

標普全球臺灣製造業 PMI®

製造業景氣持續小幅下滑

要點歸納

產量與新增訂單續減

商業信心維持強勁，支撐就業成長

成本壓力趨緩，出廠價格下降

由標普全球 (S&P Global) 編製之最新 PMI® 數據顯示，臺灣製造業 2 月景氣略為轉弱。廠商透露，客戶消費減少，促使生產與新訂單的緊縮速度加快，業者更繼續縮減採購活動、去化庫存；但展望未來一年的生產前景，企業依然充滿信心，為就業成長提供了支持。

價格數據顯示，投入成本已回落至 6 個月低點，反映成本壓力進一步減緩。與此同時，為爭取新訂單，企業再度調降出廠價格。

標普全球 2 月臺灣採購經理人指數 (PMI®) 從 2024 年開年的 48.8 降至 48.6，標誌臺灣製造業連 21 月景氣下滑，惟緊縮速度尚算溫和，跌幅小於 2023 年平均水準。

廠商進一步緊縮生產活動是 2 月份 PMI 指數回落的主要原因。減產幅度雖比上月擴大，但相對於去年大部分時間，則已有改善。

企業往往提到，因應市場需求而調整產量。新增訂單連 22 月緊縮，但 2 月跌幅溫和。隨着出口訂單的跌幅頗深，本土與外銷客戶的需求同時減弱。

為緊隨生產趨勢，臺灣製造商再度於 2 月減購投入品，但降幅不大。另一方面，企業雖繼續去化投入品和製成品庫存，惟兩者跌幅已收斂至 20 個月及 22 個月最低。

企業指出，供應商 2 月的供貨表現進一步轉差，但交期延宕的程度其實有限。綜合而言，供應商因存量不足，個別更受紅海事件牽累，因此延長了投入品的交付時程。

(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 2 月 2 - 21 日收集

點評

標普全球市場財智經濟研究部副總監 Annabel Fiddes 表示：

「臺灣 2 月製造業景氣持續小幅下滑。雖然生產、新增訂單、採購活動仍處於緊縮區間，但重要的是，相關跌幅仍較 2023 的全年平均值溫和，反映營運景氣正在靠近持平水位。

由於企業預期全球需求回溫，因此普遍展望 2024 年將會擴產；業者看好生產前景是另一可喜現象，並已連續兩月惠及就業成長。

此外，廠商減持投入品和製成品庫存的速度，已放緩至多於年半以來最低，反映去庫存階段走向尾聲。

雖然調查數據顯示企業看好未來數月的經營環境，但我們仍需看到客戶消費好轉，才能支撐製造業復甦。與此同時，我們也要密切留意紅海危機對航運的干擾，如何影響供應商表現和運價波動。」

今年首季中段，臺灣製造業持續清理積壓工作，2 月份調查數據顯示，廠商的產能壓力在低點盤旋。對此，企業常常提及新增訂單減少，於是剩餘產能應付未完成訂單。

積壓減少，與業者增加人力不無關係。2 月份新增的工作職位雖然不多，卻是差不多 1 年半以來最佳。

企業擴充人力，源於對未來 12 個月的營運充滿信心。廠商盼望全球經濟暢旺、消費成長遞升、客戶陸續回補庫存，因此普遍看好未來一年的生產前景。

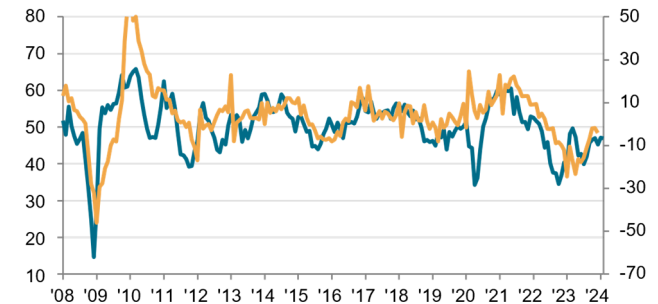
2 月份的投入成本雖然上漲，但升幅已放緩至去年 9 月以來最低。有關升幅主要來自原物料價格攀升，當中以金屬最為明顯，以及運價飆漲。

企業為提升業務競爭力，於是連續兩月調降出廠價格，惟減幅不大。

PMI 產出指數

> 50 = 較上月擴張 (經季節調整)

製造業生產
與去年同期相比 (%)



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)

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@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。

關於標普全球 (S&P Global)

標普全球 (NYSE: SPGI) 提供多種重要情報，以利政府、企業、個人掌握正確數據、專業知識和相關技術，決策更有信心。我們幫助客戶評估新的投資項目，輔導完善 ESG 治理體系，乃至指導供應鏈能源轉型，為世界開啓新機遇，攻克挑戰，推進發展步伐。

標普全球備受世界各地決策機構追捧，就全球資本、大宗商品和汽車市場，提供信用評級、基準、分析和工作流程方案。透過各項服務，協助全球領先機構洞察當下，規劃未來。

關於 PMI

「採購經理人指數 (PMI®)」調查目前涵蓋全球逾 40 個國家及歐元區等重要區域。該指數系列已成為全球密切關注的商業調查資料，因能夠適時、準確而獨到地把握每月經濟脈搏而深受各國央行、金融市場和商業決策者推崇。

詳細資訊，敬請瀏覽

<https://www.spglobal.com/marketintelligence/en/mi/products/pmi.html>。