



經貿時事短評

2019 年第四期(總第 260 期)

- 新基建可擔綱穩經濟生力軍
- 華為事件顯 5G 競爭白熱化
- 春節消費雖冷出境遊受追捧

1. 新基建擔綱「穩經濟」生力軍

去年底的中央經濟工作會議提出，2019 年要加快 5G 商用步伐，加強人工智能、工業互聯網、物聯網等新型基礎設施建設；近日國家發改委指出，新基建是今年投資焦點之一。

短評

在環球經濟波動、中美貿易摩擦持續等不利的環境下，去年來內地經濟持續走冷，三架馬車相繼出現「死火」之虞，經濟增長率從首季度的 6.8% 漸次下滑至第四季度的 6.4%。踏入 2019 年，內地經濟的下行壓力有增無減，官方和財新公佈的製造業 PMI 指數雙雙墮入收縮區間，1 月份分別錄得 49.5 和 48.3。「穩投資」一直擔當著內地應對經濟逆境的「救火隊」角色，是眾多「保經濟」政策中最有成效和最容易管控的措施之一；當中，基礎設施建設投資往往能夠起到立竿見影的效用，自然亦成為內地政府刺激經濟的常規工具。傳統意義上的基礎設施主要是橋樑、交通運輸設施、機場和港口等，以俗稱的「鐵公基」最為典型。然而，過分依賴傳統基建投資來推升經濟並非可持續的發展模式，容易產生投資邊際效益遞減的弊病，亦帶來重複建設、資源錯配、結構失衡以及地方政府債務飆升等一系列問題。2008 年金融海嘯時期「4 萬億」刺激方案的後遺症經年未除，中央屢次強調不再用「大水漫灌」的方式大興土木，對增加「鐵公基」的投資趨於謹慎，亦是不想地方政府和相關領域的國有企業又藉機加槓桿，埋下日後經濟發展的隱患。在此背景下，中經會首次提出「新型基礎設施建設」的概念，或可解讀為中央有意為重新啟動固定資產投資的引擎打開一個突破口。「新型基建」是指以高新技術為依託、促進各行各業實施數碼化轉型的關鍵性基礎產業，包括 5G、人工智能、工業互聯網和物聯網等。與傳統基建一樣，新型基建亦具有促進經濟增長的「乘數效應」和提升公共物品與服務的功能，並且能為其他科技產業創造基礎平台，透過強大的關聯效應帶動有關行業的發展；而其本身又屬於新興行業，有風險投資的特點，由政府出手加以推動亦無可厚非。新基建方興未艾，發展潛力巨大；根據國務院印發的《新一代人工智能發展規劃》，到 2030 年中國的人工智能核心產業規模將超過 1 萬億元，帶動相關產業規模超過 10 萬億元；研究公司 Jefferies 則預測在 2019 至 2025 年期間，中國的 5G 的總資本支出將高達 1,800 億美元。在當前內部與外部環境急劇變化的階段，新型基建的崛起不僅擴大了中央進行宏觀調控的政策空間，亦可為新產業、新經濟的發展「鋪路搭橋」。

2. 華為事件凸顯 5G 競爭白熱化

美國司法部於 1 月 28 日正式宣佈起訴中國電信巨頭華為及其首席財務官孟晚舟，並確認會向加拿大當局提出引渡孟晚舟的要求。

短評

繼中興通訊之後，中國另一家知名高科技公司華為亦遭美國「痛下毒手」；恰逢當前中美貿易談判進入雙邊博弈的關鍵階段，此案被認為是配合美國當局增加對華談判的籌碼，亦再次印證了特朗普政府對中國貿易限制的真實目的是要遏制中國高新科技產業的

崛起。華為之所以成為美國當局竭力壓制的目標，主要原因是其多年來在 5G 研發領域持續作出高強度投入，初步建立領先優勢，並成為中國乃至全球 5G 技術的翹楚。據網路與通信市場調研公司 Dell'Oro Group 的報告，截至 2018 年底，華為在全球 5G 技術的專利申請佔比高達 49.5%。正因如此，華為有機會成為未來 5G 標準的制定者，在 5G 商業化過程中掌握著強大的話語權，亦使得中國有能力在電訊領域挑戰歐美的傳統霸主地位。在技術上，5G 比起現在的 4G 可謂革命性的升級換代，具有速率高、功耗低、延遲短、穩定性強、支持用戶多等多重優勢，不但是「物聯網」社會的技術根基以及各行各業向數字化轉型的支柱，亦與無人戰機及戰艦等現代化的軍事設備息息相關。從市場潛力看，5G 技術可配合未來多個規模達萬億級的新興行業的發展，其產業化前景廣闊，自然成為主要大國的兵家必爭之地。有媒體披露，華為的 5G 產品售價較其他的同類設備便宜兩至三成，性價比高；無怪乎美國政府會擔心華為「價廉物美」的 5G 設備將成為繼高鐵之後，又一個雄霸國際高科技市場的「中國智造」產品，屆時勢必會對美國企業的競爭力構成重大挑戰。故此，美國近期積極拉攏盟友封殺華為的 5G 產品，以「國家安全」為藉口對華為拓展海外市場設置各種不合理的障礙；例如，澳洲、新西蘭、日本、台灣、歐洲等地相繼宣佈或正在研究放棄使用華為的 5G 網絡設備。在多國「圍堵」之下，華為在 5G 發展速度上或會遭遇到一定制肘；但所幸有內地 14 億人口龐大市場的「基本盤」提供支撐，相信華為乃至中國的 5G 發展仍將會在艱難險阻中「砥礪前進」。

3. 春節消費雖冷出境遊受追捧

內地春節長假結束；據商務部的統計，農曆年三十(2月4日)至初六(2月10日)的全國零售餐飲銷售總額突破 1 萬億元人民幣，較去年同期增長 8.5%。

短評

內地春節期間零售及餐飲銷售額增速已連續幾年下滑，從 2014 年的 13.3% 下降至 2018 年的 10.2%；今年錄得的同比增幅更墮入單位數區域，創近 10 年新低。當然，隨著春節消費的基數逐年增大，要維持高速增長的難度亦越來越大；加上近期內地經濟放緩，並與中美貿易戰的影響相疊加，令市場氣氛轉差，整體的消費表現差強人意。內地 2018 年的社會消費品零售總額按年增長 9%，較上一年的增速大幅回落 1.2 個百分點；其中，11 月和 12 月的增速分別低至 8.1% 和 8.2%。可以說，春節消費增速創新低，在很大程度上是過去一年消費「走冷」的延續。但另一邊廂，春節期間出境旅遊人數和增幅卻雙雙創新高。據國家旅遊局直屬研究機構中國旅遊研究院和內地線上旅行社攜程旅遊聯合發佈的春節出境旅遊報告，自 2016 年以來，每年春節的出境遊人次依次為 600 萬、615 萬、650 萬和 700 萬，2017 年至今的按年增幅則為 2.5%、5.7% 和 7.7%；在一定程度上反映內地消費者對高品質生活方式的追求方興未艾，未因為經濟放緩而受挫。有別於過往幾年不惜花重金遠赴歐美、澳洲甚至到南極旅行，現在的內地遊客更青睞短途目的地；根據馬蜂窩旅遊網的《2019 春節出遊趨勢報告》，今年春節最受內地遊客關注的旅遊勝地為香港、布吉和曼谷等。內地民眾在選擇旅行目的地時「捨遠求近」，其實不失為經濟欠佳環境之下，既可壓低成本又能獲得較佳旅行體驗的折衷辦法。香港入境處公佈的春節期間訪港旅客數字亦錄得「開門紅」，當中內地旅客的流量大幅增加；年三十至年初六期間共有約 140 萬內地人士訪港，比去年同期上升 32.5%。箇中原因，除了本港一向是內地居民出境遊的熱門地區之外，亦是因為隨著「一橋一鐵」兩大基建的落成，往來香港和內地更加方便、快捷和低成本，正好切合近期內地民眾「黠奢尚儉」的消費風氣。

以上資料由香港中華廠商聯合會秘書處編寫，內容僅供內部參考；如有任何查詢，請聯絡政策研究部。
電話：2542 8611；傳真：3421 1092；電郵：research@cma.org.hk