

標普全球臺灣製造業PMI®

臺灣製造業於2025年末恢復成長

2025年12月

生產與新增訂單轉為擴張，為4月以來首見

廠商重拾信心

成本漲幅接近一年半最高

最新PMI數據顯示，臺灣製造業終止連十個月緊縮，12月重回擴張。廠商對未來一年景氣續偏樂觀之際，企業加速生產，接單比上月增多，並更提高庫存水準。

與此同時，營運成本的漲幅攀至2024年8月以來最高，但廠商定價能力有限，只能小幅調高售價。

經季節調整後，標普全球12月臺灣製造業採購經理人指數 (PMI®) 由上月的48.8升至50.9，重新站回50持平線之上，反映營業狀況好轉，擴張速度雖然不大，但景氣成長卻是3月以來首見。

綜合而言，客戶需求於2025年末轉為擴張，接單成長雖然溫和，但已結束連續8個月下滑。業者通常表示，市場需求升溫，以及消費擴增，但也有公司繼續表示，全球經濟依然相對低迷。此消彼長之下，新出口訂單指數反映臺灣製造業12月的外銷需求大致平穩，跌幅收斂至9個月最小。

隨著業務訂單增多，企業自4月以來首次加速生產，惟增產幅度不大。

廠商於12月稍微增加採購，結束連續8個月下滑。此外，企業期望未來數月的訂單需求更趨熱絡，因此重新儲備採購品和成品的庫存。值得注意的是，後者增幅達2022年4月以來最大。

另一方面，供應商12月的交貨表現持續轉差，交付進度延宕接近一年半最慢。受訪業者通常表示，供應商因庫存不足而推延交貨時間。

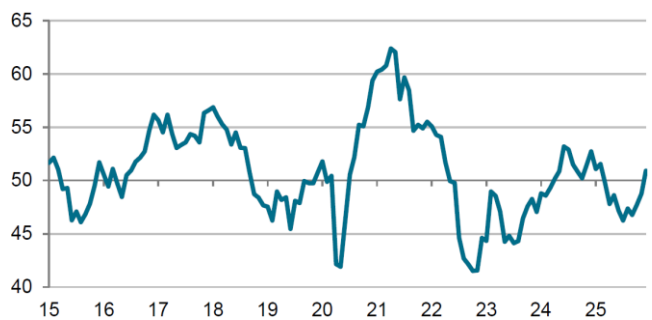
當被問到來年生產展望，有更多企業對後市前景表示樂觀，信心度攀至4月以來最高。

儘管生產和新增訂單同時恢復成長，但廠商對人力僱用卻顯得審慎，12月的受僱員工人數呈現緊縮，減幅雖然不大，卻扭轉上月小幅回升的局面；不少企業表示，為控制成本而凍結人事。就業人數減少，加上訂單增加，因此對企業的產能造成壓力，積壓工作自3月以來首次增加。

(續下頁)

標普全球臺灣製造業PMI

指數 (經季節調整)>50 = 較上月好轉



調查數據於2025年12月4-15日收集

資料來源：標普全球PMI©2026年，版權屬標普全球所有

點評

標普全球市場財智經濟研究部副總監 Annabel Fiddes 表示：

「在市場環境轉趨穩健之際，廠商的生產和新增訂單同時重回擴張，讓臺灣製造業於2025年末交出亮眼成績。

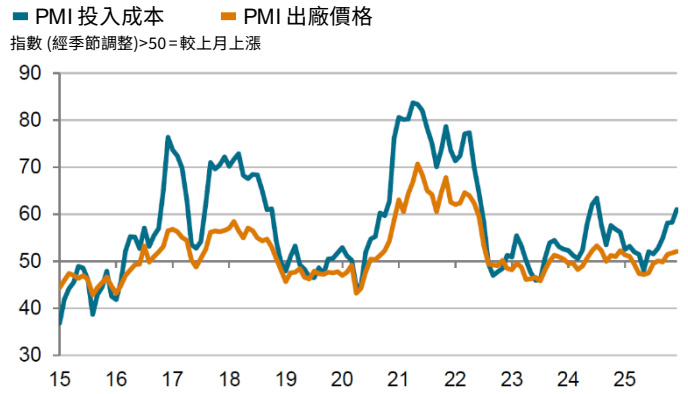
廠商儲備庫存，並且對生產前景更表樂觀，由此反映企業預期，景氣將於2026年持續復甦。

不過，成本壓力在12月再度加劇，營運成本攀至差不多一年半以來最高，因此企業設法節省開支，自然對人力僱用造成壓力。

要景氣持續擴張，訂單需求必須進一步改善，尤其是外銷出口，目前也只算平穩而已。至於供應鏈的韌性，亦須加以提升。供應商表現倒退的幅度創17個月以來最高，廠商提到物料短缺，有關情況助長了價格壓力。企業不但面對高昂成本，還因市場競爭激烈，限制了轉嫁成本的能力；不過，若訂單持續增多，則廠商就能重掌定價，降低獲利壓力。」

價格數據顯示，營運成本連續 17 個月上升，反映通膨壓力於年末加劇。調查資料透露，原物料價格飆漲是推高通膨的主要原因，而背後又多少與供應商庫存不足有關。

至於產品的銷售價格，也於 12 月調高。不過，總體漲幅溫和；多家廠商表示，因市場相對疲弱和客戶議價，所以定價能力有限。



資料來源：標普全球 PMI、臺灣統計資訊網 (轉載自標普全球市場財智)
©2026 年，版權屬標普全球所有

聯絡方式

Annabel Fiddes
標普全球市場財智
經濟學家
電話：+44-1491-461-010
annabel.fiddes@spglobal.com

Eri Amano
標普全球市場財智
亞太區傳訊部高級經理
電話：+81 (0) 80 3714 7658
eri.amano@spglobal.com
press.mi@spglobal.com

倘閣下不欲收取來自標普全球的新聞稿，請以電郵通知 press.mi@spglobal.com。
有關我們的隱私政策，請查閱 [此處](#)。

資料及展示方法

《標普全球臺灣製造業 PMI®》由 S&P Global 編製，資料源自調研樣本庫內約 400 家製造業廠商的採購主管每月填寫的問卷。該樣本庫根據產業對臺灣國內生產毛額 (GDP) 的影響，按具體產業和公司規模予以分層抽樣。有關數據於 2004 年 4 月開始收集。

調研問卷於每月下半月回收，根據問卷收集的回覆，計算當月相比上月的變化。每項調查指標，皆以擴散指數的形式計算。在每個單項指數中，選答「上升」的樣本比例，加上半數選答「相同」的樣本比例，兩者之和為該項指數值。指數值介於 0 與 100 之間：高於 50，表明相比上月總體上升；低於 50，表明總體下降。其後，指數值還將按季節因素進行調整。

當中最重要數據是「採購經理人指數 (PMI®)」。PMI 乃以下五個單項指數的加權平均值：新訂單 (30%)、產出 (25%)、就業 (20%)、供應商交期 (15%) 和採購庫存 (10%)。在 PMI 值計算中，供應商交期指數作反向計算，使其可比性與其他指標一致。

主要調查數據一經發布，將不再作任何修訂，但對於需要按季節調整的因素，則會按實際情況不時修正，因此按季節調整的系列數據可能會發生變化。

有關 PMI 報告的調查方法，敬請聯絡 economics@spglobal.com。

免責聲明

本報告內有關數據之知識產權屬標普全球 (S&P Global) 和/或其關聯公司所有或獲許使用。未經標普全球同意，不得以任何未經授權的形式 (包括但不僅限於複製、發布或傳輸等) 使用本報告中出現的資料。對於本文所包含的內容或資訊 (「數據」)，或資料中的任何錯誤、偏頗、疏漏或延誤，或據此而採取的任何行動，標普全球概不負責。對於因使用本文數據而產生的任何特殊的、附帶的或相應的損失，標普全球概不負責。Purchasing Managers' Index™ 和 PMI® 是 S&P Global Inc 之註冊商標，或 S&P Global Inc 和/或其關聯公司獲許使用之商標。

本文內容由標普全球市場財智 (S&P Global Market Intelligence) 發布，並非由標普全球 (S&P Global) 另外管理之標普全球評級 (S&P Global Ratings) 發布。未經有關方面的書面同意，不得以任何形式複製本文中包括評級在內的任何訊息、數據或材料 (「內容」)。關於本文內容的準確性、充分性、完整性、適時性、可用性，以及無論出於任何原因而致之任何錯誤或遺漏 (不論疏忽與否)，或因使用本文內容而引發的任何後果，則有關方面、其關聯公司與供應者 (「內容供應者」) 皆不能保證，也概不負責。關於使用本文任何內容的任何損壞、費用、開支、法律費用、損失 (包括收入損失、利潤損失，以及機會成本)，內容供應者一律概不負責。