



2020/2021 加中商业调查摘要

Walid Hejazi 博士
Daniela Stratulativ
高诗如 (Sarah Kutulakos)




Canada China Business Council
Conseil d'affaires Canada-Chine
加中贸易理事会

加中贸易理事会使命.....	4
执行摘要.....	5
引言.....	7
受访者.....	9
主要发现.....	12
加拿大/中国商业表现.....	12
中国在当前和未来计划中的地位.....	17
策略.....	17
在中经营/与中国有业务往来的企业业务前景.....	19
扩展计划.....	19
总结.....	19
商业和政策障碍.....	21
加拿大企业面临的商业挑战.....	21
加拿大在中经营/与中国有业务往来的企业面临的5 大营商障碍 ..	22
教育行业面临的特别障碍.....	24
监管障碍增加.....	25
中资企业在加拿大面临的障碍.....	25
新的法律、法规 and 政策的强大影响.....	25
民意和政府意见最具影响力.....	28
新冠疫情带来的影响.....	31
商务出行与新冠肺炎疫情.....	32
其他问题.....	34
加拿大品牌.....	34
中国首席官员.....	35
从中国采购的加拿大企业.....	35
结论.....	38
方法.....	40
关于加中贸易理事会.....	41



图 1: 加拿大企业——行业分布	10
图 2: 2019 年企业全球总收入.....	11
图 3: 当前与中国的商业活动.....	11
图 4: 多年与中国的业务往来(加拿大企业)	12
图 5: 2019 年中国业务在全球总收入中占比.....	13
图 6: 财务业绩.....	13
图 7: 按行业划分的盈利企业.....	14
图 8: 按企业规模划分的盈利能力.....	15
图 9: 按中国年经验划分的盈利公司。(受访者=93)	15
图 10: 盈利能力与前一年的对比.....	16
图 11: 将中国列为前五个优先选项的企业(按行业划分)	18
图 12: 按行业划分的扩展计划.....	20
图 13: 产生负面影响的议题.....	26
图 14: 产生积极影响的议题.....	27
图 15: 外部压力的来源.....	29
图 16: 对加拿大政府对华战略的看法	30
图 17: 新冠疫情对全球收入和中国区收入的影响.....	31
图 18: 新冠疫情对中国战略的影响	32
图 19: 新冠疫情前每年的旅行次数	32
图 20: 加拿大品牌	35

表 1 前15 大障碍(2021 年与2019 年对比)	23
表 2 教育领域十大障碍.....	24
表 3 中国公司在加拿大遇到的障碍.....	25



使命：加中贸易理事会的使命是识别加中贸易中存在的挑战，并采取有效措施应对这些挑战，从而在加拿大和中国创造更多和更好的商业机会。



执行摘要

在过去的两年里,与中国有业务往来的加拿大企业可谓饱受磨难。与美国和欧洲的企业相比,他们的业务受到的冲击最为严重。

随着加中关系、美中关系的持续紧张以及中加互扣对方公民的做法,加上新冠肺炎疫情导致的旅行限制再次延长,商业经营障碍显示出日益增强的政治化和政策化倾向。

本文进行的调查发生在Michael Kovrig、Michael Spavor 和孟晚舟9 月下旬分别回到自己的国家之前,因此调查结果是在将近三年的双边紧张局势的全部影响纳入考量之后得出的。2020 年中期调查中得出的趋势仍在继续。与中国的政策和经济发展相一致的行业前景依然乐观。但对于与中国政策不一致、依赖旅游业或行业发展与中美关系密切相关的行业而言,其前景不容乐观,甚至有可能拉低中国在全球战略中的地位。尽管面临诸多挑战,加拿大品牌依然坚挺,相信随着加中关系的缓慢解冻,它一定能够推动企业发展。本年度的调查得出了三大结论:

1.

由于政治因素的不断渗透,运营环境变得越来越不利于企业发展。

2.

尽管面对重重困难,在中经营/与中国有业务往来的加拿大企业表现依然出色,而且正在制定扩张计划。中国致力于成为全球最大经济体的决心创造了这一利好环境。

3.

人员无法跨境流动阻碍了原本可以在中国实现增长的行业的发展。

中国庞大的消费市场和对加拿大出口商品的巨大需求继续推动企业发展、维持并扩大在华业务。多样化不是一朝一夕就能实现的,对于一个每年为全球贡献三分之一GDP 增长的国家来说尤为如此。尽管如此,加拿大企业已认识到中国这一极具复杂性的市场的挑战与风险,并正在逐步开拓其他替代市场。





引言

加中贸易理事会每两年开展一次调查,以就开展加中贸易业务的企业业绩、挑战和前景进行探索。

最近的一次半年期调查是在2019年初进行的(使用了2017年的全年数据)。加中贸易理事会于2020年进行的一项中期调查旨在探讨紧张局势对加中商业活动的影响。这两项调查得出的结论包括:

- 尽管两国的政治制度和政府结构不同,但管理问题、官僚习气和不同的商业文化,给加拿大和中国的企业带来了非常相似的挑战和挫折。
- 尽管政治局势紧张,但在华经营的加拿大企业仍然在盈利、规模也在增长并计划进一步扩张。相较于两年前,在加拿大经营的中国企业利润有所减少,正在努力将亏损降至最低,并似乎也有扩张计划。
- 大体上,两国企业均对各自的长期前景持乐观态度。
- 2020年3月,在2018年12月的孟晚舟事件引发的双边紧张局势持续了整整一年多后,影响商的四大因素变成了:双边紧张局势、中美贸易战、新冠肺炎疫情和中国政策/经济发展。
- 影响体现在两方面——一些行业继续增长,另一些行业却受到单一或诸多因素的负面影响。尽管业总体上持乐观态度,但一些企业正在重新审视中国在全球战略中的地位,认为加拿大政府需要定一个明确的战略。

在今年进行的半年期调查中,我们再次对加拿大和中国的企业进行了调查,但仅收到少数中国企业的回复,因此本报告将重点关注加拿大企业。由于2020年中期调查中影响最为突出的是双边关系和中美关系的紧张局势,因此二者被添加到今年的障碍列表中,且均跃升至前列。

今年调查得出的主要见解包括:

1. 挑战愈发呈现出政治化倾向
2. 外部压力凸显
3. 盈利能力下降
4. 乐观情绪和扩张计划依然存在,但企业正在开拓中国以外的市场以寻求多元化途径

与2020年一样,与中国经济和政策发展相一致的行业表现和前景更加乐观。

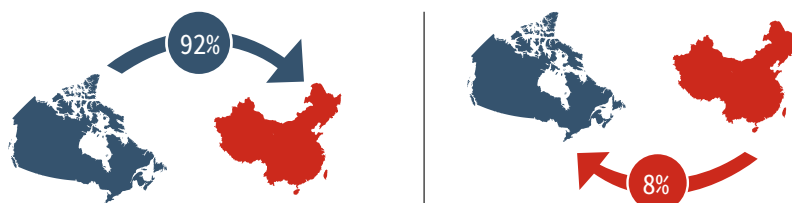
本报告将分五个部分展示调查的主要结果:

1. 商业表现
2. 中国当前和未来计划的实现情况
3. 商业和政策障碍
4. 新冠疫情带来的影响
5. 其他问题



调查 受访者

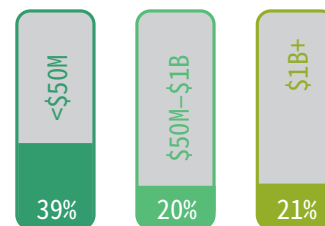
今年受访者的绝大多数是加拿大组织的代表,其中92%的受访者是在中国经营或与中国有业务往来的(包括从中国采购的)加拿大企业/组织/企业家。只有8%的受访者是在加拿大经营的中国企业/组织/企业家,这一较小的样本量给分析带来不少困难。因此,本报告将侧重于加拿大的受访者。



236 名加拿大受访者大多来自 **专业、科学和技术服务业 (15%)**; **金融保险业 (12%)**; 和 **教育服务业 (11%)**。等行业。这与两年前调查的人员组成非常相似。详见下表。



虽然企业规模不一而足, ,但其中**39%**是全球收入在**5000万加元以下的中小企业**,**20%**的收入在**5000万至10亿加元之间**,**21%**的收入**超过10亿美元**。详见下表。



加拿大在中经营/与中国有业务往来的企业开展的主要商业活动包括:在中国开展业务(如设立代表处、合资企业、厂房、工厂、子公司、销售处、分公司)(占比**44%**)、向中国出口服务(包括教育、旅游、咨询)(**27%**)、向中国出口产品(**26%**)和从中国进口产品(**21%**)。见下表。

本报告末尾包含一个关于采购问题的特别章节。



贵公司属于下列哪个行业？受访者=226

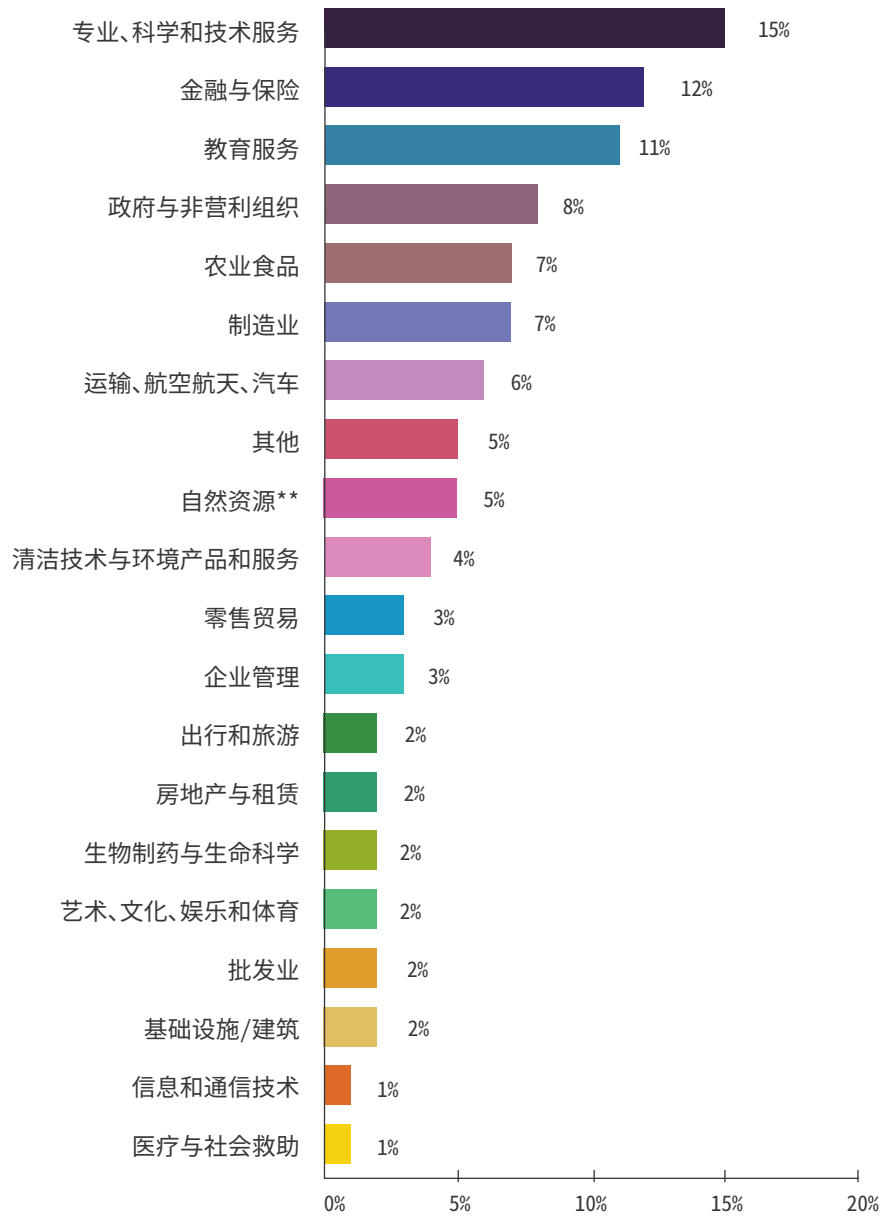


图1:加拿大企业——行业分布

* (工程、商业、项目、会计、法律、物流)

** (林业、金属和冶金、采矿、石油和天然气)



贵公司2019 年的全球总收入范围是多少? (CAD 中, 受访者=225)

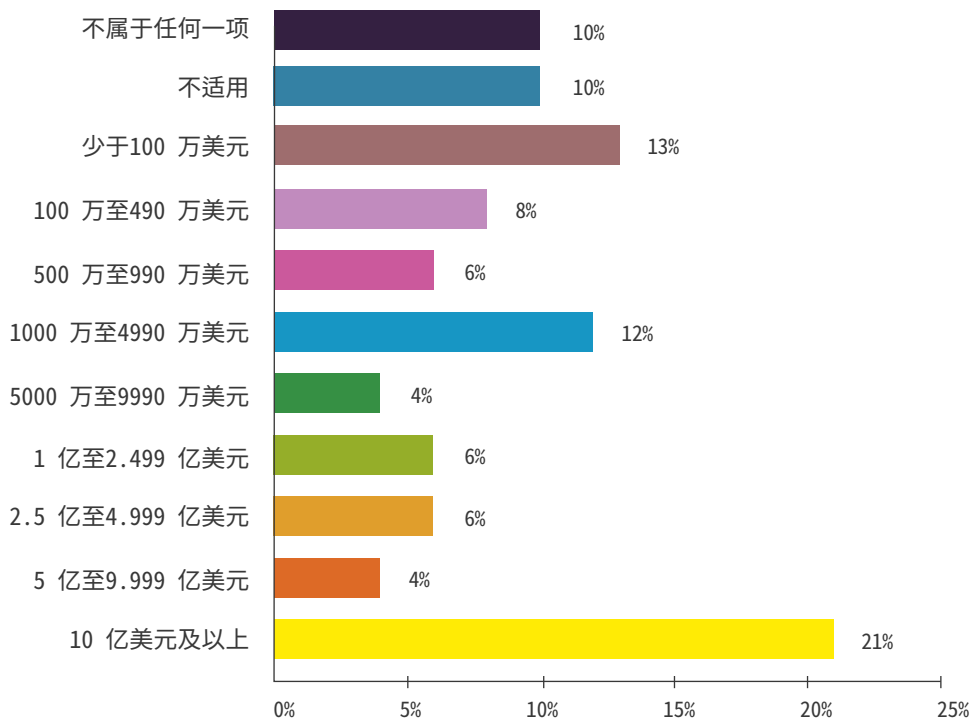


图2:2019 年企业全球总收入

下列哪项最能描述贵公司目前与中国的商业活动? 受访者=215

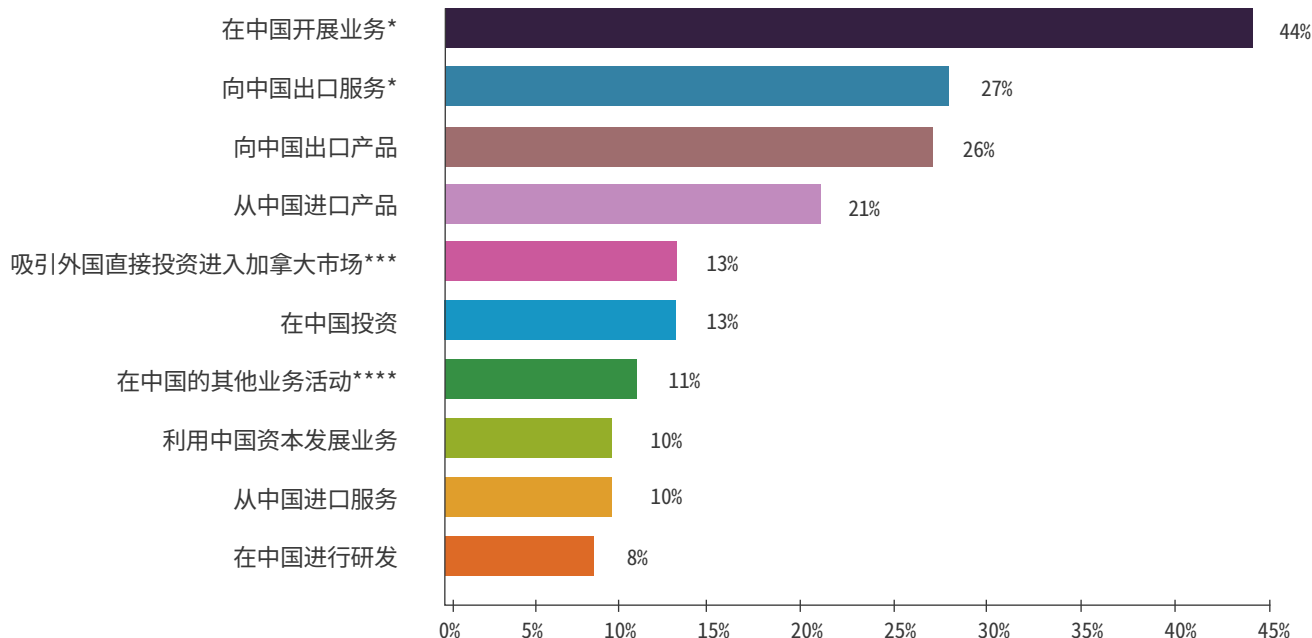


图3:当前与中国的商业活动

* (如代表处、合营公司、厂房、工厂、子公司、销售处、分公司)
 ** (包括教育、旅游、咨询等)
 *** (不适用于贵公司)

**** (请具体说明)
 ***** (包括教育、旅游、咨询等)



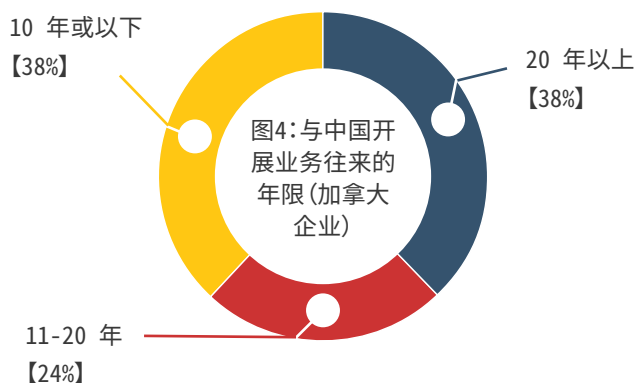
主要发现

加拿大/中国商业表现

由于上一次调查(2018/2019)是在2019年初进行的,一些企业尚未报告2018年的全年业绩,所以该调查使用了2017年的财务结果。

为了保证达到两年的纵向研究时长,并确保这些数字不受新冠肺炎疫情造成的业务中断的影响,选择2019年作为比较年。我们还调查了一些企业2020年的情况,均以在报告中明确注明。

较过去而言,受访者经商时间更久——38%的加拿大企业在中国经营/与中国开展业务超过20年(上次调查中为33%),24%的企业在中国经营/与中国开展业务的时长在11-20年之间(上次为22%)。市场上在中国经营/与中国开展业务时长为10年或10年以下的企业较少(上次为45%)。



中国业务在受访者的业务中占多大比例？42%的加拿大企业（上次调查中为35%）来自中国的收入占总收入的比例不到10%。另一方面，10%的受访者从中国获得了超过75%的收入。来自中国的收入较多的企业往往规模较小。

2019 年中国业务占贵公司全球总收入的百分比是多少？受访者=207

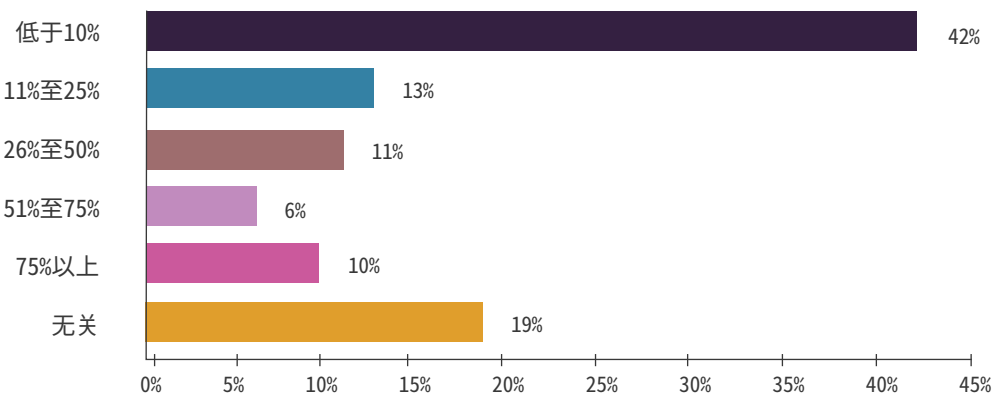


图5:2019 年中国业务在全球总收入中占比

受访者中国业务的盈利能力是一个重要的纵向统计指标。今年的调查结果显示，过去两年来，加拿大企业的业绩惨淡。只有49%的受访者表示在2019 年实现了盈利。这比两年前的64%和四年前的58%有所下降。

您认为贵公司在中国经营/与中国的往来业务表现如何？

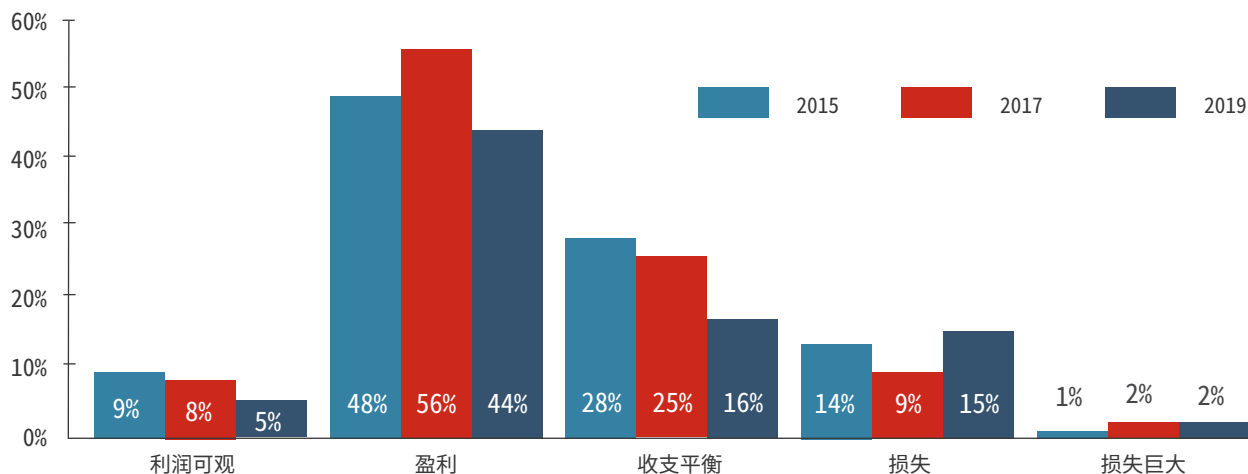


图6:财务业绩

今年17%的企业出现亏损，而两年前这一数字只有11%，四年前只有15%。

*因为19%的受访者选择“不适用”，2019 年总数<100。

在今天的调查中,盈利和利润可观的企业主要来自专业服务(15%)、金融保险(15%)、教育服务(12%)等行业。

按行业划分的盈利企业

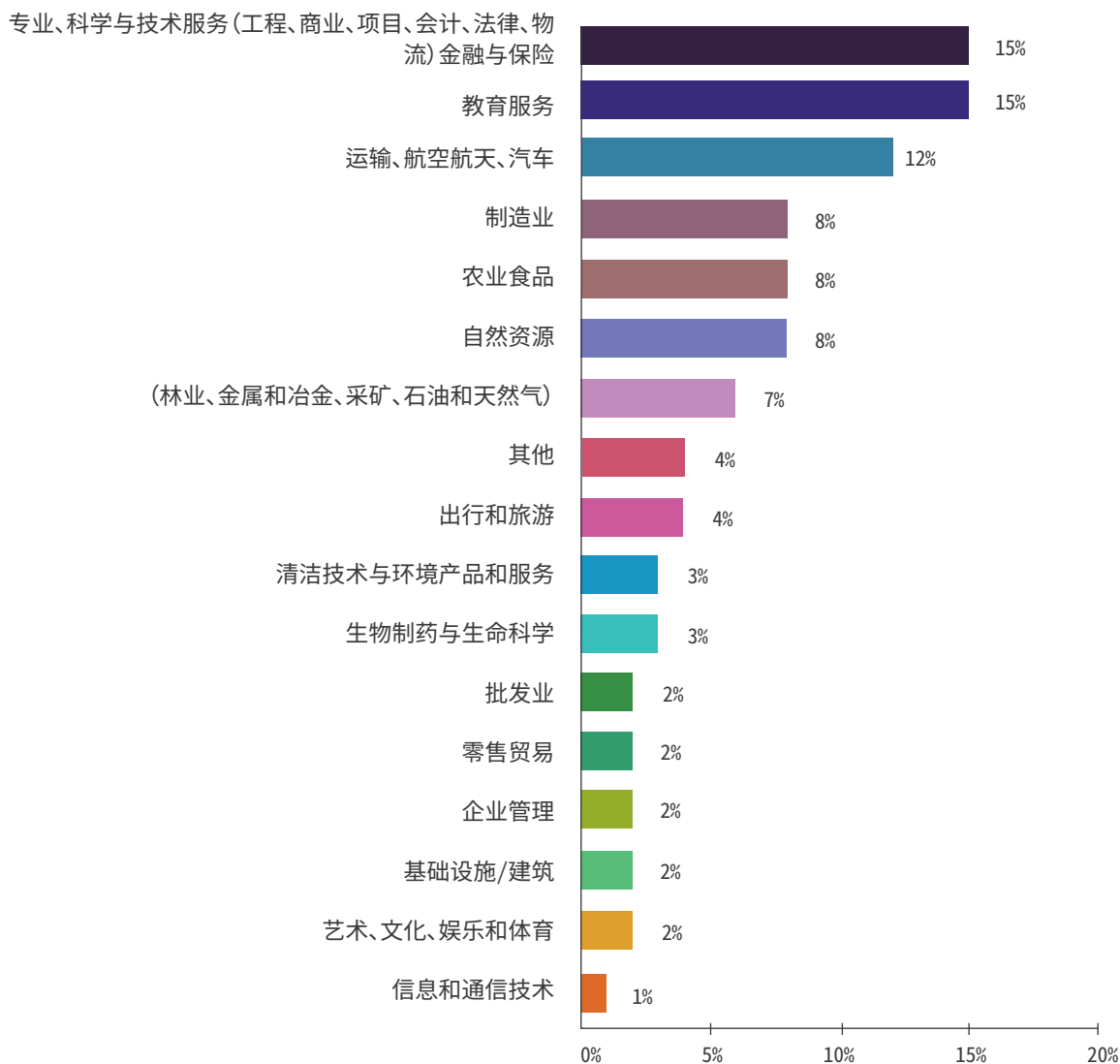


图7: 按行业划分的盈利企业

与之前的调查结果一致,开展业务年限有明显作用——46%实现盈利的企业在中国经营/与中国开展业务超过20年,四分之一的受访者在在中国经营/与中国开展业务的时长为11-20年。企业规模也起着一定作用:27%的实现盈利的受访者全球收入超过10亿加元(而21%的受访者达到相应规模)。

按全球收入划分的盈利企业 N=98

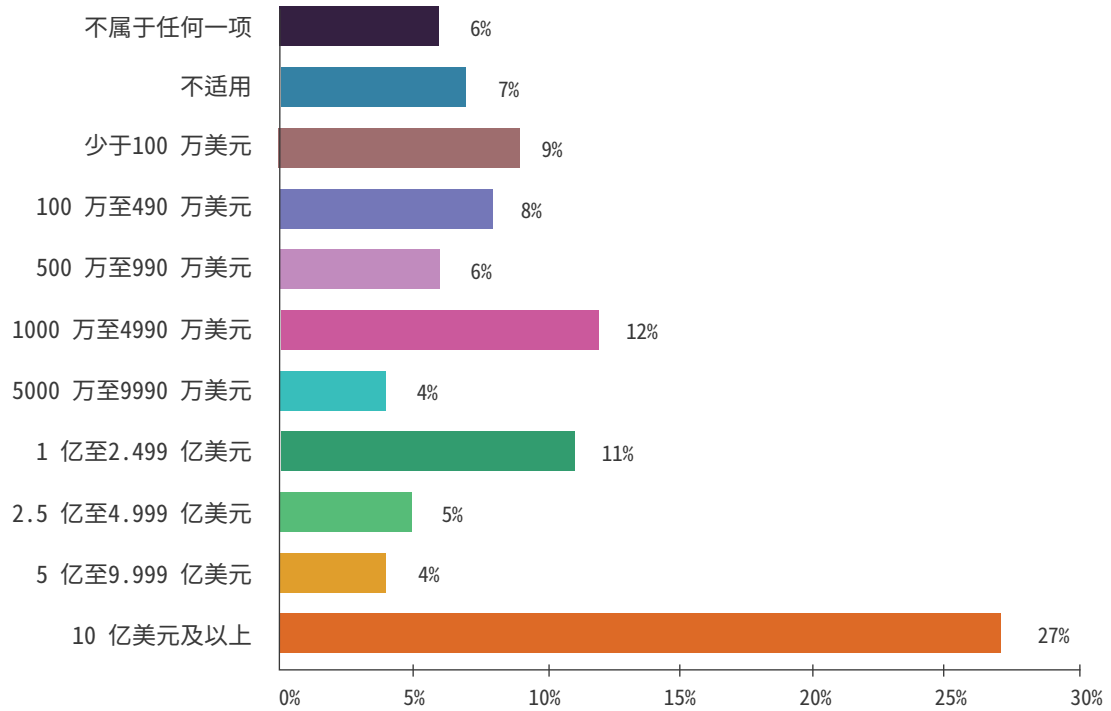


图8:按企业规模划分的盈利能力

下图显示了2017 年报告盈利的受访者比例以及他们在中国开展业务的年数。

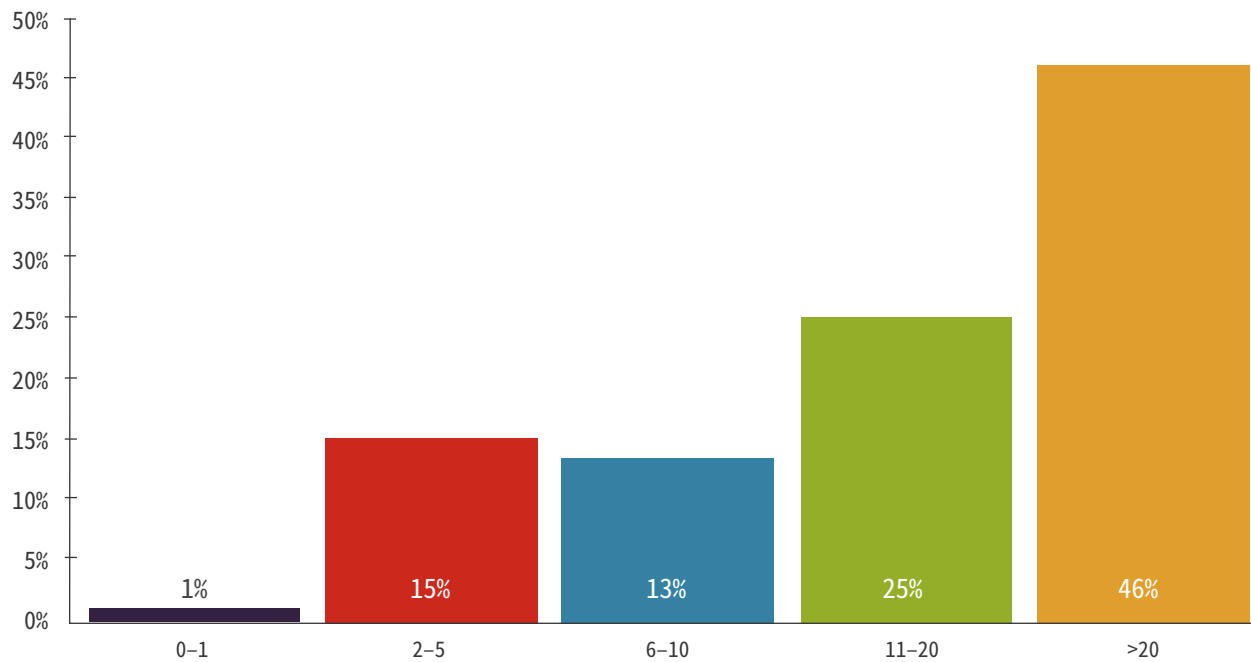


图9:按中国年经验划分的盈利公司。(受访者=93)

在盈利能力趋势方面,198 名受访者中,25%表示比前一年有所增长,而21%表示在中国的盈利能力有所下降。这比两年前明显倒退了不少,两年前33%的公司盈利能力有所提高。

与前一年相比,贵公司在中国的盈利能力如何?

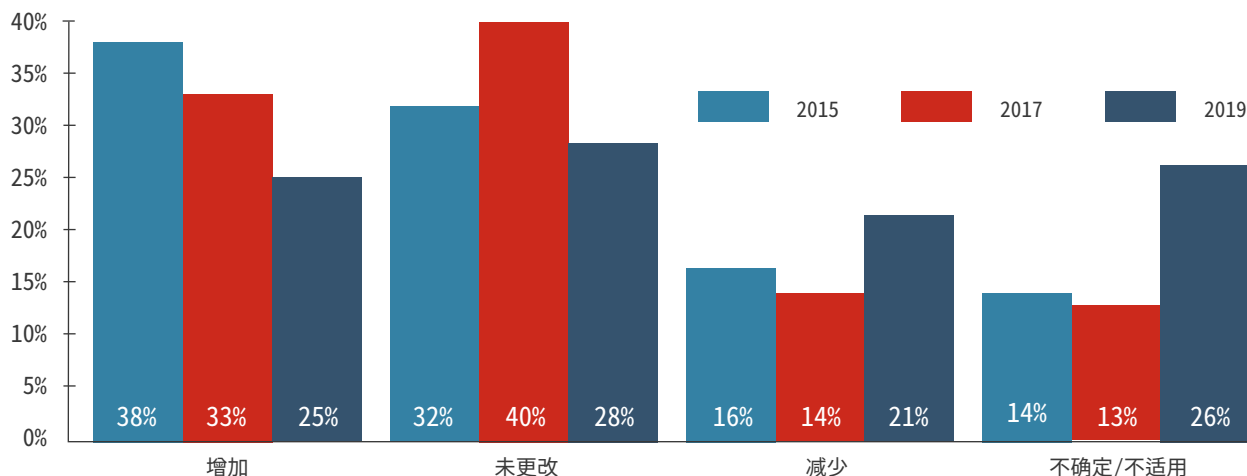


图10:盈利能力与前一年的对比


由于盈利能力下降的趋势比其他国家更为明显,因此令人十分担忧:

- **美中贸易全国委员会 (USCBC)**¹ (其成员大多是较大的跨国公司) 报告称,2019 年97%的受访者实现盈利,而在2020 年疫情爆发后,这一比例仅降至91%。2019 年中国营收先是增长52%,而后下降26%。与这些企业出色的表现相比,加拿大受访企业的表现如下:
 - 不同的企业构成 (45%属于制造业,40%属于服务业),几乎所有受访者都在中国呆了至少10 年 (68%的人在中国超过20 年,24%的人在中国呆了11-20 年)
- **中国美国商会 (AmCham China)**², 的成员比USCBC 更多,也更多样化,但情况也更不乐观。2019 年,61%的企业实现盈利,而在加拿大,这一比例为49%。在美国商会 (AmCham) 2021 年的白皮书中,2020 年,只有55%的企业实现盈利,但大多数将新冠肺炎疫情视为导致业绩低迷的罪魁祸首。
- **中国欧盟商会 (Eurocham)**³, 对大量组织的调查发现,2020 年底,75%的企业息税前利润 (EBIT) 为正,与过去五年持平。超过一半的受访者表示,中国的利润率超过了他们公司的全球平均水平,且超过前几年30%的高水平。
- 尽管**中国英国商会 (Britcham)**⁴ 未报告盈利能力,但它指出,55%的英国企业2019 年在中国的盈利高于2018 年,是加拿大的两倍多,加拿大为25%。

将加拿大的商业表现与其他国家进行比较,我们发现,加拿大企业的盈利能力在2019 年严重滞后,且2020 年改善的潜力也微乎其微。在被问及新冠肺炎疫情期间在中国的盈利时,与2019 年相比,2020 年只有18%的加拿大企业利润实现增长。33%的受访者报告称2020 年利润下降。

盈利能力的下降是否会导致企业不看好中国市场前景?我们通过多种措施来评估前景,包括战略规划优先事项、乐观程度和扩展计划。





中国在当前和未来计划中的地位

策略

中国在加拿大企业全球战略计划中的地位仍然突出,但正在下降。将中国列为首选重点的企业占21%(上次为26%),将中国列为前五大优先选项的企业占48%(上次为51%)。将中国列为非优先选项之一的企业占26%(上次为17%)。将中国列为优先选项的企业主要来自专业服务(13%)、制造业(11%)、金融保险(10%)和教育服务(10%)等行业。

优先考虑中国市场的行业 (按优先级别划分)

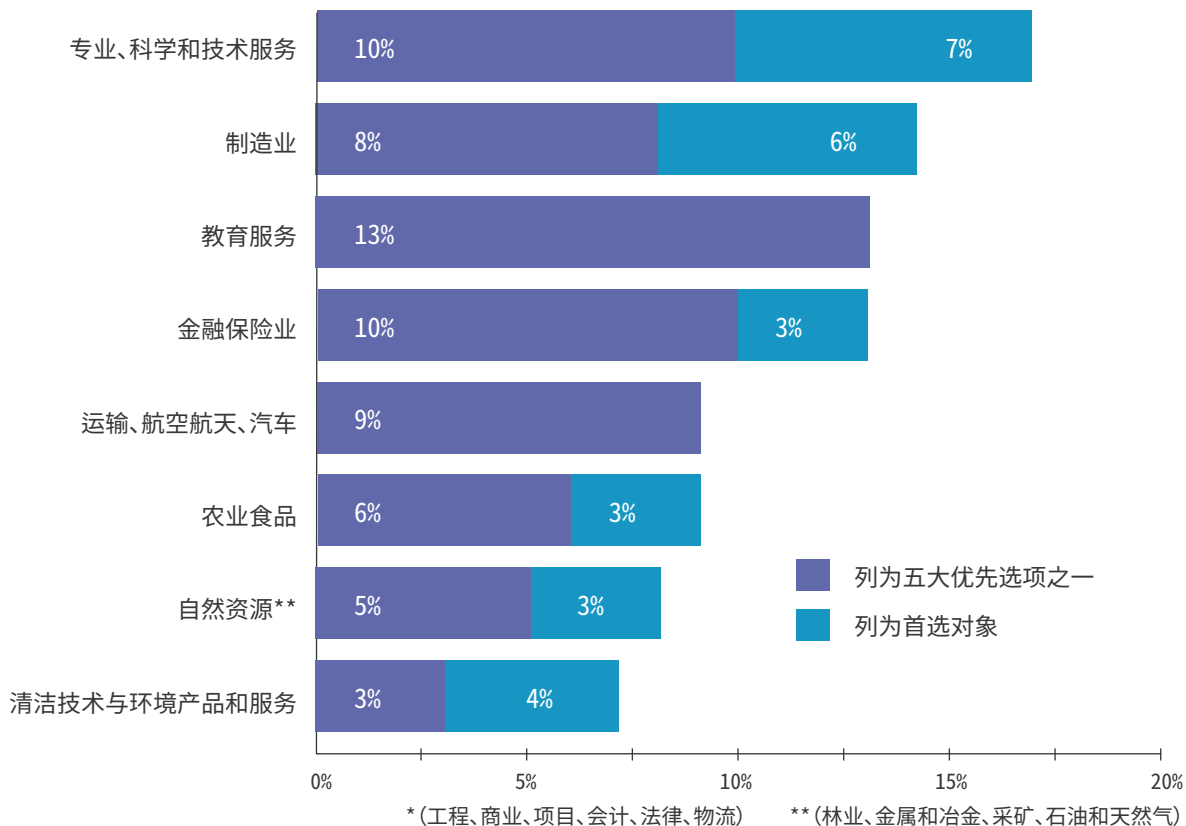


图11: 将中国列为前五个优先重点的企业 (按行业划分)

值得注意的是, 无论是教育还是交通, 受访者都没有把中国列为重中之重, 而是前五大优先选项之一, 这是合乎逻辑的, 因为这些行业往往关注的是全球市场。

与两年前相比, 24%的受访者认为中国在该企业全球计划中的地位更高, 27%的受访者认为中国的地位更低, 而7%的加拿大企业用其他国家取代了中国。

将中国列为优先级较高选项的企业大多来自专业服务 (13%)、金融保险 (13%) 和农业食品 (13%) 等行业。将中国列为优先级较低选项的企业大多来自专业服务 (20%)、教育服务 (20%) 和金融保险 (12%) 等行业。大多数在战略中以其他国家取代中国的企业来自专业服务行业、IT、政府和非营利机构等。

与其他国家的比较:

- **USCBC**——中国是10%的企业的战略重点, 64%的企业的五大优先选项之一, 21%的企业的众多优先选项之一。但十年前, 将中国列为五大优先选项之一的企业高达94%, 因此尽管同是五大优先选项之一, 当前的74%的比例与过去相比“明显下降”。
- **Britcham** 调查发现, 39%的受访者将中国放在第一位, 18%的受访者把中国放在第二或第三位。67%的中小企业和41%的大型跨国公司将中国列为三大优先选项之一。教育行业80%的受访者将中国列为三大优先选项之一。

在中国经营/与中国由业务往来企业的前景

尽管乐观态度与上一次半年期调查 (32%高于31%) 几乎持平, 但悲观态度明显转变。今年, 34%的加拿大企业对其与中国的业务前景感到悲观 (上次为19%), 只有26%的企业持中性态度, 而上次为35%。对未来与中国的业务最乐观是金融保险 (21%)、制造业 (19%) 和专业服务 (14%) 等行业。

这与其他国家相比如何? 加拿大企业整体不如美国或英国企业乐观。

- **USCBC** 调查了企业对其在中国的五年业务前景, 发现: 69%持乐观态度, 22%持中性态度, 9%持悲观态度。虽然最近几年没有明显变化, 但十年前91%的人持乐观态度。影响乐观态度的主要因素是中国的政策和监管环境。
- **Britcham** 报告称, “尽管过去一年存在诸多不确定性和挑战, 但在中国经营的英国企业仍然普遍持乐观态度。但商业信心在过去三年有所下降, 49%的受访者称对2021 年的前景持乐观态度, 低于去年的54%”, 但多数转向中性态度, 而非悲观。

扩展计划

超过一半的加拿大企业计划在未来五年扩大其在中国的业务——其中, 21%大幅扩大, 30%略微扩大。21%的企业计划保持不变, 而15%的人计划收缩业务。与乐观态度一样, 这一数字低于上一次调查 (64%的人计划扩大业务, 只有9%的人计划收缩业务)。

与其他国家相比, 三项调查询问了企业计划, 但只针对明年:

- **USCBC**——43%的受访者将在未来12 个月内加大资源投入, 51%保持稳定, 只有6%将减少
- **Eurocham**: 59%的受访者计划在2021 年扩大其当前的中国业务
- **Britcham**: 44%的受访者计划在明年增加投资 (低于一年前的60%), 但只有7%的受访者计划减少投资。餐饮和农业行业最有可能增长

总结

加拿大的未来计划与其他国家一致。虽然比较的时间框架不同, 但大约一半的受访者计划增加在中国的投资。尽管如此, 与两年前相比, 加拿大企业计划扩张的可能性较小 (51%与64%), 收缩业务的可能性略高 (15%对9%)。



金融保险(18%)、专业服务(16%)和制造业(13%)的企业计划大幅扩张。计划略微扩张的行业包括教育服务业(13%)、专业服务(11%)和农业食品(11%)。

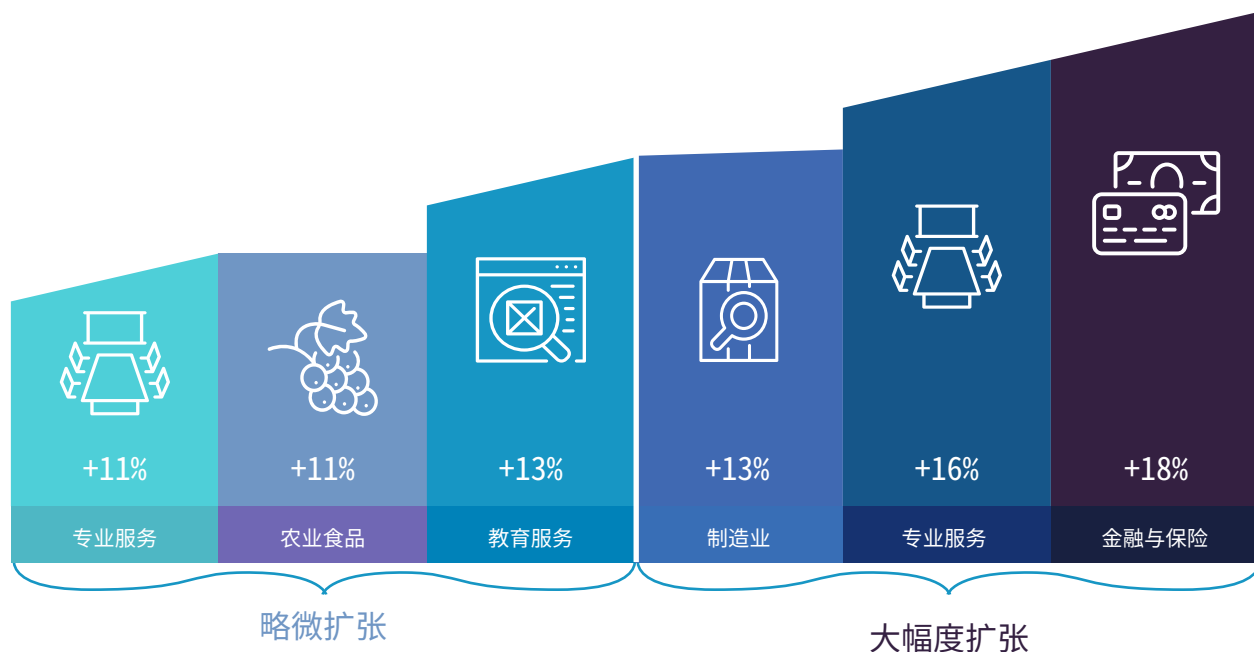


图12: 按行业划分的扩展计划

计划扩张的企业正在推进哪种类型的扩张?向中国出口产品或服务、投资额外项目、扩大销售渠道或增加更多销售网点是企业扩张其中国业务的前三种类型。扩大销售的类型有:35%为扩大销售渠道或增加销售网点,22%为寻找经销商,13%为开展电子商务,总共占受访者的70%,之前55%的受访者表示将通过出口产品或服务来扩大销售。随着中国中产阶级的不断壮大,加拿大公司在中国市场影响力越来越大,从而推动了这些扩张计划。相应地,加拿大公司市场经验有所增加,出口也实现了增长。值得注意的是,26%的受访者会寻求合资,20%的受访者希望中国投资他们的公司,两者都承认中国的资本和市场通常是齐头并进的。





商业和政 策障碍

加拿大企业面临的商业挑战

加中商业合作的障碍在最近两年发生了显著变化。2019年,我们确定了加拿大公司在华营业面临的最大的13类障碍(共38类),主要分为三大类:行政/监管、商业环境,以及金融,其中行政/监管障碍最大。今年,我们选出了38类障碍,并将其分为四类,即在前三类的基础上增加了政策障碍。

加拿大公司在中国/对中国经营面临的前五大障碍

分别是：加中关系，美中关系，加拿大赴华商务旅行的流动性（签证、工作许可、出行问题等）、竞争水平，以及中国政府中央或地方规定。

今年值得注意的是：

- **加中和美中关系是主要障碍**
- **以上是政策挑战**。其中第三个政策障碍排在第15位，“为保障国家安全形成的市场准入限制”。在其他前15大障碍中，八个为监管/行政障碍，四个为商业环境障碍。财务障碍的评级都较低。
- **“加拿大赴华商务旅行的流动性（签证、工作许可、出行问题等）”显著上升**。从上次的第28位上升到现在的第三大障碍，这表明新冠肺炎疫情期间的出行限制进一步限制了商务旅行（2019年，一些加拿大公司不允许其高管前往中国，担心他们有被扣留的风险）。
- 在新增障碍中，有两个进入了前15名，即**“数据流动和网络安全”**（排第8位），**“互联网接入质量和/或审查”**（排第13位）。
- **知识产权（IP）**，在2019年上升到第4位（但得分仍然较低），目前已经下降到第10位。受访者经常对我们说，保护知识产权很重要，但是在中国却存在操作空间。
- **金融障碍显著下降**：“对在华实体的离岸支付限制”从第3位下降到第18位，“货币兑换限制”从第8位下降到第22位，“融资可用性”从第19位下降到第27位。
- **中国的空气和环境污染**，从四年前的第5位下降到两年前的第15位，现在排名第28位。
- **在中国寻找商业伙伴的难度**，两年前排名第6位，现在是第25位。



障碍	2021 年排名	2019 年排名
加中关系	1	最新
中美关系	2	最新
加拿大赴华商务旅行的流动性(签证、工作许可、出行问题等)	3	28
竞争水平	4	7
中国中央或地方政府的法规	5	9 & 13
中国法律法规解释不一致/缺乏透明度	6	1
扩大经营的营业执照及产品获批准	7	2
数据流与网络安全	8	最新
中国赴加拿大商务旅行的流动性(签证、工作许可、出行问题等)	9	29
中国的知识产权保护与执法	10	4
认证所需时间和流程复杂性	11	11
中国海关手续	12	16
互联网接入质量和/或审查制度	13	最新
商业文化差异	14	5
为保障国家安全的市场准入限制	15	17

■ 政策 ■ 商业环境 ■ 监管/行政

表1:前15 大障碍(2021 年与2019 年对比)

与竞争国相比,我们面临障碍的特点

- 美中企业面临的前10 大商业障碍中,有6 类障碍与我们的一致,即中美关系、竞争、出行流动性、数据流、知识产权保护和许可证/批准
- 欧洲商会成员面临的前10 大商业障碍中,有三大障碍与我们的一致,即中美贸易战、规则和条例不明确,以及竞争。其报告还指出,41%的人认为日益政治化的商业环境是一个主要挑战,而知识产权保护仍然排名靠后。

- 美国商会成员面临的前五大障碍和我们的前十大障碍中,相同的障碍有: 美中关系、法规解释不一致、法律和执法不明确、竞争,以及数据安全



教育领域面临的特殊障碍

由于受访者多来自教育部门和加中贸易理事会成员,我们专门研究了教育领域存在的障碍。和其他领域类似,虽然加中关系障碍最大,排名第一,但其他障碍是教育领域特有的。

	障碍
1	加中关系
2	数据流与网络安全
3	互联网接入质量和/或审查制度
4	竞争水平
5	加拿大赴华商务旅行的流动性(签证、工作许可、出行问题等)
6	In中国的知识产权保护与执法
7	中国中央或地方政府的法规
8	因知识产权规定,在市场上经营前不得不向中国合作伙伴转让知识产权或技术
9	中美关系
10	研究协作限制

表2:教育领域十大障碍 受访者人数:22

加拿大企业预计中国监管障碍将增多

由于最大的挑战是监管障碍，我们询问了受访者对中国监管环境的预期。44%的加拿大受访者预计，未来五年，其公司在中国面临的监管障碍将会增多，仅11%的加拿大受访者预计监管障碍将会减少。这与欧洲商会成员的意见一致，其中46%的成员预测未来五年监管障碍将增加。鉴于中国近年来大力推行简政措施，并希望吸引更多外资，因此可能需要关注中国的改革议程。

中资企业在加拿大面临的障碍

由于中国公司的样本量很小，我们在本报告中重点关注加拿大公司。然而，两年前提到的主要障碍与商业文化、寻找合适的合作伙伴、许可和批准问题，以及税收法规的复杂性有关，但今年的前四大障碍受紧张的双边局势、政府政策和公众舆论的影响较大。

	障碍
1	业内对国有企业或政府主导的企业施加的投资限制
2	加中商业环境政治化
3	业内对中国投资的限制
4	加拿大对华舆论

表3: 中国公司在加拿大遇到的障碍

最近的法律、法规和政策对公司在中国/与中国开展的业务有很大影响

除了常见的重重障碍外，今年我们也注意到了诸多可能影响理事会成员的问题、法律、法规及政策。我们就其中的17项内容进行了调查，并询问了它们是否产生了正面或负面影响。

负面影响：

不出所料，在所有选项中，选择“公民被他国拘留”的受访者最多，大幅超过其他选项：其中35%的受访者感受到了严重的负面影响，另有35%表示有点负面影响。各有55%-60%的受访者选择了针对新疆/强制劳动出台的法规、美国制裁和出口管制，这三项所占比重也较高。随后的几项占比在39%-52%之间，分别是香港国安法、台湾紧张局势和中国的《反外国制裁法》。



对加拿大企业有负面影响的法律、法规、政策和重大议题

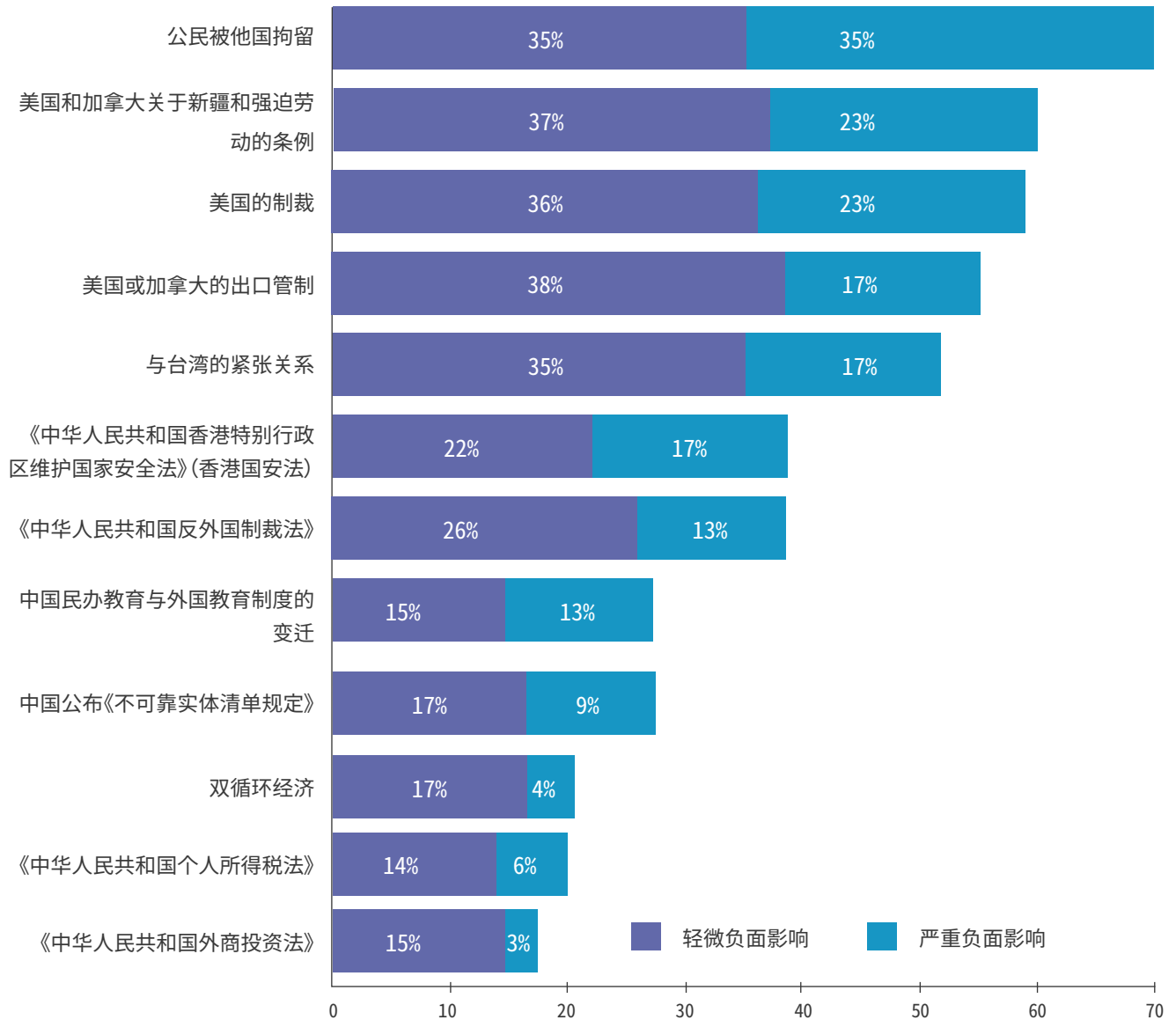


图13: 产生负面影响的议题

对公司在华/对华业务产生积极影响的因素中,中国放开资本市场排在首位,其次是《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)、双循环经济以及“一带一路”倡议。紧随其后的是粤港澳大湾区倡议、中国的三胎政策和中国的外商投资法(FIL)。粤港澳大湾区倡议将紧密连结香港与珠江三角洲地区,完全符合资本市场自由化的趋势。许多加拿大金融机构在香港有重要业务,而粤港澳大湾区倡议可以使他们背靠香港,从区域资本市场自由化中受益。

积极影响

对加拿大企业有积极影响的法律、法规、政策和重大议题

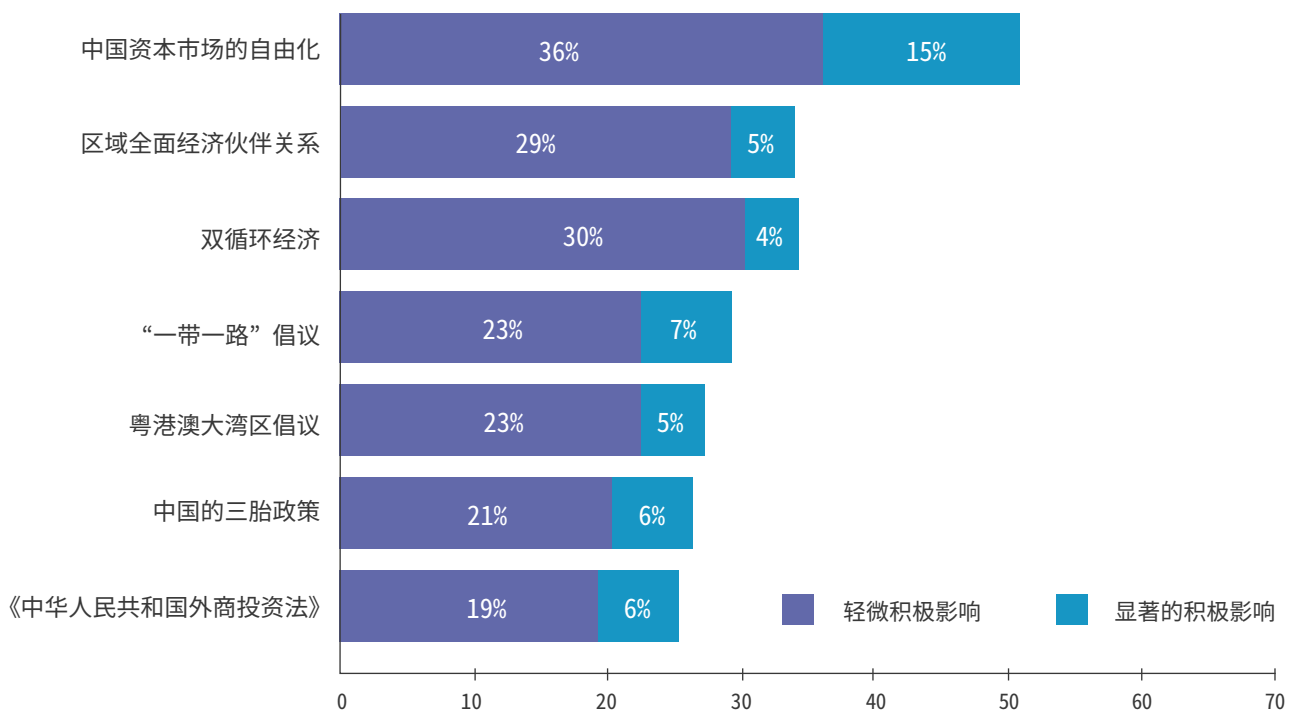
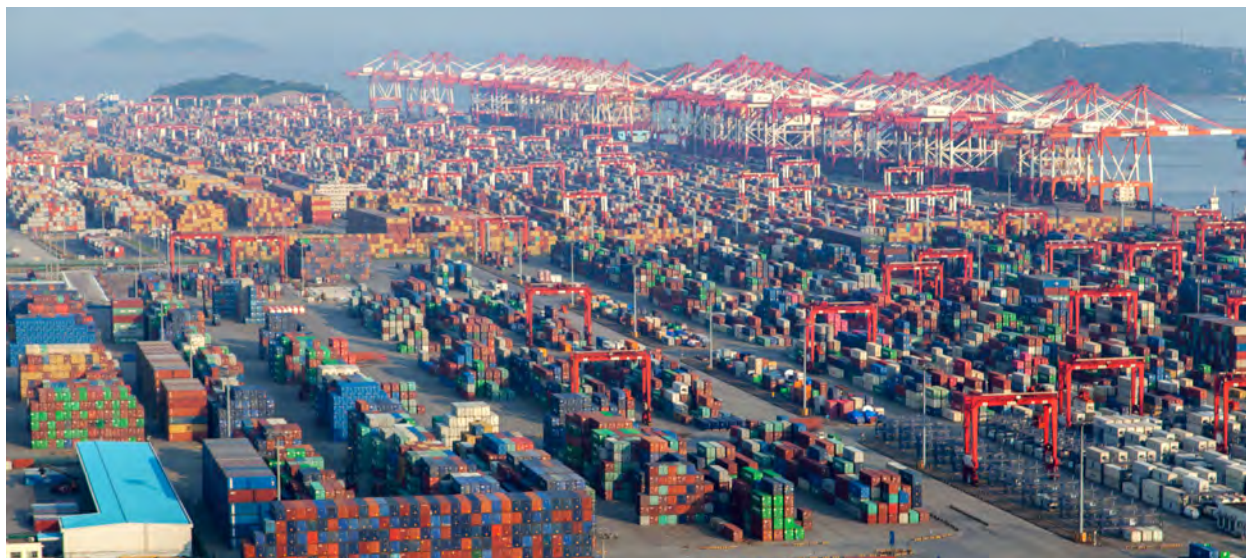


图14:产生积极影响的议题



公众舆论和政府意见具有重大影响

其他国家2021年的调查结果也反映了商业环境政治化加重的问题。在中国欧盟商会的调查中,41%的欧洲公司反应,商界已经愈发政治化,其中,50%表示压力来自中国政府,39%表示压力来自中国媒体,28%表示压力来自国际媒体。

从过去的研究中,我们了解了双边紧张局势对加拿大企业的影响,以及加拿大舆论对中国的看法的恶化过程。因此,我们增设了一个部分,询问加拿大公司是否受到了政治化的影响,以及从哪些方面受到了影响?我们提出了两个问题:

- 您是否觉得贵公司在中国的业务或在中国开拓业务的雄心正受到公众舆论或政府意见的阻碍,无论是在中国还是加拿大?
- 在过去的两年里,在开展在华/对华业务时,贵公司感觉到哪方面的压力有所增加?

在173名受访者中,高达68%的人感到他们的中国业务或中国计划受到了外部的压力。对他们而言,影响最大的渠道和组织是加拿大公众舆论(62%)国际或加拿大媒体(56%)和加拿大政府(50%)。

在说明了压力来源的全部受访者(169名)中,近一半的受访者提到了加拿大的公众舆论(49%);44%提到了国际或加拿大媒体,中国政府和加拿大政府紧随其后(各40%)。25%的受访者感受到了来自第三方政府的压力(我们假设其中的主要压力来源于美国政府)。这与中美关系被列为一大阻碍相吻合。只有13%的欧洲公司感受到了第三方政府的压力;也只有13%感受到来自本国政府的压力(11%的欧洲公司感受到了欧盟委员会的压力)。在本地政府的压力方面,加拿大组织受到的压力明显比欧洲组织更大。



在过去的两年里,在开展在华/对华业务时,贵公司感觉到哪方面的压力有所增加?受访者=169

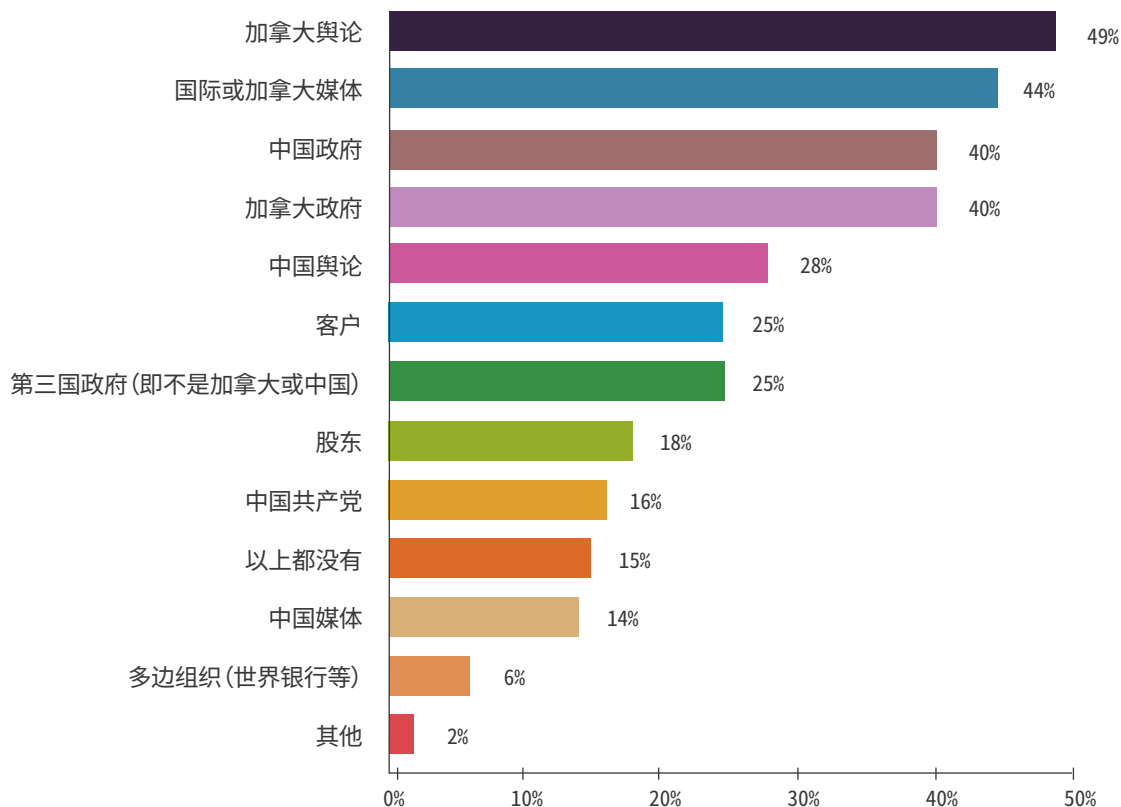


图15:外部压力的来源

在加中贸易理事会2019年和2020年的调查中,受访者就加拿大政府相关的问题,给予了如下反馈:1)他们希望两国政府迅速解决拘留对方公民造成的问题(2019年);2)他们强烈地感受到加拿大政府需要一个明确的对华战略,以消除不确定性,并推进加中贸易(2020年)。

今年,我们就民众对加拿大政府过去两年对华战略的看法进行了跟踪调查。超过一半的受访者表示不赞成该战略(30%不赞成,24%强烈反对),只有13%的人赞成或强烈赞成该战略。加中贸易理事会希望,在Michael Kovrig、Michael Spavor和孟晚舟均已回国的情况下,加拿大政府能够考虑本国的价值观和利益,制定更明确的对华战略。

2020年,受访者反馈称,一项明确的政策将使加拿大政府及其机构能够为加拿大的商业、政治和司法利益辩护。2020年,我们在这个问题上收到了很多评论。结果表明,商界并不认为加拿大应该安抚中国。在加中贸易理事会今年早些时候通过益普索展开的消费者民意调查中,61%的加拿大人认为加拿大可以在与中国进行经济往来的同时,在人权等存在分歧的领域保持强硬立场(2021年5月,样本量1001人)。在今年的调查中,大多数评论都反映了两名迈克尔回国之前的情况(例如“Michael Kovrig、Michael Spavor和孟晚舟被拘留已久,双方都不能回避这一问题”),也有其他受访者指出了局势的复杂性以及南方邻国的重要地位,鼓励加方采取更坚定的立场。



- “最好停止这种‘走钢丝’的危险行为，应该让政府明确表态，不必顾忌可能造成的直接后果（很可能如我们所愿，只是短期损害），从而打开新的局面。”
- “立场更明确。采取坚定一致的立场。停止在发表言论时自居为道德的一方，因为这只会凸显加拿大政客对于其他文化和地缘政治现状的茫然无知。”
- “积极交往，实施软外交。停止将双边贸易关系政治化”
- “加拿大在世界政治中没有扮演重要角色，且严重依赖我们的南方邻国，这使加拿大几乎没有任何选择。”
- “在美国的压力下变得过于政治化”
- “在应对复杂挑战时进行权衡并注意细微差别”

您对加拿大政府近两年来的对华战略有何看法？受访者=164

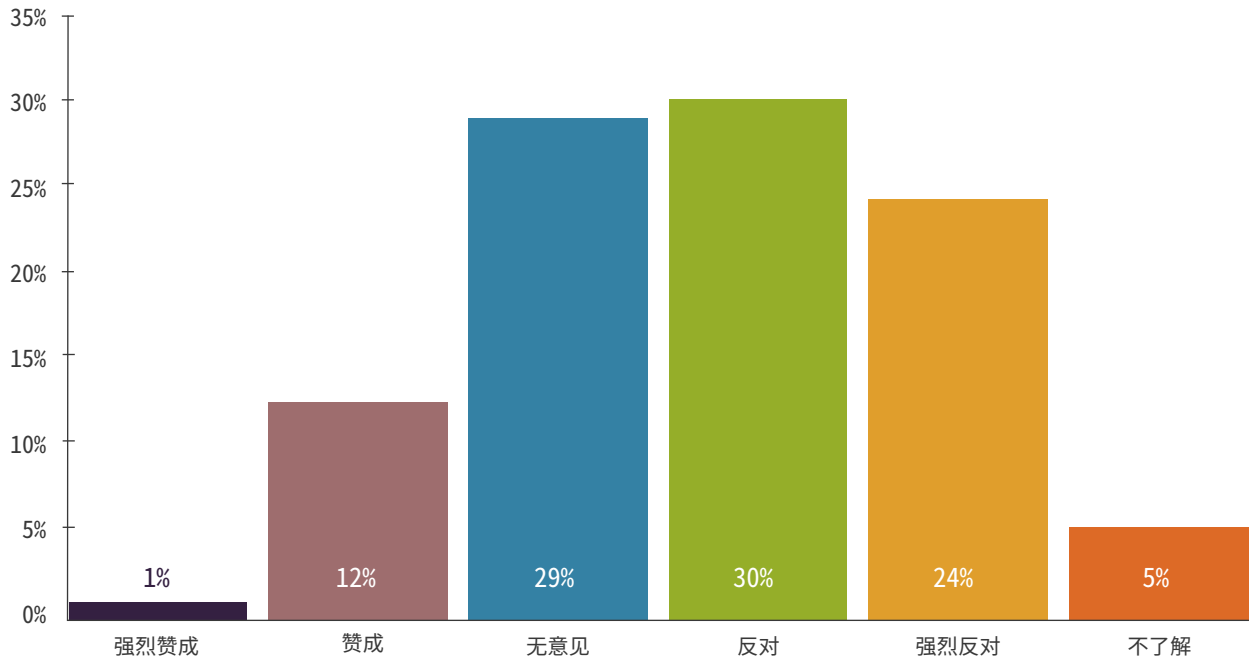


图16: 对加拿大政府对华战略的看法

新冠疫情带来的影响

我们探究了新冠疫情对企业的全球收入和中国区收入的影响, 希望了解中国2020 年的市场增长是否意味着公司能够依靠中国业务来弥补其他地方收入的减少。

新冠疫情对贵公司的收入有何影响?

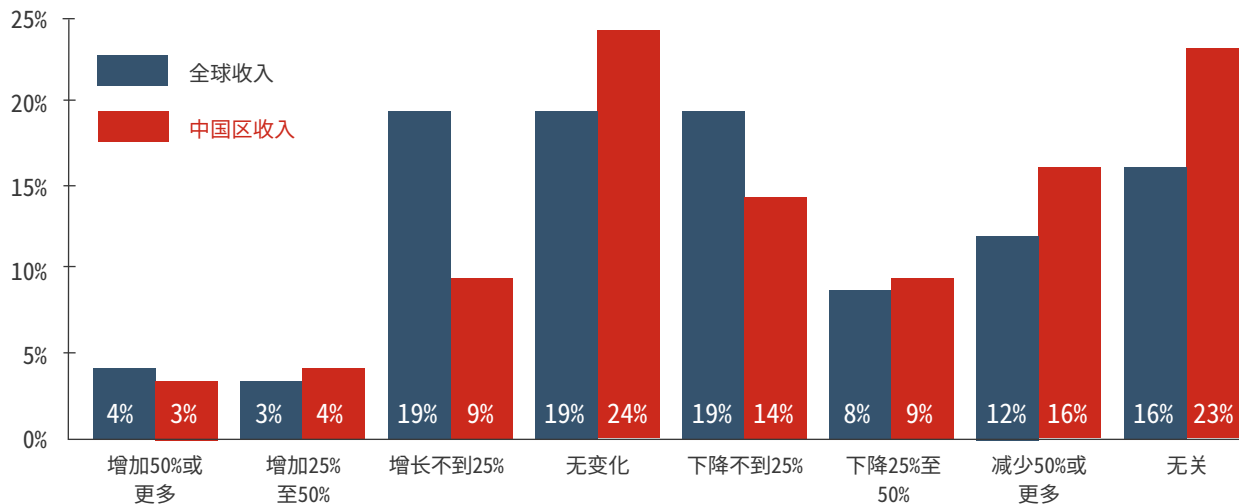


图17: 新冠疫情对全球收入和中国区收入的影响

受访者所在公司中, 2020 年受新冠疫情影响, 出现全球收入下降以及中国区收入下降的公司数量大抵相同(39%出现全球收入下降, 38%出现中国区收入下降) 26%的受访者反应公司的全球收入有所上升。反应中国区收入上升的受访者仅占15%。

超过三分之一的受访者所涉及的四大行业行业都是与服务有关的行业。这类行业在发展和维持业务时, 更依赖于人员投入、人脉, 且往往需要出差。双边紧张局势和新冠疫情的限制措施对业务打击很大, 这一点也在预料之中。39%的受访者看到公司中国区的收入因新冠疫情有所减少。有意思的是, 所在公司的中国区收入出现增长的30 名受访者中, 20%从事的是专业、科学和技术服务; 20%从事金融保险业; 10%从事农业食品业。在中国有团队的公司, 或者积极出口产品的公司, 能够在疫情期间利用中国的持续增长(提升收入)。

但启动新业务、达成交易或通过总部团队实现业务扩张要困难得多。我们向加拿大公司询问了新冠疫情对他们中国战略的影响。选择“商务旅行减少”的受访对象最多, 占87%, 比重远超其他选项。位居第二和第三位的是业务开发活动减少和进入/开发中国市场的动作被推迟。这两项也表明加拿大公司在建立关系、达成协议以及利用中国当前增长态势增收时面临诸多挑战。排在第四位的是供应链/运输方面的挑战, 占35%, 目前也有诸多此类报道。20%的公司表示, 新冠疫情之下, 中国市场对公司的重要性有所降低, 一些公司纷纷开始积极开拓中国以外的市场。仅有18%的受访者反应, 新冠疫情期间在华外派员工的数量减少。虽然选择这一项的人数较少, 但外派员工对全球公司来说仍是一个重大问题。据中国欧盟商会的调查报告, 大量欧洲公司仍有外派专家滞留在中国境外。



新冠疫情对贵公司的中国战略有什么影响?受访者=168

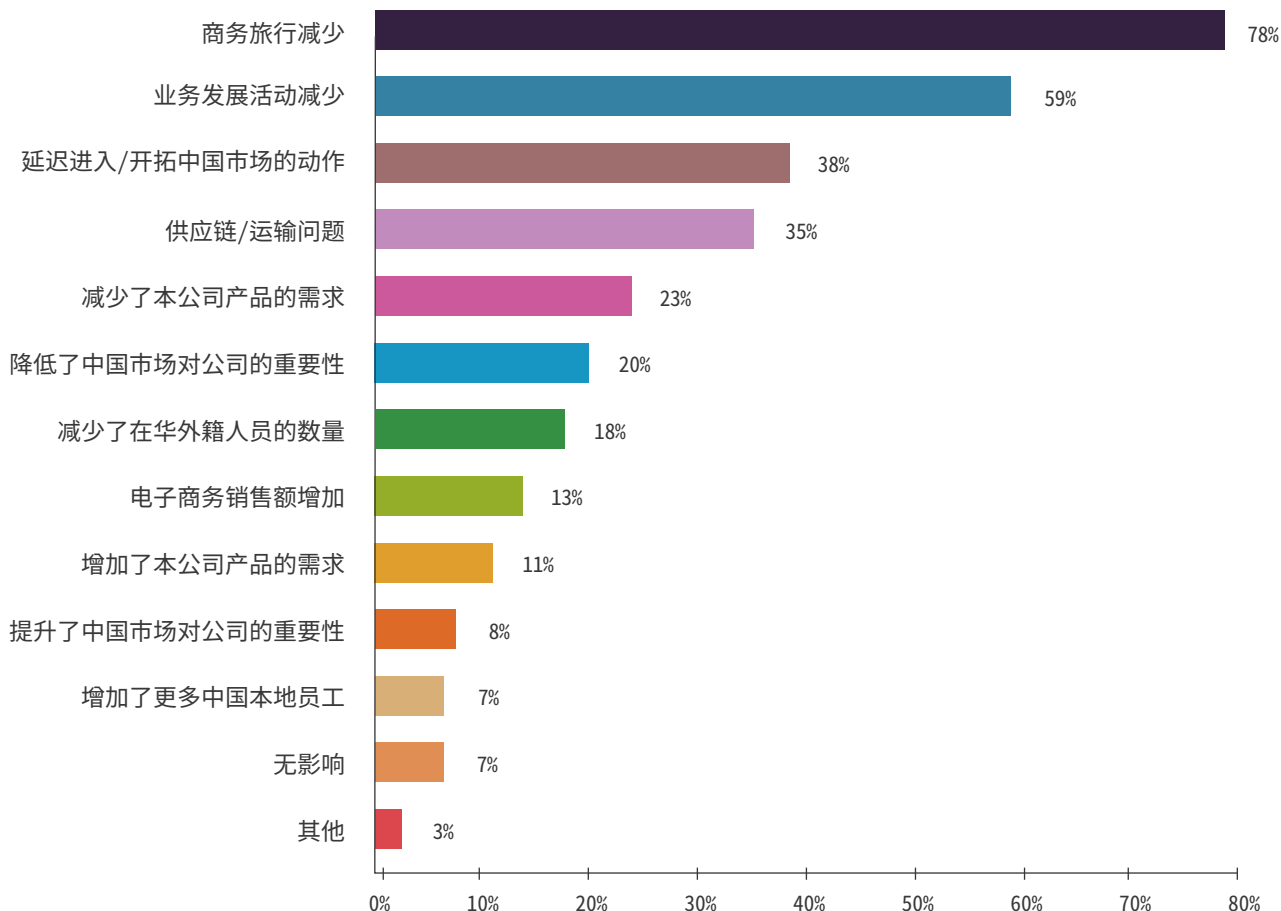


图18: 新冠疫情对中国战略的影响

商务出行与新冠肺炎疫情

人们已经感受到了疫情对商务出行的巨大影响。因此,我们想更深入地挖掘后疫情时代的旅行趋势。在Michael Kovrig、Michael Spavor 拘留事件后,从加拿大前往中国的旅客人数在2019 年开始下降,而新冠疫情使得加中之间几乎所有的旅行都被迫中断。虽然一些航线仍在运行,加中贸易理事会在疫情期间也成功帮助了一些中国居民和商务旅行者进入中国,但中国的“零病例”政策和三周隔离要求构成了强大的阻力。某些行业的从业人员发现视频会议是一种可接受的替代形式。但是理事会成员称,这样一来,业务发展和关系建设相当困难,某些方面的沟通也很难实现。只有在总部高级行政人员出差与当地团队会面,或者在当地行政人员返回总部参加培训或会议时,才能够面对面交流。

根据市场情报,加中贸易理事会预计前往中国的商务旅行不会在2022 年年中之前恢复。为了了解各方对于未来旅行的期望,我们询问了疫情之前往返于中加之间的商务旅行的次数。大多数人表示,在疫情前,每年旅行1-3次,近四分之一的人旅行3-6 次,不到10%的人每年旅行超过6 次。一旦旅行重新正常化,40%的受访者预测将恢复到新冠疫情前的水平,41%的受访者预测将减少旅行次数,只有19%的受访者预测商务旅行次数将增加。



在新冠疫情之前,你每年进行多少次中加之间的商务旅行?

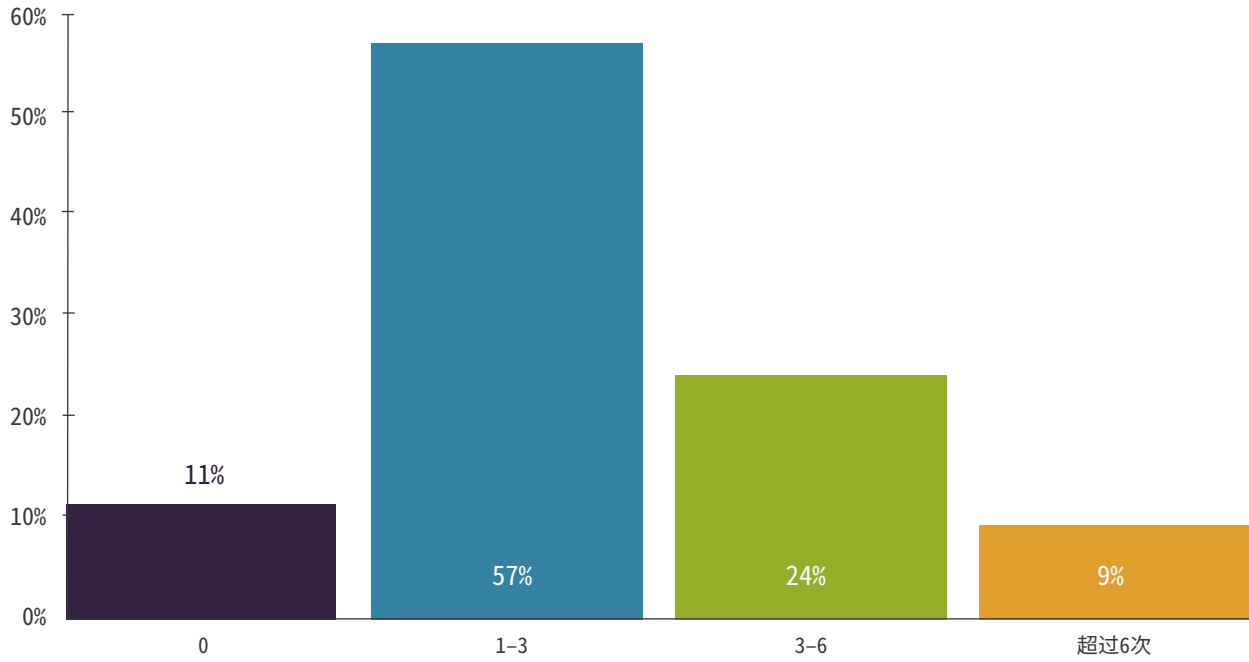


图19:新冠疫情前每年的旅行次数





其他 问题

在评价加拿大产品和服务时,加拿大的国家品牌继续发挥了重要作用。

虽然今年的多数结果表明情况有所恶化,但是加拿大品牌的表现仍然可圈可点。87%的受访者认为国家品牌在发展中国业务的过程中起到了一定作用,20%的受访者认为“扮演了非常重要的角色”。这方面与前两年几乎相同。(184名受访者)。

作为一个“加拿大公司”，国家品牌对你们在中国的业务发展起到了怎样的作用？受访者=184

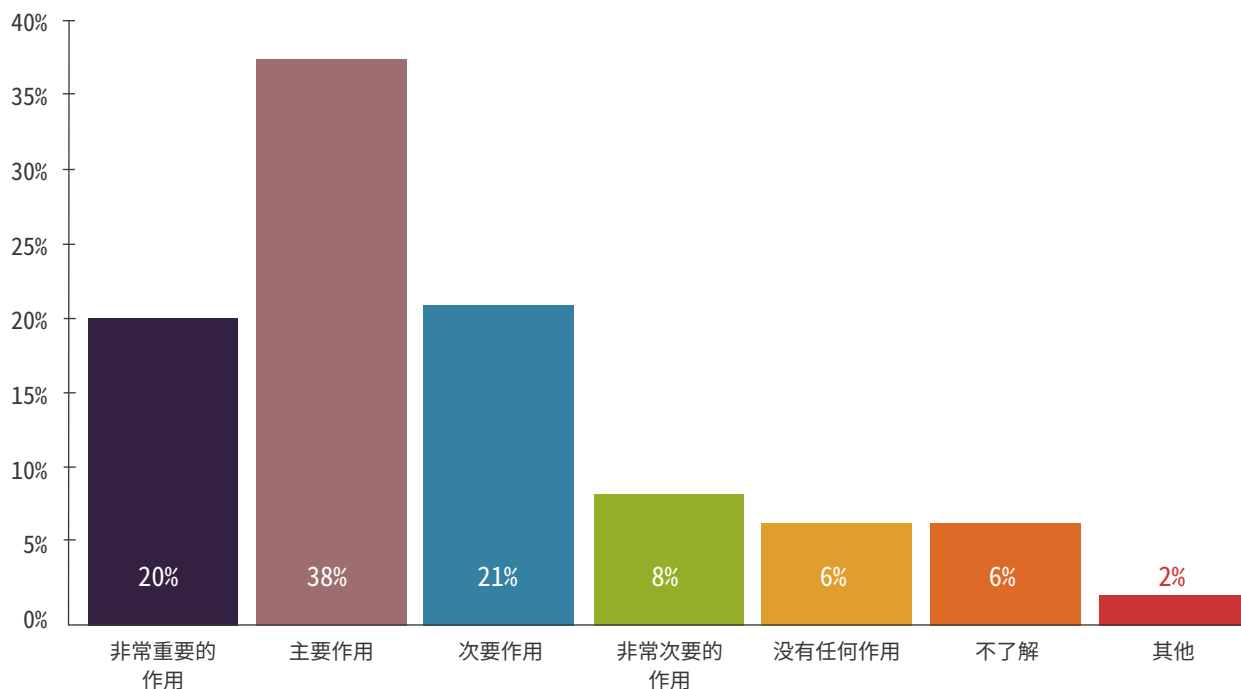


图20:加拿大品牌

因此，加拿大公司非常重视维护加拿大品牌的价值，那些将在中国开展业务置于战略优先地位的公司尤其如此。

中国首席官员

加中贸易理事会的6月通讯中探讨了跨国公司总部与其中国团队之间经常发生的脱节问题：中国团队需要快速反应与决策，以跟上中国的增长步伐，他们往往觉得总部不了解他们的需求，决策太迟缓。我们在通讯中引用了一篇文章，文中针对脱节问题提出了一种解决方法——在总部设立中国首席官（CCO）。对于影响中国市场的决策，中国首席官作为顾问具备话语权，可避免因决策失误损失惨重。中国首席官还可以帮助总部了解市场的真实情况和竞争性差异，以及需要采取哪些应对措施。因此，我们询问了受访者，其所在公司是否设有中国首席官（即总部内负责中国业务的职位）。在180家加拿大公司中，44%公司设有中国首席官。在79家设有该职位的公司中，从事专业服务的公司数量最多（19%），且大多数公司收入超过1亿加元；其次是金融和保险公司（18%），其中近一半收入超过10亿加元。最后，这一章的专题部分介绍了加拿大公司从中国采购产品和服务的情况。

从中国采购的加拿大企业

问及在中国/与中国的业务时，21%的受访者表示公司从中国进口商品，较两年前的17%有所增加。最近采购方面的问题包括企业回流、新冠期间获得关键物资的渠道以及对新疆和所谓强迫劳动的条例。我们就这些问题更详细地探究了这些进口公司的活动。在从中国进口产品的公司中，42%采购成品，而35%采购组装部件或产品原料，用于制造加拿大产的成品。最近，加中贸易理事会与阿尔伯塔



大学中国学院联合发布了一项关于中国对加拿大经济影响的报告中。报告中的统计数据与上述调查结果一致。该报告阐述了近几十年来，加拿大公司怎样一步步减少了成品的采购量。

关于将供应链移出中国的讨论不绝于耳，那企业是否真的采取行动了呢？在我们之前发布的调查显示，情况并非如此：

- **美中贸易全国委员会** 报告称，87%的成员将其供应链留在了中国。
- 中国欧盟商会的报告称，“成员们在2020年第一季度时谈到，他们计划开拓中国之外的市场，巩固全球供应链，从而增强恢复力。与之相反，许多人现在反应，他们正在通过中国业务增强恢复力，确保市场地位……在供应链方面，38%的受访者表示，他们在过去两年里审查了他们的供应链战略，没有计划作出重大改变；22%表示，他们计划将在岸供应链进一步转移到中国；10%将分散未来在中国以外的投资，但不会改变在中国的投资；只有5%计划转移出中国或彻底剥离中国业务。”
- **中国美国商** 会表示：“我们的成员仍然致力于耕耘中国市场；85%的成员表示，他们不考虑将制造或采购转移出中国，这与我们2019年和2018年的数据一致。”

加拿大公司虽然采取了一些动作，但总体上仍维持原样。31%的进口商在过去两年中减少了采购量，而29%的进口商增加了在中国的采购量。在过去的12个月里，26%的公司将部分供应链转移出了中国，30%的公司增加了新的中国供应商。加拿大和/或美国关于新疆和强迫劳动的法律导致19%的加拿大公司改变了他们的采购模式或做法。

我们对这些回应进行了更深入的探究：

- 在过去两年减少中国采购量的公司中，64%的公司在2020年的全球收入也因新冠疫情出现下降，因此采购量减少可能是由于需求的自然减少，而不是有意识地转移到其他地方。
- 而在中国增加采购量的公司中，45%的公司的全球收入因新冠疫情出现上涨。
- 对于那些将部分供应链转移到中国以外的公司，我们询问了他们采取这种做法的理由。得到的反馈包括：
 - o “考虑到供应链风险/脆弱性，我们及时进行了转移。”
 - o “Michael Kovrig 及Michael Spavor 拘留事件，新疆问题”
 - o “零部件订货交付时间过长”
 - o “采购的是建筑材料”
 - o “改为从北美供应商那里采购零部件”
 - o “职责问题”
- 被问及他们是否因新疆问题而将供应链转移到中国以外时，大约一半的人给出了肯定的答复，一半的人否定了这一说法。



- 进口公司对障碍的评估是否与其他类别的公司不同？最大的障碍基本相同，但进口公司将“中国海关程序”和“认证市场和复杂程度”列为第4 和第5 项，比一般公司高得多。
- 近一半在中国采购的公司在中国也有业务，这再次说明了许多公司正“立足中国市场为中国服务”。此外，38%的进口公司称他们也向中国出口产品。

与此相关的是，60%的受访者（不仅仅是那些采购公司）称，关于新疆和所谓强迫劳动的法规对他们的业务产生了负面影响（23%表示影响很大，37%表示有点影响，30%表示没有影响），这说明美国和加拿大的法规是加拿大公司摆在首位的问题。45%的公司在采购之前，要求供应商提交内部或第三方的社会合规审计。

1 美中贸易全国委员会：《美中贸易全国委员会 2021 年会员调查》，<https://www.uschina.org/reports/uscbc-2021-member-survey>

2 中国美国商会：2021《美国企业在中国》白皮书，https://www.amchamchina.org/white_paper/2021-american-business-in-china-white-paper/

3 中国欧盟商会：《2021 年商业信心调查》，<https://www.eurochamber.com.cn/en/publications-business-confidence-survey/>

4 中国英国商会：《英国企业在中国：情绪调查2020-2021》，<https://www.britishchamber.cn/en/business-sentiment-survey/>





总结

虽然开展加中业务历来都要克服重重困难,但我们依然希望双边商业环境不断改善,以确保加拿大公司,以及加拿大这一国家品牌,能够在不断扩大的中国市场中力争上游并取得成功。

加拿大和理念相同的竞争对手面临着许多相同的挑战。某些方面的阻力已经有所减弱——知识产权保护措施加强,金融环境也有所改善。但是地缘政治问题日益凸显,中美紧张局势已经成为美国、加拿大和欧洲公司面临的巨大挑战。

近三年来, 拘留对方公民导致加中局势紧张, 为经营业务增添了又一重困难。这使加拿大公司在与其他西方对手的竞争中, 处于明显的劣势地位。紧张局势影响了流动性, 而流动性对在加拿大工业结构中占主导地位的服务业影响尤为严重。新冠疫情进一步削弱了流动性, 而上述所有因素加在一起, 使得受访者收益下降, 总体上也更不乐观。

中国在媒体和各国政府当中已经被政治化了, 这也使得受访者感受到了多重外部压力, 加拿大公众舆论、加拿大政府和媒体发挥的作用远远大于客户和股东。

本报告发布时, Michael Kovrig、Michael Spavor 和孟晚舟已回国, 因此加中关系的一个主要障碍已经消除。虽然加拿大无法掌控中美间紧张局势的走向, 但加拿大可以决定如何与中国重建外交关系, 确保将加拿大的价值观和利益纳入考量。在某些议题上采取强硬路线并不一定会损害到商业, 美国的调查结果就表明了这一点。大多数受访者不赞成加拿大政府过去两年的战略。既然恢复关系的大门已经打开, 他们欢迎政府采取更明确的战略。

调查也清楚地表明, 中国本身就是一个市场, 在中国经营的公司比在加拿大做生意的公司更好地经受住了这场风暴。与没有中国业务的公司相比, 有业务的公司利润更高, 对中国业务的前景不那么悲观, 而且更有可能在未来五年扩张。无论业务结构如何, 计划增长的公司大多准备拓宽销售渠道、扩大分销网络, 这表明加拿大产品的市场潜力有待继续挖掘。加拿大的国家品牌仍然非常强势。

从中国采购物资的公司正在根据需求、法规或其他因素尽力调整, 但转移回国的业务量少于预期。无论一家公司是从中国采购, 向中国出口, 还是在中国经营, 甚至是在世界其他地方与中国公司竞争, 中国将继续发展 (并有明确的政策描述它的发展方式), 换言之加拿大公司不能忽视中国。为提升加拿大公司在中国的竞争力, 加拿大商政界必须通力合作, 消除各项障碍, 营造促进加拿大繁荣的经商环境。



方法

共有285家公司参与了本次调查,第一个问题排除了所有加中商界以外的对象。由此产生的256个受访中,236个是在华经营或有对华业务(包括从中国采购)的加拿大公司、组织和企业家;26个是在加开展业务的中国公司、组织和企业家。

调查设计

与往年一样,加中贸易理事会与罗特曼国际商业研究院的Walid Hejazi 博士和Daniela Stratulativ 博士合作。调查力图涵盖在中国或与中国开展业务的加拿大公司以及在加拿大经营的中国公司最关切的问题和业务领域。为了考察趋势,了解业务战略发展及观念演变,此次调查保留了加中贸易理事会往期调查中的许多问题。这些问题涉及盈利能力、扩张能力、乐观情绪以及在中国开展业务的加拿大公司和在加拿大或与加拿大开展业务的中国公司所遇到的障碍。此次调查中,增添了与从中国采购产品和服务相关的问题,还提及了新冠疫情的效应,涉及对公司收入、盈利能力和商务旅行的影响。

收集资料

在2021年8月至9月期间的六周时间内,加中贸易理事会通过其成员和联系人以及许多其他渠道分发了调查问卷。不论是否为加中贸易理事会成员,只要是加中商界的一员即可参与调查。在参与的组织中,63%为加中贸易理事会成员,37%为非成员。在加拿大调查对象中,82%位于加拿大,16%位于中国,2%位于其他地区或在加拿大和中国都有公司。社交媒体上大范围分享了鼓励参与调查的讯息。加拿大服装联合会为本年度的采购专题提供了支持。

数据分析与研究局限

在多选题的数据分析中,百分比分母为总选择次数。部分问题要求调查对象按照1-5给各项打分。在分析时,我们使用了加权平均数。

因为某些问题收到的答案有限,我们难以得出普遍性的结论。仅有少数中国公司参与了调查;有一些问题仅有少数对象作答。

为了更清楚地以图标形式显示结果,大多数数字都被四舍五入为整数,因此总数可能略高于或低于100%。



关于加中贸易理事会

加中贸易理事会 (CCBC) 以会员至上为理念。理事会成立于1978年, 是一家非营利性的双边组织, 在加拿大和中国共设有七个办事处。40余年来, CCBC 一直致力于帮助会员洞悉加中贸易问题, 提供信息, 建立商务联系, 从而确保他们在中国及加拿大取得商业成功。除了专注和务实的服务工作外, 对于各项牵涉到加中商业、贸易及投资的事项, CCBC也能够代表加拿大商业界予以发声。

CCBC会员中有众多来自加拿大和中国的大型、知名企业, 也有中小型企业、创业公司和非营利组织。我们的会员覆盖各行各业, 其中包括金融服务业、专业服务业、制造业、建筑业、交通运输、石油天然气、自然资源、信息与计算机技术、公共领域以及教育领域等等。

除设于多伦多的总部外, CCBC在蒙特利尔、哈利法克斯、温哥华、卡尔加里、北京和上海分别设有办事处。CCBC的员工网络可在加拿大和中国提供各种项目及服务, 并为各位会员进入中国新兴市场中提供机会。理事会还在北京设有商会, 可针对地方情况提供各类活动及广阔的商业联络机会。

通过会员服务及各类活动, CCBC可为各位会员企业提供商业洞察力、情报、联系及网联络机会, 帮助会员企业解决在跨境开展业务过程中遇到的问题。

如欲了解更多信息, 请访问: www.ccbc.com.

