

PMI™ Ngành Sản xuất ASEAN của Nikkei

Các điều kiện sản xuất của ASEAN được cải thiện tháng thứ ba liên tiếp

Những điểm chính:

- Chỉ số PMI toàn phần cho thấy tốc độ cải thiện là nhẹ
- Doanh thu xuất khẩu tăng nhanh hơn
- Sự chậm chễ của chuỗi cung ứng làm chi phí tăng

Phân hạng các quốc gia theo PMI™ ngành sản xuất: Tháng 10

	PMI	Mức độ thay đổi
Philippines	53,7	Tăng mạnh (nhanh hơn tháng 9)
Việt Nam	51,6	Tăng nhẹ (chậm hơn tháng 9)
Singapore	51,3	Tăng nhẹ (Thay đổi chiều hướng)
Myanmar	51,1	Tăng nhẹ (Thay đổi chiều hướng)
Indonesia	50,1	Tăng nhẹ (chậm hơn tháng 9)
Thái lan	49,8	Giảm nhẹ (Thay đổi chiều hướng)
Malaysia	48,6	Giảm nhẹ (nhanh hơn tháng 9)

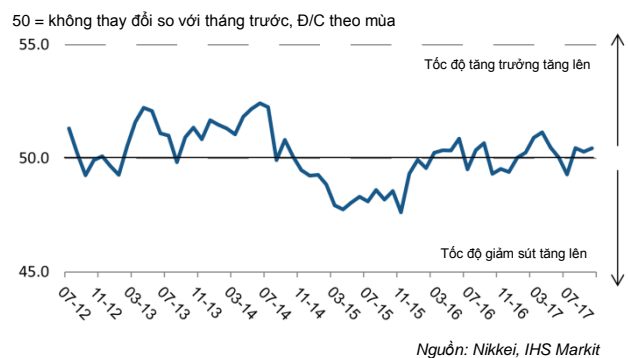
Ngành sản xuất của ASEAN bắt đầu quý 4 một cách tích cực và đã tăng trưởng nhẹ trong tháng 10 giống như trong hai tháng trước.

Chỉ số Nhà Quản trị Mua hàng (Purchasing Managers' Index - PMI™) lĩnh vực Sản xuất ASEAN của Nikkei đã tăng nhẹ lên 50,4 điểm trong tháng 10, so với 50,3 điểm của tháng 9, từ đó cho thấy sức khỏe lĩnh vực sản xuất tiếp tục được cải thiện.

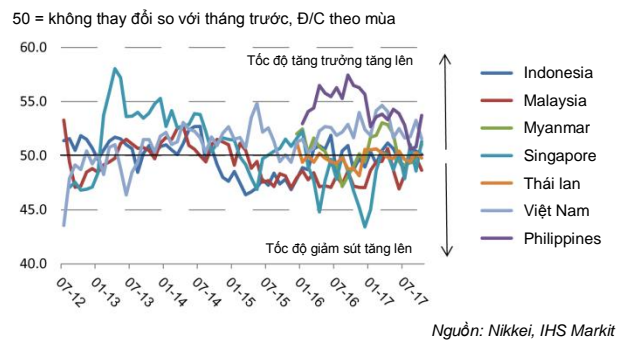
Sản lượng và số lượng đơn đặt hàng mới tiếp tục tăng là động lực chính của mức tăng trưởng mới đây.

Đa số các quốc gia được khảo sát ghi nhận sự cải thiện các điều kiện hoạt động, với số lượng các quốc gia có cải thiện điều kiện hoạt động tăng từ 4 quốc gia trong tháng 9 thành 5 quốc gia trong tháng 10.

PMI ngành sản xuất ASEAN của Nikkei



PMI Ngành sản xuất Quốc gia



Philippines đã thay Việt Nam dẫn đầu danh sách tăng trưởng tổng thể với chỉ số PMI tăng lên mức cao của bốn tháng trong tháng 10. Việt Nam lùi về vị trí thứ hai khi tốc độ tăng trưởng đã chậm lại thành mức yếu nhất kể từ tháng 5. Singapore và Myanmar tăng trưởng trở lại, trong đó Myanmar có mức cải thiện đầu tiên trong năm tháng.

Sau khi tăng trưởng trong hai tháng trước đó, lĩnh vực sản xuất của Indonesia hầu như không thay đổi trong tháng 10. Thái lan rơi vào vùng suy giảm, mặc dù tốc độ giảm sút chỉ là nhẹ. Malaysia đứng dưới cùng của bảng xếp hạng khi các điều kiện kinh doanh nói chung đã giảm sút nhẹ.

Các nhà sản xuất ASEAN tiếp tục có tăng trưởng bền vững về số lượng đơn đặt hàng mới trong tháng 10, với tổng số lượng đơn đặt hàng mới tăng tháng thứ ba liên tiếp với sự hỗ trợ của doanh thu xuất khẩu tăng. Trên thực tế, số lượng đơn đặt

hàng xuất khẩu mới đã tăng với tốc độ nhanh nhất kể từ tháng 5/2013, từ đó phản ánh thương mại toàn cầu đã được cải thiện.

Nhu cầu khách hàng tăng đã làm tăng sản lượng trong khu vực. Đáng chú ý là trong tháng 10, sản lượng ngành sản xuất của ASEAN đã tăng với tốc độ nhanh nhất trong sáu tháng.

Mặc dù số lượng đơn đặt hàng mới tăng, lĩnh vực sản xuất ASEAN không có dấu hiệu căng thẳng về năng lực sản xuất. Ngược lại, lượng công việc tồn đọng đã giảm tháng thứ 14 liên tiếp, từ đó đã tác động đến việc thuê mướn nhân công. Về tổng thể, việc làm đã giảm tháng thứ hai liên tiếp, với tốc độ giảm là nhanh nhất kể từ tháng 8 năm ngoái.

Các công ty muốn dùng hàng tồn kho hiện có để sản xuất, trong khi tồn kho hàng hóa trước sản xuất lại giảm trong tháng 10. Tốc độ giảm là nhanh nhất trong thời gian mười tháng. Tồn kho hàng thành phẩm cũng giảm với tốc độ nhanh hơn so với tháng trước. Cùng lúc đó, hoạt động mua hàng trong khu vực chỉ tăng nhẹ.

Trong khi các quốc gia ASEAN tiếp tục chịu ảnh hưởng của tình trạng giao hàng chậm dù nhu cầu hàng hóa đầu vào giảm, có những báo cáo cho thấy nguồn cung nguyên vật liệu bị thiếu hụt, từ đó dẫn đến giá cả đầu vào tăng.

Có những dấu hiệu của áp lực lạm phát trong lĩnh vực sản xuất của ASEAN. Mặc dù thấp hơn mức đỉnh của tháng 9, chỉ số giá cả đầu vào cho thấy gánh nặng chi phí tiếp tục tăng mạnh trong tháng 10. Tất cả các quốc gia khảo sát báo cáo chi phí đầu vào tăng trong kỳ khảo sát mới nhất. Myanmar, Philippines và Việt Nam tiếp tục báo cáo chi phí tăng mạnh, với nguyên nhân được cho là do thiếu nguồn cung và tỷ giá đồng nội tệ yếu hơn.

Các nhà sản xuất ASEAN thường chuyển giao gánh nặng chi phí sang cho khách hàng bằng cách nâng giá bán hàng trong tháng 10. Tuy nhiên, tốc độ tăng giá bán vẫn còn chậm hơn tốc độ tăng chi phí đầu vào, từ đó biên lợi nhuận tiếp tục bị thu hẹp.

Cuối cùng, mức độ lạc quan trong kinh doanh ở khu vực vẫn còn cao vào thời điểm đầu quý 4. Chỉ số sản lượng tương lai đã tăng từ mức thấp của năm năm trong tháng 9, mặc dù kết quả mới nhất vẫn nằm dưới mức trung bình của lịch sử chỉ số. Hơn nữa, mức độ lạc quan của các quốc gia được khảo sát cho thấy sự khác biệt lớn.

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:

"Lĩnh vực sản xuất của ASEAN có một khởi đầu quý 4 tích cực khi vẫn duy trì được đà tăng trưởng ổn định từ những tháng gần đây. Ngay cả mức độ lạc quan trong kinh doanh ở khu vực cũng đã được cải thiện so với mức thấp của tháng 9.

"Dữ liệu chỉ số PMI cho thấy nhu cầu từ nước ngoài mạnh lên là động lực tăng trưởng chính của lĩnh vực sản xuất, góp phần làm tổng số lượng đơn đặt hàng mới tiếp tục tăng. Nhu cầu khách hàng được cải thiện đã thúc đẩy sản xuất nhưng sự hiện hữu của năng lực sản xuất dự phòng, như được thể hiện qua lượng công việc tồn đọng giảm, đã ngăn cản các nhà sản xuất ASEAN thuê mướn thêm nhân công.

"Các nhà sản xuất hàng hóa ASEAN tiếp tục gặp phải vấn đề chậm trễ của nguồn cung khi có các báo cáo cho thấy tình trạng thiếu hụt nguồn cung chứ không phải nhu cầu mạnh. Điều này đã làm nảy sinh mối quan ngại rằng việc chậm trễ giao hàng có thể ảnh hưởng đến sản lượng trong tương lai. Một tác dụng phụ của áp lực đối với chuỗi cung ứng là giá cả tăng cao. Mức tăng chi phí đầu vào trong khu vực vẫn còn mạnh, được dẫn dắt bởi tỷ giá đồng nội tệ yếu và giá cả hàng hóa thế giới tăng. Khi giá cả đầu ra tăng với tốc độ tương đối vừa phải, dữ liệu giá cả cho thấy biên lợi nhuận tiếp tục bị thu hẹp do các công ty bị hạn chế về năng lực định giá."

-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 ba triệu 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.

Năm nay, The Nikkei sẽ kỷ niệm 140 năm hoạt động. 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 các báo chất lượng cao trong khi vẫn bảo đảm tính công bằng và không thiên vị. Nhân 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 ba triệu 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 Eddition), khai trương năm 2010, đã vượt qua con số 400.000. 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 năm 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 ÁN 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 ý kiến chuyên môn để đưa ra 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 lớn là các doanh nghiệp và chính phủ, chiếm tới 85% danh sách 500 công ty hàng đầu (Fortune Global 500) và các tổ chức tài chính hàng đầu thế giới. Có trụ sở chính tại London, IHS Markit cam kết cho sự tăng trưởng bền vững và mang lại lợi nhuận.

IHS Markit là một nhãn hiệu đã được đăng ký của IHS Markit Ltd. Tất cả các tên của công ty và sản phẩm khác có thể là nhãn hiệu của những người sở hữu liên quan.

© 2017 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 www.markit.com/product/pmi.

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 nhãn hiệu thương mại đã được đăng ký của IHS Markit Limited.

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](#).