



廠商會會員  
珠三角經營狀況問卷調查 2009  
分析報告

香港中華廠商聯合會  
二零零九年四月

## 報告摘要

1. 金融海嘯與產業轉型的浪潮接踵而至，珠江三角洲的港資企業迎來一個又一個前所未有的挑戰。香港中華廠商聯合會於2009年3月至4月上旬期間進行了一項問卷調查，以瞭解金融海嘯對會員的影響以及業界的應對策略；有關調查亦是對本會2008年「會員在珠三角營商環境問卷調查」的跟進和延續。調查採用郵寄和傳真問卷、由回應公司自行答卷的形式，在指定期限內共收回242份有效問卷。
2. 回應今次調查的242家企業中，有69.4%目前在「珠三角」從事生產業務(本報告主要以這168家仍在「珠三角」有生產業務的企業為分析對象，以下簡稱「回應公司」)，平均僱用約1,000名員工；這些數字均比本會2008年的調查結果明顯為低，反映業務收縮潮的影響已經浮現。回應企業主要來自成衣、金屬、電子、玩具、珠寶、紡織、化工及製藥等行業，近七成採用獨資的方式，並且集中在深圳、東莞和廣州三大地區；他們中的近七成在1985年至1999年期間首次赴當地投資。
3. 整體而言，美國和歐洲在回應公司的產品銷售市場中仍佔半壁江山，但香港本銷和中國內銷亦分別佔二成和一成半；與本會過往調查的相關數據相比較，回應公司的市場結構已更趨多角化，並且中國內地的重要性持續而穩步地上升。八成左右的回應公司預計2009年的出口訂單將會減少，平均降幅達三成半，但將近一半的企業指內銷業務的表現將會得以維持甚至有所增長；出口與內銷兩個市場呈現了「外冷內暖」的歧化現象。除了需求不足、客戶壓價之外，對港商構成嚴重影響的仍是一些在去年調查中最為突出的因素，包括勞動法規引致額外成本和風險、勞工成本高昂、人民幣匯率變化的風險等；反映「珠三角」港商正陷入「舊患未癒、又添新傷」的艱難境地，而這些另類的「三高二低」因素(高人工、高法規遵從成本、高匯率風險、低需求、低產品售價)勢必進一步壓擠企業的利潤空間。
4. 六成的企業預計其所在行業的整體業務將溫和或迅速收縮，近一成的企業表示將關閉工廠或轉營貿易。有關數字已比去年的調查有所好轉；亦有部分企業正處於停產觀望的狀態，反映結業潮雖已減退，但暗湧仍在。回應公司對2009年特別是上半年的業務前景普遍感到悲觀，但對明後兩年的看法漸趨審慎樂觀，預示2010年可能是「珠三角」港商振衰起敝的轉捩點。
5. 面對數十年來最為觸目驚心的經營寒冬，回應公司普遍採取「攻防兼備」的策略，在竭盡全力削減成本(佔回應企業94%)和重組企業架構(44.6%)的同時，積極發展新產品(53.6%)和高增值產品(41.0%)，加大市場營銷的力度(89.2%)，包括加強客戶關係(65.7%)和拓展內地市場(48.2%)等。與2008年相比，更多的企業致力於提升生產技術設備(57.8%)和創建自己的品牌(39.2%)，顯示港商推動產業升級的努力並未因為經濟不景而有所鬆懈。

6. 自 2008 年年中以來，內地和香港特區政府相繼出台了一系列支援企業的措施，發揮了紓困解難的積極作用。回應公司對內地政策的評價普遍高於特區政府的政策；而一些與勞工問題相關的措施更是備受業界歡迎。在某種程度上，這種政策效用的反差主要是因為內地的「減壓」新政多半是對過往緊縮性政策的修正和還原；但亦反映特區政府在扶持「珠三角」企業的工作上仍需調整政策的著力點。

7. 2009 年依然是「珠三角」港商最為艱難的崢嶸歲月，內地和特區政府尚未能解甲休兵；必要時仍需再投以「猛藥強方」，幫助企業力挽狂瀾。特區政府可考慮為「珠三角」港商提供有針對性的支援，例如增加對市場推廣的資助、將來料加工收益的半稅優惠延用於進料加工業務、以及為企業的產業升級和品牌創建提供財務誘因等。推行人民幣貿易結算亦有助於紓緩港商經營成本方面的壓力，特區政府應爭取允許「珠三角」港資企業之間的轉廠業務率先以人民幣結算，並盡快將試點範圍擴展到更多在內地投資的港商。另一方面，中央政府可進一步借重特區政府作為收集意見和政策諮詢的窗口，加緊將政策制定和推行方式由「自上而下」轉向「上下互動」，透過強化與受眾的事先默契來減少政策的「溢外」效應。鑑於勞工問題仍然最為企業所關注，中央政府可繼續在勞動法規的執行尺度上作出調整，甚至考慮暫停或修訂一些最有爭議性的政策。

8. 「珠三角」的勞工成本依然高企，仍有部分港資企業正密鑼緊鼓地部署遷往廣東省的後進地區或鄰近的中西部省份，顯示了「雙轉移」有其符合經濟原則的一面。廣東省政府不妨因勢利導，透過提供經濟誘因和政策便利而並非依靠行政指令的方式，來引導和促成企業的自發性商業行為，使之與產業規劃的方向相順應；在繼續協助部分企業到粵北、粵西、粵東「安家落戶」的同時，亦可透過鼓勵性的措施促進「珠三角」廠商實現在價值鏈上的自我提升，收取「換鳥無須騰籠」之效。

9. 「珠三角」港資企業拓展內銷市場的積極性方興未艾。內地和特區政府可研究利用「CEPA」的機制幫助港商跨越制度方面的障礙；除進一步簡化港企投資內地分銷業的審批手續之外，亦可考慮把「拓展內銷」正式納入「貿易及投資便利化」的內容，並且將商品檢驗、知識產權保護、品牌等領域的合作具體化和落實到位；而當務之急是應探討如何為加工貿易貨物的內銷「拆牆鬆綁」。廣東省可將「兩倉功能合一」、「先銷後稅」等創新性政策發揚光大，並加緊落實「CEPA」的先行先試措施，率先開放省內市場，確立自己作為港商拓展國內市場的試驗田和橋頭堡的特殊地位。

# 目錄

<b>第一章 引言</b>	<b>1</b>
一、 調查背景及目的	1
二、 調查方法及對象	1
<b>第二章 調查結果</b>	<b>2</b>
一、 回應公司的情況	2
(一) 在「珠三角」的生產型業務	2
(二) 回應公司的員工規模	2
(三) 投資的年期	3
(四) 投資方式	3
(五) 地區分佈	4
(六) 行業分佈	5
(七) 銷售市場	6
二、 經營環境	8
(一) 影響因素	8
(二) 產品銷售情況及預期	9
(三) 公司業務前景	10
(四) 行業整體業務前景	10
三、 應對策略	11
四、 政府支援措施	13
(一) 對特區和內地政府支援措施的評價	13
(二) 所需的支援和服務	15
(三) 拓展內銷業務所需的支援	16
<b>第三章 分析與討論</b>	<b>17</b>
一、 結業潮：潮落暗湧現	17
二、 市場結構：多角化與內地化	17
三、 經營環境：舊患與新傷	18
四、 訂單情況：外冷內暖	20
五、 業務前景：否極泰來？	20
六、 應對策略：攻防進退	21
七、 支援政策之效用：高下立分？	23
八、 拓展內銷市場：跨越「5I」障礙	23
<b>第四章 政策建議</b>	<b>25</b>
附件一：內銷與業務前景的關係：統計檢定	30
附件二：2009年會員「珠三角」經營狀況調查問卷	31

# 第一章 引言

## 一、調查背景及目的

**1.1** 珠江三角洲(「珠三角」)的香港廠商正步入一段不平凡歲月，迎接一個又一個前所未有的挑戰。香港中華廠聯合會於2008年3月對會員在「珠三角」經營環境進行調查，發現大部分的廠商對整體的營商前景不感樂觀；除了來自國內經濟層面的多種因素推動了生產成本大幅上升之外，內地政府的一連串緊縮性政策亦令廠商倍感困擾。調查亦發現，經營環境的劇變令一部分廠商心萌去意，但更多的企業正積極謀求轉型升級之道，延續港商在「珠三角」有喜有淚、可歌可泣的奮鬥故事。

**1.2** 2008年下半年以來，金融海嘯風高浪急，席捲全球，對實體經濟的影響迅速浮現；原本就亟需休養生息的「珠三角」企業在全球經濟急劇惡化的衝擊下，陷入了內外交困的艱難境地。廠商會於2009年3月再次開展問卷調查，以在「珠三角」有生產業務的會員企業為對象；除了對2008年調查作後續跟進外，亦重點瞭解金融海嘯對會員的影響以及業界的應對策略。調查所得的資料將有助於本會更準確地向有關當局反映廠商的真實情況和迫切的訴求，以及提供更切合業界需要的支援服務。

## 二、調查方法及對象

**1.3** 是項調查採用郵寄和傳真問卷、由回應者自行填寫的方式。本會於2009年3月中旬向屬下3,000多名會員企業發出問卷；在指定期限(截止至4月10日)內，共收回242份有效問卷。

**1.4** 為了更具針對性，本報告將著重分析目前仍然在「珠三角」有從事生產型業務的168家企業(簡稱「回應公司」)。由於個別會員在回答某些問題時存有遺漏之處，故本報告的統計分析通常會基於每項問題的實際有效樣本數。

**1.5** 另外，為了方便時間序列的縱向分析，本報告亦會引述廠商會在過往幾年所進行之其他專題問卷調查的相關資料，並與本次調查的數據進行比較，以求管窺業界經營形態的一些轉變趨勢。但必須強調，由於本次調查與過往幾次調查並非重複性試驗(Repeated Experiment)，不能排除樣本的差異性會影響比較結果的可靠性。

## 第二章 調查結果

### 一、回應公司的情況

#### (一) 在「珠三角」的生產型業務

2.1 回應今次調查的 242 家企業中，有 168 家在「珠三角」從事生產型業務，佔 69.4%；這一比例明顯低於本會 2008 年關於會員在「珠三角」經營環境的調查結果(77.8%)。

#### (二) 回應公司的員工規模

2.2 在「珠三角」有生產業務的回應公司(下稱「回應公司」)平均在本港聘用 48 人；在中國內地的僱員數目平均為 1,152 人，其中「珠三角」的平均僱員數目為 1,026 人；而他們在海外地區(不含中國)的僱員數目平均為 23 人。除香港外，其他地區的平均僱員數目均低於 2008 年的調查結果。

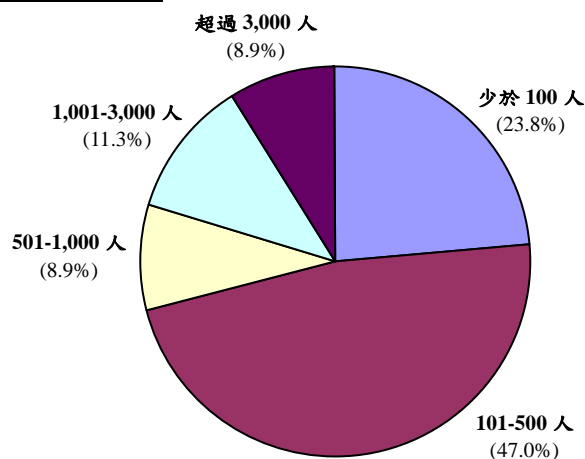
表一、回應公司的平均員工規模及地理分佈

地區	平均員工數目(人)	
	2008 年調查	2009 年調查
香港	37	48
中國內地	1,431	1,152
珠三角	1,275	1,026
海外	101	23

\*註：2008 年和 2009 年作答的回應公司數目分別為 169 家和 168 家。

2.3 此外，近五成的回應公司在「珠三角」的員工數目介於 101-500 人之間，亦有二成公司的員工數目超過 1,000 人。

圖一、「珠三角」的員工數目

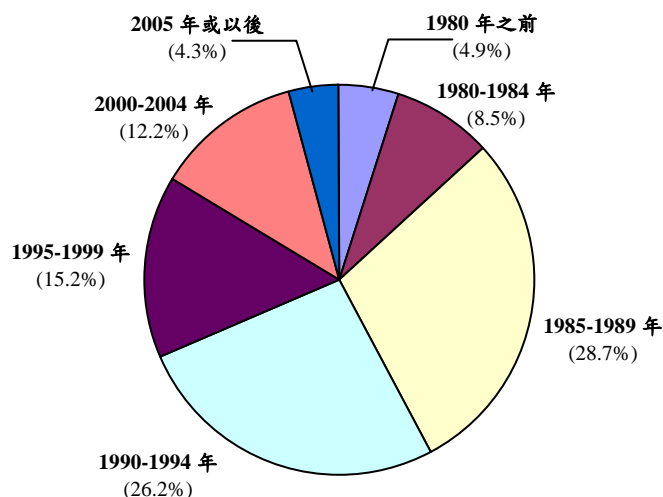


\*註：作答的回應公司數目為 168 家。

### (三) 投資的年期

2.4 絕大多數(78.6%)的回應公司是在 1980 和 1990 年代赴「珠三角」投資，其中近五成半的首次投資時間為 1985 至 1994 年期間。此外，有 16.5% 的企業是在 2000 年後首次涉足「珠三角」。

圖二、投資年期

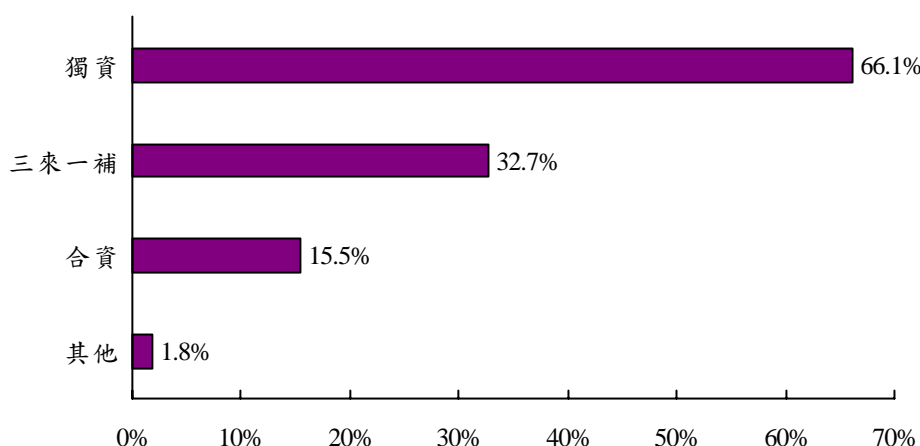


\*註：作答的回應公司數目為 164 家。

### (四) 投資方式

2.5 超過 6 成半的回應公司在「珠三角」成立獨資公司；採用合資方式的則有 15.5%；而採用「三來一補」為 32.7%。在 2008 年的調查中，採用獨資、合資和「三來一補」的企業分別佔 55.2%、12.6%和 46.6%，顯示約有一成的企業已由來料加工轉為獨資。

圖三、投資方式



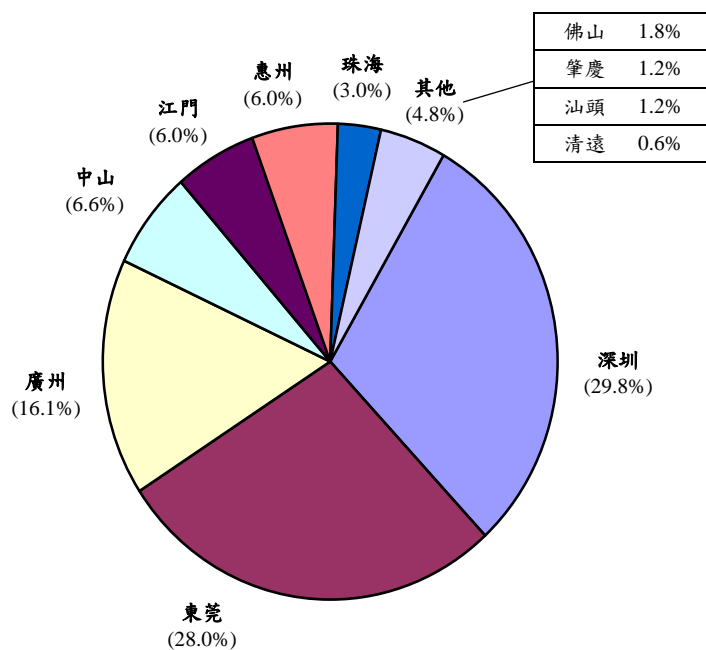
\*註：(1) 作答的回應公司數目為 168 家。

(2) 回應公司可選擇多項答案，故所有項目百分比的總和可能大於 100%。

## (五) 地區分佈

2.6 回應企業集中分佈於深圳、東莞和廣州三地區，分別佔 29.8%、28.0% 和 16.1%。

圖四、工廠所在地區



\*註：(1) 作答之回應企業數目為 168 家。

(2) 以回應公司最重要的一項業務所在地為準。

## (六) 行業分佈

2.7 回應公司來自較為分散的行業；其中，成衣(15.5%)、金屬(13.7%)、電子(9.5%)、玩具(7.1%)、珠寶(5.4%)和紡織(5.4%)等六個行業佔了五成半。

表二、回應公司的行業分佈

序號	行業	佔回應企業之比重(%)
1	成衣	15.5%
2	金屬	13.7%
3	電子	9.5%
4	玩具	7.1%
5	珠寶	5.4%
6	紡織	5.4%
7	化工及製藥	4.8%
8	機械	4.8%
9	食品	4.8%
10	電器	4.2%
11	塑膠	4.2%
12	傢俬及家居用品	4.2%
13	印刷	3.6%
14	鞋履及皮革	2.4%
15	建材	2.4%
16	鐘錶	1.8%
17	箱包及手袋	1.2%
18	其他	5.4%

\*註：(1) 作答之回應企業數目為 168 家。

(2) 以回應公司最重要的一項業務為準。

## (七) 銷售市場

2.8 調查將回應公司的產品銷售市場按地域粗略分為六個地區。其中美國、歐洲仍是近七成回應公司產品出口地，亦有五成多的回應公司涉及本銷(香港)和內銷(中國)市場。平均而言，回應公司對每一地區市場的依賴程度(即有關地區市場佔該公司營業額的比重)一般為二至四成之間。

2.9 如果以各地區組別之回應公司所佔的比重作為權重來計算加權平均數，則可以得出所有回應公司作為一個整體的市場結構。如表三所示，美國仍是港商最大的出口市場，佔全體回應公司營業額的 28.4%，香港和歐洲為其次，各佔二成；而中國內地則佔 15.5%。這一構成反映港商的市場結構呈現多角化，對歐、美、中、港四大市場的依存度合共高達八成半。

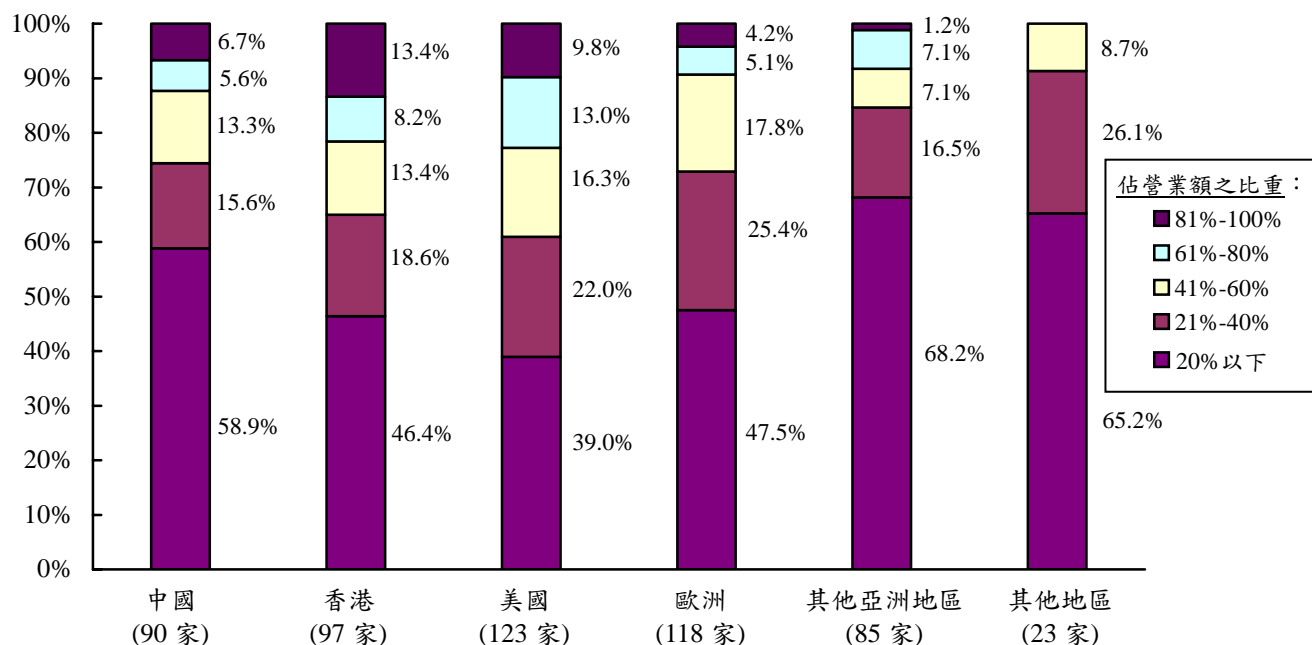
表三、各地區市場佔回應公司業務額之平均比重

銷售地區	回應公司		佔營業額比重	
	數目	比重	平均數	加權平均數
中國	90	53.6%	29.0%	15.5%
香港	97	57.7%	35.7%	20.6%
美國	123	73.2%	38.7%	28.4%
歐洲	118	70.2%	30.5%	21.4%
其他亞洲地區	85	50.6%	22.9%	11.6%
其他地區	23	13.7%	18.0%	2.5%
總樣本	168	—	—	100%

\*註：(1) 平均數為每個地區銷售額佔各回應公司總營業額比重的算術平均值。

(2) 加權平均數 = 各地區回應公司所佔之比重×平均數

圖五、各地區市場佔銷售額比重之區間分佈



**2.10** 圖五依照每個地區市場佔回應公司營業額的比重列出區間分佈；每個地區市場大致上都呈現出上窄下寬的「金字塔」形狀。以內地市場為例，90家有內銷業務的回應公司中，近六成屬於「輕量型」，即銷售往國內的產品祇佔公司整體業務的二成以下；佔二至四成、四至六成、六至八成的分別有 15.6%、13.3%和 5.6%。

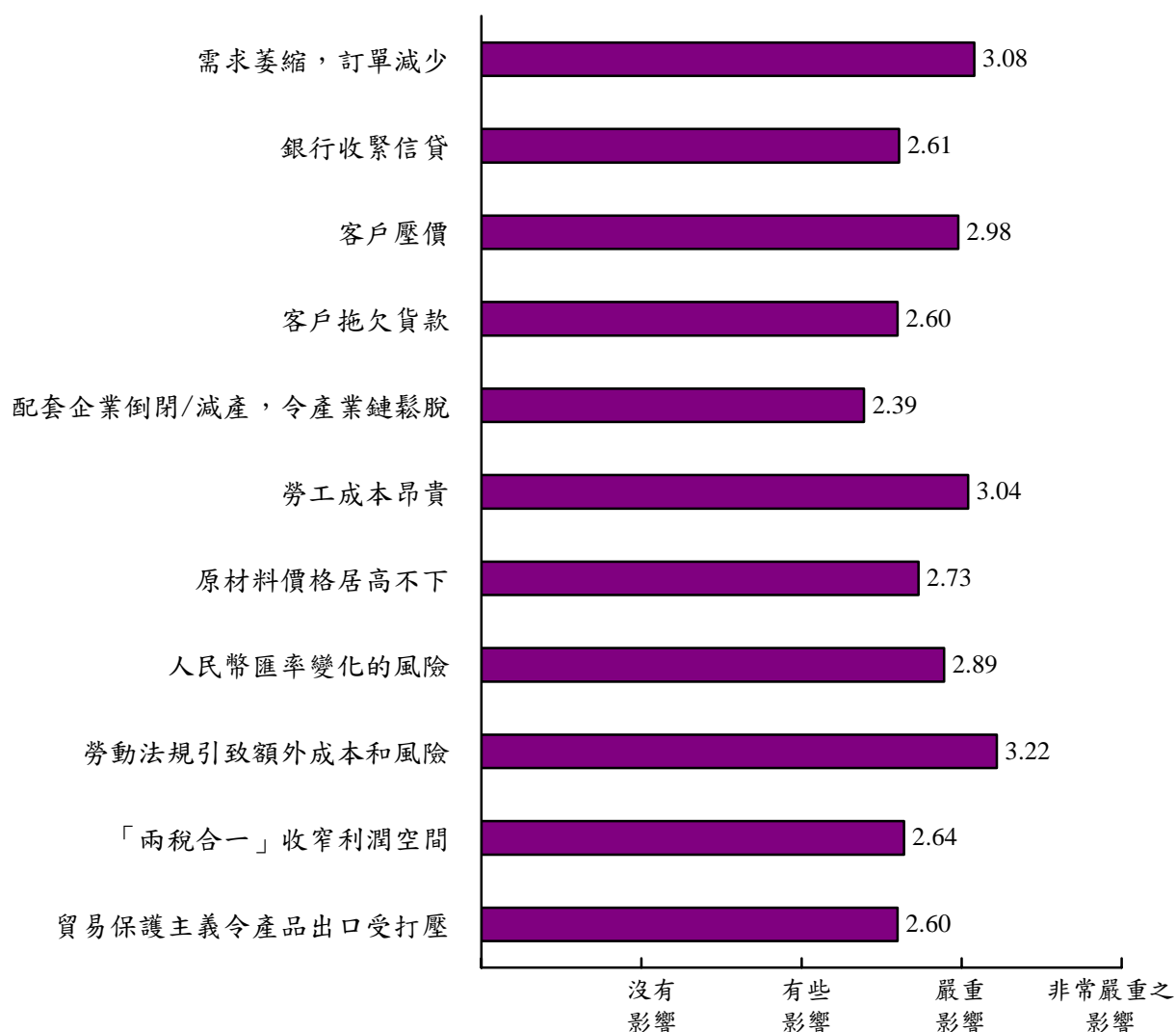
## 二、經營環境

### (一) 影響因素

**2.11** 根據加權評分，最令回應公司感到困擾的因素包括勞動法規引致額外成本及風險(3.22)、訂單減少(3.08)、勞工成本昂貴(3.04)、客戶壓價(2.98)以及人民幣匯率變化的風險(2.89)；六至七成的回應企業認為這些因素造成「嚴重」甚至「非常嚴重」的影響。

**2.12** 此外，回應公司亦普遍認為其餘的因素有一定影響，介於「有些影響」與「嚴重影響」之間；依次為原材料價格高企(2.73)、「兩稅合一」收窄利潤空間(2.64)、銀行收緊信貸(2.61)、客戶拖欠貸款(2.60)、配套企業倒閉或減產令產業鏈鬆脫(2.39)。

**圖六、經營環境的影響因素**



\*註：(1) 作答的回應公司數目為 168 家。

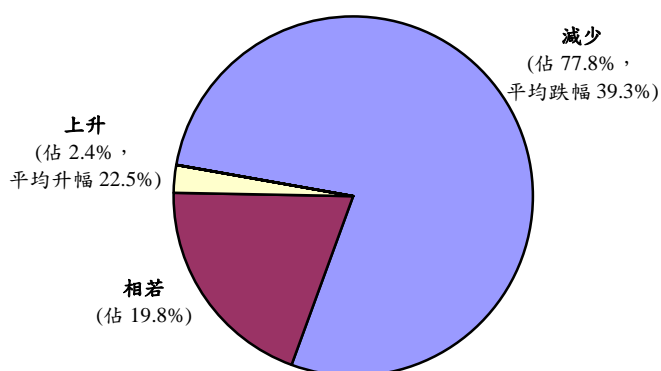
(2) 4 代表「非常嚴重之影響」，3 代表「嚴重影響」，2 為「有些影響」，1 為「沒有影響」。

## (二) 產品銷售情況及預期

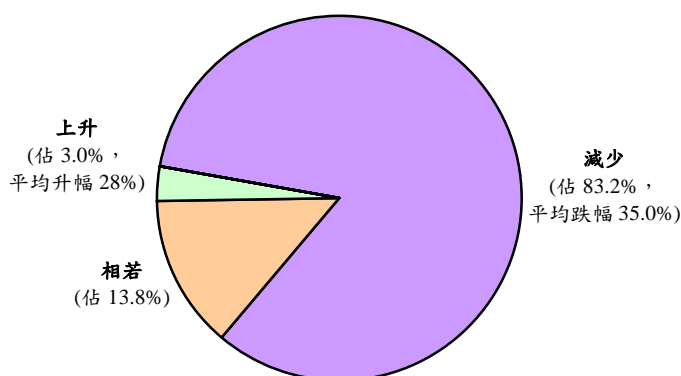
**2.13** 在今年頭 3 個月，近八成的回應企業接收的訂單少於去年同期，平均跌幅高達近四成；預計 2009 年全年的出口情況難以扭轉頹勢，但平均跌幅可略為收窄至三成半，但亦有約二成的企業表示可以出口的業績持平甚至有所增長。

### 圖七、出口訂單的情況

#### 1. 2009 年 1 至 3 月



#### 2. 2009 年全年預計

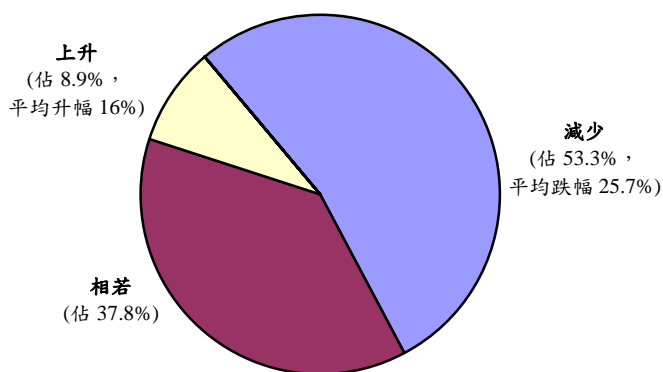


\*註：作答的回應公司數目為 167 家。

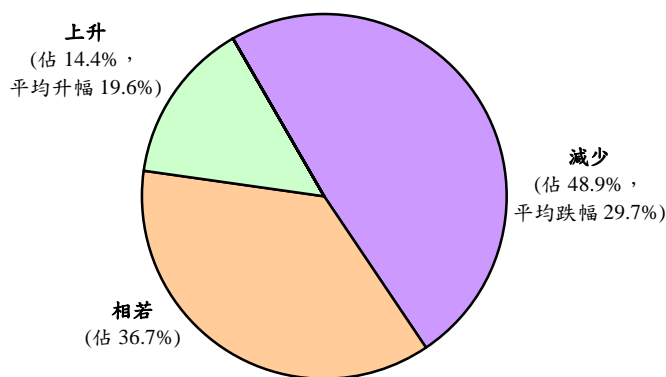
**2.14** 內銷市場雖然亦難逃下滑的厄運，但整體情況明顯優於出口市場。在 90 家有內銷業務的企業中，大約有一半可以維持與去年同期相若甚至更佳的業績；另有約 50% 的企業雖然內銷業務倒退，但跌幅平均不超過三成，低於出口訂單的平均減幅。

### 圖八、內銷訂單/營業額情況

#### 1. 2009 年 1 至 3 月



#### 2. 2009 年全年預計

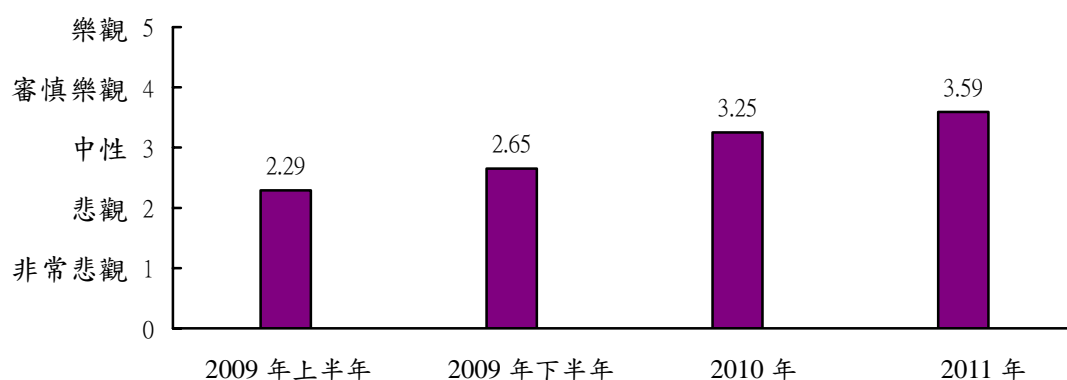


\*註：作答的回應公司數目為 90 家。

### (三) 公司業務前景

**2.15** 按加權平均值，回應公司對今年的業務前景大多持不樂觀的態度；但隨著時間推移，情況將逐漸好轉。超過八成的回應企業預計 2010 年的業務前景為「中性」甚至更佳；至 2011 年，有關比重將提升至九成以上，其中 53.6% 的企業對屆時的公司業務前景持「樂觀」或「審慎樂觀」的看法。

**圖九、對公司業務前景的看法**

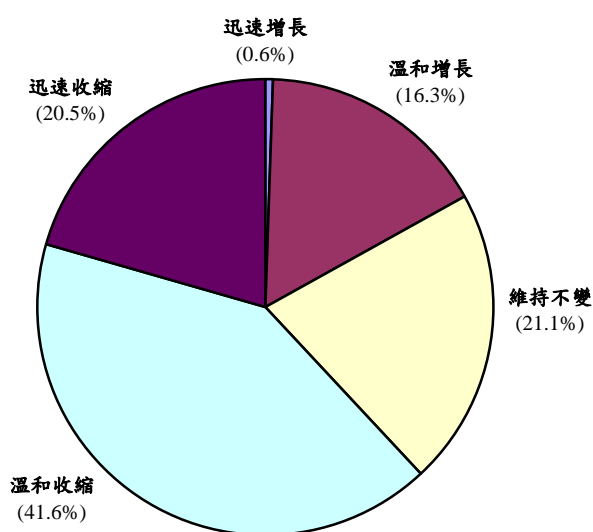


\*註：作答的回應公司數目為 166 家。

### (四) 行業整體業務前景

**2.16** 逾六成的企業相信其所屬行業在「珠三角」的整體業務發展前景將會收縮(佔 41.6%)甚至迅速收縮(佔 20.5%)；但亦有 16.3% 的企業認為會溫和增長，另有兩成企業則認為會維持不變。

**圖十、對行業的整體業務前景的看法**



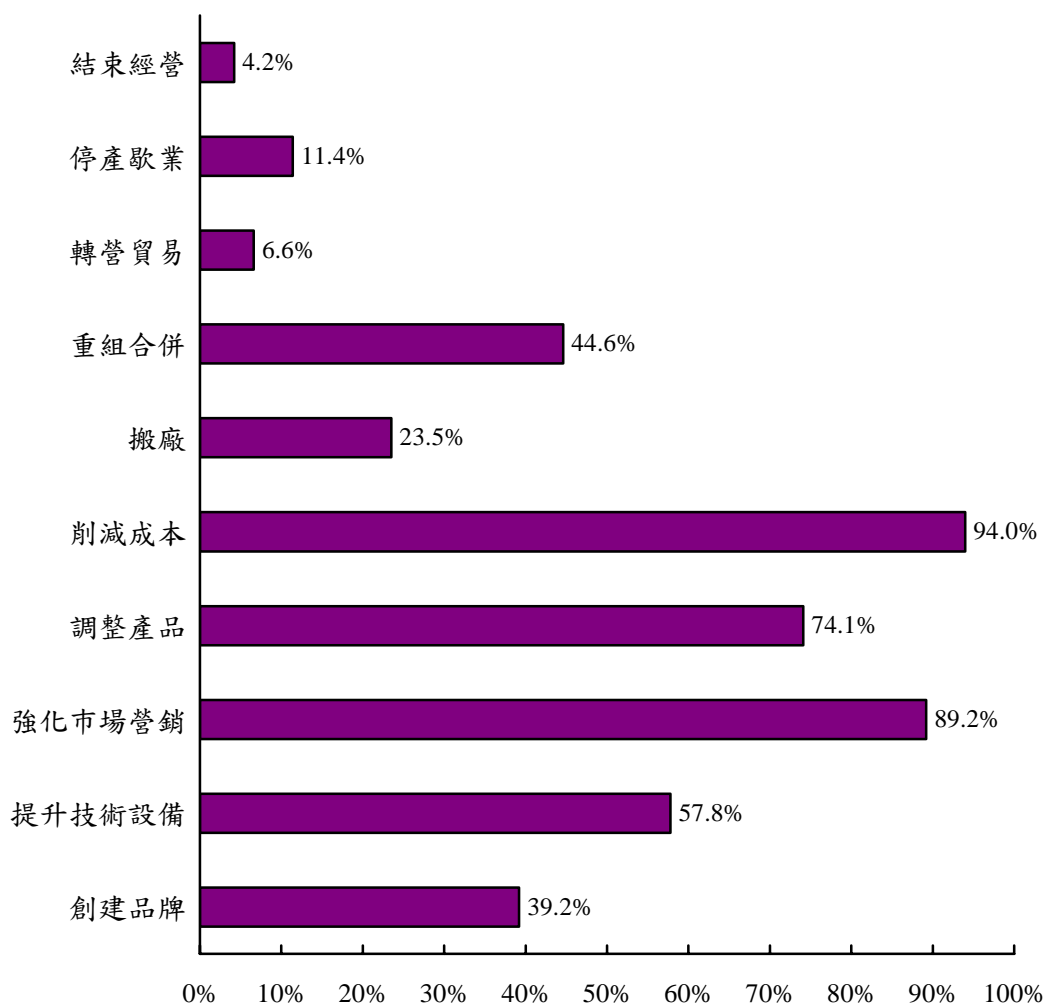
\*註：回應公司數目為 166 家。

### 三、應對策略

**2.17** 面對金融海嘯的衝擊，削減成本、加大市場營銷力度、調整產品檔次或組合是最常見的應變策略，分別為 94.0%、89.2%和 74.1%的回應公司所採用。

**2.18** 另外，分別有 4.2%和 6.6%的回應企業表示會結業或者放棄生產業務而改為從事貿易業；11.4%的企業處於停產歇業的狀態，但仍未決定是否撤廠；23.5%的企業考慮搬遷生產工序；亦有四至五成的企業表示將透過企業重組(44.6%)、提升設備和技術(57.8%)、創建自己的品牌(39.2%)來提升競爭力。

**圖十一、應對金融海嘯衝擊的策略**



\*註：(1) 作答的回應公司數目為 166 家。

(2) 回應公司可選擇多項答案，故所有項目百分比的總和可能大於 100%。

**表四、應對金融海嘯衝擊的具體策略**

策略	佔回應企業之比重(%)
關閉工廠，結束經營	4.2%
停產歇業，但仍未決定撤廠	11.4%
放棄生產業務，轉型從事貿易	6.6%
進行企業重組或合併	44.6%
出讓部分資產/股權	4.2%
收購同業/相關業務	4.8%
集團內部重組	30.1%
與同業策略聯盟	15.7%
將生產業務遷往其他地區	23.5%
「珠三角」的海關特殊監管區域	3.0%
「珠三角」的環保工業園	3.6%
廣東省內較落後地區	7.2%
內地中西部地區	5.4%
內地其他地區	3.6%
香港	3.6%
其他國家	0.6%
削減成本	94.0%
裁減人手	55.4%
削減薪金/津貼/福利	24.7%
爭取供應商降價或提供折扣	67.5%
重組業務流程	44.6%
將訂單集中處理，實施間歇性停產	24.7%
將部份生產工序外判	30.1%
其他	1.8%
改變產品檔次/組合，以配合市場的需要	74.1%
開發更多新產品	53.6%
開發高增值產品	41.0%
生產較低價格產品	16.3%
加大市場營銷力度	89.2%
參加更多展覽/展銷會	30.7%
加強客戶關係	65.7%
減價促銷	18.1%
增加媒體廣告	13.3%
開拓中國內銷市場	48.2%
發展其他新興市場	16.3%
提升生產技術和設備	57.8%
創建自己的品牌	39.2%
其他	2.4%

\*註：作答的回應公司數目為 166 家。

**2.19** 幾乎所有回應企業都推行減支節流和強化營銷。前者常見的方法包括向供應商爭取減價和提供折扣(佔回應公司 67.5%)、裁減人手(佔 55.4%)以及重組業務流程(44.6%)；後者的主要措施包括加強客戶關係(65.7%)、拓展中國內銷(48.2%)和新興市場(佔 16.3%，主要包括中東、東歐、印度、南美)，以及參加更多的展覽和展銷會(30.7%)。

**2.20** 近七成半的回應企業表示會在產品檔次和組合上作出調整，但主要是以開發新產品(53.6%)和高增值產品(41.0%)為主；採取「下行」(Trade Down)策略，即生產較低價產品者相對較少，祇佔 16.3%。

**2.21** 在所有打算搬廠的企業中，超過一半並未真正搬離廣東省；而是會考慮「上山下鄉」，遷往廣東省的較落後地區，或者「登區入園」，搬入「珠三角」的環保工業園以及海關特殊監管區域，如保稅區、出口加工區等。此外，亦有部分企業表示會遷往中西部地區，以江西省居多；另有 6 家企業考慮回流香港。

**2.22** 74 家回應公司表示會開展企業重組或合併活動，以集團內部重整最為常見；亦有部分的企業表示與同業開展策略聯盟。此外，出讓資產和收購同業的企業數目相若，各佔 4% 左右，反映了一種「此消彼長，汰弱留強」的自然態勢。

## 四、政府支援措施

### (一) 對特區和內地政府支援措施的評價

**2.23** 自 2008 年年中以來，香港特區和內地政府相繼出台了一系列支援企業的措施。整體而言，回應公司對內地政府的支援措施均持正面的看法，至少有七成以上的企業認為有關政策「有所幫助」或者「很有幫助」；特別是與勞工問題有關的幾項紓緩性措施，均深受業界的歡迎，例如放鬆勞動法規的執行尺度、暫停調高最低工資標準以及准予企業申請暫緩繳納社會保險費等。

**2.24** 回應企業亦普遍認同特區政府的政策遊說工作；亦有逾七成的企業認為擴大「中小企業市場推廣基金」的資助額和申請範圍對業界有一定的幫助。至於特區政府的其他措施，回應企業的反應未見熱烈；尤其是新推出的 1,000 億港元「特別信貸保證計劃」，將近一半的企業認為其成效未彰。

**表五、對特區與內地政府支援措施評價**

支援措施	佔回應公司比例			加權評分
	很有幫助	有些幫助	無甚幫助	
<b>香港方面</b>				
強化「中小企業信貸保證計劃」	12.0%	47.3%	40.7%	1.71
推出 1,000 億元「特別信貸保證計劃」	9.0%	44.9%	46.1%	1.63
增加出口信用保險局的總承保額	12.0%	47.9%	40.1%	1.72
擴大「中小企業市場推廣基金」資助額和範圍	16.2%	55.1%	28.7%	1.87
遊說中央政府推出扶持港企的紓緩性政策	30.5%	47.9%	21.6%	2.09
<b>內地方面</b>				
調高部分產品出口退稅率	35.7%	44.0%	20.2%	2.16
增值稅改革，允許固定資產進項抵扣	28.0%	50.6%	21.4%	2.07
暫時實施 A、B 類加工貿易企業台帳保證金空轉	23.8%	51.2%	25.0%	1.99
暫停調高最低工資標準	47.0%	43.5%	9.5%	2.38
准予企業申請暫緩繳納社會保險費	36.9%	45.8%	17.3%	2.20
放鬆勞動法規的執行尺度	62.5%	31.5%	6.0%	2.57
銀行放寬信貸審批要求	30.4%	46.4%	23.2%	2.07
減免地方稅賦和行政收費	53.0%	38.1%	8.9%	2.44
為企業的市場推廣提供資助	30.4%	45.2%	24.4%	2.06
設立基金鼓勵產業升級	26.2%	42.9%	31.0%	1.96

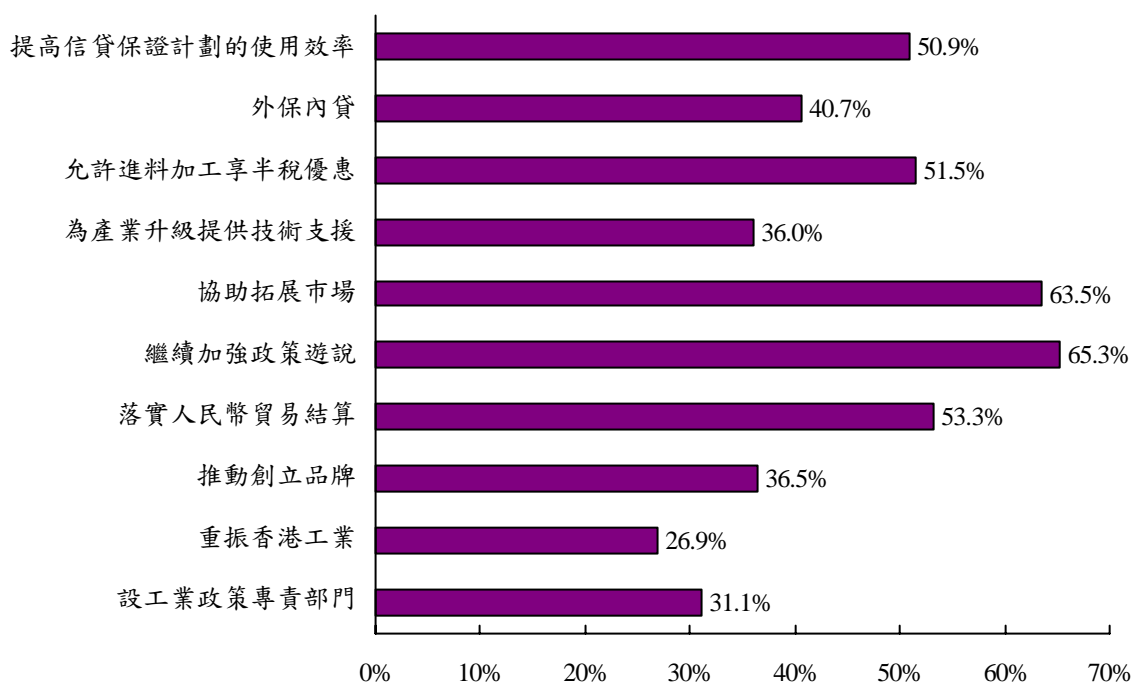
\*註：(1) 回應此題的公司數目一般為 168 家，部分小題為 167 家

(2) 加權評分可反映回應公司對有關政策措施之有效性的整體看法；3 代表「很有幫助」，2 代表「有些幫助」，1 代表「無幫助」。

## (二) 所需的支援和服務

**2.25** 除了希望特區政府繼續遊說中央政府實施扶持港資企業的措施之外，回應公司亦期待政府能夠在市場拓展，特別是開拓內銷和新興市場(主要包括南美、中東、印度、俄羅斯、非洲等地)方面為港商助一臂之力。最近宣佈落實「外保內貸」(即內地銀行以香港資產作抵押為港企提供貸款)和人民幣貿易結算亦是港商「願望清單」中的較重要事項。

### 圖十二、廠商所需的支援與服務

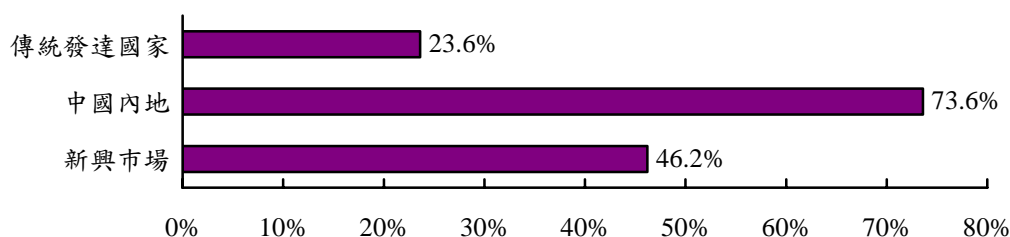


\*註：(1) 作答的回應公司數目為 167 家。

(2) 回應公司可選擇多項答案，故所有項目百分比的總和可能大於 100%。

**2.26** 超過一半的回應公司認為特區政府應重新檢討對離岸收益的徵稅實務(稅局內部指引 DTDN21)，以便將來料加工收益減半計徵香港所得稅的優惠延用於進料加工業務。此外，亦有近三成半的企業希望政府能夠為在產業技術升級和創建品牌提供協助。

### 圖十三、協助拓展市場的重點



\*註：(1) 回應此題的公司數目為 106 家。

(2) 回應公司可選擇多項答案，故所有項目百分比的總和可能大於 100%。

(3) 回應公司提及的新興市場包括南美、中東、印度、俄羅斯、非洲、東盟等地。

### (三) 拓展內銷業務所需的支援

**2.27** 在拓展中國的內銷市場方面，近 9 成的回應公司希望特區政府能遊說中央為港產品內銷「拆牆鬆綁」，特別是放寬對加工貿易貨物內銷的限制(62.8%)、簡化投資分銷業和貿易業的審批手續(62.2%)、簡化商品質量檢驗手續(48.8%)以及加強知識產權保護(44.5%)。

**2.28** 將近一半的回應公司亦建議政府和相關團體可協助提供內地市場資訊(56.7%)、為市場推廣提供資助(48.8%)、為內銷業務提供信用保險(52.4%)和轉介內地經銷商(45.1%)；亦有近四成的企業認為應多舉辦香港產品展銷會、加強推廣本土品牌、以及宣傳香港製造和香港產品的整體形象。

**2.29** 此外，有近兩成的回應公司呼籲內地政府給予港商國民待遇；例如，允許港人在全國各省市經營個體戶、協助港商子女入讀國內學校、以及在徵稅和執法時對港商和國內企業一視同仁等。

**表六、協助港商拓展內銷市場的措施**

措施	佔回應公司百分比
提供內地市場資訊	56.7%
舉辦香港產品展銷會	43.3%
為市場推廣提供資助	48.8%
組織市場考察活動	32.3%
轉介內地經銷商	45.1%
為內銷業務提供信用保險	52.4%
加強推廣本地品牌	39.0%
宣傳香港製造/香港產品的整體形象	39.6%
遊說中央政府推行有助於港產品內銷的措施，包括：	88.4%
簡化投資分銷業和貿易業的審批手續	62.2%
為「三來一補」轉型提供便利	42.1%
放寬加工貿易貨物內銷	62.8%
擴大「兩倉合一」保稅物流業務	36.0%
對加工貿易產品內銷「先銷後稅」	54.9%
簡化商品檢驗手續	48.8%
協調中港商標/專利註冊	36.6%
加強知識產權保護	44.5%
給予港商國民待遇	26.2%

\*註：作答的回應公司數目為 164 家。

## 第三章 分析與討論

### 一、結業潮：潮落暗湧現

**3.1** 本會曾於 2000 年進行「會員在國內投資情況調查」，當時有 78.2% 的回應企業表示在廣東省有投資經商活動；去年進行的「會員在珠三角經營環境問卷調查」，亦顯示有 77.8% 的回應公司仍在「珠三角」從事生產型業務。本次調查的回應公司數目與 2000 年和 2008 年的調查相近，但在「珠三角」從事生產型業務的企業比率卻大幅下降為 69.4%；某種程度上反映已有一部分會員已撤離「珠三角」。事實上，2008 年的調查亦發現，有 8.4% 的企業表示會考慮關閉工廠，另有 11.7% 的回應公司將放棄生產業務，二者合計達 20%；今年的調查結果印證了這一趨勢，但在程度上可能因為時滯的原因而較為輕緩。

**3.2** 本次的調查中亦分別有 4.2% 和 6.6% 的回應公司表示將關閉工廠或轉營貿易，二者合計為 10.6%。這一比例已較去年有所下降，但憑此斷言「珠三角」結業潮已屆尾聲可能尚屬過早之言，因為另有 11.4% 的回應企業表示正處於停產歇業狀態；如果外圍情況未能在短期內好轉，這些企業亦有較高的機會正式結業。由此可見，在未來的幾個月仍是不少企業生死攸關的緊要時刻；在最差的情況下，不能排除今年仍會有近二成的廠商會會員關閉「珠三角」的工廠，使最近兩年的合計結業率高達三成。

**3.3** 以「珠三角」約有 6 萬家港資企業來作一個簡單的推算，如果在最近兩年有 20% 至 30% 的工廠結業或改為從商，則將有 15,000 家左右的企業倒閉。另外，本次調查亦發現回應公司在「珠三角」平均僱員人數為 1,026 人，相對於去年調查的 1,275 人，下跌了 20%；並且 55.4% 的回應公司表示會透過裁減人手來削減營運成本。毫無疑問，「珠三角」結業潮和普遍性業務收縮勢必會對當地經濟特別是就業市場產生不可低估的影響。

### 二、市場結構：多角化與內地化

**3.4** 美國、歐洲、香港和中國內地是本次調查中回應公司最常見的產品銷售地區，合共佔所有回應公司產品銷售額的 84.3%。其中，美國居首位，佔 28.4%；中國內地則佔 15.5%。與本會 2001 年和 2003 年的兩項調查作粗略的比較，不難發現港商的市場結構有分散化和內地化兩種並存的趨勢。

**3.5** 一方面，雖然有產品銷往美國和歐洲市場的回應公司比重有上升的趨勢，但回應公司對這兩個市場的平均依存度卻趨於下降或者停頓。目前，有 69.6% 的回應公司將產品出口往歐洲，比例高於 2001 年的 66.7% 和 2003 年的 57.2%；但歐洲市場佔回應公司產品銷售額的比重目前為 30.5%，低於 2001 年的 39.9% 和 2003 年的 34.8%；美國市場亦有類似的趨勢。這一現象既是港商加緊推行出口市場分散化的結果，亦在某種程度上反映了傳統出口市場的競爭已更趨激烈。

**3.6** 另一方面，無論是從參與公司的比例，還是從平均以及加權的市場依存度來看，內地在港商市場結構中的重要性呈現出一種持續而漸進式的上升。相比八年前，有內銷業務的回應公司比重從 44.0% 上升至 53.6%，內地市場在所有回應公司業務額中的比重已從 10.3% 提高至 15.5%。

**3.7** 金融海嘯爆發後，傳統出口市場陷於低迷，但國內市場仍然一枝獨秀，維持可觀的增長。本次調查中，48.2% 回應公司表示會增加拓展中國內銷市場的力度，亦有 46.7% 的企業呼籲特區政府協助港商拓展內地市場；這兩個數字均遠高於 2008 年調查的 33.5% 和 37.2%。隨著港商加緊進軍市場，「珠三角」企業市場結構多角化和內地化的趨勢將會更加明顯，有望逐步形成中國內地、香港、美國和歐洲市場四分天下的格局。

**表七、回應公司市場結構的比較**

銷售地區	佔回應公司比重			佔營業額平均數			佔營業額加權平均數		
	2001 年	2003 年	2009 年	2001 年	2003 年	2009 年	2001 年	2003 年	2009 年
中國	44.0%	48.4%	53.6%	23.5%	26.8%	29.0%	10.3%	13.0%	15.5%
香港	47.6%	58.6%	57.7%	41.2%	53.6%	35.7%	19.6%	31.4%	20.6%
美國	61.3%	54.0%	73.2%	44.0%	39.1%	38.7%	27.0%	21.1%	28.4%
歐洲	66.7%	57.7%	70.2%	39.9%	34.8%	30.5%	26.6%	20.1%	21.4%
其他亞洲國家	47.0%	50.7%	50.6%	23.4%	21.2%	22.9%	11.0%	10.8%	11.6%
其他地區	20.8%	21.9%	13.7%	26.3%	16.9%	18.6%	5.5%	3.7%	2.5%
總樣本	—	—	—	—	—	—	100%	100%	100%

\*註：2001 年的數據來自於廠商會 2001 年 9 月發表的「會員拓展內銷市場情況問卷調查研究報告」，是次調查回應公司數目為 168 家；2003 年數據來自廠商會 2003 年 11 月發表之「會員品牌發展策略問卷調查研究報告」，是次調查回應公司數目為 216 家。

### 三、經營環境：舊患與新傷

**3.6** 為了方便與 2008 年的調查作比較，表八將影響「珠三角」港資企業狀況的因素分為「舊有因素」和「新增因素」兩個類別。其中，「舊有因素」多數是涉及「珠三角」營商環境的國內因素，而「新增因素」與金融海嘯的影響有關，大多數可以歸類為「外部因素」。

**3.7** 在 2009 年調查中，有 2 個「舊有因素」被回應公司列為「嚴重影響」，少於 2008 年的 4 個，並且大多數「舊有因素」的影響強度均比去年為低；顯示「珠三角」的整體營商環境已有所改善，尤其是人民幣匯率和原材料價格上漲的壓力已明顯紓緩。唯一的例外是貿易保護主義，該因素因為國際經濟形勢逆轉而有抬頭的跡象，故對「珠三角」廠商的影響程度反而呈上升趨勢。

**3.8** 值得注意的是，勞工成本高昂以及勞動法規的額外風險和成本仍是目前港商最感頭痛的棘手問題；這兩個因素在過去一年裏只有輕微的改善，對港商的影響程度甚至高過最近甚囂塵上的訂單不足、客戶壓價和銀行收緊信貸。無怪乎在內地政府推出的一系列支援企業的措施中，與勞工問題相關的幾項政策一概深受港商的歡迎。例如，放鬆勞動法規的執行尺度、暫停調高最低工資標準、以及准予企業申請暫緩繳納社會保險費等，分別成為「政策人氣榜」的冠軍、季軍和第四名(可參考表五)。

**3.9** 「舊患未癒，又添新傷」是目前「珠三角」廠商境況的真實寫照。可以推斷，在另類的「三高兩低」因素(高人工、高法規遵從成本、高匯率風險、低訂單需求、低產品售價)的影響下，廠商的利潤空間勢必會被進一步壓擠。

**表八、經營狀況的影響因素比較**

影響因素	2008年	2009年
<b>舊有因素</b>		
勞動力成本上升/昂貴	3.52	3.04
人民幣升值/匯率變化的風險	3.49	2.89
原材料價格上漲/高企	3.52	2.73
勞動法規引致額外成本和風險	3.46	3.22
「兩稅合一」收窄利潤空間	2.70	2.64
貿易保護主義令產品的出口受壓	2.31	2.60
配套企業撤離令產業鏈鬆脫	2.41	2.39
<b>新增因素</b>		
訂單減少	—	3.08
銀行收緊信貸	—	2.61
客戶壓價	—	2.98
客戶拖欠貸款	—	2.60

\*註：(1) 2008年資料的來源為「會員在珠三角經營環境問卷調查研究報告」。

(2) 數字代表有關因素的影響程度，4為「非常嚴重之影響」，3代表「嚴重影響」，2為「有些影響」，1為「沒有影響」。

#### 四、 訂單情況：外冷內暖

**3.10** 金融海嘯引發了全球性經濟衰退，歐美等傳統的發達市場萎靡不振；絕大多數的「珠三角」港資企業都屬出口導向型，不可避免面對生意蕭條的經營寒冬。回應公司中有將近八成表示 2009 年的出口訂單將減少，平均減幅達三成半。另一方面，由於內地經濟保持增長，加上中央政府大力推行刺激內部需求的政策，港商的內銷表現明顯優於出口的情況；超過一半的企業認為今年的內銷業務有望維持與去年相若甚至增長，而另一半雖表示內銷業績會倒退，但所預計的平均跌幅亦小於出口的跌幅。

**3.11** 出口與內銷這種「外冷內暖」的狀況反映了港商最近幾年分散市場的努力已初見成效，內地市場發揮了分散風險的作用。但是，畢竟內銷祇佔大多數回應公司銷售額的比重不足兩成，加上內地市場與國際大氣候並非強烈地背道而馳，二者之間存在越來越明顯的聯動關係，故內銷業務的緩衝作用仍然有限。統計檢定亦顯示，涉足內銷業務的回應企業在對公司業務前景的看法上與產品全部出口的企業並無明顯的分別(參考附件一)。

#### 五、 業務前景：否極泰來？

**3.12** 雖然超過六成的回應公司認為所在的行業將會溫和收縮，但有關比重比去年的情況有所緩和；而認為行業前景將維持不變或溫和增長的回應企業亦從去年的 33.1% 上升至 37.4%。這似乎預示著席捲「珠三角」各行各業的收縮風潮已略為減退，廠商的業務有望緩步走出谷底。

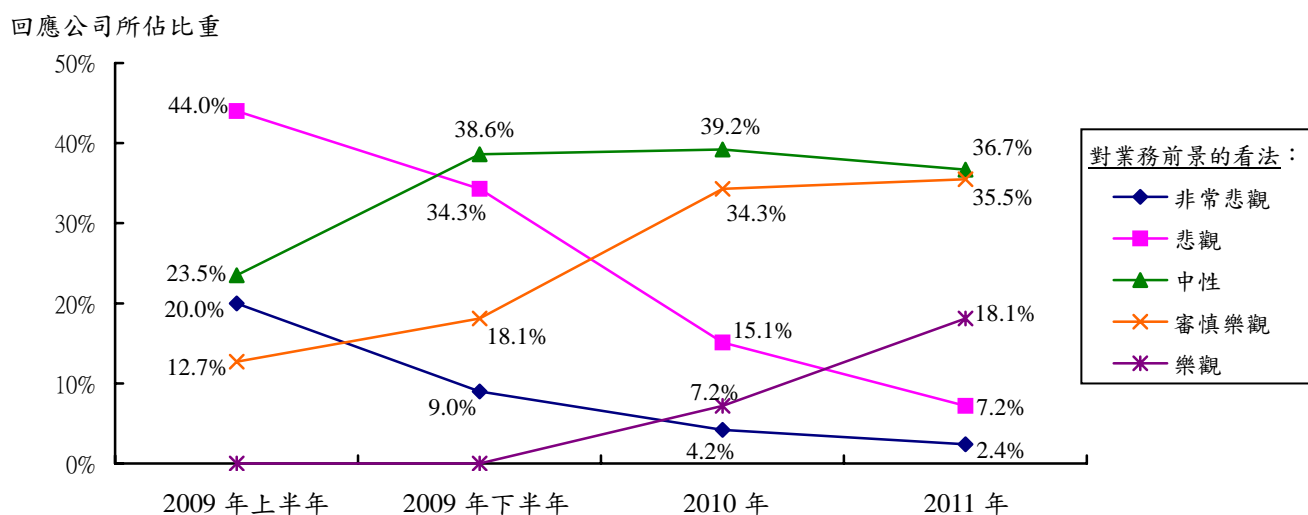
**表九、 整體行業的發展前景**

對行業前景的看法	回應公司所佔的比重	
	2008 年	2009 年
迅速增長	0	0.6%
溫和增長	15.4%	16.3%
維持不變	17.7%	21.1%
溫和收縮	42.9%	41.6%
迅速收縮	24.0%	20.5%

\*註：2008 年調查的回應公司數目為 175 家；2009 年為 166 家。

**3.13** 如果將回應公司對最近三年業務前景看法的分佈情況繪成曲線，則可以看到；隨著時間推移，對前景持負面看法的企業迅速遞減，而持中性和樂觀態度的企業則呈現為上行的折線。若以加權平均值作為「情緒指數」來看，回應公司對 2009 年的看法整體上屬於悲觀，而明後兩年則轉為偏向審慎樂觀；預示著廠商對業務前景的信心將逐步收復失地，而 2010 年可能會出現一個轉捩點。

**圖十四、對公司業務前景的看法**



\*註：回應公司數目為 166 家。

## 六、應對策略：攻防進退

**3.14** 面對百年不遇的金融海嘯和前所未有的經營困境，「珠三角」的企業各出奇謀，再次體現了港人堅毅不屈的精神和靈活機變的處事作風；回應公司所採取的應對策略可以概括為「攻防兼備，長短配合」。

**3.15** 幾乎所有的回應公司都已採用不同的方式削減成本，包括裁減人手、爭取供應商減價、重組流程、外判部分工序、優化生產流程等；但與此同時，他們亦加緊市場拓展，透過強化客戶關係、參加展覽會、拓展內銷和新興市場等，努力在萎縮的市場中鞏固自己的一席之地。與去年相比，更多的企業進行重組、合併以及策略聯盟，以利用目前的整修時期來固本培元；而將近 75% 的企業亦積極調整自己的產品檔次和組合，推出更多新產品、高增值產品或者適應性的產品，磨煉在市場上攻城略地的利器。

**3.16** 除了「短、平、快」的應急性措施之外，57.8% 的企業表示會提升技術與設備，39.2% 正著手創建品牌，比去年的 52.0% 和 25.7% 均有明顯上升；顯示「珠三角」廠商並未放緩產業轉型和升級的腳步，他們朝高增值方向邁進的熱忱和承諾沒有因為金融海嘯而消減。

**3.17** 曾經紛紛攘攘的撤廠潮已漸漸歸於平靜。雖然行政主導式的大規模的產業遷徙已掩旗息鼓，但零星的自發式搬廠仍然駱駝不絕。與去年相似，生產成本較低的廣東省內的較落後地區和內地中西部省份仍是港商轉移生產工序的主要目的地；亦有相當一部分(39家擬搬遷企業中的11家)企業「以退為進」，準備搬入「珠三角」的海關特殊監管區域和環保工業園，為將來的發展鋪設更高的平台。

**表十、應對策略的演變**

策略	2008年	2009年
重組合併	30.7%	44.6%
搬廠	36.3%	23.5%
削減成本	—	94.0%
裁員	—	55.4%
爭取供應商減價	—	67.5%
重組流程	—	44.6%
外判工序	39.1%	30.1%
改變產品檔次/組合，以配合市場的需要	—	74.1%
開發更多新產品	—	53.6%
開發高增值產品	44.1%	41.0%
生產較低價格產品	—	16.3%
加大市場營銷力度	—	89.2%
加強客戶關係	—	65.7%
減價促銷	—	18.1%
拓展內銷市場	33.5%	48.2%
參加更多展覽會	—	30.7%
發展其他新興市場	—	16.3%
提升生產技術和設備	52.0%	57.8%
創建品牌	25.7%	39.2%

\*註：2008年的回應公司數目為179家；2009年為166家。

## 七、 支援政策之效用：高下立分？

**3.18** 回應公司對內地政府的支援措施的整體評價(平均每項政策得分2.19)明顯高於特區方面的政策(平均得分1.80);但這種高下分明的情況應不足為奇。首先，內地政府的支援措施中相當一部分是屬於對近期一些緊縮性政策的修正或還原，例如恢復對部分出口產品的出口退稅優惠、允許A類和B類加工貿易企業台帳保證金由實轉再次改為空轉、暫停調高最低工資標準、放鬆勞動法的執行尺度等。這些政策曾在過去兩年大幅收緊，引起外商投資企業的極大反彈，亦是觸發「珠三角」近期倒閉潮和普遍性業務收縮的主要原因之一。「解鈴還須繫鈴人」，內地政府重新檢視和調整矯枉過正的政策無疑是令企業如釋重負的「減壓療法」，自然大受業界歡迎。

**3.19** 再者，回應公司的大部分經營活動均在「珠三角」進行，內地政府的政策措施對他們的影響亦會更加直接和切身；相反，特區政府的支援措施大多是面向本港的所有企業，對「珠三角」的港商來說未免會顯得間接，難以切中要點。實際上，特區政府積極向中央反映港商訴求，這一較有針對性的施政活動亦得到「珠三角」港商的肯定；被認同的程度(2.09分)遠高於其他一般性的措施，例如提供信貸保障和強化出口信用保險等。擴大「中小企業市場推廣基金」的資助額和範圍亦與「珠三角」港商拓展市場的策略方向相切合，故獲得近七成回應企業的認同；惟可能因為涉及金額偏小，力度欠奉，祇有16.2%的企業認為「很有幫助」，55.1%認為是「有些幫助」。

**3.20** 從另一角度來看，特區政府的支援措施雖然未盡人意，但每一項目都可獲得過半回應企業的認同；反映了政策基本方向正確，惟必須在針對性和相關性的方面加以強化。

## 八、 拓展內銷市場：跨越「5I」障礙

**3.21** 在過去幾年，香港廠商在拓展內銷市場方面取得了一定的進展。根據廠商會歷年調查，參與內銷的會員企業從2001年的44%上升為目前的53.9%，內地市場佔廠商銷售額的加權平均比重從10.3%上升為15.7%；但必須承認，這一增長的速度並不算顯著。根據台灣工業總會2006年的一項調查，在內地的台資企業參與內銷的比重已從2005年的56.7%上升為61.5%；而一般來說，台灣公司到內地投資經商的資歷往往未及港商深厚。

**3.22** 港商在拓展內銷業務方面仍有十分豐厚的潛力以待發掘；但能否實現跳躍式的增長，除了靠主觀意願和自身努力之外，亦視乎能否得到內地和特區政府的協助，以跨越內銷市場的種種天然和人為的障礙。回應企業希望政府提供協助的五個最重要領域(獲超過半數回應企業認同)，實際上亦反映了當前港商進軍內地市場必須面對五個方面的問題，可以用「5I」來概括：即市場准入的限制(Market Inaccessibility)、商品質量檢驗(Inspection of Commodities)、知識產權保護(Intellectual Property Protection)、信息(Information)、信用保險(Credit Insurance)等。

**3.23** 內地在加入世界貿易組織(WTO)之後已逐步開放外商投資零售、批發、特許經營以及進出口貿易等流通領域，但仍然存在不少限制，兼且審批手續繁複。例如，雖然自 2000 年後，外資生產型企業已享有自產產品的內銷自主權；但不少港商採用的是來料加工的營運模式，其國內加工廠並不具備獨立的法人資格，亦不具有一般「三資企業」所擁有的內銷自主權。另一方面，大多數「珠三角」港商都從事加工貿易業務，進口的保稅原材料加工生產後應全部複出口；只有在特殊情況下，預先向省級商務部門和海關提出申請，並補交關稅和增值稅才可轉售國內市場。近年來，外商爭取開放加工貿易貨品內銷的呼聲日益高漲；特別是金融海嘯後，海外需求減少兼且客戶臨時取消訂單的事件屢見不鮮，放寬對加工貿易內銷的限制更具迫切性。

**3.24** 在商品的質量檢驗方面，內地對許多進出口貨品均實施強制性檢驗檢疫，對食品、機電產品、藥品、農產品等更有特別的衛生註冊或安全認證要求；並且須由內地指定的機構進行檢驗和認證工作。雖然香港的品質檢定和認證已達致世界先進水平，但本港檢驗機構出具的證明和報告尚未獲國內機關所承認；即使是國內不同地區商檢機構出具的文件亦未必能在全國「一紙通行」，時常造成不必要重覆驗證，費時費力。

**3.25** 知識產權保護一貫是內地營商制度的薄弱環節。香港和內地的商標制度存在較大的差異。例如，香港奉行的是「使用為先」的原則，而內地則是「註冊為先」；兩地主管部門對商標註冊申請的審批標準和尺度亦有一定的差別。港商對此未必能夠深入瞭解；加上必須透過內地律師辦理國內註冊，往往形如「隔山打牛」，不得要領，耗時需長，亦成本不菲。目前在國內申請商標註冊往往需歷時一年半載，而內地搶註境外商標和「傍名牌」的現象近年更是層出不窮，令港商在內地的維權工作更加艱巨；「G2000 事件」相信祇是冰山一角。

**3.26** 內地幅員遼闊，各地的經濟發展水平參差不齊，文化背景各有不同，消費者的特徵和偏好不一而足。多元化的市場和多層次的需求雖然為港產品內銷締造了多樣化的商機；但如何開展有效的市場調研，以便及時而準確把握不同地區的市場動態，對許多資源有限、經驗不足的中小企業來說，絕非一件易事。此外，內銷業務經常涉及向客戶賒賬，但國內的商業信用制度和相關服務體系當未健全，這亦是令不少港商對內地市場望洋生嘆、裹足不前的另一個主要原因。

## 第四章、政策建議

**4.1** 最近兩年，在經濟層面、政策層面和國際環境等多方面因素的催動下，珠江三角洲掀起了一場聲勢浩大的產業大調整。但百年不遇的金融海嘯不期而至，作為「世界工廠」的「主車間」，「珠三角」自然無法獨善其身；原本已在產業轉型和轉移的浪潮中俯仰沉浮的港資企業又再面對罕見的全球性經濟衰退，步入了需求劇跌、訂單緊絀的經營寒冬。

**4.2** 始於 2007 年下半年的結業潮和普遍性業務收縮進一步深化。雖然有零星跡象顯示「風眼」可能即將過去；但 2009 年畢竟是「珠三角」企業最為艱難的崢嶸歲月，未來數月仍是不少港資企業存亡攸關的緊要時刻。正如本調查所發現，有相當一部分企業正停產觀望；如果外圍環境未能如期改善，則他們最後可能亦擺脫不了結業離場的宿命。無論是中央、廣東省還是香港特區政府，仍不能有所鬆懈；必要時，仍需再投以「猛藥強方」，幫助企業力挽狂瀾。

**4.3** 內地政府近期推出的支援措施發揮了正面的作用，亦受到廣大港商的讚許和肯定。但發人深省的是，這些措施大多是對近年出台的緊縮性政策的修正甚至還原，例如恢復加工貿易台帳保證金空轉的安排、調高出口產品退稅率、放鬆勞動法規執行尺度等。這種「否定之否定」的政策循環帶來了兩點啟示：首先，政策是內地營商環境的主要影響因素，甚至可以說具有決定性的作用。一些優惠或較寬鬆的政策不僅僅是鼓勵外商到內地投資發展的誘因，而且是許多中小型企業賴以維持既定經營模式和保證正常運作的前提條件。政府應留意在推行政策變動時不能過激、過快和過於頻密，以免打破原有的平衡，甚至導致意想不到的「諧振」，最終超出許多企業的承受能力，令整個產業生態的大氣候在極短時間發生突變。其次，內地政策的制定和推行方式有必要進一步從「由上而下」型向「上下互動」的模式轉化；透過有效的諮詢機制與受眾事先達致默契，以克服政策的衝動性和主觀性，減少政策執行的「溢外」效應。特區政府在政策制定的前期研究、諮詢和協調方面累積了豐富經驗，值得內地政府借鑑；而中央政府在制訂涉及港商的外經貿政策時，亦不妨進一步借重特區政府作為收集意見的窗口以及與業界溝通的橋樑，甚至可考慮讓特區政府以觀察員或顧問的身份參與有關政策的制定過程。

**4.4** 在本會 2008 年和 2009 年的調查中，勞工問題特別是勞工成本以及勞動法規的風險已連續兩年被回應公司列為影響經營環境的首要因素；其嚴重程度甚至超越了一些與金融海嘯相關的因素，例如訂單減少、客戶壓價、信貸緊縮等。雖然隨著經濟發展水平的提升，內地的產業結構必然會朝高增值的方向演進；但相信在相當長的一段時間內，勞動密集型製造業仍會是國內的支柱性產業，對經濟增長、就業以至吸引外資仍舊具有至關重要的意義。內地政府在 2008 年實施了富有爭議性的勞動合同法，亦收緊勞工法規的執行尺度；卻在

短期內引起由外資企業的強烈反彈，由於勞工問題而陷入管理亂局和經營困難甚至倒閉的企業不計其數，令「珠三角」的失業問題更趨嚴重；加上勞動爭議個案大幅攀升，出現了企業和工人「雙輸」的局面，使得推動社會和諧和維護勞工權益的政策初衷大打折扣。無論是從短期內進一步為企業紓困解難，還是從立足長遠，改善內地投資環境的吸引力等角度來看，內地政府均有必要進一步檢討現行勞工制度的政策取態和實際成效；除了在執行的尺度上繼續作出調整之外，亦更可考慮暫停或者修訂一些最有爭議性的政策。

**4.5** 港商的利潤空間正被另類的「三高兩低」因素(高人工、高法規遵從成本、高匯率風險、低需求、低產品售價)所蠶食，以往佔支出成本相對不高的匯兌費用，現在很可能已成為「微利」企業能否轉虧為盈的關鍵；業界普遍對最近開展的跨境貿易人民幣結算試點寄予厚望。推行人民幣結算的一個難點是海外的客戶特別是具備較強議價能力的歐美買家，未必願意由慣用的主流貨幣轉為以人民幣進行貿易支付。但正如調查所發現的，近年本港廠商產品銷售的市場結構已呈現分散化，本港和中國以外的亞洲地區亦各佔兩成和一成；而這三成的市場恰恰可以是推行人民幣貿易結算的「領頭雁」。本港可以先易後難，鼓勵港商與港商之間特別是香港母公司與內地分支機構之間的生意往來先用人民幣結算；同時借助自身與東南亞地區在經貿和社會聯繫方面的深厚淵源，把人民幣結算推廣至亞洲區內貿易活動。特區政府可向中央政府建議，允許「珠三角」港商之間的轉廠業務率先實施人民幣貿易結算，並從海關監管手續、外匯平衡和核銷等方面提供配套和便利化措施；稍後亦應積極爭取盡快擴大試點範圍和參與的企業總數，讓更多在內地投資的香港企業包括中小型企業，都有機會開展人民幣結算。

**4.6** 「珠三角」的企業正加快拓展內銷市場的步伐；這是另一個中港兩地政府必須予以關注的政策領域。港商拓展內銷可以分散市場結構，提升業務增長的能力；另一方面亦有助於豐富國內的產品供應，引入良性的競爭，與「擴大內需」和推動國內經濟增長由「出口拉動型」向「內需型」轉化的國策相切合。目前，拖慢港商進軍內地市場步伐的「SI」障礙中，就有三項是屬於制度範疇的因素，包括市場准入制度、商檢制度和知識產權制度等。「CEPA」正是解決這類制度層面的最佳渠道；在「CEPA」的框架下，中央政府和香港政府除了可以研究進一步簡化港商投資內地分銷業的審批手續之外，亦可考慮將協助兩地企業拓展對方的內銷市場納為「貿易及投資便利化」措施，盡快為港商拓展內地市場特別是加工貿易貨物的內銷「拆牆鬆綁」。

**4.7** 另一方面，商品檢驗、知識產權保護和品牌早已列為「CEPA 貿易及投資便利化」的範疇，但至今仍鮮有實質性的進展。兩地政府應盡快將有關領域的合作具體化並落實到位；一些業界經常提及的方案，例如簡化香港的品質檢測機構赴內地投資的申請手續、認可香港檢驗機構出具的品質證書和報告(「一證兩認」)、中港政府部門互相代理對方的商標註冊服務、研究商標「一註

兩用」的可行性、對香港的品牌獎項賦予「國民待遇」、以及為香港知名品牌認定「馳名商標」等，都是值得探討的方向。

**4.8** 為了更有效地支援「珠三角」廠商，特區政府除了繼續加強與中央政府和內地各省市的溝通和協調之外，亦可考慮推行更多具有針對性的措施。例如，鑑於港商開拓新興市場和內銷業務的潮流方興未艾，政府可進一步擴大「中小企市場推廣基金」的規模和資助範圍，甚至可引入「對等出資」的模式以及低息貸款作為輔助；亦可研究擴大香港出口信用保證局業務範疇的可行性，透過該局或者其合作機構為港商的內銷業務提供信用保險服務；以及委託香港貿易發展局對內地的不同地區以及港商最感興趣的新興市場進行消費者需求調查和市場分析，為業界提供翔實深入兼且及時的參考信息。再如，「珠三角」廠商已紛紛加大力度提升技術裝備、創建品牌和開發高附加價值的產品；特區政府可考慮設立「產業升級資助計劃」以及「品牌推廣補助計劃」，甚至可就相關的投資提供多倍的香港扣稅額，為廠商發展高增值的業務締造財稅方面的誘因。此外，配合一些「珠三角」企業因應國家政策的要求而將營運方式由來料加工轉換為進料加工，香港稅務局應維持稅務執行的連貫性，將來料加工收益所適用之 50：50 的比例分攤計稅方法延用於進料加工，使企業可以延續原本享有的收益半稅優惠，以免因為業務轉型而引致額外稅負。

**4.9** 廣東省的「騰籠換鳥」和產業「雙轉移」的政策因為金融海嘯的爆發而暫時擱置。從本會的調查中可以看到，大多數「珠三角」港商並未因為經濟不景而放緩對技術、設備和品牌發展的投資，證明了產業升級換代可以是一個由市場主導、政府引導的自然過程；假以時日，當危機過後，港商如浴火鳳凰重生，換鳥又何須騰籠？調查亦發現「珠三角」勞工成本高企不下，並未因為企業的結業潮和業務收縮而有明顯的改觀；另一方面，仍有部分企業部署遷往廣東省的後進地區和中西部省份，顯示了「雙轉移」政策理念有其符合經濟原則的一面。政府無需採取強烈的行政主導方式；如能順勢而行，因勢利導，透過提供經濟誘因和政策便利(例如完善後進地區的基礎設施、培訓當地的勞動力、協助搬遷企業解決歷史遺留問題、以及提供補助等)，來促成企業的商業行為，相信亦不難收取水到渠成之效。

**4.10** 「CEPA 補充協議五」提出了多項在廣東省先行先試的措施，包括下放港商投資分銷業的審批權等；最近，東莞亦開展了「兩倉功能合一」的保稅物流業務試點，使得加工貿易產品可以透過出口監管倉內銷；廣東亦有意在今年於全省範圍內實施加工貿易貨物「先銷後稅，集中申報」的便利安排。廣東省應繼續加強和推廣這方面的制度創新，並且率先向廠商開放省內的市場，確立自己作為港商拓展國內市場的試驗田和橋頭堡的特殊地位。

表十一、調查結果的政策啟示

調查結果	政策建議
1. 「珠三角」結業潮似已減退但暗湧頻現；港商對 2009 年特別是上半年的前景感到悲觀。	● 內地和特區政府仍不能鬆懈；必要時應繼續以「重藥強方」幫助企業渡過難關。
2. 新的「三高兩低」令「珠三角」港商的利潤空間被蠶食。	● 人民幣貿易結算有助於減少匯兌成本；特區政府應向中央爭取允許加工貿易的轉廠業務以人民幣結算，並盡快將試點擴展至更多在內地投資的港企。
3. 港商產品銷售的市場結構已更趨分散化，本港和中國以外的亞洲地區各佔兩成和一成。	● 人民幣貿易結算可先在港商之間的生意往來以及本港與亞洲各國的區內貿易先推行。
4. 勞工問題特別是勞工成本和勞動法規仍是港商最感困擾的環節。	● 中央政府可繼續調整勞動法規的執行尺度，並考慮暫停或修訂部分最有爭議性的政策。
5. 港商對內地支援措施的評價普遍比特區的政策為佳。	● 特區政府可考慮為「珠三角」港商提供更有針對性的支援，將政策著力點放在市場推廣、產業升級、品牌創建等近期企業最為關注的領域。
6. 一部分港商已從「三來一補」轉型為三資企業，由來料加工模式轉為進料加工。	● 內地政府應繼續為來料加工廠的轉型提供便利；香港稅務局應維持稅務執行的連貫性，將來料加工收益的半稅優惠延用於進料加工業務。
7. 港商對特區政府積極向中央反映業界訴求的努力，予以充分肯定。	● 中央政府可進一步借重特區政府作為政策諮詢和收集意見的窗口，加強特區政府在涉港政策制定與推行過程中的參與性。
8. 港商紛紛加緊拓展內銷市場。	● 兩地政府可將協助港商拓展內銷特別是開放加工貿易貨物內銷作為近期政策的重點；廣東省應強化制度創新，擔當港商拓展國內市場的橋頭堡。
9. 內銷業務受制於多項制度方面的障礙。	● 考慮將拓展內銷納入「CEPA 貿易與投資便利化」措施之內，並落實商檢、知識產權保護、品牌等方面的合作，為港商拓展內銷「拆牆鬆綁」。

調查結果	政策建議
10. 「珠三角」廠商加緊提升生產技術設備和創建品牌。	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 特區政府可考慮設立「產業升級資助計劃」和「品牌推廣補助計劃」；廣東省政府亦可考慮透過提供經濟誘因推動港企升級，收取「換鳥無須騰籠」之效。</li> </ul>
11. 「珠三角」勞工成本高昂；部分港企部署向廣東省後進地區和中西部省份遷移。	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 廣東省政府可提供經濟誘因和政策便利，透過市場機制引導和促進「雙轉移」。</li> </ul>

## 附件一、內銷與業務前景的關係：統計檢定

### 表附 1.1 有無內銷業務與 2009 年上半年業務前景的關係

		有無內銷業務		合計
		無	有	
對 2009 年上半年 業務前景的看法	審慎樂觀	8 (38.1%)	13 (61.9%)	21 (100%)
	中性	19 (48.7%)	20 (51.3%)	39 (100%)
	悲觀	30 (41.1%)	43 (58.9%)	73 (100%)
	非常悲觀	20 (60.6%)	13 (39.4%)	33 (100%)
合計		77 (46.4%)	89 (53.6%)	166 (100%)

註：1. 括弧內數字為百分比。

2. 經 Pearson Chi-Square 檢定， $\chi^2=4.170$ ， $df=3$ ， $p=0.244$ ；表明在 10% 水平仍不具有顯著性。檢定結果反映了有無開展內銷對企業的業務前景並不產生明顯的影響。

### 表附 1.2 有無內銷業務與 2011 年業務前景的關係

		有無內銷業務		合計
		無	有	
對 2011 年 業務前景的看法	樂觀	12 (40.0%)	18 (60.0%)	30 (100%)
	審慎樂觀	26 (44.1%)	33 (55.9%)	59 (100%)
	中性	31 (50.8%)	30 (49.2%)	61 (100%)
	悲觀	6 (50.0%)	6 (50.0%)	12 (100%)
	非常悲觀	2 (50.0%)	2 (50.0%)	4 (100%)
合計		77 (46.4%)	89 (53.6%)	166 (100%)

註：1. 括弧內數字為百分比。

2. 經 Pearson Chi-Square 檢定， $\chi^2=1.186$ ， $df=4$ ， $p=0.880$ ；表明在 10% 水平仍不具有顯著性。檢定結果反映了有無開展內銷對企業的業務前景並不產生明顯的影響。



8. 貴司對未來一段時間公司業務前景有何看法？

	非常悲觀	悲觀	中性	審慎樂觀	樂觀
(1) 2009 年上半年 . . .	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(2) 2009 年下半年 . . .	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(3) 2010 年 . . . . .	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(4) 2011 年 . . . . .	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

9. 貴司認為，貴司所從事的行業在「珠三角」的整體業務發展前景為何？

- 迅速增長                       溫和增長                       維持不變  
 溫和收縮                       迅速收縮

**應對策略**

10. 面對金融海嘯的衝擊，貴司會考慮採取哪些應對策略(可選擇多於一項)？

- 關閉工廠，結束經營  
 停產歇業，但仍未決定撤廠  
 放棄生產業務，轉型從事貿易  
 進行企業重組或合併(可選擇多於一項)：  
      出讓部分資產/股權                       收購同業/相關業務  
      集團內部重組                               與同業策略聯盟  
 將生產業務遷往以下地區(可選擇多於一項)：  
      「珠三角」的海關特殊監管區域(如保稅區、出口加工區)                       廣東省內較落後地區  
      「珠三角」的環保工業園                       內地其他地區(請註明省份：\_\_\_\_\_)  
      內地中西部地區(請註明省份：\_\_\_\_\_)  
      香港     其他國家(請註明：\_\_\_\_\_)  
 削減成本(可選擇多於一項)：  
      裁減人手                                       削減薪金/津貼/福利  
      爭取供應商降價或提供折扣                       重組業務流程  
      將訂單集中處理，實施間歇性停產                       將部份生產工序外判  
      其他(請註明：\_\_\_\_\_)  
 改變產品檔次/組合，以配合市場的需要(可選擇多於一項)：  
      開發更多新產品                               開發高增值產品  
      生產較低價格產品  
 加大市場營銷力度(可選擇多於一項)：  
      參加更多展覽/展銷會                       加強客戶關係  
      減價促銷                                       增加媒體廣告  
      開拓中國內銷市場                               發展其他新興市場(請註明國家：\_\_\_\_\_)  
 提升生產技術和設備  
 創建自己的品牌  
 其他(請註明：\_\_\_\_\_ )

11. 特區和內地政府已相繼推出一系列支援企業的措施，貴司認為對業界有無幫助？

	很有幫助	有些幫助	無甚幫助
<b>香港方面</b>			
(1) 強化「中小企業信貸保證計劃」. . . . .	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(2) 推出 1,000 億元「特別信貸保證計劃」. . . . .	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(3) 增加出口信用保險局的總承保額 . . . . .	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(4) 擴大「中小企業市場推廣基金」資助額和範圍 . . . . .	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(5) 遊說中央政府推出扶持港企的紓緩性政策 . . . . .	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**內地方面**

很有幫助

有些幫助

無甚幫助

- |                             |                          |                          |                          |
|-----------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| (6) 調高部分產品出口退稅率             | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (7) 增值稅改革，允許固定資產進項抵扣        | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (8) 暫時實施 A、B 類加工貿易企業台帳保證金空轉 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (9) 暫停調高最低工資標準              | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (10) 准予企業申請暫緩繳納社會保險費        | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (11) 放鬆勞動法規的執行尺度            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (12) 銀行放寬信貸審批要求             | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (13) 減免地方稅賦和行政收費            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (14) 為企業的市場推廣提供資助           | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (15) 設立基金鼓勵產業升級             | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

12. 貴司認為，特區政府/有關團體(如商會)應如何協助「珠三角」港商轉危為機？

- 提高本港信貸保證計劃的使用效率
- 呼籲內地銀行以香港資產為抵押，為港商提供貸款
- 來料加工收益減半計徵香港利得稅的優惠延用於進料加工業務
- 為產業升級提供技術支援
- 協助港商拓展市場，重點的地區包括(可選擇多於一項)：
  - 傳統發達國家  中國內地
  - 新興市場(請註明國家：\_\_\_\_\_)
- 繼續遊說中央政府實施扶持港資企業的措施
- 落實人民幣貿易結算，允許港企以人民幣進行貿易支付
- 推動港商創建自己的品牌
- 研究重振香港本土製造業的可行性
- 設立專責部門(如工業發展局)，以制定和推行香港境內外工業的發展策略

13. 貴司認為，政府/有關團體(如商會)應如何協助香港企業拓展中國的內銷市場？

- 提供內地市場資訊
- 舉辦香港產品展銷會
- 為市場推廣提供資助
- 組織市場考察活動
- 轉介內地經銷商
- 為內銷業務提供信用保險
- 加強推廣本地品牌
- 宣傳香港製造/香港產品的整體形象
- 遊說中央政府推行有助於港產品內銷的措施(可選擇多於一項)：
  - 簡化港商投資分銷業(零售、批發、特許經營等)和進出口貿易的審批手續
  - 為「三來一補」轉型為「三資企業」提供便利
  - 放寬對加工貿易貨物內銷的限制
  - 擴大及優化「兩倉功能合一」保稅物流業務(加工貿易產品透過出口監管倉內銷)
  - 對加工貿易產品的內銷實施「先內銷，後集中補稅」
  - 簡化商品質量檢驗程序
  - 協調中港商標/專利註冊
  - 加強知識產權保護
  - 給予港商國民待遇(請註明：\_\_\_\_\_)
- 其他，請註明：\_\_\_\_\_

公司名稱： \_\_\_\_\_ 會員編號： \_\_\_\_\_

聯絡人姓名： \_\_\_\_\_ 電話： \_\_\_\_\_ 傳真： \_\_\_\_\_

~問卷完畢，多謝合作~