



## 中國出口範式轉移 對港影響亟需關注

今年初以來，有不少網絡媒體紛紛宣傳內地中小企的訂單銳減，市場上對內地出口的前景抱極度悲觀看法者甚眾，就連內地地方政府的「告急」之聲可謂不絕於耳。中國海關總署近日公布的最新數據顯示，按美元計中國 2023 年第一季度進出口總額為 14,389.5 億美元，按年同比下跌 2.9%；其中，首季度出口總值為 8,218.3 億美元，按年上升 0.5%，3 月份出口金額為 3,155.9 億美元，按年增長 14.8%，單月增速創下近 8 個月的高位。

### 首季出口下滑但表現略勝預期

對比去年同期中國內地首季的商品出口勉強持平，增幅較過去兩年的全年表現(2021 年和 2022 年分別增長 29.9%和 7%)大幅放緩。這除了因為全球經濟增長大幅放緩導致內地出口的外圍市場環境轉弱之外，疫情解封後不少海外國家的製造業產能逐步恢復，亦促使內地企業在過去一段時間裡受惠於「生產替代效應」而激增的出口訂單掉頭外流，尤其是一些勞動密集型的產品訂單重新流入東盟、南亞等國家；加上由歐美國家主導推動的國際供應鏈重組在疫後有所加快，以及美國對華的科技打壓持續甚至愈演愈烈等，均對中國商品出口帶來疊加的拖累效應。

但平情而論，從近日官方公佈的統計數據可見，中國今年首季度的商品出口仍能維持一定韌性；在年初以來悲觀陰霾的籠罩下，前三個月的 0.5%正增長也算是遠勝市場預期，對甚囂塵上的「中國出口可能出現斷崖式下跌」論作出了有力回擊。究其原因，其一是內地商品出口的「較佳」表現在一定程度上乃受益於國內防疫政策放開後供給端的全面修復；疫情對企業生產運作的壓制作用較快消退，工廠的產能在 2 月中下旬春節假期之後已經基本恢復。

其二是雖然主要發達國家今年經濟增長大幅放緩的整體趨勢未改，但年初以來多個經濟體的實際表現卻略勝預期。例如，2023 年初以來發達國家的製造業 PMI 雖仍陷於萎縮區間，但情況未有進一步惡化；加上歐美國家的消費通脹普遍見頂回落，以及勞動力市場維持偏緊狀況，對海外市場消費和商品進口需求構成了一定支撐。根據海關總署的數據，中國自去年下半年以來對美國的商品出口連續 8 個月大幅下跌，但今年 3 月份對美國出口的跌幅收窄至單位數，較去年同期下跌 7.7%；而 3 月份對歐盟的出口增速更「由負轉正」，較上個月環比回升 15.7 個百分點，對去年同期錄得 3.4%的同比增長。

### 出口市場和商品結構呈現亮點

除了基本面情況有「意外驚喜」之外，中國首季度的出口數字中還透露出多項結構上的亮點。以主要出口市場的地理格局來看，疫情前中國的前三大貿易夥伴分

別為美國、歐盟和東盟；但東盟於 2020 年已躍登中國的出口市場榜首，之後連續幾年穩踞頭把交椅之位，在 2022 年初 RCEP 正式實施的帶動下，東盟對中國出口的貢獻進一步上升。數據顯示，2022 年中國對東盟的出口額高達 5672.9 億美元，按年增長 17.7%，東盟佔中國外貿出口的比重達 15.5%，較 2021 年上升 1 個百分點。在 2023 年的首個季度，中國對東盟出口額達 1390.4 億美元，保持 18.6% 的雙位數同比增長。

值得一提的是，由於近年內地的生產成本顯著上漲，加上美國政府對內地出口的部分商品施加額外關稅，促使一些跨國公司乃至內地企業加快將生產鏈轉移到東南亞國家。惟這類產業轉移較多帶有「順貿易導向型」直接投資的性質，原先直接輸往歐美的商品改為「化零為整」並繞道東盟，在當地加工組裝後再出口至歐美；由此帶動內地與東盟國家之間建立起更為密切的產業鏈分工關係，刺激中間產品、原材料的進出口活動，從而對兩地的經貿往來產生了「貿易創造」和「貿易擴大」的效應。

數據顯示，2022 年中國與東盟的商品進出口貿易中，中間產品高達 4.36 萬億元人民幣，按年增長 16.2%，佔兩地貿易總值的 67%；今年第一季度中國對東盟出口的中間產品為 5,310.8 億元人民幣，同比增長 17.9%，佔中國中間產品總出口的比重較去年同期進一步提升了 1.7 個百分點。其中，中國近兩年對新加坡的出口額大幅飆升，繼去年全年錄得 47.8% 的增幅之後，今年首季度再飆升 78.2%；這在一定程度上反映新加坡在中國與東盟的貿易往來中擔當越來越吃重的中轉港角色。

除東盟外，中國近年來對俄羅斯、中東地區、非洲、南美洲等新興經濟體的出口亦錄得較快增長。據海關總署統計，2023 年第一季度中國對「一帶一路」沿線國家的進出口金額同比增長 16.8%，佔中國外貿總額的比重為 34.6%，較去年同期提升了 3.5 個百分點。其中，3 月份中國對俄羅斯出口額增長 136.4%，遠超其他經濟體；對非洲和南美洲的出口金額分別錄得 46.5% 和 18.8% 的較快增長。無怪乎國務院總理李強近日在主持召開國務院常務會議上強調，「要研究推動外貿穩規模優結構的政策措施，想方設法穩住對發達經濟體出口，引導企業深入開拓發展中國家市場和東盟等區域市場」。

中國出口貿易的另一個亮點則表現在產品結構的變化上。近年中國在一些勞動密集型產品的國際競爭力有所弱化，而隨著海外疫情的影響消退，短期內國際市場對居家辦公相關消費品需求的減退，促使中國出口歐美的部分消費產品從去年開始見頂回落。但另一邊廂，中國出口商品的結構持續優化，在一些技術和資本密集型的產品出口上已建立起較強的競爭優勢。今年第一季度，內地在電動車、鋰電池、太陽能電池(海關稱之為中國出口「新三樣」)的合計出口額增長 66.9%，較去年同期增加 1,000 億元(人民幣)，拉高整體出口增速 2 個百分點。同時，新能源汽車佔內地汽車出口數量和金額的比重均顯著提升，前者從 2020 年的 20.5% 升至 2023 年初的 37%，後者從 20.5% 升至 47.4%；新能源車幾乎佔了內地汽車出口的半壁江山。

### 對香港中轉港的影響亟需關注

香港方面，根據特區政府統計處的數據，本港今年首兩個月的出口按年下跌約 25%，但 2 月份出口金額跌幅收窄至 -8.8%；近日財政司司長陳茂波透露 3 月份進出

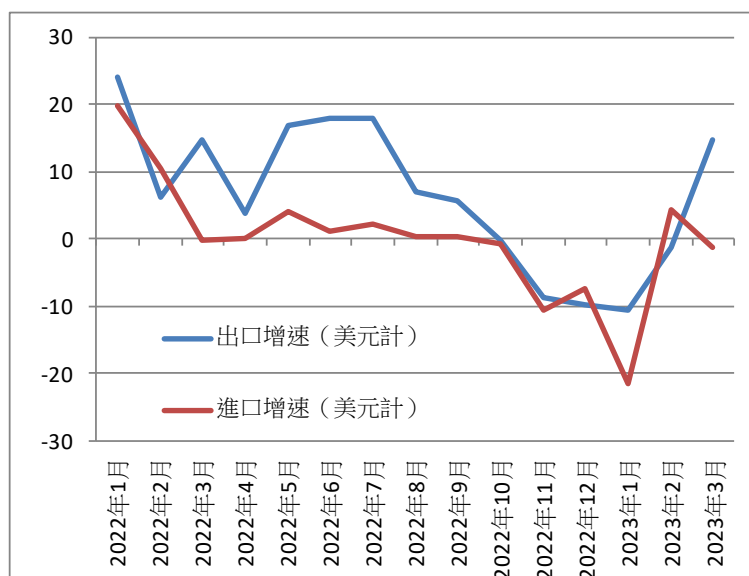
口數字的跌幅繼續收窄。去年的大部分時間，香港與內地之間的跨境陸路貨運因為嚴厲的防疫封控措施而嚴重受阻，在一定程度上造成本港與內地在對外貿易走勢上相背離；但這一「背道而馳」的反常現象已隨著年初以來兩地逐步恢復全面通關而改善。海關總署公佈的數據顯示，今年首季度內地與香港進出口金額同比下跌 6.6%，較去年全年的-15.1%跌幅明顯收窄，其中首季度內地經香港進口額同比飆升 83%。

另一方面，今年內地經濟的增長已漸拾動力，第一季度的 GDP 同比增長率為 4.5%，較去年第四季度的 2.9%和去年全年的 3%增幅顯著回升；最終消費支出對首季度 GDP 增長的貢獻率高達 69.4%，比去年全年的 32.8%上升超過一倍。其中，首季度的社會消費品零售總額按年上升 5.8%，網上零售額則按年增長 8.6%，反映內需穩步回暖。在中國進出口貿易表現雙雙改善的帶動下，加上去年低基數效應的影響，預計香港對外商品貿易將從今年第二季度起逐漸擺脫頹勢，並在下半年重新錄得單位數的按年增長；惟受制於首季度的較大跌幅，估計全年的出口額增速不超過 3%。

惟亦須指出的是，疫情期間香港與內地陸路交通不暢的困境畢竟持續了較長一段時間，部分港商和內地廠商的出口貿易和物流安排可能因「傷疤效應」而出現永久性的地點轉移，例如取道深圳、廣州等內地港口直接出口，從而減少經香港中轉貿易的機會。同時，中國的主要出口市場和商品結構正加快更迭轉換，對香港中轉港角色勢將帶來危與機並存的「雙刃劍」效應。

香港作為亞太區重要轉口港，長期以來無論在商業聯繫和物流網絡等方面均較為倚重歐美傳統市場，雖然近年業界開拓新興市場的力度持續加強，但推動本港貿易結構多元化的工作仍然「同志還需努力」。在中國出口加緊出現「範式轉移」以及新加坡等「勁敵」伺機崛起的國際貿易大變局中，香港如何及時「變陣」，加緊調整策略，以趨利避害、保有競爭力，無疑是業界和特區政府不容有失的當前要務。

附圖: 2022 年以來中國商品出口的同比增速 (%)



2023 年 4 月

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](mailto:research@cma.org.hk)