

## 日經臺灣製造業PMI™

### 3月份製造業重拾回升動力

#### 要點歸納：

- 產出與新業務皆出現更強勁增幅
- 新出口業務的成長速度為逾兩年半以來最快
- 就業有可觀增幅

數據收集時間：3月12-23日

第一季末，臺灣製造業的成長動力回升，產出、新訂單與就業的成長率皆超過上月。新業務的成長，主要是由新出口業務拉動，後者創下2014年8月以來最大增幅。

整體營商狀況改善，客戶需求轉強，業界對經營前景的信心因此升至逾兩年來最高。不過，廠商繼續反映投入成本大幅上升，導致產出價格亦進一步上升。

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。

3月份，PMI 數值從2月份的 54.5 回升至 56.2，與2016年12月並列2011年4月以來的最高紀錄，顯示臺灣製造業整體景氣狀況大幅改善。

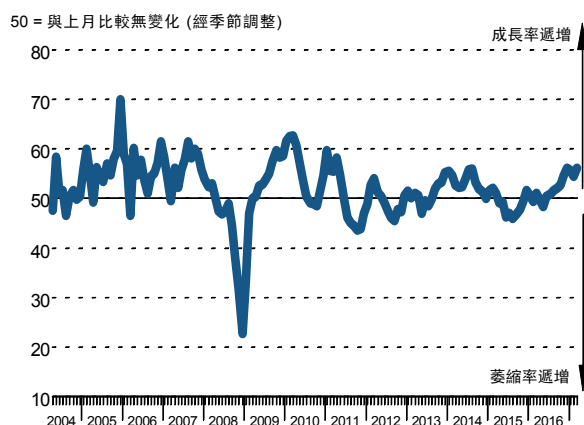
第一季末，新接業務總量創下2014年8月以來次高（並列）成長率。據廠商反映，海內外市場需求轉強。新增出口業務量更創下31個月來最高成長率，許多受訪廠商表示原因是中國大陸和歐美市場的客戶需求增強。

新訂單持續成長，促使廠商在3月份繼續提高產量，產出擴張率創下2014年8月以來的次高值（僅次於去年12月）。

3月份，廠商繼續增加人手，聘僱擴張率創下2011年4月以來的次高值。就業成長普遍與廠商希望增加產能有關，而最近勞工法的修改亦促使部分廠商增加人手。雖然聘僱規模有實質擴張，積壓工作量仍然創下今年以來的最顯著增幅。

產量上升，促使廠商繼續大幅增加對投入品的採購，投入品庫存亦因此在第一季末繼續上升。成品庫存亦有所增加，但增幅輕微。另一方面，據反映供應商存貨不足，導致平均交期進一步大幅延宕。

#### 日經臺灣製造業 PMI



資料來源：日經, IHS Markit

原物料成本上揚，導致投入品價格進一步大幅上升。為轉移成本上升壓力，廠商在3月份亦普遍繼續提高產品銷售價格。不過，無論投入成本還是產出價格，本月升幅都是4個月以來最小。

3月份，廠商對於未來一年經營前景的信心度回升至26個月來最高，終止了2月份的下降狀態。許多受訪廠商提到新產品問世、經濟狀況好轉等有利信心回升的因素。

#### 點評：

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

「2017年第一季末，臺灣製造業表現強勁，產出和新訂單的成長率皆接近去年12月創下的高點。

新業務成長與海內外客戶需求轉強有關，最新調查顯示新出口業務創下略逾兩年半以來最顯著增幅。廠商表示，不僅中國大陸這個新訂單主要來源地的需求增加，其餘諸如歐美等主要市場皆有改善，說明全球需求狀況進一步向好。

同樣令人鼓舞的是，對於未來12個月的前景預測，業界的樂觀度升至逾兩年來最高，廠商普遍預期當前此輪回升趨勢仍將持續數月。不過，仍然讓人擔心的主要還是成本壓力持續，獲利空間繼續受壓，投入價格的漲幅繼續遠超產出價格。」

(全文完)

## 日經臺灣製造業 PMI™ 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 300 萬；集團並透過網站、廣播、雜誌等形式建立跨媒體發佈平台。

日經今年踏入 140 周年，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 300 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 400,000 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 5 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)

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

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™)」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，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。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、分析和專業建議，以資制定相關方案。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 家主要企業及政府客戶，包括 85% 財富世界五百強，以及全球頂尖的金融機構。公司總部設於英國倫敦，致力打造永續的盈利增長。

IHS Markit 是 IHS Markit Ltd 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。© 2017 IHS Markit Ltd 版權所有。

### 關於 PMI

「採購經理人指數 (PMI™)」調查目前涵蓋全球逾 30 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 [www.markit.com/product/pmi](http://www.markit.com/product/pmi)。

本報告內有關「日經臺灣製造業採購經理人指數 (PMI™)」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. 之註冊商標。

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。