

《「十一五」與香港發展》經濟高峰會

商業及貿易

目的

文件編號 2006 ES/1 已就「十一五」規劃，探討如何發展香港作為國際金融、貿易、航運中心，並提出一些策略性分析和建議。本文是從政府及公營機構的角度初步分析「十一五」規劃與香港貨物貿易發展的機遇與挑戰，希望藉此引發社會各界的討論，以便高峰會在未來數月制訂一份務實可行的「行動綱領」。

背景

2. 在國際方面，根據世界貿易組織發表的報告，香港於2005年是全球第十一大商品貿易經濟體系（貿易總值為5,929億美元）；分別是全球第十一大的商品進口地區（進口總值為3,006億美元）及全球第十一大的商品出口地區（出口總值為2,923億美元）。

3. 內地是香港最大的貿易夥伴。在2005年，香港與內地的貿易額為20,619億港元（2,651億美元），佔本港貿易總額45.0%。另一方面，香港是內地的第三大貿易夥伴（僅次於美

國及日本)，在 2005 年內地與香港貿易額佔內地總貿易額 9.6%。此外，香港也是內地重要的轉口港。在 2005 年，經香港轉口往世界各地的內地來源貨物佔本港的轉口總值 62.1%。同期，經香港轉口往內地的貨物則佔本港轉口總值 45.8%。

4. 國家擁有超過十三億的人口，消費市場龐大，發展潛力優厚，加上內地中產階級人數高速增長，人均消費能力不斷提升，對進口需求日益增加。去年，中國內地進口了 6,600 億美元的貨物，今年前 5 個月仍保持 22% 的增長。在各省、直轄市、自治區中、與香港毗鄰的廣東省人均國民生產總值收入為全國第六，是內地消費品市場必爭之地。

5. 香港產品一向獲內地消費者垂青，國家擴大內需的政策正好為香港產品提供更大的外銷市場，而《內地與香港關於建立更緊密經貿關係的安排》(CEPA) 下零關稅的優惠，亦提供契機，向內地推介香港品牌產品，進佔內地市場，進一步推動香港產品出口。

6. 「十一五」規劃提出必須保持經濟平穩較快發展。要進一步擴大國內需求，調整投資和消費的關係，合理控制投資規模，增強消費對經濟增長的拉動作用。

7. 在發展經濟的同時，國家提出要節約資源保護環境，促進經濟增長方式根本轉變，推進國民經濟和社會資訊化，切實走新型工業化道路，堅持節約發展、清潔發展、安全發展，實現可持續發展。內地省份就污染行業進行整治，很多港資企業，特別是一些在珠三角地區的高污染行業將面對新的挑戰。另一方面，在各省份開始環保規劃工程時，無論在技術、管理、融資及環保產業上，都極需要引進區外的投資和支援。這是危還是機，港商在這過程中應如何應變，值得探討。

8. 廣東省「十一五」規劃提出優化出口商品和貿易方式結

構，着力擴大知名品牌和具有自主知識產權的品牌產品出口，鼓勵高技術含量、高附加值的產品出口，限制資源性、高耗能、高污染產品出口。規劃中並提出加強環境綜合治理，優化環境保護管理機制和政策環境，嚴格執行建設項目環境影響評價制度。從區域環境容量和資源保障能力出發規劃產業佈局和工業項目建設，積極探索制定合理的排污費徵收和使用政策。

機遇和挑戰

9. 在國家要轉變發展觀念，通過擴大國內需要、優化產業結構、節約資源及保護環境、和增強自主創新等方式，推動可持續發展的前提下，我們嘗試在以下數個範疇分析港商面對的機遇和挑戰。

(一) 在國際及內地發展品牌

10. 國際層面方面，根據美國「商業周刊 (Business Week)」公布的 2006 年度「環球品牌百名排行榜」中，亞洲品牌只佔十個，其中內地和香港的品牌均未能入榜¹，可見香港的產品在國際市場仍未為廣泛認識。香港貿易發展局 (貿發局) 在 2002 年發出報告，指出品牌發展在香港尚未成熟的原因，主要是香港內部市場狹窄，基礎消費群體薄弱，制肘品牌的發展；香港生產商對海外市場消費者的偏好、品味和其他需求特性瞭解不深，不利香港品牌產品打入這些市場。近年，業界已逐漸領略品牌發展對促進香港產品出口的重要性，並投入不少資源向這方面發展。在國家「十一五」規劃下，擴大內需的政策正好為香港產品提供外銷的契機，同時也為香港在內地的廠商生產的貨品提供內銷的機會，為港商出產的產品推廣帶來龐大商機。

11. 從宏觀的角度看，香港本身是一個品牌，代表品質、信心、時尚、貨真價實和物有所值。在「個人遊」計劃推行以來，

¹ 滙豐銀行被定為英國品牌

大量的內地遊客到港旅遊，搜購本地商品(雖然產品並非全部在香港製造)，包括高價值的珠寶首飾和大眾化的食品如月餅等。凡此種種均反映內地消費者對香港產品的信任及渴求，並為香港產品進入內地消費市場提供了良好的條件。

12. 香港製造商如何建立及強化自我品牌，尤其是中、高檔次產品，或許可進一步探討。品牌能夠賦予產品獨特的身份，把產品從極其類似的同類中區分出來，並給予消費者物有所值的信心。成功的品牌除了講求形象外，還需要配合品質、服務和原創精神。港資企業當前的挑戰是如何提升產品設計及質素、善用創新科技、增強生產力、優化生產流程、改善顧客及售後服務，以及在內地市場進行有效推廣。

(二) 開拓全國內銷市場

13. 成本因素考慮下，部分香港產品會運往內地作外發加工。2005 年外發內地加工貿易額達 3,885 億港元(500 億美元)，佔香港輸往內地的總出口 38%；而自內地進口貨物涉及加工貿易的總額亦達 6,920 億港元(890 億美元)，佔香港自內地進口商品的 66%。據廣東省統計，廣東省在 2005 年底共引進港資項目 87,274 個，不少是從事製造業及加工貿易。這些產品大部份是輸往國外市場，亦傾向利用香港熟悉和有效率的物流運輸服務把商品出口。基於香港人開設的工廠在華南製造業上已扮演重要角色，港資企業有條件進行產業轉型，由從事外發加工過渡至進一步開拓國內的內銷市場。

(三) 面對廣東省的環保挑戰

14. 由於內地過去數年經濟快速增長，部份行業能源消耗過大及令環境污染加劇，因此「十一五」提出要節約資源保護環境，把促進經濟增長方式根本轉變。有約八萬港資工廠的廣東省亦面對嚴重的資源和環境問題。

15. 廣東省政府為了達致更平衡的經濟發展，銳意發展東西兩翼及北部山區，目標是逐步將勞動密集型產業向這些地區轉移。就此，廣東省已制定了《珠江三角洲環境保護規劃綱要》和《廣東省環境保護規劃》，等環保規劃，嚴格功能分區和分區控制。為加強對重污染行業的污染控制和管理，明確提出加快電鍍、化學制漿、化工、製革、紡織印染、冶煉、發酵、固體廢物加工等重污染行業「統一規劃、統一定點」，實現污染集中控制、集中治理和集中管理。

16. 嚴格控制污染及節約資源，對若干在廣東省的港資企業會造成不同程度的問題，但同時亦為環保企業帶來商機。例如在環保產業規劃過程中，極需要引進技術先進、管理水平高、有實力的企業來參加投資建設和經營，由此衍生的市場機遇值得我們關注。

17. 香港和廣東省，在環保工業方面其實有很大的合作空間。例如本地已經有企業成功開發可以將汽車排放廢氣減半的微粒消滅裝置，更成功地安裝在合資格的柴油車輛上，如能夠將類似產品推廣至廣東省及其他地區，將為港商帶來無限商機。

政府及其他界別的回應/行動

(一) 發展品牌產品

18. 在自由市場的政策下，特區政府的角色是盡量為工業界提供最大的支援，締造有利營商的環境，及保持和不斷完善香港的知識產權保護制度，為發展創意工業及香港品牌提供有效的保障。

19. 香港的比較優勢，已由昔日從事低技術及勞工密集的生產，轉為高增值及以知識為本的活動。因此，政府非常鼓勵製造業由「原設備製造」(OEM)走向「原設計製造」(ODM)及「原品牌製造」(OBM)。

20. 近年，特區政府做了不少工作支援工業配合香港產業結構轉型。為了營造有利高增值、高科技行業的環境，政府成立了創新及科技基金，鼓勵和支持各界提出有助本地工業發揮創意、提升技術的計劃。其中，特區政府於4月透過創新及科技基金撥出23億元，在汽車零部件、物流及供應鏈管理、納米及先進材料、紡織及成衣，以及資訊技術五個範疇上，資助成立研發中心，為業界提供一站式的服務，從而協助業界提升科技水平及發展高增值產品。此外，特區政府亦支持在科學園內成立集成電路設計及開發支援中心，以及數碼港的數碼媒體中心和無線通訊應用開發中心，以扶助中小企業走「原設計製造」路線。特區政府的中小企業資助計劃，為中小企業推廣市場提供支援，亦間接有助香港轉向高增值及以知識為本的活動和生產，促進貨物貿易的增長。

21. 在鼓勵設計創意方面，政府及其他團體推出多項措施，協助各行各業善用設計，提升產品價值，鼓勵企業以此發展其品牌。其中，香港設計中心致力推動設計工作成為增值的活動，並提高設計水平、推動與設計有關的教育，以及提高香港作為創新和創意中心的地位。特區政府更制訂了「設計智優計劃」，加強對設計和創新的支援，推動各行各業加入高增值、高知識產權含量和高創意元素，資助值得支援的設計、品牌及研究項目，培育新成立的設計公司，以及推廣和表揚優秀的設計和建立品牌，務求令香港成為區內的優質設計中心。理工大學設計學院等大專院校、香港設計發展局，以至各專業團體也致力提升香港的設計水平、推動與設計有關的教育和培育設計人才。這些措施都有助擴大香港在品牌發展的潛力。

22. 不少商會、工商團體及政府資助機構也為促進香港品牌的發展而努力。很多本地企業在香港品牌發展局的策劃和推動下，都積極運用創意，在品牌和產品的發展上力求完美，強化香港的原創品牌。「香港優質標誌計劃」和「香港名牌」及「香港服務名牌」選舉亦見證了眾多本地企業在建立品牌上的努力和卓越表現。由香港工業獎及香港服務業獎合併而成的香港工

商業獎則致力表揚香港工商業在邁向高科技高增值的過程中取得的成就，分別在消費產品設計、機器及設備設計、顧客服務、環保成就、創意、生產力及品質和科技成就七個類別作出嘉許。不少展覽會有標榜香港的產品，每年舉行的工展會便是突出的例子。主辦工展會的中華廠商會近年更在內地城市舉辦類似的工展會，大力推廣香港品牌產品。

23. 貿發局也積極提升香港品牌產品在全球市場上的形象和地位。有關工作包括舉辦及組織港商參與本地和外地的推廣活動，以及因應不同重點市場而制定針對性的宣傳策略，以突出香港產品的優良品質和時尚設計，以及協助建立香港品牌知名度和信譽。貿發局特別著力在內地進行推介香港產品的工作，包括在各大城市的主要百貨店舉辦連串以「香港品牌」或香港時尚為重點的推廣活動，同時測試內地不同市場對香港產品的需求和口味，為港商在生產設計的過程中提供有用的參考資料。2006年起，該局亦在海外市場舉辦的展覽會上設「香港時尚廊」推介香港品牌產品。

24. CEPA 促進香港的貨物貿易發展，為香港的產業結構轉型提供很多有利的條件。零關稅減低企業出口港產品往內地的成本，提升港產品的競爭力，有利品牌產品或著重高增值或知識產權的產品在香港進行生產，推動港產品進入內地龐大和蓬勃的消費市場。外國投資者可盡量利用香港與內地經濟協同的優勢，CEPA 的零關稅待遇和各項貿易投資便利化措施，在香港生產貨品輸往內地市場。由於香港亦擁有高度保護知識產權的環境，外商也可在香港設立研發中心或生產專利產品。

25. CEPA 下的貿易投資便利化措施亦促進兩地的貿易及投資，例如在通關便利化領域便推行了一系列的措施加快兩地貨物的流通，在法律法規透明度方面亦實施了多項安排使投資者對內地的法律法規有更深入的了解。今年，兩地更在貿易投資便利化方面加入知識產權保護的合作，促進香港品牌產品打進內地市場。按構思，內地將在香港設立保護知識產權中心，就

兩地知識產權保護的信息進行交流與溝通，便利企業獲取有關知識產權的資訊。

(二) 加強與內地政府的聯繫，開拓內銷市場

26. 特區政府致力加強與內地政府的聯繫，例如泛珠三角區域合作框架協議、粵港合作聯席會議、滬港經貿合作會議、京港經貿合作會議等都為兩地政府提供了有效的溝通平台，致力消除各省之間貨物流通的障礙，促進貿易和投資的健康發展。特區政府亦決定加強在內地的代表網絡，包括在政制事務局內設立內地事務聯絡辦公室，並在上海和成都增設經貿辦事處，以及擴大駐粵經貿辦事處的職能範圍。透過在個別省區推廣經貿合作和建立聯繫，特區政府將不斷加強對港商在內地營商的支援，以及在當地推介香港的產品及角色，並宣傳及推廣 CEPA，借助 CEPA 的實施，進一步推動香港貨物貿易的發展。

27. 作為著名的世界工廠，內地的工業生產總值不斷提升。廣東省「十一五」提出加快發展汽車裝備製造、鋼鐵等主導產業，因此內地企業對原材料，尤其是鋼鐵的需求亦不斷增加。在國家鼓勵生產高增值、高質素產品的前提下，內地企業亦會從國內外搜購原材料，提升其產品的質量及競爭力。內地企業絕大多數為中小型企业，它們對國際市場認識不深。香港企業擁有強大的國際營商網絡，對市場訊息觸覺敏銳，並且熟悉國際貿易規則，必定可以配合國家對於進口商品及原材料的需求，為內地企業提供採購服務。

28. 經過多年的努力，香港已確立了其國際採購中心的地位，但是，互聯網的普及對香港造成了沖擊。更多的買家可選擇在網上購物，從而省卻對中間人付出佣金，或在香港設立採購中心所產生的租金及其他行政費用。此外，跨國企業除了在香港設立辦事處採購內地產品外，部分更直接在內地設立據點。去年，沃爾馬撤離香港，在深圳建立地區總部，進行採購業務。面對各方的挑戰，香港應積極宣傳其作為地區總部的優

勢，向各界證明香港作為商品及原材料採購中心的好處。

(三) 協助廣港資企業迎接環保挑戰

29. 除了鼓勵香港製造業朝高增值方向發展，面對內地（特別是廣東省）加強環境保護的力度，加上目前歐美日等國家的環保生產要求²，特區政府、半官方機構以及商會都一直在不同層面為在內地經營的港商提供協助。

30. 特區政府駐粵經濟貿易辦事處（駐粵辦）與廣東省政府緊密聯繫，反映業界的意見，協助業界與廣東省有關部門溝通，並盡量搜集及透過該辦事處發放有關訊息，供業界參考，讓業界可以盡早籌劃及部署。駐粵辦亦協助香港廠商組織考察團到訪內地，瞭解承接產業轉移地區的投資環境和最新經貿狀況。同時，駐粵辦與香港生產力促進局正與個別珠三角城市探討各種集中治理和監管的可行模式，並鼓勵有關市縣政府與港商合作，提供環保設施，達致互利共贏的目標。

31. 香港生產力促進局一向致力推廣企業採用清潔生產技術，包括：

- (a) 製作技術指南，供不同行業使用，包括漂染業、電鍍業、電路板製造、食品及皮革等。該局提供的環保顧問服務，協助工商機構設計、建立與實施環境符合 ISO 14001 的管理體系；
- (b) 透過創新環境技術發展，協助業界控制工序排放的油煙、煙霧、廢氣、污水及塵粒，以符合香港、內地及其他外國市場的有關法規。該局的環境測試實驗室，提供一系列的污染分析服務，包括工業污水、

²例如歐盟最近便新出台了涉及綠色生產的指令，其中包括在去年8月實施的《電器及電子廢料指令》(WEEE)²及剛於今年7月1日生效的《限制電子及電器設備使用有害物質指令》(RoHS)²。WEEE要求在電器及電子設備報廢後，生產者和經銷商須承擔回收處理責任並為此負責。RoHS要求電子及電器設備中，六種有害物質包括鉛、汞、鎘、鉻、多溴聯苯和多溴二苯醚等的含有指標必須符合規定，若抽查發現超標須全部召回並就地銷毀，且以後不准進入歐盟市場。

噪音、廢物及污水處理方法測試，協助業界符合本地及國際環保法規；

- (c) 成立「綠色製造網」作為環保資訊的發放和交流平台，定期舉辦研討會及工作坊，以及編寫一份為香港各行各業如何符合環保要求的指南；
- (d) 與業界及政府研商成立一個清潔生產推廣及研究中心，為業界提供技術支援；及
- (e) 針對支援在內地營運的港資企業，生產力促進局近年更在廣州、東莞和深圳開辦獨資企業，直接提供綜合服務，未來的工作重點包括加強支援清潔生產。

32. 除了生產力促進局外，不少機構及商會亦推行各類環保計劃及措施，包括：

- (a) 大珠三角商務委員會下的可持續發展工作小組正探討如何改善空氣質素，提高廣東省內港資的生產製造行業對節省能源、減少排污、應用清潔生產等的認識，並向大珠三角地區的企業介紹清潔生產措施；
- (b) 大珠三角商務委員會並與香港總商會、香港商界環保大聯盟、廣東省貿促會及廣東省環保業協會推出「清新空氣約章」，促進所有在珠江三角洲投資的商界人士遵守；
- (c) 由七個工商團體創立的「香港綠色製造聯盟」，鼓勵本港製造商遵行有關環保條例，提高工業界在保護環境方面的意識，並推廣綠色工序和產品的應用，從而提高本地製造商的競爭力；
- (d) 香港工業總會推行「一廠一年一環保項目計劃」，要求自願參與的廠商推行每年至少一個環保項目，以

減少香港和珠三角地區的污染，改善該地區的環境；及

- (e) 貿發局亦在其工作範疇下參與有關工作，例如該局較早前舉辦了「RoHS 指令政策和實施會議」研討會，分享不同企業在生產及製造上如何令產品符合指令的要求，並協助推廣香港企業往內地考察及投資不同的項目。

建議

33. 為配合國家推動擴大國內需求的發展，協助內地港資企業迎接環保挑戰，從而推動香港貨物貿易的發展，請各專家成員就以下的建議提供意見及其他值得考慮研究的課題：

- (a) 為保持港貨在國際和內地的競爭力，政府會進一步推動香港品牌的發展，鼓勵企業不斷提升香港產品設計及質量、改善服務、善用創新科技、增強生產力及優化生產流程，並致力控制和提升品質；
- (b) 由於香港產品普遍享有貨真價實的美譽，業界及企業可進一步探討如何在內地推廣香港品牌產品；
- (c) 特區政府及相關機構進一步加大在推廣香港作為內地市場的採購中心的力度，並特別加強宣傳香港在採購方面的中介角色，鼓勵國內企業來港採購，並吸引跨國企業利用香港作貿易配對，打入內地消費市場；
- (d) 政府透過現有與內地不同的合作渠道，設法解決有關障礙（如稅務及省與省之間的貨物流通等問題），協助內地的港商積極拓展國內內銷市場；
- (e) 特區政府繼續加強與廣東省有關部門的聯繫，盡早發放

省內最新的投資及商貿（包括環保）政策、措施及相關資訊予港商，加深他們對內地投資環境的認識及利便他們探討內地的商機；及

- (f) 特區政府繼續支持及鼓勵商會及企業推行自發性的環保計劃。

邀請專家成員意見

- (a) 上文就貨物貿易的國際競爭力的分析是否充分全面及深入？有哪些須補充的地方？
- (b) 上文就港商在國家「十一五」規劃中的機遇與挑戰的分析是否充分全面及深入？有哪些須補充的地方？
- (c) 上文就港商在廣東省「十一五」規劃或區域發展中的機遇與挑戰的分析是否充分全面及深入？有哪些須補充的地方？
- (d) 上文就政府及公營機構為進一步鞏固及發展內銷市場及協助港商迎接環保挑戰所提出的一系列回應措施是否對題？有哪些策略方向須加以調整？
- (e) 上文及文件編號 2006 ES/3 就進一步鞏固及發展香港作為國際商貿中心所提出須進一步研究及考慮的課題是否恰當？

工商及科技局
2006 年 9 月