

## 日經臺灣製造業PMI®

### PMI降至略逾三年來最低

#### 要點歸納：

- 產出進一步收縮
- 新業務總量與新接出口銷售量大幅下滑
- 採購活動錄得2015年9月以來最顯著收縮率

數據收集時間：11月12 - 22日

11月份，臺灣製造業景氣度轉弱，衰退速度為37個月來最嚴重，廠商反映產出與新訂單皆見明顯減幅。需求相對疲弱，導致採購活動出現更大幅收縮，聘僱規模僅有輕微擴張。在接近歲末之際，通膨壓力有所緩和，廠商反映投入成本與產出價格皆升幅放緩。

雖然產出持續下滑，廠商對於未來一年業務前景的信心有所恢復，但整體樂觀度仍然偏弱。

日經臺灣製造業採購經理人指數 (PMI®) 乃一綜合指標，旨在以單一數值概括反映製造業之景氣狀況。該指數基於數個分項指標綜合計算而成，當中包括新訂單、產出、就業、供應商交期和採購庫存。當中任何一項數值若高於50.0，表示整體營運狀況有改善。

11月份，PMI (季節調整後) 數值從10月份的48.7下降至48.4，顯示臺灣製造業景氣狀況連續兩月走弱，本月景氣減弱幅度雖小，但已是2015年10月以來最顯著。

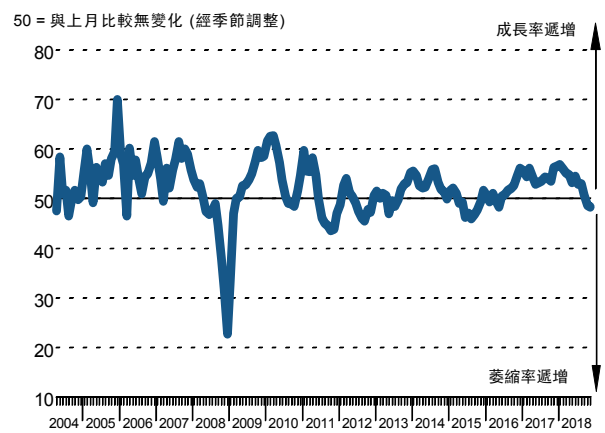
11月份，臺灣製造商的新接業務量連續第三個月呈現下降，而且降幅為2015年9月以來最顯著。廠商普遍反映海內外客戶需求減弱。新接出口銷售量亦錄得與10月份相近的明顯降幅。

月內新訂單減少，廠商相應減少產出，降幅明顯，僅略低於10月份的37個月最高紀錄。

對於聘僱規模，臺灣廠商仍然保持相對審慎，製造業就業連續第三個月僅錄得輕微擴張，與此同時，因新訂單減少，積壓工作量在兩年半以來首次出現下降。

第四季度中期，因產量下降，廠商的採購活動亦隨之進一步收縮，收縮率超過10月份，為38個月來最顯著。投入品庫存因此出現小幅下降，這在2017年5月以來尚屬首見。成品庫存則在經過連續13個月積壓後，大致趨於平穩。

#### 日經臺灣製造業PMI



資料來源：日經, IHS Markit

投入品需求雖然有所減弱，但供應商存貨不足，導致11月份投入品平均交期繼續出現延宕。

11月份，平均投入成本明顯上升，但升幅放緩至2017年7月以來最輕微。與此同時，據廠商反映，新業務競爭加劇，導致廠商的銷售價格僅有輕微升幅，為17個月來最小。

對於未來12個月的業務前景，廠商的信心在11月有所恢復，但整體樂觀度仍然相對偏弱。

#### 點評：

IHS Markit首席經濟師 **Annabel Fiddes** 評論臺灣製造業PMI調查結果時表示：

「11月份，臺灣製造業進一步收縮，關鍵指標PMI較上月微降，為略逾三年來最低。

廠商普遍反映需求減弱，當中包括歐美等主要出口市場，新業務總量與新接出口業務量因此出現明顯降幅。

廠商減少採購與庫存，對聘僱規模亦保持審慎。資料顯示，除非需求和新增訂單出現回升，否則製造業狀況難見起色。」

(全文完)

## 日經臺灣製造業 PMI<sup>®</sup> 贊助機構為

日經 (Nikkei) 乃國際知名媒體，以報章發行為主，旗艦報刊《日本經濟新聞》每日發行，訂閱人數近 250 萬；集團並透過網站、廣播、雜誌等形式建立跨媒體發佈平台。

自 1876 年創辦《中外物價新報》以來，日經始終秉持不偏不倚，公正報道的原則，提供優質的新聞報道。NIKKEI 品牌信譽昭著，深受國內外信賴。

日經集團提供一系列媒體平台，服務讀者的廣泛需要。核心刊物《日本經濟新聞》的發行量接近 250 萬。藉強大的數碼技術，日經提供精闢獨到、豐富精彩的新聞資訊。集團於 2010 年創立日經新聞網站 (Nikkei Online Edition)，付費訂戶現已超逾 500,000 人。環顧各大新聞社，日經以收費形式提供的網站服務穩踞全球讀者人數最高之一。成立 8 年以來，網站成為向讀者傳遞新聞的重要媒體，今後將再進一步，致力成為讀者推進事業的得力助手。

日經於 2013 年創辦英文《Nikkei Asian Review》網絡版及週刊印刷版；翌年，為深化亞洲經濟新聞報導，於曼谷設立亞洲區編採總部，並將駐亞洲區 (日本以外) 記者人數增加一倍；同年於新加坡設立日經集團亞洲總部，全力推廣 Nikkei 品牌，力爭成為亞洲領先媒體。

<http://www.nikkei.co.jp/nikkeiinfo/en/>

## ASIAN REVIEW <http://asia.nikkei.com/>

唯一讓你全面透徹、深入獨到地瞭解亞洲的商業刊物

相比其他商業出版物，《Nikkei Asian Review》在亞洲區擁有更多編採與撰稿人員，能為讀者提供深入透徹的亞洲商業觀點。

訂閱印刷版、網路版或移動版的《Nikkei Asian Review》，緊貼最實時的新聞資訊、分析和評論。



### 亞洲 300 強 (Asia300):

從亞洲 11 個國家及地區，嚴選超過 300 家頂尖企業作廣泛報道。憑藉涵蓋亞洲商業及財經資訊的大型資料庫，Nikkei Asian Review 的目標是透過更強大的報道優勢，建立最大型的亞洲企業資訊中樞



### 最新日本動態:

緊貼日本最新的商業和新聞動向



### 獨家觀點:

為世界各地關注亞洲的人士匯聚真知灼見，包括旗下傑出作家撰寫的 Tea Leaves 專欄



### 政經資訊:

剖析各國財經金融政策、國際時事及相關話題



### 市場資訊:

結合詳盡的業界報道，深入分析市場形勢，方便讀者掌握亞洲區內增長最快的行業發展



### 視頻錄影:

直擊分析師解構本刊文章，觀賞行政高層的訪問片段



### 印刷讀物:

《Nikkei Asian Review》的精華內容每週派送府上或辦公地點

查詢詳細資料，敬請聯絡：

### IHS Markit (有關 PMI 報告內容與點評)

首席經濟師 Annabel Fiddes  
電話：+44 1491 461 010  
電郵：annabel.fiddes@ihsmarkit.com

市務與傳訊部 Jerrine Chia  
電話：+65 6922 4239  
電郵：jerrine.chia@ihsmarkit.com

首席經濟師 Bernard Aw  
電話：+65 6922 4226  
電郵：bernard.aw@ihsmarkit.com

### Nikkei inc. (有關 Nikkei)

Ken Chiba, Deputy General Manager, Public Relations Office  
Atsushi Kubota, Manager, Public Relations Office  
電話：+81 3 6256 7115  
電郵：koho@nex.nikkei.co.jp

### 編輯備註：

《日經臺灣製造業採購經理人指數》研究每月向逾 300 家公司的採購主管發出問卷，然後根據回收的資料編製指數。研究樣本庫根據有關行業對臺灣國內生產毛額 (GDP) 的比重，按公司規模並採用標準行業分類法 (SIC) 予以分層抽樣。根據每月中旬收集的資料，研究數據可反映當月對比上月的變化。對於每項指標，本「報告」都會列出每種答案的百分比、回答「較高」/「較好」和回答「較低」/「較差」的人數之間的淨差額，以及「擴散」指數 (選擇正面答案的人數與半數選答「相同」的人數的總和)。

「採購經理人指數 (PMI<sup>®</sup>)」是個建基於五個單項指標的綜合指數，各指標及其權重分別是：新訂單 -0.3、產出 -0.25、就業人數 -0.2、供應商交期 -0.15、採購庫存 -0.1；其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。採購經理人指數以一個數據概括地展示製造產業的景氣狀況。

「擴散」指數具有先導指數的各種特性，可概括顯示當前的主流變化趨勢。指數高於 50，表明該單項整體上升；低於 50，則表明整體下降。所有資料按季節調整。主要調查資料一經發布，IHS Markit 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，經季節性調整的系列資料可能會因此發生變化。IHS Markit 可以為客戶提供與主要資料 (未經修正) 相關的歷史資料，初始發布的季節性調整資料，以及後續修正資料。如有需要，敬請聯絡 [economics@ihsmarkit.com](mailto:economics@ihsmarkit.com)。

2009 年 5 月前收集的資料均基於電子業類別的調查回應。

### 關於 IHS Markit ([www.ihsmarkit.com](http://www.ihsmarkit.com))

IHS Markit (Nasdaq: 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 和/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。© 2018 IHS Markit Ltd 版權所有。

### 關於 PMI

「採購經理人指數 (PMI<sup>®</sup>)」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>。

本報告內有關「日經臺灣製造業採購經理人指數 (PMI<sup>®</sup>)」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<sup>®</sup> 是 Markit Economics Limited 之註冊商標或獲許使用，而日經 (Nikkei) 獲許使用上述商標。至於 IHS Markit，則是 IHS Markit Ltd 和/或其關聯公司的註冊商標。

倘若閣下不欲從 IHS Markit 收取新聞稿，請以電郵知會 [joanna.vickers@ihsmarkit.com](mailto:joanna.vickers@ihsmarkit.com)。有關本公司的私隱政策，請查閱此處。