



經濟「與疫同行」：也談內循環

(新冠疫情的影響專題討論之八)

2020 年年中新冠肺炎疫情稍為緩和之際，世界各地的政府紛紛摩拳擦掌，部署經濟重啟的計劃，包括推出刺激內部經濟的措施和探討開放邊境的可能性等，冀望盡快推動本國經濟重拾增長動力，踏上疫後復元的正軌。但 7 月份以來，在新加坡、韓國、日本和香港等亞洲經濟體接連發生疫情反撲，歐洲國家近期更湧現新一波疫症的高峰；這打亂了世界各地早前規劃的重啟路線圖和時間表，業界翹首以盼的通關和恢復跨境人員流動亦陷入裹足不前的困局。

開放邊境大多「只聞樓梯響」

觀乎各經濟體的做法，疫後的復元之路一般可歸納為「五步走」，包括推行非接觸式替代方案(例如僱員在家辦公和數碼營商)、研究及訂立撤禁的標準和時間表、逐步回收限制性防疫政策以恢復本土社交活動、鼓勵內部消費和刺激經濟活動、撤除封關措施以重新開放國際交往等。開放邊境既是社會正常化和經濟復原的最後一步，亦是最難完成的「終極」任務。一來開放邊境通常需要在兩個經濟體的疫情水平以及防疫能力相若或接近的前提下才有可能成事；但世界上不同地區的疫情發展並不同步，各地政府對疫情檢疫的標準以及公共衛生管理制度均存有差異，在疫苗成功研發並普及之前，要達致這一「對等性」的條件殊不容易。二來各地民眾對放寬入境檢疫等涉及公共安全的事宜高度關注甚至萌生本土主義的傾向，醫療團體更是態度謹慎，令政府在對外商討開放邊境時往往會面對巨大的政治壓力。

儘管須面對多重困難，仍有不少經濟體在過去幾個月裏積極探討甚至嘗試局部性恢復跨境人員的流動，包括構思「旅遊氣泡」或「旅遊走廊」(Travel Bubble/Corridor)的安排。箇中的主要原因在於長期「封關」已令不少依賴旅遊業和服務輸出的國家或地區飽受重創。例如，每年入境的遊客為泰國旅遊業帶來高達三分之二的收入；根據泰國發展研究院的估計，疫情爆發令 327 萬泰國民眾面臨失業，今年當地經濟或會收縮 8.5%。英國智庫財政研究院表示，全球疫情蔓延導致赴英國留學的國際學生數量驟減，不少辦學經費依賴海外生源的高等院校墮入收入大跌的窘境，預計英國教育業在疫情期間虧損總額最高可達 190 億英鎊，或會令行業的整體年收入減少將近一半。

亦須承認，世界各地重開邊境的呼聲雖高，但至今為止大多流於「雷聲大雨點小」。許多經濟體的政府雖然一早就表明開放邊境的意願，但在商討撤關時間、協調檢疫標準、釐訂人員涉及範圍等具體事項上卻態度審慎，導致實際推進的步伐遠落後於預期。一些國家至今仍停留於前期研究、互相接觸的準備工作階段；即便有少數國家或地區已率先落實局部開放邊境的安排，但在政策實施不久後又

面臨「撤回」和調整的壓力(見附件表1)。

例如，新西蘭與澳洲最早提出「旅遊氣泡」的概念，希望豁免隔離或檢測限制，恢復兩國公民正常往來；原定於9月初實施，惟澳洲維多利亞州於8月爆發新一波疫情，令計劃被迫擱置。近日兩國政府宣佈實施單方向的「旅遊氣泡」，讓疫情控制較好的新西蘭民眾進入澳洲時無須接受14天隔離檢疫；但入境後僅允許前往部分地區，首階段包括新南威爾士州和北領地。波羅的海的愛沙尼亞、拉脫維亞和立陶宛從5月中旬起一度實踐「旅遊氣泡」，開放對方人員入境；但由於疫情反覆而叫停，至今仍未恢復。英國自7月初開始允許來自較低風險國家和地區的旅客可免隔離入境，當中包括多個歐洲國家；鑒於部分歐洲國家近期疫情惡化，英國已收緊對這些國家的入境寬待措施。

在亞洲地區，泰國政府早於6月表示有意盡快重開邊境，希望趕在10月底前每日開放1,000名海外旅客免隔離入境，並隨即與越南和香港等鄰近地區商討開放通關事宜；由於7月份以來香港、越南等地疫情復燃，泰國短期內對這些經濟體開放邊境的希望亦變得渺茫。日本政府一直與多個國家保持磋商，希望分批接受海外旅客入境，但開放時間卻一再延後；最新消息指，官方計劃於明年4月起才開放外國觀光客入境。香港早就與澳門、中國內地展開磋商，希望率先恢復粵港澳大灣區城市之間的人員流通，但受本地第三波疫情所拖累，港版「健康碼」一直未能面世，與內地通關至今仍未有確切時間。特區政府自6月起亦與11個國家或地區進行建立「旅遊氣泡」的協商，10月中旬宣佈與新加坡就重啟跨境航空往來達成了原則性協議，但與其他10個地方的洽談皆陷入「膠著」狀態。

多因素導致通關「一波三折」

各地對開放邊境的取態轉趨審慎，反映了近幾個月來全球新冠疫情反覆甚至有再度惡化的趨勢；不少輿論更直指過快解封可能是觸發疫情復燃的元兇，令政府在評估風險和制定防疫措施時更須「三思而行」，決策的天秤不得不重新從「促經濟」向「抓抗疫」的一邊傾斜。全球每日確診個案數已從7月不足30萬宗上升至10月中的38萬宗，死亡總人數已超過100萬人。多個經濟體近月爆發新一輪疫情，新增確診數更超越之前高峰時的紀錄；全球的單日確診宗數在10月15日和16日亦接連創下新高。

8月之後日本連續多日新增超過1,000個確診病例，打破上一波疫情時日增700餘宗的紀錄，累計確診病例在不到一個月內更從2萬例倍增至4萬例；10月15日，西班牙、法國、英國、德國和意大利分別錄得單日新增確診個案逾3.5萬、3萬、1.8萬、9,000及8,800宗，均創下這些國家疫情爆發以來的單日新高。世界衛生組織的官員指出，歐洲目前的每日確診數字呈幾何級增長，在10日內急增100萬個病例，累計染病人數已達700萬。

其次，多地疫情反彈被證實與輸入性源頭直接或間接相關，導致政府開放邊境時態度更趨保守，以免讓外來的風險源頭乘虛而入。有分析指，香港從6月初放寬國際船員來港換班限制，來港船隻的船員可獲豁免強制檢疫；其後多名海員

先後在港確診，他們曾於病毒潛伏期間在社區活動，有可能是觸發香港第三波疫情的導火線。香港在8月初連續12日單日新增確診超過100人，比前兩波的峰值高出近倍；10月份以來錄得的160多宗確診個案中，輸入個案亦佔了近6成。

另一方面，新冠疫情洶湧，令民眾心有餘悸；即使部份地區局部放寬入境限制後，民眾對於長途遊、跨境遊的信心依然薄弱。事實上，由於曠日持久的疫情令消費者行為與心態產生變化，即使一些地區重新開放旅客入境，短期內的經濟成效卻差強人意，更遑論恢復到疫前的水平。例如，南亞地區的旅遊勝地馬爾代夫自7月中旬重新開放邊境允許國際旅客入境以來，隨後一個月內只有約5,200名遊客進入當地，較2019年平均每月高達14.2萬人銳減超過九成。

類似的情況亦發生在疫情一早就受控的澳門。雖然其與內地早前已經達成「健康碼」的互認安排，自8月26日和9月23日起陸續開放廣東省和所有內地省市居民赴澳旅遊；但「國慶黃金周」訪澳內地旅客人數僅12.9萬人次，較去年同期僅恢復不足兩成。另一邊廂，黃金周長假期間內地民眾在境內遊人次卻高達6.37億人次，已恢復到去年約八成水平；而本地遊、周邊遊更成為許多內地居民假期出行的首選，在一定程度上反映這類短途、「私密」度較高的旅遊方式，有助於消除遊客疫後出行時對衛生安全等方面的擔憂。

此外，無論是「健康碼」還是「旅遊氣泡」主要是基於防疫安排的互認而並非豁免；跨境人士需遵守嚴謹的防疫措施和通關手續，一般還須出示近期內的陰性核酸檢測報告，難免涉及不菲的額外金錢和時間成本。以香港和新加坡的「航空旅遊氣泡」為例，據聞旅客在一個來回旅程中需進行多達4次的核酸檢測，難免「費時失事」；旅遊業界指出，這項具突破性安排雖然意義重大，但估計初期受惠者主要是商務和探親訪客以及為數有限的高端旅遊團。

政策著力點還須聚焦內需

在對外通關「準擬佳期又誤」、短期內未能寄以厚望的情況下，催谷內需更加成為各地政府「義無反顧」的政策選項。內部經濟活動一般不牽涉跨境人員流動，受消費者疫後心態轉變的影響亦較小；加上疫情延宕多月，不少民眾已習慣與疫同行，內部「剛性需求」開始逐步浮現。更何況一些經濟體以往有不少服務和產品需求透過民眾的旅遊活動轉移到境外，如今受到邊境不通等因素所限，反而有助這些需求在疫情之下「出口轉內銷」。例如，根據2019年5月的《世界旅遊晴雨表》，香港2018年國際旅遊總支出達265億美元，按人均外遊開支計高達3,500美元；市民「留港」消費的潛力實不可小覷。

近期，不少經濟體的政府紛紛將政策著力點從之前幫助受困企業渡過難關轉向帶頭激發內部需求，並將更多的資源投放於為特定行業創造商機。例如，餐飲業是受疫情打擊的重災區，英國政府為了吸引顧客重返餐館、咖啡館和酒吧、幫助餐飲企業擺脫困境，撥款5億英鎊推出「Eat Out to Help Out」計劃，讓民眾到餐廳堂食可享半價優惠，最高資助每餐10英鎊（約港幣102元）。台灣自7月開始實施「安心旅遊補助」的觀光業振興方案，透過補助民眾住宿、交通、遊樂園入

場和旅遊行程花費，鼓勵民眾在島內觀光旅遊，涉資約 39 億元新台幣；由於反應踴躍，資助額提前「見底」，當地政府近日宣佈再加碼 20 億元，以便讓補助計劃可延續到 10 月底。泰國政府亦於 7 月批准了一項名為「泰人遊泰」的計劃，提供補貼鼓勵國內遊；之後更升級國內旅遊刺激方案，鼓勵大型企業在受歡迎的旅遊目的地舉辦培訓、研討和相關活動。

另一方面，針對民眾在疫情和經濟逆境中收入水平下跌和消費信心減弱，一些經濟體的政府選擇派發消費券代替發放現金補助，冀望能夠發揮「四兩撥千斤」的乘數效應來撬動居民消費。中國內地有 170 多個地方政府在 3 至 5 月期間向當地民眾發放消費券，合共涉資約 190 多億元人民幣；澳門於 3 月及 7 月分別派發了兩輪消費券，每位澳門居民可前後領取 3,000 澳元和 5,000 澳元；台灣亦推出「振興三倍券」計劃，向每位合資格的民眾發放等值新臺幣 3,000 元的限時消費專用券。南韓政府計劃從 10 月底陸續向超過 1,000 萬名國民發放消費券，適用範圍涵蓋住宿、旅遊、演出、電影、展覽、體育、餐飲和農副產品等 8 個類別。

除了以財務津貼協助特定行業拓展本地市場和派發消費券外，增加公共假期也被一些經濟體的政府視為刺激內需的「錦囊妙計」之一。例如，英國、新西蘭及泰國為刺激疫情之下疲弱的消費市道，均有意考慮為國民增加假期，冀望藉此帶動民眾在國內旅遊和消費。歐洲智庫經濟與商業研究中心(Centre for Economics and Business Research)近月發表報告指，零售銷售額在銀行假當日可增加 15%，而酒店及餐飲業在銀行假的收入更可較周末上升 20%。惟須留意的是，增加公共假期的政策爭議性較大；「假日經濟」固然能迅速刺激消費，但其集中的「井噴效應」或會以隨後一段時間消費低迷為代價。同時，增加假日會導致正常經濟活動中斷，加之當今電子商貿蓬勃，在一定程度上已替代了部分實體消費，增假的總體宏觀效益或被抵銷甚至可能得不償失。

中國內地在過去二十年均不時以「假日經濟」來促進內需，今年亦將國慶和中秋雙節的假期延長至史上最強的八天，並取得成效不俗。「十一」假期出遊人數和旅遊消費分別恢復至去年同期的八成和七成，比較早前的「五一黃金周」僅恢復六成和四成可謂再下一城。值得指出的是，「五一黃金周」時逢內地疫情剛剛受控，而相隔 5 個月的「十一黃金周」則發生在疫情完全受控之後；兩者對刺激經濟的實效存在一定的落差，恰恰反映了疫情過後民眾在假日消費和出遊的謹慎心態亦需「假以時日」才能夠逐漸克服和消除。對於當前大多數疫情尚未完全受控的國家或地區而言，透過增加假日來刺激內需不僅有可能會增加當地疫情再熾的風險，其實際效果亦未容過份樂觀；或許內地「五一黃金周」的表現對其他經濟體會更具參考價值。

業界靈活變陣啟動「內循環」

對各地業界來說，將目光聚焦於本地市場無疑是在當前疫情和經濟逆境下自保、自救的現實途徑之一。以香港為例，近期湧現的兩個市場動向值得關注。一是企業加緊轉攻本土市場；「本土化」已不僅僅是業界應對特殊環境的短暫性救急措施和權宜之計，更成為不少企業未來一段時間的策略性部署。香港品牌發展

局在 2020 年 8 月進行的一項調查亦發現，最多的回應企業(佔 58.2%)表示會將未來市場拓展重點放在本地市場，隨後是粵港澳大灣區(42.7%)、東盟(30%)等周邊市場。這或許反映了在疫情期間乃至「後疫情時代」，營商環境以及企業的經營策略正發生潛移默化；在某種意義上，「就近」經營有助於化解供應鏈中斷及海外市場斷絕的風險，這與十一黃金周內地遊客「不遠遊」的消費心態亦有異曲同工之處。

其二是商家努力嘗試在當前環境及防疫要求允許的範圍內推出創新的產品及服務(見附件表 2)；除了早前大行其道的「無接觸商業」之外，最近在全球包括本港流行起來的另類度假方式亦是生動的例子。例如，酒店業率先創出「Staycation」的概念，並以之作為噱頭，向本地客提供水療、網球、高爾夫球、按摩服務等旅行體驗，使其留在本地亦能釋放壓力、遠離都市煩囂；最近香港各類酒店均紛紛推出「Staycation」(「宅度假」)的套票招攬本地客，就連鮮有提供優惠的香港半島酒店亦加入行列。同時，香港快運亦首辦「環港遊」(UOFlycation)特色飛行體驗，在香港上空盤旋約一個半小時旅程，讓人感受旅行的樂趣；雲頂郵輪集團擬推出 2 日 1 夜郵輪版的「Seacation」本地郵輪旅程，並計劃在「港康碼」推出後，將航線延伸至海南島三亞及大灣區等地。

無論是「宅度假」、「原地飛度假」還是「近海度假」，除了新鮮感和噱頭十足之外，其實亦切中了人們在時間、地域等客觀條件所限之下渴望「鬆一鬆」和「過把癮」的心理需要。雖然這些特殊時期的新型消費模式和創新業務有些會隨著疫情退去而銷聲匿跡，但相信也有部分將在「後疫情時代」得到保留甚至發揚光大。

從另一個角度看，曠日持久的新冠疫情或正悄悄催生一場另類的「供給側革命」，促使業界透過從供給的層面進行改革、創新與充實，以突破性和更加適銷對路的產品、服務以及經營模式，來順應、激發和擴展本地市場的需求；這種供需的契合與互動，在某種意義上與最近中國政府所提出的「內循環」概念可謂貌似神合。在短期內，香港經濟再出發，或許亦應該先從啟動「內循環」著手，並待時而動，透過健康碼互認、旅遊氣泡的安排融入以大灣區為代表的區域大循環。

2020 年 10 月

附表 1：部分經濟體放寬旅客入境限制的進展情況

國家或地區	通關模式	開放邊境的主要進展
澳洲	旅遊氣泡	<ul style="list-style-type: none"> 該國最早與新西蘭提出「旅遊氣泡」的概念，希望豁免隔離或檢測限制，恢復公民正常往來，原定於 9 月初實施；惟澳洲維多利亞州於 8 月爆發新一波疫情，令原先計劃暫時擱置。 兩國近日宣佈啟動單向的「旅遊氣泡」，允許疫情控制較好一方的新西蘭，該國民眾自 10 月 16 日起可到澳洲部分地方旅遊，且無需強制隔離，但首階段只適用於澳洲新南威爾士州和北領地；澳洲官員表示，該計劃將很快擴大至其他州。 澳洲總理透露，近期與日本、南韓、新加坡及部分太平洋島國討論重啟旅遊，並以早前與新西蘭的旅遊安排為基礎。
波羅的海三國 (愛沙尼亞、拉脫維亞和立陶宛)	旅遊氣泡	<ul style="list-style-type: none"> 三國自 5 月 15 日起率先互開邊境，正式實踐「旅遊氣泡」；公民互訪可以免除 14 天隔離；但實行不久後便因疫情反覆而叫停，至今仍未恢復。
英國 (註：歐盟亦採取這一模式)	旅遊走廊	<ul style="list-style-type: none"> 英國 7 月初採用較具彈性的「旅遊走廊」(Travel Corridor)模式，訂出一份可豁免入境強制檢疫的國家名單，並可定時或不定時因應他國疫情發展而作出更新； 英國在 8 月因歐洲國家疫情惡化，將法國、荷蘭、克羅地亞、奧地利等從「旅行走廊」清單移除，恢復對來自這些地區的人士執行隔離檢疫； 英國 9 月份又宣布，將丹麥，斯洛伐克，冰島及加勒比海島嶼庫拉索等，從政府的「旅遊走廊」名單中剔除。
泰國	旅遊氣泡	<ul style="list-style-type: none"> 泰國政府在 6 月提出「旅遊氣泡」的構思，以恢復旅遊業活動；但該國官員指，由於日本、南韓及香港出現雙位數或以上的新增個案，有關「旅遊氣泡」的討論已經被暫時擱置。
日本	旅遊走廊	<ul style="list-style-type: none"> 日本政府表示，將會持續密切觀察國外的疫情發展，並將於明年 1 月正式制定相關應對措施，預計從明年 4 月「有條件」地開放外國觀光客入境。
台灣	旅遊氣泡	<ul style="list-style-type: none"> 台灣政府研究開放首批「旅遊氣泡」，讓民眾往來或不再需要強制隔離；官方指，有關構思仍處於早期內部研究階段。
澳門	旅遊氣泡	<ul style="list-style-type: none"> 澳門與內地達成「健康碼」的互認安排，兩地民眾在入境對方口岸後無須強制隔離。
香港	旅遊氣泡	<ul style="list-style-type: none"> 食物及衛生局局長 6 月初表示，正考慮推出「港版健康碼」，並與內地及澳門政府研究互認安排；惟隨後本地爆發第三波疫情，「港版健康碼」一直未能面世，與內地通關至今未有確切時間； 特區政府自 6 月中起與 11 個國家商討「旅遊氣泡」，包括日本、泰國、新加坡、韓國、德國、馬來西亞等。商務及經濟發展局近日宣佈，香港與新加坡就建立航空旅遊氣泡達成原則性協議，兩地旅客互訪目的及行程不設限制；雙方將在未來數周就已確立的框架敲定細節，完成後即可恢復兩地往來。

資料來源：互聯網新聞、廠商會研究部整理

附表 2：部分經濟體的業界在應對疫情時的自救措施

行業	地區	措施
航空業	新加坡	<ul style="list-style-type: none"> 新加坡航空計劃在 10 月底前為該國乘客推出「空中漫遊」(Flights to Nowhere) 航班，從樟宜機場起飛，在空中飛行約 3 小時後返回。
	日本	<ul style="list-style-type: none"> 日本全日空航空公司 8 月底推出新服務，讓乘客乘坐 A380 空中巴士圍繞東京飛行 90 分鐘，享受「機場及機上的夏威夷度假體驗」。
	台灣	<ul style="list-style-type: none"> 星宇航空推出飛行假期體驗，提供飛行體驗 3 小時、機上免稅商品 75 折優惠等；長榮航空推出中秋節活動，推出 4 個飛行體驗航班，乘客可加價 500 新臺幣參觀長榮航空訓練中心或長榮空中廚房。
	中國	<ul style="list-style-type: none"> 中國東航、海航、南航等多家航空公司自 6 月以來相繼推出「週末隨心飛」、「快樂飛」等機票套餐服務，旅客花約 3,000 元人民幣就可在指定時間內搭乘多次航班； 聯合航空推出「盲盒飛行家」產品，遊客可在內地 44 座城市中任意選擇始發地，目的地則在執飛航線中隨機匹配。
	泰國	<ul style="list-style-type: none"> 泰國國際航空開設 Thai Airways Restaurant 售賣飛機餐，已於 9 月初投入運營；餐廳入口設有登機通道，進入餐廳就見到機艙大門，裡面擺放飛機模型、真實的機艙座位，更有泰航空姐提供服務，讓消費者不用出國就能有搭飛機的體驗。
	香港	<ul style="list-style-type: none"> 香港快運開辦「環港遊」(UOFlycation) 特色飛行體驗，在香港上空盤旋約一個半小時旅程，讓人感受旅行的樂趣； 香港航空亦宣佈開辦無目的地航班「飛悅香港」，讓消費者在空中觀賞日落。該航班由香港機場起飛，在距離香港 200 海里內的南中國海上空飛行，航程約 90 分鐘。
酒店業	泰國	<ul style="list-style-type: none"> 疫情期間泰國文華東方酒店與米芝蓮法國餐廳 Le Normandie 推出聯營套餐，並為河景套房客人提供法國餐作為噱頭吸客。
	香港	<ul style="list-style-type: none"> 香港部分三星級酒店房租大劈價，並與裝修公司或食肆等加強合作吸納客源。例如，北角 M1 酒店指，北角渣華道一帶傢俬店眾多，所以與相關店舖合作，若有客人需要全屋裝修，傢俬店便會介紹客戶到該酒店暫住；同時亦與附近一帶的餐廳合作，加強送餐服務等。 25 家酒店被政府徵用，為外地抵港人士提供十四天檢疫隔離，以此推動相關酒店入住率回升； 有酒店留意到，疫情期間在家工作有不少挑戰，例如缺乏私人空間或影響視像、電話會議，工作效率或大受影響。佐敦朗逸酒店推出「在酒店工作」(Work From Hotel) 套餐，朝 9 晚 6 租房包午餐；維港凱悅尚萃酒店 7 月初亦推出同類套餐，包 5 張普通房通行證，開放時間朝 8 晚 6，包自助午餐。 部分酒店推出 Staycation，為本地客提供旅行體驗，例如水療套餐、網球場、高爾夫球場、按摩服務等。
郵輪業	香港	<ul style="list-style-type: none"> 「世界夢號」郵輪所屬的雲頂郵輪集團表示，將向港府爭取在聖誕及新年假期之前推出 2 日 1 夜郵輪版 Seacation 本地郵輪旅程計劃；而且，待港府推出「健康碼」後，更可將航線延伸至海南島三亞及大灣區等地。

資料來源：互聯網新聞、廠商會研究部整理