



TTR 台灣趨勢研究報告

住宿服務業發展趨勢

2012 年 5 月

TEL : (02)2737-1068

Email : survey@twtrend.com

Web : www.twtrend.com

台灣趨勢研究

逆向思考 順勢而為

住宿服務業

根據財政部所訂定之「中華民國稅務行業標準分類」第六次修訂的定義，所謂住宿服務業指的是凡從事以日或週為基礎，提供客房服務或渡假住宿服務等行業均屬之，如旅館、旅社、民宿等。

而近年來隨著軟實力(Soft Power)的概念受到重視，也帶動以軟實力為基礎的產業諸如文化創意、觀光旅遊、住宿服務產業的發展。

由於台灣本身所具有的地理環境與風貌條件，政府亦開始重視觀光產業的發展，在過去十年，到訪台灣的國際旅客已從兩百多萬人次逐步超過五百萬人次，除了讓更多觀光客認識台灣社會的多元文化，更直接的是觀光客所帶來的經濟效益。根據過去5年的統計數字可以發現，住宿服務業的營利事業家數每年平均成長200至300家(詳見圖1)。這也顯示無論是大型飯店或者小型的民宿、短租營業型態業者都紛紛投入搶攻市場大餅。

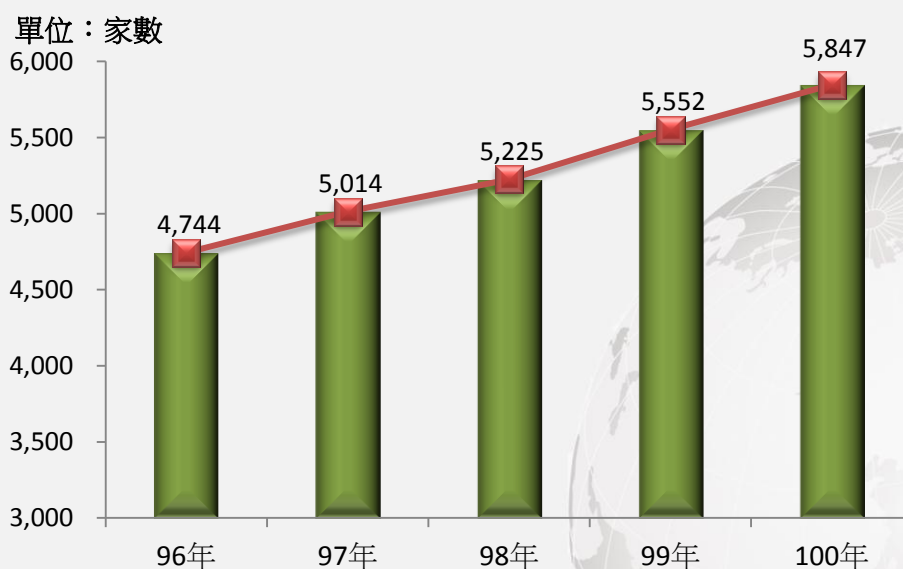
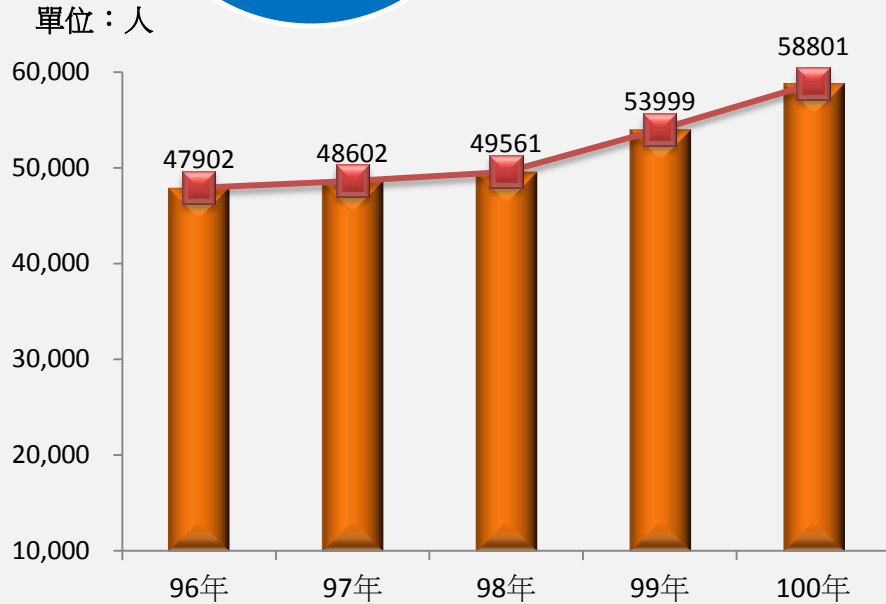


圖 1
96年~100年我國
住宿服務業之
營利事業家數

圖 2
96 年~100 年
我國住宿服務業
之從業人口

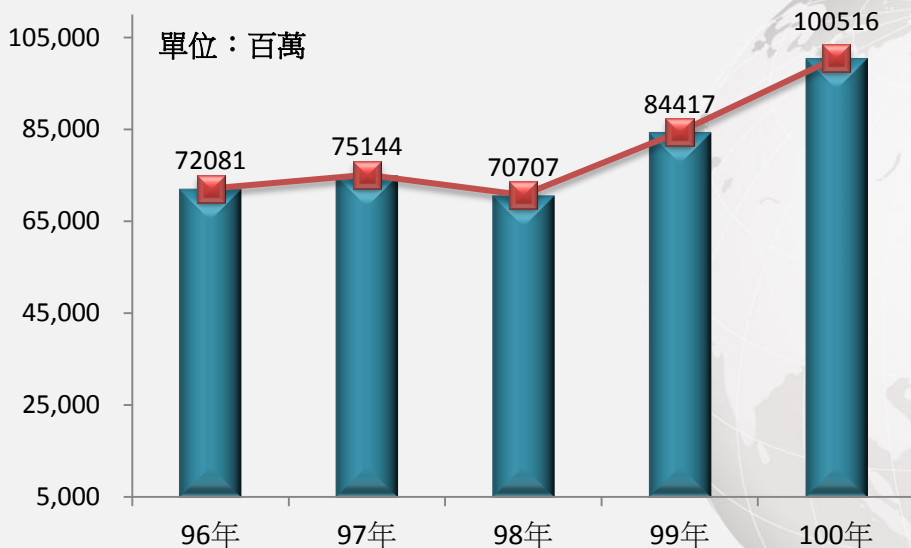


資料來源：財政部資料中心，本研究整理

近年受惠於觀光政策的開放與推廣，觀光客大幅成長的情況下，相關大型的國際旅館也都陸續進駐台灣，包含 W hotel、Le Meridien 以及日式的加賀屋都在 2010 年底正式登台，而南台灣則有洲際飯店旗下的皇冠假日酒店進駐高雄義大世界。而新的大型飯店投入，也連帶帶動了住宿服務業的從業人數，根據行政院統計資料顯示，我國住宿服務業 96 年至 100 年的從業人數逐漸成長，在五年間增加了近 11,000 人（詳見圖 2）。

在過去五年的營業額部分，除了 98 年呈現負成長之外，其餘年度都呈現正成長。在 98 年至 100 年間，每年的營收成長率皆達 19%，100 年的住宿服務業的營業收入更是一舉突破千億（詳見圖 3）

圖 3
96 年~100 年
我國住宿服務業
之營業額



資料來源：行政院主計處，本研究整理

根據聯合國世界觀光旅遊組織的預估，2012 年的世界觀光客總數可望突破 10 億人次，而從 2008 年的金融海嘯以來，每年的觀光客總數皆以 5% 的速度成長。為搶食觀光大餅，世界各國無不摩拳擦掌迎接觀光客所帶來的可觀效益。而世界觀光組織(UNWTO)也預估到 2020 年全世界的觀光客總數將到達 16 億人次，意指未來 8 年中，每年將平均增加約 7500 萬人次的觀光客，顯示未來的觀光市場不容小覷。

就旅遊觀光消費國家加以排行，目前歐美仍為世界觀光消費的主要來源，而台灣鄰近的中國大陸則躋身世界第三，而同樣是台灣主要觀光外匯來源的日本，則佔世界排名第七（詳見表 1）。台灣的利基由此可見一斑，未來應思考如何繼續吸引來自中國大陸與日本的客源，同時也要繼續開發歐美的觀光客，因為在人均消費上，歐美觀光客的消費能力仍然不容小覷。

表 1
觀光消費前十名國家

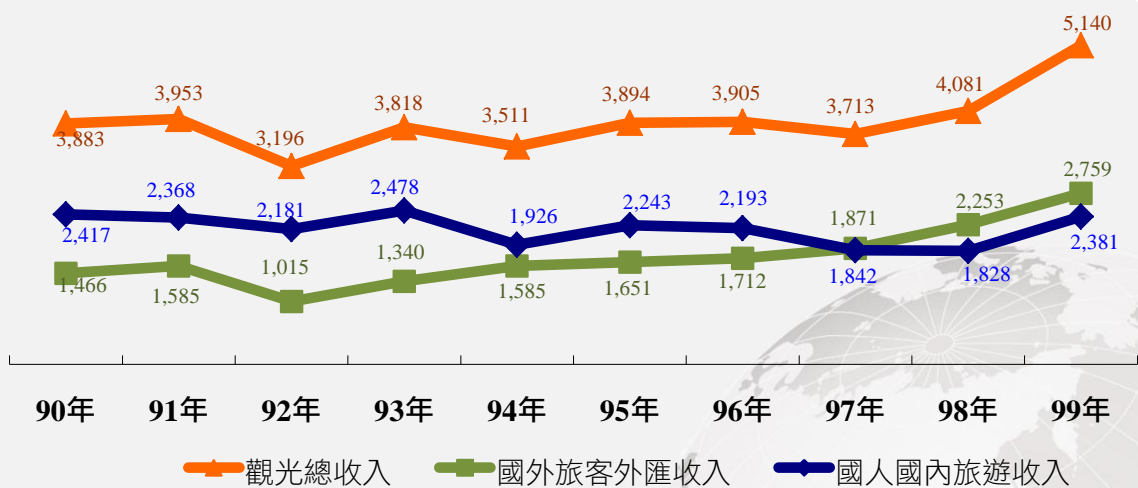
排名	國家	2010 年觀光消費 (單位：十億美金)	佔世界 比例	人口數 (單位：百萬)	人均花費 (單位：美元)
1	德國	77.7	8.5 %	82	952
2	美國	75.5	8.2 %	310	244
3	中國大陸	54.9	6.0 %	1,341	41
4	英國	48.6	5.3 %	62	780
5	法國	39.4	4.3 %	63	625
6	加拿大	29.5	3.2 %	34	866
7	日本	27.9	3.0 %	127	219
8	義大利	27.1	2.9 %	60	449
9	俄羅斯	26.5	2.9 %	140	189
10	澳洲	22.5	2.5 %	22	1,014

資料來源：聯合國世界觀光組織，本研究整理

就台灣市場而言，在 2011 年造訪台灣的觀光客約 550 萬人次，其中以中國大陸旅客為最多，其次為日本旅客，近三年受益於航線增加的東南亞區域則成為第三大旅客來源，排名第四的則是香港、澳門的旅客，第五則是來自美洲的觀光客。從整體的觀光收入來看，從原先比例較高的國民旅遊收入，在 2008 年被國外旅客所帶來的收入所超越，當然一方面受益於開放中國大陸觀光客的原因，另一方面則是來自國內國民旅遊收入上有些微的下滑（詳見圖 4）。

圖 4
我國過去十年
觀光收入變化

單位：新台幣億元



資料來源：交通部觀光局

從產業策略佈局來講，國內住宿服務業市場區隔益趨明顯，主打自助旅行或低預算觀光客的平價旅館逐漸興盛於市場，而主打商務層級或高價位的國際觀光旅館也陸續進駐台灣。

未來定位為平價市場的旅館需致力於提高住房率以提升整體獲利，因為對於尋求平價旅館住宿的觀光客而言，旅館僅是繁忙行程的中繼站，預算為他們入住平價旅館的重要考量；而主打國際觀光旅館的大型飯店或連鎖品牌旅館，關注的是提高顧客忠誠度，並將焦點置於飯店本身特色，讓入住旅客能有豐富的體驗。相對於連鎖國際品牌的旅館，本土旅館除了突顯自家旅館的特色，更需加強與資訊科技結合，包含會員制度、多功能的網站建置等。

住宿服務業除了提供一般所需的食、宿以外，包含旅遊諮詢、觀光導覽、交通運輸等，都是附屬於住宿服務業的服務項目，因此服務上需要更細膩、更全面，才能符合大多數旅客需求。而未來的住宿服務業雖然隨著台灣旅遊觀光市場的消費者增加而有更多獲利空間，但伴隨愈來愈多的競爭者進入市場，經營者更需倚賴嚴謹的市場策略才能從競爭的市場中尋求穩定獲利。

