

# 標普全球香港特區PMI®

## 3月商業景氣8個月首次轉弱

2026年3月

新增訂單由升轉跌，企業減產

投入成本與銷售價格升幅減慢

前景尚未明朗，商業信心削弱

中東戰火衝擊市場需求，產出與新增業務同時縮減，香港3月營商景氣轉差。

整體投入成本與銷售價格的升幅減慢，通脹壓力隨之降溫，但因預期供應商可能大幅加價，企業於是積極採購，繼而推高了庫存水平。就業人數增加，有助減輕積壓；不過，業者對中東戰火的影響表示憂慮，因此對未來一年生產更加看淡。

作為單一綜合指標，標普全球3月香港特區採購經理指數(PMI®)經季節調整後，從上月53.3的35個月高位，下滑至低於50持平線的49.3，反映商業景氣重回緊縮區間，幅度雖然輕微，卻是去年8月以來首次轉弱。

3月PMI指數下滑，多少反映企業的新增訂單減少，跌幅為9個月以來最大，整體不但顯著，還扭轉了連續5個月的強勁擴張期。受訪業者透露，中東戰事衝擊消費信心、股市表現和客戶消費意願，進而影響銷情。至於3月的出口貿易，其跌幅亦見相若，把持續4個月的擴張期劃上句號。不過，來自中國的訂單需求卻反向而行，目前已連升6個月，惟升幅放緩，整體僅算溫和。

隨着需求轉弱，企業於是轉勢減產，業務跌幅雖然溫和，但就結束去年8月以來的升勢。

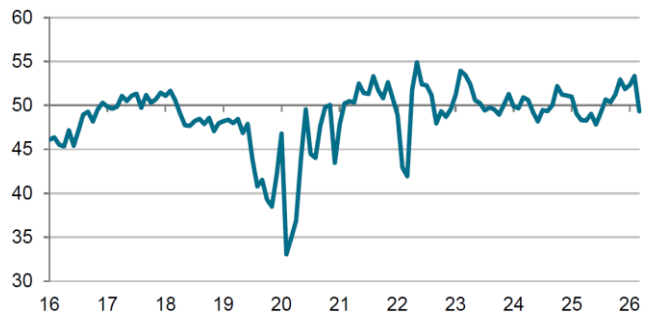
產出和新增訂單皆在3月緊縮，惟企業再度擴充人手，就業增長溫和，差不多兩年最大。受訪公司通常指出，為應付近期新接的訂單而增聘僱員。在此情況下，業務積壓減少，乃自去年12月以來首次。

3月的採購活動較上月頻繁，擴張速度為3年以來最快，有關升幅多少與公司開展嶄新項目，以及連續多月的訂單增長有關，但也有多家企業表示，因預期供應商大幅加價，所以添購物料。與此同時，採購庫存的累積幅度為9個月以來最大。至於供應商的交付表現，則有輕微改善，與2月延遲供貨的情況不同。

(續下頁)

標普全球香港特區 PMI

指數 (經季節調整)>50 = 較上月好轉



調查數據於2026年3月12-26日收集

資料來源：標普全球 PMI。©2026年，版權屬標普全球所有

### 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 Annabel Fiddes 表示：

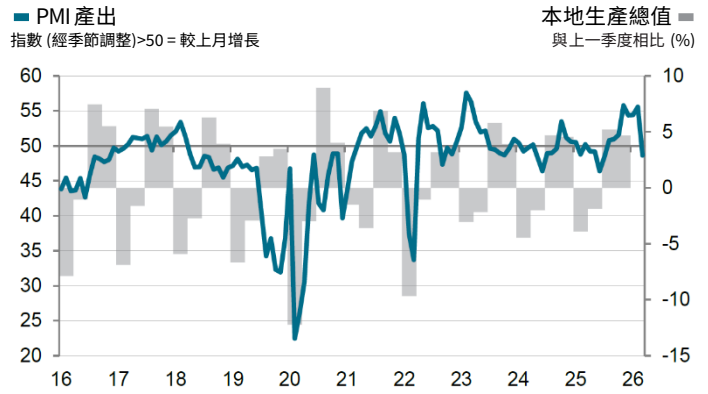
「企業反映，中東戰火衝擊市場需求，因此香港私營企業3月的產出和新增訂單同時緊縮，有別於今年首兩月的穩健增長。受訪業者透露，客戶信心和消費力道減弱，造成本地與出口的訂單需求受壓，幸來自中國內地的銷售，尚持續擴張。

另一值得鼓舞的是，通脹壓力持續降溫，特別是採購價格，就更加如是。不過，戰爭有可能干擾市場和供應鏈運作，而多家企業預計供應商將會加價，於是在3月大幅增加採購，進一步補充庫存。此外，上月處於反彈轉角位的商業信心，卻因企業預測客戶需求將於未來數月疲弱，故於3月潛入更深的緊縮區間。」

調查數據反映，私營企業面對的通脹壓力進一步舒緩。值得注意的是，整體成本升幅放緩至去年9月以來最小，而基礎數據也顯示，採購價格的升幅回落至7個月低位，惟員工成本增長則比上月擴大，整體尚算溫和。

私營企業在3月將售價的調整步伐減慢，走勢與整體成本相符，而加幅也是5個月以來最小。不少企業表示，由於競爭激烈，因此加價空間有限。

在評估未來一年業務時，企業比上月更加看淡。值得注意的是，3月的悲觀情緒自去年7月以來最差，多家受訪公司認為，中東戰火對全球造成影響。



資料來源：標普全球 PMI、香港特區政府統計處

©2026年，版權屬標普全球所有

## 聯絡方式

Annabel Fiddes  
標普全球市場財智  
經濟研究部副總監  
電話：+44-1491-461-010  
annabel.fiddes@spglobal.com

Eri Amano  
亞太區傳訊部高級經理  
電話：+81 (0) 80 3714 7658  
eri.amano@spglobal.com  
press.mi@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 [press.mi@spglobal.com](mailto:press.mi@spglobal.com)。  
有關我們的隱私政策，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 (PMI®)》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 8 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%)、供應商供貨時間 (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。

有關 PMI 報告的調查方法，敬請聯絡 [economics@spglobal.com](mailto:economics@spglobal.com)。

## 免責聲明

本報告內有關數據之知識產權屬標普全球 (S&P Global) 及/或其關聯公司所有或獲許使用。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數據。對於本文所包含的內容或資訊 (「數據」)，或數據中的任何錯誤、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。對於因使用本文數據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 S&P Global Inc 的註冊商標或授權 S&P Global Inc 及/或其關聯公司使用。

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。關乎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。