

標普全球臺灣製造業 PMI®

製造業低迷 8 月加劇

要點歸納

產量和新增訂單量急降

商業信心下滑至 2020 年 4 月以來最低

投入成本和出廠價格齊跌

臺灣製造業景氣於 8 月急劇轉差。廠商匯報，由於本土及出口市場同時走弱，因此產量和新增訂單量皆以 2020 年 5 月以來的最大跌幅下降；業者騰出產能清理未完成的業務，促使積壓工作水準驟降至 2009 年 1 月以來最低，也導致人力僱用的擴張趨緩。對於未來 12 個月的經營前景，企業愈趨看淡，並進一步縮減採購及去庫存。

價格數據顯示，投入成本兩年多以來首次減低，而企業為加強行銷，也重新調降出廠價格。

8 月份標普全球臺灣製造業採購經理人指數 (PMI®) 從 7 月的 44.6 降至 42.7，反映景氣狀況連三月減弱，而跌速更是 2020 年 5 月疫情初爆發以來最急遽。

客戶需求疲軟、價格高檔盤旋，造成 8 月新增的訂單量進一步緊縮，有關跌速更創下兩年多以來最快，總體非常明顯。受訪業者指出，本土與外銷需求同時走弱，8 月新增的出口訂單呈跌幅擴大，而且更急。

製造商繼續於 Q3 中段減產，緊縮速度為 2020 年 5 月以來最大，屬創編以來的高點之一，與訂單銷售總額的趨勢一致。

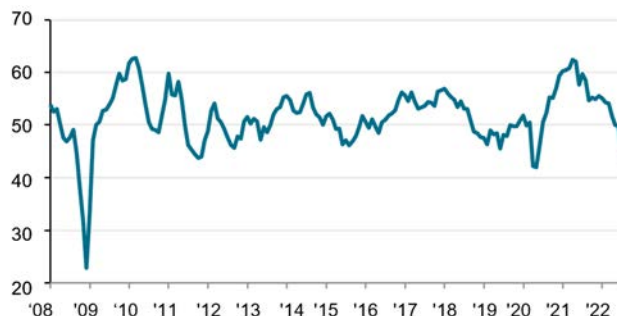
綜觀 8 月的就業數字，職位成長率僅算輕微，與 7 月份相若。有公司指出，為提高產能而增聘人力；但由於接單減少，企業有較多產能清理積壓工作，耗竭率更衝至 2009 年初以來最高。

接單減少也影響了 8 月的採購活動，創 27 個月最快的緊縮

(續下頁)

標普全球臺灣製造業 PMI

>50 = 較上月好轉 (經季節調整)



資料來源：標普全球

調查數據於 2022 年 8 月 12 - 22 日收集

點評

關於最新調查結果，標普全球市場財智經濟研究部副總監 Annabel Fiddes 表示：

「臺灣製造業低迷於 8 月加劇，企業的產量和訂單量跌幅為 2020 年 5 月大流行初爆發以來最大。有越來越多的企業預計未來一年將會進一步減產，反映明顯緊縮的訂單需求也促使企業減少採購，以及去庫存。

從積極的角度來看，需求疲軟緩解了來自供應鏈和價格的壓力。供應商交期延宕的程度為 2019 年底以來最低，而企業的投入成本和出廠價格也重拾兩年多以來首見的跌勢。

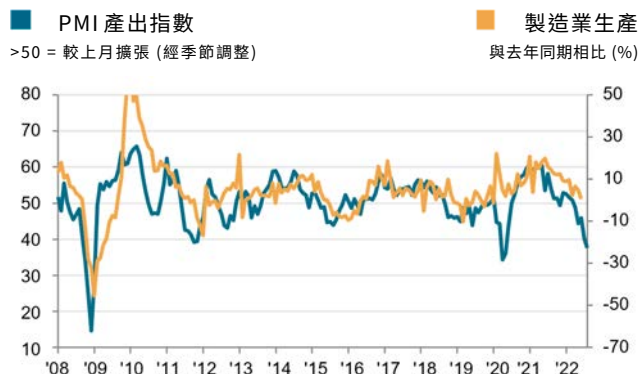
通膨壓力在長時期急升後終於趨緩，這誠然是好消息；但總體數據顯示，業界面對強勁逆風，必須重返擴張。值得注意的是，新增訂單減少，造成積壓工作量急降至 13 年半最低，倘若訂單未能翻紅，則廠商下月有可能進一步減產，甚至裁員。」

速度。另一方面，企業對持有庫存更加審慎，不管是採購庫存還是成品庫存，皆進一步縮減。

儘管 8 月的供應商交期繼續延宕，但倒退程度卻是 2019 年 11 月以來最輕微。有公司提到，需求疲軟令供應商縮短交期。

臺灣製造商過去兩年承擔的投入成本反覆上揚，但到 8 月終於重拾跌勢，跌幅雖然輕微，但卻是 2020 年 5 月以來首見，主要受惠於原物料成本下降。企業普遍藉調降出廠價格，將節省下來的成本回饋客戶，折扣率雖然小幅，但已打破兩年多以來的漲勢，不少廠商以此爭取訂單。

展望未來，企業對來年的生產較上月悲觀，普遍預料將會減產。值得注意的是，負面情緒創下 2020 年 4 月大流行初爆發以來最顯著，受訪公司就此表示，擔憂成本上升，以及全球經濟前景轉差。



資料來源：標普全球、臺灣統計資訊網 (轉載自 Datastream)

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

SungHa Park
標普全球市場財智
企業傳訊部
電話：+82 2 6001 3128
sungha.park@spglobal.com

倘閣下不欲收取來自 S&P Global 的新聞稿，請以電郵通知 katherine.smith@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。

關於 PMI 調研方法的詳細資訊，敬請聯絡 economics@ihsmarkit.com。

聲明

本報告內有關數據之知識產權屬標普全球 (S&P Global) 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。對於因使用本文資料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 Markit Economics Limited 之註冊商標，或 Markit Economics Limited 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之任何訊息、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、其關聯公司與供應商 (「內容供應商」) 皆不能保證，也概不負責。關乎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)，內容供應商一律概不負責。