

香港與澳洲簽訂《自由貿易協定》 帶來的機遇及前景分析



香港及澳洲早前簽訂了《自由貿易協定》及相關投資安排，讓香港公司更易進入澳洲市場及吸納該國的專業人才，同時鞏固香港作為服務平台及亞太區重要貿易和分銷樞紐的優勢。協定還簡化商務旅遊安排，同時方便雙方參與彼此的政府採購市場，將為兩地帶來不少裨益。協定涵蓋貨物貿易、服務貿易、投資、知識產權、政府採購、競爭事宜等，協議生效後，香港原產貨物可零關稅進入澳洲市場，香港 140 個服務行業亦可進入澳洲發展。

《香港 — 澳洲自由貿易協定》：要點與影響

香港與澳洲於 2019 年 3 月 26 日簽署《自由貿易協定》和《投資協定》，待兩地政府各自完成內部程序後協定便會生效。根據兩份雙邊協定，香港公司可在澳洲市場就各類服務行業享有具法律保障的市場准入及國民待遇，而香港也可藉此加強吸納澳洲人才，進一步鞏固作為服務平台的優勢。

根據《自貿協定》，香港及澳洲的所有原產貨物可以零關稅進入對方市場。雙方也協調了食品產品及葡萄酒貿易的技術法規，促進香港發展成澳洲產品的貿易及分銷樞紐。《自貿協定》的其他好處包括簡化商務旅遊安排、方便雙方參與彼此的政府採購市場、有效保護知識產權，以及促進競爭等。

貨物貿易承諾 有助強化香港貿易樞紐地位

香港及澳洲承諾在《自貿協定》生效後，撤銷對原產自另一方的貨物所有關稅。一般而言，

以上待遇涉及稅則歸類改變標準或區域價值含量須達 40% 的標準。申請免關稅待遇的程序十分簡單，生產商、出口商或進口商只須填妥並提交原產地聲明便可。

香港是個以服務業為主的經濟體，本地製造產品數量甚少。2018 年，香港向澳洲出口的本地產品總值為 6.71 億港元，僅佔本港對該國的總出口 1.9%。現時，澳洲的平均適用關稅率為 2.5%，但紡織品、服裝及皮革產品等若干類消費品的關稅率最高為 5%。根據香港工業貿易署資料，在澳洲的免關稅待遇承諾下，香港每年可在關稅方面節省約 1,600 萬港元。

事實上，香港出口商大多在中國內地設有生產基地，因此可受惠於 2015 年生效的《中國 — 澳洲自由貿易協定》。在該協定訂明的分階段減免關稅措施下，自 2019 年 1 月 1 日起，所有內地貨物已可免關稅輸入澳洲市場。同時，《中澳自貿協定》也考慮了現代的貿易慣例，容許商家使用香港等第三方運輸及分銷樞紐付運貨物。因此，出口商只要符合該協定訂明的各項條件，即使經第三方國家或地區輸出貨物，也可享受免關稅待遇。

除了中國外，澳洲也和新西蘭、新加坡、美國、泰國、智利、東盟、馬來西亞、韓國及日本訂有自由貿易協定，也是《跨太平洋夥伴全面進展協定》(CPTPP) 的 11 個簽署國之一。

澳洲的適用最惠國稅率

產品類別	平均 (%)	免關稅產品佔比 (%)	最高 (%)
動物製品	0.4	92.8	5
乳製品	3.1	76.2	21
水果、蔬菜及植物	1.4	71.2	5
咖啡、茶	1.0	79.2	5
穀物及穀物配製品	1.1	76.7	5
油子、脂肪及油	1.5	70.5	5
糖及糖製品	1.8	61.8	5
飲料及煙草	3.6	28.4	5
棉	0.0	100.0	0
其他農製品	0.3	94.7	5
魚及魚製品	0.0	99.6	5
礦物及金屬	2.7	45.5	5
石油	0.0	100.0	0
化學品	1.7	65.1	5
木材、紙張等	3.3	34.7	5
紡織品	4.2	16.4	5
服裝	4.6	8.1	5
皮革、鞋履等	4.1	17.6	5
非電動機械	2.9	42.9	5
電動機械	2.9	42.5	5
運輸設備	5.2	32.2	163
未列明的製成品	1.4	72.7	5

資料來源：世界貿易組織《2018年世界中心概況》(World Tariff Profiles 2018)

2018年香港向澳洲出口的本地產品主要類別

	價值 (億港元)	佔比	增減
可食用產品及製品	1.48	22%	+3.4%
銀、鉑及其他鉑族金屬	0.87	13%	-11.7%
煙草製成品	0.85	13%	-13.0%
首飾、金器及銀器，以及其他貴重及半貴重材料製成品	0.73	11%	-6.8%
醫療及藥用產品	0.66	10%	+1.3%
石油及從瀝青礦物提取的油及配劑	0.40	6%	-39.6%
穀製品及水果或蔬菜、幼粉或澱粉製品	0.34	5%	+6.3%
印刷品	0.19	3%	-36.6%
不含酒精飲料	0.18	3%	+22.8%
精油、香水及香精材料	0.14	2%	+4.6%
合共	6.71	100%	-10.1%

資料來源：香港政府統計處

目前，香港並無對澳洲貨物徵收任何進口關稅。不過，為便利澳洲產品輸往本港，兩地政府協調了食品及葡萄酒方面的技術規定，兩者為澳洲輸往本港的兩大產品類別。具體而言，兩地政府為葡萄酒的標籤規定制訂標準，減少葡萄酒生產商及出口商的疑慮。食品產品方面，雙

方同意設立機制，迅速處理涉及易腐壞貨物的通關延誤問題。香港及澳洲為非關稅貿易壁壘達成以上協議，預料可增強澳洲出口商的信心，令他們更樂意以香港作為貿易及分銷中心，以及透過本港滿足粵港澳大灣區日益增長的需求。

2018年香港從澳洲進口的主要產品類別

	價值（億港元）	佔比	增減
水果及硬穀果	20,500	12	-2.5%
酒精飲料	16,330	10	-27.4%
可食用產品及製品	13,010	8	+8.8%
活動物	11,440	7	+175.8%
肉及可食用的內臟	11,040	7	-4.4%
奶、奶油及奶製品（牛油或芝士除外）	10,780	6	+0.8%
電訊設備、器具零件及附件	9,830	6	+4.9%
牛肉	6,260	4	+6.7%
珍珠、寶石及半寶石	6,240	4	-11.9%
香水、化妝品或梳洗用品（肥皂除外）	5,670	3	+38.0%

資料來源：香港政府統計處

全面開放仲裁服務

香港及澳洲都是以服務業為主的經濟體。2017年，澳洲是香港的第七大服務貿易夥伴，服務貿易總值為440億港元，主要領域包括運輸、專業及金融服務，以及個人及商務／教育相關旅遊等。

2017至2018年香港及澳洲之間首五大類服務貿易

澳洲向香港輸出的首五大類服務（億美元*）		香港向澳洲輸出的首五大類服務（億美元*）	
1 個人旅遊（不包括教育相關旅遊）	5.83	運輸服務（包括客運、速遞及貨運）	9.95
2 教育相關旅遊	5.67	專業服務	5.48
3 運輸服務（包括客運及速遞）	4.35	個人旅遊（不包括教育相關旅遊）	5.17
4 專業服務	2.77	金融服務	1.15
5 金融服務	1.99	商務旅遊	0.75

* 資料來源以澳元列出，本文以一澳元兌0.7104美元換算。

《自貿協定》的服務貿易承諾覆蓋140多個服務行業，例如專業、商業、運輸、金融及電訊服務等。香港的服務供應商享有這些指定行業的市場准入待遇，包括可在澳洲設立公司、在類似情況下所獲待遇不遜於當地服務供應商，以及自動享有澳洲根據日後任何自貿協定向其他經濟體提供的任何進一步開放措施等。《自貿協定》還包含多份附加函件，由兩地政府互相承諾將繼續協商，以制訂專業資格及註冊互認安排。

在《自貿協定》下，澳洲向香港開放的服務行業，較其於世界貿易組織所作的承諾多40%。這些行業包括自然科學及工程類研發服務、技術檢測及分析服務、製造業附帶服務、多種環保服務等。其中，澳洲更承諾全方位開放仲裁、調停和調解服務及若干鐵路運輸服務。除了新西蘭外，澳洲先前從未向其他自貿協定夥伴提供這個待遇。

香港向澳洲作出的承諾同樣覆蓋多類服務，且在多個行業提供的待遇都超越了世貿水平。這些承諾不但令香港服務供應商更安心進入澳洲市場，也有助香港吸納澳洲的人才，對本港維持區內服務平台的地位極為重要。

電子商貿承諾掃除數碼貿易疑慮

電子商貿方面，根據《自貿協定》，香港及澳洲同意不對電子傳送徵收關稅，包括以電子形式傳送的内容。先前，香港及澳洲僅以世貿成員的身份，同意暫時不對電子傳送徵收關稅，也無就此明確界定範圍。另外，《自貿協定》也訂有措施促進電子商貿活動，內容涵蓋電子簽署、無紙貿易、為跨境交易提供電子付款服務、個人資料保護，以及自由選擇電腦設施所在地等。在貿易保護主義籠罩全球下，這些承諾可為兩地從事數碼貿易的企業提供法律保障。

投資審查門檻放寬

除《自貿協定》外，香港與澳洲還簽訂了《投資協定》，取代1993年簽署的原有版本。據此，澳洲同意把香港投資者到當地投資時須接受審查的投資金額門檻，由2.66億澳元（1.88億美元）放寬至11.54億澳元（8.17億美元）。此舉可為到澳洲發展的香港投資者營造公平環境，與當地其他外來投資者競爭。同時，在新《投資協定》下，兩地投資者也可受惠於投資待遇及保護方面的現代化條文。

截至2017年年底，澳洲為香港的第八大向外直接投資目的地，投資存量為1,340億港元；澳洲也是香港的第17大外來直接投資來源地，投資存量為330億港元。

開拓澳洲消費市場： 市場特色和機遇

澳洲國內需求及消費強勁，近年一直是發展較佳的發達經濟體。然而該國幅員廣闊，種族龐雜，國際品牌薈萃，新供應商進入當地市場時仍要面對不少挑戰。下文將分析澳洲消費市場的現況及趨勢，並探討箇中商機，讓港商作好準備，以拓展當地市場。

經濟抗逆力強 居民消費力高

全球經濟發展現有不少不明朗因素。不過，在發達經濟體中，澳洲經濟多年來保持增長，似乎可為商家提供較佳的營商環境。

澳洲是唯一長期未曾出現衰退的發達國家。2018年，該國連續27年錄得經濟增長，期間的年均增長率為3%，增長幅度預期可在英美等主要先進經濟體中居首。澳洲的人口雖然僅佔全球總數0.3%，但澳洲貿易投資委員會（Austrade）預計，該國將是全球第13大經濟體，在亞洲更居第五位。當地經濟抗逆力強，適應力高，而且增長穩定，為香港公司提供低風險的營商環境。

澳洲擁有超過2,400萬教育水平高的富裕居民。他們習慣高消費生活，對高檔產品需求強勁。其中，新南威爾斯州的消費開支水平屬當地最高，在2017年佔該國總消費開支逾四分之一。另外，和其他發達經濟體相比，澳洲消費者對價錢的敏感度較低。因此，香港出口商若有意銷售品質優越及設計時尚的產品，澳洲市場應可提供較佳的發展機會。

市場機遇：電子消費品

近年，澳洲民眾日益倚重健康數據追蹤、網絡連接及電子支付技術，持續帶動電子消費品的需求，為香港電子產品出口商創造越來越多商機。在香港向澳洲出口的產品中，電訊設備及零部件是最主要類別。過去五年，該類別的出口量持續上升，2017年總值達14億美元，佔香港向澳洲出口總值逾30%，比例較2012年上升了十個百分點。

澳洲的智能手機零售表現保持強勁，2017年銷量上升8%。消費者不時更換手機，以享受更卓越的功能，是該類別產品銷情理想的要素。然而，由於近期新型號手機的功能未見太大突破，預料需求將會放緩。展望未來，澳洲的電子消費品領域應會由運動手錶及智能手錶等穿戴式設備推動。

澳洲居民素以熱衷於健身見稱，近三分之一人口習慣每天做運動。隨著該國消費者越來越注重健康，運動穿戴設備也就成了監察各項健康



■ 在澳洲，差不多每五人當中，便有一人擁有穿戴式設備。

指數的重要工具。另一方面，智能手錶則有助用者處理各項日常工作，例如查閱電郵及付賬等。歐睿國際 (Euromonitor) 預料，到2023年，澳洲的穿戴式電子產品零售額將是現時一倍。

澳洲的電子消費品市場瞬息萬變，發展日益暢旺，對電訊產品及相關零部件的需求必然與日俱增，為港商帶來機遇。香港原創設計公司的訂製生產能力廣受認同，澳洲企業現時正需要這類服務，以推出新款設備及產品型號，滿足消費者需求。同時，香港電子產品公司如想以自家品牌在澳洲銷售產品，便應留意該國為電訊產品制訂的嚴格標準。所有在澳洲發售的產品都必須符合澳洲通訊媒體局訂立的適用技術及標籤標準。

開拓市場：理想測試平台

澳洲人口不少，消費行為千差萬別，足以支持經濟多元發展。另一方面，這個市場並不過於龐大，商家把新產品引進當地時未必需要增產。該國消費者喜歡趕潮流，對新產品及技術趨之若鶩，對嘗試新體驗及產品持開放態度，令澳洲成為測試消費者反應的理想市場。

為吸引亞洲各地的初創及中小企業到澳洲發展，悉尼於去年10月底推出當地首個企業拓展計劃 Sydney Landing Pad。該計劃為期90日，由悉尼市政府全額贊助，統籌機構則是澳洲唯一聚焦亞洲的初創培育中心 Haymarket HQ，具體內容包括提供共用工作空間、簡介會及聯誼交流活動等，協助亞洲各地創業者在澳洲市場測試產品，或到悉尼開拓業務。



■ 悉尼 Haymarket HQ 的開放式會議區。

開拓市場：物色本土中小企業作合作夥伴

在澳洲，絕大部分（超過90%）本土企業都是小本經營，員工人數不足20人。儘管如此，很多公司都提供兼具創新技術及設計的一流產品。另外，鑒於澳洲市場規模可觀，當地的中小企業普遍都集中經營本土業務，較少放眼海外。

不過，這些企業其實都對跟國際供應商合作持開放態度。因此，有意開拓澳洲市場的港商不妨考慮跟當地公司合作，不但可減低風險，也可擴大顧客群，以及融入當地公司的商業圈子，與圈內其他商家建立聯繫。就這方面而言，港商可與澳洲一些本地商會及行業協會聯絡，從而踏出第一步。例如，維多利亞州工商總會（Victorian Chamber of Commerce and Industry）是維多利亞州規模最大的商會，會員包括逾15,000家澳洲企業。

另一方面，澳洲也有一些小型企業從事出口業務，而且近年的表現相當理想。根據澳洲郵政（Australia Post）發表的研究報告《進軍海外：從事出口業務的澳洲小型企業》（Taking on the world: meet the Australian small businesses selling overseas），該國從事出口業務的小型企業，營業額較專注發展本土市場的公司高20%。目前，澳洲只有四分之一小型企業從事出口業務，當中35%把產品售往中國，11%售往印尼。

亞洲市場商機豐厚，澳洲越來越多小型企業渴望分一杯羹，但由於欠缺合適商脈及市場知識，拓展業務並不容易。目前，除了與澳洲為鄰的新西蘭¹外，中國內地便是澳洲小型企業第二屬意的出口市場。香港與內地有著源遠流長的關係，文化聯繫深厚，本港中小企業可擔當澳洲小型企業的策略夥伴，為他們的轉口貨物提供報關及貿易相關服務，並且提供市場資訊，協助澳商認識內地的營商環境，把握源源商機。

澳洲的華人社區

澳洲首次華裔移民浪潮可追溯至19世紀的淘金熱，當時有大量中國礦工遠赴維多利亞州謀生。今時今日，澳洲有超過120萬居民擁有華人血統，當中每五人便有兩人來自中國內地，而在香港出生的則有超過6%²。當地華人主要聚居於悉尼、墨爾本、布里斯本等大城市。不過，過去十年，他們的居住地點已日漸分散，其中阿德萊德、坎培拉等規模較小的城市都已開始成為新的華人聚居地。

澳洲華裔人口眾多，一些和華人有關的獨特零售趨勢及營運模式也應運而生，代購便是一例。這種活動建基於華僑與其中國內地人脈之間的深厚關係，先由華僑代為購買澳洲的消費品，再寄送到內地由合作夥伴以較高價錢出售。代購講求合作雙方之間的信任，內地一方要依靠澳洲華僑選購正牌及優質產品，其中嬰兒配方奶粉、營養產品及護膚品都是極受歡迎的代購產品類別。據估計，2017年，澳洲共有超過100,000家代購營運商，且這類公司的發展絲毫未有放緩跡象。一般相信，大部分代購營運商都是小型企業，但同時大型業者也正逐漸增加。例如，澳賣客（AuMake）是首家主營代購零售業務的澳洲證券交易所上市公司，設有代購中心售賣各種產品，再安排從商店寄到內地。另外，澳洲一些大型公司，例如Swisse、Blackmores及Jurlique等，都更積極地直接向代購商宣傳產品，以帶動內地市場的銷路。



■ 藥物零售商 Chemist Warehouse 在澳洲深受華人歡迎。

¹ 資料來源：澳洲郵政《進軍海外：從事出口業務的澳洲小型企業》（Taking on the world: meet the Australian small businesses selling overseas）

² 資料來源：澳洲統計局

墨爾本財富管理及證券經紀公司 OpenMarkets 是另一個主攻華人市場的例子。該公司專為本土及海外華人提供澳洲市場投資服務。為迎合華人投資者的需要，OpenMarkets 的交易平台及即時交易手機應用程式都設有簡體中文版，顧客服務熱線也有普通話及廣東話可供選擇。

總括而言，香港公司若希望吸納澳洲的華裔消費者，在制訂商業計劃及營銷策略時，加入本土元素便十分重要。同時，港商還應選用華裔消費者熟悉或有親切感的平台來與他們建立聯繫。例如，當一家公司在澳洲向內地顧客推銷產品時，使用微信（WeChat）往往比臉書更為奏效。另外，若顧客服務團隊能與華裔消費者以相同語言溝通，也有助贏得後者的信任。

澳洲企業：香港的樞紐角色

香港在國際上享負盛名，而且毗鄰中國內地，得以成為澳洲企業發展業務的熱門目的地。目前，共有超過600家澳洲公司在香港經營，他們一致認為，香港有助澳洲企業在中國內地市場大展拳腳，並把業務擴展至亞洲各地，地位舉足輕重。以下四家來自不同行業的澳洲公司的例子可說明他們如何借助香港發展業務，藉此顯示香港作為澳洲企業的理想樞紐，優勢盡顯。

例子一：香港作為通往新興市場的跳板

香港位處中國南部，是通往中國內地市場的不二之選，加上內地市場增長迅速，因此 Sasy n Savy 創辦人兼董事總經理 Samea Maakrun 選擇到香港創立護膚品公司，不在澳洲創業。她早於2000年便發現，澳洲的天然護膚品市場已經飽和，因此專注發展出口市場，以亞洲為首選目標，其產品首先在香港推出，之後是澳門，最後是中國內地。該公司也生產許多自家品牌產品，銷售予酒店、水療美容院、航空公司和百貨公司，客戶遍布亞洲各地，遠至中東，過去十多年來一直在這些地區積極拓展業務。

不過，Maakrun 開拓市場的過程並非一帆風順。亞洲市場障礙重重，尤以中國內地市場為然。她說，在中國內地，官僚作風拖慢產品註冊進程。因此她在香港設立辦事處，以便經營內地業務。可是，該辦事處一名管理人員卻不誠實，試圖抄襲公司產品，私下開發自己的品牌。Maakrun 表示，儘管遇到種種挑戰，她仍忠於香港市場，有信心可以借助香港作為通往亞洲市場的戰略性跳板，因為香港是一個自由及高效率市場，企業管治標準甚高。



■ 這護膚產品透過香港推廣至新興市場。

香港擁有眾多優勢，包括營商環境良好、鄰近內地、兩地關係源遠流長等。隨著「一帶一路」和粵港澳大灣區建設不斷推進，外國企業紛紛來港開業，抓緊當中湧現的新機遇。香港在國際融資、貿易和專業服務等方面的表現出色，完全能夠滿足企業所需。

例子二：香港作為澳洲企業的知識產權交易樞紐

香港是一個知識產權交易樞紐，匯聚林林總總的相關服務，對從事知識產權價值鏈業務的澳洲企業十分重要。事實上，香港是海外公司申請知識產權的熱門地點之一，逾95%的相關申請均來自海外。特別值得注意的是，澳洲居民在香港提出商標註冊申請的個案於近年大幅增加，由2011年的323宗增至2016年的550宗。

776BC 的總部位於墨爾本，是一家大型的功能運動服裝公司，認為香港有潛力成為一個理想的專利註冊司法管轄區。該公司的創辦人 Cameron McKenzie-McHarg 是一名傑出的賽艇手，擁有

12年賽艇經驗，曾代表澳洲出賽奧運賽艇項目。他創出一種革命性設計，把科技與優質布料結合，讓運動員在訓練時分析自己的動作。



■ 這個澳洲運動服裝品牌對香港的知識產權專業水平和效率充滿信心。

香港擁有健全法制，能夠有效保護各類知識產權，並就侵權行為訂立民事賠償責任。776BC等與知識產權有關的企業，對香港的知識產權專業水平和效率充滿信心。隨著香港政府推出措施進一步加強知識產權保護，並鼓勵知識產權商業化，香港勢將成為一個區域科技和知識產權交易樞紐。

另一方面，內地監管環境尚待改善，造就香港成為理想中介，有助澳洲公司通過知識產權交易在中國大陸或亞洲擴展業務。香港擁有大批專業人才，如專利代理人及顧問，加上舉辦「亞洲知識產權營商論壇」及「香港國際授權展」等業界活動，能為在港物色知識產權交易服務的澳洲企業提供支援。香港憑藉以上種種優勢，可以成為理想的知識產權交易樞紐。

例子三：香港作為優質服務平台

在豁免免稅政策和政府推廣措施支持下，香港現已成為澳洲葡萄酒公司在亞洲的區域貿易和分銷中心。不過，葡萄酒供應商不單在香港物色分銷商，也希望尋找優質服務。

一名維多利亞州葡萄酒廠創辦人表示，她正考慮在香港物色財務、會計和物流服務。目前，

該酒廠通過中國內地多家分銷商出口各類葡萄酒。不過，該酒廠創辦人有意把目前的企業對企業（B2B）經營模式，轉型為企業對消費者（B2C）模式，經營模式改變後，便不再需要分銷商。不過，她不願在內地設立附屬公司，認為與內地企業建立工作關係是一項重大挑戰。此外，中國內地對外商實施限制。

相比之下，她認為香港市場開放和高效率，又擁有全球首屈一指的专业服務網絡，而且法律制度與國際接軌，更讓人放心。她明確表示：「隨著本公司業務不斷擴展，我樂於以香港作為財務和營運中心。」

除了這位葡萄酒商之外，不少海外公司也認為香港可以為各行各業提供一站式解決方案，滿足不同需要。香港擁有各類專業服務人才和廣泛的全球網絡，而且與世界各地建立了緊密的聯繫，得以吸引大量海外公司垂青。外國企業可以善用香港優勢大鴻圖，其中包括優良的內地物流和出口支援服務，以及高水平的金融、會計、營銷和品牌服務。

例子四：香港作為採購與分銷的理想地點

香港毗鄰中國內地，方便到當地採購價廉物美的材料，加上香港的稅制有利營商，得以吸引澳洲服裝企業到香港設立營運基地。澳洲網上時裝品牌 Grana 的創辦人 Luke Grana 於2014年在香港設立基地。香港是通往內地的大門，享有地利，而且運輸及通訊基建完善，有助該公司直接從中國內地不同地區的生產商採購布料，並以具成本效益的方式向遠近客戶送貨。Grana 說：「從香港付貨到悉尼，較悉尼到墨爾本更便宜。」

香港是一個免稅港，提供世界級的物流設施和服務，對企業甚具吸引力，並可鞏固在採購和分銷方面的領導地位。有關 Grana 的訪問詳情，請參閱香港貿發局經貿研究的網站。

中澳加強經貿往來： 香港的商機

近年，貿易保護主義瀰漫全球，不過澳洲卻一直堅守自由貿易的立場。現時，該國共有 15 份已經生效或商定的自由貿易協定，同時又積極與其他經濟體磋商，致力增加其雙邊及地區自貿協定的數目。

2015 年 12 月，《中國 — 澳洲自由貿易協定》正式生效，兩國同意在 2019 年 1 月 1 日前取消大部分關稅，其中農產品、加工食品、葡萄酒和配方奶粉的關稅也包括在內。

在分階段減免關稅措施帶動下，2017 年中澳貨物貿易總值達到 1,650 億澳元（1,260 億美元），較 2015 年大增 20%。不過，香港與澳洲的貨物貿易增長更快，幅度達 25%。由此可見，香港作為內地與澳洲貿易的重要中介平台，地位不但未見削弱，反而更勝從前。

澳洲企業越來越清楚與中國內地建立緊密關係十分重要。因此，中澳商業合作預計將更加頻繁。兩國經貿往來增加無疑會為香港帶來機遇，繼續發揮服務供應地及商品貿易和投資平台的作用。



■ 2015 年，中國與澳洲達成自貿協定，兩國同意在 2019 年 1 月 1 日前取消大部分關稅。

把握機遇：《中澳自貿協定》及香港的定位

中國內地是澳洲的最大貿易夥伴，2017 年雙邊貨物和服務貿易總值超過 1,800 億澳元（1,380 億美元）。2015 年 12 月 20 日，《中澳自貿協定》正式生效，為兩國進一步加強經貿往來奠定基礎，同時透過改善市場准入條件，為雙邊貿易締造更多商機。

根據《中澳自貿協定》，澳洲向中國內地出口的貨物中，超過 98% 可享免關稅或優惠稅率待遇。其中，兩國同意按照預先制訂的關稅表，迅速調低或取消澳洲原產農產品和加工食品的關稅。以配方奶粉為例，關稅率由原來的 15% 每年調低 3 個百分點，到 2019 年 1 月 1 日便可享免關稅待遇。另外，所有海鮮（例如鮑魚、龍蝦、蠔和扇貝）的關稅也會於 2019 年 1 月 1 日正式取消。完整關稅表可參閱澳洲外交貿易部網站。

澳洲與內地攜手推動雙邊自由貿易，或會令人擔心香港的澳洲原產品轉口可能減少。不過，《中澳自貿協定》其實已考慮了現時的貿易做法，並容許商家使用香港、新加坡等第三方的運輸及分銷樞紐付運貨物。因此，出口商只要符合該協定訂明的各項條件，即使經第三方國家或地區輸出貨物，也可享有優惠待遇。

在《中澳自貿協定》漸進推行的免關稅安排下，2015 至 2017 年期間，澳洲與內地的貨物貿易總額攀升 20%。同期，澳洲與香港的貿易總額則增加 32%。事實上，中澳貿易增加進一步強化了香港的轉口樞紐地位。該協定實施後，香港向內地轉口的澳洲原產品總值增加近 50%，由 2015 年的 4.96 億美元上升至 2017 年的 7.31 億美元。同時，經香港轉口的澳洲原產品中，以內地為目的地的比重也有所上升，由 2015 年的 65% 增加至 2017 年的 78%。

香港向內地轉口的澳洲原產品

	2015 年		2017 年	
	總值 (百萬美元)	比重	總值 (百萬美元)	比重
食品及配製食品，未列明在其他編號	6	1.1	166	22.7
水果及硬殼果	46	9.2	127	17.4
電訊設備及零件	16	3.2	66	9.0
奶、奶油及奶製品（牛油或芝士除外）	4	0.7	32	4.4

資料來源：香港政府統計處《香港貿易統計》

香港的優勢在於新鮮產品及高價電子產品貿易。《中澳自貿協定》實施後，香港的澳洲食品及配製食品轉口業務得益最大，交易總值增加超過 27 倍，隨後是奶及奶油及奶產品（牛油或芝士除外），以及電訊設備及零件。

內地消費者日益富裕，生活模式持續改變，對葡萄酒的需求大幅增加。香港是國際企業通往內地的門戶，因此也是商家能否抓緊箇中機遇的關鍵，角色非常重要。事實上，過去三年，澳洲輸往香港的葡萄酒總值增長強勁。受惠於《中澳自貿協定》的葡萄酒關稅減免措施，2015 至 2017 年期間，澳洲輸往香港的葡萄酒總值跳升近 1.5 倍，在 2017 年佔香港整體進口葡萄酒總值 18.5%。從各方面來看，香港的澳洲原產品轉口和分銷樞紐地位都更形穩固。



■ 過去三年，澳洲輸往香港的葡萄酒總值增長強勁。

自貿協定尚未消除技術性市場准入限制

《中澳自貿協定》雖然提供關稅減免待遇，但一些出口商發展內地市場時仍會遇到困難，例如清關、產品認證及標籤規定等方面的問題。2017 年年底，據澳洲報章《悉尼晨鋒報》（The Sydney Morning Herald）報道，該國六家葡萄酒公司的產品遲遲未獲內地海關批准進口，涉事公司包括富邑葡萄酒集團（Treasury Wine Estates Ltd）和 McWilliams Wine。

化妝品是另一例子。澳洲素來以潔淨和綠色環境著稱，當地的個人護理和化妝產品也因此深受中國消費者歡迎，帶動過去兩年澳洲出口到內地的化妝品增加，2017 年總值達到 8,100 萬澳元（6,200 萬美元），較 2015 年多超過一倍。然而，由於內地規定，所有進口化妝及護膚產品都必須取得國家藥品監督管理局的上市審批，一些業者因此面對種種問題。

正因如此，澳洲出口商喜歡以香港作為轉口樞紐，尤其是葡萄酒和化妝品。香港的營商環境自由、開放、穩定，不但達到國際水平，更能提供世界級的頂尖服務，規管進口化妝品方面也較內地寬鬆。一般相信，由於香港的非關稅壁壘極少，澳洲企業將繼續以香港作為平台分銷產品，以及物色各種高增值服務，例如市場推廣、品牌形象管理及其他專業服務等。香港公司已在內地市場累積多年寶貴經驗，因此可就內地清關和產品註冊等事宜，為澳洲商家提供一流及高效的服務。



■ 澳洲出口商喜歡以香港作為轉口樞紐，尤其是葡萄酒和化妝品。

香港繼續發揮服務樞紐角色

就服務貿易自由化而言，內地在《中澳自貿協定》所作的承諾涵蓋多個服務業，例如法律服務、教育、金融、旅遊與旅遊相關服務，以及醫療保健等，為先前未能根據內地任何自貿協定獲得優惠的澳洲企業提供前所未有的市場准入待遇。在《中澳自貿協定》推動下，澳洲向內地輸出的服務總值在2015至2017年期間增長超過40%。

金融服務業是《中澳自貿協定》的最大得益者之一。在2015至2017年期間，澳洲向內地輸出的金融服務總值躍升69%。其中，澳洲保險供應商首度可根據自貿協定進入內地的法定汽車第三者責任保險市場，而金融服務供應商則獲准與內地企業合組聯營公司，持股量上限為49%，令該國成為首個享有此待遇的國家。另外，內地又放寬澳洲銀行申請經營人民幣業務的規定，包括縮短開展人民幣業務的等待期，以及取消兩年盈利要求。

澳洲其他主要行業也獲內地提供市場准入優待。該國的律師事務所可與內地同業在上海自由貿

易區建立商業聯繫，是首批獲此待遇的外國業者，而醫療服務供應商則可在北京、上海等特定城市開設外資獨資醫院。

內地在《中澳自貿協定》中提供多項特別待遇，覆蓋面甚廣。然而，這些承諾大多是專為若干種類服務而設，或僅適用於上海自貿區等個別地點。例如，澳洲保險供應商仍不得在內地提供一般保險、人壽保險等其他保險產品，而兩國的律師事務所也只在上海自貿區進行商業合作，不可選址內地其他地方。

澳洲服務供應商仍把香港視為服務輸出的重要市場，以及開拓內地市場的關鍵平台。事實上，澳洲企業到內地發展時，往往需要香港公司提供各種支援和相關服務。自《中澳自貿協定》實施後，澳洲向香港輸出的服務繼續保持升勢，在2015至2017年期間增長18%。

香港成內地企業投資海外的重要渠道

2017年，中國商家在澳洲的投資活動減少23%，原因之一是內地政府在2016年年底收緊有關境外投資的監管規例。事實上，2017年，

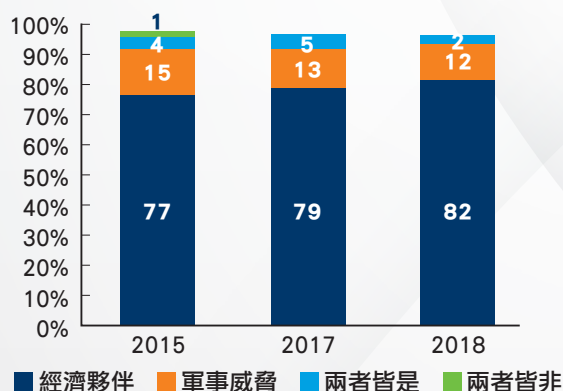
中國的境外直接投資下降29.4%。監管規例、政治和經濟變化都為中國的對外投資流量帶來影響，對澳洲的投資也不例外。正因如此，很多內地投資者都改經香港進行境外投資。2017年，香港在澳洲的投資存量達到1,170億澳元（900億美元），按年增長14.1%，是澳洲第五大投資來源。

中國內地在《中澳自貿協定》作出多項服務業承諾，為澳洲服務業公司提供較佳的投資環境，但掣肘仍然甚多。不過，香港正好作為橋樑，以合作夥伴形式協助澳洲企業，令他們更易與內地商家經商往來。對澳洲企業而言，香港的法律框架較易掌握理解，加上擁有一流營商環境，令他們更具信心，與在港設有辦事處或附屬公司的內地企業建立合作關係。

澳洲民眾眼中的中國

根據澳洲智庫洛伊國際政策研究所（Lowy Institute）2018年的調查，澳洲民眾主要以務實態度看待與中國的關係。接近一半澳洲受訪者認為，中國內地日後將是澳洲的潛在軍事威脅，主要因為中國與澳洲盟友美國時有矛盾。雖然如此，當要在經濟夥伴和軍事威脅中二擇其一時，大部分受訪者（82%）仍視中國為經濟夥伴。

洛伊國際政策研究所2018年調查結果： 中國是經濟夥伴還是軍事威脅



澳洲商界對內地市場的信心正逐漸增加，但他們在內地營商時仍要面對一些障礙。根據澳洲西太平洋銀行（Westpac）《2018年澳中營商情緒調查報告》，大部分澳洲企業（78.4%）對未來12個月持樂觀態度，而就未來5年前景而言，比率更超過80%。不過，在內地營商的風險和挑戰也越來越多，澳洲企業的三大憂慮分別是人才供應和工作能力（49.7%）、國內外競爭（47%）及監管環境（36%）。

無可否認，在內地營商對一家公司的業務發展大有幫助，很多澳洲商家都明瞭在內地市場廣結商脈的重要。2018年6月，在悉尼舉行的未來亞洲商業峰會（Future Asia Business Summit）上，澳洲社會研究機構 The Demographics Group 董事總經理 Bernalt Salt 形容，包容和適應是澳洲的文化特質，而商家若希望把握內地商機，便應該高瞻遠矚，好好謀劃。

由於上述風險和挑戰，澳洲企業在內地營商仍存在困難。香港與內地多年來往來頻繁、關係緊密，正好發揮聯繫人作用，拉近澳洲企業和內地商業社會的距離。香港人才薈萃，稅制簡單，法治根基雄厚，令澳洲企業更有信心利用這個平台，打開內地市場。

另外，超過40%澳洲企業同意「一帶一路」倡議有助推動業務發展，認為他們可藉此打入更多出口市場，並獲得更多關稅減免待遇。基於澳洲企業在內地發展或與內地商家合作時可能出現困難，香港可以作為便利貿易及融資集資的平台，協助澳洲企業開拓內地及「一帶一路」沿線國家市場，以及投資相關項目。■