

## 日經香港採購經理指數 (PMI™)

### 11月份PMI指數接近兩年半低位

#### 要點歸納:

- 產出與新訂單量跌速加快
- 輸往中國內地的出口大幅倒退
- 貿戰陰霾影響經營信心，降至2016年初低位

數據收集時間：11月12-27日

香港私營經濟的景氣度於第四季中段加速轉差。PMI指數因產出與新訂單量同時收縮而受壓。值得注意的是，輸往中國內地的銷情大幅下滑。

企業鑑於市場疲弱，因此進一步縮減聘僱和投入品採購的規模；而在貿戰的憂慮下，業者繼續看淡經營前景。此外，由於不同價格指標的走向並不一致，因此11月份再度呈現混合的通脹圖。

經季節調整後，11月份日經香港採購經理指數 (PMI™) 由10月份的48.6跌至47.1，顯示私營經濟明顯轉差，並創2016年6月以來最低。PMI標題指數乃衡量香港私營經濟發展的單一指標。

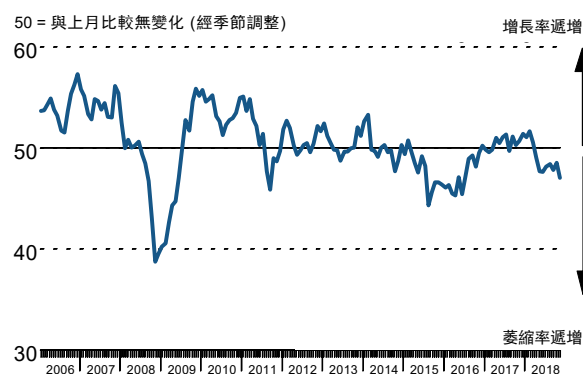
資料透露，美中貿易爭端繼續成為影響經營活動的主要因素。市場需求仍然疲軟，新業務連跌8個月，跌幅接近兩年半高位，當中又以中國內需的跌幅最受拖累，輸往內地的出口縮減至3年以來低位；企業因此進一步減產。

積壓工作量再度減少，反映企業的工作量有所收縮，業者隨之調減11月份的投入品採購和聘僱規模。採購活動的縮減速度超逾3年最快，整體明顯，並導致投入品的庫存水平繼續下降。

企業對投入品的需求雖然減弱，但供應鏈的壓力卻未見舒緩。調查資料顯示，供應商表現進一步惡化，主因在於銷售商的貨源短缺，惟供貨時間的延誤程度已較10月份明顯放緩。

11月份的調查數據還呈現了混合型的價格壓力走勢，即整體投入成本上升，但產出售價向下。企業為因應疲弱的市場，以及客戶議價的要求，已連續4個月調低售價；雖然如此，投入成本其實也只因薪資適度調升而輕微上漲。

#### 日經香港 PMI™



資料來源：日經, IHS Markit

企業11月份的營商信心進一步減弱，產出預期指數呈2016年3月以來低位，而貿易戰仍是業者普遍提及的悲觀原因。

#### 點評:

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

「香港私營經濟繼續因美中僵持不下的貿易磨擦而備受困擾。最新日經PMI數據顯示，香港營商環境的景氣度於第四季中段進一步轉差。

市場需求仍然疲弱，企業新接的業務因出口訂單減少而再度下跌。值得關注的是，輸往中國內地的銷量收縮至3年以來低位。貿戰升溫為營商環境增添不明朗因素，打亂了企業發展業務的計劃。

營商情緒持續負面，這情況並不教人意外。產出預期指數觸及2016年初低位。至於悲觀的原因，業者提及競爭加劇和人民幣轉弱。不同前瞻性指標皆反映，增長動力有可能於未來數月進一步減退。」

(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》的發行量約 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](mailto:economics@ihsmarkit.com)。

## 關於 IHS Markit ([www.ihsmarkit.com](http://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](mailto:joanna.vickers@ihsmarkit.com)。有關本公司的私隱政策，請查閱此處。