
本土服务业： 澳大利亚对华出口 故事中的无名英雄



Westpac

**Institutional
Bank**



作者



HANS HENDRISCHKE

悉尼大学
中国研究中心及商学院
商业及管理学教授

电话: +61 2 9351 3107

电子邮件: hans.hendrichske@sydney.edu.au



WEI LI 李薇

悉尼大学
中国研究中心及商学院
国际商务讲师

电话: +61 2 9036 6399

电子邮件: li.wei1@sydney.edu.au

前言



BALAJI SWAMINATHAN
西太平洋银行国际部总经理

澳大利亚本土服务以及这些服务对澳大利亚出口所附加的价值是一项反映国家繁荣的重要指标，但这项指标却常常遭到忽视。

虽然服务业产值仅占了澳大利亚出口总额的 20.9%¹，但本土服务行业为产能和出口所带来的贡献比我们原本所想的要大得多。

由悉尼大学和西太平洋银行合作的深入研究探索了澳大利亚服务业和中国出口贸易之间的关系。

根据 2011 年最新的经济合作与发展组织（OECD）关于增值业务贸易(TiVA)的数据库对于 2015 年澳大利亚贸易数据和比例的分析，在 2015 年，澳大利亚本土服务业为澳大利亚对华商品及服务业出口增值 28%，达到 251 亿澳币。相比而言，2015 年的直接对华服务出口为 98 亿澳币，其中大多数来自于旅游服务及教育。

换言之，澳大利亚向中国出口的每一澳元中，就有 28 澳分是由本土服务所带来的增值额。

这些研究结果显示了后文中澳大利亚商业和贸易的三个重要结论。

澳大利亚向中国出口的每一澳元中，就有 28 澳分是由本服务所带来的增值额

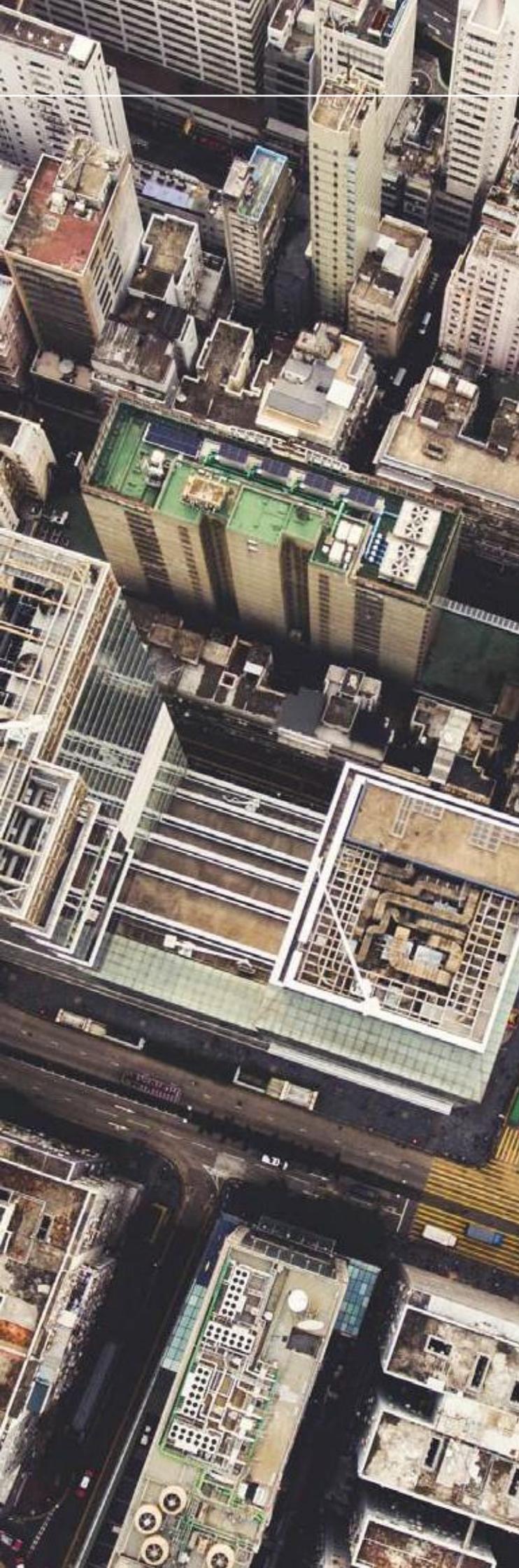
1. 各项国内出口相关服务总体贡献了比澳大利亚直接出口中国的服务总量更大的产值，这些本土服务包括运输、储存、包装、通信、金融服务、贸易、商业服务及研究等。
2. 不断强化的双边关系和与中国的一体化正在转向高附加值服务行业，进而促进创新和跨行业服务能力的转移。
3. 与中国更加开放的双边贸易环境使得澳大利亚的出口及本土服务更为多样化，使得其更具竞争力并能适应不断变化的全球贸易格局。

虽然我们不能低估旅游和教育业以及需求正在不断增长的医疗服务业的重要性，了解来自于诸如原材料、矿物、食品及养殖业所带来更大的贡献仍非常重要。其中有如质量控制、检疫、运输、物流、包装、冷藏以及防伪技术服务都进入了这一条产业链中。这对于澳大利亚的繁荣及促进澳大利亚与发展中亚经济体的贸易关系具有深远意义。

1. 《2016 服务贸易协定》Trade in Services Agreements, 2016 dfat.gov.au/trade/agreements/trade-in-services-agreement/pages/trade-in-services-agreement.aspx

未来对华出口服务的航向





中国经济的转型及其兴起的中产阶级带动了对澳大利亚商品及服务的需求。²相应地，澳大利亚也在经历着自身的转型，即从“矿业转型至餐饮业”的变化，其重点为从资源出口转型到具有更高等级更为多样化的服务行业中。

与中国的再平衡也使得澳大利亚能够更紧密地和中国消费者和生产者市场融合。这种不断的加强体现在智能手机、电子商务平台及互联网方面，这也带来了创新上的普遍波及整个中国服务业的冲击。

在中国，这种冲击被称之为“互联网+”。³所谓“互联网+”的概念旨在涵盖智能手机、云数据、大数据和物联网，并将其集中到许许多多经济和社会领域中。

2. 澳大利亚外交和贸易部（DFAT）出版《2015 澳大利亚服务贸易》‘Trade in Services Australia 2015’, p.36

3. 中华人民共和国国务院 The State Council, People's Republic of China, 2016
english.gov.cn/2016special/internetplus/

今天的中国消费者可以在手机上做几乎一切的事情。比如，中国有三分之二的在线支付是通过智能手机实现的。⁴

中国的线上市场价值约为 8,890 亿美元，⁵ 并且有将近 4.8 亿的线上买家。⁶ 在 2017 年，中国的消费者通过互联网支出超过 1.2 万亿美元，相比于 2014 年，这一数字仅为 6700 亿，但在当时这一交易量就比美国同一数据多 2 倍

澳大利亚还未真正触及中国在线零售业的市场上限

诸如阿里巴巴和腾讯等新兴的电子商务平台的崛起为澳大利亚企业带来了直接接触中国顾客的途径。

在很短的时间内，澳大利亚已经占据了阿里巴巴销售量的第四把交椅，仅次于美国、日本及韩国。⁷

约有 1,300 家澳大利亚品牌已经在阿里巴巴的 B2C 平台天猫商城和淘宝开始营业，⁸ 澳大利亚仍未能触及到这个巨大市场机会的潜在上限，但很明显的是，这一市场将对澳大利亚的出口贸易以及支持出口的增值服务业产生深远的影响。

澳大利亚对华出口在过去的五年里每年增长 10%。⁷ 中国现在是澳大利亚最大的服务业出口市场，其市值约为 100 亿澳元，占澳大利亚对华出口总额的 12%。

澳大利亚对华出口在过去的五年里每年增长 10%⁷

服务业是澳大利亚的关键部分。前者大约占据了澳大利亚经济活动的 70%，根据澳大利亚外交和贸易部（DFAT）的统计，服务业大约占澳大利亚总出口量的 20.9%。⁹

无独有偶，在中国，服务业的经济贡献在 2010 年到 2015 年间翻了一番。服务业价值目前占中国 GDP 的 51%，占进口总额的 4.1%。¹⁰

中国的再平衡只是一个过渡，这个过渡将使得中国本土的服务业逐步满足其需求。而对于力争与中国本土竞争的澳大利亚公司，主要的问题将集中在创新、与数字化电子商务平台的结合，以及寻找到一个突出自身优势的着眼点。

4. 中国互联网信息中心 China Internet Network Information Center, 2016, <http://cnnic.com.cn/IDR/ReportDownloads/201611/P020161114573409551742.pdf>, p30.

5. EMarketer, China Eclipses The US to Become the World's Largest Retail Market, www.emarketer.com/Article/China-Eclipses-US-Become-Worlds-Largest-Retail-Market/1014364

6. 中国互联网信息中心 China Internet Network Information Center, 2016, <http://cnnic.com.cn/IDR/ReportDownloads/201611/P020161114573409551742.pdf>, p37

7. Austrade, September 2016, www.austrade.gov.au/news/media-releases/2016/australian-businesses-set-to-benefit-from-new-alibaba-agreement

8. ABC News, 2016, www.abc.net.au/news/2016-08-26/alibaba-australian-businesses/7751270

9. 《2016 服务贸易协定》 Trade in Services Agreements, 2016 dfat.gov.au/trade/agreements/trade-in-services-agreement/pages/trade-in-services-agreement.aspx

10. 中华人民共和国国家统计局 National Bureau of Statistics of China, 《中华人民共和国国民经济和社会发展统计公报》 Statistical Communiqué of the People's Republic of China on the 2015 National Economic and Social Development www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/201602/t20160229_1323991.html

表1

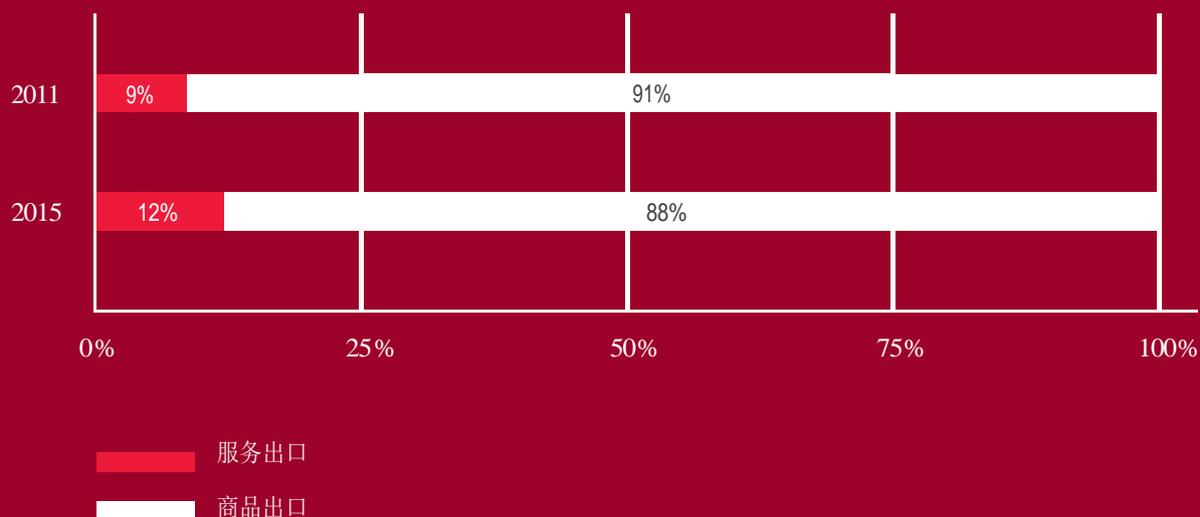
真相-2013年-2015年澳大利亚出口市场前三名（单位：澳币亿元）

排名	2013	2014	2015	总出口百分比%
1. 中国	70.64	82.14	98.40	14.9
2. 美国	62.50	66.45	78.88	11.9
3. 英国	42.03	46.07	50.12	7.6

资料来源: 澳大利亚外交和贸易部 (DFAT) 出版物《2015年澳大利亚贸易》'Trade in Services Australia 2015', p.36

表2

澳大利亚的直接对华出口



资料来源: 澳大利亚外交和贸易部 (DFAT) 出版物《澳大利亚 2015 年贸易构成》'Composition of Trade Australia 2015'

旅游相关服务是澳大利亚出口故事中的明星





教育及其他旅游相关的服务占澳大利亚对华服务出口总量的 87%。其总和要大于矿业或其他有色金属及食品饮料的出口收益。¹¹

诸如金融服务、保健服务和养老服务正在从一个较低的比重中提升，但仍仅占澳大利亚对华出口较小的一个部分。¹² 随着新兴中国市场的开放，这些行业将会具有相当可观的增长潜力，但是这种潜力能否得以实现将取决于澳大利亚及中国公司的先驱者们能否构筑和建立这些市场。

澳大利亚与中国的贸易显示出，直接服务出口只是整个故事中的一部分

相比于澳大利亚产品贸易的总额，对华服务出口服务应该仍有一条可行的路径，这条路径需要包括这些服务，方能充分反映澳大利亚国内经济中的服务范围 and 多样性。

正如贸易统计数据所显示的，直接服务仅仅是所有服务出口的冰山一角。

11. 澳大利亚外交和贸易部 (DFAT), 2016, Composition of Trade Australia 2015 《澳大利亚 2015 年贸易构成》

12. 澳大利亚外交和贸易部 (DFAT), 2016, Composition of Trade Australia 2015 《澳大利亚 2015 年贸易构成》



我们出口故事中的无名英雄是本土服务业

本土服务是澳大利亚出口商品及服务的增值服务，比如说，农业农产品出口的中间服务。这些中间服务是世界贸易中增长最快的部分。但是由于数据的缺乏，我们却很难去量化这些增值服务在出口中的价值。

根据 2011 年最新的经济合作与发展组织（OECD）关于增值业务贸易(TiVA)的数据库对于 2015 年澳大利亚贸易数据和比例的分析，在 2015 年，澳大利亚本土服务业为澳大利亚对华商品及服务业出口增值 28%。

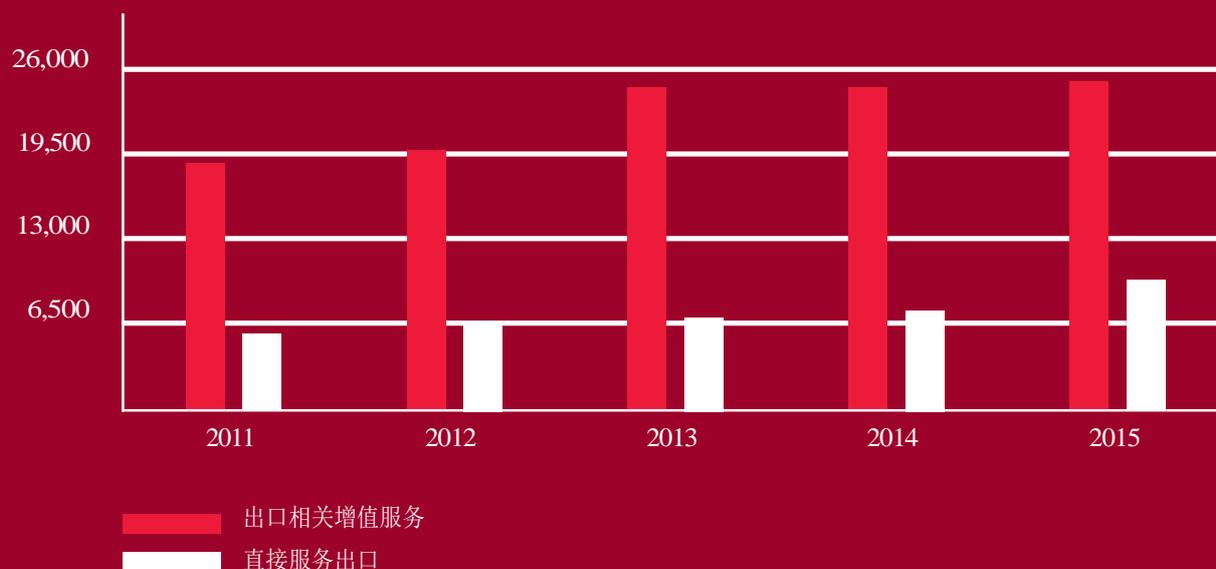
换言之，澳大利亚向中国出口的每一澳元中，就 28 澳分是由本土服务所带来的增值额。

通过这些分析，2015 年澳大利亚对的中国出口创造了 259 亿澳元的国内增值服务额。相比之下，澳大利亚在同期对中国的直接服务出口仅为 98 亿澳元。

2015年澳大利亚的对中国出口创造了259亿澳元的国内增值服务额

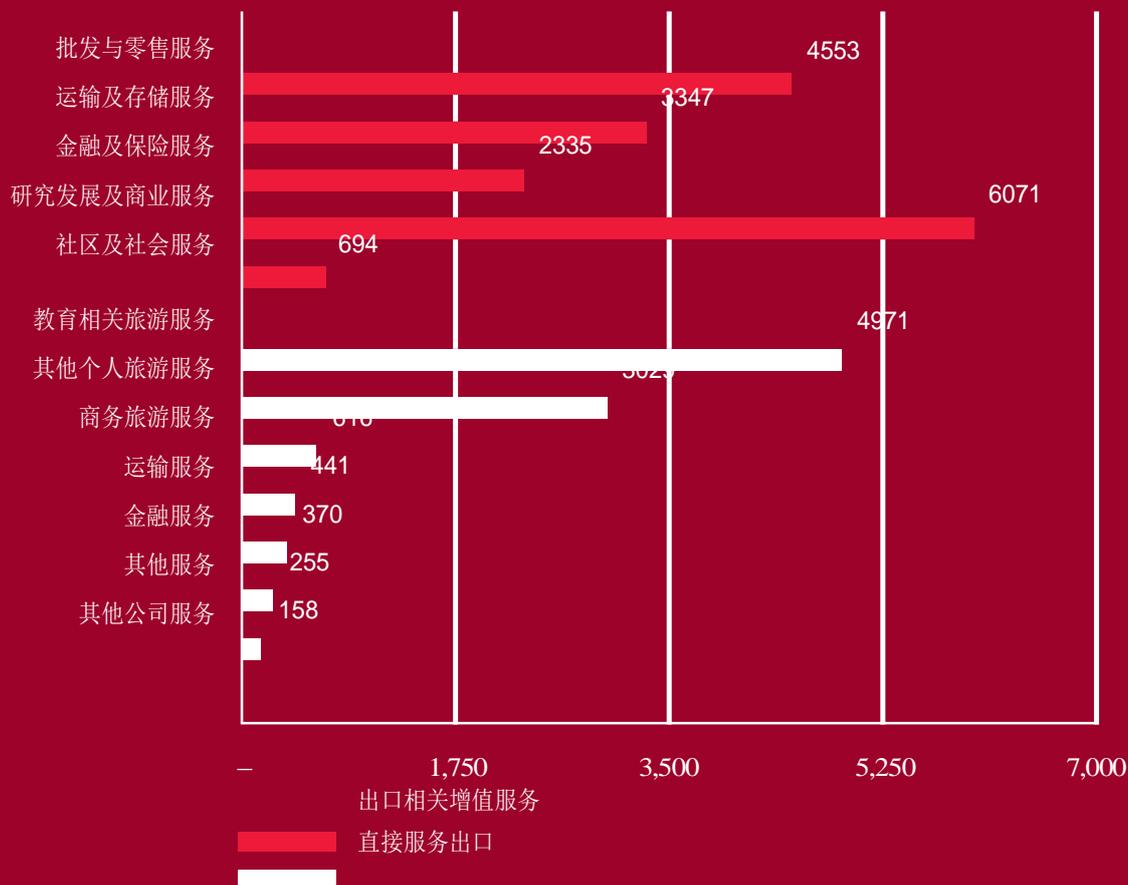
运输、仓储、金融服务、贸易、商业服务和研究等间接服务贡献了两倍于直接出口服务的价值量。

表3
澳大利亚对华出口—本土出口相关服务与直接服务出口对比图



资料来源: 悉尼大学对于经济合作与发展组织 (OECD) 关于增值业务贸易(TVA)的数据和澳大利亚外交和贸易部 (DFAT) , 2016, Composition of Trade Australia 2015 《澳大利亚 2015 年贸易构成》报告的分析对比

表4
货物出口相关增值服务与直接服务出口对比图 (单位: 百万澳元)



资料来源: 悉尼大学对于经济合作与发展组织 (OECD) 关于增值业务贸易(TVA)的数据和澳大利亚外交和贸易部 (DFAT) , 2016, Composition of Trade Australia 2015 《澳大利亚 2015 年贸易构成》报告的分析对比

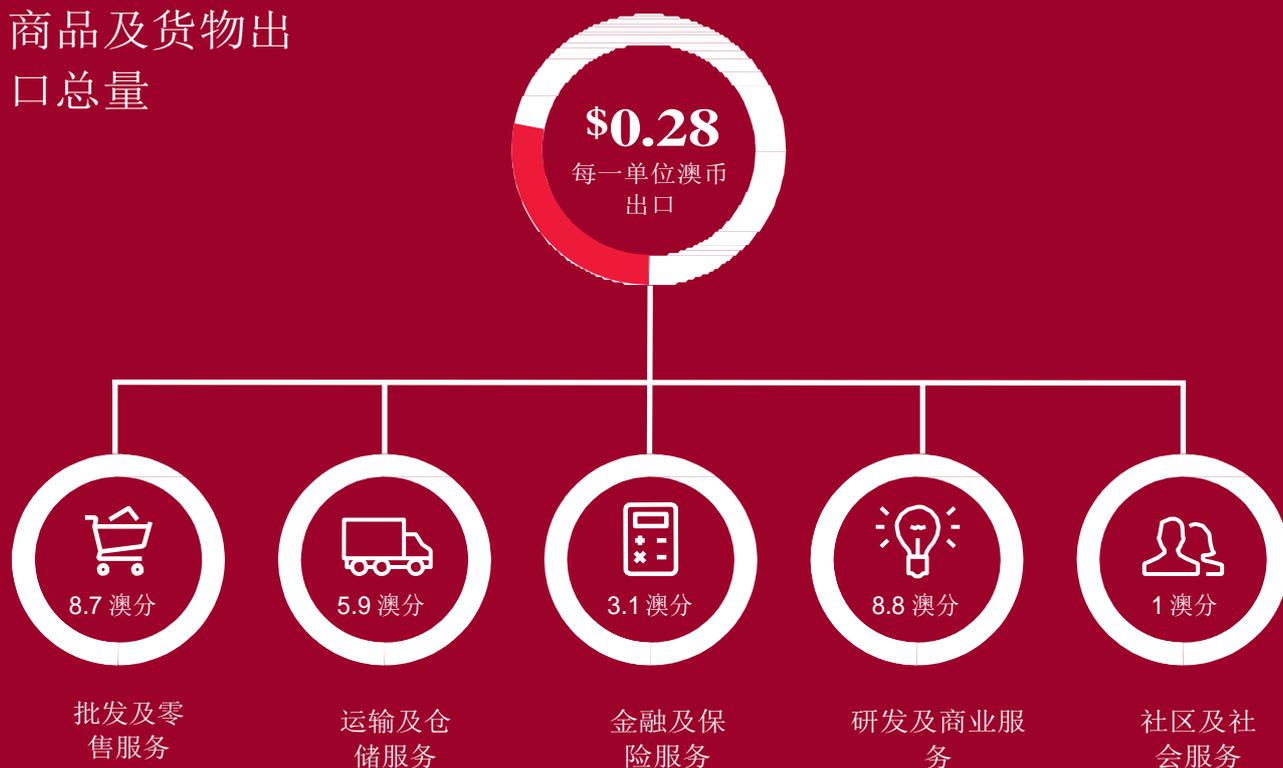


如果我们具体深挖到不同的行业，我们可以看到农业拥有最高的增值服务比例，高达 27%，其次就是制造业，其增值服务比例为 26%，而商品出口方面的附加值占 21%。

向中国出口所得的每一澳元中，有 27 澳分来自于与出口相关的增值服务，其中涵盖从种子培育到动物饲料，从房地产到转移商业和研究服务，从运输到冷藏、保险、金融、银行等各种服务。在这一行业中的搅局者是数字和精确农业服务，而这些具有数字追溯性的产品只是诸多创新技术的一个例子。这些新兴的服务都为澳大利亚的出口能力带来了显著提升。

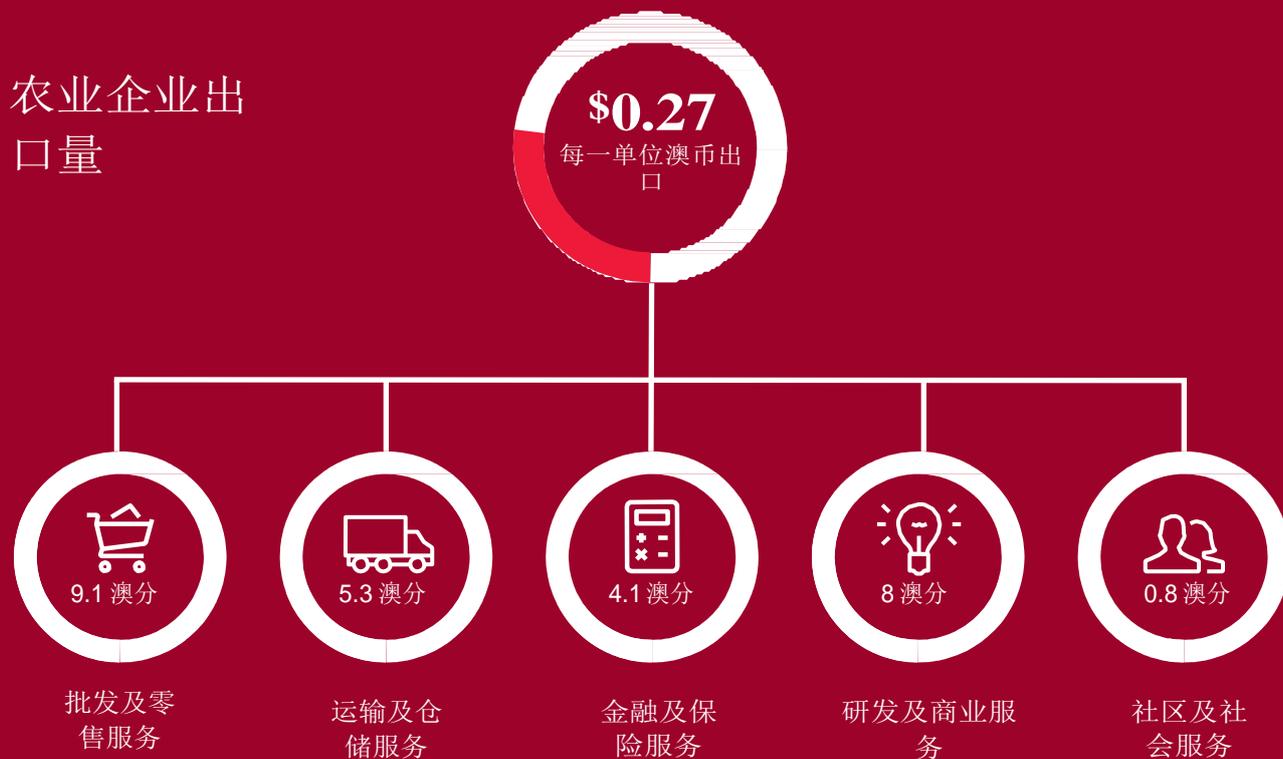
农业显示出了最高的增值比例，这一比例高达 27%

商品及货物出口总量



资料来源: 悉尼大学对于经济合作与发展组织 (OECD) 关于增值业务贸易 (TVA) 的数据和澳大利亚外交和贸易部 (DFAT), 2016, Composition of Trade Australia 2015 《澳大利亚 2015 年贸易构成》报告的分析对比

农业企业出口量



资料来源: 悉尼大学对于经济合作与发展组织 (OECD) 关于增值业务贸易 (TVA) 的数据和澳大利亚外交和贸易部 (DFAT), 2016, Composition of Trade Australia 2015 《澳大利亚 2015 年贸易构成》报告的分析对比

价值链流程服务的作用是为澳大利亚牛肉产品在中国的销售中增加价值

下图反映的是牛肉产业的产业价值链，其中的流程服务、知识和信息、金融、支付和技术为澳大利亚牛肉在中国销售增加了价值。这些服务总体可分为5大类：



批发及零售服务

批发及零售服务是指生产必要的商业投入，例如基本的原材料、电气和电子产品、食品和杂货、燃料、动物饲料和机动车辆零件等。这类服务是农业企业出口最大的服务部分

表 5
牛肉产业价值链中的服务



资料来源：悉尼大学绘制图表



运输及仓储服务

运输及仓储服务是指陆路、水路运输、空运以及货物保存、人员流动、车辆租赁、管道使用等各种服务。有效而可靠的运输和仓储服务可以帮助公司实现实时物流协调



金融及保险服务

金融及保险服务可以定义为用以满足个人及企业金融需求的负债金融产品及金融安全保障产品。这类产品为创新投资等金融活动提供了安全保障、形成规模效益并增加了流动性



研发及商业服务

研发和商业服务包括与研发、创新相关的生产活动，这类活动一般由专业的服务公司提供，这些公司一般有法律、信息技术、会计师和房地产等。这些服务能为产品带来差异性，并降低交易成本以确保生产网络顺利、顺时运作。这类服务是出口中最大比重的服务门类



社区及社会服务

社区及社会服务是指由政府、私人及非盈利机构提供的公共服务，这其中包括了卫生和社区卫生、教育、政府管理相关服务及国防。这类服务增加了生产网络中的社会资本，创造了更为有效的社会组织及更强大的社区环境



加工商

- 检验及检疫服务
- 加工及处理技术
- 冷藏设施
- 打包技术



出口代理

- 恒温物流
- 集装箱包装技术



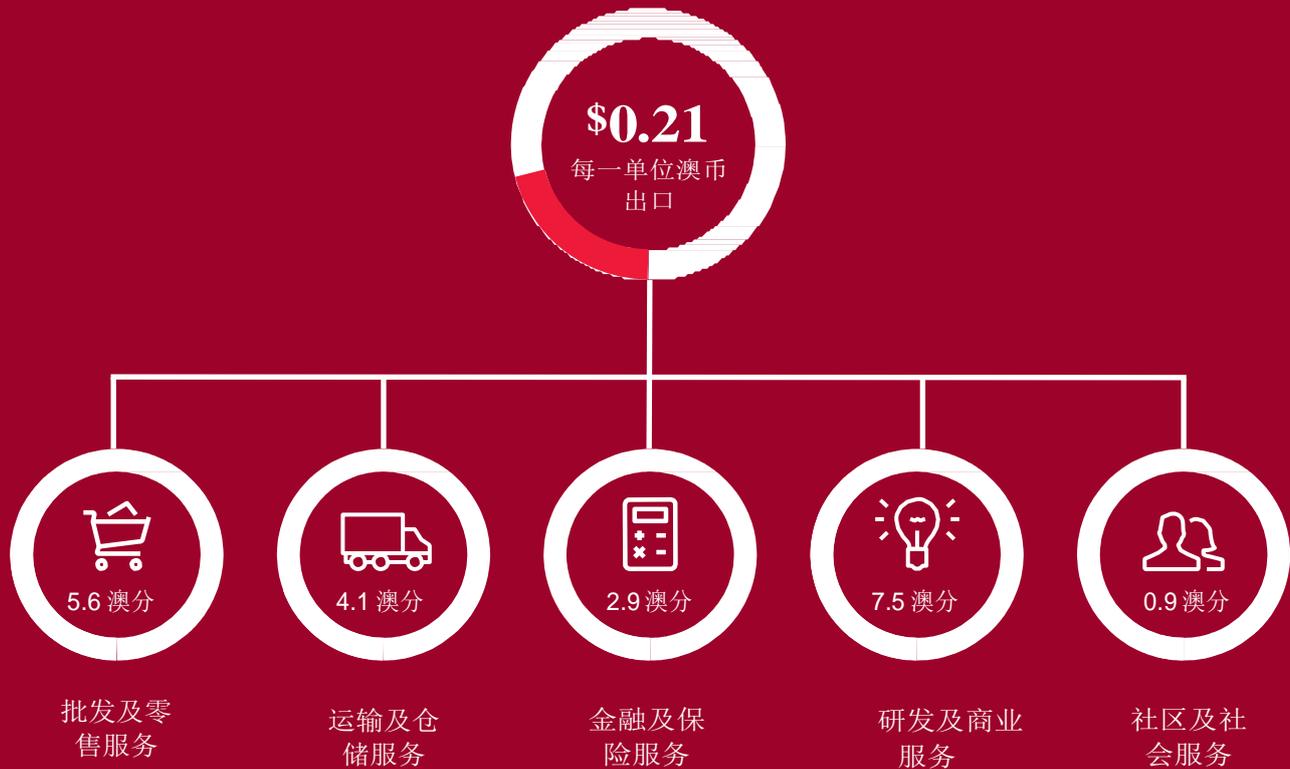
中国消费者

制造业出口



资料来源: 悉尼大学对于经济合作与发展组织 (OECD) 关于增值业务贸易 (TIVA) 的数据和澳大利亚外交和贸易部 (DFAT), 2016, Composition of Trade Australia 2015 《澳大利亚 2015 年贸易构成》报告的分析对比

商品出口



资料来源: 悉尼大学对于经济合作与发展组织 (OECD) 关于增值业务贸易 (TIVA) 的数据和澳大利亚外交和贸易部 (DFAT), 2016, Composition of Trade Australia 2015 《澳大利亚 2015 年贸易构成》报告的分析对比



这些服务对于澳大利亚在制造业出口方面的竞争力至关重要，这些服务目前为每一单位澳元对华出口贡献 26 澳分

这些服务业在制造、专业服务、研究、房地产和设备租赁等领域贡献了与为供应网络提供路径批发和零售行业方面相同的比例，比例稍低但紧随其后的是金融、保险和其他金融服务行业，然后紧接着是物流。这些服务行业的服务对于澳大利亚在制造业出口方面的竞争力至关重要，这些服务目前为每一单位澳元对华出口贡献 26 澳分。

在总体的货物出口中，服务业约占增值额度的五分之一。但是当澳大利亚具体到货物的出口时，研发和商业服务的贡献值则超过了三分之一。

总而言之，澳大利亚在所有的主要出口部门中都发现了精心设计的基础服务体系。即使在现今这种出口商品市场波动的情况下，增值服务正因为其自身可观的价值贡献越发达地多元化。

我们的数据表明，澳大利亚正在深化与中国的服务业互动，而澳大利亚的服务行业也正不断地嵌入澳大利亚的出口结构中，这些都可以从直接的出口服务中观察出来。

现实意义 和启示

澳大利亚天然的优势是其出口立足于服务。澳大利亚绿色、清洁和健康的形象已经深入中国消费者的观念中，这有赖于大数据的支持、可追溯性和从农场到智能手机终端复杂的基础设施支持。澳大利亚的制造业和资源出口的复杂性和随之而来的进步都伴随着增值服务的不断数字化和创新。¹⁴

因此，服务业对于澳大利亚出口的贡献越来越大，使得澳大利亚与中国的合作更具弹性，更不容易受到资源、教育和旅游等特定市场潜在波动的影响。

在以创新和突破为特征的经济环境中，唯有服务能确保所有出口行业的适应性、竞争力和可持续性。

- 1. 适应性：**增加生产中的服务部分以使得澳大利亚的商品出口更能适应创新、市场波动和不断变化的消费者需求。服务使商品生产和服务提供能够灵活地满足不断变化的消费者和生产商需要。
- 2. 竞争力：**在服务中，澳大利亚能够建立新的竞争优势，并减少澳大利亚对基于资源的比较优势的依赖。服务使得澳大利亚出口商品相比其他依赖于服务范围 and 复杂性的全球竞争对手更具竞争力。深入的服务为国内工业创造了更高的外国机构准入门槛。
- 3. 可持续性：**一个充满活力的服务部门能够跨行业从国内市场向出口市场正向或者逆向建立和转移其服务能力。对于澳大利亚这种资源有限的经济实体，能够建立和促进跨行业服务业的发展对于进入新市场及整合新兴供应和价值链至关重要。

这些要点对于通过创新和消费找到再平衡的经济体至关重要，这些经济体中当然包括中国。考虑到中国不仅仅是最终消费市场，还是全球价值链中的一环，在中国市场良好的表现将有助于澳大利亚出口商在全球市场上做大做强更具竞争力。

总而言之，中国的经济再平衡创造了对服务密集型产品更大的需求。

澳大利亚产品价值链的日益“服务化”保证了澳大利亚在优质消费产品、高端制造业、高端农产品、旅游业和教育方面的声誉。

澳大利亚天然的优势是其出口基于服务。澳大利亚绿色、清洁和健康的形象已经深入中国消费者的观念中，这有赖于大数据的支持、可追溯性和从农场到智能手机终端复杂的基础设施支持

近年来，中国消费者的财富不断增长并且与澳大利亚保持了不断加强的贸易关系，拉近了两个经济体的消费市场和生产市场。

这项研究表明，对华贸易已经今非昔比，更多的澳大利亚企业成为了对华出口故事中的一部分。随着经济动力源不断从西方转向东方，澳大利亚与中国的不断接近对两国的企业、工业和社会都具有广泛的影响。这将支持中国自由贸易所带来的经济价值与信心。

以中国为核心的亚洲经济体是世界上最大的经济体，也是西太平洋集团在各个地区的顾客支持、贸易、资本和人力双向流动的一个重要战略组成部分。

随着这些流动的增加和其关联性的增强，西太平洋集团在中国客户的最大潜在机会正是澳大利亚。

如需了解西太平洋银行（Westpac）在亚洲的更多信息，欢迎访问网址：www.westpac.asia/sydneyforum。

14. 澳大利亚生产力委员会 Productivity Commission, 2016, 《数字化冲击：政府应该如何应对？》 Digital disruption: what do governments need to do?



免责声明

这份资料包含一般性的评论和市场态度。资料不涉及投资建议。其中某些种类的交易，比如涉及期货、期权和高收益证券的交易将会产生较大风险，不适合所有投资者。我们建议在做出任何投资决定前寻求您独立的法律或者财务建议。这份资料所涉及内容是在没有考虑您的目标、财务状况或需求的情况下编制的，其中可能包含第三方提供的资料。虽然这些材料是在必要的公信保证下发布的，但西太平洋集团 (Westpac) 或者其他相关机构不对任何此类材料的准确性或完整性承担任何责任。尽管我们已尽一切努力确保信息正确无误，但西太平洋集团 (Westpac) 或者其他相关机构均不能保证其准确性、充分性或完整性及除此之外的任何保证内容。在不违反法律的情况下，西太平洋集团 (Westpac) 及其他相关机构将通过本声明排除任何信息责任。这些信息如有更改，恕不另行通知，且西太平洋集团 (Westpac) 及其他相关机构均无义务更新信息或纠正日后可能出现的任何不准确之处。本材料中所包含的信息不构成邀约、邀约的邀请、邀请订阅、购买或者出售任何金融工具及签订任何具有法律约束力的合同。过往的信息并不是未来结果的可靠指标。虽然有尽力确保预测内容所基于的假设是合理的，预测也将会受到不正确的假设、已知或者未知风险和不确定性的影响，并导致最终结果与材料中的预测不尽相同。

国家信息声明

澳大利亚：西太平洋集团 (Westpac) 持有澳大利亚金融业服务执照 (执照号 233714)。本材料仅供您本人使用，并且是基于您作为西太平洋集团 (Westpac) 的公司业务客户身份提供给您的。

新西兰：在新西兰，西太平洋实业银行 (Westpac Institutional Bank) 指的是由西太平洋集团 (Westpac) 和西太平洋新西兰有限公司 (WNZL) 所提供的产品及服务的品牌。西太平洋新西兰有限公司 (WNZL) 提供的任何产品或服务不代表西太平洋集团 (Westpac) 或其任何子公司 (西太平洋新西兰有限公司 (WNZL) 除外) 的产品报价。西太平洋集团 (Westpac) 及其附属公司均不保证提供或是以任何方式支持西太平洋新西兰有限公司 (WNZL) 的任何产品及其形态。西太平洋集团 (Westpac) 和西太平洋新西兰有限公司 (WNZL) 的最新披露声明可以由网址 www.westpac.co.nz 查阅。更多有关信息，请参阅所需要产品的披露声明或者任何产品的适用客户协议及其相关产品的披露声明 (皆可从您的客户经理处取得)。如需下载《2008 年西太平洋新西兰有限公司 (WNZL) QEF 集团财务顾问法》(Westpac NZ QFE Group Financial Advisers Act 2008) 的披露声明可访问网址 www.westpac.co.nz。

中国、香港、新加坡和印度：这份材料仅在新加坡编制并分发给企业投资者、特定的投资人和专家投资者 (仅适用于新加坡法律法规)。获取本材料的新加坡客户应就本材料引起的或与本材料相关的任何事项联系西太平洋银行新加坡分行 (Westpac Singapore Branch)。西太平洋银行新加坡分行 (Westpac Singapore Branch) 持有新加坡公司银行业务牌照，并受到新加坡金融管理局的监管。西太平洋银行香港分行 (Westpac Hong Kong Branch) 持有香港银行牌照，并接受香港证券及期货事务管理委员会 (“证监会” SFC) 就第一类及第四类受监管银行活动发出之牌照。本材料仅适用于“证券及期货条例”及根据该条例订立的任何界定出的“专业投资者”。西太平洋银行上海和北京分行持有中华人民共和国银行牌照，并接受中国银行业监督管理委员会 (CBRC) 监管，西太平洋银行孟买分行 (Westpac Mumbai Branch) 持有印度储备银行 (RBI) 的银行牌照，并受到印度央行的监管和監督。

英国：本通讯稿内容由西太平洋银行公司伦敦 (Westpac Banking Corporation London) 和西太平洋银行欧洲有限公司 (Westpac Banking Corporation Europe and Westpac Europe Limited, Westpac) 编制并且负责。(a) 西太平洋在英国的主要营业地点为: Canomile Court, 23 Canomile Street, London EC3A 7LL, 并在英国卡迪夫完成注册 (分公司编号 BR00106)，(b) 西太平洋银行受到澳大利亚的澳大利亚审慎监管局 (Australian Prudential Regulation Authority)，西太平洋银行在英国的业务受到金融行为监管局 (Financial Conduct Authority) 及审慎监管局 (Prudential Regulation Authority) 的监管。我们可以应要求提供我们受监管的详细信息。西太平洋欧洲分公司 (Westpac Europe Limited) 是在英格兰注册的公司 (编号为 05660023)，该公司受到审慎监管机构监管，并同时受到金融行为管理局的管制。

本通讯稿内容仅仅针对 (a) 具有关于投资事宜专业经验的人士，这些人士须属于《2005 年金融服务与市场法》(Financial Services and Markets Act 2000) 金融促销令 (“订单”) 部分第 19 条 (5) 或者 (b) 高净值的实体，以及其他合法的主体，该类主体须属于该法第 49 条 (2) 中 (a) 至 (d) 条所述之个体 (所有这一切人士被称为“相关人士”) 任何不属于相关人士的人员不应该就本材料采取行动或者依赖于本材料内容进行投资。本通讯稿所涉及的投资的获取、认购、购买或者其它方式的邀请、邀约仅对相关人士提供。任何非相关人士的个体不应基于本通讯稿或其他任何内容进行投资或依赖于本材料采取行动。同样地，本通讯稿中包含的信息适用于“金融市场行为监管局”规则中定义的“合格交易者”和“专业客户”，不适用于“零售客户”。基于这一点，西太平洋银行 (Westpac) 明确禁止您将本通讯稿中的内容转发给任何第三方。特别是本通讯稿的副本不应再任何情况下被间接或直接传递、分发到任何受管制区域，本通讯稿符合《滥用市场法规》(Market Abuse Regulation)，法规编号 (Regulation (EU) 596/2014)。

投资建议声明

本材料可能包含投资建议，包括推荐投资策略的信息。这些建议已采取了合理的过程以确保其清晰、准确和以客观的方式呈现。其中，MAR 所涵盖了的金融工具投资建议符合 MAR 第 20 条。西太平洋集团 (Westpac) 不适用于 MAR 对于外汇的投资建议，因为这些建议超出了 MAR 的范围。除非另有说明，本投资建议书在出版时没有计划更新。如果本投资建议书中列出的任何信息，包括意见、预测或评估发生变更或在随后变得不准确，西太平洋集团 (Westpac) 没有义务更新、修改本投资建议材料或者通知材料的读者。西太平洋集团 (Westpac) 将不时地处置并获取本投资建议材料所涵盖的公司金融工具作为本金，并作为这类金融工具的提供商或者流动性提供者。西太平洋集团 (Westpac) 在投资建议主体的发行人的股本中没有任何转悠头寸。西太平洋集团 (Westpac) 可能在过去 12 个月内为发行人提供过投资银行业务。西太平洋集团 (Westpac) 不允许任何发行人在完成交易及分配收益之前查看或者评论任何投资建议。进行投资建议的个人不得在与其撮入的投资建议中持有任何发行人有关的任何金融工具或者利用金融衍生工具进行任何交易。西太平洋集团 (Westpac) 已经实施合理的政策和程序以确保不存在利益冲突及管理适当，并能够避免和防止与提供建议者存在有关的利益冲突。

- 中国的市场间隔和市场细分；
- 各种业务单位和支持单位的物理分隔；
- 严格而明确的市场分割与市场细分交接程序；
- “须知内容”政策；
- 处理利益冲突的文件化和定义明确的程序；
- 合理的合规程序以确保中国市场的间隔和细分合理有效，并对这些细分安排进行充分监控。

美国：西太平洋集团 (Westpac) 在美国经合众国作为联邦授权的持照分行，由货币主计长办公室 (Office of the Comptroller of the Currency) 进行监管。西太平洋集团 (Westpac) 也在美国商品期货交易委员会 (“CFTC”) 注册为掉期交易者，但此前从未注册为或者林书字在美国 CFTC 的掉期期货交易商。西太平洋集团 (Westpac) 的全资子公司西太平洋股权市场有限责任公司 (“WCM”) 是根据 1934 年美国证券交易法 (*U.S. Securities Exchange Act of 1934*) 注册的合法金融经纪机构，也是根据金融业管理局 (“FINRA”) 的规定接受监管的。本通讯稿的目的是为了给以豁免权的美国金融机构投资者根据交易法规则 15a-6 的规则进行交易注册，但本通讯稿不适用于为美国个人投资者所设立的债务研究报告独立性披露标准。西太平洋股权市场有限责任公司 (“WCM”) 是本通讯稿在美国的分销机构，对本文的内容承担责任。所有关于西太平洋集团 (Westpac) 的免责声明同样适用于西太平洋股权市场有限责任公司 (“WCM”)。如果您想就此提及的任何安全问题与我们联系，欢迎联系西太平洋股权市场有限责任公司 (“WCM”)，电话+1 212 389 1269。所有与西太平洋集团 (Westpac) 有关的免责声明同样适用于西太平洋股权市场有限责任公司 (“WCM”)。

投资本通讯稿中提及的任何非美国证券或相关的金融工具可能存在某些风险。非美国发行的证券没有在美国注册或受到美国证券交易委员会 (SEC) 的监管。有关此类非美国证券或相关金融工具的信息可能非常有限。非美国公司可能不需要遵守美国的审计和财报标准。美元以外的货币计值的任何证券或者相关衍生工具的任何投资收益或收入的价值会受到汇率波动的影响，可能对该证券或相关衍生工具的价值或收益产生正面或者负面的影响。

