

需求收縮內地製造業PMI降至49.4

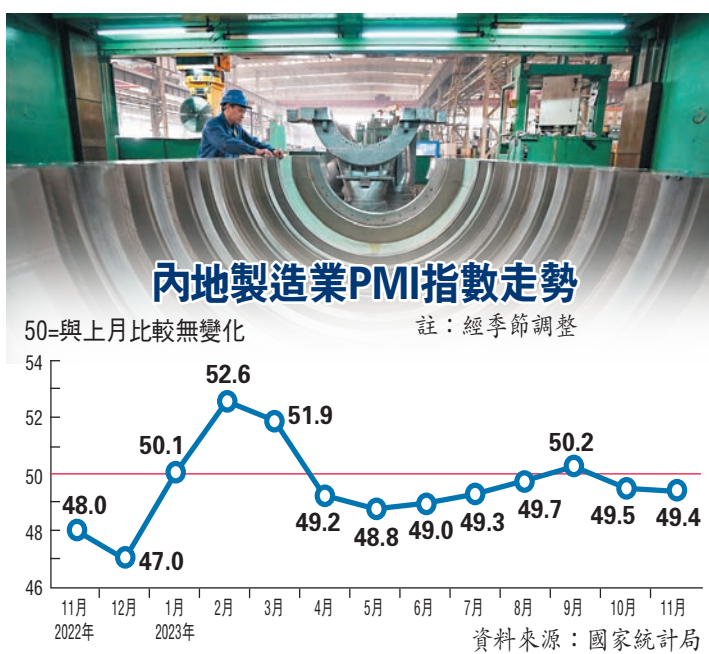
隨着部分製造業行業進入傳統淡季，疊加市場需求不足等因素的影響，內地製造業景氣繼續下降。國家統計局昨公布數據顯示，11月製造業採購經理指數（PMI）降至49.4，低於10月0.1個百分點；與此同時，當月服務業PMI年內首現收縮。專家表示，11月PMI指數繼續小幅回落低於榮枯線，需求收縮問題突出，建議大力增強積極財政政策對政府投資的支持力度，帶動企業投資和消費回暖。

◆香港文匯報記者海嵐 北京報道

統計局數據還顯示，11月非製造業商務活動指數（非製造業PMI）下降0.4個百分點至50.2，為年內新低。兩大行業PMI同時回落，拖累當月綜合PMI產出指數下滑0.3個百分點至50.4，顯示企業生產經營活動維持擴張但速度放緩。

大型企業PMI連續六個月擴張

分項指數看，11月製造業生產指數、新訂單指數分別下降0.2個百分點、0.1個百分點至50.7和49.4，顯示供給擴張速度放緩，需求持續收縮。外需持續疲弱，新出口訂單指數連續兩個月在收縮區間下滑，11月較10月回落0.5個百分點至46.3。



不同行業表現分化。國家統計局服務業調查中心高級統計師趙慶河表示，新動能增長較快，11月高技術製造業、裝備製造業PMI分別上升2.0及0.9個百分點至51.2、51.6，高耗能行業PMI為47.3，景氣水平回落。不同規模企業表現也在分化，大型企業PMI下降0.2個百分點至50.5，連續六個月維持擴張；中型企業PMI回升0.1個百分點至48.8，小型企業PMI回落0.1個百分點至47.8。

隨着生產放緩、需求轉弱，製造業就業指數繼續低於臨界點；部分大宗商品價格回落，市場需求不振，影響主要原材料購進價格指數下降1.9個百分點至50.7，為下半年來最低；出廠價格指數抬升

0.5個百分點至48.2，仍位於收縮區間，製造業企業利潤依然承壓。

服務業商務活動重回收縮區間

非製造業擴張速度也繼續放緩。受假期效應消退等因素影響，服務業商務活動指數環比跌0.8個百分點至49.3，年內首次落入收縮區間。不過，11月製造業、服務業和建築業預期均有所提升，其中製造業生產經營活動預期指數微升0.2個百分點至55.8，為3月以來最高，反映企業對市場前景總體較樂觀。

國務院發展研究中心宏觀部研究員、中國物流與採購聯合會特約分析師張立群表示，製造業新訂單指數低於榮枯線且小幅下降，反映需求不足的企業佔比達到60.55%，高於10月，需求收縮問題更為突出，是企業生產和採購意願不足的主因。生產指數較10月下降，表明多數企業特別是小微企業訂單不足、產品銷售困難突出。由此導致的資金循環不暢、債務關係緊張等，也是金融風險加大的重要原因。建議大力增強積極財政政策對政府投資的支持力度，提高政府在基礎設施等公共產品方面的投資建設能力，增加相關企業訂單，並通過產業鏈對企業生產投資產生廣泛帶動，促進企業增強生產投資意願，以對沖需求收縮力量。

專家料快有新政策提振經濟

國盛證券首席經濟學家熊國指出，PMI連續兩個月回落且處於收縮區間，疊加新建商品房銷售再度走弱，指向經濟景氣水平有所回落。12月PMI料繼續季節性回落，今年年底預計仍會有增量財政貨幣政策推出，包括降準降息、提前下達專項債額度等。

港股連跌4個月 料沽壓未完

香港文匯報訊（記者 岑健樂、章蕓蘭）港股於11月最後一個交易日表現反覆，恒指全日高低波幅只有205點，最終收報17,042點，升49點或0.29%，成交逾1,391億元；國指收報5,857點，升38點或0.66%；恒生科指收報3,899點，跌10點或0.27%。回顧11月，恒指全月累跌70點或0.41%，連跌4個月；國指則累跌0.07%，恒生科指累升3.74%。

科指月漲3.7% 跑贏大市

金利豐證券研究部執行董事黃德凡對香港文匯報表示，雖然中植集團財務危機影響投資信心，不過環球多國央行加息周期已接近尾聲，因此他預期港股大跌的可能性不大，預期16,500點至16,800點仍然是恒指的重要支持位。

香港股票分析師協會副主席郭思治則認為，走勢上大市已開始進入反覆尋底之弱態中，相對今年1月27日高位22,700點計，即年內大市在高低後形態主導下，今年大市波幅已稍擴至5,837點，此波幅相對過去3年計仍偏小，故相信踏入12月後，沽壓仍主導大局，大市或會再進一步往下尋年內新低，對12月大市發展頗不利。他指出，大市能否止跌回穩，技術上仍需視乎主要恒指成份股之表現而定。

北證50指數11月狂飆28%

至於A股方面，因製造業PMI不及預期，股市昨呈窄幅震盪。滬綜指收報3,029點，漲7點或0.26%；深成指收報9,726點，跌17點或0.18%；創業板指收報1,922點，漲4點或0.24%。兩市共成交7,735億元人民幣，但北向資金錄得淨流入85億元人民幣。整個11月，滬綜指累升0.36%，月線止步三連跌。不過，深成指、創業板指月內累跌1.39%、2.32%，連續4個月下挫。北證50指數是當月大贏家，累計狂飆27.54%。

前11個月內地TOP100房企銷售額降15%

香港文匯報訊（記者王珏 北京報道）中指研究院昨發布《2023年1-11月中國房地產企業銷售業績排行榜》，數據顯示，今年前11個月內地TOP100房企銷售總額為57,379.0億元（人民幣，下同），同比下降14.7%，降幅比前10月擴大1.6個百分點。銷售額超十億房企16家，較去年同期減少3家，百

億房企108家，較去年同期減少10家。今年前11個月，各陣營房企銷售額均有所下降。其中，TOP10房企銷售額均值为2,523.7億元，同比下降9.3%；TOP11-30房企銷售額均值779.2億元，下降14.6%；TOP31-50房企銷售額均值379.5億元，下降17.7%；TOP51-100房企銷售額均值179.4億

特刊

1984年，新興縣一家農機廠和港商合作，以「三來一補」的方式，合資在廠內設一生產車間，生產一些簡單的不銹鋼製品用作出口外銷，開啓了雲浮新興一段不銹鋼產業快速發展的傳奇。經過近40年時間的發展，不銹鋼餐廚具產業作為新興縣的特色產業，一邊加快推動不銹鋼餐廚具、鋁製品、先進裝備製造三大百億產業集群和雲浮市打造千億級金屬製造產業集群建設，一邊主動搶抓RCEP新機遇，積極利用平台的渠道、信息、研究等優勢，優化產業在RCEP成員國的進出口布局，奮力在RCEP的「新賽道」上再創新輝煌。



◆新興縣不銹鋼參加第134屆廣交會。

◆新興縣凌豐不銹鋼製品有限公司生產車間。

RCEP 助力出海

擦亮「新興智造」不銹鋼金招牌

不銹鋼餐廚具行業是新興縣乃至雲浮市的支柱產業。目前，雲浮全市共有不銹鋼製品及上下游配套生產企業100多家，主要集中在新興縣，年產值近100億元（人民幣，下同），稅利超10億元，解決勞動就業2萬多人，產品遠銷6大洲近200個國家和地區。據不完全統計，新興縣不銹鋼餐廚具製品在歐洲市場上佔比約45%，素有「中國廣東新興鍋」美譽。

新興縣不銹鋼產品的鋼材原料絕大部分為高質量的進口材料，生產設備、工藝水平、企業管理等均在國內外處於領先地位。主要骨幹企業都與內地相關高校、科研院所建立了產學研合作關係，並與行業協會建立了檢測中心，具有較強的自主設計、生產、檢測能力。目前，新興縣不銹鋼餐廚具產業擁有高新技術企業10家，國家級工業設計中心1家，省級企業技術中心4家，省級工程技術中心4家，市級工程技術中心4家，市級重點實驗室1家。

近年在人工智能等高科技加持下，新興不銹鋼企業充分發揮設計力量和創新優勢，加大新產品開發力度，不斷設計更多具有創新性、高性價比、高附加值的產品，形成具有市場競爭力的新興特色產品來滿足市場需求，搶佔市場主導權。這，也成為新興不銹鋼餐廚具練好「內功」、走向全球的重要「砒碼」之一。

尤其是2022年1月1日《區域全面經濟夥伴關係協定》（RCEP）正式生效以來，雲浮主動搶抓

RCEP新機遇，加強政策對接，優化營商環境，對標落實RCEP經貿規則，成立了RCEP不銹鋼（鋁制）餐廚具行業合作委員會，建立「線上+線下」多元化、多層次、立體式宣傳營銷網絡，擴大國際商務渠道，有效提高產業區域品牌知名度，實現貿易、投資創新性發展，靶向服務賦能企業加強與RCEP成員國的經貿合作，推動新興不銹鋼餐廚具產業進入新發展階段。

RCEP為新興帶來外貿新動力，尤其是在歐美行情遇「冷」的形勢下，RCEP成員國的訂單卻逆勢上揚，帶動外貿穩中有進。今年上半年，雲浮不銹鋼餐廚具出口RCEP成員國1.3億美元，同比增長34.1%；一季度出口RCEP成員國大幅增長72%，所佔比重從2022年的10.2%上升至22.2%，其中出口澳大利亞6720.1萬美元，增長905.5%。業內人士指出，RCEP一定程度上帶動了雲浮出口貿易的上升趨勢，為不銹鋼餐廚具企業帶來逆境中破「冰」前行的新機遇。

推動更高水平對外開放，既要「走」出去，也要「請」進來。戴上VR眼鏡，「穿越」到原始社會，看刀耕火種時期原始人類從生食趨向熟食的過程；站在全息劇場內，了解炊具進化以及中國歷史上與飲食文化有關的名畫和故事；沿着展櫃前進，從舊石器時代到近現代烹飪炊具類600多件藏品，將雲浮新興乃至整個廣東省不銹鋼餐廚具的發展歷史及蘊含其中的大國工匠精神展露無遺。

這是廣東省內唯一一間民間辦非企業廚具博物

館——歐德羅廚具博物館，融合「工業+旅遊」發展新模式，開發和建設優質的營銷渠道，提升市場品牌形象和銷售份額，打造外貿競爭的「新勢力」。該館自去年10月建成開館以來，以其優美的環境、豐富的館藏及展覽內容，成為新興縣城新的一處「網紅地標」，深度展現了新興不銹鋼餐廚具產業有關的工業文化，助力進一步擦亮「新興智造」地方特色品牌。

同時，雲浮（新興）首屆金屬製造產業暨不銹鋼餐廚具博覽會於11月8日在新興縣文化廣場開幕。博覽會主場館集中展示新興縣製造的最高端、最優質、最新穎的不銹鋼餐廚具，其產品代表着國內、

外領先的水平，參會人員除了國內同行與買家，還有近100多名來自RCEP和「一帶一路」國家及地區的嘉賓參加，有助於新興不銹鋼餐廚具企業進一步開拓RCEP市場。

新興不銹鋼企業還加大力度開拓貿易新形態，緊握直播電商、跨境電商的浪潮，擴大「新興智造」產品「出海」渠道；此外，新興不銹鋼龍頭企業萬事泰集團建成歐德羅廚具博物館，融合「工業+旅遊」發展新模式，開發和建設優質的營銷渠道，提升市場品牌形象和銷售份額，打造外貿競爭的「新勢力」。把握新機遇，搶灘新市場，新興不銹鋼餐廚具行業乘風揚帆，未來可期！



◆歐德羅廚具博物館。