

受惠內地強力振經濟 港上月PMI升至年半高

營商環境好轉 企業新接訂單回升

受到內地9月下旬推出連串提振經濟的「政策組合拳」鼓舞，香港及內地的領先指標——採購經理指數（PMI）都顯示營商情況進一步改善。標普全球昨公布，10月份香港PMI經季節調整後錄得52.2，高於9月的50，是一年半以來最高，反映營商環境於今年第四季初好轉，突破呆滯不前的局面。內地的財新中國通用服務業經營活動指數（服務業PMI）亦錄得52.0，高於9月1.7個百分點，為近3個月高點，顯示內地服務業景氣度回升。（內地「服務業PMI」見另稿）

●香港文匯報記者 莊程敏

●10月份香港PMI升至一年半最高，營商環境好轉。 中通社



標普全球報告指出，10月份香港PMI顯示本港私營經濟自5月以來首次好轉。報告提到，受訪業者普遍列舉中國內地推出刺激政策，以及旅遊轉旺等原因。來自內地與海外的業務亦繼第三季末萎縮後回復增長。受惠於中國內地與海外業務趨升，企業新接的訂單量回復增長，繼而擴充營運，並增加採購量，也儲備更多庫存。

景氣改善 業務營運再度活躍

行業數據顯示，10月以服務業的訂單增幅最為突出。由於新接訂單增多，企業於10月擴充了經營活動，並因應訂單升幅與增產幅度，而提高採購量，其升幅更是去年初以來最顯著。由於投入品大幅去化，因此企業積極儲備庫存。

標普全球市場財智經濟研究部副總監潘婧怡表示，許多業者提到中國內地推出刺激政策，為新訂單增長，包括來自內地的業務，帶來了鼓舞作用。隨着企業積極採購，並且儲備庫存，反映業務營運開始再度活躍，因此景氣改善，為香港特區播下增長的苗頭。

港企：聖誕訂單與去年相若

不過，她亦指出，即使悲觀程度已淡化至接

近一年最低，但營商情緒卻還未轉佳，而隨着成本通脹升溫，企業卻持續加以消化，因此也必須注視利潤壓力會否加重。

本港企業對前景亦有保留。眼鏡品牌BIG HORN創辦人及設計總監永成昨對香港文匯報指出，今年聖誕的訂單與去年相若，也是趨淡靜，較疫情前少約30%，主要是美國客傾向保守，因美國大選都帶來不明朗因素。他坦言：「目前香港的零售也不濟，很多商舖結業，其實美國情況也類同，商店街10間舖有6間都是空的。」

他表示對未來訂單前景僅審慎樂觀，「目前仍難言內地的內需會否好轉，同時亦需留意美國大選後公布的政策如何。」

製造及批發零售業成本急升

事實上，10月份香港PMI亦顯示港企繼續面對供應商表現倒退而造成的成本上升挑戰，並已持續3個月。受訪業者透露，供應商因貨源短缺、船期延誤，所以拖長了交付期。供應商表現

香港PMI重上擴張區間

>50=較上月好轉(經季節調整)



資料來源：標普全球PMI

倒退，造成運輸成本上漲，即使升幅有限，但加上採購價格飆升，以及工資增長，這些因素都推動整體投入成本持續向上，有關升幅更攀至3月以來最高，且略高於長期平均值。10月以製造業和批發及零售業的投入成本升幅最為急劇。

調查還指出，雖然成本上升，但港企寧願縮減售價升幅。調查資料顯示，多家公司沒有將成本負擔全部轉嫁客戶，反而選擇承受成本升幅，更有個別業者為提高銷售額而折價出售。有關情況源於企業在10月繼續看淡未來12個月的業務，即使業者對經濟前景的憂慮已經淡化，整體悲觀度因而減至接近一年最低，反映企業的整體信心仍未恢復。

內地服務業加快擴張 企業信心低位回升

香港文匯報訊 同樣受惠內地9月下旬推出連串提振經濟的「政策組合拳」鼓舞，10月財新中國通用服務業經營活動指數（服務業PMI）錄得52.0，高於9月1.7個百分點，為近3個月高點。相關調查指出，內地服務業回暖，主要受惠出口訂單錄得可觀增幅，為新業務總量的增長貢獻了一定份額。經營活動因此加速擴張，積壓工作也隨之上升。

財新服務業PMI升至3個月高

此前公布的10月財新中國製造業PMI錄得50.3，走高1.0個百分點，重新升至臨界點以上。財新中國製造業PMI及財新中國通用服務業PMI兩大行業景氣度上行，帶動了10月份財新中國綜合PMI反彈1.6個百分點至51.9，為7月來新高。

國家統計局近期公布的數據亦顯示，10月

份的製造業、服務業PMI均錄得50.1，分別提高0.3個、0.2個百分點，重回擴張區間；綜合PMI產出指數上行0.4個百分點至50.8，為6月來新高。

從財新中國服務業PMI分項數據看，10月供需擴張速度均有加快，其中新訂單指數在擴張區間上升。受訪企業表示，潛在需求和市況改善，支撐新業務量增長。當月新出口訂單指數在擴張區間小幅回落，不過外需仍略好於總需求。

服務業就業連續兩個月擴張，但10月擴張速度放緩。新訂單增速快於企業用工擴張速度，導致當月積壓工作量增幅達到7月來最高。

10月投入品價格指數仍高於榮枯線，但為7月來首次回落，降至長期均值以下。據反映，原料和能源價格持續上漲，但部分企業

下調員工工資以緩和成本壓力。當月銷售價格指數從收縮區間微升至臨界點，顯示市場銷售價格有降有升，互相抵消。

隨着服務業市況改善，企業信心低位回升。10月服務業經營預期指數在擴張區間升至6月來新高，但依然低於長期均值，部分企業仍對增長前景感到擔憂。

樂觀情緒恢復 政策效果顯現

財新智庫高級經濟學家王喆昨評論指出，9月底以來，內地一系列增量政策陸續推出。從財新中國製造業和服務業PMI各項數據看，市場需求止跌回穩，樂觀情緒有所恢復，政策效果開始顯現。不過，當前就業市場壓力依然較大，價格水平仍較為低迷，增量政策在擴內需、促就業、保民生等方面效果如何，值得密切關注。

港金融貿易物流文體旅遊行業領先大灣區



●水志偉(中)認為大灣區內城市間的優勢互補與協同發展，是推動區域經濟增長的關鍵。圖左為蕭逸駒。

香港文匯報訊(記者 蔡競文) 團結香港基金及大新銀行昨日聯合發布《團結香港基金——大新銀行大灣區行業發展指數2024》(下稱「《指數》」)，評估大灣區11個城市的競爭力及各自的優勢，結果顯示香港在金融服務、貿易及物流、文化體育及旅遊三個行業均位居榜首，展現出顯著的城市優勢。

區內城市優勢互補促經濟

團結香港基金副總裁兼公共政策研究院聯席主管水志偉昨表示，《指數》顯示大灣區互補優勢顯著，及協同效應幫助經濟增長，認為大灣區11個城市間的優勢互補與協同發展，是推動區域經濟增長的關鍵，港深穗在多個行業展現獨特優勢，可聯手協同發展。

《指數》以100作為滿分基準，調研11個城市在6個行業的發展情況。金融服務方面，香港憑藉其高度國際化的宏觀環境、成熟的人才培育體系以及與內地金融市場互聯互通的政策支持，以82.6的綜合得分領先。貿易及物流方面，香港以83.0分位列第一。報告指出，作為自由貿易港以及中國唯一奉行普通法的地區，香港不僅擁有廣泛的國際網絡和高效的空運能力，在國際貿易仲裁方面同樣具備優勢。

文化體育及旅遊方面，香港以79.4分的綜合得分領先，包括政府致力保護、傳承和推廣非物質文化遺產，而且今年香港已舉行及計劃舉行的大型賽事數量逾40次，而香港分別在「人文資源」、「經濟貢獻」和「政策支持」三項維度位居第一，反映香港具備優勢。

其他行業方面，《指數》顯示深圳在創新及科技業中排名第一有84.2分，主要由於其對研究開發的巨大投入，以及擁有完善的科創產業鏈，包括截至2024年，深圳共有34家科技獨角獸企業，屬大灣區之最；在製造業方向，深圳有83.9分同樣位居榜首，主要得益於其「現代製造業」表現突出，尤其在信息通信設備、芯片製造等細分行業中表現突出；建造及房地產業中，包括「商舖市場」發展，以及政策調控放寬等政策因素，都令廣州以80.0分位列第一。

港深穗可多領域協同發展

水志偉認為，港深穗三地可在不同行業中定位互補共同發展。在貿易及物流業方面，香港、廣州和深圳分別作為大灣區的國際航空樞紐、內貿海運中心及國際海運中心，定位互補，共同推動區域貿易及物流業的快速發展。另外，製造業與創新科技方面，港深穗三地更現出全產業鏈互補的緊密合作關係，香港擁有龐大的科研人才資源，深圳則具備完整的科研專利、中山、佛山、廣州和深圳4市設有「燈塔工廠」，而香港的高質量質檢技術服務為製造業下游發展提供強大支持。

被問及香港未來的樓市發展趨勢，團結香港基金高級研究員蕭逸駒表示，香港地產市道受到經濟走勢及息口影響，不過隨着政策放寬後已有好轉，而且香港在基建方面政策有不少項目出表，例如是啟德體育園、機場三跑等，對基建行業有幫助。至於香港在製造業上相對困難，但隨着工業4.0，以及大灣區支持製造業發展，相信製造業長遠有競爭力。

月中物流航運會議聚焦三大趨勢

香港文匯報訊(記者 岑健樂) 香港特區政府與香港貿發局合辦的第14屆「亞洲物流航運及空運會議」(下稱ALMAC)將於11月18日至19日舉行。會議以「塑造未來供應鏈：強韌和永續」為主題，匯聚逾80位星級講者，就供應鏈轉化及市場機遇、可持續發展及綠色能源，以及創新科技等三大趨勢，分享行業最新形勢，探討未來發展機遇。

料吸二千人參與 業界巨頭聚港

貿發局助理總裁梁國浩昨表示，會議呼應三中全會《決定》提出鞏固提升香港國際航運中心的地位，以及施政報告中一系列加強香港航運發展的政策，預計吸引來自超過30個國家及地區的2,000位與會人士參與。

梁國浩續指，作為亞洲供應鏈業界年度旗艦活動，今屆的ALMAC嘉賓陣容鼎盛，多間物流、航運及空運業界的國際巨頭將會出席，當中更不乏由中東、中亞等新興地區親身來港的業界領袖，盡顯香港國際化的優勢；此外，今年會議除了再次邀得國家交通運輸部副部長付緒銀出席，更首次邀請到不少東盟官員參與。

貿發局：力推港專業服務優勢

「大會希望藉此向內地及環球商界推廣香港專業服務及優勢，東盟的參與及支持亦有助鞏固提升香港國際航運、空運中心的地位及超級聯繫人的角色。」梁國浩提到，貿發局一直積



●第14屆「亞洲物流航運及空運會議」將於11月18日至19日在港舉行。圖左二為梁國浩。

極推廣香港「八大中心」功能優勢，加強推動本港高增值供應鏈服務的發展，鼓勵企業善用貿發局的商貿平台和活動，發揮香港「引進來、走出去」國際化優勢，開拓全球機遇。

值得一提的是，今年會議新增題為「開拓新貿易路線 應對供應鏈挑戰」的專題環節，邀請相關業內人士探討新貿易路線，以及剖析如何透過開拓亞洲及中東新興市場，以及加強北美的網絡，實現供應鏈多元化和緩解風險。

新一份施政報告提出發展香港成為綠色航運中心，以可持續解決方案作為長遠策略。今年會議亦新增「綠色能源論壇：探索新能源 邁向零排放」的專題環節，由星級嘉賓探討供應鏈多元化及對淨零排放目標的承諾，聚焦能源轉型的策略和技術，涵蓋氫、生物燃料、可持續航空燃油(SAF)等替代燃料，以及儲能方案。

年底消費旺 亞太70%中小企料生意增

香港文匯報訊(記者 蔡競文) 臨近年底，內地的「雙11」、「黑五」感恩節，以及聖誕、農曆新年等傳統消費旺季即將來到，快遞運輸公司Federal Express Corporation昨發表今年亞太地區購物節調查顯示，有70%的中小企業預計今年購物節的銷售額將按年增長，近80%的企業認為增長將主要來自亞洲市場，尤其是東南亞市場，由於數碼技術應用和跨境貿易發展，東南亞電商市場今年實現了雙位數的增長。

FedEx亞太地區總裁裴佳華昨表示，亞太地區的送禮旺季從聖誕節前一直持續到農曆新年，為期數月之久。跨境電商正持續迅速發展，電商賣家正在加緊籌備，尤其是中小企業，力求在這個假日銷售旺季提高銷量。

多與電商平台合作擴銷路

調查研究顯示，有57%消費者更喜歡在電商平台購物，70%消費者的動力來自購物節的大量折扣和促銷活動。對於消費者而言，「免運費」仍然是提升購

物體驗和影響購買決策的關鍵因素。消費者同樣希望能在下單後2至3個工作日內收到貨物。

電商在零售中佔比正持續上升。調查顯示，有87%的中小企業通過與第三方電商平台合作來擴大客戶群並增加銷售機遇。「雙11」、「黑色星期五」、「網購星期一」等大型網購活動對吸引消費者參與購物旺季至關重要。值得注意的是，有57%的消費者更喜歡在電商平台上購物，70%消費者的動力來自於購物節的大量折扣和促銷活動，該結果突顯了這項活動對電商賣家和消費者的重要性。

大型網購促銷活動助吸客

為了更能吸引客戶，電商賣家在個性化服務方面不斷創新，包括直播、產品展示，和在社交媒體平台大力推廣等。調查研究顯示，中小企業認為，可靠的物流供應商、價格優勢和數碼運輸工具是在購物旺季幫助滿足國際運輸需求的重要因素，48%的電商賣家尋求物流供應商的額外支援以應對高峰期的物流需求。