DHL 香港空運貿易領先指數（DTI）

2025 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 1503 億元總收入，當中 452 億元為貨運收入，並帶來超過 31,000 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，收集超過 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] 2023 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

儘管美洲面臨挑戰，以及歐洲的輕微復甦，2025 年第一季的空運貿易展望略有改善，尤其是亞太地區。此外，45%本地空運用家認為中東地區較有機遇。

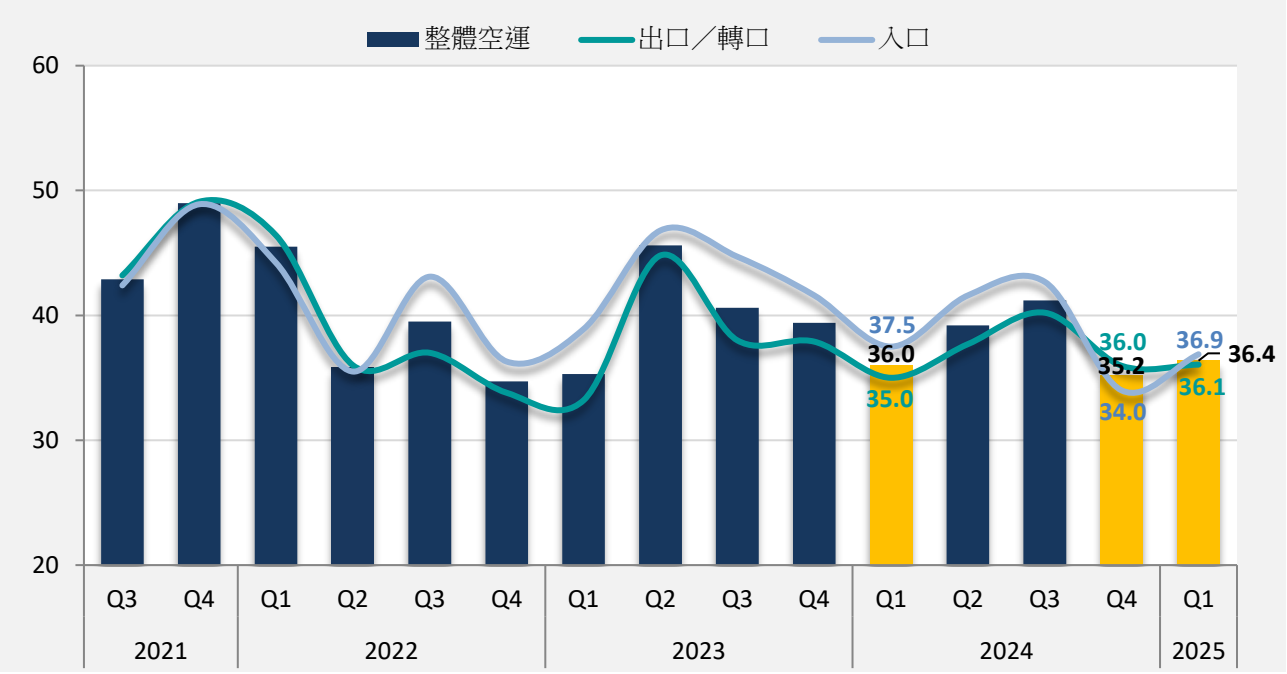
- 整體空運指數稍為改善，主要受亞太地區、電子產品及部件及入口方面的增長所帶動。
- 與 2024 年第四季相比，亞太地區及歐洲分別錄得 6 點及 1 點的增長，而美洲則錄得 8 點的顯著跌幅。
- 儘管只有少於十分之一的本地空運用家表示 2024 年傳統旺季（感恩節及聖誕前夕）的表現較預期好，但有近四分之一的空運用家預期 2025 年農曆新年前夕的訂單會較往年為多。
- 特朗普將於 2025 年 1 月 20 日就任美國總統，中美關係及美國貿易環境仍存在不確定性。調查結果顯示，76%的本地空運用家表示現階段會密切關注局勢，暫未採取任何措施，而 21%則表示會開拓其他市場。
- 對於新市場的機遇，45%本地空運用家認為中東市場具有發展潛力，其次為東歐（33%）及拉丁美洲（31%）。
- 此外，76%本地空運用家願意參與減少碳排放，當中，12%的受訪者願意額外承擔多於 11%的物流成本以達成目標。
- 網上零售業務指數錄得顯著增長，由 40.5 上升至 45.9。空運用家預期銷售量及產品種類方面有所增長，而緊急訂單方面則維持平穩。

生產力局首席數碼總監黎少斌先生表示：「空運指數輕微上升 1.2 點，主要受入口增長所帶動。儘管少於一成的本地空運用家表示 2024 年旺季的表現較預期為佳，但 22%的空運用家預期 2025 年農曆新年前的訂單量將較去年有所增加。然而，在美國總統換屆所帶來的不明朗因素下，美洲指數大幅下降 8 點，除了禮品、玩具及家庭用品外，該地區所有商品指數均錄得不同程度的跌幅。大多數空運用家（76%）選擇密切觀察局勢，現階段未有採取任何措施，而 21%則有意探索其他市場。對於新市場的機遇，空運用家認為中東最具發展潛力。

值得注意的是，自 2023 年下半年以來，產品種類分項指數一直排名首位，而銷售量則保持平穩。這反映在「款多量少」新趨勢的出現下，小訂單及客製化已成為常態，表示大規模生產不再是現今市場最有效的策略。因此建議空運用家重新調整策略以適應不斷改變的市場動態。生產力局將協助企業，特別是中小企，應對過渡期，以確保在瞬息萬變的全球市場中保持競爭力及增長力。透過通過涵蓋六大主要服務範疇的一系列支援措施將能幫助中小企應對營運挑戰、提升信心及增強整體競爭力。」

整體空運貿易指數

經歷上一季的顯著跌幅後，整體空運指數於本季反彈 1.2 點至 36.4 點，主要受入口方面的 2.9 點增長所帶動，而出口／轉口方面則相對平穩（36.1 點）。



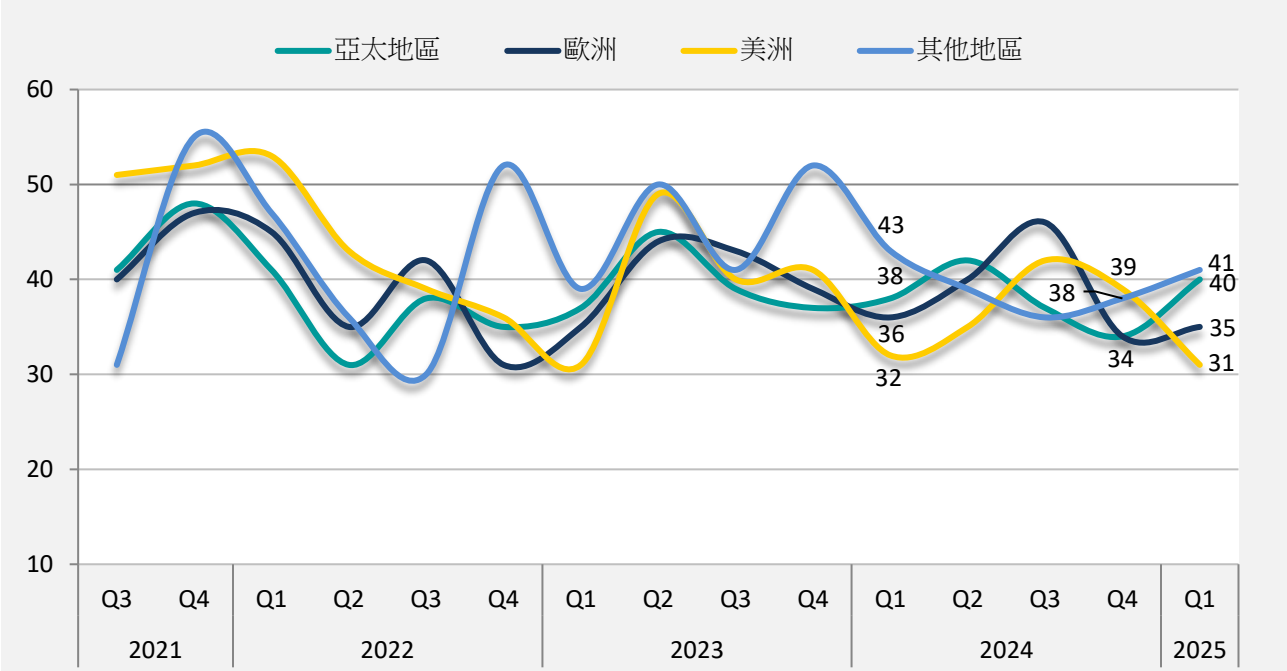
整體空運指數於 2025 年第一季略有上升（+1.2 點），主要受入口方面的升幅所致，達到與 2024 年第一季相若的水平。

入口指數上升 2.9 點至本季的 36.9 點，從上一季的大幅下降中復甦。

出口／轉口指數維持平穩於 36.1 點，其表現優於 2024 年第一季。

市場

於 2025 年第一季，亞太地區指數大幅上升，主要由中國指數的 10 點升幅所帶動，同時抵消了美洲指數的顯著跌幅。這反映以美洲為主要市場的空運用家正面臨更複雜且不明朗的貿易環境。



亞太地區指數強勁復甦（40 點，+6 點），整個亞太地區呈現不同程度的增長：

- **中國**指數大幅上升 10 點至本季的 42 點，為亞太地區整體增長的主要動力。入口及出口／轉口方面均有所改善，其中以入口方面的增長較為顯著（+11 點）。
- **日本**指數反彈 4 點至 38 點，入口（+6 點）及出口／轉口方面（+5 點）均錄得增長。
- **其他亞太地區**指數的增長（+5 點）主要由入口方面的顯著上升（+11 點）所帶動，而出口／轉口方面輕微上升（+1 點）。

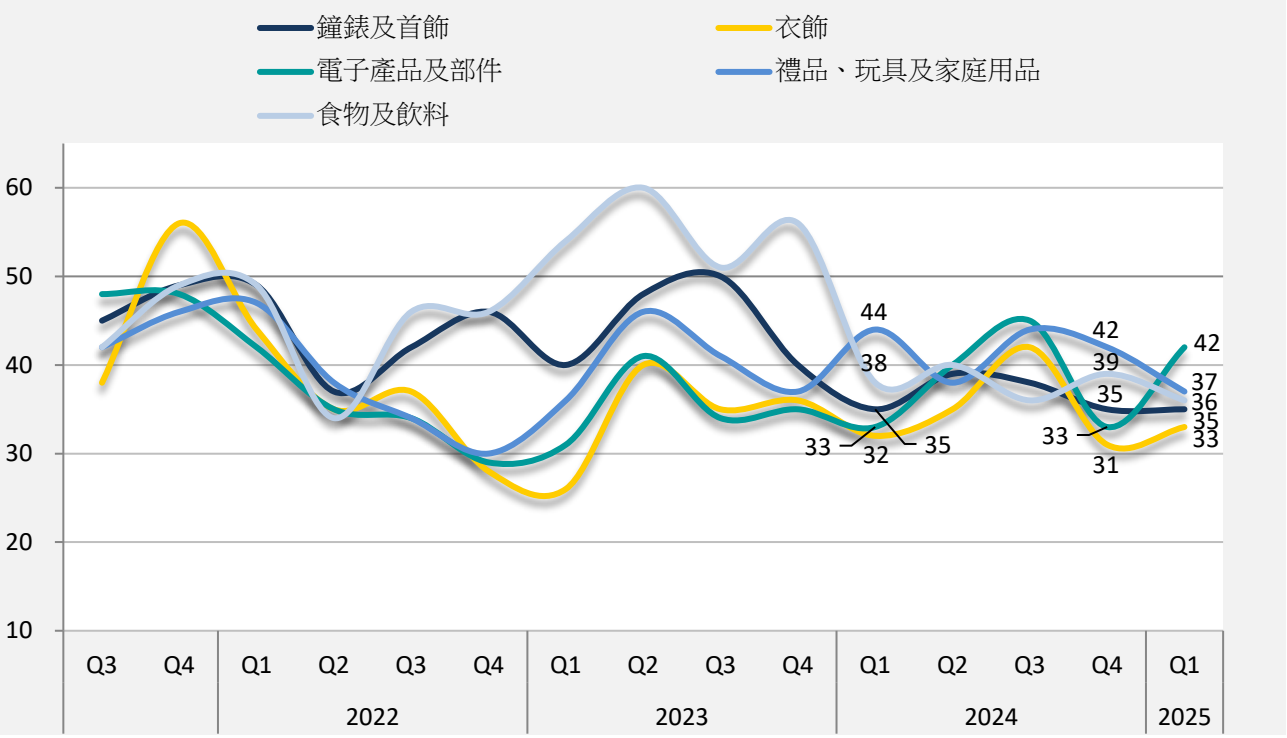
歐洲指數於本季輕微上升（+1 點），主要受出口／轉口指數方面的 3 點增幅所致，同時抵消入口方面的 3 點跌幅。

美洲指數是唯一錄得跌幅的市場，指數於本季下跌 8 點至 31 點。入口及出口／轉口方面均下跌，各錄得 7 點跌幅。

其他地區指數上升 3 點至本季的 41 點。

空運商品

電子產品及部件經歷上季的大幅下跌後，於2025年第一季錄得顯著上升，主要受中國及日本的強勁復甦影響，同時亦抵消了美洲地區的顯著跌幅。禮品、玩具及家庭用品指數及食物及飲料指數均錄得不同程度的跌幅。另一方面，衣飾指數及鐘錶及首飾指數的表現於一眾商品中相對平穩。值得注意的是，從市場而言，除了禮品、玩具及家庭用品指數錄得 1 點升幅外，美洲市場的其他空運商品均錄得不同程度的跌幅。



電子產品及部件指數顯著上升 9 點至 42 點，並於 2025 年第一季位居第一。就市場而言，美洲地區錄得顯著跌幅（-10 點）；然而，中國（+20 點）及日本（+23 點）的顯著反彈抵消了相關跌幅。

禮品、玩具及家庭用品指數下跌 5 點至 37 點，重回 2024 年第二季的水平，入口及出口／轉口方面均有跌幅。根據香港貿發局於 2024 年 11 月發佈的《香港玩具業概況》[1]，玩具業於出口／轉口方面較按年下跌 24%，反映行業增長放緩。

食物及飲料指數下跌 3 點至 36 點，其中出口／轉口方面的跌幅較為明顯（-4 點）。

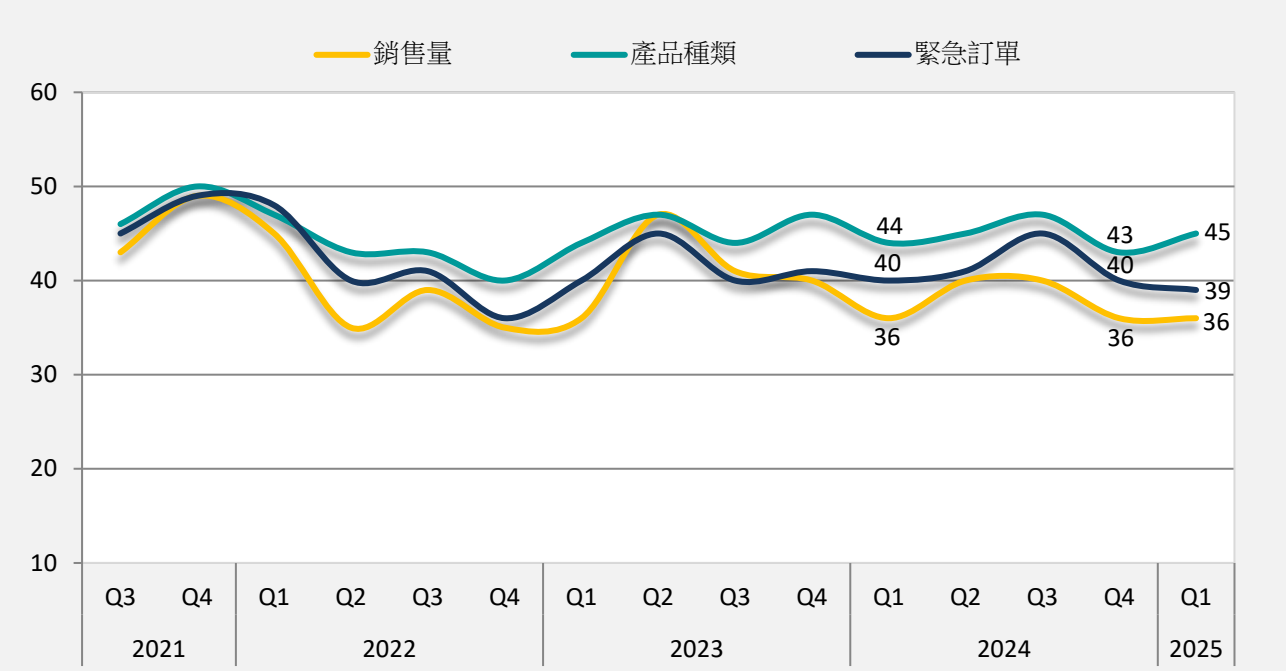
[1] *資料來源：《香港玩具業概況》*
https://research.hktdc.com/tc/article/MzEzOTQwNTA4

與其他空運商品相比，**鐘錶及首飾**指數於近期季度相對平穩。於 2025 年第一季，該指數維持在 35 點，與上一季及 2024 年第一季相若。

衣飾（33 點）自上季的顯著跌幅後於 2025 年第一季錄得輕微升幅（+2 點），主要由入口的上升（+3 點）所致，而出口／轉口則維持平穩。

分項指數

2025 年第一季，產品種類指數輕微上升，連續七季成為表現最好的分項指數。緊急訂單指數稍為下跌 1 點至 39 點，而銷售量穩定維持於 36 點，與上季及去年同季相同。此調查結果反映出「款多量少」的新趨勢。



產品種類指數於本季錄得輕微升幅（+2 點），並連續七季成為表現最好的分項指數。入口及出口／轉口均有所增長，其中入口的增長較為顯著（+3 點）。

緊急訂單指數錄得輕微下跌（-1 點），受出口／轉口方面的 1 點跌幅所致。

銷售量指數的表現與上季持平（36 點）。

各市場的分項指數發展如下：

- **美洲**所有分項指數進一步下降，其中以銷售量指數（-8 點）及緊急訂單指數（-6 點）的跌幅較為顯著。

- **亞太地區**的分項指數錄得不同程度的增長：
  - **中國**於所有分項指數均錄得增長，且每項指數的表現均優於 2024 年第一季。特別是產品種類的增長最為顯著（+7 點）。
  - **日本**的分項指數有不同程度的增長，緊急訂單指數方面錄得最大升幅（+4 點），也達到自 2023 年以來的最高水平。

- **其他亞太地區**亦於所有分項指數方面有所增長，其中產品種類方面的增幅較為顯著（+8 點）。

- **歐洲**的銷售量及緊急訂單維持平穩，分別為 35 點及 39 點。產品種類是唯一錄得升幅的指數。

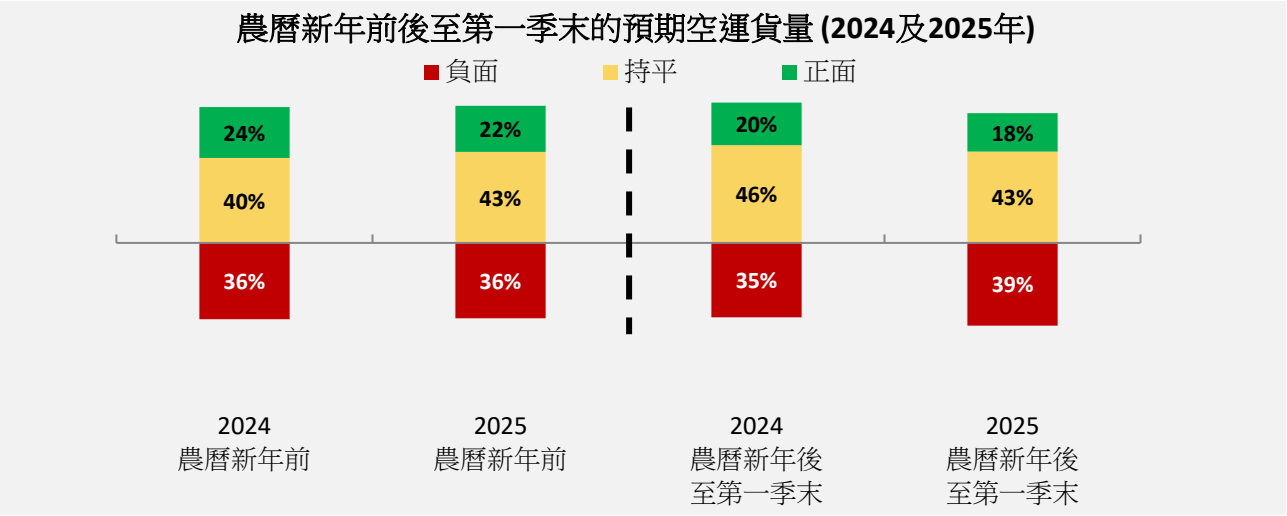
近期市場消息對空運貿易的影響

2024 年傳統旺季（感恩節及聖誕前夕）與空運用家的預期相若，超過一半（53%）的受訪者表示實際表現與預期差不多。而受訪者對農曆新年前夕的表現預期保守，只有 22%預期正面及 43%預期持平。對農曆新年後至第一季末表現抱正面預期的空運用家下跌至 18%，而負面預期則增至 39%。在不確定的中美緊張關係及貿易政策下，大部份空運用家採取觀望態度，而部份則考慮開拓其他市場以尋找機遇。

註：由於四捨五入的關係，百分比合計未必等於 100%。

根據上一季的調查結果，更多空運用家（69%）對傳統旺季有持平或正面的預期。然而，本季的調查結果反映，只有少於十分之一的受訪者（8%）表示他們於 2024 年傳統旺季（感恩節及聖誕前夕）的實際表現較預期好，而超過一半（53%）表示與預期差不多。

就市場而言，值得注意的是，大部份以美洲為主要市場的空運用家（71%）於上一季對 2024 年傳統旺季抱持持平或正面預期。然而，其實際表現未達預期，當中相對較多表示表現較預期差（42%）。



註：由於四捨五入的關係，百分比合計未必等於 100%。

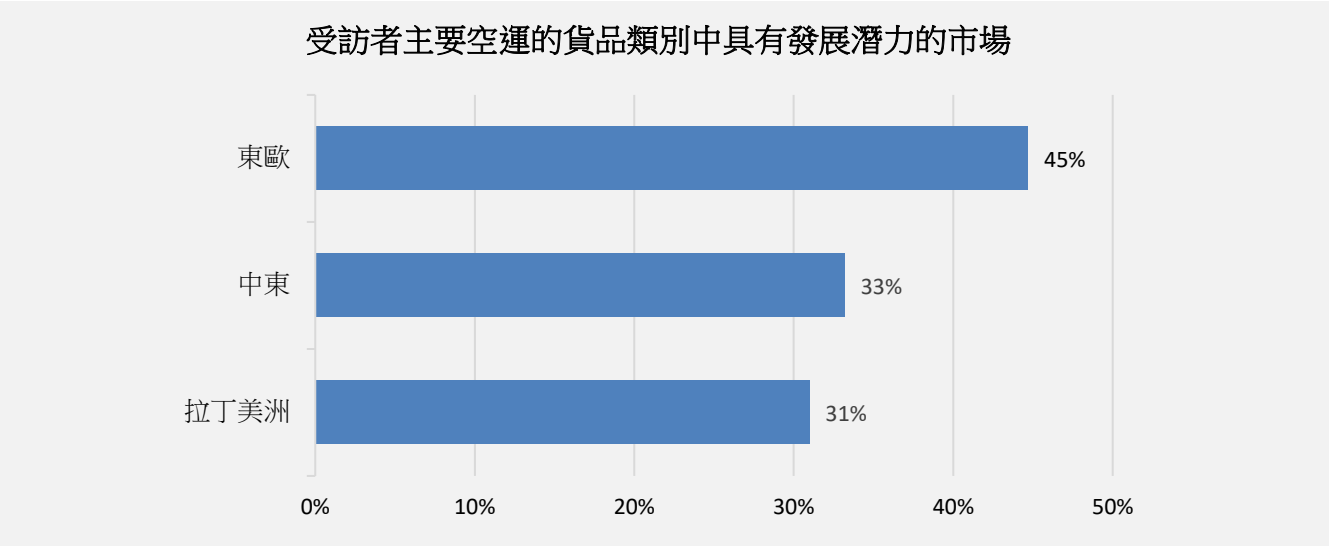
空運用家對農曆新年前夕的預期較去年同期保守，43%預期持平。同時，接近四分之一（22%）的空運用家預期 2025 年農曆新年前夕的空運貨量將較往年有所增加。

農曆新年後至 2025 年第一季末，持正面預期的空運用家較 2024 年下跌 2 個百分點至 18%，而持負面預期的比例則上升 4 個百分點至 39%。

以市場層面分析，以中國為主要市場的空運用家對農曆新年前夕的預期較為正面（25%），而以其他亞太地區為主要市場的空運用家對農曆新年後的預期相對正面（22%）。相反，以其他地區為主要市場的空運用家對農曆新年前夕持樂觀展望的比率較低（9%），而以日本為主要市場的空運用家則對農曆新年後的樂觀展望較低（12%）。

註：受訪者可以選擇多項答案

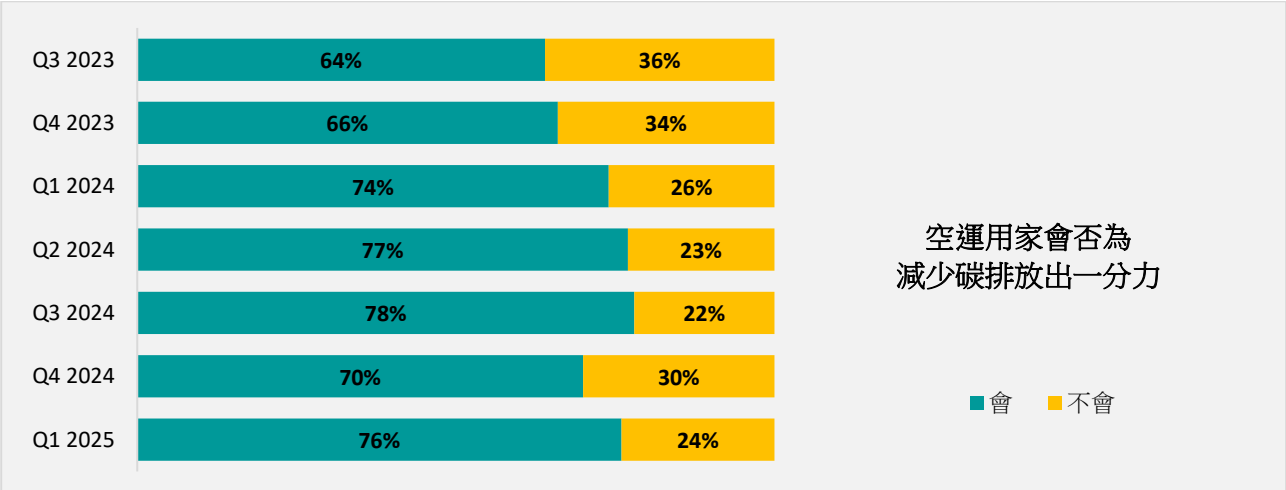
考慮到中美緊張及貿易政策的不確定性，大部份空運用家選擇「繼續監察」（76%），而 21%表示他們會「開拓其他市場」以發掘機遇作為其積極應對策略。其次為「加快出貨」（11%）及「從其他市場生產或採購產品/原材料」（11%）。



^ 基於所有回應
註：由於四捨五入的關係，百分比合計未必等如 100%。

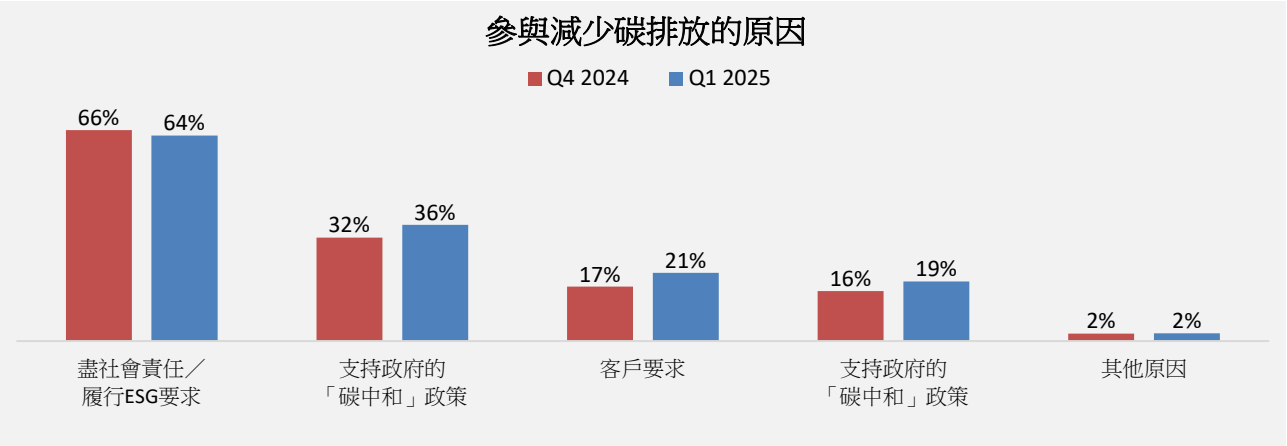
在三個市場中，中東被認為最具發展潛力的市場，45%的空運用家看好該市場，尤其是在出口／轉口方面，當中較高比例的空運用家（64%）相信其潛力。其次為東歐（33%）及拉丁美洲（31%）。

就空運商品而言，結果顯示禮品、玩具及家庭用品於東歐有更大的潛力（39%）。值得注意的是，接近一半（49%）來自鐘錶及首飾指數的空運用家表示中東有顯著潛力，而 33%來自食物及飲料的空運用家則表示拉丁美洲具有最大潛力。



註：由於四捨五入的關係，百分比合計未必等於 100%。

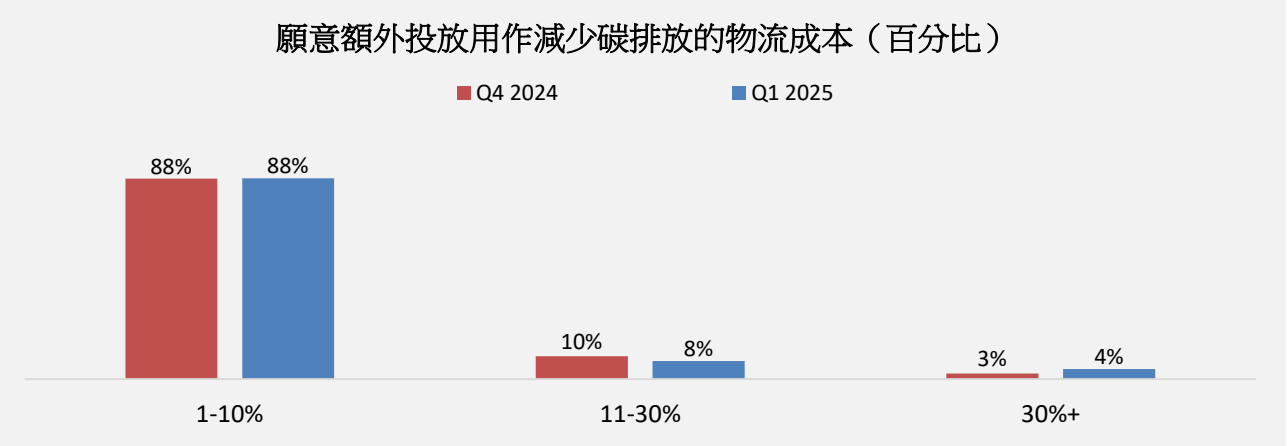
在 2025 年第一季，76%的空運用家表示願意參與減少碳排放，較上季增加 6%，重回 2024 上半年的相若水平。



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

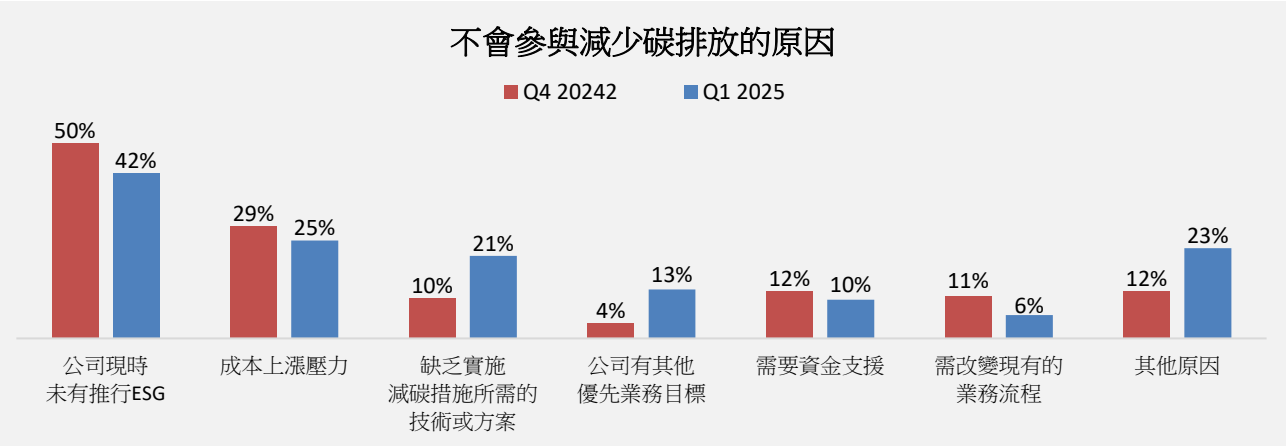
「盡社會責任／履行 ESG 要求」（64%）仍然是受訪者願意參與減少碳排放的主要推動因素。這突顯中小企認同將環境、社會和公司治理（ESG）的標準納入其營運策略的重要性。其次是「支持政府的『碳中和』政策」（36%），錄得 4 個百分點的增幅，並達到自 2023 年以來的最高水平，表明空運用家對政府「碳中和」政策的關注度有所提升。



註：基於表示願意參與減少碳排放的受訪者

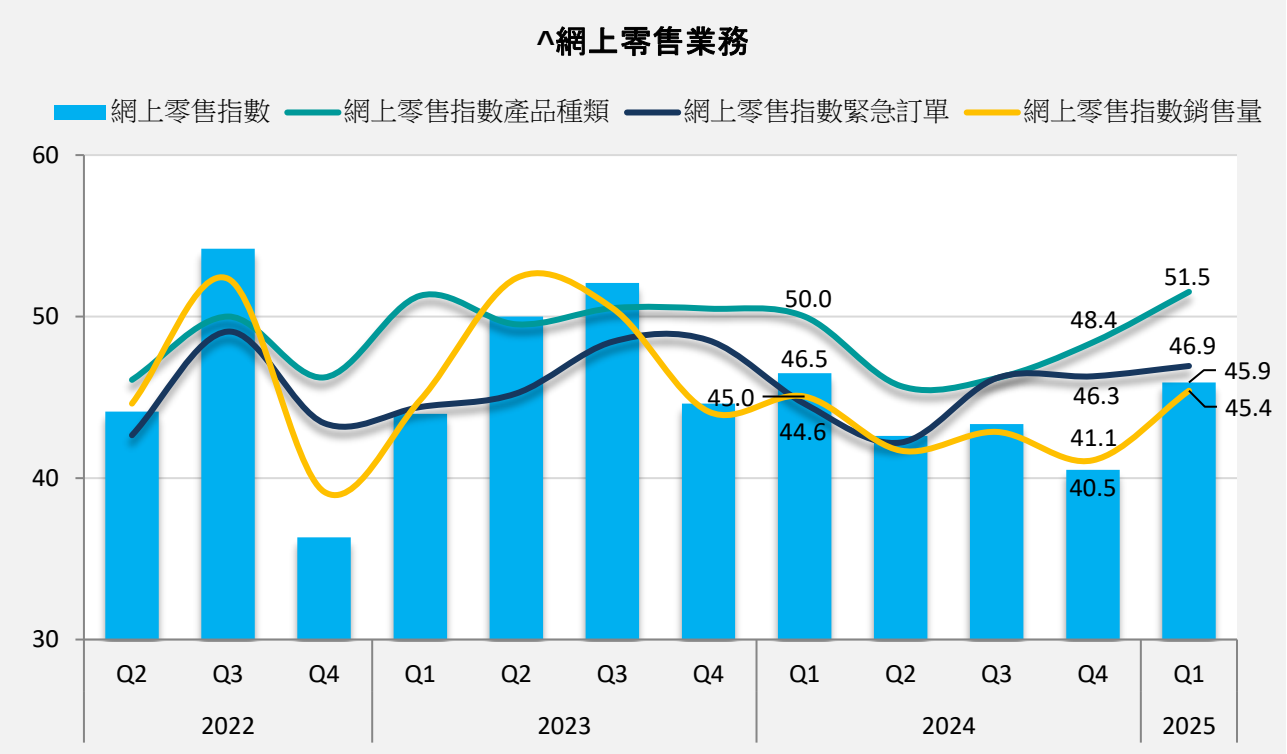
註：由於四捨五入的關係，百分比合計未必等於 100%。

在願意額外投放物流成本的空運用家當中，大部份（88%）願意額外投放最多 10%的物流成本作減少碳排放以達致目標。同時，12%受訪者願意額外投放多於 11%的物流成本。



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

與上季相若，「公司現時未有推行 ESG」（42%）為空運用家不會參與減少碳排放的主要原因。其次原因為「成本上漲壓力」（25%）。值得注意的是，「缺乏實施減碳措施所需的技術或方案」（21%）的擔憂較上季上升 11 個百分點，顯示更多空運用家在尋找及應用有效策略以減少碳足跡方面遇到挑戰。



^ 基於有網上零售業務的受訪者

網上零售業務指數經歷兩年以來的低點後上升 5.4 點至 45.9 點。各項指數均錄得不同程度的上升，其中銷售量的升幅較為顯著（+4.4 點）。產品種類上升 3.1 點，亦是唯一超過 50 中性水

平線的指數（51.5 點）。緊急訂單的表現維持平穩（+0.6 點）。調查結果顯示，產品種類較多而銷售量較少反映出消費者日漸偏好多樣化選擇的，而非大量購買，突顯市場對客製化及靈活性的需求。

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。