

## 日經香港採購經理指數 (PMI™)

### 5月份私營經濟增長進一步轉差

#### 要點歸納:

- 產出與新業務跌幅擴大，拖累 PMI 指數
- 採購活動縮減，庫存量急劇下跌
- 企業繼續看淡前景

數據收集時間：5月11-25日

5月份產出與新訂單跌幅擴大，香港私營經濟的整體營商環境隨之進一步惡化。客戶需求轉弱，企業相應地削減採購活動和聘僱規模；繼而消耗投入庫存的儲備，應付目前的生產要求。新增銷售累跌，也導致積壓工作繼續減少。成本壓力持續放緩，而企業則在銷售疲弱的情況下，提供更大的折扣率。此外，企業對產出前景繼續悲觀。

經季節調整後，5月份日經香港採購經理指數 (PMI™) 為47.8，低於4月份的49.1，顯示私營經濟的景氣度急速轉壞，並跌至近兩年低位。最新 PMI 數值標誌着第一季實質增長後，連續第二個月惡化。

PMI 指數下滑，反映新增業務跌幅加劇，5月份數值不僅連跌兩月，還攀上2016年8月以來最急的跌幅。調查資料指，需求疲弱、競爭熾烈、客戶流失是銷售下跌的原因。另一方面，以中國內地為對象的出口訂單繼6個月的增長周期後，5月份大幅回落，企業隨之進一步調低產出水平，其縮減率接近兩年以來最大。

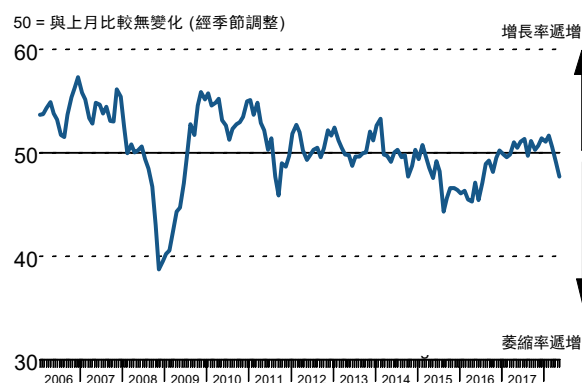
新訂單減少，企業未完成的業務水平亦順帶連跌第三個月。產能持續過剩，拖慢了企業聘僱的節奏，5月份就業數字再度下滑，惟幅度溫和。

香港私營企業繼續削減投入品的採購量，反映了下降的產出要求。採購活動的緊縮率較4月份加快，前置庫存亦隨之銳減。

採購活動減少的同時，卻未見供應商的供貨壓力獲得舒緩，其表現反而繼續轉差。企業指，供應商因貨源短缺而延長了配送時間。

調查資料顯示，通脹壓力出現放緩。投入品價格的整體升幅持續第三個月減慢；綜合來說，通脹主要受採購價格帶動，而是月的薪資增長只屬

#### 日經香港 PMI™



資料來源：日經, IHS Markit

輕微。企業就通脹提及許多不同的因素，包括原材料價格飆升、供應商爭相加價、薪酬調整等等。為催谷銷售，企業進一步調低銷售價格，折扣率達去年4月份以來最高。

企業對未來一年的產出前景依然看淡，而悲觀情緒與競爭加劇 (尤其是電商方面)，以及經濟環境轉弱有關。

#### 點評:

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

「5月份 PMI 數據顯示營商環境進一步轉差，更加確認了香港私營經濟正在放緩。

基本而言，第二季首兩月的平均 PMI 數值為整季 GDP 給出了可供信賴的指南。比較歷史數據後，第二季以來的平均 PMI 指數與按年增長率約 3.6% 的 GDP 大致相符，顯示 2018 年開首以來的 4.7% 強勁增長無法延續。

隨產出預期指數跌至 1 年多以來低位，企業對未來一年的經營信心更加轉差，看淡情緒與競爭熾烈、需求疲弱有關。此外，香港私營企業還須在供應鏈受壓、勞動市場緊絀、投入成本上漲等情況下繼續奮進。」

(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](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 家企業及政府客戶，包括 80% 財富世界五百強，以及全球頂尖的金融機構。

IHS Markit 是 IHS Markit Ltd 及/或其關聯公司的註冊商標。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 PMI

「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 及/或其關聯公司的註冊商標。

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。