

2020年12月16日

## 滙豐調查：亞太地區企業加倍重視區域內的貿易聯繫

受到疫情和其他不利因素衝擊，亞太地區的企業正在加倍依賴區域內的貿易活動，以在後疫情時代實現增長；參與《滙豐商貿領航大調查》的4,131家亞太地區企業中，71%的企業選擇在區域內進行貿易活動，此比例高於2019年的67%。

與此同時，中國已取代美國成為亞太地區企業最重要的市場；18%的企業正優先考慮中國大陸，16%的企業正優先考慮美國。滙豐集團亞太區工商業務主管戴子華（Stuart Tait）表示：「區域內的貿易活動已佔整個亞洲貿易總額的60%，亞洲一體化不僅將增強亞太地區在全球貿易體系中的地位，還將推動下一輪的全球經濟增長。」

### 受到沖擊但沒有偏離航道

來自亞太地區16個市場的4,131家企業參與了2020年《滙豐商貿領航》大調查，這是迄今為止最大的樣本量。不出所料，多數企業的信心已大幅下降，只有60%的亞太地區企業預計未來一年的收入將增長，低於2019年的77%。

無論是在新常態下生存或是蓬勃發展，亞太地區企業將採用的前三大經營策略為提高產品和服務質量（40%）、開拓新市場（38%）以及降低成本（37%）。

然而，降低成本並不意味著降低投資。事實上，在未來一年，近三分之二的亞太企業將增加在銷售和營銷方面的投資，並將改善現金流和資本管理。

戴子華補充道，「你無法透過削減成本來實現增長，所以看到亞太地區的企業正在增加投資，這是令人鼓舞的。在當前的經營環境下，企業需要格外明智地選擇如何以及在哪儿創造價值，以提高自身的競爭優勢。」

### 讓最脆弱的環節成就強大

全球疫情還促使各地企業重新思考供應鏈。亞太地區的企業尤其關注供應商的穩定性，例如是否有受到關稅或制裁的風險、不斷上升的成本，以及供應商與客戶之間的實際距離。

作為回應，亞太地區的企業已實現了供應鏈分散化，以與更多的供應商合作、根據各國政府對疫情的處理方式選擇供應商、並加大了對於技術的利用。

這些變化有望帶來以下好處：降低成本（39%）、提高市場推廣速度（33%）以及降低供應鏈合作夥伴面臨的意外風險（33%）。

完／更多

《滙豐商貿領航大調查》由滙豐集團委託TNS市場研究公司進行，來自39個市場共10,368家企業於2020年9月11日至10月7日期間參與調查。受訪者對於企業策略與營運方向具有影響力，職位包括資深管理階層、財務、採購、供應鏈、銷售和市場營銷等。

- 亞太地區：澳州、孟加拉、中國、香港、印度、印尼、日本、馬來西亞、紐西蘭、菲律賓、新

加坡、韓國、斯里蘭卡、台灣、泰國、越南

- 歐洲：比利時、法國、德國、希臘、愛爾蘭、義大利、荷蘭、波蘭、俄羅斯、西班牙、瑞典、瑞士、英國
- 中東和北非：埃及、沙烏地阿拉伯、土耳其、阿聯酋
- 北美：加拿大、墨西哥、美國
- 南美洲：阿根廷、巴西
- 非洲其他地區：南非

調查結果已因應各市場國際貿易量作出加權調整

#### **滙豐(台灣)商業銀行**

滙豐(台灣)商業銀行股份有限公司(以下簡稱滙豐(台灣))為香港上海滙豐銀行有限公司在台灣設立之子公司，於2010年5月1日正式營運，總部設在台北。滙豐在台灣的历史可回溯至1885年在淡水指定代理商推展業務，並於1984年在台北正式成立分行。滙豐(台灣)目前在全台設有30家分行，協同滙豐集團其他在台成員為客戶提供全方位的個人金融與財富管理、工商金融、企業金融、私人銀行和資產管理等服務。

#### **滙豐控股有限公司**

滙豐控股有限公司是滙豐集團的母公司，總部設於倫敦。集團在歐洲、亞洲、北美洲、拉丁美洲，以及中東和北非 64 個國家及地區設有辦事處為全球客戶服務。截至 2020 年 9 月 30 日，集團資產達 29,560 億美元，是全球規模最大的銀行和金融服務機構之一。

全文完