

2022年2月台灣非製造業經理人指數為51.6%

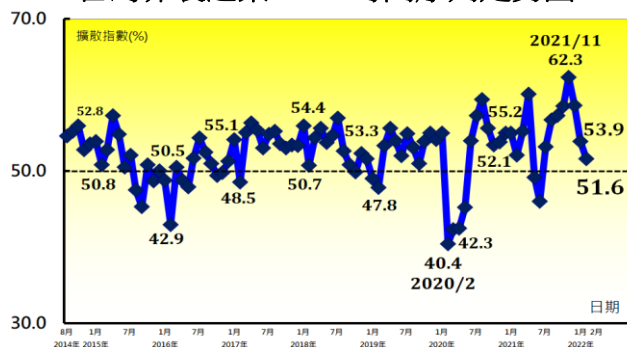
(February 2022 Taiwan NMI at 51.6%)

商業活動 45.9%、新增訂單 47.5%、人力僱用 55.7%。

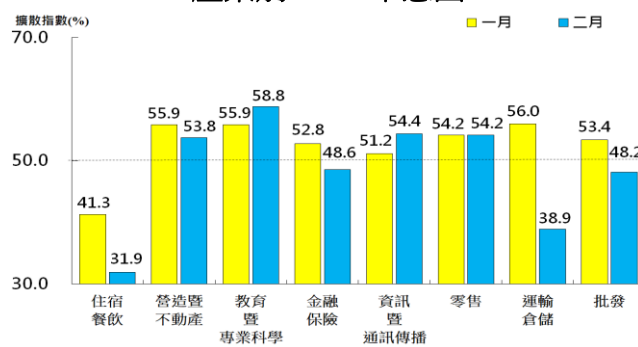
2022年2月台灣非製造業經理人指數 (NMI) ¹

單位：%	產業別													
	2022 2月	2022 1月	百分點 變化	方向 (Direction)	速度 (Rate of Change)	趨勢 (Trend) 連續 月份	住宿 餐飲	營造 暨 不動產	教育 暨 專業 科學	金融 暨 保險	資訊 暨 通訊 傳播	零售	運輸 倉儲	批發
台灣NMI	51.6	53.9	-2.3	擴張	趨緩	8	31.9	53.8	58.8	48.6	54.4	54.2	38.9	48.2
商業活動	45.9	53.2	-7.3	緊縮	前月為擴張	1	11.1	43.3	55.0	44.4	60.0	52.8	23.1	41.3
新增訂單	47.5	52.0	-4.5	緊縮	前月為擴張	1	11.1	48.3	60.0	43.3	52.5	50.0	26.9	43.9
人力僱用	55.7	52.6	+3.1	擴張	加快	8	50.0	61.7	60.0	54.4	52.5	50.0	46.2	52.9
供應商交貨時間	57.3	57.6	-0.3	上升	趨緩	28	55.6	61.7	60.0	52.2	52.5	63.9	59.6	54.8
存貨	48.2	53.4	-5.2	緊縮	前月為擴張	1	50.0	40.0	53.3	52.2	50.0	50.0	51.9	51.0
採購價格	67.3	72.5	-5.2	上升	趨緩	74	83.3	76.7	70.0	47.8	60.0	63.9	69.2	74.0
未完成訂單	43.9	48.6	-4.7	緊縮	加快	2	11.1	45.0	58.3	42.2	50.0	36.1	25.0	48.1
服務輸出/出口	47.0	50.0	-3.0	緊縮	前月為持平	1	100.0	37.5	54.5	57.1	50.0	50.0	13.6	41.9
服務輸入/進口	48.4	55.1	-6.7	緊縮	前月為擴張	1	50.0	36.7	58.3	40.0	50.0	60.0	25.0	48.8
服務收費價格	59.7	62.0	-2.3	上升	趨緩	21	55.6	67.2	57.1	37.8	57.5	63.9	48.1	71.2
存貨觀感	51.8	52.3	-0.5	過高	趨緩	3	55.6	41.7	51.7	48.9	55.0	55.6	48.1	61.5
未來六個月展望	59.5	53.0	+6.5	擴張	加快	8	38.9	66.7	71.7	53.3	60.0	58.3	44.2	54.8

台灣非製造業 NMI 時間序列走勢圖



產業別 NMI 示意圖



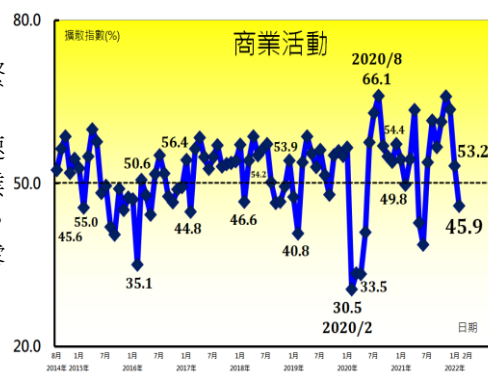
本月重點節錄 (Summary)

- 2022年2月未季調之台灣非製造業 NMI 指數續跌 2.3 個百分點至 51.6%。
- 部分導因於 2 月農曆春節與 228 假期工作天數較少之故，未經季節調整之商業活動與新增訂單（新增簽約客戶或業務）指數同步中斷連續 7 個月的擴張轉為緊縮，二指數分別下跌 7.3 與 4.5 個百分點至 45.9% 與 47.5%。
- 人力僱用已連續 8 個月擴張，且指數回升 3.1 個百分點至 55.7%。
- 供應商交貨時間（受託工作完成時間）指數已連續 28 個月上升（高於 50.0%），指數微跌 0.3 個百分點至 57.3%。
- 存貨指數中斷連續 6 個月擴張轉為緊縮，指數續跌 5.2 個百分點至 48.2%。
- 非製造業之採購價格（營業成本）指數由創編以來最快上升（高於 50.0%）速度（72.5%）回跌 5.2 個百分點至 67.3%，連續第 15 個月維持在 60.0% 以上上升速度。
- 未完成訂單（工作委託量）已連續 2 個月緊縮，指數續跌 4.7 個百分點至 43.9%。
- 非製造業之出口指數由持平（50.0%）回跌 3.0 個百分點轉為緊縮，指數為 47.0%。
- 進口中斷連續 3 個月的擴張轉為緊縮，指數回跌 6.7 個百分點至 48.4%。
- 非製造業之服務收費價格指數在 2021 年 12 月攀升至 2014 年 8 月創編以來最快上升（高於 50.0%）速度（64.0%）後，上升速度持續趨緩，本月指數續跌 2.3 個百分點至 59.7%。
- 存貨觀感已連續 3 個月過高（高於 50.0%，高於當前營運所需），惟指數回跌 0.5 個百分點至 51.8%。
- 國內疫情變化一度使未來六個月展望指數在 1 月驟跌 11.6 個百分點至 2021 年 7 月以來最慢擴張速度（53.0%），惟隨著本土疫情趨緩，本月指數回升 6.5 個百分點至 59.5%。
- 八大產業中，四大產業 NMI 皆呈現擴張，依擴張速度排序為教育暨專業科學業（58.8%）、資訊暨通訊傳播業（54.4%）、零售業（54.2%）與營造暨不動產業（53.8%）。住宿餐飲業（31.9%）、運輸倉儲業（38.9%）、批發業（48.2%）與金融保險業（48.6%）則回報 NMI 緊縮。

商業活動 (Business Activity) 擴散指數為 45.9%

重要發現 (Key Finding)

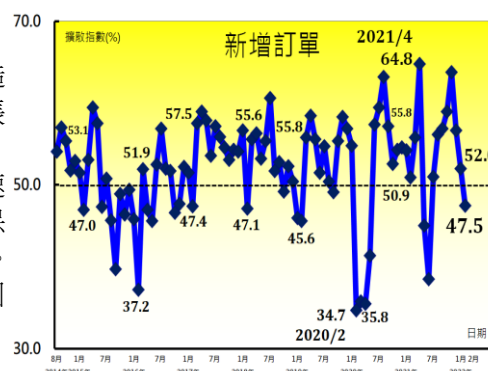
- 非製造業未經季節調整之商業活動中斷連續 7 個月的擴張轉為緊縮，指數續跌 7.3 個百分點至 45.9%。
- 八大產業中，五大產業回報商業活動呈現緊縮，各產業依緊縮速度排序為住宿餐飲業 (11.1%)、運輸倉儲業 (23.1%)、批發業 (41.3%)、營造暨不動產業 (43.3%) 與金融保險業 (44.4%)。
- 資訊暨通訊傳播業 (60.0%)、教育暨專業科學業 (55.0%) 與零售業 (52.8%) 則回報商業活動呈現擴張。



新增訂單 (New Orders) 擴散指數為 47.5%

重要發現 (Key Finding)

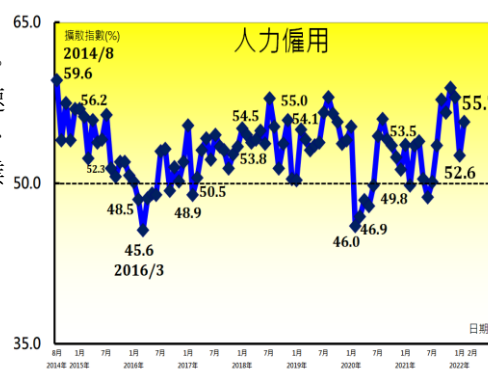
- 部分導因於 2 月農曆春節與 228 假期工作天數較少之故，非製造業之新增訂單 (新增簽約客戶或業務) 亦中斷連續 7 個月的擴張轉為緊縮，指數續跌 4.5 個百分點至 47.5%。
- 八大產業中，五大產業回報新增訂單呈現緊縮，各產業依緊縮速度排序為住宿餐飲業 (11.1%)、運輸倉儲業 (26.9%)、金融保險業 (43.3%)、批發業 (43.9%) 與營造暨不動產業 (48.3%)。
- 教育暨專業科學業 (60.0%) 與資訊暨通訊傳播業 (52.5%) 則回報新增訂單呈現擴張。
- 僅零售業回報新增訂單為持平 (50.0%)。



人力僱用 (Employment) 擴散指數為 55.7%

重要發現 (Key Finding)

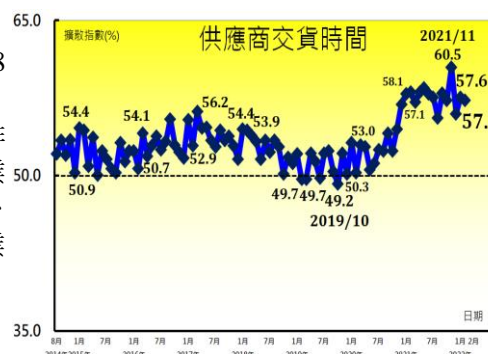
- 人力僱用已連續 8 個月擴張，且指數回升 3.1 個百分點至 55.7%。
- 八大產業中，五大產業回報人力僱用呈現擴張，各產業依擴張速度排序為營造暨不動產業 (61.7%)、教育暨專業科學業 (60.0%)、金融保險業 (54.4%)、批發業 (52.9%) 與資訊暨通訊傳播業 (52.5%)。
- 僅運輸倉儲業 (46.2%) 回報人力僱用呈現緊縮。
- 住宿餐飲業與零售業則回報人力僱用為持平 (50.0%)。



供應商交貨時間 (Supplier Deliveries) 擴散指數 57.3%

重要發現 (Key Finding)

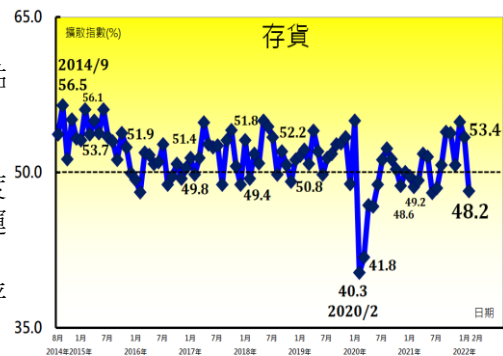
- 非製造業之供應商交貨時間 (受託工作完成時間) 指數已連續 28 個月上升 (高於 50.0%)，指數微跌 0.3 個百分點至 57.3%。
- 八大產業全數回報供應商交貨時間為上升，各產業依上升速度排序為零售業 (63.9%)、營造暨不動產業 (61.7%)、教育暨專業科學業 (60.0%)、運輸倉儲業 (59.6%)、住宿餐飲業 (55.6%)、批發業 (54.8%)、資訊暨通訊傳播業 (52.5%) 與金融保險業 (52.2%)。



存貨 (Inventories) 擴散指數為 48.2%

重要發現 (Key Finding)

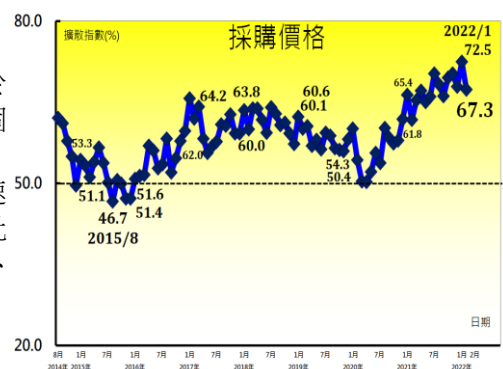
- 存貨指數中斷連續 6 個月擴張轉為緊縮，指數續跌 5.2 個百分點至 48.2%。
- 八大產業中，僅營造暨不動產業 (40.0%) 回報存貨呈現緊縮。
- 八大產業中，四大產業則回報存貨呈現擴張，各產業依擴張速度排序為教育暨專業科學業 (53.3%)、金融保險業 (52.2%)、運輸倉儲業 (51.9%) 與批發業 (51.0%)。
- 住宿餐飲業、資訊暨通訊傳播業與零售業皆回報存貨為持平 (50.0%)。



採購價格 (Prices) 擴散指數為 67.3%

重要發現 (Key Finding)

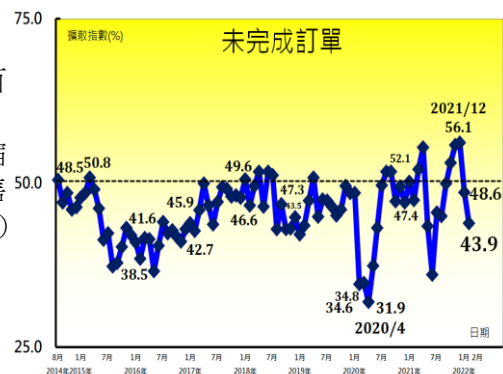
- 非製造業之採購價格 (營業成本) 指數由創編以來最快上升 (高於 50.0%) 速度 (72.5%) 回跌 5.2 個百分點至 67.3%，連續第 15 個月維持在 60.0% 以上上升速度。
- 八大產業中，七大產業回報採購價格呈現上升，各產業依上升速度排序為住宿餐飲業 (83.3%)、營造暨不動產業 (76.7%)、批發業 (74.0%)、教育暨專業科學業 (70.0%)、運輸倉儲業 (69.2%)、零售業 (63.9%) 與資訊暨通訊傳播業 (60.0%)。
- 僅金融保險業 (47.8%) 回報採購價格為下降 (低於 50.0%)。



未完成訂單 (Backlog of Orders) 擴散指數為 43.9%

重要發現 (Key Finding)

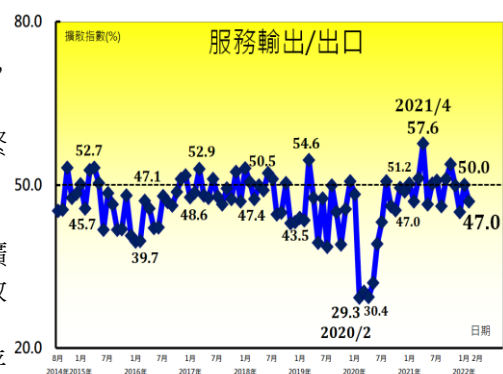
- 未完成訂單 (工作委託量) 已連續 2 個月緊縮，指數續跌 4.7 個百分點至 43.9%。
- 八大產業中，六大產業回報未完成訂單呈現緊縮，各產業依緊縮速度排序為住宿餐飲業 (11.1%)、運輸倉儲業 (25.0%)、零售業 (36.1%)、金融保險業 (42.2%)、營造暨不動產業 (45.0%) 與批發業 (48.1%)。
- 教育暨專業科學業 (58.3%) 則回報未完成訂單呈現擴張。
- 僅資訊暨通訊傳播業回報未完成訂單為持平 (50.0%)。



服務輸出/出口 (New Export Orders) 擴散指數為 47.0%

重要發現 (Key Finding)

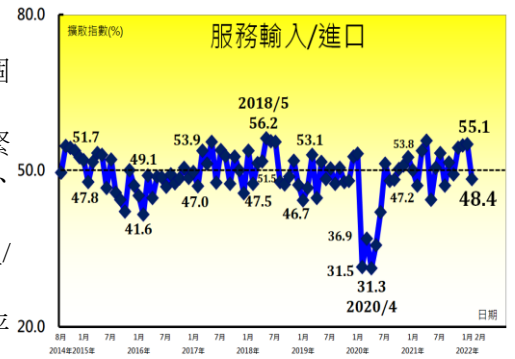
- 非製造業之出口指數由持平 (50.0%) 回跌 3.0 個百分點轉為緊縮，指數為 47.0%。
- 八大產業中，三大產業回報服務輸出/出口呈現緊縮，各產業依緊縮速度排序為運輸倉儲業 (13.6%)、營造暨不動產業 (37.5%) 與批發業 (41.9%)。
- 八大產業中，三大產業回報服務輸出/出口呈現擴張，各產業依擴張速度排序為住宿餐飲業 (100.0%)、金融保險業 (57.1%) 與教育暨專業科學業 (54.5%)。
- 資訊暨通訊傳播業與零售業皆回報服務輸出/出口為持平 (50.0%)。
- 在所有非製造業受訪企業中，約有 61.7% 的受訪者表示其所屬企業無相關服務輸出/出口業務，並勾選不適用選項。



服務輸入/進口 (Imports) 擴散指數為 48.4%

重要發現 (Key Finding)

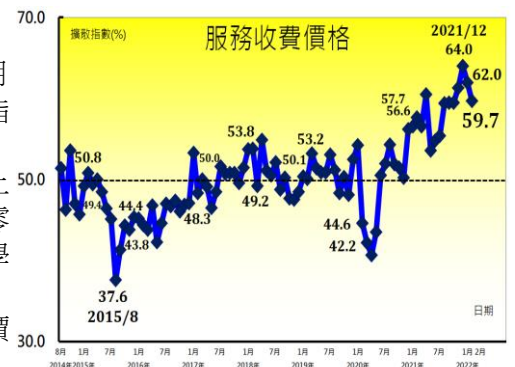
- 非製造業之進口中斷連續 3 個月的擴張轉為緊縮, 指數回跌 6.7 個百分點至 48.4%。
- 八大產業中, 四大產業回報服務輸入/進口呈現緊縮, 各產業依緊縮速度排序為運輸倉儲業 (25.0%)、營造暨不動產業 (36.7%)、金融保險業 (40.0%) 與批發業 (48.8%)。
- 零售業 (60.0%) 與教育暨專業科學業 (58.3%) 則回報服務輸入/進口呈現擴張。
- 住宿餐飲業與資訊暨通訊傳播業皆回報服務輸入/進口為持平 (50.0%)。
- 在所有非製造業受訪企業中, 約有 53.0% 的受訪者表示其所屬企業無相關服務輸入/進口業務, 並勾選不適用選項。



服務收費價格 (Service Charge) 擴散指數為 59.7%

重要發現 (Key Finding)

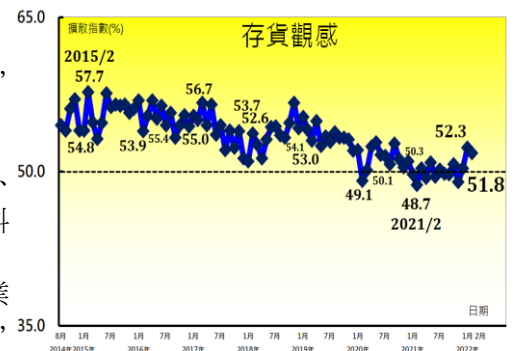
- 非製造業之服務收費價格指數在 2021 年 12 月攀升至 2014 年 8 月創編以來最快上升速度 (64.0%) 後, 上升速度持續趨緩, 本月指數續跌 2.3 個百分點至 59.7%。
- 八大產業中, 六大產業回報服務收費價格呈現上升, 各產業依上升速度排序為批發業 (71.2%)、營造暨不動產業 (67.2%)、零售業 (63.9%)、資訊暨通訊傳播業 (57.5%)、教育暨專業科學業 (57.1%) 與住宿餐飲業 (55.6%)。
- 金融保險業 (37.8%) 與運輸倉儲業 (48.1%) 則回報服務收費價格呈現下降 (低於 50.0%)。



存貨觀感 (Inventory Sentiment) 擴散指數為 51.8%

重要發現 (Key Finding)

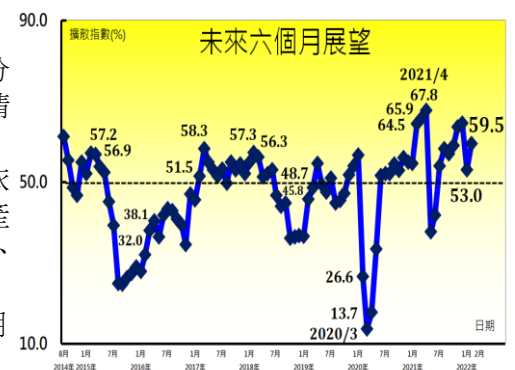
- 存貨觀感已連續 3 個月過高 (高於 50.0%, 高於當前營運所需), 惟指數回跌 0.5 個百分點至 51.8%。
- 八大產業中, 五大產業其經理人認為目前企業存貨數量為過高, 各產業依指數高低排序為批發業 (61.5%)、住宿餐飲業 (55.6%)、零售業 (55.6%)、資訊暨通訊傳播業 (55.0%) 與教育暨專業科學業 (51.7%)。
- 營造暨不動產業 (41.7%)、運輸倉儲業 (48.1%) 與金融保險業 (48.9%) 之經理人則認為目前企業存貨數量為過低 (低於 50.0%, 低於當前營運所需)。



未來六個月展望 (Future Outlooks) 擴散指數為 59.5%

重要發現 (Key Finding)

- 國內疫情變化一度使未來六個月展望指數在 1 月驟跌 11.6 個百分點至 2021 年 7 月以來最慢擴張速度 (53.0%), 惟隨著本土疫情趨緩, 本月指數回升 6.5 個百分點至 59.5%。
- 八大產業中, 六大產業回報未來六個月展望呈現擴張, 各產業依指數擴張速度排序為教育暨專業科學業 (71.7%)、營造暨不動產業 (66.7%)、資訊暨通訊傳播業 (60.0%)、零售業 (58.3%)、批發業 (54.8%) 與金融保險業 (53.3%)。
- 住宿餐飲業 (38.9%) 與運輸倉儲業 (44.2%) 則回報未來六個月展望呈現緊縮。



其他評論（節錄）

住宿餐飲業

- 春節因素房價及餐價有提升，又因本土疫情致住房狀況受影響--**短期住宿服務業**。

營造暨不動產業

- 新簽約案件增多但仍缺工，物料成本上漲，客戶依舊拖款。年輕人不喜從事工程業，優良電信人員聘僱不容易--**專門營造業**。
- 鋁料價格持續調漲，鋼筋於去年 11 月至 12 月略降一波後，於農曆年前開始迄今又調漲，相關工資亦未見下降趨勢。短期內營建物價雖可能持平，但仍看不到降低的趨勢--**建築工程業**。
- 雖受春節長假影響，2 月房屋交易相對減少。不過年後看屋量快速回升，反映市場需求活絡，上半年房市仍可中性樂觀看待。惟須關注是否有重大房市政策出爐而影響房市信心--**不動產經營業**。
- 下半年疫情影響應會趨緩--**不動產經營業**。

教育暨專業科學業

- 春節假期營運天數減少致營收下降--**會計服務業**。

金融保險業

- 自營操作本應較前月佳，惟本月因春節假期營業天數較前月少，手續費收入下降--**證券商**。
- 業務處於上升階段，惟債券利率上升致銀行業產生評價損失，且股市波動可能影響財富管理與基金業務，惟整體而言成長性仍佳--**投資顧問業**。

資訊暨通訊傳播業

- 國內短期通膨壓力與物價推升已反應成本於報價，公司各項支出與成本控管轉緊，客戶下單亦趨小心謹慎，買方與開案觀望氣氛濃。另，國外疫情走勢、冬奧開打、原物料價格與戰事動盪，供應鏈雖有準備但仍小心保守--**軟體出版業**。
- 除廣告業務略萎縮外其餘持平--**廣播、電視節目編排及傳播業**。

零售業

- 大陸疫情仍不定時地對供應鏈流暢度產生負面影響--**電腦及其週邊設備、軟體零售業**。

運輸倉儲業

- 未來六個月的景氣狀況需視疫情而定--**鐵路運輸業**。
- 1 月為農曆春節前一個月，依過往經驗冷凍（藏）食品配送量會大增約 50%，但今年因疫情只有小幅增長 5%~10%左右--**汽車貨運業**。
- 2 月因年節、疫情影響，貨量與收入均較 1 月減少--**汽車貨運業**。
- 因農曆春節假期 2 月僅 15 個工作天，因此營業額較 1 月減少。惟國際空海運運量，市場預測將從 3 月起好轉--**貨運承攬業**。
- 2 月受春節連假影響航商調整船班減少作業量--**普通倉儲業**。

批發業

- 因為交期較長，大部份舊客戶均在農曆年前下單--**電腦及其週邊設備、軟體批發業**。
- 商業活動下降--**藥品、醫療用品及化粧品批發業**。
- 農曆年後至 5 月是產業淡季--**水產品批發業**。
- 本月訂單與營收大幅減少，主要因歐美客戶大幅下修因疫情以來預備式計畫訂單。此外，終端客戶(End User)需求已減緩並有移轉其他項目或替代產業之跡。目前經營成本非常不友善，經營模式調整後需要時間才能有利潤產生，但是供應鏈環境變化太快，導致調整後經營模式無能時時變更，企業因此產生損失或衝擊。此外，面臨產業間對基本工作努力的提價競爭，將成為成本攀升的重大挑戰與隱憂--**綜合商品批發業**。
- 貨櫃仍短缺且價格高，且美國通膨嚴重與股市承壓使美國經濟已有高度不確定性，致使我司營運成長緩慢。同時受疫情驅動買氣下單量已減少，目前因連續長假未完成訂單攀升導致存貨堆積高--**商品批發經紀業**。

其他非製造業

- 旅遊業已開始規劃下個月日本出國行程--**其他組織**。
- 二月底新增營運據點，營收及相關現場人力、設備等需求增加--**創作及藝術表演輔助業**。
- 因仍有許多結束營業或節省開銷的店面公司，以致同業低價競爭更嚴重--**保全及偵探業**。

附註：

1. 中華經濟研究院受國家發展委員會（前經建會）委託，並與中華採購與供應管理協會合作進行台灣製造業與非製造業經理人指數調查。中華經濟研究院已於 2012 年 11 月起每月正式發佈台灣製造業採購經理人指數，本表為中華經濟研究院所編之台灣非製造業經理人指數 (NMI) 報告。非製造業依行業特性區分為住宿餐飲業、營造暨不動產業、教育暨專業科學技術服務業、金融保險業、資訊暨通訊傳播業、零售業、運輸倉儲業、批發業及其他非製造業等九大類，產業別分類則以中華民國行業分類標準為主要依據。中經院除提供非製造業 NMI 指數外，另提供上述除其他非製造業外之八大產業 NMI。本報告主要根據超過 250 份（有效樣本）非製造業受訪企業之問卷回答內容作計算，並節錄問卷填答者的意見，不代表政府與本院的立場。本表數值是以各企業所屬產業別對 GDP 貢獻度加權平均而得，相同產業中各企業之權重相同。各產業別分類以主計處分類為依據，不同產業別之受訪企業家數主要依照各產業別對 GDP 的貢獻度進行分層抽樣，並跟隨行政院主計總處「國民所得統計五年修正」進行比重調整，未來不排除視個別產業受訪企業數量做進一步產業別細分。各項擴散指數之計算方式為企業勾選上升的比例加上勾選持平比例的半數。台灣 NMI 之計算僅以商業活動、新增訂單、人力僱用與供應商交貨時間等四項擴散指數等權平均而得。指數大於 50 其方向標示為擴張、上升或過高，指數小於 50 則方向標示為緊縮、下降或過低。

2. 台灣非製造業問卷題目設計參照美國供應管理協會（ISM）的商業調查報告（Report on Business），分別針對商業活動、新增訂單、人力僱用、供應商交貨時間、存貨、原物料價格、未完成訂單、新增出口訂單、進口原物料數量、服務收費價格、存貨觀感與未來六個月的景氣狀況等十二項指標進行調查。惟考量商業活動（生產）、訂單、供應商交貨時間、存貨、未完成訂單與原物料價格（採購價格）等項目在非製造業各業別中較難直覺評估，中經院廣納非製造業經理人與專家之建議，針對不同行業特性微調各產業之問卷用語，以簡便台灣非製造業各類受訪企業之問卷填答過程。各業別相關問卷用語列舉如下：商業活動（營業收入、本月總預算或總支出）、新增訂單（新增簽約客戶、新增業務委託、新增簽約工程施工、預約訂餐訂房、新增服務照顧對象等）、供應商交貨時間（收到顧客訂單到交屋時間、客戶等待時間、受託工作完成時間、收單到服務遞交完成時間等）、存貨（待售房屋數量、營業用商品設備之存貨數量、待募集之基金額度或可銷售之保險商品件數、營運據點數量等）、採購價格（單位營業成本、材料購入價格、存款利率或保險利率）與未完成訂單（未完成之工作委託、本月新增客戶或業務委託量是否超過預期目標）。
3. 感謝諸位業界經理人與專家在台灣非製造業經理人指數籌備期間，不吝指導問卷設計並提供相關修改建議。依公司名稱筆畫多寡排序如下：元大寶來證券投資信託顏誌緯產品經理、王品集團沈榮祿副總與周佳穎經理、世聯倉運黃仁安董事長與游純宜經理、財金資訊股份有限公司范姜群暉經理、富蘭克林投顧吳振邦協理、國防部陳宗提少將指揮官、國泰投信張雍川總經理與趙志中經理、將捷集團林嵩烈副董事長與張真銘財務長、華南金控行政管理處處長徐千婷處長、台灣電通胡嵩巽資深副總經理、鳳凰旅行社周郁慧協理與寶雅國際張美雲會計部經理等。
4. 感謝中華民國銀行公會、中華民國證券投資信託暨顧問商業同業公會、中華民國汽車貨運商業同業公會全國聯合會、中華民國全國工業總會、中華民國不動產仲介經紀商業同業公會、台灣區電信工程工業同業公會、中華民國資訊軟體協會、中華民國觀光旅館商業同業公會、台灣金融服務業聯合總會、中華民國資訊軟體品質協會、中華民國全國商業總會、台灣連鎖暨加盟協會、台灣商會聯合資訊網、中華民國物流協會、中華民國西藥代理商業同業公會、中華民國人壽保險商業同業公會、台北市海運承攬運送商業同業公會、中華財經策略協會及中華民國工商協進會等協會在 NMI 指數試編期間的大力支持與宣導。
5. 關於本報告之任何意見或諮詢歡迎來信或致電中華經濟研究院第三研究所陳馨蕙博士（02）27356006 轉 623 或 E-mail: csh@cier.edu.tw。
6. 對於有意參與後續採購經理人指數編製之公司，歡迎來信將公司聯繫窗口之聯絡人姓名、公司名稱、聯絡人職稱、聯絡人 E-mail 與電話寄至 E-mail: csh@cier.edu.tw，或直接至下列網址 <http://pmi.cier.edu.tw> 按報名後登入相關資料。本院將寄送專屬帳號密碼給貴公司聯繫窗口以方便各窗口聯絡人線上填寫問卷，同時後續分析報告也會直接寄送到貴公司之指定信箱。
7. 國家發展委員會（前經建會）與中華經濟研究院保留一切解釋與修改權力。