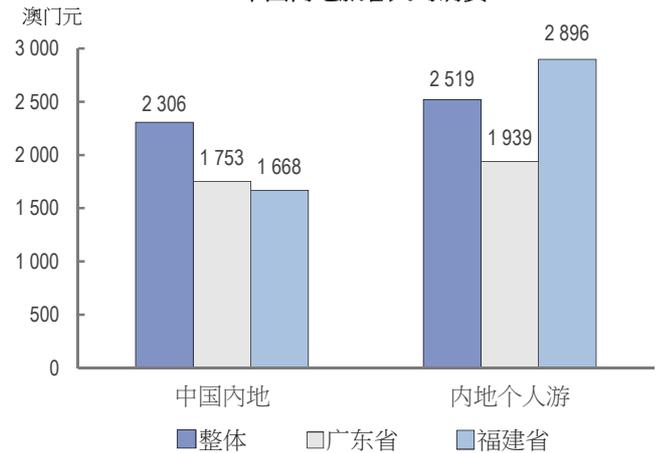


- 旅客总消费(不包括博彩)为183.5亿元,按年上升15.2%。留宿旅客的总消费为152.4亿元,不过夜旅客有31.1亿元,升幅分别为17.3%及5.9%。
- 旅客人均消费为2,039元,同比增加5.9%;留宿旅客人均消费录得9.9%升幅,不过夜旅客则下跌4.9%。
- 旅客消费主要用于购物(50.3%)、住宿(24.2%)及餐饮(18.2%)。
- 来澳度假之旅客人均消费(2,814元)按年上升17.9%,来澳参加会展(2,581元)及购物(2,304元)则分别下跌26.7%及11.6%。

主要指标

	当季	去年同季	变动(%)
旅客总消费(百万澳门元)	18 352	15 931	15.2
留宿旅客	15 241	12 993	17.3
不过夜旅客	3 111	2 939	5.9
人均消费(澳门元)	2 039	1 926	5.9
留宿旅客	3 145	2 862	9.9
不过夜旅客	749	788	-4.9

中国内地旅客人均消费

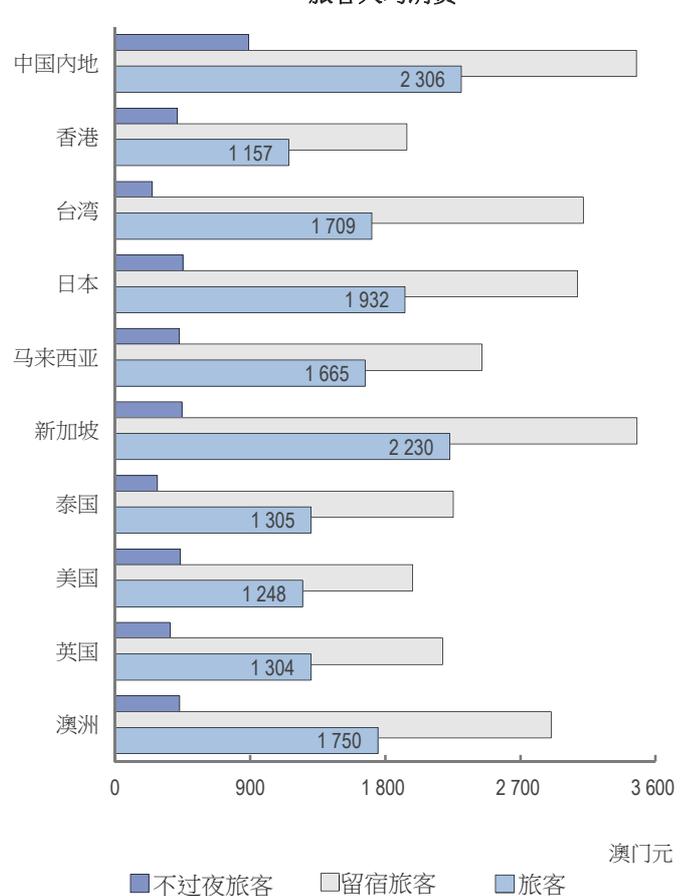


- 中国内地旅客的总消费达150.3亿元(占整体旅客消费81.9%),按年上升18.9%;广东省旅客(47.6亿元)及福建省旅客的消费(4.3亿元)分别增加9.1%及9.2%。内地留宿旅客(124.1亿元)及不过夜旅客的消费(26.2亿元)分别增加21.9%及6.4%。
- 在人均消费方面,中国内地旅客人均消费同比上升5.0%至2,306元;福建省旅客消费(1,668元)增加1.3%,广东省旅客(1,753元)则下跌6.6%。内地个人游旅客人均消费(2,519元)录得2.6%减幅,广东省的下跌7.7%,福建省则上升6.4%。

新加坡及台湾地区的旅客人均消费同比分别增加6.0%及2.2%,马来西亚旅客则录得8.4%跌幅。澳洲及英国旅客人均消费有所上升,美国则减少。

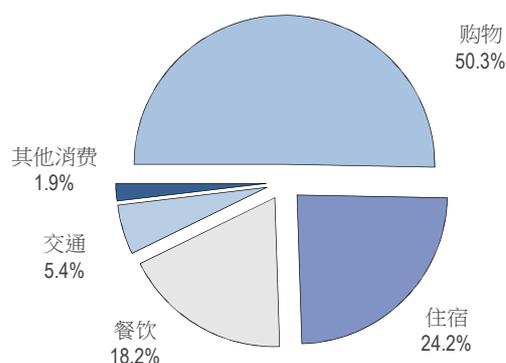
- 留宿旅客的人均消费(3,145元)按年上升9.9%;其中新加坡(3,478元)及中国内地留宿旅客的人均消费(3,473元)较高。不过夜旅客人均消费(749元)下跌4.9%;以中国内地旅客(890元)最高。

旅客人均消费



旅客消费结构

- 在消费类别方面，有50.3%消费用于购物，相应的人均消费按年上升14.8%至1,027元。中国内地旅客有57.0%的消费用于购物(人均1,314元)，个人游旅客购物消费的比例更达60.9%(人均1,535元)。



旅客购买的商品，化妆品及香水(人均339元)较去年同季大幅上升46.3%，手信食品(人均252元)则下跌4.7%。中国内地旅客购买化妆品及香水的消费(人均465元)较其他国家及地区为高，而购买手信食品则以新加坡旅客的消费(人均302元)最高。

- 旅客用于住宿(493元)及餐饮的人均消费(371元)分别录得3.8%及0.1%跌幅。在住宿方面的人均消费以新加坡旅客(1,015元)最高，餐饮消费则以新加坡(487元)及日本旅客(476元)较高。

旅客人均购物消费

	当季	去年同季	变动(%)
总数	1 027	894	14.8
成衣	179	141	27.1
珠宝手表	91	72	26.4
手信食品	252	264	-4.7
化妆品及香水	339	232	46.3
手袋及鞋类	102	98	4.5
其他	64	87	-27.2

留宿及不过夜旅客人均消费

	澳门元			
	留宿旅客	变动(%)	不过夜旅客	变动(%)
中国内地	3 473	10.1	890	-8.7
香港	1 944	5.3	415	3.3
台湾	3 119	3.3	247	6.2
日本	3 081	-0.1	451	3.4
马来西亚	2 444	-7.5	426	15.9
新加坡	3 478	6.8	444	-7.6
泰国	2 253	5.4	281	-24.8
美国	1 982	-5.5	433	9.8
英国	2 182	2.3	365	2.8
澳洲	2 904	8.9	430	4.2

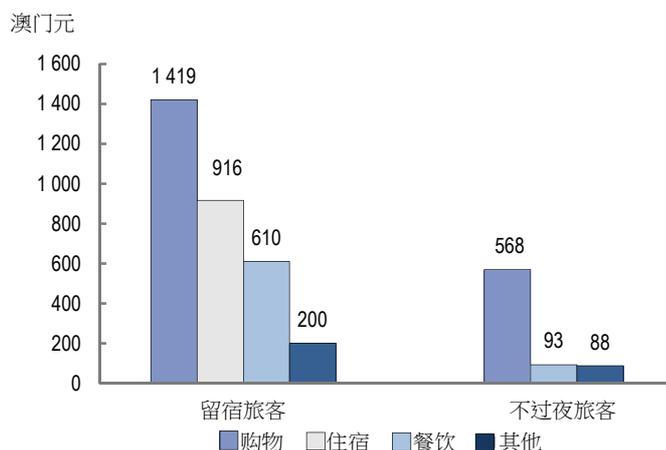
- 留宿旅客的人均消费方面，中国内地(+10.1%)及澳洲旅客(+8.9%)的增幅较高，马来西亚(-7.5%)、美国(-5.5%)及日本旅客(-0.1%)则有所下跌。

留宿旅客用于购物及餐饮的消费分别为1,419元(占其人均消费45.1%)及610元(占19.4%)，按年上升22.9%及4.7%；住宿消费有916元(占29.1%)，减少2.0%。

- 不过夜旅客的人均消费以马来西亚旅客的升幅最高，达15.9%；其次为美国(+9.8%)及台湾地区旅客(+6.2%)。另一方面，泰国旅客消费的跌幅(-24.8%)最为显著。

不过夜旅客的购物消费同比减少1.3%至568元，占其人均消费比例高达75.9%；购买的商品主要为化妆品及香水(人均233元)，录得60.9%明显增幅。此外，用于餐饮方面的人均消费有93元，减少19.3%。

按类别的旅客人均消费



按旅客来澳主要目的统计的人均消费

	旅客结构(%)		人均消费(澳门元)		
	当季	去年同期	当季	去年同期	变动(%)
整体	100.0	100.0	2 039	1 926	5.9
其中：					
参加会展	0.5	1.1	2 581	3 520	-26.7
购物	7.8	5.1	2 304	2 607	-11.6
度假	57.1	60.0	2 814	2 386	17.9
探亲	3.3	6.0	1 214	2 143	-43.3
业务公干	4.5	4.7	1 056	1 325	-20.3
博彩	2.2	3.0	1 455	970	50.0
过境	14.8	10.2	312	291	7.1

按旅客来澳主要目的统计之人均消费，来澳度假的(2,814元)上升17.9%，而参加会展(2,581元)及购物(2,304元)则分别下跌26.7%及11.6%。

在旅客结构方面，有57.1%旅客主要来澳度假，同比减少2.9个百分点；来澳探亲(占3.3%)及参加会展(占0.5%)的旅客分别下跌2.7个百分点及0.6个百分点。另一方面，来澳购物的旅客占比则增加2.7个百分点至7.8%。

按旅客的经济活动状况分析，公营或私人机构的领导及管理人员(占22.1%)按年减少1.7个百分点，技术员及辅助专业人员(占18.3%)及文员(占15.6%)则分别增加7.4个百分点及0.7个百分点。

非在职人士(如家庭主妇及退休人士等)的旅客占比为21.0%，同比下降5.2个百分点。

旅客经济活动状况

	当季结构(%)	按年差异(百分点)
公营或私人机构的领导及管理人员	22.1	-1.7
专业人员	9.2	-4.6
技术员及辅助专业人员	18.3	7.4
文员	15.6	0.7
服务及销售员	8.4	0.6
其他在职人士	5.4	2.8
非在职人士	21.0	-5.2

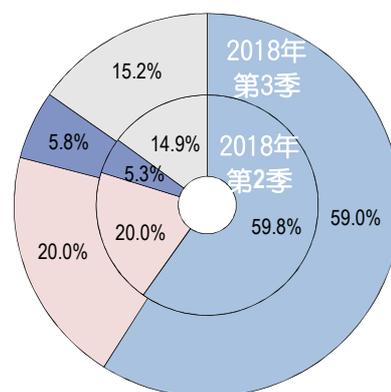
旅客评价

	满意	按季差异(百分点)	一般	按季差异(百分点)	须改善	按季差异(百分点)	没有意见	按季差异(百分点)
环境卫生	84.9	0.2	13.0	0.2	0.8	-	1.3	-0.4
公共设施	81.1	0.6	13.6	0.3	1.9	-0.2	3.4	-0.7
旅行社	79.4	0.9	16.6	0.4	1.6	-	2.4	-1.3
酒店	89.7	1.9	8.3	-0.7	1.2	-0.3	0.8	-0.9
博彩场所	80.0	1.8	15.6	-0.4	1.2	-0.5	3.2	-0.9
餐厅及食肆	79.0	1.3	18.0	-	1.3	-0.2	1.7	-1.1
购物	82.2	2.2	14.6	-1.2	1.2	-0.1	2.0	-0.9
公共交通	71.3	-0.3	18.7	0.8	7.9	0.4	2.1	-0.9

旅客对公共交通的满意度(71.3%)较上一季微跌0.3个百分点；满意酒店服务(89.7%)、环境卫生(84.9%)、购物服务(82.2%)及公共设施(81.1%)的旅客比例分别增加1.9个百分点、0.2个百分点、2.2个百分点及0.6个百分点。

旅客认为本澳观光点足够的比例(59.0%)较第2季微减0.8个百分点。

旅客对澳门观光点的评价



■足够 ■一般 ■不足够 ■没有意见

抽样误差	澳门元			
	人均消费	购物	住宿	餐饮
旅客	1.0	0.8	0.3	0.2
留宿旅客	1.6	1.3	0.5	0.3
不过夜旅客	0.6	0.6	..	0.1

历年第3季资料	2013	2014	2015	2016	2017
	总消费(百万澳门元)	14 803	15 486	12 467	14 636
留宿旅客	12 260	12 879	9 809	11 921	12 993
不过夜旅客	2 543	2 607	2 658	2 715	2 939
人均消费(澳门元)	1 905	1 878	1 540	1 806	1 926
留宿旅客	3 179	3 310	2 519	2 809	2 862
不过夜旅客	650	599	632	703	788

统计方法

旅客消费调查自2017年6月开始采用配额抽样方法进行，对象为所有旅客。工作人员在各口岸收集受访离境旅客在澳门逗留期间的消费资料，以及对服务和设施的评价。

词汇解释

旅客¹：任何到访惯常活动地区以外地方，且逗留时间少于一年的人士；其到访目的并非在该地参与任何有偿活动。

旅客类别：

留宿旅客：包括在旅游地区的住宅单位、娱乐场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。

不过夜旅客：指未在旅游地区的任何住宅单位、酒店/公寓，又或娱乐场等地过夜，亦没有在酒店/公寓安排住宿的旅客。

旅客到访主要目的¹：构成是次旅程最重要的原因；若没有这原因，则此旅程不会成行。

旅客消费¹：旅客购买作为自用或送赠他人的商品及服务消费；包括由旅客或他人(如：亲友或雇主)支付的消费。旅客消费不包括博彩、捐款、购买资产及用作再出售商品的支出。

注1：相关定义是参考联合国世界旅游组织International Recommendations for Tourism Statistics 2008

符号注释：

- 绝对数值为零
- .. 不适用
- % 百分率

详细资料请浏览：

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

