

面對全球貿易政策調整、保護主義升溫及供應鏈重組等多重挑戰，內地企業「走出去」策略正出現結構性轉變。香港貿發局最新研究顯示，內企「走出去」策略已由過去單純追求市場拓展，轉向更全面的業務布局，涵蓋供應鏈整合、跨境投資及高增值發展，並對專業服務需求顯著增加。調查亦發現，有82%受訪企業有意增加現有海外業務，63%計劃開拓全新海外市場，反映內企國際化步伐持續加快。

●香港文匯報記者 莊程敏

香港貿發局研究總監龐溟昨表示，內地企業「走出去」正朝多元化及高質量方向演進。調查數據顯示，54%企業計劃進一步布局海外採購業務，47%希望拓展海外銷售網絡，36%則擬與海外夥伴加強技術合作。龐溟指出，企業現時布局全球，不再僅着眼市場規模，更重視供應鏈韌性、成本優化及創新協同，這對金融、法律、會計等專業服務提出更高要求。

調查亦顯示，共建「一帶一路」國家和地區已成為內地企業布局全球的重要方向。94%的受訪企業表示有意前往相關市場發展，較2023年的73%顯著上升，91%企業青睞東盟地區，希望前往例如新加坡（49%）、越南（46%）、泰國（44%）、馬來西亞（41%）等進一步拓展國際業務。

逾六成稱競爭加劇 51%指成本漲

此外，48%的受訪企業有意拓展歐洲先進國家市場，47%有意進一步發展美加業務。與此同時，有意拓展中東市場的企業比例由2023年的33%升至46%，拉丁美洲則由17%升至34%。與2023年相比，內地企業在所有主要海外市場增加業務或進一步布局的意願均有所提升，反映內地企業正透過更多元化布局，把握不同地區的業務發展機遇。

儘管擴張意願強烈，企業亦面對明顯障礙。除了美國貿易政策轉變帶來不確定性外，內地企業也面對來自其他地區的競爭加劇（61%）、地緣局勢緊張（55%）、內地成本上升（51%）、關稅及非關稅的貿易壁壘（50%）等挑戰。在這背景下，「走出去」企業不斷調整國際業務發展策略，以改善生產/服務效率（60%）、應對海外市場風險（57%）和控制整體生產/銷售成本（57%）。

「一帶一路高峰論壇」下月上旬舉行

香港貿發局研究副總監趙永礎補充，有61%「走出去」的企業計劃拓展2至3個海外業務領域，顯示他們希望沿海外產業或業務鏈的上下游延伸進一步拓展國際業務。但在調整及拓展有關業務的過程中，他們要面對「難以應對市場不確定性多變」的挑戰，以及「海外市場競爭激烈」和「缺乏資金調整業務及供應鏈」等問題，需要尋求不同的專業服務支援。

另外，由香港特區政府與香港貿發局合辦的「一帶一

內企「走出去」策略升級 94%瞄準「一帶一路」市場

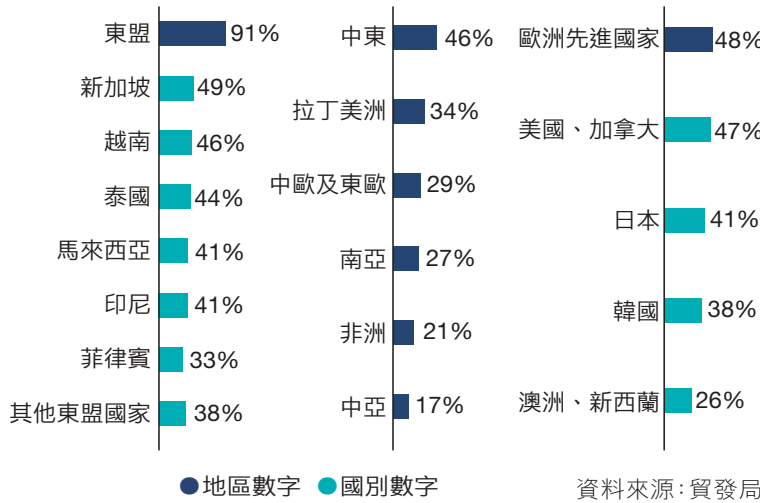
貿發局調查：逾八成擬擴現有海外業務 專業服務需求增加



●貿發局最新研究顯示內企「走出去」策略升級。圖中為研究總監龐溟、右為副總監趙永礎，以及左為高級經濟師（大中華區）楊翠麗。 香港文匯報記者北山彥 攝

受訪企業計劃拓展海外業務主要地點

共建「一帶一路」地區合共佔94%



路高峰論壇」，一直是推動跨地區、跨行業合作的政商交流及商務對接平台，助企業通過香港把握共建「一帶一路」及其他新興市場帶來的機遇。論壇今年踏入第十一屆，將於9月9日至10日假香港會議展覽中心舉行。

今屆論壇以「推動高質量發展，共啟新征程」為主題，將匯聚來自世界各地的政商領袖、投資者及專業服務機構代表，共同探討環球經濟新形勢下的合作機遇，並就基建、金融、創科、貿易等多個範疇的高質量發展，以及企業全球布局、跨境投資及可持續發展等重要議題深入交流。

為進一步賦能內地企業經香港「出海」，論壇今年特別增設「出海專章」，涵蓋兩場聚焦「出海」機遇及香港專業服務優勢的專題分組論壇，以及新設立的「出海全球通」專區，展示香港不同領域的服務方案，為企業「出海」提供諮詢服務及實務支援。此外，論壇亦將舉辦「GoGlobal 經貿代表團」，實地走訪廣州南沙，了解大灣區的最新發展。多年來，論壇已發展成為促進「一帶一路」沿線國家和地區國際合作、投資對接及商貿交流的重要平台，協助企業開拓環球市場機遇。

東盟「吸金力」爆發 成企業出海「第一站」

香港文匯報訊（記者 莊程敏）貿發局最新研究顯示，東盟「吸金力」爆發，成為企業出海「第一站」。該局調查指91%企業選擇東盟市場作為出海地區，珠三角及環渤海企業進一步拓展東盟的意願較為突出。從各細分行業來看，製造業領域的新能源裝備行業最渴望進一步拓展海外業務，98%的企業表示有此意願，其中53%的企業有意在海外設廠生產，比例高於其他細分行業，反映新能源裝備行業希望在當前的國際形勢下「走出去」擴充產能。

市場滲透率增長迅速

貿發局研究副總監趙永礎表示，無論是製造業或服務業，企業都積極尋求拓展海外業務，此舉也與國家政策中推動新興市場多元化的方針相呼應。「一帶一路」沿線市場的增長顯著，市場需求持續上升。目前，內地企業普遍希望加大「走出去」的力度，積極

布局國際市場。

該局亦觀察到，特別是東南亞地區，由於地理位置鄰近且與中國經貿聯繫緊密，其市場滲透率增長尤為迅速。

他續指，以東南亞市場為例，該局近期曾前往馬來西亞進行考察，特區政府也在積極推動開拓其他新興市場。例如，行政長官早前率團訪問中亞地區，該局亦有參與。未來將繼續與相關單位緊密合作，為香港及內地的企業提供必要的支援與諮詢，助力企業攜手開拓國際市場。

同時，貿發局研究總監龐溟亦表示，由於中美關係帶來的政策不確定性，市場確實存在一定憂慮，許多企業此前已針對風險進行了提前部署與調整，特別是高科技產業（如AI、機器人等），企業不僅輸出產品，更同時輸出服務。這些產業的共同目標是在全球化進程中，透過拓展市場與生產布局，強化自身的競爭優勢。

鍋圈食匯落戶灣仔 定位出海「試驗田」

香港文匯報訊（記者 孫曉旭）內地火鍋燒烤食材連鎖企業鍋圈食匯昨日於灣仔軒尼詩道開設其香港首家門店。鍋圈食匯商業管理海外總經理馮飛在開業活動中表示，香港是集團國際化探索的重要起點，期望藉此市場鍛煉跨區域產品研發、供應鏈組織及本地服務等能力，將香港視為拓展海外布局的「試驗田」。她指出，鍋圈於2023年在港上市，香港不僅是資本市場的重要窗口，亦是連接國際的橋樑，今次開店正是要加強與香港本地消費者的連結，亦為集團未來「走出去」提供重要參考。

持續推動「社區央廚」戰略

馮飛接受香港文匯報記者訪問時進一步說明，選於8月開業，既因門店籌備節點恰好落在此時，亦配合香港貿發局上周舉辦的美食商貿博覽，集團於活動中設有展位，因而順勢在活動結束後迎來門店正式開業。她提到，鍋圈自2017年創立以來，始終聚焦「讓一頓飯更簡單、更有煙火氣」的理念，至今全國門店已逾12,000家，並持續推動「社區央廚」戰略。她表示，門店此番走進港島街頭，期望先做好



●鍋圈食匯香港首店落戶灣仔軒尼詩道。 香港文匯報記者孫曉旭 攝

「社區新成員」，貼近本地消費者需求。

對於香港首店的定位，馮飛強調「美食平權」的初心不變，繼續聚焦居家餐飲解決方案，但產品貨盤會因應本地作調整，例如加入打邊爐、港式沙嗲牛肉醬等特色商品。她提到，新店將服務周邊居民，致力成為「熟悉的社區廚房」，無論是親友聚會或晚歸熱食，均能提供豐富多元的解決方案，同時嚴格把關品質與服務。被問及今年會否在港開設更多分店，她回應暫無具體時表，目前會先專注做好首店，將其視為產品與服務的「試驗田」，不斷迭代優化。

她續指，未來將繼續以「社區央廚」為核心理念，為香港市民提供更便捷、高質的餐飲選擇，並與本地夥伴共創長期合作機會，將中國飲食文化中火鍋、燒烤及家常菜的溫暖，透過食材與產業能力帶到各地，逐步建立具鍋圈特色的國際發展模式。

至於海外其他市場布局，馮飛表示集團對東南亞以至歐美市場均有關注，但目前未有具體細節可對外公布。她重申，香港首店的營運經驗將為集團未來「走出去」提供重要參考。

內企出海服務中心深圳南山揭牌



●中國企業出海專業服務深圳聯絡中心在深圳南山正式啟動。 香港文匯報記者毛麗娟 攝

香港文匯報訊（記者 毛麗娟、胡永愛）中國企業出海專業服務深圳聯絡中心（以下簡稱「聯絡中心」）昨在深圳南山區正式啟動，中國萬天控股（1854）中國總部落戶深圳市南山區揭牌儀式同步舉行。

粵港澳大灣區上市公司聯合會創會主席、中國萬天控股創始人、董事局副主席兼CEO鍾學勇表示，聯絡中心主要是聚焦南山創新產業集群，針對優質科創企業發展中跨境信息不對稱、國際資源不暢通、出海路徑不清晰、海外合規不健全的需求痛點，從聚產業、匯科創、融資本三個核心願景出發，幫助企業提供全鏈路解決方案。

三大獨特優勢開拓「安全航道」

「深圳承載產業根基，香港賦能全球出海。這套深港雙向賦能的黃金體系，是中國企業走向世界最核心、最稀缺的時代紅利。」鍾學勇表示，聯絡中心未來將扎根南山，做實產業服務底盤；聯動深港，搭建科創轉化橋樑；依託香港，扛起國貨出海使命，全周期助力中國硬核科技企業穩健成長，推動民族品牌走向世界。



●許國偉表示，香港專業服務優勢助力科創企業走向全球。

向世界舞台。

特區政府律政司副司長張國鈞表示，香港是中國企業走向世界的窗口，是內地企業出海的首選平台，能夠為企業提供三大獨特優勢：國際級金融資本市場、世界認可的法治制度以及頂尖和全方位的專業服務，香港具有國際視野的專業服務綜合實力，是企業開拓「安全航道」、成功出海的重要保障。

不僅產品走出去 品牌也走出去

「全球科技格局深度變革的當下，中國科創企業出海不僅是產品走出去，更要把品牌也走出去，最終實現綜合能力的全球化。」粵港澳大灣區上市公司聯合會創會會長、中國萬天控股創始人、董事局主席許國偉受訪時表示，聯絡中心選擇此時落戶南山，是為了打好「協同」與「出海」兩張牌。深圳南山區是大灣區重要的科創高地，形成了「大企業頂天立地，小企業鋪天蓋地」的生動發展格局。未來，生態平台要扎根南山、聯動香江，將香港國際金融中心的專業服務優勢與深圳豐富的科技產業資源相結合，助力更多科創企業「拼船出海、走向全球」，實現深港協同布局，融合發展。



●張國鈞表示，香港是「中國企業走向世界的窗口」。

內企加快「走出去」 零跑登陸阿根廷

香港文匯報訊（記者 孫曉旭）內地企業拓展海外市場持續傳來新進展。電動車企業零跑汽車（9863）近日正式登陸阿根廷市場，推出兩款增程版全球車型；阿里巴巴（9988）旗下阿里雲亦於韓國啟用第三座數據中心，同步推出Agentic AI服務。兩項新動態顯示內企在全球布局上正持續深化。

零跑汽車近日宣布，攜零跑B10、零跑C10兩款全球車型正式進入阿根廷市場。零跑汽車表示，集團因地制宜，針對不同海外市場需求制定產品規劃。本次阿根廷首發陣容包含兩款車型的增程版本，針對阿根廷當地充電基礎設施現狀，選擇以增程技術作為切入點，旨在降低用戶對續航里程的顧慮，並減少對充電配套條件的依賴。將增程技術帶入阿根廷，是零跑自主技術走向全球的又一實踐，不僅是將產品帶到海外，更以技術創新提供更具針對性的出行方案。

據了解，零跑汽車在阿根廷市場首期布局12家銷售網點和20家售後網點，覆蓋核心城市。零跑汽車線下網點依託Stellantis現有門店，結合零跑汽車專屬空間，可為用戶提供實車試駕、本地化定製金融購車政策等一站式購車服務。零跑汽車自近年啟動海外業務以來，已陸續

進入歐洲、東南亞及南美市場。此次阿根廷市場的進入，被視為其全球化進程的又一節點。

阿里雲再有數據中心韓國上線

另一邊廂，阿里雲在韓國第三座數據中心亦於昨日正式上線，同步推出Agentic AI系列服務。阿里雲相關發言人表示，阿里雲在韓國持續加大基礎設施投入，背後是當地企業數位化轉型和重點行業雲需求的持續攀升。AI成為韓國雲市場的新增長動力。隨着AI應用加速落地，企業對穩定、彈性、安全的雲基礎設施需求持續提升。

此次上線的新數據中心將提供計算、存儲、網絡、安全、數據庫、容器及雲原生等企業級服務，並布局AgentRun等6項Agentic AI服務，覆蓋智能體開發、部署、運營及安全管理等各類客戶需求。阿里雲表示，新設施投入運營後，韓國客戶可進一步提升服務可用性與運營穩定性，降低網絡延遲、增強災難恢復能力，有望保障企業核心業務穩定運作。隨着第三座韓國數據中心啟用，阿里雲全球基礎設施已擴展至30個地域和104個可用區。