

滙豐香港採購經理指數(PMI™)

1 月份香港私營經濟保持增長；產出與新訂單增速強勁

主要調查結果：

- 新業務擴張略為放緩，但幅度依然明顯
- 就業率 3 個月來首度上揚
- 投入及產出價格皆持續上升

1 月份數據顯示，香港營商環境顯著改善。儘管新訂單和產出的增長稍有下降，但本月的擴張率與去年 12 月份大致相同。積壓工作量再次增加，企業為提升產能而增聘人手。1 月份的投入成本漲幅依然凌厲，導致產出價格進一步上揚。

1 月份滙豐香港採購經理指數 (PMI™) 由 12 月的 55.0 微升至 55.2，最新指數顯示香港私營企業營商環境顯著向好。自 2009 年 8 月以來，指數每月均錄得增長，而對比歷史數據，本月增長率亦屬強勁。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。

1 月份香港企業的新接業務顯著增加。新訂單的最新增幅較上月微降，但仍高於本項調查的長期趨勢。來自中國內地的新業務月內穩健增加，增長率與上月大致相同。

整體新業務有所增長，帶動 1 月份產出進一步擴張；惟產出增長亦有放緩，反映新接工作量增速減弱。然而，未完成業務再度增加，顯示產

能受壓的問題依然存在。就歷史數據而言，未完成工作的積壓程度仍然嚴重，但與上月比較，增速已見減緩。

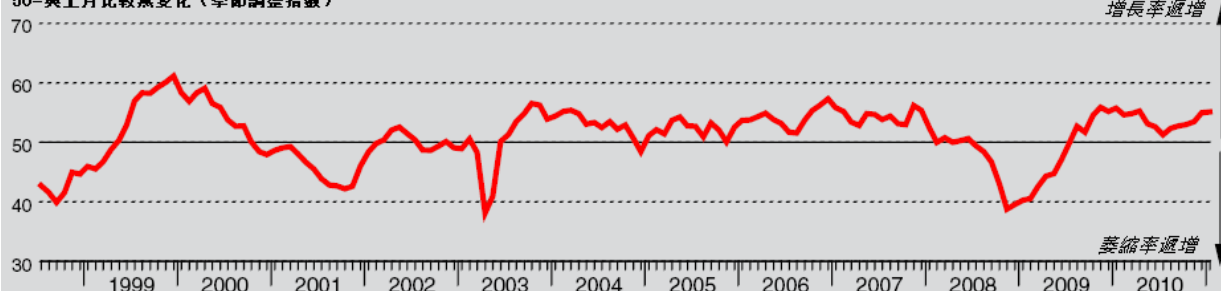
1 月份數據顯示，香港私營經濟就業率上升，是企業 3 個月來首度增聘人手，惟增長率僅屬輕微。絕大部分受訪機構表示，員工人數月內並無改變。

1 月份新訂單顯著上升，企業的採購活動卻略減。然而，供應商仍顯著延緩供貨，延誤率更屬本項調查歷來最高之列。受訪機構認為問題出於供應商的物流運作未能配合。月內採購庫存略降，根據調查資料顯示，供貨需時加長及投入成本上升，迫使企業動用現有庫存，以應生產需求。

1 月份，香港企業的整體投入成本大幅上漲，採購價格和員工薪酬上升，推動整體成本上漲，其中以採購價格的影響較大，惟成本漲幅自 12 月份起放緩。成本上漲促使企業提高銷售價格，但本月的加幅較上月少。

滙豐香港採購經理指數 (PMI)

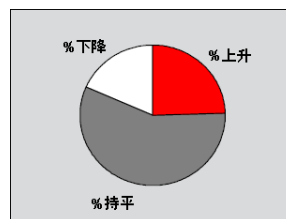
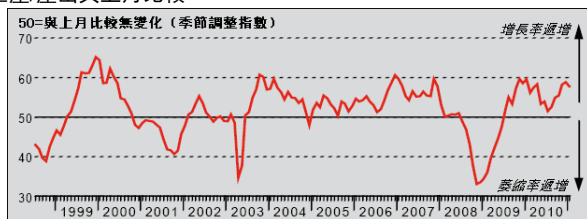
50=與上月比較無變化 (季節調整指數)



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

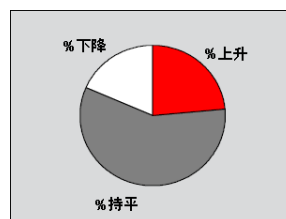
問：請將本月生產/產出與上月比較



1 月份數據顯示，香港私營經濟產出顯著上升，但增長率由去年 12 月份創下的 11 個月來高位輕微回落，原因是新業務增長放慢。但直至 1 月，產出水平已連升 19 個月，最新升幅數字仍高於長期平均值。

新訂單指數

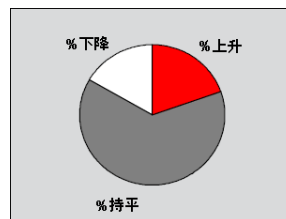
問：請將本月接獲的新訂單量/新增業務量與上月比較



自 2009 年 7 月以來，香港企業新接訂單一直保持增長，1 月份的增幅顯著。受訪機構指月內新工作量增長主要受惠於全球經濟持續改善。就本項調查歷史數據而言，本月的新訂單增長率屬相當強勁，但略遜於上月。

新訂單指數 (來自中國內地)

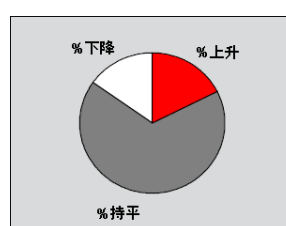
問：請將本月來自中國內地的新業務量與上月比較



直至 1 月，香港企業已連續 4 個月取得更多內地新訂單，最新增長率大致與上月相同，並且高於長期平均值。約 20% 受訪機構表示，1 月份新接內地業務有所增加，並認為主要是因為經濟持續好轉，帶動需求上升。

積壓工作指數

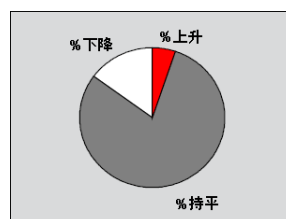
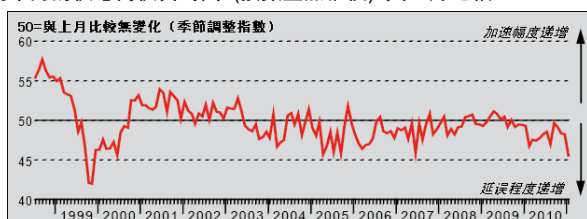
問：請將貴公司本月的未完成業務量與上月比較



1 月份，香港企業的積壓工作量顯著增加，顯示產能受壓的問題依然存在。根據受訪機構提供的資料顯示，產出增幅不足以應付新訂單的需求。本月的未完成業務積壓量是 4 個月來最少，但就歷史數據而言仍屬嚴重。

供應商供貨時間指數

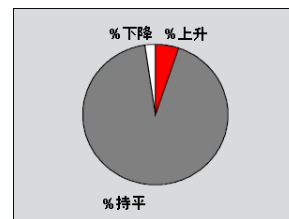
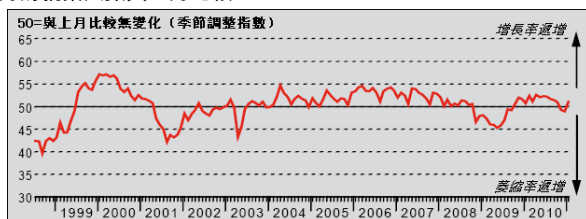
問：請將貴公司本月的供應商供貨時間 (按數量加權後) 與上月比較



香港企業表示 1 月份供應商顯著延緩供貨，延誤率是本項調查歷來第三高。受訪機構指，月內供貨需時加長，問題在於供應商的物流運作未能配合。

就業指數

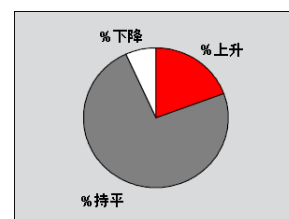
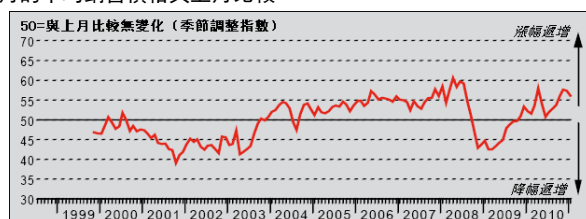
問：請將貴公司本月的就業人數與上月比較



1 月份數據顯示，香港私營企業就業率輕微上升，結束企業連續兩個月人手下降的情況。受訪機構表示，新工作量進一步增加是增聘員工的主因。但絕大部分受訪機構 (約 92%) 表示其員工人數自上月以來沒有變化，反映就業率升幅僅屬輕微。

銷售價格指數

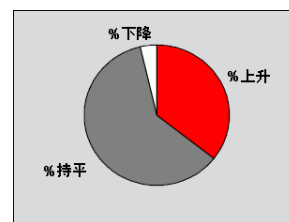
問：請將貴公司本月的平均銷售價格與上月比較



1 月份，香港企業的銷售價格加幅顯著。產出價格上漲，主要由於投入成本上升。提價幅度雖是 3 個月來最小，但與歷史數據相比依然明顯。產出價格至今已連漲 15 個月。

整體投入成本指數

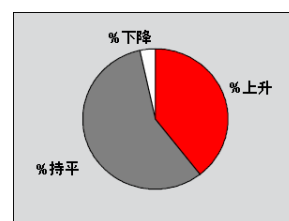
問：請將貴公司本月的整體的平均投入品價格與上月比較



1 月份，香港企業整體投入成本大幅上升。採購價格和員工成本同時上漲，推高整體投入成本，其中以採購價格的影響較大。投入成本漲速由上月創下的歷史高位回落，但漲速仍屬本項調查歷來最快之列。

投入成本 (採購價格) 指數

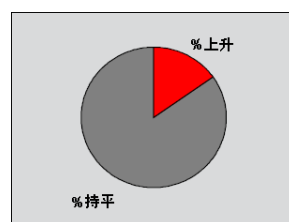
問：請將貴公司本月的採購價格 (按數量加權後) 與上月比較



香港企業 1 月份的採購價格升幅頗大，約 39% 受訪機構表示其採購成本高於上月，並指原材料成本上漲與匯率的不利變動，是導致採購成本增加的原因。採購價格至今已連升 19 個月，一月份則錄得歷來最大升幅之一。

投入成本 (薪酬成本) 指數

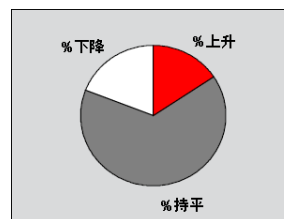
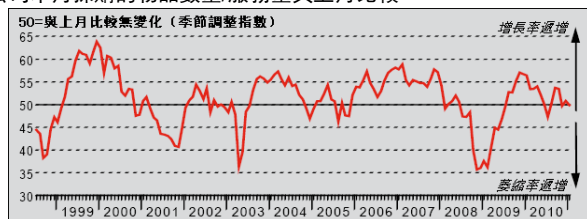
問：請將貴公司本月支付的平均薪酬成本與上月比較



自 2009 年 8 月以來，香港企業的員工成本每月拾級而上，1 月份的升幅顯著。約 15% 受訪機構表示薪酬支出高於上月；最新工資漲幅是 3 年來最大，亦高於本項調查的長期趨勢。

採購數量指數

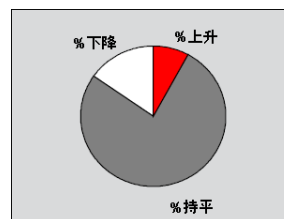
問：請將貴公司本月採購的物品數量/服務量與上月比較



1 月份經季節性調整的採購指數略低於 50.0 的無變化水平，顯示月內企業輕微縮減投入品的採購量。受訪機構表示，新訂單量下降，因此減少採購（約 19% 受訪企業於月內減購投入品）。

採購庫存指數

問：請將貴公司採購庫存與上月比較



1 月份香港企業的採購庫存水平略降，與前一個調查期出現生產庫存微升的情況相反。根據受訪機構提供的資料顯示，企業動用了現有存貨，以解決部分新訂單的生產需求；亦有受訪機構表示因供貨延緩、投入成本增加，因而動用現有庫存，以應所需。

國際採購經理指數總覽

美國採購經理指數

50 = 與上月比較無變化



數據來源：美國供應管理協會 (ISM)

歐元區採購經理指數

50 = 與上月比較無變化



數據來源：Markit

中國採購經理指數

50 = 與上月比較無變化



數據來源：HSBC; Markit

2010 年 12 月份的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。12 月份指數從 11 月的 56.6 升至 57.0，是 7 個月來最高水平。就歷史數據而言，最新增幅屬相當強勁。

12 月份 Markit 歐元區採購經理指數上升至 57.1，更勝同年 4 月創下的 46 個月來最佳紀錄，也高於長期趨勢。指數於 2010 年最後一季皆呈現增長，在過去 15 個月亦一直高於 50.0 的持平線。

12 月份滙豐中國製造業採購經理指數顯示，中國製造業整體經營環境持續向好，但整體增長有欠動力，12 月份指數降至 3 個月來最低的 54.4；惟 2010 年第四季的升幅乃全年四季中最強。

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產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。