

來臺旅客在臺北市之消費及動向調查

— 中華民國 103 年

Annual Survey Report on
Visitor Expenditures and Trends in Taipei (2014)

臺北市政府觀光傳播局
中華民國 104 年出版
Department of Information and Tourism,
Taipei City Government
2014

目錄

中文摘要.....	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.....	6
肆、對臺北市最深刻的印象.....	9
伍、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 Most Impressive Parts toward Taipei.....	xii
V. Respondent's profile.....	xviii
壹、調查動機與目的.....	1
貳、調查實施計畫.....	3
一、調查對象、時間與地點.....	3
二、調查項目.....	4
三、調查方法.....	5
(一) 調查執行流程.....	5
(二) 調查方式.....	6
四、抽樣計畫與施測方式.....	6
(一) 抽樣特徵變數.....	6
(二) 樣本數設定與分配依據.....	7
(三) 調查日期分派與抽樣原則.....	7
(四) 調查樣本配置.....	8
(五) 消費金額估算公式.....	10
五、調查人力配置.....	10
(一) 調查研究小組.....	10
(二) 主要調查工作及人力配置.....	10
六、資料檢核與分析.....	12
(一) 資料檢核.....	12
(二) 資料分析.....	12
參、調查結果.....	16
一、來臺旅客到訪臺北市之比率與人次.....	16

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) 來臺主要及次要目的.....	21
(四) 到訪臺北市目的.....	22
(五) 年齡.....	23
(六) 性別.....	23
(七) 月份.....	24
(八) 最高學歷.....	24
(九) 工作別.....	25
(十) 年收入.....	26
(十一) 旅行方式.....	27
(十二) 調查地點.....	27
(十三) 樣本結構的品質檢視.....	28
三、受訪旅客旅遊決策.....	29
(一) 入境地點.....	29
(二) 最近三年來臺北市次數.....	29
(三) 出發來臺多久前開始計劃行程.....	30
(四) 同行人員.....	31
(五) 業務及國際會議或展覽目的旅客在臺北市旅遊情形.....	32
(六) 旅行方式.....	34
(七) 吸引這次來臺北市觀光的原因.....	36
(八) 是否曾上網瀏覽有關臺北市的旅遊資訊.....	37
四、受訪旅客在臺北市動向.....	38
(一) 在臺北市停留天數.....	38
(二) 遊覽地點.....	41
(三) 曾參與過的活動.....	45
(四) 在臺北市旅遊期間使用的交通工具.....	46
(五) 住宿情形.....	47
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) 日本及大陸觀光團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深刻之項目.....	61
七、受訪旅客開放式意見整理.....	64
肆、結論與建議.....	65
參考文獻.....	81
附件一、問卷.....	82
附件二、消費金額估算公式.....	99
附件三、估計樣本數配置與實際抽樣人數.....	102
附件四、受訪旅客的開放式意見.....	103
附件五、附表.....	109
附表 1 103 年受訪旅客到訪臺北市之主要目的 – 按居住地分.....	109
附表 2 103 年到訪臺北市受訪旅客之入境地點 – 按居住地分.....	110
附表 3 103 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.....	111
附表 4 103 年到訪臺北市受訪旅客近 3 年來臺北市之次數 – 按來臺主要目的 分.....	112
附表 5 103 年到訪臺北市受訪旅客近 3 年來臺北市次數 - 按性別分.....	113
附表 6 103 年到訪臺北市受訪旅客之同行人員 – 按居住地分.....	114
附表 7 103 年到訪臺北市受訪旅客之同行人員 – 按來臺主要目的分.....	115
附表 8 103 年到訪臺北市受訪旅客之旅行方式 – 按居住地分.....	116
附表 9 103 年到訪臺北市受訪旅客之旅行方式 – 按來臺主要目的分.....	117
附表 10 103 年到訪臺北市受訪旅客平均停留天數- 按性別分.....	118
附表 11 103 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(後續)	119
附表 11 103 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)	120
附表 12 103 年到訪臺北市受訪旅客遊覽觀光景點之排名 – 按性別分.....	121
附表 13 103 年到訪臺北市受訪旅客最喜歡景點之排名-按主要市場分(後續)	122
附表 13 103 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)	123
附表 13 103 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)	124
附表 14 103 年到訪臺北市受訪旅客最喜歡景點之排名-按性別分.....	125
附表 15 103 年到訪臺北市受訪旅客最喜歡景點之排名-按旅遊型態分.....	126
附表 16 103 年到訪臺北市受訪旅客最喜歡景點之排名-按年齡分.....	127
附表 17 103 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	128

附表 18	103 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	129
附表 19	103 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	130
附表 20	103 年受訪旅客在臺北市平均每人每日之消費金額 – 按月份分	131
附表 21	103 年受訪旅客在臺北市平均每人每日之消費金額 – 按調查地點分	132
附表 22	受訪旅客在臺北市平均每人每日之消費金額 – 按年齡分	132
附表 23	103 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	133
附表 24	103 年受訪旅客在臺北市平均每人每日之消費金額 – 按性別分	133
附表 25	103 年到訪臺北市受訪旅客對臺北市印象最深刻之項目 – 按主要市場分(後續)	134
附表 25	103 年到訪臺北市受訪旅客對臺北市印象最深刻之項目 – 按主要市場分(續 1)	135
附表 25	103 年到訪臺北市受訪旅客對臺北市印象最深刻之項目 – 按主要市場分(續完)	136
附表 26	103 年到訪臺北市之全體受訪旅客對臺北市印象最深刻之項目 – 按旅遊型態分	137
附表 27	103 年到訪臺北市之大陸受訪旅客對臺北市印象最深刻之項目 – 按旅遊型態分	138
附表 28	103 年到訪臺北市之大陸受訪旅客對臺北市印象最深刻之項目 – 按性別分	139

圖表目次

圖目次

圖 2-3-1 計畫調查執行流程圖	5
圖 2-6-1 資料分析架構圖	15
圖 3-3-1 103 年來臺旅客曾到訪臺北市之同行人員分布.....	31
圖 3-3-2 103 年來臺旅客曾到訪臺北市之旅行方式分布.....	34
圖 3-4-1 103 年來臺旅客曾到訪臺北市之平均停留天數- 按居住地分.....	39
圖 3-4-2 103 年來臺旅客曾到訪臺北市之平均停留天數- 按主要目的分	40
圖 3-6-1 103 年到訪臺北市受訪旅客對臺北市最深刻的印象.....	61

表目次

表 1-1-1	調查目的與說明.....	2
表 2-2-1	103 年來臺旅客在臺北市之消費及動向調查項目.....	4
表 2-4-1	每月樣本數之決定.....	9
表 2-5-1	本計畫之主要工作人員名單及分工執掌.....	11
表 2-6-1	資料分析-整體性分析.....	14
表 2-6-2	資料分析-差異性分析.....	14
表 3-1-1	103 年來臺旅客曾到訪臺北市人次之估算.....	17
表 3-1-2	103 年來臺旅客曾到訪臺北市之人次比率 - 按居住地分.....	18
表 3-2-1	103 年來臺旅客曾到訪臺北市的受訪旅客 - 按居住地分.....	19
表 3-2-2	103 年來臺旅客曾到訪臺北市的受訪旅客 - 按國籍分.....	20
表 3-2-3	103 年來臺旅客曾到訪臺北市之來臺灣主要目的.....	21
表 3-2-4	103 年來臺旅客曾到訪臺北市之來臺灣主要目的及次要目交叉分析表.....	21
表 3-2-5	103 年來臺旅客曾到訪臺北市的主要目的.....	22
表 3-2-6	103 年來臺旅客曾到訪臺北市的人數及百分比 - 按年齡分.....	23
表 3-2-7	103 年來臺旅客曾到訪臺北市的人數及百分比 - 按性別分.....	23
表 3-2-8	103 年來臺旅客曾到訪臺北市的人數及百分比 - 按月份分.....	24
表 3-2-9	103 年來臺旅客曾到訪臺北市的人數及百分比 - 按最高學歷分.....	24
表 3-2-10	103 年來臺旅客曾到訪臺北市的人數及百分比 - 按工作別分.....	25
表 3-2-11	103 年來臺旅客曾到訪臺北市的人數及百分比 - 按年收入分.....	26
表 3-2-12	103 年來臺旅客曾到訪臺北市的人數及百分比 - 按旅行方式分.....	27
表 3-2-13	103 年來臺旅客曾到訪臺北市的人數及百分比 - 按調查地點分.....	27
表 3-3-1	103 年受訪來臺旅客最近 3 年內來臺北市之次數.....	29
表 3-3-2	103 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.....	30
表 3-3-3	103 年受訪旅客之同行人員分布.....	31
表 3-3-4	103 年業務目的之受訪旅客是否有利用餘暇在臺北市旅遊.....	32
表 3-3-5	103 年業務目的受訪旅客利用餘暇在臺北市旅遊的時間.....	32
表 3-3-6	103 年業務目的受訪旅客未利用餘暇遊臺北之原因.....	32

表 3-3-7	103 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...	33
表 3-3-8	103 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...	33
表 3-3-9	103 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	33
表 3-3-10	103 年大陸受訪旅客不同旅遊型態之分布.....	35
表 3-3-11	103 年受訪旅客此次來臺北市觀光之原因.....	36
表 3-3-12	103 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.....	37
表 3-4-1	103 年來臺旅客曾到訪臺北市之平均停留天數 - 按居住地分	39
表 3-4-2	103 年大陸受訪旅客在臺北市之平均停留天數 - 按旅遊型態分.....	40
表 3-4-3	103 年受訪旅客在臺北市之平均停留天數 - 按主要目的分	40
表 3-4-4	103 年到訪臺北市之受訪旅客遊覽觀光景點排名.....	41
表 3-4-5	103 年到訪臺北市之受訪旅客遊覽觀光夜市排名.....	42
表 3-4-6	103 年到訪臺北市之受訪旅客最喜歡景點排名	43
表 3-4-7	103 年到訪臺北市之受訪旅客在臺北市期間曾參與過之活動.....	45
表 3-4-8	103 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	46
表 3-4-9	103 年到訪臺北市之受訪旅客是否考慮再度來臺北市之人數及百分比....	46
表 3-4-10	103 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	46
表 3-4-11	103 年到訪臺北市受訪旅客之住宿地點.....	47
表 3-4-12	103 年到訪臺北市受訪旅客之主要住宿旅館類型	47
表 3-4-13	103 年到訪臺北市受訪旅客對最主要住宿旅館的整體滿意度-按旅館類型 分	48
表 3-4-14	103 年到訪臺北市受訪旅客對青年旅館、活動中心的整體滿意度.....	49
表 3-5-1	103 年各幣別對美元之年平均匯率.....	50
表 3-5-2	103 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	103 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	103 年來臺旅客在臺北市之消費金額.....	52
表 3-5-5	103 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	103 年到訪臺北市全體、日本及大陸觀光團旅客之平均每人每日消費金額	55
表 3-5-7	103 年到訪臺北市全體、日本及大陸觀光團旅客平均每人每日購物費之細	

	項消費金額	56
表 3-5-8	103 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	103 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	103 年到訪臺北市受訪旅客購買名特產-依主要市場分	59
表 3-5-11	103 年大陸受訪旅客購買名特產 - 按旅遊型態分	60
表 3-6-1	103 年到訪臺北市受訪旅客對臺北市印象最深刻之項目	61
表 3-7-1	103 年 1-12 月受訪旅客對於臺北市滿意的感受	64

中華民國 103 年來臺旅客在臺北市之消費及動向調查 期末報告

中文摘要

臺北市觀光傳播局為瞭解民國103年來臺旅客在臺北市期間之消費金額與消費情況、旅客旅遊動機、旅遊動向、對臺北市之印象、以及住宿旅館滿意程度，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、規畫與改善觀光設施、以及提升服務品質之參考，以提昇臺北市國際旅遊觀光競爭力，並作為估算臺北市觀光外匯收入之依據，特辦理本調查，分別在臺灣桃園國際機場、高雄國際機場及臺北松山機場等3處，針對曾到訪臺北市之離境國際觀光旅客進行面對面之問卷調查。

本調查對象為103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)，採用「分層比例抽樣法」抽樣，取樣時盡量符合作業標準及樣本特徵之控制，以達隨機性及樣本代表性。本調查103年1-12月受訪來臺旅客共4,501人，整體到訪臺北市比率為91.45793%。曾到訪臺北市且願意受訪的旅客有3,600人。

茲將103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

9,910,204 人次	103 年來臺旅客人次
91.45793%	103 年來臺旅客到訪臺北市比率
906.37 萬人次	103 年來臺旅客到訪臺北市人次
94.40 億美元	103 年臺北市觀光外匯收入
1,041.5 美元	103 年來臺旅客在臺北市平均每人每次消費
4.05 天 ¹	103 年來臺旅客在臺北市平均停留天數
257.16 美元	103 年來臺旅客在臺北市平均每人每日消費
75.69%	103 年到訪臺北市來臺旅客對臺北市旅館整體感覺為滿意以上的比率

¹平均停留天數為 4.05 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 5.13 天。

貳、旅遊動向

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

103年1-12月受訪旅客3,600人中，在臺北市之平均停留天數為 5.13天²，標準誤為 0.14天。

在臺北市遊覽觀光景點依序為臺北101 (占52.31%)、夜市(占34.67%)、故宮博物院(占29.67%)、中正紀念堂(占19.58%)、國父紀念館(占14.19%)、西門町(占13.75%)等。

就居住地的主要市場而言，日本受訪旅客在臺北市遊覽觀光景點依序為臺北101、故宮博物院、夜市、中正紀念堂、龍山寺等；大陸在臺北市遊覽觀光景點依序為臺北101、故宮博物院、夜市、中正紀念堂、國父紀念館等；香港澳門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、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、臺北101、西門町等；韓國受訪旅客在臺北市遊覽觀光景點依序為臺北101、故宮博物院、夜市、中正紀念堂、西門町等；馬來西亞受訪旅客在臺北市遊覽觀光景點依序為臺北101、夜市、西門町、中正紀念堂等；美國受訪旅客在臺北市遊覽觀光景點依序為臺北101、夜市、故宮博物院等；歐洲受訪旅客在臺北市遊覽觀光景點依序為臺北101、夜市、龍山寺、西門町、木柵貓空等；紐澳受訪旅客在臺北市遊覽觀光景點依序為臺北101、夜市、故宮博物院、中正紀念堂、龍山寺等 (見附表11)。

遊客遊覽臺北市觀光夜市以到訪士林夜市者最多(占25.00%)，其次為華西街夜市(占3.25%)及饒河街夜市(占2.78%)。

²就 96%的中間受訪者而言(即，刪除 4% 的極端數值之後)，103 年 1-12 月受訪旅客在臺北市之停留天數為 14 天或以內。依實務經驗，此部份的受訪旅客能較清楚記憶起在臺北市期間的消費情況，故在隨後「受訪旅客在臺北市消費支出概況推估」部份，將採用在此區間的受訪旅客停留天數資料進行推估計算。其中，103 年 1-12 月受訪旅客在臺北市之平均停留天數為 4.05 天。

表 1 103 年到訪臺北市的受訪旅客遊覽觀光景點排名

單位：人次/百人次

名次	遊覽景點	人次	相對人次	名次	遊覽景點	人次	相對人次
1	臺北 101	1883	52.31	6	西門町	495	13.75
2	夜市	1248	34.67	7	陽明山	185	5.14
3	故宮博物院	1068	29.67	8	龍山寺	163	4.53
4	中正紀念堂	705	19.58	9	信義計畫區商圈	156	4.33
5	國父紀念館	511	14.19	10	士林官邸	153	4.25

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熱門景點。

受訪旅客遊覽的臺北市熱門景點中以故宮博物院最獲喜愛(喜歡比率30.62%)，其次依序為臺北101(喜歡比率25.86%)、西門町(喜歡比率20.20%)、夜市(喜歡比率17.15%)、及中正紀念堂(喜歡比率11.06%)等。

就居住地的主要市場而言，日本、大陸、韓國及美國受訪旅客最喜歡景點皆為故宮博物院；香港澳門受訪旅客最喜歡景點為陽明山；新加坡受訪旅客最喜歡景點為夜市；馬來西亞受訪旅客最喜歡景點為西門町；歐洲受訪旅客最喜歡景點為木柵貓空；紐澳受訪旅客最喜歡景點為中正紀念堂與西門町(見附表13)。

表 2 103 年到訪臺北市的受訪旅客最喜歡景點排名

名次	最喜歡景點	到訪相對人次(人次/百人次)	喜歡比率	名次	最喜歡景點	到訪相對人次(人次/百人次)	喜歡比率
1	故宮博物院	29.67	30.62%	4	夜市	34.67	17.15%
2	臺北 101	52.31	25.86%	5	中正紀念堂	19.58	11.06%
3	西門町	13.75	20.20%	6	國父紀念館	14.19	7.44%

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 排序以景點到訪相對人次達 7%以上。

三、八成以上旅客以住宿旅館為主，對投宿旅館的整體滿意度為七成六。

受訪旅客在臺北市主要住宿於旅館(占82.78%)，其中住宿旅館類型依序為一般旅館(占67.35%)、國際觀光旅館(占23.20%)、觀光旅館(占9.44%)；旅客對全體旅館的整體滿意度為滿意以上的比率有75.69%，其中國際觀光旅館滿意度最高(滿意以上的比率82.68%)，其次為一般觀光旅館(滿意以上的比率79.79%)及一般旅館(滿意以上的比率72.71%)。

表 3 103 年到訪臺北市受訪旅客之主要住宿旅館類型

主要住宿旅館類型	人數	百分比	有效百分比
總數	2980		
國際觀光旅館	462	15.50%	23.20%
觀光旅館	188	6.31%	9.44%
一般旅館	1341	45.00%	67.35%
其他(忘記名稱)	989	33.19%	

註：1 有效百分比=人數/(國際觀光旅館人數+觀光旅館人數+一般旅館人數)

2 其他(忘記名稱)：為受訪旅客是住宿旅館，但並不記的所住宿的旅館名稱

表 4 103 年訪臺北市的受訪旅客對最主要住宿旅館的整體滿意度為滿意-按旅館類型分

旅館類型	滿意比率
國際觀光旅館	82.68%
一般觀光旅館	79.79%
一般旅館	72.71%
全體	75.69%

參、消費概況

一、103年臺北市觀光外匯總收入為94億4,000萬美元。

103年受訪旅客在臺北市平均每人每日消費為257.16美元，其中以購物費所占比率最高(占53.57%)，其次為旅館內支出費(占18.77%)、旅館外餐飲費(占13.17%)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346.32美元)在臺北市的消費力為最高，其次為觀光目的之旅客(平均每人每日287.84美元)，第三為求學目的之旅客(平均每人每日271.51美元)。

就主要市場而言，以大陸旅客(平均每人每日366.81美元)及香港澳門旅客(平均每人每日248.63美元)在臺北市的消費力為最高；進一步由購物費觀察，則依序為大陸(平均每人每日264.34美元)、新加坡(平均每人每日103.83美元)、日本(平均每人每日96.21美元)及馬來西亞(平均每人每日94.26美元)等。

表 5 103 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	257.16	48.27	33.86	14.71	13.49	9.06	137.77
	結構比	100.00%	18.77%	13.17%	5.72%	5.24%	3.52%	53.57%
觀 光	金 額	287.84	41.08	34.49	14.21	14.20	9.54	174.32
	結構比	100.00%	14.27%	11.98%	4.94%	4.93%	3.32%	60.56%
業 務	金 額	227.19	88.16	38.94	18.87	13.96	6.69	60.58
	結構比	100.00%	38.80%	17.14%	8.31%	6.14%	2.94%	26.66%
國際會議 展 覽	金 額	210.91	72.68	29.85	14.25	5.25	8.42	80.46
	結構比	100.00%	34.46%	14.15%	6.76%	2.49%	3.99%	38.15%
探 親 或 訪 友	金 額	162.11	28.97	26.45	11.60	6.40	9.80	78.90
	結構比	100.00%	17.87%	16.31%	7.16%	3.95%	6.04%	48.67%
求 學	金 額	271.51	66.62	43.01	22.85	33.32	22.31	83.41
	結構比	100.00%	24.54%	15.84%	8.42%	12.27%	8.22%	30.72%
醫 療	金 額	346.32	36.41	34.25	2.11	4.33	6.92	262.31
	結構比	100.00%	10.51%	9.89%	0.61%	1.25%	2.00%	75.74%
其 他	金 額	131.86	31.92	26.73	15.44	10.49	4.03	43.25
	結構比	100.00%	24.21%	20.27%	11.71%	7.95%	3.06%	32.80%

表 6 103 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	257.16	48.27	33.86	14.71	13.49	9.06	137.77
	結構比	100.00%	18.77%	13.17%	5.72%	5.24%	3.52%	53.57%
日 本	金 額	189.56	28.08	22.54	12.38	22.93	7.42	96.21
	結構比	100.00%	14.81%	11.89%	6.53%	12.10%	3.91%	50.75%
大 陸	金 額	366.81	37.54	31.89	13.79	7.89	11.36	264.34
	結構比	100.00%	10.23%	8.69%	3.76%	2.15%	3.10%	72.07%
香 港 澳 門	金 額	248.63	57.42	49.78	20.22	24.67	11.23	85.31
	結構比	100.00%	23.09%	20.02%	8.13%	9.92%	4.52%	34.31%
新 加 坡	金 額	197.39	40.38	28.91	12.12	4.73	7.41	103.83
	結構比	100.00%	20.46%	14.65%	6.14%	2.40%	3.76%	52.60%
韓 國	金 額	181.76	59.73	63.88	10.33	6.58	8.29	32.95
	結構比	100.00%	32.86%	35.14%	5.69%	3.62%	4.56%	18.13%
馬來西亞	金 額	213.79	56.90	31.31	17.24	8.30	5.78	94.26
	結構比	100.00%	26.62%	14.64%	8.07%	3.88%	2.70%	44.09%
美 國	金 額	233.12	85.08	36.78	22.73	9.81	8.98	69.74
	結構比	100.00%	36.50%	15.78%	9.75%	4.21%	3.85%	29.91%
歐 洲	金 額	195.81	96.24	31.74	16.21	12.93	7.74	30.95
	結構比	100.00%	49.15%	16.21%	8.28%	6.60%	3.95%	15.80%
紐 澳	金 額	184.28	61.38	25.27	11.33	5.57	4.65	76.09
	結構比	100.00%	33.31%	13.71%	6.15%	3.02%	2.52%	41.29%

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

二、大陸觀光團體旅客在臺北市平均每人日平均消費為438.04美元，高於日本觀光團體旅客之185.24美元。

103年大陸與日本觀光團體旅客相比較，大陸觀光團體旅客在臺北市平均每人日消費為438.04美元，高於日本觀光團體旅客之185.24美元。

進一步由購物費觀察，大陸觀光團體旅客在臺北市平均每人日購物費為396.71美元，高於日本觀光團體旅客之117.40美元。

由購物費之細項消費觀察，大陸觀光團體旅客以購買名產或特產的比率最高(占33.07%)，其次為珠寶或玉器類(占24.13%)及服飾或相關配件(占11.50%)。日本觀光團體旅客以購買珠寶或玉器類的比率最高(占26.66%)，其次為名產或特產(占26.52%)及服飾或相關配件(占19.95%)。

表 7 103 年到訪臺北市全體、日本及大陸觀光團旅客平均每人每日之消費支出

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 觀光團	金額 結構比	345.33 100.00%	20.96 6.07%	16.08 4.66%	7.47 2.16%	10.56 3.06%	8.20 2.37%	282.06 81.68%
日本 觀光團	金額 結構比	185.24 100.00%	13.56 7.32%	15.98 8.63%	12.61 6.81%	19.49 10.52%	6.19 3.34%	117.40 63.38%
大陸 觀光團	金額 結構比	438.04 100.00%	12.77 2.91%	11.74 2.68%	2.35 0.54%	6.18 1.41%	8.30 1.89%	396.71 90.56%

表 8 103 年到訪臺北市全體、日本及大陸觀光團旅客平均每人每日之購物費細項消費

單位：美元

購物費消費項目	全體觀光團體旅客		日本觀光團體旅客		大陸觀光團體旅客	
	消費金額	百分比	消費金額	百分比	消費金額	百分比
總計	282.06	100.00%	117.40	100.00%	396.71	100.00%
服飾或相關配件	40.66	14.42%	23.42	19.95%	45.63	11.50%
珠寶或玉器類	65.04	23.06%	31.29	26.66%	95.74	24.13%
紀念品或手工藝類	22.71	8.05%	8.20	6.98%	31.81	8.02%
化妝品或香水類	25.01	8.87%	8.00	6.82%	37.33	9.41%
名產或特產	89.42	31.70%	31.14	26.52%	131.18	33.07%
菸或酒類	15.43	5.47%	5.72	4.87%	19.97	5.03%
中藥或健康食品	6.80	2.41%	0.06	0.05%	11.40	2.87%
電子或電器產品	2.85	1.01%	0.06	0.05%	4.59	1.16%
茶葉	11.41	4.05%	4.21	3.58%	16.94	4.27%
其他	2.72	0.96%	5.30	4.52%	2.10	0.53%

肆、對臺北市最深刻的印象

一、逛夜市、美味菜餚及水果為旅客對臺北市最深刻的印象。

受訪旅客對臺北市最深刻的印象依序為逛夜市(占54.53%)、美味菜餚(占53.81%)、水果(占41.69%)、人情味濃厚(占36.78%)、歷史古蹟(占27.56%)、捷運(占24.94%)等。

就主要市場而言，日本受訪旅客對美味菜餚、逛夜市、人情味濃厚、水果、歷史古蹟、寺廟參訪、排隊守秩序、都會不夜城及捷運印象最深刻；大陸受訪旅客對水果、逛夜市、美味菜餚、歷史古蹟、人情味濃厚、街道乾淨、便利商店、排隊守秩序及地方特產印象最深刻；香港澳門受訪旅客對美味菜餚、逛夜市、人情味濃厚、水果、捷運、街道乾淨及排隊守秩序印象最深刻；新加坡受訪旅客對逛夜市、美味菜餚、人情味濃厚、便利商店、捷運、水果及泡溫泉印象最深刻；韓國受訪旅客對逛夜市、美味菜餚、歷史古蹟、水果及人情味濃厚印象最深刻；馬來西亞受訪旅客對逛夜市、美味菜餚、水果、便利商店、捷運及人情味濃厚印象最深刻；美國受訪旅客對逛夜市、美味菜餚、人情味濃厚、捷運及水果印象最深刻；歐洲受訪旅客對逛夜市、美味菜餚、人情味濃厚、捷運、寺廟參訪及都會不夜城印象最深刻；紐澳受訪旅客對捷運、逛夜市、人情味濃厚及美味菜餚印象最深刻 (見附表25)。

表 9 103 年到訪臺北市的受訪旅客對臺北市最深刻的印象

名次	項目	相對人次	名次	項目	相對人次
1	逛夜市	54.53	9	排隊守秩序	21.69
2	美味菜餚	53.81	10	地方特產	18.22
3	水果	41.69	11	泡溫泉	14.81
4	人情味濃厚	36.78	12	寺廟參訪	14.03
5	歷史古蹟	27.56	13	都會不夜城	10.39
6	捷運	24.94	14	24 小時書店	8.86
7	街道乾淨	24.72	15	原住民文化	7.69
8	便利商店	22.61	16	單車賞景	4.25

註: 1 本題「受訪旅客對臺北市最深刻的印象」為複選，共有 21 個選項。

2 相對人次單位：人次/百人次。

二、逛夜市、水果、美味菜餚及歷史古蹟為「觀光團體」旅客對臺北市最深刻的印象；美味菜餚、逛夜市、人情味濃厚及水果為「自由行」旅客對臺北市最深刻的印象。

就不同旅遊型態而言，觀光團體³受訪旅客對臺北市最深刻的印象主要為逛夜市、水果、美味菜餚、歷史古蹟、人情味濃厚、街道乾淨、便利商店、排隊守秩序、地方特產及泡溫泉。

自由行⁴受訪旅客對臺北市最深刻的印象主要為美味菜餚、逛夜市、人情味濃厚、水果、捷運、街道乾淨、便利商店、歷史古蹟、排隊守秩序及地方特產。

表 10 103 年到訪臺北市的全體受訪旅客對臺北市最印象深刻前八名-按旅遊型態分

名次	全體		觀光團體		自由行	
	項目	相對人次	項目	相對人次	項目	相對人次
1	逛夜市	54.53	逛夜市	53.06	美味菜餚	56.30
2	美味菜餚	53.81	水果	52.34	逛夜市	55.21
3	水果	41.69	美味菜餚	48.47	人情味濃厚	39.52
4	人情味濃厚	36.78	歷史古蹟	37.59	水果	37.13
5	歷史古蹟	27.56	人情味濃厚	30.49	捷運	31.98
6	捷運	24.94	街道乾淨	23.47	街道乾淨	25.50
7	街道乾淨	24.72	便利商店	20.59	便利商店	23.55
8	便利商店	22.61	排隊守秩序	19.06	歷史古蹟	23.19

註: 1 本題「受訪旅客對臺北市最深刻的印象」為複選，共有 21 個選項。

2 相對人次單位：人次/百人次

³觀光團體：旅行安排方式為參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦。

⁴自由行：旅行安排方式包括自行規劃行程，由旅行社包辦、請旅行社安排住宿(及代訂機票)、自行來臺灣，抵達後曾請本地旅行社安排活動及自行來臺灣，抵達後未曾請本地旅行社安排活動。

三、水果、逛夜市、美味菜餚及歷史古蹟為「大陸觀光團體」旅客對臺北市最深刻的印象；逛夜市、水果、美味菜餚及人情味濃厚為「大陸自由行」旅客對臺北市最深刻的印象。

就大陸市場的不同旅遊型態而言，大陸觀光團體受訪旅客對臺北市最深刻的印象主要為水果、逛夜市、美味菜餚、歷史古蹟、人情味濃厚、街道乾淨、便利商店及排隊守秩序。

大陸自由行受訪旅客對臺北市最深刻的印象主要為逛夜市、美味菜餚、水果、人情味濃厚、歷史古蹟、捷運、街道乾淨及便利商店。

表 11 103 年到訪臺北市的大陸受訪旅客對臺北市最印象深刻前八名-按旅遊型態分

名次	大陸全體		大陸觀光團體		大陸自由行	
	項目	相對人次	項目	相對人次	項目	相對人次
1	水果	60.22	水果	66.46	逛夜市	61.18
2	逛夜市	58.30	逛夜市	55.24	美味菜餚	59.16
3	美味菜餚	54.32	美味菜餚	49.47	水果	54.40
4	歷史古蹟	38.15	歷史古蹟	40.97	人情味濃厚	40.84
5	人情味濃厚	36.75	人情味濃厚	32.47	歷史古蹟	35.50
6	街道乾淨	30.85	街道乾淨	30.65	捷運	33.33
7	便利商店	27.68	便利商店	25.19	街道乾淨	31.17
8	排隊守秩序	27.08	排隊守秩序	24.43	便利商店	30.01

註: 1 本題「受訪旅客對臺北市最印象深刻」為複選，共有 21 個選項。

2 相對人次單位：人次/百人次

伍、基本資料

一、旅客工作別以專業人員最多。

到訪臺北市受訪旅客以專業人員最多，占25.47%，其次為民意代表、企業主管及經理人員，占12.67%，第三為學生，占10.78%，第四為退休人員，占10.14%。

表 12 103 年來臺旅客曾到訪臺北市的人數及百分比 - 按工作別分

工作別	人數	百分比
總計	3600	100.00%
民意代表、企業主管及經理人員	<u>456</u>	<u>12.67%</u>
專業人員	917	25.47%
技術員及助理專業人員	295	8.19%
事務支援人員	173	4.81%
服務及銷售工作人員	338	9.39%
農林漁牧業生產人員	18	0.50%
技藝有關工作人員	42	1.17%
機械設備操作及組裝人員	30	0.83%
基層技術工及勞力工	24	0.67%
家庭管理	213	5.92%
學生	<u>388</u>	<u>10.78%</u>
退休人員	365	10.14%
其他	307	8.53%
未回答	34	0.94%

二、旅客教育程度以大專以上居多，年收入以無固定收入、10,000美元以下及10,000-19,999美元居多。

到訪臺北市受訪旅客最高學歷以「大專以上」最多，占61.69%。受訪旅客平均年收入約為37,545美元，其中以無固定收入為最多，占17.81%；其次為10,000元美元以下，占17.00%，第三為10,000-19,999美元，占14.17%。

表 13 103 年來臺旅客曾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%
小學肄畢	63	1.75%
中學肄畢(含高職)	772	21.44%
大專、大學肄畢	2221	61.69%
研究所肄畢	459	12.75%
其他	37	1.03%
未回答	48	1.33%

表 14 103 年來臺旅客曾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	612	17.00%
10,000-19,999 美元	510	14.17%
20,000-29,999 美元	361	10.03%
30,000-39,999 美元	254	7.06%
40,000-49,999 美元	222	6.17%
50,000-59,999 美元	172	4.78%
60,000-69,999 美元	136	3.78%
70,000-79,999 美元	139	3.86%
80,000-89,999 美元	90	2.50%
90,000-99,999 美元	76	2.11%
100,000 美元及以上	322	8.94%
無固定收入	641	17.81%
未回答	65	1.81%

2014 Annual Survey Report on Visitor 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 accommodation hotels by the inbound tourists who paid a visit to Taipei during 2014. Results of the analysis will be used by related organizations to set policies for promotion of tourism, plan and improve tourism facilities, references to improve service qualities, enhance international tourism competitiveness of Taipei, and the bases of estimating tourism foreign-exchange revenues. 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, 2014 to Dec. 31, 2014 (including tourists from Mainland China but excluding transit foreigners and overseas Chinese). The quota sampling is used to conform to its operating standards and the control of sample characteristics thus satisfying sample randomness and representativeness. A total of 4,501 respondents were surveyed during January to December of 2014, with a visiting rate of 91.45793%. 3,600 tourists who paid a visit to Taipei were willing to fill the questionnaire.

The main results of the survey of 2014 are classified into 5 parts, they are: indices related to the international tourism markets in Taipei, travel trends, spending overviews, most impression by the visitors, and respondents' profile. It is summarized as below.

I. Related Indices of the International tourism market in Taipei

9,910,204 persons	Numbers of visitors to Taiwan in the year of 2014
91.45793 %	Visiting rate of visitors who had ever visited Taipei in 2014
9,063,667 persons	Numbers of visitors who had ever visited Taipei in 2014
US\$9,440 million	Total amount of foreign exchange earnings in Taipei in 2014
US\$1,041.5	Average amount per spending per visitor in Taipei in 2014
4.05 days	Average length of stay in Taipei for visitors who had visited Taipei in 2014
US \$257.16	Average daily amount of spending in Taipei per person in 2014
75.69%	Overall satisfaction on Taipei hotels with satisfied and above by visitors who had ever visited Taipei in 2014

II. Travel Trends of inbound Visitors in Taipei

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

Among the 3,600 respondents who had visited Taipei in 2014, the average length of stay in Taipei is 5.13 days⁽¹⁾ with a standard error of 0.14day.

Regarding Taipei attractions, Taipei 101 is visited by most visitors (52 persons out of 100), followed by Night Markets (35 out of 100), National Palace Museum (30 out of 100), Chiang Kai-Shek Memorial Hall (20 out of 100), Dr. Sun Yat-Sen Memorial Hall (14 out of 100) and Ximending (14 out of 100).

In terms of major tourism markets, Japanese visitors pay most visits to Taipei 101, followed by National Palace Museum, Night Markets, Chiang Kai-Shek Memorial Hall and Longshan Temple. Visitors from Mainland China pay most visits to Taipei 101, followed by National Palace Museum, Night Markets, Chiang Kai-shek Memorial Hall and Dr. Sun Yat-Sen Memorial Hall. Visitors from Hong Kong/Macao pay most visits to Taipei 101, followed by Night Markets, Ximending, National Palace Museum and Chiang Kai-Shek Memorial Hall. Visitors from Singapore pay most visits to Night Markets, Taipei 101 and Ximending. Korean visitors pay most visits to Taipei 101, followed by the National Palace Museum, Night Markets, Chiang Kai-Shek Memorial Hall and Ximending. Visitors from Malaysia pay most visits to Night Markets, Taipei 101, Ximending and Chiang Kai-shek Memorial Hall. American visitors pay most visits to Taipei 101, Night Markets and the National Palace Museum. Visitors from European countries pay most visits to Taipei 101, Night Markets, Longshan Temple, Ximending and Mucha Maokong. Visitors from Australia/New Zealand pay most visits to Taipei 101, Night Markets, the National Palace Museum, Chiang Kai-shek Memorial Hall and Longshan Temple (See schedule 11).

Note 1 : In terms of the 96% of respondents (deleting 4% of extreme data), the length of stay in Taipei in 2014 is 14 days or less. According to practical experience, tourists in the above range are more capable of recalling their spendings in Taipei. Therefore, the average length of stay in Taipei of 4.05 days is used in estimating visitor's spending in Taipei.

Shilin Night Market is visited by the most tourists who have been to the Night Markets in Taipei (25 out of 100), followed by Huashi Street Tourist Night Market” (3 out of 100) and Raohe Street Tourist Night Market (2 out of 100).

Table 1 Ranking of Taipei sightseeing attractions according to inbound visitors who had visited Taipei in the year of 2014

Unit: persons out of 100

Ranking	Attraction	Persons	Relative frequency	Ranking	Attraction	Persons	Relative frequency
1	Taipei 101	1883	52.31	6	Ximending	495	13.75
2	Night Markets	1248	34.67	7	Yangmingshan National Park	185	5.14
3	National Palace Museum	1068	29.67	8	Longshan Temple	163	4.53
4	Chiang Kai-Shek Memorial Hall	705	19.58	9	Xinyi District	156	4.33
5	Dr. Sun Yat-Sen Memorial Hall	511	14.19	10	Shilin Official Residence	153	4.25

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

B. National Palace Museum was the favorite Taipei sightseeing attraction for the inbound visitors who had ever visited Taipei.

The favorite Taipei sightseeing attraction for the inbound visitors who had ever visited Taipei was the National Palace Museum (favorite ratio 30.62%), followed by Taipei 101 (25.86%), Ximending (20.20%), Night Markets (17.15%) and Chiang Kai-Shek Memorial Hall (11.06%).

In terms of the main markets, National Palace Museum was the favorite attraction by interviewed tourists from Japan, Mainland China, Korea and America. Yangmingshan National Park was favored by tourists from Hong Kong and Macao. Tourists from Singapore like Night Markets the best and Malaysian tourists like Ximending the most. Mucha Maokong was favored by tourists from European countries while Chiang Kai-Shek Memorial Hall and Ximending were favored by visitors from New Zealand and Australia (schedule 13).

Table 2 Ranking of favorite Taipei sightseeing attractions for inbound visitors who had visited Taipei in 2014.

Ranking	favoriteTaipei attraction	Relative frequency	Percentage	Ranking	favoriteTaipei attraction	Relative frequency	Percentage
1	National Palace Museum	29.67	30.62%	4	Night markets	34.67	17.15%
2	Taipei 101	52.31	25.86%	5	Chiang Kai-shek Memorial Hall	19.58	11.06%
3	Ximending	13.75	20.20%	6	Dr. Sun Yat-Sen Memorial Hall	14.19	7.44%

Note: 1. Favorite ratio = (numbers of tourists' favorite attraction /numbers of tourists visited the attraction in question) x 100%

2. Attractions are ranked according to its relative frequency of more than 7%.

C. 80% of inbound visitors stayed in the “tourist hotel” whose overall satisfaction with their hotels was 76%.

The main accommodation for the inbound visitors who had ever stayed in Taipei was hotel (83 persons out of 100). Among them, General Hotel accounted for the largest number (67.35%), followed by International Tourist Hotel (23.20%) and General Tourist Hotel (9.44%). The overall satisfaction with “satisfied” and “very satisfied” for all hotels by inbound visitors exceeded 75.69%. The International Tourist Hotels received the highest satisfaction (82.68% for “satisfied” and “very satisfied”), followed by General Tourist Hotels (79.79%) and General Hotels (72.71%).

Table 3 Types of accommodation hotels for the inbound visitors who had ever stayed in Taipei in 2014

Hotel Type	Number of people	Percentage	Effective Percentage
Total	2980		
International Tourist Hotel	462	15.50%	23.20%
General Tourist Hotel	188	6.31%	9.44%
General Hotel	1341	45.00%	67.35%
Others (Forget the name of the hotel)	989	33.19%	

Note: Effective percentage = number of people/ number of people (International Tourist Hotel + General Tourist Hotel + General Hotel)

Table 4 Satisfaction on the hotels with satisfied and above for inbound visitors who had ever stayed in Taipei in 2014 - according to the types of hotels

Type of hotels	Satisfaction ratio	Unit : %
International Tourist Hotel		82.68%
General Tourist Hotel		79.79%
General Hotel		72.71%
As a whole		75.69%

III. Inbound Visitors' Spendings in Taipei

A. Total amount of foreign exchange revenues were US\$9,440 million in Taipei in 2014.

The average daily spendings in Taipei per visitor was US\$257.16. Among them, spendings on shopping received the highest ratio (53.57%), followed by hotel bills (18.77%) and meals outside hotel (13.17%).

According to the purpose of visiting Taipei, tourists with medical purpose spent the most (average daily spending per person was US\$346.32), followed by purpose of sightseeing and study with average daily spending per person were US\$287.84 and US\$271.51.

For the main markets, tourists from Mainland China, Hong Kong/Macao spent more than others with an average daily spending per person of US\$366.81 and \$248.63 respectively. Regarding further detail spendings on shopping, visitors from Mainland China spent the most with an average daily spending per person of US\$264.34, followed by Singapore (US\$103.83), Japan (US\$96.21) and Malaysia (US\$94.26).

Table 5 Average daily spending in Taipei per person in 2014 - 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	257.16	48.27	33.86	14.71	13.49	9.06	137.77
	Percentage	100.00%	18.77%	13.17%	5.72%	5.24%	3.52%	53.57%
Sightseeing	Amount of money	287.84	41.08	34.49	14.21	14.20	9.54	174.32
	Percentage	100.00%	14.27%	11.98%	4.94%	4.93%	3.32%	60.56%
Business	Amount of money	227.19	88.16	38.94	18.87	13.96	6.69	60.58
	Percentage	100.00%	38.80%	17.14%	8.31%	6.14%	2.94%	26.66%
Int'l conference /exhibition	Amount of money	210.91	72.68	29.85	14.25	5.25	8.42	80.46
	Percentage	100.00%	34.46%	14.15%	6.76%	2.49%	3.99%	38.15%
Visiting friends or relatives	Amount of money	162.11	28.97	26.45	11.60	6.40	9.80	78.90
	Percentage	100.00%	17.87%	16.31%	7.16%	3.95%	6.04%	48.67%
Study	Amount of money	271.51	66.62	43.01	22.85	33.32	22.31	83.41
	Percentage	100.00%	24.54%	15.84%	8.42%	12.27%	8.22%	30.72%
Medical purpose	Amount of money	346.32	36.41	34.25	2.11	4.33	6.92	262.31
	Percentage	100.00%	10.51%	9.89%	0.61%	1.25%	2.00%	75.74%
Others	Amount of money	131.86	31.92	26.73	15.44	10.49	4.03	43.25
	Percentage	100.00%	24.21%	20.27%	11.71%	7.95%	3.06%	32.80%

Table 6 Average daily spending in Taipei per person in 2014 - 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	257.16	48.27	33.86	14.71	13.49	9.06	137.77
	Percentage	100.00%	18.77%	13.17%	5.72%	5.24%	3.52%	53.57%
Japan	Amount of money	189.56	28.08	22.54	12.38	22.93	7.42	96.21
	Percentage	100.00%	14.81%	11.89%	6.53%	12.10%	3.91%	50.75%
Mainland China	Amount of money	366.81	37.54	31.89	13.79	7.89	11.36	264.34
	Percentage	100.00%	10.23%	8.69%	3.76%	2.15%	3.10%	72.07%
Hong kong /Macao	Amount of money	248.63	57.42	49.78	20.22	24.67	11.23	85.31
	Percentage	100.00%	23.09%	20.02%	8.13%	9.92%	4.52%	34.31%
Singapore	Amount of money	197.39	40.38	28.91	12.12	4.73	7.41	103.83
	Percentage	100.00%	20.46%	14.65%	6.14%	2.40%	3.76%	52.60%
Korea	Amount of money	181.76	59.73	63.88	10.33	6.58	8.29	32.95
	Percentage	100.00%	32.86%	35.14%	5.69%	3.62%	4.56%	18.13%
Malaysia	Amount of money	213.79	56.90	31.31	17.24	8.30	5.78	94.26
	Percentage	100.00%	26.62%	14.64%	8.07%	3.88%	2.70%	44.09%
U.S.A	Amount of money	233.12	85.08	36.78	22.73	9.81	8.98	69.74
	Percentage	100.00%	36.50%	15.78%	9.75%	4.21%	3.85%	29.91%
Europe	Amount of money	195.81	96.24	31.74	16.21	12.93	7.74	30.95
	Percentage	100.00%	49.15%	16.21%	8.28%	6.60%	3.95%	15.80%
Australia / New Zealand	Amount of money	184.28	61.38	25.27	11.33	5.57	4.65	76.09
	Percentage	100.00%	33.31%	13.71%	6.15%	3.02%	2.52%	41.29%

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

B. Average daily spendings in Taipei per person for tourist groups from Mainland China was US\$438.04, which was higher than that of Japan (US\$185.24).

In comparison with tourist groups from Mainland China and Japan of year 2014, the average daily spendings in Taipei per person for the Mainland China was US\$438.04, which was higher than the spendings of Japanese tourist groups (US\$185.24).

For further detail spendings on shopping, the average daily spendings in Taipei per person for the tourist groups from Mainland China was US\$396.71, which was also higher than the spendings of Japanese tourist groups with the amount of US\$117.40.

A breakdown of spendings on shopping, purchasing Local Specialty Products had the highest ratio (33.07%) for the tourist groups from Mainland China, followed by Jewelry or Jade (24.13%) and Clothes or Accessories (11.50%). For Japanese tourist groups, purchasing Jewelry or Jade received the highest ratio (26.66%), followed by Local Specialty Products (26.52%) and Clothes or Accessories (19.95%).

Table 7 Average daily spending per person for the inbound tourist groups from Japan and Mainland China who had ever visited Taipei in 2014

Unit: US\$

Main Purpose		Total	Hotel Bills	Meals outside hotel	transportation in Taipei	Entertainment	Miscellaneous expense	Shopping
All Tourist groups	Amount of money	345.33	20.96	16.08	7.47	10.56	8.20	282.06
	Percentage	100.00%	6.07%	4.66%	2.16%	3.06%	2.37%	81.68%
Japanese tourist groups	Amount of money	185.24	13.56	15.98	12.61	19.49	6.19	117.40
	Percentage	100.00%	7.32%	8.63%	6.81%	10.52%	3.34%	63.38%
Mainland China tourist groups	Amount of money	438.04	12.77	11.74	2.35	6.18	8.30	396.71
	Percentage	100.00%	2.91%	2.68%	0.54%	1.41%	1.89%	90.56%

Table 8 A breakdown of average daily spending per person for the inbound tourist groups from Japan and Mainland China who had ever visited Taipei in 2014

Unit: US\$

Breakdown of Shopping items	All Sightseeing groups		Japanese Sightseeing groups		Mainland China Sightseeing groups	
	Amount of money	Percent -age	Amount of money	Percent -age	Amount of money	Percent -age
	Total	282.06	100.00%	117.40	100.00%	396.71
Clothes or accessories	<u>40.66</u>	<u>14.42%</u>	<u>23.42</u>	<u>19.95%</u>	<u>45.63</u>	<u>11.50%</u>
Jewelry or jade	<u>65.04</u>	<u>23.06%</u>	31.29	26.66%	<u>95.74</u>	<u>24.13%</u>
Souvenirs or handicraft products	22.71	8.05%	8.20	6.98%	31.81	8.02%
Cosmetics or perfumes	25.01	8.87%	8.00	6.82%	37.33	9.41%
local specialty products	89.42	31.70%	<u>31.14</u>	<u>26.52%</u>	131.18	33.07%
Tobacco or alcohol	15.43	5.47%	5.72	4.87%	19.97	5.03%
Chinese medicine or healthy food	6.80	2.41%	0.06	0.05%	11.40	2.87%
3C or electric appliances	2.85	1.01%	0.06	0.05%	4.59	1.16%
Tea	11.41	4.05%	4.21	3.58%	16.94	4.27%
Others	2.78	0.96%	5.35	4.76%	2.18	0.54%

Iv. The Most Impressive Parts toward Taipei

A. “Night Markets Sightseeing”, “Gourmet Food” and “Fruits” were the most impressive parts toward Taipei for inbound visitors who had ever visited Taipei.

The top ranking of most impressive parts toward Taipei for those respondents was Night Markets Sightseeing (54 persons out of 100) and Gourmet Food (54 out of 100), followed by Fruits (42 out of 100), Local Friendliness and Hospitality (37 out of 100), Historical Relics (28 out of 100) and MRT (25 out of 100).

For the major tourist markets, Japanese visitors were most impressed with Gourmet Food, Night Markets Sightseeing, Local Friendliness and Hospitality, Fruits, Historical Relics, Temple Visiting, Orderly Queue, Night Life and MRT. Visitors from Mainland China were most impressed with Fruits, Night Markets Sightseeing, Gourmet Food, Historical Relics, Local Friendliness and Hospitality, Clean Streets, Convenience Stores, Orderly Queue and Famous Local Specialty Products. Visitors from Hong Kong/Macao were most impressed with Gourmet Food, Night Markets Sightseeing, Local Friendliness and Hospitality, Fruits, MRT, Clean Streets and Orderly Queue. Visitors from Singapore were most impressed with Night Markets Sightseeing, Gourmet Food, Local Friendliness and Hospitality, Convenience Stores, MRT, Fruits, and Hot Spring. Korean visitors were most impressed with Night Markets Sightseeing, Gourmet Food, Historical Relics, Fruits and Local Friendliness and Hospitality. Visitors from Malaysia were most impressed with Night Markets Sightseeing, Gourmet Food, Fruits, Convenience Stores, MRT, and Local Friendliness and Hospitality. American visitors were most impressed with Night Markets Sightseeing, Gourmet Food, Local Friendliness and Hospitality, MRT and Fruits. Visitors from European countries were most impressed with Night Markets Sightseeing, Gourmet Food, Local Friendliness and Hospitality, MRT, Temple Visiting and Night Life. Visitors from Australia/New Zealand were most impressed with MRT, Night Markets Sightseeing, Local Friendliness and Hospitality and Gourmet Food (schedule 23).

Table 9 Ranking of the most impression toward Taipei by inbound tourists who had ever visited Taipei in 2014

Ranking	Item	Relative frequency	Ranking	Item	Relative frequency
1	Night Markets sightseeing	54.53	9	Orderly queue	21.69
2	Gourmet food	53.81	10	Famous local specialty products	18.22
3	Fruits	41.69	11	Hot spring	14.81
4	Local friendliness and hospitality	36.78	12	Temples	14.03
5	Historical relics	27.56	13	Night life	10.39
6	MRT	24.94	14	24 hour book stores	8.86
7	Clean streets	24.72	15	Aboriginal culture	7.69
8	Convenience stores	22.61	16	Cycling fun	4.25

Note: (1) The item "Which part of Taipei has given you the most impression" can be checked all that apply with 21 options.

(2) Relative frequency : persons out of 100

B. “Night Markets Sightseeing”, “Fruits”, “Gourmet Food”, and “Historical Relics” were the most impressive parts toward Taipei for those Tourist-group visitors. While “Gourmet Food”, “Night Markets Sightseeing”, “Local Friendliness and Hospitality” and “Fruits” were the most impressive parts toward Taipei for F.I.T. visitors.

In terms of travelling types, visitors with Tourist group⁽²⁾ were most impressed with Night Markets Sightseeing, Fruits, Gourmet Food, Historical Relics, Local Friendliness and Hospitality, Clean Streets, Convenience Stores, Orderly Queue, Famous Local Specialty Products and Hot Spring.

F.I.T. tourists were most impressed with Gourmet Food, Night Markets Sightseeing, Local Friendliness and Hospitality, Fruits, MRT, Clean Streets, Convenience Stores, Historical Relics, Orderly Queue and Famous Local Specialty Products.

Table 10 Top 8 ranking of the most impressive parts toward Taipei by inbound visitors who had visited Taipei in 2014- according to visitors’ travelling types

Ranking	All tourists		Tourist groups		F.I.T.	
	Item	Relative frequency	Item	Relative persons	Item	Relative frequency
1	Night Markets sightseeing	54.53	Night Markets sightseeing	53.06	Gourmet food	56.30
2	Gourmet food	53.81	Fruits	52.34	Night Markets sightseeing	55.21
3	Fruits	41.69	Gourmet food	48.47	Local friendliness and hospitality	39.52
4	Local friendliness and hospitality	36.78	Historical relics	37.59	Fruits	37.13
5	Historical relics	27.56	Local friendliness and hospitality	30.49	MRT	31.98
6	MRT	24.94	Clean streets	23.47	Clean streets	25.50
7	Convenience stores	24.72	Convenience stores	20.59	Convenience stores	23.55
8	Clean streets	22.61	Orderly queue	19.06	Historical relics	23.19

Note: (1) The item “Which part of Taipei has given you the most impression” can be checked all that apply with 21 options.

(2) Relative frequency : persons out of 100

²Tourist groups: The trip is arranged through a travel agency, i.e. Join in a tour group.

³F.I.T.:

- (1) The itinerary is planned by the tourist him/her-self.
- (2) Transportation tickets and accommodation are arranged by travel agency.
- (3) Individual tour with local activities arranged by travel agency
- (4) Individual tour without any activities arranged by travel agency

C. “Fruits”, “Night Markets Sightseeing”, “Gourmet Food”, and “Historical Relics” were the most impressive parts toward Taipei for visitors with tourist group from Mainland China. “Night Markets Sightseeing”, “Fruits”, “Gourmet Food” and “Local Friendliness and Hospitality” were the most impression parts toward Taipei for F.I.T. visitors from Mainland China.

In terms of travelling types for visitors from Mainland China, visitors with tourist group were most impressed with Fruits, Night Markets Sightseeing, Gourmet Food, Historical Relics, Local Friendliness and Hospitality, Clean Streets, Convenience Stores, Orderly Queue, Famous Local Specialty Products and Hot Spring.

F.I.T. visitors from Mainland China were most impressed with Night Markets Sightseeing, Gourmet Food, Fruits, Local Friendliness and Hospitality, Historical Relics, MRT, Clean Streets, Convenience Stores, Orderly Queue and Famous Local Specialty Products.

Table 11 Top 8 ranking of the most impressive parts toward Taipei by inbound visitors from Mainland China who had visited Taipei in 2014- according to visitors' 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	Fruits	60.22	Fruits	66.46	Night Markets sightseeing	61.18
2	Night Markets sightseeing	58.30	Night Markets sightseeing	55.24	Gourmet food	59.16
3	Gourmet food	54.32	Gourmet food	49.47	Fruits	54.40
4	Historical relics	38.15	Historical relics	40.97	Local friendliness and hospitality	40.84
5	Local friendliness and hospitality	36.75	Local friendliness and hospitality	32.47	Historical relics	35.50
6	Clean streets	30.85	Clean streets	30.65	MRT	33.33
7	Convenience stores	27.68	Convenience stores	25.19	Clean streets	31.17
8	Orderly queue	27.08	Orderly queue	24.43	Convenience stores	30.01

Note: (1) The item "Which part of Taipei has given you the most impression" can be checked all that apply with 21 options.

(2) Relative frequency : persons out of 100

V. Respondent's profile

A. "Professional" took first place by numbers in the category of occupation for the inbound visitors who had ever visited Taipei.

"Professional" (25.47%) took first place by numbers in the category of occupation among respondents who had visited Taipei, followed by "Legislators/Executives/Managers" (12.67%), "Students" (10.78%) and "Retirees" (10.14%).

Table 12 Number of people and percentage of the inbound visitors who had visited Taipei in 2014 - according to visitors' occupation

Occupation	Number	Percentage
Total	3600	100.00%
Legislator/Executive/Manager	<u>456</u>	<u>12.67%</u>
Professional	917	25.47%
Technician/Assistant Professional	295	8.19%
Clerical Staff	173	4.81%
Service/Sales Staff	338	9.39%
Farmer in Agriculture/Forestry/ Fishery/Farming	18	0.50%
Craftsman	42	1.17%
Machine/Equipment Operator/ assembler	30	0.83%
Elementary Skilled Labor	24	0.67%
Housewife/Husband	213	5.92%
Student	<u>388</u>	<u>10.78%</u>
Retired	365	10.14%
Others	307	8.53%
Na	34	0.94%

B. “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 less than US\$10,000 and US\$10,000 to US\$19,999.

Visitors with education of “College/university or higher” accounted for majority of the respondents (61.69%). Average annual income of respondent visitors was US\$37,545. And visitors of no fixed income accounted for the largest number in the income category (17.81%), followed by income of less than US\$10,000 (17.00%), and 14.17% of respondents with income between US\$10,000 to US\$19,999.

Table 13 Number of people and percentage of the inbound visitors who had visited Taipei in 2014 - according to visitors’ education

Education	Number	Percentage
Total	3600	100.00%
Primary School	63	1.75%
Junior High/Senior High/ Cocational High School	772	21.44%
College/University	2221	61.69%
Graduate School or Higher	459	12.75%
Others	37	1.03%
Na	48	1.33%

Table 14 Number of people and percentage of the inbound visitors who had visited Taipei in 2014 - according to visitors’ annual income

Annual Income	Number	Percentage
Total	3600	100.00%
Under 10,000 USD	<u>612</u>	<u>17.00%</u>
10,000-19,999 USD	<u>510</u>	<u>14.17%</u>
20,000-29,999 USD	361	10.03%
30,000-39,999 USD	254	7.06%
40,000-49,999 USD	222	6.17%
50,000-59,999 USD	172	4.78%
60,000-69,999 USD	136	3.78%
70,000-79,999 USD	139	3.86%
80,000-89,999 USD	90	2.50%
90,000-99,999 USD	76	2.11%
More than 100,000 USD	322	8.94%
No fixed Income	641	17.81%
Na	65	1.81%

壹、調查動機與目的

根據民國102年(2013年)世界觀光旅遊委員會 (World Travel & Tourism Council, WTTC) 之報告指出[1]，民國101年(2012年)觀光旅遊產業為全球經濟貢獻了6.6兆美元 (占全球GDP之9.3%)，民國112年(2023年)全球觀光產業之規模，將達到全球GDP之10% (約10.507兆美元)；此外，全球從事觀光相關產業之人口，民國101年約有2.6億人，於民國112年將可增加至3.37億人。因此，觀光產業對於全球，乃至於臺灣之經濟發展，將具有無可替代之重要地位。

臺灣之傳統產業逐漸式微，復有中國大陸龐大市場之磁吸效應，科技產業大量外移，臺灣之經濟發展面臨瓶頸。然臺灣具有豐富之自然生態與環境，優美之地理與人文景觀，人民素養佳且好客有禮，飲食文化多元且精緻，具備發展觀光之諸多優勢條件。近年來，交通部觀光局採取「多元開放、全球布局」的行銷策略，積極推展臺灣之觀光奏效，觀光局之統計資料顯示[2]，民國90年來臺觀光人數達102萬人次，占來臺總人數的36%，自民國97年開放大陸旅客來臺觀光後，來臺旅遊之人數大幅攀升，民國101年來臺觀光人數高達468萬人次，占來臺總人數之64%。世界經濟論壇 (WEF) 所發表之《2013年觀光旅遊競爭力年報》顯示[3]，民國102年臺灣整體觀光排名在140個國家中，位居第33，相較民國98年與民國100年，分別進步10名與4名，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「吸引國際觀光客，提高國際能見度」、「促進觀光產業升級，提升旅遊品質」、「增加與民間合作機會，活絡臺北旅遊市場，創造觀光相關產業商機」、「促進縣市合作，增加區域競爭力」及「培植特色觀光圈，協助重點推廣」等五大主軸[4]。民國104年則以「促進臺北市觀光產業發展、提升旅遊品質及市政行銷宣傳」為主要政策目標。因此，如何活絡臺北旅遊市場、創造觀光相關產業商機、宣傳臺北市重要施政作為，則為現階段臺北市政府觀光傳播局之首要任務。然而，上述觀光政策之推動，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，而收事半功倍之效，故特辦理本調查計畫。

爰此，本計畫擬於桃園國際機場、臺北松山機場、高雄國際機場等3處，針對曾到訪臺北市之國際觀光旅客進行面對面之問卷調查。並依據來臺旅客之實地

問卷結果，推估民國103年來臺旅客在臺北市期間之消費金額與消費情況、旅客旅遊動機、旅遊動向、對臺北市之印象、以及住宿旅館滿意程度。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：

表 1-1-1 調查目的與說明

調查目的	說明
1. 估算 103 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 103 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. 瞭解曾到訪臺北市之來臺旅客的結構、特性與旅遊情況，並進一步做市場區隔	(1)調查曾到訪臺北市的來臺旅客的基本資料、旅遊決策、動向、觀感及意見，以做為相關事業營運決策、行銷管理之參考依據，塑造更優質之旅遊環境。 (2)就基本資料、到訪臺北市目的及主要市場等不同特性之旅客，進一步分析其在臺北市主要動向狀況，以區隔旅客之需求，做為決策參考。
3. 估算 103 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收集與資料分析，瞭解來臺旅客在臺北市的消費狀況，估算 103 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. 曾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深刻的印象，提供觀光行銷參考。
5. 瞭解旅客滿意度相關資訊	調查曾到訪臺北市的來臺旅客對旅館住宿的滿意程度。
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/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103年1月1日起至103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3處，且交通部觀光局103年的統計資料顯示來臺旅客由上述3處入境的比率達91.38%。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⁵。

⁵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 2-2-1 103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
2. 旅遊決策	(1) 入境地點 (2) 最近3年來臺北市次數 (3) 來臺北市多久前開始計畫行程 (4) 同行人員 (5) 來臺北市目的 (旅遊、探親、求學、商務、國際會議或展覽...) (6) 吸引來臺北市觀光因素 (7) 旅行方式 (團客、自由行...) (8) 業務及國際會議或展覽目的旅客在臺北市旅遊意向
3. 旅遊動向	(1) 在臺北市停留天數、夜數 (2) 在臺北市參與活動項目 (3) 遊覽景點，最喜歡景點、最不喜歡景點及其原因 (4) 再度到訪臺北的意願及因素 (5) 在臺北市旅遊使用的交通工具
4. 消費狀況	(1) 在臺北市消費支出金額及結構(市場別、旅行方式) (2) 購買物品 (3) 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 (4) 對會議或展覽前後的旅遊行程安排之意見
6. 對主要住宿地點之整體滿意度	(1) 臺北市主要住宿地點 (2) 對主要住宿旅館之整體滿意度 (3) 對主要住宿青年旅館、活動中心之整體滿意度
7. 來臺經驗滿意度	(1) 此次來臺經驗，對臺北市最深刻的印象
8. 開放式意見	

三、調查方法

本調查實施時間自民國103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。

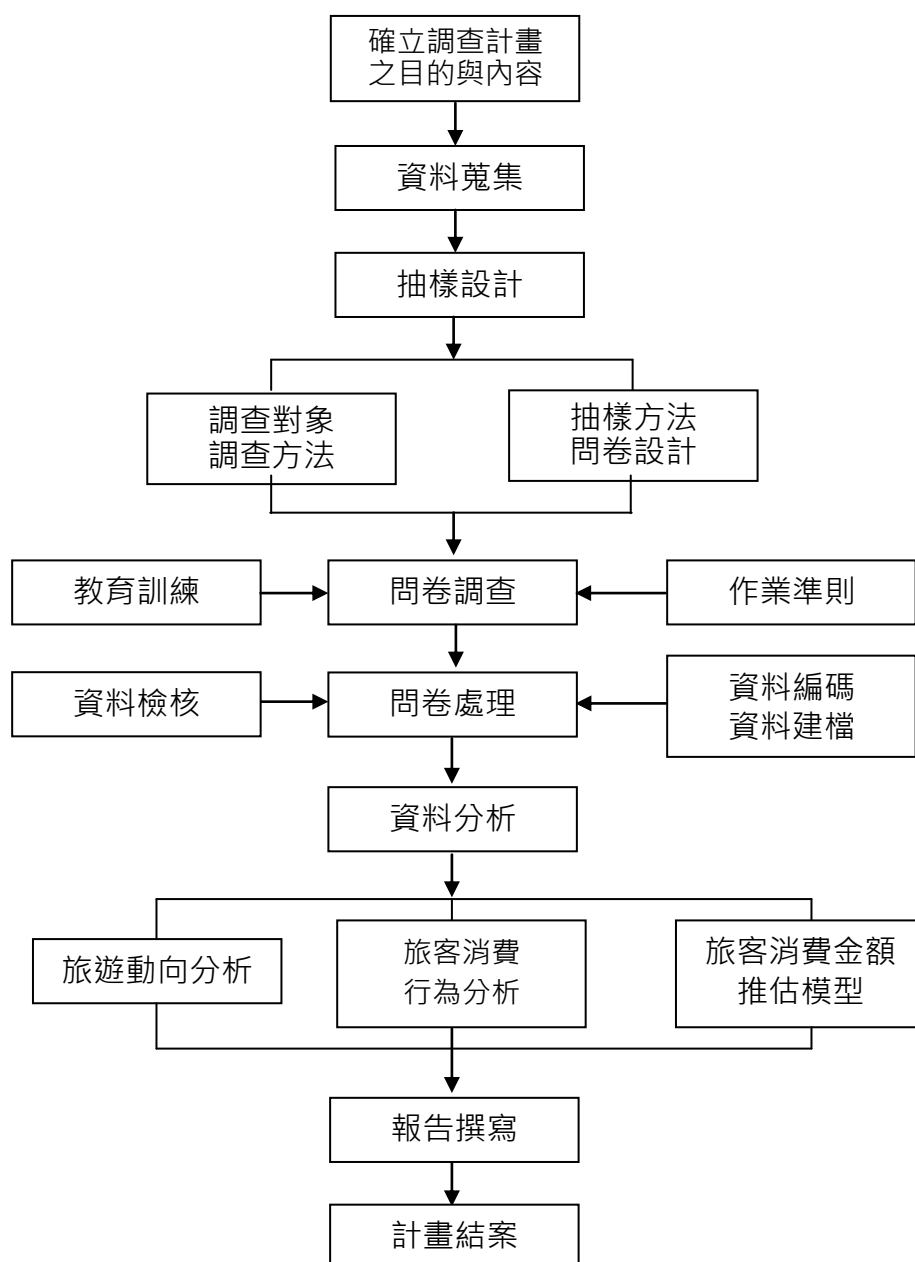


圖 2-3-1 計畫調查執行流程圖

(二) 調查方式

本調查採用面對面訪問方式，派精通中、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101年來臺旅客的母體結構配置比率為依據進行樣本數配置⁶，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，依據觀光局「民國100年來臺旅客消費及動向調查」資料[5]、以及參考臺北市政府觀光傳播局「民國101年度來臺旅客在臺北市之消費及動向調查」資料的建議[6]，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「抽樣控制特徵」，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101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。

⁶母體結構比率係根據交通部觀光局所提供「民國 101 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進入臺灣的所有來華旅客。

2. 抽樣方法：

本調查將依據過去各月來臺灣的旅客比例，採分層比例抽樣法抽取樣本數（為按「季」為主、「月」為輔的比率抽樣、以下將敘述之），同時在訪員取樣時、使各月樣本儘量符合前述5個變數推算抽樣母體結構中所需樣本比率，適當分散避免過於集中，以增加樣本代表性。

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，103年到訪臺北市的來臺旅客之樣本數為3600，得出估計誤差約為 $d=0.0163$ 。且由於本調查抽樣時嚴格控制樣本特徵，並且以調查基準日控制樣本比例，因此實際估計誤差會小於0.0163。

(三) 調查日期分派與抽樣原則

1. 調查日期定義

調查日之選定通常應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」的定義由103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7天為一調查單元，3個星期（即3個調查單元）為一週期，第1單元為星期一、星期三、星期五共3天，第2單元為星期二、星期四共2天，第3單元為週六、週日（如下表所示），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，原則上第一時段為上午六點至下午三點、第二時

段則為下午三點至晚上十二點。惟實際調查時間仍需視各機場航班而定。以一年有52個星期計算，由第1單元到第3單元依序類推調查日期進行抽樣，一年的4季中，每季約13個星期（即13個調查單元）或14個星期，故每季的調查日期約4-5個週期。每個調查日控制樣本比例，抽取過程設計目的在於制訂作業標準，以達隨機抽樣。

		星期一	星期二	星期三	星期四	星期五	星期六	星期日
一週期	第1單元							
	第2單元							
	第3單元							

(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，原則上第一時段為上午六點至下午三點、第二時段則為下午三點至晚上十二點，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3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月四季。利用101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（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81：10：9）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103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)			
		101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		100.00	3,600	2,916	360	324
第一季	1月	6.29	226	183	23	20
	2月	7.18	258	209	26	23
	3月	9.48	341	276	34	31
第二季	4月	9.45	341	276	34	31
	5月	8.19	295	239	29	27
	6月	8.31	299	242	30	27
第三季	7月	8.10	292	237	29	26
	8月	8.30	299	242	30	27
	9月	7.53	271	220	27	24
第四季	10月	8.35	301	244	30	27
	11月	9.19	331	268	33	30
	12月	9.61	346	280	35	31

資料來源：內政部移民署、交通部觀光局

說明：1.各月份的樣本配置符合母體之居住地、來臺主要目的、性別、年齡等變數結構比例。

2. 101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 81 : 10 : 9。

(五) 消費金額估算公式

平均每人日總消費金額、平均每人日各細項消費金額及觀光外匯收入之估算，沿用近年來消費動向調查所採用之方式，有關旅客消費金額之估算方式如下 (Lee, R.F. and Huang, D.Y., 2003) [7] :

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

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、國際商務系副教授曾薰瑤博士和研究生院執行長國安民博士所組成。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

以下為本計畫之主要工作人員名單及分工執掌如表2-3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，訪員背景包括精通英語、日語或韓語的學生。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，由研究小組訓練訪視員，除加強訓練訪視技巧外，同時使訪視員了解調查目的，並經實地演練後，正式進行調查工作；此外本計劃為確保問卷，並提供訪員須知手冊 (詳別冊附錄) 。

訪員出勤問卷調查前必須與督導確認該次問卷施測地點、問卷樣本數及抽

樣分配，並備妥問卷、禮品、訪員證件。訪員請旅客填寫問卷之前，必須確認旅客是否為民國103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），方能請對方接受訪談。督導員由本案團隊人員擔任，督導員總人數為6位，主要負責招募訪員、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
國安民	醒吾科技大學研究生院	執行長	美國雪城大學政治學博士	專案經理 計畫執行與控制
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
林甫宜	醒吾科技大學觀光休閒系	助理教授	日本名城大學法學博士	日語訪員訓練 問卷設計與調查
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	文藻外語大學英國語文系	講師	英國西敏寺大學口筆譯碩士	帶領高雄訪員 實地調查
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	文藻及政大學生 共 10 名 並視情況調整	學生	-	問卷訪員

註：顧問 2 名。

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，統計分析小組將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，將以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，統計分析小組將在調查期間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，期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，統計分析小組並將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，開放意見之呈現並將提供更深入之資料，提供相關政府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。

整體性分析部份，使用描述性統計方法(簡述如下)彙整並且敘述所調查資料各個變數變項的分佈情況。目的：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，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。其中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)。目的：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，作為臺北市觀光行銷策略研擬之參考。

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事業的外匯收入參考以及刺激消費議題的行銷策略研擬之參考。

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) 旅客之基本背景結構	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：入境地點、行程前計劃時間、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	分析旅客在臺北市停留天數、遊覽景點、遊覽觀光夜市情況以及最喜歡景點調查，作為觀光行銷之策略參考。
(4) 旅客對臺北市旅館之滿意度	使用李克特 5 點尺度測量，分析描述旅客對臺北市旅館之滿意度，以提供旅館業參考。
(5) 旅客消費行為分析	分析、瞭解來臺旅客在臺北市的消費特性，進行消費金額估算，作為估計臺北市觀光事業所帶來外匯收入的參考，並進行結構分析，作為刺激消費之策略參考。
(6) 旅客對臺北市之印象	分析、瞭解來臺旅客在臺北市對臺北市最深刻的印象，作為觀光行銷之策略參考。

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、年齡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旅遊情況及消費情況。
(2) 依旅客到訪臺北市目的分	分析業務、國際會議或展覽等商務目的的旅客之旅行方式、在臺北市旅遊情形、住宿滿意度及消費情況。 以旅客到訪臺北市目的作為基礎，探討到訪臺北市目的不同的旅客住宿滿意度及消費情況差異分析。
(3) 依主要市場分	以旅客的居住地作為基礎，探討不同市場的來訪旅客之旅遊決策在臺北市動向及對臺北市最深刻印象的差異情況分析。
(4) 依旅行方式分	以來訪旅客旅行方式(團體或自由行)為基礎，探討不同旅行方式的旅客的消費情況及對臺北市最深刻印象的差異情況分析。

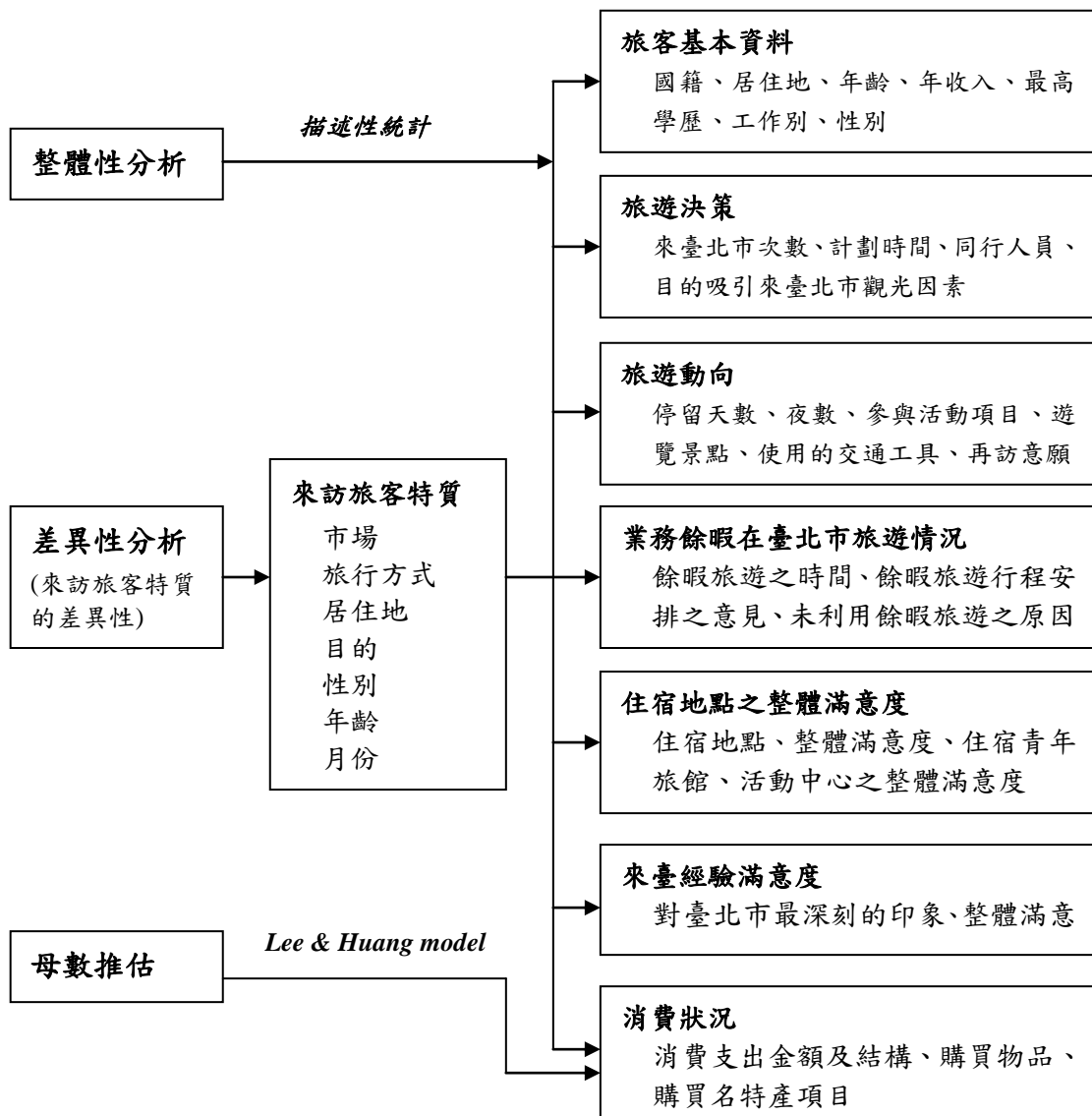


圖 2-6-1 資料分析架構圖

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103年1-12月期間接觸之來臺旅客共4,501人，整體到訪臺北市比率為91.45793%。曾到訪臺北市且願意受訪的旅客有3,600人。

由表3-1-2可得知103年1-12月受訪來臺旅客曾到訪臺北市之比率，居住地以大陸為最多，到訪比率為97.51%；其次為香港澳門，到訪比率為96.01%；第三、四及第五名者分別為日本、韓國及新加坡，其曾到訪臺北市之比率約在95%左右。

本研究應用分層比例抽樣法抽樣，由表3-1-1與3-1-2的資料分析檢視上述4,501位接觸樣本的代表性品質，分析結果顯示4,501人在月份與居住地兩變數的樣本結構比率大致符合母體結構比率，其中母體結構比率係根據內政部移民署與交通部觀光局所提供「民國103年來臺旅客公務統計」資料計算母體結構比率。

表 3-1-1 103年來臺旅客曾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	(3) 總接觸樣 本數	(4) 到訪臺北市 樣本比率 (備註3)	(5) = (1)*(4) 每月到訪臺北 市人次估計值	接受問卷調 查人次
總計	9,910,204 (備註1)			91.46% (備註4)	9,063,667	3,600
1	667,234	226	250*	90.20%	601,845	226
2	758,179	258	285*	90.42%	685,545	258
3	880,398	341	376*	90.64%	797,993	341
4	891,875	408	445	91.69%	817,719	341
5	817,735	322	363	88.71%	725,374	295
6	805,963	334	358	93.30%	751,932	299
7	808,701	348	371	93.80%	758,566	292
8	812,516	345	389	88.69%	720,612	299
9	809,562	319	346	92.20%	746,388	271
10	846,627	364	399	91.23%	772,361	301
11	859,007	404	438	92.24%	792,326	331
12	952,407	451	481	93.76%	893,005	346

註：

- (1) 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。
- (2) 「*」表示：因為前3個月到訪臺北市總樣本數闕如，故以第4欄位的推估比率推算之。
- (3) 到訪臺北市比率前3個月依據民國103年4-12月來臺旅客到訪臺北市比率的資料，以線性迴歸估算法估算之，4月份起依實際資料計算。比率值為四捨五入到小數第2位的估計值，然第五欄位的每月到訪臺北市人次是以(4)的精確比率值計算呈現之，故若第五欄位是以(1)*(4)的估計值計算，結果會有些微誤差。
- (4) 整體到訪臺北市比率 = $9,063,667 / 9,910,204 = 91.45793\%$ ，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。

表 3-1-2 103年來臺旅客曾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	381	4120	4501
列百分比	8.46%	91.54%	100.00%
居住地			
日本	37 4.91%	717 95.09%	754 16.75%
大陸	35 2.49%	1369 97.51%	1404 31.19%
香港澳門	23 3.99%	553 96.01%	576 12.80%
新加坡	15 5.21%	273 94.79%	288 6.40%
韓國	10 5.13%	185 94.87%	195 4.33%
馬來西亞	21 9.95%	190 90.05%	211 4.69%
亞洲其他國家	50 26.32%	140 73.68%	190 4.22%
美國	65 18.62%	284 81.38%	349 7.75%
加拿大	26 34.21%	50 65.79%	76 1.69%
英國	6 11.76%	45 88.24%	51 1.13%
法國	9 22.50%	31 77.50%	40 0.89%
德國	19 27.54%	50 72.46%	69 1.53%
歐洲其他國家	30 22.73%	102 77.27%	132 2.93%
紐澳	23 18.11%	104 81.89%	127 2.82%
其他地區	12 30.77%	27 69.23%	39 0.87%

二、到訪臺北市受訪旅客基本特性

(一)居住地

103年1-12月來臺旅客曾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 3-2-1 103年來臺旅客曾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	715	19.86%
大陸	1355	37.64%
香港澳門	517	14.36%
新加坡	173	4.81%
韓國	140	3.89%
馬來西亞	172	4.78%
亞洲其他地區	95	2.64%
美國	204	5.67%
加拿大	35	0.97%
英國	25	0.69%
法國	19	0.53%
德國	26	0.72%
歐洲其他地區	52	1.44%
紐澳	50	1.39%
其他地區	22	0.61%

(二) 國籍

103年1-12月受訪旅客之國籍分布狀況如表3-2-2所示。

表 3-2-2 103年來臺旅客曾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	709	19.69%
大陸	1829	50.81%
新加坡	149	4.14%
韓國	140	3.89%
馬來西亞	192	5.33%
亞洲其他地區	101	2.81%
美國	205	5.69%
加拿大	36	1.00%
英國	40	1.11%
法國	25	0.69%
德國	30	0.83%
歐洲其他地區	69	1.92%
紐澳	49	1.36%
其他地區	26	0.72%

註：香港澳門之受訪旅客之國籍併入中國大陸。

(三) 來臺主要及次要目的

103年受訪旅客來臺主要目的分布狀況如表3-2-3。來臺主要目的以觀光居多，占72.17%。由表3-2-4可知，來臺主要目的為業務而次要目的為觀光的受訪旅客有101人，占主要目的為業務受訪旅客的19.54%；來臺主要目的為探親或訪友而次要目的為觀光之受訪旅客有68人，占主要目的為探親或訪友受訪旅客的31.78%。

表 3-2-3 103年來臺旅客曾到訪臺北市之來臺灣主要目的

主要目的	人數	百分比
總計	3600	100%
觀光	2598	72.17%
業務	517	14.36%
國際會議或展覽	69	1.92%
探親或訪友	214	5.94%
求學	115	3.19%
醫療	11	0.31%
其他	76	2.11%

表 3-2-4 103年來臺旅客曾到訪臺北市之來臺灣主要目的及次要目交叉分析表

人數 列百分比	來臺灣的次要目的							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		
來臺灣的主要目的	觀光	32	19	105	12	6	21	2403	2598
		1.23%	0.73%	4.04%	0.46%	0.23%	0.81%	92.49%	100.00%
	業務	101	14	14	4	0	3	381	517
		19.54%	2.71%	2.71%	0.77%	0.00%	0.58%	73.69%	100.00%
	國際會議或展覽	17	4	2	-	-	1	45	69
		24.64%	5.80%	2.90%	-	-	1.45%	65.22%	100.00%
	探親或訪友	68	3	1	-	2	5	135	214
		31.78%	1.40%	0.47%	-	0.93%	2.34%	63.08%	100.00%
	求學	13	-	2	2	-	-	98	115
		11.30%	-	1.74%	1.74%	-	-	85.22%	100.00%
	醫療	2	-	-	-	-	1	8	11
		18.18%	-	-	-	-	9.09%	72.73%	100.00%
	其他	13	2	-	3	-	-	58	76
		17.11%	2.63%	-	3.95%	-	-	76.32%	100.00%
	總計	214	41	36	126	16	8	3128	3600
		5.94%	1.14%	1.00%	3.50%	0.44%	0.22%	86.89%	100.00%

註：「-」表示無調查樣本

(四) 到訪臺北市目的

103年1-12月受訪旅客之到訪臺北市目的分布狀況如表3-2-5所示。到訪臺北市目的以觀光居多，占78.25%。

就居住地而言，除英國、法國及亞洲其他地區受訪旅客到訪臺北市目的以業務為最多外，其餘地區皆以觀光目的為最多。其中日本、大陸、香港澳門、新加坡、韓國及馬來西亞等地區受訪旅客到訪臺北市目的有超過七成五以觀光目的為主(見附表1)。

表 3-2-5 103年來臺旅客曾到訪臺北市的主要目的

主要目的	人數	相對人次(人次/百人次)
觀光	2817	78.25
業務	515	14.31
國際會議或展覽	108	3.00
探親或訪友	317	8.81
求學	100	2.78
醫療	23	.64
其他	158	4.39

註: 本題為複選

(五) 年齡

由表3-2-6可知，103年1-12月受訪旅客之年齡分布狀況。受訪旅客平均年齡採用穩健估計量 $(Q_1 + Q_3) / 2$ (Q_1 ：第1四分位數； Q_3 ：第3四分位數) 算出，為41.34歲，標準誤則採 $[(Q_3 - Q_1) / 2] / \sqrt{n}$ 用算出，為0.21歲。

表 3-2-6 103年來臺旅客曾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	137	3.81%
20-29 歲	853	23.69%
30-39 歲	838	23.28%
40-49 歲	646	17.94%
50-59 歲	606	16.83%
60-65 歲	320	8.89%
66-69 歲以上	113	3.14%
70 歲及以上	82	2.28%
未回答	5	0.14%

(六) 性別

由表3-2-7可知，103年受訪旅客之性別分布狀況。

表 3-2-7 103年來臺旅客曾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	1828	50.78%
女性	1772	49.22%

(七) 月份

由表3-2-8可知，103年1-12月受訪旅客之月份分布狀況。

表 3-2-8 103年來臺旅客曾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	226	6.28%
2月	258	7.17%
3月	341	9.47%
4月	341	9.47%
5月	295	8.19%
6月	299	8.31%
7月	292	8.11%
8月	299	8.31%
9月	271	7.53%
10月	301	8.36%
11月	331	9.19%
12月	346	9.61%

(八) 最高學歷

由表3-2-9可知，103年1-12月受訪旅客之最高學歷分布狀況，受訪旅客最高學歷以大專以上為最多，占61.69%。

表 3-2-9 103年來臺旅客曾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%
小學肄畢	63	1.75%
中學肄畢(含高職)	772	21.44%
大專、大學肄畢	2221	61.69%
研究所肄畢	459	12.75%
其他	37	1.03%
未回答	48	1.33%

(九) 工作別

由表3-2-10可知，103年1-12月受訪旅客之工作別分布狀況，受訪旅客以專業人員為最多，占25.47%，其次為民意代表、企業主管及經理人員，占12.67%，第三為學生，占10.78%，第四為退休人員，占10.14%。

表 3-2-10 103年來臺旅客曾到訪臺北市的人數及百分比 - 按工作別分

工作別	人數	百分比
總計	3600	100.00%
民意代表、企業主管及經理人員	456	12.67%
專業人員	917	25.47%
技術員及助理專業人員	295	8.19%
事務支援人員	173	4.81%
服務及銷售工作人員	338	9.39%
農林漁牧業生產人員	18	0.50%
技藝有關工作人員	42	1.17%
機械設備操作及組裝人員	30	0.83%
基層技術工及勞力工	24	0.67%
家庭管理	213	5.92%
學生	388	10.78%
退休人員	365	10.14%
其他	307	8.53%
未回答	34	0.94%

(十) 年收入

由表3-2-11可知，103年1-12月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 $(Q_1 + Q_3) / 2$ (Q_1 ：第1四分位數； Q_3 ：第3四分位數) 算出，為37,545.34美元，標準誤則採 $[(Q_3 - Q_1) / 2] / \sqrt{n}$ 用算出，為471.39美元。其中無固定收入為最多，占17.81%，其次為10,000元美元以下，占17.00%，第三為10,000-19,999美元，占14.17%。

表 3-2-11 103年來臺旅客曾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	612	17.00%
10,000-19,999 美元	510	14.17%
20,000-29,999 美元	361	10.03%
30,000-39,999 美元	254	7.06%
40,000-49,999 美元	222	6.17%
50,000-59,999 美元	172	4.78%
60,000-69,999 美元	136	3.78%
70,000-79,999 美元	139	3.86%
80,000-89,999 美元	90	2.50%
90,000-99,999 美元	76	2.11%
100,000 美元及以上	322	8.94%
無固定收入	641	17.81%
未回答	65	1.81%

註：經比較 102 年與 103 年調查節結果，無固定收入皆占高比率，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。

(十一) 旅行方式

由表3-2-12可知，103年1-12月受訪旅客之旅行方式分布狀況。其中，「自行來臺灣，抵達後未曾請本地旅行社安排活動」的自由行旅客為最多，占39.34%，其次為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」跟團之旅客，占31.07%。

表 3-2-12 103年來臺旅客曾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	有效百分比
總計	3600	100.00%	
參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦	1112	30.89%	31.07%
自行規劃行程，由旅行社包辦	581	16.14%	16.23%
請旅行社安排住宿(及代訂機票)	408	11.33%	11.40%
自行來臺灣，抵達後曾請本地旅行社安排活動	70	1.94%	1.96%
自行來臺灣，抵達後未曾請本地旅行社安排活動	1408	39.11%	39.34%
未回答	21	0.58%	

註: 1. 有 3,579 位受訪者回答此問題，有效百分比=人數/3,579

2. 本調查案中，定義「觀光團體」：旅行安排方式為參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦。

3. 「自由行」：旅行安排方式包括自行規劃行程，由旅行社包辦、請旅行社安排住宿(及代訂機票)、自行來臺灣，抵達後曾請本地旅行社安排活動及自行來臺灣，抵達後未曾請本地旅行社安排活動。

(十二) 調查地點

由表3-2-13可知，103年1-12月受訪旅客在各調查地點之分布狀況。

表 3-2-13 103年來臺旅客曾到訪臺北市的人數及百分比 - 按調查地點分

調查地點	人數	百分比
總計	3600	100.00%
臺灣桃園國際機場	2920	81.11%
高雄國際機場	326	9.06%
臺北松山國際機場	354	9.83%

(十三) 樣本結構的品質檢視

本調查採用分層比例抽樣法，抽樣控制特徵為居住地、來臺目的、性別、年齡及月份等5個變數，故在樣本結構的品質檢視方面，進行此5個變數樣本結構比率與母體結構比率之比較，其中母體結構比率係根據交通部觀光局所提供「民國103年來臺旅客公務統計」資料計算母體結構比率(母體總數為9,910,204人次)。經由比較分析結果顯示，居住地、來臺目的、性別、年齡及月份等5個變數樣本結構比率均大致符合母體結構比率。

三、受訪旅客旅遊決策

(一) 入境地點

就整體而言，103年1-12月3,600位受訪旅客中，以由臺灣桃園國際機場入境者最多，占81.42%；其次為臺北松山機場，占10.09%；第三為高雄國際機場，占7.29%。

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2）。

(二) 最近三年來臺北市次數

由表3-3-1可知，就整體而言，103年1-12月受訪旅客最近三年來臺北市次數以第1次來臺北市為最多，占65.50%，其次為第2次，占14.25%。

表 3-3-1 103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	2358	65.50%
第2次	513	14.25%
第3次	239	6.64%
第4次	117	3.25%
5次及以上	373	10.36%

就居住地而言，103年1-12月受訪旅客全部地區受訪旅客皆以第1次來臺北市為最多(見附表3)，其中大陸和韓國的受訪旅客第1次來臺北市者占80%以上。此外，香港澳門、新加坡、馬來西亞及法國的受訪旅客有超過20%的比率為第2次來臺北市。

就來臺主要目的而言，103年1-12月受訪旅客全部目的皆以第1次來臺北市為最多，其中觀光受訪旅客第1次來臺北市者占73.71%；業務受訪旅客第1次來臺北市者占38.10%、其次為第5次及以上，占28.63%（見附表4）。

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5)，依序分別占58.92%與72.29%。

(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，103年1-12月受訪旅客平均出發來臺前37.22天開始計劃行程，標準誤為1.17天。依主要市場分如表3-3-2所示，日本受訪旅客出發來臺前開始計劃行程的平均天數最長，為58.67天，標準誤為2.51天，其次為大陸受訪旅客，計劃行程的平均天數為42.60天，標準誤為2.45天，馬來西亞受訪旅客，計劃行程的平均天數為30.63天，標準誤為4.09天。

表 3-3-2 103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	37.22	1.17
日本	58.67	2.51
大陸	<u>42.60</u>	<u>2.45</u>
香港澳門	23.39	1.53
新加坡	24.46	3.35
韓國	18.00	2.09
馬來西亞	<u>30.63</u>	<u>4.09</u>
亞洲其他地區	17.72	5.47
美國	20.60	3.42
加拿大	21.88	7.95
英國	16.08	10.76
法國	11.22	5.15
德國	15.73	5.83
歐洲其他地區	22.33	7.96
紐澳	16.01	3.76
其他地區	20.27	8.78

(四) 同行人員

就整體而言，103年1-12月受訪旅客3,600位中，有2,941位表示有親朋同事等同行人員共同來臺，占81.69%。

在同行人員關係方面，由表3-3-3及圖3-3-1可知，由朋友同行最多(占37.30%)。就居住地而言，除新加坡及美國受訪旅客由配偶同行最多外，其餘地區多皆由朋友同行最多(見附表6)。

來臺主要目的為觀光之受訪旅客，由朋友同行為最多(占38.63%)，其次為配偶同行(占36.24人%)；來臺主要目的為業務之受訪旅客，由同事同行為最多(占72.59%)；來臺主要目的為國際會議或展覽之受訪旅客，由同事同行為最多(占73.81%)；來臺主要目的為探親或訪友之受訪旅客，由配偶同行為最多(占56.52%) (見附表7)。

表 3-3-3 103年受訪旅客之同行人員分布

同行人員	人數	相對人次(人次/百人次)
朋友	1097	37.30
配偶	981	33.36
同事	530	18.02
子女	438	14.89
父母	367	12.48
親戚	309	10.51

註: 1 本題為複選

2 有 2,941 位表示有同行人員共同來臺

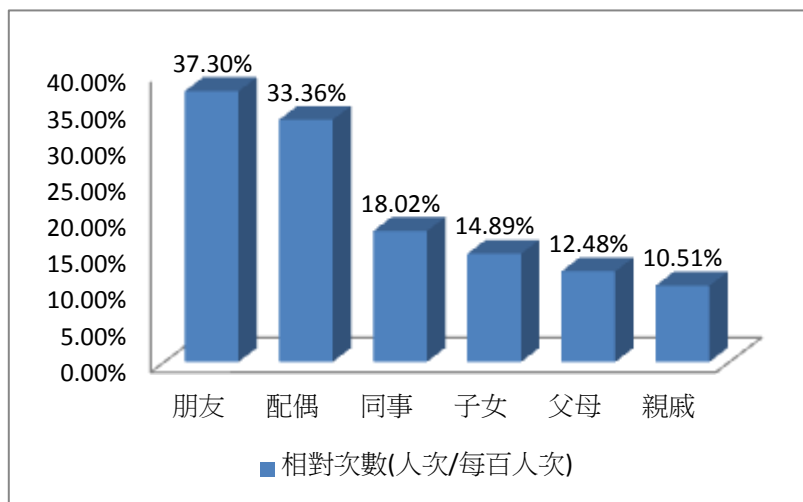


圖 3-3-1 103 年來臺旅客曾到訪臺北市之同行人員分布

(五) 業務及國際會議或展覽目的旅客在臺北市旅遊情形

由表3-3-4可知，103年1-12月到訪臺北市目的為業務的受訪旅客共515人，其中利用餘暇在臺北市旅遊之比率為69.37%。由表3-3-5可知，利用餘暇在臺北市旅遊時間以1天為最多，占30.29%，第二為半天，占28.34%，第三為2天，占24.76%。由表3-3-6可知，未利用餘暇在臺北市旅遊的主要原因為時間不夠，占89.84%。

表 3-3-4 103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	515	
是	317	69.37%
否	140	30.63%
有效總計	457	100.00%
未回答	58	

表 3-3-5 103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	317	
半天	87	28.34%
1天	93	30.29%
2天	76	24.76%
3天	21	6.84%
4天	11	3.58%
5天以上	19	6.19%
有效總計	307	100.00%
未回答	10	

表 3-3-6 103年業務目的受訪旅客未利用餘暇遊臺北之原因

原因	人數	相對人次(人次/百人次)
公司或主辦單位沒有安排	8	6.25
時間不夠	115	89.84
旅遊資訊不足	4	3.13
覺得沒什麼好玩	1	0.78
其他	2	1.56

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 140 位，其中有 12 位未回答

由表3-3-7可知，103年1-12月到訪臺北市目的為國際會議或展覽的受訪旅客共76人，其中利用餘暇在臺北市旅遊之比率為80.85%。由表3-3-8可知，利用餘暇在臺北市旅遊時間以1天為最多，占37.84%，其次為2天，占21.62%。由表3-3-8可知，未利用餘暇在臺北市旅遊之主要原因為時間不夠。

表 3-3-7 103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	108	
是	76	80.85%
否	18	19.15%
有效總計	94	100.00%
未回答	14	

表 3-3-8 103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	76	
半天	14	18.92%
1天	28	37.84%
2天	16	21.62%
3天	10	13.51%
4天	4	5.41%
5天以上	2	2.70%
有效總計	74	100.00%
未回答	2	

表 3-3-9 103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	相對人次(人次/百人次)
公司或主辦單位沒有安排	-	-
時間不夠	14	93.33
旅遊資訊不足	-	-
不容易買到套裝遊程	-	-
覺得沒什麼好玩	-	-
其他	3	20.00

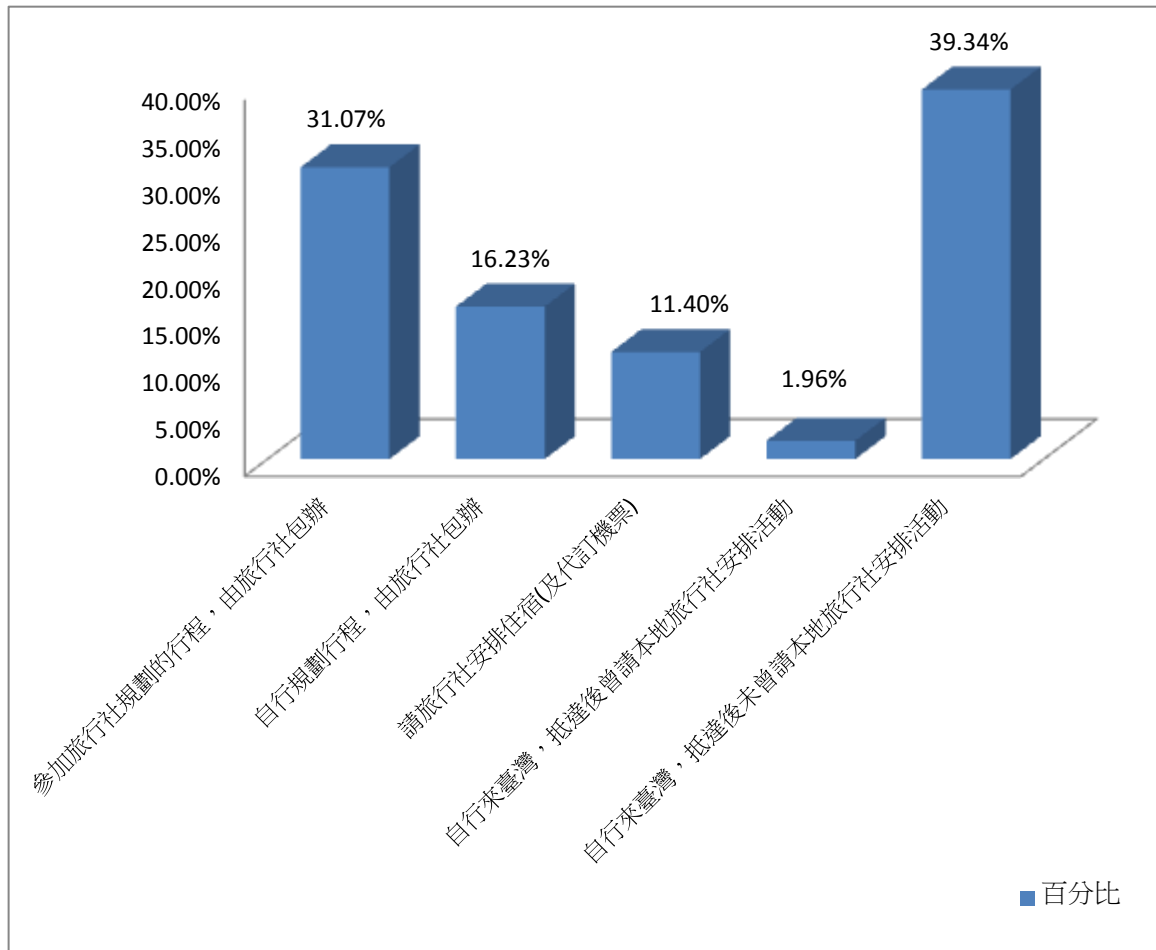
註：1 本題為複選。

2 沒有利用餘暇在臺北市旅遊的受訪旅客有 18 人，其中 3 人未回答。

3 「-」表示無調查樣本。

(六) 旅行方式

由圖3-3-2可知，就整體而言，103年1-12月到訪臺北市旅客旅行方式以「自行來臺灣，抵達後未曾請本地旅行社安排活動」為最多，占39.34%，其次為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」，占31.07%。



註：有 3,579 位受訪者回答此問題

圖 3-3-2 103 年來臺旅客曾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」為最多，其次為「請旅行社安排住宿(及代訂機票)」及「自行來臺灣，抵達後未曾請本地旅行社安排活動」；大陸受訪旅客以「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」為最多，其次為「自行來臺灣，抵達後未曾請本地旅行社安排活動」；韓國受訪旅客以「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」為最多，其次為「自行來臺灣，抵達後未曾請本地旅行社安排活動」及「自行規劃行程，由旅行社包辦」(見附表8)。

由表3-3-10可知，大陸受訪旅客中，觀光團體旅客的比率為48.74%，自由行旅客的比率為51.26%，其中，自由行包括：「自行規劃行程，由旅行社包辦」、「請旅行社安排住宿(及代訂機票)」、「自行來臺灣，抵達後曾請本地旅行社安排活動」以及「自行來臺灣，抵達後未曾請本地旅行社安排活動」。

就來臺主要目的而言，觀光目的受訪旅客以「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」為最多；其餘目的受訪旅客皆多以「自行來臺灣，抵達後未曾請本地旅行社安排活動」為最多 (見附表9)。

表 3-3-10 103年大陸受訪旅客不同旅遊型態之分布

旅遊型態	人數	有效百分比
總計	1352	
大陸觀光團體	659	48.74%
大陸自由行	693	51.26%
有效總計	1352	100.00%
未回答	3	

註：1 自由行包括：自行規劃行程，由旅行社包辦、請旅行社安排住宿(及代訂機票)、自行來臺灣，抵達後曾請本地旅行社安排活動、自行來臺灣，抵達後未曾請本地旅行社安排活動。

2 大陸旅客 1,355 人，其中觀光團體旅客 659 人，自由行旅客 693 人，未回答者 3 人。

(七) 吸引這次來臺北市觀光的原因

由表3-3-11可知，103年1-12月受訪旅客3,600人中，吸引他們這次來臺北觀光的原因依序為風光景色(每百人次61.78人次)、菜餚美食(占51.94%)、水果(占30.92%)、民情風俗和文化(占28.03%)、物品價格(占25.50%)、氣候宜人(占24.81%)、交通便利(占24.33%)等。

表 3-3-11 103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	相對人次(人次/百人次)
風光景色	2224	61.78
菜餚美食	1870	51.94
水果	1113	30.92
民情風俗和文化	1009	28.03
物品價格	918	25.50
氣候宜人	893	24.81
交通便利	876	24.33
歷史文物	830	23.06
治安良好	814	22.61
夜間休閒活動	662	18.39
距離居住地近	368	10.22
其他	309	8.58
公司安排	272	7.56
遊憩設施(遊樂園、動物園)	252	7.00
參觀節慶活動	215	5.97
文創、藝文展演	214	5.94
公共藝術	201	5.58
民主政治	196	5.44
會議會展活動	110	3.06
保健醫療	79	2.19

註：本題為複選

(八) 是否曾上網瀏覽有關臺北市的旅遊資訊

由表3-3-12可知，受訪旅客來臺北市前有52.78%曾上網瀏覽有關臺北市的旅遊資訊的情況。

表 3-3-112 103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	
有	1900	52.78%
沒有	1685	46.81%
未回答	15	0.42%

四、受訪旅客在臺北市動向

(一) 在臺北市停留天數

就整體而言，103年1-12月受訪旅客在臺北市之平均停留天數為 5.13天⁷，標準誤為 0.14天。然若考量極端數值的影響力，則刪除4%的極端數值之後的平均停留天數為4.05天。

由表3-4-1、表3-4-2及圖3-4-1可知，103年1-12月曾到訪臺北市的各居住地受訪旅客中，以其他地區平均停留天數最多，為13.14天；其次為法國，平均停留天數為11.16天；第三為歐洲其他地區，平均停留天數為9.43天。三大主要市場中依序為大陸(5.22天)、香港澳門(4.95天)、日本(3.24天)。大陸觀光團平均停留天數為3.75天，大陸自由行平均停留天數為6.62天。

由表3-4-3及圖3-4-2可知，103年1-12月曾到訪臺北市的不同主要目的受訪旅客中，以求學目的平均停留天數最多，為21.98天；其次為探親或訪友目的，平均停留天數為9.31天；第三為業務目的，平均停留天數為5.70天(其他除外)，觀光目的平均停留天數為4.00天；而醫療目的平均停留天數最少，為3.55天。

就性別而言，男性的各居住地受訪旅客中，以其他地區平均停留天數最多，為14.2天，其次為法國，平均停留天數為12.53天；女性的各居住地受訪旅客中，以英國平均停留天數最多，為18.5天，其次為歐洲其他地區，平均停留天數為10.31天(見附表10)。

⁷就 96%的中間受訪者而言(即，刪除 4% 的極端數值之後)，103 年 1-12 月受訪旅客在臺北市之停留天數為 14 天或以內。依實務經驗，此部份的受訪旅客能較清楚記憶起在臺北市期間的消費情況，故在隨後「受訪旅客在臺北市消費支出概況推估」部份，將採用在此區間的受訪旅客停留天數資料進行推估計算。其中，103 年 1-12 月受訪旅客在臺北市之平均停留天數為 4.05 天。

表 3-4-1 103年來臺旅客曾到訪臺北市之平均停留天數 - 按居住地分

居住地	平均停留天數	標準誤
全體	5.13*	.144
日本	3.24	.118
大陸	5.22	.216
香港澳門	4.95	.457
新加坡	5.57	.446
韓國	4.97	.670
馬來西亞	6.18	.789
亞洲其他地區	7.55	1.319
美國	6.15	.669
加拿大	4.85	.736
英國	5.88	2.355
法國	11.16	4.767
德國	4.42	.802
歐洲其他地區	9.43	2.354
紐澳	8.18	1.976
其他地區	13.14	4.480

註: * 若刪除 4%的極端數值之後，則平均停留天數為 4.05 天。

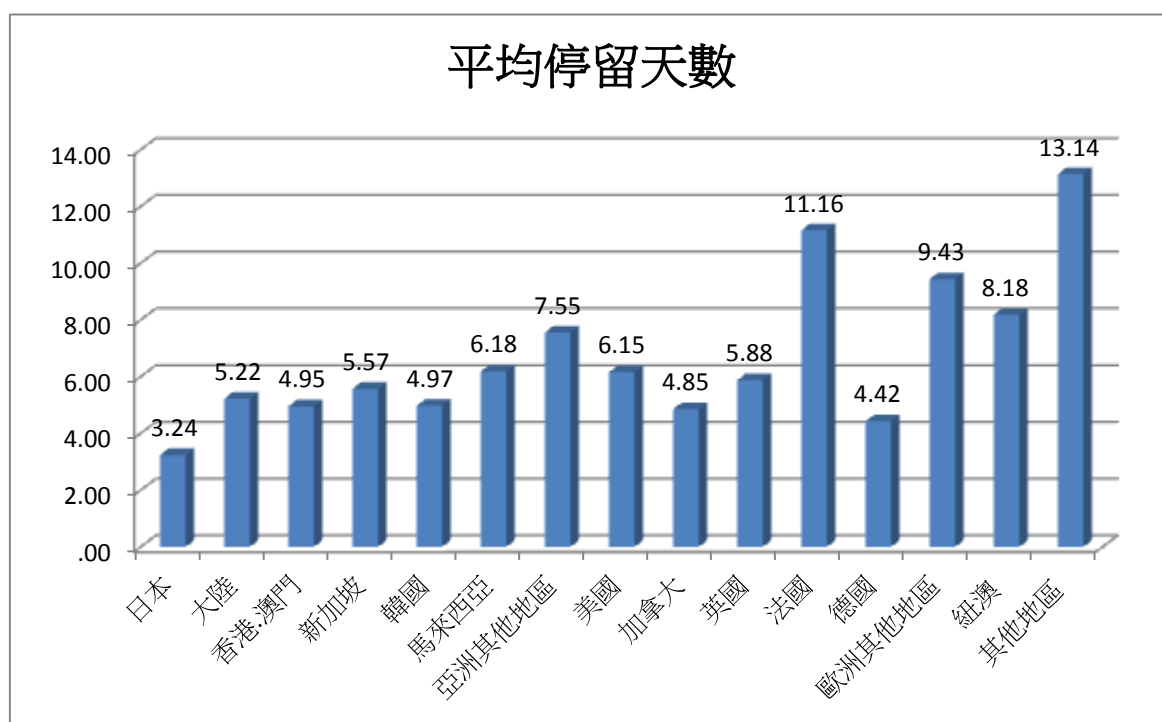


圖 3-4-1 103 年來臺旅客曾到訪臺北市之平均停留天數- 按居住地分

表 3-4-2 103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	平均停留天數	標準誤
大陸全體	5.22	.217
大陸觀光團	3.75	.108
大陸自由行	6.62	.404

表 3-4-3 103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	平均停留天數	標準誤
全體	5.13*	.144
觀光	4.00	.080
業務	5.70	.406
國際會議或展覽	3.57	.287
探親或訪友	9.31	.775
求學	21.98	2.947
醫療	3.55	.652
其他	6.00	.885

註: * 若刪除 4% 的極端數值之後，則平均停留天數為 4.05 天。

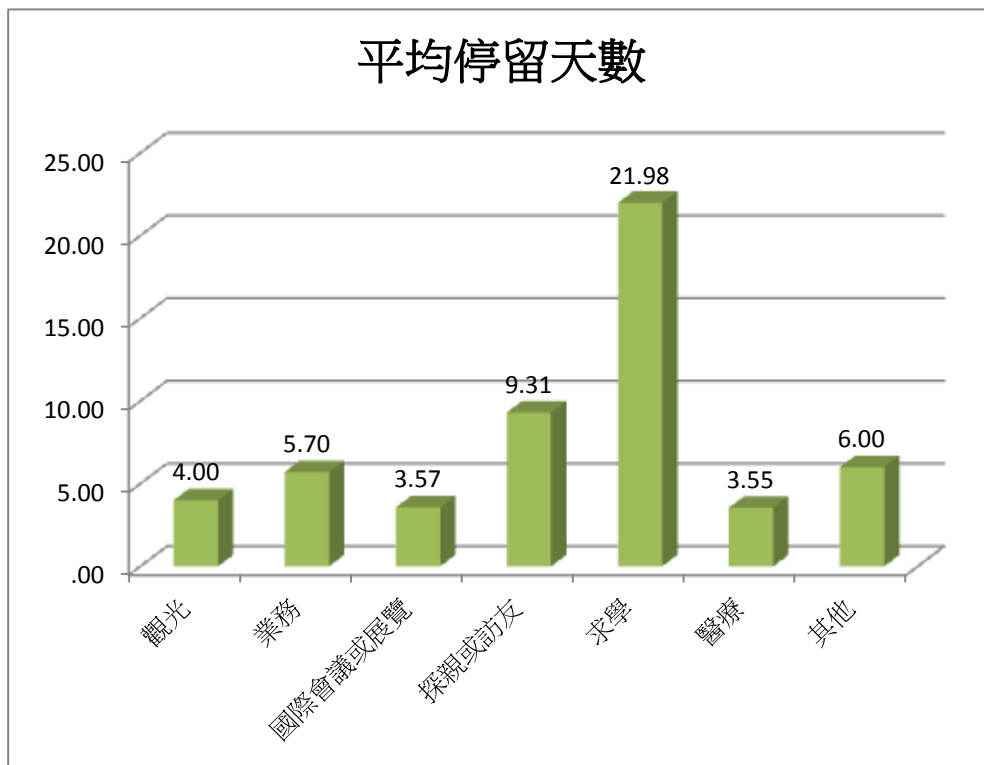


圖 3-4-2 103 年來臺旅客曾到訪臺北市之平均停留天數- 按主要目的分

(二) 遊覽地點

1. 遊覽觀光景點

由表3-4-4可知，103年1-12月受訪旅客3,600人中，在臺北市遊覽觀光景點依序為臺北101 (占52.31%)、夜市(占34.67%)、故宮博物院(占29.67%)、中正紀念堂(占19.58%)、國父紀念館(占14.19%)、西門町(占13.75%)等。

表 3-4-4 103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	相對人次(人次/百人次)
1	臺北 101	1883	52.31
2	夜市	1248	34.67
3	故宮博物院	1068	29.67
4	中正紀念堂	705	19.58
5	國父紀念館	511	14.19
6	西門町	495	13.75
7	陽明山	185	5.14
8	龍山寺	163	4.53
9	信義計畫區商圈	156	4.33
10	士林官邸	153	4.25

註：本題「受訪旅客曾遊覽觀光景點」為複選。

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臺北101、故宮博物院、夜市、中正紀念堂、龍山寺等；大陸在臺北市遊覽觀光景點依序為臺北101、故宮博物院、夜市、中正紀念堂、國父紀念館等；香港澳門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、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、臺北101、西門町等；韓國受訪旅客在臺北市遊覽觀光景點依序為臺北101、故宮博物院、夜市、中正紀念堂、西門町等；馬來西亞受訪旅客在臺北市遊覽觀光景點依序為夜市、臺北101、夜市、西門町、中正紀念堂等；美國受訪旅客在臺北市遊覽觀光景點依序為臺北101、夜市、故宮博物院等；歐洲受訪旅客在臺北市遊覽觀光景點依序為臺北101、夜市、龍山寺、西門町、木柵貓空等；紐澳受訪旅客在臺北市遊覽觀光景點依序為臺北101、夜市、故宮博物院、中正紀念堂、龍山寺等 (見附表11)。

就性別而言，男性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、國父紀念館等；女性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、西門町等 (見附表12)。

2.遊覽觀光夜市

由表3-4-5可知，103年1-12月受訪旅客3,600人中，在臺北市遊覽觀光夜市依序為士林夜市(占25.00%)、華西街夜市(占3.25%)、饒河街夜市(占2.78%)。

表 3-4-5 103年到訪臺北市之受訪旅客遊覽觀光夜市排名

名次	遊覽景點	人次	相對人次(人次/百人次)
1	士林夜市	900	25.00
2	華西街夜市	117	3.25
3	饒河街夜市	100	2.78
4	寧夏夜市	66	1.83
5	迪化街夜市	10	0.28
6	公館夜市	8	0.22

3.最喜歡景點

由表3-4-6可知，依喜歡比率排序，103年1-12月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30.62%)、臺北101(喜歡比率25.86%)、西門町(喜歡比率20.20%)、夜市(喜歡比率17.15%)、及中正紀念堂(喜歡比率11.06%)等。

表 3-4-6 103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	到訪相對人次(人次/百人次)	喜歡比率
1	故宮博物院	1068	327	29.67	30.62%
2	臺北 101	1883	487	52.31	25.86%
3	西門町	495	100	13.75	20.20%
4	夜市	1248	214	34.67	17.15%
5	中正紀念堂	705	78	19.58	11.06%
6	國父紀念館	511	38	14.19	7.44%

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 排序以景點到訪相對人次達 7%以上

就主要市場而言，日本、大陸、韓國及美國受訪旅客最喜歡景點皆為故宮博物院；香港澳門受訪旅客最喜歡景點為陽明山；新加坡受訪旅客最喜歡景點為夜市；馬來西亞受訪旅客最喜歡景點為西門町；歐洲受訪旅客最喜歡景點為木柵貓空；紐澳受訪旅客最喜歡景點為中正紀念堂與西門町(見附表13)。

就性別而言，男性與女性受訪旅客最喜歡景點皆為故宮博物院(見附表14)。

就旅遊型態而言，觀光團體受訪旅客最喜歡景點依序為故宮博物院(喜歡比率32.32%)、臺北101(喜歡比率25.30%)、西門町(喜歡比率22.22%)、士林官邸(喜歡比率14.94%)以及中正紀念堂(喜歡比率10.86%)；自由行受訪旅客最喜歡景點依序為陽明山(喜歡比率35.37%)、故宮博物院(喜歡比率29.22%)、臺北101(喜歡比率26.08%)、夜市(喜歡比率19.86%)以及西門町(喜歡比率19.75%)。

就年齡層而言，20-29歲、30-39歲以及40-49歲三個年齡層受訪旅客人數最多，共約有六成五比率，此個年齡層受訪旅客最喜歡景點皆為故宮博物院臺北

101夜市以及西門町；50-59歲受訪旅客最喜歡景點為臺北101(喜歡比率24.92%)、故宮博物院(喜歡比率22.50%)、中正紀念堂(喜歡比率15.67%)；60-65歲受訪旅客最喜歡景點為故宮博物院(喜歡比率32.89%)、臺北101(喜歡比率22.03%)、西門町(喜歡比率20.83%)；66-69歲受訪旅客最喜歡景點為故宮博物院(喜歡比率46.15%)、臺北101 (喜歡比率26.98%)、中正紀念堂(喜歡比率19.23%)；70歲級以上受訪旅客最喜歡景點為故宮博物院(喜歡比率30.00%)、臺北101 (喜歡比率17.07%)、陽明山(喜歡比率14.29%)。

(三) 曾參與過的活動

由表3-4-7可知，103年1-12月受訪旅客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70.86%)、購物(占67.64%)、逛夜市(占60.75%)、參觀古蹟(占42.14%)等。

表 3-4-7 103年到訪臺北市之受訪旅客在臺北市期間曾參與過之活動

在臺北市曾參與過活動	人次	相對人次(人次/百人次)
城市觀光旅遊	2551	70.86
購物	2435	67.64
逛夜市	2187	60.75
參觀古蹟	1517	42.14
泡溫泉浴	813	22.58
參觀展覽	506	14.06
按摩、指壓	443	12.31
其他	234	6.50
夜總會、PUB 活動	228	6.33
參觀藝文表演	182	5.06
卡拉 OK 或唱 KTV	178	4.94
參觀節慶活動	129	3.58
護膚、美容、彩繪指甲	97	2.69
SPA、三溫暖	80	2.22
拍婚紗或個人藝術照	40	1.11

註：本題為複選

(四) 在臺北市旅遊期間使用的交通工具

由表3-4-8可知，103年1-12月受訪旅客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55.33%)、計程車(占47.83%)、公車(占32.64%)、遊覽車(占29.83%)等。

由表3-4-9與表3-4-10可知，受訪旅客有95.22%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82.00%。

表 3-4-8 103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	相對人次(人次/百人次)
捷運	1992	55.33
計程車	1722	47.83
公車	1175	32.64
遊覽車	1074	29.83
其他	314	8.72
腳踏車	178	4.94
摩托車	94	2.61

註: 本題為複選

表 3-4-9 103年到訪臺北市之受訪旅客是否考慮再度來臺北市之人數及百分比

是否考慮再度來臺北市	人數	百分比
總人數	3600	
是	3428	95.22%
否	136	3.78%
未回答	36	1.00%

表 3-4-10 103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

主要原因	人數	百分比
總計	3428	
觀光	2811	82.00%
業務	302	8.81%
國際會議或展覽	31	0.90%
探親或訪友	163	4.75%
求學	49	1.43%
其他	60	1.75%
未回答	12	0.35%

(五) 住宿情形

1. 住宿地點

由表3-4-11可知，103年1-12月受訪旅客3,600人中，在臺北住宿的最主要住宿地點為旅館(占82.78%)。

表 3-4-11 103年到訪臺北市受訪旅客之住宿地點

住宿地點	人次	相對人次(人次/百人次)
旅館	2980	82.78
青年旅館、活動中心	111	3.08
親友家	271	7.53
宿舍	67	1.86
租屋	59	1.64
寺廟、修道院或教會	25	.69
其他	173	4.81

註: 本題為複選

2. 主要住宿旅館類型

103年1-12月受訪旅客3,600人中，有2,980人的住宿地點為旅館，由表3-4-12可知，其中有1,991人確定所住旅館名稱。依旅館名稱區分，受訪旅客住宿的旅館類型依序為一般旅館(占67.35%)、國際觀光旅館(占23.20%)及觀光旅館(占9.44%)。

表 3-4-12 103年到訪臺北市受訪旅客之主要住宿旅館類型

主要住宿旅館類型	人數	百分比	有效百分比
總數	2980		
國際觀光旅館	462	15.50%	23.20%
觀光旅館	188	6.31%	9.44%
一般旅館	1341	45.00%	67.35%
其他(忘記名稱)	989	33.19%	

註: 有效百分比=人數/(國際觀光旅館人數+觀光旅館人數+一般旅館人數)

3.主要住宿旅館的整體滿意度

由表3-4-12與表3-4-13可知，103年1-12月受訪旅客3,600人中，有2,980人的住宿地點為旅館，其中有1,991人確定所住旅館名稱。依旅館類型歸類，整體而言，七成五以上受訪旅客對最主要住宿旅館表示滿意；從最強到最弱給予等級五到等級一，旅客中非常滿意者678人(占34.05%)、滿意者829人(占41.64%)、普通者408人(占20.49%)、不滿意者60人(占3.01%)、非常不滿意者16人(占0.80%)，經計算得滿意度平均值為4.10分，標準差為0.83分。其中，國際觀光旅館滿意度最高(占82.68%)，其次為觀光旅館(占79.79%)及一般旅館(占72.71%)。

表 3-4-13 103年到訪臺北市受訪旅客對最主要住宿旅館的整體滿意度-按旅館類型分

單位/人數

旅館別	總計	滿意度			普通	不滿意度		
		合計	非常滿意	滿意		不滿意	非常不滿意	合計
總計	1991	1507	678	829	408	60	16	76
	100.00%	75.69%	34.05%	41.64%	20.49%	3.01%	0.80%	3.82%
國際觀光 旅館	462	382	185	197	66	12	2	14
	100.00%	82.68%	40.04%	42.64%	14.29%	2.60%	0.43%	3.03%
觀光旅館	188	150	74	76	34	4	0	4
	100.00%	79.79%	39.36%	40.43%	18.09%	2.13%	0.00%	2.13%
一般旅館	1341	975	419	556	308	44	14	58
	100.00%	72.71%	31.25%	41.46%	22.97%	3.28%	1.04%	4.33%

4.主要住宿青年旅館、活動中心的整體滿意度

由表3-4-14，103年1-12月受訪旅客3,600人中，有111人的住宿地點為青年旅館、活動中心，其中有90人給予整體滿意度評價。整體而言，八成五以上受訪旅客對最青年旅館、活動中心表示滿意；從最強到最弱給予等級五到等級一，旅客中非常滿意者35人(占38.89%)、滿意者42人(占46.67%)、普通者12人(占13.33%)、不滿意者1人(占1.11%)、非常不滿意者0人，經計算所滿意度平均值為4.22分，標準差為0.72分。

表 3-4-14 103年到訪臺北市受訪旅客對青年旅館、活動中心的整體滿意度

單位/人數

類別	總計	滿意度			普通	不滿意度		
		合計	非常滿意	滿意		不滿意	非常不滿意	合計
青年旅館	90	77	35	42	12	1	0	1
活動中心	100.00%	85.56%	38.89%	46.67%	13.33%	1.11%	0.00%	1.11%

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103年中央銀行美元對各幣別匯率的各月平均匯率資料，其103年之月平均匯率如表3-5-1所示。

表 3-5-1 103年各幣別對美元之年平均匯率

幣別	103 年平均匯率
新臺幣 (NTD/USD)	30.368
日圓 (JPY/USD)	105.81
英鎊 (GPB/USD)	0.6073
港幣 (HKD/USD)	7.7542
韓元 (KRW/USD)	1052.3
拿大幣 (CAD/USD)	1.1065
新加坡元 (SGD/USD)	1.2670
人民幣 (CNY/USD)	6.1490
澳幣 (AUD/USD)	1.1086
印尼盾 (IDR/USD)	11860.8
銖 (THB/USD)	32.478
馬來西亞幣 (MYR/USD)	3.2719
菲律賓披索 (PHP/USD)	44.391
歐元 (EUR/USD)	0.7532

註:104年1月25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103年受訪旅客平均每人每日消費金額為257.16美元，標準誤為3.01美元，估算方法詳見附件二。

由表3-5-2可知，103年來臺旅客在臺北市平均每人每日消費金額為257.16美元，其中以購物費所占比率最高(占53.57%)，其次為旅館內支出費(占18.77%)、旅館外餐飲費(占13.17%)等。

由表3-5-3可知，103年來臺旅客在臺北市購物費消費項目中，以購買名產或特產的比率最高，占32.19%，其次為服飾或相關配件，占16.56%，再其次為珠寶或玉器類，占14.90%。

表 3-5-2 103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
103年	金額	257.16	48.27	33.86	14.71	13.49	9.06	137.77
1-12月	結構比	100.00%	18.77%	13.17%	5.72%	5.24%	3.52%	53.57%

表 3-5-3 103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	103年	
	消費金額(美元)	百分比(%)
總計	137.77	100.00%
服飾或相關配件	22.81	16.56%
珠寶或玉器類	20.53	14.90%
紀念品或手工藝類	9.59	6.96%
化妝品或香水類	12.25	8.89%
名產或特產	44.35	32.19%
菸或酒類	6.30	4.58%
中藥或健康食品	1.99	1.44%
電子或電器產品	13.35	9.69%
茶葉	5.12	3.71%
其他	1.49	1.08%

103 年來臺旅客在臺北市消費金額估算公式如下：

$$\begin{aligned}
 & \text{來臺旅客在臺北市消費金額} \\
 & = (\text{來臺旅客在臺北市平均每人每日消費金額}) \\
 & \quad \times (\text{來臺旅客在臺北市平均停留天數}) \\
 & \quad \times (\text{103年1-12月來臺旅客公務統計人次}) \\
 & \quad \times (\text{103年1-12月來臺旅客到訪臺北市比率}) \dots\dots\dots(1)
 \end{aligned}$$

在式(1)中，「103年1-12月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103年來臺旅客到訪臺北市比率為91.45793%，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4.05天，在臺北市平均每人每日消費金額為257.16美元。依據交通觀光局編製之「觀光統計月報(月報)」，103年1-12月來臺旅客總人次為9,910,204人次，故依式(1)求得103年1-12月來臺旅客消費金額為94.40億美元。其中103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。

消費金額之推估過程中，來臺旅客在臺北市停留天數之計算，以夜為計算單位，更符合一天以及實務操作上之定義，例如3天2夜，其停留天數則為2天；而來臺旅客在臺北市平均停留天數之計算，則採修剪後樣本之平均停留天數，此與平均每人每日消費金額之推估程序，具有相同的概念與一致性，可避免極端值之影響。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 3-5-4 103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)
103年 1-12月	9,910,204	91.45793	4.05	257.16	94.40	30.368	2866.61

(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366.81美元)在臺北市消費力為最高，其次為香港澳門(平均每人每日248.63美元)、美國(平均每人每日233.12美元)、馬來西亞(平均每人每日213.79美元)及新加坡旅客(平均每人每日197.39美元)等。

進一步由購物費觀察，則依序為大陸(平均每人每日264.34美元)、新加坡(平均每人每日103.83美元)、日本(平均每人每日96.21美元)、馬來西亞(平均每人每日94.26美元)、香港澳門(平均每人每日85.31美元)及紐澳(平均每人每日76.09美元)等。

由旅館內支出費觀察，則依序為歐洲(平均每人每日96.24美元)、美國(平均每人每日85.08美元)、紐澳(平均每人每日61.38美元)、韓國(平均每人每日59.73美元)、香港澳門(平均每人每日57.42美元)及馬來西亞(平均每人每日56.90美元)等。

此外，本調查之旅館內支出費並不一定包含住宿餐飲費，因受訪旅客無法得知團費(團體旅客)以及套裝行程(自由行旅客)中，每一旅館之住宿餐飲費為何，故本調查之旅館內支出費用保守偏低；尤以日本旅客之旅館內支出費為最低(平均每人每日28.08美元)，此乃日幣與去年平均貶值高達32.50%有關，然而，平均每人每日消費金額189.56美元，去除匯率因素則為20057.3日圓，與102年之調查結果極為相近。因此，匯率變動對受訪旅客之消費行為之改變有顯著之影響，其間之影響機制有待進一步之研究。

表 3-5-5 103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	257.16	48.27	33.86	14.71	13.49	9.06	137.77
	結構比	100.00%	18.77%	13.17%	5.72%	5.24%	3.52%	53.57%
日 本	金 額	189.56	28.08	22.54	12.38	22.93	7.42	96.21
	結構比	100.00%	14.81%	11.89%	6.53%	12.10%	3.91%	50.75%
大 陸	金 額	366.81	37.54	31.89	13.79	7.89	11.36	264.34
	結構比	100.00%	10.23%	8.69%	3.76%	2.15%	3.10%	72.07%
香 港 澳 門	金 額	248.63	57.42	49.78	20.22	24.67	11.23	85.31
	結構比	100.00%	23.09%	20.02%	8.13%	9.92%	4.52%	34.31%
新 加 坡	金 額	197.39	40.38	28.91	12.12	4.73	7.41	103.83
	結構比	100.00%	20.46%	14.65%	6.14%	2.40%	3.76%	52.60%
韓 國	金 額	181.76	59.73	63.88	10.33	6.58	8.29	32.95
	結構比	100.00%	32.86%	35.14%	5.69%	3.62%	4.56%	18.13%
馬來西亞	金 額	213.79	56.90	31.31	17.24	8.30	5.78	94.26
	結構比	100.00%	26.62%	14.64%	8.07%	3.88%	2.70%	44.09%
美 國	金 額	233.12	85.08	36.78	22.73	9.81	8.98	69.74
	結構比	100.00%	36.50%	15.78%	9.75%	4.21%	3.85%	29.91%
歐 洲	金 額	195.81	96.24	31.74	16.21	12.93	7.74	30.95
	結構比	100.00%	49.15%	16.21%	8.28%	6.60%	3.95%	15.80%
紐 澳	金 額	184.28	61.38	25.27	11.33	5.57	4.65	76.09
	結構比	100.00%	33.31%	13.71%	6.15%	3.02%	2.52%	41.29%

註：1 選取 96%之受訪者共 3456 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) 日本及大陸觀光團受訪旅客在臺北市消費支出

由表3-5-6可知，大陸觀光團體旅客在臺北市消費力(平均每人每日438.04美元)高於日本觀光團體旅客(平均每人每日185.24美元)。在購物費部分，大陸觀光團體旅客(平均每人每日396.71美元)高於日本觀光團體旅客(平均每人每日117.40美元)；旅館內支出費，日本觀光團體旅客(平均每人每日13.56美元)高於大陸觀光團體旅客(平均每人每日12.77美元)。

由表3-5-7可知，在購物費項目中，大陸觀光團體旅客以購買名產或特產的比率最高(占33.07%)，其次為珠寶或玉器類(占24.13%)及服飾或相關配件(占11.50%)。日本觀光團體旅客以購買珠寶或玉器類的比率最高(占26.66%)，其次為名產或特產(占26.52%)及服飾或相關配件(占19.95%)。

表 3-5-6 103 年到訪臺北市全體、日本及大陸觀光團旅客之平均每人每日消費金額

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	345.33	20.96	16.08	7.47	10.56	8.20	282.06
觀光團	結構比	100.00%	6.07%	4.66%	2.16%	3.06%	2.37%	81.68%
日本	金額	185.24	13.56	15.98	12.61	19.49	6.19	117.40
觀光團	結構比	100.00%	7.32%	8.63%	6.81%	10.52%	3.34%	63.38%
大陸	金額	438.04	12.77	11.74	2.35	6.18	8.30	396.71
觀光團	結構比	100.00%	2.91%	2.68%	0.54%	1.41%	1.89%	90.56%

表 3-5-7 103 年到訪臺北市全體、日本及大陸觀光團旅客平均每人每日購物費之細項消費金額

單位：美元

購物費消費項目	全體觀光團體旅客		日本觀光團體旅客		大陸觀光團體旅客	
	消費金額	百分比	消費金額	百分比	消費金額	百分比
總計	282.06	100.00%	117.40	100.00%	396.71	100.00%
服飾或相關配件	40.66	14.42%	23.42	19.95%	45.63	11.50%
珠寶或玉器類	65.04	23.06%	31.29	26.66%	95.74	24.13%
紀念品或手工藝類	22.71	8.05%	8.20	6.98%	31.81	8.02%
化妝品或香水類	25.01	8.87%	8.00	6.82%	37.33	9.41%
名產或特產	89.42	31.70%	31.14	26.52%	131.18	33.07%
菸或酒類	15.43	5.47%	5.72	4.87%	19.97	5.03%
中藥或健康食品	6.80	2.41%	0.06	0.05%	11.40	2.87%
電子或電器產品	2.85	1.01%	0.06	0.05%	4.59	1.16%
茶葉	11.41	4.05%	4.21	3.58%	16.94	4.27%
其他	2.72	0.96%	5.30	4.52%	2.10	0.53%

(四) 大陸市場不同旅遊型態受訪旅客在臺北市消費支出

由表3-5-8可知，就大陸市場不同旅遊型態分析，在購物費部分，大陸觀光團體旅客(平均每人每日396.71美元)高於大陸自由行旅客(平均每人每日154.84美元)；旅館內支出費，則大陸自由行旅客(平均每人每日51.51美元) 高於大陸觀光團體旅客(平均每人每日12.77美元)。

由表3-5-9可知，在購物費消費項目中，大陸觀光團體旅客以購買名產或特產的比率最高(占33.07%)，其次為珠寶或玉器類(占24.13%)及服飾或相關配件(占11.50%)。大陸自由行旅客以購買電子或電器產品的比率最高(占31.09%)，其次為名產或特產 (占19.00%)及服飾或相關配件(占17.64%)。

表 3-5-8 103 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	366.81	37.54	31.89	13.79	7.89	11.36	264.34
大陸全體	結構比	100.00%	10.23%	8.69%	3.76%	2.15%	3.10%	72.07%
大陸觀光團體	金額	438.04	12.77	11.74	2.35	6.18	8.30	396.71
大陸觀光團體	結構比	100.00%	2.91%	2.68%	0.54%	1.41%	1.89%	90.56%
大陸自由行	金額	291.26	51.51	43.28	20.58	8.42	12.62	154.84
大陸自由行	結構比	100.00%	17.69%	14.86%	7.06%	2.89%	4.33%	53.16%

註：樣本數：大陸全體(n=1280)·大陸觀光團體(n=612)·大陸自由行(n=668)

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17至附表24。

表 3-5-9 103 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		大陸觀光團		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	264.34	100.00%	396.71	100.00%	154.84	100.00%
服飾或相關配件	37.41	14.15%	45.63	11.50%	27.31	17.64%
珠寶或玉器類	47.68	18.04%	95.74	24.13%	15.61	10.08%
紀念品或手工藝類	17.42	6.59%	31.81	8.02%	7.27	4.70%
化妝品或香水類	26.25	9.93%	37.33	9.41%	16.33	10.54%
名產或特產	71.29	26.97%	131.18	33.07%	29.42	19.00%
菸或酒類	11.07	4.19%	19.97	5.03%	4.78	3.09%
中藥或健康食品	5.23	1.98%	11.40	2.87%	1.25	0.80%
電子或電器產品	37.31	14.11%	4.59	1.16%	48.14	31.09%
茶葉	9.58	3.62%	16.94	4.27%	4.30	2.78%
其他	1.12	0.42%	2.10	0.53%	0.44	0.28%

(五) 購買名特產項目

由表3-5-10可知，103年1-12月受訪旅客3,600人中，共有2,737人回答有購買名特產，其購買排名依序為鳳梨酥(占82.94%)、茶葉(占38.69%)、肉乾(占28.02%)、綠豆糕(占26.64%)等。

就主要市場不同分析，日本、新加坡、加拿大、歐洲、紐澳與其他地區的旅客購買名特產排名依序為鳳梨酥、茶葉以及肉乾，大陸、韓國與亞洲其他國家的旅客購買名特產排名依序為鳳梨酥、茶葉以及綠豆糕，香港與美國的旅客購買名特產排名依序為鳳梨酥、肉乾以及茶葉，馬來西亞的旅客購買名特產排名依序為鳳梨酥、綠豆糕以及茶葉。

表 3-5-10 103 年到訪臺北市受訪旅客購買名特產-依主要市場分

市場別 列百分比	總計	鳳梨酥	綠豆糕	茶葉	肉乾	其他
全體	2737	2270	729	1059	767	482
	100.00%	82.94%	26.64%	38.69%	28.02%	17.61%
日本	571	457	71	247	85	69
	100.00%	80.0%	12.4%	43.3%	14.9%	12.1%
大陸	1192	1022	470	534	393	219
	100.00%	85.7%	39.4%	44.8%	33.0%	18.4%
香港澳門	410	336	85	103	173	116
	100.00%	82.0%	20.7%	25.1%	42.2%	28.3%
新加坡	135	106	23	49	34	20
	100.00%	78.5%	17.0%	36.3%	25.2%	14.8%
韓國	104	91	12	18	5	12
	100.00%	87.5%	11.5%	17.3%	4.8%	11.5%
馬來西亞	126	105	36	35	21	25
	100.00%	83.3%	28.6%	27.8%	16.7%	19.8%
亞洲其他地區	46	38	11	16	7	4
	100.00%	82.6%	23.9%	34.8%	15.2%	8.7%
美國	68	55	12	22	26	6
	100.00%	80.9%	17.6%	32.4%	38.2%	8.8%
加拿大	16	10	5	8	6	1
	100.00%	62.5%	31.3%	50.0%	37.5%	6.3%
歐洲	41	29	3	19	12	5
	100.00%	70.7%	7.3%	46.3%	29.3%	12.2%
紐澳	19	14	1	4	4	4
	100.00%	73.7%	5.3%	21.1%	21.1%	21.1%
其他地區	9	7	0	4	1	1
	100.00%	77.8%	0.0%	44.4%	11.1%	11.1%

註：本題「受訪旅客購買名特產」為複選。

進一步就大陸市場不同旅遊型態分析，由表3-5-11可知，大陸觀光團體的旅客購買名特產排名依序為鳳梨酥(占89.0%)、綠豆糕(占54.7%)以及茶葉(占50.9%)，大陸自由行旅客購買名特產排名依序為鳳梨酥(占82.3%)、茶葉(占38.6%)以及肉乾(占35.1%)。

表 3-5-11 103 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	茶葉	肉乾	其他
大陸全體	1190	1020	468	534	393	219
	100.00%	85.71%	39.33%	44.87%	33.03%	18.40%
大陸團體	609	542	333	310	189	94
	100.00%	89.0%	54.7%	50.9%	31.0%	15.4%
大陸自由行	581	478	135	224	204	125
	100.00%	82.3%	23.2%	38.6%	35.1%	21.5%

註: 1 本題「受訪旅客購買名特產」為複選

2 廣義自由行包括：自行規劃行程，由旅行社包辦、請旅行社安排住宿(及代訂機票)、自行來臺灣，抵達後曾請本地旅行社安排活動、自行來臺灣，抵達後未曾請本地旅行社安排活動

3 大陸全體旅客 1335 人，其中共有 1190 人有回答購買名品特產與旅遊型態

六、受訪旅客對臺北市印象最深刻之項目

由表3-6-1及圖3-6-1可知，103年1-12月受訪旅客對臺北市最深刻的印象依序為逛夜市(占54.53%)、美味菜餚(占53.81%)、水果(占41.69%)、人情味濃厚(占36.78%)、歷史古蹟(占27.56%)、捷運(占24.94%)等。

表 3-6-1 103年到訪臺北市受訪旅客對臺北市印象最深刻之項目

名次	項目	相對人次	名次	項目	相對人次
1	逛夜市	54.53	9	排隊守秩序	21.69
2	美味菜餚	53.81	10	地方特產	18.22
3	水果	41.69	11	泡溫泉	14.81
4	人情味濃厚	36.78	12	寺廟參訪	14.03
5	歷史古蹟	27.56	13	都會不夜城	10.39
6	捷運	24.94	14	24小時書店	8.86
7	街道乾淨	24.72	15	原住民文化	7.69
8	便利商店	22.61	16	單車賞景	4.25

註: 1 本題「受訪旅客對臺北市最印象深刻」為複選，共有 21 個選項

2 相對人次單位：人次/百人次

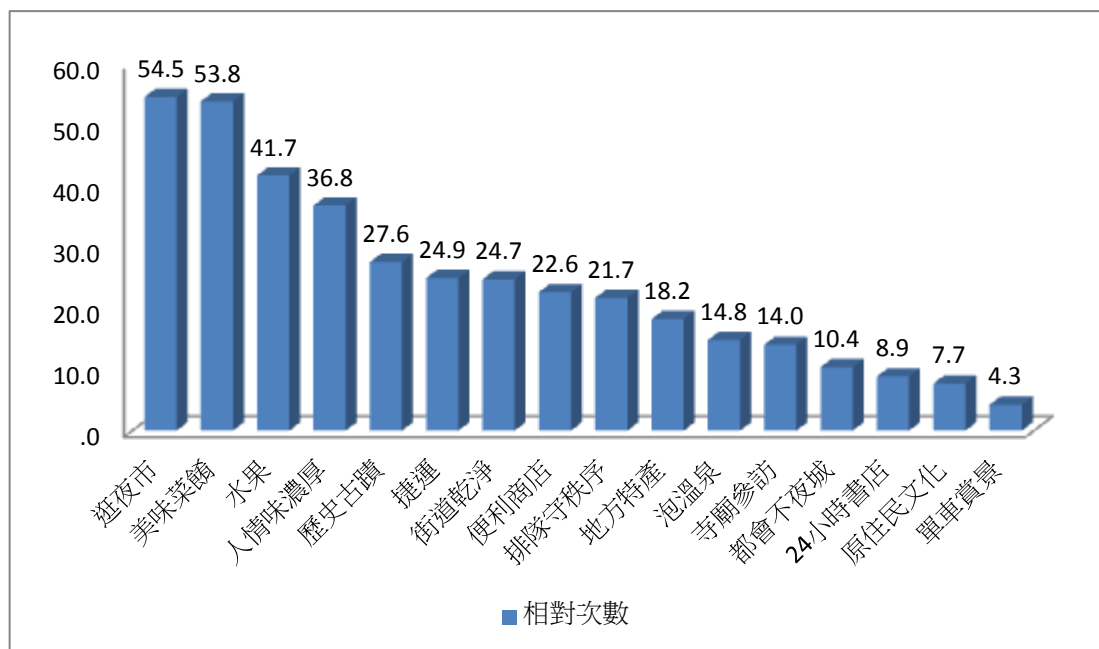


圖 3-6-1 103 年到訪臺北市受訪旅客對臺北市最深刻的印象

1. 「整體的不同市場」特色與「不同旅遊型態」特色

就主要市場而言，日本受訪旅客對美味菜餚、逛夜市、人情味濃厚、水果、歷史古蹟、寺廟參訪、排隊守秩序、都會不夜城及捷運印象最深刻；大陸受訪旅客對水果、逛夜市、美味菜餚、歷史古蹟、人情味濃厚、街道乾淨、便利商店、排隊守秩序及地方特產印象最深刻；香港澳門受訪旅客對美味菜餚、逛夜市、人情味濃厚、水果、捷運、街道乾淨及排隊守秩序印象最深刻；新加坡受訪旅客對逛夜市、美味菜餚、人情味濃厚、便利商店、捷運、水果及泡溫泉印象最深刻；韓國受訪旅客對逛夜市、美味菜餚、歷史古蹟、水果及人情味濃厚印象最深刻；馬來西亞受訪旅客對逛夜市、美味菜餚、水果、便利商店、捷運及人情味濃厚印象最深刻；美國受訪旅客對逛夜市、美味菜餚、人情味濃厚、捷運及水果印象最深刻；歐洲受訪旅客對逛夜市、美味菜餚、人情味濃厚、捷運、寺廟參訪及都會不夜城印象最深刻；紐澳受訪旅客對捷運、逛夜市、人情味濃厚及美味菜餚印象最深刻（見附表25）。

就不同旅遊型態而言，觀光團體⁸受訪旅客對臺北市最深刻的印象主要為逛夜市、水果、美味菜餚、歷史古蹟、人情味濃厚、街道乾淨、便利商店、排隊守秩序、地方特產及泡溫泉。自由行⁹受訪旅客對臺北市最深刻的印象主要為美味菜餚、逛夜市、人情味濃厚、水果、捷運、街道乾淨、便利商店、歷史古蹟、排隊守秩序及地方特產（見附表26）。

2. 大陸市場的「不同旅遊型態」特色

就大陸市場的不同旅遊型態而言，大陸觀光團體受訪旅客對臺北市最深刻的印象主要為水果、逛夜市、美味菜餚、歷史古蹟、人情味濃厚、街道乾淨、便利商店、排隊守秩序、地方特產及泡溫泉。大陸自由行受訪旅客對臺北市最深刻的印象主要為逛夜市、美味菜餚、水果、人情味濃厚、歷史古蹟、捷運、街道乾淨、便利商店、排隊守秩序及地方特產（見附表27）。

⁸觀光團體：旅行安排方式為參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦。

⁹自由行：旅行安排方式包括自行規劃行程，由旅行社包辦、請旅行社安排住宿(及代訂機票)、自行來臺灣，抵達後曾請本地旅行社安排活動及自行來臺灣，抵達後未曾請本地旅行社安排活動。

3. 「性別」的市場特色

就性別而言，男性受訪旅客對臺北市最深刻的印象主要為美味菜餚、逛夜市、水果、人情味濃厚、歷史古蹟、捷運、街道乾淨、排隊守秩序、便利商店及地方特產。女性受訪旅客對臺北市最深刻的印象主要為逛夜市、美味菜餚、水果、人情味濃厚、歷史古蹟、捷運、便利商店、地方特產、泡溫泉及寺廟參訪(見附表28)。

七、受訪旅客開放式意見整理

103年1-12月受訪旅客的開放式意見整理結果詳附件四，其中，103年1-12月受訪旅客對於臺北市的滿意感受依序包括人民親切、熱情、人情味濃厚(占15.47%)；很喜歡在地美食、多樣化(占7.36%)；大眾交通工具便利(占4.03%)；臺北市整體非常滿意、很棒、很好玩、有魅力(占3.86%)；服務態度很棒(占3.58%)；觀光景點自然、很棒且景點多(占2.94%)；環境衛生整潔乾淨(占2.75%)；逛街、購物方便、商店、地方特產多(占1.86%)；安全、治安好(占1.44%)以及會再來造訪(占0.97%)。

表 3-7-1 103年1-12月受訪旅客對於臺北市滿意的感受

名次	滿意的感受	人次	相對人次 (人次/每百人次)
1	人民親切、熱情、人情味濃厚 例如：人很親切、人品很好、人民熱情友善有禮貌、人情味濃厚、人很溫暖貼心、好客、人文素養很高、快樂、樂於助人	557	15.47
2	很喜歡在地美食、多樣化 例如：在地美食、多樣化、夜市很棒、豐富	265	7.36
3	大眾交通工具便利 例如：交通工具便利、捷運很滿意便利、計程車費便宜等	145	4.03
4	臺北市整體非常滿意、很棒、很好玩、有魅力 例如：整體非常滿意、好玩、有魅力、很愉快很享受的旅行等	139	3.86
5	服務態度很棒 例如：服務態度優、司機態度親切、熱情、有禮貌、導遊服務好、熱情、周到、飯店服務好等	129	3.58
6	觀光景點自然、很棒且景點多 例如：風景優美、觀光景點自然且景點多、歷史古蹟保留很好、街道景色很美、廟很美、溫泉、夜景美等	106	2.94
7	環境衛生整潔乾淨 例如：環境衛生整潔乾淨、廁所乾淨等	99	2.75
8	逛街、購物方便、商店、地方特產多 例如：逛街、購物方便、商店、地方特產多、價格便宜、品質滿意、水果好吃	67	1.86
9	安全、治安好 例如：安全、治安好、有秩序	52	1.44
10	會再來造訪	35	0.97

肆、結論與建議

一、來臺旅客基本資料

1. 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。
2. 來臺旅客到訪臺北市之比率約九成一，達906萬人次；受訪旅客居住地依序以大陸、日本與香港澳門最多，共超過七成比率；年齡層方面，30-49歲者最多(占41.22%)、其次為50歲以上(占31.28%)。
3. 【建議】：(1)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；(2)50歲以上的旅客消費能力高，且所占比率超過三成，建議加強該年齡層的目標策略之研擬。

(一) 本調查為103年1-12月來臺旅客曾到訪臺北市旅客的消費及動向調查，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) 103年來臺旅客到訪臺北市之比率為91.45793%，達906萬3,849人次；到訪臺北市受訪旅客居住地以大陸最多(占37.64%)，其次依序為日本(占19.86%)、香港澳門(占14.36%)、美國(占5.67%)、新加坡(占4.81%)與馬來西亞(占4.78%)；居住亞洲與美國的旅客占九成以上比率，其中大陸、日本與港澳旅客超過七成比率。

(三) 到訪臺北市受訪旅客男女比率大致相同；在年齡層方面，30-49歲者最多(占41.22%)、其次依序為50歲以上(占31.28%)、12-29歲(占27.50%)；在職業別方面，以專業人員最多(占25.47%)，其次依序為民意代表、企業主管及經理人員(占12.67%)、學生(占10.78%)、退休人員(占10.14%)；最高學歷方面以大專以上最多(占61.69%)；受訪旅客平均年收入約為37,545美元，其中以無固定收入為最多(占17.81%)、其次依序為10,000元美元以下(占17.00%)、10,000-19,999美元(占14.17%)。

二、來臺旅客到訪臺北市的旅遊決策

1. 受訪旅客主要入境地點為臺灣桃園國際機場；第1次來臺北市為最多。
2. 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；吸引來臺北市觀光的原因依序為風光景色(每百人次61.78人次)、菜餚美食(占51.94%)、水果(占30.92%)與民情風俗和文化(占28.03%)。
3. 旅行方式以「自行來臺灣，抵達後未曾請本地旅行社安排活動」為最多(占39.34%)，其次為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」(占31.07%)。
4. 受訪旅客平均出發來臺前37.22天開始計劃行程；來臺北市前有52.78%曾上網瀏覽有關臺北市的旅遊資訊情況。
5. 【建議】：(1)積極研擬提升旅客再訪率的策略，建議開發觀光團旅客成為下次以自由行方式再訪的旅客，以及吸引自由行旅客的再訪意願，可委請專業團隊設計專業精美、說明詳細且貼心友善的自由行旅客旅遊手冊，以提升旅客自由行的便利性，滿足自由行旅客的需求；(2)鼓勵、結合相關業者推廣兩人或多人成行的配套與優惠促銷方案以吸引旅客結伴造訪與再訪；並建議相關旅遊資訊至少在兩個月前就須發布；(3)以商務為目的到訪臺北市的歐美旅客具市場潛力，建議研擬符合該市場需求、具有舒緩工作壓力特色的行銷策略。

(一) 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(65.50%)、其次為第2次(占14.25%)；到訪臺北市目的以觀光居多，占78.25%；其中亞洲與歐美市場旅客到訪臺北市目的之比率有差異：亞洲旅客到訪臺北市目的為觀光的比率約有八成，以業務或國際會展為目的之比率不高；歐美旅客以業務或國際會展為目的到訪臺北市的比率則約有四成到六成，深具市場潛力，建議：研擬符合歐美市場需求、偏好、具有舒緩工作壓力特色的行銷策略，包括製作強調夜間安全、舒適舒壓活動、休閒美食饗宴等的專業指南。

(二) 來臺主要目的為觀光之受訪旅客，由朋友同行為最多(占38.63%)，

其次為配偶同行 (占36.24%) 。建議：鼓勵、結合相關業者推廣兩人或多人成行的配套與優惠促銷方案以吸引旅客結伴觀光造訪與再訪。

(三) 到訪臺北市受訪旅客旅行方式以「自行來臺灣，抵達後未曾請本地旅行社安排活動」為最多 (占39.34%) ，其次為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」 (占31.07%) ；吸引他們這次來臺北觀光的原因依序為風光景色 (每百人次61.78人次) 、菜餚美食 (占51.94%) 、水果 (占30.92%) 、民情風俗和文化 (占28.03%) 、物品價格 (占25.50%) 、氣候宜人 (占24.81%) 、交通便利 (占24.33%) 等。

(四) 建議：針對旅客旅行方式的差異需求，積極研擬提升旅客再訪率的策略，例如開發觀光團旅客¹⁰成為下次再訪的自由行旅客¹¹，以及增加自由行旅客再訪意願，建議提供貼心友善、詳細且專業的自由行旅客旅遊手冊，包括自由行旅遊路線與交通的規劃安排建議，依據不同旅遊路線提供旅遊特色說明以及該路線的住宿、美食與購物消費的詳細資訊，以提供具差異性的多樣選擇、提升旅客自由行的便利性，滿足自由行旅客的多元需求。

(五) 受訪旅客平均出發來臺前37.22天開始計劃行程，依主要市場分，日本受訪旅客出發來臺前開始計劃行程的平均天數最長 (為58.67天) ，其次為大陸受訪旅客 (為42.60天) 與馬來西亞受訪旅客 (30.63天) ；來臺北市前有52.78%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3.39%) 、百度 (占3.33%) 、臺灣旅遊觀光局/臺灣相關官網 (占1.44%) 。建議：相關旅遊資訊建議至少在兩個月前需發布，就網路訊息方面，除了臺灣旅遊相關官方網站之外，GOOGLE與百度是有效的傳遞訊息管道。

¹⁰觀光團體：旅行安排方式為參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦。

¹¹自由行：旅行安排方式包括自行規劃行程，由旅行社包辦、請旅行社安排住宿(及代訂機票)、自行來臺灣，抵達後未曾請本地旅行社安排活動及自行來臺灣，抵達後未曾請本地旅行社安排活動。

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

1. 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。
2. 利用餘暇在臺北市旅遊的比率為七成左右，利用餘暇在臺北市旅遊之時間以1天為最多；未利用餘暇在臺北市旅遊的主要因為時間不夠，比率約九成。
3. 【建議】：針對業務及國際會議或展覽目的旅客，可以考量提供城市旅遊與工作舒壓活動兩方面：(1)就城市旅遊方面：建議規劃臺北精緻一日遊或半日遊的策略研擬；(2)就工作舒壓活動方面：建議研擬打造臺北市成為來臺的商務旅客在洽商後，休閒、美食饗宴與工作舒壓的舒適消費環境。

(一) 來臺旅客到訪臺北市目的為業務之受訪旅客占14.31%，其中利用餘暇在臺北市旅遊之比率為69.37%，利用餘暇在臺北市旅遊時間以1天為最多（占30.29%），其次為半天（占28.34%）與2天（24.76%），未利用餘暇在臺北市旅遊的主要因為時間不夠，占89.84%。

(二) 到訪臺北市目的為國際會議或展覽之受訪旅客占3.00%，其中利用餘暇在臺北市旅遊之比率為80.85%，利用餘暇在臺北市旅遊時間以1天為最多（占37.84%），其次為2天（21.62%）與半天（占18.92%），未利用餘暇在臺北市旅遊的主要因為時間不夠，占93.33%。

四、來臺旅客到訪臺北市的旅遊動向

1. 受訪旅客在臺北市之平均停留天數為 5.13天，三大主要市場中依序為大陸(5.22天)、香港澳門(4.95天)、日本(3.24天)。
2. 旅遊使用的交通工具以捷運最多(占55.33%)，其次為計程車(占47.83%)。
3. 受訪旅客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70.86%)、購物(占67.64%)、逛夜市(占60.75%)。
4. 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30.62%)、臺北101(喜歡比率25.86%)、西門町(喜歡比率20.20%)、夜市(喜歡比率17.15%)，不同居住地主要目標市場旅客的最喜歡景點排名有差異。
5. 95.22%的旅客會考慮再度來臺北市。
6. 【建議】：(1)由於受訪旅客在旅遊臺北期間有五成左右的比率直接接觸捷運或計程車，建議可建構捷運與計程車為立即行銷臺北市的有效廣宣途徑；(2)建議相關業者針對不同居住地主要市場旅客特質與偏好，規劃深度體驗旅遊行程，包括天數、觀光景點設計、參與活動與購物消費方案設計等以刺激消費。(3)以喜歡比率而言，香港澳門受訪旅客最喜歡景點為陽明山與北投，歐洲受訪旅客最喜歡景點為木柵貓空與龍山寺，紐澳受訪旅客最喜歡景點為中正紀念堂與西門町，這些皆屬於到訪該景點人數不高，但喜歡比率偏高的情況，建議加強「提升旅客到訪該景點的人數」之策略研擬，能有效地符合目標市場旅客偏好以提高最喜歡該景點的人數。

(一) 受訪旅客在臺北市之平均停留天數為 5.13天，然若考量極端數值的影響力，則刪除4%的極端數值之後的平均停留天數為4.05天。三大主要市場中依序為大陸(5.22天)、香港澳門(4.95天)、日本(3.24天)。大陸觀光團平均停留天數為3.75天，大陸自由行平均停留天數為6.62天。

(二) 旅遊使用的交通工具以捷運最多(占55.33%)，其次為計程車(占47.83%)、遊覽車(占32.64%)。

(三) 受訪旅客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70.86%)、購物(占67.64%)、逛夜市(占60.75%)、參觀古蹟(占

42.14%) 等。

(四) 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 30.62%)、臺北101(喜歡比率25.86%)、西門町(喜歡比率20.20%)、夜市 (喜歡比率17.15%)、及中正紀念堂 (喜歡比率11.06%) 等；依據喜歡比率結果，不同居住地主要市場受訪旅客的最喜歡景點排名有差異：日本、大陸、韓國及美國受訪旅客最喜歡景點皆為故宮博物院；香港澳門受訪旅客最喜歡景點為陽明山；新加坡受訪旅客最喜歡景點為夜市；馬來西亞受訪旅客最喜歡景點為西門町；歐洲受訪旅客最喜歡景點為木柵貓空；紐澳受訪旅客最喜歡景點為中正紀念堂與西門町；建議相關業者針對不同居住地主要市場，規劃旅客偏好景點之深度體驗旅遊行程，以刺激消費。

(五) 由於喜歡比率 = (最喜歡該景點人數 / 到訪該景點人數) * 100% ，故依據喜歡比率的分析結果，建議從2方向考量：

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。建議：臺北101、故宮博物院、夜市及中正紀念堂在不同區隔市場中皆多屬於此情況，故應加強提升上述景點的服務品質以及創新該景點的吸引力等「提升最喜歡該景點的人數」之策略。
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，但曾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，則可有效地提高最喜歡該景點的人數。建議：香港澳門受訪旅客最喜歡景點為陽明山與北投，歐洲受訪旅客最喜歡景點為木柵貓空與龍山寺，紐澳受訪旅客最喜歡景點為中正紀念堂與西門町，這些皆屬於到訪該景點人數不高，但喜歡比率偏高的情況，故建議加強「提升旅客到訪該景點的人數」之策略研擬 (如上述) ，能有效地符合目標市場旅客偏好以提高最喜歡該景點的人數。

五、來臺旅客在訪臺北市的住宿地點與滿意度

1. 受訪旅客在臺北市住宿的最主要住宿地點為旅館(占82.78%)；住宿的旅館類型以一般旅館居多(占67.35%)，其次為國際觀光旅館(占23.20%)及觀光旅館(占9.44%)。
2. 七成五以上受訪旅客對最主要住宿旅館表示滿意，其中，國際觀光旅館滿意度最高(82.68%)，其次為觀光旅館(79.79%)及一般旅館(72.71%)。
3. 住宿青年旅館、活動中心的旅客(占3.08%)有八成五以上對青年旅館、活動中心表示滿意。
4. 【建議】：來臺旅客到訪臺北市住宿地點以一般旅館居多，然一般旅館的滿意評價在旅館類中為最低，且低於青年旅館、活動中心的滿意評價；建議研擬提升一般旅館服務品質的策略，以提升來臺旅客對於臺北市的整體住宿評價。

六、受訪旅客此次來臺對臺北市最深刻的印象經驗

1. 整體旅客對臺北市最深刻的印象有：逛夜市、美味菜餚及水果。
2. 「不同居住地市場」旅客對臺北市最深刻的印象略有差異，其中，歐美與澳洲旅客對臺北市的人情味濃厚與捷運印象深刻的比率相對高。
3. 「觀光團體」旅客對臺北市最深刻的印象有：逛夜市、水果、美味菜餚及歷史古蹟，「自由行」旅客對臺北市最深刻的印象有：美味菜餚、逛夜市、人情味濃厚及水果。
4. 「大陸觀光團體」旅客對臺北市最深刻的印象有：水果、逛夜市、美味菜餚及歷史古蹟，「大陸自由行」旅客對臺北市最深刻的印象有：逛夜市、水果、美味菜餚及人情味濃厚。
5. 「性別」旅客對臺北市最深刻的印象之前幾名項目相同，為美味菜餚、逛夜市、水果及人情味濃厚。
6. 【建議】：依據「不同居住地主要市場」、「不同旅遊型態市場」、「大陸市場的不旅遊型態」的受訪者對臺北市最深刻的印象特色，作為設計不同市場區隔的臺北市行銷策略元素之一。

(一) 整體受訪旅客對臺北市最深刻的印象依序為逛夜市 (占54.53%)、美味菜餚 (占53.81%)、水果 (占41.69%)、人情味濃厚 (占36.78%)、歷史古蹟 (占27.56%)、捷運 (占24.94%) 等。

(二) 「不同居住地主要市場」方面，大陸受訪旅客對臺北市最深刻的印象依序為水果 (占60.22%)、逛夜市 (占58.30%)、美味菜餚 (占54.32%)、歷史古蹟 (占38.15%)；日本受訪旅客對臺北市最深刻的印象依序為美味菜餚 (占55.10%)、逛夜市 (占38.88%)、人情味濃厚 (占36.08%)、水果 (占27.69%)；香港澳門受訪旅客對臺北市最深刻的印象依序為美味菜餚 (占61.32%)、逛夜市 (占59.38%)、人情味濃厚 (占39.46%)、水果 (占35.20%)；歐美與澳洲受訪旅客對臺北市最深刻的印象前四名皆為逛夜市、美味菜餚、人情味濃厚以及捷運。

(三) 「不同旅遊型態市場」方面，觀光團體受訪旅客對臺北市最深刻的印象主要為逛夜市 (占53.06%)、水果 (占52.34%)、美味菜餚 (占48.47%)、

歷史古蹟 (占37.59%)、人情味濃厚 (占30.49%) ; 自由行受訪旅客對臺北市最深刻的印象主要為美味菜餚 (占56.30%)、逛夜市 (占55.21%)、人情味濃厚 (占39.52%)、水果 (占37.13%)、捷運 (占31.98%) 。

(四) 「大陸市場的不旅遊型態」方面，大陸觀光團體受訪旅客對臺北市最深刻的印象主要為水果 (占66.46%)、逛夜市 (占55.24%)、美味菜餚 (占49.47%)、歷史古蹟 (占40.97%)、人情味濃厚 (占32.47%) ; 大陸自由行受訪旅客對臺北市最深刻的印象主要為逛夜市(占61.18%)、美味菜餚(占59.16%)、水果(占54.40%)、人情味濃厚(占40.84%)、歷史古蹟 (占35.50%) 。

七、受訪旅客的開放式意見整理

1. 受訪旅客對於臺北市之滿意感受依序為人民親切、熱情、人情味濃厚，很喜歡在地美食、多樣化以及大眾交通工具便利。
2. 【建議】：業者在相關設施、措施與服務品質等方面需維持一貫以上的水準之外，並建議積極研擬訪客參觀人數與路徑規劃，加強廁所與環境的清潔維護，增加導覽服務人員以協助訪客需求。

(一) 對於臺北市的滿意感受依序包括：人民親切、熱情、人情味濃厚 (占 15.47%) ；很喜歡在地美食、多樣化 (占 7.36%) ；大眾交通工具便利 (占 4.03%) ；臺北市整體非常滿意、很棒、很好玩、有魅力 (占 3.86%) ；服務態度很棒 (占 3.58%) ；觀光景點自然、很棒且景點多 (占 2.94%) 。

八、來臺旅客到訪臺北市之消費狀況

1. 來臺旅客到訪臺北市之比率約九成一，達906萬人次，觀光外匯約94.40億美元(新臺幣2,866.61億元)；陸客每日平均消費最高、購物最多，女性更愛購物。
2. 【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，以醫療、求學、觀光為目的之旅客。

(一) 103年來臺旅客到訪臺北市之比率為91.46%，達906萬3,849人次；到訪臺北市之主要目的以觀光為最多，占72.17%。

(二) 103年來臺旅客在臺北市平均每人每日消費為257.16美元，觀光外匯收入達94.40億美元(新臺幣2,866.74億元)。

(三) 依主要市場分析，103年到訪臺北市受訪旅客平均每人每日消費以大陸(366.81美元)為最高，其次依序為香港澳門(248.63美元)、美國(233.12美元)、馬來西亞(213.79美元)及新加坡(197.39美元)等。

(四) 進一步觀察旅客在臺北市消費結構，購物方面以大陸旅客之平均每人每日購物花費最高(264.34美元)，其次依序為新加坡(103.83美元)、日本(96.21美元)、馬來西亞(94.26美元)、香港澳門(85.31美元)及紐澳(76.09美元)等；旅館內支出費，則依序為歐洲(96.24美元)、美國(85.08美元)、紐澳(61.38美元)、韓國(59.73美元)、香港澳門(57.42美元)及馬來西亞(56.90美元)等。

(五) 依到來臺主要目的分析，103年到訪臺北市受訪旅客平均每人每日消費以醫療(346.32美元)為最高，其次依序為觀光(287.84美元)、求學(271.51美元)、業務(227.19美元)及國際會議或展覽(210.91美元)。

(六) 依性別分析，103年到訪臺北市女性受訪旅客平均每人每日消費(267.59美元)，高於男性(265.51美元)；購物方面，女性(163.21美元)亦高於男性(124.52美元)。

九、大陸旅客市場

1. 大陸旅客在臺北市之平均停留天數為5.22天，最喜歡的臺北市景點為故宮博物院，對臺北市的水果印象最深刻。
2. 大陸觀光團客(平均停留天數為3.75天)與自由行旅客(平均停留天數為6.62天)其消費均偏好購物，大陸團客偏好購買名產或特產(占33.07%)，大陸自由行旅客偏好購買電子或電器產品(占31.09%)。
3. **【建議】**：發展結合行動載具之APP，提供食、宿、交通及特色景點等觀光資訊，並針對自由行旅客之景點及購物偏好，提供建議行程。

(一) 103年大陸旅客在臺北市最熱門的遊覽景點依序為臺北101(占68.41%)、故宮博物院(占49.52%)、夜市(占41.40%)、中正紀念堂(占32.40%)、國父紀念館(占30.18%)等。

(二) 103年大陸旅客最喜歡臺北市景點依序為故宮博物院(喜歡比率29.06%)、臺北101(喜歡比率23.62%)、信義計畫區商圈(喜歡比率14.85%)、西門町(喜歡比率13.84%)、士林官邸(喜歡比率10.74%)等。

(三) 103年大陸旅客對臺北市最深刻印象為水果(占60.22%)、逛夜市(占58.30%)、美味菜餚(占54.32%)、歷史古蹟(占38.15%)、人情味濃厚(占36.75%)等。

(五) 依大陸旅遊型態分析，103年大陸觀光團體旅客平均每人每日消費(438.04美元)，高於自由行旅客(291.26美元)。消費結構方面，大陸團客之購物費(396.71美元)，高於自由行旅客(154.84美元)；大陸自由行旅客的旅館內支出費(51.51美元)高於團客(12.77美元)。

(六) 進一步觀察大陸旅客在臺北市購物的消費項目，大陸團客購物最多之前三項為名產或特產(占33.07%)、珠寶或玉器類(占24.13%)及服飾或相關配件(占11.50%)；大陸自由行旅客購物最多前三項為電子或電器產品(占31.09%)、名產或特產(占19.00%)及服飾或相關配件(占17.64%)。

十、日本旅客市場

1. 日本旅客在臺北市之平均停留天數為3.24天，最喜歡的臺北市景點為故宮博物院，對臺北市的美味菜餚印象最深刻；日本觀光團客購物偏好珠寶或玉器(占26.66%)、名產或特產(占26.52%)及服飾或相關配件(占19.95%)。
2. **【建議】**: 相關業者針對日本旅客之偏好，設計規劃一日或兩日之主題行程。
 - (一) 103年日本旅客在臺北市最熱門的遊覽景點依序為臺北101 (占33.99%)、故宮博物院 (占25.31%)、夜市 (占16.92%)、中正紀念堂 (占7.83%)、龍山寺 (占6.99%) 等。
 - (二) 103年日本旅客最喜歡臺北市景點依序為故宮博物院 (喜歡比率41.44%)、龍山寺 (喜歡比率34.00%)、夜市 (喜歡比率33.06%)、臺北101 (喜歡比率32.10%)、中正紀念堂 (喜歡比率23.21%) 等。
 - (三) 103年日本旅客對臺北市最深刻印象為美味菜餚 (占55.10%)、逛夜市 (占38.88%)、人情味濃厚 (占36.08%)、水果 (占27.69%)、歷史古蹟 (占24.06%) 等。
 - (四) 103年日本旅客在臺北市平均每人每日消費金額為189.56美元，消費結構中以購物費支出 (96.21美元) 為最高，占50.75%，其次為旅館內支出 (28.08美元)，占14.81%。
 - (五) 103年日本觀光團體旅客在臺北市平均每人每日消費金額為185.24美元，消費結構中以購物費 (117.40美元) 為最高，占63.38%，其次為娛樂費 (19.49美元)，占10.52%。
 - (六) 進一步觀察日本觀光團體旅客在臺北市購物的消費項目，以購買珠寶或玉器類的比率為最高，占26.66%，其次為名產或特產(占26.52%)及服飾或相關配件 (占19.95%)。

十一、港澳、新加坡、馬來西亞以及韓國等亞洲旅客市場

1. 港澳旅客在臺北市之平均停留天數為4.95天，最喜歡的臺北市景點為陽明山與北投，對美味菜餚與逛夜市印象最深刻；新加坡旅客最喜歡夜市與西門町，對逛夜市與美味菜餚印象最深刻；馬來西亞旅客最喜歡西門町與夜市，對逛夜市與美味菜餚印象最深刻；韓國旅客最喜歡故宮博物院與臺北101，對逛夜市與美味菜餚印象最深刻。

2. 【建議】：鼓勵業者針對五大市場之旅客，設計包含旅客最喜歡景點與印象特色之多元行程，搭配套票行銷方式以能更廣度行銷臺灣。此外針對不同主要市場，規劃相關之深度體驗旅遊行程，以刺激消費。

(一) 103年港澳旅客最喜歡臺北市景點為陽明山(喜歡比率43.40%)與北投(喜歡比率36.59%);新加坡旅客最喜歡夜市(喜歡比率33.68%)與西門町(喜歡比率33.33%);馬來西亞旅客最喜歡西門町(喜歡比率24.19%)與夜市(喜歡比率22.35%);韓國旅客最喜歡故宮博物院(喜歡比率34.88%)與臺北101(喜歡比率34.09%)。

(二) 103年港澳旅客對臺北市印象最深刻為美味菜餚(占61.32%)與逛夜市(占59.38%);美國旅客對逛夜市(占46.57%)印象最深刻;新加坡旅客對逛夜市(占75.14%)印象最深刻;馬來西亞旅客對逛夜市(占75.00%)印象最深刻;韓國旅客對逛夜市(占48.57%)印象最深刻。

(三) 103年此五大市場旅客在臺北市平均每人每日消費金額依序為香港澳門(248.63美元)、美國(233.12美元)、馬來西亞(213.79美元)、新加坡(197.39美元)、韓國(181.76美元)。消費結構中之購物費，則依序為馬來西亞(94.26美元)、香港澳門(85.31美元)、美國(69.74美元)、新加坡(52.60美元)、韓國(32.95美元)。

十二、歐美與澳洲旅客市場

1. 歐洲、美國與澳洲旅客在臺北市之平均停留天數為5-11天；以業務或國際會展為目的到訪臺北市的比率則約有四成到六成，深具市場潛力。
2. 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臺北101，歐洲旅客最喜歡的臺北市景點為木柵貓空與龍山寺；澳洲旅客最喜歡中正紀念堂與西門町。
3. 對臺北市的印象方面，歐美與澳洲受訪旅客對臺北市最深刻的印象前四名皆為逛夜市、美味菜餚、人情味濃厚以及捷運。
4. 【建議】：(1)因為歐美與澳洲此部份市場的觀光旅客和商務旅客比例相近，建議研擬規劃城市旅遊與工作舒壓活動兩方面的行銷策略，雙管並重齊下；(2)木柵貓空、龍山寺、中正紀念堂與西門町雖為此市場旅客喜歡比率最高的景點，然因為其到訪相對人次偏低，建議相關單位應加強「提升旅客到訪該景點的人數」之策略研擬，可與業者合作，針對該目標市場進行景點廣宣、景點參訪設計與促銷策略，則能有效地符合目標市場旅客偏好、以有效地提高最喜歡該景點的人數。

十三、調查內容討論與未來建議

1. 消費金額之推估方面

(1) 消費金額之推估過程中，來臺旅客在臺北市停留天數之計算，採修剪後樣本之平均停留天數，此與平均每人每日消費金額之推估程序，具有相同的概念與一致性，可避免極端值之影響。此外，消費金額採 $\lambda=0.134912$ 次方轉換，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。

(2) 【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。

2. 調查之旅館內支出費方面

(1) 本調查之旅館內支出費並不一定包含住宿餐飲費，實務上，因受訪旅客無法得知團費(團體旅客)以及套裝行程(自由行旅客)中，每一旅館之住宿餐飲費為何，故本調查之旅館內支出費用保守偏低;尤以日本旅客之旅館內支出費為最低(平均每人每日28.08美元)，此乃日幣與去年平均貶值高達32.50%，然而，平均每人每日消費金額189.56美元，去除匯率因素則為20057.3日圓，與102年之調查結果極為相近。

(2) 【建議】：匯率變動對受訪旅客之消費行為之改變有顯著之影響，其間之影響機制有待進一步之研究。

3. 問卷內容調整的考量

若為因應需求，未來問卷內容如需調整時，建議仍需考量與前幾期問卷內容的一致性，以能順利建立資料庫以及進行跨年度比較分析。

參考文獻

[1] WTTC 網址：

<http://www.wttc.org/>

[2] 交通部觀光局行政資訊網：

<http://admin.taiwan.net.tw/public/public.aspx?no=315>

[3] 中央通訊社：

<http://www.cna.com.tw/News/FirstNews/201309040001-1.aspx>

[4] 臺北市觀光白皮書網址：

<http://www.taipei.gov.tw/ct.asp?xItem=120591&ctNode=13251&mp=112001>

[5] 資料來源網址：<http://admin.taiwan.net.tw/statistics/market.aspx?no=133>

[6] 中華民國 101 年來臺旅客在臺北市之消費及動向調查·臺北市政府觀光傳播局

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

附件一、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10231786600號 實施日期：民國103年1月1日至12月31日 有效期間：民國104年6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 103年來臺旅客在臺北市之消費及動向調查

親愛的旅客：您好！

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

臺北市政府觀光傳播局 敬啟

訪視日期：____月____日

A. 一般資料

A1.請問您於何時抵達臺灣？____年____月____日

A2.國籍：_____ A3.居住地：_____

B. 旅遊決策

B1.請問您這次來臺灣的目的為何？(主要目的請以“A”表示，次要目的請以“B”表示)

(1)觀光 (2)業務 (3)國際會議或展覽：_____

(4)探親或訪友 (5)求學 (6)醫療 (7)其他，請說明_____

B2.請問您這次在臺北市停留____天____夜

目的為何？ (1)觀光 (2)業務 (3)國際會議或展覽 (4)探親或訪友

(5)求學 (6)醫療 (7)其他，請說明_____

【勾選“業務”或“國際會議或展覽”者續答；其餘跳答B4】

B3.1.請問您這次是否有利用餘暇在臺北市旅遊？

1.是，請問您在業務、會議或展覽之外花多少時間在臺北市旅遊？

(1)半天 (2)1天 (3)2天 (4)3天 (5)4天 (6)5天以上

2.否，請問您為什麼？(複選)

(1)公司或主辦單位沒有安排 (2)時間不夠 (3)旅遊資訊不足

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

B3.2.請問您對本次會展前後的旅遊行程安排之意見或建議：

B4.請問您於下列何處入境？

(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 _____
- B5. 請問您這次來臺北市前，是否曾上網瀏覽有關臺北市的旅遊資訊？
 (1)否 (2)是，網站：_____
- B6. 請問您最近3年內來臺北市幾次(含這一次)？ _____ 次
- B7. 請問您在出發來臺灣之前多久開始計畫這次的行程？ _____ 天
- B8. 請問您這次來臺灣是否有同行者？ (1)是(續答) (2)否(跳答B10.)
- B9. 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
- B10. 請問下列哪些是吸引您這次來臺北市觀光的原因？(複選)
 (1)風光景色 (2)參觀節慶活動 (3)物品價格 (4)菜餚美食 (5)水果 (6)氣候宜人
 (7)夜間休閒活動 (8)遊憩設施(遊樂園、動物園) (9)歷史文物 (10)交通便利
 (11)保健醫療 (12)民情風俗和文化 (13)治安良好 (14)民主政治 (15)公共藝術
 (16)會議會展活動 (17)距離居住地近 (18)公司安排 (19)文創、藝文展演
 (20)其他 _____

C. 消費狀況

- C1. 請問您的旅行安排方式為：
 (1)參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦(參加旅行團)
 (2)自行規劃行程，由旅行社包辦(如交流團、修學旅行、獎勵旅遊、親友團等)
 (3)請旅行社安排住宿(及代訂機票)
 (4)抵達後曾參加本地旅行社安排的旅遊行程
 (5)抵達後未曾參加本地旅行社安排的旅遊行程
- C2. 請問您來臺灣之前，是否您為個人行程預付任何費用？(包括本人、親友或公司...等支付)
 (1)有(續答) (2)沒有(跳答C5.)
- C3. 請問您所預付費用總額為 _____ 元(幣制 _____)(含 不含機票費)
- C4. 請問這次預付費用中包含下列哪些項目？(複選)
 (1)旅館內支出費 (2)旅館外餐飲費 (3)在臺境內交通費用 (4)娛樂費 (5)雜費
- C5. 請問您在停留臺北市期間總共花費 _____ 元(幣制 _____)(不包含C3.預付費用)
- C6. 請問您上題的總費用中包含下列各項費用大約多少元？
1. 旅館內支出費 _____ 元 _____ 人
 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...) _____ 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

--請問您這次在臺北市期間曾經購買哪些名特產(複選)

(1)鳳梨酥 (2)綠豆糕 (3)茶葉 (4)肉乾 (5)其他_____

(6)煙或酒類_____元

(7)中藥或健康食品_____元

(8)電子或電器用品_____元

(9)茶葉_____元

(10)其他·請說明_____元

D. 旅遊動向

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

D1.2.最喜歡的景點_____為什麼? _____

D1.3.最不喜歡的景點_____

原因(可複選): (1)風光景色不佳 (2)遊憩設施不佳 (3)週邊環境不佳 (4)交通不便
 (5)其他·請說明_____

D2.請問您這次停留臺北市期間主要住宿地方為何?(複選)

(1)旅館→主要住宿名稱: _____, 對其整體滿意程度評分_____

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

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

(3)親友家 (4)宿舍 (5)租屋 (6)寺廟、修道院或教會 (7)其他·請說明_____

D3.請問您這次在臺北市期間曾參與過下列那些活動?(複選)

(1)城市觀光旅遊 (2)泡溫泉浴 (3)購物 (4)參觀古蹟 (5)拍婚紗或個人藝術照

(6)護膚、美容、彩繪指甲 (7)按摩、指壓 (8)卡拉OK或唱KTV

(9)夜總會、PUB活動 (10)參觀展覽 (11)參觀節慶活動 (12)參觀藝文表演

(13)SPA、三溫暖 (14)逛夜市 (15)其他_____

D4.請問依您這次經驗或體驗, 您對臺北市最深刻的印象為何?(1-21)(複選)

(1)美味菜餚 (2)水果 (3)泡溫泉

(4)歷史古蹟 (5)逛夜市 (6)單車賞景

(7)地方特產 (8)寺廟參訪 (9)都會不夜城

(10)原住民文化 (11)美容醫療 (12)人情味濃厚

(13)24小時書店 (14)便利商店 (15)捷運

(16)藝文展演 (17)排隊守秩序 (18)街道乾淨

(19)節慶活動·請說明_____

(20)景點·請說明_____

(21)其他·請說明_____

D5.請問您這次在臺北市期間旅遊使用的交通工具?(複選)

(1)公車 (2)捷運 (3)腳踏車 (4)計程車 (5)摩托車 (6)遊覽車 (7)其他_____

D6.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)其他

(2)否·為什麼? _____

E. 旅客基本資料

E1.年齡： (1)12-19歲 (2)20-29歲 (3)30-39歲 (4)40-49歲

(5)50-59歲 (6)60-65歲 (7)66-69歲 (8)70歲及以上

E2.您的年收入，折合美元大約多少元？

(1) 未滿10,000美元 (2)10,000-19,999美元 (3)20,000-29,999美元

(4)30,000-39,999美元 (5)40,000-49,999美元 (6)50,000-59,999美元

(7)60,000-69,999美元 (8)70,000-79,999美元 (9)80,000-89,999美元

(10)90,000-99,999美元 (11) 100,000美元及以上 (12)無固定收入

上

E3.最高學歷： (1)小學肄業 (2)中學肄業(含高職) (3)大專、大學肄業

(4)研究所肄業 (5)其他，請說明_____

E4.職業別：

(1)民意代表、主管及經理人員 (2)專業人員 (3)技術員及助理專業人員

(4)事務支援人員 (5)服務及銷售工作人員 (6)農林漁牧業生產人員

(7)技藝有關工作人員 (8)機械設備操作及組裝人員 (9)基層技術工及勞力工

(10)家庭管理 (11)學生 (12)退休人員 (13)其他，請說明_____

E5.性別： (1)男性 (2)女性

※其他紀錄（請訪員紀錄旅客最滿意和最不滿意的感受，及其他意見）：

最滿意：_____

最不满意：_____

其他：_____

~~~ 訪問到此結束，感謝您的協助！敬祝您旅途愉快！！~~~~

Authority : Taipei government  
Authority No. : No. 10231786600  
Implementation Date : 2014.01.01-12.31  
Effective Period : 2015.06.30

1. Please give full report.  
2. Your information will be used only by the Taipei government for tourist policy decision and will not be used otherwise.

## 2014 Annual Survey on Visitors Expenditure and Trends in Taipei City

Dear Sir/Madam,

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

Department of Information and Tourism, Taipei City

Date/Time : \_\_\_\_mm\_\_dd\_\_

### A. General Information

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

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

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

### B. Plan of the Trip

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

(Mark "A" for main purpose and "B" for secondary purpose.)

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

B2. How many days\_\_\_\_, nights\_\_\_\_ did you stay in Taipei City

What' s the purpose of visiting Taipei city?

- (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 B4.)

B3.1. Did you spend your free time sightseeing during your visit in Taipei city this time?

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? (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) \_\_\_\_\_

B3.2. Do you have any suggestions/comments on the travel itinerary before/after the onference/exhibition? \_\_\_\_\_

B4. 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) \_\_\_\_\_

B5. Did you browse on the Internet about tourist information of Taipei City before

you came to Taipei?  (1) No  (2) Yes. Website: \_\_\_\_\_

B6. How many times have you come to Taipei City in the past 3 years (including this time)? \_\_\_\_\_

B7. How many days did you spend planning for this trip to Taiwan? \_\_\_\_\_ days

B8. Is there anyone accompanying you on this trip?

- (1) Yes (Continue)  (2) No (Go to B10.)

B9. The people who are accompanying you are: (Check all that apply)

- (1) Spouse  (2) Children  (3) Parents  (4) Relatives  (5) Colleagues  
 (6) Friends

B10. What are the factors attracting you to have a sightseeing in Taipei City this time? (Check all that apply)

- (1) Scenery  (2) Festival activities  (3) Price of goods  (4) Foods  (5) Fruits  
 (6) Weather  (7) Night life  (8) Recreation facilities (e.g. amusement parks, zoo)  
 (9) Historic relics  (10) Convenient transportation  (11) Health care  
 (12) Customs and culture  (13) Good public order  (14) Democracy  
 (15) Public art  (16) Conference/exhibition  (17) Geographical convenience  
 (18) Corporate travel  (19) Creative culture/art shows (20) Others \_\_\_\_\_

### C. Expenditure Behavior

C1. How did you arrange this trip to Taiwan?

- (1) Group tour arranged through a travel agency. (Join in a tour group)  
 (2) Individual tour arranged through 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) Joined local tour(s) arranged by Taiwan travel agency after arrival.  
 (5) Did not participate in any local tour arranged by Taiwan travel agencies.

C2. Did you prepay any travel expenses for your itinerary before arrival? (Including prepay for yourself, relatives, company, etc.)  (1) Yes (Continue)  (2) No (Go to C5.)

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

C4. Which of the following expenses did you prepay before arrival? (Check all that apply)  (1) Hotel bill  (2) Meals outside hotel  (3) Local transportation

- (4) Entertainment fees  (5) Miscellaneous expenses

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



C6. Please itemize these expenses in C5 in terms of their amount.

1. Hotel bills: \_\_\_\_\_ (dollars) \_\_\_\_\_ person(s)
2. Meals outside hotel: \_\_\_\_\_ (dollars) \_\_\_\_\_ person(s)
3. Local transportation: \_\_\_\_\_ (dollars) \_\_\_\_\_ person(s)
4. Entertainment: \_\_\_\_\_ (dollars) \_\_\_\_\_ person(s)
5. Miscellaneous expenses: \_\_\_\_\_ (dollars) \_\_\_\_\_ person(s)
6. Shopping: \_\_\_\_\_ (dollars) \_\_\_\_\_ person(s)
  - (1) Clothes or accessories (bag, shoes...): \_\_\_\_\_ (dollars)
  - (2) Jewelry or jade article: \_\_\_\_\_ (dollars)
  - (3) Souvenirs or handicraft products: \_\_\_\_\_ (dollars)
  - (4) Cosmetics or perfumes: \_\_\_\_\_ (dollars)
  - (5) Local (Taiwan) specialty products: \_\_\_\_\_ (dollars)  
--Have you bought any Taiwan specialty products in Taipei City? (Check all that apply)①Pineapple cakes ② Mung bean (Gram) cakes③ Tea  
④ Pork/Beef jerky ⑤Other \_\_\_\_\_
- (6) Tobacco or alcohol: \_\_\_\_\_ (dollars)
- (7) Chinese medicine or healthy food: \_\_\_\_\_ (dollars)
- (8) 3C or electric appliances: \_\_\_\_\_ (dollars)
- (9) Tea: \_\_\_\_\_ (dollars)
- (10) Other (please specify): \_\_\_\_\_ (dollars)

## D. Tourist Behavior

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

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

D1.3. Your least favorite tourist spot is: \_\_\_\_\_ Reason: (Check all that apply)

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

D2. Where did you stay during this visit in Taipei City? (Check all that apply, rate your overall impression using a scale of 1-5, with 5 meaning very satisfied and 1 very dissatisfied)

- (1) Hotels --- Hotel name is \_\_\_\_\_ Rating \_\_\_\_\_  
 (2) Youth hostel/community center Name: \_\_\_\_\_ Rating \_\_\_\_\_  
 (3) House of relatives or friends  (4) Dormitory  (5) Rental apartments  
 (6) Temple, seminary, or church  (7) Others (please specify) \_\_\_\_\_

D3. Check the activities you have attended during your stay in Taipei City. (Check all that apply)

- (1) City tour  (2) Hot spring  (3) Shopping  (4) Historic relics visiting  
 (5) Wedding/salon shots  (6) Skin care/manicure  (7) Massage/acupressure  
 (8) Karaoke/K.T.V.  (9) Pubs/night clubs  (10) Exhibitions  (11) Local festival activities  
 (12) Culture events  (13) SPA, sauna  (14) Night market  
 (15) Other \_\_\_\_\_

D4. Which part of Taipei City has given you the most impression? (Check all that apply)

- (1) Gourmet food    (2) Fruits   (3) Hot springs    (4) Historical relics  
 (5) Night markets    (6) Cycling fun    (7) Famous local specialty products  
 (8) Temple    (9) Night life    (10) Aboriginal culture    (11) Beauty/Health care  
 (12) Local friendliness and hospitality    (13) 24-hour book stores  
 (14) Convenience stores    (15) MRT (Mass Rapid Transportation)  
 (16) Art shows    (17) Orderly queue    (18) Clean streets  
 (19) Festival activities (Please specify) \_\_\_\_\_  
 (20) Tourist spots (Please specify) \_\_\_\_\_  
 (21) Other (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 \_\_\_\_\_

D6. Will you visit Taipei City again?

- (1) Yes. Main reason:  
 (1) Sightseeing    (2) Business    (3) Attending conferences/exhibits  
 (4) Visiting friends or relatives    (5) Study    (6) Others \_\_\_\_\_  
 (2) No. Why not? \_\_\_\_\_

## E. Personal Information

E1. Age:  (1) 12-19    (2) 20-29    (3) 30-39    (4) 40-49    (5) 50-59    (6) 60-65  
 (7) 66-69    (7) Older than 70

E2. Annual income: (converted to USD)

- (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

E3. Education:

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

E4. Occupation:

- (1) Legislators/Executive/Managers    (2) Professional    (3) Technician/Assistant

**Professional**

- (4) Clerical staff    (5) Service/Sales staff    (6) Farmer in

**Agricultural/Forestry/Fishery/Farming**

- (7) Craftsman    (8) Machine/equipment Operator/Assembler    (9) Elementary skilled Labor  
 (10) Housewife/husband    (11) Student    (12) Retired    (13) Other

E5. Gender:  (1) Male    (2) Female

Other suggestions:

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

Most satisfied: \_\_\_\_\_

Least satisfied: \_\_\_\_\_

Other opinions: \_\_\_\_\_

~~~~~ **Thank You for Your Cooperation** ~~~~~

Have a Nice Trip Home!

| | |
|---|---|
| 承認機関：会計と統計局
承認されたテキスト：台北の見通しは言葉を送った10231262100号
施行日：103年01月01日～12月31日
有効期間：104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台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。 |
|---|---|

台北市観光伝播局 2014年訪台外国人旅行者の台北市における消費動向調査

旅行者の皆様：

この度、台北市観光伝播局では、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。

台北市観光伝播局

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：_____ A3. 居住地：_____

B. 観光プランについて

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

(1) 観光 (2) ビジネス (3) 国際会議業務 (4) 親戚、親友を訪ね
 (5) 留学 (6) 医療 (7) その他 _____

B2. 今回、台北市での滞在は_____泊_____日です。

目的は何ですか。 (1) 観光 (2) ビジネス (3) 国際会議業務 (4) 親戚、親友を訪ね
 (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B3.へ、その他はB4.の欄へ進んでください。】

B3.1. ビジネス、国際会議のついでに観光はされましたか。

1. はい。観光にどのくらいの時間を費やしましたか。
 (1) 半日 (2) 一日 (3) 二日 (4) 三日 (5) 四日 (6) 五日以上
 2. いいえ。その理由。(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 _____

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

B4. 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)台北松山国際空港
 (4)基隆港 (5)高雄港 (6)その他 _____
- B5. 来台前にインターネット上で台北市の観光資料を調べましたか。
- (1)いいえ (2)はい(関連サイト： _____)
- B6. 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
- B7. 今回の台湾旅行は、いつ頃計画されましたか。 _____ 日前より
- B8. 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 (B 10へ)
- B9. 同伴者は。(複数選択可)
- (1)配偶 (2)子供 (3)両親 (4)親戚 (5)同僚 (6)友達
- B10. 台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)風光明媚な景色 (2)フェスティバル (3)物価 (4)グルメ (5)果物
 (6)気候 (7)夜間活動 (8)テーマパーク (9)古跡巡り (10)交通便利
 (11)医療 (12)民俗と文化 (13)治安のよさ (14)政治の民主化
 (15)公共芸術 (16)会議展覧会 (17)距離が近い (18)会社の関係
 (19)文芸鑑賞 (20)その他 _____

C. 消費の内容と方法について

- C1. どのような旅行形態で台湾に来られましたか。
- (1)旅行会社が計画した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が計画した団体旅行(例：交流訪問、修学旅行、慰安旅行、親類、友人達との旅行など)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)台湾へ到着後、現地旅行会社のパッケージツアーに参加した事がある。
 (5)台湾へ到着後、現地旅行会社のパッケージツアーに参加した事はない。
- C2. 台湾へ到着する前に、旅費の一部または全額を前払いしましたか。(本人の他、友人、会社などが支払った場合も含む)。 (1)はい (2)いいえ (C5へ)
- C3. 事前に支払った金額はいくらですか。総額 _____ (通貨別 _____)
(航空券代金： (1)含む (2)含まない)
- C4. その費用には何が含まれていますか。(複数選択)
- (1)ホテル内での諸経費 (2)ホテル外の飲食代 (3)台湾国内の交通費
 (4)娯楽費 (5)雑費
- C5. 台北市の滞在期間中に、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)
- C6. その費用の内訳は次のように分けると大体どのぐらいですか。
1. ホテル内での諸経費 _____ 元 _____ 人
 2. ホテル外の飲食代 _____ 元 _____ 人
 3. 台北市の交通費 _____ 元 _____ 人
 4. 娯楽費 _____ 元 _____ 人
 5. 雑費 _____ 元 _____ 人

6. 買い物 _____ 元 _____ 人
- (1) 服飾または関連商品 (例: かばん、靴など) _____ 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) 名産品、特産品など _____ 元

台北市の滞在期間どのような名産品を買いましたか。(複数選択)

①バイナッブルケーキ ②緑豆ケーキ ③お茶 ④干し肉 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、家庭用電化製品 _____ 元
- (9) お茶 _____ 元
- (10) その他 _____ 元

D. 旅行の傾向について

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

D1.2. その中で一番良かったと思う所はどこですか。 _____

理由 _____

D1.3. また、一番良くなかったと思う所はどこですか。 _____

その理由(複数選択): ①景色が良くなかった ②レジャー施設が良くなか

③周囲の環境が良くなかった ④交通が不便だった ⑤その他 _____

D2. 台北市の滞在期間中に宿泊先はどちらですか。(複数選択)

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

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

③親類、友人の家 ④寮 ⑤貸家 ⑥お寺(修道院、教会) ⑦その他 _____

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

D3. 台北市の滞在期間どのような活動に参加しましたか。(複数選択)

①市内観光 ②温泉 ③ショッピング ④古跡観光 ⑤変身写真館

⑥エステ ⑦マッサージ ⑧カラオケ ⑨ナイトクラブ、PUB

⑩展覧館見学 ⑪フェスティバル ⑫芸文イベント ⑬SPA

⑭夜市散策 ⑮その他 _____

D4. 今回の台北市訪問で最も印象に残ったのは何ですか。(複数選択)

①グルメ ②果物 ③温泉 ④歴史的建造物(古墳) ⑤夜市散策

⑥サイクリング ⑦地方の特産品 ⑧お寺へのお参り ⑨街の夜景

⑩原住民族の文化 ⑪エステ ⑫温かい人情 ⑬24時間営業の本屋

⑭コンビニ ⑮MRT ⑯文芸鑑賞 ⑰マナーがいい ⑱街の清潔さ

⑲フェスティバル _____

⑳景観スポット _____

㉑その他 _____

D5. 今回台北市内ではどのような交通手段を利用していますか。

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

D6. 次回また台北市にいらっしゃいますか。

- (1)はい、その理由：
 ①観光 ②ビジネス ③国際会議業務 ④親戚、親友を訪ね
 ⑤留学 ⑥その他 _____
- (2)いいえ、その理由： _____

E. 旅行者の基本資料

お客様の個人的な情報についてご記入をお願い致します。

E1. 年齢： (1)12-19歳 (2)20-29歳 (3)30-39歳 (4)40-49歳 (5)50-59歳
 (6)60-65歳 (7)66-69歳 (8)70歳以上

E2. 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)40,000-49,999 USドル (6)50,000-59,999 USドル
 (7)60,000-69,999 USドル (8)70,000-79,999 USドル (9)80,000-89,999 US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

E3. 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 _____

E4. 職種：
 (1)代議士、議員、自営業、管理職、マネージャー (2)専門職
 (3)技術員、技術アシスタント (4)事務職などの会社員
 (5)サービス業、セールスマン (6)農林水産業者
 (7)工芸技士 (8)機械装置の操作や組立工 (9)労働者
 (10)専業主婦 (11)学生 (12)定年退職者 (13)その他 _____

E5. 性別： (1)男性 (2)女性

※ その他台湾に対するご意見やご感想をご記入ください。

満足な点： _____

不満な点： _____

その他ご意見・ご感想など： _____

アンケートはここまでです。ご協力、誠にありがとうございました。

是非また台湾へお越し下さい。

| | |
|--|---|
| 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 도착하셨습니다까? _____ 年 _____ 月 _____ 日
- A2. 국적 : _____ A3. 거주지 : _____

B. 여행 결정 요인

- B1. 이번 대만 방문 목적은 무엇입니까? (주요 목적은 A로, 부차 목적은 B로 표시합니다.)

(1) 관광 (2) 업무 (3) 국제회의, 전람회 _____
 (4) 친지, 친구 방문 (5) 학업 (6) 기타 _____

- B2. 이번에 타이베이시내에 체류 기간은 _____ 박 _____ 일입니다.

목적은 무엇입니까? (1) 관광 (2) 업무 (3) 국제회의, 전람회
 (4) 친지, 친구 방문 (5) 학업 (6) 기타 _____

【업무, 국제회의이면 B3로, 나머지는 B4로 넘어갑니다.】

- B3.1. 업무 외 시간을 이용해서 타이베이시에서 여행하셨습니다까?

A. 예, 얼마간의 시간을 여행하셨습니다까?
 (1) 반나절 (2) 1일 (3) 2일 (4) 3일 (5) 4일 (6) 5일 이상

B. 아니요, 이유는? (복수 선택 가)
 (1) 회사 또는 주최측 행사 일정에 없어서 (2) 시간 부족 (3) 여행 정보 부족
 (4) 여행 패키지를 구하기 어려워서 (5) 볼 만한 것 별로 없어서
 (6) 기타 _____

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

- B4. 어디를 통해서 입국하셨습니다까?

(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 _____

- B5. 오시기 전 타이베이시에 관한 여행 정보를 인터넷에서 찾으셨습니까?
 (1) 아니요. (2) 예. 웹사이트: _____
- B6. 최근 3년 간 대만에 몇 번 와 보셨습니까? (이번 포함) _____ 번
- B7. 오시기 전 대만 여행 계획을 얼마 동안 짜셨습니까? _____ 일
- B8. 이번 대만행에 동행자가 있으십니까?
 (1) 있다. (다음 문항으로 계속) (2) 없다 (B10.로 넘어갑니다.)
- B9. 같이 오신 일행은 누구를 포함하고 있습니까? (복수 선택 가)
 (1) 배우자 (2) 자녀 (3) 부모 (4) 친척 (5) 회사 동료 (6) 친구
- B10. 타이베이시에서 여행 관광하시려는 이유는 무엇입니까? (복수 선택 가)
 (1) 경치 (2) 축제 이벤트 (3) 물품 가격 (4) 음식 요리 (5) 과일
 (6) 좋은 날씨 (7) 야간 관광지 (8) 오락 시설 (유원지, 동물원) (9) 역사 문물
 (10) 편리한 교통 (11) 건강의료 (12) 풍속과 문화 (13) 좋은 치안
 (14) 민주 정치 (15) 공공예술 (16) 회의와 전시회 (17) 숙박지 근처
 (18) 회사 일정 (19) 문학과 예술공연 (20) 기타 _____

C. 소비 행위

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

- (1)의상 또는 악세서리(예: 신발, 가방...) _____ 원
- (2)보석 또는 옥기류 _____ 원
- (3)기념품 또는 수공예품류 _____ 원
- (4)화장품 또는 향수류 _____ 원
- (5)특산품 _____ 원
- 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

D. 여행 동향

D1.1. 이번 타이베이시에 계신 동안 어느 명소를 방문해 보셨습니까?

D1.2. 가장 좋았던 명소는 어디입니까? _____ 이유: _____

D1.3. 가장 안 좋았던 명소? _____ 원인(복수 선택 가) :

- (1)경치가 좋지 못함 (2)유람 시설이 좋지 못함
- (3)주변 환경이 좋지 못함 (4)교통 불편 (5)기타 _____

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

- (1)호텔→주요 숙박 시설명 : _____ . 전체 만족도 평점 _____
- (2)유스호스텔, 활동 센터→주요 숙박 시설명 : _____ . 전체 만족도 평점 _____ (매우 불만족 1점, 불만족 2점, 보통 3점, 만족 4점, 매우 만족 5점)
- (3)친척, 친구 집 (4)기숙사 (5)임대 (6)사찰, 수도원, 교회
- (7)기타 _____

D3. 이번 타이베이시내에 계신 동안 체험하셨던 일은? (1-17)(복수 선택 가)

- (1)도시 관광 투어 (2)온천욕 (3)쇼핑 (4)역사 고적지
- (5)결혼사진, 개인사진 촬영 (6)피부,헤어,네일미용 (7)마사지, 지압
- (8)노래방 (9)나이트 클럽,술집 (10)전시회 (11)축제이벤트구경
- (12)문학과 예술공연 (13)SPA시설, 사우나 (14)야시장 구경
- (15) : 기타 _____

D4. 이번 타이베이시 방문 경험에서 가장 인상 깊은 것은 무엇입니까?

- (1-21)(복수 선택 가): (1)맛있는 음식 (2)과일 (3)온천욕 (4)역사 고적지
- (5)야시장 구경 (6)자전거 여행 체험 (7)지방 특산품 (8)사찰 방문
- (9)도시 불야성 (10)원주민 문화 (11)미용 의료 (12)인정이 많음
- (13)24시간 서점 (14)편의점 (15)전철 (16)문학과 예술공연
- (17)줄서서 질서 중시 (18)깨끗한 거리
- (19)축제이벤트 : _____
- (20)관광명소 : _____
- (21)기타 : _____

D5. 이번 타이베이시내에 계신 동안 사용하셨던 교통 수단은? (복수 선택 가)

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

D6. 타이베이시에 다시 방문하실 생각이 있습니까?

- (1) 예, 이유는 무엇입니까?
 (1) 관광 (2) 업무 (3) 국제회의, 전람회 (4) 친지, 친구 방문
 (5) 학업 (6) 기타
 (2) 아니오, 이유는 무엇입니까? _____

E. 방문 여행자 자료

E1. 나이 : (1) 12-19세 (2) 20-29세 (3) 30-39세 (4) 40-49세

(5) 50-59세 (6) 60-65세 (7) 66-69세 (8) 70세 이상

E2. 귀하의 1년 수입을 달러로 환산하면 대략 얼마 정도가 됩니까?

- (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

E3. 최고학력 : (1) 초등학교 재학/졸업 (2) 중, 고등학교 재학/졸업

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

E4. 직업별 :

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

E5. 성별 : (1) 남성 (2) 여성

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

가장 만족스러운 사항 : _____

가장 만족스럽지 않은 사항 : _____

기타 : _____

마지막까지 설문 조사에 협조해 주셔서 대단히 감사합니다. 즐거운 여행되시길 바랍니다

附件二、消費金額估算公式

一、平均每人每日總消費金額之估算【註 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 (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：

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

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

而 $g=[0.02n]$ ($[x]$ 表示 x 之最大整數值)；其中， $Y(i)$ 為每人每日總消費金額轉 0.134912 後依大小順序後依序排列， $Y(1) \leq Y(2) \leq \dots \leq Y(n)$ 。

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

其中， $\hat{\mu}_y$ 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、 $\lambda=0.134912$

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

【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. 計算全部人次之在旅館內、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

103 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：

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

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 | 調查樣本配置 (份) | | | | 103 年各月
人數比率
(%) (*) |
|------|-------------|------------|--------|-------|-------|----------------------------|
| | 人數比率
(%) | 總計 | 臺灣桃園 | 臺北松山 | 高雄 | |
| | 101 年 | | 國際機場 | 國際機場 | 國際機場 | |
| 總計 | 100 | 3,600 | 2,916 | 360 | 324 | 100 |
| | | (3600) | (2920) | (354) | (326) | |
| 第一季 | 22.95 | 825 | 668 | 83 | 74 | 23.26 |
| | | (825) | (657) | (89) | (79) | |
| 1 月 | 6.29 | 226 | 183 | 23 | 20 | 6.73 |
| | | (226) | (183) | (23) | (20) | |
| 2 月 | 7.18 | 258 | 209 | 26 | 23 | 7.65 |
| | | (258) | (198) | (33) | (27) | |
| 3 月 | 9.48 | 341 | 276 | 34 | 31 | 8.88 |
| | | (341) | (276) | (33) | (32) | |
| 第二季 | 25.95 | 935 | 757 | 93 | 85 | 25.38 |
| | | (935) | (757) | (94) | (84) | |
| 4 月 | 9.45 | 341 | 276 | 34 | 31 | 9 |
| | | (341) | (278) | (34) | (29) | |
| 5 月 | 8.19 | 295 | 239 | 29 | 27 | 8.25 |
| | | (295) | (238) | (30) | (27) | |
| 6 月 | 8.31 | 299 | 242 | 30 | 27 | 8.13 |
| | | (299) | (241) | (30) | (28) | |
| 第三季 | 23.93 | 862 | 699 | 86 | 77 | 24.53 |
| | | (862) | (705) | (81) | (76) | |
| 7 月 | 8.1 | 292 | 237 | 29 | 26 | 8.16 |
| | | (292) | (241) | (25) | (26) | |
| 8 月 | 8.3 | 299 | 242 | 30 | 27 | 8.2 |
| | | (299) | (244) | (29) | (26) | |
| 9 月 | 7.53 | 271 | 220 | 27 | 24 | 8.17 |
| | | (271) | (220) | (27) | (24) | |
| 第四季 | 27.15 | 978 | 792 | 98 | 88 | 26.82 |
| | | (978) | (801) | (90) | (87) | |
| 10 月 | 8.35 | 301 | 244 | 30 | 27 | 8.54 |
| | | (301) | (244) | (30) | (27) | |
| 11 月 | 9.19 | 331 | 268 | 33 | 30 | 8.67 |
| | | (331) | (276) | (26) | (29) | |
| 12 月 | 9.61 | 346 | 280 | 35 | 31 | 9.61 |
| | | (346) | (281) | (34) | (31) | |

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. 101 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 81 : 10 : 9。
 3.括號內數值表示 103 年 1-12 月各月份的調查實際樣本數。
 4. (*) 期末報告增列 103 年各月人數比率，以提供比較。

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，103年1-12月曾到訪臺北市的旅客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3.39%)、百度(占3.33%)、臺灣旅遊觀光局/臺灣相關官網(占1.44%)、Taipei navi (占1.25%)、YAHOO (占1.08%)等。

表 1 103 年 1-12 月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 | 相對人次(人次/每百人次) |
|----|------------------|-----|---------------|
| 1 | GOOGLE | 122 | 3.39 |
| 2 | 百度 | 120 | 3.33 |
| 3 | 臺灣旅遊觀光局/臺灣相關官網 | 52 | 1.44 |
| 4 | Taipei navi | 45 | 1.25 |
| 5 | YAHOO | 39 | 1.08 |
| 6 | 螞蜂窩 | 37 | 1.03 |
| 7 | trip adviser.com | 36 | 1.00 |
| 8 | Naver | 25 | 0.69 |
| 9 | 台北好行 | 19 | 0.53 |
| 10 | 台北觀光局 | 11 | 0.31 |

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，例如：探親友，參加朋友婚禮等；購物/消費的原因，例如：溫泉，按摩，拍婚紗，旅遊觀光，食物，夜市等；文化交流/學習的原因，例如：音樂會，交流學習，研討會，喜歡臺灣文化；人民親切友善以及商務展覽等原因。

表 2 103 年 1-12 月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 | 相對人次
(人次/每百人次) |
|----|-----------------------------------|----|-------------------|
| 1 | 探訪朋友
例如：探親友，參加朋友婚禮 | 41 | 1.14 |
| 2 | 購物/消費
例如：溫泉，按摩，拍婚紗，旅遊觀光，食物，夜市等 | 30 | 0.83 |
| 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 | 15 | 0.42 |
| 4 | 人民親切友善
例如：人民互動和禮貌都很好友善 | 12 | 0.33 |
| 5 | 商務
例如：商務，展覽 | 12 | 0.33 |

三、受訪旅客這次在臺北市期間曾經購買哪些其他的名特產

整理103年1-12月受訪旅客這次在臺北市期間曾經購買哪些其他的名特產之開放式回答資料，結果如表3所示，曾到訪臺北市的旅客3,600人中，購買其他的名特產排名依序為牛軋糖(占2.03%)、太陽餅(占1.75%)、水果(占0.75%)、麻糬(占0.67%)、水果乾(占0.56%)等。

表 3 103 年 1-12 月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 | 相對人次
(人次/每百人次) |
|----|--------|----|-------------------|
| 1 | 牛軋糖 | 73 | 2.03 |
| 2 | 太陽餅 | 63 | 1.75 |
| 3 | 水果 | 27 | 0.75 |
| 4 | 麻糬 | 24 | 0.67 |
| 5 | 水果乾 | 20 | 0.56 |
| 6 | 巧克力 | 14 | 0.39 |
| 7 | 芋餅酥 | 10 | 0.28 |
| 8 | 花生 | 11 | 0.31 |
| 9 | 蛋糕 | 11 | 0.31 |
| 10 | 肉鬆 | 7 | 0.19 |

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103年1-12月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松山文創園區、永康街、誠品、大安森林公園、象山等，回答上述景點的人次不多，為12-6人次。

五、受訪旅客這次停留臺北市期間最喜歡的其他景點

整理103年1-12月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，結果景點排名依序為誠品書店、鼎泰豐、象山等，回答上述景點的人次不多，為6-5人次。

六、受訪旅客喜歡臺北市的景點之原因

整理103年1-12月受訪旅客喜歡臺北市的景點之原因的開放式回答資料，結果如表4所示，原因依序包括風景優美、純淨、特別的原因(占9.67%)，例如：漂亮風景，純淨、特別，建築物壯觀，夜景很美，值得參觀、花季很漂亮等；文化/歷史文物的原因(占5.42%)，例如：歷史文物、溫泉文化、藝術作品、翠玉白菜很美、雕刻品等；特色的原因(占4.69%)，例如：環境好，獨特精緻，很有趣、氣氛好、人文氣息、煙火很精彩、歷史氛圍、潮流時尚、有魅力與活力等；逛街購物/產品多樣的原因(占4.11%)，例如：逛街購物、產品多樣化、價格很便宜等；嚐臺灣地方美食的原因(占3.64%)，例如：臺灣地方美食、茶、夜市美食、酒吧等；以及交通方便的原因。

表4 103年1-12月受訪旅客喜歡臺北市的景點之原因

| 名次 | 原因 | 人次 | 相對人次
(人次/每百人次) |
|----|---|-----|-------------------|
| 1 | 風景優美、純淨、特別
例如：漂亮風景、純淨特別、建築物壯觀、夜景很美、值得參觀、花季很漂亮等 | 348 | 9.67 |
| 2 | 文化/歷史文物
例如：歷史文物、溫泉文化、藝術作品、翠玉白菜很美、雕刻品等。 | 195 | 5.42 |
| 3 | 特色
例如：環境好，獨特精緻、很有趣、氣氛好、人文氣息、煙火很精彩、歷史氛圍、潮流時尚、有魅力與活力等 | 169 | 4.69 |
| 4 | 逛街購物/產品多樣
例如：逛街購物、產品多樣化、價格很便宜等 | 148 | 4.11 |
| 5 | 嚐臺灣地方美食
例如：臺灣地方美食、茶、夜市美食、酒吧等 | 131 | 3.64 |
| 6 | 交通方便
例如：交通方便、路很寬廣等 | 14 | 0.39 |

七、受訪旅客這次停留臺北市期間對臺北市最深刻的印象

1. 節慶活動印象說明

整理103年1-12月受訪旅客這次停留臺北市期間對臺北市最深刻的節慶活動印象說明之開放式回答資料，結果最深刻的節慶活動印象排名依序為元宵節、101跨年演唱會、端午節划龍舟等，回答的人次不多，為8-2人次。

2. 景點印象說明

整理103年1-12月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(41人次)、台北故宮(9人次)、中正紀念堂(3人次)、龍山寺(3人次)等。

3. 其他印象說明

整理103年1-12月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人民友善、機車很多、服務態度好、計程車司機態度好、環境乾淨等，回答的人次不多，為8-5人次。

八、受訪旅客對於臺北市的滿意感受

整理103年1-12月受訪旅客對於臺北市滿意的感受之開放式回答資料，結果如表5所示，滿意的感受依序包括人民親切、熱情、人情味濃厚(占15.47%)，例如：人很親切、人品很好、人民熱情有善有禮貌、人情味濃厚、人很溫暖貼心、好客等；很喜歡在地美食、多樣化(占7.36%)，例如：在地美食、多樣化、夜市很棒、很豐富等；大眾交通工具便利(占4.03%)，例如：交通工具便利、捷運很滿意便利、計程車費便宜等；臺北市整體非常滿意、很棒、很好玩、有魅力(占3.86%)，例如：整體非常滿意、好玩有魅力、很愉快很享受的旅行等；服務態度很棒(占3.58%)，例如：服務態度優、司機態度親切熱情、有禮貌、導遊飯店態度好等；觀光景點自然很棒且景點多(占2.94%)，例如：風景優美、觀光景點自然且景點多、歷史古蹟保留很好等；環境衛生整潔乾淨(占2.75%)，例如：環境衛生整潔乾淨、廁所乾淨等等；逛街、購物方便、商店、地方特產多(占1.86%)，例如：逛街、購物方便、商店、地方特產多、價格便宜、品質滿意等；安全、治安好(占1.44%)以及會再來造訪(占0.97%)。

表5 103年1-12月受訪旅客對於臺北市的滿意感受

| 名次 | 滿意的感受 | 人次 | 相對人次
(人次/每百人次) |
|----|--|-----|-------------------|
| 1 | 人民親切、熱情、人情味濃厚
例如：人很親切、人品很好、人民熱情有善有禮貌、人情味濃厚、人很溫暖、貼心、好客、人文素養很高、快樂、樂於助人 | 557 | 15.47 |
| 2 | 很喜歡在地美食、多樣化
例如：在地美食、多樣化、夜市很棒、豐富 | 265 | 7.36 |
| 3 | 大眾交通工具便利
例如：交通工具便利、捷運很滿意便利、計程車費便宜等 | 145 | 4.03 |
| 4 | 臺北市整體非常滿意、很棒、很好玩、有魅力
例如：整體非常滿意、好玩、有魅力、很愉快很享受的旅行等 | 139 | 3.86 |
| 5 | 服務態度很棒
例如：服務態度優，司機態度親切、熱情、有禮貌，導遊服務好、熱情、周到，飯店服務好等 | 129 | 3.58 |
| 6 | 觀光景點自然、很棒且景點多
例如：風景優美、觀光景點自然且景點多、歷史古蹟保留很好、街道景色很美、廟很美、溫泉、夜景美等 | 106 | 2.94 |
| 7 | 環境衛生整潔乾淨
例如：環境衛生整潔乾淨、廁所乾淨等 | 99 | 2.75 |
| 8 | 逛街、購物方便、商店、地方特產多
例如：逛街、購物方便、商店、地方特產多、價格便宜、品質滿意、水果好吃 | 67 | 1.86 |
| 9 | 安全、治安好
例如：安全、治安好、有秩序 | 52 | 1.44 |
| 10 | 會再來造訪 | 35 | 0.97 |

九、受訪旅客對於臺北市的感想與建議

整理103年1-12月受訪旅客對於臺北市的感想與建議之開放式回答資料，結果如表6所示，感想依序包括會再來造訪臺灣、去更多不同景點，臺灣是個很棒的國家、很喜歡臺灣，臺灣人很親切、樂於助人、這趟旅程很愉快以及非常感謝等；建議依序包括問卷太長，機場到市區交通可以方便一點，食物不合胃口、臭豆腐味道真的很抱歉，希望環境變更乾淨以及語言國際化加強等。

表 6 103 年 1-12 月受訪旅客對於臺北市的感想與建議

| 名次 | 感想與建議 | 人次 | 相對人次
(人次/每百人次) |
|----|--------------------|----|-------------------|
| 1 | 會再來造訪臺灣、去更多不同景點 | 26 | 0.72 |
| 2 | 臺灣是個很棒的國家、很喜歡臺灣 | 18 | 0.50 |
| 3 | 臺灣人很親切、樂於助人、友善、人情味 | 13 | 0.36 |
| 4 | 問卷太長 | 12 | 0.33 |
| 5 | 這趟旅程很愉快 | 11 | 0.31 |
| 6 | 非常感謝 | 10 | 0.28 |
| 7 | 機場到市區交通可以方便一點 | 6 | 0.17 |
| 8 | 食物不合胃口、臭豆腐味道真的很抱歉 | 5 | 0.14 |
| 9 | 希望環境變更乾淨 | 5 | 0.14 |
| 10 | 語言國際化加強 | 4 | 0.11 |

附件五、附表

附表 1 103 年受訪旅客到訪臺北市之主要目的 – 按居住地分

| 人數 | 相對人次 | 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 | 2817 | 515 | 108 | 317 | 100 | 23 | 158 |
| | | | 78.25% | 14.31% | 3.00% | 8.81% | 2.78% | 0.64% | 4.39% |
| 日本 | 715 | 542 | 123 | 13 | 33 | 6 | 5 | 49 | |
| | | | 75.80% | 17.20% | 1.82% | 4.62% | 0.84% | 0.70% | 6.85% |
| 大陸 | 1355 | 1183 | 99 | 20 | 90 | 39 | 9 | 35 | |
| | | | 87.31% | 7.31% | 1.48% | 6.64% | 2.88% | 0.66% | 2.58% |
| 香港澳門 | 517 | 439 | 30 | 13 | 48 | 18 | 1 | 23 | |
| | | | 84.91% | 5.80% | 2.51% | 9.28% | 3.48% | 0.19% | 4.45% |
| 新加坡 | 173 | 148 | 16 | 2 | 16 | 3 | 1 | 11 | |
| | | | 85.55% | 9.25% | 1.16% | 9.25% | 1.73% | 0.58% | 6.36% |
| 韓國 | 140 | 117 | 15 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | |
| | | | 83.57% | 10.71% | 1.43% | 2.14% | 2.14% | 2.86% | 1.43% |
| 馬來西亞 | 172 | 140 | 16 | 12 | 15 | 11 | - | 5 | |
| | | | 81.40% | 9.30% | 6.98% | 8.72% | 6.40% | - | 2.91% |
| 亞洲其他地區 | 95 | 30 | 41 | 15 | 15 | 3 | 2 | 14 | |
| | | | 31.58% | 43.16% | 15.79% | 15.79% | 3.16% | 2.11% | 14.74% |
| 美國 | 204 | 101 | 90 | 9 | 46 | 7 | - | 8 | |
| | | | 49.51% | 44.12% | 4.41% | 22.55% | 3.43% | - | 3.92% |
| 加拿大 | 35 | 24 | 13 | 0 | 6 | - | - | 2 | |
| | | | 68.57% | 37.14% | 0 | 17.14% | - | - | 5.71% |
| 英國 | 25 | 12 | 14 | 2 | 8 | - | - | - | |
| | | | 48.00% | 56.00% | 8.00% | 32.00% | - | - | - |
| 法國 | 19 | 8 | 10 | 1 | 4 | - | - | - | |
| | | | 42.11% | 52.63% | 5.26% | 21.05% | - | - | - |
| 德國 | 26 | 12 | 9 | 2 | 7 | - | 1 | 2 | |
| | | | 46.15% | 34.62% | 7.69% | 26.92% | - | 3.85% | 7.69% |
| 歐洲其他地區 | 52 | 25 | 20 | 4 | 11 | 6 | - | 2 | |
| | | | 48.08% | 38.46% | 7.69% | 21.15% | 11.54% | - | 3.85% |
| 紐澳 | 50 | 27 | 13 | 8 | 13 | 2 | - | 2 | |
| | | | 54.00% | 26.00% | 16.00% | 26.00% | 4.00% | - | 4.00% |
| 其他地區 | 22 | 9 | 6 | 5 | 2 | 2 | - | 3 | |
| | | | 40.91% | 27.27% | 22.73% | 0.09091 | 9.09% | - | 13.64% |

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 2 103 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 | 3596 | 2928 | 262 | 363 | 3 | 12 | 28 |
| | 100.00% | 81.42% | 7.29% | 10.09% | 0.08% | 0.33% | 0.78% |
| 日本 | 714 | 564 | 42 | 102 | 1 | 2 | 3 |
| | 100.00% | 78.99% | 5.88% | 14.29% | 0.14% | 0.28% | 0.42% |
| 大陸 | 19.86% | 19.26% | 16.03% | 28.10% | 33.33% | 16.67% | 10.71% |
| | 1355 | 978 | 161 | 203 | - | 10 | 3 |
| | 100.00% | 72.18% | 11.88% | 14.98% | - | 0.74% | 0.22% |
| 香港澳門 | 37.68% | 33.40% | 61.45% | 55.92% | - | 83.33% | 10.71% |
| | 516 | 471 | 25 | 3 | 1 | - | 16 |
| | 100.00% | 91.28% | 4.84% | 0.58% | 0.19% | - | 3.10% |
| 新加坡 | 14.35% | 16.09% | 9.54% | 0.83% | 33.33% | - | 57.14% |
| | 173 | 166 | 3 | 4 | - | - | - |
| | 100.00% | 95.95% | 1.73% | 2.31% | - | - | - |
| 韓國 | 4.81% | 5.67% | 1.15% | 1.10% | - | - | - |
| | 139 | 107 | 2 | 29 | - | - | 1 |
| | 100.00% | 76.98% | 1.44% | 20.86% | - | - | 0.72% |
| 馬來西亞 | 3.87% | 3.65% | 0.76% | 7.99% | - | - | 3.57% |
| | 172 | 163 | 4 | 4 | 1 | - | - |
| | 100.00% | 94.77% | 2.33% | 2.33% | 0.58% | - | - |
| 亞洲其他地區 | 4.78% | 5.57% | 1.53% | 1.10% | 33.33% | - | - |
| | 94 | 79 | 9 | 4 | - | - | 2 |
| | 100.00% | 84.04% | 9.57% | 4.26% | - | - | 2.13% |
| 美國 | 2.61% | 2.70% | 3.44% | 1.10% | - | - | 7.14% |
| | 204 | 194 | 3 | 6 | - | - | 1 |
| | 100.00% | 95.10% | 1.47% | 2.94% | - | - | 0.49% |
| 加拿大 | 5.67% | 6.63% | 1.15% | 1.65% | - | - | 3.57% |
| | 35 | 32 | 3 | - | - | - | - |
| | 100.00% | 91.43% | 8.57% | - | - | - | - |
| 英國 | 0.97% | 1.09% | 1.15% | - | - | - | - |
| | 25 | 23 | 2 | - | - | - | - |
| | 100.00% | 92.00% | 8.00% | - | - | - | - |
| 法國 | 0.70% | 0.79% | 0.76% | - | - | - | - |
| | 19 | 12 | 2 | 3 | - | - | 2 |
| | 100.00% | 63.16% | 10.53% | 15.79% | - | - | 10.53% |
| 德國 | 0.53% | 0.41% | 0.76% | 0.83% | - | - | 7.14% |
| | 26 | 23 | 2 | 1 | - | - | - |
| | 100.00% | 88.46% | 7.69% | 3.85% | - | - | - |
| 歐洲其他地區 | 0.72% | 0.79% | 0.76% | 0.28% | - | - | - |
| | 52 | 48 | 1 | 3 | - | - | - |
| | 100.00% | 92.31% | 1.92% | 5.77% | - | - | - |
| 紐澳 | 1.45% | 1.64% | 0.38% | 0.83% | - | - | - |
| | 50 | 47 | 2 | 1 | - | - | - |
| | 100.00% | 94.00% | 4.00% | 0 | - | - | - |
| 其他地區 | 1.39% | 1.61% | 0.76% | 0 | - | - | - |
| | 22 | 21 | 1 | - | - | - | - |
| | 100.00% | 95.45% | 4.55% | - | - | - | - |
| | 0.61% | 0.72% | 0.38% | - | - | - | - |

註：「-」表示無調查樣本；未回答者有 4 份

附表 3 103 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 | 2358 | 513 | 239 | 117 | 373 |
| | 100.00% | 65.50% | 14.25% | 6.64% | 3.25% | 10.36% |
| 日本 | 715 | 432 | 106 | 50 | 25 | 102 |
| | 100.00% | 60.42% | 14.83% | 6.99% | 3.50% | 14.27% |
| 大陸 | 1355 | 1118 | 106 | 46 | 21 | 64 |
| | 100.00% | 82.51% | 7.82% | 3.39% | 1.55% | 4.72% |
| 香港澳門 | 517 | 206 | 123 | 68 | 34 | 86 |
| | 100.00% | 39.85% | 23.79% | 13.15% | 6.58% | 16.63% |
| 新加坡 | 173 | 86 | 47 | 19 | 4 | 17 |
| | 100.00% | 49.71% | 27.17% | 10.98% | 2.31% | 9.83% |
| 韓國 | 140 | 118 | 13 | 6 | 1 | 2 |
| | 100.00% | 84.29% | 9.29% | 4.29% | 0.00714 | 1.43% |
| 馬來西亞 | 172 | 100 | 39 | 6 | 7 | 20 |
| | 100.00% | 58.14% | 22.67% | 3.49% | 4.07% | 11.63% |
| 亞洲其他地區 | 95 | 51 | 16 | 10 | 2 | 16 |
| | 100.00% | 53.68% | 16.84% | 10.53% | 2.11% | 16.84% |
| 美國 | 204 | 111 | 30 | 15 | 9 | 39 |
| | 100.00% | 54.41% | 14.71% | 7.35% | 4.41% | 19.12% |
| 加拿大 | 35 | 16 | 6 | 4 | 3 | 6 |
| | 100.00% | 45.71% | 17.14% | 11.43% | 8.57% | 17.14% |
| 英國 | 25 | 12 | 3 | 2 | 4 | 4 |
| | 100.00% | 48.00% | 12.00% | 8.00% | 16.00% | 16.00% |
| 法國 | 19 | 12 | 4 | 1 | 1 | 1 |
| | 100.00% | 63.16% | 21.05% | 5.26% | 5.26% | 5.26% |
| 德國 | 26 | 19 | 1 | 1 | 1 | 4 |
| | 100.00% | 73.08% | 3.85% | 3.85% | 3.85% | 15.38% |
| 歐洲其他地區 | 52 | 29 | 8 | 7 | 4 | 4 |
| | 100.00% | 55.77% | 15.38% | 13.46% | 7.69% | 7.69% |
| 紐澳 | 50 | 37 | 7 | 3 | - | 3 |
| | 100.00% | 74.00% | 14.00% | 6.00% | - | 6.00% |
| 其他地區 | 22 | 11 | 4 | 1 | 1 | 5 |
| | 100.00% | 50.00% | 18.18% | 4.55% | 4.55% | 22.73% |
| | 0.61% | 0.47% | 0.78% | 0.42% | 0.85% | 1.34% |

註：「-」表示無調查樣本

附表 4 103 年到訪臺北市受訪旅客近 3 年來臺北市之次數 – 按來臺主要目的分

| 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 | 2358 | 513 | 239 | 117 | 373 |
| | 100.00% | 65.50% | 14.25% | 6.64% | 3.25% | 10.36% |
| 觀光 | 2598 | 1915 | 340 | 140 | 54 | 149 |
| | 100.00% | 73.71% | 13.09% | 5.39% | 2.08% | 5.74% |
| | 72.17% | 81.21% | 66.28% | 58.58% | 46.15% | 39.95% |
| 業務 | 517 | 197 | 83 | 53 | 36 | 148 |
| | 100.00% | 38.10% | 16.05% | 10.25% | 6.96% | 28.63% |
| | 14.36% | 8.35% | 16.18% | 22.18% | 30.77% | 39.68% |
| 國際會議或
展覽 | 69 | 47 | 12 | 3 | - | 7 |
| | 100.00% | 68.12% | 17.39% | 4.35% | - | 10.14% |
| | 1.92% | 1.99% | 2.34% | 1.26% | - | 1.88% |
| 探親或訪友 | 214 | 85 | 47 | 29 | 14 | 39 |
| | 100.00% | 39.72% | 21.96% | 13.55% | 6.54% | 18.22% |
| | 5.94% | 3.60% | 9.16% | 12.13% | 11.97% | 10.46% |
| 求學 | 115 | 59 | 19 | 9 | 7 | 21 |
| | 100.00% | 51.30% | 16.52% | 7.83% | 6.09% | 18.26% |
| | 3.19% | 2.50% | 3.70% | 3.77% | 5.98% | 5.63% |
| 醫療 | 11 | 10 | - | 1 | - | - |
| | 100.00% | 90.91% | - | 9.09% | - | - |
| | 0.31% | 0.42% | - | 0.42% | - | - |
| 其他 | 76 | 45 | 12 | 4 | 6 | 9 |
| | 100.00% | 59.21% | 15.79% | 5.26% | 7.89% | 11.84% |
| | 2.11% | 1.91% | 2.34% | 1.67% | 5.13% | 2.41% |

註：「-」表示無調查樣本

附表 5 103 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 | 1828 | 1772 |
| 行百分比 | 100.00% | 100.00% | 100.00% |
| 近 3 年來臺北市次數 | | | |
| 第 1 次 | 2358 | 1077 | 1281 |
| | 65.50% | 58.92% | 72.29% |
| 第 2 次 | 513 | 274 | 239 |
| | 14.25% | 14.99% | 13.49% |
| 第 3 次 | 239 | 152 | 87 |
| | 6.64% | 8.32% | 4.91% |
| 第 4 次 | 117 | 82 | 35 |
| | 3.25% | 4.49% | 1.98% |
| 5 次及以上 | 373 | 243 | 130 |
| | 10.36% | 13.29% | 7.34% |

附表 6 103 年到訪臺北市受訪旅客之同行人員 – 按居住地分

| 人數
相對人次 | 總人數 | 同行人員 | | | | | |
|------------|------|-------|-----|-----|-----|--------|--------|
| | | 配偶 | 子女 | 父母 | 親戚 | 同事 | 朋友 |
| 總計 | 2941 | 981 | 438 | 367 | 309 | 530 | 1097 |
| 日本 | 565 | 154 | 52 | 50 | 26 | 138 | 221 |
| 大陸 | 1227 | 447 | 201 | 165 | 145 | 202 | 439 |
| 香港澳門 | 432 | 158 | 80 | 70 | 56 | 30 | 187 |
| 新加坡 | 151 | 61 | 22 | 26 | 25 | 8 | 53 |
| 韓國 | 126 | 25 | 15 | 16 | 16 | 36 | 48 |
| 馬來西亞 | 149 | 46 | 30 | 30 | 20 | 22 | 61 |
| 亞洲其他地區 | 52 | 8 | 6 | - | 3 | 21 | 20 |
| 美國 | 112 | 43 | 19 | 5 | 5 | 36 | 26 |
| 加拿大 | 22 | 7 | 3 | 1 | 4 | 6 | 7 |
| 英國 | 12 | 5 | 1 | - | - | 6 | 1 |
| 法國 | 11 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 6 |
| 德國 | 13 | 3 | 1 | 1 | 2 | 3 | 6 |
| 歐洲其他地區 | 29 | 8 | - | - | 3 | 6 | 12 |
| 紐澳 | 29 | 12 | 7 | 2 | 3 | 6 | 7 |
| 其他地區 | 11 | 1 | - | - | - | 8 | 3 |
| | | 9.09% | - | - | - | 72.73% | 27.27% |

註：1 本題「同行人員」為複選

2 「-」表示無調查樣本

3 103 年 1-12 月受訪旅客 3600 位中，有 2941 位表示有親朋同事等同行人員共同來臺

附表 7 103 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
相對人次 | 總人數 | 同行人員 | | | | | |
|-------------|------|--------|--------|---------|--------|--------|--------|
| | | 配偶 | 子女 | 父母 | 親戚 | 同事 | 朋友 |
| 總計 | 2941 | 981 | 438 | 367 | 309 | 530 | 1097 |
| | | 33.09% | 14.77% | 12.38% | 10.42% | 17.88% | 37.00% |
| 觀光 | 2340 | 848 | 368 | 337 | 274 | 278 | 904 |
| | | 36.24% | 15.73% | 14.40% | 11.71% | 11.88% | 38.63% |
| 業務 | 270 | 29 | 10 | 5 | 7 | 196 | 51 |
| | | 10.74% | 3.70% | 1.85% | 2.59% | 72.59% | 18.89% |
| 國際會議或
展覽 | 42 | 7 | 1 | 2 | 1 | 31 | 6 |
| | | 16.67% | 2.38% | 4.76% | 2.38% | 73.81% | 14.29% |
| 探親或訪友 | 138 | 78 | 51 | 18 | 17 | - | 33 |
| | | 56.52% | 36.96% | 13.04% | 12.32% | - | 23.91% |
| 求學 | 79 | 1 | 2 | 2 | 6 | 5 | 69 |
| | | 1.27% | 2.53% | 2.53% | 7.59% | 6.33% | 87.34% |
| 醫療 | 10 | 3 | - | 1 | - | 5 | 4 |
| | | 30.00% | - | 10.00% | - | 50.00% | 40.00% |
| 其他 | 62 | 15 | 6 | 2 | 4 | 15 | 30 |
| | | 24.19% | 9.68% | 0.03226 | 6.45% | 24.19% | 48.39% |

註：1 本題「同行人員」為複選

2 「-」表示無調查樣本

3 103 年 1-12 月受訪旅客 3600 位中，有 2941 位表示有親朋同事等同行人員共同來臺

附表 8 103 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 | 自行規劃行
程，由旅行
社包辦 | 請旅行社安
排住宿(及
代訂機票) | 自行來臺灣，抵達
後曾請本地旅行
社安排活動 | 自行來臺灣，抵達
後未曾請本地旅
行社安排活動 |
| 總計 | 3579 | 1112 | 581 | 408 | 70 | 1408 |
| | 100.00% | 31.07% | 16.23% | 11.40% | 1.96% | 39.34% |
| 日本 | 700 | 266 | 85 | 188 | 18 | 143 |
| | 100.00% | 38.00% | 12.14% | 26.86% | 2.57% | 20.43% |
| 大陸 | 1352 | 659 | 181 | 51 | 21 | 440 |
| | 100.00% | 48.74% | 13.39% | 3.77% | 1.55% | 32.54% |
| 香港、澳
門 | 517 | 45 | 116 | 77 | 11 | 268 |
| | 100.00% | 8.70% | 22.44% | 14.89% | 2.13% | 51.84% |
| 新加坡 | 172 | 11 | 28 | 4 | 4 | 125 |
| | 100.00% | 6.40% | 16.28% | 2.33% | 2.33% | 72.67% |
| 韓國 | 140 | 46 | 37 | 16 | 2 | 39 |
| | 100.00% | 32.86% | 26.43% | 11.43% | 1.43% | 27.86% |
| 馬來西亞 | 172 | 40 | 48 | 9 | 3 | 72 |
| | 100.00% | 23.26% | 27.91% | 5.23% | 1.74% | 41.86% |
| 亞洲其
他地區 | 94 | 5 | 20 | 17 | 2 | 50 |
| | 100.00% | 5.32% | 21.28% | 18.09% | 2.13% | 53.19% |
| 美國 | 204 | 23 | 26 | 28 | 4 | 123 |
| | 100.00% | 11.27% | 12.75% | 13.73% | 1.96% | 60.29% |
| 加拿大 | 35 | 3 | 7 | 3 | - | 22 |
| | 100.00% | 8.57% | 20.00% | 8.57% | - | 62.86% |
| 英國 | 25 | 1 | 2 | 4 | - | 18 |
| | 100.00% | 4.00% | 8.00% | 16.00% | - | 72.00% |
| 法國 | 18 | 1 | 2 | 2 | 1 | 12 |
| | 100.00% | 5.56% | 11.11% | 11.11% | 5.56% | 66.67% |
| 德國 | 26 | 2 | 8 | - | 1 | 15 |
| | 100.00% | 7.69% | 30.77% | - | 3.85% | 57.69% |
| 歐洲其
他地區 | 52 | 4 | 6 | 5 | - | 37 |
| | 100.00% | 7.69% | 11.54% | 9.62% | - | 71.15% |
| 紐澳 | 50 | 5 | 8 | 2 | - | 35 |
| | 100.00% | 10.00% | 16.00% | 4.00% | - | 70.00% |
| 其他地
區 | 22 | 1 | 7 | 2 | 3 | 9 |
| | 100.00% | 4.55% | 31.82% | 9.09% | 13.64% | 40.91% |
| | 0.61% | 0.09% | 1.20% | 0.49% | 4.29% | 0.64% |

註：「-」表示無調查樣本；受訪旅客在旅行方式未回答者有 21 份

附表 9 103 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 | 自行規劃行
程，由旅行
社包辦 | 請旅行社安
排住宿(及代
訂機票) | 自行來臺灣·抵達
後曾請本地旅行
社安排活動 | 自行來臺灣·抵達
後未曾請本地旅
行社安排活動 |
| 總計 | 3579 | 1112 | 581 | 408 | 70 | 1408 |
| | 100.00% | 31.07% | 16.23% | 11.40% | 1.96% | 39.34% |
| 觀光 | 2585 | 1038 | 377 | 221 | 50 | 899 |
| | 100.00% | 40.15% | 14.58% | 8.55% | 1.93% | 34.78% |
| | 72.23% | 93.35% | 64.89% | 54.17% | 71.43% | 63.85% |
| 業務 | 513 | 45 | 80 | 144 | 6 | 238 |
| | 100.00% | 8.77% | 15.59% | 28.07% | 1.17% | 46.39% |
| | 14.33% | 4.05% | 13.77% | 35.29% | 8.57% | 16.90% |
| 國際會
議或展
覽 | 69 | 12 | 14 | 10 | 5 | 28 |
| | 100.00% | 17.39% | 20.29% | 14.49% | 7.25% | 40.58% |
| | 1.93% | 1.08% | 2.41% | 2.45% | 7.14% | 1.99% |
| 探親或
訪友 | 212 | 2 | 33 | 22 | 3 | 152 |
| | 100.00% | 0.94% | 15.57% | 10.38% | 1.42% | 71.70% |
| | 5.92% | 0.18% | 5.68% | 5.39% | 4.29% | 10.80% |
| 求學 | 115 | 4 | 46 | 3 | 4 | 58 |
| | 100.00% | 3.48% | 40.00% | 2.61% | 3.48% | 50.43% |
| | 3.21% | 0.36% | 7.92% | 0.74% | 5.71% | 4.12% |
| 醫療 | 11 | 3 | 6 | - | - | 2 |
| | 100.00% | 27.27% | 54.55% | - | - | 18.18% |
| | 0.31% | 0.27% | 1.03% | - | - | 0.14% |
| 其他 | 74 | 8 | 25 | 8 | 2 | 31 |
| | 100.00% | 10.81% | 33.78% | 10.81% | 2.70% | 41.89% |
| | 2.07% | 0.72% | 4.30% | 1.96% | 2.86% | 2.20% |

註：「-」表示無調查樣本；受訪旅客在旅行方式未回答者有 21 份

附表 10 103 年到訪臺北市受訪旅客平均停留天數- 按性別分

| 項目別 | 性別 | | 全體 | | 男性 | | 女性 | |
|--------|------------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|--|
| | 在臺北市平均停留天數 | 平均值 | 標準誤 | 平均值 | 標準誤 | 平均值 | 標準誤 | |
| 全體 | | 5.13 | .144 | 5.18 | .202 | 5.06 | .205 | |
| 日本 | | 3.24 | .118 | 3.33 | .192 | 3.13 | .117 | |
| 大陸 | | 5.22 | .216 | 5.16 | .280 | 5.26 | .316 | |
| 香港澳門 | | 4.95 | .457 | 4.02 | .404 | 5.75 | .775 | |
| 新加坡 | | 5.57 | .446 | 5.28 | .437 | 5.81 | .732 | |
| 韓國 | | 4.97 | .670 | 5.93 | 1.273 | 4.33 | .721 | |
| 馬來西亞 | | 6.18 | .789 | 6.55 | 1.371 | 5.83 | .817 | |
| 亞洲其他地區 | | 7.55 | 1.319 | 7.93 | 1.733 | 6.58 | 1.513 | |
| 美國 | | 6.15 | .669 | 6.51 | .889 | 5.15 | .489 | |
| 加拿大 | | 4.85 | .736 | 4.33 | .636 | 6.22 | 2.126 | |
| 英國 | | 5.88 | 2.355 | 3.35 | .514 | 18.50 | 13.525 | |
| 法國 | | 11.16 | 4.767 | 12.53 | 6.013 | 6.00 | 1.915 | |
| 德國 | | 4.42 | .802 | 4.00 | .996 | 5.22 | 1.392 | |
| 歐洲其他地區 | | 9.43 | 2.354 | 9.13 | 2.748 | 10.31 | 4.741 | |
| 紐澳 | | 8.18 | 1.976 | 8.47 | 2.823 | 7.56 | 1.599 | |
| 其他地區 | | 13.14 | 4.480 | 14.20 | 4.872 | 2.50 | 1.500 | |

附表 11 103 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(後續)

| 市場別 | 全體 | | | 日本 | | | 大陸 | | | 香港澳門 | | | 新加坡 | | | |
|----------|-----------------|-----------------|----------|----------|-----------------|----------|----------|-----------------|----------|----------|-----------|----------|----------|-----------------|----------|-------|
| | 遊覽
景點 | 人次 | 相對
人次 | 遊覽
景點 | 人次 | 相對
人次 | 遊覽
景點 | 人次 | 相對
人次 | 遊覽
景點 | 人次 | 相對
人次 | 遊覽
景點 | 人次 | 相對
人次 | |
| 遊覽
景點 | 前十名
遊覽
景點 | 臺北
101 | 1883 | 52.31 | 臺北
101 | 243 | 33.99 | 臺北
101 | 927 | 68.41 | 臺北
101 | 215 | 41.59 | 夜市 | 95 | 54.91 |
| | | 夜市 | 1248 | 34.67 | 故宮博
物院 | 181 | 25.31 | 故宮博
物院 | 671 | 49.52 | 夜市 | 209 | 40.43 | 臺北
101 | 68 | 39.31 |
| | | 故宮博
物院 | 1068 | 29.67 | 夜市 | 121 | 16.92 | 夜市 | 561 | 41.40 | 西門町 | 148 | 28.63 | 西門町 | 54 | 31.21 |
| | | 中正紀
念堂 | 705 | 19.58 | 中正紀
念堂 | 56 | 7.83 | 中正紀
念堂 | 439 | 32.40 | 故宮博
物院 | 86 | 16.63 | 中正紀
念堂 | 20 | 11.56 |
| | | 國父紀
念館 | 511 | 14.19 | 龍山寺 | 50 | 6.99 | 國父紀
念館 | 409 | 30.18 | 中正紀
念堂 | 65 | 12.57 | 故宮博
物院 | 13 | 7.51 |
| | | 西門町 | 495 | 13.75 | 忠烈祠 | 40 | 5.59 | 西門町 | 159 | 11.73 | 陽明山 | 53 | 10.25 | 木柵動
物園 | 12 | 6.94 |
| | | 陽明山 | 185 | 5.14 | 西門町 | 29 | 4.06 | 士林官
邸 | 121 | 8.93 | 國父紀
念館 | 48 | 9.28 | 五分埔
成衣市
場 | 12 | 6.94 |
| | | 龍山寺 | 163 | 4.53 | 行天宮 | 23 | 3.22 | 信義計
畫區商
圈 | 101 | 7.45 | 北投 | 41 | 7.93 | 陽明山 | 8 | 4.62 |
| | | 信義計
畫區商
圈 | 156 | 4.33 | 臺北車
站及商
圈 | 22 | 3.08 | 陽明山 | 88 | 6.49 | 木柵貓
空 | 29 | 5.61 | 北投 | 8 | 4.62 |
| | | 士林官
邸 | 153 | 4.25 | 木柵貓
空 | 16 | 2.24 | 總統府 | 81 | 5.98 | 木柵動
物園 | 24 | 4.64 | 國父紀
念館 | 8 | 4.62 |

註：1 本題「曾經遊覽觀光景點」最多填寫 15 個印象較深刻的景點。

2 相對人次單位為每百人次有幾人。

附表 11 103 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 | 韓國 | | | 馬來西亞 | | | 美國 | | | 歐洲 | | | 紐澳 | | | |
|----------|---------------------------------|-----------------|----------|----------|-----------------|----------|----------|-----------------|----------|----------|-----------------|----------|----------|-----------------|----------|-------|
| | 遊覽
景點 | 人
次 | 相對
人次 | 遊覽
景點 | 人
次 | 相對
人次 | 遊覽
景點 | 人
次 | 相對
人次 | 遊覽
景點 | 人
次 | 相對
人次 | 遊覽
景點 | 人
次 | 相對
人次 | |
| 遊覽
景點 | 前
十
名
遊
覽
景
點 | 臺北
101 | 44 | 31.43 | 臺北
101 | 87 | 50.58 | 臺北
101 | 115 | 56.37 | 臺北
101 | 71 | 58.20 | 臺北
101 | 28 | 56.00 |
| | | 故宮博
物院 | 43 | 30.71 | 夜市 | 85 | 49.42 | 夜市 | 58 | 28.43 | 夜市 | 41 | 33.61 | 夜市 | 9 | 18.00 |
| | | 夜市 | 36 | 25.71 | 西門町 | 62 | 36.05 | 故宮博
物院 | 25 | 12.25 | 龍山寺 | 15 | 12.30 | 故宮博
物院 | 7 | 14.00 |
| | | 中正紀
念堂 | 35 | 25.00 | 中正紀
念堂 | 36 | 20.93 | 中正紀
念堂 | 24 | 11.76 | 西門町 | 11 | 9.02 | 中正紀
念堂 | 6 | 12.00 |
| | | 西門町 | 18 | 12.86 | 故宮博
物院 | 18 | 10.47 | 龍山寺 | 14 | 6.86 | 木柵貓
空 | 10 | 8.20 | 龍山寺 | 5 | 10.00 |
| | | 龍山寺 | 14 | 10.00 | 國父紀
念館 | 15 | 8.72 | 木柵動
物園 | 13 | 6.37 | 故宮博
物院 | 8 | 6.56 | 木柵貓
空 | 5 | 10.00 |
| | | 忠烈祠 | 8 | 5.71 | 木柵貓
空 | 10 | 5.81 | 陽明山 | 8 | 3.92 | 木柵動
物園 | 8 | 6.56 | 木柵動
物園 | 5 | 10.00 |
| | | 國父紀
念館 | 6 | 4.29 | 木柵動
物園 | 10 | 5.81 | 木柵貓
空 | 7 | 3.43 | 中正紀
念堂 | 7 | 5.74 | 西門町 | 4 | 8.00 |
| | | 信義計
畫區商
圈 | 2 | 1.43 | 五分埔
成衣市
場 | 10 | 5.81 | 國立歷
史博物
館 | 7 | 3.43 | 信義計
畫區商
圈 | 6 | 4.92 | 信義計
畫區商
圈 | 3 | 6.00 |
| | | 臺北東
區 | 2 | 1.43 | 忠烈祠 | 9 | 5.23 | 國父紀
念館 | 6 | 2.94 | 陽明山 | 5 | 4.10 | 國父紀
念館 | 3 | 6.00 |

註：1 本題「曾經遊覽觀光景點」最多填寫 15 個印象較深刻的景點。

2 相對人次單位為每百人次有幾人。

附表 12 103 年到訪臺北市受訪旅客遊覽觀光景點之排名 – 按性別分

| 性別 | 全體 | | | 男性 | | | 女性 | | |
|-----------------|-------------|------|-------|--------|-----|-------|-------------|-----|-------|
| | 遊覽景點 | 人次 | 相對人次 | 遊覽景點 | 人次 | 相對人次 | 遊覽景點 | 人次 | 相對人次 |
| 遊覽景點
前十名遊覽景點 | 臺北 101 | 1883 | 52.31 | 臺北 101 | 943 | 51.59 | 臺北 101 | 940 | 53.05 |
| | 夜市 | 1248 | 34.67 | 夜市 | 576 | 31.51 | 夜市 | 672 | 37.92 |
| | 故宮博物院 | 1068 | 29.67 | 故宮博物院 | 503 | 27.52 | 故宮博物院 | 565 | 31.88 |
| | 中正紀念堂 | 705 | 19.58 | 中正紀念堂 | 331 | 18.11 | 中正紀念堂 | 374 | 21.11 |
| | 國父紀念館 | 511 | 14.19 | 國父紀念館 | 225 | 12.31 | 西門町 | 291 | 16.42 |
| | 西門町 | 495 | 13.75 | 西門町 | 204 | 11.16 | 國父紀念館 | 286 | 16.14 |
| | 陽明山 | 185 | 5.14 | 陽明山 | 98 | 5.36 | 信義計畫區商
圈 | 93 | 5.25 |
| | 龍山寺 | 163 | 4.53 | 龍山寺 | 89 | 4.87 | 士林官邸 | 89 | 5.02 |
| | 信義計畫區
商圈 | 156 | 4.33 | 木柵貓空 | 80 | 4.38 | 陽明山 | 87 | 4.91 |
| | 士林官邸 | 153 | 4.25 | 北投 | 77 | 4.21 | 龍山寺 | 74 | 4.18 |

註：1 本題「曾經遊覽觀光景點」最多填寫 15 個印象較深刻的景點。

2 相對人次單位為每百人次有幾人。

附表 13 103 年到訪臺北市受訪旅客最喜歡景點之排名-按主要市場分(後續)

| 市場別 | 全體 | | | 日本 | | |
|----------|---------|--------------------|--------|--------|--------------------|--------|
| | 最喜歡景點 | 到訪相對人次
(人次/百人次) | 喜歡比率 | 最喜歡景點 | 到訪相對人次
(人次/百人次) | 喜歡比率 |
| 前十名最喜歡景點 | 故宮博物院 | 29.67 | 30.62% | 故宮博物院 | 25.31 | 41.44% |
| | 臺北 101 | 52.31 | 25.86% | 龍山寺 | 6.99 | 34.00% |
| | 西門町 | 13.75 | 20.20% | 夜市 | 16.92 | 33.06% |
| | 夜市 | 34.67 | 17.15% | 臺北 101 | 33.99 | 32.10% |
| | 中正紀念堂 | 19.58 | 11.06% | 中正紀念堂 | 7.83 | 23.21% |
| | 國父紀念館 | 14.19 | 7.44% | | | |
| | | | | | | |
| 市場別 | 大陸 | | | 香港澳門 | | |
| | 最喜歡景點 | 到訪相對人次
(人次/百人次) | 喜歡比率 | 最喜歡景點 | 到訪相對人次
(人次/百人次) | 喜歡比率 |
| 前十名最喜歡景點 | 故宮博物院 | 49.52 | 29.06% | 陽明山 | 10.25 | 43.40% |
| | 臺北 101 | 68.41 | 23.62% | 北投 | 7.93 | 36.59% |
| | 信義計畫區商圈 | 7.45 | 14.85% | 故宮博物院 | 16.63 | 24.42% |
| | 西門町 | 11.73 | 13.84% | 西門町 | 28.63 | 19.59% |
| | 士林官邸 | 8.93 | 10.74% | 夜市 | 40.43 | 19.14% |
| | 夜市 | 41.40 | 8.73% | 臺北 101 | 41.59 | 15.81% |
| | 中正紀念堂 | 32.40 | 7.74% | 中正紀念堂 | 12.57 | 10.77% |
| | 國父紀念館 | 30.18 | 6.60% | 國父紀念館 | 9.28 | 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 排序以景點到訪相對人次達 7%以上

附表 13 103 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 | 新加坡 | | | 韓國 | | |
|----------|--------|------------------------|--------|--------|------------------------|--------|
| | 最喜歡景點 | 到訪相對人次
(人次/百人
次) | 喜歡比率 | 最喜歡景點 | 到訪相對人次
(人次/百人
次) | 喜歡比率 |
| 前十名最喜歡景點 | 夜市 | 54.91 | 33.68% | 故宮博物院 | 30.71 | 34.88% |
| | 西門町 | 31.21 | 33.33% | 臺北 101 | 31.43 | 34.09% |
| | 臺北 101 | 39.31 | 29.41% | 中正紀念堂 | 25.00 | 17.14% |
| | 故宮博物院 | 7.51 | 7.69% | 西門町 | 12.86 | 11.11% |
| | 中正紀念堂 | 11.56 | 5.00% | 龍山寺 | 10.00 | 7.14% |
| 市場別 | 馬來西亞 | | | 美國 | | |
| | 最喜歡景點 | 到訪相對人次
(人次/百人
次) | 喜歡比率 | 最喜歡景點 | 到訪相對人次
(人次/百人
次) | 喜歡比率 |
| 前十名最喜歡景點 | 西門町 | 36.05 | 24.19% | 故宮博物院 | 12.25 | 40.00% |
| | 夜市 | 49.42 | 22.35% | 臺北 101 | 56.37 | 34.78% |
| | 臺北 101 | 50.58 | 18.39% | 中正紀念堂 | 11.76 | 16.67% |
| | 中正紀念堂 | 20.93 | 13.89% | 夜市 | 28.43 | 15.52% |
| | 國父紀念館 | 8.72 | 6.67% | | | |

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 排序以景點到訪相對人次達 7%以上

附表 13 103 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 | 到訪相對人次(人次/百人次) | 喜歡比率 | 最喜歡景點 | 到訪相對人次(人次/百人次) | 喜歡比率 |
| 前十名最喜歡景點 | 木柵貓空 | 8.20 | 50.00% | 中正紀念堂 | 12.00 | 50.00% |
| | 龍山寺 | 12.30 | 40.00% | 西門町 | 8.00 | 50.00% |
| | 臺北 101 | 58.20 | 35.21% | 夜市 | 18.00 | 44.44% |
| | 夜市 | 33.61 | 26.83% | 故宮博物院 | 14.00 | 42.86% |
| | 西門町 | 9.02 | 9.09% | 臺北 101 | 56.00 | 25.00% |
| | | | | 木柵貓空 | 10.00 | 20.00% |

註：1 喜歡比率 = (最喜歡該景點人數 / 曾遊覽過該景點人數) x 100%

2 排序以景點到訪相對人次達 7% 以上

附表 14 103 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 | 到訪相對人次(人次/百人次) | 喜歡比率 | 最喜歡景點 | 到訪相對人次(人次/百人次) | 喜歡比率 | 最喜歡景點 | 到訪相對人次(人次/百人次) | 喜歡比率 |
| 前十名最喜歡景點 | 故宮博物院 | 29.67 | 30.62% | 故宮博物院 | 27.52 | 30.82% | 故宮博物院 | 31.88 | 30.44% |
| | 臺北 101 | 52.31 | 25.86% | 臺北 101 | 51.59 | 27.57% | 臺北 101 | 53.05 | 24.15% |
| | 西門町 | 13.75 | 20.20% | 西門町 | 11.16 | 19.61% | 西門町 | 16.42 | 20.62% |
| | 夜市 | 34.67 | 17.15% | 夜市 | 31.51 | 18.58% | 夜市 | 37.92 | 15.63% |
| | 中正紀念堂 | 19.58 | 11.06% | 中正紀念堂 | 18.11 | 14.20% | 中正紀念堂 | 21.11 | 8.29% |
| | 國父紀念館 | 14.19 | 7.44% | 國父紀念館 | 12.31 | 8.44% | 國父紀念館 | 16.14 | 6.64% |
| | | | | | | | | | |

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 排序以景點到訪相對人次達 7%以上

附表 15 103 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 | | | 觀光團體 | | | 自由行 | | |
|----------|-------|----------------|--------|-------|----------------|--------|-------|----------------|--------|
| | 最喜歡景點 | 到訪相對人次(人次/百人次) | 喜歡比率 | 最喜歡景點 | 到訪相對人次(人次/百人次) | 喜歡比率 | 最喜歡景點 | 到訪相對人次(人次/百人次) | 喜歡比率 |
| 前十名最喜歡景點 | 故宮博物院 | 29.67 | 30.62% | 故宮博物院 | 44.24 | 32.32% | 陽明山 | 6.65 | 35.37% |
| | 臺北101 | 52.31 | 25.86% | 臺北101 | 60.79 | 25.30% | 故宮博物院 | 23.31 | 29.22% |
| | 西門町 | 13.75 | 20.20% | 西門町 | 8.09 | 22.22% | 臺北101 | 48.80 | 26.08% |
| | 夜市 | 34.67 | 17.15% | 士林官邸 | 7.82 | 14.94% | 夜市 | 35.91 | 19.86% |
| | 中正紀念堂 | 19.58 | 11.06% | 中正紀念堂 | 27.34 | 10.86% | 西門町 | 16.42 | 19.75% |
| | 國父紀念館 | 14.19 | 7.44% | 夜市 | 32.10 | 9.80% | 中正紀念堂 | 16.21 | 11.25% |
| | | | | 國父紀念館 | 24.64 | 5.84% | 國父紀念館 | 9.61 | 9.28% |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |

註：1 喜歡比例 = (最喜歡該景點人數 / 曾遊覽過該景點人數) x 100%

2 排序以景點到訪相對次數達 7% 以上

附表 16 103 年到訪臺北市受訪旅客最喜歡景點之排名-按年齡分

| 年齡別 | 全體 | | | 12-19 歲 | | | 20-29 歲 | | |
|----------|---------|----------------|--------|---------|----------------|--------|---------|----------------|--------|
| | 最喜歡景點 | 到訪相對人次(人次/百人次) | 喜歡比率 | 最喜歡景點 | 到訪相對人次(人次/百人次) | 喜歡比率 | 最喜歡景點 | 到訪相對人次(人次/百人次) | 喜歡比率 |
| 前十名最喜歡景點 | 故宮博物院 | 29.67 | 30.62% | 西門町 | 23.36 | 37.50% | 故宮博物院 | 25.21 | 30.23% |
| | 臺北 101 | 52.31 | 25.86% | 夜市 | 34.31 | 34.04% | 臺北 101 | 50.29 | 27.97% |
| | 西門町 | 13.75 | 20.20% | 臺北 101 | 54.01 | 29.73% | 夜市 | 39.74 | 24.19% |
| | 夜市 | 34.67 | 17.15% | 故宮博物院 | 18.98 | 23.08% | 西門町 | 22.27 | 22.63% |
| | 中正紀念堂 | 19.58 | 11.06% | 中正紀念堂 | 21.90 | 20.00% | 國父紀念館 | 12.08 | 9.71% |
| | 國父紀念館 | 14.19 | 7.44% | | | | 中正紀念堂 | 17.23 | 7.48% |
| 年齡別 | 30-39 歲 | | | 40-49 歲 | | | 50-59 歲 | | |
| | 最喜歡景點 | 到訪相對次數 | 喜歡比率 | 最喜歡景點 | 到訪相對次數 | 喜歡比率 | 最喜歡景點 | 到訪相對次數 | 喜歡比率 |
| 前十名最喜歡景點 | 故宮博物院 | 25.78 | 36.11% | 故宮博物院 | 28.17 | 29.12% | 臺北 101 | 54.29 | 24.92% |
| | 臺北 101 | 51.55 | 25.00% | 臺北 101 | 52.01 | 27.08% | 故宮博物院 | 33.00 | 22.50% |
| | 夜市 | 32.94 | 19.57% | 西門町 | 9.91 | 15.63% | 中正紀念堂 | 22.11 | 15.67% |
| | 西門町 | 14.08 | 18.64% | 夜市 | 31.73 | 15.12% | 西門町 | 9.74 | 13.56% |
| | 中正紀念堂 | 17.54 | 11.56% | 中正紀念堂 | 17.49 | 9.73% | 夜市 | 33.66 | 10.78% |
| | 國父紀念館 | 12.89 | 7.41% | 國父紀念館 | 11.92 | 7.79% | 國父紀念館 | 15.68 | 8.42% |
| 年齡別 | 60-65 歲 | | | 66-69 歲 | | | 70 歲級以上 | | |
| | 最喜歡景點 | 到訪相對次數 | 喜歡比率 | 最喜歡景點 | 到訪相對次數 | 喜歡比率 | 最喜歡景點 | 到訪相對次數 | 喜歡比率 |
| 前十名最喜歡景點 | 故宮博物院 | 46.56 | 32.89% | 故宮博物院 | 34.51 | 46.15% | 故宮博物院 | 48.78 | 30.00% |
| | 臺北 101 | 55.31 | 22.03% | 臺北 101 | 55.75 | 26.98% | 臺北 101 | 50.00 | 17.07% |
| | 西門町 | 7.50 | 20.83% | 中正紀念堂 | 23.01 | 19.23% | 陽明山 | 8.54 | 14.29% |
| | 中正紀念堂 | 26.25 | 7.14% | 龍山寺 | 7.08 | 12.50% | 國父紀念館 | 26.83 | 9.09% |
| | 國父紀念館 | 23.13 | 5.41% | 夜市 | 24.78 | 7.14% | 夜市 | 34.15 | 7.14% |
| | 夜市 | 37.50 | 4.17% | 國父紀念館 | 15.04 | 0.00% | 中正紀念堂 | 28.05 | 4.35% |

註：1 喜歡比例 = (最喜歡該景點人數 / 曾遊覽過該景點人數) x 100%

2 排序以景點到訪相對次數達 7% 以上

附表 17 103 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 | 699 | 189.56 | 28.08 | 22.54 | 12.38 | 22.93 | 7.42 | 96.21 |
| | | 100.00% | 14.81% | 11.89% | 6.53% | 12.10% | 3.91% | 50.75% |
| 大 陸 | 1280 | 366.81 | 37.54 | 31.89 | 13.79 | 7.89 | 11.36 | 264.34 |
| | | 100.00% | 10.23% | 8.69% | 3.76% | 2.15% | 3.10% | 72.07% |
| 香港澳門 | 507 | 248.63 | 57.42 | 49.78 | 20.22 | 24.67 | 11.23 | 85.31 |
| | | 100.00% | 23.09% | 20.02% | 8.13% | 9.92% | 4.52% | 34.31% |
| 新 加 坡 | 168 | 197.39 | 40.38 | 28.91 | 12.12 | 4.73 | 7.41 | 103.83 |
| | | 100.00% | 20.46% | 14.65% | 6.14% | 2.40% | 3.76% | 52.60% |
| 韓 國 | 135 | 181.76 | 59.73 | 63.88 | 10.33 | 6.58 | 8.29 | 32.95 |
| | | 100.00% | 32.86% | 35.14% | 5.69% | 3.62% | 4.56% | 18.13% |
| 馬來西亞 | 167 | 213.79 | 56.90 | 31.31 | 17.24 | 8.30 | 5.78 | 94.26 |
| | | 100.00% | 26.62% | 14.64% | 8.07% | 3.88% | 2.70% | 44.09% |
| 美 國 | 91 | 233.12 | 85.08 | 36.78 | 22.73 | 9.81 | 8.98 | 69.74 |
| | | 100.00% | 36.50% | 15.78% | 9.75% | 4.21% | 3.85% | 29.91% |
| 歐 洲 | 192 | 195.81 | 96.24 | 31.74 | 16.21 | 12.93 | 7.74 | 30.95 |
| | | 100.00% | 49.15% | 16.21% | 8.28% | 6.60% | 3.95% | 15.80% |
| 紐 澳 | 31 | 184.28 | 61.38 | 25.27 | 11.33 | 5.57 | 4.65 | 76.09 |
| | | 100.00% | 33.31% | 13.71% | 6.15% | 3.02% | 2.52% | 41.29% |

註：1 選取 96%之受訪者共 3456 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 18 103 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 | 2492 | 287.84 | 41.08 | 34.49 | 14.21 | 14.20 | 9.54 | 174.32 |
| | | 100.00% | 14.27% | 11.98% | 4.94% | 4.93% | 3.32% | 60.56% |
| 業務 | 505 | 227.19 | 88.16 | 38.94 | 18.87 | 13.96 | 6.69 | 60.58 |
| | | 100.00% | 38.80% | 17.14% | 8.31% | 6.14% | 2.94% | 26.66% |
| 國際會議或展覽 | 66 | 210.91 | 72.68 | 29.85 | 14.25 | 5.25 | 8.42 | 80.46 |
| | | 100.00% | 34.46% | 14.15% | 6.76% | 2.49% | 3.99% | 38.15% |
| 探親或訪友 | 205 | 162.11 | 28.97 | 26.45 | 11.60 | 6.40 | 9.80 | 78.90 |
| | | 100.00% | 17.87% | 16.31% | 7.16% | 3.95% | 6.04% | 48.67% |
| 求學 | 106 | 271.51 | 66.62 | 43.01 | 22.85 | 33.32 | 22.31 | 83.41 |
| | | 100.00% | 24.54% | 15.84% | 8.42% | 12.27% | 8.22% | 30.72% |
| 醫療 | 11 | 346.32 | 36.41 | 34.25 | 2.11 | 4.33 | 6.92 | 262.31 |
| | | 100.00% | 10.51% | 9.89% | 0.61% | 1.25% | 2.00% | 75.74% |
| 其他 | 71 | 131.86 | 31.92 | 26.73 | 15.44 | 10.49 | 4.03 | 43.25 |
| | | 100.00% | 24.21% | 20.27% | 11.71% | 7.95% | 3.06% | 32.80% |

註：選取 96% 之受訪者共 3456 人進行消費金額推估(刪除 4% 之極端值)

附表 19 103 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 | 508 | 524.34 | 72.71 | 49.16 | 27.08 | 22.63 | 15.69 | 337.07 |
| | | 100.00% | 13.87% | 9.38% | 5.16% | 4.32% | 2.99% | 64.28% |
| 2 天 | 616 | 346.71 | 58.69 | 51.45 | 20.83 | 25.97 | 8.08 | 181.69 |
| | | 100.00% | 16.93% | 14.84% | 6.01% | 7.49% | 2.33% | 52.41% |
| 3 天 | 723 | 239.73 | 53.66 | 40.73 | 14.02 | 12.80 | 9.29 | 109.23 |
| | | 100.00% | 22.38% | 16.99% | 5.85% | 5.34% | 3.87% | 45.56% |
| 4 天 | 466 | 210.04 | 42.52 | 25.50 | 14.51 | 10.15 | 7.58 | 109.78 |
| | | 100.00% | 20.24% | 12.14% | 6.91% | 4.83% | 3.61% | 52.27% |
| 5 天 | 224 | 200.34 | 59.16 | 35.49 | 13.14 | 9.64 | 5.93 | 76.99 |
| | | 100.00% | 29.53% | 17.71% | 6.56% | 4.81% | 2.96% | 38.43% |
| 6 天 | 249 | 172.94 | 38.85 | 21.07 | 8.01 | 4.67 | 16.69 | 83.65 |
| | | 100.00% | 22.46% | 12.18% | 4.63% | 2.70% | 9.65% | 48.37% |
| 7 天 | 320 | 159.99 | 23.60 | 11.12 | 5.22 | 3.73 | 5.58 | 110.75 |
| | | 100.00% | 14.75% | 6.95% | 3.26% | 2.33% | 3.49% | 69.22% |
| 8-15 天 | 234 | 99.88 | 30.10 | 16.50 | 6.93 | 5.33 | 3.50 | 37.52 |
| | | 100.00% | 30.14% | 16.52% | 6.94% | 5.34% | 3.50% | 37.57% |
| 16-90 天 | 116 | 64.54 | 17.11 | 9.57 | 4.29 | 5.55 | 6.33 | 21.70 |
| | | 100.00% | 26.51% | 14.84% | 6.65% | 8.59% | 9.80% | 33.62% |

註：選取 96% 之受訪者共 3456 人進行消費金額推估(刪除 4% 之極端值)

附表 20 103 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 | 204 | 254.55 | 69.22 | 34.34 | 14.98 | 23.16 | 10.90 | 101.95 |
| | | 100.00% | 27.19% | 13.49% | 5.88% | 9.10% | 4.28% | 40.05% |
| 2 月 | 233 | 235.25 | 45.20 | 32.62 | 13.33 | 17.50 | 11.75 | 114.85 |
| | | 100.00% | 19.21% | 13.87% | 5.66% | 7.44% | 5.00% | 48.82% |
| 3 月 | 313 | 198.63 | 61.31 | 33.43 | 11.51 | 8.45 | 5.71 | 78.21 |
| | | 100.00% | 30.87% | 16.83% | 5.79% | 4.26% | 2.88% | 39.38% |
| 4 月 | 323 | 238.35 | 68.55 | 46.46 | 17.01 | 8.26 | 8.60 | 89.48 |
| | | 100.00% | 28.76% | 19.49% | 7.14% | 3.46% | 3.61% | 37.54% |
| 5 月 | 285 | 249.37 | 46.25 | 43.60 | 22.57 | 7.60 | 9.55 | 119.79 |
| | | 100.00% | 18.55% | 17.48% | 9.05% | 3.05% | 3.83% | 48.04% |
| 6 月 | 292 | 226.05 | 50.01 | 25.75 | 12.05 | 16.10 | 9.26 | 112.87 |
| | | 100.00% | 22.12% | 11.39% | 5.33% | 7.12% | 4.09% | 49.93% |
| 7 月 | 292 | 315.11 | 69.02 | 40.10 | 15.92 | 20.89 | 25.90 | 143.28 |
| | | 100.00% | 21.90% | 12.73% | 5.05% | 6.63% | 8.22% | 45.47% |
| 8 月 | 289 | 215.93 | 46.20 | 27.87 | 12.62 | 9.50 | 7.14 | 112.59 |
| | | 100.00% | 21.40% | 12.91% | 5.84% | 4.40% | 3.31% | 52.14% |
| 9 月 | 267 | 251.66 | 43.17 | 34.22 | 18.62 | 13.88 | 4.75 | 137.02 |
| | | 100.00% | 17.16% | 13.60% | 7.40% | 5.51% | 1.89% | 54.44% |
| 10 月 | 298 | 259.70 | 45.02 | 25.39 | 12.87 | 17.20 | 3.78 | 155.43 |
| | | 100.00% | 17.34% | 9.78% | 4.95% | 6.62% | 1.46% | 59.85% |
| 11 月 | 323 | 363.61 | 52.41 | 44.41 | 18.16 | 21.93 | 18.09 | 208.61 |
| | | 100.00% | 14.41% | 12.21% | 4.99% | 6.03% | 4.98% | 57.37% |
| 12 月 | 337 | 361.18 | 79.91 | 41.15 | 19.26 | 25.73 | 14.79 | 180.34 |
| | | 100.00% | 22.12% | 11.39% | 5.33% | 7.12% | 4.09% | 49.93% |

註：選取 96% 之受訪者共 3456 人進行消費金額推估(刪除 4% 之極端值)

附表 21 103 年受訪旅客在臺北市平均每人每日之消費金額 – 按調查地點分

單位：美元

| 金額
列百分比 | 總人數 | 總計 | 在臺北市消費項目 | | | | | |
|--------------|------|---------|------------|------------|--------------|-------|-------|--------|
| | | | 旅館內
支出費 | 旅館外
餐飲費 | 在臺北市
內交通費 | 娛樂費 | 雜費 | 購物費 |
| 臺灣桃園
國際機場 | 2820 | 257.12 | 50.74 | 34.56 | 14.90 | 14.90 | 8.13 | 133.89 |
| | | 100.00% | 19.73% | 13.44% | 5.79% | 5.79% | 3.16% | 52.07% |
| 高雄
國際機場 | 291 | 392.51 | 48.68 | 45.94 | 14.72 | 8.85 | 22.15 | 252.16 |
| | | 100.00% | 12.40% | 11.71% | 3.75% | 2.26% | 5.64% | 64.24% |
| 臺北
松山機場 | 345 | 237.19 | 44.59 | 30.08 | 18.53 | 10.36 | 9.26 | 124.37 |
| | | 100.00% | 18.80% | 12.68% | 7.81% | 4.37% | 3.90% | 52.44% |

註：選取 96% 的受訪者共 3456 人進行消費金額推估(刪除 4% 之極端值)

附表 22 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 | 129 | 219.48 | 53.93 | 28.77 | 10.22 | 10.15 | 10.22 | 106.19 |
| | | 100.00% | 24.57% | 13.11% | 4.65% | 4.63% | 4.66% | 48.38% |
| 20-29 歲 | 820 | 219.48 | 40.62 | 28.16 | 14.55 | 9.41 | 6.91 | 119.82 |
| | | 100.00% | 18.51% | 12.83% | 6.63% | 4.29% | 3.15% | 54.60% |
| 30-39 歲 | 806 | 292.48 | 64.36 | 44.97 | 14.79 | 20.40 | 12.72 | 135.23 |
| | | 100.00% | 22.01% | 15.38% | 5.06% | 6.98% | 4.35% | 46.24% |
| 40-49 歲 | 619 | 272.79 | 54.04 | 37.72 | 17.96 | 14.50 | 11.76 | 136.81 |
| | | 100.00% | 19.81% | 13.83% | 6.59% | 5.32% | 4.31% | 50.15% |
| 50-59 歲 | 585 | 293.67 | 49.61 | 37.35 | 14.65 | 15.07 | 5.96 | 171.03 |
| | | 100.00% | 16.89% | 12.72% | 4.99% | 5.13% | 2.03% | 58.24% |
| 60-65 歲 | 303 | 291.65 | 32.49 | 25.55 | 14.49 | 10.22 | 8.63 | 200.27 |
| | | 100.00% | 11.14% | 8.76% | 4.97% | 3.50% | 2.96% | 68.67% |
| 66-69 歲 | 110 | 249.87 | 60.76 | 26.33 | 20.69 | 11.55 | 13.74 | 116.80 |
| | | 100.00% | 24.32% | 10.54% | 8.28% | 4.62% | 5.50% | 46.74% |
| 70 歲及以上 | 80 | 265.45 | 18.50 | 18.74 | 10.06 | 3.46 | 1.73 | 212.96 |
| | | 100.00% | 6.97% | 7.06% | 3.79% | 1.30% | 0.65% | 80.22% |

註：1 選取 96% 之受訪者共 3456 人進行消費金額推估(刪除 4% 之極端值)

2 年齡未回答者有 4 份

附表 23 103 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 | 583 | 272.70 | 39.78 | 25.66 | 15.17 | 10.90 | 9.47 | 171.73 |
| | | 100.00% | 14.59% | 9.41% | 5.56% | 4.00% | 3.47% | 62.97% |
| 10,000-19,999
美元 | 487 | 324.92 | 43.31 | 34.56 | 13.82 | 10.53 | 6.63 | 216.08 |
| | | 100.00% | 13.33% | 10.64% | 4.25% | 3.24% | 2.04% | 66.50% |
| 20,000-29,999
美元 | 346 | 246.64 | 42.75 | 38.13 | 16.61 | 8.20 | 5.19 | 135.75 |
| | | 100.00% | 17.33% | 15.46% | 6.74% | 3.32% | 2.10% | 55.04% |
| 30,000-39,999
美元 | 243 | 226.21 | 37.22 | 34.89 | 14.31 | 9.69 | 7.27 | 122.82 |
| | | 100.00% | 16.46% | 15.42% | 6.33% | 4.28% | 3.21% | 54.30% |
| 40,000-49,999
美元 | 219 | 215.94 | 47.55 | 25.95 | 12.62 | 7.24 | 4.29 | 118.30 |
| | | 100.00% | 22.02% | 12.02% | 5.84% | 3.35% | 1.99% | 54.78% |
| 50,000-59,999
美元 | 170 | 271.44 | 58.35 | 33.35 | 16.28 | 16.48 | 8.66 | 138.32 |
| | | 100.00% | 21.50% | 12.29% | 6.00% | 6.07% | 3.19% | 50.96% |
| 60,000-69,999
美元 | 133 | 209.32 | 40.87 | 35.18 | 23.12 | 10.00 | 29.87 | 70.29 |
| | | 100.00% | 19.53% | 16.81% | 11.04% | 4.78% | 14.27% | 33.58% |
| 70,000-79,999
美元 | 135 | 239.17 | 40.37 | 56.26 | 13.73 | 27.55 | 16.67 | 84.58 |
| | | 100.00% | 16.88% | 23.52% | 5.74% | 11.52% | 6.97% | 35.36% |
| 80,000-89,999
美元 | 88 | 179.11 | 49.58 | 27.75 | 11.08 | 12.36 | 5.71 | 72.63 |
| | | 100.00% | 27.68% | 15.49% | 6.18% | 6.90% | 3.19% | 40.55% |
| 90,000-99,999
美元 | 73 | 289.85 | 108.33 | 53.40 | 17.86 | 26.08 | 5.11 | 79.08 |
| | | 100.00% | 37.37% | 18.42% | 6.16% | 9.00% | 1.76% | 27.28% |
| 100,000 美元及
以上 | 311 | 284.64 | 104.88 | 46.11 | 18.64 | 28.71 | 13.12 | 73.17 |
| | | 100.00% | 36.85% | 16.20% | 6.55% | 10.09% | 4.61% | 25.71% |
| 無固定收入 | 612 | 279.68 | 37.11 | 29.89 | 12.96 | 14.60 | 9.93 | 175.19 |
| | | 100.00% | 13.27% | 10.69% | 4.64% | 5.22% | 3.55% | 62.64% |

註：1 選取 96%之受訪者共 3456 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 56 人

附表 24 103 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 | 1759 | 265.51 | 56.17 | 40.86 | 16.72 | 18.54 | 8.70 | 124.52 |
| | | 100.00% | 21.16% | 15.39% | 6.30% | 6.98% | 3.28% | 46.90% |
| 女 性 | 1697 | 267.59 | 43.12 | 28.63 | 13.59 | 8.87 | 10.16 | 163.21 |
| | | 100.00% | 16.12% | 10.70% | 5.08% | 3.32% | 3.80% | 60.99% |

註：選取 96%之受訪者共 3456 人進行消費金額推估(刪除 4%之極端值)

附表 25 103 年到訪臺北市受訪旅客對臺北市印象最深刻之項目 - 按主要市場分(後續)

| 全體 | | | 日本 | | |
|---------|------|-------|---------|-----|-------|
| 項目 | 人次 | 相對人次 | 項目 | 人次 | 相對人次 |
| 逛夜市 | 1963 | 54.53 | 美味菜餚 | 394 | 55.10 |
| 美味菜餚 | 1937 | 53.81 | 逛夜市 | 278 | 38.88 |
| 水果 | 1501 | 41.69 | 人情味濃厚 | 258 | 36.08 |
| 人情味濃厚 | 1324 | 36.78 | 水果 | 198 | 27.69 |
| 歷史古蹟 | 992 | 27.56 | 歷史古蹟 | 172 | 24.06 |
| 捷運 | 898 | 24.94 | 寺廟參訪 | 131 | 18.32 |
| 街道乾淨 | 890 | 24.72 | 排隊守秩序 | 110 | 15.38 |
| 便利商店 | 814 | 22.61 | 都會不夜城 | 104 | 14.55 |
| 排隊守秩序 | 781 | 21.69 | 捷運 | 91 | 12.73 |
| 地方特產 | 656 | 18.22 | 街道乾淨 | 73 | 10.21 |
| 泡溫泉 | 533 | 14.81 | 地方特產 | 62 | 8.67 |
| 寺廟參訪 | 505 | 14.03 | 便利商店 | 56 | 7.83 |
| 都會不夜城 | 374 | 10.39 | 景點 | 54 | 7.55 |
| 24 小時書店 | 319 | 8.86 | 原住民文化 | 45 | 6.29 |
| 原住民文化 | 277 | 7.69 | 泡溫泉 | 25 | 3.50 |
| 單車賞景 | 153 | 4.25 | 美容醫療 | 23 | 3.22 |
| 大陸 | | | 香港澳門 | | |
| 項目 | 人次 | 相對人次 | 項目 | 人次 | 相對人次 |
| 水果 | 816 | 60.22 | 美味菜餚 | 317 | 61.32 |
| 逛夜市 | 790 | 58.30 | 逛夜市 | 307 | 59.38 |
| 美味菜餚 | 736 | 54.32 | 人情味濃厚 | 204 | 39.46 |
| 歷史古蹟 | 517 | 38.15 | 水果 | 182 | 35.20 |
| 人情味濃厚 | 498 | 36.75 | 捷運 | 162 | 31.33 |
| 街道乾淨 | 418 | 30.85 | 街道乾淨 | 151 | 29.21 |
| 便利商店 | 375 | 27.68 | 排隊守秩序 | 137 | 26.50 |
| 排隊守秩序 | 367 | 27.08 | 地方特產 | 131 | 25.34 |
| 地方特產 | 295 | 21.77 | 便利商店 | 126 | 24.37 |
| 捷運 | 283 | 20.89 | 泡溫泉 | 100 | 19.34 |
| 泡溫泉 | 243 | 17.93 | 歷史古蹟 | 95 | 18.38 |
| 24 小時書店 | 178 | 13.14 | 24 小時書店 | 64 | 12.38 |
| 寺廟參訪 | 139 | 10.26 | 寺廟參訪 | 42 | 8.12 |
| 原住民文化 | 135 | 9.96 | 原住民文化 | 39 | 7.54 |
| 都會不夜城 | 71 | 5.24 | 都會不夜城 | 38 | 7.35 |
| 單車賞景 | 62 | 4.58 | 其他 | 23 | 4.45 |

註: 1 本題「受訪旅客對臺北市最印象深刻」為複選。

2 相對人次單位：人次/百人次。

附表 25 103 年到訪臺北市受訪旅客對臺北市印象最深刻之項目 - 按主要市場分(續 1)

| 新加坡 | | | 韓國 | | |
|---------|-----|-------|---------|----|-------|
| 項目 | 人次 | 相對人次 | 項目 | 人次 | 相對人次 |
| 逛夜市 | 130 | 75.14 | 逛夜市 | 68 | 48.57 |
| 美味菜餚 | 108 | 62.43 | 美味菜餚 | 63 | 45.00 |
| 人情味濃厚 | 73 | 42.20 | 歷史古蹟 | 50 | 35.71 |
| 便利商店 | 71 | 41.04 | 水果 | 49 | 35.00 |
| 捷運 | 67 | 38.73 | 人情味濃厚 | 32 | 22.86 |
| 水果 | 44 | 25.43 | 街道乾淨 | 29 | 20.71 |
| 泡溫泉 | 44 | 25.43 | 捷運 | 28 | 20.00 |
| 地方特產 | 44 | 25.43 | 寺廟參訪 | 21 | 15.00 |
| 排隊守秩序 | 39 | 22.54 | 泡溫泉 | 20 | 14.29 |
| 都會不夜城 | 34 | 19.65 | 排隊守秩序 | 17 | 12.14 |
| 街道乾淨 | 31 | 17.92 | 地方特產 | 16 | 11.43 |
| 寺廟參訪 | 30 | 17.34 | 便利商店 | 15 | 10.71 |
| 歷史古蹟 | 22 | 12.72 | 原住民文化 | 12 | 8.57 |
| 單車賞景 | 12 | 6.94 | 景點 | 8 | 5.71 |
| 24 小時書店 | 12 | 6.94 | 都會不夜城 | 7 | 5.00 |
| 美容醫療 | 11 | 6.36 | 藝文展演 | 7 | 5.00 |
| 馬來西亞 | | | 美國 | | |
| 項目 | 人次 | 相對人次 | 項目 | 人次 | 相對人次 |
| 逛夜市 | 129 | 75.00 | 逛夜市 | 95 | 46.57 |
| 美味菜餚 | 94 | 54.65 | 美味菜餚 | 92 | 45.10 |
| 水果 | 67 | 38.95 | 人情味濃厚 | 80 | 39.22 |
| 便利商店 | 67 | 38.95 | 捷運 | 74 | 36.27 |
| 捷運 | 67 | 38.95 | 水果 | 58 | 28.43 |
| 人情味濃厚 | 56 | 32.56 | 街道乾淨 | 54 | 26.47 |
| 歷史古蹟 | 45 | 26.16 | 寺廟參訪 | 41 | 20.10 |
| 街道乾淨 | 44 | 25.58 | 都會不夜城 | 38 | 18.63 |
| 地方特產 | 41 | 23.84 | 便利商店 | 37 | 18.14 |
| 排隊守秩序 | 34 | 19.77 | 歷史古蹟 | 34 | 16.67 |
| 泡溫泉 | 32 | 18.60 | 泡溫泉 | 30 | 14.71 |
| 寺廟參訪 | 31 | 18.02 | 排隊守秩序 | 29 | 14.22 |
| 24 小時書店 | 22 | 12.79 | 地方特產 | 19 | 9.31 |
| 都會不夜城 | 15 | 8.72 | 其他 | 19 | 9.31 |
| 原住民文化 | 15 | 8.72 | 24 小時書店 | 13 | 6.37 |
| 單車賞景 | 13 | 7.56 | 節慶活動 | 13 | 6.37 |

註: 1 本題「受訪旅客對臺北市最印象深刻」為複選。

2 相對人次單位：人次/百人次。

附表 25 103 年到訪臺北市受訪旅客對臺北市印象最深刻之項目 - 按主要市場分(續完)

| 歐洲 | | | 紐澳 | | |
|-------|----|-------|-------|----|-------|
| 項目 | 人次 | 相對人次 | 項目 | 人次 | 相對人次 |
| 逛夜市 | 54 | 44.26 | 捷運 | 26 | 52.00 |
| 美味菜餚 | 53 | 43.44 | 逛夜市 | 24 | 48.00 |
| 人情味濃厚 | 50 | 40.98 | 人情味濃厚 | 23 | 46.00 |
| 捷運 | 38 | 31.15 | 美味菜餚 | 22 | 44.00 |
| 寺廟參訪 | 31 | 25.41 | 便利商店 | 14 | 28.00 |
| 都會不夜城 | 29 | 23.77 | 街道乾淨 | 13 | 26.00 |
| 街道乾淨 | 26 | 21.31 | 歷史古蹟 | 11 | 22.00 |
| 水果 | 24 | 19.67 | 寺廟參訪 | 10 | 20.00 |
| 便利商店 | 23 | 18.85 | 水果 | 9 | 18.00 |
| 歷史古蹟 | 21 | 17.21 | 地方特產 | 9 | 18.00 |
| 泡溫泉 | 18 | 14.75 | 都會不夜城 | 9 | 18.00 |
| 地方特產 | 16 | 13.11 | 排隊守秩序 | 8 | 16.00 |
| 排隊守秩序 | 14 | 11.48 | 景點 | 4 | 8.00 |
| 景點 | 11 | 9.02 | 泡溫泉 | 3 | 6.00 |
| 藝文展演 | 9 | 7.38 | 單車賞景 | 3 | 6.00 |
| 其他 | 9 | 7.38 | 原住民文化 | 3 | 6.00 |

註: 1 本題「受訪旅客對臺北市最印象深刻」為複選。

2 相對人次單位：人次/百人次。

附表 26 103 年到訪臺北市之全體受訪旅客對臺北市印象最深刻之項目 – 按旅遊型態分

| 全體 | | | 團體 | | | 自由行 | | |
|---------|------|-------|---------|-----|-------|---------|------|-------|
| 項目 | 人次 | 相對人次 | 項目 | 人次 | 相對人次 | 項目 | 人次 | 相對人次 |
| 逛夜市 | 1963 | 54.53 | 逛夜市 | 590 | 53.06 | 美味菜餚 | 1389 | 56.30 |
| 美味菜餚 | 1937 | 53.81 | 水果 | 582 | 52.34 | 逛夜市 | 1362 | 55.21 |
| 水果 | 1501 | 41.69 | 美味菜餚 | 539 | 48.47 | 人情味濃厚 | 975 | 39.52 |
| 人情味濃厚 | 1324 | 36.78 | 歷史古蹟 | 418 | 37.59 | 水果 | 916 | 37.13 |
| 歷史古蹟 | 992 | 27.56 | 人情味濃厚 | 339 | 30.49 | 捷運 | 789 | 31.98 |
| 捷運 | 898 | 24.94 | 街道乾淨 | 261 | 23.47 | 街道乾淨 | 629 | 25.50 |
| 街道乾淨 | 890 | 24.72 | 便利商店 | 229 | 20.59 | 便利商店 | 581 | 23.55 |
| 便利商店 | 814 | 22.61 | 排隊守秩序 | 212 | 19.06 | 歷史古蹟 | 572 | 23.19 |
| 排隊守秩序 | 781 | 21.69 | 地方特產 | 196 | 17.63 | 排隊守秩序 | 566 | 22.94 |
| 地方特產 | 656 | 18.22 | 泡溫泉 | 183 | 16.46 | 地方特產 | 460 | 18.65 |
| 泡溫泉 | 533 | 14.81 | 寺廟參訪 | 162 | 14.57 | 泡溫泉 | 350 | 14.19 |
| 寺廟參訪 | 505 | 14.03 | 捷運 | 105 | 9.44 | 寺廟參訪 | 340 | 13.78 |
| 都會不夜城 | 374 | 10.39 | 原住民文化 | 101 | 9.08 | 都會不夜城 | 274 | 11.11 |
| 24 小時書店 | 319 | 8.86 | 都會不夜城 | 95 | 8.54 | 24 小時書店 | 259 | 10.50 |
| 原住民文化 | 277 | 7.69 | 24 小時書店 | 59 | 5.31 | 原住民文化 | 174 | 7.05 |
| 單車賞景 | 153 | 4.25 | 景點 | 53 | 4.77 | 單車賞景 | 124 | 5.03 |

註: 1 本題「受訪旅客對臺北市最印象深刻」為複選。

2 相對人次單位：人次/百人次。

3 自由行包括：自行規劃行程，由旅行社包辦、請旅行社安排住宿(及代訂機票)、自行來臺灣，抵達後曾請本地旅行社安排活動、自行來臺灣，抵達後未曾請本地旅行社安排活動。

4 全體 3,600 人，其中團體旅客 1,112 人，自由行旅客 2,467 人，未回答者 21 人。

附表 27 103 年到訪臺北市之大陸受訪旅客對臺北市印象最深刻之項目 – 按旅遊型態分

| 大陸全體 | | | 大陸團體 | | | 大陸自由行 | | |
|---------|-----|-------|---------|-----|-------|---------|-----|-------|
| 項目 | 人次 | 相對人次 | 項目 | 人次 | 相對人次 | 項目 | 人次 | 相對人次 |
| 水果 | 816 | 60.22 | 水果 | 438 | 66.46 | 逛夜市 | 424 | 61.18 |
| 逛夜市 | 790 | 58.30 | 逛夜市 | 364 | 55.24 | 美味菜餚 | 410 | 59.16 |
| 美味菜餚 | 736 | 54.32 | 美味菜餚 | 326 | 49.47 | 水果 | 377 | 54.40 |
| 歷史古蹟 | 517 | 38.15 | 歷史古蹟 | 270 | 40.97 | 人情味濃厚 | 283 | 40.84 |
| 人情味濃厚 | 498 | 36.75 | 人情味濃厚 | 214 | 32.47 | 歷史古蹟 | 246 | 35.50 |
| 街道乾淨 | 418 | 30.85 | 街道乾淨 | 202 | 30.65 | 捷運 | 231 | 33.33 |
| 便利商店 | 375 | 27.68 | 便利商店 | 166 | 25.19 | 街道乾淨 | 216 | 31.17 |
| 排隊守秩序 | 367 | 27.08 | 排隊守秩序 | 161 | 24.43 | 便利商店 | 208 | 30.01 |
| 地方特產 | 295 | 21.77 | 地方特產 | 148 | 22.46 | 排隊守秩序 | 206 | 29.73 |
| 捷運 | 283 | 20.89 | 泡溫泉 | 135 | 20.49 | 地方特產 | 147 | 21.21 |
| 泡溫泉 | 243 | 17.93 | 原住民文化 | 65 | 9.86 | 24 小時書店 | 130 | 18.76 |
| 24 小時書店 | 178 | 13.14 | 寺廟參訪 | 52 | 7.89 | 泡溫泉 | 108 | 15.58 |
| 寺廟參訪 | 139 | 10.26 | 捷運 | 52 | 7.89 | 寺廟參訪 | 87 | 12.55 |
| 原住民文化 | 135 | 9.96 | 24 小時書店 | 47 | 7.13 | 原住民文化 | 69 | 9.96 |
| 都會不夜城 | 71 | 5.24 | 其他 | 28 | 4.25 | 都會不夜城 | 48 | 6.93 |
| 單車賞景 | 62 | 4.58 | 都會不夜城 | 23 | 3.49 | 單車賞景 | 42 | 6.06 |

註: 1 本題「受訪旅客對臺北市最印象深刻」為複選。

2 相對人次單位：人次/百人次。

3 自由行包括：自行規劃行程，由旅行社包辦、請旅行社安排住宿(及代訂機票)、自行來臺灣，抵達後曾請本地旅行社安排活動、自行來臺灣，抵達後未曾請本地旅行社安排活動。

4 大陸旅客 1,355 人，其中團體旅客 659 人，自由行旅客 693 人，未回答者 3 人。

附表 28 103 年到訪臺北市之大陸受訪旅客對臺北市印象最深刻之項目 – 按性別分

| 全體 | | | 男性 | | | 女性 | | |
|---------|------|-------|---------|-----|-------|---------|------|-------|
| 項目 | 人次 | 相對人次 | 項目 | 人次 | 相對人次 | 項目 | 人次 | 相對人次 |
| 逛夜市 | 1963 | 54.53 | 美味菜餚 | 963 | 52.68 | 逛夜市 | 1040 | 58.69 |
| 美味菜餚 | 1937 | 53.81 | 逛夜市 | 923 | 50.49 | 美味菜餚 | 974 | 54.97 |
| 水果 | 1501 | 41.69 | 水果 | 684 | 37.42 | 水果 | 817 | 46.11 |
| 人情味濃厚 | 1324 | 36.78 | 人情味濃厚 | 649 | 35.50 | 人情味濃厚 | 675 | 38.09 |
| 歷史古蹟 | 992 | 27.56 | 歷史古蹟 | 466 | 25.49 | 歷史古蹟 | 526 | 29.68 |
| 捷運 | 898 | 24.94 | 捷運 | 445 | 24.34 | 捷運 | 453 | 25.56 |
| 街道乾淨 | 890 | 24.72 | 街道乾淨 | 435 | 23.80 | 便利商店 | 447 | 25.23 |
| 便利商店 | 814 | 22.61 | 排隊守秩序 | 375 | 20.51 | 地方特產 | 366 | 20.65 |
| 排隊守秩序 | 781 | 21.69 | 便利商店 | 367 | 20.08 | 泡溫泉 | 271 | 15.29 |
| 地方特產 | 656 | 18.22 | 地方特產 | 290 | 15.86 | 寺廟參訪 | 254 | 14.33 |
| 泡溫泉 | 533 | 14.81 | 泡溫泉 | 262 | 14.33 | 24 小時書店 | 166 | 9.37 |
| 寺廟參訪 | 505 | 14.03 | 寺廟參訪 | 251 | 13.73 | 都會不夜城 | 159 | 8.97 |
| 都會不夜城 | 374 | 10.39 | 都會不夜城 | 215 | 11.76 | 原住民文化 | 143 | 8.07 |
| 24 小時書店 | 319 | 8.86 | 24 小時書店 | 153 | 8.37 | 單車賞景 | 80 | 4.51 |
| 原住民文化 | 277 | 7.69 | 原住民文化 | 134 | 7.33 | 藝文展演 | 75 | 4.23 |
| 單車賞景 | 153 | 4.25 | 其他 | 87 | 4.76 | 美容醫療 | 62 | 3.50 |

註: 1 本題「受訪旅客對臺北市最印象深刻」為複選。

2 相對人次單位：人次/百人次。

3 自由行包括：自行規劃行程，由旅行社包辦、請旅行社安排住宿(及代訂機票)、自行來臺灣，抵達後曾請本地旅行社安排活動、自行來臺灣，抵達後未曾請本地旅行社安排活動。

4 全體 3,600 人，其中男性旅客 1,828 人，自由行旅客 1,772 人。