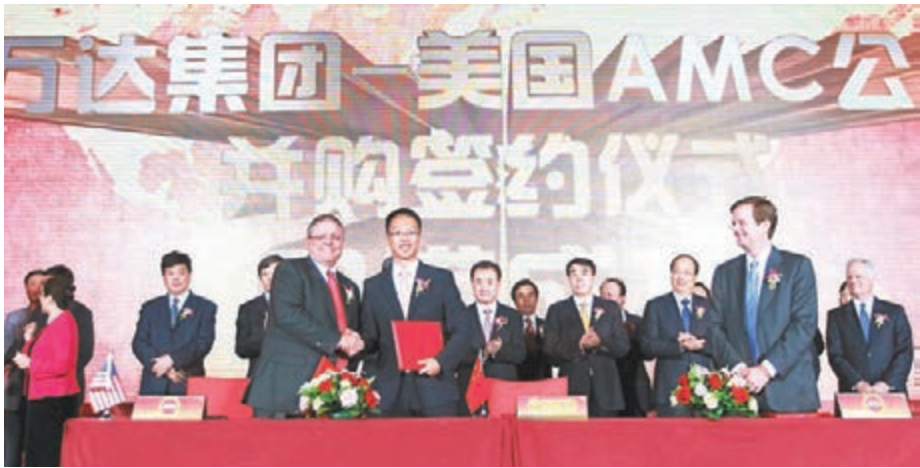


首季對外直接投資增逾五成

商務部：中企境外併購總體正常「買斷全球」說純屬「博眼球」

香港文匯報訊（記者 馬琳 北京報道）商務部昨日發佈數據顯示，今年一季度，中國境內投資者對外非金融類直接投資累計實現400.9億美元，同比增長55.4%。對於中國企業境外併購的「井噴式」發展，有外媒批評中國正在「買斷全球」。對此，商務部新聞發言人沈丹陽回應稱，中國企業境外併購總體上是正常、合理的，中國對外投資目前處於初始發展階段。



■ 沈丹陽指出，境外併購可助被併購企業擺脫困境。圖為2012年5月21日，大連萬達集團與美國AMC影院公司簽署併購協議。

資料圖片

商務部最新數據顯示，一季度，中國境內投資者共對全球149個國家和地區的2,726家境外企業進行了非金融類直接投資，累計實現投資400.9億美元，同比增長55.4%。

境外併購成為中國企業「走出去」的重要途徑之一。初步統計，今年一季度，中國企業實施的境外併購項目共計142個，實際交易金額165.6億美元，涉及36個國家（地區）的15個行業大類。對於中國企業海外併購的「井噴式」

發展，中國商務部新聞發言人沈丹陽認為，中國企業境外併購規模和增長速度總體上是正常、合理的。境外併購是中國企業高水平參與國際分工合作的一種重要方式，對提升中國企業在全球價值鏈中的地位、服務國內經濟轉型升級，深化中國與世界各國互利共贏、共同發展方面發揮着重要作用。

境外併購促進雙贏

有外媒評論稱，中國正在「買斷全

球」。沈丹陽對此回應，「買斷全球」是個別媒體為「博眼球」的說法。事實上，成功的境外併購不僅對中國企業有好處，也對投資東道國有好處，可以幫助被併購企業擺脫困境，也為所在國經濟社會發展作出了貢獻。

「美國AMC院線在被大連萬達收購之前，已經連續3年虧損，但收購之後，當年就實現了盈利，第二年成功在美國紐約股票交易所上市，為美國創造了1,100多個新的就業崗位。」沈丹陽

舉例說。

對外投資遠低美英

沈丹陽還強調，中國對外投資尚處於初始發展階段，中國對外投資存量僅佔全球的3.4%，不僅低於美國的24.4%，也遠低於英國、德國、法國、日本等發達經濟體。同樣，中國企業境外併購也在起步階段，2015年中國境外併購交易金額雖然呈現大幅度上升，但僅佔全球境外併購金額的6.2%。

無任何補貼政策刺激鋼鐵出口

香港文匯報訊（記者 馬琳 北京報道）針對國際社會指責中國的鋼鐵出口主導了全球鋼鐵產能過剩，中國商務部新聞發言人沈丹陽昨日在北京強調，全球需求萎縮和經濟下行是鋼鐵產能過剩的根本原因，中國「沒有任何補貼性質的政策刺激鋼鐵出口」。

沈丹陽說，中國鋼鐵產能以滿足國內需求為主，且對部分品種的鋼鐵產品加徵了出口關稅，同時還進口大量鋼鐵產品，為全球鋼鐵產品提供了廣闊市場。

「鋼鐵產品的國際貿易從本質上講是市場行為，基於產業間的差異性和互補性，源於進口經濟體的需求，對提高經濟增長和人民福祉都是有好處的。」沈丹陽認為，不應只看到進口增加給部分鋼企造成的衝擊和壓

力。

沈丹陽並強調，鋼鐵是經濟發展的「糧食」。國際金融危機發生後，吃「糧食」的一方「胃口不好了」，所以顯得「糧食」過剩了。

沈丹陽認為，要認清全球需求萎縮和經濟下行是目前鋼鐵和其他一些行業產能過剩的根本原因。不應將鋼鐵產業的困難歸咎於國際貿易，並頻繁採取貿易保護措施限制進口。

「中方主張維護自由、開放的國際貿易秩序，審慎、克制、規範使用貿易救濟措施，倡導通過對話、協調與合作化解摩擦。越是困難時期，就越應當避免採取貿易保護主義措施。」沈丹陽說。



■ 沈丹陽昨日強調，全球需求萎縮和經濟下行是鋼鐵產能過剩的根本原因，中國「沒有任何補貼性質的政策刺激鋼鐵出口」。

中新社

港資南沙爭建跨境商城

霍英東孫打造港貨中心 冀拓內地市場

香港文匯報訊（記者 古寧 廣州報道）由霍英東集團副總裁霍啓文自創的自郵行跨境商城18日正式在廣州南沙營業，以O2O（「線上+線下」）購物模式，旨在打造穗首家高端實惠的港貨中心，使得港貨可直達內地。此前，四洲集團在南沙的跨境電商直購中心也開始試業，展示銷售來自世界各地的4,000餘種零食。業界人士表示，儘管目前內地跨境電商新政推出，港資仍看好內地的港貨市場機遇。

早在今年3月初，南沙自郵行跨境商城已低調試業。霍啟文稱，自郵行跨境商城成立於2015年11月，「自郵行」品牌名稱的靈感源於大陸居民赴香港旅遊的「自由行」政策，基於「自由行」的諧音，把「由」字改成「郵」，突出跨境電商直郵商品的企業特色。該商城還引入香港品質保證局為商品提供認證服務，確保所售商品符合香港品質標準。

而在今年3月1日，香港食品企業四洲集團也在南沙開設跨境電商直購中心。來自世界各地的4,000餘種零食進場展示銷售，其中僅巧克力就有100餘種單品，大多數單品的商品是第一次通過直接的渠道進入內地。

引港青創意品牌

與四洲不同，霍啟文的南沙自郵行跨境商城採取「線上網站+線下體驗店」雙線並行發展，線下的跨境商城號稱「一站式」，商城4,000平米，商品囊括母嬰用品、美容化妝、營養保健、進口食品、珠寶鐘錶、生活家品、時尚服飾和極具特色的香港青年創意品牌等8大特色品類。該商城引入港青創意品牌，希望成為港青創意品牌進入內地的橋樑。

顧客：港味更濃

早在試業期間，莎莎、余仁生已進駐了該商城。而正式開業時，包括六福珠寶、家電品牌德國寶、奔富葡萄酒、愛他美奶粉等也已入駐。記者發現在價格上，該商城均略貴於香港。有採購的民眾則向記者表示，跟其他南沙跨境電商實體店不同，南沙自郵行跨境商城能明顯的感受到港味，至於在合理範圍的差價沒有太在意，「如果你更關注產品本身的話」。



■ 南沙自郵行跨境商城開業盛典現場。記者古寧 攝



■ 霍啟文致辭。



■ 顧客在商城內品嚐紅酒。

記者古寧 攝

業界料跨境電商競爭加劇

香港文匯報訊（記者 古寧 廣州報道）有業界人士表示，此前內地人熱衷去香港採購，一方面是因為香港免稅，部分商品價格平；另一方面，是看中在香港採購有品質保障。這也是港商一直想分羹內地跨境貿易蛋糕的原因。而港財團在南沙發展跨境電商，看上的是南沙的自貿區優勢和跨境電商氛圍，以打造港貨中心，使得港貨可以更好地輸入內地。

目前內地推跨境電商發展，珠三角各地跨境電商如雨後春筍般出現，在南沙則更甚。目前，南沙已有奧園、任性購多家跨境電商體驗店開業。僅去年，南沙跨境電商網購保稅進口交易額突破13.8億元人民幣。同期，跨境電商批次、貨值同比增長超過130倍和60倍，唯品

會、京東、天貓、1號店等700多家電商相繼落戶。

實體店需有特色

不過，專家則指，隨着港資跨境電商的加入，料相關競爭將加劇。記者也注意到，目前內地的跨境電商實體店的商品主要以完稅商品為主，按目前內地跨境電商新政策，跨境電商商品稅率主要為11.9%，而完稅商品則是30%—40%的稅率。在這樣的背景下，各個實體有自己的特色就顯得重要。「在這背後，其實是相關跨境電商實體的實力比拚。不同的跨境電商如何降低渠道費用，給消費者更容易接受的價格也是很重要的考驗」。



■ 香港學生與「熊貓」合影。

本報成都傳真

香港文匯報訊（記者 黃冬、李兵 成都報道）4月6日至11日，「美麗中國·2016內地旅遊（港澳）嘉年華」系列活動在港澳舉行。成都旅遊部門表示，將在香港設立旅遊體驗中心。

為着力開發港澳年輕上班族新興市場，成都在港澳兩地推出了4條全新旅遊線路產品。這些旅遊產品突出了時尚、動感、休閒、自駕的旅遊元素，將帶給年輕上班族不一樣的旅遊體驗。據了解，4條旅遊線路包括：成都美食之旅——川菜博物館、寬窄巷子、熊貓郵局、蜀風雅韻茶社、錦里；成都運動之旅——西嶺雪山、安仁古鎮、高爾夫俱樂部、大熊貓基地；成都休閒之旅——IFS、遠洋太古里、成都小酒館、蘭桂坊；遺產之旅——樂山峨眉、青城山—都江堰、九寨黃龍、劍門關。

此外，香港年輕上班族們可在facebook上參與「年輕上班族遊成都」主題推廣活動，只需回答與成都相關的小問題，就有機會獲得免費遊成都的機會。

成都旅遊（香港）體驗中心合作模式將分為線上和線下兩部分：線上利用攜程（含香港永安旅行社）的網絡平台，搭建成都旅遊（香港）體驗中心網絡專區，一方面對成都旅遊形象及線路產品進行形象展示，另一方面利用其銷售渠道優勢，直接售賣成都旅遊的線路產品，將「營」和「銷」進行有機結合。線下和香港永安旅行社合作，在其門店設立成都旅遊（香港）體驗中心，推廣及售賣成都旅遊線路產品。

香港成重要客源市場

香港是成都重要的旅遊客源市場之一，其豐富的旅遊資源也吸引著世界各地的遊客，成都也以其獨有的特色吸引著香港朋友。2015年香港赴成都旅遊人數為298,500人次，連續多年排名成都市入境客源市場第一位。截至2016年，中國航空、四川航空、國泰航空、香港航空也相繼開通了成都—香港的直飛航線。

成都將在港設旅遊體驗中心