書面質詢

李良汪議員

推動本澳“IP經濟＋文旅”產業發展

IP經濟近年成為全球文創與文化產業的重要增長點，根據《2025中國授權行業發展白皮書》顯示，2024年內地市場年度授權商品零售總額為1550.9億元人民幣，同比增長10.7%；年度授權金為59.9億元人民幣，同比增長9.4%，兩項指標延續7年增長態勢。【註1】IP成為消費者承載情緒的文化符號，讓文化認同轉向消費行為。特區政府在《澳門特別行政區經濟和社會發展第三個五年規劃（2026-2030年）》(下稱：“三五”規劃)中亦明確提出，要促進澳門原創IP與文化旅遊跨界融合；加大資源投放力度，推動本澳文化藝術與文化創意領域協同發展。【註2及註3】

事實上，為探索“IP經濟＋文旅”融合發展新模式，特區政府積極引入國際知名IP舉辦短期展覽與街區活動，吸引居民及旅客參與。以去年3月舉辦的“Sanrio characters 夢幻花園”為例，活動首4個月吸引超過30萬人次到訪，其中87%受訪者表示延長了在北區停留時間，82%表示增加了消費；而6月至9月與POP MART合辦的大型文旅項目——“與POP MART漫遊澳門”，6月6日至28日已吸引逾15萬人次參與，消費抽獎次數達62萬次，拉動總交易額達6.8億澳門元。【註4及註5】可見，IP經濟有助帶動人流，激活本澳文旅消費潛力。然而，與內地通過原創IP帶動零售和建立長期品牌的模式相比，本澳目前的IP活動仍以短期性質的展覽或打卡裝置為主，缺乏可被授權、延伸、再創作的結構，難以真正形成文化資產或帶動本地社區經濟。

值得指出的是，本澳有不少創作人持續深耕本土IP，先後創作出多個極具澳門特色的原創IP系列，為本澳產業發展累積了寶貴的文創資源以及長遠發展的基礎。惟本土IP培育體系仍未完善，原創IP規模小、曝光度不足、商業轉化能力薄弱，單靠自身創作，難以成為具有全國乃至國際影響力的品牌，制約了本土原創IP的持續與創新發展。

必須強調，經濟適度多元是本澳長遠發展的核心戰略，而IP產業作為文化領域的新興產業，是優化本澳產業結構、講好澳門故事、塑造城市軟實力的重要板塊。為落實“三五”規劃部署，特區政府有必要加大支持力度，推動本澳“IP經濟＋文旅”深度融合，激活文創產業活力、助力經濟適度多元持續推進。

為此，本人提出以下質詢：

一、特區政府在“三五”規劃中明確提出，要促進澳門原創IP與文化旅遊跨界融合；加大資源投放力度，推動本澳文化藝術與文化創意領域協同發展。【註2及註3】當局是否已就相關規劃制定行動方案，尤其在推動IP與文旅體驗、會展活動、文創零售等深度融合方面，將推出哪些具體措施？

二、本澳原創IP是承載澳門歷史文化、民俗風情、城市記憶的重要載體，特區政府未來有何計劃引導創作人與商業品牌聯乘，帶動零售與商業價值的同時，深挖本澳歷史建築、飲食文化、民俗習俗等在地元素，以文創講述澳門故事、傳播澳門城市形象？

三、為擴大本澳原創IP的輻射力與影響力，打通內地及海外市場，特區政府是否已就推動本澳IP產業對外發展制定短、中、長期規劃，具體會通過哪些政策措施、合作平台、宣傳渠道，強化本土IP曝光率，同時加大力度引入優質國際IP形成“本土孵化＋外部引育”的雙向發展格局，整體提升本澳IP產業品牌競爭力？

參考資料：

【註1】中華網：《從1550億到文化自信：中國IP正在講自己的故事》，2026年10月8日，https://hea.china.com/articles/20261008/202610081964004.html。

【註2】中華人民共和國澳門特別行政區政府：《澳門特別行政區經濟和社會發展第三個五年規劃（2026-2030年）》，2026年8月，第50頁。

【註3】中華人民共和國澳門特別行政區政府：《澳門特別行政區經濟和社會發展第三個五年規劃（2026-2030年）》，2026年8月，第142頁。

【註4】力報：《北區商戶聯動IP品牌推主題產品 融入創意元素積極開拓年輕人市場》，2025年8月13日，https://www.exmoo.com/article/248984.html。

【註5】澳門特別行政區政府旅遊局：《“與POP MART漫遊澳門”第一階段吸引逾15萬人次到訪 活動消費抽獎達62萬次》，2025年7月3日，https://www.dst.gov.mo/zh-hant/about-us/press-release/198421653221471c8b8a740549d80dd7.html。

Leong Wong LEI
Assinatura digital
2026.10.25 22:53:50 +0800