

中華民國 101 年來臺旅客在臺北市之消費及動向調查

中文摘要

臺北市觀光傳播局為瞭解 101 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 101 年 7 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 101 年有效樣本數為 2,088 人，其中 1,832 人曾到訪臺北市，到訪比率為 87.74%。

茲將 101 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

731.1 萬人次..... 來臺旅客人次

87.74%..... 來臺旅客到訪臺北市比率

641.5 萬人次..... 來臺旅客到訪臺北市人次

64.96 億美元..... 臺北市觀光外匯收入

1,013 美元..... 來臺旅客在臺北市平均每人每次消費

4.03 天..... 來臺旅客在臺北市平均停留天數

251.27 美元..... 來臺旅客在臺北市平均每人每日消費

82%..... 到訪臺北市來臺旅客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、國父紀念館及西門町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 73 人次)、臺北 101(每百人次有 72 人次)、故宮博物院(每百人次有 61 人次)、中正紀念堂(每百人次有 46 人次)、國父紀念館(每百人次有 36 人次)、西門町(每百人次有 26 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、臺北 101、故宮博物院、中正紀念堂、艋舺龍山寺等；大陸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、中正紀念堂等；新加坡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、艋舺龍山寺、中正紀念堂、西門町等；馬來西亞受訪旅客在臺北市遊覽觀光景點依序為夜市、西門町、臺北 101、中正紀念堂等；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、故宮博物院、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夜市、臺北 101、故宮博物院、中正紀念堂、艋舺龍山寺等。

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 62 人次)，饒河街夜市次之(每百人次有 8 人次)。

表 1 101 年受訪旅客遊覽觀光景點排名

單位：人次/每百人次

名次	遊覽景點	相對次數	名次	遊覽景點	相對次數
1	夜 市	72.65	6	西 門 町	26.42
2	臺 北 1 0 1	72.43	7	艋 舺 龍 山 寺	16.27
3	故 宮 博 物 院	60.86	8	忠 烈 祠	12.34
4	中 正 紀 念 堂	45.96	9	信 義 計 畫 區 商 圈	9.83
5	國 父 紀 念 館	35.97	10	士 林 官 邸	8.57

註：本題「受訪旅客曾遊覽觀光景點」為複選題。

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中以故宮博物院最獲喜愛(喜歡比例為37.67%)，其次依序為西門町、臺北101、艋舺龍山寺及夜市，喜歡比例皆在19%以上。

就主要市場而言，日本、大陸及紐澳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夜市；新加坡受訪旅客最喜歡景點為五分埔成衣市場；韓國及美國受訪旅客最喜歡景點皆為臺北101；馬來西亞受訪旅客最喜歡景點為西門町。

表2 101年受訪旅客最喜歡熱門景點排名

名次	最喜歡熱門景點	到訪相對次數(人次/每百人次)	喜歡比例	名次	最喜歡熱門景點	到訪相對次數(人次/每百人次)	喜歡比例
1	故宮博物院	60.86	37.67%	5	夜市	72.65	19.98%
2	西門町	26.42	25.41%	6	中正紀念堂	45.96	6.53%
3	臺北101	72.43	23.96%	7	國父紀念館	35.97	5.01%
4	艋舺龍山寺	16.27	20.81%	8	忠烈祠	12.34	4.42%

註：1.本題「最喜歡景點」僅能就曾遊覽過的景點中選一個。

2.喜歡比例=(最喜歡該景點人數/曾遊覽過該景點人數)×100%。

3.喜歡比例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、六成旅客以住宿一般旅館為主，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60.03%)、國際觀光旅館(占29.21%)、一般觀光旅館(占10.76%)；旅客對全體旅館的整體滿意度為82.43%，其中國際觀光旅館滿意度最高(91.48%)，其次為一般觀光旅館(80.27%)及一般旅館(73.52%)。

表3 101年受訪旅客對臺北市最主要住宿旅館的整體滿意度—依旅館類型分

旅館類型	滿意度
全體	82.43
國際觀光旅館	91.48
一般觀光旅館	80.27
一般旅館	73.52

參、消費概況

一、101 年臺北市觀光外匯總收入為 64 億 9,600 萬美元。

101 年受訪旅客在臺北市平均每人每日消費為 251.27 美元，其中以購物費所占比例最高(占 50.01%)，其次為旅館內支出費(占 21.21%)、旅館外餐飲費(占 12.52%)等。

就到訪臺北市主要目的而言，以國際會議或展覽目的旅客(平均每人每日 282.30 美元)在臺北市的消費力為最高，其次為觀光目的旅客(平均每人每日 268.35 美元)，第三為業務旅客(平均每人每日 187.96 美元)。

就主要市場而言，以大陸旅客(平均每人每日 356.32 美元)及日本旅客(平均每人每日 254.25 美元)在臺北市的消費力為最高；進一步由購物費觀察，則依序為大陸(平均每人每日 260.87 美元)、馬來西亞(平均每人每日 60.71 美元)、香港.澳門(平均每人每日 56.94 美元)及日本(平均每人每日 56.45 美元)等。

表 4 101 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
單位：美元

目的別		旅館內 支出費	旅館外 餐飲費	在臺境內 交通費	娛樂費	雜費	購物費	合計
全 體	金額	53.29	31.46	29.59	9.40	1.87	125.66	251.27
	結構比	21.21%	12.52%	11.78%	3.74%	0.75%	50.01%	100.00%
觀 光	金額	46.72	31.99	32.40	9.63	1.84	145.76	268.35
	結構比	17.41%	11.92%	12.07%	3.59%	0.69%	54.32%	100.00%
業 務	金額	100.62	29.95	19.57	6.94	3.50	27.38	187.96
	結構比	53.53%	15.93%	10.41%	3.69%	1.86%	14.57%	100.00%
國際會議 或展覽	金額	90.28	23.08	14.58	34.64	6.28	113.43	282.30
	結構比	31.98%	8.18%	5.17%	12.27%	2.23%	40.18%	100.00%
探親或 訪友	金額	48.66	27.90	10.68	9.14	1.70	43.26	141.35
	結構比	34.43%	19.74%	7.56%	6.47%	1.20%	30.61%	100.00%

表 5 101 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		旅館內 支出費	旅館外 餐飲費	在臺境內 交通費	娛樂費	雜費	購物費	合計
全 體	金 額	53.29	31.46	29.59	9.40	1.87	125.66	251.27
	結構比	21.21%	12.52%	11.78%	3.74%	0.75%	50.01%	100.00%
日 本	金 額	96.32	39.94	41.96	17.94	1.63	56.45	254.25
	結構比	37.89%	15.71%	16.50%	7.06%	0.64%	22.20%	100.00%
大 陸	金 額	25.05	29.36	32.59	6.81	1.64	260.87	356.32
	結構比	7.03%	8.24%	9.15%	1.91%	0.46%	73.21%	100.00%
香 港	金 額	54.25	28.76	17.78	7.92	2.72	56.94	168.37
	結構比	32.22%	17.08%	10.56%	4.70%	1.61%	33.82%	100.00%
新 加 坡	金 額	76.15	25.83	23.14	9.19	5.64	49.67	189.62
	結構比	40.16%	13.62%	12.20%	4.85%	2.97%	26.20%	100.00%
韓 國	金 額	41.12	22.83	20.83	5.10	2.36	51.08	143.33
	結構比	28.69%	15.93%	14.54%	3.56%	1.65%	35.64%	100.00%
馬 來 西 亞	金 額	49.85	28.77	19.84	5.62	13.25	60.71	178.04
	結構比	28.00%	16.16%	11.14%	3.16%	7.44%	34.10%	100.00%
美 國	金 額	58.27	27.49	13.28	5.17	4.98	13.98	123.17
	結構比	47.31%	22.32%	10.78%	4.19%	4.04%	11.35%	100.00%
歐 洲	金 額	66.94	19.11	10.43	7.25	1.64	12.87	118.24
	結構比	56.62%	16.16%	8.82%	6.13%	1.39%	10.89%	100.00%
紐 澳	金 額	41.17	26.94	14.10	16.32	3.65	44.67	146.85
	結構比	28.03%	18.35%	9.60%	11.11%	2.49%	30.42%	100.00%

二、大陸觀光團體旅客在臺北市平均每人每日平均消費為 **369.83 美元**，高於日本觀光團體旅客之 **310.01 美元**。

101 年大陸與日本觀光團體旅客相比較，大陸觀光團體旅客在臺北市平均每人每日消費為 369.83 美元，高於日本觀光團體旅客之 310.01 美元。

進一步由購物費觀察，大陸觀光團體旅客在臺北市平均每人每日購物費為 281.24 美元，高於日本觀光團體旅客之 85.05 美元。

由購物費之細項消費觀察，大陸觀光團體旅客以購買名產或特產的比例最高，占 26.19%，其次為珠寶或玉器類(占 18.62%)及服飾或相關配件(占 16.40%)。日本觀光團體旅客以購買名產或特產的比例最高，占 63.01%，其次為茶葉(占 10.61%)及服飾或相關配件(占 9.58%)。

表 6 101 年到訪臺北市全體、日本及大陸觀光團體旅客之平均每人每日消費支出

單位：美元

類別	旅館內 支出費	旅館外 餐飲費	在臺境內 交通費	娛樂費	雜費	購物費	合計
全體金額	28.08	34.10	43.43	10.18	2.14	221.11	339.03
觀光團體結構比	8.28%	10.06%	12.81%	3.00%	0.63%	65.22%	100.00%
日本金額	58.26	53.12	83.41	26.27	3.91	85.05	310.01
觀光團體結構比	18.79%	17.14%	26.90%	8.47%	1.26%	27.43%	100.00%
大陸金額	20.00	28.08	32.52	6.37	1.62	281.24	369.83
觀光團體結構比	5.41%	7.59%	8.79%	1.72%	0.44%	76.05%	100.00%

表 7 101 年到訪臺北市全體、日本及大陸觀光團體旅客平均每人每日
購物費之細項消費

單位：美元

購物費消費項目	全體觀光團體旅客		日本觀光團體旅客		大陸觀光團體旅客	
	消費金額	百分比	消費金額	百分比	消費金額	百分比
總計	221.11	100.00%	85.05	100.00%	281.24	100.00%
服飾或相關配件	34.99	15.82%	8.15	9.58%	46.12	16.40%
珠寶或玉器類	38.44	17.39%	3.31	3.90%	52.36	18.62%
紀念品或手工藝品類	14.40	6.51%	2.27	2.66%	19.09	6.79%
化妝品或香水類	29.40	13.30%	5.04	5.92%	39.06	13.89%
名產或特產	64.52	29.18%	53.59	63.01%	73.65	26.19%
煙或酒類	10.45	4.73%	2.86	3.37%	14.16	5.03%
中藥或健康食品	1.31	0.59%	0.46	0.54%	0.95	0.34%
電子或電器用品	16.32	7.38%	0.22	0.26%	23.37	8.31%
茶葉	6.87	3.11%	9.03	10.61%	6.55	2.33%
其他	4.42	2.00%	0.12	0.14%	5.93	2.11%

肆、對臺北市最深刻的印象

一、逛夜市、人情味濃厚及美味菜餚為旅客對臺北市最深刻的印象。

受訪旅客對對臺北市最深刻的印象依序為逛夜市(每百人次有 41 人次)、人情味濃厚(每百人次有 38 人次)、美味菜餚(每百人次有 36 人次)、景點(每百人次有 27 人次)等。

由主要市場分析，日本受訪旅客對美味菜餚、逛夜市、人情味濃厚、寺廟參訪、景點、水果、美容醫療、歷史古蹟及都會不夜城印象最深刻；大陸受訪旅客對人情味濃厚、景點、逛夜市、歷史古蹟、水果、美味菜餚、便利商店、地方特產及 24 小時書店印象最深刻；香港、澳門與新加坡受訪旅客皆對逛夜市、美味菜餚、人情味濃厚及景點印象最深刻；韓國受訪旅客對逛夜市及景點印象最深刻；馬來西亞受訪旅客對逛夜市、美味菜餚、人情味濃厚、地方特產及便利商店印象最深刻；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、逛夜市、美味菜餚、寺廟參訪及都會不夜城印象最深刻；紐澳受訪旅客對美味菜餚及人情味濃厚印象最深刻。

表 8 101 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	逛 夜 市	40.72	9	寺 廟 參 訪	9.28
2	人 情 味 濃 厚	38.32	10	2 4 小 時 書 店	6.82
3	美 味 菜 餚	36.03	11	都 會 不 夜 城	6.66
4	景 點	27.02	12	泡 溫 泉	5.90
5	歷 史 古 蹟	17.74	13	美 容 醫 療	5.57
6	水 果	16.54	14	原 住 民 文 化	2.24
7	便 利 商 店	11.52	15	單 車 賞 景	0.49
8	地 方 特 產	10.21	16	節 慶 活 動	0.11

註：本題「受訪旅客對臺北市最深刻的印象」為複選題。

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 29.59%，第二為事務支援人員，占 17.63%，第三為民意代表.主管及經理人員，占 13.10%。

二、旅客教育程度以大專以上居多，年收入以無固定收入、10,000 美元以下及 10,000-14,999 美元居多。

到訪臺北市受訪旅客最高學歷以「大專以上」最多，占 81.28%。受訪旅客平均年收入約為 32,892 美元，其中以無固定收入為最多，占 19.38%；其次為 10,000 美元以下，占 17.85%；第三為「10,000-14,999 美元，占 14.30%。