

汇丰进博特别报告

海外企业看中国2023

——数字化与可持续发展引领未来增长



目录

1 摘要	1
2 机遇与预期	4
- 全球供应链中不可或缺的角色	4
- 后疫情时代的消费者	6
3 数字化和技术发展	7
- 电子商务、人工智能和数字支付领域的领先者	7
- 新技术开发的理想市场	8
- 投资于数字化转型	8
4 可持续发展	9
- 聚焦可再生能源、电动汽车和能源效率	9
- 推动产品、流程和运营方式的绿色低碳转型	10
5 结语	11
- 调查背景	11



摘要

中国国际进口博览会（简称“进博会”）作为中国极具规模的贸易盛会，每年吸引众多参展企业和参观者，今年已进入第六个年头。

每年进博会举办前夕，汇丰都会面向数千家与中国有业务往来或有意进入中国市场的海外企业进行问卷调查。

今年是汇丰第六次开展这一年度调查，共访问了来自全球 16 个主要市场的 3,300 多家企业。

调查结果显示，后疫情时期的中国市场，虽然仍面临全球经济增长前景不明等挑战，但其有着长期积累的基本面优势，而新经济领域各行业提供了新的增长动能。在此背景下，海外企业在中国市场的发展前景和计划呈现出多样的图景。

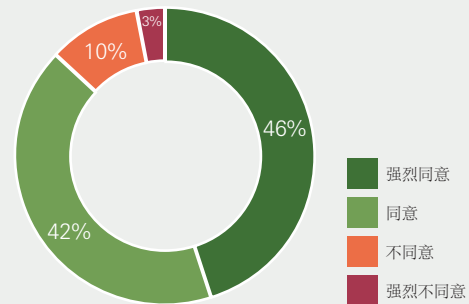
受中国疫后经济复苏的鼓舞，大多数 (87%) 受访海外企业表示将拓展在中国的业务布局。

在全球经济增长疲软的大环境下，尽管市场对中国 GDP 增长的预测有所调整，但在这片广袤市场的经济前景对许多海外企业仍颇具吸引力。61% 的受访企业认为中国的总体经济形势好于其他市场，高于去年的 52%。

此外，官方数据显示，在疫情前就已蓬勃发展的中国数字经济，近年来继续保持迅速增长，2022 年达到 50.2 万亿元人民币，同比增长 10.3%。

因此，大多数 (88%) 的受访企业认为，中国的数字经济正为他们带来新的投资机会。

受访海外企业认为中国蓬勃发展的数字经济为他们带来了新的投资机会



图表 1

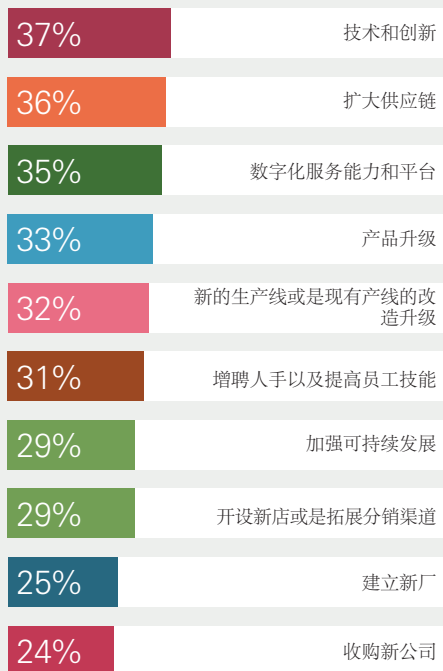


摘要

本次年度调查的其他亮点包括：

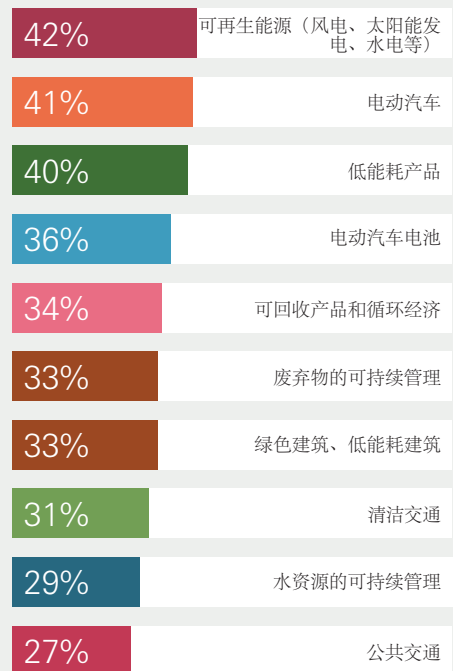
- 尽管全球贸易格局仍复杂多变，中国在全球供应链中仍然保持核心地位
 - » 近四分之三 (73%) 的受访企业预计未来三年将增加其在中国的供应链布局
 - » 四分之一的受访企业预计将“大幅增加”
- 数字化仍是海外企业发展中国业务的重点，受访企业表示：技术和平台将是他们的三大投资重点之二
 - » 37% 计划投资于技术和创新
 - » 35% 计划投资于数字化服务能力和平台
- 当被问及如何看待中国市场的可持续发展机遇时，海外企业认为可再生能源和电动汽车在中国的增长潜力最大
 - » 超过一半的受访海外企业计划在中国市场提供更环保的产品，从而推动其在华业务的绿色可持续发展

未来12个月内受访企业对其中国业务的投资布局重点



图表2

在中国的绿色低碳转型进程中受访海外企业最看好的行业



图表3

机遇与预期

全球供应链中不可或缺的角色

我们的调查显示，中国的许多长期积累的基本面优势，包括深度整合的供应链网络，对于海外企业仍具吸引力。28%的受访企业认为，“供应链管理的便利性”是它们在中国拓展业务的第二大动力。

该比例相较于去年的32%略有下降。这在一定程度上反映出全球供应链格局正变得日益复杂，既有企业层面所推动的供应链网络的多元化和本地化，又有一些市场对于部分商品采取的关税和限制措施等因素。

尽管如此，我们的调查显示，绝大多数海外企业仍然预计未来几年将会增加其在中国的供应链布局。

- 73%的企业预计未来三年会增加中国供应链布局，其中四分之一的企业预计将大幅增加。
- 英国受访企业将增加中国供应链布局作为拓展中国业务的首要计划
- 东南亚企业对扩大其在中国市场的供应商网络尤其感兴趣：92%的印尼企业、87%的菲律宾企业和89%的越南企业预计未来三年将扩大在中国的供应链布局
- 45%的企业预计未来一年将扩大在中国的供应链。

这一结果在制造业的受访企业中尤其显著，74%的受访制造业企业表示他们计划未来三年增加在中国市场的供应链布局，其中27%计划大幅增加。

在制造企业中，食品和饮料业的受访企业的该比例最高，86%表示他们未来三年有此计划。在计算机和电子行业受访企业中，71%表示有此计划。

此外，服务业、采矿及石油行业、建筑业以及批发和零售贸易等行业也都纷纷表示有计划增加供应链布局，这些行业都分别有超过七成（72%）的受访企业有此计划。

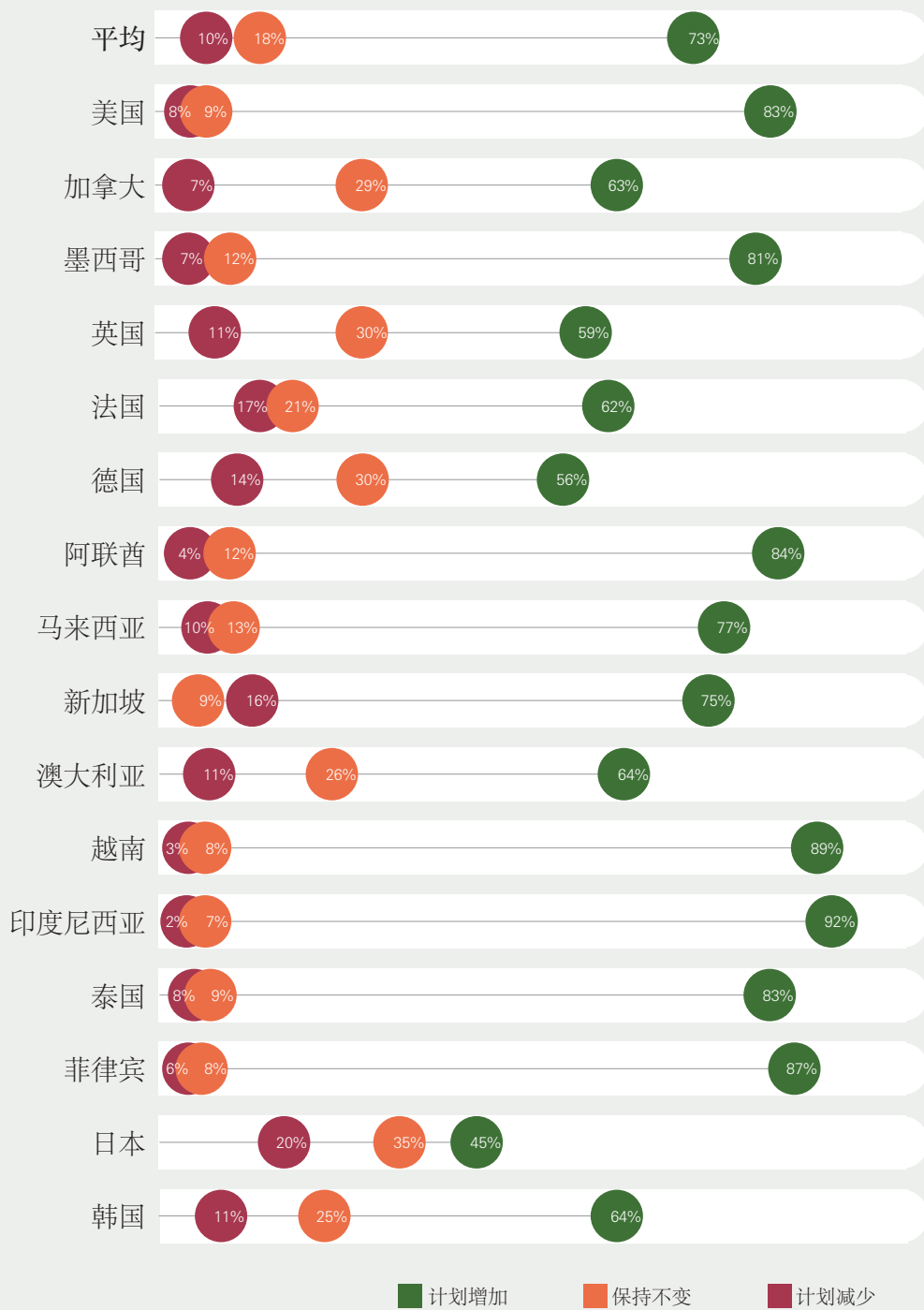
这些预期凸显了中国在全球供应链中继续保持重要地位，以及国际供应链网络在充满挑战的经济环境中的韧性。

与此同时，供应链也在不断演变和发展。28%的海外企业将供应链管理流程数字化作为未来三年他们在华发展的重点，而27%的企业则有计划将供应链转移到新的地区或城市。

供应链整合也是未来的趋势之一：超过四分之一（26%）的受访企业预计将更加重视供应链中的战略供应商。



未来三年各受访市场的企业在中国供应链布局的计划



图表 4

机遇与预期

后疫情时代的消费者

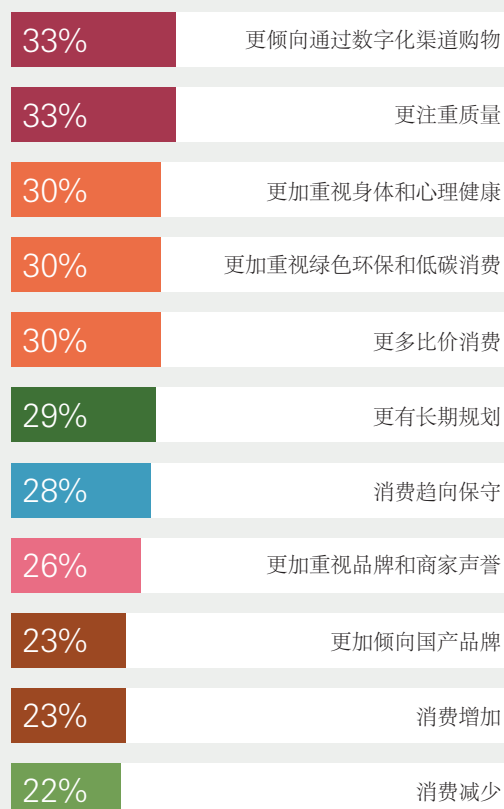
疫情进一步加速了中国的数字化进程，也重塑了消费者行为。

我们调查的海外企业已经注意到了这些趋势。三分之一的受访企业表示，中国消费者越来越倾向于通过数字化渠道购物，还有同样比例的企业注意到，在过去三年中，中国消费者变得更加注重质量。

此外，三成受访企业认为中国消费者变得更加重视绿色环保和低碳消费，超过四分之一(26%)的企业注意到与疫情前相比，当下的中国消费者更加重视品牌和商家声誉。

经历过一场疫情，许多人自然会更加关注自身健康。三成的海外企业认为，中国消费者比三年前更加重视身体和心理健康。

与三年前相比消费者行为的变化



图表 5



数字化和技术发展

电子商务、人工智能和数字支付领域的领先者

中国与技术领域的实力受到海外企业的认可。33% 的受访企业认为中国在电子商务领域处于领先地位，32% 的企业认可中国在人工智能和机器学习领域的领先地位，31% 的企业则认为中国在数字支付领域保持领先。

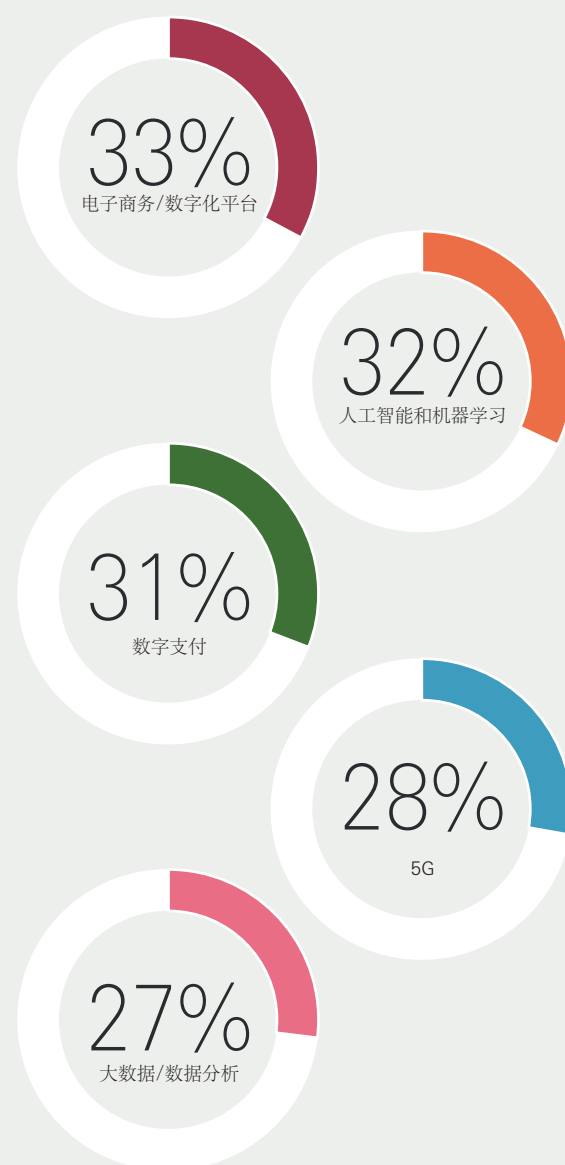
澳大利亚和加拿大的受访企业对中国在机器人流程自动化领域的领先地位认可程度最高，该比例在这两个市场分别为 28% 和 26%。接近半数 (48%) 的马来西亚企业认为中国在 5G 技术领域处于领先地位。

新技术开发的理想市场

对于许多跨国企业来说，中国是开发和测试新技术和新产品的理想之地。39% 的受访海外企业表示，他们之所以选择中国作为新产品的推出地，是因为中国拥有规模庞大的市场，可以进行大规模推广。

此外，37% 的受访企业表示中国的数字基础设施对其具有吸引力，而36% 则表示中国的成熟劳动力市场对他们具有吸引力。

受访企业眼中中国领先的五大技术领域



图表 6



数字化和技术发展

投资于数字化转型

中国不断增长的数字经济具有广泛吸引力。近九成 (87%) 的受访企业认为，中国迅速崛起的数字经济正为他们带来新的投资机会。

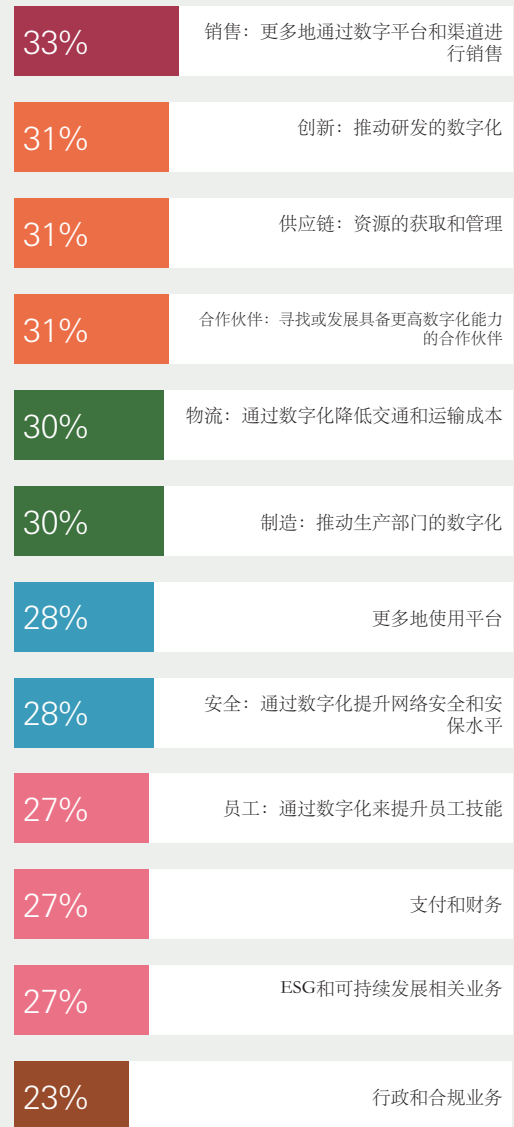
平均而言，各受访企业计划将其全球营业利润的 8% 投资于推动他们中国业务的技术和数字化。美国企业尤其热衷于此：超过半数 (52%) 的美国受访企业计划将营业利润的 10% 或更多投资于其中国业务的技术和数字化。

数字化转型和数字化工具是澳大利亚和德国企业发展中国业务的首要重点。29% 的澳大利亚受访企业计划通过数字化转型在中国拓展业务，26% 的德国企业希望通过投资于数字化渠道和平台来拓展业务。

此外，三分之一的受访海外企业计划在未来 12 个月内推动其销售职能的数字化，这让销售部门成为最有可能在短期内实现数字化转型的业务职能。

供应链管理，特别是资源的获取和管理，也是受访企业进行数字化的主要目标之一，31% 的企业计划在未来 12 个月内推动这一职能的数字化。还有 31% 的企业计划在未来 12 个月内推动研发与创新部门的数字化，31% 的企业则表示他们计划与数字化能力更强的合作伙伴合作。

受访企业未来12个月内计划推进哪些职能部门的数字化



图表 7

可持续发展

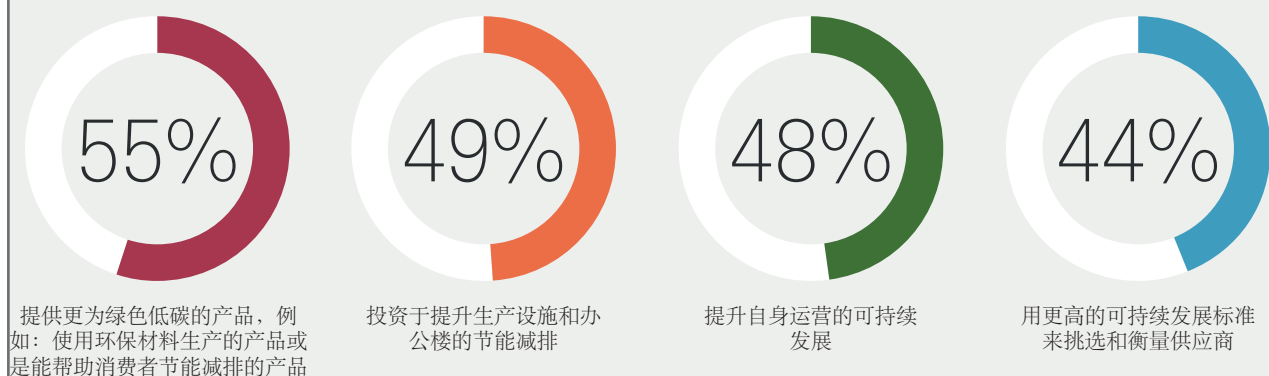
聚焦可再生能源、电动汽车和能源效率

全球能源转型为在华经营的海外企业提供了很多新的机遇。对于受访企业而言，最主要的机遇在于能源生产、绿色交通和能源效率提升。超过四成 (42%) 受访海外企业认为，可再生能源是增长潜力最大的可持续发展赛道。同样，电动汽车也被看好，41% 的受访企业认为该行业具有最大的增长潜力。

另外，政策层面对于减少能耗的推动，也使得受访企业看好节能产品，四成 (40%) 受访企业认为该领域具有巨大的增长潜力。

不过也有例外，法国企业认为，可持续的废物管理和清洁交通才是中国低碳转型进程中的最具潜力的领域，分别有三成的法国受访企业看好这两个领域。

受访企业计划如何推动中国业务的绿色低碳转型



图表 8

可持续发展

推动产品、流程和运营方式的绿色低碳转型

当被问及将对其中国业务做出哪些改变以推动可持续发展时，55%的受访企业表示计划提供更环保、更绿色低碳的产品。49%的企业计划提高其生产设施或办公楼的节能减排，而48%的企业则计划进一步提升自身运营的可持续性。

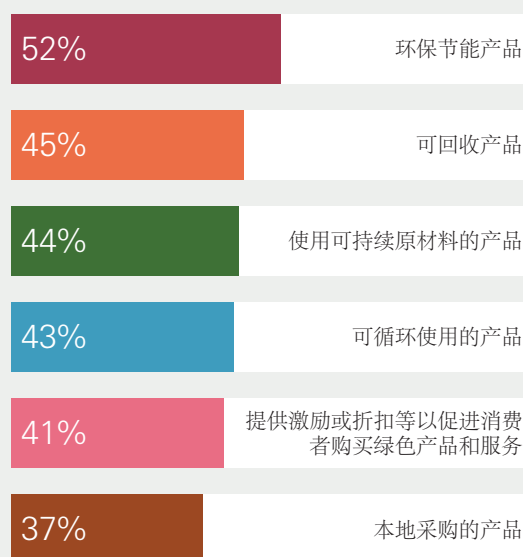
此外，对于未来12个月内具体提供哪类的绿色低碳产品，52%的受访企业表示将侧重于提供更为环保和节能的产品，45%的受访企业则计划提供可回收的产品。

原材料的可持续性也是受访企业的关注重点：44%的受访企业表示未来12个月内会重点推动可持续原材料的使用。值得注意的是，在制造业这一比例尤其显著，超过半数(51%)的制造企业计划重点提供由可持续原材料制成的产品。

在我们调查的16个市场中，有14个市场的受访企业将使用可持续原材料、推广节能和可回收产品列为近期可持续发展工作的重点。

与此同时，美国和德国的受访企业则更倾向于重点关注对消费者行为的引导：62%的美国企业和40%的德国企业计划通过提供激励促进消费者购买绿色产品和服务。

未来12个月内计划提供哪一类的绿色低碳产品



图表9



本次调查显示，海外企业对其在中国市场的增长前景抱有信心，并将继续在华投资。尽管面临全球经济和贸易等方面的挑战，但中国仍然是全球贸易网络的重要组成部分，同时也为全球企业提供了一个不断增长的极具吸引力的消费市场。

调查结果显示，随着中国经济社会全面恢复常态化运行，海外企业对于中国市场的看法持续向好，他们继续将中国视为长期合作伙伴和业务增长来源。

尽管疫后经济的复苏仍在巩固中，但中国近年来不断发展的数字基础设施和对可持续发展的日益关注，与其所拥有的巨大消费市场和深度整合供应链等长期基本面优势相结合，仍然使得中国继续吸引着全球企业的关注。

调查背景

本次线上调查由汇丰委托 FTI Consulting 于2023年9月8日至15日进行，共访问了全球3,326家目前已经或未来有计划与中国开展业务往来的企业，受访者均直接参与企业决策或对其企业的战略方向有影响力。这些受访企业的年度营业额总计超过2万亿美元。

本次调查覆盖16个市场：美国、加拿大、墨西哥、英国、法国、德国、阿联酋、马来西亚、新加坡、澳大利亚、越南、印度尼西亚、泰国、菲律宾、日本和韩国。

调查结果进行了加权处理，确保每个市场的代表人数相等，均为208名受访者。由于四舍五入，部分结果加总可能不等于100%。





所有的图片版权归 ©汇丰控股有限公司所有。我们已尽最大努力为需要许可的内容获取版权。对于归属权的任何疏忽和过失均为无意，如果发布者收到书面通知，则将在未来印刷时进行更正。

虽然我们在准备本报告时，已尽最大努力确保数据和其它内容准确无误，但是发布者和数据提供商不对任何错误或遗漏负责，也不对此类错误或遗漏造成的损失或间接损失负责。本报告中提供的信息不属于投资建议；投资者在做出任何投资决策前应征求专业建议。

