

標普全球臺灣製造業 PMI®

製造業緊縮速度趨緩

要點歸納

產量與新訂單雖續減，惟跌幅已收斂

廠商預期未來一年擴產

3 月份價格與供應商表現有跡象進一步回穩

臺灣製造業 3 月景氣雖持續趨緩，但由於產量與新訂單的跌幅較上月收斂，因此緊縮速度不大。不過，在減產與需求疲弱的影響下，加上廠商有足夠產能應付工作，所以就業人數呈小幅下降，也終止了先前兩月的升勢。對於未來一年前景，企業預計營銷將會好轉，並進一步推動生產力，故有望提高產量。總體而言，業者的心度攀至接近三年最高。

樂觀情緒高漲與價格持續回穩不無關係。最新數據顯示，投入品價格微漲，上升幅度為 7 個月以來最小；至於出廠價格，業者也連續第三個月溫和下調。

標普全球 3 月臺灣採購經理人指數 (PMI®) 錄得 49.3，高於 2 月的 48.6，反映臺灣製造業景氣微幅下滑。PMI 指數雖已連續 22 個月緊縮，但跌幅已收斂至 2022 年 7 月以來最小。

企業 3 月的生產活動和新增訂單雖持續縮減，但跌幅較上月收斂。有見於新接訂單量比上月略減，相關的緊縮速度也放緩至 22 個月最慢，廠商於是調整減產幅度，使其回落至去年 4 月以來最低；但企業強調，不管是本土還是外銷，市場對商品的需求依然疲弱。事實上，3 月的新出口訂單指數進一步滑落，業者表示從中國、歐洲、美國等主要出口市場取得的外銷訂單，均較上月減少。

因應目前的生產和銷售趨勢，企業在 3 月削減了採購活動和就業人數。從採購投入品的角度來看，企業傾向於盡可能地取用庫存，並直接由倉庫滿足生產需求，藉以管控成本。人力僱用方面，3 月份數據反映廠商 3 個月以來首度縮減團隊規模，惟就業跌幅有限；對此，企業表示工廠遇缺不補。

(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 PMI

調查數據於 2024 年 3 月 12 - 20 日收集

點評

標普全球市場財智經濟研究部總監 Paul Smith 表示：

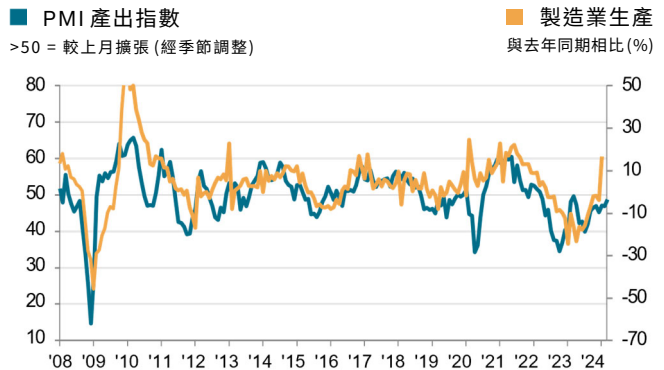
「最新數據雖然顯示景氣持續下滑，但也發出多個進一步利好的訊號，透露臺灣製造業離復甦已經不遠。不但產量與新訂單呈跌幅收斂，就是採購活動也同樣如是。此外，廠商對回補存貨存有希望，因此減慢了去化投入品庫存的速度。

最令人鼓舞的，也許是業者大幅看好生產前景，營運信心衝至接近 3 年高點。價格與投入品供應呈回穩跡象，為一個更加樂觀的前景提供了助力。假設業者擴產的推算成真，則應可證明 3 月的就業下滑只是曇花一現。」

展望未來一年，廠商相信生產力會顯著提高，並預期營銷好轉，因此普遍期望產量較目前水準為高。總的來說，業者對後續前景的信心較上月大增，並衝至 2021 年 5 月以來最高。

投入品供應與價格有跡象進一步回穩，也是帶動業者樂觀情緒的其他原因。供應商在 3 月縮短了交期，改善程度雖然不大，但卻是 6 個月以來首見。從價格來看，則投入品價格雖然續揚，但漲幅有限，更是去年 9 月以來最低。

隨着投入品供應回穩，以及成本通膨降溫，業者有合理基礎降低售價。3 月份數據顯示，廠商連 3 月調降出廠價格，跌幅為去年 9 月以來最大。



聯絡方式

Paul Smith
標普全球市場財智
經濟研究部總監
電話：+44-1491-461-038
paul.smith2@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@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)，內容供應者一律概不負責。