

# 港中小企對前景重拾信心

## 三分之一企業生意重返或超疫前 逾六成擬有新發展

香港邁步復常，中小企營商信心創疫情以來新高。香港一項中小企營商信心調查顯示，綜合營商指數上升6.1至52.8，是自新冠疫情以來首次重上50的擴張區間，有三分之一受訪中小企營業額重回或超越疫前水平，另逾六成企業今年會有新發展計劃，反映香港已經踏上復常之路，中小企對營商環境重拾信心。不過，分析亦指，內需及服務業仍有望在未來幾季持續支持本地經濟，但面對高通脹以及快速加息，中小企對環球經濟前景保持審慎。

香港文匯報記者 莊程敏

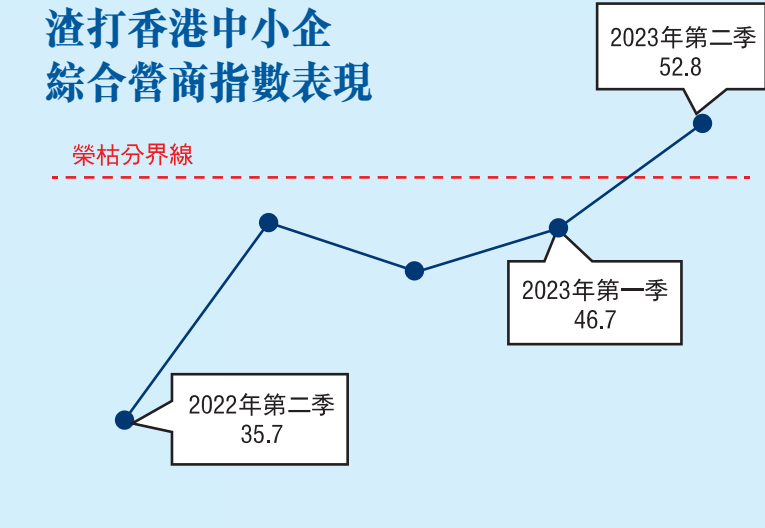


▲劉健恆(右)表示，香港本地消費是穩定中小企信心的關鍵。左為黎少斌。

香港生產力局25日公布第二季「渣打香港中小企領先營商指數」，調查於今年3月中進行，成功訪問了809家香港中小企。調查顯示，第二季中小企綜合營商指數上升6.1至52.8，是自疫情以來首次超越50榮枯線。五大分項指數全線上升，其中盈利表現和營業狀況的升幅最顯著，分別增加12.3和12；招聘意向和投資意向也分別上升2.7及1.8。環球經濟雖然上升至48.3，但它是本季唯一未超越中性水平線的分項指數，意味著全球經濟環境仍然面臨一定壓力和挑戰，導致中小企仍持較審慎態度。

### 營商指數8年來首越榮枯線

渣打香港大中華區高級經濟師劉健恆25日指出，內地去年底起逐步調整疫情防控措施，利好經濟復甦刺激消費，今年經濟開局勢頭良好；同時，香港的防疫措施亦有序解封，帶動綜合營商指數於第二季升至52.8，是8年來首次超越50點，也是自指數於2012年推出以來的第二高位。儘管本季指數有所改善，信



心仍受外圍不利因素影響，「環球經濟」分項指數比其他主要分項指數表現落後。

### 受惠消費券 料繼續提振內需

他續指，相關調查於3月中旬進行，或受全球銀行業動盪所影響，為不確定的環球利率和經濟前景蒙上陰影。隨着防控措施放寬的利好作用逐漸減退，本地消費會是穩定中小企信心的關鍵，而勞動市場出現緊張帶動工資及收入上升，亦會為市場帶來支持。因此樂見大多數以本地為主的行業指數（地產業除外）按季有強勁的升幅，並超越50點。香港最新失業率降至3.1%，較疫情前的2.8%差不遠，相信可以為本土消費提供動力，加上今年內地經濟增長有望達到5.8%，政府亦推出消費券等促進消費活動，以及個人遊旅客配合下，內需應可以繼續提振。

調查又發現，香港中小企對營商環境已重拾信心，有三分之一中小企營業額已經重返或者超越疫情前，當中以建造業、資訊及通訊業，以及住宿和膳食服

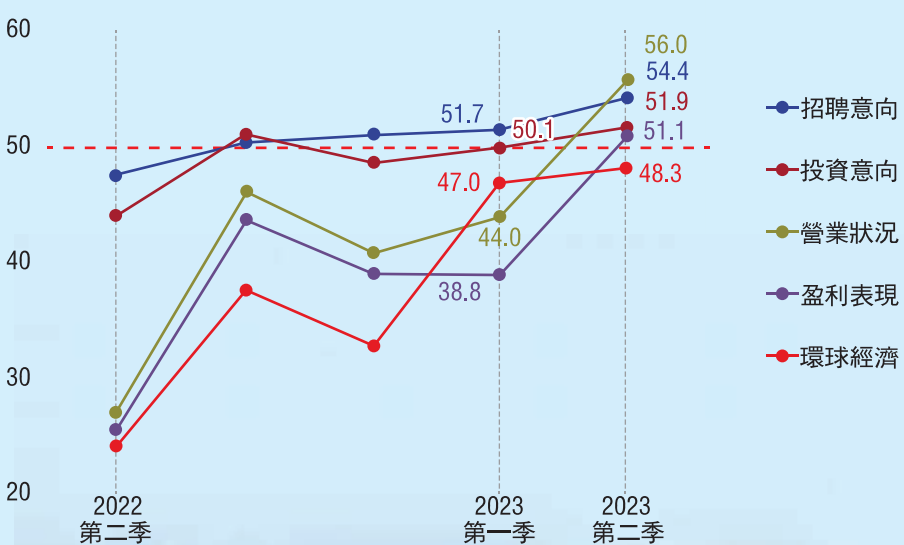
務業的復甦較快；至於其餘約三分之二中小企生意額平均回到疫情前一半左右。

### 資訊零售等五行業部署積極

疫後部署方面，超過六成(62%)受訪中小企表示會因復甦而在今年有新發展計劃，當中百分比比較高的五個行業分別為「資訊及通訊業」(82%)、「零售業」(80%)、「社會及個人服務業」(67%)、「金融及保險業」(66%)及「製造業」(65%)。研發或提供新產品/服務、恢復/增加客源、增設網上銷售點/發展電子商務、於營運流程加強數碼應用等，為今年主要的新發展計劃。

生產力局首席數碼總監黎少斌指出，調查發現疫情對企業和員工的工作方式和流程產生長遠影響，包括促使更多企業採用遙距工作和網上協作等方式，以提高業務營運的效率和彈性。同時，該局亦延長一系列扶助本地中小企的寬減紓困措施，提供半價寬減費用，透過提供多元化諮詢及支援服務，鼓勵中小企利用先進技術及創新服務升級轉型，應對市場挑戰。

### 綜合營商指數中的五大分項指數表現



## 憂經營成本漲 料薪金連升4季

香港文匯報訊(記者 莊程敏)儘管整體中小企的營商信心自疫情中恢復，但各行業的復甦進度不一。調查顯示，約七成受訪中小企曾經歷新冠疫情的負面影響，當中以「住宿及膳食服務業」(86%)、「地產業」(84%)、「零售業」(77%)及「社會及個人服務業」(77%)首當其衝。有68%中小企仍處於繼續復甦階段，38%認為通脹導致成本上升，29%指物流

成本大幅上升以及23%指旅客消費意慾未回復。

### 各行業復甦進度不一

另外，中小企亦憂慮經營成本上升，其中，員工薪金的預期連升4季。有32%料員工薪金上升，按季升3個百分點；有70%受訪者認為第二季原材料成本上升，按季升2個百分點；30%料貨品/服務價格上升，按季微跌1個百分

點。

調查亦發現，疫情改變了中小企的營運及銷售模式，39%中小企在銷售方面作出改變，如接受更多支付方式、透過電子化模式提供服務及提供非電子化新服務模式等。67%中小企在營運方面作出改變，如以視像會議代替實體會議、推行遙距工作及業務流程數碼化等。絕大部分曾作出這些改變的中小企均表示疫後仍會維持這些改變。

## 港上月出口跌幅收窄至1.5%

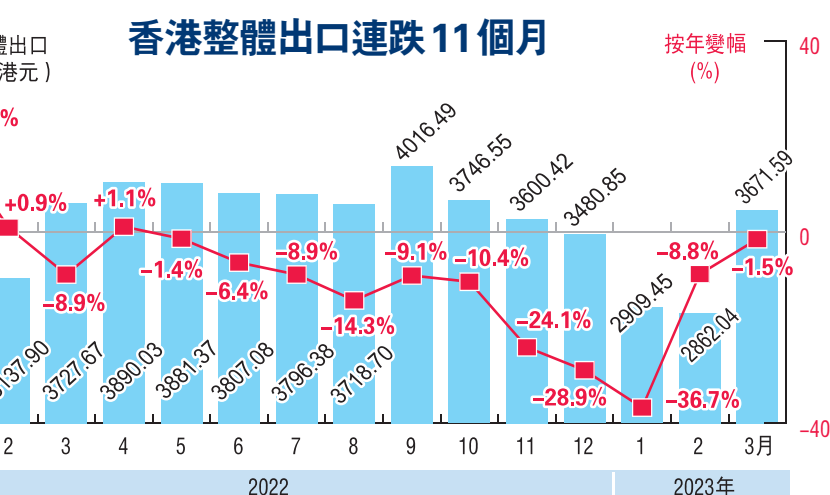
香港文匯報訊(記者 蔡競文)受惠出口歐美回升，香港3月份出口跌幅由2月的跌8.8%大為收窄至跌1.5%，進口跌幅亦由2月的4.1%收窄至0.6%。然而，3月份的進出口數據仍較市場的預期差，且出口往內地市場仍錄得9.8%跌幅，分析認為，隨着內地經濟活動逐步復甦，預料內地需求或有所改善，不過，歐美銀行業危機或會令企業需求趨向審慎，估計今年全年整體出口仍可能下跌5%至10%。

香港特區政府統計處25日公布，3月份商品出口總值3,671.59億元(港元，下同)，按年下跌1.5%，差過預期的增長0.1%，並且為連跌11個月；同月商品進口貨值4,078億元，按年下跌0.6%，連跌9個月。3月份錄得有形貿易逆差406億元，相等於商品進口貨值的10%。

以今年首季計，商品整體出口貨值按年下跌17.7%。同時，商品進口貨值下跌12.7%。首季錄得有形貿易逆差1,116億元，相等於商品進口貨值的10.6%。

### 出口英美上升15%及13.8%

以地區來看，3月份輸往亞洲的整體出口貨值按年下跌6.1%，尤其是菲律賓跌12.7%、中國內地跌9.8%、新加坡跌4.3%以及馬來西亞跌3.3%。相反，輸往泰國、韓國和中國台灣的整體出口貨值則錄得升幅，分別升17%、14.8%和



6.4%。同時，輸往其他地區的大部分主要目的地的整體出口貨值錄得升幅，尤其是英國升15%和美國升13.8%，惟輸往德國則跌6.7%。

### 出口按季回升 反映外需漸穩

對於香港3月份對外商品貿易的表現，大新銀行經濟研究及投資策略部分分析指，3月份整體出口按年跌幅顯著收窄至1.5%，是去年以來最小跌幅；期內，進口按年跌幅收窄至0.6%，貿易逆差收窄至406億元。首季出口按年下跌17.7%，但按季則錄得0.8%增長，反映香港外需或正逐步回穩。

大新銀行認為，按地區劃分，輸往內地的出口3月按年下跌9.8%，較1至2月的31%跌幅大幅收窄；輸往美國的出口更止跌回升，按年大幅增長13.8%，扭轉

連續9個月的跌幅；出口往多個亞洲國家的數字也大幅改善。

### 內地復甦加快 需求可望改善

該行指出，隨着內地經濟活動逐步復甦，預料內地需求或有所改善。美聯儲等主要央行緊縮貨幣政策有望接近尾聲，不過利率或維持限制性水平一段時間，或繼續抑制外部實質需求；此外，歐美銀行業事件或會令企業需求趨向審慎，該行估計，今年全年整體出口跌幅可能介乎5%至10%。

香港特區政府發言人則回應稱，先進經濟體的增长減慢，會繼續令香港的出口表現受壓，但內地經濟復甦加快，加上香港與內地之間的跨境陸路貨運限制已撤銷，應可緩減部分壓力，政府會密切留意情況。

## 餐飲業信心增 擬擴業務

香港文匯報訊(記者 蔡競文)隨着與內地通關和防疫限制放寬，餐廳堂食收入逐步增加，戶戶送25日公布今年第一季「餐廳信心指數」調查結果顯示，業界整體業績滿意度增加，從去年第四季的6.1分升至6.5分，有64%餐廳的堂食收入增加，有59%餐廳的外送收入亦有所增加或維持不變。

### 45%餐廳上季錄盈利增長

調查又顯示，隨着整體經濟環境有所改善，45%餐廳在第一季錄得盈利增長，而23%則表示盈利與去年第四季持平。另有66%餐廳對第二季的整體經濟環境感到樂觀，較上一季調查結果46%有所上升。全面通關後，港人紛紛外遊，來港遊客亦同時增加，有49%餐廳因海外與內地遊客增加，總收入大幅增加40%。部分餐廳卻未能從中受惠，有36%餐廳表示第一季

生意受本地消費者外遊影響而錄得下降。

飲食業前景方面，有70%餐廳表示對第二季的餐飲業前景有信心，較上次調查結果的51%大幅提升，而且有93%餐廳預計新一期消費券將對總收入帶來一定幫助，28%餐廳擬於第二季進行業務擴張。

### 堂食業務顯增 惟人手不足

戶戶送香港區總經理許志賢25日表示，餐廳夥伴對業務滿意度提高，反映香港的餐飲業正在迅速反彈。從堂食業務可見，餐廳生意與上一季相比有顯著增長，而且即使疫情減退，外送服務對大部分餐廳而言仍至關重要，許志賢了解餐廳在人力資源方面的挑戰，尤其在這個經濟復甦的關鍵時刻。因此，戶戶送將致力協助餐廳夥伴善用現有資源最大限度地提升收入，改善營運效率，盡力在各方面提供適當協助。

## 看好黃金周 商場料美妝生意升25%

香港文匯報訊(記者 蔡競文)「五一黃金周」臨近，各大商場落力搶客。信和集團資產管理董事蔡碧林25日表示，「五一黃金周」向來是旅遊消費的黃金檔期，集團旗下的屯門市廣場BEAUTY WORLD為了吸引旅客，舉辦「BEAUTY WORLD激賞祭」推出逾300萬港元禮遇，並聯繫逾40個美妝品牌參與，她預期活動有助帶動美妝生意額上升25%，商場整體人流升幅達20%。

蔡碧林指出，該商場與支付寶合作提供「消費即減」優惠及於支付寶和Alipay-

HK推出品牌頁，提供多重優惠，預計帶動整體生意額提升20%。此外，去年屯門市廣場首度將虛擬NFT結合實體會員制，打造「Beauty Me」NFT美妝專屬社群，今年亦繼續積極拓展該社群及加入更多有趣新元素，邀請本地初創元宇宙公司AiR Metaverse 聯手打造Beauty Me 尋覓「元」美元宇宙體驗，為「Beauty Me」NFT擁有者送上全新3D NFT，並於S+REWARDS平台推出嶄新的「Beauty Me 美麗賞」電子印章獎賞計劃及壓軸大抽獎等活動。