



## DHL 香港空運貿易領先指數 (DTI)

2022 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戶對未來空運的展望，並以指數的形式發表。詳情請瀏覽 [u.hkpc.org/dti\\_cn](http://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<sup>(1)</sup>。

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。

<sup>1</sup> 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

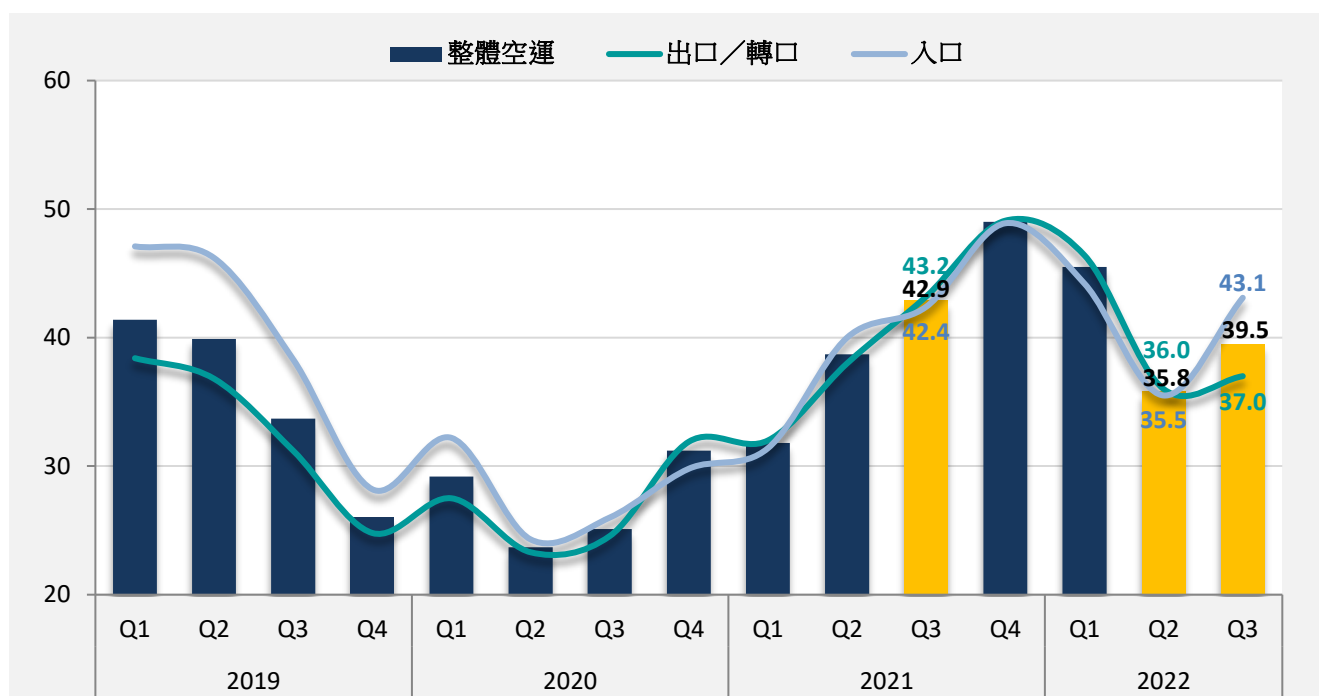
儘管燃油價格持續飆升，以及華東地區和香港放寬防疫措施等因素令經營環境變得複雜，但本季的整體貿易指數錄得反彈。

- 整體空運貿易指數回升至 39.5 點，入口指數顯著反彈至接近第五波疫情前水平的 43.1 點，帶動整體指數上升。另一方面，出口／轉口指數緩慢回升至 37.0 點。值得注意的是，非美元市場在入口方面表現有所改善，而美洲則是唯一在入口表現錄得跌幅的市場。
- 整體空運貿易指數回升主要受銷售量指數反彈所帶動，其次是緊急訂單指數輕微回升及產品種類指數表現平穩。此外，業界對 2022 年第三季的零售市場展望樂觀。
- 經歷本港收緊社交距離及確診宗數高企，營商環境艱難，盈利狀況在 2022 年第二季有所改善。然而，要回復至第五波疫情爆發前（2021 年第四季）的水平仍有一定距離。
- 雖然跨境陸路貨運情況及華東地區疫情有所改善，分別只有大約五分之一的本地空運用家表示，他們 2022 年 6 月的業務因跨境陸路貨運情況或華東地區疫情有所改善而較前一個月為佳。雖然 2022 年 6 月的復甦速度緩慢，但業界對 2022 年第三季度中國整體空運貿易的展望更為樂觀，較上一季上升 9 點。
- 由於燃油價格不斷上漲，空運成本持續上升，39% 的本地空運用家表示他們傾向與客戶共同承擔相關的額外成本，而四成用家則表示會將較大部分的額外成本轉嫁予客戶，相比兩年前的調查結果，較多本地空運用家傾向與客戶共同承擔此額外成本。

生產力局首席數碼總監黎少斌先生表示：「調查結果顯示，隨著 2022 年第二季的盈利狀況有所改善，由第五波疫情造成的航空貿易最惡劣的時期或已經過去。由於航空貿易指數反彈，加上對在線 B2C 業務展望樂觀，預計 2022 年第三季航空貿易的積極前景將會繼續。調查結果顯示，由於社交距離措施的放鬆以及另一輪消費券的發放，讓消費者需求有所復甦。然而，香港仍然容易受到另一波疫情爆發的影響，使業務運作和供應鏈再一次遭受一定程度的干擾。」

## 整體空運貿易指數

因應第五波疫情緩和，2022年第三季的整體空運貿易指數有所回升。然而，出口／轉口指數的回升速度較為緩慢，以致整體空運貿易指數未能回復至2022年第一季第五波疫情前的水平。



2022年第三季的**整體空運**指數回升 3.7 點至 39.5 點。入口及出口／轉口指數均有所改善。

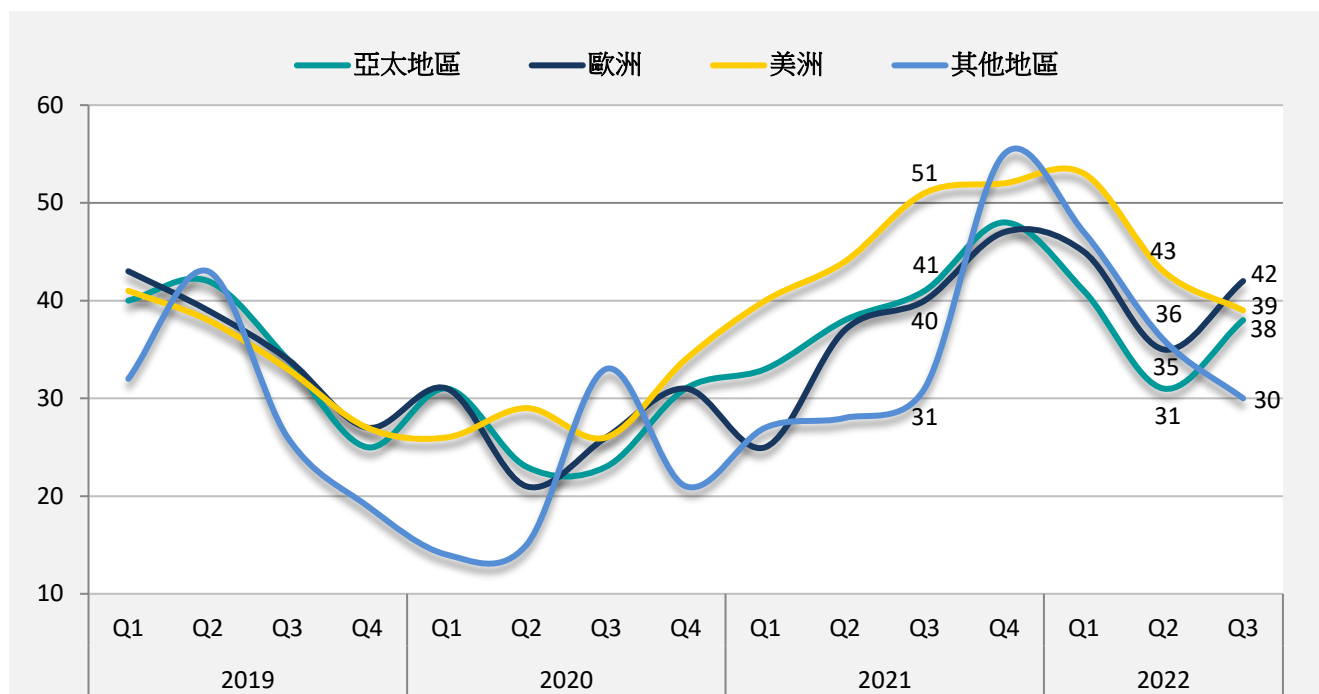
入口指數顯著反彈 7.6 點至 43.1 點，稍低於第五波疫情前的水平（2022年第一季的指數為 44.2 點）。

然而，**出口／轉口**指數的回升速度較慢，僅上升 1.5 點至 37.0 點，低於 2022 年第一季的 46.4 點。



## 市場

各市場的指數表現各異。歐洲及亞太地區指數以相若的幅度重回至第五波疫情前的水平；而美洲及其他地區指數則在本季繼續下跌。



歐洲指數於本季反彈 7 點至 42 點，成為本季指數最高的市場。當中，本季指數的反彈主要是由於入口（+13 點）表現大幅回升至第五波疫情前的水平，出口／轉口亦有輕微回升（+2 點）。

亞太地區指數反彈 7 點至 38 點。進一步分析亞太區內的指數發展：

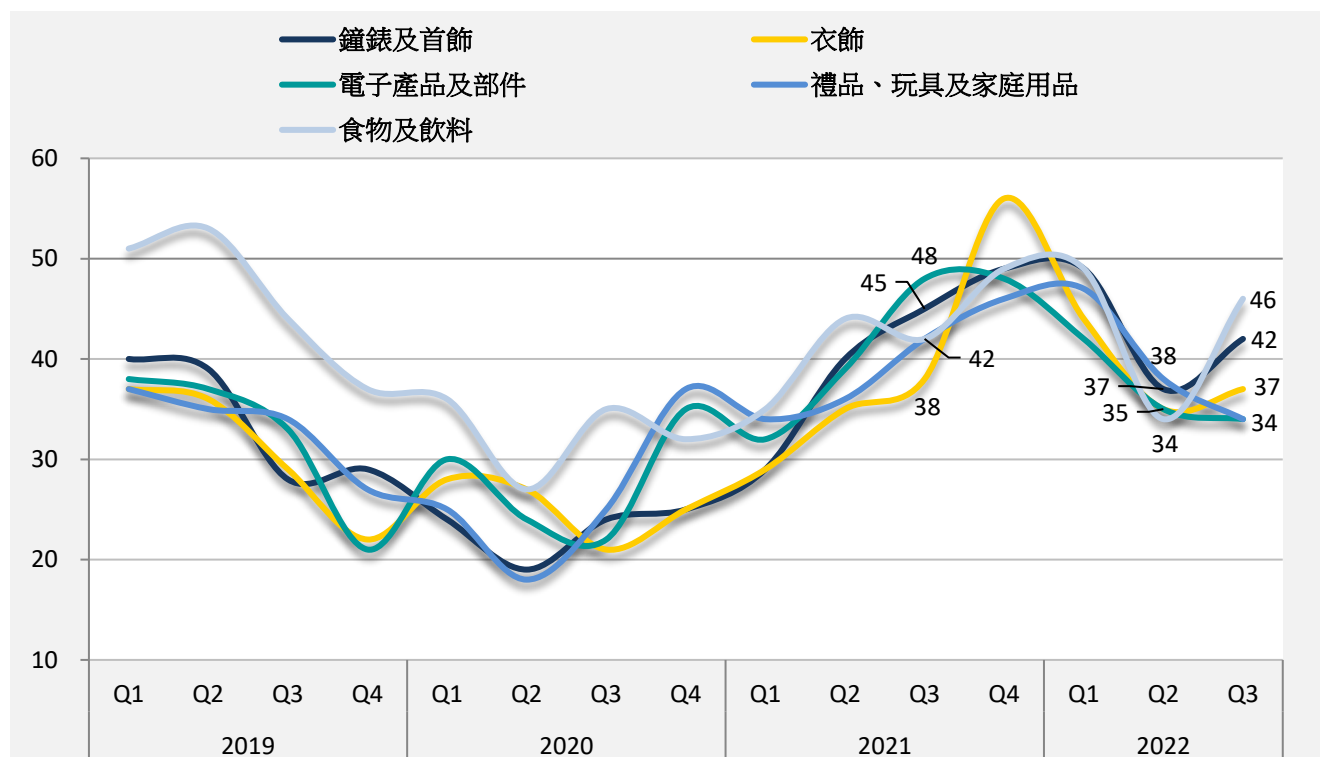
- 中國（+9 點）的指數回升較為顯著，超越第五波疫情前的水平。與其他地區的指數由入口表現帶動反彈不同，中國的指數反彈主要是由出口表現（+14 點）所帶動。
- 日本的指數回升 5 點，然而其出口表現進一步惡化。
- 其他亞太地區的指數亦回升 7 點，當中入口（+9 點）及出口／轉口（+6 點）的表現均有所改善。

美洲指數進一步下跌 4 點至 2022 年第三季的 39 點，當中入口（-5 點）及出口／轉口（-4 點）的指數均錄得跌幅。值得注意的是，美洲地區是本季唯一在入口指數錄得跌幅的市場。

另一方面，其他地區的指數於本季度繼續下跌 6 點至 30 點。

## 空運商品

入口及出口／轉口指數回升並未有助所有空運商品受惠。於上季最受疫情影響的食物及飲料，其指數在本季大幅反彈，並成為本季最高指數的空運商品，但另一方面，禮品、玩具及家庭用品及電子產品及部件的指數於本季繼續下跌。



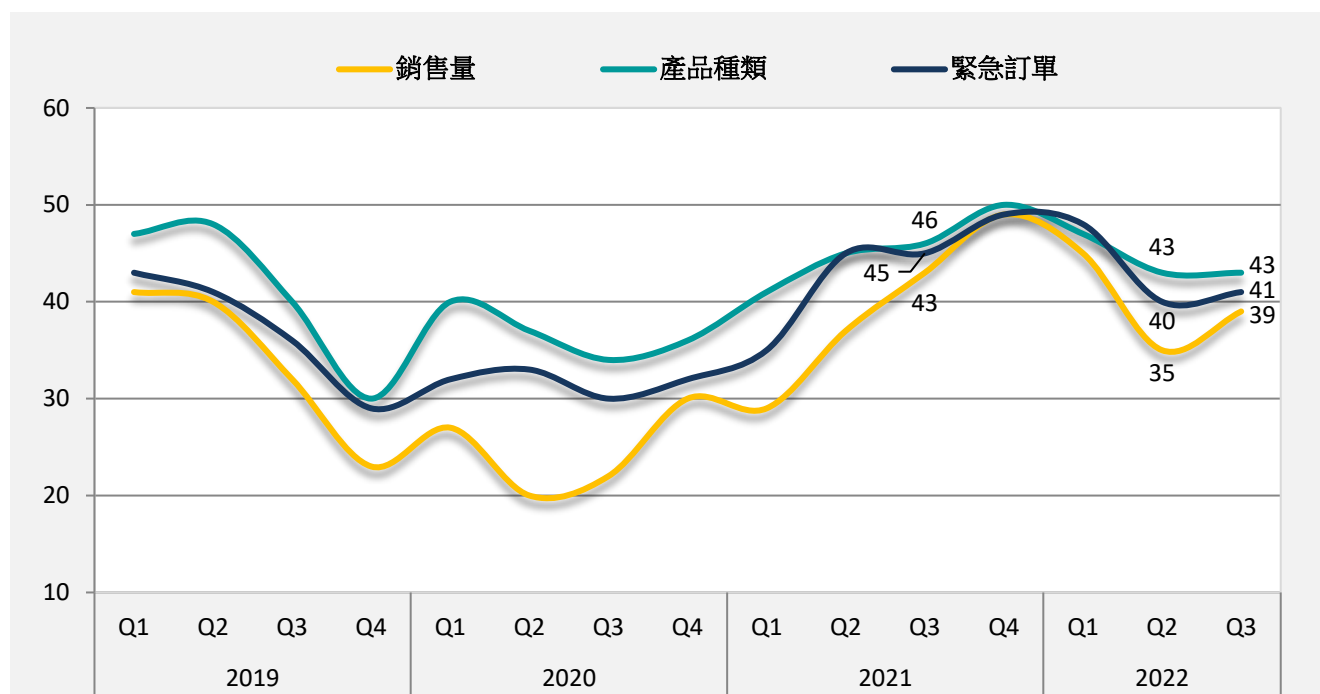
食物及飲料的指數顯著反彈 12 點至 46 點，回復至與第五波疫情前相若的水平。該指數的排名亦於這兩個季度間，從最低位置攀升至最高位置。

同時，鐘錶及首飾及衣飾的指數分別上升 4 點及 2 點至 42 點及 37 點。

另一方面，禮品、玩具及家庭用品及電子產品及部件的指數分別下跌 4 點及 1 點至 34 點。

## 分項指數

雖然所有分項指數（即銷售量、產品種類及緊急訂單）仍低於第五波疫情前的水平，但所有分項指數的跌勢於**2022年第三季**停止，當中銷售量指數更錄得反彈。



**銷售量**指數反彈 4 點至 39 點。當中，該反彈主要受入口帶動；另外，出口／轉口亦有輕微改善。

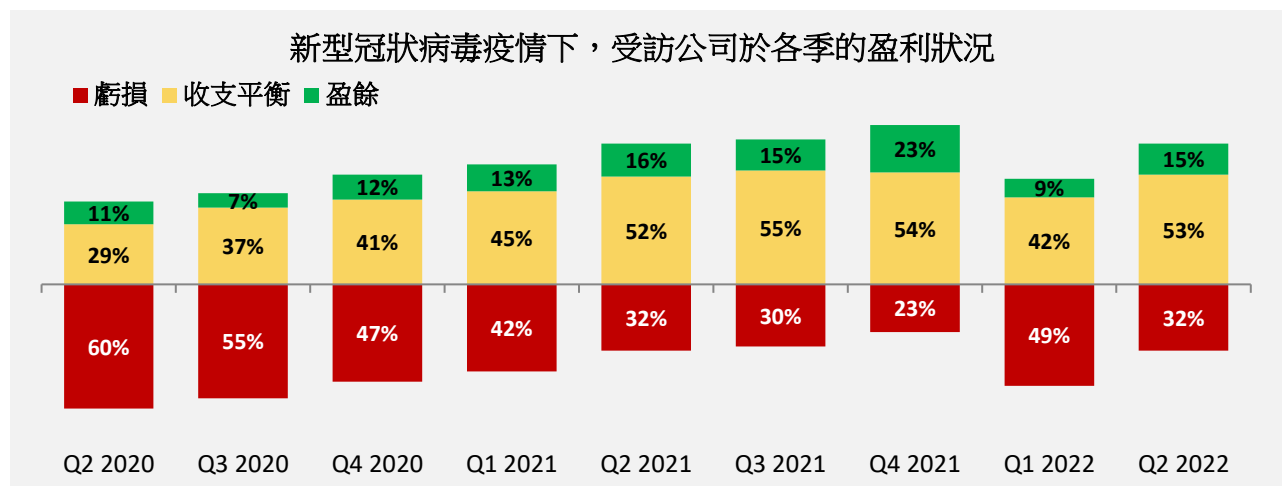
**緊急訂單**指數輕微回升 1 點至 41 點，而**產品種類**指數則維持在 43 點。雖然這兩項指數在入口方面的表現有所改善，但在出口／轉口方面的表現則進一步轉弱。

按市場進一步分析分項指數的發展：

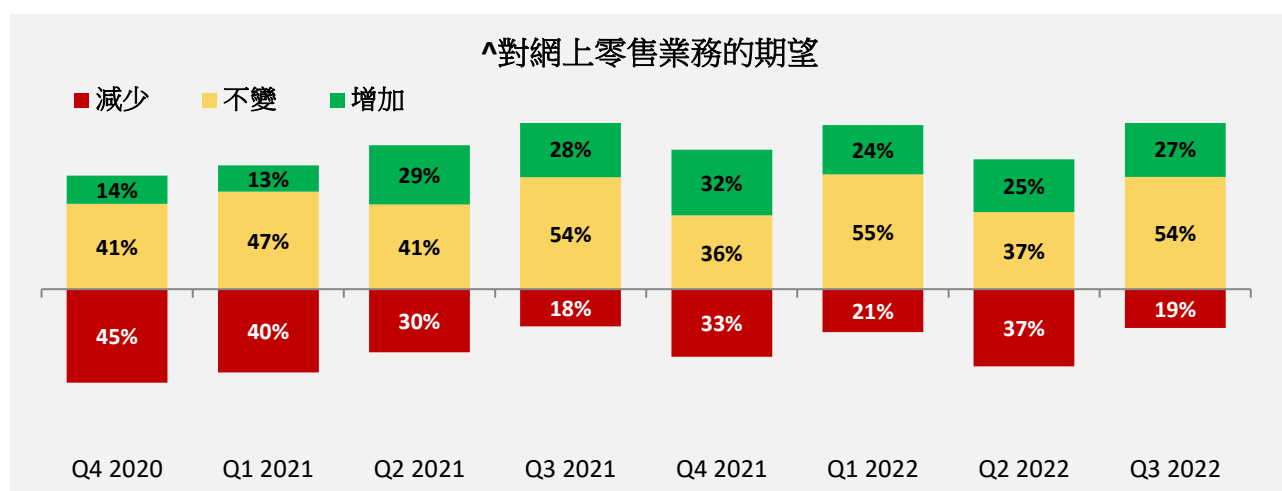
- **亞太地區**：日本及其他亞太地區的銷售量指數有所增長，而緊急訂單及產品種類指數亦稍為回升。另一方面，**中國**的指數回升主要是由銷售量指數上升（+8 點）帶動；然而，其緊急訂單（-6 點）及產品種類指數（-6 點）均錄得跌幅。
- **歐洲**：銷售量（+8 點）及緊急訂單指數（+4 點）都錄得反彈，而產品種類指數則在過去三個季度維持平穩。
- **美洲**：銷售量指數（-6 點）進一步下跌。同時，緊急訂單（-2 點）及產品種類指數（-1 點）亦繼續輕微下跌。

## 近期市場消息對空運貿易的影響

儘管燃油價格持續攀升，惟第五波疫情緩和及社交距離措施放寬，讓空運貿易用家於 2022 年第二季的盈利狀況有所改善，並對 2022 年第三季展望樂觀。然而，要回復至第五波疫情前的水平仍然需時。



營商環境於本季有所改善，但與 2021 年第四季相比仍有一定距離。當中，表示錄得「收支平衡」的受訪者百分比由 42% 反彈至 53%，而表示錄得「虧損」的百分比則顯著下跌至 32%。這表示最艱辛的營商環境已經過去，但仍受制於疫情發展。



註：由於四捨五入，數字相加後未必等於 100%。

^ 基於有經營網上零售業務的受訪者

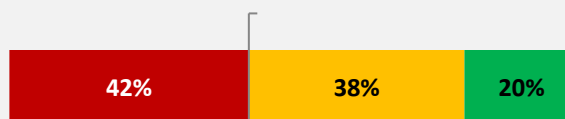
業界對營商環境展望樂觀，有經營網上零售業務的空運貿易用家對 2022 年第三季業務展望重回接近第五波疫情前的水平（只有約 20% 預期收入減少）。



### 2022年6月本地空運用家的經營狀況

■ 非常不同意 / 不同意    ■ 中立    ■ 非常同意 / 同意

根據現時跨境陸路貨運情況，貴公司業務相比上個月（2022年5月）有所改善



華東地區防控措施陸續放寬，貴公司現時訂單相比上個月（2022年5月）有所改善



^ 香港貨幣升值，貴公司入口訂單有所增加



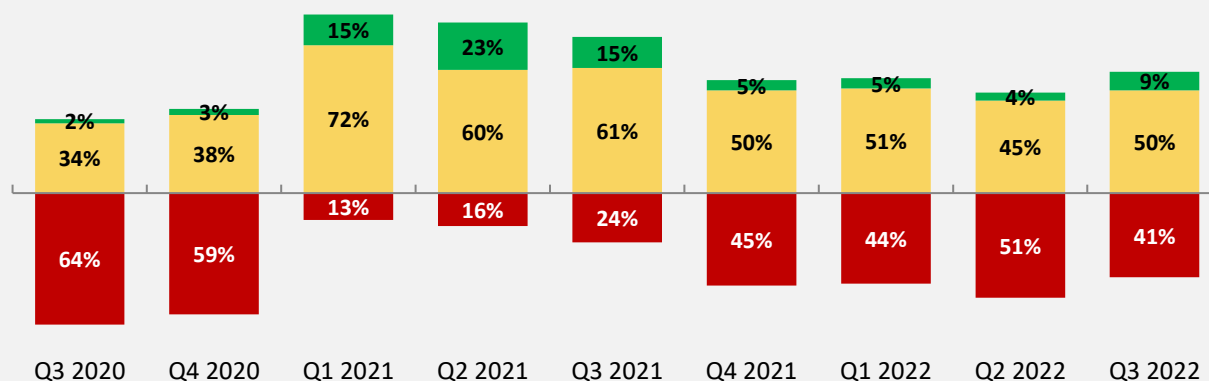
註：由於四捨五入，數字相加後未必等於 100%。

^ 基於有經營入口業務的受訪者

跨境陸路貨運情況及華東地區疫情有所改善，但約兩成本地空運貿易用家表示對其業務帶來正面影響。相關正面效果仍需要一定時間才能反映。另一方面，接近一半（47%）的進口商表示港幣升值並沒有對接收訂單造成顯著影響。

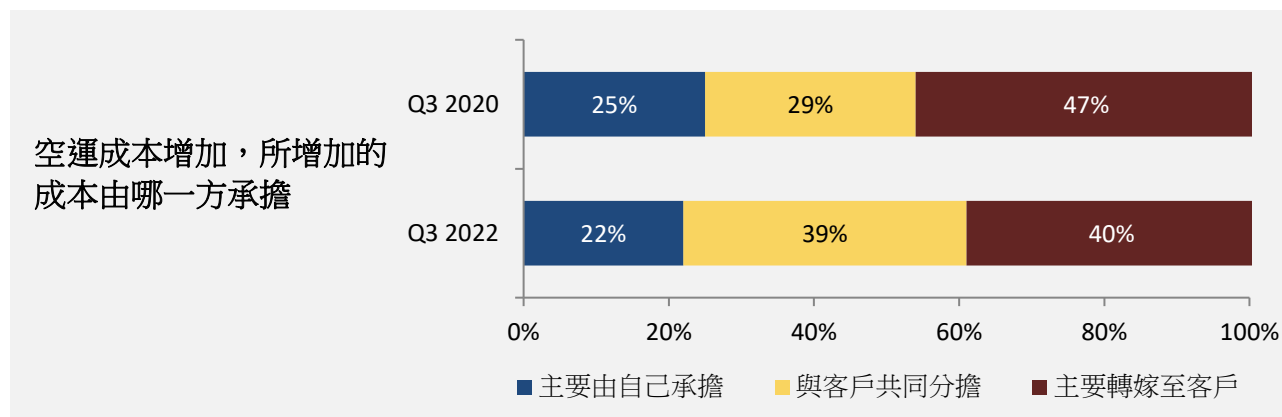
### 中美貿易關係緊張，受訪者對下一季空運貿易的展望

■ 負面影響    ■ 沒有影響    ■ 正面影響



註：由於四捨五入，數字相加後未必等於 100%。

中美貿易關係緊張對空運貿易的展望於本季錄得輕微改善。當中，預期有負面影響的受訪者跌至 2022 年第三季的 41%，較上季下跌 10 百分點；另外有一半（50%）則預期沒有影響。然而，與去年相比，中美貿易關係緊張為空運貿易構成更大壓力。



註：由於四捨五入，數字相加後未必等於 100%。

另一方面，空運價格受艙位短缺影響，自疫情爆發以來持續上升，近日燃油價格高企令升幅加劇。與兩年前比較，傾向與客戶共同承擔額外成本的空運貿易用家上升 10 個百分點至 39%，同時將大部份額外成本轉嫁至客戶的空運用家減少。

進一步分析 2022 年第三季的數據，空運貿易用家較傾向與亞太地區（46%）的客戶共同分擔額外成本，但同時較傾向將大部分的額外成本轉嫁給美洲（47%）及歐洲（44%）的客戶。

## 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，致力以世界級的先進技術和創新服務，驅動香港企業提升卓越生產力。生產力局作為工業 4.0 和企業 4.0 促進者，致力加速香港再工業化發展，全面促進香港成為國際創新科技中心及智慧城市；並提供全方位的創新方案，以提升企業生產力和業務效率、減省營運成本，令企業在本地和海外市場中保持競爭優勢。生產力局積極與本地工商界及世界級研發機構合作，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，成功讓研發成果商品化，製造商機。多年來，生產力局的世界級研發成果獲得廣泛肯定，屢獲本地及海外獎項殊榮。

生產力局亦致力為中小企和初創企業提供即時和適切的支援，並提供各類未來技能發展課程，讓企業掌握最新數碼及 STEM 技術，以加強企業技能及提升市場競爭力。

如欲了解更多詳情，請瀏覽生產力局網頁：[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。