

來臺旅客在臺北市之消費及動向調查

— 中華民國 105 年

Annual Survey Report on
Tourist Expenditures and Trends in Taipei (2016)

臺北市政府觀光傳播局

中華民國 105 年出版

Department of Information and Tourism,

Taipei City Government

2016

目錄

摘要.....	1
壹、臺北市國際旅遊市場相關指標值.....	1
貳、旅遊動向	2
參、消費概況	5
肆、對臺北市最好的印象	8
伍、穆斯林旅遊友善環境調查.....	11
陸、基本資料	12
Summary.....	i
I. Related Indices of the International tourism market in Taipei.....	ii
II. Travel Trends of inbound Visitors in Taipei.....	iii
III. Inbound Visitors' Spendings in Taipei.....	vii
IV. The Best Impressive Parts toward Taipei	xiii
V. Survey of Friendly Environment on Muslim tourists	xvii
VI. Respondent' s profile	xviii
壹、調查動機與目的.....	1
貳、調查實施計畫.....	4
一、調查對象、時間與地點.....	4
二、調查項目	5
三、調查方法.....	6
四、抽樣計畫與施測方式	7
(一) 抽樣特徵變數	7
(二) 樣本數設定與分配依據.....	8
(三) 調查日期分派與抽樣原則	8
(四) 調查樣本配置	9
(五) 消費金額估算公式	11
五、調查人力配置	11
(一) 調查研究小組	11
(二) 主要調查工作及人力配置	11
六、資料檢核與分析.....	13
(一) 資料檢核.....	13
(二) 資料分析.....	13
參、調查結果.....	17
一、來臺旅客到訪臺北市之比率與人次.....	17

二、到訪臺北市受訪旅客基本特性	19
(一) 居住地	19
(二) 國籍	20
(三) 來臺主北市主要及次要目的	21
(四) 年齡	22
(五) 性別	22
(六) 月份	23
(七) 最高學歷	23
(八) 行業別	24
(九) 年收入	25
(十) 宗教信仰	26
(十一) 旅行方式	27
(十二) 性別的交叉分析	28
(十三) 年齡的交叉分析	28
三、受訪旅客旅遊決策	31
(一) 入境地點	31
(二) 最近 3 年來臺北市次數	31
(三) 出發來臺多久前開始計劃行程	32
(四) 同行人員	33
(五) 業務及國際會議或展覽目的旅客在臺北市旅遊情形	34
(六) 旅行方式	36
(七) 吸引這次來臺北市觀光的原因	38
(八) 是否曾上網瀏覽有關臺北市的旅遊資訊	42
四、受訪旅客在臺北市動向	43
(一) 在臺北市停留天數	43
(二) 遊覽地點	45
(三) 曾參與過的活動	48
(四) 在臺北市旅遊期間使用的交通工具	49
(五) 住宿情形	49
五、受訪旅客在臺北市消費支出概況	50
(一) 全體受訪旅客在臺北市消費支出	50
(二) 各主要市場受訪旅客在臺北市消費支出	53
(三) 大陸、日本及韓國團體受訪旅客在臺北市消費支出	55
(四) 大陸市場不同旅遊型態受訪旅客在臺北市消費支出	57

(五) 購買名特產項目.....	59
六、受訪旅客對臺北市印象最好的項目.....	61
(一) 以主要市場與不同旅遊型態分.....	62
(二) 以大陸市場「不同旅遊型態」分.....	62
(三) 以性別分.....	63
七、受訪旅客到訪臺北市的滿意度.....	64
(一) 對臺北市各項旅遊經驗的滿意度.....	64
(二) 再度到訪臺北市的意願.....	66
八、來臺穆斯林旅客在臺北市之消費及動向.....	68
(一) 穆斯林受訪旅客旅遊決策.....	68
(二) 穆斯林受訪旅客在臺北市旅遊動向.....	69
(三) 穆斯林受訪旅客在臺北市消費支出概況.....	72
(四) 穆斯林受訪旅客對臺北市印象最好的項目與滿意度.....	73
(五) 穆斯林旅遊友善環境調查.....	74
九、受訪旅客開放式意見整理.....	77
肆、結論與建議.....	78
附件一、問卷.....	95
附件二、消費金額估算公式.....	117
附件三、估計樣本數配置與實際抽樣人數.....	120
附件四、受訪旅客的開放式意見.....	121
附件五、附表.....	126
附表 1 105 年來臺旅客到訪臺北市之人次比率-按居住地分.....	126
附表 2 105 年受訪旅客到訪臺北市之主要目的-按居住地分.....	127
附表 3 105 年到訪臺北市受訪旅客之入境地點-按居住地分.....	128
附表 4 105 年到訪臺北市受訪旅客近 3 年來臺北市之次數-按居住地分.....	129
附表 5 105 年到訪臺北市受訪旅客近 3 年來臺北市之次數-按來臺北市主要目的 分.....	130
附表 6 105 年到訪臺北市受訪旅客近 3 年來臺北市次數-按性別分.....	131
附表 7 105 年到訪臺北市受訪旅客之同行人員-按居住地分.....	132
附表 8 105 年到訪臺北市受訪旅客之同行人員-按來臺主要目的分.....	133
附表 9-1 105 年到訪臺北市受訪旅客之旅行方式-按居住地分.....	134
附表 9-2 105 年到訪臺北市受訪旅客之旅行方式-按來臺主要目的分.....	135
附表 10 105 年到訪臺北市受訪旅客之團體與自由行旅遊型態交叉分析.....	136
附表 11-1 105 年受訪旅客此次來臺北市觀光之原因 - 按主要市場分(續).....	137

附表 11-1 105 年受訪旅客此次來臺北市觀光之原因 – 按主要市場分(續完) ...	138
附表 11-2 105 年受訪旅客此次來臺北市觀光之原因 – 按旅遊型態分	139
附表 12 105 年到訪臺北市受訪旅客平均停留日夜數-按性別分	140
附表 13-1 105 年到訪臺北市受訪旅客遊覽觀光景點之排名-按主要市場分(續)	141
附表 13-1 105 年到訪臺北市受訪旅客遊覽觀光景點之排名-按主要市場分(續完)	142
附表 13-2 105 年到訪臺北市受訪旅客遊覽觀光景點之排名-按旅遊型態分	143
附表 14 105 年到訪臺北市受訪旅客最喜歡景點之排名-按主要市場分(續 1).	144
附表 14 105 年到訪臺北市受訪旅客最喜歡景點之排名-按主要市場分(續 2).	145
附表 14 105 年到訪臺北市受訪旅客最喜歡景點之排名-按主要市場分(續完)	146
附表 15 105 年到訪臺北市受訪旅客最喜歡景點之排名-按性別分	147
附表 16 105 年到訪臺北市受訪旅客最喜歡景點之排名-按旅遊型態分	148
附表 17 105 年到訪臺北市受訪旅客最喜歡景點之排名-按年齡分(續)	149
附表 17 105 年到訪臺北市受訪旅客最喜歡景點之排名-按年齡分(續完)	150
附表 18 105 年受訪旅客在臺北市平均每人每日之消費金額-按主要市場分 ..	151
附表 19 105 年受訪旅客在臺北市平均每人每日之消費金額-按主要目的分 ..	152
附表 20 105 年受訪旅客在臺北市平均每人每日之消費金額-按停留臺北市天數 分	153
附表 21 105 年受訪旅客在臺北市平均每人每日之消費金額-按月份分	154
附表 22 105 年受訪旅客在臺北市平均每人每日之消費金額-按年齡分	155
附表 23 105 年受訪旅客在臺北市平均每人每日之消費金額-按年收入分	156
附表 24 105 年受訪旅客在臺北市平均每人每日之消費金額-按性別分	156
附表 25 105 年到訪臺北市受訪旅客對臺北市印象最好之項目-按主要市場分(續 1)	157
附表 25 105 年到訪臺北市受訪旅客對臺北市印象最好之項目-按主要市場分(續 2)	158
附表 25 105 年到訪臺北市受訪旅客對臺北市印象最好之項目-按主要市場分(續 完)	159
附表 26 105 年到訪臺北市之全體受訪旅客對臺北市印象最好之項目-按旅遊型 態分	160
附表 27 105 年到訪臺北市之大陸受訪旅客對臺北市印象最好之項目-按旅遊型 態分	161
附表 28 105 年到訪臺北市受訪旅客對臺北市印象最好之項目-按性別分	162
附表 29 105 年到訪臺北市的受訪旅客在臺北市旅遊的交通便利性滿意度交叉分	

析	163
附表 30 105 年到訪臺北市的受訪旅客在臺北市旅遊的住宿狀況滿意度交叉分析	164
附表 31 105 年到訪臺北市的受訪旅客在臺北市旅遊的消費經驗滿意度交叉分析	165
附表 32 105 年到訪臺北市的受訪旅客在臺北市旅遊的整體經驗滿意度交叉分析	166

圖表目次

圖目次

圖 2-3-1 計畫調查執行流程圖	6
圖 2-6-1 資料分析架構圖	16
圖 3-3-1 105 年來臺旅客到訪臺北市之旅行方式分布.....	36
圖 3-3-2 105 年受訪旅客此次來臺北市觀光之吸引原因-按居住地分(1)	39
圖 3-3-3 105 年受訪旅客此次來臺北市觀光之吸引原因-按居住地分(2)	39
圖 3-3-4 105 年受訪旅客此次來臺北市觀光之吸引原因-按居住地分(3)	40
圖 3-3-5 105 年受訪旅客此次來臺北市觀光之吸引原因-按旅遊型態分	41
圖 3-3-6 105 年受訪大陸旅客此次來臺北市觀光之吸引原因-按旅遊型態分.....	41
圖 3-6-1 105 年受訪旅客對臺北市印象最好的項目	61

表目次

表 1-1-1	調查目的與說明	3
表 2-2-1	105 年來臺旅客在臺北市之消費及動向調查項目	5
表 2-4-1	每月樣本數之決定	10
表 2-5-1	本計畫之主要工作人員名單及分工執掌	12
表 2-6-1	資料分析-整體性分析	15
表 2-6-2	資料分析-差異性分析	15
表 3-1-1	105 年來臺旅客到訪臺北市人次之估算	18
表 3-2-1	105 年來臺旅客到訪臺北市的受訪旅客-按居住地分	19
表 3-2-2	105 年來臺旅客到訪臺北市之東協十國的受訪旅客-按居住地分	19
表 3-2-3	105 年來臺旅客到訪臺北市的受訪旅客-按國籍分	20
表 3-2-4	105 年來臺旅客到訪臺北市的主要目的	21
表 3-2-5	105 年來臺旅客到訪臺北市之主要目的及次要目交叉分析表	21
表 3-2-6	105 年來臺旅客到訪臺北市的人數及百分比-按年齡分	22
表 3-2-7	105 年來臺旅客到訪臺北市的人數及百分比-按性別分	22
表 3-2-8	105 年來臺旅客到訪臺北市的人數及百分比-按月份分	23
表 3-2-9	105 年來臺旅客到訪臺北市的人數及百分比-按最高學歷分	23
表 3-2-10	105 年來臺旅客到訪臺北市的人數及百分比-按行業別分	24
表 3-2-11	105 年來臺旅客到訪臺北市的人數及百分比-按年收入分	25
表 3-2-12	105 年來臺旅客到訪臺北市的人數及百分比-按宗教信仰分	26
表 3-2-13	105 年來臺旅客到訪臺北市的人數及百分比-按旅行方式分	27
表 3-2-14	105 年到訪臺北市旅客特徵-性別的交叉分析	29
表 3-2-15	105 年到訪臺北市旅客特徵-年齡的交叉分析(前三大來臺北市的年齡族群)	30
表 3-3-1	105 年受訪來臺旅客最近 3 年內來臺北市之次數	31
表 3-3-2	105 年受訪來臺旅客出發來臺多久前開始計劃行程-按主要市場分	32
表 3-3-3	105 年大陸受訪旅客出發來臺多久前開始計劃行程-按旅遊型態分	33
表 3-3-4	105 年受訪旅客之同行人員分布	33

表 3-3-5	105 年業務目的之受訪旅客是否有利用餘暇在臺北市旅遊.....	34
表 3-3-6	105 年業務目的受訪旅客利用餘暇在臺北市旅遊的時間.....	34
表 3-3-7	105 年業務目的受訪旅客未利用餘暇遊臺北之原因.....	34
表 3-3-8	105 年國際會議或展覽目的之受訪旅客是否有利用餘暇在臺北市旅遊.....	35
表 3-3-9	105 年國際會議或展覽目的之受訪旅客利用餘暇在臺北市旅遊的時間.....	35
表 3-3-10	105 年國際會議或展覽目的之受訪旅客未利用餘暇遊臺北之原因.....	35
表 3-3-11	105 年大陸受訪旅客不同旅遊型態之分布.....	37
表 3-3-12	105 年受訪旅客此次來臺北市觀光之原因.....	38
表 3-3-13	105 年受訪旅客來臺北市前曾上網瀏覽有關臺北市旅遊資訊之情況.....	42
表 3-4-1	105 年來臺旅客到訪臺北市之平均停留天數-按居住地分.....	44
表 3-4-2	105 年大陸受訪旅客在臺北市之平均停留天數-按旅遊型態分.....	44
表 3-4-3	105 年受訪旅客在臺北市之平均停留天數-按主要目的分.....	44
表 3-4-4	105 年受訪旅客在臺北市之平均停留天數-按重遊率分.....	45
表 3-4-5	105 年到訪臺北市之受訪旅客遊覽觀光景點排名.....	45
表 3-4-6	105 年到訪臺北市之受訪旅客最喜歡景點排名.....	46
表 3-4-7	105 年到訪臺北市之受訪旅客在臺北市期間曾參與過的活動.....	48
表 3-4-8	105 年到訪臺北市之受訪旅客在臺北市期間旅遊使用的交通工具.....	49
表 3-4-9	105 年到訪臺北市受訪旅客之住宿地點.....	49
表 3-5-1	105 年各幣別對美元之年平均匯率.....	50
表 3-5-2	105 年受訪旅客在臺北市之平均每人每日消費金額.....	51
表 3-5-3	105 年受訪旅客在臺北市之平均每人每日購物費細項消費金額.....	51
表 3-5-4	105 年來臺旅客在臺北市之消費金額.....	52
表 3-5-5	105 年受訪旅客在臺北市平均每人每日消費細項-按主要市場分.....	54
表 3-5-6	105 年到訪臺北市全體、大陸、韓國及日本及團旅客之平均每人每日消費金額.....	55
表 3-5-7	105 年到訪臺北市大陸、韓國及日本團旅客平均每人每日購物費之細項消費金額.....	56
表 3-5-8	105 年大陸受訪旅客之平均每人每日消費金額-按旅遊型態分.....	57
表 3-5-9	105 年大陸受訪旅客在臺北市平均每人每日購物費之細項消費金額-按旅遊	

型態分.....	58
表 3-5-10 105 年到訪臺北市受訪旅客購買名特產-按主要市場分.....	59
表 3-5-11 105 年大陸受訪旅客購買名特產-按旅遊型態分.....	60
表 3-6-1 105 年受訪旅客對臺北市印象最好的項目.....	61
表 3-7-1 105 年來臺旅客到訪臺北市的受訪旅客在臺北市的旅遊經驗滿意度.....	64
表 3-7-2 105 年到訪臺北市之受訪旅客會考慮再度來臺北市的主要原因.....	67
表 3-8-1 105 年來臺旅客到訪臺北市的受訪穆斯林旅客-按居住地分.....	68
表 3-8-2 105 年來臺受訪穆斯林旅客旅遊決策.....	70
表 3-8-3 105 年來臺受訪穆斯林旅客在臺北市旅遊動向.....	71
表 3-8-4 105 年穆斯林受訪旅客在臺北市之平均每人每日消費金額.....	72
表 3-8-5 105 年穆斯林受訪旅客在臺北市平均每人每日購物費之細項消費金額.....	72
表 3-8-6 105 年來臺受訪穆斯林旅客對臺北市印象最好的項目與滿意度.....	73
表 3-8-7 105 年來臺穆斯林旅客在臺北市找尋清真食物或認證餐廳的容易程度.....	74
表 3-8-8 105 年來臺穆斯林旅客在臺北市清真餐廳用餐的放心程度.....	74
表 3-8-9 105 年來臺穆斯林旅客在臺北市找尋朝拜空間(祈禱室)所花費時間.....	75
表 3-8-10 105 年來臺穆斯林旅客在臺北市使用祈禱室地方之情況與未使用原因 ...	75
表 3-8-11 105 年來臺穆斯林旅客認為友善的穆斯林旅遊環境.....	76
表 3-8-12 105 年來臺穆斯林旅客對於臺北市穆斯林旅遊環境的看法與建議.....	76
表 3-9-1 105 年受訪旅客對於臺北市旅遊的其他意見.....	77
表 4-4-1 105 年到訪臺北市受訪旅客最喜歡景點的旅客特徵彙整表.....	83
表 4-9-1 105 年到訪臺北市旅客特徵-居住地的交叉分析(續).....	93
表 4-9-2 105 年到訪臺北市旅客特徵-居住地的交叉分析(續完).....	94

中華民國 105 年來臺旅客在臺北市之消費及動向調查

摘要

臺北市觀光傳播局為瞭解民國105年來臺旅客在臺北市期間之消費金額與消費情況、旅客旅遊動機、旅遊動向、對臺北市之印象、到訪臺北市旅遊經驗的滿意程度，並估算來臺北市旅客人次以作為臺北市觀光外匯收入之計算依據，所得結果供相關單位規劃與改善觀光設施、提升旅遊品質及訂定觀光發展策略之參考，特執行本次調查。

本調查分別在臺灣桃園國際機場、高雄國際機場及臺北松山機場等三處，針對到訪臺北市之離境國際觀光旅客進行面對面之問卷調查。調查對象為105年1月1日至12月31日出境之外籍與華僑旅客(含大陸旅客，不含過境之外籍與華僑旅客)，按母體資料進行樣本特徵控制，抽取具有代表性之樣本。本報告調查105年受訪來臺旅客共4,771人，整體到訪臺北市比率為91.3051%。到訪臺北市且願意受訪的旅客有3,600人。

茲將105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份，摘述如下：

壹、臺北市國際旅遊市場相關指標值

10,690,279 人次	105 年來臺旅客人次
91.3051%	105 年來臺旅客到訪臺北市比率
976.08 萬人次	105 年來臺旅客到訪臺北市人次
108.05 億美元	105 年臺北市觀光外匯收入
1106.90 美元	105 年來臺旅客在臺北市平均每人每次消費
4.57 ¹ 天	105 年來臺旅客在臺北市平均停留天數
242.06 美元	105 年來臺旅客在臺北市平均每人每日消費
91.30%	105 年到訪臺北市來臺旅客對臺北市整體旅遊經驗為滿意以上的比率

¹平均停留天數為 4.57 天，為推論統計，係以修剪 4%極端數值後的資料計算，使用於消費金額推估；若以 3,600 位旅客資料計算，則平均停留天數為 4.84 天。

貳、旅遊動向

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

105年受訪旅客3,600人中，在臺北市之平均停留天數為3.98天，標準誤為0.11天。

在臺北市遊覽觀光景點依序為夜市(占79.19%)、臺北101 (占71.22%)、故宮博物院(占53.22%)、西門町(占45.08%)、中正紀念堂(占40.28%)、國父紀念館(占28.14%)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、龍山寺、中正紀念堂等；大陸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、故宮博物院、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、西門町、臺北101、北投溫泉區等；韓國受訪旅客在臺北市遊覽觀光景點依序為夜市、臺北101、中正紀念堂、龍山寺、故宮博物院、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、臺北101、西門町、中正紀念堂、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、故宮博物院、中正紀念堂等；歐洲受訪旅客在臺北市遊覽觀光景點依序為臺北101、夜市、故宮博物院、中正紀念堂、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、夜市、西門町、中正紀念堂等(見附表13-1)。

表 1 105年來臺旅客到訪臺北市的受訪旅客遊覽觀光景點排名

名次	遊覽景點	人次	百分比	名次	遊覽景點	人次	百分比
1	夜市	2851	79.19%	7	龍山寺	812	22.56%
2	臺北 101	2564	71.22%	8	士林官邸	673	18.69%
3	故宮博物院	1916	53.22%	9	北投溫泉區	575	15.97%
4	西門町	1623	45.08%	10	陽明山	448	12.44%
5	中正紀念堂	1450	40.28%	11	河濱公園	188	5.22%
6	國父紀念館	1013	28.14%	12	大稻埕(霞海城隍、迪化街等)	145	4.03%

註：本題「受訪旅客曾遊覽觀光景點」為複選

二、故宮博物院為旅客最喜歡的臺北市景點。

受訪旅客遊覽的臺北市景點中以故宮博物院(喜歡比率30.58%)最獲喜愛，其次依序為陽明山(喜歡比率28.79%)、北投溫泉區(喜歡比率18.43%)、臺北101(喜歡比率18.14%)及夜市(喜歡比率17.43%)等。

就居住地的主要市場而言，日本、大陸及美國受訪旅客最喜歡景點為故宮博物院；香港澳門及紐澳受訪旅客最喜歡景點為北投溫泉區；韓國及歐洲受訪旅客最喜歡景點皆為陽明山；新加坡及馬來西亞受訪旅客最喜歡景點為夜市(見附表14)。

表 2 105 年來臺旅客到訪臺北市的受訪旅客最喜歡景點排名

名次	最喜歡景點	到訪百分比	喜歡比率	名次	最喜歡景點	到訪百分比	喜歡比率
1	故宮博物院	53.22%	30.58%	6	西門町	45.08%	12.32%
2	陽明山	12.44%	28.79%	7	龍山寺	22.56%	10.84%
3	北投溫泉區	15.97%	18.43%	8	士林官邸	18.69%	6.09%
4	臺北 101	71.22%	18.14%	9	中正紀念堂	40.28%	6.00%
5	夜市	79.19%	17.43%	10	國父紀念館	28.14%	3.16%

註：喜歡比率= (最喜歡該景點人數/曾遊覽過該景點人數)x100%

三、九成一旅客對於在臺北市旅遊的交通便利性及整體經驗感到滿意。

受訪旅客在臺北市的旅遊經驗滿意度方面，對於整體經驗滿意度最高(滿意以上的比率91.30%)，其次依序為交通便利性(滿意以上的比率91.16%)、住宿狀況(滿意以上的比率86.27%)及消費經驗(滿意以上的比率84.86%)。

表 3 105 年來臺旅客到訪臺北市的受訪旅客在臺北市的旅遊經驗之滿意度

旅遊經驗	滿意比率
整體經驗	91.30%
交通便利性	91.16%
住宿狀況	86.27%
消費經驗	84.86%

男性旅客在臺北市的整體經驗、交通便利性、住宿狀況與消費經驗滿意度皆略高於女性；20-29歲旅客在整體經驗與交通便利性滿意最高、50-59歲旅客在住宿狀況滿意最高；加拿大及紐澳旅客在整體經驗、交通便利性、消費經驗的滿意最高，「其他地區²」與亞洲其他地區旅客在住宿狀況的滿意度最高；在旅遊型態部分，自由行旅客在各項旅遊經驗的滿意度皆高於團體旅客(詳見附表29-32)。

² 「其他地區」表示，主要市場居住地(包括日本、大陸、港澳、新加坡、韓國、馬來西亞、亞洲其他、美國、加拿大、英、法、德國、歐洲其他、紐奧)以外地區的受訪者。

參、消費概況

一、105年臺北市觀光外匯總收入為108億0,500萬美元。

105年受訪旅客在臺北市平均每人每日消費為242.06美元，其中購物費的比率最高(占60.01%)，其次為旅館內支出費(占16.27%)、旅館外餐飲費(占13.84%)等。

就到訪臺北市目的而言，以醫療目的之旅客(平均每人每日536.51美元)在臺北市的消費力最高，其次為觀光目的之旅客(平均每人每日258.32美元)，第三為業務目的之旅客(平均每人每日211.80美元)。

就主要市場而言，大陸旅客(平均每人每日329.55美元)及美國旅客(平均每人每日269.18美元)在臺北市的消費力最高；進一步由購物費觀察，則依序為大陸(平均每人每日231.70美元)、韓國(平均每人每日139.19美元)、馬來西亞(平均每人每日129.20美元)、新加坡(平均每人每日95.92美元)及香港澳門(平均每人每日85.59美元)等。

表 4 105 年受訪旅客在臺北市平均每人每日消費金額 - 按到訪臺北市目的分

單位：美元

到訪臺北市 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	242.06	39.38	33.51	11.17	7.65	5.08	145.27
	結構比	100.00%	16.27%	13.84%	4.62%	3.16%	2.10%	60.01%
觀 光	金 額	258.32	34.75	33.75	10.92	7.65	4.60	166.65
	結構比	100.00%	13.45%	13.06%	4.23%	2.96%	1.78%	64.51%
業 務	金 額	211.80	81.39	33.01	14.00	8.27	8.33	66.80
	結構比	100.00%	38.43%	15.58%	6.61%	3.91%	3.93%	31.54%
國際會議 展 覽	金 額	188.52	33.68	36.20	13.14	1.48	2.43	101.59
	結構比	100.00%	17.87%	19.20%	6.97%	0.78%	1.29%	53.89%
探 親 或 訪 友	金 額	194.87	17.51	40.01	13.47	9.97	2.56	111.34
	結構比	100.00%	8.99%	20.53%	6.91%	5.12%	1.32%	57.13%
求 學	金 額	137.02	39.54	18.97	8.77	6.03	10.16	53.55
	結構比	100.00%	28.85%	13.84%	6.40%	4.40%	7.42%	39.08%
醫 療	金 額	536.51	65.38	190.05	10.30	0.09	7.86	262.83
	結構比	100.00%	12.19%	35.42%	1.92%	0.02%	1.47%	48.99%
其 他	金 額	159.66	21.40	29.24	7.81	13.53	11.13	76.55
	結構比	100.00%	13.40%	18.32%	4.89%	8.47%	6.97%	47.95%

表 5 105 年受訪旅客在臺北市平均每人每日消費細項 – 按主要市場分

單位：美元

市場別		總計	旅館內 支出費	旅館外 餐飲費	在臺北市 內交通費	娛樂費	雜費	購物費
全 體	金 額	242.06	39.38	33.51	11.17	7.65	5.08	145.27
	結構比	100.00%	16.27%	13.84%	4.62%	3.16%	2.10%	60.01%
日 本	金 額	171.11	23.46	26.47	7.85	13.56	3.54	96.23
	結構比	100.00%	13.71%	15.47%	4.59%	7.93%	2.07%	56.24%
大 陸	金 額	329.55	38.44	37.93	12.43	5.29	3.76	231.70
	結構比	100.00%	11.66%	11.51%	3.77%	1.61%	1.14%	70.31%
香 港 澳 門	金 額	181.83	34.19	34.00	12.55	10.22	5.29	85.59
	結構比	100.00%	18.80%	18.70%	6.90%	5.62%	2.91%	47.07%
新 加 坡	金 額	189.40	30.30	35.22	11.68	8.35	7.94	95.92
	結構比	100.00%	16.00%	18.60%	6.16%	4.41%	4.19%	50.64%
韓 國	金 額	215.55	40.24	22.84	7.03	1.82	4.42	139.19
	結構比	100.00%	18.67%	10.60%	3.26%	0.85%	2.05%	64.58%
馬來西亞	金 額	225.42	29.39	35.63	16.85	9.19	5.16	129.20
	結構比	100.00%	13.04%	15.80%	7.48%	4.08%	2.29%	57.32%
美 國	金 額	269.18	128.69	51.73	13.09	11.69	21.50	42.49
	結構比	100.00%	47.81%	19.22%	4.86%	4.34%	7.99%	15.79%
歐 洲	金 額	133.84	61.17	31.47	9.15	7.02	4.49	20.54
	結構比	100.00%	45.70%	23.51%	6.84%	5.25%	3.35%	15.34%
紐 澳	金 額	197.24	51.01	46.40	7.49	18.38	3.56	70.39
	結構比	100.00%	25.86%	23.52%	3.80%	9.32%	1.81%	35.69%

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、大陸團體旅客在臺北市平均每人每日平均消費為383.60美元，高於韓國團體旅客之181.25美元以及日本團體旅客之177.48美元。

105年大陸、日本與韓國團體旅客相比，大陸團體旅客在臺北市平均每人每日消費為383.60美元，高於韓國團體旅客之181.25美元以及日本團體旅客之177.48美元。

進一步由購物費觀察，大陸團體旅客在臺北市平均每人日購物費為318.89美元，高於韓國團體旅客之138.07美元，以及日本團體旅客之129.32美元。

由購物費之細項消費觀察，大陸團體旅客以購買名產或特產的比率最高(占49.87%)，其次為服飾或相關配件(占14.84%)及珠寶或玉器類(占10.05%)。韓國團體旅客以化妝品或香水類的比率最高(占35.57%)，其次為珠寶或玉器類(占16.31%)及中藥或健康食品(占11.14%)。日本團體旅客以名產或特產的比率最高

(占37.57%)，其次為菸或酒類(占21.20%)及服飾或相關配件(占10.16%)。

表 6 105 年到訪臺北市全體、大陸、韓國及日本團體旅客之平均每人每日消費金額

單位：美元

到訪臺北市 主要目的		總計	旅館內 支出費	旅館外 餐飲費	在臺北市 內交通費	娛樂費	雜費	購物費
全體	金額	273.79	19.58	26.96	6.04	6.64	4.14	210.45
觀光團	結構比	100.00%	7.15%	9.85%	2.20%	2.42%	1.51%	76.86%
大陸	金額	383.60	17.86	33.38	5.99	4.36	3.11	318.89
觀光團	結構比	100.00%	4.66%	8.70%	1.56%	1.14%	0.81%	83.13%
韓國	金額	181.25	20.30	12.63	2.68	0.57	7.01	138.07
觀光團	結構比	100.00%	11.20%	6.97%	1.48%	0.31%	3.87%	76.18%
日本	金額	177.48	12.55	16.21	4.73	11.52	3.14	129.32
觀光團	結構比	100.00%	7.07%	9.14%	2.67%	6.49%	1.77%	72.87%

表 7 105 年到訪臺北市大陸、韓國及日本團體旅客平均每人每日購物費之細項消費金額

單位：美元

購物費消費項目	大陸團體旅客		韓國團體旅客		日本團體旅客	
	消費金額	百分比	消費金額	百分比	消費金額	百分比
總計	318.89	100.00%	138.07	100.00%	129.32	100.00%
服飾或相關配件	<u>47.33</u>	<u>14.84%</u>	2.32	1.68%	<u>13.14</u>	<u>10.16%</u>
珠寶或玉器類	<u>32.03</u>	<u>10.05%</u>	<u>22.52</u>	<u>16.31%</u>	6.80	5.26%
紀念品或手工藝類	15.53	4.87%	14.85	10.76%	12.73	9.84%
化妝品或香水類	26.83	8.41%	49.11	35.57%	10.86	8.40%
名產或特產	159.03	49.87%	14.68	10.63%	48.59	37.57%
菸或酒類	10.56	3.31%	7.38	5.34%	<u>27.42</u>	<u>21.20%</u>
中藥或健康食品	3.20	1.00%	<u>15.38</u>	<u>11.14%</u>	0.41	0.32%
電子或電器產品	2.80	0.88%	0.97	0.70%	1.13	0.87%
茶葉	15.83	4.96%	4.01	2.90%	5.55	4.29%
其他	5.75	1.80%	6.84	4.96%	2.69	2.08%

肆、對臺北市最好的印象

一、食物、夜市及人情味為受訪旅客對臺北市最好的印象。

105年受訪旅客對臺北市印象最好的項目依序為食物(占60.69%)、夜市(占45.83%)、人情味(占42.11%)、交通(占37.03%)、公民素養(占30.56%)、古蹟/歷史文物(占27.11%)等。

就主要市場而言，日本受訪旅客對食物、人情味、夜市、交通、古蹟/歷史文物、公民素養及街道市容的印象最好；大陸受訪旅客對食物、公民素養、人情味、夜市、古蹟/歷史文物、交通、街道市容、民情風俗與文化的印象最好；香港澳門受訪旅客對食物、人情味、夜市、交通、公民素養、街道市容及地方特產的印象最好；新加坡受訪旅客對夜市、食物、人情味、交通、街道市容、溫泉及地方特產的印象最好；韓國受訪旅客對食物、夜市、交通、古蹟/歷史文物及街道市容的印象最好；馬來西亞受訪旅客對夜市、食物、交通、人情味、街道市容、公民素養及地方特產的印象最好；美國受訪旅客對食物、夜市、人情味、交通及古蹟/歷史文物的印象最好；歐洲受訪旅客對食物、交通、人情味、夜市、古蹟/歷史文物及街道市容的印象最好；紐澳受訪旅客對交通、食物、夜市及人情味的印象最好(見附表25)。

表 8 105 年受訪旅客對臺北市印象最好的項目

名次	項目	百分比	名次	項目	百分比
1	食物	60.69%	9	生活機能	14.56%
2	夜市	45.83%	10	地方特產	12.31%
3	人情味	42.11%	11	24 小時書店	10.83%
4	交通	37.03%	12	溫泉	10.31%
5	公民素養	30.56%	13	都會不夜城	7.39%
6	古蹟、歷史文物	27.11%	14	自行車	5.61%
7	街道市容	26.36%	15	景點	4.28%
8	民情風俗與文化	16.89%	16	其他	4.83%

註：本題「受訪旅客對臺北市最深刻的印象」為複選，共有 18 個選項

二、食物、夜市、人情味及古蹟/歷史文物為「團體」受訪旅客對臺北市最好的印象；食物、夜市、人情味及交通為「自由行」受訪旅客對臺北市最好的印象。

就不同旅遊型態而言，團體³受訪旅客對臺北市印象最好的項目主要為食物、夜市、人情味、古蹟/歷史文物、公民素養、交通、街道市容、民情風俗與文化、地方特產及生活機能。

自由行⁴受訪旅客對臺北市最印象最好的項目主要為食物、夜市、人情味、交通、公民素養、街道市容、古蹟/歷史文物、民情風俗與文化、生活機能及24小時書店(見附表26)。

表 9 105年到訪臺北市的全體受訪旅客對臺北市印象最好的項目-按旅遊型態分

名次	全體		團體		自由行	
	項目	百分比	項目	百分比	項目	百分比
1	食物	60.69%	食物	53.89%	食物	64.78%
2	夜市	45.83%	夜市	42.34%	夜市	47.93%
3	人情味	42.11%	人情味	37.23%	人情味	45.04%
4	交通	37.03%	古蹟、歷史文物	33.83%	交通	42.24%
5	公民素養	30.56%	公民素養	30.94%	公民素養	30.32%
6	古蹟、歷史文物	27.11%	交通	28.35%	街道市容	27.03%
7	街道市容	26.36%	街道市容	25.24%	古蹟、歷史文物	23.08%
8	民情風俗與文化	16.89%	民情風俗與文化	17.17%	民情風俗與文化	16.72%
9	生活機能	14.56%	地方特產	13.03%	生活機能	15.78%
10	地方特產	12.31%	生活機能	12.51%	24 小時書店	12.89%

註：本題「受訪旅客對臺北市最深刻的印象」為複選，共有 18 個選項

³團體：參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦(參加旅行團)、自行規劃行程後，由旅行社包辦(如交流團、修學旅行、獎勵旅遊、親友團等)、以及由邀請單位安排。

⁴自由行：由旅行社安排住宿(及代訂機票)以及完全自行安排。

三、食物、公民素養、人情味、夜市及古蹟/歷史文物為「大陸團體」旅客對臺北市最好的印象；食物、公民素養、人情味、夜市及交通為「大陸自由行」旅客對臺北市最好的印象。

就大陸市場的不同旅遊型態而言，大陸團體受訪旅客對臺北市印象最好的項目主要為食物、公民素養、人情味、夜市、古蹟/歷史文物、街道市容、交通、民情風俗與文化。

大陸自由行受訪旅客對臺北市印象最好的項目主要為食物、公民素養、人情味、夜市、交通、古蹟/歷史文物、街道市容、民情風俗與文化（見附表27）。

表 10 105年來臺旅客到訪臺北市的大陸受訪旅客對臺北市印象最好的項目-按旅遊型態分

名次	大陸全體		大陸團體		大陸自由行	
	項目	百分比	項目	百分比	項目	百分比
1	食物	63.02%	食物	58.55%	食物	66.36%
2	公民素養	50.57%	公民素養	50.44%	公民素養	50.66%
3	人情味	46.64%	人情味	43.21%	人情味	49.21%
4	夜市	43.77%	夜市	42.86%	夜市	44.46%
5	古蹟、歷史文物	37.28%	古蹟、歷史文物	39.33%	交通	40.90%
6	交通	36.91%	街道市容	33.33%	古蹟、歷史文物	35.75%
7	街道市容	34.11%	交通	31.57%	街道市容	34.70%
8	民情風俗與文化	21.28%	民情風俗與文化	20.63%	民情風俗與文化	21.77%
9	生活機能	19.32%	地方特產	17.81%	生活機能	21.37%
10	24 小時書店	15.55%	生活機能	16.58%	24 小時書店	19.13%

註：本題「受訪旅客對臺北市最深刻的印象」為複選，共有 18 個選項

伍、穆斯林旅遊友善環境調查

- 一、五成左右受訪穆斯林旅客表示容易在臺北市找尋清真食物或認證餐廳，有六成三的受訪穆斯林旅客能很放心在臺北市清真餐廳用餐。
- 二、近六成的受訪穆斯林旅客表示並不需花費很多的時間在臺北市找尋朝拜空間(祈禱室)，四成六旅客在臺北市曾經使用祈禱室，使用祈禱室的地方包括飯店、清真寺與機場；未曾使用祈禱室的地方的原因以沒有時間、趕行程居多，其次是沒看到、到機場才看到。
- 三、穆斯林旅客認為友善的穆斯林旅遊環境應包括的項目依序為食物與設備、尊重穆斯林宗教與人民的友善對待。

陸、基本資料

一、旅客工作別以製造業、金融及保險業最多。

105年受訪旅客之行業別分布狀況，受訪旅客以製造業為最多，占10.14%，其次為金融及保險業，占9.75%，第三為學生，占9.39%，第四為其他類型服務業，占8.92%。

表 11 105 年來臺旅客到訪臺北市的人數及百分比 - 按行業別分

工作別	人數	百分比
總計	3600	100.00%
農、林、漁、牧業	33	0.92%
製造業	365	10.14%
營造業	165	4.58%
其他工業(包含礦業及土石採取業、電力及 燃氣供應業、用水供應及污染整治業)	86	2.39%
批發及零售業	211	5.86%
住宿及餐飲業	80	2.22%
資訊及通訊傳播業	277	7.69%
金融及保險業	351	9.75%
公共行政及國防業與教育服務業	316	8.78%
醫療保健及社會工作服務業	179	4.97%
藝術、娛樂及休閒服務業	147	4.08%
其他類型服務業	321	8.92%
家庭管理	199	5.53%
學生	338	9.39%
退休人員	320	8.89%
其他	212	5.89%

註：「其他」包括自營商人、辦公行政人員、未回答者

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

到訪臺北市受訪旅客最高學歷以「大學(大專、大學)」最多，占61.28%。受訪旅客平均年收入約為36,569.14美元，其中以無固定收入為最多，占18.03%；其次為10,000-19,999美元，占14.47%，第三為20,000-29,999美元，占12.03%。

表 12 105 年來臺旅客到訪臺北市的人數及百分比 - 按最高學歷分

最高學歷	人數	百分比
總計	3600	100.00%
初等教育(小學)及以下	28	0.78%
中等教育(含國中、高中、高職)	786	21.83%
大學(大專、大學)	2206	61.28%
研究所及以上	502	13.94%
其他	24	0.67%
未回答	54	1.50%

表 13 105 年來臺旅客到訪臺北市的人數及百分比 - 按年收入分

年收入	人數	百分比
總計	3600	100.00%
未滿 10,000 美元	357	9.92%
10,000-19,999 美元	521	14.47%
20,000-29,999 美元	433	12.03%
30,000-39,999 美元	357	9.92%
40,000-49,999 美元	244	6.78%
50,000-59,999 美元	163	4.53%
60,000-69,999 美元	112	3.11%
70,000-79,999 美元	112	3.11%
80,000-89,999 美元	69	1.92%
90,000-99,999 美元	64	1.78%
100,000 美元及以上	248	6.89%
無固定收入	649	18.03%
未回答	271	7.53%

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

2016 Annual Survey Report on Tourist Expenditures and Trends in Taipei

Summary

This survey is conducted by the Department of Information & Tourism, Taipei City Government, to investigate the amount of spending, contents of consuming, tourism motivation, travel trends, impression towards Taipei, and the satisfaction level of travelling experiences of those who paid visits to Taipei during 2016. Results of the analysis will be used by related organizations to estimate visiting rate of tourists who paid visits of Taipei therefore, as a basis of estimate foreign exchange revenues of 2016. It is also used to set policies for promotion of tourism, plan and improve tourism facilities, references to improve service qualities, enhance international tourism competitiveness of Taipei.

The survey is implemented face-to-face to the international tourists who paid a visit to Taipei and are departing at the Taiwan Taoyuan International Airport, Kaohsiung International Airport or Taipei Songshan Airport. Survey samples are foreigners and overseas Chinese departing Taiwan during Jan.01, 2016 to Dec. 31, 2016 (including tourists from Mainland China but excluding transit foreigners and overseas Chinese). Samples are selected according to the features of population to satisfy the characteristics of sample representativeness. A total of 4,771 respondents were interviewed during the year of 2016, with a visiting rate of 91.3051%. 3,600 tourists who paid a visit to Taipei were willing to fill the questionnaire.

The main results of the survey of 2016 are classified into 5 parts, they are: indices related to the international tourism markets in Taipei, travel trends, spending overviews, best impression by the visitors, and respondent' s profile. It is summarized as below.

I. Related Indices of the International tourism market in Taipei

10,690,279 persons	Numbers of tourists to Taiwan in the year of 2016
91.3051%	Visiting rate of tourists who visited Taipei in 2016
976.08 persons	Numbers of tourists who visited Taipei in 2016
US\$1,0805 million	Total amount of foreign exchange revenues in Taipei in 2016
US\$1106.90	Average amount per spending per tourist in Taipei in 2016
4.57 ⁵ days	Average length of stay in Taipei of tourists who visited Taipei in 2016
US \$242.06	Average daily amount of spending in Taipei per person in 2016
91.30%	Overall satisfaction level with travelling experience in Taipei in 2016

⁵ The average stay of 4.57 days is inferred statistics. It is obtained by cutting 4% of extreme value of the data and used to estimate the consuming spending. If a total of 3,600 data is concerned, the average stay is 4.84 days.

II. Travel Trends of inbound Visitors in Taipei

A. Night Markets, Taipei 101, National Palace Museum, Ximending, Chiang Kai-Shek Memorial Hall, and Dr. Sun Yat-Sen Memorial Hall were the major Taipei attractions for tourists who visited Taipei.

Among the 3,600 respondents who had visited Taipei in 2016, the average length of stay in Taipei is 3.98 days with a standard error of 0.11 day.

Regarding Taipei attractions, Night Market is visited by most visitors (79.19%), followed by Taipei 101 (71.22%), National Palace Museum (53.22%), Ximending (45.08%), Chiang Kai-Shek Memorial Hall (40.28%), and Dr. Sun Yat-Sen Memorial Hall (28.14%).

In terms of major tourism markets, Japanese tourists pay most visits to Night Markets, followed by National Palace Museum, Taipei 101, Longshan Temple, Chiang Kai-Shek Memorial Hall. Visitors from Mainland China pay most visits to Night Market too, followed by Taipei 101, National Palace Museum, Chiang Kai-shek Memorial Hall and Ximending. Tourists from Hong Kong/Macao pay most visits to Night Market, followed by Ximending, Taipei 101, National Palace Museum and Chiang Kai-Shek Memorial Hall. Tourists from Singapore pay most visits to Night Markets, followed by Ximending, Taipei 101 and Beitou Hot Spring. Korean tourists pay most visits to Night Market, followed by Taipei 101, Chiang Kai-Shek Memorial Hall, Longshan Temple, the National Palace Museum, and Ximending. Tourists from Malaysia pay most visits to Night Markets, Taipei 101, Ximending, Chiang Kai-shek Memorial Hall and the National Palace Museum. American tourists pay most visits to Taipei 101, Night Markets, National Palace Museum and Chiang Kai-Shek Memorial Hall. Tourists from European countries pay most visits to Taipei 101, Night Markets, National Palace Museum, Chiang Kai-Shek Memorial Hall and Longshan Temple. Tourists from Australia/New Zealand pay most visits to Taipei 101, Night Markets, Ximending and Chiang Kai-shek Memorial Hall. (schedule 13-1).

Table 1 Ranking of Taipei sightseeing attractions according to interviewed tourists who had visited Taipei in the year of 2016

Ranking	Attraction	No. of people	Percentage	Ranking	Attraction	No. of people	Percentage
1	Night Market	2851	79.19%	7	Longshan Temple	812	22.56%
2	Taipei 101	2564	71.22%	8	Shihlin Presidential Residence	673	18.69%
3	National Palace Museum	1916	53.22%	9	Beitou Hot Spring	575	15.97%
4	Ximending	1623	45.08%	10	Yangminshan Mountain	448	12.44%
5	Chiang Kai-Shek Memorial Hall	1450	40.28%	11	Riverside Park	188	5.22%
6	Dr. Sun Yat-Sen Memorial Hall	1013	28.14%	12	Dadaocheng (Xia-Hai City God Temple, Dihua Street)	145	4.03%

Note: This question has multiple choices

B. National Palace Museum is the favorite Taipei sightseeing attraction

The favorite Taipei sightseeing attraction for the inbound tourists who visited Taipei was the National Palace Museum (favorite ratio 30.58%), followed by Yangminshan Mountain(28.79%), Beitou Hot Spring(18.43%), Taipei 101 (18.14%), and Night Markets (17.43%).

In terms of the main markets, National Palace Museum was the favorite attraction by interviewed tourists from Japan, Mainland China, and America. Beitou Hot Spring was favored by tourists from Hong Kong/Macao/New Zealand and Australia. Tourists from Korea and Europe like Yangminshan Mountain the most. Tourists from Malaysia and Singapore like Ximending the most (schedule 14).

Table 2 Ranking of favorite Taipei sightseeing attractions for inbound tourists who had visited Taipei in 2016.

Ranking	Favorite attraction	Relative frequency	Percentage	Ranking	Favorite attraction	Relative frequency	Percentage
1	National Palace Museum	53.22%	30.58%	6	Ximending	45.08%	12.32%
2	Yangminshan Mountain	12.44%	28.79%	7	Longshan Temple	22.56%	10.84%
3	Beitou Hot Spring	15.97%	18.43%	8	Shihlin Presidential Residence	18.69%	6.09%
4	Taipei 101	71.22%	18.14%	9	Chiang Kai-Shek Memorial Hall	40.28%	6.00%
5	Night Markets	79.19%	17.43%	10	Sun Yat-Sen Memorial Hall	28.14%	3.16%

Note : favorite ratio= (numbers of tourists' favorite attraction /numbers of tourists visited the attraction in question) x 100%

C. 84% of visitors are satisfied with their travelling experience in Taipei.

In terms of satisfaction level of traveling experience in Taipei, respondents were most satisfied with "experience as a whole", followed by "transportation convenience" (91.16%), "accommodation" (86.27%) and "consumption experience" (84.86%).

Table 3 Satisfaction level with traveling experience in Taipei according to the respondents who had visited Taipei in 2016

Travelling experience	Ratio of satisfaction
Experience as a whole	91.30%
Transportation convenience	91.16%
Accommodation	86.27%
Consumption experience	84.86%

As the "Overall Experience", "Convenient Transportation", "Accommodation", and "Consumption Experience" are concerned, male tourists are more satisfied than female. Moreover, tourists with age among 20 to 29 have highest satisfaction with "Overall Experience" and "Convenient Transportation". Tourists with age among 50 to 59 have highest satisfaction with "Accommodation". Tourists with age 60 and older are least satisfied with any travelling experience.

Tourists from Canada and New Zealand have highest satisfaction with "Overall Experience", "Convenient Transportation" and "Consumption Experience". Other Area⁶ and Other Asian Countries are most satisfied with "Accommodation". Tourists from Japan and Korea have low satisfaction level with "Overall Experience", "Convenient Transportation" and "Consumption Experience". Malaysian tourists are less satisfied with "Accommodation". Regarding "travelling type", FIT tourists are more satisfied than group tourists in all travelling experience (table 29-32).

⁶ "Other Area" denotes countries other than Japan, Mainland China, Hong Kong/ Macao, Singapore, Korea, Malaysia, other Asian countries, USA, Canada, UK, France, Germany, other European countries, and New Zealand/Australia.

III. Inbound Visitors' Spendings in Taipei

A. Total amount of foreign exchange revenues were US\$10,805million in Taipei in 2016.

The average daily spending in Taipei per tourist was US\$242.06. Among them, spending on shopping received the highest ratio (60.01%), followed by bills inside hotel (16.27%) and meals outside hotel (13.84%).

According to the purpose of visiting Taipei, tourists with medical purpose spent the most (average daily spending per person was US\$536.51), followed by purpose of sightseeing with average daily spending per person was US\$258.32 and purpose of business with average daily spending per person US\$211.80.

For the main markets, tourists from Mainland China spent more than others with an average daily spending per person of US\$329.55, and American tourists had an average daily spending per person of US\$269.18. Regarding further detail spending on shopping, visitors from Mainland China spent the most with an average daily spending per person of US\$231.70, followed by Korea (US\$139.19), Malaysia (US\$129.20), Singapore (US\$95.92), and Hong Kong/Macao (US\$85.59).

Table 4 Average daily spending in Taipei per person in 2016 - according to the main purpose of visiting Taipei

Unit: US\$

Main Purpose		Total	Hotel Bills	Meals outside hotel	transportation in Taipei	Entertainment	Miscellaneous expense	Shopping
All	Amount of money	242.06	39.38	33.51	11.17	7.65	5.08	145.27
	Percentage	100.00%	16.27%	13.84%	4.62%	3.16%	2.10%	60.01%
Sightseeing	Amount of money	258.32	34.75	33.75	10.92	7.65	4.60	166.65
	Percentage	100.00%	13.45%	13.06%	4.23%	2.96%	1.78%	64.51%
Business	Amount of money	211.80	81.39	33.01	14.00	8.27	8.33	66.80
	Percentage	100.00%	38.43%	15.58%	6.61%	3.91%	3.93%	31.54%
Int'l conference /exhibition	Amount of money	188.52	33.68	36.20	13.14	1.48	2.43	101.59
	Percentage	100.00%	17.87%	19.20%	6.97%	0.78%	1.29%	53.89%
Visiting friends or relatives	Amount of money	194.87	17.51	40.01	13.47	9.97	2.56	111.34
	Percentage	100.00%	8.99%	20.53%	6.91%	5.12%	1.32%	57.13%
Study	Amount of money	137.02	39.54	18.97	8.77	6.03	10.16	53.55
	Percentage	100.00%	28.85%	13.84%	6.40%	4.40%	7.42%	39.08%
Medical Purpose	Amount of money	536.51	65.38	190.05	10.30	0.09	7.86	262.83
	Percentage	100.00%	12.19%	35.42%	1.92%	0.02%	1.47%	48.99%
Others	Amount of money	159.66	21.40	29.24	7.81	13.53	11.13	76.55
	Percentage	100.00%	13.40%	18.32%	4.89%	8.47%	6.97%	47.95%

Table 5 Average daily spending in Taipei per person in 2016 - according to the main markets

Unit : US\$

Main Market		Total	Hotel Bills	Meals outside hotel	transportation in Taipei	Entertainment	Miscellaneous expense	Shopping
All	Amount of money	242.06	39.38	33.51	11.17	7.65	5.08	145.27
	Percentage	100.00%	16.27%	13.84%	4.62%	3.16%	2.10%	60.01%
Japan	Amount of money	171.11	23.46	26.47	7.85	13.56	3.54	96.23
	Percentage	100.00%	13.71%	15.47%	4.59%	7.93%	2.07%	56.24%
Mainland China	Amount of money	329.55	38.44	37.93	12.43	5.29	3.76	231.70
	Percentage	100.00%	11.66%	11.51%	3.77%	1.61%	1.14%	70.31%
Hong Kong /Macao	Amount of money	181.83	34.19	34.00	12.55	10.22	5.29	85.59
	Percentage	100.00%	18.80%	18.70%	6.90%	5.62%	2.91%	47.07%
Singapore	Amount of money	189.40	30.30	35.22	11.68	8.35	7.94	95.92
	Percentage	100.00%	16.00%	18.60%	6.16%	4.41%	4.19%	50.64%
Korea	Amount of money	215.55	40.24	22.84	7.03	1.82	4.42	139.19
	Percentage	100.00%	18.67%	10.60%	3.26%	0.85%	2.05%	64.58%
Malaysia	Amount of money	225.42	29.39	35.63	16.85	9.19	5.16	129.20
	Percentage	100.00%	13.04%	15.80%	7.48%	4.08%	2.29%	57.32%
U.S.A	Amount of money	269.18	128.69	51.73	13.09	11.69	21.50	42.49
	Percentage	100.00%	47.81%	19.22%	4.86%	4.34%	7.99%	15.79%
Europe	Amount of money	133.84	61.17	31.47	9.15	7.02	4.49	20.54
	Percentage	100.00%	45.70%	23.51%	6.84%	5.25%	3.35%	15.34%
Australia / New Zealand	Amount of money	197.24	51.01	46.40	7.49	18.38	3.56	70.39
	Percentage	100.00%	25.86%	23.52%	3.80%	9.32%	1.81%	35.69%

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

B. Average daily spending in Taipei per person for tourist groups from Mainland China was US\$383.60, which was higher than that of Korean tourist groups (US\$181.25) and Japan (US\$177.48).

In comparison with tourist groups from Mainland China Japan and Korea of year 2016, the average daily spending in Taipei per person for the Mainland China was US\$383.60, which was higher than the spending of Korean tourist groups (US\$181.25) and Japanese tourist groups (US\$177.48).

For further detail spending on shopping, the average daily spending in Taipei per person for the tourist groups from Mainland China was US\$318.89, which was also higher than the spending of Korean tourist groups (US\$138.07) and Japanese tourist groups with the amount of US\$129.32.

A breakdown of spending on shopping, purchasing Local Specialty Products had the highest ratio (49.87%) for the tourist groups from Mainland China, followed by Clothes or Accessories (14.84%) and Jewelry or Jade (10.05%). For Korean tourist groups, purchasing

For Korean tourist groups, purchasing Cosmetics or perfumes received the highest ratio (35.57%), followed by jewelry/jade article (16.31%) and Medicine/healthy food (11.14%). For Japanese tourist groups, purchasing Local Specialty Products received the highest ratio (37.57%), followed by Tobacco/Alcohol (21.20%) and Clothes or Accessories (10.16%).

Table 6 Average daily spending per person for the inbound tourist groups from Mainland China, Korea, and Japan who had visited Taipei in 2016

Unit: US\$

Main Purpose		Total	Hotel Bills	Meals outside hotel	Transportation in Taipei	Entertainment	Miscellaneous expense	Shopping
All Tourist groups	Amount of money	273.79	19.58	26.96	6.04	6.64	4.14	210.45
	Percentage	100.00%	7.15%	9.85%	2.20%	2.42%	1.51%	76.86%
Mainland China Tourist groups	Amount of money	383.60	17.86	33.38	5.99	4.36	3.11	318.89
	Percentage	100.00%	4.66%	8.70%	1.56%	1.14%	0.81%	83.13%
Korean Tourist groups	Amount of money	181.25	20.30	12.63	2.68	0.57	7.01	138.07
	Percentage	100.00%	11.20%	6.97%	1.48%	0.31%	3.87%	76.18%
Japanese Tourist groups	Amount of money	177.48	12.55	16.21	4.73	11.52	3.14	129.32
	Percentage	100.00%	7.07%	9.14%	2.67%	6.49%	1.77%	72.87%

Table 7 A breakdown of average daily spending per person for the inbound tourist groups from Mainland China, Korea, and Japan who had ever visited Taipei in 2016

Unit: US\$

Breakdown of Shopping items	Mainland China Sightseeing groups		Korean Sightseeing groups		Japanese Sightseeing groups	
	Amount of money	Percent -age	Amount of money	Percent -age	Amount of money	Percent -age
Total	318.89	100.00%	138.07	100.00%	129.32	100.00%
Clothes or accessories	<u>47.33</u>	<u>14.84%</u>	2.32	1.68%	<u>13.14</u>	<u>10.16%</u>
Jewelry or jade	<u>32.03</u>	<u>10.05%</u>	<u>22.52</u>	<u>16.31%</u>	6.80	5.26%
Souvenirs or handicraft products	15.53	4.87%	14.85	10.76%	12.73	9.84%
Cosmetics or perfumes	26.83	8.41%	49.11	35.57%	10.86	8.40%
local specialty products	159.03	49.87%	14.68	10.63%	48.59	37.57%
Tobacco or alcohol	10.56	3.31%	7.38	5.34%	<u>27.42</u>	<u>21.20%</u>
Chinese medicine or healthy food	3.20	1.00%	<u>15.38</u>	<u>11.14%</u>	0.41	0.32%
3C or electric appliances	2.80	0.88%	0.97	0.70%	1.13	0.87%
Tea	15.83	4.96%	4.01	2.90%	5.55	4.29%
Others	5.75	1.80%	6.84	4.96%	2.69	2.08%

IV. The Best Impressive Parts toward Taipei

- A. “Gourmet Food” , “Night Markets” and “Hospitality” were the best impressive parts toward Taipei for inbound visitors who had visited Taipei.**

The top rankings of best impressive parts toward Taipei for those respondents was Gourmet Food (60.69%), followed by Night Markets (45.83%), Hospitality (42.11%), Transportation (37.03%), Civic Literacy (30.56%) and Historic relics/Cultural relic (27.11%).

For the major tourist markets, Japanese tourists had best impression with Gourmet Food, Hospitality, Night Markets, Transportation, Historic relics/Cultural relic, Civic Literacy and Streets/city looks. Tourists from Mainland China were most impressed with Gourmet Food, Civic Literacy, Hospitality, Night Markets, Historic relics/Cultural relic, Transportation, Streets/city looks, and Customs and culture. Tourists from Hong Kong/Macao were most impressed with Gourmet Food, Hospitality, Night Markets, Transportation, Civic Literacy, Streets/city looks and Local Specialty Products. Tourists from Singapore were most impressed with Night Markets, Gourmet Food, Hospitality, Transportation, Streets/city looks, Hot Spring and Local Specialty Products. Korean tourists were most impressed with Gourmet Food, Night Markets, Transportation, Historic relics/Cultural relic and Streets/city looks. Tourists from Malaysia were most impressed with Night Markets, Gourmet Food, Transportation, Hospitality, Streets/city looks, Civic Literacy and Local Specialty Products. American tourists were most impressed with Gourmet Food, Night Markets, Hospitality, Transportation and Historic relics/Cultural relic. Tourists from European countries were most impressed with Gourmet Food, Transportation, Hospitality, Night Markets, Historic relics/Cultural relic and Streets/city looks. Tourists from Australia/New Zealand were best impressed with Transportation, Gourmet Food, Night Markets and Hospitality (schedule 25).

Table 8 Ranking of the best impression toward Taipei by inbound tourists who had visited Taipei in 2016

Ranking	Item	Relative frequency	Ranking	Item	Relative frequency
1	Gourmet food	60.69%	9	Living Function	14.56%
2	Night Markets	45.83%	10	Local Specialty Products	12.31%
3	Hospitality	42.11%	11	24-hour Stores	10.83%
4	Transportation	37.03%	12	Hot Spring	10.31%
5	Civic Literacy	30.56%	13	City that never sleeps	7.39%
6	Historical relics/ Cultural Relic	27.11%	14	Bicycling	5.61%
7	Streets/City Looks	26.36%	15	Attraction	4.28%
8	Customs and Culture	16.89%	16	others	4.83%

Note: The item "Which part of Taipei has given you the best impression" can be checked all that apply with 18 options

B. “Gourmet Food” , “Night Markets” , “Hospitality” and “Historic relics/Cultural relic” were the best impressive parts toward Taipei for those Tourist-group tourists. While “Gourmet Food” , “Night Markets” , “Hospitality” and “Transportation” were the best impressive parts toward Taipei for F.I.T. tourists.

In terms of travelling types, visitors with Tourist group⁷ were most impressed with Gourmet Food, Night Markets, Hospitality, Historic relics/Cultural relic, Civic Literacy, Transportation, Streets/city looks, Customs and culture, Local Specialty Products and Living function.

F.I.T. tourists were most impressed with Gourmet Food, Night Markets, Hospitality, Transportation, Civic Literacy, Streets/City looks, Historic relics/Cultural relic, Customs and Culture, Living function and 24-hour bookstore (schedule 26).

Table 9 Top 8 ranking of the best impressive parts toward Taipei by inbound tourists who had visited Taipei in 2016- according to the travelling types

Ranking	All tourists		Tourist groups		F.I.T.	
	Item	Relative frequency	Item	Relative persons	Item	Relative frequency
1	Gourmet Food	60.69%	Gourmet Food	53.89%	Gourmet Food	64.78%
2	Night Markets	45.83%	Night Market	42.34%	Night Market	47.93%
3	Hospitality	42.11%	Hospitality	37.23%	Hospitality	45.04%
4	Transportation	37.03%	Historical relics /Cultural Relic	33.83%	Transportation	42.24%
5	Civic Literacy	30.56%	Civic Literacy	30.94%	Civic Literacy	30.32%
6	Historical relics /Cultural Relic	27.11%	Transportation	28.35%	Street/City Looks	27.03%
7	Street/City Looks	26.36%	Street/City Looks	25.24%	Historical relics /Cultural Relic	23.08%
8	Customs and Culture	16.89%	Customs and Culture	17.17%	Customs and Culture	16.72%
9	Living Function	14.56%	Local Specialty Products	13.03%	Living Function	15.78%
10	Local Specialty Products	12.31%	Living Function	12.51%	24-Hour Stores	12.89%

Note: The item “Which part of Taipei has given you the best impression” can be checked all that apply with 18 options

⁷ Tourist groups: (1) Group tour arranged by a travel agency. (Join in a tour group)
(2) Individual tour arranged by a travel agency. (e.g. exchange program, school holiday trip, incentive travel, family or friend tour group, etc.)
(3) Arranged by an “Inviting organization/unit”

F.I.T.: (1) Accommodations (and ticket booking) arranged through a travel agency.
(2) On your own arrangements.

C. “Gourmet Food” , “Civic Literacy” , “Hospitality” , “Night Markets” and “Historical relics /Cultural Relic” were the best impressive parts toward Taipei for tourists with tourist group from Mainland China. “Gourmet Food” , “Civic Literacy” , “Hospitality” , “Night Markets” , and “Transportation” were the best impressive parts toward Taipei for F.I.T. tourists from Mainland China.

In terms of travelling types for tourists from Mainland China, visitors with tourist group were most impressed with Gourmet Food, Civic Literacy, Hospitality, Night Markets, Historical relics /Cultural Relic, Street/City Looks, Transportation and Customs and Culture.

F.I.T. visitors from Mainland China were most impressed with Gourmet Food, Civic Literacy, Hospitality, Street/City Looks, Customs, and Culture.

Table 10 Top 8 ranking of the best impressive parts toward Taipei by inbound tourists from Mainland China who visited Taipei in 2016- according to travelling types

Ranking	Mainland China tourists As a whole		Mainland China Tourist groups		Mainland China F.I.T.	
	Item	Relative persons	Item	Relative persons	Item	Relative persons
1	Gourmet food	63.02%	Gourmet food	58.55%	Gourmet food	66.36%
2	Civic Literacy	50.57%	Civic Literacy	50.44%	Civic Literacy	50.66%
3	Hospitality	46.64%	Hospitality	43.21%	Hospitality	49.21%
4	Night Market	43.77%	Night Market	42.86%	Night Market	44.46%
5	Historic relics/Cultural relic	37.28%	Historic relics/Cultural relic	39.33%	Transportation	40.90%
6	Transportation	36.91%	Streets/city looks	33.33%	Historic relics/Cultural relic	35.75%
7	Streets/city looks	34.11%	Transportation	31.57%	Streets/city looks	34.70%
8	Customs and culture	21.28%	Customs and culture	20.63%	Customs and culture	21.77%
9	Living Function	19.32%	Local Special Products	17.81%	Living Function	21.37%
10	24-Hour Stores	15.55%	Living Function	16.58%	24-Hour Stores	19.13%

Note: The item “Which part of Taipei has given you the most impression” can be checked all that apply with 18 options

V. Survey of Friendly Environment on Muslim tourists

- A. More than fifty percent of Muslim tourists said that it was easy to find Halal food or Halal certified restaurants in Taipei. Yet, there were 63% of Muslim tourists interviewed felt assured to eat at the Halal restaurants.
- B. 41% of Muslim tourists interviewed said it took them quite a time to find prayer room in Taipei, and 46% of them had used those prayer rooms including in hotels, Mosques and the airport. Reasons for not using the prayer rooms were: not having time, hurrying on next journey, not seeing one, and they did not find it until getting to the airport gate.
- C. Muslim tourists said that the friendly Muslim tourism environment should include food and related equipment, respect for Muslim religion, and treating them kindly.

VI. Respondent' s profile

D. “Manufacture” , “Finance and Insurance” took the first two places by numbers in the category of occupation.

According to the occupation distribution of respondents of year 2016, “Manufacture” (10.14%) took first place by numbers in the category of occupation among respondents who had visited Taipei, followed by “Finance and Insurance” (9.75%), “Student” (9.39%). and Other Service Industries (8.92).

Table 11 Number of people and percentage of the inbound visitors who had visited Taipei in 2016 - according to visitors' occupation

Occupation	Nimber of person	Percentage
Total	3600	100.00%
Farmer in Agrichltural/Forestry/ Fishery/Farming	33	0.92%
Manufacturing	365	10.14%
Construction	165	4.58%
Industries in the Mining/Quarrying/ Electricity/Gas/Water Supplier/ Remediation Services	86	2.39%
Wholesaler/Retailer	211	5.86%
Accommodation/Catering Industry	80	2.22%
Information/Communication Industry	277	7.69%
Finance/Insurance	351	9.75%
Industries in the Public Administration/ Defense/Education	316	8.78%
Medical Care/Social Work	179	4.97%
Art/Entertainment/Leisure Services	147	4.08%
Other Service Industries	321	8.92%
Home managing	199	5.53%
Student	338	9.39%
Retired	320	8.89%
Others	212	5.89%

Note : 「Others」 includes Self-employed, Administrative staff, and not answered

E. “College/university or higher” was ranking No.1 by numbers in the category of education. While “No fixed income” took first place by numbers in the category of annual income, followed by annual income of US\$10,000 - US\$19,999 and 20,000-29,999.

Visitors with education of “College/university or higher” accounted for majority of the respondents (61.28%). Average annual income of respondent was US\$36,569.14. While visitors of no fixed income accounted for the largest number in the income category (18.03%), followed by income of US\$10,000 to US\$19,999(14.47%) and 20,000-29,999(12.03%).

Table 12 Number of people and percentage of inbound tourists who had visited Taipei in 2016 - according to visitors’ education

Education	Number of person	Percentage
Total	3600	100.00%
Primary school	28	0.78%
Junior high/senior high/vocational high school	<u>786</u>	<u>21.83%</u>
College/university	2206	61.28%
graduate school or higher	<u>502</u>	<u>13.94%</u>
Others	24	0.67%
Not answered	54	1.50%

Table 13 Number of people and percentage of inbound visitors who had visited Taipei in 2016 - according to tourists' annual income

Annual Income	Number	Percentage
Total	3600	100.00%
under10,000 USD	357	9.92%
10,000-19,999 USD	<u>521</u>	<u>14.47%</u>
20,000-29,999 USD	<u>433</u>	<u>12.03%</u>
30,000-39,999 USD	357	9.92%
40,000-49,999 USD	244	6.78%
50,000-59,999 USD	163	4.53%
60,000-69,999 USD	112	3.11%
70,000-79,999 USD	112	3.11%
80,000-89,999 USD	69	1.92%
90,000-99,999 USD	64	1.78%
More than 100,000 USD	248	6.89%
No fixed income	649	18.03%
Na	271	7.53%

Note : Reason of high percentage of "No fixed income" may be because the respondents have retired, have more than one jobs or have other investments.

壹、調查動機與目的

根據民國106年(2017年)世界觀光旅遊委員會 (World Travel & Tourism Council, WTTC) 報告指出，2016年旅遊業對全球國內生產總值 (GDP) 的綜合貢獻7.6兆美元，占全球國內生產總值總量的10.2%；旅遊業創造2.92億個就業崗位，占就業總量的10%。預估民國116年(2027年)全球觀光產業之規模，將達到全球GDP之11.4% (約11.513兆美元)；此外，全球從事觀光相關產業之人口，於民國116年將可增加至3.81億人⁸。因此，觀光產業對於全球，乃至於臺灣之經濟發展，具有相當重要的地位。

近年來，交通部觀光局採取「多元開放、全球布局」的行銷策略，持續耕耘既有主要目標市場如日本、韓國及美加地區旅客，並且積極改善國內的友善旅遊環境，在推廣穆斯林旅遊市場的努力已獲實質肯定，爭取東南亞新興市場開發亦成績顯著⁹，將臺灣觀光推向國際。就來臺人數與觀光外匯的觀光規模成果而言，來臺旅客連續6年突破成長百萬人次門檻，104年躍升為千萬觀光大國¹⁰，105年累計來臺旅客1,069萬279人次，較104年成長2.4%，主要市場以韓國成長34.25%最高，日本成長16.50%次之¹¹。在市場互為增長下，105年的來臺人次仍創新高，而觀光外匯收入占GDP比例亦逐年提高，從97年1.42% 提高至104年2.75%，成長1.33個百分點；就觀光品質而言，根據瑞士世界經濟論壇(World Economic Forum, WEF) 最新「旅遊業競爭力報告(The Global Competitiveness Report)」指出，臺灣在全球旅遊競爭力中位居32¹²；顯見臺灣在推動觀光產業發展上，已經逐漸展露成效。

有鑑於此，臺北市政府近年來陸續研擬與推動一系列之觀光政策，包含「再

⁸ 世界觀光旅遊委員會，2017 年全球經濟影響與議題報告(Global economic impact & issues 2017)；參考網址：
<https://www.wttc.org/research/economic-research/economic-impact-analysis/>；
<https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2017/world2017.pdf>，擷取日期：106 年 4 月 12 日。

⁹ 中華民國行政院，新聞與公告；參考網址：
http://www.ey.gov.tw/UnitRSS_Content.aspx?n=8092BD84714005C0&s=A3BE19798242304F，發布日期：105 年 9 月 8 日

¹⁰ 中華民國交通部觀光局新聞稿；參考網址：
http://admin.taiwan.net.tw/news/news_d.aspx?no=249&d=6180&tag=2，擷取日期：106 年 4 月 9 日。

¹¹ 中華民國交通部觀光局行政資訊系統，觀光統計- 觀光統計年報；參考網址：
<http://admin.taiwan.net.tw/statistics/year.aspx?no=134>，擷取日期：106 年 4 月 9 日。

¹² 世界經濟論壇，旅遊競爭力報告(The Global Competitiveness Report)；參考網址：
<https://www.weforum.org/reports/>，擷取日期：106 年 4 月 9 日。

造臺北品牌成為亞洲必遊城市」、「推動智慧觀光城市」、「打造友善旅遊環境」、「舉辦大型節慶活動推廣城市意象」、「海外觀光推廣行銷」、「打造臺北成為亞洲必遊城市」等相關主題策略¹³。每一大主題都有明確的策略目標、關鍵績效指標(KPI)以及行動方案，期能達成活絡臺北市的旅遊市場、創造觀光相關產業商機成為亞洲必遊城市之願景。為順利推動上述觀光政策，有賴客觀及精準之調查資料做為參考依據，方能擬定有效之相關措施及方法，故特辦理本調查計畫。

爰此，本計畫於桃園國際機場、臺北松山機場、高雄國際機場等三處，針對到訪臺北市之國際觀光旅客進行面對面之問卷調查，依據來臺旅客之實地問卷結果，推估民國105年來臺旅客在臺北市期間之消費金額與消費情況、旅客旅遊動機、旅遊動向、對臺北市的印象、以及包括交通、住宿滿意程度等。本計畫之訊息分析結果，可作為相關單位訂定觀光宣傳推廣策略、發展會展產業、活絡臺北市觀光、產業升級以及提升服務品質之參考。如下表1-1-1所示：

¹³ 臺北市政府觀光傳播局 105-106 年度施政計畫；參考網址：
<http://www.tpeoit.gov.taipei/lp.asp?ctNode=13253&CtUnit=7519&BaseDSD=7&mp=112001>，擷取日期：106 年 4 月 9 日。

表 1-1-1 調查目的與說明

調查目的	說明
1. 估算 105 年度來臺旅客到訪臺北市的比率與人次	(1)藉由問卷調查的資料收集與資料分析，估算 105 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. 瞭解到訪臺北市之來臺旅客的結構、特性與旅遊情況，並進一步做市場區隔	(1)調查到訪臺北市的來臺旅客的基本資料、旅遊決策、動向、觀感及意見，以做為相關事業營運決策、行銷管理之參考依據，塑造更優質的旅遊環境。 (2)到訪臺北市目的及主要市場等不同特性之旅客的基本資料，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。
3. 估算 105 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)藉由問卷調查的資料蒐集與分析，瞭解來臺旅客在臺北市的消費狀況，估算 105 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。
4. 到訪臺北市的來臺旅客對臺北市的印象	(1)調查旅客對臺北市最深刻的印象，提供觀光行銷參考。 (2)就主要市場及旅行方式等不同特性之旅客，進一步分析其對臺北市最好的印象，提供觀光行銷參考
5. 瞭解旅客滿意度相關資訊	(1)對臺北市各項旅遊經驗滿意度及不滿意之原因（交通便利性、住宿狀況、消費經驗、整體經驗）。 (2)再度到訪臺北的意願及因素。
6. 瞭解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，在臺北市的旅遊意向及意見。
7. 提供相關單位訂定營運發展方向與決策參考	(1)分析旅客在臺北市旅遊之滿意及不滿意原因，作為相關單位的參考。 (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、時間與地點

(一) 調查對象與時間：

自105年1月1日起至105年12月31日間自臺灣出境且在臺灣停留夜數90夜以內之外籍與華僑旅客(不含過境之外籍、華僑旅客)。

(二) 調查地點：

依委託單位契約要求，調查地點為臺灣桃園國際機場、臺北松山機場及高雄國際機場三處，且交通部觀光局104年的統計資料顯示來臺旅客由上述機場入境的比率達89.89%。本調查除於機場航空公司報到處進行面訪外，亦於來臺旅客入境比率最高的臺灣桃園國際機場管制區候機室進行面對面訪問¹⁴。

¹⁴本調查案的調查地點為臺灣桃園國際機場、臺北松山機場及高雄國際機場 3 處，並未包括臺中機場、花蓮機場、馬公機場、基隆港、臺中港、高雄港、花蓮港等港口以及其他出境地點。

二、調查項目

依據調查目的，本計劃的調查項目有八大類別，各類別與其包含的調查細項詳表2-2-1。

表 2-2-1 105年來臺旅客在臺北市之消費及動向調查項目

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 (8) 信仰 (9) 入境地點
2. 旅遊決策	(1) 是否停留臺北市 (2) 在臺北市停留天數、夜數 (3) 來臺北市目的 (旅遊、探親、求學、商務、國際會議或展覽等) (4) 來臺北市前是否透過網站瀏覽本市資訊 (5) 最近3年來臺北市次數 (6) 來臺北市多久前開始計畫行程 (7) 同行人員 (8) 吸引到訪臺北市之原因
3. 旅遊動向	(1) 在臺北市參與活動項目 (2) 在臺北市遊覽之景點、最喜歡景點、最不喜歡景點及其原因、 印象最好的項目等 (3) 在臺北市旅遊時使用之交通工具 (4) 住宿地點
4. 消費狀況	(1) 旅行方式 (團體或自由行等) (2) 在臺北市消費支出金額及結構 (3) 購買物品 (4) 購買名特產項目
5. 業務及國際會議或展覽目的旅客利用餘暇在臺北市旅遊情況	(1) 是否利用餘暇在臺北市旅遊 (2) 有利用餘暇在臺北市旅遊之時間 (3) 未利用餘暇在臺北市旅遊之原因
6. 到訪臺北市滿意度	(1) 對臺北市各項旅遊經驗滿意度及不滿意之原因 (交通便利性、 住宿狀況、消費經驗、整體經驗) (2) 再度到訪臺北的意願及因素
7. 穆斯林旅遊友善環境調查	(1) 對臺北市的清真餐廳與飲食的經驗(尋找的容易度、用餐放心程度) (2) 對臺北市提供朝拜空間的經驗(包括尋找的容易度)
8. 開放式意見	受訪者於開放式題目中所補充之意見

三、調查方法

本調查實施時間自民國105年1月1日起至12月31日止，調查方法說明如後。

(一) 調查執行流程

計畫工作項目與調查執行流程如圖2-3-1所示。

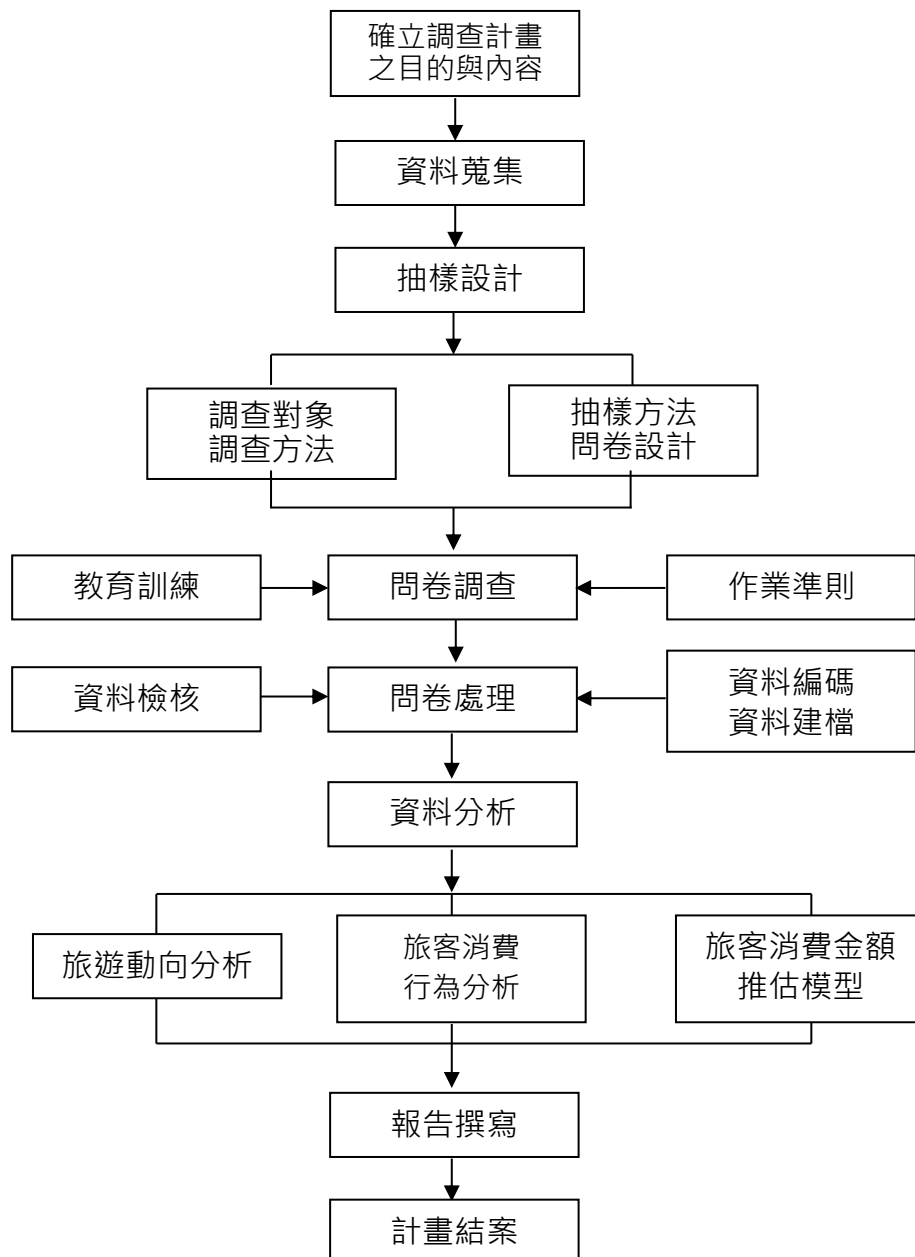


圖 2-3-1 計畫調查執行流程圖

(二) 調查方式

本調查採用面對面訪問方式，由精通中、英、日、韓等語言的訪員前往調查地點，直接訪問出境旅客。實際訪問前須由研究小組訓練訪員，除加強訓練訪問技巧外，同時使訪問員了解調查目的，經實地演練後，正式進行調查工作。

四、抽樣計畫與施測方式

本調查以104年來臺旅客的母體結構配置比率為依據進行樣本數配置¹⁵，並依委託單位需求安排調查樣本數至少3,600人。

(一) 抽樣特徵變數

估算臺北市觀光外匯收入為本調查目的之一，依據近年來交通部觀光局「來臺旅客消費及動向調查」、以及臺北市政府觀光傳播局「民國104年來臺旅客在臺北市之消費及動向調查」的報告建議，考慮以居住地、來臺主要目的、性別、年齡及月份等5個變數作為分層比例抽樣的抽樣依據，承上述參考文獻建議，各變數包含的類別項目如下述：

1. 旅客居住地：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
2. 來臺主要目的：觀光、業務及其他 3 類
3. 性別：男性及女性 2 類
4. 年齡：未滿 30 歲、30 歲~未滿 50 歲、50 歲以上等 3 個部份
5. 月份：1 月~12 月等 12 個月份

利用104年交通部觀光局及內政部移民署之入境臺灣旅客資料，計算各變數所包含的類別項目的推估比例值，以作為以下分層比例抽樣的樣本數設定與分配依據參考。

¹⁵母體結構比率係根據交通部觀光局所提供「民國 104 年來臺旅客公務統計」資料計算母體結構比率，為調查計畫規劃抽樣設計時所能獲得之最新資料。

(二) 樣本數設定與分配依據

1. 母體之定義：

本調查母體之定義為調查期間自臺灣出境且在臺灣停留夜數90夜以內之外籍與華僑旅客(不含過境之外籍、華僑旅客)。

2. 抽樣方法：

本調查依據104年內政部移民署之各月來臺灣的旅客比例資料以及交通部觀光局之104年來臺旅客統計資料為比例依據，採分層比例抽樣法抽取樣本數(為按「季」為主月為輔的分層比例抽樣、以下將敘述之)。第一階段規劃按照：(1)各機場旅客人次比例(臺灣桃園國際機場、臺北松山國際機場及高雄國際機場入境旅客比例為80.7：9.3：10.0)及(2)各季旅客人次比例等變數依分層比例抽樣法抽取樣本數；第二階段在實際執行時，為使抽取樣本具代表性，訪員在取樣時需儘量達到使各層樣本儘量符合上述4個變數(居住地、來臺主要目的、性別及年齡)推算抽樣母體結構中所需樣本比例，並且於每月檢視抽樣配置情況調整、力求符合所需樣本比例，適當分散避免過於集中，以提高樣本之代表性。

3. 樣本大小與抽樣誤差

本調查旅客樣本大小之決定係以估計大樣本比例之方法進行。當樣本充分大時，樣本分配近似常態分配，得出估計誤差為 $d = \frac{z \alpha/2}{2\sqrt{n}}$ 。

本調查設定顯著水準 $\alpha=0.05$ ，使用上述估計大樣本比例之法估計抽樣誤差，105年到訪臺北市的來臺旅客之樣本數為3,600人，得出估計誤差約為 $d=0.0163$ 。

(三) 調查日期分派與抽樣原則

1. 調查日期定義

調查日之選定包括平常日與例假日，平常日為平常的周一至周五，例假日包含週六、週日及國定假日。「季」的定義自105年起分為：第一季--1~3月；第二季--4~6月；第三季--7~9月；第四季--10~12月。

2. 調查日期之抽樣原則

本調查以3週為1單元，而為涵蓋所有國籍航班的旅客，在各單元調查時間的部分，又細分為兩時段，第一時段為上午6時至下午3時、第二時段為下午3時至晚上12時（如下表），惟實際調查時間仍需視各機場航班與實際調查份數而定。訪問日僅擇第1時段(6:00-15:00)或第2時段(15:00-24:00)1個區間訪問，每2個單元時間區間互換；另每單元第1週於週一、週三及週五訪問，第2週於週二、週四訪問，第3週於週六及週日，以前2單元抽樣規劃舉例如下：每個調查時間控制樣本比例，抽取過程設計在於制訂作業標準，以達隨機抽樣之目的。

單元		第 1 單元	第 2 單元
週次	星期	一、三、五	一、三、五
	時間	第 1 時段	第 2 時段
2	星期	二、四	二、四
	時間	第 2 時段	第 1 時段
3	星期	六、日	六、日
	時間	第 1 時段	第 2 時段

註：為涵蓋所有國籍航班的旅客，在各單元調查時間的部分，又細分為兩時段，第一時段為上午 6 時至下午 3 時、第二時段為下午 3 時至晚上 12 時，惟實際調查時間仍需視各機場航班而定

(四) 調查樣本配置

本調查考量來臺旅客類型、調查成本及調查可行性等三項因素採用分層比例抽樣法，按「季」為主以月為輔的分層比例抽樣，季定義分1至3月、4至6月、7至9月、10至12月共四季。利用104年交通部觀光局及內政部入出國及移民署之入境臺灣旅客資料，可知各月入境旅客占全年入境旅客比率、臺灣各國際機場入境旅客占全體入境旅客比率，如表2-4-1所示（臺灣桃園國際機場、臺北松山國際機場及高雄國際機場入境旅客比例為80.7：9.3：10.0），及臺灣各國際機場入境旅客之居住地、來臺主要目的、性別、年齡及月份等5類特徵變數結構比率，有效樣本（3,600人）依此比率分別配置各月及各機場（詳下表），各國際機場以及中、英、日、韓語言之抽樣樣本數依規劃配置。並提供每季各月份估計樣本數配置與實際抽樣人數比較以及與105年入境旅客各月實際人數比率之比較，如附件三。

表 2-4-1 每月樣本數之決定

期間		各月抽樣 人數比率 (%)	調查樣本配置 (份)			
		104年	總計	臺灣桃園 國際機場	臺北松山 國際機場	高雄 國際機場
總 計		100	3600	2905	336	359
第一 季	1 月	7.21	259	209	24	26
	2 月	7.83	282	228	26	28
	3 月	8.25	297	239	28	30
第二 季	4 月	8.51	306	247	28	31
	5 月	8.30	299	241	28	30
	6 月	7.66	276	223	26	27
第三 季	7 月	7.98	287	232	27	28
	8 月	8.57	308	248	29	31
	9 月	8.02	289	233	27	29
第四 季	10 月	8.88	320	258	30	32
	11 月	9.00	324	262	30	32
	12 月	9.80	353	285	33	35

資料來源：中華民國內政部移民署全球資訊網、交通部觀光局

說 明：1.各月份的樣本配置以符合母體之居住地、來臺主要目的、性別、年齡等變數結構比例為抽取原則
2. 2015年臺灣桃園國際機場、臺北松山國際機場及高雄國際機場入境人口比例為 80.7 : 9.3 : 10.0

(五) 消費金額估算公式

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之估算係沿用近年來消費動向調查所採用之方式如下 (Lee, R.F. and Huang, D.Y., 2003)¹⁶ :

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

其中，M為平均每人每日總消費 (美元)， $\hat{\mu}_y$ 為每人每日總消費轉次方截尾平均數、 $\hat{\sigma}_y$ 為標準差、 γ_1 為偏態係數、 γ_2 為峰態係數、 $\lambda=0.134912$ 。

五、調查人力配置

(一) 調查研究小組

本調查研究小組主要成員由醒吾科技大學觀光休閒系副教授楊文仁博士、企業管理系副教授吳怡芳博士和國際商務系副教授曾薰瑤博士所組成。研究小組於每週討論樣本回收情形，控制樣本比率及資料審查，進行樣本代表性分析及概況分析。

(二) 主要調查工作及人力配置

本計畫主要工作人員名單及分工執掌如表2-5-1所示。並由本案團隊負責招募研究生或大學部高年級學生為訪員，訪員總人數為10位。其中北部桃園國際機場、松山機場訪員總人數為8位、南部高雄機場訪員總人數為2位，均精通英語、日語或韓語。本計劃於實際調查實施前已先行舉辦數次北部與南部的訪員訓練課程，由研究小組訓練訪員的訪視技巧，經實地演練後正式進行調查工作，並備有訪員須知手冊以確保問卷品質。

¹⁶ 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.

訪員出勤問卷調查前必須與督導確認問卷施測地點、問卷樣本數及抽樣分配，並備妥問卷、禮品、訪員證件及工作背心。訪員施測之前，必須確認旅客是否為民國105年1月1日至12月31日間入境之外籍與華僑旅客(不含過境之外籍、華僑旅客)。督導由本案團隊人員擔任，總人數為6位，負責招募訪員、訪員訓練與監看協助等，以確保問卷資料品質穩定。

表 2-5-1 本計畫之主要工作人員名單及分工執掌

姓 名	服務單位	職稱	學歷(專長)	擔任工作
楊文仁	醒吾科技大學觀光休閒系	副教授	臺灣大學生物環境系統博士	計畫主持人 計畫之規劃執行 資料分析、報告撰寫
吳怡芳	醒吾科技大學企業管理系	副教授	國立臺北大學企研所博士	共同主持人 英語訪員訓練 問卷設計與分析
曾薰瑤	醒吾科技大學國際商務系	副教授	國立交通大學經管所博士	共同主持人 中文訪員訓練 問卷設計與分析
費泰康	醒吾科技大學企業管理系	講師	美奧克拉荷馬市大學商研所碩士	計畫總監
溫永松	桃園國際機場	副總經理	國立臺北大學企研所博士	顧問
吳德晃	瑞獅旅行社	顧問	文化大學企研所博士	顧問
李瑞貞	醒吾科技大學旅運管理系	講師	日本御茶水女子大學文學碩士	日語訪員訓練 督導
邱敏瑤	醒吾科技大學國際商務系	兼任講師	韓國漢陽大學教育系碩士	韓語訪員訓練 問卷設計與調查
侯怡萍	文藻大學英國文學系	專案講師	英國歐斯特大學翻譯研究所碩士	高雄督導
項凱莉	醒吾科技大學研究生院	助理	外語領隊 外語導遊	負責所有聯繫工作
訪員	文藻、政大、醒吾學生共 10 名	學生(研究生)	-	問卷訪員

六、資料檢核與分析

(一) 資料檢核

1. 問卷審核

訪員將完成問卷繳回後，由旅客調查小組負責問卷審核的工作，以確保調查對象準確及調查問項的完整。

2. 資料譯碼及輸入

由統計分析小組負責全部問卷的譯碼及鍵入工作。

3. 資料檢誤

資料完成電腦建檔後，統計分析小組依問卷內容設計程式檢誤，以檢出不合邏輯或不合理資料，將之排除在後續統計分析之外。資料完成建檔、檢誤後，以SPSS統計軟體進行統計分析，並檢視各變數變項之分佈情形，進行個別變數樣本代表性分析，以評估資料品質。為增加個別變數樣本代表性，統計分析小組在調查期間已分階段進行檢視各變數變項之分佈情形，作為隨後問卷樣本配置的調整依據，使實際調查樣本趨於完善。

4. 開放題整理

除量化分析資料外，統計分析小組並依問卷構面整理受訪旅客之開放意見，除可輔助解讀量化資料外，開放意見之呈現並提供更深入之資料，提供政府相關單位於政策擬訂及施行之參考。

(二) 資料分析

本調查資料分析以系統化為原則，使用統計套裝軟體SPSS18.0 for windows 與SAS等進行資料分析工作，分析方法應用與分析架構圖說明如下：

1. 資料品質檢視

使用卡方檢定檢視5個樣本控制特徵變數樣本配置情況，以評估樣本資料的代表性與品質。

2. 資料結構與相關性分析

包括「整體性分析」以及「差異性分析(來訪旅客特質的差異性分析)」兩部份，如表2-6-1與表2-6-2所示。

整體性分析部份，使用描述性統計方法彙整並且敘述調查資料各個變數變項的分佈情況。以了解來臺旅客在臺北市之基本背景結構、消費行為、旅遊決策及旅遊動向，可作為提升服務品質、刺激消費以及臺北市觀光行銷策略之參考。描述性統計方法包括：

- (1) 次數分配表、圖
- (2) 比率數、算數平均數
- (3) 上下四分位數平均值的穩健估計式計算連續變數之集中趨勢代表值(即平均數)，及四分位差 (quartile deviation) 估計其離散趨勢(即標準誤)

差異性分析部份，以旅客的居住地、來臺主要目的、性別、年齡、月份、市場及旅行方式等特質變數作為基礎，進一步探討來訪旅客特質的差異性是否顯著影響來臺旅客在臺北市之消費及動向。此部份的分析方法包括使用交叉分析等進行差異性分析(設定顯著水準為0.05)，可了解來臺旅客在臺北市之消費及旅遊動向等市場區隔情況，作為研擬臺北市觀光行銷策略的參考。

3. 消費金額估算

使用母數推估模式 Lee & Huang model (Lee & Huang model, 2003)估算旅客在臺北市每人每日總消費金額、每人每日各細項消費金額、觀光外匯收入等。目的：作為估計臺北市觀光外匯收入參考以及刺激消費議題的行銷策略研擬的參考。

4. 開放式問卷整理

由統計資料處理人員進行開放式問卷整理。

5. 分析架構圖

圖2-6-1 說明資料分析架構：

表 2-6-1 資料分析-整體性分析

分析項目	分析內容
(1) 旅客基本背景結構	使用描述性統計方法彙整並且敘述旅客之人口統計變數特性以及到訪臺北市目的等結構。
(2) 旅遊決策分析	分析旅客之相關旅遊決策，包括：是否停留臺北市、在臺北市停留天數、夜數、來臺北市目的、行前瀏覽網站情況、最近 3 年來臺北市次數、行程前計劃時間、同行人員、吸引訪臺北市之原因入境地點、同行人員以及旅行方式等。
(3) 旅客在臺北市之旅遊動向分析	分析旅客在臺北市：參與活動項目、遊覽之景點、最喜歡景點、最不喜歡景點及其原因、最好的印象、旅遊時使用之交通工具、住宿地點等。
(4) 到訪臺北市滿意度	對臺北市各項旅遊經驗滿意度(交通便利性、住宿狀況、消費經驗、整體經驗)、再度到訪臺北的意願及因素。
(5) 業務餘暇在臺北市旅遊情況	因業務來臺北市的旅客其餘暇旅遊之時間、餘暇旅遊行程安排之時間、未利用餘暇旅遊之原因。
(6) 旅客消費行為分析	分析來臺旅客在臺北市的旅行方式(團體或自由行等)、在臺北市消費支出金額及結構、購買物品、購買名特產項目，進行消費金額估算，作為估計臺北市觀光外匯收入及刺激消費之策略參考。
(7) 來臺穆斯林旅客在臺北市之消費及動向	穆斯林受訪旅客旅遊決策、在臺北市旅遊動向、在臺北市消費支出概況、對臺北市印象最好的項目與滿意度以及穆斯林旅遊友善環境調查。

表 2-6-2 資料分析-差異性分析

分析項目	分析內容
(1) 依旅客之基本特性分	以旅客的居住地、性別、到訪臺北市目的及旅行方式等特質變數作為基礎，進一步探討來訪旅客特質的差異性是否顯著影響來臺旅客在臺北市之動向及消費情況，依委託單位所需，分析如下： <ul style="list-style-type: none"> • 旅遊決策的差異分析 • 在臺北市旅遊動向的差異分析 • 到訪臺北市滿意度的差異分析 • 業務餘暇在臺北市旅遊情況的差異分析 • 旅客消費行為的差異分析
(2) 依旅客到訪臺北市目的分	
(3) 依主要市場分	
(4) 依旅行方式分	

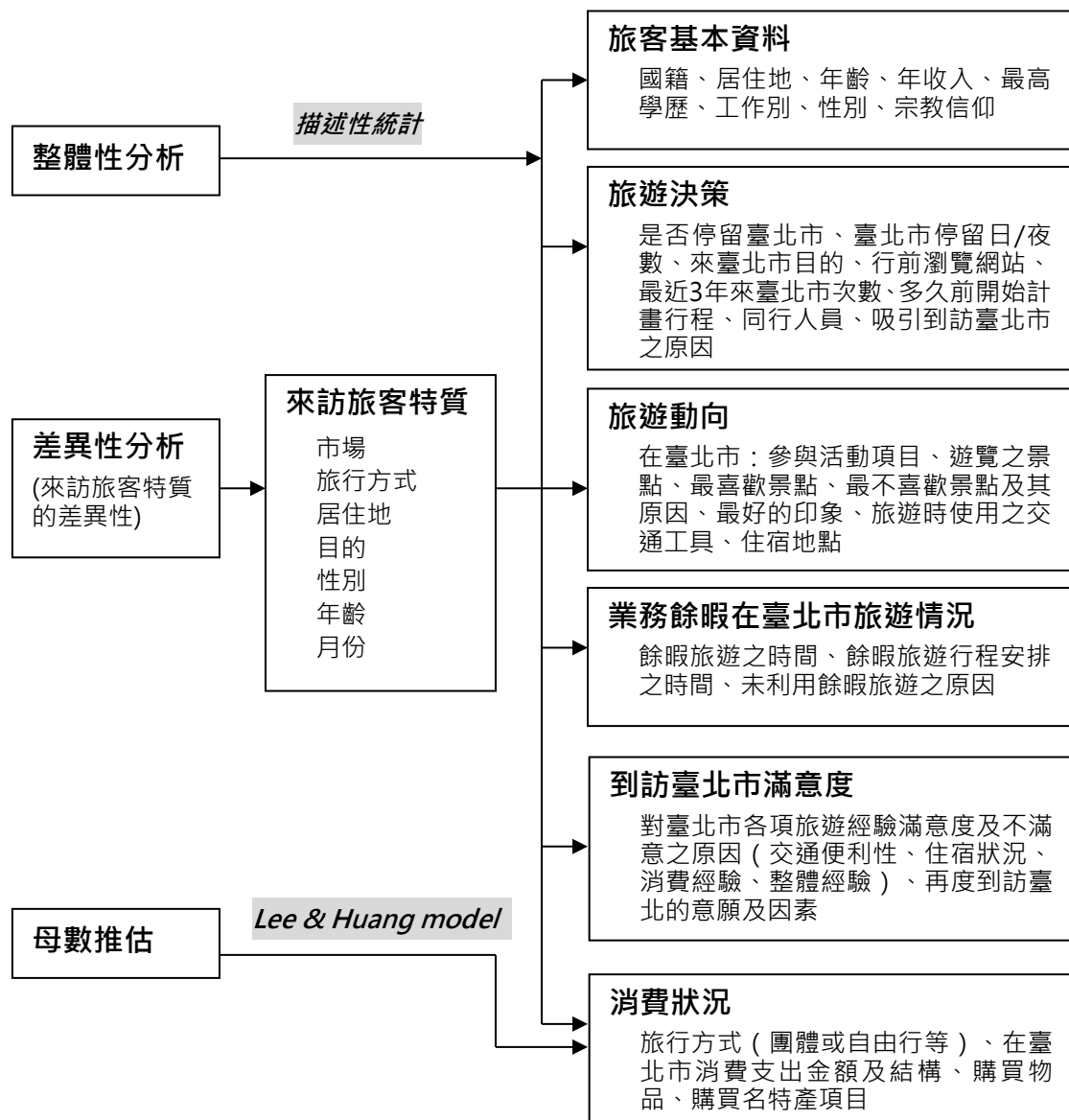


圖 2-6-1 資料分析架構圖

參、調查結果

一、來臺旅客到訪臺北市之比率與人次

由表3-1-1與3-1-2可得105年調查期間接觸之來臺旅客共4,771人(見附表1)，整體到訪臺北市比率為91.3051%。到訪臺北市且願意受訪的旅客有3,600人。

由附表1可得知105年受訪來臺旅客到訪臺北市之比率，居住地以大陸為最多，到訪比率為95.87%；其次為香港澳門，到訪比率為94.86%；第三、四及第五名者分別為馬來西亞(到訪比率為93.96%)、韓國(到訪比率為93.10%)及日本(到訪比率為91.54%)。

表 3-1-1 105 年來臺旅客到訪臺北市人次之估算

月份	(1) 公務統計：來臺 旅客人次	(2) 接觸樣本中 到訪臺北市 樣本人次 (註 3)	(3) 總接觸樣 本數	(4)=(2)÷(3) 到訪臺北市樣 本比率	(5)=(1)*(4) 每月到訪臺北 市人次估計值	接受問卷 調查人次 (註 5)
總計	10,690,279 (註 1)	4353	4771	91.24% (註 4)	9,760,770 (註 3)	3,600
1	865,930	291	330	88.18%	763,593	228
2	920,155	314	349	89.97%	827,876	253
3	1,034,730	420	457	91.90%	950,955	357
4	910,323	345	359	96.10%	874,823	306
5	882,565	341	391	87.21%	769,705	299
6	817,800	318	339	93.81%	767,140	276
7	848,869	379	438	86.53%	734,524	287
8	863,540	392	446	87.89%	758,986	309
9	772,241	354	375	94.40%	728,996	289
10	845,871	377	404	93.32%	789,340	320
11	891,157	389	412	94.42%	841,408	325
12	1,037,098	433	471	91.93%	953,426 (註 2)	351

註：(1)公務統計-來臺旅客人次資料來源：中華民國交通部觀光局行政資訊系統 - 觀光統計月報(2016 年 1-12 月份實際值)。

(2)每月到訪臺北市人次估計值=每月公務統計來臺旅客人次*每月到訪臺北市樣本比率，表中的每月到訪臺北市樣本比率僅列出至小數第二位。

(3)總計到訪臺北市人次估計值：9,760,770 = 1-12 月到訪臺北市人次估計值總和。

(4)整體到訪臺北市比率 = $9,760,770 / 10,690,279 = 91.3051\%$ ，此比率值是以「到訪臺北市人次估計值總計」除以「公務統計實際來臺旅客人次」得之。

(5)接觸樣本中到訪臺北市樣本人次包含願意受訪與不願意受訪的人次，其中願意受訪的旅客有 3,600 人。

二、到訪臺北市受訪旅客基本特性

(一) 居住地

105年來臺旅客到訪臺北市受訪旅客之居住地分布狀況如表3-2-1所示。

表 3-2-1 105年來臺旅客到訪臺北市的受訪旅客-按居住地分

居住地	人數	百分比
總計	3600	100.00%
日本	655	18.19%
大陸	1325	36.81%
香港澳門	543	15.08%
新加坡	140	3.89%
韓國	295	8.19%
馬來西亞	147	4.08%
菲律賓	21	0.59%
亞洲其他地區	78	2.17%
美國	174	4.83%
加拿大	51	1.42%
英國	20	0.56%
法國	18	0.50%
德國	19	0.53%
歐洲其他地區	36	1.00%
紐澳	44	1.22%
其他地區	34	0.94%

105年來臺旅客到訪臺北市之東協十國受訪旅客的居住地分布狀況如表3-2-2所示。

表 3-2-2 105年來臺旅客到訪臺北市之東協十國的受訪旅客-按居住地分

居住地	人數	百分比
總計	327	100.00%
馬來西亞	147	44.95%
新加坡	140	42.81%
菲律賓	21	6.42%
印尼	14	4.28%
泰國	4	1.22%
緬甸	1	0.31%
汶萊	-	-
柬埔寨	-	-
寮國	-	-
越南	-	-

註：「-」表示無調查樣本

(二) 國籍

105年受訪旅客之國籍分布狀況如表3-2-3所示。

表 3-2-3 105 年來臺旅客到訪臺北市的受訪旅客-按國籍分

國籍	人數	百分比
總計	3600	100.00%
日本	<u>638</u>	<u>17.72%</u>
大陸	1806	50.17%
新加坡	120	3.33%
韓國	<u>297</u>	<u>8.25%</u>
馬來西亞	156	4.33%
亞洲其他地區	109	3.03%
美國	180	5.00%
加拿大	68	1.89%
英國	32	0.89%
法國	22	0.61%
德國	30	0.83%
歐洲其他地區	56	1.56%
紐澳	43	1.19%
其他地區	43	1.19%

註：香港澳門之受訪旅客之國籍併入中國大陸

(三) 來臺主北市主要及次要目的

105年受訪旅客來臺北市主要目的分布狀況如表3-2-4。來臺北市主要目的以觀光居多，占75.36%。由表3-2-5可知，來臺北市主要目的為業務而次要目的為觀光的受訪旅客有93人，占主要目的為業務受訪旅客的17.99%；來臺北市主要目的為探親或訪友而次要目的為觀光之受訪旅客有59人，占主要目的為探親或訪友受訪旅客的31.38%。

表3-2-5顯示，3,600位受訪旅客中有3,258位是以單一目的來臺北市，占90.50%，以觀光為單一目的者居多，占95.83%，其次為業務為單一目的者，占78.53%。

表 3-2-4 105 年來臺旅客到訪臺北市的主要目的

主要目的	人數	百分比
總計	3600	100.00%
觀光	2713	75.36%
業務	517	14.36%
國際會議或展覽	57	1.58%
探親或訪友	188	5.22%
求學	51	1.42%
醫療	10	0.28%
其他	64	1.78%

表 3-2-5 105 年來臺旅客到訪臺北市之主要目的及次要目交叉分析表

人數 列百分比	來臺北市的次要目的							單一目的	總計
	觀光	業務	國際會議或展覽	探親或訪友	求學	醫療	其他		
來臺北市的主要目的									
觀光		13 0.48%	1 0.04%	62 2.29%	9 0.33%	3 0.11%	25 0.92%	2600 95.83%	2713 100.00%
業務	93 17.99%		4 0.77%	10 1.93%	-	-	4 0.77%	406 78.53%	517 100.00%
國際會議或展覽	12 21.05%	3 5.26%		1 1.75%	-	-	1 1.75%	40 70.18%	57 100.00%
探親或訪友	59 31.38%	1 0.53%	-		2 1.06%	-	-	126 67.02%	188 100.00%
求學	13 25.49%	-	-	-		-	-	38 74.51%	51 100.00%
醫療	5 50.00%	-	-	-	0		-	5 50.00%	10 100.00%
其他	16 25.00%	2 3.13%	-	-	3 4.69%	-		43 67.19%	64 100.00%
總計	198	19	5	73	14	3	30	3258 90.50%	3600 100.00%

註：「-」表示無調查樣本

就居住地而言，「亞洲其他地區」與「其他地區」受訪旅客到訪臺北市目的以業務為最多，除此之外皆以觀光目的為最多。其中日本、大陸、新加坡、韓國、馬來西亞、加拿大等地的受訪旅客到訪臺北市目的有超過或趨近七成五以觀光目的為主(見附表2)。

(四) 年齡

由表3-2-6可知，105年受訪旅客之年齡分布狀況。以20-29歲的受訪旅客居多，占27.61%，其次分別為30-39歲(占23.94%)以及40-49歲(占17.19%)。

表 3-2-6 105 年來臺旅客到訪臺北市的人數及百分比-按年齡分

年齡	人數	百分比
總計	3600	100.00%
12-19 歲	112	3.11%
20-29 歲	994	27.61%
30-39 歲	<u>862</u>	<u>23.94%</u>
40-49 歲	<u>619</u>	<u>17.19%</u>
50-59 歲	519	14.42%
60-69 歲	358	9.94%
70 歲及以上	131	3.64%
未回答	5	0.14%

(五) 性別

由表3-2-7可知，105年受訪旅客之性別分布狀況。

表 3-2-7 105 年來臺旅客到訪臺北市的人數及百分比-按性別分

性別	人數	百分比
總計	3600	100.00%
男性	1772	49.22%
女性	1828	50.78%

(六) 月份

由表3-2-8可知，105年受訪旅客之月份分布狀況。

表 3-2-8 105 年來臺旅客到訪臺北市的人數及百分比-按月份分

月份	人數	百分比
總計	3600	100.00%
1 月	228	6.33%
2 月	253	7.03%
3 月	357	9.92%
4 月	306	8.50%
5 月	299	8.31%
6 月	276	7.67%
7 月	287	7.97%
8 月	309	8.58%
9 月	289	8.03%
10 月	320	8.89%
11 月	325	9.03%
12 月	351	9.75%

(七) 最高學歷

由表3-2-9可知，105年受訪旅客之最高學歷分布狀況，受訪旅客最高學歷以大學(大專、大學)者為最多，占61.28%。

表 3-2-9 105 年來臺旅客到訪臺北市的人數及百分比-按最高學歷分

最高學歷	人數	百分比
總計	3600	100.00%
初等教育(小學)及以下	28	0.78%
中等教育(含國中、高中、高職)	<u>786</u>	<u>21.83%</u>
大學(大專、大學)	2206	61.28%
研究所及以上	<u>502</u>	<u>13.94%</u>
其他	24	0.67%
未回答	54	1.50%

(八) 行業別

由表3-2-10可知，105年受訪旅客之行業別分布狀況，受訪旅客以製造業為最多，占10.14%，其次為金融及保險業，占9.75%，第三為學生，占9.39%，第四為其他類型服務業，占8.92%。

表 3-2-10 105 年來臺旅客到訪臺北市的人數及百分比-按行業別分

工作別	人數	百分比
總計	3600	100.00%
農、林、漁、牧業	33	0.92%
製造業	365	10.14%
營造業	165	4.58%
其他工業(包含礦業及土石採取業、電力及 燃氣供應業、用水供應及污染整治業)	86	2.39%
批發及零售業	211	5.86%
住宿及餐飲業	80	2.22%
資訊及通訊傳播業	277	7.69%
金融及保險業	351	9.75%
公共行政及國防業與教育服務業	316	8.78%
醫療保健及社會工作服務業	179	4.97%
藝術、娛樂及休閒服務業	147	4.08%
其他類型服務業	321	8.92%
家庭管理	199	5.53%
學生	338	9.39%
退休人員	320	8.89%
其他	212	5.89%

註：「其他」包括自營商人、辦公行政人員、未回答者

(九) 年收入

由表3-2-11可知，105年受訪旅客之年收入分布狀況。受訪旅客平均年收入採穩健估計量 $(Q1 + Q3) / 2$ (Q1：第1四分位數；Q3：第3四分位數) 算出，為36,569.14美元，標準誤則採 $[(Q3 - Q1) / 2] / \sqrt{n}$ 用算出，為337.02美元。其中無固定收入為最多，占18.03%，其次為10,000-19,999美元，占14.47%，第三為20,000-29,999美元，占12.03%。

表 3-2-11 105 年來臺旅客到訪臺北市的人數及百分比-按年收入分

年收入	人數	百分比
總計	3600	100.00%
未滿 10,000 美元	357	9.92%
10,000-19,999 美元	521	14.47%
20,000-29,999 美元	433	12.03%
30,000-39,999 美元	357	9.92%
40,000-49,999 美元	244	6.78%
50,000-59,999 美元	163	4.53%
60,000-69,999 美元	112	3.11%
70,000-79,999 美元	112	3.11%
80,000-89,999 美元	69	1.92%
90,000-99,999 美元	64	1.78%
100,000 美元及以上	248	6.89%
無固定收入	649	18.03%
未回答	271	7.53%

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

(十) 宗教信仰

由表3-2-12可知，105年受訪旅客之宗教信仰分布狀況。其中，宗教信仰為「佛教」的旅客為最多，占28.47%，其次為宗教信仰「其他」與「無宗教信仰」之旅客，占27.36%。

表 3-2-12 105 年來臺旅客到訪臺北市的人數及百分比-按宗教信仰分

宗教信仰	人數	百分比
總計	3600	100.00%
佛教	1025	28.47%
基督教	346	9.61%
天主教	145	4.03%
印度教	40	1.11%
道教	39	1.09%
回教	35	0.97%
其他	985	27.36%
無宗教信仰	985	27.36%

註：其他包括「未說明者」(占 25.69%)、猶太教、神道等其他宗教信仰(百分比皆不及 1%)

(十一) 旅行方式

由表3-2-13可知，105年受訪旅客之旅行方式分布狀況。其中，「完全自行安排」的自由行旅客為最多，占54.78%，其次為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦(參加旅行團)」之旅客，占25.11%。

表 3-2-13 105 年來臺旅客到訪臺北市的人數及百分比-按旅行方式分

旅行方式	人數	百分比
總計	3600	100.00%
參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦(參加旅行團)	<u>904</u>	<u>25.11%</u>
自行規劃行程後，由旅行社包辦(如交流團、修學旅行、獎勵旅遊、親友團等)	241	6.70%
由旅行社安排住宿(及代訂機票)	<u>277</u>	<u>7.69%</u>
由邀請單位安排	206	5.72%
完全自行安排	1972	54.78%

註: 1. 本調查案中，定義「團體」：參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦(參加旅行團)、自行規劃行程後，由旅行社包辦(如交流團、修學旅行、獎勵旅遊、親友團等)、以及由邀請單位安排
2. 「自由行」：由旅行社安排住宿(及代訂機票)以及完全自行安排

(十二) 性別的交叉分析

由表3-2-14可知105年受訪旅客3,600人中，性別與居住地、年齡、年收入、來臺北市主要目的、旅遊型態等變數的交叉分析結果。就居住地而言，不論男性或女性的前三名排序皆為大陸、日本、香港澳門；就年齡而言，男性以30-39歲居多，50歲以上者(包含50-59歲、60-69歲、70歲即以上，共三群組)有三成四。女性則是以20-29歲較多，50歲以上者有二成三；年收入的部份，男性與女性皆以無固定收入的比例較高，此外，男性主要介於10,000-39,999美元、100,000美元及以上，女性則是在未滿10,000美元-29,999美元；就來臺北市主要目的而言，男性與女性皆以觀光為主要目的，此外，男性以業務與國際會議展覽為主要目的者(包含來台主要目的為業務及國際會議或展覽，共兩群組)占25%，女性以業務與國際會議展覽為主要目的者為6%，旅行型態的部份則皆是以自由行的比例較高。

(十三) 年齡的交叉分析

由表3-2-15可知105年受訪旅客3,600人中，前三大來臺北市的年齡族群與性別、居住地、年收入、來臺北市主要目的、旅遊型態等變數的交叉分析結果。就性別而言，20-39歲以女性居多、40-49歲以男性居多；就居住地而言，三個年齡層旅客皆以大陸居多，此外，20-39歲旅客居住地以香港澳門次多，40-49歲旅客居住地以日本次多；就來臺北市主要目的而言，三個年齡層旅客皆以觀光為主要目的居多，業務為主要目的者次多，且年齡層愈高，業務為主要目的的比例愈高；旅行型態的部份，三個年齡層旅客皆以自由行居多，其中20-39歲旅客為自由行者占七成以上、40-49歲旅客為自由行者占五成七，此結果顯示年齡層愈低自由行比例愈高。

表 3-2-14 105 年到訪臺北市旅客特徵-性別的交叉分析

項目	男性	女性
	百分比	百分比
總計(行百分比)	1772	1828
居住地		
日本	21.67%	14.82%
大陸	31.88%	41.58%
香港澳門	13.66%	16.47%
新加坡	3.50%	4.27%
韓國	6.66%	9.68%
馬來西亞	3.50%	4.65%
亞洲其他地區	3.89%	1.64%
美國	6.83%	2.90%
加拿大	1.69%	1.15%
英國	0.79%	0.33%
法國	0.68%	0.33%
德國	0.96%	0.11%
歐洲其他地區	1.19%	0.82%
紐澳	1.52%	0.93%
其他地區	1.58%	0.33%
年齡		
12-19 歲	2.77%	3.45%
20-29 歲	20.71%	34.30%
30-39 歲	23.19%	24.67%
40-49 歲	19.41%	15.04%
50-59 歲	16.48%	12.42%
60-69 歲	12.53%	7.44%
70 歲及以上	4.74%	2.57%
未回答	0.17%	0.11%
年收入		
未滿 10,000 美元	6.21%	13.51%
10,000-19,999 美元	11.68%	17.18%
20,000-29,999 美元	11.12%	12.91%
30,000-39,999 美元	10.84%	9.03%
40,000-49,999 美元	7.56%	6.02%
50,000-59,999 美元	5.70%	3.39%
60,000-69,999 美元	4.57%	1.70%
70,000-79,999 美元	4.91%	1.37%
80,000-89,999 美元	2.77%	1.09%
90,000-99,999 美元	2.54%	1.04%
100,000 美元及以上	11.29%	2.63%
無固定收入	14.56%	21.39%
未回答	6.26%	8.75%
來臺北市主要目的		
觀光	65.18%	85.23%
業務	23.81%	5.20%
國際會議或展覽	2.31%	0.88%
探親或訪友	5.59%	4.87%
求學	1.30%	1.53%
醫療	0.06%	0.49%
其他	1.75%	1.81%
旅遊型態		
團客	37.08%	37.96%
自由行	62.92%	62.04%

表 3-2-15 105 年到訪臺北市旅客特徵-年齡的交叉分析(前三大來臺北市的年齡族群)

項目	20-29 歲	30-39 歲	40-49 歲
	百分比	百分比	百分比
總計(行百分比)	994	862	619
性別			
男性	36.92%	47.68%	55.57%
女性	63.08%	52.32%	44.43%
居住地			
日本	8.65%	12.30%	20.03%
大陸	42.35%	43.39%	32.96%
香港.澳門	16.60%	14.62%	16.64%
新加坡	5.03%	4.41%	2.91%
韓國	8.15%	6.15%	9.37%
馬來西亞	5.03%	4.99%	2.75%
亞洲其他地區	2.72%	4.06%	2.26%
美國	4.43%	4.06%	5.98%
加拿大	1.41%	1.16%	0.48%
英國	0.30%	0.46%	0.81%
法國	0.60%	0.46%	0.81%
德國	1.01%	0.35%	0.81%
歐洲其他地區	1.41%	1.04%	1.45%
紐澳	1.11%	1.86%	1.13%
其他地區	1.21%	0.70%	1.62%
來臺北市主要目的			
觀光	84.00%	72.39%	63.81%
業務	6.14%	16.59%	23.59%
國際會議或展覽	1.71%	1.86%	1.78%
探親或訪友	3.22%	5.80%	7.75%
求學	2.72%	1.39%	0.48%
醫療	0.30%	0.23%	0.48%
其他	1.91%	1.74%	2.10%
旅遊型態			
團客	25.05%	29.23%	43.30%
自由行	74.95%	70.77%	56.70%

註：105 年到訪臺北市旅客受訪總數 3,600 人，本表僅列前三大年齡族群，總計為 2,475 人

三、受訪旅客旅遊決策

(一) 入境地點

就整體而言，105年3,600位受訪旅客中，以由臺灣桃園國際機場入境者最多，占82.5%¹⁷；其次為臺北松山機場，占10.47%；第三為高雄國際機場，占6.56%。

就居住地而言，入境地點皆以臺灣桃園國際機場之受訪旅客為最多（見附表3）。

(二) 最近3年來臺北市次數

由表3-3-1可知，就整體而言，105年受訪旅客最近3年來臺北市次數以第1次來臺北市為最多，占65.81%，其次為第2次，占15.08%。

表 3-3-1 105 年受訪來臺旅客最近 3 年內來臺北市之次數

近 3 年來臺北市次數	人數	百分比
總計	3600	100.00%
第 1 次	2369	65.81%
第 2 次	543	15.08%
第 3 次	236	6.56%
第 4 次	100	2.78%
5 次及以上	352	9.78%

就居住地的主要市場而言，105年受訪旅客近3年來臺北市次數皆以第1次為最多（見附表4），其中大陸和韓國的受訪旅客第1次來臺北市者占八成左右。此外，香港澳門、新加坡、馬來西亞、美國、加拿大、英國及法國的受訪旅客有二成左右的比率為第2次來臺北市；來臺北市5次及以上的受訪旅客以居住地在香港澳門的為最多，占18.78%。

就來臺北市主要目的而言，105年受訪旅客近3年來臺北市次數皆以第1次為最多，其中觀光目的者占73.76%、業務目的者占37.72%、探親訪友者占37.23%、國際會議或展覽者占61.40%（見附表5）。

¹⁷ 調查地點為臺灣桃園國際機場、臺北松山機場以及高雄國際機場出境處，由於受訪旅客入境與出境的地點並非完全一致，所以旅客入境地點的百分比與機場的抽樣配置略有差異。

就性別而言，男性與女性受訪旅客皆以第1次來臺北市為最多(見附表6)，依序分別占59.48%與71.94%，此外，男性來臺北市為第2次及以上的比率皆高於女性。

(三) 出發來臺多久前開始計劃行程

由表3-3-2可知，就整體而言，105年受訪旅客平均出發來臺前43.20天開始計劃行程，標準誤為1.29天。依主要市場分如表3-3-2所示，馬來西亞受訪旅客出發來臺前開始計劃行程的平均天數最長，為59.47天，標準誤為7.30天，其次為日本受訪旅客，計劃行程的平均天數為59.33天，標準誤為2.63天，大陸受訪旅客，計劃行程的平均天數為49.92天，標準誤為2.77天。

由表3-3-3可知，大陸團體旅客平均出發來臺前50.99天開始計劃行程，標準誤為5.74天，大陸自由行旅客平均出發來臺前49.12天開始計劃行程，標準誤為2.23天。

表 3-3-2 105 年受訪來臺旅客出發來臺多久前開始計劃行程-按主要市場分

主要市場	出發來臺多久前開始計劃行程(天)	標準誤(天)
全體	43.20	1.29
日本	<u>59.33</u>	<u>2.63</u>
大陸	<u>49.92</u>	<u>2.77</u>
香港澳門	39.09	2.11
新加坡	37.06	6.83
韓國	10.58	1.01
馬來西亞	59.47	7.30
亞洲其他地區	20.76	4.27
美國	25.76	3.89
加拿大	29.49	6.36
英國	15.65	5.51
法國	44.94	20.49
德國	23.11	9.40
歐洲其他地區	16.17	5.61
紐澳	32.16	6.32
其他地區	18.62	3.74

表 3-3-3 105 年大陸受訪旅客出發來臺多久前開始計劃行程-按旅遊型態分

旅遊型態	出發來臺多久前開始計劃行程(天)	標準誤
總計	49.92	2.77
大陸團體	50.99	5.74
大陸自由行	49.12	2.23

註: 1. 本調查案中，定義「團體」：參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦(參加旅行團)、自行規劃行程後，由旅行社包辦(如交流團、修學旅行、獎勵旅遊、親友團等)、以及由邀請單位安排
2. 「自由行」：由旅行社安排住宿(及代訂機票)以及完全自行安排

(四) 同行人員

就整體而言，105年受訪旅客3,600位中，有3,002位表示有親朋同事等同行人員共同來臺，占83.39%，由表3-3-4可知，其中與朋友同行為最多(占34.28%)，其次為與配偶同行(占31.45%)。

在同行人員關係方面，就居住地而言，日本、大陸、香港澳門、新加坡、韓國、馬來西亞、英國、法國受訪旅客與朋友同行最多，此外，美國、加拿大、歐洲其他地區及紐澳受訪旅客與配偶同行最多(見附表7)。

來臺主要目的為觀光之受訪旅客，與朋友同行為最多(占37.87%)，其次為與配偶同行(占33.71%)；來臺主要目的為業務之受訪旅客，與同事同行為最多(占79.29%)；來臺主要目的為探親或訪友之受訪旅客，與配偶同行為最多(占56.06%) (見附表8)。

表 3-3-4 105 年受訪旅客之同行人員分布

同行人員	人數	百分比
總計	3600	100.00%
有同行者	3002	83.39%
無同行者	598	16.61%
有同行者同行人員類型		
朋友	1029	34.28%
配偶	944	31.45%
同事	561	18.69%
子女	427	14.22%
父母	364	12.13%
親戚	261	8.69%
其他	167	5.56%

註：本題為複選

(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3-3-5可知，105年到訪臺北市目的為業務的受訪旅客共517人，其中有393人利用餘暇在臺北市旅遊(占80.04%)。由表3-3-6可知，利用餘暇在臺北市旅遊時間以1天為最多，占37.50%，第二為半天，占25.51%，第三為2天，占22.70%。由表3-3-7可知，未利用餘暇在臺北市旅遊的主要原因為時間不夠，占83.67%。

表 3-3-5 105 年業務目的之受訪旅客是否有利用餘暇在臺北市旅遊

是否有利用餘暇在臺北市旅遊	人數	有效百分比
總計	517	
是	393	80.04%
否	98	19.96%
有效總計	491	100.00%
未回答	26	

表 3-3-6 105 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	有效百分比
總計	393	
半天	100	25.51%
1 天	147	37.50%
2 天	89	22.70%
3 天	22	5.61%
4 天	14	3.57%
5 天以上	20	5.10%
有效總計	392	100.00%
未回答	1	

表 3-3-7 105 年業務目的受訪旅客未利用餘暇遊臺北之原因

原因	人數	百分比
公司或主辦單位沒有安排	4	4.08%
時間不夠	82	83.67%
旅遊資訊不足	2	2.04%
不容易買到套裝遊程	-	-
覺得沒什麼好玩	1	1.02%
其他	11	11.22%

註：1 本題為複選

2 沒有利用餘暇在臺北市旅遊的受訪旅客有 98 位

3 「-」表示無調查樣本

由表3-3-8可知，105年到訪臺北市目的為國際會議或展覽的受訪旅客共57人，其中有52人利用餘暇在臺北市旅遊(占94.55%)。由表3-3-9可知，利用餘暇在臺北市旅遊時間以半天與1天為最多，皆占28.85%，其次為2天，占25.00%。由表3-3-10可知，未利用餘暇在臺北市旅遊之主要原因為時間不夠。

表 3-3-8 105 年國際會議或展覽目的之受訪旅客是否有利用餘暇在臺北市旅遊

是否有利用餘暇在臺北市旅遊	人數	有效百分比
總計	57	
是	52	94.55%
否	3	5.45%
有效總計	55	100.00%
未回答	2	

表 3-3-9 105 年國際會議或展覽目的之受訪旅客利用餘暇在臺北市旅遊的時間

時間	人數	有效百分比
總計	52	100.00%
半天	15	28.85%
1 天	15	28.85%
2 天	13	25.00%
3 天	4	7.69%
4 天	2	3.85%
5 天以上	3	5.77%

表 3-3-10 105 年國際會議或展覽目的之受訪旅客未利用餘暇遊臺北之原因

原因	人數	百分比
公司或主辦單位沒有安排	-	-
時間不夠	2	66.67%
旅遊資訊不足	-	-
不容易買到套裝遊程	-	-
覺得沒什麼好玩	-	-
其他	1	33.33%

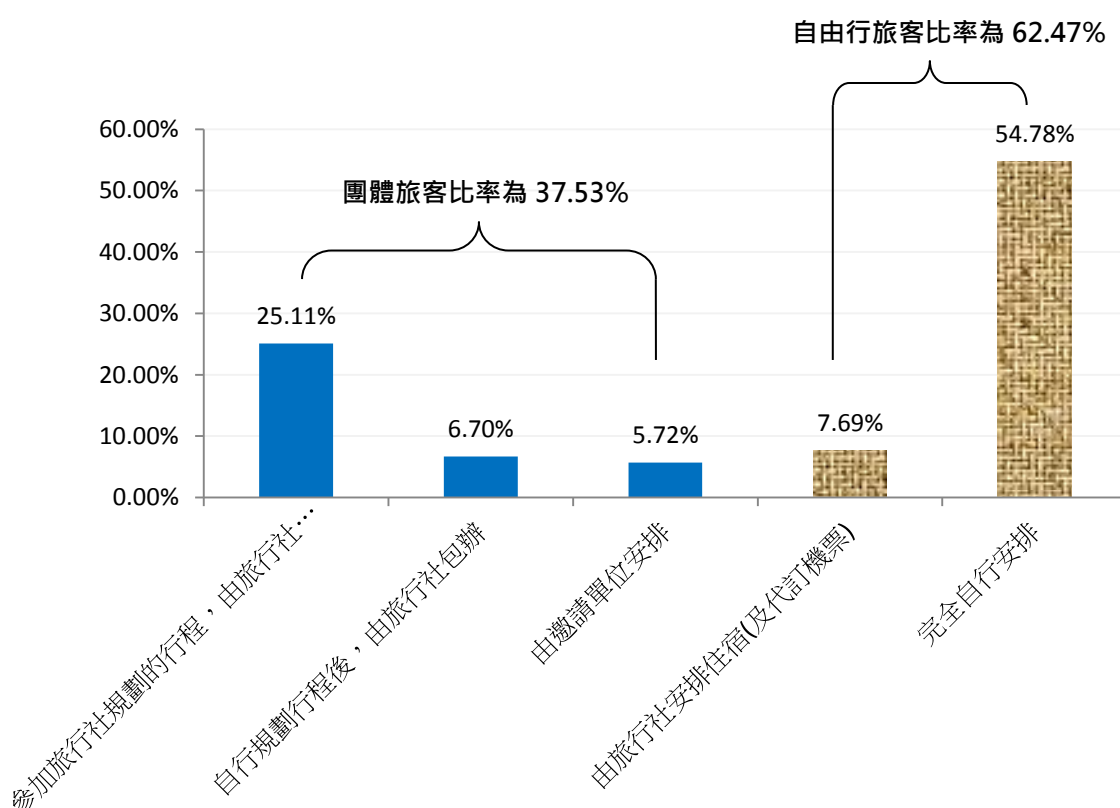
註：1 本題為複選

2 沒有利用餘暇在臺北市旅遊的受訪旅客有 3 人

3 「-」表示無調查樣本

(六) 旅行方式

由圖3-3-1可知，就整體而言，105年到訪臺北市旅客旅行方式以「完全自行安排」為最多，占54.78%，其次為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦(參加旅行團)」，占25.11%。就調查案中旅行方式的定義而言，團體旅客的比率為37.53%，自由行旅客的比率為62.47%。其中，定義「團體」為：參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦(參加旅行團)、自行規劃行程後，由旅行社包辦(如交流團、修學旅行、獎勵旅遊、親友團等)、以及由邀請單位安排；定義「自由行」為：由旅行社安排住宿(及代訂機票)以及完全自行安排。



註：本調查案中，定義

1. 「團體」：參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦(參加旅行團)、自行規劃行程後，由旅行社包辦(如交流團、修學旅行、獎勵旅遊、親友團等)、以及由邀請單位安排
2. 「自由行」：由旅行社安排住宿(及代訂機票)以及完全自行安排

圖 3-3-1 105 年來臺旅客到訪臺北市之旅行方式分布

就居住地而言，日本受訪旅客以「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦(參加旅行團)」為最多，其次為「完全自行安排」；大陸受訪旅客以「完全自行安排」為最多，其次為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦(參加旅行團)」；

韓國受訪旅客以「完全自行安排」為最多，其次為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦(參加旅行團)」(見附表9-1)。

由表3-3-11可知，大陸受訪旅客中，團體旅客的比率為42.79%，自由行旅客的比率為57.21%。

就來臺主要目的而言，所有目的受訪旅客皆以「完全自行安排」為最多(見附表9-2)。

表 3-3-11 105 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	1325	100.00%
大陸團體	567	42.79%
大陸自由行	758	57.21%

註: 1. 本調查案中，定義「團體」：參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦(參加旅行團)、自行規劃行程後，由旅行社包辦(如交流團、修學旅行、獎勵旅遊、親友團等)、以及由邀請單位安排
2. 「自由行」：由旅行社安排住宿(及代訂機票)以及完全自行安排

接著就團體與自由行的旅遊型態與性別、居住地及來臺北市主要目的進行交叉分析，結果詳見附表10。

性別方面，男性與女性皆以自由行比例較高，男性自由行旅客的比率為62.92%、女性自由行旅客的比率為62.04%。就居住地而言，除日本與韓國的團體旅客比例稍高之外，其他居住地皆以自由行比例較高；其中，香港澳門、新加坡、英國、法國、歐洲其他地區、紐澳的自由行旅客比例達八成以上。就來臺北市主要目的而言，國際會議或展覽、求學的團體旅客比例稍高，其他者皆以自由行比例較高。

(七) 吸引這次來臺北市觀光的原因

由表3-3-12可知，105年受訪旅客3,600人中，吸引來臺北市觀光的原因依序為食物(占61.50%)、風光景色(占54.69%)、逛街購物(占35.69%)、民情風俗和文化(占34.19%)、交通便利(臺北市內)(占28.11%)、歷史文物(占27.06%)、治安良好(占22.28%)等。

表 3-3-12 105 年受訪旅客此次來臺北市觀光之原因

吸引來臺北原因	人次	百分比
食物	2214	61.50%
風光景色	1969	54.69%
逛街購物	1285	35.69%
民情風俗和文化	1231	34.19%
交通便利(臺北市內)	1012	28.11%
歷史文物	974	27.06%
治安良好	802	22.28%
夜間休閒活動	619	17.19%
氣候宜人	592	16.44%
公司安排	341	9.47%
距離居住地近	304	8.44%
遊憩場所	240	6.67%
藝文展演、節慶活動	170	4.72%
保健、美容醫療	117	3.25%
會議展覽活動	109	3.03%
其他	342	9.50%

註：本題為複選，共有 16 個選項

就主要市場居住地而言，圖3-3-2至圖3-3-4顯示，大陸、亞洲其他地區與歐洲旅客主要受到「風光景色」吸引，香港澳門、日本、韓國、新加坡、馬來西亞、美國、加拿大與紐澳旅客主要受到「食物」吸引。其他的吸引原因方面，香港澳門、新加坡、馬來西亞、加拿大與紐澳旅客受到「逛街購物」的吸引偏多；大陸、歐洲的旅客受到「民情風俗和文化」的吸引偏多(見附表11-1)。

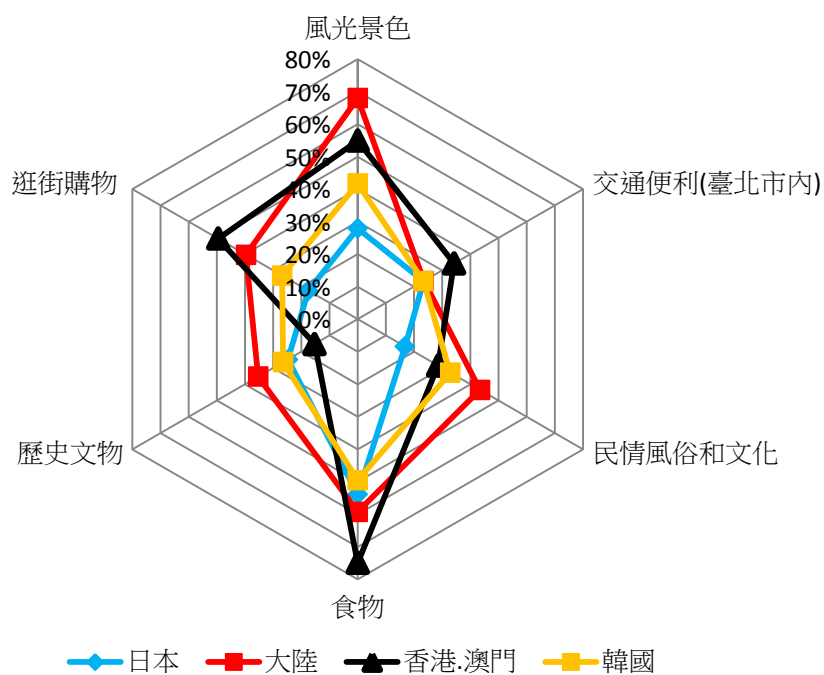


圖 3-3-2 105 年受訪旅客此次來臺北市觀光之吸引原因-按居住地分(1)

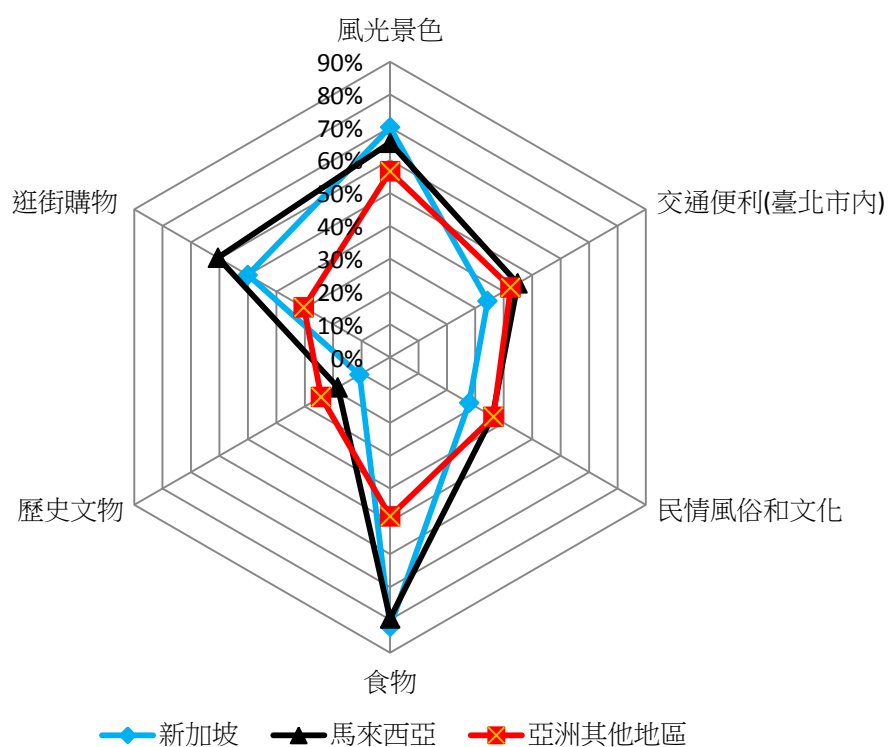


圖 3-3-3 105 年受訪旅客此次來臺北市觀光之吸引原因-按居住地分(2)

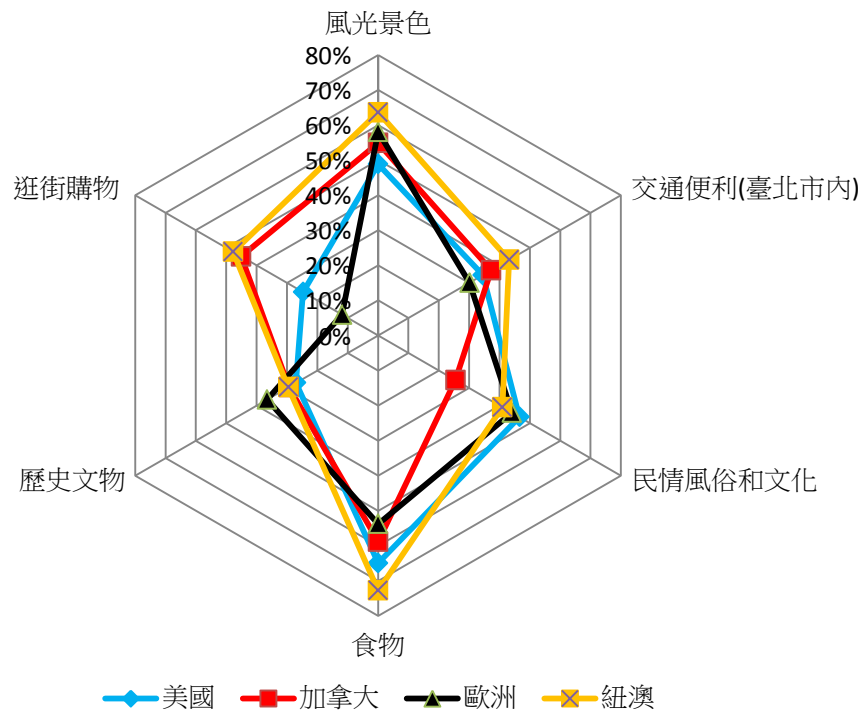
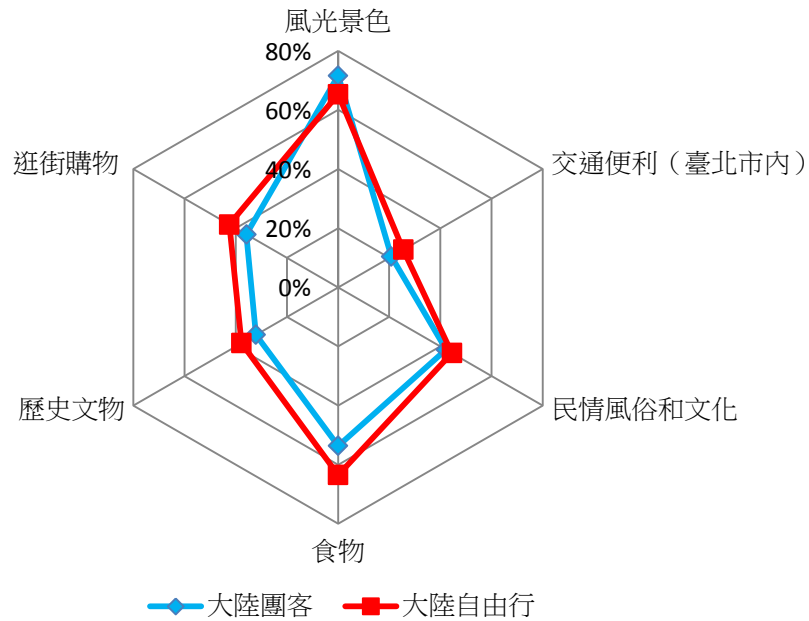


圖 3-3-4 105 年受訪旅客此次來臺北市觀光之吸引原因-按居住地分(3)

就旅遊型態而言，圖3-3-5顯示，全體團體旅客主要受到「風光景色」吸引，其次為「食物」的吸引，全體自由行旅客主要受到「食物」吸引，其次為「風光景色」的吸引；「民情風俗和文化」對於全體團體旅客與全體自由行旅客皆具吸引力；「歷史文物」對於全體團體旅客的吸引力較高、「交通便利」對於全體自由行旅客的吸引力較高(見附表11-2)。

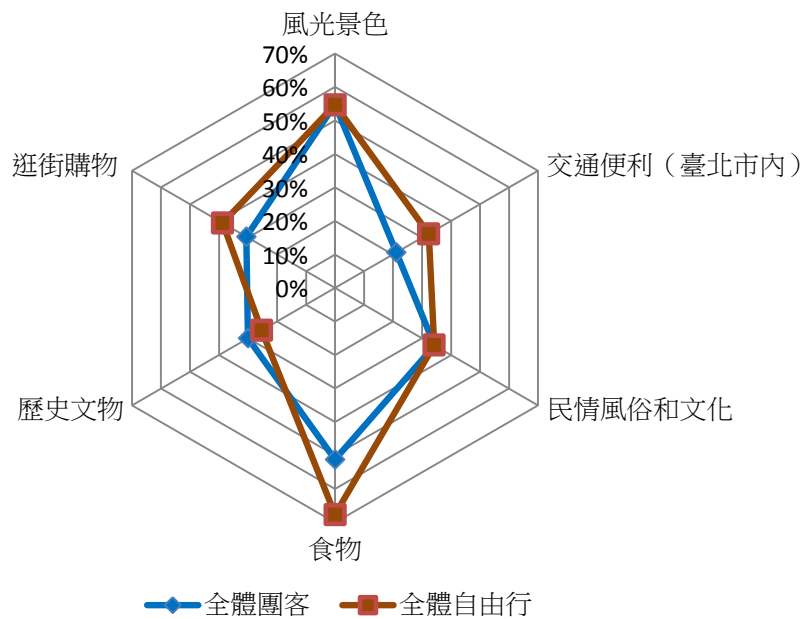
圖3-3-6顯示，大陸團體旅客與大陸自由行旅客主要受到「風光景色」吸引，其次為「食物」的吸引；「民情風俗和文化」與「逛街購物」對於大陸團體旅客與大陸自由行旅客皆具吸引力，特別對於大陸自由行旅客吸引力更高(見附表11-2)。



註: 本調查案中，定義

1. 「團體」：參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦(參加旅行團)、自行規劃行程後，由旅行社包辦(如交流團、修學旅行、獎勵旅遊、親友團等)、以及由邀請單位安排
2. 「自由行」：由旅行社安排住宿(及代訂機票)以及完全自行安排

圖 3-3-5 105 年受訪旅客此次來臺北市觀光之吸引原因-按旅遊型態分



註: 本調查案中，定義

1. 「團體」：參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦(參加旅行團)、自行規劃行程後，由旅行社包辦(如交流團、修學旅行、獎勵旅遊、親友團等)、以及由邀請單位安排
2. 「自由行」：由旅行社安排住宿(及代訂機票)以及完全自行安排

圖 3-3-6 105 年受訪大陸旅客此次來臺北市觀光之吸引原因-按旅遊型態分

(八) 是否曾上網瀏覽有關臺北市的旅遊資訊

由表3-3-13可知，受訪旅客來臺北市前有46.11%曾上網瀏覽有關臺北市的旅遊資訊的情況。其中回答曾瀏覽有關臺北市旅遊資訊的網站排名依序為GOOGLE、百度、螞蟻窩、Naver、trip advisor等(詳附件四)。

表 3-3-13 105 年受訪旅客來臺北市前曾上網瀏覽有關臺北市旅遊資訊之情況

上網瀏覽旅遊資訊	人數	百分比
總人數	3600	100.00%
有	1660	46.11%
沒有	1940	53.89%

四、受訪旅客在臺北市動向

(一) 在臺北市停留天數

整體而言，105年受訪旅客在臺北市之平均停留日數為4.84天(標準誤為0.11天)；停留夜數為3.98天(標準誤為0.11天)。

由表3-4-1與表3-4-2可知，105年到訪臺北市的各居住地受訪旅客中，平均停留日數與夜數最高者均為「其他地區¹⁸」，平均停留日數為11.44日、夜數為10.47夜；其次為亞洲其他地區，平均停留日數為9.23日、夜數為8.43夜；歐洲其他地區平均停留日數為8.92日、夜數為8.17夜。三大主要市場中，大陸旅客平均停留日數為4.15日、夜數為3.43夜；日本旅客平均停留日數為3.65日、夜數為2.67夜；香港澳門旅客平均停留日數為5.74日、夜數為4.82夜。大陸團體旅客平均停留日數為3.40日、夜數為2.74夜；大陸自由行旅客平均停留日數為4.72日、夜數為3.94夜。

就來臺北市主要目的而言，由表3-4-3可知，以求學目的平均停留日數與夜數最多，平均停留日數為21.67日、夜數為20.75夜；其次為醫療目的，平均停留日數為11.10日、夜數為10.20夜；第三為探親或訪友目的，平均停留日數為9.26日、夜數為8.46夜；業務目的平均停留日數為5.99日、夜數為5.09夜；而觀光目的平均停留天數最少，其平均停留日數為3.87日、夜數為3.01夜。

就性別而言，男性的各居住地受訪旅客中，以亞洲其他地區平均停留日夜數最多，平均停留日數為9.67日、夜數為8.86夜；其次為德國平均停留日數8.94日與「其他地區」夜數7.71夜。女性的各居住地受訪旅客中，以「其他地區」平均停留日夜數最多，平均停留日數為24.00日、夜數為23.33夜¹⁹；其次為歐洲其他地區，平均停留日數為15.27日、夜數為14.47夜(見附表12)。

就重遊率而言，由表3-4-4可知，近3年來臺北市次數為5次以上的平均停留日數與夜數最多，平均停留日數為6.93日、夜數為6.05夜；其次為第2次來臺北市者，平均停留日數為5.82日、夜數為4.88夜；第三為第4次來臺北市者，平均

¹⁸ 「其他地區」表示，主要市場居住地(包括日本、大陸、港澳、新加坡、韓國、馬來西亞、亞洲其他、美國、加拿大、英、法、德國、歐洲其他、紐奧)以外地區的受訪者。

¹⁹ 「其他地區」的居住地樣本配置比例不高(0.9%)，所調查到受訪者的資料建議參考之。再進一步性別區分，經檢視「其他地區的女性」受訪者來臺目的有較高天數者(例如商務，停留天數長達59天)，因此拉高平均數。

停留日數為5.77日、夜數為4.87夜。

表 3-4-1 105 年來臺旅客到訪臺北市之平均停留天數-按居住地分

居住地	平均停留日數		平均停留夜數	
	平均日數	標準誤	平均夜數	標準誤
全體	4.84	.110	3.98	.110
日本	3.65	.106	2.67	.104
大陸	4.15	.172	3.43	.175
香港、澳門	5.74	.343	4.82	.344
新加坡	5.14	.277	4.24	.276
韓國	4.01	.086	3.02	.085
馬來西亞	5.76	.683	4.81	.681
亞洲其他地區	9.23	1.132	8.43	1.135
美國	5.87	.373	5.18	.373
加拿大	6.96	1.309	6.12	1.301
英國	5.15	.947	4.45	.916
法國	5.11	.824	4.06	.838
德國	8.42	4.930	6.05	3.564
歐洲其他地區	8.92	2.417	8.17	2.409
紐澳	6.59	.882	5.75	.886
其他地區	11.44	2.767	10.47	2.783

註：歐洲其他地區、亞洲其他地區與其他地區受訪者停留天數偏高是因為樣本配置比例低，所調查到受訪者的資料建議參考之。經檢視「歐洲其他地區」的受訪者有較高天數者(例如商務目的者 79 天、求學目的者 30 天)，因此拉高平均數；「亞洲其他地區」的受訪者也因有 50-60 天的商務與觀光目的受訪者，因此拉高平均數

表 3-4-2 105 年大陸受訪旅客在臺北市之平均停留天數-按旅遊型態分

主要目的	平均停留日數		平均停留夜數	
	平均日數	標準誤	平均夜數	標準誤
大陸全體	4.15	.172	3.43	.175
大陸團體	3.40	.247	2.74	.259
大陸自由行	4.72	.236	3.94	.236

註：1. 本調查案中，定義「團體」：參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦(參加旅行團)、自行規劃行程後，由旅行社包辦(如交流團、修學旅行、獎勵旅遊、親友團等)、以及由邀請單位安排
2. 「自由行」：由旅行社安排住宿(及代訂機票)以及完全自行安排

表 3-4-3 105 年受訪旅客在臺北市之平均停留天數-按主要目的分

主要目的	平均停留日數		平均停留夜數	
	平均日數	標準誤	平均夜數	標準誤
全體	4.84	.110	3.98	.110
觀光	3.87	.058	3.01	.057
業務	5.99	.391	5.09	.370
國際會議或展覽	4.35	.304	4.33	.819
探親或訪友	9.26	.815	8.46	.823
求學	21.67	3.530	20.75	3.545
醫療	11.10	5.295	10.20	5.278
其他	9.31	1.725	8.42	1.730

表 3-4-4 105 年受訪旅客在臺北市之平均停留天數-按重遊率分

近 3 年來臺北市次數	平均停留日數		平均停留夜數	
	平均日數	標準誤	平均夜數	標準誤
全體	4.84	.110	3.98	.110
第 1 次	4.21	.093	3.39	.095
第 2 次	5.82	.420	4.88	.406
第 3 次	5.32	.510	4.39	.509
第 4 次	5.77	.873	4.87	.869
5 次及以上	6.93	.509	6.05	.511

(二) 遊覽地點

1. 遊覽觀光景點

由表3-4-5可知，105年受訪旅客3,600人中，在臺北市遊覽觀光景點依序為夜市(占79.19%)、臺北101 (占71.22%)、故宮博物院(占53.22%)、西門町(占45.08%)、中正紀念堂(占40.28%)、國父紀念館(占28.14%)等。

表 3-4-5 105 年到訪臺北市之受訪旅客遊覽觀光景點排名

名次	遊覽景點	人次	百分比
1	夜市	2851	79.19%
2	臺北 101	2564	71.22%
3	故宮博物院	1916	53.22%
4	西門町	1623	45.08%
5	中正紀念堂	1450	40.28%
6	國父紀念館	1013	28.14%
7	龍山寺	812	22.56%
8	士林官邸	673	18.69%
9	北投溫泉區	575	15.97%
10	陽明山	448	12.44%
11	河濱公園	188	5.22%
12	大稻埕(霞海城隍、迪化街等)	145	4.03%
13	其他	534	14.83%

註：本題「受訪旅客曾遊覽觀光景點」為複選，共有 13 個選項

就主要市場居住地而言，日本受訪旅客在臺北市遊覽觀光景點依序為夜市、故宮博物院、臺北101、龍山寺、中正紀念堂等；中國大陸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、故宮博物院、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、西門町、臺北101、北投溫泉區等；韓國受訪旅客在臺北市遊覽觀光景點依序為夜市、臺北101、中正紀念堂、龍山寺、故宮博物院、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、臺北101、西門町、中正紀念堂、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、故宮博物院、中正紀念堂等；歐洲受訪旅客在臺北市遊覽觀光景點依序為臺北101、夜市、故宮博物院、中正紀念堂、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、夜市、西門町、中正紀念堂等（見附表13-1）。

就旅遊型態而言，團體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、國父紀念館、西門町、士林官邸等；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、西門町、故宮博物院、中正紀念堂、國父紀念館、龍山寺等（見附表13-2）。

2.最喜歡景點

由表3-4-6可知，依喜歡比率排序，105年受訪旅客在臺北市遊覽最喜歡景點依序為故宮博物院(喜歡比率30.58%)、陽明山(喜歡比率28.79%)、北投溫泉區(喜歡比率18.43%)、臺北101(喜歡比率18.14%)及夜市(喜歡比率17.43%)等。

表 3-4-6 105 年到訪臺北市之受訪旅客最喜歡景點排名

名次	最喜歡景點	到訪人數	最喜歡景點人數	到訪百分比	喜歡比率
1	故宮博物院	1916	586	53.22%	30.58%
2	陽明山	448	129	12.44%	28.79%
3	北投溫泉區	575	106	15.97%	18.43%
4	臺北 101	2564	465	71.22%	18.14%
5	夜市	2851	497	79.19%	17.43%
6	西門町	1623	200	45.08%	12.32%
7	龍山寺	812	88	22.56%	10.84%
8	士林官邸	673	41	18.69%	6.09%
9	中正紀念堂	1450	87	40.28%	6.00%
10	國父紀念館	1013	32	28.14%	3.16%

註：1 喜歡比率= (最喜歡該景點人數/曾遊覽過該景點人數)x100%

2 排序以景點到訪百分比達 7%以上

就主要市場而言，日本、大陸及美國受訪旅客最喜歡景點為故宮博物院；香港澳門及紐澳受訪旅客最喜歡景點為北投溫泉區；韓國及歐洲受訪旅客最喜歡景點皆為陽明山；新加坡及馬來西亞受訪旅客最喜歡景點為夜市(見附表14)。

就性別而言，男性受訪旅客最喜歡景點為陽明山；女性受訪旅客最喜歡景點為夜市(見附表15)。

就旅遊型態而言，團體受訪旅客最喜歡景點依序為故宮博物院(喜歡比率32.16%)、陽明山(喜歡比率21.19%)、臺北101(喜歡比率20.04%)、夜市(喜歡比率11.92%)、西門町(喜歡比率8.83%)以及龍山寺(喜歡比率8.25%)；自由行受訪旅客最喜歡景點依序為陽明山(喜歡比率31.52%)、故宮博物院(喜歡比率28.96%)、北投溫泉區(喜歡比率24.30%)、夜市(喜歡比率20.77%)、臺北101(喜歡比率16.88%)以及西門町(喜歡比率13.54%)(見附表16)。

就年齡層而言，30-39歲、40-49歲以及50-59歲受訪旅客最喜歡景點前三名皆為故宮博物院、陽明山及北投溫泉區；12-19歲受訪旅客最喜歡景點為臺北101(喜歡比率28.57%)、夜市(喜歡比率26.53%)、西門町(喜歡比率22.22%)及故宮博物院(喜歡比率10.71%)；20-29歲受訪旅客最喜歡景點為陽明山(喜歡比率28.85%)、故宮博物院(喜歡比率26.86%)、夜市(喜歡比率24.28%)及北投溫泉區(喜歡比率18.71%)；60-69歲受訪旅客最喜歡景點為故宮博物院(喜歡比率35.48%)、臺北101(喜歡比率20.42%)、陽明山(喜歡比率18.60%)及北投溫泉區(喜歡比率12.50%)；70歲及以上受訪旅客最喜歡景點為故宮博物院(喜歡比率37.50%)、陽明山(喜歡比率33.33%)、河濱公園(喜歡比率28.57%)、北投溫泉區(喜歡比率15.00%)(見附表17)。

(三) 曾參與過的活動

由表3-4-7可知，105年受訪旅客3,600人中，在臺北市期間曾參與過的活動排名依序為城市觀光旅遊(占74.50%)、逛夜市(占73.86%)、購物(占72.50%)、參觀古蹟與文物(占41.25)等。

表 3-4-7 105 年到訪臺北市之受訪旅客在臺北市期間曾參與過的活動

在臺北市曾參與過的活動	人次	百分比
城市觀光旅遊	2682	74.50%
逛夜市	2659	73.86%
購物	2610	72.50%
參觀古蹟與文物	1485	41.25%
泡溫泉	711	19.75%
按摩、SPA、三溫暖	356	9.89%
藝文展演、節慶活動	286	7.94%
夜店、PUB 活動	243	6.75%
唱卡拉 OK 或 KTV	152	4.22%
護膚美容、指甲彩繪	121	3.36%
保健、美容醫療	90	2.50%
拍婚紗或個人藝術照	50	1.39%
其他	212	5.89%

註：本題為複選題，共有 13 個選項

(四) 在臺北市旅遊期間使用的交通工具

由表3-4-8可知，105年受訪旅客3,600人中，在臺北市期間旅遊使用的交通工具排名依序為捷運(占60.81%)、計程車(占48.94%)、公車(占33.03%)、遊覽車(占25.17%)等。

表 3-4-8 105 年到訪臺北市之受訪旅客在臺北市期間旅遊使用的交通工具

臺北市期間旅遊使用的交通工具	人次	百分比
捷運	2189	60.81%
計程車	1762	48.94%
公車	1189	33.03%
遊覽車	906	25.17%
自行車	170	4.72%
機車	148	4.11%
其他	340	9.44%

註：本題為複選題，共有 7 個選項

(五) 住宿情形

由表3-4-9可知，105年受訪旅客3,600人中，有3,313人有住宿臺北市(占92.03%)，在臺北住宿的最主要住宿地點為旅館(占76.47%)。

表 3-4-9 105 年到訪臺北市受訪旅客之住宿地點

住宿地點	人次	百分比
旅館	2753	76.47%
親友家	244	6.78%
青年旅館、活動中心	100	2.78%
租屋	93	2.58%
宿舍	51	1.42%
寺廟、修道院或教會	2	0.06%
其他	128	3.56%
*無在臺北市內住宿	287	7.97%

註：1 本題為複選

2 受訪旅客 3,600 人，其中有住宿臺北市的旅客 3,313 人

3 其他包含：日租、民宿等

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105年中央銀行美元對各幣別匯率的各月平均匯率資料，其105年之月平均匯率如表3-5-1所示。

表 3-5-1 105年各幣別對美元之年平均匯率

幣別	105 年平均匯率
新臺幣 (NTD/USD)	32.325
日圓 (JPY/USD)	102.20
英鎊 (GPB/USD)	0.7405
港幣 (HKD/USD)	7.7623
韓元 (KRW/USD)	1160.4
加拿大幣 (CAD/USD)	1.3254
新加坡元 (SGD/USD)	1.3816
人民幣 (CNY/USD)	6.6445
澳幣 (AUD/USD)	1.3452
印尼盾 (IDR/USD)	13307.4
泰銖 (THB/USD)	35.296
馬來西亞幣 (MYR/USD)	4.1483
菲律賓披索 (PHP/USD)	47.492
歐元 (EUR/USD)	0.9040

註:106年2月10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，為避免遺失值造成估算結果產生過大偏差，乃先針對遺失之資料(missing value)加以插補(imputation)，插補後取 λ 次方轉換及截尾平均數(trimmed mean)方法，估算出105年受訪旅客平均每人每日消費金額為242.06美元，標準誤為2.62美元，估算方法詳見附件二。

由表3-5-2可知，105年來臺旅客在臺北市平均每人每日消費金額為242.06美元，其中以購物費所占比率最高(占60.01%)，其次為旅館內支出費(占16.27%)、旅館外餐飲費(占13.84%)等。

由表3-5-3可知，105年來臺旅客在臺北市客購物費消費項目中，以購買名產或特產的比率最高，占42.27%，其次為茶葉，占11.65%，再其次為服飾或相關配件，占10.40%。

表 3-5-2 105年受訪旅客在臺北市之平均每人每日消費金額

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
105 年	金 額	242.06	39.38	33.51	11.17	7.65	5.08	145.27
1-12 月	結構比	100.00%	16.27%	13.84%	4.62%	3.16%	2.10%	60.01%

表 3-5-3 105年受訪旅客在臺北市之平均每人每日購物費細項消費金額

單位：美元

購物費消費項目	105 年 1-12 月	
	消費金額(美元)	百分比(%)
總 計	145.27	100.00%
服 飾 或 相 關 配 件	<u>15.10</u>	<u>10.40%</u>
珠 寶 或 玉 器 類	11.47	7.90%
紀念品或手工藝類	15.07	10.37%
化妝品或香水類	7.01	4.82%
名 產 或 特 產	61.40	42.27%
菸 或 酒 類	6.67	4.59%
中 藥 或 健 康 食 品	1.79	1.23%
電 子 或 電 器 產 品	1.21	0.83%
茶 葉	<u>16.92</u>	<u>11.65%</u>
其 他	8.63	5.94%

105 年來臺旅客在臺北市消費金額估算公式如下：

$$\begin{aligned}
 & \text{來臺旅客在臺北市消費金額} \\
 &= (\text{來臺旅客在臺北市平均每人每日消費金額}) \\
 &\quad \times (\text{來臺旅客在臺北市平均停留天數}) \\
 &\quad \times (\text{105年來臺旅客公務統計人次}) \\
 &\quad \times (\text{105年來臺旅客到訪臺北市比率}) \dots\dots\dots(1)
 \end{aligned}$$

在式(1)中，「105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105年來臺旅客到訪臺北市比率為91.31%，此外，刪除4%之極端數值後進行推估，獲得在臺北市平均停留天數為4.57天，在臺北市平均每人每日消費金額為242.06美元。依據交通觀光局編製之「觀光月報(月報)」，105年來臺旅客總人次為10,690,279人次，故依式(1)求得105年來臺旅客消費金額為108.05億美元。其中105年新臺幣對美元之月平均匯率乃依據中央銀行之資料為標準。

此外，本次調查中，部分受訪旅客之消費金額 x_i 為0，故必須設定一常數 x_0 ，使得 $x_i + x_0 > 1$ ，以 $y_i = (x_i + x_0)^\lambda$ 轉換，其中 $\lambda = 0.134912$ ，再進行樣本修剪與消費金額之推估。然而， λ 值之分析資料基礎年代久遠，來台旅客之消費力與消費行為已大為不同，建議後續針對 λ 值之適用性與合理性，做進一步之研究分析。

表 3-5-4 105 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(天)	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·億 元)	新臺幣 平均匯率 (美元)	在臺北市 消費金額 (新臺幣· 億元)
105 年	10,690,279	91.31	4.57	242.06	108.05	32.325	3492.69

(二) 各主要市場受訪旅客在臺北市消費支出

由表3-5-5可知，依主要市場分析，以大陸旅客(平均每人每日329.55美元)在臺北市消費力為最高，其次為美國(平均每人每日269.18美元)、馬來西亞(平均每人每日225.42美元)、韓國(平均每人每日215.55美元)及紐澳(平均每人每日197.24美元)等。

進一步由購物費觀察，則依序為大陸(平均每人每日231.70美元)、韓國(平均每人每日139.19美元)、馬來西亞(平均每人每日129.20美元)、新加坡(平均每人每日95.92美元)及香港澳門(平均每人每日85.59美元)等。

由旅館內支出費觀察，則依序為美國 (平均每人每日128.69美元)、歐洲(平均每人每日61.17美元)、紐澳(平均每人每日51.01美元)、韓國(平均每人每日40.24美元)、大陸(平均每人每日38.44美元)及香港澳門(平均每人每日34.19美元)等。

表 3-5-5 105年受訪旅客在臺北市平均每人每日消費細項—按主要市場分

單位：美元

市場別		總計	旅館內 支出費	旅館外 餐飲費	在臺北市 內交通費	娛樂費	雜費	購物費
全體	金額	242.06	39.38	33.51	11.17	7.65	5.08	145.27
	結構比	100.00%	16.27%	13.84%	4.62%	3.16%	2.10%	60.01%
日本	金額	171.11	23.46	26.47	7.85	13.56	3.54	96.23
	結構比	100.00%	13.71%	15.47%	4.59%	7.93%	2.07%	56.24%
大陸	金額	329.55	38.44	37.93	12.43	5.29	3.76	231.70
	結構比	100.00%	11.66%	11.51%	3.77%	1.61%	1.14%	70.31%
香港 澳門	金額	181.83	34.19	34.00	12.55	10.22	5.29	85.59
	結構比	100.00%	18.80%	18.70%	6.90%	5.62%	2.91%	47.07%
新加坡	金額	189.40	30.30	35.22	11.68	8.35	7.94	95.92
	結構比	100.00%	16.00%	18.60%	6.16%	4.41%	4.19%	50.64%
韓國	金額	215.55	40.24	22.84	7.03	1.82	4.42	139.19
	結構比	100.00%	18.67%	10.60%	3.26%	0.85%	2.05%	64.58%
馬來西亞	金額	225.42	29.39	35.63	16.85	9.19	5.16	129.20
	結構比	100.00%	13.04%	15.80%	7.48%	4.08%	2.29%	57.32%
美國	金額	269.18	128.69	51.73	13.09	11.69	21.50	42.49
	結構比	100.00%	47.81%	19.22%	4.86%	4.34%	7.99%	15.79%
歐洲	金額	133.84	61.17	31.47	9.15	7.02	4.49	20.54
	結構比	100.00%	45.70%	23.51%	6.84%	5.25%	3.35%	15.34%
紐澳	金額	197.24	51.01	46.40	7.49	18.38	3.56	70.39
	結構比	100.00%	25.86%	23.52%	3.80%	9.32%	1.81%	35.69%

註：1 選取 96%之受訪者共 3,456 人進行消費金額推估(刪除 4% 的極端數值)

2 「加拿大、亞洲其他地區、歐洲其他地區以及其他地區」等旅客比率過小，因此未列入

(三) 大陸、日本及韓國團體受訪旅客在臺北市消費支出

由表3-5-6可知，大陸團體旅客在臺北市消費力(平均每人每日383.60美元)高於韓國團體旅客(平均每人每日181.25美元)，以及日本團體旅客(平均每人每日177.48美元)。在購物費部分，大陸團體旅客(平均每人每日318.89美元)高於韓國團體旅客(平均每人每日138.07美元)，以及日本團體旅客(平均每人每日129.32美元)；旅館內支出費，韓國團體旅客(平均每人每日20.30美元)高於大陸團體旅客(平均每人每日17.86美元)，以及日本團體旅客(平均每人每日12.55美元)。

由表3-5-7可知，在購物費消費項目中，大陸團體旅客以購買名產或特產的比率最高(占49.87%)，其次為服飾或相關配件(占14.84%)及珠寶或玉器類(占10.05%)。韓國團體旅客以化妝品或香水類的比率最高(占35.57%)，其次為珠寶或玉器類(占16.31%)及中藥或健康食品(占11.14%)。日本團體旅客以名產或特產的比率最高(占37.57%)，其次為菸或酒類(占21.20%)及服飾或相關配件(占10.16%)。

表 3-5-6 105 年到訪臺北市全體、大陸、韓國及日本及團旅客之平均每人每日消費金額

到訪臺北市 主要目的		單位：美元/%						
		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	273.79	19.58	26.96	6.04	6.64	4.14	210.45
觀光團	結構比	100.00%	7.15%	9.85%	2.20%	2.42%	1.51%	76.86%
日本	金額	177.48	12.55	16.21	4.73	11.52	3.14	129.32
觀光團	結構比	100.00%	7.07%	9.14%	2.67%	6.49%	1.77%	72.87%
韓國	金額	181.25	20.30	12.63	2.68	0.57	7.01	138.07
觀光團	結構比	100.00%	11.20%	6.97%	1.48%	0.31%	3.87%	76.18%
大陸	金額	383.60	17.86	33.38	5.99	4.36	3.11	318.89
觀光團	結構比	100.00%	4.66%	8.70%	1.56%	1.14%	0.81%	83.13%

表 3-5-7 105 年到訪臺北市大陸、韓國及日本團旅客平均每人每日購物費之細項消費金額

單位：美元

購物費消費項目	大陸團體旅客		韓國團體旅客		日本團體旅客	
	消費金額	百分比	消費金額	百分比	消費金額	百分比
總計	318.89	100.00%	138.07	100.00%	129.32	100.00%
服飾或相關配件	<u>47.33</u>	<u>14.84%</u>	2.32	1.68%	<u>13.14</u>	<u>10.16%</u>
珠寶或玉器類	<u>32.03</u>	<u>10.05%</u>	<u>22.52</u>	<u>16.31%</u>	6.80	5.26%
紀念品或手工藝類	15.53	4.87%	14.85	10.76%	12.73	9.84%
化妝品或香水類	26.83	8.41%	49.11	35.57%	10.86	8.40%
名產或特產	159.03	49.87%	14.68	10.63%	48.59	37.57%
菸或酒類	10.56	3.31%	7.38	5.34%	<u>27.42</u>	<u>21.20%</u>
中藥或健康食品	3.20	1.00%	<u>15.38</u>	<u>11.14%</u>	0.41	0.32%
電子或電器產品	2.80	0.88%	0.97	0.70%	1.13	0.87%
茶葉	15.83	4.96%	4.01	2.90%	5.55	4.29%
其他	5.75	1.80%	6.84	4.96%	2.69	2.08%

(四) 大陸市場不同旅遊型態受訪旅客在臺北市消費支出

就大陸市場不同旅遊型態分析，在購物費部分，大陸團體旅客(平均每人每日318.89美元)高於大陸自由行旅客(平均每人每日163.49美元)；旅館內支出費項目中，大陸自由行旅客(平均每人每日55.07美元)的支出則高於大陸團體旅客(平均每人每日17.86美元)。

由表3-5-9可知，在購物費消費項目中，大陸團體旅客以購買名產或特產的比率最高(占49.87%)，其次為服飾或相關配件(占14.84%)及珠寶或玉器類(占10.05%)。大陸自由行旅客以購買名產或特產的比率最高(占40.79%)，其次為服飾或相關配件(占13.89%)及珠寶或玉器類(占11.17%)。

表 3-5-8 105 年大陸受訪旅客之平均每人每日消費金額—按旅遊型態分

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 全 體	金 額	329.55	38.44	37.93	12.43	5.29	3.76	231.70
	結構比	100.00%	11.66%	11.51%	3.77%	1.61%	1.14%	70.31%
大 陸 觀 光 團 體	金 額	383.60	17.86	33.38	5.99	4.36	3.11	318.89
	結構比	100.00%	4.66%	8.70%	1.56%	1.14%	0.81%	83.13%
大 陸 自 由 行	金 額	288.32	55.07	41.77	17.64	6.06	4.29	163.49
	結構比	100.00%	19.10%	14.49%	6.12%	2.10%	1.49%	56.70%

註：1 選取 96%之受訪者共 3,456 人進行消費金額推估(刪除 4% 的極端數值)

2 樣本數：大陸全體(n=1278)·大陸團體(n=553·大陸自由行(n=725)

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18至附表24。

表 3-5-9 105 年大陸受訪旅客在臺北市平均每人每日購物費之細項消費金額—按旅遊型態分

單位：美元

購物費消費項目	大陸全體		大陸團體		大陸自由行	
	消費金額	百分比	消費金額	百分比	消費金額	百分比
總計	231.70	100.00%	318.89	100.00%	163.49	100.00%
服飾或相關配件	<u>33.19</u>	<u>14.32%</u>	<u>47.33</u>	<u>14.84%</u>	<u>22.70</u>	<u>13.89%</u>
珠寶或玉器類	<u>24.69</u>	<u>10.66%</u>	<u>32.03</u>	<u>10.05%</u>	<u>18.26</u>	<u>11.17%</u>
紀念品或手工藝類	18.96	8.18%	15.53	4.87%	17.94	10.97%
化妝品或香水類	16.83	7.26%	26.83	8.41%	10.30	6.30%
名產或特產	104.12	44.94%	159.03	49.87%	66.69	40.79%
菸或酒類	9.64	4.16%	10.56	3.31%	7.97	4.88%
中藥或健康食品	4.10	1.77%	3.20	1.00%	3.95	2.41%
電子或電器產品	2.88	1.24%	2.80	0.88%	2.53	1.55%
茶葉	10.43	4.50%	15.83	4.96%	6.72	4.11%
其他	6.87	2.97%	5.75	1.80%	6.45	3.94%

(五) 購買名特產項目

由表3-5-10可知，105年受訪旅客3,600人中，共有2,629人回答有購買名特產，其購買排名依序為鳳梨酥(占87.33%)、牛軋糖(占34.35%)、綠豆糕(占28.07%)、肉乾(占20.84%)等。

就主要市場分析，日本旅客購買名特產排名依序為鳳梨酥以及其他，大陸、韓國、馬來西亞、紐澳的旅客購買名特產排名依序為鳳梨酥以及牛軋糖，香港澳門、加拿大、其他地區的旅客購買名特產排名依序為鳳梨酥以及肉乾，新加坡、亞洲其他地區、美國、歐洲的旅客購買名特產排名依序為鳳梨酥以及綠豆糕。

表 3-5-10 105 年到訪臺北市受訪旅客購買名特產-按主要市場分

市場別 列百分比	總計	鳳梨酥	綠豆糕	牛軋糖	肉乾	其他
全體	2629	2296	738	903	548	499
	100.00%	87.33%	28.07%	34.35%	20.84%	18.98%
日本	532	453	30	70	22	152
	100.00%	85.2%	5.6%	13.2%	4.1%	28.6%
大陸	1050	941	457	492	270	135
	100.00%	89.6%	43.5%	46.9%	25.7%	12.9%
香港澳門	397	333	118	127	138	78
	100.00%	83.9%	29.7%	32.0%	34.8%	19.6%
新加坡	96	83	34	32	24	25
	100.00%	86.5%	35.4%	33.3%	25.0%	26.0%
韓國	238	209	16	103	24	55
	100.00%	87.8%	6.7%	43.3%	10.1%	23.1%
馬來西亞	120	107	38	43	32	22
	100.00%	89.2%	31.7%	35.8%	26.7%	18.3%
亞洲其他地區	54	49	12	10	12	7
	100.00%	90.7%	22.2%	18.5%	22.2%	13.0%
美國	56	46	17	9	3	11
	100.00%	82.1%	30.4%	16.1%	5.4%	19.6%
加拿大	28	24	5	6	10	6
	100.00%	85.7%	17.9%	21.4%	35.7%	21.4%
歐洲	27	23	6	3	3	3
	100.00%	85.2%	22.2%	11.1%	11.1%	11.1%
紐澳	21	18	3	6	5	5
	100.00%	85.7%	14.3%	28.6%	23.8%	23.8%
其他地區	10	10	2	2	5	0
	100.00%	100.0%	20.0%	20.0%	50.0%	0.0%

註: 1 本題「受訪旅客購買名特產」為複選

2 全體旅客 3,600 人，其中共有 2,629 人有回答購買名品特產

進一步就大陸市場不同旅遊型態分析，由表3-5-11可知，大陸團體的旅客購買名特產排名依序為鳳梨酥(占91.30%)、綠豆糕(占53.91%)以及牛軋糖(占45.87%)；大陸自由行旅客購買名特產排名依序為鳳梨酥(占88.31%)、牛軋糖(占47.63%)以及綠豆糕(占35.42%)。

表 3-5-11 105 年大陸受訪旅客購買名特產-按旅遊型態分

旅遊型態 列百分比	總計	鳳梨酥	綠豆糕	牛軋糖	肉乾	其他
大陸全體	1050	941	457	492	270	135
	100.00%	89.62%	43.52%	46.86%	25.71%	12.86%
大陸團體	460	420	248	211	117	54
	100.00%	91.30%	53.91%	45.87%	25.43%	11.74%
大陸自由行	590	521	209	281	153	81
	100.00%	88.31%	35.42%	47.63%	25.93%	13.73%

註: 1 本題「受訪旅客購買名特產」為複選

2 「團體」：參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦(參加旅行團)、自行規劃行程後，由旅行社包辦(如交流團、修學旅行、獎勵旅遊、親友團等)、以及由邀請單位安排。「自由行」：由旅行社安排住宿(及代訂機票)以及完全自行安排

3 大陸全體旅客 1,325 人，其中共有 1,050 人有回答購買名品特產

六、受訪旅客對臺北市印象最好的項目

由表3-6-1及圖3-6-1可知，105年受訪旅客對臺北市印象最好的項目依序為食物(占60.69%)、夜市 (占45.83%)、人情味(占42.11%)、交通(占37.03%)、公民素養(占30.56%)、古蹟/歷史文物(占27.11%)等。

表 3-6-1 105 年受訪旅客對臺北市印象最好的項目

名次	項目	百分比	名次	項目	百分比
1	食物	60.69%	9	生活機能	14.56%
2	夜市	45.83%	10	地方特產	12.31%
3	人情味	42.11%	11	24 小時書店	10.83%
4	交通	37.03%	12	溫泉	10.31%
5	公民素養	30.56%	13	都會不夜城	7.39%
6	古蹟、歷史文物	27.11%	14	自行車	5.61%
7	街道市容	26.36%	15	景點	4.28%
8	民情風俗與文化	16.89%	16	其他	4.83%

註: 1 本題「受訪旅客對臺北市印象最好」為複選，共有 18 個選項

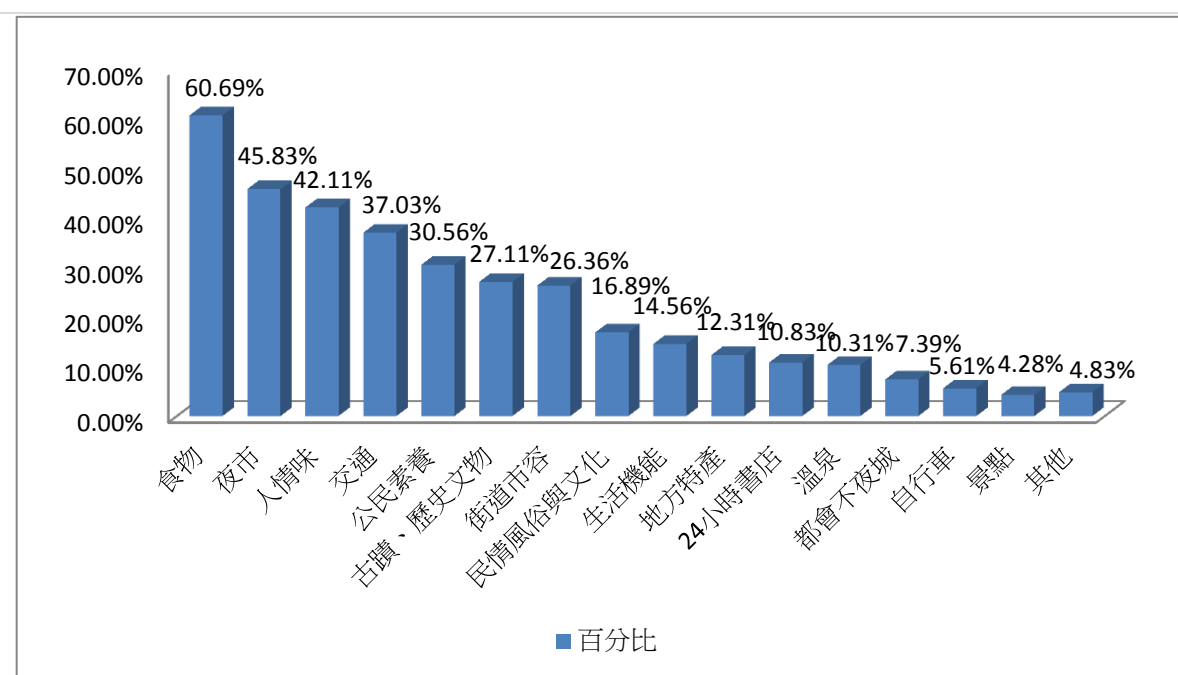


圖 3-6-1 105 年受訪旅客對臺北市印象最好的項目

(一) 以主要市場與不同旅遊型態分

就主要市場而言，日本受訪旅客對食物、人情味、夜市、交通、古蹟/歷史文物、公民素養及街道市容的印象最好；大陸受訪旅客對食物、公民素養、人情味、夜市、古蹟/歷史文物、交通、街道市容、民情風俗與文化的印象最好；香港澳門受訪旅客對食物、人情味、夜市、交通、公民素養、街道市容及地方特產的印象最好；新加坡受訪旅客對夜市、食物、人情味、交通、街道市容、溫泉及地方特產的印象最好；韓國受訪旅客對食物、夜市、交通、古蹟/歷史文物及街道市容的印象最好；馬來西亞受訪旅客對夜市、食物、交通、人情味、街道市容、公民素養及地方特產的印象最好；美國受訪旅客對食物、夜市、人情味、交通及古蹟/歷史文物的印象最好；歐洲受訪旅客對食物、交通、人情味、夜市、古蹟/歷史文物及街道市容的印象最好；紐澳受訪旅客對交通、食物、夜市及人情味的印象最好(見附表25)。

就不同旅遊型態而言，團體²⁰受訪旅客對臺北市印象最好的項目主要為食物、夜市、人情味、古蹟/歷史文物、公民素養、交通、街道市容、民情風俗與文化、地方特產及生活機能；自由行²¹受訪旅客對臺北市最印象最好的項目主要為食物、夜市、人情味、交通、公民素養、街道市容、古蹟/歷史文物、民情風俗與文化、生活機能及24小時書店(見附表26)。

(二) 以大陸市場「不同旅遊型態」分

就大陸市場的不同旅遊型態而言，大陸團體受訪旅客對臺北市印象最好的主要為食物、公民素養、人情味、夜市、古蹟/歷史文物、街道市容、交通、民情風俗與文化及地方特產。大陸自由行受訪旅客對臺北市印象最好的主要為食物、公民素養、人情味、夜市、交通、古蹟/歷史文物、街道市容、民情風俗與文化、生活機能及24小時書店(見附表27)。

²⁰ 「團體」：參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦(參加旅行團)、自行規劃行程後，由旅行社包辦(如交流團、修學旅行、獎勵旅遊、親友團等)、以及由邀請單位安排

²¹ 「自由行」：由旅行社安排住宿(及代訂機票)以及完全自行安排

(三) 以性別分

就性別而言，男性受訪旅客對臺北市印象最好的主要為食物、夜市、人情味、交通、公民素養、古蹟/歷史文物、街道市容、民情風俗與文化及生活機能；女性受訪旅客對臺北市印象最好的主要為食物、夜市、人情味、交通、公民素養、古蹟/歷史文物、街道市容、民情風俗與文化及地方特產(見附表28)。

七、受訪旅客到訪臺北市的滿意度

(一) 對臺北市各項旅遊經驗的滿意度

由表3-7-1可知，105年受訪旅客中，九成一以上受訪旅客對整體經驗表示滿意；旅客中非常滿意者1,352人(占37.58%)、滿意者1,933人(占53.72%)、普通者283人(占7.87%)、不滿意者29人(占0.81%)、非常不滿意者1人(占0.03%)；對於交通便利性而言，九成一以上受訪旅客表示滿意；旅客中非常滿意者1,617人(占44.93%)、滿意者1,664人(占46.24%)、普通者263人(占7.31%)、不滿意者48人(占1.33%)、非常不滿意者7人(占0.19%)；對於住宿狀況而言，八成六以上受訪旅客表示滿意；旅客中非常滿意者1,377人(占38.67%)、滿意者1,695人(占47.60%)、普通者415人(占11.65%)、不滿意者55人(占1.54%)、非常不滿意者19人(占0.53%)；對於消費經驗而言，八成四以上受訪旅客表示滿意；旅客中非常滿意者1,135人(占31.70%)、滿意者1,904人(占53.17%)、普通者482人(占13.46%)、不滿意者57人(占1.59%)、非常不滿意者3人(占0.08%)。

表 3-7-1 105 年來臺旅客到訪臺北市的受訪旅客在臺北市的旅遊經驗滿意度

人數 列百分比	單位/人數							
	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
交通便利性	3599	3281	1617	1664	263	55	48	7
	100.00%	91.16%	44.93%	46.24%	7.31%	1.53%	1.33%	0.19%
住宿狀況	3561	3072	1377	1695	415	74	55	19
	100.00%	86.27%	38.67%	47.60%	11.65%	2.08%	1.54%	0.53%
消費經驗	3581	3039	1135	1904	482	60	57	3
	100.00%	84.86%	31.70%	53.17%	13.46%	1.68%	1.59%	0.08%
整體經驗	3598	3285	1352	1933	283	30	29	1
	100.00%	91.30%	37.58%	53.72%	7.87%	0.83%	0.81%	0.03%

註: 105 年受訪旅客共有 3,600 人，其中交通便利性的旅遊經驗有 3,599 人回答、住宿狀況有 3,561 人回答、消費經驗有 3,581 人回答、整體經驗有 3,598 人回答

進一步分析不同性別、年齡、居住地、來臺北市目的及旅遊型態分別在交通便利性、住宿狀況、消費經驗與整體經驗滿意度上的差異，詳見附表29-32。

在交通便利性滿意度方面，就性別而言，男性的交通便利性滿意比率為

91.25%、女性為91.08%。就年齡而言，20-29歲對交通便利性滿意最高、為93.16%，其次為12-19歲、滿意比率為92.86%，60歲以上的滿意比率較低，不及九成。就居住地而言，加拿大旅客交通便利性滿意比率最高、為100.00%，其次為紐澳旅客，滿意度為97.73%，第三為「其他地區」的97.06%；交通便利性滿意比率最低的居住地為日本(滿意比率81.19%)及韓國(滿意比率84.41%)；在來臺北市主要目的部分，以醫療為目的的受訪旅客滿意度最高，為100.00%，其次為以探親或訪友目的的受訪旅客，滿意比率為98.82%，第三為以觀光為目的的受訪旅客，滿意比率為96.81%；國際會議或展覽為目的旅客的滿意比率最低，為89.47%；在旅行型態部分，自由行旅客在交通便利性滿意比率較高，達93.60%，團體旅客的滿意比率較低，為87.11%。

在住宿狀況滿意度方面，就性別而言，男性的住宿狀況滿意比率為87.16%，女性為85.42%；就年齡而言，50-59歲對住宿狀況滿意最高，為88.93%，其次為12-19歲，滿意比率為88.18%，70歲及以上的滿意比率最低，為74.22%。就居住地而言，「其他地區」旅客住宿狀況滿意比率最高，為100.00%，其次為亞洲其他地區旅客，滿意度為96.91%，第三為紐澳的95.35%；住宿狀況滿意比率最低的居住地為日本(滿意比率77.33%)及馬來西亞(滿意比率81.63%)。在來臺北市主要目的部分，以探親或訪友為目的的受訪旅客的滿意度最高，為92.18%，其次為以求學與其他為目的的受訪旅客，滿意比率為92.16%，第三為以業務為目的的受訪旅客，滿意比率為91.02%；觀光為目的的旅客滿意比率最低，為84.69%。在旅行型態部分，自由行旅客住宿狀況滿意比率較高、為86.78%，團體旅客的滿意比率較低、為85.43%。

在消費經驗滿意度方面，就性別而言，男性的消費經驗滿意比率為84.98%，女性為84.75%。就年齡而言，12-19歲消費經驗滿意最高，為92.86%，其次為20-29歲、滿意比率為87.96%，70歲及以上的滿意比率最低，為69.23%。就居住地而言，紐澳旅客消費經驗滿意比率最高，為97.73%，其次為加拿大旅客，滿意度為96.08%，第三為美國旅客的95.38%；消費經驗滿意比率最低的居住地為日本(滿意比率67.96%)及韓國(滿意比率74.15%)。在來臺北市主要目的部分，以醫療為目的的受訪旅客滿意度最高，為100.00%，其次為以探親或訪友為目的的受訪旅客，滿意比率為94.68%，第三為以其他為目的的受訪旅客，滿意比率為90.48%；觀光為目的旅客滿意比率最低，為83.83%。在旅行型態部分，自由

行旅客消費經驗滿意比率較高、為87.04%，團體旅客的滿意比率較低、為81.24%。

在整體經驗滿意度方面，就性別而言，男性整體經驗滿意比率為91.47%、女性為91.14%。就年齡而言，20-29歲整體經驗滿意最高，為94.27%，其次為12-19歲，滿意比率為93.75%，70歲及以上的滿意比率最低、為77.69%。就居住地而言，加拿大旅客整體經驗滿意比率最高，為100.00%，其次為紐澳旅客，滿意度為97.73%，第三為美國的97.70%；整體經驗滿意比率最低的居住地為日本(滿意比率80.43%)及韓國(滿意比率83.33%)。在來臺北市主要目的部分，以醫療與其他為目的的受訪旅客滿意度最高，為100.00%，其次為以國際會議或展覽為目的的受訪旅客，滿意比率為96.49%，第三為以探親或訪友為目的的受訪旅客，滿意比率為95.21%；觀光為目的旅客滿意比率最低，為90.19%。在旅行型態部分，自由行旅客整體經驗滿意比率較高、為93.46%，團體旅客的滿意比率較低，為87.70%。

(二) 再度到訪臺北市的意願

由表3-7-2可知，受訪旅客有93.50%會考慮再度來臺北市，其中會考慮再度來臺北市的主要原因以觀光居多，占83.48%，其次為業務(占13.55%)及探親或訪友(占11.88%)。

表 3-7-2 105 年到訪臺北市之受訪旅客會考慮再度來臺北市的主要原因

考慮再度來臺北市的主要原因	人數	百分比
總計	3600	
會考慮再度來臺北市	3366	93.50%
不考慮再度來臺北市	234	6.50%
會考慮再度來臺北市的主要原因		
觀光	2810	83.48%
業務	456	13.55%
探親或訪友	400	11.88%
國際會議或展覽	88	2.61%
求學	68	2.02%
醫療	23	0.68%
其他	239	7.10%

註：本題為複選

八、來臺穆斯林旅客在臺北市之消費及動向

(一) 穆斯林受訪旅客旅遊決策

由表3-8-1可知，105年受訪旅客3,600人中，有35位穆斯林旅客，居住地分布在大陸、港澳、新加坡、馬來西亞、亞洲其他地區(包含孟加拉、緬甸、印尼及印度)、美國、法國、摩洛哥及委內瑞拉。

表 3-8-1 105年來臺旅客到訪臺北市的受訪穆斯林旅客-按居住地分

居住地	人數	百分比
總計	35	100.00%
大陸	4	11.43%
港澳	1	2.86%
新加坡	2	5.71%
馬來西亞	3	8.57%
亞洲其他地區	17	48.57%
印尼	(6)	
孟加拉	(6)	
印度	(4)	
緬甸	(1)	
美國	3	8.57%
法國	3	8.57%
歐洲其他地區	1	2.86%
摩洛哥	(1)	
其他地區	1	2.86%
委內瑞拉	(1)	

註: 1 亞洲其他地區包括印尼(6 人)、孟加拉(6 人)、印度(4 人)、緬甸(1 人)

2 歐洲其他地區的受訪穆斯林旅客居住地為摩洛哥、其他地區的受訪穆斯林旅客居住地為委內瑞拉。

表3-8-2顯示105年來臺受訪穆斯林旅客旅遊決策：35位穆斯林旅客來臺北市主要目的以觀光為最多，占45.71%；最近三年來臺北市次數以第1次為最多，占54.29%；平均出發來臺前16.46天開始計劃行程，標準誤為3.19天；有27位表示有親朋同事等同行人員共同來臺，占77.14%，其中與同事同行為最多(占29.63%)，其次為與配偶同行(占25.93人%)；旅行方式以「完全自行安排」為最多，占42.86%，其次為「自行規劃行程後，由旅行社包辦(如交流團、修學旅行、獎勵旅遊、親友團等)」，占28.57%；就團體與自由行的旅遊型態而言，受訪穆斯林旅客有51.43%為團體旅客、48.57%為自由行旅客；來臺北市前有28.57%曾上網瀏覽有關臺北市的旅遊資訊的情況；吸引來臺北市觀光的原因依序為風光

景色(占48.57%)、民情風俗和文化(占42.86%)、食物(占40.00%)、交通便利 (臺北市內) (占31.43%)、歷史文物(占25.71%)、逛街購物(占25.71%)等。

(二) 穆斯林受訪旅客在臺北市旅遊動向

表3-8-3顯示105年來臺受訪穆斯林旅客在臺北市旅遊動向，35位穆斯林旅客在臺北市之平均停留日數為6.63天(標準誤為1.83天)；停留夜數為5.80天(標準誤為1.85天)；在臺北市遊覽觀光景點依序為臺北101(占80.00%)、夜市(占65.71%)、西門町(占42.86%)、故宮博物院(占37.14%)、中正紀念堂(占31.43%)等；依喜歡比率排序，105年受訪穆斯林旅客在臺北市遊覽最喜歡景點依序為陽明山(喜歡比率33.33%)、臺北101 (喜歡比率28.57%)、龍山寺(喜歡比率20.00%)、西門町(喜歡比率13.33%)及故宮博物院(喜歡比率7.69%)等；在臺北市期間曾參與過的活動排名依序為城市觀光旅遊(占68.57%)、購物(占57.14%)、逛夜市(占45.71%)、參觀古蹟與文物(占25.71%)等；在臺北市期間旅遊使用的交通工具排名依序為捷運(占51.43%)、計程車(占42.86%)、公車(占25.71%)等；穆斯林受訪旅客35人中，有26人有住宿臺北市(占74.21%)，在臺北住宿的最主要住宿地點為旅館(占62.86%)。

表 3-8-2 105 年來臺受訪穆斯林旅客旅遊決策

項目	人次	百分比
來臺北市主要目的		
觀光	16	45.71%
業務	12	34.29%
國際會議或展覽	1	2.86%
探親或訪友	2	5.71%
其他	4	11.43%
近 3 年來臺北市次數		
第 1 次	19	54.29%
第 2 次	8	22.86%
第 3 次	3	8.57%
第 4 次	1	2.86%
5 次及以上	4	11.43%
出發來臺多久前開始計劃行程(天/標準誤)	平均 16.46 天	標準誤 3.19 天
同行人員		
否	8	22.86%
是	27	77.14%
(同行人員)		
同事	8	29.63%
配偶	7	25.93%
父母	4	14.81%
朋友	4	14.81%
子女	3	11.11%
親戚	3	11.11%
其他	1	3.70%
旅行方式 1		
參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦(參加旅行團)	4	11.43%
自行規劃行程後，由旅行社包辦(如交流團、修學旅行、獎勵旅遊、親友團等)	10	28.57%
由旅行社安排住宿(及代訂機票)	2	5.71%
由邀請單位安排	4	11.43%
完全自行安排	15	42.86%
旅行方式 2 (註)		
團體	18	51.43%
自由行	17	48.57%
曾上網瀏覽相關旅遊資訊		
有	10	28.57%
沒有	25	71.43%
吸引這次來臺北市觀光的原因(排序前 12 名)		
風光景色	17	48.57%
民情風俗和文化	15	42.86%
食物	14	40.00%
交通便利 (臺北市內)	11	31.43%
歷史文物	9	25.71%
逛街購物	9	25.71%
遊憩場所	8	22.86%
治安良好	8	22.86%
氣候宜人	7	20.00%
距離居住地近	7	20.00%
夜間休閒活動	5	14.29%
保健、美容醫療	5	14.29%

註：定義「團體」：參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦(參加旅行團)、自行規劃行程後，由旅行社包辦(如交流團、修學旅行、獎勵旅遊、親友團等)、以及由邀請單位安排。「自由行」：由旅行社安排住宿(及代訂機票)以及完全自行安排

表 3-8-3 105 年來臺受訪穆斯林旅客在臺北市旅遊動向

項目	人次	百分比
在臺北市停留日數/夜數	日數(平均/標準誤) 6.63/1.83	夜數(平均/標準誤) 5.80/1.85
遊覽觀光景點		
臺北 101	28	80.00%
夜市	23	65.71%
西門町	15	42.86%
故宮博物院	13	37.14%
中正紀念堂	11	31.43%
國父紀念館	8	22.86%
士林官邸	6	17.14%
北投溫泉區	5	14.29%
龍山寺	5	14.29%
河濱公園	4	11.43%
陽明山	3	8.57%
其他	10	28.57%
最喜歡景點	到訪百分比	喜歡比例 (註)
陽明山	8.57%	33.33%
臺北 101	80.00%	28.57%
龍山寺	14.29%	20.00%
西門町	42.86%	13.33%
故宮博物院	37.14%	7.69%
其他	28.57%	10.00%
曾參與過的活動		
城市觀光旅遊	24	68.57%
購物	20	57.14%
逛夜市	16	45.71%
參觀古蹟與文物	9	25.71%
泡溫泉	7	20.00%
藝文展演、節慶活動	3	8.57%
按摩、SPA、三溫暖	2	5.71%
其他	5	14.29%
在臺北市旅遊期間使用的交通工具		
捷運	18	51.43%
計程車	15	42.86%
公車	9	25.71%
自行車	5	14.29%
機車	3	8.57%
遊覽車	3	8.57%
其他	8	22.86%
住宿情形		
旅館	22	62.86%
無在臺北市內住宿	9	25.71%
租屋	2	5.71%
親友家	1	2.86%
其他	1	2.86%

註： 1 喜歡比率= (最喜歡該景點人數/曾遊覽過該景點人數)x100%

2 排序以景點到訪百分比達 7%以上

(三) 穆斯林受訪旅客在臺北市消費支出概況

表3-8-4顯示，穆斯林旅客在臺北市之消費金額平均每人每日236.16美元，略低於全體旅客平均每人每日242.06美元；在消費支出項目中，以購物費為最高(占69.30%)，其次依序為旅館內支出費(占17.08%)、旅館外餐飲費(占7.31%)、雜費(占3.56%)、在臺北市內交通費(占1.65%)及娛樂費(占1.10%)。

表3-8-5顯示，穆斯林旅客平均每人每日之購物費163.66美元，高於全體旅客之145.26美元。在購物費消費項目中，穆斯林旅客以購買名產或特產的比率最高(占40.79%)，其次為珠寶或玉器類(占34.29%)及服飾或相關配件(占7.54%)。

表 3-8-4 105 年穆斯林受訪旅客在臺北市之平均每人每日消費金額

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
全體	金額	242.06	39.38	33.51	11.17	7.65	5.08	145.27
旅客	結構比	100.00%	16.27%	13.84%	4.62%	3.16%	2.10%	60.01%
穆斯林	金額	236.16	40.33	17.27	3.90	2.60	8.40	163.66
旅客	結構比	100.00%	17.08%	7.31%	1.65%	1.10%	3.56%	69.30%

表 3-8-5 105 年穆斯林受訪旅客在臺北市平均每人每日購物費之細項消費金額

單位：美元

購物費消費項目	全體旅客		穆斯林旅客	
	消費金額	百分比	消費金額	百分比
總計	145.26	100.00%	163.66	100.00%
服飾或相關配件	15.61	10.75%	12.33	7.54%
珠寶或玉器類	11.86	8.16%	56.12	34.29%
紀念品或手工藝類	15.57	10.72%	5.76	3.52%
化妝品或香水類	7.24	4.99%	2.44	1.49%
名產或特產	63.46	43.69%	74.33	45.42%
菸或酒類	6.90	4.75%	0.33	0.20%
中藥或健康食品	1.85	1.27%	0.18	0.11%
電子或電器產品	1.25	0.86%	0.00	0.00%
茶葉	17.49	12.04%	7.88	4.81%
其他	4.03	2.78%	4.29	2.62%

(四) 穆斯林受訪旅客對臺北市印象最好的項目與滿意度

表3-8-6可知，105年穆斯林受訪旅客對臺北市印象最好的項目依序為交通(占60.00%)、夜市(占42.86%)、人情味(占34.29%)、食物(占28.57%)、生活機能(占28.57%)、民情風俗與文化(占22.86%)；穆斯林受訪旅客中，對交通便利性與整體經驗的滿意度皆為100%，對消費經驗的滿意度皆為97.14%，對住宿狀況的滿意度皆為94.29%。所有穆斯林受訪旅客皆表示會再度來臺北市。

表 3-8-6 105 年來臺受訪穆斯林旅客對臺北市印象最好的項目與滿意度

項目	人次	百分比
對臺北市印象最好的項目		
交通	21	60.00%
夜市	15	42.86%
人情味	12	34.29%
食物	10	28.57%
生活機能	10	28.57%
民情風俗與文化	8	22.86%
自行車	7	20.00%
古蹟、歷史文物	7	20.00%
街道市容	7	20.00%
都會不夜城	6	17.14%
溫泉	5	14.29%
公民素養	5	14.29%
景點	5	14.29%
地方特產	3	8.57%
藝文展演、節慶活動	3	8.57%
24 小時書店	2	5.71%
保健、美容醫療	1	2.86%
各項旅遊經驗的滿意度	滿意人次(註)	滿意百分比
交通便利性	35	100.00%
住宿狀況	33	94.29%
消費經驗	34	97.14%
整體經驗	35	100.00%
是否會再度來北市		
是	35	100.00%

註：滿意人次包括「非常滿意」與「滿意」二者的人次合計

(五) 穆斯林旅遊友善環境調查

1. 對臺北市的清真認證餐廳與飲食經驗

由表3-8-7與表3-8-8可知，35位穆斯林旅客中，有30位回答對於找尋清真食物或認證餐廳的容易程度，其中有8人表示容易找尋(占26.67%)，8人表示尚可(占26.67%)，14人表示不容易找尋(占46.67%)。有30位回答對於在臺北市清真餐廳用餐的放心程度，其中有19人表示很放心(占63.33%)，9人表示尚可(占30.00%)，2人表示不放心(占6.67%)。

表 3-8-7 105 年來臺穆斯林旅客在臺北市找尋清真食物或認證餐廳的容易程度

人數 列百分比	總計	容易程度			尚可	不容易程度		
		合計	非常容易	容易		合計	不容易	非常不容易
找尋清真食物或認證餐廳	30	8	4	4	8	14	9	5
	100.00%	26.67%	13.33%	13.33%	26.67%	46.67%	30.00%	16.67%

註: 35 位穆斯林旅客中，有 30 位回答此題目

表 3-8-8 105 年來臺穆斯林旅客在臺北市清真餐廳用餐的放心程度

人數 列百分比	總計	放心程度			尚可	不放心程度		
		合計	非常放心	放心		合計	不放心	非常不放心
清真餐廳用餐	30	19	13	6	9	2	2	0
	100.00%	63.33%	43.33%	20.00%	30.00%	6.67%	6.67%	0.00%

註: 35 位穆斯林旅客中，有 30 位回答此題目

2. 對臺北市的清真朝拜空間經驗

由表3-8-9可知，35位穆斯林旅客中，有31位回答對於在臺北市找尋朝拜空間(祈禱室)所花費時間，其中有13人表示花費時間多(占41.94%)，12人表示尚可(占38.71%)，6人表示花費時間不多(占19.35%)。表3-8-10顯示，35位穆斯林旅客中有17位表示沒有使用過祈禱室或有朝拜空間的地方，其他18位在臺北市曾經使用過祈禱室的地方依序為飯店(占22.58%)，清真寺(占19.35%)，機場(占12.90%)。沒有使用過祈禱室的原因包括沒有時間/趕行程(占41.18%)，沒看到、到機場才看到(占29.41%)以及很難找到清真寺(占5.88%)。

表 3-8-9 105 年來臺穆斯林旅客在臺北市找尋朝拜空間(祈禱室)所花費時間

人數 列百分比	總計	花費時間多			尚可	花費時間不多		
		合計	非常多的時間	很多的時間		合計	不多的時間	非常少的時間
找尋朝拜空間(祈禱室)所花費時間	31	13	10	3	12	6	4	2
	100.00%	41.94%	32.26%	9.68%	38.71%	19.35%	12.90%	6.45%

註: 35 位穆斯林旅客中，有 31 位回答此題目

表 3-8-10 105 年來臺穆斯林旅客在臺北市使用祈禱室地方之情況與未使用原因

使用祈禱室地方之情況	人數	百分比
曾經使用過祈禱室的地方(註)		
飯店	7	20.00%
清真寺	6	17.14%
機場	4	11.43%
景點	1	2.86%
未曾使用	17	48.57%
未回答	4	11.43%
未曾使用祈禱室的地方之原因		
沒有時間、趕行程	7	41.18%
沒看到、到機場才看到	5	29.41%
很難找到清真寺	1	5.88%
未回答	4	23.53%

註: 本題為複選；35 位穆斯林旅客中有 31 位回答此題目

3. 對穆斯林旅遊友善環境的看法

受訪者對穆斯林旅遊友善環境的看法之開放式意見，整理於表3-8-11與表3-8-12，35位穆斯林旅客認為友善的穆斯林旅遊環境應包括的項目依序為：食物與設備(占37.14%)，請人們尊重我們的宗教是愛好和平的(占11.43%)，人民友善對待(占5.71%)。此外，他們對於臺北市穆斯林旅遊環境的看法與建議為：多點穆斯林食物(占17.14%)、提供較多的祈禱室(占11.43%)、人們友善讓穆斯林旅客覺得環境很安全(占8.57%)及提供較多的相關觀光資訊(占5.71%)。

表 3-8-11 105 年來臺穆斯林旅客認為友善的穆斯林旅遊環境

名次	友善的穆斯林旅遊環境應包括的項目	人次	百分比
1	食物與設備	13	37.14%
	清真食品	6	
	乾淨.方便	2	
	有相關購物區	1	
	廁所需要有沖澡水的設備	1	
	祈禱室	1	
	提供更多選擇	1	
	在地圖上要清真寺的地標導航	1	
2	請人們尊重我們的宗教，是愛好和平的	4	11.43%
3	人民友善對待	2	5.71%
4	其他	3	8.57%
	都很好，沒有特別建議等		
	未回答	13	37.14%

註：本題為開放式回答，35 位穆斯林旅客中，有 13 位受訪者未回答。

表 3-8-12 105 年來臺穆斯林旅客對於臺北市穆斯林旅遊環境的看法與建議

名次	規劃的穆斯林旅遊環境的看法或建議	人次	百分比
1	多點穆斯林食物	6	17.14%
	多點穆斯林食物	4	
	介紹更多清真認證食物、商品、肉類	1	
	清真食品(小吃.糕點)要多一些	1	
2	提供較多的祈禱室	4	11.43%
3	(在臺灣的)人們非常友善，讓我們覺得環境很安全	3	8.57%
4	提供較多的相關觀光資訊	2	5.71%
	關於教堂位置、清真認證餐廳的說明與指引		
5	停留時間太短	2	5.71%
6	其他	3	8.57%
	公務忙、沒時間觀察，沒有特別建議等		
	未回答	15	42.86%

註：本題為開放式回答，35 位穆斯林旅客中，有 15 位受訪者未回答。

九、受訪旅客開放式意見整理

105年受訪旅客的開放式意見整理結果詳附件四，其中，105年受訪旅客對於臺北市旅遊的其他意見方面，滿意感受依序包括整體旅行很滿意、很愉快、很好玩(占4.81%)；很棒的城市及國家(占4.03%)；人民親切友善、熱情、人情味濃厚(占1.81%)；會再來造訪(占1.72%)；食物好吃(占0.72%)；交通方便(占0.64%)；環境衛生整潔乾淨(占0.58%)；安全、治安好(占0.44%)以及服務態度很棒(占0.31%)。

表 3-9-1 105 年受訪旅客對於臺北市旅遊的其他意見

名次	其他意見	人次	百分比
滿意的意見			
1	整體旅行很滿意.很愉快.很好玩.有魅力 例如：整體非常滿意、好玩.有魅力、謝謝等	173	4.81%
2	很棒的城市及國家，愛臺灣，愛臺北 例如：風景優美、觀光景點自然且景點多、氣候佳、漂亮的城市與人們、很棒的城市適合來度假等	145	4.03%
3	人民親切友善/熱情/人情味濃厚 例如：人們很溫暖親切、令人安心、友善、熱情	65	1.81%
4	會再來造訪	62	1.72%
5	食物好吃 例如：料理好吃、萬歲	26	0.72%
6	交通方便 例如：交通工具便利、捷運很滿意便利、公共交通發達等	23	0.64%
7	環境衛生整潔乾淨 例如：乾淨的城市	21	0.58%
8	安全.治安好 例如：安全、治安好、有秩序	16	0.44%
9	服務態度很棒	11	0.31%

肆、結論與建議

一、來臺旅客基本資料

(一) 來臺旅客基本資料符合抽樣控制特徵變數的母體結構比率，故資料分析結果具參考價值。

本調查為105年來臺旅客到訪臺北市之消費及動向調查，採用分層比例抽樣法抽樣，樣本結構檢視結果顯示2個抽樣控制特徵變數(包括居住地及月份)皆大致符合母體結構比率，所以本調查資料分析結果具參考價值。

(二) 105年來臺旅客到訪臺北市之比率約九成一，達976萬人次；受訪旅客居住地依序以大陸、日本與香港澳門最多，共超過七成的比率；年齡層方面，20-29歲者最多(占27.61%)、50歲以上者占28%。

到訪臺北市受訪旅客男女比率大致相同；在年齡層方面，20-29歲者最多(占28.10%)、其次為30-39歲(占23.94%)、40-49歲(占17.19%)、50歲以上者占28%；在職業別方面，以製造業最多(占10.14%)，其次依序為金融及保險業(占9.75%)、學生(占9.39%)及其他類型服務業(占8.92%)；最高學歷方面以大學(大專、大學)者最多(占61.28%)；受訪旅客平均年收入約為36,569.14美元，其中以無固定收入為最多(占18.03%)、其次依序為10,000-19,999美元(占14.47%)、20,000-29,999美元(占12.03%)。

(三) 受訪旅客在臺北市之平均停留天數為3.98天，三大主要市場中依序為大陸(3.43天)、日本(2.67天)、香港澳門(4.82天)；大陸團體平均停留天數為2.74天，大陸自由行平均停留天數為3.94天。

【建議】：

(1) 亞太區域經濟情勢穩定且亞太區旅遊人口增長快速，而且世界旅遊趨勢朝向短天數、近距離發展等都是目前觀光市場上的機會；本調查資料顯示，受訪旅客在臺北市之平均停留天數為3.98天，造訪臺北市的旅客中有近九成是亞洲旅客，三大主要居住地市場(大陸、日本與香港澳門)的旅客共超過七成的比率，其停留時間依序為大陸(3.43天)、日本(2.67天)、香港澳門(4.82天)，受訪旅客大多數都留有好的旅遊臺北市經驗。因此強調近距離的「地利之便」以及「時間效益」可以是吸引亞洲新旅客以及旅客再訪率的策略之

一，並且加強與亞洲競爭城市的差異化、積極經營臺北市城市品牌的吸引力。

- (2) 20-29歲的年輕族群與50歲以上的旅客所占比率皆接近三成，建議強化區隔不同年齡層的目標策略之研擬。

二、來臺旅客到訪臺北市的旅遊決策

(一) 受訪旅客主要入境地點為臺灣桃園國際機場；以第1次來臺北市為最多，韓國與大陸旅客第1次來臺北市的比率最高、有八成左右，香港澳門、新加坡與馬來西亞旅客近三年再次來臺北市的比率則約有五成到六成三。

到訪臺北市受訪旅客最近3年來臺北市次數以第1次來臺北市為最多(65.81%)、其次為第2次(占15.08%)，就居住地的主要市場而言，韓國旅客第1次來臺北市的比率最高(占83.73%)、其次依序為大陸旅客(占79.25%)與日本旅客(占63.66%)，歐美旅客第1次來臺北市的比率約為五成到七成，香港澳門、新加坡與馬來西亞旅客近三年再次來北市的比率則約有五成到六成三。

(二) 旅客到訪臺北市目的以觀光居多，其中亞洲與歐美市場旅客到訪臺北市目的之比率有差異；觀光或探親為目的之旅客，由朋友或配偶同行居多，業務或會議會展為目的之旅客，由同事同行居多。旅行方式以「完全自由行安排」為最多(占55.15%)，其次為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦(參加旅行團)」(占27.11%)。

(三) 吸引來臺北市觀光的原因依序為食物(占62.77%)、風光景色(占58.76人次)、逛街購物(占37.29%)、民情風俗和文化(占36.30%)，不同目標市場旅客的吸引來臺北市原因有差異。

例如，就旅遊型態而言，「食物」、「風光景色」與「民情風俗和文化」對於全體團體旅客與全體自由行旅客皆具吸引力；「歷史文物」對於全體團體旅客的吸引力較高、「交通便利」對於全體自由行旅客的吸引力較高(見附表11-2)。

(四) 受訪旅客平均出發來臺前43.20天開始計劃行程，亞洲與歐美市場旅客來臺前開始計劃行程的平均天數有差異；受訪旅客來臺北市前有46.11%曾上網瀏覽有關臺北市的旅遊資訊情況。

受訪旅客平均出發來臺前43.20天開始計劃行程，亞洲與歐美市場旅客來臺前開始計劃行程的平均天數有差異(詳見表4-9-1與表4-9-2)；亞洲主要市場中除了韓國受訪旅客的計劃行程平均天數較少之外(為10.58天)，大陸、日本與馬來西亞受訪旅客出發來臺前開始計劃行程的平均天數最長，達50-60天左右，港澳與新加坡受訪旅客的計劃行程平均天數為37-39天；歐美受訪旅客出發來臺前開始

計劃行程的平均天數約為15-30天(除了法國受訪旅客的計劃行程平均天數較長，為44.94天)。來臺北市前有46.11%曾上網瀏覽有關臺北市的旅遊資訊的情況，瀏覽有關臺北市的旅遊資訊的網站排名依序為GOOGLE (占6.67%)、百度 (占5.67%)、螞蜂窩(占2.78%)、Naver (占1.78%)、trip advisor (占1.72%)等。

【建議】：

- (1) 首次造訪臺北市的新旅客或是重遊旅客的居住地目標市場有差異，建議參考不同居住地目標市場旅客的偏好特色以研擬不同的城市行銷策略。
- (2) 建立臺北市城市旅遊吸引力的策略研擬時，建議針對不同目標市場強調差異化的吸引力特色，例如：針對全體自由行旅客可強調交通便利性，針對全體團體旅客則可強調臺北城市具備的歷史文物特質。
- (3) 亞洲與歐美市場旅客來臺前開始計劃行程的平均天數有差異，建議掌握相關旅遊資訊的有效發布時間，例如針對亞洲市場的旅客，相關旅遊資訊至少在兩個月前就須發布，對於韓國旅客而言，在半個月前加強宣導相關旅遊資訊可能具有有效性；針對歐洲市場的旅客則建議一個月前須發布，有效宣導期間為半個月前。
- (4) 近年來網際網路科技進步、旅遊網站、APP與電子商務普及，可依據主要市場旅客搜尋資訊的差異性來有效經營網路旅遊資訊與宣傳；GOOGLE、百度與螞蟻窩是有效的傳遞訊息管道，建議臺北市觀光旅遊官網可透過這些有效網路宣傳管道增加點擊率，以有效行銷臺北市旅遊。

三、業務及國際會議或展覽目的旅客在臺北市旅遊意向與旅遊情況

來臺旅客到訪臺北市之業務及國際會議或展覽目的旅客比率約一成五。其中，利用餘暇在臺北市旅遊的比率為八成左右，利用餘暇在臺北市旅遊之時間以半天及1天為最多，共約五到六成；未利用餘暇在臺北市旅遊的主要原因為時間不夠，比率約八成。

【建議】：

針對業務及國際會議或展覽目的商務旅客，考量他們在臺北市能觀光消費的時間可能多是洽商之後的下班時間，時間並不足夠，而夜市也非30歲以上的旅客偏愛的景點(詳附表17)，故建議為外籍旅客建立夜間休閒消費環境，包含特別設計的表演與美食的綜合饗宴等。

四、來臺旅客到訪臺北市的旅遊動向

(一) 旅遊使用的交通工具以捷運最多(占60.81%)，其次為計程車(占48.94%)。

(二) 受訪旅客在臺北市期間曾參與過活動排名依序為城市觀光旅遊(占74.50%)、逛夜市(占73.86%)、購物(占72.50%)。

(三) 在臺北市遊覽最喜歡景點排名依序為故宮博物院(喜歡比率30.58%)、陽明山(喜歡比率28.79%)、北投溫泉區(喜歡比率18.43%)、臺北101(喜歡比率18.14%)，不同目標市場旅客的最喜歡景點排名有差異，彙整如下表4-4-1。

【建議】：

(1) 由於受訪旅客在旅遊臺北期間有五至六成左右的比率直接接觸捷運或計程車，建議可使用多國文字(例如中、英、日、韓、馬來文、泰文)積極建構捷運與計程車為立即行銷臺北市的有效廣宣途徑。

(2) 由於105年到訪臺北市的受訪旅客最喜歡景點的前三名、其到訪百分比並不高(到訪百分比為12.44%-53.22%)(詳見表3-4-6)，建議如果能研擬吸引國際旅客造訪的策略(例如：加強該景點在國際旅遊廣告的曝光率、或是該景點舉辦國際旅遊活動節等)，藉以提升到訪旅客的人數，則能增加喜歡該景

點的旅客人數，進而提升旅客在臺北市旅遊經驗的滿意程度。

- (3) 此外，以喜歡比率而言，相關景點掌握目標市場特性規劃行銷，提升目標市場旅客到訪該景點的人數²²、以達有效經營。例如，夜市深受新加坡及馬來西亞受訪旅客、女性以及12-29歲年輕人的青睞；最喜愛北投溫泉區的旅客特質為香港澳門及紐澳受訪旅客、自由行、30-59歲的旅客。

表 4-4-1 105 年到訪臺北市受訪旅客最喜歡景點的旅客特徵彙整表

最喜歡景點	故宮博物院	陽明山	北投溫泉區	臺北 101	夜市	西門町
居住地	日本 大陸 美國	韓國 歐洲	香港澳門 紐澳		新加坡 馬來西亞	
性別	男性(2)	男性(1)		女性(2)	女性(1)	
旅遊型態	團體(1) 自由行(2)	團體(2) 自由行(1)	自由行(3)	團體(3)		
年齡	30-70 歲及以上(1) 20-29 歲(2)	30-59 歲(2) 20-29 歲(1) 70 歲及以上(2)	30-59 歲(3)	12-19 歲(1) 60-69 歲(1)	12-19 歲(2) 20-29 歲(3)	12-19 歲(3)

註：詳細資料請見附表 14-附表 17；括號內表示最喜歡景點的順位。

²²由於喜歡比率= (最喜歡該景點人數/到訪該景點人數) *100%，故建議從 2 方向考量提高喜歡比率：

(1)若是到訪該景點的人數偏高，則建議研擬「提升最喜歡該景點的人數」之策略，包括提升該景點的服務品質以及創新該景點的吸引力等方案，以提高喜歡比率，進而提高最喜歡該景點的人數。

(2)若是到訪該景點人數不高，但喜歡比率偏高，表示雖然到訪該景點的旅客人數不多，但到訪過該景點的旅客有高度比率會最喜歡該景點，故建議研擬「提升旅客到訪該景點的人數」之策略，例如針對目標市場進行景點廣宣、景點參訪設計與促銷策略，以提升旅客到訪該景點的人數。

五、受訪旅客此次來臺對臺北市最好的印象經驗

(一) 整體旅客對臺北市最好的印象有：食物、夜市及人情味。

(二) 不同特質旅客對臺北市最好的印象差異不大，共同的好印象皆為食物、夜市及人情味，不同印象例如：日本、韓國、歐洲旅客及「團體」對臺北市的古蹟/歷史文物印象很好，大陸、澳門香港旅客對臺北市的公民素養印象很好，「自由行」旅客對臺北市的交通印象很好。

不同居住地旅客的差異為，日本、韓國、歐洲旅客對臺北市的古蹟/歷史文物印象很好，大陸、澳門香港旅客對臺北市的公民素養印象很好(詳見表4-9-1與表4-9-2)。

不同旅遊型態旅客的差異為，「團體」旅客對臺北市的古蹟歷史文物印象很好，「自由行」旅客對臺北市的交通印象很好。「大陸團體」旅客對臺北市的公民素養、古蹟歷史文物印象很好，「大陸自由行」旅客對臺北市的公民素養、交通印象很好(詳見表4-9-1與表4-9-2)。

【建議】：

依據文獻^{23,24}，可藉由外籍旅客造訪臺北市的體驗及印象經營臺北市的國際城市品牌形象(brand image)。民國104年對臺北市最深刻印象的調查結果依序為食物、夜市、人情味、生活機能及交通，民國105年的調查結果依序為食物、夜市、人情味、交通及公民素養，累積整合去年(民國104年)與本次(民國105年)對臺北市最深刻印象的調查結果，顯示受訪外籍旅客對臺北市旅遊的共同印象知覺(image perception)特質包含食物美味多元、夜市文化、人情素養、旅遊服務與旅遊便利等，這些皆顯示臺北市擁有多元令人想前往旅遊的動機，然而這些是屬於旅遊的一般性需求特質(包括功能與心理特徵的一般性特質)²⁵。

此外，對照民國105年「臺北市政府觀光政策白皮書²⁶」中有關臺北市城市

²³ Prayag, G. (2010). Brand image assessment: international visitors' perceptions of Cape Town. *Marketing Intelligence & Planning*, 28(4), 462-485.

²⁴ Echtner, C. M., & Ritchie, J. B. (1991). The meaning and measurement of destination image. *Journal of tourism studies*, 2(2), 2-12.

²⁵ 同上述 23

²⁶ 臺北市政府觀光傳播局 105 臺北市政府觀光政策白皮書，；參考網址：
<http://www.tpeoit.gov.taipei/ct.asp?xItem=120591&ctNode=13251&mp=112001>，
資料更新時間：2015/1/12

品牌的初步定位為「便利、友善、豐富多元文化」，也多是屬於旅遊的一般性需求特質。整合調查結果與臺北市城市品牌的初步定位雖然有高度符合，但是二者在凸顯「獨特性特質」方面仍有限（有關旅遊城市形象獨特性，例如巴黎的浪漫氛圍、維也納的音樂之都），由於「獨特性」是城市品牌形象成功發展的關鍵²⁷，而且需持續調查檢視並且長期經營有效推廣策略，因此有賴累積長期的調查結果以及研究團隊後續執行與集思廣益來發掘更吸睛的獨特城市品牌定位。

²⁷同上述 22 與 23

六、到訪臺北市的旅遊經驗滿意度

(一) 受訪旅客在臺北市的旅遊經驗滿意度高，其中對於整體經驗滿意度最高(滿意以上的比率91.30%)，其次依序為交通便利性(滿意以上的比率91.16%)、住宿狀況(滿意以上的比率86.27%)及消費經驗(滿意以上的比率84.86%)。93.50%的旅客會考慮再度來臺北市。

(二) 不同特質旅客在臺北市的旅遊經驗滿意度有些差異，日本、韓國及馬來西亞旅客、60歲及以上旅客、參加觀光或國際會議展覽的旅客、團體旅客等在臺北市各項旅遊經驗的滿意比率較偏低。

【建議】：

- (1) 就旅遊經驗項目而言，建議積極研擬提升臺北市的住宿與消費服務品質的策略，以提升來臺旅客對於住宿狀況以及消費經驗的滿意程度，進而提升臺北市整體旅遊經驗的評價，刺激重遊率。
- (2) 就旅客特質而言，如何改善上述旅客(日本、韓國及馬來西亞旅客、60歲及以上旅客、參加觀光或國際會議展覽的旅客、團體旅客)在臺北市各項旅遊經驗的滿意度是重要課題，例如可以藉由特定外籍旅客的深度訪談、以及比較日本、韓國、馬來西亞的旅遊環境評估，來獲取改善旅遊經驗策略的初步方向。

七、穆斯林旅遊友善環境調查

- (一) 對臺北市的清真認證餐廳與飲食經驗：五成左右受訪穆斯林旅客表示容易在臺北市找尋清真食物或認證餐廳，有六成三的穆斯林受訪旅客表示很放心在臺北市清真餐廳用餐。
- (二) 近六成的受訪穆斯林旅客表示並不需花費很多的時間在臺北市找尋朝拜空間(祈禱室)，有四成六旅客在臺北市曾經使用祈禱室，此外曾經使用過祈禱室的地方者較多是在飯店與清真寺。
- (三) 對穆斯林旅遊友善環境的看法：穆斯林受訪旅客認為友善的穆斯林旅遊環境應包括的項目尊重穆斯林宗教、多點穆斯林食物與相關設備設施、提供較多的相關觀光資訊以及人民友善對待。

【建議】：

建立穆斯林旅遊友善環境的短程與長程計畫。

- (1) 短程計畫方面，建議政府研擬相關措施鼓勵業者增建穆斯林友善設施。
- (2) 長程計畫方面，建議從教育或是長期廣宣活動中推動認識以及尊重穆斯林宗教。例如，建議產官學合作籌辦系列性多元性的穆斯林活動，包括穆斯林文化展覽、研討會以及異國美食文化與商品商圈展等，結合教育文化及娛樂經濟等多元面向，以有效建立穆斯林旅遊友善環境。並且將之規畫發展為持續性的年度國際重要活動，有效吸引國際旅客注意與造訪。

八、來臺旅客到訪臺北市之消費狀況

(一) 來臺旅客到訪臺北市之比率約九成一，達976.13萬人次，觀光外匯約108.05億美元(新臺幣3,492.69億元)。

105年來臺旅客在臺北市平均每人每日消費為242.06美元，觀光外匯收入達108.05億美元(新臺幣3,492.69億元)。

(二) 陸客每人每日平均消費最高、消費項目中以購物費最多；以醫療為來臺主要目的之消費最高。女性旅客平均每日消費高於男性旅客。

依主要市場分析，105年到訪臺北市受訪旅客平均每人每日消費以大陸旅客(329.55美元)為最高，其次為美國(269.18美元)、馬來西亞(225.42美元)、韓國(215.55美元)及紐澳(197.24美元)旅客。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(231.70美元)，其次為韓國(139.19美元)、馬來西亞(129.20美元)、新加坡(95.92美元)及香港澳門(85.59美元)等。

依到來臺主要目的分析，105年到訪臺北市受訪旅客平均每人每日消費以醫療(536.51美元)為最高，其次依序為觀光(258.32美元)、業務(211.80美元)、探親或訪友(194.87美元)及國際會議或展覽(188.52美元)。依性別分析，105年到訪臺北市女性受訪旅客平均每人每日消費(249.25美元)，高於男性(240.14美元)；購物方面，男性(154.73美元)則高於女性(137.99美元)。

【建議】：

針對消費力較高之主要旅遊市場及族群規劃相關促銷活動，例如消費潛力最高之大陸市場、以及消費潛力較高之族群，例如醫療、觀光、商務為目的之旅客。

九、不同居住地市場的差異分析

彙整不同居住地市場旅客在臺北市的消費與動向(見表4-9-1與表4-9-2)，並摘要與建議如下。

(一) 大陸旅客市場：在臺北市平均停留天數為3.43天，有八成為觀光目的的旅客，最喜歡的臺北市景點為故宮博物院與陽明山，對臺北市的食物與公民素養印象最好，旅遊經驗滿意度高，平均消費金額高(329.55美元)，偏好購物、購買偏好為名產或特產、服飾或相關配件。

整體而言，大陸旅客在臺北市之平均停留天數為3.43天，有八成旅客來臺北市主要目的為觀光，最喜歡的臺北市景點為故宮博物院與陽明山，對臺北市的食物與公民素養印象最好，對於臺北市各項旅遊經驗滿意程度為88.3%-95.2%，平均每人每日消費329.55美元。

依旅遊型態分析，大陸團體旅客平均停留天數為2.74天、自由行旅客平均停留天數為3.94天；其消費均偏好購物，大陸團體旅客偏好購買名產或特產(占49.87%)、服飾或相關配件(占14.84%)及珠寶或玉器類(占10.05%)；大陸自由行旅客亦偏好購買名產或特產(占40.79%)、其次為服飾或相關配件(占13.89%)及珠寶或玉器類(占11.17%)。

【建議】：

針對大陸旅客團體與自由行的旅客特徵建立區隔行銷，提供不同目標旅客偏好的旅遊方案，包括食、宿、購物、交通及特色景點等觀光資訊及建議行程。

(二) 日本旅客市場：在臺北市平均停留天數為2.67天，有七成七為觀光目的的旅客，最喜歡的臺北市景點為故宮博物院與臺北101，對臺北市的食物與人情味印象最好，旅遊經驗滿意度較低，平均消費金額171.11美元，偏好購物。

整體而言，日本旅客在臺北市之平均停留天數為2.67天；在臺北市最熱門的遊覽景點依序為夜市、故宮博物院、臺北101、龍山寺等；最喜歡臺北市景點依序為故宮博物院、臺北101、龍山寺；對臺北市最好印象為食物、人情味、夜市、交通；對於臺北市各項旅遊經驗滿意程度為68.0%-81.2%；在臺北市平均每人每日消費金額為171.11美元，消費結構中以購物費支出(96.23美元)為最高，占56.24%，其次為旅館外餐飲費(26.47美元)，占15.47%。

105年日本團體旅客在臺北市平均每人每日消費金額為177.48美元，消費結構中以購物費(129.32美元)為最高，占72.87%，其次為旅館外餐飲費(16.21美元)，占9.14%。在臺北市購物的消費項目，以名產或特產的比率最高(占37.57%)，其次為菸或酒類(占21.20%)及服飾或相關配件(占10.16%)。

【建議】：

因日本旅客在臺北市停留天數偏低，建議可研擬如何延長日本旅客在臺北市平均停留天數的策略。

- (三) 港澳旅客市場：在臺北市之平均停留天數為4.82天，有73.1%的觀光目的旅客，最喜歡的臺北市景點為北投溫泉區與陽明山，對食物與人情味的印象最好，旅遊經驗滿意程度高，平均消費金額181.83美元，偏好購物。
- (四) 韓國旅客市場：在臺北市之平均停留天數為3.02天，有90.5%的觀光目的旅客，最喜歡陽明山與故宮博物院，對食物與夜市印象最好，平均消費金額189.40美元，偏好購物。
- (五) 新加坡旅客市場：在臺北市之平均停留天數為4.24天，最喜歡夜市與西門町，對夜市與食物印象最好，旅遊經驗滿意程度為87.1%-92.1%，平均消費金額215.55美元，偏好購物。
- (六) 馬來西亞旅客市場：在臺北市之平均停留天數為4.81天，最喜歡夜市與故宮博物院，對夜市與食物印象最好，旅遊經驗滿意程度為81.6%-94.6%，平均消費金額225.42美元，偏好購物。

【建議】：

港澳、新加坡與馬來西亞受訪旅客在臺北市之平均停留天數為4-5天，韓國旅客在臺北市之平均停留天數為3天左右，針對上述亞洲旅客研擬臺北市行銷策略時，建議掌握停留天數，並搭配旅客最喜歡景點與印象特色之多元行程。

(七) 歐洲²⁸、美國與澳洲旅客在臺北市之平均停留天數為5-8天；以業務或國際會展為目的到訪臺北市的比率約有18.2% - 41.4%，具商務旅遊市場特色。

(八) 歐洲、美國與澳洲旅客有八成以上為自由行，熱門到訪景點前兩名皆為臺北101與夜市，喜歡景點方面，美國旅客最喜歡的臺北市景點為故宮博物院與夜市，歐洲旅客最喜歡的臺北市景點為陽明山與臺北101；澳洲旅客最喜歡北投溫泉區與河濱公園。

(九) 歐洲、美國與紐澳受訪旅客對臺北市最好的印象前四名皆為食物、交通、人情味以及夜市。消費方面，歐美旅客主要消費在旅館內/外，紐澳旅客偏好購物。

美國旅客市場：在臺北市平均停留天數為5.18天，有43.7%的觀光目的旅客與41.4%的業務旅客，最喜歡的臺北市景點為故宮博物院與夜市，對臺北市的食物與夜市印象最好，旅遊經驗滿意程度很高(皆為九成以上)，平均消費金額269.18美元，主要消費在旅館內/外。

歐洲旅客市場：在臺北市平均停留天數為6.14天，有55.9%的觀光目的旅客與29.0%的業務旅客，最喜歡的臺北市景點為陽明山與臺北101，對臺北市的食物與交通印象最好，旅遊經驗滿意程度85.0%-94.5%，平均消費金額133.84美元，主要消費在旅館內/外。

紐澳旅客市場：在臺北市平均停留天數為5.75天，有70.5%的觀光目的旅客與18.2%的業務旅客，最喜歡的臺北市景點為北投溫泉區與河濱公園，對臺北市的交通與食物印象最好，旅遊經驗滿意程度很高(皆為九成以上)，平均消費金額197.24美元，偏好購物。

【建議】：

歐美與紐澳旅客在臺北市之平均停留天數相對於亞洲旅客較長，為歐美紐澳旅客研擬臺北市行銷策略時，建議以深度慢遊為主，可深度介紹他們偏好的景點、加強研擬「提升旅客到訪該景點的人數」之策略，提供4-8天優質具特色的旅遊食宿規劃。

²⁸ 「歐洲」包括英國、法國、德國以及歐洲其他地區

表 4-9-1 105 年到訪臺北市旅客特徵-居住地的交叉分析(續)

主要市場	大陸	日本	香港澳門	韓國	新加坡
平均停留天數(註 1)	3.43 天	2.67 天	4.82 天	3.20 天	4.24 天
主要目的	觀光(80.4) 業務(10.4)	觀光(76.6) 業務(17.9)	觀光(73.1) 業務(9.6)	觀光(90.5) 業務(6.1)	觀光(85.6) 業務(10.0)
旅遊型態	團體(42.8) 自由行(57.2)	團體(51.0) 自由行(49.0)	團體(18.2) 自由行(81.8)	團體(19.3) 自由行(80.7)	團體(42.8) 自由行(57.2)
多久前開始計畫行程：平均天數	49.92 天	59.33 天	39.09 天	10.58 天	37.06 天
吸引來臺北市原因	風光景色(68.0) 食物(59.3) 民情風俗文化(43.5)	食物(53.9) 風光景色(27.9) 治安良好(27.9)	食物(75.0) 風光景色(54.9) 逛街購物(49.5)	食物(49.5) 風光景色(41.6) 夜間休閒活動(40.0)	食物(82.1) 風光景色(70.0) 逛街購物(50.0)
熱門的到訪景點	夜市(84.2) 臺北 101(84.5) 故宮博物院(76.6)	夜市(66.2) 故宮博物院(52.2) 臺北 101(48.9)	夜市(82.5) 西門町(65.6) 臺北 101(61.0)	夜市(87.5) 臺北 101(77.0) 中正紀念堂(64.8)	夜市(84.3) 西門町(76.4) 臺北 101(67.90)
最喜歡景點	故宮博物院(34.7) 陽明山(22.5) 臺北 101(19.0)	故宮博物院(35.7) 臺北 101(19.4) 龍山寺(16.3)	北投溫泉區(33.6) 陽明山(29.4) 夜市(25.9)	陽明山(28.6) 故宮博物院(21.6) 河濱公園(20.0)	夜市(33.1) 西門町(25.2) 陽明山(25.0)
印象最好	食物(63.4) 公民素養(50.6) 人情味(36.8)	食物(63.4) 人情味(36.8) 夜市(31.3)	食物(73.3) 人情味(55.3) 夜市(54.0)	食物(46.1) 夜市(45.8) 交通(34.6)	夜市(72.9) 食物(60.0) 人情味(36.4)
旅遊滿意	交通便利(94.7) 住宿狀況(88.3) 消費經驗(89.3) 整體經驗(95.2)	交通便利(81.2) 住宿狀況(77.3) 消費經驗(68.0) 整體經驗(80.4)	交通便利(93.6) 住宿狀況(85.6) 消費經驗(90.8) 整體經驗(95.2)	交通便利(84.4) 住宿狀況(85.4) 消費經驗(74.2) 整體經驗(83.3)	交通便利(91.4) 住宿狀況(87.1) 消費經驗(90.7) 整體經驗(92.1)
平均消費金額/美元	整體 329.55 (團體 383.6 自由行 288.3)	整體 171.11	整體 181.83	整體 189.40	整體 215.55
消費項目/美元	購物費 231.7 旅館內 38.4 旅館外 37.9	購物費 96.2 旅館外 26.5 旅館內 23.5	購物費 85.6 旅館內 34.2 旅館外 34.0	購物費 139.2 旅館內 40.2 旅館外 22.8	購物費 95.9 旅館外 35.2 旅館內 30.3

註：1. 平均停留天數以夜數計

2. 「歐洲」包括英國、法國、德國以及歐洲其他地區

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

4. 喜歡比率= (最喜歡該景點人數/曾遊覽過該景點人數)x100%

表 4-9-2 105 年到訪臺北市旅客特徵-居住地的交叉分析(續完)

主要市場	馬來西亞	美國	歐洲	紐澳
平均停留天數(註 1)	4.81 天	5.18 天	6.14 天	5.75 天
主要目的	觀光(83.7) 業務(10.9)	觀光(43.7) 業務(41.4)	觀光(55.9) 業務(29.0)	觀光(70.5) 探親訪友(18.2)
旅遊型態	團體(34.7) 自由行(65.3)	團體(21.3) 自由行(78.7)	團體(16.1) 自由行(83.9)	團體(13.6) 自由行(86.7)
多久前開始計畫行程： 平均天數	59.47 天	25.76 天	英國 15.65 天 法國 44.94 天 德國 23.11 天 歐洲其他 16.17	32.16 天
吸引來臺北市原因	食物(79.6) 風光景色(65.3) 逛街購物(60.5)	食物(64.9) 風光景色(48.9) 民情風俗文化(46.6)	風光景色(58.1) 食物(53.8) 民情風俗文化(44.1)	食物(72.7) 風光景色(63.6) 逛街購物(47.7)
熱門的到訪景點	夜市(93.7) 臺北 101(83.0) 西門町(82.3)	臺北 101(67.0) 夜市(64.9) 故宮博物院(32.8)	臺北 101(78.5) 夜市(67.7) 故宮博物院(45.2)	臺北 101(84.1) 夜市(81.8) 西門町(38.6)
最喜歡景點	夜市(23.9) 故宮博物院(20.4) 陽明山(19.2)	故宮博物院(28.1) 夜市(23.9) 龍山寺(21.9)	陽明山(50.0) 臺北 101(20.6) 故宮博物院(16.7)	北投溫泉區(50.0) 河濱公園(20.0) 臺北 101 (18.9)
印象最好	夜市(68.0) 食物(65.3) 交通(54.4)	食物(52.3) 夜市(52.3) 人情味(42.0)	食物(47.3) 交通(45.2) 人情味(41.9)	交通(54.6) 食物(52.3) 夜市(52.3)
旅遊滿意	交通便利(94.6) 住宿狀況(81.6) 消費經驗(86.4) 整體經驗(89.1)	交通便利(94.3) 住宿狀況(93.6) 消費經驗(95.4) 整體經驗(97.7)	交通便利(93.6) 住宿狀況(94.5) 消費經驗(85.0) 整體經驗(92.5)	交通便利(97.7) 住宿狀況(95.4) 消費經驗(97.7) 整體經驗(97.7)
平均消費金額/美元	整體 225.42	整體 269.18	整體 133.84	整體 197.24
消費項目/美元	購物費 129.2 旅館外 35.6 旅館內 29.4	旅館內 128.7 旅館外 51.7 購物費 42.5	旅館內 61.2 旅館外 31.5 購物費 20.5	購物費 70.4 旅館內 51.0 旅館外 46.4

註：1. 平均停留天數以夜數計

2. 「歐洲」包括英國、法國、德國以及歐洲其他地區

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

4. 喜歡比率= (最喜歡該景點人數/曾遊覽過該景點人數)x100%

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10431490100號 實施日期：民國105年1月1日至12月31日 有效期間：民國106年9月30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 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

A. 一般資料

A1. 請問您於何時抵達臺灣？ _____ 年 _____ 月 _____ 日

A2. 國籍： _____

- ☐ (1) 日本 ☐ (2) 大陸 ☐ (3) 香港/澳門 ☐ (4) 新加坡 ☐ (5) 韓國 ☐ (6) 馬來西亞
☐ (7) 亞洲其他地區 _____ ☐ (8) 美國 ☐ (9) 加拿大 ☐ (10) 英國 ☐ (11) 法國
☐ (12) 德國 ☐ (13) 歐洲其他地區 _____ ☐ (14) 紐澳 ☐ (15) 其他地區 _____

A3. 居住地： _____

- ☐ (1) 日本 ☐ (2) 大陸 ☐ (3) 香港/澳門 ☐ (4) 新加坡 ☐ (5) 韓國 ☐ (6) 馬來西亞
☐ (7) 亞洲其他地區 _____ ☐ (8) 美國 ☐ (9) 加拿大 ☐ (10) 英國 ☐ (11) 法國
☐ (12) 德國 ☐ (13) 歐洲其他地區 _____ ☐ (14) 紐澳 ☐ (15) 其他地區 _____

A4. 請問您於下列何處入境？

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

B. 旅遊決策

B1. 請問您是否有在臺北市停留？

☐ 否(結束作答)

☐ 是，請問您這次在臺北市停留 _____ 天 _____ 夜

→ 目的為何？(主要目的請以“A”表示，次要目的請以“B”表示)

- ☐ (1) 觀光 ☐ (2) 業務 ☐ (3) 國際會議或展覽 ☐ (4) 探親或訪友
☐ (5) 求學 ☐ (6) 醫療 ☐ (7) 其他，請說明 _____

【勾選“業務”或“國際會議或展覽”者續答；其餘跳答B3】

B2. 請問您這次是否有利用餘暇在臺北市旅遊？

☐ 1. 是，在業務、會議或展覽之外，利用

→ ☐ (1) 半天 ☐ (2) 1天 ☐ (3) 2天 ☐ (4) 3天 ☐ (5) 4天 ☐ (6) 5天以上 在臺

北市旅遊。

☐ 2. **否**，原因為？(複選) 【跳答 B3.】

☐ (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.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)是，網站：_____

☐ (2)否

B4.請問您最近三年內來臺北市幾次(含這一次)？_____次

B5.請問您何時開始計畫這次的行程？_____天前

B6.請問您這次來臺灣是否有同行者？ ☐ (1)是 ☐ (2)否(跳答B8.)

B7.請問您這次來臺灣的同行者包括：(複選)

☐ (1)配偶 ☐ (2)子女 ☐ (3)父母 ☐ (4)親戚 ☐ (5)同事 ☐ (6)朋友 ☐ (7)其他_____

B8.請問下列哪些是吸引您這次來臺北市的原因？(複選) ◀

☐ (1)風光景色 ☐ (2)交通便利 (臺北市內) ☐ (3)民情風俗和文化

☐ (4)食物 ☐ (5)氣候宜人 ☐ (6)夜間休閒活動

☐ (7)遊憩場所 ☐ (8)歷史文物 ☐ (9)保健、美容醫療

☐ (10)逛街購物 ☐ (11)治安良好 ☐ (12)藝文展演、節慶活動

☐ (13)公司安排 ☐ (14)會議展覽活動 ☐ (15)距離居住地近

☐ (16)其他 _____

C. 旅遊動向

C1.請問您這次在臺北市期間曾參與過哪些活動？(複選)

☐ (1)城市觀光旅遊 ☐ (2)泡溫泉 ☐ (3)購物

☐ (4)拍婚紗或個人藝術照 ☐ (5)護膚美容、指甲彩繪 ☐ (6)逛夜市

☐ (7)唱卡拉OK或KTV ☐ (8)夜店、PUB活動 ☐ (9)保健、美容醫療

☐ (10)藝文展演,節慶活動 ☐ (11)按摩、SPA、三溫暖 ☐ (12)參觀古蹟與文物

☐ (13)其他 _____

C2.1.請問您這次在臺北市曾經遊覽過哪些景點(或地方)？(複選)

☐ (1)臺北101 ☐ (2)故宮博物院 ☐ (3)夜市 ☐ (4)西門町

☐ (5)中正紀念堂 ☐ (6)國父紀念館 ☐ (7)北投溫泉區 ☐ (8)陽明山

☐ (9)士林官邸 ☐ (10) 龍山寺 ☐ (11) 河濱公園

☐ (12)大稻埕 (霞海城隍、迪化街等) ☐ (13)其他 _____

C2.2.承上，**最喜歡**的景點 _____ 原因？ _____

C2.3.承上，**最不喜歡**的景點 _____ 原因(可複選)：

- ☐ (1) 風光景色不佳 ☐ (2) 遊憩設施不佳 ☐ (3) 周邊環境不佳 ☐ (4) 交通不便
☐ (5) 其他，請說明 _____

C3. 請問您這次在臺北市主要的住宿地方為何？(複選)

- ☐ (1) 無在臺北市內住宿
☐ (2) 旅館→主要住宿名稱：_____
☐ (3) 青年旅館、活動中心→主要住宿名稱：_____
☐ (4) 親友家 ☐ (5) 宿舍 ☐ (6) 租屋 ☐ (7) 寺廟、修道院或教會
☐ (8) 其他，請說明 _____

C4. 請問依您這次的經驗或體驗，您對臺北市印象最好的項目為何？(複選)

- ☐ (1) 食物 ☐ (2) 生活機能 ☐ (3) 溫泉
☐ (4) 公民素養 ☐ (5) 交通 ☐ (6) 自行車
☐ (7) 古蹟/歷史文物 ☐ (8) 夜市 ☐ (9) 24小時書店
☐ (10) 街道市容 ☐ (11) 人情味 ☐ (12) 民情風俗與文化
☐ (13) 都會不夜城 ☐ (14) 地方特產 ☐ (15) 保健、美容醫療
☐ (16) 藝文展演、節慶活動，請說明 _____
☐ (17) 景點，請說明 _____
☐ (18) 其他，請說明 _____

C5. 請問您這次在臺北市旅遊期間使用的交通工具？(複選)

- ☐ (1) 公車 ☐ (2) 捷運 ☐ (3) 自行車 ☐ (4) 計程車 ☐ (5) 機車
☐ (6) 遊覽車 ☐ (7) 其他 _____

D. 消費情形

D1. 請問您的旅行安排方式為：

- ☐ (1) 參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦(參加旅行團)
☐ (2) 自行規劃行程後，由旅行社包辦(如交流團、修學旅行、獎勵旅遊、親友團等)
☐ (3) 由旅行社安排住宿(及代訂機票)
☐ (4) 由邀請單位安排
☐ (5) 完全自行安排

D2. 請問您在 臺北市 總共花費 _____ 元 (幣制： _____)

D3. 請問您上題總費用中包含下列各項費用大約多少元？

1. 旅館內支出費 _____ 元 (_____ %) _____ 人

1.1. 是否包含旅館住宿費用？

- ☐ (1) 是
☐ (2) 否，原因為？
☐ (1) 旅行社團費已包含
☐ (2) 其他 _____

2.旅館外餐飲費	_____元	(_____ %)	_____人
3.在臺北市交通費	_____元	(_____ %)	_____人
4.娛樂費	_____元	(_____ %)	_____人
5.雜費	_____元	(_____ %)	_____人
6.** 購物費 **	_____元	(_____ %)	_____人



(1)服飾或相關配件(例如皮包、鞋子、手錶...) _____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 _____%

--包含下列哪些名特產(複選)

☐ (1)鳳梨酥 ☐ (2)綠豆糕 ☐ (3)牛軋糖 ☐ (4)肉乾 ☐ (5)其他 _____

(6)菸或酒類 _____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 _____元 _____%

請說明： _____

E.滿意度

E1.請問您對於本次在臺北市的旅遊經驗滿不滿意？

E1.1.交通便利性 ☐ (1)非常滿意 ☐ (2)滿意 ☐ (3)普通 ☐ (4)不滿意 ☐ (5)非常不滿意

E1.2.住宿狀況 ☐ (1)非常滿意 ☐ (2)滿意 ☐ (3)普通 ☐ (4)不滿意 ☐ (5)非常不滿意

E1.3.消費經驗 ☐ (1)非常滿意 ☐ (2)滿意 ☐ (3)普通 ☐ (4)不滿意 ☐ (5)非常不滿意

E1.4.整體經驗 ☐ (1)非常滿意 ☐ (2)滿意 ☐ (3)普通 ☐ (4)不滿意 ☐ (5)非常不滿意

E1.5.根據上述經驗，讓您感到不滿意或非常不滿意的原因在於

E2.請問您是否會考慮再度來臺北市？

☐ (1)是，主要原因：

☐ (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 _____

☐ (2)否，為什麼？ _____

F.旅客基本資料

F1.年齡

- ☐ (1) 12歲以上未滿20歲 ☐ (2) 20歲以上未滿30歲 ☐ (3) 30歲以上未滿40歲
☐ (4) 40歲以上未滿50歲 ☐ (5) 50歲以上未滿60歲 ☐ (6) 60歲以上未滿70歲
☐ (7) 70歲及以上 ☐ (99) 未回答

F2.請問您的年收入折合美元大約多少元？ (幣別:____；月/年薪____；金額:____)

- ☐ (1) 未滿10,000美元 ☐ (2) 10,000以上未滿20,000美元
☐ (3) 20,000以上未滿30,000美元 ☐ (4) 30,000以上未滿40,000美元
☐ (5) 40,000以上未滿50,000美元 ☐ (6) 50,000以上未滿60,000美元
☐ (7) 60,000以上未滿70,000美元 ☐ (8) 70,000以上未滿80,000美元
☐ (9) 80,000以上未滿90,000美元 ☐ (10) 90,000以上未滿100,000美元
☐ (11) 100,000美元及以上 ☐ (12) 無固定收入 ☐ (99) 未回答

F3.最高學歷：

- ☐ (1) 初等教育(小學)及以下 ☐ (2) 中等教育(含國中、高中、高職) ☐ (3) 大學(大專、大學) ☐ (4) 研究所及以上 ☐ (5) 其他，請說明_____ ☐ (99) 未回答

F4.行業別：

- ☐ (1) 農、林、漁、牧業 ☐ (2) 製造業 ☐ (3) 營造業
☐ (4) 其他工業 (包含礦業及土石採取業、電力及燃氣供應業、用水供應及污染整治業)
☐ (5) 批發及零售業 ☐ (6) 住宿及餐飲業 ☐ (7) 資訊及通訊傳播業
☐ (8) 金融及保險業 ☐ (9) 公共行政及國防業與教育服務業
☐ (10) 醫療保健及社會工作服務業 ☐ (11) 藝術、娛樂及休閒服務業
☐ (12) 其他類型服務業 ☐ (13) 家庭管理 ☐ (14) 學生
☐ (15) 退休人員 ☐ (16) 其他_____

F5.性別：☐ (1) 男性 ☐ (2) 女性

F6.請問您的宗教信仰：☐ (1) 佛教 ☐ (2) 基督教 ☐ (3) 天主教 ☐ (4) 道教 ☐ (5) 回教 (加答附件) ☐ (6) 其他_____

※其他紀錄 (請訪員記錄旅客的其他意見)：

其他：_____

~~~ 訪問到此結束，感謝您的協助！敬祝您旅途愉快！！~

## 附件 1(A)

### 2015 臺北市穆斯林旅遊友善環境調查

#### A. 餐廳、飲食

A1 請問您在臺北市是否容易尋找到清真食物或認證餐廳

- ☐1. 非常容易    ☐2. 容易    ☐3. 尚可    ☐4. 不容易    ☐5. 非常不容易

A2 請問您是否放心在臺北市的清真餐廳用餐

- ☐1. 非常放心    ☐2. 放心    ☐3. 尚可    ☐4. 不放心    ☐5. 非常不放心

A2-1 (承 A2) 如果不放心，原因為？ \_\_\_\_\_

A3 請問您偏好的清真食物有哪些？

\_\_\_\_\_

#### B. 朝拜空間(祈禱室)

B1 請問您在臺北市是否需花費很多時間找尋朝拜空間(祈禱室)？

- ☐1. 非常多的時間    ☐2. 很多的時間    ☐3. 尚可  
☐4. 不多的時間    ☐5. 非常少的時間

B2 請問您在臺北市曾經在下列地方使用過祈禱室？【複選】

- ☐1. 景點    ☐2. 飯店    ☐3. 機場    ☐4. 餐廳    ☐5. 清真寺  
☐6. 沒有使用過，原因為？ \_\_\_\_\_

#### C. 友善環境

C1 請問您認為友善的穆斯林旅遊環境應包括哪些？

\_\_\_\_\_

C2 請問您對於臺北市目前規劃的穆斯林旅遊環境有何看法或建議？

\_\_\_\_\_

Authority : Taipei DGBAS  
NO. :10431490100

Effective Date : Jan. 01~Dec. 31, 2016  
Closing Date : Sep. 30, 2016

The data you provide will only be used for data analyzed only.

## Annual Survey on Tourist Expenditures and Trends in Taipei

Dear Sir/Madam,

To improve the qualities of our touring facilities/services, supply you with better services, please complete the following questionnaire.

**Dep of Information**

**and Tourism, Taipei**

### A. General Information

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

**A2.** Your Nationality: \_\_\_\_\_

- ☐ (1) Japan   ☐ (2) Main Land China   ☐ (3) Hong Kong/Macao   ☐ (4) Singapore  
☐ (5) Korea   ☐ (6) Malaysia   ☐ (7) Other Asian Country\_\_\_\_   ☐ (8) USA   ☐ (9) Canada  
☐ (10) UK   ☐ (11) France   ☐ (12) Germany   ☐ (13) Other European Country\_\_\_\_  
☐ (14) New Zealand/Australia   ☐ (15) Other areas\_\_\_\_\_

**A3.** The country of your residence: \_\_\_\_\_

- ☐ (1) Japan   ☐ (2) Main Land China   ☐ (3) Hong Kong/Macao   ☐ (4) Singapore  
☐ (5) Korea   ☐ (6) Malaysia   ☐ (7) Other Asian Country\_\_\_\_   ☐ (8) USA   ☐ (9) Canada  
☐ (10) UK   ☐ (11) France   ☐ (12) Germany   ☐ (13) Other European Country\_\_\_\_  
☐ (14) New Zealand/Australia   ☐ (15) Other areas\_\_\_\_\_

**A4.** Where did you arrive in Taiwan?

- ☐ (1) Taiwan Taoyuan International Airport   ☐ (2) Kaohsiung International Airport   ☐  
(3) Taipei Songshan Airport   ☐ (4) Keelung Harbor   ☐ (5) Kaohsiung Harbor  
☐ (6) Other (Please specify) \_\_\_\_\_

### B. Plan of the Trip

**B1.** Did you stay in **Taipei** this time?

- ☐ (a) No. (End of interview)  
☐ (b) Yes,

How many days\_\_\_\_\_, nights\_\_\_\_\_ did you stay in **Taipei City**?

What's the purpose of visiting **Taipei** ? (**A** for main purpose, **B** for second purpose)

- ☐ (1) Sightseeing   ☐ (2) Business   ☐ (3) International Conference or Exhibition  
☐ (4) Visiting friends or relatives   ☐ (5) Study   ☐ (6) Medical purpose  
☐ (7) Other (Please specify) \_\_\_\_\_

**(If your answer is “(2)” or “(3)”, continue. Otherwise, go to B3.)**

**B2.** Did you spend your free time sightseeing during your visit in **Taipei city** ?

- ☐ (a) Yes. If so, how much time did you spend on **Taipei sightseeing** besides business conference/exhibition?

- ☐ (1) 0.5 day   ☐ (2) 1 day   ☐ (3) 2 days   ☐ (4) 3 days   ☐ (5) 4 days   ☐ (6) More than 5 days



☐ (b) No. Why not? **go to B3 (Check all that apply)**

- ☐ (1) Local office/sponsor did not arrange for me. ☐ (2) Lack of time  
☐ (3) Lack of tourist information ☐ (4) Not easy to buy tour packages  
☐ (5) Not interested ☐ (6) Other (Please specify) \_\_\_\_\_

B3. Did you browse on the Internet about tourist information of **Taipei** before you came to Taipei?

(1) Yes. Website: \_\_\_\_\_ (2) No

B4. How many times have you come to **Taipei** in the past 3 years (including this time)? \_\_\_\_\_

B5. How many days did you spend on planning for this trip to Taiwan?  
\_\_\_\_\_ days before.

B6. Is there anyone accompanying you on this trip? ☐ (1) Yes ☐ (2) No (Go to B8.)

B7. The people who are accompanying you are: (Check all that apply)

- ☐ (1) Spouse ☐ (2) Children ☐ (3) Parents ☐ (4) Relatives ☐ (5) Colleagues  
☐ (6) Friends ☐ (7) Other \_\_\_\_\_

B8. What are the factors attracting you to have a sightseeing in **Taipei**? (Check all that apply)

- ☐ (1) Scenery ☐ (2) Convenient transportation (within Taipei) ☐ (3) Customs and culture  
☐ (4) Foods ☐ (5) Pleasant Weather ☐ (6) Night life ☐ (7) Recreational facilities/places  
☐ (8) Historic cultural relics ☐ (9) Beauty and health care ☐ (10) Shopping  
☐ (11) Good public order ☐ (12) Art show/Festival activities ☐ (13) Corporate travel  
☐ (14) Conference/exhibition ☐ (15) Geographical convenience ☐ (16) Others \_\_\_\_\_

### C. Tourist Behavior

C1. Check the activities you have attended during your stay in **Taipei** (Check all that apply)

- ☐ (1) City tour ☐ (2) Hot spring ☐ (3) Shopping ☐ (4) Wedding/salon photo shooting  
☐ (5) Skin care/manicure ☐ (6) Night market shopping ☐ (7) Karaoke/K.T.V.  
☐ (8) Pubs/night clubs ☐ (9) Health/Beauty medical ☐ (10) Art show/ Local festival activities  
☐ (11) Massage/SPA/ sauna ☐ (12) Historic relics/Cultural relic visiting ☐ (13) Others \_\_\_\_\_

C2.1 What tourist (scenic) spots in **Taipei** have you visited on this trip? (Check all that apply)

- ☐ (1) Taipei 101 ☐ (2) National Palace Museum ☐ (3) Night market ☐ (4) Ximending  
☐ (5) Chiang Kai-shek Memorial Hall ☐ (6) Sun Yat-sen Memorial Hall  
☐ (7) Beitou hot spring area ☐ (8) Yangmingshan ☐ (9) Shihlin Presidential Residence  
☐ (10) Longshan Temple ☐ (11) Riverside Park  
☐ (12) Dadaocheng (Xia-Hai City God Temple, Dihua Street) ☐ (13) Others \_\_\_\_\_

C2.2. Your favorite tourist spot is: \_\_\_\_\_ Why? \_\_\_\_\_

C2.3. Your least favorite tourist spot is: \_\_\_\_\_ Reason: **(Check all that apply)**

- ☐ (1) Poor scenery ☐ (2) Poor recreational facilities ☐ (3) Poor environment  
☐ (4) Inconvenient transportation ☐ (5) Other (please specify) \_\_\_\_\_

C3. Where did you stay during this visit in **Taipei City**? **(Check all that apply)**

- ☐ (1) Did not stay (Lodge) in **Taipei** ☐ (2) Hotels -- Hotel name : \_\_\_\_\_  
☐ (3) Youth hostel/community center , Name : \_\_\_\_\_  
☐ (4) House of relatives or friends ☐ (5) Dormitory ☐ (6) Rental apartments  
☐ (7) Temple, seminary, or church ☐ (8) Others (please specify) \_\_\_\_\_

C4. Which part of **Taipei City** has given you the most impression? **(Check all that apply)**

- ☐ (1) Gourmet food ☐ (2) Living function ☐ (3) Hot springs ☐ (4) Civic literacy  
☐ (5) Transportation ☐ (6) Bicycles ☐ (7) Historic relics/Cultural relic  
☐ (8) Night markets ☐ (9) 24-hour book stores ☐ (10) Streets/city looks  
☐ (11) Hospitality ☐ (12) Customs and culture ☐ (13) City that never sleeps  
☐ (14) Local specialty products ☐ (15) Health/beauty care  
☐ (16) Art shows/ Festival activities (Please specify) \_\_\_\_\_  
☐ (17) Tourist spots (Please specify) \_\_\_\_\_  
☐ (18) Others (Please specify) \_\_\_\_\_

D5. What kind of transportation have you taken during the trip in **Taipei**? (Check all that apply)

- ☐ (1) Bus ☐ (2) Mass Rapid Transportation (MRT) ☐ (3) Bicycle ☐ (4) Taxi  
☐ (5) Motorcycle ☐ (5) Tour Bus ☐ (7) other \_\_\_\_\_

## **D. Expenditure Behavior**

D1. How did you arrange this trip to Taiwan?

- ☐ (1) Group tour arranged by a travel agency. (Join in a tour group)  
☐ (2) Individual tour arranged by a travel agency. (e.g. exchange program, school holiday trip, incentive travel, family or friend tour group, etc.)  
☐ (3) Accommodations (and ticket booking) arranged through a travel agency.  
☐ (4) Arranged by an "Inviting organization/unit".  
☐ (5) On your own arrangements.

D2. How much in total did you spend in **Taipei** ? \_\_\_\_ (Type of currency : \_\_\_\_ )

D3. How did you spend your money ? ( Continued )

1. **Spending inside hotel** \_\_\_\_\_ dollars \_\_\_\_\_ person(s)

1.1 Does it cover hotel accommodation fare?

- ☐ (1) Yes  
☐ (2) No,  
☐ (1) It's already covered in the group fare.  
☐ (2) Other \_\_\_\_\_

2. Meals outside hotel \_\_\_\_\_dollars \_\_\_\_\_person(s)  
 3. Local transportation fee\_\_\_\_\_dollars \_\_\_\_\_person(s)  
 4. Entertainment fee \_\_\_\_\_dollars \_\_\_\_\_person(s)  
 5. Miscellaneous expenses\_\_\_\_\_dollars \_\_\_\_\_person(s)

6.\*\* Shopping \*\* \_\_\_\_\_dollars \_\_\_\_\_person(s)



- (1) Clothes or accessories (bag 、 shoes 、 watch) \_\_\_\_\_dollars  
 (2) Jewelry/jade article\_\_\_\_\_dollars  
 (3) Souvenirs/handicraft products\_\_\_\_\_dollars  
 (4) Cosmetics or perfumes\_\_\_\_\_dollars  
 (5) Local (Taiwan) specialty products\_\_\_\_\_dollars

--The products are (Check all that apply)

- ☐ (1) Pineapple cakes ☐ (2) Mung bean (Gram) cakes ☐ (3) Nougat  
☐ (4) Pork/Beef jerky ☐ (5) Others \_\_\_\_\_

- (6) Tobacco/alcohol\_\_\_\_\_dollars  
 (7) Chinese medicine/healthy food\_\_\_\_\_dollars  
 (8) 3C/electric appliances\_\_\_\_\_dollars  
 (9) Tea\_\_\_\_\_dollars  
 (10) Others\_\_\_\_\_dollars Please specify : \_\_\_\_\_

## E. Satisfaction

E1. How is your traveling experience in Taipei? Please **check** your answer.

|                                 | (1)<br>Strongly<br>satisfied | (2)<br>Satisfied | (3)<br>Neutral | (4)<br>Dissatisfied | (5)<br>Strongly<br>dissatisfied |
|---------------------------------|------------------------------|------------------|----------------|---------------------|---------------------------------|
| E1.1 Transportation convenience |                              |                  |                |                     |                                 |
| E1.2 Accommodation              |                              |                  |                |                     |                                 |
| E1.3 Consumption experiences    |                              |                  |                |                     |                                 |
| E1.4 Experiences as a whole     |                              |                  |                |                     |                                 |

E1.5 According to the experiences mentioned above, the reasons why you feel dissatisfied/strong dissatisfied : \_\_\_\_\_

E2 Will you visit **Taipei City** again?

☐ (1) Yes. Main reason:

- ☐ (1) Sightseeing ☐ (2) Business ☐ (3) Attending conferences/exhibits  
☐ (4) Visiting friends/relatives ☐ (5) Study ☐ (6) Medical ☐ (7) Others ,

please specify\_\_\_\_\_

☐ (2) No. Why not? \_\_\_\_\_

## F. Personal Information

F1. Age: ☐ (1) 12 to under 20 ☐ (2) 20 to under 30 ☐ (3) 30 to under 40 ☐ (4) 40 to under 50 ☐ (5) 50 to under 60 ☐ (6) 60 to under 70 ☐ (7) Older than 70

F2. Annual income: (converted to US dollar)

☐ (1) Under 10,000 ☐ (2) 10,000-19,999 ☐ (3) 20,000-29,999 ☐ (4) 30,000-39,999  
☐ (5) 40,000-49,999 ☐ (6) 50,000-59,999 ☐ (7) 60,000-69,999 ☐ (8) 70,000-79,999  
☐ (9) 80,000-89,999 ☐ (10) 90,000-99,999 ☐ (11) more than 100,000 ☐ (12) No fixed income

F3. Education:

☐ (1) Primary school ☐ (2) Junior high/senior high/vocational high school  
☐ (3) College/university ☐ (4) graduate school or higher ☐ (5) Others \_\_\_\_\_

F4. Occupation:

☐ (1) Farmer in Agricultural/Forestry/Fishery/Farming ☐ (2) Manufacturing  
☐ (3) Construction ☐ (4) Industries in the Mining/Quarrying/Electricity/Gas/Water  
supplier/Remediation Services ☐ (5) Wholesaler/Retailer ☐ (6)  
Accommodation/Catering industry ☐ (7) Information/Communication industry  
☐ (8) Finance/Insurance ☐ (9) Industries in the Public administration/Defense/Education  
☐ (10) Medical Care/Social Work ☐ (11) Art/Entertainment/Leisure Services  
☐ (12) Other Service Industries ☐ (13) Jobless ☐ (14) Student  
☐ (15) Retired ☐ (16) Others \_\_\_\_\_

F5. Gender: ☐ (1) Male ☐ (2) Female

F6. Religion : ☐ (1) Buddhism ☐ (2) Christian ☐ (3) Catholic ☐ (4) Taoism  
☐ (5) Islam ☐ (6) Other \_\_\_\_\_

**Other suggestions:**

**Your opinions/comments for Taipei**

---

---

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

G. Taipei Muslim Tourism Friendly Environment Survey

G1. Restaurant, Eating

G1.1 Is it easy to find a restaurant that is certified halal food **in Taipei**?

☐ (1) very easy ☐ (2) easy ☐ (3) neutral ☐ (4) uneasy ☐ (5) very uneasy

G1.2. Do you feel assured eating at a Halal restaurant **in Taipei**?

☐ (1) very assured ☐ (2) assured ☐ (3) neutral ☐ (4) unassured ☐ (5) very unassured

G1.2-1 If not assured, reasons: _____

G1.3. What are your preferences of Halal food? _____

G2. Worship space (Prayer room)

G2.1. Does it take you much time to find worship space (prayer room)

☐ (1) quite some time ☐ (2) some time ☐ (3) moderate time

☐ (4) not much time ☐ (5) very little time

G2.2. Did you ever use prayer room in Taipei? (check all that apply)

☐ (1) Attractions in Taipei ☐ (2) Hotel ☐ (3) Airport ☐ (4) Restaurant

☐ (5) Mosque ☐ (6) never use , Why ? _____

G3. Friendly Muslim Environment

G3.1. What elements do you consider friendly tour environment for Muslims?

G3.2 What's your opinions or suggestions for current Muslim tour environment **in Taipei**?

Other suggestions

| | |
|---|---|
| 承認機関：会計と統計局
承認されたテキスト：臺北の見通しは言葉を送った10231262100号
施行日：105年01月01日へ12月31日
有効期間：106年6月30日 | 1. 完全なレポートをお願いします
2. あなたの情報は、観光政策決定のために臺北の政府によってのみ使用され、そうでなければ使用されません。 |
|---|---|

臺北市観光伝播局 2016年訪台外国人旅行者の臺北市における消費動向調査

旅行者の皆様：

この度、臺北市観光伝播局では、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、お客様を対象に「アンケート調査」を行っております。お客様からのご意見ご要望が大変貴重な資料となります。ご多忙のところお手数をおかけしますが、ぜひともご協力くださいますようお願い申し上げます。臺北市観光伝播局

アンケート実施日：____月____日

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：

- ☐ (1) 日本 ☐ (2) 中国 ☐ (3) ホンコン/マカオ ☐ (4) シンガポール
☐ (5) 韓国 ☐ (6) マレーシア ☐ (7) アジアの他の諸国 _____
☐ (8) アメリカ ☐ (9) カナダ ☐ (10) イギリス ☐ (11) フランス
☐ (12) ドイツ ☐ (13) ヨーロッパの他の諸国 _____
☐ (15) オーストラリア/ニュージーランド ☐ 他の地域 _____

A3. 居住地：

- ☐ (1) 日本 ☐ (2) 中国 ☐ (3) ホンコン/マカオ ☐ (4) シンガポール
☐ (5) 韓国 ☐ (6) マレーシア ☐ (7) アジアの他の諸国 _____
☐ (8) アメリカ ☐ (9) カナダ ☐ (10) イギリス ☐ (11) フランス
☐ (12) ドイツ ☐ (13) ヨーロッパの他の諸国 _____
☐ (15) オーストラリア/ニュージーランド ☐ 他の地域 _____

A4. 台湾のどこから入国なさいましたか。

- ☐ (1) 台湾桃園国際空港 ☐ (2) 高雄国際空港 ☐ (3) 臺北松山国際空港
☐ (4) 基隆港 ☐ (5) 高雄港 ☐ (6) その他 _____

B. 旅行プランについて

B1. この度は臺北市に滞在していましたか。

☐ いいえ。

☐ はい。(続き)

今回、臺北市での滞在は____泊____日です。

目的は何ですか。(メイン目的をAで、サブ目的をBで記入してください。)

- ☐ (1) 観光 ☐ (2) ビジネス ☐ (3) 国際会議業務 ☐ (4) 親友訪問
☐ (5) 留学 ☐ (6) 医療 ☐ (7) その他 _____

【ビジネス、或いは国際会議業務をお選びの方は、B2.へ。その他はB3.の欄へ進んでください。】

B2.1. ビジネス、国際会議のついでに観光はされましたか。

☐ 1. はい。観光にどのくらいの時間をかかりましたか。

- ☐ (1) 半日 ☐ (2) 一日 ☐ (3) 二日 ☐ (4) 三日 ☐ (5) 四日 ☐ (6) 五日以上

- ☐2. いいえ。その理由は（複数選択）
☐ (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. 来台前にインターネット上で臺北市の観光資料を調べましたか。
☐ (1)はい(関連サイト: _____) ☐ (2)いいえ
- B4. この三年間で何回台湾にいらっしゃいましたか。(今回を含む) _____ 回
- B5. 今回の台湾旅行は、いつ頃より計画されましたか。 _____ 日前より
- B6. 今回の台湾旅行には、同伴者がいらっしゃいますか。
☐ (1)はい(次の質問へ) ☐ (2)いいえ(B8へ)
- B7. 同伴者は。(複数選択可)
☐ (1)配偶者 ☐ (2)子供 ☐ (3)両親 ☐ (4)親戚 ☐ (5)同僚 ☐ (6)友達
☐ (7) その他 _____
- B8. 臺北市を今回の観光地に選んだ理由は次のどれですか。(複数選択)
☐ (1)きれいな景色 ☐ (2)交通が便利(臺北市内) ☐ (3)民俗と文化
☐ (4)グルメ ☐ (5)気候 ☐ (6)夜遊び ☐ (7)レジャー施設
☐ (8)歴史と文化 ☐ (9)美容整形 ☐ (10)ショッピング ☐ (11)治安のよさ
☐ (12)文芸鑑賞、フェスティバル ☐ (13)会社の手配 ☐ (14)会議展覧会
☐ (15)居住地から距離が近い ☐ (16)その他 _____
- C. 旅行の内容について**
- C1. 臺北市の滞在期間にどのような活動をしましたか。(複数選択)
☐ (1)市内観光 ☐ (2)温泉 ☐ (3)ショッピング
☐ (4)変身写真館 ☐ (5)エステ、ネイルアート ☐ (6)夜市散策
☐ (7)カラオケ ☐ (8)ナイトクラブ、PUB ☐ (9)美容整形医療
☐ (10)芸文イベント、フェスティバル ☐ (11)マッサージ、SPA、サウナ
☐ (12)古跡巡り ☐ (13)その他 _____
- C2.1. 今回の滞在期間中、臺北市のどちらへお出かけになりましたか。(複数選択)
☐ (1)台北101 ☐ (2)故宮博物院 ☐ (3)夜市 ☐ (4)西門町
☐ (5)蒋介石記念堂 ☐ (6)孫文記念堂 ☐ (7)北投温泉 ☐ (8)陽明山
☐ (9)士林官邸 ☐ (10)竜山寺 ☐ (11)川沿い公園
☐ (12)大稻埕(霞海城隍廟、迪化街など) ☐ (13)その他 _____
- C2.2. その中で一番良かったと思う所はどこですか。 _____
理由 _____
- C2.3. また、一番良くなかったと思う所はどこですか。 _____
その理由(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った
☐ (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 _____
- C3. 臺北市の滞在期間中に宿泊先はどちらですか。(複数選択)
☐ (1)臺北市に泊まっていなかった
☐ (2)ホテル--主に利用したホテル名称: _____
☐ (3)ユースホステル、公共宿泊施設----主に利用した名称: _____
☐ (4)親類、友人の家 ☐ (5)寮 ☐ (6)貸家 ☐ (7)お寺(修道院、教会)
☐ (8)その他 _____
- C4. 今回の臺北市訪問で最も印象的なのは何ですか。(複数選択)
☐ (1)グルメ ☐ (2)生活機能 ☐ (3)温泉
☐ (4)市民はマナーがいい ☐ (5)交通が便利 ☐ (6)サイクリング
☐ (7)古跡、文化遺産 ☐ (8)夜市散策 ☐ (9)24時間営業の本屋
☐ (10)街の魅力 ☐ (11)温かい人情 ☐ (12)民俗、文化

- ☐ (13)不夜城の都会
 ☐ (14)地方の特産品
 ☐ (15)エステ、美容整形
☐ (16) 芸文イベント、フェスティバル
☐ (17)人気スポット
☐ (18)その他

C5. 今回臺北市内ではどのような交通機関を利用していましたか。

- ☐ (1)バス
 ☐ (2)M R T
 ☐ (3)自転車
 ☐ (4)タクシー
 ☐ (5)バイク
☐ (6)観光バス
 ☐ (7)その他

D. 消費の内容について

D1. どのようなプランで台湾に来られましたか。

- ☐ (1)旅行会社のパッケージツアーに参加した。
☐ (2)旅行者の依頼に基づいて旅行会社の団体旅行(例：交流訪問、修学旅行、慰安旅行、親類、友人達との旅行など)に参加した。
☐ (3)旅行会社に航空券とホテルの予約をお願いした。
☐ (4)招待する相手の手配。
☐ (5)自分でプランをたてた。

D2. 臺北市の滞在期間中に、合計いくらお使いになりましたか。総額 (通貨別) (C3の部分を除く)

D3. その費用の内訳は次のように分けます。

1. ホテル内での諸経費 元(%) 人

1.1 ホテルの宿泊費を含めていますか。

- ☐ (1)はい。
☐ (2)いいえ。理由は：
☐ (1)旅行会社の費用に含めています。
☐ (2)その他

2. ホテル外の飲食代 元(%) 人

3. 臺北市内の交通費 元(%) 人

4. 娯楽費 元(%) 人

5. 雑費 元(%) 人

6. 買い物代 元(%) 人

(1) 服飾または関連商品 (例：かばん、靴、時計など) 元 (%)

(2) 宝石、玉器など 元(%)

(3) 記念品、工芸品など 元(%)

(4) 化粧品、香水など 元(%)

(5) お土産、特産品など 元(%)

臺北市の滞在期間どのようなお土産を買いましたか。(複数選択)

- ☐ ①バイナップルケーキ
 ☐ ②緑豆ケーキ
 ☐ ③ヌガー
 ☐ ④ビーフジャーギー
☐ ⑤その他

(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、家庭用電気製品 元(%)

(9) お茶 元(%)

(10) その他 元(%)

E. 満足度

E1. 今回の臺北市内の観光について、ご感想をうかがいます。

E1.1. 交通の便利さ ☐ (1)非常に満足 ☐ (2)満足 ☐ (3)普通 ☐ (4)不満足 ☐ (5)非常に不満足

- E1.2.宿泊 ☐ (1)非常に満足☐ (2)満足☐ (3)普通☐ (4)不満足☐ (5)非常に不満足
 E1.3.ショッピング☐ (1)非常に満足☐ (2)満足☐ (3)普通☐ (4)不満足☐ (5)非常に不満足
 E1.4.全体の体験 ☐ (1)非常に満足☐ (2)満足☐ (3)普通☐ (4)不満足☐ (5)非常に不満足
 E1.5.上の感想について、不満足や非常に不満足の理由は _____

E2.次回また臺北市にいらっしゃいますか。

☐ (1)はい、その理由は：

- ☐ ①観光 ☐ ②ビジネス☐ ③国際会議業務☐ ④親友訪問☐ ⑤留学☐ ⑥医療
☐ ⑦その他 _____

☐ (2)いいえ、その理由： _____

F. 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。

F1. 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)66-69 歳☐ (8)70 歳以上☐ (99)答えなし

F2. 年収：

- ☐ (1)10,000 USドル以下☐ (2)10,000-19,999 USドル☐ (3)20,000-29,999 USドル
☐ (4)30,000-39,999 USドル☐ (5)40,000-49,999USドル☐ (6)50,0000-59,999USドル
☐ (7)60,000-69,999 USドル☐ (8) 70,000-79,999USドル☐ (9) 80,000-89,999USドル
☐ (10)90,000-99,999 USドル☐ (11) 100,000 USドル以上☐ (12)固定収入なし
☐ (99)答えなし

F3. 最終学歴：☐ (1)小学校☐ (2)中学・高校(専門学校も含む) ☐ (3)大学以上(短大も含む) ☐ (4)大学院☐ (5)その他 _____ ☐ (99)答えなし

F4. 職業：

- ☐ (1)農林水産牧畜業者 ☐ (2)製造業 ☐ (3)技術員、技術アシスタント
☐ (4)他の工業(鉱業、電力、用水、汚染勢治など) ☐ (6)宿泊と飲食業
☐ (5)卸売、小売り ☐ (8)金融と保険
☐ (7)情報と通信 ☐ (10)医療保険と社会サービス業
☐ (9)公共事業、国防業、教育業 ☐ (12)その他のサービス業
☐ (11)芸術、レジャーのサービス業 ☐ (14)学生
☐ (13)専業主婦 ☐ (16)その他 _____
☐ (15)定年退職者

F5. 性別：☐ (1)男性☐ (2)女性

F6.ご信仰は：☐ (1)仏教 ☐ (2)クリスチャン ☐ (3)カトリック
☐ (4)道教 ☐ (5)イスラム教 ☐ (6)その他 _____

※ その他、台湾に対するご意見やご感想をご記入ください。

その他のご意見・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。

臺北市イスラム教徒のフレンドリーなツアーの環境調査

G1. レストラン、食物

G1.1 臺北の保証されたハラール食物であるレストランを見つけることは、簡単ですか。

☐ (1) 非常に簡単 ☐ (2) 簡単 ☐ (3) どちらでもありません

☐ (4) 簡単じゃありません ☐ (5) 全然簡単じゃありません

G1.2 あなたは安心して臺北のハラール・レストランで食べられますか。

☐ (1) 非常に安心 ☐ (2) 安心 ☐ (3) どちらでもありません

☐ (4) 安心じゃありません ☐ (5) 全然安心じゃありません

G1.2-1 安心じゃありませんなら、理由は：

G1.3. 貴方は好きなハラール 食物は何ですか。

G2. 崇拝スペース(祈り室)

G2.1 あなたは崇拝スペース(祈り室)を見つけることに多くの時間がかかりますか。

☐ (1) 随分かかります ☐ (2) 少しかかります ☐ (3) 長くも短くもありません

☐ (4) あまりかかりません ☐ (5) 全然かかりません

G2.2 臺北市の祈り室を利用することがありますか。(すべてをチェックしてください)

☐ (1) 観光スポット ☐ (2) ホテル ☐ (3) 空港 ☐ (4) レストラン

☐ (5) モスク ☐ (6) 決して使用しません、理由：

G3. イスラム教徒にフレンドリーな環境

G3.1. あなたは、イスラム教徒のためのフレンドリーなツアーの環境について、何が必要だと思いますか。

G3.2. 臺北市の現在のイスラム・ツアーの環境へ、ご意見またご提案。

他の提案、

| | |
|--|---|
| 승인 기관 : 회계 및 통계 국
승인 된 텍스트 : 타이페이의 전망은
말을 보냈다10231262100호수
시행일 : 103年01月01日~12月31日
유효 기간 : 104년 6 월 30 일 | 1. 전체 보고서를 부탁드립니다
2. 당신의 정보는 관광 정책 결정을 위해
타이페이의 정부에 의해서만 사용되며
그렇지 않으면 사용되지 않습니다. |
|--|---|

타이베이시 관광국

2014년 대만 방문 여행자 타이베이시내의 소비 및 동향 조사

방문객 여러분, 안녕하십니까.

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

타이베이시 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 : _____

- ☐1.일본 ☐2.중국 ☐3.홍콩.마카오 ☐4.싱가폴 ☐5.대한민국 ☐6.말레이시아
☐7.아시아기타국가_____ ☐8.미국 ☐9.캐나다 ☐10.영국 ☐11.프랑스
☐12.독일 ☐13.유럽기타국가_____ ☐14.뉴질랜드.호주
☐15.기타국가_____

A3. 거주지 : _____

- ☐1.일본 ☐2.중국 ☐3.홍콩.마카오 ☐4.싱가폴 ☐5.대한민국 ☐6.말레이시아
☐7.아시아기타국가_____ ☐8.미국 ☐9.캐나다 ☐10.영국 ☐11.프랑스
☐12.독일 ☐13.유럽기타국가_____ ☐14.뉴질랜드.호주
☐15.기타국가_____

A4. 어디를 통해서 입국하셨습니다?

- ☐ (1)타오위엔(도원,桃園) 국제공항 ☐ (2)까오슝(고웅, 高雄)공항
☐ (3)송산(송산,松山)공항
☐ (4)지룽(기룽, 基隆)항구 ☐ (5)까오슝(고웅, 高雄)항구
☐ (6)기타_____

B. 여행 결정 요인

B1. 귀하께서는 타이베이시에서 체류중이십니까?

☐ 아니요(조사끝)

☐ 예, 이번에 타이베이시내에 체류 기간은 _____ 박 _____ 일입니다.

이번 대만 방문 목적은 무엇입니까? (주요 목적은 A로, 부차 목적은 B로 표시합니다.)

- ☐ (1)관광 ☐ (2)업무 ☐ (3)국제회의, 전람회
☐ (4)친척, 친구 방문 ☐ (5)학업 ☐ (6)기타_____

B2. 업무 외 시간을 이용해서 타이베이시에서 여행하셨습니까?

☐A. 예, 얼마간의 시간을 여행하셨습니까?

☐ (1)반나절 ☐ (2)1일 ☐ (3)2일 ☐ (4)3일 ☐ (5)4일 ☐ (6)5일 이상

☐2. 아니오, 이유는? (복수 선택 가능)

☐ (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. 오시기 전 타이베이시에 관한 여행 정보를 인터넷에서 찾으셨습니까?

☐ (2)예. 웹사이트:_____

☐ (1)아니요.

B4. 최근 3년 간 대만에 몇 번 와 보셨습니까? (이번 포함) _____번

B5. 오시기 전 대만 여행 계획을 얼마 동안 짜셨습니까? _____일

B6. 이번 대만행에 동행자가 있으십니까?

☐ (1)있음. (다음 문항으로 계속) ☐ (2)없음 (B8.로 넘어갑니다.)

B7. 같이 오신 일행의 관계는? (복수 선택 가)

☐ (1)배우자 ☐ (2)자녀 ☐ (3)부모 ☐ (4)친척 ☐ (5)회사 동료 ☐ (6)친구

☐ (7)가타 _____

B8. 타이베이시에서 여행 관광하시려는 이유는 무엇입니까? (복수 선택 가)

☐ (1)경치 ☐ (2)편리한 교통 ☐ (3)풍속과 문화 ☐ (4)먹을거리 ☐ (5)좋은날씨

☐ (6)야간 관광지(야시장) ☐ (7)오락시설(유원지,동물원) ☐ (8)역사유물

☐ (9)건강의료 ☐ (10)길거리 쇼핑(구매) ☐ (11)안전한치안

☐ (12)문화예술공연

☐ (13)회사일정 ☐ (14)회의,전시회 ☐ (15)숙박지 근처

☐ (16)기타_____

C. 여행 동향

C1. 이번 타이베이시내에 계신 동안 체험하셨던 일은? (복수선택 가능)

☐ (1)시티투어

☐ (2)온천욕

☐ (3)쇼핑

☐ (4)결혼사진, 개인사진

☐ (5)피부,헤어,네일아트

☐ (6)야시장 구경

촬영

☐ (7)노래방

☐ (8)나이트 클럽술집

☐ (9)건강의료

☐ (10)전시회 구경

☐ (11)SPA시설,사우나

☐ (12)역사 고적지

☐ (13): 기타_____

C2.1. 이번 타이베이시에 계신 동안 어느 명소를 방문해 보셨습니까?

☐ (1)타이베이101 ☐ (2)고궁박물관 ☐ (3)야시장 구경 ☐ (4)시먼땡(시먼)

☐ (5)중정기념당 ☐ (6)국부기념관 ☐ (7)베이터우(北投)온천 ☐ (8)양밍산

☐ (9)쓰린관사 ☐ (10)용산사 ☐ (11)강변공원

☐ (12)따따오청 (하해성황묘, 디화제) ☐ (13) 기타:_____

C2.2. 가장 좋았던 명소는 어디니까? _____ 이유:_____

C2.3. 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 _____

C3. 이번 타이베이시에 계신 동안 숙박하셨던 곳은? (복수선택 가능)

- ☐ (1) 타이베이 시내안에 숙박을 안함 ☐ (2) 호텔 → 주요 숙박 시설명 : _____
☐ (2) 유스호스텔, 활동 센터 → 주요 숙박 시설명 : _____
☐ (4) 친척, 친구 집 ☐ (5) 기숙사 ☐ (6) 임대 ☐ (7) 사찰, 수도원, 교회
☐ (8) 기타 _____

C4. 이번 타이베이시 방문 경험에서 가장 인상 깊은 것은 무엇입니까? (복수 선택 가능)

- ☐ (1) 맛있는 음식 ☐ (2) 과일 ☐ (3) 온천욕
☐ (4) 시민 문화 ☐ (5) 편리한 교통 ☐ (6) 자전거
☐ (7) 역사 고적지 ☐ (8) 야시장 구경 ☐ (9) 24시간 서점
☐ (10) 길거리 볼거리 ☐ (11) 인간미 ☐ (12) 민속문화
☐ (13) 잠들지 않는 도시 ☐ (14) 지방특산 ☐ (15) 건강, 미용의료
☐ (19) 축제 이벤트 : _____
☐ (20) 관광명소 : _____
☐ (21) 기타 : _____

C5. 이번 타이베이 시내에 계신 동안 사용하셨던 교통 수단은? (복수 선택 가능)

- ☐ (1) 버스 ☐ (2) 전철 ☐ (3) 자전거 ☐ (4) 택시 ☐ (5) 오토바이 ☐ (6) 관광버스
☐ (7) 기타 _____

D. 소비 행위

D1. 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

D2. 타이베이시에 계신 동안 소비하신 총비용은? _____ 원 (화폐 _____)

D3. 위의 총비용 중 아래 항목이 차지한 비율은? (흑은 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

--이번에 타이베이시에 계신 동안 구매하셨던 특산품? (복수 선택 가)

- ☐ (1) 파인애플 케이크 ☐ (2) 녹두 케이크 ☐ (3) 차잎 ☐ (4) 육포
☐ (5) 기타 _____ ☐ (6) 담배 또는 주류 _____ 원
☐ (7) 한약, 건강식품 _____ 원 ☐ (8) 전자 전기 용품 _____ 원
☐ (9) 차잎 _____ 원 ☐ (10) 기타 _____ 원

E. 만족도

E1. 이번 타이베이시 여행에 만족합니까?

E1.1. 교통 편리성 ☐ (1)매우만족 ☐ (2)만족 ☐ (3)보통 ☐ (4)불만족 ☐ (5)매우불만족

E1.2. 숙박시설 ☐ (1)매우만족 ☐ (2)만족 ☐ (3)보통 ☐ (4)불만족 ☐ (5)매우불만족

E1.3. 소비경험 ☐ (1)매우만족 ☐ (2)만족 ☐ (3)보통 ☐ (4)불만족 ☐ (5)매우불만족

E1.4. 전체경험 ☐ (1)매우만족 ☐ (2)만족 ☐ (3)보통 ☐ (4)불만족 ☐ (5)매우불만족

E1.5. (위)의경험을 토대로,왜 불만족인지를 원인을쓰시오.

E2. 타이베이시에 또 오실 생각이 있습니까?

☐ (1)예, 주요원인:

☐ 1. 관광 ☐ 2. 업무 ☐ 3. 국제회의, 전람회 ☐ 4. 부모, 친구방문 ☐ 5. 학업 ☐ 6. 의료
☐ 7. 기타 _____

☐ (2)아니요, 이유? _____

F. 방문 여행자 자료

F1. 나이 : ☐ (1)12-19세 ☐ (2)20-29세 ☐ (3)30-39세 ☐ (4)40-49세

☐ (5)50-59 세 ☐ (6)60-70 세 ☐ (7) 70 세 이상

F2. 귀하의 1년 수입을 달러로 환산하면 대략 얼마 정도가 되십니까?

☐ (1)\$10,000 미불 이하 ☐ (2)\$10,000-19,999 미불 ☐ (3)\$20,000-29,999 미불

☐ (4)\$30,000-39,999 미불 ☐ (5)\$40,000-49,999 미불 ☐ (6)\$50,000-59,999 미불

☐ (7)\$60,000-69,999 미불 ☐ (8)\$70,000-79,999 미불 ☐ (9)\$80,000-89,999 미불

☐ (10)\$90,000-99,999 미불 ☐ (11)\$100,000 미불 이상 ☐ (12)정해진 수입 없음

F3. 최고학력 :

☐ (1)초등학교 재학/졸업 ☐ (2)중, 고등학교 재학/졸업

☐ (3)전문대, 대학교 재학/졸업 ☐ (4)대학원 재학/졸업 ☐ (4)기타 _____

F4. 직업별

☐ (1) 농업, 임업, 어업 및 축산업 ☐ (2) 제조 ☐ (3) 건설업

☐ (4) (광산물, 전기 및 연료 산소 공급 산업, 급수 및 치료 서비스 포함) 기타
업계 ☐ (5) 도매 및 소매업 ☐ (6) 숙박 시설 및 식품 서비스

☐ (7) 정보 통신 ☐ (8) 금융 및 보험

☐ (9) 공공 행정 및 국방 산업과 교육 서비스

☐ (10) 보건 및 사회 복지 서비스 ☐ (11) 예술, 엔터테인먼트 및 레크리에이션

☐ (12) 기타 서비스 ☐ (13) 주택 관리 ☐ (14) 학생

☐ (15) 퇴직자의 ☐ (16) 기타 _____

F5. 성별 : ☐ (1)남성 ☐ (2)여성

F6.※ 기타기록 : (방문원은 여행객의 가장 만족했던 점과 불만족했던 점, 그리고
기타의견을 기록해 주십시오.)

기타 : _____

~조사에 응해주셔서 감사합니다,좋은여행 되시길바랍니다~

A. 식당·음식

A1 타이베이시에 할라 (Halal) 인증 식당의수에 만족하십니까?

☐1. 매우만족 ☐2. 만족 ☐3. 보통 ☐4. 불만족 ☐5. 매우불만족

A2 타이베이시에있는 할라음식점에서 마음편히식사를하십니까?

☐1. 매우만족 ☐2. 만족 ☐3. 보통 ☐4. 불만족 ☐5. 매우불만족

A2-1 무엇때문에 맘편히식사를못하시지는지?

A3 당신이 편애하는할라음식은?

B. 예약공간(기도실)

B1 당신은 타이베이시에서 얼마나 많은시간을써

예약공간을찾으셨습니까?(기도실)

☐1.매우많은시간 ☐2.많은시간 ☐3.보통 ☐4.적은시간 ☐5.매우적은시간

B2 예전에 타이베이시에서 아래 어떤곳에서예배를해봤는가?

1.☐리조트 2.☐호텔 3.☐공항 4.☐식당 5.☐이슬람 사원

6.☐사용하지않음, 원인은? _____

C. 좋은환경

C1.당신이생각하기에 좋은 무슬림여행을위해 무엇이포함돼어야하나?

C2.지금 타이베이시 무슬림여행환경계획에 건의할꺼는?

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 1】

受訪旅客消費金額之估算係以美元為計算單位，將總消費金額除以共同消費人數及停留夜數，即為每人每日總消費金額 $X(\text{美元})$ 。將每人每日總消費金額取 $\lambda=0.134912$ 次方轉換，再以截尾平均數(Trimmed mean)方法，估算平均每人每日總消費，其估算公式如下：

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

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

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， $Y(1) \leq Y(2) \leq \cdots \leq Y(n)$ 。

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

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 1】* : Lee, R.F. and Huang, D.Y. (2003). On some data oriented robust estimation procedures for means. Journal of Applied Statistics, 30(6), 625-634.

二、平均每人每日各細項消費金額之估算

1. 計算全部人次在旅館內、旅館外、交通費、娛樂費、雜費、購物費之消費金

額總計： 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 總 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. 計算各分項金額所占之比率： $p_i = \frac{S_i}{S}$ ， $i=1,2,\dots,6$ 。

| | 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 占 之 比 率 | p_1 | p_2 | p_3 | p_4 | p_5 | p_6 |

4. 計算所得之平均每人每日消費金額(m)依比率分攤至各細項：

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

| | 受訪旅客來臺消費項目 | | | | | | 總計 |
|---------|------------|------------|-------------|-------|-------|-------|---------|
| | 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 率 | p_1 | p_2 | p_3 | p_4 | p_5 | p_6 | 100.00% |

三、臺北市觀光外匯收入之估算

105 年來臺旅客在臺北市消費金額(臺北市觀光外匯收入)估算公式如下：

$$\begin{aligned} & \text{來臺旅客在臺北市消費金額} \\ &= (\text{來臺旅客在臺北市平均每人每日消費金額}) \\ &\times (\text{來臺旅客在臺北市平均停留天數}) \\ &\times (\text{來臺旅客到訪臺北市的樣本比率}) \\ &\times (\text{到訪臺北市之來臺旅客人次}) \dots\dots (3) \end{aligned}$$

在式(3)中，除「到訪臺北市之來臺旅客人次」係根據交通觀光局之「觀光統計(月報)」計算而得外，其餘項目係由本調查資料計算而得。

附件三、估計樣本數配置與實際抽樣人數

附表 每季各月份估計樣本數配置與實際抽樣人數

| 期間 | | 各月抽樣
人數比率
(%) | 調查樣本配置(份) | | | | 105 年各
月人數比
率(%) ^(*) |
|-------------|------|---------------------|-----------------|-----------------|--------------|--------------|---------------------------------------|
| | | 104 年 | 總計 | 臺灣桃園
國際機場 | 臺北松山
國際機場 | 高雄
國際機場 | |
| 總 計 | | 100 | 3,600
(3600) | 2,905
(2918) | 336
(333) | 359
(349) | 100 |
| 第
一
季 | 1 月 | 7.21 | 259
(228) | 209
(179) | 24
(23) | 26
(26) | 8.10 |
| | 2 月 | 7.83 | 282
(253) | 228
(200) | 26
(19) | 28
(34) | 8.61 |
| | 3 月 | 8.25 | 297
(357) | 239
(297) | 28
(31) | 30
(29) | 9.68 |
| 第
二
季 | 4 月 | 8.51 | 306
(306) | 247
(247) | 28
(27) | 31
(32) | 8.52 |
| | 5 月 | 8.30 | 299
(299) | 241
(246) | 28
(25) | 30
(28) | 8.26 |
| | 6 月 | 7.66 | 276
(276) | 223
(223) | 26
(24) | 27
(29) | 7.65 |
| 第
三
季 | 7 月 | 7.98 | 287
(287) | 232
(237) | 27
(24) | 28
(26) | 7.94 |
| | 8 月 | 8.57 | 308
(309) | 248
(247) | 29
(32) | 31
(30) | 8.08 |
| | 9 月 | 8.02 | 289
(289) | 233
(230) | 27
(30) | 29
(29) | 7.22 |
| 第
四
季 | 10 月 | 8.88 | 320
(320) | 258
(260) | 30
(31) | 32
(29) | 7.91 |
| | 11 月 | 9.00 | 324
(325) | 262
(266) | 30
(32) | 32
(27) | 8.34 |
| | 12 月 | 9.80 | 353
(351) | 285
(286) | 33
(35) | 35
(30) | 9.70 |

資料來源：中華民國內政部移民署全球資訊網、交通部觀光局

說 明：1.各月份的樣本配置以符合母體之居住地、來臺主要目的、性別、年齡等變數結構比例為原則抽取

2. 中華民國 104 年臺灣桃園國際機場、臺北松山國際機場及高雄國際機場入境人口比例為 80.7：9.3：10.0

3.括號內數值表示 2016 年各月份的調查實際樣本數

4. (*)增列 105 年各月人數比率，以提供參考比較

附件四、受訪旅客的開放式意見

一、受訪旅客曾瀏覽有關臺北市旅遊資訊的網站

表1顯示，105年到訪臺北市的旅客3,600人中，曾瀏覽有關臺北市旅遊資訊的網站排名依序為GOOGLE (占6.67%)、百度 (占5.67%)、螞蜂窩(占2.78%)、Naver (占1.78%)、trip advisor (占1.72%)等。

表 1 105 年受訪旅客曾瀏覽有關臺北市的旅遊資訊的網站

| 名次 | 網站 | 人次 | 百分比 |
|----|----------------|-----|-------|
| 1 | GOOGL | 240 | 6.67% |
| 2 | 百度 | 204 | 5.67% |
| 3 | 螞蜂窩 | 100 | 2.78% |
| 4 | Naver | 64 | 1.78% |
| 5 | trip advisor | 62 | 1.72% |
| 6 | Taipei navi | 48 | 1.33% |
| 7 | 臺灣旅遊觀光局/臺灣相關官網 | 44 | 1.22% |
| 8 | blog | 38 | 1.06% |
| 9 | 攜程旅遊網 | 33 | 0.92% |
| 10 | yahoo | 23 | 0.64% |

二、吸引受訪旅客這次來臺北市觀光的其他原因

整理吸引受訪旅客這次來臺北市觀光的其他原因之開放式回答資料，結果如表2所示，其他原因包括：探訪朋友(占1.53%)、購物消費/景點 (占1.39%)、文化交流/學習 (占0.89%)、其他(占0.89%)以及人民親切友善等原因(占0.78%)。

表 2 105 年吸引受訪旅客這次來臺北市觀光的其他原因

| 名次 | 其他原因 | 人次 | 百分比 |
|----|--|----|-------|
| 1 | 探訪朋友
例如：探親友，參加朋友婚禮 | 55 | 1.53% |
| 2 | 購物消費/景點
例如：溫泉，按摩，拍婚紗，旅遊觀光，食物，夜市等，
醫療護膚 | 50 | 1.39% |
| 3 | 文化交流/學習
例如：音樂會，交流學習，研討會，喜歡臺灣文化 | 32 | 0.89% |
| 4 | 其他
例如：來看看，機票便宜、轉機、護膚等 | 32 | 0.89% |
| 5 | 人民親切友善
例如：人民互動和禮貌都很好友善，服務好，語言(日語、
中文)可以溝通、好臺北 | 28 | 0.78% |
| 6 | 商務
例如：商務，展覽、工作 | 17 | 0.47% |

三、受訪旅客這次在臺北市期間曾參與過哪些其他活動

整理105年受訪旅客這次停留臺北市期間曾經參與過哪些其他活動之開放式回答資料，結果景點排名依序為美食(12人次)、看電影(9人次)、健行(8人次)、高爾夫(5人次)等。

四、受訪旅客這次停留臺北市期間曾經遊覽過那些其他景點

整理105年受訪旅客這次停留臺北市期間曾經遊覽過那些其他景點之開放式回答資料，結果景點排名依序為木柵動物園(56人次)、貓空(43人次)、象山 (皆36人次)、行天宮(29人次)、誠品書局(28人次)、永康街與忠烈祠(皆16人次)等。

五、受訪旅客這次停留臺北市期間最喜歡的其他景點

整理105年受訪旅客這次停留臺北市期間最喜歡的其他景點之開放式回答資料，結果士林夜市為26人次較多，其次為象山、溫泉等，回答的人次不多，為4人次。

六、受訪旅客喜歡臺北市景點之原因

整理105年受訪旅客喜歡臺北市景點之原因的開放式回答資料，結果如表3

所示，原因依序包括具臺北市特色(占12.22%)、文化/歷史文物 (占10.89%)、風景優美純淨特別(占7.25%)、嚐臺灣地方美食(占5.42%)、逛街購物/產品多樣(占3.78%)以及交通方便(占0.25%)等的原因。

表 3 105年受訪旅客喜歡臺北市的景點之原因

| 名次 | 原因 | 人次 | 百分比 |
|----|---|-----|--------|
| 1 | 特色
例如：建築物漂亮、雄偉、東西多元化、環境優美、臺灣特色、很棒的地方、城市繁華熱鬧、令人放鬆心情.舒服、感受臺灣氣氛、書多樣化、衛兵交接很厲害 | 440 | 12.22% |
| 2 | 文化/歷史文物
例如：歷史文物保留完整豐富、歷史文化氣息等。 | 392 | 10.89% |
| 3 | 風景優美/純淨/特別
例如：漂亮風景，夜景很美 | 261 | 7.25% |
| 4 | 嚐臺灣地方美食
例如：臺灣地方美食、士林夜市好吃等 | 195 | 5.42% |
| 5 | 逛街購物/產品多樣
例如：逛街購物方便、產品多樣化、價格很便宜等 | 136 | 3.78% |
| 6 | 交通方便
例如：交通方便等 | 9 | 0.25% |

七、受訪旅客這次停留臺北市期間對臺北市最好的印象

(一) 藝文展演、節慶活動印象說明

整理105年受訪旅客這次停留臺北市期間對臺北市藝文展演、節慶活動最好的印象說明之開放式回答資料，結果包括有演唱會、文創中心、草間彌生展、燈籠節慶、華山文化園區展覽、跨年等，回答的人次皆為1-2人次。

(二) 景點印象說明

整理105年受訪旅客這次停留臺北市期間對臺北市最深刻的景點印象說明之開放式回答資料，結果最深刻的景點印象排名依序為臺北101(23人次)、故宮(13人次)、中正紀念堂(12人次)、陽明山(7人次)等。

(三) 其他印象說明

整理105年受訪旅客這次停留臺北市期間對臺北市最深刻的其他印象說明

之開放式回答資料，結果最深刻的其他印象排名依序為按摩很好、腳底按摩、便利店、有人情味、街道很乾淨等，回答的人次為4-7人次。

八、受訪旅客這次停留臺北市期間使用其他交通工具

整理105年受訪旅客這次停留臺北市期間使用其他交通工具的開放式回答資料，結果如表4所示，到訪臺北市的旅客3,600人中，使用其他交通工具排名依序為出租車(占2.83%)、私人車(占2.69%)、台鐵高鐵(占1.81%)、其他如摩托車、小巴(占0.56%)。

表 4 105 年受訪旅客這次在臺北市期間使用其他交通工具

| 名次 | 其他的名特產 | 人次 | 百分比 |
|----|-----------|-----|-------|
| 1 | 出租車 | 102 | 2.83% |
| 2 | 私人車 | 97 | 2.69% |
| 3 | 台鐵、高鐵 | 65 | 1.81% |
| 4 | 其他如摩托車、小巴 | 20 | 0.56% |

九、受訪旅客這次在臺北市期間曾經購買的其他的名特產

整理105年受訪旅客這次在臺北市期間曾經購買的其他名特產之開放式回答資料，結果如表5所示，到訪臺北市的旅客3,600人中，購買其他的名特產排名依序為太陽餅(占1.61%)、蜜餞/水果乾(占1.14%)、巧克力(占0.75%)、糖果餅乾(占0.58%)、茶(占0.56%)等。

表 5 105 年受訪旅客這次在臺北市期間曾經購買其他的名特產

| 名次 | 其他的名特產 | 人次 | 百分比 |
|----|--------|----|-------|
| 1 | 太陽餅 | 58 | 1.61% |
| 2 | 蜜餞、水果乾 | 41 | 1.14% |
| 3 | 巧克力 | 27 | 0.75% |
| 4 | 糖果餅乾 | 21 | 0.58% |
| 5 | 茶 | 20 | 0.56% |
| 6 | 糕餅點心 | 19 | 0.53% |
| 7 | 麻糬 | 15 | 0.42% |
| 8 | 芒果凍 | 10 | 0.28% |
| 9 | 烏魚子 | 9 | 0.25% |
| 10 | 薑母茶 | 8 | 0.22% |

十、受訪旅客對於臺北市旅遊的其他意見

整理105年受訪旅客對於臺北市旅遊的其他意見方面，結果如表6所示，滿意感受依序包括整體旅行很滿意、很愉快、很好玩(占4.81%)；很棒的城市及國家(占4.03%)；人民親切友善、熱情、人情味濃厚(占1.81%)；會再來造訪(占1.72%)；食物好吃(占0.72%)；交通方便(占0.64%)；環境衛生整潔乾淨(占0.58%)；安全、治安好(占0.44%)以及服務態度很棒(占0.31%)。

表 6 105 年受訪旅客對於臺北市旅遊的其他意見

| 名次 | 其他意見 | 人次 | 百分比 |
|--------------|--|-----|-------|
| 滿意的意見 | | | |
| 1 | 整體旅行很滿意.很愉快.很好玩.有魅力
例如：整體非常滿意、好玩.有魅力、謝謝等 | 173 | 4.81% |
| 2 | 很棒的城市及國家，愛臺灣，愛臺北
例如：風景優美、觀光景點自然且景點多、氣候佳、漂亮的城市與人們、很棒的城市適合來度假等 | 145 | 4.03% |
| 3 | 人民親切友善/熱情/人情味濃厚
例如：人們很溫暖親切、令人安心、友善、熱情 | 65 | 1.81% |
| 4 | 會再來造訪 | 62 | 1.72% |
| 5 | 食物好吃
例如：料理好吃、萬歲 | 26 | 0.72% |
| 6 | 交通方便
例如：交通工具便利、捷運很滿意便利、公共交通發達等 | 23 | 0.64% |
| 7 | 環境衛生整潔乾淨
例如：乾淨的城市 | 21 | 0.58% |
| 8 | 安全.治安好
例如：安全、治安好、有秩序 | 16 | 0.44% |
| 9 | 服務態度很棒 | 11 | 0.31% |

附件五、附表

附表 1 105 年來臺旅客到訪臺北市之人次比率—按居住地分

| 項目 | 是否到訪臺北市 | | 總計
行百分比 |
|--------|---------|--------|------------|
| | 沒有 | 有 | |
| 總人數 | 418 | 4353 | 4771 |
| 列百分比 | 8.76% | 91.24% | 100.00% |
| 居住地 | | | |
| 日本 | 69 | 747 | 816 |
| | 8.46% | 91.54% | 17.10% |
| 大陸 | 63 | 1462 | 1525 |
| | 4.13% | 95.87% | 31.96% |
| 香港澳門 | 34 | 627 | 661 |
| | 5.14% | 94.86% | 13.85% |
| 新加坡 | 16 | 166 | 182 |
| | 8.79% | 91.21% | 3.81% |
| 韓國 | 26 | 351 | 377 |
| | 6.90% | 93.10% | 7.90% |
| 馬來西亞 | 11 | 171 | 182 |
| | 6.04% | 93.96% | 3.81% |
| 亞洲其他國家 | 42 | 145 | 187 |
| | 22.46% | 77.54% | 3.92% |
| 美國 | 66 | 287 | 353 |
| | 18.70% | 81.30% | 7.40% |
| 加拿大 | 22 | 76 | 98 |
| | 22.45% | 77.55% | 2.05% |
| 英國 | 9 | 36 | 45 |
| | 20.00% | 80.00% | 0.94% |
| 法國 | 6 | 41 | 47 |
| | 12.77% | 87.23% | 0.99% |
| 德國 | 10 | 37 | 47 |
| | 21.28% | 78.72% | 0.99% |
| 歐洲其他國家 | 21 | 77 | 98 |
| | 21.43% | 78.57% | 2.05% |
| 紐澳 | 11 | 71 | 82 |
| | 13.41% | 86.59% | 1.72% |
| 其他地區 | 12 | 59 | 71 |
| | 16.90% | 83.10% | 1.49% |

附表 2 105 年受訪旅客到訪臺北市之主要目的—按居住地分

| 人數
列百分比 | 總人數 | 到訪臺北主要目的 | | | | | | |
|------------|---------|----------|--------|-------------|-----------|--------|-------|-------|
| | | 觀光 | 業務 | 國際會議或
展覽 | 探親或訪
友 | 求學 | 醫療 | 其他 |
| 總計 | 3600 | 2713 | 517 | 57 | 188 | 51 | 10 | 64 |
| | 100.00% | 75.36% | 14.36% | 1.58% | 5.22% | 1.42% | 0.28% | 1.78% |
| 日本 | 655 | 502 | 117 | 8 | 20 | 2 | 1 | 5 |
| | 100.00% | 76.64% | 17.86% | 1.22% | 3.05% | 0.31% | 0.15% | 0.76% |
| 大陸 | 1325 | 1065 | 138 | 22 | 53 | 22 | 5 | 20 |
| | 100.00% | 80.38% | 10.42% | 1.66% | 4.00% | 1.66% | 0.38% | 1.51% |
| 香港 | 543 | 397 | 52 | 14 | 48 | 11 | 2 | 19 |
| 澳門 | 100.00% | 73.11% | 9.58% | 2.58% | 8.84% | 2.03% | 0.37% | 3.50% |
| 新加坡 | 140 | 117 | 14 | 1 | 3 | - | - | 5 |
| | 100.00% | 83.57% | 10.00% | 0.71% | 2.14% | - | - | 3.57% |
| 韓國 | 295 | 267 | 18 | 1 | 5 | 2 | - | 2 |
| | 100.00% | 90.51% | 6.10% | 0.34% | 1.69% | 0.68% | - | 0.68% |
| 馬來 | 147 | 123 | 16 | 1 | 4 | 2 | 1 | - |
| 西亞 | 100.00% | 83.67% | 10.88% | 0.68% | 2.72% | 1.36% | 0.68% | - |
| 亞洲其 | 99 | 37 | 38 | 7 | 7 | 2 | - | 8 |
| 他地區 | 100.00% | 37.37% | 38.38% | 7.07% | 7.07% | 2.02% | - | 8.08% |
| 美國 | 174 | 76 | 72 | - | 21 | 3 | - | 2 |
| | 100.00% | 43.68% | 41.38% | - | 12.07% | 1.72% | - | 1.15% |
| 加拿大 | 51 | 38 | 3 | - | 8 | 1 | - | 1 |
| | 100.00% | 74.51% | 5.88% | - | 15.69% | 1.96% | - | 1.96% |
| 英國 | 20 | 8 | 8 | - | 4 | - | - | - |
| | 100.00% | 40.00% | 40.00% | - | 20.00% | - | - | - |
| 法國 | 18 | 11 | 3 | - | 4 | - | - | - |
| | 100.00% | 61.11% | 16.67% | - | 22.22% | - | - | - |
| 德國 | 19 | 12 | 7 | - | - | - | - | - |
| | 100.00% | 63.16% | 36.84% | - | - | - | - | - |
| 歐洲其 | 36 | 21 | 9 | 1 | 3 | 2 | - | - |
| 他地區 | 100.00% | 58.33% | 25.00% | 2.78% | 8.33% | 5.56% | - | - |
| 紐澳 | 44 | 31 | 3 | 1 | 8 | - | - | 1 |
| | 100.00% | 70.45% | 6.82% | 2.27% | 18.18% | - | - | 2.27% |
| 其他地 | 34 | 8 | 19 | 1 | - | 4 | 1 | 1 |
| 區 | 100.00% | 23.53% | 55.88% | 2.94% | - | 11.76% | 2.94% | 2.94% |

註：1 本題「到訪臺北主要目的」為複選

2 「-」表示無調查樣本

附表 3 105 年到訪臺北市受訪旅客之入境地點-按居住地分

| 人數
列百分比
行百分比 | 總計 | 入境地點 | | | | | |
|--------------------|---------|----------|--------|--------|---------|--------|--------|
| | | 臺灣桃園國際機場 | 高雄國際機場 | 臺北松山機場 | 基隆港 | 高雄港 | 其他 |
| 總計 | 3600 | 2970 | 236 | 377 | 1 | 9 | 7 |
| | 100.00% | 82.50% | 6.56% | 10.47% | 0.03% | 0.25% | 0.19% |
| 日本 | 655 | 534 | 29 | 90 | - | 2 | - |
| | 100.00% | 81.53% | 4.43% | 13.74% | - | 0.31% | - |
| | 18.19% | 17.98% | 12.29% | 23.87% | - | 22.22% | - |
| 大陸 | 1325 | 1021 | 120 | 176 | - | 5 | 3 |
| | 100.00% | 77.06% | 9.06% | 13.28% | - | 0.38% | 0.23% |
| | 36.81% | 34.38% | 50.85% | 46.68% | - | 55.56% | 42.86% |
| 香港澳門 | 543 | 416 | 46 | 78 | - | - | 3 |
| | 100.00% | 76.61% | 8.47% | 14.36% | - | - | 0.55% |
| | 15.08% | 14.01% | 19.49% | 20.69% | - | - | 42.86% |
| 新加坡 | 140 | 132 | 5 | 3 | - | - | - |
| | 100.00% | 94.29% | 3.57% | 2.14% | - | - | - |
| | 3.89% | 4.44% | 2.12% | 0.80% | - | - | - |
| 韓國 | 295 | 281 | 5 | 8 | - | - | 1 |
| | 100.00% | 95.25% | 1.69% | 2.71% | - | - | 0.34% |
| | 8.19% | 9.46% | 2.12% | 2.12% | - | - | 14.29% |
| 馬來西亞 | 147 | 139 | 6 | 2 | - | - | - |
| | 100.00% | 94.56% | 4.08% | 1.36% | - | - | - |
| | 4.08% | 4.68% | 2.54% | 0.53% | - | - | - |
| 亞洲其他地區 | 99 | 93 | 2 | 4 | - | - | - |
| | 100.00% | 93.94% | 2.02% | 4.04% | - | - | - |
| | 2.75% | 3.13% | 0.85% | 1.06% | - | - | - |
| 美國 | 174 | 161 | 6 | 6 | - | - | - |
| | 100.00% | 92.53% | 3.45% | 3.45% | - | - | - |
| | 4.83% | 5.42% | 2.54% | 1.59% | - | - | - |
| 加拿大 | 51 | 47 | 0 | 4 | - | - | - |
| | 100.00% | 92.16% | 0 | 7.84% | - | - | - |
| | 1.42% | 1.58% | 0 | 1.06% | - | - | - |
| 英國 | 20 | 17 | 0 | 1 | 1 | - | - |
| | 100.00% | 85.00% | 0 | 5.00% | 5.00% | - | - |
| | 0.56% | 0.57% | 0 | 0.27% | 100.00% | - | - |
| 法國 | 18 | 14 | 3 | 1 | - | - | - |
| | 100.00% | 77.78% | 16.67% | 5.56% | - | - | - |
| | 0.50% | 0.47% | 1.27% | 0.27% | - | - | - |
| 德國 | 19 | 16 | 2 | 1 | - | - | - |
| | 100.00% | 84.21% | 10.53% | 5.26% | - | - | - |
| | 0.53% | 0.54% | 0.85% | 0.27% | - | - | - |
| 歐洲其他地區 | 36 | 31 | 5 | 0 | - | - | - |
| | 100.00% | 86.11% | 13.89% | 0 | - | - | - |
| | 1.00% | 1.04% | 2.12% | 0 | - | - | - |
| 紐澳 | 44 | 38 | 5 | 1 | - | - | - |
| | 100.00% | 86.36% | 11.36% | 2.27% | - | - | - |
| | 1.22% | 1.28% | 2.12% | 0.27% | - | - | - |
| 其他地區 | 34 | 30 | 2 | 2 | - | - | - |
| | 100.00% | 88.24% | 5.88% | 5.88% | - | - | - |
| | 0.94% | 1.01% | 0.85% | 0.53% | - | - | - |

註：「-」表示無調查樣本

附表 4 105 年到訪臺北市受訪旅客近 3 年來臺北市之次數—按居住地分

| 人數
列百分比
行百分比 | 總計 | 近 3 年來臺北市次數 | | | | |
|--------------------|---------|-------------|--------|--------|--------|--------|
| | | 第 1 次 | 第 2 次 | 第 3 次 | 第 4 次 | 5 次及以上 |
| 總計 | 3600 | 2369 | 543 | 236 | 100 | 352 |
| | 100.00% | 65.81% | 15.08% | 6.56% | 2.78% | 9.78% |
| 日本 | 655 | 417 | 78 | 46 | 22 | 92 |
| | 100.00% | 63.66% | 11.91% | 7.02% | 3.36% | 14.05% |
| | 18.19% | 17.60% | 14.36% | 19.49% | 22.00% | 26.14% |
| 大陸 | 1325 | 1050 | 152 | 39 | 16 | 68 |
| | 100.00% | 79.25% | 11.47% | 2.94% | 1.21% | 5.13% |
| | 36.81% | 44.32% | 27.99% | 16.53% | 16.00% | 19.32% |
| 香港澳門 | 543 | 201 | 134 | 72 | 34 | 102 |
| | 100.00% | 37.02% | 24.68% | 13.26% | 6.26% | 18.78% |
| | 15.08% | 8.48% | 24.68% | 30.51% | 34.00% | 28.98% |
| 新加坡 | 140 | 71 | 35 | 16 | 6 | 12 |
| | 100.00% | 50.71% | 25.00% | 11.43% | 4.29% | 8.57% |
| | 3.89% | 3.00% | 6.45% | 6.78% | 6.00% | 3.41% |
| 韓國 | 295 | 247 | 25 | 9 | 2 | 12 |
| | 100.00% | 83.73% | 8.47% | 3.05% | 0.68% | 4.07% |
| | 8.19% | 10.43% | 4.60% | 3.81% | 2.00% | 3.41% |
| 馬來西亞 | 147 | 87 | 35 | 10 | 5 | 10 |
| | 100.00% | 59.18% | 23.81% | 6.80% | 3.40% | 6.80% |
| | 4.08% | 3.67% | 6.45% | 4.24% | 5.00% | 2.84% |
| 亞洲其他地區 | 99 | 60 | 14 | 7 | 4 | 14 |
| | 100.00% | 60.61% | 14.14% | 7.07% | 4.04% | 14.14% |
| | 2.75% | 2.53% | 2.58% | 2.97% | 4.00% | 3.98% |
| 美國 | 174 | 98 | 32 | 15 | 5 | 24 |
| | 100.00% | 56.32% | 18.39% | 8.62% | 2.87% | 13.79% |
| | 4.83% | 4.14% | 5.89% | 6.36% | 5.00% | 6.82% |
| 加拿大 | 51 | 32 | 14 | 2 | 1 | 2 |
| | 100.00% | 62.75% | 27.45% | 3.92% | 1.96% | 3.92% |
| | 1.42% | 1.35% | 2.58% | 0.85% | 1.00% | 0.57% |
| 英國 | 20 | 10 | 5 | 2 | - | 3 |
| | 100.00% | 50.00% | 25.00% | 10.00% | - | 15.00% |
| | 0.56% | 0.42% | 0.92% | 0.85% | - | 0.85% |
| 法國 | 18 | 10 | 4 | 2 | - | 2 |
| | 100.00% | 55.56% | 22.22% | 11.11% | - | 11.11% |
| | 0.50% | 0.42% | 0.74% | 0.85% | - | 0.57% |
| 德國 | 19 | 14 | 2 | 2 | 1 | - |
| | 100.00% | 73.68% | 10.53% | 10.53% | 5.26% | - |
| | 0.53% | 0.59% | 0.37% | 0.85% | 1.00% | - |
| 歐洲其他地區 | 36 | 27 | 4 | 2 | 1 | 2 |
| | 100.00% | 75.00% | 11.11% | 5.56% | 2.78% | 5.56% |
| | 1.00% | 1.14% | 0.74% | 0.85% | 1.00% | 0.57% |
| 紐澳 | 44 | 26 | 5 | 6 | 2 | 5 |
| | 100.00% | 59.09% | 11.36% | 13.64% | 4.55% | 11.36% |
| | 1.22% | 1.10% | 0.92% | 2.54% | 2.00% | 1.42% |
| 其他地區 | 34 | 19 | 4 | 6 | 1 | 4 |
| | 100.00% | 55.88% | 11.76% | 17.65% | 2.94% | 11.76% |
| | 0.94% | 0.80% | 0.74% | 2.54% | 1.00% | 1.14% |

註：「-」表示無調查樣本

附表 5 105 年到訪臺北市受訪旅客近 3 年來臺北市之次數—按來臺北市主要目的分

| 人數
列百分比
行百分比 | 總計 | 近 3 年來臺北市次數 | | | | |
|--------------------|---------|-------------|--------|--------|--------|--------|
| | | 第 1 次 | 第 2 次 | 第 3 次 | 第 4 次 | 5 次及以上 |
| 總計 | 3600 | 2369 | 543 | 236 | 100 | 352 |
| | 100.00% | 65.81% | 15.08% | 6.56% | 2.78% | 9.78% |
| 觀光 | 2713 | 2001 | 396 | 146 | 54 | 116 |
| | 100.00% | 73.76% | 14.60% | 5.38% | 1.99% | 4.28% |
| 業務 | 75.36% | 84.47% | 72.93% | 61.86% | 54.00% | 32.95% |
| | 517 | 195 | 83 | 51 | 30 | 158 |
| | 100.00% | 37.72% | 16.05% | 9.86% | 5.80% | 30.56% |
| | 14.36% | 8.23% | 15.29% | 21.61% | 30.00% | 44.89% |
| 國際會議或
展覽 | 57 | 35 | 8 | 7 | 3 | 4 |
| | 100.00% | 61.40% | 14.04% | 12.28% | 5.26% | 7.02% |
| | 1.58% | 1.48% | 1.47% | 2.97% | 3.00% | 1.14% |
| 探親或訪友 | 188 | 70 | 31 | 19 | 7 | 61 |
| | 100.00% | 37.23% | 16.49% | 10.11% | 3.72% | 32.45% |
| | 5.22% | 2.95% | 5.71% | 8.05% | 7.00% | 17.33% |
| 求學 | 51 | 36 | 8 | 2 | 1 | 4 |
| | 100.00% | 70.59% | 15.69% | 3.92% | 1.96% | 7.84% |
| | 1.42% | 1.52% | 1.47% | 0.85% | 1.00% | 1.14% |
| 醫療 | 10 | 3 | 2 | 3 | - | 2 |
| | 100.00% | 30.00% | 20.00% | 30.00% | - | 20.00% |
| | 0.28% | 0.13% | 0.37% | 1.27% | - | 0.57% |
| 其他 | 64 | 29 | 15 | 8 | 5 | 7 |
| | 100.00% | 45.31% | 23.44% | 12.50% | 7.81% | 10.94% |
| | 1.78% | 1.22% | 2.76% | 3.39% | 5.00% | 1.99% |

註：「-」表示無調查樣本

附表 6 105 年到訪臺北市受訪旅客近 3 年來臺北市次數-按性別分

| 性別
項目別 | 全體 | 男性 | 女性 |
|-------------|---------|---------|---------|
| 總計 | 3600 | 1772 | 1828 |
| 行百分比 | 100.00% | 100.00% | 100.00% |
| 近 3 年來臺北市次數 | | | |
| 第 1 次 | 2369 | 1054 | 1315 |
| | 65.81% | 59.48% | 71.94% |
| 第 2 次 | 543 | 289 | 254 |
| | 15.08% | 16.31% | 13.89% |
| 第 3 次 | 236 | 133 | 103 |
| | 6.56% | 7.51% | 5.63% |
| 第 4 次 | 100 | 65 | 35 |
| | 2.78% | 3.67% | 1.91% |
| 5 次及以上 | 352 | 231 | 121 |
| | 9.78% | 13.04% | 6.62% |

附表 7 105 年到訪臺北市受訪旅客之同行人員—按居住地分

| 人數
百分比 | 總計 | 同行人員 | | | | | | |
|-----------|------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | | 配偶 | 子女 | 父母 | 親戚 | 同事 | 朋友 | 其他 |
| 總計 | 3002 | 944 | 427 | 364 | 261 | 561 | 1029 | 167 |
| | | 31.45% | 14.22% | 12.13% | 8.69% | 18.69% | 34.28% | 5.56% |
| 日本 | 539 | 158 | 53 | 38 | 15 | 129 | 171 | 37 |
| | | 29.31% | 9.83% | 7.05% | 2.78% | 23.93% | 31.73% | 6.86% |
| 大陸 | 1170 | 387 | 218 | 146 | 125 | 214 | 410 | 51 |
| | | 33.08% | 18.63% | 12.48% | 10.68% | 18.29% | 35.04% | 4.36% |
| 香港澳門 | 458 | 153 | 72 | 62 | 38 | 54 | 167 | 22 |
| | | 33.41% | 15.72% | 13.54% | 8.30% | 11.79% | 36.46% | 4.80% |
| 新加坡 | 120 | 32 | 8 | 29 | 19 | 8 | 40 | 13 |
| | | 26.67% | 6.67% | 24.17% | 15.83% | 6.67% | 33.33% | 10.83% |
| 韓國 | 262 | 52 | 33 | 45 | 22 | 41 | 114 | 16 |
| | | 19.85% | 12.60% | 17.18% | 8.40% | 15.65% | 43.51% | 6.11% |
| 馬來西亞 | 131 | 46 | 8 | 17 | 18 | 20 | 49 | 5 |
| | | 35.11% | 6.11% | 12.98% | 13.74% | 15.27% | 37.40% | 3.82% |
| 亞洲其他地區 | 55 | 11 | 1 | 5 | 10 | 26 | 13 | 5 |
| | | 20.00% | 1.82% | 9.09% | 18.18% | 47.27% | 23.64% | 9.09% |
| 美國 | 116 | 44 | 14 | 8 | 7 | 44 | 18 | 7 |
| | | 37.93% | 12.07% | 6.90% | 6.03% | 37.93% | 15.52% | 6.03% |
| 加拿大 | 44 | 22 | 6 | 6 | 2 | 3 | 16 | - |
| | | 50.00% | 13.64% | 13.64% | 4.55% | 6.82% | 36.36% | - |
| 英國 | 11 | 3 | - | - | - | 2 | 5 | 1 |
| | | 27.27% | - | - | - | 18.18% | 45.45% | 9.09% |
| 法國 | 14 | 2 | 3 | 3 | - | 1 | 7 | 1 |
| | | 14.29% | 21.43% | 21.43% | - | 7.14% | 50.00% | 7.14% |
| 德國 | 13 | 2 | 1 | 1 | - | 5 | 5 | 1 |
| | | 15.38% | 7.69% | 7.69% | - | 38.46% | 38.46% | 7.69% |
| 歐洲其他地區 | 20 | 8 | 1 | - | 1 | 5 | 5 | 4 |
| | | 40.00% | 5.00% | - | 5.00% | 25.00% | 25.00% | 20.00% |
| 紐澳 | 31 | 21 | 7 | 4 | 4 | - | 4 | 4 |
| | | 67.74% | 22.58% | 12.90% | 12.90% | - | 12.90% | 12.90% |
| 其他地區 | 18 | 3 | 2 | - | - | 9 | 5 | - |
| | | 16.67% | 11.11% | - | - | 50.00% | 27.78% | - |

註：1 本題「同行人員」為複選

2 「-」表示無調查樣本

3 105 年受訪旅客 3,600 位中，有 3,002 位表示有親朋同事等同行人員共同來臺

附表 8 105 年到訪臺北市受訪旅客之同行人員—按來臺主要目的分

| 人數
百分比 | 總計 | 同行人員 | | | | | | |
|-------------|------|--------|--------|--------|--------|---------|--------|--------|
| | | 配偶 | 子女 | 父母 | 親戚 | 同事 | 朋友 | 其他 |
| 總計 | 3002 | 944 | 427 | 364 | 261 | 561 | 1029 | 167 |
| | | 31.45% | 14.22% | 12.13% | 8.69% | 18.69% | 34.28% | 5.56% |
| 觀光 | 2456 | 828 | 376 | 337 | 234 | 278 | 930 | 126 |
| | | 33.71% | 15.31% | 13.72% | 9.53% | 11.32% | 37.87% | 5.13% |
| 業務 | 280 | 24 | 4 | 3 | 3 | 222 | 28 | 17 |
| | | 8.57% | 1.43% | 1.07% | 1.07% | 79.29% | 10.00% | 6.07% |
| 國際會議或
展覽 | 44 | 6 | 1 | 1 | - | 28 | 12 | 1 |
| | | 13.64% | 2.27% | 2.27% | - | 63.64% | 27.27% | 2.27% |
| 探親或訪友 | 132 | 74 | 41 | 16 | 15 | 7 | 24 | 6 |
| | | 56.06% | 31.06% | 12.12% | 11.36% | 0.05303 | 18.18% | 4.55% |
| 求學 | 37 | 1 | 1 | 3 | 4 | 17 | 16 | 5 |
| | | 2.70% | 2.70% | 8.11% | 10.81% | 45.95% | 43.24% | 13.51% |
| 醫療 | 7 | 2 | 1 | 1 | 2 | - | 1 | - |
| | | 28.57% | 14.29% | 14.29% | 28.57% | - | 14.29% | - |
| 其他 | 46 | 9 | 3 | 3 | 3 | 9 | 18 | 12 |
| | | 19.57% | 6.52% | 6.52% | 6.52% | 19.57% | 39.13% | 26.09% |

註：1 本題「同行人員」為複選

2 「-」表示無調查樣本

3 105 年受訪旅客 3,600 位中，有 3,002 位表示有親朋同事等同行人員共同來臺

附表 9-1 105 年到訪臺北市受訪旅客之旅行方式-按居住地分

| 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(參加旅行團) | 自行規劃行程後·由
旅行社包辦(如交流
團,修學旅行,獎勵旅
遊,親友團等) | 由旅行社安排
住宿(及代訂
機票) | 由邀請單位
安排 | 完全自
行安排 |
| 總計 | 3600 | 904 | 241 | 277 | 206 | 1972 |
| | 100.00% | 25.11% | 6.69% | 7.69% | 5.72% | 54.78% |
| 日本 | 655 | 252 | 51 | 118 | 31 | 203 |
| | 100.00% | 38.47% | 7.79% | 18.02% | 4.73% | 30.99% |
| | 18.19% | 27.88% | 21.16% | 42.60% | 15.05% | 10.29% |
| 大陸 | 1325 | 414 | 69 | 82 | 84 | 676 |
| | 100.00% | 31.24% | 5.21% | 6.19% | 6.34% | 51.02% |
| | 36.81% | 45.80% | 28.63% | 29.60% | 40.78% | 34.28% |
| 香港、澳門 | 543 | 41 | 31 | 31 | 27 | 413 |
| | 100.00% | 7.55% | 5.71% | 5.71% | 4.97% | 76.06% |
| | 15.08% | 4.54% | 12.86% | 11.19% | 13.11% | 20.94% |
| 新加坡 | 140 | 11 | 11 | 5 | 5 | 108 |
| | 100.00% | 7.86% | 7.86% | 3.57% | 3.57% | 77.14% |
| | 3.89% | 1.22% | 4.56% | 1.81% | 2.43% | 5.48% |
| 韓國 | 295 | 121 | 21 | 15 | 6 | 132 |
| | 100.00% | 41.02% | 7.12% | 5.08% | 2.03% | 44.75% |
| | 8.19% | 13.38% | 8.71% | 5.42% | 2.91% | 6.69% |
| 馬來西亞 | 147 | 30 | 16 | 1 | 5 | 95 |
| | 100.00% | 20.41% | 10.88% | 0.68% | 3.40% | 64.63% |
| | 4.08% | 3.32% | 6.64% | 0.36% | 2.43% | 4.82% |
| 亞洲其他地區 | 99 | 8 | 13 | 7 | 20 | 51 |
| | 100.00% | 8.08% | 13.13% | 7.07% | 20.20% | 51.52% |
| | 2.75% | 0.88% | 5.39% | 2.53% | 9.71% | 2.59% |
| 美國 | 174 | 13 | 11 | 11 | 13 | 126 |
| | 100.00% | 7.47% | 6.32% | 6.32% | 7.47% | 72.41% |
| | 4.83% | 1.44% | 4.56% | 3.97% | 6.31% | 6.39% |
| 加拿大 | 51 | 12 | 4 | 1 | - | 34 |
| | 100.00% | 23.53% | 7.84% | 1.96% | - | 66.67% |
| | 1.42% | 1.33% | 1.66% | 0.36% | - | 1.72% |
| 英國 | 20 | 0 | 1 | 1 | 1 | 17 |
| | 100.00% | 0 | 5.00% | 5.00% | 5.00% | 85.00% |
| | 0.56% | 0 | 0.41% | 0.36% | 0.49% | 0.86% |
| 法國 | 18 | 1 | - | - | 1 | 16 |
| | 100.00% | 5.56% | - | - | 5.56% | 88.89% |
| | 0.50% | 0.11% | - | - | 0.49% | 0.81% |
| 德國 | 19 | - | 2 | - | 2 | 15 |
| | 100.00% | - | 10.53% | - | 10.53% | 78.95% |
| | 0.53% | - | 0.83% | - | 0.97% | 0.76% |
| 歐洲其他地區 | 36 | - | 3 | 1 | 4 | 28 |
| | 100.00% | - | 8.33% | 2.78% | 0.11111 | 77.78% |
| | 1.00% | - | 1.24% | 0.36% | 0.01942 | 1.42% |
| 紐澳 | 44 | - | 5 | 2 | 1 | 36 |
| | 100.00% | - | 11.36% | 4.55% | 2.27% | 81.82% |
| | 1.22% | - | 2.07% | 0.72% | 0.49% | 1.83% |
| 其他地區 | 34 | 1 | 3 | 2 | 6 | 22 |
| | 100.00% | 2.94% | 8.82% | 5.88% | 17.65% | 64.71% |
| | 0.94% | 0.11% | 1.24% | 0.72% | 2.91% | 1.12% |

註：「-」表示無調查樣本

附表 9-2 105 年到訪臺北市受訪旅客之旅行方式—按來臺主要目的分

| 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(參加旅行團) | 自行規劃行程後·由
旅行社包辦(如交流
團,修學旅行,獎勵旅
遊,親友團等) | 由旅行社安排
住宿(及代訂
機票) | 由邀請單位
安排 | 完全自
行安排 |
| 總計 | 3600 | 904 | 241 | 277 | 206 | 1972 |
| | 100.00% | 25.11% | 6.69% | 7.69% | 5.72% | 54.78% |
| 觀光 | 2713 | 866 | 175 | 189 | 22 | 1461 |
| | 100.00% | 31.92% | 6.45% | 6.97% | 0.81% | 53.85% |
| | 75.36% | 95.80% | 72.61% | 68.23% | 10.68% | 74.09% |
| 業務 | 517 | 18 | 31 | 66 | 142 | 260 |
| | 100.00% | 3.48% | 6.00% | 12.77% | 27.47% | 50.29% |
| | 14.36% | 1.99% | 12.86% | 23.83% | 68.93% | 13.18% |
| 國際會
議或展
覽 | 57 | 3 | 7 | 7 | 19 | 21 |
| | 100.00% | 5.26% | 12.28% | 12.28% | 33.33% | 36.84% |
| | 1.58% | 0.33% | 2.90% | 2.53% | 9.22% | 1.06% |
| 探親或
訪友 | 188 | 6 | 12 | 5 | 2 | 163 |
| | 100.00% | 3.19% | 6.38% | 2.66% | 1.06% | 86.70% |
| | 5.22% | 0.66% | 4.98% | 1.81% | 0.97% | 8.27% |
| 求學 | 51 | 3 | 11 | 1 | 12 | 24 |
| | 100.00% | 5.88% | 21.57% | 1.96% | 23.53% | 47.06% |
| | 1.42% | 0.33% | 4.56% | 0.36% | 5.83% | 1.22% |
| 醫療 | 10 | 1 | - | 2 | - | 7 |
| | 100.00% | 10.00% | - | 20.00% | - | 70.00% |
| | 0.28% | 0.11% | - | 0.72% | - | 0.35% |
| 其他 | 64 | 7 | 5 | 7 | 9 | 36 |
| | 100.00% | 10.94% | 7.81% | 10.94% | 14.06% | 56.25% |
| | 1.78% | 0.77% | 2.07% | 2.53% | 4.37% | 1.83% |

註：「-」表示無調查樣本

附表 10 105 年到訪臺北市受訪旅客之團體與自由行旅遊型態交叉分析

| 項目 | 旅遊型態 | | |
|-----------------|-------|---------|----------|
| | 次數 | 團體(百分比) | 自由行(百分比) |
| 總計 | 3,600 | 37.53% | 62.47% |
| 性別 | | | |
| 男性 | 1772 | 37.08% | 62.92% |
| 女性 | 1828 | 37.96% | 62.04% |
| 居住地 | | | |
| 日本 | 655 | 50.99% | 49.01% |
| 大陸 | 1325 | 42.79% | 57.21% |
| 香港澳門 | 543 | 18.23% | 81.77% |
| 新加坡 | 140 | 19.29% | 80.71% |
| 韓國 | 295 | 50.17% | 49.83% |
| 馬來西亞 | 147 | 34.69% | 65.31% |
| 亞洲其他地區 | 99 | 41.41% | 58.59% |
| 美國 | 174 | 21.26% | 78.74% |
| 加拿大 | 51 | 31.37% | 68.63% |
| 英國 | 20 | 10.00% | 90.00% |
| 法國 | 18 | 11.11% | 88.89% |
| 德國 | 19 | 21.05% | 78.95% |
| 歐洲其他地區 | 36 | 19.44% | 80.56% |
| 紐澳 | 44 | 13.64% | 86.36% |
| 其他地區 | 34 | 29.41% | 70.59% |
| 來臺北市主要目的 | | | |
| 觀光 | 2713 | 39.18% | 60.82% |
| 業務 | 517 | 36.94% | 63.06% |
| 國際會議或展覽 | 57 | 50.88% | 49.12% |
| 探親或訪友 | 188 | 10.64% | 89.36% |
| 求學 | 51 | 50.98% | 49.02% |
| 醫療 | 10 | 10.00% | 90.00% |
| 其他 | 64 | 32.81% | 67.19% |

註：1 *表示經卡方檢定(Chi-Square)·該項變數在旅遊型態上具顯著差異性(顯著水準= 0.05)。

2 「#」表示該細格的期望值小於 5。

附表 11-1 105 年受訪旅客此次來臺北市觀光之原因 – 按主要市場分(續)

| 市場別 | 全體 | | | 日本 | | | 大陸 | | |
|----------------|----------|------|--------|----------|-----|--------|----------|-----|--------|
| | 吸引原因 | 人次 | 百分比 | 吸引原因 | 人次 | 百分比 | 吸引原因 | 人次 | 百分比 |
| 吸引來臺北市原因
排序 | 食物 | 2214 | 61.50% | 食物 | 353 | 53.89% | 風光景色 | 901 | 68.00% |
| | 風光景色 | 1969 | 54.69% | 風光景色 | 183 | 27.94% | 食物 | 785 | 59.25% |
| | 逛街購物 | 1285 | 35.69% | 治安良好 | 183 | 27.94% | 民情風俗和文化 | 576 | 43.47% |
| | 民情風俗文化 | 1231 | 34.19% | 歷史文物 | 162 | 24.73% | 逛街購物 | 525 | 39.62% |
| | 交通便利 | 1012 | 28.11% | 交通便利 | 153 | 23.36% | 歷史文物 | 468 | 35.32% |
| | 歷史文物 | 974 | 27.06% | 逛街購物 | 115 | 17.56% | 交通便利 | 311 | 23.47% |
| | 治安良好 | 802 | 22.28% | 民情風俗文化 | 110 | 16.79% | 氣候宜人 | 304 | 22.94% |
| | 夜間休閒活動 | 619 | 17.19% | 距離居住地近 | 104 | 15.88% | 治安良好 | 261 | 19.70% |
| | 氣候宜人 | 592 | 16.44% | 夜間休閒活動 | 86 | 13.13% | 夜間休閒活動 | 172 | 12.98% |
| | 公司安排 | 341 | 9.47% | 公司安排 | 84 | 12.82% | 公司安排 | 126 | 9.51% |
| | 距離居住地近 | 304 | 8.44% | 氣候宜人 | 51 | 7.79% | 遊憩場所 | 88 | 6.64% |
| | 遊憩場所 | 240 | 6.67% | 藝文展演節慶活動 | 17 | 2.60% | 藝文展演節慶活動 | 58 | 4.38% |
| | 藝文展演節慶活動 | 170 | 4.72% | 保健美容醫療 | 14 | 2.14% | 距離居住地近 | 56 | 4.23% |
| | 保健美容醫療 | 117 | 3.25% | 會議展覽活動 | 13 | 1.98% | 會議展覽活動 | 40 | 3.02% |
| | 會議展覽活動 | 109 | 3.03% | 遊憩場所 | 11 | 1.68% | 保健美容醫療 | 32 | 2.42% |
| | 其他 | 342 | 9.50% | 其他 | 109 | 16.64% | 其他 | 96 | 7.25% |
| 市場別 | 香港澳門 | | | 新加坡 | | | 韓國 | | |
| | 吸引原因 | 人次 | 百分比 | 吸引原因 | 人次 | 百分比 | 吸引原因 | 人次 | 百分比 |
| 吸引來臺北市原因
排序 | 食物 | 407 | 74.95% | 食物 | 115 | 82.14% | 食物 | 146 | 49.49% |
| | 風光景色 | 298 | 54.88% | 風光景色 | 98 | 70.00% | 風光景色 | 123 | 41.69% |
| | 逛街購物 | 269 | 49.54% | 逛街購物 | 70 | 50.00% | 夜間休閒活動 | 118 | 40.00% |
| | 交通便利 | 186 | 34.25% | 交通便利 | 48 | 34.29% | 民情風俗文化 | 97 | 32.88% |
| | 民情風俗文化 | 155 | 28.55% | 氣候宜人 | 42 | 30.00% | 逛街購物 | 79 | 26.78% |
| | 治安良好 | 132 | 24.31% | 夜間休閒活動 | 40 | 28.57% | 歷史文物 | 78 | 26.44% |
| | 歷史文物 | 83 | 15.29% | 民情風俗文化 | 39 | 27.86% | 交通便利 | 69 | 23.39% |
| | 夜間休閒活動 | 80 | 14.73% | 治安良好 | 21 | 15.00% | 治安良好 | 55 | 18.64% |
| | 氣候宜人 | 72 | 13.26% | 遊憩場所 | 19 | 13.57% | 距離居住地近 | 20 | 6.78% |
| | 距離居住地近 | 70 | 12.89% | 歷史文物 | 15 | 10.71% | 公司安排 | 14 | 4.75% |
| | 公司安排 | 52 | 9.58% | 保健美容醫療 | 10 | 7.14% | 氣候宜人 | 12 | 4.07% |
| | 遊憩場所 | 47 | 8.66% | 距離居住地近 | 8 | 5.71% | 藝文展演節慶活動 | 8 | 2.71% |
| | 藝文展演節慶活動 | 39 | 7.18% | 公司安排 | 6 | 4.29% | 遊憩場所 | 7 | 2.37% |
| | 會議展覽活動 | 21 | 3.87% | 藝文展演節慶活動 | 1 | 0.71% | 會議展覽活動 | 4 | 1.36% |
| | 保健美容醫療 | 13 | 2.39% | 會議展覽活動 | 1 | 0.71% | 保健美容醫療 | 2 | 0.68% |
| | 其他 | 35 | 6.45% | 其他 | 12 | 8.57% | 其他 | 24 | 8.14% |

註：本題為複選題，共提供 16 個選項

附表 11-1 105 年受訪旅客此次來臺北市觀光之原因 – 按主要市場分(續完)

| 市場別 | 馬來西亞 | | | 亞洲其他地區 | | | 美國 | | |
|----------------|----------|-----|--------|----------|----|--------|----------|-----|--------|
| | 吸引原因 | 人次 | 百分比 | 吸引原因 | 人次 | 百分比 | 吸引原因 | 人次 | 百分比 |
| 吸引來臺北市原因
排序 | 食物 | 117 | 79.59% | 風光景色 | 56 | 56.57% | 食物 | 113 | 64.94% |
| | 風光景色 | 96 | 65.31% | 食物 | 48 | 48.48% | 風光景色 | 85 | 48.85% |
| | 逛街購物 | 89 | 60.54% | 交通便利 | 42 | 42.42% | 民情風俗文化 | 81 | 46.55% |
| | 交通便利 | 66 | 44.90% | 民情風俗文化 | 36 | 36.36% | 交通便利 | 60 | 34.48% |
| | 民情風俗文化 | 53 | 36.05% | 逛街購物 | 30 | 30.30% | 歷史文物 | 47 | 27.01% |
| | 治安良好 | 47 | 31.97% | 治安良好 | 30 | 30.30% | 逛街購物 | 43 | 24.71% |
| | 氣候宜人 | 34 | 23.13% | 氣候宜人 | 27 | 27.27% | 夜間休閒活動 | 32 | 18.39% |
| | 歷史文物 | 27 | 18.37% | 歷史文物 | 24 | 24.24% | 治安良好 | 27 | 15.52% |
| | 夜間休閒活動 | 25 | 17.01% | 夜間休閒活動 | 19 | 19.19% | 公司安排 | 27 | 15.52% |
| | 保健美容醫療 | 18 | 12.24% | 遊憩場所 | 12 | 12.12% | 氣候宜人 | 19 | 10.92% |
| | 遊憩場所 | 16 | 10.88% | 會議展覽活動 | 9 | 9.09% | 遊憩場所 | 16 | 9.20% |
| | 藝文展演節慶活動 | 16 | 10.88% | 保健美容醫療 | 8 | 8.08% | 距離居住地近 | 13 | 7.47% |
| | 公司安排 | 12 | 8.16% | 藝文展演節慶活動 | 8 | 8.08% | 藝文展演節慶活動 | 8 | 4.60% |
| | 會議展覽活動 | 6 | 4.08% | 公司安排 | 6 | 6.06% | 保健美容醫療 | 5 | 2.87% |
| | 距離居住地近 | 6 | 4.08% | 距離居住地近 | 5 | 5.05% | 會議展覽活動 | 5 | 2.87% |
| | 其他 | 6 | 4.08% | 其他 | 7 | 7.07% | 其他 | 20 | 11.49% |
| 市場別 | 加拿大 | | | 歐洲 | | | 紐澳 | | |
| | 吸引原因 | 人次 | 百分比 | 吸引原因 | 人次 | 百分比 | 吸引原因 | 人次 | 百分比 |
| 吸引來臺北市原因
排序 | 食物 | 30 | 58.82% | 風光景色 | 54 | 58.06% | 食物 | 32 | 72.73% |
| | 風光景色 | 28 | 54.90% | 食物 | 50 | 53.76% | 風光景色 | 28 | 63.64% |
| | 逛街購物 | 23 | 45.10% | 民情風俗文化 | 41 | 44.09% | 逛街購物 | 21 | 47.73% |
| | 交通便利 | 19 | 37.25% | 歷史文物 | 34 | 36.56% | 交通便利 | 19 | 43.18% |
| | 歷史文物 | 15 | 29.41% | 交通便利 | 28 | 30.11% | 民情風俗文化 | 18 | 40.91% |
| | 民情風俗文化 | 13 | 25.49% | 治安良好 | 22 | 23.66% | 夜間休閒活動 | 16 | 36.36% |
| | 治安良好 | 10 | 19.61% | 夜間休閒活動 | 19 | 20.43% | 歷史文物 | 13 | 29.55% |
| | 氣候宜人 | 9 | 17.65% | 距離居住地近 | 13 | 13.98% | 治安良好 | 12 | 27.27% |
| | 夜間休閒活動 | 8 | 15.69% | 遊憩場所 | 12 | 12.90% | 氣候宜人 | 6 | 13.64% |
| | 公司安排 | 3 | 5.88% | 逛街購物 | 11 | 11.83% | 遊憩場所 | 6 | 13.64% |
| | 距離居住地近 | 3 | 5.88% | 氣候宜人 | 10 | 10.75% | 距離居住地近 | 4 | 9.09% |
| | 遊憩場所 | 2 | 3.92% | 公司安排 | 7 | 7.53% | 藝文展演節慶活動 | 3 | 6.82% |
| | 保健美容醫療 | 2 | 3.92% | 藝文展演節慶活動 | 6 | 6.45% | 會議展覽活動 | 3 | 6.82% |
| | 藝文展演節慶活動 | 2 | 3.92% | 保健美容醫療 | 5 | 5.38% | 保健美容醫療 | 2 | 4.55% |
| | 會議展覽活動 | 2 | 3.92% | 會議展覽活動 | 2 | 2.15% | 其他 | 8 | 18.18% |
| | 其他 | 7 | 13.73% | 其他 | 13 | 13.98% | | | |

註：1 本題為複選題，共提供 16 個選項
2 歐洲：包括英、法、德國與歐洲其他國家

附表 11-2 105 年受訪旅客此次來臺北市觀光之原因 – 按旅遊型態分

| 市場別 | 全體 | | | 全體團體 | | | 全體自由行 | | |
|----------------|----------|------|--------|----------|-----|--------|----------|------|--------|
| | 吸引原因 | 人次 | 百分比 | 吸引原因 | 人次 | 百分比 | 吸引原因 | 人次 | 百分比 |
| 吸引來臺北市原因
排序 | 食物 | 2214 | 61.50% | 風光景色 | 740 | 54.77% | 食物 | 1522 | 67.67% |
| | 風光景色 | 1969 | 54.69% | 食物 | 692 | 51.22% | 風光景色 | 1229 | 54.65% |
| | 逛街購物 | 1285 | 35.69% | 民情風俗文化 | 463 | 34.27% | 逛街購物 | 872 | 38.77% |
| | 民情風俗文化 | 1231 | 34.19% | 逛街購物 | 413 | 30.57% | 民情風俗文化 | 768 | 34.15% |
| | 交通便利 | 1012 | 28.11% | 歷史文物 | 405 | 29.98% | 交通便利 | 726 | 32.28% |
| | 歷史文物 | 974 | 27.06% | 治安良好 | 301 | 22.28% | 歷史文物 | 569 | 25.30% |
| | 治安良好 | 802 | 22.28% | 交通便利 | 286 | 21.17% | 治安良好 | 501 | 22.28% |
| | 夜間休閒活動 | 619 | 17.19% | 氣候宜人 | 236 | 17.47% | 夜間休閒活動 | 417 | 18.54% |
| | 氣候宜人 | 592 | 16.44% | 夜間休閒活動 | 202 | 14.95% | 氣候宜人 | 356 | 15.83% |
| | 公司安排 | 341 | 9.47% | 公司安排 | 191 | 14.14% | 距離居住地近 | 208 | 9.25% |
| | 距離居住地近 | 304 | 8.44% | 距離居住地近 | 96 | 7.11% | 遊憩場所 | 181 | 8.05% |
| | 遊憩場所 | 240 | 6.67% | 遊憩場所 | 59 | 4.37% | 公司安排 | 150 | 6.67% |
| | 藝文展演節慶活動 | 170 | 4.72% | 藝文展演節慶活動 | 51 | 3.77% | 藝文展演節慶活動 | 119 | 5.29% |
| | 保健美容醫療 | 117 | 3.25% | 會議展覽活動 | 49 | 3.63% | 保健美容醫療 | 77 | 3.42% |
| | 會議展覽活動 | 109 | 3.03% | 保健美容醫療 | 40 | 2.96% | 會議展覽活動 | 60 | 2.67% |
| | 其他 | 342 | 9.50% | 其他 | 123 | 9.10% | 其他 | 219 | 9.74% |
| 市場別 | 大陸團體 | | | 大陸自由行 | | | | | |
| | 吸引原因 | 人次 | 百分比 | 吸引原因 | 人次 | 百分比 | | | |
| 吸引來臺北市原因
排序 | 風光景色 | 406 | 71.60% | 風光景色 | 495 | 65.30% | | | |
| | 食物 | 304 | 53.62% | 食物 | 481 | 63.46% | | | |
| | 民情風俗文化 | 239 | 42.15% | 民情風俗文化 | 337 | 44.46% | | | |
| | 逛街購物 | 203 | 35.80% | 逛街購物 | 322 | 42.48% | | | |
| | 歷史文物 | 182 | 32.10% | 歷史文物 | 286 | 37.73% | | | |
| | 氣候宜人 | 152 | 26.81% | 交通便利 | 193 | 25.46% | | | |
| | 治安良好 | 119 | 20.99% | 氣候宜人 | 152 | 20.05% | | | |
| | 交通便利 | 118 | 20.81% | 治安良好 | 142 | 18.73% | | | |
| | 公司安排 | 78 | 13.76% | 夜間休閒活動 | 108 | 14.25% | | | |
| | 夜間休閒活動 | 64 | 11.29% | 遊憩場所 | 60 | 7.92% | | | |
| | 遊憩場所 | 28 | 4.94% | 公司安排 | 48 | 6.33% | | | |
| | 距離居住地近 | 19 | 3.35% | 藝文展演節慶活動 | 41 | 5.41% | | | |
| | 藝文展演節慶活動 | 17 | 3.00% | 距離居住地近 | 37 | 4.88% | | | |
| | 會議展覽活動 | 17 | 3.00% | 會議展覽活動 | 23 | 3.03% | | | |
| | 保健美容醫療 | 15 | 2.65% | 保健美容醫療 | 17 | 2.24% | | | |
| | 其他 | 42 | 7.41% | 其他 | 54 | 7.12% | | | |

註：1 本題為複選題，共提供 16 個選項

2 受訪旅客 3,600 人，其中團體旅客 1,351 人(占 37.53%)、自由行旅客 2,249 人(占 62.47%)。

3 受訪大陸旅客 1,325 人，其中大陸團體旅客 567 人(占 42.79%)、自由行旅客 758 人(占 57.21%)。

附表 12 105 年到訪臺北市受訪旅客平均停留日夜數-按性別分

| 項目別 | 性別 | | 男性 | | | | 女性 | | | |
|-------------|------|-------|--------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|-----|
| 在臺北市平均停留日夜數 | | | 平均停留日數 | | 平均停留夜數 | | 平均停留日數 | | 平均停留夜數 | |
| | 平均日數 | 標準誤 | 平均日數 | 標準誤 | 平均夜數 | 標準誤 | 平均日數 | 標準誤 | 平均夜數 | 標準誤 |
| 全體 | 4.86 | .148 | 4.01 | .146 | 4.81 | .164 | 3.96 | .163 | | |
| 日本 | 3.70 | .152 | 2.74 | .151 | 3.59 | .139 | 2.58 | .129 | | |
| 大陸 | 4.27 | .298 | 3.58 | .307 | 4.07 | .204 | 3.32 | .203 | | |
| 香港.澳門 | 5.05 | .277 | 4.12 | .283 | 6.30 | .576 | 5.39 | .576 | | |
| 新加坡 | 5.68 | .533 | 4.77 | .533 | 4.72 | .255 | 3.81 | .249 | | |
| 韓國 | 4.08 | .119 | 3.08 | .118 | 3.96 | .119 | 2.98 | .118 | | |
| 馬來西亞 | 5.52 | .613 | 4.55 | .606 | 5.93 | 1.097 | 5.00 | 1.094 | | |
| 亞洲其他地區 | 9.67 | 1.365 | 8.86 | 1.365 | 8.23 | 2.050 | 7.47 | 2.065 | | |
| 美國 | 5.57 | .414 | 4.91 | .412 | 6.55 | .779 | 5.79 | .781 | | |
| 加拿大 | 7.13 | 1.216 | 6.30 | 1.203 | 6.71 | 2.708 | 5.86 | 2.698 | | |
| 英國 | 5.93 | 1.290 | 5.29 | 1.242 | 3.33 | .558 | 2.50 | .428 | | |
| 法國 | 5.67 | 1.176 | 4.67 | 1.176 | 4.00 | .683 | 2.83 | .792 | | |
| 德國 | 8.94 | 5.513 | 6.41 | 3.987 | 4.00 | .000 | 3.00 | .000 | | |
| 歐洲其他地區 | 4.38 | .909 | 3.67 | .893 | 15.27 | 5.336 | 14.47 | 5.326 | | |
| 紐澳 | 6.89 | 1.388 | 6.07 | 1.401 | 6.12 | .641 | 5.24 | .610 | | |
| 其他地區 | 8.75 | 2.148 | 7.71 | 2.151 | 24.00 | 11.483 | 23.33 | 11.529 | | |

附表 13-1 105 年到訪臺北市受訪旅客遊覽觀光景點之排名—按主要市場分(續)

| 市場別 | 全體 | | | 日本 | | | 大陸 | | |
|------------|--------|------|--------|--------|-----|--------|--------|------|--------|
| | 遊覽景點 | 人次 | 百分比 | 遊覽景點 | 人次 | 百分比 | 遊覽景點 | 人次 | 百分比 |
| 遊覽景點
排序 | 夜市 | 2851 | 79.19% | 夜市 | 433 | 66.11% | 夜市 | 1115 | 84.15% |
| | 臺北 101 | 2564 | 71.22% | 故宮博物院 | 342 | 52.21% | 臺北 101 | 1093 | 82.49% |
| | 故宮博物院 | 1916 | 53.22% | 臺北 101 | 320 | 48.85% | 故宮博物院 | 1015 | 76.60% |
| | 西門町 | 1623 | 45.08% | 龍山寺 | 196 | 29.92% | 中正紀念堂 | 686 | 51.77% |
| | 中正紀念堂 | 1450 | 40.28% | 中正紀念堂 | 167 | 25.50% | 西門町 | 665 | 50.19% |
| | 國父紀念館 | 1013 | 28.14% | 西門町 | 100 | 15.27% | 國父紀念館 | 631 | 47.62% |
| | 龍山寺 | 812 | 22.56% | 國父紀念館 | 62 | 9.47% | 士林官邸 | 461 | 34.79% |
| | 士林官邸 | 673 | 18.69% | 北投溫泉區 | 45 | 6.87% | 北投溫泉區 | 203 | 15.32% |
| | 北投溫泉區 | 575 | 15.97% | 大稻埕 | 40 | 6.11% | 陽明山 | 191 | 14.42% |
| | 陽明山 | 448 | 12.44% | 陽明山 | 36 | 5.50% | 龍山寺 | 167 | 12.60% |
| | 河濱公園 | 188 | 5.22% | 士林官邸 | 31 | 4.73% | 河濱公園 | 48 | 3.62% |
| | 大稻埕 | 145 | 4.03% | 河濱公園 | 12 | 1.83% | 大稻埕 | 38 | 2.87% |
| | 其他 | 534 | 14.83% | 其他 | 152 | 23.21% | 其他 | 137 | 10.34% |
| 市場別 | 香港澳門 | | | 新加坡 | | | 韓國 | | |
| | 遊覽景點 | 人次 | 百分比 | 遊覽景點 | 人次 | 百分比 | 遊覽景點 | 人次 | 百分比 |
| 遊覽景點
排序 | 夜市 | 448 | 82.50% | 夜市 | 118 | 84.29% | 夜市 | 258 | 87.46% |
| | 西門町 | 356 | 65.56% | 西門町 | 107 | 76.43% | 臺北 101 | 227 | 76.95% |
| | 臺北 101 | 331 | 60.96% | 臺北 101 | 95 | 67.86% | 中正紀念堂 | 191 | 64.75% |
| | 故宮博物院 | 160 | 29.47% | 北投溫泉區 | 41 | 29.29% | 龍山寺 | 184 | 62.37% |
| | 中正紀念堂 | 131 | 24.13% | 中正紀念堂 | 30 | 21.43% | 故宮博物院 | 153 | 51.86% |
| | 北投溫泉區 | 110 | 20.26% | 故宮博物院 | 26 | 18.57% | 西門町 | 148 | 50.17% |
| | 陽明山 | 92 | 16.94% | 國父紀念館 | 26 | 18.57% | 國父紀念館 | 71 | 24.07% |
| | 國父紀念館 | 87 | 16.02% | 陽明山 | 20 | 14.29% | 北投溫泉區 | 62 | 21.02% |
| | 龍山寺 | 86 | 15.84% | 士林官邸 | 17 | 12.14% | 士林官邸 | 54 | 18.31% |
| | 士林官邸 | 43 | 7.92% | 龍山寺 | 17 | 12.14% | 陽明山 | 28 | 9.49% |
| | 大稻埕 | 30 | 5.52% | 河濱公園 | 9 | 6.43% | 河濱公園 | 25 | 8.47% |
| | 河濱公園 | 26 | 4.79% | 大稻埕 | 1 | 0.71% | 大稻埕 | 6 | 2.03% |
| | 其他 | 81 | 14.92% | 其他 | 12 | 8.57% | 其他 | 23 | 7.80% |

註：1 本題為複選題，共提供 13 個選項
 2 大稻埕包含霞海城隍廟、迪化街等

附表 13-1 105 年到訪臺北市受訪旅客遊覽觀光景點之排名—按主要市場分(續完)

| 市場別 | 馬來西亞 | | | 美國 | | | 歐洲 | | | 紐澳 | | |
|------------|--------|-----|--------|--------|-----|--------|--------|----|--------|--------|----|--------|
| | 遊覽景點 | 人次 | 百分比 | 遊覽景點 | 人次 | 百分比 | 遊覽景點 | 人次 | 百分比 | 遊覽景點 | 人次 | 百分比 |
| 遊覽景點
排序 | 夜市 | 138 | 93.88% | 臺北 101 | 120 | 68.97% | 臺北 101 | 73 | 78.49% | 臺北 101 | 37 | 84.09% |
| | 臺北 101 | 122 | 82.99% | 夜市 | 113 | 64.94% | 夜市 | 63 | 67.74% | 夜市 | 36 | 81.82% |
| | 西門町 | 121 | 82.31% | 故宮博物院 | 57 | 32.76% | 故宮博物院 | 42 | 45.16% | 西門町 | 17 | 38.64% |
| | 中正紀念堂 | 63 | 42.86% | 中正紀念堂 | 56 | 32.18% | 中正紀念堂 | 40 | 43.01% | 中正紀念堂 | 14 | 31.82% |
| | 故宮博物院 | 49 | 33.33% | 西門町 | 34 | 19.54% | 龍山寺 | 34 | 36.56% | 故宮博物院 | 12 | 27.27% |
| | 國父紀念館 | 39 | 26.53% | 龍山寺 | 32 | 18.39% | 西門町 | 30 | 32.26% | 龍山寺 | 10 | 22.73% |
| | 北投溫泉區 | 37 | 25.17% | 國父紀念館 | 29 | 16.67% | 國父紀念館 | 24 | 25.81% | 河濱公園 | 10 | 22.73% |
| | 龍山寺 | 33 | 22.45% | 北投溫泉區 | 18 | 10.34% | 北投溫泉區 | 19 | 20.43% | 國父紀念館 | 8 | 18.18% |
| | 陽明山 | 26 | 17.69% | 河濱公園 | 15 | 8.62% | 陽明山 | 18 | 19.35% | 北投溫泉區 | 6 | 13.64% |
| | 士林官邸 | 26 | 17.69% | 陽明山 | 11 | 6.32% | 河濱公園 | 16 | 17.20% | 士林官邸 | 3 | 6.82% |
| | 河濱公園 | 11 | 7.48% | 士林官邸 | 10 | 5.75% | 大稻埕 | 11 | 11.83% | 陽明山 | 1 | 2.27% |
| | 大稻埕 | 5 | 3.40% | 大稻埕 | 4 | 2.30% | 士林官邸 | 9 | 9.68% | 大稻埕 | 1 | 2.27% |
| | 其他 | 15 | 10.20% | 其他 | 38 | 21.84% | 其他 | 19 | 20.43% | 其他 | 12 | 27.27% |

註：1 本題為複選題，共提供 13 個選項
2 大稻埕包含霞海城隍廟、迪化街等

附表 13-2 105 年到訪臺北市受訪旅客遊覽觀光景點之排名—按旅遊型態分

| 市場別 | 全體 | | | 團體 | | | 自由行 | | |
|------------|--------|------|--------|--------|------|--------|--------|------|--------|
| | 遊覽景點 | 人次 | 百分比 | 遊覽景點 | 人次 | 百分比 | 遊覽景點 | 人次 | 百分比 |
| 遊覽景點
排序 | 夜市 | 2851 | 79.19% | 夜市 | 1074 | 79.50% | 夜市 | 1777 | 79.01% |
| | 臺北 101 | 2564 | 71.22% | 臺北 101 | 1018 | 75.35% | 臺北 101 | 1546 | 68.74% |
| | 故宮博物院 | 1916 | 53.22% | 故宮博物院 | 970 | 71.80% | 西門町 | 1204 | 53.53% |
| | 西門町 | 1623 | 45.08% | 中正紀念堂 | 651 | 48.19% | 故宮博物院 | 946 | 42.06% |
| | 中正紀念堂 | 1450 | 40.28% | 國父紀念館 | 486 | 35.97% | 中正紀念堂 | 799 | 35.53% |
| | 國父紀念館 | 1013 | 28.14% | 西門町 | 419 | 31.01% | 國父紀念館 | 527 | 23.43% |
| | 龍山寺 | 812 | 22.56% | 士林官邸 | 343 | 25.39% | 龍山寺 | 497 | 22.10% |
| | 士林官邸 | 673 | 18.69% | 龍山寺 | 315 | 23.32% | 北投溫泉區 | 395 | 17.56% |
| | 北投溫泉區 | 575 | 15.97% | 北投溫泉區 | 180 | 13.32% | 陽明山 | 330 | 14.67% |
| | 陽明山 | 448 | 12.44% | 陽明山 | 118 | 8.73% | 士林官邸 | 330 | 14.67% |
| | 河濱公園 | 188 | 5.22% | 河濱公園 | 58 | 4.29% | 河濱公園 | 130 | 5.78% |
| | 大稻埕 | 145 | 4.03% | 大稻埕 | 41 | 3.03% | 大稻埕 | 104 | 4.62% |
| | 其他 | 534 | 14.83% | 其他 | 126 | 9.33% | 其他 | 408 | 18.14% |

註：1 本題為複選題，共提供 13 個選項
 2 大稻埕包含霞海城隍廟、迪化街等

附表 14 105 年到訪臺北市受訪旅客最喜歡景點之排名-按主要市場分(續 1)

| 市場別 | 全體 | | | 日本 | | |
|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | 最喜歡景點 | 到訪百分比 | 喜歡比率 | 最喜歡景點 | 到訪百分比 | 喜歡比率 |
| 最喜歡景點 | 故宮博物院 | 53.22% | 30.58% | 故宮博物院 | 52.21% | 35.67% |
| | 陽明山 | 12.44% | 28.79% | 臺北 101 | 48.85% | 19.38% |
| | 北投溫泉區 | 15.97% | 18.43% | 龍山寺 | 29.92% | 16.33% |
| | 臺北 101 | 71.22% | 18.14% | 夜市 | 66.11% | 16.17% |
| | 夜市 | 79.19% | 17.43% | 西門町 | 15.27% | 10.00% |
| | 西門町 | 45.08% | 12.32% | 中正紀念堂 | 25.50% | 8.38% |
| | 龍山寺 | 22.56% | 10.84% | 國父紀念館 | 9.47% | 1.61% |
| | 士林官邸 | 18.69% | 6.09% | | | |
| | 中正紀念堂 | 40.28% | 6.00% | | | |
| | 國父紀念館 | 28.14% | 3.16% | | | |
| 市場別 | 大陸 | | | 香港澳門 | | |
| | 最喜歡景點 | 到訪百分比 | 喜歡比率 | 最喜歡景點 | 到訪百分比 | 喜歡比率 |
| 最喜歡景點 | 故宮博物院 | 76.60% | 34.68% | 北投溫泉區 | 20.26% | 33.64% |
| | 陽明山 | 14.42% | 22.51% | 陽明山 | 16.94% | 29.35% |
| | 臺北 101 | 82.49% | 19.03% | 夜市 | 82.50% | 25.89% |
| | 北投溫泉區 | 15.32% | 16.75% | 西門町 | 65.56% | 18.54% |
| | 夜市 | 84.15% | 14.26% | 故宮博物院 | 29.47% | 18.13% |
| | 西門町 | 50.19% | 8.72% | 臺北 101 | 60.96% | 16.92% |
| | 士林官邸 | 34.79% | 7.81% | 龍山寺 | 15.84% | 12.79% |
| | 龍山寺 | 12.60% | 6.59% | 中正紀念堂 | 24.13% | 3.05% |
| | 中正紀念堂 | 51.77% | 5.69% | 士林官邸 | 7.92% | 2.33% |
| | 國父紀念館 | 47.62% | 3.17% | 國父紀念館 | 16.02% | 2.30% |

註：1 喜歡比率= (最喜歡該景點人數/曾遊覽過該景點人數)x100%

2 排序以景點到訪百分比達 7%以上

附表 14 105 年到訪臺北市受訪旅客最喜歡景點之排名-按主要市場分(續 2)

| 市場別 | 新加坡 | | | 韓國 | | |
|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | 最喜歡景點 | 到訪百分比 | 喜歡比率 | 最喜歡景點 | 到訪百分比 | 喜歡比率 |
| 最喜歡景點排名 | 夜市 | 84.29% | 33.05% | 陽明山 | 9.49% | 28.57% |
| | 西門町 | 76.43% | 25.23% | 故宮博物院 | 51.86% | 21.57% |
| | 陽明山 | 14.29% | 25.00% | 河濱公園 | 8.47% | 20.00% |
| | 故宮博物院 | 18.57% | 15.38% | 北投溫泉區 | 21.02% | 16.13% |
| | 北投溫泉區 | 29.29% | 14.63% | 臺北 101 | 76.95% | 14.10% |
| | 臺北 101 | 67.86% | 10.53% | 夜市 | 87.46% | 8.14% |
| | 中正紀念堂 | 21.43% | 6.67% | 西門町 | 50.17% | 6.76% |
| | 龍山寺 | 12.14% | 5.88% | 龍山寺 | 62.37% | 5.98% |
| | | | | 國父紀念館 | 24.07% | 5.63% |
| | | | | 士林官邸 | 18.31% | 5.56% |
| 市場別 | 馬來西亞 | | | 美國 | | |
| | 最喜歡景點 | 到訪百分比 | 喜歡比率 | 最喜歡景點 | 到訪百分比 | 喜歡比率 |
| 最喜歡景點排名 | 夜市 | 93.88% | 23.91% | 故宮博物院 | 32.76% | 28.07% |
| | 故宮博物院 | 33.33% | 20.41% | 夜市 | 64.94% | 23.89% |
| | 陽明山 | 17.69% | 19.23% | 龍山寺 | 18.39% | 21.88% |
| | 北投溫泉區 | 25.17% | 18.92% | 臺北 101 | 68.97% | 18.33% |
| | 西門町 | 82.31% | 15.70% | 中正紀念堂 | 32.18% | 14.29% |
| | 臺北 101 | 82.99% | 13.11% | 國父紀念館 | 16.67% | 13.79% |
| | 龍山寺 | 22.45% | 9.09% | 西門町 | 19.54% | 5.88% |
| | 河濱公園 | 7.48% | 9.09% | 北投溫泉區 | 10.34% | 5.56% |
| | 中正紀念堂 | 42.86% | 1.59% | | | |
| | | | | | | |

註：1 喜歡比率= (最喜歡該景點人數/曾遊覽過該景點人數)x100%

2 排序以景點到訪百分比達 7%以上

附表 14 105 年到訪臺北市受訪旅客最喜歡景點之排名-按主要市場分(續完)

| 市場別 | 歐洲 | | | 紐澳 | | |
|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | 最喜歡景點 | 到訪百分比 | 喜歡比率 | 最喜歡景點 | 到訪百分比 | 喜歡比率 |
| 最喜歡景點排名 | 陽明山 | 19.35% | 50.00% | 北投溫泉區 | 13.64% | 50.00% |
| | 臺北 101 | 78.49% | 20.55% | 河濱公園 | 22.73% | 20.00% |
| | 故宮博物院 | 45.16% | 16.67% | 臺北 101 | 84.09% | 18.92% |
| | 夜市 | 67.74% | 15.87% | 夜市 | 81.82% | 16.67% |
| | 龍山寺 | 36.56% | 14.71% | 西門町 | 38.64% | 11.76% |
| | 中正紀念堂 | 43.01% | 10.00% | 龍山寺 | 22.73% | 10.00% |
| | 河濱公園 | 17.20% | 6.25% | 故宮博物院 | 27.27% | 8.33% |
| | 北投溫泉區 | 20.43% | 5.26% | 中正紀念堂 | 31.82% | 7.14% |
| | 國父紀念館 | 25.81% | 4.17% | | | |
| | | | | | | |

註：1 喜歡比率 = (最喜歡該景點人數/曾遊覽過該景點人數)x100%
 2 排序以景點到訪百分比達 7%以上

附表 15 105 年到訪臺北市受訪旅客最喜歡景點之排名-按性別分

| 性別 | 全體 | | | 男性 | | | 女性 | | |
|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | 最喜歡景點 | 到訪百分比 | 喜歡比率 | 最喜歡景點 | 到訪百分比 | 喜歡比率 | 最喜歡景點 | 到訪百分比 | 喜歡比率 |
| 最喜歡景點排名 | 故宮博物院 | 53.22% | 30.58% | 陽明山 | 13.15% | 30.90% | 夜市 | 83.37% | 17.39% |
| | 陽明山 | 12.44% | 28.79% | 故宮博物院 | 50.00% | 30.25% | 臺北 101 | 72.87% | 17.12% |
| | 北投溫泉區 | 15.97% | 18.43% | 臺北 101 | 69.53% | 19.24% | 故宮博物院 | 56.35% | 30.87% |
| | 臺北 101 | 71.22% | 18.14% | 夜市 | 74.89% | 17.48% | 西門町 | 51.86% | 12.55% |
| | 夜市 | 79.19% | 17.43% | 北投溫泉區 | 15.86% | 13.88% | 中正紀念堂 | 42.94% | 4.97% |
| | 西門町 | 45.08% | 12.32% | 西門町 | 38.09% | 12.00% | 國父紀念館 | 30.91% | 2.48% |
| | 龍山寺 | 22.56% | 10.84% | 龍山寺 | 22.63% | 11.22% | 龍山寺 | 22.48% | 10.46% |
| | 士林官邸 | 18.69% | 6.09% | 中正紀念堂 | 37.53% | 7.22% | 士林官邸 | 21.23% | 7.47% |
| | 中正紀念堂 | 40.28% | 6.00% | 士林官邸 | 16.08% | 4.21% | 北投溫泉區 | 16.08% | 22.79% |
| | 國父紀念館 | 28.14% | 3.16% | 國父紀念館 | 25.28% | 4.02% | 陽明山 | 11.76% | 26.51% |

註：1 喜歡比率= (最喜歡該景點人數/曾遊覽過該景點人數)x100%

2 排序以景點到訪百分比達 7%以上

附表 16 105 年到訪臺北市受訪旅客最喜歡景點之排名-按旅遊型態分

| 旅遊型態 | 全體 | | | 團體 | | | 自由行 | | |
|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | 最喜歡景點 | 到訪百分比 | 喜歡比率 | 最喜歡景點 | 到訪百分比 | 喜歡比率 | 最喜歡景點 | 到訪百分比 | 喜歡比率 |
| 最喜歡景點排名 | 故宮博物院 | 53.22% | 30.58% | 故宮博物院 | 71.80% | 32.16% | 陽明山 | 14.67% | 31.52% |
| | 陽明山 | 12.44% | 28.79% | 陽明山 | 8.73% | 21.19% | 故宮博物院 | 42.06% | 28.96% |
| | 北投溫泉區 | 15.97% | 18.43% | 臺北 101 | 75.35% | 20.04% | 北投溫泉區 | 17.56% | 24.30% |
| | 臺北 101 | 71.22% | 18.14% | 夜市 | 79.50% | 11.92% | 夜市 | 79.01% | 20.77% |
| | 夜市 | 79.19% | 17.43% | 西門町 | 31.01% | 8.83% | 臺北 101 | 68.74% | 16.88% |
| | 西門町 | 45.08% | 12.32% | 龍山寺 | 23.32% | 8.25% | 西門町 | 53.53% | 13.54% |
| | 龍山寺 | 22.56% | 10.84% | 士林官邸 | 25.39% | 6.41% | 龍山寺 | 22.10% | 12.47% |
| | 士林官邸 | 18.69% | 6.09% | 北投溫泉區 | 13.32% | 5.56% | 中正紀念堂 | 35.53% | 6.88% |
| | 中正紀念堂 | 40.28% | 6.00% | 中正紀念堂 | 48.19% | 4.92% | 士林官邸 | 14.67% | 5.76% |
| | 國父紀念館 | 28.14% | 3.16% | 國父紀念館 | 35.97% | 2.47% | 國父紀念館 | 23.43% | 3.80% |

註：1 喜歡比例 = (最喜歡該景點人數/曾遊覽過該景點人數)×100%

2 排序以景點到訪百分比達 7%以上

3 定義「團體」：參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦(參加旅行團)、自行規劃行程後，由旅行社包辦(如交流團、修學旅行、獎勵旅遊、親友團等)、以及由邀請單位安排。「自由行」：由旅行社安排住宿(及代訂機票)以及完全自行安排

附表 17 105 年到訪臺北市受訪旅客最喜歡景點之排名-按年齡分(續)

| 市場別 | 全體 | | | 12-19 歲 | | |
|---------|---------|--------|--------|---------|--------|--------|
| | 最喜歡景點 | 到訪百分比 | 喜歡比率 | 最喜歡景點 | 到訪百分比 | 喜歡比率 |
| 最喜歡景點排名 | 故宮博物院 | 53.22% | 30.58% | 臺北 101 | 75.00% | 28.57% |
| | 陽明山 | 12.44% | 28.79% | 夜市 | 87.50% | 26.53% |
| | 北投溫泉區 | 15.97% | 18.43% | 西門町 | 56.25% | 22.22% |
| | 臺北 101 | 71.22% | 18.14% | 故宮博物院 | 50.00% | 10.71% |
| | 夜市 | 79.19% | 17.43% | 陽明山 | 10.71% | 8.33% |
| | 西門町 | 45.08% | 12.32% | 龍山寺 | 22.32% | 8.00% |
| | 龍山寺 | 22.56% | 10.84% | 國父紀念館 | 15.18% | 5.88% |
| | 士林官邸 | 18.69% | 6.09% | 中正紀念堂 | 32.14% | 5.56% |
| | 中正紀念堂 | 40.28% | 6.00% | | | |
| | 國父紀念館 | 28.14% | 3.16% | | | |
| 市場別 | 20-29 歲 | | | 30-39 歲 | | |
| | 最喜歡景點 | 到訪百分比 | 喜歡比率 | 最喜歡景點 | 到訪百分比 | 喜歡比率 |
| 最喜歡景點排名 | 陽明山 | 10.46% | 28.85% | 故宮博物院 | 49.19% | 32.31% |
| | 故宮博物院 | 48.69% | 26.86% | 陽明山 | 12.30% | 32.08% |
| | 夜市 | 87.02% | 24.28% | 北投溫泉區 | 15.43% | 23.31% |
| | 北投溫泉區 | 17.20% | 18.71% | 臺北 101 | 72.39% | 19.55% |
| | 臺北 101 | 77.67% | 15.80% | 夜市 | 81.21% | 16.43% |
| | 西門町 | 65.29% | 13.10% | 龍山寺 | 20.07% | 11.56% |
| | 龍山寺 | 18.81% | 9.09% | 西門町 | 47.91% | 11.38% |
| | 中正紀念堂 | 43.06% | 6.31% | 中正紀念堂 | 39.10% | 6.82% |
| | 士林官邸 | 21.03% | 6.22% | 士林官邸 | 18.68% | 4.97% |
| | | | | 國父紀念館 | 25.29% | 2.75% |

註：1 喜歡比率= (最喜歡該景點人數/曾遊覽過該景點人數)x100%

2 排序以景點到訪百分比達 7%以上

附表 17 105 年到訪臺北市受訪旅客最喜歡景點之排名-按年齡分(續完)

| 市場別 | 40-49 歲 | | | 50-59 歲 | | |
|---------|---------|--------|--------|---------|--------|--------|
| | 最喜歡景點 | 到訪百分比 | 喜歡比率 | 最喜歡景點 | 到訪百分比 | 喜歡比率 |
| 最喜歡景點排名 | 故宮博物院 | 51.05% | 33.23% | 故宮博物院 | 55.68% | 29.07% |
| | 陽明山 | 14.86% | 32.61% | 陽明山 | 16.38% | 28.24% |
| | 北投溫泉區 | 14.22% | 17.05% | 北投溫泉區 | 14.84% | 22.08% |
| | 西門町 | 36.03% | 17.04% | 臺北 101 | 70.33% | 19.18% |
| | 臺北 101 | 66.72% | 16.46% | 夜市 | 74.57% | 12.92% |
| | 龍山寺 | 23.75% | 15.65% | 龍山寺 | 28.52% | 10.81% |
| | 夜市 | 70.92% | 15.26% | 中正紀念堂 | 38.54% | 8.00% |
| | 士林官邸 | 17.77% | 10.91% | 西門町 | 34.68% | 7.22% |
| | 國父紀念館 | 25.85% | 4.38% | 士林官邸 | 17.15% | 4.49% |
| | 中正紀念堂 | 34.89% | 4.17% | 國父紀念館 | 28.90% | 3.33% |
| 市場別 | 60-69 歲 | | | 70 歲及以上 | | |
| | 最喜歡景點 | 到訪百分比 | 喜歡比率 | 最喜歡景點 | 到訪百分比 | 喜歡比率 |
| 最喜歡景點排名 | 故宮博物院 | 69.27% | 35.48% | 故宮博物院 | 73.28% | 37.50% |
| | 臺北 101 | 67.04% | 20.42% | 陽明山 | 4.58% | 33.33% |
| | 陽明山 | 12.01% | 18.60% | 河濱公園 | 5.34% | 28.57% |
| | 北投溫泉區 | 17.88% | 12.50% | 北投溫泉區 | 15.27% | 15.00% |
| | 夜市 | 76.82% | 8.36% | 臺北 101 | 48.09% | 14.29% |
| | 龍山寺 | 26.26% | 7.45% | 龍山寺 | 27.48% | 8.33% |
| | 士林官邸 | 20.95% | 5.33% | 夜市 | 63.36% | 7.23% |
| | 中正紀念堂 | 48.88% | 4.00% | 國父紀念館 | 26.72% | 5.71% |
| | 西門町 | 23.18% | 2.41% | 中正紀念堂 | 43.51% | 5.26% |
| | 國父紀念館 | 38.55% | 2.17% | | | |

註：1 喜歡比率= (最喜歡該景點人數/曾遊覽過該景點人數)x100%

2 排序以景點到訪百分比達 7%以上

附表 18 105 年受訪旅客在臺北市平均每人每日之消費金額—按主要市場分

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 | 634 | 171.11 | 23.46 | 26.47 | 7.85 | 13.56 | 3.54 | 96.23 |
| | | 100.00% | 13.71% | 15.47% | 4.59% | 7.93% | 2.07% | 56.24% |
| 大 陸 | 1278 | 329.55 | 38.44 | 37.93 | 12.43 | 5.29 | 3.76 | 231.70 |
| | | 100.00% | 11.66% | 11.51% | 3.77% | 1.61% | 1.14% | 70.31% |
| 香港.澳門 | 530 | 181.83 | 34.19 | 34.00 | 12.55 | 10.22 | 5.29 | 85.59 |
| | | 100.00% | 18.80% | 18.70% | 6.90% | 5.62% | 2.91% | 47.07% |
| 新 加 坡 | 133 | 189.40 | 30.30 | 35.22 | 11.68 | 8.35 | 7.94 | 95.92 |
| | | 100.00% | 16.00% | 18.60% | 6.16% | 4.41% | 4.19% | 50.64% |
| 韓 國 | 275 | 215.55 | 40.24 | 22.84 | 7.03 | 1.82 | 4.42 | 139.19 |
| | | 100.00% | 18.67% | 10.60% | 3.26% | 0.85% | 2.05% | 64.58% |
| 馬來西亞 | 136 | 225.42 | 29.39 | 35.63 | 16.85 | 9.19 | 5.16 | 129.20 |
| | | 100.00% | 13.04% | 15.80% | 7.48% | 4.08% | 2.29% | 57.32% |
| 美 國 | 163 | 269.18 | 128.69 | 51.73 | 13.09 | 11.69 | 21.50 | 42.49 |
| | | 100.00% | 47.81% | 19.22% | 4.86% | 4.34% | 7.99% | 15.79% |
| 歐 洲 | 89 | 133.84 | 61.17 | 31.47 | 9.15 | 7.02 | 4.49 | 20.54 |
| | | 100.00% | 45.70% | 23.51% | 6.84% | 5.25% | 3.35% | 15.34% |
| 紐 澳 | 44 | 197.24 | 51.01 | 46.40 | 7.49 | 18.38 | 3.56 | 70.39 |
| | | 100.00% | 25.86% | 23.52% | 3.80% | 9.32% | 1.81% | 35.69% |

註：1 選取 96%之受訪者共 3,456 人進行消費金額推估(刪除 4%之極端值)

2 「加拿大、亞洲其他地區、歐洲其他地區以及其他地區」等旅客比率偏低，故未列入上表

附表 19 105 年受訪旅客在臺北市平均每人每日之消費金額-按主要目的分

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 | 2613 | 258.32 | 34.75 | 33.75 | 10.92 | 7.65 | 4.60 | 166.65 |
| | | 100.00% | 13.45% | 13.06% | 4.23% | 2.96% | 1.78% | 64.51% |
| 業務 | 494 | 211.80 | 81.39 | 33.01 | 14.00 | 8.27 | 8.33 | 66.80 |
| | | 100.00% | 38.43% | 15.58% | 6.61% | 3.91% | 3.93% | 31.54% |
| 國際會議或展覽 | 54 | 188.52 | 33.68 | 36.20 | 13.14 | 1.48 | 2.43 | 101.59 |
| | | 100.00% | 17.87% | 19.20% | 6.97% | 0.78% | 1.29% | 53.89% |
| 探親或訪友 | 178 | 194.87 | 17.51 | 40.01 | 13.47 | 9.97 | 2.56 | 111.34 |
| | | 100.00% | 8.99% | 20.53% | 6.91% | 5.12% | 1.32% | 57.13% |
| 求學 | 49 | 137.02 | 39.54 | 18.97 | 8.77 | 6.03 | 10.16 | 53.55 |
| | | 100.00% | 28.85% | 13.84% | 6.40% | 4.40% | 7.42% | 39.08% |
| 醫療 | 10 | 536.51 | 65.38 | 190.05 | 10.30 | 0.09 | 7.86 | 262.83 |
| | | 100.00% | 12.19% | 35.42% | 1.92% | 0.02% | 1.47% | 48.99% |
| 其他 | 58 | 159.66 | 21.40 | 29.24 | 7.81 | 13.53 | 11.13 | 76.55 |
| | | 100.00% | 13.40% | 18.32% | 4.89% | 8.47% | 6.97% | 47.95% |

註：選取 96%之受訪者共 3,456 人進行消費金額推估(刪除 4%之極端值)

附表 20 105 年受訪旅客在臺北市平均每人每日之消費金額—按停留臺北市天數分

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 | 662 | 425.34 | 39.92 | 40.03 | 13.52 | 9.48 | 6.20 | 316.19 |
| | | 100.00% | 9.39% | 9.41% | 3.18% | 2.23% | 1.46% | 74.34% |
| 2 天 | 887 | 271.65 | 41.60 | 48.92 | 14.34 | 9.37 | 4.71 | 152.70 |
| | | 100.00% | 15.31% | 18.01% | 5.28% | 3.45% | 1.73% | 56.21% |
| 3 天 | 861 | 185.23 | 41.14 | 27.53 | 9.47 | 5.58 | 3.63 | 97.88 |
| | | 100.00% | 22.21% | 14.86% | 5.11% | 3.01% | 1.96% | 52.85% |
| 4 天 | 394 | 178.67 | 38.40 | 24.69 | 11.34 | 6.85 | 4.71 | 92.68 |
| | | 100.00% | 21.49% | 13.82% | 6.35% | 3.83% | 2.64% | 51.87% |
| 5 天 | 185 | 172.69 | 40.41 | 27.90 | 12.43 | 8.38 | 5.88 | 77.70 |
| | | 100.00% | 23.40% | 16.15% | 7.20% | 4.85% | 3.40% | 44.99% |
| 6 天 | 135 | 222.19 | 81.42 | 41.79 | 10.84 | 15.12 | 18.18 | 54.84 |
| | | 100.00% | 36.64% | 18.81% | 4.88% | 6.80% | 8.18% | 24.68% |
| 7 天 | 90 | 127.82 | 29.49 | 17.52 | 4.59 | 4.27 | 3.00 | 68.95 |
| | | 100.00% | 23.07% | 13.71% | 3.59% | 3.34% | 2.35% | 53.95% |
| 8-15 天 | 153 | 99.42 | 20.33 | 14.96 | 5.13 | 4.74 | 4.59 | 49.67 |
| | | 100.00% | 20.45% | 15.04% | 5.16% | 4.77% | 4.61% | 49.96% |
| 16-90 天 | 88 | 53.66 | 16.46 | 12.11 | 3.30 | 4.25 | 2.45 | 15.09 |
| | | 100.00% | 30.67% | 22.57% | 6.15% | 7.91% | 4.56% | 28.13% |

註：選取 96%之受訪者共 3,456 人進行消費金額推估(刪除 4%之極端值)

附表 21 105 年受訪旅客在臺北市平均每人每日之消費金額—按月份分

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 | 219 | 222.10 | 35.87 | 24.69 | 7.66 | 4.17 | 2.65 | 147.06 |
| | | 100.00% | 16.15% | 11.12% | 3.45% | 1.88% | 1.19% | 66.21% |
| 2 月 | 229 | 310.35 | 41.68 | 35.97 | 11.27 | 8.88 | 4.70 | 207.84 |
| | | 100.00% | 13.43% | 11.59% | 3.63% | 2.86% | 1.52% | 66.97% |
| 3 月 | 340 | 286.74 | 47.81 | 39.34 | 12.18 | 7.73 | 6.65 | 173.04 |
| | | 100.00% | 16.67% | 13.72% | 4.25% | 2.70% | 2.32% | 60.35% |
| 4 月 | 301 | 263.71 | 22.10 | 32.30 | 12.31 | 7.55 | 5.29 | 184.17 |
| | | 100.00% | 8.38% | 12.25% | 4.67% | 2.86% | 2.01% | 69.84% |
| 5 月 | 290 | 218.81 | 28.84 | 25.55 | 8.21 | 5.89 | 3.86 | 146.47 |
| | | 100.00% | 13.18% | 11.67% | 3.75% | 2.69% | 1.77% | 66.94% |
| 6 月 | 268 | 189.81 | 27.42 | 23.19 | 11.83 | 4.51 | 1.86 | 121.00 |
| | | 100.00% | 14.45% | 12.22% | 6.23% | 2.38% | 0.98% | 63.75% |
| 7 月 | 275 | 262.91 | 44.75 | 32.12 | 11.29 | 10.15 | 5.33 | 159.28 |
| | | 100.00% | 17.02% | 12.22% | 4.29% | 3.86% | 2.03% | 60.58% |
| 8 月 | 294 | 212.08 | 47.84 | 26.64 | 11.74 | 6.90 | 4.54 | 114.44 |
| | | 100.00% | 22.56% | 12.56% | 5.53% | 3.25% | 2.14% | 53.96% |
| 9 月 | 274 | 293.36 | 52.14 | 55.51 | 13.78 | 17.44 | 5.42 | 149.06 |
| | | 100.00% | 17.77% | 18.92% | 4.70% | 5.95% | 1.85% | 50.81% |
| 10 月 | 310 | 204.51 | 41.81 | 26.16 | 11.86 | 6.11 | 4.83 | 113.74 |
| | | 100.00% | 20.45% | 12.79% | 5.80% | 2.99% | 2.36% | 55.62% |
| 11 月 | 314 | 229.21 | 43.55 | 32.38 | 12.31 | 7.84 | 6.60 | 126.53 |
| | | 100.00% | 19.00% | 14.13% | 5.37% | 3.42% | 2.88% | 55.20% |
| 12 月 | 342 | 247.13 | 35.70 | 30.19 | 15.40 | 5.87 | 2.43 | 157.54 |
| | | 100.00% | 14.45% | 12.22% | 6.23% | 2.38% | 0.98% | 63.75% |

註：選取 96%之受訪者共 3,456 人進行消費金額推估(刪除 4%之極端值)

附表 22 105 年受訪旅客在臺北市平均每人每日之消費金額—按年齡分

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 | 105 | 265.44 | 43.82 | 59.63 | 21.35 | 15.54 | 6.61 | 118.49 |
| | | 100.00% | 16.51% | 22.47% | 8.04% | 5.85% | 2.49% | 44.64% |
| 20-29 歲 | 949 | 242.73 | 44.32 | 35.57 | 11.36 | 9.33 | 7.06 | 135.09 |
| | | 100.00% | 18.26% | 14.65% | 4.68% | 3.84% | 2.91% | 55.65% |
| 30-39 歲 | 842 | 256.87 | 46.74 | 33.27 | 11.26 | 7.22 | 4.51 | 153.88 |
| | | 100.00% | 18.20% | 12.95% | 4.38% | 2.81% | 1.76% | 59.90% |
| 40-49 歲 | 590 | 225.55 | 31.30 | 25.80 | 10.02 | 6.89 | 4.52 | 147.01 |
| | | 100.00% | 13.88% | 11.44% | 4.44% | 3.06% | 2.00% | 65.18% |
| 50-59 歲 | 492 | 257.57 | 42.69 | 29.06 | 10.90 | 5.96 | 4.44 | 164.52 |
| | | 100.00% | 16.58% | 11.28% | 4.23% | 2.31% | 1.72% | 63.87% |
| 60-69 歲 | 343 | 223.16 | 21.99 | 41.17 | 9.79 | 6.49 | 3.40 | 140.33 |
| | | 100.00% | 9.85% | 18.45% | 4.39% | 2.91% | 1.52% | 62.88% |
| 70 歲及以上 | 130 | 265.30 | 35.51 | 42.60 | 14.91 | 7.81 | 4.46 | 160.00 |
| | | 100.00% | 13.39% | 16.06% | 5.62% | 2.94% | 1.68% | 60.31% |

註：1 選取 96%之受訪者共 3,456 人進行消費金額推估(刪除 4%之極端值)

2 未回答年齡者有 5 人

附表 23 105 年受訪旅客在臺北市平均每人每日之消費金額—按年收入分

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 |
| 未滿 10,000
美元 | 330 | 295.52 | 48.18 | 39.97 | 14.84 | 10.33 | 6.93 | 175.26 |
| | | 100.00% | 16.30% | 13.53% | 5.02% | 3.49% | 2.35% | 59.31% |
| 10,000-19,999
美元 | 495 | 255.65 | 43.21 | 34.10 | 10.56 | 6.97 | 3.56 | 157.26 |
| | | 100.00% | 16.90% | 13.34% | 4.13% | 2.73% | 1.39% | 61.51% |
| 20,000-29,999
美元 | 423 | 222.53 | 39.26 | 32.23 | 10.95 | 7.26 | 3.61 | 129.22 |
| | | 100.00% | 17.64% | 14.48% | 4.92% | 3.26% | 1.62% | 58.07% |
| 30,000-39,999
美元 | 343 | 279.65 | 43.79 | 33.08 | 11.49 | 8.55 | 10.13 | 172.61 |
| | | 100.00% | 15.66% | 11.83% | 4.11% | 3.06% | 3.62% | 61.72% |
| 40,000-49,999
美元 | 239 | 255.36 | 42.98 | 28.53 | 10.00 | 10.05 | 4.37 | 159.42 |
| | | 100.00% | 16.83% | 11.17% | 3.92% | 3.94% | 1.71% | 62.43% |
| 50,000-59,999
美元 | 160 | 208.31 | 28.06 | 27.07 | 8.95 | 8.42 | 7.26 | 128.55 |
| | | 100.00% | 13.47% | 13.00% | 4.30% | 4.04% | 3.49% | 61.71% |
| 60,000-69,999
美元 | 109 | 204.98 | 49.09 | 31.37 | 14.12 | 3.33 | 5.15 | 101.93 |
| | | 100.00% | 23.95% | 15.30% | 6.89% | 1.63% | 2.51% | 49.72% |
| 70,000-79,999
美元 | 110 | 227.51 | 50.94 | 27.71 | 7.89 | 6.35 | 3.81 | 130.81 |
| | | 100.00% | 22.39% | 12.18% | 3.47% | 2.79% | 1.67% | 57.50% |
| 80,000-89,999
美元 | 66 | 335.17 | 26.14 | 16.77 | 10.87 | 1.48 | 1.29 | 278.61 |
| | | 100.00% | 7.80% | 5.00% | 3.24% | 0.44% | 0.39% | 83.13% |
| 90,000-99,999
美元 | 60 | 173.57 | 42.92 | 30.22 | 9.32 | 4.08 | 2.56 | 84.47 |
| | | 100.00% | 24.73% | 17.41% | 5.37% | 2.35% | 1.48% | 48.66% |
| 100,000 美元及
以上 | 237 | 200.09 | 31.88 | 23.68 | 9.18 | 4.51 | 3.93 | 126.91 |
| | | 100.00% | 15.94% | 11.84% | 4.59% | 2.25% | 1.96% | 63.43% |
| 無固定收入 | 619 | 248.26 | 37.19 | 46.05 | 13.19 | 9.48 | 5.59 | 136.75 |
| | | 100.00% | 14.98% | 18.55% | 5.31% | 3.82% | 2.25% | 55.08% |

註：1 選取 96%之受訪者共 3,456 人進行消費金額推估(刪除 4%之極端值)

2 其中年收入未回答者 265 人

附表 24 105 年受訪旅客在臺北市平均每人每日之消費金額—按性別分

單位：美元

| 金額
列百分比 | 總人數 | 總計 | 來臺北市消費項目 | | | | | |
|------------|------|---------|------------|------------|--------------|-------|-------|--------|
| | | | 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 | 1710 | 240.14 | 38.77 | 27.60 | 9.12 | 6.13 | 3.79 | 154.73 |
| | | 100.00% | 16.14% | 11.49% | 3.80% | 2.55% | 1.58% | 64.43% |
| 女 性 | 1746 | 249.25 | 40.87 | 40.67 | 13.65 | 9.48 | 6.59 | 137.99 |
| | | 100.00% | 16.40% | 16.32% | 5.48% | 3.80% | 2.64% | 55.36% |

註：選取 96%之受訪者共 3,456 人進行消費金額推估(刪除 4%之極端值)

附表 25 105 年到訪臺北市受訪旅客對臺北市印象最好之項目—按主要市場分(續 1)

| 全體 | | | 日本 | | |
|---------|------|--------|-----------|-----|--------|
| 項目 | 人次 | 百分比 | 項目 | 人次 | 百分比 |
| 食物 | 2185 | 60.69% | 食物 | 415 | 63.36% |
| 夜市 | 1650 | 45.83% | 人情味 | 241 | 36.79% |
| 人情味 | 1516 | 42.11% | 夜市 | 205 | 31.30% |
| 交通 | 1333 | 37.03% | 交通 | 176 | 26.87% |
| 公民素養 | 1100 | 30.56% | 古蹟、歷史文物 | 148 | 22.60% |
| 古蹟、歷史文物 | 976 | 27.11% | 公民素養 | 129 | 19.69% |
| 街道市容 | 949 | 26.36% | 街道市容 | 97 | 14.81% |
| 民情風俗與文化 | 608 | 16.89% | 民情風俗與文化 | 55 | 8.40% |
| 生活機能 | 524 | 14.56% | 生活機能 | 45 | 6.87% |
| 地方特產 | 443 | 12.31% | 都會不夜城 | 36 | 5.50% |
| 24 小時書店 | 390 | 10.83% | 24 小時書店 | 26 | 3.97% |
| 溫泉 | 371 | 10.31% | 地方特產 | 25 | 3.82% |
| 都會不夜城 | 266 | 7.39% | 溫泉 | 20 | 3.05% |
| 自行車 | 202 | 5.61% | 保健、美容醫療 | 20 | 3.05% |
| 景點 | 154 | 4.28% | 景點 | 19 | 2.90% |
| 其他 | 174 | 4.83% | 其他 | 56 | 8.55% |
| 大陸 | | | 香港澳門 | | |
| 項目 | 人次 | 百分比 | 項目 | 人次 | 百分比 |
| 食物 | 835 | 63.02% | 食物 | 398 | 73.30% |
| 公民素養 | 670 | 50.57% | 人情味 | 300 | 55.25% |
| 人情味 | 618 | 46.64% | 夜市 | 293 | 53.96% |
| 夜市 | 580 | 43.77% | 交通 | 211 | 38.86% |
| 古蹟、歷史文物 | 494 | 37.28% | 公民素養 | 171 | 31.49% |
| 交通 | 489 | 36.91% | 街道市容 | 140 | 25.78% |
| 街道市容 | 452 | 34.11% | 地方特產 | 95 | 17.50% |
| 民情風俗與文化 | 282 | 21.28% | 民情風俗與文化 | 94 | 17.31% |
| 生活機能 | 256 | 19.32% | 生活機能 | 86 | 15.84% |
| 24 小時書店 | 206 | 15.55% | 古蹟、歷史文物 | 84 | 15.47% |
| 地方特產 | 201 | 15.17% | 24 小時書店 | 80 | 14.73% |
| 溫泉 | 133 | 10.04% | 溫泉 | 68 | 12.52% |
| 都會不夜城 | 80 | 6.04% | 自行車 | 48 | 8.84% |
| 自行車 | 52 | 3.92% | 都會不夜城 | 46 | 8.47% |
| 景點 | 38 | 2.87% | 藝文展演、節慶活動 | 26 | 4.79% |
| 其他 | 37 | 2.79% | 景點 | 13 | 2.39% |

註: 1 本題「受訪旅客對臺北市印象最好」為複選，共有 18 個選項

附表 25 105 年到訪臺北市受訪旅客對臺北市印象最好之項目—按主要市場分(續 2)

| 新加坡 | | | 韓國 | | |
|---------|-----|--------|---------|-----|--------|
| 項目 | 人次 | 百分比 | 項目 | 人次 | 百分比 |
| 夜市 | 102 | 72.86% | 食物 | 136 | 46.10% |
| 食物 | 84 | 60.00% | 夜市 | 135 | 45.76% |
| 人情味 | 51 | 36.43% | 交通 | 102 | 34.58% |
| 交通 | 50 | 35.71% | 古蹟、歷史文物 | 94 | 31.86% |
| 街道市容 | 29 | 20.71% | 街道市容 | 68 | 23.05% |
| 溫泉 | 25 | 17.86% | 溫泉 | 58 | 19.66% |
| 地方特產 | 25 | 17.86% | 人情味 | 52 | 17.63% |
| 公民素養 | 20 | 14.29% | 生活機能 | 32 | 10.85% |
| 都會不夜城 | 19 | 13.57% | 民情風俗與文化 | 31 | 10.51% |
| 生活機能 | 17 | 12.14% | 公民素養 | 27 | 9.15% |
| 民情風俗與文化 | 15 | 10.71% | 都會不夜城 | 19 | 6.44% |
| 古蹟、歷史文物 | 14 | 10.00% | 景點 | 18 | 6.10% |
| 自行車 | 8 | 5.71% | 自行車 | 9 | 3.05% |
| 24 小時書店 | 7 | 5.00% | 24 小時書店 | 7 | 2.37% |
| 景點 | 7 | 5.00% | 地方特產 | 7 | 2.37% |
| 保健、美容醫療 | 6 | 4.29% | 其他 | 24 | 8.14% |
| 馬來西亞 | | | 美國 | | |
| 項目 | 人次 | 百分比 | 項目 | 人次 | 百分比 |
| 夜市 | 100 | 68.03% | 食物 | 91 | 52.30% |
| 食物 | 96 | 65.31% | 夜市 | 91 | 52.30% |
| 交通 | 80 | 54.42% | 人情味 | 73 | 41.95% |
| 人情味 | 61 | 41.50% | 交通 | 69 | 39.66% |
| 街道市容 | 42 | 28.57% | 古蹟、歷史文物 | 54 | 31.03% |
| 公民素養 | 30 | 20.41% | 民情風俗與文化 | 45 | 25.86% |
| 地方特產 | 30 | 20.41% | 街道市容 | 43 | 24.71% |
| 民情風俗與文化 | 29 | 19.73% | 生活機能 | 24 | 13.79% |
| 生活機能 | 28 | 19.05% | 地方特產 | 22 | 12.64% |
| 24 小時書店 | 26 | 17.69% | 自行車 | 17 | 9.77% |
| 自行車 | 22 | 14.97% | 溫泉 | 16 | 9.20% |
| 古蹟、歷史文物 | 22 | 14.97% | 都會不夜城 | 13 | 7.47% |
| 溫泉 | 19 | 12.93% | 公民素養 | 11 | 6.32% |
| 都會不夜城 | 13 | 8.84% | 景點 | 11 | 6.32% |
| 保健、美容醫療 | 11 | 7.48% | 24 小時書店 | 10 | 5.75% |
| 景點 | 7 | 4.76% | 其他 | 8 | 4.60% |

註：本題「受訪旅客對臺北市印象最好」為複選，共有 18 個選項

附表 25 105 年到訪臺北市受訪旅客對臺北市印象最好之項目—按主要市場分(續完)

| 歐洲 | | | 紐澳 | | |
|---------|----|--------|---------|----|--------|
| 項目 | 人次 | 百分比 | 項目 | 人次 | 百分比 |
| 食物 | 44 | 47.31% | 交通 | 24 | 54.55% |
| 交通 | 42 | 45.16% | 食物 | 23 | 52.27% |
| 人情味 | 39 | 41.94% | 夜市 | 23 | 52.27% |
| 夜市 | 34 | 36.56% | 人情味 | 17 | 38.64% |
| 古蹟、歷史文物 | 25 | 26.88% | 街道市容 | 15 | 34.09% |
| 街道市容 | 21 | 22.58% | 都會不夜城 | 13 | 29.55% |
| 民情風俗與文化 | 19 | 20.43% | 古蹟、歷史文物 | 10 | 22.73% |
| 自行車 | 13 | 13.98% | 公民素養 | 8 | 18.18% |
| 公民素養 | 11 | 11.83% | 溫泉 | 7 | 15.91% |
| 溫泉 | 10 | 10.75% | 24 小時書店 | 7 | 15.91% |
| 地方特產 | 8 | 8.60% | 生活機能 | 6 | 13.64% |
| 生活機能 | 7 | 7.53% | 自行車 | 6 | 13.64% |
| 都會不夜城 | 7 | 7.53% | 民情風俗與文化 | 6 | 13.64% |
| 24 小時書店 | 6 | 6.45% | 地方特產 | 6 | 13.64% |
| 景點 | 6 | 6.45% | 景點 | 5 | 11.36% |
| 其他 | 10 | 10.75% | 保健、美容醫療 | 2 | 4.55% |

註:本題「受訪旅客對臺北市印象最好之項目」為複選，共有 18 個選項

附表 26 105 年到訪臺北市之全體受訪旅客對臺北市印象最好之項目—按旅遊型態分

| 全體 | | | 團體 | | | 自由行 | | |
|---------|------|--------|---------|-----|--------|---------|------|--------|
| 項目 | 人次 | 百分比 | 項目 | 人次 | 百分比 | 項目 | 人次 | 百分比 |
| 食物 | 2185 | 60.69% | 食物 | 728 | 53.89% | 食物 | 1457 | 64.78% |
| 夜市 | 1650 | 45.83% | 夜市 | 572 | 42.34% | 夜市 | 1078 | 47.93% |
| 人情味 | 1516 | 42.11% | 人情味 | 503 | 37.23% | 人情味 | 1013 | 45.04% |
| 交通 | 1333 | 37.03% | 古蹟、歷史文物 | 457 | 33.83% | 交通 | 950 | 42.24% |
| 公民素養 | 1100 | 30.56% | 公民素養 | 418 | 30.94% | 公民素養 | 682 | 30.32% |
| 古蹟、歷史文物 | 976 | 27.11% | 交通 | 383 | 28.35% | 街道市容 | 608 | 27.03% |
| 街道市容 | 949 | 26.36% | 街道市容 | 341 | 25.24% | 古蹟、歷史文物 | 519 | 23.08% |
| 民情風俗與文化 | 608 | 16.89% | 民情風俗與文化 | 232 | 17.17% | 民情風俗與文化 | 376 | 16.72% |
| 生活機能 | 524 | 14.56% | 地方特產 | 176 | 13.03% | 生活機能 | 355 | 15.78% |
| 地方特產 | 443 | 12.31% | 生活機能 | 169 | 12.51% | 24 小時書店 | 290 | 12.89% |
| 24 小時書店 | 390 | 10.83% | 溫泉 | 133 | 9.84% | 地方特產 | 267 | 11.87% |
| 溫泉 | 371 | 10.31% | 24 小時書店 | 100 | 7.40% | 溫泉 | 238 | 10.58% |
| 都會不夜城 | 266 | 7.39% | 都會不夜城 | 86 | 6.37% | 都會不夜城 | 180 | 8.00% |
| 自行車 | 202 | 5.61% | 自行車 | 54 | 4.00% | 自行車 | 148 | 6.58% |
| 景點 | 154 | 4.28% | 景點 | 54 | 4.00% | 景點 | 100 | 4.45% |
| 其他 | 174 | 4.83% | 其他 | 72 | 5.33% | 其他 | 102 | 4.54% |

註: 1 本題「受訪旅客對臺北市印象最好」為複選，共有 18 個選項

2 定義「團體」：參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦(參加旅行團)、自行規劃行程後，由旅行社包辦(如交流團、修學旅行、獎勵旅遊、親友團等)、以及由邀請單位安排。「自由行」：由旅行社安排住宿(及代訂機票)以及完全自行安排

3 受訪全體 3,600 人，其中團體旅客 1,351 人，自由行旅客 2,249 人

附表 27 105 年到訪臺北市之大陸受訪旅客對臺北市印象最好之項目—按旅遊型態分

| 大陸全體 | | | 大陸團體 | | | 大陸自由行 | | |
|---------|-----|--------|---------|-----|--------|----------|-----|--------|
| 項目 | 人次 | 百分比 | 項目 | 人次 | 百分比 | 項目 | 人次 | 百分比 |
| 食物 | 835 | 63.02% | 食物 | 332 | 58.55% | 食物 | 503 | 66.36% |
| 公民素養 | 670 | 50.57% | 公民素養 | 286 | 50.44% | 公民素養 | 384 | 50.66% |
| 人情味 | 618 | 46.64% | 人情味 | 245 | 43.21% | 人情味 | 373 | 49.21% |
| 夜市 | 580 | 43.77% | 夜市 | 243 | 42.86% | 夜市 | 337 | 44.46% |
| 古蹟、歷史文物 | 494 | 37.28% | 古蹟、歷史文物 | 223 | 39.33% | 交通 | 310 | 40.90% |
| 交通 | 489 | 36.91% | 街道市容 | 189 | 33.33% | 古蹟、歷史文物 | 271 | 35.75% |
| 街道市容 | 452 | 34.11% | 交通 | 179 | 31.57% | 街道市容 | 263 | 34.70% |
| 民情風俗與文化 | 282 | 21.28% | 民情風俗與文化 | 117 | 20.63% | 民情風俗與文化 | 165 | 21.77% |
| 生活機能 | 256 | 19.32% | 地方特產 | 101 | 17.81% | 生活機能 | 162 | 21.37% |
| 24 小時書店 | 206 | 15.55% | 生活機能 | 94 | 16.58% | 24 小時書店 | 145 | 19.13% |
| 地方特產 | 201 | 15.17% | 24 小時書店 | 61 | 10.76% | 地方特產 | 100 | 13.19% |
| 溫泉 | 133 | 10.04% | 溫泉 | 52 | 9.17% | 溫泉 | 81 | 10.69% |
| 都會不夜城 | 80 | 6.04% | 都會不夜城 | 30 | 5.29% | 都會不夜城 | 50 | 6.60% |
| 自行車 | 52 | 3.92% | 自行車 | 22 | 3.88% | 自行車 | 30 | 3.96% |
| 景點 | 38 | 2.87% | 景點 | 16 | 2.82% | 景點 | 22 | 2.90% |
| 其他 | 37 | 2.79% | 其他 | 17 | 3.00% | 藝文展演節慶活動 | 20 | 2.64% |

註: 1 本題「受訪旅客對臺北市印象最好」為複選，共有 18 個選項

2 定義「團體」：參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦(參加旅行團)、自行規劃行程後，由旅行社包辦(如交流團、修學旅行、獎勵旅遊、親友團等)、以及由邀請單位安排。「自由行」：由旅行社安排住宿(及代訂機票)以及完全自行安排

3 大陸全體 1,325 人，其中團體旅客 567 人，自由行旅客 758 人

附表 28 105 年到訪臺北市受訪旅客對臺北市印象最好之項目-按性別分

| 全體 | | | 男性 | | | 女性 | | |
|---------|------|--------|---------|------|--------|---------|------|--------|
| 項目 | 人次 | 百分比 | 項目 | 人次 | 百分比 | 項目 | 人次 | 百分比 |
| 食物 | 2185 | 60.69% | 食物 | 1051 | 59.31% | 食物 | 1134 | 62.04% |
| 夜市 | 1650 | 45.83% | 夜市 | 766 | 43.23% | 夜市 | 884 | 48.36% |
| 人情味 | 1516 | 42.11% | 人情味 | 721 | 40.69% | 人情味 | 795 | 43.49% |
| 交通 | 1333 | 37.03% | 交通 | 635 | 35.84% | 交通 | 698 | 38.18% |
| 公民素養 | 1100 | 30.56% | 公民素養 | 494 | 27.88% | 公民素養 | 606 | 33.15% |
| 古蹟、歷史文物 | 976 | 27.11% | 古蹟、歷史文物 | 472 | 26.64% | 古蹟、歷史文物 | 504 | 27.57% |
| 街道市容 | 949 | 26.36% | 街道市容 | 459 | 25.90% | 街道市容 | 490 | 26.81% |
| 民情風俗與文化 | 608 | 16.89% | 民情風俗與文化 | 283 | 15.97% | 民情風俗與文化 | 325 | 17.78% |
| 生活機能 | 524 | 14.56% | 生活機能 | 268 | 15.12% | 地方特產 | 261 | 14.28% |
| 地方特產 | 443 | 12.31% | 地方特產 | 182 | 10.27% | 生活機能 | 256 | 14.00% |
| 24 小時書店 | 390 | 10.83% | 溫泉 | 168 | 9.48% | 24 小時書店 | 226 | 12.36% |
| 溫泉 | 371 | 10.31% | 24 小時書店 | 164 | 9.26% | 溫泉 | 203 | 11.11% |
| 都會不夜城 | 266 | 7.39% | 都會不夜城 | 133 | 7.51% | 都會不夜城 | 133 | 7.28% |
| 自行車 | 202 | 5.61% | 自行車 | 99 | 5.59% | 自行車 | 103 | 5.63% |
| 景點 | 154 | 4.28% | 景點 | 80 | 4.51% | 景點 | 74 | 4.05% |
| 其他 | 174 | 4.83% | 其他 | 94 | 5.30% | 其他 | 80 | 4.38% |

註：本題「受訪旅客對臺北市印象最好之項目」為複選，共有 18 個選項

附表 29 105 年到訪臺北市的受訪旅客在臺北市旅遊的交通便利性滿意度交叉分析

| 項目 | 總計 | 交通便利性滿意度 | | | 普通 | 交通便利性不滿意度 | | |
|-----------------|---------|----------|--------|--------|--------|-----------|-------|-------|
| | | 合計 | 非常滿意 | 滿意 | | 合計 | 不滿意 | 非常不滿意 |
| 總計 | 3599 | 3281 | 1617 | 1664 | 263 | 55 | 48 | 7 |
| | 100.00% | 91.16% | 44.93% | 46.24% | 7.31% | 1.53% | 1.33% | 0.19% |
| 性別 | | | | | | | | |
| 男性 | 1771 | 91.25% | 43.08% | 48.16% | 7.23% | 1.52% | 1.30% | 0.23% |
| 女性 | 1828 | 91.08% | 46.72% | 44.37% | 7.39% | 1.53% | 1.37% | 0.16% |
| 年齡 | | | | | | | | |
| 12-19 歲 | 112 | 92.86% | 51.79% | 41.07% | 5.36% | 1.79% | - | 1.79% |
| 20-29 歲 | 994 | 93.16% | 52.21% | 40.95% | 5.94% | 0.91% | 0.80% | 0.10% |
| 30-39 歲 | 862 | 92.00% | 51.04% | 40.95% | 6.61% | 1.39% | 1.16% | 0.23% |
| 40-49 歲 | 619 | 90.79% | 40.23% | 50.57% | 7.11% | 2.10% | 1.94% | 0.16% |
| 50-59 歲 | 518 | 91.89% | 34.17% | 57.72% | 5.98% | 2.12% | 1.93% | 0.19% |
| 60-69 歲 | 358 | 86.87% | 38.83% | 48.04% | 12.01% | 1.12% | 1.12% | - |
| 70 歲及以上 | 131 | 80.15% | 25.19% | 54.96% | 17.56% | 2.29% | 2.29% | - |
| 居住地 | | | | | | | | |
| 日本 | 654 | 81.19% | 34.86% | 46.33% | 14.53% | 4.28% | 3.67% | 0.61% |
| 大陸 | 1325 | 94.72% | 48.98% | 45.74% | 4.60% | 0.68% | 0.60% | 0.08% |
| 香港、澳門 | 543 | 93.55% | 35.54% | 58.01% | 5.71% | 0.74% | 0.55% | 0.18% |
| 新加坡 | 140 | 91.43% | 36.43% | 55.00% | 7.14% | 1.43% | 1.43% | - |
| 韓國 | 295 | 84.41% | 39.66% | 44.75% | 13.22% | 2.37% | 2.03% | 0.34% |
| 馬來西亞 | 147 | 94.56% | 44.22% | 50.34% | 4.76% | 0.68% | 0.68% | - |
| 亞洲其他地區 | 99 | 94.95% | 65.66% | 29.29% | 4.04% | 1.01% | 1.01% | - |
| 美國 | 174 | 94.25% | 63.22% | 31.03% | 4.60% | 1.15% | 1.15% | - |
| 加拿大 | 51 | 100.00% | 98.04% | 66.67% | 31.37% | 1.96% | - | - |
| 歐洲 | 93 | 93.55% | 56.99% | 36.56% | 6.45% | - | - | - |
| 紐澳 | 44 | 97.73% | 75.00% | 22.73% | - | 2.27% | 2.27% | - |
| 其他地區 | 34 | 97.06% | 55.88% | 41.18% | 2.94% | - | - | - |
| 來臺北市主要目的 | | | | | | | | |
| 觀光 | 2712 | 90.60% | 44.84% | 45.76% | 7.78% | 1.62% | 1.40% | 0.22% |
| 業務 | 517 | 91.30% | 40.04% | 51.26% | 7.16% | 1.55% | 1.35% | 0.19% |
| 國際會議或展覽 | 57 | 89.47% | 42.11% | 47.37% | 10.53% | - | - | - |
| 探親或訪友 | 188 | 96.81% | 55.85% | 40.96% | 2.66% | 0.53% | 0.53% | - |
| 求學 | 51 | 96.08% | 58.82% | 37.25% | 3.92% | - | - | - |
| 醫療 | 10 | 100.00% | 60.00% | 40.00% | - | - | - | - |
| 其他 | 64 | 93.75% | 45.31% | 48.44% | 3.13% | 3.13% | 3.13% | - |
| 旅遊型態 | | | | | | | | |
| 團體 | 1350 | 87.11% | 38.37% | 48.74% | 10.15% | 2.74% | 2.52% | 0.22% |
| 自由行 | 2249 | 93.60% | 48.87% | 44.73% | 5.60% | 0.80% | 0.62% | 0.18% |

註：1 105 年受訪旅客共有 3,600 人，其中在交通便利性的旅遊經驗方面有 3,599 人回答

2 「-」表示無調查樣本

附表 30 105 年到訪臺北市的受訪旅客在臺北市旅遊的住宿狀況滿意度交叉分析

| 項目 | 總計 | 住宿滿意度 | | | 普通 | 住宿不滿意度 | | |
|-----------------|---------|---------|--------|--------|--------|--------|-------|-------|
| | | 合計 | 非常滿意 | 滿意 | | 合計 | 不滿意 | 非常不滿意 |
| 總計 | 3561 | 3072 | 1377 | 1695 | 415 | 74 | 55 | 19 |
| | 100.00% | 86.27% | 38.67% | 47.60% | 11.65% | 2.08% | 1.54% | 0.53% |
| 性別 | | | | | | | | |
| 男性 | 1744 | 87.16% | 38.53% | 48.62% | 10.89% | 1.95% | 1.43% | 0.52% |
| 女性 | 1817 | 85.42% | 38.80% | 46.62% | 12.38% | 2.20% | 1.65% | 0.55% |
| 年齡 | | | | | | | | |
| 12-19 歲 | 110 | 88.18% | 49.09% | 39.09% | 10.91% | 0.91% | - | 0.91% |
| 20-29 歲 | 981 | 86.95% | 41.69% | 45.26% | 11.11% | 1.94% | 1.43% | 0.51% |
| 30-39 歲 | 854 | 85.01% | 37.70% | 47.31% | 13.70% | 1.29% | 1.17% | 0.12% |
| 40-49 歲 | 613 | 86.79% | 37.19% | 49.59% | 11.26% | 1.96% | 1.31% | 0.65% |
| 50-59 歲 | 515 | 88.93% | 35.15% | 53.79% | 8.74% | 2.33% | 1.94% | 0.39% |
| 60-69 歲 | 355 | 86.48% | 38.59% | 47.89% | 10.70% | 2.82% | 2.25% | 0.56% |
| 70 歲及以上 | 128 | 74.22% | 34.38% | 39.84% | 19.53% | 6.25% | 3.13% | 3.13% |
| 居住地 | | | | | | | | |
| 日本 | 644 | 77.33% | 34.32% | 43.01% | 16.61% | 6.06% | 4.35% | 1.71% |
| 大陸 | 1314 | 88.28% | 41.32% | 46.96% | 10.27% | 1.45% | 1.14% | 0.30% |
| 香港、澳門 | 536 | 85.63% | 30.22% | 55.41% | 13.06% | 1.31% | 1.12% | 0.19% |
| 新加坡 | 140 | 87.14% | 32.14% | 55.00% | 12.14% | 0.71% | 0.71% | - |
| 韓國 | 295 | 85.42% | 36.61% | 48.81% | 12.88% | 1.69% | 1.02% | 0.68% |
| 馬來西亞 | 147 | 81.63% | 30.61% | 51.02% | 17.01% | 1.36% | 0.68% | 0.68% |
| 亞洲其他地區 | 97 | 96.91% | 53.61% | 43.30% | 3.09% | - | - | - |
| 美國 | 171 | 93.57% | 62.57% | 30.99% | 5.85% | 0.58% | 0.58% | - |
| 加拿大 | 49 | 93.88% | 38.78% | 55.10% | 6.12% | - | - | - |
| 歐洲 | 91 | 94.51% | 41.76% | 52.75% | 5.49% | - | - | - |
| 紐澳 | 43 | 95.35% | 44.19% | 51.16% | 4.65% | - | - | - |
| 其他地區 | 34 | 100.00% | 52.94% | 47.06% | - | - | - | - |
| 來臺北市主要目的 | | | | | | | | |
| 觀光 | 2691 | 84.69% | 37.61% | 47.08% | 12.89% | 2.42% | 1.75% | 0.67% |
| 業務 | 512 | 91.02% | 39.45% | 51.56% | 7.81% | 1.17% | 0.98% | 0.20% |
| 國際會議或展覽 | 57 | 89.47% | 50.88% | 38.60% | 8.77% | 1.75% | 1.75% | - |
| 探親或訪友 | 179 | 92.18% | 43.02% | 49.16% | 6.70% | 1.12% | 1.12% | - |
| 求學 | 51 | 92.16% | 41.18% | 50.98% | 7.84% | - | - | - |
| 醫療 | 10 | 90.00% | 40.00% | 50.00% | 10.00% | - | - | - |
| 其他 | 61 | 90.16% | 52.46% | 37.70% | 9.84% | - | - | - |
| 旅遊型態 | | | | | | | | |
| 團體 | 1345 | 85.43% | 37.84% | 47.58% | 11.67% | 2.90% | 1.93% | 0.97% |
| 自由行 | 2216 | 86.78% | 39.17% | 47.61% | 11.64% | 1.58% | 1.31% | 0.27% |

註：1 105 年受訪旅客共有 3,600 人，其中在住宿狀況方面有 3,561 人回答

2 「-」表示無調查樣本

附表 31 105 年到訪臺北市的受訪旅客在臺北市旅遊的消費經驗滿意度交叉分析

| 項目 | 總計 | 消費經驗滿意度 | | | 普通 | 消費經驗不滿意度 | | |
|-----------------|---------|---------|--------|--------|--------|----------|-------|-------|
| | | 合計 | 非常滿意 | 滿意 | | 合計 | 不滿意 | 非常不滿意 |
| 總計 | 3581 | 3039 | 1135 | 1904 | 482 | 60 | 57 | 3 |
| | 100.00% | 84.86% | 31.70% | 53.17% | 13.46% | 1.68% | 1.59% | 0.08% |
| 性別 | | | | | | | | |
| 男性 | 1758 | 84.98% | 31.80% | 53.19% | 13.42% | 1.59% | 1.48% | 0.11% |
| 女性 | 1823 | 84.75% | 31.60% | 53.15% | 13.49% | 1.76% | 1.70% | 0.05% |
| 年齡 | | | | | | | | |
| 12-19 歲 | 112 | 92.86% | 41.07% | 51.79% | 6.25% | 0.89% | 0.89% | - |
| 20-29 歲 | 988 | 87.96% | 37.04% | 50.91% | 10.93% | 1.11% | 1.01% | 0.10% |
| 30-39 歲 | 856 | 85.75% | 32.71% | 53.04% | 12.85% | 1.40% | 1.40% | - |
| 40-49 歲 | 615 | 84.39% | 28.94% | 55.45% | 14.15% | 1.46% | 1.30% | 0.16% |
| 50-59 歲 | 518 | 83.78% | 26.64% | 57.14% | 13.32% | 2.90% | 2.70% | 0.19% |
| 60-69 歲 | 357 | 79.83% | 28.57% | 51.26% | 19.33% | 0.84% | 0.84% | - |
| 70 歲及以上 | 130 | 69.23% | 17.69% | 51.54% | 24.62% | 6.15% | 6.15% | - |
| 居住地 | | | | | | | | |
| 日本 | 646 | 67.96% | 20.28% | 47.68% | 26.16% | 5.88% | 5.57% | 0.31% |
| 大陸 | 1319 | 89.31% | 38.67% | 50.64% | 10.08% | 0.61% | 0.53% | 0.08% |
| 香港、澳門 | 542 | 90.77% | 28.60% | 62.18% | 8.49% | 0.74% | 0.74% | - |
| 新加坡 | 139 | 90.65% | 27.34% | 63.31% | 8.63% | 0.72% | 0.72% | - |
| 韓國 | 294 | 74.15% | 19.73% | 54.42% | 24.49% | 1.36% | 1.36% | - |
| 馬來西亞 | 147 | 86.39% | 22.45% | 63.95% | 10.88% | 2.72% | 2.72% | - |
| 亞洲其他地區 | 99 | 91.92% | 41.41% | 50.51% | 7.07% | 1.01% | 1.01% | - |
| 美國 | 173 | 95.38% | 51.45% | 43.93% | 4.62% | - | - | - |
| 加拿大 | 51 | 96.08% | 31.37% | 64.71% | 3.92% | - | - | - |
| 歐洲 | 93 | 84.95% | 33.33% | 51.61% | 15.05% | - | - | - |
| 紐澳 | 44 | 97.73% | 43.18% | 54.55% | 2.27% | - | - | - |
| 其他地區 | 34 | 94.12% | 41.18% | 52.94% | 5.88% | - | - | - |
| 來臺北市主要目的 | | | | | | | | |
| 觀光 | 2703 | 83.83% | 30.82% | 53.02% | 14.32% | 1.85% | 1.74% | 0.11% |
| 業務 | 509 | 85.46% | 31.24% | 54.22% | 12.97% | 1.57% | 1.57% | - |
| 國際會議或展覽 | 57 | 87.72% | 35.09% | 52.63% | 10.53% | 1.75% | 1.75% | - |
| 探親或訪友 | 188 | 94.68% | 41.49% | 53.19% | 4.79% | 0.53% | 0.53% | - |
| 求學 | 51 | 84.31% | 35.29% | 49.02% | 15.69% | - | - | - |
| 醫療 | 10 | 100.00% | 30.00% | 70.00% | - | - | - | - |
| 其他 | 63 | 90.48% | 38.10% | 52.38% | 9.52% | - | - | - |
| 旅遊型態 | | | | | | | | |
| 團體 | 1343 | 81.24% | 28.67% | 52.57% | 16.38% | 2.38% | 2.31% | 0.07% |
| 自由行 | 2238 | 87.04% | 33.51% | 53.53% | 11.71% | 1.25% | 1.16% | 0.09% |

註：1 105 年受訪旅客共有 3,600 人，其中在消費經驗方面有 3,581 人回答

2 「-」表示無調查樣本

附表 32 105 年到訪臺北市的受訪旅客在臺北市旅遊的整體經驗滿意度交叉分析

| 項目 | 總計 | 整體經驗滿意度 | | | 普通 | 整體經驗不滿意度 | | |
|-----------------|---------|---------|--------|--------|--------|----------|-------|-------|
| | | 合計 | 非常滿意 | 滿意 | | 合計 | 不滿意 | 非常不滿意 |
| 總計 | 3598 | 3285 | 1352 | 1933 | 283 | 30 | 29 | 1 |
| | 100.00% | 91.30% | 37.58% | 53.72% | 7.87% | 0.83% | 0.81% | 0.03% |
| 性別 | | | | | | | | |
| 男性 | 1770 | 91.47% | 36.61% | 54.86% | 7.68% | 0.85% | 0.79% | 0.06% |
| 女性 | 1828 | 91.14% | 38.51% | 52.63% | 8.04% | 0.82% | 0.82% | - |
| 年齡 | | | | | | | | |
| 12-19 歲 | 112 | 93.75% | 50.00% | 43.75% | 5.36% | 0.89% | 0.89% | - |
| 20-29 歲 | 994 | 94.27% | 43.26% | 51.01% | 5.23% | 0.50% | 0.40% | 0.10% |
| 30-39 歲 | 862 | 91.88% | 38.63% | 53.25% | 7.54% | 0.58% | 0.58% | - |
| 40-49 歲 | 619 | 90.31% | 34.25% | 56.06% | 8.72% | 0.97% | 0.97% | - |
| 50-59 歲 | 518 | 91.70% | 31.66% | 60.04% | 6.95% | 1.35% | 1.35% | - |
| 60-69 歲 | 358 | 87.15% | 34.92% | 52.23% | 12.57% | 0.28% | 0.28% | - |
| 70 歲及以上 | 130 | 77.69% | 23.08% | 54.62% | 19.23% | 3.08% | 3.08% | - |
| 居住地 | | | | | | | | |
| 日本 | 654 | 80.43% | 28.29% | 52.14% | 16.67% | 2.91% | 2.91% | - |
| 大陸 | 1325 | 95.17% | 42.64% | 52.53% | 4.68% | 0.15% | 0.08% | - |
| 香港、澳門 | 543 | 95.21% | 32.23% | 62.98% | 4.24% | 0.55% | 0.55% | - |
| 新加坡 | 140 | 92.14% | 37.14% | 55.00% | 7.86% | - | - | - |
| 韓國 | 294 | 83.33% | 22.45% | 60.88% | 15.31% | 1.36% | 1.36% | - |
| 馬來西亞 | 147 | 89.12% | 29.93% | 59.18% | 10.20% | 0.68% | 0.68% | - |
| 亞洲其他地區 | 99 | 93.94% | 47.47% | 46.46% | 6.06% | - | - | - |
| 美國 | 174 | 97.70% | 62.64% | 35.06% | 1.72% | 0.57% | 0.57% | - |
| 加拿大 | 51 | 100.00% | 47.06% | 52.94% | - | - | - | - |
| 歐洲 | 93 | 92.47% | 44.09% | 48.39% | 7.53% | - | - | - |
| 紐澳 | 44 | 97.73% | 59.09% | 38.64% | 2.27% | - | - | - |
| 其他地區 | 34 | 97.06% | 52.94% | 44.12% | 2.94% | - | - | - |
| 來臺北市主要目的 | | | | | | | | |
| 觀光 | 2712 | 90.19% | 36.98% | 53.21% | 8.81% | 1.00% | 1.00% | - |
| 業務 | 516 | 93.41% | 35.08% | 58.33% | 6.20% | 0.39% | 0.39% | - |
| 國際會議或展覽 | 57 | 96.49% | 38.60% | 57.89% | 3.51% | - | - | - |
| 探親或訪友 | 188 | 95.21% | 46.81% | 48.40% | 4.79% | 0.00% | - | - |
| 求學 | 51 | 96.08% | 45.10% | 50.98% | 1.96% | 1.96% | - | - |
| 醫療 | 10 | 100.00% | 40.00% | 60.00% | - | - | - | - |
| 其他 | 64 | 100.00% | 48.44% | 51.56% | - | - | - | - |
| 旅遊型態 | | | | | | | | |
| 團體 | 1350 | 87.70% | 34.22% | 53.48% | 10.67% | 1.63% | 1.56% | 0.07% |
| 自由行 | 2248 | 93.46% | 39.59% | 53.87% | 6.18% | 0.36% | 0.36% | - |

註：1 105 年受訪旅客共有 3,600 人，其中在整體經驗方面有 3,598 人回答

2 「-」表示無調查樣本