

澳門旅遊業發展總體規劃

諮詢文本

諮詢期

23.5.2016 - 22.7.2016



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

澳門旅遊業發展總體規劃

諮詢文本

諮詢期

23.5.2016 - 22.7.2016





MATER DE



35.00

目錄

1. 規劃背景

規劃背景.....	6
澳門建設世界旅遊休閒中心的定位.....	7
旅遊業與澳門特別行政區五年發展規劃的關係.....	8
總體規劃目標.....	9
澳門旅遊業發展總體規劃框架.....	10

2. 現況分析與挑戰

城市競爭力.....	14
旅遊資源及產品.....	15
訪澳客源市場及目標客群.....	17
旅遊品牌及城市定位.....	18
創新科技及智慧旅遊.....	19
旅遊品質及服務.....	20
區域旅遊合作.....	21
城市發展.....	22
城市交通及可達性.....	23

3. 旅遊業發展總體規劃的指導原則

旅遊休閒大業態.....	26
優質旅遊.....	26
文化旅遊.....	26

4. 目標及策略建議

目標一及策略建議.....	30
目標二及策略建議.....	32
目標三及策略建議.....	34
目標四及策略建議.....	36

5. 情境預測及評估機制..... 40

6. 諮詢活動資訊..... 44

7. 公開諮詢意見表..... 48



1. 規劃背景

1. 規劃背景

多年來，澳門作為連接中國與歐洲的通商口岸，旅遊業的發展有著超過一個世紀的歷史，並成為了澳門的支柱產業，其獨特的中葡文化融合吸引了來自世界各地的旅客與商人。隨著旅遊產業的開放、基礎設施的逐步完善和經濟的穩定發展，澳門的旅遊業發展迅速。

隨著世界各地訪澳旅客的持續增長，澳門旅遊業將具備強勁的發展潛力。然而，澳門旅遊業發展仍受到土地、人力資源及其他方面的限制。為配合澳門特區政府建設“世界旅遊休閒中心”的願景，旅遊局於2015年展開《澳門旅遊業發展總體規劃》的研究與編制，目的是對澳門旅遊業進行全面的規劃，為澳門旅遊業未來十五年的發展奠定基礎與方向。有關規劃涵蓋了旅遊產業發展的各個層面，包括對旅遊產品、客源市場以及服務質素等方面的研究。

是次公開諮詢是有關工作當中一個重要的環節，期望透過收集社會各界的意見及建議，共同塑造澳門旅遊業可持續發展的未來。



澳門建設世界旅遊休閒中心的定位

2011年，國家“十二五”規劃綱要明確提出了支持澳門建設“世界旅遊休閒中心”的定位，這個定位在2016年的國家“十三五”規劃綱要中進一步確認。作為中西文化互相了解和溝通的據點、交流匯合的橋樑，澳門逐漸發展成為國際上較具知名度的旅遊目的地。“世界旅遊休閒中心”的發展定位順應了時代發展，有效回應澳門特區政府推進經濟適度多元發展的戰略大背景。在旅遊業方面的願景，是將澳門建設為具有精彩旅遊活動及豐富休閒體驗的世界知名旅遊目的地。



1. 規劃背景

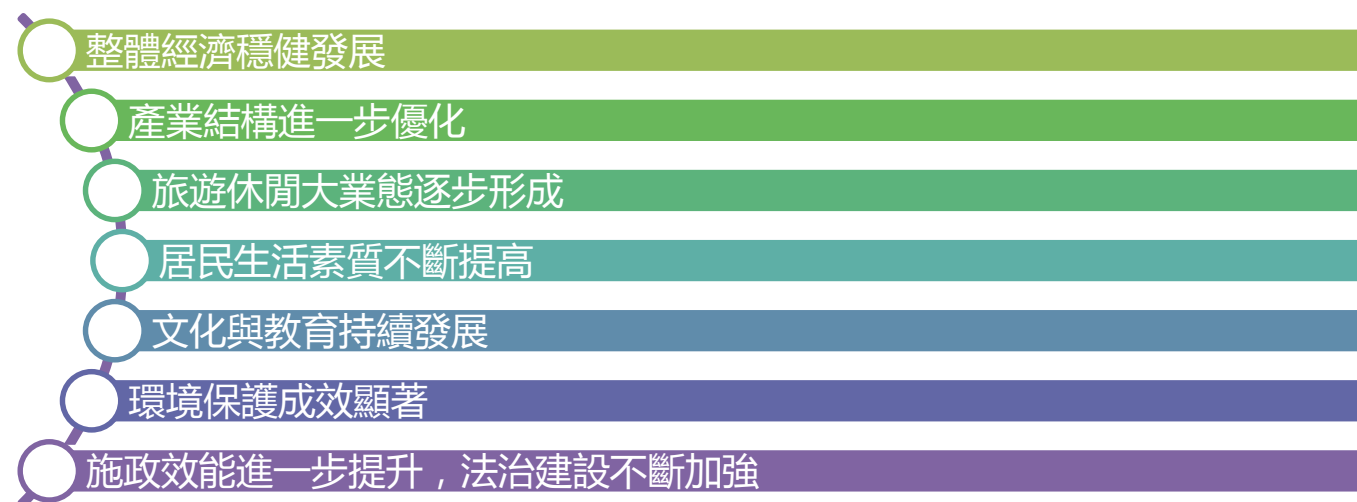
旅遊業與澳門特別行政區五年發展規劃的關係

為實現澳門建設“世界旅遊休閒中心”的發展定位，澳門特區政府成立了“建設世界旅遊休閒中心委員會”，由行政長官擔任主席。為了實現相關定位，特區政府編制了《澳門特別行政區五年發展規劃（2016-2020年）》草案文本（以下簡稱“五年規劃”），其總體目標是穩定澳門經濟增長，加速“世界旅遊休閒中心”的建設和提高居民的生活素質。

為實現上述發展目標，澳門將朝著具有國際先進水平的宜居、宜業、宜行、宜遊、宜樂的城市願景，邁向世界級旅遊中心的發展方向。未來，澳門將建設成為一個安全、衛生、健康、便利與環保的宜居城市和旅遊目的地。

《澳門旅遊業發展總體規劃》在“五年規劃”目標的指導下，制定澳門旅遊業未來發展的目標和策略，以全面配合特區政府的發展方向。總體規劃除為澳門旅遊業總體發展作分析外，亦會為旅遊產品體系、旅遊客源市場、旅遊形象和城市品牌定位、旅遊產業與城市發展等提出短、中、長期的策略建議，以便回應落實“五年規劃”在“旅遊休閒大業態逐步形成”、“加強旅遊整體行業發展”以及“全力推進文化旅遊新發展”的發展方向。

澳門未來五年發展的七個主要目標



總體規劃目標

《澳門旅遊業發展總體規劃》將配合澳門“世界旅遊休閒中心”的定位，在對旅遊業現況進行深入分析研究的基礎上，提出了四項總體規劃的目標，每項目標均有相應的短、中和長期的策略支持。



1. 旅遊業的可持續發展管理

旅遊業的高速增長帶來不少機遇和效益，同時也明顯增加了城市的壓力，影響了居民的生活素質。因此，透過旅遊業的可持續發展管理以提升居民的生活素質，將成為澳門建設“世界旅遊休閒中心”其中一個重要目標。



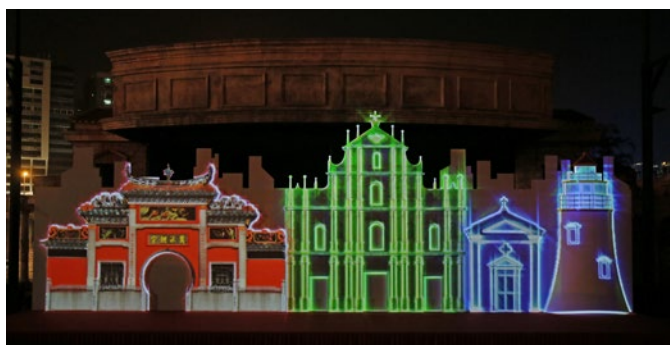
2. 發展多元化旅遊產品

世界級旅遊目的地需要具有多元化的旅遊產品、酒店住宿、文化設施、零售和節慶活動，提供突顯澳門多元化和具有吸引力的旅遊產品組合與體驗。



3. 開拓優質客源市場

國際和亞洲旅遊客源市場的不斷增長，為澳門拓寬市場和實現旅遊產品多樣化提供了最佳機遇，包括吸引商務旅遊、會展和其他高增值的高端旅客；並著重發展智慧旅遊，提升旅遊的便利。



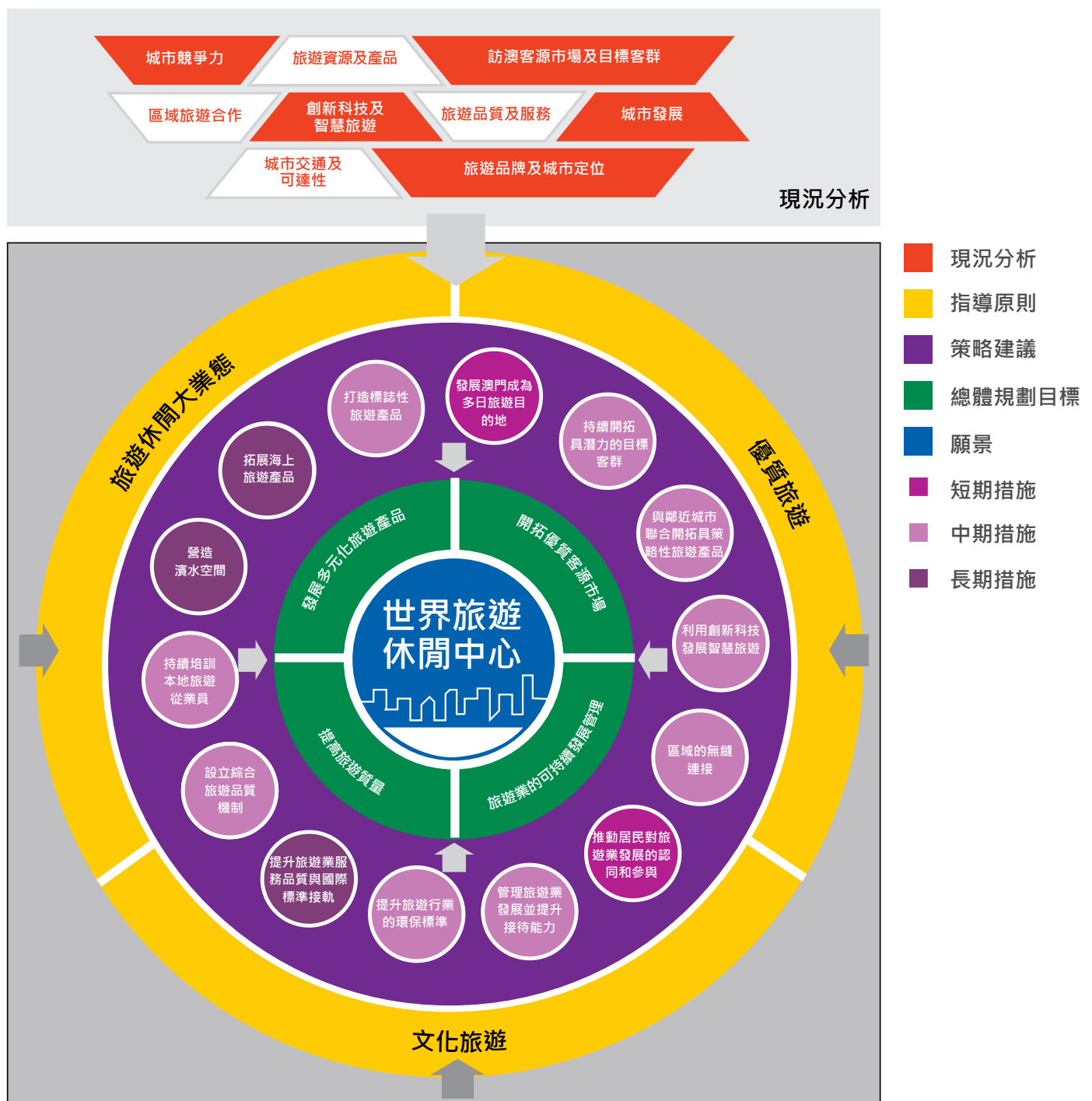
4. 提高旅遊質量

旅遊業界的專業人士及相關的從業人員對於旅遊業的穩健發展起著關鍵的作用，澳門需持續地提高旅遊服務的品質和效率，為旅客提供世界級標準的服務和便利性，將澳門發展成為世界級旅遊目的地。

1. 規劃背景

澳門旅遊業發展總體規劃框架

在對旅遊業現況進行深入分析，配合“世界旅遊休閒中心”的定位，並在“五年規劃”目標的指導下，《澳門旅遊業發展總體規劃》以旅遊休閒大業態、優質旅遊及文化旅遊為指導原則，提出十四項策略建議，分別附有短、中、長期的措施，推動四大總體規劃目標的實現，從而最終達到“世界旅遊休閒中心”在旅遊領域的願景。







2. 現況分析與挑戰

2. 現況分析與挑戰

城市競爭力

現況

澳門作為受歡迎的旅遊目的地，2015年訪澳旅客人數達3,070萬人次，已躋身於世界旅客人數最多城市的行列。以到訪的國際旅客人數為對比指標，澳門在2014年全球前100個城市排名第六位。然而，澳門仍需向其他世界級旅遊城市借鏡及學習，尤其在旅遊產品多元化方面，以達至延長旅客逗留時間的目標。

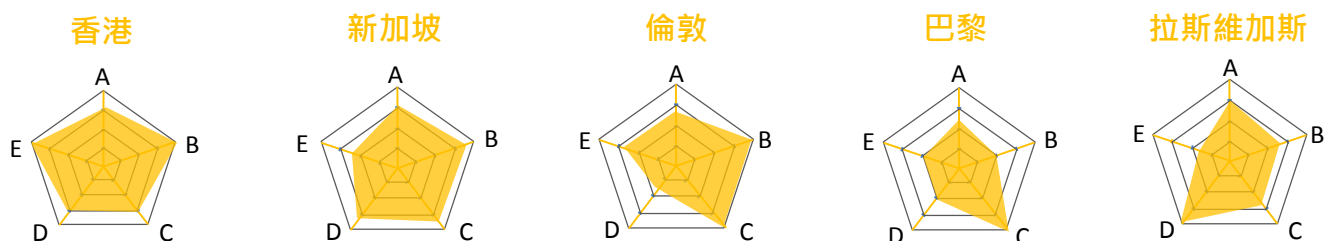
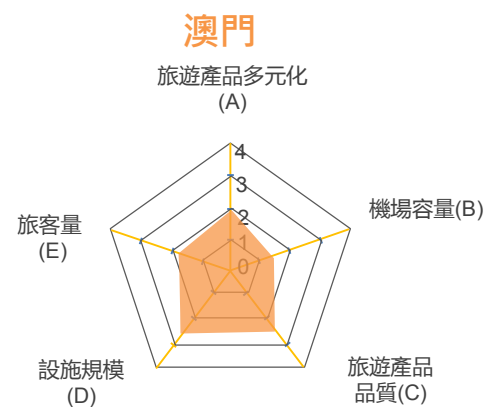
挑戰和潛力

- 與其他世界級旅遊城市相比，澳門的留宿旅客平均逗留時間較短。
- 在交通便利性和旅遊產品多元化方面，澳門需要吸收其他世界級旅遊目的地的成功經驗，作出進一步的提升。

2014年世界旅遊目的地競爭力分析

城市	到訪的國際旅客世界排名	到訪的國際旅客人數*	機場容量	留宿旅客平均逗留時間
澳門	6	1,497萬	550萬	1.9天
香港	1	2,770萬	6,330萬	3.3天
新加坡	3	1,710萬	5,410萬	3.7天
倫敦	2	1,740萬	7,340萬	4.6晚
巴黎	5	1,498萬	1,410萬	2.7晚
拉斯維加斯	22	630萬	4,290萬	4.2天

*國際旅客不包括不過夜旅客及本地遊旅客

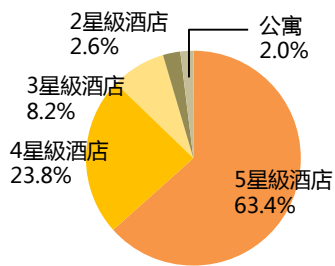


旅遊資源及產品

現況

澳門擁有世界文化遺產和非物質文化遺產的底蘊。自2015年年底，澳門特區的海域面積明確為85平方公里，為發展海上旅遊產品提供基礎。

不同星級酒店客房數目所佔比例



挑戰和潛力

- 澳門在國際博彩市場佔領先地位，在2015年，澳門佔全球博彩收入的34%，然而，其他旅遊產品和旅遊資源仍有持續開發和利用的空間。
- 在2015年，澳門的酒店客房為33,047個，五星級酒店客房佔總客房數60%以上，不同星級的酒店存在客房數量不平均的情況。
- 在確定澳門特區的海域面積後，可利用現有的濱水空間，發展具吸引力的水上旅遊活動。
- 澳門家庭娛樂項目的數量不斷增加，但仍需進一步提升市場推廣效果。



2. 現況分析與挑戰

旅遊資源及產品

現況

綜觀本澳的旅遊產品，主要包括文化、會展、博彩、購物和節慶活動，其中以世界文化遺產及大型度假酒店廣受注目，與此同時，澳門正開拓更多的旅遊產品。



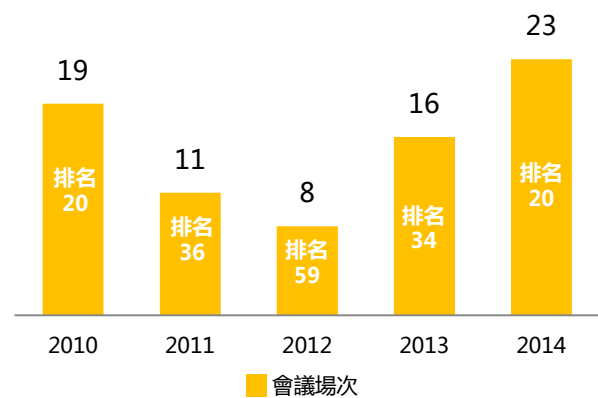
挑戰和潛力

- 根據國際會議協會統計資料，澳門在舉辦會議的數量和參會人數兩項指標上均落後於亞洲其他的會展城市。
- 澳門的購物市場缺乏多樣化的零售購物中心。根據亞太地區環球購物者指數所示，澳門未能登上世界十大擁有最佳購物環境的排名榜。
- 澳門現有的節慶和盛事活動，包括澳門格蘭披治大賽車及拉丁城區幻彩大巡遊等，已成為具代表性的國際活動，但節慶活動的世界級知名度有待提升。未來應探討如何創造更多條件，吸引更多世界級的大型賽事及節慶活動來澳舉辦。

2014年亞洲城市參會人數的世界排名

城市	會議場次	參會人數	根據參會人數排名
澳門	23	不足25,000	>42
新加坡	142	57,497	10
吉隆坡	79	48,341	20
香港	98	41,956	23
台北	92	39,280	25
曼谷	73	27,483	34

2010年至2014年澳門會議場次在亞太地區排名



訪澳客源市場及目標客群

現況

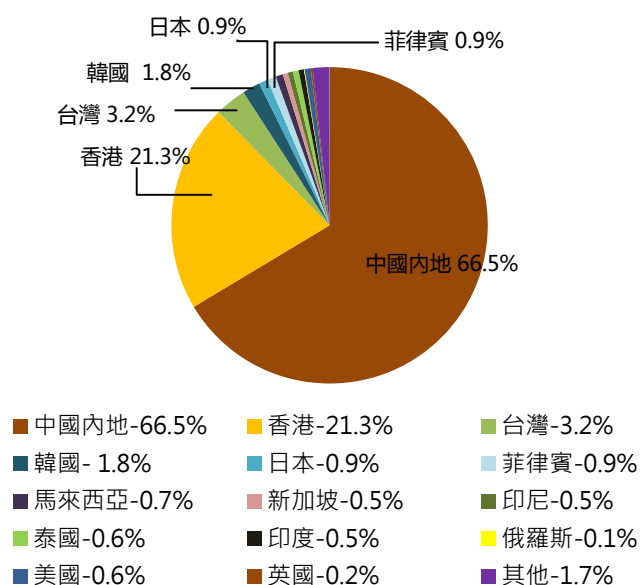
大中華地區的訪客佔總旅客的九成，其中中國內地佔總旅客的66.5%，而國際市場則佔總旅客的9%。

2008至2015年按客源市場年均增長率的數據來看，增長潛力最強的客源市場包括印度、韓國和中國內地。但隨著外圍環境的改變，客源市場近年亦有所調整。

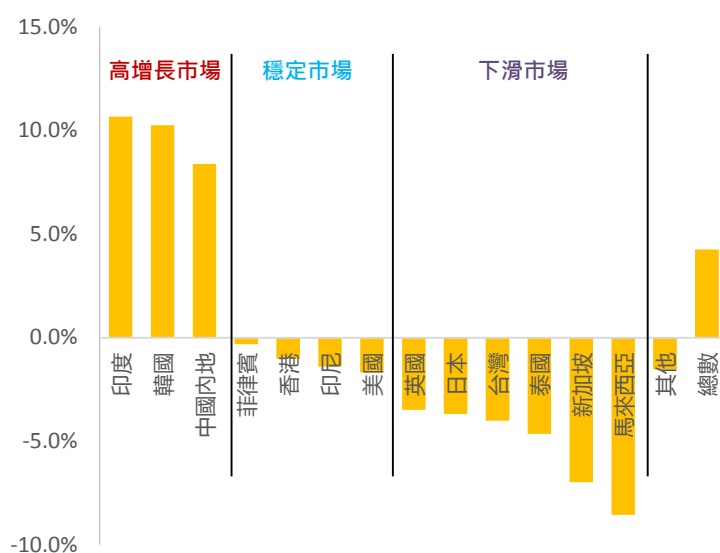
挑戰和潛力

- 客源過於偏重於大中華地區(中國內地、香港和台灣)；而歐美及遠程市場近年經歷較長期的下滑。
- 旅遊業容易受到外圍環境因素影響，如經濟周期變化，各旅遊目的地競爭力、貨幣匯率等因素，對旅客外遊選擇造成影響，旅遊市場推廣策略必須作出適時的調整。
- 澳門旅遊業應與其他產業結合，發展及開拓獨特的目標客群，透過社會各界的支持及合作，共同推動旅遊業的多元發展。

2015年訪澳旅客來源市場分佈



2008-2015年各客源市場年均增長率比較



2. 現況分析與挑戰

旅遊品牌及城市定位

現況

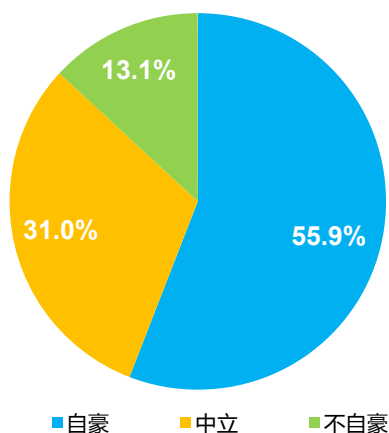
博彩娛樂仍然被主要客源市場視為澳門的品牌形象，然而，澳門還有博彩娛樂以外的潛在品牌優勢，包括東方與西方、新與舊、傳統與現代鮮明對比的元素。澳門應將其街道、活力、歷史及“世界旅遊休閒中心”的定位融為一體，並以獨特的中葡融合形成強大的品牌價值。



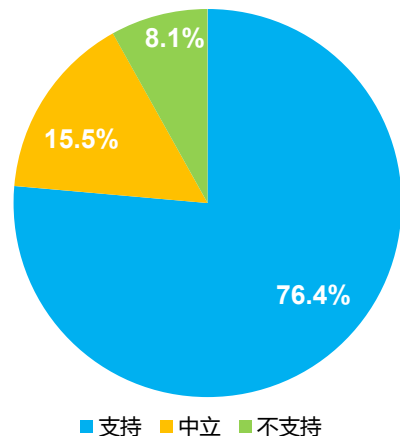
挑戰和潛力

- 澳門居民對城市品牌和旅遊定位的支持必不可少。根據對居民的調查，70%以上的居民表示了解澳門以“世界旅遊休閒中心”作為定位，76%的居民支持澳門的旅遊定位，56%的居民對此表示自豪，說明居民普遍支持澳門當前的定位。但澳門近年的發展現況與世界旅遊休閒中心的城市定位仍存在進步空間。
- 城市品牌建設十分重要，它決定著一個城市的旅客類型。澳門的城市形象仍以博彩娛樂為主，其次是具特色的中葡文化和世界文化遺產。然而，澳門潛在的品牌形象應有更廣闊的涵蓋面，可將度假設施、會展、藝術和節慶旅遊等服務綜合於同一品牌之內。
- 現時澳門的博彩元素對旅遊品牌影響較大，未來需要加強非博彩旅遊元素的推廣。

居民心目中的澳門旅遊定位



居民對澳門旅遊定位的支持度



創新科技及智慧旅遊

現況

科技發展日新月異，同時改變了人類的生活模式。在每個旅程中，旅客可預先在互聯網上了解目的地的出行資訊及進行預訂；而旅途中更可透過衛星定位等功能，尋找遊覽路徑；而旅程結束時亦可於社交媒體分享旅程的點滴。

目前，澳門特區政府旅遊局網站設有15種語言，以迎合不同客源市場的需要，亦設有3個手機應用程式，方便旅客取得旅遊資訊。同時，其他政府部門及業界均有不同的應用程式，提供旅遊相關資料。

在旅遊設施、街道標識等方面，多媒體的應用開始增多。



挑戰和潛力

- 為拓展澳門成為世界級旅遊城市，現時WiFi任我行服務正提供超過二百個WiFi熱點；未來需要不斷提升其服務質素。
- 與其他世界旅遊目的地相比，澳門在網上預訂和非現金交易服務方面，仍有更大的發展空間。
- 現時澳門與旅遊相關的資訊由各個不同的網站或應用程式所提供，成功的旅遊目的地可以一個綜合管理平台發放所有資訊，以提升旅客使用的便利和旅遊體驗。
- 世界各大旅遊目的地均以智慧旅遊進行市場營銷，目前有多種用於管理和市場開發的技術可供行業使用，這將對旅遊業未來發展產生改變。

旅遊局相關手機應用程式



其他旅遊相關的手機應用程式



澳門文創地圖



澳門國際機場



澳門海上航班



澳門會展網



交通資訊站

2. 現況分析與挑戰

旅遊品質及服務

現況

旅客對旅遊體驗和品質的追求已成為一種潮流和趨勢，旅客不僅追求價格合理的旅遊，也對旅遊的體驗和品質有同樣的期望和要求。

“訪澳旅客滿意度指標”顯示，2015年整體訪澳旅客滿意度指數與過去五年相比有下降的跡象。當中會展活動的旅客滿意度指數為最高，世遺景點的旅客滿意度指數則有持續下降的趨勢。

2014年至2015年的旅客投訴報告顯示，旅客經常投訴的三大方面為交通、非法提供住宿和導遊服務。

挑戰和潛力

- 優質旅遊是每個旅遊目的地成功發展的重要因素。雖然澳門現時有不同種類的旅遊產品可供旅客選擇，但隨著鄰近地區的迅速發展與全球化旅遊業發展的更替情況下，澳門面臨的市場競爭將越來越大，需要進一步提升澳門旅遊服務業的品質和意識，以維持競爭力。
- 澳門要實現建設“世界旅遊休閒中心”的目標，需要為旅客提供全面的優質旅遊服務，包括在出入境、觀光、零售、住宿、交通以至餐飲等方面。
- 人力資源是旅遊業可持續發展的核心驅動因素。但澳門人力資源有限，目前澳門的服務業較為依賴非本地的從業人員。



區域旅遊合作

現況

在區域合作方面，在現有的泛珠三角、港澳、粵港澳、粵澳及閩澳等旅遊合作框架下，旅遊合作主要集中在聯合推廣，行業管理和旅遊產品合作層面。

澳門正積極與鄰近區域建立互惠互利的合作關係，包括共同開發區域內的聯線旅遊，打造具有特色的區域旅遊品牌。同時，在目標客源市場的主要旅遊展會中設置聯合展台、“一程多站”推介會及舉辦業界洽談等。

在國際合作方面，澳門特區政府在旅遊領域一直積極參與多個國際旅遊組織，包括世界旅遊組織、亞太旅遊協會、世界旅遊城市聯合會及亞太經合組織旅遊工作組等舉辦的會議、研討會及活動，加強澳門在國際旅遊事務上的參與。利用合作和交流機會，提升澳門在國際旅遊界的知名度。

挑戰和潛力

- “一程多站”路線的合作涉及多個地區的旅遊產品，需要作出恰當的協調和服務質素的保證。
- 葡語作為其中一種官方語言，澳門具有與其他中國城市不同的氛圍，加上其世界文化遺產，在區域旅遊發展上可突顯澳門獨特的優勢。
- 隨著港珠澳大橋的落成，粵澳新通道的建設等，與鄰近區域的原有合作模式可能需要作出調整。



2. 現況分析與挑戰

城市發展

現況

澳門城市總面積只有30.4平方公里，而訪澳旅客人數高達三千萬以上，對城市的總體環境造成顯著的影響。

為了保障居民擁有優質的居住環境，同時也讓旅客具有良好的旅遊體驗，各範疇規劃間的協調將發揮重要作用。充分利用舊城改造和新城開發等各種機遇，將有效提高城市的旅遊承載能力。

挑戰和潛力

- 由於澳門土地資源匱乏，人口密度為每平方公里21,100人，有限度的城市空間對旅遊設施建設形成制約。同時，歷史城區的部分旅遊景點亦顯得擁擠。
- 澳門濱水資源未被充分利用，未來仍有發展空間。
- 目前仍存在不少舊城區和傳統的建築物，需要透過城市改造以提升空間的使用率和面貌。
- 澳門的可持續發展需要透過城市的總體規劃，聯同各個行業界別的投入和支持，方可構建更美好的家園。



城市交通及可達性

現況

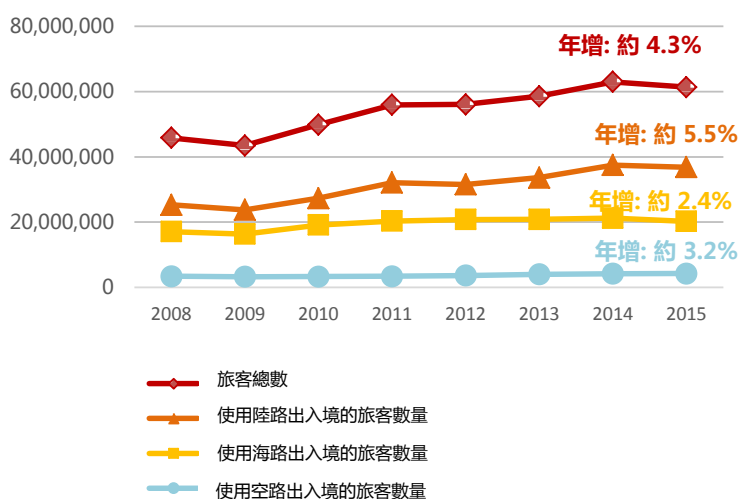
2008年至2015年澳門的旅客數量年增長為4.3%，使用陸路的訪澳旅客出入境人數最多，而空路出入境人數最少。

城市的可達性和內部交通的連接是影響總體出行和旅遊體驗的重要因素。為了營造宜居、宜遊的環境，澳門需要建立井然有序的交通網絡系統。

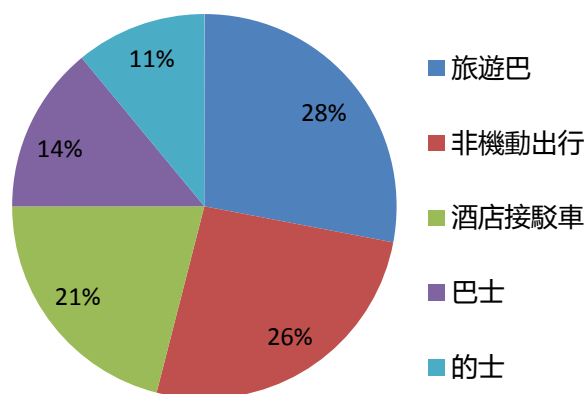
挑戰和潛力

- 2014年，澳門機場航空客運利用率已達到91%，連通三十七個城市，但以中國內地為主。隨著澳門的國際訪客有上升的趨勢，澳門國際機場的容量面臨挑戰。
- 旅客的出行模式是以旅遊巴及非機動出行為主，而酒店接駁車為次要出行方式。然而，酒店接駁車的日平均利用率僅約為33%，成為交通擠塞的其中一個重要原因。
- 根據2015年旅遊熱線投訴資料顯示，與公共交通相關的投訴佔總個案數字的42%，其中高達87%與的士有關，市內公共交通服務仍有改善空間。

按交通方式統計的訪澳旅客出入境人數（2008-2015年）



旅客本地出行模式





3. 旅遊業發展總體 規劃的指導原則

3. 旅遊業發展總體規劃的指導原則

在全面了解澳門的資源現況、發展機遇和制約因素後，並配合實現“世界旅遊休閒中心”的願景，以滿足宜居、宜遊城市的需要，《澳門旅遊業發展總體規劃》提出以下指導原則，以確定未來澳門旅遊業的發展目標和策略建議。



旅遊休閒大業態

為不同類型的旅客提供多元化的旅遊產品和體驗，擴闊旅遊客源市場。配合非博彩元素的增長，豐富娛樂設施和休閒活動，推動發展成多日旅遊目的地，並通過提升旅客的總體體驗，吸引高端客群。



優質旅遊

透過對旅遊行業的培訓和管理，整體提升旅遊服務的素質，致力推動旅遊行業標準與國際接軌；配合各項綜合度假設施的投資建設，令未來的旅遊產品保持同等或更高標準的品質。



文化旅遊

充分挖掘澳門歷史文化特色，致力打造成具有豐富內涵的多元文化旅遊目的地。不斷完善澳門具有多元和豐富文化內涵的旅遊體驗，吸引世界各地旅客，培育文創產業的發展。





4. 目標及策略建議

4. 目標及策略建議

《澳門旅遊業發展總體規劃》訂定了四個總體目標以達到“世界旅遊休閒中心”的願景，而每個總體目標均包含不同的策略和措施。在時間年期的劃分上，五年之內為短期措施，五年到十年為中期措施，超過十年將為長期措施。

目標一：旅遊業的可持續發展管理

旅遊業的高速增長帶來不少機遇和效益，同時也明顯增加了城市的壓力，影響了居民的生活素質。因此，透過旅遊業的可持續發展管理以提升居民的生活素質，將成為澳門建設“世界旅遊休閒中心”其中一個重要目標。

策略一： 推動居民對旅遊業發展的認同和參與

居民的參與在世界旅遊城市中扮演著重要的角色。為確保居民對旅遊業的持續支持，全面而深入地了解居民對旅遊業及其發展方向的想法，是能否創造雙贏局面的成功關鍵。

短期措施：

- 持續深化旅遊認知計劃，讓澳門居民進一步認識及了解澳門旅遊業的發展，向居民傳遞正面的旅遊訊息。
- 鼓勵民間團體舉辦有關社區文化、歷史等方面的旅遊活動，發掘本地潛在的旅遊資源。
- 強化旅遊相關部門、旅遊業界、社區居民之間的溝通機制，確保居民生活和旅客體驗兩者間的協調發展。

策略二： 管理旅遊業發展並提升接待能力

鼓勵培育良好的旅遊行為、減低旅遊發展引致的負面影響、提升城市接待能力等均可讓居民和旅客同時受益，對於將澳門建設成為宜居城市和世界級旅遊目的地，是一項至關重要的策略。現時的經濟調整期，正是重新思考旅客量以及城市增長模式的最佳時機。

短期措施：

- 評估不同旅客量增長情況下對社會、居民帶來的影響，包括制定承載力的應對措施，建立熱門景點旅客人流即時訊息發佈的機制。

中期措施：

- 配合城市規劃，改善各口岸及主要景點周邊的設施配套（交通、休憩、購物）及遊覽空間的安排，提升旅遊承載力。



策略三： 提升旅遊行業的環保標準

採用綜合和統籌規劃，以提升旅遊行業整體的環境保護標準，維持旅遊業以至澳門的可持續發展。透過各項措施，逐步減低澳門旅遊業對環境的影響，打造澳門成為宜居、宜遊的綠色城市。

短期措施：

- 持續推行環保酒店獎，深化推動綠色酒店的發展，並與其他相關部門合作，鼓勵酒店業減少光害、污水、垃圾的產生，加強對城市環境的保護。

中期措施：

- 與相關部門研究提升酒店建築的環保標準，推動綠建築，對新項目產生的光害、污水、垃圾、耗能作更嚴格的控制。
- 提升旅遊業車輛的環保標準。

策略四： 區域的無縫連接

香港國際機場擁有連接世界各地多個航點的優勢，與香港國際機場的無縫連接可協助吸引更多的中、長途旅客來澳。除了現有的香港海天客運碼頭外，可利用快將落成的港珠澳大橋，讓旅客能直接抵達澳門。另外，可以透過其他區域性的陸路基礎設施，改善澳門與周邊城市的聯繫。

短期措施：

- 探討利用澳門和香港建設港珠澳大橋的機遇，連通香港國際機場和澳門兩地，為到澳門旅遊的中、長途旅客提供便利。
- 以軌道交通連接珠三角以及全國高鐵網絡，讓旅客體驗更方便、安全、快捷的旅遊交通模式。

中期措施：

- 進一步改善香港、澳門、珠海三個機場之間的交通聯繫。
- 與內地相關部門合作，加強使用鐵路旅客的便利性，如票務、通關安排等等。

4. 目標及策略建議

目標二：發展多元化旅遊產品

世界級旅遊目的地需要具有多元化的旅遊產品、酒店住宿、文化設施、零售和節慶活動，提供突顯澳門多元化和具有吸引力的旅遊產品組合與體驗。



策略一： 打造標誌性旅遊產品

利用舊城的閒置或零碎空間，以及未來在新城設立的旅遊空間，構建形象鮮明、具地方特色的旅遊設施及舉辦活動，例如：設立家庭娛樂中心、標誌性文化中心、展覽場所，以及舉辦體育比賽或雙年展活動等，豐富澳門的旅遊產品，提高城市旅遊競爭力和拓展高端市場。同時，引導旅客到城市不同地區，以緩和目前澳門歷史城區人群及交通擁擠的壓力，為社區經濟帶來適度發展。

短期措施：

- 全力落實規劃中的新旅遊產品及品牌活動，包括重整大賽車主題博物館、舉辦澳門國際影展暨頒獎典禮、打造美食之都，優化光影表演等措施，並在旅遊產品的開發過程中，展現澳門多元文化特色，串連旅遊與美食，文化創意及體育等元素，增添城市旅遊吸引力。

- 持續完善《論區行賞》步行路線，與居民和企業攜手發掘新的社區旅遊元素，探索符合地區特色的新產品，尋找合適的市場定位，為城市建立旅遊新形象。
- 持續於旅遊景點舉辦文化表演和展現本地民間風貌的產品項目，如廟宇及教堂推廣計劃，三輪車推廣計劃以及周末文藝表演等。

中期措施：

- 持續探索舉辦各類新奇有趣的活動，如海上或空中餐飲體驗，以及其他市區或郊野歷險活動，提高澳門動感旅遊的總體吸引力。
- 研究與周邊城市共同爭取申辦國際級體育賽事，充分利用澳門現有的體育設施及場地，發展體育旅遊。
- 鼓勵及支持在澳門建設世界知名的主題公園。



策略二： 營造濱水空間

世界級旅遊目的地均提供優質的濱水空間，澳門作為沿海城市，可利用濱水區域建設濱水公園、公共藝術空間、露天餐飲或標誌性文化區域。新建濱水區可成為居民和旅客的親水空間，強化澳門獨特的城市形象。

短期措施：

- 利用路環荔枝碗船廠工業遺址及鄰近棚屋，發展成為休閒的臨海地區，開放濱水空間給予居民及旅客作休憩場所。除了可用作造船工藝的工作空間，面積較大的船廠亦可改造為演示場地，打造荔枝碗為具活力的臨海地區，傳承本地傳統造船工藝產業。工業遺址可修繕成為工藝展示廳，介紹澳門造船工業的歷史。同時，利用現有的路環碼頭，配合海島遊的發展。

中期措施：

- 打造內港區成為零售、露天餐飲和具有商業功能的動態濱水區域。內港一帶曾是澳門最繁華的地區，是昔日貨船、漁船及客船的上落點，現今仍保留部分功能。透過活化內港一帶，考慮把倉儲空間更改為零售及餐飲用途，拓展為更豐富的旅遊片區。

長期措施：

- 發展新城 A 區南區成為文化海濱長廊，以標誌性公共建築作為澳門未來的門戶地標，建設符合國際標準的歌劇院、文化中心、表演及展覽場地。
- 新城 B 區設有政法區、濱海綠廊和展覽場地等設施，可發展為寧靜的濱水空間，作為居民和旅客的休憩場地。

策略三： 拓展海上旅遊產品

澳門特區海域面積的確定為澳門開拓海上旅遊產品提供了堅實的基礎，可利用澳門沿岸的水域發展與海上旅遊相關的娛樂休閒設施，豐富世界旅遊休閒中心的內涵，吸引不同興趣及愛好的旅客；同時，也為本地居民的文娛生活提供多元化的選擇。

短期措施：

- 利用水上觀光資源，開展海上遊航線；推動本地海上遊項目連接澳門半島及離島。
- 擴大發展遊艇旅遊，推動與內地不同城市的遊艇自由行發展，連結區域的水上旅遊資源，構建區域遊艇旅遊中心。

中期措施：

- 進一步發展如龍舟、風帆、划艇、獨木舟等各類水上體育運動及興建相關設施，進而舉辦各項水上體育運動比賽，並與旅遊相互結合，吸引鄰近地區，以至世界各地的體育運動愛好者訪澳。
- 推動與鄰近地區的合作，開發鄰近島嶼海島遊項目。

長期措施：

- 透過完善澳門的海上旅遊產品，將澳門建設為珠三角短途海上旅遊一程多站的核心城市，國外旅客可以經澳門便利到達周邊城市，拉動區域合作紐帶。

4. 目標及策略建議

目標三：開拓優質客源市場

國際和亞洲旅遊客源市場的不斷增長，為澳門拓寬市場和實現旅遊產品多樣化提供了最佳機遇，包括吸引商務旅遊、會展和其他高增值的高端旅客；並著重發展智慧旅遊，提升旅遊的便利。

策略一： 發展澳門成為多日旅遊目的地

澳門具有獨特的世界文化遺產、文化特色、自然環境及世界級設施，可提供綜合度假酒店、文化、體育、生態、娛樂、科技和主題遊等各類旅遊產品，透過突顯既有和創新的體驗，加強多日旅遊目的地的形象，延長旅客在澳門的逗留時間。

短期措施：

- 提供更豐富而具有澳門特色的旅遊體驗，如各類非物質文化遺產的工作坊，以及飲食文化的體驗等，鼓勵旅客延長逗留時間。
- 鑒於澳門的會展場地於2020年將增至21萬平方米，利用多個大型會展場地的優勢，爭取更多國際大型活動定期於澳門舉行，如國際電影展、餐飲文化相關的盛事及體育活動等。
- 利用資訊科技與本地合作夥伴制定創新的旅遊行程。
- 利用旅遊新產品和計劃，與國際和亞洲夥伴共同開拓旅遊市場，推廣澳門成為多日旅遊目的地。

策略二： 持續開拓具潛力的目標客群

針對澳門的目標客群，包括年輕客群、銀髮客群、高消費客群及家庭客群制定相應的推廣策略，積極拓展亞洲、歐美、澳紐等市場，為上述客群制定新旅遊產品並加強國際宣傳，以增加留宿旅客數量。

短期措施：

- 年輕客群：利用本地文化創意產業的發展，引導年輕旅客認識及走訪澳門的文化創意區，以市集形式售賣本地設計或製造的產品。各式各樣的體驗營及工作坊

亦可吸引年輕旅客了解澳門文化，滿足他們對城市深度旅遊的需求。鼓勵業界增加經濟型住宿場所，亦可延長年輕旅客的逗留時間。在推廣方面，澳門獨有的中西交融文化對於歐美客源市場尤為吸引，邀請海外的著名博客或作家參與本地活動，並撰寫文章作宣傳推廣之用。

- 銀髮客群：結合粵澳中醫藥科技產業園的發展，打造澳門成為養生旅遊目的地，於綜合度假酒店設立養生旅遊產品，舉辦太極或健康醫學等活動，以休閒及養生旅遊設施吸引銀髮客群。利用澳門投資發展的粵澳中醫藥科技產業園進行推廣，並將市場逐步開拓至鄰近地區。
- 高消費客群：支持國際著名的演藝節目來澳演出，加上澳門多所世界著名的高級餐廳，可吸引高端旅客到澳門享受各類星級設施。同時，以澳門的世界文化遺產及星級設施吸引中東、歐美、澳紐等遠程市場的高端旅客。此外，透過推動遊艇自由行，吸引內地的高端旅客訪澳。
- 家庭客群：透過各類型的新旅遊產品，包括海上遊、體育、生態、娛樂及主題公園等設施，吸引亞洲家庭來澳旅遊。推廣方面，可推出家庭套票，串連澳門公營及私營旅遊產品，如現有的熊貓館、海上遊、文創親子體驗營及綜合度假酒店內的親子設施等，吸引家庭客群。

中期措施：

- 年輕客群：舉辦與澳門相關的比賽或展覽，以文化創意等吸引年輕人群來澳旅遊。
- 銀髮客群：聯合亞洲著名的養生旅遊城市建立發展策略。
- 高消費客群：提升基礎設施與服務能力，例如增加機場私人停機坪數目。
- 家庭客群：透過親子設施吸引家庭客群。



策略三： 利用創新科技發展智慧旅遊

針對自由行市場及其快速增長的消費力，通過線上及利用創新科技的行銷能力，為旅客提供第一手旅遊資訊，加深旅客對澳門作為旅遊目的地的印象。加強技術基礎設施及數據共享，為旅客抵達後提供整合式的旅遊資訊，提升旅客在行程中的旅遊體驗。旅客於行程中及結束後透過社交平台回饋意見及分享遊歷經驗，亦有助於澳門旅遊城市形象的推廣。

短期措施：

- 構建一體化網站和應用程式，為旅客在行程規劃階段提供節慶、住宿、預訂等總體資訊。
- 推動擴展無線互聯網服務的覆蓋範圍及效能，配合智慧旅遊系統的建立，為旅客帶來便利的旅行體驗。

中期措施：

- 研究收集旅客行為數據，配合特區政府大數據的發展規劃，構建宜居、宜行的智慧城市。
- 除以智慧旅遊向澳門境內旅客提供便利服務外，可與區域和國際戰略合作夥伴共同研發跨區域的智慧旅遊服務，加強旅遊競爭優勢。

策略四： 與鄰近城市聯合開拓具策略性旅遊產品

澳門可與其他有密切聯繫的城市共同進行宣傳推廣，利用區域內不同城市的特色組合，產生強大的吸引力。世界文化遺產、傳統文化體驗及海島旅遊能夠成為區域市場行銷戰略的新方向。

短期措施：

- 明確並利用澳門世界文化遺產及大型綜合旅遊度假設施的競爭優勢，主動與相鄰城市達成戰略夥伴關係，推動發展區域旅遊。

中期措施：

- 憑藉澳門的文化特色及創意產業的快速發展，將戰略夥伴拓展至其他世界旅遊目的地，鞏固澳門國際旅遊城市的地位。

4. 目標及策略建議

目標四：提高旅遊質量

旅遊業界的專業人士及相關的從業人員對於旅遊業的穩健發展有著關鍵的作用，澳門需持續地提高旅遊服務的品質和效率，為旅客提供世界級標準的服務和便利性，將澳門發展成為世界級旅遊目的地。



策略一： 持續培訓本地旅遊從業員

應向不同範疇的旅遊從業員提倡積極向上的理念，透過僱主、企業和政府的合作，共同致力加強投身旅遊業居民的職業規劃意識。通過持續性技能培訓，讓投身旅遊業的居民為澳門建設世界級旅遊目的地作出貢獻。

短期措施：

- 利用便利的學習方式進一步推動職業規劃和技能開發，提高投身旅遊業的居民的外語能力。重點突出積極向上流動的重要性，以及充份肯定其對澳門建設世界級旅遊目的地的貢獻。

中期措施：

- 探討實施與世界著名旅遊目的地的國際交流培訓計劃，擴闊投身旅遊業居民的國際視野，有助開拓其職業生涯的發展。

策略二： 設立綜合旅遊品質機制

旅遊品質服務系統應結合各個相關元素，包括出入境、交通、餐飲、娛樂、酒店住宿等環節，從旅遊行程的整體滿意度作出考量。旅遊品質機制需考慮軟件和硬件的配合，此外，還應考慮澳門的安全保障、生活品質和環境衛生等方面。

短期措施：

- 梳理旅遊相關行業現有的規定及標準，並與業界及政府各部門探討制定各個旅遊行業和其他相關服務應有的服務標準，應優先關注前線工作者及客戶服務人員的服務水平。

中期措施：

- 與業界及政府各部門聯手整合及建立綜合品質機制。



策略三： 提升旅遊業服務品質與國際標準接軌

為了繼續推動品質旅遊，由澳門特區政府旅遊局推出的“星級旅遊服務認可計劃”將進一步延伸至行業的各個層面，讓更多本地企業受益。長遠而言，將推動旅遊業服務標準與世界其他認可體系的整合，鼓勵業界時刻提供優質服務，發揮澳門好客之道，鞏固澳門國際旅遊城市的形象，配合澳門建設“世界旅遊休閒中心”的願景。

短期措施：

- 擴闊及深化各類培訓計劃，定期與旅遊業界、本地及外地培訓機構進行溝通，了解行業最新的動態及培訓行情；透過課程評估，優化培訓內容及素質，確保有關的成效。

中期措施：

- 透過可行性研究，逐步把“星級旅遊服務認可計劃”的覆蓋面延伸至更多的旅遊相關行業。

長期措施：

- 推動旅遊行業服務標準與國際標準接軌。



星級旅遊服務認可計劃
Programa de Avaliação de Serviços Turísticos de Qualidade
Quality Tourism Services Accreditation Scheme



5. 情境預測及評估機制

5. 情境預測及評估機制

《澳門旅遊業發展總體規劃》的編制、定案經過科學而嚴謹的過程，而本規劃為澳門2025年作出兩個增長情境的估算，當中對旅客總人數、非博彩收入、留宿旅客平均逗留時間、留宿百分比、酒店客房數目、旅遊業相關就業人數及酒店入住率進行預測。

隨著時間的推移，澳門旅遊業發展方向將可能因應客觀環境、特區政府的總體策略、各地的經濟政策和形勢、鄰近旅遊目的地競爭力以及貨幣匯率等因素而作出改變。因此，本規劃提出的各項目標、策略和措施需要進行定期檢討，並適時作出相應調整，而措施的落實推行亦有賴政府、業界及居民的參與和合作，共同推動旅遊業向總體規劃所提出的目標策略邁進。

	2015	2025年低增長估算情況	2025年中增長估算情況
旅客總人數	30,714,628	33,000,000 至 35,000,000 (年均旅客總人數增長 1%至2%)	38,000,000 至 40,000,000 (年均旅客總人數增長 3%至5%)
非博彩收入	64 億美元	120至130 億美元	130至140億美元
留宿旅客 平均逗留時間	2.1 天	2.3天	2.3 天
留宿百分比	46.6%	56%	53%
酒店客房數目	33,047	48,602	51,500
旅遊業相關 就業人數	233,000	281,000	321,000
酒店入住率	80.5%	82%	84%

*相關就業人數包括非在澳居住的外地僱員





6. 諮詢活動資訊

6. 諮詢活動資訊

公眾諮詢會：

日期	時間	地點	語言
2016年5月28日 (周六)	下午三時	澳門新口岸 高美士街431號 旅遊活動中心二樓	粵語 (設有葡語、英語 即時傳譯)
2016年 6月11日 (周六)			

交流會 (業界、團體):


日期	對象
2016年6月18日 (周六)	業界和專業團體專場
2016年 7月9日 (周六)	


於諮詢期內，亦與旅遊業相關的不同諮詢委員會舉行專場介紹，以聽取和收集意見。


戶外路展：

	地點	期間
1	議事亭前地	2016年5月26日至6月16日 2016年6月23日至7月22日
2	氹仔花城公園側之空地 (近成都街)	2016年5月23日至6月4日
3	祐漢街市公園	2016年6月5日至6月15日
4	塔石廣場	2016年6月16日至6月27日
5	三盞燈休憩區	2016年6月28日至7月8日
6	友誼廣場	2016年7月9日至7月22日

歡迎於2016年7月22日或之前，透過下列方式向旅遊局提交意見：

 澳門宋玉生廣場335-341號獲多利大廈12樓旅遊局

 2831 5566

 2837 2446

 masterplan@macaotourism.gov.mo

 <http://masterplan.macaotourism.gov.mo>

諮詢文本可透過網站 <http://masterplan.macaotourism.gov.mo> 下載，亦可在以下地點索取：

地點	
旅遊局	澳門宋玉生廣場335-341號獲多利大廈12樓
旅遊局旅客詢問處	議事亭前地利斯大廈、外港客運碼頭、關閘、澳門國際機場、氹仔臨時客運碼頭
政府綜合服務大樓	澳門黑沙環新街52號
政府資訊中心	澳門水坑尾街188-198號方圓廣場
各公共圖書館	

查詢詳情：

電話：2831 5566

網站：<http://masterplan.macaotourism.gov.mo>



歡迎公眾及社會各界參與，就諮詢文本內容發表意見。



7. 公開諮詢意見表

7. 公開諮詢意見表

為完善《澳門旅遊業發展總體規劃》，請提出寶貴意見!

對《澳門旅遊業發展總體規劃》內容的意見：

對四項總體規劃目標的意見：

對三個指導原則的意見：



7. 公開諮詢意見表

為完善《澳門旅遊業發展總體規劃》，請提出寶貴意見!

目標一：旅遊業的可持續發展管理

對目標一：旅遊業的可持續發展管理的意見：

對“推動居民對旅遊業發展的認同和參與”策略的意見：

對“管理旅遊業發展並提升接待能力”策略的意見：

對“提升旅遊行業的環保標準”策略的意見：

對“區域的無縫連接”策略的意見：



7. 公開諮詢意見表

為完善《澳門旅遊業發展總體規劃》，請提出寶貴意見!

目標二：發展多元化旅遊產品

對目標二：發展多元化旅遊產品的意見：

對“打造標誌性旅遊產品”策略的意見：

對“營造濱水空間”策略的意見：

對“拓展海上旅遊產品”策略的意見：



7. 公開諮詢意見表

為完善《澳門旅遊業發展總體規劃》，請提出寶貴意見!

目標三：開拓優質客源市場

對目標三：開拓優質客源市場的意見：

對“發展澳門成為多日旅遊目的地”策略的意見：

對“持續開拓具潛力的目標客群”策略的意見：

對“利用創新科技發展智慧旅遊”策略的意見：

對“與鄰近城市聯合開拓具策略性旅遊產品”策略的意見：



7. 公開諮詢意見表

為完善《澳門旅遊業發展總體規劃》，請提出寶貴意見!

目標四：提高旅遊質量

對目標四：提高旅遊質量的意見：

對“持續培訓本地旅遊從業員”策略的意見：

對“設立綜合旅遊品質機制”策略的意見：

對“提升旅遊業服務品質與國際標準接軌”策略的意見：



聲明：

在是次諮詢期間收集的意見或建議，在撰寫《澳門旅遊業發展總體規劃》諮詢總結報告和最終規劃報告時有可能被引用。若提供意見者要求將其個人資料、全部或部份意見保密，旅遊局將尊重有關意願。若提供意見者在發表意見時無提出保密要求，則推定同意其意見及所提供的個人資料可予公開。

填表人身份資料 (自行選擇是否填寫)

姓名/單位:

聯絡方法:

是否同意在有需要時聯繫本人，以聽取更多意見：是 否

本人/單位要求保密 (倘適用)：

身份資料

提供意見的內容，包括：

簽署: _____

日期: _____

感謝 閣下提供的意見及建議，有關諮詢總結報告將按《公共政策諮詢規劃性指引》規定的期間於旅遊局業界網站 (<http://industry.macaotourism.gov.mo>) 發佈。



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