

標普全球香港特區採購經理指數 (PMI™)

私營經濟萎縮於年底減緩

要點歸納

需求雖疲弱，企業反增產

成本壓力持續

12 月樂觀情緒升溫

香港特區私營經濟的下滑幅度於 2022 年最後一月放緩。隨着防疫政策進一步鬆綁，企業 4 個月以來首次增產，但礙於本土及海外市場的需求依然疲弱，因此繼續縮減採購和庫存量。整體價格壓力維持顯著，不過商業信心於年底已彈升至 8 個月高位。

作為單一綜合指標，標普全球 12 月香港特區採購經理指數 (PMI™) 經季調後，從 11 月的 48.7 升至 49.6，連續四月低於 50 持平線，反映香港特區私營經濟進一步收縮，但跌幅不大。

受惠於防疫限制放寬，私營企業 12 月的生產活動轉趨活躍，連帶供應商表現亦見改善。整體而言，增產幅度雖然輕微，卻是 8 月份以來首見。

不過，市場需求依然疲弱，在經濟轉差的情況下，企業新接的訂單量較上月減少。受訪業者透露，來自中國內地的訂單受疫情拖累，而海外市場也因全球經濟疲弱而廣泛受壓。

有見及此，私營企業繼上月小幅增購投入品後，掉頭於 12 月縮減採購。為應對目前的經濟環境，公司普遍去化庫存，因此投入品存貨量亦見減少。

12 月的就業水平較上月微升，與企業小幅增產一致。

另一方面，產出與新訂單走勢背馳，反映企業着手清理手頭未完成的業務，因此積壓工作量呈 3 月份以來最大的耗竭率。

私營企業承受的價格壓力繼續加劇，投入成本的通脹率呈 9 個月以來最急。不論採購成本 (包括原材料、運輸成本在

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 12 月 6 - 20 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：

「標普全球最新香港特區採購經理指數顯示，隨着防疫限制進一步放寬，多項指數於 12 月陸續改善，包括私營經濟自 8 月以來首次增產、供應商表現再度好轉等。

但從出口訂單跌幅錄全年高位來看，反映外圍環境對香港特區私營企業仍具挑戰。即使防疫已見放寬，但來自中國內地的訂單需求，似乎卻還受疫情困擾。

不過，產出預期指數透露，整體的商業信心已於 2022 年底恢復。骨節眼在於需求重回升軌，為香港特區經濟帶來更多積極變化。標普全球市場財智預測，香港特區繼 2022 萎縮 3.0% 後，可望於來年增長 2.8%。」

(續下頁)

內), 還是薪酬成本, 都於 2022 年底推高整體投入成本。為減輕負擔, 公司藉加價將成本升幅轉嫁客戶, 導致 12 月產出的銷售價格向上。

即使客戶需求疲弱、價格壓力未減, 但香港特區私營經濟的商業情緒維持樂觀。企業普遍期望, 經濟環境將隨防疫鬆綁而好轉, 商業信心進一步增強至 8 個月高位, 頗高於 2012 年 4 月調查歷史以來的平均值。



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。