

# 澳門博彩旅遊消費發展——現狀特徵與未來展望

周金泉 何文晉

**[摘要]** 博彩旅遊消費是澳門博彩旅遊產業發展和產業升級關鍵點。本文通過對澳門博彩旅遊消費的特徵、現狀、趨勢和制約瓶頸等根本性問題的具體分析，在此基礎上提出了一些澳門博彩旅遊消費發展建議，包括：集中發展博彩旅遊消費新品牌、拓展博彩旅遊消費空間和管道、持續推進博彩旅遊消費環境改進、促進博彩旅遊消費整合創新和實現博彩旅遊消費的協同效應。

**[關鍵詞]** 博彩 旅遊消費 特徵 現狀 未來展望

澳門旅遊發展無不打上了博彩的深深印記，早在 1911 年，《澳門政府施政綱領》開誠佈公地指出“無博彩澳門將陷入空前的困境”。<sup>①</sup>長期以來博彩旅遊業一直是澳門經濟發展中最重要產業之一，澳門回歸的二十年來，澳門博彩旅遊業借助中國經濟的騰飛也快速發展。特別是 2002 年賭權開放後，外資積極湧入澳門，引發了博彩業爆炸式增長，澳門成為世界博彩收入最高的城市，也成為全球博彩旅遊的新地標。中央政府一直大力支持澳門的發展，尤其在旅遊業方面，使澳門旅遊業得以持續發展。2011 年，國家“十二五”規劃中明確提出把澳門發展成為“世界旅遊休閒中心”的戰略構想，在隨後的“十三五”規劃中亦進一步明確了該定位。2019 年，《粵港澳大灣區發展規劃綱要》明確澳門未來要建設世界旅遊休閒中心、中國與葡語國家商貿合作服務平台、以及打造以中華文化為主流、多元文化共存的交流合作基地，為澳門旅遊業的發展開拓了新契機。

澳門回歸的二十年來，正在形成澳門旅遊資源豐富與旅遊空間狹小、博彩旅遊需求的內地化與博彩旅遊供給的國際化等矛盾，澳門博彩旅遊產業發展的道路並非一帆風順。在全球化的過程中，這些矛盾受到經濟、技術、社會和環境劇烈變化的深刻影響，澳門博彩旅遊發展又到了一個歷史性選擇的路口。為此，本文將立足於現階段博彩旅遊消費特徵趨勢，在全面回顧博彩旅遊消費有關研究和綜合運用澳門博彩旅遊的歷史資料基礎上，對澳門博彩旅遊發展基本特徵、態勢及制約瓶頸等整體性和根本性問題進行分析，並提出未來發展的路徑。

**作者簡介：**周金泉，澳門理工大學副教授；何文晉，北京理工大學珠海學院副教授。珠海 519088

<sup>①</sup>[葡]施白蒂 (Beatriz Basto da Silva)：《澳門編年史（二十世紀 1900—1949）》，金國平譯，澳門：澳門基金會，1999 年，第 60、126—127 頁。

## 一、澳門博彩旅遊消費發展的相關研究

### (一) 有關博彩旅遊消費定義及特徵

旅遊消費是在人們基本生活需要滿足之後而產生的更高層次的消費需要。從最終消費支出組成來看，購買旅遊產品來滿足個人享受和發展需要的各種費用之支出，包括因住宿、膳食、交通運輸、文化娛樂、參觀遊覽、購物等等引起的支出。<sup>①</sup>這些費用支出構成了聯合國和世界旅遊組織等國際機構推薦的旅遊衛星帳戶（TSA, Tourism Satellite Account）的統計核算。因此，從統計經濟口徑來看，旅遊產業是一個寬泛的概念。在全球賭博的合法化的影響下，博彩產業與旅遊產業緊密關聯在一起，並影響旅遊產業的發展。<sup>②</sup>其中賭場的旅遊價值最高，體育博彩有少量作用，而彩票沒有作用。<sup>③</sup>隨着世界博彩產業爆發式發展，博彩業的旅遊價值呈現邊際遞減效應，因而博彩對旅遊的促進作用是有歷史局限性的。<sup>④</sup>博彩旅遊狹義上被認為是一種“特殊興趣旅遊”，即遊客為了滿足其博彩這種特殊興趣而到特定的目的地去，並且實現了其圍繞某興趣主題的旅行。“特殊興趣旅行”是因為近年與作為“大眾旅遊”對立面而日益湧現的“利基旅遊”（Niche Tourism）的研究相關，博彩旅遊就是一種“利基旅遊”。<sup>⑤</sup>因此，博彩旅遊可以定義為一個整體性概念，博彩旅遊消費滿足了博彩與旅遊的需求，博彩旅遊消費支出涵蓋了博彩與旅遊相關的各種費用支出。從博彩旅遊消費動機看，不同地區和不同文化水平的消費者在博彩動機存在差異。<sup>⑥</sup>目前遊客前往澳門參與博彩旅遊的內在原因主要由休閒動機、贏錢動機、享樂動機、控制動機、學習動機、社交聲譽動機、功能吸引動機、美食娛樂吸引動機。隨着體驗經濟時代的來臨與休閒博彩全球化發展，人們的需求也越來越多樣化，以往參與博彩活動時單純追求贏錢獲利的目的已逐漸發生改變，呈現博彩動機多元化，<sup>⑦</sup>對應着多樣化的博彩旅遊消費。

### (二) 澳門博彩旅遊消費發展的影響因素

寬泛地來看，影響博彩旅遊發展的因素包括政治、經濟、社會、技術、媒體和產業。<sup>⑧</sup>李振環、王亞玲認為影響內地居民前往澳門的因素包括地區生產總值、城鎮居民可支配收入、年末人口數、居民消費水平、旅行社數量五個因素。<sup>⑨</sup>厲新建、漆家進、宋彥亭的研

<sup>①</sup>鄭家亨：《統計大辭典》，北京：中國統計出版社，1995年，第747頁。

<sup>②</sup>T. MacLaurin, D. MacLaurin, “Casino Gaming and Tourism in Canada,” *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 15, Issue 6 (2003), pp. 328-332.

<sup>③</sup>王五一：《論旅遊業與博彩業的產業關聯》，《澳門理工學報（人文社會科學版）》（澳門）2011年第4期，第74—82頁。

<sup>④</sup>王五一：《博彩業對旅遊業的促進作用及其局限》，《國際經貿探索》（廣州）2013年第2期，第68—78頁。

<sup>⑤</sup>阮建中：《歐美博彩旅遊業研究述評》，《旅遊學刊》（北京）2010年第9期，第89—95頁。

<sup>⑥</sup>曾韜：《國內外不同文化水平群體的博彩動機差異研究》，《華南理工大學學報（社會科學版）》（廣州）2018年第5期，第116—128頁。

<sup>⑦</sup>曾韜：《休閒體驗時代澳門博彩旅遊業的轉型》，《開放導報》（深圳）2016年第5期，第48—51頁。

<sup>⑧</sup>D. R. Judd, S. S. Fainstein, *The Tourist City*, New Haven: Yale University Press, 1999, pp. 115-117.

<sup>⑨</sup>李振環、王亞玲：《中國內地居民赴澳門旅遊影響因素的相關迴歸分析》，《旅遊研究》（昆明）2017年第3期，第42—50頁。

究表明，<sup>①</sup>內地省份赴澳旅遊人次與地區生產總值、年末人口數、最終消費支出、區位距離有關，與人均生產總值相關程度不顯著，最終消費支出結構中居民消費是影響澳門入境旅遊人次的核心因素。澳門博彩旅遊對外依存度很高，80%以上的客源來自於內地和香港，這種客源結構給澳門博彩旅遊業的成長帶來了較高的不確定性。<sup>②</sup>劉益認為澳門的旅遊地理集中指數表明澳門旅遊客源地較少且較集中，澳門旅遊業易受到客源地社會波動的影響。<sup>③</sup>澳門作為典型島嶼型旅遊地，面臨着生態環境脆弱、水體污染、交通瓶頸、人員設施供需矛盾等典型的發展海島旅遊的制約因素。<sup>④</sup>從旅遊突發事件承載環境來看，澳門博彩旅遊活動中，因雨、霧、颱風等引發的大氣環境風險佔據高達七成的比率，其中颱風的分佈率佔比達五成；道路環境風險的觸發比率位居第二，自然災害發生時遊客群一旦受困就易釀成較大的傷亡。<sup>⑤</sup>

### （三）澳門博彩旅遊消費的機制與路徑

內地經濟發展的“推動”與澳門博彩旅遊發展的“拉動”是澳門博彩旅遊消費的主要影響機制。在博彩旅遊消費的需求方面，主要影響因素包括人均GNP、城市化水平、堅尼系數、教育水平、就業水平、國土面積、年齡結構、工作時間和匯率。<sup>⑥</sup>澳門作為中國唯一博彩旅遊開放地所依賴的外部環境已經發生了根本變化，澳門博彩旅遊對內地遊客的供給遠低於需求：一方面澳門博彩旅遊業規模有限，在“量”上難以滿足內地遊客需求；另一方面澳門博彩旅遊側重博彩本身，而許多遊客追求多元化的體驗，所以在“質”上也難以滿足遊客需求。澳門博彩旅遊的供給遠不能滿足內地遊客的需求變化。<sup>⑦</sup>馮邦彥認為內地經濟下行壓力增大，人均可支配收入都在下降，相應的體現是入境澳門遊客減少及其在澳門消費的減少。<sup>⑧</sup>在旅遊消費政策影響旅遊需求方面，2003年自由行政策後，內地遊客成為澳門第一大客源，其次是來自香港及台灣的遊客，廣東遊客的消費潛力沒有得到有效釋放。<sup>⑨</sup>內地居民赴港澳“自由行”政策一定程度上推動了澳門經濟的增長，但是隨着內地居民往來港澳日益便利，遊客的大幅增加給港澳的旅遊接待帶來很大壓力，因此中央在“自由行”的申請手續和逗留時間上進行了調整，以期控制“自由行”人數，緩和接待壓

<sup>①</sup> 厲新建、漆家進、宋彥亭：《內地客源赴澳旅遊流區域分佈差異及其影響因素分析》，《商業經濟研究》（北京）2015年第27期，第122、124頁。

<sup>②</sup> 付金梅、劉超：《兩岸大三通背景下澳門的挑戰與對策》，《華東經濟管理》（合肥）2010年第4期，第40—42頁。

<sup>③</sup> 費永紅、劉益：《廣東赴澳門自由行遊客旅遊消費行為研究》，《特區經濟》（深圳）2008年第7期，第44—45頁。

<sup>④</sup> 陸林：《國內外海島旅遊研究進展及啟示》，《地理科學》（長春）2007年第4期，第579—586頁。

<sup>⑤</sup> 謝朝武：《旅遊應急管理》，北京：中國旅遊出版社，2013年。

<sup>⑥</sup> J. H. Seo, S. Y. Park, L. Yu, “The Analysis of the Relationships of Korean Outbound Tourism Demand: Jeju Island and Three International Destination,” *Tourism Management*, Vol. 30, Issue 4 (2009), pp. 530-543.

<sup>⑦</sup> 裴廣一、黃光于：《供給側結構性改革視角下中國博彩旅遊業發展研究》，《新東方》（海口）2018年第1期，第60—67頁。

<sup>⑧</sup> 馮邦彥：《轉型時期的澳門經濟》，香港：三聯書店，澳門：澳門基金會，2019年。

<sup>⑨</sup> 費永紅、劉益：《廣東赴澳門自由行遊客旅遊消費行為研究》，《特區經濟》（深圳）2008年第7期，第44—45頁。

力，維護港澳的社會穩定。<sup>①</sup>另一方面，中央政府應根據澳門的經濟情況適時調整對澳門的“自由行”簽注政策，實施有彈性的內地訪澳“自由行”簽注政策。<sup>②</sup>

在博彩旅遊消費供給方面，澳門已是世界上最大賭城，博彩是澳門旅遊業吸引遊客的最具磁性的元素。博彩旅遊政策供給方面，劉成昆、陳致遠提出提升博彩旅遊競爭力的路徑：規範和優化現有賭場環境，創新博彩種類，盤整賽馬、賽狗等博彩項目，充分利用博彩收入加快非博彩元素的建設，充分利用高新技術手段增設多樣化的娛樂設施，創新性地舉辦休閒娛樂活動，最大化地開發和豐富旅遊產品，全心全意優化旅遊服務，延長旅客的逗留時間，並通過提升旅客的體驗、增強客戶黏性，吸引中高端客戶群來澳遊玩。<sup>③</sup>周金泉、吳宏哲認為澳門博彩旅遊產業生命週期處於成熟階段，應當採用不斷進入不同的細分市場策略。<sup>④</sup>張作文提出澳門參與粵港澳大灣區建設的八項策略，利用文化遺產景點，形成極具吸引力的文化遺產景點觀光路線。合理規劃好新填海區和新增管理水域資源，為旅遊業發展預留空間。<sup>⑤</sup>澳門非物質文化遺產名錄豐富，澳門作為最早的天主教東亞傳教中心，極具宗教旅遊價值。<sup>⑥</sup>非物質文化遺產的保護和旅遊發展非常關鍵。<sup>⑦</sup>通過澳門非遺的研究和保護，以彰顯澳門既有的文化魅力，<sup>⑧</sup>為現代澳門旅遊市場帶來經濟效應及社會效應。<sup>⑨</sup>陳海明設計了澳門文化遺產旅遊發展戰略品質屋（house of quality），提出快速推進澳門文化遺產旅遊的發展策略。<sup>⑩</sup>郭道榮、張慧、田安太指出澳門文化產業與旅遊業融合互動的途徑包括文化產品、文化創意、節慶旅遊等。<sup>⑪</sup>

澳門博彩旅遊發展受限於土地面積，被“逼入”“全域旅遊”的發展模式，大灣區一體化將為澳門旅遊發展中的難題提供絕佳的解決方案。<sup>⑫</sup>黃竹君認為澳門利用橫琴 106 平方公里的土地中可開發的 28 平方公里，補足欠缺的旅遊資源和豐富旅遊休閒元素。<sup>⑬</sup>“自由行”政策的效果看，內地訪澳自由行遊客快速增長，整體訪澳遊客有“內地化”的傾向。在建設

<sup>①</sup>張軍：《“自由行”政策對澳門經濟的影響》，《行政》（澳門）2007年總第20卷總第77期，第657—673頁。

<sup>②</sup>陳章喜、張小平：《澳門博彩旅遊業客源“內地化”趨勢的研究》，《產經評論》（廣州）2010年第4期，第78—84頁。

<sup>③</sup>劉成昆、陳致遠：《粵港澳大灣區城市旅遊競爭力的實證研究》，《經濟問題探索》（昆明）2019年第2期，第88—94頁。

<sup>④</sup>周金泉、吳宏哲：《澳門博彩產業之經營戰略》，《澳門研究》（澳門）2013年第3期，第17—24頁。

<sup>⑤</sup>張作文：《粵港澳大灣區建設：澳門面對的機遇、挑戰及其策略》，《港澳研究》（北京）2019年第2期，第62—67頁。

<sup>⑥</sup>林發欽：《澳門非物質文化遺產保護的現狀與發展》，吳志良、郝雨凡主編：《澳門經濟社會發展報告（2013—2014）》，北京：社會科學文獻出版社，2014年，第176—189頁。

<sup>⑦</sup>王忠、吳昊天：《體驗經濟視角下的非物質文化遺產旅遊開發研究——以澳門非物質文化遺產的旅遊開發為例》，《青海社會科學》（西寧）2017年第6期，第146—152頁。

<sup>⑧</sup>李向玉主編：《澳門非物質文化遺產保護的現狀與未來》，澳門：澳門理工學院，2012年。

<sup>⑨</sup>劉曦環：《分析澳門旅遊發展路徑》，《旅遊縱覽》2016年第7期，第166頁。

<sup>⑩</sup>陳海明：《經濟適度多元化背景下的澳門文化遺產旅遊發展策略研究》，《旅遊論壇》（桂林）2015年第5期，第45—52頁。

<sup>⑪</sup>郭道榮、張慧、田安太：《澳門文化產業與旅遊業融合互動研究》，《旅遊縱覽》2017年第12期，第107頁。

<sup>⑫</sup>《融入大灣區，澳門旅遊將取得更大發展》，2019年12月19日，[https://www.sohu.com/a/359725721\\_426502](https://www.sohu.com/a/359725721_426502)。

<sup>⑬</sup>黃竹君：《澳門城市形象變化與旅遊發展》，《港澳研究》（北京）2019年第2期，第13—20頁。

澳門世界旅遊休閒中心這一目標定位下，澳門應重視旅遊客源市場的多元化發展，非內地遊客的減少是否與內地遊客快速增加所帶來的擠出效應有關。<sup>①</sup>陳廣漢認為澳門博彩旅遊業已經基本實現資本的國際化，但遊客結構、市場輻射範圍和行業收入三個指標反映出來的國際遊客貢獻度仍存在較大的發展空間。<sup>②</sup>遊客內地化的這種傾向不僅有悖於博彩旅遊國際化發展初衷，在長期看也可能影響博彩業乃至整個澳門經濟的可持續發展。

#### （四）澳門博彩旅遊消費的實證研究

有關澳門博彩旅遊消費的直接資料一般來自澳門特區政府統計局和旅遊局的相關統計資料。陳章喜運用計量分析方法，對澳門世界旅遊休閒中心競爭力進行了實證評價，澳門旅遊休閒市場規模、旅遊休閒基礎設施、旅遊休閒資源、旅遊休閒國際化程度的得分以及澳門世界旅遊休閒中心的競爭力都呈現出上升的趨勢。<sup>③</sup>李振環、王亞玲選取了地區生產總值、城鎮居民可支配收入、年末人口數、居民消費水平、旅行社數量五個指標，分析澳門主要旅遊客源地影響。<sup>④</sup>劉成昆、陳致遠定量比較大灣區城市旅遊競爭力，認為澳門博彩旅遊業最具吸引力。<sup>⑤</sup>張維梅計算入境旅遊地理集中指數，發現旅遊客源地在向集中化方向發展，澳門應積極開發入境旅遊客源市場，使入境旅遊市場向多元化方向發展。<sup>⑥</sup>

博彩旅遊消費者方面的有關研究多源自於調查訪問。李璽、葉升、王東發現訪澳商務人士對澳門旅遊形象的總體感知包括博彩娛樂、各類節慶活動和特色美食的休閒小城，擁有歐式文化和美麗古樸的城市景觀幾個方面。<sup>⑦</sup>張維梅發現澳門入境旅遊客源市場中親景型客源市場所佔比例較小，親景度在空間和時間上弱於香港和葡萄牙。<sup>⑧</sup>曾忠祿、張冬梅對澳門自由行遊客特徵進行了研究，通過對478個遊客樣本的分析，發現自由行遊客與隨團遊客的偏好和費用支出上有較大差別。<sup>⑨</sup>李安勇、張風超通過網絡問卷調查分析，發現遊客在用餐環境是否舒適、澳門美食體驗是否達成預期效果、服務是否有助於促進預期體驗效果等等方面體驗價值最大。澳門博彩不但沒有增進遊客對澳門旅遊體驗價值，反而降低他們的體驗價值。<sup>⑩</sup>周金泉以非隨機的便利抽樣的方式取得393份有效問卷，對澳門城

<sup>①</sup>毛豔華、劉小飛：《“自由行”政策對澳門經濟影響的評價》，《旅遊學刊》（北京）2016年12期，第28—40頁。

<sup>②</sup>陳廣漢：《澳門博彩旅遊業的國際化研究》，《當代港澳研究》（廣州）2016年第1期，第3—24頁。

<sup>③</sup>陳章喜：《澳門世界旅遊休閒中心競爭力分析：理論與實證》，《港澳研究》（北京）2017年第1期，第68—77頁。

<sup>④</sup>李振環、王亞玲：《中國內地居民赴澳門旅遊影響因素的相關回歸分析》，《旅遊研究》（昆明）2017年第3期，第42—50頁。

<sup>⑤</sup>劉成昆、陳致遠：《粵港澳大灣區城市旅遊競爭力的實證研究》，《經濟問題探索》（昆明）2019年第2期，第88—94頁。

<sup>⑥</sup>張維梅：《澳門入境旅遊客源市場競爭態與親景度研究》，《湖南工程學院學報（社會科學版）》（湘潭）2015年第2期，第5—10期。

<sup>⑦</sup>李璽、葉升、王東：《旅遊目的地感知形象非結構化測量應用研究——以訪澳商務遊客形象感知特徵為例》，《旅遊學刊》（北京）2011年第12期，第57—63期。

<sup>⑧</sup>張維梅：《澳門入境旅遊客源市場競爭態與親景度研究》，《湖南工程學院學報（社會科學版）》（湘潭）2015年第2期，第5—10頁。

<sup>⑨</sup>曾忠祿、張冬梅：《內地赴澳門自由行遊客特徵研究》，《旅遊學刊》（北京）2005年第3期，第38—42頁。

<sup>⑩</sup>李安勇、張風超：《基於體驗價值的澳門旅遊產業發展研究》，《大珠三角論壇》（廣州）2017年第2期。

市形象與博彩旅遊意願的影響進行分析，研究發現澳門巡迴展覽會對澳門城市形象及博彩旅遊意願具有顯著正向影響，而澳門巡迴展覽會對於澳門城市形象與博彩旅遊意願之間存在着完全中介影響的效果。<sup>①</sup>曾韜研究發現，提升人的文化水平和社會整體文化水平，能更有效地引導消費者的健康博彩動機，進而提升澳門世界休閒旅遊目的地形象。<sup>②</sup>

總的來看，目前主要圍繞博彩旅遊產業的消費結構與機制、發展路徑、影響因素等基礎和核心問題已形成一定積累。現有文獻都認為博彩旅遊發展對經濟增長具有正向影響效應，並且運用現代計量模型與工具研究了旅遊業對經濟增長的影響過程，但這些研究都缺乏系統的理論構建與學理探討，難以真實刻劃博彩旅遊消費對國民經濟及旅遊相關行業的真實貢獻，研究結論與政策建議對於博彩旅遊政策的制定也缺乏可操作性。受限於博彩旅遊產業發展階段、博彩旅遊消費水平以及相關統計監測基礎等，採用現代計量模型與工具研究博彩旅遊，澳門博彩旅遊消費領域研究整體呈宏觀分析和微觀例證的啞鈴型分佈傾向，難以匹配現階段博彩旅遊消費發展地位及現實需要。以歷史科學的規範分析為基礎，開展針對澳門博彩旅遊消費發展基本態勢及相關機制機理等根本問題的全面深刻審視尤顯必要和關鍵。

## 二、澳門博彩旅遊消費的歷史演變與階段特徵

### （一）澳門博彩旅遊的歷史演變

澳門博彩旅遊的歷史演變的相關研究中，大部分集中在現代，只有少量關注澳葡政府對近代旅遊業的管治措施、政策演變與成效，並從市政建設、城市發展、管理配套等多方視角檢討澳門旅遊業萌芽、興起、發展的因由，<sup>③</sup>但並沒有結合澳門博彩旅遊消費發展探討博彩旅遊發展。根據澳門博彩產業的演變歷程，澳門博彩旅遊從澳門開埠，歷經了前期、早期、近代和現代四個階段。

第一階段是前期階段。從澳門開埠到 1847 年政府合法化博彩，澳門商務、宗教旅遊、民間賭博經歷一個發展、繁榮到衰落的過程。澳門開埠到城市逐漸形成、經濟不斷發展的過程中，處於萌芽狀態的澳門旅遊業也一直在不斷演進，發揮不可替代的重要作用。進入 19 世紀後，澳門博彩活動有番攤、骰寶、鋪票、白鴿票等，其中以番攤最為風行，有番攤賭館 200 多家，雖然博彩活動是非法的，但是有許多中國人和一些西方人參與到博彩活動中。<sup>④</sup>

<sup>①</sup>周金泉：《異地展覽會推廣對城市形象與旅遊意願的影響——以活力澳門推廣周為例》，《世界地理研究》（上海）2020 年第 2 期，第 428—438 頁。

<sup>②</sup>曾韜：《國內外不同文化水平群體的博彩動機差異研究》，《華南理工大學學報（社會科學版）》（廣州）2018 年第 5 期，第 116—128 頁。

<sup>③</sup>張中鵬：《東方蒙特卡羅還是東方羅馬？——近代澳門旅遊業的興起、演變與城市定位》，《廣東社會科學》（廣州）2019 年第 2 期，第 95—103 頁。

<sup>④</sup>[瑞典]龍思泰（Anders Ljungstedt）：《早期澳門史》，吳義雄等譯，北京：東方出版社，1997 年，第 2—4 頁。

此外，在澳門發展史上留下足跡的遊客中，埠外民眾尤其中外精英時常出入澳門，留下關於山川形勝、港灣要津、寺廟教堂、中西民俗、市井生活等對於自然和人文景觀的諸多記述，<sup>①</sup>博彩對於旅遊的影響初現。

第二階段是早期博彩旅遊階段，1847年博彩合法化到1919年3月1日成立旅遊委員會，澳門在摸索中發展旅遊，最終落腳於博彩旅遊，官方意義上的旅遊業成立。苦於鴉片戰爭後香港自由港的設立對澳門經濟的衝擊，葡萄牙政府在1845年宣佈澳門為“自由港”。1847年，為獲得穩定的財政收入，澳葡政府引入承充專營經濟制度。承充專營制度最早施行於豬肉、牛肉銷售行業，範圍涉及小酒館、旅館、賭場和商店。<sup>②</sup>賭博承充專營在近代澳門經濟中所佔比重較大，有研究統計，僅賭博承充專營（含白鴿票、番攤、闖姓）一項所創造的財政收入在政府財政總收入中佔比最低為21.1%，最高達70%，與賭博業密切相關的當舖、銀號、旅館、娛樂、航運等行業亦隨之繁榮，<sup>③</sup>博彩與旅遊業初步結合。

第三階段是近代博彩旅遊階段，1919年到1999年澳門回歸，澳門博彩業合法化得到葡萄牙的確認，博彩旅遊區的正式確立助推澳門博彩旅遊的發展。澳門近代博彩旅遊始於1919年3月，澳門正式成立旅遊委員會，正式管理和扶持旅遊。隨之形成的娛樂場所包括賽馬場、跑狗場、戲院、影劇場、粵劇場，使澳門博彩旅遊成為東方的新地標，東方的蒙地卡羅。鑑於澳門博彩旅遊和經濟發展的地位，內地城市賦予“小澳門”之稱。特別是1961年2月，葡萄牙海外部頒佈新法令，確定澳門為旅遊區，特准在澳門開設“博彩娛樂”，這種旅遊區對澳門的經濟起着很大的促進作用。<sup>④</sup>1962年初，澳門旅遊娛樂公司投得經營賭業專利權。隨着港澳交通和本澳旅遊設施的不斷改善，各類遊客人數直線上升，澳門博彩稅總收入不斷增長。在1990年代，博彩業的產值佔本地生產總值的30%左右，這意味着澳門經濟受博彩業旅遊所左右。自1985年澳門旅遊統計開始至1995年，澳門的客源主要來自香港，主要吸引着來自香港、台灣、日本等地區和國家遊客的眼球，促使澳門向着亞洲區博彩旅遊中心的方向邁進，<sup>⑤</sup>博彩旅遊業成為澳門的主要旅遊方式。

第四階段是現代博彩旅遊階段，1999年澳門回歸後，開創澳門博彩旅遊業的新紀元，賭權開放把澳門博彩旅遊推向世界，進入現代博彩旅遊階段。全國人大在制定《澳門基本法》時，專門針對澳門的產業傳統，在第118條中作了如此規定：“澳門特別行政區根據本地整體利益自行制定旅遊娛樂業的政策。”《澳門基本法》第145條的規定：“根據澳門原有法律取得效力的文件、證件、契約及其所包含的權利和義務，在不抵觸本法的前提下繼續有效，受澳門特別行政區的承認和保護。”2002年2月8日，正式批准三家公司經

<sup>①</sup>湯開建：《明清士大夫與澳門》，澳門：澳門基金會，1998年。

<sup>②</sup>張廷茂：《晚清澳門番攤賭博專營研究》，廣州：暨南大學出版社，2010年，第11頁。

<sup>③</sup>林廣志：《澳門之魂：晚清澳門華商與華人社會研究》，廣州：廣東人民出版社，2017年。

<sup>④</sup>趙殿紅、趙新良：《近代澳門財政轉型、城市建設與旅遊業的興起》，《暨南學報（哲學社會科學版）》（廣州）2019年第3期，第118—132頁。

<sup>⑤</sup>黃啟臣、鄭煒明：《澳門經濟四百年》，澳門：澳門基金會，1994年。

營澳門博彩。賭權的專營轉為對外的開放，促使澳門向着世界博彩旅遊中心的方向邁進。特別是 2003 年內地部分城市自由行政策的實施，內地旅遊客流量所佔的比例於 2003 年首次超過香港，形成以內地市場為基本需求的市場導向。但這種單一的博彩旅遊產業結構加大了澳門經濟發展的不穩定性和脆弱性，澳門抵抗經濟波動和風險的能力大大降低，這無疑成為澳門經濟可持續發展的最大隱憂。<sup>①</sup>

## （二）澳門現代博彩旅遊消費的特徵

澳門博彩旅遊階段性演進的過程和結果，揭示了澳門現代博彩旅遊消費的幾個特徵。

### （1）博彩旅遊需求單一化

澳門博彩業旅遊 90% 以上的顧客都來自區外，賭權開放前，香港是澳門博彩旅遊的主要客源市場。2003 年開始實行的“港澳自由行”政策，內地遊客迅速取代香港遊客，佔據遊客 80% 的比例，成為澳門博彩旅遊的主要客源市場。<sup>②</sup>在面對內憂外患的時候，這種單一的客源市場，使得澳門博彩旅遊產業難以抵禦外來風險，由於澳門博彩旅遊產業本身具有的外向性和非自主性的產業特徵，其產業利潤增長和發展將承受巨大挑戰。

### （2）博彩旅遊供給趨同化

經過二十年快速發展，澳門旅遊業形成了博彩為主，觀光及娛樂服務協調發展的結構，其中博彩收入佔據主導地位。澳門各家娛樂場最受歡迎的遊戲是百家樂遊戲，澳門 80% 的博彩收入來自於這種遊戲。由於澳門區域土地資源嚴重不足，無法建造更多的非賭博服務設施以與娛樂場的規模相配套，致使澳門博彩旅遊中吸引了眾多只賭不玩、賭了就走的純賭客、大賭客，這就可以揭示澳門博彩收入的 70% 左右是由貴賓賭客創造的原因，<sup>③</sup>更多反映了澳門博彩旅遊供給的趨同效應。

### （3）博彩旅遊供給去澳門化

澳門博彩旅遊在其四百多年的發展和演變過程中，形成了自己獨有的特色。伴隨國際資本的加盟，在推進澳門博彩旅遊的國際化、規範化和優質化方面，確實有着不容否認的正面意義。但是澳門賭權開放以後，外部資本陸續投資和開放建成了大量的現代化博彩度假村，澳門博彩旅遊越來越拉斯維加斯化，但澳門的國際遊客並沒有相應增加，澳門傳統的元素卻越來越被削弱。但對以中華文化為主導的旅遊消費目的地，澳門傳統博彩旅遊消費的特色正在逐步失去，澳門博彩旅遊體現出來國際化的外殼和澳門本土的內核之間存在着嚴重不協調。

### （4）博彩旅遊消費多元化

博彩旅遊中博彩娛樂服務業是澳門特色行業，度假村五光十色的夜總會、桑拿浴室、

<sup>①</sup>楊駿、查方勇、陳志鋼：《澳門旅遊業適度多元化發展途徑探析》，《樂山師範學院學報》（樂山）2011 年第 1 期，第 78—83 頁。

<sup>②</sup>陳章喜：《澳門博彩業發展：現狀、問題與對策——基於世界旅遊休閒中心特徵的分析》，《新華澳報》（澳門）2017 年 2 月 16 日。

<sup>③</sup>王五一：《繁榮與矛盾：澳門賭權開放十周年回望》，《廣東社會科學》（廣州）2012 年第 4 期，第 108—117 頁。

歌舞廳、豔舞表演，構成澳門夜生活的風景線。四百餘年東西方文化融合交匯的世界文化遺產，引領澳門觀光旅遊。澳門豐富的人文景觀，葡歐式建築同中式屋宇並存、中葡人民混居、中葡兩種語言文字同時流通、東方的佛儒道教同西方的天主教、基督教各行其道、兩種民風習俗、禮儀、服飾互相滲透，形成的特色。非物質文化遺產，使傳統文化觀光旅遊，正在與體驗旅遊融合，特色美食、中葡文化等是博彩旅遊的新特點，加之澳門正在興起的會展旅遊（從 2009 年到 2018 年的期間中，會議旅遊人次增加到 212 萬人次，增長了 3 倍），<sup>①</sup>大賽車等現代體育競技等也助推澳門樹立多元化旅遊的城市形象。

### 三、澳門博彩旅遊消費現狀

#### （一）博彩旅遊消費快速擴張

澳門經濟快速增長、民生持續改善、社會穩定和諧，向世界展示了具有澳門特色的“一國兩制”成功實踐。獨特的文化吸引了來自全球各地的遊客，2019 年澳門全年入境旅客逾 3,490 萬人次，較回歸時旅客增幅近 5 倍。截至 2018 年，澳門共有 4.1 萬多間酒店房間及 41 家娛樂場，為旅客提供高質素的休閒娛樂設施及活動。<sup>②</sup>根據聯合國世界旅遊組織的統計，2018 年澳門旅遊收益達 402 億美元，位居亞太地區第 5 位，全球第 11 位。<sup>③</sup>港珠澳大橋的通行以及未來的澳門機場的新建設，澳門的旅遊消費空間將得到進一步的提升。

#### （二）博彩旅遊消費升級轉換

長期以來澳門的博彩旅遊消費支出以 VIP 顧客為主，但是隨着博彩開放，西方博彩企業的進入，把西方博彩消費的模式帶入到澳門，導致澳門博彩旅遊消費發生了根本性的變化，全球化的大眾性博彩旅遊消費模式正在澳門逐步形成。此外，澳門遊客的其他消費支出比例也發生了較大的變化，娛樂購物活動等消費支出呈現增加的趨勢。澳門博彩遊客的年齡分佈正在趨於年輕化，年輕人的消費支出喜好更偏重於一些體驗性旅遊，而用於博彩部分的支出正在減少。這不僅僅體現了博彩消費支出的變化，更多的體現了人們對博彩旅遊的理解，現代年輕人更趨於理性消費。根據澳門大學博彩研究所的訪澳遊客調查《2014 年有參與博彩之旅遊選擇》，在澳門過夜遊客比例為 66.7%，不但大幅高於沒有博彩的遊客 36% 的比例，而且許多遊客願意留在酒店，留宿的比例為 88.9% 和觀看表演 18.4%，此外參與博彩活動的遊客的非博彩消費為 2,860 澳門元，消費額大幅高於沒有參與博彩旅遊的 1,545 澳門元。非博彩元素帶動非博彩元素的收益增長，澳門目前遊客在非博彩消費總量可以媲美拉斯維加斯，例如在 2014 年澳門 3,152 萬遊客中帶來的非博彩消費 77 億美元，接近同年拉斯維加斯遊客在非博彩消費 103 億美元。<sup>④</sup>

<sup>①</sup>澳門會展業的發展概況，澳門會展網：<http://www.mice.gov.mo/tc/intro.aspx>。

<sup>②</sup>澳門特別行政區政府旅遊局，<https://mtt.macaotourism.gov.mo/tc/2020/02/tc-total-visitor-arrivals-to-macao-in-2019/index.html>。

<sup>③</sup>UNWTO/GTERC Asia Tourism Trends – 2019 Edition。

<sup>④</sup>澳門大學博彩研究所：《澳門幸運博彩經營權開放中期檢討報告》，<https://www.dicj.gov.mo/web/cn/news/Year-2016/mid-report/index.html>。

### （三）博彩旅遊消費一站式

一站式消費的大型度假村正在成為澳門博彩旅遊新趨勢。澳門博彩開放以後，隨着西方博彩企業湧入澳門，把西方博彩經營的特點帶入到澳門，使澳門傳統博彩的旅遊消費正在發生演變，形成綜合消費為一體的度假村式消費模式。澳門已經建成綜合度假村包含了五星級等現代品牌消費，多種旅遊消費活動足以在一個綜合體內完成，滿足吃、住、行、遊、購、娛等全要素的一站式服務。例如銀河綜合度假城，擁有澳門麗思卡爾頓酒店、悅榕莊、萬豪酒店、大倉酒店、銀河酒店、百老匯酒店，共計近 4,000 間客房、套房及別墅。提供餐飲、購物、天浪淘園、UA 銀河影院、SPA 與休閒、娛樂、會展與會議等一站式服務，正在成為澳門旅遊消費的新配置。綜合度假村不僅僅適合於傳統的博彩旅遊顧客，而且適合於更多的包括家庭式、商務旅遊等多方面的現代的旅遊消費。

### （四）博彩旅遊消費體驗性增強

澳門博彩旅遊遊客的調查研究表明，以往的博彩盈利動機與參與博彩遊戲的比重正在逐漸下降，目前遊客正在逐漸將博彩活動視為一種休閒活動，而更多的以休閒體驗旅遊活動替代傳統的博彩活動，以感受博彩文化與動機來參與博彩。澳門 6 家博彩公司自 2007 年至 2014 年的非博彩收入複合年增長率高達 31%，而同期的博彩毛收入，複合年增長率只有 23%。<sup>①</sup>澳門正在形成更多的美食、博彩、娛樂項目，形成了旅遊塔的刺激體驗、水舞間表演、貢多拉船、魔術秀、冒險王國等等品牌體驗活動，正在消費者心中形成澳門的新形象。

## 四、澳門博彩旅遊消費發展的趨勢

### （一）反映博彩旅遊消費的經濟社會特徵

全球博彩旅遊消費發展趨勢是與經濟同步發展的結果，是在經濟總量不斷提高和經濟結構不斷調整的情況下的一個基本選擇，也是長期的社會發展方向。拉斯維加斯作為歷史上的賭城就是一個例證，其博彩旅遊業的發展經歷了從 19 世紀 50 年代的完全性博彩，到現代的綜合休閒旅遊為核心的博彩旅遊業態演變。澳門博彩旅遊業長期服務於大中華地區，特別是在博彩開放後，形成了以內地博彩旅遊客為主的澳門的博彩客源狀況，澳門博彩旅遊消費發展也產生了根本性變化，深受內地旅客及經濟發展影響。近年來，內地經濟持續放緩，影響了博彩旅遊消費支出。調查顯示，2019 年澳門旅客消費（不包括博彩消費）為 640.8 億澳門元，比 2018 年減少 8.0%。此外，旅客人均消費為 1,626 澳門元，按年下跌 16.4%。留宿旅客人均消費為 2,681 澳門元，下跌 11.8%；而不過夜旅客人均消費為 680 澳門元，下跌 12.5%。<sup>②</sup>最終結果表明，澳門旅遊消費隨着內地的經濟演變而不斷的發生變化。

<sup>①</sup>澳門大學博彩研究所：《澳門幸運博彩經營權開放中期檢討報告》，<https://www.dicj.gov.mo/web/cn/news/Year-2016/mid-report/index.html>。

<sup>②</sup>澳門特別行政區政府統計暨普查局統計資料。

博彩旅遊消費與社會發展密切關聯，客源地人口結構變化最為明顯。澳門第一大客源地中國內地人口結構中，65歲以上的人口絕對數量在顯著擴大，表現為人口的老齡化。雖然老年人口的旅遊消費支出總水平在增長，但更多的是消費支出用於觀光旅遊。因而他們在博彩旅遊消費水平在不斷的降低。而同期的年輕人旅遊消費也在快速增長，並且用於博彩旅遊消費支出中的部分在逐步增加。2019年統計資料表明，25—34年齡段的遊客成為最大比例為26.9%，而65歲以上的只佔到5.9%。<sup>①</sup>因此我們可以看到，隨着內地的社會結構不斷的演變，澳門博彩旅遊消費也在相應變化。

## （二）順應博彩旅遊消費的轉型升級需要

隨着客源地經濟的增長，消費增長和消費貢獻的提升，消費升級和轉型成為目前澳門博彩旅遊消費的主要特點。博彩旅遊消費屬於典型的文化娛樂消費，也代表着消費結構升級的主要方向。從具體的消費形態看，2019年博彩旅遊消費構成中娛樂支出最高為46.8%。按旅客消費類別統計，旅客消費有45.7%用於購物，其次為住宿（25.9%）及餐飲（20.4%）。旅客在商品購買中，化妝品及香水最受歡迎（佔購買消費34.4%），隨後為手信食品（佔29.6%）及成衣（佔9.7%）。所有商品消費均為負增長，其中以成衣消費跌幅最大（-41.5%），其餘為珠寶手錶消費（-38.4%）、手袋及鞋類消費（-22.6%）、手信食品消費（-11.7%）及化妝品及香水消費（-8.9%），<sup>②</sup>這些資料表明目前澳門博彩旅遊消費的主要導向。

## （三）突顯博彩旅遊消費的綜合環境影響

博彩旅遊消費的環境影響是多方面的。除了直接的經濟環境因素外，社會環境因素也是關鍵性的。由於“博彩”存在一定的社會負面影響，因而博彩旅遊消費者面對的多個因素構成的綜合環境。政府與社會通常鼓勵健康的旅遊方式，一定程度上影響博彩旅遊消費對於特殊興趣的認知。因而，博彩旅遊消費的良好社會環境會影響到博彩旅遊消費支出的形式和內容。此外，社會穩定和人身安全是博彩旅遊消費的基本環境要素，與旅遊的自然環境因素相比，遊客在博彩旅遊消費過程中更加注重財產安全。博彩旅遊消費者往往置身於一個綜合環境中，澳門作為世界最安全的旅遊區，遊客得到充分的保護。與其他博彩旅遊目的地相比，更能吸引遊客前往。

## （四）動態博彩旅遊增長空間和潛力

澳門博彩旅遊在未來的增長空間和潛力具有巨大優勢。首先，背靠着中國內地的14億人口，以每年近3,000萬旅遊人口為基數，在這樣的基礎上，澳門博彩旅遊的靜態空間是非常巨大的。其次，由於澳門國際旅遊休閒中心的建設及旅遊國際化程度不斷的改變，對於亞洲及亞太地區的遊客來講具有較高的吸引力，因而博彩旅遊的動態的空間也是非常巨大的。以客源市場來看，在3小時旅遊圈範圍內，澳門將會面對30億的潛在客源市場，

<sup>①</sup>澳門特別行政區政府統計暨普查局：“統計暨普查局—旅客消費調查”。

<sup>②</sup>澳門特別行政區政府統計暨普查局：“統計暨普查局—旅客消費調查”。

未來澳門博彩旅遊的增長空間巨大。加之澳門現代博彩旅遊產業的改造和升級，歐美等高端遊客也正在不斷的湧入，澳門博彩旅遊潛力優勢也不斷地增強。

#### （五）強調博彩旅遊結構性轉變和提升

澳門博彩旅遊消費支出結構中，VIP 顧客長期以來佔據主導地位。但是受到全球大眾旅遊消費趨勢的影響，澳門的博彩旅遊消費也逐步體現出大眾旅遊消費的特色，大眾顧客在澳門博彩旅遊消費中的比例逐年提高。特別是進入到2019年第1季度，產生了質的變化。中場遊客的博彩旅遊消費支出389.94億澳門元，首次超出了VIP顧客的消費支出372.08億澳門元。<sup>①</sup>這表明澳門未來博彩旅遊消費結構發生了巨大的變化，特別是內地的VIP博彩消費者受制其資金的管制和限制，以及未來澳門賭牌發放及其監管機制的影響，VIP消費存在趨淡的挑戰。此外，在整個博彩旅遊的支出中，非博彩元素增長明顯。澳門博彩旅遊消費結構轉變和升級，對於未來博彩企業經營和政府監管應產生實質性的影響。

## 五、澳門博彩旅遊消費發展面臨的問題與瓶頸

### （一）澳門博彩旅遊消費發展面臨的問題

澳門博彩消費發展一方面受到其內生性的因素影響，同時更多受制於來自外部的經濟社會發展影響。澳門的博彩旅遊消費顧客主要來自於內地，因此受制於內地經濟結構轉型的影響。內地經濟結構與消費結構轉型和升級，對澳門的博彩旅遊影響更為突出。此外，博彩旅遊消費還受到政策環境的影響，一國兩制賦予澳門與內地的不同政策管理。最為突出的就是內地居民出入境以及金融的管理限制，會對澳門博彩旅遊消費產生了巨大的影響。總體上看，內地博彩旅遊消費的增長率正在逐步下降，內地遊客在澳門博彩旅遊消費中用於博彩消費的數額及其比例正在下降。正在從傳統上的博彩消費轉移到綜合性消費上來，娛樂休閒以及購物的消費支出在增加。儘管內地有14億龐大人口，但是內地城鄉差別較大，因而體現在區域和人群之間的收入有較大的差別和旅遊消費上的差別，應區別對待。

### （二）制約澳門博彩旅遊消費發展的主要瓶頸

澳門博彩旅遊消費的一般限制。首先，內地居民個人收入是決定消費和社會消費的主要因素，居民個人收入中旅遊消費支出的比例是反映遊客博彩旅遊消費重要指標。2019年國家統計局資料表明，居民的消費率是居民收入中用於消費支出的比例，內地居民表現出來的消費率僅為37%，遠遠低於國際的平均消費水平50%。2014年以後內地經濟增長放緩，內地居民消費收入支出比例中發生重大變化，在預防性儲蓄信貸約束的不確定性影響下，內地居民中用於房地產等方向的消費佔據了主要比例，因而在博彩旅遊消費支出等方面的比重在逐漸下降，這從澳門這些年的旅客調查資料中可以反映出來。其次，消費偏好是影響博彩旅遊消費的主要因素。消費偏好的變化決定了遊客是否能夠把費用支出在博彩旅遊

<sup>①</sup>澳門特別行政區政府統計暨普查局。

上。接觸機會理論認為遊客博彩設施的距離、博彩設施的數量和接觸博彩設施的時間會正向影響遊客的消費偏好。<sup>①</sup>適應性理論認為，隨着人口年齡增長會增加對自我行為的控制力，而削弱其消費偏好。<sup>②</sup>如果消費偏好保持不變或增強，那麼對於澳門的博彩旅遊來講，會有更大的發展空間，如果偏好改變或降低，澳門的博彩旅遊消費將會減低。從澳門博彩旅遊消費的偏好統計來看，25—36 年齡段的年輕人在澳門博彩旅遊消費的開支明顯高於 65 歲以上老年人，內地人口老齡化對澳門博彩旅遊是總體負面的。

澳門博彩旅遊消費的特殊制約。首先是博彩旅遊供給的限制。儘管澳門 30.3 平方公里的面積在 2019 年接待遊客 3,940 萬人次，但以博彩旅遊的供求關係表明，澳門存在的問題並非需求不足，而是需求興旺，但供給明顯不足。從 2019 年澳門酒店場所及客房數目變化情況看，37 家五星級酒店擁有客房數 24,977 間，17 家四星級酒店擁有客房是 7,862 間，16 家三星級酒店擁有客房數 5,980 間。16 家二星級酒店擁有客房數 1,133 間，呈現出明顯的倒金字塔型分佈。每逢連續假日，大量遊客來澳消費，包括口岸通關、交通客運、酒店接待、餐飲服務等服務要素供不應求。這種倒金字塔型的酒店供給畸形，迫使遊客在旅遊住宿的支出中大比例的支付給高星級酒店。過高價格也是影響澳門遊客留宿過夜的因素，在澳門過夜遊客的數量多年來平均為 1.5 天，始終沒有得到很大提高和改善。中心商業區甚至因人流過度密集而要實行分流管制，這都反映出土地資源、休閒空間以及人力資源和旅遊服務的供給短缺。澳門博彩旅遊消費長期面對上述資源和供給短缺的“瓶頸制約”。澳門的土地空間已基本達致飽和，需要增加新的土地空間。增加土地空間有幾個可取的方式，第一是填海造地，第二是舊區重建，第三是開闢地下空間，第四是通過區域合作向外拓展。填海造地在過去的一百多年來已不斷進行，澳門超過一半的土地依靠填海所得，目前大家關注的是由中央政府批准的 3.5 平方公里新填海地如何開發，將對澳門未來的城市建設和博彩旅遊消費發展起到很大影響。<sup>③</sup>

其次是旅遊需求“推動”消費升級轉換的制約。2019 全球旅遊消費報告表明，內地居民旅遊消費持續提升，63% 的居民旅遊花費超過 1 萬元人民幣，56% 的居民旅遊花費佔生活消費用的 20% 以上，以北京為代表的一線城市旅遊消費支出更為明顯。出境旅遊人群年輕化，消費結構中最大的預算支出是購買，選擇經濟型和舒適型的酒店仍然佔到 60% 以上，最喜愛的購物地是澳門。澳門的壹號廣場、新濠天地、威尼斯人大運河購物中心等都是顧客最喜愛的地點。2019 年中國內地繼續成為澳門最大的客源地，訪問澳門的內地旅客為 2,792 萬人次，與 2018 年比較上升 10.5%。佔總訪客的 70.9%。旅客消費調查資料顯示，

<sup>①</sup> J. Storer, M. Abbott, J. Stubbs, “Access or Adaptation? A Meta-analysis of Surveys of Problem Gambling Prevalence in Australia and New Zealand with Respect to Concentration of Electronic Gaming Machines,” *International Gambling Studies*, Vol. 9 (2009), pp. 225-244.

<sup>②</sup> R. J. Williams, R. A. Volberg, R. M. Stevens, “The Population Prevalence of Problem Gambling: Methodological Influences, Standardized Rates, Jurisdictional Differences, and Worldwide Trends,” Ontario Problem Gambling Research Centre, 2012.

<sup>③</sup> 楊道匡：《澳門建設旅遊休閒中心相關問題探討》，《港澳研究》（北京）2016 年第 1 期，第 44—51 頁。

大部分被訪旅客的訪澳目的主要是度假（52.9%），其次是過境（19.4%）、購物（7.5%）、業務公幹（5.0%）、探親（3.3%）、博彩（3.1%）及參加會展（0.7%）。<sup>①</sup>儘管前往澳門的遊客數量在增加，但是其消費的需求發生了一些根本性的改變。酒店住宿率明顯以公寓和三星級酒店增長速度為顯著，而高星級酒店需求增長較慢。

## 六、促進澳門博彩旅遊消費若干建議

根據《港澳大灣區發展規劃綱要》規劃，澳門要以“優質旅遊”、“精品旅遊”建設為目標，強化旅遊城市的多元化、現代化、國際化，持續推動旅遊業向前發展。從構建大旅遊、大休閒產業出發，深化旅遊業與酒店、餐飲、娛樂、零售、會展、商貿等行業的互動、互補、共同發展。根據《粵澳合作框架協議》，粵澳合作最重要的戰略定位之一，是“建設以澳門世界旅遊休閒中心為龍頭、珠海國際商務休閒度假區為節點、廣東旅遊資源為依託”的“世界著名旅遊休閒目的地”。<sup>②</sup>澳門特區政府制定的《五年發展規劃（2016—2020年）》亦明確透過強化綜合旅遊娛樂項目發展，開拓國際性旅遊市場、客源和產品，以構建具有國際先進水平的宜居、宜業、宜行、宜遊、宜樂的城市。澳門特區政府旅遊局於2017年發佈澳門《旅遊業發展總體規劃》，提出8個關鍵目標、33個策略配合建設世界旅遊休閒中心。基於上述發展目標，結合本文的分析，我們提出以下幾方面的建議。

### （一）集中發展博彩旅遊消費新品牌

澳門五年規劃、世界旅遊休閒中心規劃以及大灣區規劃中比較遺憾的一項是對於澳門品牌博彩旅遊的關注過少。澳門立足於四百年的博彩發展，其旅遊業發展改變了澳門旅遊在亞太旅遊中的格局，在世界的旅遊中佔有了獨具一格的風格，這種風格也成為中國旅遊的一個招牌。但隨着這些年博彩旅遊業的快速發展，一定程度上推動澳門博彩旅遊的國際化，但也淡化澳門博彩旅遊原有的特色，在吸引國際旅遊各方面裹足不前。缺乏整合澳門本地旅遊和國際旅遊之間的結合點，仍然沒有新的突破。面對逐步失去特色的博彩旅遊，澳門將會失去未來發展的機遇。因此我們建議，必須抓緊這個博彩轉變的歷史時機，創建以博彩文化大觀園為核心的博彩娛樂大世界，發掘整合中外博彩歷史文化，結合現代博彩遊戲，建立一個全球最高星級博彩綜合度假村，使之成為全球博彩文化的殿堂和博彩遊客朝拜聖地，吸引全球博彩遊客，從而改變目前受內地遊客主導的困局。

### （二）拓展博彩旅遊消費空間和管道

現階段博彩消費的市場結構需要進一步的提升和拓展，大中華地區的遊客結構必須要得到調整。目前，應當把三小時旅遊圈範圍內的重要旅客發源地，作為未來的博彩旅遊消費的市場進行挖掘，特別是要加強新興經濟為代表的印度市場的研究和推廣。統計資料表明印度的市場比較穩定，每年約15萬左右的遊客進入澳門。印度具有眾多人口，存在未來

<sup>①</sup>澳門特別行政區政府統計暨普查局：“統計暨普查局—旅客消費調查”。

<sup>②</sup>廣東省人民政府：《粵澳合作框架協議》，<http://www.gzfao.gov.cn/Item/5673.aspx>。

的潛在巨大需求，屬於尚未開發出的有潛力的博彩旅遊消費市場。因此澳門特區政府要儘早抓緊對印度旅遊市場的開發推廣等活動，增強澳門博彩旅遊市場對印度遊客的吸引力。除了傳統旅遊推廣宣傳管道外，積極利用區域經濟合作，吸引印度投資商，增強澳門在印度遊客心中的城市形象。

### （三）持續改進博彩旅遊消費環境

博彩旅遊社會環境方面，鼓勵和宣傳澳門的正面影響。儘量消除博彩旅遊消費的負面影響，提升澳門國際旅遊休閒中心的目的地形象。改進遊客對澳門博彩旅遊消費的認知，培育好未來澳門的遊客。特別是要做好電視、網絡媒體等方面的傳播，真正培養起大眾博彩旅遊消費意識，改善澳門的社會環境。博彩旅遊物質環境方面，受限於人均旅遊資源及空間狹小，澳門需要開發適合大眾旅遊的配套住宿與酒店，減低遊客的住宿成本，改變目前酒店分佈的倒金字塔型。大量人流車流等導致澳門的空間更加狹小，同時引發了環境污染問題，澳門私人交通工具保有量偏高，更容易引發環境污染問題，特別是雜訊污染問題，雜訊污染已經成為現代澳門發展的一個制約問題，與其國際旅遊休閒中心定位無法對應，需要在適當時候對車輛特別是燃油機動車輛進行控制，並逐步取消，持續改進澳門的可持續發展環境。

### （四）促進博彩旅遊消費整合創新

博彩旅遊消費創新是博彩旅遊升級產業發展的一個重要內容。博彩旅遊消費不僅僅是博彩娛樂，更加注重遊客關注的其他旅遊要素，特別要關注遊客消費的新動向。做好博彩旅遊與文化消費的整合，把博彩旅遊消費和文化消費切實結合在一起。充分利用澳門歷史文化與現代文化的切合點，積極創新。探索傳統博彩旅遊與現代體育競技的整合，不斷推出新的博彩旅遊產品，實現博彩旅遊產業與其他產業的整合創新。

### （五）實現博彩旅遊消費的協同效應

澳門博彩旅遊消費應當積極迎合大灣區建設，參與大灣區旅遊共建，與大灣區城市的旅遊形成協同效應。大灣區內旅遊協同本質上是各行政區內的旅遊部門在空間結構、旅遊產業鏈分佈、旅遊產業政策與市場規則等方面形成的同質對接和融合。灣區內各行政區內可以通過正確地制定和有效地實施旅遊協作，為共同利益戰略來創造競爭優勢。大灣區旅遊協同發展的重點是實現資源與要素的優化配置，通過區域旅遊協同發展運行機制及有效的競爭機制來推動，促進資源的合理分配與流動，發揮出區域的長處，形成旅遊產業優勢及結構升級。鑑於澳門的有限地理空間，在橫琴開發中，可把橫琴作為澳門博彩旅遊的合作重點，合作開發橫琴成為澳門新的旅遊集散地，實現“橫琴—澳門”的旅遊協同發展。

[ 責任編輯 陳超敏 ]