

標普全球臺灣製造業 PMI®

12月製造業景氣仍低迷，下滑程度已趨緩

要點歸納

產量和新增訂單量續急跌，但緊縮速度放緩

企業對明年景氣樂觀度保持下滑

成本增加，但廠商下調出廠價格

最新 PMI 數據顯示，12 月臺灣製造業景氣下滑的程度已趨緩。產量和新增訂單量跌幅皆見收斂，但面對全球需求走疲，總體緊縮速度依然急速。由於減產，廠商進一步縮減採購，並持續去化庫存。

商業信心繼續減弱，企業普遍看淡明年營運。為拓展銷路，企業下調出廠價格，降幅為兩年半以來最大。

標普全球臺灣製造業 12 月採購經理人指數 (PMI®) 經季節調整後，從 11 月的 41.6 回升至 44.6，反映製造業連續 7 個月景氣惡化，總體跌幅雖仍明顯，但已收斂至 7 月以來最小。

廠商表示，2022 年末新接訂單量的跌幅有所緩和，創 6 個月以來最小，但仍是歷來最高紀錄之一。不少業者表示，本土及外銷需求走疲。新增的出口訂單量同樣降至歷史高位，但比上月收斂，企業稱來自歐洲、中國、美國的訂單量最為明顯。

廠商繼續減產，但緊縮速度為 6 月以來最慢，情況與接单負成長一致；不過，總體依然明顯，乃近 19 年紀錄以來少見。

廠商於 Q4 末進一步縮減採購活動，緊縮速度與上月相若，總體偏快。企業於 12 月進一步去化投入品及成品庫存，但耗竭率比上月收斂。為應對客戶需求走疲，不少業者重新調整庫存，但也有受訪公司指出，因客戶砍單或推延，因此存貨增加。

供應商於 12 月繼續拉長投入品交期，但延宕程度相對溫和。有跡象顯示，需求疲軟有助緩解供應鏈壓力。

(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 12 月 6-15 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：

「隨著生產與新訂單進一步縮減，雖然兩者的緊縮速度已收斂至 6 個月最小，但 12 月臺灣製造業景氣依然低迷。廠商普遍表示，本土與海外需求同時疲軟，以歐洲、中國、美國尤甚。

為應對訂單負成長，企業於 12 月大幅縮減採購活動，並繼續去化庫存。

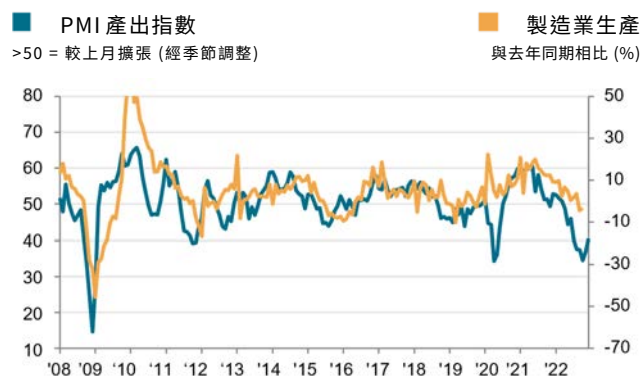
由於預計未來數月進一步減產，因此商業信心仍在減弱。若產能過剩的訊號持續出現，而全球需求又未能恢復的話，則減產的可能性也越來越高。」

由於新增訂單減少，因此企業騰出產能應付手頭未完的工作，這從積壓業務進一步下跌可以反映，緊縮速度雖減慢至3個月以來最低，但總體依然偏快。

產能壓力趨緩，反映企業對聘僱維持審慎，受僱員工人數繼上月微降後，12月大致持平。

價格數據顯示，投入成本重新回升，惟通膨率不大，但即便如此，廠商為拓展銷路而下調出廠價格，降幅雖然溫和，但卻是兩年半以來最深。

企業於12月繼續看淡明年營運。由於擔憂全球經濟、通膨、客戶需求走疲，因此預計未來12個月將會減產。



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。