

PMI® Ngành Sản xuất ASEAN của Nikkei

Ngành sản xuất ASEAN đình trệ trong tháng 6

Những điểm chính:

- Sản lượng đã thay đổi một chút khi số lượng đơn đặt hàng mới tăng chậm lại
- Doanh thu xuất khẩu tăng với tốc độ nhanh nhất trong bốn năm
- Áp lực lạm phát tiếp tục giảm

Phân hạng các quốc gia theo PMI® ngành sản xuất: Tháng 6

	PMI	Mức độ thay đổi
Philippines	53,9	Tăng mạnh (chậm hơn tháng 5)
Việt Nam	52,5	Tăng nhẹ (nhanh hơn tháng 5)
Thái lan	50,4	Tăng nhẹ (Thay đổi chiều hướng)
Singapore	50,3	Tăng nhẹ (Thay đổi chiều hướng)
Indonesia	49,5	Giảm nhẹ (Thay đổi chiều hướng)
Myanmar	49,4	Giảm nhẹ (Thay đổi chiều hướng)
Malaysia	46,9	Giảm mạnh (nhanh hơn tháng 5)

Theo khảo sát PMI mới nhất, các điều kiện hoạt động sản xuất trong ASEAN đã không thay đổi vào cuối quý 2.

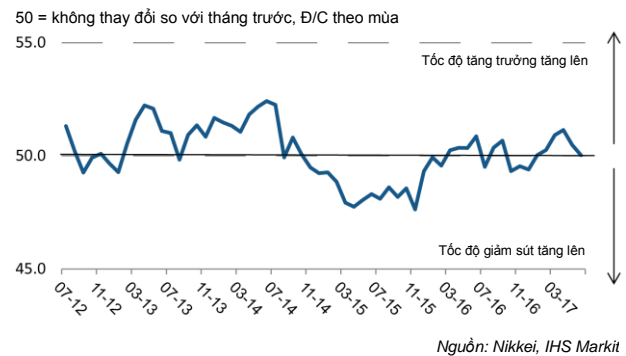
Chỉ số Nhà Quản trị Mua hàng (Purchasing Managers' Index™ - PMI®) lĩnh vực Sản xuất ASEAN của Nikkei đã giảm từ 50,5 điểm của tháng 5 xuống 50 điểm trong tháng 6, và đây là lần đầu tiên PMI không vượt lên trên ngưỡng không thay đổi 50 điểm kể từ tháng 1.

Cả số lượng đơn đặt hàng mới và việc làm đều tăng là những hỗ trợ chính cho chỉ số, mặc dù tốc độ tăng của từng tham số này là nhỏ. Ngược lại, tăng trưởng sản lượng hầu như bị đình trệ sau năm tháng tăng.

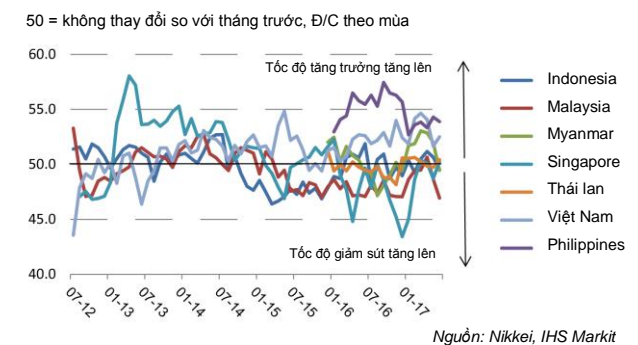
Dữ liệu tháng 6 cho thấy kết quả hoạt động của lĩnh vực sản xuất không đồng đều giữa các quốc gia

ASEAN được khảo sát khi có nhiều quốc gia phải chật vật duy trì được đà tăng trưởng. Bốn trong bảy quốc gia được khảo sát cho biết có sự đảo chiều về kết quả hoạt động của ngành sản xuất, so với chỉ có hai quốc gia trong tháng 5.

PMI ngành sản xuất ASEAN của Nikkei



PMI Ngành sản xuất Quốc gia



Đa số các quốc gia tiếp tục báo cáo cải thiện các điều kiện kinh doanh, với bốn quốc gia có tăng trưởng trong lĩnh vực sản xuất.

Tăng trưởng vẫn mạnh nhất ở Philippines tháng thứ hai liên tiếp, mặc dù tốc độ tăng đã chậm lại so với tháng 5. Việt Nam đã tiến lên vị trí thứ hai khi tăng trưởng của lĩnh vực xuất khẩu đã mạnh hơn so với tháng trước.

Cả Thái lan và Singapore đều có các điều kiện kinh doanh cải thiện trở lại sau khi suy giảm trong tháng 5. Ngược lại, Indonesia và Myanmar giảm trở lại sau khi ghi nhận tăng trưởng trong tháng trước, mặc dù tốc độ suy giảm ở cả hai quốc gia chỉ là

nhỏ. Các nhà máy Malaysia có tốc độ suy giảm mạnh hơn so với tháng 5.

Nhìn chung, nhu cầu khách hàng trong khu vực tiếp tục giảm khi mà tổng số lượng đơn đặt hàng mới tăng chậm lại thành mức yếu nhất trong năm tháng. Tình trạng này diễn ra mặc dù nhu cầu của khách hàng nước ngoài đã cải thiện trong tháng 6 khi mà doanh thu xuất khẩu tăng với tốc độ nhanh nhất trong hơn bốn năm qua.

Tổng số lượng đơn đặt hàng mới giảm đã làm sản lượng của các công ty chỉ thay đổi một chút trong tháng 6. Đây là lần đầu tiên kể từ đầu năm nay, sản lượng đã không tăng trong toàn bộ khu vực.

Nhu cầu tổng thể yếu đi làm các nhà sản xuất ASEAN phải thận trọng với hoạt động mua hàng. Lượng mua hàng hóa đầu vào trong tháng 6 đã không thay đổi so với tháng 5, và từ đó đã tác động lên lượng hàng tồn kho. Tồn kho cả hàng hóa đầu vào và thành phẩm đều tiếp tục giảm, mặc dù mức giảm là nhẹ. Phù hợp với tình hình nhu cầu đầu vào yếu hơn, các nhà cung cấp đã ít bận rộn hơn và từ đó thời gian giao hàng được rút ngắn. Hơn nữa, hiệu suất hoạt động của người bán hàng đã cải thiện lần đầu tiên kể từ tháng 10 năm ngoái.

Trong khi số lượng đơn đặt hàng mới tăng chậm hơn, lượng công việc tồn đọng tiếp tục giảm, từ đó kéo dài thời kỳ giảm hiện nay thành ba năm. Điều này dẫn đến xuất hiện năng lực sản xuất dự phòng trong khu vực và từ đó tiếp tục ảnh hưởng đến hoạt động tuyển dụng. Đáng chú ý là, mức tăng số lượng việc làm vẫn nhỏ mặc dù đã nhanh hơn một chút trong tháng 6.

Về khía cạnh giá cả, có những dấu hiệu cho thấy áp lực lạm phát tiếp tục giảm trong tháng 6. Chi phí tăng chậm lại thành mức thấp của sáu tháng nhưng vẫn còn mạnh. Myanmar tiếp tục có tốc độ tăng chi phí nhanh nhất, tiếp theo là Indonesia. Malaysia đã lùi về vị trí thứ ba khi áp lực chi phí tiếp tục giảm bớt. Các nhà sản xuất Singapore báo cáo chi phí đầu vào tăng sau khi giảm trong tháng 5.

Phù hợp với mức tăng chi phí đầu vào chậm hơn, giá cả đầu ra các mặt hàng của ASEAN đã tăng với tốc độ vừa phải, tương tự như tháng 5. Hơn nữa, tốc độ tăng giá bán hàng tiếp tục chậm hơn chi phí, và điều đó cho thấy biên lợi nhuận tiếp tục bị thu hẹp. Nhìn chung, năm trong số bảy quốc gia được khảo sát báo cáo giá bán hàng tăng trong tháng 6.

Trong khi đó, mức độ lạc quan trong kinh doanh đã được cải thiện so với tháng trước, mặc dù đây vẫn là một trong những mức lạc quan thấp nhất trong lịch sử chỉ số.

Bình luận:

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

"Lĩnh vực sản xuất ASEAN rơi vào trì trệ trong tháng 6 khi mà nhu cầu yếu đi, và đây là một tin đáng thất vọng sau bước khởi đầu đầy hứa hẹn của quý 2."

"Sau năm tháng tăng trưởng, sản lượng ở khu vực hầu như không thay đổi trong khi tổng số lượng đơn đặt hàng mới tiếp tục tăng chậm hơn."

"Điều đáng lo ngại nhất là đã có những dấu hiệu cho thấy các quốc gia ASEAN được khảo sát phải chật vật để duy trì tăng trưởng trong lĩnh vực sản xuất. Hoạt động thương mại quốc tế tăng không giúp ích đáng kể cho các quốc gia khu vực trong việc thúc đẩy hoạt động sản xuất, mặc dù doanh thu xuất khẩu đã tăng với tốc độ nhanh nhất trong thời kỳ bốn năm."

"Nếu nhu cầu trong nước tiếp tục giảm, triển vọng việc làm sẽ bị ảnh hưởng, đặc biệt khi có sự xuất hiện của năng lực dự phòng trong lĩnh vực sản xuất. Tuy nhiên, tốc độ phát triển sản xuất không đồng đều trong khu vực cho thấy một số quốc gia ASEAN có thể bị ảnh hưởng nhiều hơn so với các quốc gia khác."

"Mặc dù Chỉ số Sản lượng Tương lai (một chỉ số thể hiện sự lạc quan trong kinh doanh) đã tăng nhẹ trong tháng 6, chỉ số này vẫn thấp hơn đáng kể mức trung bình của lịch sử chỉ số, và điều này phản ánh một không khí thận trọng trong các nhà sản xuất ASEAN."

-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 báo 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. 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 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/>

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 viên Kinh tế
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 30 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](#).