

TTR 台灣趨勢研究報告

住宿業發展趨勢

2026 年 4 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於 115 年公布之「中華民國行業統計分類」第 12 次修訂，「住宿業」係指從事短期或其他住宿服務之行業。並可進一步再細分為「短期住宿業」及「其他住宿業」兩大範疇，各細業別之定義如下表所示。

表 1 住宿業範疇



資料來源：行政院主計處，本研究整理

隨著疫情影響逐步消退，我國住宿業市場已邁入復甦與重整階段，營運動能亦逐漸回穩；然而，新常態旅遊時代的來臨，使旅客需求與消費行為持續轉變，對服務品質與體驗價值的重視程度日益提升。產業在迎向復甦的同時，亦面臨轉型升級與經營調整等多重挑戰，有待業者持續因應與精進。

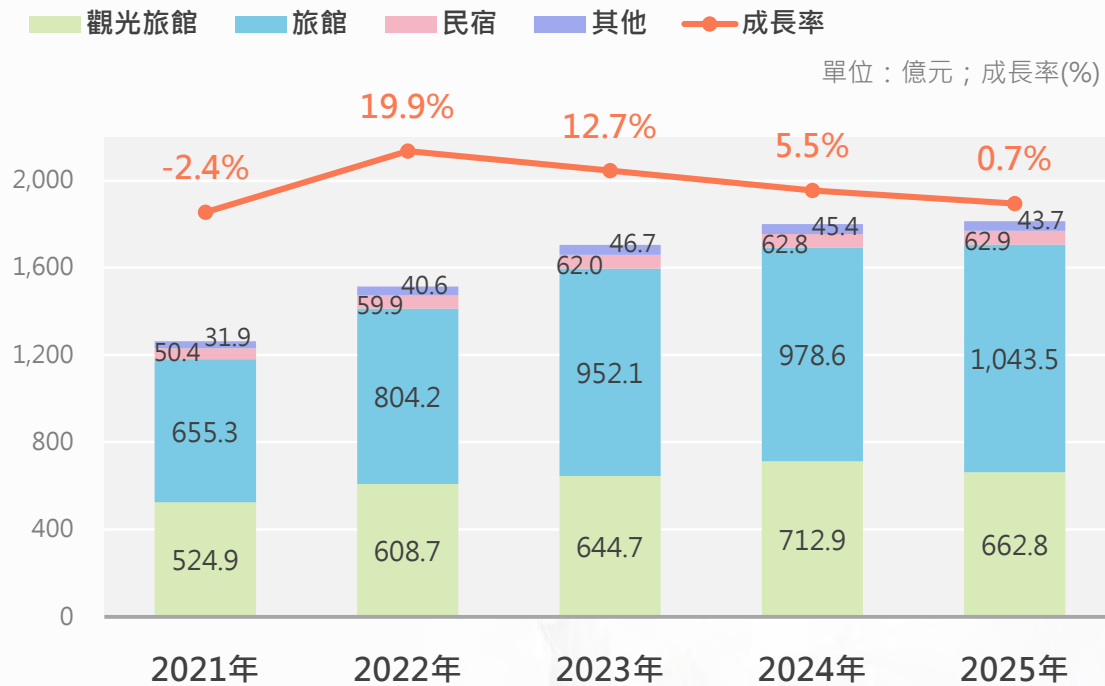
住宿業相關統計資料主要來自財政部與觀光署兩機關，其中財政部係依營利事業稅籍資料編製，觀光署則以列管之合法旅宿業者為統計對象，兩者因統計範疇與方法不同，數據間存在差異，本報告將以財政部資料作為產業規模分析基礎，以觀光署資料說明市場動態。

根據財政部資料顯示，我國住宿業於 2021 年受疫情衝擊最為顯著，銷售額降至 1,263 億元低谷；2022 至 2023 年受惠於疫情趨緩，產業強勁復甦，年增率逾 10%，銷售額超越疫前水準。然而，隨著疫情紅利消退，成長動能趨緩，2025 年我國住宿業整體銷售額為 1,813 億元，年增率縮減至 0.7%。

在各細業別銷售額表現方面，「旅館業」穩定成長，銷售額自 2021 年的 655 億元連年攀升，至 2025 年突破千億大關來到 1,044 億元，成為支撐整體產業增長的核心。相較之下，「觀光旅館」的復甦之路較為波折，雖在 2024 年一度回升至 713 億元，但 2025 年下滑至 663 億元，尚未恢復至 2019 年 (765 億元) 的高點水準。此外，「民宿」表現穩定，疫後銷售額均維持在 60 億元左右。

圖 1

2021 年至 2025 年
我國住宿業之銷售額

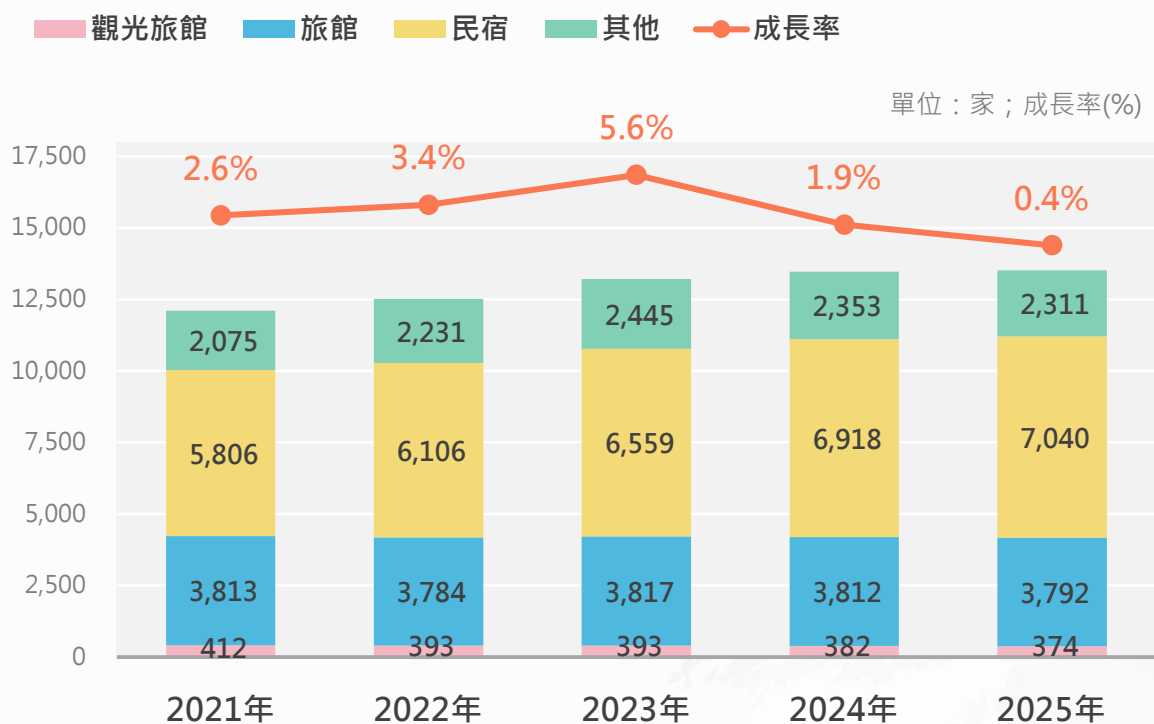


資料來源：財政部資料中心，本研究整理

住宿業由於初期投入成本龐大，導致退出門檻較高，因此近五年營利事業家數成長平穩，未受疫情影響而有劇烈波動，2025年營利事業家數達13,517家；進一步觀察各細業別，發現民宿因採家庭副業經營，不全然以銷售額為唯一導向，進入門檻相對較低，吸引業者持續湧入，促使家數連年成長，2025年突破7,000家，創近年新高。

圖 2

2021年至2025年
我國住宿業之營利事業家數



資料來源：財政部資料中心，本研究整理

在短期住宿業範疇中，旅館業依主管機關、法規依據及設立目的不同，區分為「觀光旅館」與「旅館」；其中，觀光旅館又依建築及設備等硬體條件，細分為「國際觀光旅館」及「一般觀光旅館」。而「民宿」則為利用自用住宅餘屋，以家庭副業形式經營之住宿場所。相關短期住宿業之分類定義及差異，整理如下表所示。

表 2 我國短期住宿業分類比較

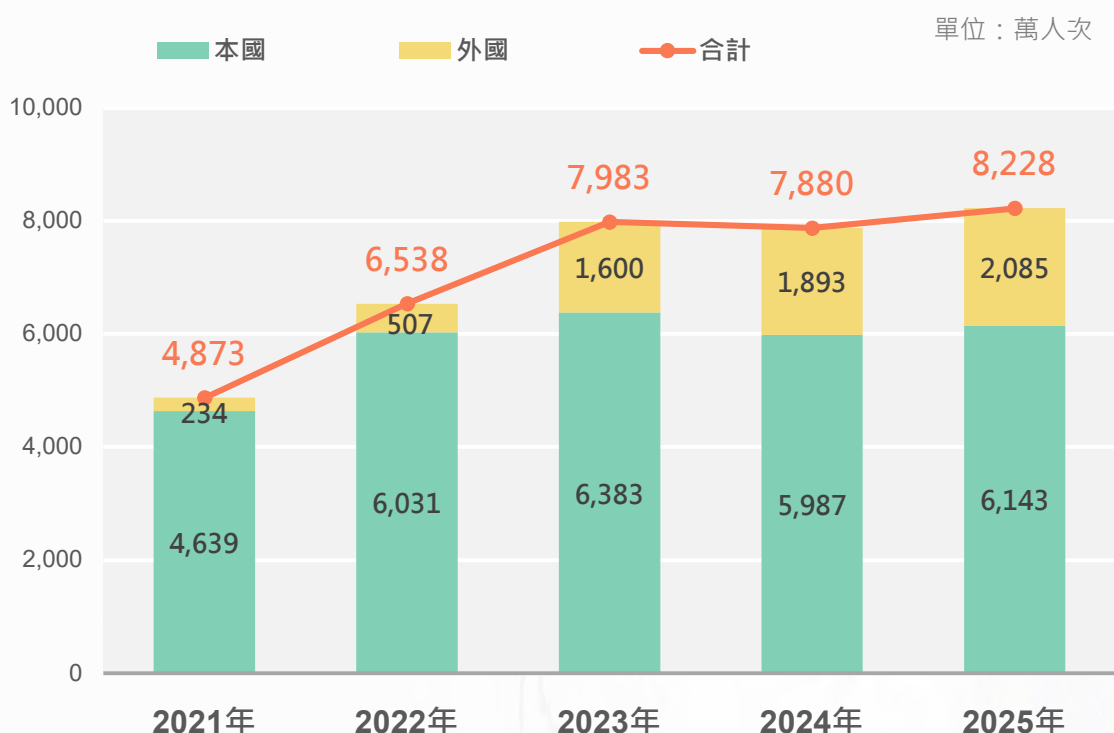
	觀光旅館	旅館	民宿
定義	觀光旅館業經營之觀光旅館分為國際觀光旅館及一般觀光旅館，其建築及設備應符合觀光旅館建築及設備標準之規定	指觀光旅館業以外，以各種方式名義提供不特定人以日或週之住宿、休息並收取費用及其他相關服務之營利事業	指利用自用或自有住宅，結合當地人文街區、歷史風貌、自然景觀、生態、環境資源、農林漁牧、工藝製造、藝術文創等生產活動，以在地體驗交流為目的、家庭副業方式經營，提供旅客城鄉家庭式住宿環境與文化生活之住宿處所
適用法規	觀光旅館業管理規則	旅館業管理規則	民宿管理辦法
主管機關	交通部	在中央為交通部； 在地方為地方政府	在中央為交通部； 在地方為地方政府
設立辦法	向交通部申請籌設成功後，報請交通部會同警察、建築管理、消防及衛生等有關機關查驗合格後，發給觀光旅館業營業執照及觀光旅館業專用標識，始得營業	依法辦妥公司或商業登記，並向地方主管機關申請登記，領取登記證後，始得營業	向地方主管機關申請登記，並繳交規費，領取民宿登記證及專用標識牌後，始得開始經營

資料來源：交通部觀光署，本研究整理

受新冠疫情三級警戒衝擊，2021 年我國短期住宿業住客人次降至 4,873 萬人次低點，而後隨著防疫措施鬆綁與邊境開放，住客人次快速回升，2023 年已恢復至接近疫前水準，2025 年更進一步達到 8,228 萬人次，略高於 2019 年水準，整體市場由復甦階段邁入平穩發展。

就客源結構觀之，本國住客是支撐市場回升的主要動能。新冠疫情後出現的報復性旅遊浪潮，推升國旅需求，2023 年本國住客人次達 6,383 萬人次之高點，隨後跨境旅遊快速復甦，壓縮境內旅遊市場，本國住客人次略為回落，但整體仍維持在疫情前水準之上。另一方面，外國住客人次則呈現穩定回升趨勢，自 2021 年低點逐年增加至 2025 年之 2,085 萬人次，但與 2019 年疫情前 2,828 萬人次相比仍有差距。

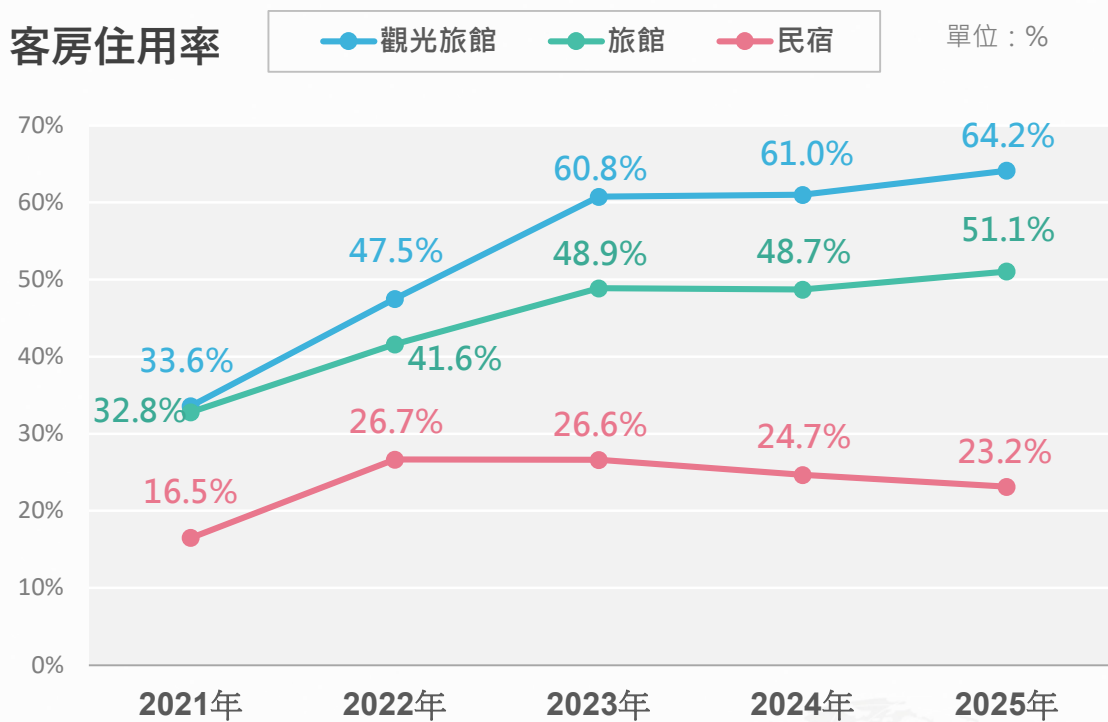
圖 3 2021 年至 2025 年
我國短期住宿業之住客人次



資料來源：交通部觀光署，本研究整理

客房住用率及平均房價為住宿業衡量經營績效的重要指標，在客房住用率上，自 2023 年起旅館業的客房住用率已回升至趨近疫情前的水準，其中觀光旅館客房住用率穩定維持在六成左右，旅館則約為五成。民宿業因營利事業家數持續提升及住客人次下降等因素，導致近年客房住用率呈下滑趨勢。

圖 4 2021 年至 2025 年
我國短期住宿業之客房住用率



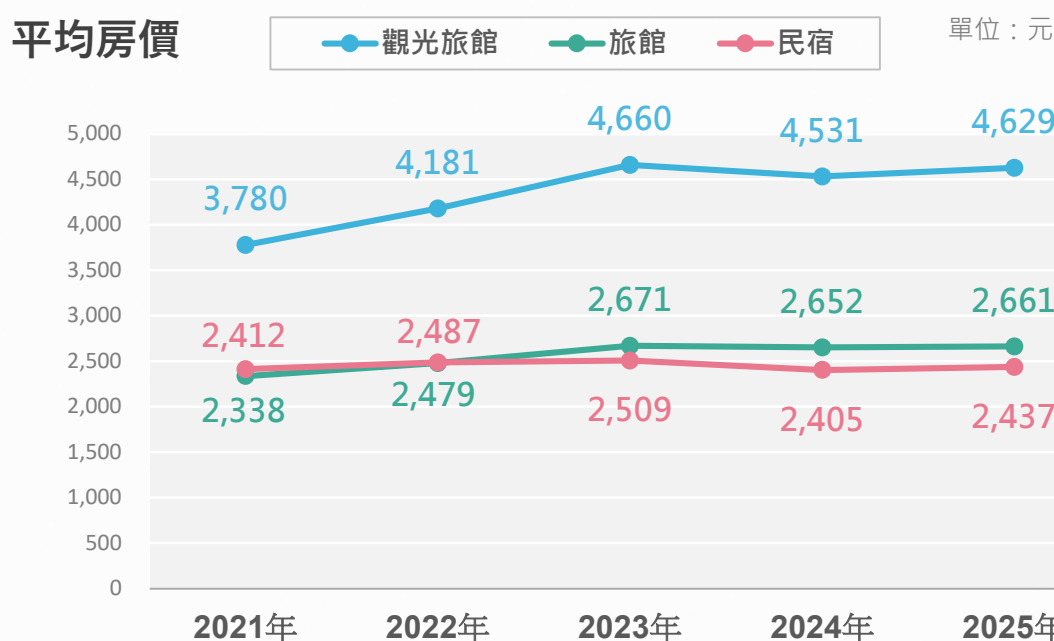
資料來源：交通部觀光署，本研究整理

儘管近五年短期住宿業的住房表現呈現平穩復甦態勢，然而根據「2024 臺灣旅遊狀況調查報告」顯示，國人旅遊行為正逐漸轉變，比較 2019 年與 2024 年調查數據可發現，國人平均旅遊天數由 1.51 天縮短至 1.39 天，選擇當日來回不在外過夜的比例由 66.4% 增加至 74.8%，國旅型態從長天數旅程轉向短時高頻輕旅行模式，此一趨勢將可能限縮客房住用率的成長動能；是故，住宿業者亟需思考應如何將「流量」轉化為「留量」，強化旅客留宿意願以提升產業收益。

就平均房價觀之，2025 年我國旅館業平均房價為 2,984 元，其中觀光旅館為 4,629 元，旅館為 2,661 元，而民宿平均房價則為 2,437 元；綜觀近年房價走勢，除 2022 年受邊境解封激發的旅遊潮影響，帶動住宿市場價格大幅攀升外，近年的價格漲幅已逐步回歸平穩區間。

圖 5

2021 年至 2025 年
我國短期住宿業之平均房價



資料來源：交通部觀光署，本研究整理

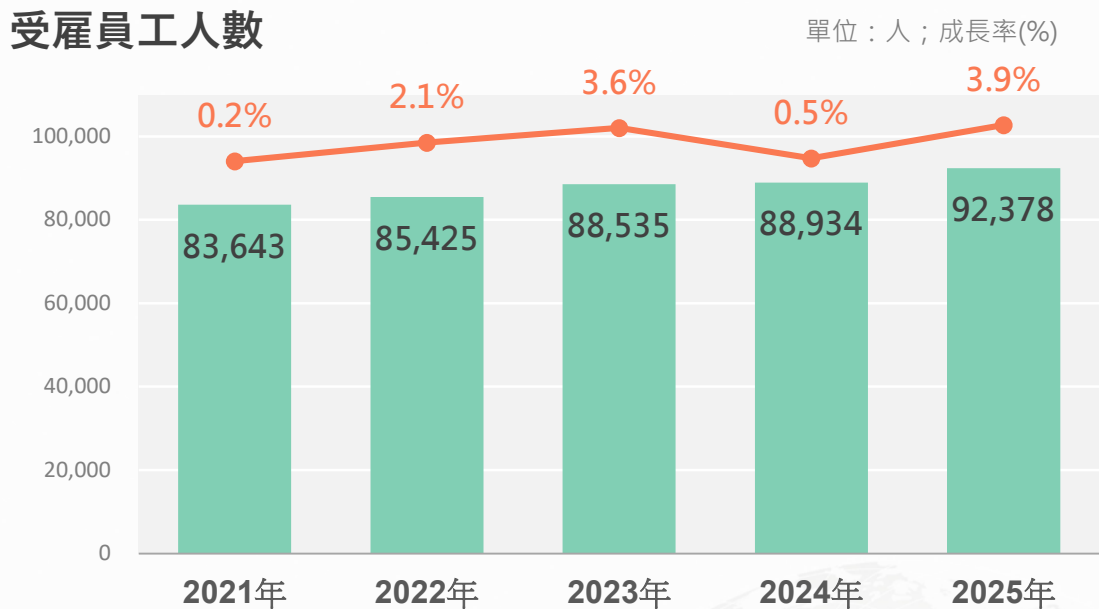
進一步觀察觀光署房價分布數據，發現國內近八成旅館房價低於平均水準，產業價格選擇多元；然而，此統計結果卻與民眾「體感高價」的認知存在落差，細究其原因，發現國人旅遊習慣高度集中於週休二日及國定假日，造成週末房價受供需推升而居高不下，平日住房率仰賴國際旅客支撐，但國際旅客復甦力道不如預期，使平日需求缺口無法有效填補，平假日價差始終難以縮小。

另一方面，日圓貶值使赴日旅遊的價格吸引力提升，在這種強烈的匯率利差下，消費者傾向將日本高品質的住宿體驗與國內房價進行直接對照，此種跨國比較形塑了民眾對國旅住宿「價格偏高、CP 值較低」的負面印象，使我國住宿市場在價值認知與消費吸引力的競爭上，陷入由匯率變動所形塑的心理劣勢。

勞動力缺口亦是我國住宿業面臨的一大挑戰，行政院主計總處統計資料顯示，近五年我國住宿業受雇員工人數呈持續成長態勢，2025 年受雇人數達 92,378 人，正式超越 2019 年疫情前的 90,893 人；然而，「114-116 年重點產業人才供需調查及推估」卻指出，仍有高達 62.55% 的旅館業者反映人才不足，其主因為疫情期間流失的人力回流意願低落，加上勞動力市場價值觀轉變，年輕族群更偏好高彈性的工作模式，導致旅宿業在人才招募與留任上面臨嚴峻困境。

圖 6

2021 年至 2025 年
我國短期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

目前住宿業短缺職務主要集中於房務清掃、餐飲服務及櫃檯接待等第一線人力；為此，業者近年積極推動數位轉型，例如，導入自助 Check-in 系統、AI 房務管理軟體及洗地機器人以優化工作流程，同時也透過調升起薪、推動中高齡再就業與產學合作實習計畫來填補人力缺口。在政策支持方面，勞動部於 2026 年元旦正式施行「跨國勞動力精進方案」，開放旅宿業聘雇外國技術人力，透過「為本國勞工加薪、增聘外國技術人力」機制，試圖在保障在地就業權益與填補人力缺口間取得平衡，以有效緩解基層人力荒。

近年來，民眾於旅遊消費決策上已由過去偏重價格導向，逐步轉向重視體驗與價值感，在此趨勢下，單純以價格競爭吸引客源的策略已難以長期維繫，住宿業者亟需調整品牌定位，由單純「提供睡眠空間」進一步轉向「創造多元價值」，透過差異化經營提升顧客感知。例如，宜蘭力麗威斯汀度假酒店攜手韓國頂級戶外品牌 COODY，於園區打造充氣帳篷微露營體驗，將戶外野趣融入高端住宿，建立具生活儀式感的差異化精緻服務、台北嘉佩樂酒店編制「文旅官」團隊，兼具私人助理及在地文化引路人雙重身分，除提供禮賓服務外，更依據賓客喜好設計客製化行程，以滿足高端旅遊市場對深度體驗的需求。

另一方面，為舒緩國旅假日人潮，交通部觀光署推動「優宿專區」整合平台，透過與地方政府及國家風景區管理處的跨體系合作，嚴選具備合法登記且價格合理的優質旅宿。該專區除鼓勵旅宿業者提供平日住宿折扣外，更結合大型節慶與振興專案，如：國旅卡優惠、各縣市專案活動等進行聯合宣傳，透過數位化平台與跨部門協作，引導民眾分流至平日出遊，並優化整體旅宿市場的供需平衡。

綜上所述，儘管 2025 年數據顯示我國住宿業已回歸平穩成長，但面對民眾旅遊習慣改變、房價感受偏高及人力短缺等多重挑戰，產業經營壓力仍未明顯緩解。住宿業者難以僅仰賴政府政策支撐，須更積極洞察市場需求變化，透過差異化定位與價值導向服務提升競爭力，才能在需求多變的市場中保持優勢穩健成長。 ■