

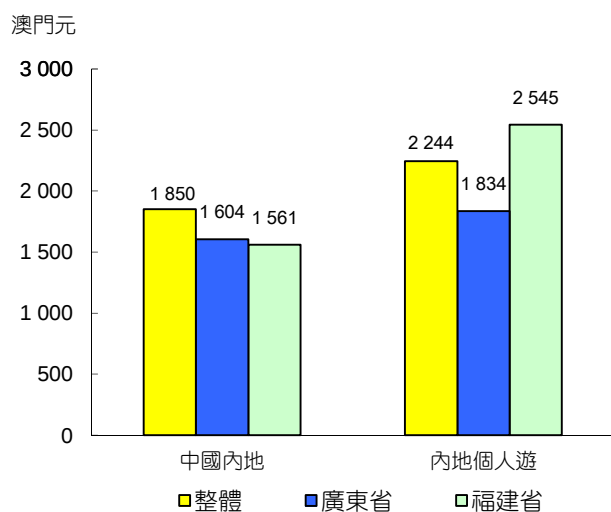
- 旅客總消費(不包括博彩)為117.0億元，按年下跌4.5%，較上季則回升1.4%；留宿及不過夜旅客總消費按年分別下跌3.0%及10.0%。
- 旅客人均消費為1,601元，按年減少4.0%，按季則上升3.4%；留宿及不過夜旅客人均消費按年分別減少9.8%及2.8%。
- 旅客消費主要用於購物(43.4%)、住宿(26.8%)及餐飲(20.9%)。
- 主要為購物而來澳的旅客人均消費最高，為2,261元，按年減少3.1%；其次為來澳參加會議展覽(2,144元)及度假(2,123元)的旅客，分別下跌10.0%及12.0%。

主要指標

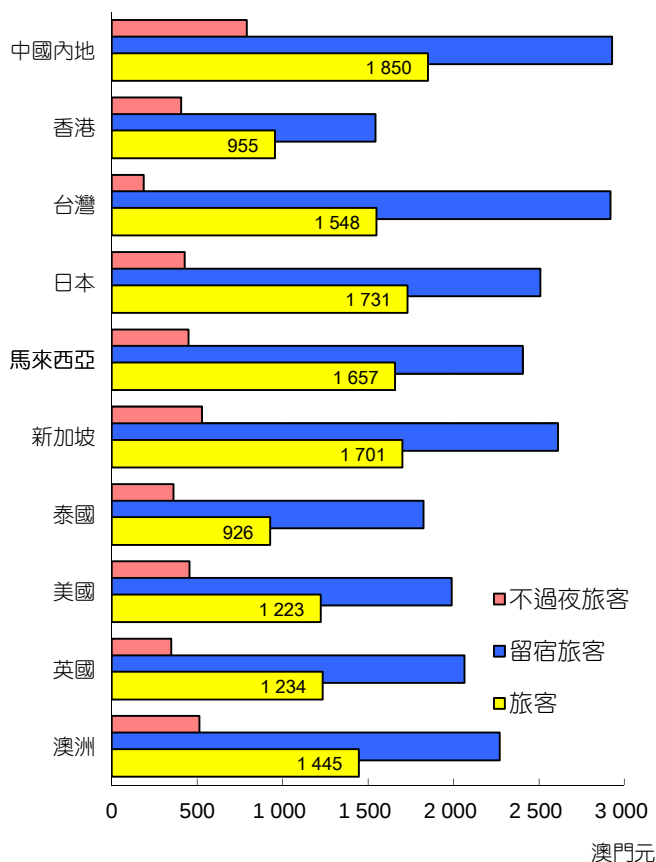
	當季	按季變動(%)	去年同季	按年變動(%)
旅客總消費(百萬澳門元)	11 697	1.4	12 251	-4.5
留宿旅客	9 295	4.9	9 581	-3.0
不過夜旅客	2 402	-10.3	2 670	-10.0
人均消費(澳門元)	1 601	3.4	1 668	-4.0
留宿旅客	2 543	0.7	2 820	-9.8
不過夜旅客	658	-3.1	676	-2.8

旅客人均消費

中國內地旅客人均消費

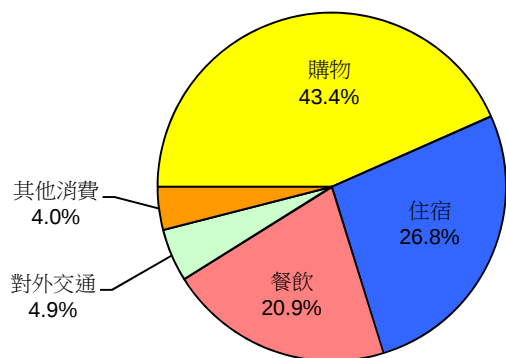


- 中國內地旅客總消費為88.8億元，按年減少7.3%，其中廣東省旅客的消費(32.9億元)下跌2.0%，而福建省旅客的更大幅下跌37.6%至3.0億元；內地留宿旅客(69.7億元，佔總數78.5%)及不過夜旅客總消費(19.1億元，佔21.5%)分別減少5.6%及12.9%。
- 中國內地旅客人均消費按年下跌8.0%，廣東省旅客的跌幅為3.2%，而福建省的更達31.1%。內地個人遊旅客方面人均消費為2,244元，按年下跌11.3%，當中廣東省及福建省的分別減少3.0%及31.7%。



- 日本、馬來西亞、香港及台灣地區旅客人均消費分別錄得12.1%、10.1%、9.8%及12.7%的按年增幅；來自新加坡旅客的則減少2.3%。長途旅客方面，英國及美國旅客人均消費按年分別上升1.8%及6.0%，而澳洲旅客則下跌5.1%。
- 留宿旅客的人均消費按年減少9.8%，其中來自中國內地的下跌15.3%。不過夜旅客的人均消費按年下跌2.8%，當中中國內地及新加坡旅客分別錄得5.6%及3.3%的跌幅。

旅客消費結構



- 在購物消費方面，旅客較多購買手信食品(195元)與化妝品及香水(161元)，按年分別減少8.9%及1.9%。
- 購買珠寶手錶的人均消費(98元)升幅較高，按年增加19.7%，而購買手袋及鞋類消費(71元)則下跌28.1%。

- 按消費類別分析，旅客消費以購物為主，佔總消費43.4%；人均購物694元，按年下跌7.6%。
- 旅客用於住宿的人均消費為429元，按年增加3.4%；用於餐飲消費為334元，減少7.8%。

旅客人均購物消費

	當季	去年同季	澳門元 變動(%)
總數	694	751	-7.6
成衣	91	103	-12.0
珠寶手錶	98	82	19.7
手信食品	195	214	-8.9
化妝品及香水	161	164	-1.9
手袋及鞋類	71	99	-28.1
其他	79	90	-12.2

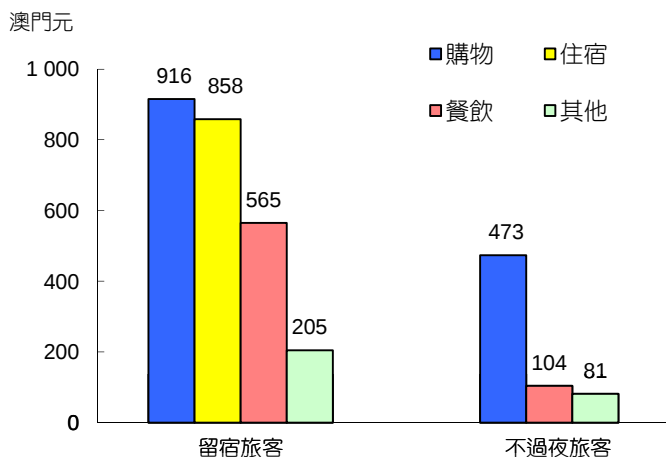
留宿及不過夜旅客人均消費

	留宿旅客	變動(%)	不過夜旅客	變動(%)
中國內地	2 928	-15.3	791	-5.6
香港	1 543	4.2	406	16.6
台灣	2 918	1.1	186	-12.5
日本	2 509	7.1	427	-1.1
馬來西亞	2 406	6.3	450	0.3
新加坡	2 611	-6.6	527	-3.3
泰國	1 825	-1.1	361	-18.6
美國	1 989	7.3	454	3.4
英國	2 064	9.2	348	-14.8
澳洲	2 271	-4.9	512	5.5

- 按國家/地區分析，來自中國內地及新加坡的留宿旅客人均消費按年分別減少15.3%及6.6%，而日本、馬來西亞、香港及台灣地區的則錄得增長。長途旅客中以英國留宿旅客的升幅較高，為9.2%。
- 留宿旅客用於購物的消費佔其總消費36.0%，住宿費用則佔33.7%；以人均計算分別為916元及858元。

- 不過夜旅客中以中國內地及新加坡的人均消費較高，但仍按年分別下跌5.6%及3.3%；來自香港的不過夜旅客之人均消費則錄得16.6%的增幅。長途旅客中以澳洲不過夜旅客的人均消費最高，按年上升5.5%。
- 不過夜旅客的購物消費佔其總消費71.9%，人均購物473元；用於餐飲的消費佔15.8%，人均104元。

按類別的旅客人均消費



按旅客來澳主要目的統計的人均消費

	旅客結構		人均消費		
	2016 (%)	2015 [†] (%)	2016 (澳門元)	2015 (澳門元)	變動 (%)
參加會展	1.0	0.5	2 144	2 382	-10.0
度假	50.9	43.8	2 123	2 412	-12.0
購物	8.1	8.3	2 261	2 333	-3.1
業務公幹	4.5	5.1	1 573	1 528	2.9
探親	5.5	6.0	1 288	1 311	-1.8
博彩	6.7	8.3	1 143	1 204	-5.1
過境	18.3	22.7	309	474	-34.8

- 按經濟活動狀況分析，職業為公營或私人機構的領導及管理人員的旅客佔20.6%，按年微減0.4個百分點；其次為文員，有13.2%，佔比與去年同期持平。
- 屬非在職人士(如家庭主婦及退休人士等)的旅客佔31.2%，較2015年同季增加2.7個百分點。

- 按旅客來澳目的的分析，為購物而來澳的旅客之人均消費最高，有2,261元，按年減少3.1%；其旅客數目的比例(8.1%)則輕微減少0.2個百分點。
- 來澳參加會議展覽及度假的旅客人均消費分別為2,144元及2,123元，按年分別下跌10.0%及12.0%。參與會展的旅客只佔旅客總數1.0%，主要來澳度假的旅客佔比為50.9%，相關比例按年分別增加0.5及7.1個百分點。
- 有18.3%的旅客來澳之主要目的為過境，其人均消費僅為309元，按年下跌34.8%。

旅客經濟活動狀況

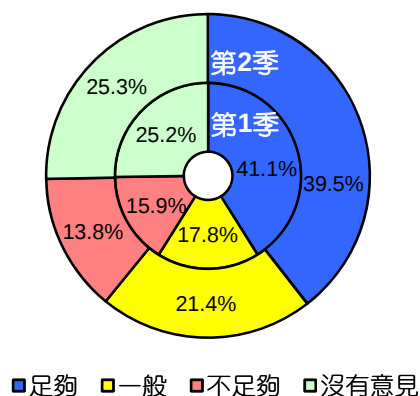
	結構(%)	差異(百分點)
公營或私人機構的領導及管理人員	20.6	-0.4
專業人員	9.1	-1.2
技術員及輔助專業人員	12.3	-0.4
文員	13.2	-
服務及銷售人員	9.3	-0.5
其他在職人士	4.3	-0.2
非在職人士	31.2	2.7

旅客評價

	滿意	按季差異 (百分點)	一般	按季差異 (百分點)	須改善	按季差異 (百分點)	沒有意見	% 按季差異 (百分點)
環境衛生	78.4	-4.8	17.5	3.6	1.9	0.1	2.2	1.1
公共設施	67.0	-4.3	15.6	1.9	7.2	0.8	10.2	1.6
旅行社	90.8	1.0	4.6	-2.5	1.5	1.5	3.1	-
酒店	90.1	0.2	8.8	0.4	0.7	-0.5	0.4	-0.1
博彩場所	81.8	-4.3	13.7	3.4	1.7	0.7	2.8	0.2
餐廳及食肆	75.8	-3.2	19.8	3.5	4.0	0.2	0.4	-0.5
購物	82.5	-1.9	14.5	1.8	1.5	-0.8	1.5	0.9
公共交通	70.7	-0.6	18.2	1.8	9.3	-1.4	1.8	0.2

- 根據旅客評價調查結果顯示，有90.8%的旅客滿意旅行社服務，按季上升1.0個百分點；表示對酒店服務及設施滿意的旅客亦微升0.2個百分點至90.1%。
- 旅客認為觀光點足夠的比例僅有39.5%，按季減少1.6個百分點；對環境衛生及公共設施感到滿意的為78.4%及67.0%，分別下跌4.8個及4.3個百分點。
- 表示公共交通服務須改善的旅客比例較高，有9.3%，按季下跌1.4個百分點。

旅客對澳門觀光點的評價



抽樣誤差

澳門元

	人均消費	購物	住宿	餐飲
旅客	1.0	0.8	0.3	0.2
留宿旅客	1.7	1.3	0.5	0.4
不過夜旅客	0.7	0.7	..	0.1

歷年第2季資料

	2011	2012	2013	2014	2015
總消費 (百萬澳門元)	10 102	11 366	13 940	16 261	12 251
留宿旅客	7 866	9 341	11 721	13 773	9 581
不過夜旅客	2 237	2 025	2 219	2 488	2 670
人均消費 (澳門元)	1 482	1 713	1 973	2 141	1 668
留宿旅客	2 502	2 895	3 396	3 915	2 820
不過夜旅客	609	594	614	610	676

統計方法

旅客消費及旅客評價調查採用系統抽樣方法進行，對象為所有非本地居民。工作人員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，以及對服務和設施的評價。

詞彙解釋

旅客：任何到訪慣常活動地區以外地方，且逗留時間少於一年的人士；其到訪目的並非在該地參與任何有償活動。

旅客類別：

留宿旅客：包括在旅遊地區的住宅單位、娛樂場等地最少逗留一晚的旅客；或已在酒店/公寓安排住宿的旅客。

不過夜旅客：指未在旅遊地區的任何住宅單位、酒店/公寓，又或娛樂場等地過夜，亦沒有在酒店/公寓安排住宿的旅客。

旅客到訪主要目的：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：旅客購買作為自用或送贈他人的商品及服務消費；包括由旅客或他人(如：親友或僱主)支付的消費。旅客消費不包括博彩、捐款、購買資產及用作再出售商品的支出。

註：旅客定義是參考聯合國世界旅遊組織International Recommendations for Tourism Statistics 2008

符號註釋：

- 絕對數值為零

.. 不適用

r 修訂數字

詳細資料請瀏覽：

http://www.dsec.gov.mo/c/visitor_expenditure.aspx

