

澳門旅遊業發展總體規劃

第二階段檢視報告



澳門特別行政區政府旅遊局
DIRECÇÃO DOS SERVIÇOS DE TURISMO

2025年9月



澳門旅遊業發展總體規劃

第二階段檢視報告



澳門特別行政區政府旅遊局
DIRECÇÃO DOS SERVIÇOS DE TURISMO



前言

自回歸以來，澳門旅遊業高速發展，憑藉“澳門歷史城區”、“創意城市美食之都”、“東亞文化之都”的名片優勢，“世界旅遊休閒中心”的定位持續深化。澳門特區政府高度重視旅遊業在經濟適度多元發展中的核心作用，秉持“1+4”經濟適度多元發展的策略，通過優化旅遊產品結構、提升旅遊服務質量、加大基礎設施建設投入等多項舉措，持續推動旅遊業提質升級。在中央惠澳政策與特區政府自身努力的雙重推動下，澳門旅遊業的發展空間進一步拓展，為實現經濟可持續發展注入強勁動力。

為貫徹落實建設澳門世界旅遊休閒中心的願景，澳門特區政府編制了《澳門特別行政區五年發展規劃（2016-2020）》，把建設“世界旅遊休閒中心”列為總體目標之一；旅遊局於2017年發佈《澳門旅遊業發展總體規劃》，為澳門旅遊業未來十五年的發展奠定基礎與方向，並於2021年開展旅遊總體規劃的首份檢視研究。

面對國內外日趨激烈的旅遊市場競爭，澳門旅遊業發展面臨諸多新挑戰。為了更好地適應宏觀環境變化和提升澳門整體競爭力，澳門旅遊業需及時調整發展方向。根據《澳門旅遊業發展總體規劃》編制時提出的定期檢討機制，旅遊局於2024年開展旅遊總體規劃第二階段檢視研究工作。本次研究除了全面回顧2021年至2024年行動計劃執行情況，同時亦緊扣疫後澳門旅遊業態發展現狀與趨勢，重點圍繞促進旅遊休閒業多元發展、拓展多元客源市場、深化區域旅遊融合、推動旅遊業健康有序韌性增長、優化旅遊產品設計及規劃、發揮人工智能賦能旅遊創新六個重點議題深入分析，並提出行動計劃修訂建議，為澳門旅遊業高質量發展提供科學決策依據，落實特區政府總體發展策略。


檢視研究期間，研究團隊通過深度訪談、問卷調查等多種方式，廣泛收集各相關執行部門、業界和社會團體、居民及旅客等不同持份者的意見，從多維度深入剖析核心議題，確保研究結論與當前整體環境變化、產業升級方向及區域實際需求高度契合。

展望未來，澳門將立足長遠發展，密切關注全球旅遊市場動態，積極應對外部不確定性因素，實施階段性評估與策略調適，持續優化旅遊產業結構，穩步推進“世界旅遊休閒中心”建設，為澳門旅遊經濟可持續發展提供堅實支撐。

目錄

1. 檢視背景及現狀分析	8
2. 研究過程	17
3. 執行情況回顧和檢視分析	21
4. 重點議題的深化	31
5. 方案檢視和修訂	49
6. 關鍵指標數據預測	59
7. 總結與展望	61



A photograph of a stone staircase with a blue wall and a cat. The staircase is made of dark, weathered stone steps. To the left, there is a wall made of colorful bricks in shades of red, green, and blue. To the right, there is a blue wall with white arched openings. A black metal railing is visible at the top of the stairs. A small orange and white cat is sitting on one of the steps. The scene is surrounded by green foliage.

1. 檢視背景及現狀分析

檢視背景

國家及區域政策推動澳門建設世界旅遊休閒中心

疫後國際出行需求呈現反彈趨勢，旅遊業復甦步伐加快，在此背景下，澳門旅遊業亦持續向好。根據澳門統計暨普查局數據顯示，2024年澳門累計入境旅客逾3,492萬人次，較2023年同比上升23.8%，充分展現澳門作為世界旅遊休閒中心的強大吸引力。

澳門旅遊業的發展，離不開國家的政策支持。自2024年起，中央先後推出多項惠澳政策措施，當中包括新增10個內地赴澳“個人遊”城市，允許參加“琴澳旅遊團”的內地居民，以“團進團出”方式經橫琴口岸多次往返澳琴，以及在珠海及橫琴合作區分別實施赴澳旅遊“一周一行”及“一簽多行”政策，並提高經澳門進入內地的居民旅客物品免稅額度等。上述政策措施的落地實施，極大提升了內地居民赴澳旅遊的便利性，有效促進兩地旅遊交流與融合。

在區域層面，2023年，國家主席習近平賦予大灣區“一點兩地”的全新戰略定位，大灣區成為新發展格局的戰略支點、高質量發展的示範地、中國式現代化的引領地，同時對旅遊一體化協同的要求增大。此外，《橫琴粵澳深度合作區總體發展規劃》以及《關於支持橫琴粵澳深度合作區放寬市場准入特別措施的意見》等政策文件的公佈，着眼於促進澳門產業多元發展，推動澳琴一體化進程。

在本地層面，特區政府於2022年公佈《澳門特別行政區城市總體規劃(2020-2040)》，訂定澳門的空間整治、土地使用和利用的條件，以建設“世界旅遊休閒中心”與“美麗家園”為城市發展策略主軸。為加快推動澳門經濟適度多元，特區政府於2023年出台《澳門特別行政區經濟適度多元發展規劃(2024-2028年)》，以建設世界旅遊休閒中心為目標要求，促進旅遊休閒多元發展，做優做精做強綜合旅遊休閒業。《2025年財政年度施政報告》亦提出積極謀劃打造“澳門國際綜合旅遊文化區”，持續深化旅遊產業頂層設計。

旅遊業發展的現況分析

求新求變，謀劃未來

隨着疫情防控政策全面放開，全球旅遊市場加速復甦，澳門旅遊業迎來全新發展環境，需重新審視與佈局。近年來，國家和澳門特區相繼出台多項政策，需釐清其核心內涵，充分發揮政策效能。在產業發展路徑上，中小企業的轉型升級、社區旅遊以及非博彩元素的探索開發，都需要再校準方向。同時，面對智慧旅遊、可持續旅遊等行業新趨勢，需系統評估其對澳門旅遊業的影響，明確發展目標與實施路徑，以推動澳門旅遊業在新形勢下實現高質量發展。

新環境 再審視

- 全球旅遊市場加速恢復，澳門機遇與挑戰並存，面向全球客源市場同時也與多個旅遊目的地競爭
- 全球城市通過多元化路徑實現旅遊復甦，各地旅遊部門大力開展旅遊行銷，包括大型活動、明星推廣、新媒體宣傳等

新政策 再釐清

- 在國家層面，惠澳政策持續加碼、通關便利度提升
- 在大灣區層面，“一點兩地”的全新戰略定位對旅遊一體化協同提出更高要求
- 在澳門層面，旅遊業作為重點產業，肩負推動產業適度多元的重任

新方向 再校準

- 鼓勵中小企業升級轉型及激發創新活力
- 發展社區旅遊，促進旅遊業多元健康發展
- 《娛樂場幸運博彩經營法律制度》的重新公佈除了強化行業規範外，更令非博彩元素的發展更顯關鍵，推動澳門多元化轉型

新趨勢 再評估

- 旅遊產業邊界持續向外延伸，新產品、新業態不斷湧現
- 人工智能等新技術為旅遊業新質生產力注入新動力，實現高質量可持續發展
- “雙碳”背景下旅遊業對氣候變化的影響議題受到高度關注，可持續發展的訴求正重塑旅遊業

旅遊業發展的現況分析

求新求變，謀劃未來

澳門的旅遊業發展正在經歷“六大轉變”：

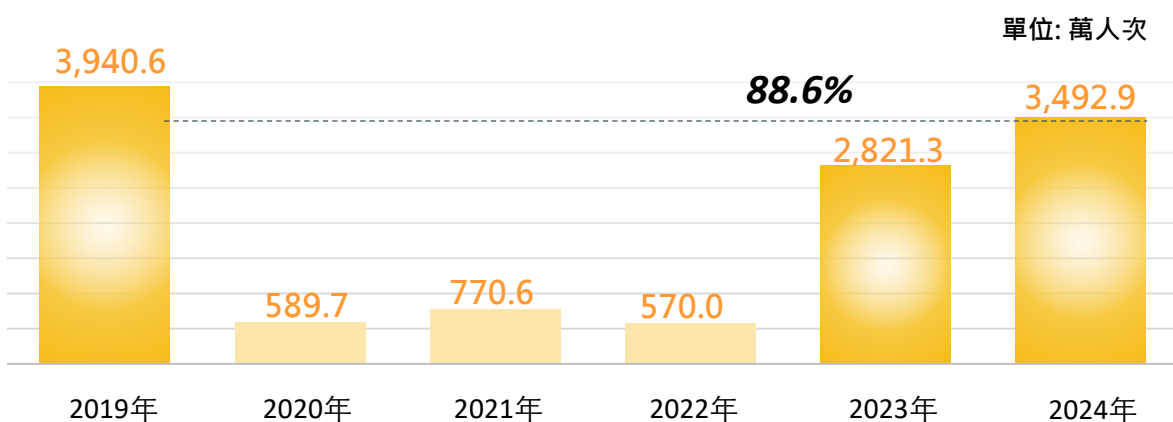
旅遊業的內涵和外延產生了變化	<ul style="list-style-type: none">• 演出、賽事等大型活動對旅遊業的帶動效應顯著，越來越多的旅客願意“為一場演出奔赴一座城”• 傳統旅行方式變遷，在地特色體驗、對城市的人物設定等成為“網紅旅遊城市”助推器• 會展獎勵旅遊快速復甦，成為地區經濟發展引擎之一
疫後環境及客源市場發生了轉變	<ul style="list-style-type: none">• 全球旅遊業正在進入中長期的增長週期，成為疫後最先復甦的行業之一，是拉動全球經濟增長的重要動力• 客源市場越發多元化，隨着中國擴大對外免簽範圍，澳門對免簽國旅遊的吸引力上升
新旅客客群崛起對產品需求作出調整	<ul style="list-style-type: none">• 旅客客群“新勢力”崛起，旅遊產品需求向多樣化體驗轉變• 應對旅客組成的新變化，澳門旅遊業對旅遊產品和消費服務做出相應調整
區域協同從“硬聯通”向“軟銜接”轉變	<ul style="list-style-type: none">• 港珠澳大橋從物理上的基礎設施“硬聯通”到實際的車流人流“軟聯通”• 增設更多通關口岸並24小時開放，採用居民電子身份通關、虹膜自助通道等方式，進一步縮短通關時間• 橫琴粵澳深度合作區正式實施封關運行
行業重點從快速復甦向可持續增長轉變	<ul style="list-style-type: none">• 更多旅客樂於採用低能耗、低污染的旅遊出行模式，達到旅遊與環境和諧共存的目標，實現可持續發展• 知名旅遊目的地城市均開始追求旅遊業的健康可持續發展，包括綠色低碳、結構多元化、韌性增長、客群多元化、旅遊城市品牌等
人工智能技術快速發展對旅遊業發展模式帶來顛覆性轉變	<ul style="list-style-type: none">• 旅行前，以數字化技術賦能旅遊行銷，精準觸達目標客戶，提升品牌影響力• 旅行中，以精細化運營強化旅客體驗，豐富旅遊內涵，滿足個性化需求• 旅行後，以智慧化平台收集旅客反饋，總結旅客需求，進一步提升服務水平

旅遊業發展的現況分析

旅客市場分析

入境旅客人次

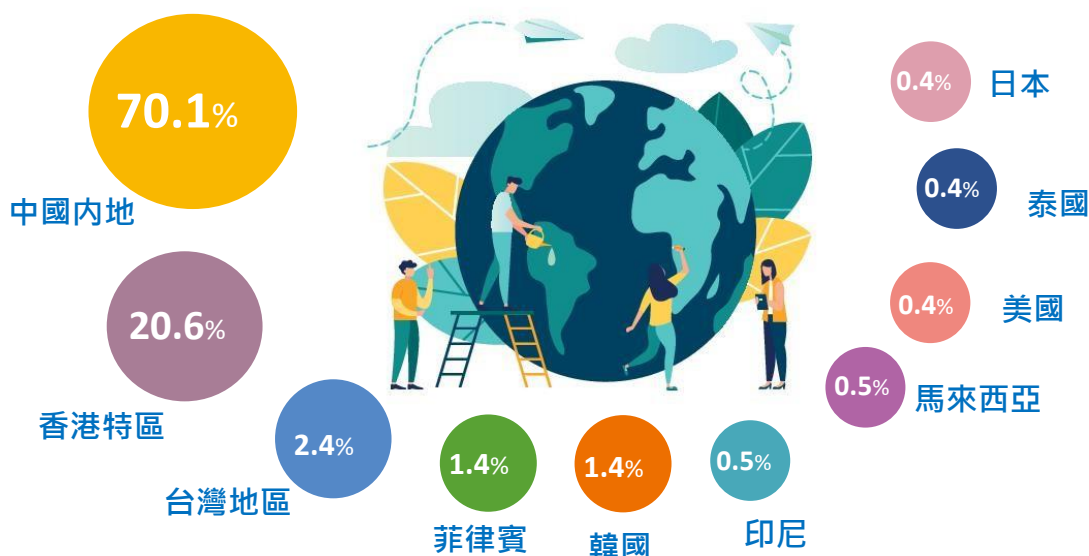
2024年入境澳門的旅客達3,492.9萬人次，同比上升23.8%，已恢復至2019年疫情前88.6%。



主要旅客來源地

2024年全年中國內地旅客按年增加28.6%至2,449.1萬人次，台灣地區旅客（83.4萬人次）按年上升64.1%，香港特區旅客（718.0萬人次）則減少0.2%。

2024年全年國際旅客共242.3萬人次，按年上升66%，主要客源地依次為菲律賓、韓國、印尼、馬來西亞、美國、泰國和日本。



旅遊業發展的現況分析

旅客逗留時間及消費

平均逗留時間及留宿旅客人數

2024年留宿旅客達1,604萬人次，較上年增長12.8%；留宿旅客的平均逗留時間2.3天，與2023年持平。

留宿旅客
平均逗留
時間

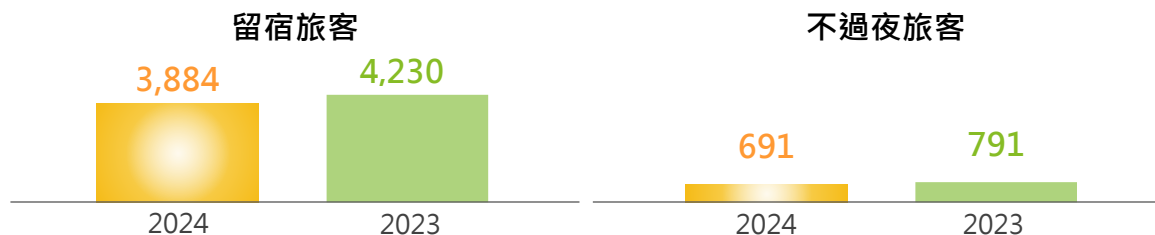
2.3天
(與2023年持平)

留宿旅客
人數


1,604萬人次
(較2023年+12.8%)

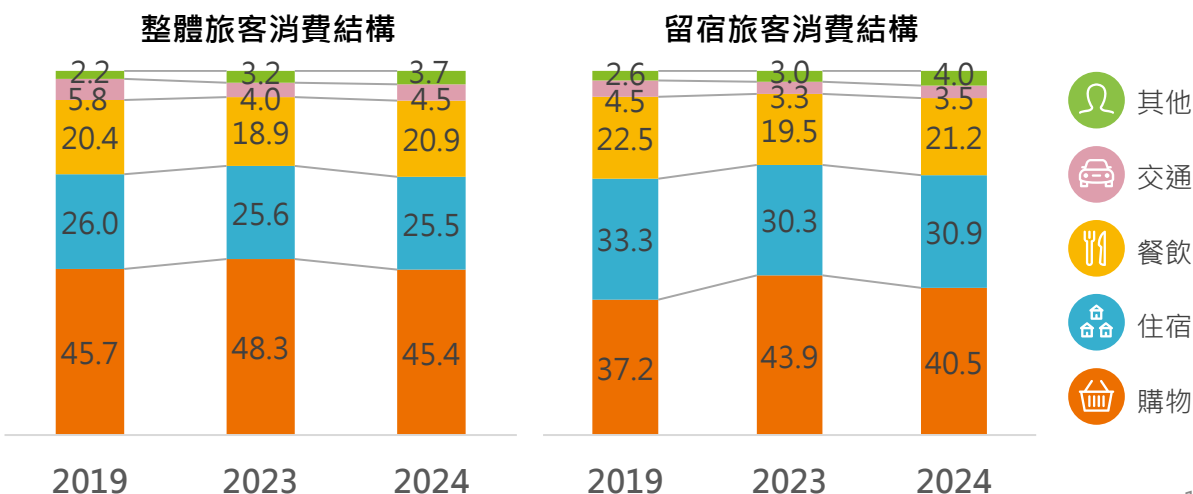
旅客人均消費 (澳門元)

2024年全年旅客人均消費為2,157元，按年減少14.6%，其中留宿旅客及不過夜旅客的人均消費分別下跌8.2%及12.7%。



旅客消費結構 (%)

消費模式方面，2024年全年旅客消費金額主要用於購物 (佔45.4%)，其次為住宿 (25.5%) 及餐飲 (20.9%)。



旅遊業發展的現況分析

酒店供應及住宿情況

酒店業場所及房間數量*

2024年共有150間酒店場所，提供客房總數48,333間。

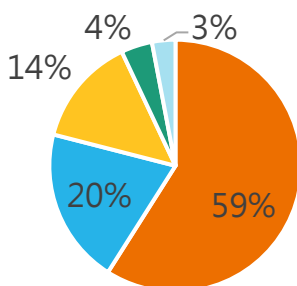


酒店
數量 **150**

房間
總數 **48,333**

酒店客房數量（按星級分類）

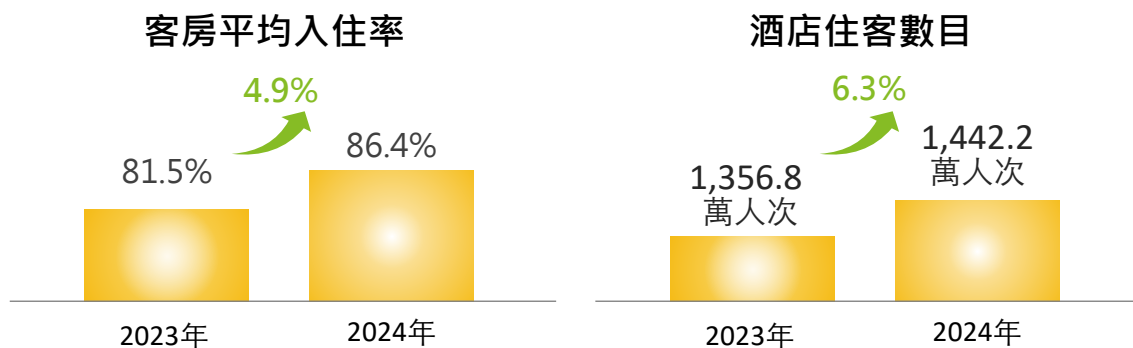
澳門酒店以五星豪華級及五星級酒店為主，以2.8萬間房間佔總房間數的接近六成（59%），四星級、三星級分別佔20%、14%，其他類型僅佔7%左右。



- 五星級酒店及五星豪華級酒店
- 四星級酒店及四星級公寓式酒店
- 三星級酒店及三星級公寓式酒店
- 二星級酒店
- 經濟型住宿場所

酒店入住率

2024年全年客房平均入住率按年上升4.9個百分點至86.4%，酒店住客數目亦增加6.3%至14,422,351人次。



旅遊業發展的現況分析

澳門旅遊業發展的強弱危機



優勢 (Strengths)

- 優質旅遊資源帶來良好發展基礎：澳門的人文資源豐富，包括擁有“澳門歷史城區”世界文化遺產、“創意城市美食之都”及2025年“東亞文化之都”三張名片
- 基建“硬聯通”逐漸轉向“軟鏈接”帶來區位優勢升級：粵港澳大灣區基建互聯互通顯著提高澳門旅遊業的客流量，隨着區域一體化建設持續推進，區域旅遊向着更深度融合的方向探索
- 特區政府重視持續增長潛力：加強“1 + 4”產業的聯動效應，致力促進經濟適度多元化和旅遊業可持續發展

S



機遇 (Opportunities)

- 政策支持為澳門旅遊業帶來全新發展空間：各項惠澳措施，《橫琴粵澳深度合作區總體發展規劃》以及《澳門特別行政區經濟適度多元發展規劃》等政策文件的出台，支持澳門旅遊產業的發展，為區域資源聯動提供廣闊空間
- 旅遊內涵的深度融合引領新業態發展：旅遊業的內涵和外延越趨廣泛發展，“旅遊+”的跨界融合推動經濟的高質量發展，“旅遊+盛事、美食、大健康、教育”等將發揮更大的能量，並催生新的機遇
- 旅遊方式轉變帶來顯著增長動力：隨着旅行漸漸融入現代人群的生活方式，家庭遊、文化遊、銀髮遊增長迅速，為休閒娛樂和文化體驗的深度挖掘迎來發展機遇

O

旅遊業發展的現況分析

澳門旅遊業發展的強弱危機

限制 (Weaknesses)



W

- 產業結構較為單一：博彩業佔比重依然較高，旅遊業多元化程度有待提高，旅遊經濟可持續發展的關鍵要素聚集能力有限
- 客源結構單一且國際化程度較低：廣東省依然是澳門最大的內地客源市場，國內外旅客佔比失衡，長途旅客佔比較低
- 支撐體系仍需完善：澳門土地資源有限，景點規模較小、休閒空間不足，產品、人才、住宿供應、交通等方面需持續提升
- 旅客需求未能充分被挖掘：澳門旅遊產品體驗性和參與感較低，較為單一的產品體系導致旅客過夜比率不高

挑戰 (Threats)



T

- 旅遊業對全球經濟形勢高度敏感：受全球經濟環境、政治因素等多方面影響，全球旅遊市場的波動性較大，為旅遊業的發展帶來了不確定性
- 旅客需求加速變化：現今旅客越來越追求個性化和多樣化的體驗，傳統的旅遊產品和服務無法滿足遊客不斷變化的需求
- 旅遊業國際競爭加劇：泰國正推動博彩合法化、日本批准開設全國首個設有賭場的綜合度假村，或與澳門博彩業構成直接競爭，未來或造成一定程度的旅客分流



2. 研究過程



研究過程

通過與政府及業界訪談、旅客及居民問卷調研、模型構建及標杆案例研究等方式，為《澳門旅遊業發展總體規劃》進行第二階段檢視並就重點議題進行分析，提出未來規劃調整方向。



問卷調查

1,600+份
有效居民問卷

26,000+份
訪澳旅客問卷*

10份 社團問卷



部門/業界訪談 及意見收集

30+個 政府及相關部門

6大 綜合度假休閒企業

及 旅遊發展委員會



模型構建及案例研究

SARIMA 旅客人數預測模型

Push & Pull 重點客源地分析模型

20+個 城市案例分析

檢視研究主要分為三個階段，下列為各個階段的主要過程及成果：

1

評估檢視

- 澳門綜合休閒旅遊業發展環境評估
- 重點議題的深化
- 居民及旅客問卷調查結果

2

方案及指標修訂

- 方案檢視和行動計劃修訂
- 增長情境及關鍵指標的數據預測

3

總結展望

- 收集業界及各相關政府部門的意見

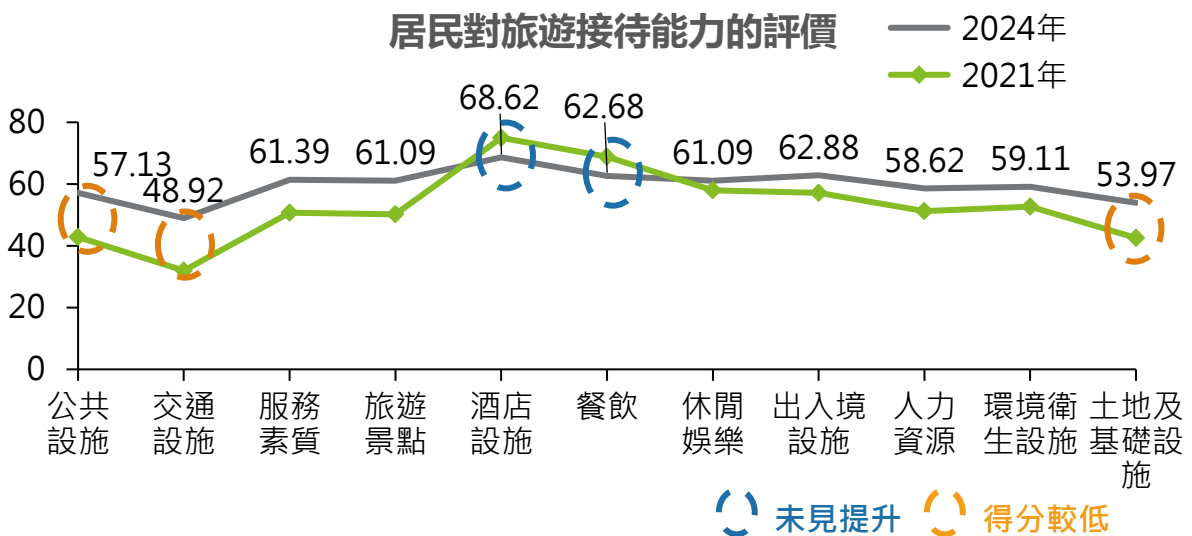
研究過程

居民問卷調查

2024年8月20日至9月21日期間，於線上收集了1,605份澳門居民就近年旅遊業發展相關成果評價的有效調查問卷，並與2021年居民調查結果進行橫向對比，結果顯示總體情況有所改善。

居民調查的主要發現如下：

- 2021年及2024年的兩次居民調研結果顯示，居民普遍認為在公共設施、交通設施、服務素質、土地及基礎設施、旅遊景點方面的承載力較2021年調查結果有顯著改善；
- 在休閒娛樂、出入境設施、環境衛生設施、人力資源等方面的承載力較2021年呈適度改善；
- 而在酒店設施、餐飲方面的承載力較2021年則有所下降。
- 從得分絕對值來看，不管是2021年還是2024年的居民調研，交通設施、土地及基礎設施、公共設施的得分仍然是最低的三項，也是澳門旅遊業未來需要持續提升的重點方向。



研究過程

旅客問卷調查

調查於2024年1月至12月期間，共訪問了超過26,000名訪澳旅客，當中包括中國內地、香港特區、台灣地區及來自17個海外國家的國際旅客。

旅客調查的主要發現如下：

- **受訪旅客特徵方面**：以18-34歲、中等月收入以上者、高教育程度、單身/未婚、短途旅客為主。
- **訪澳目的方面**：從購物旅遊轉為觀光遊覽，觀看演出逐步增長。同時，不同月收入及年齡層受訪旅客訪澳目的不同，美食探索及文化體驗是重要的海外旅遊目的地選擇因素。
- **消費偏好方面**：消費組成以購物比率最高，Z世代和Y世代在餐飲方面選擇非正餐的茶餐廳和街頭小食比率較高，其中00後Z世代購買化妝品及香水、文創產品、入住三星級及以下酒店、觀看演唱會比率較高。
- **產品體驗方面**：旅客參與體驗的“旅遊+”產品類型以文化體驗、美食、綜合度假村為主，年齡層越高體驗美食、綜合度假村的比率越高，年齡層越低體驗文創產品的比率越高。
- **旅遊資訊分享**：年輕受訪旅客接收訪澳資訊較為積極，且偏好在即時圖文、分享類社交平台上傳播。

資料來源：旅遊局、檢視團隊整理



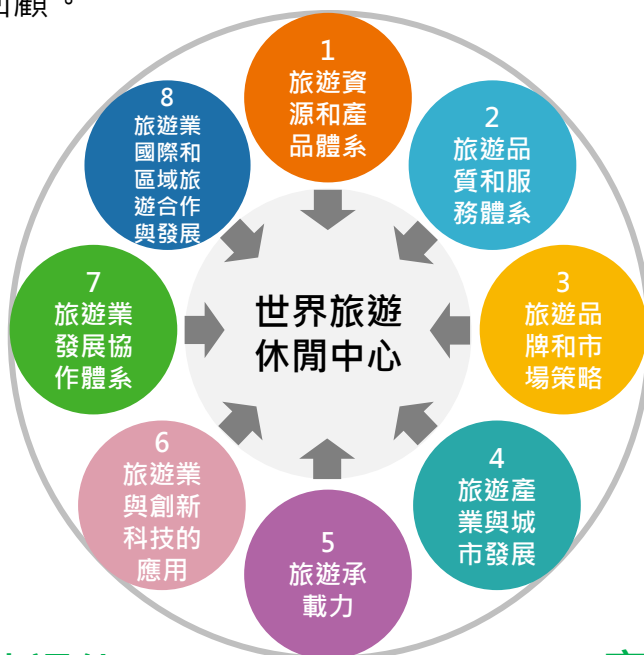
3. 執行情況回顧和檢視分析



執行情況回顧和檢視分析

八大關鍵目標執行情況回顧

是次檢視結合定性及定量方式進行評估，檢視2021年至2024年期間《澳門旅遊業發展總體規劃》八大關鍵目標下的具體行動執行情況，達至科學、有效而全面的回顧。



定性評估

定量評估

《澳門旅遊業發展總體規劃》經2021年檢視修訂後，共有91個行動計劃。評估工作主要透過整理相關執行部門資料反饋和部門訪談，分析各行動計劃至2024年的執行進度及達標情況。結果如下：

77個階段性計劃

展開及執行77個行動計劃，
其中75個已達標，達標率為97.4%

14個遠景性規劃

13個按序開展

2021年檢視修訂引入關鍵績效指標體系，通過數據追蹤，科學評估實施成效。

結果顯示，八大關鍵目標的成長性指數均超於基準值，標誌着現狀相比於2021年實現一定程度的提升。其中，旅遊產業與城市發展、旅遊業與創新科技的應用、旅遊業發展協作體系方面取得顯著的提升。

執行情況回顧和檢視分析 (情況概述)

關鍵目標一、旅遊資源和產品體系

美食主題

- 2021年至2024年期間，業界推動不同美食榜單和活動落戶澳門，如攜程美食林、香港澳門米芝蓮指南頒獎典禮，黑珍珠鑽級餐廳巡宴等。
- 特區政府舉辦多項美食/美酒活動，包括：澳門之味巡禮-五都薈萃、慶祝澳門特別行政區成立25周年澳門國際美食之都嘉年華。
- 進行各類美食和宣傳的拍攝工作，與中央廣播電視總台聯合打造的大型美食文旅行節目《澳門雙行線—美食文旅來打卡》，榮獲國家廣播電視總局“廣播電視創新優節目”。

產品設施

- 綜合度假休閒企業推出各項創新旅遊產品和主題遊樂設施，包括：室內水上樂園、《哈利·波特》展覽、武術天下、AI樂園、澳門幻影館、《蒼蘭訣》VR沉浸式體驗館以及《澳門2049》駐場秀等。
- 2021年澳門大賽車博物館重新開幕、觀音像海濱休憩區對外開放；2022年澳門文學館開幕、龍環葡韻濕地科普園地重新利用。
- 歷年來各部門舉辦不同盛事活動，為旅客和居民提供更多創新和休閒的旅遊體驗。

文化元素

- 持續發展及豐富文化活動，包括復辦澳門國際幻彩大巡遊，舉行“藝文薈澳—澳門國際藝術雙年展”等。
- 歷年來主辦澳門藝術節、澳門國際音樂節、相約澳門—中葡文化藝術節、hush!沙灘音樂會等大型文化盛事，豐富市民和遊客的文化旅遊體驗。
- 2024年啟用“澳門文物主題遊徑”專題網頁，推出兩條主題遊徑路線。

社區旅遊

- 2021年對位於十月初五街及海邊新街附近一處雙層建築群進行粉刷，美化成色彩繽紛的“彩虹屋”。
- 2021年至2024年期間，推出“關前薈”、“悠路環”、“悠氹仔”、“花薈北區”、“酷玩澳門”、“澳門心喜遇”等項目，帶動社區的人流量及促進消費。
- 推動歷史片區活化，完善配套環境，為社區旅遊注入活力。

酒店體系

- 2021年至2024年，共有21個酒店業場所獲發准照。
- 澳門有22家酒店業場所獲得福布斯五星酒店稱號，於2023年及2024年連續兩年成為全球最多福布斯五星酒店的旅遊目的地。

海上旅遊

- 持續支持及鼓勵各項水上體育活動，帶動水上體育賽事發展。
- 2021年媽閣碼頭投入運作，2024年完成外港客運碼頭內部空間調整及泊位優化工程，並正式啟用路環聯生H1地段的路環遊艇碼頭出入境事務站。
- 2023年起逐步推動綜合度假休閒企業為澳門居民和旅客提供各項“海上遊”體驗。

研學旅遊

- 於2022年開展“關於澳門發展研學旅行市場的諮詢”研究、於2023年首辦“澳門研學旅行發展論壇”，並於2024年舉辦業界推介會。
- 分別推出“探索澳門 - 學生體驗篇”以及“解鎖澳門：學生探索之旅2023-2024”遊學團活動。
- 2024年舉辦“知寓於行”行程徵集比賽，鼓勵學生和公眾利用澳門的旅遊資源設計行程。

執行情況回顧和檢視分析 (情況概述)

關鍵目標二、旅遊品質和服務體系



職業課程

- 各相關部門持續開辦各類與旅遊業發展相關的課程，為業界從業員提供包括廚藝演示、國際認證、語言及文化等培訓，以及為導遊開辦更新知識課程、世界文化遺產專業導賞員培訓及認證計劃，持續提升知識與技能。同時，透過網上學習課程和系統，鼓勵從業員持續進修專業知識。
- 與多間綜合度假休閒企業合作推出不同職種的“就業+培訓專項計劃”。



需求調查

- 2021年至2023年期間，就博彩、酒店、飲食、零售、會展、大健康、高新科技等行業進行調研，編制相關的《行業需求調研數據》。
- 2024年完成適用於大健康產業、高新技術產業、現代金融產業、文化體育及其他產業高級專業人才計劃的人力資源緊缺的專業職務內容。



一試多證

- 2021年簽訂《粵澳職業技能人才評價合作之“澳門職業技能認可基準(MORS)”一試多證專項合作協議書》，至2024年，共149人次透過MORS一試多證專項同時獲發勞工事務局發出的職業技能證明、內地認可的職業技能等級證書及澳門旅遊大學發出的澳門職業技能認可基準 (MORS) 證書。



優質服務

- 於2021年檢視和重新規劃“星級旅遊服務認可計劃”餐飲界別之組別和評審機制。2023年，餐飲界別執行復常的安排，並評審和頒發四個新增設的特別主題獎。2024年度“星級旅遊服務認可計劃”餐飲及旅行社界別進行全面復常評審，零售界別於2021-2024均保持與“誠信店認可計劃”合作。2024年三個界別獲頒《星級旅遊服務商戶獎》合共390間。



全民接待

- 2021年及2022年舉辦“文化傳播大使”培訓計劃以及“澳門文化遺產小小導賞員培訓計劃”，共招募110名學員。2023年及2024年兩屆“澳門文化藝術青年計劃”合共有60名學員。
- 分別於2021年和2022年舉辦兩屆“澳門文旅博主孵化計劃”，有100名本地居民及旅遊業界完成課程，在內地社交媒體抖音及小紅書上說好澳門故事。
- 2023年啟動“澳門有禮運動”，宣傳澳門有禮都市形象，廣泛宣傳“旅遊大使，你我都是”活動口號。

執行情況回顧和檢視分析 (情況概述)

關鍵目標三、旅遊品牌和市場策略



內地市場

- 舉辦“澳門周”品牌宣傳活動，先後在杭州、南京、上海、成都、重慶、青島、天津、廈門及西安舉行，九站路展合共吸引約520萬人次進場。
- 2022至2023年期間在大灣區9個城市舉辦“感受澳門·樂無限”大灣區巡迴路展，共吸引超過280萬人次到訪。
- 根據中國旅遊研究院公佈的《2023年上半年出境旅遊大數據報告》顯示，澳門佔了內地出境旅客總量的五成，居內地出境旅遊目的地首位；2024年首季澳門在內地出境旅客滿意得分獲83.49分，首次被內地出境旅客評為最滿意目的地。
- 2024年針對內地新增10個赴澳個人遊城市，透過線上線下廣告、與線上旅行社(OTA)合作、舉辦路展等方式進行推廣，以及組織旅遊業界代表到澳門考察及舉辦推介洽談會，吸引旅客訪澳。



市場開拓

- 2023年在葡萄牙舉辦“感受澳門樂無限—里斯本澳門推廣活動”，及後在泰國、韓國及馬來西亞等重點客源市場舉辦大型路展推廣，讓國際旅客重新認識澳門。
- 2024年於日本、新加坡、印尼、韓國、香港、泰國和馬來西亞舉辦旅遊路展，展示澳門的旅遊活動和產品。
- 透過設於香港、韓國及泰國三個市場代表，與當地的航空公司、電商、線上及線下旅行社合作促銷遊澳產品。



社交媒體

- 在國際和區域的頂尖傳統和新興媒體宣傳澳門旅遊；邀請旅遊美食達人，走訪澳門各區多個網紅打卡點，分享潮遊澳門攻略。
- 旅遊局官方社交媒體帳號共28個，截至2024年，粉絲量總計超過923萬。
- 2023年與地區商會合作推展“抖音”網紅達人宣傳計劃，累計為超過160間特色店拍攝宣傳影片並在抖音平台發佈。



遊澳優惠

- 2021年至2023年期間，提供針對性引客優惠方案，包括“感受澳門·想你享福利”機票及酒店住宿優惠、“想你享福利·樂遊澳門團”以及“賞你遊澳門”車票/船票買一送一優惠等。
- 2024年面向國際旅客推出“好禮等你來”旅遊優惠，送出25萬份涵蓋機票、跨境交通、酒店住宿、餐飲遊樂及表演門票優惠禮品，並攜手六大綜合度假休閒企業推出“感受澳門專屬體驗”，向國際旅客送出100份澳門限量體驗及數萬份澳門禮遇。



會展旅遊

- 2023年和2024年澳門蟬聯“最佳亞洲會議城市”獎項。
- 2023年開通“E道商見”網上預約系統，並完成《會議及展覽激勵計劃》支持及鼓勵措施的修訂工作。
- 2023年與會展行業協會及綜合度假休閒企業組成“會展競投支援工作組”，並於2024年協同綜合度假休閒企業制定“會展客商食宿遊”路線方案。
- 2024年澳門獲國際展覽業協會(UFI)認可的活動共11個，當中“澳門國際旅遊(產業)博覽會”於2021年成為UFI認證的展會。

執行情況回顧和檢視分析 (情況概述)

關鍵目標四、旅遊產業與城市發展

城市規劃

- 第7/2022號行政法規核准《澳門特別行政區城市總體規劃 (2020-2040)》生效，並以建設“世界旅遊休閒中心”與“美麗家園”為城市發展策略主軸，規劃範圍的旅遊娛樂區和商業區的土地比例各為13.2%及3.5%。
- 完成編製《東區-2 規劃分區詳細規劃》並透過第 8/2024 號行政法規作公佈，以“宜居新區、門戶商圈及濱海地標”為定位。

基礎建設

- “中國與葡語國家商貿合作服務平台展示館”及“商匯館”於2022年對外開放。
- 多項基礎建設的落成，包括：2023年輕軌媽閣站啟用、2024年澳門大橋、輕軌石排灣線和橫琴線等重要基礎建設的完工及開通，強化本地和區域間的連接。
- 離島醫療綜合體北京協和醫院澳門醫學中心於2024年啟用，為“旅遊+大健康”發展創設條件。
- 2024年在澳門國際機場舉行機場擴建填海工程動工儀式，擬填海面積超過129公頃。

文旅空間

- 多個文化旅遊空間及場景的啟用和開放，包括：九澳聖母村歷史建築的活化、益隆炮竹廠舊址遊徑、荔枝碗船廠片區X11-X15、澳門文化中心黑盒劇場等。
- 2024年推進“澳門世界遺產展示館”的規劃及建築設計。
- 對多個具價值歷史建築的修復保護提供支援協助，2021年至2024年共完成82項歷史建築的修復及維護工程。

周邊連接

- 至2024年，澳門與中國內地23個城市、台灣地區3個城市以及19個亞洲國家城市有客運航線。
- 澳門國際機場於2023年正式啟用位於港珠澳大橋的澳門國際機場值機服務中心，2024年在外港、氹仔客運碼頭及港珠澳大橋口岸等設有“直通快線”服務。

步行環境

- 2022 年底啟動為全澳文物建築增設圖示牌，至2024年為逾110項不動產完成圖示牌安裝。
- 持續完善城市資訊亭和巴士候車亭的設備，截至2024年，已於全澳安裝95個數碼型新式城市資訊亭。
- 進行各項行人道和步行環境優化工程，如：環松山步行系統設計連建造工程，氹仔基馬拉斯大馬路空中走廊建造工程等。

執行情況回顧和檢視分析 (情況概述)

關鍵目標五、旅遊承载力



檢視研究

- 持續進行旅遊接待能力研究及細化至澳門半島各區份，增添關於監測承载力關鍵績效指標，提出優化旅遊承载力的參考措施。



客流資訊

- 於2022年起使用流動電話統計數據源進行客流分析，截至2024年12月，監測景點數量共114個。
- 透過“人流預測預警系統”，持續對旅遊景區進行人流數據檢測，參考數據變化並結合實際人流狀況，實施人潮管制措施。



景點管理

- 《“澳門歷史城區”保護及管理計劃》於2024年生效。
- 因應訪澳旅客人數增多，重新規劃旅遊警察及移動警務室的執勤地點，以更好地協助景區的市民和旅客。
- 透過各種途徑向市民及旅客發放有關人潮管制級別及現場情況等消息。



環保措施

- 持續舉辦“澳門環保酒店獎”，推動本澳酒店業界實施環境管理，至2024年，持有獎項的酒店累計達54間。
- 提升車輛環保標準，2024年新能源公共巴士佔整體公共巴士約92%。



公共交通

- 至2024年，已在澳門主要道路及交通樞紐增設1,521路交通監測系統。
- 在新建的巴士候車亭加入資訊屏，市民和旅客可直接查看交通資訊，或透過資訊屏顯示的二維碼，下載澳門出行APP。
- 2023年開展的士客運普通准照工作，發出合共500部普通的士。電召的士以及10間提供普通的士服務的新公司全面推行電子方式支付車資。
- 隨着輕軌線路擴展，2024年輕軌乘搭人次按年增長117.5%。



資源回用

- 推進路環污水處理廠升級工程，並部署澳門人工島污水處理廠的設計和建造。
- 2024年完成黑沙環新填海區P地段、路環中水站配套管道以及路氹蓮花路之再生水管網鋪設工作，提升水資源的循環利用水平。

執行情況回顧和檢視分析 (情況概述)

關鍵目標六、旅遊業與創新科技的應用

智慧旅遊

- 2021年推出“《澳門滿Fun》智能行程規劃”。
- 2022年推出“時空穿梭·遊歷三巴——大三巴牌坊沉浸式數字體驗展”，至2024年，設有線上導覽服務功能的文物景點及文化設施增至27個。
- 2024年推出“澳門旅遊智能客服”，利用智慧客服聊天機器人為旅客提供貼心服務，首階段推出繁體及簡體中文、英文、韓文及泰文版本。

網絡服務

- 於2022年發出2張5G牌照，至2024年，本澳的5G網絡室外覆蓋率達九成以上。
- 鼓勵不同機構加入“FreeWiFi.MO”計劃，截至2024年，共有587個服務點。

科技應用

- 持續透過“特色店計劃”協助企業進駐內地知名消費平台，推動澳門中小企業利用網絡技術增流引客，至2024年具特色店資格的商戶共289間。
- 支持中小企利用科技升級轉型，分別於2021年以及2023年推出“餐飲業後台電子化資助計劃”和“中小企業後台數字化支援服務”。
- 商戶可受理多種境外支付工具，截至2024年12月，受理移動支付的機具及二維碼數量逾10.8萬個。
- 配合特區政府數據開放策略，截至2024年，已於政府數據開放平台提供48個旅遊相關數據集。

治安防控

- 《全澳城市電子監察系統》(“天眼”)於2022年完成第五階段的安裝或更換工程，本澳在不同地點共有1,701支“天眼”鏡頭，覆蓋旅遊景區。
- 澳門世界遺產監測中心於2022年啟用，以“澳門歷史城區”內22座主要世遺建築及8個廣場前地作為保護對象，系統地收集、分析和記錄遺產保護狀況。

執行情況回顧和檢視分析 (情況概述)

關鍵目標七、旅遊業發展協作體系

法律法規

- 《酒店業場所業務法》於2022年生效，同時亦積極跟進《旅行社業務及導遊職業法》法案的立法工作。
- 《澳門特別行政區娛樂場幸運博彩經營批給合同》於2023年生效，批給期限為10年，推動綜合度假休閒企業積極開拓外國客源市場及發展非博彩元素項目。

公私營合作

- 與綜合度假休閒企業合作，共同開展“媽閣塘片區”、“福隆新街、新馬路及十六浦片區”、“23號及25號碼頭、十月初五日街及內港片區”、“草堆街、永福圍、大砲台及望德堂片區”、“益隆炮竹廠、龍環葡韻片區”、“荔枝碗船廠片區”六個歷史片區的活化工作。
- 攜手綜合度假休閒企業在標誌性旅遊盛事、文化和體育等活動上合作。
- 推出社區旅遊、美食推廣及濱海旅遊範疇的年度資助計劃，鼓勵社團舉辦多元化的活動。2022年至2024年，共資助107個社區旅遊項目，吸引逾539萬人次參與。
- 2023年推出澳門活動網“享澳門”(www.enjoyMacao.mo)，匯聚由澳門不同政府部門和私營企業舉辦的節慶、演出、展覽等活動資訊。

服務流程

- 配合《酒店業場所業務法》的生效，於發牌程序各個階段中與申請人及技術部門舉行技術會議，推進發牌效率。
- 旅遊局全面以電子方式發出牌照，並已新增多項可網上辦理的服務，覆蓋多個業務場所及行政手續，申請人可透過“一戶通”帳戶登入辦理相關服務。
- 2023年推出“澳門大賽車博物館門票合作計劃”，藉旅遊業界展銷平台結合銷售澳門大賽車博物館門票。

文旅品牌

- 透過“歷史建築活化資助計劃”以及“歷史片區活化資助計劃”，推動企業參與活化，活躍片區氛圍及推動社區經濟。
- 2023年及2024年推出“文化旅遊品牌塑造資助計劃”，鼓勵業界開發多元的文化旅遊產品和體驗服務。
- 2023年推出「與你“麥麥”見」項目，2023至2024年期間，“麥麥”在本澳參與133項旅遊活動，觸及逾82萬人次，透過其親善形象積極推廣澳門旅遊。

執行情況回顧和檢視分析 (情況概述)

關鍵目標八、旅遊業國際和區域旅遊合作與發展



區域合作

- 持續進行“粵港澳大灣區‘9+2’城市旅遊市場聯合監管協作體”工作交流會議、《粵港澳大灣區文化和旅遊發展規劃》實施推進會，加強各方溝通。
- 青茂口岸於2021年開通，採取“合作查驗，一次放行”通關模式。
- 2023年和2024年期間，與多個省市簽署旅遊合作備忘錄和協議。
- 2024年推出“港澳通關二維碼”，以及啟用橫琴口岸“聯合一站式”車道，提升通關效率。
- 持續推廣“澳門誠信店”，於2024年簽署《琴澳消費維權聯動協助合作框架協議》，為兩地“誠信店”品牌建立綠色通道。



產品活動

- 2023年粵港澳旅遊推廣機構推出新一批10條大灣區精品路線，並攜手在多個城市舉行推廣活動，發佈全新一站式大灣區專題旅遊網站。
- 2024年粵港澳三地聯合建設“粵港澳大灣區文物主題遊徑”網上平台，涵蓋三地共99處歷史建築。
- 於2023年及2024年舉辦“澳門·橫琴藝墟”以及“藝墟走進大灣區”，展銷多個來自澳門及內地的文創品牌商品。
- 於2024年推出“澳琴同遊激勵計劃”以及體驗版本，促進澳琴聯線旅遊協同發展。
- 澳琴經貿部門於2023年聯合推出“澳琴·會展”品牌標誌，並共同於外地展會設置“澳琴館”，推廣“一會展兩地”的辦展模式。



國際合作

- 參與聯合國教科文組織創意城市網絡線上線下會議、聯合國教科文組織創意城市網絡美食之都範疇的會議及活動等。
- 舉行“亞太旅遊協會2024年度峰會”，匯聚來自30個國家及地區超過400位旅遊業界代表，參加多項國際旅遊會議。
- 透過舉辦“中國—葡語國家文化週”，展示中國與葡語國家的傳統文化。



獎項認可

- 2021年，土生葡人美食烹飪技藝、土生土語話劇和土地信俗被列入第五批國家級非物質文化遺產代表性項目。
- 澳門於2024當選為中國2025年“東亞文化之都”。
- 澳門獲葡萄牙旅行社協會選為“2024年度推薦國際旅遊目的地”。
- 在旅遊領域獲得多個獎項，包括：攜程-年度最佳目的地(2021年)、亞太旅遊協會-“市場推廣”大獎(2021年)、亞太旅遊協會-“市場推廣活動”金獎(2022年)、Lifestyle and Travel Award 2023 - The Most Active Tourism Destination Award (ASIA) 以及2024年度攜程口碑榜-2024全球100—中國澳門等。

4. 重點議題的深化



重點議題的深化

重點議題的深化研究方法

針對澳門旅遊業發展面臨的“六大轉變”，檢視研究通過現狀分析、趨勢分析、案例研究等方式對六個重點議題進行深化，明確發展方向。

六大轉變

旅遊業的內涵和外延
產生了變化

疫後環境及客源市場
發生了轉變

新旅客客群崛起對產品
需求作出調整

區域協同從“硬聯通”
向“軟銜接”轉變

行業重點從快速復甦向
可持續增長轉變

人工智能技術快速發展對
旅遊業發展模式
帶來顛覆性轉變

六個重點議題

1 促進旅遊休閒業
多元發展

2 拓展
多元客源市場

3 旅遊產品
設計及規劃

4 深化
區域旅遊融合

5 旅遊業健康有序
韌性增長

6 人工智能賦能
旅遊創新

重點議題的深化

現狀及提升點

建議

重點議題一、促進旅遊休閒業多元發展

2021年度施政方針提出“旅遊+”政策，以推動“旅遊+體育、會展、文創及電商”跨界融合，2023年度進一步延伸至“旅遊+美食、大健康、科技、盛事、教育”範疇，促進休閒旅遊業與其他關聯產業的共同發展。

“旅遊+”領域在新形勢的現狀及提升點

“旅遊+盛事”

“盛事”概念仍需進一步釐清範圍

不同容量場館之間尚未能有效互補

盛事的支撐配套體系需進一步完善

“旅遊+美食”

本土美食的品牌特色提煉不足

社區美食推廣力度有待加強

澳門美食品牌的國際知名度有待提升

“旅遊+大健康”

缺少“旅遊+大健康”的核心載體

健康養生項目重點發展領域不明晰

醫療旅遊產品特色化不足

“旅遊+教育”

研學旅遊資源仍待提升加強

研學旅遊的澳門特色仍待提煉發揮

支撐體系及體制機制仍需進一步完善

“旅遊+體育”

當前重點賽事類型較為單一

高能級體育賽事極需增加

外界影響力及公眾關注度有待提升

“旅遊+會展”

會展與旅遊的協同發展需進一步加強

會展旅遊品牌缺乏特色性及影響力

專業人才及其他配套體系有待完善

“旅遊+科技”

細分服務場景仍待科技支持

旅遊業對本地科技企業帶動力有限

創新科技提升旅客體驗方面仍需加強

“旅遊+文創”

本地文創品牌影響力有待增強

文化表演仍需加強對外宣傳

文創聯名活躍度及產品豐富度不高

“旅遊+電商”

助力拓展客源市場的作用未充分發揮

電商平台數據與旅客畫像數據待打通

銷售本地特色商品的功能有待加強

重點議題的深化

現狀及提升點

建議

重點議題一、促進旅遊休閒業多元發展

針對“旅遊+”九大領域，根據領域發展基礎、未來增長潛力、“旅遊+”契合度，建議可優先聚焦美食、大健康、盛事、教育四大領域，着力發展體育、會展領域，並持續關注科技、文創、電商領域。

持續聚焦“盛事”內涵，與其他“旅遊+”概念結合，通過“場地”、“平台”、“宣傳”和“人才”方面的優化，完善“旅遊+盛事”的支撐體系

“旅遊+盛事”

提煉澳門美食品牌的特色，說出澳門獨特的美食故事，幫助旅客挖掘社區美食，讓“旅遊+美食”惠及更多本地商戶，同時擴大澳門美食的國際影響力，提升澳門美食品牌的國際知名度

“旅遊+美食”

“旅遊+大健康”

依托離島醫療綜合體北京協和醫院澳門醫學中心發展醫療服務，作為“旅遊+大健康”的引力點。鼓勵探討更多健康養生項目，圍繞藥膳、醫美等具有優勢潛力的領域，豐富特色化醫療旅遊產品

“旅遊+教育”

憑藉澳門研學資源的獨特性，尤其在歷史文化、美食、“一國兩制”和“中葡交流”等方面，推動業界轉化為旅遊產品和路線，並通過資源點軟硬件的提升，滿足不同年齡段的需求，打造澳門成為研學旅遊目的地

舉辦更加多元的體育賽事，發展“運動賽事結合主題旅遊”模式，並向國家爭取更多“國家級”體育賽事的承辦機會，推動本澳“體育之城”的建設

“旅遊+體育”

加強“旅遊+會展”的發展模式，結合澳門的歷史文化以及最新的智慧技術提升會展體驗，整合資源及加強培訓工作，促進會展活動與旅遊產業的聯動發展

“旅遊+會展”

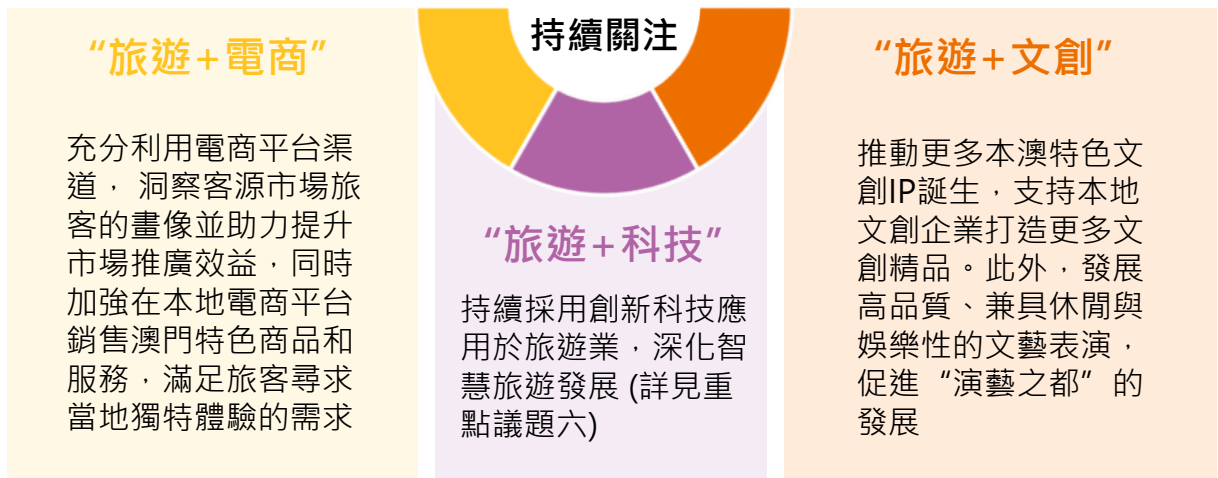
著力發展

重點議題的深化

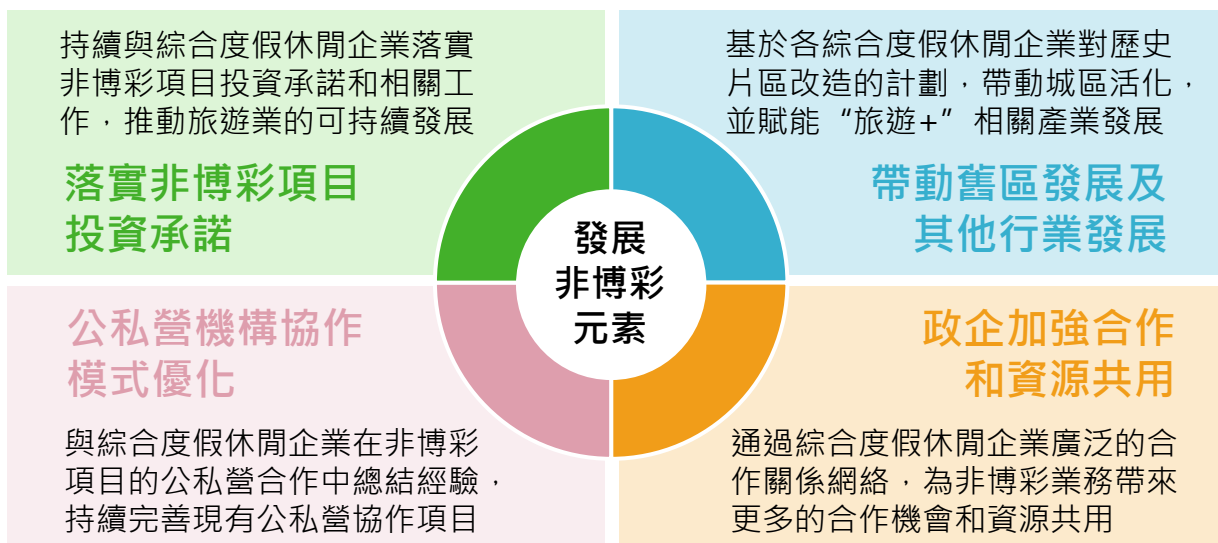
現狀及提升點

建議

重點議題一、促進旅遊休閒業多元發展



綜合度假休閒企業是澳門進一步推動發展非博彩元素的重要主體，隨着新博彩經營的批給，特區政府積極推動綜合度假休閒企業展開新的計劃，帶動包括吸引國際客源、主題遊樂、美食之都、社區旅遊、體育盛事、文化藝術等非博彩元素的發展，未來，將可進一步釋放非博彩元素的潛能，透過公私營的緊密協作，實現資源的合理配置與高效利用。



重點議題的深化

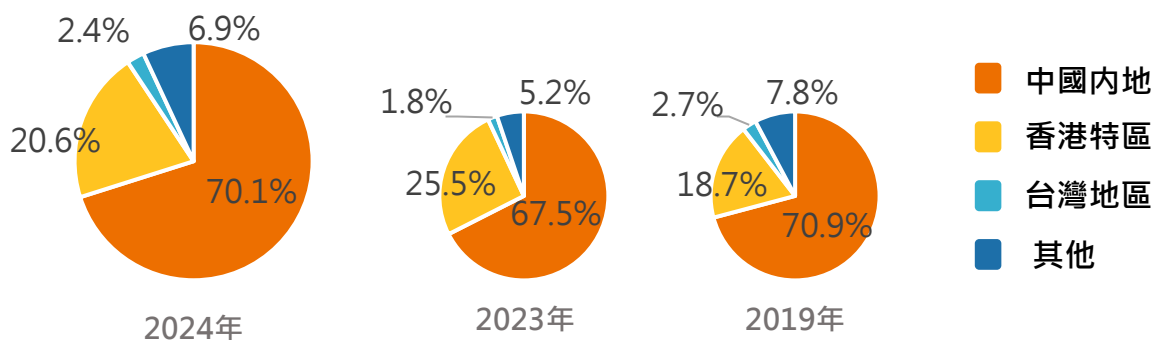
現狀及提升點

建議

重點議題二、拓展多元客源市場

澳門在建設“世界旅遊休閒中心”的過程中，面臨着**客源結構單一且國際化程度較低**的限制，從客源結構來看，2024年大中華地區旅客佔比達93%以上。

入境旅客客源市場結構



現狀及挑戰：

- 1 旅客數量方面，總體入境旅客人數尚待恢復
- 2 旅客結構方面，客源市場多元程度有待豐富
- 3 經濟貢獻方面，逗留時間和消費水平有待提高

提升點：

- 善用國家惠澳政策，鞏固內地客源市場；通過精準營銷、一程多站、開拓中轉旅遊市場等手段，吸引更多國際旅客。
- 識別重點海外拓展市場，適當考慮增設駐外經貿旅遊文化辦事處，增加線上線下營銷推廣，提升曝光度。
- 識別在澳逗留時間較長、消費支出較高的群體，並針對銀髮客群、親子家庭等不同客群，提供客制化旅遊產品及服務，打造多日旅遊目的地形象。

重點議題的深化

現狀及提升點

建議

重點議題二、拓展多元客源市場

檢視研究設計了整體旅客來源地模型及內地旅客來源地模型，透過大數據分析，明確國內外重點聚焦的客源市場及發展策略。未來，在重點鞏固大中華市場的基礎上，進一步開發東南亞、東北亞，重啟歐美印度，以及探索中東等市場。



對目標市場客群進行定期的研究分析，加強與重點客源市場的旅遊業界、電商及網媒合作推廣



針對婚慶旅遊客群、中轉旅客、穆斯林旅客、Z世代等各類重點客群，提供定制化旅遊產品及服務



進一步恢復/開通直飛航班，與航空公司合作開通更多中轉航班，持續挖掘中轉旅客消費潛力



與大灣區城市合作，豐富文化旅遊產品及地標打卡路線，推廣“一程多站”旅遊模式

重點議題的深化

現狀及提升點

建議

重點議題三、旅遊產品設計及規劃

因應旅客對產品需求的變化趨勢，按照對澳門客源市場的旅客分析，包括到訪目的、消費行為、逗留時間等，是次檢視總結出**五類重點旅客畫像**——**親子同樂園、銀髮桑榆族、精英商旅客、個性先鋒者及特種背包客**。



現狀：

澳門現有旅遊產品類型多樣，包括：世遺古蹟、博物館、購物、娛樂表演、主題遊樂、美食、文創、節慶賽事等。當前，觀光和購物是旅客訪澳的兩大主要目的。

提升點：

通過分析五類重點旅客的產品需求，並與澳門現狀進行匹配，澳門需要進一步補充如下特色化、差異化且具有針對性的旅遊產品。

親子同樂園	銀髮桑榆族	精英商旅客	個性先鋒者	特種背包客
IP主題遊樂場館	特色慶典	體育賽事	演唱會/音樂節	經濟型住宿場所
大型博物館	社區旅遊		IP主題遊樂場館	特色慶典
特色慶典			體育賽事	演唱會/音樂節
研學酒店	老字號大小餐飲煥新	首店首秀首展	露營/越野等活動	社區旅遊/ Citywalk/打卡點
親子戶外活動			社區旅遊/老字號/本土品牌	露營、越野等活動

重點議題的深化

現狀及提升點

建議

重點議題三、旅遊產品設計及規劃

基於旅遊產品現狀分析及全球旅遊產品發展趨勢，明確旅遊產品優化思路。



積極打造“體育之城”和“演藝之都”，引入更多具有標誌性和影響力的頂級體育賽事和演藝盛會



用好IP經濟，深化美食之都名片，積極引入全球知名主題活動/項目，並提升“麥麥”等本土品牌價值



進一步發展包括澳門咖啡文化、海上旅遊、健康養生、研學旅遊、社區旅遊、婚慶旅遊等多元產品組合



鼓勵開發更多符合重點客群需求、具特色的住宿場所，包括小型精品酒店、主題型特色酒店等

重點議題的深化

現狀及提升點

建議

重點議題四、深化區域旅遊融合

為建設粵港澳大灣區世界級旅遊目的地，透過開發“一程多站”旅遊產品，並配合《粵港澳大灣區文化和旅遊發展規劃》提出互促發展的目標，以文旅融合為紐帶，促進大灣區的協同合作，共同構建世界級旅遊品牌，推動大灣區旅遊產業高質量發展。

粵港澳大灣區旅遊合作

現狀：

粵港澳旅遊部門持續推進聯合推廣工作，全力拓展海外客源市場

已開設粵港澳大灣區專題旅遊網站，同時積極開展包括舉辦推介會、拍攝電視節目及組織考察團到訪大灣區等聯合推廣工作

“一程多站”旅遊產品取得積極成效

已推出新一批10條大灣區“一程多站”精品線路，為大灣區旅遊產品注入富吸引力的文化內涵。2024年調查問卷中五成受訪旅客有聯遊，較2023年大幅增長

透過現有交流機制，加強澳門與各地之間的旅遊合作

透過各個合作機制，積極推動大灣區旅遊合作和發展。同時，共建粵港澳大灣區旅遊教育培訓基地，設定統一技能標準

大灣區基礎設施“硬聯通”步伐加速，便利旅客聯遊

深中通道的開通，大灣區機場改擴建全面鋪開，《粵港澳大灣區城際鐵路建設規劃》着手打造一個高效便捷的交通圈

提升點：

大灣區旅遊目的地品牌形象仍不夠鮮明，需進一步深化聯合推廣工作



“一程多站”行程中訪澳旅客的消費和留宿時間仍有進一步提升空間



當前澳門與區域內其他城市間的軌道交通通達性有待進一步提升



重點議題的深化

現狀及提升點

建議

重點議題四、深化區域旅遊融合

檢視研究通過對大灣區的政策框架、旅遊產品組合以及市場推廣策略等情況分析，提出澳門與大灣區旅遊合作的建議。就粵港澳大灣區的旅遊合作發展，可通過加強推廣、共同舉辦活動、構建特色產品以及強化交通連接等方面，促進大灣區在區域旅遊方面的發展及融合，利用疊加資源優勢，挖掘釋放大灣區旅遊發展巨大潛力。



加強澳門與粵港澳大灣區文化交流和旅遊推廣合作，持續利用“粵港澳大灣區”專題旅遊網站進行推廣



優化“一程多站”的實施和推進，發展更多粵澳、粵港澳“一程多站”特色產品及聯線旅遊



通過與大灣區城市聯合舉辦文體商旅等活動和項目，形成區域旅遊品牌，提升整體形象，促進客源互送



持續與內地政府討論軌道交通的直接連接的可行性，並增加跨城市交通種類

重點議題的深化

現狀及提升點

建議

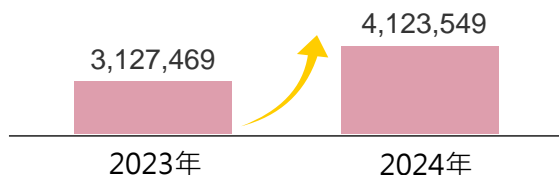
重點議題四、深化區域旅遊融合

2021年印發的《橫琴粵澳深度合作區建設總體方案》標誌着合作區發展進入全新階段，有利於促進澳門經濟適度多元化發展，進一步支持澳門世界旅遊休閒中心建設。2023年，《橫琴粵澳深度合作區文旅產業發展扶持辦法》的出台，全面促進澳琴文旅產業深度融合與創新發展。

橫琴粵澳深度合作區旅遊合作

現狀：

經橫琴口岸澳門口岸區出入境事務站之入境旅客



政策推動，共融共進

合作區相關部門因應澳琴發展現狀，推出系列政策，包括《關於促進合作區酒店業高質量發展的若干措施》，短期內可作為澳門酒店住宿的補充。

團進團出，統一集散

自2024年5月6日起，正式實施“團進團出”旅遊便利化政策，至2025年5月，以“團進團出”方式入境之中國內地旅客累計超過8萬人次。

一簽多行，深度融合

自2025年1月1日起，橫琴合作區戶籍居民及居住證持有人可以申請辦理赴澳門旅遊“一簽多行”簽注，在1年內可不限次數往來澳門地區，每次在澳門逗留不超過7天，便利合作區居民往來於兩地。

提升點：

一體化發展方面：

現時外國人進入橫琴的簽證政策不利於推動澳琴聯遊，需進一步推動免簽政策；同時應善用橫琴合作區地理優勢，達致交通無縫銜接



差異化發展方面：

澳琴兩地旅遊資源趨同發展，易導致同質競爭，兩地政府需協調制定差異化發展策略，形成互補共贏格局



重點議題的深化

現狀及提升點

建議

重點議題四、深化區域旅遊融合

檢視研究通過對橫琴粵澳深度合作區的政策框架、旅遊產品組合以及市場推廣策略等情況分析，提出澳門與橫琴粵澳深度合作區深度融合的建議。就橫琴粵澳深度合作區的旅遊合作發展，可通過在資源互補、產品聯動、交通連接和簽證措施的提升，促進澳門與橫琴在區域旅遊方面的發展及融合。



促進澳門與橫琴合作區旅遊資源互補發展，鼓勵業界開發更多高端新穎的聯遊路線



鼓勵文體商旅活動在澳琴兩地跨境聯動，如舉辦“一會展兩地”、跨境體育、研學活動等



推進在橫琴口岸設立澳門機場值機業務，提升澳門國際機場的知名度及旅客便利程度



推動簽證優化，為外國旅客在入境澳門後前往橫琴提供便利，促進國際旅客進行一程多站的聯線旅遊

重點議題的深化

現狀及提升點

建議

重點議題五、旅遊業健康有序韌性增長

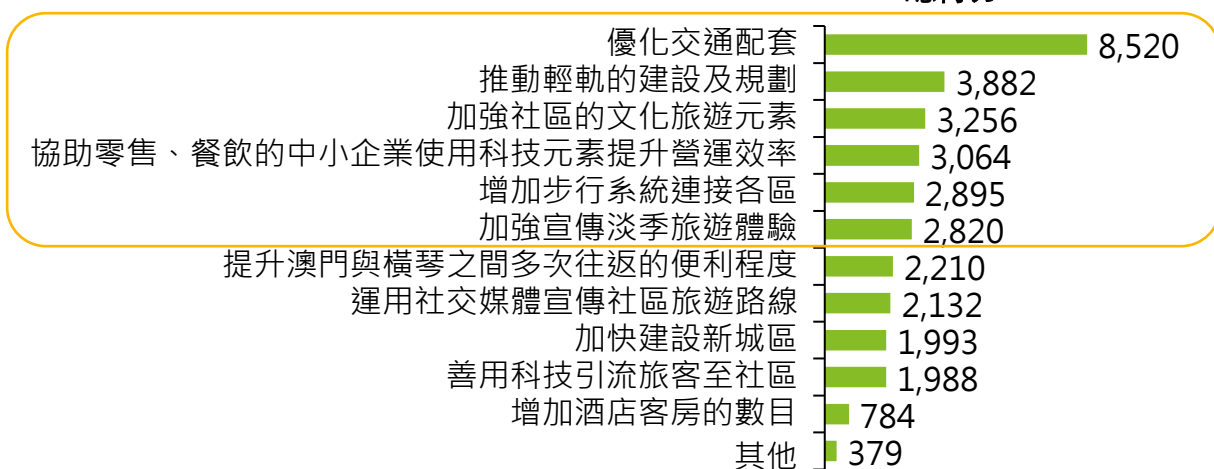
澳門土地資源有限，景點規模較小，疫情後旅遊景點遊覽量逐漸恢復，至2024年居民已明顯感受到景點的擁擠問題，需加以應對。

現狀及提升點：

2024年的調查問卷發現，居民認為優化交通配套、推動輕軌的建設及規劃、加強社區的文化旅遊元素、協助零售、餐飲的中小企業使用科技元素提升營運效率、增加步行系統連接各區以及加強宣傳淡季旅遊體驗等方面，有助提升澳門接待旅客的能力；旅客則認為酒店場所服務和設施，以及交通出行的便利程度需要進一步提升。

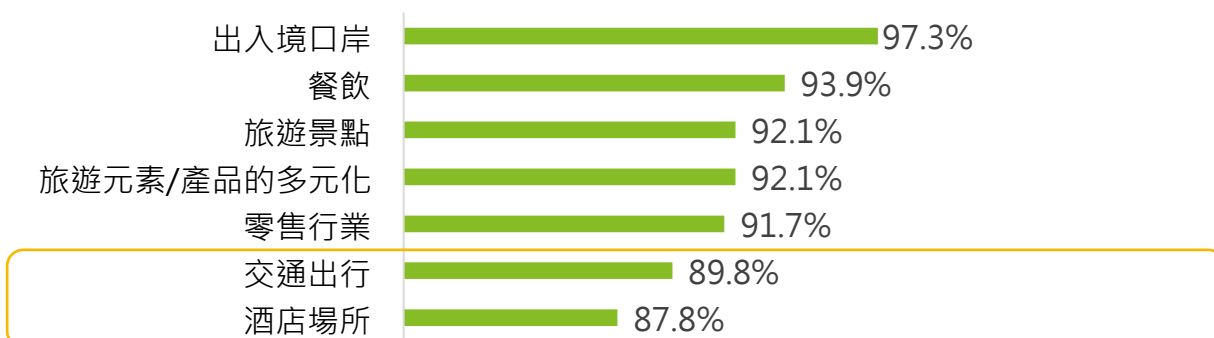
居民調研結果：提升澳門接待旅客能力方面的重點工作

總得分*



註：受訪者在本調研問題中對選項進行多選並排序，至多選擇三項，總得分分析採取賦值法，排序第一位賦「10分」，排序第二位賦「7分」，排序第三位賦「5分」

旅客調研結果：來澳體驗評價的各項滿意度



重點議題的深化

現狀及提升點

建議

重點議題五、旅遊業健康有序韌性增長

本次檢視通過現狀分析回顧澳門現時旅遊接待力的情況，並通過居民調查問卷了解居民對旅遊接待力的感知，進一步通過案例對標借鑒全球類似地區相關經驗，制定發展策略。



持續優化的士及公交服務，提高輕軌使用量及可達性，開發的士預約平台，並優化跨境交通



針對熱門旅遊景點進行疏導和分流措施，鼓勵旅客分散至其他景點及進行淡季旅遊



合理規劃澳門各個旅遊區域及其他適合旅遊發展的相關用地，建設文化旅遊設施和場館



鼓勵酒店業、會展業採用可持續的資源和能源。推動廢棄物和水資源的回用，環保車輛的使用

重點議題的深化

現狀及提升點

建議

重點議題六、人工智能賦能旅遊創新

澳門已在行程規劃、酒店住宿、景點管理等場景運用人工智能，也已經與國內領先大模型企業達成合作，推出智慧客服聊天機器人，提升服務效率。

現狀：

智能行程規劃

- 目前已利用人工智能技術及開放數據，結合智慧客流預測和公共交通資訊，構建**智能行程規劃應用**，為使用者量身打造旅遊行程

智慧酒店

- 科技公司與綜合度假村合作，通過一系列升級服務，包括**語音智慧預定房間、智慧呼入與外呼系統**等，為賓客提供更方便和優質玩樂體驗

生成式人工智能應用

- 已推出具備澳門旅遊知識的**智慧客服聊天機器人“AI澳門智能客服應用”**，具備澳門歷史文化、觀光景點、娛樂消閒等與旅遊相關的知識，並且能以多種語言、文字回應問題

景點管理和導覽

- 部分景點已引入人工智能技術於**客流監測和預測**，及時採取分流措施，避免景區過於擁堵，保障旅客安全。此外，多個景點利用人工智能，通過**語音導覽、VR虛擬導覽**等功能，讓旅客更好地了解景點的歷史文化和特色

提升點：

- 智能行程規劃應用有待進一步向旅客推廣，並利用AI技術完善功能
- 可結合AI技術進一步開發新興旅遊產品，豐富旅客遊玩體驗

- 有效收集旅客行為數據，並利用大數據分析其偏好，根據旅客需求進一步改善
- 積極迎接人工智能的新浪潮，需加強本地企業以及旅遊從業員在人工智能方面的培訓

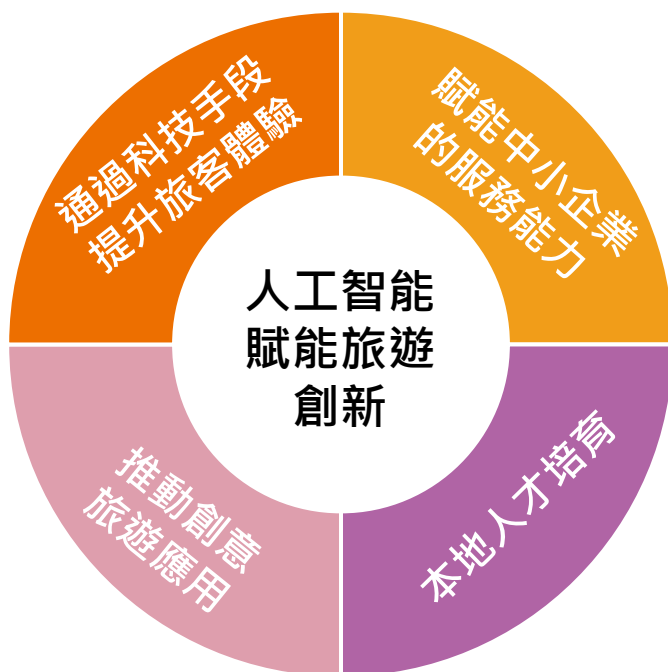
重點議題的深化

現狀及提升點

建議

重點議題六、人工智能賦能旅遊創新

結合人工智能的場景分析和各地領先案例，從推廣人工智能在旅遊業場景的應用，以及旅遊業支援本地人工智能產業發展的角度明確規劃方向。



運用科技手段促進智慧旅遊發展，為旅客提供資訊服務、線上預約、智慧導覽等多元化服務



運用人工智能賦能中小企業在數據分析、智慧營銷等領域的服務能力，減輕企業成本、提升管理效率



運用生成式人工智能提升個性化體驗，如：為旅客生成與澳門景點互動的視頻和圖像，增加分享欲望



鼓勵本地高校和教育機構在教學內容和手段中加入人工智能相關內容，幫助本地人才作好儲備



5. 方案檢視和修訂



方案檢視和修訂

2017年公佈的《澳門旅遊業發展總體規劃》提出了8大目標、33個策略、29個規劃建議及91個覆蓋短、中、長期行動計劃。2021年經第一階段檢視對行動計劃進行修訂後，共訂出77個階段性計劃及14個遠景性規劃。

在第二階段檢視工作中，除新增20個行動計劃，亦刪除14個已完成或不適用的內容，並將23項整合至其他行動計劃中，最終形成74項行動計劃。此次修訂遵循旅遊總體規劃至2030年的時間框架，所有行動計劃的制定均以在2030年前達標為基礎。

是次檢視修訂，主要通過對澳門旅遊業的現狀分析、各重點議題深化研究，以及廣泛收集各公共部門、旅遊業界、居民及社團等各方持份者意見調整而成，符合科學原則。



方案檢視和修訂

目標一、增強多元化的旅遊產品和體驗

P1.1

豐富標誌性“文體旅”盛事活動

- P 1.1.1 積極發展體育盛事，打造“體育之城” (新增)
- P 1.1.2 積極爭取承辦重量級文化演出活動，打造“演藝之都” (新增)

P1.2

用好“金名片”打造旅遊目的地IP體系

- P 1.2.1 深化創意城市美食之都IP建設
- P 1.2.2 提升並發揮“麥麥” IP價值 (新增)
- P 1.2.3 豐富大型IP主題遊樂設施及展覽 (新增)
- P 1.2.4 打造特色文創IP品牌
- P 1.2.5 開發和優化博物館設施 (新增)
- P 1.2.6 加強“旅遊+會展”的發展模式
- P 1.2.7 持續推行會議及展覽激勵計劃

P1.3

豐富旅遊活動體驗

- P 1.3.1 豐富及優化海上觀光遊項目
- P 1.3.2 發展“旅遊+大健康” (新增)
- P 1.3.3 積極發展研學旅遊 (新增)
- P 1.3.4 積極推進社區旅遊發展
- P 1.3.5 發展婚慶旅遊 (新增)
- P 1.3.6 促進澳門咖啡文化的發展 (新增)

P1.4

擴展住宿和零售選擇

- P 1.4.1 持續鼓勵發展多元化住宿選擇
- P 1.4.2 持續推動澳門品牌精品零售商鋪的發展

焦點具體行動：

- 爭取承辦頂級體育盛會，並引入更多新興的流行賽事，促進本澳體育活動的發展。
- 推動本澳演藝之都的建設，引入國際性的文化和娛樂表演落戶澳門演出。
- 提煉澳門美食品牌，講好澳門獨特美食故事，引入國際級美食盛事。
- 運用生成式人工智能技術讓麥麥成為旅客在澳門遊覽時的隨身智慧導遊。
- 引進具一定規模和吸引力的IP項目，打造特色文旅場景。
- 與休閒企業共同招攬及競投國際性和區域性專題會展活動在澳舉辦。
- 推動更多健康養生項目，打造醫療保健、養生食療為主題的旅遊產品。
- 打造和優化解學旅遊資源點軟硬件設施，優化解學旅遊市場供給。
- 發展特色城市漫步路線，吸引更多旅客和居民逗留，活躍社區經濟。
- 透過婚慶展覽、雜誌、行業協會等渠道推廣澳門作為婚慶旅遊目的地。
- 打造“澳門品牌”咖啡，促進澳門咖啡文化的發展。
- 鼓勵開發多元化的住宿場所。

方案檢視和修訂

目標二、提高服務品質和技能

P2.1

勞動力技能開發及 職涯發展計劃

- P 2.1.1 推動澳門勞動力技能開發及職涯的持續發展
- P 2.1.2 促進高等院校持續開展及提升旅遊相關課程 (新增)
- P 2.1.3 促進導遊培訓及發展 (新增)

P2.2

提升旅遊服務標準與國際接軌

- P 2.2.1 鼓勵居民積極參與澳門旅遊及文化推廣，促進“全民接待”
- P 2.2.2 持續推行“星級旅遊服務認可計劃”

焦點具體行動：

- 持續開辦及拓展培訓課程及考證項目，促進澳門的勞動力（包括旅遊業）實現更高的就業能力、生產力和競爭力。
- 向旅遊從業員提供有關提升服務質素及服務特定客源市場的職業培訓課程，以更好服務目標市場。
- 開辦具國家或國際認可之培訓課程或技能測試，推動發展一試多證。
- 配合社會實際發展，開展人才引進計劃。
- 鼓勵澳門高校旅遊專業培養更多人工智能時代的新型人才。
- 借力粵港澳大灣區旅遊教育培訓基地，開展研學相關課程。
- 培養更多本地青少年認識、了解和弘揚澳門的文化遺產以及中華文化。
- 持續推進“澳門有禮運動”，向外界展示澳門有禮的形象。
- 優化“星級旅遊服務認可計劃”，評估計劃延伸至其他界別的可行性。

方案檢視和修訂

目標三、塑造多日旅遊目的地形象，拓展高價值旅客市場

P3.1

加強針對高價值客群的市場推廣及旅遊產品

- P 3.1.1 進行針對目標市場的研究和分析
- P 3.1.2 增強針對高價值客群的市場推廣活動
- P 3.1.3 進一步豐富特色品牌和產品的業態 (新增)
- P 3.1.4 完善高端旅遊配套服務及設施 (新增)

P3.2

將澳門塑造成為多日旅遊目的地

- P 3.2.1 優化全球營銷策略
- P 3.2.2 增強宣傳多天旅遊計劃
- P 3.2.3 深化澳門現有的品牌形象，打造澳門成為一程多站旅遊目的地
- P 3.2.4 豐富夜間活動和節目
- P 3.2.5 建設更具包容性的設施 (新增)

焦點具體行動：

- 針對訪澳旅客數目較多或消費力較高的內地開放個人遊的城市，定期進行旅遊推廣活動。
- 增加對入境內地意願度較高的客源市場的宣傳，推出一程多站聯遊產品。
- 充分運用首發經濟，發揮品牌效應對客群的吸引力，打造跨界產品業態，豐富旅遊消費體驗。
- 進一步優化高價值客群的配套服務質量，提升其來澳旅遊體驗。
- 為偏好前往香港旅遊的旅客針對性推出港澳聯遊產品。
- 持續開發具吸引力的夜間旅遊活動及互動型夜間娛樂產品，促進夜間經濟場景的發展。
- 開展穆斯林旅遊推廣，在合適的地方設立祈禱設施及推廣清真認證餐廳。
- 關注Z世代客群的需求，以作為精準營銷和推出相應產品的依據。

方案檢視和修訂

目標四、優化城市發展模式

P4.1

利用具旅遊發展潛力的空間拓展為新景點

- P 4.1.1 推動以文化歷史為主題的片區活化利用
- P 4.1.2 內港區的活化
- P 4.1.3 合理規劃及發展旅遊區
- P 4.1.4 持續協助有價值的舊建築進行發展使用或翻新修復
- P 4.1.5 規劃建設城市級文化地標

P4.2

與周邊城市的無縫對接

- P 4.2.1 加強澳門機場與其他城市的連接
- P 4.2.2 加強粵港澳大灣區機場與澳門的連接

P4.3

步行環境的改善

- P 4.3.1 持續優化慢行系統
- P 4.3.2 持續改善和優化城市資訊系統

焦點具體行動：

- 針對各大文化歷史片區，透過結合公私營機構協作的營運模式，豐富文化旅遊元素。
- 利用“以大帶小”方式，吸引商戶進駐片區，促進社區旅遊，提升本澳經濟活力。
- 整合澳門各類生態資源，並結合海濱綠廊等規劃，為生態旅遊發展提供條件。
- 建設城市級文化旅遊設施和場館，豐富人文體驗。
- 擴大機場、口岸的接待能力，推進機場擴建工程。
- 與航空公司合作開通更多中轉航班，吸引有潛力的航空公司引進寬體客機，發展有潛力的中長途國際航線。
- 推進在橫琴口岸設立澳門機場值機業務，爭取實施“經珠澳飛”政策。

方案檢視和修訂

目標五、管理澳門旅遊業的承載能力

P5.1

制訂監控澳門旅遊承載力的關鍵績效指標

- P 5.1.1 優化年度旅遊接待能力研究

P5.2

擠擁旅遊景點的場地管理及改善措施

- P 5.2.1 對擠擁旅遊景點進行改善措施
- P 5.2.2 鼓勵旅客分散至其他景點及促進淡季旅遊

P5.3

推行交通改善政策

- P 5.3.1 持續優化公交服務 (新增)
- P 5.3.2 持續優化的士服務
- P 5.3.3 合理安排各口岸使用率
- P 5.3.4 支持輕軌系統的建設並提高輕軌使用量及可達性

P5.4

鼓勵旅遊業實施各項環境保護措施

- P 5.4.1 鼓勵酒店實施各項環保措施
- P 5.4.2 擴展公共廢棄物回收系統至旅客人流密集地區
- P 5.4.3 實施污水處理廠的興建及優化工程
- P 5.4.4 推進落實再生水的系統建設
- P 5.4.5 推動使用環保車輛
- P 5.4.6 鼓勵會展活動採用可持續的資源和能源 (新增)

焦點具體行動：

- 宣傳淡季旅遊體驗，推廣“季節限定”的特色景點，鼓勵業界推出面向特定旅客的旅行套餐，以平衡旺季與淡季的客流。
- 根據旅客和居民差異化需求增加公共交通供給量，並持續監測特別的士的營運、服務質素及滿意度，鼓勵全面推行電子支付方式。
- 推進輕軌東線建設，研究輕軌東線繼續向西延伸，提高輕軌在澳門的連接性及使用率。
- 鼓勵酒店採用可持續的資源和能源，並加強在會展活動實施各項環保措施。
- 推動綜合度假休閒企業增加電動車充電設施，鼓勵採用電動客運車輛。

方案檢視和修訂

目標六、部署和應用創新科技

P6.1
加強人工智能在旅客出行前階段的應用

- P 6.1.1 透過開放數據提升旅客出行各階段的服務能力
- P 6.1.2 藉助資訊科技提升目標客群轉化率 (新增)

P6.2
使用創新科技來提升旅客的旅遊體驗

- P 6.2.1 持續推動創新科技提升旅客體驗
- P 6.2.2 協助中小企業採用創新科技增強旅客服務能力
- P 6.2.3 在當前景點持續引入智慧旅遊技術應用

P6.3
提高旅客大數據的信息收集及分析能力

- P 6.3.1 加強旅客出遊全過程、全場景的大數據分析 (新增)
- P 6.3.2 持續建設“全澳城市電子監察系統”(“天眼”)，並覆蓋至旅遊區域

焦點具體行動：

- 利用數字技術手段，為旅客提供旅遊資訊服務、線上預約、智慧導覽、雲旅遊等多元化服務。
- 與社交網絡、旅遊或生活服務等平台合作，通過人工智能技術加強對客群營銷的投放效率。
- 開發生成式人工智能支持的創意旅遊應用，增加旅客的分享欲望。
- 持續支持澳門餐飲業電子化，促進更多店鋪登上美食推廣平台，提升旅客體驗。
- 基於大數據分析旅客的出遊過程（行前、行中、行後），了解旅客行為，增強旅客體驗、優化旅遊行業整體營運水平。

方案檢視和修訂

目標七、強化旅遊業協作

P7.1 優化發牌程序和市場監管

- P 7.1.1 配合《旅行社業務及導遊職業法》的生效，優化發牌程序和市場監管工作

P7.2 優化跨部門合作

- P 7.2.1 完善旅遊業附屬帳及其他相關旅遊數據
- P 7.2.2 優化旅遊部門的職能和人員安排
- P 7.2.3 促進演出場地的發展 (新增)

P7.3 加強公私營合作

- P 7.3.1 持續與綜合度假休閒企業落實非博彩項目投資承諾
- P 7.3.2 完善“旅遊+盛事”支撐體系 (新增)

焦點具體行動：

- 因應《旅行社業務及導遊職業法》的實施，加強對旅遊行業監管的規範。
- 持續完善旅遊業附屬帳，並開展就“旅遊+”跨界產業進行統計資料收集。
- 持續與綜合度假休閒企業落實非博彩項目投資承諾，考慮不同綜合度假休閒企業的發展優勢，以實現最佳的合作效果。
- 打造統一盛事活動票務平台，整合各公私營機構的活動資訊和票務，方便旅客購票。
- 完善盛事活動人才配套，積極培育本地盛事活動人才。
- 基於已有大型演出活動協調小組機制下，加強協調各項盛事，促進各場館有效互補、高效利用。

方案檢視和修訂

目標八、鞏固澳門在區域和國際旅遊領域的核心旅遊城市地位

P8.1 在關鍵領域加強區域政府合作

- P 8.1.1 持續提升通關效率，推動澳門與橫琴便利簽證措施
- P 8.1.2 加強澳門與橫琴深度旅遊合作
- P 8.1.3 促進粵港澳大灣區城市在旅遊方面的合作及交流

P8.2 與鄰近城市或其他國際城市合作，並聯合開發策略性旅遊產品

- P 8.2.1 持續發掘跨境旅遊產品，開展聯合旅遊推廣
- P 8.2.2 深化與葡語國家的交流和合作
- P 8.2.3 舉辦旅遊、會展、文化、體育領域的大灣區城市活動

P8.3 提升澳門國際知名度和影響力

- P 8.3.1 透過澳門國際性文旅獎項，提升國際知名度
- P 8.3.2 積極加強澳門於國際組織的角色和地位

焦點具體行動：

- 持續與內地相關部門保持緊密聯繫，共同就優化通關設施及提升通關效率進行研究及規劃。
- 善用澳琴“團進團出”旅遊模式，鼓勵業界開發更多高端新穎的聯遊路線。
- 與大灣區城市聯合舉辦盛事及活動，推廣粵港澳大灣區旅遊品牌。
- 依託澳門和葡語國家的社會和文化紐帶，啟動目的地品牌主題活動，通過主題旅遊、文化活動吸引更多旅客。
- 善用東亞文化之都名片，提升澳門在區域以及國際上的地位。
- 促使澳門獨有的文化項目申請成為國家級非物質文化遺產，以至聯合國非物質文化遺產項目。



6. 關鍵指標數據預測




關鍵指標數據預測

檢視報告的關鍵指標數據預測經過科學而嚴謹的過程，檢視使用SARIMA時間序列模型，為2030年澳門旅客總人數、留宿旅客總人數等指標提供預測。

關鍵指標的預測結果如下：

旅遊業經濟社會發展主要目標			
	2024年	2025年	2030年
項目	實際數字	預測數字	預測數字
旅客總人數	3,493萬人次	3,895萬人次	3,947-4,643萬人次
留宿旅客總人數	1,604萬人次	1,639萬人次	1,822-2,185萬人次
留宿旅客平均逗留時間	2.3天	2.3天	2.5天
旅客人均消費	2,157澳門元	2,194澳門元	2,252-3,229澳門元
旅客非博彩消費	753.6億澳門元	854.7億澳門元	943.7-1,110.0億澳門元
酒店客房數目*	48,333間	49,309間	52,228-52,849間
酒店入住率	86.3%	92.8%	91.4%

*按建設計劃推算

A photograph of a white building with blue window frames and shutters. A black street lamp with two lanterns stands in the foreground. The building has a gabled roof with a dark ridge. The scene is brightly lit, casting long shadows of the balcony railings and the street lamp onto the white wall. The text "7. 總結與展望" is overlaid in the center.

7. 總結與展望

總結與展望

執行情況的回顧：自《澳門旅遊業發展總體規劃》發佈以來，透過多個政府部門和業界共同努力，截至2024年，在91項行動計劃中，77個階段性行動計劃的達標率為97.4%。

促進旅遊休閒業多元發展：配合特區政府“1+4”的發展策略，根據澳門“旅遊+”各領域的發展基礎、未來增長潛力以及“旅遊+”契合度，建議可優先聚焦美食、大健康、盛事、教育四大領域，着力發展體育、會展領域，並持續關注科技、文創、電商領域。同時，持續鼓勵綜合度假休閒企業及社會各界開發更多特色化、個性化旅遊產品，構建多元協同的旅遊休閒產業生態。

拓展多元客源市場：澳門在建設“世界旅遊休閒中心”的過程中，依然面臨着客源結構單一旦國際化程度較低的限制，從客源結構來看，大中華市場佔比達93%以上。未來將在鞏固大中華地區旅客基本盤並獲得持續增長的基礎上，積極拓展海外市場，並吸引婚慶、中轉旅客、Z世代等潛力客群，期望旅客延長逗留時間，增加在澳門的消費。

旅遊產品設計及規劃：根據全球旅遊業發展趨勢及旅客產品需求變化趨勢，明確親子同樂園、銀髮桑榆族、精英商旅客、個性先鋒者、特種背包客五類澳門重點旅客畫像。基於客群需求與澳門旅遊產品供給現狀，未來需針對性地優化補充旅遊產品，如：優先聚焦大型IP主題遊樂場館、體育賽事、演唱會/音樂節演出、經濟型住宿場所等。

深化區域旅遊融合：在政策的大力推動下，粵港澳大灣區、橫琴粵澳深度合作區旅遊融合發展取得一定成效，但仍存在着大灣區旅遊品牌形象不夠鮮明，一程多站旅客逗留時間短等問題。澳門未來將在旅遊產品、市場推廣、跨境連接等多個方面進一步加深與大灣區其他城市的合作，在區域整體對外宣傳推廣、嘗試形成更多區域融合的旅遊產品，向區域旅遊業共同繁榮的方向持續努力。

總結與展望

旅遊業健康有序韌性增長：澳門土地資源有限，景點規模較小，隨著疫情後澳門旅遊業的快速復甦，至2024年居民已明顯感受到景點的擁擠問題，在酒店設施、餐飲、交通設施、土地及基礎設施、公共設施等方面的承載力均需要作出提升和加以應對。未來透過合理規劃用地，持續改善交通以及推動擠擁旅遊景點旅客分流等方面不斷作出改善提升，促進旅遊可持續發展。

人工智能賦能旅遊創新：現時，澳門已在行程規劃、酒店住宿等場景有人工智能的運用，也已經與國內領先大模型企業達成合作，推出智慧客服聊天機器人，提升服務效率。未來將持續推廣人工智能在旅遊業場景的應用，運用人工智能增強本地企業服務能力，以及通過智慧旅遊提升旅客體驗。

展望：面對新形勢、新要求和新任務，澳門旅遊業正處於歷史性轉型的關鍵時刻，未來將繼續在國家政策支持與區域協同發展的框架下，朝着多元化、智慧化和國際化的方向邁進，在全球旅遊業格局中佔據更重要的地位。

未來澳門旅遊業將繼續圍繞“世界旅遊休閒中心”的定位，積極發揮背靠祖國、聯通世界的優勢，助力澳門打造更高水平對外開放平台。同時，澳門旅遊業將進一步深化“旅遊+”跨界融合，配合“1+4”經濟適度多元發展策略，深化區域協同、科技創新與可持續發展，豐富“世界旅遊休閒中心”的內涵，擦亮澳門國際大都市“金名片”。

旅遊業的健康蓬勃發展離不開全社會的全力支持與積極參與，展望未來，在旅遊業界和社會各界攜手並進和共同努力之下，澳門旅遊業必將打開新天地、譜寫新篇章，讓澳門這顆鑲嵌在南海之濱的祖國掌上明珠更加璀璨！



檢視名單

委託單位

澳門特別行政區政府旅遊局

檢視研究團隊

德勤諮詢服務有限公司

鳴謝

《澳門旅遊業發展總體規劃》第二階段檢視得到多個旅遊業持份者的參與和支持，旅遊局在此特別感謝在規劃過程中提供協助和提出意見的單位及部門。

政府機構/諮詢委員會

行政公職局	市政署
經濟及科技發展局	博彩監察協調局
勞工事務局	招商投資促進局
澳門金融管理局	統計暨普查局
消費者委員會	警察總局
中華人民共和國澳門特別行政區海關	治安警察局
消防局	澳門保安部隊事務局
教育及青年發展局	文化局
體育局	衛生局
藥物監督管理局	離島醫療綜合體北京協和醫院澳門醫學中心
文化發展基金	澳門理工大學
澳門旅遊大學	第十五屆全國運動會及全國第十二屆殘疾人運動會暨第九屆特殊奧林匹克運動會澳門賽區籌備辦公室
土地工務局	公共建設局
海事及水務局	環境保護局
交通事務局	民航局
郵電局	房屋局
人才發展委員會	旅遊發展委員會

註：按澳門特區政府入口網站排序

鳴謝

業界機構	專業團體/社團組織
澳門國際機場專營股份有限公司	澳門旅遊商會
澳門航空股份有限公司	澳門旅遊文化研究會
銀河娛樂場股份有限公司	澳門綜合旅遊休閒企業青年 從業員協會
東望洋集團	澳門歷史城區發展促進會
新濠博亞(澳門)股份有限公司	澳門導遊促進會
美高梅金殿超濠股份有限公司	澳門發展策略研究中心
澳娛綜合度假股份有限公司	澳門青年聯合會
澳門輕軌股份有限公司	澳門連鎖加盟商會
威尼斯人澳門股份有限公司	澳門街坊會聯合總會
永利渡假村(澳門)股份有限公司	

註：以葡文或英文名稱的首個字母排序

使用條款及免責聲明

•版權

《澳門旅遊業發展總體規劃-第二階段檢視報告》由澳門特別行政區政府旅遊局出版，本報告內所有資料的版權及其他權利，均屬澳門特別行政區政府旅遊局或資料提供者所有。未經澳門特別行政區政府旅遊局許可，不得翻印、複製、發佈報告內全部或部分資料，包括但不限於所有文字、數據、標誌、圖像、圖片等。

•有限許可

任何機構或人士如需引用本報告中的任何內容，必須註明澳門特別行政區政府旅遊局為資料來源，不得以任何方式利用該等資料誤導或欺騙任何人。

•免責聲明

澳門特別行政區政府旅遊局已致力確保本報告內的資料和內容準確和完整，但對該等資料的準確性或完整性，旅遊局並不作出明示或默示的保證。該等資料倘有任何錯誤或遺漏，旅遊局不承擔任何責任。

•主要版本

本檢視報告具有中文、葡文和英文版本，各版本之間有任何抵觸或不相符之處，應以中文版本為準。

書名：澳門旅遊業發展總體規劃-第二階段檢視報告
出版：澳門特別行政區政府旅遊局
編輯：組織計劃及發展廳
檢視研究及製作單位：德勤諮詢服務有限公司 (澳門)
出版及製作日期：2025年9月
ISBN 978-99965-62-52-5



澳門特別行政區政府旅遊局
DIRECÇÃO DOS SERVIÇOS DE TURISMO

ISBN 978-99965-62-52-5



9 789996 562525