

# 標普全球臺灣製造業PMI®

## 1月復甦腳步加快，惟成本壓力急速上升

2026年1月

生產與訂單成長接近一年最高

成本通膨加劇至2022年6月以來最嚴重

訂單積壓大幅增加，企業於是擴充人力

最新PMI®數據顯示，臺灣製造業1月連兩月好轉，而且擴張速度加快。廠商反映，產量和訂單成長比上月強勁，企業也略為擴充人力；惟通膨壓力加劇，不管投入成本，還是銷售價格，均攀升至2022年中以來的最大漲幅。

經季節調整後，標普全球1月臺灣製造業採購經理人指數(PMI®)由上月50.9升至51.7，反映景氣連續兩月向上提升，擴張速度雖然溫和，卻是2025年1月以來最佳。

臺灣製造業在1月持續提高產量，增速比上月加快，總體雖然溫和，卻是去年3月以來最顯著。廠商通常表示，由於有更多新訂單湧入，故調整生產水準。

新增訂單的擴張速度加快至11個月最高。受訪業者透露，海內外客戶的需求殷切，造就最近接單成長。

2026年伊始，新出口訂單亦已重回擴張，增幅雖然不大，卻是去年4月以來首見。多家廠商提到，一些主要海外市場的需求呈現升溫，當中包括歐洲、中國大陸、美國、日本等地。

業務需求增加，促使企業在1月更為積極採購，擴張速度接近一年最高。

不過，供應商卻因庫存不足而再度拉長交期，惟延宕程度已收斂至3個月最小，尚算溫和。

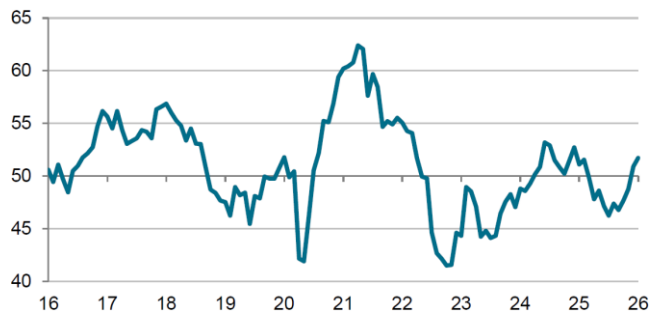
1月積壓的業務量持續增多，反映接單成長同時對廠商造成產能壓力。再者，未完成訂單的累積速度，更大幅加速至一年最快。

為應對積壓激增，企業在3個月內二度擴充人力，藉此提升營運產能；惟職位增幅不大，且低於長期均值。

人力僱用小幅擴張，適逢投入成本飆升。綜觀而言，營運支出擴增至2022年6月以來最高，不少業者表示原物料價格上漲，尤其是金屬類別。在此情況下，廠商於1月調高出廠價格，漲幅為2022年7月以來最大。

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1月12-22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：

「PMI數據顯示，產量和新增訂單的擴張速度加快，反映臺灣製造業於2026開年，景氣持續向上。隨著外銷訂單扭轉近一年跌勢、重回擴張，企業普遍表示海內外需求升溫，也因此造成一定積壓，暗示廠商為應對客戶需求，須於近期繼續擴充生產。

製造業雖在2026年迎來良好的開端，但數據也指出1月的成本支出大幅增加。值得一提的是，投入成本與出廠價格雙升，漲幅皆逾三年半最高。

企業對營運支出相當敏銳，通膨趨勢很可能繼續影響人力僱用和庫存決策的走向，因此密切注意價格行情、瞭解成本壓力如何形成，就顯得非常重要。

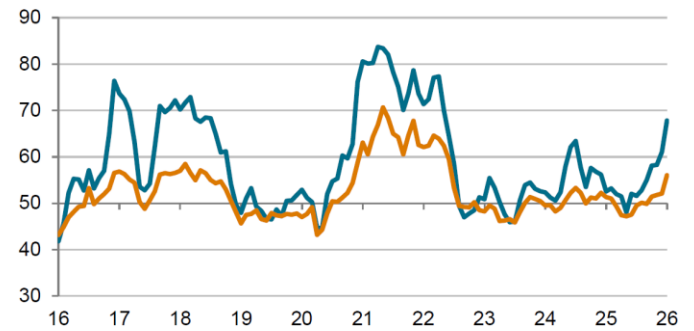
不過，全球需求還在升溫，尤其與AI相關的技術和半導體領域，這為2026年的生產和訂單成長奠定穩健基礎。」

企業努力控制成本，因此在 2026 年首月審慎調整庫存策略，故採購庫存和成品庫存的擴張速度，皆比上月收斂。

雖然營運的成長動能已經提升，但企業展望未來一年生產，信心卻比上月稍遜，惟整體樂觀情緒仍高於長期均值，不少企業期望客戶需求和買氣將於未來數月持續活絡。

■ 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、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  
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](mailto: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](mailto: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。