

Nikkei ASEAN Manufacturing PMI™

Sektor ng pagmamanupaktura ng ASEAN higit na humusay noong Setyembre

Mga pangunahing tala:

- Nagpapahiwatig ng higit pang pag-recover ang headline na PMI
- ...ngunit bumulusok ang kumpiyansa sa negosyo sa limang taong pagkababa
- Tumitindi ang mga pressure ng inflation

Mga bansa na niranggo ayon sa Manufacturing PMI™: Setyembre

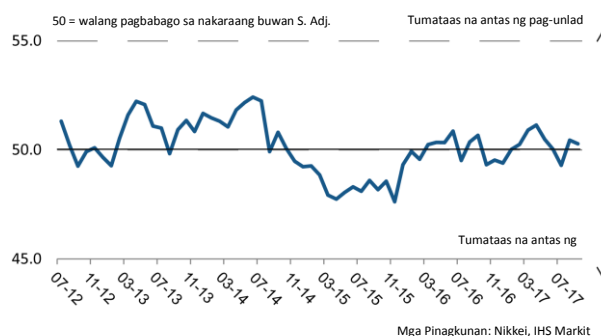
	PMI	Pagbabagong ipinapahiwatig
Vietnam	53.3	Matatag na pagtaas (mas mabilis kaysa noong Agosto)
Pilipinas	50.8	Bahagyang pagtaas (mas mabilis kaysa noong Agosto)
Indonesia	50.4	Bahagyang pagtaas (mas mabagal kaysa noong Agosto)
Thailand	50.3	Bahagyang pagtaas (pagbabago ng direksyon)
Malaysia	49.9	Bahagyang pagbaba (pagbabago ng direksyon)
Myanmar	49.4	Bahagyang pagbaba (mas mabagal kaysa noong Agosto)
Singapore	48.6	Katamtamang pagbaba (pagbabago ng direksyon)

Ipinahiwatig ng pinakabagong PMI data na positibong winakasan ng ekonomiya ng pagmamanupaktura ng ASEAN ang ikatlong quarter, bagama't nanatiling bahagya ang paglago.

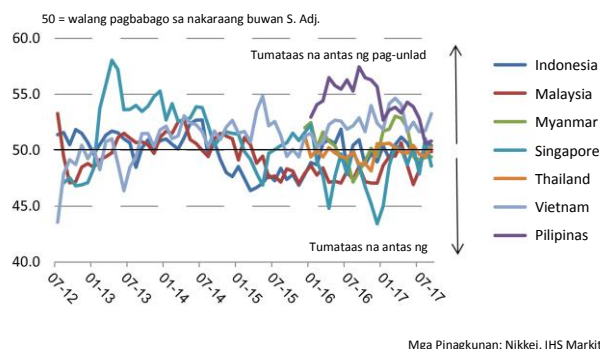
Ang headline na **Nikkei ASEAN Manufacturing Purchasing Managers' Index (PMI™)** ay naitala sa 50.3 noong Setyembre, bahagyang mas mababa mula sa 50.4 noong Agosto, ngunit nagpapahiwatig ng higit pang pagpapahusay sa kalusugan ng sektor. Gayunpaman, nananatiling bahagya ang bilis ng pagpapahusay.

Sinuportahan ng higit pang pagdami ng output at kabuuang bagong negosyo ang pinakabagong pagtaas. Gayunpaman, bahagyang mayorya lang ng mga bansang nasaklawan ng survey ang nakapagtala ng paghusay sa mga kundisyon ng pagpapatakbo, kung saan bumaba ang bilang ng mga bansang nakapagtala ng pagpapahusay mula sa lima noong Agosto sa apat noong Setyembre.

Nikkei ASEAN Manufacturing PMI



Manufacturing PMI ng Bansa



Patuloy na nangunguna ang Vietnam sa pangkalahatang ranking ng paglago, at nakitang umunlad ang PMI nito sa limang buwang pagtaas noong Setyembre. Umakyat ang Pilipinas sa talahanayan sa ikalawang posisyon, bagama't nanatiling bahagya sa pangkalahatan ang bilis ng paglago nito. Nagpakita ng higit pang pag-unlad sa mga kundisyon ng negosyo ang Indonesia habang bumalik sa paglago ang Thailand pagkatapos magpakita ng mga pagbaba nitong nakaraang dalawang buwan.

Pagkatapos makakita ng paghusay sa nakaraang buwan, nag-ulat ang Malaysia ng kawalan ng pagbabago sa mga kundisyon ng pagmamanupaktura sa pangkalahatan noong Setyembre. Samantala, nadulas ang Singapore sa teritoryo ng pag-urong. Patuloy na nagpapahiwatig ang Myanmar ng mga humihinang kundisyon sa negosyo, bagama't nananatiling bahagya ang antas ng pagbaba.

Tumaas ang output ng pagmamanupaktura ng ASEAN sa ikalawang magkasunod na buwan noong Setyembre, alinsunod sa mga pahiwatig ng lumalakas na demand. Tumaas ang kabuuang mga inflow ng bagong business sa pinakamataas na antas sa loob ng limang buwan, na sinusupportahan ng tumataas na benta sa pag-export.

Gayunpaman, nabigo ang tumaas na demand na makapagdagdag ng pressure sa kapasidad ng produksyon, dahil sa muling pagbaba ng mga backlog sa pagmamanupaktura ng ASEAN. Patuloy na nakaapekto sa pag-hire ang kawalan ng pressure sa kapasidad ng pagpapatakbo. Higit pa rito, bumagsak ang pangkalahatang employment noong Setyembre, bagama't bahagya lang.

Sa kabila ng mas malaking demand, hindi dinagdagan ng mga kumpanya ang kanilang aktibidad ng pagbili. Sa kabaligtaran, nanatiling walang pagbabago sa pangkalahatan sa dami ng mga pagbili, at nakaapekto naman iyon sa mga imbentaryo. Sinaid ng mga kumpanya ang mga kasalukuyang stock para sa produksyon at upang tugunan ang mga order, tulad ng ipinapakita ng pagbagsak ng mga imbentaryo ng parehong input at natapos na produkto noong Setyembre. Kapansin-pansing bumagsak na ngayon ang pre-production sa bawat isa sa nakaraang 12 buwan.

Bumulusok din ang kumpiyansa sa negosyo noong Setyembre. Bagama't nagpapahiwatig sa pangkalahatan ng optimism ang mga kumpanya tungkol sa output sa susunod na taon, pumasok ang Future Output Index sa pinakamababang antas sa loob ng limang taon. Nagpakita rin ang detalyadong data ng survey ng iba't ibang antas ng kumpiyansa sa mga nasaklawang bansa.

Sa price front, mayroong mga pahiwatig ng tumataas na pressure ng gastos, kung saan umaabot ang Input Prices Index sa apat na buwang pagtaas. Nag-ulat ang lahat ng sinusubaybaying bansa ng mga mas mataas na gastos sa input noong Setyembre — kung saan nakapagtala ang ilan sa mga bansa ng mas mabilis na antas ng inflation kaysa noong nakaraang buwan. Ang Myanmar ang nagpakita ng pinakamabilis na pagtaas sa mga cost burden, ngunit Pilipinas at Vietnam ang nakapagtala ng mas matarik na pag-akyat sa inflation sa kalagitnaan ng mga ulat ng tumataas na gastos sa mga raw material.

Bilang tugon sa mas malalaking gastos sa input, muling tinaasan ng mga nagmamanupaktura ang kanilang mga factory gate na presyo noong Setyembre upang protektahan ang kanilang mga margin. Kapansin-pansing pinakamalakas ang antas ng charge inflation mula noong Abril.

Komento:

Bilang komento sa survey data ng ASEAN Manufacturing PMI, sinabi ni **Bernard Aw, Principal Economist** sa IHS Markit, na nagko-compile sa survey, na:

“Positibong winakasan ng ekonomiya ng pagmamanupaktura ng ASEAN ang ikatlong quarter, subalit patuloy na nangingibabaw ang pangamba sa kumpiyansa sa buong rehiyon.

“Nagpapahiwatig ang mga PMI survey noong Setyembre ng bahagyang paghina sa paglago ng output sa kabila ng tumataas na mga benta. Pumasok ang optimism sa negosyo sa susunod na taon, tulad ng ipinahiwatig ng Future Output Index, sa limang taong pagkababa, nagpapahiwatig na nabawasan ang kumpiyansa ng mga kumpanya tungo sa mas pangmatagalang pagtanaw. Nakaapekto naman iyon sa mga planong bumuo ng mga imbentaryo o mag-hire ng higit pang tauhan. Nakaapekto rin ang kasalukuyang presensya ng spare na kapasidad sa mga prospect ng employment.

“Hinaharap ng mga pabrika sa buong rehiyon ang isang pagtaas sa cost inflation, kaugnay ng mas matataas na gastos sa mga raw material, at sa ibang mga bansa, mas mababang antas ng exchange. Nagpapahiwatig ang anecdotal na katibayan na nagsanhi ang mas malalaking gastos sa input sa ilang kaso sa ilang kumpanya na magpaliban ng mga planong magpalawak ng produksyon.”

-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 tatlong milyong subscriber. Kabilang din sa maraming platform ng media na ginagamit ng Nikkei para sa pagbabahagi ang internet (online), pamamayahag at magazine.

Ipagdiriwang ng Nikkei ang ika-140 anibersaryo nito ngayong taon. Mula sa aming pagkakatag 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 kasing-kahulugan 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 Nikkei na mayroong humigit-kumulang tatlong milyong sirkulasyon. 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 higit na sa 400,000. 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. Limang taon pagkatapos ng paglulunsad nito, mula sa pagiging medium na naghahatid ng balita, nakatakda itong maging instrumento na makakatulong 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
Email bernard.aw@ihsmarkit.com

Jerrine Chia, Marketing and Communications
Telepono 65-6922-4239
E-mail jerrine.chia@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
Email 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 kinatawagang 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 pagkadalubhasa sa pagbuo ng mga solusyon para sa malalaking industriya at merkado na nagpapakabo 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 nagrerresulta sa mga matalino at pinag-isipang pasya. May mahigit 50,000 customer sa mga nangungunang negosyo at pamahalaan ang IHS Markit, kabilang ang 85 porsyento ng mga kumpanya sa Fortune Global 500 at ang mga nangungunang pampinansyal na institusyon sa buong mundo. Ang IHS Markit, na may headquarters sa London, ay nakatuon sa pag-unlad na sustainable at mapapagkakitaan.

Ang IHS Markit ay isang nakarehistrong trademark ng IHS Markit Ltd. Ang lahat ng iba pang kumpanya at pangalan ng produkto ay maaaring mga trademark ng mga may-ari ng mga ito © 2017 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 www.markit.com/product/pmi

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 magrerresulta 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 rehistradong trade mark ng IHS Markit Ltd.

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](#).