

# Nikkei ASEAN Manufacturing PMI™

## Bumuti ang mga kundisyon ng pagmamanupaktura sa ASEAN sa simula ng 2018

### Mga pangunahing tala:

- Bahagyang tumaas ang bilang ng output, mga bagong order, at trabaho
- Nag-contract lalo ang mga benta mula sa iniluluwas
- Kapansing-pansing pagtaas ng average na presyo ng input

### Mga bansa na niranggo ayon sa Manufacturing PMI™: Enero

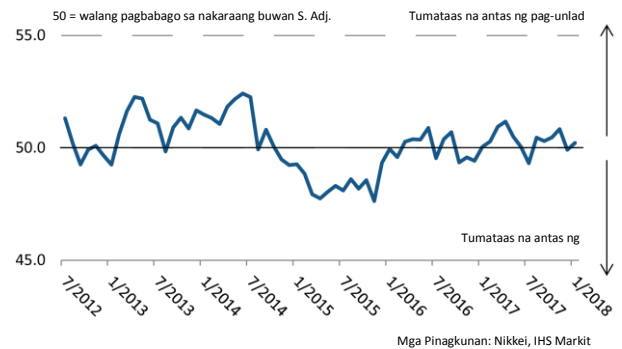
	PMI	Pagbabagong ipinapahiwatig
Vietnam	<b>53.4</b>	Matatag na pagtaas (mas mabilis kaysa Disyembre)
Myanmar	<b>51.7</b>	Katamtamang pagtaas (mas mabilis kaysa Disyembre)
Pilipinas	<b>51.7</b>	Katamtamang pagtaas (mas mabagal kaysa Disyembre)
Thailand	<b>50.6</b>	Bahagyang pagtaas (mas mabilis kaysa Disyembre)
Malaysia	<b>50.5</b>	Bahagyang pagtaas (pagbabago sa direksyon)
Indonesia	<b>49.9</b>	Bahagyang pagbaba (mas mabagal kaysa Disyembre)
Singapore	<b>46.4</b>	Matatag na pagbaba (mas mabagal kaysa Disyembre)

Positibo ang naging simula ng lagay ng ekonomiya ng pagmamanupaktura sa ASEAN ngayong 2018, kung saan nagpahiwatig ang **Nikkei ASEAN Manufacturing Purchasing Managers' Index (PMI™)** ng pagbalik sa pag-unlad noong Enero matapos ang mahinang pagtatapos sa nakaraang taon.

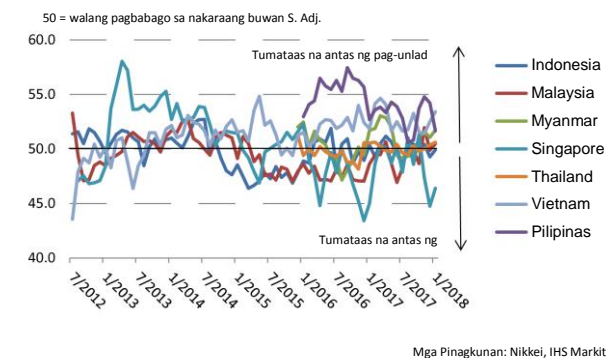
Tumaas ang headline na PMI sa 50.2 noong Enero mula sa 49.9 noong Disyembre, na nagpapahiwatig ng bahagyang pagbuti sa kalagayan ng sektor sa rehiyon. Naging pangunahing salik sa pagtaas ng headline index ang mga panibagong pagtaas sa bilang ng mga bagong order at trabaho, kasabay ng patuloy na pagtaas sa produksyon. Ngunit, bahagya ang naging antas ng pagtaas sa lahat ng tatlong kaso.

Makikita sa data noong Enero na ang pag-unlad ay masasabing broad-based, kung saan nagtala ng pagbuti ng kundisyon sa pagnenegosyo ang lima sa pitong bansa na sakop ng pag-uulat ng survey, tumaas ito mula sa apat noong huling bahagi ng 2017. Tanging Indonesia at Singapore lang ang hindi nakapagpakita ng pagbuti sa mga kundisyon ng sektor.

### Nikkei ASEAN Manufacturing PMI



### Manufacturing PMI ng Bansa



Pinalitan ng Vietnam ang Pilipinas bilang nangunguna sa antas ng pag-unlad sa umpisa ng 2018 habang ang pag-unlad sa sektor ng pagmamanupaktura ay umabot sa pinakamataas sa loob ng siyam na buwan. Sa kabilang banda, nakakita ang Pilipinas ng kapansing-pansing mas mabagal na pagbuti sa kundisyon ng pagpapatakbo ng pagmamanupaktura, at mula sa pinakamataas na posiyon ay nahanay na ito sa Myanmar sa ikalawang posisyon.

Nakapagtala ang mga Thai na manufacturer ng bahagyang mas mabilis na antas ng pagbuti sa kundisyon ng pagpapatakbo, samantalang nakabalik ang Malaysia sa pag-unlad noong Enero pagkatapos ng matagal na hindi pag-unlad sa mga kundisyon ng pagnenegosyo noong Disyembre. Nakakita ang Indonesia ng hindi pagbabago sa mga kundisyon ng pagmamanupaktura habang nag-ulat ang mga pabrika ng Singapore ng mas mabagal, pero matatag pa rin, na antas ng paglubha ng kundisyon.

Bumuti ang pangkalahatang pangangailangan ng mga kliyente noong Enero, kung saan iminumungkahi ng data ng survey na isang mahalagang dahilan ang demand sa lokal na pamilihan sa naging pagdami ng mga bagong order. Dagdag pa rito, bumaba ang mga benta mula sa mga iniluluwas sa loob ng magkasunod na dalawang buwan, bagama't nasa mas mababang antas kaysa noong Disyembre.

Ang mas mataas na kabuuang bagong intake ang nagbunsod sa mga manufacturer sa ASEAN na patuloy na magtaas ng output noong Enero, kahit na pareho ang antas ng expansion na nakita sa nakaraang buwan at marginal.

Dumami din nang bahagya ang trabaho sa pinakabagong panahon ng survey habang naging mas kumpiyansa ang mga negosyo tungkol sa kanilang inaasahan para sa produksyon sa paparating na taon. Nanatiling matatag ang Future Output Index na malapit sa pinakamataas sa loob ng isang taon.

Ngunit, mayroong karagdagang patunay ng sobrang kapasidad sa loob ng sektor ng pagmamanupaktura sa ASEAN. Muling bumaba ang antas ng hindi natapos na trabaho noong Enero, na nagpalawig sa kasalukuyang panahon ng pagbaba ng mga backlog sa mahigit tatlo at kalahating taon.

Bagama't napabuti ang demand, nanatiling maingat ang mga kumpanya sa kanilang aktibidad sa pagbili. Walang nagbago sa pagbili ng input noong Enero matapos ang pagbaba noong Disyembre. Patuloy na nauubos ang mga imbentaryo, kung saan nauubos ang mga stock ng mga natapos na produkto sa pinakamabilis na antas sa loob ng dalawang taon.

Samantala, patuloy na humina noong Enero ang performance ng vendor. Ayon sa mga walang basehang pahayag, may kakulangan sa materyales tulad ng mga pang-industriyang metal at plastic na nagbubunsod sa mas matatagal na paghahatid.

Kahit bahagyang bumaba mula noong Disyembre, nanatiling kapansin-pansin ang antas ng inflation sa gastusin sa input noong Enero. Nanatiling pinakamalakas ang inflation ng gastusin sa Myanmar, isang trend na naging malinaw na noong Mayo ng nakaraang taon, habang sinisisi ng mga kumpanya para sa matataas na presyo ang mga hadlang sa supply at mababang palitan ng pera. Nag-ulat din ng malaking pagtaas sa gastusin sa Vietnam at Pilipinas, samantalang patuloy na nakikita sa Thailand ang katamtamang pagtaas sa mga presyo ng input.

Upang maprotektahan ang mga margin ng kita, nagtaas ng singil ang mga manufacturer sa ASEAN para sa kanilang mga produkto noong Enero at pinakamataas na antas ito simula noong Abril 2017. Nagrehistro ang lahat ng saklaw na bansa ng mas matataas na presyo ng pagbebenta sa umpisa ng taon.

#### 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:

*“Positibo ang naging simula ng lagay ng ekonomiya ng pagmamanupaktura sa ASEAN, ngunit nanatiling maselan ang pag-unlad.*

*“Lumaki nang bahagya ang output at ang kabuuan ng mga bagong order, ngunit nag-contract ang mga benta mula sa iniluluwas sa loob ng magkasunod na dalawang buwan. Nanatiling maingat ang mga pabrika tungkol sa aktibidad ng pagbili, na nag-aambag sa patuloy na pagbaba sa mga imbentaryo.*

*“Kahit mayroong bahagyang pagtaas sa dami ng trabaho, ang patuloy na pagkakaroon ng sobrang kapasidad ay maaaring makaapekto sa pagkuha ng empleyado sa mga susunod na buwan. Maaaring hindi na kabigla-bigla na bumaba ang pagdami ng mga trabaho at gagamitin ng mga kumpanya ang mga kasalukuyang tauhan para sa kanilang pangangailangan sa operasyon.*

*“Ang positibong umpisa ng taon ay nahaluan din ng paglaki ng gastusin. May mga ulat ng kakulangan sa pangunahing materyales, tulad ng pang-industriyang metal at mga plastic, na nag-uudyok sa pagtaas ng gastusin. Dahil dito, nakaranas ng paghihirap ang mga kumpanya habang pinipiga nila ang kanilang mga profit margin dahil hindi nila kayang taasan ang mga presyo ng pagbebenta habang lumalaki ang gastusin.*

*“Sa kabutihang-palad, nanatiling mataas ang kumpiyansa ng mga negosyo tungkol sa output sa paparating na taon, habang nanatiling nasa pinakamataas sa loob ng halos isang taon ang positibong pananaw at kumpiyansa. Higit pa rito, maaaring magbigay ng lakas ng loob sa mga manufacturer ang kamakailang pagkaubos ng mga stock sa mga natapos na produkto upang magtaas ng produksyon bilang bahagi ng pagsusumikap na palitan ang mga imbentaryo.”*

-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 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, Principal Economist  
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™ (*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](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 © 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 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 <https://ihsmarkit.com/products/pmi.html>

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](mailto:joanna.vickers@ihsmarkit.com). Upang mabasa ang aming patakaran sa privacy, mag-click [dito](#).