



澳門特別行政區政府
Governo da Região Administrativa Especial de Macau
社區服務諮詢委員會
Conselho Consultivo de Serviços Comunitários

Desenvolver novos produtos turísticos e alargar as fontes de visitantes para dinamizar o mercado

Lam Wai Hou

3/3/2021

A Direcção dos Serviços de Turismo (DST) afirmou na sua Conferência de Imprensa Anual em Fevereiro de 2021 que, uma vez estabilizada a pandemia no Continente e em Macau, lançaria várias medidas e promoções para ajudar a recuperação da indústria do turismo de Macau, tais como a cooperação com empresas locais de comunicação social, a produção de vídeos de promoção da imagem de Macau como uma cidade saudável, boa para se visitar. A pandemia acelerou a aceitação do público para novas situações. Por exemplo, os padrões de consumo e a interacção face a face dos clientes com os vendedores mudaram muito.

Durante o Ano Novo Lunar, enquanto o Governo da China instava a população a “passar o Ano Novo Lunar localmente”, os jovens do Continente estavam muito entusiasmados (em vésperas do Ano Novo Lunar) com as “visitas” a pontos turísticos através das plataformas de serviços turísticos *online* e de “Turismo em Nuvem”, como os passeios pelo Grande Buda, na cidade ribeirinha de Leshan, e pelo Templo de Xiangji (classificado como património cultural de eleição pelo Governo da província de Shaanxi). Além disso, os “turistas virtuais” do Continente também apreciaram as experiências de viagens personalizadas ao exterior, através de transmissões ao vivo da Turquia, Finlândia, Luxemburgo e de estâncias de esqui na Suíça.

A pandemia de COVID-19 causou uma transformação na indústria do turismo e acredita-se que no futuro o turismo se venha a tornar mais refinado e orientado em profundidade. Em resumo, sugere-se que a DST e a Direcção dos Serviços de Economia e Desenvolvimento Tecnológico colaborem com as pequenas e médias empresas culturais e criativas locais para explorar melhor a cultura e história dos diferentes bairros e as iguarias típicas de Macau e, nessa linha, produzir música e vídeos curtos sobre esses temas, para serem comercializados através das principais redes sociais, como Weibo, WeChat, Douyin, Xiaohongshu, Facebook, YouTube e Instagram, com o objectivo de promover para os turistas de todo o mundo aspectos de Macau não relacionados com o jogo. A ideia é desenvolver novos produtos turísticos para aumentar a atracção de Macau e despertar o interesse dos turistas em nos visitar.