

Nikkei ASEAN Manufacturing PMI™

Humina ang mga kundisyon ng pagpapatakbo sa unang pagkakataon sa loob ng tatlong buwan

Mga pangunahing tala:

- Bahagyang dumami ang output habang bumagsak ang mga bagong order
- Naitala ang pinakamahirang pagtaas ng gastos sa input
- Huminto ang pagdami ng trabaho

Nag-ulat ang mga nagmamanupaktura sa ASEAN ng bahagyang paghina ng mga kundisyon ng negosyo sa buwan ng Enero, ayon sa headline na **Nikkei ASEAN Manufacturing Purchasing Managers' Index (PMI™)**, na kinakalap ng IHS Markit.

Bumaba ang headline na PMI sa 49.7 sa buwan ng Enero mula sa 50.3 noong Disyembre, na nagpapahiwatig na lumala ang mga kundisyon sa buong industriya ng pagmamanupaktura sa simula ng 2019. Ito ang ikalawang paghina sa loob ng apat na buwan, kung saan anim sa pitong sinusubaybayang bansa ang nag-ulat ng mas mabababang datos sa PMI.

Makikita sa mga ranggo ng bansa na Pilipinas ang nakapagtala ng pinakamataas na datos sa PMI sa buwan ng Enero, sa kabila ng mas mahinang pagdami ng output kumpara noong Disyembre. Nakaranas din ang Vietnam at Myanmar ng mas mahihinang pagbuti ng mga kundisyon ng pagpapatakbo sa pangkalahatan, at parehong pumapangalawa ang mga ito. Sa Vietnam, kapansin-pansing dumami ang mga bagong order sa pinakamabagal na naitala sa loob ng halos dalawa at kalahating taon.

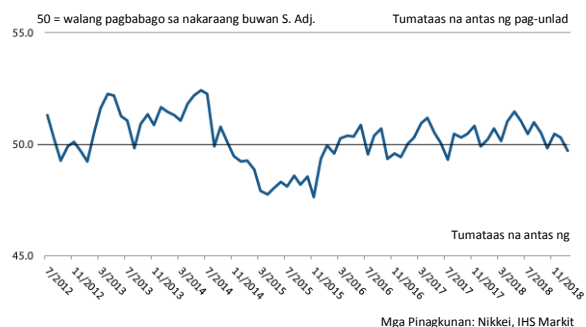
Nasa ikaapat na pwesto ang Thailand, kung saan hindi nagbago sa pangkalahatan ang mga kundisyon ng negosyo sa simula ng taon. Nanatiling katamtaman ang pagdami ng output, ngunit hindi dumami ang mga bagong order. Nakaranas din ang Indonesia ng kakaunting pagbabago sa kalagayan ng sektor ng pagmamanupaktura nito, kung saan bahagyang mas mababa ang headline na PMI nito sa 50.0 na threshold.

Ipinagpapatuloy...

Mga bansa, ayon sa Manufacturing PMI™

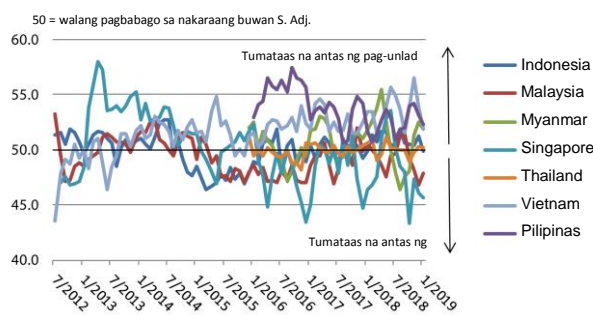
Enero	PMI	Pagbabagong ipinapahiwatig
Pilipinas	52.3	Katamtamang pagtaas (mas mabagal kaysa noong Disyembre)
Vietnam	51.9	Katamtamang pagtaas (mas mabagal kaysa noong Disyembre)
Myanmar	51.9	Katamtamang pagtaas (mas mabagal kaysa noong Disyembre)
Thailand	50.2	Bahagyang pagtaas (mas mabagal kaysa noong Disyembre)
Indonesia	49.9	Bahagyang pagbaba (nagbago ang direksyon)
Malaysia	47.9	Katamtamang pagbaba (mas mabagal kaysa noong Disyembre)
Singapore	45.6	Patuloy na pagbaba (mas mabilis kaysa noong Disyembre)

Nikkei ASEAN Manufacturing PMI™



Mga Pinagkunan: Nikkei, IHS Markit

Manufacturing PMI™ ng Bansa



Mga Pinagkunan: Nikkei, IHS Markit

Ikaanim ang Malaysia sa pangkalahatang league table sa buwan ng Enero, kung saan humina ang mga kundisyon ng pagpapatakbo sa ikaapat na buwan na. Naranasan din ng mga nagmamanupaktura sa Malaysia ang unang pagbaba ng mga gastos sa input sa loob ng eksaktong apat na taon. Nasa huling pwesto ang Singapore, na nakaranas ng malalaking pagbagsak ng output at mga bagong order.

Lalo pang bumagal ang pagdami ng output ng mga nagmamanupaktura sa ASEAN, na siyang ikalawang pinakamahirang naitala sa loob ng 12 buwan (pagkatapos ng Oktubre 2018). Nakaranas ang Indonesia, Malaysia at Singapore ng mas mababang produksyon, habang Myanmar ang naitalang may pinakamabilis na pagdami ng output.

Naranasan ang pagbagal sa paghina ng mga benta na dulot ng patuloy na pagbagsak ng demand mula sa ibang bansa sa buong rehiyon. Anim na buwan nang bagsak ang mga iniluluwas na order. Thailand at Vietnam lang ang patuloy na nakapagtala ng mas maraming bagong transaksyon mula sa ibang bansa.

Tumugon ang mga nagmamanupaktura sa pamamagitan ng pagbabawas ng kanilang binibiling input at laman ng imbentaryo sa buwan ng Enero. Higit pa rito, huminto ang pagdami ng trabaho pagkatapos ng pinakamahabang panahon ng paglago ng trabaho sa kabuuan ng serye. Ayon sa mga negosyong nag-ulat ng pagkakaroon ng mas kaunting tauhan, dahil ito sa lumiit na pangangailangan para sa produksyon at pag-alis ng mga empleyado. Vietnam ang nakapagtala ng pinakamalaking paglago ng lakas-paggawa, habang Singapore naman ang nakapagtala sa pinakamalaking pagbaba.

Samantala, naitala sa buwan ng Enero ang pinakamahirang pagtaas ng mga presyo ng output sa loob ng mahigit dalawang taon. Bagama't kasama sa mga dahilan nito ang pagbaba ng mga bagong order, binigyang-diin din ng mga panellist ang pinakamahirang pagtaas sa mga gastos sa input sa kabuuan ng survey. Ang pagtaas ng gastos ay nahatak pababa ng mas murang raw material at presyo ng krudo sa buong mundo sa simula ng taon.

Sa kabila ng mas mahihinang kundisyon ng negosyo sa pangkalahatan, naitala ang pinakamataas na antas ng positibong pananaw para sa susunod na 12 buwan mula noong Mayo. Sa pangkalahatan, umaasa ang mga kumpanya na muling darami ang mga bagong order at bibilis ang

paglago ng output sa 2019. Pilipinas ang nakapagtala ng pinakamataas na antas ng positibong pananaw, habang Myanmar ang nakapagtala ng pinakamababa.

Komento:

Bilang komento sa data ng survey sa ASEAN Manufacturing PMI, ipinahayag ni **David Owen na Ekonomista** sa IHS Markit na siyang nangangalap sa survey na:

“Nahirapan ang mga bansa sa ASEAN sa simula ng 2019 dahil sa naranasan ng mga nagmamanupaktura na pagbagsak ng mga bagong order at katamtamang pagdami ng output kumpara noong Disyembre. Ang demand para sa iniluluwas na produkto ay isang mahalagang salik pa rin na nakakaapekto sa performance ng sektor, at dahilan ng pagbagsak sa ikaanim na buwan na ng mga iniluluwas na order ang mga tensyon sa kalakalan na nararanasan sa buong mundo.

“Kasabay nito, dahil sa pagbagal, humina rin ang mga pressure sa pagtataas ng presyo, at naitala sa buwan ng Enero ang pinakamabagal na pagtaas ng gastos sa kabuuan ng survey. Bagama't malamang na bahagya nitong mabawasan ang pressure, lalo na pagkatapos ng mga lubhang pagtaas sa mga gastos sa kabuuan ng 2018, malamang na mananatiling kaunti ang mga bagong order at hindi madaragdagan ang paggastos sa bansa o mababawi ang demand mula sa ibang bansa.”

-Wakas-

Nikkei ASEAN Manufacturing PMI™ hatid ng **NIKKEI**

Ang Nikkei ay isang organisasyon ng media kung saan ang sentro ay ang paglalathala ng pahayagan. Ang aming pangunahin at pang-araw-araw na pahayagan, ang The Nikkei, ay mayroong humigit-kumulang dalawa't kalahating milyong subscriber. Kabilang din sa maraming platform ng media na ginagamit ng Nikkei para sa pagbabahagi ang internet (online), pamamayahag at magazine.

Mula sa aming pagkakatatag noong 1876 bilang Chugai Bukka Shimpō (Mga Balita tungkol sa Mga Presyo sa Loob at Labas ng Bansa), patuloy kaming naghahatid ng de-kalidad na pag-uulat nang hindi kinokompromiso ang katangian nitong patas at walang kinikilingan. Ang brand na Nikkei ay naging kasingkahulugan ng integridad sa sarili nitong bayan at gayundin sa ibang bansa.

Ang Nikkei Inc. ay gumagamit ng maraming platform ng media upang matugunan ang iba't ibang pangangailangan ng aming mga mambabasa. Sa sentro ng mga serbisyong ito, naroon ang Nikkei na mayroong sirkulasyong humigit-kumulang dalawa't kalahating milyon. Sa pamamagitan ng de-kalidad na content at malawak na digital technology, lalo pang humuhusay ang mga serbisyong ibinibigay namin. Ang bilang ng mga nagbabayad na subscriber sa Online na Edisyon ng Nikkei, na inilunsad noong 2010, ay mahigit 500,000 na. Ang aming mga may bayad na serbisyo online ay isa sa may mga pinakamalaking bilang ng mga mambabasa sa mundo sa mga naglalathala ng pahayagan. Walong taon matapos itong ilunsad, mula sa pagiging isang medium na naghahatid ng balita sa mga mambabasa, naging instrumento na ang online na edisyon na nakakatulong sa pagsulong ng mga tao sa mga larangan ng trabahong kinabibilangan nila.

Noong 2013, pinasinayaan namin ang Nikkei Asian Review, isang serbisyo sa balita na nasa wikang Ingles na mayroong online site at lingguhang naka-print na magazine. Noong sumunod na taon, nagtatag kami ng Editorial Headquarters para sa Asya na matatagpuan sa Bangkok upang mas mapalawak ang aming coverage sa mga balitang may kaugnayan sa ekonomiya ng Asya. Bukod pa rito, dinoble namin ang bilang ng mga reporter sa Asya sa labas ng Japan. Taong 2014 din noong pinasinayaan ang Nikkei Group Asia Pte., isang bagong kumpanya sa Singapore na may layuning palaganapin ang brand na Nikkei sa rehiyon. Layunin naming gawing nangungunang tinig sa pamamahayag ang Nikkei sa Asya.

<http://www.nikkei.co.jp/nikkeiinfo/en/>

NIKKEI ASIAN REVIEW <http://asia.nikkei.com/>

IPINAPAKILALA ANG TANGING PUBLICATION PARA SA NEGOSYO NA NAGBIBIGAY NG MGA PANANAW TUNGKOL SA ASYA, MULA SA LOOB AT LABAS NITO

Sa pamamagitan ng mas maraming reporter at contributor sa buong rehiyon, kumpara sa anumang iba pang publication tungkol sa negosyo, Nikkei Asian Review lang ang makapagbibigay sa iyo ng pagtingin sa negosyo sa Asya, mula sa Asya mismo.

Huwag magpahuli sa mga pinakabagong balita, analysis at pananaw sa pamamagitan ng pag-subscribe sa Nikkei Asian Review – na available sa print, online at sa iyong mobile at tablet device.



Asia300:

Nagbibigay ng malawak na coverage sa mahigit 300 kumpanya sa 11 bansa at rehiyon sa Asya. Layunin ng Nikkei Asian Review na mabuo ang pinakamalaking hub para sa mga balita tungkol sa negosyo sa Asya sa pamamagitan ng pinahusay na pag-uulat na sinusuportahan ng malaking database ng impormasyon sa negosyo at pananalapi sa mga kumpanya sa rehiyon.



UPDATE SA JAPAN:

Pinapanatili kang updated sa negosyo at balita mula sa Japan.



MGA VIEWPOINT:

Sa pamamagitan ng aming column na "Tea Leaves" na isinusulat ng ilan sa pinakamahusay naming manunulat, naghahatid kami ng mga pananaw ng mga matagumpay na negosyante sa Asya mula sa buong mundo.



PULITIKA AT EKONOMIYA:

Pagsipat sa patakaran sa usapin ng pananalapi, mga kaganapan sa buong mundo at higit pa.



MGA MERKADO:

Malalim na analysis ng mga merkado, na may kasamang detalyadong balita sa industriya upang hindi ka mahuli sa ilan sa mga pinakamabilis na lumagong sektor sa rehiyon.



Video:

Panoorin ang mga analyst sa pagpapaliwanag nila sa aming mga artikulo at huwag palampasin ang mga panayam sa mga executive ng malalaking kumpanya.



Print Edition:

Lingguhang magpapadala ng pinakamagandang content mula sa Nikkei Asian Review sa inyong bahay o opisina.

Para sa karagdagang impormasyon, mangyaring makipag-ugnayan sa:

IHS Markit (Tungkol sa PMI at sa komento nito)

Bernard Aw, Principal Economist
Telepono +65-6922-4226
E-mail bernard.aw@ihsmarkit.com

Jerrine Chia, Marketing and Communications
Telepono +65-6922-4239
E-mail jerrine.chia@ihsmarkit.com

David Owen, Economist
Telepono +44 207 064 6237
E-mail david.owen@ihsmarkit.com

Nikkei inc. (Tungkol sa Nikkei)

Ken Chiba, Deputy General Manager, Public Relations Office
Atsushi Kubota, Manager, Public Relations Office
Telepono +81-3-6256-7115
E-mail koho@nex.nikkei.co.jp

Mga Tala para sa Mga Patnugot:

Ang ASEAN Manufacturing PMI™ (*Purchasing Managers' Index*™) ay ginawa ng IHS Markit at batay sa orihinal na datos ng survey na nakalap mula sa isang kinatawag panel ng humigit-kumulang 2100 kumpanya sa paggawa. May kabilang na pambansang datos para sa Indonesia, Malaysia, Myanmar, Pilipinas, Singapore, Thailand at Vietnam. Kung pagsasama-samahin, ang mga bansang ito ay kumakatawan sa tinatayang 98% ng aktibidad ng paggawa sa ASEAN.

Ang pamamaraan sa pagkuha ng survey ng *Purchasing Managers' Index* (PMI) ay nakapagbuo ng bukod-tanging reputasyon sa pagbibigay ng napapanahong posibleng indikasyon ng kung ano ang totoong nangyayari sa ekonomiya ng pribadong sektor sa pamamagitan ng pagsubaybay sa mga nagbabagong salik gaya ng mga benta, trabaho, imbentaryo at presyo. Ang mga index ay malawakang ginagamit ng mga negosyo, pamahalaan at mga tagapagsuri ng ekonomiya sa mga pampinansyal na institusyon upang makatulong sa higit na pag-unawa sa mga kundisyon ng negosyo at paggabay sa diskarte sa kumpanya at pamumuhunan. Partikular dito, ginagamit ng mga bangko sentral sa maraming bansa (kabilang ang European Central Bank) ang datos upang makatulong sa pagpapasya sa antas ng interes. Ang mga survey ng PMI ay ang mga unang panukat sa kundisyon ng ekonomiya na inilalathala kada buwan at, dahil dito, available nang di-hamak na mas maaga kumpara sa maihahambing na datos na inilalabas ng mga ahensya ng pamahalaan.

Hindi binabago ng IHS Markit ang pinagbabatayan nitong data ng survey pagkatapos ng unang pag-publish, ngunit maaaring baguhin ang mga salik ng pag-a-adjust na batay sa panahon paminsan-minsan kung kinakailangan na makakaapekto sa serye ng data na na-adjust batay sa panahon. Ang dating data na nauugnay sa mga pinagbabatayang (hindi na-adjust) numero, ang mga unang na-publish na serye na panapanahong ina-adjust at ang binagong data ay makukuha ng mga subscriber mula sa IHS Markit. Mangyaring mag-email sa economics@ihsmarkit.com.

Tungkol sa IHS Markit (www.ihsmarkit.com)

Ang IHS Markit (Nasdaq: INFO) ay isa sa nangunguna sa paghahatid ng mahahalagang impormasyon, analytics, at mga solusyon para sa malalaking industriya at merkado na nagpapatakbo sa ekonomiya sa buong mundo. Naghahatid ang kumpanya ng mga pinakabagong impormasyon, analytics at solusyon sa mga customer sa larangan ng negosyo, pampinansyal at pamahalaan, na nagpapahusay sa kanilang pangangasiwa at nagbibigay ng kapaki-pakinabang na kaalamang nagreresulta sa mga matalino at pinag-isipang pasya. May mahigit 50,000 customer sa mga negosyo at pamahalaan ang IHS Markit, kabilang ang 80 porsyento ng mga kumpanya sa Fortune Global 500 at ang mga nangungunang pampinansyal na institusyon sa buong mundo.

Ang IHS Markit ay isang nakarehistrong trademark ng IHS Markit Ltd. at/o mga affiliate nito. Ang lahat ng iba pang kumpanya at pangalan ng produkto ay maaaring mga trademark ng mga may-ari ng mga ito © 2019 IHS Markit Ltd. Nakalaan ang lahat ng karapatan.

Tungkol sa PMI

Available na ngayon ang *Purchasing Managers' Index*™ (PMI™) sa higit sa 40 bansa pati na rin sa mga pangunahing rehiyon gaya ng Eurozone. Ang mga survey sa negosyo na ito ay ang mga pinakasinasubaybayan sa mundo, na pinapaboran ng mga bangko sentral, pampinansyal na merkado at ng mga taong gumagawa ng mga pangnegosyong pagpapasya nang dahil sa kakayahan nitong magbigay ng napapanahon, tumpak at madalas ay natatanging mga indicator ng mga paggalaw sa ekonomiya. Upang matuto nang higit pa, pumunta sa <https://ihsmarkit.com/products/pmi.html>

Ang mga karapatan sa intelektwal na pag-aari sa Nikkei Philippines Manufacturing PMI™ na isinaad dito ay pagmamay-ari ng, o nakalisensya sa, IHS Markit. Ang anumang hindi awtorisadong paggamit sa anumang lumalabas na data, kabilang ang, ngunit hindi nalilimitahan sa, pagkopya, pamamahagi, pagpapadala o iba pang paraan na tulad nito ay hindi pinapahintulutan kung wala itong paunang pahintulot mula sa IHS Markit. Hindi magkakaroon ng anumang pananagutan, responsibilidad o obligasyon ang IHS Markit para sa, o kaugnay ng, content o impormasyon ("data") na makikita rito, sa anumang pagkakamali, hindi wastong impormasyon, pagbabawas o pagkaantala sa data, o para sa anumang hakbang na isinagawa batay sa mga ito. Sa kahit na anong sitwasyon, hindi mananagot ang IHS Markit para sa anumang mga pinsalang espesyal, insidental o bunga ng hindi pagsunod sa kontrata, na magreresulta sa paggamit ng data. Ang *Purchasing Managers' Index*™ at PMI™ ay mga nakarehistrong trade mark ng Markit Economics Limited o nakalisensya sa Markit Economics Limited. Ang IHS Markit ay isang nakarehistrong trademark ng IHS Markit Ltd. at/o mga affiliate nito.

Kung hindi mo gustong makatanggap ng mga balita mula sa IHS Markit, mangyaring mag-email sa joanna.vickers@ihsmarkit.com. Upang mabasa ang aming patakaran sa privacy, mag-click [dito](#).