

中華民國 106 年來臺旅客在臺北市之消費及動向調查

摘要

臺北市觀光傳播局為瞭解民國106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、到訪臺北市旅遊經驗的滿意程度，並估算來臺北市旅客人次以作為臺北市觀光外匯收入之計算依據，所得結果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。

本調查分別在臺灣桃園國際機場、高雄國際機場及臺北松山機場等三處，針對到訪臺北市之離境國際觀光旅客進行面對面之問卷調查。調查對象為106年1月1日至12月31日出境之外籍與華僑旅客(含大陸旅客，不含過境之外籍與華僑旅客)，按母體資料進行樣本特徵控制，抽取具有代表性之樣本。本報告106年調查期間接觸之來臺旅客共4,806人，整體到訪臺北市比率為90.9072%，到訪臺北市且願意受訪的旅客有3,600人。

茲將106年主要調查結果區分為臺北市國際旅遊市場相關指標、旅遊動向、消費概況、最深刻印象、穆斯林旅遊友善環境調查及基本資料六部份，摘述如下：

壹、臺北市國際旅遊市場相關指標值

10,739,601 人次	106 年來臺旅客人次
90.9072%	106 年來臺旅客到訪臺北市比率
976.31 萬人次	106 年來臺旅客到訪臺北市人次
107.05 億美元 ¹	106 年臺北市觀光外匯收入
1096.48 美元 ¹	106 年來臺旅客在臺北市平均每人每次消費
4.22 天	106 年來臺旅客在臺北市平均停留天數
259.83 美元	106 年來臺旅客在臺北市平均每人每日消費
96.17%	106 年到訪臺北市來臺旅客對臺北市整體旅遊經驗為滿意以上的比率

¹ 平均每人每次消費與觀光外匯收入是以修剪 3%極端數值後的平均停留天數計算 (4.22 天)，其中平均每人每次消費=259.83 美元*4.22 天，臺北市觀光外匯收入=976.31 萬人次*259.83 美元*4.22 天

貳、旅遊動向

一、夜市、台北101、西門町、信義商圈、故宮博物院及中正紀念堂為旅客在臺北市主要遊覽景點。

106年受訪旅客在臺北市之平均停留日數為4.35天(標準誤為 0.08天); 停留夜數為3.42天(標準誤為0.08天)。

在臺北市遊覽觀光景點依序為夜市(占74.53%)、台北101(占67.33%)、西門町(占48.75%)、信義商圈(占40.33%)、故宮博物院 (占38.81%)、中正紀念堂(占37.53%)等。

就主要市場居住地而言，日本受訪旅客在臺北市遊覽觀光景點依序為夜市、台北101、故宮博物院、龍山寺、西門町等；中國大陸在臺北市遊覽觀光景點依序為台北101、夜市、故宮博物院、中正紀念堂、西門町等；香港澳門受訪旅客在臺北市遊覽觀光景點依序為夜市、西門町、台北101、信義商圈、故宮博物院等；韓國受訪旅客在臺北市遊覽觀光景點依序為夜市、台北101、西門町、中正紀念堂、龍山寺等。東南亞國家方面，新加坡受訪旅客在臺北市遊覽觀光景點依序為夜市、西門町、台北101、信義商圈等；馬來西亞受訪旅客在臺北市遊覽觀光景點依序為夜市、西門町、台北101、信義商圈等；菲律賓受訪旅客在臺北市遊覽觀光景點依序為夜市、台北101、中正紀念堂、信義商圈等；泰國受訪旅客在臺北市遊覽觀光景點依序為台北101、夜市、西門町、中正紀念堂等；越南受訪旅客在臺北市遊覽觀光景點依序為夜市、台北101、西門町、信義商圈等。美國受訪旅客在臺北市遊覽觀光景點依序為台北101、夜市、信義商圈、中正紀念堂等；歐洲受訪旅客在臺北市遊覽觀光景點依序為台北101、夜市、中正紀念堂、故宮博物院等；紐澳受訪旅客在臺北市遊覽觀光景點依序為台北101、夜市、中正紀念堂、信義商圈等(見附表12)。

表 1 106年來臺旅客到訪臺北市的受訪旅客遊覽觀光景點排名

名次	遊覽景點	人次	百分比	名次	遊覽景點	人次	百分比
1	夜市	2683	74.53%	7	龍山寺	878	24.39%
2	台北 101	2424	67.33%	8	國父紀念館	833	23.14%
3	西門町	1755	48.75%	9	北投溫泉區	463	12.86%
4	信義商圈	1452	40.33%	10	士林官邸	454	12.61%
5	故宮博物院	1397	38.81%	11	陽明山	444	12.33%
6	中正紀念堂	1351	37.53%	12	大稻埕(霞海城隍、迪化街等)	380	10.56%

註：本題「受訪旅客曾遊覽觀光景點」為複選

二、故宮博物院、陽明山與大稻埕²為旅客最喜歡的臺北市景點。

受訪旅客遊覽的臺北市景點中以故宮博物院(喜歡比率27.56%)最獲喜愛，其次依序為陽明山(喜歡比率21.170%)、大稻埕/霞海城隍廟/迪化街(喜歡比率19.21%)、北投溫泉區(喜歡比率16.85%)、夜市(喜歡比率14.28%)、台北101(喜歡比率13.20%)等。

就居住地的主要市場而言，日本、韓國、新加坡、紐澳受訪旅客最喜歡景點為大稻埕；大陸、香港澳門、馬來西亞、泰國受訪旅客最喜歡景點為故宮博物院；菲律賓受訪旅客最喜歡景點為夜市；越南受訪旅客最喜歡景點為國父紀念館；印尼受訪旅客最喜歡景點為台北101(見附表14)。

表 2 106 年來臺旅客到訪臺北市的受訪旅客最喜歡景點排名

名次	最喜歡景點	到訪百分比	喜歡比率	名次	最喜歡景點	到訪百分比	喜歡比率
1	故宮博物院	38.81%	27.56%	6	台北 101	67.33%	13.20%
2	陽明山	12.33%	21.17%	7	西門町	48.75%	8.95%
3	大稻埕(霞海城隍、迪化街等)	10.56%	19.21%	8	龍山寺	24.39%	8.31%
4	北投溫泉區	12.86%	16.85%	9	中正紀念堂	37.53%	5.92%
5	夜市	74.53%	14.28%	10	信義商圈	40.33%	4.68%

註：喜歡比率= (最喜歡該景點人數/曾遊覽過該景點人數)x100%

三、九成六以上旅客對於在臺北市旅遊的交通便利性及整體經驗感到滿意。

受訪旅客在臺北市的旅遊經驗滿意度方面，對於交通便利性最高(滿意以上的比率96.97%)，其次依序為整體經驗(滿意以上的比率96.17%)、住宿經驗(滿意以上的比率94.14%)、整體景點(滿意以上的比率93.14%)及消費經驗(滿意以上的比率92.72%)。

表 3 106 年來臺旅客到訪臺北市的受訪旅客在臺北市的旅遊經驗之滿意度

旅遊經驗	滿意比率
交通便利性	96.97%
整體經驗	96.17%
住宿經驗	94.14%
整體景點	93.14%
消費經驗	92.72%

² 大稻埕包括/霞海城隍廟與迪化街

女性旅客在臺北市的交通便利性、消費經驗、整體景點與整體經驗滿意度皆略高於男性；20-29歲旅客在交通便利性、消費經驗、整體景點與整體經驗滿意最高、30-39歲旅客在住宿經驗滿意最高；就居住地而言，泰國、印尼、東南亞其他、歐洲、紐澳、其他地區旅客交通便利性滿意比率最高，為100.00%；泰國、東南亞其他、歐洲、紐澳旅客住宿經驗滿意比率最高(為100.00%)，泰國、印尼、東南亞其他的旅客消費經驗滿意比率最高(為100.00%)，泰國、印尼與東南亞其他旅客整體景點滿意比率最高(為100.00%)，泰國、印尼、東南亞其他、紐澳旅客整體經驗滿意比率最高(為100.00%)；在旅遊型態部分，自由行旅客在臺北市的交通便利性、消費經驗與整體經驗滿意度皆略高於團體旅客(詳見附表29-33)。

參、消費概況

一、106年1-12月臺北市觀光外匯總收入為107億504萬美元。

106年受訪旅客在臺北市平均每人每日消費為259.83美元，其中以購物費所占比率最高(占60.16%)，其次為旅館內支出費(占20.72%)，再其次為旅館外餐飲費(占12.43%)。

就到訪臺北市目的而言，以觀光目的之旅客(平均每人每日274.29美元)在臺北市的消費力最高，其次為健康管理(醫療/美容/健檢/養生)目的之旅客(平均每人每日268.21美元)，第三為業務目的之旅客(平均每人每日264.58美元)。

就主要市場而言，大陸旅客(平均每人每日390.44美元)及新加坡旅客(平均每人每日265.41美元)在臺北市的消費力最高；進一步由購物費觀察，則依序為大陸(平均每人每日288.62美元)、新加坡(平均每人每日152.09美元)、香港澳門(平均每人每日130.50美元)、日本(平均每人每日127.34美元)及韓國(平均每人每日107.10美元)等。

表 4 106 年受訪旅客在臺北市平均每人每日消費金額 - 按到訪臺北市目的分

單位：美元

到訪臺北市目的		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	259.83	53.83	32.29	8.87	5.93	2.60	156.30
	結構比	100.00%	20.72%	12.43%	3.41%	2.28%	1.00%	60.16%
觀 光	金 額	274.29	51.65	30.59	7.42	5.52	2.30	176.80
	結構比	100.00%	18.83%	11.15%	2.71%	2.01%	0.84%	64.46%
業 務	金 額	264.58	85.48	42.84	17.22	9.76	2.46	106.83
	結構比	100.00%	32.31%	16.19%	6.51%	3.69%	0.93%	40.38%
國際會議 展 覽	金 額	227.57	47.81	34.70	13.58	1.84	8.22	121.43
	結構比	100.00%	21.01%	15.25%	5.97%	0.81%	3.61%	53.36%
探 親 或 訪 友	金 額	173.21	33.62	30.12	7.14	6.30	3.15	92.88
	結構比	100.00%	19.41%	17.39%	4.12%	3.64%	1.82%	53.62%
求 學	金 額	157.46	13.72	27.95	12.65	5.66	4.37	93.11
	結構比	100.00%	8.72%	17.75%	8.04%	3.59%	2.77%	59.13%
健康管理	金 額	268.21	82.92	40.92	8.69	0.99	0.00	134.70
	結構比	100.00%	30.92%	15.26%	3.24%	0.37%	0.00%	50.22%
其 他	金 額	245.33	39.79	36.07	5.35	7.03	2.41	154.69
	結構比	100.00%	16.22%	14.70%	2.18%	2.86%	0.98%	63.05%

表 5 106 年受訪旅客在臺北市平均每人每日消費細項 – 按主要市場分

單位：美元

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	259.83	53.83	32.29	8.87	5.93	2.60	156.30
	結構比	100.00%	20.72%	12.43%	3.41%	2.28%	1.00%	60.16%
日 本	金 額	245.76	68.22	29.66	6.60	10.38	3.55	127.34
	結構比	100.00%	27.76%	12.07%	2.68%	4.23%	1.45%	51.81%
大 陸	金 額	390.44	44.19	38.94	10.62	5.53	2.53	288.62
	結構比	100.00%	11.32%	9.97%	2.72%	1.42%	0.65%	73.92%
香 港 澳 門	金 額	213.23	41.11	29.98	8.80	2.13	0.71	130.50
	結構比	100.00%	19.28%	14.06%	4.13%	1.00%	0.33%	61.20%
韓 國	金 額	243.29	75.30	35.54	9.67	12.77	2.90	107.10
	結構比	100.00%	30.95%	14.61%	3.97%	5.25%	1.19%	44.02%
新 加 坡	金 額	265.41	55.91	37.13	14.26	4.48	1.54	152.09
	結構比	100.00%	21.07%	13.99%	5.37%	1.69%	0.58%	57.30%
馬來西亞	金 額	167.58	36.73	25.26	5.97	2.87	2.14	94.61
	結構比	100.00%	21.92%	15.07%	3.56%	1.71%	1.28%	56.46%
菲 律 賓	金 額	99.05	17.56	17.91	8.50	0.47	0.47	54.15
	結構比	100.00%	17.72%	18.08%	8.58%	0.47%	0.47%	54.67%
泰 國	金 額	105.31	27.07	13.78	4.03	0.99	0.99	58.46
	結構比	100.00%	25.71%	13.08%	3.83%	0.94%	0.94%	55.51%
越 南	金 額	108.03	5.40	9.94	1.85	0.52	0.29	90.02
	結構比	100.00%	5.00%	9.20%	1.72%	0.48%	0.27%	83.33%
印 尼	金 額	134.68	20.56	19.02	5.36	3.17	1.42	85.15
	結構比	100.00%	15.27%	14.12%	3.98%	2.36%	1.05%	63.22%
東 南 亞 其他地區	金 額	97.95	27.02	21.86	2.52	0.21	0.13	46.21
	結構比	100.00%	27.58%	22.31%	2.58%	0.21%	0.13%	47.18%
美 國	金 額	189.09	94.11	35.54	11.21	3.03	8.89	36.31
	結構比	100.00%	49.77%	18.80%	5.93%	1.60%	4.70%	19.20%
歐 洲	金 額	156.05	95.72	24.99	7.54	1.81	4.96	21.02
	結構比	100.00%	61.34%	16.01%	4.83%	1.16%	3.18%	13.47%
紐 澳	金 額	127.27	51.68	22.66	7.88	1.47	4.24	39.34
	結構比	100.00%	40.61%	17.80%	6.19%	1.16%	3.33%	30.91%

註：「歐洲」市場包含「英國」、「法國」、「德國」等3個居住地

二、大陸旅客在臺北市平均每人每日平均消費為390.44美元，高於非大陸旅客之211.27美元。

大陸旅客在臺北市消費力(平均每人每日390.44美元)高於非大陸旅客(平均每人每日211.27美元)。

進一步由購物費觀察，大陸旅客(平均每人每日288.62美元)高於非大陸旅客(平均每人每日106.39美元)；旅館內支出費，非大陸旅客(平均每人每日57.91美元)高於大陸旅客(平均每人每日44.19美元)。

由購物費之細項消費觀察，大陸旅客以購買名產或特產的比率最高(占33.90%)，其次為服飾或相關配件(占32.88%)及化妝品或香水類(占10.92%)。非大陸旅客以購買名產或特產的比率最高(占47.21%)，其次為服飾或相關配件(占23.58%)及茶葉(占9.32%)。

表 6 106 年到訪臺北市全體、大陸及非大陸旅客之平均每人每日消費金額

單位：美元/%

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	259.83	53.83	32.29	8.87	5.93	2.60	156.30
	結構比	100.00%	20.72%	12.43%	3.41%	2.28%	1.00%	60.16%
大 陸	金 額	390.44	44.19	38.94	10.62	5.53	2.53	288.62
	結構比	100.00%	11.32%	9.97%	2.72%	1.42%	0.65%	73.92%
非 大 陸	金 額	211.27	57.91	29.95	8.25	6.13	2.65	106.39
	結構比	100.00%	27.41%	14.17%	3.91%	2.90%	1.25%	50.36%

表 7 106 年到訪臺北市全體、大陸及非大陸旅客平均每人每日購物費之細項消費金額

單位：美元

購物費消費項目	全體旅客		大陸旅客		非大陸旅客	
	消費金額	百分比	消費金額	百分比	消費金額	百分比
總計	156.30	100.00%	288.62	100.00%	106.39	100.00%
服飾或相關配件	44.28	28.33%	94.89	32.88%	25.09	23.58%
珠寶或玉器類	7.07	4.52%	17.60	6.10%	3.06	2.87%
紀念品或手工藝類	6.48	4.15%	10.54	3.65%	4.96	4.66%
化妝品或香水類	12.65	8.09%	31.51	10.92%	5.47	5.14%
名產或特產	63.16	40.41%	97.85	33.90%	50.22	47.21%
菸或酒類	4.00	2.56%	7.07	2.45%	2.85	2.68%
藥妝藥品或健康食品	4.39	2.81%	10.88	3.77%	1.92	1.81%
電子或電器產品	1.71	1.09%	1.26	0.44%	1.89	1.78%
茶葉	11.16	7.14%	14.58	5.05%	<u>9.92</u>	<u>9.32%</u>
其他	1.40	0.90%	2.44	0.85%	1.01	0.95%

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與第三。

三、大陸團體旅客在臺北市平均每人每日平均消費為405.77美元，高於韓國團體旅客之262.52美元以及日本團體旅客之214.60美元。

106年大陸、日本與韓國團體旅客相比，大陸團體旅客在臺北市消費力(平均每人每日405.77美元)高於韓國團體旅客(平均每人每日262.52美元)，以及日本團體旅客(平均每人每日214.60美元)。

進一步由購物費觀察，大陸團體旅客(平均每人每日368.21美元)高於韓國團體旅客(平均每人每日145.52美元)，以及日本團體旅客(平均每人每日145.12美元)。

由購物費之細項消費觀察，大陸團體旅客以購買服飾或相關配件的比率最高(占33.69%)，其次為名產或特產(占33.24%)及化妝品或香水類(占9.62%)。韓國團體旅客以服飾或相關配件的比率最高(占53.72%)，其次為名產或特產(占32.35%)及紀念品或手工藝類(占4.94%)。日本團體旅客以名產或特產的比率最高(占38.47%)，其次為服飾或相關配件(占18.60%)及茶葉(占16.86%)。

表 8 106 年到訪臺北市全體、大陸、韓國及日本團體旅客之平均每人每日消費金額

單位：美元

到訪臺北市 主要目的		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	291.85	30.14	23.02	5.17	5.85	3.11	224.55
團體旅客	結構比	100.00%	10.33%	7.89%	1.77%	2.00%	1.07%	76.94%
大陸	金額	405.77	9.89	19.51	3.72	1.55	2.89	368.21
團體旅客	結構比	100.00%	2.44%	4.81%	0.92%	0.38%	0.71%	90.74%
韓國	金額	262.52	56.27	27.52	7.24	23.02	2.94	145.52
團體旅客	結構比	100.00%	21.44%	10.48%	2.76%	8.77%	1.12%	55.43%
日本	金額	214.60	28.49	25.25	4.12	8.92	2.70	145.12
團體旅客	結構比	100.00%	13.28%	11.76%	1.92%	4.16%	1.26%	67.62%

表 9 106 年到訪臺北市大陸、韓國及日本團體旅客平均每人每日購物費之細項消費金額

單位：美元

購物費消費項目	大陸團體旅客		韓國團體旅客		日本團體旅客	
	消費金額	百分比	消費金額	百分比	消費金額	百分比
總計	368.21	100.00%	145.52	100.00%	145.12	100.00%
服飾或相關配件	124.05	33.69%	78.17	53.72%	27.00	18.60%
珠寶或玉器類	27.88	7.57%	3.94	2.71%	14.12	9.73%
紀念品或手工藝類	14.66	3.98%	<u>7.19</u>	<u>4.94%</u>	12.31	8.48%
化妝品或香水類	<u>35.44</u>	<u>9.62%</u>	3.41	2.34%	2.61	1.80%
名產或特產	<u>122.40</u>	<u>33.24%</u>	<u>47.07</u>	<u>32.35%</u>	55.83	38.47%
菸或酒類	9.47	2.57%	3.05	2.10%	5.26	3.62%
藥妝藥品或健康食品	13.40	3.64%	0.12	0.08%	1.83	1.26%
電子或電器產品	0.47	0.13%	0.00	0.00%	1.10	0.76%
茶葉	18.59	5.05%	2.21	1.52%	<u>24.47</u>	<u>16.86%</u>
其他	1.86	0.50%	0.35	0.24%	0.60	0.41%

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與第三。

肆、對臺北市最好的印象

一、食物、夜市及交通為受訪旅客對臺北市最好的印象。

106年受訪旅客對臺北市印象最好的項目依序為食物(占68.25%)、夜市 (占52.42%)、交通(占47.33%)、人情味(占43.72%)、公民素養(占30.72%)、古蹟/歷史文物(占26.36%)等。

就主要市場而言，日本受訪旅客對食物、人情味、交通、夜市、公民素養、古蹟/歷史文物及街道市容的印象最好；大陸受訪旅客對食物、公民素養、夜市、人情味、交通、古蹟/歷史文物、街道市容、地方特產的印象最好；香港澳門受訪旅客對食物、夜市、交通、人情味、生活機能、街道市容及地方特產的印象最好；韓國受訪旅客對食物、夜市、人情味、交通、古蹟/歷史文物、街道市容及公民素養的印象最好。東南亞國家方面，新加坡受訪旅客對夜市、交通、食物、人情味、街道市容及古蹟/歷史文物的印象最好；馬來西亞受訪旅客對夜市、交通、食物、人情味、公民素養及街道市容的印象最好；菲律賓受訪旅客對交通、夜市、人情味、食物、街道市容的印象最好；泰國受訪旅客對交通、夜市、食物、人情味、公民素養的印象最好；越南受訪旅客對夜市、交通、街道市容、食物、生活機能的印象最好；印尼受訪旅客對交通、人情味、夜市、街道市容、公民素養的印象最好。歐美國家方面，美國受訪旅客對交通、人情味、夜市、食物及生活機能的印象最好；歐洲受訪旅客對交通、夜市、人情味、生活機能及食物的印象最好；紐澳受訪旅客對交通、人情味、夜市、生活機能及食物的印象最好(見附表25)。

表 10 106 年受訪旅客對臺北市印象最好的項目

名次	項目	百分比	名次	項目	百分比
1	食物	68.25%	9	地方特產	18.56%
2	夜市	52.42%	10	民情風俗與文化	11.33%
3	交通	47.33%	11	24 小時營業場所	9.14%
4	人情味	43.72%	12	溫泉	8.00%
5	公民素養	30.72%	13	都會不夜城	5.75%
6	古蹟、歷史文物	26.36%	14	自行車	2.50%
7	街道市容	24.83%	15	健康管理	2.36%
8	生活機能	19.86%	16	景點	2.14%

註：本題「受訪旅客對臺北市最深刻的印象」為複選，共有 18 個選項，健康管理包括醫療/美容/健檢/養生，24 小時營業場所如書店、便利店。

二、食物、夜市、人情味及交通依序為「團體」受訪旅客對臺北市最好的印象；
食物、交通、夜市及人情味依序為「自由行」受訪旅客對臺北市最好的印象。

就不同旅遊型態而言，團體³受訪旅客對臺北市印象最好的項目主要為食物、夜市、人情味、交通、公民素養、古蹟/歷史文物、街道市容。

自由行⁴受訪旅客對臺北市最印象最好的項目主要為食物、交通、夜市、人情味、公民素養、古蹟/歷史文物、生活機能等(見附表26)。

表 11 106年到訪臺北市的全體受訪旅客對臺北市印象最好的項目-按旅遊型態分

名次	全體		團體		自由行	
	項目	百分比	項目	百分比	項目	百分比
1	食物	68.25%	食物	65.76%	食物	69.90%
2	夜市	52.42%	夜市	49.44%	交通	56.37%
3	交通	47.33%	人情味	39.75%	夜市	54.39%
4	人情味	43.72%	交通	33.68%	人情味	46.35%
5	公民素養	30.72%	公民素養	33.19%	公民素養	29.09%
6	古蹟、歷史文物	26.36%	古蹟、歷史文物	30.68%	古蹟、歷史文物	23.50%
7	街道市容	24.83%	街道市容	28.31%	生活機能	23.04%
8	生活機能	19.86%	地方特產	17.71%	街道市容	22.53%
9	地方特產	18.56%	生活機能	15.06%	地方特產	19.11%
10	民情風俗與文化	11.33%	民情風俗與文化	14.92%	24 小時營業場所	9.83%

註：本題「受訪旅客對臺北市印象最好的項目」為複選，共有 18 個選項，24 小時營業場所如書店、便利店

³ 「團體」：參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦(參加旅行團)、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)、以及由邀請單位安排

⁴ 「自由行」：由旅行社安排住宿(及代訂機票)以及完全自行安排

三、食物、公民素養、夜市、人情味及古蹟/歷史文物依序為「大陸團體」旅客對臺北市最好的印象；食物、夜市、交通、人情味及公民素養依序為「大陸自由行」旅客對臺北市最好的印象。

就大陸市場的不同旅遊型態而言，大陸團體受訪旅客對臺北市印象最好的主要為食物、公民素養、夜市、人情味、古蹟/歷史文物、街道市容、地方特產。

大陸自由行受訪旅客對臺北市印象最好的主要為食物、夜市、交通、人情味、公民素養、古蹟/歷史文物、地方特產(見附表27)。

表12 106年來臺旅客到訪臺北市的大陸受訪旅客對臺北市印象最好的項目-按旅遊型態分

名次	大陸全體		大陸團體		大陸自由行	
	項目	百分比	項目	百分比	項目	百分比
1	食物	72.06%	食物	68.67%	食物	75.87%
2	公民素養	58.55%	公民素養	57.83%	夜市	62.83%
3	夜市	57.42%	夜市	52.61%	交通	61.52%
4	人情味	52.61%	人情味	45.45%	人情味	60.65%
5	交通	42.68%	古蹟、歷史文物	38.68%	公民素養	59.35%
6	古蹟、歷史文物	37.87%	街道市容	36.36%	古蹟、歷史文物	36.96%
7	街道市容	33.57%	地方特產	29.40%	地方特產	35.22%
8	地方特產	32.14%	交通	25.92%	生活機能	32.61%
9	生活機能	23.64%	民情風俗與文化	22.82%	街道市容	30.43%
10	民情風俗與文化	19.45%	生活機能	15.67%	24小時營業場所	15.65%

註: 本題「受訪旅客對臺北市最深刻的印象」為複選，共有 18 個選項，24 小時營業場所如書店、便利店

伍、穆斯林旅遊友善環境調查

- 一、二成四受訪穆斯林旅客表示容易在臺北市找尋清真食物或認證餐廳，八成三受訪穆斯林旅客都表示能放心在臺北市清真餐廳用餐。
- 二、約三成的受訪穆斯林旅客表示並不需花費很多的時間在臺北市找尋朝拜空間(祈禱室)，五成的受訪穆斯林旅客在臺北市未曾經使用祈禱室；未曾使用祈禱室的地方的原因以不知道在哪裡/不知道機場有祈禱室居多，其次是沒有時間/趕行程。
- 三、穆斯林旅客認為友善的穆斯林旅遊環境應包括的項目依序為食物與設備、請人們瞭解我們/尊重我們的宗教是愛好和平/不要歧視誤解、人民的友善對待以及語言方便。

陸、基本資料

一、旅客工作別以其他類型服務業、製造業及學生最多。

106年受訪旅客之行業別分布狀況，受訪旅客以其他類型服務業為最多，占12.42%，其次為製造業，占10.03%，第三為學生，占9.94%，第四為批發及零售業，占8.94%。

表 13 106 年來臺旅客到訪臺北市的人數及百分比 - 按行業別分

工作別	人數	百分比
總計	3,600	100.00%
農、林、漁、牧業	20	0.56%
製造業	361	10.03%
營造業	179	4.97%
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)	50	1.39%
批發及零售業	322	8.94%
住宿及餐飲業	87	2.42%
出版、影音製作、傳播及資訊服務業	186	5.17%
金融及保險業	221	6.14%
公共行政及國防；強制性社會安全	101	2.81%
教育業	196	5.44%
醫療保健及社會工作服務業	139	3.86%
藝術、娛樂及休閒服務業	115	3.19%
其他類型服務業	447	12.42%
家庭管理	279	7.75%
學生	358	9.94%
退休人員	300	8.33%
其他	239	6.64%

註：「其他」包括自營商人、辦公行政人員、未回答者。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與第三。

二、旅客教育程度以大專大學以上居多，年收入以無固定收入、20,000-29,999美元及10,000-19,999美元居多。

106年到訪臺北市受訪旅客最高學歷以大學(大專、大學)者為最多，占67.28%。收入方面、受訪旅客中以無固定收入為最多，占21.78%，其次為20,000-29,999美元，占13.17%，第三為10,000-19,999美元，占12.81%。

表 14 106年來臺旅客到訪臺北市的人數及百分比 - 按最高學歷分

最高學歷	人數	百分比
總計	3,600	100.00%
初等教育(小學)及以下	26	0.72%
中等教育(含國中、高中、高職)	622	17.28%
大學(大專、大學)	2,422	67.28%
研究所及以上	488	13.56%
其他	6	0.17%
未回答	36	1.00%

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與第三。

表 15 106年來臺旅客到訪臺北市的人數及百分比 - 按年收入分

年收入	人數	百分比
總計	3,600	100.00%
未滿 10,000 美元	143	3.97%
10,000-19,999 美元	461	12.81%
20,000-29,999 美元	474	13.17%
30,000-39,999 美元	345	9.58%
40,000-49,999 美元	315	8.75%
50,000-59,999 美元	240	6.67%
60,000-69,999 美元	128	3.56%
70,000-79,999 美元	133	3.69%
80,000-89,999 美元	71	1.97%
90,000-99,999 美元	78	2.17%
100,000 美元及以上	256	7.11%
無固定收入	784	21.78%
未回答	172	4.78%

註：1. 無固定收入占高比率，原因可能包括受訪者已退休、或是受訪者並非僅有單一工作，或有其他投資收入等。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與第三。