

TTR 台灣趨勢研究報告

旅行及其他相關服務業發展趨勢 2025 年 4 月

TEL : (02)7709-1068

Email : survey@twtrend.com

Web : www.twtrend.com

旅行及其他相關服務業發展趨勢

根據行政院主計總處 110 年頒布之「中華民國行業標準分類」第 11 次修訂，「旅行及其他相關服務業」包含：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，及相關票券代訂代售等服務之業者。

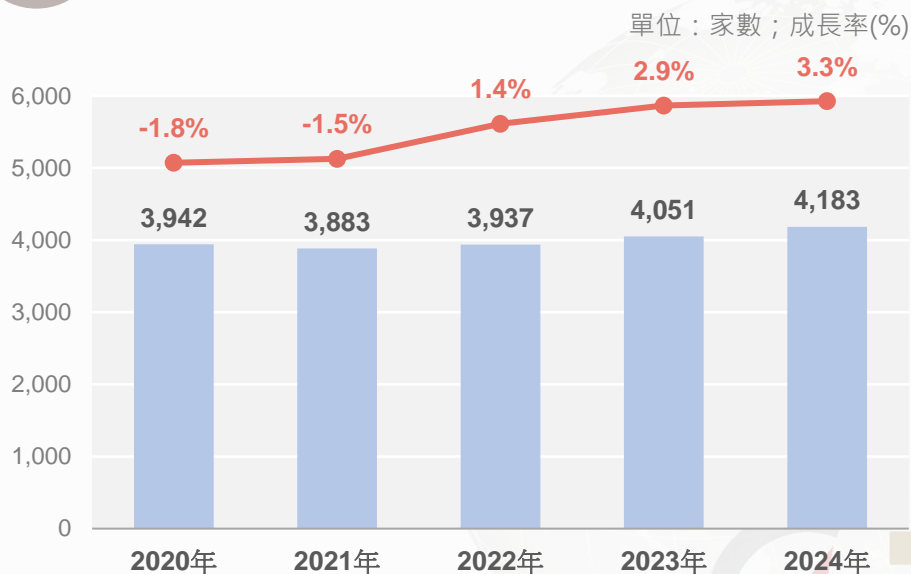
2019 年底爆發的新冠疫情 (COVID-19)，對旅行及其他相關服務業的衝擊持續至 2022 年。隨著疫情趨緩，各國逐步放寬旅遊限制，國際觀光市場開始復甦。交通部觀光署統計數據顯示，2024 年出國旅遊人次較 2023 年提升 505 萬人次，國內旅遊市場亦逐漸回溫，旅行及其他相關服務業正加速復甦。

根據財政部資料顯示，我國近五年之旅行及其他相關服務業家數(詳見圖 1)，2021 年僅 3,883 家，為近年低點，自 2022 年起逐年微幅成長，2024 年達 4,183 家，創下近年新高。



圖 1

2020 年~2024 年
我國旅行及相關服務之營利事業家數

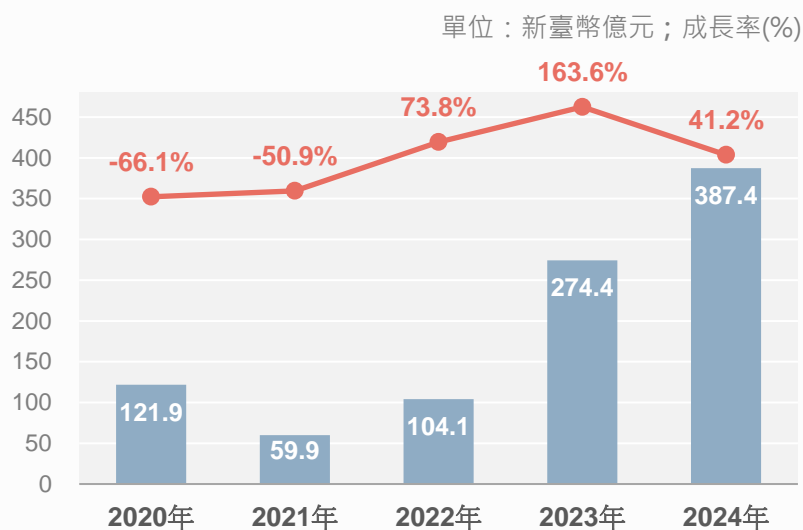


資料來源：財政部統計處，本研究整理

在銷售額方面（詳見圖 2），2020 年起旅遊市場受疫情影響，連兩年衰退幅度皆超過 50%，2021 年銷售額更探底至 59.9 億元。直至 2022 年疫情趨緩，各國陸續解封，促使旅行觀光市場回溫，2022 年起逐年上升，2024 年銷售額成長至 387.4 億元。

圖 2

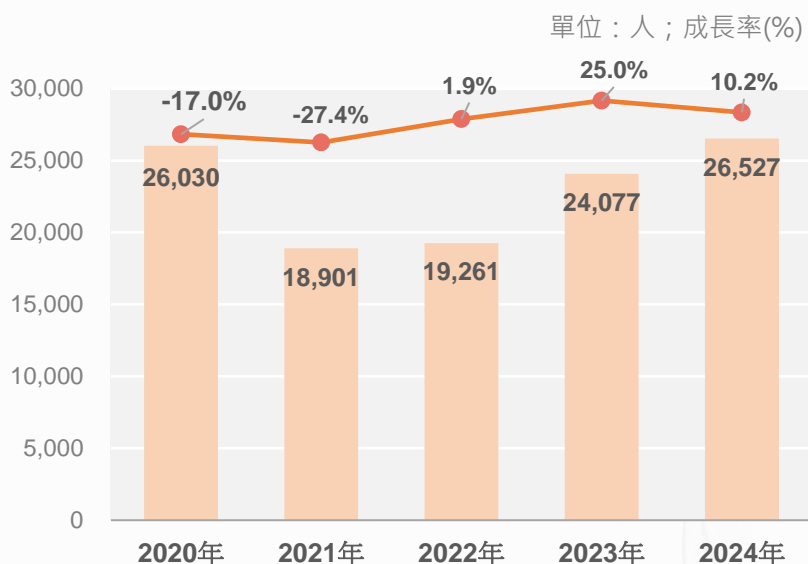
2020 年~2024 年
我國旅行及相關服務之銷售額



資料來源：財政部統計處，本研究整理

圖 3

2020 年~2024 年
我國旅行及相關服務之受雇員工人數



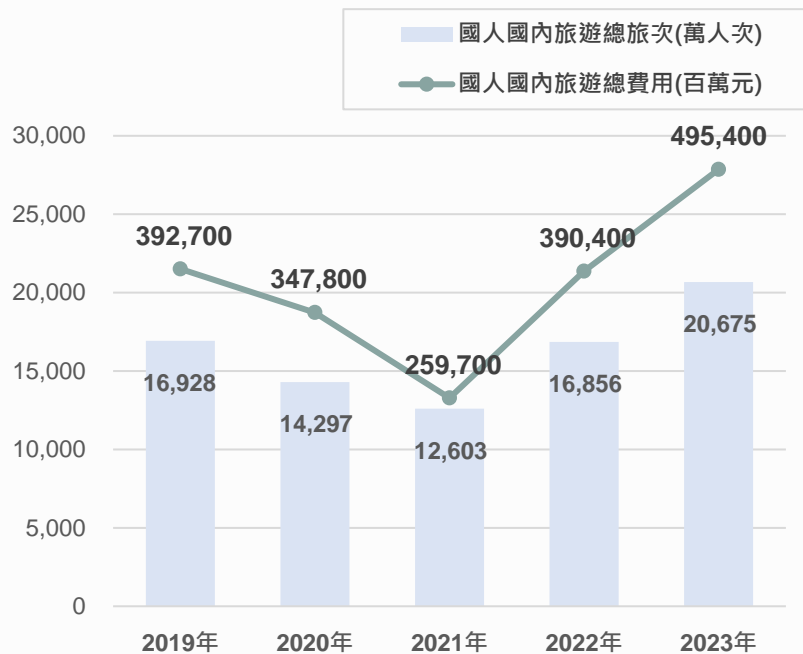
資料來源：行政院主計總處，本研究整理

疫情期間，我國旅行及其他相關服務業者紛紛縮減人力，導致受雇員工人數減少（詳見圖 3），2021 年跌至 18,901 人，為近五年低點。隨著 2022 年底國境重新開放，人力需求方逐年成長，受雇員工人數於 2024 年增至 26,527 人，達近年新高。

在國旅方面，近年受惠於疫情解封、政府推動的國旅補助方案等因素，國旅市場明顯回溫。據交通部觀光署臺灣旅遊狀況調查指出（詳見圖 4），2023 年國人國內旅遊總次數達 2 億 675 萬旅次，總支出為 4,954 億元，平均每人國旅次數 9.79 次，均創下近年新高。國旅次數增加的主因還包括疫後紓壓放鬆、補償疫情期間減少的旅遊機會。此外，考慮到交通與住宿成本，民眾以當日來回、自由行、居住區周邊的短距離旅遊為主。

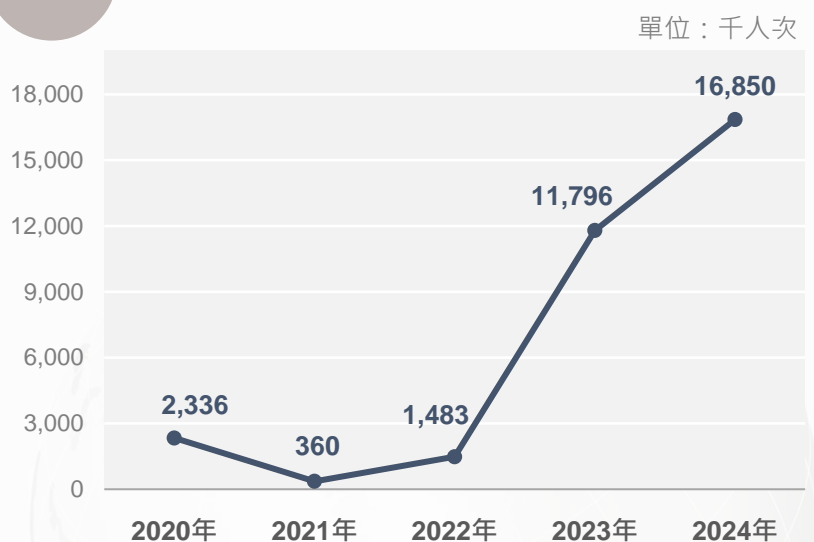
近年來，國人出國人次隨疫情發展經歷劇烈變化（詳見圖 5），2021 年縮減至近年新低的 36 萬人次。隨著全球疫情趨緩，各國解除旅遊限制、航班恢復，以及國人累積的旅遊需求釋放，2024 年出國人次升至 1,685 萬，已趨近疫情前 2019 年的 1,710 萬人次。

圖 4 2019 年至 2023 年
國人國內旅遊總次數與旅遊總費用



資料來源：交通部觀光署，本研究整理

圖 5 2020 年~2024 年國人出國人次變化



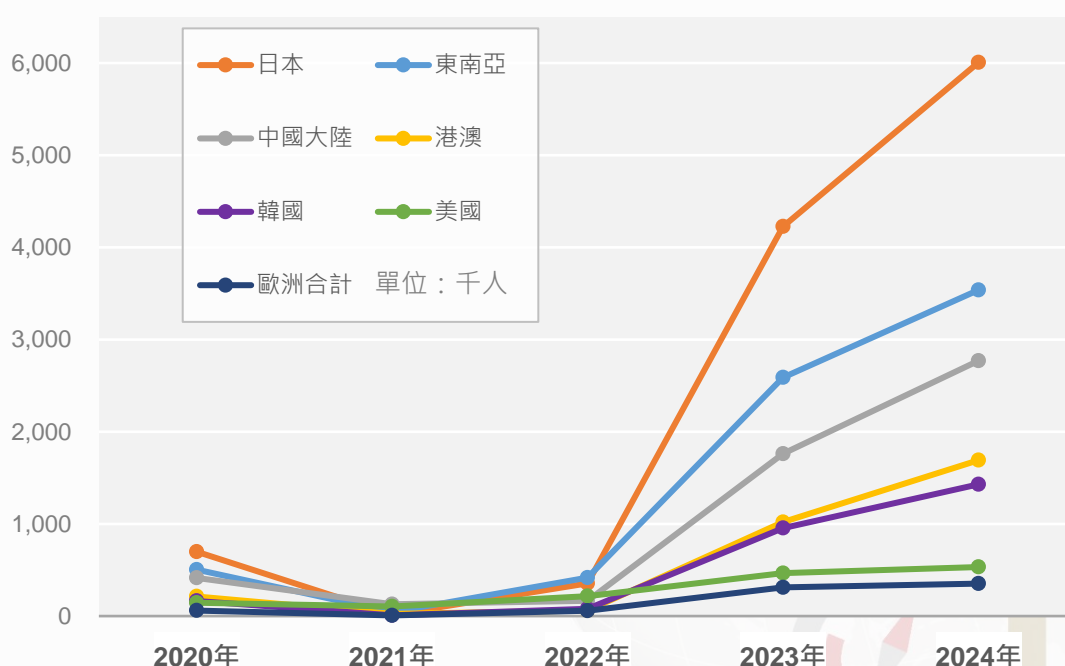
資料來源：交通部觀光署，本研究整理

交通部觀光署觀光統計年報數據指出，2024年國人出國人次為1,685萬，其中赴日本旅客占比超過三分之一，達600萬人次，其次是東南亞的353萬人次及中國的277萬人次，再次之為港澳、韓國。另外，東南亞各國之中，國人又以前往越南及泰國兩國較多，均突破百萬人次。

從近年數據可見，日本仍是臺灣人出國旅遊首選，主要原因包括：飛行時間短、廉航班次頻繁、大眾運輸便利，加上日本擁有豐富的觀光資源，如四季分明的自然景觀、溫泉、滑雪、賞櫻、美食、主題樂園、動漫聖地等特色體驗，能滿足不同族群的需求。此外，日圓貶值提升了臺灣旅客的購買力，使日本行程更受青睞。根據日本觀光廳之訪日外國旅客消費額統計資料顯示，2024年赴日臺灣旅客消費額超過一兆日圓（約2,200億新臺幣），位居第二。

整體而言，臺灣人出國旅遊以東亞及東南亞的短程目的地為主，地理距離近、旅遊成本相對低、文化熟悉、簽證與航班便利，使這些地區成為國人出國首選。

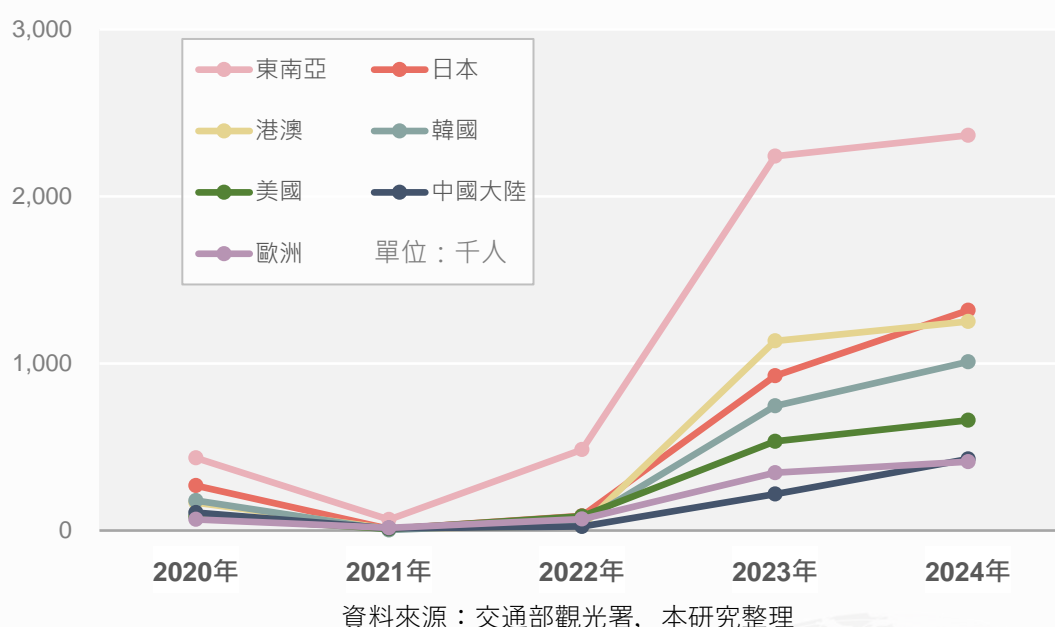
圖 6 2020年~2024年國民出國目的地變化



資料來源：交通部觀光署，本研究整理

隨著疫情趨緩，全球旅遊市場逐步復甦，來臺旅客人次自 2022 年起明顯回升（詳見圖 7）。其中，2024 年來臺的東南亞旅客達 236.6 萬人次，顯示新南向政策與簡化簽證對來臺旅遊的助益；日本、港澳及韓國旅客亦穩定回升，2024 年皆突破 100 萬人次；陸客回升幅度則受禁團令影響，2024 年僅 42.8 萬人次，約為疫情前的 16%。綜觀來臺旅客總人次，疫情前的 2019 年達到 1,186 萬人次，2024 年恢復至 785.7 萬人次。

圖 7 2020 年~2024 年來臺旅客人次變化



根據交通部觀光署資料（詳見表 1），2024 年以觀光為目的來臺旅客人次約 537.6 萬人，相較於 2019 年的 844 萬人，恢復至疫前的六成水準。但值得注意的是，美國、澳洲、新加坡、歐洲地區及泰國來台旅遊人次超越疫前水準，其中，美國與歐洲旅客人次明顯增加，反映長程旅遊市場的復甦迅速。此外，受惠於航空增班，以及我國積極推動旅遊宣傳與主題行銷，使美國客來臺觀光人次高居第五，顯見 2024 年來台觀光旅客組成趨於多元。然而，日本市場方面，由於日圓匯率疲弱，降低了日本旅客的海外消費力，減少日本旅客出國旅行的意願，以致 2024 年抵臺觀光人次僅疫前的六成左右，回溫速度較慢。

表 1 以觀光為目的來臺人次疫情前後變化

單位：人次；恢復率（%）

居住地	2019 年人次	2024 年人次	人次恢復率
美國	231,156	364,371	157.6%
澳洲	58,465	70,849	121.2%
新加坡	352,510	373,244	105.9%
歐洲地區	151,949	157,670	103.8%
泰國	300,352	306,724	102.1%
菲律賓	306,660	272,745	88.9%
韓國	1,040,352	876,183	84.2%
馬來西亞	402,392	315,841	78.5%
香港	1,392,950	1,049,790	75.4%
澳門	134,122	97,582	72.8%
日本	1,680,682	1,002,806	59.7%
中國大陸	2,052,401	162,749	7.9%

資料來源：交通部觀光署，本研究整理

回顧 2020 年至 2024 年，全球旅遊業歷經疫情衝擊後逐步復甦，聯合國旅遊組織（UN Tourism）數據顯示，2024 年國際旅遊市場已恢復至疫情前水準，國際旅客人次達 2019 年的 98.6%。臺灣旅遊市場亦明顯回暖，各項指標顯示產業正在穩健成長。

2024 年，臺灣旅行及相關服務業的家數與銷售額均創近年新高，並超越 2019 年水準，顯示疫後累積的旅遊需求已被釋放。然而，受雇員工人數仍低於 2019 年，反映產業雖積極復甦，但人力補足仍需時間。國內旅遊方面，短程旅遊、自由行與當日來回模式持續受到國人青睞，而出國旅遊亦快速恢復，國人出國人次已接近 2019 年，其中赴日旅遊仍占最大比重。

另外，2024 年來臺旅客人次雖顯著回升，但仍未及 2019 年破千萬的水準。為達成 2025 年突破千萬來臺旅客的目標，交通部觀光署鎖定北美、歐洲等高端與長程市場，並透過簽證便利化、航班增設等措施，提升國際旅客來臺意願。同時，海外駐點拓展也是促進臺灣觀光的重要策略，交通部觀光署規劃於西雅圖、阿姆斯特丹及雪梨設立臺灣觀光服務分處（TTIC），並將印度孟買的觀光服務分處升格為「駐孟買臺灣觀光辦事處」，由觀光署直接派駐人員，提升服務量能。此外，觀光署亦關注泰國市場，除推動系列宣傳活動吸引泰國旅客來台旅遊之外，由於泰國為歐洲旅客常旅遊之地，或經泰國轉機至日本旅遊，因此積極將泰國作為歐洲旅客來臺的中轉站，藉由航線布局與區域合作吸引更多國際旅客。

另一方面，交通部觀光署調查顯示，來臺旅客以自由行為主，占比達 88%，且旅遊決策時間大幅縮短，2024 年平均出發前 28.5 天才開始計劃行程，遠低於 2019 年的 51.7 天。此外，旅遊業者奧丁丁集團觀察指出，晚鳥訂單趨勢明顯，近五成旅客在出遊前一週內才訂房，當日或前一天下單者更超過三成，顯示即興旅行崛起，旅客更重視行程彈性與個人化體驗，也對業者的動態定價與即時管理能力帶來新挑戰。

為因應這一趨勢，各平台推出晚鳥專區與相關優惠方案：奧丁丁集團訂房平台提供出遊前一週內訂房六折優惠；易遊網及 KKday 亦分別推出晚鳥訂房折扣與高鐵加飯店優惠組合；FunNow 則以即時預訂服務為主要特色。此外，旅行業者未來可持續強化即時訂房系統與個人化行程安排服務，如優化包車旅遊、客製化景點推薦等，提升自由行旅客的體驗。同時，業者亦可開發更貼近在地文化的日常體驗行程，例如傳統市場導覽、手作工藝體驗等，讓國際旅客能夠深度體驗臺灣文化，進一步提升市場吸引力。 ■