DHL 香港空運貿易領先指數 （DTI）

2024 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

香港是亞洲其中一個主要航運樞紐，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港幣 874 億元總收入，當中 526 億元為貨運收入，並帶來超過 28,000 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。

[1] 2022 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」

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（包括速遞貨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 10,000 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。

本季撮要

本地空運用家預期2024年第一季的展望較2023年同期略好。

- 整體空運指數較上季的傳統旺季回落 3.4 點。

- 10%的本地空運用家表示最近的傳統旺季（即 2023 年第四季）的表現較預期好，45%表示較預期差。餘下 45%受訪者則表示實際數字與預期相若。

- 24%的本地空運用家對農曆新年假期前的空運貨量持正面期望，較 2023 年同期為佳，而 36%則持負面展望。

- 展望新年後至第一季季末的業務，本地空運用家的展望較為保守，當中 20%預期銷售訂單較去年多，而 46%預期銷售訂單數量相若。

- 「其他亞太地區市場[(2)]」、「禮品、玩具及家庭用品」及「網上零售業務」是推動銷售的三項主要動力，而其餘項目的表現則較去年弱，大部份項目與去年水平相若。

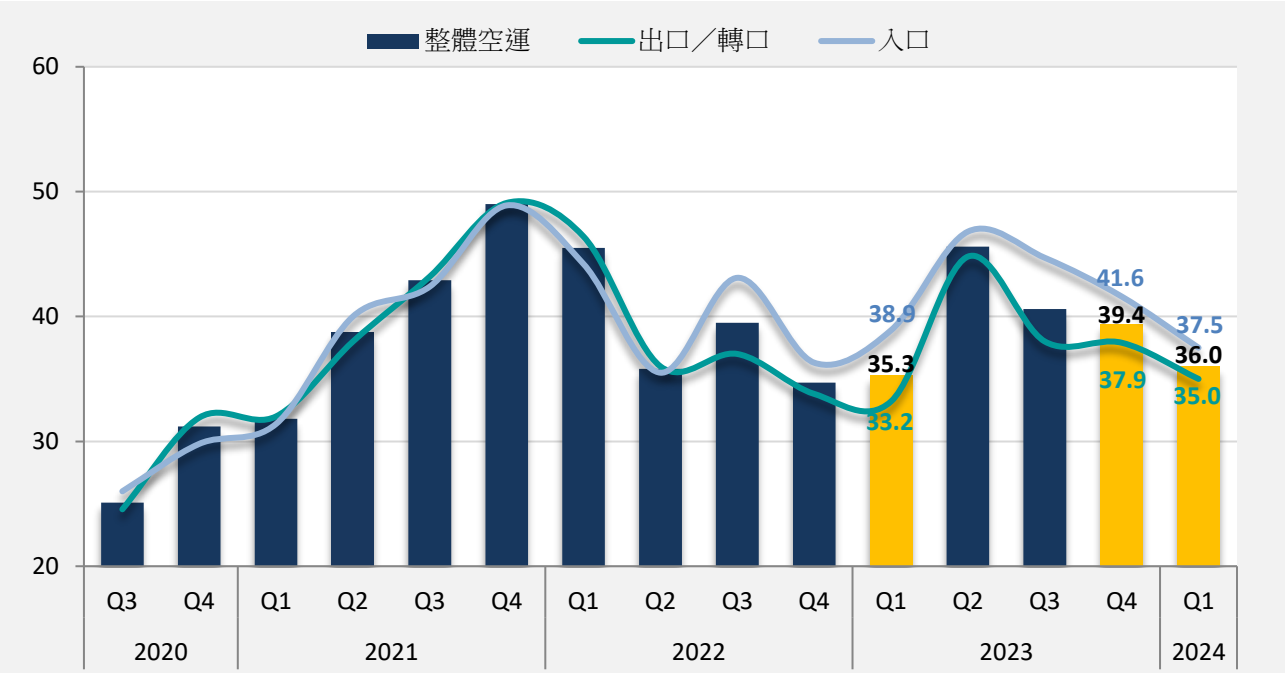
生產力局首席數碼總監黎少斌先生表示：「本季整體空運貿易市場維持疲弱，整體空運貿易指數進一步下跌 3.4 點至 36.0 點。除其他亞太區市場外，所有市場均錄得不同程度跌幅，當中以美洲市場所錄得的 9 點跌幅最大。由於去年第四季傳統旺季的業務較預期有所落差，空運用家對本季的業務前景轉趨保守，特別是農曆新年後的業務。預料經濟下行風險將持續一定時間，空運用家應做好準備，以應對這項長期挑戰。我們亦建議空運用家在其他市場（特別是其他亞太地區市場）尋求機遇。」

---

[2] 本調查的「其他亞太地區市場」是指中國及日本以外，其他位於亞太地區內的市場，即東南亞（例如新加坡、馬來西亞、泰國、越南等）、印度、台灣、韓國及澳洲等。

整體空運貿易指數

*由於入口及出口／轉口表現疲弱，整體空運指數本季進一步下跌 **3.4** 點至 **36.0** 點，但仍稍為高於 **2023** 年第一季的水平（**35.3** 點）。*



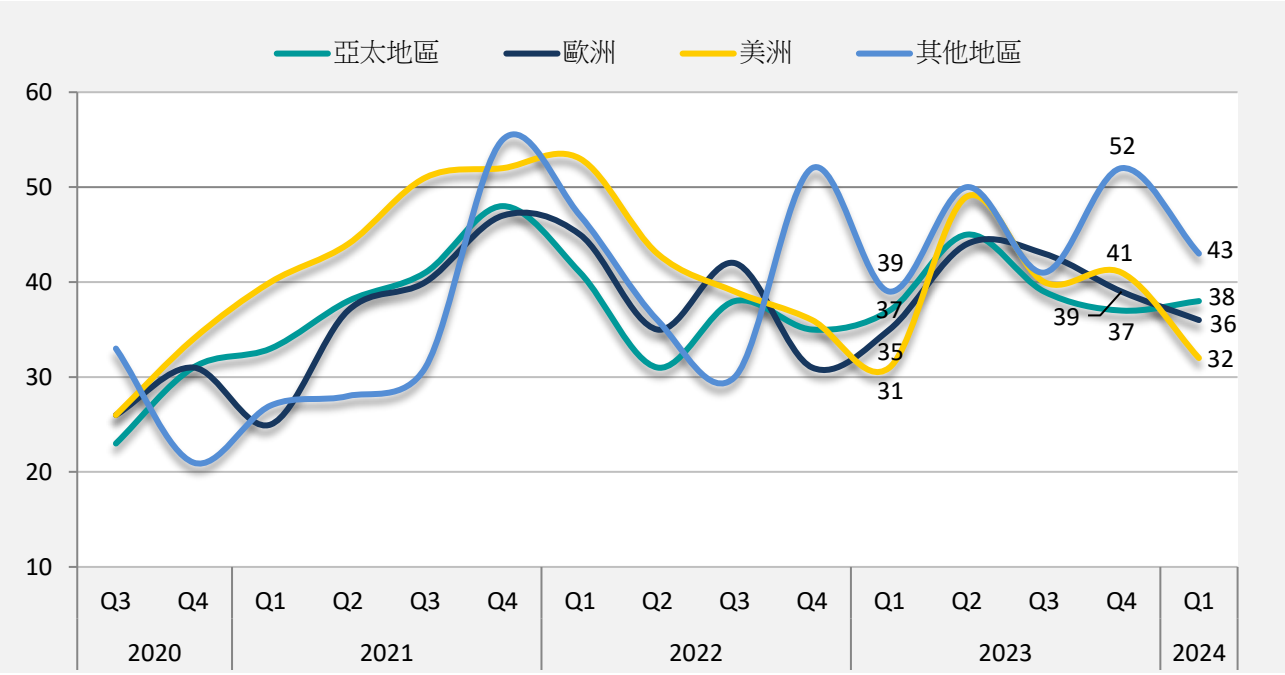
整體空運指數於本季進一步下跌 3.4 點至 36.0 點。入口指數及出口／轉口指數均下滑。

出口／轉口指數在 2023 年第四季表現平平，維持於 37.9 點後，並於本季再度回落 2.9 點至 35.0 點。然而，該指數仍然較去年同期（33.2 點）稍高。

入口指數大幅下跌 4.1 點至 37.5 點。值得留意的是，該指數跌穿 2023 年第一季（38.9 點）的水平。

市場

*除亞太地區指數於過往三季維持平穩外，所有市場指數均錄得不同程度的跌幅，回落至與 **2023** 年第一季的相若水平。*



美洲指數（32 點）於上季回穩至 41 點後，本季再度大幅下跌 9 點。美洲亦是本季跌幅最大的市場，在入口及出口／轉口表現下滑，當中以入口方面的跌幅較為顯著（-16 點）。

歐洲指數同樣下跌 3 點至 36 點。入口及出口／轉口跌幅相若。

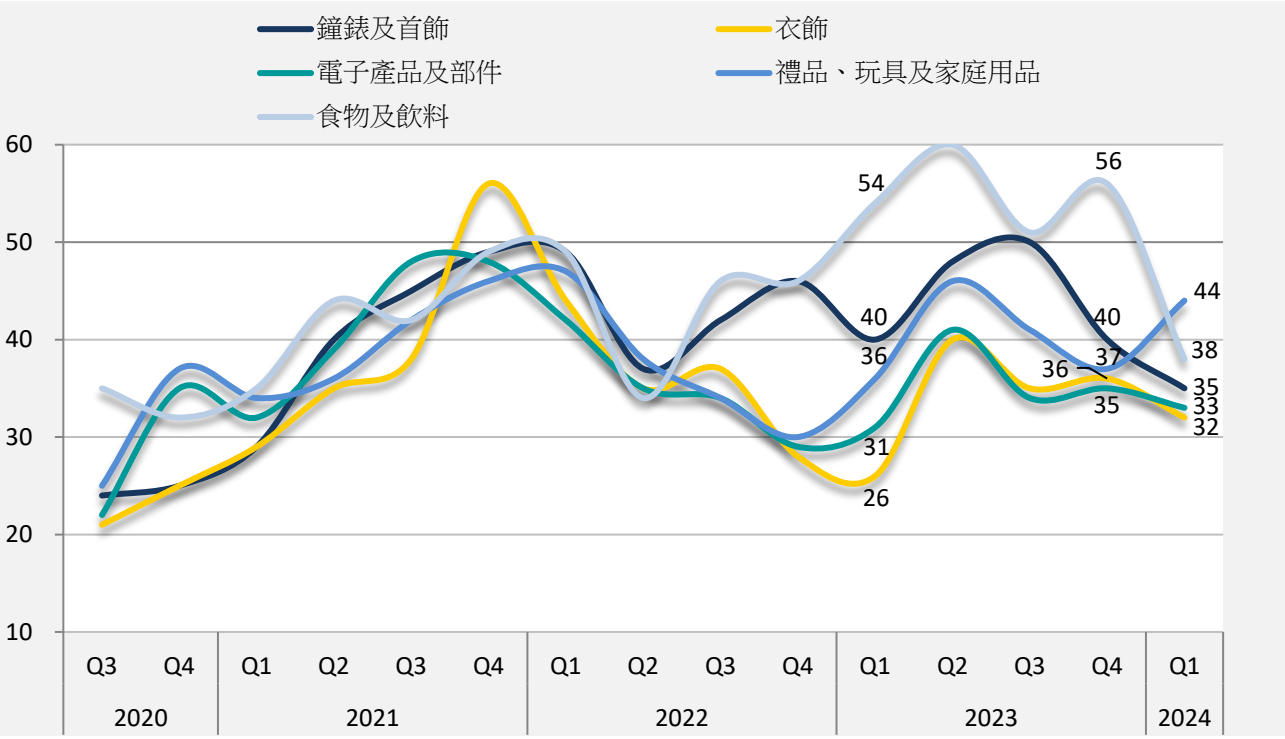
亞太地區指數（38 點）於過往三季維持平穩（+1 點）。當中：

- **中國**指數（32 點）進一步下跌 4 點。儘管出口／轉口方面有所回升（+6 點），但入口方面仍錄得 15 點的跌幅，導致指數下跌。
- **日本**指數本季於 37 點維持平穩，其出口／轉口方面的增幅抵銷入口方面的跌幅。
- **其他亞太地區**指數（41 點）於本季稍為上升 4 點，主要受惠於入口表現反彈。

其他地區指數下跌至 43 點（-9 點）。

空運商品

各空運商品於本季發展各異。儘管出口表現穩定，食物及飲料指數受入口表現下滑影響而急跌 18 點。電子產品及部件指數、衣飾指數及鐘錶及首飾指數均錄得不同程度跌幅。另一方面，禮品、玩具及家庭用品是本季唯一指數有所增幅的空運商品，亦在一眾空運商品之中指數排名最高。



禮品、玩具及家庭用品（44 點）是本季指數唯一錄得增幅（+7 點）的空運商品，而且指數排名最高。當中，其入口及出口／轉口表現均有所增幅，而入口的增幅更為顯著（+11 點）。

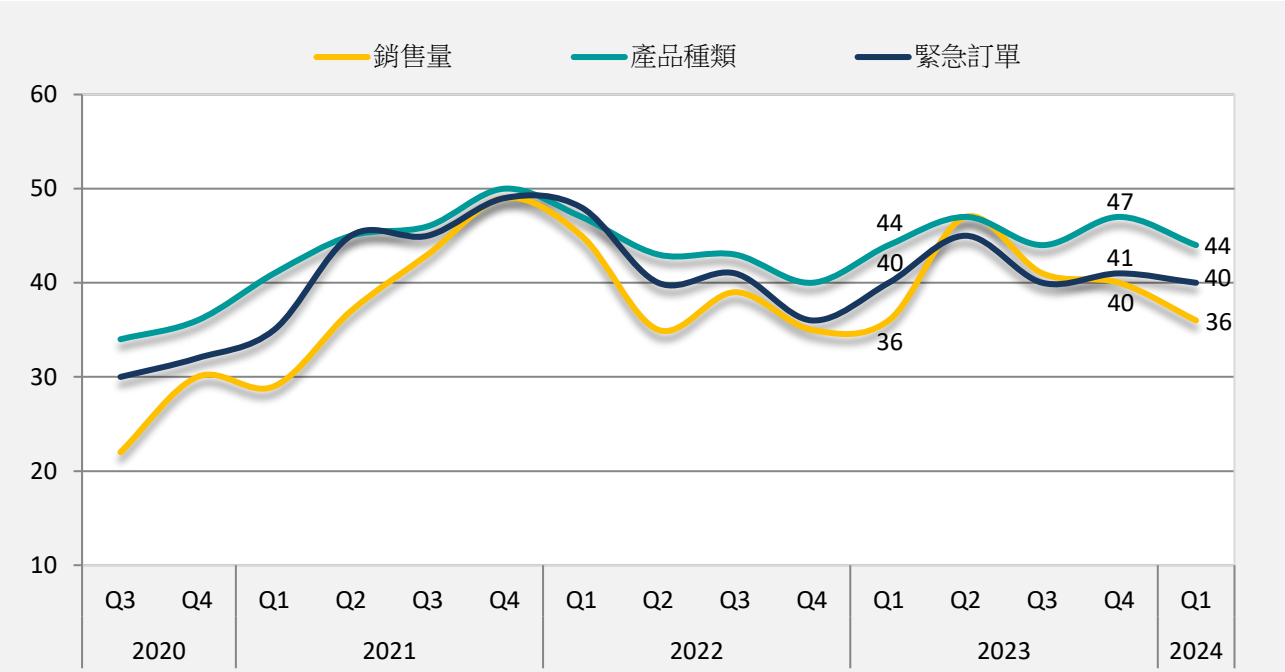
食物及飲料指數（38 點）於本季急跌 18 點。雖然出口／轉口方面表現平穩，但受入口方面的 22 點跌幅拖累令指數顯著下跌。

電子產品及部件指數（33 點）及**衣飾**指數（32 點）分別下跌 2 點及 4 點，入口及出口／轉口方面均錄得輕微跌幅。

鐘錶及首飾指數（35 點）回落 5 點。雖然入口方面錄得改善（+3 點），但未能抵銷出口／轉口的進一步下跌（-8 點）。

分項指數

整體空運貿易指數下跌，主要受銷售量指數及產品種類指數下滑所致。另一方面，緊急訂單指數於過去三季維持平穩。所有市場的銷售量指數均錄得跌幅。



銷售量指數（36 點）在上季維持平穩後，本季下跌 4 點。入口及出口／轉口跌幅相若。

產品種類指數（44 點）因出口／轉口表現疲弱而下跌 3 點。

另一方面，**緊急訂單**指數（40 點）於過去三季維持平穩（-1 點）。

各市場的分項指數發展如下：

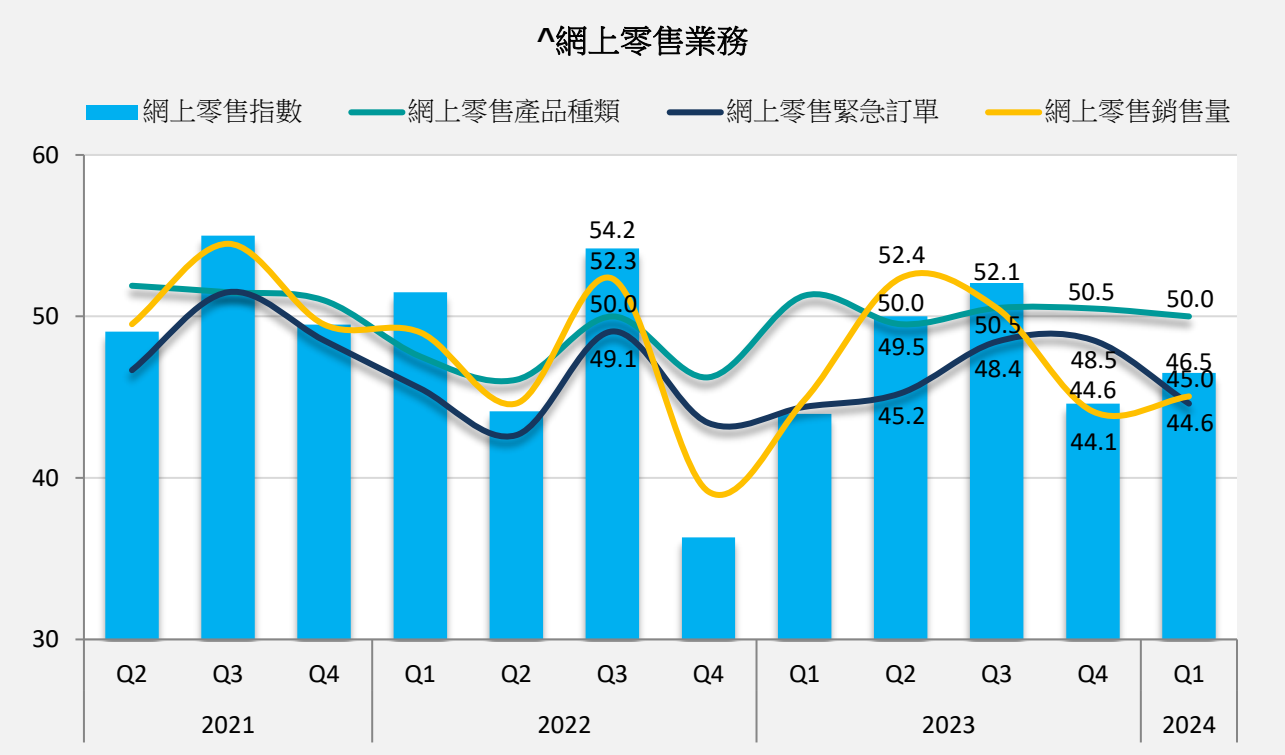
- **美洲：**各分項指數均錄得急劇跌幅，當中以銷售量指數（-11 點）及緊急訂單指數（-9 點）的跌幅較為顯著。
- **亞太地區：**亞太地區內各市場的分項指數發展各異：
  - **中國**的銷售量指數及緊急訂單指數進一步下滑。值得一提的是，銷售量指數（32 點）跌穿 2023 年第一季（37 點）的水平，而產品種類指數於上一季下跌後，本季維持在 42 點。
  - **日本**的銷售量指數進一步下跌，產品種類指數亦有所回落。另一方面，緊急訂單指數進一步改善（+2 點）。

- **其他亞太地區**是唯一於所有分項指數錄得增幅的市場，當中產品種類指數更升至兩年來新高（49 點）。

- **歐洲：**所有指數均有所下跌，當中以產品種類指數的跌幅較大。
- **其他地區：**除產品種類指數稍為上升（+3 點）外，其餘分項指數均有所回落。

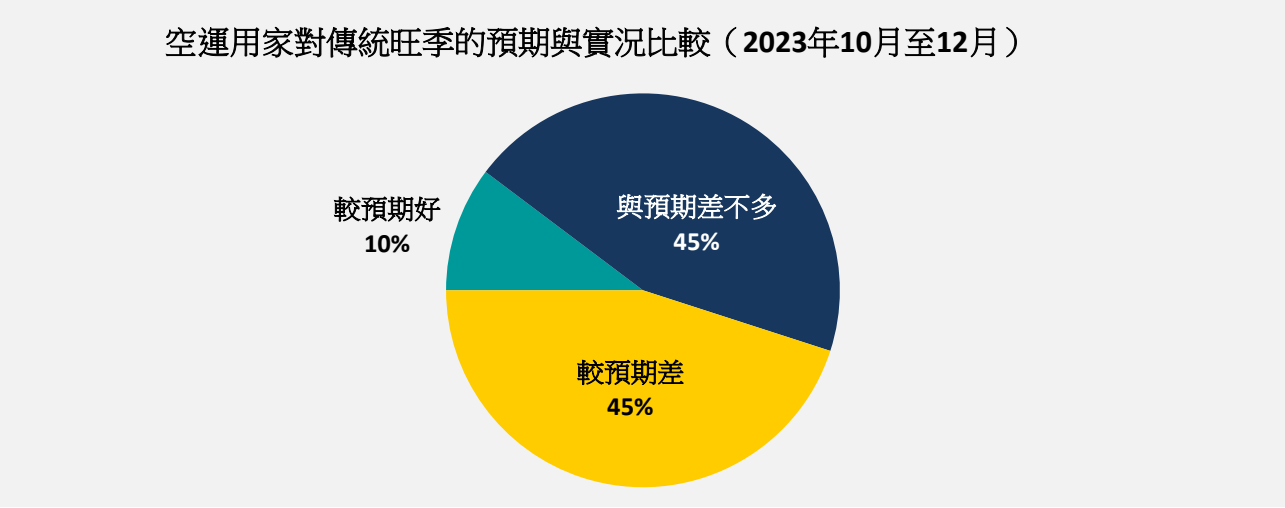
近期市場消息對空運貿易的影響

2023 年傳統旺季（感恩節及聖誕）的實際情況與空運用家的預期不太一致，10% 空運用家表示其業務表現較預期好，而 45%表示較預期差。相比 2023 年第一季，空運用家對2024 年第一季的業務預期不算樂觀，24%的空運用家對即將來臨的農曆新年的業務持正面態度，而 20%對農曆新年後的業務樂觀。儘管面對這些不確定因素，但更多空運用家願意參與減少碳排放，於本季達 75%。



^ 基於有網上零售業務的受訪者

受惠於網上零售業務銷售量輕微復甦（+0.9 點）及網上產品種類表現穩定，網上零售業務指數回升 1.9 點至 46.5 點。然而，網上緊急訂單則有所下跌（-3.9 點）。

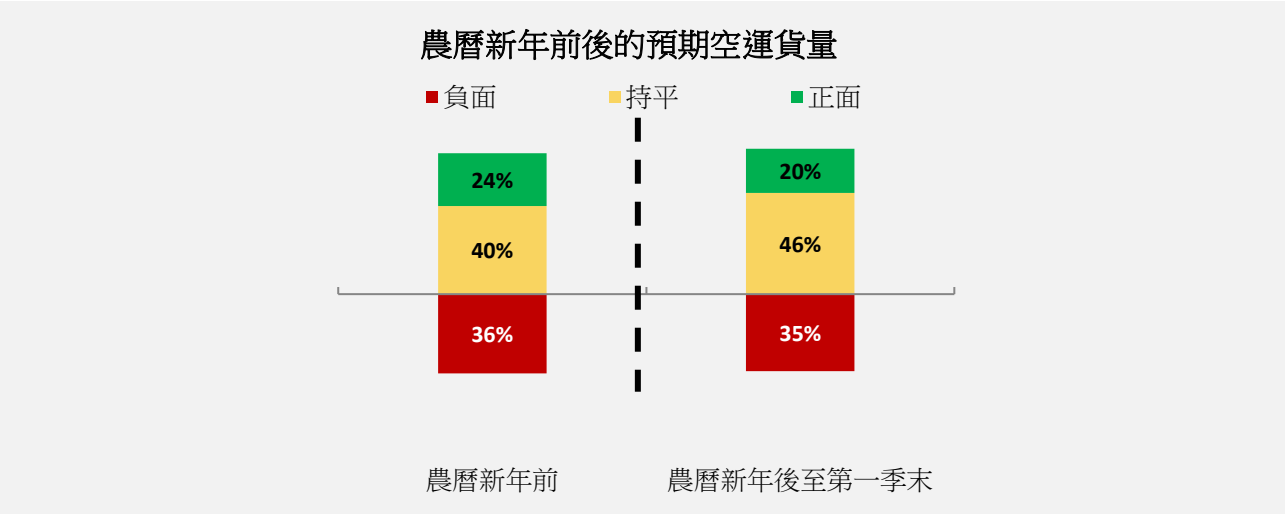


註：由於四捨五入的關係，百分比合計未必等於 100%。

上一季的調查結果顯示，空運用家對 2023 年傳統旺季（感恩節及聖誕）預期較正面。然而，僅 10%的受訪者表示 2023 年傳統旺季的實際情況較預期好，而另外 45%表示與預期差不多。

按市場表現分析，較多經營中國（52%）及美洲（48%）市場的空運用家表示其 2023 年傳統旺季的業務表現較預期差。

按空運商品表現分析，超過一半（52%）付運食物及飲料的空運用家表示傳統旺季的表現較預期差。相比之下，較少付運禮品、玩具及家庭用品（40%）及鐘錶及首飾（41%）的空運用家表示傳統旺季表現較預期差。

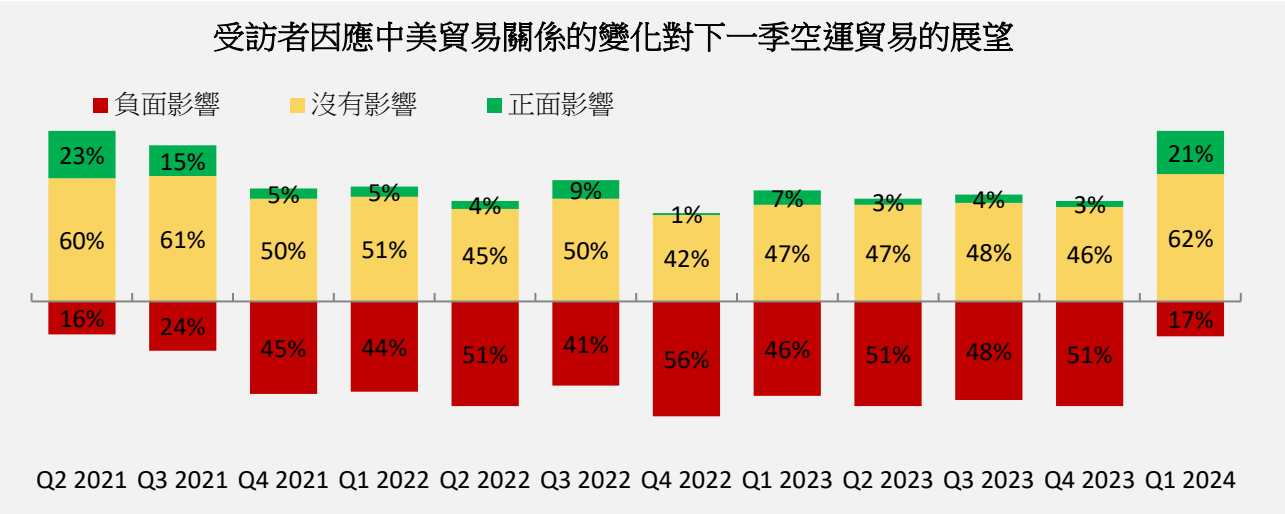


註：由於四捨五入的關係，百分比合計未必等於 100%。

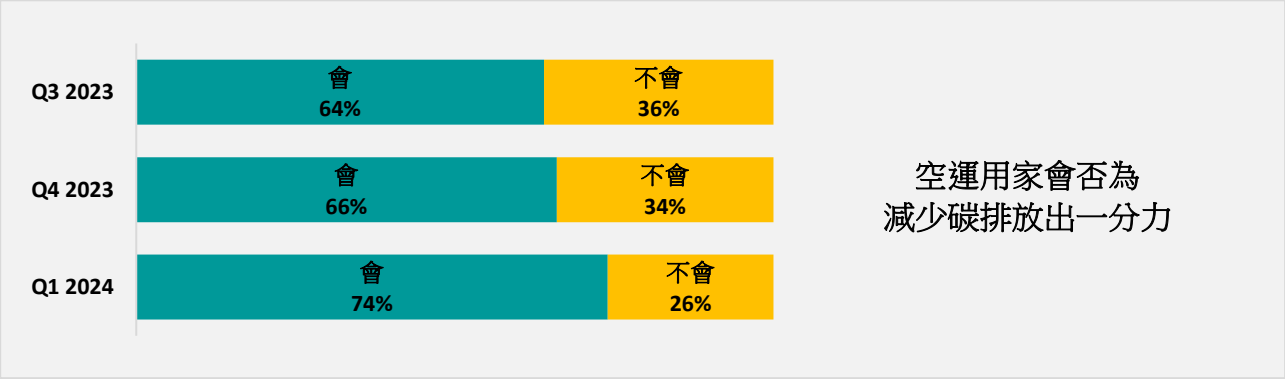
展望空運用家對 2024 年第一季的業務，24%的受訪空運用家對農曆新年前持正面態度，與 2023 年同期相比為佳，40%預期與 2023 年同期持平，而 36%則預期負面。

從 2024 年農曆新年後至第一季末，空運用家的展望較為保守，對比 2023 年同期，預期業務展望較正面的空運用家的百分比下跌至 20%。

與其他市場相比，較多經營其他亞太地區市場的空運用家對農曆新年前（33%）及後（25%）的業務預期較正面。另外，經營美洲市場的空運用家持樂觀展望的比率較低，當中有 21%對農曆新年前的業務預期正面，而 15%對農曆新年後的業務預期正面。

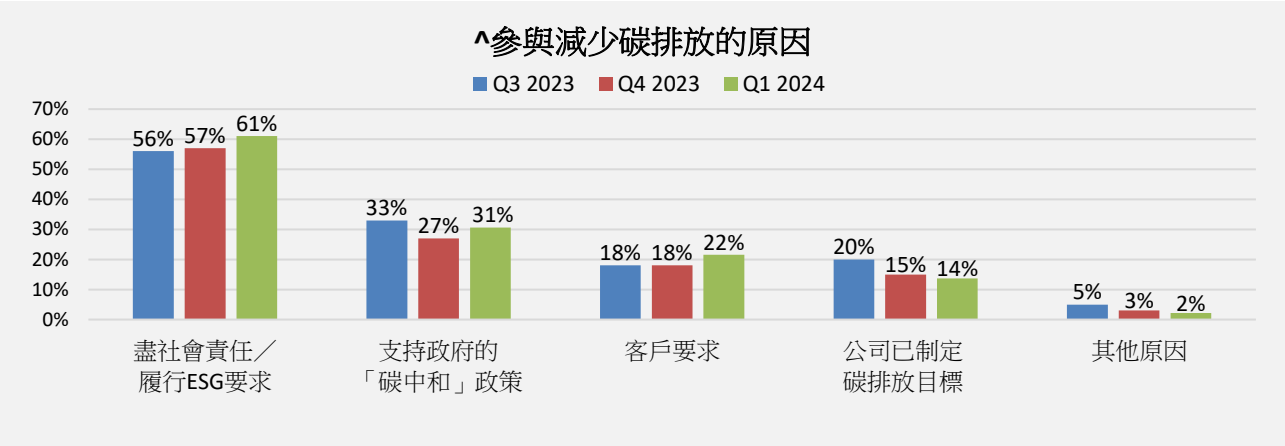


2024 年第一季受訪者認為最新中美關係對空運貿易展望構成正面影響的百分比增至兩年以來新高，達到 21%。預期對貿易展望構成負面影響的空運用家百分比則大幅下跌至 17%。



註：由於四捨五入的關係，百分比合計未必等於 100%。

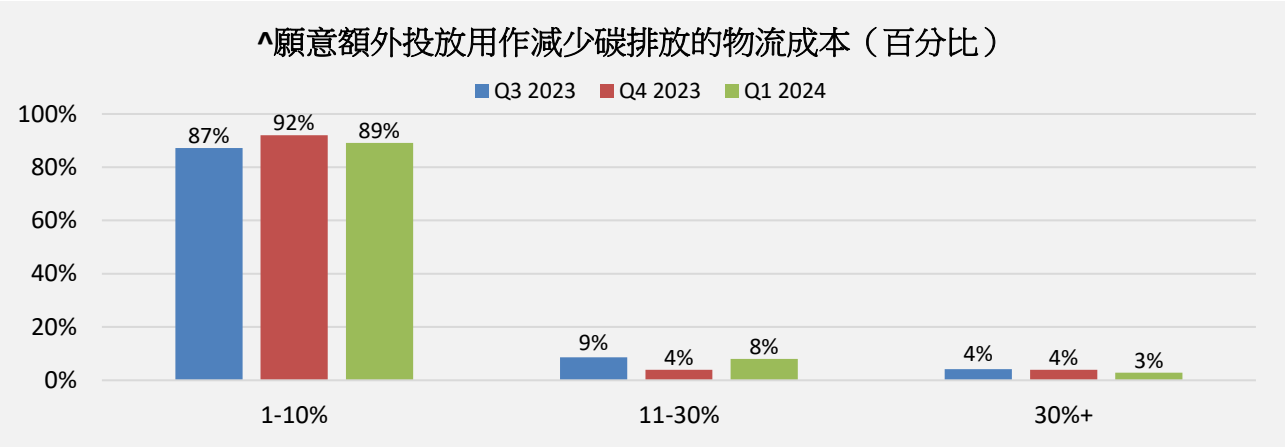
願意參與減少碳排放的受訪空運用家於本季增加 8 個百分點至 74%。



^ 基於表示願意參與減少碳排放的受訪者

註：受訪者可以選擇多項答案

「盡社會責任／履行 ESG 要求」（61%）及「支持政府的『碳中和』政策」（31%）維持是空運用家願意參與減少碳排放的主要原因。與上一季相比，應「客戶要求」而願意參與減少碳排放的空運用家稍為增加（+4 個百分點）。



^ 基於表示願意參與減少碳排放的受訪者

註：由於四捨五入的關係，百分比合計未必等於 100%。

這些空運用家大部份（89%）願意額外投放最多 10%的物流成本用作減少碳排放，而 8%願意額外投放 11%至 30%。

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，讓企業及學界掌握最新數碼及創科教育技術，以加強人才培訓，提升香港競爭力。
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。