

主辦單位：



澳門中華新青年協會
Associação de Nova Juventude Chinesa de Macau
Macao New Chinese Youth Association

資助單位：



澳門基金會
FUNDAÇÃO MACAU

澳門市集經濟專題研究

專題研究行政摘要

2025 年 12 月 16 日

1. 澳門的街市和市集作為一種歷史悠久且與經濟、社會息息相關的場所，是城市中最具生活氣息的經濟活動場域之一。其存在的重要性不僅在於純粹的商品買賣層面，更是社會傳統、文化傳承與社區互動等多方面的寫照。隨著全球化、都市化以及旅遊業的蓬勃發展，傳統的街市面臨著營運空間壓縮、商業模式轉變等多重挑戰。同一時間，大量面向居民和旅客的露天市集，因應其靈活性、社區連結性與文化象徵性而應運而生。無論是傳統街市還是露天市集，它們均愈來愈彰顯青年屬性，透過青年的積極參與及發揮創意，為社區發展注入新動力，從而豐富街區文化、提振社區經濟與社區活力。
2. 有見及此，新青協本年度提出開展《澳門市集經濟專題研究》，透過文獻分析、實地研究、實徵數據，了解澳門街市和露天市集的發展歷程、現時情況和未來挑戰；探討青年對澳門現存街市、露天市集及市集經濟的意見、看法和觀感；調查當下澳門青年前往街市、市集的實際狀況，並分析不同社經背景的青年在市集經濟這項議題上的統一性和差異性。藉此提出符合青年意見的市集經濟發展策略供政府和社會各界參考，以完善和優化澳門街市及市集經濟發展的公共政策建議。
3. 本研究在 2025 年下半年展開。當中，街頭隨機問卷調查在今年 10 月進行，成功訪問了 644 名澳門青年。同時，研究團隊分別在今年 11 月和 12 月組織了一批政府諮詢組織成員、市集組織者和青年企業家到深圳和香港調研，前往深圳華僑城創意文化園 LOFT53 街區、深圳南山 G&G 創意社區、深圳 Kaledo 嘉樂道商業綜合體、深圳 A Park 數字藝術公園、香港 PMQ 元創坊、香港南豐紗廠、香港荃灣楊屋道街市等地進行實地調研。
4. 是次研究得到澳門基金會的資助，特此鳴謝。

主辦單位：



澳門中華新青年協會
Associação de Nova Juventude Chinesa de Macau
Macao New Chinese Youth Association

資助單位：



澳門基金會
FUNDAÇÃO MACAU

文獻回顧

1. 從人類發展的底層邏輯而言，聚落的形成伴隨著交易的需求，市集因而應運而生並長存至今。在當代的學術與政策定義中，研究區分了「傳統街市」與「現代市集」的異同：前者主要指販售鮮活食品及滿足居民日常剛需的公共設施；後者（包括露天市集、夜市、文創市集）則泛指具備週期性、主題性及體驗性的商業聚落。文獻指出，現代市集的意涵已超越單純的買賣場所，演變為一種結合物理形態（如露天、室內、市集區）與社會功能的複合空間，是展現城市活力與文化肌理的重要載體。
2. 在經濟功能方面，文獻指出街市和市集有助增加消費者選擇，並推動社區經濟發展；同時，街市也有助吸引企業入駐及促進市中心發展。在群聚功能上，市集體現了學者提出的「產業區」概念，中小微企透過在特定區域集聚獲得額外的經濟利益。這種群聚效應不僅有助於知識與技術的創新、散播及應用，企業間的互動更能讓商販接觸到專業化的資源，從而提升整體的創造力和生產力，產生正面的經濟效益。
3. 市集也可提升城市作為旅遊目的地的競爭力。文獻指出，遊客尋求的是不被貼上「旅客專用」標籤的體驗，因此市集所提供的「原汁原味」食品體驗是吸引他們到訪的主因。同時，市集並非單純的空間，它具有公共目標，是重要的「社交集會所」，為社區提供了聚會場域，發揮著造福社會及服務本地商家的公共空間功能。

問卷調研結果

1. 研究採用結構性問卷調查，以街頭隨機問卷方式進行，成功收回問卷 700 份，其中有效問卷 644 份，問卷有效率為 92.0%。以 644 份成功樣本數推算，百分比變項的抽樣誤差約在 $\pm 3.86\%$ 以內（可信度設於 95%）。街頭問卷調查於 2025 年 10 月 18、19 和 25 日在全澳各區進行，對象是 18-44 歲，常居澳門的澳門居民。

主辦單位：



澳門中華新青年協會
Associação de Nova Juventude Chinesa de Macau
Macao New Chinese Youth Association

資助單位：



澳門基金會
FUNDAÇÃO MACAU

傳統街市

調研的第一部分主要覆蓋受訪青年對澳門傳統街市的觀感、評價與看法：

2. 總體而言，逾半數受訪者對目前澳門傳統街市表示滿意。數據顯示，五成六（56.1%）的受訪者對傳統街市的總體滿意度給予「滿意」（49.1%）或「非常滿意」（7.0%）評價，反映受訪青年對傳統街市的現狀持相對正面的態度。三成六（35.6%）受訪青年對傳統街市的總體滿意度給予「中立 / 普通」，僅有不足百分之五（4.8%）的受訪者明確表示「不滿意」或「非常不滿意」。在到訪頻率上，約兩成六（26.0%）的受訪者保持高頻到訪，表示每週至少到訪一次傳統街市（包括「每日一次」（4.2%）、「每週 2-3 次」（12.0%）及「每週一次」（9.8%））。
3. 「熟食中心」超越「鮮活食品」，成為吸引青年前往傳統街市的首要動力。在可多選的情況下，三成八（38.4%）的受訪者表示前往傳統街市的主要目的是「品嚐熟食中心內美食」，比例略高於傳統核心功能的「購買新鮮食材」（37.0%）。數據表明，傳統街市的功能定位或發生質的轉變，餐飲體驗更成為驅動人流走入街市的關鍵因素。
4. 「食材品質」與「複合功能」被視為傳統街市相較於大型超市的核心優勢。在比較傳統街市與大型連鎖超市時，三成四（33.9%）的受訪者認為傳統街市的最大優勢在於「食材更新鮮、品質更高」。緊隨其後的是「設有熟食中心，功能更多樣」（31.5%）、「貨品價格更便宜」（25.5%）以及「購買份量更靈活，可按需購買」（20.7%）。



5. 青年對投入資源活化傳統街市具有高度共識。六成七(67.2%)的受訪者「贊成」(56.5%)或「非常贊成」(10.7%)政府及社會應投入更多資源，對現有的傳統街市進行活化改造。

在活化改造的具體方向上，逾四成(41.9%)的受訪者認為首要工作是「提升街市環境衛生水平(如改善濕滑、異味)」，比例顯著高於其他選項。其次，約三成(30.4%)受訪者期望「增設餐飲、休憩等複合式體驗空間」，以及兩成九(29.2%)認為應「升級街市基礎硬件設施(如空調、電梯)」。結果反映，傳統街市基礎的衛生環境仍是市民最大的痛點，而複合式空間則是受訪青年普遍的未來期待。

露天市集

調研的第二部分主要覆蓋受訪青年對露天市集的觀感、評價與看法：

6. 目前，社交媒體是青年獲取露天市集資訊的最主要渠道。研究顯示，近六成(58.5%)的受訪者主要透過「社交媒體平台(Facebook、IG、小紅書)」獲取澳門本地市集的活動資訊，比例遠高於其他傳統渠道。其次，約兩成八(28.4%)的受訪者表示是「純粹路過」而得知，另有兩成六(26.1%)透過「親友交流」獲取資訊。
7. 露天市集呈現「低消費、強社交」的消費特徵。在過去12個月的市集消費中，受訪者的平均消費金額普遍不高，約四成(39.4%)受訪者的消費區間集中在「51至200澳門元」之間，另有一成一(10.8%)表示「基本不消費」。在社交屬性方面，三成六(36.3%)的受訪者通常與「朋友」一同逛市集，其次是「父母或家人」(20.3%)、「獨自一人」(13.7%)和「伴侶」(10.8%)。



8. 「獨特氛圍」與「特色美食」是吸引市民前往露天市集的最大動力。當被問及吸引前往露天市集的動力時，三成二（32.4%）的受訪者選擇了「享受悠閒、獨特的現場氛圍」，比例最高。緊隨其後的是「品嚐特色街頭小吃與飲品」（31.5%）以及「尋找獨特、原創的商品」（29.5%）。數據表明，相比於單純的購物，受訪青年更看重市集所提供的整體體驗感與餐飲休閒功能。
9. 逾半數受訪青年滿意目前的露天市集，在細項評價中對「氛圍營造」評價最高。問及受訪者對目前澳門露天市集的總體滿意，逾半數（53.1%）表示滿意（47.7%）或非常滿意（5.4%）。在六項細項評價中，受訪者對「現場的氛圍營造」給予最高評價（平均分 3.74 / 5 分）。其次依次是：「舉辦地點的交通便利性」（平均分 3.58 / 5 分）、「商品的獨特性」（平均分 3.51 / 5 分）、「舉辦的頻率與持續性」（平均分 3.48 / 5 分）和「澳門本地文化元素的呈現」（平均分 3.41 / 5 分）。相較之下，「商品的價格合理性」得分最低（平均分 3.21 分）。
10. 受訪青年更偏好「特定時間舉辦的露天市集」，並期望市集能支持青年創業和新品牌，並具備舒適的公共休憩空間與社交氛圍。在市集形式的偏好上，三成四（34.2%）的受訪者傾向於「特定時間舉辦的露天市集」，比例高於「固定地點、每日開放的室內市集」（21.9%）。對於理想中的「澳門市集」應具備的元素，三成四（33.9%）受訪者認為應包含「對青年創業者與新品牌的強力支持」，三成二（32.3%）期望有「舒適的公共休憩空間與社交氛圍」。其餘依次較多人選擇的選項包括：「鮮明的澳門本地特色」（31.8%）、「清晰獨特的市集主題」（23.1%）和「多元的互動體驗與表演活動」（23.0%）。
11. 受訪者高度認同打造由青年主導、體現潮流價值和青年價值觀的市集品牌。研究發現，市民對於「青年主導型市集」的概念支持度甚高。合計七成一（71.1%）的受訪者對澳門要投入資源打造主要由青年參與、體現青年潮流與價值觀的市集表示「認同」（58.5%）或「非常認同」（12.6%）。與此同時，三成六（35.7%）受訪青年表達了參與市集經濟（例如成為攤主、工作坊導師）的意願，三成（29.8%）受訪者表示「有一定興趣」，同時有百分之六（5.9%）表示「非常有興趣」。



12. 總體而言，受訪者對政府推動市集經濟的表現持中立偏正面的評價，且普遍支持引入商業 IP 以提升活動吸引力。就特區政府在「推動市集經濟發展」方面的整體工作滿意度而言，合計有四成五（45.0%）的受訪者表示「滿意」（40.2%）或「非常滿意」（4.8%），另有四成三（42.5%）的受訪者持「中立 / 普通」態度。在具體策略層面上，受訪者對「在市集活動中引入商業 IP（如卡通人物、知名品牌）」的做法表現出較高的接受度，六成二（62.0%）表示「贊成」（51.9%）或「非常贊成」（10.1%）。
13. 近七成受訪者支持利用閒置土地舉辦市集，惟主要擔憂噪音及交通問題。對於政府應更積極利用城市中的閒置土地（如閒置地塊、海濱等）舉辦市集活動，六成九（69.1%）的受訪者表示「認同」（51.4%）或「非常認同」（17.7%）。然而，若市集在住所附近舉辦，受訪者最大的擔憂依次為「噪音滋擾」（26.4%）、「交通擁堵與停車問題」（25.9%）和「人流過多影響日常生活」（18.8%），顯示在推動市集走進社區需同步考量對社區的潛在影響。
14. 「資金補貼」與「場地提供」被受訪者視為政府推動市集經濟的最優先工作。在政府推動市集經濟發展的優先工作中，受訪者的意見相對分散。約兩成三（22.8%）的受訪者認為政府最應優先「提供資金補貼與租務優惠」，另有兩成二（21.7%）認為應「提供穩定優質的市集場地」。

政策建議

1. 建議一：推動傳統街市功能升級與空間活化，引入特色餐飲並打造青年創業試點，發揮街市作為社區「公共空間」作用。研究數據顯示，傳統街市的功能屬性正經歷顯著的結構性轉變。前往傳統街市的主要目的中，「品嚐熟食中心內美食」（38.4%）已超越單純的「購買新鮮食材」（37.0%），成為驅動人流的首要因素。同時，青年對街市活化有一定訴求，其中「提升街市環境衛生水平」（41.9%）與「增設餐飲、休憩等複合式體驗空間」（30.4%）是最多人選擇的兩項期望。結果反映，市民不再滿足於街市僅作為單一的食材交易場所，而是期望其升級為具備社交、休閒功能的社區公共空間。對此，新青協建議政府在氹仔街

主辦單位：



澳門中華新青年協會
Associação de Nova Juventude Chinesa de Macau
Macao New Chinese Youth Association

資助單位：



澳門基金會
FUNDAÇÃO MACAU

市活化後，陸續對各個街市進行特色化升級。未來的街市改造不應止步於翻新硬件設施，而更應著重於引入多元化的餐飲元素，「一街市一特色」，吸引更多有想法、有創意、有執行力的年輕人參與攤位競投，結合傳統美食與現代輕餐飲，將街市打造為更具吸引力的美食地標。

同時，考慮到不少街市因為鮮活食品消費習慣改變而出現較多閒置空間，在現行《公共街市管理制度》的法律框架下，政府應積極探究在傳統街市內增設靈活空間，讓青年嘗試經營文創零售或體驗式工作坊等不同業態。考慮到結業後的路環街市在攤位分配和租賃年期有更大靈活空間，新青協建議以「路環街市」作為首個活化試點。鑒於路環具備獨特的休閒氛圍，且街市規模較小，具備條件轉型為結合「社區服務」與「文創旅遊」的複合空間，通過提供低門檻的創業試點，讓青年勇於嘗試、敢於創新，為街市注入新活力，讓路環街市成為路環社區別出心裁的「公共空間」，也為未來的其他街市活化提供參考。

2. 建議二：善用海濱和閒置土地打造節假日主題市集，同步培育專業策劃和營運團隊，落實「軟硬兼備」的市集發展策略。研究數據明確反映，青年對於利用閒置土地資源發展市集經濟具有高度共識。調查顯示，近七成（69.1%）的受訪者認同政府應更積極利用城市中的閒置土地（如閒置地塊、海濱等）來舉辦市集活動。然而，市民同時對在居住區的市集可能帶來的「噪音滋擾」及「交通擁堵」表示擔憂。為平衡發展與民生，新青協建議特區政府應採取「特定時節、特定地點」的策略，在目前聖誕市集的基礎上，結合周末、節假日或大型節慶，鼓勵策展商或團體在相對遠離民居的閒置地塊（如科學館海堤、澳門戶外表演區、氹仔北炮竹煙花燃放區等）舉辦期間限定的主題市集，部分土地更可臨時闢為停車空間。這不僅符合市民偏好「特定時間舉辦的露天市集」（34.2%）的消費習慣，也能有效將市集打造為城市節慶的亮點。

此外，市集的成功光有好的想法和出色的場地並不足夠，後期運營才是「真功夫」。調查發現，雖然「提供穩定優質的市集場地」（21.7%）是市民關注的重點，但亦有近兩成（19.7%）受訪者認為政府最應優先「提升市集的策展與營運專業水平」，另有一成六（15.7%）關注「加強市集的整合宣傳與品牌塑造」。青年普遍渴望在澳門市集中獲得更具專業水準的體

主辦單位：



澳門中華新青年協會
Associação de Nova Juventude Chinesa de Macau
Macao New Chinese Youth Association

資助單位：



澳門基金會
FUNDAÇÃO MACAU

驗。研究建議政府應逐步建立市集營運的專業標準，透過專項計劃提供培訓和資源支持，從而培育一批具備市場觸覺的本地策展團隊。透過建立一批熟知新世代消費習慣的團隊，靈活在澳門市集中引入商業 IP 或原創主題，並利用社交媒體進行精準營銷，打造集審美、專業與執行力於一體的成功營運模式。最終，期望通過「軟硬兼備」的市集發展策略，將閒置土地和海濱轉化為具備鮮明主題與高效益的文旅消費新場景。

3. **建議三：打造「青年主導」的澳門品牌市集，以「氛圍感」為核心策展邏輯，精準對接 Z 世代的消費審美。**調查數據顯示，單純以商品堆砌、缺乏主題的「大雜燴」式市集難以滿足當下青年對差異化市集的期望。研究發現，青年前往市集的最主要目的已逐步從「購物」轉向「體驗」，其中「享受悠閒、獨特的現場氛圍」（32.4%）超越了購物需求，成為吸引受訪青年前往露天市集的首要動力。同時，在受訪青年心目中理想的市集元素裡，「清晰獨特的市集主題」（23.1%）與「出色的美學設計與打卡價值」（15.7%）均有一定比重。結果表明，要吸引年輕一代（Z 世代）持續到訪，市集必須擺脫千篇一律的形象，轉向高度重視設計美學、主題性突出與沉浸式體驗的策展模式。

數據指出，高達七成一（71.1%）的受訪者認同應由青年參與並體現青年潮流的「青年主導型市集」。為此，新青協建議特區政府在推動市集發展時，應重視青年想法，扶持更多具備個人風格與原創設計能力的青年攤主進場，透過培訓指導他們打造品牌、設計產品、善用網絡推廣，讓他們從「攤主」變為有市場競爭力的「品牌主理人」；另一方面，以「氛圍感」、「愜意（Chill）」為核心策展邏輯，鼓勵利用裝置藝術、燈光設計營造「氛圍感」與「打卡點」，使市集本身成為社交媒體及朋友圈的熱門話題。若涉及公共部分，建議政府在審批相關公共准照時，可給予一定便利措施。通過打造符合年輕人審美標準的潮流市集，不僅能為青年創業者提供精準的孵化土壤，更能讓市集經濟成為展現澳門城市活力與時尚文化的新窗口。

4. **建議四：緊扣青年情感需求，推動「寵物經濟」與「市集經濟」深度融合，全面升級軟硬件配套以打造寵物友善的澳門市集。**隨著年輕一代生活方式的轉變，寵物已成為許多青年家庭的重要成員，數據顯示在市民心目中理想的市集元素裡，「寵物友好」佔有重要一席

主辦單位：



澳門中華新青年協會
Associação de Nova Juventude Chinesa de Macau
Macao New Chinese Youth Association

資助單位：



澳門基金會
FUNDAÇÃO MACAU

（觀察值百分比為 17.9%）。結果反映，將寵物友善元素納入市集規劃，並非僅是小眾需求，而是吸引本地年輕高消費力族群、擴大市集客源的關鍵增長點。參考深圳、香港等大灣區城市的成功經驗，寵物友好已成為現代潮流市集的標準配置。為此，本研究建議特區政府應鼓勵市集主辦方跳出單純「允許寵物進入」的被動思維，轉而採取積極的「寵物+市集」發展策略。

在「硬件」建設上，應對標更高標準進行升級。市集規劃應預留更寬敞的社交通道，並設置專屬的寵物友善設施，如寵物飲水站、排洩物收集袋自助提取點及寵物車停泊區，為飼主創造無憂的出行環境。在「軟件」服務上，則可體現更貼心的人文關懷。建議引入寵物手推車租借服務等增值服務，並針對不同社群設計專屬活動，例如定期舉辦寵物瑜伽、領養日或寵物攝影工作坊。透過軟硬件的雙重優化，將市集轉化為人寵共融的高品質社交場景，讓「寵物經濟」成為推動澳門市集經濟發展的新動力。