

日經香港採購經理指數 (PMI™)

6月份私營經濟景氣惡化

要點歸納：

- 產出與新訂單量持續下滑
- 採購成本大幅上揚
- 經營信心倒退

數據收集時間：6月11-26日

香港私營經濟的經營環境於第二季尾再度惡化。6月份產出與新訂單量進一步下滑，企業選擇維持目前的員工規模來應付生產需求，就業水平因此下降，而積壓工作量也進一步減少。

企業亦同時縮減採購活動，轉而繼續消耗投入庫存。調查資料顯示，紙品、銅、塑膠等原料價格飆升，因此營商環境在成本壓力加劇的情況下轉差。此外，企業對產出前景的信心度倒退至1年多以來低位。

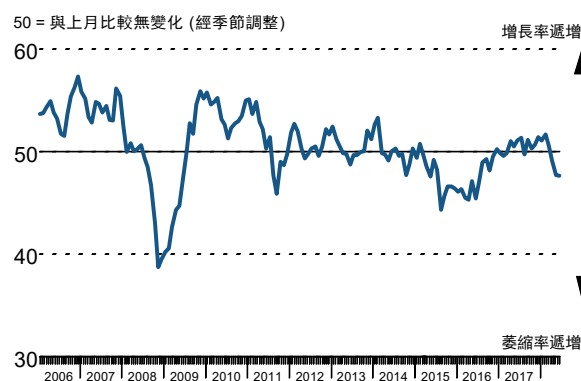
經季節調整後，6月份日經香港採購經理指數 (PMI™) 為47.7，略低於5月份的47.8，顯示私營經濟的景氣度驟跌至接近兩年最低。第二季 PMI 平均值報48.2，標誌着2017年初以來的首個季度跌幅。

6月份PMI指數因產出與新訂單量縮減而受壓。調查數據顯示，產出與新業務量繼續銳減，但縮減率已較5月份放緩。企業滙報，客戶需求疲軟，尤其是來自中國的訂單更連跌兩月，惟已較5月份減慢。資料透露，銷情減退與競爭劇烈、天氣惡劣、經濟疲弱有關；並有若干業者提到，銷情受中美貿易磨擦影響。

由於銷情減少，企業有充足產能完成工作，積壓工作量順勢繼續減少，但對2018年中期的聘僱水平卻造成壓力。今年以來，仍未錄得任何職位增長數字。另一方面，供應商交付投入品的配送時間繼續加長，顯示供應商6月份的供貨壓力明顯。供銷商貨源短缺是供貨延誤的主因。

企業滙報，供應商供貨延誤、整體商品短缺、原料物價飆升等因素，都使6月份成本通脹加劇。最新數據顯示，整體投入成本錄得4個月高位，而採購成本通脹更達6年半以上最高。6月份雖見薪資增長，但幅度溫和。營運開支上漲催使企業將成本轉嫁客戶，產出價格因此4個月來首度回升，但加幅非常輕微。

日經香港 PMI™



資料來源：日經, IHS Markit

6月份，企業的經營信心繼續倒退，產出預期指數維持下行，並跌至2017年3月以來最低；企業就此特別提及中美貿易關係的因素。

點評：

IHS Markit首席經濟師 **Bernard Aw** 評論香港 PMI 調查結果時表示：

「PMI 調查資料顯示，香港私營經濟錄得2017年初以來的首個季度跌幅，反映營商環境於第二季尾持續惡化。

產出與新訂單量繼續大幅下滑，中國方面的客戶需求亦連跌第二個月。商業信心急挫至15個月低位，減弱了私營經濟迅速復甦的希望。此外，調查資料重點提及，中美貿易磨擦升溫對增長構成壓力的憂慮。

與此同時，私營企業還須面對不同的挑戰，包括供銷商貨源不足、投入品價格大幅上漲等等。採購成本通脹升至近七年以來最高，數據顯示紙品、塑膠、銅等價格飆升，乃成本通脹的主要來源。企業即使有意將成本轉嫁客戶，但卻因需求疲弱，調升銷售價格的空間也變得有限。

日經採購經理指數與香港本地生產總值 (GDP) 有密切的相互關係，能作為預示兩個月景況的前瞻性指引。經研究資料分析，最近數月欠佳的表現很可能於第三季度更清晰地顯現。」

(全文完)

日經香港™ 贊助機構為 NIKKEI

日經 (Nikkei) 乃國際知名媒體，以報章發行為主，旗艦報刊《日本經濟新聞》每日發行，訂閱人數約 250 萬；集團並透過網站、廣播、雜誌等形式建立跨媒體發佈平台。

自 1876 年創辦《中外物價新報》以來，日經始終秉持不偏不倚，公正報道的原則，提供優質的新聞報道。NIKKEI 品牌信譽昭著，深受國內外信賴。

日經集團提供一系列媒體平台，服務讀者的廣泛需要。核心刊物《日本經濟新聞》的發行人數約 250 萬。藉強大的數碼技術，日經提供精闢獨到、豐富精彩的新聞資訊。集團於 2010 年創立日經新聞網站 (Nikkei Online Edition)，付費訂戶現已超逾 500,000 人。環顧各大新聞社，日經以收費形式提供的網站服務穩踞全球讀者人數最高之一。成立 8 年以來，網站成為向讀者傳遞新聞的重要媒體，今後將再進一步，致力成為讀者推進事業的得力助手。

日經於 2013 年創辦英文《Nikkei Asian Review》網絡版及週刊印刷版；翌年，為深化亞洲經濟新聞報導，於曼谷設立亞洲區編採總部，並將駐亞洲區 (日本以外) 記者人數增加一倍；同年於新加坡設立日經集團亞洲總部，全力推廣 Nikkei 品牌，力爭成為亞洲領先媒體。

<http://www.nikkei.co.jp/nikkeiinfo/en/>

NIKKEI ASIAN REVIEW <http://asia.nikkei.com/>

唯一讓你全面透徹、深入獨到地瞭解亞洲的商業刊物

相比其他商業出版物，《Nikkei Asian Review》在亞洲區擁有更多編採與撰稿人員，能為讀者提供深入透徹的亞洲商業觀點。

訂閱印刷版、網路版或移動版的《Nikkei Asian Review》，緊貼最實時的新聞資訊、分析和評論。



亞洲 300 強 (Asia300):

從亞洲 11 個國家及地區，嚴選超過 300 家頂尖企業作廣泛報道。憑藉涵蓋亞洲商業及財經資訊的大型資料庫，Nikkei Asian Review 的目標是透過更強大的報道優勢，建立最大型的亞洲企業資訊中樞



最新日本動態:

緊貼日本最新的商業和新聞動向



獨家觀點:

為世界各地關注亞洲的人士滙聚真知灼見，包括旗下傑出作家撰寫的 Tea Leaves 專欄



政經資訊:

剖析各國財經金融政策、國際時事及相關話題



市場資訊:

結合詳盡的業界報道，深入分析市場形勢，方便讀者掌握亞洲區內增長最快的行業發展



視頻錄影:

直擊分析師解構本刊文章，觀賞行政高層的訪問片段



印刷讀物:

《Nikkei Asian Review》的精華內容每週派送府上或辦公地點

查詢詳細資料，敬請聯絡：

IHS Markit (有關 報告內容與點評)

首席經濟師 Bernard Aw

電話：+65 6922 4226

電郵：bernard.aw@ihsmarkit.com

市務與傳訊部 Jerrine Chia

電話：+65 6922 4239

電郵：jerrine.chia@ihsmarkit.com

Nikkei inc. (有關 Nikkei)

Ken Chiba, Deputy General Manager, Public Relations Office

Atsushi Kubota, Manager, Public Relations Office

電話：+81 3 6256 7115

電郵：koho@nex.nikkei.co.jp

編輯備註：

《日經香港採購經理指數 (™) 報告》研究每月向逾 300 家公司的採購主管發出問卷，然後根據回收的資料編製指數。研究樣本庫按公司規模，並根據有關行業對香港本地生產總值的比重，採用標準行業分類(SIC)予以分層抽樣。根據每月中旬收集的資料，研究數據可反映當月對比上月的變化。對於每項指標，本「報告」都會列出每種答案的百分比、回答「較高」/「較好」和回答「較低」/「較差」的人數之間的淨差額，以及「擴散」指數（選擇正面答案的人數與半數選答「相同」的人數的總和）。

「採購經理指數 (™)」是個建基於五個單項指標的綜合指數，各指標及其權重分別是：新訂單-0.3、產出-0.25、就業人數-0.2、供應商供貨時間-0.15、採購庫存-0.1；其中供貨時間指數作反向計算，使其可比性與其他指標一致。採購經理指數以一個數據概括地展示製造產業的景氣狀況。

「擴散」指數具有先導指數的各種特性，可概括顯示當前的主流變化趨勢。指數高於 50，表明該單項整體上升；低於 50，則表明整體下降。所有資料按季節調整。

主要調查資料一經發布，IHS Markit 不再作任何修訂，但對於需要按季節調整的因素，則會按實際情況不時修正，經季節調整的系列資料可能會因此發生變化。IHS Markit 可以為客戶提供與主要資料(未經修正)相關的歷史資料，初始發布的季節性調整資料，以及後續修正資料。如有需要，敬請聯絡 economics@ihsmarkit.com。

關於 IHS Markit (www.ihsmarkit.com)

IHS Markit (Nasdaq: INFO) 是世界首屈一指的資訊服務公司，專注環球經濟發展中的主要產業與市場，提供與之相關的關鍵資訊、分析和方案。公司為商界、金融界、政府機關制訂新時代的資訊、分析和方案服務，致力提高客戶的運作效率，並提供精闢深入的獨到見解，以利客戶在掌握充分資訊的基礎上作出可靠決策。IHS Markit 擁有逾 50,000 家企業及政府客戶，包括 80% 財富世界五百強，以及全球頂尖的金融機構。

IHS Markit 是 IHS Markit Ltd 及/或其關聯公司的註冊商標。所有其他公司及產品商標，皆歸屬其相應擁有者。© 2018 IHS Markit Ltd 版權所有。

關於 PMI

「採購經理指數 (™)」調查目前覆蓋全球逾 40 個國家及歐元區等重要區域。該指數系列已成為全球密切關注的商業調查資料，因能夠適時、準確而獨到地把握每月經濟脈搏而深受各國央行、金融市場和商業決策者推崇。詳細資訊，敬請瀏覽 <https://ihsmarkit.com/products/>。html。

本文有關「日經香港採購經理指數 (™)」之知識產權屬 IHS Markit 所有或獲許使用。未經 IHS Markit 同意，不得以任何未經授權的形式（包括但不僅限於複製、發布或傳輸等）使用本報告中出現的資料。對於本文所包含的內容或資訊（「數據」），或資料中的任何錯誤、偏頗、疏漏或延誤，或據此而採取之任何行動，IHS Markit 概不負責。對於因使用本文資料而產生的任何特殊的、附帶的或相應的損失，IHS Markit 概不負責。Purchasing Managers' Index™ 和 ™ 是 Markit Economics Limited 的註冊商標或獲許使用，而日經 (Nikkei) 獲許使用上述商標。至於 IHS Markit，則是 IHS Markit Ltd 及/或其關聯公司的註冊商標。

倘若閣下不欲從 IHS Markit 收取新聞稿，請以電郵知會 joanna.vickers@ihsmarkit.com。有關本公司的私隱政策，請查閱此處。