

最早發佈時間：2010年9月3日 10:30時 (香港)

滙豐香港採購經理指數(PMI™)

香港私營企業營商環境連續 13 個月改善

主要調查結果：

- 整體新訂單與產出增長穩固
- 增聘人手以提升產能
- 投入成本自 7 月份的 8 個月低位加速上漲

8 月份數據顯示，香港私營企業的經營環境呈溫和改善。最新增長數字雖不及去年底至今年初所見水平，但已較 7 月份強勁。8 月份新訂單增速擴大，帶動產出增加，並成為採購經理指數上升的主要動力；就業數字亦緩緩上升。另一方面，採購價格和工資成本均告上揚，令投入成本漲勢加劇；產出價格亦因而上調，但由於競爭激烈，加價幅度有限。

8 月份滙豐香港採購經理指數 (PMI™) 由 7 月份的 51.3 升至 52.3。最新指數顯示香港營商環境連續 13 個月增強，而本月的擴張速度更超越 7 月份數字。香港採購經理指數乃一綜合指數，旨在適時反映香港營商環境的變化。

8 月份新業務錄得穩固增長，重拾上月一度回軟的增長動力。內地新訂單亦見增加，惟增速已連續第四個月放緩，但最新增長數字仍高於本項數據之長期平均值。

整體新訂單持續增加，令產出量連續上升

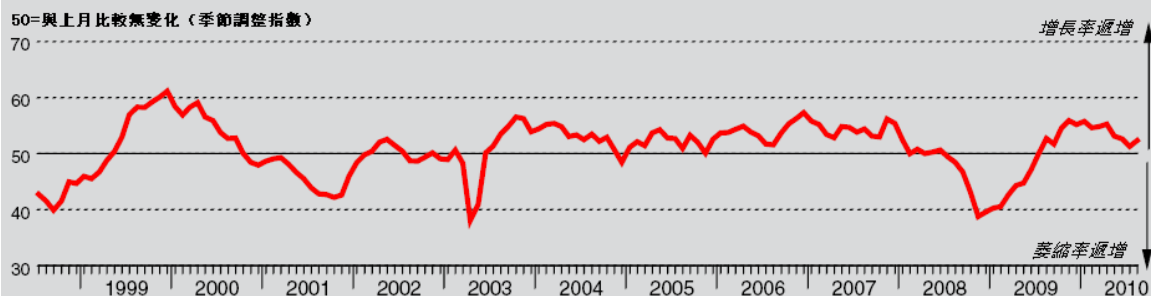
14 個月。生產活動自 7 月份以來加速擴張，惟幅度仍屬溫和。與前一個調查期的情況相反，8 月份香港企業的未完成工作量有所累積，顯示產能不足的壓力尚未消退。

8 月份香港私營企業增聘人手，反映新訂單與產出持續增加。儘管企業增聘員工情況略為放緩，但數字仍高於本項調查的長期趨勢；而就業率上升的趨勢已持續 11 個月。

採購活動於 8 月份僅輕微增加。有增加採購的企業表示，增購原因是要提高產出。供應商供貨時間繼續出現延緩，部分原因是供應商人手短缺，令產能受壓。

8 月份數據顯示，香港企業的整體投入成本大幅上升。投入成本自 7 月份以來加速上漲，採購價格和工資上漲是導致整體成本上升的兩大因素；故此，產出價格亦連續 10 個月拾級而上；但由於企業競相爭取新業務，加價幅度始終有限。

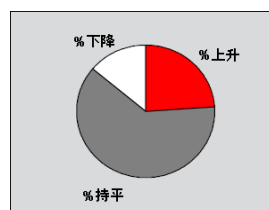
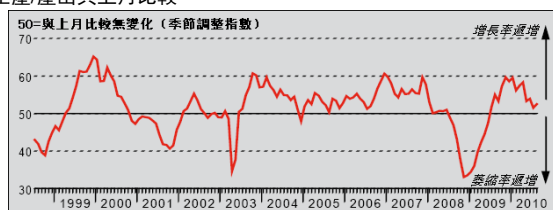
滙豐香港採購經理指數(PMI)



滙豐香港採購經理指數 (PMI™) 是概括展示製造產業活動的綜合指標，也是反映整體經濟狀況的先導指標。指標由數個分別衡量產出、新訂單、就業情況、供應商供貨時間和採購物品庫存的「擴散」指數組成。採購經理指數若低於 50.0，表示香港經濟整體收縮；高於 50.0，表示整體擴張；50.0 則表示無變化。指數數字偏離 50.0 越遠，表示變化程度越大。

產出指數

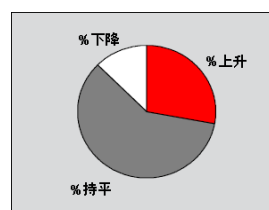
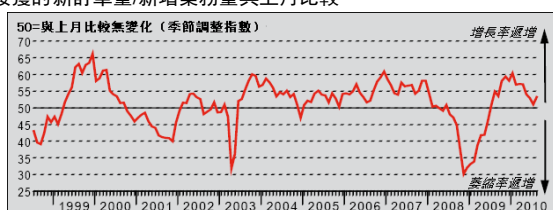
問：請將本月生產/產出與上月比較



8 月份香港私營企業產出穩步增長，而生產活動的擴張率更超越 7 月份數字，並高於本項數據之長期平均值。受訪企業指出，產出增長是由於新訂單進一步增加。目前，生產活動已連續 14 個月保持擴張。

新訂單指數

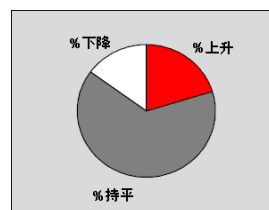
問：請將本月接獲的新訂單量/新增業務量與上月比較



8 月內香港企業接獲更多新訂單，自 2009 年 7 月以來新訂單增長從未間斷。新業務增速自 7 月份以來加快，最新增幅乃 3 個月來最強勁。根據受訪機構提供的資料顯示，全球經濟狀況持續好轉，帶動了月內新訂單增長。

新訂單指數 (來自中國內地)

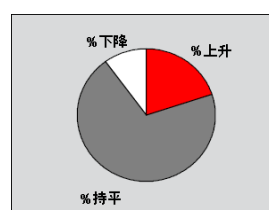
問：請將本月來自中國內地的新業務量與上月比較



8 月份數據顯示，來自內地的新業務增長穩固，但近 4 個月來新訂單增長持續放緩，最新增幅更是 2009 年 6 月以來最弱。然而，8 月份的增長雖遠遜於 2009 年底至 2010 年初之水平，但仍高於本項數據的長期平均值。

積壓工作指數

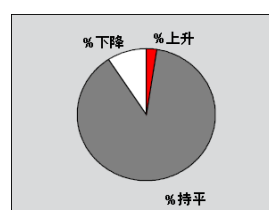
問：請將貴公司本月的未完成業務量與上月比較



香港企業 8 月份積壓工作量錄得溫和升幅，顯示產能不足的壓力仍未減退，情況與前一個月相反，當時未完成工作量稍現回落。綜觀過去 14 個月數字，企業的未完成業務量於當中 13 個月都有上升，最新數字更高於本項數據的長期趨勢。

供應商供貨時間指數

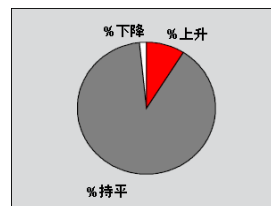
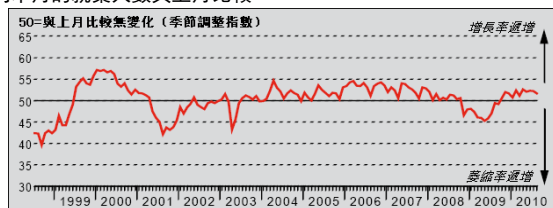
問：請將貴公司本月的供應商供貨時間 (按數量加權後) 與上月比較



據資料顯示，供應商的供貨時間於 8 月份出現延緩，延緩時間更是自 2 月份以來最長。受訪機構指供應商供貨表現欠佳，反映供應商人手短缺，致令產能受制。然而，大部分受訪機構 (約 88%) 表示，供貨所需時間自 7 月份以來並無變化。

就業指數

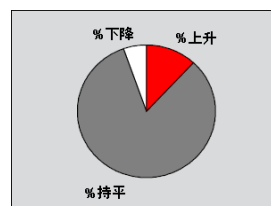
問：請將貴公司本月的就業人數與上月比較



8月份經季節性調整的就業指數高於50.0持平線，表示香港私營企業在月內有增聘員工。根據受訪機構提供的資料顯示，就業率上升反映新訂單與生產活動進一步增加。綜觀過去11個月，就業率每月均有上升。

銷售價格指數

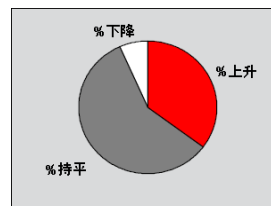
問：請將貴公司本月的平均銷售價格與上月比較



8月份香港企業銷售價格錄得實質升幅。產出價格的最新增幅是3個月來最大，與歷史數據比較，亦屬相當強勁。投入成本上漲，是推動新一輪價格上升的原因，惟競爭激烈，加價幅度有限。產出價格已連升10個月。

整體投入成本指數

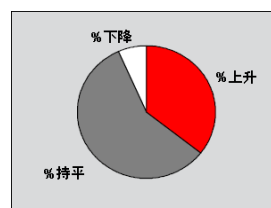
問：請將貴公司本月整體的平均投入品價格與上月比較



8月份數據顯示，香港企業承擔的整體投入成本大幅上升；而隨著本月份錄得升幅，升勢已延續14個月。投入成本自7月份以來加速上漲，漲幅是5個月來最強勁。採購價格和薪酬成本上揚，是導致整體成本上升的原因，當中又以採購價格所產生的影響較大。

投入成本（採購價格）指數

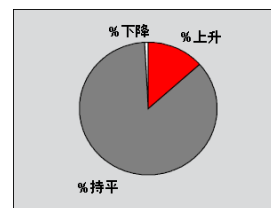
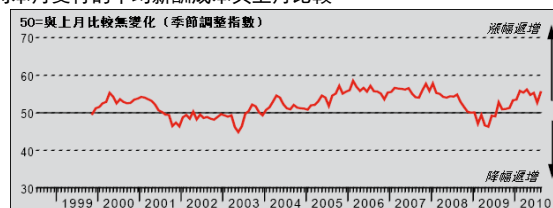
問：請將貴公司本月的採購價格（按數量加權後）與上月比較



8月份香港企業的採購成本大幅攀升，主因是原材料價格上揚，而匯率差異也造成不利因素。最新漲幅低於3月份的近期高位，但仍高於7月份水平，並顯著高於本項數據的長期平均值。此外，採購價格已連升14個月。

投入成本（薪酬成本）指數

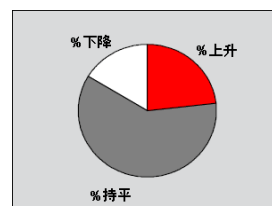
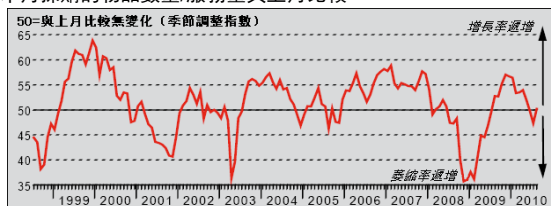
問：請將貴公司本月支付的平均薪酬成本與上月比較



據受訪企業提供的資料顯示，8月份香港的薪酬成本顯著增加，增幅也是4個月來最強勁。受訪機構表示，工資上漲是由於薪酬調整和佣金增加。綜觀過去13個月，薪酬成本每月均有增加；與歷史數據比較，最新的工資增幅相當顯著。

採購數量指數

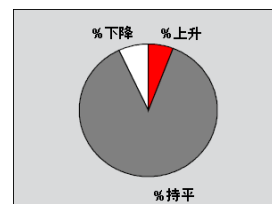
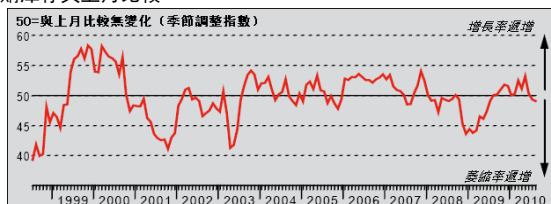
問：請將貴公司本月採購的物品數量/服務量與上月比較



8月份經季節性調整的採購指數略高於50.0持平線，表示投入品採購量微升，雖然實際數字仍低於本項數據的長期趨勢，但已是近3個月來的首度增購。有增加採購的企業表示，由於產出需求上升，故必須增加採購。

採購庫存指數

問：請將貴公司採購庫存與上月比較



儘管投入品採購量有輕微增幅，8月份香港企業的採購庫存水平卻有所下降，此情況已連續第二個月出現，有關企業透露供應商延誤供貨是庫存水平下降的主要原因；但大部分受訪機構（約87%）表示，其庫存水平自7月份以來沒有變化，反映跌勢只屬輕微。

國際採購經理指數總覽

美國採購經理指數



數據來源：美國供應管理協會 (ISM)

歐元區採購經理指數



數據來源：Markit.

中國採購經理指數



數據來源：HSBC; Markit.

7月份美國供應商管理協會調查顯示，美國製造業營商環境明顯好轉，惟指數自6月份的56.2略降至今年最低的55.5，但仍高於同項數據的歷史平均值。

7月份Markit歐元區採購經理指數從6月份的55.6上升至56.7，是3個月來的高位，最新數字顯示整體營商環境不斷改善，並已延續10個月。無論是產量或新訂單，增速均是4月份以來最快。

7月份滙豐中國製造業採購經理指數從6月份的50.4微降至49.4，是2009年3月以來首現的單月同比倒退，也成為2010年初強勁表現的一次重大轉折。

資料及展示方法說明

「香港採購經理指數」每月由Markit Economics向任職香港私營機構的採購主管們發出問卷，然後根據第一手資料編製而成。受訪對象來自香港300家企業機構，全都經過仔細篩選，最能代表香港經濟架構，當中涵蓋製造業、服務業、零售業、建造業等不同範疇。研究樣本庫根據有關行業對香港本地生產總值的比重，按地理分佈並採用標準行業分類法(SIC)予以分層抽樣。

有關研究於每月中旬收集資料，參考當月對比上月情況而顯示具體變化。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。主要調查資料一經發佈，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，經季節性調整的系列資料可能會因此發生變化。

聲明

本報告內有關「滙豐香港採購經理指數」之知識產權屬Markit Group Limited所有。未經Markit同意，不得以任何未經授權的形式（包括但不限於複製、發佈或傳輸等）使用本報告之資料。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，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，Markit概不負責。Markit、PMI和Purchasing Managers' Index是The Markit Group的商標。