

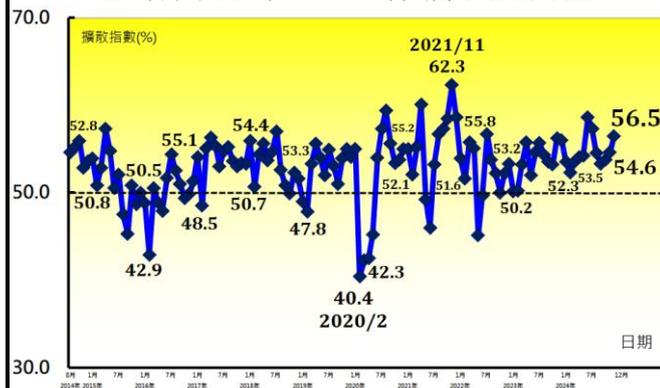
2024年12月台灣非製造業經理人指數為56.5% (December 2024 Taiwan NMI at 56.5%)

商業活動 59.7%、新增訂單 57.2%、人力僱用 55.6%。

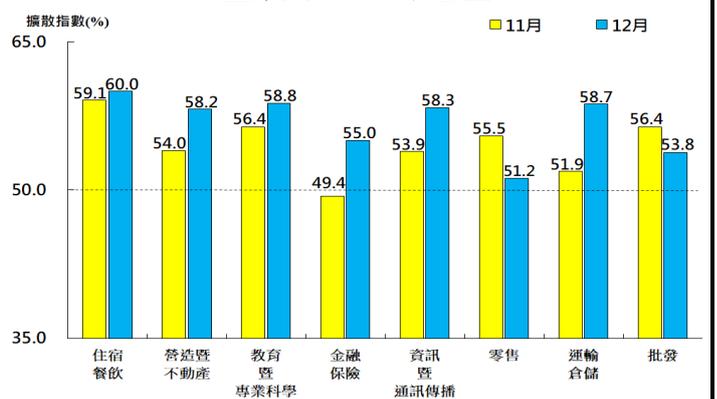
2024年12月台灣非製造業經理人指數 (NMI) ¹

單位：%	產業別													
	2024 12月	2024 11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	56.5	54.6	+1.9	擴張	加快	26	60.0	58.2	58.8	55.0	58.3	51.2	58.7	53.8
商業活動	59.7	55.2	+4.5	擴張	加快	10	60.0	59.6	62.2	56.3	64.3	63.2	67.3	54.3
新增訂單	57.2	54.8	+2.4	擴張	加快	22	60.0	53.8	63.5	62.5	66.7	41.7	61.5	53.5
人力僱用	55.6	54.1	+1.5	擴張	加快	22	70.0	61.5	56.8	53.8	52.4	44.7	53.8	53.2
供應商交貨時間	53.6	54.4	-0.8	上升	趨緩	19	50.0	57.7	52.7	47.5	50.0	55.3	51.9	54.3
存貨	50.6	52.8	-2.2	擴張	趨緩	9	55.0	48.1	48.6	50.0	52.4	52.6	48.1	52.1
採購價格	58.8	61.2	-2.4	上升	趨緩	108	65.0	53.8	60.8	42.5	59.5	63.2	69.2	61.7
未完成訂單	50.2	46.9	+3.3	擴張	前月為緊縮	1	65.0	46.2	52.7	56.3	50.0	42.1	53.8	50.0
服務輸出/出口	49.2	44.2	+5.0	緊縮	趨緩	6	100.0	50.0	42.3	35.7	55.0	33.3	53.8	48.6
服務輸入/進口	51.4	48.0	+3.4	擴張	前月為緊縮	1	55.0	50.0	57.1	27.8	35.0	42.9	73.1	55.9
服務收費價格	55.5	52.9	+2.6	上升	加快	55	65.0	54.0	58.3	52.5	54.8	57.9	57.7	55.4
存貨觀感	50.7	50.2	+0.5	過高	加快	3	55.0	46.2	44.6	47.5	52.4	57.9	42.3	54.3
未來六個月展望	50.5	50.6	-0.1	擴張	趨緩	14	65.0	44.2	56.8	53.8	50.0	42.1	51.9	50.0

台灣非製造業 NMI 時間序列走勢圖



產業別 NMI 示意圖



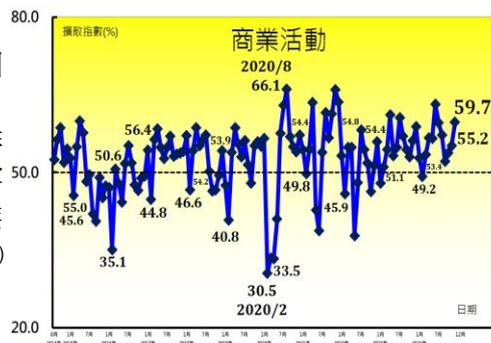
本月重點節錄 (Summary)

- 2024年12月未經季節調整之台灣非製造業 NMI 已連續 26 個月擴張，本月指數續揚 1.9 個百分點至 56.5%。
- 未經季調之商業活動與新增訂單指數皆呈現擴張加快走勢，二指數分別續揚 4.5 與 2.4 個百分點至 59.7%與 57.2%，皆為 2024 年 7 月以來最快擴張速度。
- 非製造業之人力僱用已連續 22 個月擴張，指數回升 1.5 個百分點至 55.6%。
- 供應商交貨時間（受託工作完成時間）指數已連續 19 個月上升（高於 50.0%），指數微跌 0.8 個百分點至 53.6%。
- 存貨指數已連續 9 個月擴張，惟指數回跌 2.2 個百分點至 50.6%，為 2024 年 4 月以來最慢擴張速度。
- 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 108 個月呈現上升（高於 50.0%），指數回跌 2.4 個百分點至 58.8%。
- 未完成訂單（工作委託量）中斷連續 3 個月緊縮轉為擴張，指數回升 3.3 個百分點至 50.2%。
- 服務輸出/出口已連續 6 個月緊縮，惟指數續揚 5.0 個百分點至 49.2%，為 2024 年 7 月以來最慢緊縮速度。
- 服務輸入/進口僅維持 1 個月緊縮隨即轉為擴張，指數攀升 3.4 個百分點至 51.4%。
- 服務收費價格已連續 55 個月呈現上升（高於 50.0%），指數回升 2.6 個百分點至 55.5%。
- 未來展望已連續 14 個月擴張，惟指數續跌 0.1 個百分點至 50.5%，為 2023 年 11 月以來最慢擴張速度。
- 2024 年 12 月八大產業 NMI 皆呈現擴張，各產業依擴張速度排序為住宿餐飲業（60.0%）、教育暨專業科學業（58.8%）、運輸倉儲業（58.7%）、資訊暨通訊傳播業（58.3%）、營造暨不動產業（58.2%）、金融保險業（55.0%）、批發業（53.8%）與零售業（51.2%）。

商業活動 (Business Activity) 擴散指數為 59.7%

重要發現 (Key Finding)

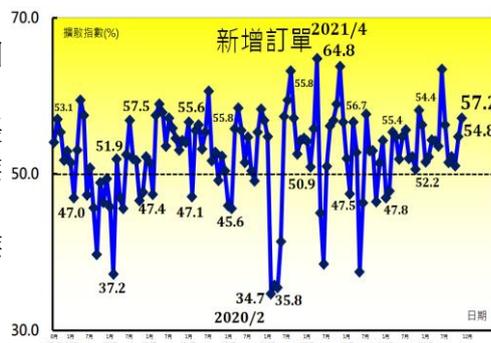
- 未經季調之商業活動指數呈現擴張加快走勢，指數續揚 4.5 個百分點至 59.7%，為 2024 年 7 月以來最快擴張速度。
- 八大產業全數皆回報商業活動呈現擴張，各產業依擴張速度排序為運輸倉儲業 (67.3%)、資訊暨通訊傳播業 (64.3%)、零售業 (63.2%)、教育暨專業科學業 (62.2%)、住宿餐飲業 (60.0%)、營造暨不動產業 (59.6%)、金融保險業 (56.3%) 與批發業 (54.3%)。



新增訂單 (New Orders) 擴散指數為 57.2%

重要發現 (Key Finding)

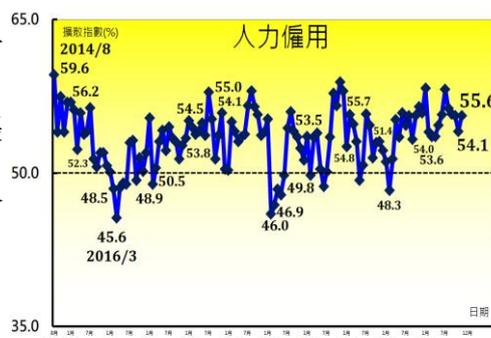
- 未經季調之新增訂單指數呈現擴張加快走勢，指數續揚 2.4 個百分點至 57.2%，亦為 2024 年 7 月以來最快擴張速度。
- 八大產業中，七大產業回報新增訂單呈現擴張，各產業依擴張速度排序為資訊暨通訊傳播業 (66.7%)、教育暨專業科學業 (63.5%)、金融保險業 (62.5%)、運輸倉儲業 (61.5%)、住宿餐飲業 (60.0%)、營造暨不動產業 (53.8%) 與批發業 (53.5%)。
- 僅零售業 (41.7%) 回報新增訂單呈現緊縮。



人力僱用 (Employment) 擴散指數為 55.6%

重要發現 (Key Finding)

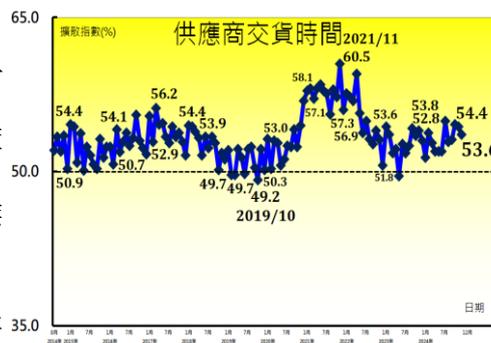
- 非製造業之人力僱用已連續 22 個月擴張，指數回升 1.5 個百分點至 55.6%。
- 八大產業中，七大產業回報人力僱用呈現擴張，各產業依擴張速度排序為住宿餐飲業 (70.0%)、營造暨不動產業 (61.5%)、教育暨專業科學業 (56.8%)、金融保險業 (53.8%)、運輸倉儲業 (53.8%)、批發業 (53.2%) 與資訊暨通訊傳播業 (52.4%)。
- 僅零售業 (44.7%) 回報人力僱用呈現緊縮。



供應商交貨時間 (Supplier Deliveries) 擴散指數 53.6%

重要發現 (Key Finding)

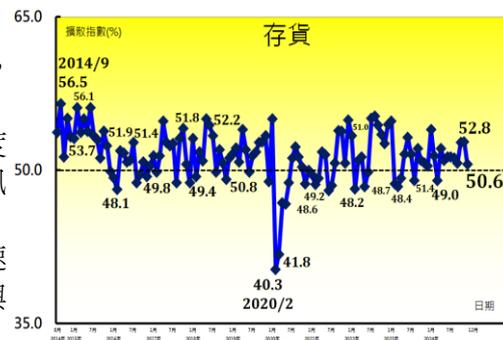
- 供應商交貨時間 (受託工作完成時間) 指數已連續 19 個月上升 (高於 50.0%)，指數微跌 0.8 個百分點至 53.6%。
- 八大產業中，五大產業回報供應商交貨時間為上升，各產業依上升速度排序為營造暨不動產業 (57.7%)、零售業 (55.3%)、批發業 (54.3%)、教育暨專業科學業 (52.7%) 與運輸倉儲業 (51.9%)。
- 僅金融保險業 (47.5%) 回報供應商交貨時間為下降。
- 住宿餐飲業與資訊暨通訊傳播業皆回報供應商交貨時間為持平 (50.0%)。



存貨 (Inventories) 擴散指數為 50.6%

重要發現 (Key Finding)

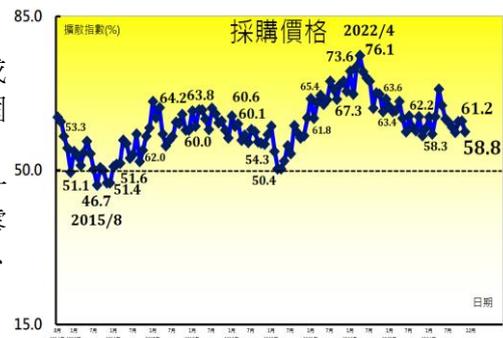
- 存貨指數已連續9個月擴張，惟指數回跌2.2個百分點至50.6%，為2024年4月以來最慢擴張速度。
- 八大產業中，四大產業回報存貨呈現擴張，各產業依擴張速度排序為住宿餐飲業（55.0%）、零售業（52.6%）、資訊暨通訊傳播業（52.4%）與批發業（52.1%）。
- 八大產業中，三大產業則回報存貨呈現緊縮，各產業依緊縮速度排序為營造暨不動產業（48.1%）、運輸倉儲業（48.1%）與教育暨專業科學業（48.6%）。
- 僅金融保險業回報存貨為持平（50.0%）。



採購價格 (Prices) 擴散指數為 58.8%

重要發現 (Key Finding)

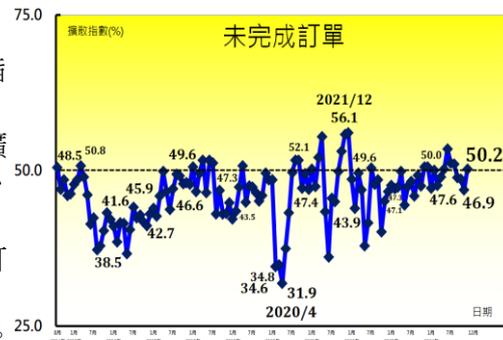
- 非製造業持續面臨營業成本攀升壓力，採購價格指數（營業成本）已連續108個月呈現上升（高於50.0%），指數回跌2.4個百分點至58.8%。
- 八大產業中，七大產業回報採購價格呈現上升，各產業依上升速度排序為運輸倉儲業（69.2%）、住宿餐飲業（65.0%）、零售業（63.2%）、批發業（61.7%）、教育暨專業科學業（60.8%）、資訊暨通訊傳播業（59.5%）與營造暨不動產業（53.8%）。
- 僅金融保險業（42.5%）回報採購價格呈現下降。



未完成訂單 (Backlog of Orders) 擴散指數為 50.2%

重要發現 (Key Finding)

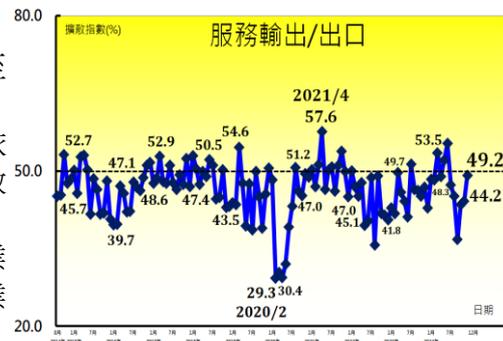
- 未完成訂單（工作委託量）中斷連續3個月緊縮轉為擴張，指數回升3.3個百分點至50.2%。
- 八大產業中，四大產業回報未完成訂單呈現擴張，各產業依擴張速度排序為住宿餐飲業（65.0%）、金融保險業（56.3%）、運輸倉儲業（53.8%）與教育暨專業科學業（52.7%）。
- 零售業（42.1%）與營造暨不動產業（46.2%）則回報未完成訂單呈現緊縮。
- 資訊暨通訊傳播業與批發業回報未完成訂單為持平（50.0%）。



服務輸出/出口 (New Export Orders) 擴散指數為 49.2%

重要發現 (Key Finding)

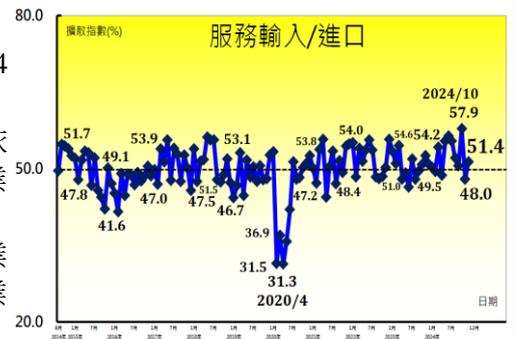
- 服務輸出/出口已連續6個月緊縮，惟指數續揚5.0個百分點至49.2%，為2024年7月以來最慢緊縮速度。
- 八大產業中，四大產業回報服務輸出/出口呈現緊縮，各產業依緊縮速度排序為零售業（33.3%）、金融保險業（35.7%）、教育暨專業科學業（42.3%）與批發業（48.6%）。
- 八大產業中，三大產業則回報服務輸出/出口呈現擴張，各產業依擴張速度排序為住宿餐飲業（100.0%）、資訊暨通訊傳播業（55.0%）與運輸倉儲業（53.8%）。
- 僅營造暨不動產業回報服務輸出/出口為持平（50.0%）。
- 在所有非製造業受訪企業中，約有58.8%的受訪者表示其所屬企業無相關服務輸出/出口業務，並勾選不適用選項。



服務輸入/進口 (Imports) 擴散指數為 51.4%

重要發現 (Key Finding)

- 服務輸入/進口僅維持 1 個月緊縮隨即轉為擴張，指數攀升 3.4 個百分點至 51.4%。
- 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運輸倉儲業 (73.1%)、教育暨專業科學業 (57.1%)、批發業 (55.9%) 與住宿餐飲業 (55.0%)。
- 八大產業中，三大產業則回報服務輸入/進口呈現緊縮，各產業依緊縮速度排序為金融保險業 (27.8%)、資訊暨通訊傳播業 (35.0%) 與零售業 (42.9%)。
- 僅營造暨不動產業回報服務輸入/進口為持平 (50.0%)。
- 在所有非製造業受訪企業中，約有 50.2% 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 55.5%

重要發現 (Key Finding)

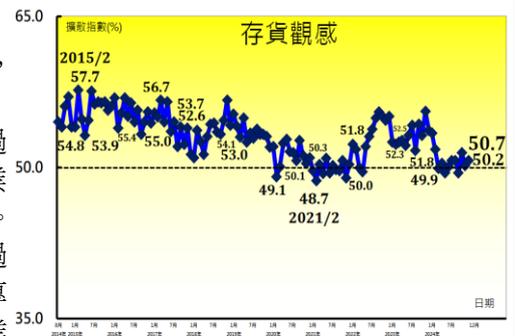
- 服務收費價格已連續 55 個月呈現上升 (高於 50.0%)，指數回升 2.6 個百分點至 55.5%。
- 八大產業全數皆回報服務收費價格呈現上升，各產業依上升速度排序為住宿餐飲業 (65.0%)、教育暨專業科學業 (58.3%)、零售業 (57.9%)、運輸倉儲業 (57.7%)、批發業 (55.4%)、資訊暨通訊傳播業 (54.8%)、營造暨不動產業 (54.0%) 與金融保險業 (52.5%)。



存貨觀感 (Inventory Sentiment) 擴散指數為 50.7%

重要發現 (Key Finding)

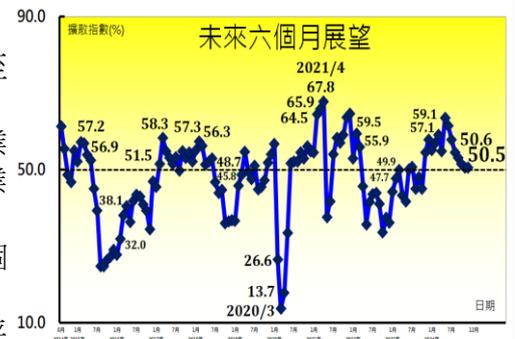
- 非製造業之存貨觀感指數已連續 3 個月呈現過高 (高於 50.0%，高於當前營運所需)，指數為 50.7%。
- 八大產業中，四大產業其經理人認為目前企業存貨數量為過高，各產業依指數高低排序為零售業 (57.9%)、住宿餐飲業 (55.0%)、批發業 (54.3%) 與資訊暨通訊傳播業 (52.4%)。
- 八大產業中，四大產業其經理人則認為目前企業存貨數量為過低，各產業依指數高低排序為運輸倉儲業 (42.3%)、教育暨專業科學業 (44.6%)、營造暨不動產業 (46.2%) 與金融保險業 (47.5%)。



未來六個月展望 (Future Outlooks) 擴散指數為 50.5%

重要發現 (Key Finding)

- 未來展望已連續 14 個月擴張，惟指數續跌 0.1 個百分點至 50.5%，為 2023 年 11 月以來最慢擴張速度。
- 八大產業中，四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 (65.0%)、教育暨專業科學業 (56.8%)、金融保險業 (53.8%) 與運輸倉儲業 (51.9%)。
- 零售業 (42.1%) 與營造暨不動產業 (44.2%) 則回報未來六個月展望呈現緊縮。
- 資訊暨通訊傳播業與批發業回報未來六個月展望為持平 (50.0%)。



其他評論（節錄）

住宿餐飲業

- 本月裁撤澳洲、中國的海外單位--**餐食業**。

營造暨不動產業

- 租屋逐漸變為社會福利與紅海市場--**不動產經營業**。

金融保險業

- 美國新任總統川普就任，對未來政策透明度不高，市場傾向觀望--**證券業**。

資訊暨通訊傳播業

- 根據最近觀察，各業主新開案與結案加總後與 2024 年大略相同，但低於 2023 總數（不計金額）。因而推測連續三年的大趨勢為保守且精算開案。後續公司對策為跟著業主的想法，精算資源並需要業主有提供一定程度的書面商務承諾才著手準備，避免服務資源損失--**軟體出版業**。

零售業

- 因應川普 2.0 而調整亞太 5 國（台、中、越、泰、印）的供應鏈體系，並因應美國、墨西哥所需要的成品補貨，進行產品局部組裝、包裝的供貨調整。同時與供應商針對六大台灣發展主力產業的應用輔助（手工具），進行平行開發。而在銷售方面透過舊酒新裝的舊款，形塑出較長保固期(life warranty)的新品銷售服務。透過產品發展路徑布局模式，把尚未推廣至市場的完整新品，先行與廠商偕同開發與註冊專利，放眼中長期北美市場的推廣販售--**其他專賣零售業**。
- 川普打算在明年 1 月 20 日上任首日頒布超過 25 道行政命令，將直接影響美系銷售成本，故近期均有拉高美系庫存動作--**電腦及其週邊設備、軟體零售業**。
- 因逢百貨周年慶檔期，促使本月商業活動上升--**綜合商品零售業**。

運輸倉儲業

- 12 月是國外聖誕節及新年，中旬過後出口單量已經緩慢下降，惟進口單量在上半旬已達到高峰--**貨運承攬業**。
- 預估連續假期及農曆年等將帶動出遊計畫，期望再創佳績--**陸上運輸業**。
- 每年下半年美國出口線遇出貨大潮後，將一路退燒至隔年第一季。近年東南亞與南亞成長仍帶動可觀出貨量，即便利潤相對較薄--**海洋貨運承攬業**。
- 前月為雙 11 活動增加臨時人力，12 月將恢復原人力，因此本月人力僱用數量較前月下降--**汽車貨運業**。

批發業

- 主要客戶在歐洲，目前不受影響。但因部分美國客戶要求一些產品必須在台灣生產並符合貿易協定法(Trade Agreements Act, TAA)規範，故主要擔心美國新總統就任後進口商關稅會大幅調漲--**電腦及其週邊設備、軟體批發業**。
- 受惠年末拉貨效應、日系各供應商提前交貨，又因終端半導體客戶需求強勁，各相關產品的交貨數量都向上調整 10%到 15%--**綜合商品批發業**。
- 收入增加原因為農曆年前備貨--**水產品批發業**。
- 營運持平無顯著變化--**機械器具批發業**。

其他非製造業

- 12 月因近年關，客戶消費行為明顯停滯與觀望。業內很多包銷 2024 第四季與 2025 第一季機位的業者因為銷售狀況不佳，已經開始低價出清，因此影響市場行情。需求低於供給的情況下，同業間搶客競爭激烈，難有超額利潤--**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、世聯會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、國防部陳宗禛少將指揮官、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、台灣電通胡崑巽資深副總經理、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 <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。