

滙豐香港採購經理指數(PMI™)

香港私營經濟持續增長 16 個月

主要調查結果：

- 內地新業務增幅加強，推動整體新工作量增加
- 未完成工作量續見積壓，但企業人手卻反而減少
- 整體投入成本上升，增速歷來第二

11 月份數據顯示，香港私營企業的經營環境穩健向好。月內新訂單增幅加快，推動產出量顯著上升；但積壓工作再度增加，顯示產能依然受壓。儘管如此，企業人手略有縮減。另一方面，通脹壓力進一步加劇。採購價格上漲，帶動整體投入成本增加，銷售價格因而上升。

11 月份滙豐香港採購經理指數 (PMI™) 由 10 月份的 53.0 微升至 53.5。最新指數顯示香港私營經濟整體出現擴張，也連續 16 個月錄得增長，增速持續 4 個月加快至今年 4 月以來之冠。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。

11 月數據顯示，香港企業取得的新業務顯著增加。這是得力於內地新業務進一步增加，而新工作的最新增幅乃 7 個月來最強勁。自 10 月以來，企業從內地接獲的新訂單穩健回升 (9 月份曾稍微收縮，本月升勢持續)，並高於本項數據的長期平均值。

整體新業務量上升，帶動本月產出顯著擴張。

至今，產出已連續 17 個月增長，本月增速是今年 4 月以來最快；但香港企業的未完成工作量再有增加，並已連續累積 4 個月，顯示產能受壓持續未消。

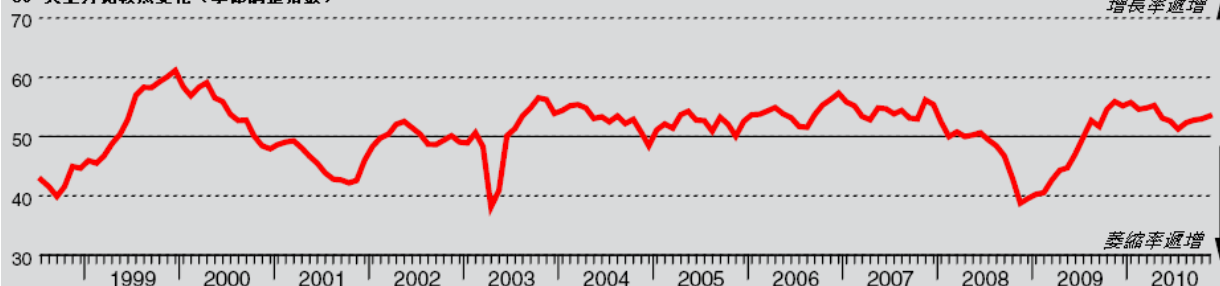
儘管 11 月份的產出和新訂單均有增長，但人手卻有所減少，過去 13 個月來拾級而上的增聘趨勢至此結束；但絕大部分受訪機構則表示，其員工人數自 10 月份以來未有改變。

11 月份香港企業的採購活動也略有減少，但供應商供貨時間仍有延緩，此情況已持續 14 個月。企業採購庫存於 11 月份縮減，這與前兩月的調查結果剛好相反。

11 月份數據顯示，香港企業的投入價格升幅顯著。採購價格和工資均有上漲，是最近期整體成本升幅的主因；其中月內採購價格升幅尤其強勁。自 2009 年 7 月以來，整體投入成本一直錄得漲幅，最新漲幅乃是此段期間最大 (或本項數據歷來第二大升幅)。投入價格顯著上升，促使企業進一步提高價格。與銷售價格的歷史數據相比，最新升幅相當顯著。

滙豐香港採購經理指數 (PMI)

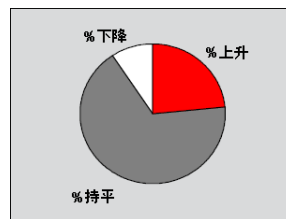
50=與上月比較無變化 (季節調整指數)



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

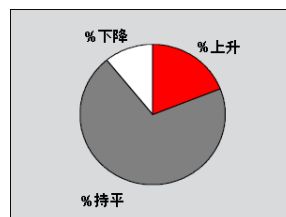
問：請將本月生產/產出與上月比較



11 月份，香港私營企業產出顯著增加，增長趨勢已延續 17 個月。生產活動擴張，最新增幅是 4 月份以來最強勁；就歷史數據而言，增幅相當明顯。受訪機構認為，最近期的產出增長主要由於新接業務大幅增加所致。

新訂單指數

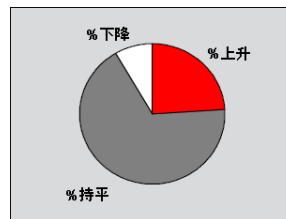
問：請將本月接獲的新訂單量/新增業務量與上月比較



11 月份數據顯示，香港企業取得的新訂單量大幅上升。新業務已連續 4 個月加速增長，乃今年 4 月以來最強勁。根據受訪機構的資料顯示，經濟環境改善、推廣活動增加，是獲得更多新業務的主要原因。2009 年 7 月至今，新訂單量持續攀升。

新訂單指數 (來自中國內地)

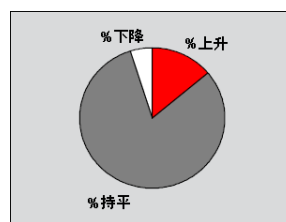
問：請將本月來自中國內地的新業務量與上月比較



11 月份，香港企業從內地取得的新業務錄得顯著增幅。內地新訂單於 9 月份曾稍現回落，其後於 10 月份重回升軌，於 11 月份得以延續。與其歷史數據相比，內地新業務的最新增幅相當顯著。

積壓工作指數

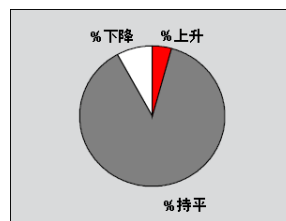
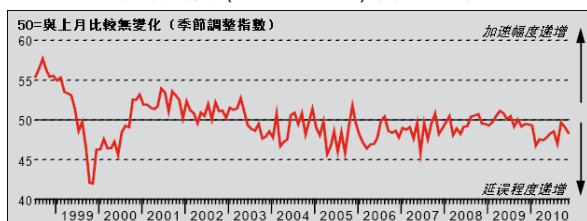
問：請將貴公司本月的未完成業務量與上月比較



直至 11 月，香港企業的未完成工作已連升 4 個月，最近期的積壓程度更是今年 4 月以來最嚴重，數字也高於長期平均值。積壓工作量增加，顯示產出即使已明顯擴張，但產能受壓的情況依然存在。

供應商供貨時間指數

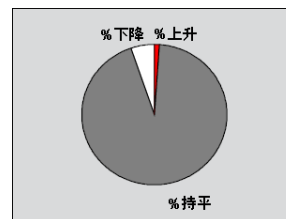
問：請將貴公司本月的供應商供貨時間 (按數量加權後) 與上月比較



香港企業指月內供應商延長了供貨時間。綜觀過去 14 個月，供應商的供貨效率每月均有下降。不過，最近期的延緩程度尚算輕微。大部分受訪機構表示 (約 88%) 其供應商的供貨時間自 10 月以來維持不變。

就業指數

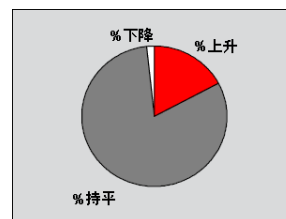
問：請將貴公司本月的就業人數與上月比較



11月份數據顯示，香港私營企業聘用的人手略有減少，結束了過去13個月來拾級而上的增聘趨勢。有受訪機構表示，人手下降一般都是由於員工辭職所致；但絕大部分受訪企業（約94%）則表示其員工人數自10月以來並無改變。

銷售價格指數

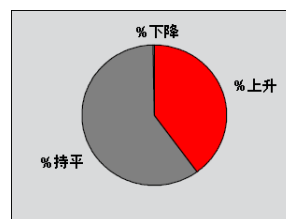
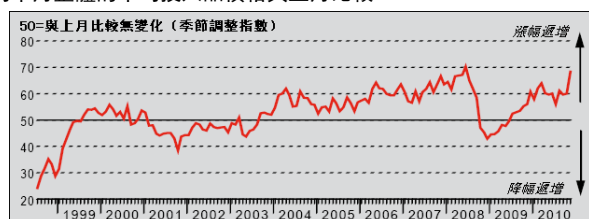
問：請將貴公司本月的平均銷售價格與上月比較



11月份，香港企業大幅提價，產出價格至今已連升13個月。最新升幅是今年4月以來最大，與歷史數據相比也相當明顯。受訪機構認為成本進一步攀升，是導致產出價格上揚的主因。

整體投入成本指數

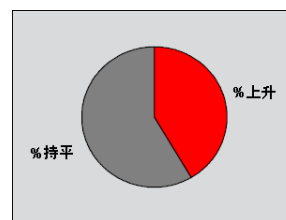
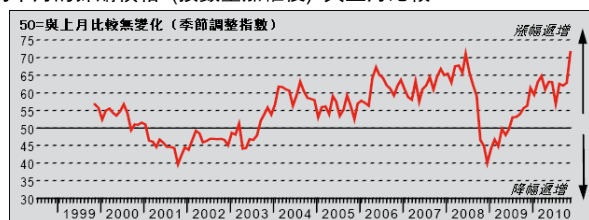
問：請將貴公司本月整體的平均投入品價格與上月比較



11月份，香港企業的整體投入成本大幅增加。採購價格和員工成本都有上漲，是本月整體成本上升的原因，其中採購價格的升幅較為強勁。本月的投入成本上漲率是2008年6月以來最大，於同項調查的歷史數據中位列第二。

投入成本 (採購價格) 指數

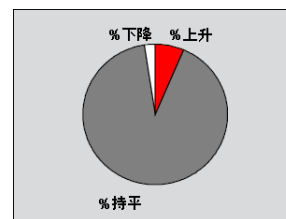
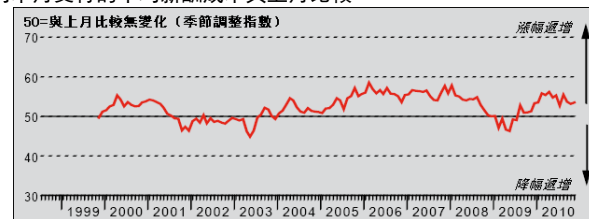
問：請將貴公司本月的採購價格 (按數量加權後) 與上月比較



11月份數據顯示，採購價格的升幅頗大。約42%的受訪機構表示其採購成本較10月份有所增加，這反映了原材料價格上漲和匯率波動的不利因素。採購價格升勢至今已延續17個月，採購成本之最新升幅乃同項數據歷來最大。

投入成本 (薪酬成本) 指數

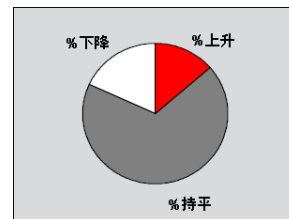
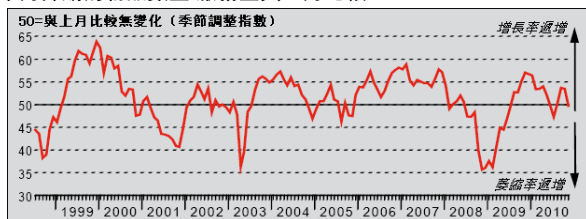
問：請將貴公司本月支付的平均薪酬成本與上月比較



11月份，香港企業的員工成本呈實質升幅。自8月以來一直錄得工資升幅，不過工資增長率在過去3個月大致持平（高於數據的長期平均值）。大部分受訪機構表示（約91%），其工資成本自10月以來維持不變。

採購數量指數

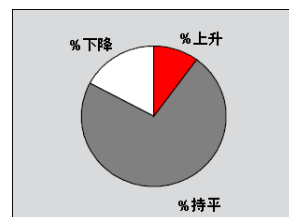
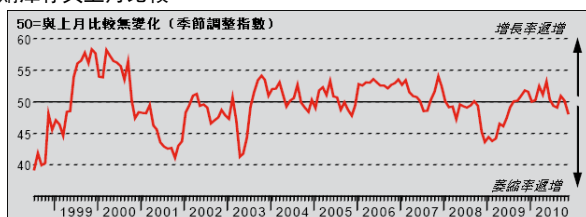
問：請將貴公司本月採購的物品數量/服務量與上月比較



11月份，儘管新訂單量和產出均有增加，香港企業的採購活動略有減少。約18%的受訪機構表示月內減少採購投入品（約14%表示有增加）。綜觀過去3個月，企業一直增購投入品，但此情況已隨著本月出現減購而結束。

採購庫存指數

問：請將貴公司採購庫存與上月比較



11月份數據顯示，香港企業採購庫存溫和下降，約17%的受訪機構表示，其庫存水平較上月減少，這情況與前兩個調查期剛好相反（當時錄得生產庫存微升）。本月的採購庫存降幅大於長期平均值。

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)

10月份美國供應商管理協會調查顯示，美國製造業經營環境顯著改善，指數自9月份的54.4上升至56.9，乃5個月來高位；最新增長數字亦高於本項數據的長期平均值。

歐元區採購經理指數



數據來源：Markit.

10月份Markit歐元區採購經理指數從9月份的8個月來低位53.7上升至54.6。最新指數顯示歐元區製造業整體呈現增長，升勢亦已持續13個月。就歷史數據而言，最新增幅屬相當強勁。

中國採購經理指數



數據來源：HSBC; Markit.

10月份滙豐中國製造業採購經理指數由52.9攀升至54.8，是本項指數自2004年4月以來最大的環比增幅之一，顯示中國製造業經營環境明顯向好。

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（包括但不僅限於複製、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。