

大力发展在线旅游业 助力 澳门建设世界旅游休闲中心

——内地赴澳门在线旅游市场发展报告

美团研究院 中国贸促会台港澳企业服务中心

2019年12月

内容提要：澳门回归祖国以来，旅游业实现了快速发展。内地是澳门旅游的最大客源地，内地赴澳门旅游呈现出产品形态更加丰富、旅游热度不断攀升、选择自助游的游客不断增多等发展特征。美团点评等在线旅游平台积极助力澳门旅游业发展，采取的举措主要有：打造特色榜单，积极传播澳门美食文化；丰富产品结构，满足内地游客在澳门的各档次住宿需求；发挥数字化优势，助力澳门打造特色景区。作为东西方相互沟通和文化交汇的据点，澳门已经发展成为国际知名的旅游目的地。今后要借助粤港澳大湾区建设的契机，采取有效措施推进澳门建设世界旅游休闲中心，促进内地游客赴澳门旅游。建议重视下述方面的工作：促进跨场景旅游消费，进一步激发澳门在线旅游的发展潜力；不断提升澳门旅游的科技化水平，使在线旅游等新模式成为澳门智慧旅游战略的重要抓手；与大湾区内各城市联动发展一站式多程旅游服务，联合挖掘和打造特色旅游产品；推进澳门旅游业线上化、平台化发展，不断优化澳门在线旅游业的发展环境。

一、澳门旅游业发展总体情况

澳门回归祖国以来，旅游业实现了快速发展。1999年回归之际，澳门年接待游客数量约为700万人次，之后，在2003年港澳个人签政策实行以及2005年澳门历史城区成功列入世界文化遗产名录等重要事件的推动下，澳门旅游业发展日新月异。虽在2015年前后曾出现短暂的负增长，但很快便持续回暖。2018年，澳门年接待游客数量已达3580.4万人次，比2017年增长9.8%；旅游收入达3735.7亿澳门元，同比增长13.9%（见图1）。

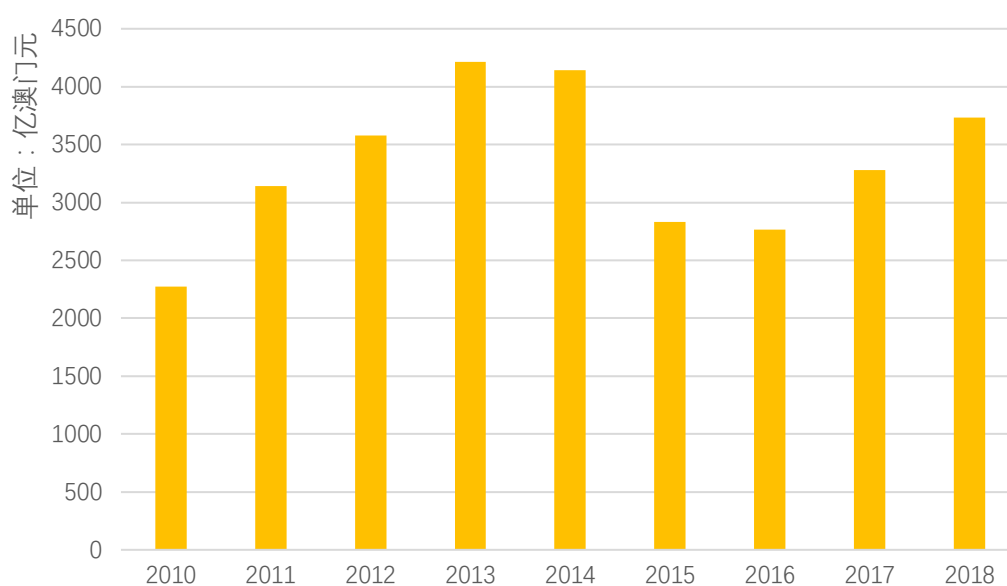


图1 澳门旅游业年收入增长情况

数据来源：澳门统计暨普查局

澳门旅游多元化发展不断取得成效。近年来，澳门特区政府先后提出“开拓进取，谋划长远”、“助力创新，激发活力”等发展理念，大力促进经济适度多元发展。澳门统计暨普查局数据显示，2015年后澳门非博彩类旅游收入逐年增加，

2018 年实现收入 696.9 亿澳门元，同比增长 13.6%。其中，零售业、酒店业、餐饮业等旅游相关行业都实现了强劲增长。

内地是澳门旅游的最大客源地。2003 年，港澳个人签政策实行，再加上澳门旅游不断提升服务质量、丰富游览体验，推动内地赴澳门游客数量不断增加。2018 年，内地赴澳门游客数量达到 2526.1 万人次，创历史新高，占澳门年接待游客总数的 70.6%（见图 2）。

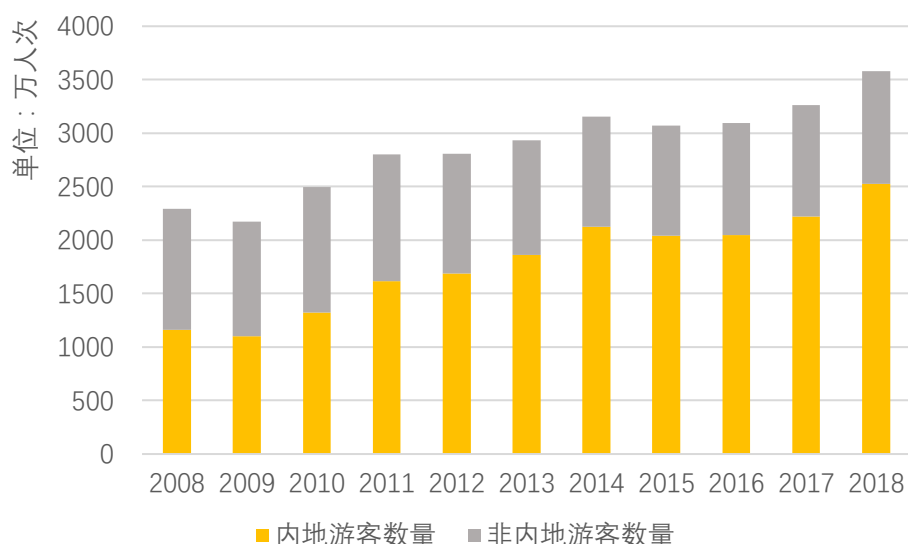


图 2 澳门游客规模及增长情况

数据来源：澳门统计暨普查局

近年来，多项政策陆续出台，明确并不断强化了澳门的世界级旅游休闲中心定位。2009 年 1 月，国家发展和改革委员会公布《珠江三角洲地区改革发展规划纲要（2008—2020 年）》，支持粤港澳合作发展服务业，巩固澳门作为世界旅游休闲中心的地位。2018 年 12 月 6 日，国家发展和改革委员会与澳门特别行政区政府签署《关于支持澳门全面参与和助

力“一带一路”建设的安排》(以下简称《安排》)。《安排》聚焦金融合作、经贸交流与合作、民心相通、推动粤港澳大湾区建设等，促进澳门世界旅游休闲中心建设、中葡商贸合作服务平台建设与“一带一路”建设有机结合；支持澳门举办高层次的“一带一路”建设主题论坛和国际性展览；支持澳门打造多元文化交流合作基地，促进中华文化传播交流。2019年2月，中共中央、国务院印发了《粤港澳大湾区规划纲要》，明确了澳门的发展定位，即“建设世界旅游休闲中心、中国与葡语国家商贸合作服务平台，促进经济适度多元发展，打造以中华文化为主流、多元文化共存的交流合作基地”，为澳门下一阶段的发展指明了方向。

二、内地赴澳门在线旅游市场的主要发展特征

中国在线出境游市场近年来稳定增长。艾瑞咨询《2019年中国在线出境游行业研究报告》显示，2018年中国在线出境游市场交易规模达756.2亿元，相比2017年增长21.7%，其中，52.7%的内地居民选择港澳台作为出境旅游目的地，而澳门在港澳台三地中备受青睐。近年来，内地的在线旅游平台快速发展，澳门的智慧旅游基础设施建设也取得了长足进展，助推澳门旅游市场的产品形态更加丰富，旅游热度不断攀升。

(一) 产品形态更加丰富，旅游热度不断攀升

旅游是美好生活的重要组成部分，也是拉动消费、促进

经济发展的重要动力。在线旅游是旅游业发展的新业态、新模式，是反映旅游消费品质和能级的重要窗口。将旅游资源整合为服务产品在互联网上进行销售的在线旅游平台（简称“OTA”）在整个产业链条中发挥着关键作用。近年来，随着互联网特别是移动互联网的快速发展，各在线旅游平台日益成熟，产品不断迭代升级，服务更加优质高效。

以大众点评 APP 为例，大众点评 APP 上丰富详尽的澳门分类信息已经成为内地游客的智能导游助手，完全可以实现一个 APP 游澳门。从“怎么玩”到“看路线”，从“吃美食”到“住酒店”，从“游景点”到“去购物”，这些主题页面不但能够通过文字、图片以及视频等形式全方位展现各类服务信息，还可以通过各个页面内的商家预约体验甚至下单交易。而随着 LBS（基于位置的服务）、AI（人工智能）等技术的发展与应用，大众点评 APP 可以基于用户的定位地点、消费喜好以及浏览记录等，为游客进行智能贴心的游玩推荐，让游客获得更好的旅游体验。

随着在线旅游产品与服务的不断丰富，近年来已经有越来越多的内地游客借助在线旅游平台实现澳门旅游。美团和大众点评上访问澳门页面的月活跃用户数量不断攀升，2019 年 10 月的月活跃用户数量已是 2017 年 3 月的月活跃用户数量的 3.8 倍，与 2018 年 10 月份相比增长了 31.9%（见图 3）。

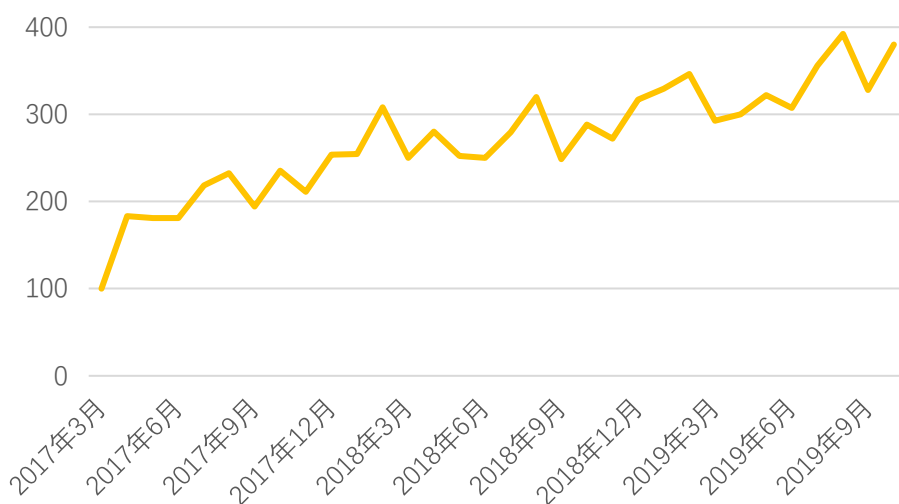


图 3 通过美团点评平台访问澳门页面的月活跃用户数量

数据来源：美团平台，以 2017 年 3 月访问澳门页面的月活跃用户数量为基准 100，其他月份的数据进行折算

（二）选择自助游的游客不断增多，80 后、90 后是采用在线旅游方式的主力人群

随着美团、大众点评等在线旅游平台的发展，信息壁垒不断降低，使得选择自助游的游客不断增多。澳门统计暨普查局公布的数据显示，2018 年中国个人游旅客数量占中国总入境游客数量的 48.6%，同比 2017 年上升 0.8 个百分点。随着自由行比重的提升，头部在线旅游平台不断积累用户数据，能够更加清晰地勾画出内地赴澳门旅游的主力用户画像，可以以此为基础为游客提供个性化、精准化的旅游服务。

例如，根据美团点评平台数据，内地赴澳门游客中，女性更多采用在线旅游方式。2019 年 1-10 月，美团点评平台上访问澳门页面的独立访客的数量占比方面，男女比例为 39.2：60.8（见图 4）。从美团点评平台上不同旅游品类的订

单量来看，内地赴澳门游客中，男性更看重“住”的条件，男性支付的酒店订单量占比接近50%，“吃”和“玩”则更多由女性做主（见图5）。

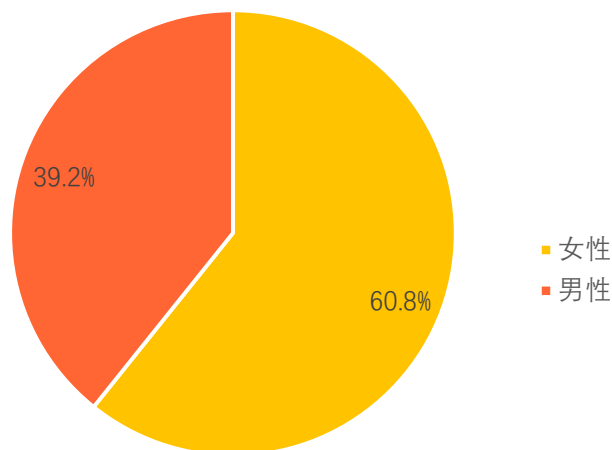


图4 美团点评平台上访问澳门页面的独立访客性别比例

数据来源：美团平台，2019年1-10月

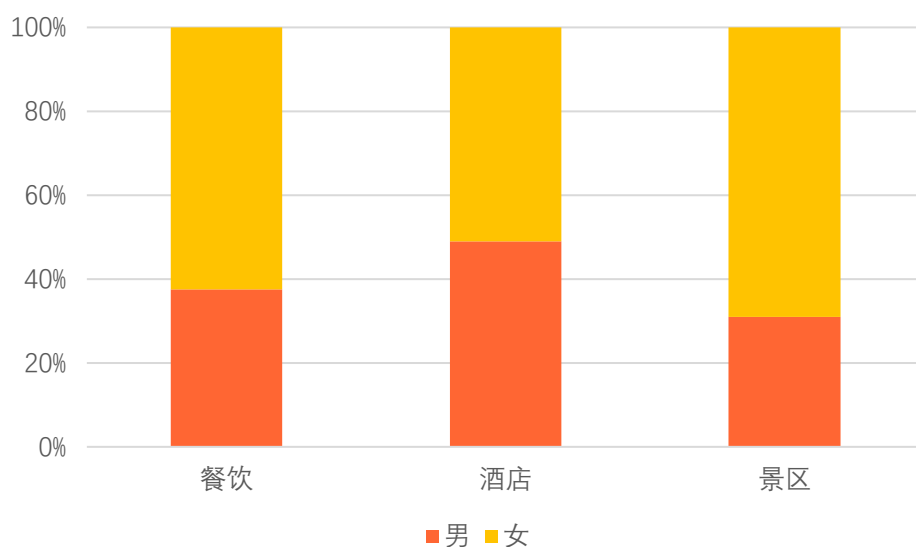


图5 美团点评平台上不同旅游品类订单量的性别占比

数据来源：美团平台，2019年前10个月订单

80后、90后是采用在线旅游方式的主力人群，从美团点

评平台数据看，80后、90后合计占澳门年度独立访客数量的近90%。85后的在线支付意愿最强，在线支付的订单量占比接近35%，其次是90后和80后，二者的订单量占比均为21%左右（见图6）。

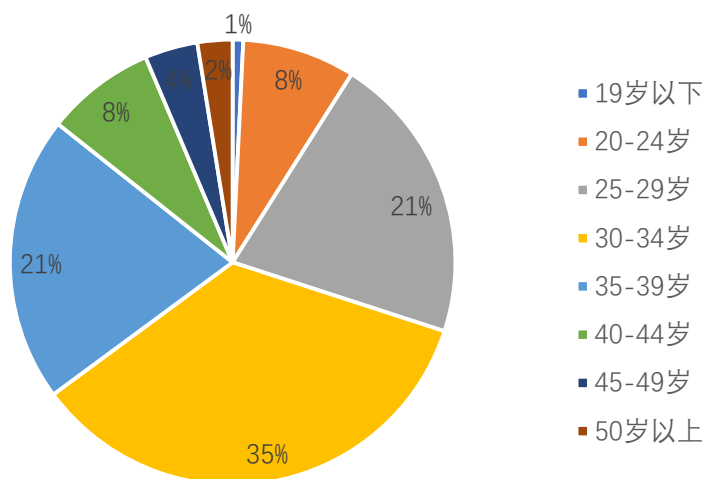


图6 美团点评平台上内地赴澳门在线旅游分年龄段订单量占比

数据来源：美团平台，2019年前10个月订单

根据美团点评平台数据，内地最关注澳门旅游的TOP10城市依次为广州市、上海市、深圳市、北京市、珠海市、佛山市、杭州市、中山市、东莞市、武汉市（见图7）。其中广东省独占6个城市。地理位置上的临近使得澳门成为广东省人民最钟爱的旅游目的地之一。

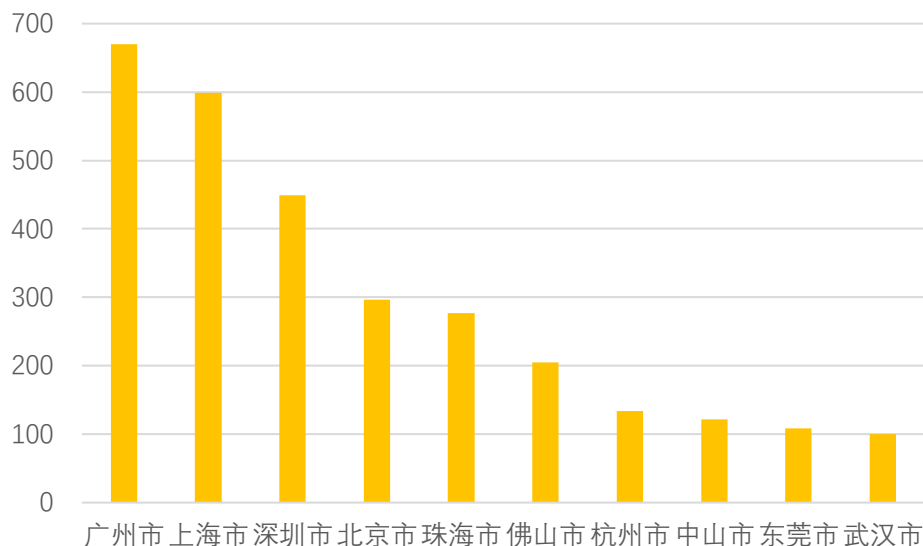


图 7 美团点评平台上访问澳门页面的独立访客数量 TOP10 城市

数据来源：美团平台，以 2019 年前 10 个月访问澳门页面的武汉市独立访客数量为基准（100）进行折算得到

从美团点评平台积累的用户评价可以发现，内地游客对澳门旅游的服务质量较为满意，在就餐和住宿过程中普遍感受到了热情的服务。此外，“环境优雅”、“干净整洁”等也是内地游客提到的高频关键词。在景区方面，澳门的人文景观、历史文化景点给内地游客留下了深刻的印象，成为大多数人赴澳门旅游的难忘记忆（见图 8）。



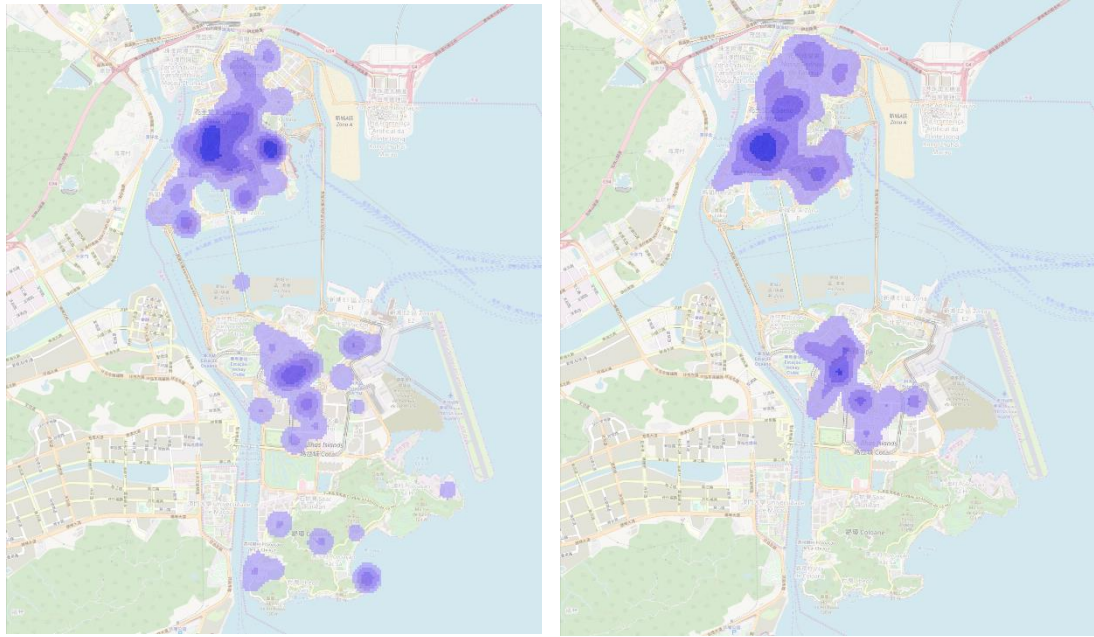
图 8 美团点评平台澳门旅游评价词云

数据来源：美团平台

（三）从澳门旅游热力图看，大三巴及周边地区、渔人码头、路氹城/官也街是内地游客赴澳门旅游的热点地区

从澳门旅游热力图可以看出，大三巴及周边地区最受内地游客关注（见图9）。大三巴牌坊是澳门的标志性建筑物之一，它融合了欧洲文艺复兴与东方建筑的风格，雕刻精细，巍峨壮观，在内地游客中知名度最高。其周边就餐选择也极为丰富，形成了以大三巴为中心，覆盖恋爱巷、玫瑰圣母堂、议事亭前地、新马路、大炮台众多著名旅游景点的旅游资源集聚地带。此外，澳门半岛上的渔人码头地区也广受游客关注。渔人码头是澳门首个主题公园和仿欧美渔人码头的购物中心，集娱乐、购物、饮食、酒店、游艇码头及会展设施于一体，周边特色商铺林立，配套设施丰富。

澳门半岛外，路氹城/官也街是离岛上的旅游热点。路氹城一带坐落着众多大型购物商场，网罗国际大牌与本地名品；游客在官也街上能品尝到纯正的澳门本土美食，性价比很高。最南部的路环岛上，谭仙圣庙、黑沙海滩、黑沙角等也吸引了不少游客关注。



景区热力图

餐饮热力图

图9 澳门在线旅游热力图

数据来源：美团平台。图中颜色越深，表明平台上 2019 年关注相应景区或餐饮商户的独立用户数量越多

三、美团点评等在线旅游平台助力澳门旅游业发展的举措与成效

（一）打造特色榜单，积极传播澳门美食文化

澳门的历史赋予澳门特殊的美食。地道的粤菜、传统的葡菜，加上四百多年来葡萄牙商船带来的非洲、印度、东南亚等沿途各地的香料和饮食文化，使得澳门美食既保留了中葡文化中的传统要素，内涵隽永，兼容并蓄，同时又推陈出新，创意十足。猪扒包、陈皮鸭、水蟹粥等传统粤菜，马介休、咖喱蟹、烧咸猪手等葡式澳餐，蛋挞、豆捞、木糖布甸等特色小吃都是澳门美食的代表，葡式蛋挞更是澳门的一张名片。2017 年 10 月 31 日，澳门被评定为联合国教科文组织

创意城市网络（UCCN）美食范畴的新成员，成为“创意城市美食之都”，这是对澳门在过去四百多年中沉淀的美食文化的肯定，同时也增强了澳门美食的国际声誉。

通过美团点评等在线旅游平台，可以更好地宣传推介澳门美食文化。一方面，通过美团点评发布的美食榜单，人们能够快速了解澳门各式美食并迅速锁定目标，特别是直观可见的图片或视频展示以及真实客观的消费者评价，能够帮助消费者更快地做出适合自己的选择；另一方面，高评分的特色美食和优质商户对顾客的吸引力更加强烈，可以显著增加顾客的到访量。同时，顾客的评价又可推动餐饮商户进一步提高服务质量，进而助力提升澳门的“美食之都”城市形象。

以美团点评为例，通过美团或大众点评 APP 访问澳门美食页面的独立访客数量近 3 年来实现高速增长，2019 年仅前 10 个月的独立访客数量已超过 2018 年全年，是 2016 年全年独立访客数量的 2.8 倍（见图 10）。

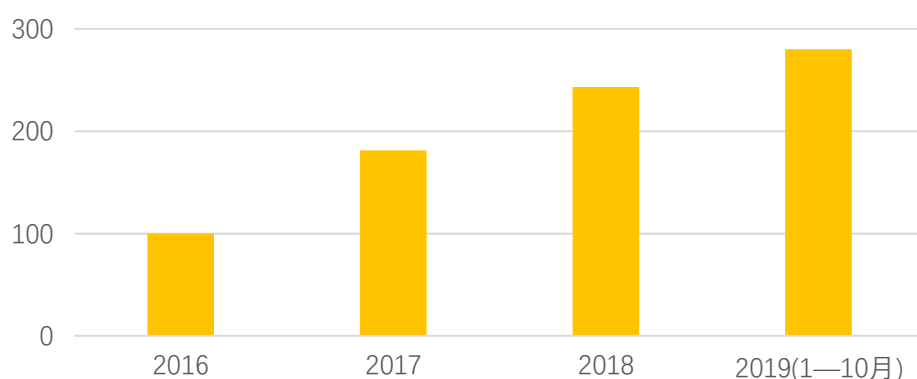


图 10 美团及大众点评 App 上澳门餐饮页面的独立访客数量

数据来源：美团平台，以 2016 年全年访问澳门餐饮页面的独立访客数量为基准 100，其他年份数据进行折算，其中 2019 年数据截止到 2019 年 10 月 31 日

为推广澳门的美食，美团点评于 2018 年 1 月 16 日推出首届“黑珍珠餐厅指南”，澳门即在指南所覆盖的 27 个城市之中。“黑珍珠餐厅指南”是基于中国美食标准的美食指南，致力于精选中国味蕾、探寻美味餐厅，打造“中国人自己的美食榜”。上榜餐厅分为三个钻级：三钻餐厅、二钻餐厅、一钻餐厅。其中，以三钻为最高等级。2019 年 1 月 10 日，美团点评在澳门发布了第二届“黑珍珠餐厅指南”，澳门共有 14 家餐厅入选，入选数量仅次于上海、北京、东京、香港、成都、杭州，在 27 个城市中与广州并列第 7。14 家入选餐厅包括 1 家三钻（天巢法国餐厅），5 家二钻（巴黎轩、御膳房、皇雀印度餐厅、永利宫、誉珑轩）和 8 家一钻（京花轩、紫逸轩、8 餐厅、協成海鲜火锅、桃花源小厨、金坂极上寿司、大厨、淘淘居海鲜酒家）。

“黑珍珠餐厅指南”正在为宣传澳门美食文化，扩大澳门品牌餐厅影响力，提升澳门美食在世界的美誉度发挥积极的作用。对比澳门 2019 年 14 家黑珍珠餐厅上榜前后的表现可以发现，上榜前的 2018 年全年，在美团点评平台上的月平均新增评价数量为 283 条，上榜后的 2019 年前 10 个月，月平均新增评价数量为 449 条，新增评价数量是去年同期的 1.63 倍（见图 11），表明上榜“黑珍珠餐厅指南”显著提升了社会大众对餐厅的关注度，有助于上榜餐厅在内地游客中的口碑传播。

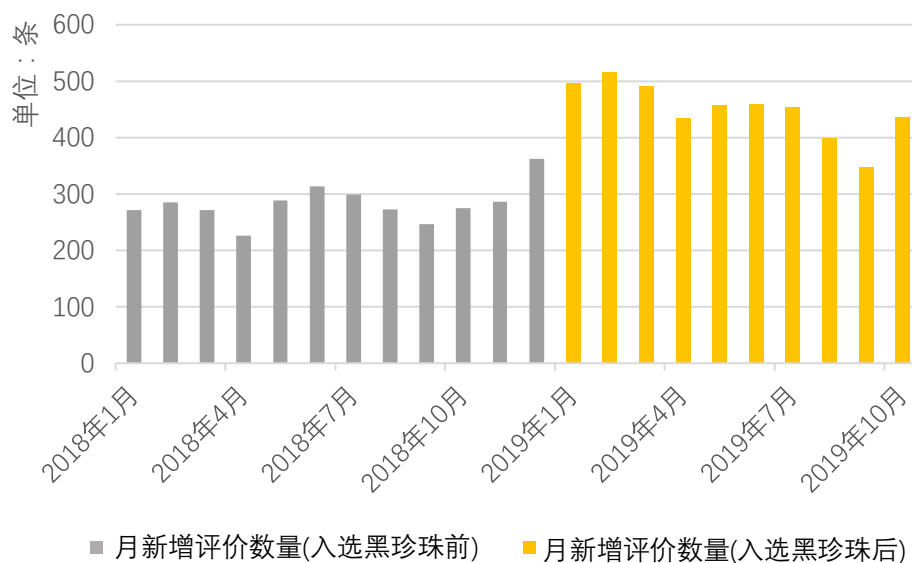


图 11 澳门黑珍珠餐厅新增评价数量情况

数据来源：美团平台

2019年7月5日，美团点评发布了澳门大众点评必吃榜（以下简称“必吃榜”）。必吃榜是基于真实海量用户评价大数据的美食榜单，旨在为中国消费者提供享受美食，体验品质生活的最权威美食指南。必吃榜包含必吃菜和必吃餐厅两个部分。必吃餐厅的人均消费额比黑珍珠餐厅的人均消费额低一些，符合大家日常外出就餐的消费水平；必吃餐厅更加彰显本地特色，突出城市当地的美食文化；覆盖品类更广泛，包含小吃等诸多品类，全方位体现城市美食特色；适用场景更丰富，家庭聚会、朋友叙旧等各类场合均能在必吃榜中找到合适餐厅。澳门 2019 必吃菜包括糖水甜品、葡式蛋挞、木糖补丁、深井烧鹅等 16 道菜肴或小吃；2019 必吃餐厅包括六棉酒家、帝濠轩、咖啡苑（永利皇宫店）、誉珑轩等 14 家餐厅。

除了黑珍珠和必吃榜，美团点评平台的澳门美食页面还推出了热门商圈美食排行榜，方便游客根据地理位置发现优质商户；必吃优惠系列，以团购形式提供给消费者高性价比的美食选择；新晋网红系列，每月更新最热门的新鲜好店帮助时尚一族拔草；此外还有街边小吃、地道早餐、美味夜宵、好吃不贵等系列榜单，通过搜罗澳门的美食特色小店，让吃货们能够体验纯正地道的澳门美食文化。美团点评的各式美食榜单，是人们了解并发现澳门美食的重要窗口，在向内地游客推介澳门美食的过程中发挥了不可或缺的重要作用。

（二）丰富产品结构，满足内地游客在澳门的各档次住宿需求

澳门统计暨普查局公布的数据显示，澳门酒店业的平均房价较高，2018年的平均房价为1350澳门元（约合人民币1180元）。2018年共有营业酒店116家，客房数近3.9万间，平均入住率达91.1%，酒店住客1410.7万人，平均逗留时长为1.5天，住宿消费约占澳门游客总消费金额的25.6%。美团点评等在线旅游平台通过接入丰富多元的酒店和民宿资源，满足内地游客在澳门的高端、舒适、经济等各类住宿需求，为高净值游客留宿澳门提供了更多选择，可以有效提升内地游客赴澳门旅游的平均逗留时长。此外，澳门旅游局公布的数据显示，2015年-2018年，澳门三星级酒店的入住率提高了11.8%，高于五星级、四星级酒店的提升幅度（分别

是 9.0%和 10.7%)。澳门二星级酒店、公寓的入住率也分别提升了 5.8%、2.3% (见图 12)。

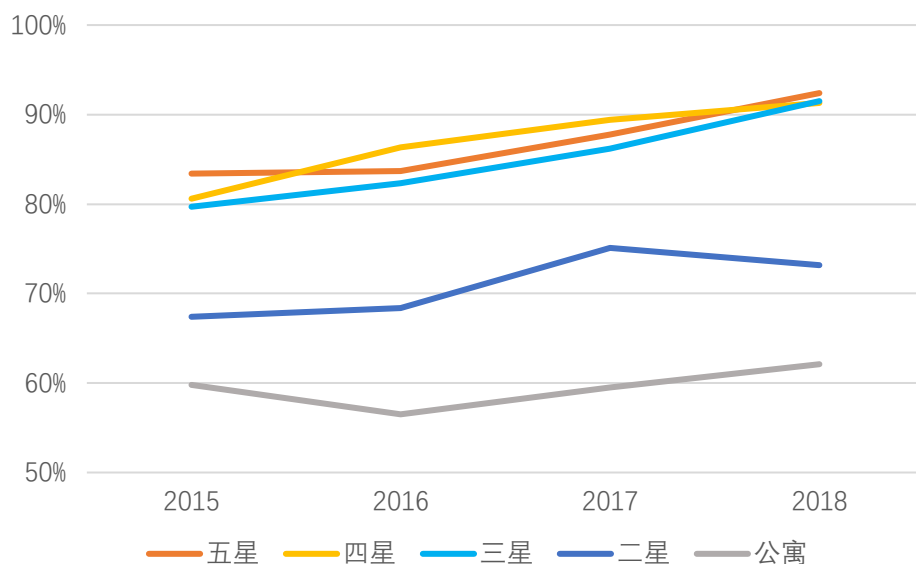


图 12 澳门营业酒店入住率变化情况

数据来源：澳门旅游局

美团点评等在线旅游平台可以促进澳门住宿业的跨场景发展。游客在澳门对于酒店的需求通常不仅限于住宿，还包含着餐饮、娱乐等多方面的诉求。在线旅游平台可以帮助酒店实现更多非住宿产品的数字化与线上化，提高非住宿产品的收入；与此同时，还可以帮助游客提前规划时间，合理安排行程，使游客在有限的时间内体验更多的澳门特色，激发游客的消费热情。

在线旅游平台有助于提升澳门酒店的服务品质。在线旅游平台为澳门的酒店建立了线上评价与反馈的平台，游客入住前能够根据他人评价深入了解酒店现状，消费后还可以根据实际体验在平台上留言评价，这些评价可以为其他游客提

供参考，同时也可以使服务品质较高的酒店向更高层次迈进，并让服务品质有待提高的酒店及时发现问题、解决问题，提升内地游客在澳门的住宿体验。

近年来，在线旅游平台的澳门业务发展迅速。以美团点评为例，平台流量不断上涨，2019 年仅前 10 个月的酒店交易额、订单数、间夜量已分别是 2016 年全年的 6.2 倍、6.1 倍、6.2 倍（见图 13）。

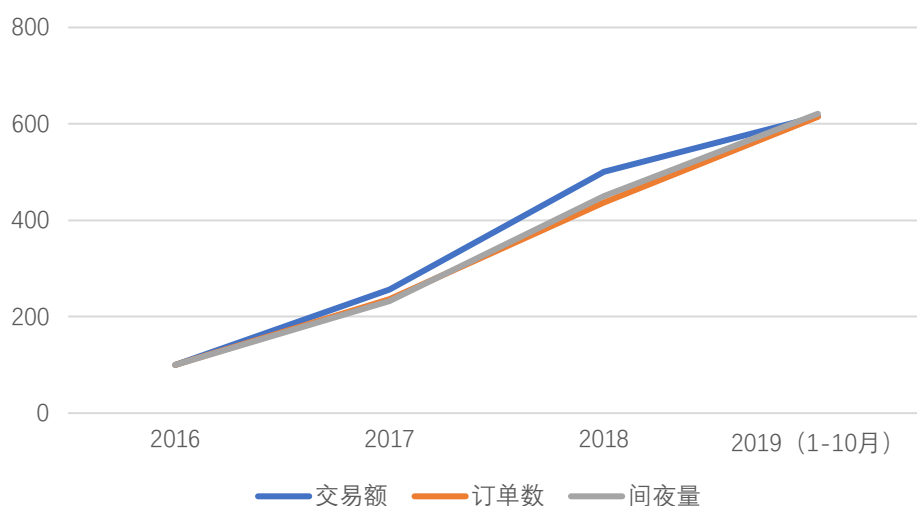


图 13 美团平台澳门酒店业务发展情况

数据来源：美团平台，以 2016 年为基准 100，其他年份进行折算

为进一步促进澳门酒店业发展，美团点评等在线旅游平台推出了众多服务。例如，美团推出“特价甩尾房会场”，服务于出行中但尚未预订酒店的游客，向其推荐特价捡漏超值尾房。此外，还结合好评、热销、体验等多个维度，发布多个澳门酒店榜单，包括高性价比酒店榜单、澳门必住推荐榜单、经济人气酒店榜单、网红酒店榜单、舒适人气酒店榜单、

豪华人气酒店榜单、亲子酒店榜单、高档人气酒店榜单、玩转大三巴榜单等，帮助内地游客在澳门找到最适合自己的酒店。

（三）发挥数字化优势，助力澳门打造智慧景区

内地是澳门旅游的最大客源地。2018年，内地游客占澳门游客总量的70.6%。中国旅游研究院发布的《中国出境旅游年度报告2019》显示，我国出境旅游稳步增长，内地游客境外游的意愿仍在不断增强，这意味着内地在未来较长一段时间内仍将是澳门旅游的主要客源地。

在线旅游平台有助于提升澳门景区的知名度。近年来，随着在线旅游平台资源的日益丰富和用户习惯的不断养成，越来越多的内地游客开始尝试个人游而不再选择跟团游。面对众多的自由行游客，在线旅游平台将发挥日益重要的作用，通过在线旅游平台对澳门的景区进行展示和宣传，能够让内地游客更充分地了解澳门的景区。

在线旅游平台助力提升澳门景区消费的效果明显。以美团点评为例，2019年前10个月的景区线上独立访客数、门票交易额、门票订单数已分别是2016年全年的2.8倍、9.4倍、10.0倍。与此同时，越来越多的景区、商户也看到了在线旅游平台的优势，2019年前10个月与美团点评合作的商户数达到了2016年全年的2.5倍（见图14）。

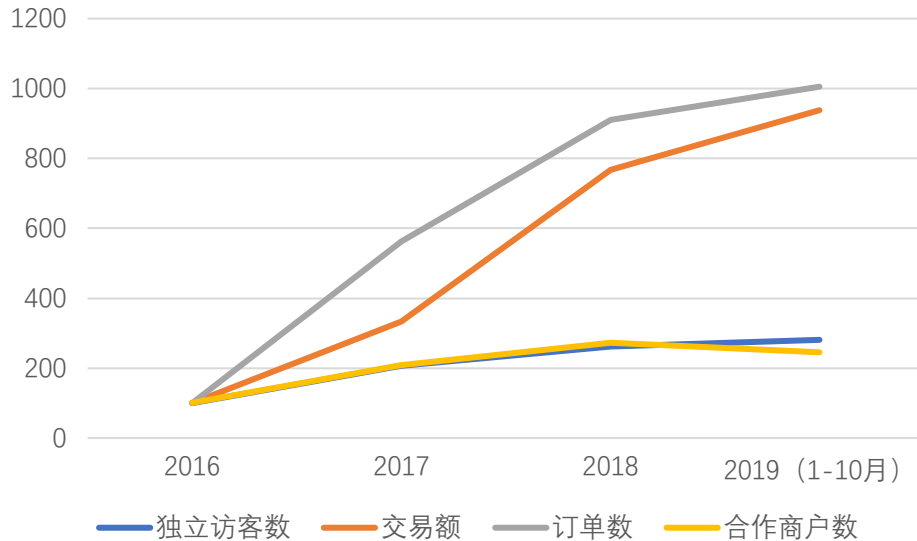


图 14 美团平台澳门门票业务发展情况

数据来源：美团平台，以 2016 年为基准 100，其他年份进行折算

此外，美团点评还根据游客评价、购买、浏览等行为大数据，推出澳门 TOP100 景区热度榜，为内地游客制订出行规划提供了便利。澳门景区热度榜以 10 分为满分，其中，9 分以上为“火爆”景区，共有 5 处景区上榜，包括 8 字摩天轮、澳门旅游塔、官也街、大三巴牌坊和巴黎铁塔；8 至 9 分为“热门”景区，共有 65 处景区上榜；余下的 30 处景区为“人气”景区，分数均在 7.5 分以上。

四、促进内地游客赴澳门旅游的对策建议

作为东西方相互沟通和文化交汇的据点，澳门已经发展成为国际知名的旅游目的地。今后要借助粤港澳大湾区建设的契机，采取有效措施推进澳门建设世界旅游休闲中心，促进内地游客赴澳门旅游。建议重视下述方面的工作：

（一）促进跨场景旅游消费，进一步激发澳门在线旅游的发展潜力

近年来，旅游消费日趋多元化。在线旅游平台在发展过程中，往往会逐步形成涵盖餐饮、住宿、游玩、出行等功能于一体的综合性旅游服务体系。通过围绕“吃住行游购娱”全场景建设平台能力，整合酒店住宿、景区门票、特色餐饮美食、购物等资源，跨场景打造丰富的消费体验。建议澳门今后大力促进跨场景旅游消费，进一步激发澳门在线旅游的发展潜力。

（二）不断提升澳门旅游的科技化水平，使在线旅游等新模式成为澳门智慧旅游战略的重要抓手

在“互联网+”的时代背景下，科技进步和产业升级的速度不断加快，新科技、新技术与多种场景深度结合正在成为旅游业发展的新趋势。人工智能、云通信、大数据等底层技术改变了信息传播的方式，甚至改变了人们的消费方式；智能停车、安防传感、票务系统、WIFI覆盖、一卡通设备、导览设备等使景区实现万物互联；VR/AR游戏、全息投影等塑造了新的旅游场景，丰富了旅游产品体系。此外，微信、支付宝等移动支付方便快捷，已成为内地游客普遍采用的支付手段，但在澳门的普及率还不高。建议今后在澳门旅游行业中大力推广包括移动支付在内的创新科技，基于平台大数据对游客出境游过程中行前、行中、行后的全场景进行深入分

析，增强游客体验、延长逗留时间、优化旅游行业的整体运营水平，进一步提升旅游目的地资源的合理利用。

（三）与大湾区内各城市联动发展一站式多程旅游服务，联合挖掘和打造特色旅游产品

一是在粤港澳大湾区整体发展框架下，共享区域旅游资源，共建旅游品牌，共同拓展旅游客源市场，整体推动大湾区旅游休闲产业提质升级。要联动大湾区内有关城市推出一站多程的项目性旅游计划，探索各城市间旅游数据共享，共建公共应用平台等信息基础设施，促使多城市间的电子签名互认，实现电子支付系统互联互通。

二是立足澳门本地旅游特色，挖掘特色化旅游产品。澳门一些非博彩元素如购物、饮食对内地游客的吸引力日益上升，今后可通过交办美食节、文遗之旅、国际会议等大型活动，进一步提升澳门旅游在内地的知名度。同时，澳门历史建筑是世界文化遗产，中国与葡语国家的“混合”文化色彩使澳门成为了中西文化交融的圣殿。这些既是澳门的历史文化瑰宝，又为发展旅游业提供了丰富的素材，澳门旅游局可与美团等大型在线旅游平台深化合作，联合开发地方特色类文化旅游产品。

（四）推进澳门旅游业线上化、平台化发展，不断优化澳门在线旅游业的发展环境

推进景区门票购买等电子化、线上化，可以提高旅游消费便利度、优化游览体验、提升景区管理水平。以美团点评为例，在解决热门景区排队时间长这一行业发展和消费者体验的痛点上，已经有成熟的解决方案。2019年，内地300多个城市的2700多家景区和美团门票合作上线“闪入园”功能，游客购买带有“闪入园”标识的电子门票，可享有当天买票当天用、10秒钟出票、无需换票直接扫码入园等三项便利。今后可充分发挥美团点评等在线旅游服务平台的作用，促进澳门旅游行业的转型升级和创新发展：一是进一步提升旅游消费线上化水平，提高旅游消费的便利度；二是通过对旅游大数据的深入挖掘，提升澳门旅游行业的供给侧数字化水平；三是通过与在线旅游服务平台的融合发展提升澳门旅游企业和酒店的运营效率。