

Nikkei ASEAN Manufacturing PMI™

Mga kundisyon ng pagmanupaktura sa ASEAN, humina sa unang pagkakataon ngayong taon

Mga pangunahing tala:

- Nasa headline ng PMI ang pagbagsak ng output at kabuuang bagong pag-order
- Muling pagbaba ng benta sa pag-export pagkatapos ng pagpapalawak noong Q2
- Higit na gumaan ang pressure ng inflation

Mga bansa na niranggo ayon sa Manufacturing PMI™: Hulyo

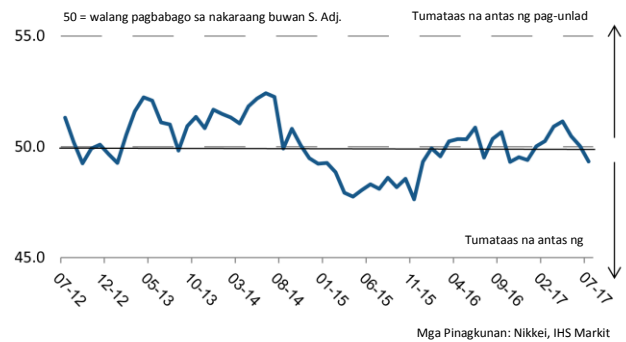
	PMI	Pagbabagong ipinapahiwatig
Pilipinas	52.8	Solidong pagtaas (mas mabagal kaysa noong Hunyo)
Vietnam	51.7	Katamtamang pagtaas (mas mabagal kaysa noong Hunyo)
Thailand	49.6	Kaunting pagbaba (pagbabago sa direksyon)
Myanmar	49.1	Kaunting pagbaba (mas mabilis kaysa noong Hunyo)
Indonesia	48.6	Katamtamang pagbaba (mas mabilis kaysa noong Hunyo)
Malaysia	48.3	Katamtamang pagbaba (mas mabagal kaysa noong Hunyo)
Singapore	47.9	Katamtamang pagbaba (pagbabago sa direksyon)

Lumala ang mga kundisyon sa operasyon ng pagmanupaktura sa ASEAN sa pagsisimula ng ikatlong quarter, sang-ayon sa pinakabagong data sa survey ng PMI.

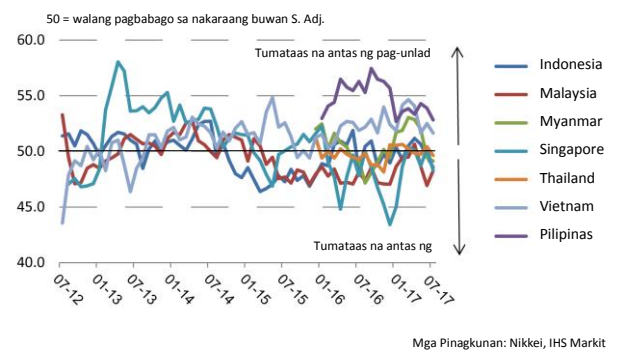
Sa headline na bumaba sa 49.3 noong Hulyo ang **Nikkei ASEAN Manufacturing Purchasing Managers' Index (PMI™)** mula sa 50.0 noong Hunyo, tanda ng unang paghina sa kalagayan ng sektor sa loob ng taong ito.

Ang nagpahina sa ekonomiya ng pagmanupaktura sa ASEAN ay ang parehong kabuuang pagbaba ng mga bagong pag-order at output, na siyang nakaapekto sa pagkuha ng mga bagong kawani. Mapapansin sa data noong Hulyo na mas maraming bansa sa rehiyon ang nag-ulat ng paghina sa mga kundisyon sa operasyon: sa kabuuan, limang bansa ang nagsaad ng paghina sa mga kundisyong pangnegosyo, tumaas mula sa tatlo noong Hunyo.

Nikkei ASEAN Manufacturing PMI



Manufacturing PMI ng Bansa



Nanatili ang Pilipinas at Vietnam bilang dalawang nangungunang performer noong Hulyo at itong dalawang bansa lang ang nakaramdam ng paghusay sa mga kundisyon sa sektor ng pagmanupaktura. Kahit noon pa, ang dalawang bansa rin ang nakaramdam ng katamtamang rate ng paghusay simula noong Hunyo.

Samantala, muling humina ang Thailand at Singapore pagkatapos magpakita ng mga pagpapahusay noong Hunyo. Nakapagtala ang Indonesia ng dalawang magkasunod na buwan ng paglala ng mga kundisyong pangnegosyo, na may pinakamabilis na rate ng paghina na naramdaman sa loob ng taong ito. Nag-ulat rin ang Myanmar ng higit pang paghina ng mga kundisyon sa sektor ng pagmanupaktura, bagama't nanatiling mababa ang rate ng pag-decline. Patuloy ang Malaysia sa paghudyat ng mga palalang kundisyong pangnegosyo, ngunit mas kapansin-pansing bumagal ang rate ng pagbaba kung ihahambing sa mababang tala noong Hunyo.

Isinasaad sa data ng survey na humina ang demand para sa mga produktong gawa ng ASEAN sa pagsisimula ng ikatlong quarter. Bumaba sa unang beses ngayong taon ang kabuuang inflow ng bagong negosyo noong Hulyo. Hindi lang limitado sa domestic market ang mas mahinang demand, ngunit pati na rin ang mga pag-order ng dayuhan, na ipinakita sa bagong pagbaba sa benta sa pag-export pagkatapos magpalawak noong ikalawang quarter.

Nagresulta ang mababang dami ng kabuuang bagong negosyo sa pagbabawas sa produksyon ng mga pabrika noong Hulyo. Ito ang unang pagbagsak ng output sa loob ng taong ito, na may rate ng contraction na pinakamababa simula noong Nobyembre 2015.

Ang kabuuang paghina ng demand ang nagtulak sa mga manufacturer sa ASEAN na bawasan ang aktibidad sa pagbili sa unang beses simula noong Enero. Nakaapekto sa antas ng imbentaryo ang pinababang aktibidad sa pagbili. Kapansin-pansin na lumiit ang mga stock ng input sa pinakamabilis na rate ngayong 2017. Bumaba rin ang imbentaryo na post-production ngunit sa mas mahinang rate.

Gayunpaman, napansin sa pinakabagong panahon ng survey ang mga pagkahuli sa chain ng supply, sa kabila ng mas mahinang kagustuhan sa input, na naka-highlight sa na-renew na paghina sa vendor performance.

Nagdulot ang mas pinahinang bagong pag-order ng higit na pagbaba sa backlog, na pinatutunayan ng kakarampot na kakayahan sa rehiyon, na siyang nagpabigat sa pag-hire. Sa unang beses sa loob ng 4 na buwan, naiulat ang bumabang trabaho noong Hulyo.

Sa mga price front, may mga hudyat ng higit pang pagbaba sa pressure ng inflation sa pagsisimula ng ikatlong quarter. Naging katamtaman sa pinakamababa sa loob ng siyam na buwan ang inflation sa gastos sa input, ngunit nanatiling solido sa kabuuan. Ang Myanmar pa rin ang naiulat na may pinakamabilis na rate ng inflation ng gastos, habang umakyat sa pangalawa ang Pilipinas, kasunod ang Indonesia. Samantala, patuloy na nakakaramdam ang Malaysia ng paghupa sa pressure sa gastos. Sa kabuuan, nag-ulat ang lahat ng sinubaybayang bansa ng mas mataas na gastos sa input noong Hulyo.

Sang-ayon sa pinabagal na pagtaas ng gastos sa input, tumaas sa katamtamang rate ang factory gate price para sa mga produkto ng ASEAN, na pinakamabagal sa loob ng taong ito.

Samantala, bumaba ang kumpiyansa ng negosyo mula sa nakaraang buwan, at nanatiling isa sa pinakamababang antas sa history ng serye.

Komento:

Ayon kay **Bernard Aw**, isang **ekonomista** sa IHS Markit na siyang sumuri sa survey tungkol sa data ng survey para sa ASEAN Manufacturing PMI:

“Sinimulan ng ekonomiya ng pagmanupaktura sa ASEAN ang ikatlong quarter nang mahina, na may hudyat mula sa PMI na may muling bagong paghina sa kabuuang kundisyon sa operasyon.

“Naghudyat ang pinakabagong data ng muling pagbagsak sa demand ng kliyente – na hindi lang limitado sa domestic market ngunit kabilang rin ang demand ng dayuhan. Nag-ulat ang mga pabrikang ASEAN ng pagbagsak sa kabuuang inflow ng bagong negosyo sa unang beses ngayong taon, na may katumbas na pagbaba sa benta sa bagong pag-export.

“Nagkaroon ng impact ang pinahinang demand sa dami ng produksyon at backlog, na siyang nagdulot ng pagbaba ng prospect sa trabaho. Dagdag pa, nanatiling mas mababa sa dating average ang kumpiyansa ng negosyo, na naglalarawan sa kawalang katiyakan sa growth ng pagmanupaktura sa rehiyon.”

-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, Ekonomista

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 30 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](#).