

# 地緣緊張疫情拖累 2022年出口料倒退6%

## 港商：今年外貿審慎 關注歐美衰退

### 去庫存壓力未消 電子家電出口料下跌

#### 減價促銷

疫情下大家居家居工作，刺激電子及家電產品需求，2021年香港電子產品出口大升27.7%，家電出口升近兩成。香港工業總會常務副主席莊子雄指出，出於對2022年經濟前景的較佳預測，2021年買家提前備貨，而真正到了2022年，歐美消費力卻意外回軟，首10個月香港電子業出口下跌4.2%，其中家電出口更大跌逾四成，全年跌幅料相若。展望2023年，貿發局研究總監范婉兒相信，疫情過後，餐廳、酒店、辦公室等逐漸恢復正常運作，對香港家電出口有一定支持，但電子產品出口將跟隨全球電子產品周期滑落。

#### 家電相關成本增20% 生意大降

從事家電業出口貿易多年的香港模具及產品科技協會理事陳鑑光向大公報表示，2022年香港家電出口欠佳，很大程度因歐洲經濟不景氣，當地人消費信心大減。據悉，部分家電企業生意大跌四至六成，情況頗差。他透露，2022年不少家電相關成本增加兩至三成，若廠家沒有採用自動化設備來減低成本和提高效率，這些企業盈利一定大減。再者，因需求不振，不少買家要求減價，但供應商卻要求加價，令港商受到雙重壓力，經營十分吃力。業界人士

估計，2022年家電出口或下跌三成，甚至四成。

展望2023年，莊子雄向大公報表示，料上半年電子及家電業或仍有清庫存壓力，預期下半年逐漸好轉。內地放寬防疫限制後，與海外貿易往來增加，因此看好下半年表現，2023年全年香港電子出口業會有一定增長。

范婉兒認為，疫情過後，餐廳、酒店、辦公室等逐漸恢復正常運作，預計2023年海外市場對香港家用電器有更大需求。許多場所需要更換各類主要電器，或採用更高級的型號，尤其是吸塵機、吹髮器、電水壺及照明系統等。另外，吸塵機械人和聲控電燈開關等新產品，可望因消費需求上升而受惠。

然而，貿發局對2023年電子出口預測較為保守，指2023年電子產品業的出口表現預料將跟隨全球電子產品周期滑落。根據標普(S&P)的全球電子產品採購經理指數調查，全球電子產品業正隨新訂單放緩而進入緊縮狀態。多家本地主要業者也對香港電子產品的短期出口前景持保守態度。廠商會會長史立德則認為，本港出口的電子產品，以零部件佔多數，最大出口市場是中國內地，由歐美、日韓轉口到中國內地，或由內地轉口至其他地區，但2022年內地疫情和物流不暢等，令香港電子出口

下跌，對於2023年，全球半導體需求攀升，加上中國經濟2023年有望平穩復甦，香港電子產品出口前景樂觀。

◀貿發局預料2023年電子產品業的出口表現將跟隨全球電子產品周期滑落。



香港每月出口增速

#### 經濟透視

2022年歐美新冠疫情進入平穩期，各界原本期望環球市場需求反彈，豈料一場俄烏衝突，能源價飆升，推高歐美通脹，居民消費受制，需求走弱。另外疫情使內地與香港跨境陸路貨運受阻，香港2022年1至11月出口下跌6.4%，市場料全年跌幅達5%至6%。展望2023年，隨着內地與香港通關，貿發局料本港出口將回升5%，部分商界人士則較保守，認為有2%至3%增速已算不錯。

大公報記者 李永青

談到2022年香港出口表現，從事出口業多年的香港付貨人委員會主席林宣武向大公報表示，由於2022年歐美新冠疫情已進入平穩期，市場普遍預料全球經濟將持續復甦，但俄烏衝突，令全球能源及原物料價格大漲。最令人頭痛的是，歐美等國對俄羅斯實施多輪制裁，歐盟為了減少對俄羅斯能源依賴，不斷尋找替代供應方，全球能源價格因供求關係而居高不下，電價大漲，歐洲通脹高居雙位數。

#### 高通脹影響消費意欲

資料顯示，10月歐元區通脹率按年率計達10.6%，創歷史新高。歐元區19個成員國中，有11個國家通脹率達兩位數，波羅的海三國通脹率更高逾兩成。林宣武坦言，通脹高企，打殘歐洲經濟，普羅大眾支付能源費及必需支出後，「銀包」大為縮水，阻礙消費復甦。而美國多次加息，對經濟構成的負面影響逐步浮現，居民消費力走疲，歐美市場只有「平價貨」暢銷，「貴少少」的產品皆乏人問津。

香港工業總會常務副主席莊子雄向大公報表示，由於2021年供應鏈問題影響全球供貨，2022年初不少買家積極採購，但歐美通脹走高，消費信心下降，很多產品滯銷，買家庫存大增，下半年不少買家取消或推遲訂單，即使進行採購，金額也大不如

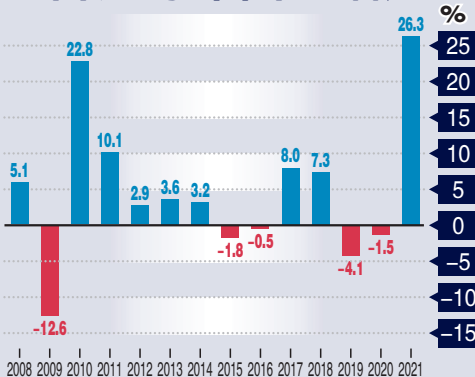
前，使出口商生意十分難做。

香港貿發局研究總監范婉兒則認為，2022年1至11月，香港出口按年跌幅為6.4%，主要由於內地與香港的跨境貿易量在疫情影響下驟降。主要市場方面，1至11月香港出口至美國跌3.3%，出口至歐盟亦不景氣，主因是消費者及商界情緒受到各大央行收緊貨幣政策、能源及食品價格高企及俄烏衝突三大因素影響。同時，香港對內地出口跌11%，很大程度上是跨境陸路運力下降所致。

#### 今年出口料反彈半成

范婉兒估計，2022年香港出口將下跌6%；而莊子雄與林宣武則異口同聲，估計大約跌5%。展望2023年，范婉兒預期，跨境陸路運輸在2月或3月回復正常，2023年香港出口有望增長5%。莊子雄認為，由於已消耗一定存貨，且內地放寬防疫限制，重新加強與世界往來，對環球貿易產生很大推動力，料2023年香港出口增長5%至8%。林宣武較保守，他指出，俄烏衝突持續、疫情恐再度生變、歐美經濟可能出現衰退，將影響2023年香港出口表現，且去全球化的形勢愈來愈明顯，成為影響香港出口貿易的隱憂，預料全年有2%至3%增長已不錯。廠商會會長史立德則料，2023年香港出口呈前低後高，全年平均增長率料不超過3%。

#### 香港每年出口增速



#### 各界對2023年香港出口形勢評估

俄烏衝突、疫情變化及歐美經濟衰退，均影響香港出口貿易，而去全球化形勢趨明顯，是一大隱憂，料全年增長2%至3%已屬不錯

香港付貨人委員會主席林宣武

預期呈前低後高走勢，全年平均增長料不超過3%

廠商會會長史立德

內地放寬防疫限制，重新加強與世界貿易往來，對環球貿易有很大推動，料香港全年出口增長5%至8%

香港工業總會常務副主席莊子雄

全球經濟環境疲弱將延續，但預期跨境陸路運輸回復正常，香港出口可望增長5%

香港貿發局研究總監范婉兒

#### 商界對主要行業2022出口預測

行業	2022年升跌幅
電子	跌5%以內
鐘錶	跌5%
服裝	跌一成多
玩具	跌三成多
家電	跌三成多

## 鐘錶需求不振 功能手錶逆市跑贏

#### 一枝獨秀

新冠疫情肆虐多時，俄烏衝突曠日持久，加上歐美等主要經濟體為壓抑通脹而收緊貨幣政策，進一步抑制消費情緒，使2022年首10個月香港鐘錶出口同比下跌4%。香港鐘錶廠商會會長劉樂濤坦言，高通脹嚴重打擊歐美市場，加上中國內地疫情反覆，業界生意難做，料2022年香港鐘錶出口將跌5%，2023年情況或更差。

劉樂濤接受大公報訪問時表示，與很多出口行業遇到的情況類似，鐘錶出口受到歐美通脹嚴重與俄烏衝突拖累，2022年出口到美國市場表現甚差，除了外圍因素外，另一因素是2021年底至2022年初，買家積極採購，卻遇上需求不振，許多買家庫存堆積如山，需要較長時間消化，中國內地因疫情影響需求，故2022年整體訂單表現欠佳。

#### 歐美訂單差 中東市場較佳

劉樂濤透露，2022年11、12月份訂單情況非常差，而這些訂單一般在2023年5、6月交貨，因此料2023年上半年鐘錶出口亦難有轉機，只能寄望下半年可以復甦。同時，2022年整體成本上升約3%，但客戶接受的增幅只得1%至2%，令業界感到頭痛。歐美經濟不景氣，相對地，中東等市場表現較佳，訂單跌幅相對較小，商會將組團到

中東尋找商機。

該會前會長劉健華亦指出，香港鐘錶出口以歐美市場為主，但2022年歐洲中價鐘錶跌幅明顯，而美國低價手錶跌幅較小，中國內地對傳統手錶的銷售仍不太理想，反而越南和印尼鐘錶出口仍表現積極正面。他認為，若2023年全球疫情沒有新變化，估計上半年各地消費氣氛將好轉，有利鐘錶銷售。另一方面，俄烏衝突對歐洲經濟有很大衝擊，對2023年歐洲市場不大樂觀，而東盟和中東市場衝擊較小，且經濟保持穩定，料仍有不少發展空間。

香港貿發局在香港鐘錶展2022問卷調查顯示，新冠疫情反覆，加上全球經濟前景轉差，令短期經濟展望蒙上陰影，但49%受訪買家及44%參展商認為，未來一至兩年業務將回復到疫情前水平，26%買家及29%參展商更認為，將較疫情前為佳。調查顯示，雖然需求不振，但智能手錶仍受歡迎，預料繼續帶動年銷售。45%受訪者預期智能手錶繼續是最受歡迎的產品類別，其次是機械式手錶(16%)和自動式手錶(16%)。該局指出，一些配備先進保健功能的手錶也越來越受消費者青睞，例如內置全球定位系統(GPS)、心電圖傳感器和血氧計等功能的手錶，而新產品潮流、休閒手錶，及電影角色聯乘產品也有助推動香港鐘錶業的出口。

## 購買力轉弱 服裝玩具2022年出口料瀉兩成

#### 衰退陰霾

全球經濟不景，歐美通脹高企，一向「搶人」的科技業也出現裁員潮，消費者生活趨向「慳儉」，香港2022年首10個月服裝出口跌17.8%。香港紡織業聯會名譽會長林宣武透露，全球服裝前三大進口國，分別為歐盟、美國和日本，但這三個經濟體都經濟疲軟，消費力欠佳，

加上前景未明，料2022年香港服裝出口或跌約兩成，2023年則受歐美經濟衰退陰霾拖累，表現並不樂觀。

林宣武表示，俄烏衝突加重全球通脹壓力，當中以歐美最受壓，能源危機難解，歐美央行又大幅加息，經濟滑向衰退邊緣。能源危機下高通脹持續，許多歐美企業深陷成本飆升、需求低迷困

境，近期不少企業要裁員，連一向賺錢能力突出的科技企業亦出現裁員，證明企業面對很大困難，消費市場受拖累，料2022年香港服裝出口或下跌一成多。

因應各種不利條件，林宣武坦言，消費者購買力下降，即使買衣服，也多選平價貨，或待大減價時才買，故香港業界面臨很大壓力，生意欠佳亦屬意料

中事。另有業界人士透露，由於海外需求下降，許多入口商及廠家倉庫內堆積如山。據悉，作為東盟主要成衣生產地之一的越南，有幾百家廠因訂單收縮而裁員或減工時，受影響數目以萬計。由此可見，整體服裝製造業情況十分差，除非大品牌推出促銷，方能去庫存。

至於香港玩具出口表現，廠商會會

長史立德表示，香港玩具主要出口歐美，因經濟差，出口表現反覆，即使在過去的「黑色星期五」和聖誕節等銷售旺季，亦未見訂單有明顯增加，甚至有廠家指訂單同比减少10%至30%。他指出，理論上廠商現時已接獲2023年上半年的訂單，但據業界反映，客戶普遍非常保守，對2023年玩具出口未感樂觀。