

最早發佈時間：2011年6月3日 10:30時 (香港)

滙豐香港採購經理指數(PMI®)

新業務量增長帶動生產活動強勁擴張

主要調查結果：

- 新接內地業務量顯著回升，推動新訂單增長率上升
- 雖然政府實施最低工資法例，但就業職位仍維持增長
- 員工成本與產出價格皆漲至最高紀錄

5月份香港私營企業新接業務量回升，產出增長也隨之加速。儘管剛實施了最低工資法例，但就業職位維持增長，而有關法例亦導致員工成本刷新最高增幅紀錄。繼3、4月份供應鏈嚴重中斷後，本月供應商的供貨情況有所改善，但投入成本持續攀升。

5月份滙豐香港採購經理指數(PMI®)從4月份的52.9降至52.2。最新數字顯示，月內香港私營企業的營商環境，按月整體改善程度為2010年7月以來最小。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。

直至5月，香港私營企業之經營活動已連續擴張23個月。月內產出升速強勁，主要受新接業務輕微加速增長所帶動。特別是與前一個月相比，受訪機構從內地取得更多業務，並指主要原因是內地經濟環境不斷改善。

新訂單上升，令香港企業的未完成工作量大幅累積；此積壓情況已持續10個月。雖然新職位增長率放緩，其中原因包括近日政府推行最低工資法例，但多家企業亦因應銷售量上升而增聘人手。

5月份產出價格通脹急升至歷來數據之冠。調查資料顯示，投入成本大幅上揚是月內銷售價格飆升的主要原因。事實上，本月整體投入成本通脹數字，居本項調查紀錄的第二高位，數字僅次於去年12月。

5月份整體成本急增，採購價格漲幅顯著和工資加幅強勁是兩大原因。受訪機構表示，原材料和加工材料(如紙張、塑膠)的價格上升，是採購價格上漲的主因；採購價格的通脹率則大致和3、4月份相同。

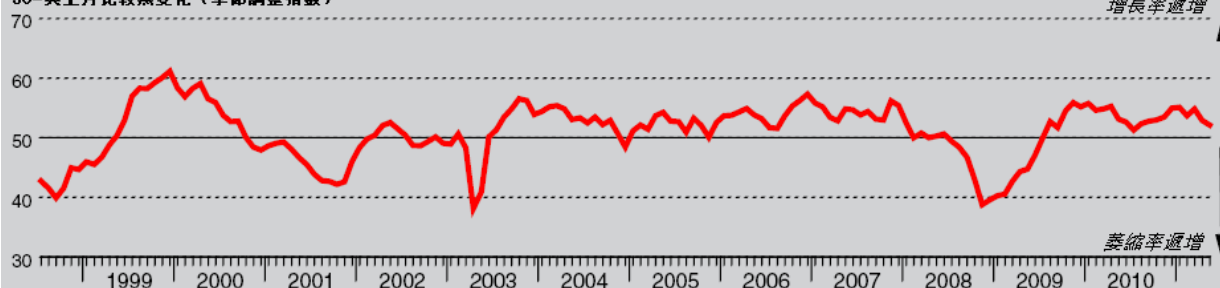
另一方面，最低工資法例實施後，香港企業於5月份支付的平均工資增加，增幅之大乃前所未見。

香港私營企業在5月份急速增購投入品，反映新訂單和經營活動均回復增長，惟月內整體增購活動僅屬溫和，而採購庫存量迅速下降，採購增幅不足以填補消耗量。

雖然投入品採購上升，但5月份供應商的表現有所改善。調查資料顯示，此乃由於前兩個月一度出現供應嚴重中斷後，本月供應鏈已回復暢順。

滙豐香港採購經理指數(PMI®)

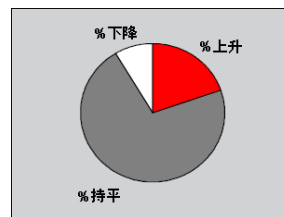
50=與上月比較無變化(季節調整指數)



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。Purchasing Managers' Index™和PMI®是Markit Economics Limited的商標，而滙豐獲許使用上述商標。至於Markit和Markit標誌，則是Markit Group Limited的註冊商標。

產出指數

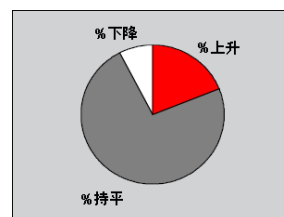
問：請將本月生產/產出與上月比較



5 月份，香港私營企業的產出大幅擴張，生產活動較上一個調查期急增。調查資料顯示，本月產出量上升，乃由於新增訂單較前一個月多。自 2009 年 7 月以來，香港企業的經營活動持續擴張。

新訂單指數

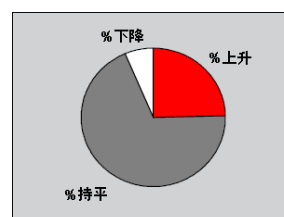
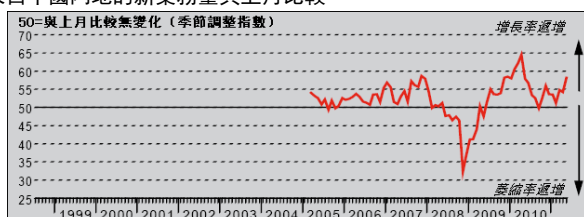
問：請將本月接獲的新訂單量/新增業務量與上月比較



直至 5 月份，香港企業的新訂單已連續 23 個月維持增長。經季節性調整的新訂單指數遠高於 50.0 的無變化水平線，顯示新業務持續擴張。受訪機構表示，市場對香港產品及服務的需求強勁，令新工作量上升。

新訂單指數 (來自中國內地)

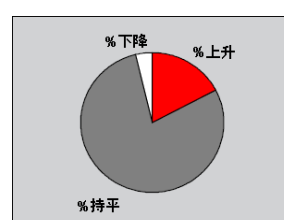
問：請將本月來自中國內地的新業務量與上月比較



5 月份，來自中國內地的新業務升幅顯著，其增長率更是 2010 年 4 月以來最高。超過 24% 受訪企業表示，從內地客戶取得更多新業務，並指內地經濟環境改善是主要原因。

積壓工作指數

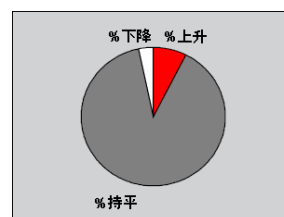
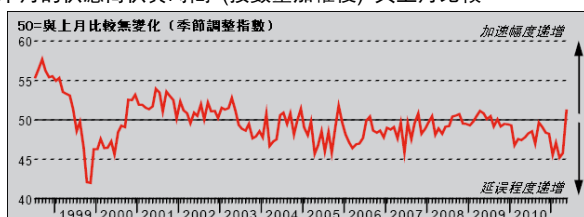
問：請將貴公司本月的未完成業務量與上月比較



5 月份，未完成工作的積壓速度大致與 4 月份相同。最新的未完成工作量增幅穩健，而持續積壓的情況已長達 10 個月。最新調查資料顯示，儘管 5 月份香港企業的生產活動有所增加，但新接業務的增幅，足以令未完成工作量增加。

供應商供貨時間指數

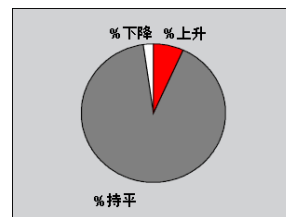
問：請將貴公司本月的供應商供貨時間 (按數量加權後) 與上月比較



5 月份供應商表現轉佳，是 2009 年 9 月以來首度出現突破。供應商的平均供貨耗時雖只是稍微縮短，但幅度已是 2005 年 11 月以來最大。調查資料顯示，本月供應商供貨情況有所改善，但在前兩個月供應鏈曾一度嚴重中斷。

就業指數

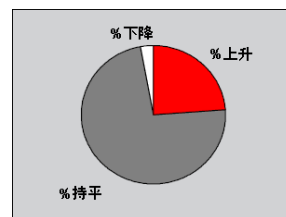
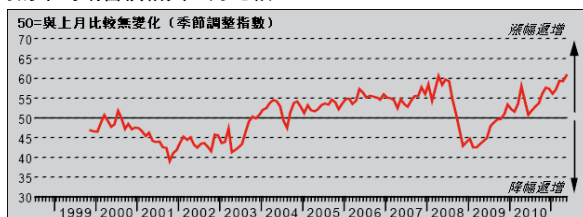
問：請將貴公司本月的就業人數與上月比較



直至 5 月份，香港私營企業就業職位已連續 5 個月出現增長。新職位增長率雖然是最近 4 個月以來最低，但企業的聘僱人數仍有溫和增長。多家受訪機構表示，新接訂單增加，現有員工人數不足應付，故需聘用額外人手。

銷售價格指數

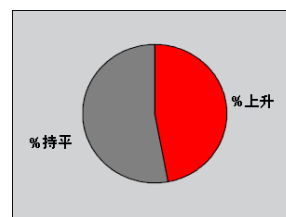
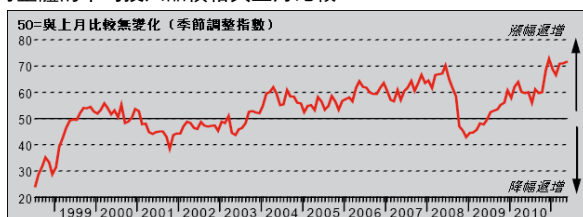
問：請將貴公司本月的平均銷售價格與上月比較



5 月份，香港企業的產出價格加幅顯著，經季節性調整的銷售價格指數攀升至歷來最高水平。最新調查資料顯示，客戶需求強勁，加上投入成本上升，是導致按月銷售價格加幅強勁的原因。

整體投入成本指數

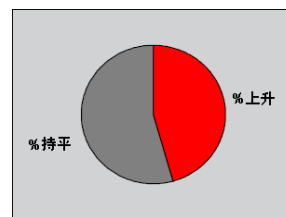
問：請將貴公司本月整體的平均投入品價格與上月比較



5 月份香港私營企業的整体投入成本大幅增加。投入成本連續 3 個調查月急速上漲，最新漲幅強勁，居歷史數據的第二高位，僅次於去年 12 月。整體成本高踞不下，採購價格和勞動成本上漲是當中的主因。

投入成本（採購價格）指數

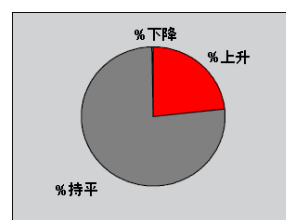
問：請將貴公司本月的採購價格（按數量加權後）與上月比較



5 月份的採購價格通漲維持與 3、4 月份大致相同。投入品的平均價格升幅持續顯著，數字遠高於本項調查的長期平均值。多家受訪機構認為原材料價格上升，是採購成本上漲的原因；也有其他機構表示，如紙張、塑膠等加工材料的價格上揚，亦令採購成本增加。

投入成本（薪酬成本）指數

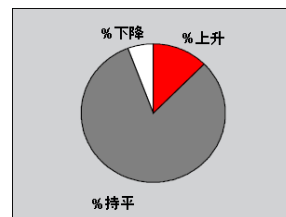
問：請將貴公司本月支付的平均薪酬成本與上月比較



5 月份，香港私營企業之僱員平均工資出現強勁升幅。超過 23% 的受訪機構向員工支付的工資平均高於上一個月份，令員工成本增幅急升至本項調查數據之冠。調查資料顯示，剛生效的最低工資法例是導致工資漲幅達歷史高位的原因之一。

採購數量指數

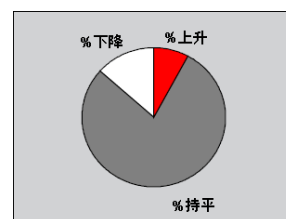
問：請將貴公司本月採購的物品數量/服務量與上月比較



直至 5 月份，香港企業已連續第四個月增加採購。5 月份投入品採購量增幅溫和，亦較上一個調查期錄得數字為高。受訪機構表示，採購活動增加是由於月內新接業務量上升。

採購庫存指數

問：請將貴公司採購庫存與上月比較



5 月份，香港私營企業的投入品存量持續下降，是多月來第二次出現庫存縮減的情況，降速亦是兩年來最快。最新調查資料顯示，採購活動縱有增加，亦遠不足以抵消產出量之強大升幅。

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)

4 月份美國供應商管理協會調查指數為 60.4，顯示美國製造業整體經營環境顯著改善。儘管有關數字是 4 個月來最低，但已連續 21 個月高於 50.0 的無變化水平。

歐元區採購經理指數



數據來源：Markit.

4 月份 Markit 歐元區採購經理指數從上月份的 57.5 升至 58.0，顯示歐元區製造商的整體經營環境改善程度極佳。在過去 19 個月，歐元區製造業狀況良好，每月均有改善。

中國採購經理指數



數據來源：HSBC; Markit.

4 月份滙豐中國製造業採購經理指數為 51.8，與上月份相同。數字顯示中國製造業營商環境的改善程度僅屬溫和，然而，持續改善的趨勢自 2010 年 8 月以來一直維持。

資料及展示方法說明

「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 Economics 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。Purchasing Managers' Index™ 和 (PMI®) 是 Markit Economics Limited 的商標，而滙豐獲許使用上述商標。至於 Markit 和 Markit 標誌，則是 Markit Group Limited 的註冊商標。