

## 中文摘要

臺北市觀光傳播局為瞭解 104 年來臺旅客在臺北市的消費金額、旅客旅遊動機、動向和在臺北期間的消費狀況，以及對臺北市的印象與住宿旅館滿意程度，並估算來臺北市之旅客人次，以供相關單位規劃與改善觀光設施、提升旅遊品質及訂定觀光發展策略之參考，特執行本次調查。

本調查分別於臺灣桃園國際機場、臺北松山機場、高雄國際機場等三處，針對 104 年 1 月 1 日至 12 月 31 日期間自臺灣出境且停留臺灣夜數 90 夜以內之外籍與華僑旅客(不含過境之外籍、華僑旅客)進行調查。按母體資料進行樣本特徵控制，抽取具有代表性之樣本。

104 年受訪來臺旅客共計有 3,951 人，其中旅遊期間曾到訪臺北市旅客有 3,635 人，整體到訪臺北市比率為 92.00%。以下茲就 104 年主要調查結果分為臺北市國際觀光旅遊市場指標、旅遊動向、消費概況、最深刻印象及基本資料等五大項目進行概述。

### 壹、臺北市國際觀光旅遊市場指標

10,439,785 人次	104 年來臺旅客人次
92.00%	104 年來臺旅客到訪臺北市比率
9,604,602 人次	104 年來臺旅客到訪臺北市人次
109.39 億美元	104 年臺北市觀光外匯收入
1138.96 美元	104 年來臺旅客在臺北市每人每次平均消費 <sup>1</sup>
3.73 日	104 年來臺旅客在臺北市平均停留日數
2.78 夜	104 年來臺旅客在臺北市平均停留夜數
305.35 美元	104 年來臺旅客在臺北市每人每日平均消費
95.10%	104 年到訪臺北市旅客對臺北市旅館整體感到滿意之比率
96.64%	104 年到訪臺北市旅客對臺北市整體旅遊經驗感到滿意之比率

---

<sup>1</sup>104 年來臺北市旅客每人每次平均消費金額估算=104 年來臺北市旅客每人每日平均消費金額 x104 年來臺北市旅客平均停留日數。

## 貳、旅遊動向

### 一、104 年旅客在臺北市主要遊覽景點為臺北 101、士林夜市、故宮博物院、西門町，以及中正紀念堂。

104 年受訪旅客在臺北市平均停留日數為 3.73 日；停留夜數為 2.78 夜。

到訪臺北市遊覽景點依遊覽次數排名，依序為臺北 101(占 73.45%)、士林夜市(占 44.48%)、故宮博物院(占 43.58%)、西門町(占 35.98%)、中正紀念堂(占 26.57%)等，見表 1。

就主要市場而言，受訪日本旅客最常遊覽景點依序為士林夜市、臺北 101、西門町、故宮博物院、臺北東區、龍山寺等；受訪大陸旅客最常遊覽景點依序為臺北 101、故宮博物院、中正紀念堂、國父紀念館、士林夜市、西門町等；受訪香港澳門旅客最常遊覽景點依序為臺北 101、西門町、士林夜市、臺北東區、饒河夜市等；受訪新加坡旅客最常遊覽景點依序為臺北 101、西門町、臺北東區、饒河夜市、士林夜市等；受訪韓國旅客最常遊覽景點依序為臺北 101、西門町、士林夜市、臺北東區、信義計劃區商圈等；受訪馬來西亞旅客最常遊覽景點依序為臺北 101、西門町、士林夜市、臺北東區、故宮博物院等；受訪美國旅客最常遊覽景點依序為臺北 101、士林夜市、臺北東區、陽明山、西門町等；受訪歐洲旅客最常遊覽景點依序為臺北 101、士林夜市、臺北東區、信義計畫區商圈、故宮博物院等；受訪紐澳旅客最常遊覽景點依序為臺北 101、士林夜市、臺北東區、西門町、陽明山等，詳見附表 3-14。

夜市遊覽人次最高者為士林夜市，占 44.48%；其次為饒河夜市，占 22.28%；第三為寧夏夜市，占 11.09%，見表 2。

表 1 104 年受訪旅客在臺北市曾遊覽景點排序

單位：人次，百分比

名次	在臺北市期間曾遊覽過景點	人次	百分比
1	臺北 101	2,670	73.45%
2	士林夜市	1,672	44.48%
3	故宮博物院	1,584	43.58%
4	西門町	1,308	35.98%
5	中正紀念堂	966	26.57%
6	臺北東區	898	24.70%
7	國父紀念館	858	23.60%
8	饒河夜市	810	22.28%
9	陽明山	503	13.84%
10	北投溫泉區	488	13.43%

資料來源：本研究整理。

註：本題為複選題。

表 2 104 年受訪旅客在臺北市曾遊覽夜市排序

單位：人次，百分比

名次	遊覽夜市名稱	人次	百分比
1	士林夜市	1,672	44.48%
2	饒河夜市	810	22.28%
3	寧夏夜市	403	11.09%
4	通化街夜市	66	1.82%
5	艋舺夜市	55	1.51%
6	東門夜市	55	1.51%
7	景美夜市	46	1.27%
8	公館夜市	4	0.11%
9	迪化街夜市	2	0.06%
10	遼寧夜市	2	0.06%
11	南機場夜市	1	0.03%

資料來源：本研究整理。

註：本題為開放式填答，受訪者可填答超過 1 個夜市。

## 二、臺北 101 為 104 年到訪臺北市旅客最喜歡景點

受訪旅客最喜歡的景點為臺北 101，喜歡比率為 21.98%；其次為故宮博物院，喜歡比率為 15.82%；第三為西門町，喜歡比率為 10.18%。

就主要市場而言，受訪日本、大陸、馬來西亞、歐洲旅客最喜歡景點皆為臺北 101；受訪紐澳旅客最喜歡景點則為士林夜市；受訪香港澳門、新加坡、韓國旅客最喜歡景點為西門町；美國旅客最喜歡景點則為陽明山，詳見附表 3-17。

表 3 104 年受訪旅客在臺北市最喜歡景點排序

單位：人次，百分比

名次	受訪旅客最喜歡的臺北市景點	人數	百分比
1	臺北 101	799	21.98%
2	故宮博物院	575	15.82%
3	西門町	370	10.18%
4	士林夜市	321	8.83%
5	陽明山	245	6.74%
6	北投溫泉	128	3.52%
7	饒河夜市	133	3.66%
8	中正紀念堂	104	2.86%
9	木柵貓空	87	2.39%
10	臺北東區	77	2.12%

資料來源：本研究整理。

註：僅計算到訪人次前 10 名景點的喜歡比率。

依實際到訪景點訪客人次計算喜歡比率。在曾遊覽過景點中最喜歡景點的比例可以發現，以陽明山最受歡迎，喜歡比率 48.71%；其次為故宮博物院，喜歡比率 36.30%；第三則為臺北 101，喜歡比率 29.93%。其餘數據內容，詳見表 4。

表 4 104 年受訪旅客曾遊覽過景點中最喜歡的臺北市景點

單位：百分比

名次	受訪旅客曾遊覽過景點中最喜歡的臺北市景點	百分比
1	陽明山	48.71%
2	故宮博物院	36.30%
3	臺北 101	29.93%
4	西門町	28.29%
5	北投溫泉區	26.23%
6	士林夜市	19.20%
7	饒河夜市	16.42%
8	中正紀念堂	10.77%
9	臺北東區	8.57%
10	國父紀念館	4.78%

資料來源：本研究整理。

### 三、近 7 成旅客以住宿旅館為主，對住宿旅館整體感到滿意者高達 95.10%。

104 年，3,635 位受訪旅客在住宿型態分佈上，到訪臺北市期間曾住宿飯店者占 67.90%，在旅館的選擇上以一般旅館住宿旅客最多，占整體住宿飯店受訪旅客的 73.50%，國際觀光旅館與一般觀光旅館則分別占 14.79%及 11.71%。

受訪旅客對主要住宿旅館的整體滿意度為 95.10%，從細項來看，三類旅館住宿滿意度均在 9 成以上，並以國際觀光旅館住宿滿意度最高，有 96.99%受訪旅客感到滿意；其次為一般觀光旅館，有 96.89%受訪旅客感到滿意；第三為一般旅館，有 94.43%受訪旅客感到滿意，詳見表 5、6。

表 5 104 年受訪旅客在臺北市住宿型態分佈

單位：人次，百分比

旅客住宿型態	人次	百分比
<b>住宿類型</b>		
飯店	2,468	67.90%
無住宿	566	15.57%
親友家	466	12.82%
青年旅館 <sup>2</sup>	59	1.62%
宿舍	57	1.57%
寺廟、修道院或教會	4	0.11%
租屋處	3	0.08%
其他	27	0.74%
<b>旅館類型<sup>3</sup></b>	2,468	100.00%
一般旅館	1,814	73.50%
國際觀光旅館	365	14.79%
一般觀光旅館	289	11.71%

資料來源：本研究整理。

註 1：本題為複選題。

註 2：有住宿臺北市的為 2,468 人。

<sup>2</sup>依委託單位提供之臺北市青年旅館清單歸類。

<sup>3</sup>旅館類型參考臺灣旅宿網統計資料分類。

表 6 104 年受訪旅客在臺北市對主要住宿旅館類型滿意度

單位：人次，百分比

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	2,468	2,347	1,167	1,180	118	3	-	3
	100.00%	95.10%	47.29%	47.81%	4.78%	0.12%	-	0.12%
國際觀光旅館	365	354	189	165	10	1	-	1
	100.00%	96.99%	51.78%	45.21%	2.74%	0.27%	-	0.27%
一般觀光旅館	289	280	118	162	9	-	-	-
	100.00%	96.89%	40.83%	56.06%	3.11%	-	-	-
一般旅館	1,814	1,713	860	853	99	2	-	2
	100.00%	94.43%	47.41%	47.02%	5.46%	0.11%	-	0.11%

資料來源：本研究整理。

註：「-」表示無調查樣本。

## 參、消費概況

### 一、104 年來臺旅客在臺北市每人每日平均消費金額為 305.35 美元

104 年，每人每日平均消費金額為 305.35 美元，其中以購物費支出最高，每人每日平均消費金額為 152.03 美元，占每人每日總消費金額的 49.79%；旅館內支出費每人每日平均消費金額 79.20 美元次之，占每人每日總消費金額的 25.94%；第三為旅館外支出費，平均消費金額為 44.56 美元，占每人每日消費總金額的 14.59%。

在主要市場部分，以大陸受訪旅客每人每日平均消費 318.21 美元最高；其次為港澳受訪旅客，每人每日平均消費 301.08 美元；第三為日本受訪旅客，每人每日平均消費 297.88 美元，第四為馬來西亞受訪旅客，每人每日平均消費 297.79 美元。美國受訪旅客消費金額最低，每人每日平均消費 288.99 美元。就各居住地之消費細項而言，前三名排序皆為購物費、旅館內支出費以及旅館外支出費，詳見表 7。

就來臺北市目的而言，消費支出金額最高者為以醫療為來臺北市目的之受訪旅客，每人每日平均消費金額為 332.63 美元，主要以雜費金額最高，平均消費 139.67 美元；另一方面，支出最低者則為以求學為來臺北市目的之受訪旅客，每人每日平均消費金額為 270.48 美元。就各目的之消費細項而言，除了求學之前三名為購物費、旅館外支出費與旅館內支出費，探親或訪友之前三名為購物費、旅館外支出費與雜費，國際會議或展覽之前三名為旅館內支出費、購物費與旅館外支出費，以及醫療目的之前三名為雜費、旅館內支出費、旅館外支出費與購物費（兩項同為 46.85 美元並列第三），其他目的之前三名皆為購物費、旅館內支出費以及旅館外支出費，詳見表 8。

表 7 104 年受訪旅客在臺北市每人每日平均消費細項-按主要市場分

單位：美元·百分比

市場別		總計	旅館內 支出費	旅館外 支出費	在臺北市 內交通費	娛樂費	雜費	購物費
全體	金額	305.35	79.20	44.56	12.50	8.88	8.18	152.03
	結構比	100.00%	25.94%	14.59%	4.09%	2.91%	2.68%	49.79%
日本	金額	297.88	74.41	56.39	17.44	27.48	11.17	111.00
	結構比	100.00%	24.98%	18.93%	5.85%	9.23%	3.75%	37.26%
大陸	金額	318.21	82.61	26.66	5.22	1.11	3.98	198.63
	結構比	100.00%	25.96%	8.38%	1.64%	0.35%	1.25%	62.42%
香港	金額	301.08	89.18	54.22	16.42	4.40	9.74	127.13
澳門	結構比	100.00%	29.62%	18.01%	5.45%	1.46%	3.24%	42.22%
新加坡	金額	297.28	85.49	56.58	18.82	3.59	11.73	121.08
	結構比	100.00%	28.76%	19.03%	6.33%	1.21%	3.95%	40.73%
韓國	金額	291.46	61.01	56.32	13.97	13.99	9.05	137.12
	結構比	100.00%	20.93%	19.32%	4.79%	4.80%	3.11%	47.05%
馬來	金額	297.79	85.73	55.16	20.22	5.39	10.60	120.69
西亞	結構比	100.00%	28.79%	18.52%	6.79%	1.81%	3.56%	40.53%
美國	金額	288.99	49.55	61.39	19.59	16.90	12.95	128.60
	結構比	100.00%	17.15%	21.24%	6.78%	5.85%	4.48%	44.50%
歐洲	金額	295.26	84.33	59.57	16.39	12.80	12.83	109.34
	結構比	100.00%	28.56%	20.17%	5.55%	4.34%	4.35%	37.03%
紐澳	金額	296.73	99.45	56.14	14.15	13.96	7.42	105.62
	結構比	100.00%	33.52%	18.92%	4.77%	4.70%	2.50%	35.59%

註 1：註：扣除 4 % 極端值後，進行消費金額估算，樣本數總計 3,491 人。

註 2：歐洲市場包含英國、法國、德國及歐洲其他地區等四個居住地。

表 8 104 年受訪旅客在臺北市每人每日消費金額-依來臺北市主要目的分

單位：美元，百分比

來臺北市目的		總計	旅館內 支出費	旅館外 支出費	在臺北市 內交通費	娛樂費	雜費	購物費
全體	金額	305.35	79.20	44.56	12.50	8.88	8.18	152.03
	結構比	100.00%	25.94%	14.59%	4.09%	2.91%	2.68%	49.79%
觀光	金額	308.94	87.54	40.94	10.92	7.57	6.28	155.69
	結構比	100.00%	28.34%	13.25%	3.53%	2.45%	2.03%	50.39%
業務	金額	304.83	87.66	60.25	20.38	15.91	9.89	110.75
	結構比	100.00%	28.76%	19.76%	6.68%	5.22%	3.24%	36.33%
國際會議或展覽	金額	310.15	140.55	40.42	16.89	29.47	9.00	73.84
	結構比	100.00%	45.32%	13.03%	5.45%	9.50%	2.90%	23.81%
探親或訪友	金額	280.90	10.99	59.27	17.58	12.19	19.73	161.14
	結構比	100.00%	3.91%	21.10%	6.26%	4.34%	7.02%	57.37%
求學	金額	270.48	56.10	74.50	17.69	10.38	9.33	102.48
	結構比	100.00%	20.74%	27.54%	6.54%	3.84%	3.45%	37.89%
醫療	金額	332.63	94.58	46.85	4.68	0.00	139.67	46.85
	結構比	100.00%	28.43%	14.08%	1.41%	0.00%	41.99%	14.08%
其他	金額	298.69	94.64	42.84	24.22	16.42	16.25	104.33
	結構比	100.00%	31.68%	14.34%	8.11%	5.50%	5.44%	34.93%

註 1：扣除 4% 極端值後，進行消費金額估算，樣本數總計 3,491 人。

註 2：其他包含：宗教活動、婚宴、藝術交流等。

## 二、104 年臺北市國際觀光旅遊外匯收入為 109.39 億美元

依據觀光局「觀光統計月報」統計，104 年來臺旅客總人次為 10,439,785 人次。另從本次調查結果得知，104 年來臺旅客到訪臺北市比率為 92.00%，平均停留日數為 3.73 日，旅客在臺北市每人每日平均消費金額為 305.35 美元，故依公式(1)，求得 104 年來臺旅客消費金額為 109.39 億美元。再依據中央銀行公佈之 104 年匯率資料，得該期間平均匯率為 31.898 元兌 1 美元，換算後 104 年來臺旅客在臺北市消費金額為 3,489.47 億新臺幣，詳見表 9。

表 9 104 年來臺旅客在臺北市之消費金額

年度	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 日數(天)	在臺北市 每人每日平均 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)
104 年 1-12 月	10,439,785	92.00202	3.73 (日)	305.35	109.39 億	31.898	3,489.47 億

資料來源：觀光局統計月報、本研究整理。

### 三、104 年來臺參加觀光團的受訪大陸旅客每人每日平均消費金額為 324.07 美元，以購物費為主要花費項目

就大陸與日本兩種旅遊型態旅客而言，受訪大陸兩種旅遊型態的旅客，每人每日消費金額皆高於受訪日本旅客兩種旅遊型態的旅客。依每人每日消費金額從高到低排序，依序為來臺參加觀光團的受訪大陸旅客每人每日消費金額 321.80 美元；其次為來臺自由行的受訪大陸旅客，每人每日消費金額為 307.38 美元；第三為來臺參加觀光團的受訪日本旅客，每人每日消費金額為 304.43 美元；最後為來臺自由行的受訪日本旅客，每人每日消費金額為 295.23 美元。

在消費金額細項上，兩主要市場受訪觀光團旅客在購物費支出明顯高於同市場的自由行旅客。來臺參加觀光團的受訪大陸旅客在購物費支出達 218.02 美元最高，其次為來臺參加自由行的大陸旅客的 140.10 美元；在旅館內消費金額部分，以來臺自由行的大陸旅客每人每日平均支出 94.00 美元最高，該金額高於來臺自由行的受訪日本旅客的 70.25 美元，亦高於兩市場來臺參加觀光團的受訪旅客，詳見表 10。

在消費金額細項上，來臺參加觀光團的受訪大陸旅客以購買名產或特產比率最高，占 44.49%，平均消費金額為 97.00 美元，其次為紀念品或手工藝品類，占 17.57%，平均消費金額為 38.30 美元；第三為服飾或相關配件，占 15.48%，平均消費金額為 33.75 美元。

就來臺自由行的受訪大陸旅客而言，購物費占比最高者亦為名產或特產，占 36.07%，平均消費金額為 50.54 美元；其次為服飾或相關配件，占 16.31%，平均消費金額為 22.85 美元；第三高為化妝品或香水類，占 13.76%，平均消費金額為 19.27 美元。紀念品或手工藝品類則被擠出前三高消費占比之外。

來臺參加觀光團的日本旅客購物費所占比率最高的項目為名產或特產，占 34.27%，平均消費金額為 46.03 美元；第二為紀念品或手工藝品類，占 25.77%，平均消費金額為 34.62 美元；第三為茶葉，占 14.99%，平均消費金額為 20.13 美元。

來臺自由行的日本旅客，購物費所占比率最高的項目同樣是名產或特產，占 32.61%，平均消費金額為 33.12 美元；其次為服飾或相關配件，占 19.21%，平均消費金額為 19.51 美元；再次之為紀念品或手工藝品，占 18.11%，平均消費金額為 18.39 美元，詳見表 11。

**表 10 104 年大陸與日本受訪旅客在臺北市每人每日消費金額-依旅遊型態**

單位：美元，百分比

主要市場旅遊型態		總計	旅館內 支出費	旅館外 支出費	在臺北市 內交通費	娛樂費	雜費	購物費
全體	金額	305.35	79.20	44.56	12.50	8.88	8.18	152.03
	結構比	100.00%	25.94%	14.59%	4.09%	2.91%	2.68%	49.79%
來臺參加觀 光團的大陸 旅客	金額	321.80	78.83	19.30	0.78	0.56	4.32	218.02
	結構比	100.00%	24.50%	6.00%	0.24%	0.17%	1.34%	67.75%
來臺自由行 的大陸旅客	金額	307.38	94.00	48.89	18.63	2.79	2.97	140.10
	結構比	100.00%	30.58%	15.91%	6.06%	0.91%	0.97%	45.58%
來臺參加觀 光團的日本 旅客	金額	304.43	84.67	45.03	12.12	23.37	4.93	134.31
	結構比	100.00%	27.81%	14.79%	3.98%	7.68%	1.62%	44.12%
來臺自由行 的日本旅客	金額	295.23	70.25	60.99	19.59	29.15	13.69	101.56
	結構比	100.00%	23.80%	20.66%	6.64%	9.87%	4.64%	34.40%

註：扣除 4% 極端值後，進行消費金額估算，樣本數總計 3,491 人。

表 11 104 年大陸與日本受訪旅客在臺北市每人每日購物費消費金額細項-

依旅遊型態分

單位：美元·百分比

支出項目	來臺參加觀光團 旅客		來臺參加觀光團的 大陸旅客		來臺參加觀光團的 日本旅客	
	金額	百分比	金額	百分比	金額	百分比
總購物費支出	199.49	100.00%	218.02	100.00%	134.31	100.00%
服飾或相關配件	30.45	15.26%	33.75	15.48%	15.41	11.47%
珠寶或玉器類	10.75	5.39%	12.84	5.89%	4.09	3.04%
紀念品或手工藝品類	37.28	18.69%	38.30	17.57%	34.62	25.77%
化妝品或香水類	14.58	7.31%	14.96	6.86%	7.06	5.26%
名產或特產	84.31	42.26%	97.00	44.49%	46.03	34.27%
菸或酒類	5.20	2.61%	5.11	2.34%	3.54	2.64%
中藥或健康食品	1.53	0.77%	1.59	0.73%	2.28	1.70%
電子或電器用品	1.25	0.63%	1.09	0.50%	0.00	0.00%
茶葉	13.20	6.61%	12.59	5.77%	20.13	14.99%
其他	0.94	0.47%	0.79	0.36%	1.15	0.85%

  

支出項目	來臺自由行旅客		來臺自由行的 大陸旅客		來臺自由行的日本旅客	
	金額	百分比	金額	百分比	金額	百分比
總購物費支出	121.18	100.00%	140.10	100.00%	101.56	100.00%
服飾或相關配件	29.80	24.59%	22.85	16.31%	19.51	19.21%
珠寶或玉器類	3.01	2.48%	7.56	5.39%	2.45	2.42%
紀念品或手工藝品類	21.73	17.93%	17.47	12.47%	18.39	18.11%
化妝品或香水類	11.11	9.17%	19.27	13.76%	5.29	5.21%
名產或特產	37.93	31.30%	50.54	36.07%	33.12	32.61%
菸或酒類	2.18	1.80%	3.74	2.67%	1.07	1.06%
中藥或健康食品	4.47	3.69%	1.81	1.29%	7.65	7.53%
電子或電器用品	1.93	1.59%	7.02	5.01%	0.19	0.19%
茶葉	8.35	6.89%	9.03	6.45%	13.26	13.06%
其他	0.68	0.56%	0.82	0.58%	0.62	0.61%

註：扣除 4 % 極端值後，進行消費金額估算，樣本數總計 3,491 人。

## 肆、對臺北市最深刻的印象

### 一、食物、夜市、人情味、生活機能與交通為到訪旅客對臺北市最深刻的印象。

旅客對臺北市最深刻的印象，以食物占比最多，占 65.20%；其次為夜市，占 51.28%；第三、第四名差異不大，分別為人情味及生活機能，各占 39.81%及 39.23%，第五為交通，占 35.21%，詳見表 12。

就主要市場而言，受訪日本旅客對臺北市最深刻的印象，依序為食物、人情味、夜市、交通、生活機能、公民素養、溫泉、地方特產、古蹟歷史文物、民情風俗和文化等；受訪大陸旅客對臺北市最深刻的印象，依序為食物、夜市、生活機能、人情味、地方特產、公民素養、交通、古蹟歷史文物、民情風俗和文化等；受訪香港澳門旅客則依序為食物、夜市、生活機能、交通、人情味、地方特產、公民素養、溫泉、古蹟歷史文物、街道市容等；受訪新加坡旅客則對食物、夜市、生活機能、交通、人情味、公民素養、地方特產、古蹟歷史文物、溫泉、街道市容等最有印象；受訪韓國旅客對食物、夜市、交通、人情味、生活機能、公民素養、街道市容等最有印象；受訪馬來西亞旅客對臺北市最深刻的印象依序為食物、夜市、生活機能、交通、人情味、地方特產、公民素養、古蹟歷史文物、街道市容等；受訪美國旅客則對食物、人情味、生活機能、交通、夜市等印象最深；受訪歐洲旅客依序對食物、交通、生活機能、夜市、人情味等印象最深；受訪紐澳旅客依序則是對食物、交通、夜市、人情味、生活機能等印象最深。

整體而言，各居住地對臺北市最深刻的印象皆為食物，其次則為夜市、交通或人情味，其中受訪美國及日本旅客對人情味相較於夜市更有印象，其餘國家則大多對夜市印象較深刻，詳見附表 3-27。

表 12 104 年受訪旅客對臺北市最深刻的印象

單位：人次，百分比

名次	項目	人次	百分比	名次	項目	人次	百分比
1	食物	2,370	65.20%	10	街道市容	369	10.15%
2	夜市	1,864	51.28%	11	溫泉	279	7.68%
3	人情味	1,447	39.81%	12	24 小時書店	86	2.37%
4	生活機能	1,426	39.23%	13	都會不夜城	68	1.87%
5	交通	1,280	35.21%	14	自行車	57	1.57%
6	地方特產	817	22.48%	15	保健、醫療美容	20	0.55%
7	公民素養	810	22.28%	16	景點	10	0.28%
8	古蹟、歷史文物	516	14.20%	17	藝文展演、 節慶活動	10	0.28%
9	民情風俗和文化	389	10.70%	-	其他	18	0.50%

資料來源：本研究整理。

註 1：本題為複選題。

註 2：其他包含：物價低、乾淨、基礎建設完善、創意性高等

**二、觀光團體與自由行兩種旅遊型態在最深刻印象前兩名上並無差異，  
皆為食物與夜市；惟自由行旅客在交通與人情味上的排名高於觀光團旅客。**

就不同旅遊型態而言，來臺參加觀光團的受訪旅客對臺北市最深刻的印象依序為食物、夜市、生活機能、人情味、交通、地方特產、公民素養、古蹟歷史文物、民情風俗和文化、街道市容等，詳見表 13。

來臺自由行的受訪旅客則對臺北市最深刻印象則依序為食物、夜市、人情味、交通、生活機能、地方特產、公民素養、古蹟歷史文物、民情風俗和文化、溫泉等。

兩種旅遊型態在最深刻印象前兩名上並無差異，惟來臺自由行受訪旅客在交通與人情味上的排名明顯高於來臺參加觀光團的受訪旅客。

表 13 104 年受訪旅客對臺北市印象最深刻之項目-依旅遊型態分

單位：人次·百分比

全體			來臺參加觀光團旅客			來臺自由行旅客		
項目	人次	百分比	項目	人次	百分比	項目	人次	百分比
食物	2370	65.20%	食物	854	58.94%	食物	1516	69.35%
夜市	1864	51.28%	夜市	595	41.06%	夜市	1269	58.05%
人情味	1447	39.81%	生活機能	538	37.13%	人情味	1035	47.35%
生活機能	1426	39.23%	人情味	412	28.43%	交通	912	41.72%
交通	1280	35.21%	交通	368	25.40%	生活機能	888	40.62%
地方特產	817	22.48%	地方特產	331	22.84%	地方特產	486	22.23%
公民素養	810	22.28%	公民素養	329	22.71%	公民素養	481	22.00%
古蹟、	516	14.20%	古蹟、	256	17.67%	古蹟、	260	11.89%
歷史文物			歷史文物			歷史文物		
民情風俗和	389	10.70%	民情風俗和	168	11.59%	民情風俗和	221	10.11%
文化			文化			文化		
街道市容	369	10.15%	街道市容	159	10.97%	溫泉	219	10.02%
溫泉	279	7.68%	溫泉	60	4.14%	街道市容	210	9.61%
24 小時書店	86	2.37%	24 小時書店	11	0.76%	24 小時書店	75	3.43%
都會不夜城	68	1.87%	都會不夜城	10	0.69%	都會不夜城	58	2.65%
自行車	57	1.57%	自行車	9	0.62%	自行車	48	2.20%
保健、醫療	20	0.55%	保健、醫療	5	0.35%	保健、醫療	15	0.69%
美容			美容			美容		
其他	18	0.50%	其他	5	0.35%	其他	13	0.59%
藝文展演、	10	0.28%	景點	3	0.21%	藝文展演、	9	0.41%
節慶活動			藝文展演、	1	0.07%	節慶活動		
景點	10	0.28%	節慶活動			景點	7	0.32%

註：本題為複選題。

三、食物、夜市、生活機能及地方特產為「來臺參加觀光團的大陸旅客」對臺北市最深刻的印象；夜市、食物、人情味及公民素養為「來臺自由行的大陸旅客」對臺北市最深刻的印象。

來臺參加觀光團的大陸旅客對臺北市最深刻的印象依序為食物、夜市、生活機能、地方特產、公民素養、人情味、交通、古蹟歷史文物、民情風俗和文化、街道市容等；來臺自由行的大陸旅客則依序為夜市、食物、人情味、公民素養、交通、地方特產、生活機能、民情風俗和文化、古蹟歷史文物、街道市容、溫泉等。兩者在前兩名最深刻印象皆為食物與夜市，但來臺自由行受訪大陸旅客對夜市的印象排名高於食物，交通與人情味排名也較觀光團高，見表 14。

表 14 104 年受訪大陸旅客對臺北市最深刻的印象-依旅遊型態分

單位：人次，百分比

大陸全體			來臺參加觀光團的大陸旅客			來臺自由行的大陸旅客		
項目	人次	百分比	項目	人次	百分比	項目	人次	百分比
食物	811	56.05%	食物	569	52.15%	夜市	254	71.35%
夜市	713	49.27%	夜市	459	42.07%	食物	242	67.98%
生活機能	565	39.05%	生活機能	448	41.06%	人情味	197	55.34%
人情味	473	32.69%	地方特產	297	27.22%	公民素養	159	44.66%
地方特產	439	30.34%	公民素養	277	25.39%	交通	155	43.54%
公民素養	436	30.13%	人情味	276	25.30%	地方特產	142	39.89%
交通	420	29.03%	交通	265	24.29%	生活機能	117	32.87%
古蹟、歷史文物	296	20.46%	古蹟、歷史文物	220	20.16%	民情風俗和文化	86	24.16%
民情風俗和文化	233	16.10%	民情風俗和文化	147	13.47%	古蹟、歷史文物	76	21.35%
街道市容	183	12.65%	街道市容	135	12.37%	街道市容	48	13.48%
溫泉	67	4.63%	溫泉	28	2.57%	溫泉	39	10.96%
24 小時書店	28	1.94%	24 小時書店	8	0.73%	24 小時書店	20	5.62%
自行車	11	0.76%	自行車	5	0.46%	都會不夜城	8	2.25%
都會不夜城	11	0.76%	其他	4	0.37%	自行車	6	1.69%
其他	5	0.35%	都會不夜城	3	0.27%	其他	1	0.28%
保健、醫療美容	1	0.07%	保健、醫療美容	1	0.09%	保健、醫療美容	0	0.00%
景點	1	0.07%	景點	1	0.09%	藝文展演、節慶活動	0	0.00%
藝文展演、節慶活動	0	0.00%	藝文展演、節慶活動	0	0.00%	景點	0	0.00%

註：本題為複選題。

## 伍、基本資料

### 一、性別比例接近 1：1；年齡以 20-39 歲民眾占比最高；職業以製造業、學生、資訊及通訊傳播業占比較高。

在 3,635 份有效樣本中，女性受訪者占 50.29%；男性受訪者占 49.71%，見表 15。

受訪者年齡分佈以 20-29 歲最多，占 23.88%，其次為 30-39 歲，占 22.39%，第三為 50-59 歲占 22.12%。另一方面，以 12-19 歲及 70 歲以上旅客最少，分別占 2.75%和 1.32%，見表 16。

受訪者職業占比最高者分別為製造業、學生、資訊及通訊傳播業，以及其他服務業，占比依序為 13.84%、11.25%、10.62%與 10.26%；人數最少的職業別為其他工業與其他行業，僅占 1.65%及 1.40%。其他職業則包含無職業、宗教人員、運輸人員，見表 17。

表 15 104 年受訪旅客性別分佈

單位：人數，百分比

性別	人數	百分比
總計	3,635	100.0%
女性	1,828	50.29%
男性	1,807	49.71%

資料來源：本研究整理。

表 16 104 年受訪旅客年齡分佈

單位：人數，百分比

年齡	人數	百分比
總計	3,635	100.00%
12-19 歲	100	2.75%
20-29 歲	<b>868</b>	<b>23.88%</b>
30-39 歲	<u>814</u>	<u>22.39%</u>
40-49 歲	646	17.77%
50-59 歲	<u>804</u>	<u>22.12%</u>
60-69 歲	355	9.77%
70 歲及以上	48	1.32%

資料來源：本研究整理。

表 17 104 年受訪旅客職業分佈

單位：人數，百分比

職業別	人數	百分比
總計	3,635	100.00%
製造業	<b>503</b>	<b>13.84%</b>
資訊及通訊傳播業	<u>386</u>	<u>10.62%</u>
其他類型服務業	373	10.26%
學生	<u>409</u>	<u>11.25%</u>
退休人員	286	7.87%
公共行政及國防業與教育服務業	274	7.54%
家庭管理	285	7.84%
金融及保險業	247	6.80%
批發及零售業	254	6.99%
醫療保健及社會工作服務業	145	3.99%
藝術、娛樂及休閒服務業	104	2.86%
營造業	72	1.98%
住宿及餐飲業	91	2.50%
其他工業	60	1.65%
農、林、漁、牧業	94	2.59%
其他	51	1.40%
未回答	1	0.02%

資料來源：本研究整理。

## 二、教育程度以大專、大學最多；年收入以 10,000-19,999 美元者最多。

在 3,635 份有效樣本中，受訪旅客教育程度以大專、大學學歷最多，占 65.45%；其次，研究所以上占 6.11%。故經合計後，有 71.56%的旅客接受過高等教育，詳見表 18。

104 年受訪旅客平均年收入為 24,217.18 美元。在區間分佈上，以年收入介於 10,000-19,999 美元之間者最多，占 28.80%。其次為無固定收入者，占 23.33%，其中無固定收入者可能包括退休、有其他投資收入、在學學生等。第三則為年收入介於 20,000-29,999 之間的旅客，占 15.05%，詳見表 19。

表 18 104 年受訪旅客教育程度分佈

單位：人數，百分比

教育程度	人數	百分比
總計	3,635	100.00%
初等教育及以下	110	3.03%
中等教育 (含高職)	<u>917</u>	<u>25.23%</u>
大專、大學	<b>2379</b>	<b>65.45%</b>
研究所及以上	<u>222</u>	<u>6.11%</u>
未回答	7	0.18%

資料來源：本研究整理。

表 19 104 年受訪旅客年收入分佈

單位：人數，百分比

年收入	人數	百分比
總計	3,635	100.00%
未滿 10,000 美元	308	8.47%
10,000-19,999 美元	<b>1,047</b>	<b>28.80%</b>
20,000-29,999 美元	<u>547</u>	<u>15.05%</u>
30,000-39,999 美元	381	10.48%
40,000-49,999 美元	179	4.92%
50,000-59,999 美元	132	3.63%
60,000-69,999 美元	44	1.21%
70,000-79,999 美元	51	1.40%
80,000-89,999 美元	16	0.44%
90,000-99,999 美元	22	0.61%
100,000 美元及以上	50	1.38%
無固定收入	<u>848</u>	<u>23.33%</u>
未回答	10	0.28%

資料來源：本研究整理。