

《通過香港商貿平台 拓展大灣區疫後商機》(一)

外部環境轉變帶來挑戰

自《粵港澳大灣區發展規劃綱要》於2019年2月公布以來，粵港澳大灣區已成為中國對外開放程度最高的區域之一。香港作為亞洲重要的商業和貿易樞紐，不但是內地「走出去」連通國際的橋頭堡，在《規劃綱要》下更連同澳門和廣東省，推動內地進一步深化改革、擴大開放，以建設現代化經濟體系，更好融入全球市場。

盡管在2022年，內地與香港的新冠疫情自年初以來不斷反覆發展，除影響內地供應鏈的運輸物流，也阻礙跨境貨物通關和貿易活動，無論是大企業還是中小型企業，均無可避免受到不同程度的影響。此外，疫情防控措施也阻礙香港與內地的人員往來流動，並增加部分港商的跨境業務營運成本和負擔。可是，隨著政府實施強而有力的防控措施，疫情形勢逐步轉趨穩定，加上中央、廣東省及其他地方落實各項紓困政策舉措，大大降低疫情對內地經濟、以及對香港的負面影響，而跨境貿易貨物流動和商貿聯繫也得以逐步恢復。

國際方面，全球地緣政治局勢近年不斷升溫，除中美貿易摩擦、部分外國政府對源自內地產

品施加關稅和非關稅貿易壁壘外，俄烏戰事於2022年2月爆發，更導致能源和食品供應緊張，加上環球通脹導致多國央行相繼加息等問題，致使海外市場需求呈放緩跡象，直接影響香港企業的對外貿易表現。在這些挑戰下，香港製造商和貿易商正加緊審視經營策略，希望重新制訂市場定位及業務發展布局，在變幻莫測的環境中捕捉業務發展機會，同時有效控制風險。

值得注意的是，內地的供應鏈和消費需求正逐漸恢復正常發展勢態。所以，不少香港企業現時面臨種種挑戰下，紛紛希望把握有關復甦勢頭，重新定位業務發展以發掘商機。其中焦點之一，是希望利用香港在大灣區的區位優勢，一方面發掘大灣區9個內地城市的內銷市場，同時利用大灣區作為跳板，捕捉內地龐大市場蘊含的發展潛力，以期業務在疫情進一步回穩後重拾增長。事實上，不少港商近年積極探討利用大灣區優勢深耕內銷市場，除了可為業務發展提供額外增長動力，也可在全球經濟充滿變數的情況下，分散只從事國際市場所帶來的風險，在逆境中開闢新出路，長遠而言有利業務持續發展。

利用香港優勢拓展大灣區市場

全球經濟正受不斷發展的地緣政治局勢、能源供應和通脹等問題影響，加上新冠疫情仍未消散，不但繼續影響部分供應鏈的生產活動，經濟增長放緩也導致海外市場需求疲弱，這些問題在短期都難以消退。在這情況下，香港企業須尋求新的增長動力來源，而內地龐大的內銷市場可為港商提供珍貴的市場資源，加上大灣區可作為港商拓展內銷的便利切入點，所以，港商宜盡快利用相關優勢發掘內銷市場商機，使業務可以持續發展。

可是，不少港商對大灣區內銷市場瞭解不足，包括市場環境、內銷市場銷售渠道、營商環境資訊，以及客戶信貸和風險資料等，對相關專業服務支援需求殷切。綜觀以上所述，以下是綜合有關調查結果和專家意見之後，就港商拓展大灣區內銷市場的機會，以及相關問題所提出的部分建議。

利用香港優勢拓展大灣區內銷、分散市場風險

港商可通過拓展大灣區的內銷市場，以分散專注從事海外出口市場業務的風險。除了利用大灣區提供的便利措施，例如內地提供予香港較便利的商事安排，及部分大灣區內地城市提供較寬鬆的政策措施外，港商可充分利用香港的競爭優勢，特別是香港品牌和市場溢價加以推廣宣傳，並引入符合內地市場潮流的自有或外國消費品，或優質工業產品，進軍大灣區的內銷市場。

港商務必留意，大灣區不同城市的環境各有差異，廣州和深圳等中心城市市場的規模較大，其他二線城市的市場競爭可能較少；此外，不同城市的營商便利措施都可能會有所不同，例如部分城市擁有廣東自貿區的片區，及 / 或設有綜合保稅區、跨境電子商務綜合試驗區等。在這情況下，港商宜先從香港及內地相關商務

推廣和服務機構獲取資訊，以瞭解不同市場情況，選擇合適城市進入大灣區的內銷市場。

加強市場推廣構建銷售網絡

在市場營銷方面，港商普遍面對的問題是缺乏銷售渠道，以及相關市場資訊以供制訂市場推廣策略。所以，不少港商都希望參加更多與內地市場對接的市場推廣活動，直接接觸內地買家，或尋找內地合作夥伴，從更多渠道獲取大灣區內地市場的資訊，以便制訂營銷策略，在大灣區構建銷售網絡。

在疫情影響逐漸消退的前提下，香港及內地相關商貿服務部門和商貿協會正通過線上及線下平台加強有關商貿對接、展會，以及舉辦內銷相關的市場推廣活動。所以，港商宜密切留意有關活動資訊並積極參與，以便及早制訂有關策略、與內地合作夥伴對接，快人一步進軍疫後的內銷市場。

應用創新解決方案加強電子商務應用

內地競爭對手普遍結合線上線下資源，以綜合市場策略在市場競爭。不少港商還未利用相關電子商務應用拓展內銷，相對而言處較保守的發展位置。盡管如此，大部分港商正積極利用或加強電子商務、網絡應用以拓展內銷市場。而且，香港不乏具國際視野的資訊科技人才。所以，港商宜考慮應用創新解決方案，例如大數據分析等技術，並配合有效的產品及市場推廣策略，增強優勢以補不足。

不過，港商也須準備投入額外資金、時間和足夠人才以加強電子商務應用，同時加強認識內地的電子商務應用環境，並在有需要時尋求外部支援服務，以設定符合企業需要的產品以及推廣策略，以提升競爭力和降低整體營運成本，才能有效利用相關應用把握大灣區市場商機。

瞭解內地營商環境

不少港商也對內地營商環境瞭解不足，包括內地的法律法規、產品標準以及知識產權保護。事實上，一般港商也知道可以尋求各類專業服務解決相關問題，例如就如何在內地保護其知識產權在香港徵詢有關法律意見或尋找有關法律法規資訊。不過，不少企業未必全面認識有關服務的用途和重要性，以致不願調撥資源及時間尋求支援。

在這情況下，有關商會和服務機構可加強向港商提供相關資訊和商貿活動和服務，例如舉辦相關研討會和工作坊等，以幫助港商在尋求專業服務之前，對有關內地營商環境、法律法規作初步認識，以便在徵詢專業人士意見時，能更準確提出個別企業所關注的問題和困難，更有效尋求所需服務，以便精準訂立企業所需的解決方案。

認識內地商業習慣管控風險

不少港商十分關注拓展內銷會出現的客戶信貸、放賬風險等問題。事實上，不少專家也指出，海外市場其實也會出現相關風險，有關情況實屬正常，港商難免在不同市場面對不同的信貸風險。不過，內地市場擁有不同的信貸環

境，內地客戶的商業習慣與海外買家也不盡相同，在這情況下，部分港商可能傾向採取較保守策略，例如避免放賬等方法，或選擇自行承擔風險，或因為成本問題而未有利用信用保險等服務控制風險，均可能窒礙他們拓展內銷市場的步伐。

所以，港商宜先認清內地市場情況和客戶背景，並瞭解有關商業工具和服務，制訂風險管理措施，有需要時利用相關專業服務、風險控制工具。至於有關服務業者，也可加強對一般企業的宣傳推廣，強化港商對內銷風險管理的認識，包括有關服務對其業務的重要性，以及相關的成本和效益等，並且幫助他們瞭解如何為內銷業務進行盡職審查、訂立控制風險預案，積極面對拓展內銷市場的風險。

大灣區內地九市經過多年發展，已擁有不俗的市場潛力。可是，香港的製造商和貿易商過去大多以發展海外市場為主，在大灣區缺乏營銷網絡，而內地又盛行線上及社交媒體等新銷售渠道，與香港市場環境不盡相同，商業習慣又與海外市場有所差異。所以，港商需要瞭解大灣區的市場情況，以便制訂合適的內銷業務策略，同時顧及不同風險，利用相關工具或服務做好風險管理，並選取合適的服務支援，以更好地在大灣區蓬勃的內銷市場發掘機遇。

聚焦中國內需拓展大灣區市場機遇

聚焦中國內需

毋庸置疑，香港是內地連結國際市場的重要貿易樞紐，也是內地消費者接觸海外產品的重要平台，以及內地進口各種工業物料的配送中心，加上擁有毗鄰廣東省的優勢，因此不少內地、特別是大灣區的企業已在香港設立據點，一方

面處理對外貿易，同時通過香港進口各式各樣的產品和工業物料到廣東省和其他內地市場。

「十四五」規劃（2021-2025）明確指出，中國要建立擴大內需的有效制度，加快培育完整內需體系，加強需求側管理，建設強大國內市場，並且要形成強大國內市場構建新發展格局，

把實施擴大內需戰略同深化供給側結構性改革有機結合起來，加快構建以國內大循環為主體、國內國際雙循環相互促進的新發展格局。所以，內地正積極利用其龐大的市場優勢創造新的增長模式，其中焦點是中央政府近月不斷推出減稅、退稅，以及各項降費及稅費緩繳措施，同時鼓勵消費，一方面幫助企業紓困，同時進一步拓展內需。

廣東省方面，省政府也積極推進各類減稅降費措施和扶持舉措，以加速經濟復甦。例如早在2022年初制訂實施一系列紓困措施，幫助困難行業迅速渡過難關、恢復發展，包括提出總共47項具體政策措施，以降低企業生產經營成本，優化企業經營環境為著力點，支持服務業市場主體渡過難關、恢復發展¹。其後在5月31日發布《關於印發廣東省貫徹落實國務院紮實穩住經濟一攬子政策措施實施方案的通知》（粵府[2022]51號），進一步推出131項落實措施，除包括多項財政政策、貨幣金融政策，也包含25項穩投資促消費政策，以期在後疫情時代加速內需、加快經濟復甦步伐。

粵港澳三地在《規劃綱要》下，合力提升大灣區的營商環境，包括實施多項跨境貿易便利化

措施。在這背景下，越來越多港商正將目光從海外轉向大灣區市場。例如，港商現時可以「足不出港」，通過內地市場監管部門委託的在港代辦機構，在香港直接申請於廣東省成立港資內地企業²，而當局也已壓減審批流程和時限。此外，香港個人在大灣區的內地城市工作，也可申請享受粵港澳大灣區個人所得稅優惠政策。根據該政策，在大灣區工作的境外高端人才和緊缺人才，其在大灣區內地九市繳納的個人所得稅已繳稅額超過其按應納稅所得額的15%計算的稅額部分，由九市人民政府給予財政補貼，該補貼免徵個人所得稅³。所以，不少港商正密切留意大灣區在疫情後的最新發展，利用大灣區便利措施往內地設點，直接捕捉大灣區以至整個內地市場的疫後發展機會。

港商通過大灣區開展內銷業務

另一方面，內地近年大力鼓勵進口，以滿足消費者和工商業對進口產品的龐大需求。2021年，內地進口超過2.6萬億美元，其中約4,977億美元是進口至廣東省⁴。事實上，廣東省是內地重要的對外貿易和經濟合作重要窗口，又設有廣東自由貿易試驗區，包括與香港及澳門關係密切的前海蛇口和橫琴等自貿片區，加上近年不

¹ 資料來源：《廣東省人民政府辦公廳關於印發廣東省促進服務業領域困難行業恢復發展若干措施的通知》（粵辦函[2022]40號）

² （原）廣東省工商行政管理局與中國銀行（香港）、中國銀行廣東省分行聯合推出「粵港商事登記銀政通」服務，香港的個人或企業投資者可到中銀香港提交申請表格及所需資料，在香港申請設立廣東省外商投資企業，接受辦理地區包括東莞、惠州、江門、中山、佛山及汕頭。此外，香港投資者現時也可利用由深圳市市場監督管理局與中國銀行（香港）、創興銀行、招商銀行、工商銀行聯合開通的「深港通註冊易」商事服務，通過委託在香港有關合作銀行網點，申請在深圳前海蛇口自貿區開辦港資企業，有關銀行網點可為其提供辦理營業執照、開通基本賬戶、驗資、協助刻製公章等業務。其他如前海管理局也連同深圳市市場監督局、前海稅務局推出「前海港澳e站通在港服務平台」，為港澳人士免費提供商事登記、涉稅服務等一站式線上服務，進一步便利港人港企在前海發展。

³ 資料來源：《廣東省財政廳、廣東省科學技術廳、廣東省人力資源和社會保障廳、國家稅務總局、廣東省稅務局關於繼續貫徹落實粵港澳大灣區個人所得稅優惠政策的通知》（粵財稅[2020]29號）

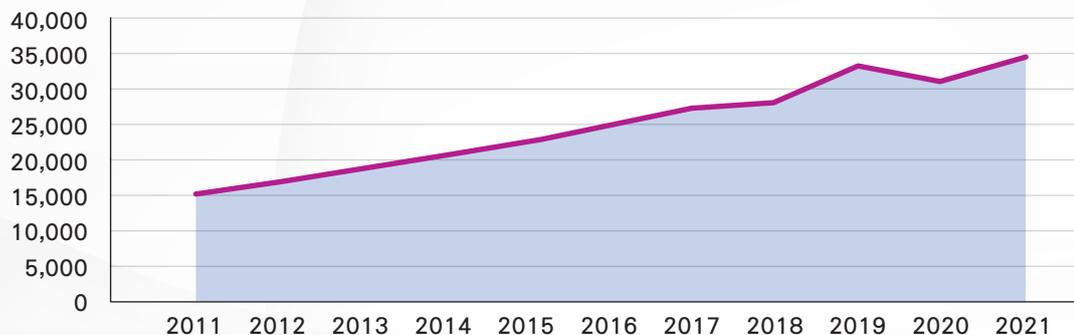
⁴ 資料來源：中國海關總署

斷創新和提升各種貿易及通關便利措施、優化營商環境，並於廣州、東莞、深圳等地設有綜合保稅區，又在多個地方建立了跨境電子商務綜合試驗區，包括中山、江門、肇慶等部分大

灣區的內地城市⁵，這些舉措均有助香港和其他境外企業通過廣東省各種渠道拓展大灣區的內銷市場。

億元人民幣

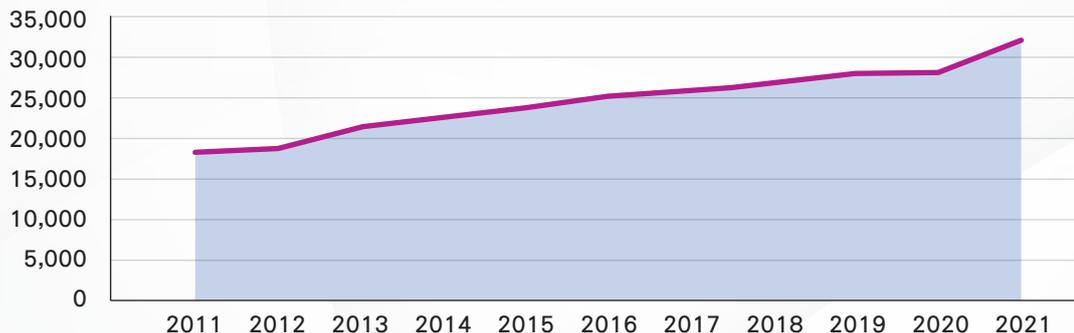
大灣區內地九市社會消費品零售總額



資料來源：廣東統計年鑒

億元人民幣

大灣區內地九市規模以上工業增加值



資料來源：廣東統計年鑒

經過多年發展，廣東省各市的消費和工業生產活動持續擴張，包括納入大灣區的九個廣東省城市。2011至2021年間，九市的社會消費品零售總額合共由1.5萬億元（人民幣，下同）增加至3.4萬億元，每年平均增長8.6%；而九市的規模以上工業增加值也由1.8萬億元增加至

3.2萬億元，每年平均增長5.9%⁶。消費和生產活動持續增長，可為港商提供廣泛的市場機會。加上香港擁有鄰近廣東省的區位優勢，又瞭解廣東省的消費文化和工商業環境，港商大可借助廣東省的銷售渠道，首先拓展大灣區，然後輻射到其他地區，發掘內地整個內銷市場的商機。

⁵ 更多詳情，請參閱：廣東發布7個跨境電子商務綜合試驗區實施方案 (<https://research.hktdc.com/tc/article/NDk3ODMONTk3>)

⁶ 資料來源：廣東統計年鑑

大灣區內地九市主要經濟指標 (2021年)

城市	土地面積 (平方公里)	人口 (萬)	本地生產總值 (GDP)* (億元人民幣)	人均 GDP* (人民幣)	第三產業 佔 GDP 比重 (%)	社會消費品 零售總額 (億元人民幣)	工業增加值 (億元人民幣)	出口 (億美元) **
廣州	7,434	1,881	28,232	150,366	71.6	10,123	4,964	978.4
深圳	1,997	1,768	30,665	173,663	62.9	9,498	9,578	2,985.9
東莞	2,460	1,054	10,855	103,284	41.5	4,239	5,187	1,481.8
佛山	3,798	961	12,157	127,085	42.3	3,557	5,433	776.2
惠州	11,347	607	4,977	82,113	42.0	1,979	2,216	330.5
中山	1,784	447	3,566	80,157	48.1	1,530	1,362	345.9
江門	9,507	484	3,601	74,722	46.2	1,278	1,202	227.2
肇慶	14,891	413	2,650	64,269	41.1	1,161	766	42.2
珠海	1,736	247	3,882	157,914	56.7	1,048	1,329	292.3

資料來源：廣東統計年鑒；大灣區內地九市統計局；香港貿發局

香港貿發局一項在疫情前進行的調查顯示⁷，大灣區內地九市在之前數年經濟持續增長下，當地消費者信心維持高水平：超過八成受訪者表示，他們的日常消費金額較之前3年為高；大部分受訪者也預計消費支出在未來3年會持續增加。雖然最近內地的消費需求受疫情反覆影響，但在政府推出刺激消費的政策措施下，可以預期在疫情轉趨穩定後，大灣區的消費市場將繼續擴張發展。

而且，港商在拓展大灣區市場方面具有不少優勢。香港貿發局的上述調查又顯示，超過一半受訪大灣區內地消費者認為香港是大灣區最國際化的城市，比率遠超深圳及廣州。同時，受

訪者普遍認為香港是大灣區內的購物天堂⁸。顯而易見，香港企業無論是推廣自家產品，或在引進外國品牌方面，均在內地市場享有良好聲譽，較容易為大灣區消費者接受。

至於工業需求方面，大灣區內地九市的工業生產和出口活動同樣持續擴張，不單只工業增加值合共達到3.2萬億元，2021年出口額也高達7,460億美元。九市的工業活動頻繁，對各項工業物料需求殷切，以支援龐大的工業生產和出口業務。香港一向是各種工業物料輸往內地和亞洲地區的貿易樞紐，又毗鄰珠三角主要的工業生產基地，所以對從事相關業務的港商來說，大灣區是進入內地不可多得的便利切入點。

* 以當年市值計算／初步估算

** 以當年平均外匯兌換率換算

⁷ 有關調查在2020年3月發表，詳情請參閱：大灣區內地九市消費調查(1)：消費信心及理財態度 (<https://research.hktdc.com/tc/article/MzgwMjcwOTgw>)

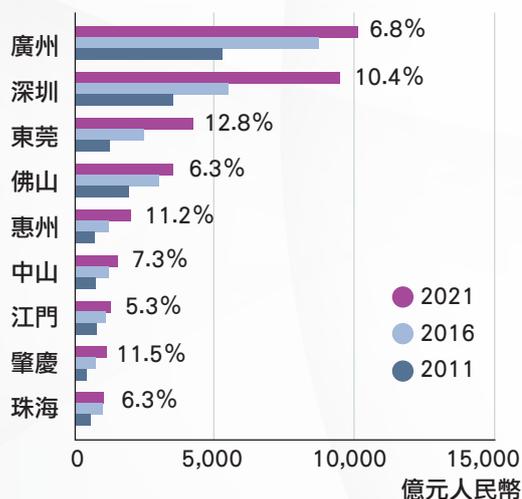
⁸ 該調查中，51% 受訪大灣區內地消費者認為香港是大灣區最國際化的城市，比率遠比深圳的22% 及廣州的19% 為高。同時，56% 受訪者認為香港是大灣區內的購物天堂，比率也遠比廣州的18%、深圳的12% 及澳門的12% 為高。更多詳情，請參閱：大灣區內地九市消費調查(5)：香港消費市場的優勢 (<https://research.hktdc.com/tc/article/NDM2NDMxMzM4>)

審視地區市場差異

大灣區內地九市當中，無論是廣州、深圳和東莞等較中心的城市，還是其他二線城市，過去多年的消費市場及工業生產活動均不斷增長，反映各市均為有關企業提供不俗的發展空間。雖然如此，港商拓展大灣區內銷市場，也要顧及不同城市之間的發展差異，例如廣州作為廣東省會，擁有最大的消費市場，但深圳擁有較大的工業產業集群，且過去10年增長較快，而

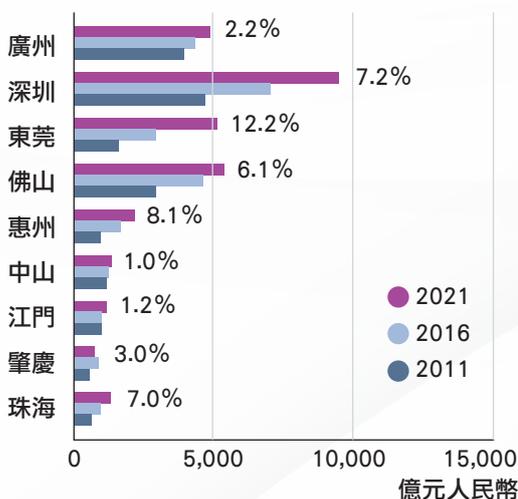
東莞和佛山也不遑多讓。另一方面，惠州、中山等其他城市的消費及工業市場規模雖然較小，但不少意見指出，這些市場的競爭相對較低；珠海雖然面積較細，人口也較少，卻擁有廣東自貿區的橫琴片區，可享有自貿區的便利措施。所以，港商發掘大灣區內銷商機前，宜先瞭解目標市場的情況，並根據企業自身條件和市場發展策略，選擇合適的城市作為切入點，以進入大灣區內銷市場。

大灣區內地九市社會消費品零售總額



註：圖中百分比均為2011至2021年每年平均增長率

大灣區內地九市規模以上工業增加值



資料來源：廣東統計年鑒

過去數十年，香港的製造商和貿易商大多以發展海外市場為主。雖然不少港商有在內地從事貿易的經驗，但主要是從外國進口各種原材料和工業物料到內地，以進行出口加工和相關生產活動，並以拓展歐美等地的國際市場為最終目的。至於拓展內銷方面，港商在內地缺乏銷售渠道，特別是中小型企業，除了在廣東省和其他地區進行生產或採購外，較少在內地擁有銷售據點，及 / 或在內地建立自家的營銷網絡。

此外，內地線上及社交媒體等新銷售渠道盛行，且與相關的香港及海外市場生態不盡相同，加上內地的商事體制與香港又存在差異，所以港商在拓展大灣區以至其他內銷市場時，要面對不同的營商環境，並顧及不同的風險管理。在這些情況下，不少香港公司正嘗試升級或調整其商業發展模式，希望更易適應大灣區的本地市場。這些港商需要合適的服務支援，以便更好把握大灣區蓬勃的市場機遇，同時應對疫情反覆所帶來的挑戰和不明朗因素，以及變幻莫測的外部環境。■