

日經香港採購經理指數 (PMI™)

7月份營商環境進一步好轉

要點歸納：

- 訂單與產出量增長同時加快
- 採購活動逾6年以來最頻繁
- 成本通脹放緩，銷售價格升幅溫和

數據收集時間：7月12-26日

第三季香港私營經濟延續上季升勢，開季後隨即錄得增長。7月份動力主要來自產出與新業務，而後者更明顯受惠於中國業務增長。採購活動頻繁，增長率逾6年最高，並因而推高了庫存水平。

經營環境即使近月已經好轉，但企業對未來前景卻依然看淡。此外，成本通脹溫和，導致銷售價格的升幅亦見減慢。

經季節調整後，7月份日經香港採購經理指數 (PMI™) 為51.3，高於6月份的51.1，顯示私營經濟向好，接近3年半最佳。最新PMI數值標誌着目前的擴張周期已持續4個月。

客戶於第三季度維持殷切的需求。整體新業務的增長接近兩年半以來最高，符合銷往中國的銷售增長。調查數據反映銷往內地的出口訂單，其增幅達2014年2月以來最高。企業認為整體出口增長歸功於成功拓展海外市場、旅客人流增加，以及營銷活動。

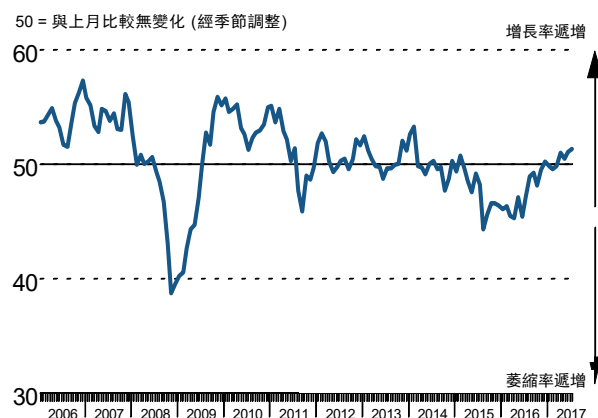
出口增長加快，升勢與銷售相符，其增長率更達兩年半以來最高，惟整體升幅仍然適中。積壓工作增長，反映了新增銷售對企業產能造成壓力；未完成工作的增長率達29個月新高。

營運需求加大，變相鼓勵企業添加人手，就業數字連升3個月，惟增長僅算輕微；多位業者皆提及增聘兼職、架構變動等情況。此外，企業指7月份採購活動更加頻繁，並列出了銷售增長、必須建立庫存等因素；採購活動的增長率逾6年最高，庫存量因此大幅攀升。7月份數據顯示，採購庫存進一步增加，幅度為今年以來最高。

通脹壓力在7月份有放緩迹象。整體成本通脹較上月減慢，儘管投入品採購價格的升幅有所擴大。通脹率自去年6月低位以來一直持續，惟是月已放緩至目前通脹周期的低位。薪資增長放緩是整體成本未至大幅飆升的原因之一。

在有限的成本壓力下，企業也只溫和地調高銷售

日經香港 PMI™



資料來源：日經, IHS Markit

價格，若干曾提及人民幣轉強；但亦有業者為爭取市場而提供折扣。

客戶需求雖然好轉，但企業對經營前景的信心度卻更加下滑。調查數據顯示，負面情緒與商業景氣度依然疲弱、憂慮美國再度加息、原材料價格上漲，以及競爭加劇有關。

點評：

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

「基於上季的利好升勢，香港私營經濟甫踏入第三季，便展示了增長的進一步實力。

最新PMI數值創近3年半新高，反映企業在產出和新訂單兩方面，都有更高增長；而銷往中國的海外銷售獲進一步催谷，這點尤其令人鼓舞。人民幣轉強是推動出口增長的因素之一。

另一方面，從上升的積壓工作量來看，有企業未能因應客戶需求增加而跟上訂單的節奏；表明在未來數月必須提高產能，招聘足夠人手，特別當目前薪資增長開始減慢的時候。

市場需求雖然好轉，但企業的信心度卻仍然低迷。業者依然憂慮經濟景氣度仍處疲弱、預期美國加息、原材料價格上漲、競爭加劇等情況，有可能局限現時升勢的持續發展。」

(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》的發行情接近 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)

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。

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。有關本公司的私隱政策，請查閱此處。