

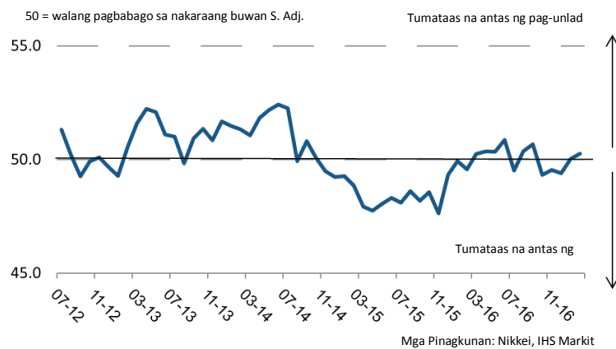
## Nikkei ASEAN Manufacturing PMI™

### Bahagyang umunlad ang sektor ng pagmamanupaktura sa ASEAN ngayong Pebrero

#### Mga pangunahing tala:

- May mga bahagyang pagtaas sa output at mga bagong order
- Nagtaas na naman ng mga presyo ang mga kumpanya dahil sa pagtindi ng inflation sa gastos sa input
- Pinakamababa ang naitalang pag-asa sa ikabubuti ng negosyo sa loob ng 32 buwan

#### Nikkei ASEAN Manufacturing PMI



Matapos matigil ang pag-unlad sa simula ng taon, nakabawi ang mga kundisyon sa pagmamanupaktura sa ASEAN noong Pebrero, ayon sa Nikkei ASEAN Manufacturing Purchasing Managers' Index (PMI™).

Sa pagkamit ng 50.3 noong Pebrero, tumaas ang pinakahuling PMI mula 50.0 noong Enero at ipinapahiwatig nito ang unang pagganda ng mga kundisyon simula noong Setyembre 2016, bagama't bahagya lang. Tumaas ang numero sa index dahil sa pag-unlad sa output at mga bagong order, bagama't bahagya lang ang mga rate ng pagpapalawak. Gumanda ang mga kundisyon sa pagpapatakbo sa karamihan ng mga ekonomiya sa ASEAN, bukod sa Indonesia, Malaysia, at Singapore.

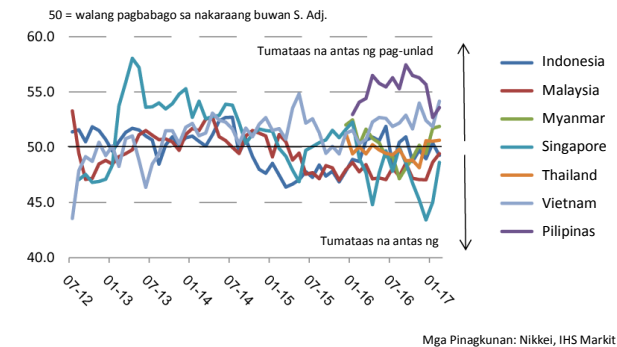
Nahigitan ng Vietnam ang Pilipinas at ito ang naitalang may pinakamatatag na pag-unlad noong Pebrero, at nairehistro nito ang pinakamagandang pag-unlad sa mga kundisyon sa pagpapatakbo sa loob ng 21 buwan. Nagkaroon ng matatag na rate ng pagpapalawak ang mga nagmamanupaktura sa Pilipinas, bagama't mas mahina ito kaysa sa average para sa 2016 sa kabuuan. Nakapagtala

ang Myanmar ng bahagyang mas matatag na rate ng pag-unlad habang nagpatuloy sa paglawak sa Thailand. Kasabay ng mga ito, nagkaroon ng mas mababagal na rate ng paglubha ng kundisyon sa Malaysia at Singapore, habang nakaranas muli ng contraction sa Indonesia.

#### Mga bansang naka-rank ayon sa Manufacturing PMI™: Pebrero

Vietnam	54.2	Pinakamataas sa loob ng 21 buwan
Pilipinas	53.6	Pinakamataas sa loob ng 2 buwan
Myanmar	51.9	Pinakamataas sa loob ng 13 buwan
Thailand	50.6	Hindi nagbago
Malaysia	49.4	Pinakamataas sa loob ng 21 buwan
Indonesia	49.3	Pinakamababa sa loob ng 2 buwan
Singapore	48.6	Pinakamataas sa loob ng 5 buwan

#### Manufacturing PMI ng Bansa



Ayon sa data ng National PMI, apat sa pitong bansa na saklaw ng survey ang nakaranas ng pagganda sa mga kundisyon sa sektor ng pagmamanupaktura. Mas mababa ito kumpara sa lima noong Enero, dahil nakaranas ang Indonesia ng mga panibagong pagbaba sa output at pagpasok ng bagong trabaho noong Pebrero.

Patuloy na nag-ambag sa pag-unlad ng pagmamanupaktura sa ASEAN ang matatag na demand sa bansa, dahil nagpatuloy ang pagpasok ng bagong trabaho, bagama't sa mabagal na rate sa kabuuan, sa kabila ng pagbaba pa lalo ng mga bagong benta sa pag-export.

Nag-ambag ang mas matinding demand ng kliyente sa unang pagtaas sa aktibidad sa pagbili sa buong rehiyon sa loob ng limang buwan. Kasabay nito, dahil sa mas malaking output, tumaas din ang mga

imbentaryo ng mga nagawang produkto. Samantala, matatag sa kabuuan ang mga stock bago ang produksyon.

Sa kabila ng patuloy na pagtaas ng output at pagpasok ng bagong trabaho, walang pag-unlad sa kabuuan sa employment noong Pebrero. Gayunpaman, ayon sa pinakabagong data, wala pa ring pressure sa kapasidad sa pagpapatakbo na binigyang-diin ng patuloy na pagbaba ng mga backlog ng trabaho. Patuloy ang pag-uulat ng tumataas na gastos sa buong industriya ng pagmamanupaktura sa ASEAN, kung saan pinakamataas sa loob ng tatlong taon ang rate ng inflation. Ayon sa personal na patunay, ang pangunahing dahilan ng patuloy na pagtaas ng gastos ay ang pagbaba ng halaga ng mga currency sa rehiyon at pagmamahal ng mga materyales. Bagama't may inflation sa lahat ng saklaw na bansa, ang Malaysia ang nakapagtala sa pinakamatatag na pagtaas ng mga gastos sa input, sa pinakamabilis na rate. Ayon sa mga respondent ng survey, isang pangunahing dahilan ang pagbaba ng halaga ng ringgit.

Dahil sa malulubhang pagtaas ng gastos, kinailangan ng mga nagmamanupaktura na taasan ang kanilang mga presyo sa pagbebenta sa mas mabilis na rate. Sa kabuuan, tumaas ang mga sinisingil sa output sa sektor ng pagmamanupaktura sa buong ASEAN sa pinakamabilis na rate simula noong Oktubre 2015. Tumaas ang mga presyo sa pagbebenta sa lahat ng saklaw na bansa, at pinakamalubha ang pagtaas sa Malaysia.

Bahagyang humina ang performance ng mga supplier noong Pebrero, at kabilang sa mga dahilan ang mga gumandang trend sa pagbili. Gayunpaman, tatlo lang sa pitong bansa na saklaw ng survey ang nakapagtala ng mas matagal na oras ng paghahatid.

Alinsunod dito, nanatiling mas mababa sa dating average ang kumpiyansa sa negosyo sa sektor ng pagmamanupaktura sa ASEAN, na pinakamababa sa loob ng 32 buwan. Sa pagsusuri sa data ng national PMI, nakakita ng malalaking pagkakaiba sa mga inaasahan sa hinaharap kaugnay ng output sa pagmamanupaktura 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:

*“Sa pangkalahatan, muling gumanda ang mga kabuuang kundisyon ng negosyo ng mga nagmamanupaktura sa ASEAN noong Pebrero matapos ang mahinang pagsisimula ngayong 2017. May naobserbahan na malalawak na pagganda sa kundisyon sa karamihan ng mga bansa sa rehiyon. Gayunpaman, kung titingnan ang indibidwal na ekonomiya ng bawat bansa, iba-iba pa rin ang bilis ng pag-unlad ng mga industriya ng pagmamanupaktura.*

*“Nakita ito sa malaking pagkakaiba ng kumpiyansa sa negosyo ng mga nagmamanupaktura sa buong ASEAN. Bagama't patuloy na umaasa ang karamihan ng mahuhusay na nagmamanupaktura sa Pilipinas, Indonesia, at Vietnam sa ikabubuti ng negosyo sa loob ng 12 buwan, lubhang mas mababa ang pag-asa sa Thailand, Malaysia, at Myanmar kumpara dito. Ang mga nagmamanupaktura lang sa Singapore ang nagpapahayag ng negatibong pananaw kaugnay ng magiging output ngayong taon.*

*“Bahagi ng dahilan ang medyo mahinang demand para sa mga produktong mula sa ASEAN kung bakit iba-iba ang kumpiyansa, lalo na sa mga bansang mas nakadepende ang pag-unlad sa demand mula sa ibang bansa. Kahit bumaba ang halaga ng mga currency sa rehiyon kamakailan, hindi pa rin tumindi ang demand mula sa ibang bansa, at bagkus ay lalo pang lumala ang pagtaas ng gastos.*

*“Pangunahing alalahanin pa rin ng mga nagmamanupaktura sa ASEAN ang patuloy na pagtaas ng mga gastos sa pagpapatakbo, kaya kinailangan nilang ipasa ang ilan sa mas matataas na presyo ng input, kung kaya nila, sa mga customer. Gayunpaman, mas mataas pa rin kaysa roon ang inflation sa gastos sa input para sa mga presyo na sinisingil ng mga nagmamanupaktura, na nagtatakda ng higit na pressure sa mga margin ng kita.*

*“Kaugnay ng mga patakaran, dahil sa patuloy na inflation, maaaring walang magawa ang mga pangunahing mananalapi sa ASEAN upang mapataas ang halaga ng pera. Ipinapahiwatig nito na malamang na kailanganing palakasin ang pakataran sa pananalapi upang magbigay-daan sa pag-unlad, na naobserbahan na sa ilang ekonomiya sa ASEAN.”*

-Wakas-

## Nikkei ASEAN Manufacturing PMI™ hatid ng

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/>

## 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](mailto:bernard.aw@ihsmarkit.com)

Jerrine Chia, Marketing and Communications

Telepono 65-6922-4239

E-mail [jerrine.chia@ihsmarkit.com](mailto: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](mailto:koho@nex.nikkei.co.jp)

## Mga Tala para sa Mga Patnugot:

Ang ASEAN Manufacturing *PMI*<sup>®</sup> (*Purchasing Managers' Index*<sup>®</sup>) 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](mailto:economics@ihsmarkit.com).

### Tungkol sa IHS Markit ([www.ihsmarkit.com](http://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*<sup>™</sup> (*PMI*<sup>™</sup>) 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](http://www.markit.com/product/pmi)

Ang mga karapatan sa intelektwal na pag-aari sa Nikkei Philippines Manufacturing *PMI*<sup>™</sup> 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*<sup>™</sup> at *PMI*<sup>™</sup> 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](mailto:joanna.vickers@ihsmarkit.com). Upang mabasa ang aming patakaran sa privacy, mag-click [dito](#).