

大灣區企業對準東盟市場 香港可發揮平台功能和角色

“香港貿發局經貿研究與大華銀行香港分行合作，於2021年年中向粵港澳大灣區企業進行問卷調查和深度訪談，探討大灣區企業在東盟地區貿易與投資的機會和意向，以及當中遇到的困難和挑戰，從而了解香港在促進大灣區與東盟之間的貿易與投資流的角色和功能，並發掘大灣區企業對香港服務的需求。”

東盟為重要銷售市場

東盟由10個東南亞經濟體組成，各有特色和定位，這次調查希望了解大灣區企業對東盟各國市場的看法。調查請受訪者標示目前在東盟市場的業務分佈，以及於未來三年內的轉變。調查結果顯示，已經進駐東盟的受訪大灣區企業中，超過一半正在新加坡（58.8%）、越南（56.1%）、馬來西亞（55.9%）和泰國（52.3%）經營業務，其次為印尼（33.5%）和菲律賓

（30.5%）。現時大灣區企業在柬埔寨（17.8%）、緬甸（12.5%）、老撾（10.6%）和文萊（8.9%）的業務規模則相對較小，超過八成受訪企業目前未有在這些東盟國家從事任何商業活動。大灣區企業在東盟市場的業務分佈，與內地和東盟間的貿易流吻合。2020年，內地與新加坡、越南、馬來西亞和泰國的貿易總額佔內地與東盟市場的四分之三。

未來3年，接近60%受訪大灣區企業會在東盟開展或進一步拓展業務

目前業務分佈
657名受訪者



未來3年業務分佈
657名受訪者



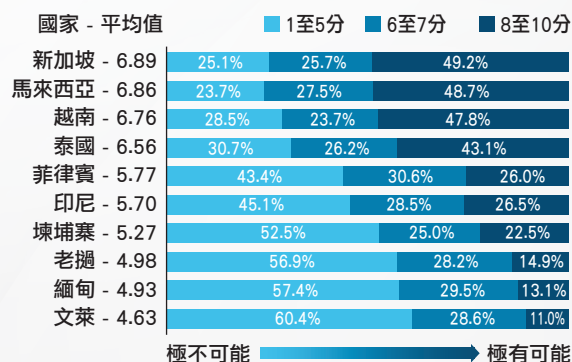
▶▶▶ 較受歡迎

根據調查結果，目前東盟為大灣區企業重要的銷售市場。除柬埔寨和緬甸以外，超過八成企業正在他們經營業務的東盟國家從事銷售活動。相比之下，東盟作為生產或採購基地似乎尚待更進一步開發。30.8%已經進駐緬甸的大灣區企業正在從事生產或採購活動，其次為越南（20.2%）、印尼（20.1%）和柬埔寨（18.9%）。另外，已經進駐東盟的企業中，小部分已經在東盟設立地區辦事處，並集中在新加坡（6.7%）和馬來西亞（6.3%）。目前，東盟較少擔任大灣區企業的融資或研發中心角色。

至於未來三年的發展，調查請受訪者標示在東盟各國開展或進一步拓展貿易、投資或經營業務的可能性。評分設定為1至10分，1分代表極不可能，10分代表極有可能。結果顯示，新加坡（平均得分為6.89）、馬來西亞（6.86）、越南（6.76）和泰國（6.56）在短期內仍然是最受大灣區企業歡迎的貿易和投資目的地，接近一半企業給予8至10分的水平，即較大可能於未來三年在當地開展或進一步拓展業務，其次為菲律賓（5.77）、印尼（5.70）和柬埔寨（5.27）。對於大灣區企業，老撾（4.98）、緬甸（4.93）和文萊（4.63）則暫時並非熱門的貿易和投資目的地。

新加坡、馬來西亞、越南和泰國 為大灣區企業在東盟貿易和投資的熱門地點

未來三年在東盟開展或進一步拓展貿易、
投資或經營業務的意欲
可能性評分（10分制）及平均分，657名受訪者



註：受訪者以10分制為每個東盟國家評分，1分代表「極不可能」進一步拓展業務，10分代表「極有可能」。

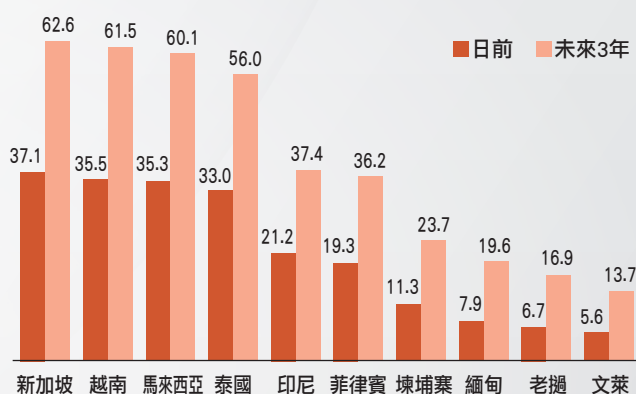
業務方面，大灣區企業對拓展東盟作為市場依然最感興趣，在所有受訪企業中，超過一半預期未來三年會在新加坡、馬來西亞及越南從事銷售活動，亦有超過10%受訪企業表示會在越南和泰國生產或採購，較現時的7.2%及4.6%有所增長。

行業方面，工業製品業對於進一步拓展東盟市場的意欲最強烈，對投資馬來西亞、泰國、新加坡和越南的可能性給予7分以上，整個東盟計平均得分6.56。一家香港工業設備製造商的董事提到，近年在中美貿易摩擦下，一些廠商因應客戶要求把生產鏈遷離中國，間接推動東盟國家加快發展。為了貼近客源，正積極拓展東南亞市場。其次是房地產、酒店及建造業（6.21）和商業、專業及金融服務（5.71）。消費品和科技、媒體及電訊業則稍欠積極，分別得分5.45和5.33。

調查結果反映，未來三年大灣區企業在東盟市場的業務分佈似乎不會有太大轉變，貿易和投資活動仍然集中在新加坡、越南、馬來西亞和泰國。不過，預計大灣區企業在東盟的市場滲透率會明顯增加，而有意投資東盟的企業亦可以留意印尼和菲律賓的發展。

大灣區企業在東盟的市場滲透率將顯著上升

大灣區企業在東盟的市場滲透率將顯著上升
佔受訪者百分比，657名受訪者



「UPM 麗印®雅光銅版紙」80克

理想經營條件 同時服務龐大市場

調查進一步向大灣區企業了解東盟作為貿易夥伴或投資目的地的吸引之處，希望為有意進入東盟市場的企業作為參考。根據調查結果，不少企業被東盟當地的經營條件所吸引。受訪者認為在東盟營運具成本效益，29.1%視之為該市場首三大吸引的地方之一，另有28.2%表示當地有豐富資源。供給側以外，28.3%受訪者指出東盟有龐大的商品及服務市場，更有11.3%認為這是東盟最吸引的地方。以上反映大灣區企業進入東盟市場，不僅因為當地營商環境有利生產，亦因為東盟對產品和服務有龐大需求。大灣區企業可以善用東盟的有利經營條件開拓市場，提供更適合當地的產品和服務。

與大灣區內地企業相比，香港企業更看重東盟龐大的市場規模，35.7%香港企業認為這是首三大吸引的地方之一，只有26.3%大灣區內地企業持相同意見。另外，大灣區內地企業較香

港企業更著重中國與東盟的貿易關係（25.5%）。鑒於香港奉行自由貿易政策，只有18.9%香港企業與大灣區內地企業持相同意見。

東盟市場其他吸引之處包括東盟國家的優惠政策具吸引力（27.4%）、有可信賴的當地合作夥伴（25.7%）、東盟區內合作和連繫日益增加（25.1%）等。由於大灣區企業多視東盟為銷售市場，東盟國家與其主要市場之間的貿易和投資協議（20.1%）對受訪者重要性普遍較低。

提到在東盟從事貿易、投資或經營業務的困難和挑戰，31.2%受訪者認為東盟的基礎設施欠佳而且不足，其次為難以找到合適的當地合作夥伴（29.8%）和營商成本增加（29.7%）。28.2%表示當地競爭激烈，更有10.5%認為這是在東盟營商最大的挑戰。

對於大灣區企業，東盟生產條件和市場俱備

東盟作為貿易夥伴或投資目的地的吸引之處
佔受訪者百分比，657名受訪者



仍未進入該市場的企業對東盟基礎設施的狀況尤其關注（34.7%），其次為營商成本增加（31.4%）和當地競爭激烈（30.2%）。對於正在該市場經營業務的企業，主要挑戰包括難以找到合適的當地合作夥伴（30.1%）、東盟的基礎設施欠佳（29.2%）和監管制度欠透明（28.9%）。而規模較大的企業同樣關注監管制度，31.6%營業額超過1,000萬元（美元，下同）的企業視之為首三大挑戰之一，只有26.7%規模較小的企業持相同意見。

與大灣區內地企業相比，香港企業更關注東盟市場分散，32.2%香港企業認為這是在東盟營商的首三大挑戰之一。不過，調查中，香港一家大型發電機組系統集成商的主管認為，香港企業做事靈活，擅於為客戶提供高增值、客製化服務，東盟市場分散亦為本地企業帶來機會。相比之下，中國內地幅員廣大，市場規模龐大，內地企業似乎更習慣服務多元化市場，只有23.7%大灣區內地企業持相同意見。另外，

大灣區內地企業明顯更關注東盟營商成本上升（31.7%），比香港企業高出9.3個百分點。

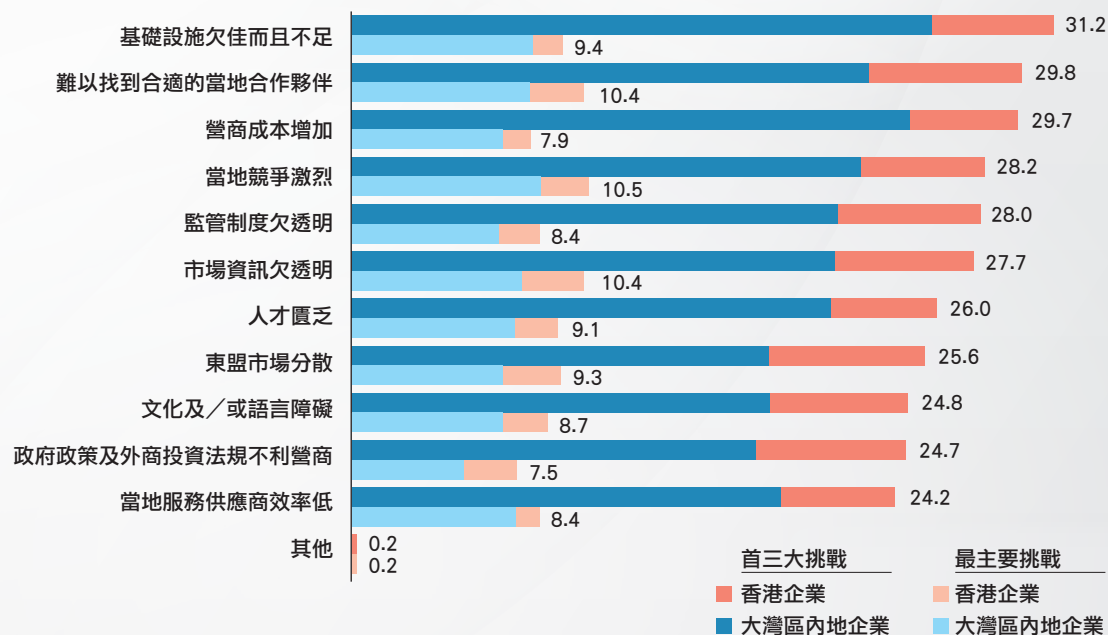
總括以上，東盟對於不同行業各有吸引之處，但各行業在當地營商時遇到的困難和挑戰則比較相似。

消費品行業直接面向終端消費者，需要熟悉當地消費市場特徵、營銷渠道、消費者購買決策行為等，因此消費品行業十分依賴當地合作夥伴。相比其他行業，明顯更多（32.4%）受訪者認為東盟有可信賴的當地合作夥伴為該市場首三大吸引的地方之一。然而，部分受訪者反映，要在當地找到合適的合作夥伴並不容易，15.3%認為這是在東盟營商面對的最大挑戰，另有15.3%認為當地服務供應商效率低。

工業製品為成本密集型行業，生產投入大。相比其他行業，工業製品業明顯更關注在東盟營商的成本。36.9%受訪者認為在東盟營運具成

香港企業關注東盟市場分散，大灣區內地企業則更關注當地營商成本上升

大灣區企業在東盟營商的主要困難和挑戰
佔受訪者百分比，657名受訪者



本效益，更有12.6%認為這是東盟市場最吸引之處。不過，受訪者關注東盟的營商成本增加（33.3%）和基礎設施欠佳而且不足（32.4%）。

相比其他行業，**商業、專業及金融服務**應該對人才以外的生產要素要求較低，因此更關注當地市場狀況。32.4%受訪者認為東盟有龐大的商品及服務市場，更有14.2%認為這是東盟市場最吸引之處。另外，東盟國家的優惠政策（31.1%）對該行業的吸引力更大。然而，該行業關注東盟基礎設施欠佳而且不足（34.5%），以及當地競爭激烈（32.4%）。

相比其他行業，**房地產、酒店及建造業**明顯更關注東盟的資源狀況，當中涉及土地、旅遊等

資源。31.0%受訪者認為東盟有豐富資源，更有15.2%認為這是東盟市場最吸引之處。然而，該行業關注東盟基礎設施欠佳而且不足（33.1%），以及監管制度欠透明（33.1%）。

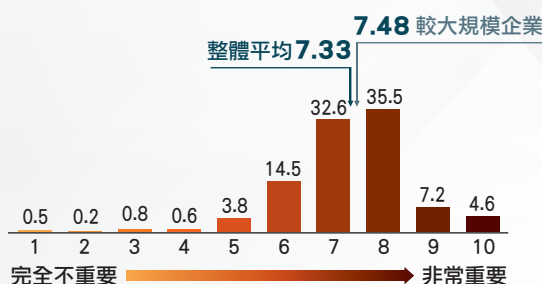
科技、媒體及電訊業與商業、專業及金融服務的行業性質相似，同樣關注當地市場狀況，31.7%受訪者認為東盟龐大的商品及服務市場非常吸引。與其他行業相比，科技、媒體及電訊業似乎較著重東盟區內日益增加的合作和連繫，28.2%認為這是該市場首三大吸引的地方之一。不過，該行業關注東盟的營商成本增加（33.8%），以及難以找到合適的當地合作夥伴（32.4%）。

香港連接大灣區與東盟

根據香港貿發局過去向內地企業進行問卷調查所得，香港是內地企業「走出去」時最有趣前往的境外服務地點。針對大灣區與東盟的貿易和投資，是次調查以10分為滿分，請受訪者標示香港在促進他們目前在東盟的貿易和投資活動的重要性。結果顯示，受訪者的平均評分為7.33，接近一半（47.2%）給予8至10分。

企業規模愈大，愈重視香港在促進東盟的貿易和投資活動的平台功能和角色

香港在促進大灣區企業目前在東盟的貿易和投資活動的重要性佔受訪者百分比，657名受訪者



* 較大規模企業指2020年公司營業額達1,000美元以上的企業
註：受訪者以10分制評分，1分代表「完全不重要」，10分代表「非常重要」。

總括來看，企業規模越大，越重視香港在大灣區企業投資東盟方面可發揮的平台功能和角色。公司營業額達1,000萬元以上的企業，對香港的評分為7.48，相比之下，營業額1,000萬元或以下的企業，評分為7.24；員工為100人以上的企業，對香港的評分為7.41，員工人數為100人或以下的企業，評分則為7.29。

以下就兩方面探討香港的優勢：

- 香港連繫大灣區與東盟的能力；
- 香港作為商業樞紐的表現。

香港連繫大灣區與東盟的能力

調查請受訪者就：

1. 香港與大灣區其他城市之間的互聯互通，以及
2. 香港與東盟國家之間的互聯互通進行評分。

評分設定為1至10分，1分代表非常弱，10分代表非常強。各項因素分別歸納為三大類別：營商環境、金融基礎建設和跨境資源流通。

香港與大灣區其他城市之間的互聯互通

大灣區企業普遍認同香港的營商環境良好，尤其是監管制度具透明度，平均得分為 7.23（滿分為 10 分），其中 48.1% 受訪者給予 8 至 10 分。另外，受訪者認為可以在香港找到足夠服務供應商為大灣區公司提供服務（7.16），以及了解大灣區市場的人才（7.14）。

至於香港的金融基礎建設，大灣區企業對各項因素評分相若。受訪者普遍認同香港的金融產品及銀行服務眾多（7.18），45.8% 給予 8 至 10 分。另外，他們也認同資金可在香港與大灣區其他城市之間便捷流動（7.16），以及香港的跨境金融基建充足（7.14），且可為大灣區企業提供方便的集資渠道（7.12）。

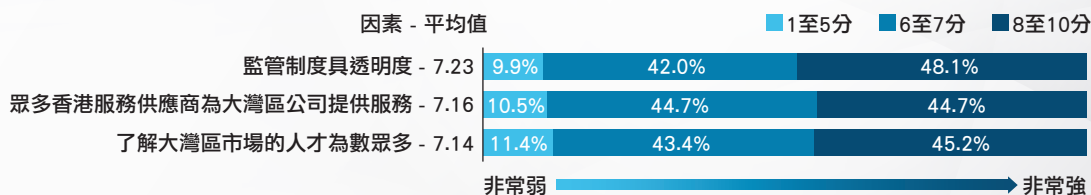
跨境資源流通方面，受訪者認同香港與大灣區其他城市有完善的物流網絡及緊密聯繫，平均得分為 7.31，為各項要素中得分最高。其次，貨物可以在香港與大灣區其他城市之間高效流動（7.28）。相比貨運，受訪者對香港與大灣區其他城市之間的人力資源流動評價略低（7.14）。

總括來看，大灣區內地企業比香港企業更滿意香港與大灣區其他城市之間的互聯互通。大灣區內地企業對香港在各項要素表現的評分皆比香港企業的評分高，反映香港「南向」的互聯互通似乎較「北向」更強。

香港與大灣區其他城市之間的互聯互通

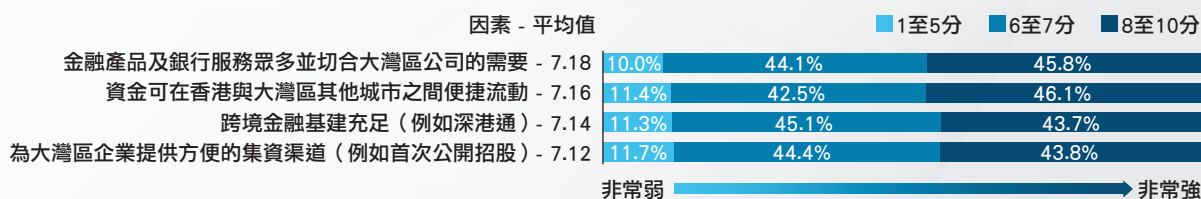
營商環境

滿意度評分（10 分制）及平均分，657 名受訪者



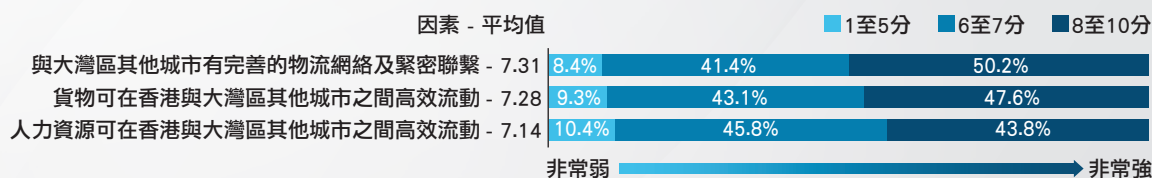
金融基礎設施

滿意度評分（10 分制）及平均分，657 名受訪者



跨境資源流通

滿意度評分（10 分制）及平均分，657 名受訪者



註：受訪者以 10 分制評分，1 分代表「非常弱」，10 分代表「非常強」。

香港與東盟國家之間的互聯互通

至於香港與東盟國家之間的聯繫，受訪者認同香港在東盟擁有廣泛的商業網絡（7.18），45.2%受訪者給予8至10分。受訪者認為，就大灣區企業在東盟的業務而言，他們可以在香港找到眾多服務供應商（7.16）、有關東盟市場的資訊（7.14），以及了解東盟市場的人才（7.10）。除此之外，香港的商業慣例也與東盟市場相似（7.10）。

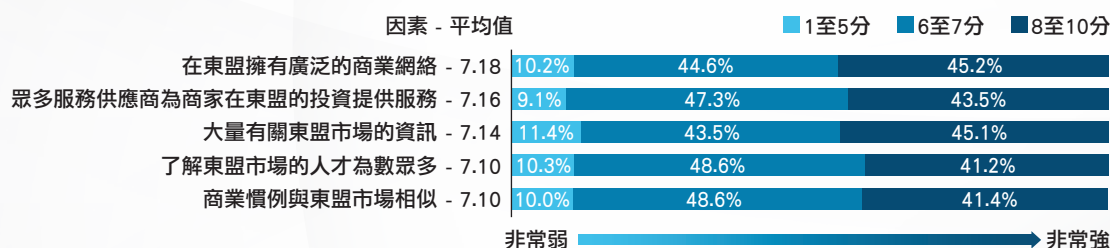
金融基礎建設方面，香港與東盟之間外匯及資本管制較少（7.17），有助大灣區企業通過香港在東盟貿易和投資。另外，香港還提供全面的金融解決方案（7.13），以及充足的跨境金融基建（7.09）。

至於跨境資源流通方面，受訪者認同貨物可在香港與東盟之間高效流動，平均得分為7.23，

香港與東盟國家之間的互聯互通

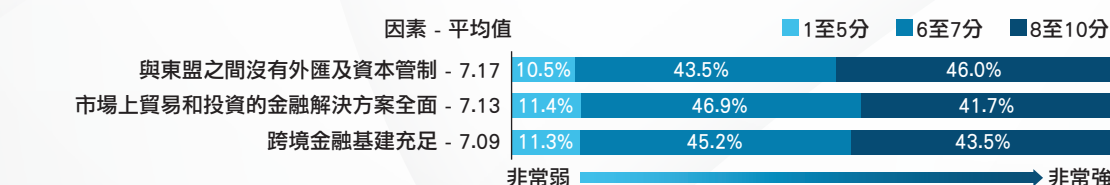
營商環境

滿意度評分（10分制）及平均分，657名受訪者



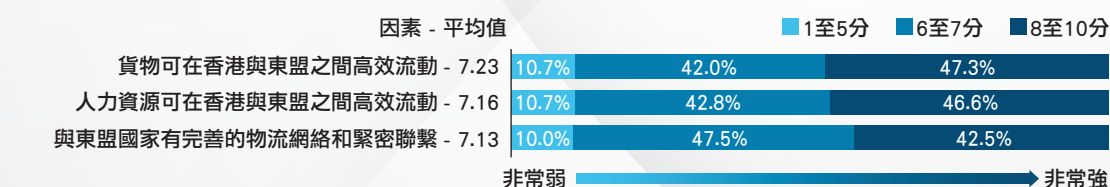
金融基礎設施

滿意度評分（10分制）及平均分，657名受訪者



跨境資源流通

滿意度評分（10分制）及平均分，657名受訪者



註：受訪者以10分制評分，1分代表「非常弱」，10分代表「非常強」。

為各項要素中得分最高。相比貨運，受訪者對人力資源跨境流動的評價則略低（7.16）。另外，他們也認為香港與東盟國家之間的物流網絡完善，而且緊密聯繫（7.13）。

總括來看，針對大灣區企業在東盟從事貿易、投資或經營業務，香港連接大灣區其他城市的表現相較與東盟國家之間的聯繫略佳。比較三個範疇，香港在跨境資源流通的能力表現最突出，營商環境和金融基礎建設的表現相若。

營商環境方面，香港為大灣區企業提供服務的服務供應商和人才充足，分別有44.7%和45.2%受訪者給予8至10分，略高於為東盟投資提供服務的服務供應商和人才，後者的相應比率為43.5%和41.3%。至於金融基礎建設，受訪者認同香港與大灣區其他城市之間的跨境金融基建充足，平均得分為7.14，略高於與東盟之間的跨境金融基建（7.09）。

跨境資源流通方面，香港對外貨物流通的能力具明顯優勢。香港與大灣區其他城市，以及與

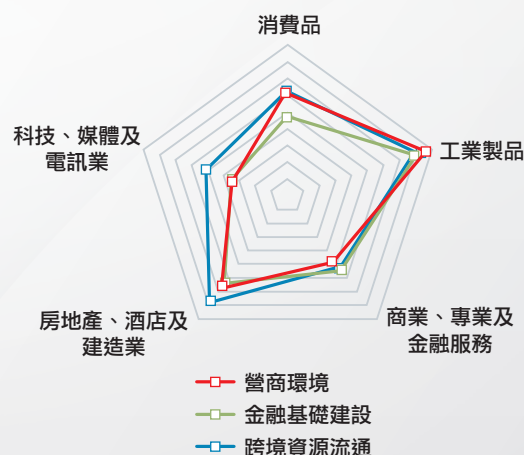
東盟之間的貨物跨境流動表現，分別得分7.31和7.23，均在各項因素中得分最高。而比較貨物流和人流，大灣區企業對香港在人力資源跨境流動的表現評分較低。鑒於問卷調查於疫情期間進行，結果或許反映各種因應疫情而採取的邊境管制措施，對香港人力資源的跨境流通影響較大。

就香港的互聯互通表現而言，目前在東盟營商的企業對各項因素的評分，均略高於未進入東盟的企業。兩者對於香港與大灣區城市之間的資金流動表現分歧最大，目前在東盟營商的企業對此平均給予7.26分，較仍未進入東盟的企業高出0.26分。

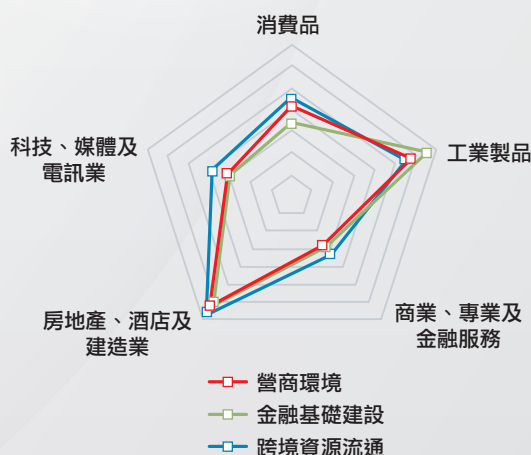
另外，規模較大的企業更滿意香港連接大灣區其他城市和東盟國家的表現。唯一例外是香港在東盟的商業網絡一項，營業額1,000萬元或以下的企業平均給予7.24分，較營業額1,000萬元以上的企業輕微高出0.2分，反映規模較小的企業可能更依賴香港的商業網絡來尋找海外買家和合作夥伴。

香港連接大灣區其他城市的表現佳，與東盟國家之間的聯繫可進一步改善

香港與大灣區其他城市之間的互聯互通
657名受訪者



香港與東盟國家之間的互聯互通
657名受訪者



香港作為商業樞紐的表現

香港為亞洲領先商業樞紐，因此調查希望了解大灣區企業在東盟貿易和投資時，香港提供的服務是否切合企業的需要。結果顯示，大灣區企業最常使用香港的會議展覽及獎勵旅遊服務，45.4%受訪者表示經常或間中使用相關服務，其次為銷售及營銷服務（41.4%）。事實上，不少受訪者在深度訪談中，談及品牌建設在向外拓展過程中的重要性。由於一些香港和內地品牌在海外市場知名度不高，難以在當地吸納新客戶，大灣區企業可以利用香港的會議展覽及獎勵旅遊服務和銷售及營銷服務向外推銷，建立東盟消費者對其品牌的信心。眾多服務之中，大灣區企業較少通過香港集資和使用香港的爭端解決服務，32.3%和29.7%表示從未使用相關服務，只有9.1%和7.6%表示未來三年會更常使用。

會議展覽及獎勵旅遊服務

香港的會議展覽及獎勵旅遊服務對於大灣區企業相當重要，60.1%香港企業和41.2%大灣區內地企業表示經常或間中使用相關服務。無論是已經在東盟營商（45.3%），抑或仍未進入但計劃於三年內拓展至該市場的企業（45.5%），會議展覽及獎勵旅遊服務均為眾多服務中使用頻率最高者。至於未來三年的預期轉變，16.3%更表示會更常使用相關服務，在眾多服務中升幅最為顯著。這反映待疫情放緩後，大灣區企業更需要通過香港，與來自東盟的買家與業務夥伴重新連繫。

銷售及營銷服務

其次為銷售及營銷服務，61.5%香港企業和35.8%大灣區內地企業表示經常或間中使用相關服務。仍未進入東盟市場的企業（43.4%）使用香港銷售及營銷服務的頻率，較已經在東盟營商的企業高3.2個百分點。至於未來三年的

預期轉變，12.5%更表示會更常使用相關服務，只有4.6%會減少使用。

物流及供應鏈管理

大灣區企業認同香港跨境資源流通的表現，帶動區內對物流及供應鏈管理服務的需求，55.9%香港企業和34.2%大灣區內地企業表示經常或間中使用相關服務。比較已經在東盟營商（38.8%）和仍未進入該市場的企業（39.3%），使用頻率沒有太大分別，反映香港的物流及供應鏈管理服務似乎能夠滿足不同企業的需要。未來三年，13.5%表示會更常使用相關服務，增幅僅次於會議展覽及獎勵旅遊服務。

金融服務

至於金融服務，56.6%香港企業和32.5%大灣區內地企業表示經常或間中使用相關服務。不過，集資活動的使用頻率較一般金融服務低，只有38.5%香港企業和28.6%大灣區內地企業表示經常或間中使用相關服務。已經在東盟營商的企業（34%）使用香港集資服務的頻率，較仍未進入東盟市場的企業高8.8個百分點。至於未來三年的預期轉變，12.6%表示會更常使用金融服務，9.1%會更常使用集資服務。

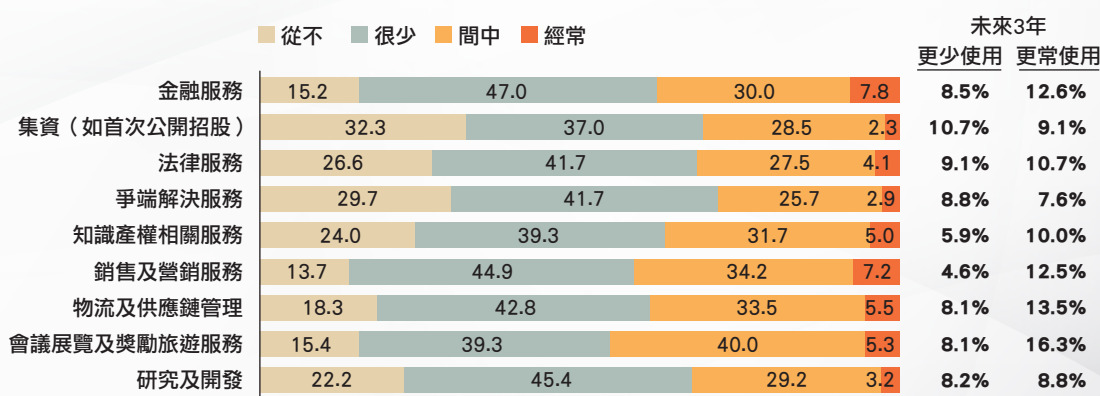
調查請受訪者就服務種類、服務質素和成本效益三方面評價香港的服務。評分設定為1至10分，1分代表非常不滿意，10分代表非常滿意。結果顯示，受訪者最滿意香港服務的質素，其次為服務的種類，以及成本效益，而規模較大的企業對香港服務的整體表現更為滿意。眾多服務中，大灣區企業對商業及專業服務尤其滿意，服務質素的平均得分為7.42，金融服務（7.38）和電子商貿（7.25）緊隨其後。

金融服務則在服務種類和成本效益領先，分別得分 7.31 和 7.21。深度訪談中發現，大部分受訪者在拓展海外市場的過程中，或多或少利用到香港的金融服務。深圳一家為內地品牌提供內容營銷服務的企業，其副總裁欣賞香港交易效率高、匯率風險低，利用香港的跨境結算服務

與海外的合作夥伴進行交易。而廣州一家生產飼料及農牧產品的企業，則以香港為企業財資中心，管理集團資金和融資。相比之下，受訪者對香港創新科技類型的服務表現評價稍遜，服務質素的平均得分為 7.05，而服務種類和成本效益分別得分 6.9 和 6.86，略低於其他服務。■

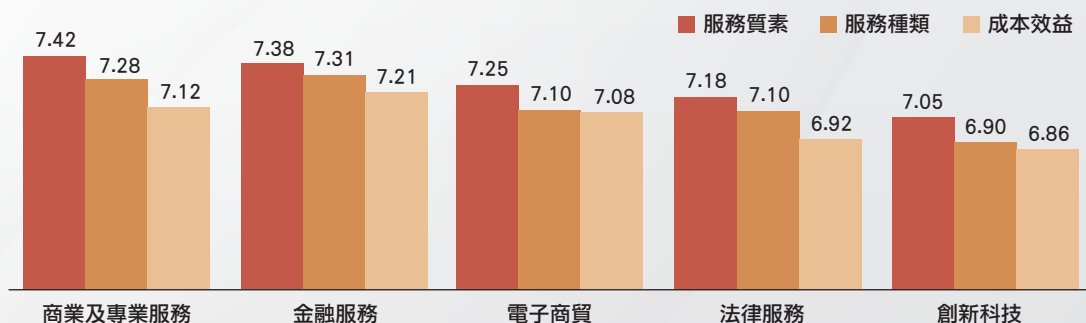
新冠疫情後，大灣區企業更需要通過香港與海外市場加強聯繫

大灣區企業使用香港服務以促進東盟的貿易和投資活動的頻率和預期轉變
佔受訪者百分比，657 名受訪者



大灣區企業對香港服務質素評價高

大灣區企業對香港服務的評價
滿意度評分（10分制），657 名受訪者



註：受訪者以10分制評分，1分代表「非常不滿意」，10分代表「非常滿意」。