



DHL 香港空運貿易領先指數 (DTI)

2018 年第二季度報告

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戶對未來空運的展望，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。香港空貿行業蓬勃，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 (1,2,3)。

有見空貿行業欠缺領先指標，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）。

本指數經過多個月的準備及初步研究，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 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。

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」

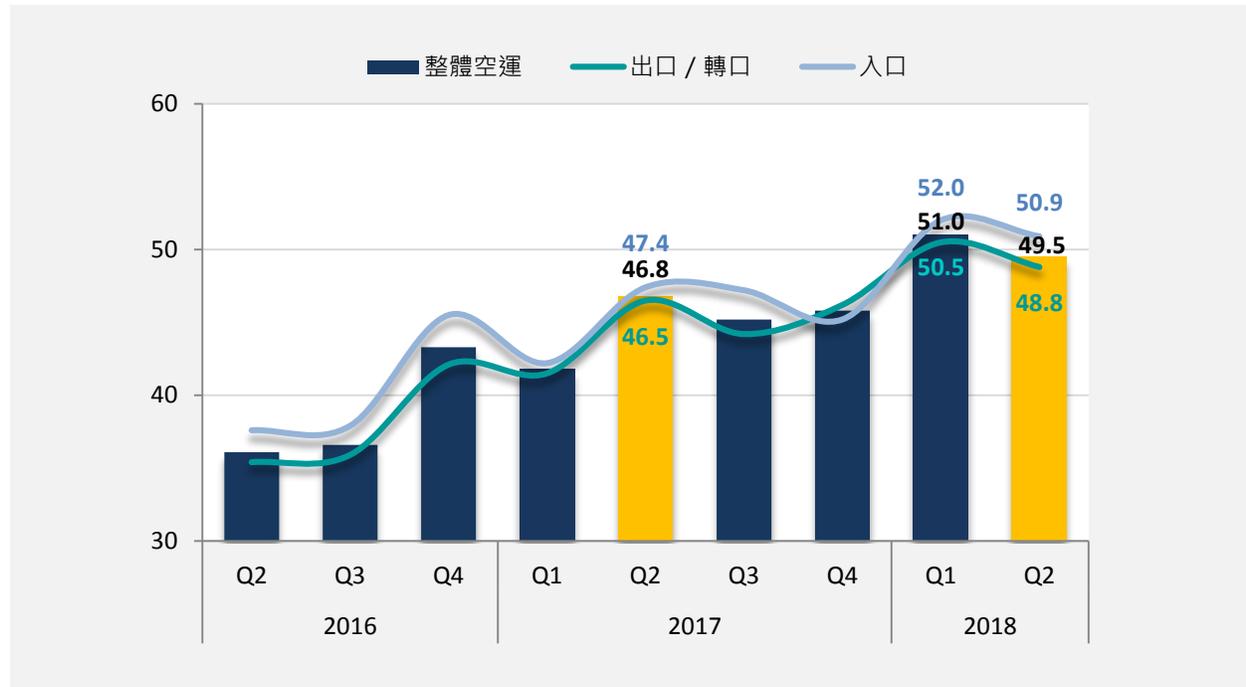
³ 2011 年版政府統計處「運輸、倉庫及速遞服務業的業務表現及營運特色的主要統計數字」

第二季空運市場受各種憂慮影響，預期將充滿挑戰。市場雖然充斥對地緣政治局勢緊張帶來負面影響的擔心，但空運貿易的展望在多個方面仍維持正面。

- 2018 年第二季調查進行期間，美國總統特朗普宣布針對中國進口產品徵收關稅，令中美矛盾升溫，市場對環球貿易戰的憂慮亦因而加深。儘管如此，「DHL 香港空運貿易領先指數」最新一季調查結果顯示，上述情況對空運貿易展望的影響有限，第二季的整體空運貿易展望雖然下調至 49.5 點，稍微低於持平水平，仍然較去年同期為高。
- 受訪者對空運入口的展望仍屬樂觀，中美兩國雖有磨擦，但空運用家繼續看好整體空運貿易情況，對入口的展望達到 50.9 點。
- 香港政府財政盈餘充裕，政府將撥款改善民生。空運用家普遍認為上述措施有助提升空運入口，突顯本地需求。
- 空運用家預料第二季的出口情況將有一定挑戰，對出口的展望下降至 48.8 點。市場預期美國聯邦儲備局會加快加息步伐，企業的借貸成本將因而上升。
- 香港生產力促進局副總裁（企業管理）老少聰表示：「指數於上一季顯著增長後，本季稍為回落至持平水平，惟市場仍受著各國貨幣或關稅政策變動、顧客需求變化及營運成本上升等因素影響。企業應避免過於專注單一地區或業務，需時刻因應市場狀況制定合適的營運策略及應對措施；並應抓緊自動化及智能化的趨勢，持續引入先進的科技提升營運效率及顧客服務體驗，並善用大數據分析市場動向，因應需求開展創新服務。此外，企業應提升員工才能及知識，致力成為學習型機構，以持續發展。」

整體指數

美洲市場的需求在第二季攀升至正面範圍，推動整體空運貿易發展。儘管市場近期面對不少挑戰，但空運用戶對入口需求展望正面，為整體指數提供支持。



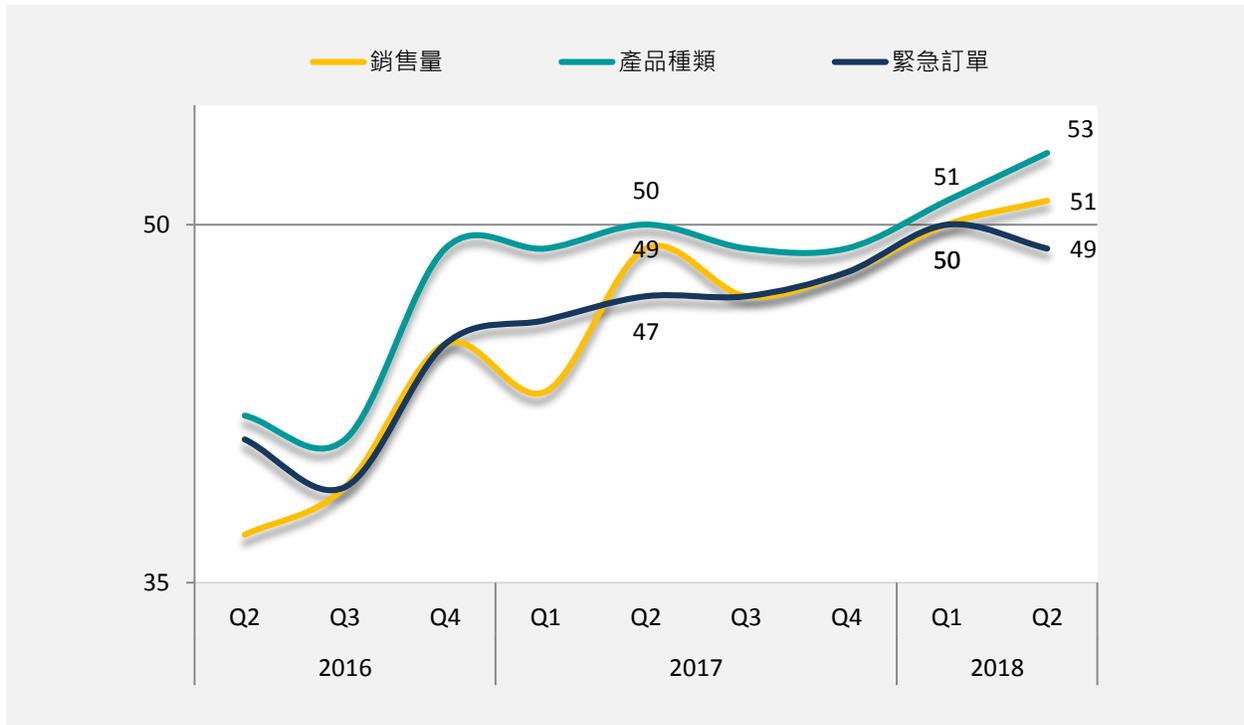
空運用戶對 2018 年第二季的**整體空運**展望下調至 49.5 點，較上季的 51 點減少 1.5 點。市場預期第二季的緊急訂單需求將會轉弱。

出口 / 轉口展望錄得 48.8 點，較上季的 50.5 點下跌 1.7 點。美洲市場需求重拾動力，走勢轉趨正面，惟升幅被亞太地區及歐洲市場的跌勢所抵消。

空運**入口**展望本季錄得 50.9 點，較上季微跌 1.1 點。西方市場的需求雖有所放緩，但展望維持樂觀，而亞洲市場的升勢亦預期會在本季持續。

基本因素

市場展望各項基本因素普遍有穩健發展，銷售量及產品種類較上季進一步提升，令本季展望更趨明朗。

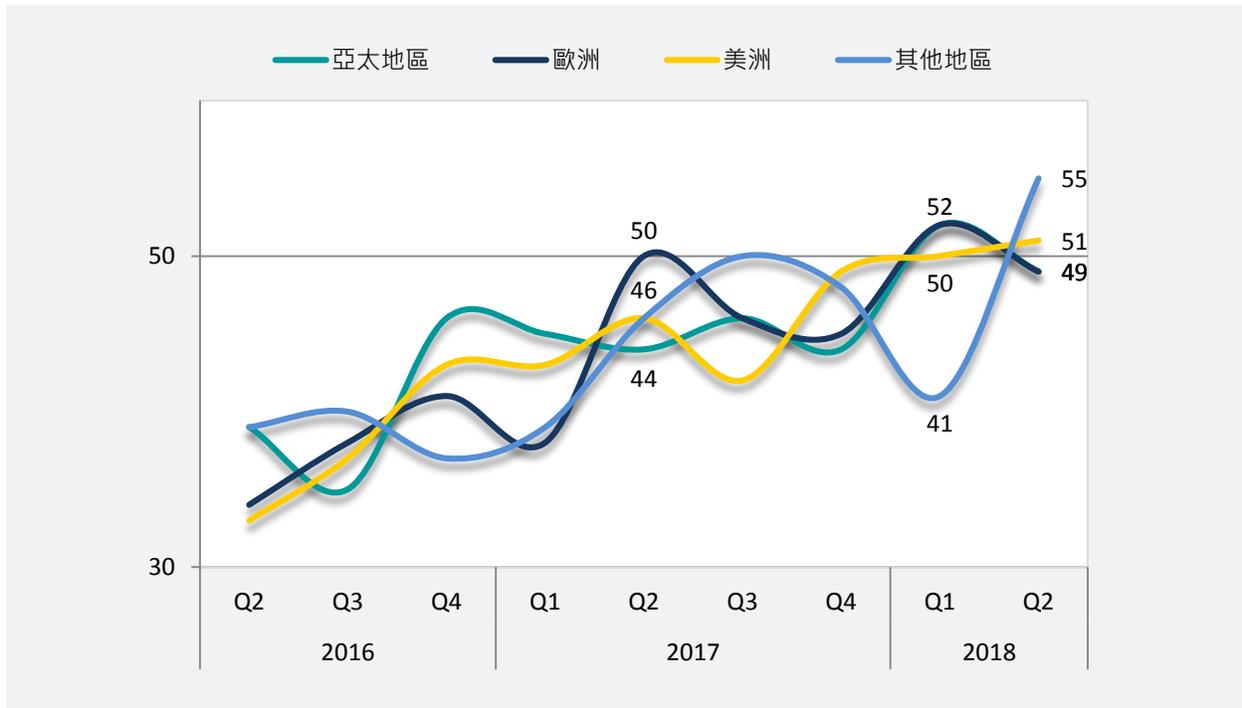


本季的**銷售量**展望錄得 51 點，較上季上升 1 點。美洲市場的需求上升，為銷售額帶來支持，指數攀升至正面範疇。

產品種類指數本季錄得 53 點，較上季的 51 點上升 2 點，所有主要市場的產品種類展望均有所增長。

緊急訂單在 2018 年第二季微跌，由上季的 50 點下調至本季的 49 點，預料主要由於空運入口的緊急訂單需求轉弱所致。

步入第二季，預期各主要市場於會面對不少挑戰，但部分市場將出現可觀增長。



美洲市場指數錄得 51 點，較上季的 50 點微升 1 點，升幅主要源於出口增長。期內入口走勢雖然有所緩和，然而市場對入口展望保持樂觀。

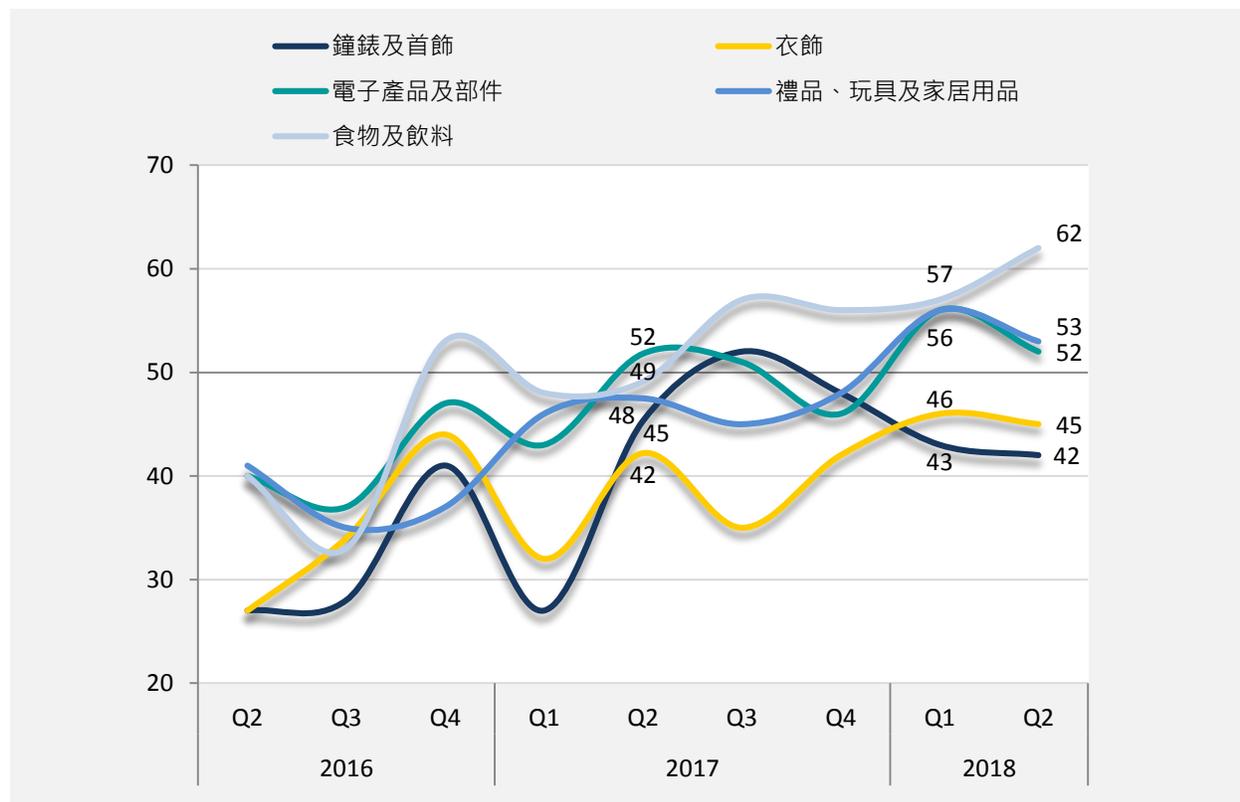
歐洲市場指數本季錄得 49 點，較上季的 52 點下滑 3 點，主要原因為出口需求減少，當中以衣飾出口需求的減幅最為顯著。

亞太地區指數同樣下跌 3 點，由上季的 52 點下滑至本季的 49 點。中國市場的需求將有所改善，但其他亞洲市場表現疲弱，預期將抵消有關升幅。

其他地區指數在第二季飆升 14 點，由上季的 41 點增至本季的 55 點，升幅主要源於銷售量復甦。

空運商品

市場預料各類空運商品的需求於第二季普遍減弱，但部分商品的前景仍屬樂觀，甚至表現理想，如食物及飲料。



衣飾指數本季錄得 45 點，較上季的 46 點微跌 1 點。美洲市場的衣服需求雖有所改善，但亞太地區及歐洲對衣服的需求下滑，拖累整體展望。

歐洲市場對**電子產品及部件**的信心減弱，拖累本商品指數由上季的 56 點下滑至本季的 52 點，但整體展望仍屬樂觀範圍。

食物及飲料表現正面，升勢持續，本季錄得 62 點，較上季的 57 點躍升 5 點。空運用家對食物及飲料的展望持續樂觀，當中以入口展望最為明顯。

禮品、玩具及家居用品在第二季的展望下跌 3 點，由上季的 56 點下降至 53 點，整體展望雖屬正面，但預期歐洲市場的需求將在第二季減弱。**鐘錶及首飾**本季錄得 42 點，微跌 1 點。歐洲市場的需求疲弱，導致空運用家對本產品類別的展望抱持審慎態度。

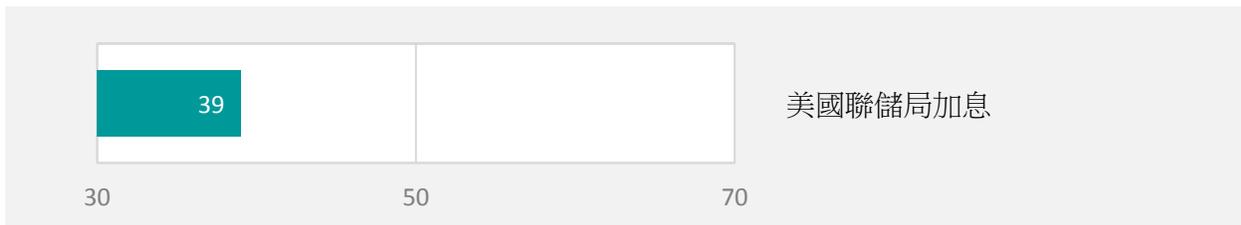
近期市場消息對空運貿易的影響

美洲加快加息步伐，預料將對本地空運用家帶來壓力，但電子商貿熱潮有望帶動本季空運表現上升。

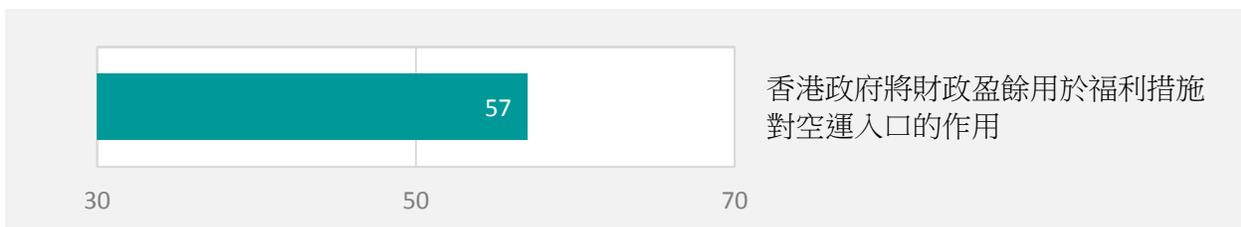
受訪者預料勞動節假期前夕會帶動訂單稍微增長，指數為 **51** 點，展望屬溫和正面。對第二季整體空運表示樂觀的受訪者中，有三分一認為勞動節假期前夕的訂單將會帶動第二季的空運表現。



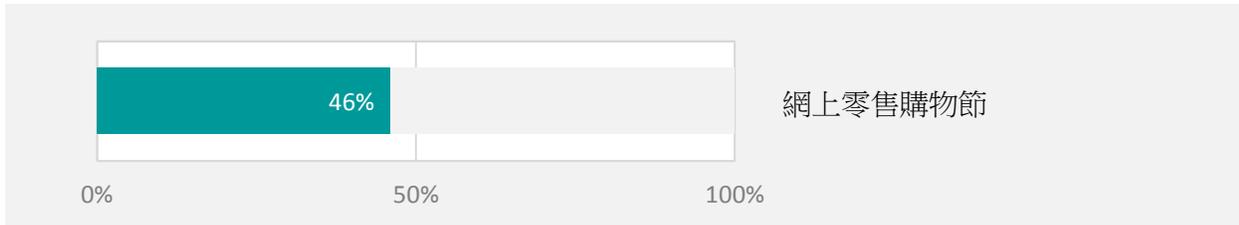
美國聯儲局主席鮑威爾（**Jerome Powell**）暗示將收緊美國貨幣政策及加快加息步伐，本地空運用家雖然對第二季空運貿易展望抱持正面態度，但普遍認為上述消息將會對空運貿易帶來負面影響，指數為 **39** 點。



香港政府發表的最新財政預算案中，宣布將減收利得稅，以扶持中小企發展，並將庫房盈餘用於改善民生。有調查顯示，超過半數受訪者認為減稅有助增強香港企業在環球貿易上的競爭力。本調查的受訪者亦同意政府將庫房盈餘用於社會福利項目，有助提升空運入口，展望達到 **57** 點。



跨境電子商貿已成為主流，網上零售商紛紛抓緊購物旺季的銷售機會，積極提升生意額。2018 年第二季期內，除了父親節、母親節等傳統購物節日，由零售商發起的購物節（如亞馬遜的 Prime Day）亦成為銷售時機。有 46% 的受訪者認為上述購物節有助提升第二季的空運表現。



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，請與生產力局代表孔先生聯絡，電話：（852） 2788 5306，電郵：simonkung@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。