

- 中國穩外資見效續擴開放
- 家樂福敗走揭零售新方向
- 南韓發佈製造業復興藍圖

## 1. 中國穩外資見效續擴開放

2019年上半年,全國新設立外資企業20,131家,利用外資4,783.3億元人民幣,同比增長7.2%。

### 短評

聯合國貿發組織的報告指,受累於全球經濟增長低迷、地緣政治局勢不穩以及中美貿易摩擦等多重因素,近年跨國公司的投資意慾持續銳減;2018年全球跨國投資額已是連續第三年萎縮,更跌至近十年的最低。同時,在中美經貿摩擦的不利環境下,年初以來有關「外資撤離中國」的個案屢見於報端。但內地最新公佈的官方數字顯示今年來海外企業來華投資意慾不減反增;上半年吸引外商投資金額的按年增速較去年同期和去年全年分別加快6.1和6.3個百分點。這一出人意外的結果,一來彰顯了中國經濟仍然韌力充足,特別是不同地區的經濟發展具有梯度差異性,能夠為外來投資提供巨大的「閃展騰挪」空間;二來亦反映外商在內地的投資結構正加速調整和優化。一方面,中美貿易摩擦促使在沿海地區從事勞動密集型業務的外資企業加速向海外國家和內陸地區轉移生產基地,通過降低生產成本來抵銷美國加徵關稅的影響。今年上半年,外資流入中國內陸地區的步伐加快,西部省份的外商直接投資額增長21.2%。另一方面,隨著中國經濟加緊從「世界工廠」蛻變為「世界市場」,快速擴容和日益開放的內銷市場成為許多跨國企業必爭之地。以海外主要經濟體計,上半年香港、韓國、新加坡、日本、德國對華投資分別增長4.8%、63.8%、10.5%、13.1%和81.3%;而歐盟、東盟、「一帶一路」沿線國家的對華直接投資分別增長22.5%、7.2%和8.5%。雖然美國政府主動對中國挑起經貿摩擦,但過去幾個月美國跨國企業的多個大型投資項目紛紛在華落地,這亦是先進製造業外商持續加碼布局中國市場的一個「縮影」。據報導,電動車生產商「特斯拉」宣佈在上海投資約500億人民幣建設「超級工廠」,石油巨企「埃克森美孚」亦在廣東啟動規模高達百億美元的投資項目,製藥企業「輝瑞」亦在上海設立美國本土以外的首個全球總部。值得一提的是,去年7月中央提出全國經濟工作的「六穩」方針,而「穩外資」是其中的一項。中國吸引外商投資實現平穩增長甚至逆勢上揚,的確是來之不易的成績,反映了「穩外資」的工作已初見成效。國家主席習近平日前在日本G20峰會上表示,「中國將會推出重大舉措,加快形成對外開放新局面」;預計內地擴大對外開放的重大舉措將「陸續有來」,相信可進一步提升中國吸引外商流入的吸引力,增強中國經濟穩定增長的「底氣」。

## 2. 家樂福敗走揭零售新方向

法國零售商家樂福(Carrefour)6月底表示,將集團中國業務80%股份售予中國電商蘇寧易購。

### 短評

中國消費持續走冷,今年首5個月的社會消費品零售總額增幅下滑至8.1%;市場研究機構eMarketer的報告更指,受中美貿易戰影響,今年的中國零售業將跌至谷底,料只可錄3.5%的輕微增長。在此背景之下,國際級零售巨頭家樂福宣佈出售在華業務的多數股權,加上日

本老牌百貨高島屋(Takashimaya)亦宣佈退出中國市場；難免令一些分析認為，內地零售市道轉差拖累百貨公司營收向下，或會掀起一波外資零售商的撤資潮。但另一邊廂，美國的百貨公司沃爾瑪日前宣佈將投資逾 7 億元人民幣打造華南生鮮配送中心，創下該公司 23 年來最大單筆投資額，更計劃於未來十年在中國增投約 80 億元進行物流供應鏈的升級。沃爾瑪和家樂福同屬於最早一批到內地開展業務的外資零售企業，在「逐鹿中原」之後，卻出現「一進一退」兩種迥然不同的結果；亦反映了家樂福的「敗走」，未必可以簡單地歸咎於宏觀經濟環境的轉變。從另一個角度看，在當今的互聯網經濟時代，內地消費者的購物渠道更加多元化，傳統超市的市場份額不斷受到「新生類」購物場所的侵蝕。市場研究機構 Kantar 的《2019 中國購物者報告》顯示，在 2014 年到 2018 年間，超市和大賣場的佔有率分別從 39.4% 和 23.6% 下降為 35.3% 及 20.2%，而同期電商平台的佔比則從 6.0% 攀升至 16.7%。為應對電子商貿崛起的挑戰，沃爾瑪早就開展數碼化轉型；不僅於 2010 年在中國推出網購服務，更於 2011 至 2016 年間相繼與中國在線零售超市「1 號店」及「京東商城」建立策略性聯盟，借助新型科企的品牌效應、經營特長、配送網絡以及客戶群體，推進線下與線上業務的融合。家樂福中國業務的買家蘇寧易購則是電商加緊「脫虛向實」的另一個例子；這個以銷售電器起家的網上購物平臺透過收購家樂福，不但有助於進一步擴闊公司的產品範疇和建設海外供應鏈，更可藉助家樂福的實體商場，為集團做好線下佈局，加快向全渠道銷售轉型。由此可見，線上線下無縫整合的「新零售」局面正在內地逐步成型；在中國零售業繼續洗牌的過程中，更多線上與線下企業的合作或購併相信會「陸續有來」。

### 3. 南韓發佈製造業復興藍圖

南韓政府 6 月 19 日發佈「製造業復興藍圖」(Manufacturing Renaissance Vision)。

#### 短評

製造業是南韓經濟的重要支柱，貢獻了該國約三成的經濟增長、接近九成的出口額以及超過八成的創科成果。南韓總統文在寅趁上任兩年之際，決定成立由總統直接領導的「民官聯合製造業復興戰略會議」，並公佈了振興製造業的藍圖。南韓政府以 2030 年為規劃節點，希望屆時躋身為世界四大製造業強國之一，並以此制定未來十年的發展目標，例如將出口規模從現時世界第六位提升至第四位，以及把世界一流商品製造企業的數量從 573 家增加至 1,200 家。同時，南韓政府亦提出了製造業發展的四大戰略方向，包括「以智慧化、生態友好型和融合方式加快製造業創新」、「以創新培育新興產業和改造提升傳統產業」、「完善創新驅動的生態系統」以及「強化政府的支持創新方面的投資」等。值得一提的是，創新驅動是南韓製造業「復興」的主軸，由始至終貫穿於上述四大戰略部署中。一方面，南韓政府計劃加大國家對製造業的研發開支投入，其手段之一是主動公佈由政府出資之研發開支目標，以此為「催化劑」刺激私營企業增加科研開支。例如，南韓政府提出到 2030 年在系統半導體、生物醫學和智能汽車等三大新興領域投入 8.4 萬億韓元，希望以此帶動 180 萬億的民間投資。另一方面，南韓政府將打造新興產業與促進傳統工業升級「雙管齊下」，致力於提升該國目前十大傳統「旗艦產業」的競爭力，包括電子、汽車、造船及化工等。根據南韓政府的規劃，到 2030 年新興產業佔該國製造業的比重將從目前的 16% 提高至 30%，製造業平均增加值從目前的 25% 提高至 30%。南韓政府期望，「韓國製造」在未來十年從全球製造業的「追隨者」成為前沿市場的「領先者」；藍圖的公佈標誌著朝此方向踏出重要的第一步。

---

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)