



DHL 香港空運貿易領先指數 (DTI)

2023 年第一季度報告

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 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 780 億元總收入，當中 470 億元為貨運收入，並製造超過 40,000 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 2021 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

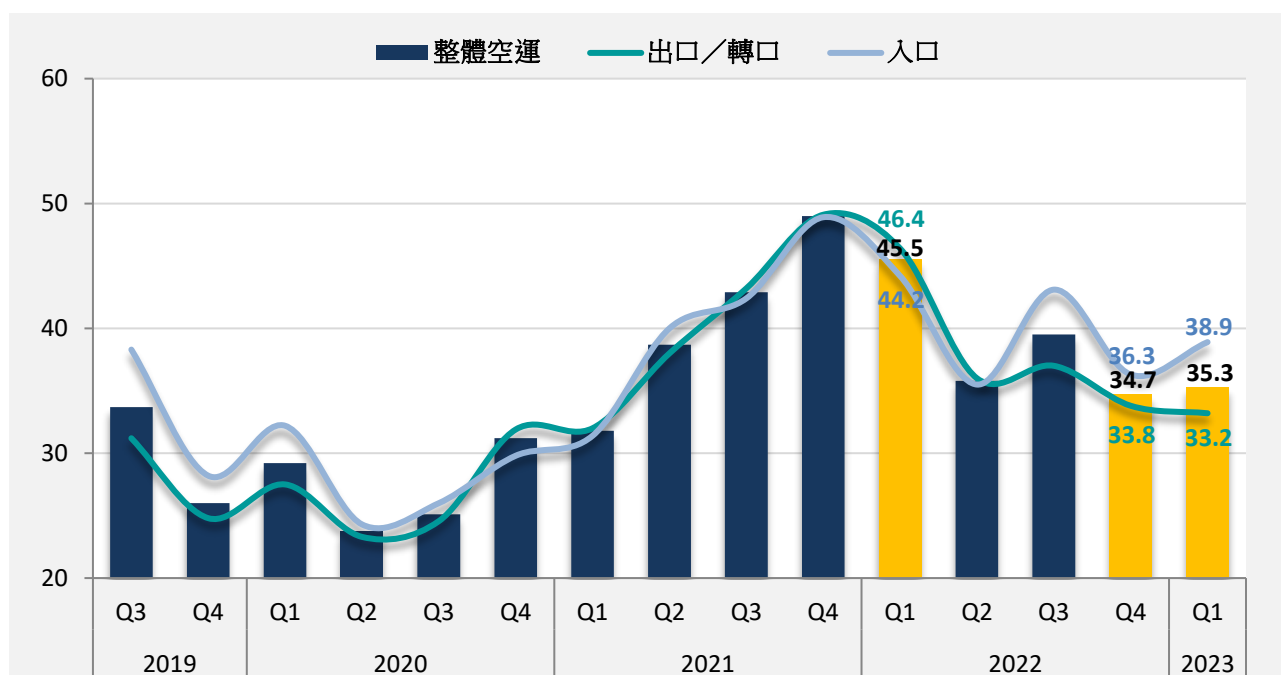
受惠於入口表現改善及對網上零售業務的正面展望，2023 年第一季的整體空運貿易指數稍為回穩。儘管環球經濟不穩，接近六成本地空運用戶能找到在 2023 年具發展潛力的新市場。

- 整體空運貿易指數在上一季回落後，於本季稍為回穩（+0.6 點），主要受入口表現改善（+2.6 點）帶動。另一方面，所有分項指數有所回升，特別是貨品種類指數及緊急訂單指數，兩者均上升達 4 點。
- 網上零售業務展望亦有很大改善，有經營網上零售業務的空運用戶預期業務「增加」的比例較上季反彈 10 個百分點。
- 本地空運用戶對歐洲市場（+4 點）及亞太地區市場（+2 點）於 2023 年第一季的展望有所改善，但對美洲市場的展望則自 2022 年第一季起呈下跌趨勢。儘管如此，美國仍然被本地空運用戶選為 2023 年最具發展潛力的市場，其次是中國和德國。
- 雖然全球通脹影響各行各業，超過一半（54%）的本地空運用戶未有計劃於 2023 年第一季調整付運價格。另外，23% 表示會維持以往價格調整幅度。而預期會比慣常較大幅度上調付運價格和下調付運價格的空運用戶比例，則分別佔 10% 和 13%。
- 當被問及於 2023 年具發展潛力的市場時，57% 的本地空運用戶選擇了一至兩個非現有入口／出口／轉口業務的市場，反映表示他們有可能將業務擴張至其他新市場。

生產力局首席數碼總監黎少斌先生表示：「本季的指數調查結果好壞參半。在好的方面，整體空運指數稍為回穩，當中空運用戶對歐洲市場及亞太地區市場的展望有明顯改善，網上零售業務的展望亦較上季正面，反映最惡劣的時間已經過去。然而，美洲指數跌勢持續及歐洲經濟衰退繼續為空運業務帶來隱憂。儘管如此，美洲仍然被選為 2023 年最具發展潛力市場，反映業界對這傳統空運市場仍然有一定信心。另一方面，隨著內地『通關』以及香港取消及放寬大部分防疫及社交距離措施，空運用戶應做好準備，以應付需求增加；同時盡快開拓其他新的空運市場，以減低因歐洲經濟萎縮以及美國通脹所帶來的影響。」

整體空運貿易指數

2023 年第一季整體空運貿易指數稍為回穩，但仍較去年同期第五波疫情出現前低 10 點。雖然入口指數有所改善，但出口／轉口指數再進一步下跌至八個季度以來的最低點。



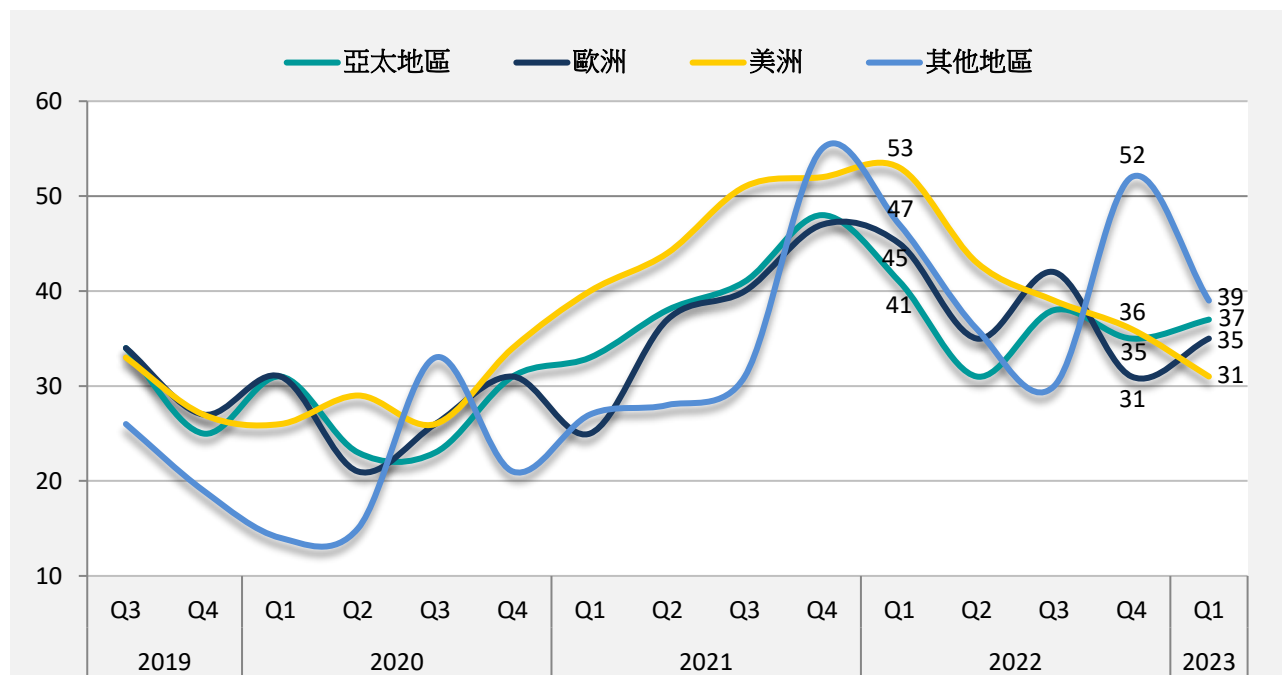
整體空運指數於本季輕微回升 0.6 點至 35.3 點，主要受入口指數改善帶動。然而，出口／轉口指數進一步下跌。

入口指數在 2022 年第四季經歷 6.8 點的跌幅後，於本季回升 2.6 點至 38.9 點，但仍然較去年同期低 5.3 點。

另一方面，出口／轉口指數再微跌 0.6 點至兩年來新低的 33.2 點。該指數自 2022 年第一季開始至今已經共跌了 13.2 點。

市場

歐洲及亞太地區個別市場於**2023**年第一季止跌回升，主要受入口表現改善帶動。然而，美洲指數於本季繼續下跌，並於過去四個季度間累積超過**20**點的跌幅。



受入口表現反彈帶動（+12 點），**歐洲**指數在 2022 年第四季經歷 11 點的跌幅後，於本季回升至 35 點（+4 點）。

亞太地區指數（37 點）回升 2 點，但區內市場的指數發展各異：

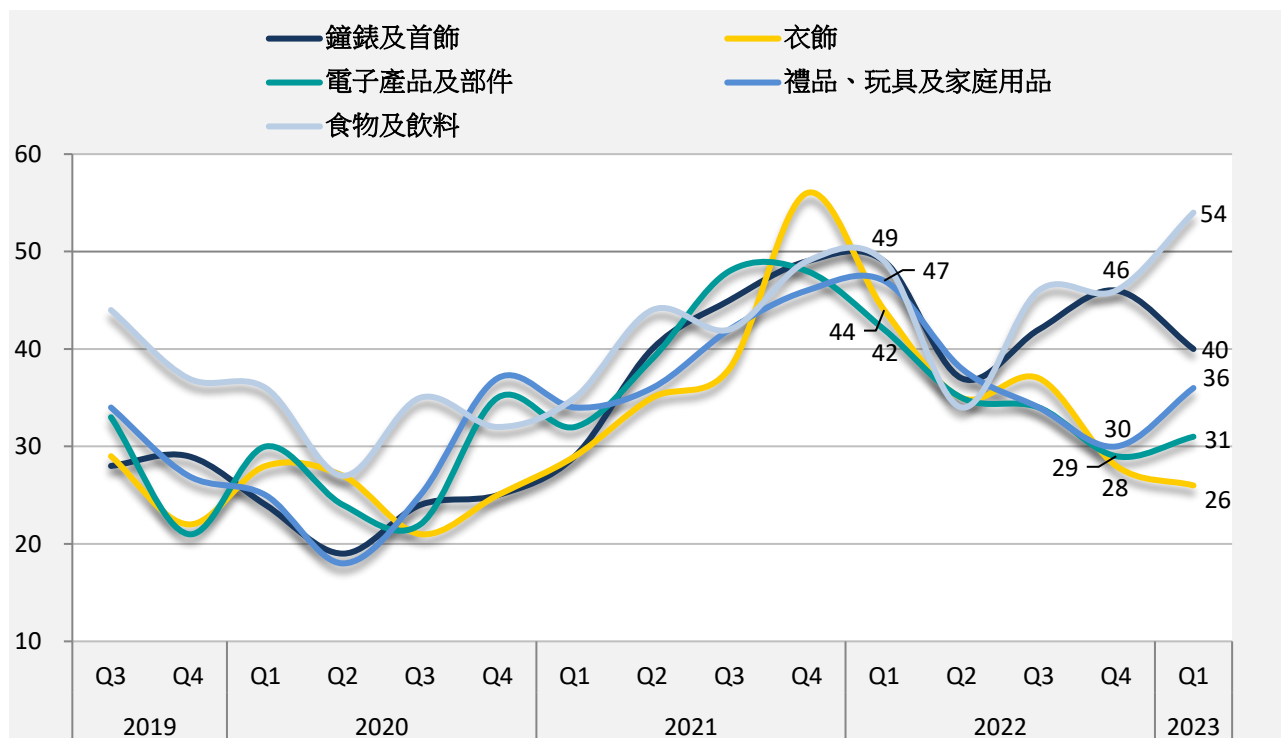
- **中國**指數（36 點）受出口／轉口表現進一步轉弱（-3 點）影響，再度下跌 2 點。
- **日本**指數稍為回升 1 點至 34 點，當中出口／轉口的進一步改善抵消了入口的疲弱表現。
- **其他亞太地區**指數反彈至 39 點（+5 點）。入口（+2 點）及出口／轉口（+6 點）均有所改善。

美洲指數的跌勢於 2023 年第一季持續，再度下跌 5 點至 31 點，在所有市場中最低。雖然入口及出口／轉口的跌幅相若，但其出口／轉口指數（28 點）現已低於 30 點水平。

另一方面，**其他地區**指數則回落至 39 點。

空運商品

各類空運商品指數發展不一。一方面，食物及飲料指數進一步上升，禮品、玩具及家庭用品及電子產品及部件指數反彈，但另一方面，鐘錶及首飾指數從高位回落。上一季已跌至兩年來最低點的衣飾指數，則於本季再下跌 2 點。



食物及飲料繼續成為指數最高的空運商品。在 2023 年第一季，該指數受惠於入口及出口／轉口的強勁表現，再度攀升 8 點至兩年來的最高點。

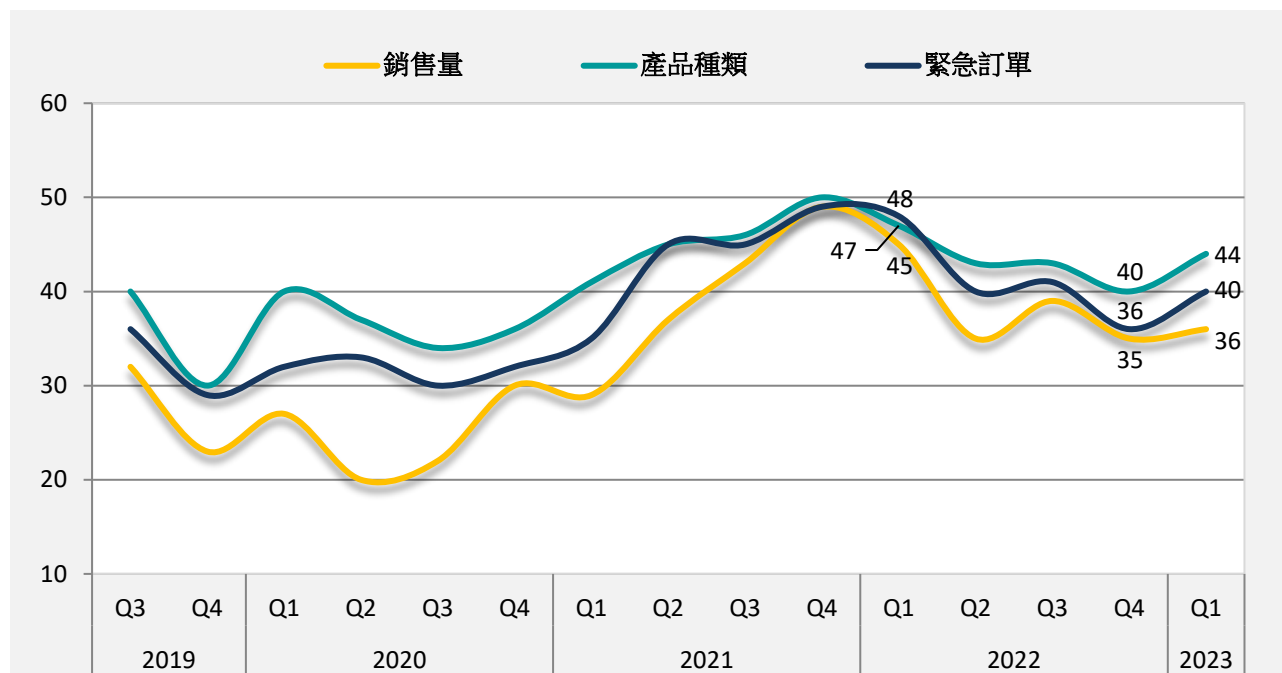
隨著入口及出口／轉口表現有所改善，禮品、玩具及家庭用品指數反彈 6 點至 36 點，而電子產品及部件指數也出現類似反彈，上升 2 點至 31 點。

然而，衣飾指數因出口／轉口方面的表現於本季進一步轉弱，再次下跌 2 點至兩年以來新低的 26 點。

另一方面，鐘錶及首飾指數由近期的高位 46 點回落至 40 點，主要受出口／轉口表現疲弱拖累。

分項指數

自上季全線下跌後，所有分項指數於本季再度上升。當中，產品種類指數及緊急訂單指數的回升速度較快。



產品種類指數及緊急訂單指數均反彈 4 點至 44 點及 40 點。當中，產品種類指數於所有市場皆錄得上升。

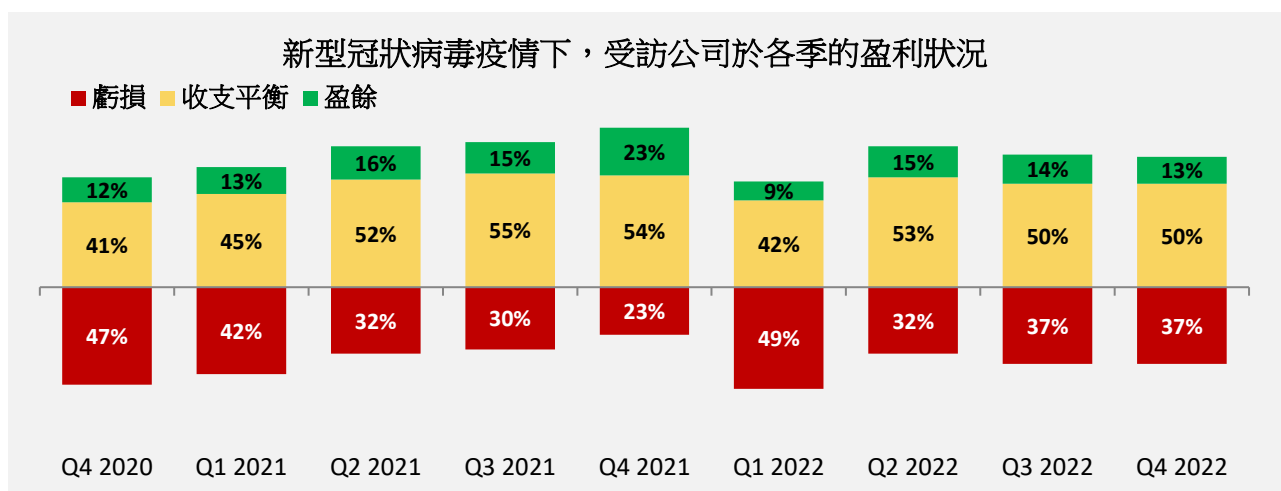
銷售量指數回升 1 點至 36 點。

分項指數於各市場的發展：

- 亞太地區：日本及其他亞太地區的所有分項指數錄得上升，而中國的所有分項指數則相對穩定。
- 歐洲：所有分項指數在 2022 年第四季度錄得下跌後，於本季回升 3 至 4 點。
- 美洲：銷售量指數進一步下跌（-4 點），而緊急訂單指數則輕微回升（+3 點）。
- 其他地區指數下跌（-12 點），主要受銷售量指數下跌所致。

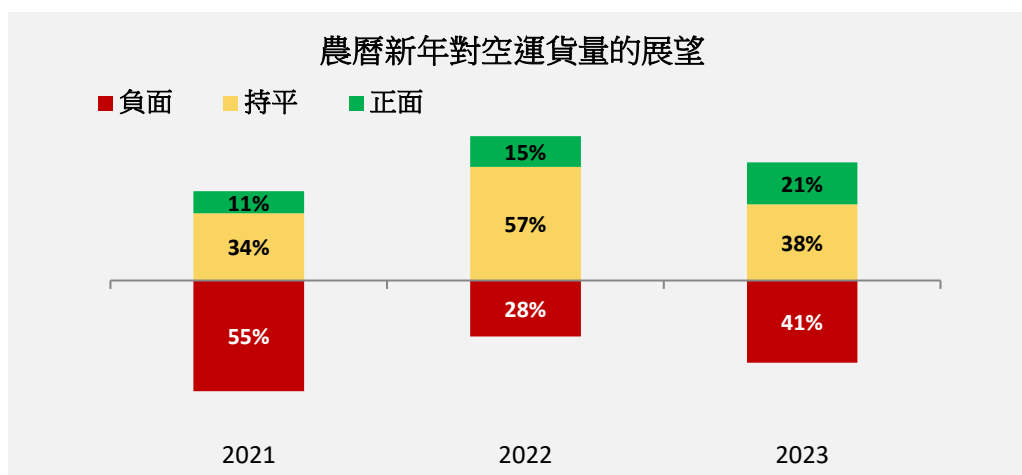
近期市場消息對空運貿易的影響

雖然本地空運業者於**2022**年第四季傳統旺季的盈利狀況維持平穩，但他們對農曆新年的銷售額及網上零售業務有較正面的展望。然而，他們在通脹壓力下對價格調整持審慎態度。另一方面，超過一半的空運業者發現其主要入口／出口／轉口市場以外的新市場機遇。



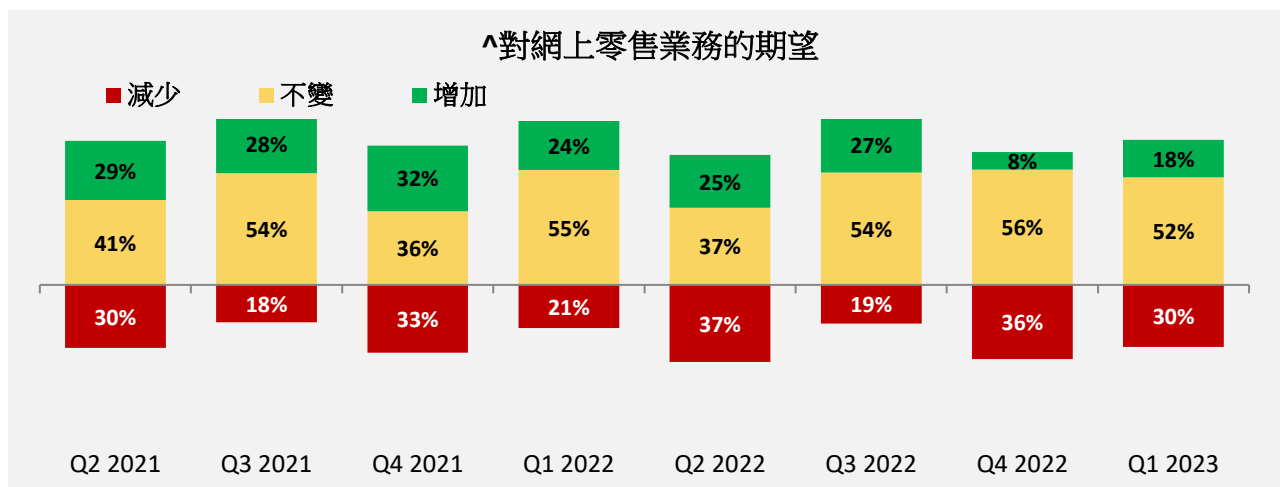
註：由於四捨五入的關係，百分比合計未必等如 100%。

本地空運業者的盈利狀況於**2022**年第一季急挫後，於第二季有顯著改善，當中表示錄得「盈餘」或「收支平衡」的百分比反彈 17 個百分點。然而，到**2022**年第三季卻稍為回落，並在**2022**年第四季維持平穩，當中有一半表示錄得「收支平衡」，另外超過三分之一（**37%**）表示錄得「虧損」。



註：由於四捨五入的關係，百分比合計未必等如 100%。

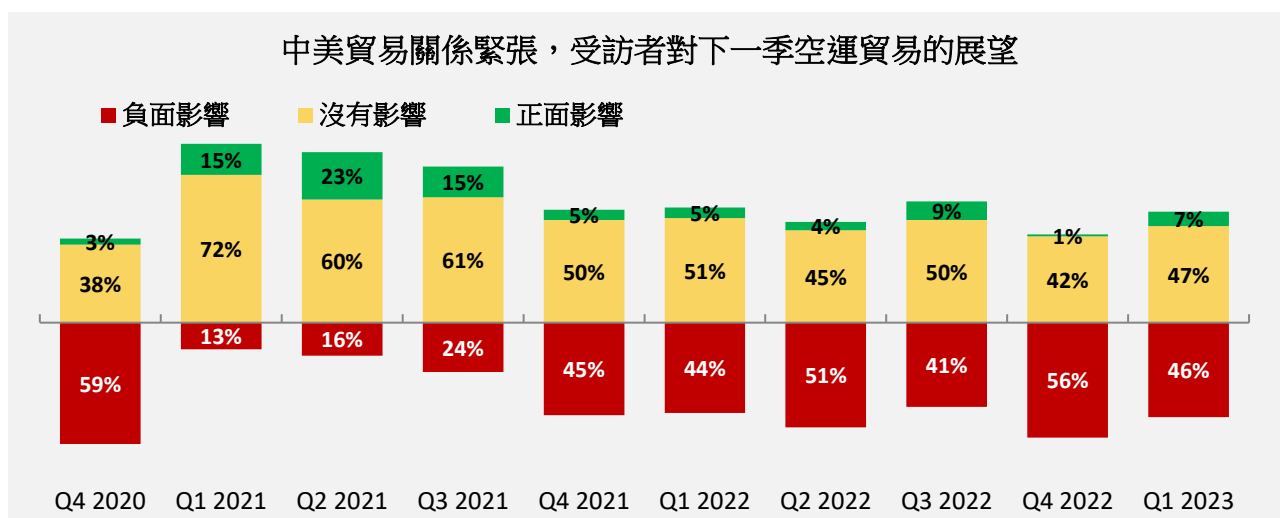
就農曆新年的業務展望方面，本地空運用家明顯較兩年前樂觀，但與 2022 年農曆新年的情況相比則好壞參半。雖然持「正面」展望的空運用家較去年上升 6 個百分點，但對農曆新年貨運量表示「持平」和「負面」的空運用家比例卻分別減少 19 個百分點和增加 13 個百分點。



註：由於四捨五入的關係，百分比合計未必等如 100%。

^ 基於有經營網上零售業務的受訪者

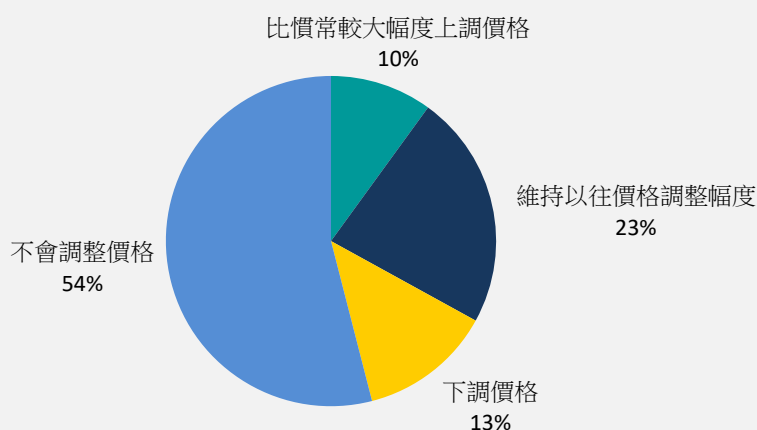
空運用家對 2023 年第一季網上零售業務展望亦有所改善。預期網上零售業務減少的空運用家，由 2022 年第四季的 36% 收窄至本季的 30%，而預期業務增加的空運用家則反彈 10 個百分點。



註：由於四捨五入的關係，百分比合計未必等如 100%。

因中美貿易關係緊張而對來季空運貿易展望變差的情況未有進一步惡化，但亦未見明朗化。當中，有 46% 預期 2023 年第一季的空運貿易會因中美關係緊張而受到負面影響。

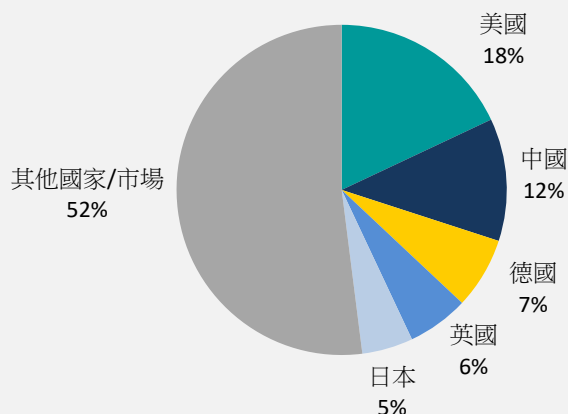
受訪者於2023年第一季就應對全球通脹高企而採取的行動



註：由於四捨五入的關係，百分比合計未必等如 100%。

全球通脹對空運用家的付運成本構成壓力，然而只有 10%空運用家表示會比慣常較大幅度上調價格。其餘大部份空運用家方面，54%表示不會於 2023 年第一季調整價格；23%則會維持以往的價格調整幅度，他們當中接近六成表示通脹並非預期中嚴重。

首5位具潛力市場

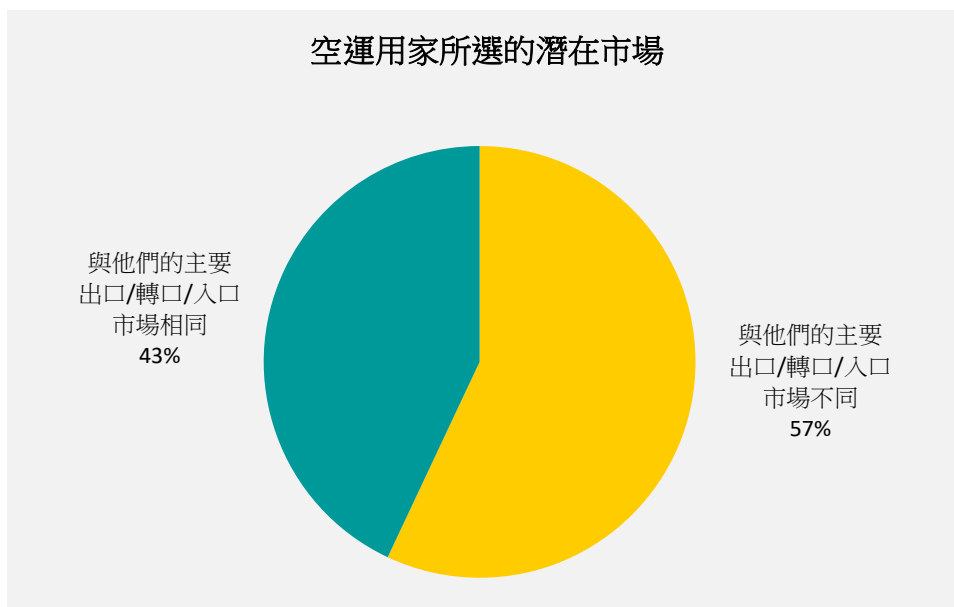


註：由於四捨五入的關係，百分比合計未必等如 100%。

^ 基於所有回應

空運用家亦被問及他們認為哪些市場於 2023 年具發展潛力。在所有市場中，首五位具潛力市場佔差不多一半的回應。當中，美國佔 18%居首位，其次是中國（12%）、德國（7%）、英國（6%）和日本（5%）。

空運用家所選的潛在市場



註：由於四捨五入的關係，百分比合計未必等如 100%。

另一方面，近六成認為現在未有入口／出口／轉口業務的地區有發展潛力，反映他們有可能將業務擴張至其他市場。

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「新型工業化」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。

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。