

標普全球香港特區採購經理指數 (PMI™)

私營經濟於新一年重拾增長

要點歸納

防疫措施陸續放寬，市場需求回勇

成本通脹雖減慢，產出售價卻飆高

商業信心增強至歷史新高

香港特區私營經濟於 2023 開年即重納升軌。防疫限制進一步放寬，不但刺激了市場需求，也促進了企業營運，提振經營信心至歷史新高，進而令業者擴充人手、積極採購，以期應對訂單增長與預期的產出需要。有見於需求好轉，企業於 1 月將更大的成本升幅轉嫁客戶。

作為單一綜合指標，標普全球 1 月香港特區採購經理指數 (PMI™) 經季節調整後，從 12 月的 49.6 上升至 51.2，顯示 PMI 指數於 2023 伊始重上 50 持平線，標誌香港特區私營經濟自 2022 年 8 月以來首次增長。

中國內地與香港特區放寬防疫政策，帶動訂單需求於 1 月重拾增長，有關升幅創去年 7 月以來最佳。出口貿易方面，計及從內地新接的訂單，都重見起色。

由於需求回勇，企業於 1 月再度增產，擴張步伐穩健，因此積壓工作量在年初由負轉正，情況與先前 5 個月迥然不同。

企業憧憬未來經濟向好，經營信心衝至歷史新高。為配合訂單增長、預期銷情進一步暢旺，業者於 1 月更積極採購，其庫存水平也因而提高。

1 月份訂單與產量增長，惠及就業水平向上，升幅雖然溫和，但卻是去年 6 月以來最佳。

隨着防疫措施及出入境限制放寬，供應商的供貨表現進一步好轉。目前，交貨期已連續三月縮短，改善幅度為 2021 年 4 月以來最佳。

(續下頁)

標普全球香港特區採購經理指數 (PMI)

>50 = 較上月好轉 (經季節調整)



資料來源: 標普全球

調查數據於 2023 年 1 月 12 - 26 日收集

點評

關於最新調查結果，標普全球市場財智經濟研究部副總監 Jingyi Pan 表示：

「中國內地與香港特區放寬防疫限制之後，都在新一年伊始振興了增長，因此最新標普全球香港特區 PMI 預示經濟出現良好的轉機。

市場對香港特區商品及服務的需求明顯回升，推動了私營企業擴張業務、積極採購，以及增聘人手。經營信心飆至歷史新高，進一步勾勒了業者對近期業績好轉的預期。從供應商月內縮短了供貨時間來看，供應鏈壓力已見紓緩，這對香港特區私營企業而言，也是一大喜訊。

不過，產出售價通脹超越了投入成本升幅，顯示定價權正移入私營企業手裏，意味價格壓力已向客戶進一步傾斜，這個情況到底對客戶需求有多大影響，值得在未來數月多加觀察。」

不過，整體投入成本持續上漲，雖然通脹率已回落至 3 個月最低，但價格壓力仍未紓緩。工資增長與採購價格的升幅並不一致，前者呈 9 年多以來最高，後者則是 2020 年 11 月以來最低。企業隨需求增加而擁有更大的定價能力，因此在 1 月更大刀闊斧地將原材料、運輸及工資成本，轉嫁客戶身上，這從產出價格升幅呈 2011 年 7 月以來最大可見。



資料來源：標普全球、香港特區政府統計處

聯絡方式

Jingyi Pan
標普全球市場財智
經濟研究部副總監
電話：+65-6439-6022
jingyi.pan@spglobal.com

SungHa Park
標普全球市場財智
企業傳訊部
電話：+82-2-6001-3128
sungha.park@spglobal.com

倘閣下不欲收取來自標普全球的新聞稿，請以電郵通知 katherine.smith@spglobal.com。有關我們的私隱政策，請查閱 此處。

資料及展示方法

《標普全球香港特區採購經理指數》每月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。受訪對象來自香港大約 400 家企業機構，全都經過仔細篩選，按具體產業和公司規模予以分層抽樣，當中涵蓋製造業、建造業、批發業、零售業、服務業等不同範疇。調研數據於 1998 年 7 月開始收集。

調查問卷於每月中旬以後回收，根據問卷收集的回覆，計算當月對比上月的變化。每項調查指標，皆以擴散指數的形式計算。在每個單項指數中，選答「上升」的樣本比例，加上半數選答「相同」的樣本比例，兩者之和為該項指數值。指數值介乎 0 與 100 之間：高於 50，表明較上月整體上升；低於 50，表明整體下跌。其後，指數值還將按季節因素進行調整。

當中最重要數據是「採購經理指數 (PMI™)」。PMI 乃以下五個單項指數的加權平均值：新訂單 (30%)、產出 (25%)、就業人數 (20%)、供應商交期 (15%)、採購庫存 (10%)；其中供應商交期指數作反向計算，使其可比性與其他指標一致。

主要調查資料一經發布後不再作任何修訂，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。

關於 PMI 調研方法的詳細資訊，敬請聯絡 economics@ihsmarkit.com。

聲明

本報告內有關數據之知識產權屬標普全球 (S&P Global) 所有或獲許使用。未經標普全球同意，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) 使用本報告中出現的資料。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，標普全球概不負責。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，標普全球概不負責。Purchasing Managers' Index™ 和 PMI™ 是 Markit Economics Limited 之註冊商標，或 Markit Economics Limited 和/或其關聯公司獲許使用之商標。

本文內容由標普全球市場財智 (S&P Global Market Intelligence) 發布，並非由標普全球 (S&P Global) 另外管理之標普全球評級 (S&P Global Ratings) 發布。未經有關方面的書面同意，不得以任何形式複製本文中包括評級在內的任何訊息、數據或材料 (「內容」)。關於本文內容的準確性、充分性、完整性、適時性、可用性，以及無論出於任何原因而致之任何錯誤或遺漏 (不論疏忽與否)，或因使用本文內容而引發的任何後果，則有關方面、其關聯公司與供應者 (「內容供應者」) 皆不能保證，也概不負責。關於使用本文任何內容的任何損壞、費用、開支、法律費用、損失 (包括收入損失、利潤損失，以及機會成本)，內容供應者一律概不負責。