

標普全球臺灣製造業PMI®

製造業5月生產量創2021年8月以來最大增幅

2026年5月

訂單持續湧入，生產量急升

供應鏈嚴重受阻，成本壓力加劇

庫存備貨效應，採購力道顯著提高

最新PMI®數據顯示，供應鏈因中東戰火受阻而出現庫存備貨效應，惠及臺灣製造業5月的生產數量和訂單銷售加速擴張。此外，接單成長也促使供應商的供貨表現持續受壓，投入成本再度上揚，繼而拉高產品售價。

經季節調整後，標普全球5月臺灣製造業採購經理人指數(PMI®)從上月55.3升至56.1，反映經營狀況持續景氣。值得注意的是，擴張速度為2021年9月以來最快，而綜觀調查結果，臺灣製造業景氣已連續6個月轉強。

廠商積極提高生產數量，增產幅度為2021年8月以來最大，促使5月PMI的表現更上層樓。總的來說，企業主要因為訂單成長和儲備庫存而提高產量。

新訂單的擴張速度繼續急劇加快，5月創下2021年8月以來最高，與今年2月看齊。對於接單成長，企業普遍認為，由於中東戰火延燒，客戶為防範庫存可能短缺或價格高企，彼此都積極增加庫存，這或多或少有利海內外需求穩定升溫。

與此同時，外銷訂單大增，擴張速度與上月持平。企業表示，從美國、歐洲、日本、中國大陸等主要出口市場，獲取更多訂單。

為符合生產需求、維持庫存健康水位，臺灣製造商在5月再度積極採購。值得注意的是，採購數量的增幅為2021年12月以來次高，總體偏高。此外，採購庫存的擴張速度亦較上月加快，為四年多以來次高。至於成品庫存，雖於第二季季初稍微下降，但目前已明顯回升。

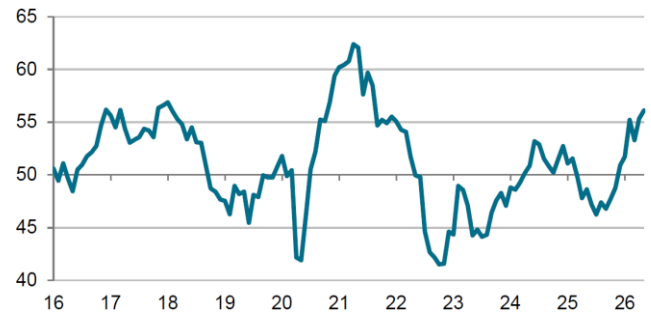
最新調查數據顯示，供應鏈壓力加劇，供應商大幅拉長交付日期，延宕為2022年4月以來最顯著。廠商通常指出，中東戰爭為供應商帶來巨大壓力，因此出現船期延誤、貨品短缺等情況。

在訂單增多與原物料部分短缺交錯下，企業5月積壓的訂單量急升，累積速度更達2021年9月以來次高。不過，廠商對僱用人工卻依然保守，繼上月稍微縮編員工規模之後，續於5月維持相若。

(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2026年5月12-20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：

「隨著新訂單大增，產量成長接近五年高點，臺灣製造業景氣在5月持續顯著擴張。

不過，調查資料反映，目前景氣升溫大多由廠商和客戶的庫存備貨策略帶動，雙方都為防範中東戰爭可能引發物料短缺或成本高企，於是加大採購力道；換言之，當庫存回補後，動能有機會隨之消失，尤其當成本壓力持續加劇的時候，就更容易成真。

5月份數據也顯示，投入成本和出廠價格的漲幅擠入逾22年調查歷史的最高排名之一，所以價格壓力依然是PMI調研的一大焦點。

因此，庫存效應雖然看似還會在短期內推升臺灣製造業的景氣表現，但倘若全球通膨壓力繼續升溫，而客戶又要緊縮預算的話，景氣便可能轉弱。」

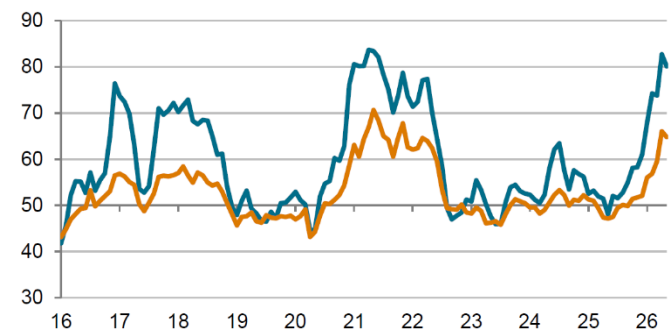
企業緊縮人力之際，適值投入成本在 5 月進一步飆高。值得注意的是，成本漲幅僅略低於上月的多年高點，且擠入逾 22 年調查歷史以來的最高之一。受訪業者通常表示，中東戰爭多少影響了原物料價格上漲。

為保持利潤率，臺灣製造商於是調高售價，總體雖仍低於成本漲幅，卻是歷來最高之一。

廠商在評估未來一年生產時，普遍都非常看好，總體信心度躍升至兩年以來次高，維持歷史均值之上。業者期望客戶需求進一步升溫，尤其是電子與 AI 領域，有利於日後擴充生產。

■ PMI 投入成本 ■ PMI 出廠價格

指數 (經季節調整)>50 = 較上月上漲



資料來源：標普全球 PMI。©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
經濟研究部副總監
電話：+44-1491-461-010
annabel.fiddes@spglobal.com

Eri Amano
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

尚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 300 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，或據此而採取之任何行動，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。