



澳門大學
社會科學及人文學院
公共行政碩士學位

澳門文化遺產政策作為推動旅遊業
的策略分析

學生姓名：湯凱茵 Tong Hoi Ian

學生編號：M-A7-6416-7

指導老師：蕭楊輝 博士

此論文之提交是用以部分滿足澳門大學公共行政碩士學位的要求

二零一二年七月

聲 明

本人湯凱茵，僅此聲明，除去在文中清楚標明出處之部份外，全文均是本人原創之作。並且在此之前，不論部份或全部，本文並未被用於滿足本校或非本校之任何學位或學歷的論文或報告之要求。

學生簽名：_____

日 期：_____



感謝詞

在本論文完成之際，我希望藉此向所有幫助過我的老師、家人、同學及朋友表示衷心的感謝！我特別要感謝指導老師蕭楊輝教授，由於本人的工作關係，有礙寫論文的連貫性，幸得蕭教授對我不離不棄，在撰寫論文的過程中，從開題報告、論文架構擬定到最後定稿，當中的構思和資料收集方面，他都給予了我殷切的指導及提出了許多寶貴的意見，使我堅持下去完成論文。

同時，我要感謝答辯委員會的劉伯龍教授及何秋祥教授，他們給予的意見，不但幫助我能更清晰地表達本文的論點，而且，更使我在研究的思維過程中提升學習能力。除此之外，我要感謝在碩士學習生涯中，教導過我的余永逸教授、林明基教授、蔡幸強教授及竺乾威教授。他們的教導，使我在公共行政這一範疇上，有了更深刻的認識。

最後，還要感謝不斷從旁支持我的家人及朋友，特別是王欣，他們的鼓勵，使我能“盡情”地投入寫這篇論文。

摘要

全球地方之間的競爭越來越激烈，地方如城市為了“生存”，都會通過自身努力而希望不被淘汰。而為其建立城市品牌是一種新的啟示，希望透過其所建立的品牌標示其與他人的不同，並得到大眾的認同，從而提升地方的競爭力。

隨着澳門經濟的快速發展，當中博彩旅遊業更是重點行業。澳門是一座旅遊城市，旅遊業更是其與他地方競爭的必定項目。然而，由於博彩業的強勢發展，澳門在整體旅遊業的資源分配上出現不均衡的現象。除此之外，過分依賴博彩業只會使澳門旅遊業未能健康發展及為整體經濟帶來隱憂。所以，為了考察博彩業以外的旅遊資源，並希望藉此提升澳門的競爭力，所以本文將本澳的文化遺產作為一種手段，因為它不但是一種已存活的旅遊資源，更重要的是它是標立不同，與他人競爭的元素。而在城市建立其品牌時，就必需加入這一元素。

而本文會透過「競爭優勢識別系統」作為建立城市品牌的工具，探討(旅遊、人民、政策、文化、投資及品牌)等六方面與本澳文化遺產的實際情況，從而了解文化遺產在構建城市品牌時遇到的相關問題。並且，會運用SWOT分析方法，以分析澳門旅遊業競爭力，主要對澳門旅遊業本身內部的「優勢」與「劣勢」，以及外部環境的「機會」與「威脅」來分析，並透過SWOT矩陣分析及戰略選擇，為澳門旅遊業找出最終的問題，再配合本澳門文化遺產與「競爭優勢識別系統」的分析，為澳門建立城市品牌提出相對策建議。

關鍵詞：城市品牌、文化遺產、競爭優勢識別系統、SWOT分析法

目 錄

緒 論	頁
第一節 研究動機.....	1
第二節 研究目的.....	2
第三節 研究架構及流程.....	4
第四節 研究的意義和重要性.....	6
第五節 研究方法.....	7
第一章 城市品牌理論分析文化遺產在推動澳門旅遊業之作用	
第一節 文化遺產與城市品牌概述.....	11
一. 文化遺產的概述.....	11
二. 何謂品牌.....	12
三. 城市品牌概念及提出.....	14
四. 城市品牌的討論概述.....	17
第二節 以「競爭優勢識別系統」理論和 SWOT 分析法的概述	
作為文化遺產促進城市品牌之策略分析.....	20
一. 透過構建「競爭優勢識別系統」建立城市品牌.....	20
二. 以「競爭優勢識別系統」建立城市品牌.....	25
三. 實行「競爭優勢識別系統」來促進澳門旅遊業.....	27
四. 文化遺產與「競爭優勢識別系統」.....	30
五. 以 SWOT 方法用於分析澳門旅遊業之策略方法.....	32
第三節 綜合分析透過優化城市品牌來促進旅遊業.....	34
第二章 澳門旅遊業發展及推廣文化遺產之關係	
第一節 澳門旅遊業的概述.....	38
一. 澳門的經濟轉變.....	38

二. 澳門旅遊業的現況	40
第二節 澳門文化遺產的概述	43
一. 澳門文化遺產政策的發展 (列入世界遺產名錄前)	44
二. 澳門申報世界遺產的歷程	48
三. 澳門文化遺產政策的現狀 (列入世界遺產名錄後)	54
第三節 澳門文化遺產在推動澳門旅遊業之作用	58
第四節 澳門文化遺產對經濟、社會及環境的影響及提高競爭力	60
一. 澳門文化遺產對經濟的影響及提高競爭力	60
二. 澳門文化遺產對社會的影響及提高競爭力	61
三. 澳門文化遺產對環境的影響及提高競爭力	63
第三章 以 SWOT 方法分析澳門文化遺產對提高澳門旅遊業的競爭力策略	
第一節 澳門旅遊業之優勢、劣勢、機會及威脅	65
一. 澳門旅遊業之優勢分析	65
二. 澳門旅遊業之劣勢分析	71
三. 澳門旅遊業之機會分析	74
四. 澳門旅遊業之威脅分析	76
第二節 以矩陣分析澳門旅遊業競爭戰略之主要論點	
(SWOT 的系統分析 - 交叉分析法)	78
一. 以 SWOT 矩陣分析及戰略選擇	80
二. 以 SWOT 矩陣分析澳門旅遊業競爭戰略之問題化	82
三. 以 SWOT 矩陣分析澳門旅遊業競爭戰略之問題的歸納	83
第四章 評估澳門政策如何透過文化遺產及建立城市品牌提高競爭力之策略	
第一節 澳門文化遺產是澳門旅遊業的穩固資源	86
第二節 澳門政府如何透過文化遺產提升澳門旅遊業的競爭優勢	88

第三節 綜合 SWOT 之分析及「競爭優勢識別系統」為澳門旅遊業	
構建城市品牌之分析.....	91
一. 建立澳門「競爭優勢識別系統」的建議.....	98
總結與建議	101
參考文獻	106
附件	
附件一. 博彩專營公司的投資計劃，(在每間專營公司條款中，都要 繳納部份收入作為城市建設、推廣旅遊及社會保障基金之用)	115
附件二. 澳門精華旅行程表，(這是澳門特別行政局政府旅遊局 與本地旅行社合作用於推廣澳門及世遺景點之行程)	116
附件三. 文化局組織架構圖，(在文化局組織架構當中的文化財產廳 是負責文化遺產相關工作的部門).....	117
附件四. 澳門申遺的時間表，(此時間表有助清楚知道澳門政府在申遺 時所做的相關工作)	118

圖表目錄

表格:

表 1-1	城市品牌與企業品牌特性對比表	18
表 1-2	Bonita (2006) 城市的健康經濟可以分為三個階段：強經濟、衰退中及轉變中的分析表	34
表 2-1	澳葡政府治澳期間至澳門文化遺產列入世界遺產名錄前有關文物保護的法規政策	45
表 2-2	澳門申遺的時間表	50
表 2-3	澳門成為「澳門歷史城區」後出台的法規	55
表 3-1	從 2007 年至 2011 年於本澳新成立的公司數目及新成立的公司資本額	69
表 3-2	本澳各大高等學院提供與旅遊業及博彩業的課程	71
表 3-3	澳門旅遊業的優勢、劣勢、機會及威脅等各四項因素的總表	77
表 3-4	強勢對機會交叉分析圖	78
表 3-5	強勢對威脅交叉分析圖	79
表 3-6	弱勢對機會交叉分析圖	80
表 3-7	弱勢對威脅交叉分析圖	80
表 3-8	SWOT 矩陣策略配對表	81
表 3-9	澳門旅遊業的 SWOT 矩陣策略配對表	82
表 3-10	澳門旅遊業的 SWOT 交叉分析問題表	83
表 4-1	澳門文化遺產旅遊景點認知度統計表	94

圖:

圖 1-1	城市發展經歷圖	15
圖 1-2	「競爭優勢識別系統」六角圖	21
圖 1-3	城市品牌指標六角圖	23
圖 1-4	紐約市的城市品牌 (NYC™)	25
圖 1-5	SWOT 交叉分析圖	33
圖 1-6	馬斯洛(Abraham Maslow)的五大需要層次圖	36
圖 2-1	1999 年至 2008 年訪澳的旅客分佈圖	41
圖 2-2	1999 年至 2011 年隨團來澳旅客總數	41
圖 2-3	2001 年至 2011 年訪澳旅客的目的	42
圖 2-4	澳門歷史城區圖	52
圖 2-5	澳門政府旅遊局和文化局從 2000 年至 2009 年的預算開支比較統計圖	60
圖 3-1	澳門博彩稅總收入和本地生產總值的比較圖	68
圖 3-2	亞洲地理圖	70
圖 3-3	澳門旅遊業 SWOT 交叉分析法的問題統整和歸納的探討	85
圖 4-1	澳門旅遊局的標誌	87
圖 4-2	文化遺產與「競爭優勢識別系統」的六角關係圖	91
圖 4-3	2006 年澳門人口前居地統計圖	97