

主辦單位：



澳門中華新青年協會
Associação de Nova Juventude Chinesa de Macau
Macao New Chinese Youth Association

資助單位：



澳門基金會
FUNDAÇÃO MACAU

社區經濟專題研究

行政摘要

2023 年 12 月 29 日

1. 加快促進經濟復甦，鏗而不捨推動多元是特區政府 2023 年度的施政重點。在特區政府的主導下，不少社區經濟、社區旅遊項目應運而生，“關前薈”、“悠路環”、“悠氹仔”成為了澳門社區經濟的標杆式項目。在《2023 年財政年度施政報告》中，行政長官提出要打造複合式社區旅遊新產品，拓展海內外旅遊市場，並要扶持中小企業發展，推廣特色店品牌，科技賦能特色街區，促進社區消費。今年以來，政府更先後與博企合作，啟動六個歷史文化片區的活化工作，創設條件吸引商戶進駐，完善區內營商環境，提升社區文旅經濟活力。
2. 青年群體一直關注社區經濟的發展，亦是社區經濟的主要持份者。一方面，不少年青人是“參與者”，加入創業大軍，在社區中營運中小企業，亦有一些青年定期參與社區創意市集。另一方面，以 Z 世代為首的青年群體也是社區經濟的主要“消費者”。及時了解青年對社區經濟的看法，對促進社區經濟至關重要。因此，新青協提出開展“社區經濟專題研究”，透過街頭的實徵數據、文獻研究和與社區經濟持分者深入訪談，了解澳門社區經濟發展的基本情況，以及青年對發展社區經濟的意見和看法，從而提出符合青年意見的發展政策，供政府和社會各界參考。
3. 本研究在今年下半年展開。當中，街頭隨機問卷調查在今年 11 月進行，成功訪問了 769 名澳門青年。同時，研究團隊深入訪問了包括政府部門、立法會議員、地區商會、社區商戶和創業青年在內的持分者，探討本澳社區經濟不同持份者對社區經濟發展的經驗、成因、困難、挑戰與展望。
4. 是次研究得到澳門基金會的贊助，特此鳴謝。

主辦單位：

資助單位：



澳門中華新青年協會
Associação de Nova Juventude Chinesa de Macau
Macao New Chinese Youth Association



澳門基金會
FUNDAÇÃO MACAU

問卷調研結果

1. 研究採用了結構性問題調查，以街頭問卷方式進行，成功收回問卷 787 份，其中有效問卷 769 份，問卷有效率為 97.7%。以 769 份成功樣本數推算，百分比變項的抽樣誤差約在 ± 3.53% 以內（可信度設於 95%）。街頭問卷調查於 2023 年 11 月 5、25、26 日在全澳各區進行，對象是 18 - 44 歲，通常居所位於澳門的澳門居民。
2. 青年有較強留在自己生活社區消費的意願。六成三（62.6%）的受訪青年表示，更願意留在自己生活的社區中消費，表示不同意者不足一成（9.5%）。受訪青年在自己生活社區的消費頻率高，四成三（42.5%）表示在自己生活社區有每日一次或以上的消費，四成一（40.7%）表示每週有兩到三次的消費。
3. 方便快捷、價格優惠和支持地區小店，是受訪青年願意留在社區消費的主要原因，分別獲八成六（86.2%）、兩成三（22.8%）和兩成（19.9%）的青年選擇。其餘較多受訪者選擇的選項，依次分別是：具有品質保證（10.3%）、購買特色商品（6.2%）、和店舖員工交流（5.9%）和獲得客製及個性化服務（5.2%）。只有極少數（2.7%）受訪者表示，政府的活動補貼是他們願意留在社區消費的主要原因。
4. 受訪青年普遍同意，相較於五年前，其所居住的社區現在更有商業活力。四成四（44.3%）受訪青年認為，相較於五年前，其所居住的社區更有商業活力，不同意者佔兩成一（20.9%）。值得注意的是，經統計顯著性（卡方）檢定，居住於本澳不同社區的受訪青年，對認同自身居住社區較五年前更具商業活力的比率有顯著差異。按認同比率從高至低，依次是：嘉模堂區（61.3%）、望德堂區（52.4%）、大堂區（47.7%）、聖方濟各堂區（45.8%）、花地瑪堂區（40.0%）、聖安多尼堂區（38.9%）和聖老撈佐堂區（18.6%）。
5. 四成一（41.4%）的受訪青年同意澳門社區經濟發展勢頭良好，認為一半半的佔三成六（35.9%），不同意發展勢頭良好者約佔兩成三（22.7%）。四成五（44.6%）青年表示，政府的推廣活動增加了其在社區消費的意願，不同意者約佔兩成四（23.6%）。



6. 受訪青年對政府支持社區經濟發展的具體政策的了解度不足。四成二（41.9%）受訪青年表示不了解（25.4%）乃至完全不了解（16.5%）政府支持社區經濟發展的具體政策，表示了解者約佔兩成七（27.2%）。問及年青人是否有足夠機會參與政府支持的社區經濟項目，受訪青年意見分歧，三成六（36.2%）認為沒有足夠機會，三成三（32.5%）認為有足夠機會，也有三成一（31.3%）表示“一半半”。
7. 青年普遍認同澳門社區中缺乏消遣地點。近六成（59.4%）的受訪青年認為，在週末和節假日，澳門社區中缺乏（30.7%）乃至非常缺乏（28.7%）供消遣的地點，不同意者約佔兩成（20.3%）。七成二（72.0%）受訪青年表示，願意接受政府和社會組織在其生活的社區，在節假日舉辦墟市活動。當中，表示完全接受者有三成六（36.0%），表示不接受者不足一成（9.9%）。
8. 受訪青年認為，特區政府近年推動社區經濟的成效中等，評分得分為 5.52 分，分數處於及格範圍，略高於尺度中點（11 分尺度，0 分代表完全無效，10 分代表完全有效，尺度中點為 5 分）。經統計顯著性檢定，受訪青年的年齡（ANOVA）和自評社會階層（T 檢定），皆與其評分的高低呈統計上顯著的關係，其具體差異如下：18-24 歲（5.86 分）、社會中層及以上者（5.74 分），所給予的評分較其他組別高；相反，30-34 歲（5.14 分）、社會下層 / 中下層者（5.14 分），給予的評分較低。
9. 受訪青年認為，特區政府近年為推動社區經濟投入的資源中規中矩，有待加強，評分得分為 5.60 分，分數同樣略高於尺度中點（11 分尺度，0 分代表完全不足，10 分代表完全足夠，尺度中點為 5 分）。經統計顯著性檢定，受訪青年的年齡（ANOVA）和自評社會階層（T 檢定），皆與其評分的高低呈統計上顯著的關係，其具體差異如下：18-24 歲（5.93 分）、社會中層及以上者（5.76 分），所給予的評分較其他組別高；相反，30-34 歲（5.23 分）、社會下層 / 中下層者（5.25 分），給予的評分較低。
10. 受訪青年普遍認為，旅客是政府推動的社區經濟片區的主要受眾。在六成二（61.9%）的受訪青年看來，目前政府推動的社區經濟片區的主要受眾更偏向旅客（37.3%）或稍偏向

主辦單位：

資助單位：



澳門中華新青年協會
Associação de Nova Juventude Chinesa de Macau
Macao New Chinese Youth Association



澳門基金會
FUNDAÇÃO MACAU

旅客(24.6%)，認為偏向居民的約有一成九(18.8%)，認為一半半者亦佔一成九(19.2%)。四成五(45.2%)受訪青年認為，政府在活化社區經濟和保護街區文化中做到較好平衡。認為“一半半”的青年約有三分之一(35.4%)，認為政府未能在兩者中做到平衡的有兩成(19.5%)。

政策建議

1. **建議一：全方位支持青年參與社區經濟，支持青年企業主善用科技，提升競爭力。**青年是社區經濟項目的主要參與者，研究數據顯示，青年對於“有足夠機會參與政府支持的社區經濟項目”的意見分歧，四成二受訪青年表示不了解政府支持社區經濟發展的具體政策。不論是作為經營者、消費者或是參與者，社區經濟發展需要青年的多方面參與。因此，本研究建議特區政府在日後的社區經濟項目中，加強面向青年群體的宣傳工作，吸引更多本地青年以不同身份投入社區項目，助力社區經濟發展。

同時，建議政府當局繼續深化和加強現有的中小企業支援工作，加強對社區經濟項目中的青年經營者的支持，鼓勵青年企業主善用科技，提升競爭力。例如，新加坡當局自2017年起，在網上展示30項現成而且容易採用的科技方案供當地企業使用，助力企業主改善庫存盤點、供應鏈營運、產品銷售等方面工作。當局更請來行銷專家、科學家、工程人員協助中小企業重新包裝產品或服務，期望產品或服務在推出市場後能有即時成效，形成正面循環，讓店家樂意持續進行產業轉型及升級。因此，研究建議當局參考海外的成功經驗，增撥資源，持續加強對企業主線上以及線下“一對一、多對一”的技術支援和個案指導服務，助力青年企業主和社區中小微企善用科技提升經營水平。

2. **建議二：結合街區文化特色，持續推出具特色的主題性社區經濟項目。**在量性數據和質性訪談中，受訪者均對政府近年來在社區經濟的資源投入予以肯定。量性數據亦顯示，四成一的受訪青年同意澳門社區經濟發展勢頭良好，四成五的青年表示政府的推廣活動增加了其在社區消費的意願。

主辦單位：



澳門中華新青年協會
Associação de Nova Juventude Chinesa de Macau
Macao New Chinese Youth Association

資助單位：



澳門基金會
FUNDAÇÃO MACAU

參照其他地區推動社區經濟的經驗，社區的“獨特性”和其背後的社會文化底蘊，往往是社區經濟成功的不二條件。本研究倡議，政府要審視不同社區、街區的特點和商圈環境，主動講好“社區故事”，進一步發掘本地具有特色、文化底蘊的社區和街區，透過與街區本身的文化故事結合，打造具有主題性的社區經濟項目。必須指出，社區經濟項目往往需要地區團體和居民的支持方能持續、有效舉辦。研究建議，在推動社區經濟項目時，除了充分考慮旅客的需求外，亦需要照顧和平衡居民日常生活和消費的習慣。因此，政府要積極加強和社區居民的互動和溝通，令居民同樣能夠同享社區經濟發展的成果。

- 3. 建議三：加強跨部門協作，從便民思維著手，增加籌辦社區經濟活動的便捷性。**特區政府近年大力推進電子政務的發展，以“便民為本”的思維，減省不必要的行政程序，提升辦事效率。儘管如此，研究者在訪談中發現，在舉辦一些社區經濟活動時，在程序上仍需要在多個部門辦理大量行政手續，人力、協調、行政、時間成本大，間接減弱了地區組織和商戶籌辦社區經濟活動的誘因。與此同時，在硬件上，由於社區經濟活動大多是臨時性的，商戶和組織者未必有足夠的空間存放物資。

有見及此，研究建議在不改動與安全性相關的手續下，以“便民思維”為本，在牌照、活動申請等方面加強跨部門的協調、合作、配合，打破“申請壁壘”，更可考慮在政府支持的活動先行先試，透過“一站式”的服務申請和處理辦法，加強籌辦社區經濟項目的便捷性。在硬件建設上，政府也可以開放部分閒置土地和儲物空間，在符合安全性的條件下，供有需要的社區商戶暫時存放物資，以便於周末和節假日舉辦社區經濟活動時使用。

- 4. 建議四：“新舊並用”，透過不同媒體加強對社區企業的宣傳工作，多角度發掘新客源。**隨著資訊與通訊科技（ICT）的發展，網絡新媒體的力量愈來愈受重視，成為不少社區商舖在宣傳上的主要手段。透過新媒體的力量和其傳播特性，部分具特色的商戶一夜走紅，擴展了包括居民和旅客在內的消費客源。在研究的深入訪談中，有受訪者表示，現時均有透過新媒體進行宣傳，主力吸引本地和內地的年輕客戶到訪，他們同時提到，政府在宣傳上的支援亦主要集中在新媒體，相關的舉措對商戶帶來直接而正面的影響。另外，有受訪的社區商戶表示，由於不同客戶接收信息的媒介不同，本地及內地的中年、老年群體更慣

主辦單位：



澳門中華新青年協會
Associação de Nova Juventude Chinesa de Macau
Macao New Chinese Youth Association

資助單位：



澳門基金會
FUNDAÇÃO MACAU

常使用傳統媒介，如電視、報紙，傳統媒體上的宣傳工作仍有其不可取替性。

有見及此，本研究建議當局透過“新舊並用”和“雙軌並行”的做法，一方面持續在網絡新媒體加大力道，進行不同類型的宣傳工作，亦應盡可能在傳統媒體的節目、特別是與內地電視台共同製作的節目上，增加社區商店的曝光率。另一方面，透過上述的宣傳手法，吸引本地、內地與外地消費者到社區商戶消費，引流不同年齡層、消費力的客源到社區商店消費，盤活社區經濟。