



新聞稿 Nota de Imprensa News Release

「訪澳旅客滿意度與特徵之趨勢」

2011 年新聞發佈會

旅遊學院國際旅遊研究中心最新研究結果

旅遊學院國際旅遊研究中心現正進行「訪澳旅客滿意度指標」及「訪澳旅客分析報告」兩項定期研究，旨在監察及分析訪澳旅客的滿意度及特徵的趨勢。至 2011 年第二季，最新的研究結果顯示：

「訪澳旅客滿意度指標」

1. 整體的訪澳旅客滿意度較 2010 年上半年比較，呈下降的趨勢。
2. 旅客的滿意度是受旅客的期望值、以及所感受到的服務表現和價值所影響。故此，研究小組認為導致旅客滿意度下降的主要原因是由於旅客對遊澳的高度期望、服務表現不佳、以及所感受到的價值低（價值是指旅客所花的時間/金錢相對於得到的服務/產品）。
3. 最新的數據顯示，似乎所有的旅遊相關行業在 2011 年上半年的表現相比於 2010 年差。然而，分析過去八個季度彙集所得數據，得出各行業的長期表現如下：
 - 滿意度高於平均水平的行業：(i) 會展活動、(ii) 世遺景點、及 (iii) 其他景點。在過去的八個季度中，上述三個行業的表現高於平均的整體旅客滿意度。旅客對會展活動的滿意度呈進一步上升的趨勢，然而，對世遺及其他景點的滿意度則顯示有可能下降的趨勢。
 - 表現平均的行業：(i) 娛樂場、(ii) 零售商店、(iii) 導遊和旅行社以及(iv) 本地交通。旅客對娛樂場和本地交通的滿意度相對穩定，這兩個行業在某種程度上能夠維持旅客對它們的滿意度，縱然當中呈季節性的波動。可是，旅客似乎對零售商店和導遊及旅行社的滿意度有下降的趨勢。
 - 滿意度低於平均的行業：(i) 酒店、(ii) 入境口岸及(iii) 餐飲服務。資料顯示，酒店的滿意度似乎有輕微改善，餐飲服務則表現穩定，可是旅客對入境口岸的滿意度表現了進一步下跌的趨勢。
4. 與其他旅遊目的地比較，2011 年的旅客滿意度為：
 - 香港：72.6
 - 澳門：67.3（資料搜集至上半年）
 - 深圳：65.1
5. 除非較弱的相關行業採取策略、管理及營運上的合適措施，否則將來訪澳旅客的滿意度可能持續惡化。

獲以下認證：
Certificado pela:

Certified by:



澳門望廈山
電話：(853) 2856 1252
傳真：(853) 2851 9058
www.ift.edu.mo

Colina de Mong-Há, Macau
Tel: (853) 2856 1252
Fax: (853) 2851 9058
www.ift.edu.mo



「訪澳旅客分析報告」

6. 研究顯示，逗留時間最長的旅客包括：以探訪親友為主的旅客（按到訪目的統計）；非個人遊旅客（按旅程安排）；首次到訪旅客（按到訪次數統計）；以及來自除中國內地、香港及中國台灣的其他東南亞國家旅客（按訪客原居地）。另一方面，逗留時間最短的旅客分別是以購物為主的旅客、個人遊以及來自香港的旅客。
7. 非博彩旅客的訪澳主要活動為購物及品嚐美食。同時發現其他活動，例如參與商務會展及觀看表演、特別節日等均有增長趨勢，其中以中國台灣最為顯著。而來自其他東南亞國家及西方國家對於觀看世遺景點則有較大升幅。
8. 只有很小部分的訪澳旅客的重遊意願偏低。
9. 重遊意願偏低的旅客包括：非個人遊旅客、以觀光為主的旅客以及來自其他東南亞和中國台灣的旅客。

關於訪澳旅客滿意度指標

研究背景

旅遊學院國際旅遊研究中心自 2009 年中就訪澳旅客對各旅遊相關行業的滿意度展開季度研究。根據受訪旅客對十個旅遊相關行業的滿意度，從而總結出澳門旅遊業的整體滿意指標。十個與旅遊業相關的行業為(a) 娛樂場、(b) 會展活動、(c) 世遺景點、(d) 酒店、(e) 出入境口岸、(f) 其他景點、(g) 餐飲服務、(h) 零售商店、(i) 導遊/旅行社 和 (j) 本地交通。

訪澳旅客滿意度指標是一項與香港理工大學酒店及旅遊管理學院的共同研究項目。香港理工大學的宋海岩教授及其研究小組開發了研究模型及於香港進行相同的研究（香港理工大學遊客滿意度指數）。透過與其他進行相似研究的旅遊目的地比較，至今澳門所得的研究結果能與香港、新加坡及深圳比較，從而在一定程度上，比較與鄰近地區其他旅遊目的地的競爭力。

研究方法

「訪澳旅客滿意度指標」是透過問卷調查方式收集數據。問卷調查於主要景點及口岸進行，並根據有系統的抽樣方式選出受訪旅客。2010 年的有效樣本數為 2001，而至 2011 年第二季，已成功採集 1264 個樣本。各行業的滿意度 (TSIs) 是由問卷內包含的三方面評價而組成，受訪旅客分別就：總體滿意度、與期望的及與完美的比較而評價。所得的結果將轉移至 0 到 100，並以此來計算訪澳旅客對每個行業及澳門整體的旅遊滿意指數。指數越高，即表示滿意程度越大。整體訪澳旅客滿意度指標 (MTSI) 則是這十個行業指數 (TSIs) 的平均值。自 2011 年 9 月起，國際旅遊研究中心將公佈季度的整體訪澳旅客滿意度 (MTSI)，而各行業的滿意度 (TSIs) 結果將按年公佈。然而，季度彙編的數據能有效地顯示季節性及長遠而言，更準確的趨勢分析。



研究結果

最新的研究結果涵蓋過去的八個季度（即由 2009 年第三季至 2011 年第二季），數據分析顯示整體滿意度由 70.0（2009 年第三季）下跌至 68.5（2011 年第二季）。此外，關於十個旅遊相關行業及整體的季度滿意度可參閱下表（100 為滿分）：

表 1：旅客對行業及整體的滿意度季度指標（2009 年第三季至 2011 年第二季）

行業	2009		2010				2011	
	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2
娛樂場	67.9	66.4	73.0	73.9	70.3	75.2	67.0	66.4
會展活動	75.6	69.8	72.0	75.1	77.2	77.5	69.5	75.4
世遺景點	77.5	71.4	73.0	76.2	78.3	76.8	73.3	71.3
酒店	67.1	66.3	63.8	65.3	68.0	77.3	67.7	68.1
出入境口岸	67.7	71.4	68.9	72.5	67.0	70.2	58.9	69.4
其他景點	68.8	68.6	78.7	72.8	73.6	75.7	69.9	64.8
餐飲服務	64.7	65.1	68.6	69.7	66.3	68.9	65.0	65.1
零售商店	75.8	73.8	68.2	72.8	70.9	70.9	61.9	69.5
導遊/旅行社	71.1	71.5	69.2	73.0	71.3	71.4	63.8	63.4
本地交通	68.0	67.2	76.2	70.5	68.5	73.2	63.9	72.0
整體訪澳旅客滿意指數	70.4	69.2	71.2	72.2	71.1	73.7	66.1	68.5

這對澳門的旅遊業而言

- 按照中央政府致力推動澳門成為世界旅遊休閒中心的定位下，當前需要密切關注各個組成澳門旅遊業的行業能保持競爭力以及檢視他們的服務水平能否在滿足訪澳旅客。
- 根據國際旅遊研究中心經過長時間定期彙集的數據及資料進行的分析，在十個旅遊相關行業中，一些行業的表現較弱或在滿足旅客方面的能力較差。而隨著時間的推移，這更見明顯。各行業間的相關機構應主動提出一些如初始的及持續的前線員工的培訓、提高招聘的素質和審視在推動前線員工服務表現的複雜因素等方面的干預措施，並與相關的公共機構合作進行。
- 當前，服務供應商可考慮透過引入自動化的系統或科技來代替勞動力密集的業務運作。
- 鑒於旅遊、酒店等款客行業皆是以服務顧客為中心的，因此有可能需要重新思考目前的勞工政策。目前的政策似乎影響到中小型企業（例如餐飲場所和零售商店），尤其是在公眾假期，原因是一部分的經營者可能因為勞動力成本上漲的關係而選擇關店不提供服務。然而，這些日子往往是破紀錄的旅客量高峰期。旅客和居民



會一定程度的湧到在公共假期仍然營業的餐館和商店，因而造成了一個惡性循環，進一步惡化服務表現及拖低旅遊產品的價值。

訪澳旅客調查

研究方法

調查透過街頭問卷方式，由 2009 年第四季至 2011 年第二季共收集 5,016 份訪澳旅客的樣本。抽樣地點包括各出入境口岸及主要旅遊景點。

研究結果

以探訪親友為主的旅客的逗留時間較長，平均 3.1 日，其中 81% 是過夜旅客。而商務旅客則平均逗留 2.4 日，其中 72% 是過夜旅客。至於非個人遊旅客平均逗留 2.5 日，過夜旅客佔 88%。首次訪澳旅客平均留澳 2.6 日，過夜旅客佔 79%。其他東南亞國家旅客平均留澳 3.3 日，其中 89% 是過夜旅客。另一方面，逗留時間較短的分別為：購物旅客（平均 2.0 日）；個人遊旅客（平均 2.1 日）；重遊旅客（平均 2.1 日）以及香港旅客（平均 1.7 日）。見表 2。

表 2：按逗留時間分析之訪客特徵

(百分比)	不過夜	兩天	多於兩天	總計
到訪目的				
購物	46	35	19	100
美食	39	45	16	100
博彩	29	47	24	100
商務	27	49	24	100
觀光	27	39	34	100
娛樂（休閒）	21	48	31	100
探訪親友	19	35	46	100
行程安排				
個人遊	36	39	25	100
非個人遊	12	48	40	100
到訪次數				
首次	21	41	38	100
重複	37	39	24	100
客源地				
中國大陸	38	38	24	100
香港	41	48	11	100
中國台灣	10	30	60	100
其他東南亞國家	11	36	53	100
西方國家	26	30	44	100



旅客訪澳期間的活動以購物及品嚐美食為主。而參與其他活動的旅客比例之趨勢不一。其他旅遊活動包括參與商務及會展、參觀世遺景點以及觀看表演、演唱會和特別節日。調查發現，整體參與商務會展的旅客比例呈現季節性波動。其中以中國大陸及中國台灣的上升趨勢最為顯著，2011年第二季分別按年升300%及57%。至於觀看表演、演唱會及參與節日的旅客比例中，中國大陸、香港及中國台灣均錄得明顯升幅，2011年第二季按年分別增長350%、250%及220%。參觀世遺景點方面，整體比例由2010年第一季至2011年第二季維持在40%以上。其中以其他東南亞及西方國家旅客的升幅最為顯著，2011年第二季分別按年上升11%及38%。(表3)

表3：按客源地列出參與下列活動之旅客比例*

(百分比)	2009年	2010年				2011年	
	第四季	第一季	第二季	第三季	第四季	第一季	第二季
商務會展							
中國大陸	1	3	1	7	7	2	4
香港	6	5	2	6	5	2	6
中國台灣	4	5	7	8	10	15	11
其他東南亞國家	0	9	12	5	9	11	7
西方國家	0	4	11	9	0	3	0
總計	5	5	3	7	7	4	5
表演、演唱會及特別節日							
中國大陸	5	5	2	7	5	7	9
香港	7	5	4	6	11	15	14
中國台灣	9	5	5	12	13	13	16
其他東南亞國家	7	0	4	20	7	19	8
西方國家	23	7	5	27	19	17	0
總計	15	5	3	10	8	11	11
世遺景點							
中國大陸	26	39	44	37	39	46	47
香港	24	34	48	36	32	36	39
中國台灣	44	40	58	64	67	45	57
其他東南亞國家	38	30	57	70	76	61	63
西方國家	17	50	45	66	88	67	62
總計	27	37	48	44	45	45	48

*複選題，比例按受訪旅客總數計算

重遊意願方面，只有4%的受訪旅客表示不願意再次到訪澳門。其中33%的旅客到訪目的為觀光；而以購物為主的佔20%；首次到訪的佔42%。至於客源地方面，來自其他東南亞國家及中國台灣的分別佔20%及15%。見表4。



表 4：按旅客特徵分析重遊意願

不願意重遊	願意重遊
客源地： - 其他東南亞國家 (20%)；中國台灣 (15%)	客源地： - 香港 (32%)
行程安排： - 非個人遊 (28%)	行程安排 - 個人遊 (88%)
到訪目的： - 觀光 (33%)	到訪目的： - 購物 (21%)；品嚐美食 (20%)

這意味著

- 調查發現來自中國台灣及其他東南亞國家的旅客逗留時間較長；但比例上他們的重遊意願卻偏低。雖然前者對於參與商務會議有上升趨勢；而後者在參觀世遺景點的比例亦有所增加，但仍應著力推廣商務會展及發展世遺相關之活動，以迎合旅客需求。
- 對於旅遊活動多元化方面，中國大陸、香港及中國台灣的旅客比例在觀看表演及演唱會等項目上呈現按年上升的趨勢，因此在這方面可著力推廣。
- 調查發現，在重遊意願偏低的旅客中，大多數是以觀光為主。反映政府、旅遊有關當局以及業界應緊密合作，發展更多觀光景點以拓展相關市場。
- 非個人遊旅客的逗留時間比較長，但其中有約一成的重遊意願卻偏低。為此，可針對現有旅行團的行程安排，應入更多元化的旅遊活動。

旅遊學院公關部
2011 年 10 月 21 日

2261/035REL/RP/11