

書面質詢

林倫偉議員

在新經濟及旅遊模式下如何提振非博彩消費

隨着旅遊新格局形成，旅客出行與消費模式均出現深刻變化，澳門在疫後迅速恢復客量，但消費結構與消費力的長期性轉變，正成為本地經濟適度多元過程中的一大挑戰。統計局最新數據顯示，2025年第三季旅客非博彩消費總額按年上升10.7%至203.8億元，但旅客人均非博彩消費卻因大量低消費不過夜旅客湧現而下跌2.6%至1,950元。首三季累計人均消費更錄得9.5%按年跌幅，來自內地、香港及國際市場的旅客人均消費分別下降11.3%、9.0%及11.2%，反映傳統客源群體的消費力正面臨明顯衰退。

為應對轉變，政府近年著力推動“旅遊+”跨界融合，包括“美食+”“會展+”“體育+”“盛事+”等，並透過國際推廣、青年客群營銷、跨境消保合作、“誠信店”品牌、社區旅遊資助、大灣區“一程多站”等措施，成功提升澳門的國際知名度與旅遊吸引力。

然而，中小企商戶亦有反映客流回升但生意未能同步復甦，部分行業需靠降價及不斷推出新產品維持吸引力；市場亦出現租金雖下降但成本仍高、客源消費下降、國際遊客量仍未達疫前等複合因素。雖然首三季不過夜旅客消費總額上升12.8%至114.8億元，但人均僅595元，正面臨主要客源市場旅客消費明顯下跌的情況。整體而言，澳門正面對一項長期性、結構性的非博彩消費力不足問題，需在推客量的同時，增加不同消費層級的旅客，並協助商戶調整模式以承接新經濟下的消費需求。

為此，本人提出以下質詢：

一、要提升不過夜旅客消費力，可進一步借鑒鄰近地區，如片區、演唱會經濟等。而政府已有刺激措施引客到社區消費策略，未來亦可考慮通過新的網紅場景、主題網拍、沉浸式旅遊、智慧零售等方式以提振傳統

旅客市場，請問當局如何結合相關政策以增加本地居民的就業機會？

二、現時會展旅客及觀看演出或賽事旅客的人均消費分別高達4,398元及3,811元，可見在特定目的性旅客群體中，仍具高消費潛力。請問當局在如何制訂專攻“高價值不過夜旅客”的發展策略？例如結合大型演唱會、國際賽事、短時限精品展、會員制快閃消費等模式，吸引即日往返但高消費的客群，並就會展、演藝等旅客推出“高消費導流方案”，如專屬購物線路、限定體驗、品牌合作折扣、高端餐飲配套，將其消費留在本地商戶。