

# 九十年代港美经贸关系简析

翁金龙

战后,特别是从60年代起近30多年的时间里,美国既是香港最大的投资者,又是香港最大的出口市场。港美之间长期在商品、技术和人员方面频繁地交往,形成了极其密切的贸易伙伴关系。进入90年代后,随着九七回归的临近,港美经贸关系将会如何发展?九七回归后作为特别行政区的香港与美国经贸关系进一步发展的利益基础及动力机制是什么?本文对此作些初步的分析。

## 一、战后以来港美经贸关系的简要回顾

战后迄今,港美经贸关系发展较为平稳,大体经历了以下几个阶段。第一阶段:战后至50年代末。在此时期,利用香港独特的地理位置和政治条件,美国以香港作为其亚洲地区战争剩余物资的推销点。其时,美国在对港贸易中占有重要的地位。但到50年代初,由于美国对中国实施禁运政策,导致港美贸易额剧降,美国对港贸易在香港贸易总额中的比重从1947年的第2位降至第7位,及至50年代末才恢复到第2位。

第二阶段:60年代至70年代中期。这一时期,香港调整经济发展战略,大力开拓和依靠美国市场推动其对外贸易的发展,实现其经济的起飞和快速增长。从60年代起,美国事实上已成为香港产品出口的第一大市场,香港输美产品占港产品出口总额年均达三成以上,而且基本上呈逐年上升之势。同一时期,美国对港投资迅速增加,在香港海外投资中始终遥遥居首位。这对香港经济的发展起着明显的促进作用。主要表现在:首先,美国跨国公司在香港的直接投资,不仅提供了香港实现工业化所需的大量资金,更重要的是带来了母公司先进的生产设备和技术,有助于香港企业提高生产率,加快产品结构的调整,增强其产品的国际竞争力。至70年代,香港输美产品以成衣、办公器材与自动资料处理设备、电器为大宗,尤以电子产品增长最快,这个趋势反映了香港经济结构从劳动密集型向资本和技术密集型的方向发展。其次,创造了扩大出口的可能性。60年代起香港对美贸易迅速发展,制造业的作用功不可没。而美国公司在港制造业的产品大致有70%进入香港对外贸易渠道,成为促进香港贸易发展的重要因素。第三,在美国跨国公司对港大量投资的作用下,香港经济实力日益增强,使香港私人资本迅速膨胀,并有能力参与对美国的投资,改变了美国单向投资的局面。但应当指出,此时港美之间虽然互有投资,然而美国作为香港最大的投资者,对香港经济具有较大的影响。而香港对美投资,因其数额小且又分散,在庞大的美国经济体系中,可谓无足轻重。

第三阶段:70年代末至今。在1979年中国实行对外开放及中美经济关系正常化因素的作用下,香港作为中美贸易的中介地位显著提高。80年代初至进入90年代后,占中美50%以上的贸易额是以经港转口形式进行的。转口贸易也成了港美双边贸易增长的新动力。港美贸易额从1978年的239亿港元增至1990年的2059亿港元。其中港产品对美出口增长3.4倍,转口贸易则增长了70倍。但另一方面,80年代后期特别是进入90年代后,世界经济多极化的趋势初露端倪,美国经济出现周期性的衰退,贸易保护主义日益盛行。1988年美国通过的综合贸易法案,把保护主义列入其中。1989年1月1日起美国取消了包括香港在内的亚洲“四小龙”的普惠关税待遇,使约占香港对美出口近四分之一产品的零售价平均上涨5%以上。在没有优惠关税待遇的情况下,香港产品以同等地位与西方工业先进国进行竞争,明显地暴露出其弱点。在上述因素综合作用下,香港产品对美出口开始放缓,甚至出现下降趋势。1988年美国市场占香港出口份额为44%,1989年下降到33%,1990年持续下降为30%,1992年又降为27.6%。在此情况下,香港政府及工商界人士提出贸易多元化的策略,贸易重点开始向亚太地区尤其中国内地倾斜,以摆脱以往过分依赖美国市场所造成对香港经济波动的影响。

## 二、港美经贸关系的发展对各自经济的影响

首先从香港方面看,港美经贸关系的发展对其经济的影响是举足轻重的,概括说来主要有以下几个方面:

**1. 为贸易的发展提供庞大的出口市场** 香港是弹丸之地,资源匮乏,60年代起坚持推行以出口为导向的经济发展战略。因长期以来美国一直是香港的第一大出口市场,为香港贸易的蓬勃发展创造了极为有利的条件。从近年主要港产品出口看,其首要大宗商品成衣对美国市场的出口占港成衣产品出口总额的46.8%、塑料制品和玩具占41.4%、纺织品占31.2%、电子零件及电脑占35.7%、钟表占29.2%。尽管目前香港对美贸易仍有所缩减,但美国市场仍占港产品出口份额三成左右。香港对美贸易顺差额由60年代初期的1亿多港元升至目前的百亿港元以上。如此庞大的贸易盈余,为香港贸易和经济的增长提供了雄厚的物质基础。

**2. 加速服务业的发展** 服务业在香港整体经济中的重要地位于70年代日现端倪,就业总人数已达54%。进入80年代特别是90年代后,香港进一步加快经济结构的转型,服务业在国民经济中已取代制造业成为香港的主要经济支柱之一。服务业的收入到80年代后期已占香港地区生产总值的75.2%。随着服务业收入在香港地区生产总值中的比重日益提高,在港美国企业对香港服务业发展的影响也不断增强。迄今,在港美国企业已从80年代中期的700多家增加到900多家,其中大多为金融、保险、咨询等服务行业。美国的主要财团、银行与跨国公司在香港均设有分支机构。近年来,美国的一些大公司、银行纷纷选择香港作为亚太地区业务的总部,并为此作出了长期发展的计划。依托香港国际贸易金融中心的地位,美国一些新闻传媒机构自70年代以来一直在香港拓展业务,近年其重点侧重对亚太地区的经济发展、中国对外开放和香港金融、贸易市场的报道。例如,世界最大的通讯社美联社在香港的分社规模仅次于在东京的亚洲总分社,除日常的业务外,还与道·琼斯公司联合播发经济报告、欧洲金融新闻、石油情报等。美国几家发行量大、影响广泛的杂志,如《时代周刊》、《新闻周刊》,均在香港印行亚洲版。美国的广告公司在香港亦十分活跃。旅游业也已成为香港四大经济支柱之一,美国游客一直是香港旅游市场的重要来源。

**3. 推动香港高科技的发展** 美国是世界一流的科技强国。香港一贯积极从美国引进先进技术的“硬件”和“软件”，以此作为提高工业等级、增强产品竞争力，突破经济发展障碍的手段，并取得了明显的成效。对美国来说，对香港实行技术转让既可赚取外汇，又可换回原料和产品，因此美国对港输出技术基本持积极的态度。近年来，美国跨国公司对香港的投资持续增长。截止1990年，美国在香港的直接投资总额已达65.37亿美元，与1989年的59.48亿美元比较，增长9.9%；与1985年的32.96亿美元比较，增幅更达98.3%。另据美国商务部的统计资料，1994年美商投资香港的资金达68.98亿美元，香港成为美国在亚洲最重要的投资基地。而且其在高科技行业的投资占有相当的比重，这无疑有利于提高香港制造业的科技水平，填补香港科技研究的空缺，促进产业结构的高级化和产品的高质化。

再从美国方面看，香港虽然在其对外贸易中的地位并不突出，但美国发展对港贸易并不囿于经济方面考虑。

**首先，美国可借助香港这个特殊的通道，与亚太地区特别是对外开放后的中国建立更广泛而深入的联系，把香港作为拓展亚太地区广阔市场的基地** 事实上，随着港美贸易的发展，香港已成为美国货物的重要出口和转口市场之一。另据港府工业署的一项调查，到1993年，大约有539家海外公司在香港设立地区总部，其中美国公司达260多家。近年来，美国对亚太地区的投资持续增长。1993年美国对亚太地区的出口值达到2190亿美元，约占其出口总额的49%；进口值为3130亿美元，约占其进口总额的57%。美国对亚太地区的贸易目前已达美国对外贸易的54%，远远超过对欧洲包括前苏俄地区贸易的24%。亚太地区在美国经济安全上已具有重要的意义。

**第二，大量港产品输美可繁荣美国消费市场** 从分类产品统计，香港输美的传统出口产品在美国市场的占有率较高。例如，成衣类，港产品占美国成衣进口的16.2%，位居首位，如果再加上转口的中国内地制造的成衣，则占美国成衣进口总额的25%以上。而且香港输美的产品大多为中、低档消费品，质高价廉，有较强的竞争力，在相当程度上满足了美国社会中下层消费者的需求，无疑对丰富、繁荣美国消费市场具有不可忽视的作用。

**第三，美国跨国公司在香港投资获利颇丰** 据调查，美国跨国公司在香港设厂生产制成品再回销美国，一般3~5年内即可收回成本，获利颇丰。据美国商务部的资料显示，在港美国公司的制造业投资利润率达到15~18%，远高于在欧洲及一些发展中国家的投资利润率。

### 三、港美经贸关系的发展前景

**1. 港美仍会保持传统的贸易伙伴关系** 后过渡期内或九七回归后，在世界经济区域化集团化趋势下，以及以美国为主的西方国家贸易保护主义加强的形势下，香港虽仍会推行贸易多元化的政策，但这并不意味着香港会放弃与美国的传统贸易伙伴关系。这是因为，美国有2亿多人口，居民消费水平很高，市场吸纳力极大。诚然，美国的周期性经济衰退，会给香港带来直接或间接的经济波动，美国对来自香港的成衣等劳动密集型产品的贸易限制和歧视措施也将会日益增多。因此，香港应以推行贸易多元化来摆脱对美国市场的过份依赖。然而，香港在实施这一贸易策略、尽量消除负面因素的同时，仍应积极维护、巩固港美贸易在香港对外贸易中的地位，并争取建立一种较为稳定的港美贸易关系。可以预见，后过渡期内或九七回归后，美国的贸易保护主义仍然是港美贸易发展中的最大障碍之一。目前美国对港贸易中的所谓互惠

原则本身显然也带有贸易保护主义性质,推行中势必引起双方的经济摩擦。香港对此应努力提高突破“关卡”的能力。香港的出口产品虽然近几年在款式与型号上作了较大的变革,但仍以低价形象来保持其市场占有率。这同美国市场消费变化快的特点已不相适应,而且也难以同其他国家同类产品展开竞争,因此香港必须致力于改革创新,推出经过革新、独创的产品,并以此来绕开某些保护主义措施的限制,提高对美国市场的出口份额。

**2. 继续发展对港贸易不仅仅是美国经济利益的驱动,更主要的是其对亚太地区推行经济扩张战略的重要步骤之一** 70年代特别是从80年代起,美国对外贸易的重点从欧洲转向亚太地区。1993年7月7日,美国总统克林顿在日本早稻田大学演说中提出与日本共同建立“新太平洋共同体”的构想,正是反映了亚太地区是今后美国积极开拓的重点地区。香港地理位置优越,经济高度自由,使得美国把在亚太地区的利益维系于香港。近10多年来,美国官方一再声明要推进港美贸易关系,美国官方与私人资本之所以高度重视香港,最根本的原因是利用香港的地理政治条件,与亚太地区各国建立广泛的联系。尤其是中国对外开放后,美国对中国庞大的市场窥视已久,并正期望九七回归后,届时利用香港产品进入内地可享受免税待遇,从而使美国产品也能更容易通过香港进入中国市场。正如香港《明报》指出的:“香港是通向中国的桥梁,于是美国对香港,就象爱屋及鸟”。

由上可见,港美经贸关系的发展对双方的利益都是至关重要的。然而需要指出的是,港美经贸关系的发展不仅是简单的双边关系,而要受到其它多种复杂或捉摸不定因素的影响。

**首先,最重要的因素是中美关系** 自1979年中美建交以来,双边贸易迅速发展。特别是1992年双方达成知识产权、劳改产品、市场准入三个谅解备忘录后,中美基本上消除了贸易障碍,这样双边贸易额比上年猛增23.2%。中美两国虽然在社会制度、意识形态、价值观念上存在根本差异,但双方在经济贸易、地区平衡和国际事务等方面又存在广泛的共同利益,有着互相合作的必要性和可能性,这就决定了中美关系的特点是竞争与合作并存、双边关系在争执、对话、冲突、缓和起伏不定中发展。就目前而言,美国延长对中国最惠国待遇的处理,将极大地影响中美关系未来一个时期的走向。鉴于香港特殊的中介地位,对港美贸易也会带来正面的影响。应该说,中美两国致力于改善双边贸易关系,是港美贸易今后稳定发展的动力。中美双方在处理原产地界定、配额的运用和管理、贸易统计口径等问题时,要顾及香港在中美关系中的特殊地位,考虑香港的利益。

**其次,美国未来对港政策的取向** 这也是影响港美贸易的关键问题。具体来说,九七回归后,美国是否仍将香港作为一个独立的经济实体来看待,从而采取相应的经济贸易政策。例如,九七回归后,美国对香港的高科技的输出,如果根据巴黎统筹委员会和美国现行条例,香港将如同中国内地一样,受到巴黎成员国出口高科技产品的限制,届时将对香港的制造业升级带来不利影响。因此,香港必须从现在起的几年内,尽早取得巴统给予特区政府以不受其成员国高科技产品出口限制的特殊地位。而能否做到这一点,主要取决于美国对未来特区政府的贸易政策。但从目前的迹象看,美国的官方人士竭力主张制定对华政策以外的独立的对港政策。同时,美国商界要求同香港保持长期稳定的贸易关系,香港美国总商会提议签订“港美贸易协定”或“商务条约”则更颇具建设性。应当指出,由于香港长期来属于英国的殖民地,所以香港虽然是世贸组织的独立成员,但迄今尚未与任何国家或地区单独签订综合性双边贸易协定。然而,根据中英联合声明和香港特别行政区基本法,九七后香港作为独立的关税地区,享有经济自主

(下转第49页)

### (三) 制定和实施绿色营销策略

1. 制定绿色营销策略 企业制定绿色营销策略的过程是企业依据营销目标,对来自营销审计的信息加以整理和分析,从而确定营销绿色化的范围、程度和重点的过程。企业绿色营销策略主要包括以下措施:强调本企业现有产品的固有绿色特征;开发更为绿色的企业形象;减少企业消费的原材料;使用已重复使用或可重复使用的材料或容器;使用可持续的原材料资源;减少产品的能量投入;减少产品的能量使用;减少产品制造中产生的污染和废物;减少产品使用和处置产生的污染和废物;消除产品中潜在的有害物质;避免产品对特定生物种类、生活环境或文化的危害;为环境或社会项目投资;保护和加强工人和消费者的权利、健康、安全和他们的生活质量;就环境和社会问题对消费者和雇员进行教育。

上述各种措施均需通过改变营销技术组

合中的各种因素而实施。

2. 实施绿色营销策略 已制订的绿色营销策略存在的问题或不足之处常常在实施过程中才会暴露,因此,为使绿色营销策略获得成功,在实施过程中必须采取下述措施:应在策略拟定阶段而不是拟定之后作实施计划;将要承担策略实施任务的人员应一开始即参与策略的拟定,以利激励其产生主人翁感觉;必须考虑实施所需财务资源、时间、技术和人力限制;必须尽早识别企业内部潜在的影响实施的政治和文化障碍并使之影响最小化;应制定详尽的实施行动计划,以确保企业成员理解策略的紧迫性、优先性及必须采取何种步骤以确保其成功;应拟定意外事故计划,以确保在营销环境发生变化时,绿色营销策略的实施得以继续进行;应在企业内部进行一系列沟通工作,使每个成员了解实施情况,以使绿色营销策略的实施得到内部的支持;应对实施过程加以监控并据测度结果随时予以修正。

(上接第43页)

权,可以单独地与外国贸易伙伴签订贸易协定。据此,后过渡期内,如果能得到中英双方的鼎力相助,香港与美国从现在起可以就签订双边贸易开始谈判,确定基本的关系,如香港享受原有的出口配额或其他优惠待遇等,这对于发展港美贸易往来尤其是香港贸易长期稳定无疑是有利的。

再次,北美自由贸易区的建立,是香港对美贸易发展中又一个新的难题 如同欧洲统一大市场一样,北美自由贸易区同样带有明显的区域排他性质。首当其冲受其影响的是东南亚国家,香港也不例外。因为美国以墨西哥的廉价劳工取代东南亚的廉价劳工更为合算,香港对美出口或转口的劳动密集型产品必将面临新的挑战。

综上所述,尽管港美贸易中存在着一些不确定或不利的因素,但仍有理由相信,随着中美关系的改善和我对港贸易的融洽发展,以及美国战略向亚太地区转移和采取与之相应的对港政策,港美贸易关系会有新的发展。