

日本開賭對澳門博彩業的影響評估

曾 忠 祿

(澳門理工學院博彩旅遊教學及研究中心,澳門)

摘 要:2016 年 12 月,日本國會通過了綜合度假村促進法,從此拉開了日本建設大型度假村賭場的序幕。日本最快在 2020 年代中期就可能建成第一家大型度假村賭場。本論文利用零售引力法則,從距離和規模的角度,分析了日本賭場可能對澳門的影響。日本賭場最可能影響的客源是來自日本的客源、韓國的客源和內地北方的客源。而日本的賭場對廣東、香港和臺灣的客源影響比較小。根據 Global Market Advisors 的 4 種情景分析,作者估計日本賭場對澳門博彩收入的影響在 3%~6% 之間。

關鍵詞:日本開賭;澳門;博彩業

中圖分類號:F590

An Assessment of the Impact of Japan's Gaming Liberalization on Macao's Casino Industry

Zeng Zhonglu

(Center for Gaming and Tourism Studies, Macao Polytechnic Institute, Macao)

Abstract: With its passage of the Integrated Resort Promotion Law in December 2016, Japan has initiated the process for introducing the casinos. Japan may have its first casino resort in the mid-2020s. Based upon the Law of Retail Gravitation, this paper analyzes the impact of Japanese casinos on Macao from the perspectives of distance and economies of scale. Following this, the most likely affected tourist markets of Macao would be the visitors from Japan, South Korea, and the northern China, whereas the impact on the tourists from Guangdong, Hong Kong, and Taiwan

作者簡介:曾忠祿,澳門理工學院教授,澳門特別行政區政府經濟發展委員會委員。

would be limited. According to the scenario analysis by Global Market Advisors, the impact on Macao gaming revenue would be around 3% to 6%.

Key words: Japan's gaming liberalization; Macao; casino industry impact

引言

博彩業是澳門最重要的產業。2018 年特區政府的直接稅，有 92% 來自博彩業，如果再加上博彩企業貢獻的其他稅費，博彩業對政府財政收入的貢獻會更大。澳門的就業人口，有約 22% 在博彩行業工作，包括博彩仲介（澳門統計暨普查局，2018），是澳門僱員數量最大的行業。因此澳門博彩業的穩定和持續發展，直接影響特區政府的財政收入和就業，影響澳門的繁榮和穩定。

2016 年 12 月，日本國會通過了綜合度假村促進法（俗稱“賭場法”），從此拉開了日本建設大型度假村賭場的序幕。按現在的進度，日本最快在 2020 年代中期年就可能建成第一家大型度假村賭場。日本開賭，使澳門的客源面臨更多的競爭。這是否會對澳門的博彩業產生影響？如果有，影響有多大？評估日本開賭對澳門博彩業的影響，對特區政府的博彩決策，對澳門博彩業預測未來的市場趨勢，都具有重要的意義。

1 日本開賭進程

早在 1999 年東京都知事石原慎太郎（Shintaro Ishihara）就任時就建議，日本應該建立賭場以補充日本的旅遊觀光要素和促進就業。2006 年，新加坡開設賭場之後，執政的自民黨更是開始正式討論開設賭場的可能性。當時日本自民黨提出了日本“引

進賭場娛樂基本方針”的報告。但此後一直沒有取得重大進展。2016 年 12 月，日本國會通過了 IR（綜合度假村）促進法（俗稱“賭場法”），該法為日本開設度假村賭場奠定了法律基礎。該法律特別強調幾點：一是公共機構不能參與賭場的建築和經營；二是綜合度假村需要考慮地方特色和創新，對地方經濟發展做出貢獻和讓健康的賭場設施帶來的收益惠及社區（Article 3）；三是地方政府應採取必要措施，使特定綜合度假村能利用地方特色建立真正具有國際競爭力和吸引力的旅遊目的地（Article 6）（Kazuaki Sasaki, 2017; Baker & McKenzie, 2016）。

2018 年 7 月，日本國會正式通過了綜合度假村法（The Integrated Resort Act of Japan）。從此使 2016 年通過的綜合度假村促進法有了初步的執行框架。按照該法，日本首批擬建的度假村賭場不超過 3 個地區。度假村賭場必須具有的設施包括：a. 可舉行國際會議的會議廳；b. 適合舉辦全球水準的展覽和交易會的場地；c. 能進行有關日本歷史、文化和藝術的表演和活動，促進日本觀光的劇院；d. 旅遊諮詢辦公室，提供有關日本觀光資訊和一站式旅遊服務；e. 酒店住宿設施（見圖 1）。賭場稅率為博彩毛收入的 30%，另外徵收政府設立的賭場管理委員會的部分費用（Chance, 2018）。

2019 年 9 月，日本政府公佈了綜合度假村基本計劃（IR Basic Plan），正式開始了度假村賭場監管條例的諮詢。諮詢歷時一

個月。綜合度假村基本計劃將提供更詳細的操作規定，為地方政府確定招標程式奠定基礎。

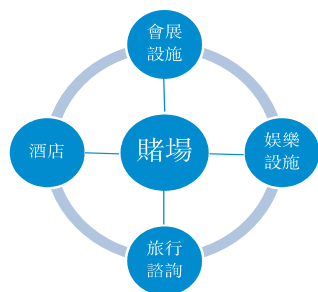


圖 1 日本度假村賭場的基本配置要求

最初目標是在 2020 年東京奧運會和殘奧會時建成開放，但從目前的進展看，這個目標很難實現。按照目前的運作進度，日本最快在 2020 年代中期就能建成第一家度假村賭場，最可能開賭的地區包括大阪、橫濱、東京等地。

2 評價區域競爭的零售引力模型

日本開賭對澳門的博彩產業有什麼影響？評價不同地方的博彩設施的商業競爭，最常用的是用於評價零售店對顧客的吸引力的零售引力模型。該模型認為，“零售店的成功或失敗更多地受到商店地理定位的影響，而不是其他不同的營銷活動的影響”。零售商的地理位置界定了其覆蓋的“地理目標市場”（Ingene & Lusch, 1981）。零售商幾乎沒有希望吸引到超越其既定的地理市場之外的顧客。

零售引力模型最早是由美國大學教授萊利於 1929 年提出來的（Friske & Choi, 2013）。萊利通過對美國德克薩斯州所有大城市的主要零售商店的銷售分析、挨家挨戶對消費者的購買習慣的訪談和對不同規模城鎮的零售類股票績效的考察發現，如果兩

個城市都有零售店，在其他條件相等的情況下，顧客選擇哪個城市的零售店購買商品，主要取決於兩個因素：一是城市離顧客的距離：哪個城市離顧客更近，哪個地方就能吸引到更多的顧客；二是城市的人口規模，人口規模大的城市比人口規模小的城市能吸引更多的顧客。具體到哪個城市能吸引到多少顧客，兩個城市之間的商區分界點如何劃分，萊利借鑒牛頓的萬有引力定律（ $F = s/d^2$ ）創建了一個計算方法，這就是著名的萊利“零售引力法則”（Reilly's Law）：

$$MS = s/d^2。$$

式中： MS = 市場份額， s = 城市規模， d = 城市離顧客的距離。

萊利法則雖然對評價一個地方零售商店的吸引力很有價值，但也有很大的局限性。最大的局限性是將城市人口（城市規模）作為度量一個地方零售商店規模（數量與品質）的指標，將空間距離作為度量距離的指標。1963 年，加州大學洛杉磯分校（UCLA）前商業教授 David L. Huff（1963）提出了對 Reilly 法則的 4 項修訂，並在此基礎上形成了哈夫引力模型（Huff Model）。根據哈夫模型，一個地區的零售店的吸引力取決於商品的數量（商店中銷售的消費者希望購買的商品的種類）、從消費者的出發地到各種零售設施所需要的旅行時間、有關地區居民的平均家庭收入以及相對於分界點的概率等值線（probability contours）。按該模型，評價一個地方的零售規模，除了人口指標，還可以用零售設施的面積、商店的數量、商店的種類、商品選擇範圍等綜合指標，因為這種多樣性選擇才使顧客願意走更遠的距離。而距離的度量，用時間距離比空

間距離更恰當,因為同樣的空間距離,由於路況的差異或其他方便性的差異使路上花的時間是不一樣的(Barrow & Borges, 2014)。

自從萊利的零售引力法則提出以來,不斷有學者對該法則的可靠性進行檢驗。美國哥倫比亞大學副教授瓦格納(Wagner, 1974)經過一項對美國的兩個城市為期8年的比較研究之後得出結論:

- a. 零售引力法則能準確地確定所有類型的消費品和消費服務的銷售區域;
- b. 它比其他方法更有效;
- c. 零售引力理論並不因時間的變化而變化。

零售引力模型被很多零售業用來選址。在20世紀50年代,銀行、保險公司和其他金融機構等涉及昂貴的房地產項目的投資者用零售引力模型來輔助決策。要在新的購物中心開業的大型零售連鎖店利用零售引力模型評估不同的購物中心的吸引力。到20世紀50年代中期,零售引力模型被用於城市間的市場評估和城市內的市場評估,以確定當地大型商場、連鎖店和地區購物中心的市場可行性。20世紀60年代,引力模型被政府機構用於做城市發展規劃;預測各種競爭性的零售和服務行業網點的消費者選擇趨勢,例如醫院、大型連鎖店、銀行和電影院。20世紀70年代,引力模型也擴展到休閒和旅遊行業,包括博彩業。在博彩業,引力模型被用於評估不同地區的賭場對賭客的吸引力以及賭場潛在的收入水平。1976年美國諮詢公司“經濟研究協會”利用該模型來預測大西洋城賭場合法化的經濟和財政收入影響。

美國教授Williams(1997)在討論利用引力模型評估一個地區開設賭場吸引的客流量和收入水平時,提出建立模型時需考慮的資料點以及必須納入的比較因素,包括:

- a. 人口數量、人口特徵和可支配收入;
- b. 現有的訪客,包括國內的和國際的;
- c. 進入賭場的方便性,國內和國際;
- d. 地區賭博傾向和現有的賭場;
- e. 前往其他國家賭博的居民;
- f. 對開放時間,遊戲種類和放貸額度的限制;
- g. 該地區其他賭場的表現。

3 日本度假村賭場的吸引力分析

本文主要依據引力模型來分析日本度假村賭場對澳門的影響。由於不是分析日本度假村賭場的收入水平,因此不用考慮Williams提出的多種因素,只考慮零售引力模型的基本因素:距離、方便性、人口規模和設施規模。

3.1 距離

距離按旅行時間度量。根據零售引力模型,距離與吸引的顧客數量呈負相關的關係。距離越遠,對顧客的吸引力就越低。因此,日本開賭對澳門的影響,在澳門不同的客源地是不同的。對廣東、香港、臺灣和中國南部的城市或地區,日本沒有距離優勢,其可能產生的影響比較小。對澳門影響比較大的地區是日本、韓國、我國東北和其他離日本較近的北方省市。

與日本相比,澳門在吸引廣東、香港、臺灣的博彩客人方面有距離優勢。廣東緊鄰澳門,廣東大部分地區的遊客來澳門,不管

是駕車還是乘公共交通工具,都在 2 小時以內。因此赴澳內地遊客,最多的來自廣東。2018 年廣東遊客佔澳門遊客總數的 29%。廣東離日本相對比較遠。廣東居民要到日本去,從廣州飛大阪要 3 個半小時。從廣州以外的其他地方飛,時間會更長。因此,日本開賭,在吸引廣東遊客方面,沒有距離優勢。

香港雖然與澳門隔著大海,但香港乘船、乘車到澳門都在 1 個小時左右。因此香港是澳門第二大客源地。2018 年,香港遊客佔赴澳遊客總數的 18%。而香港居民前往日本,乘飛機去東京要花近 5 個小時,去大阪近 4 個小時,因此,日本度假村賭場對香港遊客的吸引力,缺乏距離優勢。

臺灣遊客佔赴澳遊客總數的約 3%,臺灣與澳門的距離比與日本的距離也要近很多。臺北飛大阪,大約要 3 小時,而臺北飛澳門不到 2 小時。因此日本的度假村賭場對臺灣遊客的吸引力也不如澳門。

上述三地的遊客合計大約佔澳門遊客總數的 50%。

日本開賭,對澳門影響最大的是日本和韓國的博彩遊客。日本開賭之後,日本博彩遊客因為家門口就有賭場,因此很多人可能會放棄赴澳門旅遊。韓國緊鄰日本,離澳門比較遠。比如首爾飛大阪,飛行時間大約為 1 小時 45 分鐘;而首爾飛澳門,飛行時間大約為 3 小時 40 分鐘。因此很多韓國博彩遊客也會放棄赴澳門旅遊。日本居民和韓國居民也是比較好賭的居民。韓國最大的針對外國遊客的賭場華克山莊,28% 的客人來自日本,僅比比重最大的中國客人少 2 個百分點(Paradis, 2019)。在澳大利亞,博彩消

費最高的 5 大國遊客(2014 年),排第一的為中國遊客,人均開支 785 澳元;排第二的為日本遊客,381 澳元;英國為 133 澳元,美國為 153 澳元,紐西蘭為 147 澳元(Tourism Research Australia, 2014)。韓國遊客,應該比日本遊客更喜歡博彩。在澳門經常有韓國賭客的報道,而日本賭客的報道則非常少。比如,2019 年前 9 個月,澳門就有 3 起有關韓國賭客的報道:一韓國男子因為輸錢砸車及搶劫當舖,一韓國男子疑欠賭債在澳門墜樓身亡,一韓國賭客攜 700 萬港幣闖關。2018 年日韓兩國的遊客合計佔澳門遊客總數的 3.2%。

其次,最可能受影響的澳門客源地是上海以北的東部省市,包括上海、江蘇、北京、河北、天津、遼寧、山東、黑龍江、吉林。這些地方前往日本的飛行時間,或者比往澳門短,或者差不多。比如上海飛大阪,每天有 19 趟航班,飛行時長為 2 小時 15 分;上海飛橫濱,每天有 24 趟以上的航班,飛行時長為 2 小時 55 分。而上海飛澳門,每天僅 10 趟左右的航班,飛行時長為 2 小時 50 分。北京飛澳門,需要 3 小時 45 分鐘;而北京飛東京,只需要 3 小時 3 分鐘。因此日本開賭,從距離上可能會分流上述地區的內地遊客。2018 年上述地區的內地遊客大約佔澳門遊客總數的 10%。

上述分析顯示,日本開賭,可能有高達 13% 的赴澳遊客會受到比較大的影響,他們可能減少來澳門的次數。

3.2 簽證方便性

相對澳門,日本在簽證方便性方面有比較大的優勢。內地遊客到澳門,有兩個月一

次的時間限制,而日本沒有這種限制。從2016年10月開始,商務人士、文體界人員、學者及這些人員的家屬,如果第一次赴日旅行不是旅遊,可獲得3年多次往返,停留時間可長達90天的商務簽證。商務人士包括在國有大中型重點企業的任職人員、上市企業任職人員、在過去3年持日本商務簽證訪問過日本,且因短期目的多次訪問過除日本以外其他G7成員國(G7成員國:美國、英國、加拿大、日本、義大利、法國、德國)的在職人員;或者在過去3年持日本商務簽證訪問日本3次以上的在職人員。

不是因為商務原因前往日本,可申請旅遊簽證。申請旅遊簽證的人員,如果是“具有相當高收入的人士及家屬”,可申請5年期的多次往返簽證。“相當高收入人士”一般要求年薪或者年總收入達50萬人民幣;經濟能力低一些的人士及其家屬可申請單次簽證,3年期多次簽證。後面兩種一般只要求年薪或年總收入達10萬(單次),或30萬(3年多次)(日本國駐華大使館,2019)。

日本的上述安排,使內地收入高、消費能力強的居民基本可以隨時前往日本博彩。這可能導致喜歡頻繁賭博,因為簽證限制不能前往澳門的內地客人轉往日本。

3.3 人口與設施規模比較

3.3.1 人口 按照零售引力模型,一個地方的人口規模越大,對遊客的吸引力就越大,因為人口規模越大,意味著相應的各種設施規模就越大。澳門人口僅60多萬,而大阪近900萬(2017年),東京人口數達1350萬人(2017年),橫濱人口為370萬(2017年),因此日本人口規模優勢明顯。

3.3.2 景點優勢 日本在景點方面有優勢。單從數量來比較不同地方的景點規模比較困難,因為不同的景點有不同的特色,觀光需要的時間也不同。因此本文不比較具體的景點數量,而是比較觀光需要的時間。理論上說,一個地方遊客觀光需要的時間越長,就說明該地的景點規模越大,對遊客的吸引力就越大。為確定所需的觀光時間,作者以“在xx玩幾天比較合適”,在互聯網上搜索,看看網民推薦的觀光時間。基本結論是日本有關地方的景點所需的時間更長,澳門的景點所需的時間更短。比如根據馬蜂窩旅遊網站推薦的時間,澳門的經典遊,一般為1日線和兩日線。大阪為2日線和3日線,東京是3日線和5日線。這顯示,大阪的旅遊景點,規模是澳門的2倍左右,而東京是澳門的3倍左右。攜程、窮遊網上的遊客推薦,與馬蜂窩上面推薦的時間基本一致。因此,我們可以得出結論,在景點設施方面,日本可能開賭地區的景點設施比澳門有優勢。

3.3.3 會展優勢 會展通常包括培訓、獎勵旅遊、會議和展覽等活動。研究顯示,會展遊客的消費支出是一般旅客的兩倍。日本在吸引會展旅遊的客人方面有優勢。根據ICCA(國際大會及會議協會,2019)編制的統計資料,2018年日本舉辦的國際會議次數為492次,在世界排名位居第7。同期,澳門舉辦的有39次,在世界排名61位。從參會人次看,2018年,東京參會人次為48787(每場397人),京都參會人次為24150(每場409人),橫濱參會人次為12278(每場491人),而澳門總參會還不到1萬人(沒有每場人次)。

UFI 資料顯示,2011 年(能得到最新資料的年份)日本展覽面積為 5 000 平方米或更大的場館總展覽面積為 34 萬平方米,在世界排名 16 位。2012 年出租的展覽空間達 320 萬平方米,顯示日本是重要的展覽主辦國(Japan Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism, 2016)。澳門的會展面積為 19 萬平方米(澳門會展網, 2019),大約相當於日本的 6%。2018 年出租的展覽面積僅為 35 萬平方米,大約相當於日本的 1/10 強。

因此,日本在吸引會展遊客方面相對澳門有比較大的優勢。

3.3.4 購物優勢 日本在購物方面比澳門有優勢。日本的護膚品、化妝品、手錶、某些日用藥品、單反相機等都非常有名。根據澳門和日本的遊客調查,2017 年(能得到的最新資料)內地赴日的遊客人均購物消費是 11.9 萬日元,折合 1 062 美元(Japan Tourism Agency, 2019)。同期內地赴澳遊客人均購物消費為 1 144 澳門幣,折合 143 美元(澳門統計暨普查局,2019)。內地赴澳遊客購物消費大約僅為內地赴日遊客在日本購物消費的 1/7.5。因此,日本在零售吸引力方面相對澳門有比較大的優勢。

在設施規模方面,日本唯一不如澳門的可能是賭場的規模。按日本目前的計劃,最可能的情景是日本每個地方都只有一個大型度假村賭場。而澳門目前已有 41 間賭場,其中大型度假村賭場也超過 10 間,因此博彩顧客在賭場方面會有較多的選擇。澳門在賭場數量方面的優勢目前除拉斯維加斯外,沒有其他地方可以比較。澳門在賭場設施方面的規模優勢可能會抵消一些日本

在其他設施方面的優勢。

4 中國赴日遊客趨勢

日本是內地遊客最喜歡的旅遊目的地之一。2017-2018 年中國遊客出境熱門目的地城市,前 20 個中有 8 個是日本城市;排前 3 的 3 個城市,有兩個在日本(東京和大阪)。從 2014 年開始,赴日的中國遊客每年按接近 60% 的速度遞增,2018 年的人次達到了 840 萬。2019 年增長有所放緩,估計將達 950 萬,比 2018 年增長 13.4% (見圖 2)(JTB Tourism Research & Consulting Co, 2019)。內地赴日遊客增長趨勢,顯示日本對中國遊客的吸引力日益增加。

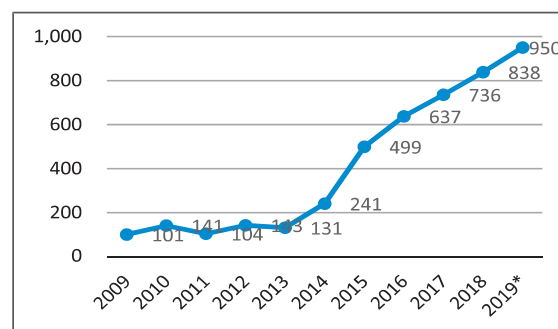


圖 2 內地赴日遊客增長趨勢(萬人次)

2018 年赴日遊客總數大約為 2 700 萬,2019 年可望達到 3 400 萬。日本計劃到 2020 年,遊客數量達到 4 000 萬,到 2030 年達到 6 000 萬。

5 日本開賭對澳門的影響

Global Market Advisors(2017 年)公司對日本度假村賭場的博彩收入進行了情景分析(scenario analysis)。該公司做了 4 種情景假設(見表 1)。其中可能性比較大的是情景 1、情景 2 和情景 4;而情景 3 從目前的趨勢來看,可能性比較小。因此本文分析

僅考慮 1、2、4 三種情景。其中，博彩收入最低的是情景 1，最高的是情景 4。按情景 1，日本僅在大阪和橫濱開設度假村賭場。賭場 2023 年開業，到 2025 年日本的賭收可達 125 億美元，相當於澳門 2018 年博彩收入的 33%。其中約 25 億將是國際遊客貢獻的（吸引的國際遊客數量達 3 100 萬），將佔 2025 日本賭收的 22%，大約佔澳門 2018 年賭收的 7%。其中內地、港臺、韓國合計的貢獻佔 6.6%（4 地的遊客為 2 340 萬）。而傳統上，內地、港臺和韓國的博彩遊客主要是在澳門消費的顧客。假設其中一半是新創造的消費需求，另外一半是從原有的市場分流的需求，按該情景，日本開賭將導致澳門博彩收入流失最多可達 3.3%（按 2018 年澳門的博彩收入估計）。

如果到 2030 年，日本開設賭場的地區不僅限於 3 個地區，而是 6 個地區，除了大阪、東京、橫濱，還包括佐世保、北海道和仙台，這時日本的賭收將達到 241 億美元，相當於澳門 2018 年賭收的 64%。其中 19% 是外國遊客貢獻的。而遊客主要來自內地、港臺和韓國。外國遊客的貢獻大約相當於澳門 2018 年賭收的 12.2%。也假設其中一半是新創造的需求，另外一半是從現有的市場分流的需求，按該情景，2030 年日本的博彩市場將導致澳門高達 6.1% 的博彩收入流失（見表 1）。

Global Market Advisors 的情景結果同美國的投資公司 Morgan Stanley（2017 年）的預測基本接近。按 Morgan Stanley 的預測，日本度假村賭場的博彩收入，在 70 億 ~ 200 億美元之間。

以上的分析，不管是利用零售引力模型

的分析還是 Global Market Advisors 公司的情景分析，我們得出的結論都是一樣的：日本的開賭對澳門的博彩業是有影響的。受到影響的赴澳遊客，可能高達 13%；對澳門博彩收入的影響，可能在 3% ~ 6% 左右。但日本的影響在澳門市場上的具體反映，則因市場增長條件不同而不同。假設到時內地、港澳臺、韓國博彩需求基本飽和，增長停止，則會導致澳門的博彩市場萎縮。假如到時市場仍在繼續增長，則反映在澳門的增長低於市場的增長。

6 澳門的對策

a. 更清晰的目標市場定位。相對日本，澳門對其鄰近地區的客源地（廣東、香港、臺灣）都具有很強的區位優勢，因此這些地區的客源受日本競爭的影響會相對比較小。最能受日本開賭影響的是日本、韓國、內地北方的客源。由於日本的距離優勢，在景點、購物、會展等旅遊元素方面的規模優勢，這些優勢對娛樂型大眾市場比較有吸引力。澳門在賭場數量上有優勢，因此對偏愛賭博的客人有優勢。基於這種優勢比較，澳門的市場定位應該以高端客源為主、偏愛賭博的客人為主，即澳門的高端中場和貴賓市場。研究顯示，高端消費者對距離的敏感程度要低於中低端消費者，因而可避開日本的區位優勢。

b. 澳門需要發展更多的非博彩旅遊設施。博彩只是休閒產業的一部分。澳門如果能發展更多的非博彩休閒設施，能給顧客帶來更多的選擇，將有助於降低日本度假村賭場的優勢。

表 1 日本度假村賭場的 4 種情景分析

情景 1: 兩地開賭			情景 2: 4 地開賭		
	遊客數	博彩收入 (百萬美元)		遊客數	博彩收入 (百萬美元)
中國大陸	12 620 321	1 830	中國大陸	13 826 663	1 700
韓國	5 779 833	257	韓國	9 451 171	410
港臺	4 997 450	399	港臺	6 467 854	455
其他	7 649 647	146	其他	8 433 211	144
合計	31 047 251	2 632	合計	38 178 899	2 709
日本本國		9 904	日本本國		11 554
總計		12 536	總計		14 263
情景 3: 只有大阪, 但多家經營商			情景 4: 6 地開賭		
	遊客數	博彩收入 (百萬美元)		遊客數	博彩收入 (百萬美元)
中國大陸	6 142 429	1 400	中國大陸	26 958 406	3 105
韓國	3 236 523	238	韓國	13 988 524	630
港臺	2 280 430	280	港臺	10 873 793	674
其他	2 647 923	93	其他	15 742 345	223
合計	14 307 305	2 011	合計	67 563 068	4 632
日本本國		8 852	日本本國		19 565
總計		10 863	總計		24 197

c. 澳門需要推進產業多元化。日本博彩業的發展,以及柬埔寨、菲律賓、越南和韓國日益增加的大型賭場設施,博彩業的競爭越來越激烈,市場機會越來越被攤薄,澳門要像目前這樣高度依賴博彩業會面臨越來越大的風險。因此,澳門應探索產業多元化的途徑,降低對博彩業的依賴。

d. 澳門要利用小型經濟體的靈活性優勢,隨時針對市場的變化做出反應。

相對日本這種大型經濟體,澳門最大優勢就是靈活性。因此澳門應密切監測需求環境和競爭環境的變化,及時調整經營策略,通過靈活性和對市場的及時適應性來克服相對的弱點。

參 考 文 獻

- [1] Baker, McKenzie. (2016). Japan's parliament approves the Integrated Resorts Promotion Act, Casinos Client Alert Vol. 1 [EB/OL]. [2019-10-15]. https://www.baker-mckenzie.co.jp/e/material/dl/supporting-ourbusiness/newsletter/ClientAlert_161221_JapanIRCasinos_v01_J_E.pdf.
- [2] Barrow C W, Borges D R. (2014). Gravity models and casino gaming: A review, critique, and modification. *Gaming Research and Review Journal*, 18(1):49-82.
- [3] Chance C. (2018). Japanese casinos are on

- the cards [EB/OL]. [2019 - 10 - 15]. file:///C:/Users/User/Downloads/Client _ Briefing_Japanese_Casinos_Are_On_The_Cards_6039152%20(3). pdf.
- [4] Friske W, Choi S. (2013). Another look at retail gravitation theory: History, analysis, and future consideration. *ABD Journal*, 5 (1):1-17.
- [5] Global Market Advisors. (2017). White paper: Japan integrated resorts [EB/OL]. [2017 - 05]. <http://globalmarketadvisors.com/wp-content/uploads/2017/05/GMA-Japan-Integrated-Resorts-White-Paper.pdf>.
- [6] Ingene C A, Lusch R. (1981). " A model of retail structure," in *research in marketing*, Jagdish N. Sheth, ed. Vol. 5. Greenwich Connecticut: Jai Press Inc, 1981.
- [7] International Congress and Convention Association. (2019). ICCA statistics report country & city rankings 2018 [EB/OL]. [2019 - 11 - 15]. <https://www.iccaworld.org/dcps/doc.cfm?docid=2241>.
- [8] JTB Tourism Research & Consulting Co. (2019). Data analysis on Japanese inbound tourism trends [EB/OL]. [2019 - 09]. <https://www.tourism.jp/en/wp/wp-content/uploads/2019/09/Data-Analysis-on-Japanese-Inbound-Tourism-Trends-Jul2019.pdf>.
- [9] Japan ministry of land, infrastructure, transport and tourism, white paper on tourism in Japan: The tourism situation in FY 2016 [EB/OL]. [2019 - 11 - 15]. <https://www.mlit.go.jp/common/001255530.pdf>.
- [10] Kazuaki Sasaki. Japan's integrated resort promotion law, Asian gaming lawyer [EB/OL]. [2017 - 05]. https://www.imgl.org/sites/default/files/media/publications/japansintegratedresortpromotionlaw_sasaki_agl_spring2017.pdf.
- [11] Morgan Stanley. Japan trip: New learnings about next major gaming market [EB/OL]. [2017]. <http://docplayer.net/15747203-Asian-gaming-asia-insight-japan-tempered-enthusiasm.html>.
- [12] Paradise [EB/OL]. [2019 - 12 - 08]. <https://www.paradise.co.kr/en/imvest/ir/reference>.
- [13] Tourism Research Australia. International visitor survey [EB/OL]. [2014 - 12 - 01] <https://www.tra.gov.au/international>.
- [14] Wagner W B. An empirical test of reilly's law of retail gravitation. *Growth & Change*, 5 (3):30.
- [15] Williams J. (1997). The casino bid process: Some questions answered. // In: Eadington W R, Cornelius J A. *Gambling: Public policies and the social sciences*. Reno: Institute for the Study of Gambling and Commercial Gaming. University of Nevada, Reno; 393 - 405.
- [16] 澳門財政局. 中央帳目 [EB/OL]. [2019 - 12 - 08]. http://www.dsf.gov.mo/finance/public_financeinfo.aspx?FormType=0&generalLedger.
- [17] 澳門會展網 [EB/OL]. [2019 - 12 - 08]. http://www.mice.gov.mo/current/macau_stat.aspx.
- [18] 澳門統計暨普查局. 就業調查 2018 年: 第 4 季度 [EB/OL]. [2018]. <https://www.dsec.gov.mo/Statistic.aspx?NodeGuid=d4e4d153-73fb-4707-8b82-e20257ec87be>.
- [19] 日本國駐華大使館網站 [EB/OL]. [2019 - 11 - 13]. <https://www.cn.emb-japan.go.jp/consular.htm>.