

2024 年 11 月台灣非製造業經理人指數為 54.6%

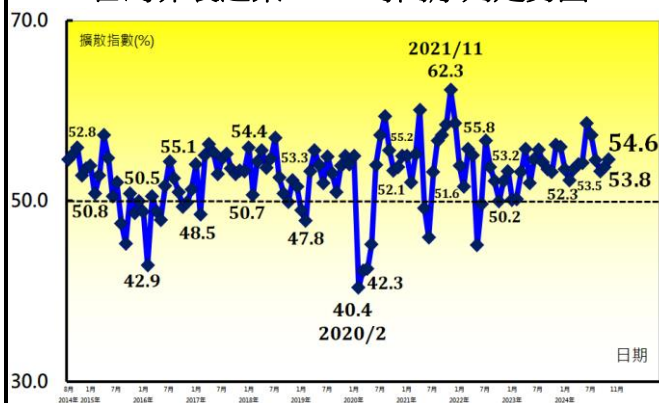
(November 2024 Taiwan NMI at 54.6%)

商業活動 55.2%、新增訂單 54.8%、人力僱用 54.1%。

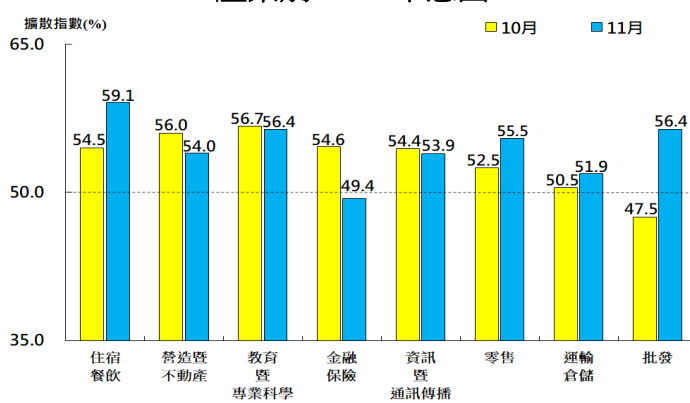
2024 年 11 月台灣非製造業經理人指數 (NMI) ¹

單位：%							產業別							
	2024 11月	2024 10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 保險	資訊 暨 通訊 傳播	零售	運輸 倉儲	批發
台灣NMI	54.6	53.8	+0.8	擴張	加快	25	59.1	54.0	56.4	49.4	53.9	55.5	51.9	56.4
商業活動	55.2	53.8	+1.4	擴張	加快	9	54.5	46.4	56.4	55.1	57.9	60.5	50.0	61.8
新增訂單	54.8	51.1	+3.7	擴張	加快	21	59.1	48.2	62.8	44.9	60.5	64.3	51.9	53.1
人力僱用	54.1	55.6	-1.5	擴張	趨緩	21	59.1	60.7	55.1	50.0	47.4	44.7	55.6	53.9
供應商交貨時間	54.4	54.6	-0.2	上升	趨緩	18	63.6	60.7	51.3	47.4	50.0	52.6	50.0	56.9
存貨	52.8	52.7	+0.1	擴張	加快	8	68.2	53.6	48.7	51.3	44.7	52.6	48.1	59.8
採購價格	61.2	61.0	+0.2	上升	加快	107	81.8	55.4	57.7	47.4	57.9	63.2	70.4	65.7
未完成訂單	46.9	48.6	-1.7	緊縮	加快	3	45.5	46.4	48.7	47.4	50.0	39.5	46.3	49.0
服務輸出/出口	44.2	43.5	+0.7	緊縮	趨緩	5	62.5	30.0	46.2	50.0	50.0	37.5	53.8	50.0
服務輸入/進口	48.0	57.9	-9.9	緊縮	前月為擴張	1	50.0	43.3	53.6	43.8	60.0	43.8	50.0	52.4
服務收費價格	52.9	55.4	-2.5	上升	趨緩	54	77.3	51.9	57.1	47.4	55.3	50.0	53.7	51.0
存貨觀感	50.2	51.5	-1.3	過高	趨緩	2	54.5	46.4	46.2	50.0	50.0	42.1	46.3	64.7
未來六個月展望	50.6	51.5	-0.9	擴張	趨緩	13	63.6	42.9	52.6	51.3	50.0	55.3	57.4	48.0

台灣非製造業 NMI 時間序列走勢圖



產業別 NMI 示意圖



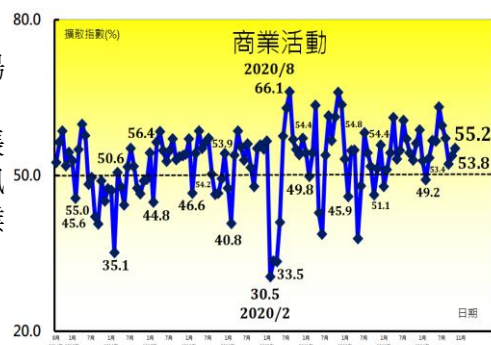
本月重點節錄 (Summary)

- 2024 年 11 月未經季節調整之台灣非製造業 NMI 已連續 25 個月擴張，本月指數微幅攀升 0.8 個百分點至 54.6%。
- 多數內需產業進入第四季旺季，未經季調之商業活動指數續揚 1.4 個百分點至 55.2%，連續第 9 個月擴張。
- 未經季調之新增訂單指數由 2023 年 11 月以來最慢擴張速度 (51.1%) 回升 3.7 個百分點至 54.8%，連續第 21 個月擴張。
- 非製造業之人力僱用已連續 21 個月擴張，惟指數續跌 1.5 個百分點至 54.1%。
- 供應商交貨時間 (受託工作完成時間) 指數已連續 18 個月上升 (高於 50.0%)，指數微跌 0.2 個百分點至 54.4%。
- 存貨指數已連續 8 個月擴張，指數續揚 0.1 個百分點至 52.8%，為 2024 年 2 月以來最快擴張速度。
- 非製造業持續面臨營業成本攀升壓力，採購價格指數 (營業成本) 已連續 107 個月呈現上升 (高於 50.0%)，指數續揚 0.2 個百分點至 61.2%，連續第 2 個月維持在 60.0% 以上上升速度。
- 未完成訂單 (工作委託量) 指數續跌 1.7 個百分點至 46.9%，為 2023 年 9 月以來最快緊縮速度。
- 服務輸入/進口中斷連續 6 個月擴張轉為緊縮，指數由 2014 年 8 月 NMI 創編以來最快擴張速度 (57.9%) 驟跌 9.9 個百分點至 48.0%。
- 服務收費價格已連續 54 個月呈現上升 (高於 50.0%)，指數回跌 2.5 個百分點至 52.9%。
- 未來展望已連續 13 個月擴張，惟指數續跌 0.9 個百分點至 50.6%，為 2023 年 11 月以來最慢擴張速度。
- 2024 年 11 月七大產業 NMI 皆呈現擴張，各產業依擴張速度排序為住宿餐飲業 (59.1%)、教育暨專業科學業 (56.4%)、批發業 (56.4%)、零售業 (55.5%)、營造暨不動產業 (54.0%)、資訊暨通訊傳播業 (53.9%) 與運輸倉儲業 (51.9%)。僅金融保險業 (49.4%) NMI 呈現緊縮。

商業活動 (Business Activity) 擴散指數為 55.2%

重要發現 (Key Finding)

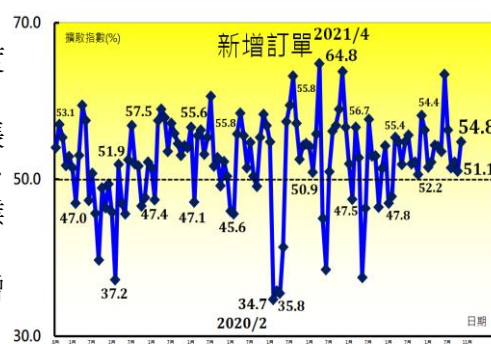
- 多數內需產業進入第四季旺季，未經季調之商業活動指數續揚 1.4 個百分點至 55.2%，連續第 9 個月擴張。
- 八大產業中，六大產業回報商業活動呈現擴張，各產業依擴張速度排序為批發業（61.8%）、零售業（60.5%）、資訊暨通訊傳播業（57.9%）、教育暨專業科學業（56.4%）、金融保險業（55.1%）與住宿餐飲業（54.5%）。
- 僅營造暨不動產業（46.4%）回報商業活動呈現緊縮。
- 運輸倉儲業則回報商業活動為持平（50.0%）。



新增訂單 (New Orders) 擴散指數為 54.8%

重要發現 (Key Finding)

- 未經季調之新增訂單指數由 2023 年 11 月以來最慢擴張速度（51.1%）回升 3.7 個百分點至 54.8%，連續第 21 個月擴張。
- 八大產業中，六大產業回報新增訂單呈現擴張，各產業依擴張速度排序為零售業（64.3%）、教育暨專業科學業（62.8%）、資訊暨通訊傳播業（60.5%）、住宿餐飲業（59.1%）、批發業（53.1%）與運輸倉儲業（51.9%）。
- 金融保險業（44.9%）與營造暨不動產業（48.2%）則回報新增訂單呈現緊縮。



人力僱用 (Employment) 擴散指數為 54.1%

重要發現 (Key Finding)

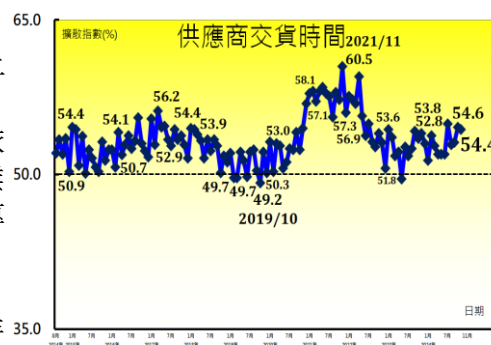
- 非製造業之人力僱用已連續 21 個月擴張，惟指數續跌 1.5 個百分點至 54.1%。
- 八大產業中，五大產業回報人力僱用呈現擴張，各產業依擴張速度排序為營造暨不動產業（60.7%）、住宿餐飲業（59.1%）、運輸倉儲業（55.6%）、教育暨專業科學業（55.1%）與批發業（53.9%）。
- 零售業（44.7%）與資訊暨通訊傳播業（47.4%）則回報人力僱用呈現緊縮。
- 僅金融保險業回報人力僱用為持平（50.0%）。



供應商交貨時間 (Supplier Deliveries) 擴散指數 54.4%

重要發現 (Key Finding)

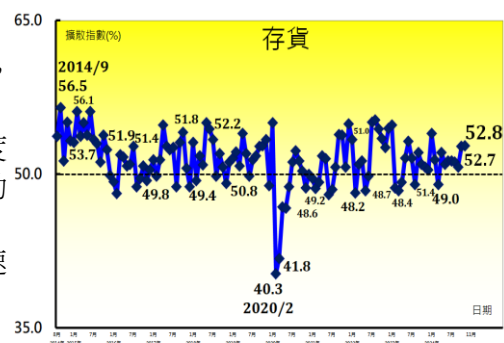
- 供應商交貨時間（受託工作完成時間）指數已連續 18 個月上升（高於 50.0%），指數微跌 0.2 個百分點至 54.4%。
- 八大產業中，五大產業回報供應商交貨時間為上升，各產業依上升速度排序為住宿餐飲業（63.6%）、營造暨不動產業（60.7%）、批發業（56.9%）、零售業（52.6%）與教育暨專業科學業（51.3%）。
- 僅金融保險業（47.4%）回報供應商交貨時間為下降。
- 資訊暨通訊傳播業與運輸倉儲業則回報供應商交貨時間為持平（50.0%）。



存貨 (Inventories) 擴散指數為 52.8%

重要發現 (Key Finding)

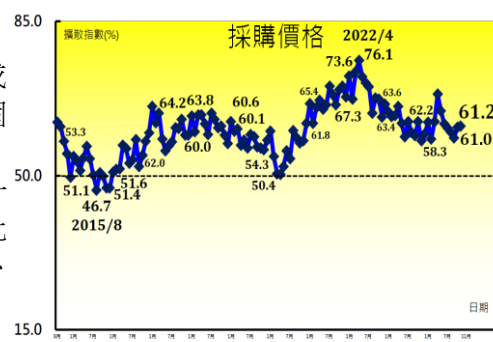
- 存貨指數已連續 8 個月擴張，指數續揚 0.1 個百分點至 52.8%，為 2024 年 2 月以來最快擴張速度。
- 八大產業中，五大產業回報存貨呈現擴張，各產業依擴張速度排序為住宿餐飲業 (68.2%)、批發業 (59.8%)、營造暨不動產業 (53.6%)、零售業 (52.6%) 與金融保險業 (51.3%)。
- 八大產業中，三大產業則回報存貨呈現緊縮，各產業依緊縮速度排序為資訊暨通訊傳播業 (44.7%)、運輸倉儲業 (48.1%) 與教育暨專業科學業 (48.7%)。



採購價格 (Prices) 擴散指數為 61.2%

重要發現 (Key Finding)

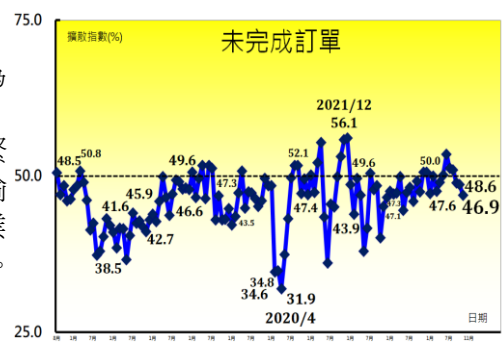
- 非製造業持續面臨營業成本攀升壓力，採購價格指數（營業成本）已連續 107 個月呈現上升（高於 50.0%），指數續揚 0.2 個百分點至 61.2%，連續第 2 個月維持在 60.0% 以上上升速度。
- 八大產業中，七大產業回報採購價格呈現上升，各產業依上升速度排序為住宿餐飲業 (81.8%)、運輸倉儲業 (70.4%)、批發業 (65.7%)、零售業 (63.2%)、資訊暨通訊傳播業 (57.9%)、教育暨專業科學業 (57.7%) 與營造暨不動產業 (55.4%)。
- 僅金融保險業 (47.4%) 回報採購價格呈現下降。



未完成訂單 (Backlog of Orders) 擴散指數為 46.9%

重要發現 (Key Finding)

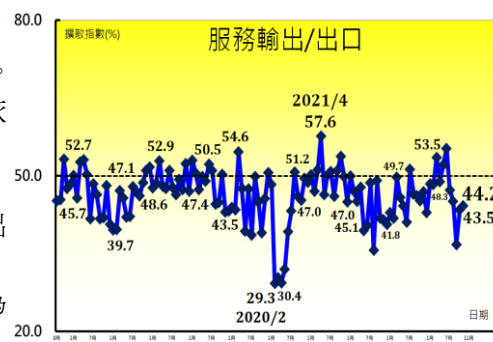
- 未完成訂單（工作委託量）指數續跌 1.7 個百分點至 46.9%，為 2023 年 9 月以來最快緊縮速度。
- 八大產業中，七大產業回報未完成訂單呈現緊縮，各產業依緊縮速度排序為零售業 (39.5%)、住宿餐飲業 (45.5%)、運輸倉儲業 (46.3%)、營造暨不動產業 (46.4%)、金融保險業 (47.4%)、教育暨專業科學業 (48.7%) 與批發業 (49.0%)。
- 僅資訊暨通訊傳播業回報未完成訂單為持平 (50.0%)。



服務輸出/出口 (New Export Orders) 擴散指數為 44.2%

重要發現 (Key Finding)

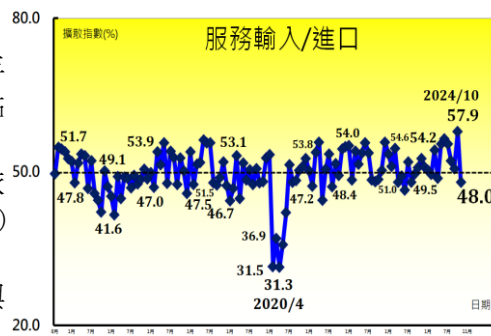
- 服務出口已連續 5 個月緊縮，指數續揚 0.7 個百分點至 44.2%。
- 八大產業中，三大產業回報服務輸出/出口呈現緊縮，各產業依緊縮速度排序為營造暨不動產業 (30.0%)、零售業 (37.5%) 與教育暨專業科學業 (46.2%)。
- 住宿餐飲業 (62.5%) 與運輸倉儲業 (53.8%) 則回報服務輸出/出口呈現擴張。
- 金融保險業、資訊暨通訊傳播業與批發業回報服務輸出/出口為持平 (50.0%)。
- 在所有非製造業受訪企業中，約有 55.7% 的受訪者表示其所屬企業無相關服務輸出/出口業務，並勾選不適用選項。



服務輸入/進口 (Imports) 擴散指數為 48.0%

重要發現 (Key Finding)

- 服務輸入/進口中斷連續 6 個月擴張轉為緊縮，指數由 2014 年 8 月 NMI 創編以來最快擴張速度 (57.9%) 驟跌 9.9 個百分點至 48.0%。
- 八大產業中，三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營造暨不動產業 (43.3%)、金融保險業 (43.8%) 與零售業 (43.8%)。
- 資訊暨通訊傳播業 (60.0%)、教育暨專業科學業 (53.6%) 與批發業 (52.4%) 則回報服務輸入/進口呈現擴張。
- 住宿餐飲業與運輸倉儲業回報服務輸入/進口為持平 (50.0%)。
- 在所有非製造業受訪企業中，約有 47.3% 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 52.9%

重要發現 (Key Finding)

- 服務收費價格已連續 54 個月呈現上升 (高於 50.0%)，指數回跌 2.5 個百分點至 52.9%。
- 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住宿餐飲業 (77.3%)、教育暨專業科學業 (57.1%)、資訊暨通訊傳播業 (55.3%)、運輸倉儲業 (53.7%)、營造暨不動產業 (51.9%) 與批發業 (51.0%)。
- 僅金融保險業 (47.4%) 則回報服務收費價格呈現下降。
- 零售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 50.2%

重要發現 (Key Finding)

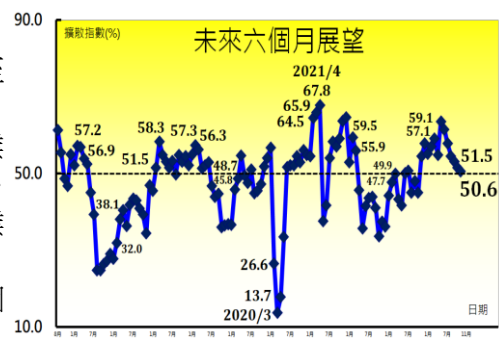
- 非製造業之存貨觀感指數已連續 2 個月呈現過高 (高於 50.0%，高於當前營運所需)，指數為 50.2%。
- 八大產業中，二大產業其經理人認為目前企業存貨數量為過高，各產業依指數高低排序為批發業 (64.7%) 與住宿餐飲業 (54.5%)。
- 八大產業中，四大產業其經理人認為目前企業存貨數量為過低，各產業依指數高低排序為零售業 (42.1%)、教育暨專業科學業 (46.2%)、運輸倉儲業 (46.3%) 與營造暨不動產業 (46.4%)。
- 金融保險業與資訊暨通訊傳播業則回報企業存貨數量為持平 (50.0%)。



未來六個月展望 (Future Outlooks) 擴散指數為 50.6%

重要發現 (Key Finding)

- 未來展望已連續 13 個月擴張，惟指數續跌 0.9 個百分點至 50.6%，為 2023 年 11 月以來最慢擴張速度。
- 八大產業中，五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住宿餐飲業 (63.6%)、運輸倉儲業 (57.4%)、零售業 (55.3%)、教育暨專業科學業 (52.6%) 與金融保險業 (51.3%)。
- 營造暨不動產業 (42.9%) 與批發業 (48.0%) 則回報未來六個月展望呈現緊縮。
- 僅資訊暨通訊傳播業回報未來六個月展望為持平 (50.0%)。



其他評論（節錄）

營造暨不動產業

- 產業缺工問題嚴重，再加上目前無相關輔導轉型工程業之政策，故工程業新貸款困難，卻面臨原物料持續漲價，故市場低價搶標成常態，導致偷工減料。希望貴政府提出支持環境工程業或技術工程業者轉型的政策與推動--**專門營造業**。

金融保險業

- 因股市波動大，自營相關投資業務相較前月難以增加--**證券商**。

資訊暨通訊傳播業

- 今年美國在智慧建築（Smart building）的訂單比去年大幅下降約 15~20%，歐洲相關需求反而上升約 5%，預計到今年年底的總需求量仍會比去年差--**電腦程式設計、諮詢及相關服務業**。
- 案件完成，人力盤點中，希望投入合適案件開發，惟業主端的需求只聞樓梯響，需求確認推遲，或需追蹤到 2025 年第一季。探詢合作夥伴現況顯示商案進展多在提案階段，態度多為保守，期盼險中求穩，將觀察接連幾場國際貿易展詢問度以探測市場溫度--**軟體出版業**。

零售業

- 逢週年慶檔期故商業活動回升--**綜合商品零售業**。
- 2025 年 1 月川普正式上任前，不論美國或歐洲終端客戶以及通路的手工具訂單皆較保守，需求低迷。本季度以來，中國大陸與東南亞廠商、競爭者，透過線上平台（B2B 或 B2C）模式販售產品，獲得廣大消費者的黏著度，面對此競爭很多台灣業者則是將起定量降到一個存貨單元，將工廠販售的模式「蝦皮化」，藉此把最底層的客戶消費需求持續抓在台灣工廠的手上--**其他專賣零售業**。

運輸倉儲業

- 颱風使得部分貨量延後配送--**汽車貨運業**。
- 空海運進出口進入年底旺季--**貨運承攬業**。
- 因應雙 11，物流作業增加臨時人力支援，同時 10 月電費調漲，故從 11 月起成本增加--**汽車貨運業**。

批發業

- 因高效能運算（High-performance computing, HPC）需求上升拉升關鍵原物料需求。高頻寬記憶體（High Bandwidth Memory, HBM）相關業務需求於第四季大幅上升--**綜合商品批發業**。
- 主因海運時間變長，加上今年農曆年為明年一月下旬，歐洲客戶紛紛提前下單期望能趕在農曆年前交貨，但亦造成工廠無法消化大量訂單，導致交期隨之攀升--**電腦及其週邊設備、軟體批發業**。
- 電機、機械相關市場需求仍舊不高，永久磁鐵的原料價格能夠操作的空間也小，拉鋸下營運呈現持平--**機械器具批發業**。
- 因應農曆年前備貨，故收入增加--**水產品批發業**。
- 因受海外電商客戶檔期影響致使本月商業活動與訂單較前月攀升--**藥品、醫療用品及化粧品批發業**。

其他非製造業

- 11 月初美國總統大選前消費市場觀望氣味濃厚，選舉後為旅遊業年度 ITF 旅展，帶動了約 10 天的促銷銷售熱潮。但因市場產品供過於求，與同業和上游去中間化搶客削價競爭，使銷售之超額利潤低。即使因旅展量能放大，獲利仍不算亮眼。明年春季產品的第四季早鳥優惠消費者觀望氣味仍濃厚--**旅行相關代訂服務業**。

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、將捷集團林高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、台灣電通胡嘉賢資深副總經理、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: csn@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: csn@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。