



DHL 香港空運貿易領先指數（DTI）

2025 年第四季度報告

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 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 = $[100 \times (\text{受訪者中回答「增加」的樣本比例})] + [50 \times (\text{受訪者中回答「不變」的樣本比例})] + [0 \times (\text{受訪者中回答「減少」的樣本比例})]$

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

整體空運貿易指數反映復甦：美洲市場的信心改善、網上零售業務上揚及積極主動的貿易策略促進市場對旺季抱持審慎樂觀的展望。

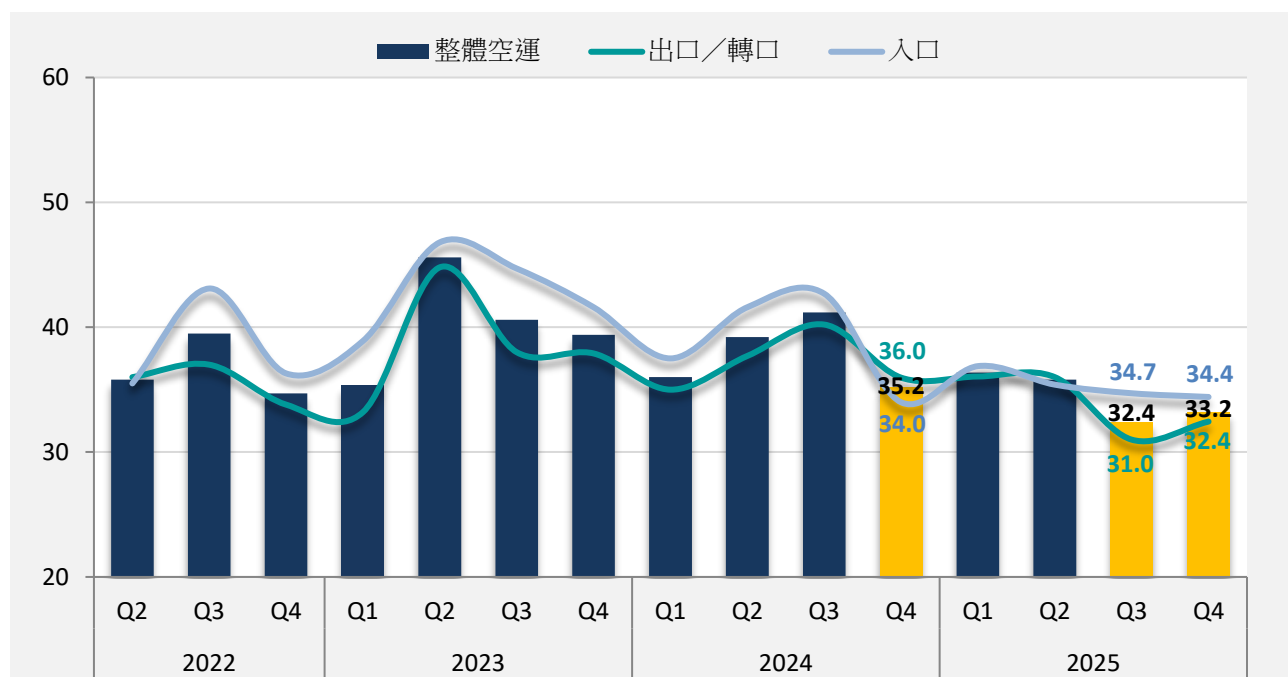
- 整體空運貿易指數輕微上升至 **33.2** 點，標誌著近期下行趨勢終止。市場氣氛緩和，並呈復甦跡象。
- 市場方面，美洲指數錄得輕微改善，上升 **2** 點至 **30** 點。
- 網上零售業務指數於本季表現顯著，由 **34.3** 點躍升至 **36.1** 點，主要受網上零售指數產品種類方面的增長所帶動。
- 展望即將來臨的旺季，受訪者維持審慎樂觀。**67%**受訪者預期貨運量維持平穩（**48%**）或預期增長（**19%**），反映市場預期商業活動持續。
- 為提升市場適應力及控制成本，接近四分之一出口美洲的空運用家（**23%**）將貨物合併運送，反映當前貿易環境下的切實應對方案。
- 前瞻性的空運用家正在探索新增長市場，近 **18%**出口美洲的空運用家正將貨物轉移至新興市場。東南亞在一眾新興市場中佔據主導地位（佔 **43%**），突顯行業戰略重心正逐步移向區域性發展。
- 過去兩年，重視碳排放且積極參與的空運用家比例有穩定上升，標誌著業界觀點有明顯轉變，並展現出推動可持續實踐的堅定承諾。

香港生產力促進局首席數碼總監黎少斌先生表示：「整體空運貿易指數標誌了一個業界的重要時刻，於經歷一段的不確定時期後，我們樂見初步穩定的跡象。主要市場的轉變，尤其是美洲及東南亞市場，展現了在充滿挑戰的環境下所具備的韌性及適應能力。值得注意的是，近期「互惠關稅」和取消豁免來自中國內地及香港的小額包裹落實生效正在重塑貿易動態，促使空運用家重新評估供應鏈策略及市場的切入方式。」

對可持續發展的重視有顯著增長，越來越多企業將減少碳排放列為首要目標，亦積極主動發掘新興市場，以應付不斷變化的環境。展望即將到來的旺季，我們依然保持審慎樂觀的態度，深信策略規劃和持續創新將為業界帶來長遠的成長動力。」

整體空運貿易指數

本季整體空運貿易指數回升，受出口／轉口於前季大幅回落後出現反彈所帶動。入口活動則持續減弱，本年度以來呈下行趨勢。儘管整體情況略有改善，但仍處於疲弱水平。



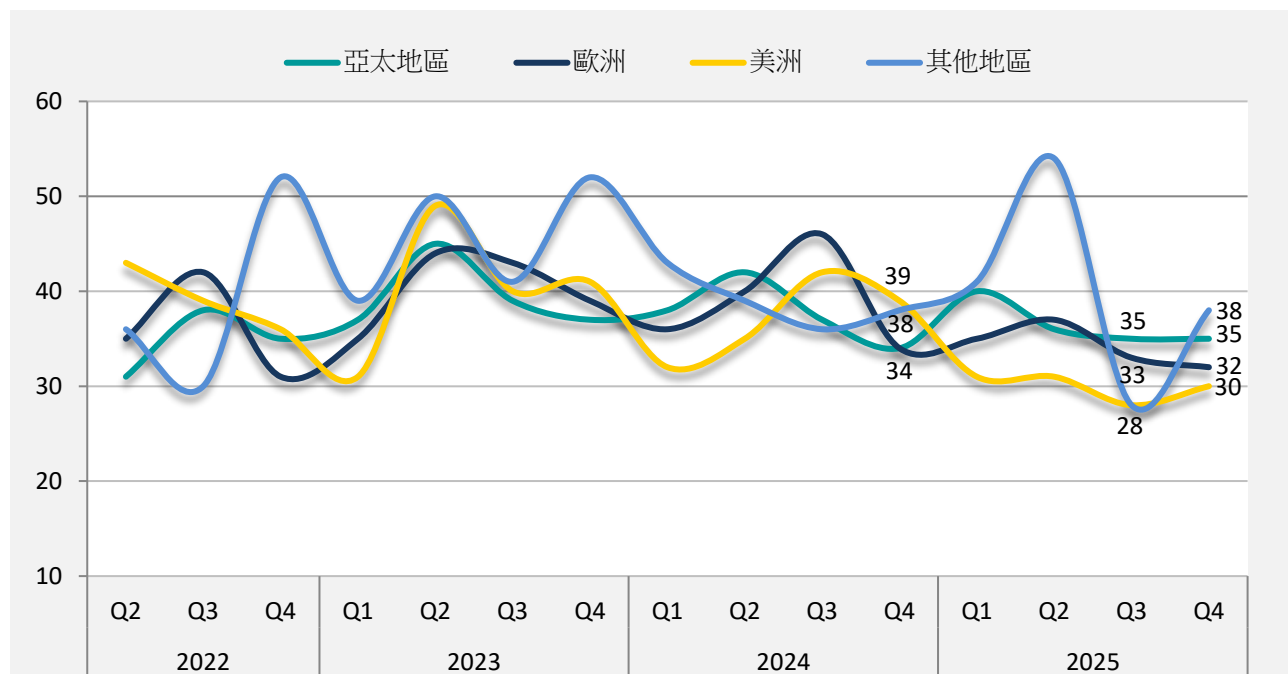
2025 年第四季**整體空運指數**較上季升 0.8 點，達至 33.2 點。

繼上季跌幅，**出口／轉口指數**上升至本季的 32.4 點（+1.4 點），影響整體空運貿易指數。

入口指數於本季下跌 0.3 點，是自本年度第一季以來，錄得整體 2.5 點的跌幅。

市場

本季各市場的表現不一。亞太地區整體保持平穩：中國內地受人口主導的溫和復甦所影響，錄得回升；而日本指數於出口／轉口及入口方面展現強勁反彈。美洲指數輕微改善，受益於強勁入口增長及出口／轉口輕微上升，恢復至年中的水平。歐洲指數則下跌至自 2023 年以來的最低水平。



亞太地區指數維持平穩，於 2025 年第四季錄得 35 點，詳情如下：

- 中國內地指數於本季上升 2 點至 35 點，主要受入口方面的 3 點增幅所帶動。
- 日本指數顯著增長，指數躍升 7 點至 41 點，受出口／轉口方面的 9 點增幅及入口方面的 3 點回升所致。
- 其他亞太地區指數經歷 3 點跌幅，穩定於 33 點並重回 2025 年第二季的水平。

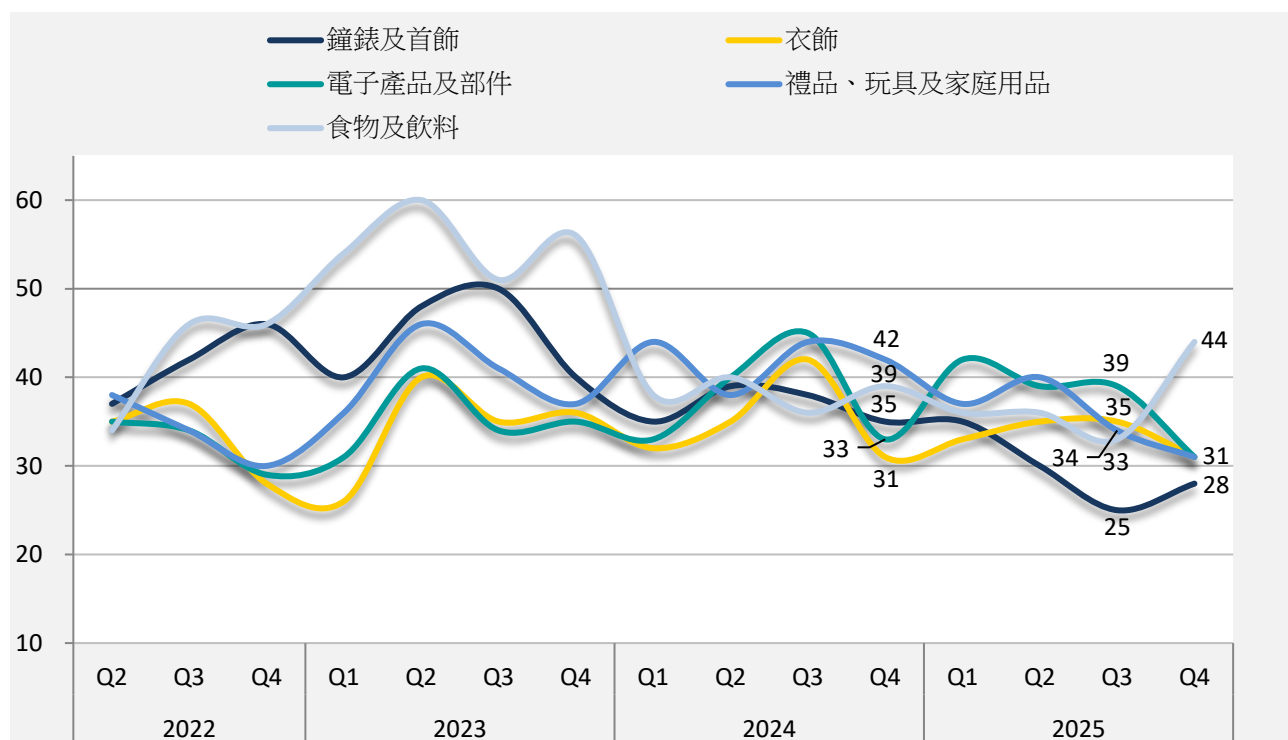
美洲指數錄得 2 點的改善，上升至 30 點，主要受入口方面的改善所致（+5 點）。

歐洲指數下降 1 點至 32 點，是自 2023 年以來的最低水平。

其他地區指數上升 10 點至 38 點。

空運商品

本季各類空運商品的表現有所不同。電子產品及部件指數急劇下跌至自**2024**年以來的最低水平，主要受入口方面的大幅回落所致。衣飾指數亦呈下跌趨勢。禮品、玩具及家庭用品指數於入口及出口／轉口方面持續下跌。相反，食物及飲料指數則於所有空運商品類別中錄得強勁增長，達至**2024**年新高；而鐘錶及首飾指數則錄得輕微升幅。



電子產品及部件指數自過去兩季的平穩發展後，於本季錄得顯著的8點跌幅。這是自**2024**年以來的最低水平。跌幅主要受入口方面影響，下跌13點，而出口／轉口方面錄得5點的跌幅。

衣飾指數於本季下跌4點至31點，出口／轉口及入口方面分別下跌4點及5點。

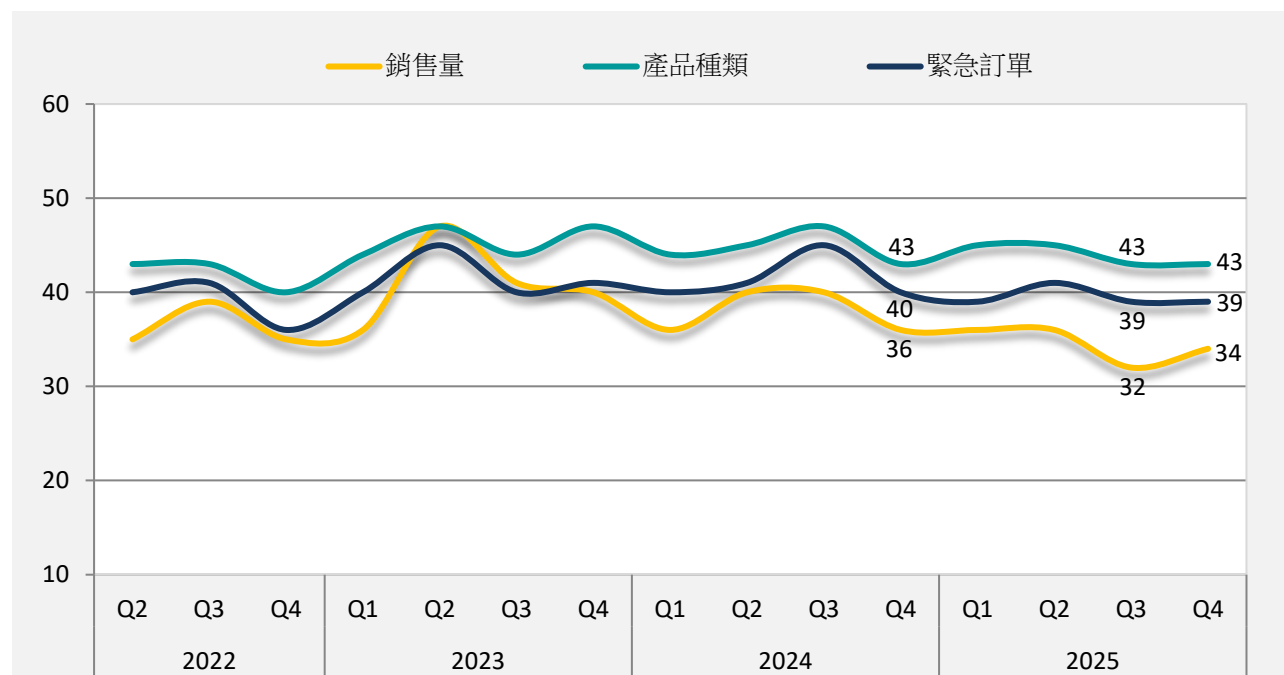
禮品、玩具及家庭用品指數的跌勢持續，進一步下跌3點，入口（-4點）及出口／轉口（-2點）均出現跌幅。

食物及飲料指數於本季的升幅最為顯著，上升11點至自**2024**年以來的最高記錄。出口／轉口（-4點）及入口（-4點）均有增長。

鐘錶及首飾指數錄得3點的輕微升幅，主要受出口／轉口方面的增長所帶動。

分項指數

產品種類及緊急訂單於 2025 年第四季均維持相若水平，而銷售量因日本指數及食物及飲料的上升稍為改善。



產品種類指數於本季維持於 43 點，並已連續兩年半高於其他各分項指數。

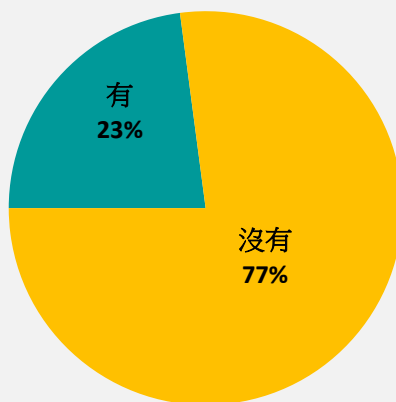
緊急訂單指數維持於 39 點，自 2024 年下半年以來，於 39 及 41 點之間徘徊。

銷售量指數輕微上升 2 點，主要受日本指數及食物及飲料的增長所致。

近期市場消息對空運貿易的影響

自 2025 年五月起，隨著美國實施「互惠關稅」和取消對來自中國內地及香港的小額包裹豁免關稅政策生效後，大部份出口美洲的空運用家於過去三個月採取謹慎的觀望策略。然而，值得注意的是，五分之一的用家正積極合併貨運或投資新市場，展現其具備適應挑戰的能力。

把更多貨物合併然後運送至美洲市場

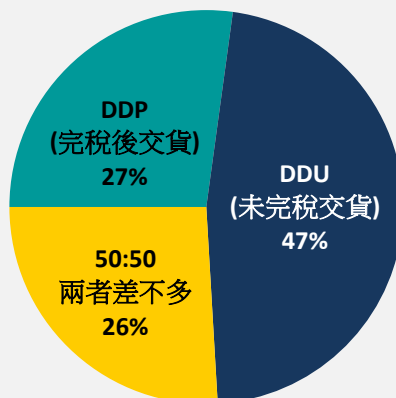


註：由於四捨五入的關係，百分比合計未必等於 100%

註：基於有出口至美洲的受訪者

自 2025 年五月起，相關美國關稅政策落實生效，部份空運用家有調整貨運策略。約 23% 的受訪者現時傾向合併運送。

於美洲市場以DDP (完稅後交貨)付稅與DDU(未完稅交貨)付稅的比較

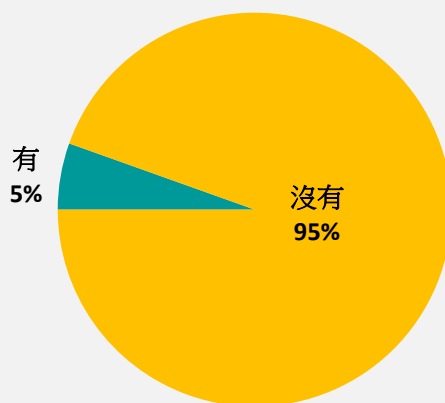


註：由於四捨五入的關係，百分比合計未必等於 100%

註：基於有出口至美洲的受訪者

接近 47% 空運用家表示他們的貨運較多以未完稅交貨 (DDU)，而 27% 表示以完稅後交貨 (DDP)。

增加與美洲物流中心的合作或計劃在美洲設立物流中心

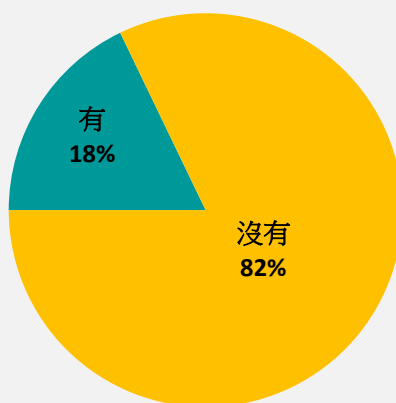


註：由於四捨五入的關係，百分比合計未必等於 100%

註：基於有出口至美洲的受訪者

只有 5% 空運用家表示會增加與美洲物流中心的合作或計劃在美洲設立物流中心。

將原有美洲市場的貨物轉移至新市場

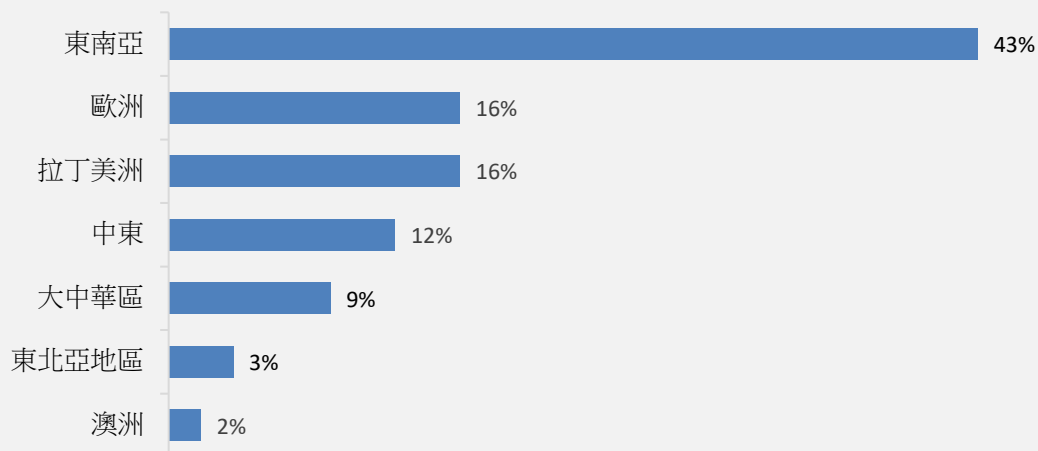


註：由於四捨五入的關係，百分比合計未必等於 100%

註：基於有出口至美洲的受訪者

因應美國的關稅稅率提升，18% 以美洲為主要市場的空運用家將準備增加貨物轉移至新市場。

將原有美洲市場的貨物轉移至現有及潛在市場

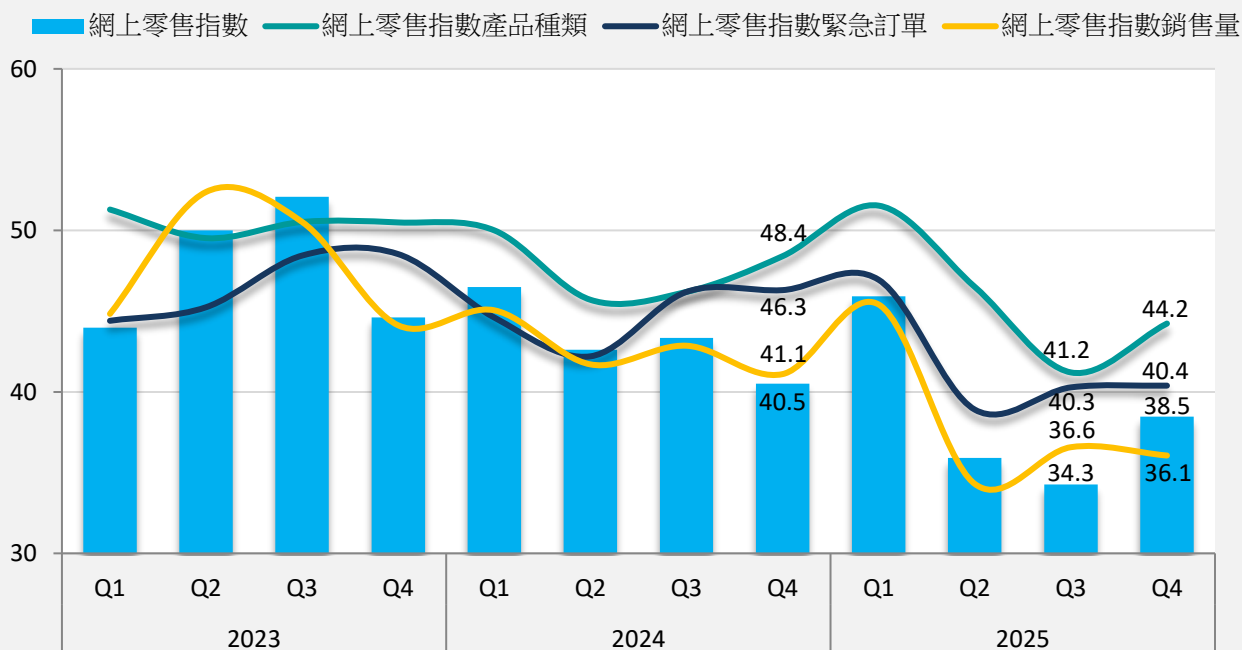


註：基於所有回應

註：基於有出口至美洲的受訪者

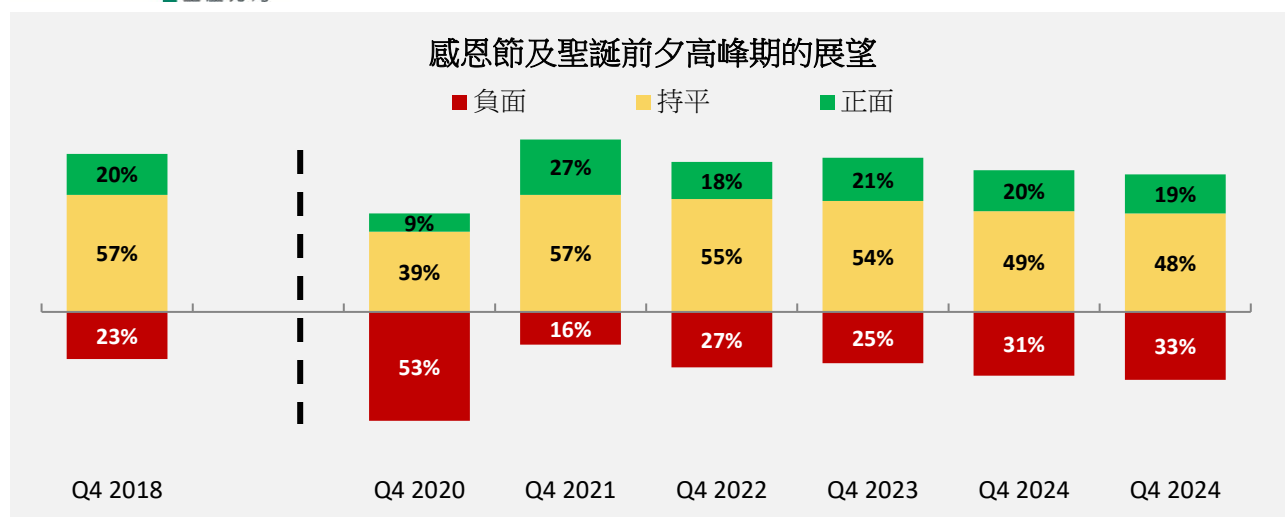
原本運往美洲的貨物，**55%**沒有轉往指定市場。至於有計劃轉運的空運用家當中，超過 **40%**預期會將貨物轉移至東南亞市場，而 **16%**會轉移至歐洲及拉丁美洲。

^網上零售業務



註：基於有網上零售業務的受訪者

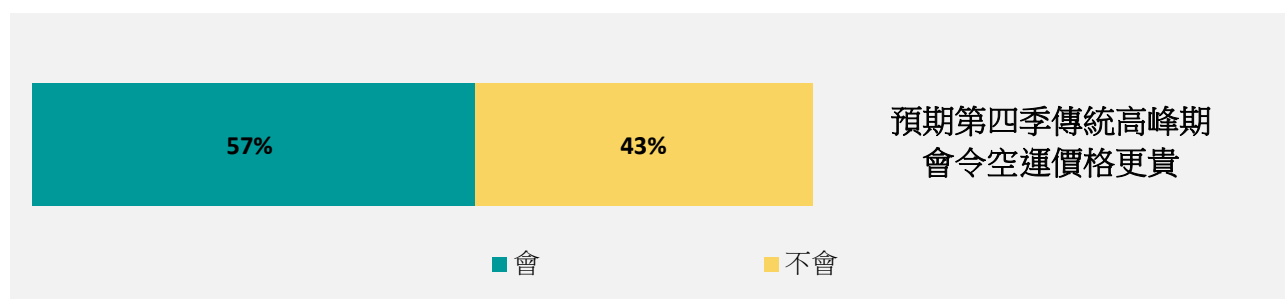
2025 年第四季，網上零售業務指數錄得顯著上升，上升 **4.2** 點至 **38.5** 點。是次增長主要受惠於產品種類方面的 **3** 點增幅。儘管如此，銷售量方面則錄得 **0.5** 點的輕微跌幅。



註：由於四捨五入的關係，百分比合計未必等於 100%

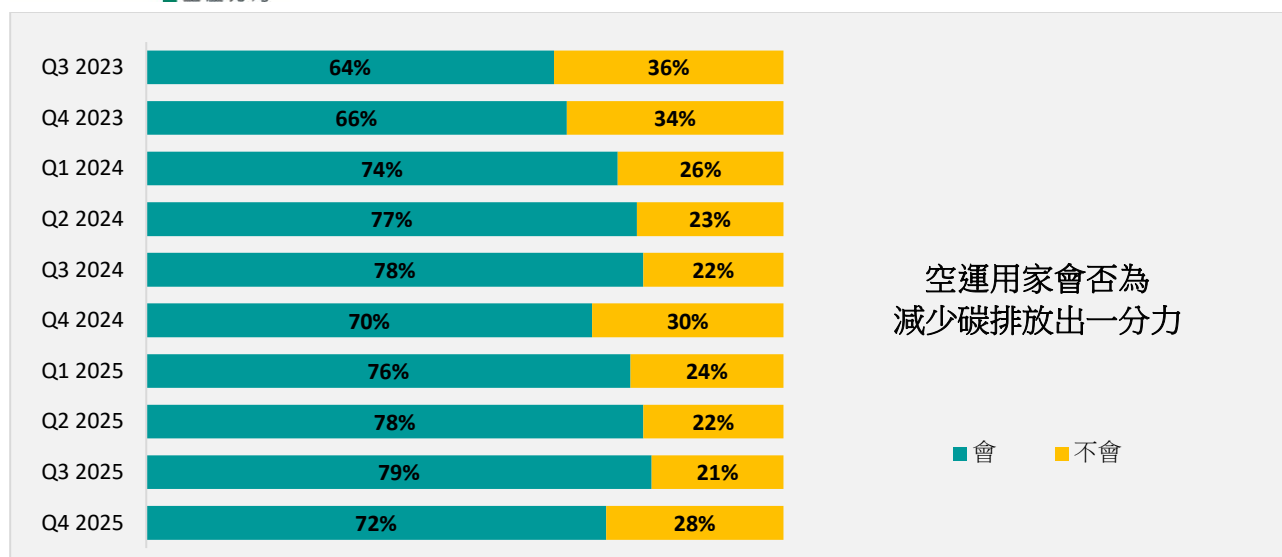
2025 年第四季，空運用家預期傳統旺季（感恩節及聖誕前夕）保持穩定，19%空運用家預期正面，與 2022 年時期的水平相若。

持負面預期的空運用家比例於本年上升 2 個百分點至 33%。依空運商品而言，預期最差的為鐘錶及首飾（42%）及禮品、玩具及家庭用品（40%）。依市場而言，於美洲（36%）及日本（36%）營運的空運用家對本年預期持負面展望所佔的比例最高。



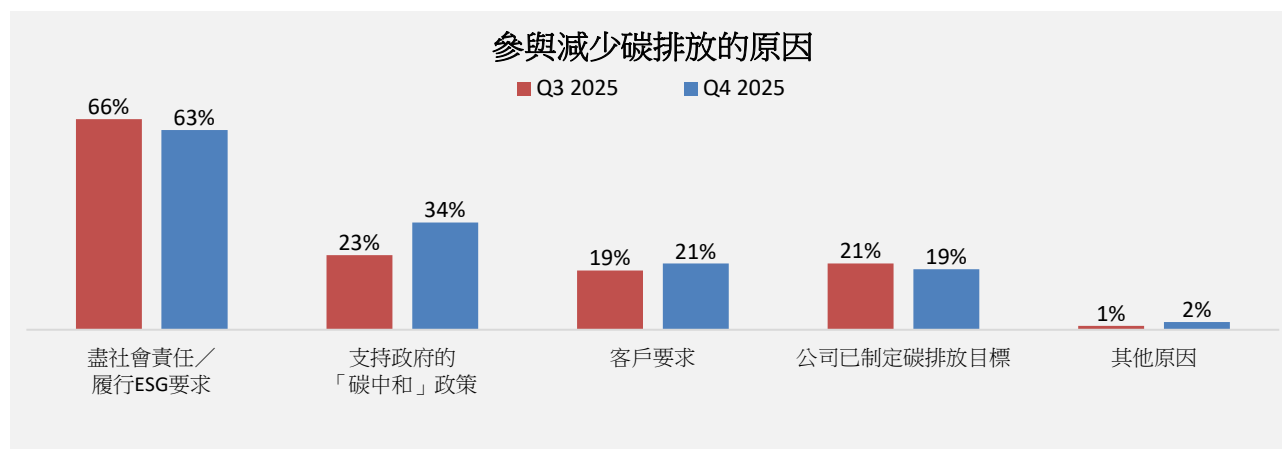
註：由於四捨五入的關係，百分比合計未必等於 100%

空運用家對傳統高峰期的空運價格預期各異，57%預期本年的空運價格較貴。此趨勢在日本及歐洲市場較為明顯，衣飾及電子產品及部件的空運商品亦相若。



註：由於四捨五入的關係，百分比合計未必等於 100%

2025 年，平均 76% 的空運用家表示願意參與減少碳排放，與 2024 年相比，有 1 個百分點的輕微增長。

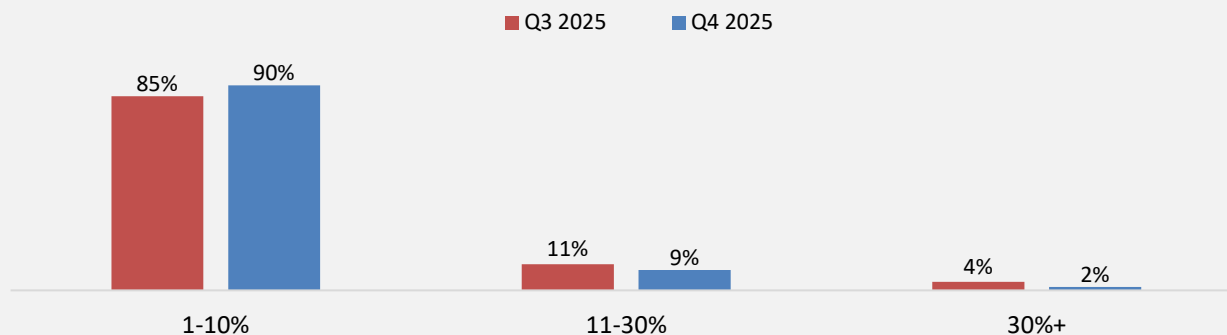


註：基於表示願意參與減少碳排放的受訪者

註：受訪者可以選擇多項答案

在願意參與減少碳排放的受訪者當中，「盡社會責任／履行 ESG 要求」（63%）是主要推動力，其次為「支持政府的『碳中和』政策」（34%）及「客戶要求」（21%）。

願意額外投放用作減少碳排放的物流成本（百分比）

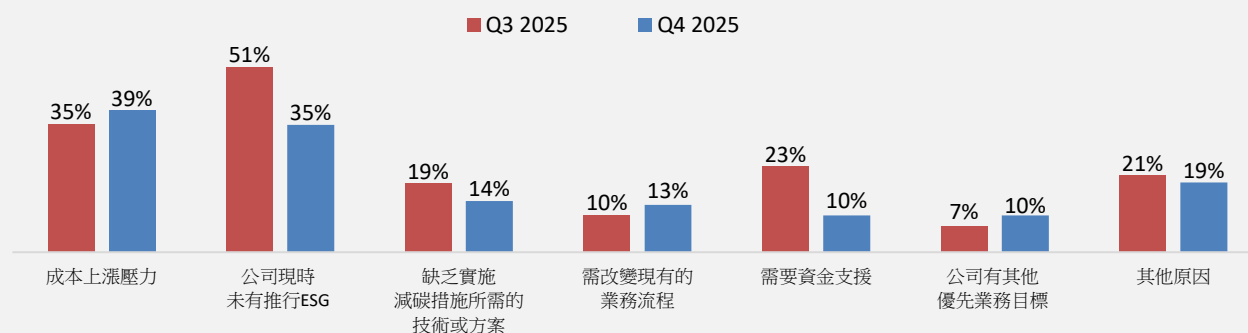


註：基於表示願意參與減少碳排放的受訪者

註：由於四捨五入的關係，百分比合計未必等於 100%

與上一季相若，約 90% 的空運用家願意額外投放最多 10% 的物流成本用作減少碳排放以達致目標。此外，9% 受訪者願意額外投放最多 30%，而 2% 願意額外投放 30% 以上用作減少碳排放。

不會參與減少碳排放的原因



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

受訪者不會參與減少碳排放的主要原因為「成本上漲壓力」（39%），其次是「公司現時未有推行 ESG」（35%），重回 2025 年第二季的水平。

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，致力以世界級先進技術與創新服務推動香港企業提升生產力。作為全國最具規模，以市場為導向的領先科技與綜合製造服務的國際新型研發機構，生產力局以創新科技推動香港及中國內地新型工業化，成就新質生產力發展，助力香港成為國際創新科技中心及智慧城市，並提供全面方案提升企業競爭力。為進一步協助企業拓展全球市場，生產力局成立「The Cradle 出海服務中心」，為企業提供產品、技術、製造及管理出海等關鍵需求的出海服務，助力企業成功出海。生產力局積極與本地工商界及世界級研發機構合作，推動技術轉移、產品創新及研發成果商品化，為產業創優增值。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，並透過未來技能發展課程，讓企業及學界掌握最新數碼及 STEM 技術，以加強人才培訓及香港競爭力。

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：(852) 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。