

Nikkei ASEAN Manufacturing PMI™

Tulin ng paglago ng pagmamanupaktura sa ASEAN, naputol noong Setyembre

Mga pangunahing tala:

- Mas bumagal ang pagtaas ng output at mga bagong order
- Lalong humina ang mga pag-export
- Tumindi ang inflation ng gastos

Lalong gumanda ang mga kundisyon sa pagmamanupaktura ng ASEAN sa katapusan ng ikatlong quarter, ngunit sa mas mabagal na paraan, ayon sa headline ng **Nikkei ASEAN Manufacturing Purchasing Managers' Index (PMI™)**, na pinagsasama-sama ng IHS Markit.

Noong Setyembre, bumaba sa 50.5 ang headline ng PMI mula 51.0 noong Agosto na naghuhudyat ng isa pang bahagyang pagsigla ng sektor ng pagmamanupaktura. Ang data para sa buwan ng Setyembre ay may average na sukat ng quarterly PMI na 50.6, na mas mababa sa average na nakita sa nakalipas na quarter (51.2).

Ayon sa pinakabagong data, bumagal ang pagtaas ng output at mga bagong order, at lalong humina ang mga pagbebang mula sa pag-export. Nanatiling hindi pantay-pantay ang kabuuang pagganap ng pagmamanupaktura sa rehiyon. Apat sa pitong sinusubaybayang bansa ang nagpakita ng paghusay sa mga kundisyon ng pagmamanupaktura noong Setyembre, na hindi nagbago mula Agosto.

Nanguna ang Pilipinas sa mga PMI ranking ng pagmamanupaktura sa ASEAN noong Setyembre, na may bahagyang mas mabilis na paghusay sa mga kundisyon ng pagpapatakbo. Ang Vietnam, na may pinakamagandang pagganap noong Agosto, ay nagpakita ng kapansin-pansing mas mabagal na paglawak sa sektor ng paggawa ng produkto nito. Bilang resulta, bumaba sa pangalawang antas ang Vietnam kasama ng Malaysia.

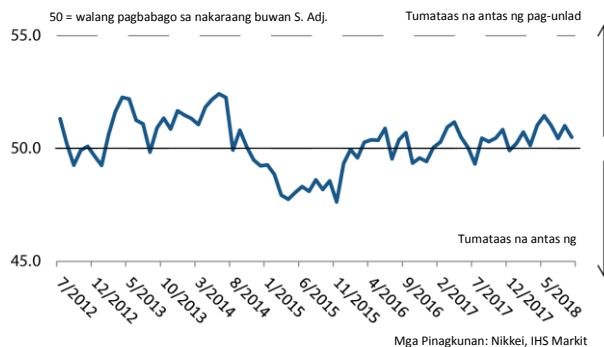
Bumaba sa ikaapat na posisyon ang Indonesia, pagkatapos magtala ng mas mabagal na paghusay sa mga kundisyon ng pagpapatakbo, habang wala namang nangyaring pagbabago sa sektor ng pagmamanupaktura ng Thailand noong Setyembre. Patuloy na naghudyat ang Singapore at Myanmar ng pagtamlay sa kanilang mga sektor ng pagmamanupaktura.

Ipinagpapatuloy...

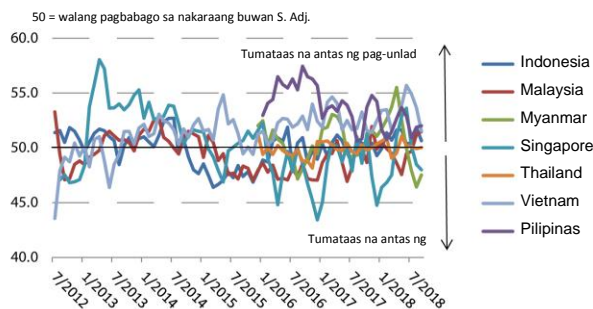
Mga bansa, ayon sa Manufacturing PMI™

Setyembre	PMI	Pagbabagong ipinapahiwatig
Pilipinas	52.0	Katamtamang pagtaas (mas mabilis kaysa Agosto)
Malaysia	51.5	Katamtamang pagtaas (mas mabilis kaysa Agosto)
Vietnam	51.5	Katamtamang pagtaas (mas mabagal kaysa Agosto)
Indonesia	50.7	Bahagyang pagtaas (mas mabagal kaysa Agosto)
Thailand	50.0	Walang pagbabago (humina noong Agosto)
Singapore	48.0	Katamtamang pagbaba (mas mabilis kaysa Agosto)
Myanmar	47.5	Katamtamang pagbaba (mas mabagal kaysa Agosto)

Nikkei ASEAN Manufacturing PMI™



Manufacturing PMI™ ng Bansa



Ang survey ng Setyembre ay nagpakita ng mga tanda ng paghina ng demand ng kliyente. Ang paglago sa kabuuang bagong negosyo ay bumagal mula Agosto, habang bumagsak ang mga pag-export sa pangalawang buwan na magkasunod.

Ang mga kundisyon ng mas mahinang demand ay sinabayan ng pinakamababang antas ng paglawak ng output sa loob ng anim na buwan noong Setyembre. Higit pa roon, binawasan ng mga firm ang kanilang aktibidad sa pagbili sa unang pagkakataon ngayong taon. Bahagyang bumaba ang mga antas ng pagbili sa katapusan ng ikatlong quarter, na malamang na nakadagdag sa lalong paghina ng stocks ng mga pagbili. Kapansin-pansin ding hindi tumaas ang mga imbentaryo ng mga input sa anumang buwan sa nakalipas na dalawang taon. Sa kabilang banda, bumaba ang stocks ng mga tapos nang produkto sa ikasampung buwan na magkakasunod noong Setyembre.

Sa kabila ng mas matataas na bagong order, kaunting pressure lang sa mga kapasidad sa pagpapatakbo ang nakita. Bagkus, patuloy na bumaba ang antas ng hindi tapos na trabaho. Napanatili ang antas ng paggawa ng trabaho noong Setyembre, na nagpapatagal sa trend ng pagtaas ng bilang ng may trabaho nang anim na buwan, ang pinakamatagal na naitala sa kasaysayan ng survey na ito.

Nag-ulat ng mas matatagal na oras ng paghahatid sa ikapitong buwan na magkakasunod noong Setyembre, bagama't may ebidensyang nagmumungkahi na ang mga kakulangan sa input at ang pagkagambalang dulot ng lagay ng panahon sa buong rehiyon ay mga salik na dahilan ng mga pagkaantala sa paghahatid.

Nagpatuloy ang matitinding pressure sa gastos sa buong rehiyon. Ang inflation ng presyo ng input ay tumaas sa pinamakabilis na paggalaw nito sa loob ng halos isa't kalahating taon. Anim sa pitong bansang nasasaklawan ng survey ang patuloy na nag-ulat ng mas matataas na pasanin sa gastos sa katapusan ng ikatlong quarter. Thailand lang ang natatanging bansang nagtala ng mga bumabang gastos sa input. Myanmar ang nagtala ng pinakamataas na antas ng inflation, na nagtala ng bagong pinakamabilis sa survey na may kasamang matinding pababang pressure sa kyat. Ang Pilipinas, Indonesia, Malaysia, at Singapore ay pare-parehong nag-ulat ng mas mabibilis na antas ng inflation ng gastos sa input. Upang maibsan ang mga pressure sa gastos, higit na tinaasan ng mga firm ang kanilang mga average na presyo ng pagbebenta noong Setyembre, kung saan ang bilis ng inflation ng singil sa output ay umabot sa pinakamataas sa pitong buwan.

Panghuli, nanatiling positibo ang kumpiyansa ng negosyo noong Setyembre, na bahagyang tumaas mula noong Agosto. Sa pangkalahatan, nanatiling mas mababa ang pagiging positibo sa average ayon sa kasaysayan.

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:

“Naputol ang momentum ng pagtaas ng pagmamanupaktura sa buong ASEAN sa pagtatapos ng ikatlong quarter, na may mas mabagal na paglagong makikita sa mga bagong order at output. Lalong humina ang mga pagbebenta sa pag-export.

“Bagama't nanatiling positibo ang kumpiyansa sa output sa hinaharap at nagpatuloy ang pagdami ng trabaho, nagdulot ng mga pagdududa ang iba pang indicator ng survey kaugnay ng pagiging sustainable ng kasalukuyang pagpapalawak: lalong bumaba ang mga imbentaryo, at humina ang mga input na pagbili ng mga manufacturer sa ASEAN. Higit pa rito, nagpatuloy ang matitinding pressure sa gastos sa buong rehiyon, kung saan may ilang bansang nag-ulat ng matitinding pagtaas sa mga presyo ng input nang dahil sa mga hindi magagandang presyo ng palitan ng dolyar.”

-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 dalawa't kalahating milyong subscriber. Kabilang din sa maraming platform ng media na ginagamit ng Nikkei para sa pagbabahagi ang internet (online), pamamayahag at magazine.

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 kasingkahulugan 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 ang Nikkei na mayroong sirkulasyong humigit-kumulang dalawa't kalahating milyon. 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 mahigit 500,000 na. 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. Walong taon matapos itong ilunsad, mula sa pagiging isang medium na naghahatid ng balita sa mga mambabasa, naging instrumento na ang online na edisyon na nakakatulong 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 tingig 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 kondisyon 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 kondisyon 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 mga solusyon para sa malalaking industriya at merkado na nagpapatakbo 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 negosyo at pamahalaan ang IHS Markit, kabilang ang 80 porsiyento ng mga kumpanya sa Fortune Global 500 at ang mga nangungunang pampinansyal na institusyon sa buong mundo.

Ang IHS Markit ay isang nakarehistrong trademark ng IHS Markit Ltd. at/o mga affiliate nito. Ang lahat ng iba pang kumpanya at pangalan ng produkto ay maaaring mga trademark ng mga may-ari ng mga ito © 2018 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 pinakasinasubaybay 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 <https://ihsmarkit.com/products/pmi.html>

Ang mga karapatan sa intelektwal na pag-aari sa Nikkei Philippines Manufacturing PMI™ na isinaad dito ay pagmamamay-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 isang nakarehistrong trademark ng IHS Markit Ltd. at/o mga affiliate nito.

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](#).