

港今年出口求穩 電子產品望突圍

貿發局：半導體需求利外貿 港商憂關稅累訂單流失

經濟透視

特朗普揚言對中國加徵關稅，加上地緣政治風險升溫及去年香港出口基數較高等，均不利香港出口，各界對今年出口表現意見分歧。

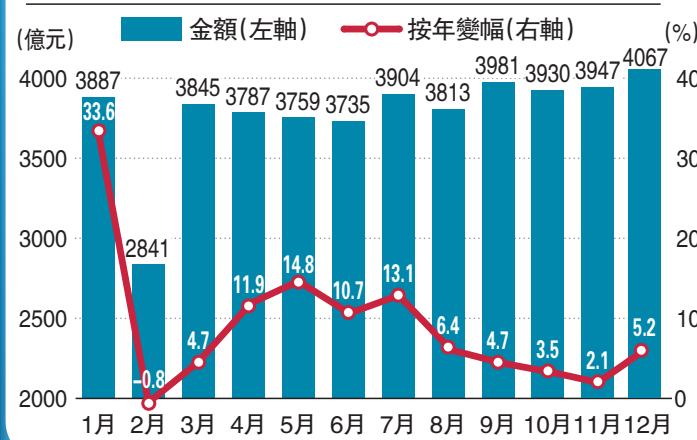
香港貿發局研究總監范婉兒認為，受惠亞洲電子產品持續升級，特別是半導體需求上升，料今年香港出口貨值可望增長4%。香港付貨人委員會主席林宣武則較保守，指很多產品已不經香港轉口，且受關稅影響，料出口增長僅1%至2%，今年首要工作是「力求平穩」，以保存實力。

大公報記者 李信



▲受惠電子產品需求持續，香港今年出口貨值有望上升4%。

香港2024年出口貨值



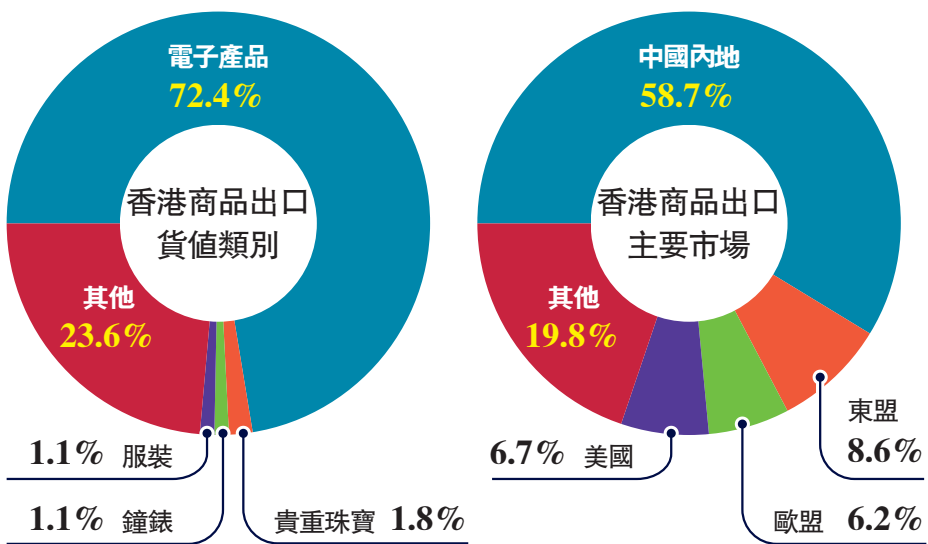
談及今年出口增長引擎，范婉兒認為，電子產品作出巨大貢獻。多年來，電子產品是香港最大的出口類別，佔香港出口總值逾七成，且電子產品業者對今年前景保持適度樂觀，主因在於全球商界對人工智能系統有持續需求，而新一代人工智能手機、個人電腦及其他數碼設備陸續推出，既有望提振消費市場的銷量，也對刺激香港出口發揮重大作用。

值得注意的是，根據美國半導體產業協會的數據，2024年第三季全球半導體銷量按年增23%，遠高於第二季18%和第一季17%的升幅，充分顯示電子消費品的需求可望持續。該協會日前預測，今年全球半導體銷量將上升11.2%，這個發展趨勢肯定會令香港的電子產品出口商受惠。

對於特朗普揚言大幅加徵關稅，令人擔心影響出口。范婉兒強調，港商已經透過投資不同的地區，轉移生產線等應對關稅影響。同時，由於關稅等不明朗因素，早前很多出口商已預先付運，香港上半年出口可望表現理想，但增長步伐恐於下半年放緩。林宣武認為，加稅將削弱美國消費者的購買力，令美國市場利潤更低，而俄烏衝突一直拖累歐洲經濟，大家沒有太大期望，故今年仍是平價貨的天下，但偏偏這並非港商的強項。

中小企無力轉移生產線避險

「現在已不是在東盟開一個工廠已可應付，已有美國買家要求港商在海外兩個國家有廠，才能有訂單，但



備註：數字為2024年首10月
資料來源：統計處及貿發局

外貿形勢多變 及早管理風險

新聞分析

李信

談及今年出口情況，以有人歡喜有人愁來形容最合適不過。「狂人」特朗普重掌白宮，肯定會以關稅「招呼」中國進口貨，勢必削弱美國購買力，加上每年買家壓價的「惡習」，迫使僅在內地有廠的中小企面臨業務收縮。相反，在海外愈多地方有廠的大企業，憑着雄厚的財力、人力，有力以低價搶走中小企的訂單。因此，今年玩具、成衣、皮具、鞋類等勞動密集型產業之中小企，勢必面對洗牌，要生存必須變陣應對。

面對種種挑戰，特別是美國市場風險上升，出口商應改變思維，不再一味追求數量，改為輕裝上陣。首

又有多少港商有能力同時開兩個廠？今年肯定是大多數中小出口商難過的一年。」林宣武坦言，今年中小出口商生意十分難做，很多訂單或流失到大廠。

至於今年香港出口表現，林宣武表示，很多港商已直接在內地或東盟出口，不再經香港轉口產品，出口數字早已不能代表港商的生意實況。「現時珠三角工廠已大減，其他省份的產品亦無必要運來港轉口，而東盟廠房亦可直接出口歐美。」

另有港商指出，由於買家擔心美國可能加徵關稅，已要求提早出貨，料今年首季香港出口仍有不俗表現，但當落實關稅後，肯定進一步打擊購買力。按美國消費者科技協會估計，若按特朗普實施其提議的高關稅，今年美國消費科技產業產品和服務的購買力將下降900億至1430億美元。其中，手提電腦和平板電腦銷量更可能大跌68%，遊戲機降58%，智能手機挫37%，屆時不但重創以上產品的銷情，而很多港商亦從事相關上下游產業，無法獨善其身。

傳統製造業料現併購潮

因應外圍市場眾多不明朗因素，他估計，一些傳統行業將加快洗牌，像成衣、玩具等勞工密集的產業，肯定出現「大魚吃小魚」情況，部分財力、人力欠佳的中小企業面對重大壓力，甚至出現結業潮。「部分廠家認為無利可圖，已拒絕低利潤訂單，以保存實力。」

各界對今年出口看法

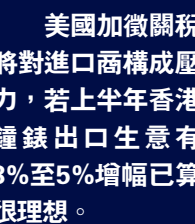
香港付貨人委員會主席 林宣武

很多產品已不經香港轉口，且受關稅影響，料出口增長1%至2%，今年首要工作是「力求平穩」。



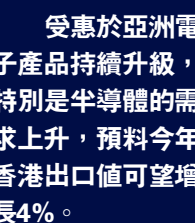
香港表廠商會名譽會長 劉健華

美國加徵關稅將對進口商構成壓力，若上半年香港鐘錶出口生意有3%至5%增幅已算很理想。



香港貿發局研究總監 范婉兒

受惠於亞洲電子產品持續升級，特別是半導體的需求上升，預料今年香港出口值可望增長4%。



貿發局玩具業諮詢委員會主席 陳允誠

今年香港玩具出口可望增長4%，且大部分廠家已在海外設廠，料美國關稅對業界影響輕微。



貿發局鐘錶業諮詢委員會主席 劉榮濤

鐘錶業界不敢對今年出口抱有期望，保持去年生意已不錯，海外訂單利潤愈來愈低，業界力求穩定。



新興市場帶動 港玩具出口料增4%

前景樂觀

儘管市場挑戰重重，但玩具業界對今年前景看法審慎樂觀，主因是估計中國、印尼、泰國、印度及波蘭等新興市場銷情不俗，且授權玩具愈來愈受歡迎，均成為今年業界增長動力。香港貿發局玩具業諮詢委員會主席陳允誠估計，今年香港玩具出口可望增長約4%，且大部分廠家已在海外設廠，料美國關稅對業界影響輕微。

根據歐睿 (Euromonitor) 的預測，由2024至2028年，全球玩具及遊戲市場的複合年均增長率約7%。中國、印尼、泰國、印度及波蘭等大型新興市場將繼續為銷售帶來動力。陳允誠向《大公報》表示，現時不少港商從事授權玩具，且內地授權玩具發展快速，為港商帶來不少機遇，而美國市場亦有穩定表現，料今年情況相若，但歐洲市場則較呆滯。相對而言，估計今年東盟及中東市場有不俗成績。產品類別方面，許多人仍鍾情手遊及電子遊戲，但傳統玩具則保持穩定銷情。

同業競爭大 開發新品吸客

然而，業界仍要面對不少挑戰。陳允誠表示，因各地廠家都爭相到越南投資設廠，現時該國人力似乎漸見緊張，人力及土地成本也上漲，故很多業界視印尼為優先選擇，因其人口較多。另一挑戰是買家幾乎年年要求減價，但各項成本卻不跌反升，令業界壓力沉重。

怡高安迪 (香港) 行政總裁施俊匡亦表示，香港玩具企業面對不同的挑戰，包括來自內地北部地區和東南亞同業的價格競爭，以及全球市場對可持續消費的追求。因應市場趨勢，該公司將積極主動求變，開發更多具趣味性的創新玩具，並認為東盟、中東等「一帶一路」新興市場極具潛

力，希望可以透過含科技元素的玩具，吸引環球買家和合作夥伴，開拓新市場。

另外，許多玩具和遊戲製造商都把電子和新技術與玩具結合起來，以增添玩法。隨着科技進步，開發和生產這類產品的成本已經下降，較容易負擔。實體玩具可通過應用程式和藍牙等連接功能，為兒童帶來嶄新的遊戲體驗。玩具融合人工智能已逐漸成為行業大趨勢，讓孩子與玩具互動，豐富遊玩體驗。

玩具收藏品受成年人追捧

近年另一發展迅速的市場是玩具收藏品，並已經壯大成為玩具業的重要部分，愈來愈多成年人甚至長者都有收藏玩具。這些成年人購買力較強，喜歡搜集軟膠玩具、模型車、動作人偶及塑像等，特別是一些造型取材自流行電影、視像遊戲、漫畫及知名人士等，更受市場歡迎。以美泰兒的芭比洋娃娃、Matchbox壓鑄模型車和Hot Wheels跑車套裝為例，不但兒童系列深受歡迎，收藏品業務也很可觀。



▲玩具收藏品市場發展迅速，近年有不少成年人及長者喜歡收藏玩具。

歐美需求弱 鐘錶界拓東盟中東市場

此消彼長

因應外圍市場諸多不明朗因素，特別是多國地緣政治風險上升，鐘錶業界均不敢對今年出口生意抱有期望，坦言保持去年生意已算不錯，更明言現時海外訂單利潤愈來愈低，稍一不慎甚至會蝕本收場，故業界都力求穩定，只要「維到成本」已算交到差，若能有微利更已是萬幸。「歐美前景都幾淡，中東及東南亞訂單利潤略好，但訂單量偏少。」香港貿發局鐘錶業諮詢委員會主席劉榮濤形容，業界對今年出口生意態度保守。

劉榮濤向《大公報》表示，在大環境欠佳下，很多鐘錶產品售價不斷下跌，惟各項成本仍高，只要稍有不慎便會虧損，因此部分廠家寧願少接訂單，盡可能降低風險。他坦言，沒有人知道特朗普上台後，將對中國產品實際加徵多少關稅，因此業界觀望氣氛很濃。「若美國出手制裁中國，中國亦會反擊，最終只會令企業生意更難做。」

3萬至10萬價位手錶有需求

香港表廠商會名譽會長劉健華向《大公報》表示，對今年出口前景不樂觀，指美國加徵關稅將對進口商構

成壓力，首要工作是穩定上半年生意，待美國落實加多少關稅後，再作部署。他坦言，若今年上半年香港鐘錶出口生意有3%至5%增幅，已算很理想。

個別市場方面，劉健華表示，美國市場有太多不明朗因素，至少上半年一定有影響，下半年則有待觀察。歐洲市場更每況愈下，估計全年有2%至3%跌幅。相反，東南亞和中東國家則前景理想，對一些時尚、售價較低的手錶仍保持一定需求，估計今年有輕微升幅，而部分進口商對價位3萬至10萬元優質香港品牌手錶，洽談採購反應良好，料也有不錯表現。「中東及東南亞市場都有很大潛力，香港鐘錶產品在當地具一

定吸引力及競爭力，港商宜加強拓展這兩個市場，當局也應大力支援。」

智能錶冒起 傳統錶受衝擊

然而，業界人士指出，近年來穿戴式電子產品在東盟主要市場銷售暢旺。隨着更多消費者依賴智能手機查看時間，中低價手錶市場大受衝擊，且利用智能手機連接智能手錶和穿戴式電子設備的風氣興起，也為主導智能手錶領域的Apple和Google帶來明顯優勢，但對傳統手錶帶來頗大影響。「不少人習慣用手機代替手錶，這對行業來說，絕對是一大危機，值得各界思考如何應對，更重要的是如何化危為機，但並非每個業界都有能力生產智能手錶，這可能形成行業一大淘汰賽。」

「智能手錶很方便，又易於與他人聯繫，且功能愈來愈多，廣受消費者所愛。除了Apple Watch外，三星、Sony、摩托羅拉、LG及小米等大品牌爭相推出相關產品。市場估計，去年智能手錶全球銷量升5%，今年更增長8%，必須要搭上這波熱潮，才能乘勢而上，否則很容易落後於人。」業界人士坦言，必須捕捉到智能手錶熱潮，才能立於不敗之地，但偏偏仍有不少傳統業界無法轉型。



▲香港鐘錶產品在中東及東南亞有吸引力。