



## 「互聯網+香港」：跨境合作新平台

(「互聯網+」戰略專題討論之三)

近年在特區政府的大力推動下，互聯網對香港經濟的重要性與日俱增。根據顧問公司波士頓諮詢早前的研究，香港互聯網經濟在 2009 年可創造約 960 億港元的收益，估計到 2015 年可增加至 1,460 億港元，佔香港 GDP 的比重上升至 7.2%。適逢內地大力推動「互聯網+」之際，香港若能善用自身優勢，把握機遇參與其中，相信會大有一番作為；不但可打造與內地經貿合作的新平台，更有助於推動本地互聯網相關經濟活動「再上一層樓」。

### 網絡基建：拓數據服務中心

雲端運算 (Cloud Computing) 和大數據技術是內地推行「互聯網+」戰略的基礎，為互聯網與各行業的融合發展提供通用性支撐。雲端運算提供海量數據收集、存儲、處理和分析的綜合服務平台，再經過大數據技術的加工處理，產生含經濟社會價值的增值數據。國務院公佈的《關於積極推進互聯網+行動的指導意見》就明確指出要夯實「互聯網+」的發展基礎，包括增強公共雲的服務能力、推進雲操作系統的研發和應用、以及提升大數據掌控能力等；還從拓展海外合作的角度出發，鼓勵企業提供面向全球的工業雲、供應鏈管理、大數據分析等網絡服務。

在「互聯網+」熱潮之下，內地對數據中心設施及服務的需求勢必更加殷切，香港可吸引內地的互聯網企業、電訊商、數據寄存商等機構前來設立雲端運算服務平台及互聯網數據中心，進一步鞏固香港作為亞太區數據中心基地的地位。與內地相比，香港電訊基建設施優質、穩健、收費相宜，而且電力供應可靠穩定，可為雲端運算、數據中心提供有利的營運環境。目前，香港共有 9 組海底通訊電纜系統、17 組陸上電纜系統及 8 組人造衛星系統，支持電訊網絡速度達至世界頂尖水平；本地的互聯網接入及轉接、數據交換、寄存及內容服務的供應市場蓬勃，可為數據中心營辦商提供豐富的選擇及一應俱全的配套；而電力公司依靠多樣燃料發電，發電容量充足，近年來供電的可靠程度更持續高於 99.99%。

另一方面，香港的資訊自由流通，網絡內容無須經過審查，加上資料私隱獲得充分保障；對內地企業來說，將數據中心設在香港，無疑是一個既能保持地域上的相對隔離又有足夠安全保障的上佳之選。香港特區政府不會干預數據中心的運作或者對數據內容作出審查，而本港亦無法例容許此等的介入。香港的《個人資料(私隱)條例》自從 1996 年實施以來，為個人資料的收集、使用以及移轉提供了法律上的保障，有助於營造可靠的資料保障環境，切合區域數據中心的運作需要。

再者，香港擁有充足的資訊及通訊科技和數據中心專才，且大多數的專業人員掌握英語、粵語和普通話，熟悉國際及內地的商業環境。2012 年香港有超過 78,000 名資訊及通訊科技專業人員，當中超過 5,000 名人員從事與數據中心營運相關的工作；每年有超過 3,000 名資訊及通訊科技學生從本地八所高等院校畢業。各類專業培訓機構，例如香港職業訓練局及生產力促進局等，亦提供資訊科技及服務管理方面的培訓，幫助數據中心人員的持續提升技術和獲得相關專業資格。

根據世界經濟論壇及歐洲工商管理學院發佈的《全球資訊科技報告》，香港在 2013 年的「網絡準備指數」排名中居全球第十四位，在亞洲名列第四；按亞洲雲端運算協會發表的雲端就緒指數（Cloud Readiness Index），香港在 2014 年位列亞洲第三名；在高緯環球（Cushman & Wakefield）發佈的「數據中心風險指數」排名中，香港為全球第六強，在亞洲則高居榜首。香港屢獲主要國際評級機構的推崇，印證其在數據中心服務方面保有全球的領先地位及不俗的競爭優勢。

其實，不少內地企業已陸續來港設立數據中心；除了中國移動、中國聯通和中國電信等內地三大電訊商之外，騰訊、阿里巴巴等互聯網龍頭亦透過與香港本地公司合作，部署投資及拓展本港的雲端運算及數據中心業務。內地企業利用香港完善的網絡基建以及獨有的位置和制度優勢，不但可藉此分散地理佈局，確保數據中心的穩定性及安全性；還可以香港作為面向全球的樞紐，向國際用戶提供快速和穩定的跨地域雲端運算服務。

### 製造業：轉型智慧型工廠

在應用層面，「互聯網+」戰略意味著將互聯網技術融入經濟社會中各個領域，催生出一批新產品、新產業、新模式和新業態，助力傳統產業的改造升級以及社會運行效率的提高。以「互聯網+製造業」為例，中央在《關於積極推進互聯網+行動的指導意見》提出，「推動互聯網與製造業融合，提升製造業的數字化、網路化、智慧化水平，加強產業鏈協作，發展基於互聯網的協同製造新模式；在重點領域推進智慧製造、大規模個性化定製、網路化協同製造和服務型製造，打造一批網路化協同製造公共服務平台，加快形成製造業網路化產業生態體系」。

香港是內地最大的外來直接投資來源，內地又是香港工業向外轉移的最主要承接地。近年，在內地設廠的香港製造商與內地企業一樣，受到勞動力和其他生產要素成本快速上漲、資源和環境約束等因素的影響，面臨越來越大的升級壓力，亟需提質增效。香港製造商應主動配合國策來釐定自身的升級轉型方向和持續發展之道，並從產品、流程、工藝、運作模式乃至經營理念上作出前瞻性的規劃和適時調整。

在「互聯網+」時代，內地過往以大批量製造、標準化產品為特徵的 B2C 模式正逐步讓位於以消費者為主導的 C2B 模式。這種新崛起的市場交易結構對製造業生產和組織方式衍生了新的要求，未來的生產系統必須具備高度彈性的特質和處理個性化訂單的能力，並且還要能夠快速回應市場以及與供應鏈上的其他環節達至實時協同。除了「範式轉換」（Paradigm Shift）的內在推動力之外，內地暢旺的互聯網消費亦從用戶終端產生一種「逆向倒逼」的力量，透過隱含的巨大潛力和商機，成為促使生廠商加緊「觸網」的強大吸力。

例如，隨著內地居民生活水平提高，消費者對智能家居、智能家電等的認可和接受度明顯上升。香港貿發局去年在內地八個城市進行的消費者問卷調查顯示，內地居民對優質的小型家庭電器需求殷切；約 61% 的受訪者表示在未來購買小型廚房電器時將會考慮智能家居功能，包括產品是否能夠被智能手機或平板電腦操控、或者與互聯網應用程序是否相容等因素；而他們平均願意多付約 11% 的額外價錢來購買這些智能型廚房小家電。

從中可管窺到，內地消費者對具備智能化和網絡互聯功能的消費品的

興趣增強，這些領域將成為未來商家推行產品個性化和差異化的必爭之地。香港廠商素以敏銳的市場嗅覺和靈活的應變能力著稱，更挾著香港作為潮流先鋒的有利形象以及「香港品牌」的特殊身份；港商可考慮率先為產品引入更多的智能元素，藉此作為打入內銷市場的賣點。同時，配合智能產品通過網路即時與廠商、第三方服務提供者以及智能控制平台等交流的特點，港商若能發揮在供應鏈整合與協同管理方面的固有優勢，從產品研發、生產方式和配套服務等環節入手推行智能化、數據化，加緊朝智慧工廠的方向邁進，亦不失為產業轉型和升級的一條新路徑。

### 生產性服務：加速網絡化營運

內地經濟「新常態」的特點之一是服務化的進程愈行愈速，產業結構由工業主導向服務業主導加快轉變。服務業佔內地 GDP 的比重於 2013 年首次超過第二產業；隨後兩年服務業增速持續快於工業，佔 GDP 的比重於 2015 年攀升至 50.5%。然而，若以目前服務業佔發達國家經濟總量的比重高達 70% 作為參照，內地服務業可以說是「小荷才露尖尖角」；尤其是國內的生產性服務業相對滯後，仍然較依賴外部供應商來滿足不斷上升的高端生產性服務要素需求。

互聯網為內地方興未艾的服務業構建了新的發展平台，更為一些行業帶來了實現「彎道超車」和跳躍式增長的契機。當互聯網與服務業這兩個內地經濟中最具活力的領域疊加起來，所能迸發的潛能實不可限量。《關於積極推進互聯網+行動的指導意見》以相當多的篇幅展示了以互聯網為載體打造新型服務業特別是生產性服務業的廣闊前景；除了推動互聯網在金融、物流、商貿等領域的應用之外，中央更提出要推動製造業企業加快服務化轉型，鼓勵企業採用大數據等信息技術優化決策和生產流程，並依託互聯網開展故障預警、遠端維護、品質診斷、遠端過程優化等的線上增值服務，拓展產品價值空間。

發達的生產性服務業是香港的支柱產業和主要的服務出口部門，亦長期為港商在內地特別是珠江三角洲的製造活動提供全方位的支援。但必須承認，近年香港生產性服務業已面臨越來越嚴重的發展瓶頸，除了本土和海外市場增長放緩、國際競爭加劇之外，技術發展停滯、創新動力不足、業態老化亦是不可忽視的原因。作為國際金融中心和商業中心，香港在網絡金融和網購等領域裹足不前，反而被後來居上的內地遠遠拋離，便是發人深省的例子。

內地「互聯網+服務」的興起正好為香港服務業的持續發展帶來了雙重疊加的機遇：香港的生產性服務業若能趁勢搭上時代「順風車」，利用自身在資金、經驗、人才、管理、品牌等方面的優勢搶灘內地「互聯網+」市場或者主動與內地同業甚至互聯網業者開展策略聯盟，在擴大於市場份額的同時，還可藉此提升營運的網絡化水平和科技含量，進而推動香港服務業的升級。

### 商貿中介：整合網購供應鏈

跨境電子商務稱得上是「互聯網+」戰略一個最引人注目的應用範疇。近年跨境電商成為內地對外貿易的一個增長點，亦是政府加以大力扶持的重點領域。在進口電子商務方面，內地的「海淘」市場增長迅猛；據市場

調研機構尼爾森(Nielsen)的報告，2013 年內地跨境網購的消費規模已達 2,160 億元人民幣，預計到 2018 年將升至 1 萬億元。另一方面，內地出口電商的發展亦毫不遜色；普華永道 (PwC) 的研究指出，2014 年中國約 14 萬億元人民幣的外貿出口總額中，電商佔比已達 27% 左右，即接近 4 萬億。

作為亞太區的商業和貿易樞紐，香港可借助「互聯網+」的發展來促成自身傳統中介角色的轉型；例如，本港可積極參與內地網購供應鏈的管理，將電商平台、物流服務、支付和倉儲等整合為一，打造內地消費者「海淘」的首選中轉站。內地消費者對「香港品牌」的認知正面，亦較有興趣購買香港公司生產、經營甚至代理的產品。根據尼爾森 (Nielsen) 在 2014 年 9 月對內地最熱門境外網購目的地的調查，香港以 58% 的覆蓋率名列第二，僅次於美國的 84%。其次，香港作為國際商貿中心，匯聚全球各地的眾多免稅商品，特別是與大部分國際知名品牌建立了業務關係，可為內地網購市場提供種類豐富的優質產品選擇。事實上，內地多個大型電商在成立海外購物業務時，「香港館」幾乎都是他們網店上不可缺少的必備元素；蘇寧易購等知名電商更特地在香港設立採購團隊，作為拓展全球貨源的據點。再次，香港物流業運作效率高，加之地理位置優越，具備條件發展成為境外網購產品迅速輸往華南地區乃至全國市場的電商物流中樞。

更重要的是，香港本身就是一個成熟的自由貿易港，沒有外匯管制，可自由結匯、售匯和付匯，並且進出口貨物無須繳納任何關稅；香港作為離岸人民幣中心，在與內地的跨境人民幣使用、支付與結算等方面積累了寶貴經驗。憑藉這些良好的基礎，香港特區政府可考慮向中央爭取，在 CEPA 的框架下研究為跨境網購所涉及的中港支付及徵稅環節，制定有利於香港業界發展的「先行先試」政策；在確保國家金融安全和稅收利益的前提下，讓香港在內地跨境電子商務的快速發展中不但能夠「分一杯羹」，更可繼續發揮制度改革「試驗田」和政策創新先導區的作用。

國務院在印發的《關於大力發展電子商務加快培育經濟新動力的意見》中提到要推動電商「走出去」，特別是展開與港澳台的合作，以助力出口電商打入海外市場。有研究顯示，在內地 147 家電商平台中，有 46% 的商家已經踏足海外業務，34% 的商家正計劃涉足海外市場。配合內地電子商務平台實施國際化的戰略，香港可擔當的角色應不只限於是長袖善舞的「超級聯繫人」；它本身更是一個具備深度、潛力和代表性的市場，可以作為內地電商拓展海外業務的橋頭堡、展示平台和「試金石」；在香港紮穩腳跟和打響名堂之後，再向國際市場特別是東南亞和各地的華人市場進發，相信會事半功倍。