

中華民國 102 年

來臺旅客在臺北市之消費及動向調查報告

2013 Annual Survey Report on
Visitors Expenditure and Trends in Taipei City

臺北市政府觀光傳播局

Department of Information and Tourism,
Taipei City Government

中華民國 102 年

來臺旅客在臺北市之消費及動向調查報告

2013 Annual Survey Report on
Visitors Expenditure and Trends in Taipei City

委託單位：臺北市政府觀光傳播局

研究單位：渤通顧問有限公司

目 次

摘要	第 1 頁
壹、臺北市國際旅遊市場相關指標值	第 1 頁
貳、旅遊動向	第 2 頁
參、消費概況	第 6 頁
肆、對臺北市最深刻的印象	第 9 頁
伍、基本資料	第 13 頁
Summary	i
I. Related Indices of the Inbound Visitors in Taipei City	ii
II. Inbound Visitors' Behavior in Taipei City	iii
III. Inbound Visitors' Consumption in Taipei City	x
IV. Inbound Visitors' Most Impression Parts of Taipei City ..	xvi
V. Basic Information of the Inbound Visitors Who Had Ever Stayed in Taipei City	xxii
壹、調查動機與目的	1
貳、調查實施計畫	3
一、調查對象及時間	3
二、調查項目	3
三、調查方法	4
(一) 調查流程	4
(二) 調查地點	5
(三) 調查方式	5

四、抽樣設計	5
(一) 樣本數	5
(二) 抽樣方法	5
(三) 樣本之配置與抽取	6
(四) 消費金額之估算	8
五、調查人力配置	9
(一) 調查研究小組	9
(二) 各調查地點之人力配置	9
六、資料檢核與分析	10
(一) 資料整理與檢核	10
(二) 資料分析	10
(三) 分析架構	11
(四) 分析項目	12
參、調查結果	13
一、來臺旅客到訪臺北市之比率與人次	13
二、到訪臺北市受訪旅客基本特性	18
(一) 居住地	18
(二) 國籍	19
(三) 來臺主要及次要目的	20
(四) 到訪臺北市主要及次要目的	22
(五) 年齡	24
(六) 性別	24
(七) 月份	25
(八) 最高學歷	25
(九) 工作別	26
(十) 年收入	27
(十一) 旅行方式	27
(十二) 調查地點	28
(十三) 大陸旅客	28

三、受訪旅客旅遊決策-----	29
(一) 最近 3 年來臺北市次數-----	29
(二) 來臺北市前是否曾上網瀏覽相關旅遊資訊-----	30
(三) 出發來臺多久前開始計劃行程-----	31
(四) 同行人員-----	32
(五) 業務及國際會議或展覽目的旅客在臺北市旅遊情形-----	33
(六) 旅行方式-----	35
四、受訪旅客在臺北市動向-----	36
(一) 在臺北市停留天數-----	36
(二) 遊覽地點-----	38
(三) 住宿情形-----	41
五、受訪旅客在臺北市消費支出概況-----	44
(一) 全體受訪旅客在臺北市消費支出-----	44
(二) 各主要市場受訪旅客在臺北市消費支出-----	47
(三) 日本及大陸觀光團受訪旅客在臺北市消費支出-----	49
(四) 大陸市場不同旅遊型態受訪旅客在臺北市消費支出-----	51
六、受訪旅客對臺北市最深刻的印象-----	53
肆、結論與建議.....	55
附件一、問卷.....	59
附件二、消費金額估算公式.....	75
附表 1：全體.....	79
附表 2：依性別分.....	99
附表 3：依主要市場分.....	105

中華民國 102 年來臺旅客在臺北市之消費及動向調查

摘要

臺北市政府觀光傳播局為瞭解 102 年來臺旅客在臺北市的消費情況、動向、住宿旅館滿意程度及對臺北市的印象，所得訊息供相關單位訂定觀光宣傳推廣策略、改善觀光設施、提昇服務品質之參考，以提昇臺北市國際旅遊觀光競爭力，並作為估算臺北市觀光外匯收入之依據，特辦理本調查，分別在臺灣桃園國際機場、高雄國際機場及臺北松山機場現場訪問離境旅客。

本調查對象為 102 年 1 月 1 日至 12 月 31 日入境之外籍與華僑旅客(含大陸旅客，不含過境之外籍與華僑旅客)，採用「配額抽樣法」抽樣，取樣時盡量符合作業標準及樣本特徵之控制，以達隨機性及樣本代表性。本調查 102 年有效樣本數為 4,132 人，其中 3,628 人曾到訪臺北市，到訪比率為 87.80%。

茲將 102 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、最深刻印象及基本資料五部分，摘述如下：

壹、臺北市國際旅遊市場相關指標值

801.6 萬人次... 來臺旅客人次

87.80 % 來臺旅客到訪臺北市比率

703.8 萬人次... 來臺旅客到訪臺北市人次

58.13 億美元... 臺北市觀光外匯收入

825.90 美元..... 來臺旅客在臺北市平均每人每次消費

3.61 天..... 來臺旅客在臺北市平均停留天數

228.78 美元... 來臺旅客在臺北市平均每人每日消費

81.87 %..... 來臺旅客到訪臺北市對臺北市旅館整體滿意度

貳、旅遊動向

一、夜市、臺北 101、故宮博物院、中正紀念堂、西門町及國父紀念館為旅客在臺北市主要遊覽景點。

受訪旅客在臺北市主要遊覽景點依序為夜市(每百人次有 71 人次)、臺北 101(每百人次有 65 人次)、故宮博物院(每百人次有 53 人次)、中正紀念堂(每百人次有 42 人次)、西門町 (每百人次有 34 人次)、國父紀念館(每百人次有 31 人次)等。

就主要市場而言，日本受訪旅客在臺北市遊覽觀光景點依序為夜市、故宮博物院、臺北 101、艋舺龍山寺、中正紀念堂、忠烈祠等；大陸在臺北市遊覽觀光景點依序為故宮博物院、臺北 101、夜市、國父紀念館、中正紀念堂、士林官邸、總統府等；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、臺北 101 等；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、臺北 101、五分埔成衣市場等；韓國受訪旅客在臺北市遊覽觀光景點依序為夜市、臺北 101、故宮博物院、中正紀念堂、艋舺龍山寺、西門町、忠烈祠等；馬來西亞受訪旅客在臺北市遊覽觀光景點依序為夜市、臺北 101、西門町、中正紀念堂、五分埔成衣市場、故宮博物院等；美國受訪旅客在臺北市遊覽觀光景點依序為臺北 101、夜市等；歐洲受訪旅客在臺北市遊覽觀光景點依序為臺北 101、夜市、中正紀念堂、艋舺龍山寺等；紐澳受訪旅客在臺北市遊覽觀光景點依序為臺北 101、故宮博物院、夜市、信義計畫區商圈等。

就大陸市場不同旅遊型態而言，大陸觀光團受訪旅客在臺北市遊覽觀光景點依序為故宮博物院、臺北 101、國父紀念館、夜市、中正紀念堂、士林官邸、總統府等；大陸自由行受訪旅客在臺北市遊覽觀光景點依序為夜市、臺北 101、故宮博物院、中正紀念堂、西門町、國父紀念館、信義計畫區商圈等。

旅客遊覽臺北市觀光夜市以到訪士林夜市者最多(每百人次有 55 人次)，饒河街夜市次之(每百人次有 12 人次)，寧夏夜市再次之(每百人次有 10 人次)。

表 1 102 年受訪旅客遊覽觀光景點排名

名次	遊覽景點	人次	相對次數(人次/每百人次)
1	夜 市	2,560	70.56
2	臺 北 1 0 1	2,340	64.50
3	故 宮 博 物 院	1,931	53.22
4	中 正 紀 念 堂	1,508	41.57
5	西 門 町	1,237	34.10
6	國 父 紀 念 館	1,136	31.31
7	士 林 官 邸	732	20.18
8	艋 舂 龍 山 寺	609	16.79
9	信 義 計 畫 區 商 圈	508	14.00
10	總 統 府	472	13.01

註：本題「曾遊覽觀光景點」最多填寫 15 個印象較深刻的景點。

二、故宮博物院為旅客最喜歡的臺北市熱門景點。

受訪旅客遊覽的臺北市熱門景點依序為故宮博物院(喜歡比率 43.71%)、北投(喜歡比率 29.60%)、西門町(喜歡比率 29.02%)、臺北 101(喜歡比率 27.65%)、夜市(喜歡比率 18.95%)及艋舂龍山寺(喜歡比率 18.56%)等。

就主要市場而言，日本、大陸、韓國及美國受訪旅客最喜歡景點皆為故宮博物院；香港、澳門受訪旅客最喜歡景點為北投；新加坡受訪旅客最喜歡景點為陽明山；馬來西亞受訪旅客最喜歡景點為西門町；歐洲受訪旅客最喜歡景點為臺北 101；紐澳受訪旅客最喜歡景點為木柵貓空。

就大陸市場不同旅遊型態而言，大陸觀光團受訪旅客最喜歡景點依序為故宮博物院及臺北 101；大陸自由行受訪旅客最喜歡景點依序為故宮博物院、陽明山及北投。

表 2 102 年受訪旅客最喜歡熱門景點排名

名次	最喜歡景點	到訪相對次數(人次/每百人次)	喜歡比率
1	故宮博物院	53.22	43.71%
2	北投	10.34	29.60%
3	西門町	34.10	29.02%
4	臺北 101	64.50	27.65%
5	夜市	70.56	18.95%
6	艋舺龍山寺	16.79	18.56%
7	士林官邸	20.18	11.07%
8	信義計畫區商圈	14.00	10.04%
9	忠烈祠	10.17	9.49%
10	中正紀念堂	41.57	7.63%

註：1.本題「最喜歡景點」僅能就曾遊覽過的景點中選一個。

2.喜歡比率=(最喜歡該景點人數/曾遊覽過該景點人數)×100%。

3.喜歡比率之排序以景點到訪相對次數達 10(人次/每百人次)以上者計算。

三、受訪旅客為在臺北市平均停留天數 3.61 天。

受訪旅客在臺北市平均停留天數為 3.61 天，三大主要市場中，依序為香港澳門(3.56 天)、日本(3.53 天)及大陸(2.76 天)；大陸觀光團平均停留天數為 2.02 天，大陸自由行平均停留天數為 7.91 天。

表 3 102 年受訪旅客在臺北市平均停留天數 - 依主要市場分

單位：天

項目別	市場別									
	全體	日本	大陸	香港 澳門	新加坡	韓國	馬來 西亞	美國	歐洲	紐澳
在臺北市平均停留天數	3.61	3.53	2.76	3.56	3.77	3.90	4.39	4.84	6.41	4.91
標準誤	0.07	0.10	0.07	0.07	0.15	0.53	0.35	0.46	0.76	0.69

註：「歐洲」市場含「英國」、「法國」、「德國」及「歐洲其他地區」等 4 個居住地；其餘居住地並未列入。

表 4 102 年大陸受訪旅客在臺北市平均停留天數 - 依旅遊型態分

單位：天

項目別	市場別		
	大陸全體	大陸觀光團	大陸自由行
在臺北市平均停留天數	2.76	2.02	4.21
標準誤	0.07	0.02	0.20

四、住宿旅館旅客中，六成七以一般旅館為主，對投宿旅館的整體滿意度為八成二。

受訪旅客在臺北市主要住宿於旅館(每百人次有 87 人次)，其中住宿旅館類型依序為一般旅館(占 66.60%)、國際觀光旅館(占 23.80%)及一般觀光旅館(占 9.60%)；旅客對全體旅館的整體滿意度為 81.87%，其中國際觀光旅館滿意度最高(90.16%)，其次為一般旅館(89.10%)及一般觀光旅館(78.35%)。

表 5 102 年受訪旅客主要住宿旅館類型

主要住宿旅館類型	人數	百分比
總計	2,647	100.00%
一般旅館	1,763	66.60%
國際觀光旅館	630	23.80%
一般觀光旅館	254	9.60%

表 6 102 年受訪旅客對臺北市最主要住宿旅館的整體滿意度

單位：%

人數 列百分比	總計	滿意度			普通	不滿意度		
		合計	非常滿意	滿意		合計	不滿意	非常不滿意
總計	2,647	2,167	984	1,183	410	70	51	19
	100.00%	81.87%	37.17%	44.69%	15.49%	2.64%	1.93%	0.72%
一般旅館	1,763	1,400	551	849	305	58	42	16
	100.00%	89.10%	40.94%	48.16%	17.30%	3.29%	2.38%	0.91%
國際觀光旅館	630	568	329	239	60	2	1	1
	100.00%	90.16%	52.22%	37.94%	9.52%	0.32%	0.16%	0.16%
一般觀光旅館	254	199	104	95	45	10	8	2
	100.00%	78.35%	40.94%	37.40%	17.72%	3.94%	3.15%	0.79%

參、消費概況

一、102 年臺北市觀光外匯總收入為 58 億 1,300 萬美元。

102 年受訪旅客在臺北市平均每人每日消費為 228.78 美元，其中以購物費所占比率最高(占 45.88%)，其次為旅館內支出費(占 25.04%)、旅館外餐飲費(占 13.62%)等。

就到訪臺北市主要目的而言，以觀光目的旅客(平均每人每日 236.69 美元)在臺北市的消費力為最高，其次為業務目的旅客(平均每人每日 234.63 美元)，第三為國際會議或展覽旅客(平均每人每日 224.13 美元)。

就主要市場而言，以大陸旅客(平均每人每日 313.96 美元)在臺北市消費力為最高，其次為美國旅客(平均每人每日 242.27 美元)、紐澳旅客(平均每人每日 238.83 美元)、日本旅客(平均每人每日 215.62 美元)、新加坡旅客(平均每人每日 212.51 美元)及韓國旅客(平均每人每日 186.87 美元)等；進一步由購物費觀察，則依序為大陸(平均每人每日 215.43 美元)、新加坡(平均每人每日 67.64 美元)、馬來西亞(平均每人每日 65.85 美元)、紐澳(平均每人每日 63.37 美元)、香港、澳門(平均每人每日 59.31 美元)及日本(平均每人每日 53.03 美元)等。

表 7 102 年受訪旅客在臺北市平均每人每日消費金額

- 依到訪臺北市主要目的分

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	228.78	57.30	31.16	26.06	7.48	1.81	104.97
	結構比	100.00%	25.04%	13.62%	11.39%	3.27%	0.79%	45.88%
觀 光	金 額	236.69	48.63	31.40	28.03	7.95	1.84	118.84
	結構比	100.00%	20.54%	13.26%	11.84%	3.36%	0.78%	50.21%
業 務	金 額	234.63	122.57	35.54	20.97	6.70	1.15	47.70
	結構比	100.00%	52.24%	15.15%	8.94%	2.86%	0.49%	20.33%
國際會議 或 展 覽	金 額	224.13	87.81	19.45	14.98	11.27	5.01	85.60
	結構比	100.00%	39.18%	8.68%	6.68%	5.03%	2.24%	38.19%
探 親 或 訪 友	金 額	124.70	35.86	25.34	10.70	6.25	0.92	45.63
	結構比	100.00%	28.76%	20.32%	8.58%	5.01%	0.73%	36.59%

表 8 102 年受訪旅客在臺北市平均每人每日消費細項 - 依主要市場分

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	228.78	57.30	31.16	26.06	7.48	1.81	104.97
	結構比	100.00%	25.04%	13.62%	11.39%	3.27%	0.79%	45.88%
日 本	金 額	215.62	80.01	33.18	34.73	13.27	1.40	53.03
	結構比	100.00%	37.11%	15.39%	16.11%	6.15%	0.65%	24.59%
大 陸	金 額	313.96	31.03	29.60	30.12	5.96	1.83	215.43
	結構比	100.00%	9.88%	9.43%	9.59%	1.90%	0.58%	68.62%
香 港 澳 門	金 額	177.48	58.42	34.00	17.23	5.75	2.77	59.31
	結構比	100.00%	32.92%	19.16%	9.71%	3.24%	1.56%	33.42%
新 加 坡	金 額	212.51	82.06	33.99	20.35	7.61	0.85	67.64
	結構比	100.00%	38.61%	15.99%	9.58%	3.58%	0.40%	31.83%
韓 國	金 額	186.87	72.33	36.08	30.92	6.69	2.74	38.11
	結構比	100.00%	38.71%	19.31%	16.54%	3.58%	1.46%	20.39%
馬 來 西 亞	金 額	155.50	43.23	23.17	15.65	4.99	2.61	65.85
	結構比	100.00%	27.80%	14.90%	10.06%	3.21%	1.68%	42.35%
美 國	金 額	242.27	141.00	44.49	20.10	8.44	2.16	26.08
	結構比	100.00%	58.20%	18.36%	8.29%	3.49%	0.89%	10.77%
歐 洲	金 額	160.95	96.11	26.10	15.32	8.21	2.06	13.16
	結構比	100.00%	59.71%	16.21%	9.52%	5.10%	1.28%	8.18%
紐 澳	金 額	238.83	100.22	34.75	26.95	7.74	5.79	63.37
	結構比	100.00%	41.96%	14.55%	11.29%	3.24%	2.42%	26.53%

註：「歐洲」市場包含「英國」、「法國」、「德國」及「歐洲其他地區」等 4 個居住地。

二、大陸觀光團旅客在臺北市平均每人每日平均消費為 338.00 美元，高於日本觀光團旅客之 259.18 美元。

102 年大陸與日本觀光團旅客相比較，大陸觀光團旅客在臺北市平均每人每日消費為 338.00 美元，高於日本觀光團旅客之 259.18 美元。

進一步由購物費觀察，大陸觀光團旅客在臺北市平均每人每日購物費為 253.78 美元，高於日本觀光團旅客之 76.49 美元。

由購物費之細項消費觀察，大陸觀光團旅客以購買名產或特產的比率最高，占 25.38%，其次為化妝品或香水類(占 21.08%)及珠寶或玉器類(占 18.02%)。日本觀光團旅客以購買名產或特產的比率最高，占 58.35%，其次為茶葉(占 12.61%)及服飾或相關配件(占 8.56%)。

表 9 102 年到訪臺北市全體、日本及大陸觀光團旅客之平均每人每日消費支出

單位：美元

類別	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	304.32	24.29	30.59	40.21	9.06	2.37	197.80
觀光團結構比	100.00%	7.98%	10.05%	13.21%	2.98%	0.78%	65.00%
日本金額	259.18	47.37	41.94	70.02	19.95	3.40	76.49
觀光團結構比	100.00%	18.28%	16.18%	27.02%	7.70%	1.31%	29.51%
大陸金額	338.00	17.80	26.43	31.75	6.26	1.97	253.78
觀光團結構比	100.00%	5.27%	7.82%	9.39%	1.85%	0.58%	75.08%

表 10 102 年到訪臺北市全體、日本及大陸觀光團旅客平均每人每日購物費之細項消費

單位：美元

購物費消費項目	全體觀光團旅客		日本觀光團旅客		大陸觀光團旅客	
	消費金額	百分比	消費金額	百分比	消費金額	百分比
總計	197.80	100.00%	76.49	100.00%	253.78	100.00%
服飾或相關配件	31.99	16.17%	6.55	8.56%	45.68	18.00%
珠寶或玉器類	33.24	16.80%	5.73	7.49%	45.73	18.02%
紀念品或手工藝品類	8.38	4.24%	2.73	3.57%	10.51	4.14%
化妝品或香水類	<u>39.18</u>	<u>19.81%</u>	4.33	5.66%	<u>53.49</u>	<u>21.08%</u>
名產或特產	<u>58.15</u>	<u>29.40%</u>	<u>44.64</u>	<u>58.35%</u>	<u>64.41</u>	<u>25.38%</u>
煙或酒類	11.39	5.76%	1.56	2.03%	15.82	6.23%
中藥或健康食品	1.74	0.88%	0.13	0.17%	1.65	0.65%
電子或電器用品	8.19	4.14%	0.25	0.33%	11.56	4.55%
茶葉	4.03	2.04%	<u>9.65</u>	<u>12.61%</u>	2.91	1.15%
其他	1.52	0.77%	0.94	1.22%	2.03	0.80%

肆、對臺北市最深刻的印象

一、人情味濃厚、美味菜餚及逛夜市為旅客對臺北市最深刻的印象。

受訪旅客對臺北市最深刻的印象依序為人情味濃厚(每百人次有 41 人次)、美味菜餚(每百人次有 39 人次)、逛夜市(每百人次有 39 人次)、景點(每百人次有 21 人次)等。

就主要市場而言，日本受訪旅客對美味菜餚、逛夜市、人情味濃厚、寺廟參訪、歷史古蹟、景點、水果及美容醫療印象最深刻；大陸受訪旅客對人情味濃厚、逛夜市、美味菜餚、水果、歷史古蹟、景點及街道乾淨印象最深刻；香港、澳門受訪旅客對逛夜市、美味菜餚、人情味濃厚、景點、泡溫泉及水果印象最深刻；新加坡受訪旅客對逛夜市、美味菜餚、人情味濃厚及景點印象最深刻；韓國受訪旅客對美味菜餚、逛夜市、人情味濃厚、歷史古蹟、景點、水果及泡溫泉印象最深刻；馬來西亞受訪旅客對逛夜市、美味菜餚、人情味濃厚、景點及泡溫泉印象最深刻；美國受訪旅客對人情味濃厚、美味菜餚、逛夜市及景點印象最深刻；歐洲受訪旅客對人情味濃厚、美味菜餚、逛夜市、寺廟參訪、街道乾淨、景點及捷運印象最深刻；紐澳受訪旅客對人情味濃厚、美味菜餚及景點印象最深刻。

表 11 102 年受訪旅客對臺北市最深刻的印象 - 依主要市場分

全體			日本		
項目	人次	相對次數	項目	人次	相對次數
人情味濃厚	1,493	41.15	美味菜餚	365	52.67
美味菜餚	1,423	39.22	逛夜市	294	42.42
逛夜市	1,404	38.70	人情味濃厚	272	39.25
景點	774	21.33	寺廟參訪	142	20.49
水果	647	17.83	歷史古蹟	113	16.31
歷史古蹟	634	17.48	景點	106	15.30
寺廟參訪	278	7.66	水果	100	14.43
泡溫泉	248	6.84	美容醫療	89	12.84
24 小時書店	232	6.39	都會不夜城	50	7.22
街道乾淨	208	5.73	泡溫泉	24	3.46
都會不夜城	173	4.77	地方特產	18	2.60
地方特產	158	4.36	捷運	17	2.45
美容醫療	119	3.28	24 小時書店	11	1.59
排隊守秩序	104	2.87	節慶活動	4	0.58
捷運	103	2.84	排隊守秩序	3	0.43
單車賞景	24	0.66	藝文展演	2	0.29
藝文展演	15	0.41	街道乾淨	2	0.29
節慶活動	13	0.36	單車賞景	1	0.14
大陸			香港.澳門		
項目	人次	相對次數	項目	人次	相對次數
人情味濃厚	624	45.71	逛夜市	365	58.21
逛夜市	429	31.43	美味菜餚	347	55.34
美味菜餚	396	29.01	人情味濃厚	243	38.76
水果	377	27.62	景點	173	27.59
歷史古蹟	366	26.81	泡溫泉	95	15.15
景點	330	24.18	水果	81	12.92
街道乾淨	146	10.70	歷史古蹟	62	9.89
24 小時書店	124	9.08	24 小時書店	58	9.25
地方特產	81	5.93	都會不夜城	39	6.22
排隊守秩序	57	4.18	地方特產	29	4.63
泡溫泉	53	3.88	捷運	21	3.35
寺廟參訪	37	2.71	街道乾淨	19	3.03
都會不夜城	37	2.71	排隊守秩序	18	2.87
捷運	28	2.05	寺廟參訪	14	2.23
美容醫療	18	1.32	單車賞景	7	1.12
單車賞景	8	0.59	藝文展演	6	0.96
藝文展演	4	0.29	美容醫療	2	0.32
節慶活動	1	0.07	節慶活動	1	0.16

註：1.本題「對臺北市最深刻的印象」為複選題。

2.「-」表示無調查樣本，相對次數單位為「每百人次有幾人次」。

表 11 102 年受訪旅客對臺北市最深刻的印象 - 依主要市場分(續 1)

新加坡			韓國		
項目	人次	相對次數	項目	人次	相對次數
逛 夜 市	61	49.19	美 味 菜 餚	47	37.30
美 味 菜 餚	52	41.94	逛 夜 市	38	30.16
人 情 味 濃 厚	43	34.68	人 情 味 濃 厚	26	20.63
景 點	21	16.94	歷 史 古 蹟	25	19.84
泡 溫 泉	10	8.06	景 點	20	15.87
歷 史 古 蹟	9	7.26	水 果	18	14.29
都 會 不 夜 城	9	7.26	泡 溫 泉	17	13.49
地 方 特 產	9	7.26	寺 廟 參 訪	11	8.73
24 小 時 書 店	9	7.26	捷 運	7	5.56
水 果	8	6.45	排 隊 守 秩 序	5	3.97
寺 廟 參 訪	4	3.23	都 會 不 夜 城	4	3.17
排 隊 守 秩 序	3	2.42	24 小 時 書 店	4	3.17
美 容 醫 療	3	2.42	美 容 醫 療	3	2.38
藝 文 展 演	1	0.81	地 方 特 產	3	2.38
捷 運	1	0.81	藝 文 展 演	1	0.79
節 慶 活 動	-	-	街 道 乾 淨	1	0.79
街 道 乾 淨	-	-	單 車 賞 景	1	0.79
單 車 賞 景	-	-	節 慶 活 動	-	-
馬來西亞			美國		
項目	人次	相對次數	項目	人次	相對次數
逛 夜 市	109	62.29	人 情 味 濃 厚	84	48.28
美 味 菜 餚	63	36.00	美 味 菜 餚	64	36.78
人 情 味 濃 厚	55	31.43	逛 夜 市	31	17.82
景 點	19	10.86	景 點	22	12.64
泡 溫 泉	19	10.86	水 果	17	9.77
水 果	12	6.86	歷 史 古 蹟	15	8.62
歷 史 古 蹟	11	6.29	寺 廟 參 訪	11	6.32
寺 廟 參 訪	10	5.71	都 會 不 夜 城	8	4.60
24 小 時 書 店	9	5.14	泡 溫 泉	7	4.02
地 方 特 產	8	4.57	24 小 時 書 店	6	3.45
捷 運	7	4.00	街 道 乾 淨	5	2.87
街 道 乾 淨	6	3.43	捷 運	5	2.87
都 會 不 夜 城	5	2.86	節 慶 活 動	3	1.72
排 隊 守 秩 序	4	2.29	排 隊 守 秩 序	3	1.72
單 車 賞 景	2	1.14	美 容 醫 療	2	1.15
美 容 醫 療	2	1.14	單 車 賞 景	1	0.57
藝 文 展 演	1	0.57	地 方 特 產	1	0.57
節 慶 活 動	-	-	藝 文 展 演	-	-

註：1.本題「對臺北市最深刻的印象」為複選題。

2.「-」表示無調查樣本，相對次數單位為「每百人次有幾人次」。

表 11 102 年受訪旅客對臺北市最深刻的印象 - 依主要市場分(續完)

歐洲			紐澳		
項目	人次	相對次數	項目	人次	相對次數
人情味濃厚	64	49.61	人情味濃厚	10	43.48
美味菜餚	39	30.23	美味菜餚	8	34.78
逛夜市	30	23.26	景點	7	30.43
寺廟參訪	27	20.93	水果	4	17.39
街道乾淨	20	15.50	歷史古蹟	4	17.39
景點	18	13.95	泡溫泉	3	13.04
捷運	13	10.08	逛夜市	3	13.04
歷史古蹟	10	7.75	捷運	2	8.70
都會不夜城	7	5.43	排隊守秩序	2	8.70
泡溫泉	7	5.43	街道乾淨	2	8.70
水果	7	5.43	寺廟參訪	1	4.35
排隊守秩序	6	4.65	24小時書店	1	4.35
24小時書店	4	3.10	單車賞景	-	-
地方特產	3	2.33	都會不夜城	-	-
單車賞景	2	1.55	藝文展演	-	-
藝文展演	-	-	美容醫療	-	-
節慶活動	-	-	地方特產	-	-
美容醫療	-	-	節慶活動	-	-

註：1.本題「對臺北市最深刻的印象」為複選題。

2.「-」表示無調查樣本，相對次數單位為「每百人次有幾人次」。

伍、基本資料

一、旅客工作別以專業人員最多。

到訪臺北市受訪旅客以專業人員最多，占 29.19%，第二為事務支援人員，占 16.26%，第三為民意代表、主管及經理人員，占 14.14%。

表 12 102 年受訪旅客之工作別分布

工作別	人數	百分比
總計	3,628	100.00%
民意代表、主管及經理人員	513	14.14%
專業人員	1,059	29.19%
技術員及助理專業人員	211	5.82%
事務支援人員	590	16.26%
服務及銷售工作人員	374	10.31%
農、林、漁、牧生產人員	22	0.61%
技藝有關工作人員	24	0.66%
機械設備操作及組裝人員	9	0.25%
基層技術工及勞力工	21	0.58%
家庭管理	174	4.80%
學生	348	9.59%
退休人員	232	6.39%
其他	33	0.91%
未回答	18	0.50%

二、旅客教育程度以大專以上居多，年收入以無固定收入、15,000-29,999 美元及 10,000 美元以下居多。

到訪臺北市受訪旅客最高學歷以「大專以上」最多，占 79.52%。受訪旅客平均年收入約為 32,966.90 美元，其中無固定收入為最多，占 18.94%，其次為 15,000-29,999 美元，占 15.10%，第三為 10,000 美元以下，占 14.61%。

表 13 102 年受訪旅客之最高學歷分布

最高學歷	人數	百分比
總計	3,628	100.00%
小學肄畢	34	0.94%
中學肄畢(含高職)	662	18.25%
大專以上	2,885	79.52%
其他	2	0.06%
未回答	45	1.24%

表 14 102 年受訪旅客之年收入分布

年收入	人數	百分比
總計	3,628	100.00%
10,000 美元以下	530	14.61%
10,000 - 14,999 美元	469	12.93%
15,000 - 29,999 美元	548	15.10%
30,000 - 39,999 美元	413	11.38%
40,000 - 69,999 美元	428	11.80%
70,000 - 99,999 美元	205	5.65%
100,000 美元以上	285	7.86%
無固定收入	687	18.94%
未回答	63	1.74%

2013 Annual Survey Report on Visitors Expenditure and Trends in Taipei City Summary

The Department of Information and Tourism, Taipei City expects to understand the tendencies, viewpoints, and consumption of the inbound visitors who had ever stayed in Taipei City in 2013 to supply reference material to tourist related organizations to improve sightseeing facilities in Taipei City and to plan international tourism advertising and marketing strategies. The survey can be a source of information to estimate the amount of visitor expenditures. Here at the Department of Information and Tourism, Taipei City, we proceeded with the survey at the Taiwan Taoyuan International Airport, Kaohsiung International Airport and Taipei Songshan Airport, interviewing inbound visitors, as they were about to leave Taiwan.

The objects of this survey were the foreign and overseas Chinese inbound visitors from January 1 to December 31, 2013 (excluding the foreign and overseas Chinese transit visitors). This survey still adopted the method of "Quota Sampling", which conformed best to the control of working standards and the characteristics of the samples to achieve random and sample representatives. The number of valid samples was 4,132 persons in total, including 3,628 persons who had ever stayed in Taipei City, with visiting rate 87.80%, from January to December, 2013.

The major investigative results of this survey were classified into "Related Indices of the Inbound Visitors in Taipei City", "Inbound Visitors' Behavior in Taipei City", "Inbound Visitors' Consumption in Taipei City", "Inbound Visitors' Most Impression Parts of Taipei City" and "Basic Information of the Inbound Visitors Who Had Ever Stayed in Taipei City".

I. Related Indices of the Inbound Visitors in Taipei City

8,016,280 persons	Number of inbound visitors in Taiwan
87.80%	Visiting rate of inbound visitors who had ever stayed in Taipei City
7,038,294 persons	Number of inbound visitors who had ever stayed in Taipei City
US\$5,813 million	Total annual amount in visitor expenditures in Taipei City
US\$825.90	Per capita inbound visitor spending in Taipei City
3.61 days	Average length of stay (days) for all inbound visitors who had ever stayed in Taipei City
US\$228.78	Average daily expenditures in Taipei City per visitor
81.87%	Overall satisfaction on hotels in Taipei City of inbound visitors who had ever stayed in Taipei City as a percentage of the total

II. Inbound Visitors' Behavior in Taipei City

A. Night markets, Taipei 101, National Palace Museum, Chiang Kai-shek Memorial Hall, Ximending and Dr. Sun Yat-sen Memorial Hall were the major scenic spots for the inbound visitors who had ever stayed in Taipei City.

The major scenic spots the inbound visitors visited were night markets (71 persons per hundred), Taipei 101 (65 persons per hundred), National Palace Museum (53 persons per hundred), Chiang Kai-shek Memorial Hall (42 persons per hundred) , Ximending (34 persons per hundred) and Dr. Sun Yat-sen Memorial Hall (31 persons per hundred), etc.

In terms of the major tourism markets, Japanese visitors mostly visited night markets, National Palace Museum, Taipei 101, Longshan Temple , Chiang Kai-shek Memorial Hall and Taipei Martyrs' Shrine. Mainland Chinese visitors mostly visited National Palace Museum, Taipei 101, night markets, Dr. Sun Yat-sen Memorial Hall, Chiang Kai-shek Memorial Hall, Shilin Official Residence and Presidential Office Building. Visitors come from Hong Kong/Macao mostly visited night markets, Ximending and Taipei 101. Singaporean visitors mostly visited night markets, Ximending, Taipei 101 and Wufenpu Garment Wholesale Area. Korean visitors mostly visited night markets, Taipei 101, National Palace Museum, Chiang Kai-shek Memorial Hall, Longshan Temple, Ximending and Taipei Martyrs' Shrine. Malaysian visitors mostly visited night markets, Taipei 101, Ximending, Chiang Kai-shek Memorial Hall, Wufenpu Garment Wholesale Area and National Palace Museum. American visitors mostly visited Taipei 101 and night markets. European visitors mostly visited Taipei 101, night markets, Chiang Kai-shek Memorial Hall and Longshan Temple. And visitors come from Australia/New Zealand mostly visited Taipei 101, National Palace Museum, night markets and Xinyi Shopping Distric.

In terms of the different types of Mainland China markets, the inbound group visitors with sightseeing as their purpose from Mainland China mostly visited National Palace Museum, Taipei 101, Dr. Sun Yat-sen Memorial Hall, night markets, Chiang Kai-shek Memorial Hall, Shilin Official Residence and Presidential Office Building. The Foreign Independent Travel (FIT) from Mainland China mostly visited night markets, Taipei 101, National Palace Museum, Chiang Kai-shek Memorial Hall, Ximending, Dr. Sun Yat-sen Memorial Hall and Xinyi Shopping District.

The inbound visitors who had ever stayed in Taipei City visiting night markets mostly visited Shilin Tourist Night Market (55 persons per hundred), Raohe Street Tourist Night Market (12 persons per hundred) and Ningxia night market (10 persons per hundred).

Table 1 Ranking of the major scenic spots inbound visitors who had ever stayed in Taipei City visited in 2013

Ranking	Scenic spot	Relative persons (persons per hundred)	Percentage favoring the scenic spot
1	Night markets	2,560	70.56
2	Taipei 101	2,340	64.50
3	National Palace Museum	1,931	53.22
4	Chiang Kai-shek Memorial Hall	1,508	41.57
5	Ximending	1,237	34.10
6	Dr. Sun Yat-sen Memorial Hall	1,136	31.31
7	Shilin Official Residence	732	20.18
8	Longshan Temple	609	16.79
9	Xinyi Shopping District	508	14.00
10	Presidential Office Building	472	13.01

Note: Visitors interviewed were allowed to write down at most 15 scenic spots in this question.

B. National Palace Museum was the favorite scenic spot for the inbound visitors who had ever stayed in Taipei City.

The favorite scenic spot for the inbound visitors who had ever stayed in Taipei City was National Palace Museum (43.71%), Beitou (29.60%) Ximending (29.02%), followed by Taipei 101 (27.65%), night markets (18.95%) and Longshan Temple (18.56%).

In terms of the major tourism markets, the favorite scenic spot for the visitors come from Japan, Mainland China, Korea and U.S.A was National Palace Museum. The favorite scenic spot for the visitors come from Hong Kong/Macao was Beitou. The favorite scenic spot for the visitors come from Singapore was Yangmingshan National Park. The favorite scenic spot for the visitors come from Malaysia was Ximending. The favorite scenic spot for the visitors come from Europe was Taipei 101. The favorite scenic spot for the visitors come from Australia/New Zealand was Maokong Area.

According to different types of travel of Mainland China markets, the favorite scenic spot for the inbound group visitors with sightseeing as their purpose from Mainland China was National Palace Museum, followed by Taipei 101. The favorite scenic spot for the FIT from Mainland China was National Palace Museum, followed by Yangmingshan National Park and Beitou.

Table 2 Ranking of the favorite scenic spots the inbound visitors who had ever stayed in Taipei City visited in 2013

Ranking	Scenic spot	Relative persons (persons per hundred)	Percentage favoring the scenic spot
1	National Palace Museum	53.22	43.71%
2	Beitou	10.34	29.60%
3	Ximending	34.10	29.02%
4	Taipei 101	64.50	27.65%
5	Night markets	70.56	18.95%
6	Longshan Temple	16.79	18.56%
7	Shilin Official Residence	20.18	11.07%
8	Xinyi Shopping District	14.00	10.04%
9	Taipei Martyrs' Shrine	10.17	9.49%
10	Chiang Kai-shek Memorial Hall	41.57	7.63%

- Note:1. Each Visitor can choose only one favorite scenic spot from those he has visited.
 2. Percentage favoring the scenic spot = (man-time favoring the scenic spot / man-time visiting the scenic spot) * 100%
 3. Not included in the calculation if the relative persons visiting the scenic spot doesn't exceed 10 (persons per hundred).

C. Average length of stay in Taipei City was 3.61 days for the inbound visitors who had ever stayed in Taipei City.

The average length of stay in Taipei City was 3.61 days for the inbound visitors who had ever stayed in Taipei City.

In terms of the first three major tourism markets, the average length of stay in Taipei City was 3.56, 3.53 and 2.76 days for the visitors come from Hong Kong/Macao, Japan and Mainland China, respectively.

According to different types of travel of Mainland China markets, the average length of stay in Taipei City was 2.02 days for the inbound group visitors with sightseeing as their purpose from Mainland China.

The average length of stay in Taipei City was 7.91 days for the FIT from Mainland China.

Table 3 The average length of stay in Taipei City for the inbound visitors who had ever stayed in Taipei City visited in 2013 - according to main market

Unit: day		
Main market	Mean	Standard error
All	3.61	0.07
Japan	3.53	0.10
Mainland China	2.76	0.07
Hong Kong/Macao	3.56	0.07
Singapore	3.77	0.15
Korea	3.90	0.63
Malaysia	4.39	0.35
U.S.A	4.84	0.46
Europe	6.41	0.76
Australia /New Zealand	4.91	0.69

Note: European market contains UK, France, Germany and the rest of Europe.

Table 4 The average length of stay in Taipei City for the Mainland China markets in 2013 - according to types of travel

Unit: day		
Types of travel	Mean	Standard error
All Mainland China	2.76	0.07
Sightseeing group	2.02	0.02
FIT	7.91	0.35

D. The inbound visitors who had ever stayed in Taipei City chose General hotels for accommodation is 67%. And their overall satisfaction of their accommodation is 82%, tending to the degrees of Good and Excellent.

The main accommodation for the inbound visitors who had ever stayed in Taipei City was hotel (87 persons per hundred). The choice of accommodation for the inbound visitors in Taipei City was General hotels (66.60%), International tourist hotels (23.80%) and Tourist hotels (9.60%). The rating of the hotel tend to be Good and Excellent (81.87%). The highest rating of the hotels tend to be Good and Excellent was International tourist hotels (90.16%), followed by General hotels (89.10%) and Tourist hotels (78.35%).

Table 5 Types of hotels to stay for the inbound visitors who had ever stayed in Taipei City visited in 2013

Type of hotels	Persons	Percentage
All	2,647	100.00%
General hotels	1,763	66.60%
International tourist hotels	630	23.80%
Tourist hotels	254	9.60%

Table 6 Satisfaction on the Taipei City hotels the inbound visitors who had ever stayed in Taipei City visited in 2013

Persons	Row percentage	Total	Satisfaction		Neutral	Dissatisfaction			
			Sum	Very satisfied		Satisfied	Sum	Dis-satisfied	Very dis-satisfied
All		2,647	2,167	984	1,183	410	70	51	19
		100.00%	81.87%	37.17%	44.69%	15.49%	2.64%	1.93%	0.72%
General hotels		1,763	1,400	551	849	305	58	42	16
		100.00%	89.10%	40.94%	48.16%	17.30%	3.29%	2.38%	0.91%
International tourist hotels		630	568	329	239	60	2	1	1
		100.00%	90.16%	52.22%	37.94%	9.52%	0.32%	0.16%	0.16%
Tourist hotels		254	199	104	95	45	10	8	2
		100.00%	78.35%	40.94%	37.40%	17.72%	3.94%	3.15%	0.79%

III. Inbound Visitors' Consumption in Taipei City

A. The amount of total annual income of visitor expenditure in Taipei City was US\$5,813 million in 2013.

In 2013, the average daily expenditures per visitor visiting Taipei City were US\$228.78. The details of the proportions of consumption, from highest to lowest were as follows: shopping (45.88%), hotel bill (25.04%) and meals excluding hotel meals (13.62%), etc.

According to the different purpose during this visit to Taipei City, the average daily expenditures of the inbound visitors who had ever stayed in Taipei City with sightseeing purpose was US\$236.69 per person which was higher than the inbound visitors who had ever stayed in Taipei City with business purpose (US\$234.63 per person) and international conference or exhibition purpose (US\$224.13 per person).

According to the different markets, the average daily expenditures per visitor from Mainland China and America were the highest two (US\$313.96 and \$242.27 respectively), followed by Australia/New Zealand (\$238.83), Japan (\$215.62), Singapore (\$212.51) and Korea (\$186.87). In addition, the shopping amounts of the inbound visitors who had ever stayed in Taipei City were as follows: Mainland China (US\$215.43), Singapore (US\$67.64), Malaysia (US\$65.85), Australia/New Zealand (US\$63.37), Hong Kong/Macao (US\$59.31) and Japan (US\$53.03).

Table 7 The Average daily expenditures per visitor in 2013 - according to main purpose

Unit: US\$

Main Purpose		Total	Hotel Bills	Meals excluding hotel meals	Local transportation	Entertainment	Miscellaneous expenses	Shopping
All Purposes	Amount of money	228.78	57.30	31.16	26.06	7.48	1.81	104.97
	Percentage	100.00%	25.04%	13.62%	11.39%	3.27%	0.79%	45.88%
Sightseeing	Amount of money	236.69	48.63	31.40	28.03	7.95	1.84	118.84
	Percentage	100.00%	20.54%	13.26%	11.84%	3.36%	0.78%	50.21%
Business	Amount of money	234.63	122.57	35.54	20.97	6.70	1.15	47.70
	Percentage	100.00%	52.24%	15.15%	8.94%	2.86%	0.49%	20.33%
Int' l conference or exhibition	Amount of money	224.13	87.81	19.45	14.98	11.27	5.01	85.60
	Percentage	100.00%	39.18%	8.68%	6.68%	5.03%	2.24%	38.19%
Visiting friends or relatives	Amount of money	124.70	35.86	25.34	10.70	6.25	0.92	45.63
	Percentage	100.00%	28.76%	20.32%	8.58%	5.01%	0.73%	36.59%

Table 8 The average daily expenditures per visitor in 2013 - according to main market

Unit: US\$

Main Market		Total	Hotel Bills	Meals excluding hotel meals	Local transportation	Entertainment	Miscellaneous expenses	Shopping
All	Amount of money	228.78	57.30	31.16	26.06	7.48	1.81	104.97
	Percentage	100.00%	25.04%	13.62%	11.39%	3.27%	0.79%	45.88%
Japan	Amount of money	215.62	80.01	33.18	34.73	13.27	1.40	53.03
	Percentage	100.00%	37.11%	15.39%	16.11%	6.15%	0.65%	24.59%
Mainland China	Amount of money	313.96	31.03	29.60	30.12	5.96	1.83	215.43
	Percentage	100.00%	9.88%	9.43%	9.59%	1.90%	0.58%	68.62%
Hong Kong /Macao	Amount of money	177.48	58.42	34.00	17.23	5.75	2.77	59.31
	Percentage	100.00%	32.92%	19.16%	9.71%	3.24%	1.56%	33.42%
Singapore	Amount of money	212.51	82.06	33.99	20.35	7.61	0.85	67.64
	Percentage	100.00%	38.61%	15.99%	9.58%	3.58%	0.40%	31.83%
Korea	Amount of money	186.87	72.33	36.08	30.92	6.69	2.74	38.11
	Percentage	100.00%	38.71%	19.31%	16.54%	3.58%	1.46%	20.39%
Malaysia	Amount of money	155.50	43.23	23.17	15.65	4.99	2.61	65.85
	Percentage	100.00%	27.80%	14.90%	10.06%	3.21%	1.68%	42.35%
U.S.A	Amount of money	242.27	141.00	44.49	20.10	8.44	2.16	26.08
	Percentage	100.00%	58.20%	18.36%	8.29%	3.49%	0.89%	10.77%
Europe	Amount of money	160.95	96.11	26.10	15.32	8.21	2.06	13.16
	Percentage	100.00%	59.71%	16.21%	9.52%	5.10%	1.28%	8.18%
Australia /New Zealand	Amount of money	238.83	100.22	34.75	26.95	7.74	5.79	63.37
	Percentage	100.00%	41.96%	14.55%	11.29%	3.24%	2.42%	26.53%

Note: European market contains UK, France, Germany and the rest of Europe.

B. The average amount of daily expenditure in Taipei City of each person of the inbound group visitors who had ever stayed in Taipei City with sightseeing purpose from Mainland China was US\$338.00, which was higher than that of Japanese group visitors (US\$258.18).

In 2013, in comparison with Mainland China and Japan inbound group visitors who had ever stayed in Taipei City with sightseeing as their purpose of visiting to Taipei City, the average daily expenditures in Taipei City of each person from Mainland China was US\$338.00, higher than that of Japanese group visitors, which was US\$259.18.

As to shopping, the average daily shopping expenditure of each person of the inbound group visitors who had ever stayed in Taipei City with sightseeing as their purpose of visiting to Taipei City was US\$253.78 by Mainland Chinese group visitors, higher than that of Japanese group visitors, which was US\$76.49.

Detailed shopping expenditure analysis showed that the inbound group visitors who had ever stayed in Taipei City with sightseeing as their purpose of visiting to Taipei City from Mainland China mainly purchased featured food or special products, representing 25.38%, followed by Cosmetics or perfumes (21.08%) and Jewelry or jade (18.02%). The inbound group visitors who had ever stayed in Taipei City with sightseeing as their purpose of visiting to Taipei City from Japan mainly purchased featured food or special products, representing 58.35%, followed by tea (12.61%) and clothes or accessories (8.56%).

Table 9 The average daily expenditures of each person of the inbound group visitors who had ever stayed in Taipei City with sightseeing as their purpose of visiting to Taipei City from Japan and Mainland China interviewed in 2013

Unit: US\$

Main Market Main Purpose		Total	Hotel Bills	Meals excludin g hotel meals	Local transpor- tation	Entertain- ment	Miscella- neous expenses	Shopp- ing
All Sightsee- ing groups	Amount of money	304.32	24.29	30.59	40.21	9.06	2.37	197.80
	Percent- age	100.00%	7.98%	10.05%	13.21%	2.98%	0.78%	65.00%
Japan Sightsee- ing groups	Amount of money	259.18	47.37	41.94	70.02	19.95	3.40	76.49
	Percent- age	100.00%	18.28%	16.18%	27.02%	7.70%	1.31%	29.51%
Mainland China Sightsee- ing groups	Amount of money	338.00	17.80	26.43	31.75	6.26	1.97	253.78
	Percent- age	100.00%	5.27%	7.82%	9.39%	1.85%	0.58%	75.08%

Table 10 The average daily expenditures of shopping details of each person of the inbound group visitors who had ever stayed in Taipei City with sightseeing as their purpose of visiting to Taipei City from Japan and Mainland China interviewed in 2013

Unit: US\$

Shopping Details	All		Japan		Mainland China	
	Sightseeing groups		Sightseeing groups		Sightseeing groups	
	Amount of money	Percent -age	Amount of money	Percent -age	Amount of money	Percent -age
Total	197.80	100.00%	76.49	100.00%	253.78	100.00%
Clothes or accessories	31.99	16.17%	6.55	8.56%	45.68	18.00%
Jewelry or jade	33.24	16.80%	5.73	7.49%	45.73	18.02%
Souvenirs or handicraft products	8.38	4.24%	2.73	3.57%	10.51	4.14%
Cosmetics or perfumes	<u>39.18</u>	<u>19.81%</u>	4.33	5.66%	<u>53.49</u>	<u>21.08%</u>
Featured food or special products	58.15	29.40%	44.64	58.35%	64.41	25.38%
Tobacco or alcohol	11.39	5.76%	1.56	2.03%	15.82	6.23%
Chinese herbal medicine or health food	1.74	0.88%	0.13	0.17%	1.65	0.65%
3C or electronic appliances	8.19	4.14%	0.25	0.33%	11.56	4.55%
Tea	4.03	2.04%	<u>9.65</u>	<u>12.61%</u>	2.91	1.15%
Others	1.52	0.77%	0.94	1.22%	2.03	0.80%

IV. Inbound Visitors' Most Impression Parts of Taipei City

- A. Taipei City' s "local friendliness and hospitality" , "gourmet food" and "night markets sightseeing" were the most impression parts of Taipei City for inbound visitors who had ever stayed in Taipei City.

The most impressive parts of Taipei City according to inbound visitors who had ever stayed in Taipei City were Taipei City' s local friendliness and hospitality (41 persons per hundred), gourmet food (39 persons per hundred) ,night markets sightseeing (39 persons per hundred) and "Tourist spots" (21 persons per hundred).

In terms of the major tourism markets, Japanese visitors were most impressed with Taipei City' s gourmet food, night markets sightseeing, local friendliness and hospitality, temple, historical relics, tourist spots, fruits, and cosmetic and medical treatments. Mainland Chinese visitors were most impressed with Taipei City' s local friendliness and hospitality, night markets sightseeing, gourmet food, fruits, historical relics, tourist spots, and Clean street. Hong Kong/Macao visitors were most impressed with Taipei City' s night markets sightseeing, gourmet food, local friendliness and hospitality, tourist spots, hot spring and fruits. Singapore visitors were most impressed with Taipei City' s night markets sightseeing, gourmet food, local friendliness and hospitality and tourist spots. Korean visitors were most impressed with Taipei City' s gourmet food, night markets sightseeing, local friendliness and hospitality, historical relics, tourist spots, fruits and hot springs. Malaysian visitors were most impressed with Taipei City' s night markets sightseeing, gourmet food, local friendliness and hospitality, tourist spots and hot spring. American visitors were most impressed with Taipei City' s local friendliness and hospitality, gourmet food, night markets sightseeing

and tourist spots. European visitors were most impressed with Taipei City' s local friendliness and hospitality, gourmet food, night markets sightseeing, temple, clean street, tourist spots and Taipei Metro. And visitors come from Australia/New Zealand were most impressed with Taipei City' s local friendliness and hospitality, gourmet food and tourist spots.

Table 11 Ranking of the deepest impression of Taipei City as thought of by inbound visitors who had ever stayed in Taipei City in 2013 - according to main market

All			Japan		
Item	Persons	Relative persons	Item	Persons	Relative persons
Local friendliness and hospitality	1,493	41.15	Gourmet food	365	52.67
Gourmet food	1,423	39.22	Night markets sightseeing	294	42.42
Night markets sightseeing	1,404	38.70	Local friendliness and hospitality	272	39.25
Tourist spots	774	21.33	Temple	142	20.49
Fruits	647	17.83	Historical relics	113	16.31
Historical relics	634	17.48	Tourist spots	106	15.30
Temple	278	7.66	Fruits	100	14.43
Hot springs	248	6.84	Cosmetic and medical treatments	89	12.84
24 hour book stores	232	6.39	Night life	50	7.22
Clean street	208	5.73	Hot springs	24	3.46
Night life	173	4.77	Famous local products	18	2.60
Famous local products	158	4.36	Taipei Metro	17	2.45
Cosmetic and medical treatments	119	3.28	24 hour book stores	11	1.59
Queue and keep discipline	104	2.87	Festival activities	4	0.58
Taipei Metro	103	2.84	Queue and keep discipline	3	0.43
Cycling fun	24	0.66	Cultural events	2	0.29
Cultural events	15	0.41	Clean street	2	0.29
Festival activities	13	0.36	Cycling fun	1	0.14

Note: 1. Visitors interviewed were allowed to choose more than one item in this question.

2. 「-」 means no sample, the unit of relative persons is "persons per hundred."

Table 11 Ranking of the deepest impression of Taipei City as thought of by inbound visitors who had ever stayed in Taipei City in 2013 - according to main market (cont. 1)

Mainland China			Hong Kong/Macao		
items	persons	Relative persons	items	persons	Relative persons
Local friendliness and hospitality	624	45.71	Night markets sightseeing	365	58.21
Night markets sightseeing	429	31.43	Gourmet food	347	55.34
Gourmet food	396	29.01	Local friendliness and hospitality	243	38.76
Fruits	377	27.62	Tourist spots	173	27.59
Historical relics	366	26.81	Hot springs	95	15.15
Tourist spots	330	24.18	Fruits	81	12.92
Clean street	146	10.70	Historical relics	62	9.89
24 hour book stores	124	9.08	24 hour book stores	58	9.25
Famous local products	81	5.93	Night life	39	6.22
Queue and keep discipline	57	4.18	Famous local products	29	4.63
Hot springs	53	3.88	Taipei Metro	21	3.35
Temple	37	2.71	Clean street	19	3.03
Night life	37	2.71	Queue and keep discipline	18	2.87
Taipei Metro	28	2.05	Temple	14	2.23
Cosmetic and medical treatments	18	1.32	Cycling fun	7	1.12
Cycling fun	8	0.59	Cultural events	6	0.96
Cultural events	4	0.29	Cosmetic and medical treatments	2	0.32
Festival activities	1	0.07	Festival activities	1	0.16

Note: 1. Visitors interviewed were allowed to choose more than one item in this question.

2. 「-」 means no sample, the unit of relative persons is "persons per hundred."

Table 11 Ranking of the deepest impression of Taipei City as thought of by inbound visitors who had ever stayed in Taipei City in 2013 - according to main market (cont. 2)

Singapore			Korea		
items	persons	Relative persons	items	persons	Relative persons
Night markets sightseeing	61	49.19	Gourmet food	47	37.30
Gourmet food	52	41.94	Night markets sightseeing	38	30.16
Local friendliness and hospitality	43	34.68	Local friendliness and hospitality	26	20.63
Tourist spots	21	16.94	Historical relics	25	19.84
Hot springs	10	8.06	Tourist spots	20	15.87
Historical relics	9	7.26	Fruits	18	14.29
Night life	9	7.26	Hot springs	17	13.49
Famous local products	9	7.26	Temple	11	8.73
24 hour book stores	9	7.26	Taipei Metro	7	5.56
Fruits	8	6.45	Queue and keep discipline	5	3.97
Temple	4	3.23	Night life	4	3.17
Queue and keep discipline	3	2.42	24 hour book stores	4	3.17
Cosmetic and medical treatments	3	2.42	Cosmetic and medical treatments	3	2.38
Cultural events	1	0.81	Famous local products	3	2.38
Taipei Metro	1	0.81	Cultural events	1	0.79
Festival activities	-	-	Clean street	1	0.79
Clean street	-	-	Cycling fun	1	0.79
Cycling fun	-	-	Festival activities	-	-

Note: 1. Visitors interviewed were allowed to choose more than one item in this question.

2. 「-」 means no sample, the unit of relative persons is "persons per hundred."

Table 11 Ranking of the deepest impression of Taipei City as thought of by inbound visitors who had ever stayed in Taipei City in 2013 - according to main market (cont. 3)

Malaysia			U.S.A		
items	persons	Relative persons	items	persons	Relative persons
Night markets sightseeing	109	62.29	Local friendliness and hospitality	84	48.28
Gourmet food	63	36.00	Gourmet food	64	36.78
Local friendliness and hospitality	55	31.43	Night markets sightseeing	31	17.82
Tourist spots	19	10.86	Tourist spots	22	12.64
Hot springs	19	10.86	Fruits	17	9.77
Fruits	12	6.86	Historical relics	15	8.62
Historical relics	11	6.29	Temple	11	6.32
Temple	10	5.71	Night life	8	4.60
24 hour book stores	9	5.14	Hot springs	7	4.02
Famous local products	8	4.57	24 hour book stores	6	3.45
Taipei Metro	7	4.00	Clean street	5	2.87
Clean street	6	3.43	Taipei Metro	5	2.87
Night life	5	2.86	Festival activities	3	1.72
Queue and keep discipline	4	2.29	Queue and keep discipline	3	1.72
Cycling fun	2	1.14	Cosmetic and medical treatments	2	1.15
Cosmetic and medical treatments	2	1.14	Cycling fun	1	0.57
Cultural events	1	0.57	Famous local products	1	0.57
Festival activities	-	-	Cultural events	-	-

Note: 1. Visitors interviewed were allowed to choose more than one item in this question.

2. 「-」 means no sample, the unit of relative persons is "persons per hundred."

Table 11 Ranking of the deepest impression of Taipei City as thought of by inbound visitors who had ever stayed in Taipei City in 2013 - according to main market (end)

Europe			Australia/New Zealand		
items	persons	Relative persons	items	persons	Relative persons
Local friendliness and hospitality	64	49.61	Local friendliness and hospitality	10	43.48
Gourmet food	39	30.23	Gourmet food	8	34.78
Night markets sightseeing	30	23.26	Tourist spots	7	30.43
Temple	27	20.93	Fruits	4	17.39
Clean street	20	15.50	Historical relics	4	17.39
Tourist spots	18	13.95	Hot springs	3	13.04
Taipei Metro	13	10.08	Night markets sightseeing	3	13.04
Historical relics	10	7.75	Taipei Metro	2	8.70
Night life	7	5.43	Queue and keep discipline	2	8.70
Hot springs	7	5.43	Clean street	2	8.70
Fruits	7	5.43	Temple	1	4.35
Queue and keep discipline	6	4.65	24 hour book stores	1	4.35
24 hour book stores	4	3.10	Cycling fun	-	-
Famous local products	3	2.33	Night life	-	-
Cycling fun	2	1.55	Cultural events	-	-
Cultural events	-	-	Cosmetic and medical treatments	-	-
Festival activities	-	-	Famous local products	-	-
Cosmetic and medical treatments	-	-	Festival activities	-	-

Note: 1. Visitors interviewed were allowed to choose more than one item in this question.

2. 「-」 means no sample, the unit of relative persons is "persons per hundred."

V. Basic Information of the Inbound Visitors Who Had Ever Stayed in Taipei City

A. The occupation of the inbound visitors who had ever stayed in Taipei City was mainly professionals.

The main occupation of the inbound visitors who had ever stayed in Taipei City was Professionals (29.19%), Clerical support workers (16.26%), and Legislators, senior officials and managers (14.14%).

Table 12 The frequency distribution of occupation of inbound visitors who had ever stayed in Taipei City in 2013

Occupation	Persons	Percentage
Total	3,628	100.00%
Legislators, Senior Officials and Managers	513	14.14%
Professionals	1,059	29.19%
Technicians and Associate Professionals	211	5.82%
Clerical Support Workers	590	16.26%
Service and Sales Workers	374	10.31%
Skilled Agricultural, Forestry and Fishery Workers	22	0.61%
Craft and Related Trades Workers	24	0.66%
Plant and Machine Operators, and Assemblers	9	0.25%
Elementary Laborers	21	0.58%
Housewife/Househusband	174	4.80%
Student	348	9.59%
Retired	232	6.39%
Others	33	0.91%
Not response	18	0.50%

B. The education level of most inbound visitors who had ever stayed in Taipei City was college level or higher and their annual income was mainly “No fixed income” , “between US\$10,000 and US\$14,999” and “Under US\$10,000”

The highest category of education on the survey for the inbound visitors who had ever stayed in Taipei City was “College, university, graduate school or higher” . Most inbound visitors who had ever stayed in Taipei City (79.52%) were in this category. The average annual income of the inbound visitors who had ever stayed in Taipei City was US\$32,966.90. Those inbound visitors who had ever stayed in Taipei City with “No fixed income” , annual income “Between US\$10,000 and US\$14,999.” and “Under US\$10,000.” were the three major categories which made up 18.94%, 15.10.% and 14.61% of those inbound visitors who had ever stayed in Taipei City, respectively.

Table 13 The frequency distribution of education of inbound visitors who had ever stayed in Taipei City in 2013

Education	Persons	Percentage
Total	3,628	100.00%
Primary school	34	0.94%
Junior high school, senior high school or vocational high school	662	18.25%
College, university, graduate school or higher	2,885	79.52%
Others	2	0.06%
Not response	45	1.24%

Table 14 The frequency distribution of annual income of inbound visitors who had ever stayed in Taipei City in 2013

Annual income (converted to USD)	Persons	Percentage
Total	3,628	100.00%
Under 10,000	530	14.61%
10,000-14,999	469	12.93%
15,000-29,999	548	15.10%
30,000-39,999	413	11.38%
40,000-69,999	428	11.80%
70,000-99,999	205	5.65%
Over 100,000	285	7.86%
No fixed income	687	18.94%
Not response	63	1.74%

壹、調查動機與目的

觀光產業在目前是世界各國普遍重視的無煙囱工業，在創造就業機會、整合各級產業、增加地方收益及賺取外匯的功能上具有顯著效益，在全球經濟發展上扮演極重要的角色，透過發展觀光不僅可帶動城市的發展，同時亦有助於社會人文內涵的提升。

臺北市政府觀光傳播局於民國96年成立後，即以推廣城市觀光及城市行銷為使命，除了竭力推廣臺北市多元豐沛的觀光資源，帶動觀光產業發展與商機，更運用整合行銷宣傳市政，形塑城市形象，建立城市品牌，提昇國際知名度與城市外交能量。進而以「吸引國際觀光客，提高國際能見度」、「促進觀光產業升級，提升旅遊品質」、「增加與民間合作機會，活絡臺北旅遊市場，創造觀光相關產業商機」、「促進縣市合作，增加區域競爭力」及「培植特色觀光圈，協助重點推廣」等五大主軸為臺北市觀光白皮書的核心政策，並依此作為推廣臺北的遊憩休閒、城市魅力、歷史古蹟、人文藝術等重要觀光意象。

由於以往國際觀光旅客來臺北市的旅遊動向、消費金額資料，都只能透過交通部觀光局全國性的調查結果進行推估，為能獲取來臺北市旅客的觀光動向、消費金額第一手資料，臺北市觀光傳播局特別自101年7月份開始，委託專業團隊於桃園國際機場、臺北松山機場、高雄國際機場3處，針對到訪臺北市的國際觀光旅客進行面對面的問卷調查；未來仍將持續進行這項調查研究，以建立臺北市的觀光統計資料庫。

本年調查主要目的在推估民國102年來臺旅客在臺北市的消費金額，瞭解旅客旅遊動機、動向和在臺北期間的消費情況及對臺北市的印象與住宿旅館滿意程度，所得訊息供相關單位訂定觀光宣傳推廣策略、規劃與改善觀光設施及提昇服務品質。如下表1-1所示：

表 1-1 調查目的與說明

調查目的	說明
1. 估算102年來臺旅客到訪臺北市的比率與人次	(1)藉由資料收集，估算102年來臺旅客到訪臺北市的比率與人次。 (2)就居住地、來臺目的、月份及調查地點等不同特性之旅客，進一步分析其到訪臺北市的比率與人次，以做為決策參考。
2. 估算102年臺北市觀光外匯收入與來臺旅客在臺北市的消費狀況	(1)藉由資料收集，瞭解來臺旅客在臺北市的消費狀況，估算102年臺北市觀光外匯收入。 (2)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，以做為決策參考。
3. 瞭解曾到訪臺北市的來臺旅客在結構、特性與旅遊情況，並進一步做市場區隔	(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，可提供旅行社、旅館等相關事業該方面的資訊，以做為其營運決策、行銷管理之參考依據，提供更吸引來臺旅客到訪臺北市的旅遊環境。 (2)就基本資料、到訪臺北市目的及主要市場等不同特性之旅客，進一步分析其在臺北市主要動向狀況，以區隔旅客之需求，做為決策參考。
4. 曾到訪臺北市的來臺旅客對臺北市的印象	調查旅客對臺北市最深刻的印象，提供觀光行銷參考。
5. 提供旅遊業者相關資訊	調查曾到訪臺北市的來臺旅客對旅館住宿的滿意程度，提供業者參考。
6. 提供發展國際會議及展覽市場資訊	瞭解來臺參加國際會議或展覽目的旅客，在臺北市旅遊意向及意見。
7. 提供相關單位訂定營運發展方向與決策參考	(1)分析旅客旅遊不滿意原因，作為相關單位行銷的參考。 (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。

貳、調查實施計畫

一、調查對象及時間

本計畫調查對象為：民國102年1月1日至12月31日間出境且停留夜數90天以內之外籍與華僑旅客(不含過境之外籍、華僑旅客)。

二、調查項目

依據調查目的之需要，本計畫主要調查內容可分為8大類，如表2-1所示。

表2-1 研究調查內容

類別	細項
1. 旅客基本資料	(1) 國籍 (2) 居住地 (3) 年齡 (4) 年收入 (5) 最高學歷 (6) 工作別 (7) 性別
2. 旅遊決策	(1) 最近3年來臺北市次數 (2) 來臺北市前是否曾上網瀏覽相關旅遊資訊 (3) 來臺多久前開始計劃行程 (4) 同行人員 (5) 來臺目的 (6)到訪臺北市目的 (7)旅行方式 (8) 業務及國際會議或展覽目的旅客在臺旅遊意向
3. 旅遊動向	(1) 在臺北市停留天數 (2) 遊覽景點，最喜歡景點、最不喜歡景點及其原因
4. 消費狀況	(1) 在臺北市消費支出金額及結構 (2) 購買物品
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 (3) 未利用餘暇在臺北市旅遊之原因 (4) 對會議或展覽前後的旅遊行程安排之意見
6. 對主要住宿地點整體滿意度	(1) 臺北市主要住宿地點 (2) 對主要住宿旅館之整體滿意度 (3) 對主要住宿青年旅館、活動中心之整體滿意度
7. 來臺經驗滿意度	(1) 此次來臺經驗，對臺北市最深刻的印象
8. 開放式意見	

三、調查方法

本調查實施時間自民國102年1月1日起至12月31日止。

(一) 調查流程

本調查之執行流程如圖2-1：

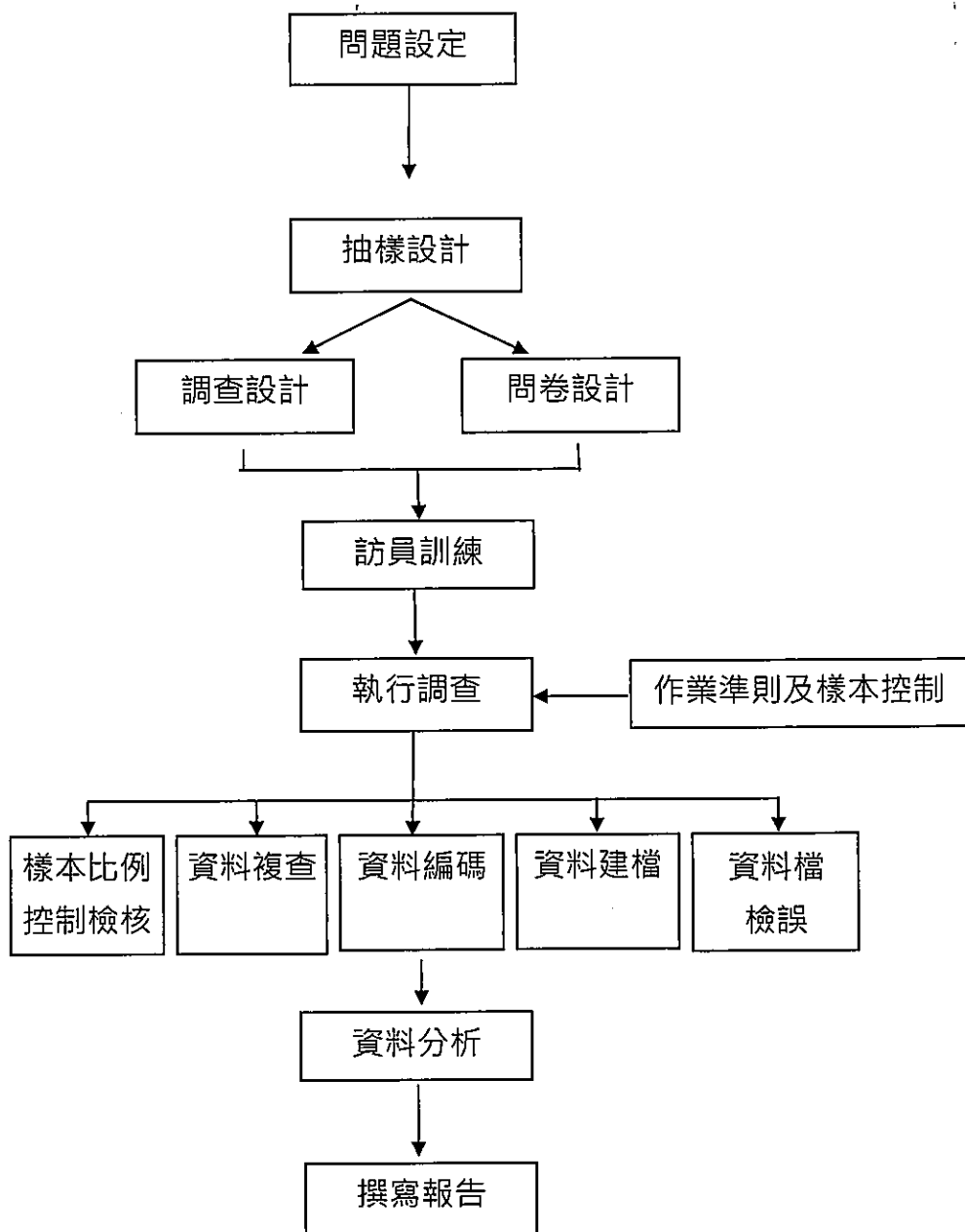


圖2-1 執行流程圖

(二) 調查地點

調查地點分為臺灣桃園國際機場第 1 和第 2 航站、臺北松山機場及高雄國際機場三處，於機場航空公司報到處進行調查。

(三) 調查方式

本調查採用面對面訪問方式，派精通中、英、日及韓語訪員前往調查地點，直接對旅客進行訪視。

四、抽樣設計

(一) 樣本數

本調查要求到訪臺北市的來臺旅客之樣本至少為 3,600 人。

當樣本充分大時，樣本比例的分配近似常態分配，得出估計

誤差為 $d = \frac{z_{\alpha}}{2\sqrt{n}}$ ，本調查設定顯著水準 $\alpha=0.05$ ，102 年到訪臺北市

的來臺旅客之樣本數為 3,628，得出估計誤差約為 $d=0.0163$ 。且由於本調查抽樣時除嚴格控制樣本特徵外，更以調查基準日控制樣本比例，因此實際估計誤差會小於 0.0163。

(二) 抽樣方法

本調查採用配額抽樣法，主要是基於：來臺旅客類型不同、調查成本及可行性的考量等三個因素。訪員取樣時儘量符合作業標準及樣本比例之控制，執行調查訪問。

本調查主要目的之一為估算臺北市觀光外匯收入，因此找到影響觀光外匯收入的 5 個變數，居住地、來臺目的、性別、年齡和月份作為「抽樣控制特徵」。

(三) 樣本之配置與抽取

1. 樣本之配置

配額抽樣 5 個控制特徵變數的組合共有 3,240 種，基於調查成本及可行性的考量，因此本調查首先依據觀光局所提供「民國 101 年來臺旅客公務統計」資料，先對「月份」進行配置，得出各月應配置之樣本數；其次依「累計至當月份各居住地來臺旅客人次」公務統計資料，比例配置當月份各居住地之樣本數；接著再依據「累計至當月來臺旅客性別及來臺目的」公務統計資料，比例配置當月份各居住地各性別之樣本數；最後依據「累計至當月來臺旅客年齡與來臺目的交叉分析」比例配置各類別之樣本數。

5 個控制特徵變數詳細分類為：旅客居住地有日本、大陸、港澳、新加坡、韓國、馬來西亞、亞洲其他地區、美國、加拿大、英國、法國、德國、歐洲其他地區、紐澳、其他地區等 15 個部份；來臺主要目的有觀光、業務及其他 3 類；性別為男性及女性；年齡分為未滿 30 歲、30 歲至未滿 50 歲、50 歲以上等 3 個部份；月份則為 1 至 12 月。

本計畫調查到訪臺北市的來臺旅客之樣本至少為 3,600 人，調查地點分為臺灣桃園國際機場、臺北松山機場及高雄國際機場等 3 處。三處之樣本數將參考公務統計之出境人數，依比例配置。

2. 樣本抽取

本調查以 7 天為一段，4 個星期為一週期，每星期 2 個調查基準日控制樣本比例。另各調查日分為 2 個調查單元時間，7 時至 14 時 59 分為第 1 單元時間，15 時 00 分至 23 時為第 2 單元

時間。抽取過程設計目的在於制訂作業標準，以達隨機抽樣。

(1)每週期第 1 星期的星期日、星期二，第 2 星期的星期一、星期四，第 3 星期的星期三、星期六，第 4 星期的星期五為調查基準日。

(2)奇數週期中如調查基準日屬於星期日、星期一、星期三、星期五時，調查第 1 單元時間，調查基準日屬於星期二、星期四、星期六時，則調查第 2 單元時間。偶數週期中如調查基準日屬於星期二、星期四、星期六時，調查第 1 單元時間，調查基準日屬於星期日、星期一、星期三、星期五時，則調查第 2 單元時間，餘類推。每一調查基準日調查時間內的所有離境機次隨機抽樣。在樣本數分配方面，因第 1 單元時間離境機次較少，故第 1 單元時間調查的樣本數比第 2 單元調查時間略少。

(3)調查基準日應抽出樣本，若不符控制特徵應抽數或因天候、災害等導致調查基準日離境機次為零時，將順延於第 2 天同一單元時間內補充。

以上說明如下表所示：

週序	一	二	三	四
第1單元	星期日	星期一	星期三	星期五
第2單元	星期二	星期四	星期六	

註：第2週期以星期一、四為第1週，以此類推。

每一週期中星期日至星期六的每一天皆控制調查基準日之樣本比例，調查第 1 或第 2 單元時間，因此可以估計月平均消費。

奇數週期與偶數週期調查第 1 單元與第 2 單元時間對調，2 個週期中星期日至星期六的每一天皆安排調查第 1 及第 2 單元時

間，因此可以更穩定估計季平均消費。

(四) 消費金額之估算

由於歷年來臺旅客消費金額呈現右偏分配，因此需做變數變換後，才能取截尾平均數，再估算出平均每人每日總消費金額、平均每人每日各細項消費金額及觀光外匯收入，有關旅客消費金額之估算公式詳見附件二。

五、調查人力配置

(一) 調查研究小組

本調查研究小組由實踐大學企業管理學系(所)副教授盧鴻塋博士、真理大學國際貿易學系副教授龔春生博士、實踐大學資訊科技與管理學系副教授李孟晃博士、本公司專案經理蕭淑俐碩士和研究人員李嘉娥碩士及蔡碧玉碩士所組成。研究小組於每週討論樣本回收情形，控制樣本比例及資料審查，進行樣本代表性分析及概況分析。

(二) 各調查地點之人力配置

茲依各調查地點分述如下

1. 臺灣桃園國際機場與臺北松山機場

臺灣桃園國際機場與臺北松山機場部份之問卷，聘請精通中、英、日、韓等語之大學生、研究生或具訪視經驗之職場人士擔任訪視員，並由本公司具豐富訪視經驗之研究人員擔任輔導員，輔導訪視員根據作業標準訪視調查，解決相關疑難以提升資料品質，並於問卷回收後負責問卷的審核、編碼工作及資料的檢誤。

2. 高雄國際機場

高雄國際機場部份之問卷，由專案經理蕭淑俐碩士依照作業準則負責樣本控制，面訪則由精通英、日語之實踐大學(高雄校區)觀光管理學系及應用外語學系在學或畢業學生擔任訪視員，依據樣本分配進行訪視，並於完訪後將問卷寄交臺北研究小組，完成後續工作。

六、資料檢核與分析

(一) 資料整理與檢核

1.問卷審核：訪視員將完成問卷繳回後，由研究小組輔導員負責問卷審核的工作，以確保調查對象準確及調查問項之填答完整。

2.資料編碼及輸入：由研究小組輔導員負責全部問卷的編碼及鍵入工作。本公司所完成之資料庫儲存程式設計，已具基本的檢誤功能，可避免輸入不在變數值範圍內的數字，以及不正確的跳題輸入。

3.資料檢誤：資料完成電腦建檔後，研究小組輔導員將依問卷內容設計程式檢誤，以檢查出不符邏輯或不合理的資料(例如有在臺北市過夜卻未填選住宿地點)，加以修正或剔除。另外針對異常數值(例如消費金額偏高)向訪視員作進一步的確認(例如使用幣別、消費人數、消費品項等)。

(二) 資料分析

本研究為調查性質之研究計畫，資料呈現以系統化為原則。

資料完成建檔、檢誤後，將以 SPSS、SAS 等統計軟體進行統計分析，探查各變項之分布情形，瞭解資料相關性。同時以卡方檢定法進行個別變數之樣本代表性分析，以評估資料品質。

確認資料品質後，以次數表與交叉表分析旅客特性、市場特性，瞭解旅客來臺消費狀況、旅遊動向、對臺北市之印象等。

分析架構與分析項目，說明如下：

(三) 分析架構

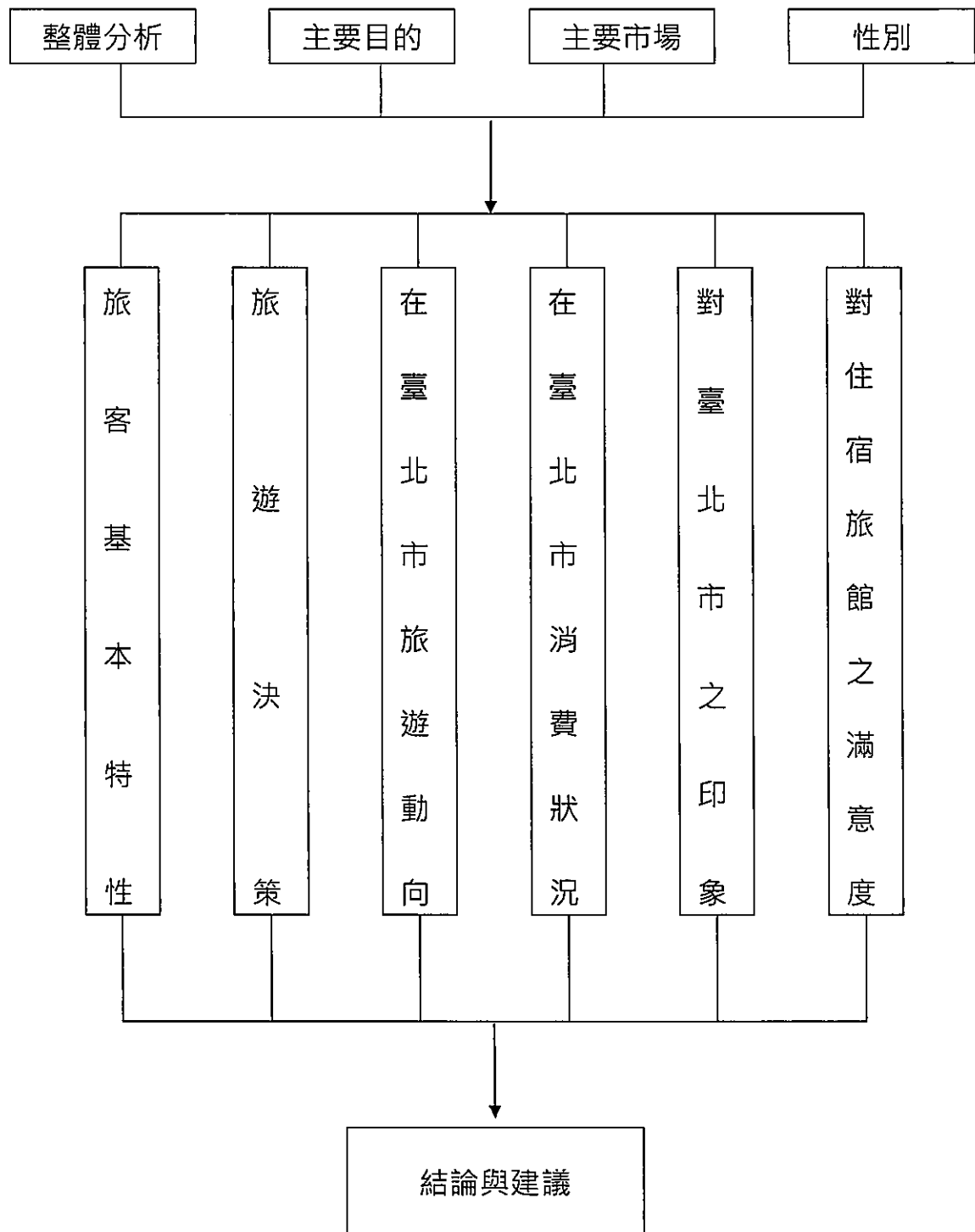


圖 2-2 分析架構圖

(四) 分析項目

1. 整體分析

分析項目	分析內容
(1)旅客基本特性	利用各種資訊，藉以分析本年度到訪臺北市的來臺旅客的基本背景。
(2)旅遊決策分析	藉由本項分析以瞭解本年度來臺旅客在臺北市旅遊決策的特性。
(3)旅客在臺北市旅遊動向分析	藉由本項分析以瞭解來臺旅客在臺北市的遊覽景點、最喜歡及最不喜歡的景點。
(4)旅客消費狀況分析	本項分析可瞭解來臺旅客在臺北市的消費特性，進行消費金額估算，作為估計臺北市觀光事業所帶來外匯收入的參考，並進行結構分析，作為刺激消費之策略參考。
(5)旅客對臺北市之印象	本項分析可以瞭解來臺旅客在臺北市對臺北市最深刻的印象，作為觀光行銷之策略參考。
(6)旅客對旅館之滿意度	提供旅館業者參考。

2. 就不同特性分析

分析項目	分析內容
(1)依基本特性分	瞭解不同基本特性旅客的旅遊動向與消費狀況，如年齡、月份別、調查地點別、臺北市停留天數別等。
(2)依到訪臺北市目的分	瞭解到訪臺北市不同目的旅客之消費狀況，以作為行銷策略的依據。
(3)依主要市場分	瞭解不同市場的旅客之旅遊動向與消費狀況，以作為行銷策略的依據。
(4)依性別分	瞭解不同性別的旅客之消費狀況，以提供相關單位決策依據。

3. 開放式意見整理

參、調查結果

一、來臺旅客到訪臺北市之比率與人次

本調查控制特徵為來臺旅客的居住地、來臺主要目的、年齡、性別及月份。由表 3-1-1 得知 102 年受訪來臺旅客共 4,132 人，其中 3,628 人曾到訪臺北市，到訪比率為 87.80%，到訪臺北市人次為 7,038,496 人次。

表 3-1-1 102 年 1-12 月來臺旅客到訪臺北市之比率與人次

月份	(1) 公務統計 來臺旅客人次	(2) 到訪臺北市 樣本人數	(3) 總樣本數	(4)=(2)÷(3) 到訪臺北市 樣本比率	(5)=(1)×(2)÷(3) 到訪臺北市 人次估計值
總計	8,016,280	3,628	4,132	87.80%	7,038,496*
1 月	527,096	242	278	87.05%	458,839
2 月	572,156	327	372	87.90%	502,944
3 月	759,233	354	405	87.41%	663,626
4 月	691,501	299	347	86.17%	595,847
5 月	617,943	318	361	88.09%	544,338
6 月	637,577	276	309	89.32%	569,486
7 月	635,232	257	301	85.38%	542,374
8 月	686,684	311	351	88.60%	608,429
9 月	674,072	336	374	89.84%	605,583
10 月	679,028	327	365	89.59%	608,335
11 月	731,430	332	381	87.14%	637,362
12 月	804,328	249	288	86.46%	695,409
				各月估計值總計	7,032,572**

註：1. 「*」係以全年樣本估算，基於抽樣設計之考量，本調查採用此方式估算。

2. 「**」係以各月樣本估算後再總計，僅列出供參考。

由表 3-1-2 得知 102 年受訪來臺旅客曾到訪臺北市之比率，居住地以大陸為最多，到訪比率為 97.36%；來臺主要目的以觀光目的為最多，到訪比率為 97.20%。

表 3-1-2 102 年受訪來臺旅客曾到訪臺北市之比率 - 依特性別分

特性別	項目別 人數 列百分比	總計	是否停留臺北市	
			沒有	有
總計		4,132 100.00%	504 12.20%	3,628 87.80%
居住地				
日本		780 100.00%	87 11.15%	693 88.85%
大陸		1,402 100.00%	37 2.64%	1,365 97.36%
香港.澳門		688 100.00%	61 8.87%	627 91.13%
新加坡		145 100.00%	21 14.48%	124 85.52%
韓國		153 100.00%	27 17.65%	126 82.35%
馬來西亞		197 100.00%	22 11.17%	175 88.83%
亞洲其他地區		219 100.00%	103 47.03%	116 52.97%
美國		235 100.00%	61 25.96%	174 74.04%
加拿大		42 100.00%	8 19.05%	34 80.95%
英國		33 100.00%	11 33.33%	22 66.67%
法國		31 100.00%	14 45.16%	17 54.84%
德國		40 100.00%	8 20.00%	32 80.00%
歐洲其他地區		74 100.00%	16 21.62%	58 78.38%
紐澳		31 100.00%	8 25.81%	23 74.19%
其他地區		62 100.00%	20 32.26%	42 67.74%

表 3-1-2 102 年受訪來臺旅客曾到訪臺北市之比率 - 依特性別分(續 1)

特性別	項目別 人數 列百分比	總計	是否停留臺北市	
			沒有	有
總計		4,132 100.00%	504 12.20%	3,628 87.80%
來臺主要目的				
觀光		2,853 100.00%	80 2.80%	2,773 97.20%
業務		728 100.00%	260 35.71%	468 64.29%
國際會議或展覽		98 100.00%	23 23.47%	75 76.53%
探親或訪友		279 100.00%	72 25.81%	207 74.19%
求學		27 100.00%	4 14.81%	23 85.19%
醫療		3 100.00%	1 33.33%	2 66.67%
其他		144 100.00%	64 44.44%	80 55.56%

表 3-1-2 102 年受訪來臺旅客曾到訪臺北市之比率 - 依特性別分(續 2)

特性別	項目別 人數 列百分比	總計	是否停留臺北市	
			沒有	有
總計		4,132 100.00%	504 12.20%	3,628 87.80%
月份				
1月		278 100.00%	36 12.95%	242 87.05%
2月		372 100.00%	45 12.10%	327 87.90%
3月		405 100.00%	51 12.59%	354 87.41%
4月		347 100.00%	48 13.83%	299 86.17%
5月		361 100.00%	43 11.91%	318 88.09%
6月		309 100.00%	33 10.68%	276 89.32%
7月		301 100.00%	44 14.62%	257 85.38%
8月		351 100.00%	40 11.40%	311 88.60%
9月		374 100.00%	38 10.16%	336 89.84%
10月		365 100.00%	38 10.41%	327 89.59%
11月		381 100.00%	49 12.86%	332 87.14%
12月		288 100.00%	39 13.54%	249 86.46%

表 3-1-2 102 年受訪來臺旅客曾到訪臺北市之比率 - 依特性別分(續完)

項目別 特性別 人數 列百分比	總計	是否停留臺北市	
		沒有	有
總計	4,132 100.00%	504 12.20%	3,628 87.80%
調查地點			
臺灣桃園國際機場	3,334 100.00%	300 9.00%	3,034 91.00%
高雄國際機場	360 100.00%	204 56.67%	156 43.33%
臺北松山機場	438 100.00%	- -	438 100.00%

註：「-」表示無調查樣本。

以下針對 102 年曾到訪臺北市之 3,628 位受訪旅客進行分析，並以受訪旅客簡稱之。

二、到訪臺北市受訪旅客基本特性

(一) 居住地

102 年受訪旅客之居住地分布狀況如表 3-2-1 所示。

表 3-2-1 102 年受訪旅客之居住地分布

居 住 地	人 數	百分比
總 計	3,628	100.00%
日 本	693	19.10%
大 陸	1,365	37.62%
香 港 澳 門	627	17.28%
新 加 坡	124	3.42%
韓 國	126	3.47%
馬 來 西 亞	175	4.82%
亞 洲 其 他 地 區	116	3.20%
美 國	174	4.80%
加 拿 大	34	0.94%
英 國	22	0.61%
法 國	17	0.47%
德 國	32	0.88%
歐 洲 其 他 地 區	58	1.60%
紐 澳	23	0.63%
其 他 地 區	42	1.16%

註：其他地區包括美洲其他地區、非洲地區及大洋洲其他地區。

(二) 國籍

102 年受訪旅客之國籍分布狀況如表 3-2-2 所示。

表 3-2-2 102 年受訪旅客之國籍分布

國 籍	人 數	百分比
總 計	3,628	100.00%
日 本	678	18.69%
中 國 大 陸	1,969	54.27%
新 加 坡	99	2.73%
韓 國	125	3.45%
馬 來 西 亞	189	5.21%
亞 洲 其 他 地 區	121	3.34%
美 國	167	4.60%
加 拿 大	42	1.16%
英 國	36	0.99%
法 國	23	0.63%
德 國	39	1.07%
歐 洲 其 他 地 區	68	1.87%
紐 澳	27	0.74%
中 華 民 國	-	-
其 他 地 區	45	1.24%

註：1. 香港、澳門之受訪旅客之國籍併入中國大陸。

2. 「-」表示無調查樣本。

(三) 來臺主要及次要目的

102 年受訪旅客之來臺主要目的分布狀況如表 3-2-3 所示。

表 3-2-3 102 年受訪旅客之來臺主要目的分布

來臺主要目的	人數	百分比
總計	3,628	100.00%
觀光	2,773	76.43%
業務	468	12.90%
國際會議或展覽	75	2.07%
探親或訪友	207	5.71%
求學	23	0.63%
醫療	2	0.06%
其他	80	2.21%

由表 3-2-4 可知，來臺主要目的為業務而次要目的為觀光的受訪旅客，有 54 人，占主要目的為業務受訪旅客的 11.54%；來臺主要目的為探親或訪友而次要目的為觀光之受訪旅客，有 132 人，占主要目的為探親或訪友受訪旅客的 63.77%。

表 3-2-4 102 年受訪旅客來臺主要目的及次要目的交叉分析表

人數 列百分比	來臺次要目的							單一 目的	總計
	觀 光	業 務	國際會議 或展覽	探親或 訪友	求 學	醫 療	其 他		
觀 光		5 0.18%	-	89 3.21%	2 0.07%	1 0.04%	26 0.94%	2,650 95.56%	2,773 100.00%
業 務	54 11.54%		3 0.64%	2 0.43%	-	-	-	409 87.39%	468 100.00%
來 臺 主 要 目 的	國際會議 或展覽	19 25.33%	1 1.33%	3 4.00%	-	-	-	52 69.33%	75 100.00%
	探親或 訪友	132 63.77%	1 0.48%	-	-	-	1 0.48%	73 35.27%	207 100.00%
	求 學	6 26.09%	-	1 4.35%	-	-	-	16 69.57%	23 100.00%
	醫 療	1 50.00%	-	-	-	-	-	1 50.00%	2 100.00%
	其 他	40 50.00%	-	3 3.75%	-	-	-	37 46.25%	80 100.00%

註：「-」表示無調查樣本。

(四) 到訪臺北市主要及次要目的

102 年受訪旅客之到訪臺北市主要目的分布狀況如表 3-2-5 所示。就居住地而言，除英國、歐洲其他地區、美國、德國、亞洲其他地區、其他地區受訪旅客到訪臺北市主要目的以業務為最多外，其餘地區皆以觀光目的為最多。(見附表 1-1)

表 3-2-5 102 年受訪旅客之到訪臺北市主要目的分布

到訪臺北市主要目的	人數	百分比
總計	3,628	100.00%
觀光	2,875	79.24%
業務	416	11.47%
國際會議或展覽	60	1.65%
探親或訪友	187	5.15%
求學	14	0.39%
醫療	1	0.03%
其他	75	2.07%

註：「-」表示無調查樣本。

由表 3-2-6 可知，到訪臺北市主要目的為業務而次要目的為觀光的受訪旅客，有 38 人，占主要目的為業務受訪旅客的 9.13%；到訪臺北市主要目的為探親或訪友而次要目的為觀光的受訪旅客，有 104 人，占主要目的為探親或訪友受訪旅客的 55.61%。

表 3-2-6 102 年受訪旅客到訪臺北市主要目的及次要目的交叉分析表

人數	列百分比	到訪臺北市次要目的							單一目的	總計
		觀光	業務	國際會議或展覽	探親或訪友	求學	醫療	其他		
到訪臺北市主要目的	觀光	6	2	75	1	1	27	2,763	2,875	
		0.21%	0.07%	2.61%	0.03%	0.03%	0.94%	96.10%	100.00%	
	業務	38	3	1	-	-	-	374	416	
		9.13%	0.72%	0.24%	-	-	-	89.90%	100.00%	
	國際會議或展覽	2	1	1	-	-	-	56	60	
		3.33%	1.67%	1.67%	-	-	-	93.33%	100.00%	
	探親或訪友	104	1	-	-	-	1	81	187	
		55.61%	0.53%	-	-	-	0.53%	43.32%	100.00%	
求學	5	-	-	1	-	-	8	14		
	35.71%	-	-	7.14%	-	-	57.14%	100.00%		
醫療	1	-	-	-	-	-	-	1	1	
	100.00%	-	-	-	-	-	-	100.00%	100.00%	
其他	30	-	-	4	-	-	41	75		
	40.00%	-	-	5.33%	-	-	54.67%	100.00%		

註：「-」表示無調查樣本。

(五) 年齡

由表 3-2-7 可知，102 年受訪旅客之年齡分布狀況。受訪旅客平均年齡採用穩健估計量 $(Q_1 + Q_3)/2$ (Q_1 ：第 1 四分位數； Q_3 ：第 3 四分位數) 估算，為 37.45 歲，標準誤則採用 $[(Q_3 - Q_1)/2]/\sqrt{n}$ 估算，為 0.17 歲。

表 3-2-7 102 年受訪旅客之年齡分布

年齡		人數	百分比
總	計	3,628	100.00%
1 2 - 1 9	歲	122	3.36%
2 0 - 2 9	歲	1,110	30.60%
3 0 - 3 9	歲	938	25.85%
4 0 - 4 9	歲	704	19.40%
5 0 - 5 9	歲	465	12.82%
6 0 - 6 5	歲	198	5.46%
6 6 歲 以 上		91	2.51%

(六) 性別

由表 3-2-8 可知，102 年受訪旅客之性別分布狀況。

表 3-2-8 102 年受訪旅客之性別分布

性別		人數	百分比
總	計	3,628	100.00%
男	性	1,626	44.82%
女	性	2,002	55.18%

(七) 月份

由表 3-2-9 可知，102 年各月份受訪旅客之分布狀況。

表 3-2-9 102 年受訪旅客之月份分布

月份	人數	百分比
總計	3,628	100.00%
1 月	242	6.67%
2 月	327	9.01%
3 月	354	9.76%
4 月	299	8.24%
5 月	318	8.77%
6 月	276	7.61%
7 月	257	7.08%
8 月	311	8.57%
9 月	336	9.26%
10 月	327	9.01%
11 月	332	9.15%
12 月	249	6.86%

(八) 最高學歷

由表 3-2-10 可知，102 年受訪旅客之最高學歷分布狀況，受訪旅客最高學歷以大專以上為最多，占 79.52%。

表 3-2-10 102 年受訪旅客之最高學歷分布

最高學歷	人數	百分比
總計	3,628	100.00%
小學肄業	34	0.94%
中學肄業(含高職)	662	18.25%
大專以上	2,885	79.52%
其他	2	0.06%
未回答	45	1.24%

(九) 工作別

由表 3-2-11 可知，102 年受訪旅客之工作別分布狀況，受訪旅客以專業人員為最多，占 29.19%，其次為事務支援人員，占 16.26%，第三為民意代表、主管及經理人員，占 14.14%。

表 3-2-11 102 年受訪旅客之工作別分布

工作別	人數	百分比
總計	3,628	100.00%
民意代表、主管及經理人員	513	14.14%
專業人員	1,059	29.19%
技術員及助理專業人員	211	5.82%
事務支援人員	590	16.26%
服務及銷售工作人員	374	10.31%
農、林、漁、牧生產人員	22	0.61%
技藝有關工作人員	24	0.66%
機械設備操作及組裝人員	9	0.25%
基層技術工及勞力工	21	0.58%
家庭管理	174	4.80%
學生	348	9.59%
退休人員	232	6.39%
其他	33	0.91%
未回答	18	0.50%

(十) 年收入

由表 3-2-12 可知，102 年受訪旅客之年收入分布狀況。受訪旅客平均年收入採用穩健估計量 $(Q_1 + Q_3)/2$ (Q_1 ：第 1 四分位數； Q_3 ：第 3 四分位數) 估算，為 32,966.90 美元，標準誤則採用 $[(Q_3 - Q_1)/2]/\sqrt{n}$ 估算，為 390.45 美元。其中無固定收入為最多，占 18.94%，其次為 15,000-29,999 美元，占 15.10%，第三為 10,000 美元以下，占 14.61%。

表 3-2-12 102 年受訪旅客之年收入分布

年收入	人數	百分比
總計	3,628	100.00%
10,000 美元以下	530	14.61%
10,000 - 14,999 美元	469	12.93%
15,000 - 29,999 美元	548	15.10%
30,000 - 39,999 美元	413	11.38%
40,000 - 69,999 美元	428	11.80%
70,000 - 99,999 美元	205	5.65%
100,000 美元以上	285	7.86%
無固定收入	687	18.94%
未回答	63	1.74%

(十一) 旅行方式

由表 3-2-13 可知，102 年受訪旅客之旅行方式分布狀況。

表 3-2-13 102 年受訪旅客之旅行方式分布

旅行方式	人數	百分比
總計	3,628	100.00%
參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦	1,290	35.56%
自行規劃行程，由旅行社包辦	115	3.17%
請旅行社安排住宿(及代訂機票)	724	19.96%
抵達後曾參加本地旅行社安排的旅遊行程	17	0.47%
抵達後未曾參加本地旅行社安排的旅遊行程	1,482	40.85%

(十二) 調查地點

由表 3-2-14 可知，102 年受訪旅客在各調查地點之分布狀況。

表 3-2-14 102 年受訪旅客在各調查地點之分布

調查地點	人數	百分比
總計	3,628	100.00%
臺灣桃園國際機場	3,034	83.63%
高雄國際機場	156	4.30%
臺北松山機場	438	12.07%

(十三) 大陸旅客

由表 3-2-15 可知，102 年大陸受訪旅客不同旅遊型態之分布狀況。

表 3-2-15 102 年大陸受訪旅客不同旅遊型態之分布

旅遊型態	人數	百分比
總計	1,365	100.00%
大陸觀光團	902	66.08%
大陸自由行	463	33.92%

註：1.大陸觀光團：居住地為大陸，來臺主要目的為觀光，且旅行方式為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」。

2.大陸自由行：大陸觀光團除外之大陸旅客。

三、受訪旅客旅遊決策

(一) 最近 3 年來臺北市次數

由表 3-3-1 可知，就整體而言，102 年受訪旅客最近 3 年來臺北市次數以第 1 次來為最多，占 67.75%，其次為第 2 次，占 14.36%。

表 3-3-1 102 年受訪旅客最近 3 年來臺北市次數

近 3 年來臺北市次數	人數	百分比
總計	3,628	100.00%
第 1 次	2,458	67.75%
第 2 次	521	14.36%
第 3 次	247	6.81%
第 4 次	96	2.65%
5 次以上	306	8.43%

就居住地而言，102 年全部地區受訪旅客皆以第 1 次來臺北市為最多。
(見附表 1-2)

就來臺主要目的而言，102 年受訪旅客全部目的皆以第 1 次來臺北市為最多，其中觀光受訪旅客第 1 次來臺北市者占 75.08%。(見附表 1-3)

(二) 來臺北市前是否曾上網瀏覽相關旅遊資訊

由表 3-3-2 可知，102 年受訪旅客來臺北市前曾上網瀏覽相關旅遊資訊的比率為 39.75%；主要市場中，以香港、澳門旅客為最高(49.44%)，其次依序為日本(44.01%)、韓國(43.65%)、馬來西亞(40.00%)等。

表 3-3-2 102 年受訪旅客來臺北市前是否曾上網瀏覽相關旅遊資訊
- 依主要市場分

項目別 人 數 列百分比	總計	是否曾上網瀏覽相關旅遊資訊	
		否	是
總人數	3,628	2,186	1,442
列百分比	100.00%	60.25%	39.75%
主要市場			
日本	693	388	305
	100.00%	55.99%	44.01%
大陸	1,365	839	526
	100.00%	61.47%	38.53%
香港、澳門	627	317	310
	100.00%	50.56%	49.44%
新加坡	124	75	49
	100.00%	60.48%	39.52%
韓國	126	71	55
	100.00%	56.35%	43.65%
馬來西亞	175	105	70
	100.00%	60.00%	40.00%
美國	174	144	30
	100.00%	82.76%	17.24%
歐洲	129	90	39
	100.00%	69.77%	30.23%
紐澳	23	14	9
	100.00%	60.87%	39.13%

註：「歐洲」市場包含「英國」、「法國」、「德國」及「歐洲其他地區」等 4 個居住地。

(三) 出發來臺多久前開始計劃行程

受訪旅客出發來臺多久前開始計劃行程之計算，取 0.134912 次方轉換，再求截尾平均數(trimmed mean)，計算出 102 年受訪旅客平均出發來臺前 46.07 天開始計劃行程，標準誤為 0.54 天，而依主要市場分如表 3-3-3 所示。

表 3-3-3 102 年受訪旅客出發來臺多久前開始計劃行程 - 依主要市場分

單位：天

主要市場	出發來臺多久前開始計畫行程	標準誤
全體	46.07	0.54
日本	43.60	0.96
大陸	<u>50.76</u>	<u>0.85</u>
香港、澳門	40.38	1.15
新加坡	48.88	3.40
韓國	22.76	1.42
馬來西亞	123.07	7.22
美國	28.43	1.59
歐洲	25.11	1.55
紐澳	47.17	6.91

(四)同行人員

就整體而言，102 年受訪旅客 3,628 位中，有 2,922 位表示有同行人員共同來臺，占 80.54%。

在同行人員關係方面，由圖 3-3-1 可知，由同事或朋友同行最多(每百人次有 55 人次)。

來臺主要目的為觀光之受訪旅客，由同事或朋友同行為最多(每百人次有 53 人次)；來臺主要目的為業務之受訪旅客，由同事或朋友同行為最多(每百人次有 90 人次)；來臺主要目的為國際會議或展覽之受訪旅客，由同事或朋友同行為最多(每百人次有 85 人次)；來臺主要目的為探親或訪友之受訪旅客，由配偶同行為最多(每百人次有 40 人次)。(見附表 1-4、1-5)

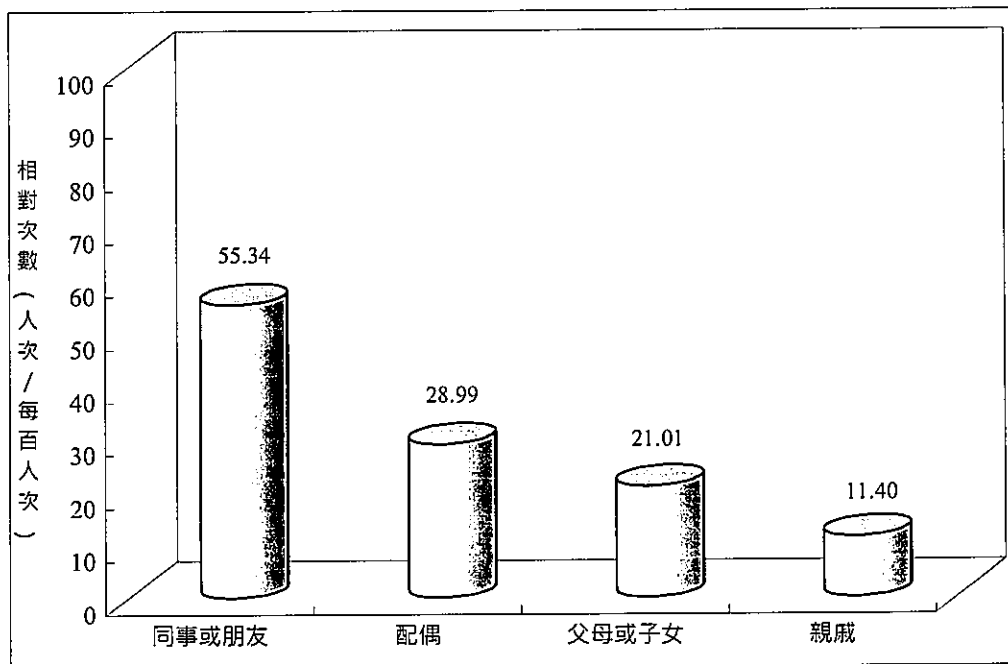


圖 3-3-1 102 年受訪旅客與同行人員關係

(五) 業務及國際會議或展覽目的旅客在臺北市旅遊情形

由表 3-3-4 可知，102 年到訪臺北市主要或次要目的為業務的受訪旅客共 424 人，其中利用餘暇在臺北市旅遊之比率為 64.62%。由表 3-3-5 可知，利用餘暇在臺北市旅遊時間以半天為最多，占 45.26%，第二為一天，占 31.75%，第三為二天，占 16.42%。由表 3-3-6 可知，未利用餘暇在臺北市旅遊的主要原因為時間不夠。

表 3-3-4 102 年業務目的受訪旅客是否利用餘暇在臺北市旅遊

是否利用餘暇在臺北市旅遊	人數	百分比
總計	424	100.00%
是	274	64.62%
否	150	35.38%

表 3-3-5 102 年業務目的受訪旅客利用餘暇在臺北市旅遊的時間

時間	人數	百分比
總計	274	100.00%
半天	124	45.26%
一天	87	31.75%
二天	45	16.42%
三天	11	4.01%
四天	2	0.73%
五天以上	5	1.82%

註：「-」表示無調查樣本。

表 3-3-6 102 年業務目的受訪旅客未利用餘暇在臺北市旅遊原因

原因	人數	相對次數(人次/每百人次)
時間不夠	125	83.33
公司沒有安排	11	7.33
旅遊資訊不足	8	5.33
覺得沒什麼好玩	8	5.33
不容易買到套裝旅程	2	1.33
其他	4	2.67

註：本題為複選題。

由表 3-3-7 可知，102 年到訪臺北市主要或次要目的為國際會議或展覽的受訪旅客共 65 人，其中利用餘暇在臺北市旅遊之比率為 95.38%。由表 3-3-8 可知，利用餘暇在臺北市旅遊時間以一天為最多，占 29.03%，第二以半天、二天為最多，分占 25.81%。由表 3-3-9 可知，未利用餘暇在臺北市旅遊之原因為主辦單位沒有安排、時間不夠、不容易買到套裝旅程、其他各有 1 人。

表 3-3-7 102 年國際會議或展覽目的受訪旅客是否利用餘暇在臺北市旅遊

是否利用餘暇在臺北市旅遊	人數	百分比
總計	65	100.00%
是	62	95.38%
否	3	4.62%

表 3-3-8 102 年國際會議或展覽目的受訪旅客利用餘暇在臺北市旅遊的時間

時間	人數	百分比
總計	62	100.00%
半天	16	25.81%
一天	18	29.03%
二天	16	25.81%
三天	5	8.06%
四天	5	8.06%
五天以上	2	3.23%

表 3-3-9 102 年國際會議或展覽目的受訪旅客未利用餘暇在臺北市旅遊原因

原因	人數	相對次數(人次/每百人次)
主辦單位沒有安排	1	33.33
時間不夠	1	33.33
不容易買到套裝旅程	1	33.33
旅遊資訊不足	-	-
覺得沒什麼好玩	-	-
其他	1	33.33

註：本題為複選題。「-」表示無調查樣本。

(六) 旅行方式

由圖 3-3-2 可知，就整體而言，102 年來臺旅客旅行方式以「抵達後未曾參加本地旅行社安排的旅遊行程」為最多。

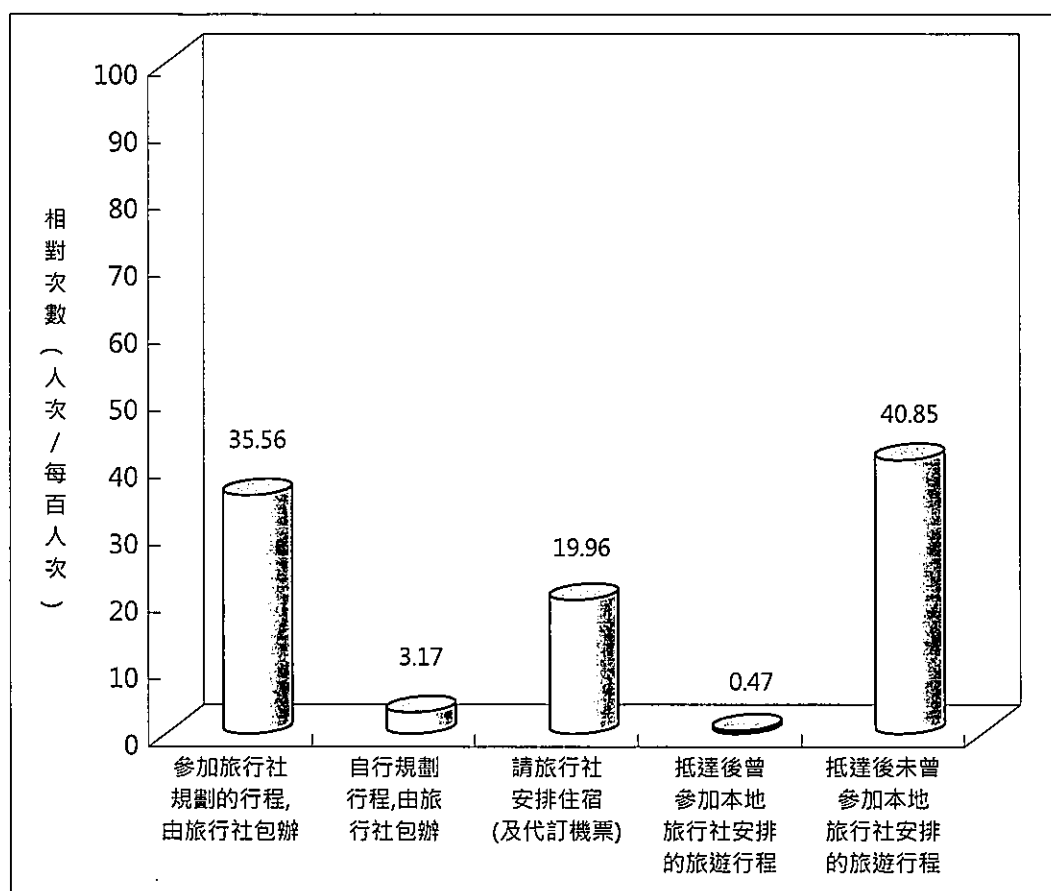


圖 3-3-2 102 年受訪旅客旅行方式

就居住地而言，日本及大陸受訪旅客皆以「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」為最多；其餘居住地受訪旅客皆以「抵達後未曾參加本地旅行社安排的旅遊行程」為最多。(見附表 1-6)

就來臺主要目的而言，觀光目的受訪旅客以「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」為最多；其餘目的受訪旅客皆以「抵達後未曾參加本地旅行社安排的旅遊行程」為最多。(見附表 1-7)

四、受訪旅客在臺北市動向

(一) 在臺北市停留天數

就整體而言，102 年受訪旅客在臺北市之平均停留天數為 3.61 天，標準誤為 0.07 天。

由表 3-4-1 可知，102 年曾到訪臺北市的各居住地受訪旅客中，以法國平均停留天數最多，為 10.35 天；其次為德國，平均停留天數為 6.25 天；第三為歐洲其他地區，平均停留天數為 6.00 天。

由表 3-4-2 可知，102 年曾到訪臺北市的不同主要目的受訪旅客中，以求學目的平均停留天數最多，為 25.43 天；其次為探親或訪友目的，平均停留天數為 6.76 天；第三為國際會議或展覽目的，平均停留天數為 5.27 天；而觀光目的平均停留天數最少，為 3.03 天。

表 3-4-1 102 年受訪旅客平均停留天數—以居住地分

單位：天

居 住 地	平均停留天數	標準誤
全 體	3.61	0.07
日 本	3.53	0.10
大 陸	2.76	0.07
香 港 ． 澳 門	3.56	0.07
新 加 坡	3.77	0.15
韓 國	3.90	0.53
馬 來 西 亞	4.39	0.35
亞 洲 其 他 地 區	5.95	0.70
美 國	4.84	0.46
加 拿 大	5.85	1.29
英 國	4.68	0.72
法 國	10.35	4.48
德 國	6.25	1.28
歐 洲 其 他 地 區	6.00	0.73
紐 澳	4.91	0.69
其 他 地 區	5.76	1.42

表 3-4-2 102 年受訪旅客平均停留天數—以到訪臺北市主要目的分

單位：天

到訪臺北市主要目的	平均停留天數	標準誤
全 體	3.61	0.07
觀 光	3.03	0.04
業 務	5.01	0.28
國 際 會 議 或 展 覽	5.27	0.24
探 親 或 訪 友	6.76	0.57
求 學	25.43	6.38
醫 療	2.00	--
其 他	4.85	0.74

註：「--」表示單一標本值，不能計算標準差。

(二) 遊覽地點

1、遊覽觀光景點

由表 3-4-3 可知，102 年受訪旅客 3,628 人中，在臺北市遊覽觀光景點依序為夜市(每百人次有 71 人次)、臺北 101(每百人次有 65 人次)、故宮博物院(每百人次有 53 人次)、中正紀念堂(每百人次有 42 人次)、西門町(每百人次有 34 人次)、國父紀念館(每百人次有 31 人次)等。

表 3-4-3 102 年受訪旅客遊覽觀光景點排名

名次	遊覽景點	人次	相對次數(人次/每百人次)
1	夜 市	2,560	70.56
2	臺 北 1 0 1	2,340	64.50
3	故 宮 博 物 院	1,931	53.22
4	中 正 紀 念 堂	1,508	41.57
5	西 門 町	1,237	34.10
6	國 父 紀 念 館	1,136	31.31
7	士 林 官 邸	732	20.18
8	艋 舂 龍 山 寺	609	16.79
9	信 義 計 畫 區 商 圈	508	14.00
10	總 統 府	472	13.01

註：本題「曾遊覽觀光景點」最多填寫 15 個印象較深刻的景點。

就主要市場而言，日本受訪旅客在臺北市遊覽觀光景點依序為夜市、故宮博物院、臺北 101、艋舂龍山寺、中正紀念堂、忠烈祠等；大陸在臺北市遊覽觀光景點依序為故宮博物院、臺北 101、夜市、國父紀念館、中正紀念堂、士林官邸、總統府等；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、臺北 101 等；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、臺北 101、五分埔成衣市場等；韓國受訪旅客在臺北市遊覽觀光景點依序為夜市、臺北 101、故宮博物院、中正紀念堂、艋舂龍山寺、西門町、忠烈祠等；馬來西亞受訪旅客在臺北市遊覽觀光景點依序為夜

市、臺北 101、西門町、中正紀念堂、五分埔成衣市場、故宮博物院等；美國受訪旅客在臺北市遊覽觀光景點依序為臺北 101、夜市等；歐洲受訪旅客在臺北市遊覽觀光景點依序為臺北 101、夜市、中正紀念堂、艋舺龍山寺等；紐澳受訪旅客在臺北市遊覽觀光景點依序為臺北 101、故宮博物院、夜市、信義計畫區商圈等。(見附表 3-5)

就大陸市場不同旅遊型態而言，大陸觀光團受訪旅客在臺北市遊覽觀光景點依序為故宮博物院、臺北 101、國父紀念館、夜市、中正紀念堂、士林官邸、總統府等；大陸自由行受訪旅客在臺北市遊覽觀光景點依序為夜市、臺北 101、故宮博物院、中正紀念堂、西門町、國父紀念館、信義計畫區商圈等。(見附表 3-7)

2、遊覽觀光夜市

由表 3-4-4 可知，102 年受訪旅客 3,628 人中，在臺北市遊覽觀光夜市依序為士林夜市(每百人次有 55 人次)、饒河街夜市(每百人次有 12 人次)、寧夏夜市(每百人次有 10 人次)、華西街夜市(每百人次有 5 人次)等。

表 3-4-4 102 年受訪旅客遊覽觀光夜市排名

名次	遊覽觀光夜市	人次	相對次數(人次/每百人次)
1	士林夜市	1,979	54.55
2	饒河街夜市	449	12.38
3	寧夏夜市	370	10.20
4	華西街夜市	179	4.93
5	公館夜市	42	1.16
6	臨江街夜市	39	1.07
7	迪化街夜市	27	0.74
8	景美夜市	6	0.17
9	遼寧夜市	3	0.08
10	南機場夜市	2	0.06

3、最喜歡景點

由表 3-4-5 可知，102 年受訪旅客最喜歡景點依序為故宮博物院(喜歡比率 43.71%)、北投(喜歡比率 29.60%)、西門町(喜歡比率 29.02%)、臺北 101(喜歡比率 27.65%)、夜市(喜歡比率 18.95%)及艋舺龍山寺(喜歡比率 18.56%)等。

表 3-4-5 102 年受訪旅客最喜歡景點排名

名次	最喜歡景點	到訪相對次數(人次/每百人次)	喜歡比率
1	故 宮 博 物 院	53.22	43.71%
2	北 投	10.34	29.60%
3	西 門 町	34.10	29.02%
4	臺 北 1 0 1	64.50	27.65%
5	夜 市	70.56	18.95%
6	艋 舺 龍 山 寺	16.79	18.56%
7	士 林 官 邸	20.18	11.07%
8	信 義 計 畫 區 商 圈	14.00	10.04%
9	忠 烈 祠	10.17	9.49%
10	中 正 紀 念 堂	41.57	7.63%

註：1.本題「最喜歡景點」僅能就曾遊覽過的景點中選一個。

2.喜歡比率=(最喜歡該景點人數/曾遊覽過該景點人數)×100%。

3.喜歡比率之排序以景點到訪相對次數達 10(人次/每百人次)以上者計算。

就主要市場而言，日本、大陸、韓國及美國受訪旅客最喜歡景點皆為故宮博物院；香港、澳門受訪旅客最喜歡景點為北投；新加坡受訪旅客最喜歡景點為陽明山；馬來西亞受訪旅客最喜歡景點為西門町；歐洲受訪旅客最喜歡景點為臺北 101；紐澳受訪旅客最喜歡景點為木柵貓空。(見附表 3-6)

就大陸市場不同旅遊型態而言，大陸觀光團受訪旅客最喜歡景點依序為故宮博物院及臺北 101；大陸自由行受訪旅客最喜歡景點依序為故宮博物院、陽明山及北投。(見附表 3-8)

(三) 住宿情形

1、住宿地點

由表 3-4-6 可知，102 年受訪旅客 3,628 人中，有 3,031 人在臺北住宿，其中最主要住宿地點為旅館(每百人次有 87 人次)。

表 3-4-6 102 年受訪旅客住宿地點

住宿地點	人次	相對次數(人次/每百人次)
總 人 次	3,031	100.00
旅 館	2,647	87.33
親 友 家	151	4.98
青年旅館、活動中心	23	0.76
租 屋	20	0.66
宿 舍	17	0.56
寺廟、修道院或教會	1	0.03
其 他	209	6.90

註：1.本題「在臺北住宿地點」可複選。

2.「-」表示無調查樣本。

2、主要住宿旅館類型

102 年受訪旅客 3,628 人中，有 2,647 人的住宿地點為旅館，由表 3-4-7 可知，受訪旅客住宿的旅館類型依序為一般旅館(占 66.60%)、國際觀光旅館(占 23.80%)及一般觀光旅館(占 9.60%)。

表 3-4-7 102 年受訪旅客主要住宿旅館類型

主要住宿旅館類型	人數	百分比
總 計	2,647	100.00%
一 般 旅 館	1,763	66.60%
國 際 觀 光 旅 館	630	23.80%
一 般 觀 光 旅 館	254	9.60%

3、主要住宿旅館的整體滿意度

由表 3-4-8 可知，102 年受訪旅客 3,628 人中，有 2,647 人的住宿地點為旅館。整體而言，八成二受訪旅客對最主要住宿旅館表示滿意；從最強到最弱給予等級五到等級一，計算所得滿意度平均值為 4.16 分，標準差為 0.80 分。就旅館類型而言，國際觀光旅館滿意度最高(90.16%)，其次為一般旅館(89.10%)及一般觀光旅館(78.35%)。

表 3-4-8 102 年受訪旅客對最主要住宿旅館的整體滿意度 - 依旅館類型分

人數 列百分比	總計	滿意度			普通	不滿意度		
		合計	非常 滿意	滿意		合計	不滿意	非常 不滿意
總計	2,647	2,167	984	1,183	410	70	51	19
	100.00%	81.87%	37.17%	44.69%	15.49%	2.64%	1.93%	0.72%
一般 旅館	1,763	1,400	551	849	305	58	42	16
	100.00%	89.10%	40.94%	48.16%	17.30%	3.29%	2.38%	0.91%
國際 觀光旅 館	630	568	329	239	60	2	1	1
	100.00%	90.16%	52.22%	37.94%	9.52%	0.32%	0.16%	0.16%
一般 觀光旅 館	254	199	104	95	45	10	8	2
	100.00%	78.35%	40.94%	37.40%	17.72%	3.94%	3.15%	0.79%

4、主要住宿青年旅館.活動中心的整體滿意度

由表 3-4-9 可知，102 年受訪旅客 3,628 人中，有 23 人的住宿地點為青年旅館.活動中心。整體而言，五成七受訪旅客對最主要住宿青年旅館.活動中心表示滿意；從最強到最弱給予等級五到等級一，計算所得滿意度平均值為 3.65 分，標準差為 1.11 分。

表 3-4-9 102 年受訪旅客對最主要住宿青年旅館.活動中心的整體滿意度

人數 列百分比	總計	滿意度			普通	不滿意度		
		合計	非常 滿意	滿意		合計	不滿意	非常 不滿意
青年旅館	23	13	6	7	7	3	2	1
活動中心	100.00%	56.52%	26.09%	30.43%	30.43%	13.04%	8.70%	4.35%

五、受訪旅客在臺北市消費支出概況

(一) 全體受訪旅客在臺北市消費支出

受訪旅客消費金額之估算係以美元為計算單位，本調查所採用之各國幣值換算匯率乃根據 102 年中央銀行美元對各幣別匯率的各月平均匯率資料，其 102 年之年平均匯率如表 3-5-1 所示。

表 3-5-1 102 年各幣別對美元的年平均匯率

幣別	102 年年平均匯率
新臺幣(NTD/USD)	29.770
日圓(JPY/USD)	97.596
英鎊(USD/GBP)	1.5645
港幣(HKD/USD)	7.7560
韓元(KRW/USD)	1,094.9
加拿大幣(CAD/USD)	1.0298
新加坡元(SGD/USD)	1.2513
人民幣(CNY/USD)	6.1958
澳幣(USD/AUD)	0.9654
印尼盾(IDR/USD)	10,461
泰銖(THB/USD)	30.726
馬來西亞幣(MYR/USD)	3.1509
菲律賓披索(PHP/USD)	42.446
歐元(USD/EUR)	1.3277

註：103 年 3 月 20 日下載自 <http://www.cbc.gov.tw/content.asp?mp=1&CuItem=36599>。

在進行消費金額之估算時，為避免其右偏分配之極端值造成估算結果產生過大偏差，乃將原始總消費金額取 0.134912 次方轉換及截尾平均數(trimmed mean)方法，估算出 102 年受訪旅客平均每人每日消費金額為 228.78 美元，標準誤為 2.26 美元，估算方法詳見附件二。

由表 3-5-2 可知，102 年來臺旅客在臺北市平均每人每日消費金額為 228.78 美元，其中以購物費所占比例最高(占 45.88%)，其次為旅館內支出費(占 25.04%)、旅館外餐飲費(占 13.62%)等。

表 3-5-2 102 年受訪旅客在臺北市平均每人每日消費細項

單位：美元

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
102 年	金額	228.78	57.30	31.16	26.06	7.48	1.81	104.97
	結構比	100.00%	25.04%	13.62%	11.39%	3.27%	0.79%	45.88%

由表 3-5-3 可知，102 年曾到訪臺北市來臺旅客購物費消費項目中，以購買名產或特產的比例最高，占 31.52%，其次為服飾或相關配件，占 18.78%，再其次為化妝品或香水類，占 17.79%。

表 3-5-3 102 年受訪旅客平均每人每日購物費細項消費金額

購物費消費項目	102年	
	消費金額 (美元)	百分比
總計	104.97	100.00%
服飾或相關配件	19.71	18.78%
珠寶或玉器類	13.70	13.05%
紀念品或手工藝品類	5.33	5.07%
化妝品或香水類	18.67	17.79%
名產或特產	33.09	31.52%
煙或酒類	4.81	4.58%
中藥或健康食品	0.81	0.77%
電子或電器產品	4.33	4.12%
茶葉	2.85	2.72%
其他	1.68	1.60%

102 年來臺旅客在臺北市消費金額估算公式如下：

$$\begin{aligned} & \text{來臺旅客在臺北市消費金額} \\ & = (\text{來臺旅客在臺北市平均每人每日消費金額}) \\ & \quad \times (\text{來臺旅客在臺北市平均停留天數}) \\ & \quad \times (\text{102 年來臺旅客公務統計人次}) \\ & \quad \times (\text{102 年來臺旅客到訪臺北市比率}) \dots(1) \end{aligned}$$

在式(1)中，「102 年來臺旅客公務統計人次」係根據交通觀光局編製之「觀光統計(月報)」，其餘三項均根據本調查估算。

由表 3-5-4 可知，依據調查得到 102 年來臺旅客到訪臺北市比率為 87.80%，在臺北市平均停留天數為 3.61 天，在臺北市平均每人每日消費金額為 228.78 美元。依據交通觀光局編製之「觀光月報(月報)」，102 年來臺旅客總人次為 8,016,280 人次，故依式(1)求得 102 年來臺旅客消費金額為 58.13 億美元。其中 102 年新臺幣對美元之年平均匯率乃依據中央銀行之資料為標準。

表 3-5-4 102 年來臺旅客在臺北市之消費金額

期別	來臺旅客 公務統計 人次	到訪 臺北市 比率	在臺北市 平均 停留天數	在臺北市 平均每人每日 消費金額 (美元)	在臺北市 消費金額 (美元)	新臺幣年 平均匯率	在臺北市 消費金額 (新台幣)
102年	8,016,280	87.80%	3.61	228.78	58.13億	29.770	1,730.50億

(二) 各主要市場受訪旅客在臺北市消費支出

由表 3-5-6 可知，依主要市場分析，以大陸旅客(平均每人每日 313.96 美元)在臺北市消費力為最高，其次為美國旅客(平均每人每日 242.27 美元)、紐澳旅客(平均每人每日 238.83 美元)、日本旅客(平均每人每日 215.62 美元)、新加坡旅客(平均每人每日 212.51 美元)及韓國旅客(平均每人每日 186.87 美元)等

進一步由購物費觀察，則依序為大陸(平均每人每日 215.43 美元)、新加坡(平均每人每日 67.64 美元)、馬來西亞(平均每人每日 65.85 美元)、紐澳(平均每人每日 63.37 美元)、香港、澳門(平均每人每日 59.31 美元)及日本(平均每人每日 53.03 美元)等。

由旅館內支出費觀察，則依序為美國(平均每人每日 141.00 美元)、紐澳(平均每人每日 100.22 美元)、歐洲(平均每人每日 96.11 美元)、新加坡(平均每人每日 82.06 美元)、日本(平均每人每日 80.01 美元)及韓國(平均每人每日 72.33 美元)等。

表 3-5-6 102 年受訪旅客平均每人每日消費金額 - 依主要市場分

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	228.78	57.30	31.16	26.06	7.48	1.81	104.97
	結構比	100.00%	25.04%	13.62%	11.39%	3.27%	0.79%	45.88%
日 本	金 額	215.62	80.01	33.18	34.73	13.27	1.40	53.03
	結構比	100.00%	37.11%	15.39%	16.11%	6.15%	0.65%	24.59%
大 陸	金 額	313.96	31.03	29.60	30.12	5.96	1.83	215.43
	結構比	100.00%	9.88%	9.43%	9.59%	1.90%	0.58%	68.62%
香 港 澳 門	金 額	177.48	58.42	34.00	17.23	5.75	2.77	59.31
	結構比	100.00%	32.92%	19.16%	9.71%	3.24%	1.56%	33.42%
新 加 坡	金 額	212.51	82.06	33.99	20.35	7.61	0.85	67.64
	結構比	100.00%	38.61%	15.99%	9.58%	3.58%	0.40%	31.83%
韓 國	金 額	186.87	72.33	36.08	30.92	6.69	2.74	38.11
	結構比	100.00%	38.71%	19.31%	16.54%	3.58%	1.46%	20.39%
馬 來 西 亞	金 額	155.50	43.23	23.17	15.65	4.99	2.61	65.85
	結構比	100.00%	27.80%	14.90%	10.06%	3.21%	1.68%	42.35%
美 國	金 額	242.27	141.00	44.49	20.10	8.44	2.16	26.08
	結構比	100.00%	58.20%	18.36%	8.29%	3.49%	0.89%	10.77%
歐 洲	金 額	160.95	96.11	26.10	15.32	8.21	2.06	13.16
	結構比	100.00%	59.71%	16.21%	9.52%	5.10%	1.28%	8.18%
紐 澳	金 額	238.83	100.22	34.75	26.95	7.74	5.79	63.37
	結構比	100.00%	41.96%	14.55%	11.29%	3.24%	2.42%	26.53%

註：「歐洲」市場包含「英國」、「法國」、「德國」及「歐洲其他地區」等 4 個居住地，其餘居住地並未納入計算。

(三) 日本及大陸觀光團受訪旅客在臺北市消費支出

由表 3-5-7 可知，大陸觀光團旅客在臺北市消費力(平均每人每日 338.00 美元)高於日本觀光團旅客(平均每人每日 259.18 美元)。在購物費部分，大陸觀光團旅客(平均每人每日 253.78 美元)遠高於日本觀光團旅客(平均每人每日 76.49 美元)；旅館內支出費，則日本觀光團旅客(平均每人每日 47.37 美元)高於大陸觀光團旅客(平均每人每日 17.80 美元)。

由表 3-5-8 可知，在購物費消費項目中，大陸觀光團旅客以購買名產或特產的比例最高，占 25.38%，其次為化妝品或香水類(占 21.08%)及珠寶或玉器類(占 18.02%)。日本觀光團旅客以購買名產或特產的比例最高，占 58.35%，其次為茶業(占 12.61%)及服飾或相關配件(占 8.56%)。

表 3-5-7 102 年到訪臺北市全體、日本及大陸觀光團受訪旅客之
平均每人每日消費金額

單位：美元

類別		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	304.32	24.29	30.59	40.21	9.06	2.37	197.80
觀光團	結構比	100.00%	7.98%	10.05%	13.21%	2.98%	0.78%	65.00%
日本	金額	259.18	47.37	41.94	70.02	19.95	3.40	76.49
觀光團	結構比	100.00%	18.28%	16.18%	27.02%	7.70%	1.31%	29.51%
大陸	金額	338.00	17.80	26.43	31.75	6.26	1.97	253.78
觀光團	結構比	100.00%	5.27%	7.82%	9.39%	1.85%	0.58%	75.08%

註：1.觀光團：來臺主要目的為觀光，且旅行方式為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」。

2.樣本數：全體觀光團(n=1,284)，日本觀光團(n=245)，大陸觀光團(n=902)。

表 3-5-8 102 年到訪臺北市全體、日本及大陸觀光團受訪旅客之
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	全體觀光團旅客		日本觀光團旅客		大陸觀光團旅客	
	消費金額	百分比	消費金額	百分比	消費金額	百分比
總 計	197.80	100.00%	76.49	100.00%	253.78	100.00%
服 飾 或 相 關 配 件	31.99	16.17%	6.55	8.56%	45.68	18.00%
珠 寶 或 玉 器 類	33.24	16.80%	5.73	7.49%	45.73	18.02%
紀 念 品 或 手 工 藝 品 類	8.38	4.24%	2.73	3.57%	10.51	4.14%
化 妝 品 或 香 水 類	<u>39.18</u>	<u>19.81%</u>	4.33	5.66%	<u>53.49</u>	<u>21.08%</u>
名 產 或 特 產	58.15	29.40%	44.64	58.35%	64.41	25.38%
煙 或 酒 類	11.39	5.76%	1.56	2.03%	15.82	6.23%
中 藥 或 健 康 食 品	1.74	0.88%	0.13	0.17%	1.65	0.65%
電 子 或 電 器 用 品	8.19	4.14%	0.25	0.33%	11.56	4.55%
茶 葉	4.03	2.04%	<u>9.65</u>	<u>12.61%</u>	2.91	1.15%
其 他	1.52	0.77%	0.94	1.22%	2.03	0.80%

(四) 大陸市場不同旅遊型態受訪旅客在臺北市消費支出

由表 3-5-9 可知，就大陸市場不同旅遊型態分析，大陸觀光團旅客(平均每人每日 338.00 美元)在臺北市消費力高於大陸自由行旅客(平均每人每日 263.53 美元)。在購物費部分，大陸觀光團旅客(平均每人每日 253.78 美元)高於大陸自由行旅客(平均每人每日 132.70 美元)；旅館內支出費，則大陸自由行旅客(平均每人每日 61.11 美元)高於大陸觀光團旅客(平均每人每日 17.80 美元)。

由表 3-5-10 可知，在購物費消費項目中，大陸觀光團旅客以購買名產或特產的比率最高，占 25.38%，其次為化妝品或香水類(占 21.08%)及珠寶或玉器類(占 18.02%)。大陸自由行旅客以購買名產或特產的比率最高，占 26.86%，其次為服飾或相關配件(占 23.06%)及化妝品或香水類(占 17.89%)。

表 3-5-9 102 年大陸受訪旅客之平均每人每日消費金額 - 依旅遊型態分

單位：美元

旅遊型態	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
大陸金額	313.96	31.03	29.60	30.12	5.96	1.83	215.43
全體結構比	100.00%	9.88%	9.43%	9.59%	1.90%	0.58%	68.62%
大陸金額	338.00	17.80	26.43	31.75	6.26	1.97	253.78
觀光團結構比	100.00%	5.27%	7.82%	9.39%	1.85%	0.58%	75.08%
大陸金額	263.53	61.11	35.86	26.18	6.02	1.66	132.70
自由行結構比	100.00%	23.19%	13.61%	9.93%	2.28%	0.63%	50.36%

註：樣本數：大陸全體(n=1,365)·大陸觀光團(n=902)·大陸自由行(n=463)。

表 3-5-10 102 年大陸受訪旅客平均每人每日購物費細項消費金額
- 依旅遊型態分

購物費消費項目	大陸全體		大陸觀光團		大陸自由行	
	消費金額 (美元)	百分比	消費金額 (美元)	百分比	消費金額 (美元)	百分比
總計	215.43	100.00%	253.78	100.00%	132.70	100.00%
服飾或相關配件	40.67	18.88%	45.68	18.00%	<u>30.60</u>	<u>23.06%</u>
珠寶或玉器類	33.95	15.76%	45.73	18.02%	11.79	8.89%
紀念品或手工藝品類	9.41	4.37%	10.51	4.14%	7.12	5.37%
化妝品或香水類	<u>44.89</u>	<u>20.84%</u>	<u>53.49</u>	<u>21.08%</u>	23.74	17.89%
名產或特產	56.32	26.14%	64.41	25.38%	35.64	26.86%
煙或酒類	11.83	5.49%	15.82	6.23%	3.67	2.77%
中藥或健康食品	1.42	0.66%	1.65	0.65%	0.83	0.63%
電子或電器產品	10.56	4.90%	11.56	4.55%	7.51	5.66%
茶葉	3.39	1.57%	2.91	1.15%	5.16	3.89%
其他	2.99	1.39%	2.03	0.80%	6.63	4.99%

進一步根據受訪旅客的基本資料與調查狀況，分別探討受訪旅客平均每人每日消費情形，參見附表 1-10 至附表 1-17。

六、受訪旅客對臺北市最深刻的印象

由圖 3-6-1 及表 3-6-1 可知，102 年受訪旅客對臺北市最深刻的印象依序為人情味濃厚(每百人次有 41 人次)、美味菜餚(每百人次有 39 人次)、逛夜市(每百人次有 39 人次)、景點(每百人次有 21 人次)等。

表 3-6-1 102 年受訪旅客對臺北市最深刻的印象

單位：人次/每百人次

名次	項目	相對次數	名次	項目	相對次數
1	人情味濃厚	41.15	10	街道乾淨	5.73
2	美味菜餚	39.22	11	都會不夜城	4.77
3	逛夜市	38.70	12	地方特產	4.36
4	景點	21.33	13	美容醫療	3.28
5	水果	17.83	14	排隊守秩序	2.87
6	歷史古蹟	17.48	15	捷運	2.84
7	寺廟參訪	7.66	16	單車賞景	0.66
8	泡溫泉	6.84	17	藝文展演	0.41
9	24 小時書店	6.39	18	節慶活動	0.36

註：本題「受訪旅客對臺北市最深刻的印象」為複選題。

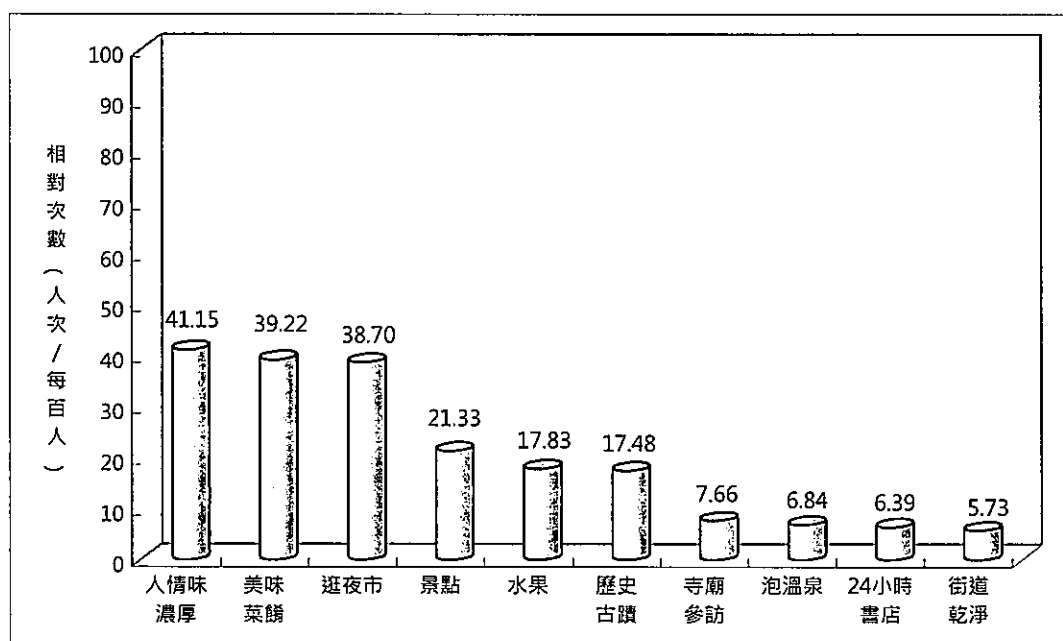


圖 3-6-1 102 年受訪旅客對臺北市最深刻的印象

就主要市場而言，日本受訪旅客對美味菜餚、逛夜市、人情味濃厚、寺廟參訪、歷史古蹟、景點、水果及美容醫療印象最深刻；大陸受訪旅客對人情味濃厚、逛夜市、美味菜餚、水果、歷史古蹟、景點及街道乾淨印象最深刻；香港、澳門受訪旅客對逛夜市、美味菜餚、人情味濃厚、景點、泡溫泉及水果印象最深刻；新加坡受訪旅客對逛夜市、美味菜餚、人情味濃厚及景點印象最深刻；韓國受訪旅客對美味菜餚、逛夜市、人情味濃厚、歷史古蹟、景點、水果及泡溫泉印象最深刻；馬來西亞受訪旅客對逛夜市、美味菜餚、人情味濃厚、景點及泡溫泉印象最深刻；美國受訪旅客對人情味濃厚、美味菜餚、逛夜市及景點印象最深刻；歐洲受訪旅客對人情味濃厚、美味菜餚、逛夜市、寺廟參訪、街道乾淨、景點及捷運印象最深刻；紐澳受訪旅客對人情味濃厚、美味菜餚及景點印象最深刻。(見附表 3-11)

就大陸市場的不同旅遊型態而言，大陸觀光團受訪旅客對臺北市最深刻的印象主要為人情味濃厚、水果、歷史古蹟、逛夜市、景點、美味菜餚及街道乾淨等；大陸自由行受訪旅客對臺北市最深刻的印象主要為人情味濃厚、美味菜餚、逛夜市、景點、水果、歷史古蹟及 24 小時書店等。(見附表 3-12)

肆、結論與建議

一、來臺旅客到訪臺北市之比率約八成八，達 704 萬人次，觀光外匯約 58 億美元(新臺幣 1,731 億元)；陸客每日平均消費最高、購物最多，女性更愛購物。建議因應女性旅客逐年增加與購物費高於男性之趨勢，規劃相關促銷活動。

(一) 102 年來臺旅客到訪臺北市之比率為 87.80%，達 703 萬 8,294 人次；到訪臺北市之主要目的以觀光為最多，占 79.24%。

(二) 102 年來臺旅客在臺北市平均每人每日消費為 228.78 美元，觀光外匯收入達 58.13 億美元(新臺幣 1,730.50 億元)。

(三) 依主要市場分析，102 年到訪臺北市受訪旅客平均每人每日消費以大陸(313.96 美元)為最高，其次依序為美國(242.27 美元)、紐澳(238.83 美元)、日本(215.62 美元)、新加坡(212.51 美元)及韓國(186.87 美元)等。

(四) 進一步觀察旅客在臺北市消費結構，購物方面以大陸旅客之平均每人每日購物花費最高(215.43 美元)，其次依序為新加坡(67.64 美元)、馬來西亞(65.85 美元)、紐澳(63.37 美元)、香港、澳門(59.31 美元)及日本(53.03 美元)等；旅館內支出費，則依序為美國(141.00 美元)、紐澳(100.22 美元)、歐洲(96.11 美元)、新加坡(82.06 美元)、日本(80.01 美元)及韓國(72.33 美元)等。

(五) 依到訪臺北市主要目的分析，102 年到訪臺北市受訪旅客平均每人每日消費以觀光(236.69 美元)為最高，其次依序為業務(234.63 美元)、國際會議或展覽(224.13 美元)及探親或訪友(124.70 美元)。

(六) 依性別分析，102 年到訪臺北市女性受訪旅客平均每人每日消費(236.14 美元)，高於男性(219.04 美元)；購物費方面，女性(120.99 美元)亦高於男性(84.18 美元)。

二、大陸旅客最喜歡的臺北市景點為故宮博物院，對臺北市的人情味濃厚印象最深刻；大陸團客消費偏好購物，自由行旅客相對較重視住宿體驗。隨著大陸自由行旅客漸增趨勢，建議開發相關應用程式(APPs)，提供臺北市自由行食、宿、交通及特色景點等觀光資訊。

(一) 102 年大陸旅客在臺北市最熱門的遊覽景點依序為故宮博物院(每百人次有 89 人次)、臺北 101(每百人次有 88 人次)、夜市(每百人次有 72 人次)、國父紀念館(每百人次有 72 人次)、中正紀念堂(每百人次有 59 人次)等。

(二) 102 年大陸旅客最喜歡的臺北市景點依序為故宮博物院(喜歡比率 46.99%)、臺北 101(喜歡比率 28.55%)、西門町(喜歡比率 16.48%)、信義計畫區商圈(喜歡比率 13.17%)、士林官邸(喜歡比率 11.83%)等。

(三) 102 年大陸旅客對臺北市最深刻的印象依序為人情味濃厚(每百人次有 46 人次)、逛夜市(每百人次有 31 人次)、美味菜餚(每百人次有 29 人次)、水果(每百人次有 28 人次)、歷史古蹟(每百人次有 27 人次)等。

(四) 102 年大陸旅客在臺北市平均每人每日消費為 313.96 美元，消費結構中以購物費支出(215.43 美元)為最高，占 68.62%。

(五) 依大陸旅遊型態分析，102 年大陸團客平均每人每日消費(338.00 美元)高於自由行旅客(263.53 美元)。消費結構方面，大陸團客的購物費(253.78 美元)高於自由行旅客(132.70 美元)；大陸自由行旅客的旅館內支出費(61.11 美元)高於團客(17.80 美元)。

(六) 進一步觀察大陸旅客旅客在臺北市購物的消費項目，大陸團客購物最多的前三項為名產或特產(占 25.38%)、化妝品或香水類(占 21.08%)及珠寶或玉器類(占 18.02%)；大陸自由行旅客購物最多的前三項為名產或特產(占 26.86%)、服飾或相關配件(占 23.06%)及化妝品或香水類(占 17.89%)。

三、日本旅客最喜歡的臺北市景點為故宮博物院與永康街商圈，對臺北市的美味菜餚印象最深刻；日本團客購物偏好名產、特產與茶葉。建議鼓勵業者經由臺北松山機場規劃臺日一日遊或兩日遊之美食、品茗、泡湯等主題行程。

(一) 102 年日本旅客在臺北市最熱門的遊覽景點為夜市(每百人次有 73 人次)、故宮博物院(每百人次有 51 人次)、臺北 101(每百人次有 50 人次)、艋舺龍山寺(每百人次有 41 人次)、中正紀念堂(每百人次有 39 人次)等。

(二) 102 年日本旅客最喜歡的臺北市景點依序為故宮博物院(喜歡比率 40.57%)、臺北永康街商圈(喜歡比率 36.23%)、夜市(喜歡比率 26.28%)、西門町(喜歡比率 25.31%)等。

(三) 102 年日本旅客對臺北市最深刻的印象依序為美味菜餚(每百人次有 53 人次)、逛夜市(每百人次有 42 人次)、人情味濃厚(每百人次有 39 人次)、寺廟參訪(每百人次有 20 人次)、歷史古蹟(每百人次有 16 人次)、景點(每百人次有 15 人次)、水果(每百人次有 14 人次)等。

(四) 102 年日本旅客在臺北市平均每人每日消費為 215.62 美元，消費結構中以旅館內支出(80.01 美元)為最高，占 37.11%，其次為購物費(53.03 美元)，占 24.59%。

(五) 102 年日本團客在臺北市平均每人每日消費為 259.18 美元，消費結構中以購物費(76.49 美元)為最高，占 29.51%，其次為交通費(70.02 美元)，占 27.02%。

(六) 進一步觀察日本觀光團體旅客旅客在臺北市購物的消費項目，以購買名產或特產的比例最高，占 58.35%，其次為茶葉(占 12.61%)及服飾或相關配件(占 8.56%)。

四、港澳旅客在臺北市最喜歡的景點為北投與西門町，對逛夜市與美味菜餚印象最深刻；馬來西亞旅客最喜歡西門町與五分埔成衣市場，對逛夜市印象最深刻；美國旅客最喜歡故宮博物院與臺北 101，對人情味濃厚印象最深刻；韓國旅客最喜歡故宮博物院與臺北 101，對美味菜餚印象最深刻；新加坡旅客最喜歡陽明山、故宮博物院與夜市，對逛夜市與美味菜餚印象最深刻。建議鼓勵業者針對不同主要市場，規劃相關主題之深度體驗旅遊行程，以刺激消費。

(一) 102 年港澳旅客最喜歡的臺北市景點為北投(喜歡比率 38.66%)與西門町(喜歡比率 36.52%)；馬來西亞旅客最喜歡西門町(喜歡比率 41.13%)與五分埔成衣市場(喜歡比率 26.67%)；美國旅客最喜歡故宮博物院(喜歡比率 54.29%)與臺北 101(喜歡比率 45.45%)；韓國旅客最喜歡故宮博物院(喜歡比率 50.00%)與臺北 101(喜歡比率 32.93%)；新加坡旅客最喜歡陽明山(喜歡比率 42.11%)、故宮博物院(喜歡比率 37.50%)與夜市(喜歡比率 35.23%)。

(二) 102 年港澳旅客對臺北市印象最深刻為逛夜市(每百人次有 58 人次)與美味菜餚(每百人次有 55 人次)；馬來西亞旅客對逛夜市(每百人次有 62 人次)印象最深刻；美國旅客對人情味濃厚(每百人次有 48 人次)印象最深刻；韓國旅客對美味菜餚(每百人次有 37 人次)印象最深刻；新加坡旅客對臺北市印象最深刻為逛夜市(每百人次有 49 人次)與美味菜餚(每百人次有 42 人次)。

(三) 102 年此五大市場旅客在臺北市平均每人每日消費依序為美國(242.27 美元)、新加坡(212.51 美元)、韓國(186.87 美元)、港澳(177.48 美元)、馬來西亞(155.50 美元)。消費結構中之購物費，則依序為新加坡(67.64 美元)、馬來西亞(65.85 美元)、港澳(59.31 美元)、韓國(38.11 美元)、美國(26.08 美元)。

附件一、問卷

核定機關：臺北市政府主計處

核定文號：北市主公統字第10230120100號

實施日期：民國102年1月22日至12月31日

有效期間：民國103年3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。

臺北市政府觀光傳播局 102年來臺旅客在臺北市之消費及動向調查

親愛的旅客：您好！

臺北市政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！

臺北市政府觀光傳播局 敬啟

訪視日期：____月____日

A. 一般資料

A1.請問您於何時抵達臺灣？_____年_____月_____日

A2.國籍：_____ A3.居住地：_____

B. 旅遊決策

B1.請問您這次來臺灣的目的為何？(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)醫療 (7)其他，請說明_____

B2.請問您這次是否有在臺北市停留？

A.否【停止作答】

B.是，停留_____天【續答】

目的為何？ (1)觀光 (2)業務 (3)國際會議或展覽 (4)探親或訪友

(5)求學 (6)醫療 (7)其他，請說明_____

【勾選“業務”或“國際會議或展覽”者續答B3；其餘跳答B4】

B3.1.請問您這次是否有利用餘暇在臺北市旅遊？

A.是，請問您在業務、會議或展覽之外花多少時間在臺北市旅遊？

(1)半天 (2)1天 (3)2天 (4)3天 (5)4天 (6)5天以上

B.否，請問您為什麼？(複選)

(1)公司或主辦單位沒有安排 (2)時間不夠 (3)旅遊資訊不足

(4)不容易買到套裝遊程 (5)覺得沒什麼好玩 (6)其他，請說明_____

B3.2.請問您對本次會展前後的旅遊行程安排之意見或建議：

B4.請問您最近3年內來臺北市幾次(含這一次)? _____次

B5.請問您這次來臺北市前，是否曾上網瀏覽有關臺北市的旅遊資訊？

(1)否 (2)是，網站：_____

B6.請問您在出發來臺灣之前多久開始計畫這次的行程？_____天

B7.請問您這次來臺灣是否有同行者？ (1)是(續答) (2)否(跳答C.消費狀況)

B8.請問您這次來臺灣的同行者包括：(複選)

(1)配偶 (2)父母/子女 (3)親戚 (4)同事/朋友

C. 消費狀況

C1.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(參加旅行團)

(2)自行規劃行程，由旅行社包辦(如交流團、修學旅行、獎勵旅遊、親友團等)

(3)請旅行社安排住宿(及代訂機票)

(4)抵達後曾參加本地旅行社安排的旅遊行程

(5)抵達後未曾參加本地旅行社安排的旅遊行程

C2.請問您來臺灣之前，是否您為個人行程預付任何費用？(包括本人、親友或公司...等支付)

(1)有(續答) (2)沒有(跳答C5.)

C3.請問您所預付費用總額為_____元(幣制_____)(含 不含 機票費)

C4.請問這次預付費用中包含下列哪些項目？(複選)

(1)旅館內支出費 (2)旅館外餐飲費 (3)在臺境內交通費用 (4)娛樂費 (5)雜費

C5.請問您在停留臺北市期間總共花費_____元(幣制_____)(不包含C3.預付費用)

C6.請問您上題的總費用中包含下列各項費用大約多少元？(或百分比)

1.旅館內支出費_____元 _____% _____人

2.旅館外餐飲費_____元 _____% _____人

3.在臺北市內交通費_____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(例如皮包,鞋子...)_____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_____元_____%
- (6)煙或酒類_____元_____%
- (7)中藥或健康食品_____元_____%
- (8)電子或電器用品_____元_____%
- (9)茶葉_____元_____%
- (10)其他，請說明_____元_____%

D. 旅遊動向

D1.1.請問您這次停留臺北市期間曾經遊覽過那些景點(或地方)? _____

D1.2.最喜歡的景點_____ 為什麼? _____

D1.3.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)週邊環境不佳 (4)交通不便
 (5)其他，請說明_____

D2.請問您這次停留臺北市期間主要住宿地方為何?(複選)

(1)旅館→主要住宿名稱: _____, 對其整體滿意程度評分_____

(2)青年旅館、活動中心→主要住宿名稱: _____, 對其整體滿意程度評分_____

(非常不滿意給予1分, 不滿意給予2分, 普通給予3分, 滿意給予4分, 非常滿意給予5分)

(3)親友家 (4)宿舍 (5)租屋 (6)寺廟、修道院或教會

(7)其他，請說明_____ (8)沒有在臺北市住宿

D3.請問依您這次經驗或體驗，您對臺北市最深刻的印象為何?(可複選)

(1)美味菜餚

(2)水果

(3)泡溫泉

(4)歷史古蹟

(5)逛夜市

(6)單車賞景

(7)捷運

(8)寺廟參訪

(9)都會不夜城

(10)藝文展演

(11)美容醫療

(12)人情味濃厚

(13)24小時書店

(14)排隊守秩序

(15)街道乾淨

(16)地方特產，請說明_____

(17)節慶活動，請說明_____

(18)景點，請說明_____

(19)其他，請說明_____

E. 旅客基本資料

E1. 年齡： (1) 12-19歲 (2) 20-29歲 (3) 30-39歲 (4) 40-49歲
 (5) 50-59歲 (6) 60-65歲 (7) 66歲以上

E2. 您的年收入，折合美元大約多少元？

(1) 10,000美元以下 (2) 10,000-14,999美元 (3) 15,000-29,999美元
 (4) 30,000-39,999美元 (5) 40,000-69,999美元 (6) 70,000-99,999美元
 (7) 100,000美元以上 (8) 無固定收入

E3. 最高學歷： (1) 小學肄畢 (2) 中學肄畢(含高職) (3) 大專以上 (4) 其他，請說明_____

E4. 工作別：

(1) 民意代表、主管及經理人員 (2) 專業人員 (3) 技術員及助理專業人員
 (4) 事務支援人員 (5) 服務及銷售工作人員 (6) 農、林、漁、牧業生產人員
 (7) 技藝有關工作人員 (8) 機械設備操作及組裝人員 (9) 基層技術工及勞力工
 (10) 家庭管理 (11) 學生 (12) 退休人員 (13) 其他，請說明_____

E5. 性別： (1) 男性 (2) 女性

※其他紀錄（請訪員紀錄旅客最滿意和最不滿意的感受，及其他意見）：

最滿意： _____

最不满意： _____

其他： _____


~~~~~ 訪問到此結束，感謝您的協助！敬祝您旅途愉快！！~~~~~

核定機關：臺北市政府主計處

核定文號：北市主公統字第10230120100號

實施日期：民國102年1月22日至12月31日

有效期間：民國103年3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。

## 2013 Annual Survey on Visitors Expenditure and Trends in Taipei City

Dear Sir or Madam,

In order to improve the qualities of our tourism facilities, services and supply you with our better quality services, please complete the following questionnaire. Your kind assistance will be much appreciated.

Department of Information and Tourism, Taipei City

訪視開始時間：\_\_\_\_月\_\_\_\_日\_\_\_\_時\_\_\_\_分

### A. General Information

A1. When did you arrive in Taiwan on this trip? Date : \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  
yy mm dd

A2. Nationality: \_\_\_\_\_ A3. The country of your residence: \_\_\_\_\_

### B. Plan for Your Trip

B1. What are the purposes of taking this trip to Taiwan?

(Indicate by marking "A" for the main purpose and "B" for the secondary purpose.)

- (1) Sightseeing     (2) Business     (3) International Conference or Exhibition  
 (4) Visiting friends or relatives     (5) Studies     (6) Medical Treatment  
 (7) Others (Please specify) \_\_\_\_\_

B2.1. Have you ever stayed in Taipei City?

A. No. **【Finish】**

B. Yes. How many days? \_\_\_\_\_ days **【Continue】**

What are the purposes?  (1) Sightseeing     (2) Business

(3) International Conference or Exhibition     (4) Visiting friends or relatives

(5) Studies     (6) Medical Treatment     (7) Others (Please specify) \_\_\_\_\_

(If your answer is "(2)" or "(3)", please go to B3. Otherwise, please go to B4.)

B3.1. Did you spend your free time sightseeing during this visit to Taipei City?

A. Yes. If so, how much time did you spend sightseeing?

(1) Half a day     (2) 1 day     (3) 2 days     (4) 3 days     (5) 4 days     (6) Over 5 days

B. No. Why not? (Check all that apply)

- (1) Not arranged by the local office/sponsor     (2) Lack of time     (3) Lack of tourism information  
 (4) Not included in the package tour     (5) Nothing interesting     (6) Other \_\_\_\_\_

2. Please advise us if you have any suggestions or comments on how to plan the pre- or post-conference or exhibit tours \_\_\_\_\_

B4. How many times have you been to Taipei City in the past three years (including this time)? \_\_\_\_\_

B5. Have you ever searched for any pre-travel information about Taipei city online?

(1) No  (2) Yes, websites: \_\_\_\_\_

B6. How many days did you spend planning for this trip before you left for Taiwan? \_\_\_\_\_ days

B7. Is anyone accompanying you on this trip?

(1) Yes (Please go to A6.)  (2) No (Please go to B.)

B8. The people who are accompanying you are: (Check all that apply)

(1) Spouse  (2) Parents/Children  (3) Relatives  (4) Colleagues/Friends

### C. Expenditure Behavior

C1. How did you arrange this trip to Taiwan?

(1) Group tour arranged through a travel agency. (Joined a tour group)

(2) Individual tour arranged through a travel agency. (Examples: exchange program, school holiday trip, incentive travel, family and friends tour group, etc.)

(3) Accommodations arranged (and ticket booked) through a travel agency.

(4) Joined the activities arranged by a Taiwan travel agency after arrival.

(5) No arrangements by a Taiwan travel agency after arrival.

C2. Did you pay any prepaid travel expenses for personal itinerary before arrival? (prepaid by yourself, your relatives, your company...etc.)  (1) Yes (Please go to C3.)  (2) No (Please go to C5.)

C3. How much did you prepay before arrival? \_\_\_\_\_ (Type of currency : \_\_\_\_\_)  
(Air/ship fare:  (1) include  (2) excluded)

C4. Which of the following expenses did you prepay before arrival? (Please check all that apply)

(1) Hotel  (2) Meals outside hotel  (3) Local transportation

(4) Entertainment  (5) Miscellaneous expenses

C5. How much money in total did you spend in Taipei City on this trip? (Please exclude prepayments)  
\_\_\_\_\_ (Type of currency : \_\_\_\_\_)

C6. Please itemize these expenses in terms of their amount or percentage.

1. Hotel bills: \_\_\_\_\_ % \_\_\_\_\_ person(s)

2. Meals excluding hotel meals: \_\_\_\_\_ % \_\_\_\_\_ person(s)

3. Local transportation: \_\_\_\_\_ % \_\_\_\_\_ person(s)

4. Entertainment: \_\_\_\_\_ % \_\_\_\_\_ person(s)

5. Miscellaneous expenses: \_\_\_\_\_ % \_\_\_\_\_ person(s)

6. Shopping: \_\_\_\_\_ % \_\_\_\_\_ person(s)

(1) Clothes or accessories: \_\_\_\_\_ %

(2) Jewelry or jade: \_\_\_\_\_ %

(3) Souvenirs or handicraft products: \_\_\_\_\_ %

(4) Cosmetics or perfumes: \_\_\_\_\_ %

(5) Local special products: \_\_\_\_\_ %

(6) Tobacco or alcohol: \_\_\_\_\_ %

(7) Chinese herbal medicine or health food: \_\_\_\_\_ %

(8) 3C or electric appliances: \_\_\_\_\_ %

(9) Tea: \_\_\_\_\_ %

(10) Others (please specify): \_\_\_\_\_ %

## D. Tourist Behavior

D1.1. What tourist spots in Taipei City have you visited on this trip?  
\_\_\_\_\_

D1.2. Your favorite tourist spot is: \_\_\_\_\_ Why? \_\_\_\_\_

D1.3. Your least favorite tourist spot is: \_\_\_\_\_

Please indicate what you disliked about it:

- (1) Scenery                       (2) Recreational facilities                       (3) Environment  
 (4) Transportation                       (5) Others (please specify) \_\_\_\_\_

D2. Where did you stay during this visit to Taipei City? (Please check all that apply, if required, rate your general impressions, using a scale of 1-5, with "5" meaning very satisfied and "1" meaning very dissatisfied.)

- (1) Hotels ----- The main hotel is \_\_\_\_\_. How do you rate it? \_\_\_\_\_  
 (2) Youth hostels or community centers \_\_\_\_\_. How do you rate it? \_\_\_\_\_  
 (3) The home of relatives or friends                       (4) Dormitory                       (5) Rental apartments  
 (6) Temples, seminaries, or churches                       (7) Others (please specify) \_\_\_\_\_  
 (8) No accommodation in Taipei city

D3. Which part of Taipei City has given you the deepest impression? (Please check all that apply)

- (1) Gourmet food                       (2) Fruits                       (3) Hot springs                       (4) Historical relics  
 (5) Night markets sightseeing                       (6) Cycling fun                       (7) Taipei Metro                       (8) Temple  
 (9) Night life                       (10) Cultural events                       (11) Cosmetic and medical treatments  
 (12) Local friendliness and hospitality                       (13) 24 hour book stores  
 (14) Queue and keep discipline                       (15) Clean street  
 (16) Famous local products: \_\_\_\_\_  
 (17) Festival activities: \_\_\_\_\_  
 (18) Tourist spots: \_\_\_\_\_  
 (19) Others: \_\_\_\_\_

## E. Personal Information

E1. Age:  (1) 12-19                       (2) 20-29                       (3) 30-39                       (4) 40-49                       (5) 50-59  
 (6) 60-65                       (7) 66 and over

E2. Annual income: (converted to USD)

- (1) Under 10,000                       (2) 10,000-14,999                       (3) 15,000-29,999                       (4) 30,000-39,999  
 (5) 40,000-69,999                       (6) 70,000-99,999                       (7) Over 100,000                       (8) No fixed income

E3. Education:

- (1) Primary school                       (2) Junior high school, senior high school or vocational high school  
 (3) College, university, graduate school or higher                       (4) Others \_\_\_\_\_

E4. Occupation:

- (1) Legislators, Senior Officials and Managers
- (2) Professionals       (3) Technicians and Associate Professionals
- (4) Clerical Support Workers       (5) Service and Sales Workers
- (6) Skilled Agricultural, Forestry and Fishery Workers
- (7) Craft and Related Trades Workers
- (8) Plant and Machine Operators, and Assemblers       (9) Elementary Laborers
- (10) Housewife/Househusband       (11) Student       (12) Retired       (13) Others \_\_\_\_\_

E5. Gender:  (1) Male       (2) Female

**Other suggestions:**

What are the most and least satisfactory things in your trip to Taipei City?

The most satisfied:

---

---

---

The least satisfied:

---

---

---

Other opinions:

---

---

---

~~~~~ **Thank You for Your Cooperation** ~~~~~ **Have a Nice Trip Home!**

核定機關：臺北市政府主計處

核定文號：北市主公統字第10230120100號

實施日期：民國102年1月22日至12月31日

有效期間：民國103年3月31日

1.本調査依據統計法第20條規定「政府辦理統計時，被調査者無論為機關、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。

台北市觀光傳播局 2013年訪台外国人旅行者の台北市における消費動向調査

旅行者の皆様：

この度、台北市観光傳播局では、観光施設の充実を図り、皆様により良いサービスを提供するため、旅行者の皆様アンケートを実施することになりました。アンケートは、調査、研究を委託された私たちで行っております。お忙しいところ誠に恐縮ですが、調査の趣旨をご理解いただき、ご協力下さいますようお願い致します。

台北市観光傳播局

アンケート実施日：____月____日____時____分

A. 一般資料

A1. いつ台湾にいらっしゃいましたか。____年____月____日

A2. 国籍：_____ E2. 住所：_____

B. 観光プランについて

B1. 今回台湾にいらした目的は何ですか。(メイン目的をAで、サブ目的をBで記入して下さい。)

(1)観光 (2)ビジネス (3)国際会議または展示会 (見本市)

(4)家族、知り合いの訪問 (5)留学 (6)医療 (7)その他_____

B2. 今回、台北市で滞在しますか？

A. いいえ (この欄まで)

B. はい、滞在_____日間 (次の質問へ)

目的は何ですか。 (1)観光 (2)ビジネス (3)国際会議または展示会 (見本市)

(4)家族、知り合いの訪問 (5)留学 (6)医療 (7)その他_____

【ビジネス、或いは国際会議または展示会をお選びの方は、B3.へ。

その他はB4.の欄へ進んでください。】

B3.1. ビジネス、国際会議のついでに観光はされましたか。

A. はい。観光にどのくらいの時間を費やしましたか？

(1)半日 (2)一日 (3)二日 (4)三日 (5)四日 (6)五日以上

B. いいえ。その理由は。(複数選択可)

(1)会社或いは主催者が手配してくれなかった (2)時間が足りない

(3)観光情報が足りない (4)パッケージツアーが申し込みにくい

(5)面白そうなところがない (6)その他_____

B3.2. 今回、会議や展示会の合間にツアーに参加された方は、ご感想やご意見をお願いします。

- B4. この三年間で何回台北市にいらっしゃいましたか。(今回を含む) _____回
- B5. 台北にいらっしゃる前に、インターネットで台北市の観光情報について調べたことがありますか？ (1)いいえ (2) はい、ウェブ・サイト： _____
- B6. 今回の台湾旅行は、いつ頃計画されましたか？ _____ 日前より
- B7. 今回の台湾旅行には、同行者がいらっしゃいますか？
 (1)はい (次の質問へ) (2)いいえ (Bの欄へ)
- B8. 同行者との関係は？ (複数選択可)
 (1)結婚相手 (2)両親/子供 (3)親戚 (4)同僚/友達

C. 消費の内容と方法について

- C1. 次のどの方法にて今回旅行されましたか。
 (1)旅行会社の団体パッケージツアーで参加した
 (2)旅行者の依頼に基づいて旅行会社が企画した団体旅行(例：交流訪問、修学旅行、慰安旅行、親類、友人達との旅行など)で参加した
 (3)旅行会社に航空券とホテルの予約をお願いした
 (4)台湾へ到着後、現地旅行社のパッケージツアーに参加した事がある
 (5)台湾へ到着後、現地旅行社のパッケージツアーに参加した事はない
【(1)をお選びの方は次のC2へ；(2)-(5)をお選びの方はC3へ進んでください。】
- C2. 台湾へ到着する前に、旅費の一部または全額を前払いしましたか。(本人の他、友人、会社などが支払った場合も含む)。 (1)はい (次へ) (2)いいえ (C5へ)
- C3. 前払いした金額はいくらですか。総額 _____ (通貨別 _____)
(航空券代金： (1)含む (2)含まない)
- C4. その費用には何が含まれていますか。(複数選択)
 (1)ホテル内での諸経費 (2)ホテル外の飲食代 (3)台湾国内の交通費
 (4)娯楽費 (5)雑費
- C5. 台北市で滞在期間、合計いくらお使いになりましたか。 _____ (通貨別 _____)
(C3の部分を除く)
- C6. その費用の内訳は次のように分けると大体どのぐらいですか。(またはパーセントで記入してください。)
- | | | | |
|--------------------------|--------|--------|--------|
| 1. ホテル内での諸経費 | _____元 | _____% | _____人 |
| 2. ホテル外の飲食代 | _____元 | _____% | _____人 |
| 3. 台北市の交通費 | _____元 | _____% | _____人 |
| 4. 娯楽費 | _____元 | _____% | _____人 |
| 5. 雑費 | _____元 | _____% | _____人 |
| 6. 買物代 | _____元 | _____% | _____人 |
| (1) 衣類やアクセサリ (例：かばん、靴など) | _____元 | _____% | _____人 |
| (2) 宝石、玉石など | _____元 | _____% | _____人 |
| (3) 記念品、工芸品など | _____元 | _____% | _____人 |

- (4) 化粧品、香水など _____ 元 _____ %
 (5) 名産品、特産品など _____ 元 _____ %
 (6) たばこ、お酒など _____ 元 _____ %
 (7) 漢方薬、健康食品 _____ 元 _____ %
 (8) デジタル製品、家庭用電化製品 _____ 元 _____ %
 (9) お茶 _____ 元 _____ %
 (10) その他 _____ 元 _____ %

D. 旅行の傾向について

D1.1. 今回の滞在期間中、台北市のどちらへお出かけになりましたか? _____

D1.2. その中で一番良かったと思う所はどこですか。 _____
 理由 _____

D1.3. また、一番良くなかったと思う所はどこですか。 _____
 その理由は（複数選択）： (1)景色が良くなかった (2)レジャー施設が良くなか
 (3)周囲の環境が良くなかった (4)交通が不便だった (5)その他 _____

D2. 台北市の滞在期間中の宿泊先はどちらですか。（複数選択）

(1)ホテル--主に利用したホテル名： _____ 全体的な満足度の点数 _____

(2) ユースホステル、公共宿泊施設---主に利用した名称： _____
 全体的な満足度の点数 _____

(非常に不満は1点、不満は2点、普通は3点、満足は4点、とても満足は5点でご記入ください。)

(3)親類、友人の家 (4)寮 (5)貸家 (6)お寺(修道院、教会)

(7)その他 _____ (8)台北市で泊まった事がない

D3. 今回の台北市訪問で最も印象に残ったのは何ですか？（複数選択）

(1)グルメ

(2)果物

(3)温泉

(4)古墳等歴史的建造物

(5)夜市巡り

(6)サイクリング

(7)台北捷運

(8)お寺へのお参り

(9)街の夜景

(10)公演・芸術鑑賞

(11)エステ

(12)温かい人情

(13)24時間営業の本屋

(14)列にしっかり並ぶこと

(15)きれいな街道

(16)地方の特産品 _____

(17)民俗芸能イベント _____

(18)景観スポット _____

(19)その他 _____

E. 旅行者の基本資料

お客様の個人的な情報についてご記入をお願い致します。

E1. 年齢： (1) 12-19歳 (2) 20-29歳 (3) 30-39歳 (4) 40-49歳 (5) 50-59歳
 (6) 60-65歳 (7) 66歳以上

E2. 年収

(1) 10,000 USドル以下 (2) 10,000-14,999 USドル (3) 15,000-29,999 USドル
 (4) 30,000-39,999 USドル (5) 40,000-69,999 USドル (6) 70,000-99,999 USドル
 (7) 100,000 USドル以上 (8) 固定収入なし

E3. 最終学歴： (1) 小学校卒業 (2) 中学・高校卒(専門学校も含む)
 (3) 大学以上(短大も含む) (4) その他 _____

E4. 職種：

(1) 代議士、議員、自営業、管理職、マネージャー (2) 専門職
 (3) 技術員、技術アシスタント (4) 事務職などの会社員
 (5) サービス業、セールスマン (6) 農林水産業者
 (7) 工芸技士 (8) 機械装置の操作や組立工 (9) 工員、労働者
 (10) 専業主婦 (11) 学生 (12) 定年退職者 (13) その他 _____

E5. 性別： (1) 男性 (2) 女性

※ その他台湾に対するご意見やご感想をご記入ください。

満足な点：

不満な点：

その他ご意見・ご感想など：

アンケートはここまでです。ご協力、誠にありがとうございました。

是非また台湾へお越し下さい。

核定機關：臺北市政府主計處
 核定文號：北市主公統字第10230120100號
 實施日期：民國102年1月22日至12月31日
 有效期間：民國103年3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。

타이베이 시 관광국 2013년 대만 방문 여행자 타이베이 시내의 소비 및 동향 조사

방문객 여러분, 안녕하십니까.

대만 타이베이 시 관광국은 관광 시설 개선과 관광객의 소비 양상을 알아 보고 더욱 질 좋은 서비스를 제공하기 위해 본 설문 조사를 실시하고자 하오니 많은 협조를 부탁드립니다. 감사합니다.

타이베이 시 관광국 드림

訪視開始時間：____月____日____時____分

A. 일반 사항

- A1. 귀하께서 언제 대만에 도착하셨습니다? _____년 _____월 _____일
- A2. 국적 : _____ A3. 거주지 : _____

B. 여행 결정 요인

- B1. 이번 대만 방문 목적은 무엇입니까? (주요 목적은 A로, 부차 목적은 B로 표시합니다.)
 (1) 관광 (2) 업무 (3) 국제회의, 전람회 (4) 친지, 친구 방문
 (5) 학업 (6) 의료 (7) 기타 _____

- B2. 이번에 타이베이 시내에 들르신 적이 있습니까?
 A. 아니요 【끝입니다】
 B. 예, _____ 일 【다음 문항으로 계속】
 목적은 무엇입니까? (1) 관광 (2) 업무 (3) 국제회의, 전람회
 (4) 친지, 친구 방문 (5) 학업 (6) 의료 (7) 기타 _____
【업무, 국제회의이면 B3로, 나머지는 B4로 넘어갑니다.】

- B3.1. 업무 외 시간을 이용해서 타이베이 시에서 여행하셨습니다?
 A. 예, 얼마간의 시간을 여행하셨습니다?
 (1) 반나절 (2) 1일 (3) 2일 (4) 3일 (5) 4일 (6) 5일 이상
 B. 아니요, 이유는? (복수 선택 가)
 (1) 회사 또는 주최측 행사 일정에 없어서 (2) 시간 부족 (3) 여행 정보 부족
 (4) 여행 패키지를 구하기 어려워서 (5) 볼 만한 것 별로 없어서 (6) 기타 _____

B3.2. 이번 회의 전후의 여행 일정 배정에 대한 의견을 써 주십시오.

- B4. 최근 3년 간 타이베이 시에 몇 번 와 보셨습니까? (이번 포함) _____ 번
- B5. 타이베이 시에 오시기 전에 인터넷에서 타이베이 시에 관한 정보를 찾은 적이 있습니까?
 (1)없다 (2)있다. 웹사이트 : _____
- B6. 오시기 전 대만 여행 계획을 얼마 동안 짜셨습니까? _____ 일
- B7. 이번 대만행에 동행자가 있으십니까?
 (1)있다. (다음 문항으로 계속) (2)없다 (B.로 넘어갑니다.)
- B8. 같이 오신 일행은 누구를 포함하고 있습니까? (복수 선택 가)
 (1)배우자 (2)부모/자녀 (3)친척 (4)회사 동료/친구

C. 소비 행위

- C1. 귀하의 이번 여행은 어떤 방식입니까?
 (1)여행사가 정한 여행 스케줄에 따라 (여행사 패키지)
 (2)본인이 스케줄을 정한 후 여행사에 의뢰
 (교류방문, 학습/수학 여행, 회사 장려 캠페인, 가족여행).
 (3)여행사에 비행기표, 숙박 예약 등을 의뢰.
 (4)도착 후 현지 여행사에 스케줄을 의뢰
 (5)도착 후 현지 여행사에 어떠한 의뢰도 하지 않았음
- C2. 대만에 오시기 전, 개인 일정에 대해 어떠한 비용을 미리 지불하셨습니까?
 (본인, 친지, 친구 및 회사등 모두 포함)
 (1)에 (다음 문항으로 계속) (2)아니오 (C5으로 넘어갑니다.)
- C3. 개인이 미리 지불한 총비용은? _____ 원 (화폐 _____) (항공료 포함 제외)
- C4. 미리 지불한 금액 중 어떤 항목이 들어 있습니까? (복수 선택 가)
 (1)호텔 내 비용 (2)호텔 외의 식사비용 (3)대만에서의 교통비용
 (4)오락 비용 (5)잡비
- C5. 타이베이 시내에 계신 동안 귀하께서 사용하신 총비용은? _____ 원 (화폐 _____)
 (C3의 비용 제외)
- C6. 위의 총비용 중 아래 항목이 차지한 비용은? (혹은 퍼센트 비율)
- | | | | |
|-----------------------------|---------|---------|---------|
| 1. 호텔내 비용 | _____ 원 | _____ % | _____ 명 |
| 2. 호텔 외의 식사비용 | _____ 원 | _____ % | _____ 명 |
| 3. 대만에서의 교통비용 | _____ 원 | _____ % | _____ 명 |
| 4. 오락비 | _____ 원 | _____ % | _____ 명 |
| 5. 잡비 | _____ 원 | _____ % | _____ 명 |
| 6. 쇼핑 | _____ 원 | _____ % | _____ 명 |
| (1)의상 또는 악세서리(예: 신발, 가방...) | _____ 원 | _____ % | |

| | | |
|-----------------------|---------|---------|
| (2)보석 또는 옥기류 _____ | 원 _____ | % _____ |
| (3)기념품 또는 수공예품류 _____ | 원 _____ | % _____ |
| (4)화장품 또는 향수류 _____ | 원 _____ | % _____ |
| (5)특산품 _____ | 원 _____ | % _____ |
| (6)담배 또는 주류 _____ | 원 _____ | % _____ |
| (7)한약, 건강식품 _____ | 원 _____ | % _____ |
| (8)전자 전기 용품 _____ | 원 _____ | % _____ |
| (9)차일 _____ | 원 _____ | % _____ |
| (10)기타 _____ | 원 _____ | % _____ |

D. 여행 동향

D1.1. 이번 타이베이 시내에 계신 동안 어느 명소를 방문해 보셨습니까? _____

D1.2. 가장 좋았던 명소는 어디니까? _____ 이유 _____

D1.3. 가장 안 좋았던 명소? _____

원인(복수 선택 가): (1)경치가 좋지 못함 (2)유람 시설이 좋지 못함
 (3)주변 환경이 좋지 못함 (4)교통 불편
 (5)기타 _____

D2. 이번 타이베이 시내에 계신 동안 숙박하셨던 곳은? (복수 선택 가)

(1)호텔→주요 숙박 시설명: _____, 전체 만족도 평점 _____

(2)유스호스텔, 활동 센터→주요 숙박 시설명: _____, 전체 만족도 평점 _____

(매우 불만족 1점, 불만족 2점, 보통 3점, 만족 4점, 매우 만족 5점)

(3)친척, 친구 집 (4)기숙사 (5)임대 (6)사찰, 수도원, 교회

(7)기타 _____ (8)타이베이 시내의 숙박 경험이 없음

D3. 이번 타이베이 시 방문 경험에서 가장 인상적인 것은 무엇입니까? (복수 선택 가)

(1)맛있는 음식 (2)과일 (3)온천욕

(4)역사 고적지 (5)야시장 구경 (6)자전거 여행 체험

(7)지하철 (8)사찰 방문 (9)도시 분야성

(10)예술문화 공연 (11)미용 의료 (12)인정이 짙음

(13)24시간 서점 (14)질서있게 줄서 있음 (15)깨끗한 길거리

(16)지방 특산품: _____

(17)축제이벤트: _____

(18)관광명소: _____

(19)기타: _____

E. 여행자 기본 자료

E1. 연령 : (1) 12-19세 (2) 20-29세 (3) 30-39세 (4) 40-49세
 (5) 50-59세 (6) 60-65세 (6) 66세 이상

E2. 귀하의 1년 수입을 달러로 환산하면 대략 얼마 정도가 되십니까?
 (1) \$10,000이하 (2) \$10,000-14,999 (3) \$15,000-29,999 (4) \$30,000-39,999
 (5) \$40,000-69,999 (6) \$70,000-99,999 (7) \$100,000이상 (8) 정해진 수입 없음

E3. 최고학력 : (1) 초등학교 재학/졸업 (2) 중, 고등학교 재학/졸업
 (3) 전문대, 대학교 이상 (4) 기타 _____

E4. 직업별 : (1) 의회의원, 고위 임직원 및 관리직 종사자 (2) 전문직종 종사자
 (3) 기술인력 및 전문보조원 (4) 사무보조 종사자
 (5) 서비스업 및 판매직 종사자 (6) 농업, 임업, 어업, 축산업 종사자
 (7) 예술 관련 종사자 (8) 기계설비 조작 및 조립 종사자
 (9) 단순 노무 종사자 (10) 가사 (11) 학생 (12) 은퇴자
 (13) 기타 _____

E5. 성별 : (1) 남성 (2) 여성

※ 기타기록 : (방문원은 여행객의 가장 만족했던 점과 불만족했던 점, 그리고 기타의견을 기록해 주십시오.)

가장 만족스러운 사항 : _____

가장 만족스럽지 않은 사항 : _____

기타 : _____

마지막까지 설문 조사에 협조해 주셔서 대단히 감사합니다. 즐거운 여행되시길 바랍니다

附件二、消費金額估算公式

一、平均每人每日總消費金額之估算【註】

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，即為轉美元後之每人每日總消費金額 X 。

將每人每日總消費金額取 $\lambda = 0.134912$ 次方轉換， $Y = X^\lambda$ ，再以截尾平均數(Trimmed mean)方法估算平均每人每日總消費 M ，其估算公式如下：

$$M = \hat{\mu}_y^{\frac{1}{\lambda}} + \frac{1}{2} \cdot \hat{\sigma}_y^2 \cdot \frac{1}{\lambda} \cdot \left(\frac{1}{\lambda} - 1\right) \cdot \hat{\mu}_y^{\frac{1}{\lambda}-2} + \frac{1}{6} \cdot \gamma_1 \cdot \hat{\sigma}_y^3 \cdot \frac{1}{\lambda} \cdot \left(\frac{1}{\lambda} - 1\right) \cdot \left(\frac{1}{\lambda} - 2\right) \cdot \hat{\mu}_y^{\frac{1}{\lambda}-3} \\ + \frac{1}{24} \cdot (\gamma_2 + 3) \cdot \hat{\sigma}_y^4 \cdot \frac{1}{\lambda} \cdot \left(\frac{1}{\lambda} - 1\right) \cdot \left(\frac{1}{\lambda} - 2\right) \cdot \left(\frac{1}{\lambda} - 3\right) \cdot \hat{\mu}_y^{\frac{1}{\lambda}-4}$$

$$\text{其中 } \hat{\mu}_y = \frac{Y_{(g+1)} + Y_{(g+2)} + \dots + Y_{(n-g-1)} + Y_{(n-g)}}{n-2g},$$

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， $Y_{(1)} \leq Y_{(2)} \leq \dots \leq Y_{(n)}$ 。

$$\text{令 } \hat{\sigma}_y^2 = \text{Var}(\hat{\mu}_y) = \frac{\sum_{a=g+1}^{n-g} (Y_{(a)} - \hat{\mu}_y)^2}{n-2g-1},$$

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、 $\lambda = 0.134912$ 。

$$\text{則 } M \text{ 標準差之估計值為 } S_M = \frac{\hat{\sigma}_y}{\sqrt{n-2g}} \cdot \frac{1}{\lambda} \cdot (\hat{\mu}_y)^{\frac{1}{\lambda}-1}。$$

【註】

盧鴻鑿、林晶璟、張永寬、李仁棻、黃登源 (2012)。來臺旅客消費估算研究。 *智慧科技與應用統計學報*，第 10 卷第 1 期，53-69。

Chang, Y.K. and Huang, D.Y. (2005). On some robust estimation procedures for quantiles based on data. *Journal of Applied Statistics*, 32(9), 909-927.

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.

【定理】 假設 U 是有均勻分配 $U(0,1)$ 的隨機變數。

令 $T(U) = a(U^2/\lambda) - b[(1-U)^2/\lambda] + c$ 具一般化 Tukey λ 分配。

若式中 $\lambda = 0.134912$ ， $a = b = 0.683269$ 及 $c = 0$ ，則 $T(U)$ 具有以下的特性：

- (a) $T(U)$ 有對稱於 0 的分配；
- (b) $T(U)$ 和標準常態隨機變數有相同的前四項中央動差(centered moments)

二、平均每人每日各細項消費金額之估算

1. 計算全部人次之在旅館內、旅館外、交通費、娛樂費、雜費、購物費之消費金額合計： S_i ， $i=1,2,\dots,6$ 。

| | 旅館內
支出費 | 旅館外
餐飲費 | 在臺境內
交通費 | 娛樂費 | 雜費 | 購物費 |
|------------------------|------------|------------|-------------|-------|-------|-------|
| 全部人次之
各細項消費
金額合計 | S_1 | S_2 | S_3 | S_4 | S_5 | S_6 |

2. 計算總消費金額： $S = S_1 + S_2 + \dots + S_6$ 。

3. 計算各分項金額所佔之比例： $p_i = \frac{S_i}{S}$ ， $i=1,2,\dots,6$ 。

| | 旅館內
支出費 | 旅館外
餐飲費 | 在臺境內
交通費 | 娛樂費 | 雜費 | 購物費 |
|----------------|------------|------------|-------------|-------|-------|-------|
| 各分項金額
所佔之比例 | p_1 | p_2 | p_3 | p_4 | p_5 | p_6 |

4. 計算所得之平均每人每日總消費金額(m)依比例分攤至各細項：

$$m_i = m \cdot p_i, \quad i=1,2,\dots,6。$$

| | 受訪旅客來臺消費項目 | | | | | | 合計 |
|------|------------|------------|-------------|-------|-------|-------|---------|
| | 旅館內
支出費 | 旅館外
餐飲費 | 在臺境內
交通費 | 娛樂費 | 雜費 | 購物費 | |
| 消費金額 | m_1 | m_2 | m_3 | m_4 | m_5 | m_6 | m |
| 比 例 | p_1 | p_2 | p_3 | p_4 | p_5 | p_6 | 100.00% |

三、臺北市觀光外匯收入(來臺旅客在臺北市消費金額)之估算

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

在式(1)中，「來臺旅客公務統計人次」係根據交通觀光局編製之「觀光統計(月報)」，其餘三項均根據本調查估算。

附表 1：全體

附表 1-1 102 年受訪旅客到訪臺北市主要目的 - 依居住地分

| 人數
列百分比
行百分比 | 總計 | 到訪臺北市主要目的 | | | | | | |
|--------------------|---------|-----------|--------|-------------|-----------|--------|-------|--------|
| | | 觀光 | 業務 | 國際會議
或展覽 | 探親或
訪友 | 求學 | 醫療 | 其他 |
| 總計 | 3,628 | 2,875 | 416 | 60 | 187 | 14 | 1 | 75 |
| | 100.00% | 79.24% | 11.47% | 1.65% | 5.15% | 0.39% | 0.03% | 2.07% |
| 日本 | 693 | 577 | 62 | 2 | 42 | 1 | - | 9 |
| | 100.00% | 83.26% | 8.95% | 0.29% | 6.06% | 0.14% | - | 1.30% |
| 大陸 | 1,365 | 1,250 | 60 | 13 | 29 | 1 | - | 12 |
| | 100.00% | 91.58% | 4.40% | 0.95% | 2.12% | 0.07% | - | 0.88% |
| 香港、澳門 | 627 | 545 | 20 | 3 | 34 | 1 | 1 | 23 |
| | 100.00% | 86.92% | 3.19% | 0.48% | 5.42% | 0.16% | 0.16% | 3.67% |
| 新加坡 | 124 | 88 | 28 | 1 | 7 | - | - | - |
| | 100.00% | 70.97% | 22.58% | 0.81% | 5.65% | - | - | - |
| 韓國 | 126 | 106 | 9 | - | 7 | 1 | - | 3 |
| | 100.00% | 84.13% | 7.14% | - | 5.56% | 0.79% | - | 2.38% |
| 馬來西亞 | 175 | 152 | 10 | 2 | 7 | 2 | - | 2 |
| | 100.00% | 86.86% | 5.71% | 1.14% | 4.00% | 1.14% | - | 1.14% |
| 亞洲其他地區 | 116 | 38 | 49 | 14 | 7 | 1 | - | 7 |
| | 100.00% | 32.76% | 42.24% | 12.07% | 6.03% | 0.86% | - | 6.03% |
| 美國 | 174 | 45 | 90 | 4 | 28 | 2 | - | 5 |
| | 100.00% | 25.86% | 51.72% | 2.30% | 16.09% | 1.15% | - | 2.87% |
| 加拿大 | 34 | 17 | 10 | - | 5 | - | - | 2 |
| | 100.00% | 50.00% | 29.41% | - | 14.71% | - | - | 5.88% |
| 英國 | 22 | 3 | 12 | - | 5 | - | - | 2 |
| | 100.00% | 13.64% | 54.55% | - | 22.73% | - | - | 9.09% |
| 法國 | 17 | 5 | 3 | 4 | 3 | 2 | - | - |
| | 100.00% | 29.41% | 17.65% | 23.53% | 17.65% | 11.76% | - | - |
| 德國 | 32 | 11 | 14 | 1 | 4 | - | - | 2 |
| | 100.00% | 34.38% | 43.75% | 3.13% | 12.50% | - | - | 6.25% |
| 歐洲其他地區 | 58 | 13 | 31 | 7 | 4 | 1 | - | 2 |
| | 100.00% | 22.41% | 53.45% | 12.07% | 6.90% | 1.72% | - | 3.45% |
| 紐澳 | 23 | 14 | 2 | 4 | 3 | - | - | - |
| | 100.00% | 60.87% | 8.70% | 17.39% | 13.04% | - | - | - |
| 其他地區 | 42 | 11 | 16 | 5 | 2 | 2 | - | 6 |
| | 100.00% | 26.19% | 38.10% | 11.90% | 4.76% | 4.76% | - | 14.29% |
| | 1.16% | 0.38% | 3.85% | 8.33% | 1.07% | 14.29% | - | 8.00% |

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-2 102 年受訪旅客最近 3 年來臺次數 - 依居住地分

| 人數
列百分比
行百分比 | 總計 | 最近 3 年來臺次數 | | | | |
|--------------------|---------|------------|---------|---------|---------|---------|
| | | 第 1 次 | 第 2 次 | 第 3 次 | 第 4 次 | 5 次以上 |
| 總計 | 3,628 | 2,458 | 521 | 247 | 96 | 306 |
| | 100.00% | 67.75% | 14.36% | 6.81% | 2.65% | 8.43% |
| 日本 | 100.00% | 100.00% | 100.00% | 100.00% | 100.00% | 100.00% |
| | 693 | 414 | 127 | 62 | 19 | 71 |
| | 100.00% | 59.74% | 18.33% | 8.95% | 2.74% | 10.25% |
| 大陸 | 19.10% | 16.84% | 24.38% | 25.10% | 19.79% | 23.20% |
| | 1,365 | 1,240 | 68 | 12 | 9 | 36 |
| | 100.00% | 90.84% | 4.98% | 0.88% | 0.66% | 2.64% |
| 香港、澳門 | 37.62% | 50.45% | 13.05% | 4.86% | 9.38% | 11.76% |
| | 627 | 229 | 174 | 105 | 37 | 82 |
| | 100.00% | 36.52% | 27.75% | 16.75% | 5.90% | 13.08% |
| 新加坡 | 17.28% | 9.32% | 33.40% | 42.51% | 38.54% | 26.80% |
| | 124 | 63 | 36 | 9 | 4 | 12 |
| | 100.00% | 50.81% | 29.03% | 7.26% | 3.23% | 9.68% |
| 韓國 | 3.42% | 2.56% | 6.91% | 3.64% | 4.17% | 3.92% |
| | 126 | 100 | 13 | 5 | 3 | 5 |
| | 100.00% | 79.37% | 10.32% | 3.97% | 2.38% | 3.97% |
| 馬來西亞 | 3.47% | 4.07% | 2.50% | 2.02% | 3.13% | 1.63% |
| | 175 | 125 | 33 | 6 | 4 | 7 |
| | 100.00% | 71.43% | 18.86% | 3.43% | 2.29% | 4.00% |
| 亞洲其他地區 | 4.82% | 5.09% | 6.33% | 2.43% | 4.17% | 2.29% |
| | 116 | 61 | 19 | 9 | 9 | 18 |
| | 100.00% | 52.59% | 16.38% | 7.76% | 7.76% | 15.52% |
| 美國 | 3.20% | 2.48% | 3.65% | 3.64% | 9.38% | 5.88% |
| | 174 | 86 | 21 | 19 | 7 | 41 |
| | 100.00% | 49.43% | 12.07% | 10.92% | 4.02% | 23.56% |
| 加拿大 | 4.80% | 3.50% | 4.03% | 7.69% | 7.29% | 13.40% |
| | 34 | 16 | 6 | 4 | 1 | 7 |
| | 100.00% | 47.06% | 17.65% | 11.76% | 2.94% | 20.59% |
| 英國 | 0.94% | 0.65% | 1.15% | 1.62% | 1.04% | 2.29% |
| | 22 | 15 | 4 | - | - | 3 |
| | 100.00% | 68.18% | 18.18% | - | - | 13.64% |
| 法國 | 0.61% | 0.61% | 0.77% | - | - | 0.98% |
| | 17 | 13 | - | 3 | - | 1 |
| | 100.00% | 76.47% | - | 17.65% | - | 5.88% |
| 德國 | 0.47% | 0.53% | - | 1.21% | - | 0.33% |
| | 32 | 17 | 5 | 4 | 1 | 5 |
| | 100.00% | 53.13% | 15.63% | 12.50% | 3.13% | 15.63% |
| 歐洲其他地區 | 0.88% | 0.69% | 0.96% | 1.62% | 1.04% | 1.63% |
| | 58 | 33 | 7 | 5 | 2 | 11 |
| | 100.00% | 56.90% | 12.07% | 8.62% | 3.45% | 18.97% |
| 紐澳 | 1.60% | 1.34% | 1.34% | 2.02% | 2.08% | 3.59% |
| | 23 | 16 | 2 | 2 | - | 3 |
| | 100.00% | 69.57% | 8.70% | 8.70% | - | 13.04% |
| 其他地區 | 0.63% | 0.65% | 0.38% | 0.81% | - | 0.98% |
| | 42 | 30 | 6 | 2 | - | 4 |
| | 100.00% | 71.43% | 14.29% | 4.76% | - | 9.52% |
| | 1.16% | 1.22% | 1.15% | 0.81% | - | 1.31% |

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-3 102 年受訪旅客最近 3 年來臺次數 - 依來臺主要目的分

| 人數
列百分比
行百分比 | 總計 | 最近 3 年來臺次數 | | | | |
|--------------------|---------|------------|---------|---------|---------|---------|
| | | 第 1 次 | 第 2 次 | 第 3 次 | 第 4 次 | 5 次以上 |
| 總計 | 3,628 | 2,458 | 521 | 247 | 96 | 306 |
| | 100.00% | 67.75% | 14.36% | 6.81% | 2.65% | 8.43% |
| | 100.00% | 100.00% | 100.00% | 100.00% | 100.00% | 100.00% |
| 觀光 | 2,773 | 2,082 | 376 | 152 | 56 | 107 |
| | 100.00% | 75.08% | 13.56% | 5.48% | 2.02% | 3.86% |
| | 76.43% | 84.70% | 72.17% | 61.54% | 58.33% | 34.97% |
| 業務 | 468 | 186 | 74 | 52 | 25 | 131 |
| | 100.00% | 39.74% | 15.81% | 11.11% | 5.34% | 27.99% |
| | 12.90% | 7.57% | 14.20% | 21.05% | 26.04% | 42.81% |
| 國際會議或展覽 | 75 | 50 | 10 | 6 | - | 9 |
| | 100.00% | 66.67% | 13.33% | 8.00% | - | 12.00% |
| | 2.07% | 2.03% | 1.92% | 2.43% | - | 2.94% |
| 探親或訪友 | 207 | 84 | 44 | 25 | 8 | 46 |
| | 100.00% | 40.58% | 21.26% | 12.08% | 3.86% | 22.22% |
| | 5.71% | 3.42% | 8.45% | 10.12% | 8.33% | 15.03% |
| 求學 | 23 | 15 | 1 | 3 | 1 | 3 |
| | 100.00% | 65.22% | 4.35% | 13.04% | 4.35% | 13.04% |
| | 0.63% | 0.61% | 0.19% | 1.21% | 1.04% | 0.98% |
| 醫療 | 2 | 1 | - | - | - | 1 |
| | 100.00% | 50.00% | - | - | - | 50.00% |
| | 0.06% | 0.04% | - | - | - | 0.33% |
| 其他 | 80 | 40 | 16 | 9 | 6 | 9 |
| | 100.00% | 50.00% | 20.00% | 11.25% | 7.50% | 11.25% |
| | 2.21% | 1.63% | 3.07% | 3.64% | 6.25% | 2.94% |

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-4 102 年受訪旅客同行人員 - 依居住地分

| 人數 | 相對次數 | 總人數 | 同行人員 | | | |
|--------|------|-------|---------|---------|---------|---------|
| | | | 配偶 | 父母或子女 | 親戚 | 同事或朋友 |
| 總計 | | 2,922 | 847 | 614 | 333 | 1,617 |
| | | | (28.99) | (21.01) | (11.40) | (55.34) |
| 日本 | | 548 | 163 | 102 | 27 | 293 |
| | | | (29.74) | (18.61) | (4.93) | (53.47) |
| 大陸 | | 1,243 | 373 | 280 | 149 | 703 |
| | | | (30.01) | (22.53) | (11.99) | (56.56) |
| 香港、澳門 | | 550 | 167 | 116 | 75 | 277 |
| | | | (30.36) | (21.09) | (13.64) | (50.36) |
| 新加坡 | | 96 | 30 | 27 | 24 | 48 |
| | | | (31.25) | (28.13) | (25.00) | (50.00) |
| 韓國 | | 103 | 26 | 27 | 11 | 61 |
| | | | (25.24) | (26.21) | (10.68) | (59.22) |
| 馬來西亞 | | 158 | 41 | 36 | 28 | 86 |
| | | | (25.95) | (22.78) | (17.72) | (54.43) |
| 亞洲其他地區 | | 67 | 11 | 11 | 7 | 47 |
| | | | (16.42) | (16.42) | (10.45) | (70.15) |
| 美國 | | 68 | 11 | 8 | 3 | 48 |
| | | | (16.18) | (11.76) | (4.41) | (70.59) |
| 加拿大 | | 16 | 5 | 2 | 4 | 8 |
| | | | (31.25) | (12.50) | (25.00) | (50.00) |
| 英國 | | 11 | 2 | 2 | - | 7 |
| | | | (18.18) | (18.18) | - | (63.64) |
| 法國 | | 3 | - | - | 1 | 2 |
| | | | - | - | (33.33) | (66.67) |
| 德國 | | 10 | 4 | - | 1 | 5 |
| | | | (40.00) | - | (10.00) | (50.00) |
| 歐洲其他地區 | | 15 | 5 | - | - | 10 |
| | | | (33.33) | - | - | (66.67) |
| 紐澳 | | 13 | 7 | 2 | 1 | 5 |
| | | | (53.85) | (15.38) | (7.69) | (38.46) |
| 其他地區 | | 21 | 2 | 1 | 2 | 17 |
| | | | (9.52) | (4.76) | (9.52) | (80.95) |

註：1. 本題「受訪旅客同行人員」為複選題。

2. 「-」表示無調查樣本，括號()內為每百人有幾人。

3. 102 年受訪旅客 3,628 位中，有 2,922 位表示有同行人員。

附表 1-5 102 年受訪旅客同行人員 - 依來臺主要目的分

| 人數 | 相對次數 | 總人數 | 同行人員 | | | |
|---------|------|-------|---------|---------|---------|----------|
| | | | 配偶 | 父母或子女 | 親戚 | 同事或朋友 |
| 總計 | | 2,922 | 847 | 614 | 333 | 1,617 |
| | | | (28.99) | (21.01) | (11.40) | (55.34) |
| 觀光 | | 2,538 | 772 | 569 | 311 | 1,353 |
| | | | (30.42) | (22.42) | (12.25) | (53.31) |
| 業務 | | 181 | 12 | 4 | 5 | 162 |
| | | | (6.63) | (2.21) | (2.76) | (89.50) |
| 國際會議或展覽 | | 34 | 3 | 1 | 1 | 29 |
| | | | (8.82) | (2.94) | (2.94) | (85.29) |
| 探親或訪友 | | 99 | 40 | 30 | 13 | 31 |
| | | | (40.40) | (30.30) | (13.13) | (31.31) |
| 求學 | | 11 | - | 1 | - | 10 |
| | | | - | (9.09) | - | (90.91) |
| 醫療 | | 1 | - | - | - | 1 |
| | | | - | - | - | (100.00) |
| 其他 | | 58 | 20 | 9 | 3 | 31 |
| | | | (34.48) | (15.52) | (5.17) | (53.45) |

註：1.本題「受訪旅客同行人員」為複選題。

2.「-」表示無調查樣本，括號()內為每百人有幾人。

3.102 年受訪旅客 3,628 位中，有 2,922 位表示有同行人員。

附表 1-6 102 年受訪旅客旅行方式 - 依居住地分

| 人數
列百分比
行百分比 | 總計 | 旅行方式 | | | | |
|--------------------|---------|---------------------------|-----------------------|-------------------------|--------------------------------|---------------------------------|
| | | 參加旅行社
規劃的行程·由
旅行社包辦 | 自行規劃
行程·由
旅行社包辦 | 請旅行社
安排住宿
(及代訂機票) | 抵達後曾
參加本地
旅行社安排
的旅遊行程 | 抵達後未曾
參加本地
旅行社安排
的旅遊行程 |
| 總計 | 3,628 | 1,290 | 115 | 724 | 17 | 1,482 |
| | 100.00% | 35.56% | 3.17% | 19.96% | 0.47% | 40.85% |
| 日本 | 693 | 246 | 17 | 214 | 1 | 215 |
| | 100.00% | 35.50% | 2.45% | 30.88% | 0.14% | 31.02% |
| 大陸 | 1,365 | 906 | 75 | 100 | 3 | 281 |
| | 100.00% | 66.37% | 5.49% | 7.33% | 0.22% | 20.59% |
| 香港、澳門 | 627 | 69 | 11 | 218 | 4 | 325 |
| | 100.00% | 11.00% | 1.75% | 34.77% | 0.64% | 51.83% |
| 新加坡 | 124 | 12 | 2 | 25 | 1 | 84 |
| | 100.00% | 9.68% | 1.61% | 20.16% | 0.81% | 67.74% |
| 韓國 | 126 | 30 | 2 | 8 | - | 86 |
| | 100.00% | 23.81% | 1.59% | 6.35% | - | 68.25% |
| 馬來西亞 | 175 | 16 | 4 | 18 | 2 | 135 |
| | 100.00% | 9.14% | 2.29% | 10.29% | 1.14% | 77.14% |
| 亞洲其他地區 | 116 | 4 | 3 | 33 | 1 | 75 |
| | 100.00% | 3.45% | 2.59% | 28.45% | 0.86% | 64.66% |
| 美國 | 174 | 1 | - | 54 | 4 | 115 |
| | 100.00% | 0.57% | - | 31.03% | 2.30% | 66.09% |
| 加拿大 | 34 | 2 | - | 8 | - | 24 |
| | 100.00% | 5.88% | - | 23.53% | - | 70.59% |
| 英國 | 22 | - | - | 6 | - | 16 |
| | 100.00% | - | - | 27.27% | - | 72.73% |
| 法國 | 17 | - | - | 1 | - | 16 |
| | 100.00% | - | - | 5.88% | - | 94.12% |
| 德國 | 32 | - | - | 8 | - | 24 |
| | 100.00% | - | - | 25.00% | - | 75.00% |
| 歐洲其他地區 | 58 | 1 | 1 | 15 | - | 41 |
| | 100.00% | 1.72% | 1.72% | 25.86% | - | 70.69% |
| 紐澳 | 23 | 3 | - | 3 | - | 17 |
| | 100.00% | 13.04% | - | 13.04% | - | 73.91% |
| 其他地區 | 42 | - | - | 13 | 1 | 28 |
| | 100.00% | - | - | 30.95% | 2.38% | 66.67% |
| | 1.16% | - | - | 1.80% | 5.88% | 1.89% |

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-7 102 年受訪旅客旅行方式 - 依來臺主要目的分

| 人數
列百分比
行百分比 | 總計 | 旅行方式 | | | | |
|--------------------|---------|-------------------|---------------|-----------------|--------------------|---------------------|
| | | 參加旅行社規劃的行程·由旅行社包辦 | 自行規劃行程·由旅行社包辦 | 請旅行社安排住宿(及代訂機票) | 抵達後曾參加本地旅行社安排的旅遊行程 | 抵達後未曾參加本地旅行社安排的旅遊行程 |
| 總計 | 3,628 | 1,290 | 115 | 724 | 17 | 1,482 |
| | 100.00% | 35.56% | 3.17% | 19.96% | 0.47% | 40.85% |
| 觀光 | 2,773 | 1,284 | 83 | 484 | 14 | 908 |
| | 100.00% | 46.30% | 2.99% | 17.45% | 0.50% | 32.74% |
| 業務 | 468 | 1 | 18 | 168 | 1 | 280 |
| | 100.00% | 0.21% | 3.85% | 35.90% | 0.21% | 59.83% |
| 國際會議或展覽 | 75 | 3 | 3 | 19 | - | 50 |
| | 100.00% | 4.00% | 4.00% | 25.33% | - | 66.67% |
| 探親或訪友 | 207 | 1 | - | 29 | 1 | 176 |
| | 100.00% | 0.48% | - | 14.01% | 0.48% | 85.02% |
| 求學 | 23 | - | 1 | 1 | - | 21 |
| | 100.00% | - | 4.35% | 4.35% | - | 91.30% |
| 醫療 | 2 | - | - | 1 | - | 1 |
| | 100.00% | - | - | 50.00% | - | 50.00% |
| 其他 | 80 | 1 | 10 | 22 | 1 | 46 |
| | 100.00% | 1.25% | 12.50% | 27.50% | 1.25% | 57.50% |
| | 2.21% | 0.08% | 8.70% | 3.04% | 5.88% | 3.10% |

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-8 102 年受訪旅客在臺北市停留天數 - 依居住地分

| 人數 | 列百分比
行百分比 | 總計 | 在臺北市停留天數 | | | |
|--------|--------------|---------|----------|---------|---------|---------|
| | | | 1 天 | 2 天 | 3 天 | 4 天 |
| 總計 | | 3,628 | 276 | 1,233 | 827 | 658 |
| | | 100.00% | 7.61% | 33.99% | 22.79% | 18.14% |
| | | 100.00% | 100.00% | 100.00% | 100.00% | 100.00% |
| 日本 | | 693 | 44 | 105 | 270 | 190 |
| | | 100.00% | 6.35% | 15.15% | 38.96% | 27.42% |
| | | 19.10% | 15.94% | 8.52% | 32.65% | 28.88% |
| 大陸 | | 1,365 | 101 | 846 | 179 | 119 |
| | | 100.00% | 7.40% | 61.98% | 13.11% | 8.72% |
| | | 37.62% | 36.59% | 68.61% | 21.64% | 18.09% |
| 香港、澳門 | | 627 | 26 | 117 | 187 | 183 |
| | | 100.00% | 4.15% | 18.66% | 29.82% | 29.19% |
| | | 17.28% | 9.42% | 9.49% | 22.61% | 27.81% |
| 新加坡 | | 124 | 12 | 15 | 28 | 34 |
| | | 100.00% | 9.68% | 12.10% | 22.58% | 27.42% |
| | | 3.42% | 4.35% | 1.22% | 3.39% | 5.17% |
| 韓國 | | 126 | 6 | 53 | 36 | 15 |
| | | 100.00% | 4.76% | 42.06% | 28.57% | 11.90% |
| | | 3.47% | 2.17% | 4.30% | 4.35% | 2.28% |
| 馬來西亞 | | 175 | 4 | 28 | 45 | 31 |
| | | 100.00% | 2.29% | 16.00% | 25.71% | 17.71% |
| | | 4.82% | 1.45% | 2.27% | 5.44% | 4.71% |
| 亞洲其他地區 | | 116 | 11 | 16 | 20 | 25 |
| | | 100.00% | 9.48% | 13.79% | 17.24% | 21.55% |
| | | 3.20% | 3.99% | 1.30% | 2.42% | 3.80% |
| 美國 | | 174 | 34 | 29 | 32 | 24 |
| | | 100.00% | 19.54% | 16.67% | 18.39% | 13.79% |
| | | 4.80% | 12.32% | 2.35% | 3.87% | 3.65% |
| 加拿大 | | 34 | 9 | 4 | 2 | 6 |
| | | 100.00% | 26.47% | 11.76% | 5.88% | 17.65% |
| | | 0.94% | 3.26% | 0.32% | 0.24% | 0.91% |
| 英國 | | 22 | 2 | 6 | 4 | 2 |
| | | 100.00% | 9.09% | 27.27% | 18.18% | 9.09% |
| | | 0.61% | 0.72% | 0.49% | 0.48% | 0.30% |
| 法國 | | 17 | 1 | 1 | 1 | 5 |
| | | 100.00% | 5.88% | 5.88% | 5.88% | 29.41% |
| | | 0.47% | 0.36% | 0.08% | 0.12% | 0.76% |
| 德國 | | 32 | 6 | 2 | 2 | 8 |
| | | 100.00% | 18.75% | 6.25% | 6.25% | 25.00% |
| | | 0.88% | 2.17% | 0.16% | 0.24% | 1.22% |
| 歐洲其他地區 | | 58 | 8 | 5 | 10 | 7 |
| | | 100.00% | 13.79% | 8.62% | 17.24% | 12.07% |
| | | 1.60% | 2.90% | 0.41% | 1.21% | 1.06% |
| 紐澳 | | 23 | 1 | 3 | 6 | 4 |
| | | 100.00% | 4.35% | 13.04% | 26.09% | 17.39% |
| | | 0.63% | 0.36% | 0.24% | 0.73% | 0.61% |
| 其他地區 | | 42 | 11 | 3 | 5 | 5 |
| | | 100.00% | 26.19% | 7.14% | 11.90% | 11.90% |
| | | 1.16% | 3.99% | 0.24% | 0.60% | 0.76% |

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-8 102 年受訪旅客在臺北市停留天數 - 依居住地分(續完)

| 人數 | 列百分比
行百分比 | 在臺北市停留天數 | | | | |
|--------|--------------|----------|---------|---------|---------|---------|
| | | 5 天 | 6 天 | 7 天 | 8-15 天 | 16-90 天 |
| 總計 | | 269 | 112 | 85 | 124 | 44 |
| | | 7.41% | 3.09% | 2.34% | 3.42% | 1.21% |
| | | 100.00% | 100.00% | 100.00% | 100.00% | 100.00% |
| 日本 | | 40 | 10 | 13 | 17 | 4 |
| | | 5.77% | 1.44% | 1.88% | 2.45% | 0.58% |
| | | 14.87% | 8.93% | 15.29% | 13.71% | 9.09% |
| 大陸 | | 45 | 24 | 18 | 25 | 8 |
| | | 3.30% | 1.76% | 1.32% | 1.83% | 0.59% |
| | | 16.73% | 21.43% | 21.18% | 20.16% | 18.18% |
| 香港、澳門 | | 76 | 18 | 8 | 11 | 1 |
| | | 12.12% | 2.87% | 1.28% | 1.75% | 0.16% |
| | | 28.25% | 16.07% | 9.41% | 8.87% | 2.27% |
| 新加坡 | | 20 | 7 | 4 | 4 | - |
| | | 16.13% | 5.65% | 3.23% | 3.23% | - |
| | | 7.43% | 6.25% | 4.71% | 3.23% | - |
| 韓國 | | 5 | 3 | 1 | 4 | 3 |
| | | 3.97% | 2.38% | 0.79% | 3.17% | 2.38% |
| | | 1.86% | 2.68% | 1.18% | 3.23% | 6.82% |
| 馬來西亞 | | 29 | 25 | 9 | 3 | 1 |
| | | 16.57% | 14.29% | 5.14% | 1.71% | 0.57% |
| | | 10.78% | 22.32% | 10.59% | 2.42% | 2.27% |
| 亞洲其他地區 | | 12 | 5 | 8 | 12 | 7 |
| | | 10.34% | 4.31% | 6.90% | 10.34% | 6.03% |
| | | 4.46% | 4.46% | 9.41% | 9.68% | 15.91% |
| 美國 | | 17 | 9 | 5 | 17 | 7 |
| | | 9.77% | 5.17% | 2.87% | 9.77% | 4.02% |
| | | 6.32% | 8.04% | 5.88% | 13.71% | 15.91% |
| 加拿大 | | 5 | - | - | 5 | 3 |
| | | 14.71% | - | - | 14.71% | 8.82% |
| | | 1.86% | - | - | 4.03% | 6.82% |
| 英國 | | 2 | 1 | 1 | 3 | 1 |
| | | 9.09% | 4.55% | 4.55% | 13.64% | 4.55% |
| | | 0.74% | 0.89% | 1.18% | 2.42% | 2.27% |
| 法國 | | 3 | 2 | - | 2 | 2 |
| | | 17.65% | 11.76% | - | 11.76% | 11.76% |
| | | 1.12% | 1.79% | - | 1.61% | 4.55% |
| 德國 | | 4 | 3 | 1 | 3 | 3 |
| | | 12.50% | 9.38% | 3.13% | 9.38% | 9.38% |
| | | 1.49% | 2.68% | 1.18% | 2.42% | 6.82% |
| 歐洲其他地區 | | 6 | 1 | 9 | 10 | 2 |
| | | 10.34% | 1.72% | 15.52% | 17.24% | 3.45% |
| | | 2.23% | 0.89% | 10.59% | 8.06% | 4.55% |
| 紐澳 | | 2 | 1 | 2 | 3 | 1 |
| | | 8.70% | 4.35% | 8.70% | 13.04% | 4.35% |
| | | 0.74% | 0.89% | 2.35% | 2.42% | 2.27% |
| 其他地區 | | 3 | 3 | 6 | 5 | 1 |
| | | 7.14% | 7.14% | 14.29% | 11.90% | 2.38% |
| | | 1.12% | 2.68% | 7.06% | 4.03% | 2.27% |

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-9 102 年受訪旅客在臺北市停留天數 - 依到訪臺北市主要目的分

| 人數 | 列百分比
行百分比 | 總計 | 在臺北市停留天數 | | | |
|---------|--------------|---------|----------|---------|---------|---------|
| | | | 1 天 | 2 天 | 3 天 | 4 天 |
| 總計 | | 3,628 | 276 | 1,233 | 827 | 658 |
| | | 100.00% | 7.61% | 33.99% | 22.79% | 18.14% |
| | | 100.00% | 100.00% | 100.00% | 100.00% | 100.00% |
| 觀光 | | 2,875 | 206 | 1,137 | 680 | 508 |
| | | 100.00% | 7.17% | 39.55% | 23.65% | 17.67% |
| | | 79.24% | 74.64% | 92.21% | 82.22% | 77.20% |
| 業務 | | 416 | 42 | 63 | 87 | 94 |
| | | 100.00% | 10.10% | 15.14% | 20.91% | 22.60% |
| | | 11.47% | 15.22% | 5.11% | 10.52% | 14.29% |
| 國際會議或展覽 | | 60 | - | 3 | 6 | 17 |
| | | 100.00% | - | 5.00% | 10.00% | 28.33% |
| | | 1.65% | - | 0.24% | 0.73% | 2.58% |
| 探親或訪友 | | 187 | 11 | 17 | 39 | 26 |
| | | 100.00% | 5.88% | 9.09% | 20.86% | 13.90% |
| | | 5.15% | 3.99% | 1.38% | 4.72% | 3.95% |
| 求學 | | 14 | - | - | - | 2 |
| | | 100.00% | - | - | - | 14.29% |
| | | 0.39% | - | - | - | 0.30% |
| 醫療 | | 1 | - | 1 | - | - |
| | | 100.00% | - | 100.00% | - | - |
| | | 0.03% | - | 0.08% | - | - |
| 其他 | | 75 | 17 | 12 | 15 | 11 |
| | | 100.00% | 22.67% | 16.00% | 20.00% | 14.67% |
| | | 2.07% | 6.16% | 0.97% | 1.81% | 1.67% |

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-9 102 年受訪旅客在臺北市停留天數 - 依到訪臺北市主要目的分(續完)

| 人數 | 列百分比
行百分比 | 在臺北市停留天數 | | | | |
|---------|--------------|----------|---------|---------|---------|---------|
| | | 5 天 | 6 天 | 7 天 | 8-15 天 | 16-90 天 |
| 總計 | | 269 | 112 | 85 | 124 | 44 |
| | | 7.41% | 3.09% | 2.34% | 3.42% | 1.21% |
| | | 100.00% | 100.00% | 100.00% | 100.00% | 100.00% |
| 觀光 | | 188 | 78 | 38 | 36 | 4 |
| | | 6.54% | 2.71% | 1.32% | 1.25% | 0.14% |
| | | 69.89% | 69.64% | 44.71% | 29.03% | 9.09% |
| 業務 | | 45 | 13 | 20 | 37 | 15 |
| | | 10.82% | 3.13% | 4.81% | 8.89% | 3.61% |
| | | 16.73% | 11.61% | 23.53% | 29.84% | 34.09% |
| 國際會議或展覽 | | 10 | 6 | 10 | 8 | - |
| | | 16.67% | 10.00% | 16.67% | 13.33% | - |
| | | 3.72% | 5.36% | 11.76% | 6.45% | - |
| 探親或訪友 | | 23 | 11 | 14 | 31 | 15 |
| | | 12.30% | 5.88% | 7.49% | 16.58% | 8.02% |
| | | 8.55% | 9.82% | 16.47% | 25.00% | 34.09% |
| 求學 | | - | 1 | 1 | 4 | 6 |
| | | - | 7.14% | 7.14% | 28.57% | 42.86% |
| | | - | 0.89% | 1.18% | 3.23% | 13.64% |
| 醫療 | | - | - | - | - | - |
| | | - | - | - | - | - |
| | | - | - | - | - | - |
| 其他 | | 3 | 3 | 2 | 8 | 4 |
| | | 4.00% | 4.00% | 2.67% | 10.67% | 5.33% |
| | | 1.12% | 2.68% | 2.35% | 6.45% | 9.09% |

註：「-」表示無調查樣本。

附表 1-10 102 年受訪旅客在臺北市平均每人每日消費金額 - 依主要市場分

單位：美元

| 金額
列百分比 | 總人數 | 總計 | 在臺北市消費項目 | | | | | |
|------------|-------|---------|------------|------------|--------------|-------|-------|--------|
| | | | 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 |
| 日 本 | 693 | 215.62 | 80.01 | 33.18 | 34.73 | 13.27 | 1.40 | 53.03 |
| | | 100.00% | 37.11% | 15.39% | 16.11% | 6.15% | 0.65% | 24.59% |
| 大 陸 | 1,365 | 313.96 | 31.03 | 29.60 | 30.12 | 5.96 | 1.83 | 215.43 |
| | | 100.00% | 9.88% | 9.43% | 9.59% | 1.90% | 0.58% | 68.62% |
| 香港.澳門 | 627 | 177.48 | 58.42 | 34.00 | 17.23 | 5.75 | 2.77 | 59.31 |
| | | 100.00% | 32.92% | 19.16% | 9.71% | 3.24% | 1.56% | 33.42% |
| 新 加 坡 | 124 | 212.51 | 82.06 | 33.99 | 20.35 | 7.61 | 0.85 | 67.64 |
| | | 100.00% | 38.61% | 15.99% | 9.58% | 3.58% | 0.40% | 31.83% |
| 韓 國 | 126 | 186.87 | 72.33 | 36.08 | 30.92 | 6.69 | 2.74 | 38.11 |
| | | 100.00% | 38.71% | 19.31% | 16.54% | 3.58% | 1.46% | 20.39% |
| 馬 來 西 亞 | 175 | 155.50 | 43.23 | 23.17 | 15.65 | 4.99 | 2.61 | 65.85 |
| | | 100.00% | 27.80% | 14.90% | 10.06% | 3.21% | 1.68% | 42.35% |
| 美 國 | 174 | 242.27 | 141.00 | 44.49 | 20.10 | 8.44 | 2.16 | 26.08 |
| | | 100.00% | 58.20% | 18.36% | 8.29% | 3.49% | 0.89% | 10.77% |
| 歐 洲 | 129 | 160.95 | 96.11 | 26.10 | 15.32 | 8.21 | 2.06 | 13.16 |
| | | 100.00% | 59.71% | 16.21% | 9.52% | 5.10% | 1.28% | 8.18% |
| 紐 澳 | 23 | 238.83 | 100.22 | 34.75 | 26.95 | 7.74 | 5.79 | 63.37 |
| | | 100.00% | 41.96% | 14.55% | 11.29% | 3.24% | 2.42% | 26.53% |

註：「歐洲」市場包含「英國」、「法國」、「德國」及「歐洲其他地區」等 4 個居住地，其餘居住地並未納入計算。

附表 1-11 102 年受訪旅客在臺北市平均每人每日消費金額
- 依到訪臺北市主要目的分

單位:美元

| 金額
列百分比 | 總人數 | 總計 | 在臺北市消費項目 | | | | | |
|---------------|-------|---------|------------|------------|--------------|-------|-------|--------|
| | | | 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 |
| 觀 光 | 2,875 | 236.69 | 48.63 | 31.40 | 28.03 | 7.95 | 1.84 | 118.84 |
| | | 100.00% | 20.54% | 13.26% | 11.84% | 3.36% | 0.78% | 50.21% |
| 業 務 | 416 | 234.63 | 122.57 | 35.54 | 20.97 | 6.70 | 1.15 | 47.70 |
| | | 100.00% | 52.24% | 15.15% | 8.94% | 2.86% | 0.49% | 20.33% |
| 國際會議
或 展 覽 | 60 | 224.13 | 87.81 | 19.45 | 14.98 | 11.27 | 5.01 | 85.60 |
| | | 100.00% | 39.18% | 8.68% | 6.68% | 5.03% | 2.24% | 38.19% |
| 探 親 或
訪 友 | 187 | 124.70 | 35.86 | 25.34 | 10.70 | 6.25 | 0.92 | 45.63 |
| | | 100.00% | 28.76% | 20.32% | 8.58% | 5.01% | 0.73% | 36.59% |

註：「求學」(樣本數 14)、「醫療」(樣本數 1)及「其他」(樣本數 75)等 3 項目的並未納入計算。

附表 1-12 102 年受訪旅客在臺北市平均每人每日消費金額
- 依停留臺北市天數分

單位：美元

| 金額
列百分比 | 總人數 | 總計 | 在臺北市消費項目 | | | | | |
|------------|-------|---------|------------|------------|--------------|-------|-------|--------|
| | | | 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 |
| 1 天 | 276 | 296.91 | 0.00 | 36.69 | 34.57 | 9.57 | 1.74 | 214.35 |
| | | 100.00% | 0.00% | 12.36% | 11.64% | 3.22% | 0.59% | 72.19% |
| 2 天 | 1,233 | 289.62 | 36.92 | 28.99 | 31.43 | 6.75 | 1.95 | 183.59 |
| | | 100.00% | 12.75% | 10.01% | 10.85% | 2.33% | 0.67% | 63.39% |
| 3 天 | 827 | 229.82 | 82.31 | 36.52 | 29.80 | 9.65 | 2.15 | 69.41 |
| | | 100.00% | 35.81% | 15.89% | 12.96% | 4.20% | 0.93% | 30.20% |
| 4 天 | 658 | 206.23 | 80.45 | 33.28 | 22.81 | 8.15 | 1.84 | 59.69 |
| | | 100.00% | 39.01% | 16.14% | 11.06% | 3.95% | 0.89% | 28.94% |
| 5 天 | 269 | 169.17 | 67.46 | 29.64 | 15.53 | 5.39 | 1.27 | 49.88 |
| | | 100.00% | 39.88% | 17.52% | 9.18% | 3.19% | 0.75% | 29.49% |
| 6 天 | 112 | 161.12 | 67.29 | 24.11 | 12.15 | 5.17 | 2.75 | 49.65 |
| | | 100.00% | 41.76% | 14.96% | 7.54% | 3.21% | 1.71% | 30.81% |
| 7 天 | 85 | 156.77 | 72.37 | 23.04 | 12.05 | 7.55 | 2.42 | 39.33 |
| | | 100.00% | 46.17% | 14.70% | 7.69% | 4.82% | 1.55% | 25.09% |
| 8 - 15 天 | 124 | 125.25 | 56.62 | 21.60 | 8.63 | 5.14 | 0.95 | 32.31 |
| | | 100.00% | 45.21% | 17.25% | 6.89% | 4.11% | 0.75% | 25.80% |
| 16-90 天 | 44 | 54.68 | 15.80 | 6.36 | 2.75 | 3.99 | 0.51 | 25.27 |
| | | 100.00% | 28.90% | 11.64% | 5.03% | 7.29% | 0.93% | 46.22% |

附表 1-13 102 年受訪旅客在臺北市平均每人每日消費金額 - 依月份分

單位：美元

| 金額
列百分比 | 總人數 | 總計 | 在臺北市消費項目 | | | | | |
|------------|-----|---------|------------|------------|--------------|-------|-------|--------|
| | | | 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 |
| 1 月 | 242 | 283.23 | 46.97 | 32.35 | 30.34 | 9.02 | 1.65 | 162.90 |
| | | 100.00% | 16.58% | 11.42% | 10.71% | 3.18% | 0.58% | 57.52% |
| 2 月 | 327 | 237.13 | 52.16 | 30.37 | 29.57 | 7.77 | 1.62 | 115.63 |
| | | 100.00% | 22.00% | 12.81% | 12.47% | 3.28% | 0.68% | 48.76% |
| 3 月 | 354 | 251.19 | 64.80 | 32.35 | 29.98 | 9.66 | 2.11 | 112.30 |
| | | 100.00% | 25.80% | 12.88% | 11.93% | 3.85% | 0.84% | 44.71% |
| 4 月 | 299 | 237.84 | 50.42 | 29.34 | 30.02 | 8.22 | 1.68 | 118.17 |
| | | 100.00% | 21.20% | 12.33% | 12.62% | 3.46% | 0.71% | 49.68% |
| 5 月 | 318 | 227.96 | 60.48 | 33.17 | 27.45 | 6.29 | 2.09 | 98.47 |
| | | 100.00% | 26.53% | 14.55% | 12.04% | 2.76% | 0.92% | 43.20% |
| 6 月 | 276 | 251.45 | 58.82 | 31.76 | 24.90 | 8.81 | 1.84 | 125.32 |
| | | 100.00% | 23.39% | 12.63% | 9.90% | 3.50% | 0.73% | 49.84% |
| 7 月 | 257 | 223.95 | 59.45 | 30.10 | 23.89 | 8.91 | 2.12 | 99.47 |
| | | 100.00% | 26.55% | 13.44% | 10.67% | 3.98% | 0.95% | 44.41% |
| 8 月 | 311 | 196.43 | 46.72 | 26.79 | 23.61 | 6.84 | 1.70 | 90.77 |
| | | 100.00% | 23.79% | 13.64% | 12.02% | 3.48% | 0.87% | 46.21% |
| 9 月 | 336 | 213.13 | 48.46 | 27.38 | 22.77 | 5.66 | 1.82 | 107.05 |
| | | 100.00% | 22.74% | 12.85% | 10.68% | 2.65% | 0.85% | 50.23% |
| 1 0 月 | 327 | 191.25 | 63.92 | 32.31 | 20.09 | 5.59 | 2.04 | 67.31 |
| | | 100.00% | 33.42% | 16.89% | 10.51% | 2.92% | 1.06% | 35.19% |
| 1 1 月 | 332 | 229.23 | 65.99 | 33.09 | 21.50 | 7.02 | 2.17 | 99.45 |
| | | 100.00% | 28.79% | 14.44% | 9.38% | 3.06% | 0.95% | 43.39% |
| 1 2 月 | 249 | 224.49 | 62.86 | 31.22 | 26.12 | 7.49 | 2.02 | 94.79 |
| | | 100.00% | 28.00% | 13.91% | 11.64% | 3.33% | 0.90% | 42.22% |

附表 1-14 102 年受訪旅客在臺北市平均每人每日消費金額 - 依調查地點分

單位：美元

| 金額
列百分比 | 總人數 | 總計 | 在臺北市消費項目 | | | | | |
|--------------|-------|---------|------------|------------|--------------|-------|-------|--------|
| | | | 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 |
| 臺灣桃園
國際機場 | 3,034 | 221.32 | 55.27 | 30.03 | 24.80 | 6.82 | 1.96 | 102.44 |
| | | 100.00% | 24.97% | 13.57% | 11.21% | 3.08% | 0.89% | 46.29% |
| 高雄
國際機場 | 156 | 253.18 | 20.73 | 24.96 | 28.68 | 6.42 | 1.11 | 171.28 |
| | | 100.00% | 8.19% | 9.86% | 11.33% | 2.53% | 0.44% | 67.65% |
| 臺北
松山機場 | 438 | 272.42 | 85.03 | 40.73 | 34.00 | 12.72 | 1.22 | 98.72 |
| | | 100.00% | 31.21% | 14.95% | 12.48% | 4.67% | 0.45% | 36.24% |

附表 1-15 102 年受訪旅客在臺北市平均每人每日消費金額 - 依年齡分

單位：美元

| 金額
列百分比 | 總人數 | 總計 | 在臺北市消費項目 | | | | | |
|------------|-------|---------|------------|------------|--------------|-------|-------|--------|
| | | | 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 |
| 12-19 歲 | 122 | 163.53 | 35.42 | 27.63 | 22.21 | 7.03 | 1.95 | 69.29 |
| | | 100.00% | 21.66% | 16.89% | 13.58% | 4.30% | 1.19% | 42.37% |
| 20-29 歲 | 1,110 | 193.91 | 52.80 | 30.27 | 22.37 | 7.10 | 1.79 | 79.59 |
| | | 100.00% | 27.23% | 15.61% | 11.54% | 3.66% | 0.92% | 41.05% |
| 30-39 歲 | 938 | 237.71 | 64.93 | 32.51 | 24.62 | 7.66 | 2.00 | 105.99 |
| | | 100.00% | 27.32% | 13.67% | 10.36% | 3.22% | 0.84% | 44.59% |
| 40-49 歲 | 704 | 269.06 | 61.42 | 32.71 | 29.60 | 7.31 | 1.67 | 136.36 |
| | | 100.00% | 22.83% | 12.16% | 11.00% | 2.72% | 0.62% | 50.68% |
| 50-59 歲 | 465 | 263.14 | 58.04 | 31.14 | 28.67 | 8.38 | 1.99 | 134.93 |
| | | 100.00% | 22.06% | 11.83% | 10.89% | 3.18% | 0.75% | 51.28% |
| 60-65 歲 | 198 | 216.54 | 47.71 | 26.01 | 31.76 | 8.01 | 1.55 | 101.50 |
| | | 100.00% | 22.03% | 12.01% | 14.67% | 3.70% | 0.72% | 46.87% |
| 66 歲以上 | 91 | 225.25 | 45.80 | 28.51 | 34.94 | 7.46 | 2.10 | 106.43 |
| | | 100.00% | 20.33% | 12.66% | 15.51% | 3.31% | 0.93% | 47.25% |

附表 1-16 102 年受訪旅客在臺北市平均每人每日消費金額 - 依年收入分

單位：美元

| 金額
列百分比 | 總人數 | 總計 | 在臺北市消費項目 | | | | | |
|---------------------|-----|---------|------------|------------|--------------|-------|-------|--------|
| | | | 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 |
| 10,000
美元以下 | 530 | 248.39 | 29.44 | 28.65 | 26.14 | 5.74 | 2.00 | 156.43 |
| | | 100.00% | 11.85% | 11.54% | 10.52% | 2.31% | 0.81% | 62.97% |
| 10,000-14,999
美元 | 469 | 244.29 | 37.22 | 27.92 | 24.71 | 5.93 | 1.86 | 146.65 |
| | | 100.00% | 15.24% | 11.43% | 10.11% | 2.43% | 0.76% | 60.03% |
| 15,000-29,999
美元 | 548 | 237.22 | 50.91 | 31.86 | 24.95 | 6.32 | 2.08 | 121.11 |
| | | 100.00% | 21.46% | 13.43% | 10.52% | 2.66% | 0.88% | 51.05% |
| 30,000-39,999
美元 | 413 | 227.44 | 77.27 | 33.82 | 26.53 | 10.14 | 2.08 | 77.59 |
| | | 100.00% | 33.97% | 14.87% | 11.67% | 4.46% | 0.92% | 34.11% |
| 40,000-69,999
美元 | 428 | 222.64 | 73.39 | 32.28 | 27.07 | 8.78 | 1.60 | 79.51 |
| | | 100.00% | 32.96% | 14.50% | 12.16% | 3.94% | 0.72% | 35.71% |
| 70,000-99,999
美元 | 205 | 227.65 | 91.37 | 34.25 | 29.21 | 12.07 | 1.61 | 59.13 |
| | | 100.00% | 40.14% | 15.04% | 12.83% | 5.30% | 0.71% | 25.97% |
| 100,000
美元以上 | 285 | 285.90 | 115.79 | 40.69 | 25.41 | 10.77 | 2.14 | 91.10 |
| | | 100.00% | 40.50% | 14.23% | 8.89% | 3.77% | 0.75% | 31.86% |
| 無固定收入 | 687 | 180.73 | 43.15 | 26.69 | 24.59 | 6.49 | 1.58 | 78.23 |
| | | 100.00% | 23.88% | 14.77% | 13.61% | 3.59% | 0.87% | 43.28% |

註：年收入「未回答」(樣本數 63)未納入計算。

附表 1-17 102 年受訪旅客在臺北市平均每人每日消費金額 - 依性別分

單位：美元

| 金額
列百分比 | 總人數 | 總計 | 在臺北市消費項目 | | | | | |
|------------|-------|---------|------------|------------|--------------|-------|-------|--------|
| | | | 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 |
| 男性 | 1,626 | 219.04 | 66.95 | 31.57 | 25.96 | 8.39 | 1.98 | 84.18 |
| | | 100.00% | 30.57% | 14.41% | 11.85% | 3.83% | 0.90% | 38.43% |
| 女性 | 2,002 | 236.14 | 49.82 | 30.78 | 25.99 | 6.88 | 1.67 | 120.99 |
| | | 100.00% | 21.10% | 13.04% | 11.01% | 2.91% | 0.71% | 51.24% |

附表 1-18 102 年受訪旅客遊覽地點 - 依到訪臺北市主要目的分

| 目的別 | 全體 | | | 觀光 | | | 業務 | | | 國際會議或展覽 | | |
|---------|--------|-------|-------|--------|-------|-------|--------|-----|-------|---------|----|-------|
| | 景點 | 人次 | 相對次數 | 景點 | 人次 | 相對次數 | 景點 | 人次 | 相對次數 | 景點 | 人次 | 相對次數 |
| 前十名遊覽景點 | 夜市 | 2,560 | 70.56 | 夜市 | 2,234 | 77.70 | 臺北 101 | 147 | 35.34 | 臺北 101 | 41 | 68.33 |
| | 臺北 101 | 2,340 | 64.50 | 臺北 101 | 2,044 | 71.10 | 夜市 | 132 | 31.73 | 夜市 | 35 | 58.33 |
| | 故宮博物院 | 1,931 | 53.22 | 故宮博物院 | 1,793 | 62.37 | 信義區商 | 71 | 17.07 | 故宮博物院 | 25 | 41.67 |
| | 中正紀念堂 | 1,508 | 41.57 | 中正紀念堂 | 1,389 | 48.31 | 故宮博物院 | 61 | 14.66 | 艋舺龍山寺 | 17 | 28.33 |
| | 西門町 | 1,237 | 34.10 | 國父紀念館 | 1,100 | 38.26 | 中正紀念堂 | 42 | 10.10 | 信義區商 | 12 | 20.00 |
| | 國父紀念館 | 1,136 | 31.31 | 西門町 | 1,094 | 38.05 | 艋舺龍山寺 | 36 | 8.65 | 西門町 | 12 | 20.00 |
| | 士林官邸 | 732 | 20.18 | 士林官邸 | 719 | 25.01 | 西門町 | 33 | 7.93 | 南港經貿區 | 12 | 20.00 |
| | 艋舺龍山寺 | 609 | 16.79 | 艋舺龍山寺 | 523 | 18.19 | 臺東北區 | 24 | 5.77 | 中正紀念堂 | 11 | 18.33 |
| | 信義區商 | 508 | 14.00 | 總統府 | 449 | 15.62 | 臺北車站及商 | 17 | 4.09 | 臺東北區 | 7 | 11.67 |
| | 總統府 | 472 | 13.01 | 信義區商 | 363 | 12.63 | 國父紀念館 | 17 | 4.09 | 木柵空 | 6 | 10.00 |

註：1.本題「曾遊覽觀光景點」最多填寫 15 個印象較深刻的景點。
2.相對次數單位為每百人次有幾人次。

附表 1-19 102 年受訪旅客最喜歡景點 - 依到訪臺北市主要目的分

| 目的別 | 全體 | | | 觀光 | | |
|----------|---------|-------------------------|--------|---------|-------------------------|--------|
| | 最喜歡景點 | 到訪相對
次數(人次/
每百人次) | 喜歡比率 | 最喜歡景點 | 到訪相對
次數(人次/
每百人次) | 喜歡比率 |
| 前十名最喜歡景點 | 故宮博物院 | 53.22 | 43.71% | 故宮博物院 | 62.37 | 43.11% |
| | 北投 | 10.34 | 29.60% | 北投 | 11.37 | 30.28% |
| | 西門町 | 34.10 | 29.02% | 西門町 | 38.05 | 29.62% |
| | 臺北 101 | 64.50 | 27.65% | 臺北 101 | 71.10 | 26.08% |
| | 夜市 | 70.56 | 18.95% | 夜市 | 77.70 | 17.50% |
| | 艋舺龍山寺 | 16.79 | 18.56% | 艋舺龍山寺 | 18.19 | 17.02% |
| | 士林官邸 | 20.18 | 11.07% | 士林官邸 | 25.01 | 10.71% |
| | 信義計畫區商圈 | 14.00 | 10.04% | 忠烈祠 | 12.49 | 8.91% |
| | 忠烈祠 | 10.17 | 9.49% | 信義計畫區商圈 | 12.63 | 7.99% |
| | 中正紀念堂 | 41.57 | 7.63% | 中正紀念堂 | 48.31 | 6.91% |
| 目的別 | 業務 | | | 國際會議或展覽 | | |
| | 最喜歡景點 | 到訪相對
次數(人次/
每百人次) | 喜歡比率 | 最喜歡景點 | 到訪相對
次數(人次/
每百人次) | 喜歡比率 |
| 前十名最喜歡景點 | 故宮博物院 | 14.66 | 57.38% | 木柵貓空 | 10.00 | 66.67% |
| | 臺北 101 | 35.34 | 49.66% | 故宮博物院 | 41.67 | 40.00% |
| | 夜市 | 31.73 | 28.03% | 臺北 101 | 68.33 | 29.27% |
| | 信義計畫區商圈 | 17.07 | 19.72% | 中正紀念堂 | 18.33 | 27.27% |
| | 中正紀念堂 | 10.10 | 11.90% | 艋舺龍山寺 | 28.33 | 23.53% |
| | | | | 夜市 | 58.33 | 20.00% |
| | | | | 西門町 | 20.00 | 16.67% |
| | | | | 信義計畫區商圈 | 20.00 | 8.33% |

註：1.本題「最喜歡景點」僅能就曾經遊覽過的景點中選一個。
 2.喜歡比率=(最喜歡該景點人數/曾遊覽過該景點人數)×100%。
 3.喜歡比率之排序以景點到訪相對次數達 10(人次/每百人次)以上者計算。

附表 1-20 102 年受訪旅客對臺北市最深刻的印象 - 依到訪臺北市主要目的分

| 全體 | | | 觀光 | | |
|--------|-------|-------|---------|-------|-------|
| 項目 | 人次 | 相對次數 | 項目 | 人次 | 相對次數 |
| 人情味濃厚 | 1,493 | 41.15 | 逛夜市 | 1,211 | 42.12 |
| 美味菜餚 | 1,423 | 39.22 | 人情味濃厚 | 1,145 | 39.83 |
| 逛夜市 | 1,404 | 38.70 | 美味菜餚 | 1,139 | 39.62 |
| 景點 | 774 | 21.33 | 景點 | 644 | 22.40 |
| 水果 | 647 | 17.83 | 歷史古蹟 | 570 | 19.83 |
| 歷史古蹟 | 634 | 17.48 | 水果 | 549 | 19.10 |
| 寺廟參訪 | 278 | 7.66 | 寺廟參訪 | 218 | 7.58 |
| 泡溫泉 | 248 | 6.84 | 泡溫泉 | 210 | 7.30 |
| 24小時書店 | 232 | 6.39 | 24小時書店 | 197 | 6.85 |
| 街道乾淨 | 208 | 5.73 | 街道乾淨 | 170 | 5.91 |
| 都會不夜城 | 173 | 4.77 | 地方特產 | 142 | 4.94 |
| 地方特產 | 158 | 4.36 | 都會不夜城 | 129 | 4.49 |
| 美容醫療 | 119 | 3.28 | 美容醫療 | 103 | 3.58 |
| 排隊守秩序 | 104 | 2.87 | 排隊守秩序 | 84 | 2.92 |
| 捷運 | 103 | 2.84 | 捷運 | 74 | 2.57 |
| 單車賞景 | 24 | 0.66 | 單車賞景 | 17 | 0.59 |
| 藝文展演 | 15 | 0.41 | 藝文展演 | 9 | 0.31 |
| 節慶活動 | 13 | 0.36 | 節慶活動 | 6 | 0.21 |
| 業務 | | | 國際會議或展覽 | | |
| 項目 | 人次 | 相對次數 | 項目 | 人次 | 相對次數 |
| 人情味濃厚 | 186 | 44.71 | 人情味濃厚 | 32 | 53.33 |
| 美味菜餚 | 146 | 35.10 | 逛夜市 | 17 | 28.33 |
| 逛夜市 | 70 | 16.83 | 景點 | 16 | 26.67 |
| 景點 | 55 | 13.22 | 美味菜餚 | 15 | 25.00 |
| 水果 | 38 | 9.13 | 水果 | 10 | 16.67 |
| 歷史古蹟 | 29 | 6.97 | 歷史古蹟 | 9 | 15.00 |
| 寺廟參訪 | 28 | 6.73 | 寺廟參訪 | 7 | 11.67 |
| 街道乾淨 | 24 | 5.77 | 街道乾淨 | 6 | 10.00 |
| 都會不夜城 | 22 | 5.29 | 24小時書店 | 5 | 8.33 |
| 泡溫泉 | 18 | 4.33 | 捷運 | 4 | 6.67 |
| 24小時書店 | 15 | 3.61 | 都會不夜城 | 2 | 3.33 |
| 捷運 | 12 | 2.88 | 排隊守秩序 | 2 | 3.33 |
| 排隊守秩序 | 10 | 2.40 | 泡溫泉 | 1 | 1.67 |
| 地方特產 | 10 | 2.40 | 單車賞景 | 1 | 1.67 |
| 美容醫療 | 5 | 1.20 | 美容醫療 | 1 | 1.67 |
| 單車賞景 | 3 | 0.72 | 藝文展演 | - | - |
| 節慶活動 | 3 | 0.72 | 地方特產 | - | - |
| 藝文展演 | 2 | 0.48 | 節慶活動 | - | - |

註：1.本題「對臺北市最深刻的印象」為複選題。

2.「-」表示無調查樣本，相對次數單位為每百人次有幾人次。

附表 2：依性別分

附表 2-1 102 年受訪旅客在臺北市平均停留天數 - 依性別分

| 項目別 | 性別 | | 男性 | | 女性 | |
|----------|-------|------|-------|------|-------|------|
| | 全體 | | 平均值 | 標準誤 | 平均值 | 標準誤 |
| 在臺北市停留天數 | 平均值 | 標準誤 | 平均值 | 標準誤 | 平均值 | 標準誤 |
| 整體 | 3.61 | 0.07 | 3.83 | 0.11 | 3.43 | 0.08 |
| 日本 | 3.53 | 0.10 | 3.51 | 0.11 | 3.54 | 0.15 |
| 大陸 | 2.76 | 0.07 | 2.65 | 0.13 | 2.82 | 0.09 |
| 香港、澳門 | 3.56 | 0.07 | 3.72 | 0.11 | 3.43 | 0.08 |
| 新加坡 | 3.77 | 0.15 | 4.17 | 0.24 | 3.33 | 0.18 |
| 韓國 | 3.90 | 0.53 | 4.14 | 1.09 | 3.74 | 0.51 |
| 馬來西亞 | 4.39 | 0.35 | 4.03 | 0.23 | 4.59 | 0.52 |
| 亞洲其他地區 | 5.95 | 0.70 | 6.38 | 0.93 | 4.91 | 0.83 |
| 美國 | 4.84 | 0.46 | 4.20 | 0.44 | 6.60 | 1.21 |
| 加拿大 | 5.85 | 1.29 | 6.82 | 1.93 | 4.08 | 0.79 |
| 英國 | 4.68 | 0.90 | 4.35 | 0.96 | 8.00 | 0.00 |
| 法國 | 10.35 | 4.48 | 11.33 | 6.31 | 8.00 | 2.77 |
| 德國 | 6.25 | 1.28 | 6.77 | 1.55 | 4.00 | 0.93 |
| 歐洲其他地區 | 6.00 | 0.73 | 6.14 | 0.81 | 5.13 | 1.62 |
| 紐澳 | 4.91 | 0.69 | 5.43 | 1.06 | 4.11 | 0.61 |
| 其他地區 | 5.76 | 1.42 | 4.09 | 0.57 | 11.10 | 5.57 |

附表 2-2 102 年受訪旅客最近 3 年來臺北市次數 - 依性別分

| 項目別 | 性別 | | 全體 | 男性 | 女性 |
|--------------|----|-----|---------|---------|---------|
| | 人數 | 百分比 | | | |
| 總計 | | | 3,628 | 1,626 | 2,002 |
| | | | 100.00% | 100.00% | 100.00% |
| 最近 3 年來臺北市次數 | | | | | |
| 第 1 次 | | | 2,458 | 996 | 1,462 |
| | | | 67.75% | 61.25% | 73.03% |
| 第 2 次 | | | 521 | 260 | 261 |
| | | | 14.36% | 15.99% | 13.04% |
| 第 3 次 | | | 247 | 133 | 114 |
| | | | 6.81% | 8.18% | 5.69% |
| 第 4 次 | | | 96 | 52 | 44 |
| | | | 2.65% | 3.20% | 2.20% |
| 5 次以上 | | | 306 | 185 | 121 |
| | | | 8.43% | 11.38% | 6.04% |

附表 2-3 102 年受訪旅客遊覽地點 - 依性別分

| 項目別 | 全體 | | | 男性 | | | 女性 | | |
|---------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 景點 | 人次 | 相對次數 | 景點 | 人次 | 相對次數 | 景點 | 人次 | 相對次數 |
| 前十名遊覽景點 | 夜市 | 2,560 | 70.56 | 夜市 | 1,022 | 62.85 | 夜市 | 1,538 | 76.82 |
| | 臺北101 | 2,340 | 64.50 | 臺北101 | 977 | 60.09 | 臺北101 | 1,363 | 68.08 |
| | 故博物院 | 1,931 | 53.22 | 故博物院 | 759 | 46.68 | 故博物院 | 1,172 | 58.54 |
| | 中紀念堂 | 1,508 | 41.57 | 中紀念堂 | 611 | 37.58 | 中紀念堂 | 897 | 44.81 |
| | 西門町 | 1,237 | 34.10 | 西門町 | 470 | 28.91 | 西門町 | 767 | 38.31 |
| | 國紀念館 | 1,136 | 31.31 | 國紀念館 | 436 | 26.81 | 國紀念館 | 708 | 35.36 |
| | 士官林邸 | 732 | 20.18 | 艋龍山 | 253 | 15.56 | 士官林邸 | 488 | 24.38 |
| | 艋龍山 | 609 | 16.79 | 士官林邸 | 244 | 15.01 | 艋龍山 | 359 | 17.93 |
| | 信計畫區 | 508 | 14.00 | 信計畫區 | 228 | 14.02 | 總統府 | 291 | 14.54 |
| | 總統府 | 472 | 13.01 | 總統府 | 180 | 11.07 | 信計畫區 | 280 | 13.99 |

註：1.本題「曾遊覽觀光景點」最多填寫 15 個印象較深刻的景點。

2.相對次數單位為每百人次有幾人次。

附表 2-4 102 年受訪旅客最喜歡景點 - 依性別分

| 項目別 | 全體 | | | 男性 | | | 女性 | | |
|----------|-------|--------|--------|-------|--------|--------|-------|--------|--------|
| | 最喜歡景點 | 到訪相對次數 | 喜歡比率 | 最喜歡景點 | 到訪相對次數 | 喜歡比率 | 最喜歡景點 | 到訪相對次數 | 喜歡比率 |
| 前十名最喜歡景點 | 故宮博物院 | 53.22 | 43.71% | 故宮博物院 | 46.68 | 45.72% | 故宮博物院 | 58.54 | 42.41% |
| | 北投 | 10.34 | 29.60% | 臺北101 | 60.09 | 30.91% | 北投 | 11.04 | 30.77% |
| | 西門町 | 34.10 | 29.02% | 西門町 | 28.91 | 27.66% | 西門町 | 38.31 | 29.86% |
| | 臺北101 | 64.50 | 27.65% | 艋舺龍山寺 | 15.56 | 20.55% | 臺北101 | 68.08 | 25.31% |
| | 夜市 | 70.56 | 18.95% | 夜市 | 62.85 | 19.37% | 夜市 | 76.82 | 18.66% |
| | 艋舺龍山寺 | 16.79 | 18.56% | 中紀念堂 | 37.58 | 10.64% | 艋舺龍山寺 | 17.93 | 16.99% |
| | 士官林邸 | 20.18 | 11.07% | 信計畫區圈 | 14.02 | 9.65% | 臺東北區 | 11.29 | 14.16% |
| | 信計畫區圈 | 14.00 | 10.04% | 國紀念館 | 26.81 | 6.19% | 士官林邸 | 24.38 | 13.93% |
| | 忠烈祠 | 10.17 | 9.49% | 士官林邸 | 15.01 | 5.33% | 信計畫區圈 | 13.99 | 10.36% |
| | 中紀念堂 | 41.57 | 7.63% | 總統府 | 11.07 | 3.89% | 忠烈祠 | 10.79 | 9.26% |

註：1.本題「最喜歡景點」僅能就曾遊覽過的景點中選一個。
 2.喜歡比率=(最喜歡該景點人數/曾遊覽過該景點人數)×100%。
 3.喜歡比率之排序以景點到訪相對次數達 10(人次/每百人次)以上者計算。

附表 2-5 102 年受訪旅客在台北市平均每人每日消費支出 - 依性別分

| 項目別 | 市場別 | | | |
|----------|--------|---------|---------|---------|
| | 金額(美元) | 全體 | 男性 | 女性 |
| | 行百分比 | | | |
| 總計 | | 228.78 | 219.04 | 236.14 |
| | | 100.00% | 100.00% | 100.00% |
| 旅館內支出費 | | 57.30 | 66.95 | 49.82 |
| | | 25.04% | 30.57% | 21.10% |
| 旅館外餐飲費 | | 31.16 | 31.57 | 30.78 |
| | | 13.62% | 14.41% | 13.04% |
| 在臺北市內交通費 | | 26.06 | 25.96 | 25.99 |
| | | 11.39% | 11.85% | 11.01% |
| 娛樂費 | | 7.48 | 8.39 | 6.88 |
| | | 3.27% | 3.83% | 2.91% |
| 雜費 | | 1.81 | 1.98 | 1.67 |
| | | 0.79% | 0.90% | 0.71% |
| 購物費 | | 104.97 | 84.18 | 120.99 |
| | | 45.88% | 38.43% | 51.24% |

附表 2-6 102 年受訪旅客對臺北市最深刻的印象 - 依性別分

| 全體 | | | 男性 | | | 女性 | | |
|--------|-------|-------|--------|-----|-------|--------|-----|-------|
| 項目 | 人次 | 相對次數 | 項目 | 人次 | 相對次數 | 項目 | 人次 | 相對次數 |
| 人情味濃厚 | 1,493 | 41.15 | 人情味濃厚 | 637 | 39.18 | 人情味濃厚 | 856 | 42.76 |
| 美味菜餚 | 1,423 | 39.22 | 美味菜餚 | 598 | 36.78 | 逛夜市 | 840 | 41.96 |
| 逛夜市 | 1,404 | 38.70 | 逛夜市 | 564 | 34.69 | 美味菜餚 | 825 | 41.21 |
| 景點 | 774 | 21.33 | 景點 | 304 | 18.70 | 景點 | 470 | 23.48 |
| 水果 | 647 | 17.83 | 歷史古蹟 | 240 | 14.76 | 水果 | 418 | 20.88 |
| 歷史古蹟 | 634 | 17.48 | 水果 | 229 | 14.08 | 歷史古蹟 | 394 | 19.68 |
| 寺廟參訪 | 278 | 7.66 | 寺廟參訪 | 123 | 7.56 | 寺廟參訪 | 155 | 7.74 |
| 泡溫泉 | 248 | 6.84 | 泡溫泉 | 111 | 6.83 | 24小時書店 | 151 | 7.54 |
| 24小時書店 | 232 | 6.39 | 街道乾淨 | 85 | 5.23 | 泡溫泉 | 137 | 6.84 |
| 街道乾淨 | 208 | 5.73 | 都會不夜城 | 84 | 5.17 | 街道乾淨 | 123 | 6.14 |
| 都會不夜城 | 173 | 4.77 | 24小時書店 | 81 | 4.98 | 地方特產 | 105 | 5.24 |
| 地方特產 | 158 | 4.36 | 地方特產 | 53 | 3.26 | 都會不夜城 | 89 | 4.45 |
| 美容醫療 | 119 | 3.28 | 捷運 | 44 | 2.71 | 美容醫療 | 80 | 4.00 |
| 排隊守秩序 | 104 | 2.87 | 美容醫療 | 39 | 2.40 | 排隊守秩序 | 67 | 3.35 |
| 捷運 | 103 | 2.84 | 排隊守秩序 | 37 | 2.28 | 捷運 | 59 | 2.95 |
| 單車賞景 | 24 | 0.66 | 單車賞景 | 9 | 0.55 | 單車賞景 | 15 | 0.75 |
| 藝文展演 | 15 | 0.41 | 節慶活動 | 8 | 0.49 | 藝文展演 | 11 | 0.55 |
| 節慶活動 | 13 | 0.36 | 藝文展演 | 4 | 0.25 | 節慶活動 | 5 | 0.25 |

註：1.本題「對臺北市最深刻的印象」為複選題。

2.「-」表示無調查樣本，相對次數單位為每百人次有幾人次。

附表 3：依主要市場分

附表 3-1 102 年受訪旅客在臺北市平均停留天數 - 依主要市場分

| 項目別 | 市場別 | 全體 | 日本 | 大陸 | 香港
澳門 | 新加坡 | 韓國 | 馬來
西亞 | 美國 | 歐洲 | 紐澳 |
|-----|------------|------|------|------|----------|------|------|----------|------|------|------|
| | 在臺北市平均停留天數 | | 3.61 | 3.53 | 2.76 | 3.56 | 3.77 | 3.90 | 4.39 | 4.84 | 6.41 |
| 標準誤 | | 0.07 | 0.10 | 0.07 | 0.07 | 0.15 | 0.53 | 0.35 | 0.46 | 0.76 | 0.69 |

附表 3-2 102 年大陸受訪旅客在臺北市平均停留天數 - 依旅遊型態分

| 項目別 | 市場別 | 大陸
全體 | 大陸
觀光團 | 大陸
自由行 |
|-----|------------|----------|-----------|-----------|
| | 在臺北市平均停留天數 | | 2.76 | 2.02 |
| 標準誤 | | 0.07 | 0.02 | 0.20 |

附表 3-3 102 年受訪旅客最近 3 年來臺北市次數 - 依主要市場分

| 項目別 | 市場別
人數
百分比 | 全體 | 日本 | 大陸 | 香港
澳門 | 新加坡 | 韓國 | 馬來
西亞 | 美國 | 歐洲 | 紐澳 |
|--------------|------------------|---------------|------------------|----------------|------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | | 總計 | 3,628
100.00% | 693
100.00% | 1,365
100.00% | 627
100.00% | 124
100.00% | 126
100.00% | 175
100.00% | 174
100.00% | 129
100.00% |
| 最近 3 年來臺北市次數 | | | | | | | | | | | |
| 第 1 次 | 2,458
67.75% | 414
59.74% | 1,240
90.84% | 229
36.52% | 63
50.81% | 100
79.37% | 125
71.43% | 86
49.43% | 78
60.47% | 16
69.57% | |
| 第 2 次 | 521
14.36% | 127
18.33% | 68
4.98% | 174
27.75% | 36
29.03% | 13
10.32% | 33
18.86% | 21
12.07% | 16
12.40% | 2
8.70% | |
| 第 3 次 | 247
6.81% | 62
8.95% | 12
0.88% | 105
16.75% | 9
7.26% | 5
3.97% | 6
3.43% | 19
10.92% | 12
9.30% | 2
8.70% | |
| 第 4 次 | 96
2.65% | 19
2.74% | 9
0.66% | 37
5.90% | 4
3.23% | 3
2.38% | 4
2.29% | 7
4.02% | 3
2.33% | - | |
| 5 次以上 | 306
8.43% | 71
10.25% | 36
2.64% | 82
13.08% | 12
9.68% | 5
3.97% | 7
4.00% | 41
23.56% | 20
15.50% | 3
13.04% | |

註：「歐洲」市場含「英國」、「法國」、「德國」及「歐洲其他地區」等 4 個居住地；其餘居住地並未列入。

附表 3-4 102 年大陸受訪旅客最近 3 年來臺北市次數 - 依旅遊型態分

| 項目別 | 市場別
人數
百分比 | 大陸
全體 | 大陸
觀光團 | 大陸
自由行 |
|--------------|------------------|-----------------|------------------|----------------|
| | 總計 | | 1,365
100.00% | 902
100.00% |
| 最近 3 年來臺北市次數 | | | | |
| 第 1 次 | | 1,240
90.84% | 877
97.23% | 363
78.40% |
| 第 2 次 | | 68
4.98% | 14
1.55% | 54
11.66% |
| 第 3 次 | | 12
0.88% | 2
0.22% | 10
2.16% |
| 第 4 次 | | 9
0.66% | 1
0.11% | 8
1.73% |
| 5 次以上 | | 36
2.64% | 8
0.89% | 28
6.05% |

附表 3-5 102 年受訪旅客遊覽地點 - 依主要市場分

| 市場別 | 全體 | | | 日本 | | | 大陸 | | | 香港、澳門 | | | 新加坡 | | |
|---------|--------|-------|-------|----------|-----|-------|--------|-------|-------|---------|-----|-------|---------|----|-------|
| | 景點 | 人次 | 相對次數 | 景點 | 人次 | 相對次數 | 景點 | 人次 | 相對次數 | 景點 | 人次 | 相對次數 | 景點 | 人次 | 相對次數 |
| 前十名遊覽景點 | 夜市 | 2,560 | 70.56 | 夜市 | 506 | 73.02 | 故宮博物院 | 1,213 | 88.86 | 夜市 | 507 | 80.86 | 夜市 | 88 | 70.97 |
| | 臺北 101 | 2,340 | 64.50 | 故宮博物院 | 350 | 50.51 | 臺北 101 | 1,198 | 87.77 | 西門町 | 471 | 75.12 | 西門町 | 72 | 58.06 |
| | 故宮博物院 | 1,931 | 53.22 | 臺北 101 | 345 | 49.78 | 夜市 | 987 | 72.31 | 臺北 101 | 248 | 39.55 | 臺北 101 | 69 | 55.65 |
| | 中正紀念堂 | 1,508 | 41.57 | 艋舺龍山寺 | 282 | 40.69 | 國父紀念館 | 981 | 71.87 | 中正紀念堂 | 145 | 23.13 | 五分埔成衣市場 | 33 | 26.61 |
| | 西門町 | 1,237 | 34.10 | 中正紀念堂 | 269 | 38.82 | 中正紀念堂 | 806 | 59.05 | 臺北東區 | 128 | 20.41 | 中正紀念堂 | 28 | 22.58 |
| | 國父紀念館 | 1,136 | 31.31 | 忠烈祠 | 184 | 26.55 | 士林官邸 | 676 | 49.52 | 北投 | 119 | 18.98 | 故宮博物院 | 24 | 19.35 |
| | 士林官邸 | 732 | 20.18 | 西門町 | 162 | 23.38 | 總統府 | 363 | 26.59 | 信義區商圈 | 116 | 18.50 | 陽明山 | 19 | 15.32 |
| | 艋舺龍山寺 | 609 | 16.79 | 臺北市永康街商圈 | 138 | 19.91 | 西門町 | 267 | 19.56 | 故宮博物院 | 110 | 17.54 | 信義區商圈 | 18 | 14.52 |
| | 信義區商圈 | 508 | 14.00 | 行天宮 | 102 | 14.72 | 信義區商圈 | 167 | 12.23 | 臺北車站及商圈 | 105 | 16.75 | 臺北東區 | 17 | 13.71 |
| | 總統府 | 472 | 13.01 | 國父紀念館 | 67 | 9.67 | 臺北東區 | 99 | 7.25 | 臺北捷運商店街 | 64 | 10.21 | 艋舺龍山寺 | 16 | 12.90 |

註：1.本題「曾遊覽觀光景點」最多填寫 15 個印象較深刻的景點。
2.相對次數單位為每百人次有幾人次。

附表 3-5 102 年受訪旅客遊覽地點 - 依主要市場分(續完)

| 市場別 | 韓國 | | | 馬來西亞 | | | 美國 | | | 歐洲 | | | 紐澳 | | |
|---------|--------|-----|-------|---------|-----|-------|---------|----|-------|---------|----|-------|--------|----|-------|
| | 景點 | 人次 | 相對次數 | 景點 | 人次 | 相對次數 | 景點 | 人次 | 相對次數 | 景點 | 人次 | 相對次數 | 景點 | 人次 | 相對次數 |
| 前十名遊覽景點 | 夜市 | 104 | 82.54 | 夜市 | 153 | 87.43 | 臺北 101 | 77 | 44.25 | 臺北 101 | 66 | 51.16 | 臺北 101 | 15 | 65.22 |
| | 臺北 101 | 82 | 65.08 | 臺北 101 | 129 | 73.71 | 夜市 | 62 | 35.63 | 夜市 | 51 | 39.53 | 故宮博物院 | 9 | 39.13 |
| | 故宮博物院 | 72 | 57.14 | 西門町 | 124 | 70.86 | 故宮博物院 | 35 | 20.11 | 中正堂 | 37 | 28.68 | 夜市 | 8 | 34.78 |
| | 中正紀念堂 | 66 | 52.38 | 中正紀念堂 | 71 | 40.57 | 中正紀念堂 | 34 | 19.54 | 艋舺龍山寺 | 35 | 27.13 | 信義區商園 | 6 | 26.09 |
| | 艋舺龍山寺 | 61 | 48.41 | 五分埔成衣市場 | 60 | 34.29 | 信義區商園 | 26 | 14.94 | 信義區商園 | 32 | 24.81 | 中正紀念堂 | 5 | 21.74 |
| | 西門町 | 53 | 42.06 | 故宮博物院 | 44 | 25.14 | 艋舺龍山寺 | 24 | 13.79 | 故宮博物院 | 25 | 19.38 | 西門町 | 4 | 17.39 |
| | 忠烈祠 | 32 | 25.40 | 北投 | 38 | 21.71 | 西門町 | 21 | 12.07 | 西門町 | 20 | 15.50 | 臺北區 | 4 | 17.39 |
| | 北投 | 24 | 19.05 | 艋舺龍山寺 | 32 | 18.29 | 臺北車站及商園 | 15 | 8.62 | 北投 | 16 | 12.40 | 艋舺龍山寺 | 4 | 17.39 |
| | 信義區商園 | 15 | 11.90 | 國父紀念館 | 30 | 17.14 | 國父紀念館 | 11 | 6.32 | 臺北車站及商園 | 15 | 11.63 | 忠烈祠 | 1 | 4.35 |
| | 士林官邸 | 12 | 9.52 | 臺北車站及商園 | 29 | 16.57 | 臺北東區 | 9 | 5.17 | 木柵空 | 13 | 10.08 | 陽明山 | 1 | 4.35 |

註：1.本題「曾遊覽觀光景點」最多填寫 15 個印象較深刻的景點。

2.相對次數單位為每百人次有幾人次。

附表 3-6 102 年受訪旅客最喜歡景點 - 依主要市場分

| 市場別 | 全體 | | | 日本 | | |
|----------|---------|-------------------------|--------|---------|-------------------------|--------|
| | 最喜歡景點 | 到訪相對
次數(人次/
每百人次) | 喜歡比率 | 最喜歡景點 | 到訪相對
次數(人次/
每百人次) | 喜歡比率 |
| 前十名最喜歡景點 | 故宮博物院 | 53.22 | 43.71% | 故宮博物院 | 50.51 | 40.57% |
| | 北投 | 10.34 | 29.60% | 臺北永康街商圈 | 19.91 | 36.23% |
| | 西門町 | 34.10 | 29.02% | 夜市 | 73.02 | 26.28% |
| | 臺北 101 | 64.50 | 27.65% | 西門町 | 23.38 | 25.31% |
| | 夜市 | 70.56 | 18.95% | 臺北 101 | 49.78 | 24.06% |
| | 艋舺龍山寺 | 16.79 | 18.56% | 艋舺龍山寺 | 40.69 | 22.34% |
| | 士林官邸 | 20.18 | 11.07% | 忠烈祠 | 26.55 | 15.22% |
| | 信義計畫區商圈 | 14.00 | 10.04% | 行天宮 | 14.72 | 14.71% |
| | 忠烈祠 | 10.17 | 9.49% | 中正紀念堂 | 38.82 | 10.78% |
| | 中正紀念堂 | 41.57 | 7.63% | | | |
| 市場別 | 大陸 | | | 香港、澳門 | | |
| | 最喜歡景點 | 到訪相對
次數(人次/
每百人次) | 喜歡比率 | 最喜歡景點 | 到訪相對
次數(人次/
每百人次) | 喜歡比率 |
| 前十名最喜歡景點 | 故宮博物院 | 88.86 | 46.99% | 北投 | 18.98 | 38.66% |
| | 臺北 101 | 87.77 | 28.55% | 西門町 | 75.12 | 36.52% |
| | 西門町 | 19.56 | 16.48% | 夜市 | 80.86 | 28.60% |
| | 信義計畫區商圈 | 12.23 | 13.17% | 故宮博物院 | 17.54 | 28.18% |
| | 士林官邸 | 49.52 | 11.83% | 臺北 101 | 39.55 | 16.53% |
| | 夜市 | 72.31 | 8.71% | 臺北東區 | 20.41 | 16.41% |
| | 國父紀念館 | 71.87 | 6.12% | 中正紀念堂 | 23.13 | 13.79% |
| | 中正紀念堂 | 59.05 | 3.97% | 信義計畫區商圈 | 18.50 | 10.34% |
| | 總統府 | 26.59 | 1.93% | 臺北捷運商店街 | 10.21 | 3.13% |
| | | | | 臺北車站及商圈 | 16.75 | 1.90% |

註：1.本題「最喜歡景點」僅能就曾經遊覽過的景點中選一個。

2.喜歡比率=(最喜歡該景點人數/曾遊覽過該景點人數)×100%。

3.喜歡比率之排序以景點到訪相對次數達 10(人次/每百人次)以上者計算。

附表 3-6 102 年受訪旅客最喜歡景點 - 依主要市場分(續 1)

| 市場別 | 新加坡 | | | 韓國 | | |
|----------|---------|-------------------------|--------|---------|-------------------------|--------|
| | 最喜歡景點 | 到訪相對
次數(人次/
每百人次) | 喜歡比率 | 最喜歡景點 | 到訪相對
次數(人次/
每百人次) | 喜歡比率 |
| 前十名最喜歡景點 | 陽明山 | 15.32 | 42.11% | 故宮博物院 | 57.14 | 50.00% |
| | 故宮博物院 | 19.35 | 37.50% | 臺北 101 | 65.08 | 32.93% |
| | 夜市 | 70.97 | 35.23% | 西門町 | 42.06 | 24.53% |
| | 西門町 | 58.06 | 27.78% | 北投 | 19.05 | 20.83% |
| | 臺北東區 | 13.71 | 23.53% | 夜市 | 82.54 | 12.50% |
| | 臺北 101 | 55.65 | 20.29% | 艋舺龍山寺 | 48.41 | 9.84% |
| | 北投 | 12.90 | 12.50% | 中正紀念堂 | 52.38 | 7.58% |
| | 信義計畫區商圈 | 14.52 | 11.11% | | | |
| | 中正紀念堂 | 22.58 | 10.71% | | | |
| | 五分埔成衣市場 | 26.61 | 9.09% | | | |
| 市場別 | 馬來西亞 | | | 美國 | | |
| | 最喜歡景點 | 到訪相對
次數(人次/
每百人次) | 喜歡比率 | 最喜歡景點 | 到訪相對
次數(人次/
每百人次) | 喜歡比率 |
| 前十名最喜歡景點 | 西門町 | 70.86 | 41.13% | 故宮博物院 | 20.11 | 54.29% |
| | 五分埔成衣市場 | 34.29 | 26.67% | 臺北 101 | 44.25 | 45.45% |
| | 夜市 | 87.43 | 23.53% | 西門町 | 12.07 | 33.33% |
| | 故宮博物院 | 25.14 | 22.73% | 夜市 | 35.63 | 19.35% |
| | 陽明山 | 13.14 | 21.74% | 信義計畫區商圈 | 14.94 | 19.23% |
| | 北投 | 21.71 | 18.42% | 中正紀念堂 | 19.54 | 17.65% |
| | 艋舺龍山寺 | 18.29 | 15.63% | 艋舺龍山寺 | 13.79 | 12.50% |
| | 臺北 101 | 73.71 | 13.18% | | | |
| | 信義計畫區商圈 | 16.00 | 10.71% | | | |
| | 中正紀念堂 | 40.57 | 9.86% | | | |

註：1.本題「最喜歡景點」僅能就曾遊覽過的景點中選一個。
 2.喜歡比率=(最喜歡該景點人數/曾遊覽過該景點人數)×100%。
 3.喜歡比率之排序以景點到訪相對次數達 10(人次/每百人次)以上者計算。

附表 3-6 102 年受訪旅客最喜歡景點 - 依主要市場分(續完)

| 市場別 | 歐洲 | | | 紐澳 | | |
|----------|-----------|-------------------------|--------|-----------|-------------------------|---------|
| | 最喜歡景點 | 到訪相對
次數(人次/
每百人次) | 喜歡比率 | 最喜歡景點 | 到訪相對
次數(人次/
每百人次) | 喜歡比率 |
| 前十名最喜歡景點 | 臺北 1 0 1 | 51.16 | 48.48% | 木 柵 貓 空 | 13.04 | 100.00% |
| | 故 宮 博 物 院 | 19.38 | 44.00% | 北 投 | 21.74 | 60.00% |
| | 艋 舢 龍 山 寺 | 27.13 | 34.29% | 臺北車站及商圈 | 21.74 | 60.00% |
| | 北 投 | 12.40 | 25.00% | 西 門 町 | 17.39 | 50.00% |
| | 中 正 紀 念 堂 | 28.68 | 18.92% | 故 宮 博 物 院 | 39.13 | 33.33% |
| | 夜 市 | 39.53 | 15.69% | 臺 北 1 0 1 | 65.22 | 26.67% |
| | 信義計畫區商圈 | 24.81 | 9.38% | 夜 市 | 34.78 | 25.00% |
| | 木 柵 貓 空 | 10.08 | 7.69% | | | |

註：1.本題「最喜歡景點」僅能就曾遊覽過的景點中選一個。

2.喜歡比率=(最喜歡該景點人數/曾遊覽過該景點人數)×100%。

3.喜歡比率之排序以景點到訪相對次數達 10(人次/每百人次)以上者計算。

附表 3-7 102 年大陸受訪旅客遊覽地點 - 依旅遊型態分

| 項目別 | 大陸全體 | | | 大陸觀光團 | | | 大陸自由行 | | |
|---------|---------------|-------|-------|--------|-----|-------|---------------|-----|-------|
| | 景點 | 人次 | 相對次數 | 景點 | 人次 | 相對次數 | 景點 | 人次 | 相對次數 |
| 前十名遊覽景點 | 故宮博物院 | 1,213 | 88.86 | 故宮博物院 | 898 | 99.56 | 夜市 | 356 | 76.89 |
| | 臺北 101 | 1,198 | 87.77 | 臺北 101 | 878 | 97.34 | 臺北 101 | 320 | 69.11 |
| | 夜市 | 987 | 72.31 | 國父紀念館 | 814 | 90.24 | 故宮博物院 | 315 | 68.03 |
| | 國父紀念館 | 981 | 71.87 | 夜市 | 631 | 69.96 | 中正紀念堂 | 218 | 47.08 |
| | 中正紀念堂 | 806 | 59.05 | 中正紀念堂 | 588 | 65.19 | 西門町 | 176 | 38.01 |
| | 士林官邸 | 676 | 49.52 | 士林官邸 | 577 | 63.97 | 國父紀念館 | 167 | 36.07 |
| | 總統府 | 363 | 26.59 | 總統府 | 280 | 31.04 | 信義計畫區
區 商圈 | 143 | 30.89 |
| | 西門町 | 267 | 19.56 | 西門町 | 91 | 10.09 | 士林官邸 | 99 | 21.38 |
| | 信義計畫區
區 商圈 | 167 | 12.23 | 忠烈祠 | 48 | 5.32 | 臺北東區 | 92 | 19.84 |
| | 臺北東區 | 99 | 7.25 | 陽明山 | 40 | 4.43 | 總統府 | 83 | 17.93 |

註：1.本題「曾遊覽觀光景點」最多填寫 15 個印象較深刻的景點。
2.相對次數單位為每百人次有幾人次。

附表 3-8 102 年大陸受訪旅客最喜歡景點 - 依旅遊型態分

| 項目別 | 大陸全體 | | | 大陸觀光團 | | | 大陸自由行 | | |
|----------|-------------|-------------------------|----------|-----------|-------------------------|----------|-------------|-------------------------|----------|
| | 最喜歡
景點 | 到訪相對
次數(人次/
每百人次) | 喜歡
比率 | 最喜歡
景點 | 到訪相對
次數(人次/
每百人次) | 喜歡
比率 | 最喜歡
景點 | 到訪相對
次數(人次/
每百人次) | 喜歡
比率 |
| 前十名最喜歡景點 | 故宮博物院 | 88.86 | 46.99% | 故宮博物院 | 99.56 | 46.21% | 故宮博物院 | 68.03 | 49.21 |
| | 臺北 101 | 87.77 | 28.55% | 臺北 101 | 97.34 | 31.78% | 陽明山 | 12.74 | 37.29 |
| | 西門町 | 19.56 | 16.48% | 西門町 | 10.09 | 18.68% | 北投 | 14.25 | 28.79 |
| | 信義計畫區
商圈 | 12.23 | 13.17% | 士林官邸 | 63.97 | 11.44% | 臺北 101 | 69.11 | 19.69 |
| | 士林官邸 | 49.52 | 11.83% | 夜市 | 69.96 | 6.50% | 西門町 | 38.01 | 15.34 |
| | 夜市 | 72.31 | 8.71% | 國父紀念館 | 90.24 | 6.02% | 信義計畫區
商圈 | 30.89 | 14.69 |
| | 國父紀念館 | 71.87 | 6.12% | 中正紀念堂 | 65.19 | 2.89% | 士林官邸 | 21.38 | 14.14 |
| | 中正紀念堂 | 59.05 | 3.97% | 總統府 | 31.04 | 2.14% | 臺北東區 | 19.87 | 14.13 |
| | 總統府 | 26.59 | 1.93% | | | | 夜市 | 76.89 | 12.64 |
| | | | | | | | 艋舺
龍山寺 | 12.10 | 12.50 |

註：1.本題「最喜歡景點」僅能就曾遊覽過的景點中選一個。
 2.喜歡比率=(最喜歡該景點人數/曾遊覽過該景點人數)×100%。
 3.喜歡比率之排序以景點到訪相對次數達 10(人次/每百人次)以上者計算。

附表 3-9 102 年受訪旅客在台北市平均每人每日消費支出 - 依主要市場分

| 項目別 | 市場別 | | | | | |
|----------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | 金額(美元) | 全體 | 日本 | 大陸 | 香港.澳門 | 新加坡 |
| | 行百分比 | | | | | |
| 總計 | | 228.78 | 215.62 | 313.96 | 177.48 | 212.51 |
| | | 100.00% | 100.00% | 100.00% | 100.00% | 100.00% |
| 旅館內支出費 | | 57.30 | 80.01 | 31.03 | 58.42 | 82.06 |
| | | 25.04% | 37.11% | 9.88% | 32.92% | 38.61% |
| 旅館外餐飲費 | | 31.16 | 33.18 | 29.60 | 34.00 | 33.99 |
| | | 13.62% | 15.39% | 9.43% | 19.16% | 15.99% |
| 在臺北市內交通費 | | 26.06 | 34.73 | 30.12 | 17.23 | 20.35 |
| | | 11.39% | 16.11% | 9.59% | 9.71% | 9.58% |
| 娛樂費 | | 7.48 | 13.27 | 5.96 | 5.75 | 7.61 |
| | | 3.27% | 6.15% | 1.90% | 3.24% | 3.58% |
| 雜費 | | 1.81 | 1.40 | 1.83 | 2.77 | 0.85 |
| | | 0.79% | 0.65% | 0.58% | 1.56% | 0.40% |
| 購物費 | | 104.97 | 53.03 | 215.43 | 59.31 | 67.64 |
| | | 45.88% | 24.59% | 68.62% | 33.42% | 31.83% |

附表 3-9 102 年受訪旅客在台北市平均每人每日消費支出 - 依主要市場分(續完)

| 項目別 | 市場別 | | | | | |
|----------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | 金額(美元) | 韓國 | 馬來西亞 | 美國 | 歐洲 | 紐澳 |
| | 行百分比 | | | | | |
| 總計 | | 186.87 | 155.50 | 242.27 | 160.95 | 238.83 |
| | | 100.00% | 100.00% | 100.00% | 100.00% | 100.00% |
| 旅館內支出費 | | 72.33 | 43.23 | 141.00 | 96.11 | 100.22 |
| | | 38.71% | 27.80% | 58.20% | 59.71% | 41.96% |
| 旅館外餐飲費 | | 36.08 | 23.17 | 44.49 | 26.10 | 34.75 |
| | | 19.31% | 14.90% | 18.36% | 16.21% | 14.55% |
| 在臺北市內交通費 | | 30.92 | 15.65 | 20.10 | 15.32 | 26.95 |
| | | 16.54% | 10.06% | 8.29% | 9.52% | 11.29% |
| 娛樂費 | | 6.69 | 4.99 | 8.44 | 8.21 | 7.74 |
| | | 3.58% | 3.21% | 3.49% | 5.10% | 3.24% |
| 雜費 | | 2.74 | 2.61 | 2.16 | 2.06 | 5.79 |
| | | 1.46% | 1.68% | 0.89% | 1.28% | 2.42% |
| 購物費 | | 38.11 | 65.85 | 26.08 | 13.16 | 63.37 |
| | | 20.39% | 42.35% | 10.77% | 8.18% | 26.53% |

附表 3-10 102 年大陸受訪旅客在台北市平均每人每日消費支出 - 依旅遊型態分

| 項目別 | 型態別 | | 大陸全體 | 大陸觀光團 | 大陸自由行 |
|----------|--------|------|---------|---------|---------|
| | 金額(美元) | 行百分比 | | | |
| 總計 | | | 313.96 | 338.00 | 263.53 |
| | | | 100.00% | 100.00% | 100.00% |
| 旅館內支出費 | 31.03 | | 9.88% | 5.27% | 23.19% |
| 旅館外餐飲費 | 29.60 | | 9.43% | 7.82% | 13.61% |
| 在臺北市內交通費 | 30.12 | | 9.59% | 9.39% | 9.93% |
| 娛樂費 | 5.96 | | 1.90% | 1.85% | 2.28% |
| 雜費 | 1.83 | | 0.58% | 0.58% | 0.63% |
| 購物費 | 215.43 | | 68.62% | 75.08% | 50.36% |

附表 3-11 102 年受訪旅客對臺北市最深刻的印象 - 依主要市場分

| 全體 | | | 日本 | | |
|---------|-------|-------|---------|-----|-------|
| 項目 | 人次 | 相對次數 | 項目 | 人次 | 相對次數 |
| 人情味濃厚 | 1,493 | 41.15 | 美味菜餚 | 365 | 52.67 |
| 美味菜餚 | 1,423 | 39.22 | 逛夜市 | 294 | 42.42 |
| 逛夜市 | 1,404 | 38.70 | 人情味濃厚 | 272 | 39.25 |
| 景點 | 774 | 21.33 | 寺廟參訪 | 142 | 20.49 |
| 水果 | 647 | 17.83 | 歷史古蹟 | 113 | 16.31 |
| 歷史古蹟 | 634 | 17.48 | 景點 | 106 | 15.30 |
| 寺廟參訪 | 278 | 7.66 | 水果 | 100 | 14.43 |
| 泡溫泉 | 248 | 6.84 | 美容醫療 | 89 | 12.84 |
| 24 小時書店 | 232 | 6.39 | 都會不夜城 | 50 | 7.22 |
| 街道乾淨 | 208 | 5.73 | 泡溫泉 | 24 | 3.46 |
| 都會不夜城 | 173 | 4.77 | 地方特產 | 18 | 2.60 |
| 地方特產 | 158 | 4.36 | 捷運 | 17 | 2.45 |
| 美容醫療 | 119 | 3.28 | 24 小時書店 | 11 | 1.59 |
| 排隊守秩序 | 104 | 2.87 | 節慶活動 | 4 | 0.58 |
| 捷運 | 103 | 2.84 | 排隊守秩序 | 3 | 0.43 |
| 單車賞景 | 24 | 0.66 | 藝文展演 | 2 | 0.29 |
| 藝文展演 | 15 | 0.41 | 街道乾淨 | 2 | 0.29 |
| 節慶活動 | 13 | 0.36 | 單車賞景 | 1 | 0.14 |
| 大陸 | | | 香港、澳門 | | |
| 項目 | 人次 | 相對次數 | 項目 | 人次 | 相對次數 |
| 人情味濃厚 | 624 | 45.71 | 逛夜市 | 365 | 58.21 |
| 逛夜市 | 429 | 31.43 | 美味菜餚 | 347 | 55.34 |
| 美味菜餚 | 396 | 29.01 | 人情味濃厚 | 243 | 38.76 |
| 水果 | 377 | 27.62 | 景點 | 173 | 27.59 |
| 歷史古蹟 | 366 | 26.81 | 泡溫泉 | 95 | 15.15 |
| 景點 | 330 | 24.18 | 水果 | 81 | 12.92 |
| 街道乾淨 | 146 | 10.70 | 歷史古蹟 | 62 | 9.89 |
| 24 小時書店 | 124 | 9.08 | 24 小時書店 | 58 | 9.25 |
| 地方特產 | 81 | 5.93 | 都會不夜城 | 39 | 6.22 |
| 排隊守秩序 | 57 | 4.18 | 地方特產 | 29 | 4.63 |
| 泡溫泉 | 53 | 3.88 | 捷運 | 21 | 3.35 |
| 寺廟參訪 | 37 | 2.71 | 街道乾淨 | 19 | 3.03 |
| 都會不夜城 | 37 | 2.71 | 排隊守秩序 | 18 | 2.87 |
| 捷運 | 28 | 2.05 | 寺廟參訪 | 14 | 2.23 |
| 美容醫療 | 18 | 1.32 | 單車賞景 | 7 | 1.12 |
| 單車賞景 | 8 | 0.59 | 藝文展演 | 6 | 0.96 |
| 藝文展演 | 4 | 0.29 | 美容醫療 | 2 | 0.32 |
| 節慶活動 | 1 | 0.07 | 節慶活動 | 1 | 0.16 |

註：1.本題「對臺北市最深刻的印象」為複選題。

2.「-」表示無調查樣本，相對次數單位為每百人次有幾人次。

附表 3-11 102 年受訪旅客對臺北市最深刻的印象 - 依主要市場分(續 1)

| 新加坡 | | | 韓國 | | |
|--------|-----|-------|--------|----|-------|
| 項目 | 人次 | 相對次數 | 項目 | 人次 | 相對次數 |
| 逛夜市 | 61 | 49.19 | 美味菜餚 | 47 | 37.30 |
| 美味菜餚 | 52 | 41.94 | 逛夜市 | 38 | 30.16 |
| 人情味濃厚 | 43 | 34.68 | 人情味濃厚 | 26 | 20.63 |
| 景點 | 21 | 16.94 | 歷史古蹟 | 25 | 19.84 |
| 泡溫泉 | 10 | 8.06 | 景點 | 20 | 15.87 |
| 歷史古蹟 | 9 | 7.26 | 水果 | 18 | 14.29 |
| 都會不夜城 | 9 | 7.26 | 泡溫泉 | 17 | 13.49 |
| 地方特產 | 9 | 7.26 | 寺廟參訪 | 11 | 8.73 |
| 24小時書店 | 9 | 7.26 | 捷運 | 7 | 5.56 |
| 水果 | 8 | 6.45 | 排隊守秩序 | 5 | 3.97 |
| 寺廟參訪 | 4 | 3.23 | 都會不夜城 | 4 | 3.17 |
| 排隊守秩序 | 3 | 2.42 | 24小時書店 | 4 | 3.17 |
| 美容醫療 | 3 | 2.42 | 美容醫療 | 3 | 2.38 |
| 藝文展演 | 1 | 0.81 | 地方特產 | 3 | 2.38 |
| 捷運 | 1 | 0.81 | 藝文展演 | 1 | 0.79 |
| 節慶活動 | - | - | 街道乾淨 | 1 | 0.79 |
| 街道乾淨 | - | - | 單車賞景 | 1 | 0.79 |
| 單車賞景 | - | - | 節慶活動 | - | - |
| 馬來西亞 | | | 美國 | | |
| 項目 | 人次 | 相對次數 | 項目 | 人次 | 相對次數 |
| 逛夜市 | 109 | 62.29 | 人情味濃厚 | 84 | 48.28 |
| 美味菜餚 | 63 | 36.00 | 美味菜餚 | 64 | 36.78 |
| 人情味濃厚 | 55 | 31.43 | 逛夜市 | 31 | 17.82 |
| 景點 | 19 | 10.86 | 景點 | 22 | 12.64 |
| 泡溫泉 | 19 | 10.86 | 水果 | 17 | 9.77 |
| 水果 | 12 | 6.86 | 歷史古蹟 | 15 | 8.62 |
| 歷史古蹟 | 11 | 6.29 | 寺廟參訪 | 11 | 6.32 |
| 寺廟參訪 | 10 | 5.71 | 都會不夜城 | 8 | 4.60 |
| 24小時書店 | 9 | 5.14 | 泡溫泉 | 7 | 4.02 |
| 地方特產 | 8 | 4.57 | 24小時書店 | 6 | 3.45 |
| 捷運 | 7 | 4.00 | 街道乾淨 | 5 | 2.87 |
| 街道乾淨 | 6 | 3.43 | 捷運 | 5 | 2.87 |
| 都會不夜城 | 5 | 2.86 | 節慶活動 | 3 | 1.72 |
| 排隊守秩序 | 4 | 2.29 | 排隊守秩序 | 3 | 1.72 |
| 單車賞景 | 2 | 1.14 | 美容醫療 | 2 | 1.15 |
| 美容醫療 | 2 | 1.14 | 單車賞景 | 1 | 0.57 |
| 藝文展演 | 1 | 0.57 | 地方特產 | 1 | 0.57 |
| 節慶活動 | - | - | 藝文展演 | - | - |

註：1.本題「對臺北市最深刻的印象」為複選題。

2.「-」表示無調查樣本，相對次數單位為每百人次有幾人次。

附表 3-11 102 年受訪旅客對臺北市最深刻的印象 - 依主要市場分(續完)

| 歐洲 | | | 紐澳 | | |
|---------|----|-------|---------|----|-------|
| 項目 | 人次 | 相對次數 | 項目 | 人次 | 相對次數 |
| 人情味濃厚 | 64 | 49.61 | 人情味濃厚 | 10 | 43.48 |
| 美味菜餚 | 39 | 30.23 | 美味菜餚 | 8 | 34.78 |
| 逛夜市 | 30 | 23.26 | 景點 | 7 | 30.43 |
| 寺廟參訪 | 27 | 20.93 | 水果 | 4 | 17.39 |
| 街道乾淨 | 20 | 15.50 | 歷史古蹟 | 4 | 17.39 |
| 景點 | 18 | 13.95 | 泡溫泉 | 3 | 13.04 |
| 捷運 | 13 | 10.08 | 逛夜市 | 3 | 13.04 |
| 歷史古蹟 | 10 | 7.75 | 捷運 | 2 | 8.70 |
| 都會不夜城 | 7 | 5.43 | 排隊守秩序 | 2 | 8.70 |
| 泡溫泉 | 7 | 5.43 | 街道乾淨 | 2 | 8.70 |
| 水果 | 7 | 5.43 | 寺廟參訪 | 1 | 4.35 |
| 排隊守秩序 | 6 | 4.65 | 24 小時書店 | 1 | 4.35 |
| 24 小時書店 | 4 | 3.10 | 單車賞景 | - | - |
| 地方特產 | 3 | 2.33 | 都會不夜城 | - | - |
| 單車賞景 | 2 | 1.55 | 藝文展演 | - | - |
| 藝文展演 | - | - | 美容醫療 | - | - |
| 節慶活動 | - | - | 地方特產 | - | - |
| 美容醫療 | - | - | 節慶活動 | - | - |

註：1.本題「對臺北市最深刻的印象」為複選題。

2.「-」表示無調查樣本，相對次數單位為每百人次有幾人次。

附表 3-12 102 年大陸受訪旅客對臺北市最深刻的印象 - 依旅遊型態分

| 大陸全體 | | | 大陸觀光團 | | | 大陸自由行 | | |
|---------|-----|-------|---------|-----|-------|---------|-----|-------|
| 項目 | 人次 | 相對次數 | 項目 | 人次 | 相對次數 | 項目 | 人次 | 相對次數 |
| 人情味濃厚 | 624 | 45.71 | 人情味濃厚 | 374 | 41.46 | 人情味濃厚 | 250 | 54.00 |
| 逛夜市 | 429 | 31.43 | 水果 | 254 | 28.16 | 美味菜餚 | 223 | 48.16 |
| 美味菜餚 | 396 | 29.01 | 歷史古蹟 | 246 | 27.27 | 逛夜市 | 199 | 42.98 |
| 水果 | 377 | 27.62 | 逛夜市 | 230 | 25.50 | 景點 | 134 | 28.94 |
| 歷史古蹟 | 366 | 26.81 | 景點 | 196 | 21.73 | 水果 | 123 | 26.57 |
| 景點 | 330 | 24.18 | 美味菜餚 | 173 | 19.18 | 歷史古蹟 | 120 | 25.92 |
| 街道乾淨 | 146 | 10.70 | 街道乾淨 | 113 | 12.53 | 24 小時書店 | 86 | 18.57 |
| 24 小時書店 | 124 | 9.08 | 地方特產 | 48 | 5.32 | 泡溫泉 | 40 | 8.64 |
| 地方特產 | 81 | 5.93 | 24 小時書店 | 38 | 4.21 | 街道乾淨 | 33 | 7.13 |
| 排隊守秩序 | 57 | 4.18 | 排隊守秩序 | 32 | 3.55 | 地方特產 | 33 | 7.13 |
| 泡溫泉 | 53 | 3.88 | 都不會城 | 16 | 1.77 | 寺廟參訪 | 26 | 5.62 |
| 寺廟參訪 | 37 | 2.71 | 泡溫泉 | 13 | 1.44 | 排隊守秩序 | 25 | 5.40 |
| 都不會城 | 37 | 2.71 | 寺廟參訪 | 11 | 1.22 | 都不會城 | 21 | 4.54 |
| 捷運 | 28 | 2.05 | 美容醫療 | 10 | 1.11 | 捷運 | 20 | 4.32 |
| 美容醫療 | 18 | 1.32 | 捷運 | 8 | 0.89 | 美容醫療 | 8 | 1.73 |
| 單車賞景 | 8 | 0.59 | 單車賞景 | 1 | 0.11 | 單車賞景 | 7 | 1.51 |
| 藝文展演 | 4 | 0.29 | 藝文展演 | 1 | 0.11 | 藝文展演 | 3 | 0.65 |
| 節慶活動 | 1 | 0.07 | 節慶活動 | - | - | 節慶活動 | 1 | 0.22 |

註：1.本題「對臺北市最深刻的印象」為複選題。

2.「-」表示無調查樣本，相對次數單位為每百人次有幾人次。