

IAOD do Deputado Ho Ion Sang em 13.08.2026

Dinamizar o consumo comunitário através de múltiplas medidas

Com a recuperação económica pós-pandemia, a economia da RAEM está a avançar gradualmente para uma nova fase de desenvolvimento de alta qualidade. No primeiro semestre de 2026, o número de visitantes aumentou 9,0 por cento em termos homólogos, para cerca de 20,94 milhões. O número de excursionistas e o de turistas registaram um aumento homólogo de 15,3 por cento e 0,2 por cento, respectivamente, e o número de visitantes internacionais subiu 6,0 por cento. A economia em geral caracteriza-se por estabilidade e progresso, com destaque para o crescimento satisfatório do número de visitantes internacionais.

No que respeita ao consumo, no primeiro semestre de 2026, a despesa total não relacionada com o jogo dos visitantes aumentou 17,4 por cento em termos homólogos, para 44,47 mil milhões de patacas, das quais a dos excursionistas registou um aumento significativo de 53,5 por cento, evidenciando um forte dinamismo de consumo. A despesa dos turistas aumentou 8 por cento, revelando um considerável potencial de consumo por libertar. Entretanto, à medida que se torna cada vez mais habitual os residentes irem consumir ao Interior da China aos fins-de-semana, o ecossistema do comércio comunitário enfrenta novas oportunidades de desenvolvimento e espaço de ajustamento. É necessário que o Governo, ao consolidar o ritmo de recuperação, lance medidas mais direccionadas, por forma a reforçar a confiança no mercado de consumo, prolongar a estadia dos visitantes, promover o consumo comunitário e potenciar plenamente as vantagens dos recursos culturais únicos de Macau.

Neste sentido, apresento as seguintes opiniões:

Primeiro, no âmbito do “Grande prémio para o consumo nas zonas comunitárias 2026”, lançado no início deste ano, a taxa de utilização de benefícios electrónicos de diferentes valores nominais foi superior à da edição anterior, atraindo eficazmente os residentes a permanecerem em Macau para consumir. Sugere-se tirar lições da edição anterior, estudar o lançamento de actividades com maior precisão no âmbito desse prémio, e incentivar os lojistas e as instituições de pagamento a oferecerem vales de consumo ou descontos em dinheiro, criando um mecanismo de incentivos triplos de “subsídios do Governo + descontos dos lojistas + alinhamento das plataformas”, por forma a dinamizar o ambiente de consumo local e impulsionar a economia comunitária.

Segundo, sugere-se o lançamento de benefícios de consumo e de pernoita mais específicos, através da colaboração com os sectores da hotelaria, restauração e da venda a retalho, para lançar ofertas ou bilhetes conjuntos para atracções turísticas, incentivando os visitantes a prolongarem a sua estadia. Mais, pode criar-se benefícios exclusivos para os visitantes internacionais, como passes gratuitos e descontos nas compras, elevando a atractividade de Macau enquanto destino turístico internacional. Além de continuar a oferecer bilhetes gratuitos de transportes aos visitantes internacionais no Aeroporto Internacional de Hong Kong, poderá estudar-se a adopção de medidas de benefício nos

aeroportos de Shenzhen, Cantão, Xangai e Pequim, por forma a atrair os visitantes internacionais a realizarem itinerários de múltiplas paragens.

Terceiro, recentemente, o Instituto Cultural adicionou à Lista do Património Cultural Intangível 28 novos projectos, abrangendo música tradicional, costumes populares e técnicas de produção, entre outros. Sugere-se o aproveitamento da oportunidade da expansão da lista para construir plataformas permanentes de contacto para espectáculos, exposições e comércio, aumentando a visibilidade e a comercialização do património cultural intangível. Ao mesmo tempo, há que aprofundar a integração entre “turismo cultural + experiências”, criando cenários temáticos de turismo imersivo e desenvolvendo oficinas de artesanato do património cultural imaterial, para os visitantes fazerem, com as próprias mãos, obras originais como lembranças características, promovendo-se, através da “economia da experiência”, a qualidade e a eficácia do consumo do turismo cultural.

Quarto, tomando como referência a experiência do consumo digital de cidades do Interior da China, sugere-se que, na plataforma “Viagem inteligente a Macau com um clique”, lançada em parceria entre a Direcção dos Serviços de Turismo e a AMap, sejam integradas mais informações sobre as zonas comerciais, lojas características, estabelecimentos tradicionais e actividades promocionais, e que, fazendo uso das tecnologias de posicionamento LBS e de planeamento de itinerários com IA, se proporcione aos residentes e visitantes um serviço integrado de navegação precisa, recomendações de consumo e acesso directo a descontos, canalizando eficazmente o tráfego *online* para o comércio comunitário e dinamizando a economia comunitária.