金額	252.67	100.00%	251.80	100.00%	252.98	100.00%
旅館內支出費	60.38	23.90%	83.27	33.07%	52.10	20.59%
旅館外餐飲費	<u>40.17</u>	<u>15.90%</u>	<u>29.34</u>	<u>11.65%</u>	<u>44.09</u>	<u>17.43%</u>
在臺北市內交通費	9.70	3.84%	4.07	1.62%	11.73	4.64%
娛樂費	13.02	5.15%	8.39	3.33%	14.69	5.81%
雜費	2.28	0.90%	1.40	0.56%	2.60	1.03%
購物費	127.12	50.31%	125.34	49.78%	127.76	50.50%
服飾或相關配件	23.05	18.13%	11.06	8.83%	27.39	21.44%
珠寶或玉器	0.26	0.21%	0.01	0.01%	0.35	0.28%
紀念品或手工藝品	<u>22.73</u>	<u>17.88%</u>	8.08	6.44%	<u>28.03</u>	<u>21.94%</u>
化妝品或香水類	13.96	10.98%	11.45	9.13%	14.87	11.64%
名產或特產	44.73	35.19%	65.81	52.51%	37.10	29.04%
菸或酒類	10.38	8.17%	<u>13.69</u>	<u>10.92%</u>	9.19	7.19%
藥妝藥品或健康食品類	2.89	2.28%	3.74	2.99%	2.59	2.02%
電子或電器用品類	0.35	0.28%	0.02	0.02%	0.47	0.37%
茶葉	8.47	6.67%	<u>11.47</u>	<u>9.15%</u>	7.39	5.78%
其他	0.28	0.22%	0.00	0.00%	0.39	0.30%

資料來源：本研究整理。

註 1：扣除 2% 極端值後，進行消費金額估算，樣本數總計 222 人。

註 2：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

(五) 對臺北市印象與滿意度

108 年整體韓國受訪旅客對臺北市印象最好的項目為美食(84.82%)；
 整體旅遊經驗滿意度為 99.55%，再訪意願為 100%，詳參下表 4-3-7。

表 4-3-7 108 年到訪臺北市受訪韓國旅客對臺北市印象與滿意度

項目	整體韓國旅客		觀光團韓國旅客		自由行韓國旅客	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	224	100.00%	59	100.00%	165	100.00%
印象最好的項目						
美食	190	84.82%	50	84.75%	140	84.85%
娛樂	108	48.21%	34	57.63%	74	44.85%
生活	174	77.68%	48	81.36%	126	76.36%
友善環境	84	37.50%	33	55.93%	51	30.91%
文化	72	32.14%	28	47.46%	44	26.67%
交通	137	61.16%	21	35.59%	116	70.30%
滿意度						
整體經驗		99.55%		100.00%		99.39%
交通便利性		98.66%		100.00%		98.18%
住宿經驗		98.44%		100.00%		97.84%
消費經驗		97.32%		98.31%		96.97%
人員服務		95.54%		98.31%		94.55%
整體景點		96.43%		100.00%		95.15%
餐飲經驗		99.55%		100.00%		99.39%
是否會再度來臺北市						
是	224	100.00%	59	100.00%	165	100.00%
否	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%

資料來源：本研究整理。

註 1：印象最好的項目為複選題。

註 2：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

四、馬來西亞旅客在臺北市之消費及動向

以下就 108 年受訪馬來西亞旅客在臺北市之消費及動向進行分析，包括檢視旅客基本特徵、旅遊決策、旅遊動向、消費支出，以及印象與滿意度，摘要內容見下圖 4-4-1。

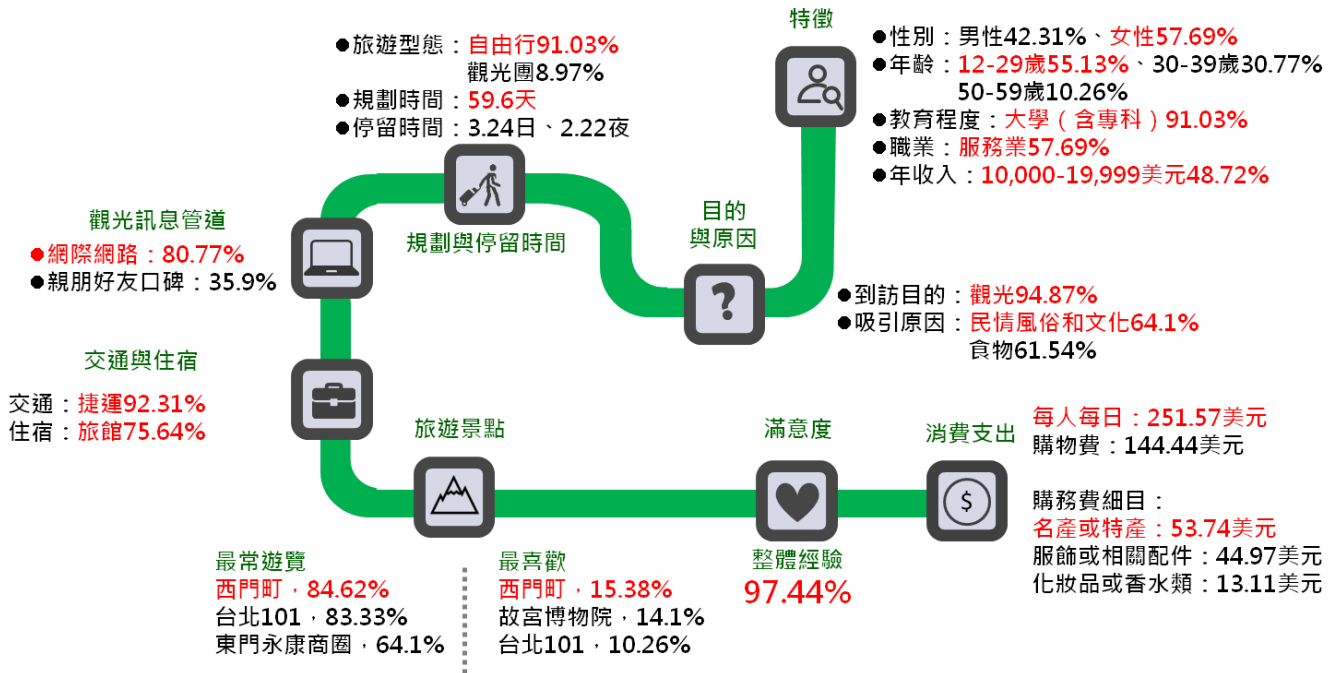


圖 4-4-1 108 年到訪臺北市馬來西亞旅客摘要

(一) 基本特徵

以下分別就性別、年齡、教育程度、職業和年收入等基本特徵變項檢視馬來西亞旅客之特徵。

108 年整體馬來西亞受訪旅客旅遊型態自由行占 91.03%，觀光團占 8.97%；性別以女性 (57.69%) 占比較高；年齡以 12-29 歲 (55.13%) 為多；教育程度以大學(含專科) (91.03%) 為多；職業以服務業(57.69%) 較多；年收入以 10,000-19,999 美元(48.72%) 占比較高，詳參下表 4-4-1。

表 4-4-1 108 年到訪臺北市受訪馬來西亞旅客基本特徵

項目	整體馬來西亞旅客		觀光團馬來西亞旅客		自由行馬來西亞旅客	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	78	100.00%	7	100.00%	71	100.00%
性別						
男	33	42.31%	2	28.57%	31	43.66%
女	45	57.69%	5	71.43%	40	56.34%
年齡						
12-29 歲	43	55.13%	0	0.00%	43	60.56%
30-39 歲	24	30.77%	2	28.57%	22	30.99%
40-49 歲	3	3.85%	0	0.00%	3	4.23%
50-59 歲	8	10.26%	5	71.43%	3	4.23%
60 歲及以上	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
教育程度						
中等教育及以下	7	8.97%	2	28.57%	5	7.04%
大學 (含專科)	71	91.03%	5	71.43%	66	92.96%
研究所及以上	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
職業						
農業	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
工業	16	20.51%	2	28.57%	14	19.72%
服務業	45	57.69%	5	71.43%	40	56.34%
家庭管理	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
學生	14	17.95%	0	0.00%	14	19.72%
退休人員	1	1.28%	0	0.00%	1	1.41%
其他	2	2.56%	0	0.00%	2	2.82%
年收入						
未滿 10,000 美元	9	11.54%	0	0.00%	9	12.68%
10,000-19,999 美元	38	48.72%	3	42.86%	35	49.30%
20,000-29,999 美元	17	21.79%	3	42.86%	14	19.72%
30,000-39,999 美元	3	3.85%	1	14.29%	2	2.82%
40,000-49,999 美元	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
50,000-59,999 美元	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
60,000-69,999 美元	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
70,000-79,999 美元	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
80,000-89,999 美元	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
90,000-99,999 美元	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
100,000 美元及以上	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
無固定收入	10	12.82%	0	0.00%	10	14.08%
未回答	1	1.28%	0	0.00%	1	1.41%

資料來源：本研究整理。

註：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

(二) 旅遊決策

以下分別就規劃行程天數、主要目的、吸引原因、訊息管道和是否曾看過觀傳局網頁等變項檢視 108 年受訪馬來西亞旅客之旅遊決策樣態。

108 年整體馬來西亞受訪旅客平均規劃行程天數為 59.6 天；主要目的以觀光 (94.87%) 最多；被吸引到訪臺北市原因依序為民情風俗與文化 (64.1%)、食物 (61.54%) 和風光景色 (48.72%) 等；觀光訊息管道以網際網路 (80.77%) 較高，其中曾看過臺北旅遊網的比率为 5.63%，詳參下表 4-4-2。

表 4-4-2 108 年到訪臺北市受訪馬來西亞旅客旅遊決策

項目	整體馬來西亞旅客		觀光團馬來西亞旅客		自由行馬來西亞旅客	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	78	100.00%	7	100.00%	71	100.00%
出發前規劃行程天數	59.60 天		124.29 天		53.23 天	
來臺北市主要目的						
觀光	74	94.87%	6	85.71%	68	95.77%
商務	1	1.28%	1	14.29%	0	0.00%
探親或訪友	3	3.85%	0	0.00%	3	4.23%
其他	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
吸引到訪臺北市原因						
食物	48	61.54%	7	100.00%	41	57.75%
逛街購物	31	39.74%	4	57.14%	27	38.03%
風光景色	38	48.72%	3	42.86%	35	49.30%
交通便利	37	47.44%	3	42.86%	34	47.89%
民情風俗和文化	50	64.10%	4	57.14%	46	64.79%
氣候宜人	21	26.92%	4	57.14%	17	23.94%
夜間休閒活動	11	14.10%	0	0.00%	11	15.49%
遊憩場所	1	1.28%	0	0.00%	1	1.41%
歷史文物	14	17.95%	6	85.71%	8	11.27%
健康管理	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
治安良好	22	28.21%	2	28.57%	20	28.17%
藝文展演、節慶活動	1	1.28%	0	0.00%	1	1.41%
商務旅遊	1	1.28%	1	14.29%	0	0.00%
會議展覽活動	2	2.56%	1	14.29%	1	1.41%
距離居住地近	12	15.38%	0	0.00%	12	16.90%
其他吸引原因	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
觀光訊息管道						
報章雜誌	15	19.23%	0	0.00%	15	22.06%
地鐵、巴士廣告燈箱	1	1.28%	0	0.00%	1	1.47%
電視、電臺	5	6.41%	0	0.00%	5	7.35%
國際旅遊展覽	2	2.56%	0	0.00%	2	2.94%
戶外廣告或看板	3	3.85%	3	100.00%	0	0.00%

項目	整體馬來西亞旅客		觀光團馬來西亞旅客		自由行馬來西亞旅客	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
旅行社宣傳行程、摺頁	15	19.23%	3	100.00%	12	17.65%
親朋好友的口碑宣傳	28	35.90%	0	0.00%	28	41.18%
網際網路	63	80.77%	1	33.33%	62	91.18%
是否曾看過觀傳局網頁						
是	4	5.63%	1	33.33%	3	4.41%
否	67	94.37%	2	66.67%	65	95.59%

資料來源：本研究整理。

註 1：吸引到訪原因和觀光訊息管道為複選題。

註 2：有 7 人未使用網際網路。

註 3：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

(三) 旅遊動向

108 年馬來西亞受訪旅客曾遊覽景點依序為西門町 (84.62%)、台北 101 (83.33%) 和東門永康商圈 (64.1%) 等；參加觀光團馬來西亞旅客依序為故宮博物院(100%)、台北 101(85.71%)和中正紀念堂(71.43%) 等；自由行馬來西亞旅客依序為西門町 (87.32%)、台北 101 (83.1%) 和東門永康商圈 (70.42%) 等，詳參下表 4-4-3。

表 4-4-3 108 年到訪臺北市受訪馬來西亞旅客曾遊覽景點

項目	整體馬來西亞旅客		項目	觀光團馬來西亞旅客		項目	自由行馬來西亞旅客	
	人數	百分比		人數	百分比		人數	百分比
總計	78	100.00%	總計	7	100.00%	總計	71	100.00%
遊覽觀光景點 (前十)			遊覽觀光景點 (前十)			遊覽觀光景點 (前十)		
西門町	66	84.62%	故宮博物院	7	100.00%	西門町	62	87.32%
台北 101	65	83.33%	台北 101	6	85.71%	台北 101	59	83.10%
東門永康商圈	50	64.10%	中正紀念堂	5	71.43%	東門永康商圈	50	70.42%
故宮博物院	35	44.87%	士林官邸	5	71.43%	故宮博物院	28	39.44%
信義商圈	30	38.46%	西門町	4	57.14%	信義商圈	28	39.44%
中正紀念堂	28	35.90%	國父紀念館	3	42.86%	中正紀念堂	23	32.39%
國父紀念館	22	28.21%	信義商圈	2	28.57%	大稻埕	20	28.17%
大稻埕	21	26.92%	龍山寺	2	28.57%	國父紀念館	19	26.76%
陽明山	11	14.10%	大稻埕	1	14.29%	陽明山	11	15.49%
貓空 (含貓空纜車)	10	12.82%				貓空 (含貓空纜車)	10	14.08%

資料來源：本研究整理。

註：本題為複選題。

108 年馬來西亞受訪旅客最喜歡景點依序為西門町 (15.38%)、故宮博物院 (14.1%) 和台北 101 (10.26%) 等；參加觀光團馬來西亞旅客依序為故宮博物院 (42.86%)、龍山寺 (14.29%)；自由行馬來西亞旅客依序為西門町 (16.9%)、故宮博物院 (11.27%)、台北 101 (11.27%) 和陽明山 (9.86%) 等，詳參下表 4-4-4。

表 4-4-4 108 年到訪臺北市受訪馬來西亞旅客最喜歡景點

項目	整體馬來西亞旅客		項目	觀光團馬來西亞旅客		項目	自由行馬來西亞旅客	
	人數	百分比		人數	百分比		人數	百分比
總計	78	100.00%	總計	7	100.00%	總計	71	100.00%
最喜歡景點 (前十)			最喜歡景點 (前十)			最喜歡景點 (前十)		
西門町	12	15.38%	故宮博物院	3	42.86%	西門町	12	16.90%
故宮博物院	11	14.10%	龍山寺	1	14.29%	故宮博物院	8	11.27%
台北 101	8	10.26%	無最喜歡景點	3	42.86%	台北 101	8	11.27%
陽明山	7	8.97%				陽明山	7	9.86%
東門永康商圈	6	7.69%				東門永康商圈	6	8.45%
貓空 (含貓纜)	5	6.41%				貓空 (含貓纜)	5	7.04%
象山	5	6.41%				象山	5	7.04%
大稻埕	4	5.13%				大稻埕	4	5.63%
信義商圈	3	3.85%				信義商圈	3	4.23%
龍山寺	2	2.56%				龍山寺	1	1.41%

資料來源：本研究整理。

在停留日夜數部分，108 年整體馬來西亞受訪旅客平均停留時間為 3.24 日、2.22 夜；交通工具以捷運 (92.31%) 為主；住宿類型以旅館 (75.64%) 占比最高，詳參下表 4-4-5。

表 4-4-5 108 年到訪臺北市受訪馬來西亞旅客旅遊動向

項目	整體馬來西亞旅客		觀光團馬來西亞旅客		自由行馬來西亞旅客	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	78	100.00%	7	100.00%	71	100.00%
停留日夜數						
日數		3.24 日		2.29 日		3.34 日
夜數		2.22 夜		1.29 夜		2.31 夜
使用交通工具						
公車	38	48.72%	0	0.00%	38	53.52%
捷運	72	92.31%	2	28.57%	70	98.59%
單車	1	1.28%	0	0.00%	1	1.41%
計程車	34	43.59%	0	0.00%	34	47.89%
機車	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
遊覽車	6	7.69%	6	85.71%	0	0.00%
雙層觀光巴士	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
其他	1	1.28%	0	0.00%	1	1.41%

項目	整體馬來西亞旅客		觀光團馬來西亞旅客		自由行馬來西亞旅客	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
住宿類型						
無在臺北市住宿	2	2.56%	0	0.00%	2	2.82%
旅館	59	75.64%	6	85.71%	53	74.65%
青年旅館、活動中心	10	12.82%	0	0.00%	10	14.08%
親友家	7	8.97%	0	0.00%	7	9.86%
宿舍	1	1.28%	1	14.29%	0	0.00%
租屋	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
寺廟、修道院或教會	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
其他	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%

資料來源：本研究整理。

註 1：使用交通工具和住宿類型為複選題。

註 2：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

(四) 消費支出

在消費支出部分，108 年整體馬來西亞受訪旅客平均每人每日消費金額為 251.57 美元，其中以購物費消費金額 144.44 美元最高，其次為旅館內支出費的 49.43 美元；參加觀光團到訪臺北市的馬來西亞旅客每人每日平均消費金額為 268.97 美元，高於自由行馬來西亞旅客的 249.85 美元；購物費消費細項中以名產或特產 (37.2%) 為多，其次為服飾或相關配件 (44.97%)，詳參下表 4-4-6。

表 4-4-6 108 年到訪臺北市受訪馬來西亞旅客消費支出

項目	整體馬來西亞旅客		觀光團馬來西亞旅客		自由行馬來西亞旅客	
	金額	結構比	金額	結構比	金額	結構比
每人每日消費金額	251.57	100.00%	268.97	100.00%	249.85	100.00%
旅館內支出費	49.43	19.65%	73.42	27.30%	47.07	18.84%
旅館外餐飲費	35.71	14.19%	8.30	3.08%	38.41	15.37%
在臺北市內交通費	9.27	3.69%	0.00	0.00%	10.18	4.08%
娛樂費	6.77	2.69%	0.00	0.00%	7.44	2.98%
雜費	5.94	2.36%	0.00	0.00%	6.52	2.61%
購物費	144.44	57.42%	187.26	69.62%	140.22	56.12%
服飾或相關配件	44.97	31.13%	10.88	5.81%	48.33	34.47%
珠寶或玉器	0.00	0.00%	0.00	0.00%	0.00	0.00%
紀念品或手工藝品	12.24	8.47%	10.99	5.87%	12.36	8.81%
化妝品或香水類	13.11	9.08%	0.00	0.00%	14.41	10.27%
名產或特產	53.74	37.20%	104.21	55.65%	48.76	34.77%
菸或酒類	3.37	2.33%	2.72	1.45%	3.44	2.45%
藥妝藥品或健康食品類	12.98	8.99%	38.65	20.64%	10.45	7.45%
電子或電器用品類	1.14	0.79%	0.00	0.00%	1.25	0.89%
茶葉	2.04	1.41%	19.82	10.59%	0.28	0.20%
其他	0.86	0.59%	0.00	0.00%	0.94	0.67%

資料來源：本研究整理。

註 1：扣除 2% 極端值後，進行消費金額估算，樣本數總計 78 人。

註 2：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

(五) 對臺北市印象與滿意度

108 年整體馬來西亞受訪旅客對臺北市印象最好的項目依序為美食 (74.36%)、生活 (74.36%)、友善環境 (69.23%) 和娛樂 (62.82%)；整體旅遊經驗滿意度為 97.44%，再訪意願為 100%，詳參下表 4-4-7。

表 4-4-7 108 年到訪臺北市受訪馬來西亞旅客對臺北市印象與滿意度

項目	整體馬來西亞旅客		觀光團馬來西亞旅客		自由行馬來西亞旅客	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	78	100.00%	7	100.00%	71	100.00%
印象最好的項目						
美食	58	74.36%	7	100.00%	51	71.83%
娛樂	49	62.82%	6	85.71%	43	60.56%
生活	58	74.36%	7	100.00%	51	71.83%
友善環境	54	69.23%	4	57.14%	50	70.42%
文化	41	52.56%	2	28.57%	39	54.93%
交通	48	61.54%	4	57.14%	44	61.97%
滿意度						
整體經驗		97.44%		100.00%		97.18%
交通便利性		100.00%		100.00%		100.00%
住宿經驗		92.75%		100.00%		92.06%
消費經驗		96.15%		100.00%		95.77%
人員服務		96.15%		100.00%		95.77%
整體景點		98.72%		100.00%		98.59%
餐飲經驗		98.72%		100.00%		98.59%
是否會再度來臺北市						
是	78	100.00%	7	100.00%	71	100.00%
否	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%

資料來源：本研究整理。

註 1：印象最好的項目為複選題。

註 2：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

五、印尼旅客在臺北市之消費及動向

以下就 108 年受訪印尼旅客在臺北市之消費及動向進行分析，包括檢視旅客基本特徵、旅遊決策、旅遊動向、消費支出，以及印象與滿意度，摘要內容見下圖 4-5-1。

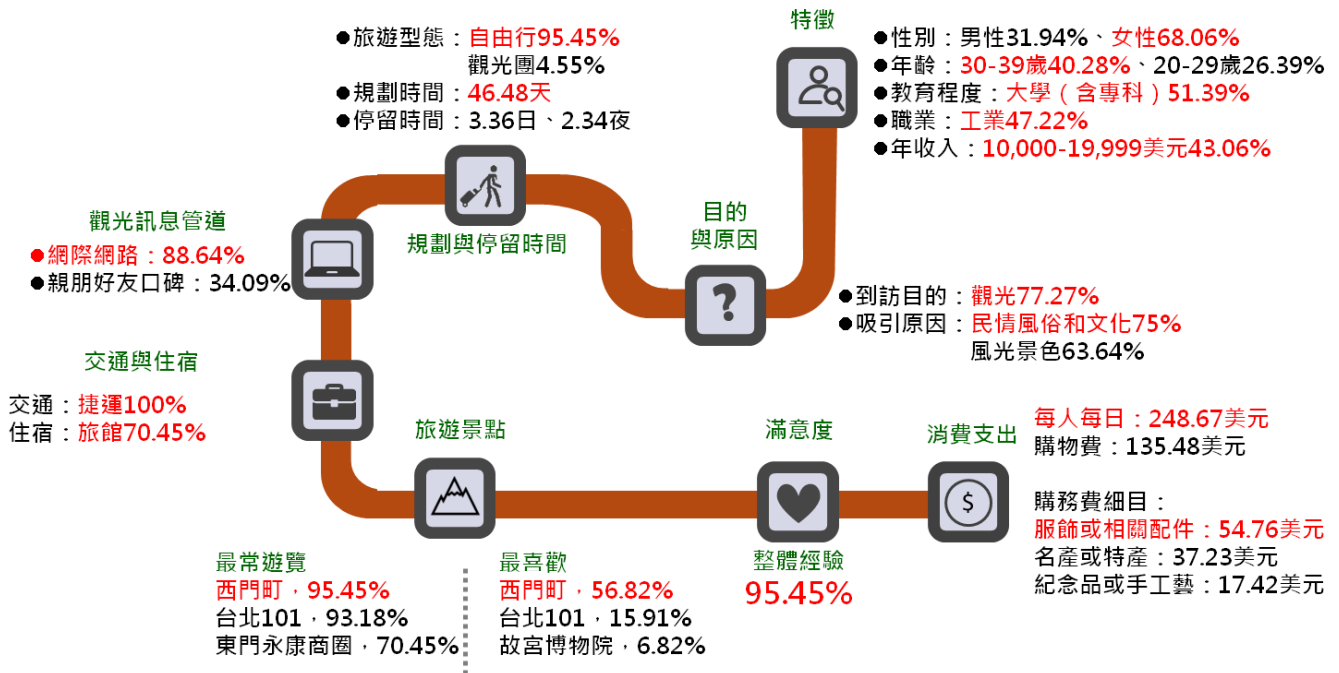


圖 4-5-1 108 年到訪臺北市印尼旅客摘要

(一) 基本特徵

以下分別就性別、年齡、教育程度、職業和年收入等基本特徵變項檢視 108 年受訪印尼旅客之特徵。

108 年整體印尼受訪旅客旅遊型態自由行占 95.45%，觀光團占 4.55%；性別以女性 (72.73%) 占比較高；年齡以 12-29 歲 (81.82%) 為多；教育程度以大學 (含專科) (97.73%) 較高；職業以服務業 (81.82%) 較高；年收入以 10,000-19,999 美元 (75%) 占比較高，詳參下表 4-5-1。

表 4-5-1 108 年到訪臺北市受訪印尼旅客基本特徵

項目	整體印尼旅客		觀光團印尼旅客		自由行印尼旅客	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	44	100.00%	2	100.00%	42	100.00%
性別						
男	12	27.27%	1	50.00%	11	26.19%
女	32	72.73%	1	50.00%	31	73.81%
年齡						
12-29 歲	36	81.82%	2	100.00%	34	80.95%
30-39 歲	7	15.91%	0	0.00%	7	16.67%
40-49 歲	1	2.27%	0	0.00%	1	2.38%
50-59 歲	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
60 歲及以上	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
教育程度						
中等教育及以下	1	2.27%	0	0.00%	1	2.38%
大學 (含專科)	43	97.73%	2	100.00%	41	97.62%
研究所及以上	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
職業						
農業	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
工業	2	4.55%	0	0.00%	2	4.76%
服務業	36	81.82%	0	0.00%	36	85.71%
家庭管理	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
學生	6	13.64%	2	100.00%	4	9.52%
退休人員	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
其他	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
年收入						
未滿 10,000 美元	5	11.36%	0	0.00%	5	11.90%
10,000-19,999 美元	33	75.00%	0	0.00%	33	78.57%
20,000-29,999 美元	1	2.27%	0	0.00%	1	2.38%
30,000-39,999 美元	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
40,000-49,999 美元	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
50,000-59,999 美元	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
60,000-69,999 美元	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
70,000-79,999 美元	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
80,000-89,999 美元	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
90,000-99,999 美元	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
100,000 美元及以上	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
無固定收入	4	9.09%	2	100.00%	2	4.76%
未回答	1	2.27%	0	0.00%	1	2.38%

資料來源：本研究整理。

註：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

(二) 旅遊決策

以下分別就規劃行程天數、主要目的、吸引原因、訊息管道和是否曾看過觀傳局網頁等變項檢視 108 年受訪印尼旅客之旅遊決策樣態。

108 年整體印尼受訪旅客規劃行程天數為 46.48 天；主要目的以觀光 (77.27%) 較多；被吸引到訪臺北市原因依序為民俗風情和文化 (75%)、風光景色 (63.64%) 和交通便利 (45.45%) 等；觀光訊息管道以網際網路 (88.64%) 較高，曾看過臺北旅遊網的比率为 0%，詳參下表 4-5-2。

表 4-5-2 108 年到訪臺北市受訪印尼旅客旅遊決策

項目	整體印尼旅客		觀光團印尼旅客		自由行印尼旅客	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	44	100.00%	2	100.00%	42	100.00%
出發前規劃行程天數	46.48 天		180 天		40.12 天	
來臺北市主要目的						
觀光	34	77.27%	0	0.00%	34	80.95%
商務	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
探親或訪友	7	15.91%	0	0.00%	7	16.67%
其他	3	6.82%	2	100.00%	1	2.38%
吸引到訪臺北市原因						
食物	11	25.00%	0	0.00%	11	26.19%
逛街購物	12	27.27%	0	0.00%	12	28.57%
風光景色	28	63.64%	1	50.00%	27	64.29%
交通便利	20	45.45%	1	50.00%	19	45.24%
民情風俗和文化	33	75.00%	0	0.00%	33	78.57%
氣候宜人	4	9.09%	0	0.00%	4	9.52%
夜間休閒活動	4	9.09%	1	50.00%	3	7.14%
遊憩場所	2	4.55%	0	0.00%	2	4.76%
歷史文物	3	6.82%	0	0.00%	3	7.14%
健康管理	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
治安良好	6	13.64%	1	50.00%	5	11.90%
藝文展演、節慶活動	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
商務旅遊	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
會議展覽活動	1	2.27%	1	50.00%	0	0.00%
距離居住地近	6	13.64%	0	0.00%	6	14.29%
其他吸引原因	5	11.36%	2	100.00%	3	7.14%
觀光訊息管道						
報章雜誌	6	13.64%	0	0.00%	6	14.63%
地鐵、巴士廣告燈箱	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
電視、電臺	2	4.55%	0	0.00%	2	4.88%
國際旅遊展覽	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
戶外廣告或看板	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
旅行社宣傳行程、摺頁	1	2.27%	0	0.00%	1	2.44%

項目	整體印尼旅客		觀光團印尼旅客		自由行印尼旅客	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
親朋好友的口碑宣傳	15	34.09%	1	50.00%	14	34.15%
網際網路	39	88.64%	2	100.00%	37	90.24%
是否曾看過觀傳局網頁						
是	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
否	43	100.00%	2	100.00%	41	100.00%

資料來源：本研究整理。

註 1：吸引到訪原因和觀光訊息管道為複選題。

註 2：有 1 人未使用網際網路。

註 3：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

(三) 旅遊動向

108 年印尼受訪旅客曾遊覽景點依序為西門町 (95.45%)、台北 101 (93.18%) 和東門永康商圈 (70.45%) 等；參加觀光團印尼旅客曾遊覽景點為西門町、台北 101、東門永康商圈、中正紀念堂 (皆為 100%) 等；自由行印尼旅客依序為西門町 (95.24%)、台北 101 (92.86%) 和故宮博物院 (73.81%) 等，詳參下表 4-5-3。

表 4-5-3 108 年到訪臺北市受訪印尼旅客曾遊覽景點

項目	整體印尼旅客		項目	觀光團印尼旅客		項目	自由行印尼旅客	
	人數	百分比		人數	百分比		人數	百分比
總計	44	100.00%	總計	2	100.00%	總計	42	100.00%
遊覽觀光景點 (前十)			遊覽觀光景點 (前十)			遊覽觀光景點 (前十)		
西門町	42	95.45%	西門町	2	100.00%	西門町	40	95.24%
台北 101	41	93.18%	台北 101	2	100.00%	台北 101	39	92.86%
東門永康商圈	31	70.45%	東門永康商圈	2	100.00%	故宮博物院	31	73.81%
故宮博物院	31	70.45%	中正紀念堂	2	100.00%	東門永康商圈	29	69.05%
中正紀念堂	23	52.27%				國父紀念館	22	52.38%
國父紀念館	22	50.00%				中正紀念堂	21	50.00%
信義商圈	15	34.09%				信義商圈	15	35.71%
大稻埕	3	6.82%				大稻埕	3	7.14%
貓空(含貓空纜車)	3	6.82%				貓空(含貓空纜車)	3	7.14%
北門	3	6.82%				北門	3	7.14%

資料來源：本研究整理。

註：本題為複選題。

108 年印尼受訪旅客最喜歡景點依序為西門町 (56.82%)、台北 101 (15.91%) 和故宮博物院 (6.82%) 等；參加觀光團印尼旅客依序為西門

町(50%)、中正紀念堂(50%); 自由行印尼旅客依序為西門町(57.14%)、台北 101 (16.67%) 和故宮博物院 (7.14%) 等，詳參下表 4-5-4。

表 4-5-4 108 年到訪臺北市受訪印尼旅客最喜歡景點

項目	整體印尼旅客		項目	觀光團印尼旅客		項目	自由行印尼旅客	
	人數	百分比		人數	百分比		人數	百分比
總計	44	100.00%	總計	2	100.00%	總計	42	100.00%
最喜歡景點 (前十)			最喜歡景點 (前十)			最喜歡景點 (前十)		
西門町	25	56.82%	西門町	1	50.00%	西門町	24	57.14%
台北 101	7	15.91%	中正紀念堂	1	50.00%	台北 101	7	16.67%
故宮博物院	3	6.82%				故宮博物院	3	7.14%
象山	2	4.55%				象山	2	4.76%
陽明山	1	2.27%				陽明山	1	2.38%
東門永康商圈	1	2.27%				東門永康商圈	1	2.38%
貓空 (含貓纜)	1	2.27%				貓空 (含貓纜)	1	2.38%
中正紀念堂	1	2.27%				捷運中山站街區	1	2.38%
捷運中山站街區	1	2.27%				無最喜歡景點	2	4.76%
無最喜歡景點	2	4.55%						

資料來源：本研究整理。

108 年整體印尼受訪旅客平均停留時間為 3.36 日、2.34 夜；交通工具以捷運 (100%) 使用經驗最高；住宿類型以旅館 (70.45%) 較多，詳參下表 4-5-5。

表 4-5-5 108 年到訪臺北市受訪印尼旅客旅遊動向

項目	整體印尼旅客		觀光團印尼旅客		自由行印尼旅客	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	44	100.00%	2	100.00%	42	100.00%
停留日夜數						
日數		3.36 日		5 日		3.29 日
夜數		2.34 夜		4 夜		2.26 夜
使用交通工具						
公車	32	72.73%	0	0.00%	32	76.19%
捷運	44	100.00%	2	100.00%	42	100.00%
單車	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
計程車	8	18.18%	2	100.00%	6	14.29%
機車	1	2.27%	0	0.00%	1	2.38%
遊覽車	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
雙層觀光巴士	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
其他	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
住宿類型						
無在臺北市住宿	1	2.27%	0	0.00%	1	2.38%
旅館	31	70.45%	2	100.00%	29	69.05%
青年旅館、活動中心	8	18.18%	0	0.00%	8	19.05%
親友家	3	6.82%	0	0.00%	3	7.14%

項目	整體印尼旅客		觀光團印尼旅客		自由行印尼旅客	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
宿舍	1	2.27%	0	0.00%	1	2.38%
租屋	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
寺廟、修道院或教會	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
其他	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%

資料來源：本研究整理。

註：使用交通工具和住宿類型為複選題。

(四) 消費支出

在消費支出部分，108 年受訪印尼旅客平均每人每日消費金額為 248.67 美元，其中以購物費消費金額 135.48 美元最高，其次為旅館外餐飲費的 47.02 美元；購物費消費細項中以服飾或相關配件(54.76%)為多，其次為名產或特產 (37.23%)，詳參下表 4-5-6。

表 4-5-6 108 年到訪臺北市受訪印尼旅客消費支出

項目	整體印尼旅客		觀光團印尼旅客		自由行印尼旅客	
	金額	結構比	金額	結構比	金額	結構比
每人每日消費金額	248.67	100.00%	257.79	100.00%	248.23	100.00%
旅館內支出費	47.02	18.91%	86.41	33.52%	45.10	18.17%
旅館外餐飲費	41.44	16.66%	41.25	16.00%	41.45	16.70%
在臺北市內交通費	12.65	5.09%	23.42	9.08%	12.13	4.89%
娛樂費	7.61	3.06%	2.56	0.99%	7.86	3.17%
雜費	4.47	1.80%	0.00	0.00%	4.69	1.89%
購物費	135.48	54.48%	104.16	40.41%	137.01	55.19%
服飾或相關配件	54.76	40.42%	0.00	0.00%	57.43	41.92%
珠寶或玉器	0.00	0.00%	0.00	0.00%	0.00	0.00%
紀念品或手工藝品	17.42	12.86%	7.95	7.63%	17.89	13.05%
化妝品或香水類	10.88	8.03%	31.50	30.24%	9.88	7.21%
名產或特產	37.23	27.48%	44.84	43.05%	36.86	26.90%
菸或酒類	0.67	0.50%	0.00	0.00%	0.71	0.52%
藥妝藥品或健康食品類	13.15	9.71%	0.00	0.00%	13.79	10.07%
電子或電器用品類	0.55	0.41%	11.92	11.44%	0.00	0.00%
茶葉	0.80	0.59%	7.95	7.63%	0.46	0.33%
其他	0.00	0.00%	0.00	0.00%	0.00	0.00%

資料來源：本研究整理。

註 1：扣除 2% 極端值後，進行消費金額估算，樣本數總計 43 人。

註 2：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

(五) 對臺北市印象與滿意度

108 年整體印尼受訪旅客對臺北市印象最好的項目依序為交通 (88.64%)、生活 (72.73%) 和文化 (52.27%)；整體旅遊經驗滿意度為 95.45%，再訪意願為 100%，詳參下表 4-5-7。

表 4-5-7 108 年到訪臺北市受訪印尼旅客對臺北市印象與滿意度

項目	整體印尼旅客		觀光團印尼旅客		自由行印尼旅客	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	44	100.00%	2	100.00%	42	100.00%
印象最好的項目						
美食	22	50.00%	0	0.00%	22	52.38%
娛樂	20	45.45%	2	100.00%	18	42.86%
生活	32	72.73%	2	100.00%	30	71.43%
友善環境	17	38.64%	2	100.00%	15	35.71%
文化	23	52.27%	1	50.00%	22	52.38%
交通	39	88.64%	0	0.00%	39	92.86%
滿意度						
整體經驗		95.45%		100.00%		95.24%
交通便利性		100.00%		100.00%		100.00%
住宿經驗		100.00%		100.00%		100.00%
消費經驗		97.73%		100.00%		97.62%
人員服務		90.91%		100.00%		90.48%
整體景點		93.18%		100.00%		92.86%
餐飲經驗		93.18%		100.00%		92.86%
是否會再度來臺北市						
是	44	100.00%	2	100.00%	42	100.00%
否	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%

資料來源：本研究整理。

註 1：印象最好的項目為複選題。

註 2：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

六、泰國旅客在臺北市之消費及動向

以下就 108 年受訪泰國旅客在臺北市之消費及動向進行分析，包括檢視旅客基本特徵、旅遊決策、旅遊動向、消費支出，以及印象與滿意度，摘要內容見下圖 4-6-1。

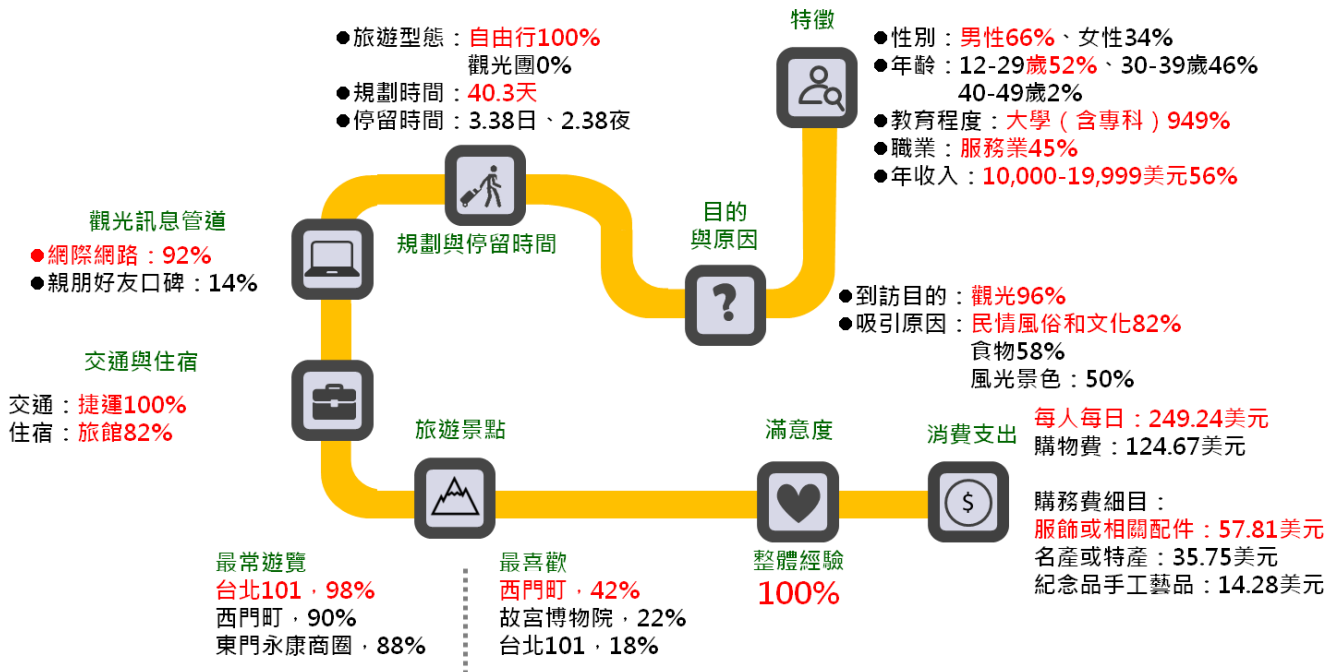


圖 4-6-1 108 年到訪臺北市泰國旅客摘要

(一) 基本特徵

以下分別就性別、年齡、教育程度、職業和年收入等基本特徵變項檢視 108 年受訪泰國旅客之特徵。另本次調查並無觀光團泰國旅客，故後續分析以自由行泰國旅客為主。

108 年自由行泰國受訪旅客性別以男性 (66%) 較高；年齡以 12-29 歲 (52%) 為多；教育程度以大學 (含專科) (94%) 較高；職業以服務業 (46%) 較高；年收入以 10,000-19,999 美元 (56%) 占比較高，詳參下表 4-6-1。

表 4-6-1 108 年到訪臺北市受訪泰國旅客基本特徵

項目	自由行泰國旅客	
	人數	百分比
總計	50	100.00%
性別		
男	33	66.00%
女	17	34.00%
年齡		
12-29 歲	26	52.00%
30-39 歲	23	46.00%
40-49 歲	1	2.00%
50-59 歲	0	0.00%
60 歲及以上	0	0.00%
教育程度		
中等教育及以下	3	6.00%
大學 (含專科)	47	94.00%
研究所及以上	0	0.00%
職業		
農業	0	0.00%
工業	19	38.00%
服務業	23	46.00%
家庭管理	0	0.00%
學生	6	12.00%
退休人員	0	0.00%
其他	2	4.00%
年收入		
未滿 10,000 美元	7	14.00%
10,000-19,999 美元	28	56.00%
20,000-29,999 美元	5	10.00%
30,000-39,999 美元	0	0.00%
40,000-49,999 美元	0	0.00%
50,000-59,999 美元	0	0.00%
60,000-69,999 美元	0	0.00%
70,000-79,999 美元	0	0.00%
80,000-89,999 美元	0	0.00%
90,000-99,999 美元	0	0.00%
100,000 美元及以上	0	0.00%
無固定收入	7	14.00%
未回答	3	6.00%

資料來源：本研究整理。

註 1：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

註 2：本次受訪泰國旅客均為自由行。

(二) 旅遊決策

以下分別就規劃行程天數、主要目的、吸引原因、訊息管道和是否曾看過觀傳局網頁等變項檢視 108 年受訪泰國旅客之旅遊決策樣態。

108 年自由行泰國受訪旅客平均規劃行程天數為 40.3 天；主要目的以觀光目的 (96%) 為多；被吸引到訪臺北市原因依序為民情風俗和文化 (82%)、食物 (58%) 和風光景色 (50%) 等；觀光訊息管道以網際網路 (95.83%) 較高，曾看過臺北旅遊網的比率為 8.33%，詳參下表 4-6-2。

表 4-6-2 108 年到訪臺北市受訪泰國旅客旅遊決策

項目	自由行泰國旅客	
	人數	百分比
總計	50	100.00%
出發前規劃行程天數		40.30 天
來臺北市主要目的		
觀光	48	96.00%
商務	0	0.00%
探親或訪友	2	4.00%
其他	0	0.00%
吸引到訪臺北市原因		
食物	29	58.00%
逛街購物	9	18.00%
風光景色	25	50.00%
交通便利	14	28.00%
民情風俗和文化	41	82.00%
氣候宜人	3	6.00%
夜間休閒活動	3	6.00%
遊憩場所	4	8.00%
歷史文物	5	10.00%
健康管理	0	0.00%
治安良好	9	18.00%
藝文展演、節慶活動	0	0.00%
商務旅遊	0	0.00%
會議展覽活動	0	0.00%
距離居住地近	5	10.00%
其他吸引原因	1	2.00%
觀光訊息管道		
報章雜誌	5	10.42%
地鐵、巴士廣告燈箱	0	0.00%
電視、電臺	1	2.08%
國際旅遊展覽	0	0.00%
戶外廣告或看板	0	0.00%
旅行社宣傳行程、摺頁	0	0.00%

項目	自由行泰國旅客	
	人數	百分比
親朋好友的口碑宣傳	7	14.58%
網際網路	46	95.83%
是否曾看過觀傳局網頁		
是	4	8.33%
否	44	91.67%

資料來源：本研究整理。

註 1：吸引到訪原因和觀光訊息管道為複選題。

註 2：有 2 人未使用網際網路。

註 3：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

註 4：本次受訪泰國旅客均為自由行。

(三) 旅遊動向

108 年自由行泰國受訪旅客曾遊覽景點依序為台北 101 (98%)、西門町 (90%) 和東門永康商圈 (88%) 等，詳參下表 4-6-3。

表 4-6-3 108 年到訪臺北市受訪泰國旅客曾遊覽景點

項目	自由行泰國旅客	
	人數	百分比
總計	50	100.00%
遊覽觀光景點 (前十)		
台北 101	49	98.00%
西門町	45	90.00%
東門永康商圈	44	88.00%
故宮博物院	42	84.00%
中正紀念堂	37	74.00%
國父紀念館	36	72.00%
信義商圈	23	46.00%
龍山寺	9	18.00%
貓空 (含貓空纜車)	6	12.00%
陽明山	6	12.00%

資料來源：本研究整理。

註 1：本題為複選題。

註 2：本次受訪泰國旅客均為自由行。

108 年自由行泰國受訪旅客最喜歡景點依序為西門町 (42%)、故宮博物院 (22%) 和台北 101 (18%) 等，詳參下表 4-6-4。

表 4-6-4 108 年到訪臺北市受訪泰國旅客最喜歡景點

項目	自由行泰國旅客	
	人數	百分比
總計	50	100.00%
最喜歡景點 (前十)		
西門町	21	42.00%
故宮博物院	11	22.00%
台北 101	9	18.00%
陽明山	1	2.00%
貓空 (含貓纜)	1	2.00%
大稻埕	1	2.00%
北投溫泉區	1	2.00%
無最喜歡景點	5	10.00%

資料來源：本研究整理。

註：本次受訪泰國旅客均為自由行。

108 年自由行泰國受訪旅客平均停留時間為 3.38 日、2.38 夜；交通工具以捷運 (50%) 為主；住宿類型以旅館 (82%) 為主，詳參下表 4-6-5。

表 4-6-5 108 年到訪臺北市受訪泰國旅客旅遊動向

項目	自由行泰國旅客	
	人數	百分比
總計	50	100.00%
停留日夜數		
日數		3.38 日
夜數		2.38 夜
使用交通工具		
公車	33	66.00%
捷運	50	100.00%
單車	1	2.00%
計程車	18	36.00%
機車	0	0.00%
遊覽車	0	0.00%
雙層觀光巴士	3	6.00%
其他	2	4.00%
住宿類型		
無在臺北市住宿	0	0.00%
旅館	41	82.00%
青年旅館、活動中心	7	14.00%
親友家	2	4.00%
宿舍	0	0.00%
租屋	0	0.00%
寺廟、修道院或教會	0	0.00%
其他	0	0.00%

資料來源：本研究整理。

註 1：使用交通工具和住宿類型為複選題。

註 2：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

註 3：本次受訪泰國旅客均為自由行。

(四) 消費支出

在消費支出部分，108 年自由行泰國受訪旅客平均每人每日消費金額為 249.24 美元，其中以購物費消費金額 124.67 美元最高，其次為旅館內支出費的 53.89 美元；購物費消費細項中以服飾或相關配件 (46.37%) 為多，其次為名產或特產 (28.68%)，詳參下表 4-6-6。

表 4-6-6 108 年到訪臺北市受訪泰國旅客消費支出

項目	自由行泰國旅客	
	金額	結構比
每人每日消費金額	249.24	100.00%
旅館內支出費	<u>53.89</u>	<u>21.62%</u>
旅館外餐飲費	<u>43.34</u>	<u>17.39%</u>
在臺北市內交通費	14.43	5.79%
娛樂費	8.39	3.37%
雜費	4.51	1.81%
購物費	124.67	50.02%
服飾或相關配件	57.81	46.37%
珠寶或玉器	0.51	0.41%
紀念品或手工藝品	<u>14.28</u>	<u>11.45%</u>
化妝品或香水類	6.82	5.47%
名產或特產	<u>35.75</u>	<u>28.68%</u>
菸或酒類	2.55	2.05%
藥妝藥品或健康食品類	3.91	3.14%
電子或電器用品類	2.77	2.22%
茶葉	0.27	0.22%
其他	0.00	0.00%

資料來源：本研究整理。

註 1：扣除 2% 極端值後，進行消費金額估算，樣本數總計 49 人。

註 2：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

註 3：本次受訪泰國旅客均為自由行。

(五) 對臺北市印象與滿意度

108 年自由行泰國受訪旅客對臺北市印象最好的項目依序為交通 (92%)、美食 (88%) 和娛樂 (70%)；整體旅遊經驗滿意度為 100%，再訪意願為 100%，詳參下表 4-6-7。

表 4-6-7 108 年到訪臺北市受訪泰國旅客對臺北市印象與滿意度

項目	自由行泰國旅客	
	人數	百分比
總計	50	100.00%
印象最好的項目		
美食	44	88.00%
娛樂	35	70.00%
生活	32	64.00%
友善環境	16	32.00%
文化	25	50.00%
交通	46	92.00%
滿意度		
整體經驗		100.00%
交通便利性		100.00%
住宿經驗		100.00%
消費經驗		98.00%
人員服務		92.00%
整體景點		96.00%
餐飲經驗		98.00%
是否會再度來臺北市		
是	50	100.00%
否	0	0.00%

資料來源：本研究整理。

註 1：印象最好的項目為複選題。

註 2：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

註 3：本次受訪泰國旅客均為自由行。

七、菲律賓旅客在臺北市之消費及動向

以下就 108 年受訪菲律賓旅客在臺北市之消費及動向進行分析，包括檢視旅客基本特徵、旅遊決策、旅遊動向、消費支出，以及印象與滿意度，摘要內容見下圖 4-7-1。

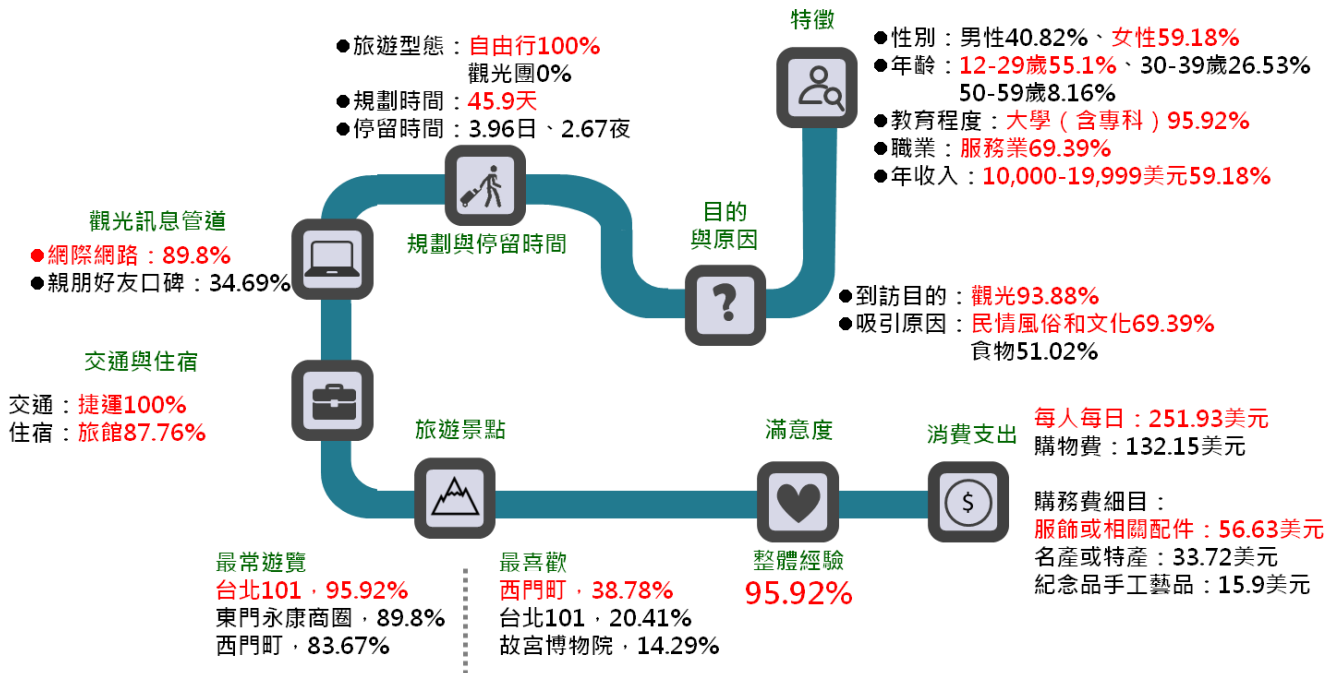


圖 4-7-1 108 年到訪臺北市菲律賓旅客摘要

(一) 基本特徵

以下分別就性別、年齡、教育程度、職業和年收入等基本特徵變項檢視 108 年受訪菲律賓旅客之特徵。另本次調查並無觀光團菲律賓旅客，故後續分析以自由行菲律賓旅客為主。

108 年自由行菲律賓受訪旅客性別以女性 (59.18%) 為多；年齡以 12-29 歲 (55.1%) 為多；教育程度以大學 (含專科) (95.92%) 為主；職業以服務業 (69.39%) 為多；年收入以 10,000-19,999 美元 (59.18%) 為多，詳參下表 4-7-1。

表 4-7-1 108 年到訪臺北市受訪菲律賓旅客基本特徵

項目	自由行菲律賓旅客	
	人數	百分比
總計	49	100.00%
性別		
男	20	40.82%
女	29	59.18%
年齡		
12-29 歲	27	55.10%
30-39 歲	13	26.53%
40-49 歲	2	4.08%
50-59 歲	4	8.16%
60 歲及以上	3	6.12%
教育程度		
中等教育及以下	2	4.08%
大學 (含專科)	47	95.92%
研究所及以上	0	0.00%
職業		
農業	0	0.00%
工業	8	16.33%
服務業	34	69.39%
家庭管理	2	4.08%
學生	4	8.16%
退休人員	1	2.04%
其他	0	0.00%
年收入		
未滿 10,000 美元	4	8.16%
10,000-19,999 美元	29	59.18%
20,000-29,999 美元	8	16.33%
30,000-39,999 美元	1	2.04%
40,000-49,999 美元	0	0.00%
50,000-59,999 美元	0	0.00%
60,000-69,999 美元	0	0.00%
70,000-79,999 美元	0	0.00%
80,000-89,999 美元	0	0.00%
90,000-99,999 美元	0	0.00%
100,000 美元及以上	0	0.00%
無固定收入	7	14.29%
未回答	0	0.00%

資料來源：本研究整理。

註 1：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

註 2：本次受訪菲律賓旅客均為自由行。

(二) 旅遊決策

以下分別就規劃行程天數、主要目的、吸引原因、訊息管道和是否曾看過觀傳局網頁等變項檢視 108 年受訪菲律賓旅客之旅遊決策樣態。

108 年自由行菲律賓受訪旅客規劃行程天數為 45.9 天；主要目的以觀光目的 (93.88%) 為多；被吸引到訪臺北市原因依序為民情風俗與文化 (69.39%)、食物 (51.02%) 和風光景色 (46.94%) 等；觀光訊息管道以網際網路 (95.65%) 為多，曾看過臺北旅遊網的比率为 2.17%，詳參下表 4-7-2。

表 4-7-2 108 年到訪臺北市受訪菲律賓旅客旅遊決策

項目	自由行菲律賓旅客	
	人數	百分比
總計	49	100.00%
出發前規劃行程天數		45.90 天
來臺北市主要目的		
觀光	46	93.88%
商務	0	0.00%
探親或訪友	2	4.08%
其他	1	2.04%
吸引到訪臺北市原因		
食物	25	51.02%
逛街購物	13	26.53%
風光景色	23	46.94%
交通便利	15	30.61%
民情風俗和文化	34	69.39%
氣候宜人	2	4.08%
夜間休閒活動	6	12.24%
遊憩場所	1	2.04%
歷史文物	3	6.12%
健康管理	2	4.08%
治安良好	13	26.53%
藝文展演、節慶活動	0	0.00%
商務旅遊	0	0.00%
會議展覽活動	0	0.00%
距離居住地近	6	12.24%
其他吸引原因	3	6.12%
觀光訊息管道		
報章雜誌	7	15.22%
地鐵、巴士廣告燈箱	0	0.00%
電視、電臺	2	4.35%
國際旅遊展覽	0	0.00%
戶外廣告或看板	0	0.00%

項目	自由行菲律賓旅客	
	人數	百分比
旅行社宣傳行程、摺頁	6	13.04%
親朋好友的口碑宣傳	17	36.96%
網際網路	44	95.65%
是否曾看過觀傳局網頁		
是	1	2.17%
否	45	97.83%

資料來源：本研究整理。

註 1：吸引到訪原因和觀光訊息管道為複選題。

註 2：有 3 人未使用網際網路。

註 3：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

註 4：本次受訪菲律賓旅客均為自由行。

(三) 旅遊動向

108 年自由行菲律賓受訪旅客曾遊覽景點依序為台北 101(95.92%)、東門永康商圈 (89.8%) 和西門町 (83.67%) 等，詳參下表 4-7-3。

表 4-7-3 108 年到訪臺北市受訪菲律賓旅客曾遊覽景點

項目	自由行菲律賓旅客	
	人數	百分比
總計	49	100.00%
遊覽觀光景點 (前十)		
台北 101	47	95.92%
東門永康商圈	44	89.80%
西門町	41	83.67%
故宮博物院	34	69.39%
中正紀念堂	20	40.82%
信義商圈	19	38.78%
國父紀念館	18	36.73%
大稻埕	9	18.37%
龍山寺	6	12.24%
陽明山	5	10.20%

資料來源：本研究整理。

註 1：本題為複選題。

註 2：本次受訪菲律賓旅客均為自由行。

108 年自由行菲律賓受訪旅客最喜歡景點依序為西門町 (38.78%)、台北 101 (20.41%) 和故宮博物院 (14.29%) 等，詳參下表 4-7-4。

表 4-7-4 108 年到訪臺北市受訪菲律賓旅客最喜歡景點

項目	自由行菲律賓旅客	
	人數	百分比
總計	49	100.00%
最喜歡景點 (前十)		
西門町	19	38.78%
台北 101	10	20.41%
故宮博物院	7	14.29%
大稻埕	2	4.08%
東門永康商圈	2	4.08%
信義商圈	2	4.08%
象山	1	2.04%
無最喜歡景點	6	12.24%

資料來源：本研究整理。

註：本次受訪菲律賓旅客均為自由行。

108 年自由行菲律賓受訪旅客平均停留時間為 3.96 日、2.67 夜；交通工具以捷運 (100%) 為主；住宿類型以旅館 (87.76%) 為主，詳參下表 4-7-5。

表 4-7-5 108 年到訪臺北市受訪菲律賓旅客旅遊動向

項目	自由行菲律賓旅客	
	人數	百分比
總計	49	100.00%
停留日夜數		
日數		3.96 日
夜數		2.67 夜
使用交通工具		
公車	33	67.35%
捷運	49	100.00%
單車	1	2.04%
計程車	21	42.86%
機車	0	0.00%
遊覽車	0	0.00%
雙層觀光巴士	0	0.00%
其他	2	4.08%
住宿類型		
無在臺北市住宿	1	2.04%
旅館	43	87.76%
青年旅館、活動中心	3	6.12%
親友家	2	4.08%
宿舍	0	0.00%
租屋	0	0.00%
寺廟、修道院或教會	0	0.00%
其他	0	0.00%

資料來源：本研究整理。

註 1：使用交通工具和住宿類型為複選題。

註 2：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

註 3：本次受訪菲律賓旅客均為自由行。

(四) 消費支出

在消費支出部分，108 年自由行菲律賓受訪旅客平均每人每日消費金額為 251.93 美元，其中以購物費消費金額 132.15 美元最高，其次為旅館內支出費的 49.08 美元；購物費消費細項中以服飾或相關配件（42.85%）為多，其次為名產或特產（25.51%），詳參下表 4-7-6。

表 4-7-6 108 年到訪臺北市受訪菲律賓旅客消費支出

項目	自由行菲律賓旅客	
	金額	結構比
每人每日消費金額	251.93	100.00%
旅館內支出費	49.08	19.48%
旅館外餐飲費	40.86	16.22%
在臺北市內交通費	12.07	4.79%
娛樂費	13.01	5.17%
雜費	4.75	1.89%
購物費	132.15	52.45%
服飾或相關配件	56.63	42.85%
珠寶或玉器	2.62	1.98%
紀念品或手工藝品	15.90	12.03%
化妝品或香水類	12.02	9.10%
名產或特產	33.72	25.51%
菸或酒類	3.55	2.69%
藥妝藥品或健康食品類	4.69	3.55%
電子或電器用品類	0.25	0.19%
茶葉	2.77	2.10%
其他	0.00	0.00%

資料來源：本研究整理。

註 1：扣除 2% 極端值後，進行消費金額估算，樣本數總計 47 人。

註 2：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

註 3：本次受訪菲律賓旅客均為自由行。

(五) 對臺北市印象與滿意度

108 年自由行菲律賓受訪旅客對臺北市印象最好的項目依序為交通 (77.55%)、美食 (73.47%) 和生活 (69.39%)；整體旅遊經驗滿意度為 95.92%，再訪意願為 100%，詳參下表 4-7-7。

表 4-7-7 108 年到訪臺北市受訪菲律賓旅客對臺北市印象與滿意度

項目	自由行菲律賓旅客	
	人數	百分比
總計	49	100.00%
印象最好的項目		
美食	36	73.47%
娛樂	25	51.02%
生活	34	69.39%
友善環境	20	40.82%
文化	22	44.90%
交通	38	77.55%
滿意度		
整體經驗		95.92%
交通便利性		100.00%
住宿經驗		93.48%
消費經驗		93.88%
人員服務		93.88%
整體景點		91.84%
餐飲經驗		95.92%
是否會再度來臺北市		
是	49	100.00%
否	0	0.00%

資料來源：本研究整理。

註 1：印象最好的項目為複選題。

註 2：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

註 3：本次受訪菲律賓旅客均為自由行。

八、穆斯林旅客在臺北市之消費及動向

以下就 108 年受訪穆斯林旅客在臺北市之消費及動向進行分析，包括檢視旅客基本特徵、旅遊決策、旅遊動向、消費支出，以及印象與滿意度，摘要內容見下圖 4-8-1。

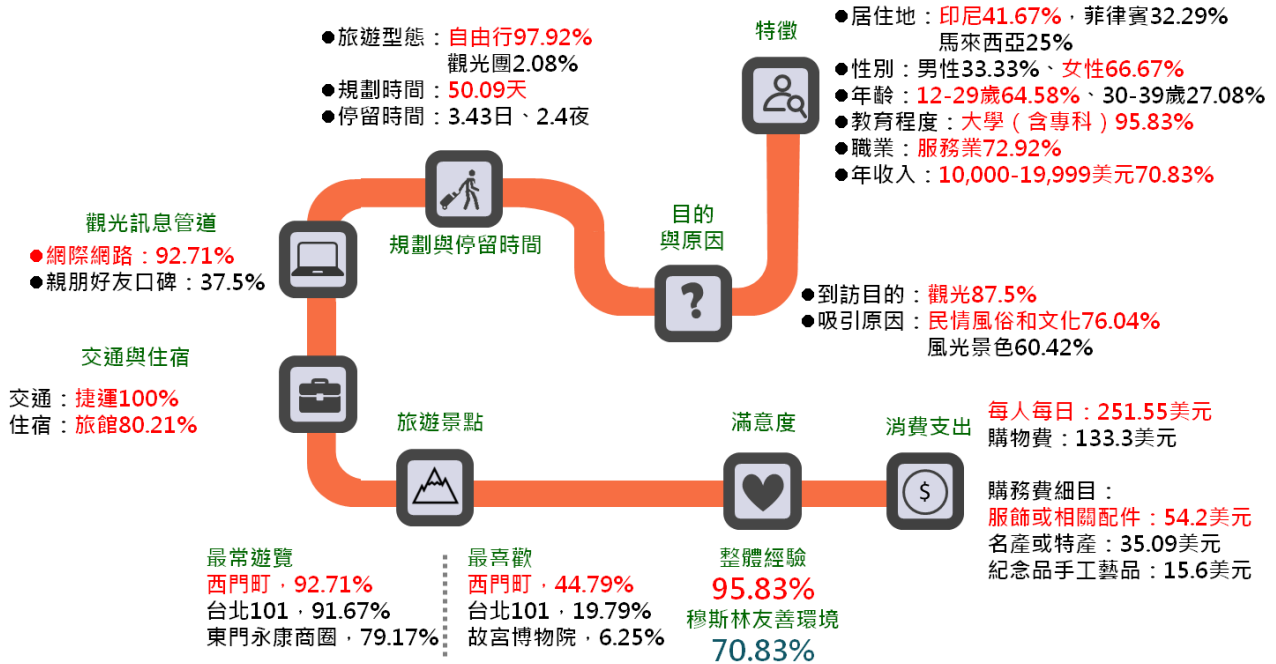


圖 4-8-1 108 年到訪臺北市穆斯林旅客摘要

(一) 基本特徵

以下分別就旅遊型態、居住地、性別、年齡、教育程度、職業和年收入等基本特徵變項檢視 108 年受訪穆斯林旅客之特徵。

108 年整體穆斯林受訪旅客旅遊型態自由行占 97.92%，團客占 2.08%；居住地以印尼 (41.67%)、菲律賓 (32.29%) 和馬來西亞 (25%) 旅客為主；性別以女性 (66.67%) 占比較高；年齡以 12-29 歲 (64.58%) 和 30-39 歲 (27.08%) 為多；教育程度以大學 (含專科) (95.83%) 為主；職業以服務業 (72.92%) 為多；年收入以 10,000-19,999 美元 (70.83%) 為多，詳參下表 4-8-1。

表 4-8-1 108 年到訪臺北市受訪穆斯林旅客基本特徵

項目	整體穆斯林旅客		團體穆斯林旅客		自由行穆斯林旅客	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	96	100.00%	2	100.00%	94	100.00%
居住地						
日本	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
大陸	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
香港澳門	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
韓國	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
新加坡	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
馬來西亞	24	25.00%	0	0.00%	24	25.53%
菲律賓	31	32.29%	0	0.00%	31	32.98%
泰國	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
越南	1	1.04%	0	0.00%	1	1.06%
印尼	40	41.67%	2	100.00%	38	40.43%
美國	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
加拿大	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
歐洲	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
紐澳	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
其他	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
性別						
男性	32	33.33%	1	50.00%	31	32.98%
女性	64	66.67%	1	50.00%	63	67.02%
年齡						
12-29 歲	62	64.58%	2	100.00%	60	63.83%
30-39 歲	26	27.08%	0	0.00%	26	27.66%
40-49 歲	3	3.13%	0	0.00%	3	3.19%
50-59 歲	4	4.17%	0	0.00%	4	4.26%
60 歲及以上	1	1.04%	0	0.00%	1	1.06%
教育程度						
中等教育及以下	4	4.17%	0	0.00%	4	4.26%
大學 (含專科)	92	95.83%	2	100.00%	90	95.74%
研究所及以上	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
職業						
農業	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
工業	15	15.63%	0	0.00%	15	15.96%
服務業	70	72.92%	0	0.00%	70	74.47%
家庭管理	2	2.08%	0	0.00%	2	2.13%
學生	8	8.33%	2	100.00%	6	6.38%
退休人員	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
其他	1	1.04%	0	0.00%	1	1.06%

項目	整體穆斯林旅客		團體穆斯林旅客		自由行穆斯林旅客	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
年收入						
未滿 10,000 美元	8	8.33%	0	0.00%	8	8.51%
10,000-19,999 美元	68	70.83%	0	0.00%	68	72.34%
20,000-29,999 美元	9	9.38%	0	0.00%	9	9.57%
30,000-39,999 美元	1	1.04%	0	0.00%	1	1.06%
40,000-49,999 美元	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
50,000-59,999 美元	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
60,000-69,999 美元	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
70,000-79,999 美元	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
80,000-89,999 美元	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
90,000-99,999 美元	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
100,000 美元及以上	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
無固定收入	9	9.38%	2	100.00%	7	7.45%
未回答	1	1.04%	0	0.00%	1	1.06%

資料來源：本研究整理。

註：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

(二) 旅遊決策

以下分別就規劃行程天數、主要目的、吸引原因、訊息管道和是否曾看過觀傳局網頁等變項檢視 108 年受訪穆斯林旅客之旅遊決策樣態。

108 年整體穆斯林受訪旅客平均規劃行程天數為 50.09 天；主要目的以觀光目的 (87.5%) 為多；被吸引到訪臺北市原因依序為民情風俗與文化 (76.04%)、風光景色 (60.42%) 和交通便利 (36.46%) 等；觀光訊息管道以網際網路 (92.71%) 為多，曾看過臺北旅遊網的比率为 2.13%，詳參下表 4-8-2。

表 4-8-2 108 年到訪臺北市受訪穆斯林旅客旅遊決策

項目	整體穆斯林旅客		團體穆斯林旅客		自由行穆斯林旅客	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	96	100.00%	2	100.00%	94	100.00%
出發前規劃行程天數	50.09 天		180 天		47.33 天	
來臺北市主要目的						
觀光	84	87.50%	0	0.00%	84	89.36%
商務	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
探親或訪友	9	9.38%	0	0.00%	9	9.57%
其他	3	3.13%	2	100.00%	1	1.06%
吸引到訪臺北市原因						
食物	26	27.08%	0	0.00%	26	27.66%
逛街購物	31	32.29%	0	0.00%	31	32.98%
風光景色	58	60.42%	1	50.00%	57	60.64%
交通便利	35	36.46%	1	50.00%	34	36.17%
民情風俗和文化	73	76.04%	0	0.00%	73	77.66%
氣候宜人	7	7.29%	0	0.00%	7	7.45%
夜間休閒活動	13	13.54%	1	50.00%	12	12.77%

項目	整體穆斯林旅客		團體穆斯林旅客		自由行穆斯林旅客	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
遊憩場所	4	4.17%	0	0.00%	4	4.26%
歷史文物	10	10.42%	0	0.00%	10	10.64%
健康管理	1	1.04%	0	0.00%	1	1.06%
治安良好	19	19.79%	<u>1</u>	<u>50.00%</u>	18	19.15%
藝文展演、節慶活動	1	1.04%	0	0.00%	1	1.06%
商務旅遊	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
會議展覽活動	1	1.04%	<u>1</u>	<u>50.00%</u>	0	0.00%
距離居住地近	10	10.42%	0	0.00%	10	10.64%
其他吸引原因	6	6.25%	2	100.00%	4	4.26%
觀光訊息管道						
報章雜誌	13	13.54%	0	0.00%	13	14.13%
地鐵、巴士廣告燈箱	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
電視、電臺	5	5.21%	0	0.00%	5	5.43%
國際旅遊展覽	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
戶外廣告或看板	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
旅行社宣傳行程、摺頁	<u>16</u>	<u>16.67%</u>	0	0.00%	<u>16</u>	<u>17.39%</u>
親朋好友的口碑宣傳	<u>36</u>	<u>37.50%</u>	<u>1</u>	<u>50.00%</u>	<u>35</u>	<u>38.04%</u>
網際網路	89	92.71%	2	100.00%	87	94.57%
是否曾看過觀傳局網頁						
是	2	2.13%	0	0.00%	2	2.17%
否	92	97.87%	2	100.00%	90	97.83%

資料來源：本研究整理。

註 1：吸引到訪原因和觀光訊息管道為複選題。

註 2：有 4 人未使用網際網路。

註 3：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

(三) 旅遊動向

108 年整體穆斯林受訪旅客曾遊覽景點依序為西門町 (92.71%)、台北 101 (91.67%) 和東門永康商圈 (79.17%) 等，詳參下表 4-8-3。

表 4-8-3 108 年到訪臺北市受訪穆斯林旅客曾遊覽景點

項目	整體穆斯林旅客		項目	團體穆斯林旅客		項目	自由行穆斯林旅客	
	人數	百分比		人數	百分比		人數	百分比
總計	96	100.00%	總計	2	100.00%	總計	94	100.00%
遊覽觀光景點 (前十)			遊覽觀光景點 (前十)			遊覽觀光景點 (前十)		
西門町	89	92.71%	台北 101	2	100.00%	西門町	87	92.55%
台北 101	88	91.67%	東門永康商圈	2	100.00%	台北 101	86	91.49%
東門永康商圈	76	79.17%	西門町	2	100.00%	東門永康商圈	74	78.72%
故宮博物院	64	66.67%	中正紀念堂	2	100.00%	故宮博物院	64	68.09%
中正紀念堂	40	41.67%				中正紀念堂	38	40.43%
國父紀念館	38	39.58%				國父紀念館	38	40.43%
信義商圈	35	36.46%				信義商圈	35	37.23%
大稻埕	20	20.83%				大稻埕	20	21.28%
北門	12	12.50%				北門	12	12.77%
貓空 (含貓纜)	9	9.38%				貓空 (含貓纜)	9	9.57%

資料來源：本研究整理。

註：本題為複選題。

108 年整體穆斯林受訪旅客最喜歡景點依序為西門町 (44.79%)、台北 101 (19.79%)、故宮博物院 (6.25%)、陽明山 (4.17%) 等，詳參下表 4-8-4。

表 4-8-4 108 年到訪臺北市受訪穆斯林旅客最喜歡景點

項目	整體穆斯林旅客		項目	團體穆斯林旅客		項目	自由行穆斯林旅客	
	人數	百分比		人數	百分比		人數	百分比
總計	96	100.00%	總計	2	100.00%	總計	94	100.00%
最喜歡景點 (前十)			最喜歡景點 (前十)			最喜歡景點 (前十)		
西門町	43	44.79%	西門町	1	50.00%	西門町	42	44.68%
台北 101	19	19.79%	中正紀念堂	1	50.00%	台北 101	19	20.21%
故宮博物院	6	6.25%				故宮博物院	6	6.38%
陽明山	4	4.17%				陽明山	4	4.26%
東門永康商圈	3	3.13%				東門永康商圈	3	3.19%
大稻埕	3	3.13%				大稻埕	3	3.19%
貓空 (含貓纜)	3	3.13%				貓空 (含貓纜)	3	3.19%
象山	3	3.13%				象山	3	3.19%
信義商圈	2	2.08%				信義商圈	2	2.13%
士林官邸	1	1.04%				士林官邸	1	1.06%

資料來源：本研究整理。

108 年整體穆斯林受訪旅客平均停留時間為 3.43 日、2.4 夜；交通工具以捷運(100%)為主；住宿類型以旅館(80.21%)為主，詳參下表 4-8-5。

表 4-8-5 108 年到訪臺北市受訪穆斯林旅客旅遊動向

項目	整體穆斯林旅客		團體穆斯林旅客		自由行穆斯林旅客	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	96	100.00%	2	100.00%	94	100.00%
停留日夜數						
日數		3.43 日		5 日		3.39 日
夜數		2.40 夜		4 夜		2.36 夜
使用交通工具						
公車	71	73.96%	0	0.00%	71	75.53%
捷運	96	100.00%	2	100.00%	94	100.00%
單車	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
計程車	31	32.29%	2	100.00%	29	30.85%
機車	1	1.04%	0	0.00%	1	1.06%
遊覽車	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
雙層觀光巴士	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
其他	1	1.04%	0	0.00%	1	1.06%
住宿類型						
無在臺北市住宿	3	3.13%	0	0.00%	3	3.19%
旅館	77	80.21%	2	100.00%	75	79.79%
青年旅館、活動中心	11	11.46%	0	0.00%	11	11.70%
親友家	4	4.17%	0	0.00%	4	4.26%
宿舍	1	1.04%	0	0.00%	1	1.06%
租屋	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
寺廟、修道院或教會	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
其他	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%

資料來源：本研究整理。

註 1：使用交通工具和住宿類型為複選題。

註 2：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

(四) 消費支出

在消費支出部分，108 年整體穆斯林受訪旅客平均每人每日消費金額為 251.55 美元，其中以購物費消費金額 133.3 美元最高，其次為旅館內支出費的 47.13 美元；在購物費消費細項中以服飾或相關配件 (40.66%) 為多，其次為名產或特產 (26.32%)，詳參下表 4-8-6。

表 4-8-6 108 年到訪臺北市受訪穆斯林旅客消費支出

項目	整體穆斯林旅客		團體穆斯林旅客		自由行穆斯林旅客	
	金額	結構比	金額	結構比	金額	結構比
每人每日消費金額	251.55	100.00%	257.79	100.00%	251.41	100.00%
旅館內支出費	47.13	18.73%	86.41	33.52%	46.28	18.41%
旅館外餐飲費	42.20	16.78%	41.25	16.00%	42.22	16.79%
在臺北市內交通費	12.36	4.91%	23.42	9.08%	12.12	4.82%
娛樂費	10.90	4.33%	2.56	0.99%	11.08	4.41%
雜費	5.67	2.25%	0.00	0.00%	5.79	2.30%
購物費	133.30	52.99%	104.16	40.41%	133.93	53.27%
服飾或相關配件	54.20	40.66%	0.00	0.00%	55.36	41.34%
珠寶或玉器	0.64	0.48%	0.00	0.00%	0.65	0.48%
紀念品或手工藝品	15.60	11.70%	7.95	7.63%	15.76	11.77%
化妝品或香水類	13.09	9.82%	31.50	30.24%	12.70	9.48%
名產或特產	35.09	26.32%	44.84	43.05%	34.88	26.04%
菸或酒類	2.50	1.87%	0.00	0.00%	2.55	1.91%
藥妝藥品或健康食品類	10.19	7.64%	0.00	0.00%	10.41	7.77%
電子或電器用品類	0.38	0.28%	11.92	11.44%	0.13	0.09%
茶葉	1.63	1.22%	7.95	7.63%	1.49	1.11%
其他	0.00	0.00%	0.00	0.00%	0.00	0.00%

資料來源：本研究整理。

註 1：扣除 2% 極端值後，進行消費金額估算，樣本數總計 95 人。

註 2：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

(五) 對臺北市印象與滿意度

108 年整體穆斯林受訪旅客對臺北市印象最好的項目依序為生活 (76.04%)、交通 (76.04%)、文化 (56.25%) 和美食 (52.08%)；整體旅遊經驗滿意度為 95.83%，再訪意願為 100%，詳參下表 4-8-7。

表 4-8-7 108 年到訪臺北市受訪穆斯林旅客對臺北市印象與滿意度

項目	整體穆斯林旅客		團體穆斯林旅客		自由行穆斯林旅客	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	96	100.00%	2	100.00%	94	100.00%
印象最好的項目						
美食	<u>50</u>	<u>52.08%</u>	0	0.00%	50	53.19%
娛樂	40	41.67%	2	100.00%	38	40.43%
生活	73	76.04%	2	100.00%	<u>71</u>	<u>75.53%</u>
友善環境	44	45.83%	2	100.00%	42	44.68%
文化	<u>54</u>	<u>56.25%</u>	<u>1</u>	<u>50.00%</u>	<u>53</u>	<u>56.38%</u>
交通	73	76.04%	0	0.00%	73	77.66%
滿意度						
整體經驗		<u>95.83%</u>		100.00%		<u>95.74%</u>
交通便利性		100.00%		100.00%		100.00%
住宿經驗		88.54%		100.00%		88.30%
消費經驗		<u>95.83%</u>		100.00%		<u>95.74%</u>
人員服務		<u>92.71%</u>		100.00%		<u>92.55%</u>
整體景點		<u>95.83%</u>		100.00%		<u>95.74%</u>
餐飲經驗		<u>95.83%</u>		100.00%		<u>95.74%</u>
是否會再度來臺北市						
是	96	100.00%	2	100.00%	94	100.00%
否	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%

資料來源：本研究整理。

註：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

(六) 穆斯林友善環境

108 年整體穆斯林受訪旅客對臺北市穆斯林友善環境的整體滿意度狀況，滿意度為 70.83%，普通占 27.08%，不滿意占 2.09%。就細項指標而言，「旅途中有提供乾淨適當的廁所與清潔設施」、「語言溝通上沒有困難」及「旅途中遇到的人民對穆斯林態度友善」三項指標同意度皆在 7 成以上，「容易透過網路搜尋到臺北市清真旅遊的相關資訊」、「旅途中可以找到清真食品或餐廳」及「旅途規劃時可以找到對穆斯林友善的旅館或住宿地點」滿意的比率在 5 成以上，其餘指標評價則以普通的占比較高，詳參下表 4-8-8。

表 4-8-8 108 年到訪臺北市受訪穆斯林旅客對臺北市穆斯林友善環境滿意度

單位：人數、百分比

項目	總計	滿意度			普通	不滿意度		
		合計	非常滿意	滿意		不滿意	非常不滿意	合計
旅遊景點有提供穆斯林旅遊指南	96	30	0	30	57	9	0	9
	100.00%	31.25%	0.00%	31.25%	59.38%	9.38%	0.00%	9.38%
旅途中有提供乾淨適當的廁所與清潔設施	96	77	36	41	18	1	0	1
	100.00%	80.21%	37.50%	42.71%	18.75%	1.04%	0.00%	1.04%
旅途中有提供穆斯林祈禱室	96	33	1	32	50	13	0	13
	100.00%	34.38%	1.04%	33.33%	52.08%	13.54%	0.00%	13.54%
旅途中可以找到清真食品或餐廳	96	53	2	51	37	6	0	6
	100.00%	55.21%	2.08%	53.13%	38.54%	6.25%	0.00%	6.25%
旅途規劃時可以找到對穆斯林友善的旅館或住宿地點	96	53	3	50	40	3	0	3
	100.00%	55.21%	3.13%	52.08%	41.67%	3.13%	0.00%	3.13%
語言溝通上沒有困難	96	70	3	67	24	2	0	2
	100.00%	72.92%	3.13%	69.79%	25.00%	2.08%	0.00%	2.08%
容易透過網路搜尋到臺北市清真旅遊的相關資訊	96	65	17	48	29	2	0	2
	100.00%	67.71%	17.71%	50.00%	30.21%	2.08%	0.00%	2.08%
旅途中遇到的人民對穆斯林態度友善	96	70	8	62	26	0	0	0
	100.00%	72.92%	8.33%	64.58%	27.08%	0.00%	0.00%	0.00%
對臺北市穆斯林友善環境的感受	96	68	0	68	26	2	0	2
	100.00%	70.83%	0.00%	70.83%	27.08%	2.09%	0.00%	2.08%

資料來源：本研究整理。

註：滿意人數為「非常滿意」和「滿意」的人數合計。

九、不同性別旅客在臺北市之消費及動向

以下就 108 年受訪不同性別旅客在臺北市之消費及動向進行分析，包括檢視旅客基本特徵、旅遊決策、旅遊動向、消費支出，以及印象與滿意度，摘要內容見下圖 4-9-1 及 4-9-2。

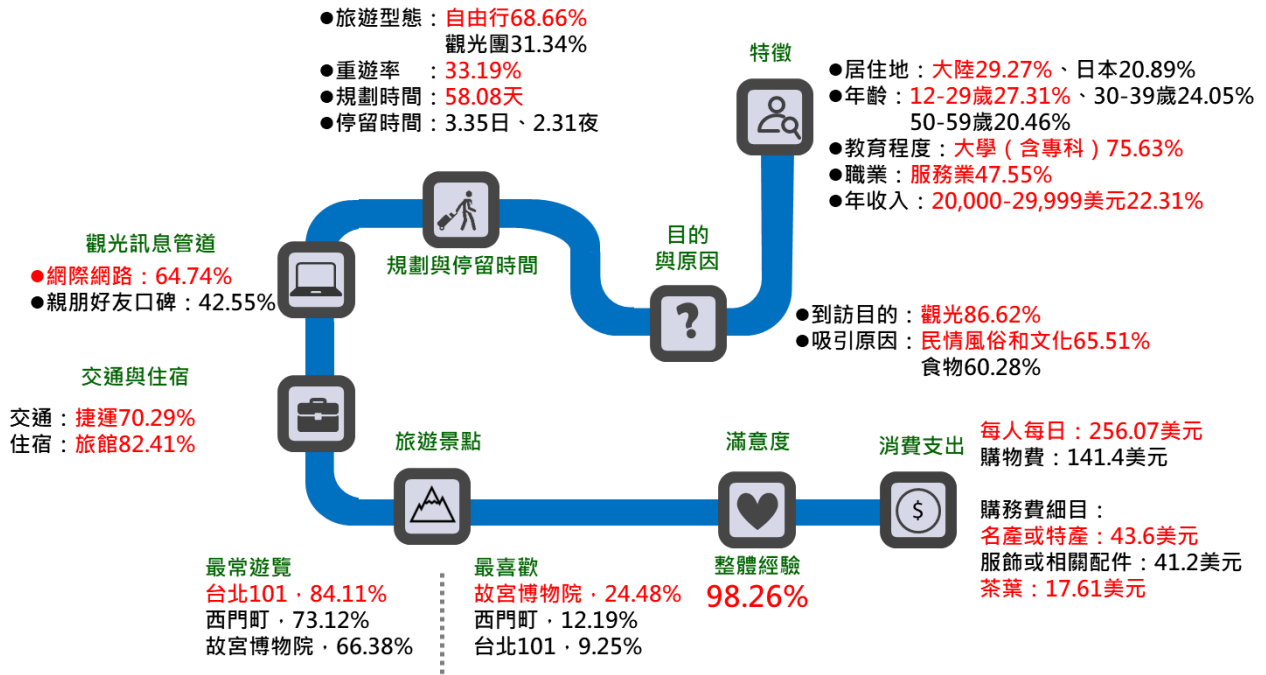


圖 4-9-1 108 年到訪臺北市男性旅客摘要

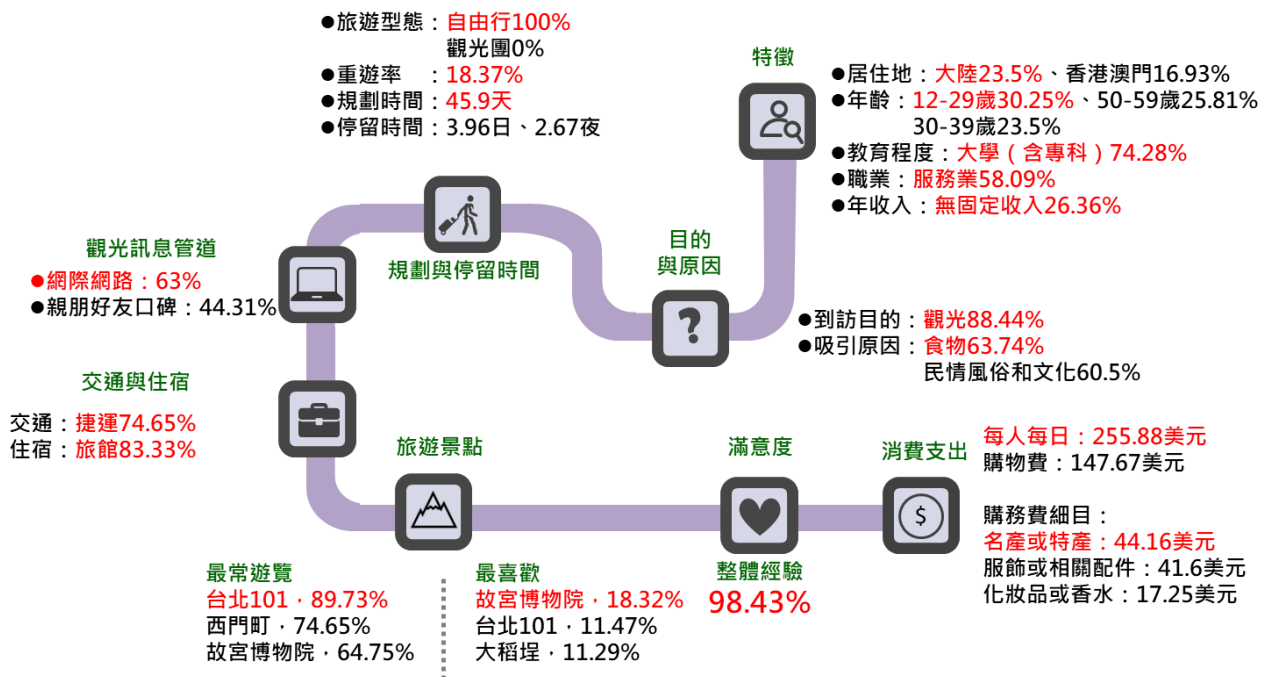


圖 4-9-2 108 年到訪臺北市女性旅客摘要

(一) 基本特徵

就各月份性別分布狀況而言，108 年 1 至 12 月均以女性占比較高。

表 4-9-1 108 年到訪臺北市受訪旅客月份分布-依性別分

月份	總計		男性		女性	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
1 月	155	100.00%	67	43.23%	88	56.77%
2 月	138	100.00%	65	47.10%	73	52.90%
3 月	177	100.00%	82	46.33%	95	53.67%
4 月	174	100.00%	84	48.28%	90	51.72%
5 月	154	100.00%	69	44.81%	85	55.19%
6 月	155	100.00%	72	46.45%	83	53.55%
7 月	152	100.00%	69	45.39%	83	54.61%
8 月	172	100.00%	77	44.77%	95	55.23%
9 月	148	100.00%	66	44.59%	82	55.41%
10 月	176	100.00%	84	47.73%	92	52.27%
11 月	189	100.00%	91	48.15%	98	51.85%
12 月	210	100.00%	93	44.29%	117	55.71%

以下分別就年齡、教育程度、職業和年收入等基本特徵變項檢視 108 年受訪不同性別旅客之特徵。

108 年到訪臺北市受訪男性旅客居住地以大陸 (29.27%) 最高；年齡以 12-29 歲 (27.31%) 為多；教育程度以大學 (含專科) (75.63%) 較高；職業以服務業 (47.55%) 較高；年收入以 20,000-29,999 美元 (22.31%) 占比較高。

到訪臺北市受訪女性旅客居住地以大陸 (23.5%) 最高；年齡以 12-29 歲 (30.25%) 為多；教育程度以大學 (含專科) (74.28%) 較高；職業以服務業 (58.09%) 較高；年收入以無固定收入 (26.36%) 占比較高。詳參下表 4-9-2。

表 4-9-2 108 年到訪臺北市受訪旅客基本特徵-依性別分

項目	全體		男性		女性	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	2,000	100.00%	919	100.00%	1,081	100.00%
居住地						
日本	369	18.45%	192	20.89%	177	16.37%
大陸	523	26.15%	269	29.27%	254	23.50%
香港澳門	320	16.00%	137	14.91%	183	16.93%
韓國	224	11.20%	80	8.71%	144	13.32%
新加坡	70	3.50%	36	3.92%	34	3.15%
馬來西亞	78	3.90%	33	3.59%	45	4.16%
菲律賓	49	2.45%	20	2.18%	29	2.68%
泰國	50	2.50%	33	3.59%	17	1.57%
越南	52	2.60%	19	2.07%	33	3.05%
印尼	44	2.20%	12	1.31%	32	2.96%
美國	93	4.65%	35	3.81%	58	5.37%
加拿大	30	1.50%	15	1.63%	15	1.39%
歐洲	55	2.75%	18	1.96%	37	3.42%
紐澳	30	1.50%	13	1.41%	17	1.57%
其他	13	0.65%	7	0.76%	6	0.56%
年齡						
12-29 歲	578	28.90%	251	27.31%	327	30.25%
30-39 歲	475	23.75%	221	24.05%	254	23.50%
40-49 歲	282	14.10%	128	13.93%	154	14.25%
50-59 歲	467	23.35%	188	20.46%	279	25.81%
60 歲及以上	198	9.90%	131	14.25%	67	6.20%
教育程度						
中等教育及以下	424	21.20%	169	18.39%	255	23.59%
大學 (含專科)	1498	74.90%	695	75.63%	803	74.28%
研究所及以上	78	3.90%	55	5.98%	23	2.13%
職業						
農業	26	1.30%	19	2.07%	7	0.65%

項目	全體		男性		女性	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
工業	327	16.35%	253	27.53%	74	6.85%
服務業	1065	53.25%	437	47.55%	628	58.09%
家庭管理	231	11.55%	0	0.00%	231	21.37%
學生	184	9.20%	79	8.60%	105	9.71%
退休人員	147	7.35%	122	13.28%	25	2.31%
其他	20	1.00%	9	0.98%	11	1.02%
年收入						
未滿 10,000 美元	129	6.45%	55	5.98%	74	6.85%
10,000-19,999 美元	350	17.50%	170	18.50%	180	16.65%
20,000-29,999 美元	407	20.35%	205	22.31%	202	18.69%
30,000-39,999 美元	394	19.70%	191	20.78%	203	18.78%
40,000-49,999 美元	138	6.90%	82	8.92%	56	5.18%
50,000-59,999 美元	47	2.35%	31	3.37%	16	1.48%
60,000-69,999 美元	9	0.45%	7	0.76%	2	0.19%
70,000-79,999 美元	3	0.15%	0	0.00%	3	0.28%
80,000-89,999 美元	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
90,000-99,999 美元	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
100,000 美元及以上	2	0.10%	2	0.22%	0	0.00%
無固定收入	401	20.05%	116	12.62%	285	26.36%
未回答	120	6.00%	60	6.53%	60	5.55%

資料來源：本研究整理。

註：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

(二) 旅遊決策

以下分別就規劃行程天數、主要目的、重遊率、旅遊型態、吸引原因、訊息管道和是否曾看過觀傳局網頁等變項檢視 108 年受訪不同性別旅客之旅遊決策樣態。

108 年到訪臺北市受訪男性旅客規劃行程天數為 58.08 天；主要目的以觀光 (86.62%) 較多；旅遊型態以自由行 (66.81%) 為主；被吸引到訪臺北市原因依序為民俗風情和文化 (65.51%)、食物 (60.28%) 和風光景色 (40.37%) 等；觀光訊息管道以網際網路 (64.74%) 較高，曾看過臺北旅遊網的比率為 6.86%。

受訪女性旅客規劃行程天數為 59.04 天；主要目的以觀光 (88.44%) 較多；近三年重遊者占 37%；旅遊型態以自由行 (72.71%) 為主；被吸引到訪臺北市原因依序為食物 (63.74%)、民情風俗和文化 (60.5%) 和風光景色 (43.11%) 等；觀光訊息管道以網際網路 (63%) 較高，曾看過臺北旅遊網的比率為 7.59%。詳參下表 4-9-3。

表 4-9-3 108 年到訪臺北市受訪旅客旅遊決策-依性別分

項目	全體		男性		女性	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	2,000	100.00%	919	100.00%	1,081	100.00%
出發前規劃行程天數	58.60 天		58.08 天		59.04 天	
來臺北市主要目的						
觀光	1,752	87.60%	796	86.62%	956	88.44%
商務	82	4.10%	47	5.11%	35	3.24%
探親或訪友	159	7.95%	72	7.83%	87	8.05%
其他	7	0.35%	4	0.44%	3	0.28%
旅遊型態						
團體	583	29.15%	288	31.34%	295	27.29%
自由行	1,417	70.85%	631	68.66%	786	72.71%
吸引到訪臺北市原因						
食物	1,243	62.15%	554	60.28%	689	63.74%
逛街購物	603	30.15%	203	22.09%	400	37.00%
風光景色	837	41.85%	371	40.37%	466	43.11%
交通便利	633	31.65%	298	32.43%	335	30.99%
民情風俗和文化	1,256	62.80%	602	65.51%	654	60.50%
氣候宜人	222	11.10%	95	10.34%	127	11.75%
夜間休閒活動	160	8.00%	72	7.83%	88	8.14%
遊憩場所	84	4.20%	37	4.03%	47	4.35%
歷史文物	350	17.50%	190	20.67%	160	14.80%
健康管理	18	0.90%	7	0.76%	11	1.02%
治安良好	467	23.35%	206	22.42%	261	24.14%
藝文展演、節慶活動	36	1.80%	18	1.96%	18	1.67%
商務旅遊	82	4.10%	47	5.11%	35	3.24%
會議展覽活動	7	0.35%	3	0.33%	4	0.37%
距離居住地近	433	21.65%	193	21.00%	240	22.20%
其他吸引原因	99	4.95%	41	4.46%	58	5.37%
觀光訊息管道						
報章雜誌	222	11.10%	102	11.10%	120	11.10%
地鐵、巴士廣告燈箱	22	1.10%	9	0.98%	13	1.20%
電視、電臺	386	19.30%	180	19.59%	206	19.06%
國際旅遊展覽	22	1.10%	10	1.09%	12	1.11%
戶外廣告或看板	46	2.30%	20	2.18%	26	2.41%
旅行社宣傳行程、摺頁	331	16.55%	148	16.10%	183	16.93%
親朋好友的口碑宣傳	870	43.50%	391	42.55%	479	44.31%
網際網路	1,276	63.80%	595	64.74%	681	63.00%
是否曾看過觀傳局網頁						
是	145	7.25%	63	6.86%	82	7.59%
否	1,447	72.35%	671	73.01%	776	71.79%

資料來源：本研究整理。

註 1：吸引到訪原因和觀光訊息管道為複選題。

註 2：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

(三) 旅遊動向

108 年到訪臺北市受訪男性旅客曾遊覽景點依序為台北 101(84.11%)、西門町 (73.12%) 和故宮博物院 (66.38%) 等；女性旅客曾遊覽景點依序為台北 101 (89.73%)、西門町 (74.65%) 和故宮博物院 (64.75%) 等，詳參下表 4-9-4。

表 4-9-4 108 年到訪臺北市受訪旅客曾遊覽景點-依性別分

項目	全體			男性			女性		
	遊覽景點	人次	百分比	遊覽景點	人次	百分比	遊覽景點	人次	百分比
前十名遊覽景點	台北 101	1,743	87.15%	台北 101	773	84.11%	台北 101	970	89.73%
	西門町	1,479	73.95%	西門町	672	73.12%	西門町	807	74.65%
	故宮博物院	1,310	65.50%	故宮博物院	610	66.38%	故宮博物院	700	64.75%
	東門永康商圈	1,253	62.65%	東門永康商圈	559	60.83%	東門永康商圈	694	64.20%
	信義商圈	974	48.70%	信義商圈	421	45.81%	信義商圈	553	51.16%
	中正紀念堂	778	38.90%	中正紀念堂	375	40.81%	中正紀念堂	403	37.28%
	國父紀念館	737	36.85%	國父紀念館	358	38.96%	國父紀念館	379	35.06%
	大稻埕	490	24.50%	大稻埕	223	24.27%	大稻埕	267	24.70%
	士林官邸	413	20.65%	士林官邸	205	22.31%	士林官邸	208	19.24%
	陽明山	334	16.70%	陽明山	156	16.97%	陽明山	178	16.47%

資料來源：本研究整理。

註：本題為複選題。

108 年到訪臺北市受訪男性旅客最喜歡景點依序為故宮博物院 (24.48%)、西門町 (12.19%) 和台北 101 (9.25%) 等；女性旅客依序為故宮博物院 (18.32%)、台北 101 (11.47%) 和大稻埕 (11.29%) 等，詳參下表 4-9-5。

表 4-9-5 108 年到訪臺北市受訪旅客最喜歡景點-依性別分

項目	全體			男性			女性		
	喜歡景點	人次	百分比	喜歡景點	人次	百分比	喜歡景點	人次	百分比
前十名最喜歡景點	故宮博物院	423	21.15%	故宮博物院	225	24.48%	故宮博物院	198	18.32%
	西門町	229	11.45%	西門町	112	12.19%	台北 101	124	11.47%
	台北 101	209	10.45%	台北 101	85	9.25%	大稻埕	122	11.29%
	大稻埕	201	10.05%	大稻埕	79	8.60%	西門町	117	10.82%
	信義商圈	130	6.50%	信義商圈	56	6.09%	信義商圈	74	6.85%
	東門永康商圈	107	5.35%	東門永康商圈	51	5.55%	東門永康商圈	56	5.18%
	貓空 (含貓纜)	89	4.45%	貓空 (含貓纜)	49	5.33%	貓空 (含貓纜)	40	3.70%
	北投溫泉區	75	3.75%	北投溫泉區	42	4.57%	北投溫泉區	33	3.05%
	陽明山	50	2.50%	陽明山	19	2.07%	陽明山	31	2.87%
	象山	31	1.55%	象山	17	1.85%	士林官邸	24	2.22%

資料來源：本研究整理。

108 年到訪臺北市受訪男性旅客平均停留時間為 3.35 日、2.31 夜；交通工具以捷運(70.29%)使用經驗最高；住宿類型以旅館(82.41%)為主。受訪女性旅客平均停留時間為 3.54 日、2.49 夜；交通工具以捷運(74.65%)使用經驗最高；住宿類型以旅館(83.33%)為主，詳參下表 4-9-6。

表 4-9-6 108 年到訪臺北市受訪旅客旅遊動向-依性別分

項目	全體		男性		女性	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	2,000	100.00%	919	100.00%	1,081	100.00%
停留日夜數						
日數		3.45 日		3.35 日		3.54 日
夜數		2.41 夜		2.31 夜		2.49 夜
使用交通工具						
公車	<u>542</u>	<u>27.10%</u>	247	26.88%	<u>295</u>	<u>27.29%</u>
捷運	1,453	72.65%	646	70.29%	807	74.65%
單車	33	1.65%	23	2.50%	10	0.93%
計程車	<u>1,108</u>	<u>55.40%</u>	<u>491</u>	<u>53.43%</u>	<u>617</u>	<u>57.08%</u>
機車	8	0.40%	1	0.11%	7	0.65%
遊覽車	514	25.70%	<u>252</u>	<u>27.42%</u>	262	24.24%
雙層觀光巴士	34	1.70%	19	2.07%	15	1.39%
其他	116	5.80%	61	6.64%	55	5.09%
住宿類型						
無在臺北市住宿	52	2.60%	21	2.29%	31	2.87%
旅館	1,615	82.91%	740	82.41%	875	83.33%
青年旅館、活動中心	<u>140</u>	<u>7.19%</u>	<u>68</u>	<u>7.57%</u>	<u>72</u>	<u>6.86%</u>
親友家	<u>162</u>	<u>8.32%</u>	<u>69</u>	<u>7.68%</u>	<u>93</u>	<u>8.86%</u>
宿舍	19	0.98%	12	1.34%	7	0.67%
租屋	2	0.10%	0	0.00%	2	0.19%
寺廟、修道院或教會	2	0.10%	1	0.11%	1	0.10%
其他	15	0.77%	9	1.00%	6	0.57%

資料來源：本研究整理。

註：使用交通工具和住宿類型為複選題。

(四) 消費支出

在消費支出部分，108 年到訪臺北市受訪男性旅客平均每人每日消費金額為 256.07 美元，其中以購物費消費金額 141.4 美元最高，其次為旅館外餐飲費的 22.24 美元；購物費消費細項中以名產或特產（43.6 美元）為多，其次為服飾或相關配件（41.2 美元）。到訪臺北市受訪女性旅客平均每人每日消費金額為 255.88 美元，其中以購物費消費金額 147.67 美元最高，其次為旅館外餐飲費的 33.41 美元；購物費消費細項中以名產或特產（44.16 美元）為多，其次為服飾或相關配件（41.6 美元）。詳參下表 4-9-7。

表 4-9-7 108 年到訪臺北市受訪旅客消費支出-依性別分

項目	全體		男性		女性	
	金額	結構比	金額	結構比	金額	結構比
每人每日消費金額	255.97	100.00%	256.07	100.00%	255.88	100.00%
旅館內支出費	55.02	21.49%	56.96	22.24%	53.38	20.86%
旅館外餐飲費	33.55	13.11%	33.71	13.16%	33.41	13.06%
在臺北市內交通費	8.33	3.25%	8.42	3.29%	8.25	3.23%
娛樂費	8.41	3.29%	8.73	3.41%	8.14	3.18%
雜費	5.86	2.29%	6.85	2.67%	5.03	1.97%
購物費	144.80	56.57%	141.40	55.22%	147.67	57.71%
服飾或相關配件	41.41	28.60%	41.20	29.14%	41.60	28.17%
珠寶或玉器	1.09	0.75%	0.99	0.70%	1.18	0.80%
紀念品或手工藝品	15.44	10.66%	13.73	9.71%	16.88	11.43%
化妝品或香水類	11.17	7.72%	3.98	2.82%	17.25	11.68%
名產或特產	43.91	30.32%	43.60	30.84%	44.16	29.91%
菸或酒類	8.29	5.73%	13.34	9.44%	4.02	2.72%
藥妝藥品或健康食品類	7.20	4.97%	4.52	3.19%	9.47	6.41%
電子或電器用品類	1.17	0.81%	2.14	1.51%	0.36	0.24%
茶葉	14.83	10.24%	17.61	12.46%	12.48	8.45%
其他	0.28	0.19%	0.28	0.20%	0.28	0.19%

資料來源：本研究整理。

註 1：扣除 2% 極端值後，估算消費金額，樣本數總計 1,960 人，其中男性有 898 人，女性有 1,062 人。

註 2：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

(五) 對臺北市印象與滿意度

108 年到訪臺北市受訪男性旅客對臺北市印象最好的項目依序為美食 (73.56%)、生活 (62.24%) 和友善環境 (58.76%)；整體旅遊經驗滿意度為 98.26%，再訪意願為 99.89%。

受訪女性旅客對臺北市印象最好的項目依序為美食 (74.65%)、生活 (66.79%) 和交通 (61.89%)；整體旅遊經驗滿意度為 98.43%，再訪意願為 99.63%。詳參下表 4-9-8。

表 4-9-8 108 年到訪臺北市受訪旅客對臺北市印象與滿意度-依性別分

項目	全體		男性		女性	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
總計	2,000	100.00%	919	100.00%	1,081	100.00%
印象最好的項目						
美食	1,483	74.15%	676	73.56%	807	74.65%
娛樂	1,065	53.25%	482	52.45%	583	53.93%
生活	1,294	64.70%	572	62.24%	722	66.79%
友善環境	1,160	58.00%	540	58.76%	620	57.35%
文化	1,028	51.40%	508	55.28%	520	48.10%
交通	1,187	59.35%	518	56.37%	669	61.89%
滿意度						
整體經驗		98.35%		98.26%		98.43%
交通便利性		99.25%		99.67%		98.89%
住宿經驗		94.91%		94.23%		95.49%
消費經驗		96.20%		95.76%		96.58%
人員服務		95.00%		94.99%		95.00%
整體景點		94.15%		93.91%		94.36%
餐飲經驗		97.30%		96.52%		97.96%
是否會再度來臺北市						
是	1,995	99.75%	918	99.89%	1,077	99.63%
否	5	0.25%	1	0.11%	4	0.37%

資料來源：本研究整理。

註 1：印象最好的項目為複選題。

註 2：數值為粗體灰底色者表示排序第一，數值為粗體加底線者表示排序第二及第三。

(六) 性別交叉分析

由下表 4-9-9 可知，108 年受訪旅客性別與年齡、主要目的、旅遊型態、初訪及重遊樣態、主要市場等變數的交叉分析結果，其中年齡、旅遊型態及主要市場在性別分布上有顯著差異，顯著水準 $p < 0.05$ 。

就年齡而言，女性除在 60 歲及以上占比較低外，其餘占比皆高於男性；就旅遊型態而言，自由行的女性占比明顯較高；就主要市場而言，印尼、歐

洲、韓國、越南、美國、菲律賓、馬來西亞、香港澳門與紐澳等主要市場的女性占比明顯較高，男性明顯較多的市場則包括泰國、其他國家等。

表 4-9-9 108 年到訪臺北市受訪旅客特徵與性別交叉分析

單位：人數；百分比

項目	樣本數	男性		女性	
		人數	百分比	人數	百分比
總計	2,000	919	45.95%	1,081	54.05%
年齡***					
12-29 歲	578	251	43.43%	327	56.57%
30-39 歲	475	221	46.53%	254	53.47%
40-49 歲	282	128	45.39%	154	54.61%
50-59 歲	467	188	40.26%	279	59.74%
60 歲及以上	198	131	66.16%	67	33.84%
主要目的					
觀光	1,752	796	45.43%	956	54.57%
商務	82	47	57.32%	35	42.68%
探親或訪友	159	72	45.28%	87	54.72%
其他	7	4	57.14%	3	42.86%
旅遊型態*					
團客	583	288	49.40%	295	50.60%
自由行	1,417	631	44.53%	786	55.47%
初訪及重遊					
初次來臺北市	1,295	614	47.41%	681	52.59%
近三年重遊	705	305	43.26%	400	56.74%
主要市場***					
日本	369	192	52.03%	177	47.97%
大陸	523	269	51.43%	254	48.57%
香港澳門	320	137	42.81%	183	57.19%
韓國	224	80	35.71%	144	64.29%
新加坡	70	36	51.43%	34	48.57%
馬來西亞	78	33	42.31%	45	57.69%
菲律賓	49	20	40.82%	29	59.18%
泰國	50	33	66.00%	17	34.00%
越南	52	19	36.54%	33	63.46%
印尼	44	12	27.27%	32	72.73%
美國	93	35	37.63%	58	62.37%
加拿大	30	15	50.00%	15	50.00%
歐洲	55	18	32.73%	37	67.27%
紐澳	30	13	43.33%	17	56.67%
其他	13	7	53.85%	6	46.15%

註：經卡方檢定 (Chi-Square)，*表示 $p < 0.05$ ；**表示 $p < 0.01$ ；***表示 $p < 0.001$ 。

伍、到訪臺北市旅客開放式意見整理

針對 108 年受訪旅客開放式意見，以下就旅客對臺北市滿意的面向分為景點因素、文化因素、美食因素與生活機能。其中以景點因素為最多旅客感到滿意的面向，占整體旅客的 37.4%；其次為文化因素，占 30.1%；第三為美食因素，占 17.4%；第四為生活機能因素，占 13.5%，整理結果見表 5-1-1。

表 5-1-1 108 年到訪臺北市受訪旅客對臺北市感到滿意因素的開放式意見整理

名次	原因	人次	百分比
1	景點因素 包括：風景優美、跨年煙火、自然風光、溫泉、花季、夕陽、夜景、纜車等	748	37.40%
2	文化因素 包括：多元、文化內涵、文物保存完善、新舊融合、廟宇/歷史建築、藝術、街頭藝人、人文等	602	30.10%
3	美食因素 包括：食物/小吃多樣、價格合理、美味、乾淨、牛肉麵、珍珠奶茶、小籠包等	348	17.40%
4	生活機能 包括：購物方便、很多地方可以逛、東西便宜、服務品質佳、多樣化、交通便利等	270	13.50%

資料來源：本研究整理。

陸、結論

一、到訪臺北市旅客基本特徵資料

(一)108 年到訪臺北市受訪旅客比率約 87.83%，推估達 10,420,243 人次，居住地以大陸、日本、香港澳門、韓國為主，共占 71.8%。

1.108 年來臺旅客到訪臺北市比率為 87.83%，交通部觀光局公務統計來臺人次為 11,864,105 人次，推估到訪臺北市人次為 10,420,243 人次。

2.在居住地部分，108 年 2,000 位到訪臺北市受訪旅客中，以大陸旅客人數最多，占 26.15%；其次為日本，占 18.45%；第三為香港澳門旅客，占 16%，第四為韓國旅客，占 11.2%。

(二)108 年到訪臺北市旅客以觀光為主要目的者占 87.6%，性別以女性較多，年齡層以 20-29 歲最多，年收入以 20,000-29,999 美元最多。

1.在 2,000 份有效樣本中，108 年旅客來臺北市主要目的以觀光為主要目的者最多，占 87.6%；其次為探親或訪友，占 7.95%

2.108 年到訪臺北市旅客中，女性受訪者占 54.05%，高於男性。受訪者年齡分布以 20-29 歲最多，占 28.55%。年收入以介於 20,000-29,999 美元之間者最多，占 20.35%。

二、到訪臺北市旅客旅遊決策

(一)108 年到訪臺北市旅客平均規劃行程時間為 58.6 日，近三年重遊旅客占 35.25%，利用線上旅行社 (OTA) 比率為 40.8%，旅遊前取得臺北市資訊來源管道和旅途中查找資訊管道均以網路為主。

1.108 年到訪臺北市旅客近 3 年來臺北市次數平均為 2.63 次，標準誤為 0.05 次，近 3 年重遊旅客占 35.25%，旅遊型態以自由行為主，占 70.85%。

2.108 年到訪臺北市旅客出發前規劃行程所花時間平均為 58.6 日。

3.108 年共有 1,592 位受訪者在到訪臺北市前曾看過臺北市的觀光宣傳廣告或旅遊報導，占 79.6%。就曾看過的旅客而言，其主要訊息

來源管道以網際網路為最高，占 63.8%。旅途中查找資訊管道同樣以網站為最高，占 48.25%。

4.108 年有 816 位受訪者曾利用線上旅行社 (OTA) 規劃本次旅遊行程，占整體旅客的 40.8%，其中以 Booking.com 使用率最高，占 39.95%。

(二)108 年到訪臺北市旅客對臺北旅遊網的滿意度為 82.06%。

108 年曾使用網際網路看過臺北市旅遊訊息的到訪臺北市旅客中，有 11.36%曾看過臺北旅遊網，其中以 12-29 歲、自由行、香港澳門旅客，或初訪旅客使用率較高；有使用經驗者滿意度為 82.06%，普通占 17.94%，並無不滿意旅客。

(三)108 年旅客以來臺自由行旅客較多，占比達 7 成。

1. 108 年到訪臺北市旅客以自由行旅客最多，占 70.85%；團客部分占 29.15%。
2. 團客性別以女性(50.6%)較高；年齡以 50-59 歲(38.42%)較高；主要到訪臺北市目的以觀光 (89.88%) 為主；初訪及重遊樣態以初次到訪臺北市(79.76%)占比較高；主要市場以大陸旅客(74.61%) 最高
3. 旅遊型態為自由行之旅客性別以女性(55.47%)較高；年齡以 12-29 歲 (36.84%) 較高；主要到訪臺北市目的以觀光 (86.66%) 為主；初訪及重遊樣態以初次到訪臺北市 (58.57%) 占比較高；主要市場以日本旅客 (25.12%) 最高。

(四)吸引到訪原因以民情風俗和文化、食物，以及風光景色為主，與歷年趨勢接近；各主要市場受吸引原因略有差異

- 1.108 年受訪旅客認為臺北市吸引其到訪的原因，就相對次數而言，以民情風俗和文化占比最高，有 62.8%，其次為食物，占 62.15%，第三是風光景色，占 41.85%。
- 2.在主要市場部分，大陸、新加坡、馬來西亞、菲律賓、泰國、越南市場旅客被吸引原因排序上雖略有差異，但前三高項目皆為食物、民情風俗和文化、風光景色；日本、香港澳門市場旅客被吸引原因排序前三高項目皆為食物、民情風俗和文化、交通便利；美國、加

拿大、紐澳市場旅客被吸引原因排序上雖略有差異，但前三高項目皆為食物、交通便利、逛街購物；韓國市場旅客被吸引原因依序為食物、距離居住地近、民情風俗和文化；印尼旅客被吸引原因依序為民情風俗和文化、風光景色、交通便利；歐洲市場旅客被吸引原因依序為食物、交通便利、商務旅遊。

三、商務（業務及國際會議或展覽目的）旅客在臺北市旅遊意向與旅遊情況

以商務為目的來臺北市的 84 位（含次要目的為商務者）旅客皆有利用餘暇時間於臺北市旅遊，旅遊時間以 1 天最多，占 52.38%，其次為 2 天，占 32.14%。

四、到訪臺北市旅客旅遊動向

（一）108 年到訪臺北市旅客平均在臺北市停留時間為 3.45 日、2.41 夜，平均停留日數以歐洲最高，夜數以美國最高，均以大陸為最低；近三年重遊旅客平均停留日夜數皆高於初次到訪旅客；自由行旅客停留時間高於團客。

1.108 年受訪旅客在臺北市平均停留日數為 3.45 日，停留夜數為 2.41 夜。各居住地中停留日夜數，若排除其他國家，則停留日數以歐洲為最高，平均停留日數為 4.47 日，夜數以美國最高，平均停留夜數為 3.39 夜。停留日夜數最低者為大陸，平均停留時間為 3.1 日，2.03 夜。

2.108 年受訪旅客中，近三年重遊旅客平均停留時間為 3.84 日、2.77 夜，高於初次到訪旅客的 3.24 日、2.22 夜。

3.108 年受訪旅客中，自由行旅客平均停留日數與夜數為 3.62 日、2.59 夜，高於團客的 3.02 日、1.96 夜。

（二）108 年受訪旅客最常到訪景點依序為台北 101、西門町與故宮博物院，最喜歡景點則為故宮博物院。

1.旅客曾遊覽景點以台北 101 遊覽比率最高，為 87.15%，其次為西門町，比率為 73.95%，接續為故宮博物院，比率為 65.5%。

2.受訪旅客最喜歡之景點為故宮博物院，喜歡比率 21.15%，其次為西門町，喜歡比率 11.45%，第三則為台北 101，喜歡比率 10.45%。

(三)東門永康商圈到訪比率明顯成長，為到訪臺北市外國旅客新興到訪景點。

108 年到訪臺北市旅客曾遊覽東門永康商圈的比率為 62.65%，首次進入前十名的景點中，並位列最喜歡景點第六位，喜歡比率 5.35%。

(四)大稻埕為曾到訪臺北市景點的旅客中喜歡比率最高的景點。

108 年有 24.5%的受訪旅客曾遊覽大稻埕，其中最喜歡景點也為大稻埕者占曾遊覽旅客的 41.02%，為各景點中最高者。

(五)過去 (和本次) 曾參加臺北市跨年晚會旅客占 4.7% (活動當月為 18.71%)，臺北燈節占 6.7% (活動當月為 34.78%)，兩活動皆以近三年重遊臺北市旅客曾參加比率較高

108 年受訪旅客過去 (和本次) 參與臺北市跨年晚會的情形，全年有參加過者占 4.7%，沒參加過者占 95.3%，進一步詢問沒參加過者未來參加意願，其中有 70.25%未來有意願參加。就過去 (和本次) 曾參加過臺北市跨年晚會的旅客中，近三年重遊客占 81.91%。若僅觀察活動當月，則 108 年 1 月受訪旅客，有參加過臺北市跨年晚會的旅客占 18.71%。

參與臺北燈節的情形，有參加過者占 6.7%，沒參加過者占 93.3%，進一步詢問沒參加過者未來參加意願，其中有 77.71%未來有意願參加。就過去 (和本次) 曾參加過臺北燈節的旅客中，近三年重遊客占 81.34%。若僅觀察活動當月，則 108 年 2 月受訪旅客，有參加過臺北燈節的旅客占 34.78%。

五、到訪臺北市旅客消費支出概況

(一)108 年到訪臺北市旅客每人每日平均消費金額為 255.97 美元，觀光外匯收入為 91.49 億美元，以購物費支出占比最高。

1.108 年受訪旅客每人每日平均消費金額為 255.97 美元，每人每次消費金額為 877.98 美元，觀光外匯收入約為 91.49 億美元 (約新臺幣 2,829.24 億元)。

2.108 年受訪旅客每人每日平均消費細項金額依高低排列依序為購物費(144.8 美元)、旅館內支出費(55.02 美元)、旅館外餐飲費(33.55 美元)、娛樂費 (8.41 美元)、在臺北市內交通費 (8.33 美元)、雜費 (5.86 美元)。

- 3.每人每日平均消費金額以日本市場為最高，平均每人每日支出金額為 259.18 美元，其後依序為新加坡 (258.64 美元)、大陸 (258.38 美元) 等。在消費結構上，各國皆以購物費支出金額最高，如不考慮其他國家，以大陸市場購物費消費支出金額最高，為 166.6 美元，其後依序為馬來西亞 (144.44 美元)、紐澳 (143.96 美元)、美國 (143.68 美元) 等。
- 4.購物費支出項目中，金額最高為名產或特產，消費金額為 43.91 美元，其次為服飾或相關配件，消費金額為 41.41 美元。
- 5.在臺北市旅遊期間必買商品以鳳梨酥占 89.65%最高。

六、到訪臺北市旅客對臺北市印象最好的項目

(一)108 年受訪旅客對臺北市印象最好的項目依序為美食、生活、交通。

1. 108 年受訪旅客，在臺北市的旅遊經驗中對臺北市印象最好的項目以「美食」為最高，為 74.15%，其次為「生活」，占 64.7%，第三為「交通」，占 59.35%。
- 2.日本、香港澳門、韓國、新加坡、馬來西亞、美國、加拿大旅客印象最好的項目以美食占比最高；菲律賓、泰國、越南、印尼旅客皆以交通印象占比最高；歐洲、紐澳旅客以生活印象占比最高；大陸旅客以友善環境占比最高。

(二)108 年受訪旅客偏好料理風味為臺式風味，其中必吃食物為珍珠奶茶。

- 1.108 年受訪旅客偏好的料理風味為臺式風味，占 96.4%，其次為中式風味，占 39.2%，第三為日式風味，占 6.2%。
- 2.旅客認為在臺北市旅遊期間必吃食物以珍珠奶茶的比率最高，占 71.2%，其次為牛肉麵，占 61.65%，第三為小籠包，占 56.7%。
- 3.有 2.6%的旅客認為到訪臺北市必吃米其林餐廳，其中以鼎泰豐為主。

七、到訪臺北市旅客對臺北市滿意度與再訪意願

(一)來臺旅客到訪臺北市整體經驗滿意度高達 98.35%，再訪意願為 99.75%。

1.108 年受訪旅客對臺北市整體旅遊經驗滿意度為 98.35%。在細項滿意度部分，交通便利性滿意度為 99.25%；住宿經驗滿意度為 94.91%；消費經驗滿意度為 96.2%；人員服務滿意度為 95%；整體景點滿意度為 94.15%；餐飲經驗滿意度為 97.3%。

2.新加坡、泰國、越南、美國、加拿大、紐澳與其他地區滿意度皆為 100%，滿意度最低者為印尼，但滿意度仍有 95.45%。

3.受訪旅客再來臺北市旅遊的意願高達 99.75%。

八、穆斯林旅遊友善環境調查

(一)穆斯林旅客居住地以印尼、菲律賓、馬來西亞為主。

穆斯林旅客居住地以印尼 (41.67%)、菲律賓 (32.29%) 和馬來西亞 (25%) 為主。

(二)穆斯林旅客平均停留日數為 3.43 日、2.4 夜，曾遊覽景點為西門町、台北 101、東門永康商圈，最喜歡景點依序為西門町、台北 101、故宮博物院。

1.穆斯林旅客在臺北市旅遊平均停留日數為 3.64 日，2.55 夜。

2.穆斯林旅客曾遊覽景點為西門町 (92.71%)、台北 101 (91.67%)、東門永康商圈 (79.17%)。最喜歡景點為西門町 (44.79%)、台北 101 (19.79%)、故宮博物院 (6.25%) 等。

(三)穆斯林旅客平均每人每日消費金額為 251.55 美元，支出結構以購物費占比最高。

穆斯林受訪者每人每日平均消費金額為 251.55 美元，在細項支出結構上，以購物費支出 133.3 美元為最高，占 52.99%，其次為旅館內支出費，平均支出金額為 47.13 美元，占 18.73%，第三為旅館外餐飲費，平均支出金額為 42.2 美元，占 16.78%。

(四)穆斯林旅客對臺北市穆斯林友善環境評價滿意者超過 7 成，較 107 年有明顯提升；細項指標中對清潔設施、語言溝通及人民友善態度的滿意度也皆在 7 成以上。

在友善環境部分，108 年受訪穆斯林旅客對臺北市穆斯林友善環境的整體滿意度狀況，滿意度為 70.83%，普通 27.08%，不滿意度 2.09%，相較於 107 年的表現滿意度表現（滿意度 54.88%，普通 29.27%，不滿意度 15.85%）有明顯的提升，滿意度成長 15.95%。

就細項指標而言，「旅途中有提供乾淨適當的廁所與清潔設施」、「語言溝通上沒有困難」及「旅途中遇到的人民對穆斯林態度友善」三項指標同意度均在 7 成以上。

九、不同居住市場差異分析

- (一)大陸市場：在臺北市平均停留天數為 3.1 日，到訪目的以觀光為主，團客占 83.17%，曾遊覽景點為台北 101，最喜歡景點為故宮博物院，對臺北市的友善環境印象最好，旅遊經驗整體滿意度為 96.18%，平均消費金額為 258.38 美元。
- (二)日本市場：在臺北市平均停留天數為 3.42 日，到訪目的以觀光為主，自由行旅客占 96.48%，曾遊覽景點為東門永康商圈，最喜歡景點為大稻埕，對臺北市的美食印象最好，旅遊經驗整體滿意度為 99.73%，平均消費金額為 259.18 美元。
- (三)香港澳門市場：在臺北市平均停留天數為 3.3 日，到訪目的以觀光為主，自由行旅客占 89.69%，曾遊覽景點為台北 101，最喜歡景點為大稻埕，對臺北市的美食印象最好，旅遊經驗整體滿意度為 99.06%，平均消費金額為 257.05 美元。
- (四)韓國市場：在臺北市平均停留天數為 3.71 日，到訪目的以觀光為主，自由行旅客占 73.66%，曾遊覽景點為台北 101，最喜歡景點為信義商圈，對臺北市的美食印象最好，旅遊經驗整體滿意度為 99.55%，平均消費金額為 252.67 美元。
- (五)新加坡市場：在臺北市平均停留天數為 3.27 日，到訪目的以觀光為主，自由行旅客占 98.57%，曾遊覽景點為台北 101，最喜歡景點為故宮博物院，對臺北市的美食印象最好，旅遊經驗整體滿意度為 100%，平均消費金額為 258.64 美元。
- (六)馬來西亞市場：在臺北市平均停留天數為 3.24 日，到訪目的以觀光為主，自由行旅客占 91.03%，曾遊覽景點為西門町，最喜歡景點為

西門町，對臺北市的美食印象最好，旅遊經驗整體滿意度為 97.44%，平均消費金額為 251.57 美元。

- (七) 菲律賓市場：在臺北市平均停留天數為 3.96 日，到訪目的以觀光為主，皆為自由行旅客，曾遊覽景點為台北 101，最喜歡景點為西門町，對臺北市的交通印象最好，旅遊經驗整體滿意度為 95.92%，平均消費金額為 251.93 美元。
- (八) 泰國市場：在臺北市平均停留天數為 3.38 日，到訪目的以觀光為主，皆為自由行旅客，曾遊覽景點為台北 101，最喜歡景點為西門町，對臺北市的交通印象最好，旅遊經驗整體滿意度為 100%，平均消費金額為 249.24 美元。
- (九) 越南市場：在臺北市平均停留天數為 3.73 日，到訪目的以觀光為主，皆為自由行旅客，曾遊覽景點為台北 101，最喜歡景點為西門町，對臺北市的交通印象最好，旅遊經驗整體滿意度為 100%，平均消費金額為 249.93 美元。
- (十) 印尼市場：在臺北市平均停留天數為 3.36 日，到訪目的以觀光為主，自由行旅客占 95.45%，曾遊覽景點為西門町，最喜歡景點為西門町，對臺北市的交通印象最好，旅遊經驗整體滿意度為 95.45%，平均消費金額為 248.67 美元。
- (十一) 美國市場：在臺北市平均停留天數為 4.39 日，到訪目的以觀光為主，自由行旅客占 91.4%，曾遊覽景點為台北 101，最喜歡景點為信義商圈，對臺北市的美食印象最好，旅遊經驗整體滿意度為 100%，平均消費金額為 252.81 美元。
- (十二) 歐洲市場：在臺北市平均停留天數為 4.47 日，到訪目的以觀光為主，自由行旅客占 67.27%，曾遊覽景點為台北 101，最喜歡景點為信義商圈，對臺北市的生活印象最好，旅遊經驗整體滿意度為 96.36%，平均消費金額為 253.18 美元。
- (十三) 紐澳市場：在臺北市平均停留天數為 4 日，到訪目的以觀光為主，自由行旅客占 93.33%，曾遊覽景點為台北 101，最喜歡景點為信義商圈及故宮博物院，對臺北市的生活印象最好，旅遊經驗整體滿意度為 100%，平均消費金額為 253.43 美元。

表 7-1-1 108 年到訪臺北市旅客特徵-居住地的交叉分析 (續 1)

主要市場	大陸港澳與東北亞(主要前四大市場)				東南亞市場
	大陸	日本	香港澳門	韓國	新加坡
平均停留天數	3.10 日	3.42 日	3.30 日	3.71 日	3.27 日
	2.03 夜	2.41 夜	2.28 夜	2.68 夜	2.27 夜
到訪率	93.90	80.92	84.43	92.95	76.92
主要目的	觀光(98.1)	觀光(87.0)	觀光(92.5)	觀光(78.6)	觀光(92.9)
	商務(1.0)	探親訪友(10.6)	探親訪友(5.3)	商務(12.9)	商務(4.3)
	探親訪友(0.8)				
旅遊型態	觀光團(83.2)	自由行(96.5)	自由行(89.7)	自由行(73.7)	自由行(98.6)
	自由行(16.8)	觀光團(3.5)	觀光團(10.3)	觀光團(26.3)	觀光團(1.4)
平均規畫行程天數	84.33 天	33.94 天	41.59 天	59.61 天	42.31 天
吸引來臺北市原因	民情風俗文化(82.4)	食物(88.6)	食物(74.1)	食物(61.2)	民情風俗文化(67.1)
	風光景色(60.0)	民情風俗文化(82.1)	民情風俗文化(7.5)	距離居住地近(38.8)	風光景色(57.1)
	食物(48.0)	交通便利(43.1)	交通便利(45.6)	民情風俗文化(32.6)	食物(54.3)
曾遊覽景點	台北 101(94.1)	東門永康(84.0)	台北 101(82.8)	台北 101(95.5)	台北 101(87.1)
	故宮博物院(93.3)	西門町(69.1)	西門町(77.8)	信義商圈(70.1)	西門町(77.1)
	西門町(80.3)	台北 101(64.8)	東門永康(68.1)	西門町(63.4)	東門永康(51.4)
最喜歡景點	故宮博物院(38.4)	大稻埕(30.9)	大稻埕(15.0)	信義商圈(15.2)	故宮博物院(17.1)
	台北 101(14.7)	故宮博物院(18.2)	西門町(13.4)	故宮博物院(12.5)	大稻埕(17.1)
	西門町(7.8)	北投溫泉(11.1)	故宮博物院(13.1)	台北 101(11.2)	義商圈(10.0)
		貓空/貓纜(11.1)			象山(10.0)
印象最好	友善環境(73.6)	美食(91.1)	美食(78.1)	美食(84.8)	美食(71.4)
	文化(67.5)	交通(83.7)	生活(70.3)	生活(77.7)	生活(65.7)
	娛樂(59.1)	文化(69.9)	友善環境(65.0)	交通(61.2)	友善環境(65.7)
旅遊滿意	整體經驗(96.2)	整體經驗(99.7)	整體經驗(99.1)	整體經驗(99.6)	整體經驗(100)
	交通便利(98.5)	交通便利(99.7)	交通便利(99.4)	交通便利(98.7)	交通便利(100)
	住宿經驗(89.8)	住宿經驗(98.8)	住宿經驗(94.5)	住宿經驗(98.4)	住宿經驗(94.0)
	消費經驗(92.5)	消費經驗(99.2)	消費經驗(97.8)	消費經驗(97.3)	消費經驗(98.6)
	人員服務(95.2)	人員服務(94.0)	人員服務(95.6)	人員服務(95.5)	人員服務(97.1)
	整體景點(91.0)	整體景點(90.5)	整體景點(98.8)	整體景點(96.4)	整體景點(94.3)
	餐飲經驗(93.3)	餐飲經驗(99.5)	餐飲經驗(98.8)	餐飲經驗(99.6)	餐飲經驗(100)
平均每人每日消費金額/美元	258.38	259.18	257.05	252.67	258.64
消費項目/美元	購物費 166.60	購物費 136.92	購物費 141.77	購物費 127.12	購物費 139.13
	旅館內 62.78	旅館內 52.19	旅館內 52.71	旅館內 60.38	旅館內 57.66
	旅館外 18.15	旅館外 40.38	旅館外 36.37	旅館外 40.17	旅館外 36.16

註 1：「歐洲」包括英國、法國、德國以及歐洲其他地區。

註 2：最喜歡景點的括號內表示喜歡比例、旅遊滿意的括號內表示滿意人次百分比，其他項目的括號內表示人次百分比。

表 7-1-1 108 年到訪臺北市旅客特徵-居住地的交叉分析 (續 2)

主要市場	東南亞市場				
	馬來西亞	菲律賓	泰國	越南	印尼
平均停留天數	3.24 日	3.96 日	3.38 日	3.73 日	3.36 日
	2.22 夜	2.67 夜	2.38 夜	2.73 夜	2.34 夜
到訪率	85.71	87.50	89.29	92.86	86.27
主要目的	觀光(94.9)	觀光(93.9)	觀光(96.0)	觀光(80.8)	觀光(77.3)
	探親訪友(3.8)	探親訪友(4.1)	探親訪友(4.0)	探親訪友(19.2)	探親訪友(15.9)
旅遊型態	自由行(91.0)	自由行(100.0)	自由行(100.0)	自由行(100.0)	自由行(95.5)
	觀光團(9.0)	觀光團(0.0)	觀光團(0.0)	觀光團(0.0)	觀光團(4.5)
平均規畫行程天數	59.60 天	45.90 天	40.30 天	46.63 天	46.48 天
吸引來臺北市原因	民情風俗文化(64.1)	民情風俗文化(69.4)	民情風俗文化(82.0)	民情風俗文化(71.2)	民情風俗文化(75.0)
	食物(61.5)	食物(51.0)	食物(58.0)	風光景色(61.5)	風光景色(63.6)
	風光景色(48.7)	風光景色(46.9)	風光景色(50.0)	食物(46.2)	交通便利(45.5)
曾遊覽景點	西門町(84.6)	台北 101(95.9)	台北 101(98.0)	台北 101(94.2)	西門町(95.5)
	台北 101(88.3)	東門永康(89.8)	西門町(90.0)	西門町(94.2)	台北 101(93.2)
	東門永康(64.1)	西門町(83.7)	東門永康(88.0)	東門永康(73.1)	東門永康(70.5)
最喜歡景點	西門町(15.4)	西門町(38.8)	西門町(42.0)	西門町(36.5)	西門町(56.8)
	故宮博物院(14.1)	台北 101(20.4)	故宮博物院(22.0)	台北 101(17.3)	台北 101(15.9)
	台北 101(10.3)	故宮博物院(14.3)	台北 101(18.0)	貓空/貓纜(11.5)	故宮博物院(6.8)
印象最好	美食(74.4)	交通(77.6)	交通(92.0)	交通(82.7)	交通(88.6)
	生活(74.4)	美食(73.5)	美食(88.0)	生活(78.9)	生活(72.7)
	友善環境(69.2)	生活(69.4)	娛樂(70.0)	娛樂(61.5)	文化(52.3)
旅遊滿意	整體經驗(97.4)	整體經驗(95.9)	整體經驗(100)	整體經驗(100)	整體經驗(95.5)
	交通便利(100)	交通便利(100)	交通便利(100)	交通便利(100)	交通便利(100)
	住宿經驗(92.8)	住宿經驗(93.5)	住宿經驗(100)	住宿經驗(97.6)	住宿經驗(100)
	消費經驗(96.2)	消費經驗(93.9)	消費經驗(98.0)	消費經驗(90.4)	消費經驗(97.7)
	人員服務(96.2)	人員服務(93.9)	人員服務(92.0)	人員服務(86.5)	人員服務(90.9)
	整體景點(98.7)	整體景點(91.8)	整體景點(96.0)	整體景點(94.2)	整體景點(93.2)
	餐飲經驗(98.7)	餐飲經驗(95.9)	餐飲經驗(98.0)	餐飲經驗(98.1)	餐飲經驗(93.2)
平均每人每日消費金額/美元	251.57	251.93	249.24	249.93	248.67
消費項目/美元	購物費 144.44	購物費 132.15	購物費 124.67	購物費 139.99	購物費 135.48
	旅館內 49.43	旅館內 49.08	旅館內 53.89	旅館內 39.49	旅館內 47.02
	旅館外 35.71	旅館外 40.86	旅館外 43.34	旅館外 38.25	旅館外 41.44

註 1：「歐洲」包括英國、法國、德國以及歐洲其他地區。

註 2：最喜歡景點的括號內表示喜歡比例、旅遊滿意的括號內表示滿意人次百分比，其他項目的括號內表示人次百分比。

表 7-1-1 108 年到訪臺北市旅客特徵-居住地的交叉分析 (續完)

主要市場	歐美市場		
	美國	歐洲	紐澳
平均停留天數	4.39 日 3.39 夜	4.47 日 3.27 夜	4.00 日 3.00 夜
到訪率	87.74	94.83	96.77
主要目的	觀光(64.5) 探親訪友(30.1)	觀光(52.7) 商務(30.9)	觀光(76.7) 探親訪友(16.7)
旅遊型態	自由行(91.4) 觀光團(8.6)	自由行(67.3) 觀光團(32.7)	自由行(93.3) 觀光團(6.7)
平均規畫行程天數	84.31 天	64.98 天	84.07 天
吸引來臺北市原因	食物(59.1) 逛街購物(40.9) 交通便利(34.4)	食物(40.0) 交通便利(32.7) 商務旅遊(30.9)	食物(70.0) 交通便利(33.3) 逛街購物(33.3)
曾遊覽景點	台北 101(97.9) 信義商圈(82.8) 東門永康(60.2)	台北 101(94.6) 信義商圈(89.1) 東門永康(61.8)	台北 101(100.0) 信義商圈(83.3) 東門永康(70.0)
最喜歡景點	信義商圈(21.5) 故宮博物院(17.2) 台北 101(16.1)	信義商圈(23.6) 故宮博物院(16.4) 台北 101(16.4)	信義商圈(20.0) 故宮博物院(20.0) 台北 101(10.0) 陽明山(10.0)
印象最好	美食(80.7) 生活(73.1) 交通(62.4)	生活(80.0) 交通(76.3) 美食(67.3)	生活(86.7) 美食(80.0) 交通(60.0)
旅遊滿意	整體經驗(100) 交通便利(100) 住宿經驗(98.5) 消費經驗(98.9) 人員服務(97.9) 整體景點(96.8) 餐飲經驗(98.9)	整體經驗(96.4) 交通便利(98.2) 住宿經驗(95.5) 消費經驗(94.6) 人員服務(94.6) 整體景點(98.2) 餐飲經驗(96.4)	整體經驗(100) 交通便利(100) 住宿經驗(100) 消費經驗(96.7) 人員服務(100) 整體景點(100) 餐飲經驗(100)
平均每人每日消費金額/ 美元	252.81	253.18	253.43
消費項目/美元	購物費 143.68 旅館內 44.15 旅館外 37.38	購物費 138.33 旅館內 56.97 旅館外 38.90	購物費 143.96 旅館內 49.65 旅館外 38.27

註 1：「歐洲」包括英國、法國、德國以及歐洲其他地區。

註 2：最喜歡景點的括號內表示喜歡比例、旅遊滿意的括號內表示滿意人次百分比，其他項目的括號內表示人次百分比。

柒、建議

根據調查結果，提出以下建議：

一、108 年東南亞新興市場居住地旅客的餐飲經驗滿意度有明顯提升，建議可持續維持精進作法

臺北市政府近年來為形塑美食城市意象，不斷以在地美食國際宣傳為主軸，推廣臺北市特色餐廳，透過創意行銷手法打造美食議題，以多元面向提升臺北市美食國際能見度及知名度。臺北市政府透過美食產業推廣計畫，以美食店家再造、傳統店家改造、友善店家計畫等主題計畫，提升臺北市餐飲品質，建構臺北市商圈具備安全友善的觀光旅遊環境，塑造店家的友善意象，協助輔導店家提升多元的服務能量與內容，讓旅客能實際感受更便利、貼心的服務。此外，在清真旅館部分，臺北市可接待穆斯林的旅館數量為全臺最多，過去幾年也持續推動穆斯林友善旅遊環境措施，鼓勵各大商圈加入清真認證，不斷新增認證旅館和餐廳。

透過持續精進餐飲服務內容和品質，從 108 年度調查結果中，也能看到東南亞新興市場居住地旅客餐飲經驗滿意度相較於 107 年有明顯的提升，包括馬來西亞從 86.6%成長至 98.7%、菲律賓從 83.6%成長至 95.9%、泰國從 77.2%成長至 98%、越南從 88.7%成長至 98.1%、印尼從 69.4%成長至 93.2%。在獲得旅客肯定的情況下，建議可持續辦理上述改善/推廣做法，向國際旅客宣傳臺北市美食之豐富內涵，經營臺北市作為國際美食之都的品牌形象。

二、108 年銀髮族旅客的整體景點滿意度明顯提升，建議可繼續推動景點友善旅遊設施之建置、行銷及宣傳

在全球人口高齡化趨勢下，銀髮旅客的數量逐漸成長，我國交通部觀光局也持續推動銀髮族及無障礙旅遊行程，並且改善國內旅遊景點的友善旅遊環境。在此趨勢下，臺北市政府也持續精進友善旅遊環境建置，並且推出五條無障礙觀光旅遊路線，推薦給銀髮族旅客參考。

透過比對過往調查數據可知，107 年 60-69 歲旅客對臺北市整體景點滿意度為 87.47%，70 歲及以上的旅客為 79.07%，銀髮旅客對景點的滿意度相對低於其他年齡層。而 108 年 60 歲以上銀髮旅客對景點的滿意度顯著進步至 94.44%，顯示我國和臺北市政府在銀髮及無障礙旅遊環境有一定程度之改善。在獲得旅客肯定的情況下，建議可持續推動相關友善旅遊環境之措施，針對銀髮族旅客常遊覽景點如故宮博物院（到訪率 78.28%）、台北 101（到訪率 75.25%）、西門町

(到訪率 60.1%)、東門永康商圈(到訪率 57.58%)及國父紀念館(43.43%)等則可加強檢視友善措施是否充足。

三、因應自由行旅遊趨勢，建議強化走動式旅遊服務，提供國外旅客更加友善的旅遊環境

108 年至臺北市自由行旅客占比已超過 7 成，此類旅客相較於團客，在行程規劃與時間安排上較為彈性，能夠隨興轉換旅遊行程，旅遊足跡也更加深入，但對於旅遊友善環境的要求也更高。

國外觀光主管機關在此一趨勢下，也推出移動式旅客服務中心，藉此擴大、延伸旅客服務中心的服務範圍。例如首爾各大觀光景點均設有由翻譯諮詢人員所組成的「移動式旅遊諮詢中心」，提供包括中文、英文、日文語系的諮詢服務；泰國觀光局也推出「移動式旅遊諮詢服務車」，每週三至周日，從中午 12 點至晚上 7 點，在主要遊客區推廣泰國觀光景點、活動和節日，同時提供遊客觀光資訊。

臺北市政府觀光傳播局也於每個週六、週日在西門町、士林、信義、永康街及北門五處觀光熱點，由精通英語、日語、韓語、越語、泰語的走動式旅遊服務員提供走動式旅遊服務 (Mobile Visitor Information Service)。未來建議持續強化走動式旅遊服務的能量，例如配合主要市場國家旅遊旺季(如日本黃金周、韓國中秋連假等)增加對應語系的服務人力。同時，針對臺北市主要大型活動如跨年晚會、台北燈節、臺北馬拉松等，也建議可增加走動式旅遊服務人力。

四、建議落實臺北市旅宿業消防安檢，並針對住宿熱點強化周遭環境稽查

為確保旅客住宿安全及品質，建議落實臺北市旅宿業消防安檢，針對日租套房、非法旅宿業者等不具合法旅館營業執照者強化取締裁罰，如部分具備合法化條件之業者，則輔導業者申請合法化經營，並依法落實各項公共安全規定。

除了確保旅宿空間內部的安全外，根據公寓大廈管理條例 16 條「住戶不得於私設通路、防火間隔、防火巷弄、開放空間、退縮空地、樓梯間、共同走廊、防空避難設備等處所堆置雜物、設置柵欄、門扇或營業使用，或違規設置廣告物或私設路障及停車位侵占巷道妨礙出入。」之規定，建議嚴加取締臺北市觀光熱點或商圈之防火巷弄違規建築，確保其道路暢通，以內外兼顧旅客安全。

五、國外旅客市場結構持續朝多元化、自由行轉型，建議持續於海外行銷臺北城市意象擴展客源，並強化對不同客群市場友善旅遊環境之佈建

根據歷年調查趨勢，到訪臺北市旅客雖仍以大陸、日本、香港澳門及韓國為主要客源市場，但東南亞市場如（馬來西亞、新加坡、泰國、越南、印尼）旅客在結構上已有明顯成長，顯示國外旅客市場結構持續朝多元市場的方向發展。同時，自由行旅客占比較 107 年成長 1.57%，已達到 70.85%，符合全球趨勢且比率持續增加。

在此趨勢下，臺北市觀光傳播局歷年亦持續於海外投入行銷臺北市的工作，就 108 年新興市場客群在初次到訪比率成長的情況下，顯示在新客群開發上已有初步成效，建議可持續投入資源於新市場開發。

在多元旅客結構下，目前臺北市景點告示仍以中、英文為主，台北捷運或公車在部分重點車站會增加日語廣播或跑馬燈，惟在韓國及新南向國家等市場旅客的語系相對欠缺，建議可持續增加友善旅遊環境措施之佈建。

參考文獻

1. Lee, R. F., & Huang, D. Y. (2003). On some data oriented robust estimation procedures for means. *Journal of Applied Statistics*, 30(6), 625-634.
2. UNWTO. (2018). *World Tourism Barometer*, 18 (3).
3. 交通部觀光局 (2017)。Tourism 2020-臺灣永續觀光發展方案 (106-109 年) :
<http://admin.taiwan.net.tw/upload/public/20180118/303b7396-4267-4562-a2f0-52dbabfb4f24.pdf>
4. 交通部觀光局 · 2015 至 2018 年觀光收支統計表 :
<https://admin.taiwan.net.tw/Handlers/FileHandler.ashx?fid=ca75423d-0860-4e33-9fb6-0ba1b497298f&type=4&no=1>
5. 交通部觀光局 · 觀光統計資料庫 : <https://stat.taiwan.net.tw/>

附件一 來臺旅客在臺北市之消費及動向調查問卷

核定機關：臺北市府主計處
核定文號：107.10.16北市主公統字第10760081151號
實施日期：民國108年1月1日至12月31日
有效期間：至民國 108 年12月31日

1. 本調查依據統計法第20條規定「政府辦理統計時，被調查者無論為機關、團體或個人，均有據實詳盡報告之義務。」
2. 本表所填資料，係供研訂施政決策應用，個別資料絕對保密不作課稅或其他用途。請惠予合作，據實申報。

訪員	調查機場			調查日期			問卷編號
	桃	高	松	108			

臺北市府觀光傳播局 來臺旅客在臺北市之消費及動向調查（108年）

親愛的旅客：您好！

臺北市府觀光傳播局為改進觀光設施及了解各位在臺北市消費情形，以期在未來提供更好的服務品質，敬請接受我們的訪問。謝謝您的協助！

臺北市府觀光傳播局 敬啟

A. 一般資料

A1. 請問您於何時抵達臺灣？ _____年_____月_____日

A2. 請問您的國籍與居住地？

亞洲

- (1) 大陸 (2) 日本 (3) 香港/澳門 (4) 韓國 (5) 馬來西亞 (6) 新加坡
(7) 印尼 (8) 越南 (9) 泰國 (10) 菲律賓 (11) 緬甸 (12) 柬埔寨
(13) 汶萊 (14) 寮國 (15) 亞洲其他地區_____

北美洲

- (16) 美國 (17) 加拿大

歐洲

- (18) 英國 (19) 法國 (20) 德國 (21) 歐洲其他地區_____

其他地區

- (22) 紐澳 (23) 其他地區_____

國 籍：_____（請填寫代號），說明（其他地區請說明）：_____

居住地：_____（請填寫代號），說明（其他地區請說明）：_____

A3. 請問您於下列何處入境？

- (1) 臺灣桃園國際機場 (2) 高雄國際機場 (3) 臺北松山機場
 (4) 基隆港 (5) 高雄港 (6) 其他，請說明 _____

B. 旅遊決策

B1. 請問您是否有在臺北市停留？

否（結束作答）

是，請問您這次在臺北市停留 _____天_____夜

目的為何？（主要目的請以“A”表示，次要目的請以“B”表示）

- (1) 觀光 (2) 業務 (3) 國際會議或展覽 (4) 探親或訪友 (5) 求學
 (6) 健康管理（醫療/美容/健檢/養生） (7) 其他，請說明_____

【勾選“業務”或“國際會議或展覽”者續答，其餘跳答B3】

B2. 請問您這次是否有利用餘暇在臺北市旅遊？

1. 是，在業務、會議或展覽之外，利用

↳ (1) 半天 (2) 1天 (3) 2天 (4) 3天 (5) 4天 (6) 5天以上 在臺北市旅遊。

2. 否

B3.1. 請問您來臺北市前，是否曾看過臺北市的觀光宣傳廣告或旅遊報導？

(1) 否 **【請跳答B4】**

(2) 是 **【請續答】**

B3.2. 請問您來臺北市前，是從以下何種方式或管道得知臺北市的觀光旅遊資訊？**【複選】**

- (1) 報章雜誌 (2) 地鐵、巴士廣告燈箱 (3) 電視、電臺
 (4) 國際旅遊展覽 (5) 戶外廣告或看板 (6) 旅行社宣傳行程、摺頁
 (7) 親朋好友的口碑宣傳
 (8) 網際網路

(8.1) 參考網站: (1) 入口網站 **【複選】**

- (1) Google (2) 百度 (3) 新浪 (4) Yahoo (5) NAVER
 (6) bing (Microsoft) (7) eBay (8) 其他 _____

(2) 社群網站 **【複選】**

- (1) Facebook (2) twitter (3) 微博 (4) Instagram
 (5) Plurk (6) Youtube (7) Google+ (8) Pinterest
 (9) 其他 _____

(3) 政府觀光官方網站 (如臺灣觀光旅遊網)

(4) 民間業者官方網站 (如旅行社、旅館、遊樂園等官網)

(5) 部落格或BBS討論版

(6) 其他 _____

(9) 其他，請說明 _____

B3.3. 請問您是否曾瀏覽過臺北市觀光傳播局管理的「臺北旅遊網」？

(1) 否

(2) 是，請問您對於該官網所提供之旅遊資訊的滿意度為：

- ①非常滿意 ②滿意 ③普通 ④不滿意 ⑤非常不滿意

▶ B4. 請問您最近3年內來臺北市幾次 (含這次) ? _____次

B5. 請問您何時開始計畫這次的行程? _____天前

B6.請問您是否有利用線上旅行社（OTA）來規劃這次的旅遊行程（如訂房或訂票）？

- (1) 無
- (2) 有，請問您所使用的OTA服務業者【複選】
- (2.1) Priceline (2.2) TripAdvisor (2.3) Expedia (2.4) Airbnb
- (2.5) Booking.com (2.6) Hotels.com (2.7) HotelsCombined
- (2.8) KKday (2.9) Traveloka (2.10) 攜程
- (2.11) 其他，請說明_____

B7.請問下列哪些是吸引您這次來臺北市觀光的原因？【複選】

- (1) 食物 (2) 逛街購物 (3) 風光景色 (4) 交通便利
- (5) 民情風俗和文化 (6) 氣候宜人 (7) 夜間休閒活動 (8) 遊憩場所
- (9) 歷史文物 (10) 健康管理（醫療/美容/健檢/養生） (11) 治安良好
- (12) 藝文展演、節慶活動 (13) 商務旅遊 (14) 會議展覽活動
- (15) 距離居住地近
- (16) 其他 _____

B8.請問您這次來臺北市觀光的旅遊主題為？【複選】

- (1) 獨自旅行 (2) 家族旅行 (3) 蜜月旅行 (4) 情侶或夫妻旅行
- (5) 好友旅行 (6) 樂齡旅行 (7) 商務旅行 (8) 探訪親友旅行
- (9) 其他 _____

C. 旅遊動向

C1.1.請問您這次在臺北市曾經遊覽過哪些景點（或地方）？【複選】

- (1) 大稻埕（a. 大稻埕碼頭；b. 迪化街c. 霞海城隍廟） (2) 北門 (3) 台北101
- (4) 故宮博物院 (5) 西門町 (6) 中正紀念堂 (7) 國父紀念館 (8) 北投溫泉區
- (9) 陽明山 (10) 士林官邸 (11) 龍山寺 (12) 夜市，_____
- (13) 東門永康商圈 (14) 捷運中山站街區 (15) 信義商圈
- (16) 其他 _____

C1.2.承上，請問大稻埕是否為您最喜歡的景點？

- (1) 是 (2) 否，請問您最喜歡的景點是_____

C1.3.承上，最喜歡該景點的原因？_____

C1.4.承上，最不喜歡的景點_____原因【可複選】：

- (1) 風光景色不佳 (2) 遊憩設施不佳 (3) 周邊環境不佳 (4) 交通不便
- (5) 其他，請說明 _____

C2.請問您過去（和本次）在臺北市旅遊期間，是否有參加過以下活動？

C2.1.臺北市跨年晚會： (1) 有 (2) 無，請問您未來有無參與意願： (2.1) 有 (2.2) 無

C2.2.臺北燈節： (1) 有 (2) 無，請問您未來有無參與意願： (2.1) 有 (2.2) 無

C3.請問您在臺北市旅遊期間，曾透過以下哪些方式查找旅遊資訊？【複選】

- (1) 旅遊 App (2) 網站 (3) 旅遊書 (4) 旅遊景點摺頁
- (5) 親友 (6) 附近民眾 (7) 遊客服務中心 (8) 旅行社 (9) 旅館/ 民宿
- (10) 其他，請說明_____

C4.請問您這次在臺北市的住宿地方為何？【可複選】

- (1) 住宿地點不在臺北市境內
 (2) 旅館→主要住宿名稱：_____
- (3) 青年旅館、活動中心→主要住宿名稱：_____
- (4) 親友家 (5) 宿舍 (6) 租屋 (7) 寺廟、修道院或教會
- (8) 其他，請說明_____

C5.請問依您這次的經驗，您對臺北市印象最好的項目為何？【複選】

- (1) 食物 (2) 生活機能 (3) 溫泉
 (4) 公民素養 (5) 交通 (6) 臺北市雙層觀光巴士
 (7) 古蹟、歷史文物 (8) 夜市 (9) 24小時營業場所(如書店、便利店)
 (10) 街道市容 (11) 人情味 (12) 民情風俗與文化
 (13) WiFi環境 (14) 電子支付 (15) 都會夜生活
 (16) 地方特產 (17) 健康管理(醫療/美容/健檢/養生)
 (18) 藝文展演、節慶活動，請說明_____ (19) 景點，請說明_____
- (20) 其他，請說明_____

C6.請問您這次在臺北市旅遊期間曾使用的交通工具為？【複選】

- (1) 公車 (2) 捷運 (3) 單車 (4) 計程車 (5) 機車
- (6) 遊覽車 (7) 雙層觀光巴士 (8) 其他，請說明_____

C7.請問您在臺北市旅遊期間是否有利用計程車包車服務來安排旅遊行程？

- (1) 是 (2) 否

C8.請問您本次在臺北市旅遊期間，較喜歡的料理風味為？【複選】

- (1) 臺式風味 (2) 中式風味 (3) 日式風味 (4) 泰式風味 (5) 中東風味
- (6) 印度風味 (7) 美式風味 (8) 法式風味 (9) 義式風味
- (10) 其他，請說明_____

C9.請問您認為在臺北市旅遊期間，必吃的食物為？【複選】

- (1) 牛肉麵 (2) 臺式熱炒 (3) 滷肉飯 (4) 小籠包 (5) 麵線
- (6) 臭豆腐 (7) 蚵仔煎 (8) 麻辣火鍋 (9) 芒果冰
- (10) 珍珠奶茶 (11) 米其林餐廳，_____
- (12) 其他，請說明_____

C10.請問您認為在臺北市旅遊期間，必買的商品為？【複選】

- (1) 鳳梨酥 (2) 綠豆糕 (3) 牛軋糖 (4) 肉乾 (5) 水果乾
- (6) 茶葉 (7) 泡麵 (8) 美妝 (9) 調味料 (10) 牙膏
- (11) 服飾配件 (12) 家電，請說明_____ (13) 甜點，請說明_____
- (14) 其他，請說明_____

D.消費情形

D1.請問您的旅行安排方式為：

- (1) 參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦（如參加旅行團）
- (2) 自行規劃行程後，由旅行社包辦（如交流團、修學旅行、獎勵旅遊、親友團等）
- (3) 由旅行社安排住宿及代訂機票
- (4) 由邀請單位安排
- (5) 完全自行安排

D2.請問您在臺北市花費的總費用中包含下列各項費用大約多少元？

1.旅館內支出費 _____元 (_____%) _____人

1.1. 是否包含旅館住宿費用？

- (1) 是
- (2) 否，原因為？
 - (1) 旅行社團費已包含
 - (2) 其他_____

2.旅館外餐飲費 _____元 (_____%) _____人

3.在臺北市交通費 _____元 (_____%) _____人

4.娛樂費 _____元 (_____%) _____人

5.雜費 _____元 (_____%) _____人

6.購物費 _____元 (_____%) _____人



(1) 服飾或相關配件類（如皮包、鞋子、手錶等） _____元 _____%

(2) 珠寶或玉器類 _____元 _____%

(3) 紀念品或手工藝品類 _____元 _____%

(4) 化妝品或香水類 _____元 _____%

(5) 名產或特產類 _____元 _____%

(6) 菸或酒類 _____元 _____%

(7) 藥妝藥品或健康食品類 _____元 _____%

(8) 電子或電器用品類 _____元 _____%

(9) 茶葉 _____元 _____%

(10) 其他 _____元 _____%

E.滿意度

E1.請問您對於本次在臺北市的旅遊經驗滿不滿意？

E1.1.交通便利性→ (1) 非常滿意 (2) 滿意 (3) 普通 (4) 不滿意 (5) 非常不滿意

E1.2.住宿經驗--→ (1) 非常滿意 (2) 滿意 (3) 普通 (4) 不滿意 (5) 非常不滿意
 (6) 無臺北市住宿經驗

E1.3.消費經驗--→ (1) 非常滿意 (2) 滿意 (3) 普通 (4) 不滿意 (5) 非常不滿意

E1.4.人員服務--→ (1) 非常滿意 (2) 滿意 (3) 普通 (4) 不滿意 (5) 非常不滿意

E1.5.整體景點--→ (1) 非常滿意 (2) 滿意 (3) 普通 (4) 不滿意 (5) 非常不滿意

E1.6.餐飲體驗--→ (1) 非常滿意 (2) 滿意 (3) 普通 (4) 不滿意 (5) 非常不滿意

E1.7.整體經驗--→ (1) 非常滿意 (2) 滿意 (3) 普通 (4) 不滿意 (5) 非常不滿意

E1.8.根據上述經驗，讓您感到不滿意或非常不滿意的原因在於

E2.請問您是否會考慮再度來臺北市？

(1) 是，原因為：**【複選】**

(1.1) 觀光 (1.2) 業務 (1.3) 國際會議或展覽 (1.4) 探親或訪友 (1.5) 求學
 (1.6) 健康管理（醫療/美容/健檢/養生） (1.7) 其他，請說明_____

(2) 否，原因為_____

F.旅客基本資料

F1.年齡

請問您的年齡約為：

- (1) 12歲至未滿20歲 (2) 20歲至未滿30歲 (3) 30歲至未滿40歲
 (4) 40歲至未滿50歲 (5) 50歲至未滿60歲 (6) 60歲至未滿70歲
 (7) 70歲及以上 (99) 未回答

F2.請問您的年收入大約折合多少美元？（幣別：____；月 / 年薪_____元）

- (1) 未滿1萬美元 (2) 1萬至未滿2萬美元
 (3) 2萬至未滿3萬美元 (4) 3萬至未滿4萬美元
 (5) 4萬至未滿5萬美元 (6) 5萬至未滿6萬美元
 (7) 6萬至未滿7萬美元 (8) 7萬至未滿8萬美元
 (9) 8萬至未滿9萬美元 (10) 9萬至未滿10萬美元
 (11) 10萬美元及以上 (12) 無固定收入 (99) 未回答

F3.最高學歷：

- (1) 初等教育（小學）及以下 (2) 中等教育（含國中、高中、高職）
 (3) 大學（含專科） (4) 研究所及以上
 (5) 其他，請說明_____ (99) 未回答

F4.行業別：

- (1) 農、林、漁、牧業 (2) 製造業 (3) 營建工程業
 (4) 其他工業（包含礦業及土石採取業、電力及燃氣供應業、用水供應及污染整治業）
 (5) 批發及零售業 (6) 住宿及餐飲業
 (7) 出版、影音製作、傳播及資通訊服務業 (8) 金融及保險業 (9) 公共行政及國防；強制性社會安全
 (10) 教育業 (11) 醫療保健及社會工作服務業 (12) 藝術、娛樂及休閒服務業
 (13) 其他類型服務業 (14) 家庭管理 (15) 學生
 (16) 退休人員 (17) 其他_____

F5.性別： (1) 男性 (2) 女性

F6.請問您的宗教信仰：

- (1) 佛教 (2) 基督教 (3) 天主教 (4) 道教 (5) 回教
 (6) 其他_____ (7) 無信仰

※其他紀錄（請訪員記錄旅客的其他意見）：

其他：_____

【勾選“回教”者續答G1，其餘結束作答】

G. 臺北市穆斯林旅遊友善環境調查

G1. 請依據您到訪臺北市的經驗，勾選對以下問項的同意程度：

項目	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
G1.1 旅遊景點有提供穆斯林旅遊指南	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G1.2 旅途中有提供乾淨適當的廁所與清潔設施	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G1.3 旅途中有提供穆斯林祈禱室	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G1.4 旅途中可以找到清真食品或餐廳	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G1.5 旅途規劃時可以找到對穆斯林友善的旅館或住宿地點	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G1.6 語言溝通上沒有困難	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G1.7 容易透過網路搜尋到臺北市清真旅遊的相關資訊	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G1.8 旅途中遇到的人民對穆斯林態度友善	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

G2. 請問您對臺北市穆斯林友善環境的感受為？

(1) 非常滿意 (2) 滿意 (3) 普通 (4) 不滿意 (5) 非常不滿意

G3. 請問您認為就友善的穆斯林旅遊環境而言，臺北市還可以改善哪些部分？

~~~ 訪問到此結束，感謝您的協助！敬祝您旅途愉快！！~~~

|                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Approved by: Department of Budget, Accounting and Statistics, Taipei City Government</p> <p>Approved document No.: 2018/10/06 Taipei City DBAS<br/>Statistic No. 1076081151</p> <p>Implementation date: Jan. 1 ~ Dec. 31, 2019</p> <p>Valid period: Until Dec. 31, 2019</p> | <p>1. This survey is implemented according to Article 20 of the Statistics Act that “the respondents have an obligation to report as detail as possible for the government statistical surveys, regardless whether they are organizations, groups or individuals.”</p> <p>2. The information that you fill out in this questionnaire is intended to use in research and decision making. The individual data will be kept entirely confidential and will not be used for taxation or other purposes. You are cordially requested to cooperate and provide a factual declaration.</p> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

| Interviewer | Surveyed at ( airport ) |                               | Date of survey                  |                         | Questionnaire No. |  |  |
|-------------|-------------------------|-------------------------------|---------------------------------|-------------------------|-------------------|--|--|
|             |                         | Taoyuan International Airport | Kaohsiung International Airport | Taipei Songshan Airport | 2019              |  |  |

**Department of Information and Tourism, Taipei City Government**  
**2019 Survey of International Visitor Spending and Tourism Trends in Taipei City**

Hello dear visitor,

The Department of Information and Tourism, Taipei City Government cordially invites you to accept our interview to improve the sightseeing facilities, understand the spending status of visitors in Taipei City, and provide better service quality in the future. Thank you for your assistance!

Yours sincerely,

The Department of Information and Tourism, Taipei City Government

**A. General information**

A1. Your date of arrival in Taiwan? \_\_\_\_\_year \_\_\_\_\_month \_\_\_\_\_day

A2. Your nationality and place of residence?

**Asia**

- ( 1 ) China      ( 2 ) Japan    ( 3 ) Hong Kong/Macau    ( 4 ) Korea      ( 5 ) Malaysia    ( 6 ) Singapore  
( 7 ) Indonesia    ( 8 ) Vietnam    ( 9 ) Thailand              ( 10 ) Philippines    ( 11 ) Myanmar      ( 12 ) Cambodia  
( 13 ) Brunei      ( 14 ) Laos      ( 15 ) Other Asian countries \_\_\_\_\_

**North America**

- ( 16 ) The United States      ( 17 ) Canada

**Europe**

- ( 18 ) Britain      ( 19 ) France      ( 20 ) Germany      ( 21 ) Other European countries \_\_\_\_\_

**Other areas**

- ( 22 ) New Zealand      ( 23 ) Other areas \_\_\_\_\_

Nationality: \_\_\_\_\_ ( please fill in code ) ,  
description ( Please specify if you are from other areas ) : \_\_\_\_\_

Place of residence: \_\_\_\_\_ ( please fill in code ) ,  
description, ( please specify if you are from other areas ) : \_\_\_\_\_

A3. The airport or port you entered Taiwan?

- (1) Taoyuan International Airport    (2) Kaohsiung International Airport    (3) Taipei Songshan Airport  
 (4) Keelung Port    (5) Kaohsiung Port    (6) Other places, please specify \_\_\_\_\_

## B. Tourism decision

B1. Have you ever stayed in **Taipei City** before?

- No (end of answer)  
 Yes, how long will you stay in **Taipei City** this time? \_\_\_\_\_ day (s) \_\_\_\_\_ night (s)

↳ Purpose of stay? \_\_\_\_\_ (Please indicate "A" if it is your main purpose, and "B" if it is your secondary purpose)

- (1) Sightseeing    (2) **Business**    (3) **International conference/exhibition**  
 (4) Visiting friends/relatives    (5) Studying  
 (6) Health management (medical/cosmetology/health check/health nurturing)  
 (7) Other, please specify \_\_\_\_\_

**[Continue to answer if you ticked "Business" or "International conference/exhibition." Otherwise, jump to question B3]**

B2. Did you tour Taipei City this time in your free time?

1. Yes, besides business, meeting or exhibition, I spent \_\_\_\_\_  
→  (1) Half a day    (2) 1 day    (3) 2 days    (4) 3 days    (5) 4 days  
 (6) 5 days or more touring Taipei City in my free time  
 2. No

B3.1 Before coming to **Taipei City**, have you ever seen the sightseeing advertisement or travel report of **Taipei City**?

- (1) No [please jump to question B4]  
 (2) Yes [please continue to answer]

B3.2 Before coming to **Taipei City**, where did you learn about the **sightseeing and tourism information of Taipei City**?  
[multiple choice]

- (1) Newspapers/magazines    (2) Subway/bus advertising light box    (3) TV/radio  
 (4) International Tourism Exhibition    (5) Outdoor advertising/signboard  
 (6) Travel agency promotion itineraries/flyers    (7) Word-of-mouth publicity of family/friends  
 (8) Internet

(8.1) Your reference websites:  (1) **Portal site (s)** [multiple choice]

- (1) Google    (2) Baidu    (3) Sina    (4) Yahoo    (5) NAVER  
 (6) Bing (Microsoft)    (7) eBay    (8) Other \_\_\_\_\_

(2) **Community website (s)** [multiple choice]

- (1) Facebook    (2) Twitter    (3) Weibo    (4) Instagram    (5) Plurk  
 (6) Youtube    (7) Google+    (8) Pinterest  
 (9) Other \_\_\_\_\_

(3) **Government official tourism website** (such as Travel Taiwan)

(4) **Private official industry websites** (such as travel agencies, hotels, amusement parks, etc.)

(5) **Blog or BBS Discussion Board**

(6) **Other** \_\_\_\_\_

(9) Other, please specify \_\_\_\_\_

B3.3 Have you ever visited "Travel Taipei" managed by **The Department of Information and Tourism, Taipei City**

**Government?**

- (1) No  
 (2) Yes, your satisfaction with the travel information provided by the official website is:  
 ①Very satisfied    ②Satisfied    ③Fair    ④Dissatisfied    ⑤Very dissatisfied

▶ B4. How many times have you visited **Taipei City** in the past 3 years (including this time) ? \_\_\_\_\_ time (s)

B5. When did you start planning this trip? \_\_\_\_\_ day (s) ago

B6. Did you use the Online Travel Agency (OTA) to plan this trip (such as hotel or ticket reservation) ?

- (1) No  
 (2) Yes, my OTA service provider (s) was (were) **[multiple choice]**  
 (2.1) Priceline    (2.2) TripAdvisor    (2.3) Expedia    (2.4) Airbnb    (2.5) Booking.com  
 (2.6) Hotels.com    (2.7) HotelsCombined    (2.8) KKday    (2.9) Travelok  
 (2.10) Ctrip    (2.11) Other, please specify \_\_\_\_\_

B7. Your reason (s) for touring **Taipei City**? **[multiple choice]**

- (1) Food    (2) Shopping    (3) Sceneries    (4) Convenient transportation  
 (5) Folk customs/cultures    (6) Pleasant climate    (7) Night leisure activities    (8) Recreation places  
 (9) Historical relics    (10) Health management (medical/cosmetology/health check/health nurturing)  
 (11) Good public order    (12) Art exhibitions/festival activities    (13) Business travel  
 (14) Conference/exhibition activities    (15) Close to my place of residence  
 (16) Other \_\_\_\_\_

B8. Your travel theme (s) to **Taipei City**? **[multiple choice]**

- (1) Travel alone    (2) Family travel    (3) Honeymoon travel    (4) Lover or couple travel  
 (5) Friends travel    (6) Senior travel    (7) Business travel    (8) Visiting friends/relatives  
 (9) Other \_\_\_\_\_

**C. Tourism trends**

C1.1 The tourist attraction (s) /place (s) you visited in **Taipei City** this time? **[multiple choice]**

- (1) Dadaocheng ( a. Dadaocheng Wharf    b. Dihua Street    c. Xiahai City God Temple)  
 (2) North Gate    (3) Taipei 101    (4) The Palace Museum    (5) Ximending  
 (6) Chiang Kai-shek Memorial Hall    (7) Sun Yat-Sen Memorial Hall    (8) Beitou Hot Spring Area  
 (9) Yangmingshan    (10) Shilin Presidential Residence    (11) Longshan Temple    (12) Night markets  
 (13) Dongmen Yongkang Business Circle    (14) MRT Zhongshan Station Area  
 (15) Xinyi Business Circle    (16) Other \_\_\_\_\_

C1.2. Based on question C1.1, is **Dadaocheng** the tourist attraction you like most?

- (1) Yes    (2) No, which is your favorite tourist attraction? \_\_\_\_\_

C1.3. Based on question C1.1, the reason for the tourist attraction you **like most** is \_\_\_\_\_

C1.4. Based on question C1.1, the reason (s) for the tourist attraction you **dislike most** is (are) ? **[multiple choice]**:

- (1) Poor sceneries    (2) Poor recreational facilities    (3) Poor surrounding environment  
 (4) Inconvenient transportation    (5) Other, please specify \_\_\_\_\_

C2. Did you participate in the following activities during your travel in **Taipei City** (including this time) ?

C2.1. Taipei New Year's Eve Party:  (1) Yes  (2) No, are you willing to participate in the future:  (2.1) Yes  (2.2) No

C2.2. Taipei Lantern Festival:  (1) Yes  (2) No, are you willing to participate in the future:  (2.1) Yes  (2.2) No

C3. Your method (s) of finding the travel information during your stay in **Taipei City**? **[multiple choice]**

- (1) Tourism App  (2) Websites  (3) Travel books  (4) Tourist attractions flyers  
 (5) Relatives & friends  (6) People nearby  (7) Tourist Service Center  (8) Travel agency  
 (9) Hotel/B&B  (10) Other, please specify \_\_\_\_\_

C4. Where did you stay in **Taipei City** in this trip? **[multiple choice]**

- (1) The place of stay was not in Taipei City  
 (2) Hotel → main accommodation name: \_\_\_\_\_  
 (3) Youth Hostel/Activity Center → main accommodation name: \_\_\_\_\_  
 (4) Friend's/relative's place  (5) Dormitory  (6) A rented place  (7) Temple/monastery/church  (8) Other, please specify \_\_\_\_\_

C5. Based on this trip, what is (are) your best impression of **Taipei City**? **[multiple choice]**

- (1) Food  (2) Life function  (3) Hot spring  (4) Civil literacy  (5) Traffic  
 (6) Taipei double-decker sightseeing bus  (7) Monuments/historical relics  (8) Night markets  
 (9) 24-hour business premises (such as bookstores, convenience stores)  (10) Street/city scenes  
 (11) Hospitality  (12) Folk customs/cultures  (13) WiFi environment  (14) Electronic payment  (15) Nightlife  (16) Local specialties  
 (17) Health management (medical/cosmetology/health/health nurturing)  
 (18) Art exhibition or festival activities, please explain \_\_\_\_\_  
 (19) Tourist attractions, please specify \_\_\_\_\_  
 (20) Other, please specify \_\_\_\_\_

C6. What means of transport did you use during your trip in **Taipei City**? **[multiple choice]**

- (1) Bus  (2) MRT  (3) Bicycle  (4) Taxi  (5) Motorcycle  (6) Tour bus  
 (7) Double-decker sightseeing bus  (8) Other, please specify \_\_\_\_\_

C7. During your stay in **Taipei City**, did you use the taxi charter service to arrange the travel itineraries?

- (1) Yes  (2) No

C8. The dish (es) you like most during your stay in **Taipei City**? **[multiple choice]**

- (1) Taiwanese flavors  (2) Chinese flavors  (3) Japanese flavors  (4) Thai flavors  
 (5) Middle Eastern flavors  (6) Indian flavors  (7) American flavors  (8) French flavors  
 (9) Italian flavors  (10) Other, please specify \_\_\_\_\_

C9. What do you think is (are) the must-eat food while staying in **Taipei City**? [multiple choice]

- (1) Beef noodles     (2) Taiwanese stir-fried dishes     (3) Minced pork rice     (4) Soup dumplings  
 (5) Intestine & oyster vermicelli     (6) Stinky tofu    (7) Oyster omelet     (8) Spicy hot pot  
 (9) Mango shaved ice     (10) Pearl milk tea     (11) Michelin restaurant, \_\_\_\_\_  
 (12) Other, please specify \_\_\_\_\_

C10. What do you think is (are) the must-buy things while staying in **Taipei City**? [multiple choice]

- (1) Pineapple cake     (2) Mung bean cake     (3) Nougat     (4) Dried meat     (5) Dried fruits  
 (6) Tea     (7) Instant noodles     (8) Cosmetic products     (9) Condiments  
 (10) Toothpaste     (11) Clothing accessories     (12) Electrical home appliances, please specify \_\_\_\_\_  
 (13) Desserts, please explain \_\_\_\_\_  
 (14) Other, please specify \_\_\_\_\_

## D. Spending status

D1. The travel schedule you chose:

- (1) Joined the travel agency itineraries (such as tour group)  
 (2) Self-arranged itineraries but led by the travel agency (such as exchange group, study tour, incentive travel, friend/relative group, etc.)  
 (3) Accommodation & ticket reservations arranged by the travel agency  
 (4) Arranged by the inviting unit  
 (5) Self-arranged

D2. Your approximate spending on the following items out of your total expenditures in **Taipei City**?

1. Hotel expenses: \$ \_\_\_\_\_, (\_\_\_\_%) , no. of people \_\_\_\_\_

1.1 Does it include hotel accommodation fees?

- (1) Yes  
 (2) No, the reasons are?  
 (1) Already included in the travel fees  
 (2) Other \_\_\_\_\_

2. Meal expenses outside the hotel \$ \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_%) , no. of people \_\_\_\_\_

3. Transportation expenses in Taipei City \$ \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_%) , no. of people \_\_\_\_\_

4. Entertainment expenses \$ \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_%) , no. of people \_\_\_\_\_

5. Miscellaneous expenses \$ \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_%) , no. of people \_\_\_\_\_

6. Shopping expenses \$ \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_%) , no. of people \_\_\_\_\_



- (1) Clothing or relevant accessories (such as leather bags, shoes, watches, etc.) \$\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_%
- (2) Jewelry or jade ornament category \$\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_%
- (3) Souvenir or handicraft category \$\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_%
- (4) Cosmetic or perfume category \$\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_%
- (5) Specialty category \$\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_%
- (6) Cigarette or alcohol category \$\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_%
- (7) Pharmacy or health food category \$\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_%
- (8) Electronic or electrical appliances category \$\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_%
- (9) Tea \$\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_%
- (10) Other \$\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_%

## E. Satisfaction

E1. Are you satisfied with this travel experience in **Taipei City**?

E1.1 **Traffic convenience** →  (1) Very satisfied  (2) Satisfied  (3) Fair  (4) Dissatisfied  
 (5) Very dissatisfied

E1.2 **Accommodation experience** →  (1) Very satisfied  (2) Satisfied  (3) Fair  (4) Dissatisfied  
 (5) Very dissatisfied  (6) No accommodation experience in Taipei City

E1.3 **Spending experience** →  (1) Very satisfied  (2) Satisfied  (3) Fair  (4) Unsatisfied  
 (5) Very dissatisfied

E1.4 **Staff services** →  (1) Very satisfied  (2) Satisfied  (3) Fair  (4) Dissatisfied  (5)  
Very dissatisfied

E1.5 **Overall tourist attractions** →  (1) Very satisfied  (2) Satisfied  (3) Fair  (4) Dissatisfied  
 (5) Very dissatisfied

E1.6 **Catering experience** →  (1) Very satisfied  (2) Satisfied  (3) Fair  (4) Dissatisfied  
 (5) Very dissatisfied

E1.7 **Overall experience** →  (1) Very satisfied  (2) Satisfied  (3) Fair  (4) Dissatisfied  
 (5) Very dissatisfied

E1.8 **Based on the above experiences, the reason (s) why you feel dissatisfied or very dissatisfied (are) :**

---

E2. Will you consider coming to **Taipei City** again?

(1) Yes, the reason (s) is (are) : **[multiple choice]**

- (1.1) Sightseeing  (1.2) Business  (1.3) International conference/exhibition  
 (1.4) Visiting friends/relatives  (1.5) Studying  
 (1.6) Health management (medical/cosmetology/health check/health nurturing)  
 (1.7) Other, please specify
- 

(2) No, the reason(s) is(are): \_\_\_\_\_

---

## F. Basic information of visitor

### F1. Age

Your age is:

- (1) 12 ~ below 20     (2) 20 ~ below 30     (3) 30 ~ below 40     (4) 40 ~ below 50     (5) 50 ~ below 60  
 (6) 60 ~ below 70     (7) Above 70     (99) Unanswered

### F2. Your approximate annual income in terms of USD? (or currency: \_\_\_\_\_; Monthly / Annual salary \$\_\_\_\_\_)

- (1) Below US\$10,000     (2) US\$10,000 ~ below US\$20,000     (3) US\$20,000 ~ below US\$30,000  
 (4) US\$30,000 ~ below US\$40,000     (5) US\$40,000 ~ below US\$50,000  
 (6) US\$50,000 ~ below US\$60,000     (7) US\$60,000 ~ below US\$70,000  
 (8) US\$70,000 ~ below US\$80,000     (9) US\$80,000 ~ below US\$90,000  
 (10) US\$90,000 ~ below US\$100,000     (11) Above US\$100,000  
 (12) No fixed income     (99) Unanswered

### F3. Highest education level:

- (1) Primary education (elementary school) & below  
 (2) Secondary education (including junior high school, senior high school, vocational school)  
 (3) University (including special courses)     (4) Research institute & above  
 (5) Other, please specify \_\_\_\_\_  
 (99) Unanswered

### F4. Industry:

- (1) Agriculture/forestry/fishery/livestock industry     (2) Manufacturing industry  
 (3) Construction engineering industry  
 (4) Other industries (including mining/quarry industry, electricity/gas supply industry, water supply/pollution control industry)     (5) Wholesale/retail trade     (6) Accommodation/catering industry  
 (7) Publishing/audio-visual production industry, broadcasting/information communication services industry  
 (8) Finance/insurance industry     (9) Public administration/national defense/mandatory social security  
 (10) Education     (11) Healthcare/social work services     (12) Arts/entertainment/leisure services  
 (13) Other types of services     (14) Housekeeper     (15) Student     (16) Retiree  
 (17) Other \_\_\_\_\_

### F5. Gender: (1) Male    (2) Female

### F6. Your religion is:

- (1) Buddhism     (2) Christianity     (3) Catholicism     (4) Taoism     (5) Islam  
 (6) Other \_\_\_\_\_     (7) Non-religion

### ※ Other records (Other opinions of the visitor recorded by the interviewer) :

Other: \_\_\_\_\_

[If you ticked "Islam," please continue to answer G1; otherwise, stop answering from here]

**G. Taipei City's Muslim-friendly travel environment survey**

G1. Please tick the level of agreement for the following questions based on your experience while visiting **Taipei City**:

| Items                                                                                           | Strongly Agree           | Agree                    | Fair                     | Disagree                 | Strongly Disagree        |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| G1.1 Muslim travel guides were provided at the tourist attractions.                             | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| G1.2 Clean and proper toilets and cleaning facilities were available during the journey.        | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| G 1.3 Muslim prayer rooms were available during the journey.                                    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| G 1.4 Halal food or restaurants could be easily found during the journey.                       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| G1.5 Muslim-friendly hotels or accommodations could be easily found while planning the journey. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| G1.6 There was no problem in language communication.                                            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| G1.7 Halal-related travel information of Taipei City was easily accessible online.              | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| G1.8 People I met throughout the journey were friendly to Muslims.                              | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

G2. Your feeling about the Muslim-friendly environment of **Taipei City**?

(1) Very satisfied     (2) Satisfied     (3) Fair     (4) Dissatisfied     (5) Very dissatisfied

G3. What improvement do you recommend for **Taipei City** in terms of a Muslim-friendly environment?

---

~~~ End of the questionnaire. Thank you for your assistance! I wish you a delightful journey!! ~~~

| | |
|---|--|
| 承認機関: 台北市政府主計処
承認文号: 107.10.16北市主公統字第10760081151号
実施日: 2019年1月1日～12月31日
有効期間: 2019年 年12月31日迄 | 1.本調査は統計法第20条規定「政府が統計を行う際、被調査者が機関、団体或は個人を問わず、事実を詳しく報告する義務がある」に基づく。
2.本表記入資料は政策の策定と応用に関する研究のみに使用する。必ず個人情報を守秘し、課税又はその他用途に使用しない。事実に基づいた回答の協力を宜しくお願い致します。 |
|---|--|

| 訪問者 | 調査地(空港名) | | | 調査日 | アンケート番号 |
|-----|----------|---|---|-----|---------|
| | 桃 | 高 | 松 | 108 | |

台北市政府観光放送局

來台旅行客が台北市における消費及び動向調査 (2019年)

親愛なる旅行客様 こんにちは:

台北市政府観光放送局は観光施設及び各位が台北市における消費状況を理解し、今後更によりサービス品質を提供するため、弊局の訪問に協力して頂くよう、お願い致します。また、ご協力に感謝致します!

台北市政府観光放送局 敬具

A. 一般資料

A1.台湾に到着した日付を教えてください _____年_____月_____日

A2.国籍と居住地を教えてください

アジア

- (1)中国 (2)日本 (3)香港/マカオ (4)韓国 (5)マレーシア (6)シンガポール
(7)インドネシア (8)ベトナム (9)タイ (10)フィリピン (11)ミャンマー (12)カンボジア
(13)ブルネイ・ダルサラーム国 (14)ラオス人民民主共和国 (15)アジア、その他地区_____

北米洲

- (16)アメリカ (17)カナダ

歐洲

- (18)イギリス (19)フランス (20)ドイツ (21)歐洲のその他地区_____

その他地区

- (22)ニュージーランド・オーストラリア (23)その他地区_____

国 籍: _____ (コードを記入), 説明(その他地区の説明を願います): _____

居住地: _____ (コードを記入), 説明(その他地区の説明を願います): _____

A3. 何処から入国されましたか?

- (1)台湾桃園国際空港 (2)高雄国際空港 (3)台北松山国際空港
 (4)基隆港 (5)高雄港 (6)その他、説明_____

B. 旅行決定

B1.台北市に停留しましたか?

- いいえ(回答終了)
 はい、今回**台北市**で何日停留しましたか? _____泊_____日

→ 目的は? (主要目的を“A”で表示し、次の目的を“B”で表示してください)

- (1)観光 (2)営業 (3)国際会議或は展覧会 (4)友人・親族訪問 (5)就学
 (6)健康管理(医療/美容/健康診断/養生) (7)その他、説明_____

【“業務”或は“国際会議又は展覧会”をチェックした方は下記を回答して下さい。その他回答をチェックした方は、B3にスキップして下さい】

B2. 仕事以外の時間を利用して台北市を旅行されましたか？

1. はい、業務、会議又は展示会以外に

→ (1) 半日 (2) 1日 (3) 二日 (4) 3日 (5) 4日 (6) 5日以上 台北市で旅行しました。

2. いいえ

B3.1 今回台北市に来る前に、台北市に関する宣伝広告又は旅行報道を見たことがありますか？

(1) はい【B4にスキップする】

(2) いいえ【次に進む】

B3.2. 台北市に来る前は、下記のどのような方法で台北市の観光旅行情報を知りましたか？【複数選択可】

(1) 新聞・雑誌

(2) 地下鉄、バス広告

(3) テレビ、ラジオ

(4) 国際旅行展覧会

(5) 屋外広告又は看板

(6) 旅行会社の宣伝ツアー、パンフレット

(7) 親友・友達の口コミ宣伝

(8) インターネット

(8.1) 参考サイト: (1) ポータルサイト【複数選択可】

(1) Google

(2) バイドゥ

(3) Sina

(4) Yahoo

(5) NAVER

(6) bing (Microsoft)

(7) eBay

(8) 其他 _____

(2) ソーシャルコミュニティーサイト【複数選択可】

(1) Facebook

(2) twitter

(3) ウェイボー

(4) Instagram

(5) Plurk

(6) Youtube

(7) Google+

(8) Pinterest

(9) 其他 _____

(3) 政府の観光公式サイト(台湾観光旅行サイト)

(3) 民間業者の公式サイト(例: 旅行会社、旅館、遊樂園等の公式サイト)

(5) ブログ又はBBS(電子掲示板)

(6) その他 _____

(9) その他, 説明 _____

B3.3. 台北市観光放送局管理の「台北旅遊網」を見たことはありますか？

(1) いいえ

(2) はい、公式サイト提供の旅行情報に対する満足度は？

①非常に満足

②満足

③普通

④不満足

⑤非常に不満足

B4. この3年間、台北市に何回来られましたか(今回を含まず)? _____回

B5. 今回の旅行は何日前から計画開始されました? _____日前

B6. 今回の旅行計画時、オンライン旅行会社(OTA)を利用されましたか?(宿泊予約又は航空券予約など)?

(1) いいえ

(2) はい。使用されたOTAサービスプロデューサーを教えてください【複数選択可】

(2.1) Priceline

(2.2) TripAdvisor

(2.3) Expedia

(2.4) Airbnb

(2.5) Booking.com

(2.6) Hotels.com

(2.7) HotelsCombined

(2.8) KKday

(2.9) Traveloka

(2.10) Trip.com

(2.11) その他, 説明 _____

B7. 下記のどの理由が台北市を訪れる誘因となりましたか?【複数選択可】

(1) 食物

(2) ショッピング・散策

(3) 風光景色

(4) 交通便利

(5) 民情風俗と文化

(6) 快適な気候

(7) 夜間のレジャー活動

(8) リクリエーション施設

- (9) 歴史文物 (10) 健康管理(医療/美容/健康診断/養生) (11) 良い治安
 (12) 芸術文化展覧、節日活動 (13) ビジネス旅行 (14) 会議展覧活動
 (15) 居住地に近い
 (16) その他 _____

B8. 今回台北市観光の旅行テーマは何ですか？【複数選択可】

- (1) 個人旅行 (2) 家族旅行 (3) 新婚旅行 (4) カップル・夫婦旅行
 (5) 親友旅行 (6) 楽齡旅行 (7) ビジネストリップ (8) 親友訪問旅行
 (9) その他 _____

C. 旅行動向

C1.1. 今回の台北市旅行でどの観光スポットを訪れましたか？(或は場所)？【複数選択可】

- (1) 大稻埕埠頭(a. 大稻埕碼頭; b. 迪化街 c. 霞海城隍廟) (2) 北門 (3) 台北M101
 (4) 故宮博物院 (5) 西門町 (6) 中正紀念堂 (7) 國父紀念館 (8) 北投温泉区
 (9) 陽明山 (10) 士林官邸 (11) 龍山寺 (12) 夜市, _____
 (13) 東門永康商圈 (14) MRT中山駅商圈 (15) 信義商圈
 (16) その他 _____

C1.2. 前項の質問に続き、大稻埕は一番好きな観光スポットですか？

- (1) はい (2) いいえ、一番好きな観光スポットを教えてください _____

C1.3. 前項の質問に続き、一番好きな理由は何ですか？ _____

C1.4. 前項の質問に続き、一番嫌いな観光スポットはどこですか？ 理由【可複数選択可】:

- (1) 景色がよくない (2) リクリエーション施設が良くない (3) 周辺環境が好ましくない (4) 交通が不便
 (5) その他、説明: _____

C2. 今までの(今回を含む)台北市旅遊期間内に下記のイベントに参加したことはありますか？

- C2.1. 臺北市跨年晚會:** (1) はい (2) いいえ、今後参加する意向はありますか? : (2.1) はい (2.2) いいえ

- C2.2. 台北ランタンフェスティバル:** (1) はい (2) いいえ、今後参加する意向はありますか? : (2.1) はい (2.2) いいえ

C3. 台北市旅行期間中、下記のどの方法で旅行情報を検索されましたか？【複数選択可】

- (1) 旅遊 App (2) ウェブサイト (3) 旅遊ガイドブック (4) 旅行観光スポットパンフレット
 (5) 親友 (6) 付近の民衆 (7) ツーリストサービスセンター (8) 旅行会社 (9) 旅館/民宿
 (10) その他、説明 _____

C4. 今回台北市での主な宿泊先は？【複数選択可】

- (1) 市内に宿泊していない
 (2) 旅館→主な宿泊名称: _____
 (3) 青年旅館、活動センター→主な宿泊先名: _____
 (4) 親友宅 (5) 宿舍 (6) 賃貸 (7) お寺、修道院或は教会
 (8) その他 _____

C5. 今回の経験から、台北市、に関する一番印象が良い項目は何ですか？【複数選択可】

- (1) 食物 (2) 生活機能 (3) 温泉
 (4) 公民素養 (5) 交通 (6) 台北市二階建て観光バス
 (7) 古蹟、歴史文物 (8) 夜市 (9) 204 時間営業場所(例: ブックストア、コンビニ)

- (10) 街道市容 (11) 人情味 (12) 民情風俗與文化
 (13) WiFi 環境 (14) 電子決済 (15) 都会の夜生活
 (16) 地方特産 (17) 健康管理(医療/美容/健康診断/養生)
 (16) 芸術文化展覧、節日活动。説明 _____ (17) 観光スポット、説明 _____
 (20) その他、説明 _____

C6. 今回の**台北市**旅行期間中に使用された交通手段はどれですか？【複数選択可】

- (1) バス (2) 捷運 (3) 自転車 (4) タクシー (5) バイク
 (6) 遊覧車 (7) 二階建て観光バス (8) その他、説明 _____

C7. **台北市**旅行期間中、タクシーの貸切サービスで旅行を計画されましたか？

- (1) はい (2) いいえ

C8. 今回の**台北市**旅行期間中、比較的好きな料理はどれですか？【複数選択可】

- (1) 台湾料理 (2) 中華式料理 (3) 日本料理 (4) タイ料理 (5) 中東料理
 (6) インド料理 (7) アメリカ料理 (8) フランス料理 (9) イタリアン料理
 (10) その他、説明 _____

C9. **台北市**旅行期間中、必ず食べなければならない食物はなんですか？【複数選択可】

- (1) 牛肉麵 (2) 台湾熱炒 (3) 滷肉飯(ルーローファン)
 (4) 小籠包 (5) 麵線(細麵) (6) 臭豆腐(しゅうどうふ)
 (7) 蚵仔煎(カキ入りオムレツ) (8) 麻辣火鍋(激辛鍋) (9) マンゴーアイス
 (10) タピオカミルクティー (11) ミシュランレストラン、 _____
 (12) その他、説明 _____

C10. **台北市**旅行期間中、必ず買わなければならない商品はなんですか？【複数選択可】

- (1) パイナップルケーキ (2) 緑豆糕(緑豆のケーキ) (3) ヌガー
 (4) 肉乾(ロウガン) (5) ドライフルーツ (6) お茶の葉
 (7) カップラーメン (8) 美妝 (9) 調味料
 (10) 歯磨き (11) アパレス・アクセサリー (12) 家電、説明 _____
 (13) デザート、説明 _____ (14) その他、説明 _____

D.消費状況

D1. 今回の旅行計画方法は：

- (1) 旅行社計画ツアーに参加。旅行会社が計画(例：旅行ツアーに参加)
 (2) 自分で予定を計画した後に旅行会社に業務依頼(交流団、修学旅行、奨励旅遊、親友団等)
 (3) 旅行会社が宿泊先と航空券を代理予約
 (4) 招待者計画
 (5) 全て自分で計画/段取り

D2. 今回の旅行で**台北市**での支出総額のうち、下記の各項金額はどのくらいですか？

1. 旅館内支出 _____ 元 (_____ %) _____ 人

(1) はい
 (2) いいえ、理由は？
 (1) 旅行会社のツアーの代金を含む
 (2) その他 _____

2. 旅館外飲食代
 3. 台北市内の交通費 元 (_____ %) 人
 4. 娯楽費 元 (_____ %) 人
 5. 雑費 元 (_____ %) 人
 6. ショッピング代 元 (_____ %) 人



- (1) 衣服又はアクセサリー関連(例:バック、靴、腕時計等) _____元__%
- (2) ジュエリー又は玉器類 元 _____%
- (3) 記念品又は手作り工芸品類 元 _____%
- (4) 化粧品又は香水類 元 _____%
- (5) 名産又は産類 元 _____%
- (6) タバコ又は酒類 元 _____%
- (7) 薬品・コスメティック又は健康食品類 元 _____%
- (8) 電子又は電器用品類 元 _____%
- (9) お茶 元 _____%
- (10) その他 元 _____%
- 説明:

E.満足度

E1. 今回の台北市での旅行経験は満足していますか？

E1.1. 交通便性 → (1) 非常に満足 (2) 満足 (3) 普通 (4) 不満足 (5) 非常に不満足

E1.2. 宿泊経験 → (1) 非常に満足 (2) 満足 (3) 普通 (4) 不満足 (5) 非常に不満足
 (6) 台北市での宿泊経験無し

E1.3. 消費経験 → (1) 非常に満足 (2) 満足 (3) 普通 (4) 不満足 (5) 非常に不満足

E1.4. 人員・サービス → (1) 非常に満足 (2) 満足 (3) 普通 (4) 不満足 (5) 非常に不満足

E1.5. 観光スポット全体 → (1) 非常に満足 (2) 満足 (3) 普通 (4) 不満足 (5) 非常に不満足

E1.6. 飲食経験 → (1) 非常に満足 (2) 満足 (3) 普通 (4) 不満足 (5) 非常に不満足

E1.7. 全体経験 → (1) 非常に満足 (2) 満足 (3) 普通 (4) 不満足 (5) 非常に不満足

E1.8 上記経験に基づき、不満足或は非常に不満足に感じた理由はなんですか？

E2 もう一度台北市一度を訪れるますか？

(1) はい、主な理由因: **【複数選択可】**

(1.1) 観光 (1.2) 業務 (1.3) 国際会議或は展示会 (1.4) 友人・親族訪問 (1.5) 就学

(1.6) 健康管理(医療/美容/健康診断/養生) (1.7) その他、説明 _____

(2) いいえ、理由 _____

F. 旅行者の基本資料

F1. 年齢

G. 台北市ムスリムフレンドリー環境調査

G1. 台北市を訪れた経験に基づき、下記質問に対する同意度をチェックして下さい：

| 項目 | 非常に同意 | 同意 | 普通 | 同意しない | 非常に同意しない |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| G1.1 旅行地・観光スポットにて「ムスリムガイドブック」が提供されている | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| G1.2 旅途中に清潔で適切な化粧室と清潔施設が提供されている | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| G1.3 旅行中にムスリム向け「祈禱室」が見つかる | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| G1.3 旅行中にムスリム向け「祈禱室」が見つかる8 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| G1.4 旅行中に清真料理或は当レストランが見つかる | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| G1.5 旅行計画時にムスリムフレンドリーホテル又は宿泊地を検索可能 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| G1.6 言葉・コミュニケーションの問題がない | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| G1.7 インタネット上で容易に台北市内のムスリム対象の旅行に関する情報を検索可能 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

G2. 台北市のムスリムフレンドリー環境に対する満足度は？

(1) 非常に満足 (2) 満足 (3) 普通 (4) 不満足 (5) 非常に不満足

G3. ムスリムフレンドリー環境について、台北市が改善できる部分は？

~~~~ 訪問は以上です。ご協力ありがとうございます！よい旅でありますように！！~~~~

|                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                        |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 승인기관 : 타이베이 시청 통계처<br>승인 문서번호 : 106.10.12타이베이시 주공통자 제10760081151호<br>실시일시 : 2019년 1월1일~12월31일<br>유효기간 : 2019년 12월 31일까지 | 1. 본 조사는 통계법 제 20조 규정에 의거합니다: 「정부가 통계를 추진할 시, 피조사자는 정부기관, 단체 혹은 개인을 막론하고 균일하게 진실에 의거해 상세히 보고할 의무를 가진다」<br>2. 본 조사서에 기재한 자료는 정책을 연구결정하는 것으로만 응용될 것이며 개인정보는 절대 비밀이 보장되며 과세부과 혹은 기타용으로 쓰이지 않습니다. 사실대로 알려주시고 협조해 주시기 바랍니다. |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

| 설문자 | 설문공항 |    |   | 조사일시 | ID |
|-----|------|----|---|------|----|
|     | 타오   | 까오 | 송 | 2019 |    |

## 타이베이 시청 관광전파국

### 대만 관광객의 타이베이에서의 소비 및 동향조사 ( 2019년 )

친애하는 관광객 여러분, 안녕하십니까 :

타이베이 시청 관광전파국은 미래 더 나은 수준의 서비스를 제공할 수 있도록 관광설비를 개선하고 여러분의 타이베이에서의 소비형태를 이해하고자 하니 저희 설문방문에 기꺼이 응해주시길 바랍니다. 협조해 주셔서 감사합니다.

타이베이 시청 관광전파국

**A. 개인정보**

A1. 언제 대만에 도착하셨나요? \_\_\_\_\_년 \_\_\_\_\_월 \_\_\_\_\_일

A2. 국적과 거주지가 어디입니까?

**아시아**

- (1) 중국            (2) 일본    (3) 홍콩/마카오    (4) 한국    (5) 말레이시아    (6) 싱가포르
- (7) 인도네시아    (8) 월남    (9) 태국            (10) 필리핀    (11) 버마            (12) 캄보디아
- (13) 브루나이    (14) 라오스                            (15) 아시아 기타 지역

**북아메리카**

- (16) 미국                                (17) 캐나다

**유럽**

- (18) 영국                                (19) 프랑스            (20) 독일            (21) 유럽 기타지역\_\_\_\_\_

**기타지역**

- (21) 뉴질랜드/호주    (22) 기타지역\_\_\_\_\_

국적 : \_\_\_\_\_ (국가대표번호 기재), 설명 (기타지역은 기재해 주십시오) : \_\_\_\_\_

거주지 : \_\_\_\_\_ (대표번호 기재), 설명 (기타지역은 기재해 주십시오) : \_\_\_\_\_

A3. 아래 어디로 입국하셨습니까?

- (1) 대만 타오웬 국제공항     (2) 까오송 국제공항     (3) 타이베이 송산공항

(4) 기류향  (5) 까오송항  (6) 기타, 설명 \_\_\_\_\_

**B.여행 전략**

B1.타이베이시에 체류할 예정입니까?

아니오 (답변 종료)

네, 이번 **타이베이시**에서의 체류기간 \_\_\_\_\_ 박 \_\_\_\_\_ 일

↳ 목적은? (주요 목적은 "A" 로 부수적 목적은 "B"로 표시)

- (1) 관광  (2) **업무**  (3) **국제회의 및 전람**  (4) 친척 및 친구방문  (5) 학업
- (6) 건강관리 (의료/미용/건강검진/월빙)  (7) 기타, 설명 \_\_\_\_\_

**【 "업무" 혹은 "국제회의 및 전람" 답변자는 계속, 다른 답변자 B3으로 가기】**

B2.남은 여가시간을 이용해 타이베이시를 여행할 계획입니까?

1.네, 업무, 회의 혹은 전람외에

→  (1) 반나절  (2) 1일  (3) 2일  (4) 3일  (5) 4일  (6) 5일 이상을

이용해

타이베이시를 관광하고자 합니다.

2.아니오.

B3.1.타이베이시에 오시기 전 타이베이시의 관광홍보광고나 여행보도를 보신 적이 있습니까?

(1) 아니오 **【B4로 가기】**

(2) 네 **【계속】**

B3.2. 타이베이시에 오시기 전, 아래 어떤 방식 혹은 경로로 타이베이시 관광여행정보를 취득하셨나요?

(복수 선택 가능)

- (1) 보도잡지  (2) 지하철,버스 광고라이트 박스  (3) 티비, 방송국
- (4) 국제 여행 박람회  (5) 야외광고 혹은 간판  (6) 여행사 스케줄 홍보,전단지
- (7) 지인들 추천  (8) 인터넷

(8.1) 참고 사이트:

(1) 포털 사이트 **【복수선택 가능】**

- (1) google  (2) 바이두  (3) 시나
- (4) Yahoo  (5) NAVER  (6) bing ( Microsoft )
- (7) eBay  (8) 기타 \_\_\_\_\_

(2) SNS **【복수선택 가능】**

- (1) Facebook  (2) twitter  (3) 웨이보
- (4) Instagram  (5) Plurk  (6) Youtube
- (7) Google+  (8) Pinterest  (9) 기타 \_\_\_\_\_

(3) 정부관광 공식 사이트 (예: 타이베이시 관광전파국, 대만 관광여행사이트)

(4) 민간업체 공식 사이트 (예: 여행사, 숙박업소, 놀이공원 등 공식 사이트)

(5) 블로거나 BBS토론 게시판

(6) 기타 \_\_\_\_\_

(9) 기타, 설명해 주십시오\_\_\_\_\_

B3.3. 타이베이시 관광전파국이 관리하는 「타이베이 여행사이트」를 보신 적이 있습니까?

- (1) 아니오.  
 (2) 네, 이 사이트에서 제공하는 여행정보에 대한 만족도는 :  
①매우 만족 ②만족 ③보통 ④불만족 ⑤매우 불만족

→ B4. 최근 3년 내 타이베이시에 ( 이번 포함 ) 오신 적이 몇 번입니까? \_\_\_\_\_ 번

B5. 이번 여행은 언제부터 계획하셨나요? \_\_\_\_\_ 일 전

B6. 온라인 여행사 ( OTA ) 를 이용해 이번 여행 ( 예: 숙소예약 혹은 티켓예매 ) 을 계획하셨나요?

- (1) 없다  
 (2) 있다, 사용하신 OTA서비스 업체는? 【복수선택 가능】  
 (2.1) Priceline  (2.2) TripAdvisor  (2.3) Expedia  (2.4) Airbnb  
 (2.5) Booking.com  (2.6) Hotels.com  (2.7) HotelsCombined  
 (2.8) KKday  (2.9) Traveloka  (2.10) Ctrip  
 (2.11) 기타, 설명해 주십시오 \_\_\_\_\_

B7. 아래 어느 항목이 이번 타이베이시 관광을 하게 된 원인입니까? 【복수 선택】

- (1) 음식  (2) 쇼핑구매  (3) 경치 풍광  (4) 교통편리  
 (5) 민간 풍습과 문화  (6) 알맞은 기후  (7) 야간 여가활동  (8) 휴양장소  
 (9) 역사문화  (10) 건강관리 (의료/미용/건강검진/웰빙)  (11) 안전한 치안  
 (12) 예술문화 전람 강연, 명절 행사  (13) 비즈니스 여행  
 (14) 회의/전람 활동  (15) 거주지와 가까운 거리  
 (16) 기타 \_\_\_\_\_

B8. 이번 타이베이시 관광 여행의 테마는 무엇입니까? 【복수 선택】

- (1) 1인 여행  (2) 가족 여행  (3) 신혼 여행  (4) 커플 혹은 부부 여행  
 (5) 친구와 여행  (6) 노인 여행  (7) 비즈니스 여행  
 (8) 지인/친척 방문 여행  (9) 기타 \_\_\_\_\_

### c. 여행 동향

c1.1. 이번 타이베이시에서 어느 명소 ( 혹은 곳 ) 를 관람하십니까? 【복수 선택】

- (1) 다다오청 ( a. 다다오청 부두 ; b. 디화제 ( 야시장 ) c. 샹하이 천황묘 )  
 (2) 북문  (3) 타이베이101  (4) 고궁박물관  (5) 시먼딩  
 (6) 중정기념관  (7) 국부기념관  (8) 베이itou 온천지  (9) 양명산  
 (10) 스린 관저  (11) 룡산스 ( 용산사 )  (12) 야시장, \_\_\_\_\_  
 (13) 동면 용강상권  (14) 지하철 중산역 거리  (15) 신이상권  
 (16) 기타 \_\_\_\_\_

c1.2. 윗답에서 다다오청이 가장 좋아하는 명소입니까?

- (1) 네  (2) 아니오, 가장 좋아하는 명소는 \_\_\_\_\_

c1.3. 윗 답에서 그 명소를 가장 좋아하는 원인은? \_\_\_\_\_

c1.4. 윗 답에서 그 명소를 가장 싫어하는 원인은? \_\_\_\_\_ 【복수 선택 가능】 :

- (1) 경치가 좋지 않다  (2) 휴게시설이 좋지 않다

(3) 주변환경이 좋지 않다  (4) 교통 불편

(5) 기타, 설명해 주십시오. \_\_\_\_\_

C2. 과거 ( 이번 ) 에 **타이베이시** 여행기간 중 아래 행사를 참석하신 적이 있습니까?

C2.1. 타이베이시 신년전야 행사 :

(1) 있다  (2) 없다, 앞으로 참석할 의향은 :  (2.1) 있다  (2.2) 없다

C2.2. 타이베이 연등절 :

(1) 있다  (2) 없다, 앞으로 참석할 의향은 :  (2.1) 있다  (2.2) 없다

C3. **타이베이시** 여행기간 중, 아래 어떤 방식을 통해 여행정보를 검색한 적이 있습니까? **【복수 선택】**

- (1) 여행 App  (2) 웹사이트  (3) 여행책  (4) 여행명소 책자  
 (5) 친구  (6) 주변 사람  (7) 여행 서비스 센터  (8) 여행사  
 (9) 여관/민박  (10) 기타, 설명해 주십시오. \_\_\_\_\_

C4. 이번 **타이베이시** 숙소는 어느 곳입니까? **【복수 선택 가능】**

(1) 숙소는 타이베이시에 있지 않음

(2) 호텔→주요 숙소 명칭 : \_\_\_\_\_

(3) 유스 호스텔, 활동 센터→주요 숙소 명칭 : \_\_\_\_\_

(4) 친구집  (5) 기숙사  (6) 렌트 하우스  (7) 사찰, 수도원 혹 교회

(8) 기타, 설명해 주십시오. \_\_\_\_\_

C5. 이번 경험에서 **타이베이시**에 대한 인상 중 가장 좋은 항목은 무엇입니까? **【복수 선택】**

- (1) 음식  (2) 생활기능  (3) 온천  
 (4) 시민 교양수준  (5) 교통  (6) 타이페시시 이층관광버스  
 (7) 고적, 역사문물  (8) 야시장  (9) 24 시간 영업장소 ( 예:서점, 편의점 )  
 (10) 거리 면모  (11) 인정미  (12) 민간 풍습과 문화  
 (13) WiFi 환경  (14) 모바일 결제  (15) 도시 불야성  
 (16) 지방 특산  
 (17) 건강관리 (의료/미용/건강검진/웰빙) 관광명소, 설명해 주십시오. \_\_\_\_\_  
 (18) 예술문화 전람 강연, 명절행사, \_\_\_\_\_  
 (19) 관광명소, 설명해 주십시오. \_\_\_\_\_  
 (20) 기타, 설명해 주십시오. \_\_\_\_\_

C6. 이번 **타이베이시** 여행기간 중 사용한 적이 있는 교통수단은? **【복수 선택】**

- (1) 버스  (2) 지하철  (3) 자전거  (4) 택시  (5) 스쿠터  
 (6) 관광버스  (7) 이층관광버스  (8) 기타, 설명해 주십시오. \_\_\_\_\_

C7. **타이베이시** 여행기간 중 택시투어를 이용해 여행 일정을 잡은적이 있습니까?

(1) 있다  (2) 없다

C8. 이번 **타이베이시** 여행기간 중 비교적 좋아하는 요리 스타일은 어느 것입니까? **【복수 선택】**

- (1) 대만 스타일  (2) 중식 스타일  (3) 일식 스타일  (4) 태국식 스타일  
 (5) 중동 스타일  (6) 인도 스타일  (7) 미국 스타일  (8) 프랑스 스타일  
 (9) 이태리 스타일  (10) 기타, 설명해 주십시오. \_\_\_\_\_

c9. 이번 타이베이시 여행기간 중, 반드시 먹어야 하는 음식은 무엇이라 생각하십니까? 【복수 선택】

- (1) 우육면                       (2) 대만식 볶음요리     (3) 루로우판                       (4) 샤오롱바오  
 (5) 미엔시엔 (국수)                       (6) 냄새두부                       (7) 굴전                       (8) 마라훤귀  
 (9) 망고빙수                       (10) 버블 밀크티                       (11) 미슐링 식당, \_\_\_\_\_  
 (12) 기타, 설명해 주십시오. \_\_\_\_\_

c10. 타이베이시 여행기간 중 필매품은 무엇이라 생각하십니까? 【복수 선택】

- (1) 파인애플 케이크 ( 핑리수 )                       (2) 녹두앙금 케이크 ( 휘또우까오 )     (3) 유가사탕  
 (4) 육포                       (5) 과일 말린 것                       (6) 찻잎                       (7) 라면  
 (8) 화장품                       (9) 조미료                       (10) 치약                       (11) 패션 악세서리  
 (12) 전자제품, 설명해 주십시오. \_\_\_\_\_  
 (13) 디저트류, 설명해 주십시오. \_\_\_\_\_  
 (14) 기타, 설명해 주십시오. \_\_\_\_\_

**D. 소비 형태**

D1. 여행 계획 방식은:

- (1) 여행사 일정 참가, 여행사 주관 ( 예: 그룹 투어 )  
 (2) 스스로 일정을 짠 후 여행사가 주관 ( 예: 교류투어, 연수투어, 보너스투어, 친목투어 등 )  
 (3) 여행사가 숙소 및 비행기만 예약대행  
 (4) 초청기관에서 마련  
 (5) 모두 개인이 준비

D2. 타이베이시에서 쓴 총경비 중 아래 각 항목이 차지하는 비용은 대략 얼마입니까?

1. 숙소 내 지출비용 \_\_\_\_\_ 원 ( \_\_\_\_\_ % ) \_\_\_\_\_ 명

1. 1. 숙박비용이 포함된 것입니까?

(1) 네  
 (2) 아니오, 원인은?  
 (1) 여행사 단체경비에 이미 포함되어서  
 (2) 기타 \_\_\_\_\_

2. 숙소 외 식사비 \_\_\_\_\_ 원 ( \_\_\_\_\_ % ) \_\_\_\_\_ 명

3. 타이베이 시내 교통비 \_\_\_\_\_ 원 ( \_\_\_\_\_ % ) \_\_\_\_\_ 명

4. 유흥비 \_\_\_\_\_ 원 ( \_\_\_\_\_ % ) \_\_\_\_\_ 명

5. 잡비 \_\_\_\_\_ 원 ( \_\_\_\_\_ % ) \_\_\_\_\_ 명

6. 물건구매비 \_\_\_\_\_ 원 ( \_\_\_\_\_ % ) \_\_\_\_\_ 명

- (1) 의류 혹 악세서리류 ( 예: 가방, 신발, 손목시계 등 ) \_\_\_\_\_ 원 \_\_\_\_\_ %

(2) 보석 혹 옥보석류 \_\_\_\_\_ 원 \_\_\_\_\_ %

(3) 기념품 혹 수공예품류 \_\_\_\_\_ 원 \_\_\_\_\_ %

(4) 화장품 혹 향수류 \_\_\_\_\_ 원 \_\_\_\_\_ %

(5) 특산물 혹 특산품류 \_\_\_\_\_ 원 \_\_\_\_\_ %

(6) 담배 혹 주류 \_\_\_\_\_ 원 \_\_\_\_\_ %

(7) 의약화장품 혹 건강보조식품류 \_\_\_\_\_ 원 \_\_\_\_\_ %

(8) 전자 혹 전기제품류 \_\_\_\_\_ 원 \_\_\_\_\_ %

(9) 찻잎 \_\_\_\_\_ 원 \_\_\_\_\_ %

(10) 기타 \_\_\_\_\_ 원 \_\_\_\_\_ %

**E.만족도**

E1.이번 타이베이시 여행경험에 대해 만족하십니까?

E1.1.교통 편리성→ (1) 매우 만족  (2) 만족  (3) 보통  (4) 불만족  (5) 매우 불만족

E1.2.숙박경험--→ (1) 매우 만족  (2) 만족  (3) 보통  (4) 불만족  (5) 매우 불만족  
 (6) 타이베이시 숙박 경험이 없음

E1.3.소비경험--→ (1) 매우 만족  (2) 만족  (3) 보통  (4) 불만족  (5) 매우 불만족

E1.4.서비스--→ (1) 매우 만족  (2) 만족  (3) 보통  (4) 불만족  (5) 매우 불만족

E1.5.전체적인 관광명소--→ (1) 매우 만족  (2) 만족  (3) 보통  (4) 불만족  
 (5) 매우 불만족

E1.6.음식 경험--→ (1) 매우 만족  (2) 만족  (3) 보통  (4) 불만족  (5) 매우 불만족

E1.7.전체적인 경험--→ (1) 매우 만족  (2) 만족  (3) 보통  (4) 불만족  (5) 매우 불만족

E1.8.이상의 경험으로 불때 불만족 혹은 매우 불만족 원인은 무엇입니까?



E2. 타이베이시를 재차 방문할 생각이 있으십니까?

(1) 네, 원인은 : **【복수 선택】**

(1.1) 관광  (1.2) 업무  (1.3) 국제회의 혹은 전람

(1.4) 친척 혹은 친구방문  (1.5) 학업

(1.6) 건강관리 (의료/미용/건강검진/웰빙)

(1.7) 기타, 설명해 주십시오.\_\_\_\_\_

(2) 아니오, 원인은\_\_\_\_\_

**F.여행자 기본정보**

**F1. 연령**

연령이 어떻게 되십니까?:

(1) 12세 이상 20세 미만  (2) 20세 이상 30세 미만  (3) 30세 이상 40세 미만

(4) 40세 이상 50세 미만  (5) 50세 이상 60세 미만  (6) 60세 이상 70세 미만

(7) 70세 이상  (99) 대답 거부

**F2.연수입은 미국 달러로 대략 얼마정도입니까?**

(화폐 종류:\_\_\_\_; 월 / 연봉\_\_\_\_\_원)

(1) 1만 달러 미만  (2) 1만 달러 이상 2만 달러 미만

(3) 2만 달러 이상 3만 달러 미만  (4) 3만 달러 이상 4만 달러 미만

- (5) 4만 달러 이상 5만 달러 미만       (6) 5만 달러 이상 6만 달러 미만  
 (7) 6만 달러 이상 7만 달러 미만       (8) 7만 달러 이상 8만 달러 미만  
 (9) 8만 달러 이상 9만 달러 미만       (10) 9만 달러 이상 10만 달러 미만  
 (11) 10만 달러 및 이상       (12) 고정수입 없음       (99) 대답 거부

**F3.최종 학력 :**

- (1) 초등교육 (초등학교) 및 이하  
 (2) 중등교육 (중,고등,상업기술학교 포함)  
 (3) 대학 (전문대 포함)       (4) 대학원 및 이상  
 (5) 기타, 설명해 주십시오. \_\_\_\_\_  (99) 대답 거부

**F4.직업별:**

- (1) 농,임,어,목축업       (2) 제조업       (3) 영업건설업  
 (4) 기타 공업 (광업 및 토석채굴업, 전기 및 가스 공급업, 수공급 및 공해 관리 산업)  
 (5) 도매 및 소매업       (6) 숙박 및 식료업  
 (7) 출판, 비디오 제작, 매체 및 정보통신업       (8) 금융 및 보험업  
 (9) 공공정책 및 국방 ; 강제성 사회안전       (10) 교육업  
 (11) 보건 및 사회복지 서비스       (12) 예술, 유흥 및 레저서비스업  
 (13) 기타 유형 서비스       (14) 가정관리       (15) 학생  
 (16) 퇴직       (17) 기타 \_\_\_\_\_

**F5.성별 :**  (1) 남자     (2) 여자

**F6.종교가 무엇입니까?**

- (1) 불교     (2) 기독교     (3) 천주교     (4) 도교     (5) 회교  
 (6) 기타 \_\_\_\_\_     (7) 무종교

※기타 기록 (설문자는 여행자의 기타 의견을 기록한다) :

기타 : \_\_\_\_\_

【“회교”답변자는 G1로, 다른 답변자는 설문 종료】

**G. 타이베이시 친무슬림 여행환경 조사**

G1. 타이베이시 방문경험에서 아래 질문에 대한 동의 정도는:

| 항목                                          | 매우<br>동의                 | 동의                       | 보통                       | 비동의                      | 매우<br>비동의                |
|---------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| G1.1 여행명소에 무슬림 여행가이드가 있다                    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| G1.2 여행 중 깨끗한 화장실과 위생시설이 제공됐다               | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| G1.3 여행 중 무슬림 기도실이 제공됐다                     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| G1.4 여행 중 할랄음식과 식당을 찾을 수 있었다                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| G1.5 여행 계획 때 친무슬림 호텔 혹 숙박지점을 찾을 수 있었다       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| G1.6 언어소통에 문제점이 없었다                         | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| G1.7 인터넷을 통해 타이베이시 할랄여행에 관한 정보를 쉽게 찾을 수 있었다 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| G1.8 여행 중 만난 사람들은 무슬림에 대해 우호적이었다            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

G2. 타이베이시 친무슬림 환경에 대한 느낌은?

(1) 매우 만족  (2) 만족  (3) 보통  (4) 불만족  (5) 매우 불만족

G3. 친무슬림 환경에 대해 타이베이시가 어느 부분을 개선해야 한다고 생각하십니까?

---

~~~ 설문을 마치겠습니다. 협조해 주셔서 감사합니다! 즐거운 여행되십시오!! ~~~

附件二 消費金額估算

受訪旅客消費金額之估算係以美元為計算單位，將總消費金額除以共同消費人數及停留夜數，即為每人每日總消費金額 X (美元)。將每人每日總消費金額取 $\lambda=0.134912$ 次方轉換，再以截尾平均數 (Trimmed mean) 方法，估算每人每日平均消費，其估算公式如下：

$$M = \hat{\mu}_y^{\frac{1}{\lambda}} + \frac{1}{2} * \hat{\sigma}_y^2 * \frac{1}{\lambda} * \left(\frac{1}{\lambda} - 1\right) * \hat{\mu}_y^{\frac{1}{\lambda}-2} + \frac{1}{6} * \gamma_1 * \hat{\sigma}_y^3 * \frac{1}{\lambda} * \left(\frac{1}{\lambda} - 1\right) * \left(\frac{1}{\lambda} - 2\right) * \hat{\mu}_y^{\frac{1}{\lambda}-3} + \frac{1}{24} * (\gamma_2 + 3) * \hat{\sigma}_y^4 * \frac{1}{\lambda} * \left(\frac{1}{\lambda} - 1\right) * \left(\frac{1}{\lambda} - 2\right) * \left(\frac{1}{\lambda} - 3\right) * \hat{\mu}_y^{\frac{1}{\lambda}-4}$$

(*)

$$\text{其中 } \hat{\mu}_y = \frac{Y_{(g+1)} + Y_{(g+2)} + \dots + Y_{(n-g-1)} + Y_{(n-g)}}{n-2g}$$

而 $g = [0.02n]$ ([X]表示 x 之最大整數值) ; 其中， $Y(i)$ 為每人每日總消費金額轉 0.134912 後依大小順序後依序排列， $Y(1) \leq Y(2) \leq \dots \leq Y(n)$ 。

$$\text{令 } \hat{\sigma}_y^2 = \widehat{Var}(\hat{\mu}_y) = \frac{\sum_{a=g+1}^{n-g} (Y_{(a)} - \hat{\mu}_y)^2}{n-2g-1}$$

其中， μ_y 為每人每日總消費轉次方截尾平均數、 σ_y 為標準差、 γ_1 為偏態係數、 γ_2 為峰態係數、 $\lambda = 0.134912$

$$\text{則 } M \text{ 標準差之估計值為 } S_M = \frac{\hat{\sigma}_y}{\sqrt{n-2g}} * \frac{1}{\lambda} * (\hat{\mu}_y)^{\frac{1}{\lambda}-1}$$

【註 1】* : Lee, R.F. and Huang, D.Y. (2003). On some data oriented robust estimation procedures for means. Journal of Applied Statistics, 30 (6) , 625-634

附件三 附表

附表 3-1 108 年受訪旅客基本特徵-按主要目的分

單位：人數·百分比

| 項目 | 到訪臺北市主要目的 | | | |
|---------|-----------|--------|---------|--------|
| | 觀光 | 商務 | 探親訪友 | 其他 |
| 總計 | 1,752 | 82 | 159 | 7 |
| 性別 | | | | |
| 男性 | 45.43% | 57.32% | 45.28% | 57.14% |
| 女性 | 54.57% | 42.68% | 54.72% | 42.86% |
| 年齡 | | | | |
| 12-29 歲 | 30.25% | 14.63% | 20.75% | 42.86% |
| 30-39 歲 | 23.63% | 29.27% | 21.38% | 42.86% |
| 40-49 歲 | 13.81% | 29.27% | 10.06% | 0.00% |
| 50-59 歲 | 22.83% | 25.61% | 28.93% | 0.00% |
| 60 歲及以上 | 9.47% | 1.22% | 18.87% | 14.29% |
| 旅遊型態 | | | | |
| 團客 | 29.91% | 69.51% | 0.00% | 28.57% |
| 自由行 | 70.09% | 30.49% | 100.00% | 71.43% |
| 初訪及重遊 | | | | |
| 初次來臺北市 | 72.20% | 6.10% | 14.47% | 28.57% |
| 近三年重遊 | 27.80% | 93.90% | 85.53% | 71.43% |
| 主要市場 | | | | |
| 日本 | 18.32% | 9.76% | 24.53% | 14.29% |
| 大陸 | 29.28% | 6.10% | 2.52% | 14.29% |
| 香港澳門 | 16.89% | 8.54% | 10.69% | 0.00% |
| 韓國 | 10.05% | 35.37% | 11.95% | 0.00% |
| 新加坡 | 3.71% | 3.66% | 1.26% | 0.00% |
| 馬來西亞 | 4.22% | 1.22% | 1.89% | 0.00% |
| 菲律賓 | 2.63% | 0.00% | 1.26% | 14.29% |
| 泰國 | 2.74% | 0.00% | 1.26% | 0.00% |
| 越南 | 2.40% | 0.00% | 6.29% | 0.00% |
| 印尼 | 1.94% | 0.00% | 4.40% | 42.86% |
| 美國 | 3.42% | 6.10% | 17.61% | 0.00% |
| 加拿大 | 1.08% | 4.88% | 4.40% | 0.00% |
| 歐洲 | 1.66% | 20.73% | 5.03% | 14.29% |
| 紐澳 | 1.31% | 2.44% | 3.14% | 0.00% |
| 其他 | .34% | 1.22% | 3.77% | 0.00% |

附表 3-2 108 年受訪旅客基本特徵-按性別分

單位：人數·百分比

| 項目 | 性別 | |
|---------|--------|--------|
| | 男性 | 女性 |
| 總計 | 919 | 1,081 |
| 年齡 | | |
| 12-29 歲 | 27.31% | 30.25% |
| 30-39 歲 | 24.05% | 23.50% |
| 40-49 歲 | 13.93% | 14.25% |
| 50-59 歲 | 20.46% | 25.81% |
| 60 歲及以上 | 14.25% | 6.20% |
| 主要目的 | | |
| 觀光 | 86.62% | 88.44% |
| 商務 | 5.11% | 3.24% |
| 探親或訪友 | 7.83% | 8.05% |
| 其他 | 0.44% | 0.28% |
| 旅遊型態 | | |
| 團客 | 31.34% | 27.29% |
| 自由行 | 68.66% | 72.71% |
| 初訪及重遊 | | |
| 初次來臺北市 | 66.81% | 63.00% |
| 近三年重遊 | 33.19% | 37.00% |
| 主要市場 | | |
| 日本 | 20.89% | 16.37% |
| 大陸 | 29.27% | 23.50% |
| 香港澳門 | 14.91% | 16.93% |
| 韓國 | 8.71% | 13.32% |
| 新加坡 | 3.92% | 3.15% |
| 馬來西亞 | 3.59% | 4.16% |
| 菲律賓 | 2.18% | 2.68% |
| 泰國 | 3.59% | 1.57% |
| 越南 | 2.07% | 3.05% |
| 印尼 | 1.31% | 2.96% |
| 美國 | 3.81% | 5.37% |
| 加拿大 | 1.63% | 1.39% |
| 歐洲 | 1.96% | 3.42% |
| 紐澳 | 1.41% | 1.57% |
| 其他 | 0.76% | 0.56% |

附表 3-3 108 年受訪旅客基本特徵-按年齡分

單位：人數·百分比

| 項目 | 年齡 | | | | |
|-------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | 12-29 歲 | 30-39 歲 | 40-49 歲 | 50-59 歲 | 60 歲及以上 |
| 總計 | 578 | 475 | 282 | 467 | 198 |
| 性別 | | | | | |
| 男性 | 43.43% | 46.53% | 45.39% | 40.26% | 66.16% |
| 女性 | 56.57% | 53.47% | 54.61% | 59.74% | 33.84% |
| 主要目的 | | | | | |
| 觀光 | 91.70% | 87.16% | 85.82% | 85.65% | 83.84% |
| 商務 | 2.08% | 5.05% | 8.51% | 4.50% | 0.51% |
| 探親或訪友 | 5.71% | 7.16% | 5.67% | 9.85% | 15.15% |
| 其他 | 0.52% | 0.63% | 0.00% | 0.00% | 0.51% |
| 旅遊型態 | | | | | |
| 團客 | 9.69% | 17.26% | 42.55% | 47.97% | 51.01% |
| 自由行 | 90.31% | 82.74% | 57.45% | 52.03% | 48.99% |
| 初訪及重遊 | | | | | |
| 初次到訪 | 76.12% | 63.58% | 46.45% | 63.38% | 63.64% |
| 近三年重遊 | 23.88% | 36.42% | 53.55% | 36.62% | 36.36% |
| 主要市場 | | | | | |
| 日本 | 10.73% | 17.47% | 22.70% | 20.13% | 33.33% |
| 大陸 | 9.52% | 19.58% | 36.52% | 38.12% | 47.47% |
| 香港澳門 | 20.24% | 22.32% | 12.06% | 10.49% | 7.07% |
| 韓國 | 16.61% | 10.32% | 9.22% | 10.06% | 3.03% |
| 新加坡 | 7.27% | 2.74% | 2.13% | 1.93% | 0.00% |
| 馬來西亞 | 7.44% | 5.05% | 1.06% | 1.71% | 0.00% |
| 菲律賓 | 4.67% | 2.74% | 0.71% | 0.86% | 1.52% |
| 泰國 | 4.50% | 4.84% | 0.35% | 0.00% | 0.00% |
| 越南 | 6.06% | 2.11% | 0.35% | 1.28% | 0.00% |
| 印尼 | 6.23% | 1.47% | 0.35% | 0.00% | 0.00% |
| 美國 | 3.63% | 4.42% | 4.96% | 6.42% | 3.54% |
| 加拿大 | 0.87% | 1.26% | 3.55% | 1.71% | 0.51% |
| 歐洲 | 1.04% | 3.16% | 3.55% | 4.07% | 2.53% |
| 紐澳 | 0.69% | 2.53% | 2.13% | 1.50% | 0.51% |
| 其他 | 0.52% | 0.00% | 0.35% | 1.71% | 0.51% |

附表 3-4 108 年受訪旅客基本特徵-按月份分 (續一)

單位：人數·百分比

| 項目 | 月份 | | | | | |
|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | 1月 | 2月 | 3月 | 4月 | 5月 | 6月 |
| 總計 | 155 | 138 | 177 | 174 | 154 | 155 |
| 性別 | | | | | | |
| 男性 | 43.23% | 47.10% | 46.33% | 48.28% | 44.81% | 46.45% |
| 女性 | 56.77% | 52.90% | 53.67% | 51.72% | 55.19% | 53.55% |
| 年齡 | | | | | | |
| 12-29 歲 | 32.26% | 29.71% | 29.38% | 28.16% | 29.87% | 30.32% |
| 30-39 歲 | 21.94% | 23.19% | 25.42% | 24.71% | 25.32% | 24.52% |
| 40-49 歲 | 16.13% | 16.67% | 13.56% | 14.94% | 13.64% | 10.97% |
| 50-59 歲 | 20.65% | 20.29% | 16.95% | 25.29% | 21.43% | 21.29% |
| 60 歲及以上 | 9.03% | 10.14% | 14.69% | 6.90% | 9.74% | 12.90% |
| 主要目的 | | | | | | |
| 觀光 | 83.23% | 78.99% | 83.05% | 86.78% | 88.96% | 90.32% |
| 商務 | 3.87% | 9.42% | 6.78% | 5.75% | 3.90% | 2.58% |
| 探親或訪友 | 11.61% | 9.42% | 10.17% | 7.47% | 7.14% | 7.10% |
| 其他 | 1.29% | 2.17% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 旅遊型態 | | | | | | |
| 團客 | 27.74% | 26.81% | 28.81% | 26.44% | 25.97% | 27.74% |
| 自由行 | 72.26% | 73.19% | 71.19% | 73.56% | 74.03% | 72.26% |
| 初訪及重遊 | | | | | | |
| 初次到訪 | 54.84% | 57.25% | 64.97% | 64.37% | 70.13% | 70.32% |
| 近三年重遊 | 45.16% | 42.75% | 35.03% | 35.63% | 29.87% | 29.68% |
| 主要市場 | | | | | | |
| 日本 | 18.06% | 19.57% | 16.95% | 17.24% | 18.83% | 19.35% |
| 大陸 | 22.58% | 21.74% | 23.73% | 22.41% | 24.03% | 29.68% |
| 香港澳門 | 17.42% | 17.39% | 16.38% | 17.24% | 16.23% | 10.97% |
| 韓國 | 10.97% | 9.42% | 10.73% | 10.34% | 10.39% | 14.19% |
| 新加坡 | 3.87% | 4.35% | 3.95% | 4.02% | 3.90% | 3.87% |
| 馬來西亞 | 4.52% | 5.07% | 4.52% | 4.60% | 4.55% | 3.87% |
| 菲律賓 | 2.58% | 3.62% | 1.69% | 1.15% | 3.90% | 3.23% |
| 泰國 | 1.94% | 0.72% | 3.95% | 5.17% | 3.90% | 3.23% |
| 越南 | 1.94% | 0.72% | 0.56% | 0.57% | 0.00% | 1.94% |
| 印尼 | 1.94% | 2.17% | 0.56% | 0.00% | 0.00% | 2.58% |
| 美國 | 5.16% | 5.07% | 4.52% | 5.17% | 5.19% | 4.52% |
| 加拿大 | 1.29% | 1.45% | 1.69% | 1.72% | 1.30% | 0.65% |
| 歐洲 | 5.16% | 5.80% | 6.78% | 6.90% | 5.19% | 0.65% |
| 紐澳 | 1.29% | 1.45% | 1.69% | 1.72% | 1.30% | 1.29% |
| 其他 | 1.29% | 1.45% | 2.26% | 1.72% | 1.30% | 0.00% |

附表 3-4 108 年受訪旅客基本特徵-按月份分 (續完)

單位：人數·百分比

| 項目 | 月份 | | | | | |
|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 |
| 總計 | 152 | 172 | 148 | 176 | 189 | 210 |
| 性別 | | | | | | |
| 男性 | 45.39% | 44.77% | 44.59% | 47.73% | 48.15% | 44.29% |
| 女性 | 54.61% | 55.23% | 55.41% | 52.27% | 51.85% | 55.71% |
| 年齡 | | | | | | |
| 12-29 歲 | 26.97% | 27.33% | 28.38% | 28.98% | 26.98% | 29.05% |
| 30-39 歲 | 26.32% | 17.44% | 24.32% | 20.45% | 28.04% | 23.33% |
| 40-49 歲 | 9.21% | 18.02% | 13.51% | 15.91% | 14.29% | 12.38% |
| 50-59 歲 | 24.34% | 29.07% | 24.32% | 24.43% | 22.75% | 27.62% |
| 60 歲及以上 | 13.16% | 8.14% | 9.46% | 10.23% | 7.94% | 7.62% |
| 主要目的 | | | | | | |
| 觀光 | 93.42% | 91.28% | 92.57% | 86.36% | 88.89% | 87.14% |
| 商務 | 1.32% | 1.16% | 2.03% | 4.55% | 4.23% | 3.81% |
| 探親或訪友 | 4.61% | 7.56% | 5.41% | 9.09% | 6.88% | 8.57% |
| 其他 | 0.66% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.48% |
| 旅遊型態 | | | | | | |
| 團客 | 30.26% | 34.30% | 29.73% | 36.36% | 34.92% | 20.95% |
| 自由行 | 69.74% | 65.70% | 70.27% | 63.64% | 65.08% | 79.05% |
| 初訪及重遊 | | | | | | |
| 初次到訪 | 67.76% | 66.86% | 64.86% | 63.64% | 69.31% | 61.90% |
| 近三年重遊 | 32.24% | 33.14% | 35.14% | 36.36% | 30.69% | 38.10% |
| 主要市場 | | | | | | |
| 日本 | 19.74% | 19.77% | 19.59% | 19.32% | 19.58% | 14.76% |
| 大陸 | 30.26% | 30.23% | 31.08% | 30.68% | 29.63% | 19.05% |
| 香港澳門 | 11.18% | 11.05% | 10.81% | 10.80% | 11.11% | 36.19% |
| 韓國 | 13.16% | 13.95% | 13.51% | 13.64% | 13.23% | 2.86% |
| 新加坡 | 3.29% | 3.49% | 3.38% | 3.41% | 3.70% | 1.43% |
| 馬來西亞 | 3.95% | 4.07% | 4.05% | 3.98% | 3.70% | 0.95% |
| 菲律賓 | 0.00% | 2.33% | 0.00% | 3.41% | 4.76% | 2.38% |
| 泰國 | 4.61% | 1.74% | 6.08% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 越南 | 0.00% | 2.91% | 1.35% | 5.11% | 5.82% | 7.62% |
| 印尼 | 6.58% | 2.91% | 3.38% | 1.70% | 1.06% | 3.81% |
| 美國 | 4.61% | 4.07% | 4.05% | 4.55% | 4.23% | 4.76% |
| 加拿大 | 0.66% | 1.16% | 0.68% | 1.14% | 1.06% | 4.29% |
| 歐洲 | 0.66% | 0.58% | 0.68% | 0.57% | 0.53% | 0.48% |
| 紐澳 | 1.32% | 1.74% | 1.35% | 1.70% | 1.59% | 1.43% |
| 其他 | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |

附表 3-5 108 年受訪旅客基本特徵-按教育程度分

單位：人數·百分比

| 項目 | 教育程度 | | |
|---------|---------|---------|--------|
| | 中等教育及以下 | 大學(含專科) | 研究所及以上 |
| 總計 | 424 | 1,498 | 78 |
| 性別 | | | |
| 男性 | 39.86% | 46.40% | 70.51% |
| 女性 | 60.14% | 53.60% | 29.49% |
| 年齡 | | | |
| 12-29 歲 | 2.36% | 36.92% | 19.23% |
| 30-39 歲 | 3.54% | 29.17% | 29.49% |
| 40-49 歲 | 10.85% | 14.42% | 25.64% |
| 50-59 歲 | 50.00% | 15.75% | 24.36% |
| 60 歲及以上 | 33.25% | 3.74% | 1.28% |
| 主要目的 | | | |
| 觀光 | 94.10% | 87.18% | 60.26% |
| 商務 | 0.24% | 3.94% | 28.21% |
| 探親或訪友 | 5.42% | 8.48% | 11.54% |
| 其他 | 0.24% | 0.40% | 0.00% |
| 旅遊型態 | | | |
| 團客 | 64.39% | 19.56% | 21.79% |
| 自由行 | 35.61% | 80.44% | 78.21% |
| 初訪及重遊 | | | |
| 初次到訪 | 74.53% | 63.68% | 32.05% |
| 近三年重遊 | 25.47% | 36.32% | 67.95% |
| 主要市場 | | | |
| 日本 | 19.58% | 18.16% | 17.95% |
| 大陸 | 59.43% | 17.56% | 10.26% |
| 香港澳門 | 10.14% | 17.62% | 16.67% |
| 韓國 | 3.77% | 13.35% | 10.26% |
| 新加坡 | 1.65% | 3.81% | 7.69% |
| 馬來西亞 | 1.65% | 4.74% | 0.00% |
| 菲律賓 | 0.47% | 3.14% | 0.00% |
| 泰國 | 0.71% | 3.14% | 0.00% |
| 越南 | 1.42% | 3.07% | 0.00% |
| 印尼 | 0.24% | 2.87% | 0.00% |
| 美國 | 0.71% | 5.54% | 8.97% |
| 加拿大 | 0.00% | 1.60% | 7.69% |
| 歐洲 | 0.00% | 2.94% | 14.10% |
| 紐澳 | 0.24% | 1.67% | 5.13% |
| 其他 | 0.00% | 0.80% | 1.28% |

附表 3-6 108 年受訪旅客基本特徵-按職業分

單位：人數·百分比

| 項目 | 職業 | | | | | | |
|---------|--------|--------|--------|---------|---------|--------|--------|
| | 農業 | 工業 | 服務業 | 家庭管理 | 學生 | 退休人員 | 其他 |
| 總計 | 26 | 327 | 1,065 | 231 | 184 | 147 | 20 |
| 性別 | | | | | | | |
| 男性 | 73.08% | 77.37% | 41.03% | 0.00% | 42.93% | 82.99% | 45.00% |
| 女性 | 26.92% | 22.63% | 58.97% | 100.00% | 57.07% | 17.01% | 55.00% |
| 年齡 | | | | | | | |
| 12-29 歲 | 3.85% | 17.74% | 30.89% | 0.00% | 100.00% | 0.00% | 30.00% |
| 30-39 歲 | 7.69% | 31.80% | 33.71% | 2.60% | 0.00% | 0.00% | 20.00% |
| 40-49 歲 | 15.38% | 22.32% | 16.90% | 9.96% | 0.00% | 0.00% | 10.00% |
| 50-59 歲 | 42.31% | 26.61% | 17.46% | 68.83% | 0.00% | 11.56% | 35.00% |
| 60 歲及以上 | 30.77% | 1.53% | 1.03% | 18.61% | 0.00% | 88.44% | 5.00% |
| 主要目的 | | | | | | | |
| 觀光 | 88.46% | 79.20% | 91.55% | 87.45% | 88.59% | 80.95% | 55.00% |
| 商務 | 3.85% | 17.43% | 2.16% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 5.00% |
| 探親或訪友 | 7.69% | 3.36% | 6.01% | 12.55% | 9.78% | 18.37% | 40.00% |
| 其他 | 0.00% | 0.00% | 0.28% | 0.00% | 1.63% | 0.68% | 0.00% |
| 旅遊型態 | | | | | | | |
| 團客 | 76.92% | 45.57% | 21.13% | 43.29% | 7.61% | 50.34% | 5.00% |
| 自由行 | 23.08% | 54.43% | 78.87% | 56.71% | 92.39% | 49.66% | 95.00% |
| 初訪及重遊 | | | | | | | |
| 初次到訪 | 80.77% | 63.30% | 63.00% | 61.04% | 80.43% | 65.31% | 55.00% |
| 近三年重遊 | 19.23% | 36.70% | 37.00% | 38.96% | 19.57% | 34.69% | 45.00% |
| 主要市場 | | | | | | | |
| 日本 | 15.38% | 14.98% | 19.53% | 24.24% | 4.89% | 27.89% | 10.00% |
| 大陸 | 65.38% | 37.92% | 19.34% | 38.10% | 9.78% | 47.62% | 0.00% |
| 香港澳門 | 0.00% | 6.73% | 21.41% | 10.82% | 16.85% | 8.16% | 10.00% |
| 韓國 | 11.54% | 11.62% | 10.05% | 6.93% | 27.17% | 5.44% | 10.00% |
| 新加坡 | 0.00% | 1.22% | 4.32% | 3.03% | 7.07% | 0.00% | 0.00% |
| 馬來西亞 | 0.00% | 4.89% | 4.23% | 0.00% | 7.61% | 0.68% | 10.00% |
| 菲律賓 | 0.00% | 2.45% | 3.19% | 0.87% | 2.17% | 0.68% | 0.00% |
| 泰國 | 0.00% | 5.81% | 2.16% | 0.00% | 3.26% | 0.00% | 10.00% |
| 越南 | 0.00% | 2.45% | 2.82% | 2.16% | 4.35% | 0.00% | 5.00% |
| 印尼 | 0.00% | 0.61% | 3.38% | 0.00% | 3.26% | 0.00% | 0.00% |
| 美國 | 3.85% | 2.14% | 4.13% | 5.63% | 8.15% | 6.80% | 15.00% |
| 加拿大 | 0.00% | 2.14% | 1.41% | 0.87% | 1.09% | 1.36% | 10.00% |
| 歐洲 | 3.85% | 4.28% | 2.16% | 4.76% | 1.63% | 0.68% | 10.00% |
| 紐澳 | 0.00% | 1.22% | 1.78% | 1.30% | 1.63% | 0.68% | 0.00% |
| 其他 | 0.00% | 1.53% | 0.09% | 1.30% | 1.09% | 0.00% | 10.00% |

附表 3-7 108 年受訪旅客基本特徵-按年收入分

單位：人數·百分比

| 項目 | 年收入 | | | | | |
|---------|---------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|-----------------|-----------|
| | 未滿
10,000 美
元 | 10,000-
19,999 美
元 | 20,000-
29,999 美
元 | 30,000-
39,999 美
元 | 40,000 美
元以上 | 無固定收
入 |
| 總計 | 129 | 350 | 407 | 394 | 199 | 401 |
| 性別 | | | | | | |
| 男性 | 42.64% | 48.57% | 50.37% | 48.48% | 61.31% | 28.93% |
| 女性 | 57.36% | 51.43% | 49.63% | 51.52% | 38.69% | 71.07% |
| 年齡 | | | | | | |
| 12-29 歲 | 41.86% | 42.29% | 34.89% | 17.77% | 4.02% | 36.66% |
| 30-39 歲 | 6.98% | 22.86% | 32.19% | 44.67% | 21.11% | 2.00% |
| 40-49 歲 | 4.65% | 10.86% | 13.27% | 21.32% | 32.16% | 4.24% |
| 50-59 歲 | 12.40% | 12.00% | 17.44% | 14.47% | 40.70% | 37.41% |
| 60 歲及以上 | 34.11% | 12.00% | 2.21% | 1.78% | 2.01% | 19.70% |
| 主要目的 | | | | | | |
| 觀光 | 94.57% | 92.00% | 94.35% | 89.85% | 79.40% | 86.03% |
| 商務 | 0.00% | 0.86% | 1.47% | 4.31% | 13.07% | 0.00% |
| 探親或訪友 | 4.65% | 7.14% | 4.18% | 5.58% | 7.54% | 13.22% |
| 其他 | 0.78% | 0.00% | 0.00% | 0.25% | 0.00% | 0.75% |
| 旅遊型態 | | | | | | |
| 團客 | 43.41% | 25.71% | 32.19% | 23.60% | 21.11% | 33.67% |
| 自由行 | 56.59% | 74.29% | 67.81% | 76.40% | 78.89% | 66.33% |
| 初訪及重遊 | | | | | | |
| 初次到訪 | 79.07% | 73.14% | 70.02% | 59.39% | 42.71% | 71.32% |
| 近三年重遊 | 20.93% | 26.86% | 29.98% | 40.61% | 57.29% | 28.68% |
| 主要市場 | | | | | | |
| 日本 | 10.85% | 11.14% | 16.22% | 29.19% | 39.70% | 11.72% |
| 大陸 | 41.09% | 32.00% | 36.36% | 15.74% | 9.55% | 31.67% |
| 香港澳門 | 10.85% | 9.43% | 23.10% | 23.60% | 13.07% | 11.97% |
| 韓國 | 5.43% | 0.00% | 8.35% | 17.26% | 13.07% | 15.46% |
| 新加坡 | 5.43% | 2.29% | 3.69% | 3.55% | 5.53% | 3.24% |
| 馬來西亞 | 6.98% | 10.86% | 4.18% | 0.76% | 0.00% | 2.49% |
| 菲律賓 | 3.10% | 8.29% | 1.97% | 0.25% | 0.00% | 1.75% |
| 泰國 | 5.43% | 8.00% | 1.23% | 0.00% | 0.00% | 1.75% |
| 越南 | 4.65% | 8.29% | 0.98% | 0.25% | 0.00% | 2.99% |
| 印尼 | 3.88% | 9.43% | 0.25% | 0.00% | 0.00% | 1.00% |
| 美國 | 1.55% | 0.00% | 1.47% | 4.06% | 7.04% | 8.23% |
| 加拿大 | 0.00% | 0.00% | 1.23% | 1.52% | 3.52% | 1.50% |
| 歐洲 | 0.78% | 0.00% | 0.25% | 2.54% | 4.52% | 3.24% |
| 紐澳 | 0.00% | 0.00% | 0.74% | 1.27% | 2.51% | 1.75% |
| 其他 | 0.00% | 0.29% | 0.00% | 0.00% | 1.51% | 1.25% |

註：有 120 位受訪者未回答年收入。

附表 3-8 108 年受訪旅客基本特徵-按宗教信仰分

單位：人數·百分比

| 項目 | 宗教信仰 | | | | | |
|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | 佛教 | 基督教 | 天主教 | 道教 | 回教 | 無信仰 |
| 總計 | 125 | 189 | 35 | 106 | 96 | 1,449 |
| 性別 | | | | | | |
| 男性 | 45.60% | 34.92% | 40.00% | 47.17% | 33.33% | 48.31% |
| 女性 | 54.40% | 65.08% | 60.00% | 52.83% | 66.67% | 51.69% |
| 年齡 | | | | | | |
| 12-29 歲 | 19.20% | 39.15% | 34.29% | 5.66% | 64.58% | 27.61% |
| 30-39 歲 | 20.00% | 23.28% | 28.57% | 9.43% | 27.08% | 24.84% |
| 40-49 歲 | 9.60% | 13.76% | 20.00% | 20.75% | 3.13% | 14.63% |
| 50-59 歲 | 32.80% | 19.05% | 14.29% | 39.62% | 4.17% | 23.40% |
| 60 歲及以上 | 18.40% | 4.76% | 2.86% | 24.53% | 1.04% | 9.52% |
| 主要目的 | | | | | | |
| 觀光 | 86.40% | 77.78% | 88.57% | 94.34% | 87.50% | 88.47% |
| 商務 | 5.60% | 5.82% | 2.86% | 0.00% | 0.00% | 4.35% |
| 探親或訪友 | 8.00% | 16.40% | 5.71% | 5.66% | 9.38% | 6.97% |
| 其他 | 0.00% | 0.00% | 2.86% | 0.00% | 3.13% | 0.21% |
| 旅遊型態 | | | | | | |
| 團客 | 26.40% | 6.88% | 5.71% | 68.87% | 2.08% | 31.75% |
| 自由行 | 73.60% | 93.12% | 94.29% | 31.13% | 97.92% | 68.25% |
| 初訪及重遊 | | | | | | |
| 初次到訪 | 56.80% | 60.32% | 57.14% | 66.04% | 77.08% | 65.29% |
| 近三年重遊 | 43.20% | 39.68% | 42.86% | 33.96% | 22.92% | 34.71% |
| 主要市場 | | | | | | |
| 日本 | 29.60% | 2.12% | 0.00% | 6.60% | 0.00% | 22.15% |
| 大陸 | 27.20% | 3.70% | 5.71% | 66.98% | 0.00% | 28.23% |
| 香港澳門 | 11.20% | 24.87% | 31.43% | 16.04% | 0.00% | 15.94% |
| 韓國 | 3.20% | 14.81% | 8.57% | 0.00% | 0.00% | 13.04% |
| 新加坡 | 0.80% | 6.35% | 8.57% | 0.00% | 0.00% | 3.73% |
| 馬來西亞 | 0.80% | 0.00% | 0.00% | 10.38% | 25.00% | 2.90% |
| 菲律賓 | 0.00% | 1.06% | 14.29% | 0.00% | 32.29% | 0.76% |
| 泰國 | 20.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 1.73% |
| 越南 | 4.80% | 0.00% | 2.86% | 0.00% | 1.04% | 3.04% |
| 印尼 | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 41.67% | 0.28% |
| 美國 | 1.60% | 25.40% | 17.14% | 0.00% | 0.00% | 2.55% |
| 加拿大 | 0.00% | 8.47% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.97% |
| 歐洲 | 0.00% | 5.29% | 8.57% | 0.00% | 0.00% | 2.90% |
| 紐澳 | 0.00% | 7.41% | 2.86% | 0.00% | 0.00% | 1.04% |
| 其他 | 0.80% | 0.53% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.76% |

附表 3-9 108 年受訪旅客基本特徵-按初訪及重遊樣態分

單位：人數·百分比

| 項目 | 初訪及重遊樣態 | |
|---------|---------|--------|
| | 初次到訪 | 近三年重遊 |
| 總計 | 1,295 | 705 |
| 性別 | | |
| 男性 | 47.41% | 43.26% |
| 女性 | 52.59% | 56.74% |
| 年齡 | | |
| 12-29 歲 | 33.98% | 19.57% |
| 30-39 歲 | 23.32% | 24.54% |
| 40-49 歲 | 10.12% | 21.42% |
| 50-59 歲 | 22.86% | 24.26% |
| 60 歲及以上 | 9.73% | 10.21% |
| 主要目的 | | |
| 觀光 | 97.68% | 69.08% |
| 商務 | 0.39% | 10.92% |
| 探親或訪友 | 1.78% | 19.29% |
| 其他 | 0.15% | 0.71% |
| 旅遊型態 | | |
| 團客 | 35.91% | 16.74% |
| 自由行 | 64.09% | 83.26% |
| 主要市場 | | |
| 日本 | 11.74% | 30.78% |
| 大陸 | 33.75% | 12.20% |
| 香港澳門 | 15.14% | 17.59% |
| 韓國 | 11.04% | 11.49% |
| 新加坡 | 3.94% | 2.70% |
| 馬來西亞 | 4.32% | 3.12% |
| 菲律賓 | 3.09% | 1.28% |
| 泰國 | 2.93% | 1.70% |
| 越南 | 3.17% | 1.56% |
| 印尼 | 2.39% | 1.84% |
| 美國 | 4.09% | 5.67% |
| 加拿大 | 0.85% | 2.70% |
| 歐洲 | 2.01% | 4.11% |
| 紐澳 | 1.16% | 2.13% |
| 其他 | 0.39% | 1.13% |

附表 3-10 108 年受訪旅客單因子變異數分析-規劃行程時間

單位：人數·百分比

| 項目 | 次數 | 出發前多久開始規劃行程 (天) |
|----------|-------|-----------------|
| | | 平均數 |
| 總計 | 2,000 | 58.60 天 |
| 性別 | | |
| 男性 | 919 | 58.08 天 |
| 女性 | 1,081 | 59.04 天 |
| 年齡*** | | |
| 12-29 歲 | 578 | 54.31 天 |
| 30-39 歲 | 475 | 53.26 天 |
| 40-49 歲 | 282 | 61.00 天 |
| 50-59 歲 | 467 | 65.62 天 |
| 60 歲及以上 | 198 | 63.92 天 |
| 主要目的*** | | |
| 觀光 | 1,752 | 60.23 天 |
| 商務 | 82 | 30.26 天 |
| 探親或訪友 | 159 | 53.35 天 |
| 其他 | 7 | 100.00 天 |
| 旅遊型態*** | | |
| 團客 | 583 | 80.78 天 |
| 自由行 | 1,417 | 49.47 天 |
| 初訪及重遊*** | | |
| 初次到訪 | 1,295 | 64.95 天 |
| 近三年重遊 | 705 | 46.92 天 |
| 主要市場*** | | |
| 日本 | 369 | 33.94 天 |
| 大陸 | 523 | 84.33 天 |
| 香港澳門 | 320 | 41.59 天 |
| 韓國 | 224 | 59.61 天 |
| 新加坡 | 70 | 42.31 天 |
| 馬來西亞 | 78 | 59.60 天 |
| 菲律賓 | 49 | 45.90 天 |
| 泰國 | 50 | 40.30 天 |
| 越南 | 52 | 46.63 天 |
| 印尼 | 44 | 46.48 天 |
| 美國 | 93 | 84.31 天 |
| 加拿大 | 30 | 79.67 天 |
| 歐洲 | 55 | 64.98 天 |
| 紐澳 | 30 | 84.07 天 |
| 其他 | 13 | 94.62 天 |

註：經單因子變異數分析 (One-way ANOVA)，*表示 $p < 0.05$ ；**表示 $p < 0.01$ ；***表示 $p < 0.001$ 。

附表 3-11 108 年受訪旅客利用的線上旅行社排名-按性別分

單位：人次·百分比

| 項目 | 全體 | | | 男性 | | | 女性 | | |
|-------|----------------|-----|--------|----------------|-----|--------|----------------|-----|--------|
| | 使用的 OTA | 人次 | 百分比 | 使用的 OTA | 人次 | 百分比 | 使用的 OTA | 人次 | 百分比 |
| 前十名業者 | Booking.com | 326 | 39.95% | Booking.com | 147 | 38.68% | Booking.com | 179 | 41.06% |
| | Hotels.com | 205 | 25.12% | Hotels.com | 99 | 26.05% | Hotels.com | 106 | 24.31% |
| | Expedia | 117 | 14.34% | Expedia | 56 | 14.74% | Expedia | 61 | 13.99% |
| | 攜程 | 67 | 8.21% | 攜程 | 35 | 9.21% | TripAdvisor | 43 | 9.86% |
| | TripAdvisor | 67 | 8.21% | TripAdvisor | 24 | 6.32% | 攜程 | 32 | 7.34% |
| | AGODA | 37 | 4.53% | KKday | 19 | 5.00% | AGODA | 21 | 4.82% |
| | KKday | 34 | 4.17% | Airbnb | 19 | 5.00% | KKday | 15 | 3.44% |
| | Airbnb | 33 | 4.04% | AGODA | 16 | 4.21% | Airbnb | 14 | 3.21% |
| | Priceline | 19 | 2.33% | HotelsCombined | 8 | 2.11% | Priceline | 12 | 2.75% |
| | HotelsCombined | 16 | 1.96% | Priceline | 7 | 1.84% | HotelsCombined | 8 | 1.83% |

附表 3-12 108 年受訪旅客利用的線上旅行社排名-按年齡分

單位：人次·百分比

| 項目 | 全體 | | | 12-29 歲 | | | 30-39 歲 | | |
|------------|----------------|-----|--------|----------------|-----|--------|----------------|-----|--------|
| | 使用的 OTA | 人次 | 百分比 | 使用的 OTA | 人次 | 百分比 | 使用的 OTA | 人次 | 百分比 |
| 前十名 OTA 業者 | Booking.com | 326 | 29.03% | Booking.com | 174 | 44.27% | Booking.com | 100 | 37.04% |
| | Hotels.com | 205 | 18.25% | Hotels.com | 99 | 25.19% | Hotels.com | 71 | 26.30% |
| | Expedia | 117 | 10.42% | Expedia | 42 | 10.69% | Expedia | 38 | 14.07% |
| | TripAdvisor | 67 | 5.97% | AGODA | 25 | 6.36% | 攜程 | 34 | 12.59% |
| | 攜程 | 67 | 5.97% | TripAdvisor | 24 | 6.11% | TripAdvisor | 20 | 7.41% |
| | AGODA | 37 | 3.29% | KKday | 22 | 5.60% | Airbnb | 10 | 3.70% |
| | KKday | 34 | 3.03% | 攜程 | 18 | 4.58% | AGODA | 9 | 3.33% |
| | Airbnb | 33 | 2.94% | Airbnb | 17 | 4.33% | HotelsCombined | 8 | 2.96% |
| | Priceline | 19 | 1.69% | Priceline | 10 | 2.54% | KKday | 7 | 2.59% |
| | HotelsCombined | 16 | 1.42% | HotelsCombined | 3 | 0.76% | Priceline | 4 | 1.48% |
| 項目 | 40-49 歲 | | | 50-59 歲 | | | 60 歲及以上 | | |
| | 使用的 OTA | 人次 | 百分比 | 使用的 OTA | 人次 | 百分比 | 使用的 OTA | 人次 | 百分比 |
| 前十名 OTA 業者 | Booking.com | 23 | 33.33% | Booking.com | 27 | 37.50% | Expedia | 6 | 50.00% |
| | Expedia | 18 | 26.09% | Hotels.com | 18 | 25.00% | TripAdvisor | 3 | 25.00% |
| | Hotels.com | 16 | 23.19% | Expedia | 13 | 18.06% | Booking.com | 2 | 16.67% |
| | TripAdvisor | 7 | 10.14% | TripAdvisor | 13 | 18.06% | 攜程 | 2 | 16.67% |
| | 攜程 | 6 | 8.70% | 攜程 | 7 | 9.72% | Hotels.com | 1 | 8.33% |
| | Priceline | 4 | 5.80% | Airbnb | 3 | 4.17% | Hana tour | 1 | 8.33% |
| | Airbnb | 3 | 4.35% | KKday | 3 | 4.17% | | | |
| | HotelsCombined | 3 | 4.35% | HotelsCombined | 2 | 2.78% | | | |
| | AGODA | 2 | 2.90% | Priceline | 1 | 1.39% | | | |
| | KKday | 2 | 2.90% | AGODA | 1 | 1.39% | | | |

附表 3-13 108 年受訪旅客利用的線上旅行社排名-按主要目的分

單位：人次·百分比

| 項目 | 全體 | | | 觀光 | | | 商務 | | |
|------------------|----------------|-------|--------|----------------|-----|---------|-------------|----|--------|
| | 使用的 OTA | 人次 | 百分比 | 使用的 OTA | 人次 | 百分比 | 使用的 OTA | 人次 | 百分比 |
| 前十名
OTA
業者 | Booking.com | 326 | 29.03% | Booking.com | 316 | 39.85% | Hotels.com | 1 | 33.33% |
| | Hotels.com | 205 | 18.25% | Hotels.com | 198 | 24.97% | Expedia | 1 | 33.33% |
| | Expedia | 117 | 10.42% | Expedia | 115 | 14.50% | TripAdvisor | 1 | 33.33% |
| | TripAdvisor | 67 | 5.97% | 攜程 | 66 | 8.32% | | | |
| | 攜程 | 67 | 5.97% | TripAdvisor | 65 | 8.20% | | | |
| | AGODA | 37 | 3.29% | AGODA | 36 | 4.54% | | | |
| | KKday | 34 | 3.03% | KKday | 34 | 4.29% | | | |
| | Airbnb | 33 | 2.94% | Airbnb | 32 | 4.04% | | | |
| | Priceline | 19 | 1.69% | Priceline | 19 | 2.40% | | | |
| | HotelsCombined | 16 | 1.42% | HotelsCombined | 16 | 2.02% | | | |
| 項目 | 探親或訪友 | | | 其他 | | | | | |
| | 使用的 OTA | 人次 | 百分比 | 使用的 OTA | 人次 | 百分比 | | | |
| 前十名
OTA
業者 | Booking.com | 10 | 52.63% | Hotels.com | 1 | 100.00% | | | |
| | Hotels.com | 5 | 26.32% | | | | | | |
| | Expedia | 1 | 5.26% | | | | | | |
| | TripAdvisor | 1 | 5.26% | | | | | | |
| | 攜程 | 1 | 5.26% | | | | | | |
| | AGODA | 1 | 5.26% | | | | | | |
| | Airbnb | 1 | 5.26% | | | | | | |
| Sky scenner | 1 | 5.26% | | | | | | | |

註：國際會議或展覽、健康管理、求學目的旅客無利用線上旅行社經驗。

附表 3-14 108 年受訪旅客使用 OTA 排名-按初訪及重遊樣態分

單位：人次·百分比

| 項目 | 全體 | | | 初次到訪 | | | 近三年重遊 | | |
|-------|----------------|-----|--------|----------------|-----|--------|----------------|-----|--------|
| | 使用的 OTA | 人次 | 百分比 | 使用的 OTA | 人次 | 百分比 | 使用的 OTA | 人次 | 百分比 |
| 前十名業者 | Booking.com | 326 | 39.95% | Booking.com | 225 | 41.44% | Booking.com | 101 | 37.00% |
| | Hotels.com | 205 | 25.12% | Hotels.com | 136 | 25.05% | Hotels.com | 69 | 25.27% |
| | Expedia | 117 | 14.34% | Expedia | 67 | 12.34% | Expedia | 50 | 18.32% |
| | 攜程 | 67 | 8.21% | TripAdvisor | 47 | 8.66% | 攜程 | 22 | 8.06% |
| | TripAdvisor | 67 | 8.21% | 攜程 | 45 | 8.29% | TripAdvisor | 20 | 7.33% |
| | AGODA | 37 | 4.53% | AGODA | 25 | 4.60% | KKday | 16 | 5.86% |
| | KKday | 34 | 4.17% | Airbnb | 19 | 3.50% | Airbnb | 14 | 5.13% |
| | Airbnb | 33 | 4.04% | KKday | 18 | 3.31% | AGODA | 12 | 4.40% |
| | Priceline | 19 | 2.33% | Priceline | 11 | 2.03% | Priceline | 8 | 2.93% |
| | HotelsCombined | 16 | 1.96% | HotelsCombined | 8 | 1.47% | HotelsCombined | 8 | 2.93% |

附表 3-15 108 年受訪旅客使用 OTA 排名-按主要市場分 (續 1)

單位：人次·百分比

| 項目 | 全體 | | | 日本 | | | 大陸 | | |
|-------|----------------|-----|--------|----------------|----|--------|----------------|----|--------|
| | 使用的 OTA | 人次 | 百分比 | 使用的 OTA | 人次 | 百分比 | 使用的 OTA | 人次 | 百分比 |
| 前十名業者 | Booking.com | 326 | 39.95% | Booking.com | 54 | 31.58% | 攜程 | 56 | 86.15% |
| | Hotels.com | 205 | 25.12% | Hotels.com | 49 | 28.65% | Booking.com | 6 | 9.23% |
| | Expedia | 117 | 14.34% | Expedia | 47 | 27.49% | Airbnb | 6 | 9.23% |
| | 攜程 | 67 | 8.21% | TripAdvisor | 24 | 14.04% | KKday | 2 | 3.08% |
| | TripAdvisor | 67 | 8.21% | Airbnb | 6 | 3.51% | 飛豬 | 1 | 1.54% |
| | AGODA | 37 | 4.53% | HotelsCombined | 4 | 2.34% | | | |
| | KKday | 34 | 4.17% | KKday | 3 | 1.75% | | | |
| | Airbnb | 33 | 4.04% | Priceline | 1 | 0.58% | | | |
| | Priceline | 19 | 2.33% | AGODA | 1 | 0.58% | | | |
| | HotelsCombined | 16 | 1.96% | | | | | | |
| 項目 | 香港澳門 | | | 韓國 | | | 新加坡 | | |
| | 使用的 OTA | 人次 | 百分比 | 使用的 OTA | 人次 | 百分比 | 使用的 OTA | 人次 | 百分比 |
| 前十名業者 | Booking.com | 98 | 46.01% | Booking.com | 19 | 33.33% | Booking.com | 31 | 58.49% |
| | Hotels.com | 53 | 24.88% | Hotels.com | 13 | 22.81% | Expedia | 11 | 20.75% |
| | Expedia | 31 | 14.55% | Expedia | 13 | 22.81% | Hotels.com | 8 | 15.09% |
| | KKday | 18 | 8.45% | TripAdvisor | 11 | 19.30% | KKday | 3 | 5.66% |
| | 攜程 | 11 | 5.16% | KKday | 6 | 10.53% | TripAdvisor | 2 | 3.77% |
| | TripAdvisor | 9 | 4.23% | AGODA | 3 | 5.26% | AGODA | 1 | 1.89% |
| | Priceline | 8 | 3.76% | Hana tour | 3 | 1.34% | HotelsCombined | 1 | 1.89% |
| | AGODA | 8 | 3.76% | Airbnb | 1 | 1.75% | Priceline | 1 | 1.89% |
| | Airbnb | 7 | 3.29% | HotelsCombined | 1 | 1.75% | | | |
| | HotelsCombined | 4 | 1.88% | | | | | | |
| 項目 | 馬來西亞 | | | 菲律賓 | | | 泰國 | | |
| | 使用的 OTA | 人次 | 百分比 | 使用的 OTA | 人次 | 百分比 | 使用的 OTA | 人次 | 百分比 |
| 前十名業者 | Booking.com | 29 | 51.79% | Booking.com | 17 | 44.74% | Booking.com | 19 | 50.00% |
| | Hotels.com | 14 | 25.00% | Hotels.com | 13 | 34.21% | Hotels.com | 19 | 50.00% |
| | Expedia | 5 | 8.93% | AGODA | 6 | 15.79% | Expedia | 3 | 7.89% |
| | Priceline | 4 | 7.14% | Expedia | 2 | 5.26% | Priceline | 2 | 5.26% |
| | AGODA | 2 | 3.57% | Priceline | 2 | 5.26% | TripAdvisor | 2 | 5.26% |
| | HotelsCombined | 2 | 3.57% | TripAdvisor | 2 | 5.26% | KKday | 1 | 2.63% |
| | Airbnb | 2 | 3.57% | | | | Sky scanner | 1 | 2.63% |
| | KKday | 1 | 1.79% | | | | | | |
| | TripAdvisor | 1 | 1.79% | | | | | | |
| | KLOOK | 1 | 1.79% | | | | | | |

附表 3-15 108 年受訪旅客使用 OTA 排名-按主要市場分 (續完)

單位：人次·百分比

| 項目 | 全體 | | | 越南 | | | 印尼 | | |
|------------|----------------|-----|--------|----------------|----|--------|----------------|----|--------|
| | 使用的 OTA | 人次 | 百分比 | 使用的 OTA | 人次 | 百分比 | 使用的 OTA | 人次 | 百分比 |
| 前十名 OTA 業者 | Booking.com | 326 | 39.95% | Booking.com | 14 | 41.18% | Booking.com | 21 | 63.64% |
| | Hotels.com | 205 | 25.12% | AGODA | 10 | 29.41% | Hotels.com | 7 | 21.21% |
| | Expedia | 117 | 14.34% | Hotels.com | 9 | 26.47% | AGODA | 4 | 12.12% |
| | 攜程 | 67 | 8.21% | HotelsCombined | 1 | 2.94% | HotelsCombined | 1 | 3.03% |
| | TripAdvisor | 67 | 8.21% | | | | | | |
| | AGODA | 37 | 4.53% | | | | | | |
| | KKday | 34 | 4.17% | | | | | | |
| | Airbnb | 33 | 4.04% | | | | | | |
| | Priceline | 19 | 2.33% | | | | | | |
| | HotelsCombined | 16 | 1.96% | | | | | | |
| 項目 | 美國 | | | 加拿大 | | | 歐洲 | | |
| | 使用的 OTA | 人次 | 百分比 | 使用的 OTA | 人次 | 百分比 | 使用的 OTA | 人次 | 百分比 |
| 前十名 OTA 業者 | Booking.com | 7 | 33.33% | TripAdvisor | 5 | 45.45% | Booking.com | 6 | 40.00% |
| | Hotels.com | 7 | 33.33% | Hotels.com | 3 | 27.27% | TripAdvisor | 5 | 33.33% |
| | TripAdvisor | 5 | 23.81% | Booking.com | 2 | 18.18% | Hotels.com | 5 | 33.33% |
| | Airbnb | 5 | 23.81% | Expedia | 1 | 9.09% | Expedia | 2 | 13.33% |
| | Expedia | 2 | 9.52% | AGODA | 1 | 9.09% | Airbnb | 1 | 6.67% |
| | AGODA | 1 | 4.76% | Priceline | 1 | 9.09% | | | |
| | HotelsCombined | 1 | 4.76% | | | | | | |
| 項目 | 紐澳 | | | 其他 | | | | | |
| | 使用的 OTA | 人次 | 百分比 | 使用的 OTA | 人次 | 百分比 | | | |
| 前十名 OTA 業者 | Hotels.com | 3 | 37.50% | Hotels.com | 2 | 66.67% | | | |
| | Airbnb | 3 | 37.50% | Airbnb | 2 | 66.67% | | | |
| | Booking.com | 2 | 25.00% | Booking.com | 1 | 33.33% | | | |
| | TripAdvisor | 1 | 12.50% | HotelsCombined | 1 | 33.33% | | | |
| | Trvago | 1 | 12.50% | | | | | | |

附表 3-16 108 年受訪旅客基本特徵-按旅遊型態分

單位：人數·百分比

| 項目 | 旅遊型態 | |
|---------|--------|--------|
| | 團客 | 自由行 |
| 總計 | 583 | 1,417 |
| 性別 | | |
| 男性 | 49.40% | 44.53% |
| 女性 | 50.60% | 55.47% |
| 年齡 | | |
| 12-29 歲 | 9.61% | 36.84% |
| 30-39 歲 | 14.07% | 27.73% |
| 40-49 歲 | 20.58% | 11.43% |
| 50-59 歲 | 38.42% | 17.15% |
| 60 歲及以上 | 17.32% | 6.85% |
| 主要目的 | | |
| 觀光 | 89.88% | 86.66% |
| 商務 | 9.78% | 1.76% |
| 探親或訪友 | 0.00% | 11.22% |
| 其他 | 0.34% | 0.35% |
| 初訪及重遊 | | |
| 初次到訪 | 79.76% | 58.57% |
| 近三年重遊 | 20.24% | 41.43% |
| 主要市場 | | |
| 日本 | 2.23% | 25.12% |
| 大陸 | 74.61% | 6.21% |
| 香港澳門 | 5.66% | 20.25% |
| 韓國 | 10.12% | 11.64% |
| 新加坡 | 0.17% | 4.87% |
| 馬來西亞 | 1.20% | 5.01% |
| 菲律賓 | 0.00% | 3.46% |
| 泰國 | 0.00% | 3.53% |
| 越南 | 0.00% | 3.67% |
| 印尼 | 0.34% | 2.96% |
| 美國 | 1.37% | 6.00% |
| 加拿大 | 0.86% | 1.76% |
| 歐洲 | 3.09% | 2.61% |
| 紐澳 | 0.34% | 1.98% |
| 其他 | 0.00% | 0.92% |

附表 3-17 108 年受訪旅客旅遊類型排名-按性別分

單位：人次，百分比

| 項目 | 全體 | | | 男性 | | | 女性 | | |
|---------|---------|-----|--------|---------|-----|--------|---------|-----|--------|
| | 旅遊類型 | 人次 | 百分比 | 旅遊類型 | 人次 | 百分比 | 旅遊類型 | 人次 | 百分比 |
| 前十名旅遊類型 | 好友旅行 | 991 | 49.55% | 好友旅行 | 396 | 43.09% | 好友旅行 | 595 | 55.04% |
| | 情侶或夫妻旅行 | 491 | 24.55% | 情侶或夫妻旅行 | 227 | 24.70% | 情侶或夫妻旅行 | 264 | 24.42% |
| | 家族旅行 | 460 | 23.00% | 家族旅行 | 209 | 22.74% | 家族旅行 | 251 | 23.22% |
| | 探訪親友旅行 | 129 | 6.45% | 樂齡旅行 | 65 | 7.07% | 探訪親友旅行 | 69 | 6.38% |
| | 樂齡旅行 | 110 | 5.50% | 探訪親友旅行 | 60 | 6.53% | 樂齡旅行 | 45 | 4.16% |
| | 商務旅行 | 85 | 4.25% | 獨自旅行 | 60 | 6.53% | 商務旅行 | 37 | 3.42% |
| | 獨自旅行 | 79 | 3.95% | 商務旅行 | 48 | 5.22% | 獨自旅行 | 19 | 1.76% |
| | 其他 | 9 | 0.45% | 其他 | 4 | 0.44% | 其他 | 5 | 0.46% |

註 1：本題為複選題。

註 2：其他包含：員工旅遊、求學、看醫生、舞蹈交流、找工作等。

附表 3-18 108 年受訪旅客旅遊類型排名-按年齡分

單位：人次·百分比

| 項目 | 全體 | | | 12-29 歲 | | | 30-39 歲 | | |
|---------|---------|-----|--------|---------|-------|--------|---------|-----|--------|
| | 旅遊類型 | 人次 | 百分比 | 旅遊類型 | 人次 | 百分比 | 旅遊類型 | 人次 | 百分比 |
| 前十名旅遊類型 | 好友旅行 | 991 | 49.55% | 好友旅行 | 461 | 79.76% | 好友旅行 | 286 | 60.21% |
| | 情侶或夫妻旅行 | 491 | 24.55% | 情侶或夫妻旅行 | 63 | 10.90% | 情侶或夫妻旅行 | 100 | 21.05% |
| | 家族旅行 | 460 | 23.00% | 家族旅行 | 42 | 7.27% | 家族旅行 | 69 | 14.53% |
| | 探訪親友旅行 | 129 | 6.45% | 探訪親友旅行 | 37 | 6.40% | 獨自旅行 | 25 | 5.26% |
| | 樂齡旅行 | 110 | 5.50% | 獨自旅行 | 25 | 4.33% | 商務旅行 | 24 | 5.05% |
| | 商務旅行 | 85 | 4.25% | 商務旅行 | 13 | 2.25% | 探訪親友旅行 | 22 | 4.63% |
| | 獨自旅行 | 79 | 3.95% | 其他 | 1 | 0.17% | 其他 | 3 | 0.64% |
| | 其他 | 9 | 0.45% | | | | | | |
| 項目 | 40-49 歲 | | | 50-59 歲 | | | 60 歲及以上 | | |
| | 旅遊類型 | 人次 | 百分比 | 旅遊類型 | 人次 | 百分比 | 旅遊類型 | 人次 | 百分比 |
| 前十名旅遊類型 | 情侶或夫妻旅行 | 96 | 34.04% | 家族旅行 | 198 | 42.40% | 樂齡旅行 | 64 | 32.32% |
| | 好友旅行 | 95 | 33.69% | 情侶或夫妻旅行 | 170 | 36.40% | 情侶或夫妻旅行 | 62 | 31.31% |
| | 家族旅行 | 93 | 32.98% | 好友旅行 | 117 | 25.05% | 家族旅行 | 58 | 29.29% |
| | 商務旅行 | 26 | 9.22% | 樂齡旅行 | 44 | 9.42% | 好友旅行 | 32 | 16.16% |
| | 探訪親友旅行 | 14 | 4.96% | 探訪親友旅行 | 37 | 7.92% | 探訪親友旅行 | 19 | 9.60% |
| | 獨自旅行 | 6 | 2.13% | 商務旅行 | 21 | 4.50% | 獨自旅行 | 14 | 7.07% |
| | 樂齡旅行 | 2 | 0.71% | 獨自旅行 | 9 | 1.93% | 商務旅行 | 1 | 0.51% |
| | 其他 | 1 | 0.365% | 其他 | 4 | 0.86% | | | |
| | | | 蜜月旅行 | 1 | 0.21% | | | | |

註 1：本題為複選題。

註 2：其他包含：員工旅遊、求學、看醫生、舞蹈交流、找工作等。

附表 3-19 108 年受訪旅客旅遊類型排名-按主要目的分

單位：人次·百分比

| 項目 | 全體 | | | 觀光 | | | 商務 | | |
|---------|---------|-----|--------|---------|-----|--------|--------|----|---------|
| | 旅遊類型 | 人次 | 百分比 | 旅遊類型 | 人次 | 百分比 | 旅遊類型 | 人次 | 百分比 |
| 前十名旅遊類型 | 好友旅行 | 991 | 49.55% | 好友旅行 | 964 | 55.02% | 商務旅行 | 82 | 100.00% |
| | 情侶或夫妻旅行 | 491 | 24.55% | 情侶或夫妻旅行 | 457 | 26.08% | 獨自旅行 | 1 | 1.22% |
| | 家族旅行 | 460 | 23.00% | 家族旅行 | 412 | 23.52% | 探訪親友旅行 | 1 | 1.22% |
| | 探訪親友旅行 | 129 | 6.45% | 樂齡旅行 | 110 | 6.28% | | | |
| | 樂齡旅行 | 110 | 5.50% | 獨自旅行 | 53 | 3.03% | | | |
| | 商務旅行 | 85 | 4.25% | 探訪親友旅行 | 27 | 1.54% | | | |
| | 獨自旅行 | 79 | 3.95% | 其他 | 5 | 0.29% | | | |
| | 其他 | 9 | 0.45% | 商務旅行 | 3 | 0.17% | | | |
| | | | | 蜜月旅行 | 1 | 0.06% | | | |
| | | | | | | | | | |
| 項目 | 探親或訪友 | | | 其他 | | | | | |
| | 旅遊類型 | 人次 | 百分比 | 旅遊類型 | 人次 | 百分比 | | | |
| 前十名旅遊類型 | 探訪親友旅行 | 101 | 63.52% | 其他 | 3 | 75.00% | | | |
| | 家族旅行 | 48 | 30.19% | 好友旅行 | 2 | 28.57% | | | |
| | 情侶或夫妻旅行 | 33 | 20.75% | 獨自旅行 | 2 | 28.57% | | | |
| | 好友旅行 | 25 | 15.72% | 情侶或夫妻旅行 | 1 | 14.29% | | | |
| | 獨自旅行 | 23 | 14.47% | | | | | | |
| | 其他 | 1 | 0.63% | | | | | | |

註 1：本題為複選題。

註 2：其他包含：員工旅遊、求學、看醫生、舞蹈交流、找工作等。

附表 3-20 108 年受訪旅客旅遊類型排名-按旅遊型態分

單位：人次，百分比

| 項目 | 全體 | | | 團客 | | | 自由行 | | |
|---------|---------|-----|--------|---------|-----|--------|---------|-----|--------|
| | 旅遊類型 | 人次 | 百分比 | 旅遊類型 | 人次 | 百分比 | 旅遊類型 | 人次 | 百分比 |
| 前十名旅遊類型 | 好友旅行 | 991 | 49.55% | 家族旅行 | 231 | 39.62% | 好友旅行 | 798 | 56.32% |
| | 情侶或夫妻旅行 | 491 | 24.55% | 好友旅行 | 193 | 33.10% | 情侶或夫妻旅行 | 375 | 26.46% |
| | 家族旅行 | 460 | 23.00% | 情侶或夫妻旅行 | 116 | 19.90% | 家族旅行 | 229 | 16.16% |
| | 探訪親友旅行 | 129 | 6.45% | 樂齡旅行 | 90 | 15.44% | 探訪親友旅行 | 128 | 9.03% |
| | 樂齡旅行 | 110 | 5.50% | 商務旅行 | 58 | 9.95% | 獨自旅行 | 74 | 5.22% |
| | 商務旅行 | 85 | 4.25% | 獨自旅行 | 5 | 0.86% | 商務旅行 | 27 | 1.91% |
| | 獨自旅行 | 79 | 3.95% | 其他 | 4 | 0.69% | 樂齡旅行 | 20 | 1.41% |
| | 其他 | 9 | 0.45% | 蜜月旅行 | 1 | 0.17% | 其他 | 5 | 0.35% |
| | | | | 探訪親友旅行 | 1 | 0.17% | | | |

註 1：本題為複選題。

註 2：其他包含：員工旅遊、求學、看醫生、舞蹈交流、找工作等。

附表 3-21 108 年受訪旅客旅遊類型排名-按初訪及重遊樣態分

單位：人次，百分比

| 項目 | 全體 | | | 初次到訪 | | | 近三年重遊 | | |
|---------|---------|-----|--------|---------|-----|--------|---------|-----|--------|
| | 旅遊類型 | 人次 | 百分比 | 旅遊類型 | 人次 | 百分比 | 旅遊類型 | 人次 | 百分比 |
| 前十名旅遊類型 | 好友旅行 | 991 | 49.55% | 好友旅行 | 741 | 57.22% | 好友旅行 | 250 | 35.46% |
| | 情侶或夫妻旅行 | 491 | 24.55% | 情侶或夫妻旅行 | 317 | 24.48% | 情侶或夫妻旅行 | 174 | 24.68% |
| | 家族旅行 | 460 | 23.00% | 家族旅行 | 295 | 22.78% | 家族旅行 | 165 | 23.40% |
| | 探訪親友旅行 | 129 | 6.45% | 樂齡旅行 | 95 | 7.34% | 探訪親友旅行 | 108 | 15.32% |
| | 樂齡旅行 | 110 | 5.50% | 獨自旅行 | 37 | 2.86% | 商務旅行 | 80 | 11.35% |
| | 商務旅行 | 85 | 4.25% | 探訪親友旅行 | 21 | 1.62% | 獨自旅行 | 42 | 5.96% |
| | 獨自旅行 | 79 | 3.95% | 商務旅行 | 5 | 0.39% | 樂齡旅行 | 15 | 2.13% |
| | 其他 | 9 | 0.45% | 其他 | 4 | 0.31% | 其他 | 5 | 0.71% |
| | | | | | | | 蜜月旅行 | 1 | 0.14% |

註 1：本題為複選題。

註 2：其他包含：員工旅遊、求學、看醫生、舞蹈交流、找工作等。

附表 3-22 108 年受訪旅客旅遊類型排名-按主要市場分 (續 1)

單位：人次·百分比

| 項目 | 全體 | | | 日本 | | | 大陸 | | |
|---------|---------|-----|--------|---------|-----|--------|---------|-----|--------|
| | 旅遊類型 | 人次 | 百分比 | 旅遊類型 | 人次 | 百分比 | 旅遊類型 | 人次 | 百分比 |
| 前十名旅遊類型 | 好友旅行 | 991 | 49.55% | 好友旅行 | 151 | 40.92% | 家族旅行 | 213 | 40.73% |
| | 情侶或夫妻旅行 | 491 | 24.55% | 情侶或夫妻旅行 | 107 | 29.00% | 好友旅行 | 171 | 32.70% |
| | 家族旅行 | 460 | 23.00% | 家族旅行 | 64 | 17.34% | 情侶或夫妻旅行 | 110 | 21.03% |
| | 探訪親友旅行 | 129 | 6.45% | 探訪親友旅行 | 24 | 6.50% | 樂齡旅行 | 82 | 15.68% |
| | 樂齡旅行 | 110 | 5.50% | 獨自旅行 | 17 | 4.61% | 獨自旅行 | 26 | 4.97% |
| | 商務旅行 | 85 | 4.25% | 樂齡旅行 | 8 | 2.17% | 探訪親友旅行 | 9 | 1.72% |
| | 獨自旅行 | 79 | 3.95% | 商務旅行 | 8 | 2.17% | 商務旅行 | 7 | 1.34% |
| | 其他 | 9 | 0.45% | 其他 | 2 | 0.54% | 其他 | 4 | 0.77% |
| | | | | | | | 蜜月旅行 | 1 | 0.19% |
| | | | | | | | | | |
| 項目 | 香港澳門 | | | 韓國 | | | 新加坡 | | |
| | 旅遊類型 | 人次 | 百分比 | 旅遊類型 | 人次 | 百分比 | 旅遊類型 | 人次 | 百分比 |
| 前十名旅遊類型 | 好友旅行 | 186 | 58.13% | 好友旅行 | 143 | 63.84% | 好友旅行 | 34 | 48.57% |
| | 情侶或夫妻旅行 | 60 | 18.75% | 情侶或夫妻旅行 | 59 | 26.34% | 情侶或夫妻旅行 | 21 | 30.00% |
| | 家族旅行 | 47 | 14.69% | 家族旅行 | 36 | 16.07% | 家族旅行 | 10 | 14.29% |
| | 探訪親友旅行 | 18 | 5.63% | 商務旅行 | 29 | 12.95% | 商務旅行 | 3 | 4.29% |
| | 獨自旅行 | 14 | 4.38% | 探訪親友旅行 | 15 | 6.70% | 獨自旅行 | 3 | 4.29% |
| | 樂齡旅行 | 10 | 3.13% | 樂齡旅行 | 4 | 1.79% | 探訪親友旅行 | 2 | 2.86% |
| | 商務旅行 | 8 | 2.50% | 獨自旅行 | 3 | 1.34% | | | |
| | | | | 其他 | 1 | 0.45% | | | |
| | | | | | | | | | |
| 項目 | 馬來西亞 | | | 菲律賓 | | | 泰國 | | |
| | 旅遊類型 | 人次 | 百分比 | 旅遊類型 | 人次 | 百分比 | 旅遊類型 | 人次 | 百分比 |
| 前十名旅遊類型 | 好友旅行 | 55 | 70.51% | 好友旅行 | 40 | 81.63% | 好友旅行 | 41 | 82.00% |
| | 家族旅行 | 15 | 19.23% | 家族旅行 | 5 | 10.20% | 情侶或夫妻旅行 | 6 | 12.00% |
| | 情侶或夫妻旅行 | 10 | 12.82% | 情侶或夫妻旅行 | 4 | 8.16% | 探訪親友旅行 | 2 | 4.00% |
| | 探訪親友旅行 | 5 | 6.41% | 探訪親友旅行 | 3 | 6.12% | 獨自旅行 | 1 | 2.00% |
| | 獨自旅行 | 2 | 2.56% | 獨自旅行 | 3 | 6.12% | | | |
| | 商務旅行 | 1 | 1.28% | | | | | | |
| | | | | | | | | | |

註 1：本題為複選題。

註 2：其他包含：員工旅遊、求學、看醫生、舞蹈交流、找工作等。

附表 3-22 108 年受訪旅客旅遊類型排名-按主要市場分 (續完)

單位：人次·百分比

| 項目 | 全體 | | | 越南 | | | 印尼 | | |
|---------|---------|-----|--------|---------|----|--------|---------|----|--------|
| | 旅遊類型 | 人次 | 百分比 | 旅遊類型 | 人次 | 百分比 | 旅遊類型 | 人次 | 百分比 |
| 前十名旅遊類型 | 好友旅行 | 991 | 49.55% | 好友旅行 | 32 | 61.54% | 好友旅行 | 37 | 84.09% |
| | 情侶或夫妻旅行 | 491 | 24.55% | 探訪親友旅行 | 11 | 21.15% | 探訪親友旅行 | 4 | 9.09% |
| | 家族旅行 | 460 | 23.00% | 情侶或夫妻旅行 | 10 | 19.23% | 家族旅行 | 2 | 4.55% |
| | 探訪親友旅行 | 129 | 6.45% | 家族旅行 | 4 | 7.69% | 獨自旅行 | 2 | 4.55% |
| | 樂齡旅行 | 110 | 5.50% | 獨自旅行 | 1 | 1.92% | 其他 | 1 | 2.27% |
| | 商務旅行 | 85 | 4.25% | | | | | | |
| | 獨自旅行 | 79 | 3.95% | | | | | | |
| | 其他 | 9 | 0.45% | | | | | | |
| 項目 | 美國 | | | 加拿大 | | | 歐洲 | | |
| | 旅遊類型 | 人次 | 百分比 | 旅遊類型 | 人次 | 百分比 | 旅遊類型 | 人次 | 百分比 |
| 前十名旅遊類型 | 情侶或夫妻旅行 | 52 | 55.91% | 情侶或夫妻旅行 | 14 | 46.67% | 好友旅行 | 20 | 36.36% |
| | 好友旅行 | 43 | 46.24% | 好友旅行 | 14 | 46.67% | 商務旅行 | 17 | 30.91% |
| | 家族旅行 | 30 | 32.26% | 探訪親友旅行 | 5 | 16.67% | 情侶或夫妻旅行 | 16 | 29.09% |
| | 探訪親友旅行 | 22 | 23.66% | 家族旅行 | 4 | 13.33% | 家族旅行 | 15 | 27.27% |
| | 商務旅行 | 5 | 5.38% | 商務旅行 | 4 | 13.33% | 探訪親友旅行 | 3 | 5.45% |
| | 樂齡旅行 | 3 | 3.23% | 獨自旅行 | 3 | 10.00% | 樂齡旅行 | 2 | 3.64% |
| | 獨自旅行 | 1 | 1.08% | 樂齡旅行 | 1 | 3.33% | 獨自旅行 | 1 | 1.82% |
| | 其他 | 1 | 1.08% | | | | | | |
| 項目 | 紐澳 | | | 其他 | | | | | |
| | 旅遊類型 | 人次 | 百分比 | 旅遊類型 | 人次 | 百分比 | | | |
| 前十名旅遊類型 | 好友旅行 | 20 | 66.67% | 家族旅行 | 8 | 61.54% | | | |
| | 情侶或夫妻旅行 | 18 | 60.00% | 探訪親友旅行 | 5 | 38.46% | | | |
| | 家族旅行 | 7 | 23.33% | 好友旅行 | 4 | 30.77% | | | |
| | 商務旅行 | 2 | 6.67% | 情侶或夫妻旅行 | 4 | 30.77% | | | |
| | 探訪親友旅行 | 1 | 3.33% | 商務旅行 | 1 | 7.69% | | | |
| | 獨自旅行 | 1 | 3.33% | 獨自旅行 | 1 | 7.69% | | | |

註 1：本題為複選題。

註 2：其他包含：員工旅遊、求學、看醫生、舞蹈交流、找工作等。

附表 3-23 108 年受訪旅客被吸引到訪臺北市原因排名-按性別分

單位：人次·百分比

| 項目 | 全體 | | | 男性 | | | 女性 | | |
|-----------|---------|-------|--------|---------|-----|--------|---------|-----|--------|
| | 吸引原因 | 人次 | 百分比 | 吸引原因 | 人次 | 百分比 | 吸引原因 | 人次 | 百分比 |
| 被吸引到訪北市原因 | 民情風俗和文化 | 1,256 | 62.80% | 民情風俗和文化 | 602 | 65.51% | 食物 | 689 | 63.74% |
| | 食物 | 1,243 | 62.15% | 食物 | 554 | 60.28% | 民情風俗和文化 | 654 | 60.50% |
| | 風光景色 | 837 | 41.85% | 風光景色 | 371 | 40.37% | 風光景色 | 466 | 43.11% |
| | 交通便利 | 633 | 31.65% | 交通便利 | 298 | 32.43% | 逛街購物 | 400 | 37.00% |
| | 逛街購物 | 603 | 30.15% | 治安良好 | 206 | 22.42% | 交通便利 | 335 | 30.99% |
| | 治安良好 | 467 | 23.35% | 逛街購物 | 203 | 22.09% | 治安良好 | 261 | 24.14% |
| | 距離居住地近 | 433 | 21.65% | 距離居住地近 | 193 | 21.00% | 距離居住地近 | 240 | 22.20% |
| | 歷史文物 | 350 | 17.50% | 歷史文物 | 190 | 20.67% | 歷史文物 | 160 | 14.80% |
| | 氣候宜人 | 222 | 11.10% | 氣候宜人 | 95 | 10.34% | 氣候宜人 | 127 | 11.75% |
| | 夜間休閒活動 | 160 | 8.00% | 夜間休閒活動 | 72 | 7.83% | 夜間休閒活動 | 88 | 8.14% |

註：本題為複選題。

附表 3-24 108 年受訪旅客被吸引到訪臺北市原因排名-按年齡分

單位：人次·百分比

| 項目 | 全體 | | | 12-29 歲 | | | 30-39 歲 | | |
|-----------|---------|-------|--------|---------|-----|--------|---------|-----|--------|
| | 吸引原因 | 人次 | 百分比 | 吸引原因 | 人次 | 百分比 | 吸引原因 | 人次 | 百分比 |
| 被吸引到訪北市原因 | 民情風俗和文化 | 1,256 | 62.80% | 食物 | 382 | 66.09% | 食物 | 324 | 68.21% |
| | 食物 | 1,243 | 62.15% | 民情風俗和文化 | 346 | 59.86% | 民情風俗和文化 | 272 | 57.26% |
| | 風光景色 | 837 | 41.85% | 風光景色 | 238 | 41.18% | 交通便利 | 185 | 38.95% |
| | 交通便利 | 633 | 31.65% | 交通便利 | 231 | 39.97% | 風光景色 | 178 | 37.47% |
| | 逛街購物 | 603 | 30.15% | 逛街購物 | 198 | 34.26% | 逛街購物 | 156 | 32.84% |
| | 治安良好 | 467 | 23.35% | 距離居住地近 | 144 | 24.91% | 治安良好 | 110 | 23.16% |
| | 距離居住地近 | 433 | 21.65% | 治安良好 | 125 | 21.63% | 距離居住地近 | 99 | 20.84% |
| | 歷史文物 | 350 | 17.50% | 夜間休閒活動 | 81 | 14.01% | 氣候宜人 | 59 | 12.42% |
| | 氣候宜人 | 222 | 11.10% | 歷史文物 | 69 | 11.94% | 夜間休閒活動 | 58 | 12.21% |
| | 夜間休閒活動 | 160 | 8.00% | 氣候宜人 | 63 | 10.90% | 歷史文物 | 57 | 12.00% |
| 項目 | 40-49 歲 | | | 50-59 歲 | | | 60 歲以上 | | |
| | 吸引原因 | 人次 | 百分比 | 吸引原因 | 人次 | 百分比 | 吸引原因 | 人次 | 百分比 |
| 被吸引到訪北市原因 | 民情風俗和文化 | 179 | 63.48% | 民情風俗和文化 | 304 | 65.10% | 民情風俗和文化 | 155 | 78.28% |
| | 食物 | 175 | 62.06% | 食物 | 264 | 56.53% | 食物 | 98 | 49.49% |
| | 風光景色 | 130 | 46.10% | 風光景色 | 199 | 42.61% | 風光景色 | 92 | 46.46% |
| | 逛街購物 | 81 | 28.72% | 逛街購物 | 138 | 29.55% | 治安良好 | 60 | 30.30% |
| | 交通便利 | 72 | 25.53% | 歷史文物 | 122 | 26.12% | 歷史文物 | 48 | 24.24% |
| | 距離居住地近 | 62 | 21.99% | 治安良好 | 115 | 24.63% | 距離居住地近 | 47 | 23.74% |
| | 治安良好 | 57 | 20.21% | 交通便利 | 106 | 22.70% | 交通便利 | 39 | 19.70% |
| | 歷史文物 | 54 | 19.15% | 距離居住地近 | 81 | 17.34% | 逛街購物 | 30 | 15.15% |
| | 氣候宜人 | 32 | 11.35% | 氣候宜人 | 57 | 12.21% | 氣候宜人 | 11 | 5.56% |
| | 商務旅遊 | 24 | 8.51% | 探親 | 28 | 6.00% | 探親 | 10 | 5.05% |

註：本題為複選題。

附表 3-25 108 年受訪旅客被吸引到訪臺北市原因排名-按主要目的分

單位：人次·百分比

| 項目 | 全體 | | | 觀光 | | | 商務 | | |
|-----------|---------|-------|--------|---------|-------|--------|-----------|----|---------|
| | 吸引原因 | 人次 | 百分比 | 吸引原因 | 人次 | 百分比 | 吸引原因 | 人次 | 百分比 |
| 被吸引到訪北市原因 | 民情風俗和文化 | 1,256 | 62.80% | 民情風俗和文化 | 1,190 | 67.92% | 商務旅遊 | 82 | 100.00% |
| | 食物 | 1,243 | 62.15% | 食物 | 1,165 | 66.50% | 食物 | 17 | 20.73% |
| | 風光景色 | 837 | 41.85% | 風光景色 | 806 | 46.00% | 交通便利 | 7 | 8.54% |
| | 交通便利 | 633 | 31.65% | 交通便利 | 589 | 33.62% | 逛街購物 | 6 | 7.32% |
| | 逛街購物 | 603 | 30.15% | 逛街購物 | 576 | 32.88% | 風光景色 | 4 | 6.10% |
| | 治安良好 | 467 | 23.35% | 治安良好 | 433 | 24.71% | 會議展覽活動 | 4 | 4.88% |
| | 距離居住地近 | 433 | 21.65% | 距離居住地近 | 419 | 23.92% | 民情風俗和文化 | 3 | 3.66% |
| | 歷史文物 | 350 | 17.50% | 歷史文物 | 349 | 19.92% | 距離居住地近 | 3 | 3.66% |
| | 氣候宜人 | 222 | 11.10% | 氣候宜人 | 221 | 12.61% | 治安良好 | 2 | 2.44% |
| | 夜間休閒活動 | 160 | 8.00% | 夜間休閒活動 | 153 | 8.73% | 藝文展演、節慶活動 | 2 | 2.44% |
| 項目 | 探親或訪友 | | | 其他 | | | | | |
| | 吸引原因 | 人次 | 百分比 | 吸引原因 | 人次 | 百分比 | | | |
| 被吸引到訪北市原因 | 探親 | 66 | 41.51% | 交通便利 | 4 | 57.14% | | | |
| | 民情風俗和文化 | 62 | 38.99% | 交流 | 2 | 28.57% | | | |
| | 食物 | 60 | 37.74% | 民情風俗和文化 | 1 | 14.29% | | | |
| | 交通便利 | 35 | 22.01% | 食物 | 1 | 14.29% | | | |
| | 治安良好 | 31 | 19.50% | 治安良好 | 1 | 14.29% | | | |
| | 風光景色 | 26 | 16.35% | 風光景色 | 1 | 14.29% | | | |
| | 逛街購物 | 21 | 13.21% | 夜間休閒活動 | 1 | 14.29% | | | |
| | 朋友介紹/邀請 | 12 | 7.55% | 會議展覽活動 | 1 | 14.29% | | | |
| | 距離居住地近 | 11 | 6.92% | 面試 | 1 | 14.29% | | | |
| | 遊憩場所 | 6 | 3.77% | 健康管理 | 1 | 14.29% | | | |

註：本題為複選題。

附表 3-26 108 年受訪旅客被吸引到訪臺北市原因排名-按旅遊型態分

單位：人次·百分比

| 項目 | 全體 | | | 團客 | | | 自由行 | | |
|---------------|---------|-------|--------|---------|-----|--------|---------|-----|--------|
| | 吸引原因 | 人次 | 百分比 | 吸引原因 | 人次 | 百分比 | 吸引原因 | 人次 | 百分比 |
| 被吸引到訪
北市原因 | 民情風俗和文化 | 1,256 | 62.80% | 民情風俗和文化 | 443 | 75.99% | 食物 | 968 | 68.31% |
| | 食物 | 1,243 | 62.15% | 風光景色 | 305 | 52.32% | 民情風俗和文化 | 813 | 57.37% |
| | 風光景色 | 837 | 41.85% | 食物 | 275 | 47.17% | 交通便利 | 590 | 41.64% |
| | 交通便利 | 633 | 31.65% | 歷史文物 | 246 | 42.20% | 風光景色 | 532 | 37.54% |
| | 逛街購物 | 603 | 30.15% | 逛街購物 | 165 | 28.30% | 逛街購物 | 438 | 30.91% |
| | 治安良好 | 467 | 23.35% | 距離居住地近 | 148 | 25.39% | 治安良好 | 362 | 25.55% |
| | 距離居住地近 | 433 | 21.65% | 治安良好 | 105 | 18.01% | 距離居住地近 | 285 | 20.11% |
| | 歷史文物 | 350 | 17.50% | 氣候宜人 | 98 | 16.81% | 夜間休閒活動 | 136 | 9.60% |
| | 氣候宜人 | 222 | 11.10% | 商務旅遊 | 57 | 9.78% | 氣候宜人 | 124 | 8.75% |
| | 夜間休閒活動 | 160 | 8.00% | 交通便利 | 43 | 7.38% | 歷史文物 | 104 | 7.34% |

註：本題為複選題。

附表 3-27 108 年受訪旅客被吸引到訪臺北市原因排名-按初訪及重遊樣態分

單位：人次·百分比

| 項目 | 全體 | | | 初次到訪 | | | 近三年重遊 | | |
|----------------|---------|-------|--------|---------|-----|--------|---------|-----|--------|
| | 吸引原因 | 人次 | 百分比 | 吸引原因 | 人次 | 百分比 | 吸引原因 | 人次 | 百分比 |
| 被吸引到訪
臺北市原因 | 民情風俗和文化 | 1,256 | 62.80% | 民情風俗和文化 | 889 | 68.65% | 食物 | 443 | 62.84% |
| | 食物 | 1,243 | 62.15% | 食物 | 800 | 61.78% | 民情風俗和文化 | 367 | 52.06% |
| | 風光景色 | 837 | 41.85% | 風光景色 | 626 | 48.34% | 交通便利 | 251 | 35.60% |
| | 交通便利 | 633 | 31.65% | 逛街購物 | 391 | 30.19% | 逛街購物 | 212 | 30.07% |
| | 逛街購物 | 603 | 30.15% | 交通便利 | 382 | 29.50% | 風光景色 | 211 | 29.93% |
| | 治安良好 | 467 | 23.35% | 距離居住地近 | 307 | 23.71% | 治安良好 | 185 | 26.24% |
| | 距離居住地近 | 433 | 21.65% | 歷史文物 | 296 | 22.86% | 距離居住地近 | 126 | 17.87% |
| | 歷史文物 | 350 | 17.50% | 治安良好 | 282 | 21.78% | 商務旅遊 | 77 | 10.92% |
| | 氣候宜人 | 222 | 11.10% | 氣候宜人 | 161 | 12.43% | 探親 | 66 | 9.36% |
| | 夜間休閒活動 | 160 | 8.00% | 夜間休閒活動 | 107 | 8.26% | 氣候宜人 | 61 | 8.65% |

註：本題為複選題。

附表 3-28 108 年受訪旅客被吸引到訪臺北市原因排名-按主要市場分 (續 1)

單位：人次·百分比

| 項目 | 全體 | | | 日本 | | | 大陸 | | |
|-----------|---------|-------|--------|-----------|-----|--------|---------|-----|--------|
| | 吸引原因 | 人次 | 百分比 | 吸引原因 | 人次 | 百分比 | 吸引原因 | 人次 | 百分比 |
| 被吸引到訪北市原因 | 民情風俗和文化 | 1,256 | 62.80% | 食物 | 327 | 88.62% | 民情風俗和文化 | 431 | 82.41% |
| | 食物 | 1,243 | 62.15% | 民情風俗和文化 | 303 | 82.11% | 風光景色 | 314 | 60.04% |
| | 風光景色 | 837 | 41.85% | 交通便利 | 159 | 43.09% | 食物 | 251 | 47.99% |
| | 交通便利 | 633 | 31.65% | 治安良好 | 152 | 41.19% | 歷史文物 | 206 | 39.39% |
| | 逛街購物 | 603 | 30.15% | 風光景色 | 94 | 25.47% | 逛街購物 | 157 | 30.02% |
| | 治安良好 | 467 | 23.35% | 逛街購物 | 60 | 16.26% | 距離居住地近 | 135 | 25.81% |
| | 距離居住地近 | 433 | 21.65% | 距離居住地近 | 29 | 7.86% | 治安良好 | 91 | 17.40% |
| | 歷史文物 | 350 | 17.50% | 遊憩場所 | 13 | 3.52% | 氣候宜人 | 70 | 13.38% |
| | 氣候宜人 | 222 | 11.10% | 歷史文物 | 13 | 3.52% | 交通便利 | 60 | 11.47% |
| | 夜間休閒活動 | 160 | 8.00% | 藝文展演、節慶活動 | 10 | 2.71% | 夜間休閒活動 | 17 | 3.25% |
| 項目 | 香港澳門 | | | 韓國 | | | 新加坡 | | |
| | 吸引原因 | 人次 | 百分比 | 吸引原因 | 人次 | 百分比 | 吸引原因 | 人次 | 百分比 |
| 被吸引到訪北市原因 | 食物 | 237 | 74.06% | 食物 | 137 | 61.16% | 民情風俗和文化 | 47 | 67.14% |
| | 民情風俗和文化 | 184 | 57.50% | 距離居住地近 | 87 | 38.84% | 風光景色 | 40 | 57.14% |
| | 交通便利 | 146 | 45.63% | 民情風俗和文化 | 73 | 32.59% | 食物 | 38 | 54.29% |
| | 逛街購物 | 137 | 42.81% | 逛街購物 | 72 | 32.14% | 交通便利 | 28 | 40.00% |
| | 風光景色 | 127 | 39.69% | 風光景色 | 60 | 26.79% | 逛街購物 | 25 | 35.71% |
| | 距離居住地近 | 120 | 37.50% | 交通便利 | 58 | 25.89% | 距離居住地近 | 22 | 31.43% |
| | 治安良好 | 92 | 28.75% | 治安良好 | 36 | 16.07% | 氣候宜人 | 16 | 22.86% |
| | 夜間休閒活動 | 57 | 17.81% | 歷史文物 | 35 | 15.63% | 治安良好 | 13 | 18.57% |
| | 歷史文物 | 47 | 14.69% | 商務旅遊 | 29 | 12.95% | 夜間休閒活動 | 9 | 12.86% |
| | 氣候宜人 | 45 | 14.06% | 氣候宜人 | 25 | 11.16% | 歷史文物 | 5 | 7.14% |
| 項目 | 馬來西亞 | | | 菲律賓 | | | 泰國 | | |
| | 吸引原因 | 人次 | 百分比 | 吸引原因 | 人次 | 百分比 | 吸引原因 | 人次 | 百分比 |
| 被吸引到訪北市原因 | 民情風俗和文化 | 50 | 64.10% | 民情風俗和文化 | 34 | 69.39% | 民情風俗和文化 | 41 | 82.00% |
| | 食物 | 48 | 61.54% | 食物 | 25 | 51.02% | 食物 | 29 | 58.00% |
| | 風光景色 | 38 | 48.72% | 風光景色 | 23 | 46.94% | 風光景色 | 25 | 50.00% |
| | 交通便利 | 37 | 47.44% | 交通便利 | 15 | 30.61% | 交通便利 | 14 | 28.00% |
| | 逛街購物 | 31 | 39.74% | 逛街購物 | 13 | 26.53% | 逛街購物 | 9 | 18.00% |
| | 治安良好 | 22 | 28.21% | 治安良好 | 13 | 26.53% | 治安良好 | 9 | 18.00% |
| | 氣候宜人 | 21 | 26.92% | 距離居住地近 | 6 | 12.24% | 距離居住地近 | 5 | 10.00% |
| | 歷史文物 | 14 | 17.95% | 夜間休閒活動 | 6 | 12.24% | 歷史文物 | 5 | 10.00% |
| | 距離居住地近 | 12 | 15.38% | 歷史文物 | 3 | 6.12% | 遊憩場所 | 4 | 8.00% |
| | 夜間休閒活動 | 11 | 14.10% | 氣候宜人 | 2 | 4.08% | 夜間休閒活動 | 3 | 6.00% |

註：本題為複選題。

附表 3-28 108 年受訪旅客被吸引到訪臺北市原因排名-按主要市場分 (續完)

單位：人次·百分比

| 項目 | 全體 | | | 越南 | | | 印尼 | | |
|-----------|---------|-------|--------|---------|----|--------|---------|----|--------|
| | 吸引原因 | 人次 | 百分比 | 吸引原因 | 人次 | 百分比 | 吸引原因 | 人次 | 百分比 |
| 被吸引到訪北市原因 | 民情風俗和文化 | 1,256 | 62.80% | 民情風俗和文化 | 37 | 71.15% | 民情風俗和文化 | 33 | 75.00% |
| | 食物 | 1,243 | 62.15% | 風光景色 | 32 | 61.54% | 風光景色 | 28 | 63.64% |
| | 風光景色 | 837 | 41.85% | 食物 | 24 | 46.15% | 交通便利 | 20 | 45.45% |
| | 交通便利 | 633 | 31.65% | 交通便利 | 22 | 42.31% | 逛街購物 | 12 | 27.27% |
| | 逛街購物 | 603 | 30.15% | 逛街購物 | 17 | 32.69% | 食物 | 11 | 25.00% |
| | 治安良好 | 467 | 23.35% | 治安良好 | 15 | 28.85% | 治安良好 | 6 | 13.64% |
| | 距離居住地近 | 433 | 21.65% | 夜間休閒活動 | 11 | 21.15% | 距離居住地近 | 6 | 13.64% |
| | 歷史文物 | 350 | 17.50% | 距離居住地近 | 10 | 19.23% | 夜間休閒活動 | 4 | 9.09% |
| | 氣候宜人 | 222 | 11.10% | 氣候宜人 | 9 | 17.31% | 氣候宜人 | 4 | 9.09% |
| | 夜間休閒活動 | 160 | 8.00% | 遊憩場所 | 2 | 3.85% | 歷史文物 | 3 | 6.82% |
| 項目 | 美國 | | | 加拿大 | | | 歐洲 | | |
| | 吸引原因 | 人次 | 百分比 | 吸引原因 | 人次 | 百分比 | 吸引原因 | 人次 | 百分比 |
| 被吸引到訪北市原因 | 食物 | 55 | 59.14% | 食物 | 13 | 43.33% | 食物 | 22 | 40.00% |
| | 逛街購物 | 38 | 40.86% | 交通便利 | 11 | 36.67% | 交通便利 | 18 | 32.73% |
| | 交通便利 | 32 | 34.41% | 逛街購物 | 9 | 30.00% | 商務旅遊 | 17 | 30.91% |
| | 風光景色 | 29 | 31.18% | 風光景色 | 7 | 23.33% | 逛街購物 | 12 | 21.82% |
| | 探親 | 22 | 23.66% | 氣候宜人 | 5 | 16.67% | 民情風俗和文化 | 10 | 18.18% |
| | 氣候宜人 | 7 | 7.53% | 治安良好 | 4 | 13.33% | 風光景色 | 8 | 14.55% |
| | 治安良好 | 6 | 6.45% | 商務旅遊 | 4 | 13.33% | 歷史文物 | 6 | 10.91% |
| | 歷史文物 | 6 | 6.45% | 探親 | 3 | 10.00% | 治安良好 | 5 | 9.09% |
| | 民情風俗和文化 | 5 | 5.38% | 朋友介紹/邀請 | 3 | 10.00% | 探親 | 4 | 7.27% |
| | 夜間休閒活動 | 5 | 5.38% | 夜間休閒活動 | 2 | 6.67% | 夜間休閒活動 | 3 | 5.45% |
| 項目 | 紐澳 | | | 其他 | | | | | |
| | 吸引原因 | 人次 | 百分比 | 吸引原因 | 人次 | 百分比 | | | |
| 被吸引到訪北市原因 | 食物 | 21 | 70.00% | 探親 | 6 | 46.15% | | | |
| | 交通便利 | 10 | 33.33% | 食物 | 5 | 38.46% | | | |
| | 逛街購物 | 10 | 33.33% | 交通便利 | 3 | 23.08% | | | |
| | 風光景色 | 10 | 33.33% | 風光景色 | 2 | 15.38% | | | |
| | 民情風俗和文化 | 5 | 16.67% | 民情風俗和文化 | 2 | 15.38% | | | |
| | 歷史文物 | 4 | 13.33% | 逛街購物 | 1 | 7.69% | | | |
| | 氣候宜人 | 4 | 13.33% | 歷史文物 | 1 | 7.69% | | | |
| | 探親 | 3 | 10.00% | 氣候宜人 | 1 | 7.69% | | | |
| | 夜間休閒活動 | 3 | 10.00% | 商務旅遊 | 1 | 7.69% | | | |
| | 商務旅遊 | 2 | 6.67% | 治安良好 | 1 | 7.69% | | | |

註：本題為複選題。

附表 3-29 108 年到訪臺北市受訪旅客基本特徵-按「臺北旅遊網」使用經驗分

單位：人數·百分比

| 項目 | 「臺北旅遊網」使用經驗 | |
|---------|-------------|--------|
| | 曾使用 | 未使用 |
| 總計 | 145 | 1,131 |
| 性別 | | |
| 男性 | 43.45% | 47.04% |
| 女性 | 56.55% | 52.96% |
| 年齡 | | |
| 12-29 歲 | 41.38% | 39.52% |
| 30-39 歲 | 36.55% | 29.35% |
| 40-49 歲 | 8.28% | 15.30% |
| 50-59 歲 | 11.72% | 13.17% |
| 60 歲及以上 | 2.07% | 2.65% |
| 主要目的 | | |
| 觀光 | 92.41% | 94.47% |
| 商務 | 2.07% | 0.83% |
| 探親或訪友 | 4.83% | 4.56% |
| 其他 | 0.69% | 0.14% |
| 旅遊型態 | | |
| 團客 | 6.90% | 14.50% |
| 自由行 | 93.10% | 85.50% |
| 初訪及重遊 | | |
| 初次到訪 | 54.48% | 69.23% |
| 近三年重遊 | 45.52% | 30.77% |
| 主要市場 | | |
| 日本 | 28.28% | 20.60% |
| 大陸 | 8.97% | 17.68% |
| 香港澳門 | 40.00% | 15.74% |
| 韓國 | 8.28% | 11.41% |
| 新加坡 | 5.52% | 4.24% |
| 馬來西亞 | 2.76% | 5.22% |
| 菲律賓 | 0.69% | 3.80% |
| 泰國 | 2.76% | 3.71% |
| 越南 | 0.00% | 3.98% |
| 印尼 | 0.00% | 3.45% |
| 美國 | 2.07% | 3.89% |
| 加拿大 | 0.69% | 1.50% |
| 歐洲 | 0.00% | 2.12% |
| 紐澳 | 0.00% | 2.12% |
| 其他 | 0.00% | 0.53% |

註：訊息來源管道曾參考網際網路的旅客共 1,276 位。

附表 3-30 108 年受訪旅客單因子變異數分析-平均停留時間

單位：人數·日數·夜數

| 項目 | 次數 | 平均停留時間 | |
|---------|-------|---------|---------|
| | | 日數 | 夜數 |
| 總計 | 2,000 | 3.45 日 | 2.41 夜 |
| 性別 | | | |
| 男性 | 919 | 3.35 日 | 2.31 夜 |
| 女性 | 1,081 | 3.54 日 | 2.49 夜 |
| 年齡 | | | |
| 12-29 歲 | 578 | 3.53 日 | 2.50 夜 |
| 30-39 歲 | 475 | 3.50 日 | 2.49 夜 |
| 40-49 歲 | 282 | 3.29 日 | 2.22 夜 |
| 50-59 歲 | 467 | 3.36 日 | 2.31 夜 |
| 60 歲及以上 | 198 | 3.56 日 | 2.44 夜 |
| 主要目的 | | *** | *** |
| 觀光 | 1,752 | 3.29 日 | 2.25 夜 |
| 商務 | 82 | 3.67 日 | 2.62 夜 |
| 探親或訪友 | 159 | 4.56 日 | 3.55 夜 |
| 其他 | 7 | 17.57 日 | 14.14 夜 |
| 旅遊型態 | | *** | *** |
| 團客 | 583 | 3.02 日 | 1.96 夜 |
| 自由行 | 1,417 | 3.63 日 | 2.59 夜 |
| 初訪及重遊 | | *** | *** |
| 初次到訪 | 1,295 | 3.24 日 | 2.22 夜 |
| 近三年重遊 | 705 | 3.84 日 | 2.77 夜 |
| 主要市場 | | *** | *** |
| 日本 | 369 | 3.42 日 | 2.41 夜 |
| 大陸 | 523 | 3.10 日 | 2.03 夜 |
| 香港澳門 | 320 | 3.30 日 | 2.28 夜 |
| 韓國 | 224 | 3.71 日 | 2.68 夜 |
| 新加坡 | 70 | 3.27 日 | 2.27 夜 |
| 馬來西亞 | 78 | 3.24 日 | 2.22 夜 |
| 菲律賓 | 49 | 3.96 日 | 2.67 夜 |
| 泰國 | 50 | 3.38 日 | 2.38 夜 |
| 越南 | 52 | 3.73 日 | 2.73 夜 |
| 印尼 | 44 | 3.36 日 | 2.34 夜 |
| 美國 | 93 | 4.39 日 | 3.39 夜 |
| 加拿大 | 30 | 3.63 日 | 2.63 夜 |
| 歐洲 | 55 | 4.47 日 | 3.27 夜 |
| 紐澳 | 30 | 4.00 日 | 3.00 夜 |
| 其他 | 13 | 5.00 日 | 3.77 夜 |

註 1：經單因子變異數分析 (One-way ANOVA) 。*表示 $p < 0.05$ ；**表示 $p < 0.01$ ；***表示 $p < 0.001$ 。

附表 3-31 108 年受訪旅客曾遊覽景點排名-按性別分

單位：人次·百分比

| 項目 | 全體 | | | 男性 | | | 女性 | | |
|---------|--------|-------|--------|--------|-----|--------|--------|-----|--------|
| | 遊覽景點 | 人次 | 百分比 | 遊覽景點 | 人次 | 百分比 | 遊覽景點 | 人次 | 百分比 |
| 前十名遊覽景點 | 台北 101 | 1,743 | 87.15% | 台北 101 | 773 | 84.11% | 台北 101 | 970 | 89.73% |
| | 西門町 | 1,479 | 73.95% | 西門町 | 672 | 73.12% | 西門町 | 807 | 74.65% |
| | 故宮博物院 | 1,310 | 65.50% | 故宮博物院 | 610 | 66.38% | 故宮博物院 | 700 | 64.75% |
| | 東門永康商圈 | 1,253 | 62.65% | 東門永康商圈 | 559 | 60.83% | 東門永康商圈 | 694 | 64.20% |
| | 信義商圈 | 974 | 48.70% | 信義商圈 | 421 | 45.81% | 信義商圈 | 553 | 51.16% |
| | 中正紀念堂 | 778 | 38.90% | 中正紀念堂 | 375 | 40.81% | 中正紀念堂 | 403 | 37.28% |
| | 國父紀念館 | 737 | 36.85% | 國父紀念館 | 358 | 38.96% | 國父紀念館 | 379 | 35.06% |
| | 大稻埕 | 490 | 24.50% | 大稻埕 | 223 | 24.27% | 大稻埕 | 267 | 24.70% |
| | 士林官邸 | 413 | 20.65% | 士林官邸 | 205 | 22.31% | 士林官邸 | 208 | 19.24% |
| | 陽明山 | 334 | 16.70% | 陽明山 | 156 | 16.97% | 陽明山 | 178 | 16.47% |

註：本題為複選題。

附表 3-32 108 年受訪旅客曾遊覽景點排名-按年齡分

單位：人次·百分比

| 項目 | 全體 | | | 12-29 歲 | | | 30-39 歲 | | |
|-----------------|---------|-------|--------|-------------|-----|--------|------------|-----|--------|
| | 遊覽景點 | 人次 | 百分比 | 遊覽景點 | 人次 | 百分比 | 遊覽景點 | 人次 | 百分比 |
| 前十名
遊覽
景點 | 台北 101 | 1,743 | 87.15% | 台北 101 | 535 | 92.56% | 台北 101 | 413 | 86.95% |
| | 西門町 | 1,479 | 73.95% | 西門町 | 516 | 89.27% | 西門町 | 377 | 79.37% |
| | 故宮博物院 | 1,310 | 65.50% | 東門永康商圈 | 415 | 71.80% | 東門永康商
圈 | 329 | 69.26% |
| | 東門永康商圈 | 1,253 | 62.65% | 故宮博物院 | 320 | 55.36% | 故宮博物院 | 284 | 59.79% |
| | 信義商圈 | 974 | 48.70% | 信義商圈 | 291 | 50.35% | 信義商圈 | 263 | 55.37% |
| | 中正紀念堂 | 778 | 38.90% | 中正紀念堂 | 218 | 37.72% | 中正紀念堂 | 168 | 35.37% |
| | 國父紀念館 | 737 | 36.85% | 國父紀念館 | 178 | 30.80% | 國父紀念館 | 156 | 32.84% |
| | 大稻埕 | 490 | 24.50% | 大稻埕 | 145 | 25.09% | 大稻埕 | 146 | 30.74% |
| | 士林官邸 | 413 | 20.65% | 龍山寺 | 68 | 11.76% | 龍山寺 | 74 | 15.58% |
| | 陽明山 | 334 | 16.70% | 捷運中山站街
區 | 68 | 11.76% | 陽明山 | 72 | 15.16% |
| 項目 | 40-49 歲 | | | 50-59 歲 | | | 60 歲及以上 | | |
| | 遊覽景點 | 人次 | 百分比 | 遊覽景點 | 人次 | 百分比 | 遊覽景點 | 人次 | 百分比 |
| 前十名
遊覽
景點 | 台北 101 | 241 | 85.46% | 台北 101 | 405 | 86.72% | 故宮博物院 | 155 | 78.28% |
| | 故宮博物院 | 198 | 70.21% | 故宮博物院 | 353 | 75.59% | 台北 101 | 149 | 75.25% |
| | 西門町 | 191 | 67.73% | 西門町 | 276 | 59.10% | 西門町 | 119 | 60.10% |
| | 東門永康商圈 | 163 | 57.80% | 東門永康商圈 | 232 | 49.68% | 東門永康商
圈 | 114 | 57.58% |
| | 信義商圈 | 136 | 48.23% | 信義商圈 | 217 | 46.47% | 國父紀念館 | 86 | 43.43% |
| | 國父紀念館 | 117 | 41.49% | 中正紀念堂 | 202 | 43.25% | 中正紀念堂 | 76 | 38.38% |
| | 中正紀念堂 | 114 | 40.43% | 國父紀念館 | 200 | 42.83% | 士林官邸 | 75 | 37.88% |
| | 士林官邸 | 76 | 26.95% | 士林官邸 | 160 | 34.26% | 信義商圈 | 67 | 33.84% |
| | 大稻埕 | 68 | 24.11% | 陽明山 | 105 | 22.48% | 陽明山 | 50 | 25.25% |
| | 陽明山 | 49 | 17.38% | 大稻埕 | 96 | 20.56% | 龍山寺 | 46 | 23.23% |

註：本題為複選題。

附表 3-33 108 年受訪旅客曾遊覽景點排名-按主要目的分

單位：人次·百分比

| 項目 | 全體 | | | 觀光 | | | 商務 | | |
|---------|---------------|-------|--------|-------------|-------|--------|-------------|----|--------|
| | 遊覽景點 | 人次 | 百分比 | 遊覽景點 | 人次 | 百分比 | 遊覽景點 | 人次 | 百分比 |
| 前十名遊覽景點 | 台北 101 | 1,743 | 87.15% | 台北 101 | 1,555 | 88.76% | 台北 101 | 68 | 82.93% |
| | 西門町 | 1,479 | 73.95% | 西門町 | 1,400 | 79.91% | 信義商圈 | 51 | 62.20% |
| | 故宮博物院 | 1,310 | 65.50% | 故宮博物院 | 1,240 | 70.78% | 東門永康商
圈 | 30 | 36.59% |
| | 東門永康商圈 | 1,253 | 62.65% | 東門永康商圈 | 1,130 | 64.50% | 東區 | 19 | 23.17% |
| | 信義商圈 | 974 | 48.70% | 信義商圈 | 830 | 47.37% | 故宮博物院 | 17 | 20.73% |
| | 中正紀念堂 | 778 | 38.90% | 中正紀念堂 | 754 | 43.04% | 捷運中山站
街區 | 11 | 13.41% |
| | 國父紀念館 | 737 | 36.85% | 國父紀念館 | 712 | 40.64% | 陽明山 | 10 | 12.20% |
| | 大稻埕 | 490 | 24.50% | 大稻埕 | 457 | 26.08% | 龍山寺 | 7 | 8.54% |
| | 士林官邸 | 413 | 20.65% | 士林官邸 | 402 | 22.95% | 西門町 | 7 | 8.54% |
| | 陽明山 | 334 | 16.70% | 龍山寺 | 294 | 16.78% | 大稻埕 | 6 | 7.32% |
| 項目 | 探親或訪友 | | | 其他 | | | | | |
| | 遊覽景點 | 人次 | 百分比 | 遊覽景點 | 人次 | 百分比 | | | |
| 前十名遊覽景點 | 台北 101 | 114 | 71.70% | 台北 101 | 6 | 85.71% | | | |
| | 信義商圈 | 91 | 57.23% | 西門町 | 4 | 57.14% | | | |
| | 東門永康商圈 | 90 | 56.60% | 東門永康商圈 | 3 | 42.86% | | | |
| | 西門町 | 68 | 42.77% | 信義商圈 | 2 | 28.57% | | | |
| | 陽明山 | 67 | 42.14% | 捷運中山站街
區 | 2 | 28.57% | | | |
| | 故宮博物院 | 53 | 33.33% | 中正紀念堂 | 2 | 28.57% | | | |
| | 東區 | 34 | 21.38% | 國父紀念館 | 2 | 28.57% | | | |
| | 北投溫泉區 | 32 | 20.13% | 陽明山 | 1 | 14.29% | | | |
| | 貓空(含貓空纜
車) | 32 | 20.13% | 北門 | 1 | 14.29% | | | |
| | 大稻埕 | 27 | 16.98% | 士林官邸 | 1 | 14.29% | | | |

註：本題為複選題。

附表 3-34 108 年受訪旅客曾遊覽景點排名-按旅遊型態分

單位：人次·百分比

| 項目 | 全體 | | | 團客 | | | 自由行 | | |
|-----------------|--------|-------|--------|--------|-----|--------|------------|-------|--------|
| | 遊覽景點 | 人次 | 百分比 | 遊覽景點 | 人次 | 百分比 | 遊覽景點 | 人次 | 百分比 |
| 前十名
遊覽
景點 | 台北 101 | 1,743 | 87.15% | 台北 101 | 560 | 96.05% | 台北 101 | 1,183 | 83.49% |
| | 西門町 | 1,479 | 73.95% | 故宮博物院 | 528 | 90.57% | 西門町 | 1,075 | 75.86% |
| | 故宮博物院 | 1,310 | 65.50% | 西門町 | 404 | 69.30% | 東門永康商
圈 | 1,070 | 75.51% |
| | 東門永康商圈 | 1,253 | 62.65% | 國父紀念館 | 325 | 55.75% | 信義商圈 | 787 | 55.54% |
| | 信義商圈 | 974 | 48.70% | 士林官邸 | 316 | 54.20% | 故宮博物院 | 782 | 55.19% |
| | 中正紀念堂 | 778 | 38.90% | 中正紀念堂 | 313 | 53.69% | 大稻埕 | 476 | 33.59% |
| | 國父紀念館 | 737 | 36.85% | 信義商圈 | 187 | 32.08% | 中正紀念堂 | 465 | 32.82% |
| | 大稻埕 | 490 | 24.50% | 東門永康商圈 | 183 | 31.39% | 國父紀念館 | 412 | 29.08% |
| | 士林官邸 | 413 | 20.65% | 龍山寺 | 85 | 14.58% | 陽明山 | 265 | 18.70% |
| | 陽明山 | 334 | 16.70% | 陽明山 | 69 | 11.84% | 龍山寺 | 234 | 16.51% |

註：本題為複選題。

附表 3-35 108 年受訪旅客曾遊覽景點排名-按初訪及重遊樣態分

單位：人次·百分比

| 項目 | 全體 | | | 初次到訪 | | | 近三年重遊 | | |
|---------|--------|-------|--------|--------|-------|--------|-------------|-----|--------|
| | 遊覽景點 | 人次 | 百分比 | 遊覽景點 | 人次 | 百分比 | 遊覽景點 | 人次 | 百分比 |
| 前十名遊覽景點 | 台北 101 | 1,743 | 87.15% | 台北 101 | 1,237 | 95.52% | 台北 101 | 506 | 71.77% |
| | 西門町 | 1,479 | 73.95% | 西門町 | 1,059 | 81.78% | 東門永康商
圈 | 466 | 66.10% |
| | 故宮博物院 | 1,310 | 65.50% | 故宮博物院 | 994 | 76.76% | 西門町 | 420 | 59.57% |
| | 東門永康商圈 | 1,253 | 62.65% | 東門永康商圈 | 787 | 60.77% | 信義商圈 | 381 | 54.04% |
| | 信義商圈 | 974 | 48.70% | 中正紀念堂 | 610 | 47.10% | 故宮博物院 | 316 | 44.82% |
| | 中正紀念堂 | 778 | 38.90% | 國父紀念館 | 602 | 46.49% | 大稻埕 | 221 | 31.35% |
| | 國父紀念館 | 737 | 36.85% | 信義商圈 | 593 | 45.79% | 中正紀念堂 | 168 | 23.83% |
| | 大稻埕 | 490 | 24.50% | 士林官邸 | 334 | 25.79% | 陽明山 | 152 | 21.56% |
| | 士林官邸 | 413 | 20.65% | 大稻埕 | 269 | 20.77% | 國父紀念館 | 135 | 19.15% |
| | 陽明山 | 334 | 16.70% | 龍山寺 | 221 | 17.07% | 捷運中山站
街區 | 110 | 15.60% |

註：本題為複選題。

附表 3-36 108 年受訪旅客曾遊覽景點排名-按主要市場分 (續 1)

單位：人次·百分比

| 項目 | 全體 | | | 日本 | | | 大陸 | | |
|---------|------------|-------|--------|---------|-----|--------|------------|-----|--------|
| | 遊覽景點 | 人次 | 百分比 | 遊覽景點 | 人次 | 百分比 | 遊覽景點 | 人次 | 百分比 |
| 前十名遊覽景點 | 台北 101 | 1,743 | 87.15% | 東門永康商圈 | 310 | 84.01% | 台北 101 | 492 | 94.07% |
| | 西門町 | 1,479 | 73.95% | 西門町 | 255 | 69.11% | 故宮博物院 | 488 | 93.31% |
| | 故宮博物院 | 1,310 | 65.50% | 台北 101 | 239 | 64.77% | 西門町 | 420 | 80.31% |
| | 東門永康商圈 | 1,253 | 62.65% | 大稻埕 | 223 | 60.43% | 國父紀念館 | 334 | 63.86% |
| | 信義商圈 | 974 | 48.70% | 故宮博物院 | 223 | 60.43% | 士林官邸 | 300 | 57.36% |
| | 中正紀念堂 | 778 | 38.90% | 信義商圈 | 165 | 44.72% | 中正紀念堂 | 299 | 57.17% |
| | 國父紀念館 | 737 | 36.85% | 中正紀念堂 | 103 | 27.91% | 東門永康商圈 | 185 | 35.37% |
| | 大稻埕 | 490 | 24.50% | 國父紀念館 | 82 | 22.22% | 信義商圈 | 144 | 27.53% |
| | 士林官邸 | 413 | 20.65% | 北投溫泉區 | 72 | 19.51% | 龍山寺 | 71 | 13.58% |
| | 陽明山 | 334 | 16.70% | 捷運中山站街區 | 62 | 16.80% | 陽明山 | 48 | 9.18% |
| 項目 | 香港澳門 | | | 韓國 | | | 新加坡 | | |
| | 遊覽景點 | 人次 | 百分比 | 遊覽景點 | 人次 | 百分比 | 遊覽景點 | 人次 | 百分比 |
| 前十名遊覽景點 | 台北 101 | 265 | 82.81% | 台北 101 | 214 | 95.54% | 台北 101 | 61 | 87.14% |
| | 西門町 | 249 | 77.81% | 信義商圈 | 157 | 70.09% | 西門町 | 54 | 77.14% |
| | 東門永康商圈 | 218 | 68.13% | 西門町 | 142 | 63.39% | 東門永康商圈 | 36 | 51.43% |
| | 信義商圈 | 171 | 53.44% | 東門永康商圈 | 131 | 58.48% | 信義商圈 | 31 | 44.29% |
| | 故宮博物院 | 164 | 51.25% | 故宮博物院 | 100 | 44.64% | 故宮博物院 | 24 | 34.29% |
| | 大稻埕 | 109 | 34.06% | 中正紀念堂 | 63 | 28.13% | 中正紀念堂 | 24 | 34.29% |
| | 中正紀念堂 | 95 | 29.69% | 國父紀念館 | 46 | 20.54% | 國父紀念館 | 24 | 34.29% |
| | 國父紀念館 | 80 | 25.00% | 陽明山 | 42 | 18.75% | 大稻埕 | 14 | 20.00% |
| | 龍山寺 | 52 | 16.25% | 捷運中山站街區 | 37 | 16.52% | 陽明山 | 14 | 20.00% |
| | 陽明山 | 49 | 15.31% | 龍山寺 | 33 | 14.73% | 貓空 (含貓空纜車) | 61 | 87.14% |
| 項目 | 馬來西亞 | | | 菲律賓 | | | 泰國 | | |
| | 遊覽景點 | 人次 | 百分比 | 遊覽景點 | 人次 | 百分比 | 遊覽景點 | 人次 | 百分比 |
| 前十名遊覽景點 | 西門町 | 66 | 84.62% | 台北 101 | 47 | 95.92% | 台北 101 | 49 | 98.00% |
| | 台北 101 | 65 | 83.33% | 東門永康商圈 | 44 | 89.80% | 西門町 | 45 | 90.00% |
| | 東門永康商圈 | 50 | 64.10% | 西門町 | 41 | 83.67% | 東門永康商圈 | 44 | 88.00% |
| | 故宮博物院 | 35 | 44.87% | 故宮博物院 | 34 | 69.39% | 故宮博物院 | 42 | 84.00% |
| | 信義商圈 | 30 | 38.46% | 中正紀念堂 | 20 | 40.82% | 中正紀念堂 | 37 | 74.00% |
| | 中正紀念堂 | 28 | 35.90% | 信義商圈 | 19 | 38.78% | 國父紀念館 | 36 | 72.00% |
| | 國父紀念館 | 22 | 28.21% | 國父紀念館 | 18 | 36.73% | 信義商圈 | 23 | 46.00% |
| | 大稻埕 | 21 | 26.92% | 大稻埕 | 9 | 18.37% | 龍山寺 | 9 | 18.00% |
| | 陽明山 | 11 | 14.10% | 龍山寺 | 6 | 12.24% | 陽明山 | 6 | 12.00% |
| | 貓空 (含貓空纜車) | 10 | 12.82% | 陽明山 | 5 | 10.20% | 貓空 (含貓空纜車) | 6 | 12.00% |

註：本題為複選題。

附表 3-36 108 年受訪旅客曾遊覽景點排名-按主要市場分 (續完)

單位：人次·百分比

| 項目 | 全體 | | | 越南 | | | 印尼 | | |
|-----------------|---------|-------|---------|------------|----|---------|------------|----|--------|
| | 遊覽景點 | 人次 | 百分比 | 遊覽景點 | 人次 | 百分比 | 遊覽景點 | 人次 | 百分比 |
| 前十名
遊覽
景點 | 台北 101 | 1,743 | 87.15% | 台北 101 | 49 | 94.23% | 西門町 | 42 | 95.45% |
| | 西門町 | 1,479 | 73.95% | 西門町 | 49 | 94.23% | 台北 101 | 41 | 93.18% |
| | 故宮博物院 | 1,310 | 65.50% | 東門永康商圈 | 38 | 73.08% | 東門永康商圈 | 31 | 70.45% |
| | 東門永康商圈 | 1,253 | 62.65% | 故宮博物院 | 35 | 67.31% | 故宮博物院 | 31 | 70.45% |
| | 信義商圈 | 974 | 48.70% | 中正紀念堂 | 25 | 48.08% | 中正紀念堂 | 23 | 52.27% |
| | 中正紀念堂 | 778 | 38.90% | 信義商圈 | 25 | 48.08% | 國父紀念館 | 22 | 50.00% |
| | 國父紀念館 | 737 | 36.85% | 國父紀念館 | 18 | 34.62% | 信義商圈 | 15 | 34.09% |
| | 大稻埕 | 490 | 24.50% | 貓空 (含貓空纜車) | 11 | 21.15% | 貓空 (含貓空纜車) | 3 | 6.82% |
| | 士林官邸 | 413 | 20.65% | 龍山寺 | 8 | 15.38% | 大稻埕 | 3 | 6.82% |
| | 陽明山 | 334 | 16.70% | 陽明山 | 4 | 7.69% | 北門 | 3 | 6.82% |
| 項目 | 美國 | | | 加拿大 | | | 歐洲 | | |
| | 遊覽景點 | 人次 | 百分比 | 遊覽景點 | 人次 | 百分比 | 遊覽景點 | 人次 | 百分比 |
| 前十名
遊覽
景點 | 台北 101 | 91 | 97.85% | 台北 101 | 30 | 100.00% | 台北 101 | 52 | 94.55% |
| | 信義商圈 | 77 | 82.80% | 信義商圈 | 26 | 86.67% | 信義商圈 | 49 | 89.09% |
| | 東門永康商圈 | 56 | 60.22% | 東門永康商圈 | 25 | 83.33% | 東門永康商圈 | 34 | 61.82% |
| | 故宮博物院 | 52 | 55.91% | 故宮博物院 | 19 | 63.33% | 故宮博物院 | 32 | 58.18% |
| | 陽明山 | 50 | 53.76% | 陽明山 | 17 | 56.67% | 陽明山 | 24 | 43.64% |
| | 西門町 | 48 | 51.61% | 西門町 | 14 | 46.67% | 西門町 | 24 | 43.64% |
| | 龍山寺 | 41 | 44.09% | 中正紀念堂 | 10 | 33.33% | 龍山寺 | 24 | 43.64% |
| | 中正紀念堂 | 22 | 23.66% | 捷運中山站街區 | 8 | 26.67% | 中正紀念堂 | 18 | 32.73% |
| | 捷運中山站街區 | 20 | 21.51% | 國父紀念館 | 8 | 26.67% | 國父紀念館 | 18 | 32.73% |
| | 東區 | 20 | 21.51% | 龍山寺 | 7 | 23.33% | 捷運中山站街區 | 12 | 21.82% |
| 項目 | 紐澳 | | | 其他 | | | | | |
| | 遊覽景點 | 人次 | 百分比 | 遊覽景點 | 人次 | 百分比 | | | |
| 前十名
遊覽
景點 | 台北 101 | 30 | 100.00% | 信義商圈 | 12 | 92.31% | | | |
| | 信義商圈 | 25 | 83.33% | 東門永康商圈 | 12 | 92.31% | | | |
| | 東門永康商圈 | 21 | 70.00% | 台北 101 | 11 | 84.62% | | | |
| | 陽明山 | 20 | 66.67% | 陽明山 | 7 | 53.85% | | | |
| | 故宮博物院 | 17 | 56.67% | 故宮博物院 | 7 | 53.85% | | | |
| | 西門町 | 17 | 56.67% | 西門町 | 6 | 46.15% | | | |
| | 龍山寺 | 10 | 33.33% | 龍山寺 | 6 | 46.15% | | | |
| | 捷運中山站街區 | 10 | 33.33% | 捷運中山站街區 | 6 | 46.15% | | | |
| | 中正紀念堂 | 9 | 30.00% | 國父紀念館 | 3 | 23.08% | | | |
| | 國父紀念館 | 7 | 23.33% | 東區 | 3 | 23.08% | | | |

註：本題為複選題。

附表 3-37 108 年受訪旅客最喜歡景點排名-按性別分

單位：人次·百分比

| 項目 | 全體 | | | 男性 | | | 女性 | | |
|----------|---------|-----|--------|---------|-----|--------|-------------|-----|--------|
| | 喜歡景點 | 人次 | 百分比 | 喜歡景點 | 人次 | 百分比 | 喜歡景點 | 人次 | 百分比 |
| 前十名最喜歡景點 | 故宮博物院 | 423 | 21.15% | 故宮博物院 | 225 | 24.48% | 故宮博物院 | 198 | 18.32% |
| | 西門町 | 229 | 11.45% | 西門町 | 112 | 12.19% | 台北 101 | 124 | 11.47% |
| | 台北 101 | 209 | 10.45% | 台北 101 | 85 | 9.25% | 大稻埕 | 122 | 11.29% |
| | 大稻埕 | 201 | 10.05% | 大稻埕 | 79 | 8.60% | 西門町 | 117 | 10.82% |
| | 信義商圈 | 130 | 6.50% | 信義商圈 | 56 | 6.09% | 信義商圈 | 74 | 6.85% |
| | 東門永康商圈 | 107 | 5.35% | 東門永康商圈 | 51 | 5.55% | 東門永康商
圈 | 56 | 5.18% |
| | 貓空(含貓纜) | 89 | 4.45% | 貓空(含貓纜) | 49 | 5.33% | 貓空(含貓
纜) | 40 | 3.70% |
| | 北投溫泉區 | 75 | 3.75% | 北投溫泉區 | 42 | 4.57% | 北投溫泉區 | 33 | 3.05% |
| | 陽明山 | 50 | 2.50% | 陽明山 | 19 | 2.07% | 陽明山 | 31 | 2.87% |
| | 象山 | 31 | 1.55% | 象山 | 17 | 1.85% | 士林官邸 | 24 | 2.22% |

附表 3-38 108 年受訪旅客最喜歡景點排名-按年齡分

單位：人次·百分比

| 項目 | 全體 | | | 12-29 歲 | | | 30-39 歲 | | |
|----------|---------|-----|--------|---------|-----|--------|-------------|----|--------|
| | 喜歡景點 | 人次 | 百分比 | 喜歡景點 | 人次 | 百分比 | 喜歡景點 | 人次 | 百分比 |
| 前十名最喜歡景點 | 故宮博物院 | 423 | 21.15% | 西門町 | 146 | 25.26% | 西門町 | 63 | 13.26% |
| | 西門町 | 229 | 11.45% | 故宮博物院 | 74 | 12.80% | 大稻埕 | 62 | 13.05% |
| | 台北 101 | 209 | 10.45% | 大稻埕 | 64 | 11.07% | 故宮博物院 | 58 | 12.21% |
| | 大稻埕 | 201 | 10.05% | 台北 101 | 55 | 9.52% | 台北 101 | 44 | 9.26% |
| | 信義商圈 | 130 | 6.50% | 信義商圈 | 44 | 7.61% | 信義商圈 | 43 | 9.05% |
| | 東門永康商圈 | 107 | 5.35% | 東門永康商圈 | 25 | 4.33% | 東門永康商
圈 | 38 | 8.00% |
| | 貓空(含貓纜) | 89 | 4.45% | 貓空(含貓纜) | 25 | 4.33% | 貓空(含貓
纜) | 23 | 4.84% |
| | 北投溫泉區 | 75 | 3.75% | 象山 | 22 | 3.81% | 北投溫泉區 | 11 | 2.32% |
| | 陽明山 | 50 | 2.50% | 北投溫泉區 | 8 | 1.38% | 陽明山 | 11 | 2.32% |
| | 象山 | 31 | 1.55% | 陽明山 | 7 | 1.21% | 象山 | 8 | 1.68% |
| 項目 | 40-49 歲 | | | 50-59 歲 | | | 60 歲及以上 | | |
| | 喜歡景點 | 人次 | 百分比 | 喜歡景點 | 人次 | 百分比 | 喜歡景點 | 人次 | 百分比 |
| 前十名最喜歡景點 | 故宮博物院 | 65 | 23.05% | 故宮博物院 | 53 | 11.35% | 故宮博物院 | 75 | 37.88% |
| | 台北 101 | 43 | 15.25% | 台北 101 | 39 | 8.35% | 北投溫泉區 | 20 | 10.10% |
| | 大稻埕 | 26 | 9.22% | 大稻埕 | 24 | 5.14% | 台北 101 | 14 | 7.07% |
| | 信義商圈 | 17 | 6.03% | 北投溫泉區 | 23 | 4.93% | 貓空(含貓
纜) | 12 | 6.06% |
| | 東門永康商圈 | 17 | 6.03% | 信義商圈 | 21 | 4.50% | 大稻埕 | 10 | 5.05% |
| | 貓空(含貓纜) | 13 | 4.61% | 東門永康商圈 | 21 | 4.50% | 士林官邸 | 8 | 4.04% |
| | 北投溫泉區 | 12 | 4.26% | 陽明山 | 16 | 3.43% | 陽明山 | 7 | 3.54% |
| | 西門町 | 10 | 3.55% | 貓空(含貓纜) | 15 | 3.21% | 東門永康商
圈 | 6 | 3.03% |
| | 國父紀念館 | 7 | 2.48% | 士林官邸 | 15 | 3.21% | 龍山寺 | 6 | 3.03% |
| | 士林官邸 | 6 | 2.13% | 龍山寺 | 53 | 11.35% | 中正紀念堂 | 5 | 2.53% |

附表 3-39 108 年受訪旅客最喜歡景點排名-按主要目的分

單位：人次·百分比

| 項目 | 全體 | | | 觀光 | | | 商務 | | |
|----------|------------|-----|--------|-------------|-----|--------|-------------|----|--------|
| | 喜歡景點 | 人次 | 百分比 | 喜歡景點 | 人次 | 百分比 | 喜歡景點 | 人次 | 百分比 |
| 前十名最喜歡景點 | 故宮博物院 | 423 | 21.15% | 故宮博物院 | 406 | 23.17% | 信義商圈 | 19 | 23.17% |
| | 西門町 | 229 | 11.45% | 西門町 | 217 | 12.39% | 東門永康商
圈 | 8 | 9.76% |
| | 台北 101 | 209 | 10.45% | 大稻埕 | 193 | 11.02% | 台北 101 | 7 | 8.54% |
| | 大稻埕 | 201 | 10.05% | 台北 101 | 184 | 10.50% | 北投溫泉區 | 4 | 4.88% |
| | 信義商圈 | 130 | 6.50% | 東門永康商
圈 | 93 | 5.31% | 故宮博物院 | 3 | 3.66% |
| | 東門永康商
圈 | 107 | 5.35% | 信義商圈 | 93 | 5.31% | 大稻埕 | 3 | 3.66% |
| | 貓空(含貓纜) | 89 | 4.45% | 貓空(含貓纜) | 78 | 4.45% | 捷運中山站
街區 | 3 | 3.66% |
| | 北投溫泉區 | 75 | 3.75% | 北投溫泉區 | 53 | 3.03% | 龍山寺 | 2 | 2.44% |
| | 陽明山 | 50 | 2.50% | 象山 | 30 | 1.71% | 陽明山 | 1 | 1.22% |
| | 象山 | 31 | 1.55% | 士林官邸 | 29 | 1.66% | 西門町 | 1 | 1.22% |
| 項目 | 探親或訪友 | | | 其他 | | | | | |
| | 喜歡景點 | 人次 | 百分比 | 喜歡景點 | 人次 | 百分比 | | | |
| 前十名最喜歡景點 | 陽明山 | 20 | 12.58% | 台北 101 | 2 | 28.57% | | | |
| | 信義商圈 | 18 | 11.32% | 東門永康商
圈 | 1 | 14.29% | | | |
| | 北投溫泉區 | 18 | 11.32% | 捷運中山站街
區 | 1 | 14.29% | | | |
| | 台北 101 | 16 | 10.06% | 西門町 | 1 | 14.29% | | | |
| | 故宮博物院 | 14 | 8.81% | 陽明山 | 1 | 14.29% | | | |
| | 貓空(含貓纜) | 11 | 6.92% | 中正紀念堂 | 1 | 14.29% | | | |
| | 西門町 | 10 | 6.29% | | | | | | |
| | 東門永康商
圈 | 5 | 3.14% | | | | | | |
| | 大稻埕 | 5 | 3.14% | | | | | | |
| | 臺北市東區 | 3 | 1.89% | | | | | | |

附表 3-40 108 年受訪旅客最喜歡景點排名-按旅遊型態分

單位：人次·百分比

| 項目 | 全體 | | | 團客 | | | 自由行 | | |
|----------|----------|-----|--------|--------|-----|--------|--------------|-----|--------|
| | 喜歡景點 | 人次 | 百分比 | 喜歡景點 | 人次 | 百分比 | 喜歡景點 | 人次 | 百分比 |
| 前十名最喜歡景點 | 故宮博物院 | 423 | 21.15% | 故宮博物院 | 219 | 37.56% | 故宮博物院 | 204 | 14.40% |
| | 西門町 | 229 | 11.45% | 台北 101 | 87 | 14.92% | 西門町 | 204 | 14.40% |
| | 台北 101 | 209 | 10.45% | 士林官邸 | 28 | 4.80% | 大稻埕 | 201 | 14.18% |
| | 大稻埕 | 201 | 10.05% | 西門町 | 25 | 4.29% | 台北 101 | 122 | 8.61% |
| | 信義商圈 | 130 | 6.50% | 信義商圈 | 21 | 3.60% | 信義商圈 | 109 | 7.69% |
| | 東門永康商圈 | 107 | 5.35% | 中正紀念堂 | 20 | 3.43% | 東門永康商
圈 | 95 | 6.70% |
| | 貓空 (含貓纜) | 89 | 4.45% | 國父紀念館 | 20 | 3.43% | 貓空 (含貓
纜) | 84 | 5.93% |
| | 北投溫泉區 | 75 | 3.75% | 北投溫泉區 | 18 | 3.09% | 北投溫泉區 | 57 | 4.02% |
| | 陽明山 | 50 | 2.50% | 東門永康商圈 | 12 | 2.06% | 陽明山 | 46 | 3.25% |
| | 象山 | 31 | 1.55% | 龍山寺 | 10 | 1.72% | 象山 | 31 | 2.19% |

附表 3-41 108 年受訪旅客最喜歡景點排名-按初訪及重遊樣態分

單位：人次·百分比

| 項目 | 全體 | | | 初次到訪 | | | 近三年重遊 | | |
|----------|------------|-----|--------|-----------|-----|--------|------------|----|--------|
| | 喜歡景點 | 人次 | 百分比 | 喜歡景點 | 人次 | 百分比 | 喜歡景點 | 人次 | 百分比 |
| 前十名最喜歡景點 | 故宮博物院 | 423 | 21.15% | 故宮博物院 | 334 | 25.79% | 大稻埕 | 96 | 13.62% |
| | 西門町 | 229 | 11.45% | 西門町 | 172 | 13.28% | 故宮博物院 | 89 | 12.62% |
| | 台北 101 | 209 | 10.45% | 台北 101 | 155 | 11.97% | 信義商圈 | 65 | 9.22% |
| | 大稻埕 | 201 | 10.05% | 大稻埕 | 105 | 8.11% | 西門町 | 57 | 8.09% |
| | 信義商圈 | 130 | 6.50% | 東門永康商圈 | 66 | 5.10% | 台北 101 | 54 | 7.66% |
| | 東門永康商圈 | 107 | 5.35% | 信義商圈 | 65 | 5.02% | 貓空 (含貓纜) | 51 | 7.23% |
| | 貓空 (含貓纜) | 89 | 4.45% | 貓空(含貓纜) | 38 | 2.93% | 北投溫泉區 | 45 | 6.38% |
| | 北投溫泉區 | 75 | 3.75% | 北投溫泉區 | 30 | 2.32% | 東門永康商
圈 | 41 | 5.82% |
| | 陽明山 | 50 | 2.50% | 象山 | 27 | 2.08% | 陽明山 | 29 | 4.11% |
| | 象山 | 31 | 1.55% | 士林官邸 | 26 | 2.01% | 龍山寺 | 13 | 1.84% |

附表 3-42 108 年受訪旅客最喜歡景點排名-按主要市場分 (續 1)

單位：人次·百分比

| 項目 | 全體 | | | 日本 | | | 大陸 | | |
|----------|----------|-------|--------|----------|-------|--------|----------|-------|--------|
| | 喜歡景點 | 人次 | 百分比 | 喜歡景點 | 人次 | 百分比 | 喜歡景點 | 人次 | 百分比 |
| 前十名最喜歡景點 | 故宮博物院 | 423 | 21.15% | 大稻埕 | 114 | 30.89% | 故宮博物院 | 201 | 38.43% |
| | 西門町 | 229 | 11.45% | 故宮博物院 | 67 | 18.16% | 台北 101 | 77 | 14.72% |
| | 台北 101 | 209 | 10.45% | 北投溫泉區 | 41 | 11.11% | 西門町 | 41 | 7.84% |
| | 大稻埕 | 201 | 10.05% | 貓空 (含貓纜) | 41 | 11.11% | 士林官邸 | 28 | 5.35% |
| | 信義商圈 | 130 | 6.50% | 東門永康商圈 | 28 | 7.59% | 國父紀念館 | 21 | 4.02% |
| | 東門永康商圈 | 107 | 5.35% | 西門町 | 17 | 4.61% | 中正紀念堂 | 16 | 3.06% |
| | 貓空 (含貓纜) | 89 | 4.45% | 信義商圈 | 16 | 4.34% | 大稻埕 | 9 | 1.72% |
| | 北投溫泉區 | 75 | 3.75% | 台北 101 | 8 | 2.17% | 北投溫泉區 | 9 | 1.72% |
| | 陽明山 | 50 | 2.50% | 陽明山 | 7 | 1.90% | 貓空 (含貓纜) | 8 | 1.53% |
| 象山 | 31 | 1.55% | 保安宮 | 7 | 1.90% | 信義商圈 | 8 | 1.53% | |
| 項目 | 香港澳門 | | | 韓國 | | | 新加坡 | | |
| | 喜歡景點 | 人次 | 百分比 | 喜歡景點 | 人次 | 百分比 | 喜歡景點 | 人次 | 百分比 |
| 前十名最喜歡景點 | 大稻埕 | 48 | 15.00% | 信義商圈 | 34 | 15.18% | 故宮博物院 | 12 | 17.14% |
| | 西門町 | 43 | 13.44% | 故宮博物院 | 28 | 12.50% | 大稻埕 | 12 | 17.14% |
| | 故宮博物院 | 42 | 13.13% | 台北 101 | 25 | 11.16% | 信義商圈 | 7 | 10.00% |
| | 東門永康商圈 | 28 | 8.75% | 東門永康商圈 | 22 | 9.82% | 象山 | 7 | 10.00% |
| | 台北 101 | 21 | 6.56% | 西門町 | 19 | 8.48% | 台北 101 | 4 | 5.71% |
| | 貓空 (含貓纜) | 19 | 5.94% | 北投溫泉區 | 7 | 3.13% | 東門永康商圈 | 4 | 5.71% |
| | 信義商圈 | 17 | 5.31% | 中正紀念堂 | 6 | 2.68% | 西門町 | 4 | 5.71% |
| | 北投溫泉區 | 13 | 4.06% | 大稻埕 | 5 | 2.23% | 貓空 (含貓纜) | 4 | 5.71% |
| | 象山 | 13 | 4.06% | 陽明山 | 5 | 2.23% | 陽明山 | 2 | 2.86% |
| 陽明山 | 5 | 1.56% | 臺北市東區 | 5 | 2.23% | 北投溫泉區 | 1 | 1.43% | |
| 項目 | 馬來西亞 | | | 菲律賓 | | | 泰國 | | |
| | 喜歡景點 | 人次 | 百分比 | 喜歡景點 | 人次 | 百分比 | 喜歡景點 | 人次 | 百分比 |
| 前十名最喜歡景點 | 西門町 | 12 | 15.38% | 西門町 | 19 | 38.78% | 西門町 | 21 | 42.00% |
| | 故宮博物院 | 11 | 14.10% | 台北 101 | 10 | 20.41% | 故宮博物院 | 11 | 22.00% |
| | 台北 101 | 8 | 10.26% | 故宮博物院 | 7 | 14.29% | 台北 101 | 9 | 18.00% |
| | 陽明山 | 7 | 8.97% | 東門永康商圈 | 2 | 4.08% | 大稻埕 | 1 | 2.00% |
| | 東門永康商圈 | 6 | 7.69% | 大稻埕 | 2 | 4.08% | 陽明山 | 1 | 2.00% |
| | 象山 | 5 | 6.41% | 信義商圈 | 2 | 4.08% | 貓空 (含貓纜) | 1 | 2.00% |
| | 貓空 (含貓纜) | 5 | 6.41% | 象山 | 1 | 2.04% | 北投溫泉區 | 1 | 2.00% |
| | 大稻埕 | 4 | 5.13% | 無最喜歡景點 | 6 | 12.24% | 無最喜歡景點 | 5 | 10.00% |
| | 信義商圈 | 3 | 3.85% | | | | | | |
| 龍山寺 | 2 | 2.56% | | | | | | | |

附表 3-42 108 年受訪旅客最喜歡景點排名-按主要市場分 (續完)

單位：人次·百分比

| 項目 | 全體 | | | 越南 | | | 印尼 | | |
|----------|----------|-----|--------|----------|----|--------|----------|----|--------|
| | 喜歡景點 | 人次 | 百分比 | 喜歡景點 | 人次 | 百分比 | 喜歡景點 | 人次 | 百分比 |
| 前十名最喜歡景點 | 故宮博物院 | 423 | 21.15% | 西門町 | 19 | 36.54% | 西門町 | 25 | 56.82% |
| | 西門町 | 229 | 11.45% | 台北 101 | 9 | 17.31% | 台北 101 | 7 | 15.91% |
| | 台北 101 | 209 | 10.45% | 貓空 (含貓纜) | 6 | 11.54% | 故宮博物院 | 3 | 6.82% |
| | 大稻埕 | 201 | 10.05% | 故宮博物院 | 5 | 9.62% | 象山 | 2 | 4.55% |
| | 信義商圈 | 130 | 6.50% | 大稻埕 | 2 | 3.85% | 貓空 (含貓纜) | 1 | 2.27% |
| | 東門永康商圈 | 107 | 5.35% | 象山 | 2 | 3.85% | 東門永康商圈 | 1 | 2.27% |
| | 貓空 (含貓纜) | 89 | 4.45% | 東門永康商圈 | 1 | 1.92% | 中正紀念堂 | 1 | 2.27% |
| | 北投溫泉區 | 75 | 3.75% | 中正紀念堂 | 1 | 1.92% | 陽明山 | 1 | 2.27% |
| | 陽明山 | 50 | 2.50% | 士林官邸 | 1 | 1.92% | 捷運中山站街區 | 1 | 2.27% |
| | 象山 | 31 | 1.55% | 無最喜歡景點 | 6 | 11.54% | 無最喜歡景點 | 2 | 4.55% |
| 項目 | 美國 | | | 加拿大 | | | 歐洲 | | |
| | 喜歡景點 | 人次 | 百分比 | 喜歡景點 | 人次 | 百分比 | 喜歡景點 | 人次 | 百分比 |
| 前十名最喜歡景點 | 信義商圈 | 20 | 21.51% | 故宮博物院 | 4 | 13.33% | 信義商圈 | 13 | 23.64% |
| | 故宮博物院 | 16 | 17.20% | 東門永康商圈 | 4 | 13.33% | 故宮博物院 | 9 | 16.36% |
| | 台北 101 | 15 | 16.13% | 台北 101 | 3 | 10.00% | 台北 101 | 9 | 16.36% |
| | 陽明山 | 10 | 10.75% | 西門町 | 3 | 10.00% | 龍山寺 | 5 | 9.09% |
| | 東門永康商圈 | 4 | 4.30% | 信義商圈 | 2 | 6.67% | 西門町 | 3 | 5.45% |
| | 龍山寺 | 4 | 4.30% | 陽明山 | 2 | 6.67% | 陽明山 | 3 | 5.45% |
| | 貓空 (含貓纜) | 2 | 2.15% | 龍山寺 | 1 | 3.33% | 大稻埕 | 2 | 3.64% |
| | 西門町 | 1 | 1.08% | 北投溫泉區 | 1 | 3.33% | 東門永康商圈 | 1 | 1.82% |
| | 大稻埕 | 1 | 1.08% | 臺北市東區 | 1 | 3.33% | 北門 | 1 | 1.82% |
| | 北投溫泉區 | 1 | 1.08% | 松菸文創園區 | 1 | 3.33% | 無最喜歡景點 | 9 | 16.36% |
| 項目 | 紐澳 | | | 其他 | | | | | |
| | 喜歡景點 | 人次 | 百分比 | 喜歡景點 | 人次 | 百分比 | | | |
| 前十名最喜歡景點 | 信義商圈 | 6 | 20.00% | 信義商圈 | 2 | 15.38% | | | |
| | 故宮博物院 | 6 | 20.00% | 陽明山 | 2 | 15.38% | | | |
| | 台北 101 | 3 | 10.00% | 故宮博物院 | 1 | 7.69% | | | |
| | 陽明山 | 3 | 10.00% | 台北 101 | 1 | 7.69% | | | |
| | 東門永康商圈 | 2 | 6.67% | 東門永康商圈 | 1 | 7.69% | | | |
| | 龍山寺 | 1 | 3.33% | 西門町 | 1 | 7.69% | | | |
| | 西門町 | 1 | 3.33% | 無最喜歡景點 | 5 | 38.46% | | | |
| | 大稻埕 | 1 | 3.33% | | | | | | |
| | 北投溫泉區 | 1 | 3.33% | | | | | | |
| | 貓空 (含貓纜) | 1 | 3.33% | | | | | | |

附表 3-43 108 年受訪旅客基本特徵-按臺北市跨年晚會分

單位：人數·百分比

| 項目 | 臺北市跨年晚會 | | |
|---------|---------|----------|----------|
| | 有參加過 | 沒參加過·有意願 | 沒參加過·無意願 |
| 總計 | 94 | 1,339 | 567 |
| 性別 | | | |
| 男性 | 46.81% | 45.41% | 47.09% |
| 女性 | 53.19% | 54.59% | 52.91% |
| 年齡 | | | |
| 12-29 歲 | 27.66% | 35.55% | 13.40% |
| 30-39 歲 | 26.60% | 27.48% | 14.46% |
| 40-49 歲 | 13.83% | 13.29% | 16.05% |
| 50-59 歲 | 25.53% | 16.95% | 38.10% |
| 60 歲及以上 | 6.38% | 6.72% | 17.99% |
| 主要目的 | | | |
| 觀光 | 40.43% | 89.99% | 89.77% |
| 商務 | 15.96% | 4.03% | 2.29% |
| 探親或訪友 | 43.62% | 5.53% | 7.76% |
| 其他 | 0.00% | 0.45% | 0.18% |
| 旅遊型態 | | | |
| 團客 | 19.15% | 24.57% | 41.62% |
| 自由行 | 80.85% | 75.43% | 58.38% |
| 初訪及重遊 | | | |
| 初次到訪 | 18.09% | 68.19% | 64.37% |
| 近三年重遊 | 81.91% | 31.81% | 35.63% |
| 主要市場 | | | |
| 日本 | 13.83% | 15.31% | 26.63% |
| 大陸 | 3.19% | 21.73% | 40.39% |
| 香港澳門 | 13.83% | 17.63% | 12.52% |
| 韓國 | 17.02% | 13.52% | 4.76% |
| 新加坡 | 0.00% | 3.66% | 3.70% |
| 馬來西亞 | 3.19% | 4.48% | 2.65% |
| 菲律賓 | 1.06% | 3.14% | 1.06% |
| 泰國 | 0.00% | 3.14% | 1.41% |
| 越南 | 0.00% | 2.99% | 2.12% |
| 印尼 | 0.00% | 2.46% | 1.94% |
| 美國 | 15.96% | 5.30% | 1.23% |
| 加拿大 | 6.38% | 1.49% | 0.71% |
| 歐洲 | 14.89% | 2.76% | 0.71% |
| 紐澳 | 6.38% | 1.72% | 0.18% |
| 其他 | 4.26% | 0.67% | 0.00% |

附表 3-44 108 年受訪旅客基本特徵-按臺北燈節分

單位：人數·百分比

| 項目 | 臺北市跨年晚會 | | |
|---------|---------|----------|----------|
| | 有參加過 | 沒參加過·有意願 | 沒參加過·無意願 |
| 總計 | 134 | 1,450 | 416 |
| 性別 | | | |
| 男性 | 51.49% | 45.17% | 46.88% |
| 女性 | 48.51% | 54.83% | 53.13% |
| 年齡 | | | |
| 12-29 歲 | 19.40% | 33.52% | 15.87% |
| 30-39 歲 | 22.39% | 26.14% | 15.87% |
| 40-49 歲 | 13.43% | 13.17% | 17.55% |
| 50-59 歲 | 30.60% | 19.59% | 34.13% |
| 60 歲及以上 | 14.18% | 7.59% | 16.59% |
| 主要目的 | | | |
| 觀光 | 38.81% | 91.31% | 90.38% |
| 商務 | 15.67% | 3.31% | 3.13% |
| 探親或訪友 | 44.03% | 5.10% | 6.25% |
| 其他 | 1.49% | 0.28% | 0.24% |
| 旅遊型態 | | | |
| 團客 | 17.91% | 23.24% | 53.37% |
| 自由行 | 82.09% | 76.76% | 46.63% |
| 初訪及重遊 | | | |
| 初次到訪 | 18.66% | 67.38% | 70.43% |
| 近三年重遊 | 81.34% | 32.62% | 29.57% |
| 主要市場 | | | |
| 日本 | 25.37% | 18.90% | 14.66% |
| 大陸 | 2.99% | 20.69% | 52.64% |
| 香港澳門 | 12.69% | 17.10% | 13.22% |
| 韓國 | 12.69% | 12.90% | 4.81% |
| 新加坡 | 1.49% | 3.86% | 2.88% |
| 馬來西亞 | 1.49% | 4.21% | 3.61% |
| 菲律賓 | 2.99% | 2.83% | 0.96% |
| 泰國 | 0.00% | 2.97% | 1.68% |
| 越南 | 0.75% | 2.90% | 2.16% |
| 印尼 | 1.49% | 2.41% | 1.68% |
| 美國 | 15.67% | 4.83% | 0.48% |
| 加拿大 | 4.48% | 1.59% | 0.24% |
| 歐洲 | 11.19% | 2.48% | 0.96% |
| 紐澳 | 2.99% | 1.79% | 0.00% |
| 其他 | 3.73% | 0.55% | 0.00% |

附表 3-45 108 年受訪旅客在臺北市每人每日消費金額-按月份分

單位：美元·百分比

| 年齡 | | 總計 | 旅館內支出費 | 旅館外餐飲費 | 在臺北市內交通費 | 娛樂費 | 雜費 | 購物費 |
|------|-----|---------|--------|--------|----------|-------|-------|--------|
| 全體 | 金額 | 255.97 | 55.02 | 33.55 | 8.33 | 8.41 | 5.86 | 144.80 |
| | 結構比 | 100.00% | 21.49% | 13.11% | 3.25% | 3.29% | 2.29% | 56.57% |
| 1 月 | 金額 | 255.68 | 53.43 | 37.43 | 9.01 | 14.96 | 7.89 | 132.96 |
| | 結構比 | 100.00% | 20.90% | 14.64% | 3.52% | 5.85% | 3.09% | 52.00% |
| 2 月 | 金額 | 257.82 | 59.02 | 36.35 | 9.25 | 10.06 | 6.32 | 136.82 |
| | 結構比 | 100.00% | 22.89% | 14.10% | 3.59% | 3.90% | 2.45% | 53.07% |
| 3 月 | 金額 | 256.99 | 57.20 | 32.97 | 10.55 | 8.75 | 6.38 | 141.14 |
| | 結構比 | 100.00% | 22.26% | 12.83% | 4.11% | 3.41% | 2.48% | 54.92% |
| 4 月 | 金額 | 256.44 | 68.37 | 32.83 | 8.57 | 7.61 | 3.27 | 135.79 |
| | 結構比 | 100.00% | 26.66% | 12.80% | 3.34% | 2.97% | 1.28% | 52.95% |
| 5 月 | 金額 | 255.48 | 60.64 | 32.81 | 9.34 | 9.90 | 4.00 | 138.79 |
| | 結構比 | 100.00% | 23.74% | 12.84% | 3.66% | 3.88% | 1.56% | 54.33% |
| 6 月 | 金額 | 258.31 | 57.08 | 33.29 | 8.70 | 7.95 | 4.18 | 147.11 |
| | 結構比 | 100.00% | 22.10% | 12.89% | 3.37% | 3.08% | 1.62% | 56.95% |
| 7 月 | 金額 | 255.33 | 58.78 | 35.87 | 7.32 | 3.40 | 5.62 | 144.35 |
| | 結構比 | 100.00% | 23.02% | 14.05% | 2.87% | 1.33% | 2.20% | 56.53% |
| 8 月 | 金額 | 256.99 | 51.83 | 32.35 | 6.80 | 7.57 | 4.76 | 153.69 |
| | 結構比 | 100.00% | 20.17% | 12.59% | 2.65% | 2.94% | 1.85% | 59.80% |
| 9 月 | 金額 | 254.77 | 48.93 | 32.15 | 6.70 | 6.05 | 5.47 | 155.47 |
| | 結構比 | 100.00% | 19.20% | 12.62% | 2.63% | 2.38% | 2.15% | 61.02% |
| 10 月 | 金額 | 253.01 | 50.16 | 29.26 | 7.19 | 6.19 | 4.58 | 155.62 |
| | 結構比 | 100.00% | 19.83% | 11.57% | 2.84% | 2.45% | 1.81% | 61.51% |
| 11 月 | 金額 | 253.91 | 51.70 | 34.24 | 8.02 | 6.51 | 6.49 | 146.95 |
| | 結構比 | 100.00% | 20.36% | 13.49% | 3.16% | 2.56% | 2.56% | 57.87% |
| 12 月 | 金額 | 257.16 | 46.46 | 33.99 | 8.55 | 11.88 | 10.20 | 146.08 |
| | 結構比 | 100.00% | 18.07% | 13.22% | 3.32% | 4.62% | 3.96% | 56.81% |

註：扣除 2% 極端值後，進行消費金額估算，樣本數總計 1,960 人。

附表 3-46 108 年受訪旅客在臺北市每人每日消費金額-按性別分

單位：美元·百分比

| 性別 | | 總計 | 旅館內支出費 | 旅館外餐飲費 | 在臺北市內交通費 | 娛樂費 | 雜費 | 購物費 |
|----|-----|---------|--------|--------|----------|-------|-------|--------|
| 全體 | 金額 | 255.97 | 55.02 | 33.55 | 8.33 | 8.41 | 5.86 | 144.80 |
| | 結構比 | 100.00% | 21.49% | 13.11% | 3.25% | 3.29% | 2.29% | 56.57% |
| 男性 | 金額 | 256.07 | 56.96 | 33.71 | 8.42 | 8.73 | 6.85 | 141.40 |
| | 結構比 | 100.00% | 22.24% | 13.16% | 3.29% | 3.41% | 2.67% | 55.22% |
| 女性 | 金額 | 255.88 | 53.38 | 33.41 | 8.25 | 8.14 | 5.03 | 147.67 |
| | 結構比 | 100.00% | 20.86% | 13.06% | 3.23% | 3.18% | 1.97% | 57.71% |

註：扣除 2% 極端值後，進行消費金額估算，樣本數總計 1,960 人。

附表 3-47 108 年受訪旅客在臺北市每人每日消費金額-按年齡分

單位：美元·百分比

| 年齡 | | 總計 | 旅館內支出費 | 旅館外餐飲費 | 在臺北市內交通費 | 娛樂費 | 雜費 | 購物費 |
|---------|-----|---------|--------|--------|----------|-------|-------|--------|
| 全體 | 金額 | 255.97 | 55.02 | 33.55 | 8.33 | 8.41 | 5.86 | 144.80 |
| | 結構比 | 100.00% | 21.49% | 13.11% | 3.25% | 3.29% | 2.29% | 56.57% |
| 12-29 歲 | 金額 | 252.54 | 53.03 | 38.00 | 10.39 | 11.86 | 4.39 | 134.87 |
| | 結構比 | 100.00% | 21.00% | 15.05% | 4.11% | 4.69% | 1.74% | 53.41% |
| 30-39 歲 | 金額 | 255.14 | 55.13 | 36.86 | 9.74 | 10.42 | 4.95 | 138.05 |
| | 結構比 | 100.00% | 21.61% | 14.45% | 3.82% | 4.09% | 1.94% | 54.11% |
| 40-49 歲 | 金額 | 258.99 | 57.34 | 31.73 | 7.12 | 7.10 | 5.58 | 150.12 |
| | 結構比 | 100.00% | 22.14% | 12.25% | 2.75% | 2.74% | 2.15% | 57.97% |
| 50-59 歲 | 金額 | 258.12 | 57.04 | 27.70 | 5.72 | 4.30 | 6.42 | 156.94 |
| | 結構比 | 100.00% | 22.10% | 10.73% | 2.22% | 1.67% | 2.49% | 60.80% |
| 60 歲及以上 | 金額 | 258.84 | 52.66 | 28.51 | 6.62 | 4.76 | 11.52 | 154.77 |
| | 結構比 | 100.00% | 20.34% | 11.01% | 2.56% | 1.84% | 4.45% | 59.80% |

註：扣除 2% 極端值後，進行消費金額估算，樣本數總計 1,960 人。

附表 3-48 108 年受訪旅客在臺北市每人每日消費金額-按主要目的分

單位：美元·百分比

| 來臺北市目的 | | 總計 | 旅館內支出費 | 旅館外餐飲費 | 在臺北市內交通費 | 娛樂費 | 雜費 | 購物費 |
|--------|-----|---------|--------|--------|----------|-------|-------|--------|
| 全體 | 金額 | 255.97 | 55.02 | 33.55 | 8.33 | 8.41 | 5.86 | 144.80 |
| | 結構比 | 100.00% | 21.49% | 13.11% | 3.25% | 3.29% | 2.29% | 56.57% |
| 觀光 | 金額 | 256.82 | 58.74 | 31.54 | 7.96 | 7.94 | 5.61 | 145.04 |
| | 結構比 | 100.00% | 22.87% | 12.28% | 3.10% | 3.09% | 2.18% | 56.47% |
| 商務 | 金額 | 256.35 | 59.47 | 44.97 | 13.04 | 11.74 | 1.33 | 125.80 |
| | 結構比 | 100.00% | 23.20% | 17.54% | 5.09% | 4.58% | 0.52% | 49.08% |
| 探親或訪友 | 金額 | 245.83 | 8.09 | 50.78 | 9.98 | 11.94 | 11.62 | 153.43 |
| | 結構比 | 100.00% | 3.29% | 20.65% | 4.06% | 4.86% | 4.73% | 62.41% |
| 其他 | 金額 | 247.86 | 50.92 | 52.12 | 13.56 | 16.19 | 0.00 | 115.06 |
| | 結構比 | 100.00% | 20.54% | 21.03% | 5.47% | 6.53% | 0.00% | 46.42% |

註：扣除 2% 極端值後，進行消費金額估算，樣本數總計 1,960 人。

附表 3-49 108 年受訪旅客在臺北市每人每日消費金額-按旅遊型態分

單位：美元·百分比

| 性別 | | 總計 | 旅館內支出費 | 旅館外餐飲費 | 在臺北市內交通費 | 娛樂費 | 雜費 | 購物費 |
|-----|-----|---------|--------|--------|----------|-------|-------|--------|
| 全體 | 金額 | 255.97 | 55.02 | 33.55 | 8.33 | 8.41 | 5.86 | 144.80 |
| | 結構比 | 100.00% | 21.49% | 13.11% | 3.25% | 3.29% | 2.29% | 56.57% |
| 團客 | 金額 | 258.36 | 68.53 | 18.80 | 1.82 | 2.46 | 5.47 | 161.28 |
| | 結構比 | 100.00% | 26.52% | 7.28% | 0.70% | 0.95% | 2.12% | 62.43% |
| 自由行 | 金額 | 254.98 | 49.47 | 39.61 | 11.01 | 10.86 | 6.02 | 138.02 |
| | 結構比 | 100.00% | 19.40% | 15.53% | 4.32% | 4.26% | 2.36% | 54.13% |

註：扣除 2% 極端值後，進行消費金額估算，樣本數總計 1,960 人。

附表 3-50 108 年受訪旅客在臺北市每人每日消費金額-按初訪及重遊樣態分

單位：美元·百分比

| 性別 | | 總計 | 旅館內支出費 | 旅館外餐飲費 | 在臺北市內交通費 | 娛樂費 | 雜費 | 購物費 |
|-------|-----|---------|--------|--------|----------|-------|-------|--------|
| 全體 | 金額 | 255.97 | 55.02 | 33.55 | 8.33 | 8.41 | 5.86 | 144.80 |
| | 結構比 | 100.00% | 21.49% | 13.11% | 3.25% | 3.29% | 2.29% | 56.57% |
| 初次到訪 | 金額 | 256.37 | 59.43 | 30.37 | 7.32 | 7.55 | 5.71 | 145.99 |
| | 結構比 | 100.00% | 23.18% | 11.85% | 2.86% | 2.94% | 2.23% | 56.95% |
| 近三年重遊 | 金額 | 255.20 | 46.66 | 39.56 | 10.24 | 10.05 | 6.15 | 142.54 |
| | 結構比 | 100.00% | 18.28% | 15.50% | 4.01% | 3.94% | 2.41% | 55.85% |

註：扣除 2% 極端值後，進行消費金額估算，樣本數總計 1,960 人。

附表 3-51 108 年受訪旅客在臺北市每人每日平均消費細項-按主要市場分

單位：美元·百分比

| 市場別 | | 總計 | 旅館內
支出費 | 旅館外
餐飲費 | 在臺北市
內交通費 | 娛樂費 | 雜費 | 購物費 |
|----------|-----|---------|------------|------------|--------------|-------|-------|--------|
| 全體 | 金額 | 255.97 | 55.02 | 33.55 | 8.33 | 8.41 | 5.86 | 144.80 |
| | 結構比 | 100.00% | 21.49% | 13.11% | 3.25% | 3.29% | 2.29% | 56.57% |
| 日本 | 金額 | 259.18 | 52.19 | 40.38 | 12.67 | 7.57 | 9.44 | 136.92 |
| | 結構比 | 100.00% | 20.14% | 15.58% | 4.89% | 2.92% | 3.64% | 52.83% |
| 大陸 | 金額 | 258.38 | 62.78 | 18.15 | 2.37 | 2.20 | 6.28 | 166.60 |
| | 結構比 | 100.00% | 24.30% | 7.02% | 0.92% | 0.85% | 2.43% | 64.48% |
| 香港
澳門 | 金額 | 257.05 | 52.71 | 36.37 | 9.23 | 11.38 | 5.59 | 141.77 |
| | 結構比 | 100.00% | 20.50% | 14.15% | 3.59% | 4.43% | 2.18% | 55.15% |
| 韓國 | 金額 | 252.67 | 60.38 | 40.17 | 9.70 | 13.02 | 2.28 | 127.12 |
| | 結構比 | 100.00% | 23.90% | 15.90% | 3.84% | 5.15% | 0.90% | 50.31% |
| 新加坡 | 金額 | 258.64 | 57.66 | 36.16 | 9.78 | 7.24 | 8.66 | 139.13 |
| | 結構比 | 100.00% | 22.29% | 13.98% | 3.78% | 2.80% | 3.35% | 53.79% |
| 馬來
西亞 | 金額 | 251.57 | 49.43 | 35.71 | 9.27 | 6.77 | 5.94 | 144.44 |
| | 結構比 | 100.00% | 19.65% | 14.19% | 3.69% | 2.69% | 2.36% | 57.42% |
| 菲律賓 | 金額 | 251.93 | 49.08 | 40.86 | 12.07 | 13.01 | 4.75 | 132.15 |
| | 結構比 | 100.00% | 19.48% | 16.22% | 4.79% | 5.17% | 1.89% | 52.45% |
| 泰國 | 金額 | 249.24 | 53.89 | 43.34 | 14.43 | 8.39 | 4.51 | 124.67 |
| | 結構比 | 100.00% | 21.62% | 17.39% | 5.79% | 3.37% | 1.81% | 50.02% |
| 越南 | 金額 | 249.93 | 39.49 | 38.25 | 12.55 | 11.21 | 8.43 | 139.99 |
| | 結構比 | 100.00% | 15.80% | 15.30% | 5.02% | 4.49% | 3.37% | 56.01% |
| 印尼 | 金額 | 248.67 | 47.02 | 41.44 | 12.65 | 7.61 | 4.47 | 135.48 |
| | 結構比 | 100.00% | 18.91% | 16.66% | 5.09% | 3.06% | 1.80% | 54.48% |
| 美國 | 金額 | 252.81 | 44.15 | 37.38 | 7.20 | 18.02 | 2.37 | 143.68 |
| | 結構比 | 100.00% | 17.46% | 14.79% | 2.85% | 7.13% | 0.94% | 56.83% |
| 加拿大 | 金額 | 254.99 | 50.78 | 46.84 | 7.95 | 16.19 | 2.74 | 130.50 |
| | 結構比 | 100.00% | 19.92% | 18.37% | 3.12% | 6.35% | 1.07% | 51.18% |
| 歐洲 | 金額 | 253.18 | 56.97 | 38.90 | 7.93 | 9.56 | 1.49 | 138.33 |
| | 結構比 | 100.00% | 22.50% | 15.36% | 3.13% | 3.78% | 0.59% | 54.64% |
| 紐澳 | 金額 | 253.43 | 49.65 | 38.27 | 6.77 | 13.01 | 1.77 | 143.96 |
| | 結構比 | 100.00% | 19.59% | 15.10% | 2.67% | 5.14% | 0.70% | 56.80% |
| 其他 | 金額 | 243.31 | 16.50 | 43.09 | 8.29 | 18.02 | 2.97 | 154.44 |
| | 結構比 | 100.00% | 6.78% | 17.71% | 3.41% | 7.41% | 1.22% | 63.47% |

註 1：扣除 2% 極端值後，進行消費金額估算，樣本數總計 1,960 人。

註 2：歐洲市場包含英國、法國、德國及歐洲其他地區等四個居住地。

附表 3-52 108 年受訪旅客對臺北市印象最好的項目-按性別分

單位：人次·百分比

| 全體 | | | 男性 | | | 女性 | | |
|------|-------|--------|------|-----|--------|------|-----|--------|
| 印象 | 人次 | 百分比 | 印象 | 人次 | 百分比 | 印象 | 人次 | 百分比 |
| 美食 | 1,483 | 74.15% | 美食 | 676 | 73.56% | 美食 | 807 | 74.65% |
| 生活 | 1,294 | 64.70% | 生活 | 572 | 62.24% | 生活 | 722 | 66.79% |
| 交通 | 1,187 | 59.35% | 友善環境 | 540 | 58.76% | 交通 | 669 | 61.89% |
| 友善環境 | 1,160 | 58.00% | 交通 | 518 | 56.37% | 友善環境 | 620 | 57.35% |
| 娛樂 | 1,065 | 53.25% | 文化 | 508 | 55.28% | 娛樂 | 583 | 53.93% |
| 文化 | 1,028 | 51.40% | 娛樂 | 482 | 52.45% | 文化 | 520 | 48.10% |

註：本題為複選題。

附表 3-53 108 年受訪旅客對臺北市印象最好的項目-按年齡分

單位：人次·百分比

| 全體 | | | 12-29 歲 | | | 30-39 歲 | | |
|---------|-------|--------|---------|-----|--------|---------|-----|--------|
| 印象 | 人次 | 百分比 | 印象 | 人次 | 百分比 | 印象 | 人次 | 百分比 |
| 美食 | 1,483 | 74.15% | 美食 | 455 | 78.72% | 美食 | 385 | 81.05% |
| 生活 | 1,294 | 64.70% | 生活 | 396 | 68.51% | 生活 | 328 | 69.05% |
| 交通 | 1,187 | 59.35% | 交通 | 395 | 68.34% | 交通 | 315 | 66.32% |
| 友善環境 | 1,160 | 58.00% | 娛樂 | 357 | 61.76% | 友善環境 | 270 | 56.84% |
| 娛樂 | 1,065 | 53.25% | 友善環境 | 311 | 53.81% | 娛樂 | 257 | 54.11% |
| 文化 | 1,028 | 51.40% | 文化 | 255 | 44.12% | 文化 | 220 | 46.32% |
| 40-49 歲 | | | 50-59 歲 | | | 60 歲及以上 | | |
| 印象 | 人次 | 百分比 | 印象 | 人次 | 百分比 | 印象 | 人次 | 百分比 |
| 美食 | 198 | 70.21% | 美食 | 321 | 68.74% | 友善環境 | 132 | 66.67% |
| 生活 | 187 | 66.31% | 生活 | 296 | 63.38% | 文化 | 131 | 66.16% |
| 友善環境 | 175 | 62.06% | 友善環境 | 272 | 58.24% | 美食 | 124 | 62.63% |
| 文化 | 160 | 56.74% | 文化 | 262 | 56.10% | 交通 | 94 | 47.47% |
| 娛樂 | 141 | 50.00% | 交通 | 245 | 52.46% | 生活 | 87 | 43.94% |
| 交通 | 138 | 48.94% | 娛樂 | 234 | 50.11% | 娛樂 | 76 | 38.38% |

註：本題為複選題。

附表 3-54 108 年受訪旅客對臺北市印象最好的項目-按主要目的分

單位：人次·百分比

| 全體 | | | 觀光 | | | 商務 | | |
|-------|-------|--------|------|-------|--------|------|----|--------|
| 印象 | 人次 | 百分比 | 印象 | 人次 | 百分比 | 印象 | 人次 | 百分比 |
| 美食 | 1,483 | 74.15% | 美食 | 1,319 | 75.29% | 生活 | 66 | 80.49% |
| 生活 | 1,294 | 64.70% | 生活 | 1,111 | 63.41% | 美食 | 56 | 68.29% |
| 交通 | 1,187 | 59.35% | 友善環境 | 1,046 | 59.70% | 交通 | 39 | 47.56% |
| 友善環境 | 1,160 | 58.00% | 交通 | 1,037 | 59.19% | 友善環境 | 37 | 45.12% |
| 娛樂 | 1,065 | 53.25% | 文化 | 979 | 55.88% | 娛樂 | 26 | 31.71% |
| 文化 | 1,028 | 51.40% | 娛樂 | 978 | 55.82% | 文化 | 11 | 13.41% |
| 探親或訪友 | | | 其他 | | | | | |
| 印象 | 人次 | 百分比 | 印象 | 人次 | 百分比 | | | |
| 生活 | 111 | 69.81% | 生活 | 6 | 85.71% | | | |
| 交通 | 107 | 67.30% | 友善環境 | 5 | 71.43% | | | |
| 美食 | 105 | 66.04% | 交通 | 4 | 57.14% | | | |
| 友善環境 | 72 | 45.28% | 美食 | 3 | 42.86% | | | |
| 娛樂 | 58 | 36.48% | 娛樂 | 3 | 42.86% | | | |
| 文化 | 36 | 22.64% | 文化 | 2 | 28.57% | | | |

註：本題為複選題。

附表 3-55 108 年受訪旅客對臺北市印象最好的項目-按旅遊型態分

單位：人次·百分比

| 全體 | | | 團客 | | | 自由行 | | |
|------|-------|--------|------|-----|--------|------|-------|--------|
| 印象 | 人次 | 百分比 | 印象 | 人次 | 百分比 | 印象 | 人次 | 百分比 |
| 美食 | 1,483 | 74.15% | 友善環境 | 405 | 69.47% | 美食 | 1,127 | 79.53% |
| 生活 | 1,294 | 64.70% | 文化 | 382 | 65.52% | 交通 | 1,058 | 74.66% |
| 交通 | 1,187 | 59.35% | 美食 | 356 | 61.06% | 生活 | 948 | 66.90% |
| 友善環境 | 1,160 | 58.00% | 生活 | 346 | 59.35% | 友善環境 | 755 | 53.28% |
| 娛樂 | 1,065 | 53.25% | 娛樂 | 333 | 57.12% | 娛樂 | 732 | 51.66% |
| 文化 | 1,028 | 51.40% | 交通 | 129 | 22.13% | 文化 | 646 | 45.59% |

註：本題為複選題。

附表 3-56 108 年受訪旅客對臺北市印象最好的項目-按初訪及重遊樣態分

單位：人次·百分比

| 全體 | | | 初次到訪 | | | 近三年重遊 | | |
|------|-------|--------|------|-----|--------|-------|-----|--------|
| 印象 | 人次 | 百分比 | 印象 | 人次 | 百分比 | 印象 | 人次 | 百分比 |
| 美食 | 1,483 | 74.15% | 美食 | 940 | 72.59% | 美食 | 543 | 77.02% |
| 生活 | 1,294 | 64.70% | 生活 | 816 | 63.01% | 生活 | 478 | 67.80% |
| 交通 | 1,187 | 59.35% | 友善環境 | 764 | 59.00% | 交通 | 464 | 65.82% |
| 友善環境 | 1,160 | 58.00% | 娛樂 | 730 | 56.37% | 友善環境 | 396 | 56.17% |
| 娛樂 | 1,065 | 53.25% | 文化 | 723 | 55.83% | 娛樂 | 335 | 47.52% |
| 文化 | 1,028 | 51.40% | 交通 | 723 | 55.83% | 文化 | 305 | 43.26% |

註：本題為複選題。

附表 3-57 108 年受訪旅客對臺北市印象最好的項目-按主要市場分 (續 1)

單位：人次·百分比

| 全體 | | | 日本 | | | 大陸 | | |
|------|-------|--------|------|-----|--------|------|-----|--------|
| 印象 | 人次 | 百分比 | 印象 | 人次 | 百分比 | 印象 | 人次 | 百分比 |
| 美食 | 1,483 | 74.15% | 美食 | 336 | 91.06% | 友善環境 | 385 | 73.61% |
| 生活 | 1,294 | 64.70% | 交通 | 309 | 83.74% | 文化 | 353 | 67.50% |
| 交通 | 1,187 | 59.35% | 文化 | 258 | 69.92% | 娛樂 | 309 | 59.08% |
| 友善環境 | 1,160 | 58.00% | 友善環境 | 214 | 57.99% | 美食 | 301 | 57.55% |
| 娛樂 | 1,065 | 53.25% | 生活 | 186 | 50.41% | 生活 | 294 | 56.21% |
| 文化 | 1,028 | 51.40% | 娛樂 | 155 | 42.01% | 交通 | 135 | 25.81% |
| 香港澳門 | | | 韓國 | | | 新加坡 | | |
| 印象 | 人次 | 百分比 | 印象 | 人次 | 百分比 | 印象 | 人次 | 百分比 |
| 美食 | 250 | 78.13% | 美食 | 190 | 84.82% | 美食 | 50 | 71.43% |
| 生活 | 225 | 70.31% | 生活 | 174 | 77.68% | 生活 | 46 | 65.71% |
| 友善環境 | 208 | 65.00% | 交通 | 137 | 61.16% | 友善環境 | 46 | 65.71% |
| 交通 | 200 | 62.50% | 娛樂 | 108 | 48.21% | 娛樂 | 44 | 62.86% |
| 娛樂 | 193 | 60.31% | 友善環境 | 84 | 37.50% | 交通 | 39 | 55.71% |
| 文化 | 160 | 50.00% | 文化 | 72 | 32.14% | 文化 | 38 | 54.29% |
| 馬來西亞 | | | 菲律賓 | | | 泰國 | | |
| 印象 | 人次 | 百分比 | 印象 | 人次 | 百分比 | 印象 | 人次 | 百分比 |
| 美食 | 58 | 74.36% | 交通 | 38 | 77.55% | 交通 | 46 | 92.00% |
| 生活 | 58 | 74.36% | 美食 | 36 | 73.47% | 美食 | 44 | 88.00% |
| 友善環境 | 54 | 69.23% | 生活 | 34 | 69.39% | 娛樂 | 35 | 70.00% |
| 娛樂 | 49 | 62.82% | 娛樂 | 25 | 51.02% | 生活 | 32 | 64.00% |
| 交通 | 48 | 61.54% | 文化 | 22 | 44.90% | 文化 | 25 | 50.00% |
| 文化 | 41 | 52.56% | 友善環境 | 20 | 40.82% | 友善環境 | 16 | 32.00% |
| 越南 | | | 印尼 | | | 美國 | | |
| 印象 | 人次 | 百分比 | 印象 | 人次 | 百分比 | 印象 | 人次 | 百分比 |
| 交通 | 43 | 82.69% | 交通 | 39 | 88.64% | 美食 | 75 | 80.65% |
| 生活 | 41 | 78.85% | 生活 | 32 | 72.73% | 生活 | 68 | 73.12% |
| 娛樂 | 32 | 61.54% | 文化 | 23 | 52.27% | 交通 | 58 | 62.37% |
| 美食 | 30 | 57.69% | 美食 | 22 | 50.00% | 友善環境 | 38 | 40.86% |
| 文化 | 22 | 42.31% | 娛樂 | 20 | 45.45% | 娛樂 | 32 | 34.41% |
| 友善環境 | 20 | 38.46% | 友善環境 | 17 | 38.64% | 文化 | 4 | 4.30% |

註：本題為複選題。

附表 3-57 108 年受訪旅客對臺北市印象最好的項目-按主要市場分 (續完)

單位：人次·百分比

| 全體 | | | 加拿大 | | | 歐洲 | | |
|------|-------|--------|------|----|--------|------|----|--------|
| 印象 | 人次 | 百分比 | 印象 | 人次 | 百分比 | 印象 | 人次 | 百分比 |
| 美食 | 1,483 | 74.15% | 美食 | 23 | 76.67% | 生活 | 44 | 80.00% |
| 生活 | 1,294 | 64.70% | 生活 | 25 | 83.33% | 交通 | 42 | 76.36% |
| 交通 | 1,187 | 59.35% | 交通 | 25 | 83.33% | 美食 | 37 | 67.27% |
| 友善環境 | 1,160 | 58.00% | 友善環境 | 10 | 33.33% | 友善環境 | 28 | 50.91% |
| 娛樂 | 1,065 | 53.25% | 娛樂 | 13 | 43.33% | 娛樂 | 24 | 43.64% |
| 文化 | 1,028 | 51.40% | 文化 | 2 | 6.67% | 文化 | 4 | 7.27% |
| 紐澳 | | | 其他 | | | | | |
| 印象 | 人次 | 百分比 | 印象 | 人次 | 百分比 | | | |
| 生活 | 26 | 86.67% | 交通 | 10 | 76.92% | | | |
| 美食 | 24 | 80.00% | 生活 | 9 | 69.23% | | | |
| 交通 | 18 | 60.00% | 友善環境 | 9 | 69.23% | | | |
| 娛樂 | 18 | 60.00% | 娛樂 | 8 | 61.54% | | | |
| 友善環境 | 11 | 36.67% | 美食 | 7 | 53.85% | | | |
| 文化 | 3 | 10.00% | 文化 | 1 | 7.69% | | | |

註：本題為複選題。

附表 3-58 108 年受訪旅客整體經驗滿意度交叉分析

單位：人數·百分比

| 項目 | 總計 | 滿意度 | | | 普通 | 不滿意度 | | |
|----------|---------|---------|--------|--------|-------|-------|-------|-------|
| | | 合計 | 非常滿意 | 滿意 | | 不滿意 | 非常不滿意 | 合計 |
| 總計 | 2,000 | 1,967 | 551 | 1,416 | 33 | 0 | 0 | 0 |
| | 100.00% | 98.35% | 27.55% | 70.80% | 1.65% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 性別 | | | | | | | | |
| 男性 | 919 | 98.26% | 28.29% | 69.97% | 1.74% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 女性 | 1,081 | 98.43% | 26.92% | 71.51% | 1.57% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 年齡*** | | | | | | | | |
| 12-29 歲 | 578 | 99.48% | 20.42% | 79.07% | 0.52% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 30-39 歲 | 475 | 99.37% | 25.05% | 74.32% | 0.63% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 40-49 歲 | 282 | 96.45% | 32.62% | 63.83% | 3.55% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 50-59 歲 | 467 | 97.86% | 32.55% | 65.31% | 2.14% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 60 歲及以上 | 198 | 96.46% | 35.35% | 61.11% | 3.54% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 主要目的 | | | | | | | | |
| 觀光 | 1,752 | 98.34% | 27.68% | 70.66% | 1.66% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 商務 | 82 | 98.78% | 25.61% | 73.17% | 1.22% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 探親或訪友 | 159 | 98.11% | 27.04% | 71.07% | 1.89% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 其他 | 7 | 100.00% | 28.57% | 71.43% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 旅遊型態*** | | | | | | | | |
| 團客 | 583 | 96.74% | 27.62% | 69.13% | 3.26% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 自由行 | 1,417 | 99.01% | 27.52% | 71.49% | 0.99% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 初訪及重遊*** | | | | | | | | |
| 初次到訪 | 1,295 | 98.22% | 23.09% | 75.14% | 1.78% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 近三年重遊 | 705 | 98.58% | 35.74% | 62.84% | 1.42% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 主要市場 | | | | | | | | |
| 日本 | 369 | 99.73% | 45.26% | 54.47% | 0.27% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 大陸 | 523 | 96.18% | 24.09% | 72.08% | 3.82% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 香港澳門 | 320 | 99.06% | 29.38% | 69.69% | 0.94% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 韓國 | 224 | 99.55% | 25.89% | 73.66% | 0.45% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 新加坡 | 70 | 100.00% | 21.43% | 78.57% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 馬來西亞 | 78 | 97.44% | 29.49% | 67.95% | 2.56% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 菲律賓 | 49 | 95.92% | 6.12% | 89.80% | 4.08% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 泰國 | 50 | 100.00% | 6.00% | 94.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 越南 | 52 | 100.00% | 9.62% | 90.38% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 印尼 | 44 | 95.45% | 15.91% | 79.55% | 4.55% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 美國 | 93 | 100.00% | 23.66% | 76.34% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 加拿大 | 30 | 100.00% | 13.33% | 86.67% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 歐洲 | 55 | 96.36% | 20.00% | 76.36% | 3.64% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 紐澳 | 30 | 100.00% | 23.33% | 76.67% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 其他 | 13 | 100.00% | 46.15% | 53.85% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |

註：經卡方檢定 (Chi-Square) · *表示 $p < 0.05$; **表示 $p < 0.01$; ***表示 $p < 0.001$ 。

附表 3-59 108 年受訪旅客交通便利性滿意度交叉分析

單位：人數·百分比

| 項目 | 總計 | 滿意度 | | | 普通 | 不滿意度 | | |
|---------|------------------|-----------------|-----------------|---------------|-------------|------------|------------|------------|
| | | 合計 | 非常滿意 | 滿意 | | 不滿意 | 非常不滿意 | 合計 |
| 總計 | 2,000
100.00% | 1,985
99.25% | 1,167
58.35% | 818
40.90% | 15
0.75% | 0
0.00% | 0
0.00% | 0
0.00% |
| 性別 | | | | | | | | |
| 男性 | 919 | 99.67% | 59.85% | 39.83% | 0.33% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 女性 | 1,081 | 98.89% | 57.08% | 41.81% | 1.11% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 年齡 | | | | | | | | |
| 12-29 歲 | 578 | 99.65% | 61.94% | 37.72% | 0.35% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 30-39 歲 | 475 | 100.00% | 61.89% | 38.11% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 40-49 歲 | 282 | 98.23% | 54.61% | 43.62% | 1.77% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 50-59 歲 | 467 | 98.72% | 51.82% | 46.90% | 1.28% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 60 歲及以上 | 198 | 98.99% | 60.10% | 38.89% | 1.01% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 主要目的 | | | | | | | | |
| 觀光 | 1,752 | 99.26% | 59.76% | 39.50% | 0.74% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 商務 | 82 | 98.78% | 34.15% | 64.63% | 1.22% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 探親或訪友 | 159 | 100.00% | 55.35% | 44.65% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 其他 | 7 | 85.71% | 57.14% | 28.57% | 14.29% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 旅遊型態*** | | | | | | | | |
| 團客 | 583 | 98.80% | 44.77% | 54.03% | 1.20% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 自由行 | 1,417 | 99.44% | 63.94% | 35.50% | 0.56% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 初訪及重遊 | | | | | | | | |
| 初次到訪 | 1,295 | 99.23% | 56.60% | 42.63% | 0.77% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 近三年重遊 | 705 | 99.29% | 61.56% | 37.73% | 0.71% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 主要市場 | | | | | | | | |
| 日本 | 369 | 99.73% | 86.99% | 12.74% | 0.27% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 大陸 | 523 | 98.47% | 48.57% | 49.90% | 1.53% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 香港澳門 | 320 | 99.38% | 60.63% | 38.75% | 0.63% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 韓國 | 224 | 98.66% | 43.75% | 54.91% | 1.34% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 新加坡 | 70 | 100.00% | 54.29% | 45.71% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 馬來西亞 | 78 | 100.00% | 64.10% | 35.90% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 菲律賓 | 49 | 100.00% | 63.27% | 36.73% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 泰國 | 50 | 100.00% | 84.00% | 16.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 越南 | 52 | 100.00% | 73.08% | 26.92% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 印尼 | 44 | 100.00% | 79.55% | 20.45% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 美國 | 93 | 100.00% | 30.11% | 69.89% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 加拿大 | 30 | 100.00% | 23.33% | 76.67% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 歐洲 | 55 | 98.18% | 25.45% | 72.73% | 1.82% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 紐澳 | 30 | 100.00% | 33.33% | 66.67% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 其他 | 13 | 100.00% | 53.85% | 46.15% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |

註：經卡方檢定 (Chi-Square) · *表示 $p < 0.05$; **表示 $p < 0.01$; ***表示 $p < 0.001$ 。

附表 3-60 108 年受訪旅客住宿經驗滿意度交叉分析

單位：人數·百分比

| 項目 | 總計 | 滿意度 | | | 普通 | 不滿意度 | | |
|----------|---------|---------|--------|--------|-------|-------|-------|-------|
| | | 合計 | 非常滿意 | 滿意 | | 不滿意 | 非常不滿意 | 合計 |
| 總計 | 1,768 | 1,678 | 481 | 1,197 | 88 | 2 | 0 | 2 |
| | 100.00% | 94.91% | 27.21% | 67.70% | 4.98% | 0.11% | 0.00% | 0.11% |
| 性別 | | | | | | | | |
| 男性 | 815 | 94.23% | 27.36% | 66.87% | 5.77% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 女性 | 953 | 95.49% | 27.07% | 68.42% | 4.30% | 0.21% | 0.00% | 0.21% |
| 年齡*** | | | | | | | | |
| 12-29 歲 | 528 | 96.97% | 18.75% | 78.22% | 3.03% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 30-39 歲 | 427 | 95.32% | 23.42% | 71.90% | 4.68% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 40-49 歲 | 250 | 92.80% | 38.40% | 54.40% | 6.80% | 0.40% | 0.00% | 0.40% |
| 50-59 歲 | 402 | 94.53% | 33.83% | 60.70% | 5.22% | 0.25% | 0.00% | 0.25% |
| 60 歲及以上 | 161 | 91.30% | 31.06% | 60.25% | 8.70% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 主要目的 | | | | | | | | |
| 觀光 | 1,680 | 94.64% | 27.08% | 67.56% | 5.24% | 0.12% | 0.00% | 0.12% |
| 商務 | 61 | 100.00% | 27.87% | 72.13% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 探親或訪友 | 23 | 100.00% | 30.43% | 69.57% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 其他 | 4 | 100.00% | 50.00% | 50.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 旅遊型態*** | | | | | | | | |
| 團客 | 541 | 91.50% | 31.24% | 60.26% | 8.13% | 0.37% | 0.00% | 0.37% |
| 自由行 | 1,227 | 96.41% | 25.43% | 70.99% | 3.59% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 初訪及重遊*** | | | | | | | | |
| 初次到訪 | 1,237 | 94.34% | 24.09% | 70.25% | 5.58% | 0.08% | 0.00% | 0.08% |
| 近三年重遊 | 531 | 96.23% | 34.46% | 61.77% | 3.58% | 0.19% | 0.00% | 0.19% |
| 主要市場 | | | | | | | | |
| 日本 | 329 | 98.78% | 36.17% | 62.61% | 1.22% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 大陸 | 479 | 89.77% | 25.68% | 64.09% | 9.81% | 0.42% | 0.00% | 0.42% |
| 香港澳門 | 290 | 94.48% | 30.00% | 64.48% | 5.52% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 韓國 | 192 | 98.44% | 30.21% | 68.23% | 1.56% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 新加坡 | 67 | 94.03% | 22.39% | 71.64% | 5.97% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 馬來西亞 | 69 | 92.75% | 23.19% | 69.57% | 7.25% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 菲律賓 | 46 | 93.48% | 6.52% | 86.96% | 6.52% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 泰國 | 48 | 100.00% | 6.25% | 93.75% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 越南 | 42 | 97.62% | 16.67% | 80.95% | 2.38% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 印尼 | 39 | 100.00% | 20.51% | 79.49% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 美國 | 67 | 98.51% | 25.37% | 73.13% | 1.49% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 加拿大 | 25 | 92.00% | 20.00% | 72.00% | 8.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 歐洲 | 44 | 95.45% | 22.73% | 72.73% | 4.55% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 紐澳 | 26 | 100.00% | 30.77% | 69.23% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 其他 | 5 | 100.00% | 40.00% | 60.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |

註 1：經卡方檢定 (Chi-Square)，*表示 $p < 0.05$ ；**表示 $p < 0.01$ ；***表示 $p < 0.001$ 。

註 2：有 52 位受訪者無在臺北市住宿經驗，162 位受訪者居住於親友家，另有 18 位旅客未對住宿經驗滿意度表示意見。

附表 3-61 108 年受訪旅客消費經驗滿意度交叉分析

單位：人數·百分比

| 項目 | 總計 | 滿意度 | | | 普通 | 不滿意度 | | |
|----------|------------------|-----------------|---------------|-----------------|-------------|------------|------------|------------|
| | | 合計 | 非常滿意 | 滿意 | | 不滿意 | 非常不滿意 | 合計 |
| 總計 | 2,000
100.00% | 1,924
96.20% | 492
24.60% | 1,432
71.60% | 76
3.80% | 0
0.00% | 0
0.00% | 0
0.00% |
| 性別 | | | | | | | | |
| 男性 | 919 | 95.76% | 24.48% | 71.27% | 4.24% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 女性 | 1,081 | 96.58% | 24.70% | 71.88% | 3.42% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 年齡** | | | | | | | | |
| 12-29 歲 | 578 | 97.40% | 19.72% | 77.68% | 2.60% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 30-39 歲 | 475 | 97.26% | 24.42% | 72.84% | 2.74% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 40-49 歲 | 282 | 93.97% | 29.43% | 64.54% | 6.03% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 50-59 歲 | 467 | 95.29% | 28.91% | 66.38% | 4.71% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 60 歲及以上 | 198 | 95.45% | 22.22% | 73.23% | 4.55% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 主要目的 | | | | | | | | |
| 觀光 | 1,752 | 95.89% | 24.66% | 71.23% | 4.11% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 商務 | 82 | 98.78% | 26.83% | 71.95% | 1.22% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 探親或訪友 | 159 | 98.11% | 22.64% | 75.47% | 1.89% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 其他 | 7 | 100.00% | 28.57% | 71.43% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 旅遊型態*** | | | | | | | | |
| 團客 | 583 | 93.65% | 29.67% | 63.98% | 6.35% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 自由行 | 1,417 | 97.25% | 22.51% | 74.74% | 2.75% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 初訪及重遊*** | | | | | | | | |
| 初次到訪 | 1,295 | 95.52% | 21.62% | 73.90% | 4.48% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 近三年重遊 | 705 | 97.45% | 30.07% | 67.38% | 2.55% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 主要市場 | | | | | | | | |
| 日本 | 369 | 99.19% | 26.29% | 72.90% | 0.81% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 大陸 | 523 | 92.54% | 26.77% | 65.77% | 7.46% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 香港澳門 | 320 | 97.81% | 27.81% | 70.00% | 2.19% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 韓國 | 224 | 97.32% | 23.66% | 73.66% | 2.68% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 新加坡 | 70 | 98.57% | 28.57% | 70.00% | 1.43% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 馬來西亞 | 78 | 96.15% | 30.77% | 65.38% | 3.85% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 菲律賓 | 49 | 93.88% | 6.12% | 87.76% | 6.12% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 泰國 | 50 | 98.00% | 10.00% | 88.00% | 2.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 越南 | 52 | 90.38% | 7.69% | 82.69% | 9.62% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 印尼 | 44 | 97.73% | 13.64% | 84.09% | 2.27% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 美國 | 93 | 98.92% | 22.58% | 76.34% | 1.08% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 加拿大 | 30 | 93.33% | 10.00% | 83.33% | 6.67% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 歐洲 | 55 | 94.55% | 20.00% | 74.55% | 5.45% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 紐澳 | 30 | 96.67% | 33.33% | 63.33% | 3.33% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 其他 | 13 | 100.00% | 46.15% | 53.85% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |

註：經卡方檢定 (Chi-Square) · *表示 $p < 0.05$; **表示 $p < 0.01$; ***表示 $p < 0.001$ 。

附表 3-62 108 年受訪旅客人員服務滿意度交叉分析

單位：人數·百分比

| 項目 | 總計 | 滿意度 | | | 普通 | 不滿意度 | | |
|---------|---------|---------|--------|--------|--------|-------|-------|-------|
| | | 合計 | 非常滿意 | 滿意 | | 不滿意 | 非常不滿意 | 合計 |
| 總計 | 2,000 | 1,900 | 467 | 1,433 | 100 | 0 | 0 | 0 |
| | 100.00% | 95.00% | 23.35% | 71.65% | 5.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 性別 | | | | | | | | |
| 男性 | 919 | 94.99% | 24.05% | 70.95% | 5.01% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 女性 | 1,081 | 95.00% | 22.76% | 72.25% | 5.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 年齡 | | | | | | | | |
| 12-29 歲 | 578 | 93.77% | 21.80% | 71.97% | 6.23% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 30-39 歲 | 475 | 94.74% | 22.95% | 71.79% | 5.26% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 40-49 歲 | 282 | 96.10% | 26.60% | 69.50% | 3.90% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 50-59 歲 | 467 | 95.29% | 23.34% | 71.95% | 4.71% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 60 歲及以上 | 198 | 96.97% | 24.24% | 72.73% | 3.03% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 主要目的 | | | | | | | | |
| 觀光 | 1,752 | 94.81% | 23.23% | 71.58% | 5.19% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 商務 | 82 | 97.56% | 28.05% | 69.51% | 2.44% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 探親或訪友 | 159 | 95.60% | 21.38% | 74.21% | 4.40% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 其他 | 7 | 100.00% | 42.86% | 57.14% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 旅遊型態*** | | | | | | | | |
| 團客 | 583 | 96.23% | 34.13% | 62.09% | 3.77% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 自由行 | 1,417 | 94.50% | 18.91% | 75.58% | 5.50% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 初訪及重遊 | | | | | | | | |
| 初次到訪 | 1,295 | 94.59% | 23.47% | 71.12% | 5.41% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 近三年重遊 | 705 | 95.74% | 23.12% | 72.62% | 4.26% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 主要市場 | | | | | | | | |
| 日本 | 369 | 94.04% | 11.92% | 82.11% | 5.96% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 大陸 | 523 | 95.22% | 29.64% | 65.58% | 4.78% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 香港澳門 | 320 | 95.63% | 30.00% | 65.63% | 4.38% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 韓國 | 224 | 95.54% | 25.89% | 69.64% | 4.46% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 新加坡 | 70 | 97.14% | 24.29% | 72.86% | 2.86% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 馬來西亞 | 78 | 96.15% | 35.90% | 60.26% | 3.85% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 菲律賓 | 49 | 93.88% | 8.16% | 85.71% | 6.12% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 泰國 | 50 | 92.00% | 6.00% | 86.00% | 8.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 越南 | 52 | 86.54% | 5.77% | 80.77% | 13.46% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 印尼 | 44 | 90.91% | 9.09% | 81.82% | 9.09% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 美國 | 93 | 97.85% | 26.88% | 70.97% | 2.15% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 加拿大 | 30 | 96.67% | 20.00% | 76.67% | 3.33% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 歐洲 | 55 | 94.55% | 21.82% | 72.73% | 5.45% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 紐澳 | 30 | 100.00% | 23.33% | 76.67% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 其他 | 13 | 100.00% | 38.46% | 61.54% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |

註：經卡方檢定 (Chi-Square) · *表示 $p < 0.05$; **表示 $p < 0.01$; ***表示 $p < 0.001$ 。

附表 3-63 108 年受訪旅客整體景點滿意度交叉分析

單位：人數·百分比

| 項目 | 總計 | 滿意度 | | | 普通 | 不滿意度 | | |
|---------|---------|---------|--------|--------|--------|-------|-------|-------|
| | | 合計 | 非常滿意 | 滿意 | | 不滿意 | 非常不滿意 | 合計 |
| 總計 | 2,000 | 1,883 | 365 | 1,518 | 117 | 0 | 0 | 0 |
| | 100.00% | 94.15% | 18.25% | 75.90% | 5.85% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 性別 | | | | | | | | |
| 男性 | 919 | 93.91% | 17.74% | 76.17% | 6.09% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 女性 | 1,081 | 94.36% | 18.69% | 75.67% | 5.64% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 年齡** | | | | | | | | |
| 12-29 歲 | 578 | 97.06% | 17.30% | 79.76% | 2.94% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 30-39 歲 | 475 | 94.11% | 19.16% | 74.95% | 5.89% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 40-49 歲 | 282 | 89.72% | 17.73% | 71.99% | 10.28% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 50-59 歲 | 467 | 93.15% | 20.56% | 72.59% | 6.85% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 60 歲及以上 | 198 | 94.44% | 14.14% | 80.30% | 5.56% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 主要目的 | | | | | | | | |
| 觀光 | 1,752 | 93.89% | 17.75% | 76.14% | 6.11% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 商務 | 82 | 97.56% | 25.61% | 71.95% | 2.44% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 探親或訪友 | 159 | 95.60% | 18.87% | 76.73% | 4.40% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 其他 | 7 | 85.71% | 42.86% | 42.86% | 14.29% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 旅遊型態*** | | | | | | | | |
| 團客 | 583 | 92.80% | 24.53% | 68.27% | 7.20% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 自由行 | 1,417 | 94.71% | 15.67% | 79.04% | 5.29% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 初訪及重遊 | | | | | | | | |
| 初次到訪 | 1,295 | 93.67% | 16.83% | 76.83% | 6.33% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 近三年重遊 | 705 | 95.04% | 20.85% | 74.18% | 4.96% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 主要市場*** | | | | | | | | |
| 日本 | 369 | 90.51% | 10.03% | 80.49% | 9.49% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 大陸 | 523 | 91.01% | 19.31% | 71.70% | 8.99% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 香港澳門 | 320 | 98.75% | 25.63% | 73.13% | 1.25% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 韓國 | 224 | 96.43% | 24.55% | 71.88% | 3.57% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 新加坡 | 70 | 94.29% | 15.71% | 78.57% | 5.71% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 馬來西亞 | 78 | 98.72% | 17.95% | 80.77% | 1.28% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 菲律賓 | 49 | 91.84% | 8.16% | 83.67% | 8.16% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 泰國 | 50 | 96.00% | 6.00% | 90.00% | 4.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 越南 | 52 | 94.23% | 5.77% | 88.46% | 5.77% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 印尼 | 44 | 93.18% | 6.82% | 86.36% | 6.82% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 美國 | 93 | 96.77% | 23.66% | 73.12% | 3.23% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 加拿大 | 30 | 93.33% | 13.33% | 80.00% | 6.67% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 歐洲 | 55 | 98.18% | 23.64% | 74.55% | 1.82% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 紐澳 | 30 | 100.00% | 23.33% | 76.67% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 其他 | 13 | 100.00% | 46.15% | 53.85% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |

註：經卡方檢定 (Chi-Square) · *表示 $p < 0.05$; **表示 $p < 0.01$; ***表示 $p < 0.001$ 。

附表 3-64 108 年受訪旅客餐飲經驗滿意度交叉分析

單位：人數·百分比

| 項目 | 總計 | 滿意度 | | | 普通 | 不滿意度 | | |
|----------|---------|---------|--------|--------|--------|-------|-------|-------|
| | | 合計 | 非常滿意 | 滿意 | | 不滿意 | 非常不滿意 | 合計 |
| 總計 | 2,000 | 1,946 | 745 | 1,201 | 54 | 0 | 0 | 0 |
| | 100.00% | 97.30% | 37.25% | 60.05% | 2.70% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 性別* | | | | | | | | |
| 男性 | 919 | 96.52% | 38.63% | 57.89% | 3.48% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 女性 | 1,081 | 97.96% | 36.08% | 61.89% | 2.04% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 年齡*** | | | | | | | | |
| 12-29 歲 | 578 | 99.13% | 32.01% | 67.13% | 0.87% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 30-39 歲 | 475 | 99.16% | 38.11% | 61.05% | 0.84% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 40-49 歲 | 282 | 95.04% | 40.78% | 54.26% | 4.96% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 50-59 歲 | 467 | 96.15% | 40.90% | 55.25% | 3.85% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 60 歲及以上 | 198 | 93.43% | 36.87% | 56.57% | 6.57% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 主要目的 | | | | | | | | |
| 觀光 | 1,752 | 97.32% | 38.76% | 58.56% | 2.68% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 商務 | 82 | 97.56% | 23.17% | 74.39% | 2.44% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 探親或訪友 | 159 | 97.48% | 28.30% | 69.18% | 2.52% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 其他 | 7 | 85.71% | 28.57% | 57.14% | 14.29% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 旅遊型態*** | | | | | | | | |
| 團客 | 583 | 94.00% | 36.71% | 57.29% | 6.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 自由行 | 1,417 | 98.66% | 37.47% | 61.19% | 1.34% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 初訪及重遊*** | | | | | | | | |
| 初次到訪 | 1,295 | 96.83% | 33.82% | 63.01% | 3.17% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 近三年重遊 | 705 | 98.16% | 43.55% | 54.61% | 1.84% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 主要市場 | | | | | | | | |
| 日本 | 369 | 99.46% | 60.70% | 38.75% | 0.54% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 大陸 | 523 | 93.31% | 34.80% | 58.51% | 6.69% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 香港澳門 | 320 | 98.75% | 45.00% | 53.75% | 1.25% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 韓國 | 224 | 99.55% | 28.13% | 71.43% | 0.45% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 新加坡 | 70 | 100.00% | 35.71% | 64.29% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 馬來西亞 | 78 | 98.72% | 41.03% | 57.69% | 1.28% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 菲律賓 | 49 | 95.92% | 10.20% | 85.71% | 4.08% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 泰國 | 50 | 98.00% | 16.00% | 82.00% | 2.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 越南 | 52 | 98.08% | 11.54% | 86.54% | 1.92% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 印尼 | 44 | 93.18% | 9.09% | 84.09% | 6.82% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 美國 | 93 | 98.92% | 24.73% | 74.19% | 1.08% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 加拿大 | 30 | 96.67% | 20.00% | 76.67% | 3.33% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 歐洲 | 55 | 96.36% | 20.00% | 76.36% | 3.64% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 紐澳 | 30 | 100.00% | 23.33% | 76.67% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| 其他 | 13 | 100.00% | 38.46% | 61.54% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |

註：經卡方檢定 (Chi-Square) · *表示 $p < 0.05$; **表示 $p < 0.01$; ***表示 $p < 0.001$ 。