



- 廠商對港經濟貢獻勿低估
- 內地首部電子商務法問世
- 中央撐民企紓緩融資困境
- 舉辦進博會展中國新角色

1. 廠商對港經濟貢獻勿低估

根據香港統計處的數據，製造業目前僅佔香港 GDP 比重約 1%；但該處的一項專題研究發現，廠商對香港經濟的貢獻應遠不止此數。

短評

2016 年本港製造業公司產生的價值增量約 335 億元，佔香港 GDP 的比重約 1.3%；從業人數約 9.4 萬人，為全港總體就業人數的 2.4%。但眾所周知，此數據未必能準確反映香港廠商製造業活動的真實規模。1980 年代之後，香港工業的勞動密集型工序北移，相當一部分本地的廠商轉型為貿易商。這些貿易商並不符合統計意義上製造業的定義，在香港無大型生產線和僱用大量工人，但其運作又與傳統的進出口貿易公司有所不同；他們當中有相當部分本身仍是內地工廠的東主或合夥人，而且往往亦會涉及與製造業相關的技術支援服務，即採用「前店後廠」的經營模式。香港統計處定期對這類「從事分判製造工序的安排及提供與製造業相關的技術支援服務的貿易公司」進行研究，發現這類公司在 1990 年代上半期迅速增加，高峰期多達 25,000 家左右；其數目雖然在 1997 年之後明顯減少，但近 10 年大致平穩，2016 年為 13,889 家，從業人數達 10 萬人。若將這些外貿公司與本港現有的製造業公司合併統計，則 2016 年他們合共的增加價值佔香港 GDP 的 4.2%，與本港支柱產業之一旅遊業的經濟貢獻 4.7% 不相上下；有關數字或可能更能全面反映香港廠商對經濟的實際貢獻程度。值得注意的是，超過一半的這類外貿公司至今仍對他們分判予內地的製造工序提供多方面的支援，包括採購、設計、管理、技術等；反映了這種香港總部與內地生產分支的產業分工關係仍然緊密，廠商在內地的經營活動亦對本港的相關服務業，特別是金融、運輸、商貿及專業服務等衍生了龐大需求。如果對比 2012 年與 2016 年期間貿易公司為內地生產單位提供的支援服務類別，則涉及「生產物料採購」的企業比重維持於 72%，「品質控制」從 73% 降為 67%、「樣本及工模製造」從 67% 跌至 63%、「生產規劃、管理及控制」更從 60% 跌至 48%；但「產品設計」則從 69% 上升至 72%、「專業及技術服務」從 55% 增至 59%，「包裝及後勤服務」從 47% 上升為 50%。從中可以管窺到，近年港商於內地的分支機構雖在一些生產性服務領域有「去香港化」的趨勢，但在設計、技術、形象等方面反而更加倚重香港的支援；這種「進化」中的跨境產業分工，相信亦是促進香港本土產業活動向高增值方向發展的一支重要力量。

2. 內地首部電子商務法問世

全國人大常委會於 8 月 31 日表決通過了《中華人民共和國電子商務法》(簡稱「電商法」)，將於 2019 年 1 月 1 日正式實施。

短評

內地電子商務迅猛發展；網上零售額從 2007 年的 542 億元增長 131 倍至 2017 年的 7.18 萬億元，年復合增長率高達 63%。然而，諸如售賣假貨等不規範現象卻一直存在；據報，全國最大的電商平台淘寶網旗下的「打假」部門，去年就查處了 24 萬個疑似侵權的網店。自 2013 年起，全國人大常委會開始研討就電子商務立法，冀望藉此推動行業健康發展。今次出台的「電商法」是中國乃至全球首部電商方面的綜合性法規，涉及合同內容、快遞物流、經營主體、經營行為、電子支付等與電商發展有關的典型議題；當中有三項尤其引人關注。首先，「電商法」強調要「平等對待線上線下商務活動，促進線上線下融合發展」，要求所有電子商務經營者均須進行商業登記。此前由於缺乏明確規定，加之政府有意為電商的發展提供寬鬆環境，許多微型、個體網店在開設前並不會主動到工商局進行登記，由此亦存在避稅空間，令他們在經營成本上比起實體店和傳統商業更有優勢。新規將堵塞監管漏洞，讓線上線下的企業在公平的環境中開展競爭。其次，法例表明電商平台有責任對其平台上的經營者進行監管，違者須承擔責任。這項規定賦予平台「把關」的責任，透過將其監督功能上升到法律高度，強制性地建立業界的自律機制，為打擊假冒偽劣產品以及其他業內欠規範行為祭出了一道強而有力的「殺手鐮」。此外，電商法還提出了多項加強消費者權益保護的內容；例如，規定電商平台須主動對顧客的個人隱私進行保密，亦不能輕易洩露消費者進行網絡消費時的消費偏好與習慣等數據。有評論擔憂新法規的出台會導致內地電商生態產生改變，業界特別是小規模經營者將面臨規管收緊、遵從成本上升等挑戰；然而，「電商法」畢竟為內地電商業確立了行為規範和監管框架，即使在短期內掀起一次「大浪淘沙」的範式重整，但對行業以至新經濟整體發展的正面作用，相信會利在長遠。

3. 中央撐民企紓緩融資困境

11 月 1 日，國家主席習近平在北京主持召開民營企業座談會，會上強調將毫不動搖鼓勵、支持、引導非公有制經濟發展，並提出了大力支持民營企業發展壯大的六大政策舉措。

短評

雖然民營企業對內地經濟增長、居民就業乃至政府稅收等方面的貢獻愈發舉足輕重，但對「國進民退」的討論近年卻不絕於耳。這在一定程度上又與國有企業的改革應何去何從有關，尤其是中央多番強調要繼續「做大做強」國有企業，加大了坊間對民企的發展空間和競爭優勢可能被弱化的憂慮。今年來，「國進民退」的論調非但沒有偃旗息鼓，反而進一步升級；有論者甚至提出「私營企業退場論」，公然宣揚民企幫助國企改革的歷史使命已經完成的奇談怪論。有見及此，中央決策層意識到有必要在輿論和實際行動上做出「撥亂反正」，由最高領導人「一槌定音」向社會表明國家支持民企發展的明確立場，藉此為民企注入「強心針」。在座談會上，習近平主席提出了支持民企發展的六大具體舉措，包括減輕企業稅費負擔、解決民企融資難融資貴問題、營造民企與國企公平競爭環境、完善政策執行方式、構建親清新型政商關係、保護企業家人身和財產安全等。其中，融資難、融資貴一直是民營企業面臨的「老問題」；在國家積極推動金融部門「去槓桿」的政策環境下，民企循「正規途徑」向銀行借貸更形困難，即使要透過「影子銀行」或民間借貸融資亦受到更多限制；加上近期在中美貿易摩擦的陰霾下，許多民企因為自身業務轉差而導致財務狀況惡化，其資金周轉壓力增大甚至資金鏈可能斷裂的風險已顯著上升。為此，最近中央多個財政金融部門已率先制定了一系列政策「組合拳」，包括實施民企債券融資支持計劃，研究支持民企股權融資，鼓勵私募基金發起設立民企發展支持基金；完善商業銀行考核體系，提高民營企業授信業務的考核權重；要求銀行

對「產品有市場、項目有發展前景、技術有市場競爭力的企業，不盲目停貸、壓貸、抽貸、斷貸」；以及治理附加不合理貸款條件、人為拉長融資鏈條的問題等。另一邊廂，各地方省市政府亦紛紛出手，甚至不惜撥出「真金白銀」紓緩民企融資困境。例如，廣東省日前推出「民營經濟十條」；上海市亦發佈了「27條」支持民營經濟，提出「3個100億」項目，以建立民企上市公司紓困基金、為優質中小民企提供信用和擔保貸款以及擴大中小微企政策性融資擔保基金等。中央及地方政府除了將改善資金環境作為落實「挺民企」政策的突破口之外，亦是藉著替企業解燃眉之急，為紓緩當前內地經濟的下行壓力尋求突圍之道。

4. 舉辦進博會展中國新角色

中國首屆國際進口博覽會正式開鑼，國家主席習近平在開幕儀式上致詞，承諾中國將加大進口，並預計未來15年中國進口商品和服務將分別逾30萬億和10萬億美元。

短評

進博會堪稱中國乃至全球首個以進口為主題的大型國家級展會，共吸引了來自151個國家和地區的3,617家企業參展，盛況空前；由近百間中國中央企業及逾千間下屬單位組成採購團以及各大電商平台紛紛簽下大訂單。據中國官方統計，進博會期間首次展出的新產品、新技術或服務逾570件，按未來一年計算的意向成交額達578.3億美元。中國主辦進博會起意於去年5月，原意是在紀念改革開放40週年之際，對外宣示中國將以此開闢開放市場的新平台。中國的對外經貿一向以出口為重為先，從最初輸出天然資源，到後來發展出口加工裝配產業，以至近年「中國製造」的產品行銷各地，中國晉身成為全球最大的商品出口國和第三大順差國；根據WTO的統計，2017年中國出口總額為22,630億美元，進口額為18,420億，商品貿易順差高達4,210億美元。隨著經濟迅速增長、人民的收入水漲船高，中國正逐步向消費大國邁進，不但國內市場的消費總量持續擴大，近年更迎來消費結構的升級，對高品質的商品與服務的需求與日俱增；中共「十九大」報告亦指出，解決「人民日益增長的美好生活需要和不平衡不充分發展之間的矛盾」已成為當務之急。故此，在中國立志從「世界工廠」向「世界市場」轉型的進程中，舉辦進博會被賦予了多重的戰略意義：不但是新一輪高水準對外開放的一面「旗幟」，亦是增進人民福祉和踐行「新時代中國特色社會主義」的一項舉措；而擴大進口還能為市場引入良性競爭，倒逼內地企業加緊提升產品的品質和檔次，更可對近年民眾透過出境旅遊和「海淘」以「螞蟻搬家」式購買境外商品的龐大需求因勢利導，納入正規的跨境貿易渠道。此外，當前正值中美貿易摩擦升級的特殊時點，首個進博會如期舉辦，一方面兌現了習近平主席早前在博鰲論壇上所作出的承諾，以實際行動表明「中國不以追求貿易順差為目標，真誠希望擴大進口，促進經常項目收支平衡」；另一方面亦可藉此重申和彰顯中國在貿易保護主義抬頭的國際形勢下仍然堅守貿易自由化的決心。習近平主席在開幕上宣佈多項擴大開放的承諾，當中包括進一步降低關稅、放寬市場准入、引入懲罰賠償機制以保護知識產權等；這些新政正正是針對美國等外資公司最為關切的痛點，在某種程度亦為紓緩中美貿易糾紛釋出誠意，無怪呼有評論將今年進博會譽為「一場精心策劃的信心大會」。值得注意的是，本屆進博會中有1,000多家的參與企業來自58個「一帶一路」沿線的國家，佔參展企業總數將近三成；隨著中國全面啟動進口合作的引擎，「一帶一路」戰略的推進有望踏入一個新階段，走出偏重於向沿線國家輸出資金和產能的「單行道」，為世界特別是發展中國家開啟「市場共融，互惠雙贏」的大商機。

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