



DHL 香港空運貿易領先指數 (DTI)

2024 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。香港空運行業蓬勃，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

整體空運指數輕微回升，達至**2024**年初以來的最高水平。然而，鑒於紅海事件，本地空運用家預期**2024**下半年的空運價格會有所提高。

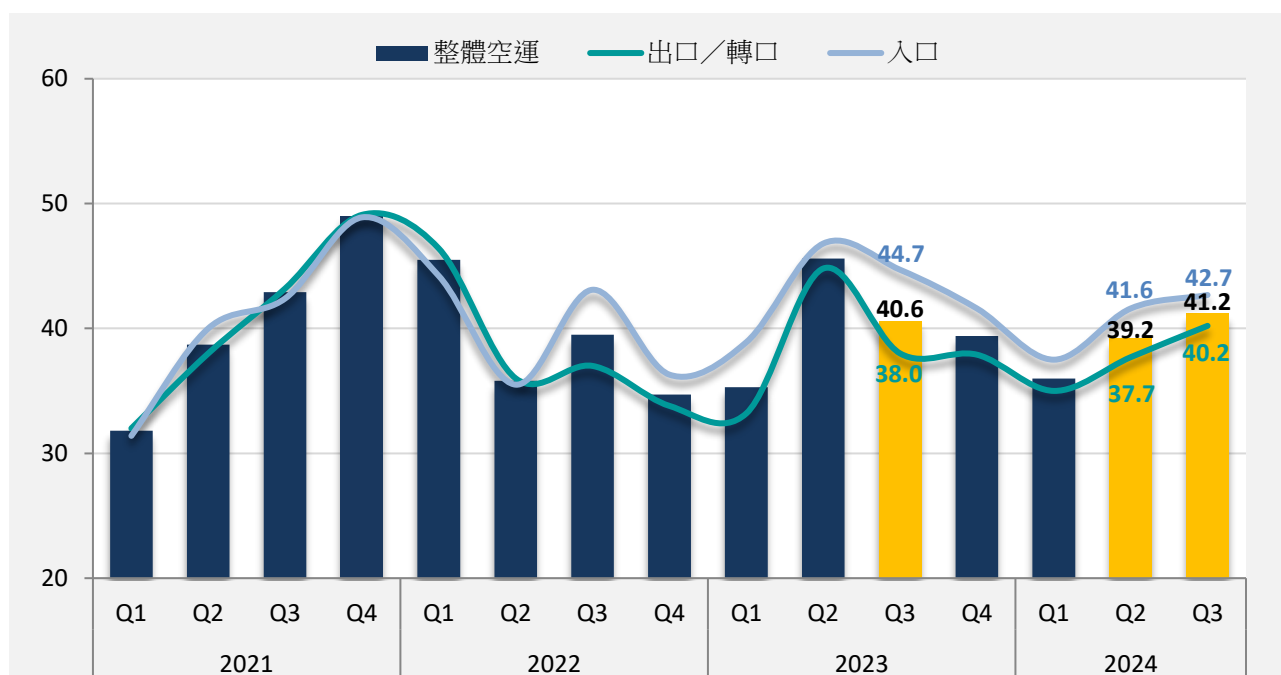
- 整體空運指數於**2024**年第三季上升**2.0**點至**41.2**點。增長動力主要來自出口／轉口、緊急訂單、歐洲及美洲的良好表現。
- 網上零售業務指數錄得**0.7**點的輕微改善，增長主要受緊急訂單帶動。
- 受紅海事件所影響，**70%**本地空運用家預期**2024**下半年空運價格有上升壓力。
- 美國近期宣布向中國進口產品加徵關稅，**45%**受影響的本地空運用家當中，有**35%**打算上調價格以抵銷額外關稅，**26%**受影響的受訪者計劃加快寄出相關貨品。
- **78%**的本地空運用家願意參與減少碳排放，當中**88%**受訪者願意額外付出最多**10%**的物流成本以達致目標。

生產力局首席數碼總監黎少斌先生表示：「最新整體空運指數持續上升，本季所錄得的指數為過去五個季度中的最高水平，主要由出口／轉口指數上升所帶動，與入口指數的分數差距幅度亦有所收窄。就市場表現而言，整體空運指數的上升主要由歐美市場帶動，抵銷了亞太地區的下落。另外，中美貿易關係於本季仍持續不明朗，**70%**的受訪空運用家表示空運價格有上升壓力。隨著美國近期對更多中國進口產品加徵關稅，**45%**的受訪者表示受到影響，當中，三分之一（**35%**）的受訪者表示會上調價格以抵銷額外關稅。而其餘**55%**未受影響的受訪者當中，**28%**表示會開拓其他市場。我們鼓勵空運用家及早部署，未雨綢繆。」

另一方面，空運行業依然致力可持續發展，減少碳排放，近九成空運用家更願意為此承擔額外**10%**物流成本。相反，有**22%**暫時未有參與減少碳排放，其中近一半是由於成本上漲壓力，而另外三分之一（**35%**）則表示公司現時未有推行**ESG**；由此可見，企業領銜推行**ESG**有助推動相關發展。有見及此，生產力局繼續擔當促進整個行業綠色轉型的堅定後盾，為企業提供創新方案，鼓勵企業多加應用低碳技術，協助各行業繼續可持續發展並應對挑戰。」

整體空運貿易指數

2024 年第 3 季的整體空運指數錄得輕微回升至 41.2 點，所有指數亦達到 40 點以上的水平。這是自 2024 年開始以來的最高水平，亦與 2023 年第三季的表現相若（40.6 點）。



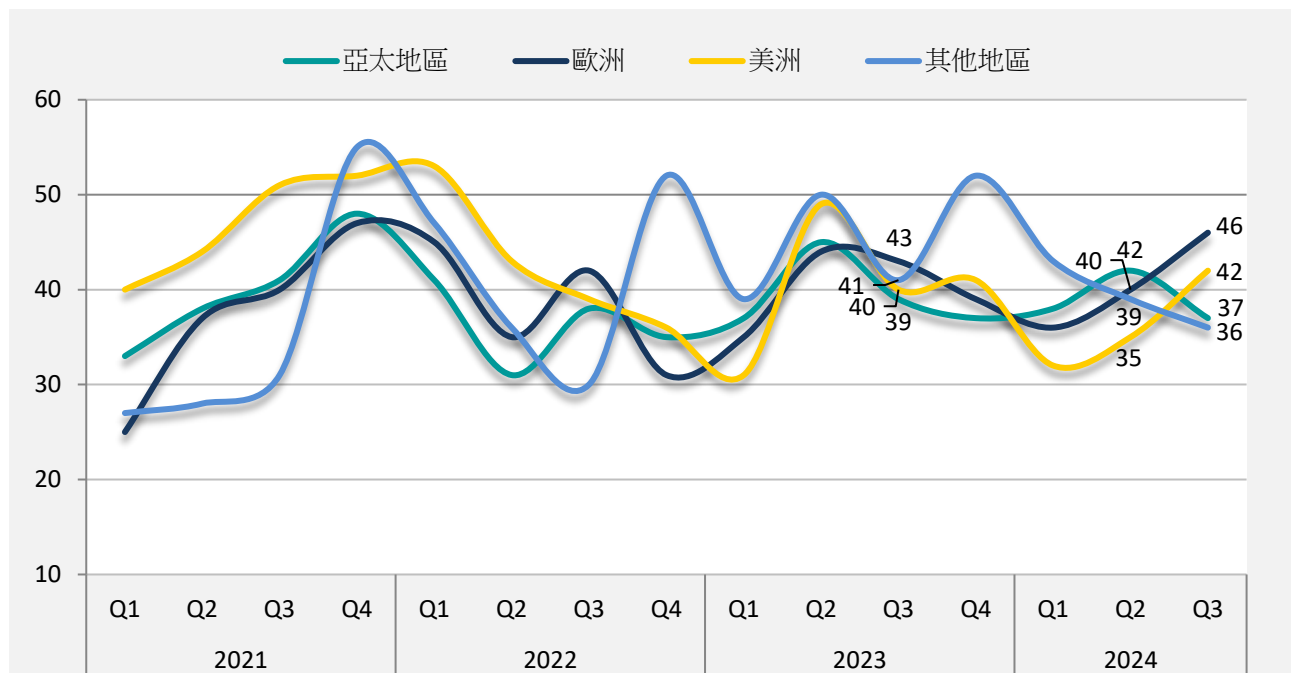
整體空運指數於 2024 年第三季輕微上升 2.0 點至 41.2 點。入口及出口／轉口方面均有所改善。

本季的增長主要受出口／轉口指數的 2.5 點增長所帶動，上升至 40.2 點，是一眾指數中升幅最高的指數。值的注意的是，本季表現超越去年同季的表現。

入口指數維持於 42.7 點的相對較高水平，錄得 1.1 點的增長；但與 2023 年第三季的 44.7 點相比，指數仍相對較低。

市場

總括而言，歐洲及美洲指數抵銷了亞太地區及其他地區的市場挑戰。歐洲指數上升 6 點至 46 點，超越去年的水平，並成為一眾市場中的最高指數。美洲指數亦錄得顯著增長，主要受出口方面的增長帶動。相比之下，亞太地區市場出現下跌，其中中國及日本市場的跌幅較為顯著。儘管入口方面有所增長，但其他亞太地區仍然錄得 3 點跌幅。



歐洲指數錄得顯著升幅，上升 6 點至 46 點，是一眾市場指數當中的最高，超越了 2023 年第三季的 43 點。

美洲指數同樣錄得大幅增長（+7 點），由上一季的 35 點上升至本季的 42 點。增長主要受出口方面帶動，錄得 9 點的顯著升幅。入口方面亦有穩健的增長，由上季的 40 點上升 3 點至本季的 43 點。

亞太地區指數的上升趨勢已暫止。指數下跌 5 點至 37 點，低於 2023 年第三季的 39 點水平，顯示當地的空運貿易出現收縮跡象。

於亞太地區中：

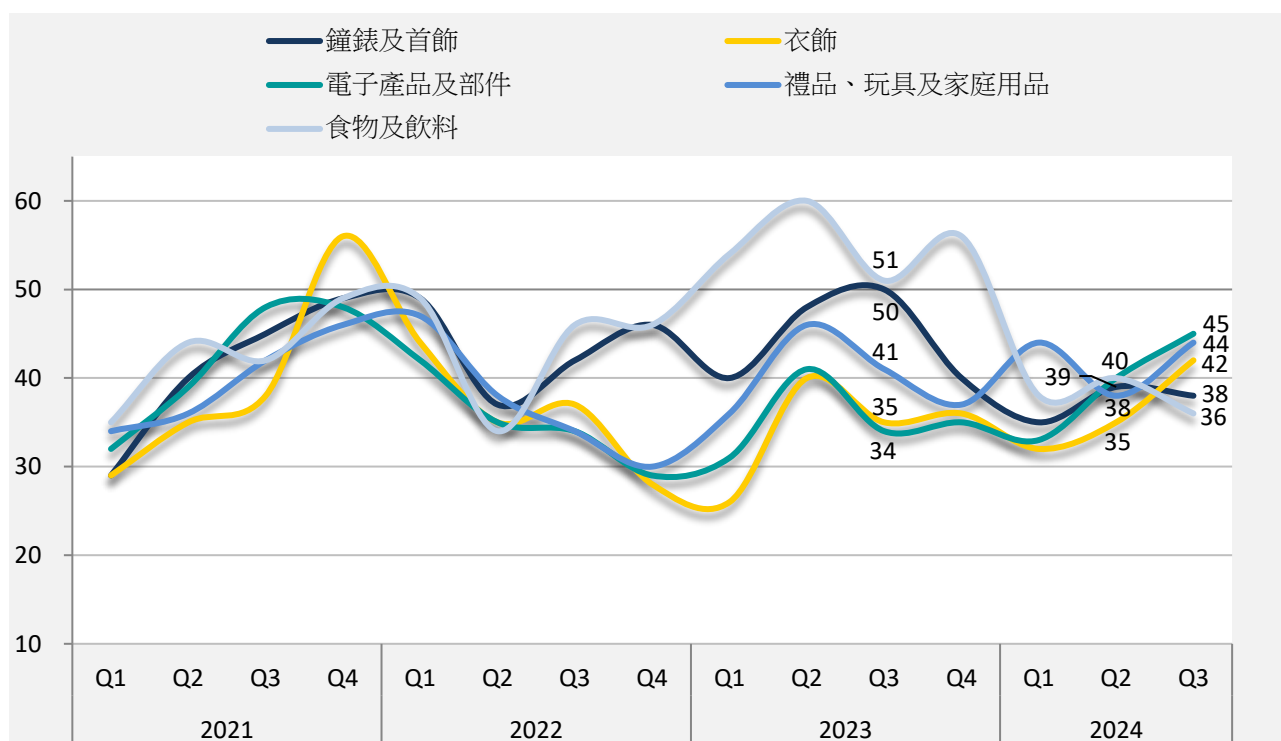
- 中國指數（39 點）下跌 7 點，主要受入口指數的顯著跌幅（-11 點）所致。儘管出口／轉口指數與入口指數相比下表現相對平穩，但仍錄得 4 點跌幅。

- 日本指數（36 點）錄得顯著跌幅（-5 點）。亞太地區（日本）在本季中於出口／轉口指數方面與 2024 年第二季和 2023 年第三季相比維持相若。相比之下，入口指數有較大跌幅（-8 點），對整體日本指數的跌幅造成較不利的影響。
- 其他亞太地區指數（36 點）下跌（-4 點），其中出口／轉口指數於 2024 年第三季下跌 11 點，推動了整體下降趨勢。儘管有所下跌，入口指數呈現強勁增長，較上季上升 7 點。

其他地區指數下跌 3 點至本季的 36 點。

空運商品

「禮品、玩具及家庭用品」、「電子產品及部件」及「衣飾」錄得顯著增長，指數高於 40 點。另一方面，「食物及飲料」錄得 4 點跌幅。「鐘錶及首飾」的表現相對平穩。



電子產品及部件指數持續上升，由上季的 40 點上升至本季的 45 點。這是自 2023 年第三季錄得 34 點以來的顯著增長，反映該市場復甦力較強。

禮品、玩具及家庭用品指數由上季的 38 點上升至本季的 44 點，與 2024 年第一季的水平相若。本季表現有顯著改善，高於 2023 年第三季的 41 點。

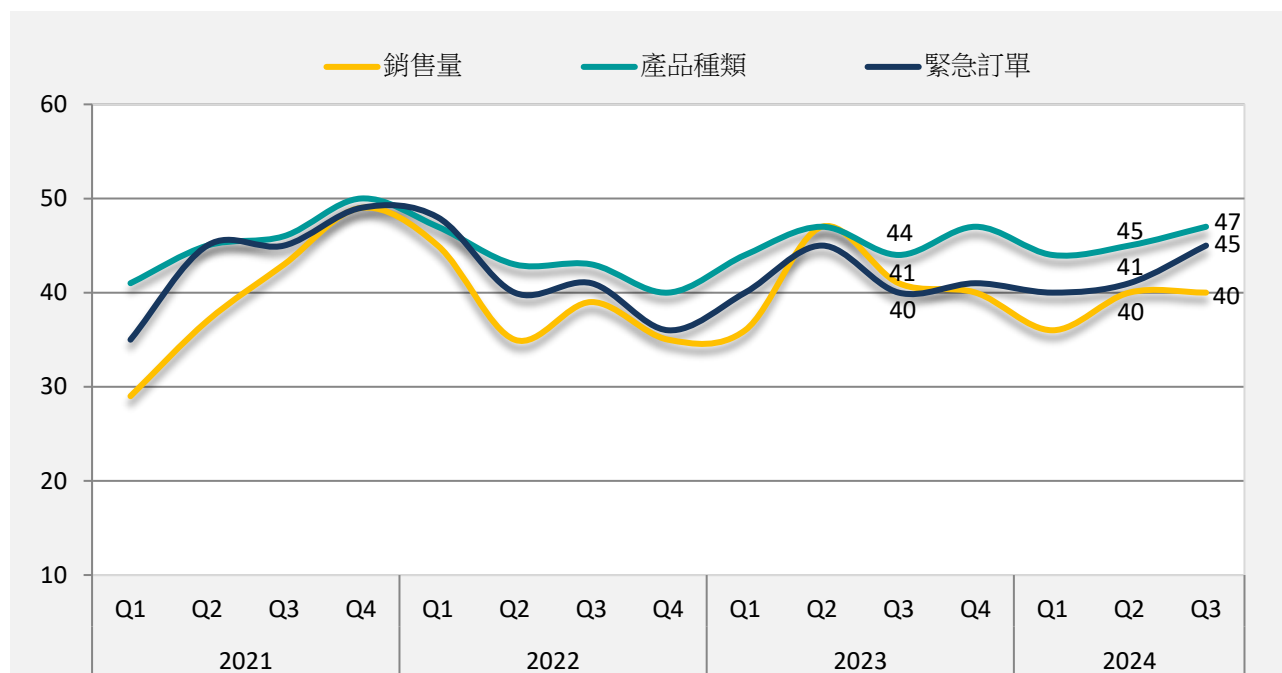
衣飾指數有顯著上升（+7 點），升至本季的 42 點。這是過往五個季度以來最高的指數。

相比之下，鐘錶及首飾指數輕微下跌（-1 點）至本季的 38 點，較 2023 年第三季錄得的 50 點有明顯下降，顯示相關貿易活動出現收縮跡象。

食物及飲料指數在本季錄得跌幅（-4 點），由上一季的 40 點下跌至本季的 36 點。下降主要受出口／轉口方面的 14 點跌幅影響。此外，與 2023 年第三季的 51 點相比，指數出現顯著下降（-15 點），反映了由 2023 年第四季以來的持續跌勢。

分項指數

產品種類及緊急訂單均呈現正面的上升跡象，而銷售量則相對穩定。深入分析各地區的趨勢，以美洲及歐洲方面表現強勁，而亞太地區則出現跌幅。這些數據突顯出複雜及不平衡的行業復甦情況。



產品種類指數由上季上升 2 點至本季的 47 點。出口／轉口及入口方面均有輕微上升。

緊急訂單指數（45 點）於本季錄得顯著升幅。指數上升 4 點至 45 點。與去年同期的 40 點相比，現季水平有 5 點增幅。

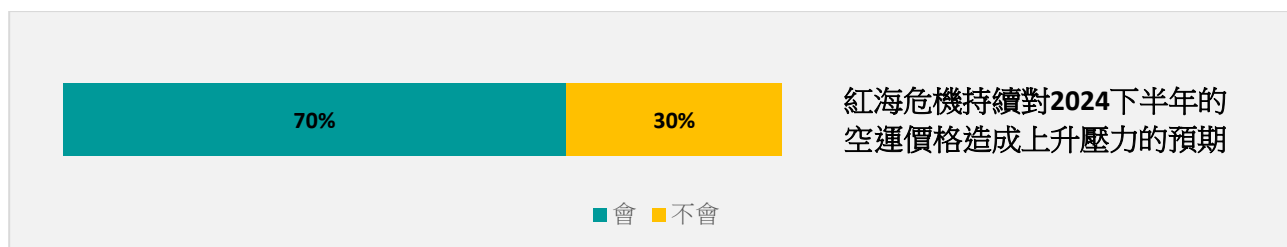
本季的銷售量指數與上季一樣，維持於 40 點。然而，與 2023 年第三季的 41 點相比，本季水平有輕微跌幅（-1 點）。

各市場的分項指數發展如下：

- 美洲的所有指數均出現強勁增長（6 至 9 點）。
- 亞太地區的所有分項指數均錄得不同程度的跌幅，當中銷售量指數方面有 8 點的顯著跌幅。整體而言，本季的表現是自 2023 年以來的最低水平。
- 歐洲的所有分項指數均有不同程度的增長。值得注意的是，本季的緊急訂單指數及產品種類指數達到 2021 年以來的最高水平。
- 其他地區指數出現適度跌幅（-3 點），主要受銷售量指數（-5 點）及緊急訂單指數（-7 點）的跌幅帶動。然而，產品種類指數與上季一樣，維持相若水平。

近期市場消息對空運貿易的影響

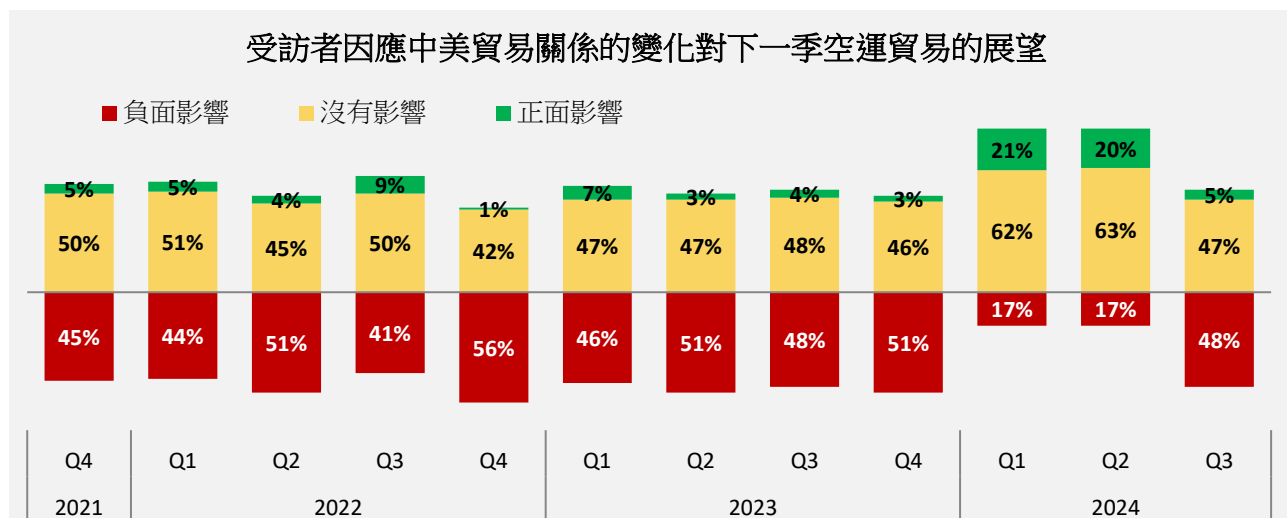
紅海事件持續，而美國近期宣布向部分中國進口產品加徵關稅，市場預期本季於歐洲及美洲航線的緊急訂單及銷售量將有所增長。此外，鑒於紅海事件，本地空運業者預期**2024**下半年的空運價格會上升。另一方面，**35%**受最近美國關稅影響的受訪者計劃上調價格以抵銷額外關稅。



註：由於四捨五入的關係，百分比合計未必等於 100%。

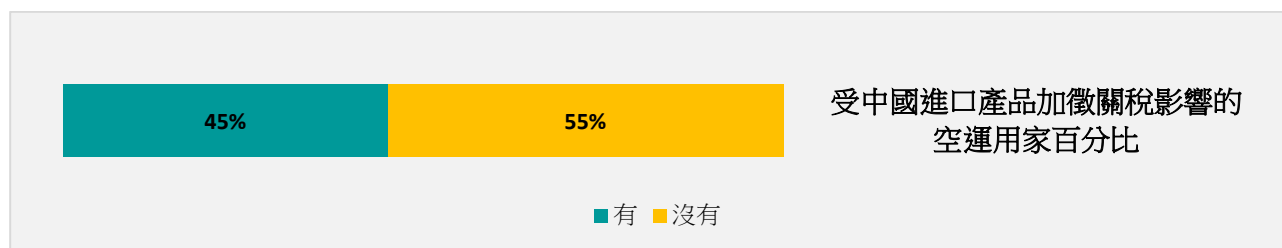
註：百分比不包括 NA。

紅海事件持續，**70%**空運業者預計**2024**下半年的空運價格將面臨上升壓力，而**30%**則預計價格較為穩定。



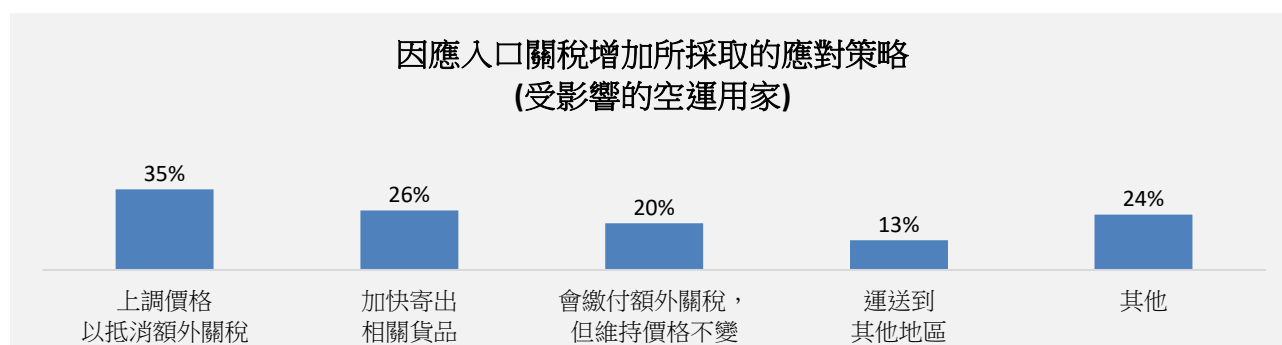
註：由於四捨五入的關係，百分比合計未必等於 100%。

中美貿易氣氛持續不明朗，預期對業務有正面影響的空運業者下跌至**5%**，與早前季度的水平相若。同時，預期對業務有負面影響的比例則由**17%**上升至**48%**，是自**2023**年下半年以來前所未見的水平。此轉變反映了中美貿易關係持續帶來挑戰及不確定性。整體而言，自連續兩季表現穩定後，業務預期會開始轉差。



註：由於四捨五入的關係，百分比合計未必等於 100%。

美國近期宣布向中國進口產品加徵關稅，入口關稅的增加影響到 45% 業務主要集中於美洲市場的受訪者。

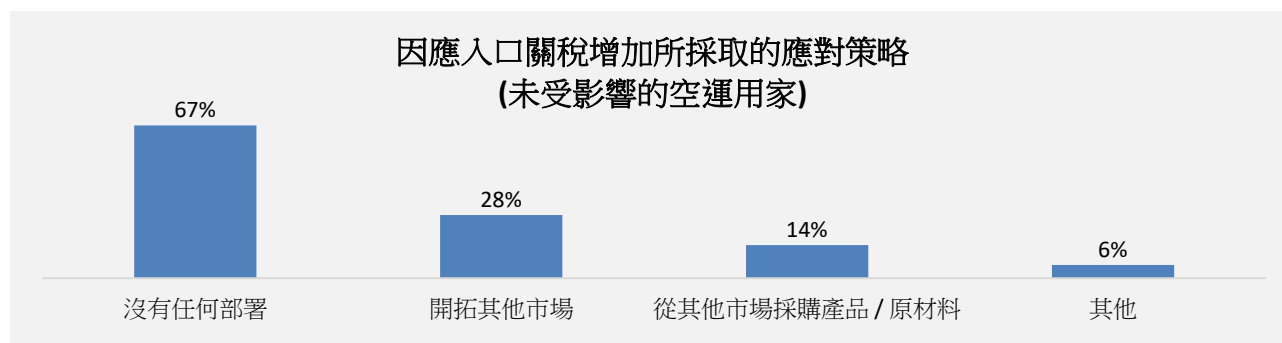


註：基於受中國進口產品加徵關稅影響的空運用家

註：受訪者可以選擇多項答案

受新關稅影響的空運用家預期採用不同的策略以減輕影響。最普遍的策略是上調價格以抵銷額外關稅，比例佔 35%。但仍有一部份的受訪者（20%）選擇維持現有價格，儘管他們需要支付額外關稅。

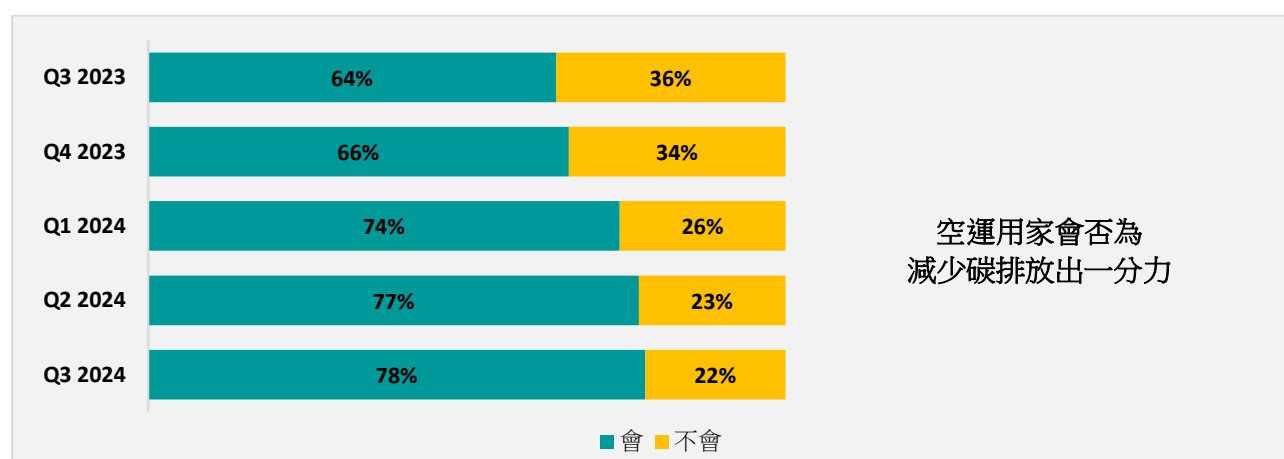
另一值得注意的應對策略為加快出貨，26% 的受影響空運用家選擇加快寄出相關貨品。此策略是透過在關稅正式生效前將產品運送到當地市場，從而減低財務方面的影響。此外，13% 的空運用家選擇將貨物轉運到其他不受新關稅影響的地區。



註：基於未受中國進口產品加徵關稅影響的空運用家

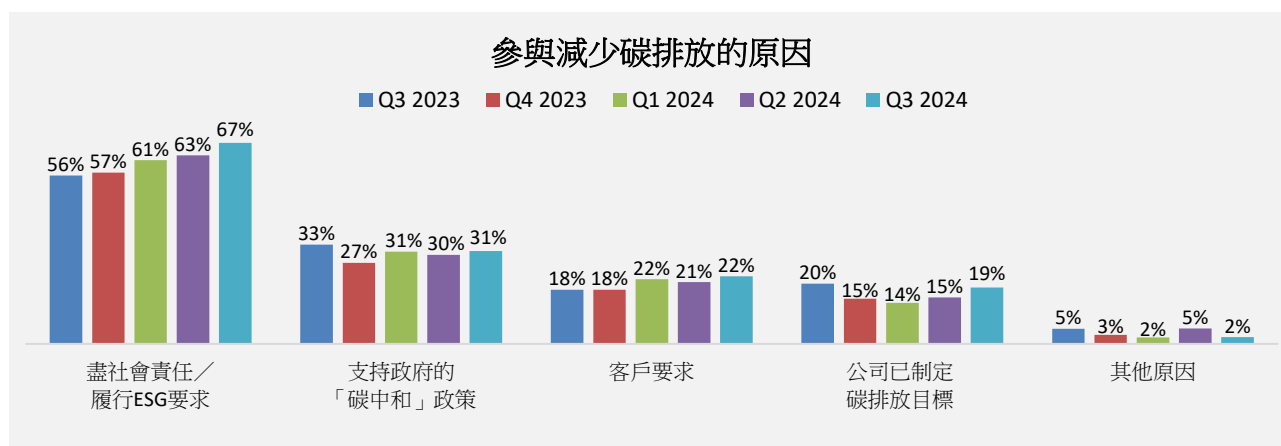
註：受訪者可以選擇多項答案

於未受關稅影響的空運用家當中，**67%**受訪者未有採取任何部署以應對關稅增加。儘管如此，調查顯示 **28%**的受訪者表示會開拓其他市場。這項主動的策略反映他們正採取預防措施。



註：由於四捨五入的關係，百分比合計未必等於 100%。

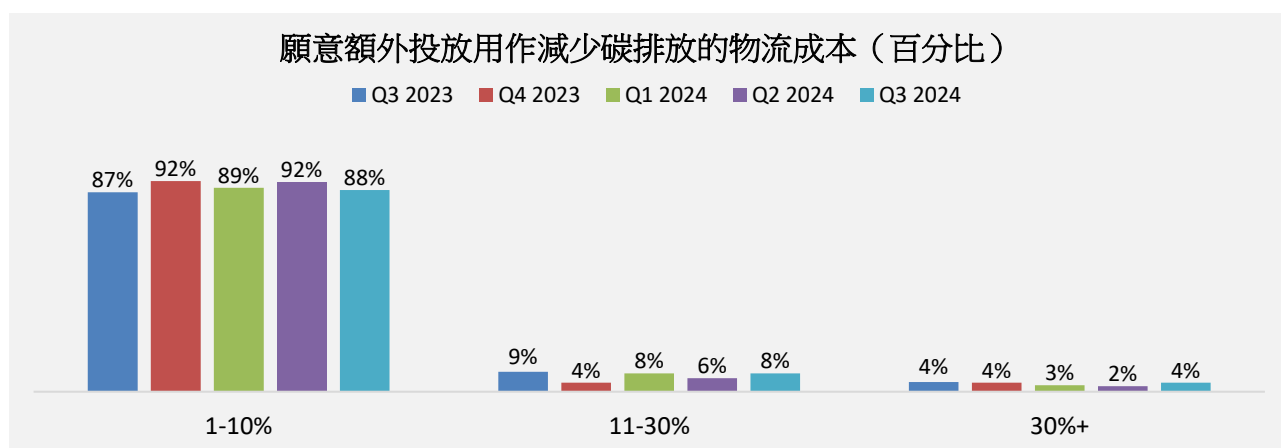
此外，本季度願意參與減少碳排放的空運用家穩定上升，有 **1** 個百分點增長。此持續的上升趨勢反映了推動可持續發展措施受到重視。



註：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

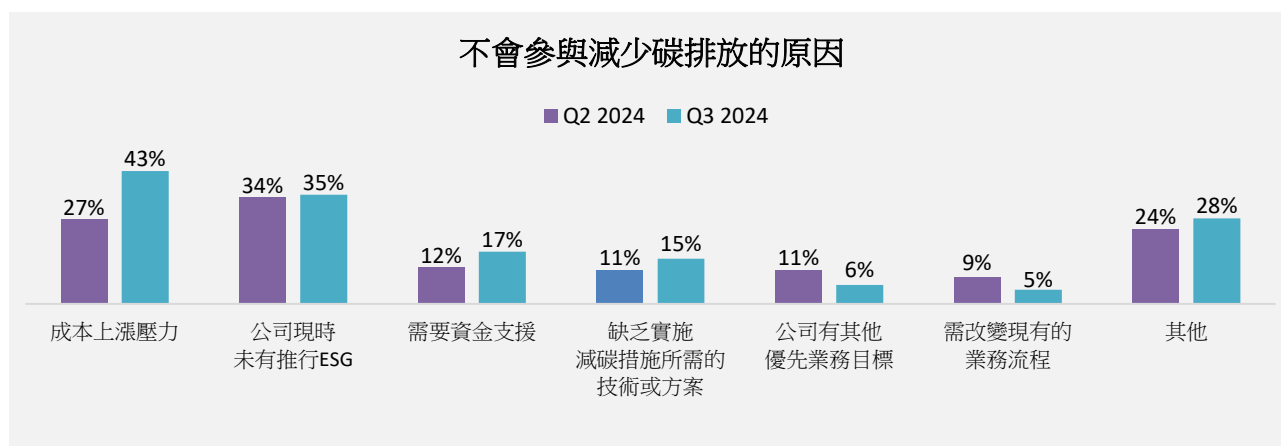
於願意參與減少碳排放的空運用家中，「盡社會責任／履行 ESG 要求」（67%）及「支持政府的『碳中和』政策」（31%）仍然是主要原因。



註：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%。

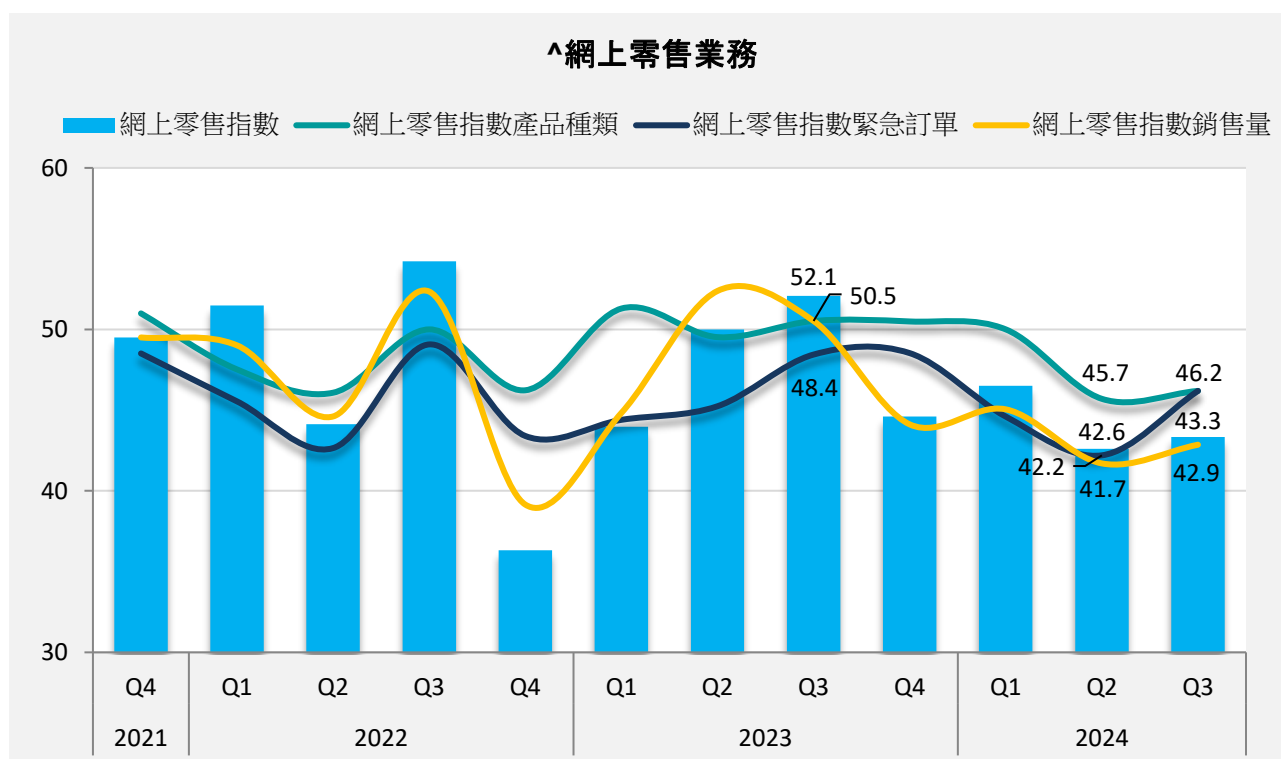
大部份的空運用家（88%）都願意額外投放最多 10%的物流成本作減少碳排放，8%空運用家願意額外投放 11%至 30%，而 4%願意額外投放 30%以上。



註：基於表示不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

與上季一樣，本季空運用家不願意參與減少碳排放的主要原因為「成本上漲壓力」（43%）及「公司現時未有推行 ESG」（35%）。在「其他原因」方面，31%受訪者表示「缺乏適當計劃」是窒礙他們參與減少碳排放的原因。



^ 基於有網上零售業務的受訪者

網上零售業務指數上升 0.7 點至 43.3 點，主要受緊急訂單（+4.0 點）上升所致。銷售量指數為 42.9 點，較上季上升 1.1 點。產品種類錄得輕微上升（+0.5 點）。總體而言，網上零售業務於過往幾個季度的表現較為波動。

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。生產力局作為市場導向的應用研發機構，以創新科技推動香港及大灣區新型工業化，成就新質生產力發展，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 STEM 技術，以加強人才培訓，提升香港競爭力。

如欲瞭解更多詳情，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。