

# IHS Markit 臺灣製造業 PMI®

## 供應鏈持續吃緊，產量成長趨緩

### 要點歸納

產量連二月回升，惟擴張幅度溫和

外銷訂單暢旺，支撐總體接单成長

投入品出貨遞延，價格續居歷史高檔

1 月份數據於 2022 年 1 月 12 - 21 日收集

新年伊始，臺灣製造業續呈景氣復甦。市況需求熱絡，尤其是出口外銷，帶動了總體業務穩健成長，而廠商負擔的薪資成本也繼續上漲；惟投入品供不應求依然是一大關鍵，供應商交期延宕抑制了產量成長，並進一步拉高未完成業務量。此外，業者匯報，投入成本與產品的銷售價格進一步飆漲。

1 月份 IHS Markit 臺灣製造業採購經理人指數 (PMI®) 從上月的 55.5 微降至 55.1，頗高於 50.0 持平點，顯示製造業的營業氣候進一步上揚，儘管成長率不及去年大多數月份，但仍比 2004 年 4 月創編以來的平均值 52.4 為佳。

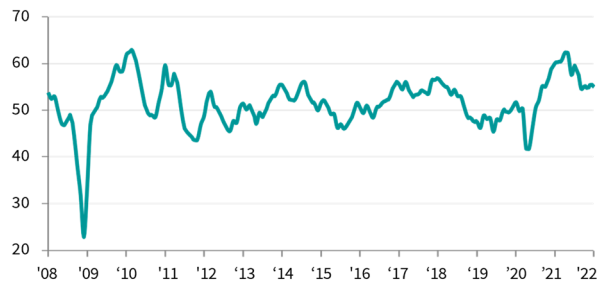
臺灣製造業 1 月份生產連二月擴張，但成長幅度略有放緩，僅屬溫和。雖有不少公司指出，因訂單成長而提高了產量；但亦有業者表示，供應鏈瓶頸抑制了產量成長。

新增訂單的成長速度雖略低於去年 12 月，但升勢仍然穩健。1 月份新增的出口訂單量遽增，反映外銷需求熱絡是接单成長的一大因素。業者普遍提及，升幅受惠於歐洲、日本、中國、美國等外銷市場。

臺灣製造業 1 月份的就業人數再度上升，但職位創造率卻只算溫和，未能抑制積壓工作量進一步增加，而且擴張幅度明顯，速度與去年末相若。

(續下頁)

臺灣製造業 PMI  
>50 = 較上月好轉 (經季節調整)



資料來源：IHS Markit

### 點評

關於最新調查結果，IHS Markit 經濟部副總監 Annabel Fiddes 表示：

「踏入 2022 年，臺灣製造業續呈復甦，但供應商交期延宕、投入品缺料，卻繼續抑制產量成長。

外銷訂單穩健是 1 月份成長的主要動力，不少企業提及歐洲、中國、美國等主要市場的訂單需求持穩增溫。面對 Omicron 變異株肆虐全球，但臺灣製造業的外銷訂單還能保持暢旺，這點尤其值得鼓舞。

然而，接单成長繼續超越產量的擴張速度，致令業者積壓的訂單量大幅攀升。若供應鏈料況改善，便可以增加產量，紓緩產能壓力，提升成長動力，繼而緩解業者因供需失衡而引起的通膨壓力。」

由於國際供應鏈吃緊，因此1月份的投入品供應出現物流延滯、補給時間拉長等情況，總體的惡化程度雖然明顯，但已放緩至14月最低。

訂單成長於2022年首月進一步帶動採購活動，擴張速度雖然明顯，但已放緩至4個月低點。至於投入品庫存，其擴張速度亦見回軟，但總體依然急遽。此外，成品庫存的擴張速度大幅攀升，此與出貨遞延有關。

1月份的價格壓力續居歷史高點。就投入品價格而言，通膨率雖連二月放緩，但總體仍然明顯，業者指出，當中以原物料、運輸、航運的價格升幅較大。至於成品價格，1月份升幅雖見放緩，但仍然強勁。

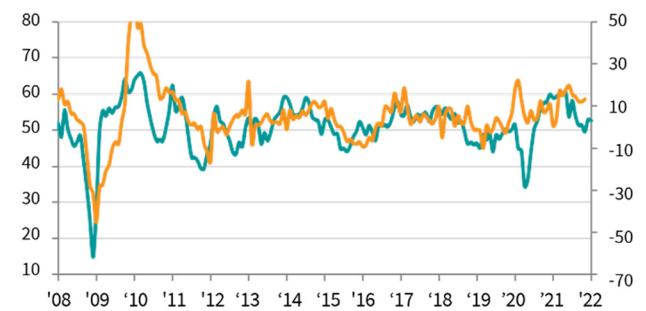
展望未來12個月的產量前景，臺灣製造商抱持強烈信心，樂觀度更達5個月高點。企業預期，客戶需求隨疫情進一步受控而更趨殷切；廠商又寄望，投資與新產品問世能支撐業務成長。

## PMI 產出指數

> 50 = 較上月擴張 (經季節調整)

## 製造業產量

與去年同期相比 (%)



資料來源：IHS Markit、臺灣統計資訊網(轉載自 Datastream)

## 聯絡方式

Annabel Fiddes  
IHS Markit 經濟部副總監  
電話：+44-1491-461-010  
[annabel.fiddes@ihsmarkit.com](mailto:annabel.fiddes@ihsmarkit.com)

Joanna Vickers  
IHS Markit 企業傳訊部  
電話：+44 207 260 2234  
[joanna.vickers@ihsmarkit.com](mailto:joanna.vickers@ihsmarkit.com)

### 資料及展示方法

《IHS Markit 臺灣製造業 PMI®》由 IHS Markit 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。

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。

2022 年 1 月份數據於 2022 年 1 月 12 - 21 日收集。

關於 PMI 調研方法的詳細資訊，敬請聯絡 [economics@ihsmarkit.com](mailto:economics@ihsmarkit.com)。

### 聲明

本報告內有關數據之知識產權屬 IHS Markit 所有或獲許使用。未經 IHS Markit 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，IHS Markit 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，IHS Markit 概不負責。Purchasing Managers' Index™ 和 PMI® 是 Markit Economics Limited 之註冊商標或 Markit Economics Limited 獲許使用之商標。至於 IHS Markit，則是 IHS Markit Ltd 和/或其關聯公司的註冊商標。

### 關於 IHS Markit

IHS Markit (NYSE: INFO) 是世界首屈一指的資訊服務公司，專注環球經濟發展中的主要產業與市場，提供與之相關的關鍵資訊、分析和方案。公司為商界、金融界、政府機關制訂新時代的資訊、分析和方案服務，致力提高客戶的運作效率，並提供精闢深入的獨到見解，以利客戶在掌握充分資訊的基礎上作出可靠決策。IHS Markit 擁有逾 50,000 家企業及政府客戶，包括 80% 財富世界五百強，以及全球頂尖的金融機構。

IHS Markit 是 IHS Markit Ltd 及/或其關聯公司的註冊商標。所有其他公司及產品商標，皆歸屬其相應擁有者。© 2022 年，IHS Markit Ltd 版權所有。

倘閣下不欲收取來自 IHS Markit 的新聞稿，請以電郵通知 [joanna.vickers@ihsmarkit.com](mailto:joanna.vickers@ihsmarkit.com)。有關我們的私隱政策，請查閱此處。

### 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://ihsmarkit.com/products/pmi.html>。