

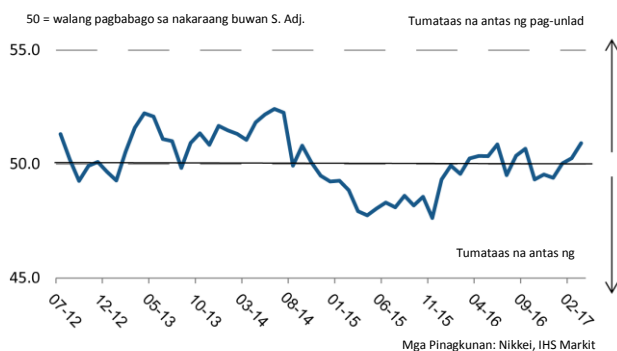
Nikkei ASEAN Manufacturing PMI™

Mas mabilis na gumanda ang mga kundisyon ng manufacturing sa ASEAN noong Marso

Mga pangunahing tala:

- Lumaki ang output at mga bagong order nang pinakamabilis sa loob ng nakaraang 32 buwan
- Kontrolado pa rin ang mga salik ng inflation
- Dalawang buwan nang bumaba ang pagkapositibo sa negosyo

Nikkei ASEAN Manufacturing PMI



Bumilis ang paglago ng manufacturing sector ng ASEAN noong Marso bunsod ng mas mabilis na pagganda ng mga kundisyon ng negosyo sa katapusan ng unang quarter.

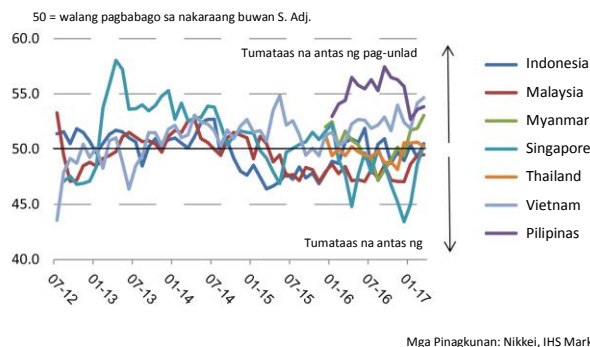
50.9 ito noong Marso, na tumaas mula sa 50.3 noong Pebrero, hinudyat ng Nikkei ASEAN Manufacturing Purchasing Managers' Index (PMI™) ang pangalawang buwan ng sunud-sunod na pagpapaganda ng kalagayan ng sektor. Bagama't kaunti lang, ang bilis ng pag-unlad ay ang pinakamabilis sa loob ng 32 buwan (kapantay ng Hunyo 2016). Umangat ang headline index dahil sa mabilis na pagdami ng output at mga bagong order, na parehong tumaas sa pinakamabilis na rate mula noong Hulyo 2014.

Buti na lang, ang karamihan ng mga bansa ay nagtala ng pagganda sa mga kundisyon ng negosyo noong Marso. Sa katunayan, ang lahat ng ekonomiya ng ASEAN maliban sa Malaysia ay nagtala ng paglago sa kanilang mga sektor ng manufacturing. Nanatili ang Vietnam bilang pinakamalakas na performer, at umabot ang PMI nito sa pinakamataas sa nagdaang 22 buwan. Pumapangalawa ang Pilipinas sa PMI league table dahil sa pag-ulat ng mga kumpanya ng mataas na rate ng pag-unlad. Gayunpaman, ang average na reading ng PMI sa Q1 ay nanatiling mas mababa sa average ng Q4 2016.

Mga bansa na niranggo ayon sa Manufacturing PMI™: Marso

| | PMI | Pagbabago |
|-----------|-------------|---|
| Vietnam | 54.6 | Malaking dagdag (mas mabilis kaysa noong Pebrero) |
| Pilipinas | 53.8 | Malaking dagdag (mas mabilis kaysa noong Pebrero) |
| Myanmar | 53.1 | Malaking dagdag (mas mabilis kaysa noong Pebrero) |
| Indonesia | 50.5 | Kaunting dagdag (mas mabilis kaysa noong Pebrero) |
| Singapore | 50.4 | Kaunting dagdag (mas mabilis kaysa noong Pebrero) |
| Thailand | 50.2 | Kaunting dagdag (mas mabagal kaysa noong Pebrero) |
| Malaysia | 49.5 | Kaunting dagdag (mas mabilis kaysa noong Pebrero) |

Manufacturing PMI ng Bansa



Nagrehistro ang Myanmar ng malakihang pagganda ng mga kundisyon habang ang mga pabrika sa Indonesia at Singapore ay nag-ulat ng kaunting paglago. Nasa pinakamababang ranggo ang Malaysia at naghudyat ito ng dagdag na pag-urong ng pag-unlad ng kalagayan ng sektor ng manufacturing nito, bagama't kaunti lang.

Ipinapakita ng pinakabagong data ng PMI na ang anim sa pitong bansang saklaw ng survey ay nagkaroon ng pagpapaganda sa mga kundisyon ng sektor ng manufacturing. Tumaas din ito mula sa apat noong Pebrero, habang ang Indonesia at Singapore ay nagpapakita ng muling paglago, at ang dalawang bansa ay nag-ulat ng mas maraming output at mga bagong order sa manufacturing.

Ayon sa data, ang paglagong iyon sa industriya ng manufacturing sa ASEAN ay sinuportahan ng mas masiglang lokal na demand habang nanatiling mahina ang panlabas na demand. Dagdag pa rito, tumaas ang kabuuang bagong negosyo sa pinakamabilis na rate sa loob ng dalawa at kalahating taon, kahit na bumaba ang mga bagong export na benta nang ikaanim na buwang sunud-sunod.

Umangat ang laki ng produksyon dahil sa mataas na demand para sa mga produkto ng ASEAN. Kapuna-punang lumaki ang produksyon sa rehiyon sa pinakamabilis na rate mula noong Hulyo 2014.

Bagama't mas maraming aktibidad, nagkaroon ng kawalan ng pressure sa operating capacity sa sektor ng manufacturing ng ASEAN. Binigyang-diin ito ng dagdag pang pag-urong sa paglago ng kasalukuyang negosyo. Naganap ito kahit na bumaba ang employment, bagama't kaunti lang.

Ang dagdag na paggamit ng mga input para sa produksyon at paggamit ng mga finished good upang matugunan ang demand ay humantong sa pagbaba ng dami ng pre- at post-production na imbentaryo. Ang pagbaba sa mga stock ng mga item ng pagbili ay naganap kahit na mas maraming aktibidad ng pagbili nang ikalawang buwang sunud-sunod.

Ang dagdag na paglaki ng aktibidad ng pagbili ay nagdagdag ng pressure sa mga supply chain at humantong ito sa pagtagal pa ng delivery para sa ikalawang buwang sunud-sunod. Gayunpaman, ang tatlo sa pitong bansang saklaw ay nagtala ng mas maikling oras ng delivery.

Sa presyo naman, nakaranas ang mga ekonomiya ng ASEAN ng dagdag na pagtaas ng halaga ng input noong Marso. Bagama't bumaba ang rate ng inflation mula noong Pebrero, ito ang pangalawang pinakamalakas na yugto sa loob lang ng tatlong taon. Nag-ulat ang Malaysia ng pinakamabilis na rate ng pagdagdag para sa ikalawang buwang sunud-sunod, na bahagyang dulot ng mahinang halaga ng ringgit. Kung ikukumpara, namataan sa Singapore at Thailand ang kaunting pagtaas ng presyo ng input.

Nabatid ang mas mataas na inflation ng gate price sa pabrika kasunod ng mabilis na paglaki ng mga kabuuang gastusin. Ang mga presyo ng output sa sektor ng manufacturing ng ASEAN ay tumaas nang pinakamabilis noong Oktubre 2015. Nag-ulat ang lahat maliban sa Singapore ng mas mataas na presyo sa pagbenta noong Marso.

Isinasaad ng data ng survey na mas hindi positibo ang mga manufacturer tungkol sa output sa hinaharap, at bumaba ang kaugnay na index sa pinakamababa nitong halaga mula noong Disyembre 2012. Nanatili ang malakihang pag-iiba-iba sa mga inaasahan para sa hinaharap ng manufacturing sa buong rehiyon.

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:

"Ipinakita ng data ng survey noong Marso na tinapos ng manufacturing economy ng ASEAN ang unang quarter nang may paglago, na isang kapuna-punang pag-unlad mula noong nakaraang quarter. Gayunpaman, ang pinakabagong pagtaas ay bahagyang broad-based na maaaring indikasyon ng mas matatag na paglago.

"Gayunpaman, patuloy na humarap ang mga rehiyon sa mga hamon. Una, nanatiling kapuna-puna ang kawalan ng capacity pressure sa mga ASEAN manufacturer, habang nag-ulat ng mas kaunting backlog nang halos tatlong taon na. Pangalawa, nakakita pa rin ng mga mabilis na pagtaas ng gastusin, bagama't nagkaroon ng malakihang pagkakaiba-iba sa mga bilis ng pagtaas, at nagkaroon sa Malaysia ng pinakamataas na rate ng inflation ng presyo ng input. Panghuli, ipinapakita ng PMI data na nanatiling magkakaiba na ang taas ng kumpiyansa sa negosyo sa buong 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 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 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 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 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](#).