



DHL 香港空運貿易領先指數 (DTI)

2020 年第四季度報告

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，並以指數的形式發表。詳情請瀏覽 u.hkpc.org/dti_cn 查詢。

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港幣 1,500 億元總收入，當中 370 億元為貨運收入，並製造近 29,000 個就業機會⁽¹⁾。

DHL Express（香港）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）。

本指數乃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的空運貿易指數，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，並定期按季度向公眾發表。

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 以上代表正面的前景展望，指數在 50 以下則代表負面的前景展望。

指數距離 50 愈遠，表示對前景的展望愈見正面或負面。



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 年第二季首次進行調查起，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，未有就各企業的生意規模進行加權調整。

¹ 2018 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」

本季撮要

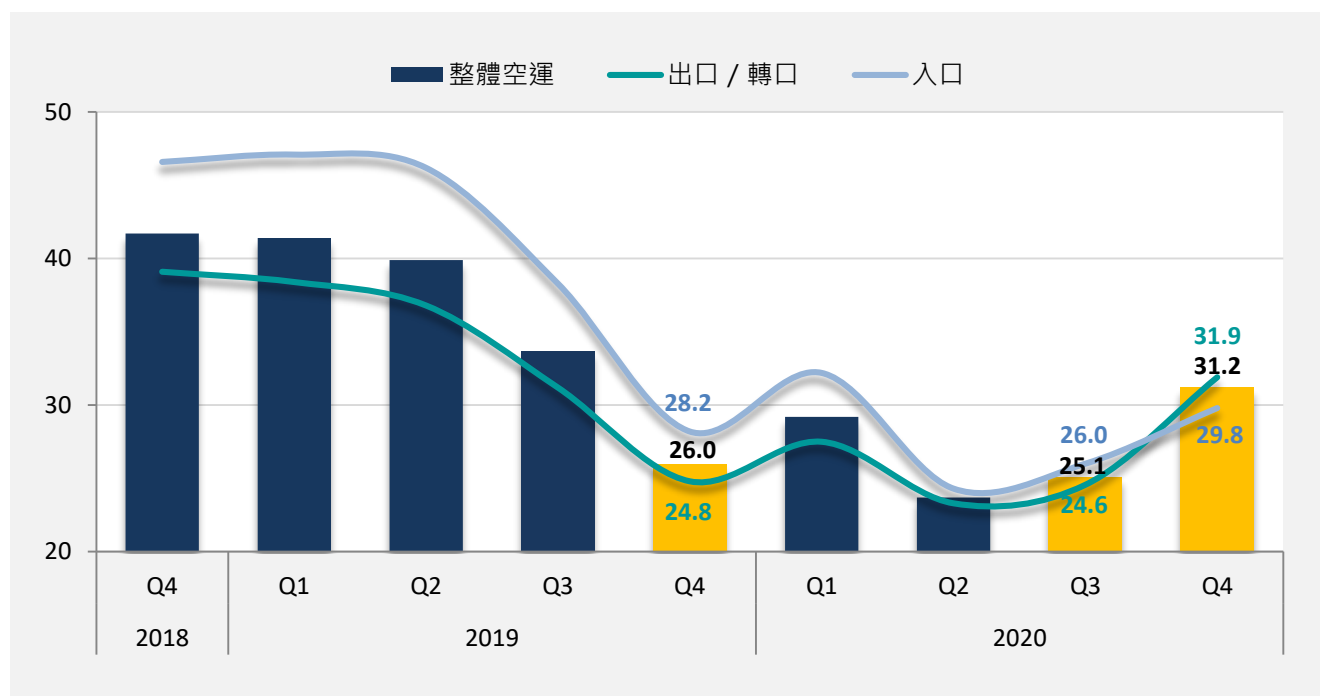
根據九月進行的電話訪問，各主要地區因新型冠狀病毒疫情的影響仍然受不同程度的波動影響，但空運用家從第三季起抱著積極動力，對年底有上升期望。

- 整體指數回復至疫情前的水平，錄得 31.2 點。因中美貿易緊張關係持續抑制展望，指數仍低於 50 點，表示空運用家對 2020 第四季前景展望維持審慎態度。
- 本地空運用家對各主要市場及空運商品的出口展望表示正面，主要受到美洲、歐洲及亞太地區的需求帶動。
- 隨著臨近傳統節日，禮品、家庭用品和電子產品錄得顯著改善。電子商務的加速發展預期持續推動國際航空運輸的需求。
- 由於受到新型冠狀病毒疫情持續影響，55%空運用家於第三季仍然錄得虧損，然而整體來說有 21%空運用家表示營運狀況較上一季有所改善。

香港生產力促進局(生產力局)首席數碼總監黎少斌先生表示：「即使全球疫情反覆，企業靈活轉身以電子商貿維持業務運作，令空運貿易收益逐步改善，預期第四季因節日旺季帶動或為進出口貿易帶來增長，使整體指數得以重拾疫情前的水平。然而，中美貿易磨擦仍然是困擾業界的因素之一，疫情亦加速改變世界的貿易及消費模式，驅使本地企業透過數碼轉型應對當前挑戰。在這嚴峻的營商環境下，生產力局致力為本地工商業界提供及時和適切支援，協助企業靈活創新，善用坊間資源，跨過困境，開拓新業務。」

空運貿易整體指數

自上一季疫情期間，所有指數出現輕微回升後，於第四季更有進一步改善。



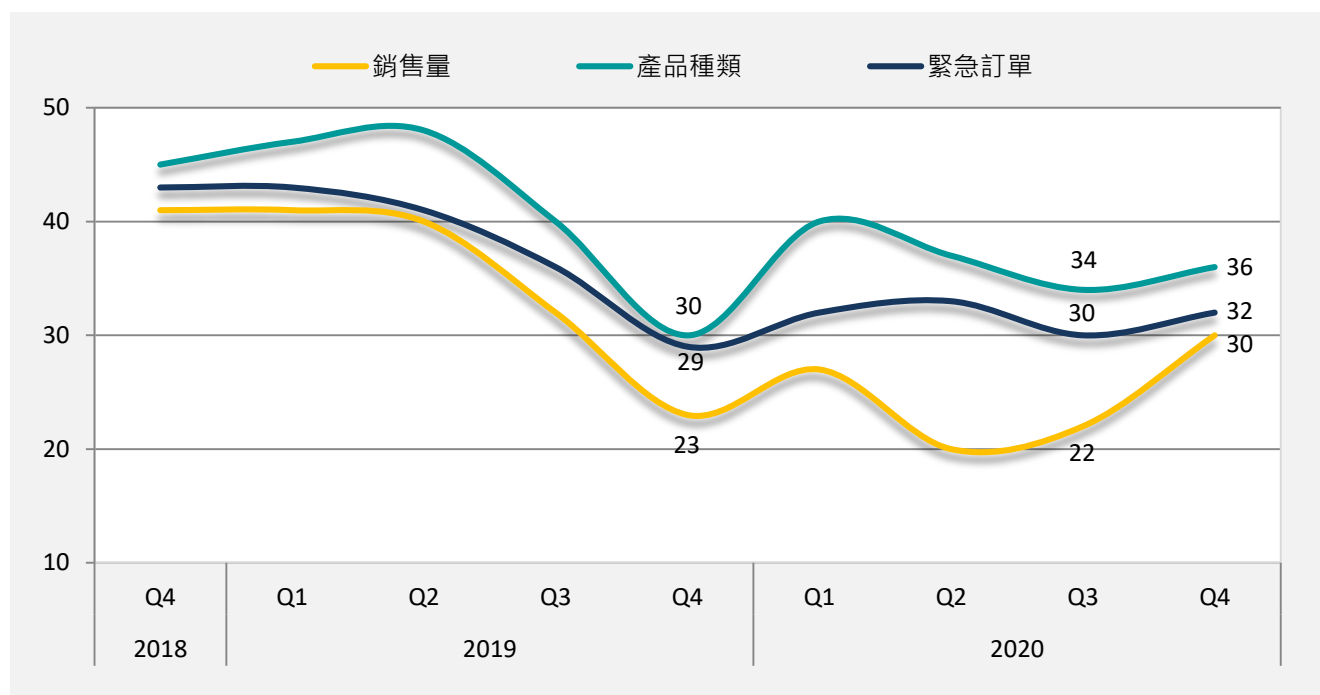
整體空運指數從上季的 25.1 點上升 6.1 點至本季的 31.2 點，出口較入口錄得較強的反彈。

出口／轉口指數上升 7.3 點至 31.9 點，各市場均有改善，以中國地區的改善為最大。

入口指數上升 3.8 點至 29.8 點，其中中國地區的增長最大。

基本因素

自2020年第一季，所有指數包括銷售量、產品種類、銷售量及緊急訂單均錄得上升。



銷售量指數上升 8 點至 30 點，是自疫情開始以來的最大升幅。

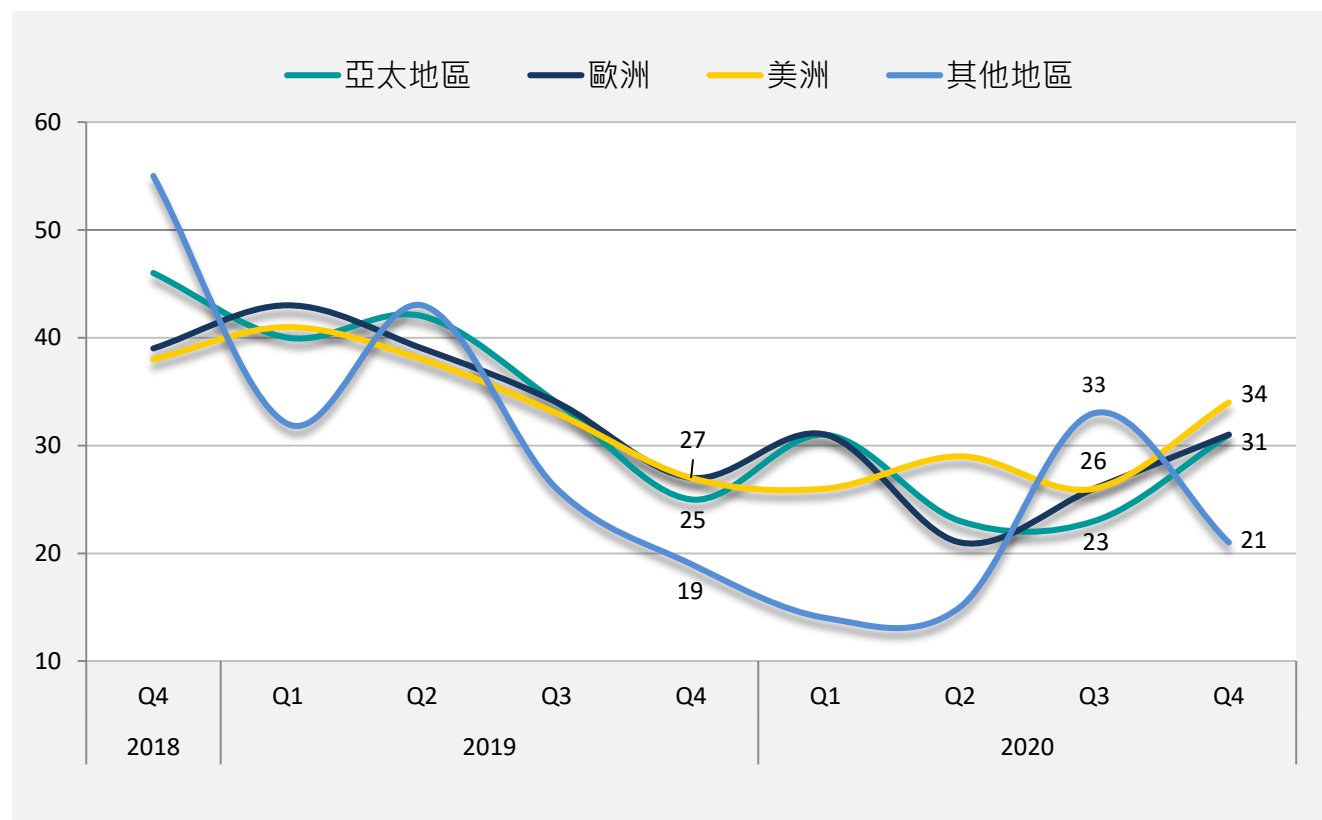
產品種類指數上升 2 點至 36 點。

緊急訂單指數上升 2 點至 32 點，市場正等待傳統銷售旺季的來臨。

各項基本因素的改善受美洲及歐洲的帶動。儘管三項指數呈上升趨勢，但現時指數仍然低於 50 點，表示許多空運用家仍對前景展望維持審慎態度。

貿易航線

自2020年第二季疫情開始，主要市場指數均錄得最高數值，甚至高於往年同期的水平。



美洲指數上升 8 點至 34 點，升幅受電子產品及禮品、玩具及家庭用品的銷售增長帶動。多項 5G 產品於感恩節和聖誕前夕推出亦刺激需求。

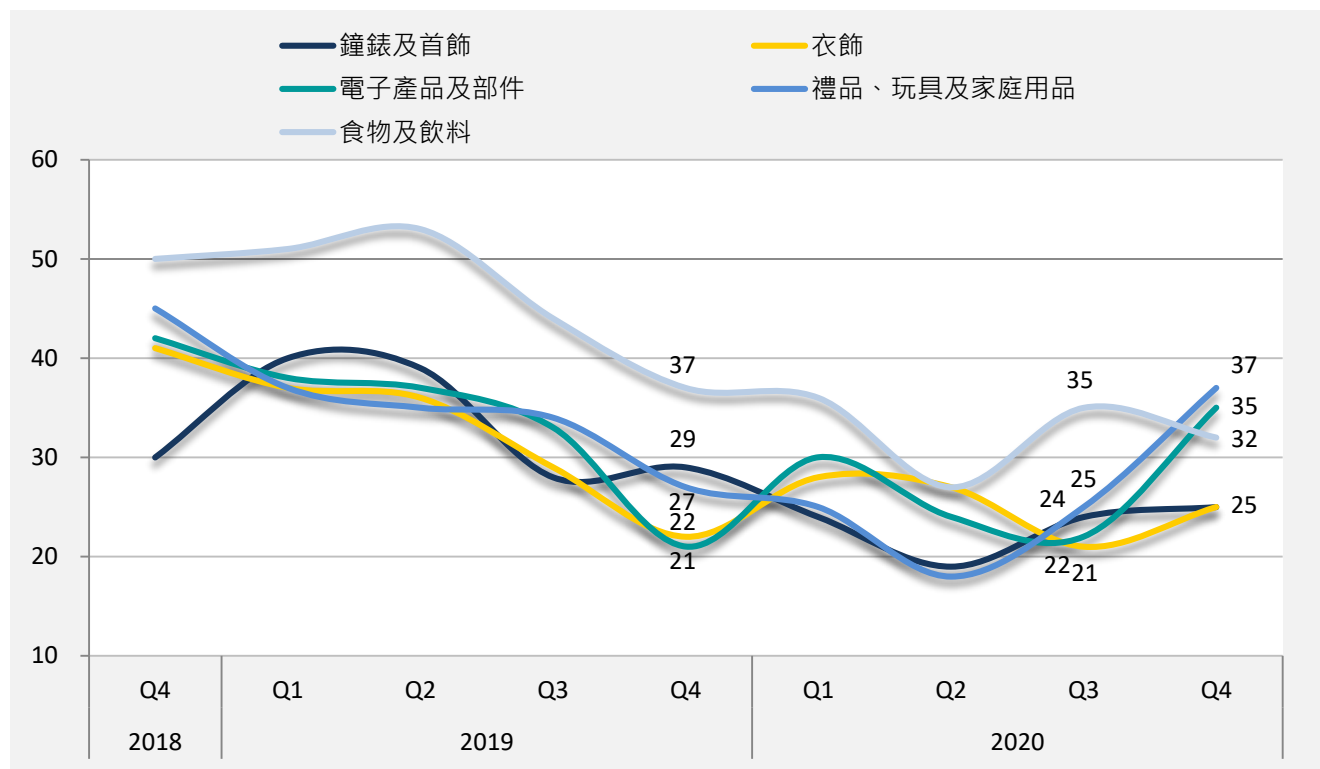
歐洲指數上升 5 點至 31 點，禮品及家庭用品帶動增長，其次為電子產品。

亞太地區指數上升 8 點至 31 點，中國的出口及入口均有改善。

其他地區下跌 12 點至 21 點。

空運商品

禮品、玩具及家庭用品及電子產品在各個類別中錄得強勁增長，這些都是傳統節日最暢銷的產品。



禮品、玩具及家庭用品指數上升 12 點至 37 點，受大部份市場的出口增幅所帶動。

電子產品及部件指數上升 12 點至 35 點，受多項 5G 產品和高科技設備於第四季推出所支持。

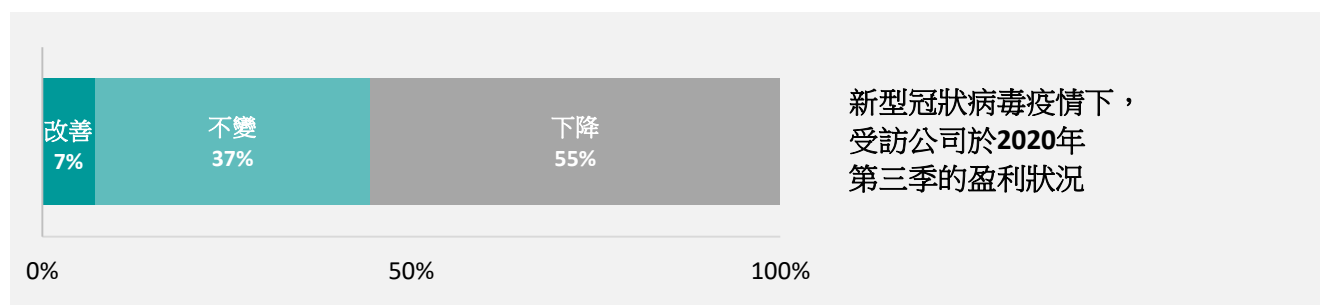
食物及飲料指數下降 3 點至 32 點，受亞太地區市場入口下降所致。

衣飾指數上升 4 點至 25 點，受亞太地區的出口所帶動。

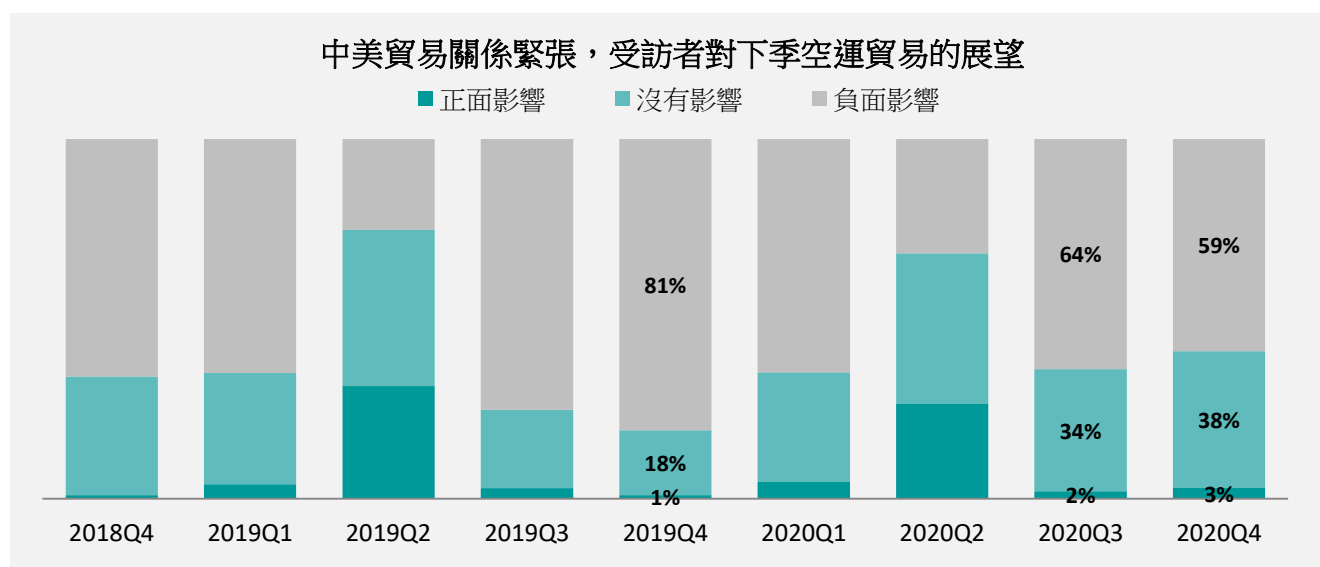
鐘錶及首飾指數上升 1 點至 25 點，受入口改善所支持。

近期市場消息對空運貿易的影響

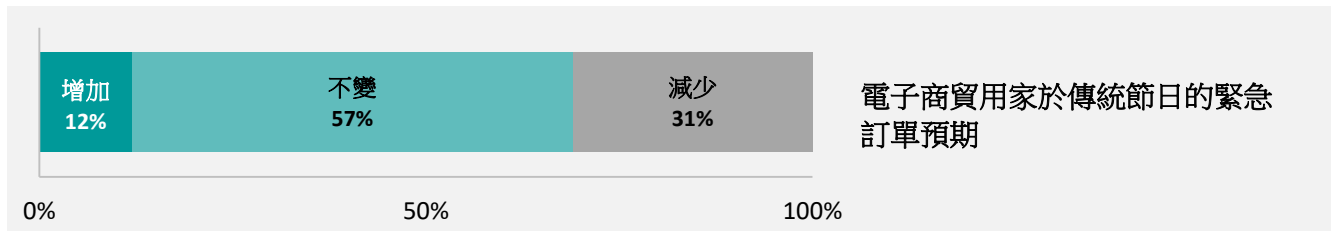
毫無疑問，香港企業在**2020**年面對著**新型冠狀病毒疫情**和**中美緊張貿易關係**的逆境。在轉佳的貿易前景展望中，香港的空運用家維持謹慎樂觀的態度面對年底的節日旺季。



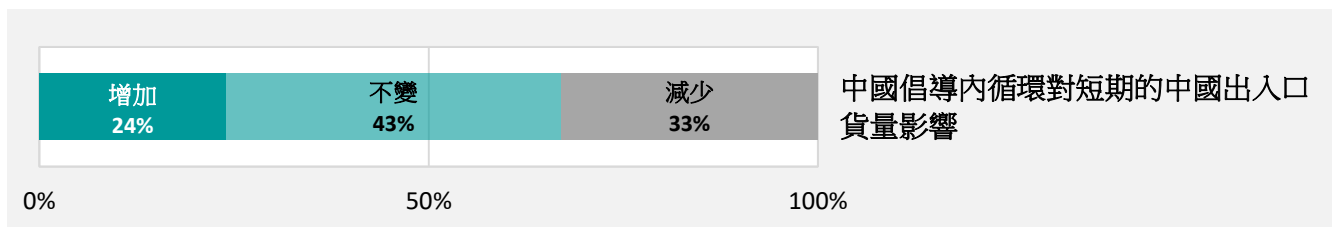
新型冠狀病毒疫情期間，**44%**空運用家於**2020**年第三季錄得盈餘或收支平衡，其中**72%**表示經營狀況與第二季比較有所改善或維持不變。同時，**55%**空運用家於第三季錄得虧損，其中**65%**表示經營狀況比較第二季差。



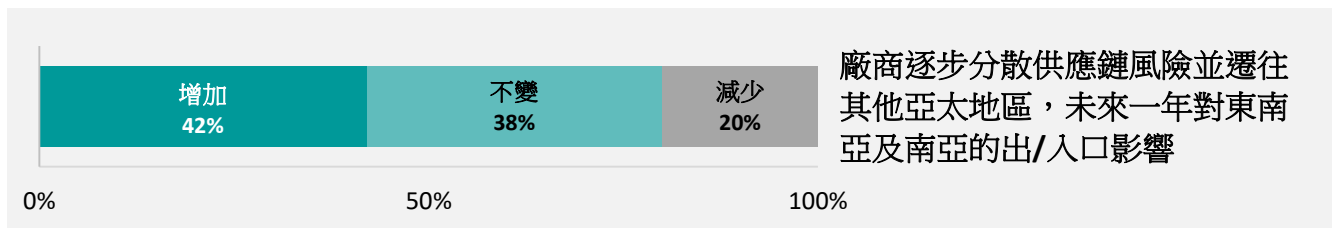
中美貿易關係持續緊張，空運用家對前景的看法與上季相若。**59%**預期這會為**2020**年第四季度的貿易帶來負面影響，**38%**預期維持不變，而**3%**預期情況會有正面影響。



有傳統零售商計劃提前舉辦感恩節及聖誕節前夕優惠，並在假期期間休業，57%的電子商務賣家預期對緊急訂單的需求不變，只有 12% 預期會增加。



中國倡導內循環，預期可減低對外部經濟的依賴。24%空運用家預期中國的出入口會增加。此外，33%預期貨量減少，而 43% 預期貨量相若。



廠商正把供應鏈分散至其他亞太地區國家，以減低中美貿易緊張關係所帶來的風險，42%空運用家預期東南亞及南亞在未來一年的出入口將會增加。

註：由於四捨五入，數字相加後未必等於 100%。

關於香港生產力促進局

香港生產力促進局（生產力局）是於 1967 年成立的法定機構，專業技術和知識涵蓋多個不同範疇，致力透過先進技術和創新服務，協助香港企業提升卓越生產力。生產力局是工業 4.0 和企業 4.0 的專家，領導香港再工業化的發展，專注科技研發、物聯網、大數據分析、人工智能和機械人技術、智能製造等先進領域，加強工商界的業務績效、降低運營成本、提高生產力和增強競爭力。

生產力局是香港工商企業值得信賴的合作夥伴，提供全方位的創新方案，提升企業的資源效益，提升生產力和業務效率、減省營運成本，令企業在本地和國際市場中保持競爭優勢。生產力局致力為中小企和初創企業提供即時和適切的支援，應對瞬息萬變的營商環境，陪伴它們走上創新和轉型之路。

此外，生產力局積極與本地工商界合作，開發應用技術方案，為產業創優增值。透過產品創新和技術轉移，成功推出多種由市場主導的專利技術和產品，發掘本地和國際市場在授權和技術轉移服務中的龐大商機。

如欲了解更多詳情，請瀏覽生產力局網頁：www.hkpc.org。

查詢

查詢有關本指數的詳情，請與生產力局聯絡，電話：2788 5306。

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。