

# 書面質詢

黃浩彪議員

## 關於打造高價值主題式深度產品以提升旅客人均消費

近年本澳旅遊業復甦態勢良好，根據統計暨普查局的數據，2026年首季入境旅客共1,465.53萬人次，按年上升 13.1%，首季旅客人均非博彩消費為2,179元，按年上升9.5%。然而，同期不過夜旅客按年增加 20.1%，升幅遠超過夜旅客僅3.3%的水平，整體旅客平均逗留時間按年縮短0.1日至1.0日。數據反映「快閃族」的佔比在持續增加，旅客量增多的同時亦存在「旺丁不旺財」的現象。2026年五一黃金周期間，傳統手信店仍反映「人流就夠，但旺丁不旺財」。

值得注意的是，根據統計暨普查局的數據，按來澳目的分析，會展旅客人均消費最高（2025年全年達4,572元），觀看演出/賽事的旅客（2025年首三季為3,811元）次之。這說明在體驗式消費時代，旅客對具有情感共鳴與文化厚度的產品，願意支付顯著更高的價格。

在全球旅遊市場趨向「深度體驗」、「在地文化」、「慢遊城市」的新趨勢下，高價值主題式旅遊（例如：米其林美食路線、葡語文化深度體驗、葡萄牙美食與酒類品鑑等）具有提升人均消費與延長停留時間的潛力，亦有助強化本澳作為文化旅遊目的地的國際形象。業界亦作出了許多嘗試，例如有綜合旅遊休閒企業將藝術、建築與頂級體驗整合，重塑奢華旅行體驗；亦有企業舉辦頂級超跑展覽，融合奢華品牌跨界聯乘。同時，正如早前旅遊局於倫敦舉辦「文化+創意」主題推廣活動，向英國旅遊業界重點推介「澳門街市及社區文化遊」等產品，吸引逾100名當地業界代表參與；文化發展基金已透過「文化旅遊品牌塑造資助計劃」開發416款文化旅遊產品及7個體驗項目，當中融合世遺、社區、節慶及體育等元素。這些措施均能體現出政府正致力提升澳門對不同類型旅客的吸引力。

澳門作為中西文化交匯之城，其核心競爭力既來自於大型娛樂設施，也

植根於真實可感的社區生活與文化底蘊。若能在這些基礎上，更有系統地推動文旅產品轉化為具國際吸引力的高價值主題產品，既可分散旅客集中於熱門景點的壓力，亦有助提升國際客比例及旅遊質量，真正實現「提質」目標。

為此，本人提出以下質詢：

- 文化局表示會支持業界為旅客提供優質和多元的旅遊產品與旅遊體驗，請問當局是否有計劃引導並鼓勵業界開發高價值主題式旅遊，並協助業界發展配套措施？例如米其林美食路線、葡語文化深度體驗、葡萄牙美食與酒類品鑑等以提高旅客人均消費。
- 高價值旅遊產品除了展現澳門獨特的中西交融文化底蘊外，更能創造難以替代的旅遊記憶，請問當局會否借鑑旅遊局3月在倫敦推廣「社區文化遊」的經驗，將高價值主題式旅遊納入國際旅展的核心推廣內容？
- 高價值旅遊產品對服務品質及文化底蘊的要求極高。針對本地文創工作者、非遺傳承人及餐飲業者，當局會否考慮推出專項的資源對接或專業培訓計劃？以協助本地業界提升服務標準、包裝設計及接待能力，使其具備參與高端旅遊市場的競爭力。