

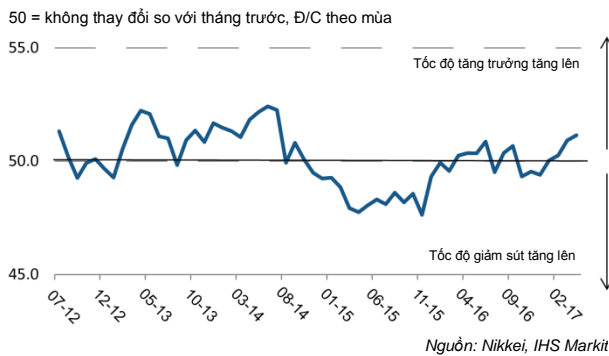
PMI™ Ngành Sản xuất ASEAN của Nikkei

Lĩnh vực sản xuất của ASEAN tiếp tục đà tăng trưởng trong Quý 2

Những điểm chính:

- Sản lượng và số lượng đơn đặt hàng mới tăng nhanh hơn giúp chỉ số PMI đạt mức cao kỷ lục của 33 tháng.
- Doanh thu xuất khẩu đã tăng trở lại
- Áp lực lạm phát vẫn là đáng kể

PMI ngành sản xuất ASEAN của Nikkei



Lĩnh vực sản xuất của ASEAN tiếp tục đà tăng trưởng trong đầu quý 2 nhờ sản lượng và số lượng đơn đặt hàng mới tăng.

Chỉ số Nhà Quản trị Mua hàng - *Purchasing Managers' Index (PMI™)* ASEAN của Nikkei đã tăng từ 50,9 điểm trong tháng 3 lên 51,1 điểm trong tháng 4, cho thấy sức khỏe của lĩnh vực sản xuất tiếp tục được cải thiện. Mặc dù chỉ ở mức nhẹ, tốc độ cải thiện là nhanh nhất trong thời gian 33 tháng.

Đại đa số các quốc gia được khảo sát đều có các điều kiện kinh doanh cải thiện trong tháng 4. Cũng giống như tháng 3, dữ liệu PMI mới nhất cho thấy sáu trong số bảy quốc gia được khảo sát có lĩnh vực sản xuất tăng trưởng.

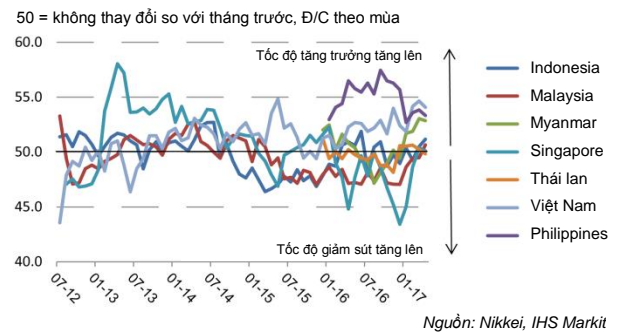
Việt Nam, Philippines và Myanmar vẫn là ba quốc gia đứng đầu, mặc dù các điều kiện kinh doanh ở cả ba quốc gia đã cải thiện với tốc độ chậm hơn tháng 3.

Sau khi cải thiện một chút trong tháng 3, Indonesia có tốc độ tăng trưởng nhanh hơn, mặc dù vẫn chỉ ở mức nhẹ. Trong khi đó, lĩnh vực sản xuất của Singapore gần như là trì trệ.

Phân hạng các nước theo PMI™ ngành sản xuất: Tháng 4

	PMI	Mức độ thay đổi
Việt Nam	54,1	Tăng mạnh (chậm hơn tháng 3)
Philippines	53,3	Tăng mạnh (chậm hơn tháng 3)
Myanmar	52,9	Tăng mạnh (chậm hơn tháng 3)
Indonesia	51,2	Tăng nhẹ (nhanh hơn tháng 3)
Malaysia	50,7	Tăng nhẹ (Thay đổi chiều hướng)
Singapore	50,1	Tăng nhẹ (chậm hơn tháng 3)
Thái lan	49,8	Giảm nhẹ (Thay đổi chiều hướng)

PMI Ngành sản xuất Quốc gia



Malaysia đã tăng trưởng trở lại sau hai năm suy giảm, với sản lượng và số lượng đơn đặt hàng mới được ghi nhận tăng. Thái lan đã thay thế Malaysia ở vị trí cuối bảng, cho thấy sự giảm sút nhẹ trong lĩnh vực sản xuất.

Trong khi dữ liệu cho thấy thị trường trong nước vẫn là động lực tăng trưởng chính cho các nhà sản xuất ASEAN, nhu cầu nước ngoài trong tháng 4 đã tăng lần đầu tiên kể từ tháng 9/2016. Doanh thu xuất khẩu mới đã tăng trở lại sau sáu tháng giảm, và mức tăng là nhanh nhất trong thời gian hai năm rưỡi. Sau đó, mức tăng tổng số lượng đơn đặt hàng mới đã trở thành mức tăng mạnh nhất trong thời gian 33 tháng.

Số lượng đơn đặt hàng mới tăng nhanh hơn đã làm tăng sản lượng trong tháng 4. Hơn nữa, sản lượng trong khu vực đã tăng với tốc độ nhanh nhất kể từ tháng 7/2014.

Mặc dù nhu cầu tăng, lượng công việc tồn đọng ở ASEAN đã giảm tháng thứ ba mươi tư liên tiếp, cho thấy lĩnh vực sản xuất tiếp tục không sử dụng hết năng lực dự phòng. Điều này đã gây ảnh hưởng đến việc tuyển dụng nhân công trong khu vực, và tổng số lượng việc làm gần như không thay đổi trong tháng 4.

Hoạt động sản xuất gia tăng đã khiến các nhà sản xuất ASEAN tăng mua hàng hóa đầu vào tháng thứ ba liên tiếp, từ đó tiếp tục gây áp lực cho chuỗi cung ứng. Thời gian giao hàng đã tiếp tục bị kéo dài trong tháng 4, mặc dù mức kéo dài chỉ là nhỏ. Tuy nhiên, hoạt động mua hàng tăng lên đã không làm tăng hàng tồn kho. Trái lại, lượng hàng tồn kho cả trước và sau sản xuất đều tiếp tục giảm do việc sử dụng hàng hóa đầu vào và hàng thành phẩm tăng lên để đáp ứng nhu cầu.

Trong khi đó, tốc độ tăng chi phí tiếp tục chậm lại trong tháng 4, nhưng vẫn là một trong những mức tăng cao nhất trong những năm gần đây. Malaysia có mức tăng nhanh nhất tháng thứ ba liên tiếp với ảnh hưởng của diễn biến tỷ giá theo chiều hướng bất lợi. Singapore có chi phí đầu vào tăng đáng kể và tốc độ tăng đạt mức nhanh nhất trong gần ba năm rưỡi. Trong khi đó, mức tăng ở Thái lan chỉ là nhẹ.

Khi có thể, các nhà máy ASEAN đã cố gắng chuyển giao mức tăng chi phí sang cho khách hàng bằng cách tăng giá cả đầu ra trung bình. Mặc dù vậy, tốc độ tăng giá xuất xưởng vẫn thấp hơn đáng kể so với tốc độ tăng chi phí. Tuy nhiên, tất cả các quốc gia được khảo sát có giá bán hàng cao hơn trong tháng 4.

Dữ liệu chỉ số PMI cho thấy sự lạc quan về kinh doanh trong năm tới tiếp tục giảm mặc dù số lượng đơn đặt hàng mới và sản lượng tăng mạnh trong tháng 4. Chỉ số Sản lượng Tương lai đã giảm tháng thứ ba liên tiếp và đạt mức thấp nhất trong thời gian bốn năm rưỡi.

Bình luận:

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

"Lĩnh vực sản xuất ASEAN bắt đầu quý 2 trên một nền tảng vững chắc hơn, dựa vào động lực tăng trưởng đã có từ trong quý đầu. Tăng trưởng chỉ ở mức khiêm tốn nhưng vẫn là mức mạnh nhất trong gần ba năm."

"Mức tăng vẫn ở trên diện rộng và được cộng hưởng bởi mức tăng mạnh hơn của số lượng đơn đặt hàng mới và sản lượng. Đáng chú ý là số lượng đơn đặt hàng xuất khẩu tăng trở lại cũng góp phần làm cải thiện tăng trưởng trong lĩnh vực sản xuất. Các nhà máy cũng tăng hoạt động mua hàng."

"Tuy nhiên, có vẻ hơi vội vàng khi kết luận rằng mức tăng của kỳ này là bền vững. Mức độ việc làm chỉ thay đổi một chút, một phần do năng lực sản xuất dự phòng trong khu vực. Lượng công việc tồn đọng tiếp tục tăng đã hạn chế hoạt động tuyển dụng của các công ty."

"Về khía cạnh giá cả, tốc độ tăng chi phí đầu vào tiếp tục tăng nhanh hơn so với giá bán hàng của các công ty, từ đó cho thấy biên nhuận đang bị thu hẹp lại. Điều này có thể tác động đến các kế hoạch tuyển dụng và đầu tư trong tương lai, nếu xu hướng này vẫn tiếp tục. Cuối cùng, kỳ vọng về sản lượng sản xuất trong tương lai tiếp tục giảm, với sự khác nhau đáng kể về mức độ lạc quan kinh doanh giữa các quốc gia trong khu vực."

-Kết thúc-

PMI™ Ngành Sản xuất Việt Nam của Nikkei được bảo trợ bởi **NIKKEI**

Nikkei là một tổ chức truyền thông mà hoạt động chính là xuất báo báo chí. Tờ nhật báo chính của chúng tôi, The Nikkei, có khoảng ba triệu 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.

Năm nay, The Nikkei sẽ kỷ niệm 140 năm hoạt động. 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. Nhân 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 ba triệu 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 Eddition), khai trương năm 2010, đã vượt qua con số 400.000. 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 năm 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 viên 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 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.

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 ý kiến chuyên môn để đưa ra 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 lớn là các doanh nghiệp và chính phủ, chiếm tới 85% danh sách 500 công ty hàng đầu (Fortune Global 500) và các tổ chức tài chính hàng đầu thế giới. Có trụ sở chính tại London, IHS Markit cam kết cho sự tăng trưởng bền vững và mang lại lợi nhuận.

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

© 2017 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 30 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 www.markit.com/product/pmi.

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 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](#).