

何潤生議員

多管齊下提振社區消費

澳門特區經濟經歷疫後復甦，正逐步邁向高質量發展新階段。2026 年上半年入境旅客按年上升 9.0%至約 2,094 萬人次。不過夜旅客及留宿旅客按年分別增加 15.3%及 0.2%，上半年國際旅客按年增加 6.0%。整體經濟呈現穩中向好態勢，當中國際客有不錯的增長。

消費方面，2026 年上半年旅客非博彩總消費按年增 17.4%至 444.7 億元，其中，不過夜旅客非博彩消費大幅增長 53.5%，展現強勁消費動能；留宿旅客消費亦增長 8%，其消費潛力仍有較大釋放空間。與此同時，隨著居民週末北上消費漸成常態，本地社區商業生態迎來新的發展機遇與調整空間。特區政府有必要在鞏固復甦勢頭的同時，推出更具針對性的措施，提振消費市場信心，延長旅客逗留時間，促進社區消費，並充分發揮澳門獨特的文化資源優勢。

為此，本人提出以下幾點意見：

一、今年初推出的“2026 社區消費大獎賞”各面額電子優惠的核銷率均高於上期，有效吸引居民留澳消費。建議總結上一期經驗，研究推出更精準的社區消費大獎賞活動，並鼓勵商戶、支付機構推出消費券或現金回贈等，形成“政府補貼+商戶讓利+平台響應”的三重激勵，提振本地消費氛圍，帶動社區經濟。

二、建議推出更具針對性的消費及留宿優惠，可與酒店、餐飲及零售業界合作，推出消費禮遇或景點聯票，鼓勵旅客延長逗留時間；同時為國際旅客度身訂造專屬禮遇，例如免費景點通行證及購物折扣，進一步提升澳門作為國際旅遊目的地的吸引力。此外，除了持續在香港機場向國際客提供免費車票外，可研究在深圳、廣州、上海和北京的機場，向國際客人推出優惠措施，吸引他們開展一程多站行程。

三、近期文化局新增 28 個項目列入澳門非物質文化遺產清單，涵蓋傳統音樂、民間習俗及製作技藝等，建議把握清單擴容的契

機，搭建恆常性的展演、展銷及商業對接平台，提升非遺項目的曝光度與市場轉化力。同時，深化“文旅＋體驗”融合，打造沉浸式旅遊主題場景，開發非遺手作工作坊，讓旅客親手製作專屬作品並作為特色伴手禮，以“體驗經濟”帶動文旅消費提質增效。

四、參考內地其他城市的數字化消費經驗，建議依託現時旅遊局與高德合作推出的“一鍵智慧遊澳門”平台，進一步整合城市商圈、特色店鋪、老字號及優惠活動資訊，在現有 LBS 定位、AI 行程規劃等技術基礎上，為居民和旅客提供精準導航、消費指引及優惠直達的一站式服務，將線上流量有效導入社區商戶，激活社區經濟。