

新机遇

大未来

粤澳文旅会展融合发展报告2023

探索商务休闲旅游的可持续发展



普华永道



目录

2	一、前言
3	二、产业现状
3	（一）广东文旅会展发展现状
6	（二）澳门文旅会展发展现状
20	（三）横琴粤澳深度合作区文旅会展发展现状
22	三、政策梳理
25	四、挑战与机遇
25	（一）粤澳文旅会展融合发展的挑战
25	1. 疫后旅游产业转型升级势在必行
26	2. 粤澳文旅深度融合发展成效待见
27	3. 商务休闲旅游潜力有待深挖
28	（二）粤澳文旅会展融合发展的机遇
28	1. “转危为机”深度融合迎接疫后旅游新业态的发展机遇
33	2. “数智+文旅”赋能产业的高质量发展
34	3. 探索共建模式，提升产业ESG发展水平
36	参考资料
37	研究团队成员及联络信息



一、前言

国家“十四五”规划提出“支持澳门丰富世界旅游休闲中心内涵，支持粤澳合作共建横琴”。《横琴粤澳深度合作区建设总体方案》的实施标志着横琴粤澳深度合作区（以下简称“合作区”）成为推动澳门和广东制度创新走向融合发展的国家级平台。未来将“发展促进澳门经济适度多元的新产业”，着力于科技研发和高端制造产业、中医药等澳门品牌工业、文旅会展商贸产业、现代金融产业等四大产业发展方向。

文旅会展是灵动的产业，大量汇聚人气和资本。在构建国内国际双循环体系促进粤港澳大湾区（以下简称“大湾区”）新发展的格局背景之下，发挥合作区政策优势，积极探索市场消费与跨境贸易有机结合，促进粤澳文旅会展业的高质量发展最终走向融合从而推动粤港澳大湾区乃至国内服务贸易的转型升级，是粤澳合作在合作区落地的重要课题之一。

2021年10月，普华永道联合澳门旅游学院、中国服务贸易协会共同编制《粤澳文旅会展融合发展报告》，充分挖掘了粤澳文旅会展产业新价值，洞察深度合作区文旅会展新机遇，重塑粤澳产业投资格局和构想，为澳门及合作区建设世界级旅游目的地提出了有益建议。在地缘政治、全球经济面临各种挑战的新形势下，普华永道再度联合澳门旅游学院，回顾两年以来粤澳两地在文旅会展产业的发展情况，梳理期间发布的重要促进和优惠政策，在此基础上提出未来粤澳文旅会展业高质量发展走向融合的愿景与建议，希望为政产学研单位及粤澳合作建设参与者带来有益的信息与参考。



二、产业现状

（一）广东文旅会展发展现状

1. 积极面对疫情冲击，迎接后疫情时代

广东是全国最大的旅游消费市场和客源输出地，旅游产业收入占全国总收入1/3以上，“十三五”时期，广东全省文化及相关产业增加值、旅游总收入、入境过夜旅客数量长期位居全国第一。

“十四五”开局之年，广东文化及相关产业增加值6910亿元，同比增长11.3%，连续19年居全国各省市首位。

2020年-2022年，在新冠肺炎疫情疫情影响下，广东文化旅游业界迎来了巨大的压力和挑战。据统计，2020年，广东省接待过夜旅客人数由2019年的5.31亿人缩减至2.31亿人，2021年稍有恢复，旅客数量增长11.46%至2.57亿人。2022年，疫情反复导致旅游市场恢复较缓，叠加不利天气影响，致使旅客接待量同比下滑20.99%至2.03亿人次，营收大幅下降。

为应对疫情对文旅业的冲击，广东省打出政策“组合拳”。2021-2023年，广东出台了《广东省进一步促进消费若干措施》、《广东省促进服务业领域困难行业恢复发展的若干措施》等系列政策文件，从供需两侧双向发力，疏通旅游业发展的难点、堵点。从供给侧，广东通过政策扶持、资金补贴、鼓励银企合作等方式，减轻文旅企业的生存压力；从需求侧，通过消费券、惠民券等形式，鼓励消费者参与文旅活动。

在中央与广东省的多措并举、保驾护航之下，结

合居民出行和接触性消费政策宽松、宏观经济稳中向好等综合利好因素带动，2023年上半年的旅游经济进入了全面复苏新通道。2023年上半年，广东省经济运行的一个突出亮点是服务业增长较快、接触性及聚集性服务业得到持续改善。例如，住宿和餐饮业增加值增长10.3%，1月至5月规模以上文化、体育和娱乐业增长更是达到了35.3%。上半年，广东合计接待旅客3.28亿人次，同比增长41.1%，上半年接待旅客人数恢复度高于全国9.4个百分点；实现旅游总收入3791.3亿元，同比增长95.5%；全省接待入境旅客570.6万人次，同比增长611.8%，实现外汇收入160.8亿元，同比增长207.3%。特别今年的“五一”假期，广东文旅消费热情高涨，全省接待旅客4546.1万人次，同比增长77.9%，与2019年相比，也实现了同期增长18.6%，旅游总收入274.4亿元，比往年上半年总收入翻了一番多。

各项指标均表明，广东省文旅业正迎来复苏拐点，同时在未来仍有广阔的增长空间。随着国内促消费政策持续加码，居民的消费信心进一步增强，文旅消费将进一步带动经济回暖。另一方面，随着国内外旅游的逐渐开放，广东将推动广州加快培育、深圳加快创建国际消费中心城市，吸引更多的国内外旅客前来消费，为经济的复苏和发展注入新的动力。考虑到正在经历的“暑期档”和国庆、中秋节假期的旺盛需求，以及供给侧和政策面的积极带动，我们有理由对2023下半年旅游经济持更加乐观的预期。

2. 文旅融合新业态新模式涌现，科技赋能文旅融合优势明显

尽管面对疫情冲击，广东文旅行业在扩大投资、深度融合和业态提升方面从未停步。在过去的三年中，广东省不断完善省级文旅投融资体系。2021年-2022年，广东文化和旅游产业投融资对接会、中国（深圳）国际文化产业博览交易会等活动成功举办；2023年，文旅融合发展大会于汕尾召开，签约14个文旅项目，并联合15个城市组建全国红色研学旅游城市联盟。这些举措有助于进一步推动文旅产融合作，建立起可持续发展的长效对接机制。

在扩大投资方面，“项目优”是广东省推动文旅产业复苏发展的“五大行动”之一。广东省发改

委公布的《广东省2023年重点建设项目计划》中，文化旅游体育重点建设项目共54个，总投资额逾3200亿元。近两年，广东在文旅项目上的投资并未因疫情而减慢脚步。其中，2023年的百亿级项目有5个，总投资额近1350亿元，占文化和旅游项目总投资42.2%。值得关注的是，2023年总投资规模前4位均为生态旅游项目，项目总投资额达1250亿元。此外，2023年全省54个重点文化旅游体育项目中有45个项目是传统文化、生态文化和旅游产业的深度结合，表明文旅融合成为投资重点。从空间布局上看，54个项目中位于二三线城市的不在少数，将为全域旅游的版图不断增添新地标。

表1: 2023年广东百亿级文化旅游建设项目及投资额

单位：万元

项目名称	总投资额	2023年投资计划
湛江鼎龙湾国际海洋度假区	6000000	1558300
珠海横琴长隆国际海洋度假区(二期)	3000000	995000
佛山美的·皇朝白鹭湖森林生态旅游度假区	2000000	725000
九龙湖“湾区·中旅世界”	1500000	600000
清远长隆国际森林度假区森林乐园项目	1000000	365000

数据来源：广东省2023年重点建设项目计划

在文旅融合发展方面，广东已评选出三批次共25家“广东省文化和旅游融合发展示范区”，大湾区积极深入推动文旅融合，培育“文旅+”生态圈，推动“非遗+旅游”、“文创+旅游”、“博物馆+旅游”、“演艺+旅游”等业态迅速发展。自2021年以来，永庆坊非遗街区、沙湾镇紫泥堂、佛山欢乐海岸PLUS等新业态新产品不断涌现。2023年，广东省将在全省开展首批“粤式新潮流”广东文旅消费新业态热门场景征集活动，开辟专门旅游线路，推动澳车北上。

大湾区集中了大量高科技头部企业，这也意味着大湾区在以智慧化、科技化手段打造文旅消费新

场景时，具有更多创新潜力和空间。从业态融合上看，不少项目将实现文旅与科技、农业的产业融合，推动“文旅+”跨界融合高质量发展。CBD智能酒店、国内首家元宇宙主题乐园、数字展览展示博览会、老字号数字博物馆等全新场景都已陆续落地大湾区，驱动大湾区文旅产业向更高质量发展；横琴粤澳深度合作区发展元宇宙产业的首个示范性项目“横琴长隆元宇宙超级试验场”于2022年开启项目推介路演，助力澳琴元宇宙产业一体化。这些政策支撑、资本助推、科技赋能的文旅融合新业态将在后疫情时代为文旅业带来持续的转型动力。

3. 广东会展业经济强劲复苏，商务休闲旅游潜力巨大

“十三五”期间，广东省展览数量及面积稳居全国前列。与2015年相比，2019年广东省展览会数量、面积分别增长13%、27%。广东省内企业被商务部评定为展览业重点联系企业113家，占全国比重19%，排名全国第一。

但自2020年疫情开始，不少展会“停摆”，全国会展业增长乏力。据广东会展组展企业协会调研数据显示，当年，80%的会展企业营收受到影响，21%的会展企业预计损失营收额在1000万元

以上。接近半数的会展企业营业收入同比下降50%以上，会展场馆租金几乎为零。2021-2022年，随着疫情的缓解与疫苗的普及，国内各行业迅速复工复产，办展数量在2021年出现大幅度上涨，但因新冠疫情防控的形势复杂，整体展览业难以回到2019年的规模。根据中国国际贸易促进委员会颁布的《中国展览经济发展报告》（2019-2022），2022年共举办了经贸类展览1807个，同比下降38.7%。从实际投入运营的展馆数量来看，2022年较2021年出现大幅下滑，同比降幅达16.6%至126个，甚至低于2020年水平；室内可租用总面积为952万平方米，同比减少了82万平方米，同比下降7.9%。

表2：2019-2022年广东展览状况统计

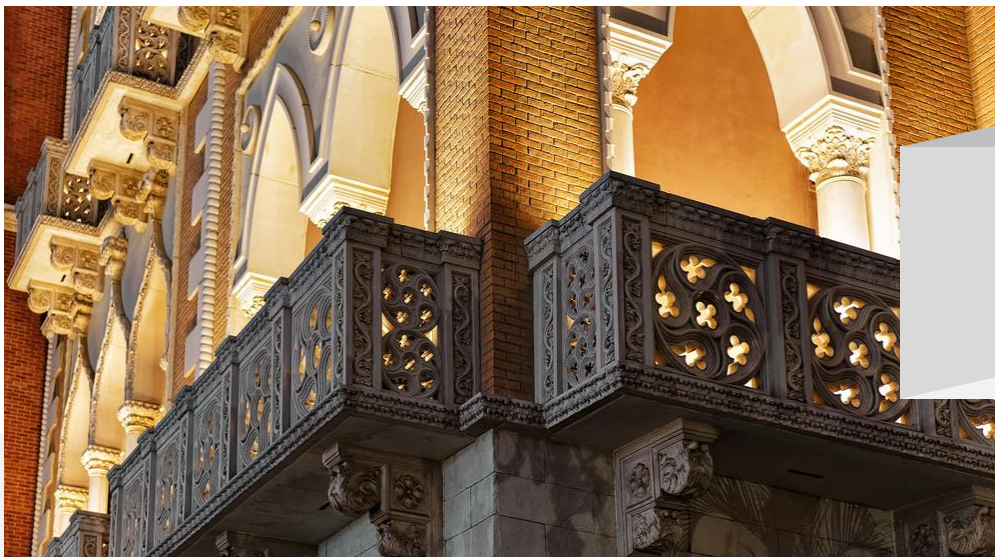
		2019	2020	2021	2022
办展数量	数量（个）	1029	284	419	314
	全国占比	9.3%	14.3%	14.2%	17.4%
	全国排名	3	2	1	1
展览总面积	面积（万平方米）	1721.8	1313.8	1690.5	1180.6
	全国占比	11.6%	18.0%	18.2%	21.2%
	全国排名	2	2	2	1
投入使用的展馆数量	数量（个）	28	17	16	14
	全国占比	10%	12%	11%	11%
	全国排名	3	1	2	2
展馆室内可租用面积	面积（万平方米）	186	172	166	163
	全国占比	17%	18%	16%	17%
	全国排名	1	1	1	1

数据来源：《中国展览经济发展报告》（2019-2022）（所有报告相关数据仅对经贸类展览进行分析）

不过，广东省会展业的地区优势仍然显著。2019-2022年，广东省的办展数量、展览面积、投入使用的展馆数量与室内可租用面积皆位居全国前列。2022年广东省展览数量为314场，在全国占比17.4%，展览总面积为1180.6万平方米，全国占比21.2%，投入使用的展馆面积达到约163万平方米，约占全国展馆室内可租用面积的17%，均居全国首位。广东省实际投入运营展馆14个，为全国第二；深圳、广州展览面积排名全国前二。同时，为应对疫情对会展业的冲击，全省商务系统出台支持政策促进线上办展，率先推出“粤贸全球”广东线上展览平台，推动线上会展和线下会展进一步融合，催化会展业数字化转型。

2023年，随着我国疫情防控政策的优化调整，中

外企业已具备线下参加展会的条件，广东省会展业成为了促进实体经济高质量发展的新引擎。第133届广交会在疫情三年后首次全面恢复线下举办，展览面积从118万扩大至150万平方米，参展观展人数超290万人次，线下参会境外采购商12.9万人，现场出口成交216.9亿美元，规模再创新高，无疑成为会展业最大的“强心针”。根据相关政府部门公布的数据，2023年一季度，广东省展览数量116个，同比增加89个，增长330%；展览面积436万平方米，同比增加351万平方米，增长412%。展览数量恢复至2019年同期的115%，展览面积恢复至2019年同期的102%。这些数据显示，广东会展业已进入全面恢复轨道，将有力带动经济加速回暖，并有望实现新的增长。



（二）澳门文旅会展发展现状

1. 疫后入境旅客量迅速恢复，大湾区续成为主要客源地

至2023年6月，澳门入境旅客量较疫情期间显著提升从入境旅客规模来看，仅今年一月份就分别超越2022、2021年同期的101.1%和151%，表明

澳门的旅游业态恢复迅猛。旅客对澳门的旅游信心正在强势回归是不争的事实。但相比疫情爆发前的2019年，2023年上半年的累计数仍只有前者同期的57.4%，在后疫情时代下仍然具备增长空间。

表3：2019-2023年旅客入境统计

单位：千人次’000

月份	2023		2022		2021		2020		2019	
	入境旅客	累计	入境旅客	累计	入境旅客	累计	入境旅客	累计	入境旅客	累计
1	1397.7	1397.7	694.4	694.4	556.8	556.8	2850.5	2850.5	3425.1	3425.1
2	1593.7	2991.5	655.5	1349.9	427.1	983.9	156.4	3006.9	3545.7	6970.8
3	1956.9	4948.4	526.9	1876.8	754.5	1738.4	212.3	3219.2	3388.9	10359.8
4	2274.1	7222.4	606.8	2483.7	794.8	2533.2	11.0	3230.2	3432.2	13791.9
5	2213.8	9436.2	600.7	3084.4	866.1	3399.3	16.1	3246.3	3396.8	17188.8
6	2209.7	11645.9	380.7	3465.1	528.5	3927.8	22.6	3268.9	3095.9	20284.6
7			9.8	3474.9	789.4	4717.2	74.0	3342.9	3530.2	23814.9
8			331.4	3806.3	409.2	5126.4	227.1	3570.0	3623.1	27438.0
9			557.8	4364.1	629.1	5755.5	449.1	4019.1	2764.9	30202.9
10			580.3	4944.4	328.2	6083.8	582.0	4601.1	3209.8	33412.7
11			366.5	5310.9	801.3	6885.1	636.4	5237.4	2910.1	36322.8
12			389.4	5700.3	820.9	7705.9	659.4	5896.8	3083.4	39406.2

数据来源：澳门统计暨普查局（因四舍五入，累计值与个别数字加总可能有些微差别）

数据表明疫情后短途市场对于澳门旅游业的复苏具有非常重要的地位。以2019年为例，前十大客源市场依次为中国内地、香港、台湾、韩国、菲律宾、日本、马来西亚、美国、印尼及泰国。其中，大中华地区市场（中国内地、香港及台湾）合计占比高达92.3%。疫情时期，澳门实行较为严格的入境政策，除中国内地市场外，其他客源市场占比均出现大幅下滑。在实行严格疫情管控的2021年与2022年，来自中国内地的访澳旅客分别占91.4%和89.6%，来自香港占7.6%和9.0%，台湾旅客占比0.9%和1.2%，而国际客源寥若晨星。中国内地市场的数据则表明：内地旅客的地域分布同样与其所在城市与澳门距离远近密切相关。譬如：广东省历年来一直稳居澳门第一的客源地，来自湖南、福建、湖北、广西、浙江、上海等地的旅客也相对较多。过去三年，中国各地对跨省流动仍有诸多限制，加之很多人并不熟悉澳门情况，错误认为前往港、澳及外国的出入境隔离政策并无区别，导致访澳需求受到极大抑制。从旅客表现上看，广东省的旅客并未出现此类信息误读或至少误读者的比例较少。广东旅客一日游比例高，行程容易安排及调整。故相比疫情之前，来自广东的访澳旅客在内地市场中的比重出现较大升幅。从2019年至2023年（截至6月），占比分别为45.9%、57.8%、62.4%、70.0%和55.1%，一直是澳门在内地的最大单一省份客源市场。值得注意的是，上海今年第一次

成为澳门第二大内地客源市场，占比4.4%，超越传统的旅客大省湖南、福建等地。而在2019年，上海的访澳旅客占比也仅有2.6%。疫情期间，上海旅客逆势而上，一度达到访澳旅客总数的3.7%（2021年），随后下滑至2.1%（2022年），这可能是上海在2022年4月起经历了长达数个月的“封城”所导致，直到6月当地才逐步恢复出入境证件办理。紧随其后又是澳门的疫情爆发，严重挫伤中国内地旅客的旅游动力。尽管如此，澳门对于上海旅客而言具备在一定程度上取代国外旅行目的地的基础；同时值得注意的是，江、浙、沪三省市的旅客总数已达11.7%（截至2023年6月）。虽未出现比肩广东旅客数量的基础，长三角地区经济发达，富庶程度超越内地其他地区，在将来有可能成为值得澳门深耕的重要客源地。

广东省的九个大湾区城市在2020年和2021年均贡献了逾九成的广东客源（分别为93.8%和93.7%），相比疫情前的2019年（89.0%）比例有所扩大。若加上香港，近三年半来自大湾区的旅客在所有访澳旅客中的占比分别为62.0%（截至2023年6月），67.5%（2022年），61.1%（2021年）及47.6%（2019年）。这些分析结果表明，无论疫情严重与否都不改变大湾区对澳门旅游业的支撑作用，且在疫情期间无法接待国际旅客时，大湾区旅客显得尤为重要。

表4：大湾区旅客客源地统计

单位：千人次’000

	2023（1-6月份）		2022（1-12月份）		2021（1-12月份）		2020（1-12月份）		2019（1-12月份）	
	人次	比例	人次	比例	人次	比例	人次	比例	人次	比例
总数	7216.6	100.0%	3846.2	100.0%	4706.9	100.0%	3418.8	100.0%	18766.0	100.0%
香港	3451.5	47.8%	513.4	13.3%	589.0	12.5%	843.2	24.7%	7354.1	39.2%
广州	802.6	11.1%	406.5	10.6%	537.3	11.4%	469.5	13.7%	2284.3	12.2%
深圳	486.0	6.7%	261.6	6.8%	264.7	5.6%	189.8	5.6%	1090.6	5.8%
珠海	999.0	13.8%	1806.2	47.0%	2223.4	47.2%	1046.1	30.6%	3247.0	17.3%
佛山	424.9	5.9%	231.3	6.0%	275.3	5.8%	248.2	7.3%	1415.3	7.5%
惠州	58.5	0.8%	20.0	0.5%	24.5	0.5%	24.2	0.7%	207.2	1.1%
东莞	213.7	3.0%	82.2	2.1%	106.5	2.3%	90.0	2.6%	504.6	2.7%
中山	379.7	5.3%	306.9	8.0%	369.1	7.8%	276.8	8.1%	1273.2	6.8%
江门	319.7	4.4%	197.7	5.1%	285.6	6.1%	197.5	5.8%	1084.6	5.8%
肇庆	80.9	1.1%	20.3	0.5%	31.5	0.7%	33.7	1.0%	305.1	1.6%

数据来源：澳门统计暨普查局（因四舍五入，累计值与个别数字加总可能有些微差别）



2. 疫后旅客访澳目的渐趋多元，商务旅客占比迅速上升

疫情前后留宿旅客与不过夜旅客的数量一直较为接近，大致呈现5:5或4:6的状态。相比疫情前，留宿旅客的比例略有上升。但在逗留时间方面，升幅则较为明显，由2019年的1.1-1.2日增加到2022年的1.0-2.2日。由于澳门在2022年6月再次爆发大规模疫情，导致出入境措施收紧，当季客的逗留时长降至当年度最低。不过，接下来的第

三、四季度迅速回升达2.2日和1.9日，2023年第一季度的平均逗留时长则下降至1.3日。一般而言，逗留时间与消费呈正相关，这一点在访澳旅客人均消费数据上得到充分印证，其中留宿旅客的消费贡献至关重要。从2020年第四季度开始，这一群体的人均消费有了突破性增长。不过夜旅客的消费直到2021年第四季度才出现类似情况，人均消费由此前的不足600澳门元增至1000澳门元以上。

表5：旅客逗留时间统计

		访澳旅客		留宿旅客		不过夜旅客			
		逗留时间 (日)	人均消费 (澳门元)	在访澳旅客 中的比例	逗留时间 (日)	人均消费 (澳门元)	在访澳旅客 中的比例	逗留时间 (日)	人均消费 (澳门元)
2023	Q1	1.3	3027	53.3%	2.3	4677	46.7%	0.3	1141
	Q4	1.9	3614	44.7%	3.4	5572	55.3%	0.2	1188
2022	Q3	2.2	3222	48.8%	4.4	5717	51.2%	0.2	601
	Q2	1.0	2421	62.0%	2.5	4690	38.0%	0.1	1031
2021	Q1	1.3	3514	63.7%	3.4	7833	36.3%	0.1	1056
	Q4	1.5	3173	40.7%	3.7	6458	59.3%	0.1	1027
	Q3	1.7	2626	46.2%	3.5	4994	53.8%	0.1	590
	Q2	1.5	3271	52.0%	2.9	5603	48.0%	0.1	740
2020	Q1	1.7	3556	52.9%	3.0	6084	47.1%	0.1	719
	Q4	1.5	3129	54.4%	2.8	5125	45.6%	0.1	744
	Q3	1.0	1349	33.9%	3.1	2858	66.1%	0.1	577
	Q2	-	-	-	-	-	-	-	-
2019	Q1	1.4	1555	47.2%	2.7	2484	52.8%	0.2	723
	Q4	1.2	1765	47.4%	2.3	2883	52.6%	0.2	759
	Q3	1.2	1532	48.3%	2.3	2545	51.7%	0.2	587
	Q2	1.2	1583	47.9%	2.2	2585	52.1%	0.2	663
	Q1	1.1	1634	45.7%	2.2	2729	54.3%	0.2	712

数据来源：澳门统计暨普查局（因疫情关系，2020年第二季度没有采集消费数据）

从旅客消费结构来看，购物长期以来高居魁首。疫情发生以来，出国旅行几乎降至冰点，被内地旅客视为“购物天堂”的香港，出入时则必须遵守严格的防疫管控措施。因此，澳门成为了替代市场。旅客的购物消费不仅是绝对支出增加不少，在个人总消费中的比重也大幅攀升，显示澳门零售业对旅客具有较大的吸引力。相比之下，

尽管旅客的住宿消费过往稳居第二，但随着近两年旅客锐减，酒店纷纷推出优惠，旅客实际支付的房费已大幅下降，消费占比也逐渐被餐饮赶超。但从已公布的数据来看，餐饮支出比例虽有所上升，但随着酒店业的复常和房价回升，住宿消费仍占据访澳旅客消费的榜眼位置。

表6：旅客消费结构

		旅客消费结构				
		购物	住宿	餐饮	交通	其他
2023	Q1	57.6%	20.1%	17.4%	3.7%	1.2%
	Q4	62.5%	14.1%	17.2%	2.8%	3.4%
2022	Q3	64.7%	17.9%	11.9%	2.1%	3.4%
	Q2	65.3%	10.6%	17.9%	2.9%	3.3%
2021	Q1	70.1%	12.7%	13.9%	1.7%	1.6%
	Q4	68.2%	10.5%	16.4%	2.5%	2.4%
	Q3	61.0%	18.6%	15.9%	3.2%	1.3%
	Q2	65.0%	15.4%	15.8%	3.0%	0.8%
2020	Q1	64.1%	15.9%	16.2%	3.0%	0.8%
	Q4	64.2%	17.2%	14.3%	3.6%	0.7%
	Q3	66.9%	13.9%	15.8%	3.0%	0.4%
	Q2	-	-	-	-	-
2019	Q1	43.3%	27.5%	22.9%	5.1%	1.3%
	Q4	44.1%	25.6%	21.6%	4.9%	3.8%
	Q3	45.2%	27.0%	20.5%	5.7%	1.6%
	Q2	44.8%	26.3%	20.8%	6.3%	1.9%
	Q1	48.4%	25.1%	18.9%	6.3%	1.3%

数据来源：澳门统计暨普查局（因疫情关系，2020年第二季度没有采集消费数据）

疫情后，珠宝及手表成为目前旅客购物消费中占比最大的商品种类，2023年第一季的比例较疫情前大幅上升，占整体消费23.2%。手信及食品的消费与化妆品及香水相若，分别占整体消费结构19.5%及22.5%，两项商品的占比虽然较疫情前有所下降，但实际消费金额随着旅客人均消费上

升而增加。其余种类的商品中，手袋及鞋类近两季维持约15%占比，实际消费金额亦较疫情前上升。整体而言，旅客的购物消费渐趋多元，而非如疫情之前一样集中于化妆品及香水与手信及食品。

表7：旅客购物消费结构

		旅客购物消费结构					
		化妆品及香水	手信及食品	手袋及鞋类	成衣	珠宝及手表	其他
2023	Q1	22.5%	19.5%	15.3%	7.9%	23.2%	11.6%
2022	Q4	29.1%	16.5%	15.8%	12.6%	10.6%	15.4%
	Q3	31.0%	12.7%	18.1%	13.4%	13.4%	11.4%
	Q2	29.7%	20.4%	14.4%	12.7%	5.9%	16.9%
	Q1	28.4%	15.2%	18.6%	12.5%	9.9%	15.4%
2021	Q4	34.8%	12.1%	17.0%	13.3%	6.6%	16.2%
	Q3	31.3%	17.0%	19.5%	11.2%	10.7%	10.3%
	Q2	32.6%	11.4%	21.2%	13.2%	9.5%	12.1%
	Q1	30.7%	13.7%	20.0%	17.5%	8.0%	10.1%
2020	Q4	39.6%	10.5%	15.8%	18.1%	6.9%	9.1%
	Q3	45.3%	33.4%	5.5%	7.5%	1.2%	7.1%
	Q2	-	-	-	-	-	-
	Q1	31.4%	32.1%	10.3%	11.7%	3.4%	11.1%
2019	Q4	45.6%	24.7%	5.4%	8.7%	6.4%	9.2%
	Q3	31.6%	31.5%	10.3%	10.5%	6.4%	9.7%
	Q2	33.4%	32.3%	8.6%	11.0%	6.2%	8.5%
	Q1	27.8%	29.6%	10.9%	8.7%	14.6%	8.4%

数据来源：澳门统计暨普查局（因疫情关系，2020年第二季度没有采集消费数据）

有关主要访澳目的的数据显示，疫情已导致来澳度假的旅客大幅减少，以度假为主要目的的旅客在疫情之前数量超过总数的一半，而目前仅约为总数的五分之一。尽管如此，来澳度假的旅客依然是主要的访澳旅客群体，其比重远超其他目的

之旅客。值得注意的是，参加会展活动及进行业务公干等商务目的的旅客比重有所上升，特别是参加会展已成为疫情后旅客访澳的首要目的。度假、购物和探亲则分别退居二、三、四位。

表8：旅客访澳目的统计

		主要访澳目的							
		度假	购物	探亲	业务公干	博彩	参加会展	过境	其他
2023	Q1	20.7%	13.9%	11.1%	10.2%	3.5%	23.4%	2.6%	14.5%
	Q4	15.6%	6.5%	5.6%	5.0%	24.3%	12.6%	21.6%	8.9%
2022	Q3	22.7%	18.8%	4.4%	6.6%	12.9%	15.0%	8.9%	10.8%
	Q2	23.1%	9.2%	7.1%	7.4%	22.9%	13.4%	6.5%	10.4%
	Q1	21.1%	5.8%	5.4%	9.5%	24.6%	22.2%	1.5%	9.9%
2021	Q4	21.9%	7.0%	4.2%	8.4%	23.7%	22.3%	2.1%	10.3%
	Q3	21.3%	11.6%	7.4%	23.0%	16.3%	12.5%	2.4%	5.5%
	Q2	33.0%	13.3%	10.6%	4.8%	0.7%	1.3%	25.4%	10.9%
	Q1	32.0%	13.6%	9.9%	5.2%	0.2%	0.2%	32.2%	6.7%
2020	Q4	35.3%	14.6%	12.2%	4.8%	3.2%	0.5%	15.1%	14.3%
	Q3	11.5%	29.1%	23.9%	5.8%	1.2%	0.6%	0.2%	27.7%
	Q2	-	-	-	-	-	-	-	-
	Q1	43.6%	12.4%	5.8%	5.1%	5.3%	0.4%	17.6%	9.8%
2019	Q4	50.5%	9.6%	2.8%	5.1%	2.8%	0.8%	21.7%	6.7%
	Q3	51.7%	6.0%	3.6%	4.5%	3.2%	0.5%	19.5%	11.0%
	Q2	55.1%	6.5%	3.1%	5.4%	3.3%	0.6%	19.1%	6.9%
	Q1	54.1%	7.9%	3.5%	5.0%	3.0%	1.1%	17.8%	7.6%

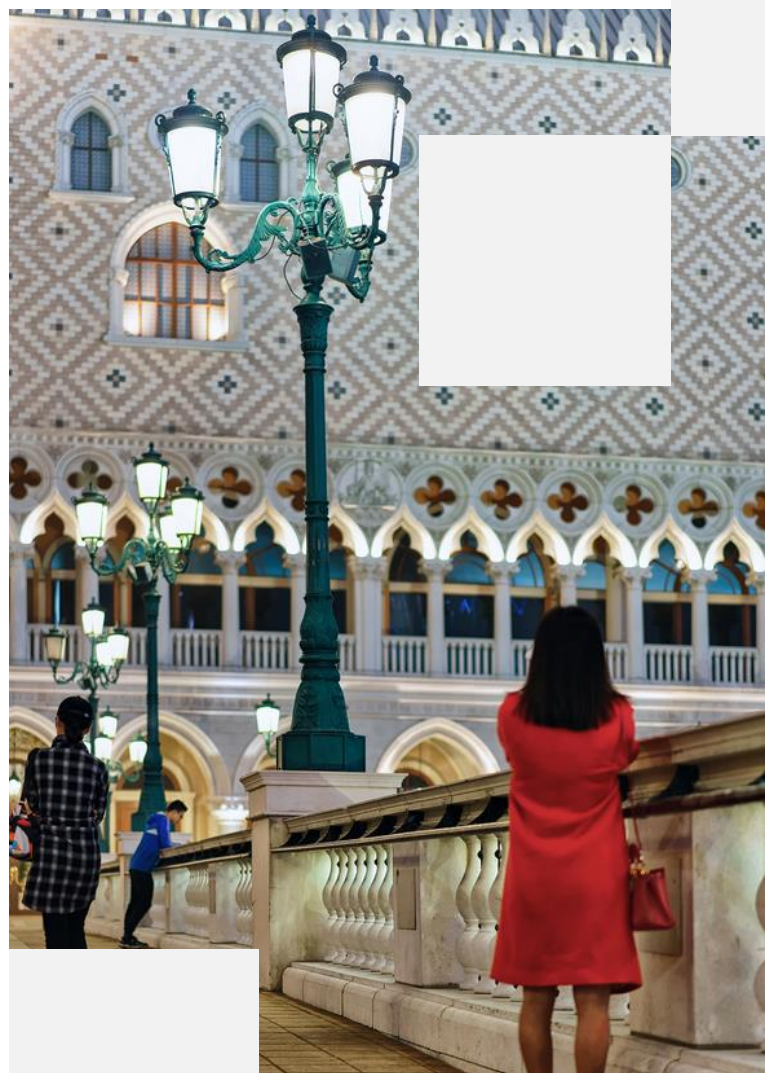
数据来源：澳门统计暨普查局（1. 因疫情关系，2020年第二季度没有采集有关访澳目的之数据；2. 受疫情影响，由于澳门统计暨普查局自2021年第三季开始没有公布旅客访澳目的的数量比例，普华永道团队按相关访澳目的的分类之旅客人均消费推算旅客访澳目的的比例）

上述数据表明，澳门的旅游业在疫情前后面临着截然不同的发展环境。2019年，访澳旅客总人次逼近四千万，创下历史记录。然而，新冠肺炎疫情的爆发以来旅行禁令、检验隔离、限制人群聚集等措施在各国或地区的广泛实施，使得作为非必要消费的旅游活动大幅减少，对澳门旅游业影响显著。调整疫情管控后，今年上半年的访澳旅客总人次突破千万，要在年内超越2019年的历史性数据虽无可能，但仅此半年之数据已接近过去两年之和，增长势头不可谓缓矣。

其一，澳门的旅游业仍高度依赖入境旅客。疫情期间各国或地区纷纷将旅游业务的重心转向服务国内或本地旅客，这对于存在旅游贸易逆差或顺差不大的旅游目的地而言会非常有效，因为外需的空缺可以由内需弥补。然而，澳门是旅游贸易顺差极高的城市，澳门旅游业的生存与复苏关键主要依赖入境客流的回升。令人庆幸的是，即便是疫情期间，旅客访澳的消费大幅超越疫情前，已稳居3000澳门元以上。且从去年末开始，不过夜旅客的消费数额增长约30%，而今年上半年的留宿旅客平均消费已超越2019年近40%-50%。如此改变难以说与经济成长挂钩，而可能是消费者观念的改变。广东、香港作为主要客源地，当地的富庶条件本就足以支撑更高层级的消费，而长期脱离境外旅游的压抑心情可能刺激消费者行为的变化。最终导致了访澳旅客主流消费观的转型。

其二，澳门的旅游业以多元文化、服务品质及高端投资见长，而这些特质与澳门引进了众多国际品牌并吸纳大量来自世界各地的优秀人才密不可分。疫情爆发后，人力资源需求下降，加之旅行受限造成与家人长期分离，不获续聘或主动离职的外来人才数量增加。在前景不明之下，一些外资也开始撤离。多种因素叠加在一起，导致人才流失，势必会削弱澳门旅游业的竞争力。旅游业是澳门的经济命脉，就业及收入贡献举足轻重。为帮助行业应对疫情影响，特区政府推出了一系列“保就业、稳经济、顾民生”措施，工商业界也积极配合、展现了极强的社会责任感，因此澳门迄今并没有大面积出现降薪、裁员、企业倒闭等情况。

澳门的会展业受益于其作为主要旅游目的地的地位。现代化的基础设施和设备齐全的会议中心使其成为举办会议、贸易展览和商务会议的理想场所。从2021年第四季度起，参加会展活动已成为访澳旅客的第二大目的，并在今首季成为旅客访澳的首要目的。由此可见，会展业具有比酒店也更强的生命力，并不会因疫情而受到沉重打击。不过这也得益于澳门爆发疫情的次数较少，且未执行过可能影响会展业人士信心的封控措施。





3. 澳门旅游业恢复前景乐观，加强湾区城市合作并开发新市场

基于对澳门旅游现状的分析，以下几个基本判断可以作为特区政府和业界的决策参考。首先，中国政府已在今年初取消出入境的检疫、隔离措施，对恢复旅客信心大有帮助。今年5月，世界卫生组织 (World Health Organization, WHO) 已宣布新冠疫情不再是全球卫生紧急事件。同时，内地旅客仍是赴澳旅游的主力军。在2019年，仅单一广东市场的访澳旅客人次就将近2800万。在保有传统的广东旅客市场的同时，长三角地区的旅客数量有可能继续增长。在中国政府宣布“乙类乙管”的全新防疫措施后，港、澳恢复正常通关，船舶航线、陆路交通随之恢复。由香港前往澳门的旅客毋需再强制隔离并支付高昂费用，紧随其后又取消了核酸检测、健康码申请等检疫程序。香港作为仅次于中国内地的第二大客源地，今年上半年的访澳人次已恢复至345万人次，逼近其他大湾区城市（广州、深圳、珠海、佛山、惠州、东莞、中山、江门、肇庆）之和，约为大湾区九市客源的47.8%，香港旅客对于澳门的重要性，及其旺盛的旅行需求所暗含出的韧性，不言而喻。此前的凋敝皆因由疫情及防疫措施所导致，复常后的“报复性旅行”遂成为澳门旅游业复苏的一大助力。

在区域合作方面，澳门已与中国内地不同城市签署了多个旅游合作协议或备忘录，例如泛珠三角、港澳和粤港澳等，以推动发展互助互惠的合作关系。除此之外，国家不同的政策亦为澳门带来扩大区域发展的机遇。其中“一带一路”战略将通过基础设施建设的投资，连接欧亚大陆的国家及地区，能够使澳门与更多旅游市场相连，推进与国内外合作伙伴的旅游业开发。而粤港澳大湾区则将推动澳门与邻近城市的深化合作，有助“一程多站”的旅游发展路向。在国际合作层面，澳门通过参与多个国际旅游组织举办的活动，包括世界旅游组织、亚太旅游协会、亚太经济合作组织旅游工作组及世界旅游城市联合会，加强澳门在国际旅游事务上的参与，并利用合作和交流机会，提升澳门在国际旅游界的知名度。

除此之外，政府、业界和学术界也一直在探讨如何充分利用澳门的滨水资源并考虑通过对这些区域进行适度开发，旧区活化等为居民和旅客建设更多的休闲场所。旧区活化及填海工程一方面可充分利用有限的土地资源，另一方面可为旅游发展带来契机，为发展多元化旅游产品提供重要的资源。

在澳门旅游业不断优化产业结构和快速发展的同时，困境与瓶颈也渐渐浮出水面。澳门的土地面积狭小，土地资源相对有限，而访澳旅客数量日益增多，对城市的承载力是一种极大的挑战，且总体环境亦造成显着的影响。由此，旅游景点拥挤情况已成为阻碍澳门旅游业发展的主要障碍之一，并受到公众广泛关注。旅客大多聚集在数个“必到”的热门景点，导致景点范围出现过度拥挤情况，严重时更需要采取即时人流控制措施。在旅游高峰季节，此拥挤现象尤为严重，尤其在周末、节庆日和大型活动期间。因此，长期以来，“探索适合的技术和方法加强热门景点的场地管理及人流控制”已成为澳门政府、业界及学术界重点研究并亟待解决的问题。

另外，从产业链要素的角度观察，酒店业的高端化发展及家庭娱乐设施单一等问题，也对“增长旅客在澳逗留时间、丰富旅客的旅游体验”的产

业发展目标带来了一定的障碍。澳门大部份的住宿属五星级酒店客房，占总客房数量约60%，显示了酒店客房供应不平均的情况（见下表）。

表9：2023年酒店业主要相关统计指标

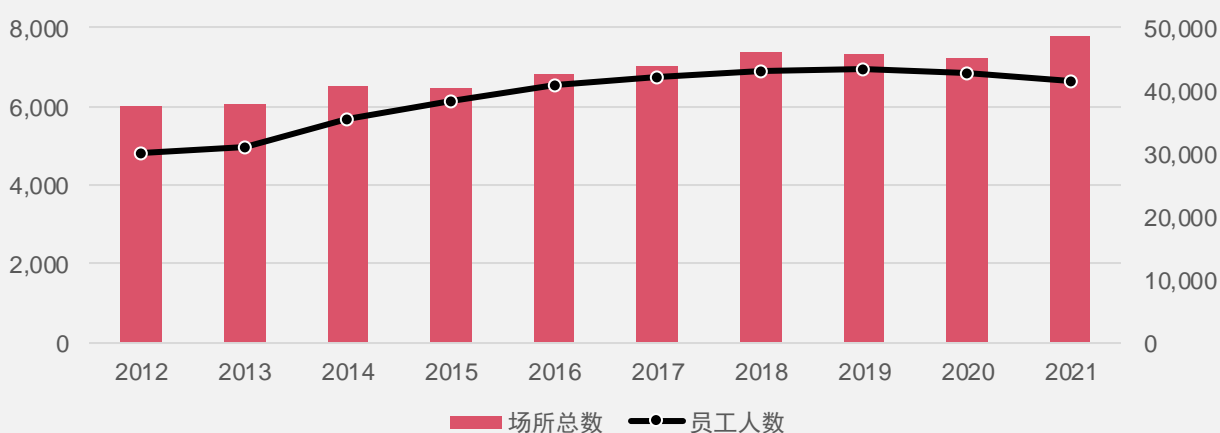
场所	数量（间）	占比	客房（间）	占比
五星级酒店	35	27.8%	22767	58.4%
四星级酒店	19	15.1%	8237	21.1%
三星级酒店	17	13.5%	5625	14.4%
二星级酒店	22	17.5%	1561	4.0%
经济型住宿场所	33	26.2%	805	2.1%
总数	126	100%	38995	100%

数据来源：澳门统计暨普查局（因四舍五入，累计值与个别数字加总可能有些微差别）

零售业作为澳门旅游业发展的另一大要素。回归之后，随着澳门经济的腾飞，内地居民消费力的增强以及自由行政策的开放，许多内地消费者钟意来澳门购物旅游，零售业便随之被带动起来。

如下图显示，即使在疫情期间，近十年来的零售业场所数量成稳步上升趋势，而员工人数虽然在此期间轻微下跌，但相信将随着正在恢复的旅客零售需求而回复上升。

图1：2012-2021年澳门零售业发展趋势



数据来源：澳门统计暨普查局

但由于近几年受到外围经济和疫情的影响，澳门经济在过去三年中有九个季度出现负增长。2020年由于疫情爆发初期，全年经济负增长；2021年末至2022年末连续五个季度皆为经济负增长。零售业也随之受影响，不过由于其他经济产业，比如旅游业和酒店业衰退更为严重，使得零售业在

本地生产总值的比重反而有所上升，然而其产值并未出现反弹。澳门未来的旅客市场预计会不断膨胀，若零售业能摆脱现在的困境，融入新元素，设法将旅游与购物消费两者更紧密地结合起来，使旅客的消费体验多元化，相信将有助于促进旅客留澳时间的延长。

表10：2012-2022年澳门零售业发展趋势

	零售业销售总额 (百万澳门元)	本地生产总值	零售业销售额占 本地生产总值百分比
2022	57696	177269	32.5%
2021	74090	241157	30.7%
2020	45225	203399	22.2%
2019	77188	445530	17.3%
2018	76807	446283	17.2%
2017	66262	404839	16.4%
2016	58839	360344	16.3%
2015	61541	359708	17.1%
2014	67996	438516	15.5%
2013	66799	411739	16.2%
2012	53517	345080	15.5%

数据来源：澳门统计暨普查局

除此之外，美食是旅客在旅游过程中的重要体验。澳门因其特殊的历史与地理位置，具有中西饮食文化交汇的特色。2017年，澳门始获联合国教科文组织认可为“创意城市美食之都”，令饮食业成为旅游业发展不可分割的部分。“美食之都”的评定是推广“全局旅游”、发展多元产业的重要途径，也是展示澳门多元文化的重要举措¹。目前澳门饮食业主要以中小微企业为主，且数量众多类型多样（如下表所示）。在行业蓬勃发展的同时，中小餐饮企业面对人资紧、租金高等困境，当中人资不足问题更日益凸显²。缺乏新人入行，尤其是中菜厨师的青黄不接现象更成为了行业近年发展的瓶颈。预计未来三年至六年内，厨师、主厨、正吧、高级侍应与大厨是中层餐厅需求量最大的岗位。因此，为缓解这一困境，政府也投入了不少资源支持饮食业人才的培育工作。例如，为全面促进居民参与职业培训并考取

证照，以提升职业技能水平和就业竞争力，政府在2017年推出“证照中心资讯平台”，以助有意加入此行业的人士透过平台的资讯能更好规划个人的职业发展。同时，多家机构与团体都参与到其中以助力本地人才的培育。如旅游学院的继续教育学校，工联辖下的饮食服务厨艺培训中心，教青局在石排湾筹建的“职业教育实践中心”，劳工事务局亦有开展厨艺培训课程等³。

鉴于传统饮食产业中，复合型人才匮乏。此项需求须政府、企业、院校通力合作，以求培养出有一定基数的复合型人才。饮食业务必重视数字化转型。这并非止步于消费模式（包括但不限于：线上点单、电子支付等）的更新，“尝试把原有餐饮服务业务延伸至包装食品生产与零售市场”⁴。

表11：2021年饮食业主要相关统计指标

场所	数量（间）	占比	在职员工（名）	占比	增加值（亿元）	占比
中式酒楼饭店	677	26.8%	13079	40.6%	11.4	37.5%
茶餐厅及粥面店	935	37.0%	9020	28.0%	8.5	28.0%
日韩餐厅	164	6.5%	2220	6.9%	2.0	6.6%
其他亚洲菜式餐厅	113	4.5%	1232	3.8%	0.9	3.0%
西式餐厅	218	8.6%	3114	9.7%	2.7	8.8%
快餐店	56	2.2%	1057	3.3%	2.8	9.2%
咖啡店	118	4.7%	748	2.3%	0.8	2.6%
酒吧及酒廊	38	1.5%	266	0.8%	0.1	0.3%
街市熟食档	77	3.0%	148	0.5%	0.1	0.3%
其他饮食店铺	133	5.2%	1302	4.1%	1.1	3.7%
总数	2529	100.0%	32186	100.0%	30.4	100.0%

数据来源：2021年饮食业调查（统计暨普查局）；以上场所不包括由酒店及娱乐场所直接经营的餐饮场所和设施，以及街边摊档

1.李明伟《澳门绿皮书：澳门旅游休闲发展报告（2017-2018）》，社会科学文献出版社
 2.《2018年澳门饮食业未来人才需求调研》，澳门人才发展委员会
 3.人委会：致力培养饮食业人才，2017年7月11日《澳门日报》
 4.后疫情时代澳餐饮业展望，2022年5月1日《澳门日报》

4. 疫后国际会议展览数量迅速恢复，多要素支撑商务旅游业高速发展

澳门具有稳定平和的政治经济环境，区内少有的自由港及独立关税区地位，并采用低税率等制度，货品出入手续简便，资金和人员进出自由。同时，澳门位处全国最具竞争力和经济活力的地区之一的珠三角地区，更是粤港澳大湾区成员之一，区内工商业发展蓬勃，且已发展成多元化优势产能的集中地。澳门“一中心（世界旅游休闲中心）、一平台（中国与葡语国家商贸合作服务平台）”的发展定位也给澳门的会展业发展指明方向，提供了难得的发展机遇和坚实的基础。

会展业是澳门回归后，特别是2003年内地旅客赴港澳“自由行”政策实施以来发展较快的新兴产业之一。伴随着本地经济和旅游业的高速发展及相关服务设施的不断完善及国际化，过去二十年间澳门的会展业无论在硬件设施、活动规模、与会人次、行业增加值、及从业人员数量方面都有明显的上升。

会展硬件设施方面，澳门具备全球少有的大型综合酒店群和会议展览场地。截至2023年6月，澳门拥有131间酒店，超过43000间酒店客房，提供超过20万平方米的世界级国际会议展览场地。总体而言，各具特色的会议展览场地和日臻成熟的会展从业专业服务队伍让澳门会展业的迅速发展得到了广泛的认可，成为多元化会展项目的举办地。

活动规模及与会人次及行业增加值方面，据澳门统计暨普查局资料显示，会展活动数目由2009年的1,195项，增长至2019年的1,536项，增长

19.4%；与会人次由2009年的57.1万人次，增长至2019年200.3万人次，增幅近3倍。此外，于2015年至2019年期间，本澳会展活动的增加值总额由13.7亿澳门元上升至29.4亿澳门元，占有行业增加值的比重由0.4%上升至0.67%。由于疫情带来的影响，澳门的会展活动严重萎缩。2022年全年的会展活动共计406项，甚至逊于2019年一个季度的表现；与会者未及2019年的一半。2023年第一季度的会展活动为208项，与会者达19.9万人次，较去年同期增长20.5%，接近2019年同期之六成。这一数据表明会展业之复苏已见端倪，这得益于强制隔离等防疫措施的取消和整体调整，使会展业者得以便利出入澳门。因此可见，疫情只是突发性因素，澳门会展业的恢复及重新增长未来可期。

在本地会展人才方面，澳门特区政府积极支持会展业界与国际会展权威组织合作，引入注册会展经理培训课程（CEM）、高级会展管理国际认证课程（EMD）等国际专业认证的培训和考试，截至2020年6月共培养252名本地CEM会展注册经理和97名本地EMD高级管理人员，成为全国产出CEM毕业生最多的城市。全澳会展工作从业人士由2002年的200人左右增加到2018年的3000多人。



在以上各种重要资源的配合下，澳门在过去十年间，在举办国际会议颇有斩获。依据国际会议协会（ICCA）发布的《2019年国际会议协会市场年度报告》资料，澳门年度举办国际会议的数量在亚太区域城市排名由2012年的第59位升至

2019年的第12位，在全球城市排名中则由2012年263位升至2019年的48位。在澳门举办的国际会议的主题以科技、医学居多，在会议组织单位方面近年澳门与欧洲、北美的会议组织单位合作也日趋增加。

表12：澳门国际会议发展（ICCA认可国际会议数量及排名）统计

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
会议数量	8	16	23	28	37	39	39	54	-	-	6
亚太排名	59	34	20	21	17	16	17	12	-	-	54
全球排名	263	156	101	93	72	65	71	48	-	-	292

数据来源：ICCA（由于疫情影响，ICCA未有公布2020年及2021年的国际会议年度报告）

然而，新冠病毒造成的全球大流行重创全球会展业，以至于ICCA放弃公布2020年和2021年的国际会议年度报告，直到2022年才宣布恢复。从最新报告来看，澳门2022年的国际会议数量下跌至个位数，亚太排名和全球排名亦退回2012年以前水平，为近十年来最差表现。会议数量下跌并不令人意外，但区域和全球排名的大幅倒退警示澳门的复常速度已经明显慢于世界步伐，这与解除疫情管控的时间点密切相关。由于直到今年1月，澳门仍坚持中央政府制定的防疫检疫措施，包括但不限于强制隔离和定期核酸检测，未能有外国客流进入澳门。相比较欧洲、北美的复常时间较早，如维也纳（奥地利）、里斯本（葡萄牙）、巴黎（法国）、巴塞罗那（西班牙）、布拉格（捷克）、柏林（德国）等广受会议主办方欢迎的城市的排名未见明显下跌。在国际排名中，2022年举办最多会议的十个国家均为欧洲或北美国家，亚太国家中日本位居第十二为首，韩

国位居第十七，中国内地位居第二十六。在中国境内，北京、上海、香港、深圳、成都、杭州、南京、武汉的国际排名均在澳门之前，但是会议数量也仅限于7场至19场不等，与动辄会议数破百的前沿城市相比尚有很大差距。鉴于澳门于2023年1月后开始复常，为使国际会议主办方重拾信心，政府和相关企业的通力合作及持续进步必不可少。

此外，澳门在展览发展方面也在稳步提高，近年来获全球展览业协会（The Global Association of the Exhibition Industry, UFI）列入统计的企业对企业（B2B）的大型展览数量稳步发展，被UFI列为近年来表现最出色的亚洲展览市场之一，反映澳门的展览市场表现理想。2023年，UFI宣布来年的亚太区会议将会在澳门举行。这是澳门有史以来第二次获得举办该类会议的机会。



在中央政府颁布的“十四·五”规划中，会展业被确定为澳门的四大产业之一。2022年开始，澳门政府确定了全新的“1+4”经济多元发展政策，即第一大目标为将澳门打造为世界旅游休闲中心，同时推动四大产业（大健康、现代金融、高新技术、会展商贸和文化体育）的发展。经济适度多元化是澳门长期的经济发展规划，有学者认为会展业的发展具有联动效应，能带动旅游业、运输及仓储管理业、酒店业和零售业的发展，但对博彩业的带动相对较低。这些预期结果与澳门政府的经济战略相符。为推动会展业的持续进步，澳门政府应重视与大湾区城市的合作，及引入外资以帮助本地会展企业成长。

澳门会展业在持续发展的同时，也遇到了一些困境与挑战。首先是长期以来受限于本地地缘及产业结构特征，澳门城市土地及经济规模较小，产业相对单一，缺少产品制造业对会展活动的强力支撑，且本澳对外交通配套不足。这些因素导致会展活动本地参展商及专业买家较少，严重依赖外部参展商或买家，加之周边邻近城市（如香港、广州、深圳、及珠海等）在会展方面的强势竞争，造成对外部会展组织者及专业展商及买家来澳参展吸引力不足。同时也导致本地办展成本较高，亦不利涵养培育本地会展企业发展，培养留住会展专业人员，特别是高端策划组展人员。

其次，会展业所连带辐射广告、创意、服务、物流、租赁等众多上下游配套行业的经营者主要由中小企业组成，较多受到资金及各种资源（市场、人力资源等）条件局限，发展普遍面对租金昂贵、主页人力缺乏等困扰；且行业间联系较为松散，发展处于较为被动的状态。自2016年开始的“会议为先”发展策略使以服务展览为主的澳门中小企业倍感压力，引发了对自身被边缘化的忧虑（大型会议相对于展览所需配套服务为少，且多在有会展功能的大型休闲度假综合体举行，中小企业参与的外购及外判的机会较低）。

除此之外，业界还面临周边会展竞争对手强手如林（香港、广州、深圳、珠海等），所剩余之市场空间不大等问题。而且，澳门会展的品牌效应不明显，缺乏大型标志性主题商业经营型展会项目对外界的引领作用。在会展创新发展方面，澳门本地企业对会展领域新科技（如透过会议直播、同译、虚拟现实（VR）、射频识别（RFID）技术及线上线下结合等）应用、开创会展业新模式方面应对较为迟缓。因此，澳门会展需考虑明确自身特色，找准定位、错位发展、联合发展。

（三）横琴粤澳深度合作区文旅会展发展现状

1. 打造澳琴文旅IP，推动澳琴旅游一体化发展

横琴粤澳深度合作区位于珠江口西岸、珠海最南端，四面环水，海湾众多，总面积106.46平方公里，是澳门的3倍。横琴拥有丰富多样的自然旅游资源，例如山林、湿地公园、海滨风光等。与澳门三岛一河之隔，横琴已成为对接港澳资源、促进澳门经济适度多元发展的新载体。

横琴不仅拥有自然资源，文旅项目也已经初见规模。区内已布局了多个具有品牌影响力的文旅项目，如长隆海洋王国、星乐度露营小镇、创新方狮门娱乐天地等，形成了包含主题乐园、康养、体育、休闲、文创和会展在内的文旅产品体系。

在文旅产业融合发展方面，横琴粤澳深度合作区取得了显著成果。澳琴已联合举办多项跨境文化、节庆、赛事活动，如“澳门国际文化美食节横琴站”及“澳门书香文化节”等，推动了澳琴文化和旅游产业的联动发展。为了进一步提升旅游产品多样性，合作区不断推出“一程多站”旅游产品和“旅游+体育”等主题旅游产品，支持露营营地的稳序发展，为建设高水平横琴国际休闲旅游岛提供了强大动力。这些举措在防疫政策的进一步优化下，为合作区文旅行业带来了复苏的机遇。

2023年春节期间，合作区接待旅客超过51万人次，显示出旅游市场强劲复苏的迹象。这种趋势在2023年五一假期期间得到了进一步确认，合作

区酒店住宿业达到了消费新高峰，主要酒店连续三天入住率超过90%，景区旅客人数略超2019年同期。这些都反映出横琴文旅产业正在以强劲的气势推动着地区经济的发展。

为提升整体旅游服务质量，合作区正在推行港澳导游到横琴执业培训，鼓励更多的港澳优秀旅游从业人员到合作区发展。这为澳门旅行社提供了拓宽业务范畴的机会，使其能够熟悉横琴地区产品售卖流程，了解内地操作流程，加强旅游产品交流，逐步建立起互利共赢的长效合作机制。

目前，合作区已与澳门、珠海相关部门确认将以海岛游为三地旅游合作新切入点。他们计划联合知名旅游平台，串联周边海岛旅游产品，推广“一站式”旅游产品，共同推动澳琴旅游一体化发展。近期，合作区将通过系列配套政策、扶持举措等方式，积极促进澳琴文旅产业协同发展。

为提升横琴旅游吸引力，合作区打造了“横琴欢乐购”、“赏游横琴”等旅游推广新IP，以带动澳琴两地产业主体积极参与产业开发建设。为进一步推动澳琴两地文旅产业的深度合作，合作区正在加快编制《横琴粤澳深度合作区文旅产业高质量发展三年行动计划（2023-2025）》，将以高水平建设横琴国际休闲旅游岛为主线，携手澳门打造世界级旅游目的地，为澳门经济适度多元发展做出更大贡献。

2. “一会展两地”，迈向大湾区商务休闲旅游目的地

文旅会展商贸产业是合作区四大重点发展产业之一，《横琴粤澳深度合作区发展促进条例》（以下简称“《条例》”）旨在为横琴粤澳深度合作区建设提供强有力的法治保障，推动澳门长期繁荣稳定和融入国家发展大局。《条例》第三十三条指出，“支持合作区发展休闲度假、会议展览、舞台演艺、体育赛事观光、游艇旅游等文旅产业，支持合作区开展国际旅游品牌推广，支持在合作区举办国际高品质消费博览会暨世界湾区论坛。”

在2022年11月成功举办的“中国（澳门）国际高质量消费博览会暨横琴世界湾区论坛（高品会）”是首个以“一会展两地”模式在澳门和横琴举行的会展活动，有了此次活动经验，在2023年，澳琴两地也将组织双方会展产业业界企业，共同制订“一会展两地”的具体合作计划，包括深化合作区和澳门两地“会展+旅游”活动协同，建立合作区和澳门相关政府部门常态化协商机制，并且继续优化“一签多行”政策。

仅今年上半年，澳门入境旅客累计逾1164.5万人

次，日均超过6.4万人次。借助横琴广阔的腹地，以“一会展两地”的方式，澳门在今年上半年举办了多场文旅活动。在“一会展两地”的模式之下，基于两地各自的产业基础和地域优势，澳门主要是举办展会，在横琴主要举办的是会议。在澳琴深度联合下，“一会展两地”模式将充分发挥澳门面向国际、横琴连接中国内地的独特区位优势。随着“会展多次签注”等政策的不断优化提升，未来澳琴区域在抢抓粤港澳大湾区建设重大机遇，整体打造亚太会展名城和大湾区国际会议之都方面的优势将进一步凸显。

2023年7月最新发布的《横琴粤澳深度合作区会展产业发展扶持办法》中，就涵盖了会展项目补贴、会展专业培训补贴、会展项目国际认证奖励、会展企业落户奖励等19项支持。值得关注的是，《扶持办法》专门制定重点产业会展项目补贴。对于题材属于《横琴粤澳深度合作区建设总体方案》鼓励发展重点产业的初创型展会、成长型展会、行业会议、国际性会议、“以会带展”项目、粤港澳大湾区会展合作项目补贴，在基础会议或展会项目补贴基础上再给予30%的上浮补贴。





三、政策梳理

“十四五”规划的出台，明确了未来五年粤港澳大湾区文旅的定位和未来发展方向，加强了粤港澳大湾区各城市文化和旅游领域的政策协调和规则衔接，将进一步促进粤港澳大湾区文化和旅游协同发展。2022年1月，国务院发布的《“十四五”旅游业发展规划》明确了文化和旅游发展的总体要求、主要目标、重点任务和保障措施，进一步阐述了推进粤港澳大湾区旅游一体化发展，提升大湾区旅游业整体竞争力，打造世界级旅游目的地。深化香港澳门与内地旅游业合作，创新粤港澳区域旅游合作协调机制，推动资源共享。

随着《粤港澳大湾区文化和旅游发展规划》和《横琴粤澳深度合作区建设总体方案》的推出，粤澳两地的文旅会展产业合作更加密切。近期，粤澳两地政府在文旅会展产业出台了多项实施方

案和扶持措施，旨在推动粤澳文旅会展产业的融合发展。通过梳理2019年以来国家及地方政府对粤澳文旅会展发展的重要政策文件，可以发现，不论是国家宏观规划，还是地方政策落地，都为粤澳文旅会展产业发展指明了定位和方向。作为全国文旅会展产业的重要区域之一，粤澳的发展前景备受关注。广东依托CEPA服务贸易自由化、自贸试验区等政策，进一步扩大旅游领域对澳门服务业开放，旅游业已成为广东对澳门开放程度最高的服务业领域之一。澳门与广东地缘相接、文化同源，旅游资源丰富，两地旅游产业具有互补性，澳门、广东文旅会展产业融合发展对于实现大湾区世界级旅游目的地的目标具有实践先驱性。

表13 粤澳文旅会展融合发展重要政策梳理

时间	政策	关于粤澳文旅会展产业的主要内容
国家政策		
2021年3月	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》（以下简称“十四五规划”）	明确了未来五年粤港澳大湾区文旅的定位和未来发展方向，加强了粤港澳大湾区各城市文化和旅游领域的政策协调和规则衔接，将进一步促进粤港澳大湾区文化和旅游协同发展。
2022年1月	《“十四五”旅游业发展规划》	明确了文化和旅游发展的总体要求、主要目标、重点任务和保障措施，进一步阐述了推进粤港澳大湾区旅游一体化发展，提升大湾区旅游业整体竞争力，打造世界级旅游目的地；深化香港澳门与内地旅游业合作，创新粤港澳区域旅游合作协调机制，推动资源共享；推动澳门世界旅游休闲中心建设，支持澳门举办世界旅游经济论坛、国际旅游（产业）博览会等，打造以中华文化为主流、多元文化共存的交流合作基地。
湾区政策		
2019年2月	《粤港澳大湾区发展规划纲要》	在对粤港澳大湾区的战略定位、发展目标、空间布局等方面作出全面规划的基础上，提出依托大湾区特色优势及香港国际航运中心的地位，构建文化历史、休闲度假、养生保健、邮轮游艇等多元旅游产品体系，丰富粤港澳旅游精品路线，开发高铁“一程多站”旅游产品，建设粤港澳大湾区世界级旅游目的地。
2020年12月	《粤港澳大湾区文化和旅游发展规划》	明确了粤港澳大湾区文化和旅游建设的目标、思路和主要任务，提出深化粤港澳大湾区文化和旅游交流合作，统筹推进粤港澳大湾区文化和旅游协调发展，高水平建设珠海横琴国际休闲旅游岛，支持澳琴旅游深度合作，并规划到2025年，人文湾区与休闲湾区建设初见成效。到2035年，宜居宜业宜游的国际一流湾区全面建成。
广东省政策		
2021年11月	《广东省文化和旅游发展“十四五”规划》	明确，“十四五”期间，将以规则衔接、机制对接为重点，支持横琴粤澳深度合作区、前海深港现代服务业合作区等重大合作平台建设，推进粤港澳文化和旅游交流合作，携手港澳打造粤港澳大湾区世界级旅游目的地。
2023年1月	《广东省“十四五”旅游业发展规划实施方案》	指出“推进文化和旅游深度融合”，持续推进广东省粤港澳大湾区文化遗产游径和广东省历史文化游径等精品线路建设，“提升粤港澳台旅游合作水平”，携手港澳共同推进粤港澳大湾区世界级旅游目的地建设，提升国际影响力和对全球旅客的吸引力。操作上充分发挥粤港澳大湾区城市旅游联合会作用，加强与港澳在客源互送、“一程多站”联合推广、旅游教育培训等方面的合作。

数据来源：普华永道自行整理

表13 粤澳文旅会展融合发展重要政策梳理（续）

时间	政策	关于粤澳文旅会展产业的主要内容
澳门政策		
2021年12月	《澳门特别行政区经济和社会发展第二个五年规划（2021-2025年）》	明确澳门特区未来发展蓝图，规划澳门的发展目标是：到2025年，世界旅游休闲中心内涵更加丰富，中国与葡语国家商贸合作服务平台功能进一步扩展，以中华文化为主流、多元文化共存的交流合作基地建设稳步推进，经济适度多元取得实质进展，民生持续改善，文化更加繁荣，政府治理水平得到新提升，维护国家安全的法律制度和执行机制进一步完善，更好融入国家发展大局，横琴粤澳深度合作区建设阶段性目标顺利实现，琴澳一体化发展格局初步建立，澳门发展的动力、活力、创新力、竞争力和持续力不断增强。
2022年11月	《2023年财政年度施政报告》	首次提出“1+4”经济适度多元发展策略，强调要“逐步提升四大产业的比重，不断增强经济的发展动能和综合竞争力，着力构建符合澳门实际且可持续发展的产业结构，争取未来非博彩业占本地生产总值约六成的比重。重点强调要“切实推动博彩业带动非博彩业发展，着力发展非博彩项目，增加非博彩元素”，“加强拓展高端旅游客源市场，开拓会展商务和奖励旅游”。首次提出要“共同打造澳琴旅游形象IP”，“加快建设澳门文旅会展产业的延伸区、拓展区”。
横琴粤澳深度合作区政策		
2021年9月	《横琴粤澳深度合作区建设总体方案》	赋予横琴更高的战略定位与属地层级，提出“发展文旅会展商贸产业，高水平建设横琴国际休闲旅游岛，支持澳门世界旅游休闲中心建设，在合作区大力发展休闲度假、会议展览、体育赛事观光等旅游产业和休闲养生、康复医疗等大健康产业”等相关内容，为粤澳两地产业融合发展注入强心剂，为文旅会展产业高质量发展指明了方向。
2023年1月	《横琴粤澳深度合作区发展促进条例》	指出在产业发展上“支持合作区发展休闲度假、会议展览、舞台演艺、体育赛事观光、游艇旅游等文旅产业，高水平建设横琴国际休闲旅游岛；支持合作区开展国际旅游品牌推广，打造“一程多站”旅游精品线路，推动旅游、文化跨界融合，发展影视、原创艺术、动漫、电竞等文化创意产业。”在区域联合方面，合作区携手澳门共同打造“一程多站”旅游精品线路，促进旅游业与其他产业的融合发展，实现旅游产业的互通共赢。
2023年7月	《横琴粤澳深度合作区会展产业发展扶持办法》	为贯彻落实《横琴粤澳深度合作区建设总体方案》、打造具有国际影响力的展会平台的重要措施。会展产业发展扶持资金主要用于三大类，共19个具体事项。包括13种项目补贴，4种企业补贴和2种人才补贴。

数据来源：普华永道自行整理



四、挑战与机遇

（一）粤澳文旅会展融合发展的挑战

1. 疫后旅游产业转型升级势在必行

在疫后时代，全球旅游业迎来不同程度的复苏，特别在伴随各项利好政策的落地，整体恢复在长期稳定的旅游需求支撑下是可被预见的，而被压抑的旅游及消费需求更在短期内呈现井喷式的反弹增长。然而，疫情三年对旅游产业的价值链影响甚远，旅游产业的恢复增长亦分别在供给侧及需求侧面临各种挑战。

在供给侧方面，不少旅游企业在疫情期间面临巨大的经营挑战，其整体恢复的速度及质量受产业后端的“人”、“财”、“物”等挑战影响，同时面对疫后旅客市场结构及需求偏好等改变，这使旅游产业的转型升级仍有一段很长的路要走。此外，疫情后全球旅游业迅速恢复，特别在亚太地区的旅游市场，如日本、韩国、新加坡、泰国、印度尼西亚、马来西亚等著名旅游目的地早已积极部署，旨在争夺正在复苏的国际旅客市

场。在此情况下，粤澳文旅产业更需在旅游业的供给侧上加强合作，在恢复的同时对传统旅游供应链进行重塑，加速开发旅游产品及服务，以提升综合竞争力。

在需求侧方面，旅客需求和偏好在疫后亦出现改变，在旅游科技工具的成熟普及下，个人游及自由行的旅游模式逐渐成为主流，旅客对旅游体验及相关的旅游产品及服务具有更高质量的追求。总体来说，旅游业的“新常态”呈现散客化、旅游体验个性化、旅游产品服务细分化、旅游目的多样化、复合化等趋势特点。同时，旅客对使用智能科技工具提升旅游体验的需求日益提升，“智慧旅游”成为推动传统旅游业转型升级的新引擎。面对疫后旅游行业的“新常态”，粤澳文旅业界急需思考如何通过互补方式融合发展，发挥协同作用，以满足新的旅客需求和偏好。

2. 粤澳文旅深度融合发展成效待见

随着“十四五”规划的出台明确提出要促进粤港澳大湾区文化和旅游协同发展，粤澳两地已推动粤澳文旅产业融合发展多年，惟至今尚未形成统一成熟的大湾区文旅品牌，特别是以“一程多站”旅游模式推动粤澳旅游资源互补与价值最大化的实际成效并不明显，具体原因包括以下方面：

- **旅游资源缺乏有效串连**：粤澳两地各有自身独特的历史故事及文化特色，如广东省的岭南文化与澳门的中葡文化理应相映成趣、相得益彰。然而，粤澳丰富的旅游资源并未有效连接、互补不足并发挥协同效应，导致出现政府积极搭台，但旅游业界无人唱戏的现状。
- **旅游模式出现改变**：近年旅游模式以个人游为主，特别在澳车北上及港车北上政策的出台下，车流人流带动粤澳的文旅市场进一步打通。过去以旅行社主导的“一程多站”旅游路线需要适应新的旅游模式进行重塑，通过智慧科技手段向个人游旅客宣传推广相关的旅游信息以至推出创新的旅游体验，以满足新的旅客需求及偏好，从而有效释放“一程多站”下粤澳文旅资源互补及价值最大化的发展潜力。
- **面向国际或大湾区外客源市场的航运交通未形成互补格局**：疫后全球各个旅游目的地正积极争夺旅客资源，当中的关键在于目的地城市的通达性，特别是连接国际或区域其他客源城市的航运设施的恢复情况。目前粤港澳大湾区共拥有7座运输机场，包括香港国际机场、广州

白云国际机场、深圳宝安机场、澳门国际机场、珠海金湾机场、佛山沙堤机场和惠州平潭机场，机场客运量冠绝全球。庞大的客运需求让包括广州、深圳、香港、澳门、珠海等机场先后开展扩建工程。然而，在益拥挤的大湾区上空，我们相信粤港澳大湾区各机场应加强协作，按各区特定的功能定位，共同筹划面向国际及大湾区外旅客市场的新航线，并通过海陆联运的配合增强各机场间的连通性，让整个大湾区机场群形成互惠互补及可持续的发展格局。

- **旅客仍未能便捷往来粤澳两地**：目前海内外旅客仍未能便捷往来粤澳两地，不论是内地旅客前往澳门的签注或是外国旅客经澳门进入内地的签证要求，相关旅客往往由于过境手续所需时间难以预计而避免跨境旅游，这在一定程度上抑制了粤澳跨境旅客的需求。为进一步开拓国际客源，促进外国旅客进行“一程多站”的联线旅游，粤澳两地应着力探讨实行更加便利的通关及签证措施，推出如“144小时过境免签”、“一签多行”等政策落地。通过提升粤澳的人流的便捷程度，释放两地文旅融合发展的潜力。

3. 商务休闲旅游潜力有待深挖

疫情后，全球商旅活动迅速恢复，国际商务旅客人数与商务活动需求不断上升。在大湾区内，文旅会展业亦随着区内商务往来的稳步恢复而迅速反弹，两地紧密的产业合作使一系列商业谈判、会议、展览、奖励旅游、考察、访问等商务活动如雨后春笋，带动着整个大湾区的商务休闲旅游发展势头。可以预见，商务休闲旅游已成为长期趋势，以有别于传统商务旅游及休闲旅游的独特优势，把商务工作与休闲娱乐有机结合，从而蕴藏巨大的发展空间及潜力。

粤澳会展产业配套成熟且各有特点，通过“旅游+会展”促进商务休闲旅游发展，探索商务工作与旅游活动相互融通的创新会展合作模式，并进一步拉动上下游产业链，包括酒店旅游平台、住宿、餐饮、购物零售、运输交通、广告、休闲娱乐等周边产业，将是粤澳文旅会展融合发展的重要方向。

为深挖商务休闲旅游的巨大潜力，打造大湾区成为面向国际，辐射全国的商务休闲旅游目的地，通过澳琴联动实践“一会展两地”将是最佳切入点。该倡议鼓励澳门会展业界走进横琴及大湾区，采用跨境合作模式把会议和展览活动分别安排在澳门与横琴或其他大湾区城市，藉以发挥两地商旅生态的资源及网络优势，在丰富展会活动内容的同时，扩大参会参展企业及相关人员的范围，并进一步促进粤澳不同产业链的展贸互动。

然而，“一会展两地”在实际操作中仍存有一些障碍与挑战。第一，“一会展两地”的举办模式主要是基于原有在澳门的展会活动，新增或抽调部分环节到横琴或其他大湾区城市举办，延伸的展会活动仅流于形式上的地点转换，在活动内容设计上未能有效发挥不同地区背后的资源优势。第二、“一会展两地”目前局限于澳门向横琴或大湾区城市的单向延展，未能形成粤澳两地双向合作发展的格局。事实上，若“一会展两地”只停留于澳门展会活动的单向延伸，这对参与人员(参会者、参展商、专业买家及专业观众等)而言吸引力不足，响应活动的热情亦相对有限，不少企业及与会人员往往只选择参与其中一地的活动。在此情况下，“一会展两地”跨境合作模式不但未能有效发挥其构思的初衷，甚至可能影响原举办地的参会情况。故此，粤澳两地推动“一会展两地”构想的具体实施方向尚需进一步的探索及筹划，而粤澳共商共建的横琴粤澳深度合作区将成为探索“一会展两地”的主阵地及最佳试验田。



（二）粤澳文旅会展融合发展的机遇

1. “转危为机”深度融合迎接疫后旅游新业态的发展机遇

1.1 “资源共享、优势互补、错位发展”，力促粤澳文旅产业发挥协同效应

疫情对传统旅游企业造成严重冲击，亦加速其转型升级。从传统旅游出发，如何“转危为机，拥抱变化”，探索文旅跨界深度融合所带来的机遇，将成为企业转型的主流方向。在文旅融合的背景下，打造高质量的文旅名片不仅是目的地形象塑造的刚需，更是加快目的地服务转型的动力。对政产学研各方而言，善于整合资源，发挥资源效用，拓展粤澳两地高质量合作，成为旅游企业在疫后“新常态”中突围的一条生存法则。而要从高质量推进粤澳两地合作，需要持续加快两地基础设施“硬联通”和要素流动“软联通”。前者包括重点推动旅游交通基建互联互通，为粤澳开拓国际及区域旅客市场奠定坚实的基础。后者则通过推动粤澳文旅人才互认与规则标准衔接互联互通的新范式，进一步实现两地文旅人才共育。

为迎接疫后文旅新业态带来的发展机遇，粤澳两地发挥各自的资源优势，实现“资源共享、优势互补、错位发展”，同时联合大湾区内其他城市，秉持大湾区内“文旅项目共推、招商引资共建、文旅公共服务共享、文旅活动共办、文旅人才共育”，重点打造统一的文旅目的地品牌形象。同时，透过粤澳旅游资源优势的错位互补，力促粤澳文旅产业发挥协同效应、乘积效应，发掘与推出更多旅游产品及路线，共同打造更多大湾区品牌的文化活动、体育赛事、表演盛事等旅游元素。

结合粤澳文旅产业的发展趋势与各自的资源优势，提出以下路径进一步推动双方文旅会展的融合发展：

• “旅游+会展” - 赋能商务休闲旅游的可持续发展

结合旅游及会展商业活动的商务休闲旅游业是近年发展迅速的旅游新趋势，会展行业本身有带动周边产业至其他新兴产业发展的特点，当结合旅游业发展时有助于创造强大的市场消费力并延长旅客逗留时间。粤澳在大湾区筹划下的商务合作及往来不断增加，由此亦进一步带动面向大湾区的商务会展活动需求。横琴粤澳深度合作区是推动两地“旅游+会展”合作的桥头堡，澳琴双方亦正积极部署，在早前推出“一会展两地”的全新品牌标志，通过创新的跨境合作模式推动更多展会活动在粤澳举行。在此基础上，澳琴旅游会展业界可联手开拓单独于商务或休闲为目的的第三种旅游形态 - 商务休闲旅游，其有别于传统旅游的独特优势正不断展现巨大的发展潜力。

• “海岛旅游” - 打造全新的粤澳海岛旅游体验

粤港澳大湾区拥有丰富的海岛旅游资源，推动海岛游既有助于丰富澳门的旅游休闲元素，更能加强粤澳之间的旅游联动，提升“一程多站”的旅游体验。规划方面，《粤港澳大湾区发展规划纲要》提出要加快“海洋 - 海岛 - 海岸”旅游立体开发，探索开通澳门与邻近城市、岛屿的旅游路线。而澳门特区政府亦在《经济适度多元发展规划 (2024-2028)》的公开咨询中提出要鼓励业界规划及推广澳琴海岛游，共同推动“一河两岸”及发挥区内岛屿丰富的旅游资源优势，推动“一程多站”的海上旅游。可以预期，开拓更多澳门、横琴与珠海周边的海岛游产品及旅游路线已被提上两地文旅融合发展的日程上，粤澳旅游及海上运输业界可围绕外伶仃岛、东澳岛、桂山岛、万山岛、长琴岛等更具丰富旅游资源的重点海岛，积极探索合作开发创新的“澳门 - 珠海海岛”及“澳门 - 横琴”跨境旅游模式，设计更多的“一程多站”海岛旅游产品，以塑造全新的粤澳海岛旅游体验。

• “文化旅游” – 培育属于大湾区特有的文化旅游体系

大湾区拥有丰富深厚的文化底蕴，文化旅游资源十分丰富。其中，岭南文化、广府文化、客家文化、潮汕文化，“海丝”文化、华侨文化等，这些构建了“人文湾区”的重要文化基础和文化根源血脉。澳门拥有独特的历史文化，在过去几百年来一直是中西文化融和共存的地方，中葡文化尤为突出，具有“世界遗产 – 澳门历史城区”及“创意城市美食之都”两大文化名片，肩负着“以中华文化为主流，多元文化共存的交流合作基地”的发展定位。接下来，粤澳文艺及旅游业界应积极探索发挥各自文化资源势，糅合粤澳各种独特文化，以文化为灵魂，旅游为载体，在培育属于大湾区自身特有的文化体系的同时，寻找串连各自文化的旅游连接点，把文化旅游协同发展的巨大机遇。

1.2 交通基建互联互通，探索国际商务休闲旅游新需求

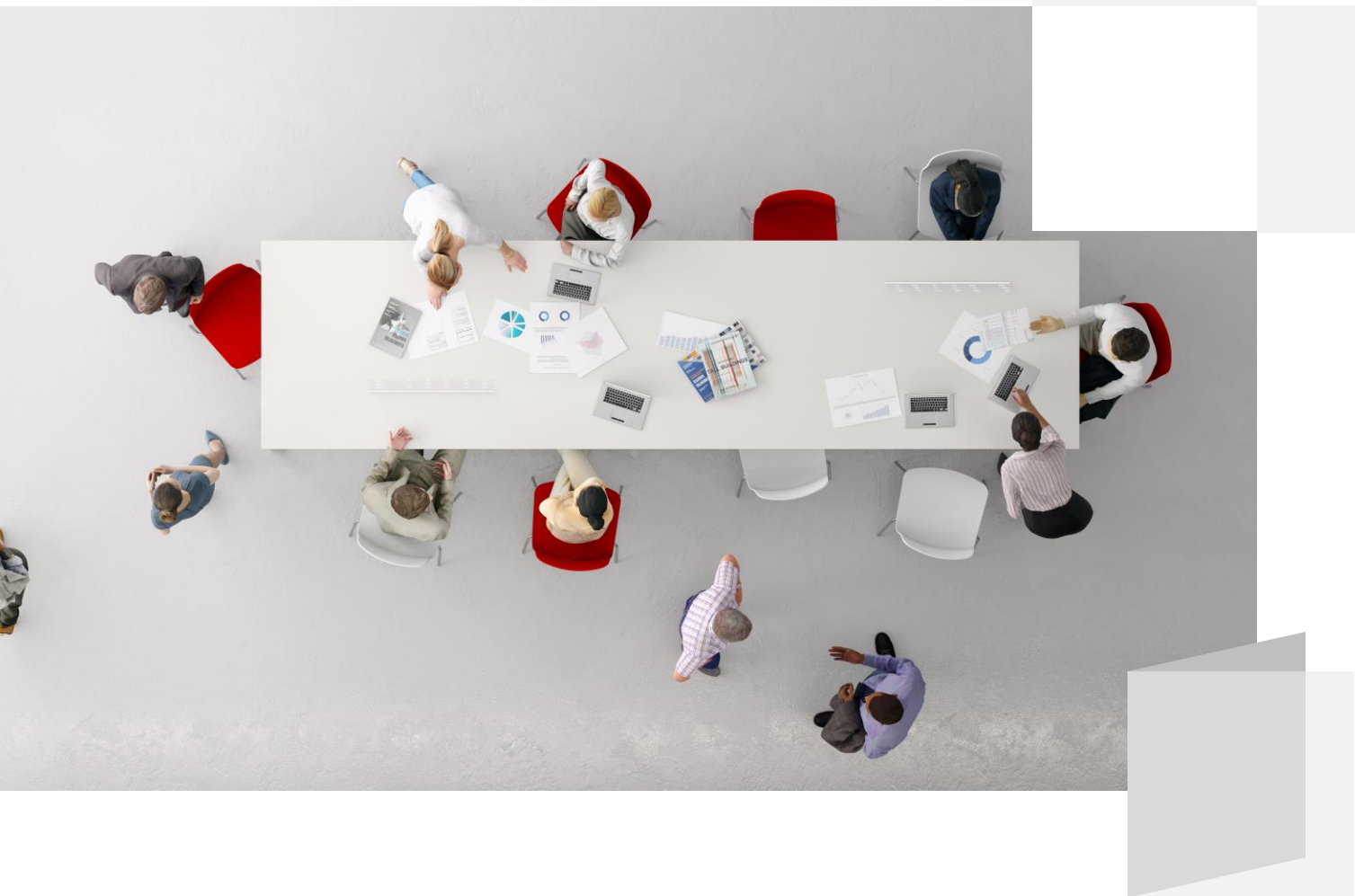
疫后时期，全球不同的旅游城市均积极部署，力求在疫后旅客资源的争夺中中脱颖而出，抢占更大的旅客市场份额。其中，航运能力的恢复对提升城市连接国际及区域客源市场至关重要。在欧美地区，航班数量及客运量随着商务及旅游活动的恢复迅速反弹，甚至已经超过2019年的水平，持续带动及满足疫后具大的商务及旅游需求。

粤澳两地自2023年初开始放开出入境限制后，受抑压已久的商务及旅游需求带动下，大湾区内的航空客运量预期将不断上升，其中根据国际航空运输协会IATA Consulting预测，大湾区的航空客运需求量在2030年将达到3.87亿人次。惟通过回顾现时粤澳两地的文旅发展现状，2023上半至今

整体的旅客来源仍集中在大湾区内部，国际旅客以至大湾区外的旅客市场有待进一步开拓，这亦是接下来粤澳两地文旅产业高质量发展的大方向。可以预见，粤澳要开拓国际及区域旅客，特别是商务休闲旅客，这将在很大程度上取决于大湾区对外交通的恢复速度与质量上的提升。

粤港澳大湾区内交通便利，拥有领先世界、面向国际、辐射全国的海陆空联运立体交通网络，在航空设施方面更拥有共7座运输机场。早在疫情开始前，各地机场亦已积极部署开展各项扩建工程，以满足日益增加的客运量。接下来，粤澳两地如何在商务及旅游交通基建上加强合作，提升主要城市之间“硬联通”的质量，将成为粤澳两地共同开拓国际旅客市场以至发展成为世界级旅游目的地的一大课题。

在恢复迅速且长期稳定的旅游需求驱动下，粤港澳大湾区各机场应积极探索一种协同互补的创新合作模式，从而把握当中的巨大机遇。借力现有成熟的交通基建，按各自的发展定位及功能，在机场定位、航线筹划、目标客群等方面加强合作，促进各机场之间的良性竞争，并通过海陆空联运的配合增加各机场之间的连通性，打造具国际竞争力的大湾区机场群。短期内，粤澳之间可参考香港与广州之间的海空交通合作模式。刚开通的香港及琶洲跨境客运航线，连通广州琶洲港澳客运码与香港机场海天客运码头，配合跨境值机中心，前往香港机场的旅客可在位于广州市中心、毗邻广交会展馆的琶洲预先办理值机手续及托运行李，抵达香港机场后可直接登机，实现“广州值机、香港登机”的一站式海空联运出行模式。对于促进粤澳商务旅客的往来上，业界亦可考虑把此模式拓展到澳门及横琴，积极探索创新的大湾区海陆空联运合作模式，以迎接国际商务旅游趋势下潜藏的新机遇。



1.3 人才共育、互融互通互认实现一体化跨区专业技能人才认证新范式

为高质量推动粤澳文旅产业融合发展，技能人才的互融互通互认是“软联通”不可或缺的重要内容，其有效实现首先需要通过引入国际认可及先进的职业技能标准与国家职业技能标准融合发展来推进规则衔接与人才互认，再进而探索更新评价技术和评价模式，共建粤澳技能人才评价规范。

把澳门职业技能认可基准 - Macao Occupational Skills Recognition System (以下简称“MORS”)引入粤港澳大湾区将是大湾区建设人才高地的关键，有助于粤澳旅游服务标准体系全面对标国际先进水平。MORS是一项由澳门旅游学院于2001年在欧盟专家协助下开发的职业技能认证制度，其目的是为一系列旅游相关工种制定技能标准，

并设立培训和考核制度，提升旅游业人力资源素质，目前已涵盖16个工种。作为粤港澳大湾区旅游教育培训基地，澳门旅游学院亦分别在广州、顺德与珠海横琴设立实训/合作中心，使粤港澳大湾区旅游职教联盟透过MORS课程，让修业完成的学员来澳进行短期实习。

经过多年运作，MORS在澳门以至大湾区均获得旅游酒店服务业界的支持及认可，为培育粤澳文旅专业技能人才奠定了坚实基础。以珠海市第一中等职业学校为例，该校老师通过培训后取得培训师资格，由珠澳两地培训师共同于该校内为学生进行培训及考核，将MORS的技能标准与该校旅游类专业课程全面融合，形成了以MORS证书在地化为着力点的跨区旅游专业人才培养新范式。

截止2023年7月，MORS 报考及取得证书人数及合作伙伴分布如下：

表14：MORS 报考及取得证书人数

考核对象	初阶专业人员		认可培训员		认可评核员	认可培训中心
	累计报考人次	取得证书人数	累计报考人次	取得证书人数	取得证书人数	
澳门本地机构	12,207	10,805	1,861	1,302	568	28间
大湾区合作伙伴	6,323	3,680	149	135	不适用	不适用
总数	18,530	14,485	2010	1,437	568	28间

数据来源：澳门旅游学院整理

表15：为粤港澳大湾区合作伙伴开办的MORS考核

机构名称	累计报考人次	取得证书人数
中山职业技术学院	117	100
江门职业技术学院	67	60
东莞职业技术学院	142	93
珠海大横琴泛旅游发展有限公司	69	43
珠海市第一中等职业学校	5401	3039
惠州城市职业学院	17	13
广州市南沙区岭东职业技术学校	205	129
广州市旅游商务职业学校	14	13
广州岭南国际企业集团有限公司	47	34
顺德职业技术学院	339	251
广州长隆集团有限公司	40	40
总计	6458	3815

数据来源：澳门旅游学院整理

尽管文旅产业在疫情下大受影响，粤澳两地在人才共育及互通共融方面的工作并未因此放慢脚步，反而不断加快推进粤澳两地职业技能等级认定及培养等方面的对接与互认。粤澳双方于2021年签署了《粤澳共同研究实施“一试多证”技能人才培养评价模式合作协议书》及《粤澳职业技能人才评价合作之“澳门职业技能认可基准（MORS）”“一试多证”专项合作协议书》。学员通过“一试多证”考试可同时获发由广东省职业技能评价“一试三证”工作委员会颁发的职业技

能等级证书、澳门劳工事务局颁发的澳门职业技能证明书及澳门旅游院颁发的澳门职业技能认可基准（MORS）证书。另一方面，“粤澳合作技能人才评价工作站”于2022年8月30日在横琴星乐度露营小镇正式挂牌并承办了首次粤澳餐厅服务员“一试多证”试点考试。2023年3月，珠海市高技能人才公共实训中心承办了第二次粤澳餐厅服务员“一试多证”试点考试。两次试点考试最终有57名粤澳考生同时获颁三类技能证书。

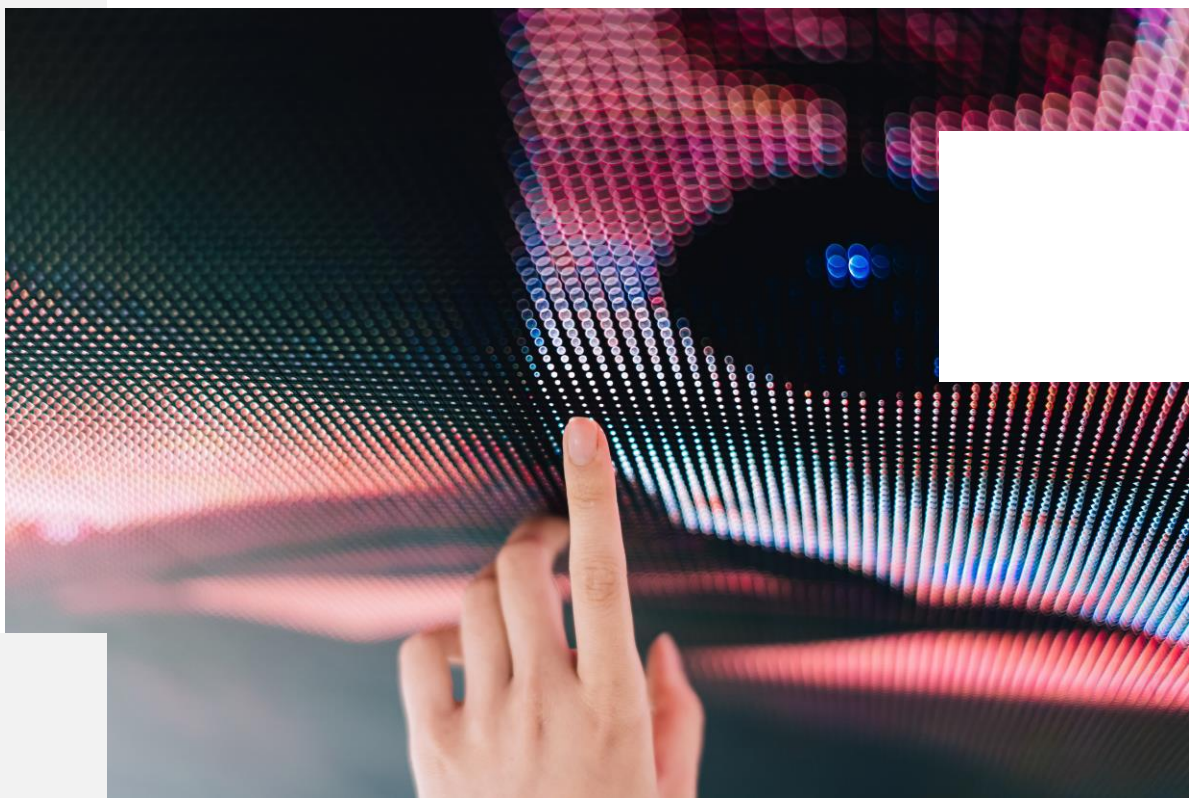
表16：“一试多证”餐厅服务员中级报考及取得证书人数

“一试多证” 餐厅服务员	报考人数			取得证书人数		
	粤方	澳方	粤澳	粤方	澳方	粤澳
第一次试点考试	18	18	36	18	18	36
第二次试点考试	19	13	32	10	11	21
总数	37	31	68	28	29	57

数据来源：澳门旅游学院整理

未来，随着疫后粤澳文旅产业逐步恢复，相信粤澳双方将继续针对如何落实畅通职业技能培养、认定等技能人才工作的全链条全要素的网络，减少人才成本，保障两地文旅技能人才的畅顺流动等发力点，适度地有序拓展扩大粤澳技能人才评价体系的互融互通互认及覆盖范围，共同构建职业培训、就业实践等多位一体的业务体系。通过

粤澳文旅人才共育、互融互通互认实现一体化跨区专业技能人才认证新范式，双方将不断完善管理部门、旅游院校、旅游企业、行业协会四方协同的人才培养与开发格局，为促进粤澳文旅产业融合和高质量发展提供精准的文旅技能人才支撑，粤澳文旅人才亦将迎接更广阔的发展空间与机遇。



2. “数智 + 文旅” 赋能产业的高质量发展

在数字化的大时代下，智慧科技已逐渐成为人们生活中不可或缺的一部分。在智慧科技工具的普及下，旅客的旅游模式亦发生质的变化。由于传统的跟团旅游模式已无法满足广大旅客的个性化需求和质量需求，自由行成为旅客主要的出行方式。同时，随着互联网的高速发展，配合日渐普及便捷的随身科技工具，旅客更有条件追求个性化及多样的旅游体验。

数字化应用是旅游业发展的大趋势，智能旅游是助推旅游业转型升级的新引擎。特别在商务休闲旅游方面，利用信息化技术，整合商务活动及休闲旅游资源相关的信息，并加强与商务旅客的实时互动，让旅客能及时安排及调整商务工作与旅游计划，获得个性化的商务旅游产品及服务。再者，随着综合旅游平台的成熟发展，智慧旅游的应用覆盖更为全面，形成包括OTA平台、旅行社、航空公司、酒店业、餐饮业等不同旅游主体于一体的文旅生态圈，提供涵盖旅程前中后各阶段的全链条在线线下旅游产品及服务。

为使粤澳文旅融合发展迈向数字化，文旅业界应联同数字技术供应商开发创新的“一机游”智能旅游发展模式，打造面向大湾区的综合性智慧旅游服务平台，构建服务旅客、商家和政府的新型智慧旅游生态。依托成熟的移动技术及信息技术手段，平台应聚焦三大核心功能：一是全面服务旅客，满足不同类型旅客的应用场景及全过程的旅游服务需求，让旅客可通过平台获取当地旅游信息、旅游及公共服务；二是积极赋能商家，让商家通过接入平台进行数字化营销及推广，促进当地旅游企业更快速引流增收，同时透过统合旅游资源，进一步推动旅游业上下游企业商家合作。三是有效助力政府，实现更高质量、更有效率的统筹规划、运行监管，特别是运用大数据技术实时向旅客及商家发放旅游相关的信息及提示、处理投诉及反馈、以至提供旅游相关的公共服务。通过打造具国际竞争的“一站式”智慧旅游综合服务平台，构建旅客、商家和政府共建、共享、共促、共发展的新型智慧旅游体验，将成为推动粤澳文旅高质量发展下的新机遇。

3. 探索共建模式，提升产业ESG发展水平

3.1 探索融合新模式，共商共建粤澳文旅会展产业联盟

在《横琴粤澳深度合作区总体方案》推出后，横琴粤澳深度合作区成为粤澳文旅会展合作的桥头堡，其创新的共商共建模式为产业融合发展提供全新的切入点。自2022年以来，由粤澳共管的横琴粤澳深度合作区经济发展局持续推动文旅会展产业发展，加紧编制多项文旅会展产业新政，旨在加强粤澳双方文旅会展领域合作，进一步加大文旅会展的资源投入力度，鼓励各类文旅会展产业市场主体积极参与横琴粤澳深度合作区的开发建设，加快把合作区打造成为国际知名、宜居宜业宜游的文旅会展产业发展高地。此外，为宣传推广澳琴文旅资源，强化澳琴文旅品牌形象，澳门特区政府与横琴粤澳深度合作区政府更采用“澳琴联动”的方式前往珠海、中山等大湾区城市以至新加坡及里斯本等海外城市联合宣传推广澳琴两地的文旅资源，相信“澳琴联动”的融合新模式将持续为粤澳文旅会展产业带来巨大的发展机遇。

为进一步推动粤澳文旅产业的融合及可持续发展，两地政府需用好创新的共商共建模式，可考虑联合管理机构、行业协会及主要企业等发起共商共建文旅会展产业联盟，先行先试践行粤澳统一的发展目标及标准，逐步推动粤澳文旅产业在环保、服务质量、人力资源培养、职业资格认证、劳动者观爱及保护、联合营销、社会公共服务等方面的共融合作。

3.2 引入ESG和SDG发展评估，提升产业及龙头企业竞争力

由于文旅会展行业的发展难免会给环境和社会带来一定的负面影响，因此，如何将影响降到最低，并保持稳步的可持续发展进程，一直以来都是业界和学术界重点讨论和研究的议题之一。近年来随着国际和国家对这一领域的日趋关注，越来越多的企业自觉按照相关指引与准则将可持续发展和企业社会责任融入营运和生产过程中。为所有利益相关者和全社会创造长期价值，保持透

明有效的沟通，助力可持续发展目标的实现，已成为企业赢得社会信誉、实现可持续经营的基础。其中，透明有效的信息披露是社会了解企业经营情况的重要途径。因此，近几年市场和利益相关群体对于企业在社会责任方面的表现和信息披露的需求也在不断地提高。

另一方面，联合国于2015年制定的可持续发展目标（SDGs）也在社会高度关注产业可持续发展的过程中备受重视。与ESG不同的是，SDGs的框架不仅适用于商业企业，还适用于政府、非盈利机构和组织。它在传统的ESG要求披露的信息和数据的基础上，增加了额外的分析层面，着重为了确定企业/机构的行为对环境、社会以及外部的影响。虽然SDGs更具主题性而非以企业为中心，但有助于将行业和企业特定的ESG因素与更广泛的社会和环境目标联系起来并保持一致。澳门在ESG实践方面，目前有6家已（曾经）在香港上市的大型综合旅游休闲企业在各自的年报或独立的可持续发展报告中做出了相关信息的披露。2011年12月，港交所发布了《环境、社会及管治（简称ESG）报告指引》（以下简称“《指引》”）的咨询档，向包括上市公司、投资人在内的社会各界广泛征求意见。《指引》对上市公司的工作环境、劳动权益、环境保护、供应链管理、反腐败、社区投资等社会责任方面提出了资讯披露建议，并针对每个层面提出了若干披露指标。2013年1月1日，港交所将《指引》作为常规建议列入《上市规划》的附录中。2016年1月1日起，起将部分建议上升至半强制披露层面，实施“不披露就解释”规则。2019年5月发布了《指引》修订建议的咨询文件，同年12月确定新版《指引》内容，进一步扩大强制披露的范围，将披露建议全面调整为“不披露就解释”，持续提升对在港上市公司的ESG信息披露要求。2021年11月5日，香港联交所发布了供上市发行人参考的气候信息披露指引，以及《有关2020/2021年IPO申请人企业管治及ESG常规情况的报告》。下表统计了港交所《指引》生效前后两年、强制披露ESG信息后五年的澳门6大综合旅游休闲企业在CSR和ESG信息披露方面的对比。

表 17：澳门6大上市公司企业社会责任与ESG信息披露情况

	年报			独立报告	
	2022	2017	2015	2022	2017
A	p.29–91 (43页)	p.29–48 (20页)	p.32–40 (9页)	无	无
B	p.17–63 (45页)	p.38–53 (16页)	p.36–41 (6页)	110页	16页
C	p.59–89 (8页)	p.83–92 (10页)	p.85–92 (8页)	89页	无
D	p.115–116 (2页)	p.49–61 (13页)	p.44–50 (7页)	92页	56页
E	p.6–221 (64页)	p.58–61 (4页)	p.64–75 (12页)	111页	60页
F	p.94–101 (2页)	p.47–81 (35页)	p.45–63 (19页)	118页	77页

资料来源：澳门旅游学院整理

澳门或澳门综合旅游休闲企业的ESG发展和绩效日益成为投资者的重要投资考虑依据。尤其在新冠疫情之下，参与ESG相关国际机构协定或合作的投资机构及产品不断增加，全球流入ESG相关基金的资金亦持续增长；世界银行推出经济体的ESG数据和资料供投资者参考，显示投资者从以往仅仅看重企业的业绩和财务表现，或者是一个投资目的地的GDP、人口市场、商业配套等营商环境要素之外，现在更着眼于一间企业或者澳门的ESG发展和表现。引入ESG理念和突显ESG绩效正成为澳门或澳门综合旅游休闲企业吸引投资者的优势。

重视ESG非但有助于文旅会展业提升业绩和生产力，有效控制成本，而且有调查显示还有助于企业更好地应对逆境或风险，特别在新冠疫情之下，更突显ESG对于文旅会展业提升疫后复原力和竞争力的重要性。虽然目前全球包括澳门实行ESG的主要为综合旅游休闲企业，但中小微企作为综合旅游休闲企业的上下游供应链，亦难“独善其身”。同时，世界各地政府和投资者正越加重视企业的ESG实施与绩效，企业将ESG思维融

合至业务运作及决策中，必将助益提升竞争力，拓展更加广阔的市场。

综上所述，无论是广东省还是澳门政府与社会应积极鼓励大湾区（特别是合作区内）企业响应联合国的可持续发展目标（SDG）倡议与“双碳”目标。由相关管理部门主动牵头制定和细化统一的文旅会展企业ESG（环境、社会、公司治理）基本责任框架和SDG联合国可持续发展目标倡议和行为准则框架，促使大湾区企业采取一致的行动方向及提供相互间SDG工作沟通交流平台；并鼓励区内企业利用各自的创新能力来应对可持续发展的挑战。除此之外，相关管理部门可考虑通过优惠政策鼓励进入合作区的企业利用SDG带来的商机，大力发展与投资无人化、电子化、线上化、数字化等科创技术，或是利用信息通信技术的解决方案，减少排放与浪费。为更好地与利益相关者进行沟通，在信息披露方面，相关部门和行业协会也需对企业提供系统的培训与协助，帮助文旅会展企业更加规范地披露相关信息，制作和发布高质量的独立报告，并做好相应的评估和鉴证工作。

参考资料

1. 构建智慧旅游服务平台，推动旅游业高质量发展
<https://www.strategyand.pwc.com/cn/zh/reports-and-studies/2021/smart-tourism-service-platform-promote-high-quality-development-tourism-mar2021.html>
2. 跨越危机 - 应对旅游业短期影响，迎接疫后行业新常态
<https://www.strategyand.pwc.com/cn/zh/reports-and-studies/2020/embrace-the-new-normal-of-tourism-industry.html>
3. 《澳門酒店業及飲食業未來人才需求調研》調查報告 摘要(飲食業部分)
<https://www.cdqg.gov.mo/wp-content/uploads/2022/03/2021-2023%E9%A3%B2%E9%A3%9F%E6%A5%AD%E6%9C%AA%E4%BE%86%E4%BA%BA%E6%89%8D%E9%9C%80%E6%B1%82%E8%AA%BF%E7%A0%94%E7%B0%A1%E5%A0%B1.pdf>
4. 後疫情時代澳餐飲業展望
http://www.macaodaily.com/html/2022-05/01/content_1593932.htm
5. 澳门会展业从量变到质变看会展经济向深度拓展之路
<http://tradeinservices.mofcom.gov.cn/article/yanjiu/pinglun/202303/146870.html>
6. 《澳门会展业的经济效应与发展策略研究》刘人怀，张书莲
<http://www.xml-data.org/HNLGDXXBSKB/html/2019-6-1.htm>
7. 《解读港交所新版 [ESG报告指引]》
<http://www.cbcsd.org.cn/xmhhd/baoqao/news/20191225/99540.shtml>
8. 《报告：55.5%在华企业已开展低碳减排举措》
<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1748758729150309275&wfr=spider&for=pc>
9. 《粤港澳大湾区领跑ESG表现：创新指数报告把握绿色发展脉动》
https://m.21jingji.com/article/20221228/5d1b864635ae63ec7a5b3cbf0ea12ad7_zaker.html
10. 《汇丰大湾区ESG指数报告》
<https://www.business.hsbc.com.cn/-/media/media/china/pdf/campaigns/hsbc-gba-esgi-report-sc-updated.pdf>
11. 《ESG 在中国》
<https://ohesg.com/criteria/esg-china.html>
12. 《环境、社会及管治议题崛起对澳门的启示》
https://www.ipjm.gov.mo/wp-content/uploads/2022/03/3_EGS-1.pdf
13. 《积极推进“一会展两地”模式 琴澳文旅会展产业联合发展》
<http://gd.people.com.cn/n2/2022/1122/c123932-40204376.html>
14. 《澳门“二五”规划时期 综合旅游发展策划研究》
https://www.macaueconomy.org/research_body.php?researchid=2021122301
15. 《粤港澳大湾区旅游业发展报告2022》
2023年一季度广东经济运行情况分析
http://stats.gd.gov.cn/tjfx/content/post_4183514.html
16. 端午假期广东累计接待游客超2000万人次
https://www.mct.gov.cn/whzx/qgwhxlb/gd/202306/t20230626_944690.htm
17. 广东“五大行动”推动文化和旅游业加快复苏发展
https://www.mct.gov.cn/whzx/qgwhxlb/gd/202304/t20230411_942147.htm
18. 《中国展览经济发展报告2022》发布
http://expo.ce.cn/gd/202304/25/t20230425_38518435.shtml?ssp=1&darkschemeovr=1&setlang=en-XL&safesearch=moderate
19. 广东实施促文旅消费“七个一”举措推动文旅产业加快复苏
https://www.mct.gov.cn/whzx/qgwhxlb/gd/202305/t20230504_943530.htm
20. 转折之际 重构之时——2023年劳动节假日旅游市场特别评论
<http://www.ctaweb.org.cn/cta/ztyj/202305/c288dfc7048142cba2827a53bfd430f2.shtml>
21. 2022年后疫情时代旅游业发展的新趋势
<https://new.qq.com/rain/a/20230103A021LA00.html>

研究团队成员 及联络信息

普华永道

张立钧

普华永道中国
区域经济及南部市场主管合伙人
+86 (755) 8261 8882
james.chang@cn.pwc.com

张佩萍

普华永道粤港澳大湾区
区域经济资深顾问
+853 8799 5121
grace.cheung@hk.pwc.com

王兆曦

普华永道粤港澳大湾区
政府事务高级经理
+86 (755) 8261 8148
cameron.z.wang@cn.pwc.com

徐陶冶

普华永道粤港澳大湾区
政府事务高级顾问
+86 (20) 3819 6550
jackie.t.xu@cn.pwc.com

王斌

普华永道中国
广东市场主管合伙人
+86 (20) 3819 2999
joanne.wang@cn.pwc.com

彭智飞

普华永道粤港澳大湾区
政府事务高级经理
+853 8799 5265
eric.zf.peng@hk.pwc.com

陈家朗

普华永道粤港澳大湾区
政府事务高级顾问
+853 8799 5277
roberto.kl.chan@hk.pwc.com

澳门 旅游学院

林静芝 博士

澳门旅游学院
持续教育学校校长
+853 8598 3149
cindia@ifm.edu.mo

梁诗琪 博士

澳门旅游学院讲师
持续教育学校澳门职业技能认可基准
(MORS)课程主任
+853 8598 1243
eliza@ifm.edu.mo

庄洋

中国（澳门）研学创新学会研究顾问
+853 6849 8338
john.zhuang712@icloud.com

管洁琦 博士

澳门旅游学院副教授
酒店管理学校酒店管理课程主任
+853 8598 1516
jenny@ifm.edu.mo

盧欣彤

澳门旅游学院助理研究员
+853 6613 0327
m210279@ifm.edu.mo





www.pwccn.com

本文仅为提供一般性信息之目的，不应用于替代专业咨询者提供的咨询意见。

© 2023 普华永道。 版权所有，未经普华永道允许不得分发。
普华永道系指普华永道网络中国成员机构，有时也指普华永道网络。
详情请进入www.pwc.com/structure
每家成员机构各自独立，并不就其他成员机构的作为或不作为负责。