

標普全球臺灣製造業 PMI®

指數反映9月景氣明顯轉弱

2025 年 9 月

生產與新增訂單緊縮加快

成本上升、產能呈現過剩，人力僱用同時緊縮

企業繼續看淡後續生產

最新 PMI 調查數據顯示，9 月臺灣製造業景氣進一步轉弱。企業透露，由於美國關稅影響，加上客戶觀望市場氛圍濃厚，因此全球需求疲弱，而產量和新增訂單的緊縮速度亦較上月加快。

生產需求下降，造成 9 月的採購活動再度顯著降溫。產能呈現過剩，加之對未來一年生產缺乏信心，廠商於是縮編員工規模。另一方面，成本壓力加劇，總體投入成本創下今年以來最大漲幅；但廠商為爭取訂單，卻連續兩月維持價格大致不變。

經季節調整後，標普全球 9 月臺灣製造業採購經理人指數 (PMI®) 由上月的 47.4 降至 46.8，反映營運狀況明顯轉差，景氣下滑已連續 7 個月出現，而當月的緊縮速度更是兩年以來次高，略高於今年 7 月。

臺灣製造商於第三季末減產，延續了今年 4 月以來跌勢，緊縮速度更是最近兩年次高。受訪業者透露，因客戶需求疲弱而削減產量。

新增訂單也同樣顯著下滑，緊縮速度屬兩年最高之一。企業往往提到，美國貿易政策的走向持續不明朗，因此出口當地的銷售額下跌。業者又提到，歐洲、日本、中國大陸等其他主要市場的外銷訂單也出現減少，因此總體出口訂單大幅下降，而且跌勢加劇。

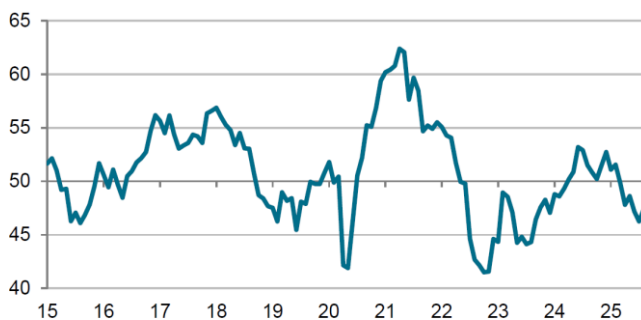
面對市場挑戰，廠商在聘僱員工方面，繼續審慎應對。值得關注的是，人力僱用已連續 13 個月緊縮，惟當月減幅有限，情況與產能閑置的跡象相符，這從積壓訂單明顯減少，跌勢也比上月略快中可見。受訪業者經常指出，因新增訂單減少，所以有充足產能處理和完成積壓。

廠商於第三季末也同時減少採購，緊縮速度雖已放緩至 3 個月最慢，但總體依然明顯。企業通常表示，由於需求疲弱，因此相應地縮減採購。總的來說，廠商在 9 月同時減持採購庫存和成品庫存，但幅度不大。

(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 9 月 11 - 22 日收集

資料來源：標普全球 PMI ©2025 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：

「隨著市場需求持續顯著降溫、企業也進一步大幅減產，因此臺灣製造業的營運狀況在第三季末仍然充滿挑戰。

全球需求不振，導致製造業景氣於近期轉弱；企業往往指出，出口美國的訂單量尤其減少，而關稅影響，以及貿易協議的走向持續出現變數，促使客戶在下單時更加猶豫。

因此，企業於 9 月再度削減採購，並且精簡人力。再者，廠商預計未來一年進一步減產，顯示若經營信心和客戶需求沒有長足改善，則企業可能持續地縮小營運規模。

成本壓力加劇是另一令人擔憂的領域。9 月的營運支出創下今年以來最大漲幅，但為保持競爭力以爭取訂單，企業大都自行消化成本增幅，維持出廠價格大致不變，換言之，廠商在原來已不容易的環境下，還要進一步壓縮利潤空間。」

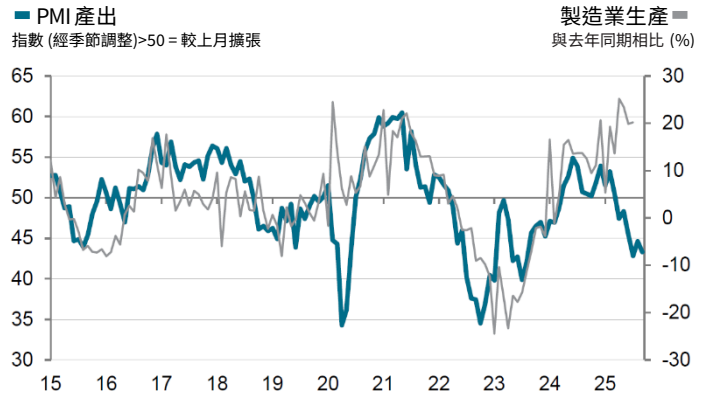
標普全球臺灣製造業 PMI®

雖然廠商對投入品降低了需求，但供應商卻在 9 月拉長了交貨時間。交期延宕中等，往往與船期延誤、供應商庫存偏低有關。

最新調查數據也指出，企業的總體投入成本顯著增加，而且漲勢加速，為今年以來最快；受訪公司普遍認為，原因在於原物料價格上升。

雖然營運支出持續增加，但出廠價格卻連續兩月大致不變。調查資料透露，為保持競爭力以爭取新訂單，企業向客戶轉嫁成本的能力受限。

展望未來一年營運，臺灣製造業於 9 月繼續看淡，強烈的悲觀情緒更是兩年最高之一；業者通常認為因全球需求不振所致，而背後原因又與美國貿易政策持續不明朗，以及客戶拍板新業務時，觀望氛圍濃厚有關。



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)

©2025 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

標普全球市場財智
企業傳訊部
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、其關聯公司與供應商 (「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。