

一帶一路背景下“澳門—珠三角”企業 雙向轉型升級的貿易創新路徑研究

王玉

曹利軍

王怡

暨南大學國際商學院教授 暨南大學國際商學院教授 暨南大學國際商學院碩士

一、前言

被譽為“世界工廠”的珠三角地區，經過近30年的經濟快速發展，逐漸成為全球最大的電子和家電等日用品生產和出口基地。但其製造業多處於價值鏈的低端位置，多數企業從事貼牌生產出口貿易。自金融危機後，由於全球需求量銳減，珠三角製造業所能拿到的出口訂單也大幅下降，大量貼牌生產 (Original Equipment Manufacturer, OEM) 工廠隨之倒閉。面對這樣的全球經濟環境，珠三角地區傳統製造企業不得不開始思考轉型升級的問題，全國製造業發展都開始重新定位，開始有意識地從成本領先戰略轉向創新領先戰略，逐步從全球價值鏈的低端向高端攀升。從2008年到2016年，珠三角企業一直通過不少路徑轉型升級，有的轉型成功，有的一直在尋求轉型的可行路徑、有的轉型失敗淘汰關閉。廣東省政府也相應提出“三促進一保持”與產業、勞動力“雙轉移”的發展方針，以期珠三角地區能夠保持經濟活力，繼續為全省乃至全國的經濟發展做出更為長期持久的貢獻。目前，很多珠三角製造業從貼牌生產 OEM 轉向原設計生產 (Original design manufacturer, ODM) 時是失敗的，呈現出“微笑曲線失靈”的現象，甚至有些企業呈現出拱形發展現象。但本團隊認為，微笑曲線和拱形線交叉的中間，是企業轉型成功的關鍵。目前珠三角成功轉型的製造企業主要是由於具備了產品創新能力、技術創新能力或服務創新能力；因此，珠三角企業的轉型升級要從提高企業的產品創新、技術創新和服務創新能力等三方面去思考。

澳門處於珠三角臨界，主要以博彩業為主，在內地政策的影響下，博彩

業也面臨企業轉型升級、經營多元化的問題。因此，在“一帶一路”戰略影響下，澳門和珠三角企業如何共同創造，實現成功的“雙向轉型”升級與“雙贏”，甚至多贏，是一個值得探討的問題。本文最後針對珠三角轉型升級中遇到的問題，提出以澳門為主導的貿易創新策略。

二、文獻述評

關於珠三角製造企業的研究文獻較多，以“轉型升級+珠三角”、珠三角轉型企業等為主題，從中國知網資料庫檢索到自2010年以來收錄了600篇左右的相關文獻。這些文獻中，龔唯平等（2010）主要分析了代工企業轉型的必要性和可行性。朱衛平等（2011）、毛蘊詩等（2012）、譚裕華等（2013）、邱紅等（2014）對企業轉型升級的模式與路徑提出了相應建議。王惠芬等（2016）提出在OEM基礎上進行精細化、智慧化的製造深耕，以代替從OEM向OBM或ODM攀升的轉型模式。澳門經濟多年來都是博彩業一支獨大，經濟適度多元化目標已提出多年。韓海敏（2017）、郭永中（2011）、陳恩等（2012）研究了澳門經濟適度多元化的問題。陳章喜等（2012）用面板資料論證了會展業帶來的經濟效應，提出推動澳門會展業，應加強粵澳會展業合作。陳廣漢等（2015）對澳門經濟發展的瓶頸進行了研究，並為澳門經濟制定了“走出去”的發展策略。關峰等（2016）結合“一帶一路”國家戰略指出澳門的發展機遇，應強化澳門與周邊地區以及國際組織的合作交流。2011年《粵澳合作框架協議》簽署，將橫琴定為合作重點之一，胡景岩（2012）就橫琴與澳門之間的互動發展做出了探討，歸納出兩地可合作的幾大重點方面。楊英（2017）提出以大珠江三角洲地區經濟一體化為基礎，推進澳門經濟實現旅遊休閒產業適度多元化。任傑等（2014）通過對粵澳地區經濟發展的相互影響進行實證分析，認為廣東地區經濟發展對澳門地區經濟產生了較強的正向影響並存在滯後性，澳門對廣東經濟的影響程度相對較弱，但是短期內粵澳經濟波動具有同步性，說明粵澳兩地存在經濟合作的基礎。

珠三角地區與澳門企業都面臨產業轉型升級的問題，兩地在地域上緊密相連，珠三角是內地接收澳資最多的地區，兩者的經濟發展有較強的關聯。因此，不論是珠三角轉型還是澳門轉型，都會對兩地合作有所涉及。目前，關於

兩地合作的研究主要是集中於珠三角地區經濟對澳門經濟的帶動，如何針對各自的優勢，實現雙向轉型升級、從貿易創新路徑去研究合作還不夠深入。本文將探討澳門在珠三角製造業轉型升級過程中所能為珠三角地區帶來什麼樣的合作機遇，通過在雙方企業在轉型升級中的合作，怎樣來實現兩地企業的雙向轉型升級、尋找貿易創新路徑，為促進兩地的經濟的協同發展提供借鑒。

三、珠三角製造企業轉型升級的路徑與問題分析

(一) 珠三角產業結構及企業發展現狀

1. 珠三角產業結構現狀

珠三角地區包括廣州、深圳、珠海、中山、東莞、佛山、江門、惠州、肇慶等九個城市，其在廣東的經濟地位尤其突出。根據2017年廣東省統計年鑒統計資料，得到2000-2016年廣東省與珠三角地區GDP總量圖，見圖1。自改革開放，珠三角地區的GDP多年來一直是廣東省GDP的重要來源。從圖1中可看出，2000年珠三角地區的經濟總量就佔到廣東省GDP的78%。自2002年以後，珠三角的經濟總量就佔到廣東省GDP的80%以上，2016年珠三角地區以67,841.85億元（人民幣）的總產值佔當年廣東GDP的85.32%。因此，珠三角地區把握着廣東省的經濟命脈，珠三角地區的經濟發展對廣東省來說至關重要。

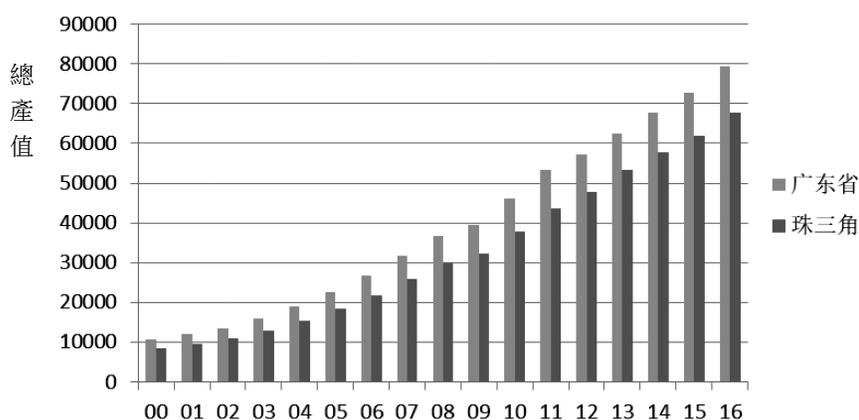


圖1：2000-2014年廣東省與珠三角地區GDP總量（單位：億元人民幣）

2000年-2016年珠三角地區各產業對廣東省各產業的影響程度，可以用珠三角地區三次產業佔全省三次產業比重圖和貢獻圖來分別表示，見圖2和圖3（資料來源：根據2017年廣東省統計年鑒計算所得。）從圖2可以看出，第一產業處於持續走低狀態，第二產業基本變動不大，略微有所減少，這體現出珠三角地區的第一產業和第二產業正在向東西兩翼與山區轉移。而珠三角第三產業產值佔全省第三產業產值的比值，持續走高，超過了第二產業，這也是產業轉型的一種表現。從圖3可以看出，第一產業對珠三角地區GDP總量的貢獻率一直都不大，且持續走低，珠三角地區的產業結構主要是由第二產業和第三產業構成。2016年底，珠三角地區的總產值為67,841.85億元，第一產業產值為1,205.45億元，僅佔總產值的1.78%左右，第二產業和第三產業產值分別為28,596.17億元與38,040.23億元，分別約佔地區生產總值42%與56%。可見第二產業與第三產業對珠三角地區經濟的重要性，第三產業的貢獻率比第二產業高出將近14個百分點，已經成為珠三角地區的主導產業。

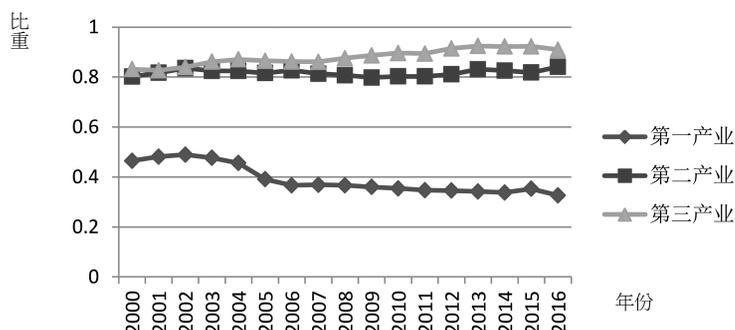


圖2：珠三角地區三次產業佔全省三次產業比重

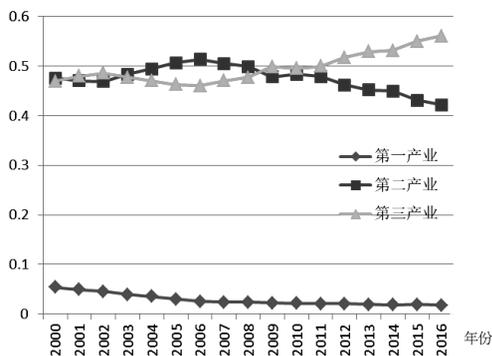


圖3：珠三角三次產業對GDP的貢獻率

總之，圖2和圖3可以明顯看出，自從金融危機後，第三產業的貢獻率開始趕超第二產業，第二產業的疲軟現象逐步凸顯出來，雖然第二產業仍佔經濟的絕對主導地位，但產業轉型升級的需要逐步凸顯。

2、珠三角製造企業轉型升級現狀

根據2015年廣東省統計年鑒，得到2014年珠三角地區規模以上製造業企業不同情況，見圖4。由圖4可知，2014年珠三角地區的製造企業增加值為22,583.28億元，佔當年第二產業總值的87%。珠三角地區規模以上的企業按個數計算，中小型企業佔據絕大多數，虧損率也是中小企業比較高。雖然大型企業的工業增加值較高，但是中小企業合計仍在50%以上，中小企業在珠三角的經濟發展中依然起到了很重要的作用。然而中小型企業基數大，平均產值不高，虧損率較大，因此中小型企業面臨更為嚴峻的局面。

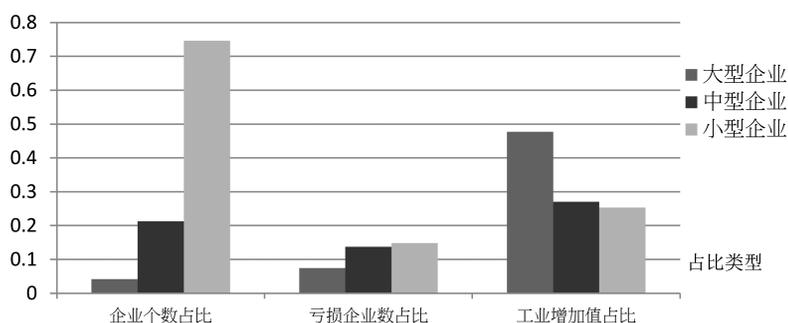


圖4：2014年珠三角地區規模以上製造業企業不同規模企業情況

從圖5中可以看出珠三角製造業企業主要集中在電子製造、金屬製造、橡膠與塑膠製造、服飾、傢俱、化學原料等行業。這些行業的附加值都不高，沒有太高的技術要求，處於價值鏈的底端部位。

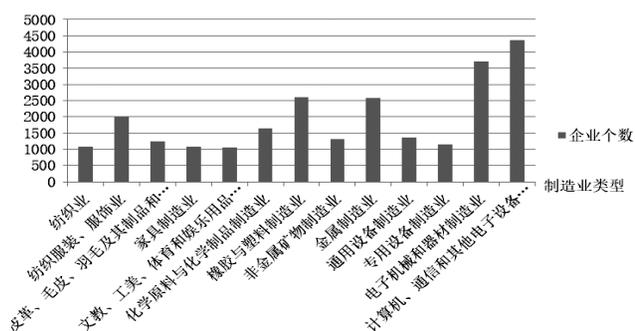


圖5：2016年珠三角主要製造業企業個數（單位：個）

同時，我們對珠三角研發投入統計，得到2008-2014年珠三角地區工業企業R&D投入強度情況。從圖6中，可以看出珠三角地區企業的研發人員的比重近年來有較大幅度上升，在2014年達到了4.2%，但比值仍不算高。並且研發經費比重一直比較低，沒有超過1.5%，這些都說明了珠三角製造業的創新能力不夠。

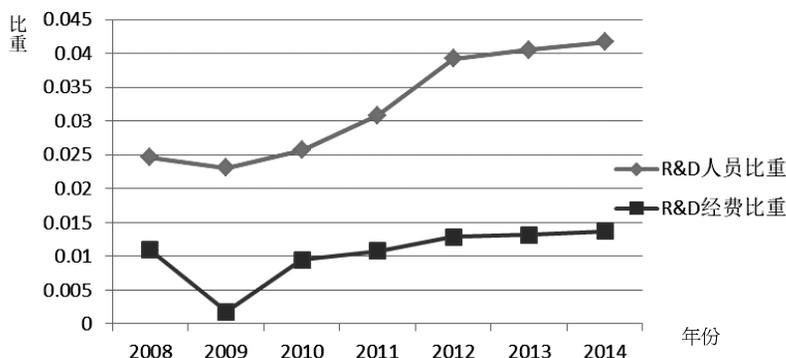


圖6：2008-2014年珠三角地區工業企業R&D投入強度情況

總的來說，廣東省與珠三角地區生產總值在絕對值上每年仍有較大的增長。但是從產業發展來看，珠三角地區的第二產業已經發展到了瓶頸階段，製造業作為第二產業中重要的組成部份面臨着轉型升級的問題。特別是中小型企业轉型升級的必要性與問題更加突出。

（二）目前珠三角企業的轉型升級路徑

當前珠三角製造業面臨的困局是缺乏創新能力，生產的產品附加值極低。生產的產品多是電子設備、傢俱、塑膠、服裝鞋帽等，產業都隸屬於購買者驅動的全球價值鏈中，在這樣的價值鏈裏，珠三角製造企業居於十分被動的地位。針對產業轉型升級，結合理論與實踐，我們把珠三角企業轉型升級的路徑歸納為：

路徑一：價值鏈驅動的企業升級路徑

2014年珠三角規模以上的工業企業有31,212家，其中中小型企業29,893家，佔總數95.7%。這些中小型企業多是沒有自己品牌，沒有核心技術的貼牌加工企業，生產的產品多是勞動密集型產品，這些企業急需向價值鏈高端轉移。價值鏈驅動的企業升級路徑指從價值鏈低端逐步向高端的發展。升級過程主要有四步，工藝升級、產品升級、功能升級以及鏈的升級。珠三角製造業企業雖然在價值鏈的低端但基本上實現了工藝升級的步驟，當前主要任務是實現產品升級與鏈的升級。產品升級是從簡單的大批量產品的生產過渡到複雜的差異化產品的生產，從簡單的產品製造逐漸變為有較高技術含量的核心零部件等的生產。在實現產品升級後，製造業就要逐漸關注功能升級或鏈的升級。鏈的升級是指從低附加值的OEM向高附加值的OBM和ODM攀升。

從發達國家產業鏈升級經驗來看，OEM企業的轉型升級將經歷三個主要過程：首先OEM生產要達到規模化，逐漸掌握自主的核心製造優勢，提高管理能力、生產技術、員工素質等。之後向價值鏈上游轉型，注重專有技術開發，形成某一領域內的核心技術。最後一步是向價值鏈下游轉型，着力自主品牌建設，加強服務意識，挖掘開發品牌價值與品牌文化，實現從貼牌到創牌的最終轉變。

路徑二：互聯網市場驅動的企業轉型升級路徑（轉做電商，開闢網路市場）

傳統企業向電子商務轉型是企業開拓市場的有效手段，主要的轉型方向有O2O、B2B、B2C三種。目前，互聯網市場空間越來越大，截至2015年12月，

中國有6.7億網路使用者，其中網購使用者規模達到4.13億，比例高達六成。2015年全國網路零售交易額為3.88萬億元，其中實物商品網上零售額為32,424億元，佔社會消費品零售總額的10.8%。透過這些資料顯現出中國網路市場規模之大，消費能力之強。

“互聯網+”為很多轉型企業提供了新的思路，出現了很多轉型的互聯網企業，推動製造企業開展O2O（線上線下）、柔性製造等。比如大型的銷售商蘇寧、國美等都紛紛向電商轉型，制定電商戰略，搶佔網路市場。各類製造業的電商轉型也多不勝數。如廣州力果服飾、佛山唯尚傢俱，廣州匯美服飾等。2008年淘寶推出淘寶商城，匯美抓住細分領域，推出茵曼品牌的棉麻女裝，一舉獲得成功。

當然，在企業向電子商務模式轉型時，必然會有風險。主要分為外部風險與內部風險，外部風險主要包括：資訊風險、競爭風險、網路交易安全風險、信用風險、物流風險等，內部風險主要包括：技術風險、管理風險、內部網路安全風險、電商流程再造風險等（曾憲鳳，2014）。珠三角企業向電子商務轉型時面臨的主要問題有電子商務人才稀缺、產品定位不清晰、市場定位不準確等。針對相關問題，傳統企業需開展與已有電商平台的合作、借助大公司的物流系統、針對性的培養電商人才等相關工作。

路徑三：技術/產品創新驅動的企業升級路徑

隨着生產技術的升級換代和區域創新體系的日益完善，技術進步對企業升級轉型的推動力越來越強大，而技術進步的主要途徑便是技術創新。在東莞，越來越多台商加快了研發與創新的步伐，英業達、宏電、廣達、大眾、華碩、明基、華宇、旺宏、耀華等多家電子廠商，均先後設立研發中心、IC設計中心或軟體開發基地。台達電子從2000年就放棄了“低成本、低價格”的經營模式，與內地10多所著名工科院校合作、建立內地人才儲備庫、專門從事產品的研發升級，成功完成產業轉型升級。相關的經驗證據說明，大中型加工貿易企業是可以通過技術創新實現轉型升級的。越來越多的珠三角傳統製造業企業開始重視技術創新，開闢依託於核心技術的企業轉型升級之路。總之，基於互聯網與大資料，現代企業的產品創新工作還可以直接將消費者群體納入進來，充

分瞭解消費者群體的需求，做出更為精確合理的產品創新設計。

路徑四：服務驅動的製造業升級路徑

服務驅動的製造業升級路徑是指從製造業中逐步衍生出服務業務，原本的製造業不再僅僅提供物品，而轉向提供“物品+服務”，並且服務業務成為企業提高產品附加值的主要來源。在2015年廣東省政府印發的《廣東省人民政府辦公廳關於加快發展生產性服務業的若干意見》中，提出“做強先進製造業產業‘微笑曲線’兩端；推動製造企業服務化；加快建設面向先進製造業的公共服務平台；打造生產性服務業集群化集聚化發展載體；加大政策支持力度”。製造業服務化主要有四種途徑：一、下游產業鏈服務化，指製造業企業開發產業鏈下游環節，通過增加在行銷、品牌管理以及產品的延伸服務等環節的介入，實現服務化。二、上游產業鏈服務化，相對應的是加大對產業鏈上游環節的開發力度，增加企業研發、設計能力。三、上下游產業鏈服務化，同時開發上下游產業。四、完全服務化，製造業企業完全退出低附加值製造領域，只從事附加值相對高的上下游產業鏈環節。由於第一、第二條路徑對企業要求較低，更加適合大多數沒有服務化經驗的珠三角製造業企業。現代製造業與服務業密切相關，相互影響，相互促進。珠三角地區服務業的發展反過來再次促進製造業轉型，由於服務業的快速發展，更多的製造業企業可以選擇進行服務外包，集中資源發展核心業務。更好的服務業環境將給珠三角製造業提供更好的金融服務。

總體來看，上面歸納的珠三角企業轉型升級路徑的這4種升級路徑有時又交叉在一起。在實際中，每個企業的成功轉型都混合很多要素在一起。珠三角企業在轉型升級中面臨多種問題。

（三）企業轉型升級中尚存在的主要問題分析

1. 供給側不對稱，生產過剩

供給側與需求側不對稱是全國傳統產業共同面臨的問題，珠三角地區也不例外。原來的國家政策主要集中在需求側的管理，強調通過需求管理來調節經

濟週期，在經濟不景氣時試圖通過加大政府公共支出擴大內需以解決國內企業面臨的問題。多年來隨着市場的逐步開放與外資的大量湧入，珠三角地區的產業出口貿易額高速增加。2008年爆發金融危機後帶來全球經濟環境的不景氣，珠三角地區及其它地區產品的海外市場急劇收縮，大量產品積壓。國家為解決短時間內的經濟不景氣，2009年投入4萬億財政資金並且配套10萬億貸款來拉動內需。本以為國際市場會逐步回復並進一步擴張，但全球經濟環境持續低迷，4萬億財政資金使製造企業產生了大量的產品積壓，造成生產過剩（葉衛平，2016）。

由於原來缺乏供給側的管理，並且珠三角製造業多為中小型企業，且有相當一部份企業為代工廠商，這些企業沒有能力且沒有動機去收集市場信息。產生了大量無效和低端的供給，對市場需求的變化沒有及時適當的對應機制，不能及時跟進需求的變化，產品缺少創新成分，附加值不高。

2. 產業結構需要調整

2014年第二產業對珠三角GDP總值貢獻率仍高達45%，而珠三角製造業又佔據第二產業絕大部份份額，說明珠三角地區的製造業仍然是當地經濟的支柱產業。在《廣東省智慧製造發展規劃（2015-2025年）》促進服務型製造發展中，鼓勵製造企業積極發展精準化定制服務、全生命週期運維和線上支援服務，提供整體解決方案、個性化設計、多元化融資、便捷化電子商務等服務形式。引導有條件的企業從提供設備向提供設計、承接項目、實施工程、項目控制、設施維護和管理運營等一體化服務轉變。支持大型裝備企業掌握系統集成能力，開展總集成總承包服務。鼓勵製造企業圍繞產品功能拓展，發展故障診斷、遠端諮詢、呼叫中心、專業維修、線上商店、位置服務等新型服務形態。加快生產性服務業發展。

目前，全球經濟已經進入了服務經濟時代。在許多發達國家服務業對國民生產總值的貢獻率高達60%-80%，服務業對全球國民生產總值的平均貢獻率已達到60%左右。全球產業發展歷史，製造業雖然在國家崛起階段有着不可替代的支柱作用，但終究會朝着服務化方向發展。珠三角服務業平均貢獻率仍沒有達到國際水平，因而產業結構尚需要進一步調整，製造業的服務化是產業升級

的必經之路。

3. 創新能力差（產品創新能力、技術創新能力、服務創新能力，缺乏核心競爭力）

企業的創新能力是企業成功轉型的重要決定因素之一，而珠三角的中小型企業多年來從事貼牌加工貿易，自主創新能力與動力都不足，缺乏智慧財產權意識，沒有掌握行業核心技術能力。對產品的生產技術沒有自主開發意識也不具備自主開發能力，這對企業從OEM向ODM轉型十分不利。珠三角製造業不僅對核心技術的創新能力不足，而且由於是貼牌出口，企業還缺少對產品的創新創意，且沒有品牌意識，缺乏產品創新能力與服務創新能力，並且企業不重視銷售服務環節，這不利於企業從OEM向OBM轉型。

4. 市場環境不佳

企業的運作離不開市場，企業想要轉型升級成功，必須從市場上獲取必要的資源與利潤。然而珠三角地區的製造業企業在全球金融危機後，由於全球經濟的低迷與萎縮，國外市場不斷縮小，利潤空間難以再有所提高。雖然近年來貿易量有所回升，但是國外的市場仍然不足以支撐珠三角的轉型升級。再加上珠三角製造業多是實施成本領先戰略，以低成本的勞動密集型產品在國際上獲取競爭力，近年來已遭到多起反傾銷仲裁，國際貿易條件進一步惡化，僅僅依靠國外市場已經難以在國際競爭中獲取更多的利益了。

5. 融資管道不暢

珠三角製造業多屬於中小型的家族式企業，面對轉型升級的大量資本要求，使得他們對轉型升級一直抱着觀望不前的態度，或者說他們有心無力。這些企業由於規模並不大，難以在銀行獲取到足夠支持其完成轉型升級的貸款支援，也沒有能力和經驗去尋找外商合作，吸引外資。而民間金融借貸市場的體系又不規範，風險高融資成本大。故而許多需要或想要轉型的企業難以開始他們的轉型升級戰略，即使他們冒險選擇轉型，也可能因為資金供應不足而轉型失敗。

四、澳門參與下珠三角製造業轉型升級創新路徑

珠三角地區與澳門一水之隔，澳門特殊的經濟、文化優勢，可以通過“中國與葡語國家貿易合作服務平台”與“一帶一路”戰略為珠三角製造業的轉型升級提供有效的助力作用。

（一）澳門特有的優勢

1. 特殊的地域融合文化

現如今澳門呈現給世人的獨特文化狀態，毫無疑問是與葡萄牙人分不開的。自1553年葡萄牙人開始來到澳門起，澳門400多年來的歷史就與葡萄牙人密不可分。在這幾百年間，澳門的經濟文化發展正是華人與葡人共同建設的結果。澳門文化的各個方面都融入了較濃郁的西方特色。如建築文化、宗教文化、商業文化以及語言文化，處處都流露出西式色彩，特別是葡式色彩。葡系文化的特點使得澳門對於葡語國家來說有一種天然的親近感。但澳門的人口組成仍是以華人為主，據《香山縣誌》載，澳門在南宋以前原屬東莞縣香山鎮，千百年來都屬於嶺南文化圈的一部份。澳門與珠三角地區山水相連、文化相通，兩地區之間的文化、經濟交流頻繁且暢通。

2. 多年的自由港經驗

澳門在歷史上是中國海上絲綢之路的重要節點之一，其以廣州為中心，中國為腹地，開闢經營了四條國際航海貿易線路：一、澳門—果阿—歐洲貿易航線；二、澳門—日本貿易航線；三、澳門—馬尼拉—美洲貿易航線；四、澳門—東南亞貿易航線（謝四德，2016）。自澳門建港以來獨佔華洋貿易一百多年，成為遠東貿易中心，後因葡國衰退英美崛起，再加上缺乏深水港條件，澳門地位逐漸被香港替代。自上世紀50年代起，澳門的自由港又開始恢復生機，回歸祖國後其自由港性質也沒有改變，澳門在自由港的貿易與建設方面具有十分豐富的經驗。

3. 較豐富的服務貿易經驗

澳門在上世紀60年代中期到80年代後期曾經歷了工業發展的黃金時期。但

是作為一個微型經濟體，澳門的工業發展的潛能體量都不大。因此，澳門於90年代開始探索轉型的道路，先是從勞動密集型產業轉為高科技產業，後來進一步轉到服務業。博彩業成為澳門經濟的支柱產業，除此之外，澳門的旅遊業、保險業、酒店餐飲業和會展業都發展較好。雖然澳門的很多服務業規模並不大，但是他們有着直接面向國際，靈活多變的優點。多年來在服務業的探索為澳門積累了相關產業的豐富經驗，這些經驗正是內地製造業通向服務化所缺少的。

（二）澳門的在珠三角企業轉型升級中發揮的作用

澳門與珠三角一直有合作淵源，珠三角與澳門之間的互動關係，可以讓同時擁有嶺南文化和葡系文化的澳門，在珠三角地區與葡語家之間起到一種貿易橋樑作用，並且將自身的發展經驗傳輸給珠三角地區，具體分析如下：

1. 開拓市場、吸引資金

為了解決珠三角製造業的產能過剩問題，除了打開內地市場以外，珠三角企業仍應想辦法進一步開拓國際市場。澳門可以充分的利用其與葡語國家的天然親近感，幫助珠三角企業開拓葡語國家市場，獲取葡語國家訂單，將更多的產品銷售出去。利用“中國與葡語國家貿易合作服務平台”和澳門“一帶一路”組織機構，珠三角有實力的大企業可以考慮“走出去”，建立跨國子公司以開拓國際市場。而對於中小型企業來說，澳門可以把更多的葡語國家“引進來”，為企業吸引更多的訂單和資金。通過引進外資緩解那些“外需”企業的庫存壓力，加快珠三角地區企業的“去庫存化”。

2. 加速橫琴自貿區建設與製造業服務化進程

作為自由港的澳門其實一直充當着類似自貿區的角色，所以經過多年自由港的建設與自由港貿易的發展，澳門可以為橫琴自貿區的建設提供寶貴的建議與參照範本。雖然澳門的博彩業一支獨大，但是這些年來澳門金融業仍然有較大的發展，還有會展業等服務業，澳門也較早的發展起來了，所以不論是在金融還是商貿服務方面澳門的發展對橫琴自貿區都是很好的借鑒範本。

3. 提升企業的創新能力（產品創新能力、服務貿易創新能力、技術創新能力）

通過澳門的紐帶作用，珠三角地區可以同澳門、葡語國家與地區聯合發展，可以更容易地接觸到一些外企的核心技術，提高自身的技術創新能力。並且通過澳門這個更加有效地資訊管道，珠三角的企業可以更好地掌握葡語國家市場需求的變化，可以更有效的針對需求來進行產品創新，提高產品創新的成功率，減少創新成本。澳門拉動葡語國家資金向珠三角地區流動，這部份資金可以擴大企業的研發投入，提高創新能力。當然三地聯動不僅為珠三角地區帶來更多的資金，還可以帶來更多的技術創新人才與企業創新經驗，全面提升企業的創新能力。

（三）“澳門—珠三角”企業雙向轉型升級的貿易創新路徑

1. 共建跨境電商平台

隨着互聯網技術的不斷發展，電商平台開始聚集大量消費者，並且通過電商平台，企業與企業之間的溝通合作也更加便捷。對於珠三角製造業來說，打造電商平台既為其創造更大的市場，也是製造業轉型的一個方向。利用澳門與葡語國家的特殊關係，珠三角地區可以和澳門在“中國與葡語國家貿易合作服務平台”的基礎上，合作共建專門針對葡語國家的跨境電商平台。通過建立B2B2C的跨境電商平台，可以加強珠三角企業與葡語國家企業的交流、合作。通過建立B2B2C的跨境電商平台，既意味着珠三角製造業可以直接與葡語國家的消費者建立聯繫，打開自己的市場，也意味着一部份珠三角企業通過建立跨境電商平台，將葡語國家的產品帶給國內消費者，這樣做便是對以往一味的生產製造的經營模式進行改變，使製造業服務化向前邁進了一步。

澳門在建立“中葡”跨境電商平台時有着重要的作用。在平台建立前期，需要澳門積極進行雙邊聯絡。在平台建立時和建立後，平台的維護運行、雙邊市場的開拓、分析等都需要具有雙邊文化背景的澳門人才參與其中。總而言之，跨境電商平台的打造可以優化雙方的經濟環境，而更好的經濟環境對珠三角製造業成功的轉型升級來說也是一個重要的保障因素。

2. 打造大資料平台，開展C2B服務貿易

澳門與珠三角地區應該共建大資料平台，珠三角可以借助澳門的特殊優勢

加強對西方國家市場訊息捕捉能力及理解挖掘能力，及時瞭解海外市場的需求變化，做出更好的市場定位，特別是針對葡系消費者的需求。澳門可以促進珠三角企業開拓C2B市場，拉動珠三角企業生產與創新。

構建大數據平台可以提高珠三角企業對市場信息的掌握與分析能力，加強企業對市場與消費者需求變化的捕獲能力和及時應對的能力。加強資料採擷，尋找出大數背後的價值，通過大數據的分析，做出精準的市場定位，尋找出市場中潛在的商機和利潤點。通過互聯網和大數據拉近企業與市場之間的關係，特別是使企業直接瞭解到消費者資訊，使企業能夠滿足客戶個性化定制的需求。借助大數據平台還可以提高企業與消費者協同演化、互動創新的能力，提高企業轉型升級的成功率。

3. 拓展新的貿易途徑

澳門可以利用多年自由港的經驗以及與葡語國家的特殊關係，並且作為海上絲綢之路的重要節點，依託“一帶一路”國家戰略為珠三角企業開拓更多的針對葡語國家的航線。珠三角企業可以直接與葡語國家產生更多的貿易聯繫，也可以利用澳門自由港的優勢進行轉口貿易。

廣州、深圳、珠海、中山等珠三角城市的產品可以通過澳門再轉向世界上其他葡語國家。葡語國家與地區，包括葡萄牙、巴西、安哥拉、莫桑比克、幾內亞比索、佛德角、聖多美及普林西比島、赤道幾內亞、東蒂汶、澳門等。而海上絲綢之路的路線，起點是泉州，終點為西歐國家，途經越南、印尼、印度、科尼亞、希臘等亞非歐各國。珠三角地區的產品可借助海上絲綢之路加上澳門同葡語國家的親密關係的進入葡語國家市場。比如商品在到達海上絲綢之路的非洲節點肯亞後可以繼續開拓莫桑比亞、安哥拉、幾內亞比索等非洲國家市場，還可以在到達西歐後繼續向前到葡萄牙，過直布羅陀海峽到巴西。雖然這不能直接造成珠三角企業的轉型升級，但是通過更好的打開國際市場，能為珠三角取得更多的產品訂單，帶來更多的資金，為珠三角企業的轉型升級提供一個緩衝。使得企業有更充足的時間與資金去實施轉型升級戰略，提高轉型升級的成功率，減少因轉型失敗導致的資源浪費與社會不穩定因素。

澳門進行轉口貿易不僅為珠三角企業帶來了更多的資金流入，也可以減少珠三角企業直接出口所產生的貿易摩擦問題。澳門可以利用其自由港地位和

對葡語國家的風俗文化及法律制度的熟悉來改善珠三角企業的貿易條件。在轉口貿易的同時，也可以發展澳門的航運業等，為澳門創收，形成一種雙贏的局面。

4. 加快澳門與橫琴的合作

澳門通過自由港累積的經驗，可以輔助珠海橫琴自貿區的建設，在適當的領域可以與橫琴自貿區合作共建。比如在服務貿易方面，開展旅遊業、會展業等多方面的合作，加速自貿區的功能建設。珠海作為珠三角的一個重要組成部份，通過橫琴自貿區的建立可以加快區域金融環境與服務貿易的發展，橫琴自貿區的功能定位為國際商務服務基地與國際金融創新區，這兩者的發展能夠解決珠三角製造業在融資與服務化時遇到的相關問題。

5. 合作發展會展業

近期澳門政府開展“會議為先”的發展策略，利用這種政策契機兩地聯手推動會展業的發展。通過會展業的發展可以為兩地帶來更多接觸前沿技術與新興產業的機會，促進兩地對新技術、新知識的吸收，加強兩地的創新能力。會展業對澳門來說還有特殊的意義，是澳門經濟適度多元化的一個重要途徑，將帶動澳門其它服務業（如保險業、旅遊業、餐飲酒店業）的興起。通過會展為製造企業提供技術、產品和業務撮合，促進更多貿易機會產生，從而雙向驅動澳門-珠三角的企業市場的擴展。

五、總結與展望

珠三角企業是否轉型升級成功對整個廣東省的經濟發展來說有着至關重要的作用。澳門雖然是一個微型經濟體，經濟體量不大，但其獨特的政治、經濟、文化及其產生的自由港和服務業經驗，對珠三角轉型有着特殊的借鑒作用。針對於這些優勢，本文提出了建立跨境電商平台，構建大數據平台，拓展新的貿易途徑，加快澳門與橫琴的合作，發展會展業等五種創新路徑。希望通過本文的研究能夠為澳門與珠三角企業的合作發展，提供借鑒意見。

（編者：本文部份內容有刪節）