

據美國《華爾街日報》報道，中國製造業正經歷結構性轉型。過去中國以大量生產廉價玩具、鞋履、服裝與電子產品聞名，支撐「世界工廠」的地位；如今中國開始向全球出口芯片、精密機械、工業機器人等支撐全球製造業的高附加值產品，從「世界工廠」變為「全球工廠的供貨商」。

● 香港文匯報記者 路雨萱

麥肯錫全球數據研究院數據顯示，今年頭5個月，中國中間產品、資本貨品出口按年分別上漲25%及12%，消費品出口增長4%。去年美國加徵新關稅後，中國消費品出口出現2019年以來首次下滑，但中間投入品、資本品出口按年增加1,750億美元（約1.3萬億港元），推動中國貿易順差創下1.2萬億美元（約9.4萬億港元）的歷史新高。製造業升級令中國在全球供應鏈更多環節佔據優勢，出口實力進一步增強，同時也更能抵禦針對成品的關稅壁壘。

數十年持續推動產業升級成果

這一轉變的背後，是中國數十年持續推動產業升級的結果。相關政策鼓勵提升本土配套率，推動國內零部件產能擴張。依託專精特新「小巨人」企業扶持計劃，中國向數千家高端細分製造領域的中小企業投放補貼與低息貸款。龐大國內市場與激烈市場競爭，加速國內產業升級。完備的供應商網絡與基礎設施，亦大幅提升生產效率。

廣東省東莞市正處於新一輪產業轉型的核心。總部位於東莞的拓斯達是中國規模最大的工業機器人與機械設備廠商之一，其客戶超過1.5萬家，遍布逾50個國家，包括美國Jabil、韓國三星、中國華為和寧德時代等。其國際業務副總裁姜向前表示，過去高端製造業由德國、日本主導，如今「我們的技術已追平，不少產品已實現反超」。

外企產能遷出成中國工廠機遇

從流水線工人成長為出口設備製造商的王洪飛，其經歷就是中國產業崛起的縮影。2001年中國加入世貿組織，18歲的王洪飛獨自來到東莞，在步步高電子的流水線上成為一名工人；如今他創辦的東莞洲際技術公司向IBM、霍尼韋爾等美國企業出口電路板自動化組裝設備，預計今年營收增長至少50%。

王洪飛表示，「中國只做世界工廠的時代已經結束，現在中國幫助全世界建設工廠。中國不可能永遠只出口消費成品。」他亦強調，美國加徵懲罰性關稅並未對其企業造成影響，只要全球還存在電子產品需求，工廠就會滿負荷運轉。

另一間零部件製造商利托電子，其產品被用於瑞士食品巨頭雀巢的咖啡機及其他電子產品。該公司銷售代表稱，不少客戶為壓縮成本，放棄歐美品牌轉而採購自家產品，2020年以來企業銷售額年均增長約10%，墨西哥、越南成為利托電子的重要出口市場。大量企業為規避美國關稅，將產能遷出中國，這對於輸出中間產品、資本貨品的中國工廠而言是重大機遇。

德進口中國高端資本品規模 數十年來首超對華出口

《華爾街日報》指出，中國製造業結構性轉型，正重新改寫全球出口競爭格局。德國、日本等高端製造經濟體過去長期主導精密機械、工業設備、化工產品等領域，中國是這些產品的進口國。如今中國不僅在上述領域實現技術追平，更開始向全球出口高附加值中間產品與資本貨品，令傳統製造強國感受到市場份額流失的壓力。

報道稱，德國自中國進口高端資本品的規模，數十年來首次超過對中國的出口。德國本土叉車製造商永恒力行政總裁布斯卡坦言，中國企業在歐洲工業叉車市場的份額，已從2019年的11%升至30%。他透露，中國生產商已設立本地研發中心與生產基地，進一步衝擊高附加值領域。作為應對，永恒力去年與中國叉車企業中力達成戰略合作。

從客戶轉為競爭對手

麥肯錫全球研究院合夥人成政珉表示，對於高端製造經濟體而言，「中國正愈來愈從客戶轉變為競爭對手。」儘管韓國、日本今年人工智能（AI）相關出口激增，但大量產業板塊亦正丟失全球市場份額。

主營電路板製造與電子代工服務的東莞高拓電子，出口業務約六成流向歐洲。該公司總經理施少英表示，他赴歐出差時，常聽到外界對中國出口強勢的抱怨。他認為中國企業成功不只是因產品性價比高，更在於可以為客戶提供工程技術等全套定製化服務，他直言「中國並未強迫任何客戶採購中國產品」。

中國外交部發言人林劍此前回應所謂「中國衝擊2.0」言論時指出，從「世界工廠」到「世界市場」和「創新高地」，中國發展靠的是創新驅動的真本事，給世界帶來的是實實在在的合作機遇與空間。林劍指出，中國的發展從來不是誰的「威脅」，而是推動各國共同發展的增量。

● 香港文匯報AI圖

美媒：中國成全球工廠供貨商

製造業結構性轉型 從生產廉價產品到出口芯片等高附加值產品

● 利托電子的產品被用於瑞士雀巢咖啡機等電器。 網上圖片

● 王洪飛展示其電路板產品的全球銷售網。網上圖片

中外汽車合作迎全新時代 依託中國產業鏈反哺全球

在汽車產業電動化與智能化深刻變革的背景下，中外汽車合作正迎來全新時代，跨國車企不再僅將中國視為銷售市場，中外汽車合作正邁入依託中國產業鏈反哺全球的新階段。

上汽集團與通用汽車8月5日正式簽署合資續約協議，將上汽通用合資期限延長20年至2047年。雙方合作始於1997年，近30年來上汽通用見證中國汽車工業從技術引進到自主創新的歷程，已成為中國汽車產業由開放合作走向本土創新的代表性樣本。今年7月，廣汽與本田完成續約至2038年。上汽和大眾亦於2024年11月完成續約，將合資期限延長至2040年。

中國汽車流通協會乘用車市場信息聯席分會秘書長崔東樹表示，今次上汽通用合作期限延長，「表明對於具有全球視野的汽車企業而言，中國市場並非短期利潤來源，而是未來技術創新、產品競爭和產業布局的重要支點。」

商務部研究院研究員周密指出，「過去，通用、福特這類海外車企更多是將自身技術優勢落地中國，依託國內勞動力開展業務；如今它們開始依託中國的創新鏈與完備產業供應鏈，服務自身全球化布局。」

擁抱中國創新 抓競爭主動權

在合資1.0時代，跨國品牌將海外成熟車型引入中國，以本土化生產方式投放市場，助力中國汽車完成產業築基、市場培育和人才培養的歷史性任務。在汽車行業整體向電動化、智能化轉型的2.0時代，曾領風氣之先的合資品牌遭遇挑戰。中國汽車工業協會數據顯示，今年6月，合資及外資品牌市場份額已降至24.5%，舊合資「外方出技術、中方出渠道」的模式已難以為繼。

崔東樹認為，未來的合資合作將轉向優勢互補、共同創新。此次續約釋放出的更深層信號是：在全球汽車產業重新洗牌過程中，誰能扎根中國、擁抱中國創新生態，誰就更有機會抓住下一階段產業競爭的主動權。對於跨國車企而言，繼續加大中國投入、深化本土合作，不僅符合中國市場利益，也關係到其自身全球競爭力的提升。



● 上汽集團與通用汽車的合資期限延長至2047年。圖為上汽工廠。 資料圖片

中國成韓最大進口車來源地

中國製造與中國品牌正加速擴大在韓國汽車市場的影響力。韓聯社近日報道，韓國上半年售出的電動車中，逾三分之一為中國製造車型。同時，中國產車在韓國進口車市場的份額首次超過德國，成為韓國最大的進口車來源。

據韓國汽車移動產業協會最新發布的《2026年上半年國內汽車新註冊登記現況分析報告》，今年1月至6月，韓國新登記註冊的中國製造電動車為6.95萬輛，按年大增178.7%，在新登記電動車總量中的佔比，從去年同期的26.8%升至35%。這意味着韓國上半年每賣出3輛電動車，就有1輛以上產自中國工廠。從電動車市場結構來看，韓國國產電動車銷量增長

92%，達到11.41萬輛，仍以57.5%的市場份額位居第一；中國製造電動車排名第二，隨後是德國製造（9,314輛，佔4.7%）和美國製造（4,283輛，佔2.2%）。韓媒分析稱，此次銷售增長主要得益於Tesla（特斯拉）上海超級工廠生產的Model Y、Model 3大量進入韓國市場。此外，比亞迪、中國產極星等車款銷量增加，也進一步拉高中國製造車型的整體銷售。

韓國汽車移動產業協會在報告中指出，大量中國製造電動車湧入韓國市場，有助於拉低當地電動車售價，加速電動車普及並豐富消費者選擇。中國製造電動車的增長，正進一步改寫韓國進口車市場格局。上半年，中國產汽車在韓國進口車市場中的份額，從去年同期的23.5%升至41.2%，首次超過德國，成為韓國進口車最大來源地。

中國自主品牌也在韓國市場穩步立足。韓媒預測，繼極氪之後，小鵬汽車預計今年下半年進入韓國市場，進一步擴大中國電動車品牌在韓國布局。

國產大米漲價致消費降 日食品自給率歷來最低

香港文匯報訊 日本農林水產省8月7日公布的數據顯示，在2025財年（2025年4月至2026年3月），按熱量計算的日本食品自給率下降1個百分點至37%，降至有可比數據的1965年度以來歷史最低水平。據日本經濟新聞報道，這是日本食品自給率5年來首度下降，主要原因是大半依靠國產的主食大米價格高漲，在消費量本身減少的基礎上，進口大米的比例也增加，拖累自給率整體走低。

日本食品自給率是指國內生產的食品佔國內食品總供給的比例。數據顯示，2025財年，日本人均每日

食品消費熱量為2,237千卡，其中由國產食品提供的熱量僅為830千卡。

禽流感蔓延減雞蛋供應

日本農林水產省表示，大米消費減少是食品自給率下降的重要原因。日本大米消費長期以來主要依靠本國供應，這是日本食品自給率的重要支撐。米價上漲導致居民大米消費減少，國產大米提供的熱量隨之減少，拉低日本整體食品自給率。

據日媒報道，除大米因素外，酷暑導致蔬菜產量下

降，禽流感蔓延造成雞蛋供應減少，也拉低了日本食品自給率。

農林水產省指出，與其他主要國家相比，日本食品自給率整體處於較低水平。日媒稱，日本政府出於糧食安全保障的考慮，設定了2030財年將日本以熱量為準的食品自給率提升至45%的目標，但實際情況反而下降的傾向顯著。

今次自給率跌至歷史最低點37%，為歷來第四次，前三次是大米罕見失收造成影響的1993年度、2018年度和2020年度，最近4年一直在38%的低位徘徊。



● 大米消費減少是食品自給率下降的重要原因。 資料圖片