

TTR 台灣趨勢研究報告

住宿業發展趨勢

2024 年 5 月

TEL : (02)7709-1068

Email : survey@twtrend.com

Web : www.twtrend.com

住宿業發展趨勢

根據行政院主計總處 110 年第 11 次修訂「中華民國行業統計分類」之定義，住宿業係指「從事短期或臨時性住宿服務之行業。」諸如旅館、旅社、民宿及露營區等均屬之，而分類中又將住宿業進一步細分為短期住宿業、其他住宿業，各細業別之定義如下表所示。

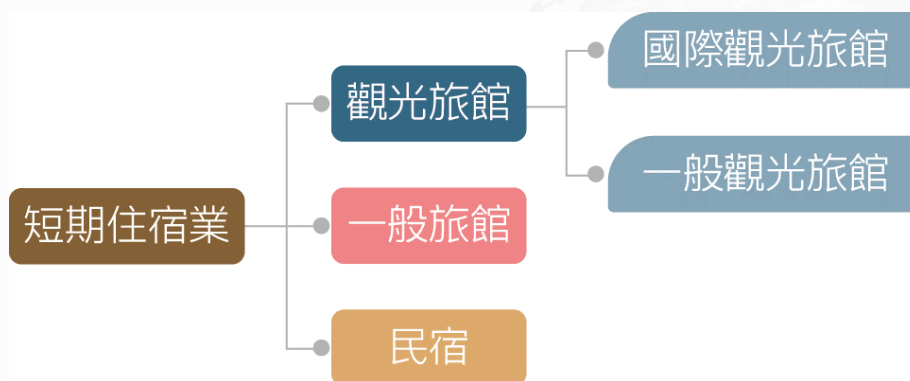
表 1 住宿業範疇

行業名稱	定義
短期住宿業	從事以日或週為基礎，提供客房服務或渡假住宿服務之行業，如旅館、旅社、民宿等；本類可附帶提供餐飲、洗衣、會議室、休閒設施、停車等服務。
其他住宿業	從事短期住宿業以外住宿服務之行業，如露營區、休旅車營地及僅對特定對象提供臨時性住宿服務之招待所。

資料來源：行政院主計總處，本研究整理

短期住宿業中，旅館業因主管機關、適用法規、設立目的之不同，又可區分成「觀光旅館」及「一般旅館」；其中，觀光旅館業又依照建築設備等硬體設施不同再細分為「國際觀光旅館」及「一般觀光旅館」。而「民宿」則為自用住宅一部分，屬於家庭副業方式經營。

圖 1 短期住宿業分類



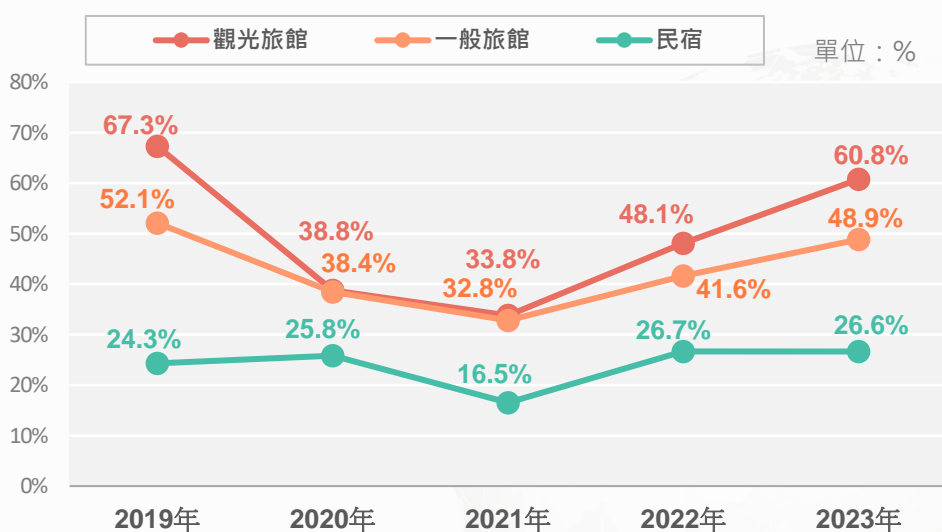
資料來源：交通部統計處，本研究整理

住宿業與觀光產業相輔相成，台灣觀光產業在疫情前逐年攀升，在 2019 年寫下 1,710 萬人次榮景，觀光客湧現帶動住宿業共榮，越來越多國際連鎖飯店看好未來長期發展潛力，擴大在臺佈點。然而 2020 年因新冠肺炎疫情 (Covid-19) 的影響，國際旅客驟減，讓過去以國際旅客為主要客源的業者受到嚴重衝擊，尤其臺北市區的都會型態的觀光旅館影響更甚；直至 2022 年底重啟國門後才逐步復甦。

疫情對於不同類別住宿業之間的影響有明顯差異，在短期住宿業客房住用率部分，疫情爆發前觀光旅館的客房住用率超過六成，而一般旅館的客房住用率則約在五成上下，然而疫情爆發使客房住用率雙雙急劇下降至四成以下，並在 2021 年第三級疫情警戒期間達到谷底，直至 2022 年下半年，防疫政策轉向與病毒共存，重啟國門並實施各項觀光振興措施後，客房住用率才逐步回升，並於 2023 年逐漸回升至趨近疫情前水準。民宿業則因房數少且經營類型多元，較能靈活彈性調整，使民宿業在 2020 年疫情爆發期間客房住用率仍逆勢成長，近年僅在 2021 年第三級疫情警戒國旅停擺期間受到衝擊。

圖 2

2019 年至 2023 年 短期住宿業客房住用率



資料來源：交通部觀光署，本研究整理

另從短期住宿業的住宿人次來看，因 2020 至 2022 年均部分受疫情影響，故聚焦於全年均有外國旅客且未有任何疫情限制的 2023 年，2023 年旅宿業整體住客人次約為 7,983.3 萬人次，已超過疫情前 2019 年的人次，進一步檢視住宿客源國籍，本國籍住客人次約為 6,383.5 萬人次，較疫情前 (5,153 萬人次) 大幅增加，外籍住客雖已漸回流，但仍不及疫情前的表現。

表 2 2023 年短期旅宿業整體住客人次

單位：人次

	觀光旅館	旅館	民宿	總計
本國	7,500,115	47,527,688	8,806,700	63,834,503
外國	3,939,360	11,870,213	188,540	15,998,113
住宿人次合計	11,439,475	59,397,901	8,995,240	79,832,616

資料來源：交通部觀光署，本研究整理

在住宿業的銷售額方面，根據財政部財政統計資料，2019 年伴隨休閒觀光產業的增長，銷售額成長至 1,607.5 億，且觀光旅館銷售額高於一般旅館；在疫情爆發後，2020 年即使在下半年部分旅客轉向國旅，但受到防疫因素影響下，國人國內旅遊總旅次及總費用均下跌，整體銷售額仍下滑 19.5%，且較依賴國際旅客的觀光旅館業的衰退幅度大於一般旅館業。2021 年因三級疫情警戒而進一步下降至 1,262.6 億元；爾後隨防疫政策轉向，以及政府國旅振興補助的刺激之下，2022 年迅速復甦至 1,513.4 億元，並在 2023 年超過疫情前水準，達到近年新高點 1,705.6 億元，較疫情前 (2019 年) 成長了 6.1%。

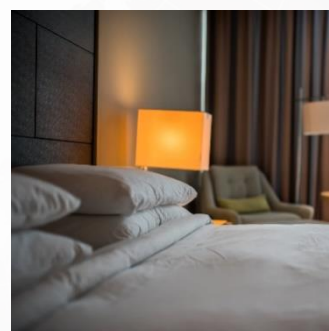
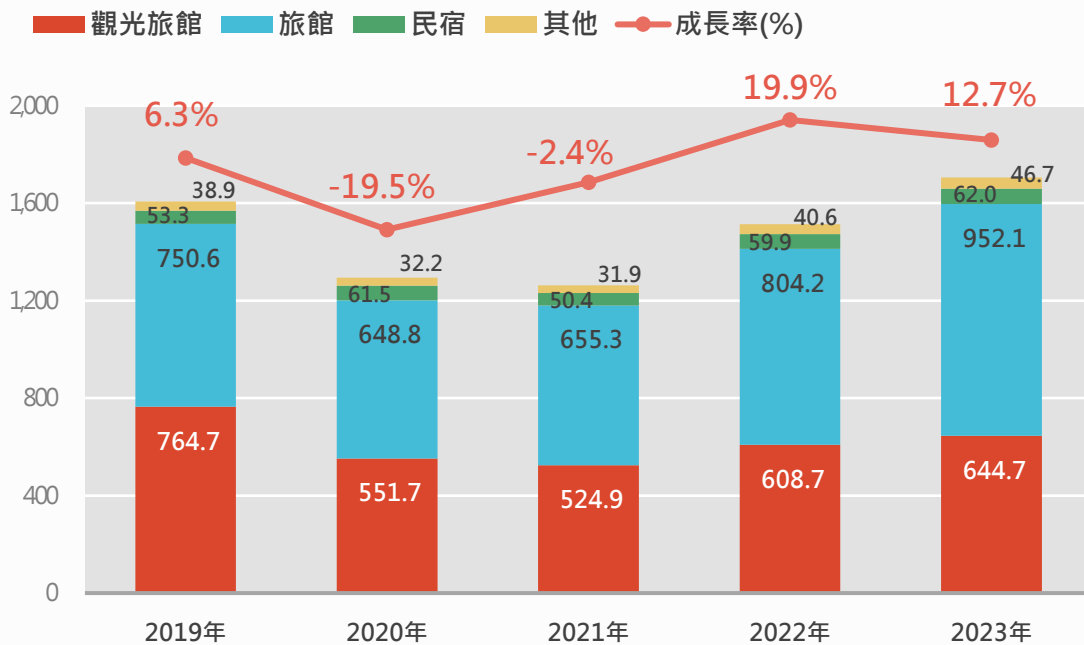


圖 3

2019 年至 2023 年住宿業銷售額

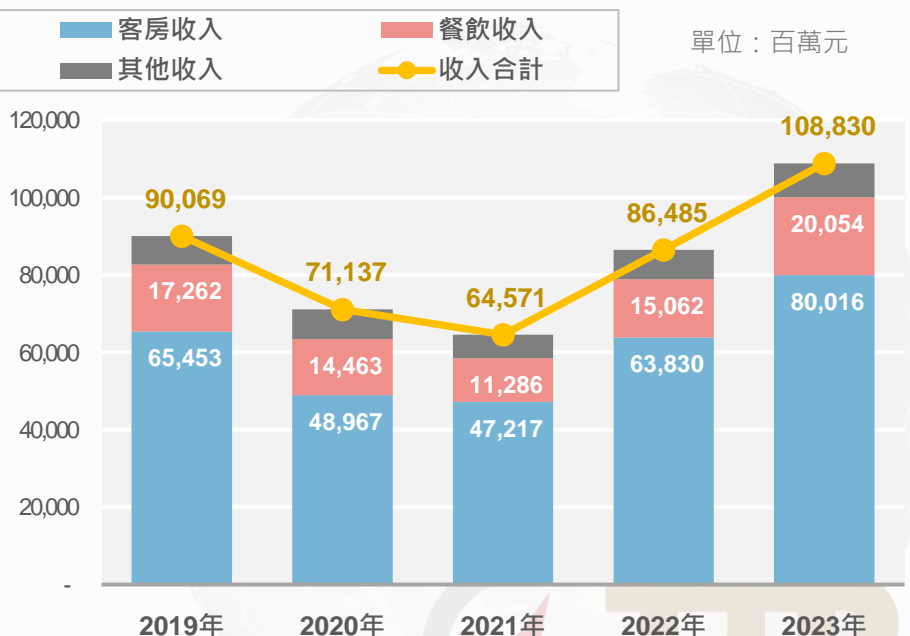
單位：億元；成長率(%)



資料來源：財政部財政統計，本研究整理

進一步從觀光旅館與一般旅館的營業收入結構觀之，觀光旅館業者的收入來源，除客房收入外，亦高度依賴餐飲收入，一般旅館則均以客房收入為主要營業收入來源；在 2020 至 2021 年疫情影響下，由於境外客源大減，餐飲收入成了觀光旅館業者重要收入來源；至 2023 年，疫情影響遠去，餐飲與房租收入同步增長，各類營收占比與疫情前大致相當。

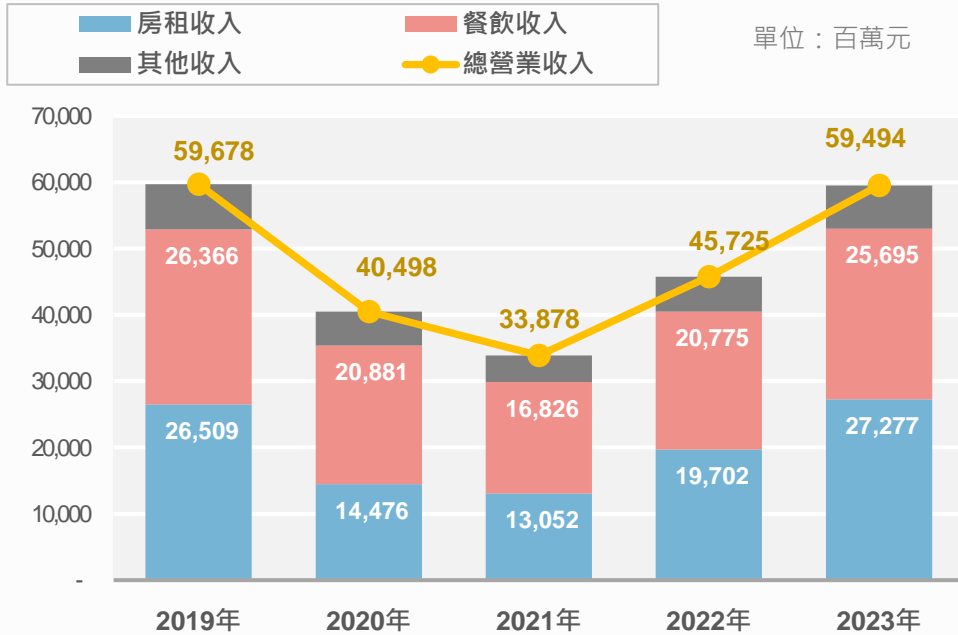
圖 4

2019 年至 2023 年
一般旅館業營業收入

資料來源：交通部觀光署，本研究整理

圖 5

2019 年至 2023 年 觀光旅館業營業收入



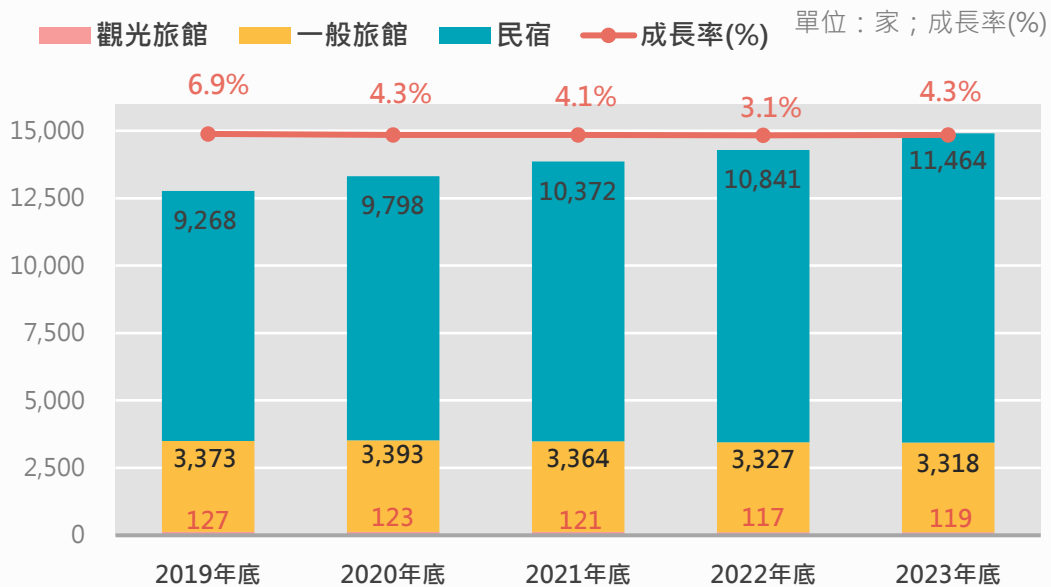
單位：百萬元

資料來源：交通部觀光署，本研究整理

在住宿業家數方面，整體業者家數呈現逐年增加的趨勢，但在疫情期間成長速度趨緩，且不同細類別的業者表現狀況各異。觀光旅館業近年家數略減，疫情期間部分業者藉此機會進行危老重建，辦理都市更新而將暫時退出市場，例如台北及高雄國賓申請危老重建為飯店加飯店式豪宅，台北國賓更將與東京皇宮酒店合作共同品牌；六福客棧申請危老重建為酒店式商辦、台北西華飯店申請危老重建為酒店式豪宅、華泰王子大飯店申請危老重建為飯店商辦複合式大樓等，結合豪宅經營為觀光飯店近年趨勢；一般旅館業者則在 2020 下半年因疫情控制得宜，產生報復性國旅，旺盛國旅需求促使家數持續增加，但在 2021 年本土疫情衝擊，以及 2022 年後重啟國門後預期將排擠國旅，前景趨於保守，家數連三年減少。相對於旅館業的家數較疫情前衰減，民宿業者家數在疫情期間持續逆勢增長，從 2019 年的 9,268 家大幅成長至 2023 年的 11,464 家，五年間成長 23.7%，疫情期間受到的影響相對較小。

圖 6

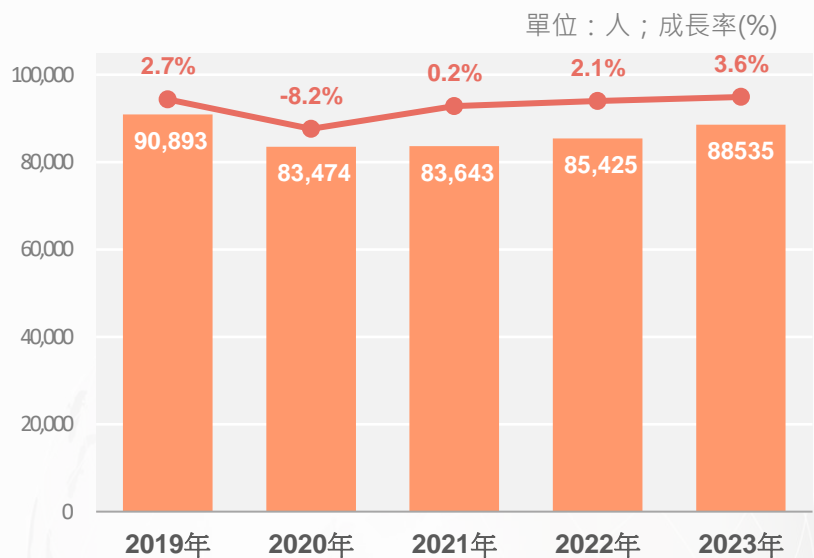
2019 年至 2023 年短期住宿業家數



資料來源：交通部觀光署，本研究整理

在住宿業受雇員工人數方面，受雇員工人數在 2019 年突破九萬人，達到近年的最高點，爾後隨著新冠肺炎疫情的爆發，客房住用率迅速下跌縮編、部分業者退出市場或都更重建，且部分員工亦擔心染疫而選擇轉職，促使受雇員工人數快速減少，於 2020 年受雇員工人數跌至近年谷底，為 83,474 人，而至 2022 年逐步解封邁入後疫情時代，整體雇用人數才隨著住房率的提升而再次增加，並隨著國門重啟 2023 年雇用人數有較大增幅。

圖 7

2019 年至 2023 年
住宿業受雇員工人數

資料來源：行政院主計總處，本研究整理

除了面對市場面的衝擊外，住宿產業遭遇嚴峻的挑戰。住宿業屬人力密集的產業，旅館業產生價值的過程需藉助大量第一線人力，疫情前住宿業既已經出現人力短缺、供給不足的現象，疫情期間部分人力擔心染疫或對前景不樂觀而轉職，且過去疫情下避免實體接觸使學校實習教育出現斷層，都讓住宿業的人力短缺問題雪上加霜，成為後疫情時代最大的挑戰。從交通部觀光署 111 年「觀光產業人才供需調查及推估」中，有 92.73% 的旅館業者均表示人才供給不足，補足人力缺口極為迫切，一直處於缺工狀態也必須以加班方式來補足人力造成成本疊升。

目前多家業者已透過調薪計畫希冀留住員工，或提供集團內工作轉換機會，以滿足職涯規劃需求；而部分業者則著眼於二度就業、中高齡重返職場，如晶華酒店「iGPS 職場導航地圖」的計畫，協助資深員工可以在集團內不同工作場域轉職，讓員工具有職位轉換的彈性；老爺酒店集團推動「壯幫手募集計畫」，透過工作設計期望讓中高齡族群返回職場。

住宿產業與觀光業高度相依，回顧過去疫情期間，邊境管制對住宿業造成嚴峻衝擊。其中，觀光旅館業者在疫情時期倚重餐飲收入，業者紛紛研發外帶餐食商品；部分業者投入開發料理包、冷凍餐食，藉著品牌號召力，以零售化、禮品化的方式，打破地域限制，擴展通路的範疇，大舉進軍冷凍餐食市場；更有業者與便利商店鮮食合作聯名上架微波鮮食與甜點商品。除了在餐飲上努力突圍外，以國際旅客為客群的都會地區旅館業者，在缺乏主力的國際商務客群下，調整服務模式與行銷手法，轉型為都會體驗式旅館。例如晶華酒店在疫情期間推出郵輪式度假體驗，整合既有的商店、餐廳、SPA、游池、健身房等設施，再加入課程體驗、周邊景點導覽等，營造出郵輪度假氛圍。礁溪老爺酒店也藉打造「得天露營體驗區」，營造具有度假感的住宿模式。諸多住宿業者在疫情期間拓展客群所進行的轉型與努力，都持續累積旅館業創新能量，隨著重啟國門與跨國旅遊恢復，經疫情洗禮後的旅館業經營上更加靈活彈性且多元化。

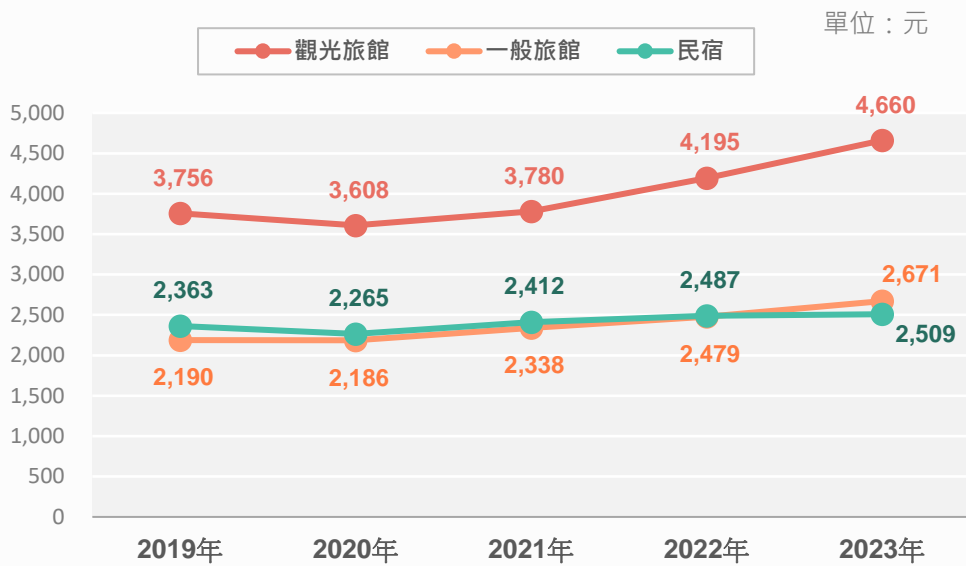
另一方面，以露營區、休旅車營地為大宗的「其他住宿業」方面，露營已成為近年重要的休閒活動，且在疫情期間為避免群聚又再推升露營活動的熱度。露營區業者近年逐漸朝向奢華精緻化方向發展，遂興起了豪華露營（Glamping），在硬體設施方面比照飯店等級，省去露營各項前置準備負擔，並辦理諸如營火晚會、自然探索、戶外電影院、體驗課程等等多項活動，強化露營過程的體驗與在地連結；例如勤美學 CMP Village 結合藝術、生態、地方產業等，與藝術家合作駐地創作，並舉辦各種手作體驗課程。後疫情時代，露營的風潮仍持續發燒，但從交通部觀光署網頁資料可知，2024 年三月底露營區共計 1,849 家，其中合法家數僅 176 家，絕大多數的露營區未合法，目前政府正研議修正《發展觀光條例》將露營區納入法規中，業者應密切留意相關法規的發展走向。

後疫情時代，旅館業面臨更為複雜的環境與挑戰，低碳旅遊、綠色旅遊成為目前全球的觀光旅遊趨勢，希望住宿業者能回應社會永續環保的期待。目前我國政府在旅館業已推動多年「環保標章旅館」認證，截至 2024 年 3 月底已有 126 家業者取得認證；另也有鼓勵推廣性質的「環保旅店」，只要不提供一次性用品即可納入。隨著永續議題的持續升溫，企業為落實 ESG，在員工差旅行為上將貫徹綠色採購，住宿的安排上多更為重視低碳環保措施，以符合企業 ESG 政策措施，因此對於合作之住宿業者永續落實程度將有所要求。

此外，越來越多觀光飯店結合地方人文、生態特色攜手地方政府或地方創生團隊推出深度旅遊路線，規劃商圈導覽或生態遊憩，例如礁溪老爺酒店推出「老爺螢光散策」專案，深度探訪在地生態景觀。

整體來說，物價高漲的時代仍將延續，住宿業面臨營運成本堆高、人力短缺等困境均反映在房價的推升上，根據交通部觀光署的統計，整體住宿房價僅在疫情爆發的 2020 年變動較小，之後便持續上漲。

圖 8 2019 年至 2023 年短期住宿業平均房價



資料來源：交通部觀光署，本研究整理

高房價時代要如何透過差異化定位，藉著不斷創新打造精緻度假感，得以讓住宿旅客感受到住宿的價值，藉此培養顧客忠誠，經營更長久的顧客關係，是未來住宿業者一大課題。