

滙豐香港採購經理指數(PMI®)

2月份私營企業產出增加，惟增速為5個月來最弱

主要調查結果：

- 產出及新訂單數均錄得溫和增長
- 就業人數繼1月份下跌後於2月份微升
- 投入價格通脹率為4個月來最低

2月份，香港私營經濟的整體增長放緩，增速降至4個月來最低。產出及新訂單數雖較1月份有所增長，但增幅僅屬溫和。有受訪企業認為，增長與市況好轉及贏得新客戶有關，因而有意增聘人手。雖然新創職位增速輕微，但已扭轉企業上月削減職位的情況。價格方面，投入成本漲幅溫和，通脹率升速為去年10月以來最慢。

2月份經季節性調整的滙豐香港採購經理指數(PMI®)高於50.0的持平指標，反映香港私營經濟進一步增長；惟指數值為51.2，低於1月份的52.5，增速為2012年10月以來最弱。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。

2月份，香港私營企業的新業務量有所增加，延續4個月以來的升勢；但增速卻是目前上升周期內最慢，某程度反映從中國內地取得的新訂單量回落。受訪企業普遍認為新業務量上升與贏得新客戶和市況改善有關。

企業的產出量在最近一個調查期內進一步上

升，與新業務量的升勢相符。儘管如此，企業的經營活動量增長卻有所放緩，增長率降至5個月來最低。另一方面，未完成業務量連續第二個月上升，但幅度輕微。

2月份，受訪企業投入品採購量上升，反映產出需求增加。有關採購亦作儲備用途，因此投入品庫存水平亦見上升，但2月份的最新增幅仍遠遠低於1月份錄得的5年高位。

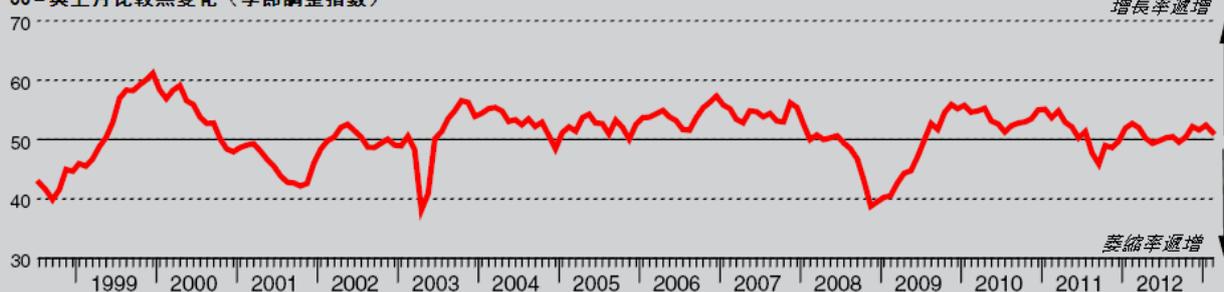
供應商於2月份的供貨耗時進一步延長，表現倒退幅度為2011年4月以來最大。

2月份，私營企業的投入成本繼續攀升；採購價格與僱員薪酬雙雙上漲，其中以後者的增幅較為顯著。投入成本的漲速整體上可謂溫和；若單從過去4個月來看，則以2月份最慢。

在最近一個調查期內，香港私營企業調高銷售價格，從而將成本上漲壓力轉嫁給客戶。產出價格已連升5個月，但最新漲幅尚算輕微，為現時上升周期內最小。

滙豐香港採購經理指數(PMI®)

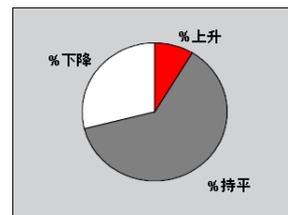
50 = 與上月比較無變化 (季節調整指數)



滙豐香港採購經理指數(PMI)是概括展示香港整體經濟狀況的綜合指標。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

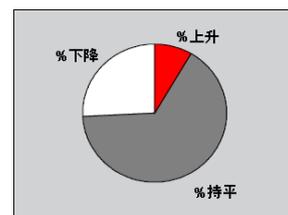
問：請將本月生產/產出與上月比較



經季節性因素調整後，2 月份香港私營企業產出連續第 5 個月錄得增長。受訪企業普遍認為經營活動量增加與取得更多銷售訂單有關。儘管如此，產出的最新升幅僅屬溫和，幅度為目前擴張期內最小。按月比較，2 月份的產出指數降幅為一年半以來最大。

新訂單指數

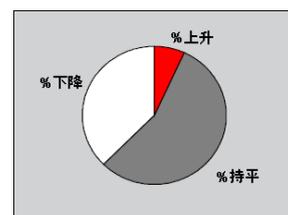
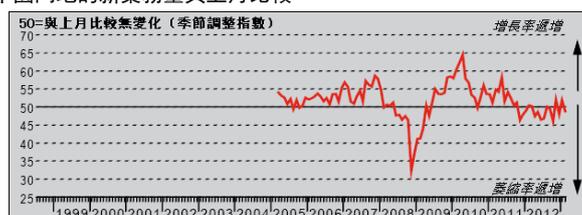
問：請將本月接獲的新訂單量/新增業務量與上月比較



2 月份經季節性調整的新訂單指數高於 50.0 的持平指標，反映香港私營企業的新增業務量上升。若干受訪企業將此歸因於贏得更多新客戶，亦有其他受訪企業表示是由於市況好轉；但指數值降至 4 個月來低位，反映新業務量的增幅僅屬溫和。

新訂單指數 (來自中國內地)

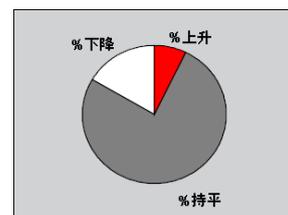
問：請將本月來自中國內地的新業務量與上月比較



2 月份，香港私營企業從內地取得的新業務量有所下降 (1 月份則有增加)。約 38% 受訪企業報稱其內地新訂單減少 (另有 7% 則錄得增長)，整體降幅溫和。

積壓工作指數

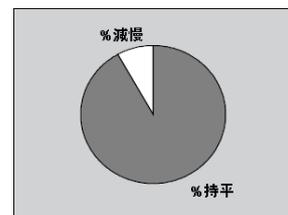
問：請將貴公司本月的未完成業務量與上月比較



2 月份，受訪企業的未完成業務量連續兩個月上升。根據調查資料顯示，企業的積壓工作持續累積主要與近期的新訂單增長有關；但有關增幅只屬輕微，而增速亦已較 1 個月前放緩。

供應商供貨時間指數

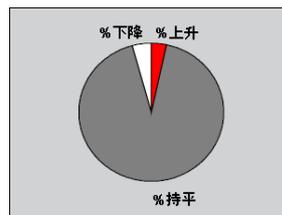
問：請將貴公司本月的供應商供貨時間 (按數量加權後) 與上月比較



投入品的供貨時間在 2 月份進一步延長，經季節性調整的供貨時間指數繼續低於 50.0 的持平指標；指數值更降至 2011 年 4 月以來最低水平，反映在最近一個調查期內，供應商供貨耗時更長，延誤程度顯著，而數字亦高於歷次調查的長期平均值。

就業指數

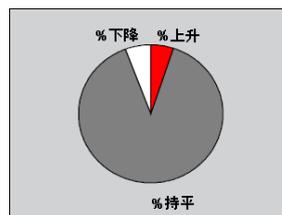
問：請將貴公司本月的就業人數與上月比較



2月份，香港私營企業的就業人數有所增加。綜觀過去5個月，其中4個月就業數字均見上升；新創職位增速則僅屬輕微，大致跟隨歷次調查的長期平均走勢。增聘人手的受訪企業普遍表示，此與產出需求增加以及機構近期進行重組有關。

銷售價格指數

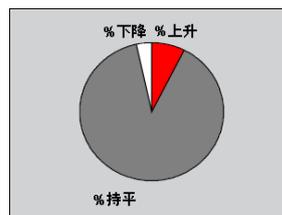
問：請將貴公司本月的平均銷售價格與上月比較



截至2月份，私營企業的平均銷售價格已連續5個月上漲。儘管如此，最新的產出價格升幅尚屬輕微，且為當前上升周期最弱。最近一個調查期內曾經提價的受訪企業普遍表示，加價是為了將成本增幅壓力轉嫁給客戶。

整體投入成本指數

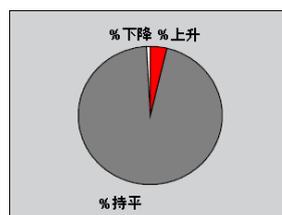
問：請將貴公司本月整體的平均投入品價格與上月比較



2月份經季節性調整的投入成本指數維持高於50.0的持平指標，顯示投入品的平均價格支出進一步上升。約7%受訪企業報稱其投入成本上升（另少於4%則錄得減幅），月內採購價格和員工薪酬均告上漲。整體通脹率升速溫和，但為最近4個月以來最慢。

投入成本（採購價格）指數

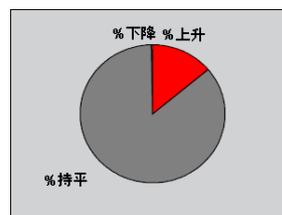
問：請將貴公司本月的採購價格（按數量加權後）與上月比較



2月份，香港私營企業的採購成本持續增加，此升勢始於去年8月，至今每月均錄得升幅。原材料價格上升，是數家受訪企業最常指出的原因，也有若干受訪企業認為受不利的匯率因素影響。月內整體採購價格升幅溫和，但為最近6個月來最弱。

投入成本（薪酬成本）指數

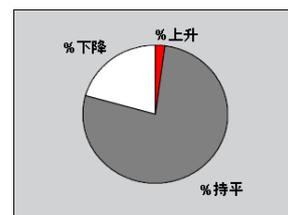
問：請將貴公司本月支付的平均薪酬成本與上月比較



2月份，經季節性調整的薪酬成本指數顯示，香港私營企業的薪酬成本出現強勁的月度升幅，指數值升至2011年7月以來最高水平。約14%受訪企業在最近一個調查期內錄得較高的薪酬支出，僅不足1%錄得減幅。

採購數量指數

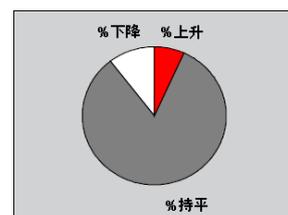
問：請將貴公司本月採購的物品數量/服務量與上月比較



2月份，香港私營企業的投入品採購量增加。採購量現已連續3個月上升，惟最新整體增速輕微，較1月份的10個月高位為低。增加投入品採購的受訪企業認為，增購主要與產出需求上升有關。

採購庫存指數

問：請將貴公司採購庫存與上月比較



經季節性因素調整後，2月份香港私營企業的投入品庫存量連續8個月增加。增速屬溫和，並遠低於1月份的5年高位。據受訪企業提供的資料顯示，採購量上升反映企業新增的庫存儲備需求。

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)

1月份美國製造業供應商管理協會採購經理指數上升至53.1(12月份為50.2)，顯示美國製造業連續第二個月出現擴張；而增速為9個月以來最快。非製造業自2010年1月以來每月均錄得增長，儘管2013年初之增速稍有放緩，指數從2012年12月份的55.7微降至55.2。

歐元區採購經理指數



數據來源：Markit

1月份Markit歐元區綜合產出指數為48.6，高於12月份的47.2，是10個月來之最高水平。雖然歐元區私營經濟的產出再有下降，但降速已連續3個月減緩。不論是製造業的生產還是服務業的經營活動量，兩者之降速皆減至去年3月以來最低。

中國採購經理指數



數據來源：HSBC; Markit

1月份滙豐中國綜合採購經理指數為53.5，高於12月份的51.8。數據顯示企業活動量進一步擴張，綜合產出水平連續5個月上升；最新錄得的擴張幅度穩健，增速亦為兩年來最快。

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布，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、發布或傳輸等)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。