



2026 年港企經營前景問卷調查：迎接挑戰與機遇

為瞭解香港業界對 2026 年商業前景的看法及其當前面臨的經營挑戰，香港中華廠商聯合會(廠商會)於 2025 年 11 月下旬起開展了一項快速問卷調查。調查對象以廠商會會董會成員旗下公司為主，同時透過各行業委員會的召集人向部分會員企業發放問卷。本次調查共回收 115 份有效問卷，涵蓋 24 個不同行業，主要集中在香港傳統製造業領域，其中近八成受訪企業從事生產活動。

研究團隊亦於 2026 年 1 月 15 日列席了廠商會行業委員會聯席會議，聽取來自各行業的代表就調查主題所作的補充發言。在綜合問卷調查結果與會議討論內容之後，研究團隊撰寫了《廠商會會員 2026 年經營前景問卷調查簡要分析報告》(簡稱《分析報告》)，概述問卷調查結果、會議內容摘要及相關政策建議。以下為《分析報告》中的八項主要發現：

(一) 企業指 2026 前景穩中向好

過去幾年來，香港經濟整體保持穩定增長。2025 年實質本地生產總值實現 3.5% 的增長，較上一年的 2.6% 增速顯著加快。但本地經濟的內外不同環節與行業之間表現亦呈現分化態勢。去年香港對外貿易表現突出，一定程度上反映了香港出口商近年來在推動市場多元化方面取得的積極進展；業界持續加強在全球範圍內的供應鏈布局，透過製造產能合理調配與間接出口等靈活方式，保持了對美國及其他海外市場的出口競爭力。相對而言，本地零售、餐飲等行業的復甦滯後，面臨的一系列結構性問題有待解決；惟受益於去年股市暢旺和樓市回暖所創造的財富效應，部分行業自去年下半年起的經營狀況亦漸趨好轉。

本次調查結果顯示(表 I)，逾一半(51.3%)的受訪港企在 2025 年前 10 個月的整體銷售額/營業額與前年同期持平；21.2% 的企業錄得不同程度的增長，惟他們當中絕大多數的業績增幅在 20% 以內。另有近三成(27.4%)的企業表示公司業績出現下降，其中約二成企業的業績降幅在 20% 以內，亦有部分企業(6 間)的業績降幅達 3 成或以上。

當問及對 2026 年業績前景的預期時，受訪企業的整體看法可用「穩中向好」來概括，認為「持平」和「看升」的企業合共佔了將近八成。其中，超過一半(52.9%)的受訪企業預計今年的業績將與去年大致持平；預計有所上升和下降的企業所佔比例大致相若，分別佔所有受訪企業的 26.0% 和 21.2%。

表 1：受訪企業上年前 10 個月經營情況與今年預期對比

	2025 年前 10 個月	2026 年預期
上升幅度	21.24%	25.96%
• 10% 或以下	7.96%	10.58%
• 11% - 20%	7.96%	6.73%
• 21 - 30%	1.77%	1.92%
• 31% 以上	0.88%	3.85%
• 未披露具體的變化幅度	2.65%	2.88%
持平	51.33%	52.88%
下降幅度	27.43%	21.15%
• 10% 或以下	7.96%	10.58%
• 11% - 20%	10.62%	4.81%
• 21 - 30%	2.65%	1.92%
• 31% 或以上	5.31%	2.88%
• 未披露具體的變化幅度	0.88%	0.96%
總計	100%	100%

註：作答 2025 年前 10 個月經營情況和 2026 年經營前景的企業分別為 113 家和 104 家。

(二) 「出海」成為港企的普遍發展方向

近年來，「出海」已成為港資企業不容忽視的發展議題。本次調查發現，為應對海外關稅風險與全球產業鏈重構，許多港企已將「出海」視為重要策略方向，相關趨勢在調查結果的多個方面得到體現。

表 2：受訪企業的工廠地理分布情況

受訪企業開設生產線狀況	數量	百分比
沒有生產線	23	20.35%
只在一個地方開設生產線	61	53.98%
• 香港	16	14.16%
• 內地	44	38.94%
• 海外	1	0.88%
在兩地開設生產線	25	22.12%
• 生產線設於內地及香港	11	9.73%
• 生產線設於海外及內地	13	11.50%
• 生產線設於海外及香港	1	0.88%
在香港、海外及內地均設生產線	4	3.54%
總計	113	100%

註：作答企業數目為 113 家。

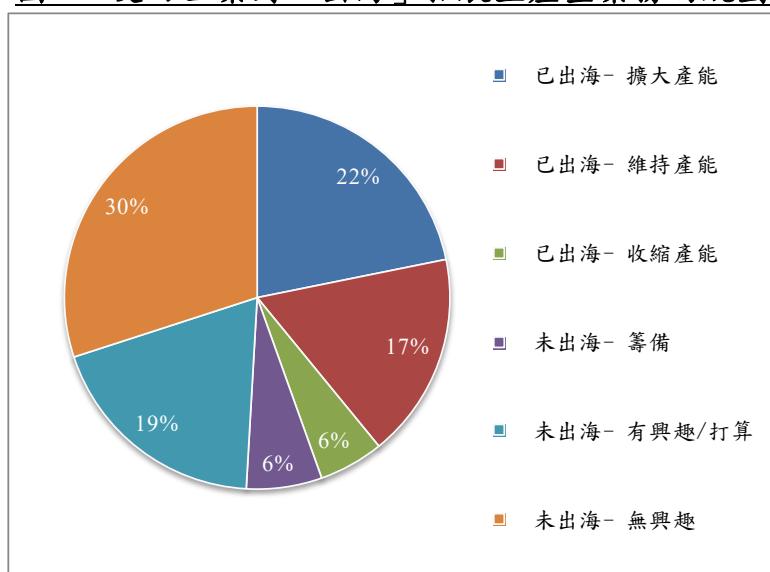
第一，跨地域的多元化供應鏈布局日益普遍，有超過兩成的企業選擇同時在兩個地域設有生產線(表 2)。與 2024 年底的同類調查相比，採用「內地+海外」、「內地+香港」或「內地+香港+海外」模式的企業比例有所增加，從當年的 22.3% 上升至 24.8%。在海外設立廠房的 19 家受訪企業中，則有至少五成將海外生產基地設立於東盟國家，當中以越南、泰國、柬埔寨為熱門投資目的地。

第二，約四成半的受訪企業表示已實施「出海」策略(圖 1)，其中絕大多數計劃擴大或維持境外廠房的產能，反映海外生產基地在港資企業產能配置中的重要性日益提升。即使目前尚未「出海」的企業中，亦有相當比例(佔所有回應企業的二成半)正積極籌劃或表示有意向。也就是說，七成回應企業已經或者有意加入「出海」發展的行列，成為應對全球貿易格局變化、尋求持續發展的重要方向。

第三，受訪企業在香港、內地與海外平均僱員人數分別約為 101 人、399 人與 455 人(註：在剔除極端個案如員工總數逾萬的企業後進行計算)。調查發現，受訪企業海外廠房的平均員工規模已超越內地工廠，這與本會於 2024 年 11 月所作的一項類似調查結果相比¹，出現了逆轉式的顯著變化。這在某種程度上反映了近兩年港企加速了「出海」的步伐，但這一過程中多數企業並未直接關閉內地廠房，而是逐步降低其在內地的產能與人力配置，將內地廠房的角色轉向更高附加值的環節；與此同時，隨著海外產能持續擴大，帶動了對當地用人需求的增長。

值得一提的是，在補充發言環節，有行業代表就企業「出海」提出另一角度的思考。他指出，港資企業和內地企業大規模「出海」雖然在短期內可應付關稅成本及提振業績，但長期而言將導致海外市場的同業競爭日趨激烈；故提醒港商需審慎評估未來的業務前景及作出必要應對。

圖 1：受訪企業對「出海」拓展生產型業務的規劃



註：作答企業數目為 110 家。

¹ 在本會於 2024 年 11 月進行的一項類似調查(「廠商會會員 2025 年經營前景問卷調查」)中，受訪企業(共 103 家)在香港、內地及海外分別平均僱用(剔除聘用人數過萬企業的極端個案之後)約 70 人、306 人和 282 人，當時回應公司平均的海外僱傭規模仍比中國內地為低。

(三) 「出海」與業績前景互為影響

調查發現(表 3)，在預期 2026 年公司業績上升(即「樂觀」)的受訪企業中，表示已「出海」或者想「出海」(即正籌備或有興趣/打算「出海」)的公司有 26 家，佔「樂觀」企業的比例超過九成五；在預期業績持平(即「中性」)的受訪企業中，有 32 家企業表示已「出海」或者想「出海」，佔該業績等級企業的 61.5%。在預期業績下降(即「悲觀」)的 22 家企業中，有半數公司(11 家)表示無意「出海」。

表 3：企業出海與業績前景預期之相關性

		「出海」情況			合計
		已「出海」	想「出海」	無意「出海」	
2026 年 業績預期	上升	20 (19.8%)	6 (5.9%)	1 (1.0%)	27 (26.7%)
	持平	19 (18.8%)	13 (12.9%)	20 (19.8%)	52 (51.5%)
	下降	8 (7.9%)	3 (3.0%)	11 (10.9%)	22 (21.8%)
合計		47 (46.5%)	22 (21.8%)	32 (31.7%)	101 (100%)

註：(1) 經 Pearson Chi-square 檢驗， $\chi^2 = 16.681$, $df = 4$, $p=0.0022 < 0.01$; contingency coefficient=0.2874, $p=0.0022 < 0.01$ ，表明在 1% 的水平具有顯著性，強度為中等偏弱。

(2) 本項研究選取問卷中同時回應預期業績和「出海」計劃兩個問題的 101 個樣本。

透過統計檢定可證實，企業是否採取「出海」戰略與其經營業績之間存在顯著的相關性，表明港企的國際化進程與其經營信心之間或存在雙向驅動關係。一方面，「出海」作為一項積極的供應鏈布局策略，不僅能夠直接提升企業當前的經營表現，亦能強化對未來業績的預期。對從事美國出口業務的廠商而言，在海外設立生產線有助於規避美國對中國加徵的關稅，直接帶動對美國的出口業績；同時，海外設廠亦能促進在地市場的業務拓展，接觸到更廣泛的國際客戶與新興需求。這種「第二成長曲線」的探索，為企業開創了新的成長空間，進而提升對未來業績的信心。

另一方面，良好的企業業績反過來同樣有助提升其「出海」的意願與能力。當企業具備穩健的經營狀況、充足的現金流與較強的管理能力時，通常對前景抱持更積極的預期，也更有意願與實力將海外投資從戰略藍圖轉化為實際行動，從而鞏固與擴大其競爭優勢。

(四) 市場開拓策略趨向多元化

儘管國內外經營環境挑戰嚴峻，受訪企業在未來一年仍將積極推動市場多元化，採取進取的市場拓展策略(表 4)。有 68.1% 的企業計劃開拓內地市場，其中超過半數(52.2%)表示將首選大灣區內地城市。香港本地市場因「就近」之便，重要

性依然突出，43.4%的企業擬在本地進一步擴張。

另一邊廂，雖然歐美傳統市場受西方國家經貿形勢影響增長受限，仍有超過三分之一(34.5%)的企業表示將布局歐美市場。此外，分別有34.5%及20.4%的企業計劃拓展東盟及中東市場，另有21.2%的企業有意進軍其他「一帶一路」地區，反映「一帶一路」市場對港商的吸引力持續增強。

表4：受訪企業拓展市場目的地分布

	數量	百分比
內地省市	77	68.14%
• 大灣區	59	52.21%
• 內地其他省市	18	15.93%
歐美	39	34.51%
東盟	39	34.51%
香港本地	49	43.36%
中東	23	20.35%
其他「一帶一路」地區	24	21.24%
其他地區	10	8.85%

註：(1) 作答企業數目為113家。

(2) 作答企業可選多於一個選項，故百分比加總多於100%。

在補充發言環節，有行業代表以近期香港玩具展為例，指非美地區的客戶數量有所增加。鐘錶業的代表則表示，若按市場劃分，印度及東南亞國家預計在未來一年增長較快，其中印度市場增幅可望達到10%至30%。亦有代表提到，近年不少毛皮及皮革行業的港企已透過直播電商、與網紅合作等「網紅經濟」模式拓展市場，以降低對線下實體店的依賴。

此外，有行業代表指出，當前珠寶行業的市場分化明顯，大眾化產品市場表現相對疲軟，高端市場則更具韌性。部分港企正調整策略，聚焦於「單價高、銷量少」的高端業務，透過提升產品附加值，強化競爭優勢。

(五) 瞭解北都發展興趣漸濃

特區政府正全力推進北部都會區的建設。本次調查發現(表5)，現階段已明確希望進駐的企業佔回應企業的6.1%，這些企業集中在物流及倉儲、醫藥及保健品、環保綠色產業及金融服務等領域。另有5.2%的企業雖不直接進駐，但表示有意與入駐企業合作，具體合作方向包括：與內地企業共享「出海」資源、參與綠色能源交通運輸工具的供應鏈、參與藥品研發與生產，以及為北都的高端製造業(如半導體、電子、新能源汽車等)提供新材料與表面處理解決方案。

值得一提的是，北都目前仍處於開發初期，基礎建設與產業配套尚未完備。

本次問卷調查以中小企業為主要對象，他們對參與北都早期建設的資源與能力相對有限。但隨著特區政府持續推動招商引資，並加快北都產業園區的建設，倘若有龍頭企業率先進駐，相信將會帶動上下游企業陸續跟進，進一步提升中小企業對北都的參與度。

其實，本次調查的回應企業中將近四成(39.1%)表示「有興趣瞭解北都發展」，亦反映了特區政府未來若能針對性地加強對本地企業的宣傳與溝通，將有助於提升他們參與北都發展的意願。具體而言，參與調查的紡織印染業企業關注未來北都的新材料研發與生產布局；從事食品製造業的企業計劃在北都轉型發展零售業，並期望與北都的機構合作舉辦傳統文化活動；而毛皮及皮革業的企業關注北都在人才引進方面的政策、與內地的關稅安排，以及在人工智能及知識產權領域的發展動向。

表 5：受訪企業對參與北都產業園區發展興趣

	數量	百分比
有興趣進駐北都	7	6.09%
有興趣與北都企業合作	6	5.22%
有興趣瞭解北都	45	39.13%
不太感興趣	40	34.78%
完全沒興趣	14	12.17%
其他意見	3	2.61%

註：作答企業數目為 115 家。

(六) 「專精特新」轉型任重道遠

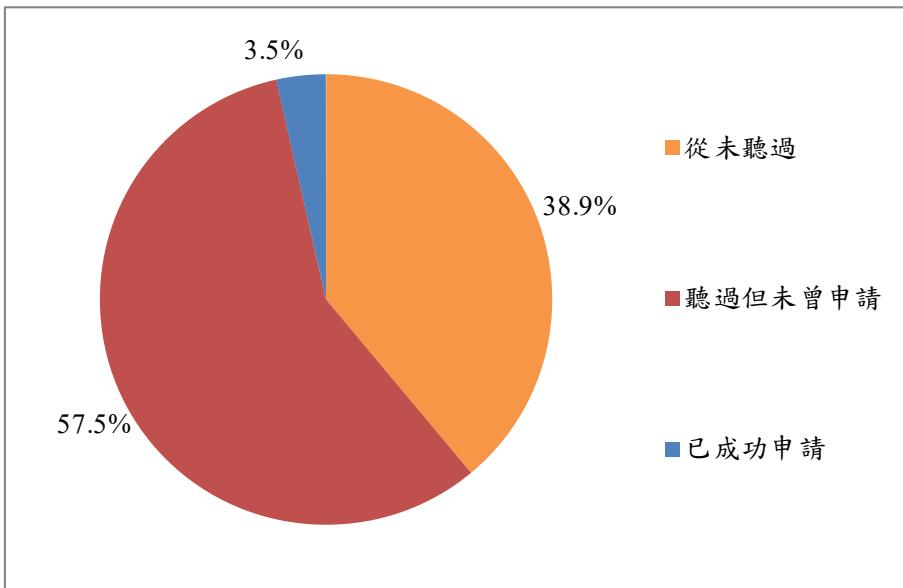
近年，內地各級政府積極推動中小企業向「專精特新」的方向發展，在資金、技術、人才及孵化平台建設等方面均提供有力支持。本次調查發現(圖 2)，超過五成(57.5%)的受訪企業表示瞭解「專精特新」相關資格，但尚未作出申請；亦有較高比例(38.9%)的港企坦言，未曾聽聞「專精特新」一詞及相關政策。

至於成功獲批「專精特新」資格的受訪企業則佔比不足一成(3.5%)。這 4 家成功取得「專精特新」稱號的受訪企業來自鐘錶業、金屬製品製造及電鍍加工業、印刷及製品業、以及石油化工及製品業等領域。

在補充發言環節，有代表指出，疫情後行業競爭日益加劇，尤其面對內地企業技術持續提升與低價競爭策略，港資企業面臨的壓力更為突出。在此背景下，部分企業正加快從傳統業務向高端領域轉型，例如開拓航空產品、低空經濟及電子科技產品等配套服務，以提升整體利潤率。此外，去年香港試點推出的「專利沙盒」計劃，有助於企業拓寬融資渠道，期望未來港資企業特別是「專精特新」中小企業及「小巨人」企業能更積極利用專利進行融資，把握這一發展機遇。

由此可見，推動更多港資企業朝「專精特新」方向轉型的工作亟需加碼發力，未來有賴內地與香港政府協力進一步加以引導和提供支援，讓更多港企切實受惠於相關扶持政策與優惠措施，從而有效推動其升級轉型進程。

圖 2：受訪企業對「專精特新」高質量發展的瞭解程度



註：作答企業數目為 113 家。

(七) 經營環境仍具挑戰性

受訪企業反映當前經營仍面臨多種挑戰。根據加權評分(採用 1 至 4 分量表)，大多數影響因素的得分介於 2 至 3 分之間(表 6)，反映困難程度為「輕微」至「嚴重」之間。其中，偏於嚴重(加權評分超過 2.5)的經營挑戰包括：營商成本相對較高(2.79)；市場競爭加劇(2.78)；客戶壓價，利潤趨薄(2.77)；地緣政治及國際政經環境的風險增加(2.72)；融資困難，資金成本偏高(2.64)；外圍市場需求轉弱，出口訂單不穩(2.64)；香港本地消費力下降(2.58)；以及難以找到業務增長點(2.58)等。

這些較突出的困難主要源自外部環境變化所帶來的壓力。至於內部因素或港商相對能夠管控的範疇，如人力資源短缺、電商對傳統銷售業務的衝擊、企業數智化轉型、產學研合作、產業用地不足等，則多被評為「影響輕微」。

值得一提的是，雖然人力資源短缺在整體影響的排名相對靠後，仍有部分企業指出，專業技術人員(如研發人員、工程師、專業技工)及前線人員短缺對其經營帶來一定挑戰。同時，亦有港商反映在開拓內地市場時遇到困難，主要集中在兩地標準互認、環保條例差異以及市場環境的適應能力等方面。

多個行業代表在作補充發言時普遍反映，目前市場競爭日趨激烈，企業難以將上游成本壓力轉嫁至客戶端，導致利潤空間受到明顯擠壓，經營壓力持續增加。同時，高昂的營商成本也給企業帶來持續挑戰。金屬製品行業的代表指出，原材料尤其金、銀、銅等有色金屬價格持續上漲，對企業供應鏈穩定性和利潤空

間構成明顯壓力。另有代表反映，儘管近年香港本地租金水平有所調整，但業主實際減租幅度有限，經營成本依然居高不下。

此外，有業界代表提到，部分本地廠商需使用從內地購置的機械設備，卻面臨本地相關技術人員與維修人員短缺的困境。而現行的人才輸入計劃往往難以滿足此類專業技術人員短期工作的實際需求。

表 6：受訪企業所面對的經營困難

經營困難	加權評分
1. 融資困難、資金成本偏高	2.64
2. 人力短缺、招聘困難	2.32
3. 產業用地不足	1.93
4. 外圍市場需求轉弱，出訂單不穩	2.64
5. 香港本地消費力下降	2.58
6. 拓展內地市場遭遇困難	2.21
7. 客戶壓價，利潤趨薄	2.77
8. 市場競爭加劇	2.78
9. 電商對傳統銷售業務的衝擊	2.38
10. 企業數智化轉型的進度較落後	2.18
11. 產學研合作效果未如理想	2.03
12. 地緣政治及國際政經環境的風險增加	2.72
13. 難以找到業務增長點	2.58
14. 營商成本相對較高	2.79

註：(1) 作答企業數目為 115 家。

(2) 4 代表「非常嚴重影響」、3 代表「嚴重影響」、2 代表「輕微影響」、1 代表「沒有影響」。加權評分為有關權重分別乘以相應類別的百分比，然後匯總求和。

(八) 冀政府予更多實質支援

調查顯示，企業對特區政府的財務支援需求強烈。近九成(86.0%)回應企業希望政府優化並推出更多基金項目，其中重點期待在市場拓展方面獲得資助(佔 70.2%)。若按目標市場劃分，企業尤其希望政府支持開拓海外市場(43.9%)和內地市場(34.2%)，也有 25.4%的企業期望獲得本土市場拓展的資助。

在補充發言環節，多個行業的代表建議政府可因應經濟環境變化，適時考慮提高一些基金計劃的資助比例，例如「BUD 專項基金」等；以及在適當時候為「定期展覽獎勵計劃 2.0」加碼注資，繼續為業界拓展市場提供誘因。

同時，受訪企業希望政府在其他方面加強對企業的資金支持，例如從品牌創建推廣(44.7%)、營運津貼(42.1%)、應用 AI (31.6%)、科技商品化(30.7%)、研發/創新(30.7%)以及人才培育(30.7%)等方面提供政府基金的資助。

值得關注的是，資助企業應用 AI 在「願望清單」中位列前五，反映 AI 技術日益受到港企重視，並逐步成為推動升級轉型的關鍵工具。業界指出，近年多個行業積極引進 AI、自動化等先進技術提升生產效率，例如成衣製造業利用 AI 收集大數據分析客戶需求，指導新產品開發與市場推廣；許多鐘錶企業則將 AI 應用於質量檢測、打磨等工序，顯著提高效率並節省人力成本。

此外，其他獲得企業關注的「熱門」支援措施包括：61.4%的受訪企業希望獲得稅費減免，43.9%的企業期望政府加強推廣香港品牌；三成以上的企業建議政府與銀行加強融資支持(35.1%)、提供市場資訊(30.7%)；另有超過兩成的企業提出，政府應積極響應和對接國家「十五五規劃」(29.8%)、向中央爭取進一步開放市場(28.1%)、簽訂更多自由貿易協定(24.6%)以及加強政產學研投合作(23.7%)。

在簽署更多自由貿易協定(FTA)方面，有行業代表指，韓國是不少港企的重要客戶市場，但香港尚未正式加入《區域全面經濟夥伴關係協定》(RCEP)，港企無法享受關稅減讓等協定優惠，對其相關行業的競爭力和市場拓展帶來了一定制約；希望特區政府能夠積極爭取盡快加入 RCEP 這一全球規模最大的自由貿易區。

綜合而言，本次問卷調查反映了港資企業在多方面的切實訴求；基於此，廠商會已在早前向特區政府提交的《2026-27 財政預算案建議書》中提出了一系列長短兼顧的政策建議(附表)。可以說，當前香港業界所面對的經營挑戰，除了有來自短期市場變化和經濟週期性波動的考驗之外，更有全球產業鏈重構、科技格局劇變、國際政經關係動蕩以及本港內部結構性問題凸顯等一系列內外因素所引發的深層次轉型。

在這個挑戰與機遇並存的新形勢下，政府和業界除了要協力維繫穩定、可預期的營商制度以及積極有為的政策環境之外，更要一起探索和構建產業升級和可持續發展的方向，以鞏固優勢、激發潛能和開闢新路，為企業的自身業務發展和香港整體經濟的復甦開啟更強的內生動力。

2026 年 2 月

附表：廠商會對特區政府的政策建議

1. 希望政府本著「應使則使」原則，透過適當加碼推行紓困措施和優化部分針對中小企業的資助計劃，以積極的財政政策協助業界應對內外環境的變化。
2. 建議特區政府與內地政府攜手合作，以實質措施支持出口型製造企業，善用香港平台「出海」，實現生產基地多元化布局，從而提升供應鏈韌性。
2.1 整合特區政府相關部門與公營機構的資源，以系統性地收集並發布最新的海外市場資訊，並建立一站式查詢窗口，協助企業降低營商風險。
2.2 鼓勵香港的銀行界為「走出去」的港資企業提供更大力度的資金支持。
2.3 促進本地企業和品牌相關的專業服務商與「國牌」的對接和開展策略聯盟，並支持本地商會舉辦以「品牌出海」主題的相關獎項和認可計劃等。
3. 北部都會區須重視產業鏈上下游供應商，包括本地中小企業在產業配套中的關鍵作用，以加速形成產業集群，發揮產業鏈協同效應。
3.1 與商會等機構合作，加強宣傳推廣，向本地企業介紹園區最新進展及龍頭企業的配套需求，並提供相應支援與誘因，提升中小企業參與北都建設的意願。
3.2 透過發布「場景清單」來展示北部都會區的商機和預先界定投資者所需的能力，降低中小企業參與北都項目的心理門檻。
4. 特區政府除了鼓勵和支持在內地的港資企業申請「專精特新」的資格外，還可與內地有關部門開展合作，將符合內地「專精特新」企業資質要求的港企納入兩地政府共同認可的重點企業名單，即「白名單」；並容許這些重點企業可以同時享受兩地政府推出的相關支持政策。
5. 配合目前港商拓展市場的地理方向的「就近化」趨勢，特區政府應考慮為企業拓展本土和內地市場提供更多實質的支持。
5.1 「中小企業市場推廣基金」與「BUD 專項基金」整合後，原先前者資助拓展本土市場的功能應繼續保留，以便為拓展本地市場的項目劃撥一個特別額度；將在本地進行的品牌推廣和創建項目納入有關的資助範圍內。
5.2 引入鼓勵性措施吸引中小企業及初創企業參與政府採購，包括在公營部門以及政府基金資助項目的採購政策中加入「香港品牌優先」的元素。
5.3 敦促香港出口信用保險局開發更多適用於內銷業務的保險服務。
5.4 更大力度支持港商特別是中小企鋪設經常性的網購和線上推廣管道，以及繼續投入資源以推行對香港品牌的釐定、塑造和對外宣傳工作。
5.5 向中央爭取，為港商拓展內銷提供更多的便利化安排和更大力度的支持。包括放寬市場准入和提供稅務優惠；對港商在內地用於展覽展銷的入境商品設立特別准入機制和允許展銷品以優惠稅率進行銷售；進一步擴大內地對跨境電商零售進口「正面清單」的商品數量和種類；提高對跨境電商零售進口商品的單次和年度交易限額。

註：上表建議摘錄自廠商會對《2026-27 政府財政預算案》的建議書。