

外國旅客來臺刷卡消費分析 PART2: 美、港、新加坡為主力，南韓、東南亞增長 (聯卡中心信用卡大數據平臺)

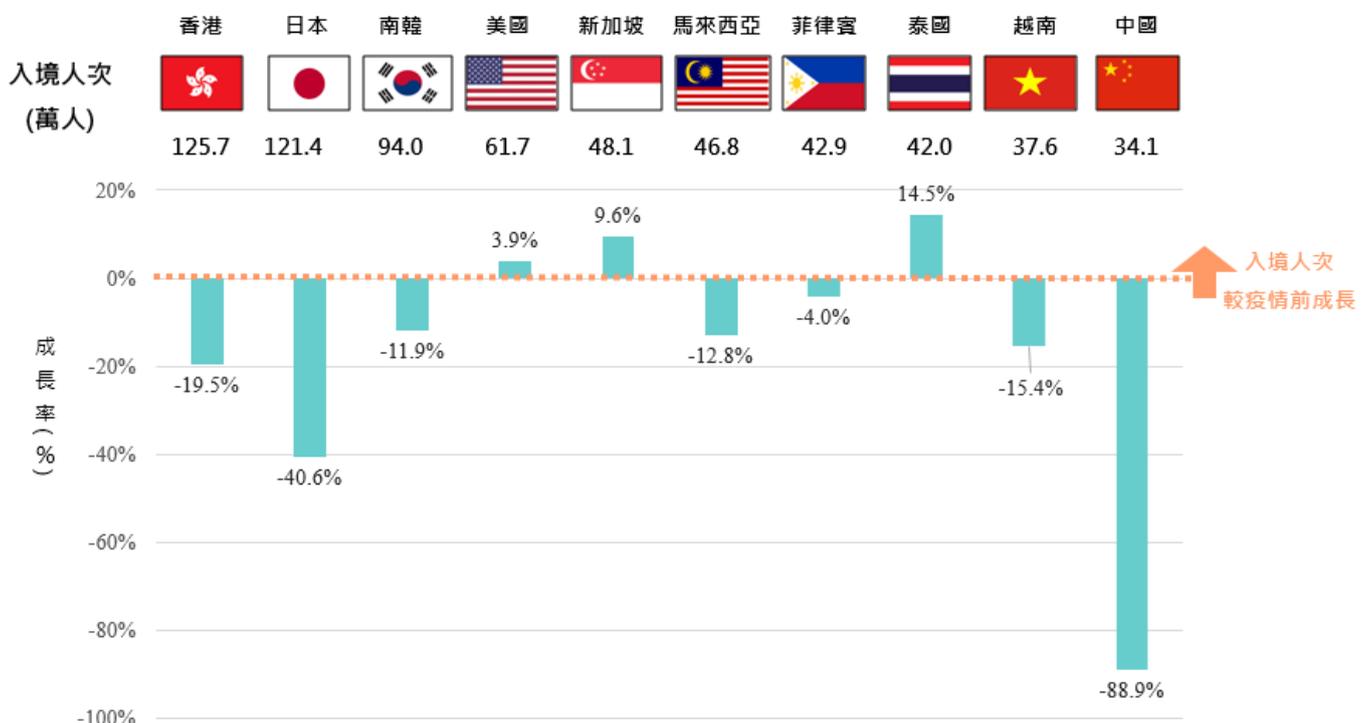
前言

2022 年 7 月起，政府逐漸放寬入境規範，同年 10 月正式解封國境，時間來到了 2024 年，外國旅客逐漸恢復來臺旅遊，比較疫情前後，外國旅客來臺期間使用信用卡進行交易之樣態是否有所改變？透過聯卡中心信用卡大數據平臺即可剖析。本次研究分析 2023 年 7 月至 2024 年 6 月外國卡持卡人^(註)在臺灣的信用卡交易數據(本次分析僅納入面對面交易資料)，深入瞭解他們的消費習慣和偏好，供各界研擬國際觀光宣傳與行銷策略之參考。

註：本文所指外國卡持卡人(或外國旅客)係指非我國發行卡片之持卡人。

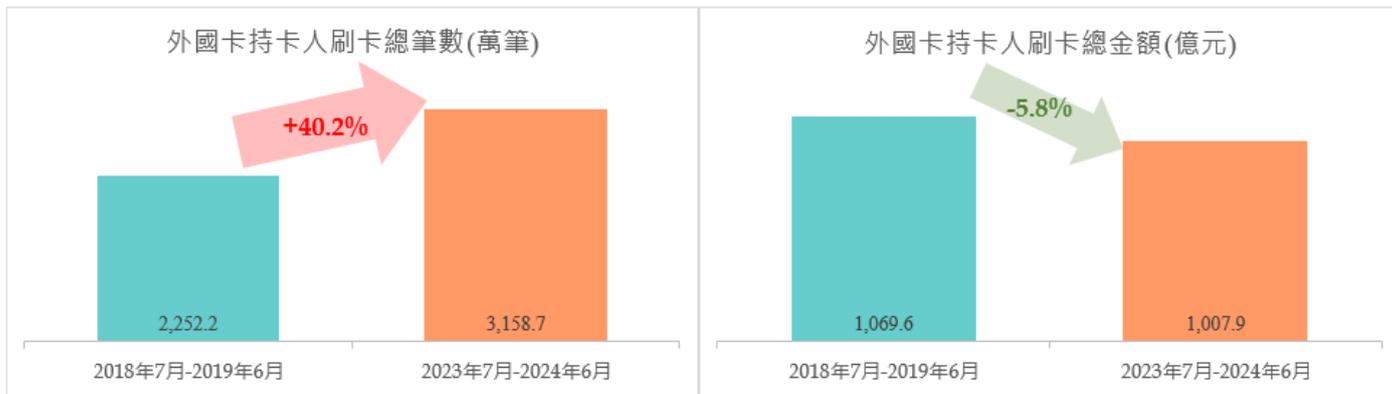
一、外國卡持卡人於 2023 年 7 月至 2024 年 6 月來臺刷卡消費金額突破千億元，消費筆數更是較疫情前同期成長超過 4 成

由於各國逐漸開放國境，並祭出各項優惠措施，積極行銷推廣國際觀光，爭搶國際觀光資源，根據交通部觀光署統計，近一年(2023 年 7 月-2024 年 6 月)來臺國際旅客入境總人數約為疫情前同期(2018 年 7 月-2019 年 6 月)的 65%，國際旅客來臺人次逐漸回升，而近一年入境人次前 10 大國家地區如圖一，可看出多數國家地區造訪臺灣人次已回溫 8 成以上，美國、新加坡及泰國更是已經高於疫情前來臺人次。



圖一、2023 年 7 月-2024 年 6 月國際旅客來臺人次前 10 大國家地區，對比 2018 年 7 月-2019 年 6 月來臺人次及成長率(資料來源為交通部觀光署統計資料庫)

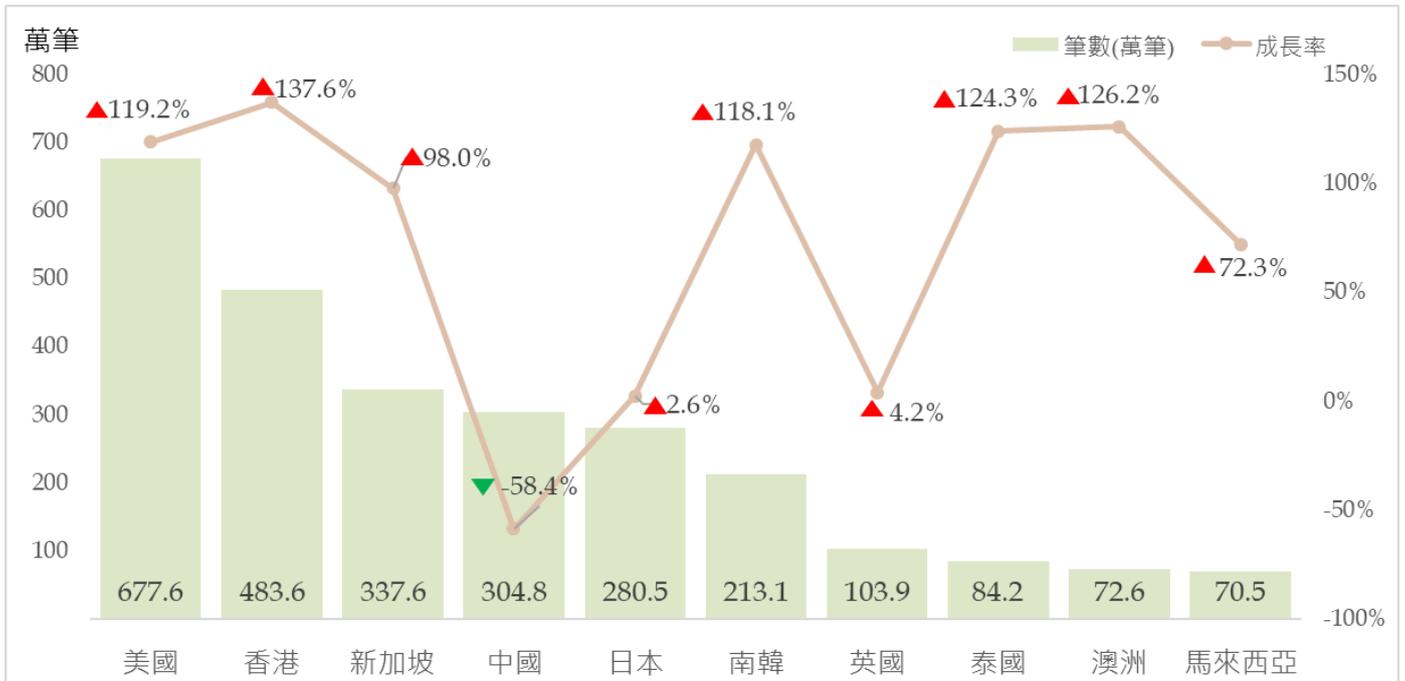
再進一步從圖二觀察近一年(2023年7月-2024年6月)的外國卡持卡人信用卡消費總筆數達 3,158 萬筆，相較於疫情前同期(2018年7月-2019年6月)之 2,252.2 萬筆成長達 40.2%，至於在消費金額部分，近一年消費金額達新臺幣 1,000 億元，而疫情前同期則是 1,069.6 億，已回溫至疫情前 9 成以上！另外，計算平均每日單筆消費金額可以發現由 5,230 元顯著下降 36.9%至 3,300 元，呼應了總刷卡筆數增加(+40.2%)，但總金額卻減少(-5.8%)的現象，可看出持卡人消費習慣已有所改變。



圖二、2018年7月-2019年6月與2023年7月-2024年6月之外國卡持卡人信用卡消費筆數及金額比較

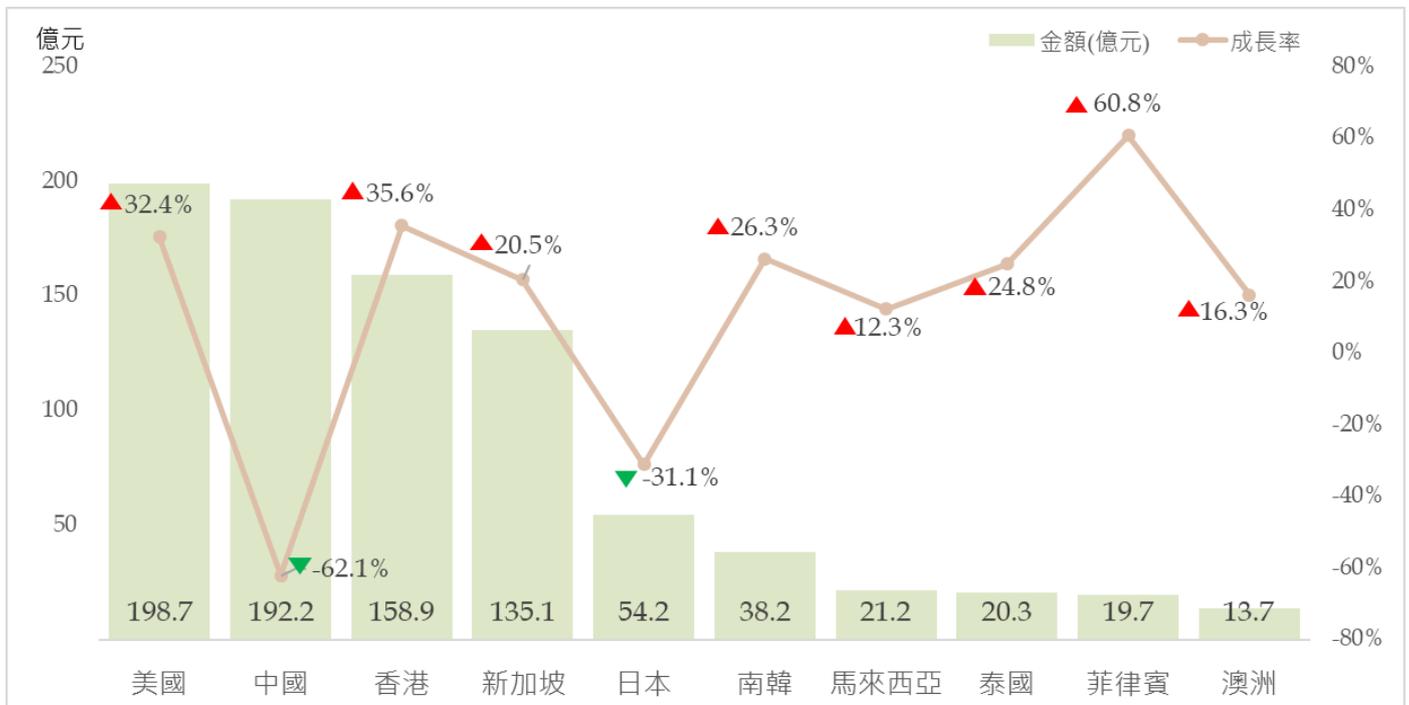
二、美國、香港、新加坡旅客及中國持卡人為在臺刷卡消費主力，南韓、東南亞旅客消費成長率高，澳洲旅客極具發展潛力

分析外國旅客來臺的信用卡總消費筆數，圖三為2023年7月-2024年6月排名前10大國家及地區，並與2018年7月-2019年6月信用卡消費筆數對比，可看到美國、香港、新加坡及中國之外國旅客位居前4名，而日本則溫和成長2.6%、南韓成長近1.2倍，除了中國旅客外，其餘國家地區旅客在臺信用卡消費筆數皆有一定幅度成長，又以澳洲、東南亞國家成長率相對較為顯著。



圖三、2023年7月-2024年6月前10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，對比2018年7月-2019年6月信用卡消費筆數及成長率

再從外國旅客來臺消費金額來看，圖四呈現出2023年7月-2024年6月消費總金額前10大國家及地區，亞洲涵蓋了8個名額，其餘則是美國、澳洲，這些國家地區發行卡片來臺刷卡消費金額對比2018年7月-2019年6月信用卡消費金額，大多數呈現成長。而中國發行卡片仍以超過新臺幣190億元位居第二，由於中國並未全面開放來臺旅遊，但其消費金額仍居第二名的原因，推估部分可能是臺商在臺消費或中國籍配偶使用中國發行之卡片消費所致。另美國、香港及新加坡則為外國卡持卡人在臺刷卡消費的前段國家地區，消費金額皆呈現成長趨勢，此外，值得我們關注的是南韓(成長26.3%)、泰國(成長24.8%)及菲律賓(成長60.8%)的表現，其刷卡消費潛力值得關注。

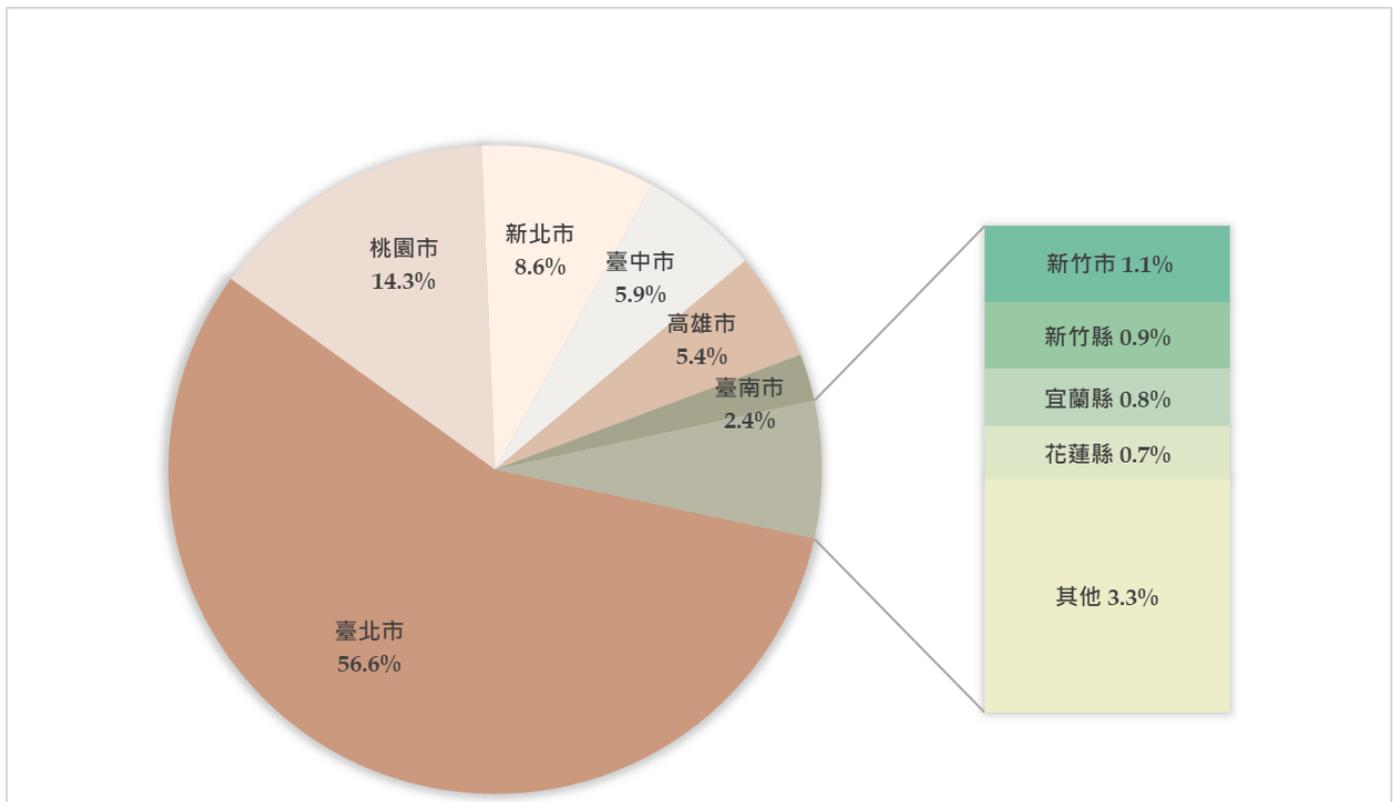


圖四、2023年7月-2024年6月前10大國家地區(依總消費金額排名)的旅客在臺灣信用卡消費金額，對比2018年7月-2019年6月信用卡消費金額及成長率

另一方面，從外國卡持卡人消費金額資料分析，金額最高前6名國家及地區(美國、中國、香港、新加坡、日本、南韓)占全體外國卡持卡人總消費金額的77%以上，就發展觀光策略，除仍必須穩固這些國家及地區旅客之外，但也透露著發掘其他國家旅客來台觀光仍具空間。

三、外國卡持卡人消費集中六都占比高達93.2%，臺北市仍為外國旅客的最愛

就2023年7月-2024年6月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56.6%，其次為臺灣國門桃園國際機場所在的桃園市14.3%，整體外國卡持卡人的消費集中在六都，占比高達93.2%，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，尤其是北北桃都會區。另外，在非六都縣市消費的部分，可看到新竹縣市及宜蘭縣、花蓮縣為前4名，推測是由於科學園區的緣故，以及能夠遠離都市喧囂接觸自然景觀的地區，也受到一定的青睞。



圖五、2023 年 7 月-2024 年 6 月外國卡持卡人於各縣市信用卡消費筆數占比

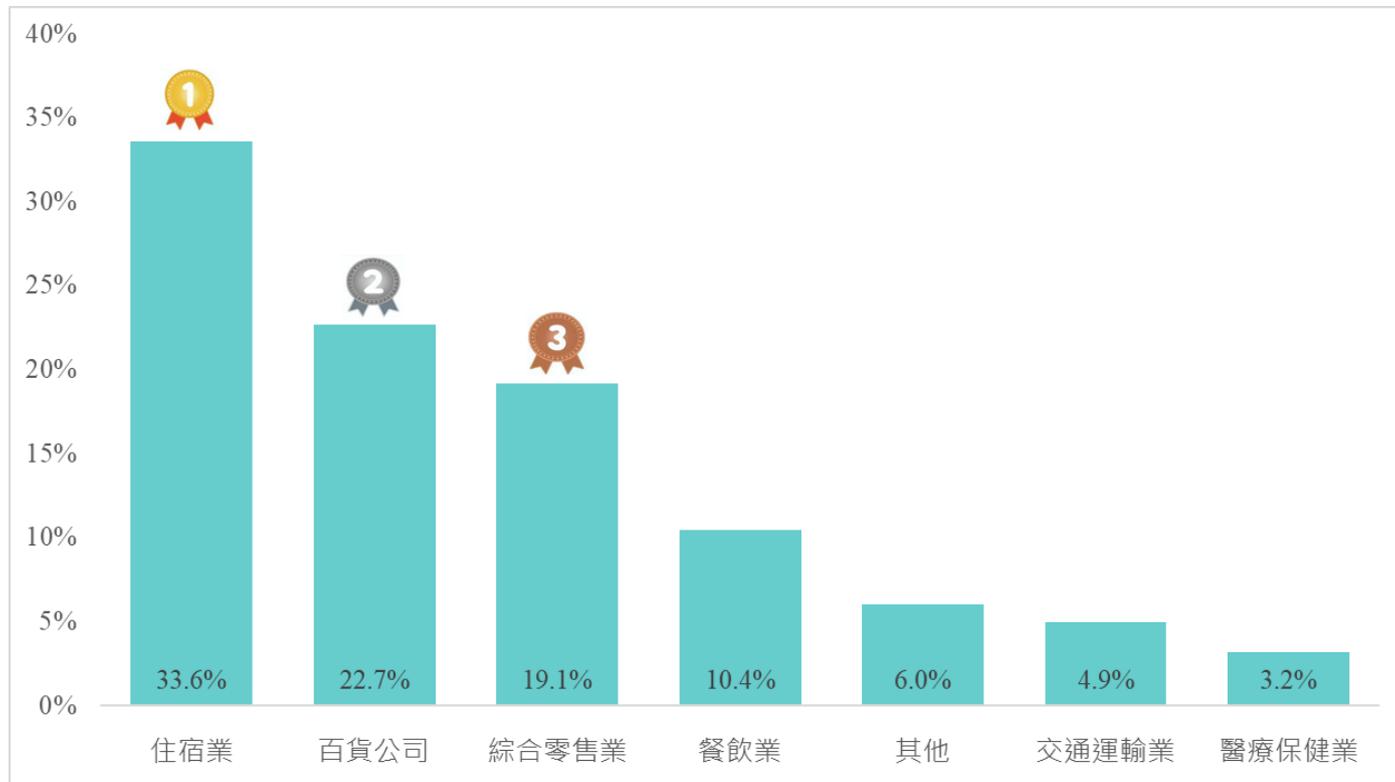
若再進一步細分各縣市外國卡持卡人刷卡比例，可以發現以下現象：

- 一、 臺灣有許多來自東南亞地區的旅客，而桃園市又是東南亞旅客喜愛消費的地區之一，泰國及菲律賓持卡人在桃園市的消費筆數占比皆占該國整體 20%以上。
- 二、 另可發現日本以及歐洲國家旅客如德國、英國、法國等，在臺南市的消費筆數較多。
- 三、 充滿自然風景的宜蘭縣、花蓮縣則是吸引了許多歐洲國家的旅客。
- 四、 在離島的部分，澎湖縣特別吸引來自美國、德國及法國遊客，金門的部分則是中國持卡人涵蓋了絕大多數消費。

綜上，外國卡持卡人在臺灣各縣市的消費行為各有不同，這些差異與旅客的國籍、消費偏好以及當地的吸引力有著密切關聯，故臺灣發展制定觀光經濟同時，或可根據前述分析資訊進行更具針對性的旅遊規劃，藉以強化吸引不同國籍旅客至臺灣觀光旅遊消費，發掘更多的觀光經濟商機。

四、住宿業、百貨公司、綜合零售業是最主要消費行業，占總消費金額 7 成 5 以上

外國卡持卡人都集中在哪些行業上消費呢？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 33.6%居第一名，而購物行程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 22.7%居次，綜合零售業(含服飾業、連鎖便利商店)消費占比則是 19.1%位居第三。

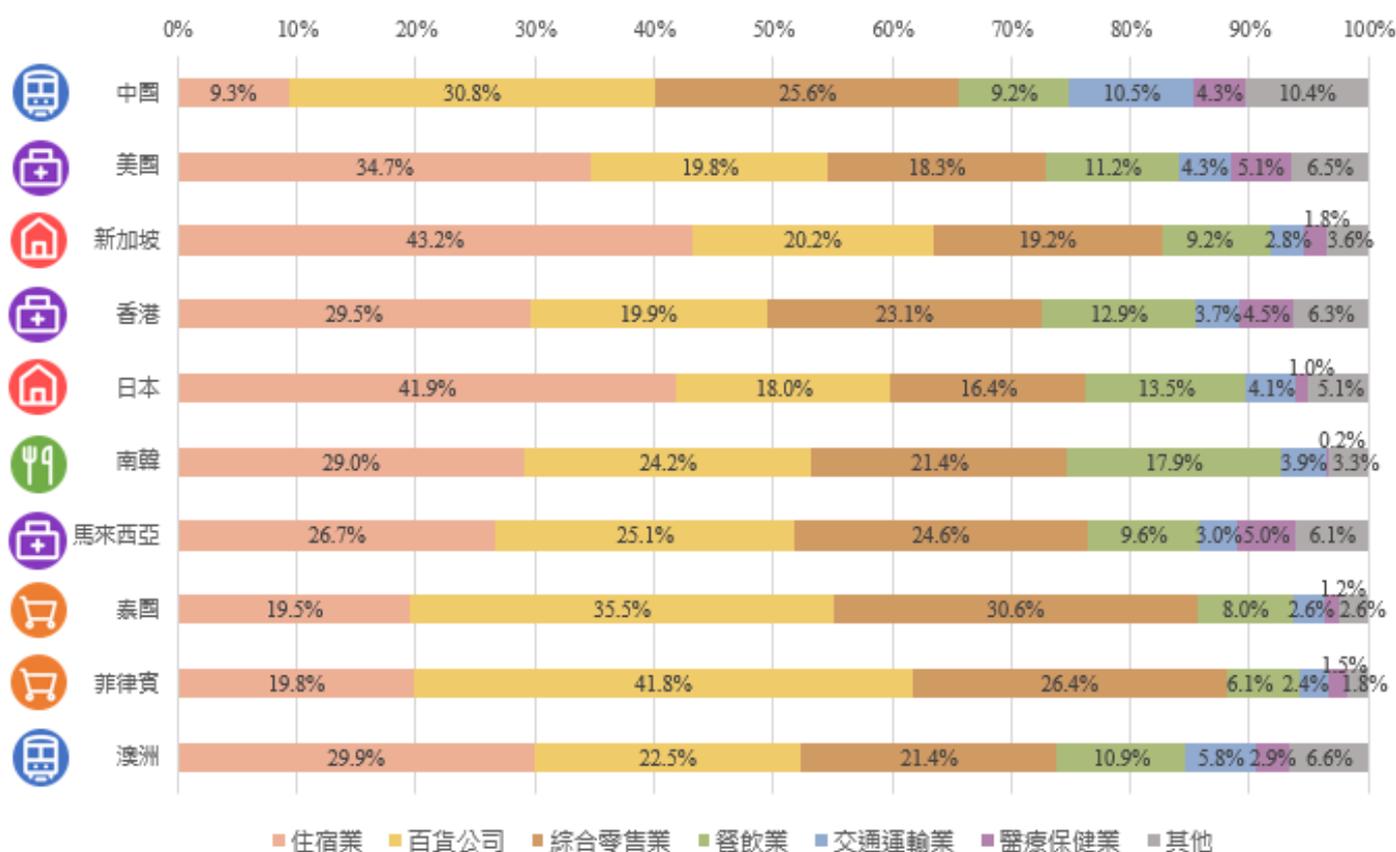


圖六、2023 年 7 月-2024 年 6 月外國卡持卡人依消費金額之主要消費行業占比

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，如圖七可發現新加坡(43.2%)及日本(41.9%)持卡人在住宿業的消費金額為該國旅客消費總金額占比最高的行業，而在中國持卡人總消費的占比卻僅有 9.3%，似乎可說明中國持卡人大多並非遊客的推測(即可能是持有中國所發行的支付卡之臺商及其眷屬)。菲律賓以及泰國持卡人是百貨公司及綜合零售業消費的大宗，消費金額甚至皆超越住宿業甚多，可看出除了屬於長居在我國的外籍人士，多數購買日常用品外，購物行程也是東南亞旅客來臺的重點；至於消費金額及筆數成長快速的南韓持卡人，臺灣的美食可說是充滿吸引力，在餐飲業的消費占比 17.9%，明顯高於其他國家旅客。

比較特別的是美國、香港及馬來西亞持卡人在醫療保健業的刷卡消費在該國總刷卡消費占比都超過 4.5%，根據全球資料庫網站 NUMBEO，臺灣的全球醫療照護指數 (Health Care Index) 連續 5 年蟬聯世界第一，這證明臺灣醫療品質有世界一流水準，進一步分析消

費特店分布，發現有許多進行醫療美容的醫療院所，可見有許多為從事醫美慕名而來的旅客，臺灣的醫美技術成熟，或許是個能積極推展醫療旅遊的項目。



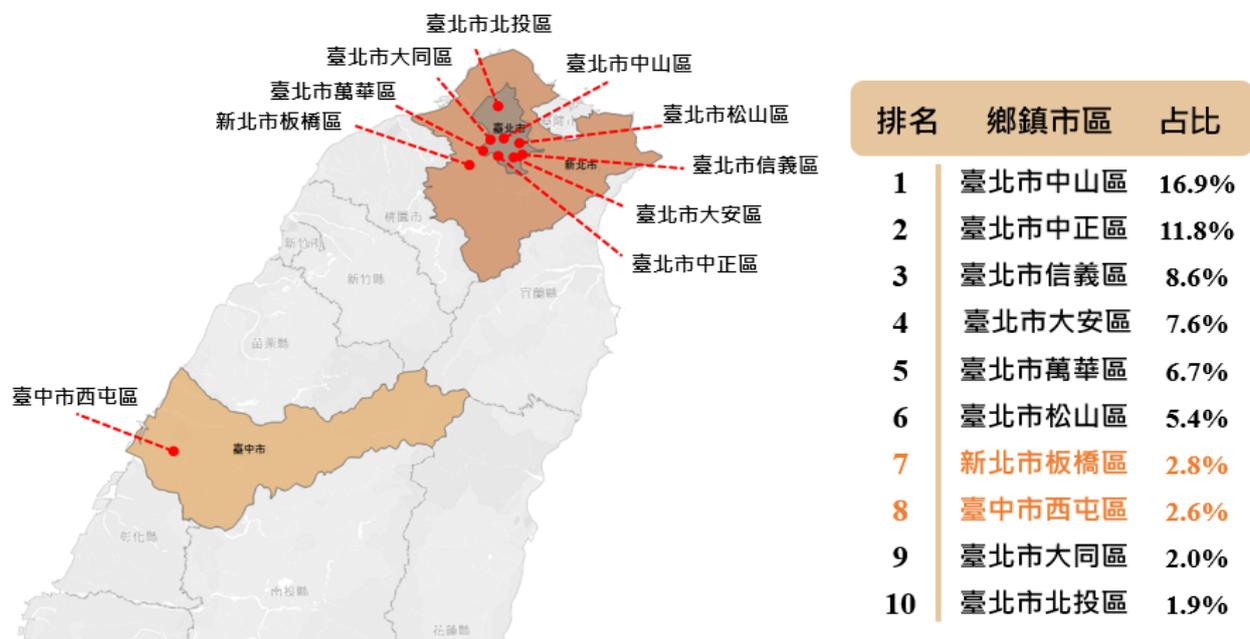
圖七、2023年7月-2024年6月消費金額前10大國家地區持卡人主要消費行業之金額占比

五、外國持卡人消費於臺北市在住宿業和綜合零售業領先，百貨公司則主要消費集中於桃園市大園區及和臺北市信義區

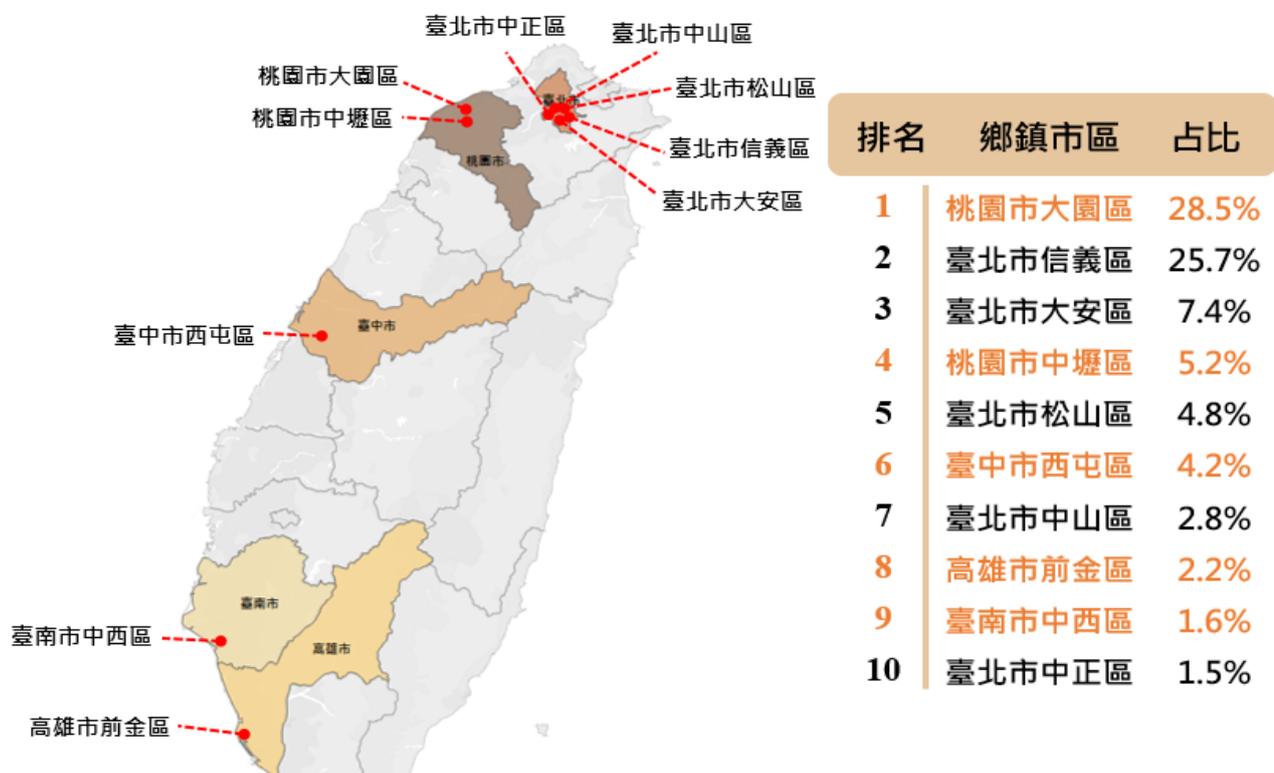
當我們剖析外國卡持卡人在消費金額最高的前三大產業時，會發現他們的消費主要集中於全臺 368 個鄉鎮市區中的特定地點，圖八、九、十顯示了外國卡持卡人在住宿業、百貨公司和綜合零售業的消費前 10 大鄉鎮市區分布情況。

首先，住宿業的消費集中在臺北市，其前十名鄉鎮市區大多位於臺北市，僅新北市的板橋區及臺中市的西屯區出現在其他縣市中，若以平均消費金額來看，外國旅客在住宿業消費多數超過 1 萬元，又以臺北市信義區的消費金額最高，主要因為該區域擁有多家高級飯店；在百貨公司消費方面，前十名鄉鎮市區分布於五個縣市，包括臺北市、桃園市、臺中市、臺南市和高雄市，其中桃園市大園區的消費占比高達 28.5%，因桃園機場免稅店作為遊客往來過境的主要購物場所，其消費總金額最高，臺北市信義區則以 25.7% 的占比排名第二，作為百貨一級戰區，信義商圈也吸引大量外國觀光旅客，此外臺北 101 亦作為臺灣最大地標，吸引了大量外國觀光客；最後，綜合零售業的消費前十名鄉鎮市區幾乎都集中在臺北市，包括量販店、3C 產品、藥妝店等零售商。

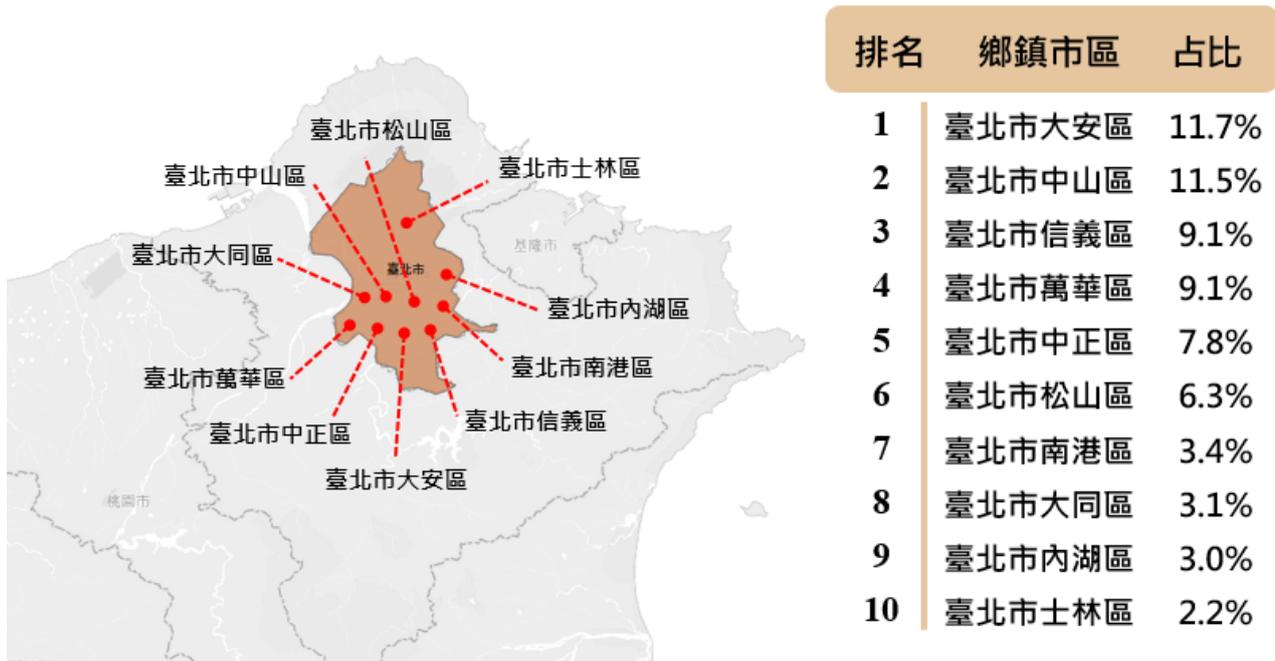
總結來說，外國卡持卡人的消費行為顯示出臺北市在住宿業和綜合零售業中掌握了主導地位，而百貨公司消費則較為分散，但桃園市和臺北市依然是主要的消費熱點。這反映了臺北市在吸引外國觀光客方面的優勢，並顯示出主要旅遊地點和購物區對於外國消費者的吸引力。



圖八、2023年7月-2024年6月外國卡持卡人消費於住宿業之前10大鄉鎮市區金額占比



圖九、2023年7月-2024年6月外國卡持卡人消費於百貨公司之前10大鄉鎮市區金額占比



圖十、2023 年 7 月-2024 年 6 月外國卡持卡人消費於綜合零售業之前 10 大鄉鎮市區金額占比

總結

在國境解封後的這段期間，可以發現外國旅客入境人次雖尚未完全回復至疫情前水準，但在臺刷卡消費卻已回溫至接近疫情前水準。數據也顯示出不同國家旅客的特定需求和偏好，而如何因應不同國家旅客的喜好，打造專屬客製化的觀光景點及特色，如東南亞旅客的購物行程、南韓旅客的美食之旅、歐洲旅客的歷史文化深度導覽，透過多元行銷策略，並擴大國際市場全方位行銷，吸引國際旅客來臺，配合擴大中央部會、地方政府及交通部之相關單位合作，整合相關資源推動臺灣觀光。