



## DHL 香港空運貿易領先指數 (DTI)

2017 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](http://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。香港空運行業蓬勃，每年為本港帶來超過 1,200 億港元收入，並製造近 25,000 個就業機會<sup>(1,2,3)</sup>。

有見空運行業欠缺領先指標，DHL Express（香港）遂委託香港生產力促進局（生產力局）進行獨立調查，將所得結果綜合成為「DHL 香港空運貿易領先指數」（DTI）。

本指數經過多月份的準備及初步研究，並綜合數個季度的資料整合而成，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）是香港首個供公眾參閱空運貿易指數，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，並參與入口或出口空運貿易的公司，其業務範圍包括以下各類商品：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，收集超過 600 個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。

<sup>1</sup> 香港貿易發展局

<sup>2</sup> 2013 年 3 月政府統計處「就業及空缺按季統計報告」

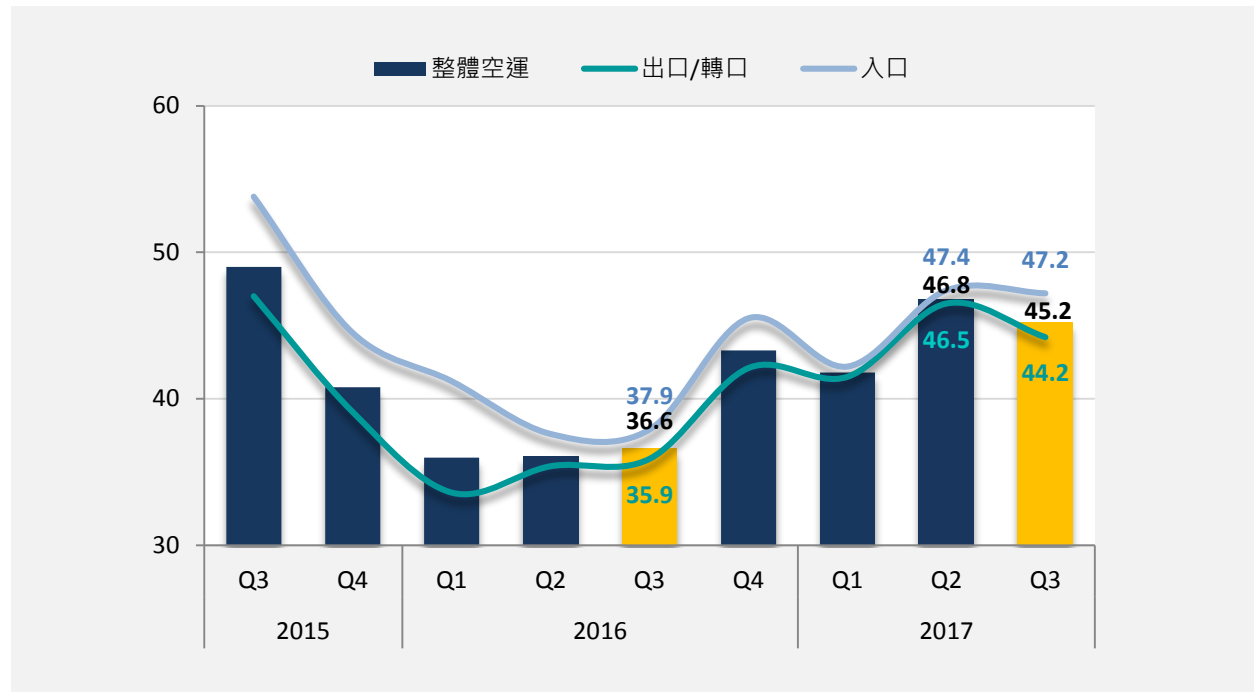
<sup>3</sup> 2011 年版政府統計處「運輸、倉庫及速遞服務業的業務表現及營運特色的主要統計數字」

隨著 2017 年踏入下半年，全球多個重大政治事件逐漸落定，當中以歐洲尤其明顯。受亞太地區市場逐步復甦支持，市場對第三季度的展望較過去兩年相對為佳。

- 2017 年首兩個季度期間，歐洲多個國家舉行大選。隨著大選結果揭盅，政治環境回穩，市場氣氛亦轉趨穩定。2017 年第三季度整體指數創下過去兩年其中一個高位，反映自指數持續向下以後令人鼓舞的趨勢。
- 歐洲對出口空運需求自 2015 年第三季向下以來維持高位。另外，亞太區市場亦呈現復甦徵兆，產品種類增加，刺激空運出口及入口前景改善。
- 本季入口空運的展望與上個季度相若。電子產品以及食物及飲料市場維持樂觀。另外，認為 2017 年第三季度入口空運前景明朗的受訪者中，超過一半預計將受惠於本地零售銷售量改善帶動增長。
- 香港生產力促進局副總裁（企業管理）老少聰表示：「鑑於現時的經濟和競爭環境，企業及初創需要不斷發掘創新意念以達致持續發展。初創公司宜多留意最新的科技趨勢及營商資訊，並融入其發展策略，例如：3D 打印原型技術、市場測試及創新產品意念研究等。另一方面，企業可以放眼初創公司的嶄新意念，從中發掘合作機會。無庸置疑，創新是未來成功的關鍵。」

## 整體指數

亞太區主要市場以至對產品種類的需求均有所增加，有助抵銷西方市場需求減弱。



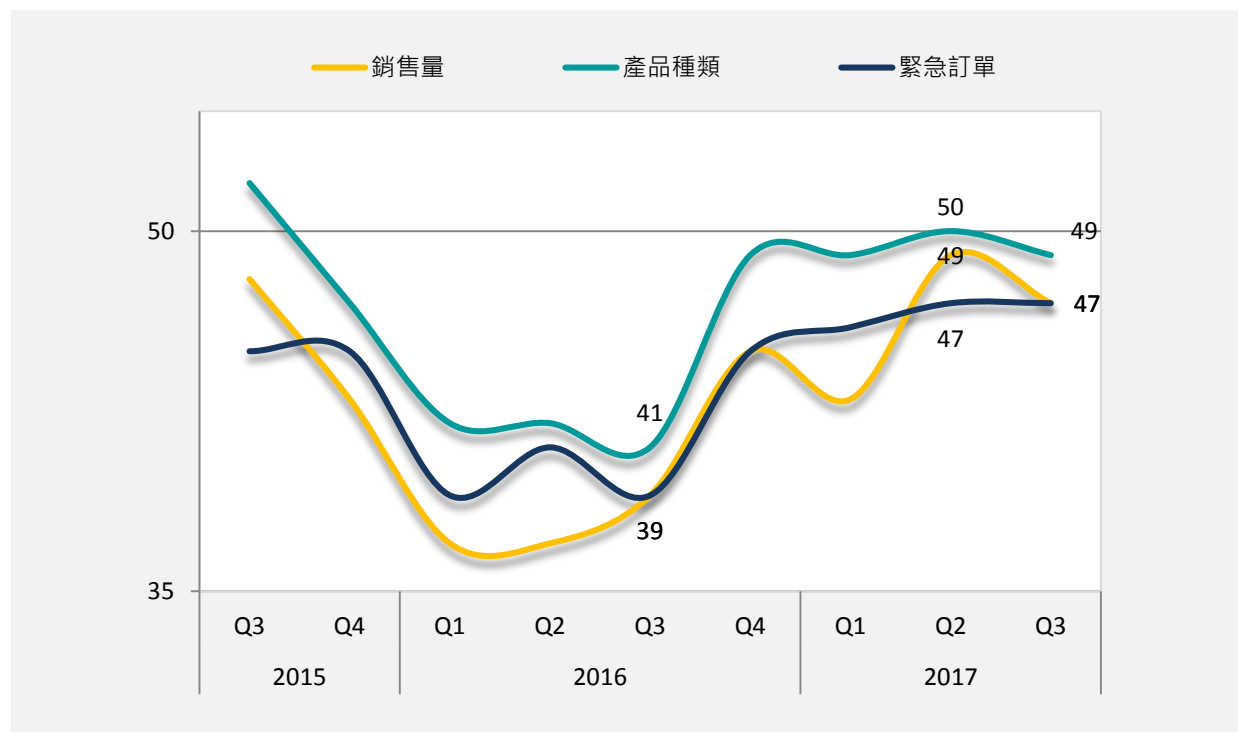
2017年第三季度的**整體指數**錄得 45.2 點，較上季 46.8 點微跌 1.6 點。有關跌勢可歸因於歐洲及美洲市場需求略減，抵銷亞太地區及其他地區的增長之故。然而，本季指數仍然創下過去兩年以來的第二最高紀錄，較去年同期上升 8.6 點。

2017年第三季度的**空運出口指數**輕微下調至 44.2，較上季的 46.5 下跌 2.3 點。跌勢主要源於美洲需求疲弱，削弱亞太地區需求增加所帶動的升幅。

**空運入口**方面，雖然空運用家對 2017年第三季度的歐洲需求較上季轉趨審慎，然而對日本產品的需求正面，預料亞太地區空運量將有所增加。本季指數錄得 47.2 點，較上季的 47.4 微跌 0.2 點。

## 基本因素

2017 年第三季度各項基本因素均維持穩定，僅銷售量及產品種類出現輕微轉變。



受美洲出口需求減弱影響，受訪者對 2017 年第三季**銷售量**的展望由上季的 49 下滑 2 點，錄得 47 點，惟仍然較去年同期高出 8 點。

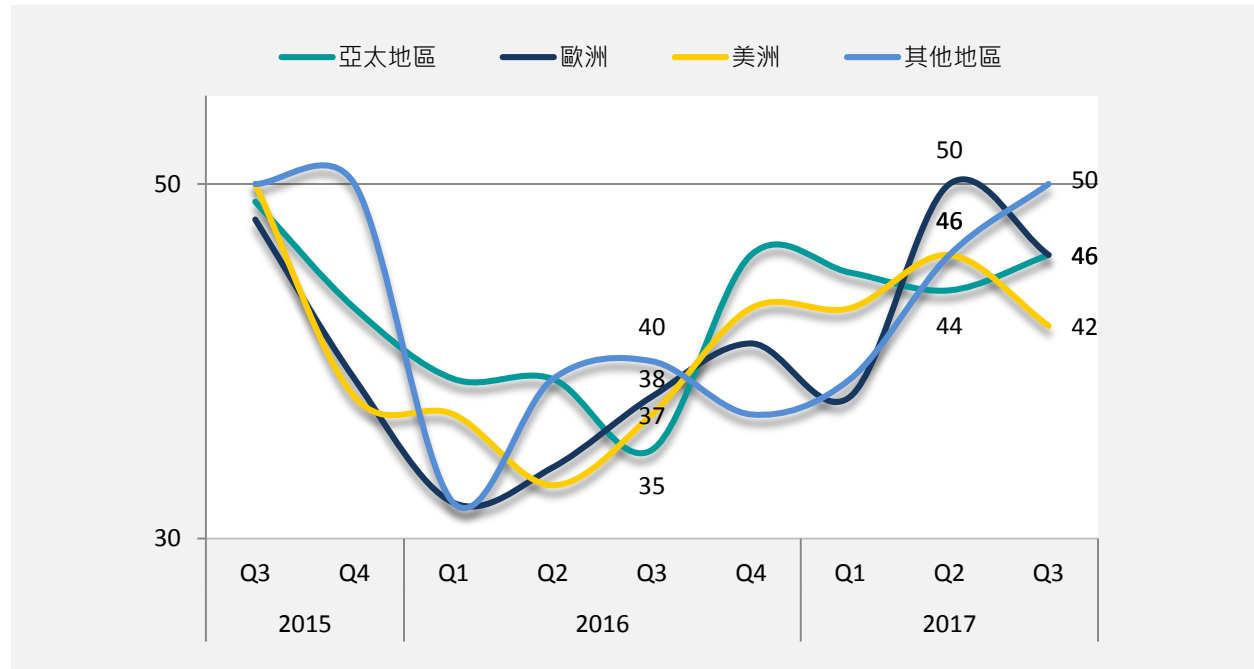
2017 年第三季度**產品種類**指數為 49 點，上季則錄得 50 點。縱然亞太地區及其他地區的前景均有改善，惟美洲和歐洲市場展望轉差，造成相關輕微跌幅。

**緊急訂單**指數維持 47 點，與上季相同，反映空運入口對緊急訂單需求輕微上升，然而被出口需求減緩所抵銷。



## 貿易航線

雖然亞太地區的前景漸趨樂觀，其他地區的展望亦有好轉，但兩者升幅受美洲及歐洲指數輕微下跌拖累，導致整體指數維持相約水平。



2017 年第三季度，西方市場的需求預計普遍下滑。美洲市場的衣飾需求減少，導致空運用家對前景展望轉差，指數由上季的 46 點下跌至 42 點。

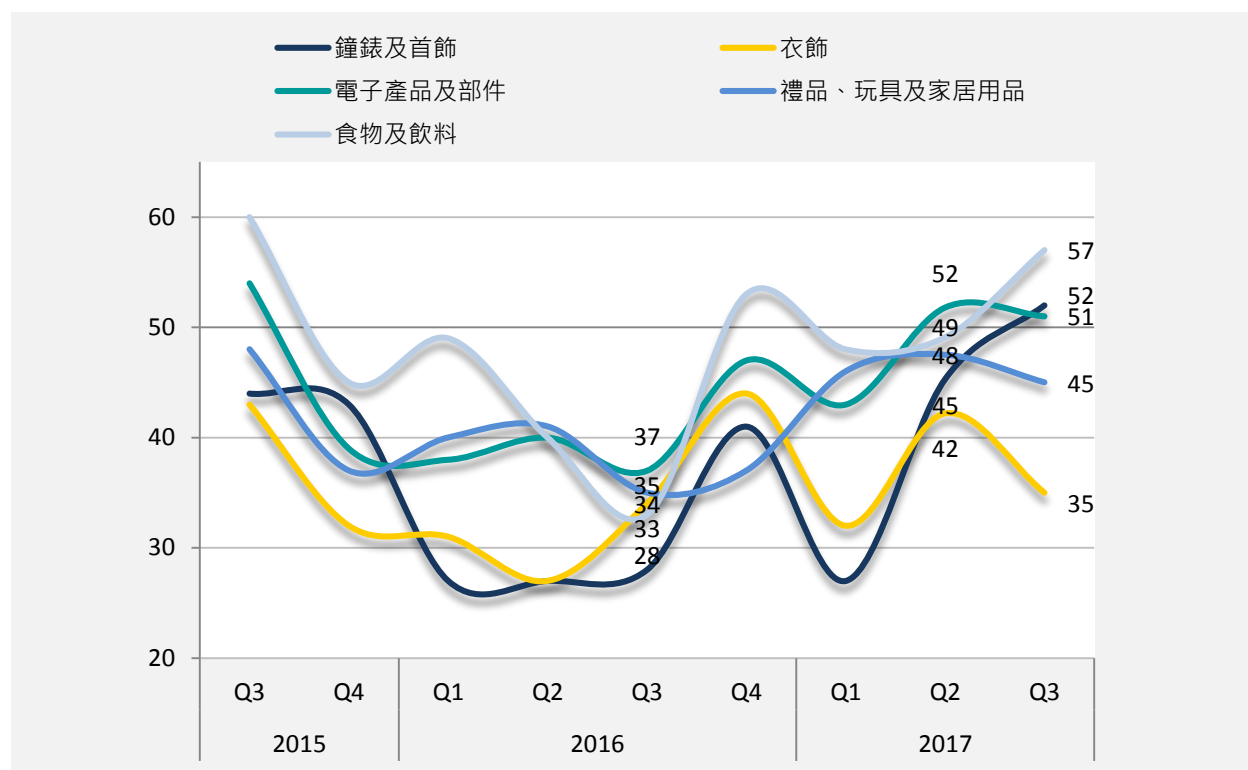
歐洲受類似因素拖累，導致指數下跌。電子產品需求有所增長，然而被升勢主要被衣飾以及禮品、玩具及家居用品的跌幅抵銷，令指數由上季的 50 點跌至本季的 46 點。

雖然如此，亞太地區向好，較上季的 44 上升 2 點，錄得 46，升幅可歸功於日本入口及中國出口的需求增加。

其他地區指數同樣顯著上升，由 2017 年第二季的 46 上升 4 點，錄得 50 點，展望中立。空運用家預計該市場的銷售量將會上升，產品種類亦將更為多元化。

## 空運商品

食物及飲料以及奢侈品的展望預計會大幅度改善，其他空運商品則有所下調。



鑑於西方市場需求放緩，空運用戶對 2017 年第三季度的衣飾展望失去部分信心，導致本季指數較上季的 42 下跌 7 點，指數錄得 35 點。

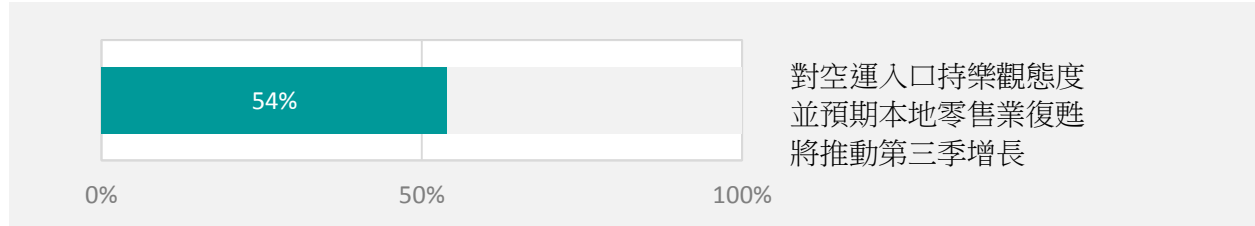
電子產品及部件受惠於歐洲持續樂觀的氛圍影響，指數雖然輕微下調 1 點，仍然達到 51 點，前景維持正面。

食物及飲料前景樂觀，帶動本季指數大幅攀升 8 點，錄得 57 點，出入口需求均轉趨強勢。

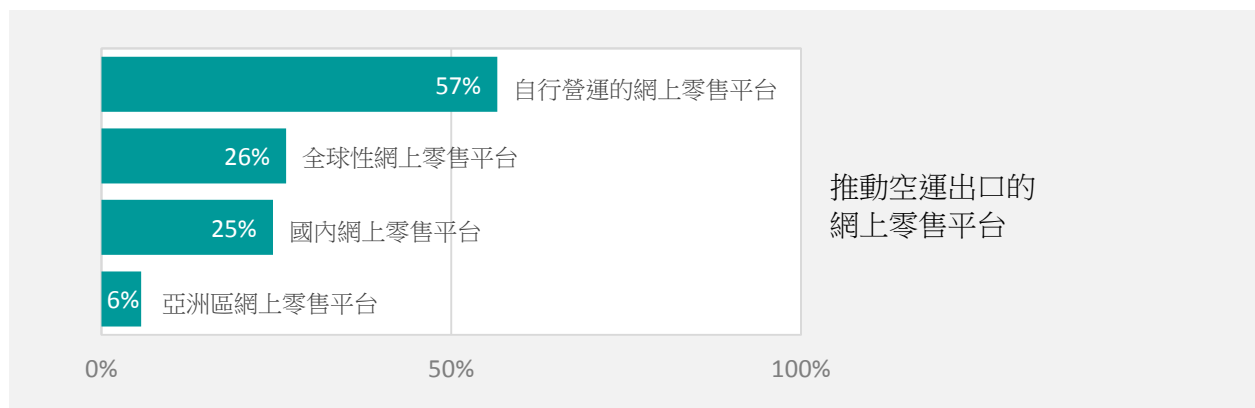
禮品、玩具及家居用品主要受空運出口疲軟影響，指數由上季的 48 下跌 3 點，錄得 45。最後，鐘錶及首飾由上季的 45 點躍升至 52 點，升幅高達 7 點，其升勢可歸功於美洲需求持續增長之故。

## 近期市場消息對空運貿易的影響

本地零售額預期將隨訪港人數上升而增長。另一方面，空運用家正利用不同平台吸引全球目標顧客。



香港訪港人數回升及失業率低企，令零售業務終現谷底回升的徵兆。對 2017 年第三季度空運入口展望樂觀的受訪者中，逾半數預期零售市道復甦將帶動空運表現增長。



市場普遍預期企業對顧客（B2C）網上銷售持續增長，空運用家在回答其公司的銷售平台是否能把機遇從中獲益時，超過一半從事網上零售業務的受訪者表示，其自行營運的銷售平台能驅動空運出口量。逾 40%受訪者認為國際性平台或中國內地平台有助公司提升空運出口量，部分受訪者同時採用自行營運的銷售平台。



### 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](http://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](mailto: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。