

Nikkei ASEAN Manufacturing PMI™

Mga kundisyon ng pagmamanupaktura, lalo pang lumala noong Pebrero

Mahalagang punto:

- Mga bagong order, dalawang magkasunod na buwan nang nababawasan
- Pagdami ng output, nananatiling mabagal
- Pagbili, bumagsak sa pinakamabilis na naitala sa loob ng tatlong taon

Lumala ang kalusugan ng sektor ng pagmamanupaktura sa mga bansa sa ASEAN para sa ikalawang buwan noong Pebrero, ayon sa headline na **Nikkei ASEAN Manufacturing Purchasing Managers' Index (PMI™)** na kinakalap ng IHS Markit.

Bumaba ang headline na PMI sa 49.6 noong Pebrero mula sa 49.7 noong Enero, na nagpapahiwatig sa kauna-unahang magkasunod na buwang paglala ng mga kundisyon ng negosyo sa loob ng dalawang taon. Bagama't bahagya lang ang kaibahan ng mga ito, ito na ang pinakamababang index mula noong Hulyo 2017, dahil na rin sa mga tuloy-tuloy na senyales ng mahinang demand sa kalagitnaan ng unang quarter.

Nakaranas ang mga nagmamanupaktura ng higit pang pagbaba sa mga bagong order noong Pebrero, ngunit hindi ito ganoon katindi kumpara noong Enero. Kasama na sa mga dahilan nito ang pagkaunti ng mga benta sa ibang bansa para sa ikapitong buwan. Kaya naman pumalo ang produksyon sa mga bansa sa ASEAN sa pinakamababang kabuuang rate nito sa kasalukuyang 19 na buwang sequence ng expansion.

Gayunpaman, patuloy na naging magkakaiba ang mga resulta sa buong rehiyon, kung saan apat sa pitong sinusubaybayang bansa ang nag-ulat ng mas mabubuting kundisyon ng pagpapatakbo noong Pebrero. Nanguna ang Myanmar sa ranggo, dahil ito ang may pinakatumaas na output sa loob ng sampung buwan. Kasabay nito, tumaas naman ang bilang ng mga bagong negosyo sa pinakamabilis na rate mula noong Mayo 2018.

Pumangalawa ang Pilipinas, sa kabila ng pagbaba ng headline na PMI sa pinakamababang nitong halaga sa loob ng anim na buwan. Ang Vietnam naman ang nakaranas ng pinakamahirang rate ng pag-unlad sa loob ng halos tatlong taon. Nasa ikaapat na ranggo ang Indonesia dahil sa tuloy-tuloy na paglala ng mga kundisyon ng pagmamanupaktura.

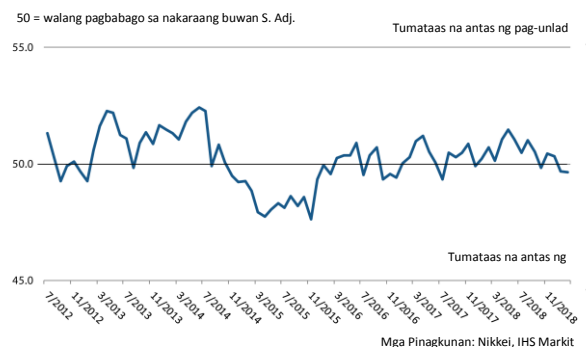
Nasa ikalimang ranggo naman ang Thailand sa league table, at nagrehistro ito ng bahagyang paglala sa kalusugan ng sektor ng pagmamanupaktura. Nasa ikaanim na ranggo ang Malaysia, na limang magkakasunod na buwan nang nakakaranas ng pagbaba sa PMI. Nanatili pa ring panghuli ang Singapore, na nakaranas na naman ng matinding pagbagsak sa mga kundisyon ng pagpapatakbo.

Ipinagpapatuloy...

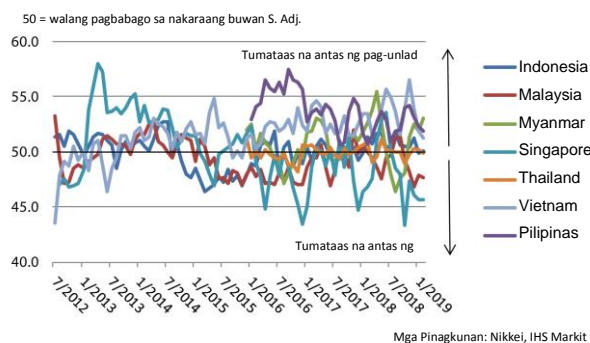
Ranggo ng mga bansa ayon sa Manufacturing PMI™

Pebrero	PMI	Naging pagbabago
Myanmar	53.1	Lubos na tumaas (mas mabilis kaysa noong Enero)
Pilipinas	51.9	Katamtamang pagtaas (mas mabagal kaysa noong Enero)
Vietnam	51.2	Katamtamang pagtaas (mas mabagal kaysa noong Enero)
Indonesia	50.1	Bahagyang pagtaas (nagbago ang direksyon)
Thailand	49.9	Bahagyang pagbaba (nagbago ang direksyon)
Malaysia	47.6	Katamtamang pagbaba (mas mabilis kaysa noong Enero)
Singapore	45.7	Lubos na bumaba (mas mabagal kaysa noong Enero)

Nikkei ASEAN Manufacturing PMI™



Manufacturing PMI™ ng Bansa



Bilang tugon sa mahinang demand, binawasan ng mga nagmamanupaktura sa ASEAN ang kanilang pagbili ng input noong Pebrero. Bagama't katamtaman lang ang bilis ng pagbaba, ito ang pinakanagmarka sa loob ng tatlong taon. Bukod pa rito, nabawasan din ang mga imbentaryo ng mga produkto ng pre-production at post-production sa mas mabilis na rate.

Pagkatapos ng paghinto ng pagdami noong Enero, bahagya namang dumami ang trabaho noong Pebrero. Naitala ng Indonesia ang pinakamatinding pagdami ng trabaho, habang tatlo naman sa pitong sinusubaybayang bansa ang nag-ulat ng mas kaunting trabaho. Bumaba ang mga backlog sa pinakamabilis na naitala sa loob ng 14 na buwan.

Bahagyang tumaas ang mga singil sa output ng mga nagmamanupaktura sa ASEAN noong Pebrero. Mas mataas nang kaunti ang rate ng pagtaas ng presyo kaysa sa pinakamababang naitala noong Enero para sa 27 buwan. Parehong nag-ulat ang Vietnam at Malaysia ng pagbaba sa mga presyo sa pagbebenta. Iniugnay ito ng mga firm na nagbaba ng kanilang mga singil sa mahinang demand at kaunting pressure mula sa mga gastusin sa input.

Hindi nagbago ang rate ng pagtaas ng presyo ng input mula sa naitalang mababa at katamtamang halaga noong Enero. Nag-ulat ang mga nagmamanupaktura sa Thailand at Malaysia ng pagbaba sa mga gastusin sa pagbili, dahil na rin sa kaunting demand at may diskwentong maramihang pagbili.

Sa hinaharap, hindi ganoon kakumpiyansa ang mga nagmamanupaktura sa ASEAN kaugnay ng output sa susunod na 12 buwan. Nananatiling pinaka-optimistic ang mga firm sa Pilipinas, habang umaasa naman ang mga firm sa Myanmar na walang magbabago sa output sa loob ng isang taon.

Komento:

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

"Nabigo ang mga firm ng pagmamanupaktura na kasama sa ASEAN na makakita ng rebound sa mga benta noong Pebrero dahil mababa muli ang demand ayon sa mga resulta ng survey. Patuloy na bumaba ang bilang ng mga order ng iniluluwas na produkto, ngunit maaaring makatulong sa ilang producer ang mga pag-uusap ng US at China tungkol sa kalakalan. Nanatili ring mabagal ang pagtaas ng presyo ng input, na nagbigay-daan sa mga firm na magpanatili ng mahuhusay na balance sheet sa panahong ito ng pagsubok."

-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 tingit 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](#).