

# 中国短信

## 経済動向

2003年5月までの景気動向 ..... 1

- ◆SARS等による経済のマイナス面
- ◆マクロ経済政策によるプラス面

## 特集

中国見本市ビジネスの動向と活用方法 ..... 3

- ◆中国見本市ビジネスの現状
- ◆見本市開催都市別の特徴：北京、上海、広州、大連
- ◆外資の中国見本市の有効活用方法

## 最近の話題

中国ハイテク産業の発展と課題 ..... 11

- ◆中国ハイテク産業の概況
- ◆ハイテク産業の抱える課題
- ◆今後の発展と日中の連携

2003年7月

株式会社 旭リサーチセンター  
遼寧中旭智業有限公司



## 1. 経済動向：2003年5月までの景気動向

5月の中国経済指標をみるとSARSの影響が顕在化しているが、その影響は予想よりも軽微にとどまっており、通年の経済目標は達成されそうである。工業生産の増加ペースは鈍化したものの、輸出は増勢を続けているほか、消費の落ち込みは投資の加速で相殺された格好となっている。消費はその後、回復傾向にあるが、雇用情勢や中小企業にはSARSの影響がまだ残っている。

1～5月期主要経済指標 単位：％、前年同期比伸び率、( )は1～4月期

	中国全国		遼寧省	
工業生産	<b>15.9</b>	(16.4)	<b>17.4</b>	(19.5)
固定資産投資	<b>31.7</b>	(30.5)	<b>42.3</b>	(39.2)
基本建設	<b>28.7</b>	(28.0)	<b>30.9</b>	(41.3)
更新改造	<b>37.0</b>	(31.6)	<b>31.0</b>	(22.9)
不動産開発	<b>32.9</b>	(33.5)	<b>53.5</b>	(20.6)
輸出総額	<b>34.3</b>	(33.5)	<b>23.4</b>	(27.2)
外資直接投資額	<b>48.2</b>	(51.0)	<b>33.1</b>	(72.9)
小売総額	<b>8.0</b>	(8.9)	<b>10.7</b>	(11.8)

### SARS等による経済のマイナス面

SARSを含め、経済のマイナス面については以下の5点があげられる。

第一に、工業生産の鈍化が続いている。5月の工業生産は前年比**13.7%**増で、1～5月では**15.9%**増と1～4月の**16.4%**からさらに鈍化した。

第二に、消費の落ち込みは特に飲食業で鮮明である。5月の小売総額は前年比**4.3%**増と、**90**年代以降で最低を記録した。1～5月の伸び率は**8.0%**増と、1～4月の**8.9%**増からさらに低下した。多くの飲食店は開店閉業状態となり、飲食店売上高は前年比**15.5%**の減少となった。

第三に、サービス業の売上高も前年比**37.4%**減と落ち込んだ。ホテル旅館業、浴場業が**50%**以上の減少となったほか、娯楽業も**50%**近く、理容業も**40%**近く落ち込んだ。ほかにもタクシー業が**30%**超の減少など、**11**業種のうち**10**業種で前年比マイナスとなった。

第四に、運輸輸送量が大幅に落ち込んだ。5月の全国旅客運輸量は8億人と前

年比 **41.5%**減となった。輸送モード別では鉄道▲**62.5%**、道路▲**39.9%**、海運▲**35.1%**、航空▲**77.9%**となっている。貨物輸送量も5月は**10**億トンにとどまり、**15.2%**の減少となった。

第五に、農民の収入が減少している。数百万の出稼ぎ労働者が農村に帰され、4～6月期の農民平均現金収入は**35**元、前年比**4.5%**の減少となっている。

### マクロ経済政策によるプラス面

一方、政府の経済政策などによるプラス面については、以下があげられる。

第一に、固定資産投資が加速している。5月の固定資産投資は前年比**34.5%**増と前月より加速し、1～5月の伸び率は**31.7%**と1～4月の**30.5%**より高まった。

第二に、輸出入の増勢傾向が続いている。5月の輸出入総額は前年比**39.0%**増で、4月よりも**5.2**ポイント高い。輸出は**37.3%**増で、輸出契約がSARS以前であったことのほか、増値税還付などの輸出支援措置も影響している。一方、輸入もSARS予防物資の輸入拡大などから、**40.9%**の大幅増となった。

第三に、物価は安定している。5月の全国消費物価は前年比**0.7%**上昇したが、前月比では**0.7%**低下している。このうち食品は前月比**1.9%**低下する一方、医療保健用品は同**1.1%**、漢方薬は**5.0%**上昇した。SARSの影響の大きかった北京、天津、河北、山西、内蒙古では前月比**0.3～1.6%**の低下となっている。

第四に、一部の業種ではSARSがプラスに影響している。5月は医薬の生産が前年比**35.4%**増加し、伸び率では工業のうち最高となった。販売も漢方薬・西洋薬小売が**15.5%**増、洗浄用品が**36.7%**増となり、石鹼や消毒液、マスクなどは売り切れが続出した。

乗用車や通信機器の消費も旺盛で、5月の自動車販売は**61.6%**増、乗用車生産は**89.9%**増となったほか、通信機器販売は**63.3%**増、通信設備生産は**35.2%**増となった。

総じてみれば、一部の業種でSARSの影響が顕著となり、経済成長は鈍化したものの、投資や輸出は好調を継続している。財政・金融政策の下支えもあり、中国経済は高成長軌道を維持している。

## 2. 特集：中国見本市ビジネスの動向と活用方法

### 中国見本市ビジネスの現状

#### 1. 中国見本市ビジネスの特徴

中国で開催される見本市はこのところ急増しており、中国全国で開催された見本市は**2000**年に**2,000**近くあったものが、**2002**年には**2,400**まで増加している。**2002**年の見本市の総収入は**70**億元を突破し（**2001**年**45**億元）、経済効果は**700**～**1,000**億元といわれている。中国の見本市ビジネスは改革開放以来、短期間で年平均**20**～**30**%の伸びで急成長してきた。今後**5**～**10**年のうちに、見本市ビジネスも成長期から成熟期を迎え、伸び率も**15**～**20**%に鈍化するとみられるが、**2010**年までに総収入**130**億元に達すると見込まれている。

#### (1) 急成長する見本市ビジネス

見本市のレベルも向上しており、国際見本市連盟（U F I : **Union of International Fairs**）に認可・登録された見本市は、**2002**年の第**69**回U F I大会までで**15**に達した。国際工作機械展、国際印刷展、国際冷凍展などの専門的なブランド力ある見本市は、国際的な水準が認められている。見本市会場の建設も盛んで、各地で建設ブームが起これ、先進的な見本市センターも建設されている。**2002**年7月の「時代財富」の統計によれば、全国で見本市会場は**147**あり、最近建設された1万㎡以上の会場は**30**を超えている。大規模な展示会場の建設により、中国見本市ビジネス発展のボトルネックは解消されつつある。

また、かつては政府自身が見本市を主催していたが、見本市ビジネスの発展に伴い、徐々に表舞台から退きつつある。政府は見本市会場の基礎設備建設や法制度整備、見本市専門企業の支援・育成政策といったハード・ソフトのインフラ整備に注力し、民間の見本市専門企業が見本市ビジネスのリード役になりつつある。

#### (2) 中国見本市ビジネスの課題

もっとも、急成長の裏で課題も幾つか指摘されており、主なものは以下の通りである。見本市の更なるレベルアップ。同一テーマの見本市が重複して開催される。見本市の規模が小さく、国際的な知名度に欠ける。入場者数が少なく、成約

額が小さい。業界としてのまとまりが悪く、過当競争状態にある。会場設備が整ってなく、ハード・ソフト面の不足が目立つ。専門能力を持った人材が不足しており、サービス品質も標準化されていない。

見本市ビジネスに関する法制度の整備も遅れており、大連が政府条例を定めており、深圳が整備に着手している程度である。また、「全国」「中国」といった看板も当てにできず、「海外参加者が 20%以上」と政府が規定する「国際」見本市に、海外参加者がまばらという状況も散見される。

## 2. 見本市ビジネスの動向

### (1) 競争の激化

WTO加盟後、国内外の見本市ビジネス企業、見本市会場、見本市開催都市間での競争が一層激化している。外資と中国地場の見本市関係者は、それぞれ強みと弱みを持っているが、外資見本市企業は営業ネットワークや資金面、人材面、過去の豊富な見本市ビジネス運営経験の面で優位性を持っている。一方、中国地場企業等は、中国国内の取引先情報や市場情報などが強みである。海外から中国の見本市に参加する外資系企業は、中国の市場や取引先の開拓を狙っているため、中国地場の見本市ビジネス関係者が競争優位に立つ可能性も高い。

### (2) 見本市ビジネス業界の動向

中国の見本市ビジネスは見本市の数、主催する関係者の数、テーマの重複する見本市の数が多い「三多」状態にあった。見本市ビジネスの競争が激化するなか、小規模な見本市は淘汰され、見本市は大規模化しつつある。主催者も知名度が高く、資金も豊富な企業等に集中しつつある。また、同じテーマの見本市でも、ブランド力ある見本市の優位性が高まっている。見本市ビジネスは今後、専門化、商談成約重視、ブランド化が進む。

インターネットや電子商取引の普及にともない、インターネットを通じて展示や商談、参加者募集などを行う動きも出始めている。

### (3) 見本市関係費用の価格統一問題

海外の見本市ビジネス企業や見本市参加企業から強く要望されているのは、出

展料や展示ブース設営費、水道・電気料金、管理費などについて、外資と中国現地企業の間で統一することである。

### 見本市開催都市別の特徴

#### (1)北京：国際性とブランド力ある経済技術関係の見本市を開催

早くから見本市ビジネスが盛んで、**1990**年代後半には**1,251**の見本市が開催され、全国の見本市の約**50%**を占めていた。そのうち国際的な見本市が**812**と**65%**を占め、全国で開催される国際的な見本市の約**25%**にあたる。現在も北京の見本市ビジネスは高成長を続けており、**2002**年には前年比**45%**増の**1,298**の見本市が開催された。そのうち国際的な見本市は前年比約**40%**増の**452**あり、見本市の総収入も約**20%**増の**20.8**億元に達した。

見本市会場の面積も拡大している。北京には現在、大型見本市会場は**12**あり、総面積は**19.9**万㎡に達している。最大のものは中国国際展覽中心で、面積は約**8**万㎡ある。もっとも、北京には見本市会場は多いが、中小規模の会場が多い。機能や設備も貧弱で、会議場と見本市会場を兼ね備えたものは少なく、北京の見本市ビジネス発展のボトルネックとなっている。

北京で開催される見本市は、ブランド力があり国際性に富んだものが多い。中国国際工作機械見本市、中国国際シンポジウム・見本市、中国冷凍見本市、中国国際冶金・鑄造・プレス見本市と北京国際印刷技術見本市はUFIに認可・登録されている。また、北京で開催される見本市では、経済技術関係が**70%**を超え、文化芸術が**10%**強を占めている。

#### (2)上海：国際化と新規性が売り物

**1980**年代初めには上海で開催される大型見本市は年一桁台だったが、**90**年代には全国的・国際的な見本市は毎年**20%**近い勢いで増え、**2002**年にはその数**200**を超えた。そのうち**50**は知名度の高い国際見本市で、上海は世界の注目を集める一大国際見本市センターとなりつつある。

**2002**年は、上海が国際見本市センターに向けて、大きく一步を踏み出した年となった。世界第三位のドイツ・フランクフルトの見本市企業のほか、同じくドイツのハノーバー、イタリアのミラノの見本市企業がそろって黄浦江畔に事務所を

構えた。世界でもトップクラスのこの**3**社は、ブランド力ある各社の見本市を中国に導入・展開する予定で、中国の見本市ビジネスに新たな理念やモデルが導入され、国際的にブランド力ある見本市開催につながるものと期待されている。

見本市会場の総面積でも上海は全国トップクラスで5大見本市会場を有し、上海の見本市ビジネスのボトルネックであった会場の小規模性は改善されてきた。

**2001**年**11**月には、最大級の「上海新国際博覧中心」が完成し、上海の見本市会場総面積は**15**万㎡を超え、国際見本市の開催において優位に立っている。ただし、上海の見本市会場建設には長期的展望に欠ける面もあり、その配置が合理的とは言いがたい。

経済成長にともなって、ハイテク産業や都市型産業の見本市が増えている。見本市全体の**30%**以上のシェアを占めており、国際電子部品展やアジア情報技術展などブランド力のある見本市が開催されている。

### (3)広州：「広州交易会」を目玉に、多数の見本市を開催

中国で最も有名な広州交易会は、すでに春秋あわせて**45**回開催されており、中国で最も歴史が古く、レベル・規模・商品種類・入場者数でも最大で、最も成功している総合的かつ国際的な貿易会である。広州交易会のおかげで広州周辺では見本市開催が盛んになり、広州と珠江デルタ地域に外資投資が集中することにつながった。世界的な製造加工拠点となるなかで、電子部品や軽工業、消費財関連の見本市も急増した。広州地域では毎年**100**以上の見本市が開催されているが、そのうち国際的な見本市が**1 / 3**を超えている。

広州の見本市ビジネスは開放的なことが特徴で、海外や民間の見本市ビジネス企業が開催する各種専門的な見本市も多い。広州の見本市ビジネスは関係者に等しく機会が提供されており、市場さえあれば成功するチャンスは大きい。

### (4)大連：見本市ビジネス後発も、成長著しい

大連の見本市ビジネスは後発の部類に入るが、急速に発展しており、また国際性に富んでいる。**1996**年に「大連星海会展中心」が完成してから**2001**年までの僅か5年のうちに、大連で開催された見本市は**255**にのぼる。見本市会場の総面積は**163.45**万㎡、貿易成約額は**1,477.8**億元で、年**20%**増のペースで伸びてい



る。

1996年には数えるほどであった国際的な見本市も、2001年までには15カ国地域の40を超える企業が見本市開催に関与している。大連には現在、政府関係部門が認可する国際見本市開催資格を持つ企業が9社あり、海外の企業との共催の見本市は10、見本市に出展する海外企業等は330に達している。

2002年10月にドイツ・ミュンヘンで開かれたUFI大会では、大連国際ファッション見本市及び大連国際服装展覽有限公司が、ファッション分野では中国で初めて認可・登録された。

大連での見本市開催状況 1996年と2001年の比較

	1996年	2001年
見本市開催件数	22	53 (2.4倍)
見本市での貿易額(億元)	120	301 (2.5倍)
参加国・地域の数	16	64 (4.0倍)
出展企業数	316	8,452 (26.7倍)
専門的見本市の割合	30%	90%

#### (5) その他の都市：全国第5位は瀋陽

中国国内で見本市ビジネスに注目している都市は他にもあるが、瀋陽では2003年に50を超える見本市が開催され、見本市開催数で全国第5位の都市となった。瀋陽には工業展覽館や瀋陽国際会展中心などの大規模会場があり、室内・室外それぞれ5万㎡の瀋陽国際会展中心は東北地方で最も大規模かつ多機能な高水準の見本市会場である。2002年に開催された第1回中国国際装備製造業博覧会は国内成約976件、成約額22.3億元、輸出入成約78件、成約額1.52億ドルと成功を収めた。期間中、外資が契約した投資案件は126件、24.78億ドルにのぼり、瀋陽で最も成功した見本市であるとともに、国内および国際的な同様の見本市のなかでも成功したものとなった。

近年、長春の見本市ビジネスも成長が著しく、映画祭、自動車博覧会、農業博覧会などブランド力ある見本市が開催されている。2003年8月1日には総投資額7億元、面積9.2万㎡の長春国際会展中心が完成する。1,580の展示ブースのほか、会議、レジャー、飲食などのサービス施設を備えている。

## 外資の中国見本市の有効活用方法

見本市への参加は販売促進の有効な手段であり、新市場開拓に適した方法といえる。見本市を有効に活用するには、事前準備、見本市期間中の対応、見本市終了後の対策が欠かせない。

### (1)見本市開催前の準備

#### 適切な見本市の選択

まず、見本市が、開拓しようとする市場に合致しているかを確認する。次に、開催地域が妥当か、集客力があるか、新製品発表に相応しいかなどの検討も必要である。さらに、日程や自社の生産計画、他の販促手段との整合性も必要である。見本市の知名度が高ければ高いほど、入場者・関係者も増え、成約の可能性も広がる。適切な見本市を選択するにはU F I 登録機関が主催する見本市や、関連する協会などが主催する見本市を選ぶのが無難である。また、市場調査や過去の見本市目録、メディア報道によって、適切な見本市を選ぶ方法もある。

#### スケジュール設定

見本市選択から見本市までの準備について、以下のようなスケジュールを設定する。

- 12ヵ月前**：見本市の規模や日程、開催地、専門レベル、対象市場について、専門家の意見も踏まえながら、年間計画を設定する。主催者や代理店から、基本的な資料を入手する。支払方法や為替の見直しなどを考え、財務計画を確定する。
- 9ヵ月前**：展示ブースの設計に着手し、見本市管理会社から設計許可を取る。展示する製品を選択し、国外の潜在顧客や現在の顧客に案内する。見本市案内パンフレット等を作成する。
- 6ヵ月前**：広告や郵便などでP R活動を行い、見本市に関連するサービス費用などを事前に支払う。参加説明書やパンフレット、新聞記事などをチェックして、翻訳の準備に入る。見本市期間中の通訳を手配し、主催者などに広告を発注する。
- 3ヵ月前**：展示する製品・商品を確定する。品質や特徴をP Rするサンプル品を必要量、準備して見本市の運営機関に送付する。展示ブースのデザインを確定

する。来展者の対応方法を検討する。見本市期間中の事前アポや招待の手配をする。外貨を準備する。

**3日前：**見本市会場を下見し、荷物の到着を確認する。見本市の主催者に連絡先等を通知する。開催地の顧客を訪問する。

**2日前：**設備や備品類の機能を確認し、展示物を配置する。見本市期間中の対応・活動を最終確定する。

**1日前：**場所や設備、備品類の最終チェックを行う。参加社員や通訳との最終打合せを行う。

**見本市期間中：**会場には余裕を持って到着する。見本市初日に新聞記事原稿を、会場の記者に渡す。実際に見本市会場を観察して、来年の展示ブースを予約する。来展者一人一人の状況やニーズは、詳しく記録を残す。現場で即答できない項目については、確認が取れ次第、回答する。毎日、報告会を実施し、見込み客に関する情報を会社に送り、必要な対応をとる。

### 主な準備

見本市参加を成功に導くには、以下のような事前準備が肝要である。

**展示製品・商品の選択：**来展者の印象に残る展示品を選ぶには、第一に、展示品が見本市の目的や方針、性格、内容に合致するかを確認する。第二に、展示品が自社の技術や生産能力、特徴をPRしているかを確認する。第三に、展示品が他社の同類品と違って独創性があるかを確認する。

**展示ブースの選択：**入場者の動線を考慮して、展示ブースを選ぶ。一般的に出入口、トイレ、休憩室、飲食コーナー周辺は人通りも多いが、柱や配送口周辺は人の流れもよくない。グループ企業がまとまって見本市に参加すれば、知名度もあがりブランド力も増す。

**来展者に対応する社員の教育訓練：**専門知識、製品機能、展示方法などを事前に教育する。臨機応変な対応、初めて会う顧客との会話、顧客ニーズの把握に長けた社員を選ぶ。企業パンフレットや謝礼を準備することも欠かせない。

**展示ブースのデザイン：**展示ブースの設計次第で出展者のイメージアップにつながり、入場者の関心を集めることもできる。展示ブースは美観とともに、展示品の展示効果や商談機能などにも注意を払う必要がある。

**事前のPR**：見本市の3ヵ月前に専門紙・誌に最低1回は広告や記事を掲載し、広告・記事を見込み客にも送付する。見本市への出展を見込み客に案内し、見本市主催者が作成した参加企業名と展示ブース番号の掲載された招待状を同封する。また、インターネットに展示品や詳細資料を掲載するなどして出展をPRしたり、見本市期間中の商談を事前予約することも増えており、見本市会場で認知度が上がる可能性も高くなる。

## (2)見本市期間中の注意事項

### 企業のイメージアップ

入場者にとっては、見本市に参加する社員がその企業の代表である。応対社員の話や態度、姿勢などで、来展者の企業イメージが良くも悪くもなる。情熱を持って自社と製品・商品を説明すると、来展者にもいいイメージを残せる。

### 市場調査の一環

見本市は競合他社について情報収集する絶好の機会でもある。見本市期間中はカメラや手帳を手に、競合他社の新製品について、製品規格や価格、支払方法、自他製品の相違点など各種情報・資料を入手する。

### ちょっとした工夫

出展者は入場者にパンフレット類を押し売りしてはいけない。また、来展者には名前や住所を記入してもらい、パンフレット類は郵送する方法もある。来展者に重い荷物を持ち帰らせない工夫でもあり、住所や電話など見込み客情報の入手方法の一つにもなる。

## <参考>中国の見本市関連URL

中国会展経済信息网	<a href="http://www.ceeinfo.com">www.ceeinfo.com</a>
中国展覽網	<a href="http://www.exhibition.com.cn">www.exhibition.com.cn</a>
中国展網	<a href="http://www.chinaeshow.net">www.chinaeshow.net</a>
展覽連盟	<a href="http://www.s999.net">www.s999.net</a>
中国展覽総網	<a href="http://www.2t2.net">www.2t2.net</a>
展覽在銭	<a href="http://www.zhanlan.net">www.zhanlan.net</a>
中会展網	<a href="http://www.expoinchina.com">www.expoinchina.com</a>
瀋陽展覽網	<a href="http://www.syfair.com">www.syfair.com</a>
新華網一会展頻道	<a href="http://www.xinhuanet.com/expo/dongbei.htm">www.xinhuanet.com/expo/dongbei.htm</a>
博覽世界	<a href="http://www.dcoem.com">www.dcoem.com</a>
中国国際会展網	<a href="http://www.cc365.com.cn">www.cc365.com.cn</a>

### 3. 最近の話題：中国ハイテク産業の発展と課題

#### 中国ハイテク産業の概況

1980年代半ば以降、中国のハイテク産業は国家安全・軍事的な研究開発から発展してきた。1986年に政府が策定したいわゆる「863計画」においてバイオ、情報、新材料、エネルギー、宇宙開発、オートメーションのハイテク六分野で、世界先進レベルを目指すことが掲げられ、ハイテク産業発展の幕が開いた。法人調査によると、2001年末でハイテク産業企業数**5.3**万社、就業者数**579.1**万人、資本金総額**5,280**億元、年間売上高1兆**3,559**億元の規模に達している。

ハイテク産業は中国経済の中でもとりわけ高成長の分野で、1995～2001年における年平均生産成長率は**20.2%**と、工業全体を**11**ポイント上回る伸びを示した。2001年のハイテク産業生産額は2兆**2,766**億元で、工業全体の**27.1%**のシェアを占めている。ハイテク産業のGDPに占めるシェアも1995年の**1.9%**から、2001年には**3.3%**に上昇している。

ハイテク産業内部の産業構造も変化しており、コンピュータ・事務設備と電子・通信設備の生産額の比重が高まっている。企業規模も拡大しており、2001年に全国に**53**カ所あるハイテクパークにおいて、売上高1億元以上の企業は**1,539**社に達し、**10**億元以上は**89**社、**100**億元以上も**9**社ある。

ハイテク製品の輸出貢献度も高まっている。ハイテク製品の輸出額は1991年の**28.8**億ドルから2001年には**464.5**億ドルと、10年間で**16.1**倍拡大し、年平均では**32.1%**伸びている。2001年のハイテク製品輸出入総額は**1,105.7**億ドルで、輸出入全体の**21.7%**を占めている。また、付加価値の高い製品の輸出も増えており、深圳中興や華為の通信設備、精華同方や華力集団のコンテナ検査装置は国際競争力を高めている。

珠江デルタ、長江デルタ、環渤海湾地区はハイテク産業が発展している三大地域であり、広東、江蘇、上海、北京がハイテク産業トップ4となっている。2001年の広東省のハイテク製品輸出額は**222.9**億ドルと全国の半分近くを占めており、長江デルタは**132.6**億ドルで約**30%**、北京・天津地区が**10%**強である。大型のハイテク企業もこれら地域にあり、貿易収入**20**億元以上の上位**100**社のうち、長江デルタ**33**社、珠江デルタ**28**社、環渤海湾地区**18**社で約8割を占める。

## ハイテク産業の抱える課題

成長著しいハイテク産業にも、いくつかの課題が指摘されている。

第一に、生産量は増加しているものの、付加価値が低い。ハイテク産業の発展は低廉な労働コストを利用した加工が主流で、**2001**年のハイテク産業の付加価値は**25.2%**と先進国水準より**10**ポイント低いものにとどまっている。

第二に、企業に創造性が乏しく、コアとなる技術も確立されていない。発明特許は日米の**1/30**にすぎず、中国の特許も大部分は外資系企業のもので、その比率は外資企業：国内企業=**6.4**：1である。

第三に、ハイテク企業のR&D（研究開発）投資は、対売上高比率**2%**足らずと低い。R&Dから商品実用化、大量生産への投資比率は、国際水準では**1**：**10**：**100**になるが、中国では**1**：**0.7**：**100**と商品実用化投資も不足している。

第四に、資金調達ルートが潤沢ではない。研究開発成果の実用化に向けた資金調達において、自家調達が**56%**、国家融資が**26.8%**を占め、ベンチャー投資は**2.3%**に過ぎない。財政が悪化し、銀行もハイテク向けの融資に慎重な姿勢をみせるなか、ベンチャー投資の未整備が産業発展のボトルネックとなりつつある。

第五に、産業として革新性を競う環境がなく、企業は革新意識に欠けている。企業経営内部に、革新を生み出すインセンティブ制度なども用意されていない。

## 今後の発展と日中の連携

中国はハイテク産業を育成し、ハイテクにより伝統的な産業の革新も図り、経済構造改革を進めることを、長期経済発展戦略の一つの柱としている。研究開発体制を整備し、企業の独創性・革新性を高めるとともに、関連する市場や制度、たとえばハイテクパークの建設やベンチャー投資などの整備も必要とされる。

こうしたなか、技術発展や産業発展段階の異なる日中ハイテク産業が連携すれば、中国の巨大で多様化する市場の開拓につながるだろう。中国科学技術省の報告によれば、中国では科学技術の成果が毎年**3**万件以上あり、特許は**7**万件以上ある。そのほとんどは資金不足で実用化されておらず、日本のベンチャー資金などの有力な投資先となりうる。また、技術革新の源泉は人材にあり、専門人材育成市場も大きな可能性を秘めている。一方、日本の資本市場は海外展開を目指す中国ハイテク企業にとって、有力な資金調達ルートとして期待されている。