

澳門特別行政區政府
統計暨普查局

旅客消費調查

2011年第2季

2號刊

今年第2季的旅客總消費達101億元(澳門元，下同)，較去年同季的88億元上升15%。

表1、按原居地統計的旅客人均消費

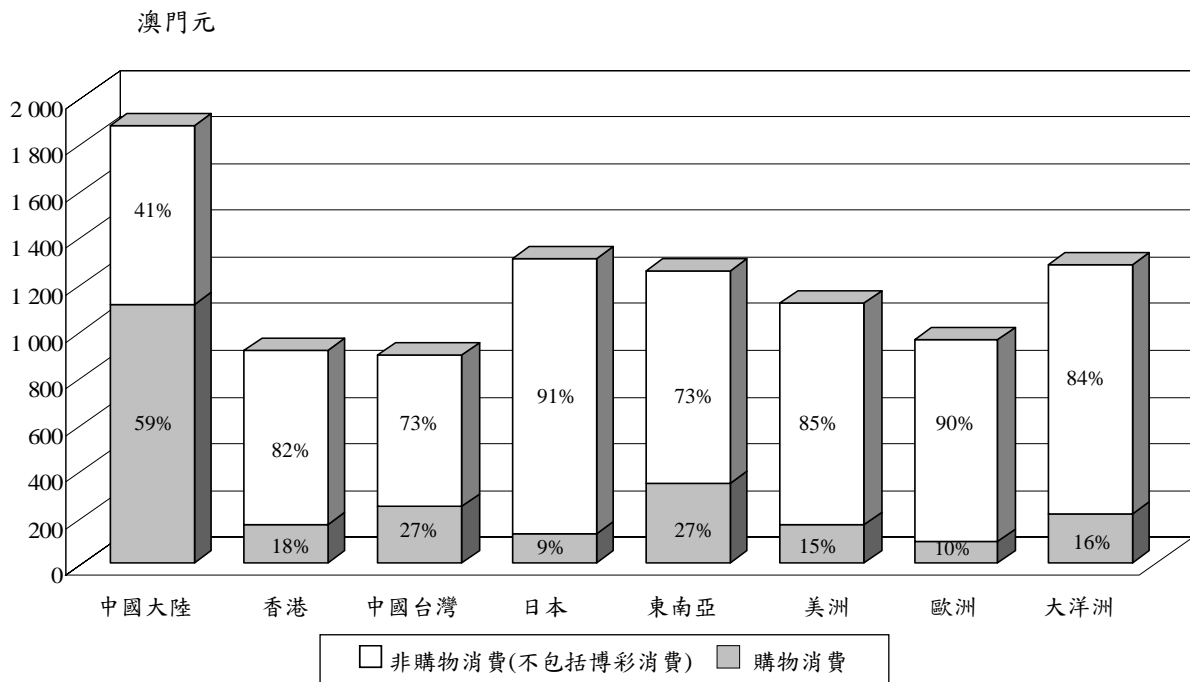
原居地	旅客			留宿旅客		不過夜旅客	
	2010年 [†] 第2季	2011年 第2季	同期變動 (%)	2011年 第2季	同期變動 (%)	2011年 第2季	同期變動 (%)
	澳門元			澳門元		澳門元	
總數	1 436	1 482	3.2	2 502	5.1	609	9.3
中國大陸	1 940	1 868	-3.7	3 150	-1.0	796	1.2
香港	795	906	14.1	1 523	15.8	402	20.7
中國台灣	561	888	58.2	2 523	35.9	178	36.9
日本	1 491	1 303	-12.6	1 956	-11.9	370	-18.7
東南亞	1 204	1 249	3.7	1 840	6.4	381	10.2
美洲	1 003	1 111	10.8	1 775	12.8	420	2.6
歐洲	1 093	952	-13.0	1 502	-15.4	368	2.8
大洋洲	1 123	1 274	13.5	2 059	21.0	439	-7.7

人均消費

旅客人均消費為1,482元，較去年第2季的1,436元增加3%。按原居地統計，中國大陸旅客的人均消費為1,868元、日本旅客為1,303元、東南亞旅客為1,249元、香港旅客為906元及中國台灣旅客為888元。2011年第2季留宿旅客的人均消費為2,502元，按年增加5%；不過夜旅客的為609元，按年上升9%。中國大陸留宿及不過夜旅客的人均消費最高，分別為3,150元及796元。

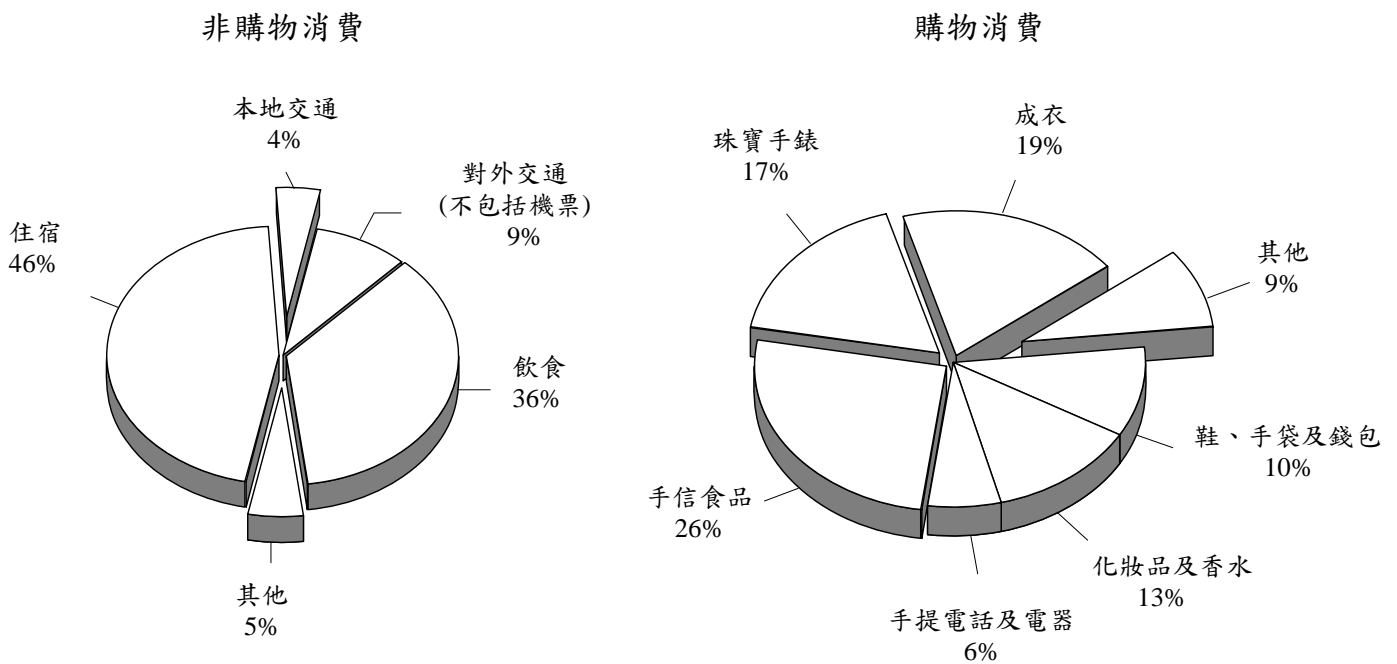
今年第2季旅客的人均非購物消費為784元，較去年同季的731元增加7%；其中住宿和飲食消費分別佔47%及36%。日本旅客的人均非購物消費最高，為1,180元；而留宿的台灣旅客人均非購物消費達1,938元。旅客的人均購物消費為698元，較去年同季的705元輕微減少1%；主要購買手信食品(26%)、成衣(19%)和珠寶手錶(17%)。內地旅客的人均購物消費最強勁，為1,103元，其中留宿的內地旅客人均購物消費達1,634元。

圖1、按原居地統計之旅客人均消費結構



在消費結構方面，中國大陸旅客用於購物的支出佔其人均消費59%；而日本、香港、中國台灣及東南亞旅客則以非購物消費為主，分別佔其人均消費91%、82%、73%及73%。

圖2、購物及非購物消費結構



同時，內地旅客的購物種類多樣，購買手信食品及珠寶手錶的消費分別各佔其人均購物消費20%、成衣佔19%、化妝品及香水佔14%和鞋、手袋及錢包佔11%；香港旅客購買手信食品支出佔其人均購物消費80%。東南亞旅客購買手信食品及成衣的支出佔其人均購物消費60%及22%；而中國台灣旅客亦同樣以購買手信食品(53%)及成衣(22%)為主。

日均消費

旅客的日均消費為1,482元，按年增加3%。內地旅客的日均消費達1,868元，東南亞、香港及中國台灣旅客的分別為1,221元、906元及888元。

逗留時間

今年第2季旅客的平均逗留時間為0.9日，與去年同季相同。留宿旅客平均逗留1.7日，按年增加0.1日；而不過夜旅客的平均逗留時間則維持在0.2日。

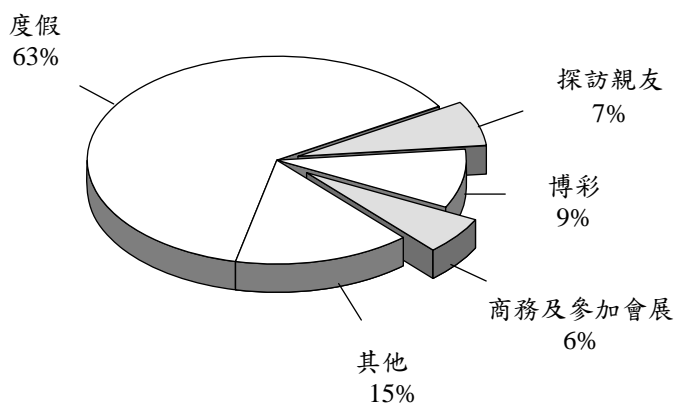
表2、旅客平均逗留時間

原居地	旅客			留宿旅客	不過夜旅客
	2010年 ^r 第2季	2011年 第2季	差異	2011年 第2季	2011年 第2季
總數	0.9	0.9	-	1.7	0.2
中國大陸	1.0	1.0	-	1.9	0.2
香港	0.8	0.8	-	1.4	0.2
中國台灣	0.5	0.6	+0.1	1.7	0.1
日本	1.1	0.9	-0.2	1.5	0.2
東南亞	1.0	1.0	-	1.6	0.2
美洲	1.0	1.0	-	1.8	0.2
歐洲	1.1	1.1	-	1.9	0.2
大洋洲	1.1	1.1	-	1.8	0.2

旅客特徵

來澳主要目的方面，以度假為主的旅客佔63%，以博彩為主佔9%，而以探訪親友與商務及參加會議為主的分別佔7%及6%。

圖3、旅客來澳主要目的



按旅客的職業統計，公營或私人機構的領導及管理人員佔25%、文員佔11%，而技術員及輔助專業人員與服務、銷售及同類工作人員各佔10%；另外，失業及非從事經濟活動人士，包括：家庭主婦、學生及退休人士佔30%。

旅客意見

根據約1,100份旅客評價調查問卷的結果顯示，2011年第2季所有被訪旅客對澳門的環境衛生及觀光點均有作出評價，旅客對環境衛生的滿意程度較高，有76%表示滿意；另外，有11%旅客則認為觀光點不足夠。

有78%的隨團被訪旅客滿意旅行社提供的服務。此外，有使用博彩場所服務及設施的被訪旅客中，81%感到滿意；對酒店及購物服務表示滿意的被訪旅客，分別佔86%及83%；而對餐廳及公共交通的服務感到滿意的分別有76%及75%。另一方面，有8%的被訪旅客認為公共交通服務需加以改善。

表3、旅客對曾使用的服務及設施之評價

服務及設施	%			
	滿意	一般	須改善	沒有意見
旅行社	78	15	4	3
酒店	86	11	3	1
餐廳及食肆	76	20	4	1
購物	83	14	2	2
公共交通	75	16	8	1
博彩場所	81	14	2	3

由於小數進位關係，百分率之和可能不等於100%。

統計及抽樣方法

2011年第2季旅客總消費(不包括博彩消費)及人均消費資料是根據約51,600份有效問卷推算；而2010年第2季的資料已重新計算，以便直接比較。

旅客消費及旅客評價調查是採用系統抽樣方法的統計調查，其抽樣對象為所有非本地居民。調查員每天在各口岸向離境旅客收集他們在澳門逗留期間的消費資料及對服務與設施的評價。

抽樣誤差

澳門元

消費類別	旅客		留宿旅客		不過夜旅客	
	2010年 ^a 第2季	2011年 第2季	2010年 ^a 第2季	2011年 第2季	2010年 ^a 第2季	2011年 第2季
人均消費	1.2	1.1	2.2	2.1	0.8	0.7
非購物消費	0.5	0.5	0.8	0.8	0.1	0.1
購物消費	1.0	0.9	1.9	1.7	0.8	0.7

概念及詞彙

旅客^a：

指任何到訪慣常活動地區外的地方，且逗留時間少於一年的人士。旅客之到訪目的並非在該地參與任何有償活動。

旅客類別：

甲) 留宿旅客：

指在旅遊地區內的私人或集體居住最少留宿一夜之旅客。為切合澳門的實際情況，還加入兩項準則，即：

- (1) 該旅客必須在澳門逗留24小時及以上或；
- (2) 儘管在澳門停留少於24小時和未有在澳門留宿，但已在酒店或同類場所所有住宿安排者亦包括在此類別內。

乙) 不過夜旅客(即日旅客)：

指並未在旅遊地區內的任何私人或集體居住場所過夜之旅客。

^a 聯合國世界旅遊組織，International Recommendations for Tourism Statistics 2008

旅客到訪主要目的：

指構成是次旅程最重要的原因；若沒有這原因，則此旅程不會成行。

旅客消費：

指旅客購買作為自用或送贈他人的商品及服務的消費；包括由旅客或他人（如：親友或僱主）支付的消費。旅客消費不包括捐款、購買固定資產及用作再出售商品的支出。

符號

- 絕對數值為零

r 修訂數字

以下統計表可在本局網頁下載

- 1- 按原居地統計的旅客特徵
- 2- 按原居地統計的旅客平均逗留時間
- 3- 按原居地統計的旅客人均消費(不包括博彩消費)
- 4- 按原居地統計的旅客人均非購物消費(不包括博彩消費)
- 5- 按原居地統計的旅客人均購物消費
- 6- 按原居地統計的旅客日均消費(不包括博彩消費)
- 7- 按原居地及消費類別統計的旅客人均非購物消費(不包括博彩消費)
- 8- 按原居地及消費類別統計的旅客人均購物消費
- 9- 按原居地統計的旅客其他特徵
- 10- 按原居地統計的旅客職業
- 11- 按原居地及消費類別統計的旅客人均消費抽樣誤差
- 12- 按原居地及消費類別統計的旅客人均購物消費抽樣誤差
- 13- 被訪旅客對旅行社服務的評價
- 14- 被訪旅客對餐廳及食肆服務的評價
- 15- 被訪旅客對酒店服務的評價
- 16- 被訪旅客對購物服務的評價
- 17- 被訪旅客對公共交通服務的評價
- 18- 被訪旅客對環境衛生的評價
- 19- 被訪旅客對觀光點的評價
- 20- 被訪旅客對博彩場所服務及設施的評價