(TRADUÇÃO)

# INTERPELAÇÃO ESCRITA

## Planear e avaliar os resultados das actividades de consumo nas zonas comunitárias

A actividade intitulada de “Grande prémio para o consumo nas zonas comunitárias 2025” teve início no dia 24 de Março e terminou no dia 1 de Junho, com uma duração de dez semanas. Segundo os últimos dados divulgados pelo Governo, até 18 de Maio, foram aplicados mais de 200 milhões de patacas em benefícios electrónicos [1]. O Chefe do Executivo indicou ainda que, o efeito de alavancagem desta actividade foi cinco vezes superior [2], e os resultados correspondem às expectativas, o que demonstra, plenamente, o efeito positivo desta actividade para estimular o consumo nas zonas comunitárias.

Estas actividades obtiveram resultados notáveis, mas, ao mesmo tempo, geraram diversas reacções nos vários sectores da sociedade. Alguns residentes acham que contribuíram para cobrir as despesas e elevar a relação custo-benefício do consumo em Macau, e os comerciantes esperam que a actividade possa continuar a ser realizada, para impulsionar ainda mais a procura interna e animar o ambiente de consumo nos bairros comunitários. Segundo alguns residentes, o limite de 50 patacas para o sorteio é demasiado elevado, o que aumenta, indirectamente, as despesas de consumo diário e, estão preocupados com o aumento dos preços dos produtos do dia-a-dia. Além disso, houve residentes que sugeriram o alargamento do âmbito de aplicação dos benefícios electrónicos nos feriados públicos ou o aditamento

(TRADUÇÃO)

de benefícios adicionais para estimular ainda mais o consumo.

De facto, os visitantes provenientes do exterior são também importantes para o consumo local. Segundo os dados estatísticos da Direcção dos Serviços de Estatística e Censos, no primeiro trimestre do corrente ano, o número de visitantes aumentou 11,1 por cento em comparação com o período homólogo do ano passado, mas o valor total das despesas não jogo foi de 19,62 mil milhões de patacas, menos 3,6 por cento em termos anuais, devido, principalmente à diminuição da despesa *per capita*. Além disso, a percentagem de clientes internacionais mantém-se baixa há muito tempo, não ultrapassando os 10 por cento. Ainda este ano, vão ter lugar em Macau o Festival dos Barcos-Dragão, as férias de Verão, a Semana Dourada do Dia Nacional, os Jogos Nacionais da República Popular da China, o Grande Prémio, etc.. Como aumentar o consumo dos turistas, atrair mais turistas de alto nível e internacionais para se divertirem em Macau, levando-os a consumir nos bairros comunitários, é um factor chave para dinamizar a economia comunitária.

Assim sendo, interpelo o Governo sobre o seguinte:

1. Após a conclusão da actividade “Grande prémio para o consumo nas zonas comunitárias 2025”, o Governo vai acelerar o tratamento e a avaliação dos resultados? Incluindo os benefícios obtidos pelos estabelecimentos comerciais, a distribuição do consumo dos residentes nas diferentes zonas, os preços dos produtos de consumo diário, entre outros dados, bem como a análise profunda em conjugação com os dados das duas últimas edições das actividades de atribuição de prémios e incentivos ao consumo, para melhor aproveitar os seus

efeitos gerais e consolidar as bases para a promoção posterior das medidas de incentivo ao consumo? Esta actividade proporciona aos idosos com idade igual ou superior a 65 anos um "Desconto imediato para consumo de idosos" no valor de 300 patacas. Qual é o seu ponto de situação? O Governo vai alargar a cobertura deste benefício, no sentido de abranger mais grupos vulneráveis?

2. Quais foram os resultados das medidas de benefício lançadas pelo Governo para os turistas? A taxa de crescimento registada no mês anterior atingiu as expectativas? No segundo semestre do corrente ano, vão ter lugar vários eventos e festividades, assim, de que medidas dispõe o Governo para atrair mais turistas? Como é que o Governo vai reforçar a atracção de turistas, especialmente os de alto nível e os internacionais? Vai implementar medidas ou políticas mais atractivas?

3. O Governo e as associações organizaram, em conjunto, o evento "Flora Fête with Sanrio characters", para introduzir marcas PI de renome internacional na Zona Norte como pontos de "check-in", injectando uma nova vitalidade no desenvolvimento da economia comunitária. Este evento teve início há dois meses, então, qual é o actual efeito impulsionador no consumo? No segundo semestre, como é que se vai maximizar os efeitos da referida marca PI, através do reforço da divulgação e da promoção da interacção entre as lojas e a mesma, para aumentar ainda mais os benefícios do desenvolvimento económico nas zonas comunitárias? A Direcção dos Serviços de Turismo revelou, numa plataforma social, que ia lançar a actividade de "POP MART MACAO CITYWALK" [3], o Governo pode divulgar mais informações sobre esta actividade? Vai

(TRADUÇÃO)

introduzi-la nos diversos bairros comunitários? Tendo em conta que o PI da POPMART tem tido grande influência nos últimos tempos, provocando uma onda de consumo em todo o mundo, a longo prazo, as autoridades vão considerar a promoção da sinergia entre a POPMART e os sectores das indústrias culturais e criativas, da restauração, entre outros, para atrair mais turistas e, ao mesmo tempo, aumentar os pontos de consumo local?

[1] Dados de referência:
http://www.macaodaily.com/html/2025-05/28/content_1835008.htm

[2] Dados de referência:
http://www.macaodaily.com/html/2025-05/25/content_1834311.htm

[3] Dados de referência:
https://www.instagram.com/visitmacao/

30 de Maio de 2025

**O Deputado à Assembleia Legislativa da RAEM,**

**Ngan Iek Hang**