



TTR 台灣趨勢研究報告

旅行及相關服務業發展趨勢

2017 年 5 月

TEL : (02)7709-1068

Email : survey@twtrend.com

Web : www.twtrend.com

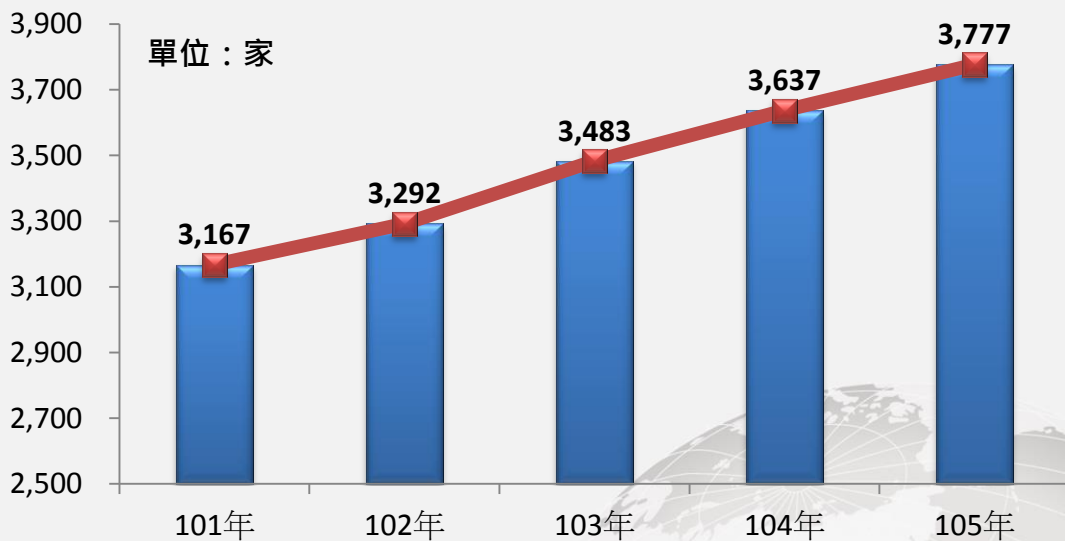
台灣趨勢研究

逆向思考 順勢而為

旅行及相關服務業

由行政院主計總處於 105 年所頒布之「中華民國行業標準分類」第 10 次修訂可知，「旅行及相關服務業」為從事旅行及相關服務之行業，如安排及販售旅遊行程（食宿、交通、參觀活動等）、提供導遊及領隊服務、提供旅遊諮詢及相關代訂等服務；代訂代售藝術、運動及其他休閒娛樂活動票券亦歸入本類。

透過近 5 年的統計資料可發現（詳見圖 1），105 年我國旅行及相關服務業家數達 3,777 家，較 104 年增加 140 家，已連續 5 年持續成長。



資料來源：財政部資料中心，本研究整理

圖 1

101 年~105 年旅行及
相關服務業之營利事
業家數

在營業額方面，旅行及相關服務業的營業額從 101 年開始持續成長，至 104 年達近年新高點，於 105 年度出現下滑，較 104 年減少 38.03 億元，營業額達 357.61 億元。

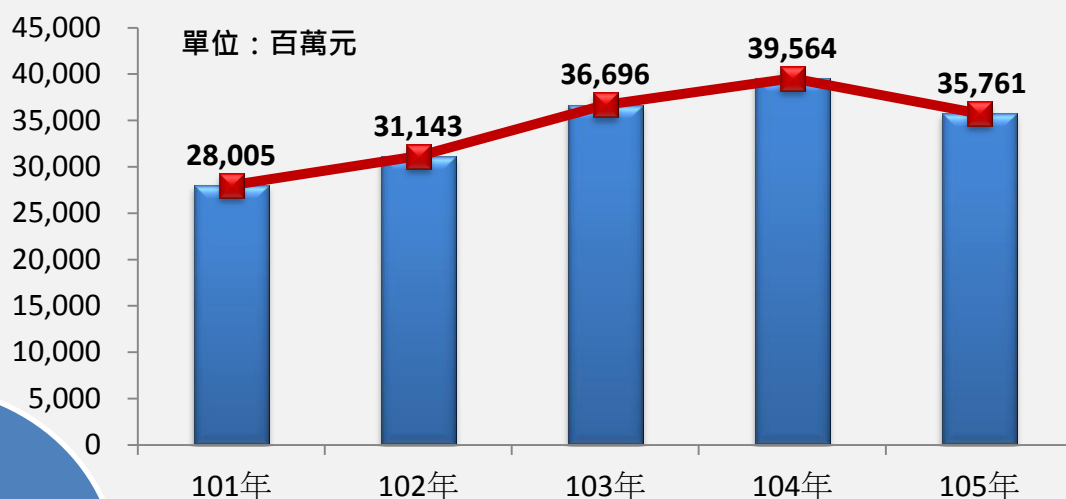


圖 2
101 年~105 年旅行及
相關服務之營業額

資料來源：財政部資料中心，本研究整理

在從業人數方面，近 5 年的統計資料顯示（詳見圖 3），105 年我國旅行及相關服務業之從業人數與 104 年度相去不遠，保持在近 3 萬人左右。

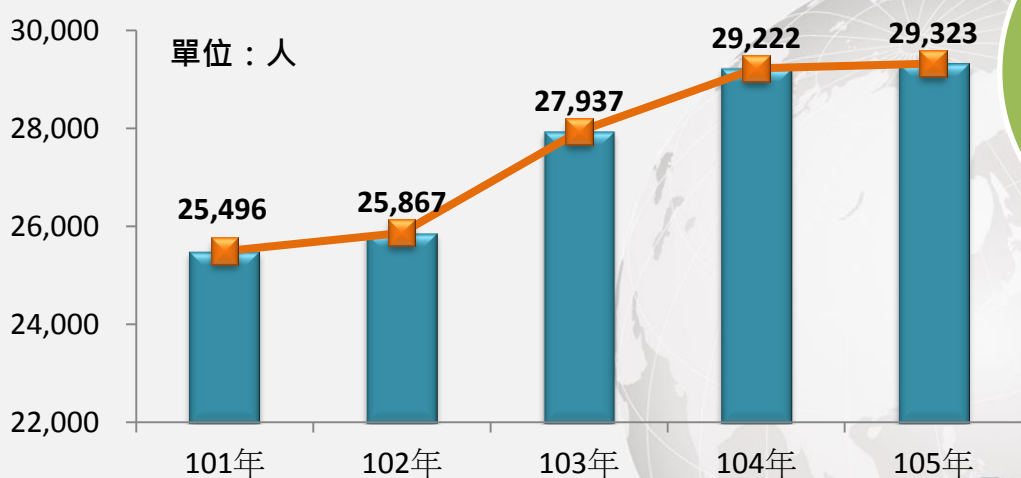
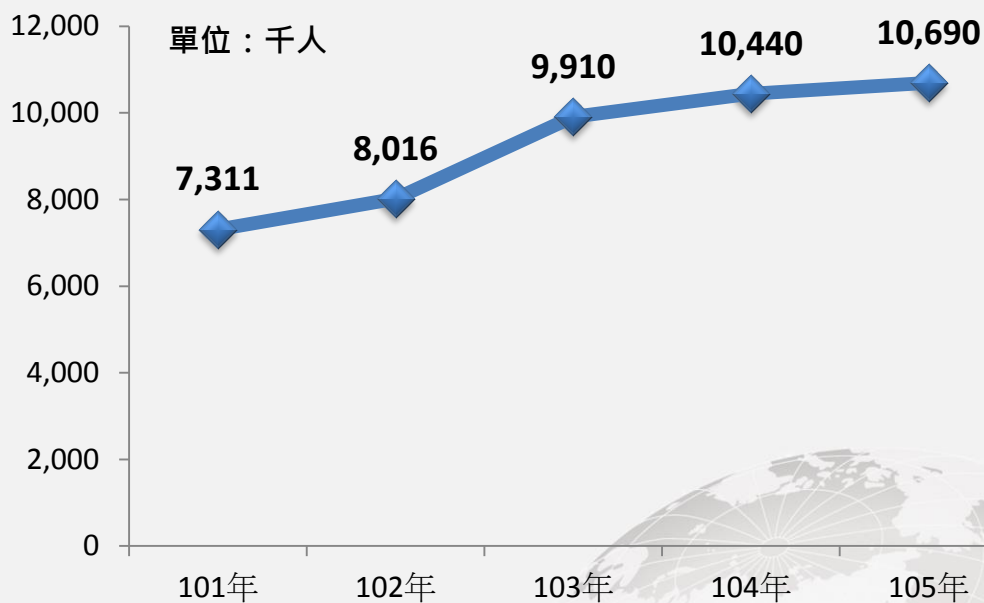


圖 3
101 年~105 年旅行
及相關服務業之從業
人數

資料來源：行政院主計處，本研究整理

由以上資料可以發現，近年來我國旅行及相關服務業者家數持續增加，起因於進入門檻較低，各家旅遊產品差異化不大，且容易被模仿複製，於是形成產業內競爭更加激烈的局面。我國業者不只要與既有業者競爭，隨著資訊科技發達，帶動線上旅行社（Online Travel Agency）、旅遊入口網站、旅遊產品比價平台、旅遊資訊交流社群等蓬勃發展，同時搶攻旅遊市場大餅，挑戰旅行及相關服務業主掌旅遊規劃之傳統角色。

根據交通部觀光局的統計，近5年來臺旅客人次年年刷新歷史紀錄，至104年已突破1,000萬人次（詳見圖4），105年持續增加至1,069萬人次，顯示我國旅遊市場近年發展蓬勃，呈現持續成長的趨勢。



資料來源：交通部觀光局，本研究整理

圖 4
101 年~105 年來臺
旅客人次變化

我國旅行及相關產業受到政治、景氣、交通運輸等影響，近年來臺旅客組成出現變化。自 97 年開放兩岸交流以來，大陸觀光客人數持續增加，並已成為來臺旅客最大宗客源，然而 105 年卻首次出現較明顯的負成長，自 105 年 5 月開始縮減，根據 105 年 10 月統計，陸客占總入境旅客占比由 104 年度的四成降為三成，而其他國際旅客累計人數則持續增加。其中韓國與日本旅客成長幅度較大，受惠於臺日與臺韓之間簽訂開放天空政策協議，新航線開通之後帶動更多旅客往來。此外，105 年政府推行「新南向政策」，未來將加速放寬東協十國及南亞六國來臺旅客簽證限制，促進東南亞與我國觀光交流，以第一波開放免簽試辦的泰國為例，其來臺旅客人數較前一年成長

57%。

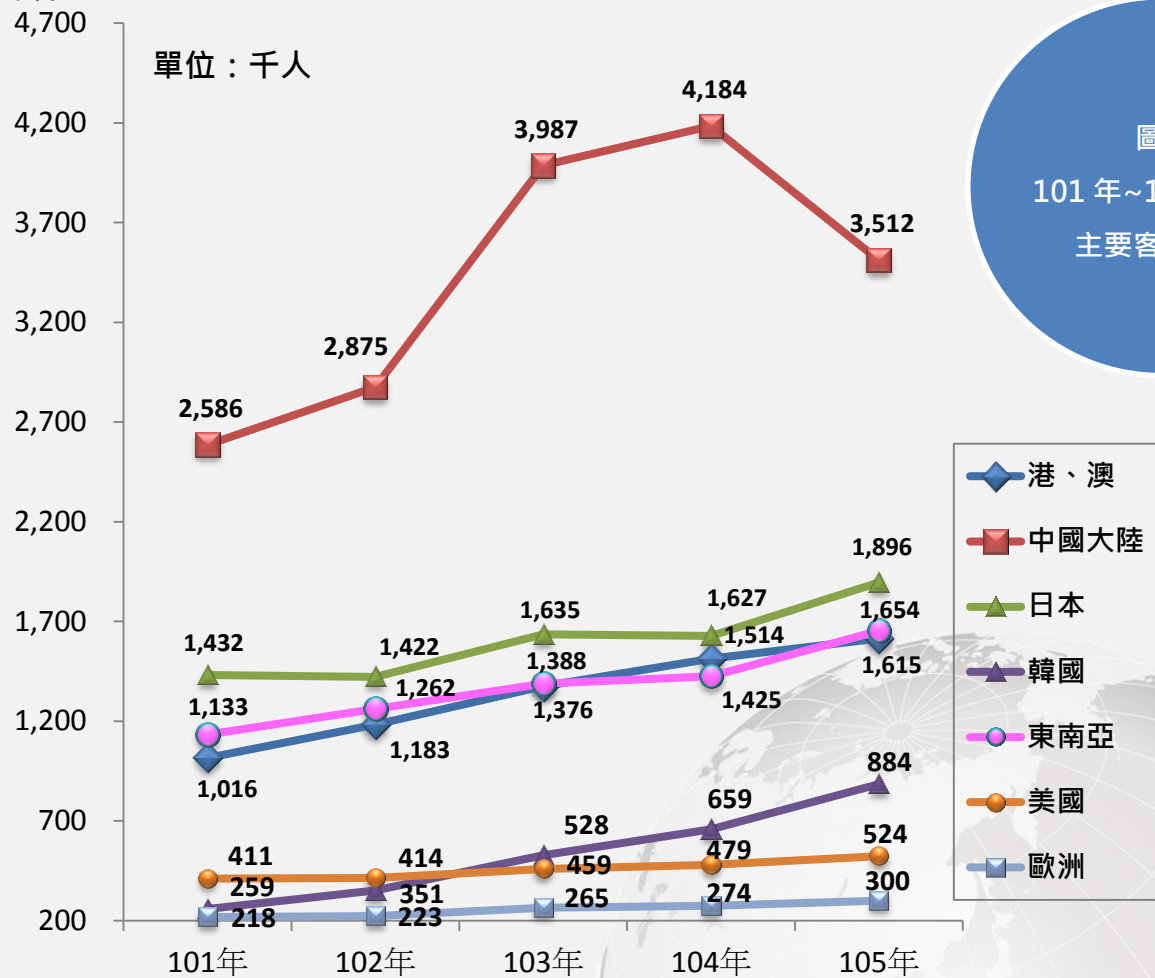


圖 5
101 年~105 年來臺
主要客源變化

資料來源：交通部觀光局，本研究整理

由近五年來的來臺旅客統計可知，旅客來源仍然以陸客占比最大，然而日本、港澳、東南亞、韓國等其他國家來客數也逐年成長，未來業者可因應客源變化，拓展其他客群之相關服務。

綜觀以上數據，我國旅遊市場未來有機會湧入更多國外旅客，且客源更為複雜多元。為迎接未來多元客源到來，未來政府與業者可加強培養外語專長人才，於各地景點增加多國語言標示與介紹，建立多國語言友善旅遊環境。

除了語言隔閡有待突破，東南亞多元宗教文化也是一大挑戰，其中又以穆斯林旅遊市場尤其受矚目，根據「穆斯林旅遊指數」(Global Muslim Travel Index) 統計發現，我國已躋身穆斯林族群熱門觀光地點之一，105 年來臺觀光穆斯林旅客已達 18 萬人次，未來仍有持續成長之潛力。受宗教規範影響，穆斯林旅客在食衣住行等各方面都有特殊要求，目前已有餐飲及住宿業者積極爭取穆斯林組織認證，以穆斯林生活習慣規劃餐點烹調及空間設施。未來政府宜輔導民間與公家單位擴大建置穆斯林友善環境，於百貨公司、交通節點等公共空間設置祈禱室，輔導餐廳及食品業者通過清真認證，掌握下一波觀光旅遊新商機。

在國內旅遊市場方面，交通部觀光局的統計發現，100 年至 104 年國人國內旅遊總次數及國內旅遊總費用有成長的趨勢（詳見圖 6），在政府推動觀光補助、各縣市增加觀光宣傳等措施推波助瀾之下，國內旅遊市場近年也日益活絡。

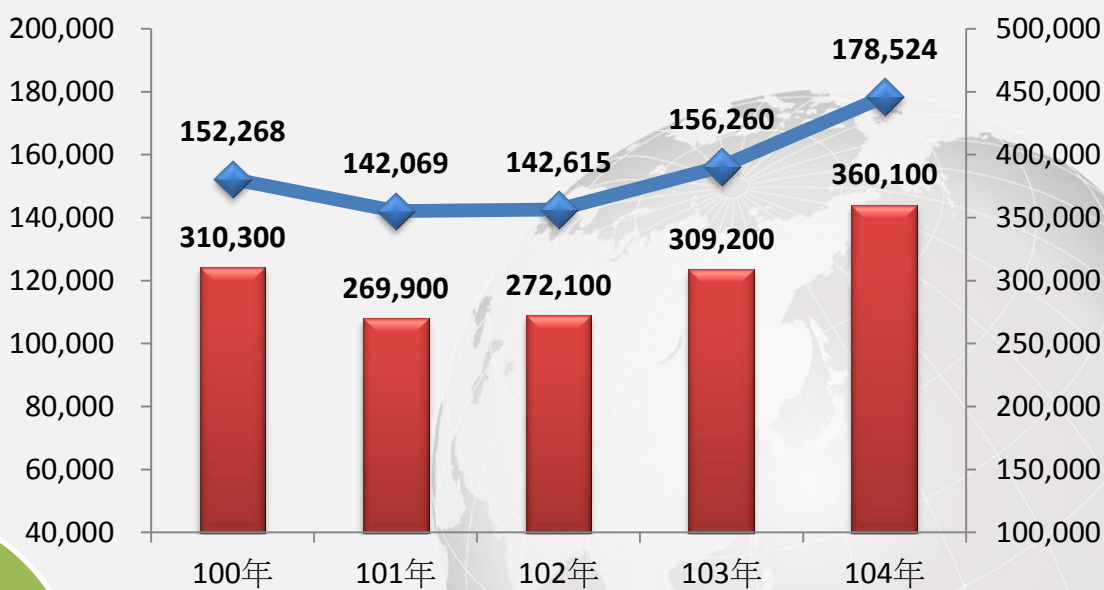


圖 6

100 年~104 年國人
國內旅遊總次數與旅
遊總費用

■ 國人國內旅遊總費用(單位：百萬元)

◆ 國人國內旅遊總次數(單位：千人次)

資料來源：交通部觀光局，本研究整理

隨著我國旅遊市場逐漸成長的同時，保持良好服務品質與健全制度更顯其重要性。近年交通運輸發達，帶動天天遊（Daily Tour）、精緻小包團（Mini Tour）等小型團體旅遊產品發展，旅客不只可以享有專人導覽、專人接送等一般團體旅遊的服務，還可有人數與時間上的彈性選擇。有部分業者以低價與便利之特性吸引遊客上門，但過低的團費衍生出不少問題，其天天出團、單日長途車程等行程造成駕駛員過勞，成為旅遊潛在危機之一，而近年數起遊覽車山路翻覆、國道火燒車等嚴重旅遊意外，已重挫我國旅遊安全形象。

為此，政府應正視旅遊安全議題與遊覽車管理規範，向業者及相關單位重申以「安全第一」為最根本要求，明確規範業者安排行程需注意車輛檢驗、行車路段安全、旅遊保費等考量，並給予駕駛員充分的休息時間，以避免疲勞駕駛造成意外。建議未來政府進一步落實旅遊品質認證，以資訊公開、定價合理、交通安全等各方面評量旅行及相關服務業服務品質，為消費者把關。有業者為了重建旅客對於國內旅遊環境之信心，已開始積極落實安全措施，為旅客提高旅遊保費，並將行程內容透明化，向旅客展現重視安全與品質之決心。

在競爭激烈的旅遊市場中，旅行及相關服務業者須了解多元客群需求，同時提供具安全保障之服務，以取得旅客信賴。為了有效整合大量資訊，未來業者可利用數據分析，針對網站流量、客戶資訊、景點周邊交通等進行資料探勘，發掘潛在消費需求與大環境動向，掌握趨勢搶得先機，以高品質、差異化服務提高競爭優勢。