

# PMI™ Ngành Sản xuất ASEAN của Nikkei

## Các điều kiện kinh doanh ít cải thiện trong tháng 11

### Những điểm chính:

- Tăng trưởng sản lượng nhanh hơn thành mức cao của năm tháng
- Tăng giá đầu vào chậm lại
- Doanh thu xuất khẩu tiếp tục giảm

Theo **Chỉ số Nhà Quản trị Mua hàng (PMI™) Lĩnh vực sản xuất ASEAN của Nikkei** do IHS Markit thu thập, lĩnh vực sản xuất của ASEAN đã có cải thiện nhẹ về các điều kiện hoạt động trong tháng 11.

Chỉ số PMI toàn phần tăng từ 49,8 điểm trong tháng 10 lên 50,4 điểm trong tháng 11, báo hiệu sức khỏe lĩnh vực sản xuất có một chút cải thiện. Dữ liệu mới nhất cho thấy tăng trưởng ngành sản xuất ASEAN tăng trở lại ở mức khiêm tốn sau khi tháng 10 có sự suy giảm lần đầu trong mười tháng.

Sản lượng trong tháng 11 đã tăng nhanh nhất kể từ tháng 6, với năm trong bảy quốc gia khảo sát có sự cải thiện về sản lượng. Số lượng đơn đặt hàng mới tăng nhẹ, mặc dù đây là sự cải thiện so với mức giảm trong tháng 10. Trong khi đó, doanh thu xuất khẩu đã giảm tháng thứ tư liên tiếp, mặc dù chỉ là giảm nhẹ.

Chỉ có một số quốc gia có các điều kiện hoạt động cải thiện nhanh hơn trong tháng 11, và Việt Nam có kết quả hoạt động tốt nhất. Đáng kể là, lĩnh vực sản xuất của Việt Nam có sản lượng tăng nhanh nhất trong hơn bảy năm. Philippines đứng vị trí thứ hai với tốc độ tăng mạnh tương tự như tháng 10.

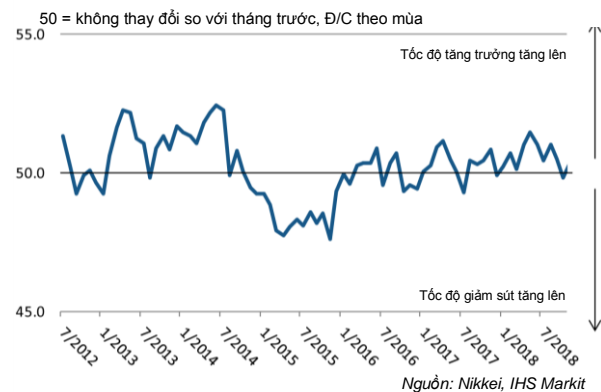
Myanmar tiến lên vị trí thứ ba khi áp lực lạm phát giảm đã cho phép lĩnh vực sản xuất tăng trở lại sau khi giảm trong tháng 10. Indonesia trượt về vị trí thứ tư khi tăng trưởng chậm lại thành mức thấp của năm tháng.

Thái Lan vẫn ở vị trí thứ năm khi có các điều kiện hoạt động giảm nhẹ trong tháng 11. Lĩnh vực sản xuất Malaysia đã suy giảm với tốc độ nhanh nhất kể từ tháng 5. Singapore vẫn đứng cuối bảng xếp hạng, mặc dù các điều kiện đã xấu đi với tốc độ chậm hơn so với tháng 10.

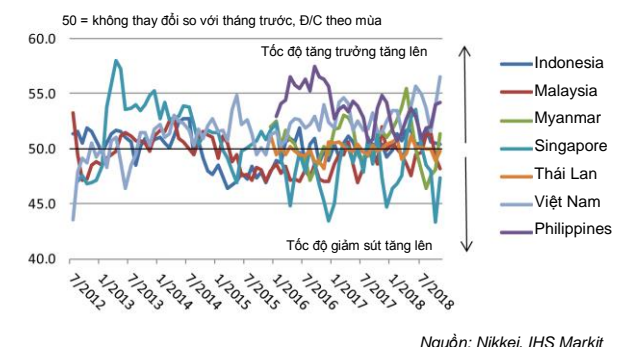
### Phân hạng các quốc gia theo PMI™ ngành sản xuất

Tháng 11	PMI	Mức độ thay đổi
Việt Nam	<b>56,5</b>	Tăng mạnh (Nhanh hơn tháng 10)
Philippines	<b>54,2</b>	Tăng mạnh (Nhanh hơn tháng 10)
Myanmar	<b>51,3</b>	Tăng nhẹ (Thay đổi chiều hướng)
Indonesia	<b>50,4</b>	Tăng nhẹ (Chậm hơn tháng 10)
Thái Lan	<b>49,8</b>	Giảm nhẹ (Chậm hơn tháng 10)
Malaysia	<b>48,2</b>	Giảm nhẹ (Nhanh hơn tháng 10)
Singapore	<b>47,4</b>	Giảm mạnh (Chậm hơn tháng 10)

### PMI™ Ngành sản xuất ASEAN của Nikkei



### PMI™ Ngành sản xuất Quốc gia



Còn tiếp...

Với sản lượng tăng trưởng nhanh hơn, trong tháng 11 các nhà sản xuất ASEAN đã tăng hoạt động mua hàng lần đầu tiên trong ba tháng. Đáng kể là, Việt Nam và Philippines có hoạt động mua hàng hóa đầu vào tăng mạnh, khi các công ty chuẩn bị sẵn sàng cho lượng công việc trong tương lai. Tuy nhiên, tồn kho hàng mua đã giảm trong các nhà sản xuất ASEAN tháng thứ 21 liên tiếp.

Việc làm vẫn tăng yếu trong tháng 11 khi chỉ có Việt Nam có số lượng việc làm tăng mạnh. Myanmar, Thái lan và Singapore tiếp tục giảm số lượng việc làm. Tuy nhiên, các công ty vẫn có thể hoàn thành lượng công việc tồn đọng.

Sau khi tăng bốn tháng liên tiếp, tốc độ tăng giá cả đầu vào đã chậm lại trong tháng 11. Tuy nhiên, giá cả vẫn còn tăng mạnh, khi tất cả các quốc gia trừ Thái lan có gánh nặng chi phí tăng. Giá nguyên vật liệu tăng vẫn là nhân tố chính, khi một số công ty báo cáo nguyên vật liệu đã khan hiếm hơn.

Giá cả đầu ra tăng chậm hơn trong tháng 11. Tuy nhiên, không quốc gia nào trong bảy quốc gia có giá bán hàng giảm, khi Thái lan và Việt Nam đã kết thúc thời kỳ giảm giá kéo dài hai tháng.

Nhìn về tương lai, mức độ lạc quan về triển vọng kinh doanh trong các công ty sản xuất ASEAN trong tháng 11 đã cải thiện thành mức cao của sáu tháng. Đáng kể là, Việt Nam và Thái lan có mức độ lạc quan cao nhất kể từ tháng 2 và tháng 3 năm 2016.

## Bình luận:

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

*“Các quốc gia ASEAN có kết quả hoạt động tăng nhẹ trở lại trong tháng 11 sau khi ghi nhận suy giảm trong tháng 11. Tuy nhiên, tốc độ tăng vẫn yếu hơn so với thời gian đầu năm, khi tổng số lượng đơn đặt hàng mới chỉ tăng nhẹ. Trong khi đó, nhu cầu xuất khẩu tiếp tục giảm trong bối cảnh thương mại toàn cầu suy giảm.*

*“Ở khía cạnh tích cực, tình trạng tăng chi phí đầu vào đã giảm bớt sau khi giá tăng trong bốn tháng trước đó. Các nhà sản xuất đối phó bằng cách tăng nhẹ giá cả đầu ra. Tuy nhiên đã có các mối quan ngại về nguồn cung nguyên vật liệu khi một số công ty không thể tìm được tất cả hàng hóa đầu vào. Tình trạng tiếp tục thiếu hụt nguồn cung có thể ảnh hưởng đến sản xuất, và do đó là ảnh hưởng đến sản lượng, nếu nó vẫn tiếp diễn”.*

-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 hai triệu rưỡi 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.

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 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 hai triệu rưỡi 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 Edition), khai trương năm 2010, đã vượt qua con số 500.000. 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 tám 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  
E-mail [bernard.aw@ihsmarkit.com](mailto:bernard.aw@ihsmarkit.com)

Jerrine Chia, Bộ phận Tiếp thị và Truyền thông  
Điện thoại: +65-6922-4239  
E-mail [jerrine.chia@ihsmarkit.com](mailto:jerrine.chia@ihsmarkit.com)

David Owen, Chuyên gia Kinh tế  
Điện thoại: +44 207 064 6237  
E-mail [david.owen@ihsmarkit.com](mailto:david.owen@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](mailto: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](mailto:economics@ihsmarkit.com).

### Thông tin về IHS Markit ([www.ihsmarkit.com](http://www.ihsmarkit.com))

IHS Markit (Nasdaq: INFO) là công ty hàng đầu thế giới chuyên cung cấp các thông tin, phân tích và 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 là các doanh nghiệp và chính phủ, chiếm tới 80% danh sách 500 công ty hàng đầu (Fortune Global 500) và các tổ chức tài chính hàng đầu thế giới.

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

© 2018 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 <https://ihsmarkit.com/products/pmi.html>.

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 một nhãn hiệu đã được đăng ký của IHS Markit Ltd. và/hoặc các chi nhánh.

Nếu quý vị không muốn nhận tin tức từ IHS Markit, hãy gửi email [joanna.vickers@ihsmarkit.com](mailto:joanna.vickers@ihsmarkit.com). Để đọc chính sách về quyền riêng tư của chúng tôi, hãy nhấn [vào đây](#).