

書面質詢

施家倫議員

就助力澳門中小企業經濟復甦提出書面質詢

近日，隨著新冠病毒致病性減弱，澳門與國家的防控政策保持一致，將逐步放寬防疫措施，為經濟迎來復甦曙光，中小企更有望重現生機。回顧疫情以來，除了為本澳經濟結構單一敲下警鐘，也令傳統零售商手段難以求存，隨著科技進步，直播宣傳、帶貨，以新媒體營銷包裝，已經成為中小企營商的必要手段，也有助具有本土特色的民生老街注入活力。

近年來，當局雖然致力透過AR、VR技術活化舊區，亦積極協助及推動企業參與“雙11”、“雙12”等各類型電商及直播帶貨活動，為參與企業提供跨境物流配送服務，便利企業掌握跨境物流報關程序，推出培育主播的計劃，以及舉辦與中小企數字化營銷有關的講座等，協助業界裝備自己，把握商機。

然而，本澳仍然有不少舊區街道靜待包裝發掘，例如下環街、紅街市等，而當中更有很多特色老店承載著澳門老街坊的歷史記憶，卻面臨無法適應時代發展，品牌老化嚴重等問題而逐漸式微；另外，根據當局回復本人的書面質詢指出，《中小企業科技應用現況及需求》調研結果反映本地中小企普遍接納和樂意推動科技應用在自身的業務和營運當中。大部份中小企在科技應用上面對的最大障礙，主要圍繞着成本考量和對科技應用缺乏認識。

正如早前經濟財政司長李偉農所言，“未來十年是澳門轉折點”，要真正留住本澳舊區的煙火氣息，致力發掘澳門故事，提高中小企的市場競爭力，除了需要中小企主動開拓創新的宣傳和市場渠道，也需要政府儘快積極提供引導、支援以輔助本地中小企對新媒體的應用，透過中小企特色店吸引旅客進入舊區，雙管齊下才能加快速度助力社區“以大帶小”、“互相促進”，推動產業乃至本澳整體經濟的健康穩定發展。

另一方面，特區政府近年致力打造“澳門品牌”、“澳門製造”，並透過澳門生產力暨科技轉移中心與澳門廠商聯合會、香港標準及檢定中心合作推出的澳門產品優質認證計劃（簡稱“M嘜”）及優質“正”印標誌認

證計劃，樹立更優質的形象，增強澳門中小企的市場競爭力。然而，“M嘜”推出三年僅有42個產品成功申請，目前所見當局對於“M嘜”的宣傳也較側重於展會模式，未能充分發揮澳門製造的品牌效應，更難以帶動更多中小企加入“澳門品牌”行列，匯聚力量逐步豐富澳門的多元文化形象，推動本澳經濟發展。

對此，本人提出以下質詢：

一、為支持中小企數字化轉型，當局已透過專業機構進行《中小企業科技應用現況及需求》調研，調研結果反映本地中小企雖然普遍接納和樂意推動科技應用在自身的業務和營運當中，但大部份中小企在科技應用上面對的最大障礙，主要圍繞着成本考量和對科技應用缺乏認識。為此，請問當局除了持續舉行講座課程，在扶持中小企數字化發展的措施上，會否參考鄰近地區，通過推動本地多媒體公司與中小企合作，利用新媒體協助具有特色的老店或中小企的營銷和包裝，深挖更多具有文化內涵的澳門故事，助力特色店、社區數字化發展？

二、“M嘜”作為中小企認證“澳門品牌”的標準之一，目前所見，“M嘜”宣傳較於側重展會和活動宣傳，短視頻比重並不高，而推出三年至今僅有42個產品成功申請，而且認證範圍有限，政府未來會否針對不同產業擴大“M嘜”的認證範圍，增加專業認證機構，並會否參考內地或國際的認證標準，爭取獲得互認，助力通過認證的企業/產品直接開拓內地市場，提高“M嘜”的代表性與認受度？