

關於“電子消費卡”的經濟學分析

鄧卓輝

澳門經濟學會會員

一、引言

隨着新型冠狀病毒肺炎在全球蔓延，拖累環球經濟，對澳門經濟造成明顯衝擊，且本次疫情時間更與來澳旅遊傳統旺季春節重疊，博彩業、酒店業、餐飲業、旅遊業和零售業等首當其衝受到嚴重影響。此外，抗疫期間延長假期或推遲開工，市民大眾減少外出活動，導致本地消費開支明顯減少，全年經濟下行壓力大增。

為此，特區政府推出一系列支援措施，以“保就業、穩經濟、顧民生”為整體方向，其中包括提前發放本年度的現金分享、臨時多發一次醫療券、提升2018年度職業稅的退稅金額上限、提高2020年度職業稅的可課稅收益的固定扣減、豁免2019年度向澳門居民住宅所徵收的全部房屋稅、豁免用戶繳交三個月水電費，以及推出面向中小企的臨時援助計劃。2020年4月公佈的第二輪抗疫經濟援助措施，包括向合資格本地僱員派發15,000元現金、自由職業者派10,000元現金，企業按僱員人數獲派15,000元至200,000元現金，以及向全民派發兩期金額合共8,000元的電子消費卡。首兩輪援助措施合計預算約525億元，等於本地生產總值的12%，援助力度之大是澳門歷史上空前的，在國際上比較來說也是鮮見。

支援措施的其中一個亮點，當屬首次推出的“消費補貼計劃”。計劃作為一項促進經濟的特別措施，具體是向每名居民，包括永久及非永久居民，發放

一張金額為澳門元3,000元的電子消費卡，消費卡以“澳門通卡”的形式發放，旨在提振澳門經濟，刺激內需，支持企業繼續經營，穩定就業市場，達致“齊消費，促經濟；促內需，穩就業”的目標。2020年4月特區政府公佈，會再向居民發放第二期的電子消費卡，金額為每名居民5,000元，即兩期合計每名居民可獲金額8,000元的電子消費卡。計劃自宣佈推出後即引起社會及商界廣泛關注，本文嘗試從經濟學理論的視角，分析和探討有關政策。

二、消費補貼計劃概述

“電子消費卡”是特區政府透過第6/2020號行政法規《消費補貼計劃》推出的臨時性計劃。第一期成功於網上登記並到指定地點領卡的居民，可在5月至7月的3個月內持卡消費，透過市場機制將資金投放至商戶。有別於現金分享，電子消費卡具有時限性，以促進居民短期消費，而且只能留澳門消費，使用期屆滿後卡內餘額自動全數退還政府。在使用範圍方面，可於接受“澳門通卡”交易的場所購買貨品或服務，除了不得在博彩場所、金融機構、當舖等場所使用，以及不得支付自來水、電力、燃料、電訊服務、跨境交通、醫療服務等費用外，可用於零售、餐飲以及其他服務業等多個行業，故預計大量中小企，包括設於社區或旅遊度假設施內的商戶均能受惠。根據第6/2020號行政法規的規定，電子消費卡僅可用於購買貨品或服務，不得以任何方式兌換為現金，否則有關電子消費卡將被終止使用，違法者須返還違法使用的款項以及尚須負上倘有的法律責任。若以約73萬名澳門居民每人人均可消費8,000元計算，包括居於外地的居民可授權在澳親友代為領卡消費，估計政府對計劃的投入約58億元，具體視乎實際領卡人數及消費額。

電子消費卡是澳門首次以發放“消費券”的形式振興經濟的新措施。“消費券”實質是代用券的一種，是實現經濟政策的工具之一。政府或者企業發放給民眾“消費券”，作為民眾未來消費時的支付憑證，期待藉由增加民眾的購

買力與消費欲望的方式以振興消費活動，進一步帶動生產與投資等活動的成長，加速景氣的復甦。雖然“消費券”是以促進消費為目的，但也可作為社會救濟工具之用，也有兩者混合的情況。

2008年底，“歐元之父”羅伯特·蒙代爾也曾建議中國政府，與其開展4萬億元經濟刺激計劃，不如向全民發放總計1萬億人民幣的購物券，人均800元人民幣左右，限期3個月消費，刺激有效需求，提振經濟。亞洲先後有日本、台灣地區、泰國、中國內地及澳門特區發行過類似的“消費券”，名目雖各有異，但論人均金額之大，並以如此普及而平等之方式發放的，澳門是次電子消費卡的規模實屬罕見。例如，中國內地同為應對新冠疫情的經濟衝擊，至2020年4月已有近50城推出“消費券”政策，總發放規模從數百萬元到上億元不等，從發放規模看最大的城市當屬杭州，由政府補貼5億元人民幣，商家優惠額度11.8億元人民幣，總額達16.8億元人民幣，但仍少於澳門的58億澳門元，而且杭州是人口一千萬以上的城市，而澳門即使計及居外地居民人口也不過數十萬人，相比差距很大。

三、新冠疫情對澳門經濟的影響

國際貨幣基金組織在2020年4月預測，新冠疫情將嚴重影響全球所有地區的經濟增長，預測2020年全球經濟將萎縮3%，衰退程度或遠超2008年國際金融危機引發的經濟下滑，成為上世紀30年代大蕭條以來最差的全球經濟衰退。中國國家統計局發佈的2020年第一季度國內生產總值(GDP)較上年同期下降6.8%，為1992年開始公佈季度GDP數據以來首次出現負增長。

澳門屬外向型微型經濟體，對服務出口的依靠程度甚高。2019年，經濟受投資及服務出口下跌拖累，自第一季起已出現負增長，全年實質收縮4.7%。踏入2020年之際，受疫情影響，訪澳旅客數量大幅下滑，今年一月份為285.0萬人次，同比減少16.8%；二月份更只有15.6萬人次，大減97.2%，上半年形勢在出

入境限制維持的前提下，亦不容樂觀。旅客消費是澳門經濟的重要支撐之一，故旅客的大幅減少勢必為各行業帶來衝擊。

本文的表一及表二，整理分析了澳門以當年價格計算的本地生產總值(GDP)及主要支出項目的數值及結構。2019年澳門約4,347億元的GDP中，淨出口約為2,176億元，佔GDP的比例超過50%。眾所周知，澳門的淨出口其實主要就是為外地旅客提供博彩、旅遊、各項消費等的服務出口。表三再細化分析服務出口總值的構成，可見澳門的服務出口主要是以非本地居民在本地的消費支出為主，有約3,190億元，佔GDP比例達到73%，當中約2,359億元屬於非本地居民在澳門的博彩支出，另有約831億元屬於其他支出。因此，如果旅客的減少幅度全年平均預計達到50%的話，其在本地的消費支出亦會相應減少，對總體經濟的影響不言而喻。

表一：以當年價格計算的本地生產總值及主要支出項目（單位：百萬澳門元）

| | 本地生產總值 | 私人消費 | 政府支出 | 投資 | 淨出口 |
|------|---------|---------|--------|--------|---------|
| | Y | C | G | I | NX |
| 1990 | 25 835 | 11 817 | 2 651 | 5 940 | 5 426 |
| 1995 | 55 743 | 22 906 | 5 366 | 14 780 | 12 691 |
| 2000 | 53 938 | 24 800 | 6 770 | 5 643 | 16 725 |
| 2005 | 96 872 | 30 905 | 9 527 | 24 878 | 31 563 |
| 2010 | 225 051 | 52 614 | 18 414 | 29 938 | 124 085 |
| 2015 | 362 213 | 94 527 | 34 780 | 91 005 | 141 902 |
| 2019 | 434 670 | 110 216 | 45 171 | 61 666 | 217 617 |

來源：統計暨普查局

表二：以當年價格計算的本地生產總值結構

| | 本地生產總值 | 私人消費 | 政府支出 | 投資 | 淨出口 |
|------|--------|------|------|-----|-----|
| | Y | C | G | I | NX |
| 1990 | 100% | 46% | 10% | 23% | 21% |
| 1995 | 100% | 41% | 10% | 27% | 23% |
| 2000 | 100% | 46% | 13% | 10% | 31% |
| 2005 | 100% | 32% | 10% | 26% | 33% |
| 2010 | 100% | 23% | 8% | 13% | 55% |
| 2015 | 100% | 26% | 10% | 25% | 39% |
| 2019 | 100% | 25% | 10% | 14% | 50% |

來源：統計暨普查局

表三：以當年價格計算的服務出口 (單位：百萬澳門元)

| | 服務出口 總值 | 非本地居民在本地 市場的消費支出 | | 其他服務 |
|------|------------|---------------------|--------|--------|
| | | 博彩 | 其他 | |
| 2015 | 266 568 | 181 891 | 64 448 | 20 230 |
| 2016 | 263 745 | 177 397 | 65 319 | 21 029 |
| 2017 | 311 622 | 209 901 | 77 212 | 24 510 |
| 2018 | 352 255 | 239 287 | 88 036 | 24 932 |
| 2019 | 348 388 | 235 929 | 83 068 | 29 391 |

來源：統計暨普查局

旅客數量短期內難以迅速回復，唯有寄望促進本地消費，這相信亦是政府發放電子消費卡的政策目的之一。根據本地居民總收入或本地生產總值會計帳的基本原理，本地居民總收入(Y)或本地生產總值(GDP)為私人消費、企業投資、政府支出及淨出口之加總($Y / GDP = C+I+G+NX$)，刺激私人消費C，當然有助於經濟成長的提升，尤其當淨出口NX低迷的時期。然而，如表二所示，

澳門的私人消費在GDP中的佔比近年只維持在約25%的較低水平，相比90年代都在40%以上。箇中原因，當然是博彩專營權開放及內地個人遊“自由行”政策實施後，旅客在澳門的消費日益膨大所致，澳門居民的私人消費與旅客在澳門的消費(包括博彩消費及其他消費)，以佔GDP比重而言此消彼長。值得指出的是，澳門的私人消費市場在總體經濟急速成長的背景下，就絕對值而言仍是有了長足的發展，2019年時為1,102億元，是2000年時的3.7倍之多。回顧澳門30年來經濟結構的變化，反映出澳門由回歸前一個以私人消費為主較為封閉的微小經濟體，發展成一個打開門戶迎來四方客的著名旅遊樞紐。疫情突顯了澳門經濟對服務出口的依重，這固然是澳門作為“世界旅遊休閒中心”的一種特質，但同時也表現了“經濟適度多元”之路仍然任重道遠。

四、消費卡與消費函數

透過電子消費卡及其他現金援助措施帶動消費、振興經濟之舉能否實現？大經濟學家凱恩斯在《就業、利息和貨幣通論》中提出了一個概念，叫做“邊際消費傾向”(Marginal Propensity to Consume, MPC)，即消費變動額和收入變動額之間的比率，也就是每變動1單位的收入中用於消費的變動額，用公式表示就是：

$$MPC = \Delta C / \Delta Y$$

(ΔC 是指消費的變動額， ΔY 是收入的變動額。)

簡單來說，就是一個人額外得到1元的可支配收入時，會把其中多少用於消費。如果邊際消費傾向是0.2，會消費0.2元；邊際消費傾向是0.8，會消費0.8元。凱恩斯認為，邊際消費傾向數值為正，但小於1，而且收入越是增多，用於消費的佔比就越低，這是一條基本心理規律。現實中也是如此，例如居民提前收到10,000元的現金分享，也不會全花掉，一部份用來消費，餘下的用來儲蓄。邊際消費傾向(MPC)和邊際儲蓄傾向(MPS)之和為1。因此有：

$$MPC + MPS = 1$$

除了消費傾向，凱恩斯同時建立了“乘數效應”的概念。大意是說，收入增加，會導致總需求成倍地擴大。假設澳門所有人的邊際消費傾向都是0.8，一位居民收到10,000元的現金分享，用其中8,000元購買防疫用品；藥房的東主得到8,000元，用其中6,400元購買手機；手機店的東主得到6,400元，用其中5,120元慰勞員工一頓豐富晚餐，如此類推。凱恩斯在消費傾向的基礎上，建立了一個乘數原理，乘數原理的經濟含義可以歸結為，支出變動給國民收入總量帶來的影響，要比支出變動本身更大，這種變動，往往是支出變動的倍數。比如最初政府支出為1億元，社會的邊際消費傾向為0.8，通過一系列派生的購買過程，則會使社會總收入增加4倍，從而帶來5億元的效果。在增加的收入中，用於消費的部份越大，支出引起的連鎖反應的效果也越顯著，總收入增長得也就越快，乘數是邊際儲蓄傾向的倒數，它的大小取決於消費支出和再支出。因此有：

$$\text{乘數 (Multiplier)} = 1 / (1 - MPS)$$

以是次發放電子消費卡的情況來說，就是特區政府花出去的1單位貨幣支出，成為澳門居民的1單位貨幣消費，澳門居民的這1單位貨幣消費，又會成為其他商戶或個人的收入，而其他商戶或個人又會將這1單位的收入中，要麼用於消費，要麼用於儲蓄(投資)，又會給其他的其他商戶或個人帶來收入；如此循環下去，特區政府的1單位貨幣支出，就可能為澳門的GDP帶來超過1單位貨幣的增長。消費卡和其所發揮的“乘數效應”，在外部需求疲軟的情況下，有助振興內需。

但這又涉及一個核心問題，澳門的邊際消費傾向(MPC)到底是多少？採用凱恩斯的絕對收入假說，即單純以收入來解釋消費的簡單線性消費函數：

$$c = a + b*y \quad (1 > b > 0)$$

(a是自發性消費額，即基本最低消費支出，不隨收入變化而變動；b是邊際消費傾向，且有 $1 > b > 0$ ； $b*y$ 是誘發性消費額，消費中受收入水平影響的部

份。)

以上文表一中澳門自1990年至2019年30年間的數據推算，假設 y =本地生產總值(GDP)， c =私人消費，計算數據中使用GDP代替 y ，因為澳門的本地生產總值(GDP)與本地居民總收入(GNI)差異不大，計算得出：

$$c = 11574(\text{百萬元}) + 0.20 * y$$

迴歸方程的調整R平方數值為0.96，說明本地居民的消費習慣在很大程度上服從絕對收入理論，即平均消費傾向隨收入增加而增加。但邊際消費傾向偏低，每1元的收入增加，只有約0.2元用於消費。雖然這一假說或過於簡單粗略，用於預測時誤差較大，但也能反映出澳門居民隨着收入的增加，似乎對於財富累積的興趣大於消費。值得注意的是，這裏指的本地居民總收入，是國民經濟統計上的“居民”，實際包括了特區內的個人及機構，是指全社會從事各類經濟活動所賺取的總收入，因此涵蓋了如博企和銀行等的大型企業所賺取的收入。這些大戶坐擁龐大盈餘，或使計算得出的全社會的消費傾向偏低，故未必能完全反映一般老百姓的邊際消費傾向。

表四引用統計局每五年一度的《住戶收支調查》數據作為參考。澳門平均住戶消費佔平均住戶收入的百分比，由2002年時的82%下降至2017年時的64%， ΔC 消費變動與 ΔY 收入變動的比例也呈下降趨勢。2017年與2012年相比，澳門住戶平均收入增加了約14,000元，但住戶平均消費只增加了約6,300元，邊際消費傾向約45%。這符合凱恩斯提出的“邊際消費傾向遞減規律”，意指人們的消費雖然隨收入的增加而增加，但在所增加的收入中用於增加消費的部份越來越少，也由於這一規律的作用，出現消費不足，由此產生了有效消費需求不足，並導致了就業不足。凱恩斯把“邊際消費傾向遞減規律”看成是資本主義社會就業不足及週期性爆發經濟危機的重要原因之一。

表四：住戶每月平均收入與平均消費支出 (單位：澳門元)

| | 住戶收入 (Y) | 住戶消費 (C) | 消費佔收入比 C/Y (%) | 收入變化 △Y | 消費變化 △C | △C / △Y (%) |
|-------|-------------|-------------|-------------------|------------|------------|----------------|
| 2002年 | 13,279 | 10,887 | 82% | | | |
| 2007年 | 25,250 | 19,176 | 76% | 11,971 | 8,289 | 69% |
| 2012年 | 41,423 | 29,177 | 70% | 16,173 | 10,001 | 62% |
| 2017年 | 55,497 | 35,488 | 64% | 14,074 | 6,311 | 45% |

來源：統計暨普查局

電子消費卡的推出正是為了在可能出現的經濟危機中，以財政政策緩解消費不足，增加有效需求，同時穩定就業。消費卡具有期限性，數個月內不消費則失效，而且政府會嚴打意圖把消費卡套現的“換錢黨”。因此，假設數十萬居民都是理性經濟人的話，會把政府投入的約58億元全用於本地消費。但消費後是否能拉動整體經濟則是後話，這又取決於澳門的邊際消費傾向(MPC)。

假設MPC=0.2，推算 $\Delta Y = 58 \text{億} * (1/1-0.2) = 72.5 \text{億}$ ，以2019年澳門約4,347億元的名義GDP計算，電子消費卡政策約可帶來1.7個百分點的經濟成長效果，換句話說，也可以是對經濟收縮的緩衝效果；假設MPC=0.3，推算 $\Delta Y = 58 \text{億} * (1/1-0.3) = 82.9 \text{億}$ ，約可帶來1.9個百分點的經濟效果，或對經濟收縮的緩衝效果；假設MPC=0.45，推算 $\Delta Y = 58 \text{億} * (1/1-0.45) = 105.5 \text{億}$ ，約可帶來2.4個百分點的經濟成長效果，或對經濟收縮的緩衝效果。

五、消費卡的替代效應

以上推算假設政府投入的58億元全用於消費，而澳門的邊際消費傾向在0.2至0.45之間的話，對總體GDP成長的拉動作用約有1.7至2.4個百分點，也可以是對經濟收縮的緩衝效果。就單項計劃而言，若能有此成效已屬不俗，因為還未計算其他紓困措施的成效，以及不同措施之間的疊加效應。

簡而言之，電子消費卡的成效取決於兩大因素：1.政府最初投入的58億元是否能短期內全數投入消費市場；2.由此產生的乘數效果有多大，這很大程度又取決於消費者的MPC。就第一個因素，消費卡具有期限性，數個月內不消費則失效，因此假設所有居民都會把政府投入的約58億元全用於本地消費，但這58億元到底是居民“額外”的消費(誘發性消費)，還是只是用於日常的固定開銷(自發性消費)，這點十分影響計劃的成效。

這涉及“替代效應”的經濟學概念。每名居民自然有一定的根本固定開銷，景氣樂觀期，可能多點“額外”的消費；景氣悲觀期、消費氣氛低迷期，則傾向維持民生生活所需的基本開銷。如果居民只用電子消費卡替代一般性的必要支出，就完全沒有經濟成長效果。因為居民只是把本來要消費的8,000元，由於政府的慷慨，大家用電子消費卡替代了原本要花的8,000元罷了，自己的銀行戶口則存多了8,000元，這8,000元並沒有投入到消費市場。上述擬出的拉動經濟成長率，得要是全民“亂花錢”，即是作出“額外”的消費，才有可能辦得到。華人社會多有存款以應未來的習性，澳門的總儲蓄率更位居世界前列，如果這筆原本要花費的錢被存起來，卻用消費卡替代，就不能擴大消費。

根據台灣地區在2008年國際金融危機發生後派發消費券的相關調研 (Kan et al., 2017)，商戶在消費券的使用期間提供了大量折扣和優惠等活動，結果約半數民眾被商戶的折扣優惠吸引，提高購物欲望，可以增加消費者約達48%之多的額外消費額，這顯著的“新增效應”是對抗“替代效應”的關鍵策略。例如，疫情中有某大博企項目內的不少品牌店推出“放血”式優惠，在各地入境措施仍未放寬的情況下，居民只能留澳消費，引來大批居民到場搶購，間接帶動整個博企項目的人流，場內其他店舖的生意也漸回升。此舉實值得中小企業商戶效法，商戶應把握這波消費卡的熱潮，趁勢推出相關折扣優惠，各出奇謀出招引客。商戶可推出“消費卡+”概念的各式促銷活動，放大消費卡的激勵效果，例如在使用消費卡時，若搭配現金或刷卡加碼消費，可享折扣優惠；或向使用消費卡的顧客提供延後優惠，吸引其作二次或三次的消費，這樣政府在計

劃上的1單位貨幣投入，就能對經濟成長衍生出1單位貨幣以上的拉動效果。

六、消費卡與通脹率

自計劃推出後，社會有意見擔心總值58億元的電子消費卡計劃會推高通脹率。我們所說的“通脹率”，其實正確來說是綜合消費物價指數的變動率，綜合消費物價指數是澳門統計局按澳門住戶的整體開支模式編製而成的。這指數的按年變動率，一般用以反映整體消費物價的升跌。澳門住戶的整體開支模式是怎樣？根據統計局資料，佔比最大的是住屋及燃料 (33.75%)，其次是食物及非酒精飲品 (27.94%)，兩者合共佔澳門住戶開支超過60%，換句話說，兩者的價格變動對“通脹率”的影響超過60%。電子消費卡不得用於住屋開支，以及不得繳交自來水、電力、天然氣、燃料、電訊服務、醫療、境外旅遊服務等費用，剔除這些類別的支出，即使電子消費卡會推高物價，對整體物價的影響將減少40%以上。即使消費卡真的能推高物價1個百分點，對“通脹率”的實際作用亦最多只有0.6個百分點。

澳門近年通脹率維持在2至3個百分點的穩定水平。一如前述，額外消費才能提振內需，在疫情持續的情勢下，不少發達經濟體或已面對通縮壓力，民眾傾向擁現金為王，在外部需求不足的時期，通脹壓力顯然不大，如何讓大家額外消費，對抗“替代效應”，增加有效需求才是當務之急。

況且，電子消費卡使用場所廣泛，澳門市場小、交通方便、交易成本低、同質性商品較多，很接近經濟學上所說的“完全競爭市場”。“完全競爭市場”的特點是，市場上有許多經濟主體，這些經濟主體數量眾多，且每一主體規模又很小，所以他們任何一個人都無法通過買賣行為來影響市場上的供求關係，也無法影響市場價格，每個人都是市場價格的被動接受者。如果有個別商戶提價，消費者自會懂得選擇。

七、普及而平等的消費卡

現金分享或消費卡等俗稱“全民派錢”的政策，在其他國家或地區也不是一面倒討好的。以瑞士為例，2016年曾有決定是否每月向每名成年公民發放2.500瑞士法郎的“無條件基本收入 (UBI)” 公投，即是“全民派錢”，但結果反對者達77%遭否決。因為根據官方估算，瑞士將每年為此支出2.080億瑞郎，其中1.530億瑞郎直接來自稅收，瑞士當年的財政預算收入只有666億瑞郎，“全民派錢”意味“全民加稅”。

這在經濟學上稱作“李嘉圖效應”，意指社會大眾認為政府執行財政擴張政策，未來必以同等的稅收增加來因應，因此，民間的需求會下降，致財政支出的擴張對整體經濟並無效益。“全民派錢”政策也可能發生“排擠效果”，因為在很多國家，政府採取財政政策，如果不加稅，就只有發債，債務將“禍留子孫”，這也代表融資成本及整體利率水平的揚升，對有效需求產生壓抑的作用。

幸運的是，“李嘉圖效應”與“排擠效果”都不適用於當下的澳門。截至2019年12月底，澳門的財政儲備5,794億澳門元，其中，基本儲備為1,488.9億澳門元，超額儲備為4305.1億澳門元，足以應付525億元的抗疫支援措施，也反映“積穀防饑”傳統智慧的重要。貨幣政策方面，澳門實行聯繫匯率制度，貨幣間接與美元掛鈎，嚴格來說根本無主動的貨幣政策可言，只可使用財政政策“救市”。本地利率隨美國再度開展無限貨幣量化寬鬆，已處於低無可低的狀況，“排擠效果”並不存在。

因此，電子消費卡除“救市”的功能外，似乎還有“所得重分配”的作用。政府從澳門較為充裕的財政儲備中，撥出一部份，不用太擔心財源的問題，用以緩解居民在疫情陰霾下不同程度的經濟壓力，尤其是基層家庭及短期收入受疫情影響的居民。是次計劃社會工作局及民間社團等亦有協助弱勢群體、長者居民等登記消費卡，適時給予協助，在景氣低迷時度過經濟難關，為

社會帶來了安定的作用。

八、不能量化的效益

電子消費卡還有其他難以量化的效益，當中最重要的是提振消費信心。消費卡計劃公佈後，隨即帶動了社會對消費市場的期盼，商戶紛紛展開宣傳及推出各式各樣的消費卡優惠，更有博彩企業仿效政府向員工發放消費卡。回歸“經濟學”最基本原理：微觀經濟學要求的是“效率”與“公平”，而宏觀經濟學首重的是“成長”與“穩定”。逢此大疫，一旦失去了消費信心，危機勢必遞延至各行各業，甚至金融機構，蔓延整個社會。在全球經濟一片冰天雪地之際，若本地消費能稍為回暖，猶如對重症病人，打一劑強心針，以恢復生機，為日後的康復做好準備。經濟政策的直接經濟效果如何，或可以計量方法評估，但其對政治、社會及民心的間接影響，則難以完全量化了。此外，消費卡還可以起到保住就業、支持企業的間接作用，使中小企業覺得辛苦撐下去、留住員工是有價值的，再配合政府針對企業機構及就業人員的各項援助措施，可以起到良好的政策疊加效果，使實體經濟免陷於螺旋式的下滑。

政府對消費卡的各項宣導工作亦有助於提振居民對於景氣回暖的信心，並強化居民在危機中對政府施政的信心。電子消費卡自公佈至派卡僅約兩個月，包括政府部門及銀行在內共150個領卡服務點為所有居民服務。在政策開展的過程中，各部門協調合作，表現了政府為跨部門協作及提高公共行政效率邁出了積極的一步。

是次特區政府推出電子消費卡，澳門是疫情中首個向全民發放消費卡的地區，且不設任何准入限制，人均額度亦冠全球，因此廣受國際矚目。除香港媒體外，國內外主要媒體均曾以一定篇幅報導這項政策，包括線上的新媒體，並且多持正面肯定的態度。計劃同時受到居於外地的澳門居民及海內外華人廣泛關注，增加澳門的國際能見度，對澳門的國際形象及疫後復甦的信心有正面作用。

計劃亦有助澳門推廣電子及移動支付。因應計劃，很多傳統中小企商戶申請安裝機具，希望能夠分享到政策紅利，當中包括小販等疫前電子支付滲透率極低的業界。為能讓更多商戶受惠於計劃，商會及社團等在政府的協調下，協助小商戶申請安裝電子支付機具。由於有關機具除“澳門通卡”外，亦支援多種常用的手機移動支付程式，因此是普及移動支付的一大契機，亦有助中小微企業利用科技升級轉型。在全民參與電子消費的過程中，所獲得的寶貴經驗及消費大數據，將貢獻未來澳門智慧城市的建設。

九、總結

電子消費卡是特區政府在景氣低迷，外部需求顯著減少的情勢下，以積極的財政政策增加內部需求，為刺激經濟所採取的臨時性措施。根據本文第四節的模擬估算，電子消費卡政策對促進居民消費，拉動整體經濟成長，或緩衝經濟收縮具有一定的效果。雖然在全球疫情完全受控之前，電子消費卡作為一項單一政策未必能完全抵銷澳門在服務出口上的損失，但配合政府針對僱員及企業的其他援助措施，可以發揮良好的政策疊加效果，對保障居民就業、支持企業繼續經營、穩定實體經濟有積極作用。

電子消費卡的成效取決於兩大因素：1. 政府最初投入的約58億元是否能短期內產生“額外消費”投入市場；2. 消費者的邊際消費傾向。發放電子消費卡雖不能避免發生一定比率的“替代效應”，但亦同時存在相當顯著的“新增效應”。研究顯示，商戶在活動期間配合政策主動提供折扣和優惠等，可以大幅增加消費者的額外消費額，這“新增效應”是對抗“替代效應”的關鍵策略。此外，分析預期電子消費卡對物價指數的影響應不大。

除了可量化的效益之外，電子消費卡還能帶來提振信心、協助居民度過艱難時期、增加居民幸福感和獲得感的效果。其他外溢效果例如：提升居民對政府的施政滿意度、增加澳門的國際能見度、推廣電子及移動支付等。

新冠疫情突顯了澳門經濟對服務出口的依重，同時也表現了“經濟適度多元”之路仍然任重道遠。電子消費卡始終是一項短期財政措施，長遠應思考加速產業結構調整等各項中長期的經濟奠基工作，尋找新的經濟增長點，實現經濟適度多元及可持續發展。

主要參考文獻：

1. Keynes, John Maynard (1936) *The General Theory of Employment, Interest, and Money*
2. Kamhon Kan et al. (2017) *Understanding Consumption Behavior: Evidence from Consumers' Reaction to Shopping Vouchers*
3. 甘樂年，〈澳門居民消費習慣與貨幣支出分配研究〉，2002年
4. 澳門特別行政區統計暨普查局網站<http://www.dsec.gov.mo>
5. 澳門特別行政區消費補貼計劃專頁<https://www.economia.gov.mo/consumo/>