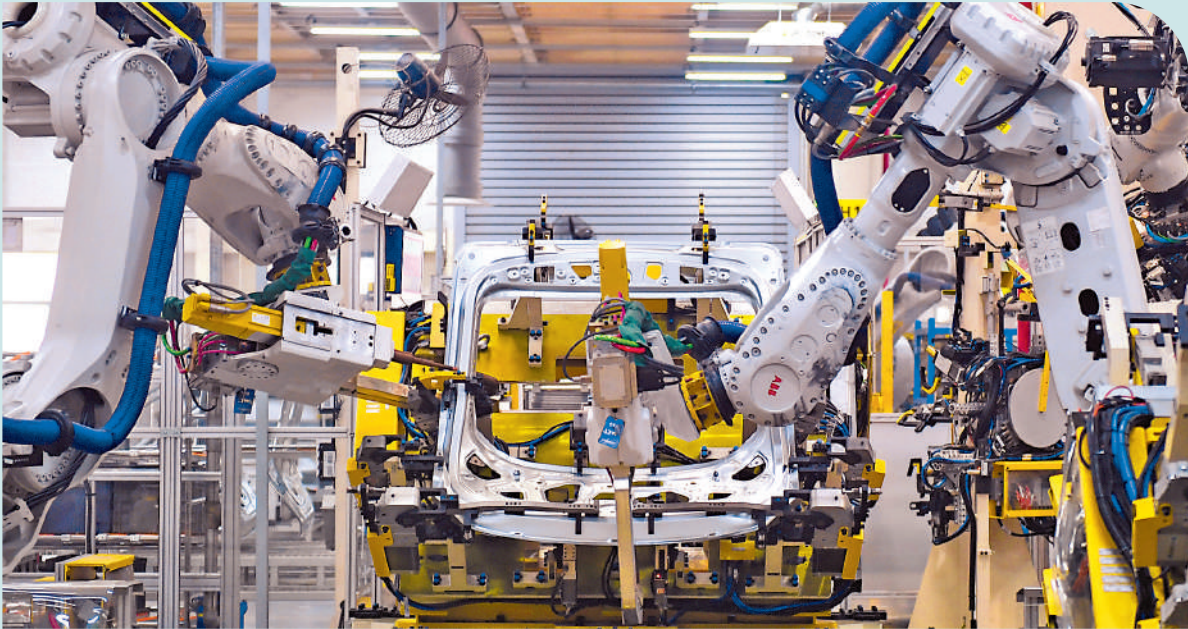


►中國製造的新能源車熱賣，也為全球環保事業做出積極貢獻。



隨着共建「一帶一路」的深入推進，中國與共建國家之間的經貿合作日益緊密，而「中國製造」在此過程中起到關鍵的推動作用。從「中國製造」到「中國創造」，從「中國產品」到「中國品牌」的轉變，也進一步助力「一帶一路」向前推進。

中國製造助力「一帶一路」發展

明觀四海 梁海明 馮達旋

海南大學「一帶一路」研究院

早在約二十年前，美國作家薩拉·邦焦爾尼在《離開中國製造的一年》一書中給出了結論：「美國人完全無法擺脫『中國製造』。」實際上，無法擺脫中國製造的不只是美國人，而是全球民眾，而且這也不僅是今天才發生的，而是早已如此。

千年之前，中國就已向全球提供「中國製造」的產品：絲綢、陶瓷和茶葉。當時，這些產品引領世界發展，帶動全球科技、社會進步。這種情況類似於現在美國的「三片」輸出：薯片（美國快餐文化）、影片（美國自由民主的文化價值觀）、電腦芯片（美國的創新文化），推動了全球相關產業的發展。

今天，中國向全球推廣新時期的「中國製造」產品——高鐵、移動支付、電子商務和新能源汽車。其中，高鐵技術在中老鐵路和雅萬高鐵等項目中的應用，提升了共建國家的交通運輸能力和區域經濟一體化水平；移動支付技術的推廣，簡化了國際貿易的支付流程，提升了金融普惠性；電子商務尤其是跨境電商的發展則擴大了市場規模，促進了消費升級和中小企業的發展；新能源汽車作為更加綠色環保的交通工具，帶給全球汽車業的不僅是低碳、智能的新技術，也為全球環保事業做出積極貢獻。

以新能源汽車為例，2023年中國的新能源汽車出口120.3萬輛，按年增長77.6%。期內，比亞迪累計銷售超300萬輛，成為全球新能源汽車銷量冠軍，覆蓋逾70個國家和地區。

中國製造的新能源汽車引發全球關注，在上海車展和慕尼黑車展引起了非常大的反響。一些外國汽車企業的技術人員甚至趴在中國新能源汽車的車底下研究，希望了解為何中國新能源車能夠領先全球。特斯拉行政總裁馬斯克更在2024年1月的公司財報電話會議上直言，「如果不設置貿易壁壘，中國車企幾乎可以摧毀世界上大多數公司。」

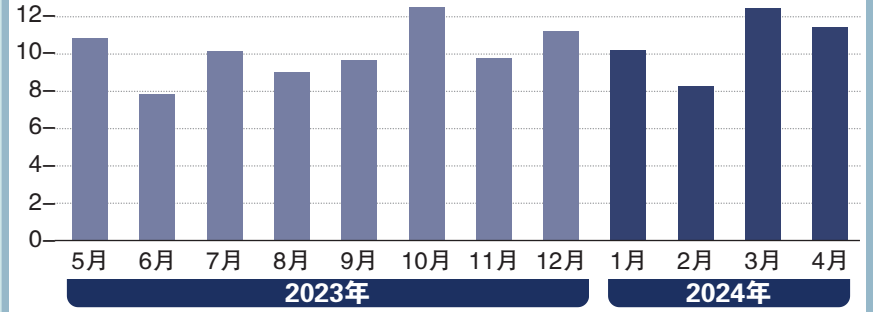
廣受國際市場青睞

包括新能源汽车在內的中國製造產業，愈來愈獲得「一帶一路」共建國家的信任和購買，相信至少包括以下幾個原因：

其一，「一帶一路」倡議的提出和實施，為中國與共建國家提供了更多的合作機會和平台。中國與「一帶一路」共建國家簽署了一系列貿易和投資協議，建立了多種合作機制。這些協議和機制包括關稅減免、投資保護、貿易便利化等措施，為「中國製造」進入他國市場提供了有力的支持和保障。同時，憑藉共建產業園區、技術轉移和合作研發等方式，使得中國與這些國家在產業鏈和價值鏈上的合作也在不斷深化，進一步增強了互信和互利共贏的基礎。

特別要指出的是，中國過去四十多年來在廣泛而深入的基礎積累，奠定雄厚的實力基礎。因此，中國憑藉強大的基建能力和堅實的底蘊，幫助共建國家實現大量基礎設施建設，包括雅萬高鐵、蒙內鐵路等標誌性項目，

中國新能源汽車出口量



不僅提升了共建國家的交通便利性，也為「中國製造」走出國門創造更好的條件，充分證明中國有能力將發展成果惠及更多國家和地區，推動構建人類命運共同體。

其二，中國在「一帶一路」建設中注重因地制宜，幫助當地發展經濟，除了交通基礎設施外，還包括電力等基建。例如，中國幫助非洲和拉美國家建設水電、光伏發電，這些新能源項目也為當地的工業化城镇化注入動力。這顯示出，中國在與共建國家的合作中，並非只關注自身盈利，更注重與當地的實際需求相結合，增強了中國製造產品在當地的信任度。

其三，中國製造業近年來技術水平和質量迅速提升。中國企業不斷加大研發投入，採用先進的生產技術和管理方法，提高了產品的質量和性能。許多中國製造的產品，如電子產品、家電、機械設備等，都達到國際標準，甚至在部分行業處於領先地位。這些高質量的產品贏得「一帶一路」共建國家消費者和企業的認可和信任。

其四，「一帶一路」倡議推動了中國與共建國家之間的基礎設施，尤其交通和物流網絡的完善。高鐵、港口、公路的建設和升級，大大提高商品運輸的效率，降低物流成本。這讓中國製造的產品能夠更快速、更經濟地進入這些國家市場，增強中國製造產品的可獲性和競爭力。

其五，隨着中國企業在國際市場上的不斷擴展和品牌建設，「中國製造」的品牌形象也不斷提升。許多中國企業通過國際化的市場推廣策略和優質的售後服務，贏得「一帶一路」共建國家消費者的信賴。同時，通過參與國際展會、舉辦產品推介會等方式，中國企業積極開拓國際市場，提升品牌知名度和影響力。

其六，「一帶一路」倡議不僅是經濟合作的橋樑，也是文化交流的平台。通過文化交流項目、教育合作和旅遊交流等活動，中國與共建國家之間的民間互動和相互了解不斷增強。這種文化與人文交流的深化，增進民眾之間的友誼和信任，為「中國製造」在這些國家的接受度與認可度提供良好的社會基礎。

警惕保護主義抬頭

在「一帶一路」倡議下，中國與沿線國家的經貿合作不斷深化，「中國製造」的產品廣受共建國家民眾歡迎，但同時也出現一些挑戰。

其一，面對更加廣闊的市場和多元化的消費需求，「中國製造」需要進一步提升產品質量和技術含量。過去，「中國製造」以低成本、大規模生產為主要競爭優勢，但在當前全球

經濟環境下，共建國家的消費者對產品的品質和功能要求愈來愈高，這就要求「中國製造」加快轉型升級，提高自主創新能力和核心競爭力。

其二，隨着國際貿易保護主義抬頭，一些國家對進口商品的安全標準和技術細節提出更高要求。「中國製造」在出口過程中可能面臨更多的貿易壁壘和技術障礙，需要加強與國際標準的對接和認證工作，提升產品的國際競爭力。

其三，雖然中國在智能製造方面已取得進展，但在全面推進製造業數字化轉型方面仍有提升空間，仍需努力加大工業互聯網、人工智能、物聯網等新技術的應用，推動製造業向智能化、數字化方向發展，提高生產效率和產品質量。

其四，全球供應鏈的不確定性增加，對中國製造業供應鏈的韌性和靈活性提出更高要求。中國企業需通過多元化供應鏈布局，減少對單一市場和資源的依賴，提升供應鏈風險管理能力，同時進一步拓展國際市場，加強全球化布局，提升中國製造在全球市場的競爭力。

其五，雖然「中國製造」在性價比具有優勢，但在某些國際市場上，品牌形象仍需進一步提升。加強質量控制體系，提升產品精細化和可靠性，同時加大品牌建設力度，增強「中國製造」品牌在國際上的知名度和美譽度，是未來發展的重要方向。

面對共建「一帶一路」帶來的新挑戰和新問題，「中國製造」正在積極尋求轉型與升級。首先是加強自主創新能力，提高核心技術研發水平。企業應加大研發投入，培養高素質的研發人才，推動產學研一體化發展，形成具有自主知識產權的創新成果。其次是優化產業結構，提升產品質量和附加值。通過引進新技術、新工藝和新設備等手段，改造傳統產業，培育新興產業，實現由低端製造向高端製造的跨越。再次是注重品牌建設，提升品牌影響力。企業要樹立品牌意識，加強品牌營銷和網絡建設，提高品牌知名度和美譽度，實現從「中國製造」到「中國品牌」的轉變。

可見，從「中國製造」到「中國創造」，從「中國產品」到「中國品牌」的轉變，中國的產品通過「一帶一路」倡議的實施，既更好地適應全球化發展趨勢和市場需求變化，又推動共建國家的基建、金融普惠、綠色環保和貿易便利化，為共建國家民眾帶來實在的好處，更提升中國產品的國際影響力，為全球經濟合作和發展注入新的活力和機遇。

（註：梁海明為海南大學「一帶一路」研究院院長，馮達旋為名譽院長）

香港低空經濟大有作為

飛同凡響 簡浩賢 林博俊

粵港澳大灣區航空交流協會、
低空經濟研究小組

低空經濟首次於2021年2月國務院印發的《國家綜合立體交通網規劃綱要》中被納入中國的發展藍圖。隨着2023年各類低空經濟政策陸續發布，2024年1月1日《無人機駕駛航空器飛行管理暫行條例》的正式實施，以及2024年3月中國《政府工作報告》中提到：加快發展新質生產力，積極打造生物製造、商業航空和低空經濟等新增長引擎。

低空經濟指以民用有人和無人駕駛航空器為主體，在垂直高度1000米、或根據實際需要延伸至不超過3000米的低空空域範圍內，實現多種載人和載貨應用場景，輻射帶動航空器研發、生產銷售及低空飛行活動相關的基礎設施建設運營、飛行保障、衍生綜合服務等領域產業融合發展等綜合經濟形態。

粵港澳大灣區在低空經濟賽道處於領先位置，大灣區內各城市紛紛竭盡所能，借助國家相關低空經濟政策的支持，鼓勵低空經濟產業鏈上各單位和企業等組織相互合作，共同發力，爭創國家低空經濟產業綜合示範區。

以深圳統計數據顯示，2023年該市低空經濟年產值超過900億元人民幣，按年增長20%，新開通無人機航線77條，新建無人機起降點73個，完成載貨無人機飛行量60萬架次，飛行規模全國第一。消費級無人機佔全球70%的市



▲香港可打造更多的無人機飛行表演，為各地遊客展示香港的國際城市魅力。

場份額，工業級無人機佔全球50%的市場份額。

今年2月24日，電動垂直起降航空器eVTOL跨城跨灣航線首次演示飛行的順利完成，成功實現了eVTOL技術與基礎設施搭建、空中交通數字化監管等各方的合作實踐和驗證，探索了城市空中交通低空載人運輸新場景。此外，美團輕型無人機立足深圳較為完善的低空產業發展鏈條，打造「3公里，15分鐘」社區即時配送模式。

開通商務與物流新航線

香港作為亞太地區國際商業樞紐，背靠粵港澳大灣區，應該抓住低空經濟這一「萬億產業」的真實發展機遇，積極融入粵港澳大灣區低空經濟的建設發展中來。因此，小組研究提出如下發展建議：

首先，加強與粵港澳大灣區內各城市通用機場合作，開通新的低空商務及物流航線。低空經濟的發展將改變傳統的出行方式及物流方式，打造低空物流航線與商務航線，提升大灣區內各節點城市的人力和物流運輸的便利性和高效性，對香港未來在粵港澳大灣區的發展意義重大。尤其是香港城市化程度與內地城市便捷度也存在差異，如果實現如無人送貨與無人飛行亦需要開展研究。

其次，推動低空經濟與旅遊行業更好地融合發展，打造香港的旅遊名片。2024年央視春晚，全國多地分會場使用無人機做出各類象徵中國春節元素的圖案及動作演示，吸引了眾多中外媒體和遊客的眼球。香港作為亞洲國際都會，吸引着來自全球各地的遊客來到這個國際都會。在節假日及中國傳統佳節選擇合適的場地，借助無人機的多功能及低成本優勢，為來自全球的遊客展示香港這座國際城市的魅力。另外，在香港著名景點，例如海洋公園、大嶼山或環岸遊上推動無人飛機亦可作為未來旅遊新產品。

最後，借助低空經濟產業可以更好地服務香港本地醫療等產業的即時運輸，提高城市運轉效率。目前，順豐旗下豐翼科技的無人機在深圳逐漸實現了城市多場景常態化運營，覆蓋醫療、快遞等行業延展。香港作為國際商業樞紐，本地交通物流及醫療資源運輸的需求巨大，借助低空經濟的發展，讓無人機更好地為香港各行各業相關的資源運輸提供服務，不僅有助於相關行業組織降低運輸成本，更有助於各行各業提高運營效率。

租務旺市 回報上升吸引投資者



樓市新態 汪敦敬

祥益地產總裁

萊坊發表了今年首季《全球豪宅租金指數》報告，全球15個城市的豪宅租金平均按季增長0.7%。香港豪宅租金同樣按季錄得0.7%升幅，但由於統計期內三分之二的時間是撤辣之前（2月28日撤辣），證明未撤辣之前豪宅的市況已經開始穩定，至少在租務上可以這樣說。

樓市在撤辣後最高曾升約3%（以CCL為例），近期有所回落，甚至接近消化了撤辣後的升幅，筆者相信這是因為撤辣後市場以換樓為主，市場放盤增加，一些樓盤價格較低，不過，受追捧的樓盤，其價格仍然走高。

樓市現處重整階段

筆者認為，樓價下跌潮已過，現在是重整階段。事實上，辣招時期和撤辣時期的市場樞桿結構不同了，資金和購買力發揮的板塊亦不同。辣招時期很多購買力都集中在細單位，以2010年至2021年10月（官方樓市指數高位）計，A類至E類面積劃分單位的升幅分別是229%、195%、130%、103%和64%，數字反映細單位跑贏大市。

而同一個區域的樓花盤，發售呎價曾在二、三年間由約1.1萬元升到2萬元，只是有關樓價的升幅不會在樓市指數上反映。

當年升得太快的樓市板塊，會在市場恢復期降溫。現在市場上有不少板塊雖然有減價，但回不到撤辣前的低價水平，例如400萬元以外已買不到天水圍嘉湖山莊三房單位。此外，要留意租金上升正是反映市場需求的變化，未來將是租務旺市，租金顯然還有上升空間。

筆者認為，樓市雖然有升有跌，但現在樓價趨勢不是下跌。市場上租金回報普遍約3厘，若樓價持平、租金上升，收租回報很快會去到4厘，筆者相信，有關回報率會吸引更多長線投資者入市。

從價格上落角度看，香港的處境是幸福的，低通脹令到很多投資產品獲得實際收益。當然，樓市也出現新常態，如發展商需要借貸的息口遠高於小市民的按揭息口，而建屋因為牽涉的物資廣泛，起樓的通脹亦高於民生的通脹，所以發展商起樓，無論建築材料或者息口成本都會高於小業主的二手住宅市場。

如果市場發展到小市民的負擔能力低於建築成本的話，發展商在買地和建屋就會停止，供應量就會中斷。事實上，特區政府賣地已經停了一個季度。如果香港引入外來人才達至人口平衡，這個做法一定會令到租金回報率上升，投資環境只會愈來愈好。

眼前的樓市情況只是不利於短炒，對長線投資是利好的。如果通脹繼續低於投資項目回報，長線投資就容易得到正增長，那麼社會財富就會愈來愈多，我們正是處於這個情況。



▲現時本港住宅租金回報普遍約3厘，若樓價持平、租金上揚，回報率會進一步攀升。 大公報記者麥潤田攝