

最早發佈時間：2011年7月6日 10:30時 (香港)

滙豐香港採購經理指數(PMI®)

新訂單減少，指數降至兩年來低位

主要調查結果：

- 內需轉弱，促使新訂單減少
- 價格壓力雖自 5 月放緩，但仍拾級而上
- 新創職位增長穩固

香港企業的新接訂單兩年來首度下降，但產出維持擴張，而企業亦繼續增聘人手。與此同時，採購價格與勞工成本同步上漲，故價格壓力依然強勁。供應鏈壓力於 5 月份有所紓緩，並延續至 6 月，但程度輕微。

6 月份滙豐香港採購經理指數(PMI®) 從 5 月份的 52.2 下降至 50.3，是兩年來最低水平。最新數字顯示，香港私營企業的整體營商環境僅輕微改善。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。

6 月份指數下降，主要由於新訂單減少所致。雖然按月計降幅輕微，但這是 2009 年 6 月以來香港企業首次出現新訂單下降。根據受訪機構提供的資料顯示，新業務減少主要反映內需轉弱，而中國內地新訂單的增長亦有放緩，其增長率是 4 個月來最低。

然而，企業產出繼續擴張，促使積壓工作量自去年 7 月以來首次下降，惟產出增長率卻創下最近兩年擴張期的低位。另一方面，香港企業續聘人

手，新職位增長率維持穩健，大致和 5 月份相同。在過去 6 個月，就業保持增長。

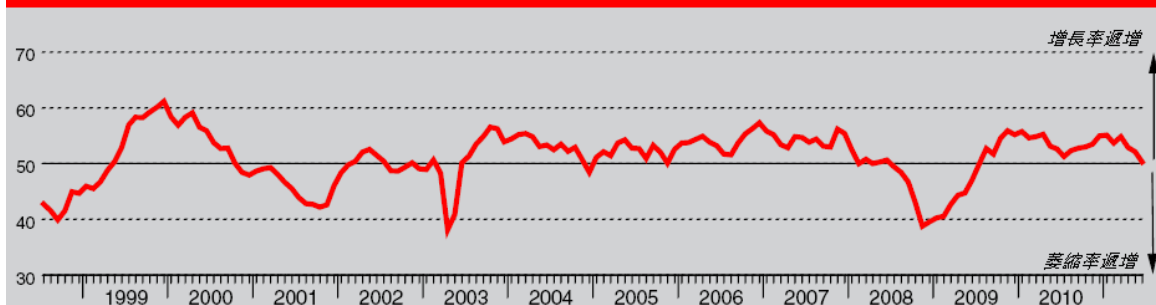
6 月份，香港企業的提價幅度依然顯著。根據受訪機構提供的資料，企業將部分成本漲幅轉嫁客戶。

整體成本於 6 月份大幅上漲，儘管較上一個調查期有所放緩。原材料價格和平均工資上升，令成本增加；而近期實施的最低工資法例，繼續帶動工資上升。然而，採購價格和員工成本兩者之漲速自 5 月份已見轉弱。

因應 6 月份新訂單下降，香港企業較上月減少採購。投入品採購量按月降幅相當顯著，是 2009 年 5 月以來最大。隨著企業對投入品需求減少，6 月份供應商效率連續第 2 個月回升，供貨平均耗時縮短，但改善程度僅屬輕微。

直至 6 月份，香港私營企業的採購庫存已連降 3 個月 (儘管降幅輕微)。庫存水平下降，反映產出量上升和採購活動減少。

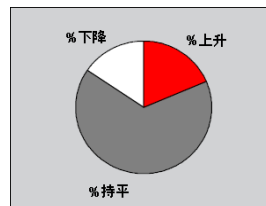
滙豐香港採購經理指數(PMI®)



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。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

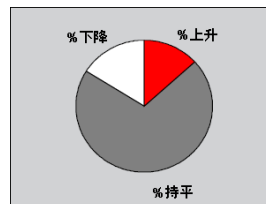
問：請將本月生產/產出與上月比較



6 月份，香港私營企業產出只錄得溫和增長，其生產活動的按月增幅也創下最近兩年擴張期的低位。雖然企業持續清理積壓工作，但受訪機構提供的資料顯示，產出增長下降，原因在於新接訂單量較前一個月減少。

新訂單指數

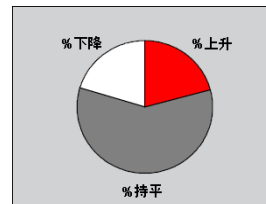
問：請將本月接獲的新訂單量/新增業務量與上月比較



經季節性調整的新訂單指數自 2009 年 6 月以來首度跌至低於 50.0 的無變化水平線，顯示企業取得的新訂單量下降。受訪機構提供的資料顯示，新業務量下降的主因是內需轉弱；但新接訂單之按月降幅只屬輕微。

新訂單指數 (來自中國內地)

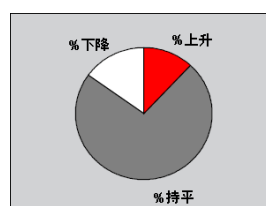
問：請將本月來自中國內地的新業務量與上月比較



直至 6 月份，香港企業從中國內地取得的新訂單已連續 9 個月增長。受訪機構表示，內地需求上升，促使企業取得更多新業務；但內地新訂單的增長率僅屬溫和，與 5 月份相比已大幅放緩，增速也是 4 個月來最慢。

積壓工作指數

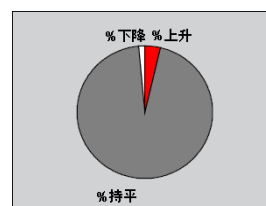
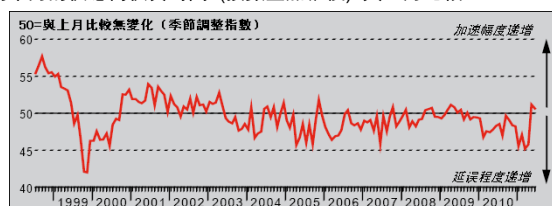
問：請將貴公司本月的未完成業務量與上月比較



6 月份，香港企業的積壓工作量自 2010 年 7 月以來首次下降。根據受訪機構提供的最新資料顯示，新接訂單水平下降，故可清理未完成業務，惟清減速度僅屬輕微。

供應商供貨時間指數

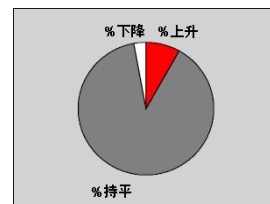
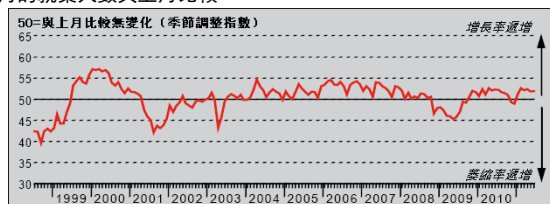
問：請將貴公司本月的供應商供貨時間 (按數量加權後) 與上月比較



受訪機構表示，6 月份供應商表現連續第 2 個月改善。根據受訪機構提供的資料，供貨耗時縮減，主要反映採購活動減少。但自 5 月份起，供應商改善表現的程度收窄，本月則只有輕微改善。

就業指數

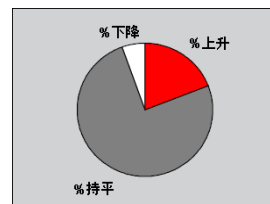
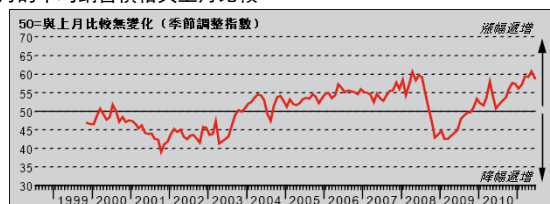
問：請將貴公司本月的就業人數與上月比較



香港私營企業連續 6 個月增聘人手，新創職位率與上月相同，維持穩健。雖然新接訂單水平下降，但多家企業續聘人手，以清理早前積壓的未完成業務。

銷售價格指數

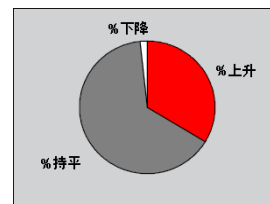
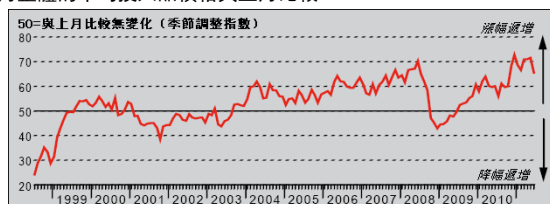
問：請將貴公司本月的平均銷售價格與上月比較



6 月份，香港企業進一步調升銷售價格。產出價格漲幅雖較 5 月份略有放緩，但幅度仍然顯著，且遠高於同項調查數據的長期平均值。根據受訪機構表示，提價是基於整體投入成本較前一個月上升。產出價格自 2009 年 11 月以來升勢持續。

整體投入成本指數

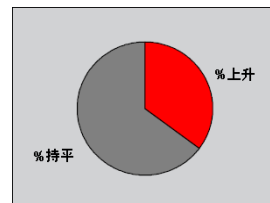
問：請將貴公司本月整體的平均投入品價格與上月比較



6 月份，整體成本通脹自 2 月以來首現放緩。但近 34% 的受訪機構表示，與前一個調查期相比，平均投入價格有所上升，成本通脹率依然強勁。最新調查資料顯示，平均成本的最新升幅，是由採購價格與工資皆有增加所引致。

投入成本（採購價格）指數

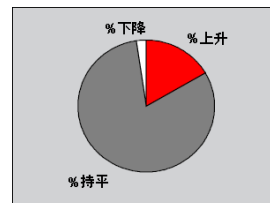
問：請將貴公司本月的採購價格（按數量加權後）與上月比較



6 月份經季節性調整採購價格指數雖低於 5 月份的水平，但仍遠高於 50.0 的持平線，顯示投入品的平均價格升幅顯著。調查資料顯示，採購價格的最新升幅，主要由於多種原材料的價格皆有上升。過去兩年，材料的平均價格持續攀升。

投入成本（薪酬成本）指數

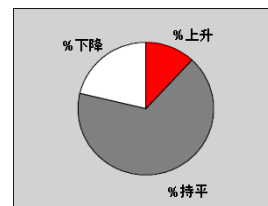
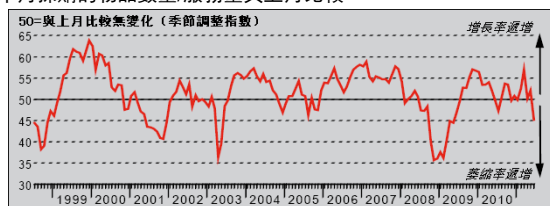
問：請將貴公司本月支付的平均薪酬成本與上月比較



最近實施的最低工資法例，繼續影響香港私營經濟，6 月份的平均工資進一步攀升。工資增幅雖自 5 月以來有所減緩，但幅度依然顯著。香港勞動市場自 2009 年 8 月一直受惠於工資上漲，僱員平均薪酬在此期間持續上升。

採購數量指數

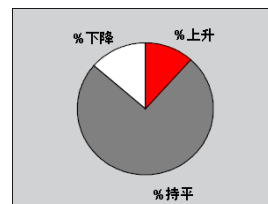
問：請將貴公司本月採購的物品數量/服務量與上月比較



6月份，香港企業的採購活動自1月以來首次減少。投入品採購量之按月減幅更屬強勁，且幅度是2009年5月以來最大。根據受訪機構表示，縮減採購活動主要由於新接訂單量較上月下降。

採購庫存指數

問：請將貴公司採購庫存與上月比較



直至6月份，香港企業的採購庫存連降3個月，但降幅只屬輕微，且降速乃近3個月來最慢。根據最新調查資料，企業提升生產水平，並減購投入品，是導致生產庫存下降的原因。

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)

美國供應商管理協會調查指數連跌3個月，5月份經季節性調整的採購經理指數降至53.5，乃2009年9月以來最低。最新指數顯示，美國製造商的整體經營環境改善程度僅屬溫和。

歐元區採購經理指數

50 = 與上月比較無變化



數據來源：Markit

5月份，經季節性調整的Markit歐元區採購經理指數從4月份的58.0下降至54.6，此為2010年10月以來歐元區製造業經營狀況改善程度最小的一個月。

中國採購經理指數

50 = 與上月比較無變化



數據來源：HSBC; Markit

5月份滙豐中國製造業採購經理指數，經季節性調整後為51.6，低於3月和4月的51.8，也是本項指數自2010年7月以來之最低水平。最新指數顯示，中國製造業整體經營環境的改善程度僅屬溫和。

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™ (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。