

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 | 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 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 | 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% |

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% |