

標普全球香港特區採購經理指數 (PMI™)

疫情好轉，私營經濟重拾增長

要點歸納

4 月份產量與新訂單量重納升軌…

…但企業對聘僱與採購仍然審慎

私營企業重燃樂觀情緒

標普全球最新 PMI™ 數據顯示，香港特區私營經濟連續收縮 3 個月後，4 月重現擴張。防疫限制開始鬆綁，市場需求與產量隨之回升，惟就業水平與採購活動卻仍然走低。供應鏈瓶頸持續，拖長了投入品的到貨時間，也造成價格飆升。整體而言，營商情緒好轉。

4 月份標普全球香港特區採購經理指數 (PMI™) 經季節調整後，由上月的 42.0 升至 51.7，反映私營經濟回復景氣，並於連挫 3 個月後重拾增長，增長率更達去年 11 月以來最佳。

受惠於疫情減退、防疫措施鬆綁，企業 4 月新增的訂單量和產量回歸正軌。受訪業者也同時透露，消費券計劃對推動業務有利。

反觀出口需求，則持續下跌。計及內地封控，新冠疫情衝擊了來自當地以至海外的訂單需求。

儘管需求和業務營運呈現增長，但 4 月的就業水平卻未見受惠。調查資料顯示，員工請辭和裁員都是僱員人數減少的原因。

企業憂慮新冠疫情還可能長期持續，因此在 4 月減少採購。另有業者刻意清減庫存，加上投入品延遲到貨，兩者皆導致採購庫存量下跌。

供應商的付貨表現明顯於 4 月急劇惡化。不單供應商出現問題，加上內地實施封控，因而拖長了投入品到貨的時間。

需求升溫但供應鏈瓶頸惡化，促使企業積壓更多未完成工作，惟升幅輕微。

標普全球香港特區採購經理指數 (PMI)

>50 = 較上月好轉 (經季節調整)



資料來源：標普全球

數據於 2022 年 4 月 11-26 日收集

點評

關於最新調查結果，標普全球經濟研究部副總監 Jingyi Pan 表示：

「在疫情好轉的支撐下，香港特區私營經濟終於反彈。雖然出口需求受內地疫情拖累仍顯疲弱，但因受惠於防疫鬆綁和消費券效應，4 月份重拾增長。

聘僱和採購活動齊跌，反映企業保持一定程度的審慎，也取決了需求增長如何惠及這兩個單項指數。不過，企業的營商情緒自去年 12 月以來首次好轉，為商業信心扭轉了乾坤。

供應鏈瓶頸猶在，既拖延了交貨時間，也推高了投入成本，致使營運受壓，很可能限制了未來生產，這些都有待以後再加觀察。」

(續下頁)

價格方面，採購價格與薪資齊漲，因此 4 月的整體投入價格繼續攀升。烏克蘭局勢加劇了原材料及運輸成本上揚，導致採購成本加重。另一方面，企業為挽留員工，亦以 4 個月以來的最大幅度提高薪資。為抗衡成本通脹，企業將部分的成本負擔轉嫁客戶，因此 4 月的產出價格繼續上調。

4 月的整體營商情緒轉為樂觀。受訪業者期望訂單需求將隨疫情紓緩而好轉。



資料來源：標普全球、香港特區政府統計處

聯絡方式

Jingyi Pan
標普全球經濟研究部副總監
電話：+65 6439 6022
jingyi.pan@spglobal.com

Joanna Vickers
標普全球企業傳訊部
電話：+44 207 260 2234
joanna.vickers@spglobal.com

倘閣下不欲收取來自標普全球的新聞稿，請以電郵通知 katherine.smith@spglobal.com。有關我們的私隱政策，請查閱此處。

資料及展示方法

《標普全球香港特區採購經理指數》每月向任職香港私營機構的採購主管們發出問卷，然後根據第一手資料編製而成。受訪對象來自香港大約 400 家企業機構，全都經過仔細篩選，按具體產業和公司規模予以分層抽樣，當中涵蓋製造業、建造業、批發業、零售業、服務業等不同範疇。調研數據於 1998 年 7 月開始收集。

調查問卷於每月中旬以後回收，根據問卷收集的回覆，計算當月對比上月的變化。每項調查指標，皆以擴散指數的形式計算。在每個單項指數中，選答「上升」的樣本比例，加上半數選答「相同」的樣本比例，兩者之和為該項指數值。指數值介乎 0 與 100 之間：高於 50，表明較上月整體上升；低於 50，表明整體下跌。其後，指數值還將按季節因素進行調整。

當中最重要數據是「採購經理指數 (PMI™)」。PMI 乃以下五個單項指數的加權平均值：新訂單 (30%)、產出 (25%)、就業人數 (20%)、供應商交期 (15%)、採購庫存 (10%)；其中供應商交期指數作反向計算，使其可比性與其他指標一致。

主要調查資料一經發布後不再作任何修訂，但對於需要按季節調整的因素，則會按實際情況不時修正，經季節性調整的系列資料可能會因此發生變化。

關於 PMI 調研方法的詳細資訊，敬請聯絡 economics@ihsmarkit.com。

聲明

本報告內有關數據之知識產權屬標普全球 (S&P Global) 所有或獲許使用。未經標普全球同意，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，標普全球概不負責。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，標普全球概不負責。Purchasing Managers' Index™ 和 PMI™ 是 Markit Economics Limited 之註冊商標，或 Markit Economics Limited 和/或其關聯公司獲許使用之商標。

本文內容由標普全球市場財智 (S&P Global Market Intelligence) 發布，並非由標普全球 (S&P Global) 另外管理之標普全球評級 (S&P Global Ratings) 發布。未經有關方面的書面同意，不得以任何形式複製本文中包括評級在內的任何訊息、數據或材料 (「內容」)。關於本文內容的準確性、充分性、完整性、適時性、可用性，以及無論出於任何原因而致之任何錯誤或遺漏 (不論疏忽與否)，或因使用本文內容而引發的任何後果，則有關方面、其關聯公司與供應者 (「內容供應者」) 皆不能保證，也概不負責。關於使用本文任何內容的任何損壞、費用、開支、法律費用、損失 (包括收入損失、利潤損失，以及機會成本)，內容供應者一律概不負責。

關於標普全球 (S&P Global)

標普全球 (NYSE: SPGI) 提供多種重要情報，以利政府、企業、個人掌握正確數據、專業知識和相關技術，決策更有信心。我們幫助客戶評估新的投資項目，輔導完善 ESG 治理體系，乃至指導供應鏈能源轉型，為世界開啓新機遇，攻克挑戰，推進發展步伐。

標普全球備受世界各地決策機構追捧，就全球資本、大宗商品和汽車市場，提供信用評級、基準、分析和工作流程方案。透過各項服務，協助全球領先機構洞察當下，規劃未來。詳細資訊，敬請瀏覽 www.spglobal.com。

關於 PMI

「採購經理指數 (PMI™)」調查目前涵蓋全球逾 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/pmi.html>。