



## DHL 香港空運貿易領先指數 (DTI)

2026 年第二季度報告

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](http://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 1658 億元總收入，當中 481 億元為貨運收入，並帶來超過 36,000 個就業機會<sup>(1)</sup>。

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。



<sup>1</sup> 2024 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。

## 本季撮要

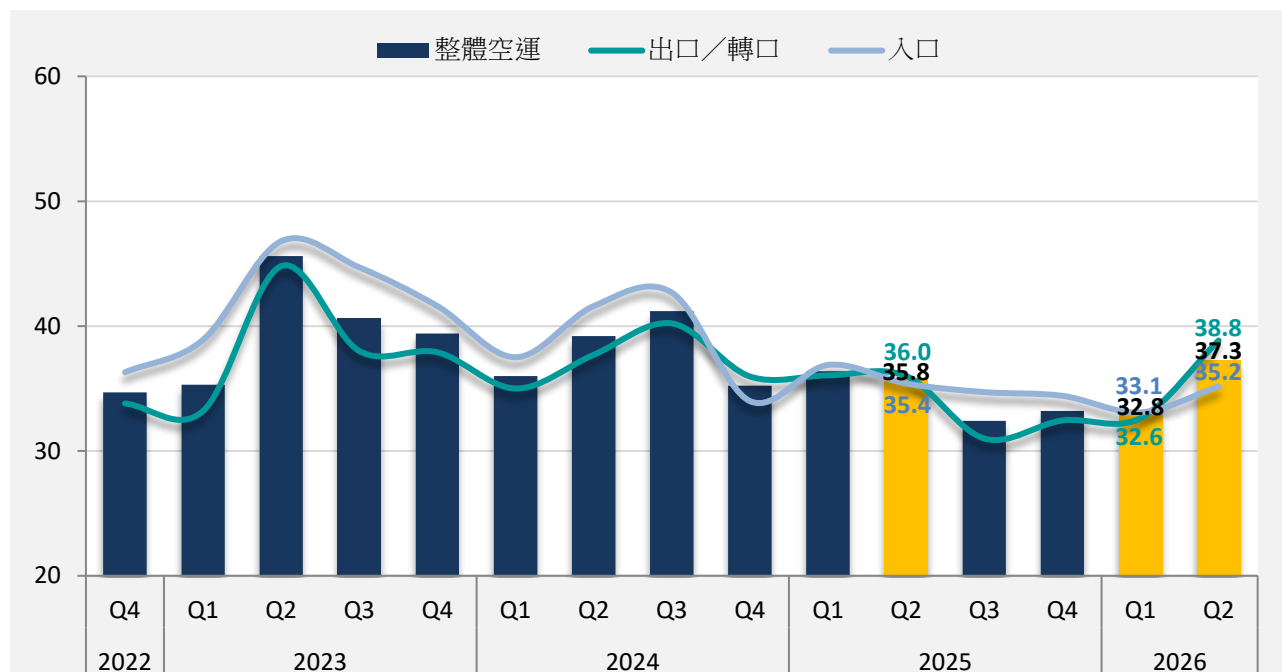
**2026 年第二季整體空運貿易指數上升至 37.3 點，創下自 2024 年第四季以來的六個季度新高。復甦主要受美洲指數強勁增長帶動，反映美國關稅壓力暫時緩和所帶來的支持；同時亞洲需求強勁，加上出口／轉口方面大幅上升，亦為整體增長提供有力支持。**

- 整體空運貿易指數於 2026 年第二季攀升 4.5 點至 37.3 點，是自 2024 年第四季以來的最高水平。升幅主要受出口／轉口的強勁反彈（+6.2 點）所支持，而入口則錄得溫和升幅（+2.1 點），與去年同期相若。
- 大部份市場及主要空運商品的表現改善。美洲及亞太地區主導復甦趨勢，而歐洲則因入口活動轉弱成為唯一表現下滑的市場。在空運商品方面，衣飾及電子產品及部件指數表現良好，而禮品、玩具及家庭用品指數則於前季上升後稍為回落。
- 應對歐盟將於本年 7 月 1 日起對低價包裹徵收 3 歐元的統一定額關稅的措施，在出口歐洲並選擇透過價格調整以應對有關影響的賣家當中，超過九成表示計劃把額外關稅成本轉嫁予消費者或與顧客共同承擔。
- 在美國及歐盟貿易政策持續不明朗的背景下，出口歐洲及／或美洲的空運用家視東南亞（37%）為具強勁增長潛力的主要替代市場。
- 在部署「出海」時，「關稅及清關程序複雜」（23%）及「物流及配送成本高」（20%）成為受訪者面對的首要挑戰。然而，超過 85% 的空運用家對拓展海外貿易前景保持中性或正面態度。
- 本季調查結果尚未反映近期中東局勢及霍爾木茲海峽事件的潛在影響，相關情況將於下季調查進一步評估。

香港生產力促進局首席數碼總監黎少斌先生表示：「空運貿易於 2026 年第二季維持上升軌跡，達至最近六個季度以來的新高，這受惠於出口／轉口方面的強勁反彈及入口方面的平穩復甦。美洲及亞太地區主導地區層面的改善，而東南亞逐漸受到關注，因其於全球貿易政策持續變化下，仍成為具前景的替代市場。產品種類的韌性及銷售量的復甦，反映出空運用家對不斷變化的需求模式的適應能力。為準備歐洲地區即將來到的政策改動，空運用家以務實的策略應對，包括調整價格及市場多元化，務求於複雜的全球環境中維持增長。」

## 整體空運貿易指數

2026 年第二季的空運貿易呈增長趨勢，指數升至自 2024 年第四季以來六個季度之新高，主要受出口／轉口方面的強勁反彈，以及入口方面的穩定復甦所致。同時，在美國及歐盟貿易政策持續不明朗的情況下，空運家仍積極作出調整，以應對不斷演變的市場環境。



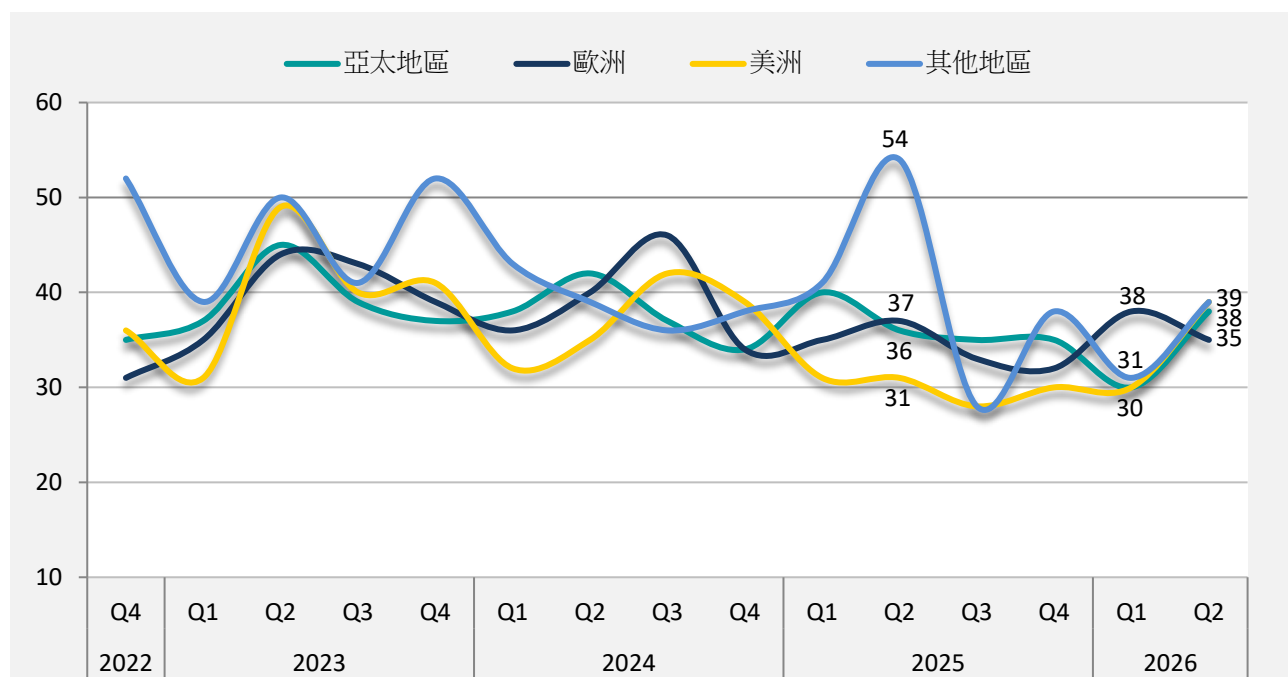
2026 年第二季度，**整體空運指數**上升 4.5 點至 37.3 點，創下自 2024 年第四季以來的最高水平。

**出口／轉口指數**上升 6.2 點至 38.8 點，帶動整體空運指數改善。

**入口指數**同樣錄得溫和增長至 35.2 點（+2.1 點），與去年同期相若。

## 市場

2026 年第二季度，全球大部份主要市場均錄得改善，主要受美洲指數強勁升幅帶動，相關指數在各主要市場中居於本季最高水平。受中國內地及日本的升勢支持，亞太地區指數同樣錄得增長。歐洲則是唯一下滑的市場，反映入口活動放緩。



美洲指數於 2026 年第二季大幅上升 9 點至 39 點，重回 2024 年第四季的水平。相關指數在一眾市場中最高，反映貿易信心全面改善。

亞太地區指數錄得第二高的 38 點，按季呈現 8 點的升幅：

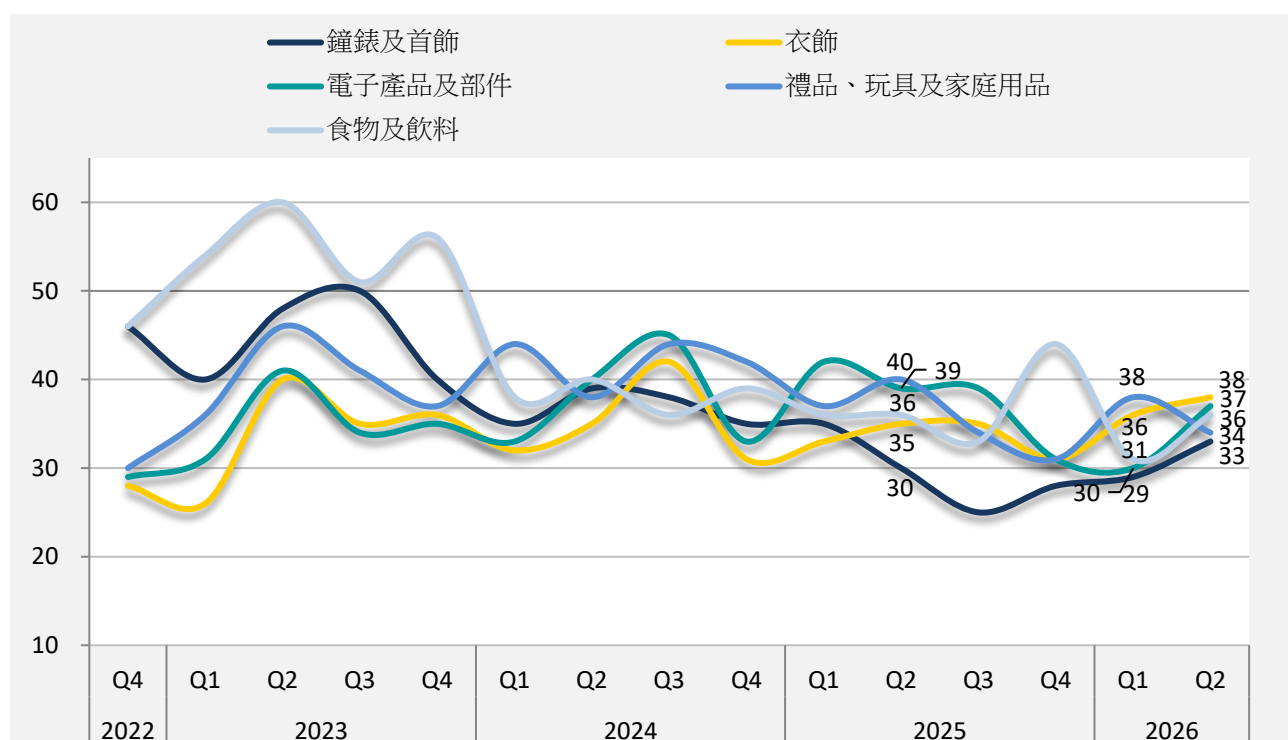
- 中國內地指數上升 4 點至 34 點，受出口／轉口 (+7 點) 及入口 (+2 點) 的改善所致。
- 日本指數錄得顯著反彈，急升 9 點至 34 點，主要受出口／轉口 (+11 點) 方面持續改善，以及入口 (+9 點) 方面穩定增長所支持。
- 其他亞太地區指數同樣顯著改善，上升 9 點至 42 點，主要受出口／轉口 (+7 點) 方面及入口 (+11 點) 方面的增長所帶動。

歐洲指數下跌 3 點至 35 點，是本季度唯一下滑的市場。跌幅主要受入口 (-6 點) 方面大幅下降所致。

其他地區指數上升 8 點至 39 點。

## 空運商品

整體而言，空運商品的表現於**2026年第二季**有所改善，主要受惠於**電子產品及部件**指數的上升，及**出口／轉口**的增長帶動**衣飾**指數反彈。同時，**食物及飲料**指數亦見回升，惟**禮品、玩具及家庭用品**指數則稍為回落。



**衣飾**指數於**2026年第二季**上升**2**點至**38**點，於一眾空運商品指數當中排名最高。指數的增幅主要受**出口／轉口**方面的強勁增長（**+5**點）所帶動，但部份被**入口**的顯著下降（**-6**點）所抵消。

**電子產品及部件**指數錄得強勁反彈，上升**7**點至**37**點。增幅層面廣泛，於**出口／轉口**（**+6**點）方面及**入口**（**+7**點）方面均錄得增長。

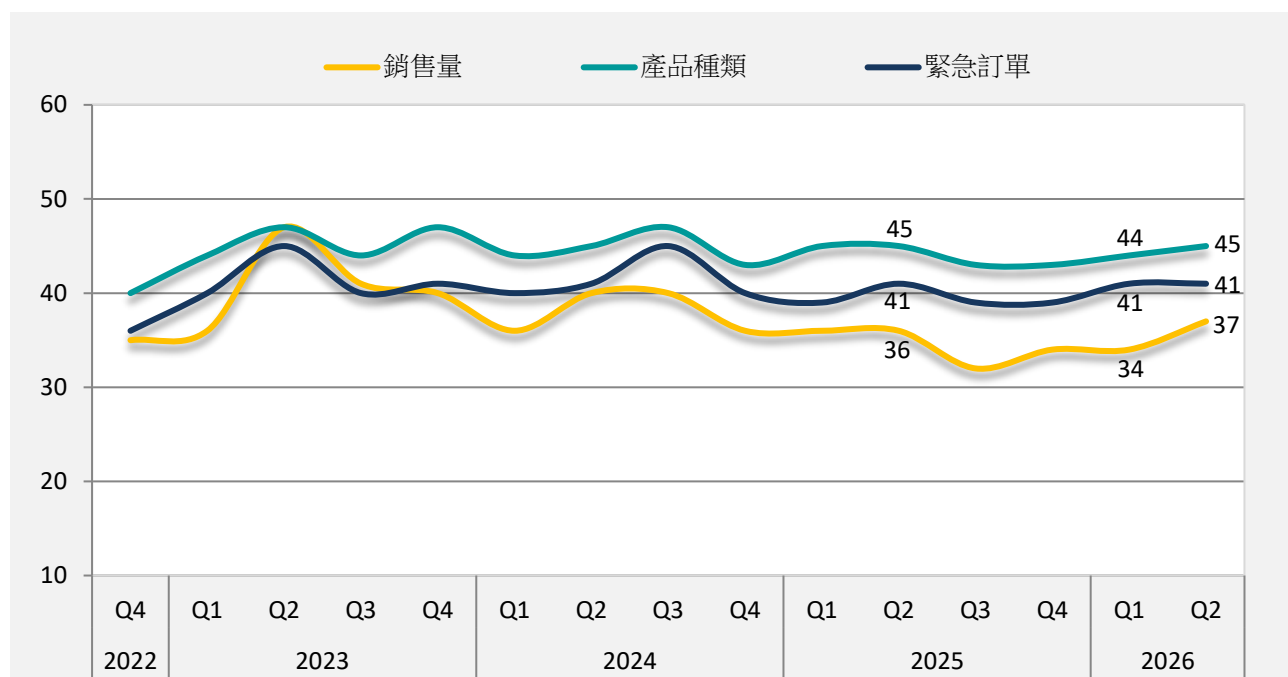
**食物及飲料**指數亦呈復甦勢頭，指數上升**5**點至**36**點，扭轉上一季的部分弱勢。

**禮品、玩具及家庭用品**指數於本季轉弱，下跌**4**點至**34**點，顯示早前的強勁需求稍為緩和。

**鐘錶及首飾**指數上升**4**點至**33**點，受惠於**出口／轉口**及**入口**方面同時改善。

## 分項指數

分項指數的表現於 2026 年第二季有輕微增長，主要受產品種類的持續增長及銷售量回升所帶動，而緊急訂單則維持平穩。相關調查結果反映市場在需求多元性方面展現持續韌性，貨量活動逐步改善，對時效敏感貨件的需求亦保持穩定。



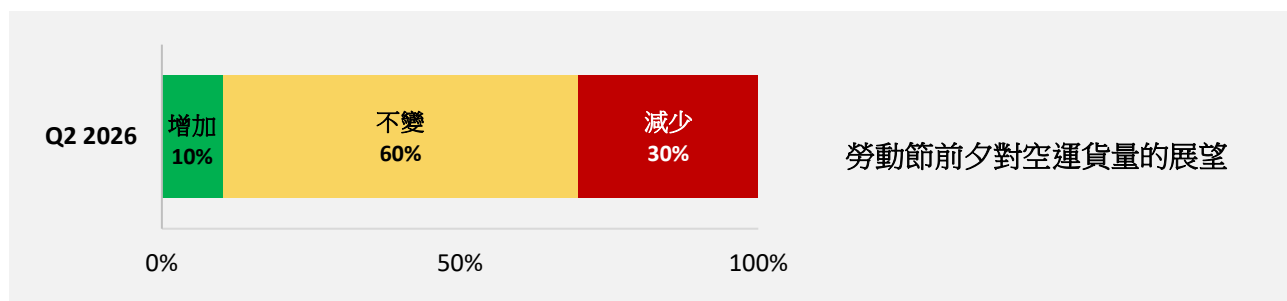
**產品種類**指數有穩步上升的趨勢，於 2026 年第二季上升 1 點至 45 點。本指數維持是排名最高的分項指數，反映空運貨品持續的多樣化。

**緊急訂單**指數於 41 點持平，顯示本季對時效敏感的貨品的需求趨於穩定。

**銷售量**指數錄得改善，上升 3 點至 37 點，主要受出口／轉口增長帶動，當中以美洲升幅最為突出（+11 點），反映整體貨量活動方面適量回升。

## 近期市場動態影響空運貿易前景

空運用家近期持謹慎態度，大部受訪者預計勞動節前夕空運貨量保持穩定。歐盟早前宣布取消低價包裹的免稅門檻，促使空運用家進行價格調整，主要透過轉嫁或共同承擔成本。有出口至歐洲的賣家受訪者亦有於營運及策略上進行調整，包括合併貨運、選擇訂單及分散市場。在全球貿易政策持續收緊的背景下，東南亞成為主要具增長潛力的替代市場。在部署「出海」時，空運用家面臨結構性的挑戰，特別是關稅的複雜性及高昂的物流成本。整體而言，他們對拓展海外市場的信心屬中等水平，反映其在進行市場拓展時，普遍採取務實且具風險意識的態度。



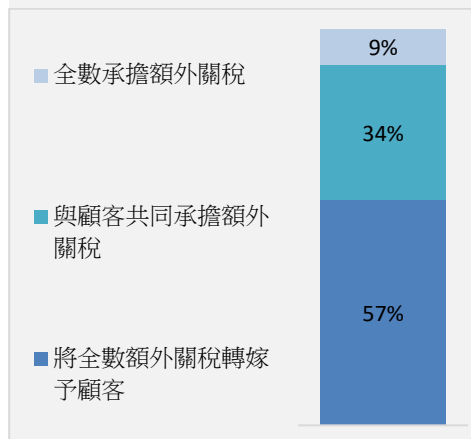
註：由於四捨五入的關係，百分比合計未必等於 100%。

接近三分之二的空運用家（60%）預計勞動節前夕空運的貨量保持穩定。相較之下，僅有 10% 預期空運貨量會有所增長，而 30% 預期減少。

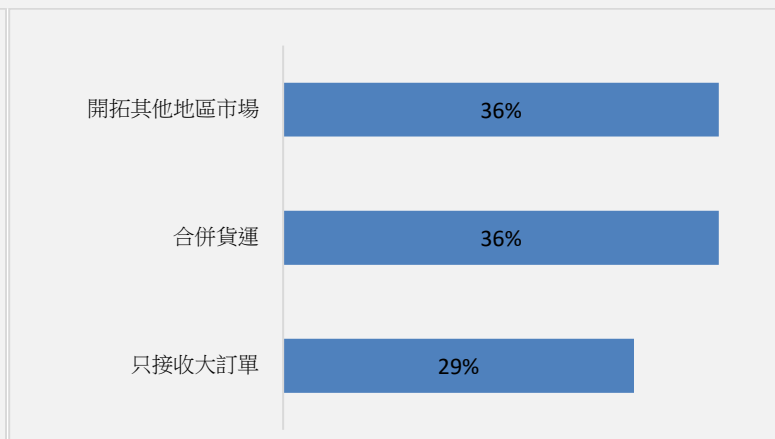
儘管大多數空運用家預計整體貨量保持平穩，相關指數仍錄得 40 點，略高於整體空運貿易指數。這反映在外圍市場仍存不確定性的情況下，業界對季節性需求仍保持審慎樂觀的態度。

## 為應對歐盟早前宣布取消價值 150 歐元或以下低價包裹的免稅門檻的策略

### A. 價格調整



### B. 其他業務 / 營運策略調整



註：基於表示有出口至歐洲及其角色為賣家的受訪者

註：A 部分：受訪者只可於三個選擇當中揀選一項答案

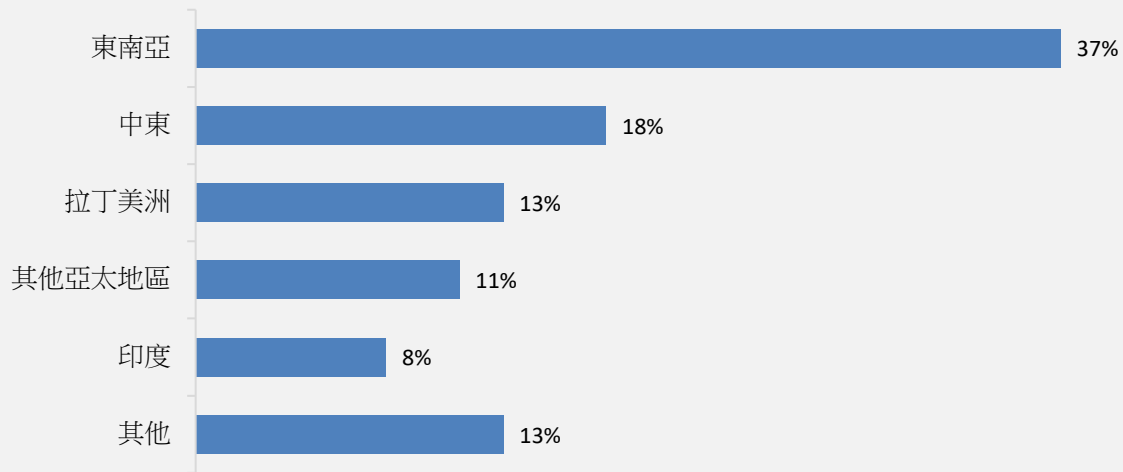
註：B 部分：受訪者可以選擇多項答案

註：由於四捨五入的關係，百分比合計未必等於 100%

鑒於歐盟早前宣布取消低價包裹的免稅門檻（價值 150 歐元或以下），出口歐洲的賣家類空運用家預計將採取價格調整或／及更廣泛的業務策略，以緩和新增關稅帶來的影響。在表示將會採用價格調整的受訪者當中，**57%** 計劃將全數額外關稅成本轉嫁予顧客，**34%** 會與顧客共同承擔額外關稅，僅有 **9%** 表示會全數承擔額外關稅。

此外，於一眾有出口至歐洲的空運用家當中，亦有部份表示會調整業務策略。**36%** 計劃合併貨運，**29%** 表示他們會專注於大額訂單，另有 **36%** 則表示會開拓其他地區市場，以應對相關政策的轉變。

### 於全球貿易政策呈現收緊趨勢下最具發展潛力的替代市場

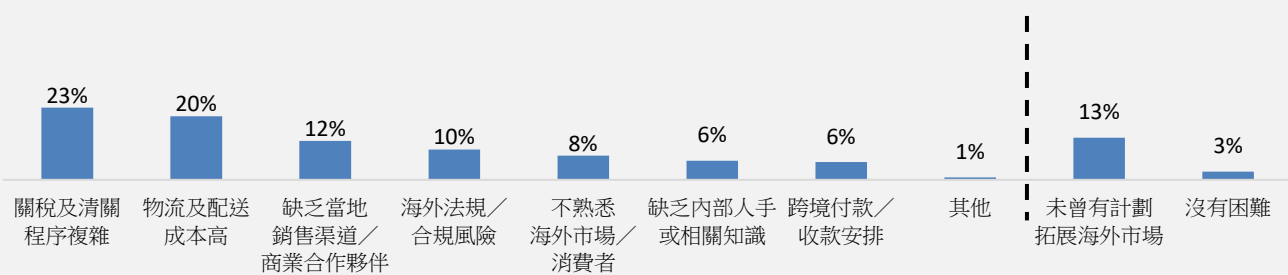


註：由於四捨五入的關係，百分比合計未必等於 100%。

註：基於表示有出口至歐洲及／或美洲的受訪者

在全球貿易政策逐步收緊的情況下，有出口至歐洲及／或美洲的空運業者視東南亞為最具發展潛力的市場，有 37% 的受訪者視其為主要替代目的地。而中東市場排名第二，佔 18%。相關結果反映，在傳統西方市場的政策及成本壓力上升的環境下，空運業者越加重視市場多元化。

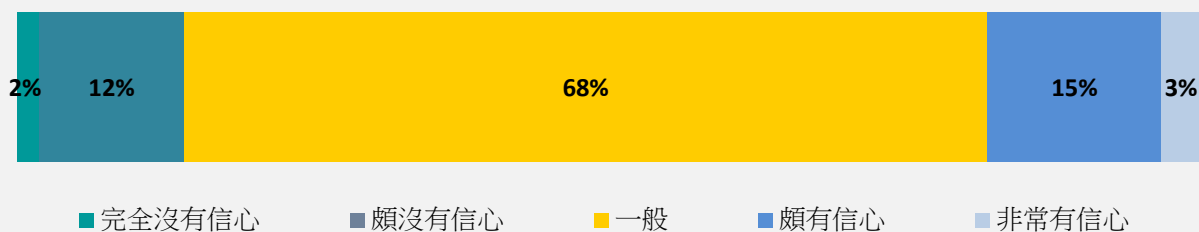
### 於拓展海外市場(出海)時所遇到的困難



註：受訪者最多可以選擇三項答案

有關於拓展海外市場（出海）時所遇到的困難，所有回應當中，首三項挑戰為「關稅及清關程序複雜」（23%）、「物流及配送成本高」（20%）以及「缺乏當地銷售渠道／商業合作夥伴」（12%）。同時，13% 的受訪者表示他們現時未有拓展海外市場的計劃。

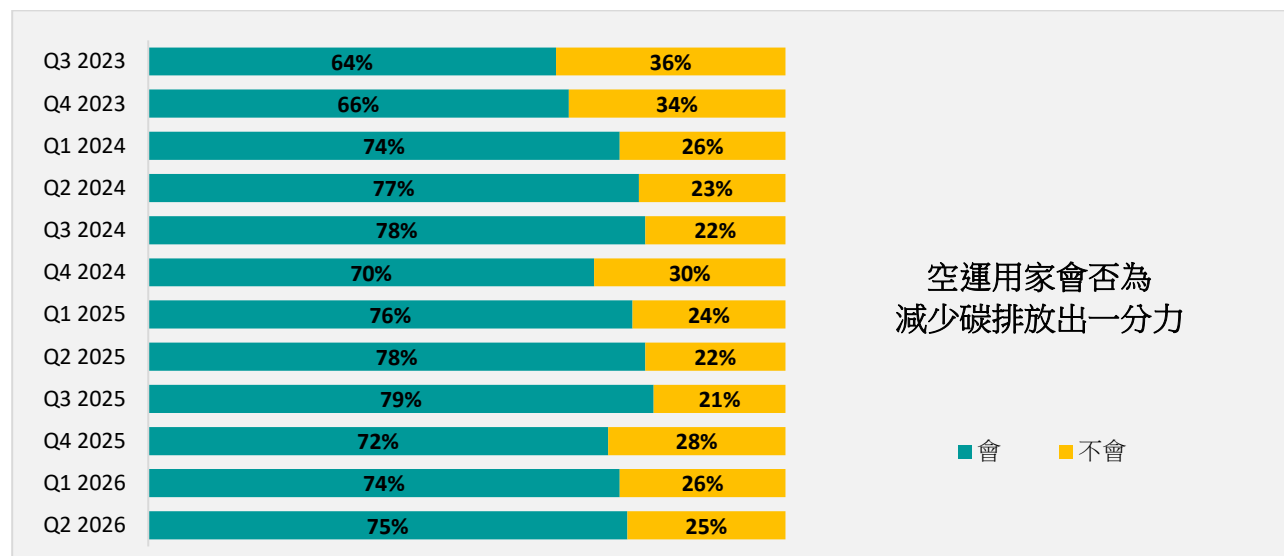
### 對拓展海外市場(出海)的進度或準備程度的信心程度



註：由於四捨五入的關係，百分比合計未必等於 100%。

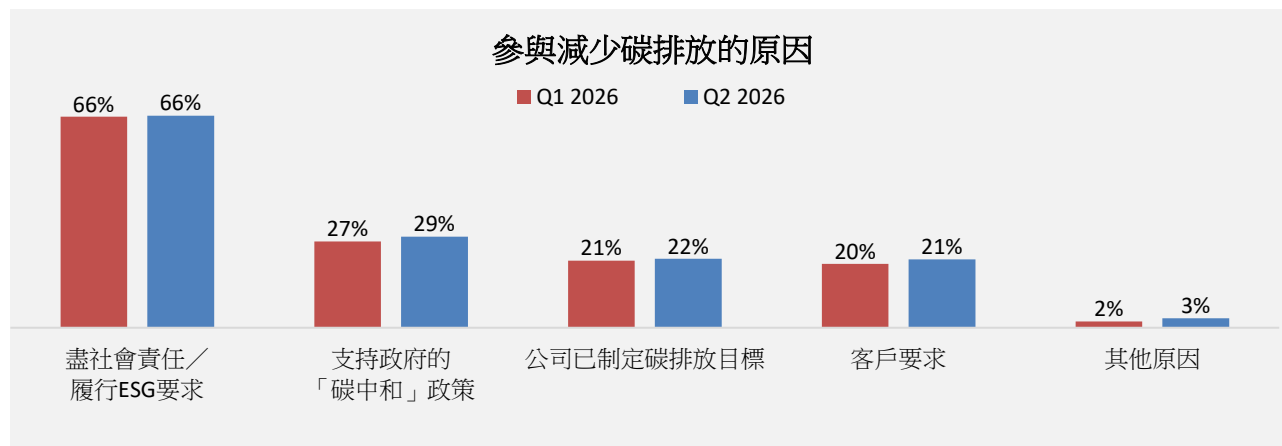
註：基於表示有計劃拓展海外市場的受訪者

問及拓展海外市場時，大部份空運用家（68%）表示對相關進度或準備程度的信心為中等水平，有大约五分一的受訪者（18%）則表示對拓展海外市場持頗大或非常高的信心。



註：由於四捨五入的關係，百分比合計未必等於 100%

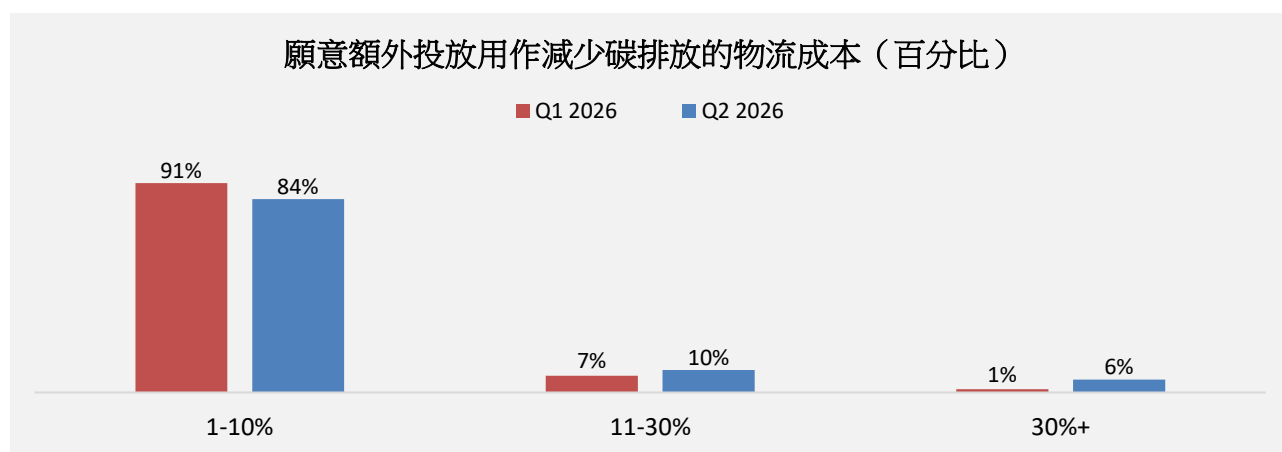
2026 年第二季，75% 的空運用家表示願意參與減少碳排放，數據維持與上一季相若。



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

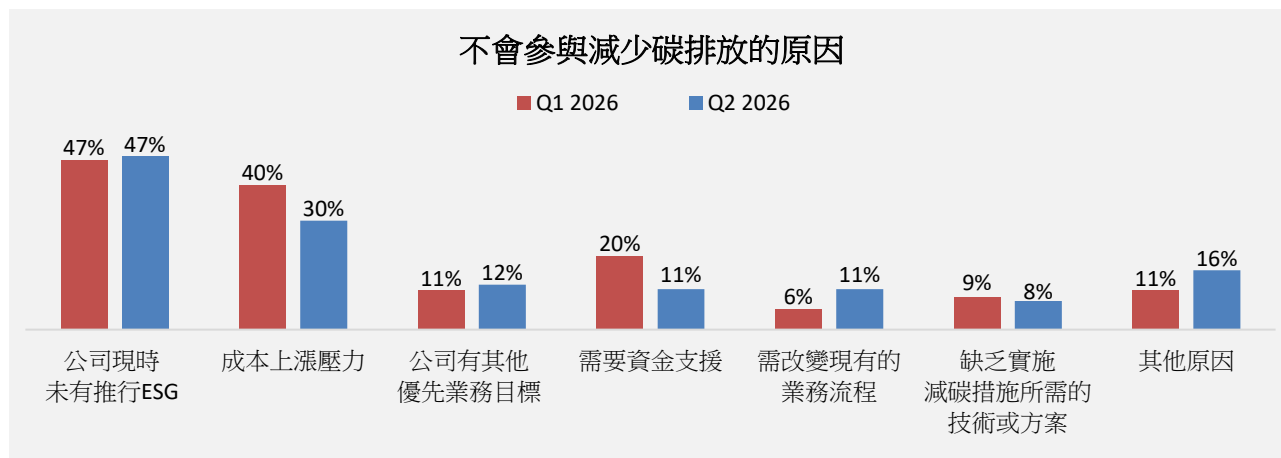
在願意參與減少碳排放的受訪者當中，主要原因為「盡社會責任／履行 ESG 要求」（66%）。其他的推動因素為「支持政府的『碳中和』政策」（29%）及「公司已制定碳排放目標」（22%）。



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%

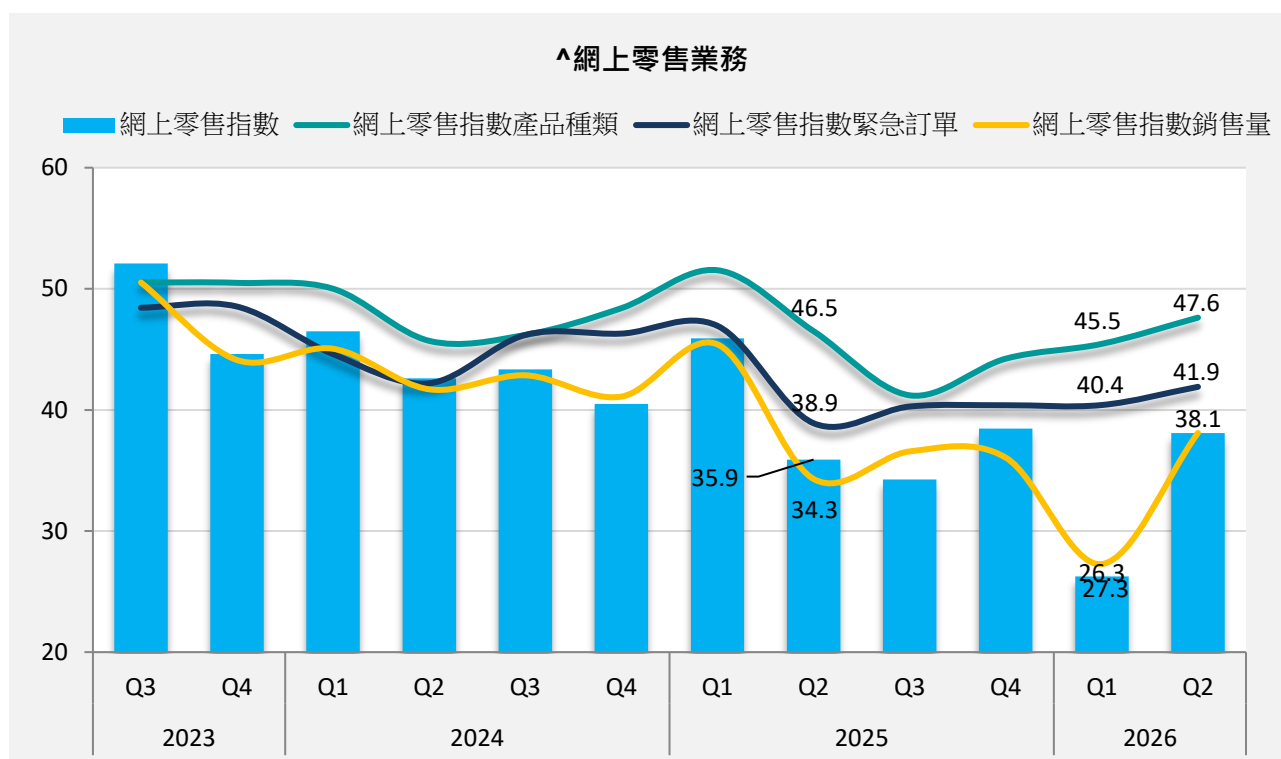
在願意投資減少碳排放的受訪者當中，84% 表示願意額外投放最多 10% 的物流成本，與上一季相比，有 7 個百分點的跌幅。此外，10% 受訪者願意額外投放最多 30%，而僅有 6% 表示願意額外投放 30% 以上的物流成本以支持減少碳排放。



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

在不會參與減少碳排放的受訪者當中，主要因為「公司現時未有推行 ESG」（47%）。其次為「成本上漲壓力」（30%）及「公司有其他優先業務目標」（12%）。



註：基於有網上零售業務的受訪者

於 2026 年第二季，網上零售業務指數錄得大幅上升，上升 11.8 點至 38.1 點，可見相關網上零售跨境貨運活動的強勁反彈。

## 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，致力以世界級的應用研發、科技服務與綜合製造服務推動香港企業提升生產力與競爭優勢。作為以市場為導向的國際新型研發機構，生產力局憑藉在人工智能、先進製造、生命健康、綠色科技及新能源等前沿領域的深厚實力和豐富產業經驗，以創新科技引領新型工業化，推動新興及未來產業發展。

生產力局以解決企業痛點和產業發展技術需求為核心，推動科技創新和產業創新深度融合，透過技術轉移、產品創新、知識產權保護及研發成果商品化，強化與本地工商界及國際頂尖研發機構的協作，為產業創優增值，促進新質生產力發展。多年來，生產力局的卓越研發成果屢獲本地、內地及海外獎項殊榮，持續助力香港成為國際創新科技中心及智慧城市。

為協助企業善用香港的國際化優勢拓展全球市場，生產力局提供產品、技術、製造及管理 etc 等關鍵需求的綜合出海服務，助力企業通過香港成功出海。

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，協助企業善用政府資助計劃，並透過未來技能發展課程，促進企業及學界掌握最新數碼及 STEM 技術，為香港培育具競爭力的未來人才。

如欲瞭解更多詳情，請瀏覽生產力局網頁：[www.hkpc.org](http://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。