

日經臺灣製造業PMI™

製造業PMI微降至4個月低點

要點歸納：

- 產出與新訂單皆增幅放緩至去年10月以來最低
- 採購擴張率放緩，但仍屬顯著
- 平均投入成本進一步急劇上升

數據收集時間：2月10-20日

2月份調查資料顯示，臺灣製造業成長動力進一步減弱。據廠商反映，產出、新訂單與就業皆擴張放緩。不過，新訂單進一步顯著增加，帶動採購活動大幅擴張。投入品需求強勁，進一步加劇供應商壓力，交期大幅延宕。與此同時，通膨壓力仍然處於高位，投入成本與產出價格皆明顯上揚。

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數值從1月份的55.6降至54.5，但仍高於50.0臨界值，顯示臺灣製造業整體景氣狀況連續第九個月改善，但改善幅度較去年12月的近期高點進一步放緩至4個月來最低。

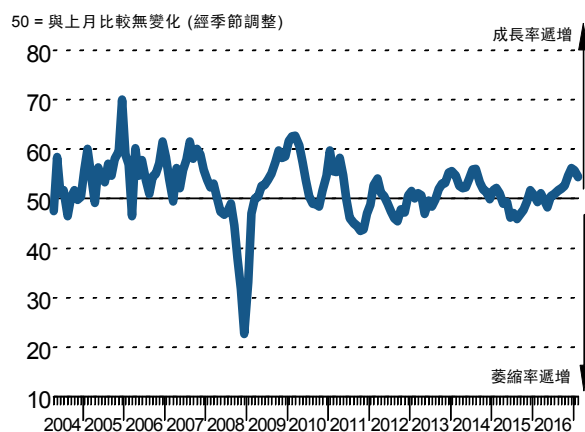
2月份，臺灣製造業產出繼續擴張，擴張率雖然放緩至去年10月以來最弱，但整體仍屬可觀，許多受訪廠商表示原因是新業務增加。與產出一樣，新業務的擴張率亦較去年12月的近期高點進一步放緩，但整體仍保持顯著水準。月內新增出口業務量亦穩健成長，惟成長率微降至4個月來最低。

2月份，聘僱規模繼續擴張，許多廠商為應對新訂單成長而增加人手。不過，聘僱成長率已放緩至去年11月以來最低。同時，積壓工作量大幅上升，但積壓率亦放緩至4個月來最輕微。

為應對生產需求上升，不少廠商繼續增加採購，月內採購增幅雖然是去年10月以來最弱，但仍屬顯著。投入品需求增加，而供應商存貨不足，導致交期大幅延宕。

2月份，隨著採購量增加，投入品庫存進一步上升，但增幅較1月份放緩。部分受訪廠商表示，增加庫存，旨在預防未來價格上升和供應短缺。

日經臺灣製造業PMI



資料來源：日經, IHS Markit

最新資料顯示，平均投入成本大幅上揚，惟漲幅微降至3個月來最低。受訪廠商普遍提到原物料漲價。產出價格在2月份亦大幅上升，但加價幅度小於投入成本的漲幅。

對於未來一年的經營前景，業界的樂觀度降至去年11月以來最低。

點評：

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

「2月份PMI資料顯示，臺灣製造業保持穩健擴張，但成長動力連續第二個月有所放緩。產出與新訂單的增幅減弱，但仍屬可觀。聘僱擴張率亦有放緩。

價格壓力似乎亦略有放緩，但投入價格的漲幅仍處於六年來最高點之一，並且導致產出價格進一步明顯上揚。

可喜在於，資料顯示當前海內外市場仍處於需求廣泛回升狀態。採購活動進一步大幅擴張，由此可預期未來數月產出成長勢頭將會延續。IHS Markit 預測，2017年臺灣GDP將上升約1.7%，超過2016年的1.4%水準。」

(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滙聚真知灼見，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。

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)

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。

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。有關本公司的私隱政策，請查閱此處。