

## 日經香港採購經理指數 (PMI™)

### 8月份營商環境轉差

#### 要點歸納:

- 新訂單、產出與就業跌勢重現，拖累 PMI 指數
- 銷往中國之出口訂單增長放緩
- 產出預期指數兩年最佳

數據收集時間：8月10-25日

臨近第三季度，香港私營企業的經濟動力轉遜，8月份數據錄5個月以來最低。產出、新訂單與就業同時回落，不但將 PMI 指數拖至持平指標以下，還減慢了採購活動的增長步伐。企業雖仍看淡前景，但信心度卻自2015年3月以來最佳。此外，成本通脹的壓力越見加劇。

經季節調整的日經香港採購經理指數 (PMI™) 為 49.7，低於7月份的 51.3，顯示8月份營商環境再度轉差；並結束了持續4個月的增長周期。

繼7月份接近兩年半的最高增長率後，整體新業務於8月份卻大幅回落，並自5月份以來首次收縮；緊縮率更達7個月高位。本地需求減弱雖是跌勢的主要因素，但內地銷情放緩這項因素也同時存在。

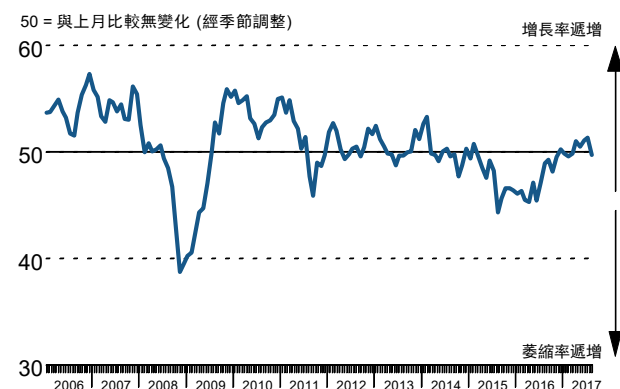
有別於持續5個月的擴張周期，8月份的產出活動受需求疲弱的負面影響而逆轉；惟整體跌幅輕微。正當產出減少，企業對增添人手的意慾不大，甚至將自主離職的崗位懸空，導致就業水平4個月以來首度下跌。

員工人數縮減，積壓工作隨之上升，惟增幅在新工作量收縮的情況下尚算輕微。個別企業表示，為遵循中國的環保法規而限制了產出量，因而積壓部分工作。

企業雖然連續9個月增加採購，但因應產出和需求減少，增長步伐明顯較7月份減慢，而採購庫存也相應地累積較少，增長率為3個月最低。話雖如此，供應商卻仍然受壓，表現連續5個月倒退。調查資料顯示，紙板等原材料短缺拖延了供貨時間。

價格方面，投入成本通脹在8月份有所加快，近期的放緩走勢也隨之告一段落。原材料價格飆升和薪資上漲是推動成本向上的原因。雖然幅度溫

#### 日經香港 PMI™



資料來源：日經, IHS Markit

和，但企業將若干成本轉嫁予銷售價格。

此外，企業對未來12個月的經營前景仍未看好，但8月份的產出預期指數已是兩年半以來最佳。綜觀該項指數開展5年以來的數據記錄，是月數值為歷來最佳之一。

#### 點評:

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

「正當中國市場對香港產品和服務出現增長放緩，香港私營經濟的增長動力便於8月份有所減退。

日經香港 PMI 指數自第二季以來一直向好，卻在臨近第三季時轉差，教人關注未來數月的經濟增長。若以前瞻性數據來作壞打算，那麼一個新業務下跌、企業對未來一年繼續悲觀的局面便會浮現。

此外，通脹壓力隨原材料短缺而加劇，顛倒了近期的放緩走勢。調查資料顯示，中國環保法規限制產出量，影響了供應鏈的供求。」

(全文完)

## 日經香港 PMI™ 贊助機構為

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》的發行人數接近 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/>

## 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)

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 (PMI™) 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，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](http://www.markit.com/product/pmi)。

本文有關「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](mailto:joanna.vickers@ihsmarkit.com)。有關本公司的私隱政策，請查閱此處。