



DHL 香港空運貿易領先指數 (DTI)

2015 年第三季度報告

調查由 DHL Express (香港) 委託香港生產力促進局獨立進行，旨在收集及測量空運用家對未來空運的展望，並以指數的方式發表。請瀏覽 u.hkpc.org/dti_cn 查詢詳情。

摘要

香港是亞洲主要的地區及航運樞紐之一，而香港國際機場的國際貨運吞吐量更享譽全球。本港蓬勃的空運行業每年為香港帶來超過 1,200 億港元收入及接近 25,000 個就業機會^(1,2,3)。

在缺乏行業領先指標的情況下，DHL Express（香港）委託香港生產力促進局（生產力局）進行獨立調查，綜合結果成為「DHL 香港空運貿易領先指數」（DTI）。

經過多個月的準備及初步研究，本指數綜合數個季度的資料，反映和探討受訪者對香港空運貿易、各項基本因素、市場反應和對主要商品貿易的展望。

「DHL 香港空運貿易領先指數」（DTI）是香港首個空運貿易指數，為需要更多資源及市場資訊的本地中小企及企業提供可供公眾參閱的市場情報和發展趨勢。

首個 DHL 香港空運貿易領先指數調查於 2014 年第二季度展開，並定期按季發表。

研究方法

指數計算方法: 指數= [100 x (受訪者中回答「增加」的樣本比例)] + [50 x (受訪者中回答「不變」的樣本比例)] + [0 x (受訪者中回答「減少」的樣本比例)]

指數導讀

指數顯示 50 或以上代表正面的前景展望，50 或以下則代表負面的前景展望。

指數距離 50 愈遠，表示對前景（正面或負面）的展望愈為強烈。



受訪者背景

調研對象是以香港為業務中心的公司，並參與入口或出口空運貿易，主要包括以下各類較多空運的商品：手錶、鐘錶、首飾、衣飾、電子產品及部件、禮品、玩具及家品、食物及飲料、其他（包括速遞文件及不屬上述種類的商品）。

自 2014 年第二季首次調查起，每季從超過 1 萬個調研對象中隨機抽選以進行電話訪問，收集 600 受訪者對空運的展望。調查樣本以企業及商品為單位，不就各企業的生意規模進行加權調整。

¹ 香港貿易發展局

² 2013 年 3 月政府統計處「就業及空缺按季統計報告」

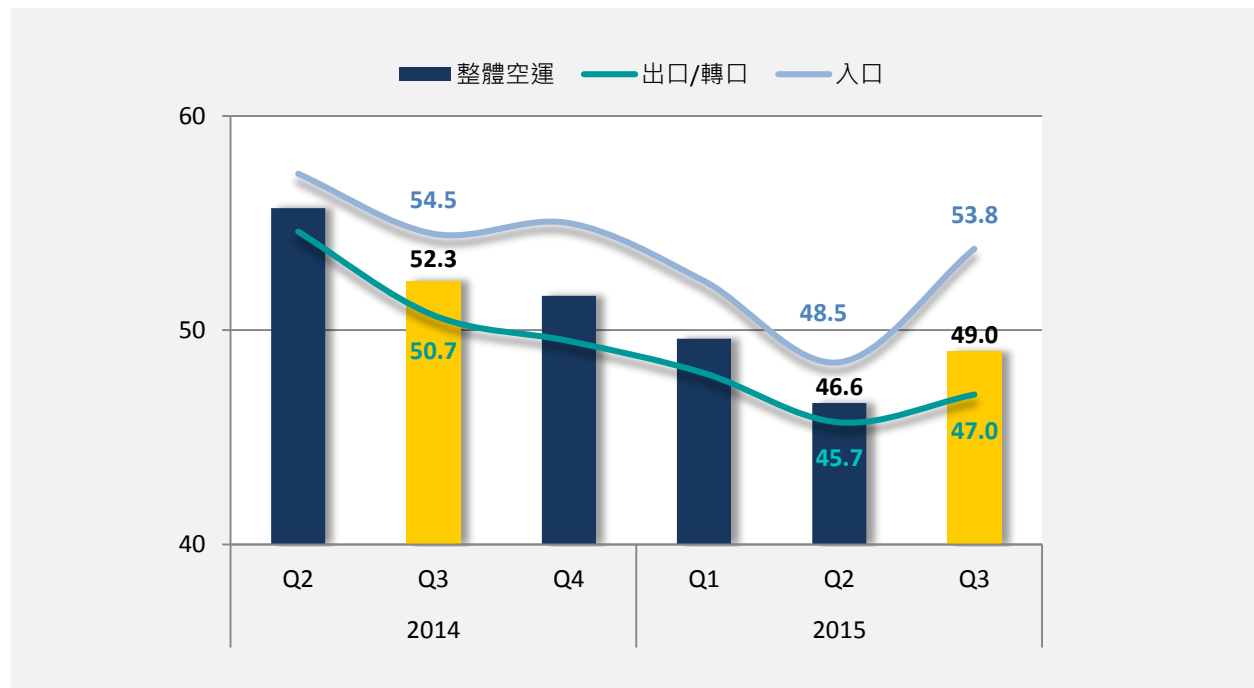
³ 2011 年版政府統計處「運輸、倉庫及速遞服務業的業務表現及營運特色的主要統計數字」

指數自推出以來首度走出低谷，空運用家預期整體貿易環境將會有所改善。大部份分類指數均錄得上升，尤其以歐洲市場的貿易情緒改善最為顯著。

- 空運用家早前對歐洲市場的緊張情緒明顯緩和，大部份指數因此反彈，數項指數更回升至接近去年同期的水平。
- 受訪者預期歐洲及亞太區市場的改善最為突出，而美洲市場的需求相對平穩。食物及飲料以及電子產品及部件需求提高，為往來歐洲及亞太區的空運貿易增長提供支持。
- 香港生產力促進局企業創新部總經理陳建中先生表示：「隨著本季大部分指數開始回升並接近 50 點持平線，反映整體空運有所改善，當中歐洲市場對食物及飲料產品、亞太區對電子產品及部件的訂單回升尤其令人鼓舞。貿易商應繼續增加業務類型、品牌或貨品種類，以減低單一地區或貨品於不同季節所承受的貿易風險。」

整體指數

相對於過去數季審慎保守的展望，今季各項指數大致上揚，反映空運用家對 2015 年第三季空運貿易前景信心增強。當中以入口指數的增長步伐最為突出，回復接近去年同期水平，主要由於不同市場的需求進一步提升。



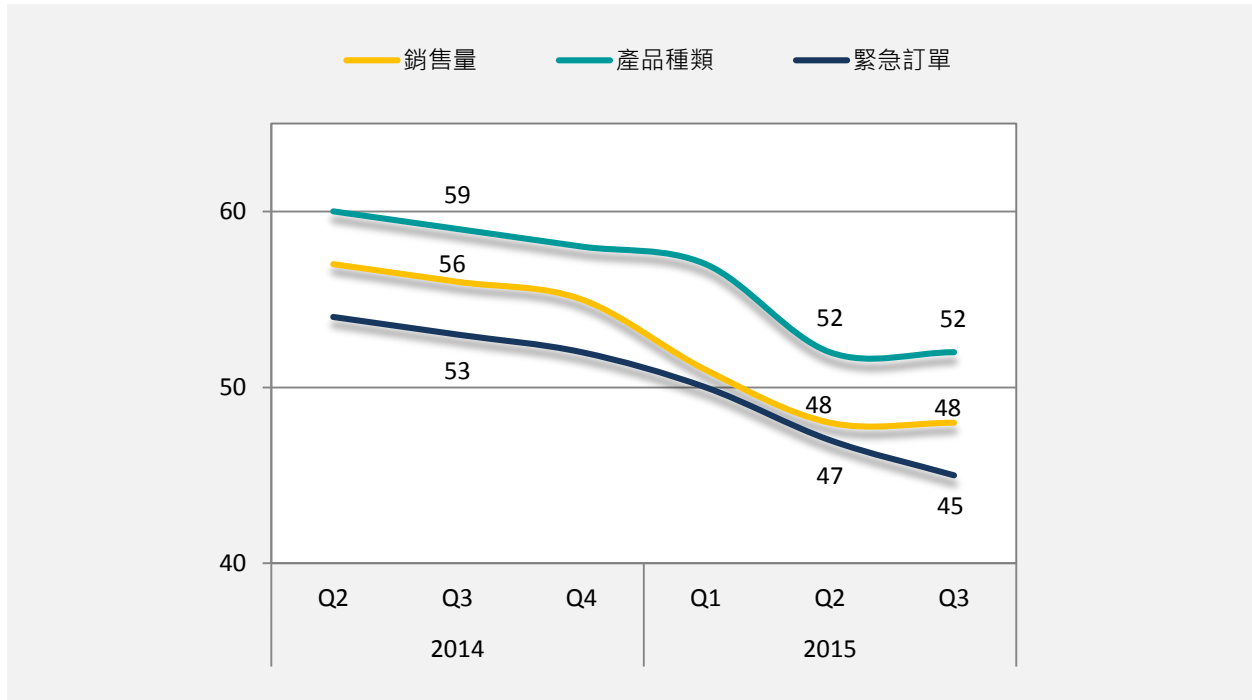
整體指數由上季的 46.6 點回升至今季的 49.0 點，接近 50 點持平線，顯示前景展望大致改善。

隨著美洲及歐洲市場回暖，**出口／轉口指數**自推出以來並歷經數季下跌，於第三季上升至 47.0 點。

入口空運方面，指數由第二季的 48.5 點大幅反彈至 53.8 點，反映空運用家對前景明顯轉趨樂觀。此乃受惠於各個市場的入口需求改善，並以歐洲及亞太區最為明顯。

基本因素

空運用家預期今季的情況與往季將大致相約。受訪者持續認為有增加產品種類的需要，而對銷售量則較為保守。



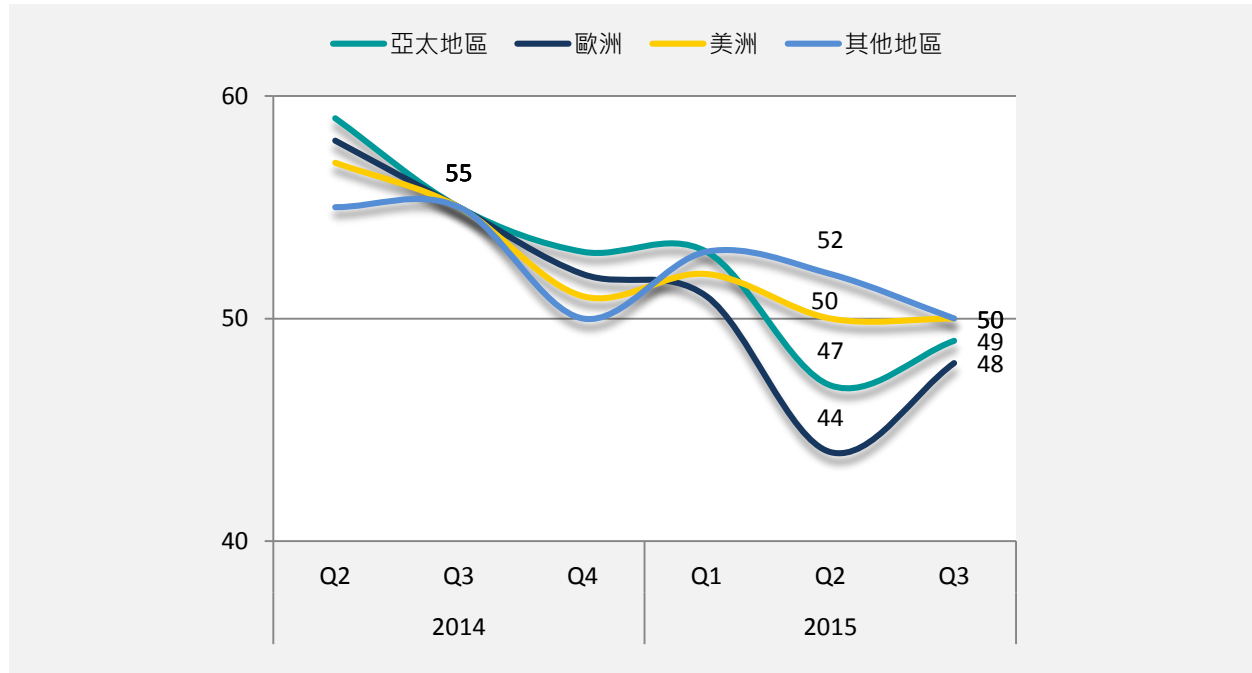
產品種類指數為基本因素中表現最好，今季錄得 52 點。空運用家對美洲及亞太區市場的前景持續樂觀。

銷售量指數今季維持平穩，錄得 48 點水平。指數雖未見回升，歐洲市場的改善仍相對表現較佳。

緊急訂單指數是唯一下跌的基本因素，由上季的 47 點下跌至今季的 45 點，顯示空運用家對滿足緊急訂單的需求未及其他基本因素。

貿易航線

空運用家普遍認為入口貿易前景將會有顯著轉強，因此歐洲及亞太區市場於低位重拾上升動力，而美洲市場則保持平穩。

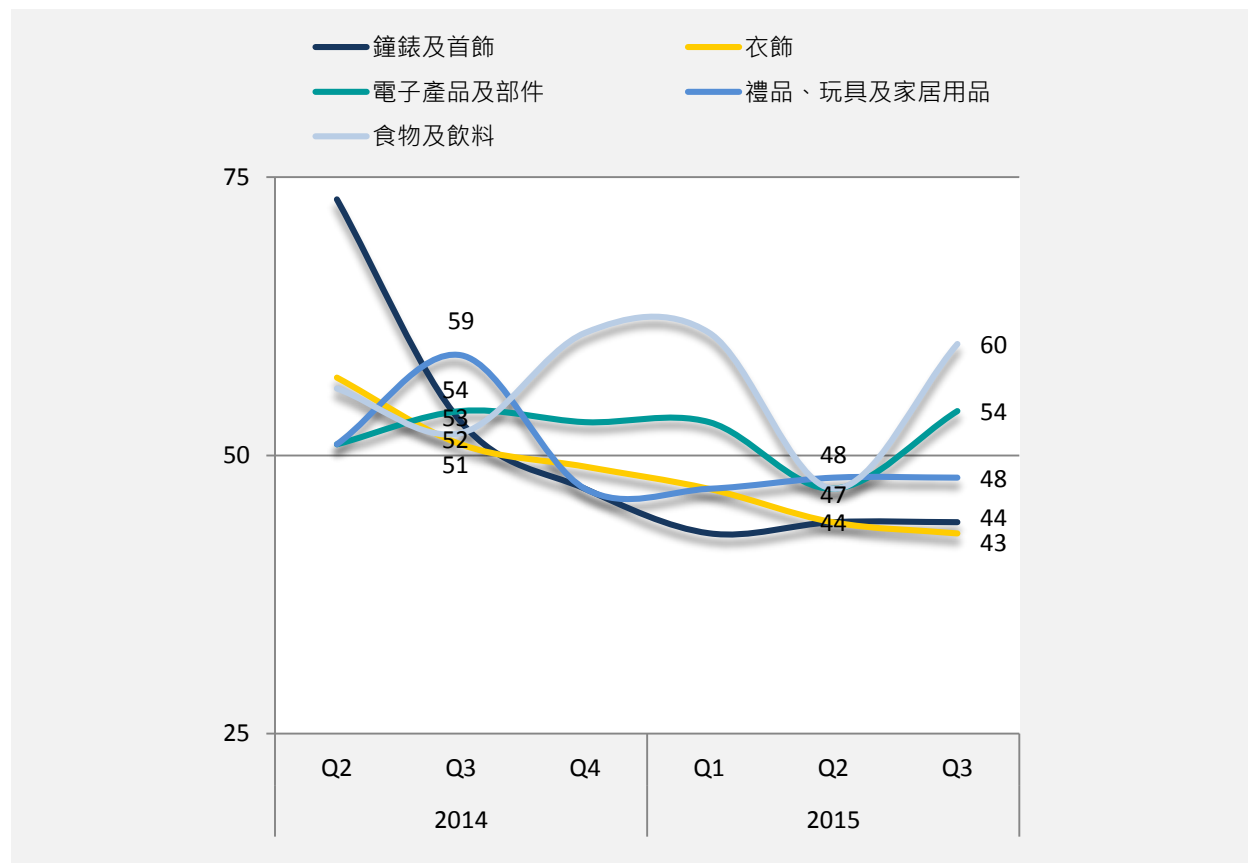


雖然前景略為保守，但受訪者認為**歐洲**及**亞太區**市場需求將會反彈，指數從上季的大幅下挫分別回升至今季的 **48** 點及 **49** 點，受惠於歐洲對食物及飲料、以及亞太區市場對電子產品及部件的需求上升。

相對於其他分類指數以入口較出口看好的情況，空運用家對**美洲**及**其他地區**的入口及出口／轉口前景較為一致，兩者的第三季指數均錄得 **50** 點，展望維持中立。

空運商品

今季所有空運商品的指數大致不變，惟電子產品及部件、食物及飲料的指數錄得顯著升幅，分別上升至去年同期甚至更高的水平。



受惠於歐洲市場的強勁需求，**食物及飲料**指數顯著上升至今季的 60 點，超越去年同期的表現。

空運用家同時對亞太區**電子產品及部件**的需求增長持樂觀態度，今季指數大幅上升至 54 點，高於 50 點持平線並回復至去年同期水平。

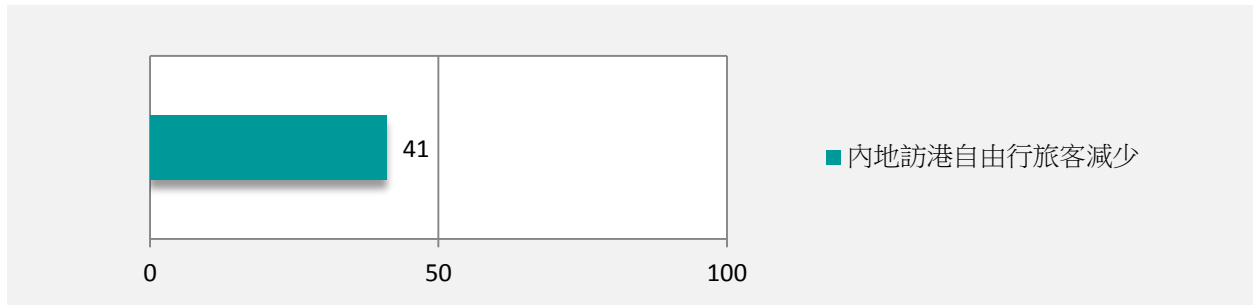
整體而言，空運用家今季對**鐘錶及首飾**以及**禮品及家具用品**的展望維持相約，指數分別錄得 44 點及 48 點。雖然入口前景仍然較為正面及穩定增長，但出口／轉口出現好轉的趨勢。

衣飾指數稍微下跌至 43 點，主要受除歐洲市場以外的出口疲弱拖累令跌勢持續，為今季唯一持續下跌的空運商品指數。

近期市場消息對空運貿易的影響

本季度報告亦同時分析本港自由行旅客數目下跌對整體前景展望的影響。

部份對前景持保守態度的受訪者認為，就內地訪港自由行旅客數目減少，對空運入口前景有一定的負面影響，主要反映於銷售量上。然而有超過四份之三的受訪者預期他們的空運貿易量並不會受到影響。



關於香港生產力促進局

香港生產力促進局（生產力局）於 1967 年依法成立，擁有多元化的專業技術知識。其使命是透過向香港的企業提供橫跨價值鏈的綜合支援來提升卓越生產力，從而更有效地運用資源，提高產品和服務的附加值，以及加強國際競爭力。生產力局的網址為：www.hkpc.org。

查詢

查詢有關本指數的詳情，請與生產力局代表章景業先生聯絡，電話：（852） 2788 6008，電郵：ericcheung@hkpc.org。

聲明

本報告包含調查所得的研究結果。對於因閱讀或使用本文資料而產生的任何損失、錯誤、延誤，或據此而採取的任何行動或非行動，生產力局概不負責。