

世界盃消費帶動 港PMI升至52

營商環境連續兩月好轉 新訂單增速四個月最高

受惠於新訂單表現強勁，香港企業營商環境持續好轉。標普全球昨公布的6月份香港特區採購經理指數(PMI)，經季節調整後報52，比5月的50.4上升，反映港企景氣連續兩月較前一個月改善，且增長速度正加速。標普全球市場財智經濟學家Usamah Bhatti表示，標普全球6月香港PMI顯示，6月港企經營活動和新增訂單擴張速度，皆創四個月最高。

●香港文匯報記者 莊程敏



●世界盃開賽帶動客戶消費，港私營企業6月份新接訂單量連續兩月增多。圖為市民在商場觀看球賽。

標普全球報告指出，香港私營企業6月份新接的訂單量連續兩月增多，主要受惠於新產品問世、市場需求升溫，以及世界盃開賽帶動客戶消費。需求增長延伸至本地市場以外，中國內地及國際業務都有溫和的訂單增幅。再者，從中國內地新接的訂單量，更扭轉3個月跌勢，重返擴張水平。隨着新訂單增加，企業6月繼續提高生產，增長幅度擴大至四個月高位。

港企面臨產能壓力

不過，受訪公司四個月以來首錄訂單積壓，反映產能壓力開始在香港特區私營企業浮現。Usamah Bhatti指出，目前香港私營企業連續三個月縮編節流，而且由於看淡業務前景，故自去年10月以來首次減購投入品。就業人數持續縮減，職位減幅雖然不大，但目前緊縮期已維持三個月。至於經營成本，

則6月的通脹速度較上月減慢，價格壓力放緩。

採購活動減少，加上市場需求不及預期殷切，故受訪港企所持有的採購庫存較上月增多。多家公司為求去化庫存和刺激銷路，因此減價促銷，整體銷售價格的升幅順勢回落至三個月最小。供應商方面，則連續兩月延長交貨時間，供貨表現大幅倒退，接近一年最差；供應商貨源不足，而且船期出現延誤。

整體悲觀情緒改善

整體投入成本於第二季尾的通脹速度比上月減慢，惟依然偏高。原材料價格飆升，基礎數據也反映，採購價格的升幅雖有回落，但仍算強勁；反而，員工成本的升幅並不太大，卻是今年以來最高。目前，私營企業已連續十二個月調高售價，



資料來源：標普全球

務求向客戶轉嫁部分成本；惟整體增幅不大，也是三個月以來最小。業者繼續看淡業務前景，但悲觀情緒較上月改善。整體而言，企業的負面看法常因本地需求低迷而產生；但寄望中東地緣政治壓力舒緩，繼而對經濟增長作出支持。

大華研究：八成港企擬外拓 首選東盟

香港文匯報訊(記者周曉菁)《2026年大華銀行企業展望研究報告》顯示，在複雜多變的經濟環境下，香港企業傾向以更審慎的策略應對市場挑戰，並聚焦提升業務韌性、推動選擇性擴張及加快業務轉型，近八成港企計劃外拓業務，目標市場首選東盟，其次為內地。

報告顯示，約半數企業已於2025年拓展香港之外市場，而計劃於未來3年走出香港的比例大幅上升至79%，顯示跨境投資意欲持續增強。東盟(33%)及中國內地(26%)繼續為最受青睞的目標市場，進一步凸顯香港在區域跨境業務中的關鍵樞紐角色。

大華銀行(香港)行政總裁董慶賢表示，在營商環境趨於審慎的情況下，香港企業越來越重視建立業務韌性，並透過多元化布局、數碼轉型及可持續發展推動選擇性增長。隨着企業積極把握中國內地及東盟的發展機遇，香港作為區內市場的連接樞紐，其角色依然關鍵。

整體營商氣氛有所轉弱，對營商環境持正面看法的企業比例，由2024年的73%下降至2025年的63%。與此同時，企業對前景的信心逐步回升，76%受訪企業對未來一年表示有信心，反映企業在調整預期的同時，亦積極為復甦部署。在此背景下，企業正優先採取多項提升競爭力的措施，包括拓展新客戶群(29%)、將環境、社會及管治(ESG)因素納入營運(26%)，以及檢視業務策略以凸顯自身優勢(24%)。

企業更重視供應鏈管理

在地緣政治持續帶來不確定性的情況下，企業更重視供應鏈管理。86%受訪企業視供應鏈管理為策略性重點，並透過多項措施提升應對能力，包括分散供應商來源(27%)、探索替代採購策略(27%)，以及推動供應鏈數碼化(26%)，以提高透明度及靈活應變能力。這些部署反映企業正邁向更具彈性及韌性的營運模式。

數碼轉型仍然是企業的核心策略，93%企業已採用數碼方案，並帶來實際效益，包括提升生產力(36%)、改善客戶體驗(33%)及加強決策能力(30%)。但隨着數碼化日趨成熟，持續地實現預期成效亦變得更具挑戰性，僅53%企業表示其數碼項目已達到預期成效。是次研究於2026年初進行，訪問255位企業負責人及高級管理層，了解中型至大型企業在地緣政治與經濟環境持續變化下的應對方向。

政府擬放寬內部資產轉讓印花稅寬免準則

香港文匯報訊(記者周紹基)特區政府計劃修訂《印花稅條例》，放寬企業集團內部資產轉讓的印花稅寬免準則，以擴大合資格的相聯法人團體範圍，以減低企業擴展或重組業務的成本。政府計劃今年10月提交修訂條例草案，如獲立法會通過，放寬準則將追溯至今年2月25日起生效。

在立法會財經事務委員會上，財庫局常任秘書長(庫務)黎志華表示，商業世界運作推陳出新，以往考慮印花稅寬免時只考慮發行股本，政府建議將門檻放寬，考慮直接或間接實益權益及表決權，包括建議將兩間關聯公司門檻由90%降至75%，認為可提升本港營商環境。

他表示，目前難以量化評估放寬後的本港競爭優勢，但放寬後將有更多公司受惠。宣傳推廣方面，他稱，財庫局會聯同投資推廣署及引進重點企業辦公室，因應今次放寬措施，加大宣傳力度，並將其他財經及金融相關政策製成完整「政策包」，以便招商引資。

最具機遇人民幣資產 滙豐：32%大戶揀中國國債

香港文匯報訊(記者周紹基)滙豐委託進行最新調查顯示，機構投資者正逐漸將人民幣納入投資組合及日常財務運作，注意力亦由早期集中於市場進入渠道，轉向在機構層面擴大人民幣應用。近三分之一的受訪者(32%)將國債列為最具機遇的人民幣資產類別，而A股股票(24%)及企業債券(14%)則緊隨其後。

調查訪問亞太區逾120名機構投資者，結果顯示87%已透過不同渠道進入人民幣市場，其中最多受訪者偏好透過離岸市場進行人民幣活動(63%)，其次為「債券通」、「滬深港通」等互聯互通機制(54%)。由此可見，香港具備完善的離岸生態圈和跨境市場基建，在擴大人民幣應用方面扮演重要角色。

該行指出，人民幣的應用亦正由策略性操作轉向以投資組合配置為主導，66%受訪者認為配置人民幣資產有助建立多元化投資組合。此外，中國在全球貿易及投資中的角色(54%)，以及收益機遇(40%)亦被視為人民幣應用的關鍵驅動因素。

滙豐亞太區外匯固定收益部主管兼香港資本市場及證券服務部主管黃子卓表示，近年投資者參與人民幣活動的焦點已由市場進入渠道，逐步轉移至能否暢順進行具規模的業務。隨着離岸人民幣流動性持續深化，加上互聯互通機制有序擴容，投資者在流動性、投資選擇及風險管理工具方面有更完善的配套，在不同環節使用人民幣的機會持續增加。香港作為「超級聯繫人」，金融基建及各項互聯互通機制進一步升級，將繼續作為推動人民幣發展的重要樞紐。

步升級，將繼續作為推動人民幣發展的重要樞紐。

人民幣正成策略性資產配置工具

他指出，人民幣正從交易性貨幣，逐步演變為策略性資產配置工具。七成半機構投資者預期，未來十二至二十四個月內將增加使用人民幣作投資，其次為對沖(71%)、結算(62%)、現金管理(56%)及融資(52%)。

市場對人民幣固定收益產品的需求持續上升，香港亦正籌備於8月推出5年期中國國債期貨，為持倉國債的國際投資者強化風險管理工具組合。調查中，近三分之一的受訪者(32%)將國債列為最具機遇的人民幣資產類別，而A股股票(24%)及企業債券(14%)則緊隨其後。

調查亦指出人民幣相關業務增長的未來方向。最多受訪者預期人民幣相關資本流動增長將出現於中國—東盟走廊(93%)及亞洲—中東走廊(81%)，反映貿易流動、新經濟融資、區域投資聯動，以及供應鏈整合等領域正發生更深遠的轉變。

今次調查由滙豐委託 Finance Asia 於2026年3月至5月初期間獨立進行，逾120名機構投資者參與，合計資產管理規模(AUM)超過32萬億美元。受訪者來自澳洲、內地、香港、印度、印尼、日本、馬來西亞、新西蘭、菲律賓、新加坡、台灣及泰國等12個市場，其中包括銀行、資產管理公司、對沖基金、保險公司、證券公司、保薦機構及公營機構。



●圖左二為仲量聯行香港商業部主管郭禮言，中間為仲量聯行香港主席曾煥平，右二為仲量聯行香港商舖部資深董事陳永慧，右一為仲量聯行評估及諮詢部主管區建強。

仲量聯行料今年樓價升最多10%

香港文匯報訊(記者岑健樂)今年首季香港經濟按年增長5.9%，樓市亦跟隨經濟回暖，今年首五個月本港整體住宅樓價上升7.4%，與2025年3月低位比較，更累計反彈13%。仲量聯行審慎看好下半年樓市表現，認為租金持續上揚與內地買家需求殷切，以及盤源有限與經濟環境改善，成為有力支撐；然而通脹壓力與潛在的加息風險，股市表現波動與內地收緊資本管制等，亦會抑壓樓市升幅，該行預料今年全年住宅樓價升5%至10%，意味下半年香港住宅樓價將於現水平左右企穩或錄得輕微上升。

仲量聯行香港主席曾煥平昨在記者會指出，銷情熾熱大幅加快市場去貨速度，消化貨尾所需的時間已由2023年12月的101.6個月大幅縮短至今年3月的44.3個月，意味發展商的庫存壓力已顯著舒緩。儘管樓市存在風險，但該行認為香港住宅樓價未有明顯回調壓力。該行認為，整體而言今年一手總成交量有望達約23,000宗，創下2019年以來的新高。

當被問及現時香港住宅市場是否存在炒風，以及會否惹來政策風險(例如政府重新推出樓市「辣招」)時，曾煥平指出，雖然現時香港住宅市場確實存在短炒的情況，但他認為只屬個別例子，情況並不算相當嚴重，因此現時階段不擔心特區政府會出手管控。

對於北部都會區發展將會增加香港住宅供應，曾煥平相信相關供應對整體香港住宅樓價發揮平穩積極作用。他續指，雖然供應為數不少，但只要香港經濟保持增長，預期相關供應絕對可以被消化。

料中環甲慶租金升幅10%至15%

仲量聯行評估及諮詢部主管區建強昨表示，隨着住宅市場復甦，發展商已重拾補充土地儲備的意慾。因此，他建議香港特區政府可考慮降低土地招標門檻，令更多財團可參與競投，為市場引入更多新資金。與此同時，他建議政府應適時推出土地，並在「按實補價」模式下實施更具彈性的地價支付安排，以提升產業發展動力。

寫字樓市場方面，仲量聯行香港商業部主管郭禮言昨表示，鑑於金融機構及相關企業的租務需求轉強，該行決定上調對中環甲慶租金的預測，預料今年全年中環甲慶租金將錄得10%至15%的升幅；至於港島東及九龍東分區市場租金則下跌最多5%。

至於商舖市場方面，仲量聯行香港商舖部資深董事陳永慧昨表示，香港核心區街舖空置率由2025年底的10%回落至今年6月底的9.1%，創下自2020年以來的最低水平。由於四大核心區空置率持續改善，因此該行預料今年核心區街舖租金跌幅將進一步收窄至最多5%。

申請酒牌轉讓及續期公告 H2o

現特通告：張永豪其地址為九龍尖沙咀東加連威老道92號幸福中心地下低層1-4號單位，現向酒牌局申請位於九龍尖沙咀東加連威老道92號幸福中心地下低層1-4號單位H2o的酒牌轉讓給關詠欣其地址為九龍尖沙咀東加連威老道92號幸福中心地下低層1-4號單位及續期，其附加批註為酒吧。凡反對是項申請者，請於此公告刊登之日起十四天內，將已簽署及申明理由之反對書，寄交九龍深水埗基隆街333號北河街市政大廈4字樓酒牌局秘書收。

日期：2026年7月7日

NOTICE ON APPLICATION FOR TRANSFER AND RENEWAL OF LIQUOR LICENCE H2o

Notice is hereby given that CHEUNG WING HO of UNITS 1-4, LG/F, ENERGY PLAZA, 92 GRANVILLE ROAD, TSIM SHA TSUI EAST, KOWLOON is applying to the Liquor Licensing Board for transfer and renewal of the Liquor Licence in respect of H2o situated at UNITS 1-4, LG/F, ENERGY PLAZA, 92 GRANVILLE ROAD, TSIM SHA TSUI EAST, KOWLOON to KWAN WING YAN of UNITS 1-4, LG/F, ENERGY PLAZA, 92 GRANVILLE ROAD, TSIM SHA TSUI EAST, KOWLOON with endorsement of bar. Any person having any objection to this application should send a signed written objection, stating the grounds therefor, to the Secretary, Liquor Licensing Board, 4th Floor, Pei Ho Street Municipal Services Building, 333 Ki Lung Street, Sham Shui Po, Kowloon within 14 days from the date of this notice.

Date: 7th July 2026

新世界北都區獲批建住宅近7000伙

香港文匯報訊(記者周曉菁)新世界(0017)昨日披露最新業務情況，公司繼粉嶺馬適路及元朗南第一期動工後，位於元朗南第二期、元朗龍田村第五期及元朗龍口村項目，亦相繼取得規劃許可，合共可發展近7,000伙住宅，進一步擴展集團於北部都會區的發展版圖。

其中，位於粉嶺馬適路及元朗南的項目最快於2027財年推出市場，合計可提供約4,200伙住宅單位。粉嶺馬適路大型商住項目由集團與招商局蛇口工業區控股合作發展，將提供約2,300伙住宅單位，可建樓面面積逾110萬平方呎，並將設有區內最大型商場。

元朗南住宅項目則由集團與華潤置地(海外)合作發展，其首幅住宅用地去年動工，預計2029年落成；第二期發展用地亦於今年6月取得規劃許可，預計2030年落成。兩期住宅項目合共約提供1,900伙，可建樓面面積逾72萬平方呎。

另外，集團參與的永寧村土地共享項目在今年第二季亦已完成前期的規劃程序，將打造為可提供約5,800伙公私營房屋的小社區。集團將繼續透過加快農地轉換，積極引入戰略合作夥伴，推動旗下北部都會區項目分階段落地，以釋放土地價值。

商場方面，新世界透露，內地K11以端午傳統文化為主題，結合現代商業公共空間，打造沉浸式體驗活動，帶動人流及銷售額同步增加。廣州K11以嶺南彩燈結合非物質文化遺產剪紙，製作全長33米的遊龍，成為端午節期間的市場焦點，帶動新消費會員人數在端午節假期按年增長1.32倍，會員銷售按年增長逾70%，最高級別的黑卡及金卡會員消費亦顯著提升。