

日經香港採購經理指數(PMI[®])

營商環境甫踏入2017年整體顯停滯

要點歸納:

- 產出與新訂單跌速加快, 拖累採購經理指數...
- ... 惟企業繼續增聘員工, 並積極投入採購
- 成本飆升、需求偏軟, 定價能力失衡

數據收集時間: 1月12-25日

新年伊始, 香港私營經濟普遍低迷, 企業的產出和新訂單量進一步縮減, 投入品的累積幅度亦見收窄; 就業僅錄得輕微升幅, 而經營成本則因原材料價格上漲而繼續攀升。

1月份, 香港私營企業對業務前景仍然看淡, 信心度在持平線之下, 彰顯了經濟氣候的不明朗氣氛。

經調整季節性因素後, 1月份日經香港採購經理指數(PMI[®])為49.9, 較上月的50.3為低, 顯示香港私營企業的整體經營狀況停滯不前。

市場對香港產品和服務的需求繼續緊縮, 新訂單與產出量不但自2015年3月持續下滑, 1月份跌速更有加快迹象。受訪業者匯報, 經濟環境充滿考驗, 加上競爭劇烈, 導致客戶需求疲軟。

需求疲弱不單止於本地市場, 海外客戶亦然。美元轉強削弱了香港出口的競爭能力, 外貿新訂單持續縮減; 至於來自內地的新工作量亦未見樂觀, 現已連跌30個月。

由於需求偏軟, 香港私營企業的產能顯得充裕。最新數據顯示, 未完成業務量持續減少, 緊縮周期已維持23個月。

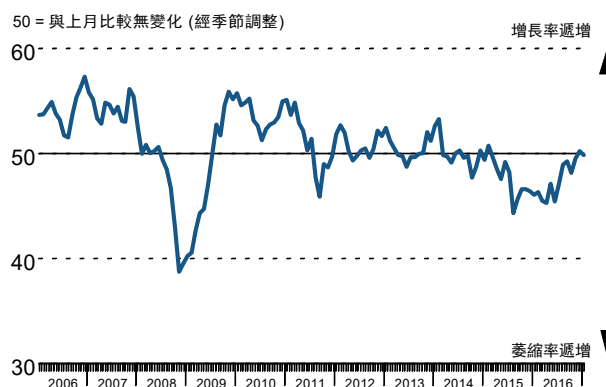
儘管產能過剩、客戶需求疲弱, 一些企業依然添加人手, 惟整體就業增長僅屬輕微。個別業者表示, 為填補離職空缺或應企業重組所需而增聘員工。

1月份, 香港私營企業繼續積極採購, 升幅接近3年來最大。

企業添購投入品, 前置庫存水平順勢調高, 惟累積幅度已比上月收窄。由於投入品需求增加, 供應商配送活動保持頻繁, 平均供貨耗時則僅略有延長。有數據顯示, 存貨短缺是供應商表現倒退的原因。

踏入新的一年, 企業仍然面對成本價格飆升的壓力。原材料與員工薪酬續揚, 皆推高了整體投入成本, 上升周期步入第七個月。

日經香港 PMI[®]



資料來源: 日經, IHS Markit

此外, 產出預期指數已連續23個月處於50.0持平指標之下, 反映企業對未來一年的產出前景並不樂觀。

點評:

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

「日經香港採購經理指數顯示, 1月份香港私營企業的經營環境停滯不前, 增長的下行風險仍在。產出和新訂單量已連跌近兩年, 1月份縮減率較上月更見加快。

除此, 外圍市場亦未見有任何支持。美元轉強削弱了香港出口的競爭能力, 海外新訂單已連續9個月緊縮。中國內地持續減少香港進口, 而不利的匯率因素正是原因之一。

值得注意的是, 企業進一步調升了庫存水平, 1月份採購活動以3年以來的最高幅度增長, 並輕微推動了員工人數。瞻望未來數季, 企業不大可能繼續添加更大量的採購和員工。價格壓力日益沉重, 企業將加緊成本管理, 尤其當定價能力在競爭激烈、經濟環境疲軟的格局下越見緊繃。

整體而言, 即如最新編製的產出預期指數所示, 香港私營企業對未來12個月的產出前景依然看淡。除非預算案已涵蓋推動增長的議案, 否則決策當局宜考慮更多刺激經濟的財政措施。」

(全文完)

日經香港 PMI[®] 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，訂閱人數近 300 萬；集團並透過網站、廣播、雜誌等形式建立跨媒體發佈平台。

日經今年踏入 140 周年，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》的發行量接近 300 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 400,000 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 5 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 PMI 報告內容與點評)

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 (PMI[®])」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，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。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、分析和專業建議，以資制定相關方案。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 家主要企業及政府客戶，包括 85% 財富世界五百強，以及全球頂尖的金融機構。公司總部設於英國倫敦，致力打造永續的盈利增長。

IHS Markit 是 IHS Markit Ltd 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。© 2017 IHS Markit Ltd 版權所有。

關於 PMI

「採購經理指數 (PMI[®])」調查目前覆蓋全球逾 30 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 www.markit.com/product/pmi。

本報告內有關「日經香港採購經理指數 (PMI[®])」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 PMI[®] 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 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。