

菜鳥物流為何進軍香港？

港股投資者通常是這樣的：偏好汽車企業而非生產汽車玻璃的企業，偏好互聯網企業而非製造光纖的企業，偏好電商企業而非物流企業。但以上任一例子，前者都必須靠後者才能生存，而且後者的競爭優勢更大、行業整合更容易。

多年來，貿易及物流業是香港最大的產業。跟據香港政府的資料，貿易及物流業的產值佔 2016 年 GDP 的 21.6%，佔比是各行業中最高。

以當時價格計算的增加價值 Value added at current prices	2006 百萬元 \$Mn	2011 百萬元 \$Mn	2015 百萬元 \$Mn	2016 百萬元 \$Mn	平均每年變動百分率 Average annual percentage change		
					2015 – 2016	2006 – 2016	2011 – 2016
1. 金融服務 Financial services	246,000 (16.7%)	305,300 (16.1%)	409,900 (17.6%)	429,100 (17.7%)	+4.7%	+5.7%	+7.0%
(a) 銀行 Banking	132,700	177,700	258,700	270,200	+4.4%	+7.4%	+8.7%
(b) 保險及其他金融服務 Insurance and other financial services	113,300	127,600	151,200	158,900	+5.1%	+3.4%	+4.5%
2. 旅遊 Tourism	47,400 (3.2%)	86,200 (4.5%)	116,400 (5.0%)	112,400 (4.7%)	-3.4%	+9.0%	+5.5%
(a) 入境旅遊 Inbound tourism	36,200	72,100	93,100	89,600	-3.8%	+9.5%	+4.4%
(b) 外訪旅遊 Outbound tourism	11,200	14,100	23,200	22,900	-1.6%	+7.4%	+10.2%
3. 貿易及物流 Trading and logistics	399,400 (27.1%)	485,400 (25.5%)	517,400 (22.3%)	523,100 (21.6%)	+1.1%	+2.7%	+1.5%
(a) 貿易 Trading	327,200	417,800	439,600	446,300	+1.5%	+3.2%	+1.3%
(b) 物流 Logistics	72,300	67,700	77,900	76,800	-1.4%	+0.6%	+2.6%
4. 專業服務及其他工商業支援服務 Professional services and other producer services	158,900 (10.8%)	235,900 (12.4%)	287,200 (12.3%)	302,900 (12.5%)	+5.5%	+6.7%	+5.1%
(a) 專業服務 Professional services	51,600	88,000	112,700	118,100	+4.8%	+8.6%	+6.1%
(b) 其他工商業支援服務 ⁽¹⁾ Other producer services ⁽¹⁾	107,300	147,900	174,400	184,800	+6.0%	+5.6%	+4.6%
四個主要行業 = 1+2+3+4 Four Key Industries = 1+2+3+4	851,700 (57.8%)	1,112,800 (58.5%)	1,330,900 (57.2%)	1,367,500 (56.6%)	+2.7%	+4.8%	+4.2%
本地生產總值 ⁽²⁾ Gross Domestic Product (GDP) ⁽²⁾	1,473,500	1,901,000	2,325,400	2,417,700	+4.0%	+5.1%	+4.9%

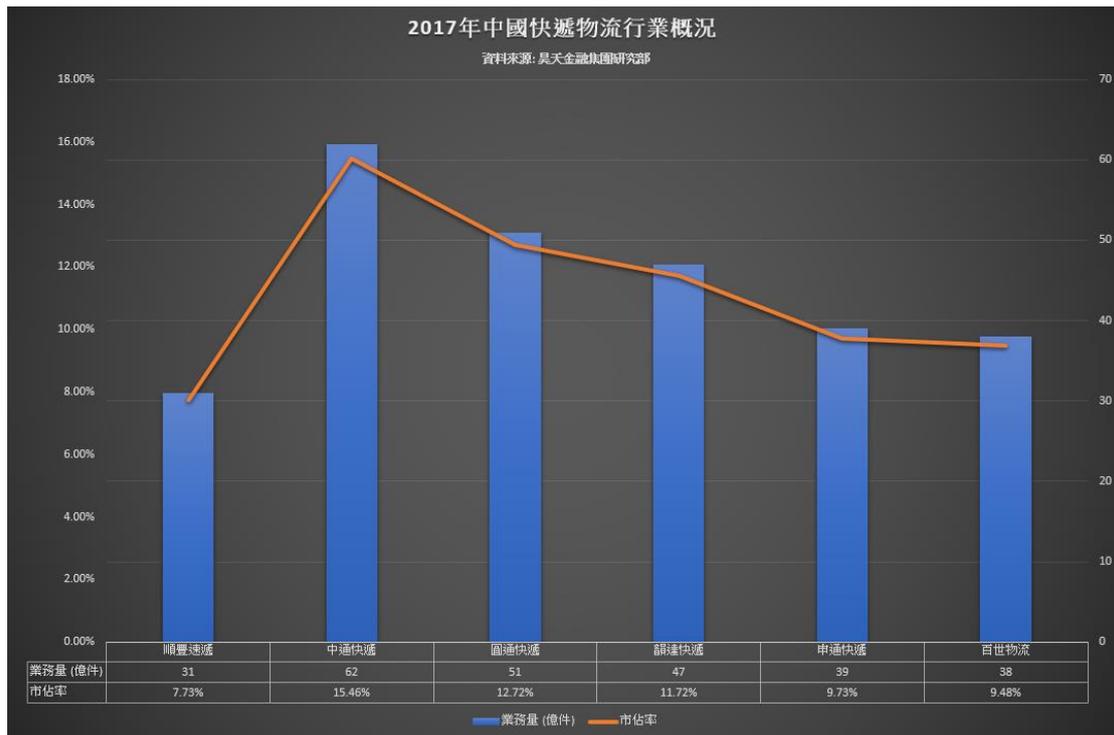
(圖片來源：香港政府統計處，2018 年 5 月)

貿易和物流業繁榮是很合理的：一方面，自從經濟發展重心由製造業轉型至服務業後，香港人無論衣食住行還是工作娛樂，幾乎全部消費品耐用品都需要依靠進口，促進了貿易活動；另一方面，香港水域深度能讓大型船隻航行，加上地理位置處於西太平洋海岸線的中心點，香港自然成為了國際間轉口貿易的重心。

然而，隨著近年中國沿海城市開放，香港的地位從世界第一被擠了下去：2017年只排第五，在上海、新加坡、深圳和寧波之後。物流業在香港漸漸不被重視，年輕的物流專才短缺，法規仍然落後。例如物流倉庫，不論中外物流巨企都以自動化機械運作，但早前本港企業香港電視(1137)為其電商業務建造自動化倉庫時，政府部門仍然硬性假設倉庫需要大量人手，規定建造倉庫時要有一定數量的廁所，淪為業界笑柄。香港網購滲透率遠遠落後於其他發達地區，主因是體驗不佳，正正是因為物流服務效率低下而造成的錯貨漏貨、派遞時間失準、貨物損壞、未能恆溫等等。

去年「618」購物節，阿里巴巴(BABA)旗下的天貓超市正式進軍香港，全面開展日常生活品的網購業務。事隔一年，同屬「阿里系」的菜鳥物流在6月6日宣佈，與圓通速遞國際(6123)和中國航空聯合中標香港國際機場的高端物流中心項目，投資額預計約120億港元。

無獨有偶，昨天(6月11日)中國市佔率最高、在美國上市的中通快遞(ZTO)也宣佈與土耳其航空和太平洋航空合作，開拓全球航空物流業務。也許讀者們都不知道，唯一一家在香港起家 and 深耕的順豐控股(SZ002352)，在全中國市佔率只排第六，反映香港的物流市場需要更多頂尖參與者的推動，才能提高服務效率，優化消費者體驗。



(圖片來源：昊天金融集團研究部)

香港的貿易和物流業正處於風口之上。隨著內地電商和物流龍頭走向國際化、粵港澳大灣區發展計劃落實推進、中國巨企在外國受貿易風波影響，進軍香港成為兩全其美的策略，也正好用上香港多年來的貿易港和法治優勢。

而站在風口也許會飛的股票，筆者在文中已全部提及，大家拭目以待。

文章來源：資本雜誌