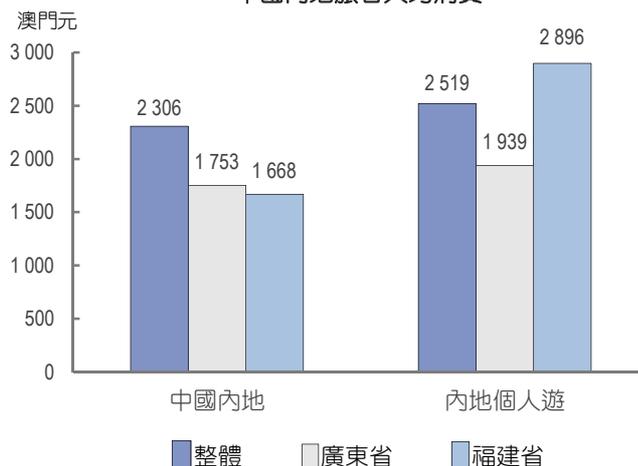


- 旅客總消費(不包括博彩)為183.5億元，按年上升15.2%。留宿旅客的總消費為152.4億元，不過夜旅客有31.1億元，升幅分別為17.3%及5.9%。
- 旅客人均消費為2,039元，同比增加5.9%；留宿旅客人均消費錄得9.9%升幅，不過夜旅客則下跌4.9%。
- 旅客消費主要用於購物(50.3%)、住宿(24.2%)及餐飲(18.2%)。
- 來澳度假之旅客人均消費(2,814元)按年上升17.9%，來澳參加會展(2,581元)及購物(2,304元)則分別下跌26.7%及11.6%。

主要指標

	當季	去年同季	變動(%)
旅客總消費(百萬澳門元)	18 352	15 931	15.2
留宿旅客	15 241	12 993	17.3
不過夜旅客	3 111	2 939	5.9
人均消費(澳門元)	2 039	1 926	5.9
留宿旅客	3 145	2 862	9.9
不過夜旅客	749	788	-4.9

中國內地旅客人均消費



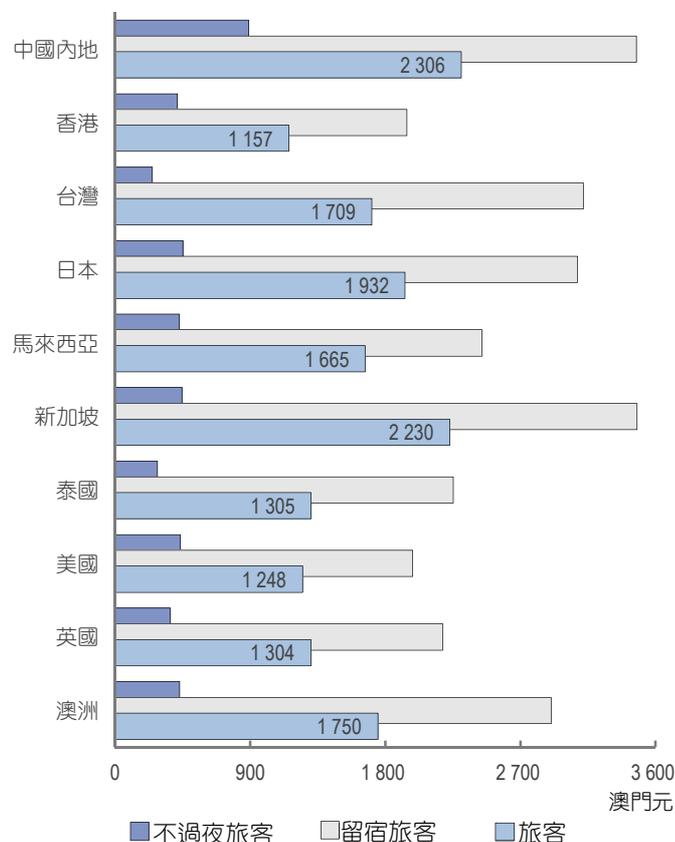
- 中國內地旅客的總消費達150.3億元(佔整體旅客消費81.9%)，按年上升18.9%；廣東省旅客(47.6億元)及福建省旅客的消費(4.3億元)分別增加9.1%及9.2%。內地留宿旅客(124.1億元)及不過夜旅客的消費(26.2億元)分別增加21.9%及6.4%。

- 在人均消費方面，中國內地旅客人均消費同比上升5.0%至2,306元；福建省旅客消費(1,668元)增加1.3%，廣東省旅客(1,753元)則下跌6.6%。內地個人遊旅客人均消費(2,519元)錄得2.6%減幅，廣東省的下跌7.7%，福建省則上升6.4%。

新加坡及台灣地區的旅客人均消費同比分別增加6.0%及2.2%，馬來西亞旅客則錄得8.4%跌幅。澳洲及英國旅客人均消費有所上升，美國則減少。

- 留宿旅客的人均消費(3,145元)按年上升9.9%；其中新加坡(3,478元)及中國內地留宿旅客的人均消費(3,473元)較高。不過夜旅客人均消費(749元)下跌4.9%；以中國內地旅客(890元)最高。

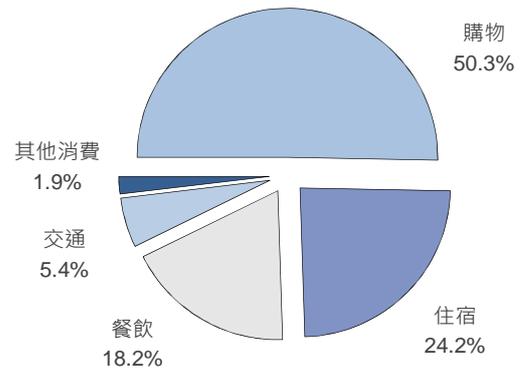
旅客人均消費



旅客消費結構

- 在消費類別方面，有50.3%消費用於購物，相應的人均消費按年上升14.8%至1,027元。中國內地旅客有57.0%的消費用於購物(人均1,314元)，個人遊旅客購物消費的比例更達60.9%(人均1,535元)。

旅客購買的商品，化妝品及香水(人均339元)較去年同季大幅上升46.3%，手信食品(人均252元)則下跌4.7%。中國內地旅客購買化妝品及香水的消費(人均465元)較其他國家及地區為高，而購買手信食品則以新加坡旅客的消費(人均302元)最高。



- 旅客用於住宿(493元)及餐飲的人均消費(371元)分別錄得3.8%及0.1%跌幅。在住宿方面的人均消費以新加坡旅客(1,015元)最高，餐飲消費則以新加坡(487元)及日本旅客(476元)較高。

旅客人均購物消費

澳門元

	當季	去年同季	變動(%)
總數	1 027	894	14.8
成衣	179	141	27.1
珠寶手錶	91	72	26.4
手信食品	252	264	-4.7
化妝品及香水	339	232	46.3
手袋及鞋類	102	98	4.5
其他	64	87	-27.2

留宿及不過夜旅客人均消費

澳門元

	留宿旅客	變動(%)	不過夜旅客	變動(%)
中國內地	3 473	10.1	890	-8.7
香港	1 944	5.3	415	3.3
台灣	3 119	3.3	247	6.2
日本	3 081	-0.1	451	3.4
馬來西亞	2 444	-7.5	426	15.9
新加坡	3 478	6.8	444	-7.6
泰國	2 253	5.4	281	-24.8
美國	1 982	-5.5	433	9.8
英國	2 182	2.3	365	2.8
澳洲	2 904	8.9	430	4.2

- 留宿旅客的人均消費方面，中國內地(+10.1%)及澳洲旅客(+8.9%)的增幅較高，馬來西亞(-7.5%)、美國(-5.5%)及日本旅客(-0.1%)則有所下跌。

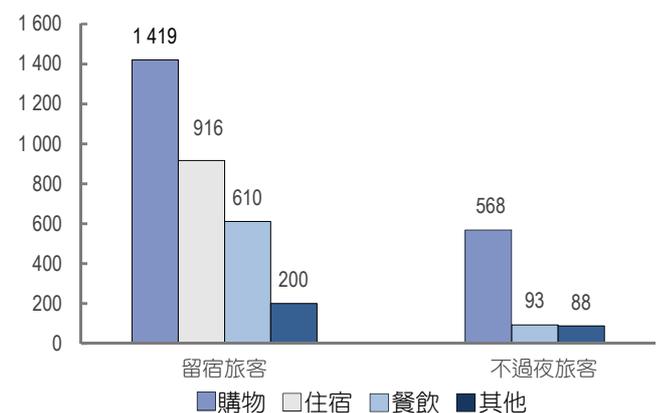
留宿旅客用於購物及餐飲的消費分別為1,419元(佔其人均消費45.1%)及610元(佔19.4%)，按年上升22.9%及4.7%；住宿消費有916元(佔29.1%)，減少2.0%。

- 不過夜旅客的人均消費以馬來西亞旅客的升幅最高，達15.9%；其次為美國(+9.8%)及台灣地區旅客(+6.2%)。另一方面，泰國旅客消費的跌幅(-24.8%)最為顯著。

不過夜旅客的購物消費同比減少1.3%至568元，佔其人均消費比例高達75.9%；購買的商品主要為化妝品及香水(人均233元)，錄得60.9%明顯增幅。此外，用於餐飲方面的人均消費有93元，減少19.3%。

按類別的旅客人均消費

澳門元



按旅客來澳主要目的統計的人均消費

	旅客結構(%)		人均消費(澳門元)		
	當季	去年同期	當季	去年同期	變動(%)
整體	100.0	100.0	2 039	1 926	5.9
其中：					
參加會展	0.5	1.1	2 581	3 520	-26.7
購物	7.8	5.1	2 304	2 607	-11.6
度假	57.1	60.0	2 814	2 386	17.9
探親	3.3	6.0	1 214	2 143	-43.3
業務公幹	4.5	4.7	1 056	1 325	-20.3
博彩	2.2	3.0	1 455	970	50.0
過境	14.8	10.2	312	291	7.1

旅客經濟活動狀況

	當季結構(%)	按年差異(百分點)
公營或私人機構的領導及管理人員	22.1	-1.7
專業人員	9.2	-4.6
技術員及輔助專業人員	18.3	7.4
文員	15.6	0.7
服務及銷售人員	8.4	0.6
其他在職人士	5.4	2.8
非在職人士	21.0	-5.2

按旅客來澳主要目的統計之人均消費，來澳度假的(2,814元)上升17.9%，而參加會展(2,581元)及購物(2,304元)則分別下跌26.7%及11.6%。

在旅客結構方面，有57.1%旅客主要來澳度假，同比減少2.9個百分點；來澳探親(佔3.3%)及參加會展(佔0.5%)的旅客分別下跌2.7個百分點及0.6個百分點。另一方面，來澳購物的旅客佔比則增加2.7個百分點至7.8%。

按旅客的經濟活動狀況分析，公營或私人機構的領導及管理人員(佔22.1%)按年減少1.7個百分點，技術員及輔助專業人員(佔18.3%)及文員(佔15.6%)則分別增加7.4個百分點及0.7個百分點。

非在職人士(如家庭主婦及退休人士等)的旅客佔比為21.0%，同比下降5.2個百分點。

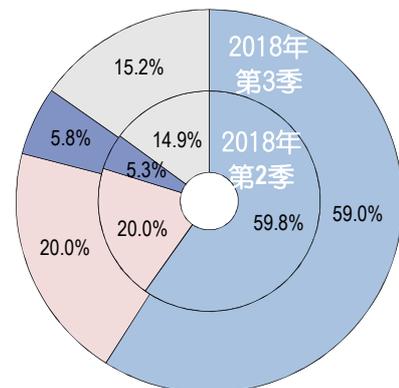
旅客評價

	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	84.9	0.2	13.0	0.2	0.8	-	1.3	-0.4
公共設施	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
博彩場所	80.0	1.8	15.6	-0.4	1.2	-0.5	3.2	-0.9
餐廳及食肆	79.0	1.3	18.0	-	1.3	-0.2	1.7	-1.1
購物	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

旅客對公共交通的滿意度(71.3%)較上一季微跌0.3個百分點；滿意酒店服務(89.7%)、環境衛生(84.9%)、購物服務(82.2%)及公共設施(81.1%)的旅客比例分別增加1.9個百分點、0.2個百分點、2.2個百分點及0.6個百分點。

旅客認為本澳觀光點足夠的比例(59.0%)較第2季微減0.8個百分點。

旅客對澳門觀光點的評價



■ 足夠 ■ 一般 ■ 不足夠 ■ 沒有意見

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	1.6	1.3	0.5	0.3
不過夜旅客	0.6	0.6	..	0.1

歷年第3季資料	2013	2014	2015	2016	2017
	總消費(百萬澳門元)	14 803	15 486	12 467	14 636
留宿旅客	12 260	12 879	9 809	11 921	12 993
不過夜旅客	2 543	2 607	2 658	2 715	2 939
人均消費(澳門元)	1 905	1 878	1 540	1 806	1 926
留宿旅客	3 179	3 310	2 519	2 809	2 862
不過夜旅客	650	599	632	703	788

統計方法

旅客消費調查自2017年6月開始採用配額抽樣方法進行，對象為所有旅客。工作人員在各口岸收集受訪離境旅客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¹：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¹：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¹：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1：相關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
- % 百分率

詳細資料請瀏覽：

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

