



## 新型城鎮化啟動 港商北上掘商機

(新型城鎮化與香港專題討論之二)

在近年嚴峻的國際經濟形勢下，外部需求疲軟和內部結構轉變導致中國的出口動力減退，對經濟增長的拉動作用日漸褪色。「十八大」之後，國家領導人強調要將經濟發展的重心逐步轉移到內需上來，並指出新型城鎮化是擴大內需的最大潛力所在；預示中央將以城鎮化作為擴大消費與投資需求的突破口，同時亦為實施加速服務業發展的戰略提供著力點。

作為李克強總理在經濟方面的主要施政方向，新型城鎮化將透過戶籍、收入分配、社會保障等領域的制度改革，實現農業轉移人口的市民化。隨著中國最高管理層權力交接順利完成，城鎮化全面推進的號角已經響起。在此過程中，香港企業應留意多個領域蘊藏的巨大商機，力爭在國家新一輪的發展中先拔頭籌。

### 投資空間廣闊 基建住房可「擔綱」

剛剛發表的 2013 年《政府工作報告》提及，投資在促進現階段經濟增長方面的作用仍「不可低估」，當前內地「既有投資能力，又有投資需求，其關鍵在於選準方向、優化結構、提高投資的品質和效益」。新型城鎮化正是一個能夠同時滿足「優化結構」以及「提高品質和效益」的投資增長點。據估算，新型城鎮化在未來 10 年內可產生約 40 萬億元人民幣的投資額；而城鎮住房以及公共設施建設將是兩大投資「主軸」。

新型城鎮化的一項重點內容是要改變 2 億多農民工淪為「半都市人」的「困境」，讓他們真正享受市民的權利和融入城市生活。截止至 2011 年，農民工在城鎮自有住房的擁有率僅為 0.7%，遠遠低於城鎮居民接近九成的全國平均水平。隨著城鎮流動人口由「候鳥」向「留鳥」身份的轉變以及更多農村人口進入到城鎮，在未來數年間將會迸發強大的「剛性」住房需求，為城鎮住房投資的增長注入巨大的動力。

雖然農村居民的人均收入近年獲得較快增長，但其絕對水平仍與城鎮居民存在明顯差距（見附件圖 1）；現時城鎮高企的房價是人口城市化的一大障礙。在推進城鎮化過程中，解決農村轉移人口的住房問題無疑是首屈一指的要務，而其關鍵在於發展城鎮保障性住房；這除了需要政府財政的支持，亦有賴市場力量包括外資的參與。

根據《全國促進城鎮化健康發展規劃(2011-2020 年)》，未來的城鎮化建設涉及 20 多個城市群、180 多個地級以上城市和 1 萬多個城鎮；這勢必會衍生對能源、環保、軌道交通以及信息網絡等配套基礎設施的龐大需求。伴隨著經濟快速發展，內地的能源消費量迅猛增加，用電量在過去 10 年增長了兩倍，預計至 2020 年將在目前基礎上再翻一番；城鎮化除了會進一步推動基礎能源需求的大幅攀升之外，亦會擴闊新能源開發以及節能環保設備等領域的發展前景。

日後城鎮化全面鋪開，還會帶動城市軌道交通及城際鐵路的快速發展。其中，地鐵建設被認為是紓緩內地城市交通擁堵問題以及對城市土地善加利用的最有效方法；而城市集群式的發展則有賴於城際鐵路為城市之間提供低成本、快捷的流通和銜接網絡。配合人口的大幅增加，城鎮在供排水系統、垃圾處理設施、信息網絡設施等方面都會產生相應的擴容要求和改良性需求，給相關行業帶來豐厚的投資機會。

一直以來，房地產業是香港的支柱產業。香港的主要地產商早就踏足內地，但大多集中於普通商品房和豪華住宅等中、高端的市場。在未來的發展中，香港房地產企業可考慮利用與地方政府的良好關係，參與當地保障房的建設。在中央堅持樓市調控的背景下，這亦是外資地產商作出策略調整以及拓展業務新增長點的一個可行方向。事實上，香港有接近一半的市民居住於公屋、居屋等非私營房屋；本地業界對參與政府資助房屋的建設已積累豐富經驗，其運作管理水準相對成熟，並且在設計、品質、整合能力以及配套服務等方面優勝一籌；加之內地房產正出現由「清水房」向附送裝修和廚衛設備的交樓標準轉變的趨勢，香港的地產相關行業，包括開發商、建築施工企業、建材和設備供應商、室內裝修設計，乃至企業物業管理和配套服務供應商，均有望在內地保障房建設中分「一杯羹」。

另一方面，香港具有國際級的城市基礎設施，在電力、供水、公共交通、機場效率等多方面均居全球領先水平。根據「美世 2012 年全球城市生活品質排名」(Quality of Living Worldwide City Rankings – Mercer Survey)，香港的城市基礎設施在全球位居第六名；相比之下，內地城市中僅有上海和北京躋身前百名。一些香港企業在參與內地基礎設施建設上已「早著先鞭」。例如，香港地鐵公司與包括北京、深圳在內的城市合作，將「港鐵模式」引入當地軌道交通的營運；香港中電集團在深圳發展全新的能源效益服務業；中華煤氣每年在內地增加 10 個以上的燃氣項目，預計 2015 年可增至 150 個，並且開始承辦內地的供水項目。可以預見，香港的公用服務企業可以藉著自身在技術、管理、資金、經驗等方面的優勢，在參與內地城鎮基礎設施建設中享受「增長紅利」。

#### 消費潛力釋放 中價品牌料「吃香」

改革開放以來，中國農民的人均消費水平一直落後於同期的城鎮居民，並且兩者間的差距呈現不斷擴大的趨勢。城市與農村的人均年消費額比值從 1980 年代的平均 2.4 倍上升到 1990 年代的 3.4 倍，近十年更一直維持在 3.6 倍左右的水平。新型城鎮化的另一個核心要義是必須提高農村轉移人口的收入與消費水平，改變和提升其生活方式。據估計，未來中國的城鎮化率每提高一個百分點，將會吸納 1,000 多萬農村人口進入城鎮，並且增加逾千億元的消費需求。

當前內地的城鄉消費差異以保險服務、服飾、文教娛樂用品的支出最為顯著；城鎮居民 2011 年在這三方面的支出為農村居民的 8.9、5 和 4.8 倍。同時，銀行中介服務、交通、居住、家庭設備、醫療、食品方面的消費落差以在 2.5 倍以上（見附件圖 2）。城鄉之間的不少耐用消費品佔有量亦有相當的差距，尤以高端產品最為突出。例如，城鎮人口的相機保有量(平均每百戶家庭的擁有量)為農村人口的 9.8 倍，而空調和電腦保有量的差距為 5.4 和 4.6 倍。相比之下，洗衣機、冰箱、電視機和移動電話的保有量差異則較不顯著（見附件圖 3）。

眾所周知，香港的輕工產品以優質、物超所值、設計精美和時尚而著稱，服裝、鞋類、食品、小型家用電器、電子產品、鐘錶等日常消費品均是香港製造業的強項；而香港品牌在內地更擁有良好的口碑。香港品牌發展局與香港理工大學 2012 年在武漢市進行的「華中地區香港品牌態度問卷調查」顯示，「香港品牌」在內地消費者心目中具有優質安全、時尚創新、物有所值和服務上佳的整體印象，而且近五成的受訪者願意多付 10% 至 15% 的溢價購買香港品牌的產品。城鎮化是擴大中等收入群體的重要途徑；農村轉移人口消費潛力的釋放，將會為中產階層增添「後備軍」。日後隨著內地「橄欖型」社會結構逐步成型，居民的購買力料會顯著上升，其消費習慣亦會潛移默化，特別是對品牌的認知度和重視程度將有望提高，形成較強的品牌消費意

識；這種市場環境和商業氛圍對致力於走差異化路線、定位於中高檔的香港品牌尤為有利。

此外，國家的優惠政策亦有利於香港企業進入內銷市場。除了《內地與香港關於建立更緊密經貿關係的安排》(CEPA)對原產於香港的產品進入內地市場實施零關稅之外，國家「十二五」規劃亦表示支持香港在中國內銷市場中扮演商業分銷的角色；香港零售業擁有代理和分銷國外品牌的豐富經驗，其作為海外消費品進入內地市場的中介作用有望進一步增強，而香港作為大中華區區域性分銷中心的角色將會更加吃重。

### 服務需求漸殷 港商憑優勢「發圍」

在目前中國的產業結構中，農業和第二產業的佔比偏高，服務業只佔國內生產總值的 44.6%。在未來城鎮化過程中，各種投資、消費需求應運而生，無論是生產性還是消費性服務產業均會迎來突飛猛進的大發展。

作為全球服務業最發達的地區之一，香港服務業實力雄厚、門類齊全；以 2011 年為例，服務業佔香港本地生產總值的比重高達 93%，而香港的服務業貿易總值亦位居全球前列，近年許多香港服務業者更已利用「CEPA」的平台率先進入內地市場。配合將來城鎮化的加速發展，預料中央與地方政府將會進一步放寬對香港服務業進入內地市場的限制，並主動改善港商進入內地所遇到的「大門已開、小門不開」問題。

在各類服務行業中，城鎮化對金融服務行業的實質性需求最為殷切。一方面，隨著農村人口的市民化，城鎮新增人口在保險、銀行中介方面的服務性消費需求將具有較大的提升空間（參考附件圖 2）。另一方面，城鎮化的大規模投資本身亦需要龐大的資金。目前，銀行貸款、發行市政債券是地方政府的主要融資途徑。據報導，2012 年底至今，中國工商銀行、中國農業銀行等已與地方政府簽訂多份金額高達百億元人民幣以上的城鎮化貸款協議；而用於城市基礎設施等投資的「城投債」2012 年發行量亦超過 5,000 億元人民幣。

香港的金融機構近年已密鑼緊鼓部署進軍內地，而金融合作更是每年「CEPA 補充協議」的重頭戲。例如，2010 年的「CEPA 補充協議七」放寬了香港銀行在內地設立分支機構的限制，隨後的「補充協議八」亦大幅降低香港的保險經紀公司在廣東省設立獨資保險代理公司的門檻；而東亞銀行、南洋商業銀行等香港銀行更已獲准在內地獨立發行人民幣信用卡。憑著政策優勢以及「先行者」的有利條件，香港的金融業除了可以在城鎮化的過程中涉足更多的零售金融業務之外，亦可以藉此拓展離岸人民幣回流內地的投資機會；例如，為地方政府的城鎮化項目提供跨境人民幣貸款以及發行人民幣債券等。

值得一提的是，香港高效的城市管理享譽全球，可為內地建立規範化、專業化和現代化的城鎮管理制度提供參考和借鑑。特區政府可透過向內地輸出城市設施管理、社會管理和公共行政管理等方面的經驗和人才，作為與各省市政府加強「G2G」關係的一項新內容；這其實亦是香港在新的歷史階段為國家發展作出貢獻的應盡之份。

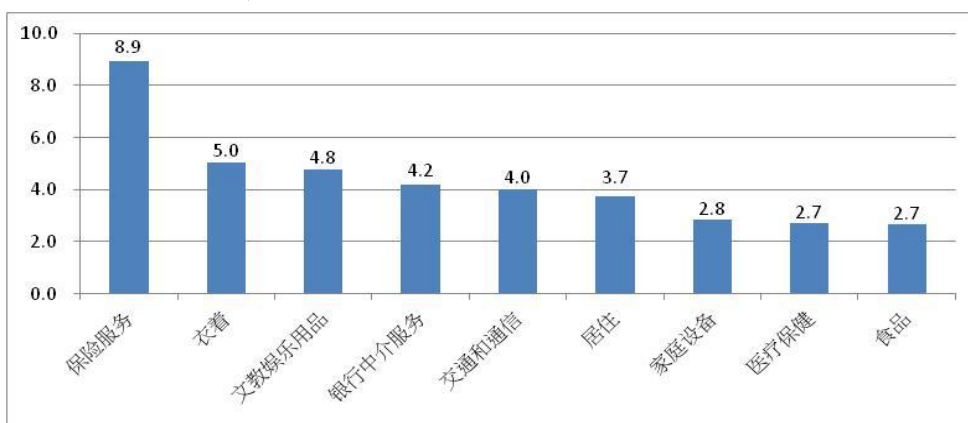
2013 年 4 月 8 日

附圖 1：城鄉居民人均可支配收入的比較



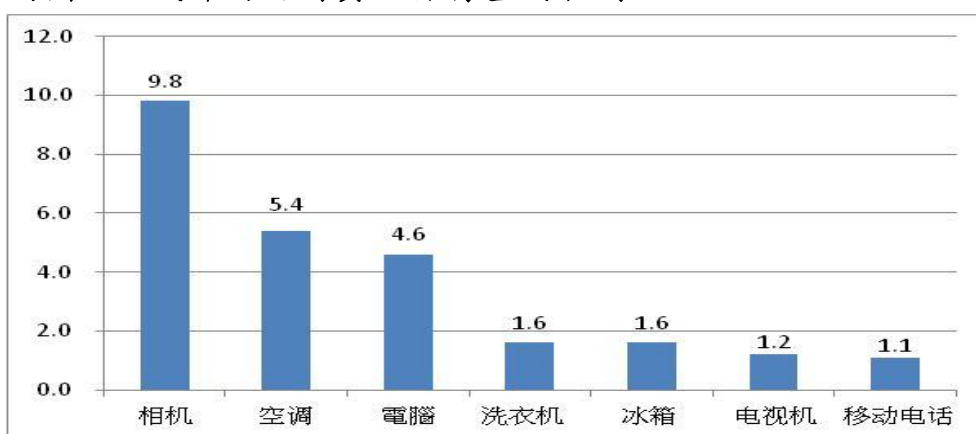
註：數據來源為國家統計局、CMA 研究

附圖 2：2011 年城鄉居民消費性支出的相對差距



註：1. 消費性支出的相對差距是城鎮居民在有關商品或服務類別上的平均支出為農村居民的倍數。  
2. 數據來源：國家統計局，CMA 研究

附圖 3：城鄉耐用消費品保有量的相對差距



註：1. 耐用品保有量的相對差距是指城鎮居民在有關商品的平均保有量(平均每百戶家庭的擁有量)為農村居民的倍數。  
2. 數據來源：國家統計局，CMA 研究