

## 日經香港採購經理指數(PMI<sup>®</sup>)

### 2月份營商環境輕微轉差

#### 要點歸納:

- 產出及新訂單跌速放緩
- 就業率下滑拖累採購經理指數
- 投入成本升幅收窄，企業調低產出售價

數據收集時間：2月10-23日

香港私營經濟繼2017年首月表現呆滯後，2月份續顯惡化。產出與新訂單量再度下跌，加上內地需求疲軟，促使企業裁員，並減慢前置庫存的累積速度。此外，成本通脹已連續第三個月緩和，企業得以調低產出售價。

經調整季節性因素後，2月份日經香港採購經理指數(PMI<sup>®</sup>)為49.6，較上月的49.9為低。跌幅雖然輕微，卻反映了香港私營企業的營商環境並不穩固。對於業務前景，企業的信心度維持看淡。

市場對香港產品和服務的需求減少，再次成為2月份採購經理指數下跌的有力因素。產出和新訂單量同時報跌，但幅度已較1月份收窄。受訪業者指出，經濟低迷、美元強悍，催使客戶需求下滑。

港元匯率持強，間接推高了香港的出口價格，影響國際銷情。企業2月份新接的出口訂單，縮減率為2016年4月以來最高；至於來自內地的新訂單，亦已連跌31個月。

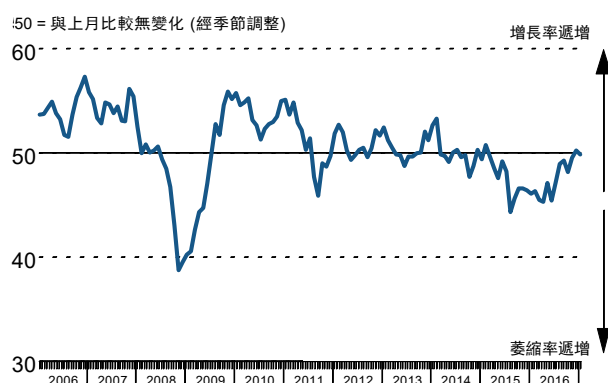
香港私營企業為應對需求緊縮，即使上月曾添加人手，但最終亦要在2月份裁員；不過，資料也顯示，員工離職和企業重組都是職位流失的原因之一。

客戶需求不振，產能壓力減少，香港私營企業藉此清理手頭未完的業務。2月份數據顯示，積壓工作量在過去兩年不斷縮減。

儘管需求疲軟，企業由於憧憬有訂單增長，因此在2月份繼續累積庫存，惟採購活動和投入品庫存的擴張率已經放緩。企業添購投入品，令供應商配送活動更頻繁。業者報告，供貨耗時已連續第三個月延長，惟平均程度屬輕微。企業又提及，紙板等物料供應有所短缺，導致供應商表現倒退。

成本通脹周期步入第八個月，但在投入品價格和薪

#### 日經香港 PMI<sup>®</sup>



資料來源：日經, IHS Markit

酬兩者升幅收窄的情形下，2月份的成本通脹率卻是去年10月以來最小。

由於成本升幅放緩，企業在疲弱的市道下減價銷售，趁此清倉甩賣，並保持競爭力。展望未來12個月，業者對產出前景並不樂觀，信心度徘徊低位。

#### 點評:

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

「香港私營企業的整體營商環境由2017年伊始大致停滯，再而至2月份惡化。產出與新訂單持續下跌，導致產能過剩，促使企業裁減職位。

本地市場需求疲弱，海外需求亦一直未能填補。出口訂單持續負增長，而內地對香港產品及服務的需求則進一步下跌。從庫存累積速度放緩來看，企業在客戶需求偏軟的情形下，似乎對原先積攢庫存的部署減退了部分勁度。

此外，投入品價格升勢大幅減緩，2月份通脹率看來得以進一步緩和，容許香港企業減價清倉，並在呆滯的市道中保持競爭力。

經濟低迷，匯率持強，打擊了客戶需求；經營者看淡產出前景，信心徘徊低位，實不足為奇。」

(全文完)

## 日經香港 PMI<sup>®</sup> 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)<sup>®</sup>」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](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)<sup>®</sup>」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)。

本報告內有關「日經香港採購經理指數 (PMI)<sup>®</sup>」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<sup>®</sup> 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。