

標普全球香港特區採購經理指數 (PMI™)

新冠確診飆升，8月份私營經濟增長放緩

要點歸納

確診個案激增...

...8月產出與新訂單俱減慢增長

企業情緒由好轉淡

香港特區私營經濟於第三季度中段持續擴張，但8月份增長屬擴張期內最慢。近期新冠確診飆升，導致市場需求放緩，整體增長回軟；因此8月數據顯示，產量與新訂單量的升幅同時減慢，就業進一步減少；對於未來一年的經營前景，業者再度由好轉淡。

價格方面，企業的投入成本持續攀升；而為抵消成本上漲，業者提高貨品與服務的售價，藉以將成本升幅轉嫁客戶，且漲速高於上月。

8月份標普全球香港特區採購經理指數 (PMI™) 經季節調整後，由上月的52.3降至51.2，反映私營經濟連續五月高於50持平線，整體營商環境進一步好轉，惟縱觀近期升勢，8月增長率屬於最慢。

企業8月新接的訂單較上月增多，但升速卻是期內最慢。調查資料透露，近期新冠確診激增，衝擊了個別行業的整體需求；但亦有公司表示於數據收集期間，新增業務受惠於相對寬鬆的防疫政策。符合上述情況，企業的整體產出量連續第五個月增加，但增長率卻是4月份以來最低。綜合而言，有企業繼續因訂單增多而擴張生產，但同時有公司備受疫情影響。

8月份數據反映，外貿需求持續萎縮，而來自中國內地的業務量也沒有例外；惟緊縮率分別轉緩至3個月及10個月，屬期內最溫和。

此外，整體需求向好，帶動了企業的採購活動，並推高庫存水平至11個月新高。

8月的就業水平已連跌兩月，與2020年12月上一個跌幅高

(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2022年8月12-25日收集

點評

關於最新調查結果，標普全球市場財智經濟學家 Laura Denman 表示：

「近期新冠確診激增，着實對香港特區私營經濟構成下行風險。從8月新增訂單減慢擴張來看，市場需求已然受到影響，但適值調查期間防疫限制並未生變，因此企業還能保住業務增長。

任何防疫收緊都可能進一步削弱訂單需求，企業顯然面臨確診飆升的風險。目前出口以至銷往中國內地的訂單量同時萎縮，反映市場正由本地主導，因此疫情的進展令人擔憂。事實上，業者8月對前景的看法由好轉淡，至少有部分緣於對疫情憂慮。」

位看齊。受訪業者表示，為降低成本而減聘人手。8月數據也顯示，企業積壓的工作量重現跌勢。

就價格而言，目前投入成本的通脹期已超逾兩年，但由於員工成本和採購成本的升勢同時減慢，因此整體通脹率略有放緩。從企業進一步提高產出價格來看，公司繼續將成本升幅轉嫁客戶，加價幅度也高於上月。

8月數據還透露了供應鏈步向穩定。雖然供應商表現連續16個月倒退，但卻是去年12月以來最溫和。

至於營商情緒，香港特區私營企業再度由好轉淡。業者普遍憂慮新冠疫情復熾，以及全球經濟轉差。



資料來源：標普全球、香港特區政府統計處

聯絡方式

Laura Denman
標普全球市場財智
經濟學家
電話：+44-134-432-7221
laura.denman@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。