

## 2024年3月台灣非製造業經理人指數為53.5%

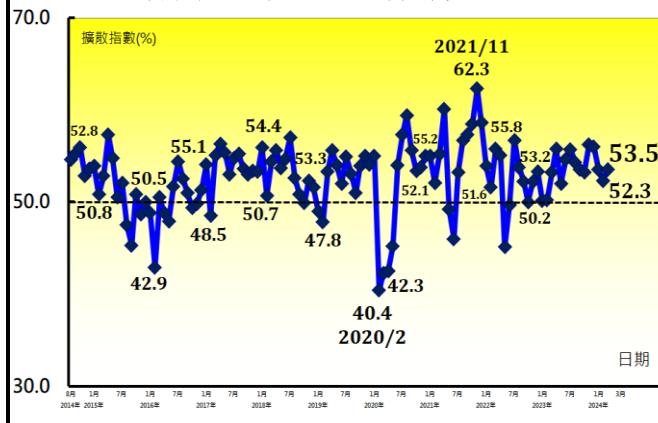
(March 2024 Taiwan NMI at 53.5%)

商業活動 53.4%、新增訂單 54.4%、人力僱用 53.6%。

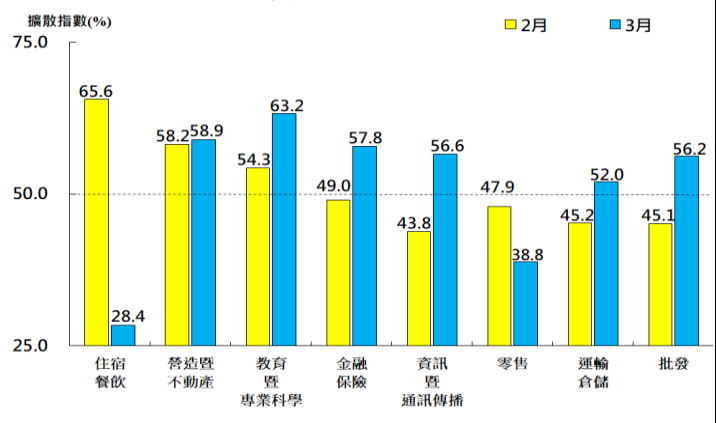
### 2024年3月台灣非製造業經理人指數 (NMI) <sup>1</sup>

單位：%	產業別													
	2024 3月	2024 2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	53.5	52.3	+1.2	擴張	加快	17	28.4	58.9	63.2	57.8	56.6	38.8	52.0	56.2
商業活動	53.4	49.2	+4.2	擴張	前月為緊縮	1	27.3	62.5	60.8	60.8	60.5	29.4	62.0	56.3
新增訂單	54.4	52.2	+2.2	擴張	加快	13	22.7	50.0	66.2	67.6	57.9	37.5	54.0	65.7
人力僱用	53.6	54.0	-0.4	擴張	趨緩	13	31.8	68.8	64.9	50.0	52.6	38.2	44.0	50.0
供應商交貨時間	52.8	53.8	-1.0	上升	趨緩	10	31.8	54.2	60.8	52.7	55.3	50.0	48.0	52.7
存貨	49.0	51.4	-2.4	緊縮	前月為擴張	1	45.5	45.8	51.4	62.2	50.0	47.1	42.0	46.4
採購價格	62.2	58.3	+3.9	上升	加快	99	72.7	64.6	63.5	58.1	57.9	55.9	66.0	61.6
未完成訂單	47.6	50.0	-2.4	緊縮	前月為持平	1	22.7	43.8	55.4	64.9	50.0	38.2	48.0	49.1
服務輸出/出口	53.5	48.3	+5.2	擴張	前月為緊縮	1	37.5	75.0	54.5	42.3	56.3	50.0	41.7	48.8
服務輸入/進口	54.2	49.5	+4.7	擴張	前月為緊縮	1	54.5	45.8	66.7	55.0	50.0	50.0	45.8	54.8
服務收費價格	53.6	54.6	-1.0	上升	趨緩	46	50.0	56.5	59.1	52.7	44.7	58.8	52.0	50.9
存貨觀感	49.9	51.8	-1.9	過低	前月為過高	1	54.5	41.7	47.3	50.0	52.6	52.9	42.0	58.0
未來六個月展望	59.1	57.1	+2.0	擴張	加快	5	45.5	64.6	68.9	66.2	60.5	52.9	58.0	51.8

台灣非製造業 NMI 時間序列走勢圖



產業別 NMI 示意圖



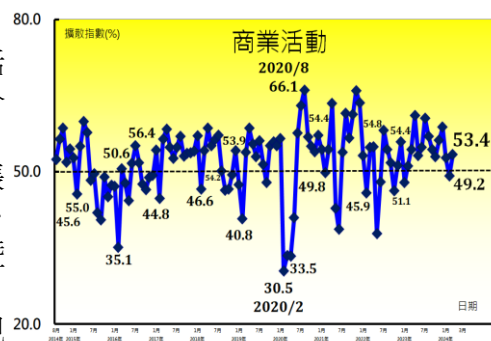
### 本月重點節錄 (Summary)

- 2024年3月未經季節調整之台灣非製造業 NMI 已連續 17 個月擴張，指數回升 1.2 個百分點至 53.5%。
- 部分導因於 2、3 月工作天數的落差，未經季節調整之商業活動指數僅維持 1 個月緊縮隨即轉為擴張，指數回升 4.2 個百分點至 53.4%。
- 未經季調之新增訂單指數續揚 2.2 個百分點至 54.4%，連續第 13 個月擴張。
- 非製造業之人力僱用指數已連續 13 個月擴張，指數微跌 0.4 個百分點至 53.6%。
- 供應商交貨時間（受託工作完成時間）指數已連續 10 個月上升（高於 50.0%），指數回跌 1.0 個百分點至 52.8%。
- 存貨指數中斷連續 6 個月的擴張轉為緊縮，指數續跌 2.4 個百分點至 49.0%。
- 非製造業持續面臨營業成本攀升壓力，非製造業已連續 99 個月回報採購價格（營業成本）上升（高於 50.0%），指數回升 3.9 個百分點至 62.2%，再度來到 60.0% 以上上升速度。
- 未完成訂單（工作委託量）僅維持 1 個月持平（50.0%），本月指數隨即回跌 2.4 個百分點至 47.6%。
- 部分導因於 2 月工作天數較少之低基期因素，非製造業之出口指數回升 5.2 個百分點至 53.5%。
- 進口指數僅維持 1 個月的緊縮，本月指數回升 4.7 個百分點至 54.2%。
- 服務收費價格已連續 46 個月呈現上升（高於 50.0%），惟本月指數回跌 1.0 個百分點至 53.6%。
- 非製造業自 2022 年 5 月以來首次回報存貨低於當前營運所需（過低，低於 50.0%），存貨觀感指數續跌 1.9 個百分點至 49.9%。
- 未來展望指數已連續 5 個月擴張，指數續揚 2.0 個百分點至 59.1%，為 2022 年 3 月以來最快擴張速度。
- 八大產業中，六大產業 NMI 呈現擴張，各產業依擴張速度排序為教育暨專業科學業（63.2%）、營造暨不動產業（58.9%）、金融保險業（57.8%）、資訊暨通訊傳播業（56.6%）、批發業（56.2%）與運輸倉儲業（52.0%）。住宿餐飲業（28.4%）與零售業（38.8%）則回報 NMI 呈現緊縮。

## 商業活動 (Business Activity) 擴散指數為 53.4%

### 重要發現 (Key Finding)

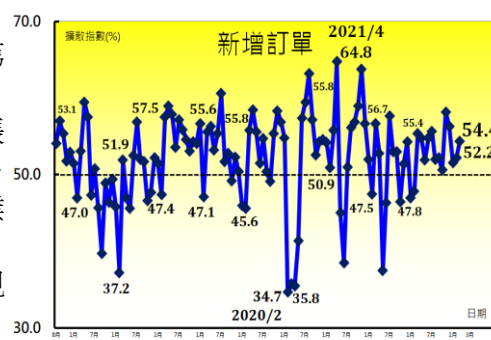
- 部分導因於 2、3 月工作天數的落差，未經季節調整之商業活動指數僅維持 1 個月緊縮隨即轉為擴張，指數回升 4.2 個百分點至 53.4%。
- 八大產業中，六大產業回報商業活動呈現擴張，各產業依擴張速度排序為營造暨不動產業 (62.5%)、運輸倉儲業 (62.0%)、教育暨專業科學業 (60.8%)、金融保險業 (60.8%)、資訊暨通訊傳播業 (60.5%) 與批發業 (56.3%)。
- 住宿餐飲業 (27.3%) 與零售業 (29.4%) 則回報商業活動呈現緊縮。



## 新增訂單 (New Orders) 擴散指數為 54.4%

### 重要發現 (Key Finding)

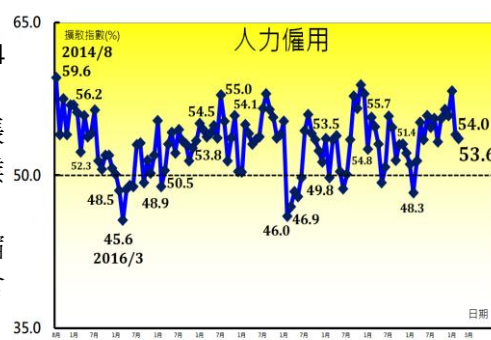
- 未經季調之新增訂單指數續揚 2.2 個百分點至 54.4%，連續第 13 個月擴張。
- 八大產業中，五大產業回報新增訂單呈現擴張，各產業依擴張速度排序為金融保險業 (67.6%)、教育暨專業科學業 (66.2%)、批發業 (65.7%)、資訊暨通訊傳播業 (57.9%) 與運輸倉儲業 (54.0%)。
- 住宿餐飲業 (22.7%) 與零售業 (37.5%) 則回報新增訂單呈現緊縮。
- 僅營造暨不動產業回報新增訂單為持平 (50.0%)。



## 人力僱用 (Employment) 擴散指數為 53.6%

### 重要發現 (Key Finding)

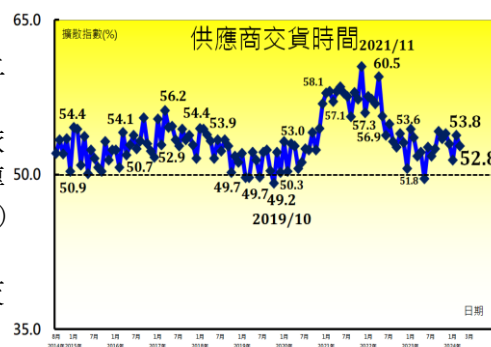
- 非製造業之人力僱用指數已連續 13 個月擴張，指數微跌 0.4 個百分點至 53.6%。
- 八大產業中，三大產業回報人力僱用呈現擴張，各產業依擴張速度排序為營造暨不動產業 (68.8%)、教育暨專業科學業 (64.9%) 與資訊暨通訊傳播業 (52.6%)。
- 八大產業中，三大產業回報人力僱用呈現緊縮，各產業依緊縮速度排序為住宿餐飲業 (31.8%)、零售業 (38.2%) 與運輸倉儲業 (44.0%)。
- 金融保險業與批發業則回報人力僱用為持平 (50.0%)。



## 供應商交貨時間 (Supplier Deliveries) 擴散指數 52.8%

### 重要發現 (Key Finding)

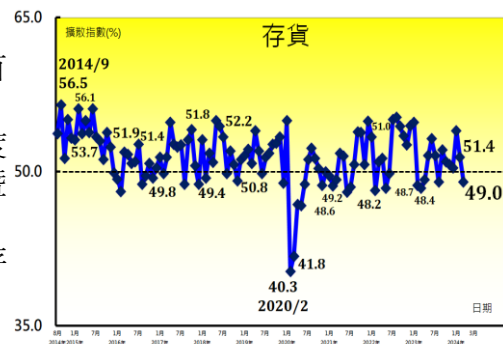
- 供應商交貨時間 (受託工作完成時間) 指數已連續 10 個月上升 (高於 50.0%)，指數回跌 1.0 個百分點至 52.8%。
- 八大產業中，五大產業回報供應商交貨時間為上升，各產業依上升速度排序為教育暨專業科學業 (60.8%)、資訊暨通訊傳播業 (55.3%)、營造暨不動產業 (54.2%)、金融保險業 (52.7%) 與批發業 (52.7%)。
- 住宿餐飲業 (31.8%) 與運輸倉儲業 (48.0%) 則回報供應商交貨時間為下降。
- 僅零售業回報供應商交貨時間為持平 (50.0%)。



## 存貨 (Inventories) 擴散指數為 49.0%

### 重要發現 (Key Finding)

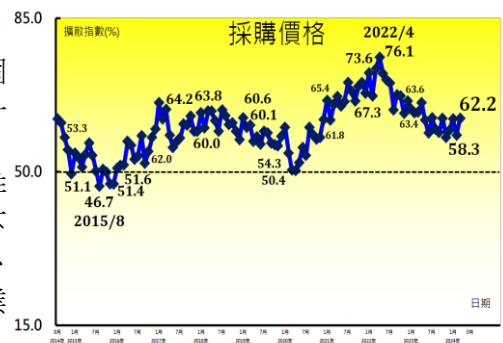
- 存貨指數中斷連續 6 個月的擴張轉為緊縮，指數續跌 2.4 個百分點至 49.0%。
- 八大產業中，五大產業回報存貨呈現緊縮，各產業依緊縮速度排序為運輸倉儲業 (42.0%)、住宿餐飲業 (45.5%)、營造暨不動產業 (45.8%)、批發業 (46.4%) 與零售業 (47.1%)。
- 金融保險業 (62.2%) 與教育暨專業科學業 (51.4%) 則回報存貨呈現擴張。
- 僅資訊暨通訊傳播業回報存貨為持平 (50.0%)。



## 採購價格 (Prices) 擴散指數為 62.2%

### 重要發現 (Key Finding)

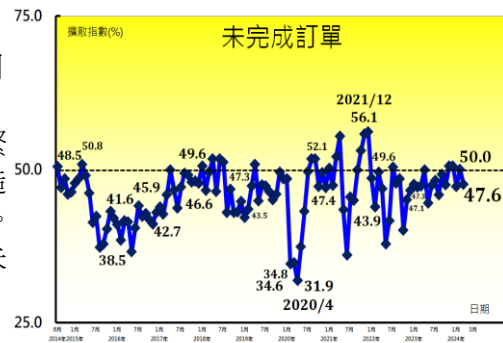
- 非製造業持續面臨營業成本攀升壓力，非製造業已連續 99 個月回報採購價格 (營業成本) 上升 (高於 50.0%)，指數回升 3.9 個百分點至 62.2%，再度來到 60.0% 以上上升速度。
- 八大產業全數皆回報採購價格呈現上升，各產業依上升速度排序為住宿餐飲業 (72.7%)、運輸倉儲業 (66.0%)、營造暨不動產業 (64.6%)、教育暨專業科學業 (63.5%)、批發業 (61.6%)、金融保險業 (58.1%)、資訊暨通訊傳播業 (57.9%) 與零售業 (55.9%)。



## 未完成訂單 (Backlog of Orders) 擴散指數為 47.6%

### 重要發現 (Key Finding)

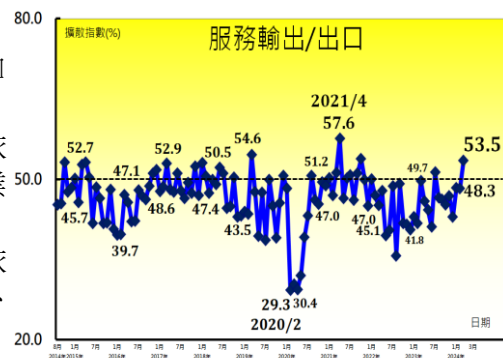
- 未完成訂單 (工作委託量) 僅維持 1 個月持平 (50.0%)，本月指數隨即回跌 2.4 個百分點至 47.6%。
- 八大產業中，五大產業回報未完成訂單呈現緊縮，各產業依緊縮速度排序為住宿餐飲業 (22.7%)、零售業 (38.2%)、營造暨不動產業 (43.8%)、運輸倉儲業 (48.0%) 與批發業 (49.1%)。
- 金融保險業 (64.9%) 與教育暨專業科學業 (55.4%) 則回報未完成訂單呈現擴張。
- 僅資訊暨通訊傳播業回報未完成訂單為持平 (50.0%)。



## 服務輸出/出口 (New Export Orders) 擴散指數為 53.5%

### 重要發現 (Key Finding)

- 部分導因於 2 月工作天數較少之低基期因素，非製造業之出口指數回升 5.2 個百分點至 53.5%。
- 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營造暨不動產業 (75.0%)、資訊暨通訊傳播業 (56.3%) 與教育暨專業科學業 (54.5%)。
- 八大產業中，四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住宿餐飲業 (37.5%)、運輸倉儲業 (41.7%)、金融保險業 (42.3%) 與批發業 (48.8%)。
- 僅零售業回報服務輸出/出口為持平 (50.0%)。
- 在所有非製造業受訪企業中，約有 58.4% 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。

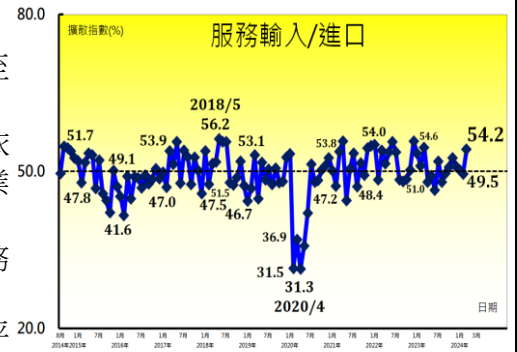




## 服務輸入/進口 (Imports) 擴散指數為 54.2%

### 重要發現 (Key Finding)

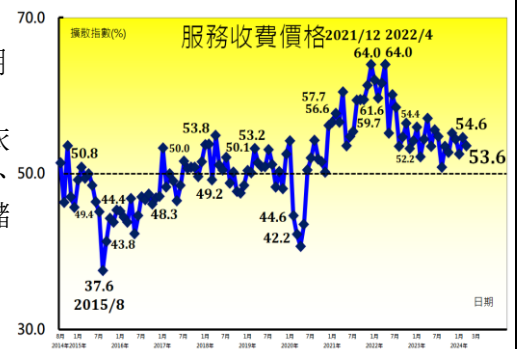
- 進口指數僅維持 1 個月的緊縮，本月指數回升 4.7 個百分點至 54.2%。
- 八大產業中，四大產業回報服務輸入/進口呈現擴張，各產業依擴張速度排序為教育暨專業科學業 (66.7%)、金融保險業 (55.0%)、批發業 (54.8%) 與住宿餐飲業 (54.5%)。
- 營造暨不動產業 (45.8%) 與運輸倉儲業 (45.8%) 則回報服務輸入/進口呈現緊縮。
- 資訊暨通訊傳播業與零售業皆回報服務輸入/進口為持平 (50.0%)。
- 在所有非製造業受訪企業中，約有 49.8% 的受訪者表示其所屬企業無相關服務輸入/進口業務，並勾選不適用選項。



## 服務收費價格 (Service Charge) 擴散指數為 53.6%

### 重要發現 (Key Finding)

- 服務收費價格已連續 46 個月呈現上升 (高於 50.0%)，惟本月指數回跌 1.0 個百分點至 53.6%。
- 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教育暨專業科學業 (59.1%)、零售業 (58.8%)、營造暨不動產業 (56.5%)、金融保險業 (52.7%)、運輸倉儲業 (52.0%) 與批發業 (50.9%)。
- 僅資訊暨通訊傳播業 (44.7%) 回報服務收費價格呈現下降。
- 住宿餐飲業則回報服務收費價格為持平 (50.0%)。



## 存貨觀感 (Inventory Sentiment) 擴散指數為 49.9%

### 重要發現 (Key Finding)

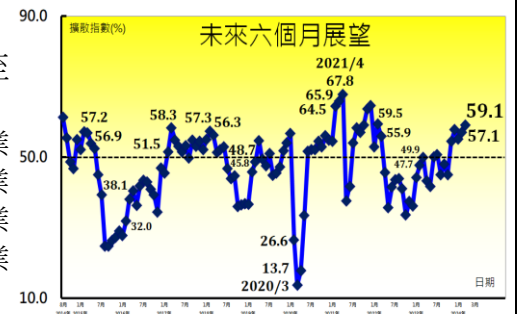
- 非製造業自 2022 年 5 月以來首次回報存貨低於當前營運所需 (過低, 低於 50.0%)，存貨觀感指數續跌 1.9 個百分點至 49.9%。
- 八大產業中，三大產業其經理人認為目前企業存貨數量為過低，各產業依指數高低排序為營造暨不動產業 (41.7%)、運輸倉儲業 (42.0%) 與教育暨專業科學業 (47.3%)。
- 八大產業中，四大產業其經理人認為目前企業存貨數量為過高，各產業依指數高低排序為批發業 (58.0%)、住宿餐飲業 (54.5%)、零售業 (52.9%) 與資訊暨通訊傳播業 (52.6%)。
- 僅金融保險業回報企業存貨數量為持平 (50.0%)。



## 未來六個月展望 (Future Outlooks) 擴散指數為 59.1%

### 重要發現 (Key Finding)

- 未來展望指數已連續 5 個月擴張，指數續揚 2.0 個百分點至 59.1%，為 2022 年 3 月以來最快擴張速度。
- 八大產業中，七大產業回報未來六個月展望呈現擴張，各產業依擴張速度排序為教育暨專業科學業 (68.9%)、金融保險業 (66.2%)、營造暨不動產業 (64.6%)、資訊暨通訊傳播業 (60.5%)、運輸倉儲業 (58.0%)、零售業 (52.9%) 與批發業 (51.8%)。
- 僅住宿餐飲業 (45.5%) 回報未來六個月展望呈現緊縮。



## 其他評論（節錄）

### 住宿餐飲業

- 部分導因為二月春節假期旺季因素，故 3 月商業活動與營收下跌--**短期住宿服務業**。

### 營造暨不動產業

- 租金普遍上漲且案件多，但面臨缺工--**不動產經營業**。

### 金融保險業

- 因資金緊俏、資金成本上升，受惠市場交易日均量增加，又三月營業日較二月多，故本月營業收入增加--**證券商**。

### 資訊暨通訊傳播業

- 目前統計到第一季的整體業績與去年同期相比都下滑了約 15 至 20%。在智慧建築（Smart Building）方面，由於整個房地產與企業投資對智慧建築的投資都較為保守，因此在今年的預估我們是下修的。而為保有業績水平，目前策略是以開發新產品以及接代工生產（OEM）專案為主，以維持今年的整體目標--**電腦程式設計、諮詢及相關服務業**。
- 即將進入第二季而有案件盤點，新增訂單的增加為第二季開發訂單的延續以及案件結束而有人員調整。目前預計第二季的景氣持平，然而新開案數是否會低於預期或延後開案，後續將視第二季市場狀況而定--**軟體出版業**。

### 零售業

- 本月訂單下降的主因為全球需求沒有積極湧現，加上一些來自中國和東南亞的廠商透過非常低廉的價格吸引了歐洲等（非北美）較小的訂單客戶群。此外，從產品單價與成品競爭力效果已難以顯現，故目前持續透過加值本身集團的自有品牌附加功能以及擴大產品線模式、新應用市場與應用客群等，並持續透過網絡平台以及其他直播帶貨營銷管道，擴大營業額，接觸觸端客戶。此外，除了少數擁有高階生產技術且具有很大規模的跨國大集團之外，純代工獲利的商務模式在台灣已變得非常困難。其次，透過不斷動態檢討生產與商務模式，我們仍可以逐步改變並拼湊出未來一至三年的新主要收入來源--**其他專賣零售業**。
- 因前月適逢過年檔期，故營收呈現下跌--**綜合商品零售業**。

### 運輸倉儲業

- 春節後消費力明顯下降--**汽車貨運業**。
- 因二月春節休假天數多，且年後亦屬傳統淡季，因此本月訂單與營業收入較上月增加--**汽車貨運業**。
- 二月因春節電子商務的總件數減少，三月則恢復常態數值--**汽車貨運業**。

### 批發業

- 第一季已收到既有訂單，後續將視第二季情況而定--**電腦及其週邊設備、軟體批發業**。
- 為儲備生產力，存貨及進口數量皆增加--**綜合商品批發業**。
- 本月有新增客戶故營收增加--**電子、通訊設備及其零組件批發業**。

### 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試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一半。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、世聯會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、台灣電通胡景巽資深副總經理、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](mailto: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](mailto:csh@cier.edu.tw)，或直接至下列網址 <https://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。