

**IAOD dos Deputados Iao Teng Pio, Vong Hou Piu e Wong Chon Kit em
10.02.2026**

Alargar as potencialidades da “Marca de Macau” e explorar novas vias para o comércio electrónico transfronteiriço

Actualmente, o Governo da RAEM está a promover, de forma activa, o desenvolvimento da diversificação adequada da economia. Neste processo, Macau deve adoptar uma perspectiva sistemática para analisar e integrar as suas vantagens. Para as empresas locais, o comércio electrónico transfronteiriço não é um domínio desconhecido, aliás, é uma via com grande potencial para transformar os recursos únicos já existentes em novos motores de desenvolvimento. O cerne da questão é que ainda não conseguimos integrar, eficazmente, e libertar, plenamente, as vantagens abrangentes inerentes à “Marca Macau” mediante modelos comerciais modernizados.

O alicerce fundamental para o desenvolvimento do comércio electrónico transfronteiriço em Macau reside nos produtos distintos com características culturais ricas e singulares. Como cidade internacional onde as civilizações ocidental e chinesa se entrelaçaram há mais de quatro séculos, Macau acumulou um património cultural rico e técnicas artesanais refinadas. Desde os famosos produtos alimentares, às finas cerâmicas de estilo português, às joias e ourivesaria com influências europeias, os produtos criativos de alta qualidade e bens de luxo, e os produtos identificados como “fabricados em Macau”, todos se destacam pela sua herança histórica, valor artesanal e visão estética internacionalizada. Muitas empresas locais carregam consigo histórias de marca profundas e um conteúdo cultural profundo, e esta característica única dos produtos culturais constitui a competitividade central da “Marca Macau”, difícil de ser substituída. Assim, como estes produtos, que contêm temperatura e histórias, são apresentados de forma vívida aos consumidores de todo o mundo, é fundamental tirar vantagens deste mercado.

As vantagens da posição geográfica única e o sistema político de que Macau goza constituem uma garantia operacional sólida e eficiente para o comércio electrónico transfronteiriço. Macau, enquanto porto de comércio livre, aplica um regime fiscal simples e de baixa tributação e é também uma “Plataforma de Serviços para a Cooperação Comercial entre a China e os Países de Língua Portuguesa” estabelecida pelo Estado. Para além disso, está localizada na Grande Baía, e goza de uma rede de transporte e logística transfronteiriça conveniente e eficiente, condições que, em conjunto, moldam um moderno centro comercial e empresarial com credibilidade internacional com facilidades alfandegárias, custos controláveis e forte capacidade de irradiação do mercado. As empresas podem, com base nas vantagens de desalfandegamento de Macau e em conjugação com o sistema completo de cadeia de abastecimento da Grande Baía, efectivar a distribuição flexível e rápida dos produtos no vasto mercado do Interior da China, nas regiões do Sudeste Asiático e até nos Países de Língua Portuguesa. Esta

vantagem comercial resultante da combinação das vantagens institucionais do princípio “um País, dois sistemas” com as vantagens da localização estratégica é uma condição objectiva que muitas regiões não possuem.

Em suma, o principal obstáculo ao desenvolvimento do comércio electrónico transfronteiriço em Macau não reside na escassez de recursos, mas sim na falta de integração e aplicação inovadora das vantagens já existentes. O Governo deve estudar e lançar medidas de orientação e apoio mais concretas, ajudando as PME locais e as lojas tradicionais a concluírem a sua reconversão, através da transformação dos “produtos artesanais culturais e criativos” em “produtos culturais passíveis de difusão”, das “lojas locais” em “sujeitos do comércio electrónico transfronteiriço”, optimizando ainda mais os respectivos *software* e *hardware*, reduzindo eficazmente os custos provocados pela experimentação e os requisitos de operação das empresas.

Macau não se deve posicionar apenas como um terminal turístico de consumo, mas sim como plataforma internacional de exposição, comercialização e circulação de produtos de qualidade, centrada nas marcas culturais distintivas e apoiada pela política de porto franco e pela rede da Grande Baía. Espera-se que a combinação da “sedimentação” rica e profunda da nossa cultura com as vantagens institucionais sólidas possa abrir um amplo caminho para o desenvolvimento da diversificação adequada da economia.