

# 探討澳門在“後非典時代” 電子商務的發展

林媛\*

## 一、前言

2003年春天一場“非典型肺炎”在亞太地區以致全球的肆虐，連續幾個月嚴重影響了受感染地區的旅遊、零售、航空以及餐飲等行業的正常經營，也拖累了全年整體經濟的步伐。這一場突如其來的疫症對社區生活和經濟發展在短期內帶來的嚴重危害，使得各國政府和民眾都開始意識到在當今全球國際化的大趨勢下防範突發性危機的重要性。世界衛生組織官員在“非典型肺炎”全球爆發後斷言，必須加強傳染病的預防工作，因為今後還會有更多類似非典型肺炎的致命性傳染病爆發。從這個角度來看，非典型肺炎的爆發敲響了全球的警鐘，不僅使醫護界意識到要加強國際間的合作防止類似致命的傳染性疾病的氾濫，也使政府、商界和個人都認識到要通過高新技術的應用、加強對電子資訊產業的應用等措施來提高未來防範不可預見的危機的能力。

由於廣東省和香港特區的疫情發展，世界衛生組織在2003年4月初對粵港發出旅遊警告。歐美日等國的企業隨即減少了員工前往港澳地區和中國大陸的可能，一些企業還將受感染地區的本國員工調回國內。再加上一些國家和地區實施了對疫區斷絕交通和人員往來的隔離政策，致使粵港澳地區的商務、旅遊和經貿交流等活動受到嚴重影響。自1997年亞洲金融危機爆發後，引發的亞洲地區經濟疲軟持續多年還沒有完全恢復，這場“非典型肺炎”可以說是雪上加霜。

作為香港鄰埠的澳門，雖然有效地扼制了“非典型肺炎”在本地的傳播，但是旅遊業、零售業、餐飲業、地產業，甚至本地製造業的出口在自非典型肺炎爆發後的幾個月裏景況並不樂觀。澳門特區政府及

---

\* 澳門科技大學博士生

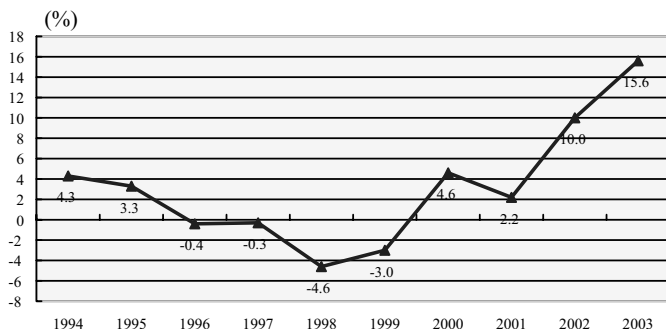
時地採取積極防範措施，確保了“非典”對澳門的影響減至最低，但是如何開闢澳門在人員交通隔離情況下進行商務往來和經貿交流的新通道，減低未來可能再次發生類似危機所造成的危害，是值得人們在“後非典時代”思考的問題。有報導稱，美國的“九一一”恐怖事件曾經推動了當地網路和手提電話通訊的發展，如果澳門的企業能夠未雨綢繆，在“後非典時代”加強對網路和電子資訊等這類“非接觸經濟”的發展與應用，提高電子商務的普及率，應該是今後應對類似危機的一種選擇。本文對澳門如何在目前環境下進一步推動電子商務發展作了淺顯的探討。

## 二、澳門發展電子商務的必然性和存在的制約因素

澳門是一個微型經濟體系，產業結構相對比較簡單。澳門在回歸祖國後，一直發揮著連接中國沿海地區的窗口和橋樑作用。但是，由於其存在於區域夾縫中的客觀地理環境——鄰接香港特區和廣東省——在一定程度上反映出在經濟發展中容易受周邊地區的影響。而且澳門目前以旅遊博彩業為主的經濟結構，都使得本地的經濟發展表現出缺乏彈性和穩定性的缺點，容易受到外界的政治經濟波動或危機的影響。

回歸之後，澳門特區政府確定了“以博彩旅遊業為龍頭，以服務業為主體，其他行業協調發展”的產業結構定位。這個產業結構的定位得到了普遍的認同，更推動了澳門的經濟在近年來穩步發展（見圖1）。

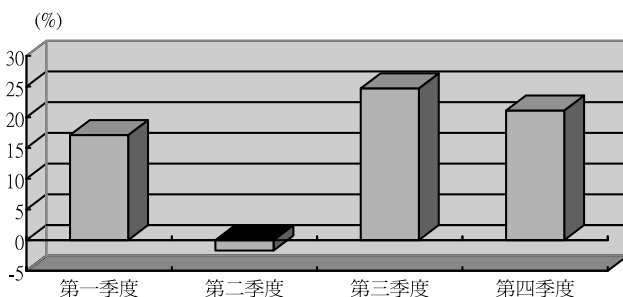
圖1 澳門最近十年的實質本地生產總值（GDP）年度增長率



資料來源：澳門統計暨普查局

但是，現時依賴香港和內地的經濟鏈條中的澳門，所處的連帶位置加大了其承受外界危機的風險，從這次“非典型肺炎”對兩岸四地的衝擊可見一斑。香港特區於2003年3月份大規模爆發了“非典型肺炎”後，澳門特區政府就立即採取了應對措施，不僅加強對出入口岸人員的檢查，也立即設立隔離營及相應的治療檢疫部門。截至5月底，澳門只出現了一宗正式的病例，並沒有出現類似香港的社區蔓延。但是，主要以吸引香港居民和內地遊客為主的旅遊博彩業，在中國政府限制了內地居民到港澳旅遊及香港、台灣居民在3至5月份裏減少出入境的影響下，不僅本澳餐飲業、酒店業、手信業和娛樂場所的營業額大幅下滑，連帶澳門的整體經濟也錄得負增長（見圖2）。據初步統計，2003年4、5月份入境旅客比2002年同期分別下降了73.2%和36.8%，4月份的酒店業平均入住率只有44.2%，較2002年同月大幅減少了26.2%。目前，中國內地、香港特區和台灣地區是澳門的3大主要旅遊客源市場，旅客人數佔了其總入境旅客的90%以上。在兩岸四地都有疫症蔓延的情況下，“城門失火，殃及池魚”的窘境暴露了澳門經濟的脆弱。

圖2 2003年澳門實質本地生產總值（GDP）季度增長率



資料來源：澳門統計暨普查局。

澳門特區政府已經意識到作為單一經濟體的澳門，必須在支柱行業的穩健發展下，積極走對外合作之路才能促進經濟的可持續發展。在2003年的施政報告中，何特首提出了“加強區域合作深度，提高對外交往成效”，不僅要加強與珠三角地區的經濟合作，作為粵西發展的商

業平台，還要利用其與葡語系國家的歷史和人文的關係，作為聯繫中國與葡語系國家的發展平台。這一政策的提出，可以更好地發揮澳門的比較優勢來強化平台的溝通作用，擴大澳門的可持續發展空間，在一定程度上減少其存在於區域夾縫所帶來的局限性。但是，作為一個高質量的溝通平台，其基本條件之一就是可以提供完善的資訊服務和電子化的商務環境，需要在資訊服務的硬體和軟體方面不斷優化和提升。然而澳門在發展電子商務和高科技產品方面因受諸多限制因素影響，前進的步伐緩慢。

以視像會議的推廣為例，雖然澳門發展視像會議多年，至今仍未成氣候，除少數幾家大公司偶爾採用外，多數中小企業對高昂的設備和傳輸專線費用望而卻步。從互聯網的運用來看，雖然部分公司已利用互聯網設計網頁作為輔助的推廣方式，但多停留在用自己的網站發佈一些資訊，缺少更深層次的交易，也有一些企業提供了電子商務的網路平台，仍然不是很成熟，也不廣為市民熟悉。

澳門的電子商務<sup>1</sup>發展緩慢的原因，主要存在人力資源缺乏，市場容量小和企業規模小等制約因素。一方面，澳門缺乏電腦和科技應用的專業人才。目前澳門沒有形成大規模的電子商務市場，因此對外來的高級人才缺乏吸引力。而本地的高等學府培養的專業人才也未能與市場需求形成良性循環。另一方面，澳門本地的市場容量小。因建立網上服務需要高額投資和龐大的客戶量為基礎，所以如只著眼於以中小客戶為主的本地市場，則限制了電子商務的發展。再者，澳門本地的企業規模以中小企業為主，資金實力有限，科技資訊應用程度較低。

---

1. 本文的探討所參考的對電子商務定義是根據1997年11月在法國舉行的“國際商會世界電子商務會議”上給出了電子商務最有權威的概念闡述。電子商務，是指整個貿易活動實現電子化。從涵蓋範圍方面可以定義為：交易各方以電子交易方式而不是通過當面交換或直接面談方式進行的任何形式的商業交易；從技術方面可以定義為：電子商務是一種多技術的集合體，包括交換資料（如電子資料交換、電子郵件）、獲得資料（共用資料庫、電子公告牌）以及自動獲取資料（條碼）等。電子商務涵蓋的業務包括：商務資訊交換、售前售後服務（提供產品和服務的細節、產品使用技術指南、回答顧客意見）、廣告、銷售、電子支付（電子資金轉帳、信用卡、電子支票、電子現金）、運輸（包括有形商品的發送管理和運輸跟蹤，以及可以電子化傳送的產品的實際發送）、組建虛擬企業等。

澳門特區政府和商業界人士已意識到澳門推行電子商務的步伐較鄰埠緩慢。在互聯網高度普及的今天，資訊科技的發展將會成為一個國家或地區邁向國際化進程的重要因素和先決條件。為了建立並維護一個與外界交流的穩固的平台，政府和業界人士應重視配套體系的建立並加強在技術層面的配置，來不斷提升本地競爭力。

### 三、澳門在“後非典時代”發展電子商務的思考

分析歐美國家電子商務的發展規律，不難發現，電子商務的發展必須依託於一個國家經濟發展的客觀環境，隨著電子網路技術的成熟、消費者消費觀念的轉變以及日益完善的網路誠信體系而逐漸發展起來。當然外界的推動因素所起的作用也是不容忽視的。美國的“九一一”事件對當地網路和手提電話通訊的發展推波助瀾，“非典型肺炎”也被認為是近期推動中國大陸電子商務熱潮的“加速器”。國內幾家知名購物網站的銷售在疫症蔓延的幾個月中創了新高，被視為“第三貿易平台”的虛擬交易平臺亦大顯身手，連以往推行緩慢的網上銀行和信用卡交易都取得了前所未有的好成績。

中國大陸的電子商務曾在早期“概念化”炒作中一蹶不振，但在“非典型肺炎”爆發帶來的巨大轉機下呈現出一派火爆景象。購物網站銷售屢創新高，如全國最大的個人拍賣網站“易趣網”，日均銷售額從2003年3月份的180萬元人民幣猛增到5月份的320萬元人民幣。“卓越網”、“當當網”等國內知名的網上商城，網站總體日銷售都增長了30%。網路交易平台驟然升溫，不少公司的網上貿易量都呈現出幾何級增長的態勢。著名的貿易網站“阿里巴巴”在4月每天新增會員3,500名，漲幅在50%左右，國際採購商對中國商品的檢索量增長了4倍，中國供應商客戶數比2002年同期增長了兩倍。與此同時，網上銀行也由以往的門可羅雀變成門庭若市。

審視澳門的市場現狀，也出現了“網路展覽會”等電子商貿形式，“視像會議”及相關的電子產品的需求都有增加的趨勢。本地的網頁客戶市場也開始發生變化，許多公司從一開始將網站作為一種“錦上添花”的宣傳工具，逐步發展成傳遞商務資訊、輔助公司業務推廣的渠

道。但是，澳門的電子商務市場還未成熟，“非典型肺炎”這個“加速器”所起的作用也沒有得到像在中國內地一樣的發揮。因此，結合澳門本身的實際情況，探索性地分析如何建立一個完善的電子商務環境，有助於電子商務的普及和應用，促進電子商務市場的成熟化發展。為完善電子商務環境可以考慮吸引或培養足夠的管理人才和專業人才來發展電子商務；完善與電子商務有關的法律體系；令人滿意的電子商務通訊質素；加強國際合作；擴大市場規模；建立適合電子商務的便物流體系以及政府加強對電子商務的支援等因素。

### 第一，培養和引進市場需要的高科技人才

電子商務的發展需要大量的高水準人才，既要懂電腦，又要懂業務，還要懂溝通，更要懂一門或兩門外語。因此，培養高水準的專業人才至少需要以研究生為起點，引入國際先進的教學理念和教師人才，吸取中外的教育資源的精華來緊跟國際的先進水平。澳門大學、澳門科技大學和澳門理工學院等高等院校都開始了面向內地十四個城市的研究生錄取，拓寬了生源的選擇面，將會吸引到一些內地素質較好的研究人員。同時，建立一些有吸引力的科研院所或確立一些有挑戰性的課題，以良好的學術研究環境和氣氛來吸引高級人才來澳任教或作為科研帶頭人，也可以進一步提升專業水平來滿足市場的潛在需要。

### 第二，設立實用有效的網路法規體系

電子商務發展使商家和消費者都面臨網路安全的問題，如對商家、消費者、結算銀行的認證，訂立電子合同的有效性，買賣雙方和中介方的交易行為等，需要用法律手段加以約束來保證網上交易的安全性和網路誠信體系的建立。澳門於1999年公佈了《電子貿易商法》，在一定程度上對“透過電子媒介訂立的合同在法律上之有效性及認可問題，以及在電子資料交換範圍內處理文檔之證明力問題”作了規範，但仍需要隨著電子商務的發展來及時調整。根據《澳門管理人》雜誌做的“澳門特區電子商務應用狀況調查”結果顯示，法律的滯後被用戶普遍認為是制約澳門電子商務發展的一個主要因素。因此，用法律理順電子商務交易過程中政府與企業之間、企業與企業之間及企業與消費者

之間的關係，對於利用電子商務從事商貿交易的各個環節，乃至對技術規程進行法律確認，減少相關的經濟糾紛，便於電子商務的設立開展。

第三，提高電腦和互聯網的普及率、提供令人滿意的網路通訊質量

目前，澳門有澳門電訊(CTM)、澳門萬維網有限公司(MACAUWEB)等三家互聯網服務供應商(ISP)，但其中只有澳門電訊可以提供寬頻聯網服務，不盡如人意的網速和缺乏競爭性的上網成本在一定程度上降低了用戶使用互聯網的願望。根據澳門統計暨普查局《2002年統計年鑑》有關“互聯網服務”的統計資料顯示，截至2002年底，澳門使用互聯網的用戶數量僅為41,517戶，與全澳住戶數約為134,965戶相比，還有很大的發展空間。因此，澳門的互聯網服務供應商應該把握商機，通過提高電腦和互聯網的普及率、降低上網成本、提高網路速度等方面來提高網路通訊的質量，增加用戶和提高服務水平。

第四，進一步加強與國際機構的合作關係

澳門特區政府和商界已經認識到參與國際機構的活動，及時掌握電子商務最新動態的重要性。澳門電貿參加了泛亞電子商務聯盟(Pan Asian e-Commerce Alliance)這個由亞洲地區電子商貿服務供應商自發組成的民間組織，該組織的目的在於推動及提供安全、可信、可靠和增值的資訊科技基建及設施，為全球貿易和物流業務效率提升服務，現在已經為澳門紡織品和成衣界提升了出口准照的效率。澳門的學術界和商業界需要利用各種渠道，通過與國際機構合作不斷學習來提高自身的技術和經營水平。

第五，加強區域合作，形成跨地區的市場規模

澳門因地域的限制，市場規模狹小，已經習慣上被人們認為是香港市場的一部分。今後的發展需要突破地域局限性，擴大市場規模，才能進一步擴大經濟規模。特區政府提出要將澳門發展成為粵西地區和中國與葡語系國家對外經貿的商務平台，一方面，希望可以將珠三角視為一個經濟體，擴大引資規模來提高區域的經濟競爭力。另一方

面，擴大了發展規模的電子商務可以提高澳門在金融、物流、運輸和電訊等各項服務的實力和競爭力，從而可以提升其經濟活動能力。這是一個相輔相承共同發展的理念。

#### 第六，建立電子商務便利的物流體系

電子商務的發展依賴於一整套便利和通暢的物流體系，包括專業化的貨物配送企業，具有高效完備的配送管理系統的配送銷售組織，以維持合理的配送費用和及時交貨保證，這就需要引入現代化的管理手段來實現。而澳門目前在這個方面的發展還比較慢，需要對傳統的貨運、配送等行業進行革新，以適應發展的新需要，這也是澳門推進行業改革、提高競爭力的一個發展方向。

#### 第七，政府加強對電子商務的引導

政府要通過多種形式加強宣傳與普及基礎知識，建立起企業與用戶對電子商務的正確認識。“非典型肺炎”逼使人們改變了在傳統的商業交往中直接採購和面談的方式，開始重視並大量使用電子商務手段來保持在傳統營銷渠道受阻時的溝通和聯繫。在商業界，可視電話服務系統、網路會議和遠端辦公等可在一定程度上彌補了員工不能出差和居家辦公帶來的不便。在會展業界，電子版的展會推出了“虛擬展館”、“網上展館”等連結標識，可增加網上簽約、下單、連結貿易夥伴等諸多實用性內容。但是，也必須認識到新技術的應用可以彌補傳統交流的不足，仍存在一定的局限性。在外貿交易中，廠商利用電郵和視像會議等方式可以提供方便快捷的遠端交流，但是仍無法發揮面談時的遊說和聯誼功能，尤其是對一些需要檢驗真實貨品的進出口產品所發揮的作用更是有限。在會展業中，消費者或商家“眼見為實”的心理需求由於人們長期形成的思維定勢不會輕易改變，而且人際交流、實物觸摸、面對面的討論等“會展藝術”，都是網上會展暫時還無法取代的。因此，有關的政府部門、協會、學會等機構應該通過座談會等形式幫助企業界和用戶認識到電子商務是順應網路時代和資訊化發展的一項不可缺少的工具，消除用戶對電子商務“萬能”或“遙不可及”等錯誤觀點，認識到電子商務不可能解決企業的一切問題，但它在幫助企業加強對外聯繫和營銷環節等方面特別有效。



另外，電子商務的發展也依賴於消費者的消費觀念和消費行為偏好的形成，當消費者的網路消費觀念成熟並且固定了網路消費的行為偏好，電子商務會如同其他的商務形式一樣逐漸地被消費者接受。自從科技股泡沫爆破後，市場對互聯網的追捧亦淡化下來，由於“非典”的推動，電子商務的前景普遍看好。目前，澳門的電子商務發展還處於起步階段，正處於全球對這個新興事物從“泡沫時代”的概念化炒作過渡到逐漸進入盈利時代的轉折期。如果政府和企業界在加大對電子商務的投入的同時，用一些獎勵性的手段鼓勵消費者固化在“非典”期間形成的電子商務習慣，完善電子商務發展的主客觀環境，將會逐步推動電子商務在澳門的發展。

#### 四、結語

在過去的一段時間裏，因美國、歐盟和日本等主要經濟體的經濟增長放緩，使得全球的經濟形勢十分嚴峻。雖然美國的經濟調整沒有隨著伊拉克的戰火熊熊燃燒而興旺，而同一時期的“非典型肺炎”卻實實在在地延緩了亞洲經濟的前進步伐。但辯證地看待“非典”，人們也不難發現危機背後帶來新的商機。遠端辦公、網路會議、網上購物、網上娛樂、網上求職和網路遊戲等都成為“非典時期”的一種典型網路化的生存模式。B2B和B2C<sup>2</sup>等網上交易形式比以往更加容易為人們所接受。這場疫症改變了人們原有的生活方式，而且帶動相關的高科技產業發展。更重要的是，對經濟增長具影響力的現代通信和電子商務交易方式獲得了新的發展空間。

在複雜性理論中的“蝴蝶效應”分析了偶然的一個攪動因素，在特定的格局下會使事物的發展進程出現根本性的變化。換句話說，就是偶然的攪動因素，能否被放大，關鍵在於這個格局是否適合它放大。

---

2. 電子商務從其交易雙方和實質內容上劃分，主要可以分為兩種：企業對企業（BtoB/B2B）的電子商務和企業對消費者（BtoC/B2C）的電子商務。企業對企業的電子商務是指企業（或商業、公司）使用 Internet 或各種商務網路向供應商（企業或公司）定貨、接受發票和付款。

在電子商務的發展過程中，“非典型肺炎”是攪動因素，它能否促進電子商務在澳門的發展，在於澳門政府和商業界人士如何利用它。目前澳門的電子商務發展還處於“商務電子化”階段，網上支付、網上物流還沒有大範圍實現。要改變現狀，政府和企業界要通過各種途徑不斷完善澳門的電子商務環境，提高電子商務的普及率和應用度。澳門今後是要作為粵西發展的平台，溝通葡語國家的平台，邁向區域經濟合作的道路，實現資訊化是確保今後持續發展一個必要的條件。

### 參考文獻

1. 中華人民共和國澳門特別行政區政府《二零零三年財政年度施政報告》，2002年11月20日。
2. 柳智毅：《賭權開放後的澳門經濟形勢分析》，澳門經濟，2002年10月。
3. 中國商報：《電子商務六大“瓶頸”亟待突破》，2003年2月25日。
4. 澳門特別行政區政府網站：法規查詢，2003年6月6日，[http://www.imprensa.macao.gov.mo/bo/i/cn/default\\_cn.asp](http://www.imprensa.macao.gov.mo/bo/i/cn/default_cn.asp)。
5. 澳門統計暨普查局，2003年6月6日，<http://www.dsec.gov.mo>。
6. 澳門管理專業協會《澳門管理人》，<http://www.mma.org.mo/rnp/rnp12.htm>。