



澳門特別行政區政府
Governo da Região Administrativa Especial de Macau
旅遊局
Direcção dos Serviços de Turismo

關於立法會李靜儀議員書面質詢的答覆

遵照行政長官指示，本人對立法會 2020 年 2 月 18 日第 93/E73/VI/GPAL/2020 號函轉來李靜儀議員於 2020 年 1 月 22 日提出，行政長官辦公室於 2020 年 2 月 19 日收到之書面質詢，答覆如下：

《澳門旅遊業發展總體規劃》於 2017 年公佈至今，旅遊局定期向各相關部門收集總體規劃的工作進度，以便跟進總體規劃的執行情況；至 2019 年，在 69 個短期 (0 至 5 年) 行動計劃中，已展開及跟進 67 個行動計劃，當中 59 個為達標項目，達標率為 86%。

旅遊業發展可從多個方面作綜合評估，旅遊局於 2017 年公佈的《澳門旅遊業發展總體規劃》為旅遊業發展進行預測，並提供了多個關鍵績效指標，而留宿旅客的平均逗留時間是其中一個重要的績效指標。近年，隨著澳門旅遊產品的多元化，旅客結構及旅客逗留情況亦逐漸改變，訪澳旅客的平均逗留時間由 2016 年及 2017 年的 2.1 日增加至 2018 年及 2019 年的 2.2 日。留宿旅客比例自 2016 年起連續三年超過不過夜旅客，而留宿旅客人數亦由 2016 年的 1,570 萬人次上升至 2019 年的 1,863 萬人次，增幅達 18.7%；同時，酒店場所住客人數由 2016 年的 1,200 萬人次增至 2019 年的 1,410 萬人



澳門特別行政區政府
Governo da Região Administrativa Especial de Macau
旅遊局
Direcção dos Serviços de Turismo

次，增幅達 17.5%。

《澳門旅遊業發展總體規劃》提出“塑造多日旅遊目的地形象，拓展高價值旅客市場”的關鍵目標以及相應的實施策略。為推動相關目標的落實，旅遊局透過傳統及新興媒體推廣澳門作為世界旅遊休閒中心及理想旅遊目的地，吸引旅客延長留澳時間，包括：邀請海外的旅遊及美食網絡名人體驗澳門旅遊新元素及在知名的社交平台分享；與線上旅行社同步進行推廣及銷售旅遊產品，提升宣傳效益。2019 年經旅遊局邀請訪澳的旅遊達人(KOL)超過 100 名，有效提升澳門旅遊目的地在客源市場的知名度。

旅遊局亦持續與主要客源市場的旅行社和航空公司合作，針對短中長程市場，配搭澳門的美食、景點、合家歡活動、娛樂表演門票等，推出多種自由行旅遊套餐；同時，透過拍攝旅遊特輯、舉辦路展、開設專題頁面等，增強澳門旅遊目的地的品牌形象，吸引高價值客群來澳，2019 年與旅遊局合作的海內外旅行社和航空公司超過 70 家。

此外，為進一步推動本澳會展業發展，相關部門亦持續向在澳門籌辦會議展覽的主辦單位及策劃者提供協助及支持，並組織業界參加會展及商務旅遊展會，創造機會讓本地會展組織者與國際業界進

