



DHL 香港空運貿易領先指數（DTI）

2026 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 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⁽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。



¹ 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

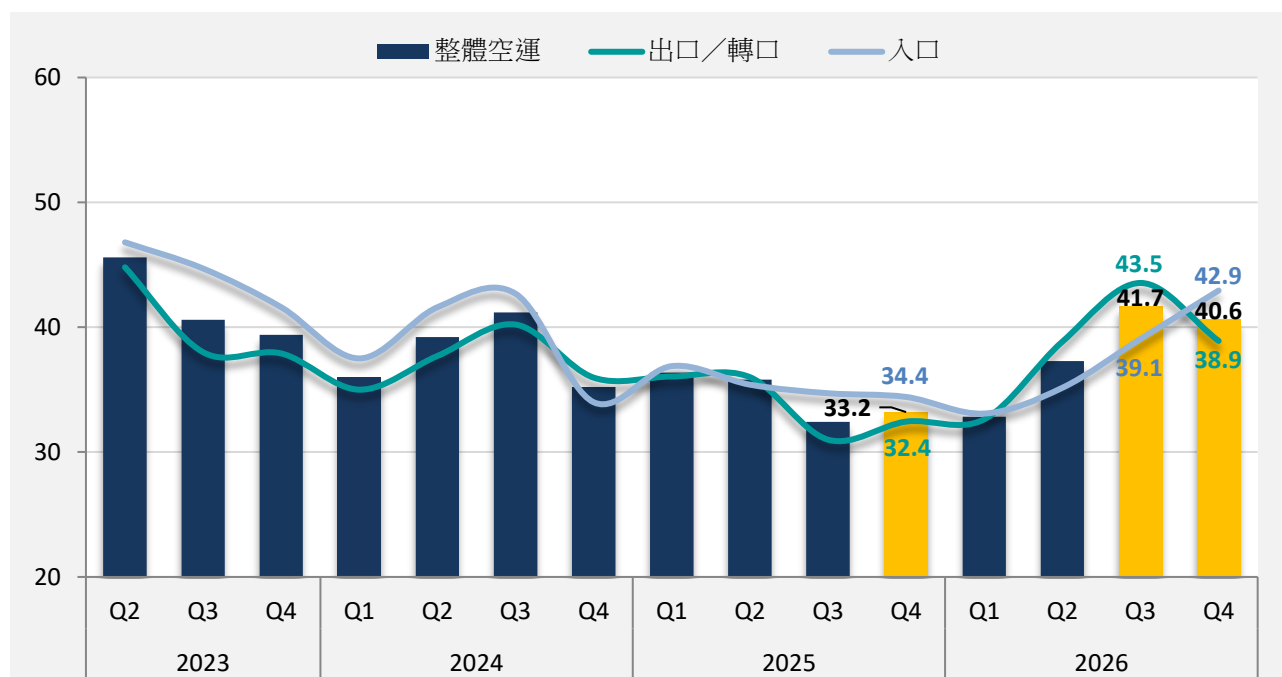
整體空運貿易指數於 2026 年第四季維持在 40 點以上，受進口表現增強及亞太區和歐洲市場持續向好帶動，空運用家普遍預期旺季貨量保持穩定。

- 2026 年第四季整體空運貿易指數按季微跌 1.1 點至 40.6 點，仍為過去兩年來的第二高水平。出口／轉口有所放緩，而入口指數則上升 3.8 點至 42.9 點，連續三季持續增長。
- 市場的表現各異。亞太地區及歐洲市場延續升勢，分別受中國內地強勁增長及入口活動回升所帶動。相反，美洲於一眾市場當中錄得最大的跌幅。
- 空運商品的表現由食物及飲料主導，上升至最近三年以來的 52 點最高水平。電子產品及部件亦升至 45 點的兩年高位，而衣飾，以及鐘錶及首飾則受出口／轉口活動轉弱影響而有所回落。
- 面對感恩節及聖誕節前夕的旺季，超過一半受訪者 (56%) 預期空運貨量將大致維持穩定。23% 空運用家持正面展望，比例升至 2022 年以來新高，而 21% 則持負面展望，比例降至同期新低。
- 美國於 2026 年 7 月 24 日實施新一輪關稅措施後，出口至美洲市場的空運用家認為「物流及營運成本上升」（22%）、「調整生產、採購或貿易流向至其他國家或地區」（20%）及「市場不確定性增加，影響業務規劃」（20%）為最主要的預期影響，反映業界對成本壓力及營運挑戰的關注有所增加。
- 就歐盟計劃於 2026 年 11 月對 B2C 貨件徵收處理費而言，超過四分之一（27%）向歐洲出口的賣家認為，對其業務影響有限。然而，部分受訪者預期需要調整定價策略，同時面對額外的清關程序，以及出貨量及利潤空間受壓等挑戰。
- 儘管人工智能（AI）及相關技術發展迅速，受訪者對其實際效益仍持審慎態度。29% 認為相關技術已帶來正面效益或具備顯著發展潛力；然而，70% 則表示尚未觀察到明顯效益或仍然持觀望態度，反映 AI 相關技術於業界的應用仍處於較早期階段。

香港生產力促進局首席數碼總監黎少斌先生表示：「2026 年第四季的調查結果顯示，香港空運貿易業在不斷變化的全球貿易環境下，仍然展現出穩健韌性。儘管出口／轉口增長動力較上一季有所放緩，但受入口活動持續改善，以及亞太地區和歐洲市場表現向好的帶動，整體市場氣氛維持穩定。值得注意的是，業界對感恩節及聖誕前夕旺季的信心較近年有所提升，反映空運用家對未來需求前景抱持較審慎樂觀的態度。然而，主要市場的政策變動及營運成本上升仍然是企業需要關注的重要因素。展望未來，提升供應鏈靈活性、推動市場多元化，以及善用人工智能等新興技術提升營運效率，將有助企業把握新機遇並維持競爭優勢。」

整體空運貿易指數

經歷連續三季增長後，整體空運指數於 2026 年第四季稍為緩和。雖然出口／轉口表現較上季高位有所放緩，但入口活動持續改善，並升至過去三年多以來的最高水平。



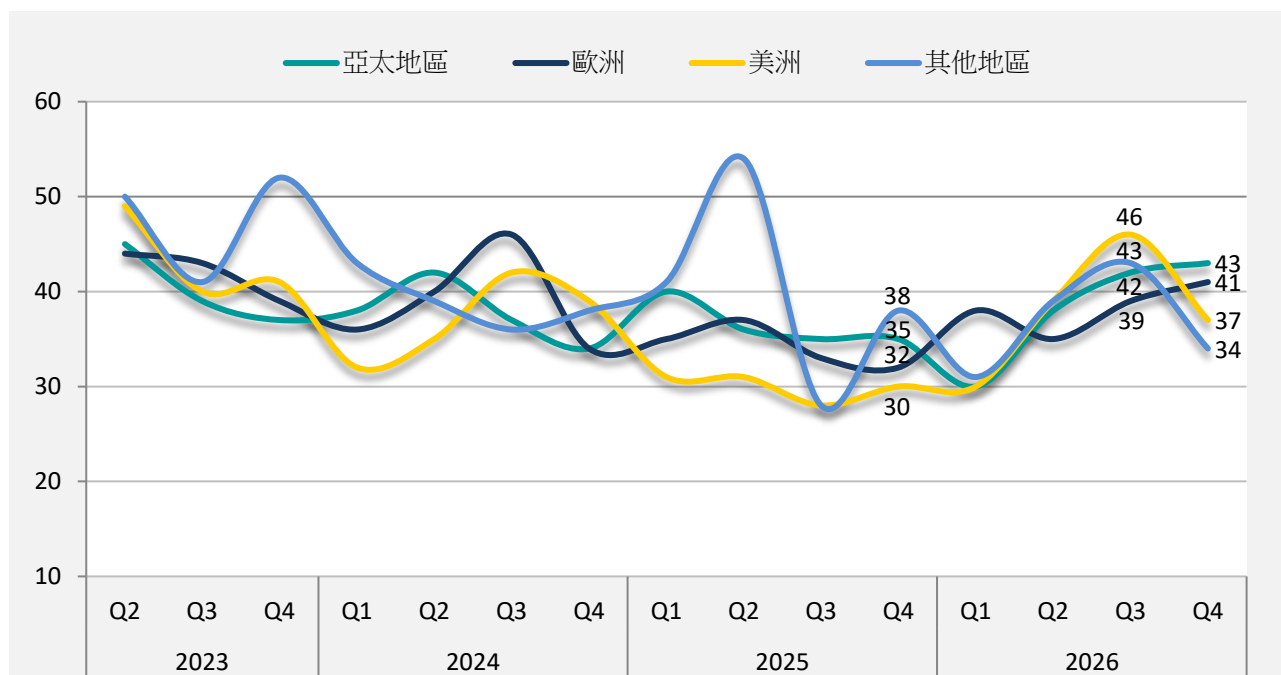
於 2026 年第四季，**整體空運指數**微跌 1.1 點至 40.6 點，仍為過去兩年以來第二高的水平。

入口指數延續升勢，於本季上升 3.8 點至 42.9 點。自 2026 年第一季以來，該指數累積上升 9.8 點，反映入口活動持續復甦。

出口／轉口指數下跌 4.6 點至 38.9 點，為自 2026 年第一季以來持續升勢首次出現回落。儘管指數有所調整，其水平仍高於 2026 年大部份季度的表現。

市場

2026 年第四季市場表現各異。亞太地區及歐洲持續改善，而美洲於第三季強勁表現後有所回落，反映出入口兩方面的貿易信心轉弱。



亞太地區指數於 2026 年第四季輕微上升 1 點至 43 點，復甦趨勢持續至第三個季度。自 2026 年第一季低位的 30 點以來，指數累計上升 13 點，反映區內市場氣氛持續改善：

- 中國內地指數大幅上升 10 點至 48 點，創過去兩年新高，主要受入口方面（+17 點）顯著增長所帶動。
- 日本指數下跌 10 點至 34 點，重回 2026 年第二季的水平。跌幅主要來自出口／轉口方面（-20 點）顯著下跌。
- 其他亞太地區指數輕微上升 1 點，主要受入口方面改善（+6 點）所支持。

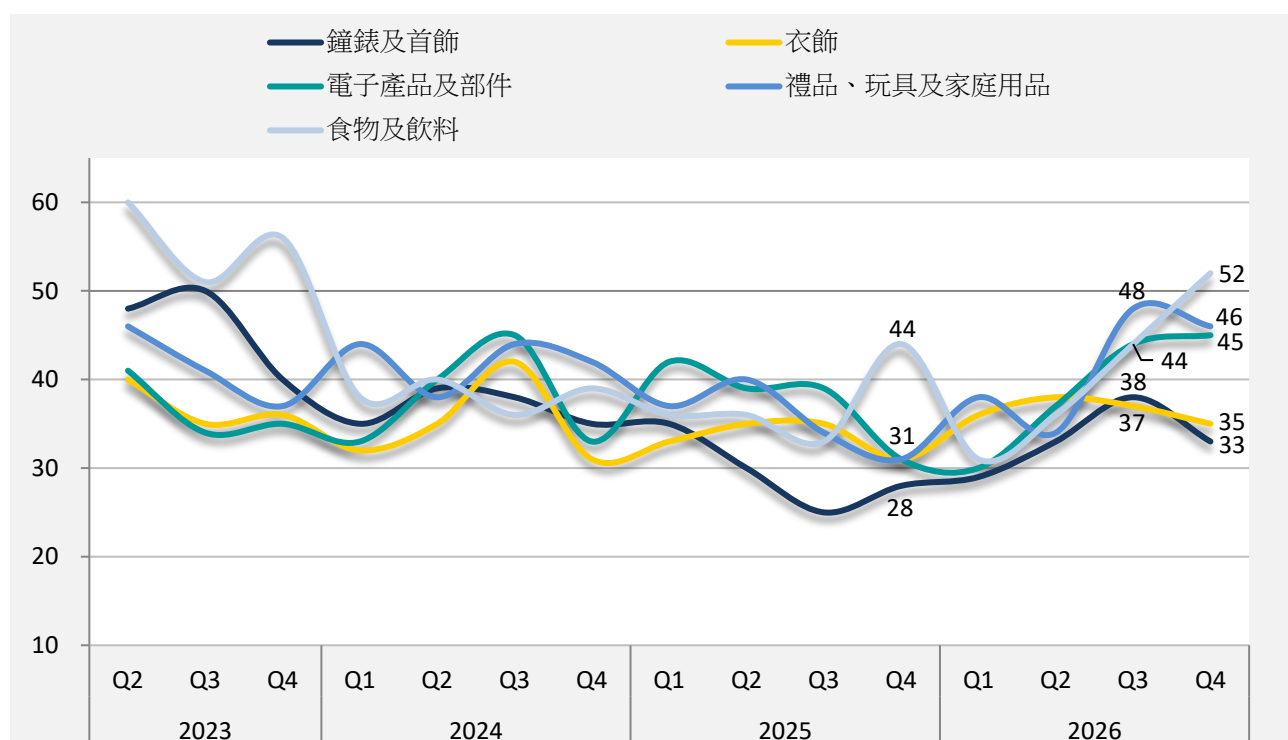
歐洲指數上升 2 點至 41 點，連續第二季錄得改善。自 2026 年第二季的 35 點低位以來，指數累計回升 6 點，主要受入口方面（+4 點）增長所帶動。

美洲指數大幅下跌 9 點至 37 點，為本季各市場中的最大跌幅。入口（-9 點）及出口／轉口（-7 點）表現均有所轉弱。

其他地區指數同樣下跌 9 點至 34 點，回吐部分上一季錄得的升幅。

空運商品

2026 年第四季的空運商品表現各異。食物及飲料指數創過去三年新高，電子產品及部件指數亦進一步改善。相較之下，衣飾，以及鐘錶及首飾受出口／轉口活動轉弱影響而有所回落。



食物及飲料指數延續強勁復甦勢頭，於 2026 年第四季上升 8 點至 52 點。受強勁入口（+11 點）所帶動，指數不但超越 2025 年第四季的高位（44 點），亦上升至最近三年以來的最高水平。

禮品、玩具及家庭用品指數輕微下跌 2 點至 46 點。跌幅主要受轉弱的出口／轉口（-6 點）方面所影響，惟入口方面錄得 3 點增長，抵銷部分相關跌幅。

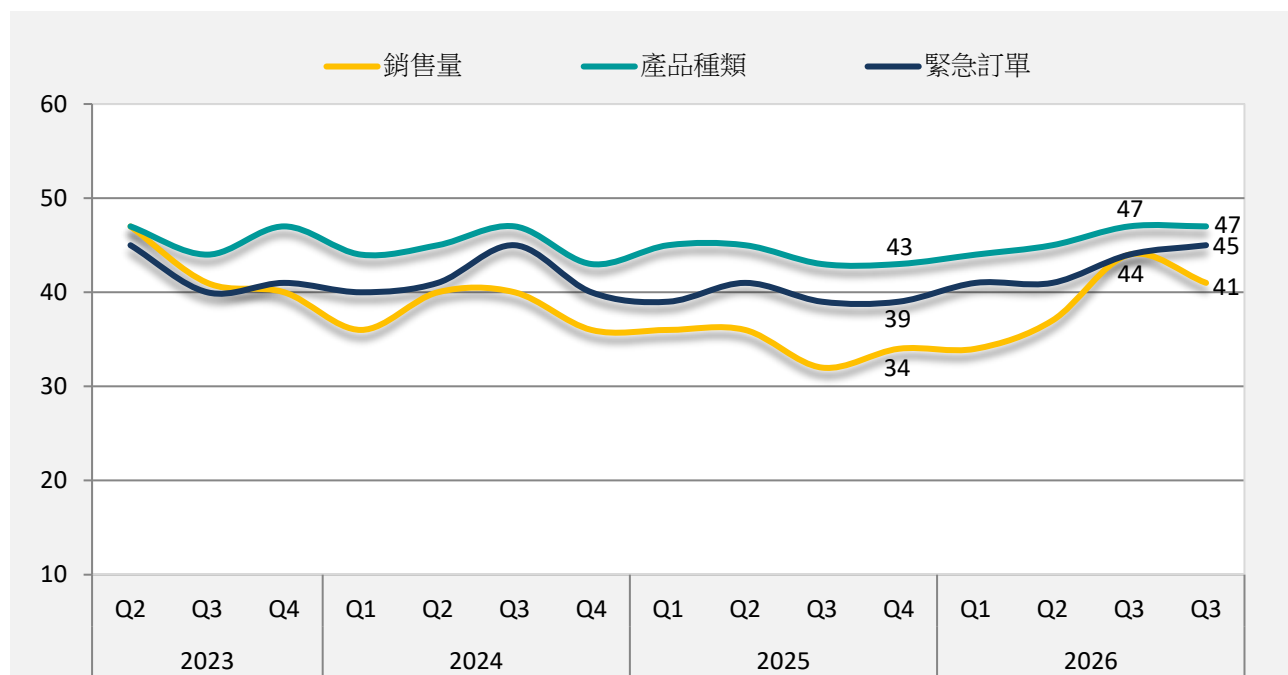
電子產品及部件指數上升 1 點至 45 點，升至最近兩年的最高水平。

衣飾指數下跌 2 點至 35 點。入口方面（+8 點）的明顯增長部份抵銷了出口／轉口方面（-7 點）的顯著下跌。

鐘錶及首飾指數下跌 5 點至 33 點，重回 2026 年第二季的水平。跌幅主要受出口／轉口方面（-9 點）的疲弱所致。

分項指數

產品種類及緊急訂單指數於**2026**年第四季維持強勁，突顯市場需求趨多元化，對時效敏感貨運的需求持續穩健。同時，銷售量指數於連續多季增長後稍為回落。



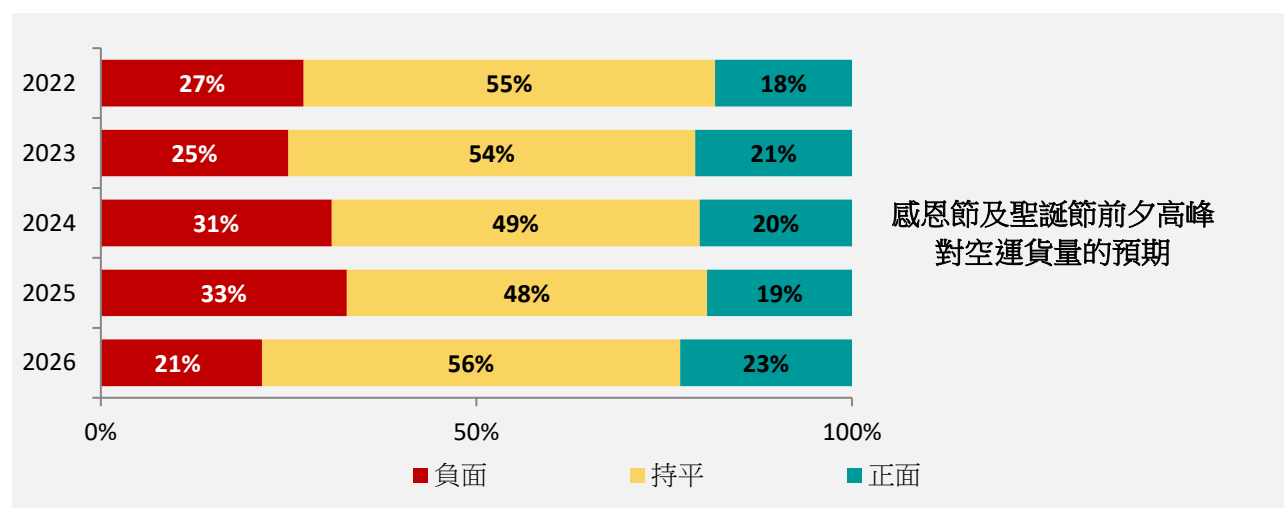
產品種類指數於**2026**年第四季在**47**點維持不變，繼續為各分項指數中表現最佳的一項。指數於**2026**年全年維持高水平，反映空運商品種類持續多元化。

緊急訂單指數輕微上升**1**點至**45**點，主要受入口方面的**2**點增長所帶動，反映市場對時效敏感貨件的需求維持穩定。

銷售量指數於本季下跌**3**點至**41**點，主要受出口／轉口方面（**-7**點）轉弱所致，惟入口方面（**+3**點）錄得增長，抵銷部分相關跌幅；這亦令自**2025**年第三季以來的升勢暫告一段落。

近期市場動態影響空運貿易前景

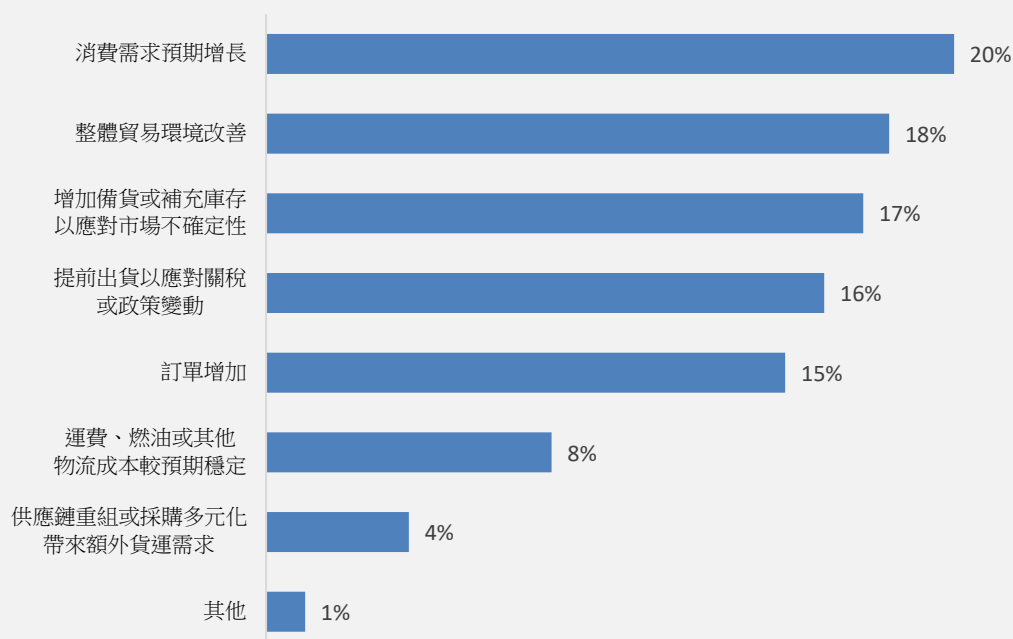
近期市場發展持續影響空運用家的貿易展望及市場策略。市場對即將到來的感恩節及聖誕前夕旺季的信心有所改善，正面預期錄得自 **2022** 年以來最高水平，而負面預期則降至同期最低。受訪者一方面看好需求回升及貿易環境改善所帶來的機遇，另一方面亦關注經濟前景不明朗及營運成本上升的風險。同時，美國及歐盟最新貿易措施持續帶來成本壓力及行政複雜性，促使空運用家重新檢視採購、供應鏈及定價策略。受訪者對人工智能的看法不一，反映相關技術於業界的應用仍處於發展初期，但長遠發展潛力備受關注。



註：由於四捨五入的關係，百分比合計未必等於 100%。

於感恩節及聖誕節前夕的高峰期，**23%**空運用家對空運貨量持正面展望，**56%**預期情況維持穩定，而 **21%**則持負面展望。正面預期比例升至 **2022** 年以來新高，負面預期比例則降至同期新低，反映市場對傳統旺季的信心有所改善。然而，受訪者普遍預期今年旺季表現將大致保持平穩，而非強勁增長。

對感恩節及聖誕前夕高峰期間的空運貨量持正面預測的原因

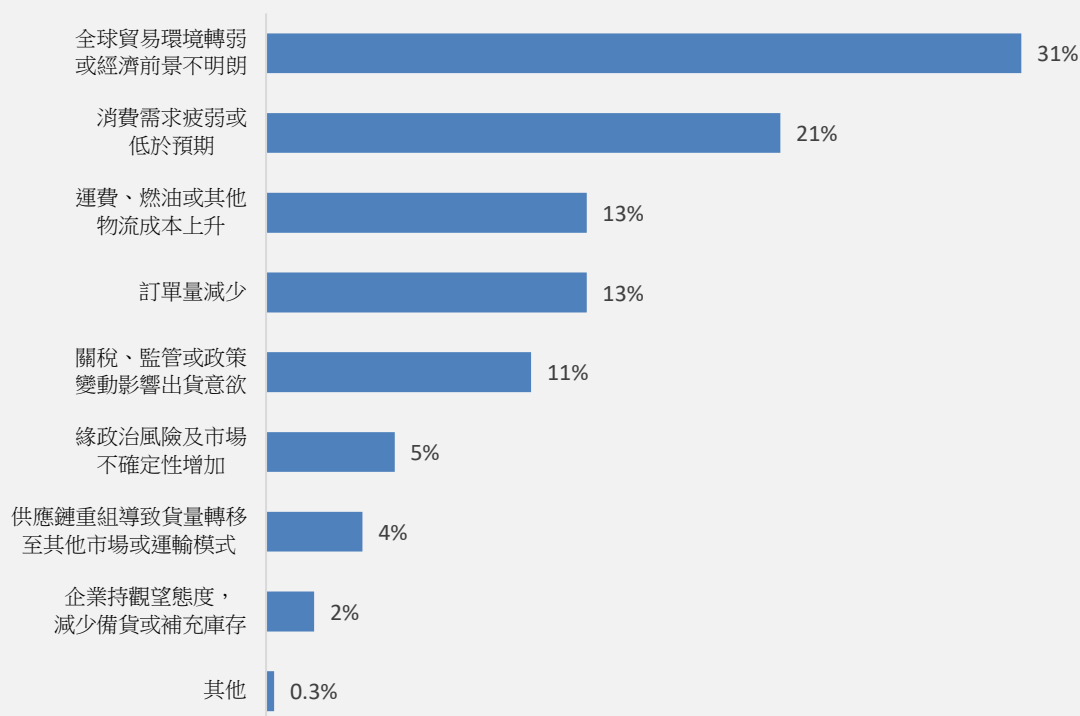


註：基於表示對感恩節及聖誕前夕高峰期間的空運貨量持正面預測的受訪者

註：受訪者最多可以選擇三項答案

於一眾對感恩節及聖誕前夕高峰期間持正面預測的受訪者當中，首三項主要因為「消費需求預期增長」（20%）、「整體貿易環境改善」（18%）及「增加備貨或補充庫存以應對市場不確定性」（17%）。相關結果反映部分空運用家預期旺季期間市場需求將有所回升，並對全球貿易環境抱持較樂觀態度。

對感恩節及聖誕前夕高峰期間的空運貨量持負面預測的原因

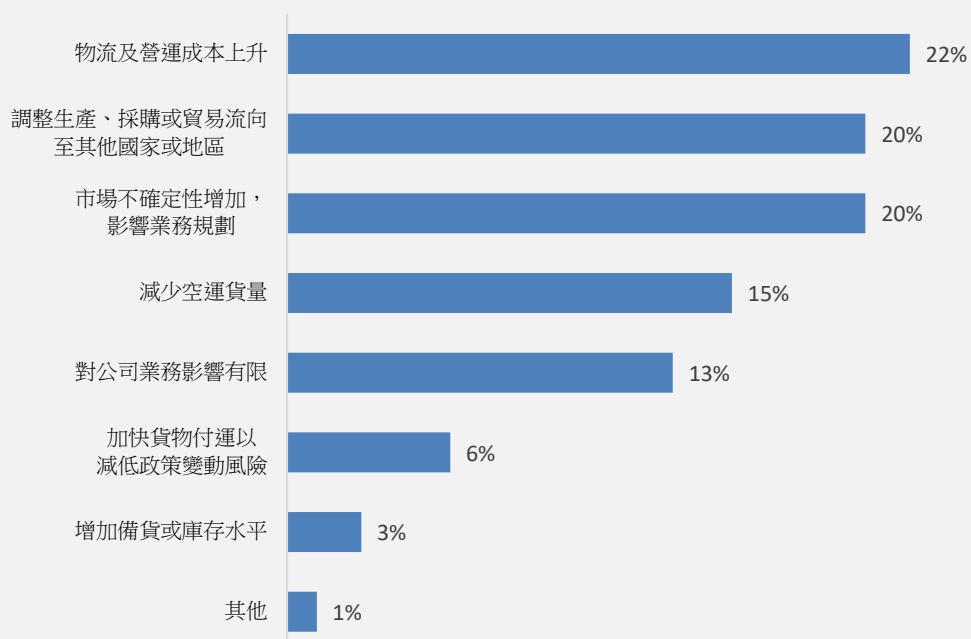


註：基於表示對感恩節及聖誕前夕高峰期間的空運貨量持負面預測的受訪者

註：受訪者最多可以選擇三項答案

相反，在持負面預測的受訪者當中，最常被提及的因素為「全球貿易環境轉弱或經濟前景不明朗」（31%）、「消費需求疲弱或低於預期」（21%）、「運費、燃油或其他物流成本上升」（13%）及「訂單量減少」（13%）。這些結果顯示市場需求前景不明朗、疲弱的全球貿易環境及營運成本上升仍然是影響空運用家信心的主要因素。

美國於7月實施新的關稅措施對下一季的空運業務所帶來的影響

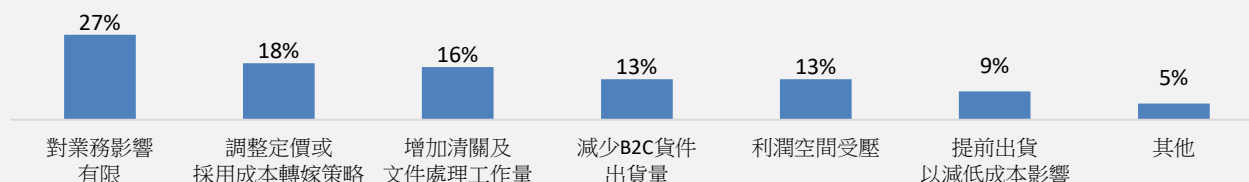


註：基於表示有出口至美洲的受訪者

註：受訪者最多可以選擇三項答案

隨著美國於 2026 年 7 月實施新一輪的關稅措施後，出口至美洲市場的空運用家最普遍提及的影響為「物流及營運成本上升」（22%）、「調整生產、採購或貿易流向至其他國家或地區」（20%）及「市場不確定性增加，影響業務規劃」（20%）。這些結果顯示受訪企業正為應對較高的營運成本及潛在供應鏈重整作出準備，以適應不斷變化的貿易環境，或增加未來航線布局及貨運量變化的不確定性。

歐盟計劃於11月對B2C貨件徵收處理費對空運業務所帶來的影響

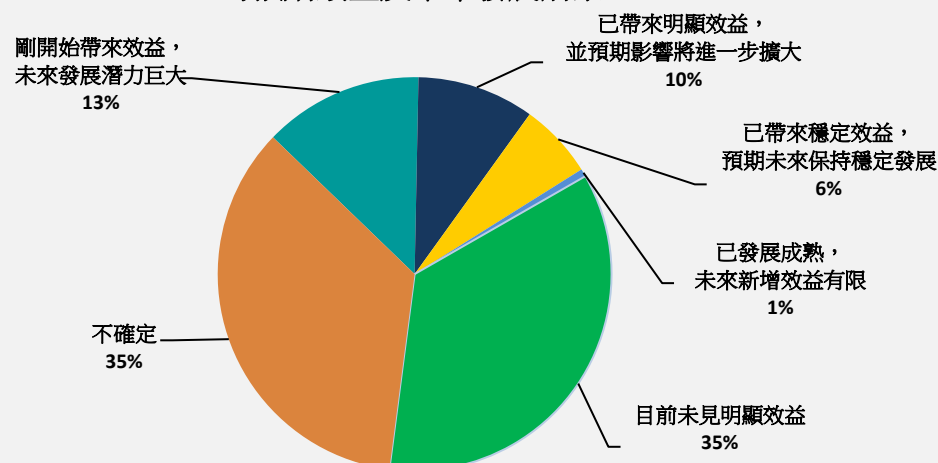


註：基於表示有出口至歐洲及其角色為賣家的受訪者

註：受訪者最多可以選擇三項答案

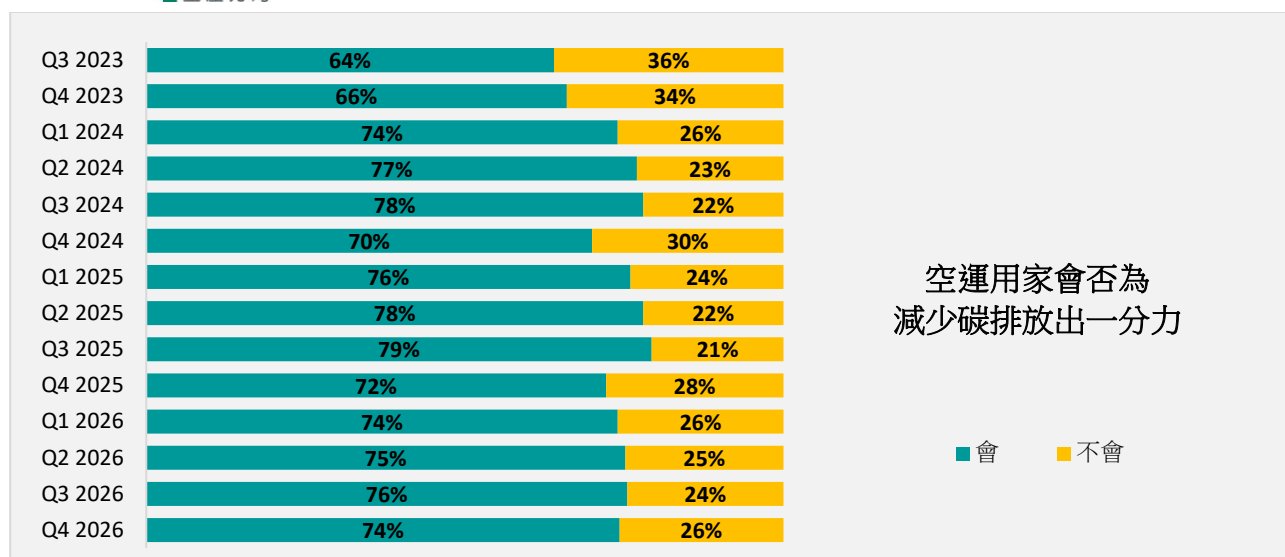
隨著歐盟計劃於 2026 年 11 月對 B2C 貨件徵收處理費，於一眾出口至歐洲的賣家當中，27%認為有關措施對其業務影響有限。至於預期影響方面，受訪者最常提及的影響包括「調整定價或採用成本轉嫁策略」（18%）、「增加清關及文件處理工作量」（16%）、「減少 B2C 貨件出貨量」（13%）及「利潤空間受壓」（13%）。調查結果顯示，業界普遍認為有關措施可控；然而不少受訪者預期仍需調整定價策略、加強清關及文件處理流程，同時應對貨量及利潤率可能面臨的壓力。

運用人工智能及相關科技對貿易、物流及供應鏈效率方面的預期效益及未來發展前景



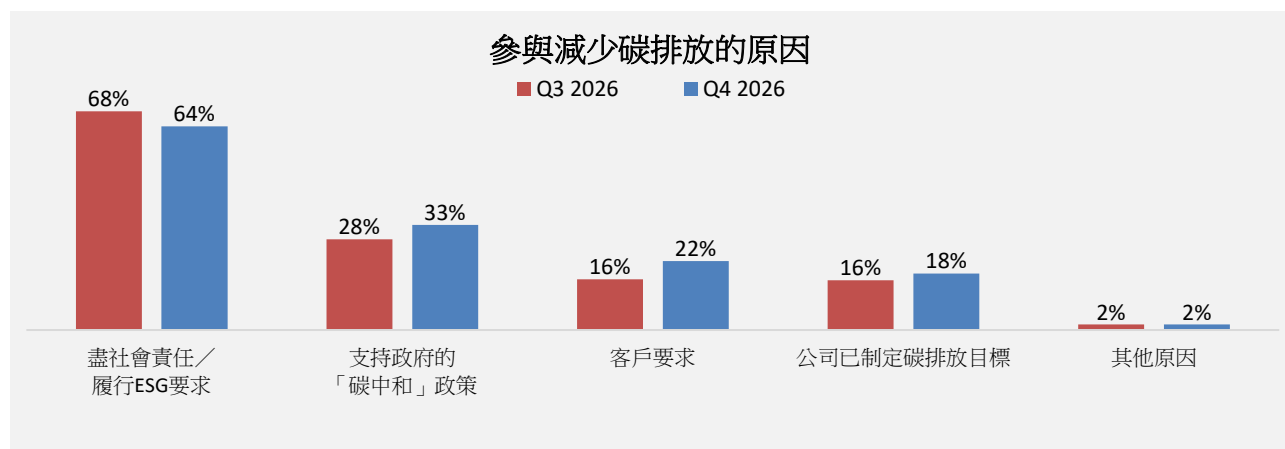
註：由於四捨五入的關係，百分比合計未必等於 100%。

儘管人工智能（AI）及相關技術於近年發展迅速，大部分受訪者對其實際效益仍持審慎態度。35%受訪者表示目前尚未觀察到明顯效益，另有三分之一（35%）表示對其影響仍然不確定；與此同時，29%認為 AI 已帶來不同程度的正面效益。在持正面看法的受訪者當中，13%認為 AI 的效益才剛開始浮現，未來發展潛力巨大；10%認為 AI 已帶來明顯效益，並預期其影響將進一步擴大；另有 6%表示 AI 已帶來穩定效益，並預期未來將維持穩定發展。只有 1%認為 AI 已發展成熟，未來新增效益有限。整體而言，結果顯示 AI 於空運貿易領域的應用仍處於較早期階段，相關技術的普及及實際應用空間仍有待進一步拓展。



註：由於四捨五入的關係，百分比合計未必等於 100%。

2026 年第四季，74% 的空運用家表示願意參與減少碳排放，與 2026 年全年水平大致相若，反映業界持續致力推動可持續發展。

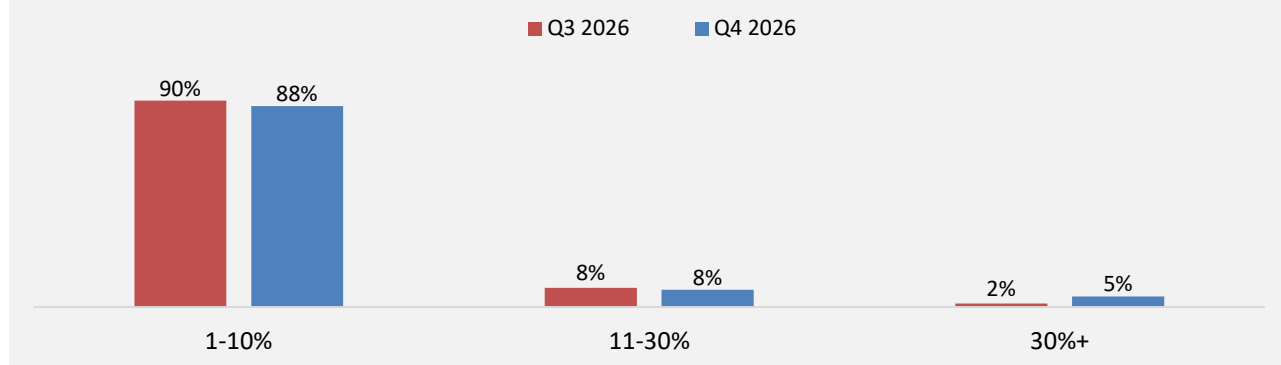


註：基於表示願意參與減少碳排放的受訪者

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，主要推動力仍然為「盡社會責任／履行 ESG 要求」（64%），其次是「支持政府的『碳中和』政策」（33%）、「客戶要求」（22%）及「公司已制定碳排放目標」（18%）。

願意額外投放用作減少碳排放的物流成本（百分比）

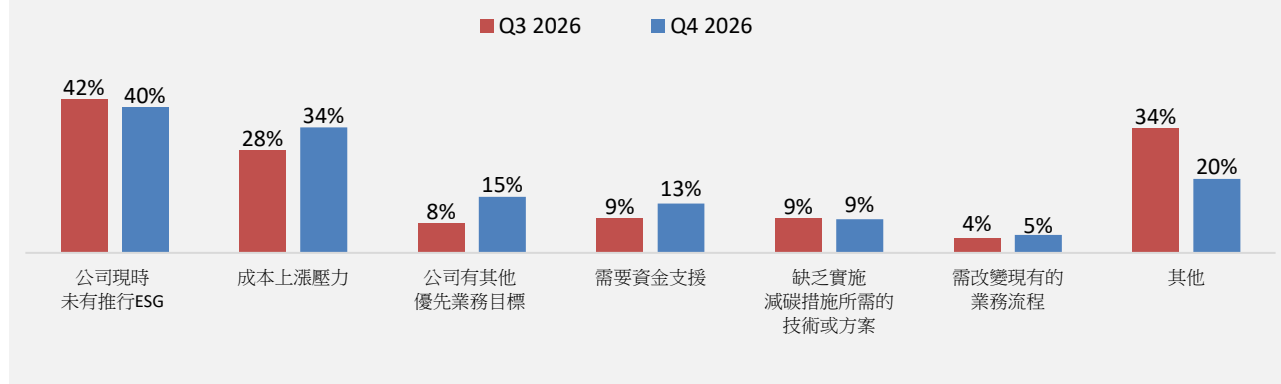


註：基於表示願意參與減少碳排放的受訪者

註：由於四捨五入的關係，百分比合計未必等於 100%

在願意投資減少碳排放的受訪者當中，**88%** 願意額外投放最多 **10%** 的物流成本，較上一季微跌 **2** 個百分點。同時，**8%** 願意額外投放最多 **30%** 的物流成本，而 **5%** 則願意額外投放 **30%** 以上的物流成本以支持減少碳排放，較上一季增長 **3** 個百分點，顯示部分企業對可持續發展的投資意願有所提升。

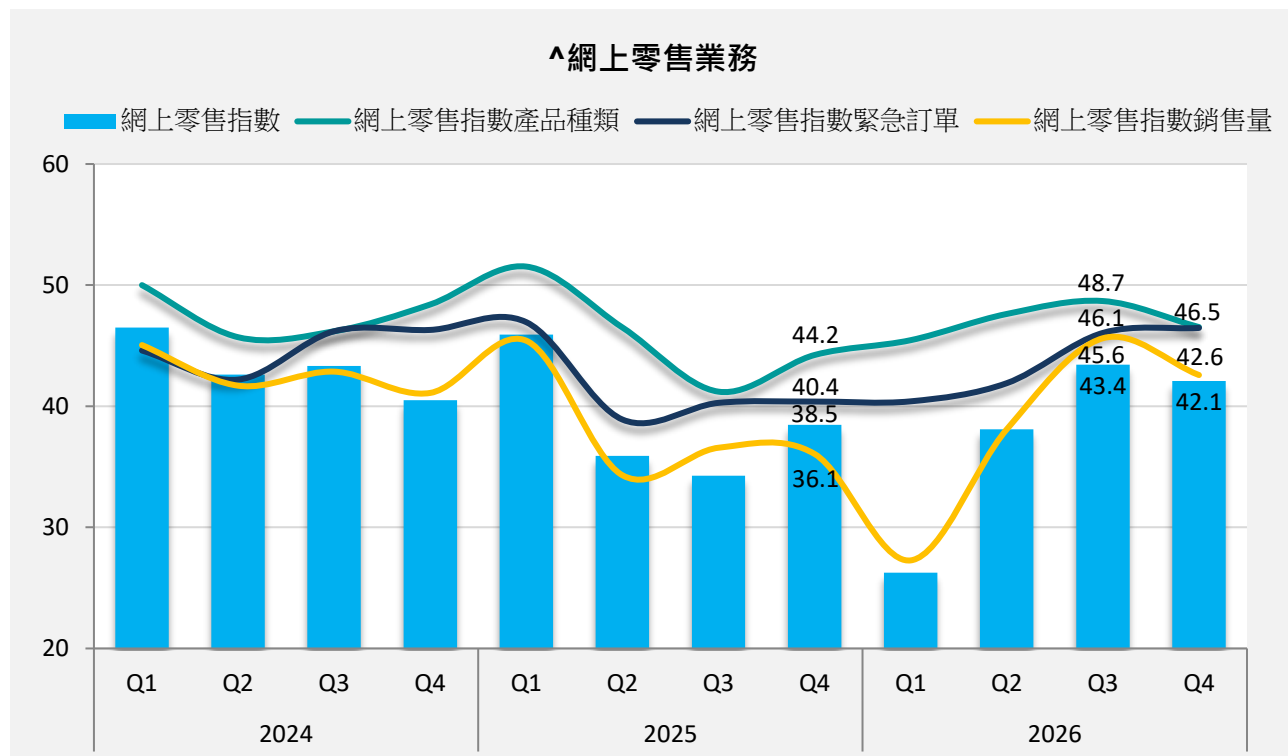
不會參與減少碳排放的原因



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

在不願意參與減少碳排放的受訪者當中，最主要原因仍然是「公司現時未有推行 ESG」（**40%**）。其次為「成本上漲壓力」（**34%**）及「公司有其他優先業務目標」（**15%**）。上述兩項因素較 **2026** 年第三季分別上升 **6** 個百分點及 **7** 個百分點，反映經濟壓力仍持續影響企業在可持續發展方面的決策。



註：基於有網上零售業務的受訪者

於 2026 年第四季，網上零售業務指數下跌 1.3 點至 42.1 點。當中，網上零售指數緊急訂單維持強勁表現，稍為上升至 46.5 點（+0.4 點）；而網上零售指數產品種類及網上零售指數銷售量則分別下調至 46.5 點（-2.2 點）及 42.6 點（-3.0 點）。

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、製造及管理相關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。

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。