

## 日經臺灣製造業PMI®

### 2月份PMI顯示景氣狀況明顯衰退

#### 要點歸納：

- 關鍵指標PMI下滑至三年半低點
- 產出與新業務總量的收縮率加劇
- 出口銷售錄得2011年11月以來最顯著降速

數據收集時間：2月12 - 20日

2月調查資料顯示，臺灣製造業整體景氣放緩跡象有所加劇。產量與新業務總量錄得三年半以來最顯著收縮率，出口銷售更錄得2011年11月以來最顯著降幅。需求減弱，廠商因此大幅縮減採購與庫存。與此同時，雖然投入成本輕微上升，為刺激新業務，廠商仍連續第三個月降低產品銷售價格。展望產出前景，廠商預期輕微轉向悲觀，原因普遍與中美貿易爭端持續，以及全球經濟預期放緩有關。

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。

2月份，PMI (季節調整後) 錄得46.3，低於50.0臨界值，顯示臺灣製造業景氣度連續第五個月呈現衰減。此外，本月指數低於1月份(47.5)，創下三年半以來最顯著衰減率。

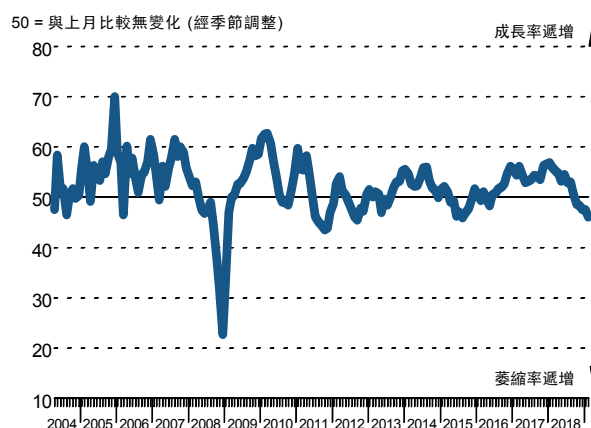
月內臺灣製造商新接獲的業務量大幅下降，收縮率居三年半以來最高。據受訪廠商反映，市場整體需求減弱，主要出口市場尤甚，導致最近新業務減少。出口銷售錄得逾七年來最顯著收縮率。

因此，廠商進一步降低產出，而且降幅加劇，為2015年8月以來最顯著。

2月份，廠商縮減了對投入品的採購量，減幅在本項調查歷史中亦屬顯著。月內廠商加大力度消耗清減現有庫存，採購庫存因此錄得2015年10月以來最顯著降幅，成品庫存則出現三年半以來最大降幅。

新訂單減少，廠商有餘力清理積壓業務，未完成工作量的清理速度加快，為42個月來最高。與此同時，聘僱規模在2月份僅有輕微降幅，與此前3個月的趨勢一致。

#### 日經臺灣製造業 PMI



資料來源：日經, IHS Markit

平均投入成本在3個月來首次出現上揚，但漲幅僅算輕微，而為了吸引新訂單，廠商在2月份仍繼續下調產品售價，降價幅度整體尚屬小幅，但超過長期均值。

展望未來一年，廠商擔心中美貿易爭端持續，加上全球經濟預期放緩，因此業界信心度在2月份下滑至悲觀區間。

#### 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：

「臺灣製造業PMI最新資料顯示，當前衰退趨勢在2月份有所加劇，製造業產出與新訂單錄得三年半以來最顯著降幅。出口表現更是堪憂，出口訂單錄得2011年11月以來最大收縮率，廠商反映全球需求疲弱。

因預期客戶需求將維持疲弱，尤其是海外市場需求，廠商大幅縮減採購與庫存，未來數月更有可能進一步削減產出。」

(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》的發行人數接近 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。© 2019 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。