

IAOD da Deputada Song Pek Kei em 25.11.2025

Aumentar o investimento no consumo e reforçar a distribuição de recursos para estabilizar a confiança da sociedade no desenvolvimento

Recentemente, a Direcção dos Serviços de Economia e Desenvolvimento Tecnológico referiu que, até 2 de Novembro, o Grande Prémio de Consumo gerou negócios em 1,06 mil milhões de patacas nos bairros comunitários, com 260 milhões de patacas em cupões de desconto, injectando novo dinamismo à economia comunitária. Este ano, o Governo lançou duas rondas do Grande Prémio de Consumo, com valor aplicado próximo de 800 milhões de patacas, impulsionando, eficazmente, o consumo na comunidade e aumentando a confiança das PME na exploração dos seus negócios. A sociedade concorda e reconhece, de certo modo, o lançamento do grande prémio de consumo pelo Governo, mas é um facto indiscutível que o consumo continua a enfraquecer, por isso, espero que o Governo continue a promover o desenvolvimento económico dos bairros comunitários, reforce a racionalidade, a científicidade e a precisão na distribuição de recursos e envide todos os esforços para assegurar a estabilidade do desenvolvimento económico de Macau.

Devido aos múltiplos impactos decorrentes da fuga de consumo, da economia de internet e da mudança do consumo, a economia comunitária de Macau já não é tão próspera como antes. O espaço de negócios das lojas físicas está cada vez mais estreito, a pressão sobre a exploração está a aumentar, as oportunidades para ganhar dinheiro são menores, as empresas que se conseguem aguentar estão numa situação muito difícil, e muitas empresas até optam por fechar os seus negócios por sofrerem prejuízos consideráveis, por isso, há muitas lojas desocupadas em Macau. No entanto, dadas as mudanças na conjuntura global, esta situação verifica-se em Macau e em Hong Kong, onde há também muitas lojas encerradas, incluindo cadeias de lojas e as lojas antigas, entre outras. Claro que o novo Governo dá grande importância à economia comunitária e à melhoria da qualidade e aumento da quantidade das PMS, tendo reforçado constantemente o investimento nos recursos, por exemplo, promove a economia comunitária com propriedade intelectual internacional, subsidia a renovação das instalações e dos equipamentos das empresas, lançou o plano de bonificação de juros, cria marcas, etc., para impulsionar ainda mais o desenvolvimento das empresas.

No entanto, é de salientar que as empresas têm problemas de competitividade, e, note-se que ser maior e mais forte é um factor importante para o desenvolvimento das empresas. Nos primeiros três trimestres deste ano, Macau recebeu 30 milhões de visitantes, número semelhante ao registado no período homólogo de 2019, e podemos dizer que o mercado turístico de Macau continua a registar um desenvolvimento vigoroso, só que a estrutura dos visitantes sofreu mudanças, por isso, quanto à economia comunitária, há que deixar a mentalidade antiga e atrair os novos grupos de consumidores das classes média e alta através de novos modelos, formando um modo de desenvolvimento que passa de pontual

para abrangente, em colaboração com as seis empresas de lazer, para promover plenamente o desenvolvimento de alta qualidade da economia de Macau.

Assim, sugiro o seguinte:

1. O grande prémio para o consumo surte bons efeitos em termos de estímulo e promoção do consumo nos bairros comunitários e é muito importante para aumentar a confiança de consumo. O Governo da RAEM deve, se as condições financeiras permitirem, estudar o lançamento de novos planos de subvenção no consumo, sobretudo a eventualidade de, atendendo à alteração estrutural do consumo dos residentes e turistas, tomar como referência as medidas do Interior da China, no sentido de aumentar os planos de subvenção e benefícios específicos para produtos electrónicos, electrodomésticos, refeições, etc., com o objectivo de continuar a estimular a economia comunitária, estabilizando a confiança no desenvolvimento social.

2. Com as novas tendências de desenvolvimento, como consumo no exterior, circulação dos veículos de Guangdong em Hong Kong, popularização das lojas online, etc., o mais urgente é aumentar a competitividade da economia comunitária. Para além de aumentar a capacidade de exploração das empresas, o Governo precisa de criar cenários de consumo diversificados para dar uma rápida resposta às alterações conjunturais. O Governo tentou criar, na zona norte, uma rua onde se centralizassem lojas de ouro, medida que, sob a devida publicidade, surtiu efeito de estímulo. Sugere-se o alargamento da mentalidade, no sentido de aprofundar o desenvolvimento dos bairros característicos, criando, com base na referida rua, bairros, por exemplo, da gastronomia do Sudeste Asiático, de produtos electrónicos inovadores, de moda, etc., com vista à transformação e optimização do desenvolvimento da economia comunitária.

3. O mercado turístico de Macau continua muito vivo. Naturalmente, com a distribuição desequilibrada dos recursos de turismo, a estrutura do consumo apresenta-se também desequilibrada, logo, é necessário aproveitar o papel das empresas do sector de lazer para maior sinergia no mercado, aumentando e reforçando o atractivo do mercado. Sugere-se que, quanto aos atractivos para os turistas, se reforce a fusão entre os recursos turísticos dos bairros comunitários e os das empresas do sector de lazer, criando, por exemplo, itinerários com nova experiência turística que partam dessas empresas para os bairros comunitários, a fim de aumentar a precisão da distribuição dos recursos e a respectiva eficiência, formando-se assim um novo modelo de desenvolvimento, com o objectivo de promover o desenvolvimento de alta qualidade da economia turística de Macau.