

日經香港採購經理指數 (PMI™)

第二季初私營經濟增長舉步蹣跚

要點歸納:

- 產出、新業務、就業皆跌
- 採購活動緊縮，庫存銳減
- 商業信心依然負面

數據收集時間：4月11-25日

香港私營經濟的營商環境於第二季初轉差。4月份，產出、新訂單與就業同時下跌，而疲軟的客戶需求更促使企業收緊採購活動，導致庫存大減。為催谷銷售，企業不惜在成本上漲的情況下減價銷售。商業對經營前景依然看淡，而供應鏈亦繼續繃緊。

經季節調整後，4月份日經香港採購經理指數 (PMI™) 為49.1，低於3月份的50.6，顯示私營經濟的景氣度自去年8月以來首度惡化。

承接首季尾的放緩迹象，4月份數據顯示基礎的客戶需求進一步偏弱。新增業務連升4個月後回跌，而銷往中國的出口升幅亦見6個月低位。

產出水平8個月以來首錄跌幅，與銷售下滑一致，而後者更挫至接近年半以來最急。

此外，積壓工作以過去一年最大跌幅驟減，就業職位亦繼續報跌。企業已連續第四個月減省人手，4月份跌幅錄去年2月以來高位，但調查數據顯示，僱員人數下跌與自主離職有關。

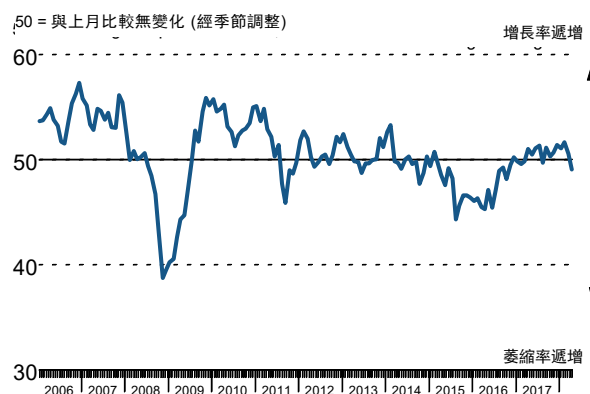
由於客戶需求下跌，企業相應地縮減採購活動，與近年半以來的做法截然不同，顯示企業優先取用現有的庫存應付業務所需。

企業4月份減少採購投入品，導致庫存水平受壓。

採購庫存進一步縮減至兩年以來最快。雖然對投入品的需求下跌，但供應鏈卻依然繼續繃緊；有業者透露，紙張、電子元件等原材料供應出現短缺，而貨期失準也是配送延誤的原因。

全球商品短缺導致原材料的投入品價格飆升，4月份數據顯示企業支付的採購價格再度大幅上漲，也令整體的成本負擔加重；但若單從採購價格的升幅來看，卻是去年7月以來最低。面對激烈競爭，企業為刺激收入而連續第二個月調低產出售價。

日經香港 PMI™



資料來源：日經, IHS Markit

企業第二季初對業務增長的信心依然負面，而悲觀情緒與競爭加劇、中美貿易緊張、匯率走低、成本飆升有關。

點評:

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

「香港私營經濟於第二季初轉弱。日經採購經理指數顯示4月份營商環境惡化，並結束了今輪7個月的增長升浪。

從新訂單下跌、經營信心依然負面來看，整體經濟在未來數月很可能進一步放緩。誠然，新年開局向好，第二季很可能變得複雜。4月份數據的走勢與香港本地生產總值約2.5%增長大致相符。

PMI指數報跌也許並不令人意外，尤其當供應鏈繃緊、僱員市場緊絀的情況出現。投入品的供貨持續延誤，技能嫻熟的員工又不充足，產出水平顯然受到制肘。

但明顯地，本地和海外市場的需求轉弱，而這或多或少受累於激烈的市場競爭和低迷的營商氣氛。」

(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。

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。© 2018 IHS Markit Ltd 版權所有。

關於

「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 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。