

案例研析

疫情過後全球拚觀光：外國旅客來臺刷卡消費大解析

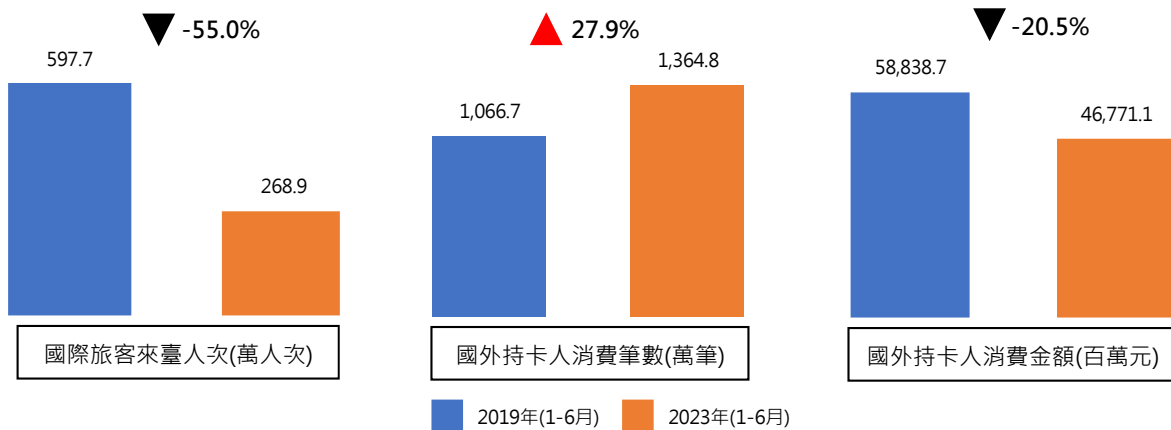
(以信用卡大數據資料分析外國卡持卡人於臺灣消費情形)

前言

2022 年 10 月我國正式解封國境，敞開懷抱迎接國際旅客的到來，臺灣觀光正式邁向新常態旅遊的時代，而政府也積極推動「加速擴大吸引國際觀光客方案」，以爭取國際觀光客來臺。為瞭解來臺旅客旅遊消費情形及樣貌，聯卡中心分析外國卡持卡人於臺灣消費之大數據資料(本次分析不含 EC 及郵購等非面對面交易資料)，供各界研擬國際觀光宣傳與行銷策略之參考，並期望加速觀光產業復甦。

外國持卡人上半年來臺刷卡消費金額逐漸回溫，消費筆數較疫情前增長近 3 成。

因應國境開放，各國政府莫不積極行銷推廣國際觀光，並祭出各項優惠措施，爭搶國際觀光財，我國觀光局也推出了「加速擴大吸引國際觀光客方案」，來臺的外國觀光客有機會獲得 5,000 元等值電子票券，期待帶動國際旅客來臺消費並增加觀光乘數效應。國境開放已逾半年，從圖一觀察到在 2023 上半年來臺旅客達 268.9 萬人次，年度目標達成率約 45%，如與 2019 上半年的 597.7 萬人次比較則呈現負成長，僅恢復至疫情前的 45%。相對於來臺觀光人次，可看到持外國信用卡在臺刷卡消費筆數逆勢成長！2023 上半年消費筆數超過 1,300 萬筆，已超越 2019 年同期的 1,066 萬筆，成長達 27.9%，表現相當亮眼。至於在消費金額部份，2023 上半年消費金額約新臺幣 467.7 億元，也已恢復至疫情前 2019 年同期約八成水準，信用卡消費金額復甦情況較入境觀光人次的復甦表現為佳，可能因我國公私協力於近年來持續推動並優化電子化支付環境及擴大應用場景，有助於外國旅客在臺消費金額逐漸恢復至疫情前的水準，並創下近年來消費筆數之新高。

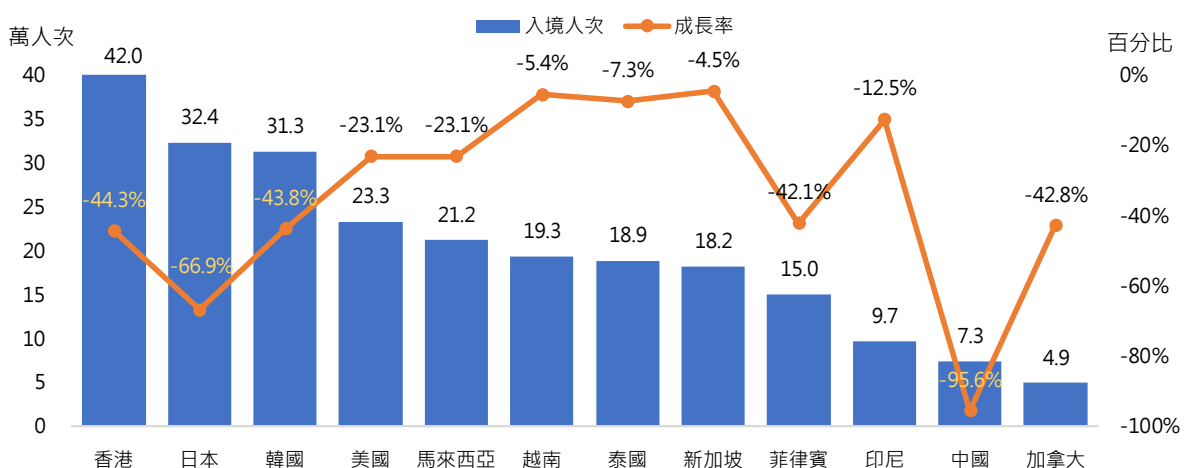


圖一：2019年1-6月對比2023年1-6月之國際旅客入境人次、信用卡消費筆數及金額比較

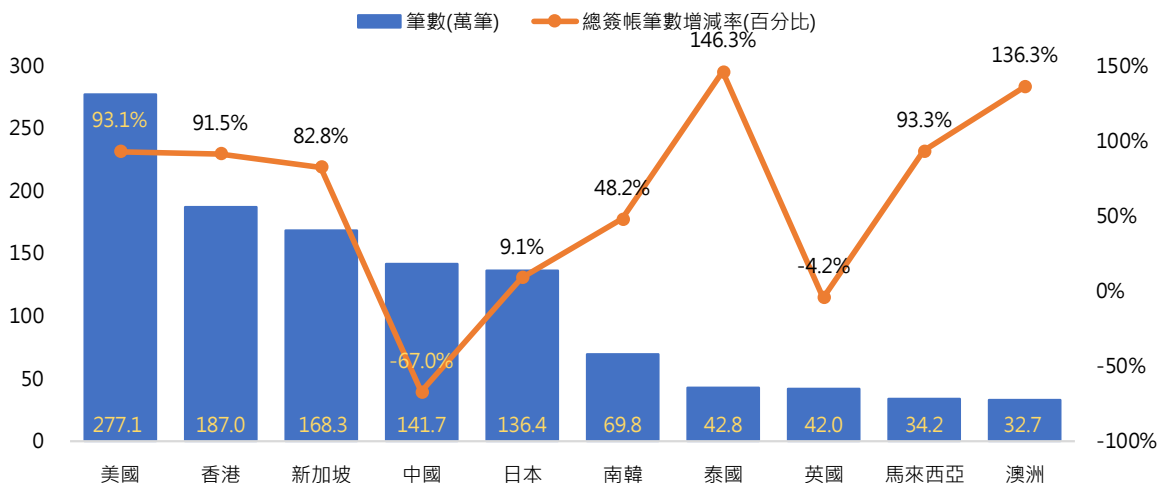
註：資料來源為交通部觀光局觀光統計資料庫及聯卡中心信用卡大數據平臺

美國、香港、新加坡三地旅客成為在臺刷卡消費鐵三角，東南亞國家旅客消費筆數及金額成長率高、極具發展潛力。

進一步分析入境旅客之國家區域分布(如圖二)，2023上半年入境臺灣前十二大國家之人次以亞洲國家旅客最多，顯示亞洲旅客為我國最主要之觀光客源，同時亦可發現，因中國大陸尚未開放民眾來臺灣觀光旅遊，其入境人次相較於2019上半年減少幅度超過95%最大，其次為日本遊客可能受日幣貶值影響而出國意願降低，減少近67%。



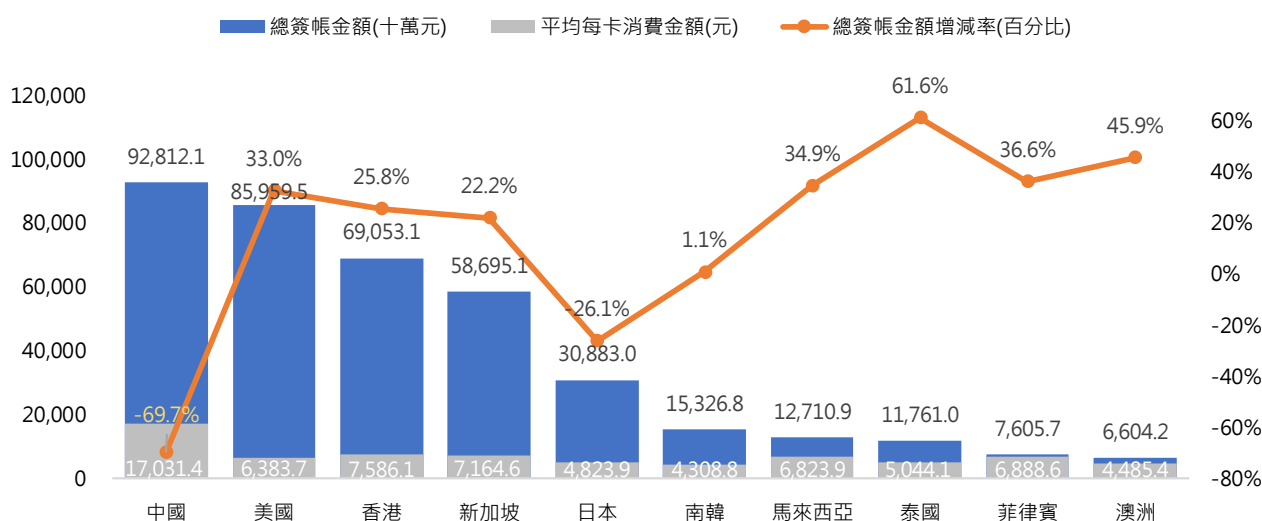
圖二：2023年1-6月前十二大國家地區入境臺灣人次及對比2019年1-6月成長率



圖三: 2023年1-6月前十大國家地區(依總消費筆數排名)的旅客在臺信用卡消費筆數及對比2019年1-6月信用卡消費筆數之成長率

除了中國大陸和日本之外，其他各國旅客在臺刷卡消費的表現又如何呢？圖三可看到信用卡消費筆數前三名的國家，依序分別為美國、香港及新加坡。泰國、馬來西亞的消費筆數成長近1.5倍至1倍，澳洲的消費筆數也有1.3倍的成長。

另一方面，從圖四顯示2023上半年前十大消費國家地區有8個來自亞洲、美國及澳洲，這些國家地區發行卡片之消費金額相較於2019上半年，多數呈現二位數高成長，僅中國及日本負成長，減少幅度分別達69.7%及26.1%。而中國大陸發行卡片仍以新臺幣92.8億元位居第一，由於同時期中國大陸遊客入境臺灣人次僅7.3萬(如圖二)，已跌出前十名之外，且其消費金額相較於2019上半年確也減少最多(-69.7%)，但其消費金額仍居第一名的原因，推估部分可能是臺商在臺消費或陸配使用中國大陸發行之卡片消費所致，而非全為入境陸客消費。

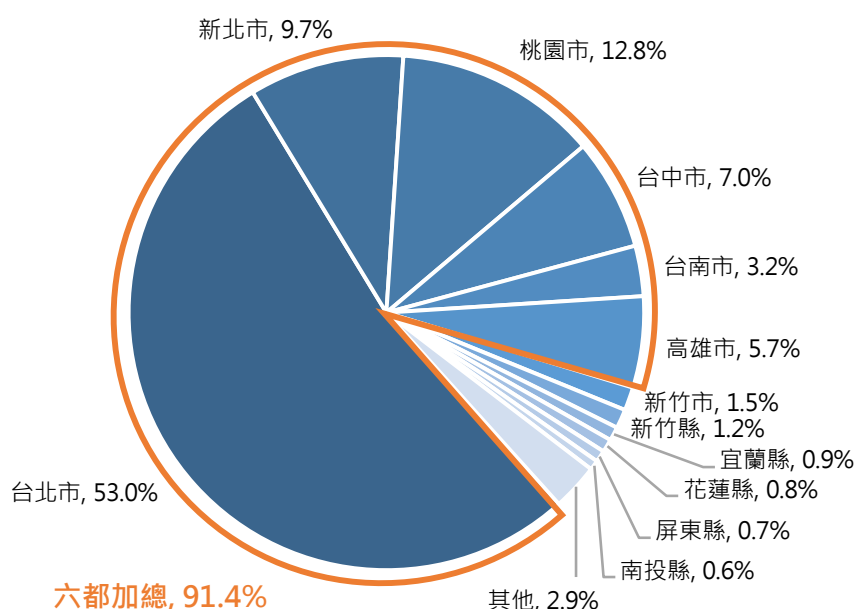


圖四: 2023年1-6月前十大國家地區(依總消費金額排名)的旅客在臺灣信用卡消費金額、平均每卡消費金額及對比2019年1-6月信用卡消費金額之成長率

如排除中國大陸，美國、香港及新加坡卡片則為外國持卡人在臺刷卡消費的前三大國家地區，此外，值得我們關注的是東南亞國家的表現，東南亞國家來臺觀光旅遊人次復甦較快，相較於疫情前，入境旅客人次減少的幅度較其他國家地區小(如圖二)，且消費金額成長率或平均每卡消費金額的表現也相對日本、韓國佳。而澳洲信用卡消費金額則是位居第十名，是值得開拓的觀光客源。

外國卡持卡人消費集中六都占比高達 91.4%，台北市仍為外國旅人的最愛。

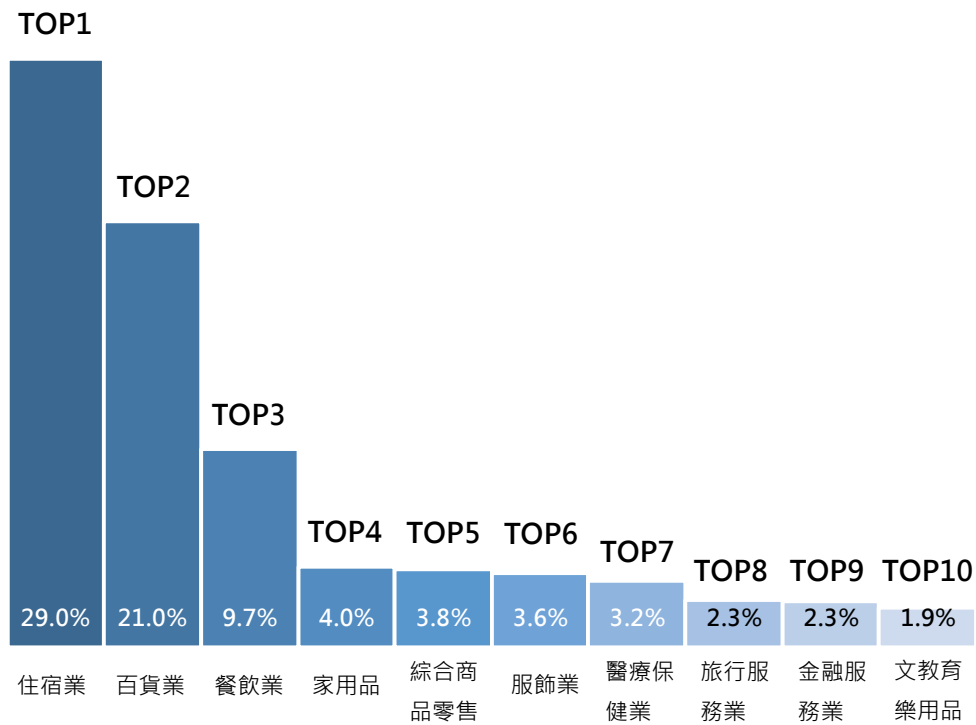
若就 2023 上半年外國卡持卡人於臺灣各縣市信用卡消費筆數來看，從圖五可看到外國卡持卡人在臺北市的信用卡消費筆數占比最多，達到 53%，其次為位於臺灣國門桃園市的 12.8%，整體外國卡持卡人的消費集中在六都，占比高達 91.4%，對於國際旅客來說，來臺灣旅遊時會先以知名度較高及都市化程度較高的都會區為主，尤其是北部三大都會區。另外，在非六都縣市消費的部分，可看到鄰近新竹科學園區的新竹市或新竹縣占比最高，推估可能是外國商務旅客較多，而其他外國卡消費較多的縣市，像是以鄰近雙北都會區的宜蘭縣，自然風光著名的花蓮縣、屏東縣及南投縣，其消費筆數占比也將近 1%。



圖五: 2023 年 1-6 月外國卡持卡人於各縣市信用卡消費筆數占比

住宿業、百貨業、餐飲業是最主要消費行業，醫療保健具發展潛力。

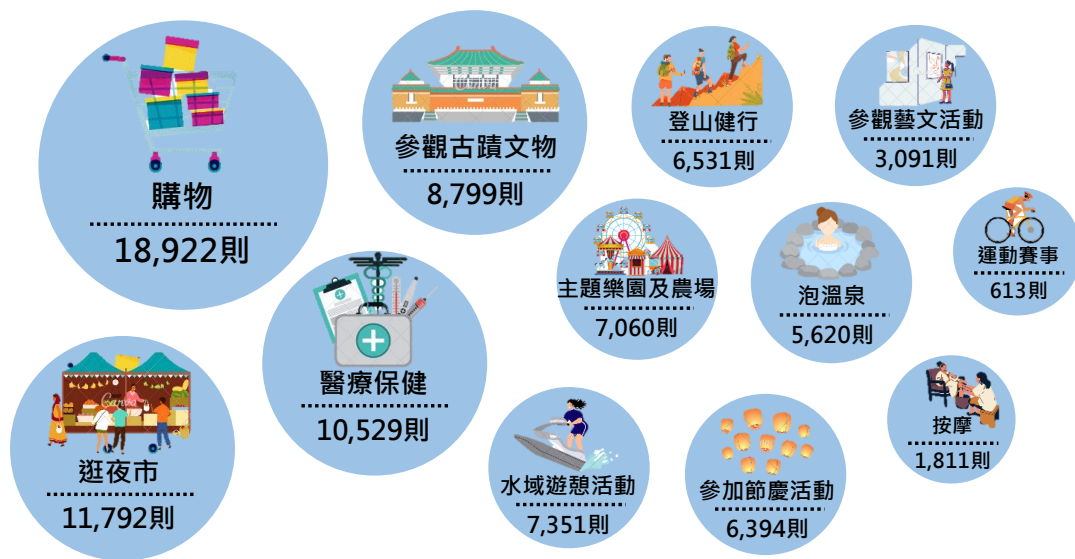
外國卡持卡人在哪些行業消費較多呢？從圖六得知在外旅行必要支出的「住宿業」信用卡消費金額占比 29%居第一名，而購物是現代旅遊重要的項目之一，臺灣都會區大型百貨賣場林立，百貨公司消費占比居次，另外臺灣美食名聞國際，「吃美食」也成為旅客來臺必玩的重點行程，餐飲業消費占比位居第三。另外再進一步分析各國家地區之旅客在臺灣消費的主要行業別，大部分國家持卡人花在住宿業、百貨業及餐飲業的金額最高約占 6 成，除此之外，東南亞國家及澳洲持卡人喜歡買服飾，日韓持卡人則偏好逛賣場。值得注意的是美國、香港及馬來西亞持卡人在醫療保健業消費較多，臺灣醫療技術及品質在國際間早已享譽盛名，如何結合醫療服務吸引國外旅客來臺旅遊消費尚有極大發展空間。



圖六: 2023 年 1-6 月外國卡持卡人於各產業信用卡消費金額占比之前十名產業

購物、逛夜市及醫療保健成為國際遊客在臺灣討論度最高的活動!

透過網路輿情分析可看到在圖七國際遊客從事活動中，討論度較高的文章分別是購物、逛夜市及醫療保健相關話題，顯示購物行程及豐富的夜市文化絕對是多數國際旅客最想體驗的行程，而臺灣高品質的醫療服務及合理的醫療價格也受到國際旅客的關注，更是發展醫療觀光的關鍵因素。此外，如何結合自然風光及體驗地方文化以推廣臺灣美麗寶島的繽紛風貌，也是值得思索。



圖七: 2023 年國際遊客來臺從事活動之網路討論文章聲量數

總結

雖然 2023 上半年國際旅客入境人數不及疫情前 2019 上半年的 2 分之一，不過我們可以看到信用卡消費筆數及金額正逐漸恢復到疫情前的水準。臺灣擁有絕佳的地理優勢，壯麗的山海景緻，豐富多元的文化體驗，打動人心的美食，以及友善熱情的人民，如何整合並打造獨有的旅遊體驗並擴大行銷推廣，以持續吸引中港、日韓、東南亞及美澳旅客等四大客源來臺觀光消費，在競爭激烈的國際觀光市場殺出重圍，是政府及民間機構需要共同努力的目標。