

PMI™ Ngành Sản xuất ASEAN của Nikkei

Tăng trưởng lĩnh vực sản xuất ASEAN chậm lại một chút trong tháng 6

Những điểm chính:

- Chỉ số PMI toàn phần đã giảm so với tháng trước nhưng vẫn còn tương đối ổn định.
- Cả sản lượng và số lượng đơn đặt hàng mới tăng yếu hơn
- Mức độ lạc quan đạt mức thấp kỷ lục

Dữ liệu chỉ số PMI™ mới nhất cho thấy mức tăng trưởng ổn định trong lĩnh vực sản xuất ASEAN vào cuối quý 2, khi các điều kiện kinh doanh đang cải thiện với tốc độ vừa phải.

Chỉ số **Nhà Quản trị Mua hàng (PMI™) Lĩnh vực Sản xuất ASEAN của Nikkei** do IHS Markit thu thập đã giảm từ 51,4 của tháng 5 còn 51 điểm trong tháng 6. Tuy nhiên, kết quả chỉ số mới góp phần làm mức trung bình theo quý cao nhất trong bốn năm.

Dữ liệu khảo sát tiếp tục cho thấy sự cải thiện ở phạm vi rộng. Trong tháng 6 có năm trong bảy quốc gia có sự cải thiện về các điều kiện sản xuất, giảm từ sáu quốc gia trong tháng 5. Myanmar không có thay đổi trong lĩnh vực sản xuất.

Việt Nam củng cố vị trí dẫn đầu trong bảng xếp hạng PMI ngành sản xuất ASEAN, khi lĩnh vực sản xuất hàng hóa đã tăng đáng kể thành mức tăng nhanh thứ nhì trong lịch sử chỉ số. Singapore đã thay thế Philippines ở vị trí thứ hai sau khi có mức cải thiện điều kiện hoạt động nhanh hơn. Philippines lùi về vị trí thứ ba khi sức khỏe lĩnh vực sản xuất cải thiện với tốc độ yếu hơn so với tháng 5.

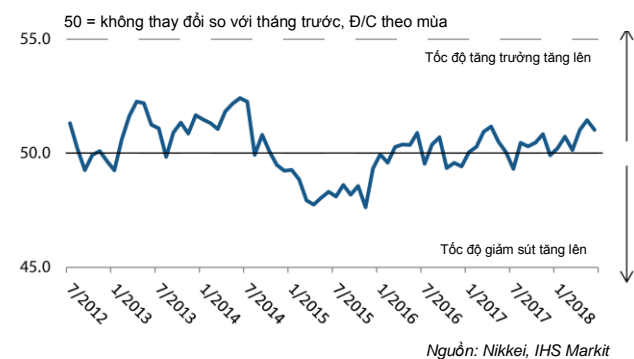
Cả Indonesia và Thái lan đều có mức cải thiện về các hoạt động sản xuất yếu hơn trong tháng 6. Myanmar không có thay đổi về các điều kiện hoạt động. Malaysia vẫn là quốc gia duy nhất báo hiệu suy giảm sức khỏe lĩnh vực sản xuất, mặc dù tốc độ giảm là chậm hơn đáng kể so với tháng 5.

Còn tiếp...

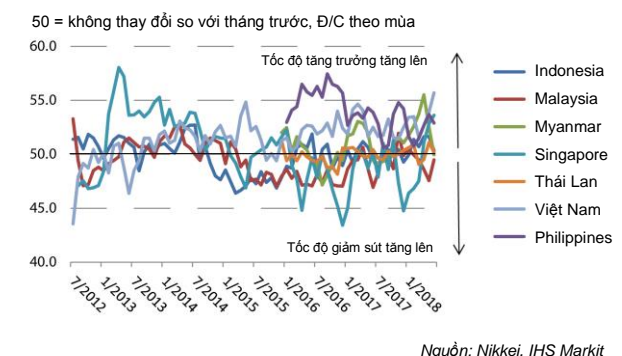
Phân hạng các quốc gia theo PMI™ ngành sản xuất

	PMI	Mức độ thay đổi
Việt Nam	55,7	Tăng mạnh (nhanh hơn tháng 5)
Singapore	53,6	Tăng mạnh (nhanh hơn tháng 5)
Philippines	52,9	Tăng mạnh (chậm hơn tháng 5)
Indonesia	50,3	Tăng nhẹ (chậm hơn tháng 5)
Thái Lan	50,2	Tăng nhẹ (chậm hơn tháng 5)
Myanmar	50,0	Không thay đổi (cải thiện trong tháng 5)
Malaysia	49,5	Giảm nhẹ (chậm hơn tháng 5)

PMI™ Ngành sản xuất ASEAN của Nikkei



PMI™ Ngành sản xuất Quốc gia



Nhu cầu tiếp tục được cải thiện vào cuối quý 2. Mặc dù tổng số lượng đơn đặt hàng mới đã tăng chậm hơn trong tháng 6, mức tăng vẫn cao hơn xu hướng trong quá khứ. Dữ liệu khảo sát cho thấy nhu cầu trong nước mạnh hơn là động lực chính của tăng trưởng do hoạt động xuất khẩu yếu kém. Doanh số bán hàng ra nước ngoài giảm trở lại trong tháng 6.

Sản lượng vẫn duy trì đà tăng đã khuyến khích các nhà máy trong ASEAN gia tăng hoạt động mua hàng, mặc dù với tốc độ yếu hơn. Tuy nhiên, mức độ sử dụng hàng hóa đầu vào mạnh hơn cho sản xuất đã làm hàng tồn kho trước sản xuất có thêm một tháng giảm, mà từ đó đã tác động lên chỉ số PMI toàn phần. Tồn kho hàng mua đến nay đã giảm trong 21 tháng liên tiếp.

Nhu cầu hàng hóa đầu vào tăng tiếp tục tạo áp lực lên chuỗi cung ứng. Hiệu suất của người bán hàng trong tháng 6 đã giảm tháng thứ tư liên tiếp. Các số liệu thống kê chưa đầy đủ cho thấy sự thiếu hụt nguyên vật liệu ở đầu nhà phân phối, mà trong một số trường hợp, đã ảnh hưởng đến mức tăng hàng tồn kho.

Mặc dù sản lượng tăng, hàng tồn kho thành phẩm đã giảm vào cuối quý 2 như đã xảy ra trong suốt bảy tháng qua.

Không còn có dấu hiệu của áp lực sản xuất trong khu vực, khi mà lượng công việc tồn đọng đã lại giảm trong tháng 6. Tuy nhiên, công suất dự phòng đã không khuyến khích các nhà sản xuất thuê thêm nhân công. Mặc dù vậy, việc làm lại tăng tháng thứ ba liên tiếp trong tháng sáu, mặc dù tốc độ tạo việc làm vẫn ở mức vừa phải.

Các nhà sản xuất trong khu vực tiếp tục đối mặt với tình trạng chi phí đầu vào tăng vào cuối nửa đầu năm. Tốc độ tăng đã giảm so với tháng 5, nhưng nhìn chung vẫn mạnh. Tình trạng khan hiếm nguồn cung toàn cầu và giá cả nguyên vật liệu tăng (đặc biệt là dầu) được cho là những nguyên nhân phổ biến gây lạm phát. Trong một số quốc gia, tỷ giá bất lợi đã làm trầm trọng thêm tình trạng tăng giá hàng nhập khẩu. Tất cả bảy quốc gia được khảo sát đều báo cáo giá cả đầu vào tăng. Myanmar có mức tăng chi phí mạnh nhất, sau đó là Philippines. Cùng với tình trạng tăng chi phí, giá bán hàng trung bình cũng tăng, và Philippines có tốc độ lạm phát cao nhất.

Mức kỳ vọng về sản lượng trong năm tới đã giảm trong tháng 6. Mặc dù vẫn ở mức tích cực, Chỉ số Sản lượng Tương lai giảm thành mức thấp kỷ lục của khảo sát.

Bình luận:

Bình luận về dữ liệu khảo sát PMI ngành sản xuất ASEAN, **Bernard Aw, Chuyên gia Kinh tế Chính** tại IHS Markit, công ty thu thập kết quả khảo sát, nói:

"Theo dữ liệu PMI, lĩnh vực sản xuất ASEAN có một quý phát triển tốt nhất trong bốn năm. Tuy nhiên, mức độ lạc quan của các công ty về triển vọng dài hạn đã giảm trong tháng 6.

Kết quả khảo sát PMI của Nikkei mới nhất cho thấy các nhà sản xuất ASEAN có thêm một tháng phát triển ổn định vào cuối quý 2, với kết quả chỉ số toàn phần tương tự như những tháng gần đây và cao hơn mức trung bình của lịch sử chỉ số. Tuy nhiên, cả sản lượng và số lượng đơn đặt hàng mới đã tăng chậm hơn, trong khi nhu cầu đã yếu đi.

Vấn đề đáng quan tâm hơn là số lượng đơn đặt hàng mới đã tăng chậm hơn so với sản lượng trong ba tháng liên tiếp, từ đó cho thấy năng lực sản xuất có thể bắt đầu chững lại trong những tháng tới. Hơn nữa, mức độ lạc quan về sản lượng trong thời gian tới đã giảm thành mức thấp nhất của lịch sử chỉ số.

Một vấn đề đáng quan tâm khác là những tác động tiêu cực có thể có do hạn chế của chuỗi cung ứng. Trong khi mức suy giảm hiệu suất của người bán hàng còn nhẹ, tình trạng khan hiếm hàng hóa trên toàn cầu và giá nguyên vật liệu tăng, đặc biệt là giá dầu, có thể tác động lên nguồn cung và tạo áp lực lạm phát lớn hơn.

Giá tăng sẽ làm cho các ngân hàng trung ương trong khu vực sẽ cẩn trọng hơn tại thời điểm mà các nhà hoạch định chính sách lo lắng về ảnh hưởng bất lợi có thể có của tình trạng căng thẳng thương mại gia tăng đối với nền kinh tế của họ".

-Kết thúc-

PMI® Ngành Sản xuất Việt Nam của Nikkei

được bảo trợ bởi



Nikkei là một tổ chức truyền thông mà hoạt động chính là xuất bản báo chí. Tờ nhật báo chính của chúng tôi, The Nikkei, có khoảng hai triệu rưỡi người đăng ký. Hệ thống phân phối truyền thông đa nền tảng của Nikkei còn bao gồm báo trực tuyến, phát thanh truyền hình và tạp chí.

Kể từ khi thành lập vào năm 1876 với tên Chugai Bukka Shimpo (Tin tức Giá cả Trong nước và Nước ngoài), chúng tôi đã liên tục cung cấp báo chất lượng cao trong khi vẫn bảo đảm tính công bằng và không thiên vị. Nhãn hiệu The Nikkei đã đồng nghĩa với sự tin cậy ở trong nước và nước ngoài.

Nikkei Inc. cung cấp nhiều nền tảng truyền thông để đáp ứng nhu cầu đa dạng của độc giả. Trọng tâm của những dịch vụ này là The Nikkei với tổng số phát hành lên đến hai triệu rưỡi bản. Dịch vụ cung cấp của chúng tôi còn ấn tượng ở nội dung có giá trị cao và công nghệ kỹ thuật số tiên tiến. Số lượng người đăng ký trả tiền cho ấn bản trực tuyến Nikkei (Nikkei Online Edition), khai trương năm 2010, đã vượt qua con số 500.000. Chúng tôi là một trong những nhà xuất bản báo chí có lượng người đọc lớn nhất thế giới sử dụng các dịch vụ trực tuyến có thu phí. Sau tám năm kể từ ngày phát hành, ấn bản trực tuyến đã phát triển từ một phương tiện cung cấp tin tức cho độc giả thành một công cụ giúp mọi người thăng tiến trong nghề nghiệp.

Vào năm 2013, chúng tôi đã khai trương tạp chí Nikkei Asian Review, một dịch vụ tin tức tiếng Anh được cung cấp cả trên mạng và dưới hình thức tạp chí in hàng tuần. Vào năm sau đó, chúng tôi đã thành lập Trụ sở Ban biên tập Châu Á ở Bangkok để làm phong phú thêm tin tức về kinh tế châu Á. Ngoài ra, chúng tôi đã nhân đôi được số phóng viên thường trú ở châu Á ngoài Nhật bản. Năm 2014 cũng đánh dấu sự ra đời của Nikkei Group Asia Pte., một công ty ở Singapore có nhiệm vụ phổ biến thương hiệu Nikkei trong khu vực. Mục tiêu của chúng tôi là làm cho Nikkei trở thành tiếng nói truyền thông hàng đầu ở châu Á.

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

NIKKEI ASIAN REVIEW

<http://asia.nikkei.com/>

GIỚI THIỆU ÁN PHẨM KINH DOANH DUY NHẤT ĐEM LẠI CHO QUÝ VỊ SỰ HIỂU BIẾT SÂU SẮC VỀ CHÂU Á, TỪ TRONG RA NGOÀI

Với số lượng phóng viên và cộng tác viên ở khu vực lớn hơn bất kỳ hãng xuất bản kinh doanh nào, chỉ có Nikkei Asian Review mới có thể cung cấp cho quý vị cái nhìn về kinh doanh ở châu Á từ bên trong.

Hãy cập nhật những tin tức, những bài phân tích và thông tin chi tiết mới nhất bằng việc đăng ký Nikkei Asian Review – có dưới dạng in, trực tuyến, và trên thiết bị di động và máy tính bảng của quý vị.



Asia300:

Cung cấp tin tức đầy đủ về hơn 300 công ty hàng đầu tại 11 quốc gia và khu vực ở châu Á. Nikkei Asian Review có mục tiêu xây dựng một trung tâm thông tin doanh nghiệp châu Á lớn nhất thông qua báo cáo nâng cao dựa trên cơ sở dữ liệu thông tin kinh doanh và tài chính quy mô lớn của các công ty trong khu vực.



NHẬT BẢN CẬP NHẬT:

Cập nhật cho quý vị về tình hình kinh doanh và tin tức từ Nhật bản.



QUAN ĐIỂM:

Đem đến quan điểm về châu Á của các trí tuệ hàng đầu trên thế giới, bao gồm cột "Tea Leaves" do những cây bút giỏi nhất của chúng tôi viết.



CHÍNH TRỊ VÀ KINH TẾ:

Tìm hiểu về chính sách tài khóa và tiền tệ, các vấn đề quốc tế và nhiều hơn nữa.



THỊ TRƯỜNG:

Phân tích sâu sắc về các thị trường, với tin tức chi tiết về ngành để giúp quý vị cập nhật về một số trong các lĩnh vực phát triển nhanh nhất trong khu vực.



Video:

Xem các nhà phân tích giải thích các bài viết của chúng ta, theo dõi các cuộc phỏng vấn với các lãnh đạo hàng đầu.



Phiên bản in:

Hàng tuần đem những nội dung quan trọng nhất từ Nikkei Asian Review đến nhà hoặc văn phòng của quý vị.

Để biết thêm thông tin, hãy liên hệ:

IHS Markit (Về PMI và ý kiến bình luận)

Bernard Aw, Chuyên gia Kinh tế chính
Điện thoại: +65-6922-4226
Email bernard.aw@ihsmarkit.com

Jerrine Chia, Bộ phận Tiếp thị và Truyền thông
Điện thoại: +65-6922-4239
E-mail jerrine.chia@ihsmarkit.com

Nikkei inc. (Về Nikkei)

Ken Chiba, Phó Tổng giám đốc, Văn phòng quan hệ công chúng
Atsushi Kubota, Giám đốc, Văn phòng quan hệ công chúng
Điện thoại: +81-3-6256-7115
Email koho@nex.nikkei.co.jp

Ghi chú cho Ban Biên tập:

Chỉ số Nhà quản trị Mua hàng PMI® (*Purchasing Managers' Index*™) của ASEAN được IHS Markit tổng hợp dựa trên dữ liệu khảo sát nguyên gốc thu thập từ một nhóm đại diện gồm khoảng 2100 công ty sản xuất. Dữ liệu quốc gia được thu thập cho Indonesia, Malaysia, Myanmar, Philippine, Thái Lan và Việt Nam. Tổng hợp lại, những quốc gia này chiếm tới khoảng 98% hoạt động sản xuất của ASEAN.

Phương pháp khảo sát của *Chỉ số Nhà quản trị Mua hàng (PMI)®* đã tạo dựng được một uy tín cao trong việc cung cấp chỉ báo cập nhật nhất có thể về những gì đang thực sự xảy ra trong lĩnh vực kinh tế tư nhân bằng cách theo dõi những tham số như doanh thu, việc làm, hàng tồn kho và giá cả. Các chỉ số được các doanh nghiệp, chính phủ và các nhà phân tích kinh tế của các tổ chức tài chính sử dụng rộng rãi để hiểu rõ hơn về các điều kiện kinh doanh và định hướng cho chiến lược công ty và chiến lược đầu tư. Đặc biệt, các ngân hàng trung ương (bao gồm cả Ngân hàng Trung ương Châu Âu) sử dụng dữ liệu để ra các quyết định về lãi suất. Các khảo sát PMI là những chỉ số đầu tiên về các điều kiện kinh tế được ban hành hàng tháng và do đó có sớm hơn hẳn các dữ liệu so sánh do các tổ chức chính phủ tổng hợp.

IHS Markit không sửa lại dữ liệu điều tra cơ bản sau lần xuất bản đầu tiên, nhưng các nhân tố điều chỉnh theo mùa có thể được sửa lại cho phù hợp theo từng thời điểm và những sửa đổi này sẽ ảnh hưởng đến các chuỗi dữ liệu điều chỉnh theo mùa. Dữ liệu lịch sử liên quan đến những con số cơ bản (chưa điều chỉnh), chuỗi dữ liệu được điều chỉnh theo mùa lần đầu tiên được xuất bản và những dữ liệu được điều chỉnh sau đó, có thể được đặt mua từ IHS Markit. Hãy liên hệ economics@ihsmarkit.com.

Thông tin về IHS Markit (www.ihsmarkit.com)

IHS Markit (Nasdaq: INFO) là công ty hàng đầu thế giới chuyên cung cấp các thông tin, phân tích và các giải pháp quan trọng cho các ngành và thị trường lớn mà đang là động lực cho các nền kinh tế trên toàn cầu. Công ty cung cấp các thông tin, phân tích và giải pháp tiên tiến nhất cho khách hàng thuộc lĩnh vực kinh doanh, tài chính và chính phủ, nâng cao hiệu quả hoạt động của họ và cung cấp những ý kiến phân sâu sắc làm cơ sở đưa ra những quyết định sáng suốt và tự tin. IHS Markit có hơn 50.000 khách hàng là các doanh nghiệp và chính phủ, chiếm tới 80% danh sách 500 công ty hàng đầu (Fortune Global 500) và các tổ chức tài chính hàng đầu thế giới.

IHS Markit là một nhãn hiệu đã được đăng ký của IHS Markit Ltd. và/hoặc các chi nhánh. Tất cả các tên của công ty và sản phẩm khác có thể là nhãn hiệu của những người sở hữu liên quan.

© 2018 IHS Markit Ltd. Tất cả bản quyền được bảo vệ.

Thông tin về PMI

Các cuộc khảo sát *Chỉ số Nhà Quản trị Mua hàng (Purchasing Managers' Index*™ - PMI®) đã được thực hiện tại hơn 40 quốc gia và cho các khu vực chủ chốt kể cả khu vực đồng tiền chung châu Âu. Đây là những cuộc khảo sát kinh doanh được theo dõi nhiều nhất trên thế giới, được sự ủng hộ của các ngân hàng trung ương, thị trường tài chính và các nhà hoạch định chính sách kinh doanh vì khả năng cung cấp những chỉ số cập nhật, chính xác và độc đáo phản ánh các khuynh hướng kinh tế. Để tìm hiểu thêm hãy truy cập <https://ihsmarkit.com/products/pmi.html>.

Bản quyền sở hữu trí tuệ đối với Chỉ số Nhà quản trị Mua hàng PMI® ngành sản xuất của ASEAN là sở hữu của hoặc cấp phép cho IHS Markit. Bất kỳ sự sử dụng trái phép nào, bao gồm nhưng không hạn chế ở việc sao chép, phân phối, truyền tin hay phương thức khác, đối với bất kỳ dữ liệu xuất bản nào đều không được phép nếu không có sự đồng ý trước của IHS Markit. IHS Markit sẽ không có bất kỳ trách nhiệm, bổn phận hay nghĩa vụ nào đối với hoặc liên quan tới nội dung hoặc thông tin ("dữ liệu") bao gồm ở đây, bất kỳ sai sót, thiếu chính xác, bỏ sót hay chậm trễ nào của dữ liệu, hay đối với bất kỳ hành động nào được tiến hành dựa vào những dữ liệu đó. IHS Markit sẽ không chịu trách nhiệm về bất kỳ thiệt hại đặc biệt, ngẫu nhiên, hay là hậu quả, nảy sinh từ việc sử dụng dữ liệu. Purchasing Managers' Index™ và PMI® là các nhãn hiệu thương mại đã được đăng ký của Markit Economics Limited hoặc được cấp phép cho Markit Economics Limited. IHS Markit là một nhãn hiệu đã được đăng ký của IHS Markit Ltd. và/hoặc các chi nhánh.

Nếu quý vị không muốn nhận tin tức từ IHS Markit, hãy gửi email joanna.vickers@ihsmarkit.com. Để đọc chính sách về quyền riêng tư của chúng tôi, hãy nhấn [vào đây](#).