

PMI™ Ngành Sản xuất ASEAN của Nikkei

Lĩnh vực sản xuất ASEAN mất động lực tăng trưởng trong tháng 9

Những điểm chính:

- Cả sản lượng và số lượng đơn đặt hàng mới tăng chậm hơn
- Xuất khẩu tiếp tục giảm
- Chi phí tăng mạnh hơn

Theo kết quả **Chỉ số Nhà Quản trị Mua hàng (PMI™) ngành sản xuất ASEAN của Nikkei** do IHS Markit thu thập, các điều kiện sản xuất ở ASEAN tiếp tục được cải thiện vào cuối quý 3 nhưng với tốc độ chậm hơn.

Chỉ số PMI toàn phần giảm từ 51,0 điểm trong tháng 8 xuống 50,5 điểm trong tháng 9 báo hiệu sức khỏe lĩnh vực sản xuất tiếp tục cải thiện nhẹ. Dữ liệu của tháng 9 cho kết quả PMI trung bình theo quý là 50,6 là thấp hơn mức trung bình của quý trước (51,2).

Dữ liệu mới nhất cho thấy cả sản lượng và số lượng đơn đặt hàng mới đều tăng chậm hơn, với doanh thu xuất khẩu tiếp tục giảm. Kết quả hoạt động sản xuất tổng thể trong khu vực vẫn không đồng đều. Bốn trong bảy quốc gia khảo sát cho thấy các điều kiện sản xuất cải thiện trong tháng 9, không thay đổi so với tháng 8.

Philippines đứng đầu bảng xếp hạng PMI ngành sản xuất ASEAN trong tháng 9 với các điều kiện hoạt động cải thiện nhanh hơn một chút. Việt Nam, quốc gia có kết quả hoạt động tốt nhất trong tháng 8, đã có lĩnh vực sản xuất tăng chậm hơn đáng kể. Kết quả là, Việt Nam đã lùi về vị trí thứ hai cùng với Malaysia.

Indonesia lùi về vị trí thứ tư, sau khi có các điều kiện hoạt động cải thiện chậm hơn, trong khi Thái lan có lĩnh vực sản xuất đình trệ trong tháng 9. Singapore và Myanmar tiếp tục có dấu hiệu giảm sút về sức khỏe lĩnh vực sản xuất.

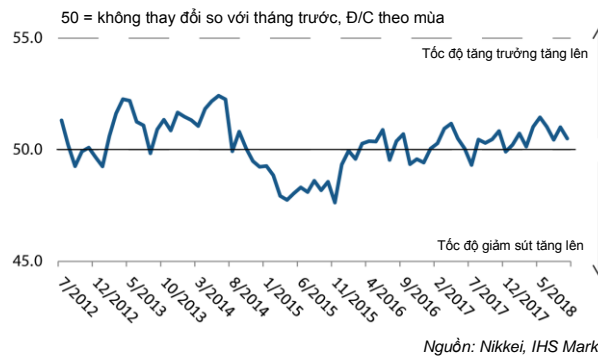
Khảo sát của tháng 9 cho thấy nhu cầu khách hàng giảm. Tổng số lượng đơn đặt hàng mới tăng chậm hơn so với tháng 8 khi xuất khẩu giảm tháng thứ hai liên tiếp.

Còn tiếp...

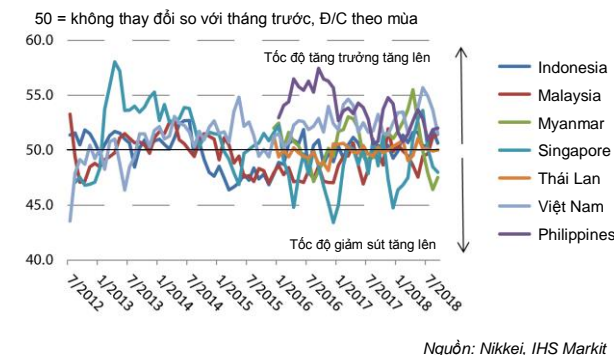
Phân hạng các quốc gia theo PMI™ ngành sản xuất

Tháng 9	PMI	Mức độ thay đổi
Philippines	52,0	Tăng nhẹ (nhanh hơn tháng 8)
Malaysia	51,5	Tăng nhẹ (nhanh hơn tháng 8)
Việt Nam	51,5	Tăng nhẹ (chậm hơn tháng 8)
Indonesia	50,7	Tăng nhẹ (chậm hơn tháng 8)
Thái lan	50,0	Không thay đổi (giảm sút trong tháng 8)
Singapore	48,0	Giảm nhẹ (nhanh hơn tháng 8)
Myanmar	47,5	Giảm nhẹ (chậm hơn tháng 8)

PMI™ Ngành sản xuất ASEAN của Nikkei



PMI™ Ngành sản xuất Quốc gia



Nhu cầu yếu đi làm cho sản lượng trong tháng 9 tăng chậm nhất trong thời gian sáu tháng. Hơn nữa, các công ty đã giảm hoạt động mua hàng lần đầu tiên trong năm tính đến thời điểm này. Mức độ mua hàng giảm nhẹ vào cuối quý ba và điều này góp phần làm tồn kho hàng mua tiếp tục giảm. Đáng kể là hàng tồn kho đầu vào chưa tăng vào bất kỳ tháng nào trong hai năm qua. Trong khi đó, hàng tồn kho thành phẩm trong tháng 9 đã giảm tháng thứ mười liên tiếp.

Mặc dù số lượng đơn đặt hàng mới tăng, năng lực sản xuất có vẻ như vẫn phải chịu một chút áp lực. Ngược lại, lượng công việc chưa hoàn thành tiếp tục giảm. Mức độ tạo việc làm được duy trì trong tháng 9, từ đó kéo dài thời kỳ tăng việc làm thành sáu tháng, là thời kỳ dài nhất trong lịch sử khảo sát.

Thời gian giao hàng trong tháng 9 kéo dài hơn trong bảy tháng liên tiếp, mặc dù có bằng chứng cho thấy tình trạng khan hiếm hàng hóa đầu vào và điều kiện thời tiết bất lợi trong khu vực là những nhân tố dẫn đến chậm trễ giao hàng.

Cả khu vực vẫn phải chịu áp lực lớn về chi phí. Giá cả đầu vào tăng nhanh hơn thành mức nhanh nhất trong gần một năm rưỡi. Sáu trong bảy quốc gia được khảo sát tiếp tục báo cáo gánh nặng chi phí tăng vào cuối quý 3. Thái Lan là quốc gia duy nhất có chi phí đầu vào giảm. Myanmar tiếp tục có tốc độ lạm phát mạnh nhất và trở thành mức cao mới của lịch sử khảo sát trong bối cảnh đồng kyat chịu áp lực giảm giá. Philippines, Indonesia, Malaysia và Singapore đều báo cáo chi phí đầu vào tăng nhanh hơn. Để giảm nhẹ áp lực tăng chi phí, các công ty tiếp tục tăng giá bán hàng bình quân trong tháng 9, với tốc độ tăng giá đầu ra đạt mức cao của bảy tháng.

Cuối cùng, mức độ lạc quan trong kinh doanh vẫn tích cực trong tháng 9 và cải thiện nhẹ so với tháng 8. Tuy nhiên, mức độ lạc quan vẫn nằm dưới mức trung bình của lịch sử chỉ số.

Bình luận:

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

“Tăng trưởng ngành sản xuất ở ASEAN đã mất động lực vào cuối quý 3 khi cả số lượng đơn đặt hàng mới và sản lượng đều tăng chậm hơn. Doanh thu xuất khẩu tiếp tục giảm.

Mặc dù mức độ lạc quan về sản lượng trong tương lai vẫn tích cực và việc làm tiếp tục tăng, những chỉ số khác của khảo sát đã làm tăng sự hoài nghi về tính bền vững của tăng trưởng: hàng tồn kho tiếp tục giảm, và các nhà sản xuất ASEAN đã giảm mua hàng hóa đầu vào. Hơn nữa, áp lực chi phí tăng mạnh vẫn còn hiện hữu trong khu vực, với một số quốc gia báo cáo giá cả đầu vào tăng mạnh do diễn biến bất lợi của tỷ giá so với đồng đô la.”

-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 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 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 SẢN 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 gia Kinh tế chính
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.

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.

© 2018 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 khuynh 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 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 một nhãn hiệu đã được đăng ký của IHS Markit Ltd. và/hoặc các chi nhánh.

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](#).