

# 澳門 管理人 雜誌

## MACAU MANAGER



焦點故事

新媒體成企業新出路  
疫下各業經營困難

——用友軟件（澳門）有限公司  
推動澳門企業數字化升級轉型

訪盛豐珠寶金行總經理李居仁  
抓住機會謀求發展  
制度先行作好準備



管理人訪談錄

免費贈閱

本刊取閱地點：  
星光書店  
澳門文化廣場  
一書齋  
澳門管理專業協會



**Lot W**  
Waterfront Location  
Serviced Apartment

*A DIFFERENT STYLE OF LIFE*  
不一樣的舒適生活



**海洋花園**  
Ocean Gardens

No.83,Rua Seis dos Jardins do Oceano,Ocean Gardens,Taipa,Macau

Enquiry: 853-2881 1050 / 853-2881 1234 E-mail: [leasing@oceangardens.com.mo](mailto:leasing@oceangardens.com.mo) Web: <http://lotw.oceangardens.com.mo>

Owner



Property Manager



仲量聯行



6



16



32

**焦點故事 Focus**

- 6 疫下各業經營困難  
新媒體成企業新出路

**管理人訪談錄 Interview**

- 16 制度先行作好準備  
抓住機會謀求發展  
— 盛豐珠寶金行總經理李居仁

**企業個案 Case Study**

- 22 推動澳門企業數字化升級轉型  
— 用友軟件(澳門)有限公司

**灣區探射燈 GBA Spotlight**

- 24 將創新理念帶入大灣區  
— Levi's以創新帶動潮流的啓示

**27 澳門管理專業協會通訊 MMA News**

**聚焦中國 PRC Business Focus**

- 32 中國汽車新勢力  
— 蔚來的未來

**企業資訊 Guide to Business**

- 36 以智能創新及綠色科技實現可持續發展  
— 盛世集團

**社團專輯 An Eye on Association**

- 38 成立於危難之秋 百五載濟世為懷  
— 澳門鏡湖醫院慈善會

**投資之道 Investor's Update**

- 42 港股常見的ETF資訊分享

**管理新知 Management Updates**

- 44 Episode 3 - A Practical Framework  
of Business Coaching

**健康管理 Health Management**

- 48 減肥食品大解析 減重還是減數字

**澳門足跡 Footprints in Macau**

- 52 東方基金會會址

**圖書廊精選推介 Tips From the Librarian**

- 54 狼圖騰 — 姜戎

八月初的那十四天，或多或少令澳門人重回2020年疫情爆發初期的緊張狀態，可幸小城再次平安渡過。但幸福不是必然，這句說話已不知聽了多少遍。自強不息是首要。在國際風雲漸變之際，我們必須思考更多不倚靠外圍而生存、營運的方法。

澳門緊靠祖國，一直得到莫大支持，我們融入大灣區及國家發展相信是再正確不過。就我所知，已有不少朋友循着這方向邁進。有時一些年青人依然向我表示對未來不確定挑戰的猶豫或顧慮，我便說他們已具多方有利條件、平台，只需開放些思維、踏出一兩步罷了。畢竟，不要抱着有免費午餐的心態。

今期「澳門管理人」焦點故事探討新媒體時代下企業發展的新出路，或許能帶出我們如何好好把握新機遇的訊息。我猶記起較早前看見某內地網紅以直播銷售的情境，可以預見，這些綫上活動在未來將有更大的發展空間。我們不應落後，需勇往直前、迎難而上，才有更好的明天。■

2021年9月 | 第三季季刊 | 第87期



**社長 Director :** 劉永誠  
**編審 Editor :** 澳門管理專業協會—編輯委員會  
**執行總編輯 Managing Editor :** 李藻森  
**編輯 Assistant Editors :** 梁文雁、黎志偉、盧孟睿、陳慧敏、  
 陳婉屏、林佩玉、陸美紅  
**撰稿人 Writers for this Issue :** 鄧匯恒、黃健威、黎志偉、  
 蘇振輝、余渭恆  
**行政編輯 Administrative Editor :** 諸禕  
**記者 Reporters :** 郭婉雯、甄慶悅  
**廣告聯絡 Advertising :** 蘇葆雯  
**設計 Design :** 莊嘉莉

**製作 Production :**



**印刷 Printing :** Tipografia Welfare Lda.

**發行情量 Print run :** 2,000 本

特別鳴謝資助機構  
 Special Thanks to Sponsor :



**PUBLISHER**

Macau Management Association  
 澳門管理專業協會  
 Rua de Xangai 175, Edif. ACM, 9º Andar, Macau  
 澳門新口岸上海街一百七十五號中華總商會大廈九樓  
 Tel 電話 : (853) 2832 3233  
 Fax 傳真 : (853) 2832 3267  
 Email 電子郵件 : mma@macau.ctm.net  
 Website 網址 : www.mma.org.mo

MACAU MANAGER is published quarterly mainly in Chinese by Macau Management Association (MMA). Opinions expressed in articles and other materials are those of the authors, they do not necessarily reflect the views of MMA. Prior approval is needed for reproducing any part of this magazine.

澳門管理人雜誌為澳門管理專業協會定期出版之中文季刊雜誌。本刊物內之文章並不代表本會意見，翻印或轉載本刊任何內容，均須事先徵求本會允許。

If you are interested in placing advertisement in Macau Manager, please contact us at (853) 2832 3233

如閣下有興趣於澳門管理人雜誌刊登廣告，請電 (853) 2832 3233

# 中銀 Smart Parents

## 親子齊賞 全家樂享



詳情請掃碼



辦理指定業務享有專屬優惠高達

### MOP1,288元

(指定業務包括：壽險產品、儲蓄賬戶、基金、財稅通、月存寶、手機銀行)



滿足指定條件更可獲得價值

### MOP500元 綜合酒店餐飲券



條款細則：

1. 推廣日期由2021年7月1日至12月31日。
2. 推廣對象為家長及其未成年子女；客戶需透過客戶經理或電服中心登記，每項業務每位客戶僅可獲獎賞一次，回贈時需已開立澳門中銀手機銀行方可獲回贈，獎賞名額有限，先到先得。
3. 優惠詳情請向客戶經理或致電服務熱線88895566查詢。
4. 上述優惠均受相關條款及細則約束，本行保留隨時修改/暫停或取消推廣活動或修訂條款及細則之權利而無須事先通知；如有任何爭議，本行保留最終解釋及決定權。



服務熱線 888 95566  
www.bankofchina.com/mo



中國銀行  
BANK OF CHINA

澳門分行  
MACAU BRANCH





# 疫下各業經營困難 新媒體成企業新出路





**新**冠肺炎疫情影響下，澳門各業均受到不同程度影響，其中旅遊、零售及相關行業影響顯著，本地企業，尤其是中小企紛紛尋求外地市場。疫下世界各地均實施出入境限制，但互聯網不受地域和出行所限，利用網絡宣傳和近年興起的新媒體平台成為本地企業的新出路。

## 微辣文化集團有限公司

澳門新媒體市場起步晚，但澳門現在亦有一些發展較成熟的自媒體企業，其中微辣文化集團有限公司於2013年成立，屬澳門較早發展的自媒體企業。微辣透過多元化的影音作品，通過各大網絡平臺，以搞笑共鳴的風格，創造最有趣的娛樂體驗。「微辣Manner」在各大社交平臺擁有龐大的流量，總粉絲數超過15,000,000，視頻總瀏覽量已超40億。粉絲來自香港、澳門、內地、台灣、馬來西亞、東南亞等地區。

該公司執行董事兼人力資源部總監姜偉靖表示，多年前看到網上新媒體是很好的渠道推廣本地的文創和演藝，於是加入微辣，至今發展不俗。微辣製作以粵語為主，因此透過網絡可以連結到世界各地懂粵語的網民，將微辣推廣至世界各地。

對於新媒體的發展，姜偉靖認為，目前澳門的新媒體多以“搞笑”作為網上內容載體，雖然本地音樂亦可利用新媒體作媒介，受語言局限亦較少，但面對來自世界各地的激烈競爭，必須另闢蹊徑。將幽默與粵語結合，較易找到受眾，所以澳門的新媒體多採取這種方式發展。

在市場發展方面，姜偉靖表示，本澳的新媒體發展已算不錯，澳門地方小，尚未有市場“行情”，於是項目很容易便能集工作團隊，以及吸納一班有意從事此行業但沒經驗的人士參與，從而產生差異性和新鮮感。此外，澳門本身可能有些人有意從事新媒體但苦於沒出路，當相關企業出現後，他們便有了渠道將作品傳遞出去，加上自媒體的出現，讓澳門孵化出新媒體的行業雛型。

姜偉靖表示，澳門具備“一國兩制”的優勢，在創作題材方面會較豐富，這亦是吸引內

地粉絲的原因。隨著社會發展，一些文化的象徵亦有所轉變，例如以往覺得是很粗俗的罵人言辭，在現今的網絡世界中已變成說粵語人士的一種身份認同。唯政府雖過去多年扶持澳門文創發展，但政策持續轉變，令業界無所適從，打亂了企業計劃部署。

姜偉靖表示，局限澳門發展新媒體的主因還是市場小，人力資源缺乏，城市發展向某些行業傾斜，所以在澳門作小規模孵化尚可，若要發展至企業式經營，規模化擴充，肯定要離開澳門到鄰近地區作資源整合，尤其是澳門缺乏產業資源，沒有影視產業，致令微辣需與外地作連結才能繼續發展。在疫情影響下，地方人員往來受限，減少了很多與其他地方的交流，包括網絡電影、跨地域合作全部停頓，阻礙了整體發展。新媒體很依賴企業的廣告投放以維持生存，然而澳門的經濟生態不一定完全有利新媒



**姜偉靖：中小企可以先從自媒體做起，在社交平台上作推廣，建立一定基礎後，再與新媒體合作。**

體的發展，因為澳門大部分企業都是中小企，市場推廣亦不蓬勃，但新媒體與中小企有很大的連結，所以在這方面還有提升空間。

姜偉靖表示，很多中小企只在澳門經營，新媒體的優勢則是連結外地公眾，如果中小企的發展較成熟想發展外地市場時，本地企業因有“澳門”作品牌背書，新媒體絕對有能力將企業推廣至香港、台灣等其他地區，但澳門的零售網上吸引不到外地買家，網絡平台的作用未能突顯；澳門中小企的主要客戶是本地的大企業、政府和民生，所以對新媒體的需求亦較低。但當傳統市場出現萎縮，便需要將產品及服務透過網絡推廣至其他地區，雖然面對更大競爭，但只要有自身的特色和定位，便會有出路。中小企可以先從自媒體做起，企業先行在社交平台上作推廣，當建立一定基礎後，便可以與新媒體合作，





增加流量，效果更好。

姜偉靖表示，現今世界各地企業的經營模式是趨向將不同業務分散在不同地方，最重要是定位好不同地方的業務，而要持續發展，一定是內容為王，微辣一直投資優質內容，同時把握正確的定位，內容必須有差異性，利用地區優勢，同時緊貼網絡文化，從而引起網民的話題和關注。

姜偉靖認為，澳門自媒體充滿挑戰，微辣是打開了一條出路，讓其他人知道自媒體的可能性，但商業模式和內容難以複製，自媒體可以利用澳門的地域優勢，與大灣區以至廣東省合作，將不同的產品推廣出去，內地的產品可透過澳門的自媒體，將產品推廣至外地如葡語國家等不同地區。不過澳門要發展此產業必須加強人力資源培訓，並需要大政策長遠支持，希望政府能對此產業給予一定的政策傾斜，推動產業發展。



## 澳門新媒體聯盟

雖然澳門新媒體的發展仍在起步階段，但不少人均看好新媒體在澳門的發展前景。澳門新媒體聯盟早於2016年6月成立，該聯盟是聯合澳珠兩地自媒體大號共同設立的合作平台，旨在通過整合新媒體資源，形成有效聯動、聯合傳播、融合發展，實現新聞內容全面覆蓋，提升自媒體平台價值，是目前澳門最大的自媒體聯盟，旗下擁有超過20個優質公眾號。

澳門新媒體聯盟主席朱海生表示，聯盟成立的初衷是希望協助從事自媒體、新媒體的人士，因為這些人多不是專業傳媒出身，只是喜歡從事媒體工作，以致質量有所參差。新媒體聯盟希望搭建一個平台，為澳門的年輕自媒體人士提供培訓及交流的機會，讓他們能夠更好地了解行業的運作。

此外，聯盟至今舉辦了五場新媒體大講堂活動，累計有1,500人出席，線上直播則有3,000多萬觀眾在線觀看。大講堂邀請澳門及內地已有成績甚至是當紅的自媒體機構或主播來澳，與本地同行分享經驗。朱海生表示，這類交流活動可以讓包括青年企業家的澳門年青人找到一個融入大灣區的平台，透過與講者的互動，讓年青人可更了解在內地應該如何發展自己的媒體，創新創業甚至就業。

朱海生認為，經過多期活動，大講堂對澳門年輕人的影響亦非常大，尤其是內地知名直播主分享經驗，包括如何做直播帶貨，如何經營自媒體，如何建立工作團隊，如何經營未來的發展等，對自媒體、電商及網絡帶貨人有很好的引導作用。澳門作為旅遊休閒城市，一些旅遊產品如機票、酒店等很受內地消費者歡迎，今年一位內地直播主在一場直播中為澳門航空銷售了總值逾四千萬澳門元的機票，意味著大量購買機票的旅客將來澳旅



**朱海生：隨著社會發展，企業早晚都要使用新媒體，所以越早接受，對企業的發展越有好處。**

遊，為澳門經濟復甦帶來動力。

對於澳門自媒體的發展情況，朱海生指出，聯盟成立了五年，在這幾年間看到澳門自媒體有頗大的發展，例如以往人們只認識新媒體這個詞，但對實際操作一知半解，根本不知道如何經營新媒體。經過這五年的發展，加上本地開展各種培訓和交流活動，澳門的自媒體更加規範化，亦懂得如何利用新媒體平台，不管是企業宣傳或打造對外形象均明顯提高。

至於本地企業尚未習慣使用新媒體作推廣，朱海生認為，澳門不少中小企對於直播帶貨這種宣傳模式還不是很熟悉，亦覺得沒有必要，但受新冠疫情影響，不論企業或特區政府，如今對新媒體的態度均有很大的變化，尤其現在遊客銳減，企業需要找一個銷售商品的新窗口，當企業認識到新媒體確可以協助他們宣傳和銷售產品後，了解到新媒體的營銷模式可



以帶動企業發展，甚至可以減低員工及租金成本，便會更樂於使用新媒體作銷售渠道。

不過澳門比較受歡迎產品的企業多屬於老字號，經營思維較固化，如何去改變他們的經營方式去使用新媒體？朱海生認為，當老字號親眼看到其他使用新媒體的企業銷售額更好時，便自然產生採用新媒體銷售的想法，且隨著社會發展，企業早晚都要使用新媒體，所以越早接受，對企業的發展越有好處。

雖然澳門新媒體起步較晚，市場發展亦不如內地，但朱海生認為，澳門仍有較明顯的優勢，澳門有文化底蘊和本土特色，四百多年的歷史沉澱，在新媒體上可以更容易發展。聯盟便是讓澳門的新媒體和自媒體共同發展的平台，打造澳門這個品牌，輸出產品、輸人才，同時把內地的優質資源引進來。不過要打造好澳門這個新媒體品牌，還需要特區政府及各方面的支持和引導下，澳門的新媒體才會更健康和快速發展起來。

### 馬介休娛樂製作有限公司

澳門的新媒體公司數量雖然不多，但近年亦有一些新媒體闖出名堂。馬介休娛樂製作有限公司是網絡影片製作公司，自2016年10月開始營運，近5年來在不同領域均有發展。該公司聯合創辦人及創作總監凌永豪坦言，公司現在仍是小型企業，有十名全職員工，幕前演員有十多位，部分屬兼職性質。

馬介休最初主要在Facebook上



發佈短片，現時業務包括網絡短片、廣告製作以及商業宣傳片拍攝服務，同時亦有相關人員負責活動策劃及製作，影片主要在各大社交平台播放。隨著網絡平台發展，公司的影片亦趨向碎片化製作，讓受眾更容易於各平台上看到。

對於澳門經營新媒體的困難程度，凌永豪笑言，如果最高難度是10分，在澳門經營新媒體的難度可以說有15分。人們在生活穩定後才會追求娛樂，但如果社會環境艱難，經營娛

樂事業便更困難。2019年開始，疫情及社會環境對娛樂業發展帶來很大影響，馬介休曾在廣東省有發展機會，但疫情下團隊未能與內地接洽及開展工作，粵港澳大灣區的網絡人因而集中在本土發展。

雖然未能拓展業務，但凌永豪認為，留在本地發展亦有好處，因為澳門很看重內地市場，有些企業想利用內地網絡直播主和網紅協助推廣，但疫情下他們很難來到澳門工作，因此本地企業都會嘗試找本地公司及表演者製作宣傳影片，令本地新媒體工作者有更多發展機會，而且企業通常不會只找一家公司進行網絡宣傳，所以宣傳工作便會擴散至不同公司乃至個人。企業對於網絡宣傳平台的接受程度有所提高，只要有合適的社交平台及網絡紅人，企業都樂意在網絡平台上開展宣傳工作。然而雖有不少本地企業會利用網絡平台進行宣傳活動，但仍未形成足夠大的市場支撐本地新媒體行業發展。

凌永豪直言，澳門的人口及消費數字與鄰近地區不同，當旅客量減少時，由於香港及內地本來有足夠的消費人口，當地企業在新媒體宣傳上仍會投入較多預算，但澳門的情況卻截然不同，若只能吸引到本地居民消費，澳門中小企則未必願意投放太多宣傳預算，他們會覺得即使投放再多的宣傳費用，也只能吸引到為數不多的本地居民。不過近期有本地中小企了解到網絡宣傳的效益，開始邀請新媒體公司或網絡紅人進行宣傳推廣，希望吸引更多客人。雖然澳門現階段旅客不多，中小企的宣傳經費亦有限，但新媒體公司及網絡紅人都願意作出相應的調整，互惠互利。

凌永豪慨歎，這一年多以來，行業受到疫情影響而發展困難，因為澳門新媒體的受眾主要是粵語市場，但除了要符合本地觀眾的口味，亦要兼顧內地及香港等華語地區的觀眾。



**凌永豪：雖有不少本地企業會利用網絡平台進行宣傳活動，但仍未形成足夠大的市場支撐本地新媒體行業發展。**

不過澳門有其自身優勢，一方面可以與內地交流，另一方面可以與國際接軌，即使內地的新媒體發展領先，但仍然會有內地企業希望以澳門作為橋樑打開國際市場。若要突圍而出，澳門的新媒體公司、直播主等就要適應競爭環境，好好利用澳門的獨特文化，創作出符合內地及國際華語地區人士口味的作品。

凌永豪指出，澳門被賦予了橋樑的角色，如果要本地的新媒體發展完全融入內地市場，反而會減弱自身特色，繼而失去優勢，所以澳門的新媒體還應保持其獨有的特色文化。目前澳門旅遊局正在開展「澳門文旅博主孵化計劃」，希望能利用成功例子影響更多澳門人投身新媒體行業，成為文化旅遊達人，推動澳門新媒體行業的發展，同時促進旅遊業，亦令內地及華語

地區認識到澳門作為橋樑的獨特角色，這將會是澳門新媒體未來的發展方向。

凌永豪認為，澳門雖然小，但新媒體仍有發展空間，雖然行業市場不穩，但只要持續投入，因應市場變化而採取相應的營運方式，新媒體行業在商業發展上便可化危為機，前景仍然樂觀。

## 澳門宏臻網絡傳媒有限公司

隨著社交平台不斷發展，利用不同平台推廣產品及服務已成為不少企業主要宣傳策略，尤其內地消費者很習慣透過互聯網、社交平台或消費平台獲取各類資訊，澳門作為旅遊城市，旅客客源又以內地為主，因此，近年開始有企業在內地平台投放資源作宣傳推廣。

澳門宏臻網絡傳媒有限公司作為內地近年受歡迎的社交平台“小紅書”及“攜程美食林”的澳門代理，近兩年開始接到澳門企業的生意。該公司市場銷售總監何樂然表示，其公司數年前已開始代理內地的社交平台推廣業務，如大眾點評、全球購等。目前公司在澳門的市場推廣客戶主要是餐飲美食方面，近期亦開始酒店方面的業務。

何樂然表示，“小紅書”是近兩、三年發展很快的平台，內地及澳門都有不少人玩“小紅書”，尤其是疫情期間，很多人會透過“小紅書”分享生活，或看“小紅書”視頻學煮食、護膚等，由於越來越多人瀏覽“小紅書”的視頻或文章，因此開始有本地企業查詢能否在小紅書上作一些宣傳推廣，例如找一些達人探店或KOL作宣傳等，甚至可以投放廣告以增加曝光。但無論在哪些個平台進行宣傳，都必須有一些內容累積，例如攜程美食林屬於較新的平台，但在疫情期間，該平台的流量大增，澳門旅遊局亦在攜程建立了星球號，提供酒店及美食優惠。

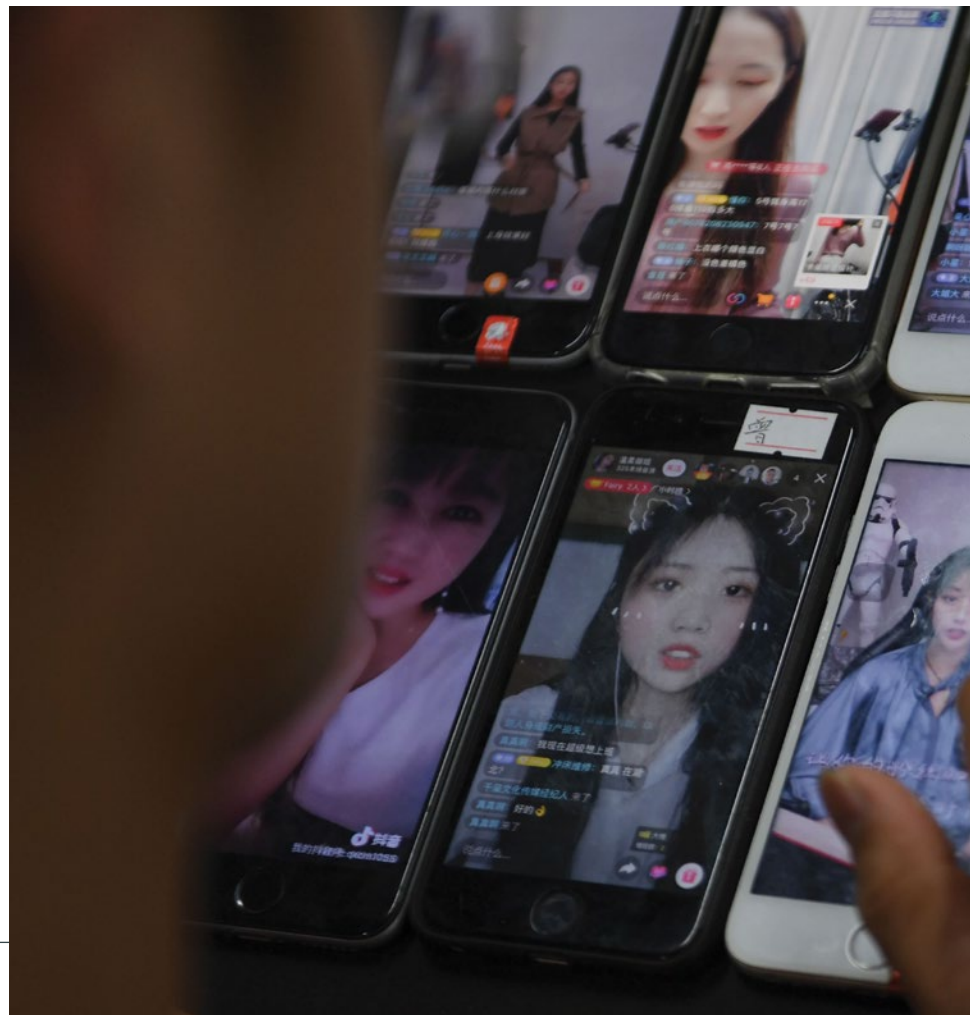
至於如何推動澳門中小企業使用平台促銷，何樂然指出，平台亦受到疫情影響，平台方面亦透過一些新方式希望

可以促進營銷，但亦要企業本身理解利用這些平台進行宣傳推廣會取得的效果，因為澳門不少中小企經營者都已有一定年紀，對平台這類新事物的了解有限，要他們投放資源在這些平台上會有一定困難。不過近年政府及教育機構均有開設課程向企業介紹平台等新興的推廣渠道，當企業對這些平台有更多的了解後，便會明白在平台推廣是如何運作，並能根據本身的情況選擇合適的平台作推廣。

何樂然表示，每家企業有本身的特色和需要，不能只看平台熱度高便選用，企業可透過一些培訓課程對推廣平台有一個基本的認知，亦會了解到哪些平台或方式適合企業作推廣，亦可先在一些容易入手的平台作宣傳體驗，例如企業在小紅書作推廣需要很多素材，並非



**何樂然：**每家企業有本身的特色和需要，可先在一些容易入手的平台作宣傳體驗。



邀請網紅作一次或數次宣傳便可，需要持續有素材輸出才能保持熱度，食肆開始時可以在攜程美食林上開直播作推廣，當累積一定經驗和人氣後，便可以在小紅書上作推廣。其實新媒體亦是近數年才興起，但發展迅速，企業看到新媒體平台的宣傳作用後，便會明白使用平台宣傳的重要性。

何樂然所屬的公司除了代理內地多個平台外，亦會為客戶制訂在平台的宣傳方案。何樂然表示，其公司目前主要以餐飲業顧客為主，因為現在很多內地旅客來澳多會從這些平台上看看餐廳食肆的介紹，包括食品品質、用餐環境等，尤其是有網紅介紹的食肆就更具吸引力，所以餐廳食肆在平台作推廣，回報會較容易。

不過在平台進行宣傳推廣，還要配合其他營銷手段創造一個閉環效果，才能綁定消費者。何樂然指出，

餐廳或食肆可以在推廣中加入不同的優惠，通過直播折扣或贈品的方式，吸引消費者到店鋪消費，當消費者滿意店鋪的食品或服務，亦會給予店鋪評價，這類消費者的真實評價和分享會更容易引起迴響，因此，店鋪在平台上的網絡行銷方式非常重要。

何樂然表示，其公司為客戶策劃平台宣傳時，最困難是協助客戶確定要輸出的內容，甚至還包括如何通過關鍵字在平台上投放廣告。去年疫情出現後，有更多商戶願意與直播主合作，提供更多優惠，該直播主與消費者互動，吸引消費者。經過這兩年的發展，不少客戶都感受到平台推廣的效果，甚至願意投放更多資源在平台推廣，所以澳門中小企最重要是明白何謂平台推廣，只要他們願意跨出第一步，認識新媒體平台，便可以好好利用平台作宣傳。

## 澳門直播基地

隨著網絡平台興起，逐漸衍生一些新的工種，其中直播主便隨著網絡平台而蓬勃發展。澳門直播基地是本地首家集專業直播與培訓於一身的創新型電商服務平台，由澳門買手發展有限公司打造，淘寶直播和淘寶全球購授權。直播基地佔地面積5,000平方尺，有10個專業直播間、6個專櫃直播區，以及共用會議室、樣品展示區、品牌洽談區等多功能區域。

直播基地致力發掘及培育澳門本地直播人才，並提供選品、上架、物流、運營、客服等一站式服務，協助本地品牌與國內主播及全球買手對接，為有意往內地發展的企業量身定制專屬的電商推廣方案。

澳門直播基地行政總裁朱小娟透露，該基地是在很偶然的情況下建立起來，主因是自去年疫情爆發後，許多長期旅居國外的直播主在過年期間回國後，都不能再到國外繼續直播工作。後來澳門與內地恢復通關，考慮到澳門是國際城市，亦是自由貿易港，商品可全球免稅，於是去年十一月便組織團隊前往澳門安排直播帶貨活動，結果成交額達1,300多萬元人民幣。

由於直播成績理想，於是朱小娟透過阿里巴巴與澳門經濟及科技發展局溝通，探討是否能長期採用直播帶貨的模式，協助澳門的企業走出去，因此於去年十二月在澳門政府的大力支持下，通過淘寶全球購開展了“澳門百店”項目，在電商平台上以直播帶貨的方式，助澳門企業走進內地市場。該項目至今已為61家澳門企業提供服務，受疫情所限，目前主要以內地市場為主，在疫情穩定後，或可走向全球。

朱小娟認為，電商直播在澳門的發展前景明朗，因此萌生建立直播基地的念頭，以基地作中轉站，協助解





決本地企業與內地主播的溝通問題，讓雙方建立合作關係，透過電商平台讓內地主播為澳門企業帶貨。過去半年，直播基地結算予企業主的貨款逾500萬元，由此可見，直播基地在協助澳門企業走進內地市場上確實取得優異成績。

直播間銷售的商品，都是由直播主挑選，他們的主要收入是佣金，銷量越多佣金越多，因此直播主會選取商品有吸引力且願意備貨的企業合作。朱小娟慨歎，願意事前備貨的本地企業不多，不少企業憂慮大量備貨後，若銷量不理想可能會造成損失，但企業不備貨，直播主又不大願意合作，如果這個問題不解決，澳門企業亦難以充分利用直播帶貨的銷售模式。

直播基地在教育方面進行了不少工作，包括協助企業學習如何利用網絡平台作推廣，隨後企業便可以按實際需要再進一步發展。此外，基地亦開展了主播培訓課程，學員可以在基地實習，從而培養更多澳門本地主播。事實上，主播可說是銷售人員，只是他們的售貨場地在電商平台上，直播間就是門店，除了交貨予主播銷售外，企業亦可以自己開設直播間帶貨，方便快捷。

**朱小娟：只要澳門企業願意改變固有的經營思維，直播帶貨對澳門中小企來說，是一個很好的銷售渠道。**



朱小娟指出，任何行業都有其發展階段，澳門在電商直播的發展仍較慢，規模不大，所以建議本地企業現階段可與內地知名主播合作，於內地電商平台直播帶貨推廣商品。直播銷售是一個長期的零售模式，且沒有地區限制，企業或主播都可以在不同平台進行直播帶貨，只要學會相關技巧，累積人氣，並懂得如何引導粉絲購買商品，便可以充分利用這個銷售渠道。

內地的電商直播發展成熟，澳門該如何提升競爭力？朱小娟認為，擁有良好地理位置及開放網絡環境，都是澳門的優勢，除了內地，亦能輕易對接台灣、香港等市場，背後還有特區政府支持，這對電商直播發展十分有利。此外，對內地來說，澳門屬境外，目前內地居民可以免隔離進出的境外地區只有澳門，如果企業能邀請直播主到店鋪現場體驗，粉絲看到現場實景，亦會引發其購買欲。今年七月至八月，在特區政府及阿里平台淘寶的支持下，舉行了“澳門直播節”，邀請了超過30名內地知名主播來澳直播帶貨，推銷澳門企業的商品。是次活動總成交金額逾8,800萬元，其中在內地知名購物主播薇婭的首場澳門專場直播中，短短一個半小時內成交單數已逾32萬。

朱小娟分享到，這些直播活動均是與澳門青年企業家協會一同合作舉辦，澳門是一個社團社會，與社團合作推動會有很好的效果，當然最重要是企業本身要有優質的商品，例如珠寶首飾，內地消費者對澳門品牌的信心很高，認為店鋪不會弄虛作假，早前便有內地主播為澳門一家珠寶店帶貨，三個多小時賣了一千多件商品，共值200多萬澳門元。其他商品如藥品、食品等也很受歡迎。因此，只要澳門企業願意改變固有的經營思維，直播帶貨對澳門中小企來說，是一個很好的銷售渠道。■



# 建築廢料收費 你要知

第22/2020號行政法規《建築廢料管理制度》

2021年1月17日正式生效

家居裝修所產生的裝修廢料  
運往建築廢料堆填區處理  
須繳付相應傾卸費



拆座廁 \$



改間隔 \$\$



全屋換地板 \$\$\$

## 小貼士



裝修時減少不必要的清拆工程，避免浪費



瞭解清楚建築廢料收費詳情

切勿胡亂丟棄建築廢料 違者可被罰款澳門幣5萬至20萬元





# 制度先行作好準備 抓住機會謀求發展

## 盛豐珠寶金行總經理李居仁

**先**敬羅衣後敬人，金勞、金筆、金火機是老一輩港澳生意人的重要行頭，但真正做金業的人卻強調，要有探險家精神、不服輸，講求制度又不失人情味，盛豐珠寶金行總經理李居仁如是說，「凡事要做足準備，機會不知何時到來。容易做的生意，亦容易消失，難做的生意才能長遠。你放多少心力，就有多少保障。」

現在不論澳門、企業還是員工都要多元化。

提起澳門的珠寶店，很多人會想到盛豐，想到李子豐子承父業。1983年創業，由巷尾半邊舖做起，一路打拼到新馬路正街，連開多間大舖的三代金匠奮鬥史。李子豐的接班人李居仁亦有其故事，原來年少時的他想做消防員，最終卻在金業界馳騁，現身

兼澳門金業同業公會理事長、青年企業家協會會長等職務，為業界、商界出謀獻策。

李居仁回憶，爸爸創業之初與媽媽攜手打江山，並無伙記。爸爸經常外出，擔心媽媽一個女人看舖危險，故不論平日放學、放假，他都去店裡幫忙，「當時只有半間舖，我在飾櫃尾做功課，客人來時就斟茶、擦玻璃。」



客人要改戒指，我就送貨給打金師傅，天天都在看、在等，自然了解到各道工序。」

「是否立志入行？其實不是！每個小朋友都有夢想，年輕時總有很多想法，會問自己是否要做這行。」他笑稱，舅公在香港做高級消防員，遇重大火災時會接受電視台採訪，當時感覺，當消防員也不錯，但人大了、經歷多了，最終情歸珠寶行業，決定性時刻是廿四歲那年，他應爸爸要求去香港修讀美國寶石學院（GIA）珠寶鑑定師課程，但要考取牌照是相當困難的事，既要在一年的課程中學懂分辨真石、假石、礦石等，終極考試更要求學員在二千粒鑽石中抽二十粒去鑑定，就像出證書一般，試卷就是證書。考生要論證這二十粒石的成分、比重、光譜、形狀等特徵並做評級，一粒石一份證書，百分百正確才能過關，任何出錯必須重考。

「讀的時候覺得很困難，但我考一次就過關。自此我才明白，原來從小到大，耳濡目染，我一看便大約知道這粒石是真是假。考試時，我便循真石的方向去論證，由結果倒推比較順利。其他只靠讀書的同學則不同，他們對寶石的真假抱懷疑態度，要做很多功夫，執著要用光譜還是色澤、比重等去論證。他們都覺得奇怪，



## 誰又會想到， 李居仁兒時的 夢想竟是做 消防員。

為何我知道寶石的真假？我確實答不出來，總之拿上手，憑感覺大概知道。我從這次考試覺悟到，既然自小在珠寶行業潛移默化，何必去其他地方轉彎碰釘，去摸石頭呢？我是吃這行飯的人，就不用想太多了。」

李居仁自小跟李子豐學做生意，一直與盛豐同成長，去日本、韓國留學亦與此有關，「年少時，盛豐規模不算大，比較後期才做團客生意，主要是韓、日團。當時爸爸不懂日文、韓文，容易吃虧，我就去日、韓攻讀語言。」他表示，當年日客講求誠信，但要和日本人達成生意協議也要花不少功夫，「日本客會到現場

考察，日本人認為，商舖知有人視察，必把門面收拾企理，故不值得看。但越隱蔽的地方越能看到管理水平，他們會借機去看廁所或者倉庫，諸如此類。他們又會約你打球，當然並非看你球技有多厲害，而是觀察你拼命還是保守？這些經驗對我日後做生意、決策，幫助很大。」

時隔多年，到底李居仁現在喜歡易做還是難做的生意？答案是多元化，這是盛豐的傳統，也是他從父親身上學到的，不能將所有雞蛋放在同一個籃裡，「以前，澳門很多珠寶行做半日生意就夠，早上開店，下午休息。他們志不在本地客，早上做團客就夠了，但我爸爸早上做團客，下午做本地客。結果，回歸前的澳門腥風血雨，外國出旅遊警示，旅客幾乎絕跡，很多做團客的珠寶行都結業，我們卻在新馬路多開了兩間分店，這對我很啟發。」

盛豐三十多年來紮根澳門，現為本地規模最大、最綜合性的珠寶店。期間不斷因應市場變化而變陣，由最初只做街坊生意，到幾乎包攬韓國、日本團客，再由內地團客做到自由行，有門市、電商，產品包括金飾、鐘錶、鑽石、玉器、高級訂製。李居仁的弟弟李居明亦創立了一個全新的珠寶品牌——Entwine Jewellery。



李氏父子多年來走得相當前，李居仁2003年接任總經理又進一步，「走得前都是逼出來，由爸爸創辦盛豐開始，就因應不同經濟時期而有不同的發展策略，但無論當年治安問題抑或疫情來臨，我們都不立即關舖炒人。其實，養人壓力大，逼著你要想很多，例如要多元化，要有不同路線，你不知何時發生逆向變化。所以，我們會做本地客，又有電商，又有企業單，下半年金光大道亦有兩間新店開張，因要全局化部署，只要在澳門適合，我們都希望參與。這並非盲目種火頭，而是根據公司發展所需。我們做電商，就是培養客人。」

要數盛豐近年最大動作，當是2013年在澳珠跨工區設立總部，實行「省港澳」營運模式，即香港原材料採購、內地製造、澳門銷售。李居仁坦言，早在2010年已發現澳門人資漸缺，生意難拓展，必須重整旗鼓。下定決心到跨工區開總部，當中有幾

個原因，如第一，澳門開始缺技術人才，「我當年做了很多工作如檢測鑑證，諸多事情好像有心無力。澳門沒正規培訓，很難請到合適的人才。我在跨工區可面向全國招聘，相對來講人才配套資源比較豐富。」第二，盛豐希望向外企學習自主研發、生產，才能有自身品牌。第三，支援澳門整個行業的轉型升級，這就是李居仁提出並著手推動的建議，冀將澳門產業鏈由東線即香港轉移到西線的澳門。

他解釋，澳門金業百分之九十為零售，企業規模比較小、產品款式比較單一，完全依賴香港產業鏈。澳門業界通常在香港購入原料，通過香港中介代辦公司「併單」到內地生產，再運回香港，最後發貨澳門。現在幾間香港中介公司在澳門業界間兜售，此模式有利有弊，所謂利就是方便、資金需求較少，適合澳門企業的規模，弊則制約了發展，「如果大家都在溫室中，就有同質化效應，街頭

巷尾的產品差不多一樣，容易產生惡性競爭。以上問題大家都知，但誰去做、改變？沒人願意走出舒適圈，因為太方便。然而中間多了一層代理，令澳門珠寶行的貨品成本高，外資則連鎖式，統一採購、發單，成本相對低，且市場競爭力更強。小眾吃大餅，但大多數人就去爭食，分野甚大，大家都要思考。」

盛豐在跨工區設總部多年，除最初打算解決財務等行政人資問題外，亦慢慢建立起團隊並有新發展，對盛豐及業界來說，互惠互利，「現在我們有分析、採購、研發團隊，可集中自身資源去做採購、包廠生產，有自己的產業鏈。滿足到自身需要之餘，亦可幫助澳門同業。現在疫情所限，他們去不到香港，我們便助業界併單去生產。集中行業需求，成本降低，可以做更多工作。例如，我們與省檢測站合作，每件產品均有第三方證書，最後才配送到店舖，從而提升



盛豐珠海總部辦公室



## 新冠疫情反覆不定，重挫澳門經濟， 李居仁呼籲政府、業界甚至全社會思 考疫後出路。

盛豐的品牌價值。儘管成本增加了，但提升了消費者購買信心，證書寫明是什麼顏色就是什麼顏色，有第三方檢測。其他珠寶行要去香港做鑑證，成本及時間都不划算，但我們做到。另外，能夠接觸到最新的工藝產品，這就是跨工區的政策紅利。」

李居仁坦言，跟爸爸做生意時，見過他被人拒絕等情況，體會到商場如戰場，很多事並非理所當然，一買一賣那麼簡單，內裡涉及眾多角力。盛豐有了總部且實踐一段時間後，覺得可以幫到澳門業界，從業員亦能慢慢提升、多元化，不一定只做銷售，

「小企業很難做到OEM，廠家要有一定的訂單量才發單，故需要整合行業需求。既然我們現有這渠道，便開始組織業界，希望改變產業鏈，以往被香港左右，現在澳門份額就該由澳門決定！但如果沒這個總部，我根本沒條件去想，或者推動改變。」

世界政經形勢時刻在變，新冠疫情反覆不定，重挫澳門經濟，珠寶業豈能獨善其身，面對多變的未來，李居仁呼籲政府、業界甚至全社會思考疫後出路。他有感博彩開放帶動澳門整體經濟高速發展，各行各業受惠，惟外資與本地企業的成長比例以及紅

利分配不平衡。賭權開放後很多外企來澳，其成長速度飛快，紮根澳門幾十年的中小微企，增長未必符合預期。儘管一定比回歸前好，但大家要思考的是，為何本土沒外企的超大增長？「澳門人比較實際，以前鹹魚青菜好下飯，現在可能好一點，有魚有肉，但他們可能不知，好多外來企業一來澳門已經魚翅鮑魚。」

李居仁亦感嘆，澳門疫前有三千萬人次旅客，外企與本土中小微企的成長已經是「兩個世界」，博企亦不一定能事事關照，他們也有自身政策及要求，「例如商場招商，澳門企業未必達到他們要求的水平，現在的結論是，整條金光大道商場都是同一堆品牌。疫情出現後又有新問題，外企相對顧慮不多，而紮根在此的老澳門會和你一齊熬下去！」

他指出，養得起澳門人與澳門要



自強是兩個概念，以前的發展模式是「最重要的是能養家活口，高福利、高工資。」澳門由「0到1」確實需要這種模式，但由「1到2」便要深思，「澳門百分之九十是中小企，若疫情重臨，很多企業關門，會有大量人失業。這是長遠的政治考量，疫後經濟思維需政府、企業家以至全澳市民重新思考，特別是博彩合同快將到期要重新競投之際。」紮根澳門的企

**李居仁認為，要進內地市場，必先懂內地政策情況，否則碰釘傷身。**

業現主求生存，要讓他們發展需讓更多旅客認識澳門品牌，如此才能壯大並持續有強大的生命力，「過去市道好，很少人會想這些問題，現在逆境，很多企業家已在思考，可一般人仍難離開舒適圈。」

對此，李居仁看重近年在金業公會及青企積極推動的電商，「辦法不怕老套，只是不斷重複，用不同工具去做，時機最重要。過去港商珠寶行在內地的知名度高，因港澳、內地都看香港電視台。惟十年河東，十年河西，現在內地較少人看香港電視節目，又因疫情及社會事件，各大平台正嘗試新事物，加上澳門政府開始帶動，網紅漸轉移陣地來澳門，本地品牌應趁機殺入內地市場，且先不說能否做到生意，先要令內地民眾認知澳門的品牌，待疫情舒緩或者重新通關，來澳時，便不會只去指定的那幾間店。或許澳門土壤不同，需時準備，但此為澳門商界必行之路，且要快，當機立斷。」

做生意，講求策略、管理及執行，而更多是心態。就近年最多人說的大灣區，早在2003年已到上海開店的李居仁認為，要進內地市場，必先懂內地政策情況，否則碰釘傷身，「進駐跨工區時，我一方面了解政策，一方面寫好可能性報告，逐個約見可能規管我們的部門，陳述想法思路，不可行的先刪除不做。開始時自己也很痛苦，2010年人人都趕高峰期開多幾間門市，我反去珠海開總部，為了打通多重關卡，用了近一年時間，後勤基地才真正落實運作，因當時國家對黃金的監管比較特別，政策不太通，後勤總部做不到我想要的效應，白交租差不多一年，又不敢請人，只能簡單做會計等工作。」

當年的李居仁縱感徬徨，仍不斷向內地、澳門方面爭取，終守得雲開見月明。他強調，政策只是框架，可以寫得很寬。然而人們經常講「大門開、

小門不開」上層政策寫好了，下層部門不奉行亦難以發展，須互相溝通，「園區海關等有關部門多次到盛豐總部巡查、開會，我們按足其規範去管理，即大家達至平衡點，既在他們的可控範圍，我們又做到工作。當中困難一定有，其實每上一個台階都有好大阻力，必須要面對，你要有探險家精神，要用行動探險，要有不服輸的精神。」他指出內地管理者漸趨年輕，年紀跟他差不多，彼此想法開始接近，且近年內地管理思維創新，領導者很投入，非常值得我們學習。

至於管理，李居仁說，港珠澳三地員工份屬不同崗位，各有不同管理模式，總括而言是一視同仁、對事不對人，「這是我的作風。樂觀看，每個人都有其長處，要善用。例如，有些人銷售力強，觀人於微，業績又好，但通常比粗魯，難像名店人員般優雅。有些人很有禮貌，面皮卻不夠厚。不過，去博企店與去街邊店的客人不同，銷售手法及要求不一樣。」

在芸芸管理元素之中，李居仁認為制度最重要，「家族式經營最重要的是『不聽是非』，要制度先行，我們亦不斷改良。遇到問題，得先看清事件，不因人廢言、廢事，或總認定某人必錯。若員工違反制度，當然是他錯。否則須深入研究，到底發生了什麼事，是否公司手冊『過了期』？我們便要因應事件，重訂新制度。」

李居仁雖為太子爺，卻曾在香港的日本交通公社打過工、做導遊，期間學懂了公司不是總經理一言堂，若財務長不同意某些決策，可拉倒整件事，故必須尊重財務，「總經理由很多不同部門支援，決策不應只是總經理自己所想，而是彼此商議的結果。我們總部有不同部門，各有決策權限。若彼此分析一致，決策信心自然大，若我的想法與其他部門不同，而又想知道效果，我會小試牛刀。當然，若分析結果太過負面，便不會嘗試。」



## 李居仁指出內地管理者漸趨年輕，且近年內地管理思維創新，領導者很投入，非常值得我們學習。

年青時的他亦因此碰過軟釘。李居仁笑稱，年青時多少有點優越感，總想開拓一番新事業，突顯能力，但總會碰釘，碰得多就會成長。他當年想模仿香港走專門店模式，開了一間鐘錶專門店，卻不太成功，「幸好肯聽別人意見，沒全面落實。因當時賭權未開放，澳門土壤未適合，我的想法太早，當時的業態就是綜合式，一家人都會來光顧，可能爸媽想要買戒指手鐲送親戚，但同來的兒子要買手錶。故要照顧不同需求，一間店不能只賣金，沒有錶或者鑽石，也奇怪我當時沒深刻研究客戶群。」

至於未來，李居仁仍專注本業，重視橫向及多元發展，繼續看好內地市場，「希望多一些內地同胞認識到盛豐及澳門珠寶市場，惠及同業。」他另一重任是承傳，「弟弟年紀小我14年，是我帶他去英國讀書，當時他七歲。讀完書，他最初不想回澳門，我們談了很久，最終帶他回來。爸爸

有一句說得很對，誘導他：珠寶養大你，你不喜歡這行業或者不想入行，不要緊，但要讀珠寶鑑證課程，我們三兄弟都讀了。讀完之後，將來請人管理都好，自己必須要懂珠寶。我都會跟兒子說這一番話。我們幾代人都做這行，你必須先認識，這是家族任務，將來做不做，到時再說。任何事要試過才知自己喜不喜歡，將來有什麼看法再協商。」

他繼續笑著說，現在已開始讓11歲的兒子看自己工作，強調這並非入行與否的問題，而是人生閱歷，「我當年都是這樣，初時發呆，慢慢就會聽。我當年陪爸爸去拜訪日本旅行社的老闆，想談市場開拓，但被拒見，我們一直等到老闆下班，才能親自遞名片，才打開關係，之後逢年過節都打招呼，讓人記住，最後感動了他，雙方展開了合作關係。所以說，要做足準備，機會不知何時到來。否則人家有需求，客戶也不會第一時間想起你。」



2019年企業服務大會 - 大合照



2019年企業服務大會 - 與科大合作項目簽訂



社團管理系統分享會 - 活動開場



中小企YonSuite系統分享會 - 活動開場

# 推動澳門企業數字化升級轉型 ——用友軟件（澳門）有限公司

**隨**著網絡科技及大數據發展，政府部門、各行各業、社團和學校都需要數字化升級轉型，以配合社會發展大趨勢。用友軟件（澳門）有限公司（下稱“澳門用友”）母公司為用友網絡科技股份有限公司（股票代碼 600588），作為中國和全球領先的企業和公共組織數字化平台與服務提供商，澳門用友為本澳企業的數字化升級和轉型發揮了重要作用。

用友網絡創立於1988年，該公司致力於用創想與技術推動商業和社會

進步，通過構建和運行全球領先的商業創新平台——用友BIP，服務企業數智化轉型和商業創新，讓企業雲服務隨需而用。

當前，用友網絡位居企業雲服務市場第一、企業APaaS雲服務市場第一、中國企業應用SaaS市場佔有率第一、中國ERP雲市場份額第一，是中國企業數字化服務和軟件國產化自主創新的領導廠商，在人力、財務、營銷、協同、採購、製造、供應鏈、金融服務等領域為客戶提供數字化、

智能化、高彈性、安全可靠、平台化、生態化、全球化和社會化的企業雲服務產品與解決方案。

澳門用友成立於2009年9月7日。十多年來，該公司已經服務澳門本地企業客戶超過150多家，涵蓋政府部門、大學、社團、博彩娛樂、金融、製造、批發和零售等行業。用友將優秀的管理實踐和數字技術帶入澳門，為澳門企業、社團及公共組織的數字化升級和轉型而努力，為澳門智慧城市成就更多商業創新和社會進步而奮鬥。

## “先立足，後發展”

該公司董事總經理劉美祥表示，2002年用友在香港成立了海外總部，當時香港的公司亦負責澳門業務，但後來澳門經濟發展飛快，許多企業需要管理實現升級，便開始考慮在澳門設立分部。及後用友與南光（集團）有限公司簽訂了戰略合作協議，當時南光想將企業內部信息化，於是便促成了設立子公司澳門用友的計劃。

澳門用友成立之初只有三名職員，發展至今已有約四十名員工，2018年在珠海設立開發中心，目前約有十名職員。劉美祥表示，受疫情影響，博彩及零售等行業的需求減少，但銀行及建築行業的需求增加。

劉美祥認為，政府政策對科技企業發展很重要，因為澳門政府一直對內地企業持開放態度，亦希望更多內地企業到澳門發展，加強其經濟多元發展，所以對其公司亦提供不少協助。同時澳門用友持續培訓本地員工，為澳門資訊科技發展培養人才。

## “強產品，重服務”

用友主要提供多方面數字化服務，首先是協助企業進行平台開發，用人工智能、大數據等底層技術開發業務系統，按用戶的需求開發其所需的業務系統，例如協助社團及博企開



劉美祥

發前中後的平台。其中在中台服務方面，現今企業會收集到大量數據，但由於數據量大，不可能單靠人手或原有的流程留意數據變化，必須透過人工智能技術進行分析整合。

此外，用友為客戶提供營銷、採購、製造、供應鏈、金融、財務、人力及協同等八大領域的服務。劉美祥表示，這些服務可為公司搭建所需系統，例如有企業需要建立網上商城，便可以為其搭建營銷系統，又或者有企業需要內部採購，邀請不同的供應商投標、報價、評價，用友亦可提供相關的系統服務。

劉美祥還舉例協助企業以雲計算方式實現企業ERP系統與多家銀行系統的直聯一點接入，實現企業銀行帳戶的付款、餘額查詢、回單查詢等功能，企業客戶毋須每次為轉帳等事務

親臨銀行或在網上戶口登出登入，只要在企業ERP系統中進行多戶資金調撥，操作更便捷。

對於澳門的發展前景，劉美祥表示，用友在澳門的業績增長很快，近年均有雙位數增長，今年預計增長更高達百分之三十。而目前幾乎所有本地的大型企業都是公司的客戶，所以進一步的發展空間變得有限。現在目標是繼續發展中小企市場，只是中小企的預算有限，特區政府雖有很多支持政策，但在資金支持方面暫時不多。由於中小企業的轉型不是一次便可完成，所以如果單靠企業自行轉型，在成本及預算方面的考慮下，會有一定困難，而“雲服務”將是中小企數字化轉型的機會。

劉美祥指出，澳門規定“雲端伺服器”一定要設在澳門本地，數據不能離開澳門，這將很大地限制了其技術發展。有關規定是智慧城市的一部分，各行業都需要數字化，但將“雲”設在澳門，會提高公司成本，澳門市場又有限，如果容許使用在內地的“雲”，便可減低營運成本。橫琴將是另一個發展空間，按澳門的發展方向，橫琴擴大了企業的發展空間，澳門用友亦已為此作好準備。

在澳門，與用友同類型的公司不多。劉美祥表示，澳門用友技術優勢主要在研發方面及本地化服務，公司近年在研發上的投入較大，今年研發項目已開展了近五千個，技術上可以完全配合發展需要。

對於未來發展規劃，劉美祥表示，本澳中小企業是其中一個目標市場，今年亦有邀請相關企業會面，了解一個簡單易用的“開箱即用”雲服務系統，以配合其企業的發展需要。此外，銀行業界數字化發展很快，但澳門本身的數字化基礎較弱，內地銀行在這方面較澳門走得更前，因此，這亦會是未來發展的另一個重點領域。■

我們致力於用創想與技術 推動商業和社會進步

### YonBIP 商業創新平台

Yonyou

☑ 企業雲服務入口

☑ 生態服務

☑ 應用服務SaaS / 業務服務BaaS / 數據服務DaaS / 金融服務FaaS...

☑ 行業雲: 金融、能源、娛樂、社服... ☑ ISV生態: 工業APP、行業服務APP... ☑ 客戶個性化: 服裝外掛程序、車房OPD...

☑ 營銷雲 ☑ 採購雲 ☑ 製造雲 ☑ 供應雲 ☑ 金融雲 ☑ 財務雲 ☑ 人力雲 ☑ 協同雲

☑ 業務中台

☑ 數據中台

☑ 智能中台

☑ 技術平台

☑ 微服務框架 ☑ 容器雲 ☑ DevOps ☑ AIoT ☑ 區塊鏈

☑ 低代碼開發平台 ☑ 連接平台 ☑ 雲市場

☑ 友戶通 ☑ 友戶會 ☑ 開發者社區

☑ 應用平台 企業 組織 流程 權限 主數據 元數據 全球化

☑ 營銷中台 採購中台 製造中台 供應中台 金融中台 財務中台 人力中台 協同中台

☑ 數據湖DataLake 數據工場DPaaS 智能分析BIaaS 智能工場AIIaaS 模型算法 機器人RPA

☑ IUAP含技術平台、數據中台、智能中台、應用平台、低代碼開發平台及連接平台



# 將創新理念帶入大灣區 —— Levi's以創新帶動潮流的啟示

文 澳門管理學院客席講師、澳門經濟學會諮詢委員會副主席 蘇振輝

**近**年聽青年朋友談得頗多的是“三創”：創新、創意、創業。這三者背後的意義，是有必要理清楚的，這樣也好為青年人進入大灣區發展，做好準備。

青年入灣區，眼睛盯住和心中想着的，除了置業定居，幾乎都是與創業相關的問題。事實上，管理學告訴我們，容易進入的市場，往往離場率也相當高。創業重中之重的是要守持以恆，就是一般人常說的企業的持續經營。能讓創立的生意得以持續生存發展，是一門很艱深的學問。筆者在走訪大灣區期間的所見所聞，加上向一些大灣區創業朋友取經，今天綜合整理下來，與讀者分享一些心得。

首先要弄清楚一點，創新不僅限於“科技創新”，從管理學、市場學、變革管理等理論來看，除了應用科技上的創新之外，引入新的產能、發掘新的顧客群、創造一個新產品、延續產品生命週期等等，均可能讓生產、製造或服務型態發生重大的變化，這就是創新。創新的結果，甚至可以引發一場新的重大的革命。

至於創意，一般的概念多停留在“文化創意”上面，其實“創意”有更為深刻的含義，它是引發革命性改變的動力之源，任何創新幾乎都來自創意。因此，創意帶來創新、創新支持創業行為。企業的持續生存與發展，與創意、創新都有着極大的關聯。



### 一、從牛仔褲的兩場變革中汲取創意營養

朋友們可能會問，既然創意比創新更重要，是動力之源，那麼，有沒有實例可以說明一下？

筆者曾經在牛仔布廠工作過，因此很有興趣探索牛仔褲的歷史與文化。不妨在這裏與讀者們分享一下。

牛仔褲，恐怕是當代無人不知的衣着，其誕生至今，已有168年的歷史，比之現代社會人們普遍穿着的恤衫西褲、領呔革履的歷史要短得多。但其在全球影響之廣泛，普及之迅速，則恐怕其它服飾無出其右。

十九世紀中葉，美洲的三藩市被華工們稱做舊金山，因為這裏淘金業很發達。大批勞工來到這裏淘金碰運氣。

為了減少衣着的損耗，當地一些裁縫便順勢而為，推出以帆布作布料裁剪而成的長褲賣給淘金工人。因為帆布耐磨，故此很受歡迎。其中有個聰明人—李維·史特勞斯，發現顧客前來修補褲子，總是在袋口、鍊牌這些地方發生磨損，他遂產生一個意念：如果在這些地方加固，可能更受歡迎，當然，產品更耐用，也可以賣得更好價錢。於是，他在這些地方加上一顆顆鉚釘，看起來也很特別美觀。1853年，第一條加固的帆布褲誕生，被淘金工搶購之餘，更親切稱之為李維(Levi's)牛仔褲。因為這樣一個小創意，便改造了一個產品，並形成了一個新的品牌，還帶起歷時逾一個半世紀的潮流，歷久不衰。而這第一條牛仔褲，今天已放在博物館展覽。

這種被稱為“色織勞動布”的牛仔布料，只是以經紗、緯紗相交織成。而結構簡單的布料都很容易縮水。於是，到了上個世紀，牛仔布廠商在競爭中制造出一台“縮水機”，用約兩吋厚的高熱膠輥壓拉布料，把經紗硬是擠壓至“內捲”，於是拉出來的布料基本定型，製成的牛仔褲不再縮水，牛仔褲從此更受到市場的歡迎。

牛仔褲這兩次創意的革新，帶來產品創新，收獲了市場口碑，贏得了可觀利潤，並且持續了品牌的潮流。牛仔褲遂成為時裝界的一個神話。

### 二、大灣區創業還要加大創新元素

最近，“2021澳門青年創意創業大賽”進入決賽階段。這個由澳門舉辦的比賽，受到筆者的注意，其原因是這個比賽映射出澳門對創意的重視，澳門不再是“創意沙漠”。

儘管在22個決賽項目之中，屬於澳門隊參賽的只佔10隊，涉及大灣區創業的項目也不多，但無可否認，“澳門創意”已在起步之中。

下面，不妨總結幾點個人看法，與進入或準備進入大灣區創業的朋友們分享一下。

第一，創新來自創意，而創意可以是面向市場的、面對產品的、也可以面向客戶群的，但目的只有一個，就是有利於企業的產品與服務得到認同，並可以讓企業持續生存與發展。

第二，筆者見過一些進入大灣區創業失敗個案，基本上都有一個特點：墨守成規。


一家相當有名的文化企業，移植到大灣區僅幾年時間，便迅速退出了市場。其經營者與我認識，她為此曾有過一番感慨：“深圳的生活方式，並不適合這家企業的文化，這是這家知名企業不得不倒閉的主要原因。”

又有一名澳門的大學生畢業後在內地創業，最初在網上都把它成功例子直接搬用，結果很快就無法經營下去。之後，他重新發力，將公司的經營方式改為網紅平台，在旅遊、美食、體育、廣東文化等多方面逐步加大宣傳，積累粉絲，並以團隊方式經

營，最終打開了局面。

近年，環保業在大灣區是一支新興的大產業，筆者了解到，目前進入灣區創業的環保先鋒，很多都不再走前人的路線，他們積極推出“光觸媒”之類的領先產品，爭取佔領市場，因此打開了一片新的天地。

第三，創新將會是下一階段引領產業大發展和推動就業市場的重要元素。筆者已在多個不同場合指出，習近平主席在5月底的一次全國重要科技會議上的講話，提出“科教興國、人才強國、創新驅動發展”的三大戰略。其中，創新驅動發展這個戰略，可以說是對全球化、現代化歷史的精闢總結。自第一次工業革命到今天，社會在發展，人類在進步，其間每個成就，無不與創新有關。牛仔褲的歷史固然如此，5G科技的演進亦然。下一個重大的人類創新事件，是否會出現在大灣區？是否會由澳門青年所創？不妨拭目以待。

筆者十分期望，澳門青年可以在大灣區為社會發展創造新的輝煌！

## 創新將會是下一階段引領產業大發展和推動就業市場的重要元素。



中國銀行盃  
Bank of China Trophy

GMC Global Management Challenge

世界管理挑戰賽2021  
Global Management Challenge 2021

澳門區

一起為澳門爭奪世界冠軍殊榮！

報名日期  
Registration Period

06/09/2021



08/10/2021

全球最大型的線上策略管理比賽

學生隊費用全免

Free Registration for Student Team

立即登入 [www.worldgmc.com/macao](http://www.worldgmc.com/macao) 報名吧！



Registration



贊助機構  
Sponsors



協辦機構  
Special Cooperation



澳門管理專業協會 Macau Management Association

電話 TEL 8296 0737 (劉小姐 Ms. Lau) 8296 0718 (歐陽小姐 Ms. Ao leong) 傳真 FAX 8296 0714 電郵 EMAIL [gmc-asia@mma.org.mo](mailto:gmc-asia@mma.org.mo)

地址 ADDRESS 澳門新口岸上海街一百七十五號中華總商會大廈九樓 Rua de Xangai 175, Edif. ACM, 9 Andar, Macau

主辦單位保留修改任何細節的權利，恕不另行通知。The Organizer reserves the right to amend any details without prior notice.



2021年9月 | September 2021

## 管協年青行政人員俱樂部：“善用數位轉型，優化客戶體驗”專題分享會

澳門管理專業協會屬下年青行政人員俱樂部主辦、澳門基金會資助的專題分享會“善用數位轉型，優化客戶體驗”於6月24日假澳門中華總商會五樓會議廳舉行。出席嘉賓有管協理事兼年青行政人員俱樂部主席覃伯德先生、副主席李秀雯女士及管協助理秘書長林佩玉女士。是次分享會特意邀請了兩位講者嘉賓，分別是美丹有限公司董事總經理蘇家圖先生，以及澳門直播基地行政總裁朱小娟女士，共同分享數字轉型及數位營銷的策略，吸引了約30名從事市場營銷及相關行業的人士參與。

期間，蘇家圖先生指出，引入智慧餐飲系統可令店舖更準確地預估銷售情況，有助節省成本，總體營業額亦有所提升，而智慧會員系統則有助商家了解各區客人口味，整體而言效益大於成本。朱小娟女士表示，目前公司已對接五十多個澳門本土品牌，本地企業可透過低成本、快運作的“代運營”模式合作，測試內地消



費市場的反應。澳門的特色食品、國際潮牌、原創珠寶以及葡語系國家特色產品等，均受內地消費者青睞，因此本地企業可把握商機，開拓內地市場。

## MMA Young Managers' Club: “Optimize Customer Experience through Digital Transformation”

Organized by MMA Young Managers' Club (YMC), sponsored by Macao Foundation, a sharing session themed “Optimize Customer Experience through Digital Transformation” was held on June 24. Mr. Chum Pak Tak, Council Member of MMA and Chairman of YMC, Ms. Doris Lei, Council Member of MMA and Vice-Chairman of YMC, and Ms. Jodie Lam, Assistant Secretary General of MMA attended the sharing session. Mr. Sam Sugiarto, Managing Director of Medan limited and Ms. Juli Zhu, CEO of Macao Live Streaming Station were invited to be the speakers.

During the sharing session, Mr. Sugiarto stated that the smart POS system is able to forecast the sales volume accurately, which

helps the business in cost reduction and increasing sales revenue. By using the smart membership system, it is easy to analyze the taste of costumers in different areas. The smart systems benefit the business in general. Ms. Zhu shared that there have been over 50 local enterprises joined their “Operation Agency” corporation program, which is a quick and low cost way to test the reaction of the Mainland market. Products such as Macanese food, international brand, original jewelry and products from Portuguese-speaking countries are favored by the Mainland costumers. Therefore, local enterprises should seize the opportunity to expand their business to the Mainland.

## 2021年度“中國銀行盃”世管賽澳門區賽事接受報名

澳門管理專業協會主辦、中國銀行澳門分行冠名贊助的2021年度“中國銀行盃”世界管理挑戰賽澳門區賽事即將於10月舉行。於澳門區賽事奪得冠、亞、季軍的隊伍，將會獲得相應的現金獎及獎盃。澳門區冠軍隊伍更將代表澳門出戰國際總決賽，與來自36個國家及地區代表競逐世界冠軍殊榮。

“世界管理挑戰賽”是全球最大型橫跨五大洲的策略性管理比賽，並為一年一度的國際賽事，比賽旨在於全球範圍內提高現代化企業管理水準及促進各國企業管理技術的規範化，至今全球已有超過三十個國家和地區參賽。澳門管理專業協會自1996年起引

入了此比賽，希望藉此為各行業培育更多的管理專才。

參賽者須組成3至5人之隊伍，於線上模擬管理一家上市公司，經營最近5個財政季度的決策及經營狀況，以獲取最佳投資表現為目標。參賽者可從虛擬營商環境中有效掌握企業的整體營運模式，提高對企業管理的了解與認知。

比賽報名日期由即日起至10月8日，有興趣人士可到世界管理挑戰賽澳門區官方網站[www.worldgmc.com/macao](http://www.worldgmc.com/macao)瀏覽賽事詳情及報名，倘有查詢，歡迎致電28323233與澳門管理專業協會聯絡。

## “Bank of China Trophy” Global Management Challenge 2021 - Macao Region

Organized by Macau Management Association (MMA) and title sponsored by Bank of China Macau Branch, the “Bank of China Trophy” Global Management Challenge 2021 - Macao Region will begin in October. The Champion team, 1<sup>st</sup> runner-up team and 2<sup>nd</sup> runner-up team will relatively receive cash prize and trophy. The Champion team of Macao Region will represent Macao to compete against 36 countries and regions for the World Championship Title at the International Final.

Global Management Challenge (GMC) is today's largest worldwide online strategy and management annual competition played in over 5 continents. GMC aims to improve modern corporate management standards, promote normalization and standardization of corporate management techniques across countries. There are over

30 countries and regionals have participated. MMA had introduced GMC to Macao since 1996, in order to cultivate management talents for the society.

Each team consists of 3 to 5 members to operate an online simulated stock listed company, making decisions for 5 financial quarters, aiming to achieve the best investment performance. Participants are able to learn how to manage and operate a listed company in the virtual business environment, understand and engage with different business model in which modern management is in practice. The registration opens until October 8. For interest parties, please visit GMC Macao official website at [www.worldgmc.com/macao](http://www.worldgmc.com/macao) for more information and registration. For inquiries, please contact MMA at 2832 3233.

## 管協組織參觀“慶祝中國共產黨成立100周年大型主題圖片展”

適逢中國共產黨成立100周年，澳門管理專業協會理事長劉永誠先生、副理事長兼名譽秘書長黃顯輝先生、副理事長莫志偉先生及何小敏女士於7月2日率領管協職員，參觀由中華人民共和國國務院新聞辦公室、澳門特別行政區政府和中央人民政府駐澳門特別行政區聯絡辦公室共同主辦的“中國共產黨的100年——慶祝中國共產黨成立100周年大型主題圖片展”，現場得到澳門基金會行政委員會委員黎振強先生的親切接待。是次參觀活動旨在增進員工的國情知識及對祖國的歸屬感，以及加深對中國共產黨偉大成就的了解。

展覽共分為“建立中國共產黨，奪取新民主主義革命偉大勝利”、“成立中華人民共和國，進行社會主義革命和建設”、“實行改革開放，開創和發展中國特色社會主義”、“推進中國特色社會主義進入新時代，全面建成小康社會，開啟全面建設社會主義現代化國家新征程”四個部分，並通過298張歷史照片，重溫中國共產黨的百年奮鬥歷程，回顧了中國改革道路上政治、經濟、民生等各方面所取得的輝煌成就。

理事長劉永誠先生表示，是次展覽當中所展示的歷史圖片均彌足珍貴，員工們不但從中對中國共產黨不同階段的奮鬥歷程及各項



偉大成就有更深入了解，同時亦加深對黨史及國家歷史的認識，增強對黨及祖國的自豪感。

未來，管協將積極參與更多國情專題活動，以更深入了解祖國的重要歷史及發展進程，致力弘揚愛國愛澳的情懷。

## MMA Visited Photo Exhibition “100<sup>th</sup> Anniversary of the Founding of the CPC”

In view of the centenary of the establishment of the Communist Party of China (CPC), Macau Management Association (MMA) recently organized for its staff a tour to the large scale photo exhibition celebrating the 100<sup>th</sup> Anniversary of the Founding of the CPC, and had received a warm welcome from Mr. Lai Chan Keong, member of the Administration Council of the Macau Foundation.

Led by Mr. Tommy Lau, Council Chairman of MMA, Mr. Vong Hin Fai, Council Vice-Chairman & Honorary Secretary General of MMA, Mr. Alex Mok and Ms. Simone Ho, Council Vice-Chairmen, the group was given a guided tour of the photos during the visit, which deepened their understanding of the century-long history of the CPC, enabling staff to strengthen their national knowledge and identity, also to gain a deeper understanding of important milestones accomplished by the CPC.

To commemorate the 100<sup>th</sup> Anniversary of the Founding of the CPC, the large-scale photo exhibition was jointly organized by the State Council Information Office of the People's Republic of China, the Macao SAR Government, and the Liaison Office of the Central People's Government in the Macao SAR. The exhibition was divided into four sections featuring 298 vivid photos to form a comprehensive

display of the centuries of struggle of the Chinese Communist Party through text and imagery: “Founding the CPC and Seizing the Great Victory of the New-Democratic Revolution”, “Founding the People's Republic of China and Carrying Out Socialist Revolution and Construction”, “Promoting Reform and Opening Up and Creating and Developing Socialism with Chinese Characteristics” and “Advancing Socialism with Chinese Characteristics into the New Era, Completing a Moderately Prosperous Society in All Respects and Embarking on a New Journey to Fully Build a Modern Socialist China”. The group was benefited from an overview of its significant achievements during the country's reform journey across the fields of politics, economy, peoples' livelihoods and beyond.

Mr. Tommy Lau stated that the photography exhibition included a number of precious and meaningful historical photos. He believed MMA staff was given an opportunity to learn about the Party and the country's history as well as their sense of belonging.

Looking ahead, MMA would spare no effort to take part in more national activities in enriching staff's understanding of the Chinese history and contemporary development as well as dedicating to promoting patriotic and the spirit of loving the Motherland and Macao.

## 澳門隊勇奪2019年度世管賽國際總決賽冠軍

受新冠肺炎疫情影響，原定於葡萄牙舉行的2019年度世界管理挑戰賽——國際總決賽延期至今年7月19日至27日於線上舉行。澳門代表隊在16支國家隊伍中以準決賽小組第2名的成績進入決賽，並在決賽擊敗其餘7支強隊，奪得該年度國際賽冠軍，也是澳門繼2007及2016年度世管賽國際總決賽獲勝後再下一城，第三次摘取桂冠。是次決賽於7月27日在線上展開，澳門代表隊與來自巴西、捷克共和國、肯尼亞、波蘭、葡萄牙、俄羅斯及西班牙的七支勁旅爭奪冠軍寶座。澳門隊在決賽第2、3回合稍為落後，但在第4、5回合突圍而出，最後成功力壓捷克代表隊，再次登上世管賽國際總決賽的冠軍寶座，亞軍與季軍則分別由捷克及波蘭獲得。承辦世管賽澳門區賽



事的澳門管理專業協會理事長劉永誠先生表示，澳門代表隊在面對疫情和激烈競爭的雙重挑戰下，於決賽中仍展現出色表現，最終不負眾望，贏得賽事最高殊榮，他為隊伍的勝出感到自豪，並感謝所有隊員為比賽付出的不懈努力和堅持。世管賽不但讓學生將金融及管理知識學以致用，和不同

國家及地區的參賽隊伍於比賽中交流切磋時，亦見識到各地精英的實力，有效提升自身的專業水平。2019年度“中國銀行盃”世界管理挑戰賽澳門區賽事共有178隊參加，包括158隊學生隊、20隊混合隊及企業隊。最後由來自澳門科技大學的學生楊寅棟、陳可慧、鄭博文及蔣珺逸組成的隊伍—Instinctive贏得澳門地區賽，取得了國際總決賽的入場券，並與來自世界各地的精英隊伍競逐世界冠軍。

## Macao Team Won the World Champion at the International Final of GMC 2019

Due to all the restrictions imposed by the pandemic in the last 18 months, it has not been possible to organize the physical competition of the International Final of Global Management Challenge (GMC) 2019. The Final, which should have been held in April 2020 in Lisbon, was held entirely online from July 19 to July 27 this year. After several rounds of eliminations, Macao team excelled among 16 global teams and claimed the honor of World Championship. It is worth mentioning that this is Macao's 3<sup>rd</sup> World Champion title after the ones at the 2007 and 2016 editions. The final round was held online on July 27. The Macao team competed for the world title with the 7 top-ranked countries and regions including Brazil, Czech Republic, Kenya, Poland, Portugal, Russia and Spain. The team had fully met the challenges to display their skills and outperformed their competitors through several rounds of competition and finally crowned the World Championship, while Czech Republic came as the 1<sup>st</sup> Runner-up followed by Poland. Mr. Tommy Lau, Council Chairman of Macau Management Association (MMA), as well as the organizer of GMC Macao Region remarked that in

spite of challenges brought about by COVID-19, the team had gone above and beyond, demonstrated resilience and given their best shots. Mr. Lau congratulated the winning team on their outstanding accomplishment and commended for their tremendous efforts in preparing for the competition as well as perseverance in adversity which made him proud. The team expressed that it had been a valuable real-practice experience for them, not only enhancing the knowledge they had learned but also improved their capabilities in management and decision-making; as well as to understand the management culture and operation methods of different places, and therefore broaden their horizons. There were 178 teams took part in the "Bank of China Trophy" GMC 2019 - Macao Region with 158 student teams and 20 corporate and mixed teams. Team Instinctive comprised 4 undergraduate students from Macau University of Science and Technology: Yang Yindong, Chen Kehui, Zheng Bowen and Jiang Junyi. They stood out among the teams at the Macao Regional Final and won candidacy for the International Final and compete with the teams around the globe.



## 澳門管理學院2021/2022學年開學禮

澳門管理學院2021/2022學年開學禮於9月3日以線上直播形式進行，由管院院長唐繼宗博士主持。唐繼宗博士致辭歡迎全體新生加入，並勉勵學生學以致用，將來協助澳門融入國家的發展規劃，善用國家給予澳門特區“一國兩制”的制度優勢，把握粵港澳大灣區的發展機遇，共同建設澳門社會，成為一個對家庭有承擔及對社會有貢獻的人才。

## MIM 2021/2022 Academic Year Opening Ceremony

The opening ceremony of 2020/2021 academic year of Macau Institute of Management (MIM) was held on September 3 in the form of live streaming. The ceremony was hosted by Dr. Samuel Tong, President of MIM, who welcomed all freshmen with enlightening speech. He encouraged students to make good use of what they have learned. By taking the advantage of "One Country, Two Systems" of Macao, students will be able to grasp the opportunities in the Guangdong-Hong Kong-Macao Greater Bay Area, make contribution to the Macao social, and become a responsible talent to family and society.

2021年9月 | September 2021

## “2021年度澳門餐飲業在職培訓計劃”新聞發佈會

澳門管理學院與澳門餐飲業聯合商會聯合主辦，澳門特別行政區政府旅遊局資助的“2021年度澳門餐飲業在職培訓計劃”於7月6日假管院演講室舉辦新聞發佈會，出席嘉賓包括澳門管理專業協會理事長劉永誠先生、管協副理事長及管院校董會副主席莫志偉先生、管協副理事長鄭堅立先生、理事李柱坤先生及李傑志先生、管院院長唐繼宗博士、澳門餐飲業聯合商會理事長李汝榮先生及副理事長羅錦焜先生。

今屆培訓計劃包括4個短期課程、3個專題講座、1個團隊建設活動，以及橫琴外訪考察團。考慮到疫情的影響以及智慧餐飲的發展趨勢，今屆計劃特意增加相關的培訓，如“如何利用新科技經營餐廳”、“善用網絡平台推銷及爆單”以及“食物安全及環境



衛生”等課程及講座，務求令餐飲業員工能得到適當的培訓，提升專業及服務水平。是次計劃的對象包括餐飲業界的前線員工及管理層，預計會有350名學員受惠。

## Press Conference of “F&B Training Program 2021”

Jointly Organized by Macau Institute of Management (MIM) and the United Association of Food and Beverage Merchants of Macao (UAFBMM), sponsored by Macao Government Tourism Office, the press conference of “F&B Training Program 2021” was held on July 6 in MIM seminar room. Mr. Tommy Lau, Council Chairman of MMA, Mr. Alex Mok, Council Vice-Chairman of MMA and Vice-President of MIM Board of Directors, Mr. Keegan Cheang, Council Vice-Chairman of MMA, Mr. Chu Kwan Li and Mr. Lei Kit Chi, Council Members of MMA, Dr. Samuel Tong, President of MIM, Mr. Kenneth Lei, Council Chairman of UAFBMM, and Mr. Lo Kam Kuan, Council

Vice-Chairman of UAFBMM attended the press conference. The training program includes 4 short-term courses, 3 seminars, 1 team building and Hengqin's Field Trip. Due to the pandemic situation and development of smart catering, there will be courses and seminars on these topics, such as “Technology Application in F&B Business”, “Optimizing Social Platform for Sales” and “Food Safety and Environmental Hygiene”. The program allows F&B employees to have suitable and timely training so as to enrich their knowledge and increase the service standard. The program welcomes F&B frontline staff and management in F&B industry, 350 participants are expected to benefit from it.

## 第十屆“銀娛青少年成就計劃”終極任務比賽

澳門管理專業協會及銀河娛樂集團合辦的第十屆“銀娛青少年成就計劃”(GEG YAP)終極任務比賽於9月11日順利進行。是次比賽主題為“YAP走進大灣區”，參賽隊伍須以模擬創業團隊的身份，提交一份競逐進駐橫琴的創業方案，並向評審進行模擬路演集資。是次比賽邀請了銀娛市場推廣事務客戶及行業分析副總裁黃錦燕女士、人才管理及領導力發展高級經理陳素琴女士、管協培訓導師利開健博士、林鎮昇博士和黎志豪先生擔任評審。進入決賽的隊伍提出多元化投資方案，包括補習班、退休產業、一站式排隊手機應用程式以及休閒農場等，比賽氣氛熱烈，評審對各隊的表演相當滿意。比賽結果將於年底舉辦的頒獎典禮上公佈，各得獎隊伍將會獲得相應的獎座、現金獎及禮品。



## GEG Youth Achievement Program 2020-21: Final Project Competition

Jointly organized by Macau Management Association (MMA) and Galaxy Entertainment Group (GEG), the Final Project Competition of GEG Youth Achievement Program (YAP) 2020-21 was successfully held on September 11. The theme of the competition was “YAP entering the Greater Bay Area”. The teams submitted a business proposal about starting a business in Hengqin, and presented it to the judges in the form of simulated roadshow. Ms. Jay Huang, Vice-President of Customer Insights & Competitor Analysis of GEG, Ms. Emily Chan, Senior Manager of Talent

Management & Leadership Development of GEG, Dr. Kevin Lei, Dr. Timothy Lam and Mr. Chester Lai, Trainers of MMA were invited to be the judges. The final teams presented various business proposals, including tuition centre, retirement industry, all-in-one queuing application and leisure farming. The competition was very intense and the teams had excellent performance. The result will be announced in the awarding ceremony at the end of the year. The winning teams will be awarded with trophies, cash prizes and prizes respectively.



進力工程有限公司

ACEL ENGINEERING CO. LTD



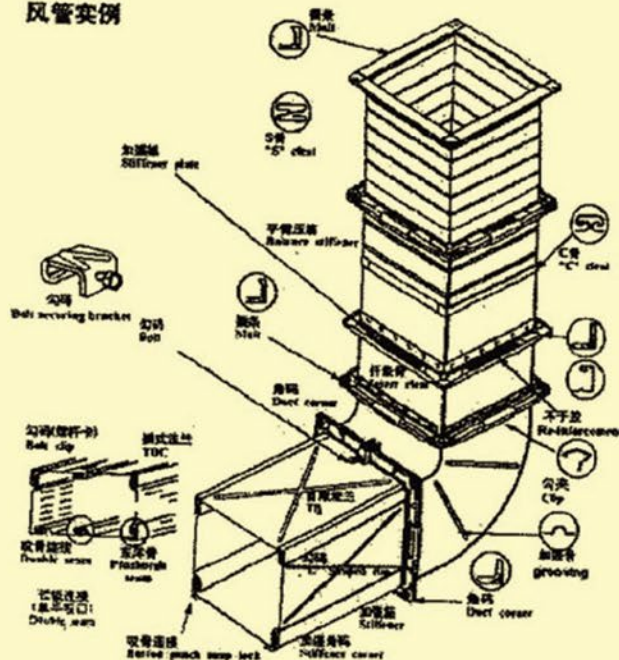
利捷達（澳門）機電工程有限公司  
AUTODUCT (MACAO) E & M ENGINEERING CO., LTD.

珠海保稅區利捷達五金制品有限公司  
ZHUHAI FREE TRADE ZONE AUTODUCT METAL PRODUCT COMPANY LTD.

### 專業空調及機電系統設計及安裝

專業空調風管供應工廠，按DW144標準生產加工  
“AUTODUCT” 排煙防火風管(400°C-2小時)  
澳門政府認可測試及消防局認可使用

#### 风管实例



#### 澳門辦公室

電話:+853 2823 8822 傳真:+853 2823 8112  
電郵: acelmacau@yahoo.com.hk  
澳門 宋玉生廣場 258號 建興龍廣場 14樓L座

#### 珠海工廠

電話:+86 756 8687832 傳真:+86 756 8687831  
電郵: autoduct@yahoo.com.hk  
珠海保稅區第48區域中電珠海公司保稅園區三號廠房東端

#### 部份工程業績照片



新濠天地



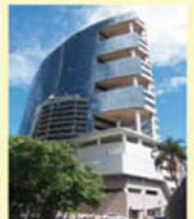
威尼斯人第五、六期



威尼斯人第一、二期



永利酒店第二期



政府交通事務局大樓

# 中國汽車新勢力 ——蔚來的未來

文 余渭恆 曼徹斯特大學工商管理碩士

**蔚**來汽車是一家全球化智能電動汽車公司，2014年11月由李斌、劉強東、李想、騰訊、高瓴資本、順為資本等企業家與企業聯合創立。剛成立幾年發展迅速，2018年更在美國成功上市，但蔚來在2019年諸事不順，全年淨虧損114億元人民幣，負面消息接連不斷出現，使蔚來陷入了成立以來的最大危機。2020年，新冠疫情使很多企業過得不容易，甚至部分企業未能挺住需要倒閉。偏偏蔚來卻“疫”境自強打出一場翻身仗，不但獲得數次大額融資，毛利率更在2020年第二季實現首次轉正，產能也一路上行。這期《聚焦中國》探討這家被認為能在內地市場與

特斯拉（Tesla）一較高下的企業，看看蔚來汽車這股中國造車的新勢力。

## 蔚來汽車的發展歷程

2014年11月，蔚來汽車由李斌等人聯合創立，創立的初心是要打造屬於中國的高性能智能電動車。蔚來是立足全球的初創品牌，在慕尼黑、倫敦、上海等13個城市設立了研發、設計、生產和商務機構，匯聚了數千名世界頂級的汽車、軟體和用戶體驗的行業人才。2016年11月，蔚來在倫敦發布了英文品牌“NIO”，推出全新Logo和全球最快電動汽車EP9。乘著資本的東風，蔚來汽車於2018年9月在美國紐交所上市，股票代碼NIO。

頂著中國新能源車企赴美上市第一股的光環，蔚來知名度節節攀升。從創立到上市，蔚來需時不到四年，特斯拉由創立到上市也需時七年。正當以為一切都在穩步上揚發展的時候，2019年迎來了蔚來成立以來最“焦頭爛額”的一年，上市後一年，蔚來股價一度跌至冰點，歷史最低位1.19美元。2019年同時也是蔚來命途坎坷的一年，在美國遭到集體訴訟、維修出現車輛起火問題、ES8因安全隱患大批量召回等事件使蔚來一度萎靡不振，後續取消財報電話會議、調整工資發放日等舉措更引發了市場各種負面揣測。到2020年，疫情來襲使全球汽車市場降溫，市場還在預測







圖1. 蔚來汽車12位車主代表在紐交所敲鐘



圖2. 中國規劃提出2025年新能源汽車佔汽車總銷量的25%

苦苦掙扎的蔚來會不會就此垮台，然而“天無絕人之路”，在2020年4月蔚來把中國總部落戶合肥，與合肥市建設投資控股、國投招商投資管理有限公司以及安徽省高新技術產業投資有限公司等戰略投資者簽署了關於投資蔚來中國的最終協議，根據投資協議，戰略投資者將向蔚來中國投資70億元人民幣，從此蔚來成為了一家擁有地方國資背景的企業。獲得了戰略投資的蔚來，銷量出現大幅上漲，股價亦開始復甦，距離歷史低位不到兩年的時間，截至2021年6月30日的數據，蔚來的股價已是53.2美元。

## 新能源汽車行業情況

有別於傳統汽車企業，蔚來屬於新能源汽車的領軍企業，長遠發展是被看好的。目前來看，新能源汽車行業已上升至國家發展戰略的高度，成為了新時代發展的趨勢。新能源汽車發展受到中國政府的推動和支持，主要原因有以下三個：第一，石油是不可再生資源，中國對石油的對外依賴度較高，長期處於較為緊張的狀態，新能源汽車的崛起能在一定程度上緩解中國對石油的大量需求；第二，基於保護環境的考量，汽車排放的廢氣是環境污染的重要來源，新能源汽車

能夠做到節能減排，是對環境友好的；第三，發達國家都在發展新能源汽車，中國不能落後，要借新能源這一波發展趨勢實現汽車強國的目標。在這三大原因的背景下，新能源汽車行業迎來迅速發展的機遇。中國新能源汽車行業主要依靠政策驅動去發展，中國已出台多項政策鼓勵新能源汽車發展，當中包括了降低新能源企業的進入門檻，提高了產品要求，完善了強制性標準，延長了新能源汽車財政補貼。

中國新能源汽車行業在過去幾年內經歷了飛速的發展，正從萌芽期邁向成長期。隨著科技和產業變革，新能源汽車已成為汽車行業轉型升級的中堅力量。然而，中國新能源汽車行業較易受到政策影響而產生波動，受補貼減少影響，2019年中國新能源汽車銷量出現首次下滑，但整體銷量仍然超過120萬。根據艾瑞諮詢的《2020年中國新能源汽車行業研究報告》指出，2020年受疫情影響，中國上半年新車銷量經歷斷崖式下降，但從3月開始快速回暖，7月份便迎來了首次同比正增長。在此之後，9月份銷量13.8萬，刷新了9月新能源汽車銷量的歷史記錄；11月銷量也突破了20萬大關。2020年中國新能源汽車整體銷量

超過136萬，這銷量成績得益於中國政府對新能源汽車消費的支持和企業的有力舉措。按照國家規劃的發展願景，2025年新能源汽車銷量有望突破500萬。

## 蔚來汽車的商業模式

蔚來是一家年輕的智能電動汽車品牌，但蔚來的視野從來不只是放在“造車”上，正如創始人李斌所說當初在構思創辦蔚來的時候，一直在思考什麼事情是蔚來能做，而現有的汽車企業做不了的。李斌認為蔚來要顛覆傳統汽車企業的造車思維，須要以用戶為中心，聚焦做一家“用戶企業”，重新構建與用戶的互動方式。傳統汽車企業一般將銷售過程和售後服務交由經銷商負責，蔚來則通過直銷模式直接接觸買家，拉近了企業與用戶的關係並強調了用戶體驗。蔚來核心思維在於構建全方位的服務體系，讓用戶與車企之間的關係僅限於交收汽車鑰匙的傳統生態，汽車交付才是蔚來對用戶服務的起點，蔚來構建的是一套圍繞用戶提供汽車全生命周期的閉環服務。蔚來的服務體系主要有三大板塊，蔚來能源（NIO Power）、蔚來服務（NIO Service）和蔚來中心（NIO House），服務範



圖3. 蔚來空間是車主和朋友的自由體驗空間

圍涵蓋銷售前後、銷售對象和產品，包括試駕、交付、充電、換電站、移動充電寶、維修、社區活動、專屬車主空間、線上線下互動平台等全流程服務。

蔚來能源 (NIO Power) 是蔚來在2017年12月推出的創新服務，建立充換電網絡，從此換電成為蔚來蓄能服務的一大特色。首座換電站在2018年落成並投入使用，蔚來在換電領域持續推動，到了2019年，蔚來研發出“超級充電樁”，並宣布正式對第三方品牌開放“一鍵加電”服務。2020年，蔚來宣布推出20kW直流超充樁，作為比原超充樁成本更低的替代方案。蔚來換電站包含的服務均可跨品牌使用，以超充樁為例，大部分使用過的車主也不是蔚來的車主，可見蔚來充電服務跨平台佈局效果初顯。蔚來的基礎服務還包括一定次數內終身免費異地加電、免費換電，並以“全自動換電，三分鐘完成”大幅減少用戶時間。

蔚來服務 (NIO Service) 主要圍繞汽車的售後服務，基礎服務包括首任車主享終身免費質保、終身免費道路救援、終身免費車聯網服務，而根

據不同車型定價的“服務無憂”、“保險無憂”套餐，內容覆蓋保險、維修、保養、代步等，務求做到“小問題”足不出戶解決，“大問題”有人上門取送車，即便是車在維修期間，車主也不會無車可用，這些都是蔚來強調對用戶全周期服務的核心環節。另外，蔚來推出手機應用程式是專注發展線上社區，將服務、用戶、員工，甚至衍生商品連接互動、社交、傳播的功能於一體，還可以在上面分享交流用車的體驗。

蔚來中心 (NIO House) 和蔚來空間 (NIO Space) 則屬於蔚來的線下活動空間，蔚來中心一般選址在內地一二線城市的核心商圈，一層為展示區，二層則是只對蔚來車主開放的功能區。蔚來中心設立目的旨在創造品牌生態和影響力，實際功能更傾向於用戶服務而不是單純的產品展示。對蔚來而言，選址在一線城市繁華商業區，租金與維護費用較高，會導致過高的邊際成本，但為了宣傳品牌，蔚來也在所不惜。自2019年起，蔚來開始設立成本更低、規模較小的蔚來空間作為銷售點，分佈在中小城市，有效提高銷量並降低單位成本。

## 蔚來的未來存在挑戰

從2019年苦盡甘來的蔚來，如今股價已上漲不少，毛利率順利轉正並呈現增長，但蔚來的未來會如何發展，市場依然密切關注。蔚來的未來仍然存在兩大挑戰，第一，擴大市場的挑戰。一直以來，中國為推廣新能源汽車進行了政策上的大力扶持。中國新能源汽車購置補貼自2009年開始實施，在新能源市場的發展過程中扮演了至關重要的角色。隨著補貼逐漸減少後，預計會導致新能源汽車的銷量出現下降。2020年，歐洲主要市場都增強了新能源補貼的力度，預計歐洲市場將會是蔚來汽車重點發展的區域。蔚來定位為高端品牌、在價格上沒有明顯優勢，要在歐洲延續以用戶體驗為中心的銷售風格，應加大投入線下網絡建設，而且要克服跨文化服務帶來的挑戰。第二，換電模式的挑戰。換電模式不是蔚來獨創，但蔚來積極推廣換電模式，這對整個換電站產業鏈各環節的參與者產生影響。對用戶而言，換電模式固然是件好事，能夠節省電池的購買費用，並且大幅減少“充電”時間。然而，從企業的角度看，換電模式雖有助於電動汽車的推廣，但也存在一些難以克服的問題和不足。首先，換電站建設跟不上日漸加大的換電需求，原本僅需數分鐘完成的換電模式，卻面臨著換電站排隊時間長，極大程度影響了用戶體驗。其次，不同車型與電池型號導致充電效果參差不齊，電池的接口、尺寸和協議的標準難以統一。換電站回收的電池在充電完成後服務下一個用戶，然而這些電池無論是損耗、壽命都不盡相同，對下一位使用者的體驗造成影響。因此，蔚來想要藉著擴大市場和換電模式帶來穩定收入，看來還是面臨著不少的挑戰。■



澳門管理學院  
Macau Institute of Management

2021-2022年度課程  
**現正招生**

## 工商管理學士學位課程 (四年制)

- ▶ 會計學 (獲ACCA最多九科免考) \*
- ▶ 設施管理 (本院特色專業課程)
- ▶ 人力資源管理
- ▶ 銀行與財務管理
- ▶ 管理學

\*四年制入學並於2019年1月1日起至2023年12月31日「會計學專業」的畢業生，能獲取「特許公認會計師公會ACCA」最多9科免考。

## 工商管理副學士文憑課程 (二年制) \*\*

### 專業文憑課程 (一年制) \*\*

- ▶ 會計學
- ▶ 設施管理 (本院特色專業課程)
- ▶ 人力資源管理
- ▶ 銀行與財務管理
- ▶ 管理學

\*\*無須入學評核試

\*\*學分可轉移至學士學位課程

## 招生簡章



學士學位課程



副學士及專業文憑課程



“Better  
MANAGEMENT  
for better future”

\*本院學士學位及副學士文憑課程學歷同時獲得內地承認

## 報名及查詢

院址：澳門新口岸上海街一百七十五號中華總商會大廈九樓

電話：(853) 2832 3233

網頁：<http://www.mim.edu.mo>

Facebook：<http://www.facebook.com/mimedumo>

傳真：(853) 2832 3267

電郵：[registry@mim.edu.mo](mailto:registry@mim.edu.mo)

Instagram：[mim.edu.mo](https://www.instagram.com/mim.edu.mo)



# 以智能創新及綠色科技 實現可持續發展

## —— 盛世集團

多年來，盛世集團不斷創新，擴展多元業務，為客戶提供優質管理服務。今年盛世集團首創智能應用程式，為企業打造智能管理平台。同時，集團在葡萄牙農場生產的牛肉質量廣受好評，農場以可持續理念經營及管理，致力減少生產過程的碳排放，為消費者提供健康優質的肉類產品。

盛世集團以創新的理念，配合豐富的案例經驗與專業團隊技術，首創智能應用程式Ortux——一個專為盛世團隊、資產擁有者及相關用戶打造的管理平台，智能化管理人員、資產及資源。Ortux專為營運管理服務而設，旨在提高資產設備的生命週期和提升機件性能，以提供智能及高效的設施營運及維護等管理服務。系統可監控及優化資源調配，以提升利用率、節省營運成本、提高團隊生產力，從而提升資產回報率，最大限度地減少產業對環境的影響，並能隨時隨地提供可靠及時的服務。

該管理系統配置相當靈活且簡單易用，適用於維護及營運各類型項目，包括公共交通基礎設施（機場、渡輪碼頭、公交車站等）、購物中心、環保基建設施、大型綜合娛樂度假村及工廠等。盛世集團行政總裁田達德介紹，該程式是基於集團30年的設施管理數據和經驗創建，用戶只需



下載程式，便可以在程式管理平台上進行工作排程、人員調動、設施管理等工作，例如有人員因病缺勤，主管便可即時在程式平台上作出人員調動，或者公司內某處設施有損壞，亦可即時透過平台通知相關部門，從而提升管理效率。

田達德表示，盛世集團是澳門少有具備30年設施管理經驗的企業，由於累積了多年的經驗及數據，因此集團可以從客戶角度出發，創建符合客戶需求的應用程式。目前集團正使用該程式，一些客戶對程式亦十分感興趣，程式目前有英語版，葡語版也在測試階段。

為配合「一帶一路」倡議、大灣區以及中葡平台的發展，盛世集團正開發一個以澳門和葡萄牙為基地的商業平台——“盛世平台”。集團透過該平台積極拓展中國、葡萄牙、葡語系國家、歐洲和新興市場之間的科技、產品、服務及專業解決方案等交流機會，充分發揮澳門作為橋樑的對接作用，同時提升葡語系國家的社會和經濟發展。

作為澳門企業，集團該如何協助內地企業開展葡語系國家市場？田達德認為，整個世界都要接觸新事物，提高生產力和生活質量，實現可持續發展。除了內地產品出口到葡萄牙，中國亦需要進口技術，如果內地企業要去葡萄牙發展，盛世集團在當地有不少投資，亦有廣闊的人脈，並已建立了專業團隊，集團可以從中協助內地企業，包括融資、資金進出、提高效率、推廣產品及服務等，發揮平台作用。

集團其中一個在葡語系國家的大型項目，就是肉類品牌 True Born Beef。集團子公司 Monte do Pasto 是葡萄牙最大的露天畜牧飼養企業，近年在當地開發一千公頃農地生產優質



**田達德表示，盛世集團是澳門少有具備30年設施管理經驗的企業，因此集團可以從客戶角度出發，創建符合客戶需求的應用程式。**



可持續產品，除了活牛出口，農場也生產可持續的牛肉產品，旗下品牌 True Born Beef 已打進國際市場，包括外銷到澳門、香港、葡萄牙及歐洲等地。

True Born Beef 是一個極為創新的“從農場到餐桌”的優質肉類品牌，其生產過程經過嚴格監控，並採用超冷凍真空包裝技術，將牛肉的鮮嫩和風味鎖緊，又能確保食品安全。True Born Beef 是盛世集團承諾的一部分，努力引進可持續的健康飲食方式，確保食品安全，保護和恢復。

田達德透露，True Born Beef 九成產品輸入以色列市場，以色列對牛肉的要求標準最高，主要是因為當地的猶太人對牛肉的要求非常高。食物問題是現今世界最大的挑戰之一，集團致力發展可持續牛肉，在生產過程中減少食物浪費及污染，同時亦保持牛肉質量，集團便與當地農民合作，投入資金，以非常高的標準飼養及生產牛肉，從成品上看，成果理想。此外，透過優良的管理方式，農場將飼養及屠宰牛隻造成的污染及浪費減少近六成。

目前 True Born Beef 亦與一些高級餐廳合作，其中包括要求極高的日本餐廳。田達德表示，集團供應牛肉予餐廳時，會要求餐廳必須提供可持續餐單，否則集團不會為其供應牛肉產品。由於飼牛有足夠的活動空間，因此 True Born Beef 的牛肉產品味道濃郁，肉質柔軟，且價格合理，自推出以來頗受歡迎，相信 True Born Beef 日後仍會有很大的發展前景。

展望未來，集團將積極推動智能管理應用程式 Ortux 的長遠發展，向更多企業推廣該程式，以提高生產效率，同時亦會把 True Born Beef 的牛肉產品推向全球，減少環境污染，致力實現可持續發展的未來。M



1968年門診樓重建；2001年再改造及內部裝修



1871年鏡湖醫院



1999年11月護理學院外貌

# 成立於危難之秋 百五載濟世為懷 ——澳門鏡湖醫院慈善會

**澳**門有為數不少的社團，其中許多社團都是因應澳門發展情況和社會需要而設立。在眾多華人社團中，澳門鏡湖醫院慈善會(下稱“慈善會”)是歷史最悠久的團體，自1871年成立至今已有150年。在這一個半世紀中，慈善會一直隨著澳門發展持續為澳門居民提供慈善、醫療、教育和社會服務，為澳門社會穩定發展作出了很大貢獻。

澳門鏡湖醫院慈善會始建於清末年間，當時中國正處於內憂外患之際，民不聊生。澳門當時的人口中逾九成是華人，且絕大多數是勞苦大眾，生活困苦，甚至求醫無門。慈善會主席廖澤雲表示，有見民生疾苦，1871年，由沈旺、曹有、德豐、王六等四位老先生，向葡公物會辦理院址和立契手續，建院工作由此正式展開。鏡湖醫院籌建之始，所面臨的

最大困難就是經費不足，為籌建鏡湖醫院早期的廟宇式院舍，專門成立了倡建鏡湖醫院值理會籌集善款，十年間(1871-1880年)，計有本澳善士314位、商舖1,293家，外埠(香港、日本及國內)善士254位、商舖251家，共籌得善款69,305.80元，才將該院舍全部建成。

慈善會創立至今已150年，一直堅持“服務社會”為宗旨，致力慈善、

醫療、教育、社會服務四個範疇的慈善公益事業，屬下包括：鏡湖醫院、鏡湖護理學院、鏡平學校，和社會服務機構鏡湖殯儀館、思親園。廖澤雲表示，自鏡湖醫院成立後，一直堅持贈醫施藥、施棺殮葬、施濟貧窮等，所需經費巨大，有賴於社會各界人士的關心和支 持，以及慈善會歷屆值理和員工的努力，持續發展至今。本會於1892年開辦鏡湖義學，開展教育服務事業已達129年之久。

鏡湖醫院最初只提供中醫服務，至1892年，孫中山先生以最優異成績畢業於香港雅麗士西醫書院，受鏡湖醫院邀請，擔任義務懸壺醫席，開創鏡湖醫院西醫之先河，是本澳第一位華人西醫。廖澤雲說到，雖然孫中山先生在鏡湖行醫只有一年半時間，但他的博愛精神，已成為鏡湖重要的精神財富，亦對鏡湖的發展產生深刻的影響。孫中山先生離澳後，鏡湖醫院亦繼續聘請西醫生，發展西醫及中西醫結合，醫務不斷發展，醫院更於1919年建成第一座西醫住院大樓，並於1923年秋創辦鏡湖高級護士學校，附設在鏡湖醫院內。

廖澤雲表示，慈善會一直倡導學習孫中山先生革命思想、弘揚孫中山先生博愛精神，並以此作為員工傳統教育的重要內容，融入鏡湖服務社會的工作中，“以病人為中心，愛心治病，勤儉辦院”作為醫院的方針，努力提高醫療質量、注重病人權益已成為全院的共同核心價值，是醫德和博愛精神的具體體現。

廖澤雲講述，1936年，紅色醫學教育家柯麟醫生應慈善會邀請，擔任鏡湖醫院護士學校義務教師，隨後擔任鏡湖醫院義務醫生。1943年起擔任慈善會值理，1945年擔任值理會總辦事處主任、總務部主任、醫藥部主任



## 廖澤雲：自鏡湖醫院成立後，有賴於社會各界人士的關心和支 持，以及慈善會歷屆值理和員工的努力，持續發展至今。

和鏡湖護士學校校長。1946年擔任鏡湖醫院首任院長。1950年起擔任慈善會副主席兼鏡湖醫院院長。新中國成立後，柯院長於1951年9月赴穗擔任中山醫學院院長，1977年起任中國衛生部顧問。柯院長回到內地擔任中山醫院院長和衛生部顧問期間一直兼任鏡湖醫院院長和慈善會副主席職務，直至1984年因年事已高辭去慈善會副主席及鏡湖醫院院長職務，被慈善會聘為名譽主席。至1991年9月23日在北京逝世。

柯麟醫生義務服務鏡湖長達55年，其中擔任鏡湖醫院院長也達38年，他組織鏡湖醫院西醫顧問團，支持鏡湖醫院和鏡湖護士學校發展，為醫院、護士學校的科學發展打下堅實的基礎；抗日戰爭期間，支持、促進鏡湖和澳門戰時後方工作；向澳葡當局據理力爭、取得華人醫生手術權；崇尚醫德醫風，倡導弘揚孫中山先生博愛精神，對鏡湖文化的建立產生深刻的影響。新中國成立後，柯院長更

是對鏡湖醫院的運作及發展給予多方面的指導和支持，使醫院不斷發展壯大。

目前鏡湖醫院每年為全澳約一半的居民提供醫療服務。去年，鏡湖醫院出院人數超過27,000人次，門急診人數超過125萬人次。廖澤雲指出，隨著醫療技術水平和服務素質不斷提高，鏡湖醫院亦很重視科研工作，擴大合作，提高軟、硬件的水平，朝高端醫療技術不斷發展，為居民提供更完善的醫療服務。

在持續發展的過程中，鏡湖醫院亦面臨許多挑戰。廖澤雲提及，過去幾年由於客觀原因，鏡湖醫院護理、醫技人員嚴重流失。慈善會大幅提升員工薪酬待遇，實施績效獎勵，以調動員工的積極性、責任感和強化團隊精神，確保能繼續為居民提供優質醫療服務。

去年新型冠狀病毒感染肺炎疫情爆發後，鏡湖醫院在支持特區政府防控疫情同時密切關注內地疫情。廖澤雲表示，為支援內地的抗疫工作，慈善會於2月7日緊急召集主席暨理監事會議，並呼籲全體主席暨理監事慷慨解囊，積極捐款救災。經過連日籌集，慈善會主席暨理監事捐出澳門幣400萬元，慈善會又撥出澳門幣200萬元，合共捐出澳門幣600萬元，鏡湖醫院全院員工共籌集善款澳門幣310,700元，全部善款交由澳門中聯辦轉交湖北省新型冠狀病毒感染肺炎防控指揮部統一調配使用。

去年1月澳門確診首宗新型冠狀病毒肺炎病例後，鏡湖醫院即時提升應變措施，成立新型冠狀病毒肺炎應變小組，以院長團隊為核心，成員包括院長辦公室、醫務部、護理部、總務科、感染控制委員會、各臨床醫技科主任等共24人。應變小組每天

舉行恆常會議，匯總分析及時掌握疫情最新狀況，緊密部署工作重點，調度人力物力，配合政府整體政策，嚴格執行防疫指引，組織培訓。派工作人員在急診、門診以及病房門口拉網式佈防，檢查出入人員的體溫，外防進入，內保安全。並按疫情發展情況建立“中央分流站特別急診”及隔離區，及後為本澳市民提供新冠病毒核酸檢測，並設置新冠疫苗接種站。

今年8月初的全民核酸檢測工作上，廖澤雲表示，鏡湖醫院組織員工配合特區政府全民核酸工作，承擔起醫院本部、鏡平學校、利瑪竇中學、望廈體育館四個核酸站的核酸工作；鏡湖護理學院、鏡平學校組織老師、學生義務參與上述四個站點的醫療輔助工作，整個鏡湖上下一心，保障全民核酸工作的順利完成。

在培養優秀護理人員方面，廖澤雲表示，慈善會於1923年開辦“鏡湖高級護士學校”，1999年護校改名為“澳門鏡湖護理學院”，護校至今已有98年歷史，重點開辦高等護理課程。目前，學院根據十年發展規劃的目標，加強師資力量，開辦多元化課程，積極開拓教學、實習基地，促進全面發展，為社會培養更多的高質量護理人才。

2019/2020學年鏡湖護理學院開辦的學位和文憑課程包括：“護理學學士學位課程”、“護理學學士學位補充課程”、“護理學專科深造課程”、“護理學碩士學位課程”、“護理碩士專業學位研究生課程”及“應用老年學證書課程”，註冊人數合共401名。此外，還開辦多個校外進修課程，共有3,502人次完成課程。學院還密切配合特區政府建設氹仔醫療綜合體護理學院新校，爭取未來為培養護理專才作出新貢獻。



住院樓外貌



鏡平中學外貌

教育一直是慈善會的重點工作，廖澤雲表示，1905年，五所鏡湖義學合併為鏡湖小學。1950年，鏡湖學校（即鏡湖小學）與平民學校合併為“鏡湖平民聯合小學”，1990年更名為“鏡平學校”，1997年學校開設中學部，現設有幼稚園、小學部和中學部。目前，學校制定第五個六年發展規劃，朝著“傳承創新、追求卓越、建設名校”的總體目標，以素質教育的持續發展方向，教學質量穩步提升並站穩澳門學校的前列。小學部新廈於2016年秋季正式投入使用，大幅提升了教學硬件水平。2019/2020學年，鏡平學校在校學生人數有2,981人。

慈善會的社會服務事業，在服務質素及環境等方面，都有了顯著的改

善。廖澤雲舉例，2004年慈善會重建“思親園”，並於2009年開始投入使用，原存園內的所有骨箱，免收建築費、搬遷費、管理費，全部遷入新園。鏡湖殯儀館的重建工程於2020年3月已完成，並於7月1日正式投入服務，慈善會殯儀服務質素得到全面提升。

至於慈善會未來的發展方向，廖澤雲表示會繼續深化慈善服務，重點搞好醫療工作，配合特區政府為市民提供基礎醫療，繼續加強醫務人員培訓，不斷提升醫療水平和服務水平。鏡湖還將加強與本澳、內地醫療機構及高等院校合作和交流，著重發展個別專科項目，如開展老年臨床醫學服務等。此外，慈善會計劃重建鏡湖醫院門診大樓，以進一步改善醫院醫療條件。慈善會將繼續提升屬下兩院校教學質量，為澳門培養人才。鏡湖護理學院根據十年發展規劃的目標，擴大招生、開辦多元課程，通過學士課程評審，加快區域合作與邁向國際化進程，為澳門培養更多高質素護理人才。鏡平學校在“傳承創新”的基礎上，進一步推行素質教育，“追求卓越”，堅持“德育為首、智育為主、能力為重、全面發展、學有特長”的育人目標。而社會服務方面，自重建屬下的社會服務機構後，在服務素質和環境等方面，都得到了顯著的提升，廣受好評。

此外，慈善會仍然努力爭取各方支持開展養生護老服務工作，以擴大社會服務範疇，為市民提供更全面優質的服務。

最後，廖澤雲表示慈善會創立已歷150年，慈善會的成就是歷代前賢不斷努力的成果，來之不易。未來慈善會將繼續努力，把鏡湖善業發揚光大。☑





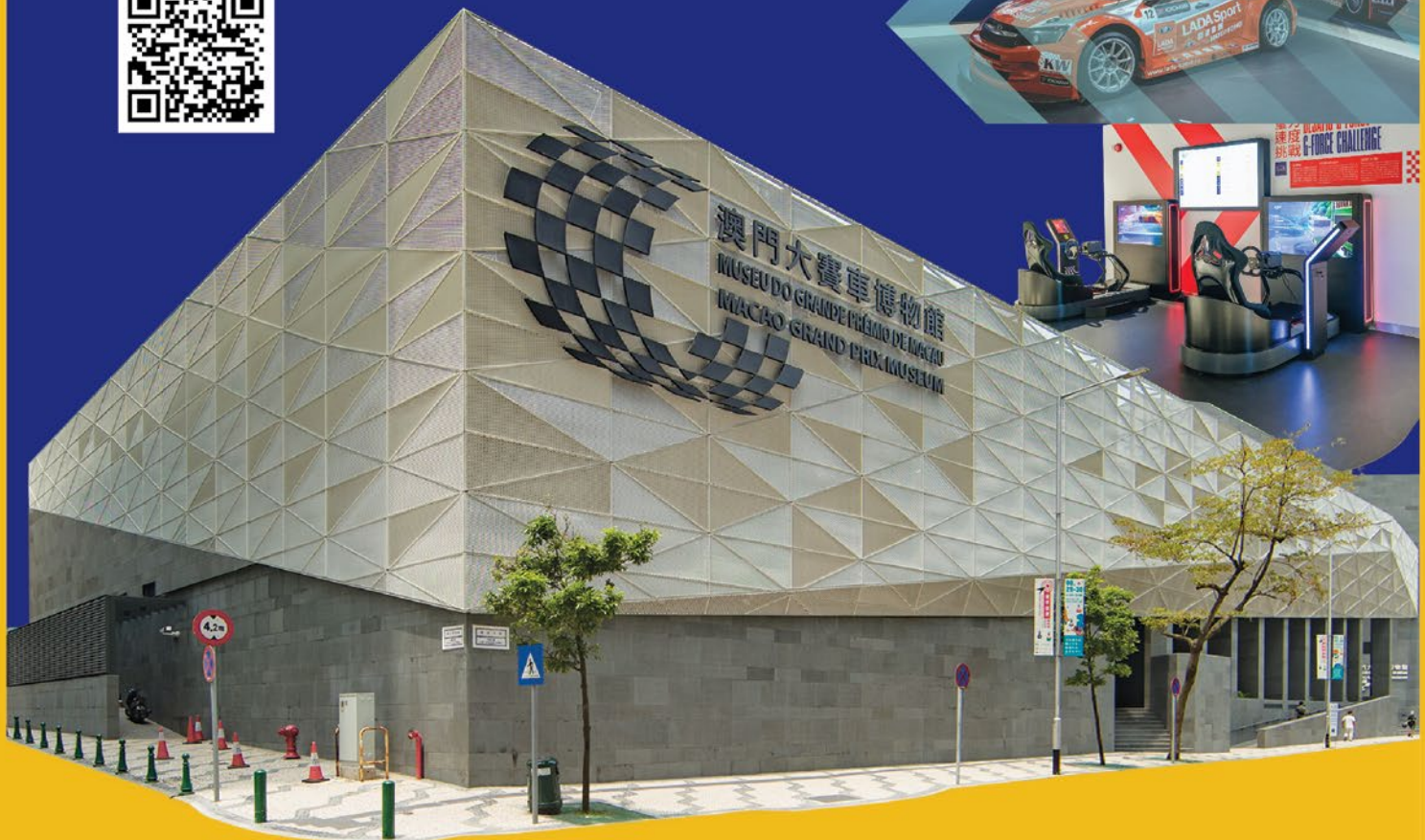
澳門大賽車博物館  
MUSEU DO GRANDE PRÉMIO DE MACAU  
MACAO GRAND PRIX MUSEUM



多媒體互動遊戲設備及賽車  
情境展示設置，加強寓教於  
樂體驗

立刻親臨澳門大賽車博物館  
購票或網上購票

<https://eticket.macaotourism.gov.mo>



地址：澳門高美士街431號

網頁：[mgpm.macaotourism.gov.mo](http://mgpm.macaotourism.gov.mo)



# 港股常見的 ETF資訊分享

文 中國銀行澳門分行

**E**TF（交易型開放式指數基金）產品在香港市場近年變得流行，相比以往只有追蹤恆指的盈富基金，目前香港市場上追蹤不同指數或標的的ETF已經達到200多隻，而我行客戶對於投資ETF的興趣亦逐年升高，不時亦有客戶向我部諮詢ETF產品的資訊，本文將就香港市場常見的ETF分類及購買ETF的優勢及注意事項進行介紹。



## 1. 追蹤港、A股主要指數的ETF

最為人熟知的是追蹤地區指數的ETF，港股上規模最大的ETF是追蹤恆生指數的盈富基金(2800.HK)以及追蹤恆生中國指數的恆生中國企業(2828.HK)，而近一年才推出的恆生科技指數也有追蹤的ETF，分別是南方恆生科技(3033.HK)及安碩恆生科技(3067.HK)。

除追蹤港股以外，香港市場亦有不少追蹤內A股的ETF，交易量最多的是追蹤上證50指數和滬深300指數的

南方A50(2822.HK)、華夏滬深300(3188.HK)，追蹤創業板的亦有南方中創(3147.HK)，而普遍大型指數的交易量和規模都較大，流動性高，南方中創ETF則稍遜一些。

## 2. 追蹤其他地區大型指數的ETF

除中國內地和香港的指數，香港市場也有追蹤其他國家或地區指數的ETF，如領航標普500(3140.HK)、BMO納指100(3086.HK)、安碩印度(2836.HK)等。需要注意的是，對於一些較冷門地區的ETF，可能會因為基金規模或成交量較小造成追蹤誤差或流動性問題。

## 3. 槓杆型ETF

除追蹤指數的ETF外，亦有一系列的槓杆型的ETF產品可以實現追蹤雙倍每日指數漲幅或反向做空指數的ETF，由於交易及模式相對簡單，因此這類型的ETF亦相當受歡迎。如FL二南方恆指(7200.HK)、XL二南方恆科(7552.HK)等則分別追蹤恆指及恆生科技指數兩倍的升跌幅，而FI二南方恆指(7500.HK)、XI二南方恆科(7552.HK)則是負兩倍的(意味着指數下跌時ETF則上升)。

這類ETF對於散戶投資者來說都是門檻較低的對衝工具，可以在大市波動時進行對衝操作。而除追蹤指數的標的外，其他亦有FI二南方納指(7568.HK)、FL二南方黃金(7299.HK)，分別追蹤其他標的或其他地區指數每日漲幅的2倍或負2倍。

## 4. 追蹤行業的ETF

香港市場上追蹤行業的ETF主要由GlobalX公司提供，其中包括GX中國生物科技ETF(2820.HK)、GX中國雲端運算ETF(2826.HK)、GX中國消費ETF(2806.HK)、GX中國電動車及電

池(2845.HK)等，分別追蹤不同行業的龍頭，同時這幾個ETF亦不僅投資於港股，亦會投資於行業中在A股以及美股上的中概股，減低了投資者跨地區投資的門檻，同時基金公司會每日更新ETF的持倉數據到網站上，投資者可以通過單張查看ETF的持倉。

## 5. 選擇ETF時注意哪些事項

首先需要選擇資產規模較大，流動性較高的ETF，因為規模大的ETF反映受市場認可，高流動性則有效幫助投資者減低交易成本，減少買賣差價。同時，這些ETF因具有規模優勢，費率一般都較低，也更加有效地追蹤上市的指數，降低追蹤誤差，因此如果在比較兩隻追蹤同一指數的ETF時，可以優先選擇規模較大，流動性較高的ETF。

其次需要注意ETF的費率，雖然ETF在交易所直接交易，但ETF由基金經理所管理，因此會收取一定的管理費用。一般ETF收取的管理費相較於基金為低，由0.05%到1.6%不等，而追蹤交易越活躍以及越不需要主管管理的標的一般費用越低。

對於槓杆型的ETF尤其需要注意，該產品主要設計用於追蹤指數的每日漲幅的倍數，但在長期持有之下卻不能保證投資者獲得雙倍的收益，比如恆指一日升2%，一般雙倍槓杆ETF能提供4%的升幅，但如該指數一個月內升10%，由於槓杆損耗，一般雙倍槓杆ETF獲得的收益要少於20%，因此投資者需要謹慎投資於此類產品。☒

中國銀行澳門分行已力求所提供資料之可靠及中肯，惟對內容之完整、準確及有效性不作任何形式之保證，亦不構成任何買賣建議，讀者應進行獨立的評估及其他適當的研究，以對內容加以參考取捨。

**EPISODE 3**

# A Practical Framework of Business Coaching

by Brian Tang, Corporate Training Consultant

This is the third and last episode of “Business Coaching” – a series which aims to introduce the background and basics of coaching in business. In the first article I talked about the definition and myths of coaching. Then I introduced a basic yet important principle and questions to ask during a coaching conversation in the second article. I will recap the main points from the second article below. Readers are advised to refer to the previous issues for full details.

The fundamental principle of coaching is “The answer is already in the room”. The coachee is the best person to tackle the challenge at hand. Remember coaching is not for everyone – only those technically competent and mentally ready are suitable to be coached. Those who are not completely ready can be helped by a combination of methodologies, such as instructing, feedback, and training. In coaching, the coach must trust that the coachee can find the solution she is after. Hence the coach’s job is not to provide direct guidance on the coachee’s challenge, but using skillful questioning technique to help the coachee expand her thinking so that she can discover insight and blind spots that prevent her from resolving the challenge in the first place. The focus of questions is expansion and discovery – by stretching the coachee to think higher, farther, bigger and deeper. When the coachee’s thinking has expanded, she stands a higher chance to come up with the best solution.

In this article I will introduce a common framework in business coaching and discuss the common mistakes in using it.




## Coaching Framework: A → B

This simple framework contains three elements: A, B, and the arrow pointing from A to B. The letter “A” represents the current state, while “B” is the future state, or the goal, the coachee wants to reach. The arrow is the process to go from A to B. Here’s a quiz for you: Out of the three elements, A, B, and the arrow, which element should take the longest time in the conversation?

A common mistake in coaching is that too much time was spent on the arrow, i.e. the “how” of reaching the goal. Similarly, a lot of effort was spent on discussing the goal and metrics. This happens the most when the coach herself is the superior of the coachee. When the staff is not meeting the standard, the manager tries to coach her and “set the target”. Hence they spend a great deal of time talking about the goal and the means of reaching the goal. This is not wrong, but the effectiveness of the coaching conversation is questionable. Without digging deep into the current state and understanding the root causes, it is unlikely that any “solution” as a result of the conversation can truly address the issue. For example, when you are driving and try

to use GPS to get to the destination, the machine will determine your current location before it can calculate the best route for you. Using this analogy, the first and foremost element in the coaching framework is A (Know where you are), then B (Know what you want), and finally the arrow (Know how to get it). The coaching conversation should go in that sequence.

<b>Framework:</b>	A → B
<b>In Practice:</b>	A (Know where you are)
	B (Know what you want)
	→ (Know how to get it)



### Analyzing Current Situation: A

Analyzing current situation contains two parts: Understand where the coachee stands and why she got to where she is, and the latter is more important than the former. In the last article I used the example of a salesperson who wants to improve her low sales performance. The coach did not start by asking how much she wants to improve and what she can do to improve sales. Instead, the coach spent enough effort to dig into the causes of the current state using questions of expansion and discovery. You may refer to the last issue for the conversation. At the end, the coachee admitted that she has not been doing her job to develop new sales leads and take care of existing customers. If the conversation were to continue, it might look like the following:

**Coachee:** I have not contacted as many customers as before, both in terms of generating new leads and taking care of existing customers.

**Coach:** I see. This sounds like worth discussing. Let's dig deeper. How's that?

**Coachee:** Sure.

**Coach:** You said you haven't done as much for your customers as before. How did it compare to the past?

**Coachee:** In the pre-pandemic time I used to talk to at

least 10-15 new leads per week. Now I talked to 5-6 per week at best.

**Coach:** It is quite a drop, isn't it? What caused the change?

**Coachee:** I don't know. I just don't feel like doing it.

**Coach:** Tell me more.

**Coachee:** I had a pretty good conversion rate in the past. Roughly 30% of the calls I made were interested in the product and 10% would finally buy. Now the rate was much smaller.

**Coach:** How did you feel about that?

**Coachee:** I felt discouraged and frustrated.

**Coach:** Thanks for sharing your feeling. It must not be easy. You mentioned that the conversion is much lower now. Have you thought about what caused the change?

**Coachee:** I don't know. I haven't changed anything on my side, such as how and when I called, my pitch and offering, etc. I have been doing the same thing as always.

**Coach:** So your approach didn't change, but the result has changed.

**Coachee:** That's it. Maybe the customers have changed.

**Coach:** What do you think?

**Coachee:** The pandemic might have changed people's buying habits and desire. People are more likely to shop online than before. COVID-19 has changed the world after all.

**Coach:** That's interesting observation Susan. How did you come across that idea?

**Coachee:** I read it from an article from somewhere, and I remembered one of the top sales from my company has also mentioned about that.

**Coach:** It seems to me that we have discovered at least part of the reason why you have not been able to achieve the result you want.

**Coachee:** I think so. Thanks coach.

We will stop here for a while. As you can see, the coach spent enough time to dig into the cause of the problem by using expansion and discovery questions. It is the coachee, not the coach, who answers her own question. The coach might choose to continue digging deep into the current state by asking additional questions. For illustration purpose let us assume we have concluded the part of A – Current state analysis.

Now, the conversation continues...

## Setting the Goal: B

**Coach:** Now we have some ideas of why you are where you are now, have you thought about where you want to go?

**Coachee:** I want to improve sales.

**Coach:** That's good. By how much?

**Coachee:** At least back to my pre-pandemic level.

**Coach:** Can you be a bit more specific?

**Coachee:** I got you. I need to reach \$2 millions of sales per month.

**Coach:** Other than the sales figure, are there any other figures that may indicate success?

**Coachee:** The sales number is all the counts, but there are other numbers that contribute to sales figure, such as number of new leads per week, number of calls to make, etc. As you know, it's a number game. The more actions you take, the higher the chance you close a deal.

**Coach:** Sounds good. Do you have targets for those numbers?

**Coachee:** I do, 15 new leads and 30 calls or contacts with existing customers per week.

**Coach:** Great. We have three targets in total: sales figure, new leads, and customer engagement. Do you have a timeline to achieve them?

**Coachee:** I don't think I have much time to play with. I have been slow for a few months, so I want to get back to my normal standard in two months' time.

**Coach:** I see. How about after that?

**Coachee:** I don't know. Don't have any idea. The pandemic situation may change at any time. I guess I will focus on getting back to normal as a priority, then we can set another target after. How's that?

**Coach:** Sounds good to me.

We'll pause again here. The identification of B, the goal, is relatively straightforward in this case. The coachee wants to get back to the normal standard of sales. The coach pushed her to be specific on the target, as well as defining "success" in multiple metrics. Again, expansion questions were used. Finally, the coach asked the coachee to put a timeline on it, which is crucial to establish accountability.

## Establishing Actions – the Arrow

**Coach:** Now we've identified what you want to get. What's your plan to get there?

**Coachee:** I will work much harder than now.

**Coach:** Hard work is definitely important. Is that the only thing you need to do?

**Coachee:** Huh... I'm not sure.

**Coach:** Let me rephrase my question. If, two months from now, you have reached the sales figure you want. What must have happened between now and then?

**Coachee:** I must have worked hard on the indicators, such as number of calls per week, etc. But I think there should be more than that.

**Coach:** What else?

**Coachee:** I must have understood new customer preferences. We said COVID-19 has changed many things. Customers' preferences and buying behaviors have also changed as a result. I must try to understand that as well.

**Coach:** Sounds good. How would you like to do that?

**Coachee:** I can talk to my colleagues who are doing well in sales and pick their brains.

**Coach:** Very well. Anything else?

**Coachee:** Huh... I can do some research on the internet. I don't think I am the only one in this industry suffering from the same thing.

**Coach:** That sounds like a plan. Can you think of one more way?

**Coachee:** I don't know. Can't think of anything.

**Coach:** Take your time.

**Coachee:** Maybe I can just ask the customers, my existing customers?

**Coach:** Why not?

**Coachee:** Ok, we are all set then.

**Coach:** Let me recap. To discover new customer insight, you plan to talk to your colleagues and existing customers, and do some research on the Internet.

**Coachee:** Yes!

**Coach:** If you are to pick one thing to begin with, what would you pick?

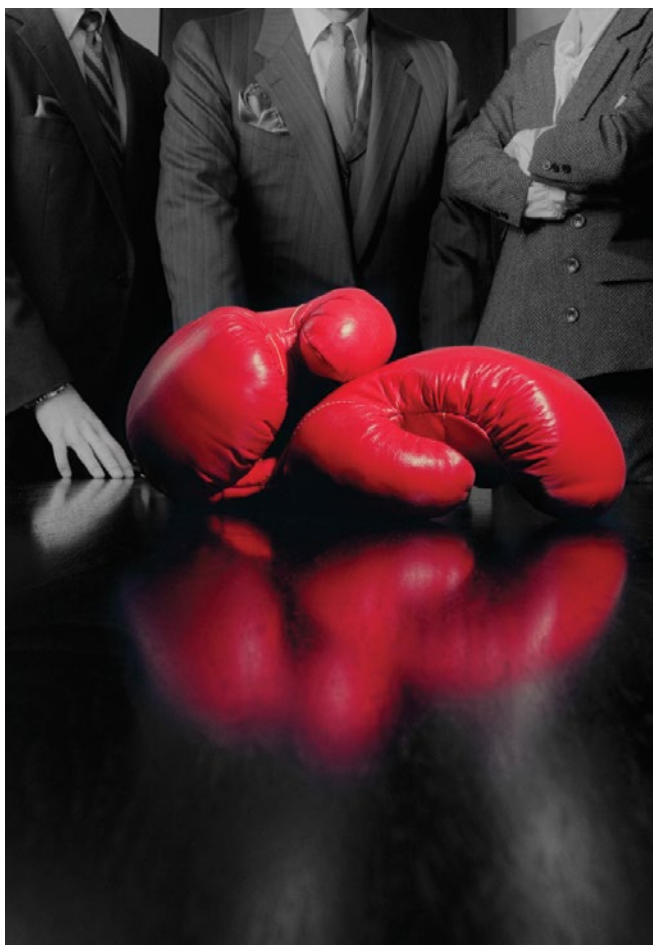
**Coachee:** I think I will speak to my successful colleagues. That's easiest to do and effective. Learn from the best!

**Coach:** Sounds like a plan. When should we meet again to review your progress?

**Coachee:** How about two weeks from now?

**Coach:** Sure. Thanks Susan. Good luck to you!

**Coachee:** Thanks coach. See you then.



That's the last part of the coaching conversation, focusing on the "how" – the arrow of moving from point A to point B. As usual, it was the coachee who came up with ideas on how to reach the goal. Notice that the coach rephrased the question when the coachee was unable to give a quality answer. The question guided the coachee to first picture the achievement of goal, "Imagine you have achieved (so-and-so) by (a timeline), what must have happened?" This approach turned the train of thought on its head – start with the end goal and work backward. It has a number of benefits. First, the coachee gets to visualize success in her brain, which increases her confidence and makes her feel empowered. Second, when the end goal is clear, the gap between now and future becomes apparent. The best way to do this is to crystalize point A and point B either by writing them down on post-it notes, drawing them on papers, or creating a representation using LEGO® bricks, and placing them on a table with some distance apart, thus creating a physical "gap" between two points. Our brain often

needs a reference point to think. When the gap can be seen, it can be filled.

Next, the coach asked the coachee to come up with three actions to fill the "gap". Note that the coach didn't start by saying "Now give me three strategies to reach your goal." because such request will create stress for the coachee. The coachee simply asked the coach to think of actions to take, one by one, and didn't stop until she has come up with three. Why three? Because it gives the coachee options. If the coachee only has one strategy and it doesn't turn out well, she is stuck. After three actions have been come up, the coachee has to prioritize one thing to start. This is crucial to establish momentum. If no priority was established, some coachees may never take actions because they don't know where to begin. Lastly, the coach and coachee agree on a time to review progress. Business coaching rarely is a one-time event but rather a series of meetings in which the coach and coachee review progress and make new goals. Therefore, setting the schedule of the next meeting is often the last thing to do in a coaching conversation.

### Stay Flexible in the Approach

We have covered a lot of grounds about coaching in this series, and we are close to the end by now. The coaching methodology and techniques I have written in this series was based on the original version of coaching, or "Pure Coaching" so to speak. However, in the everyday business world, Pure Coaching may not be the right tool all the time, especially when the coach is the superior of the coachee. When the coachee lacks a certain skill or has low self-awareness, the coachee must employ other skills, such as instructing, feedback, and training, to help the coachee. One may argue that when the coach uses other skill, she is not technically a coach anymore. True, but as long as we can effectively and appropriately help the coachee, it doesn't matter whether we put on a coach's hat or a manager's hat. As the saying goes, "No matter it is a black cat or a white cat, a cat that catches rats is a good cat." Hold tight to the intention of helping others, but stay flexible in the approach. Hone your coaching skills, mix and match with other techniques, self-reflect and learn from your experience are the three things you can do to start your coaching journey. Happy Coaching! 📧

# 減肥食品大解析 減重還是減數字

文 天祐營養健型有限公司

**根** 據世界肥胖聯盟估計，全球過重或肥胖人士會從2014年的20億增加到2025年的27億，已成為全球所面臨的當前問題與挑戰。世界衛生組織更發出警告「肥胖是一種慢性疾病」，它會無聲無息地影響體內器官的運作，並為身體帶來許多併發症。因此近年來大家對於體重維持的意識逐漸抬頭，開始注重自身的飲食與健康狀況，這種趨勢促使各種飲食減肥法、減肥食品以及美容院纖體療程都成為了熱門的討論議題。

而這期想跟大家分享的議題是關於減肥食品，相信大家日常生活中多多少少都會接觸到各種減肥食品。每隔一段時間就會有一種新的減肥食品上市，透過眾多Youtuber、直播主甚至是明星都紛紛追捧這些產品時，大家看了是不是也覺得吃了之後就保證會瘦了，有心動的感覺呢！

令人心動的減肥食品隨處可見，但每次衝動購買後幾乎所有人都有一個疑問是「這個成分真的有效嗎？」或「我吃了這個減肥食品是可以不用控制飲食嗎？」。到底這些減肥食品食了有沒有效呢？今天完整地向大家一次性介紹有關減肥食品的機制，以及多種常見減肥食品的功效。

## 減肥食品的原理是什麼？

減肥食品在設計的時候，大多會從以下四個基本架構去研發銷售：

### 1. 抑制食慾、促進新陳代謝

- 影響中樞神經系統：透過中樞神經系統調控體內激素，達到抑制食慾效果。
- 促進新陳代謝：經由食物消化所產生的化學反應，增加體內能量消耗、增加脂肪氧化及減少脂肪形成。
- 添加一些能增加飽足感的成分：例如是洋車前子、奇亞籽等等，幫助抑制食慾，延緩胃排空。

### 2. 抑制消化吸收

- 抑制醣類的消化與吸收：抑制醣類相關分解酵素的作用、延緩吸收的速度。
- 抑制脂肪的消化與吸收：抑制脂肪分解酵素的作用、避免油質與脂肪分解酵素接觸、延緩脂肪的吸收。



### 3. 幫助/促進脂肪分解

- 加速脂肪酸的氧化，以調節脂肪的生成。

### 4. 改善排便狀況、排毒

- 增加腸道蠕動，促進排便次數。

## 市面常見減肥食品成分與聲稱解析

以下會根據近年或長年討論度較高的減肥食品中的成分解析箇中功效與聲稱：

### 抑制食慾、促進新陳代謝

#### 非洲芒果

非洲芒果，現代被譽為超級食物，是一種原生於西非與中非的樹種。

從實驗中發現非洲芒果含有「瘦蛋白」，其對於抑制食慾、加速新陳代謝有調節作用。另外非洲芒果的「種子萃取物」更具有降低瘦體素、抑制脂肪形成的作用，因此被認為對減肥具有效果。但仍需更多大型的研究來加以佐證才更具其說服力。

- 建議每日劑量：每日建議攝取量為300mg

(因實驗樣本數目前還不足，不建議食用過多劑量)

#### 注意事項：

1. 可能導致輕微副作用，如：頭痛、難以入眠、脹氣。
2. 對芒果過敏人士避免食用。
3. 患有腎病的人建議避免食用。



## 抑制消化吸收

### 白腎豆

白腎豆是一種原生於墨西哥、中美洲與南美洲的豆類。實驗發現白腎豆中含有「 $\alpha$ 澱粉酶抑制劑」可以在消化道中干擾醣類的消化與吸收，減少葡萄糖進一步被人體吸收，從而達到減肥的效果。美國USP曾為此做過白腎豆實驗測試，證實每1000公克白腎豆可以抑制560公克澱粉的分解。

- 建議每日劑量：單次攝取不超過500mg，每日攝取量上限為2000mg

- 注意事項：

攝取過量容易有排氣、腹脹、腹痛、腹瀉、嘔吐。

### 藤黃果

藤黃果是生長在東南亞、非洲與波利尼西亞群島的一種像小南瓜形果實。

藤黃果果皮和果肉中含有的羥基檸檬酸(HCA)，經實驗發現可以與體內檸檬酸循環進行競爭，從而減少脂肪酸的合成，達到降低體脂肪的目的。

- 建議每日劑量：單次攝取不超過500mg，每日攝取量上限為1500mg

- 注意事項：

藤黃果容易引起便秘，服用後需大量補充水份。並根據醫生或營養師指引額外補充脂溶性維生素。

### 兒茶素

兒茶素是綠茶中天然存在的物質，其中含量最豐富的為Epigallocatechin Gallate (EGCG)，EGCG是可以抑制脂肪生成的關鍵成分，降低體內脂肪合成，使得體脂肪不易堆積，達到減重的功效。

- 建議每日劑量：「兒茶素」單次攝取不超過300mg，

每日攝取量上限為800mg

- 注意事項：過量攝取有可能導致肝功能受損。



### 甲殼素

甲殼素主要是從甲殼類動物的外骨骼加工製成的多醣。實驗發現甲殼素幾乎無法被消化，在腸胃道中和食物中部分油脂結合，進而降低腸道對油脂吸收，達到減重的效果。

- 建議每日劑量：每日建議攝取量為2000mg

- 注意事項：

1. 每次食用甲殼素後，必須緊接著補充250-500ml水份。

2. 對甲殼類動物過敏人士避免食用。

3. 長時間服用甲殼素人士，根據醫生或營養師指引額外補充脂溶性維生素。

## 幫助/促進脂肪分解

### 青咖啡豆(綠原酸)

依據不同品種和烘焙程度的咖啡豆，綠原酸(CGA)所佔的比例也有差異。生豆中的綠原酸含量平均約9.6%，但綠原酸經烘焙後會被破壞，約半數的綠原酸會消失。

而青咖啡豆中的綠原酸含量最為豐富，綠原酸可經由降低葡萄糖的吸收調控血糖濃度、抑制脂肪的吸收，間接促進三酸甘油酯的分解，達到減重的效果。

- 建議每日劑量：「綠咖啡萃取物」每日攝取量上限為400mg，「咖啡因」每日攝取量上限為300mg

- 注意事項：

1. 孕婦、哺乳期女性及孩童建議勿用。

2. 高血壓、高血糖、對咖啡因敏感的人士，請根據醫生或營養師指引謹慎使用。

3. 長時間攝取大量咖啡因的人士，應當注意鈣質的補充。





### 薑黃素

薑黃內含有大量的薑黃素，它是一種不溶於水，易溶於油脂的多酚類化合物。實驗發現薑黃素對脂肪細胞有調節的作用，從而抑制脂肪的合成。此外薑黃素可以增加脂聯素（Adiponectin）的表現，推測經由脂聯素的增加，或許對於減重有輔助效果。

- 建議每日劑量: 每日攝取量上限為200mg
- 注意事項:
  1. 腸胃功能不佳人士、患有草酸鈣結石、膽結石人士、肝腎功能不佳人士、高血壓人士、高血糖人士，不宜食用薑黃素。
  2. 食用薑黃素時，仍需注意油脂的攝取量。

### 改善排便狀況

#### 菊苣纖維(菊糖)

菊苣纖維是植物的一種多醣體，不會被人體消化吸收。菊苣纖維不能被腸道消化吸收，但會成為腸道菌的養分，因而產生有機酸，如果服用的人士腸道對有機酸較為敏感的，就會受到刺激，產生排便的感覺，甚至部分人士會拉肚子。

- 建議每日劑量: 每日攝取量上限為3g
- 注意事項:
 

每個人的體質對菊苣纖維的適應能力不同，當人體攝取過量時，會引起腸胃脹氣等不適。

### 魔芋粉

魔芋內含有一種葡甘露聚糖（Glucomanan）的水溶性膳食纖維。食用後會在胃腸道吸收水分並變成凝膠狀，因此增加飽腹感，減少食慾。此外葡甘露聚糖是一種水溶性纖維，會成為腸道中好菌的養分，促進腸胃蠕動。

- 建議每日劑量: 每日建議攝取量為1,000mg-3,000mg
- 注意事項:
  1. 腸胃較差的人士，較容易有腹脹、脹氣、軟便或腹瀉等副作用。
  2. 對魔芋過敏人士避免食用。

### 選購減肥食品時的注意事項

I. 產品使用成分具有安全性: 建議先了解一下該產品成份的效用，是否都具有該產品標示的功能效果。並且可以了解所使用的成分是否有經過產品檢驗(如SGS檢驗...)

II. 產品的食用副作用: 由於有些成份在食用上是會帶來副作用的，加上每個人的體質都不太一樣，所以更要注意在食用過程中可能產生的副作用。若有疑問應該先諮詢醫師或營養師，才購買服用。

III. 效果合理性: 在購買減肥食品前，必須掌握一個重要的觀念，就是減肥從來都是「飲食控制+規律運動」，而不是單單只靠減肥食品就可以達到永久效果。減肥食品永遠只是用作輔助性，不能長期依賴，這是基本要有的觀念。

IV. 合理性選擇: 不是最貴的或者最被吹捧的就是最適合自己的。每種減肥食品都有本身特有的功效和合適的使用方法，根據自己的飲食習慣和健康狀況，選擇合適的產品更為重要。

### 體重，永遠只是呈現當下生活的一個數值

「體重」會根據當下的身體健康狀況，更甚是當天的飲食狀況、當天的活動量、近期的睡眠狀況、近期是否感受到壓力、體重測量的時間等等，各種不同的生活因素疊加起來，所構成的一個數值。

而「減肥」卻是一種生活型態逐漸改變的一種意識，因此並不是只單靠著減肥食品而不改變生活習慣，體重就能得到永久的改變。

切記減肥食品只是輔助，而非主力，過分依賴減肥食品減重，在成功之後卻仍然維持原本的生活型態，十有八九都會復胖成原樣，更糟的是可能會變得更胖。

因此為了達到瘦身減肥而永久維持的目的，主要還是要搭配1.正確的飲食方式和規律運動，2.需要時再搭配合適的減重食品，才能達到1+1>2的完美效果。❏

# 120<sup>th</sup>

大西洋銀行  
週年標誌設計比賽  
BNU Anniversary  
Logo Design Competition

## 冠軍 Top Winner

MOP15,000 現金獎賞  
Reward

## 極具創意獎 Creativity Award 2名 Winners

MOP3,500 現金獎賞  
Reward

## 出色優異獎 Award of Merits 7名 Winners

MOP1,000 現金獎賞  
Reward

詳情 Details



中文



English

立即投稿! 截止日期: 15/10/2021

SUBMISSIONS OPEN NOW UNTIL OCTOBER 15<sup>th</sup>, 2021



2833 5533  
www.bnu.com.mo

**BNU**

Banco Nacional Ultramarino  
大西洋銀行



PHOTO: WIKIPEDIA/MHHALBERT

# 東方基金會會址

文 黃健威

**在**澳門的世遺中，東方基金會會址是個特別的存在，因它的歷史意義，主要不在於其多次改建的建築物，亦與東方基金會這組織無關，而是在於這地方的歷史背景。這背景，與鴉片戰爭有密切關係。

先說東方基金會（Fundação Oriente）。此基金會成立於1986年，是個只有三十多年歷史的年輕組織。其總部設在葡萄牙里斯本，面向亞洲地區（尤其是曾為葡萄牙殖民地及屬地），以推動葡萄牙歷史、文化研究和促進與當地合作為旨的機構。目前在印度果阿、澳門和東帝汶等地均設有辦事處。該基金會在澳門的

辦事處，主要參與東方葡萄牙學會和澳門葡文學校的管理事務，同時也支援旅居世界各地的葡萄牙人及社群，加強彼此之間的聯繫。東方基金會每年也頒發獎學金，給遠東地區的學生到葡萄牙深造，以及葡萄牙學生到遠東地區修讀當地語言。所以，這東方基金會，根本與世界遺產無關，只因這年輕的基金會，選取了一個深具歷史底蘊的別墅作為會址，才與澳門歷史城區拉上關係。

故此，要說東方基金會會址的歷史，就要從這別墅的原主人與東印度公司說起。

現今的東方基金會會址，原址建於18世紀七十年代，即清朝乾隆年間，業主是俾利喇（Manuel Pereira）。。

現時在東方基金會會址的花園中，所矗立的銅像，就是這位俾利喇。俾利喇是葡國皇室貴族、財政顧問、澳門保險之家創始人之一，最初在印度果阿從事海上貿易，成為果阿的葡裔富豪。因當時的果阿及澳門，都是葡萄牙在東方的貿易港口，所以俾利喇曾多次來澳。後在1770年，他終在今天的白鴿巢公園，購地營建宅第，同時亦開始經營澳門的鴉片貿易。

據考，這大宅可能是澳門首幢別墅式花園的豪華住宅，人稱“俾利喇行宮”亦被外國人稱為“Casa-Garden”（花園大屋），可見在當時人眼中，這是個宮殿般豪華的花園大宅。當年的大宅，原為一幢三層高的南歐風格建築物，金字形紅瓦頂，

希臘式前出檐，上有細緻精美的石雕檐飾，檐飾中間有俾利喇的“爵士紋章圖案”，正門前有大理石石階，門廊是古羅馬樣式，廳堂裝飾富麗堂皇。宅前即是一片廣袤花園。”不過，此別墅後來大幅改建，建築規模縮小，但另建有半地下室。再後來，建築物的頂層因白蟻侵蝕，已拆卸不存，所以而今見的東方基金會會址為一層高的樓房，屋頂已由金字塔坡面改為平屋頂，窗戶式樣簡化為不帶窗楣，屋前的花壇亦改為水池。由此可說，今見的東方基金會會址建築，與原貌相比，可謂面目全非。

這“行宮”雖是由俾利喇本人親自規劃而成，但由落成日起，他根本沒有入住，便把此處租給英國東印度公司，作為辦公及居停的官邸。而這英國東印度公司，就是鴉片戰爭的關鍵角色。

話說從頭。在澳門開埠之後，葡萄牙人因佔得對華貿易的先機，故對澳門這中外海洋貿易港口的“肥豬肉”，一直不願開放給其他西方國家，欲獨佔澳門。然而世界不斷前進，荷蘭及英國等西方國家，不會因葡萄牙的舉措而停止東來貿易，例如創建於1600年的英國東印度公司，便在英國皇室支持下，多年來持續向東方發展，並在果阿及孟買等地成功立足。另一邊廂，葡萄牙人因在澳門的自閉政策，漸漸便被其他西方國家邊緣化，而廣州則發展為另一主要的中外貿易港。最終，在1757年，澳督高定玉 (António Pereira Coutinho) 表示，允許外國人暫時在澳門居住，澳門的房主可以租房給外國人。而在同一年，清政府推行關閉其他口岸，實行廣州一口通商政策，外國人不得在廣州久住。故在這時代背景下，在澳的葡商俾利喇，便把名下別墅，租給了英國東印度公司，作為該公司的公署，及駐華商務監督、高級官員等大班的官邸。1773年，英國東印度公



俾利喇銅像

司澳門公司，亦在澳門這彈丸之地設立，可見澳門這小城的重要性。昔日東印度公司在澳門的辦事處有二，一是南灣的“十六柱”(即今慈幼學校校址)，此為分部，而總部就設在“俾利喇行宮”，即如今的東方基金會會址所在。所以說，今日幽靜的白鴿巢公園一帶，當年在風起雲湧的鴉片戰爭中，竟是英人在東方的根據地——俾利喇本人也因此被英女皇冊封為爵士，成為澳門歷史上唯一擁有英國貴族榮銜的葡萄牙商人。

鴉片戰爭之事一言難盡，簡要地說，清廷與英國的衝擊，可從英國首個派往中國的政府代表團——馬嘎爾尼(G.MaCartney)來華使團說起，而馬嘎爾尼此次的大清帝國之行，其起點及終點，可算都在澳門。當時的英國使團以祝賀乾隆八十大壽為名，遠赴北京希望商討開發貿易港口等事，終因不肯向皇上行叩拜之禮，只願單膝下跪行禮，最後不歡而散，無功而還。當年馬嘎爾尼失敗後退返澳門，是否就在白鴿巢的俾利喇行宮內，萌生以船堅炮利的武力手段強行打開大清的貿易之門，確是不得而知的猜想，但史實是，1834年英國政府首任駐華商務監督律勞卑(W.J.Napier)，



舊日的東方基金會

以及之後的三任監督，都把澳門作為長期駐地，致使澳門成為鴉片戰爭前，英國在東方的重要據點。

直至十九世紀，英國東印度公司因英國內部的政策變遷而結束，東印度公司正式撤離澳門，共租了55年的別墅，終於又交回俾利喇的後人手中。1885年，此花園大屋被澳葡政府收購，後改變用途，曾先後作為公務局及官印局。及至上世紀六十年代，該址又改作賈梅士博物院。另外，在抗日戰爭時期，著名俄羅斯畫家喬治·史密羅夫曾在這裡作畫，為這優雅的別墅進行速寫掃描，並常以水彩繪畫澳門各處美景。在史密羅夫死後，其63幅有關澳門四十年代的風景水彩畫，就成為賈梅士博物院的長期收藏品，並在博物院25周年紀念時特別為他作展覽。而在澳門藝術博物館建成之後，許多藏於賈梅士博物院的珍品便轉移至新建的博物館內。1989年，原賈梅士博物院的建築售予東方基金會，至此，昔日英國大班曾經租居的別墅，及上世紀的博物院，終變成今日位列澳門世界遺產的東方基金會會址。M

<sup>1</sup> 引自“維基百科”，東方基金會

<sup>2</sup> 參見網站《澳門記憶》。

〈富商俾利喇在白鴿巢花園旁建巨宅〉

# 狼圖騰——姜戎

文 黎志偉

一望無際的草原、蔚藍廣闊的天空、敦厚樸實的牧民等，我在30年前初到內蒙古時便被震攝。但那次短暫旅程遠不及「狼圖騰」作者姜戎於文革時期在那裡生活了10年的感受，尤其是狼性對他的啟發，這便是「狼圖騰」一書的由來。

「狼圖騰」出版於2004年，講述了在文革期間，大批知青從北京、上海等城市走到內蒙等地插隊而進行再教育。陳陣、張繼原等便被派到內蒙額倫草原，向經驗豐富的畢利格老人學習。

狼對很多人來說是兇殘、狂傲、機智的動物，陳陣等人在草原的初期時便見識了。有一次，牧民圍了石圈保護羊群，誰不知後者也難逃一劫。事後，一位所長向陳陣解釋，狼是從圈外團結起來以跳板式跳進來。而且，草原狼群集體觀念特強，牠們不會不顧家人及兄弟。裡頭的狼吃夠了，會跳板出去好讓其他同伴跳進來分享。牠們還會把羊屍堆山，方便最後在圈內的一隻狼又以跳板式逃離。這種集體的智慧行動，很難在一般的動物身上看到，陳陣為之拜服。

狼性之傲是寧死不屈，何等崇高。張繼原與蒙古人巴圖追殺一條狼時，巴圖先槍傷了牠前腿，但一個多小時後二人仍未追捕到癩狼，更在路上找到牠嫌跑起來礙事自斷的前腿。最終，狼在某路溝被發現。書中這樣形容當時的情境，牠

「不屈而狂傲的狼頭正正地對着兩位追敵。狼沒有忘記自己的身份及習慣，用力地抖了抖身上的沙土和草渣，力圖保持戰袍的整潔和威嚴……狼的目光卻兇狠得大義凜然，牠大口喘氣，積攢着最後一拚的體力」。張繼原及巴圖二人見此，心生愧疚，又似被英雄氣魄所感動、攝服，最後讓狼慢慢離開。這一幕使我為之動容，並想，人是否可以如此不屈不撓？從前壯士斷臂的精神如今是否依然存在？

要真正殺狼，殊不簡單！有次，陳陣與幾個蒙古人追捕因已飽吃羊肉，跑動變緩的大狼時，看見牠突然一個趔趄，似發現犯了大錯，隨即急刹並低頭吐出腹中食物才繼續逃亡。幾經波折，陳陣一伙才成功殺狼。雖然身亡，狼在危急關頭之當機立斷，是我們人類一個好榜樣。

狼另外一個優點是耐性。牠們眼利、耳靈，在鎖定目標後，往往可隱藏在樹叢中幾小時之久，待一擊即中，又或會裝模作樣引起獵物走近而攻之。可見，機會也是留給有準備的狼。耐性，可能是現今講求快速節奏的城市人所欠缺。


智勇雙全及團隊精神在「狼圖騰」中不斷強調。陳陣養了條狼崽，把牠與其他狗崽放在一起飲狗奶時，狼為獨飲所表露之獸性使陳陣體會到一點，那就是西方人大多是那些遊獵蠻族的後代，他們如猛獸的個性便往往比一般以畜牧為主的民族佔着先機。而狼之團隊戰，就在一個嚴

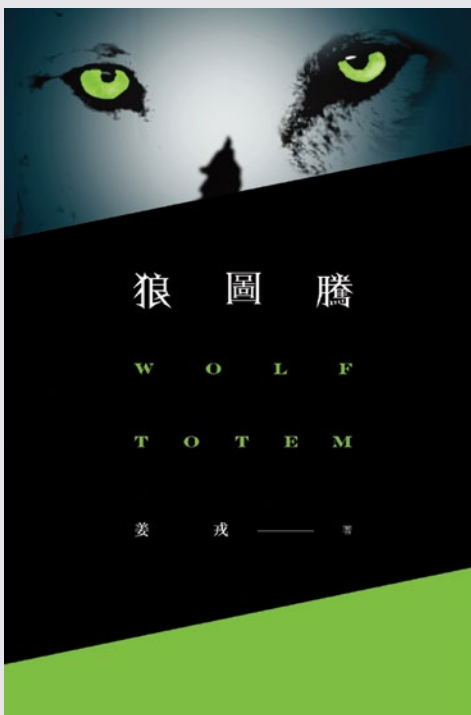
冬的晚上突顯。狼群藉大白雪的來臨，如軍隊偷襲了將要送上戰場的蒙古戰馬。狼群不斷改變進攻戰術，有些甚至撲到馬下腹欲先發制之，雖反被馬踏死，但牠們的勇猛令馬群更散亂，最後狼群大獲全勝，把馬迫到小湖裡而溺死。這場人、馬與狼的大戰也充分說明了狼的高智商，我們若把一些套路用在商場上也應大有用途。

世事並沒有絕對，只有相對。狼雖破壞力極強，但對維護草原貢獻良多。黃羊、老鼠、野兔和旱獺每年不知可吃掉多少草，若沒有狼的殺戮作平衡，草原迅即變成沙地而荒廢；而又因為狼的存在，草原上的馬，甚至狗，也得長久訓練、作戰，而保

持狀態，否則便疏懶以致退步，待在需要時便難以勝任。

由此可見，一個機構或更大的一個體系，就是需要各方平衡、甚至制衡，才得以暢順發展，爭取共贏。這些「角色」更會隨着時代進步而改變、增加、減少、或被取代等。所以我們也要抱着接受改變的心態。我便有不少朋友說：「我一直這樣做也沒有問題的，為甚麼要改？」。然而，最終還需屈服，但已給同事、朋友，留下一個不思進取的印象，影響仕途。此外，為免被淘汰，無論個人或實體更須保持戰鬥力，保持自我審視的習慣是為上策。

猶記得多年前有些管理學的書籍探討狼學，可見「狼圖騰」影響之深廣。我相信每次重讀「狼圖騰」也精彩、每次與狼共舞也美妙！



2021/10  
21-23



## 第二十六屆澳門國際貿易投資展覽會

26<sup>º</sup> FEIRA INTERNACIONAL DE MACAU  
26<sup>th</sup> MACAO INTERNATIONAL TRADE & INVESTMENT FAIR

MIF

網址 - Website



MFE

網址 - Website



## 澳門國際品牌連鎖加盟展 Exposição de Franquia de Macau Macao Franchise Expo

PLPEX

網址 - Website



## 葡語國家產品及服務展 (澳門)

EXPOSIÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS DOS  
PAÍSES DE LÍNGUA PORTUGUESA (MACAU)

Portuguese Speaking Countries Products and  
Services Exhibition (Macao)



澳門貿易投資促進局  
Instituto de Promoção do Comércio e do Investimento de Macau  
Macao Trade and Investment Promotion Institute

主辦單位 / Organizador / Organiser

[www.mif.com.mo](http://www.mif.com.mo)

[www.mfe.mo](http://www.mfe.mo)

[www.plpex.mo](http://www.plpex.mo)

澳門威尼斯人  
THE VENETIAN MACAO

# MCOM

POWER & CONSTRUCTION



## 澳能建設控股有限公司

為香港交易所上市公司，股票代號：1183。是一間建基於澳門的綜合型建築工程承建商，主要承辦高難度且複雜的建築工程項目、高壓變電站建設項目及大型酒店的設施管理及維護。

澳能建設全資營運公司：

鴻業建築工程有限公司  
新鴻業工程建築有限公司

澳門 宋玉生廣場 258號 建興龍廣場6樓 Q-R-S 座  
T: +853 2823 8822 F: +853 2823 8112

[www.mecommacau.com](http://www.mecommacau.com) [info@hungyipgroup.com](mailto:info@hungyipgroup.com)