

港明年出口增長料放緩至8%

貿發局調查：疫情反覆物流成本續增 僅三成港企看好前景

新冠疫情仍然肆虐，全球量化寬鬆規模可能縮減，各地經濟復甦步伐正面臨不同程度影響，出口商所受壓力未見舒緩，香港貿發局最新的調查顯示，疫情的反覆及物流成本激漲仍然是影響明年出口的主要因素，總體上不到三成企業料明年生意有增長，加上受比較基數影響，預料明年香港出口增長將由今年的25%放緩至8%。貿發局研究總監關家明昨指出，全球復甦步伐不一，疫情持續反覆全球供應鏈中斷和物流瓶頸延續，加上通脹憂慮日增，都將壓抑港企的業務增長。

● 香港文匯報記者 殷考玲

貿發局今年11月中進行的最新一次出口指數調查顯示，新冠疫情反覆仍然是眾多香港出口商的一大擔憂，其中87%的受訪者表示業務受到負面影響，比上一季大增20.4個百分點。同時，有62.4%的受訪者估計物流成本在明年第一季繼續增加，而39.8%更預測成本將上漲10%至30%。

87%出口商料受疫情影響

調查又顯示，更多出口商(87%，較上季升20.4個百分點)表示業務備受疫情打擊，主要的負面影響包括運輸成本上升(60.2%)、物流配送受阻(53.2%)以及原材料/零部件供應緊張(41.4%，按季升16.8個百分點)。29.1%的出口商預料來年的總銷售額保持不變，而有28.3%則預期有增長。

至於明年的貿易策略，調查顯示有46.4%出口商表示計劃開發其他產品種類，有33.8%出口商則選擇開拓內地市場，以及有30.5%出口商將分散銷售至其他海外市場。

關家明表示，疫情導致運輸延誤、港口關閉或堵塞，已在不同層面衝擊全球供應鏈，例如供應商延遲交貨予買家(71.3%)、生產日程混亂(39.8%)以及需把運費上升的成本轉嫁消費者(38.4%)等。不少出口商(62.4%)預期明年首季物流成本持續上升，39.8%更認為升幅將達10%至30%。

製造商預留更多緩衝時間

他指出，在後疫情期間，製造商或會預留更多緩衝時間，以確保生產線運作暢順。「以汽車製造業為例，已經由半導體晶片和零部件『零庫存』的『及時生產』模式，改行囤積庫存的『以防萬一』策略，以應對或會遇到的物流瓶頸。」

綜合調查中各項因素，貿發局經貿研究預測2022年香港出口可望按年增長8%。關家明解釋，受到疫情影響，貨運延誤、港口關閉或堵塞的情況不斷出現，已在不同層面衝擊全球供應鏈，例如已有71.3%供應商延遲交貨予買家、39.8%生產日程混亂等。

不過，該局數據顯示，在低基數效應下，今年首10個月香港出口按年升26.7%，至約39.98萬億元，關家明指出香港出口增幅顯著，反映香港出口抗逆力強，更超越全球平均水平，及明顯優於多個鄰近經濟體，內地出口較上年同期增長32.3%，日本增長20.1%，韓國增長26.0%。不過由於疫情持續及市場不明朗因素增加，或會為本港明年出口帶來陰影。



▲ 香港貿發局最新的調查顯示，疫情的反覆及物流成本激漲仍然是影響明年出口的主要因素。 資料圖片



◀ 關家明表示，疫情導致運輸延誤、港口關閉或堵塞，已在不同層面衝擊全球供應鏈。

香港出口主要行業對明年展望

電子產品

電子產品佔香港總出口70%，業內貿易商對來年的增長機遇感到樂觀。貿發局在2021年10月進行的秋季電子產品展調查顯示，55%的業內人士預期2022年的總銷售額會有所增加，而30%則估計保持不變。產品類別方面，預料電子及電器配件、醫療保健電子產品和家用電器的銷路在2022年將顯著增長。

服裝

服裝出口商的前景也大致樂觀。貿發局在2021年9月進行的CENTRESTAGE 2021(香港國際時尚匯展2021)調查顯示，48%的買家預期2022年的銷售額將有所增長，而60%的參展商也持相同看法。產品方面，雖然時裝飾品和運動裝更受重視，不過便服和都市流行服飾於來年仍會是最受歡迎的時裝類別。然而，越來越多企業把生產活動從中國內地遷往南亞和東南亞，可能令香港的服裝出口添上陰霾。

玩具

隨著網絡遊戲和手機應用程式遊戲越來越受歡迎，香港的玩具出口前景較難樂觀，市場機遇取決於短期內會否有新型號的遊戲主機推出。與此同時，電子小玩意、電子競技產品/設備和周邊玩具配件的需求，應會成為日後香港玩具出口的推動力。事實上，香港的出口統計數字不一定全面反映港商的玩具業務，因為這些業務大部分以離岸貿易的方式進行，貨物不會經過香港。

鐘錶

業者對2022年的前景持樂觀態度，香港貿發局在2021年9月進行的香港鐘表展調查顯示，一半受訪者預期整體銷售額會增加。產品類別方面，由於疫情下人們的健康意識有所提高，預料智能手錶和運動型手錶來年的增長潛力最大。

珠寶

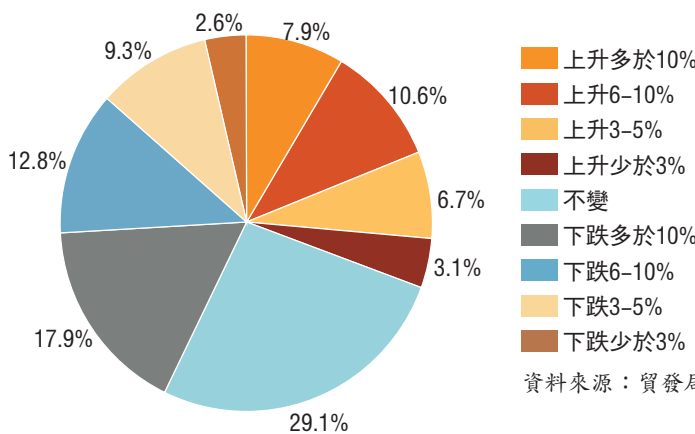
雖然疫情帶來的挑戰繼續使珠寶業蒙上陰影，尤以高檔珠寶市場為然，不過香港珠寶出口的表現應會轉佳。疫情使網上銷售渠道暢旺，而消費者則傾向選購低價貨和日常佩戴的首飾。因此，時尚珠寶和設計師作品的抗逆力可能比奢華珠寶(包括黃金和鑽石首飾)略優。隨着社交距離措施放寬，婚禮和其他慶祝活動逐步恢復，可能有助促進珠寶需求。

香港今年對外貿易概況

項目	1月至10月表現	變幅
總出口	39,988.06 億元	+26.7%
一本產出口	641.54 億元	+70.4%
一轉口	39,346.52 億元	+26.2%
進口	43,004.66 億元	+25.5%
貿易總額	82,992.72 億元	+26.1%
貿易差額	-3,016.59 億元	—

資料來源：香港政府統計處《香港貿易統計》
製表：記者 殷考玲

港企預計明年生意表現



美國運通：四成企業生意已恢復至疫情前

香港文匯報訊(記者 莊程敏)本港疫情漸趨回穩，本地企業的業務持續復甦。美國運通昨公布委託香港生產力促進局進行的「香港企業對2022年營商展望調查」結果，報告顯示有四成本地受訪企業表示業務狀況已恢復甚至超越疫情前水平。近半中小企(48%)表示業務狀況完全恢復或超越疫情前水平，相對大企業(39%)，中小企的復甦速度更快。另外，有三分之二受訪企業(66%)積極拓展香港以外市場，當中超過四成表示將以內地為發展重點，而主因是開拓客源。

九成中小企看好明年收入

調查指出，本地企業對於2022年的收入及利潤前景感到樂觀或持平，而中小企相對大型企業的信心更為顯著。調查顯示，91%中小企及75%大企業對於2022年的收入前景感到樂觀或持平。至於對2022年的利潤前景，75%中小企及63%大企業感到樂觀或持平。與2021年相比，近半香港企業預期明年的收入、利潤及年度預算亦維持不變或上升。

成本方面，63%企業認為原材料或商品成本上升，有逾半同時預期整體員工薪金(60%)、租金(65%)、專業服務(65%)、市場推廣及宣傳(62%)、物流(52%)及商務旅遊(63%)等範疇的相關成本將維持不變。

兩成企業有意進軍大灣區

在跨境業務機遇方面，調查顯示66%受訪企業經已或有興趣拓展香港以外的市場，逾四成(41%)選擇以內地市場為發展目標，當中近一半(20%)特別聚焦大灣區，大幅超越其次的東亞(15%)、東盟(12%)及歐洲(12%)等地區。對經已或計劃走進內地市場的企業而言，進一步擴展客源(62%)是主要誘因，其次是確保原材料或產品得到穩定供應(12%)，及節省成本(12%)等主要因素。

不過，疫情亦突顯了企業現金流管理及財務靈活的重要性。半數受訪企業(50%)表示正面對現金流問題，超過三分之一企業(35%)承認沒有足夠現金支付供應商，或只能應付即月到期的賬單。結果反映某些本港企業在現金流管理上仍面對一定程度的挑戰。過半受訪企業(52%)認為政府資助能為現金流問題提供最大支援，其次是靠增加業務銷售(35%)及租金減免(29%)等。

是次調查於2021年10月至11月期間以電話形式進行，訪問超過1,000間不同規模和行業的本地企業對2022年的營商展望。調查探討企業就「2022年營商展望」、「應對後疫情世界、新常态下的商業戰略」、「跨境機遇」，以及「商業挑戰和現金流管理」四大範疇的意見。

吳宏斌：聖誕節後買家賴賬高峰

香港文匯報訊(記者 殷考玲)為了便利中小企投保，香港出口信用保險局(信保局)昨日推出加強版網上信用保險自助服務平台「EC-Reach 中小企信保網2.0」(EC-Reach 2.0)。為保戶100萬元或以下的信用限額申請提供快速批核。具備足夠買家資料的批核申請可於一日內完成。而且，符合相關條件的保戶更可自訂高達80萬元的信用限額，毋須另行審批，保單年費亦獲豁免。

推EC-Reach中小企信保網2.0

EC-Reach 2.0是今年施政報告中推出的多項措施之一，信保局諮詢委員會主席吳宏斌昨表示，聖誕節後是買家出現付款困難的高峰期，因此香

港出口商需多加留意買家的信用風險及付款情況，審慎管理放賬風險，信保局會密切監察環球零售情況及買家信用狀況，而出口商應與買家保持緊密聯繫，對市場動盪保持警覺，一旦買家延遲還款，就要採取即時及果斷的行動，以減少損失。

政府於去年6月透過信保局推出「百分百信用額提升計劃」，並三度延長計劃至明年6月30日。截至今年11月底，該計劃為超過1,700個保單持有人提供150億元額外保障，亦為累計總值約158億元的貨物提供保障，信保局將在明年推出另外兩項2021年施政報告下的新措施，分別是「出口信用擔保計劃」及「彈性賠償率安排」，以支援出口商擴大市場佔有率。

內地傳擴大持「黃金股」

香港文匯報訊 路透社引述知情人士表示，內地一直在擴大其持有民營公司中少數股權的做法，並將不僅限於那些專門從事網絡新聞和內容的公司，還包括擁有大量關



● 報道指內地政府已就「黃金股」與滴滴磋商。

鍵數據的公司。

報道稱，內地政府已經與卡車運輸服務平台滿幫集團(Full Truck Alliance)達成了事實上的特殊管理股權或稱「黃金股」安排，同時亦就滴滴及喜馬拉雅的「黃金股」進行磋商。

報道指，為了防止敏感的國安資料外洩，內地政府在大約5年前開始在民營網絡媒體公司中持有黃金股份——通常佔公司股份的1%左右。這些股份由政府支持的，獲得董事會席位和/或對關鍵經營決策擁有否決權的基金或公司購買。

滿幫集團在今年5月披露，中國互聯網投資基金(CIIF)已成為其股東。消息人士稱，該基金得到了國家網信辦的支持，大約在2019年或2020年的某個時候入股滿幫，其持股本質上是一種特殊的管理股權安排。