

PMI[®] Ngành Sản xuất Việt Nam của Nikkei

Tăng trưởng ở mức vừa phải vào đầu năm 2019

Những điểm nổi bật:

- Sản lượng, số lượng đơn đặt hàng mới và việc làm đều tăng yếu hơn
- Chi phí đầu vào chỉ tăng nhẹ và giá cả đầu ra giảm
- Sản lượng dự kiến tiếp tục tăng trưởng trong năm 2019

Dữ liệu thu thập từ ngày 11-23 tháng 1

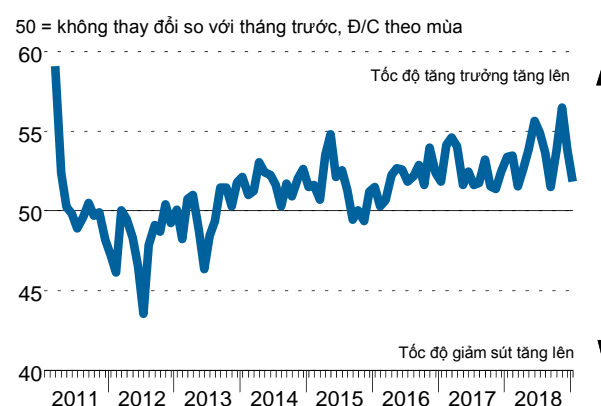
Đầu năm 2019 tăng trưởng lĩnh vực sản xuất Việt Nam chỉ ở mức vừa phải. Tốc độ tăng sản lượng, số lượng đơn đặt hàng mới và việc làm tiếp tục chậm lại so với mức cao mới đây được ghi nhận trong tháng 11 năm ngoái. Tuy nhiên, các điều kiện hoạt động trong lĩnh vực sản xuất tiếp tục cải thiện khi các công ty đã lại có thể thu hút được khách hàng, và mức độ lạc quan trong kinh doanh vẫn cao.

Dữ liệu mới nhất tiếp tục cho thấy thiếu áp lực lạm phát trong tháng 1. Chi phí đầu vào đã tăng nhẹ, trong khi giá cả đầu ra đã giảm lần thứ tư liên tiếp trong năm tháng qua.

Chỉ số Nhà quản trị Mua hàng *Purchasing Managers' Index*[™] (*PMI*[®]) toàn phần lĩnh vực sản xuất Việt Nam của Nikkei – một chỉ số tổng hợp về kết quả hoạt động của ngành sản xuất – đã đạt 51,9 điểm trong tháng 1, cho thấy các điều kiện kinh doanh cải thiện nhẹ. Kết quả chỉ số đã giảm từ mức 53,8 của tháng 12 xuống mức thấp nhất kể từ tháng 9 năm ngoái, nhưng đến nay tăng trưởng đã được ghi nhận trong 38 tháng liên tiếp.

Phù hợp với chỉ số chính, cả sản lượng và số lượng đơn đặt hàng mới đều tăng nhẹ hơn trong tháng 1. Tuy nhiên, trong cả hai trường hợp, tăng trưởng vẫn còn mạnh khi các báo cáo cho thấy nhu cầu khách hàng cải thiện. Sản lượng đến nay đã tăng trong suốt 14 tháng qua. Cùng với mức tăng của tổng số lượng đơn đặt hàng mới, số lượng đơn đặt hàng xuất khẩu mới cũng tiếp tục tăng, nhưng với tốc độ yếu hơn so với tháng 12.

PMI Ngành Sản xuất Việt Nam của Nikkei



Nguồn: Nikkei, IHS Markit

Áp lực lạm phát tiếp tục mờ nhạt trong tháng 1. Giá cả đầu vào đã tăng sau khi giảm lần đầu trong gần ba năm trong tháng 12, nhưng tốc độ tăng chỉ là nhẹ và kém hơn hẳn mức trung bình của lịch sử chỉ số. Các thành viên nhóm khảo sát báo cáo giá cả thị trường giảm, mặc dù tình trạng khan hiếm nguyên vật liệu đã làm giá cả tăng trong một số trường hợp. Với giá cả đầu vào chỉ tăng nhẹ, các công ty đã tiếp tục giảm giá cả đầu ra vào đầu năm 2019. Giá bán hàng đã giảm suốt bốn trong năm tháng qua.

Các nhà sản xuất tiếp tục tuyển thêm nhân viên trước tình trạng tăng số lượng đơn đặt hàng mới, từ đó kéo dài thời kỳ tăng việc làm hiện nay thành 34 tháng. Năng lực bổ sung này đã giúp các công ty giải quyết lượng công việc chưa thực hiện khi tốc độ tăng số lượng đơn đặt hàng mới đã chậm lại. Lượng công việc tồn đọng đã giảm lần đầu tiên trong ba tháng.

Hàng tồn kho tiếp tục tăng trong tháng 1, với cả tồn kho hàng hóa trước và sau sản xuất đều tăng. Mức tăng lượng hàng mua đã được hỗ trợ bởi mức tăng mạnh của hoạt động mua hàng hóa đầu vào, mặc dù trong cả hai trường hợp mức tăng đã chậm lại thành mức chậm nhất kể từ tháng 9 năm ngoái.

Thời gian mà các nhà cung cấp dùng để chuyển hàng đã kéo dài thêm lần thứ hai liên tiếp khi nhu cầu hàng hóa đầu vào tiếp tục tăng. Tuy nhiên, thời gian giao hàng chỉ tăng nhẹ, như đã xảy ra trong tháng 12.

Các công ty tiếp tục tin tưởng mạnh mẽ sản lượng sẽ tăng trong năm tới, với hơn một nửa số người trả lời khảo sát tỏ thái độ lạc quan. Mức độ lạc quan hầu như tương đương với mức trung bình của lịch sử chỉ số. Các thành viên nhóm khảo sát cho biết nhu cầu khách hàng dự kiến sẽ cải thiện trong 12 tháng tới sẽ giúp họ thực hiện các kế hoạch kinh doanh của công ty.

Bình luận:

Bình luận về dữ liệu khảo sát PMI ngành sản xuất Việt Nam, **Andrew Harker**, Phó Giám đốc tại IHS Markit, công ty thu thập kết quả khảo sát, nói:

“Trong khi vẫn báo hiệu tăng trưởng trong lĩnh vực sản xuất Việt Nam, dữ liệu PMI mới nhất cho thấy nền kinh tế không thể hoàn toàn miễn nhiễm khỏi sự yếu kém ở những nơi khác trong khu vực và những vấn đề của thương mại toàn cầu. Do đó, trong khi những vấn đề này vẫn còn tiếp diễn, lĩnh vực sản xuất có thể vẫn ở giai đoạn tăng trưởng nhẹ hơn”.

-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 các 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 nhận đổi 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/>

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)

Andrew Harker, Phó Giám đốc

Điện thoại: 44-1491-461-016

Email andrew.harker@ihsmarkit.com

Bernard Aw, Chuyên gia Kinh tế

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 Ngành Sản xuất tại Việt Nam của Nikkei (*Nikkei Vietnam Manufacturing PMI*®) được xây dựng trên cơ sở dữ liệu thu thập hàng tháng từ các bảng trả lời câu hỏi khảo sát của các nhà quản trị mua hàng ở hơn 400 doanh nghiệp công nghiệp. Nhóm thành viên tham gia khảo sát được phân loại theo GDP và số lượng nhân công của công ty. Lĩnh vực sản xuất được chia thành 8 ngành chính: Kim loại cơ bản, hóa chất và nhựa, điện tử và quang học, thực phẩm và đồ uống, cơ khí chế tạo, dệt may, gỗ và giấy, vận tải.

Các câu trả lời khảo sát phản ánh sự thay đổi, nếu có, trong tháng hiện tại so với tháng trước dựa trên dữ liệu thu thập vào giữa tháng. Đối với mỗi thông số chỉ báo, 'Báo cáo' cho biết tỷ lệ người trả lời cho mỗi câu hỏi khảo sát, mức chênh lệch thực giữa số lượng câu trả lời cao hơn/tốt hơn và các câu trả lời thấp hơn/xấu hơn, và chỉ số 'khuyh hướng'. Chỉ số này là tổng của các câu trả lời tích cực cộng với một nửa câu trả lời 'giữ nguyên'. Các chỉ số khuyh hướng có những đặc tính của thông số chỉ báo hàng đầu và là những thước đo tổng hợp thuận tiện cho thấy chiều hướng thay đổi chủ đạo. Một chỉ số đạt mức hơn 50 điểm cho biết mức tăng tổng thể của chỉ số đó, dưới 50 điểm là một mức giảm tổng thể.

Chỉ số PMI® ngành sản xuất Việt Nam của Nikkei là một chỉ số tổng hợp dựa vào năm trong số các chỉ số riêng lẻ với những trọng số sau đây: Số lượng đơn đặt hàng mới - 0,3, Sản lượng - 0,25, Việc làm - 0,2, Thời gian giao hàng của nhà cung cấp - 0,15, Tồn kho các mặt hàng mua - 0,1, với chỉ số thời gian giao hàng được đảo ngược để chỉ số biến động theo một hướng có thể so sánh.

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.

© 2019 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 khuyh 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 PMI® ngành sản xuất Việt Nam của Nikkei là sở hữu của hoặc được 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. Nikkei được cấp phép sử dụng những nhãn hiệu trên. IHS Markit là nhãn hiệu thương mại đã được đăng ký của IHS Markit Limited.

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](#).