

2015 年 2 月臺灣非製造業經理人指數為 50.8%

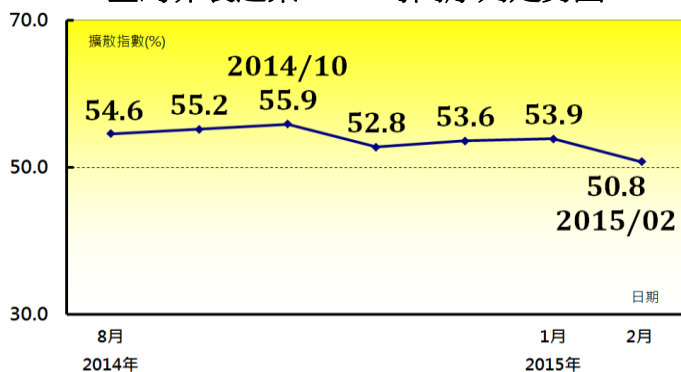
(February 2015 Taiwan NMI, 50.8 %)

商業活動 45.6%、新增訂單數量 47.0%、人力雇用數量 56.2%。

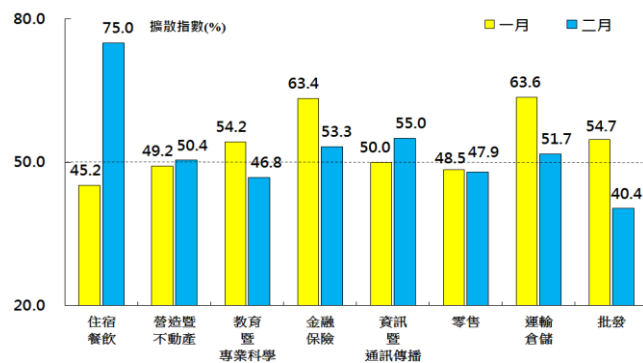
2015 年 2 月臺灣非製造業經理人指數 (NMI) ¹

單位：%	產業別													
	2015 2月	2015 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 保險	資訊 暨 通訊 傳播	零售	運輸 倉儲	批發
臺灣NMI	50.8	53.9	-3.1	擴張	趨緩	7	75.0	50.4	46.8	53.3	55.0	47.9	51.7	40.4
商業活動/生產	45.6	52.8	-7.2	緊縮	前月為擴張	1	85.7	48.3	42.6	44.3	52.5	44.6	54.5	25.0
新增訂單	47.0	51.5	-4.5	緊縮	前月為擴張	1	82.1	46.7	50.0	53.3	52.5	36.4	50.0	26.7
人力雇用	56.2	56.9	-0.7	擴張	趨緩	7	60.7	56.7	50.0	60.7	57.5	57.1	54.5	55.0
供應商交貨時間	54.4	54.6	-0.2	上升	趨緩	7	71.4	50.0	44.4	54.9	57.5	53.6	47.7	55.0
存貨	56.1	53.1	+3.0	擴張	加快	7	85.7	50.0	42.6	61.5	52.5	57.1	54.5	56.7
原物料價格	53.3	54.3	-1.0	上升	趨緩	2	78.6	41.7	55.6	50.8	60.0	62.5	54.5	46.7
未完成訂單	48.5	47.8	+0.7	緊縮	趨緩	6	82.1	45.0	48.1	51.6	47.5	44.6	54.5	38.3
服務輸出/出口	45.7	50.1	-4.4	緊縮	前月為擴張	1	50.0	50.0	42.9	44.1	40.9	35.7	61.1	40.0
服務輸入/進口	47.8	52.0	-4.2	緊縮	前月為擴張	1	78.6	55.0	50.0	43.8	53.6	43.8	45.0	26.8
服務收費價格	50.8	49.2	+1.6	上升	前月為下降	1	71.4	46.7	47.9	46.7	45.0	53.6	47.7	48.3
存貨觀感	57.7	54.0	+3.7	過高	加快	7	67.9	53.3	51.9	52.5	57.5	64.3	50.0	66.7
未來六個月的景氣狀況	57.2	52.1	+5.1	擴張	加快	3	85.7	40.0	55.6	64.8	72.5	58.9	52.3	56.7

臺灣非製造業 NMI 時間序列走勢圖



產業別 NMI 示意圖



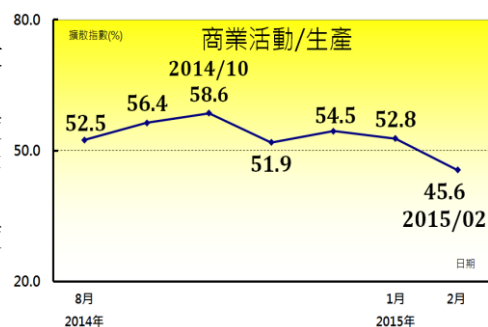
本月重點節錄 (Summary)

- 2015 年 2 月臺灣 NMI 指數已連續 7 個月呈現擴張，惟本月指數下滑 3.1 個百分點來到 50.8%。
- 農曆春節以及 228 年假致使營業天數大幅減少。全體非製造業之商業活動（生產）與新增訂單指數（新增簽約客戶或業務）指數分別下跌 7.2 與 4.5 個百分點轉為緊縮，指數各為 45.6%與 47.0%。
- 全體非製造業之人力雇用指數已連續 7 個月呈現擴張，指數為 56.2%。
- 全體非製造業已連續 7 個月回報供應商交貨時間（受託工作完成時間）上升（高於 50%），惟指數由 2014 年 8 月創編以來的最高點微幅下跌 0.2 個百分點來到 54.4%。
- 全體非製造業存貨指數已連續 7 個月呈現擴張，且擴張速度加快，指數上升 3.0 個百分點來到 56.1%。
- 臺灣非製造業經理人已連續 2 個月回報原物料價格為上升（高於 50%），指數為 53.3%。
- 全體非製造業之未完成訂單（工作委託量）指數已連續 6 個月呈現緊縮，惟緊縮腳步持續放緩，指數再度攀升 0.7 個百分點來到 48.5%。
- 原物料價格指數已連續 2 個月呈現上升（高於 50%），全體非製造業亦轉為回報服務收費價格較前月上升，指數上揚 1.6 個百分點來到 50.8%，中斷了過去 3 個月服務收費價格指數的下降走勢。
- 全體非製造業經理人已連續 7 個月認為目前存貨數量遠高於當前企業所需，存貨觀感指數來到 57.7%，為 2014 年 8 月指數創編以來的最高點。
- 全體非製造業已連續 3 個月看好未來六個月景氣狀況，本月指數攀升 5.1 個百分點來到 57.2%，為 2014 年 9 月以來的最高點。
- 2015 年 2 月八大產業 NMI 中，五大產業呈現擴張，各產業依擴張速度排序為住宿餐飲業（75.0%）、資訊暨通訊傳播業（55.0%）、金融保險業（53.3%）、運輸倉儲業（51.7%）與營造暨不動產業（50.4%）。三大產業呈現緊縮，各產業依緊縮速度排序為批發業（40.4%）、教育暨專業科學業（46.8%）與零售業（47.9%）。

商業活動/生產 (Business Activity/Production) 擴散指數為 45.6%

重要發現 (Key Findings)

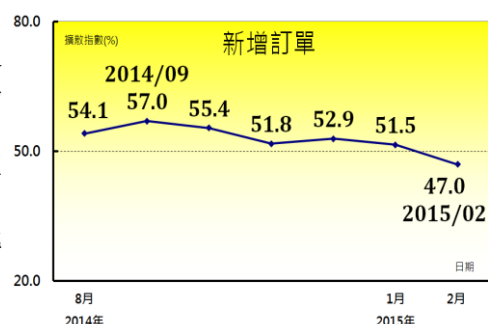
- 全體非製造業之商業活動 (生產) 因受農曆春節以及 228 年假致使營業天數大幅減少, 指數下跌 7.2 個百分點轉為緊縮, 指數為 45.6%。
- 八大產業中, 三大產業回報商業活動 (生產) 呈現擴張, 各產業依擴張速度排序為住宿餐飲業 (85.7%)、運輸倉儲業 (54.5%) 與資訊暨通訊傳播業 (52.5%)。
- 八大產業中, 五大產業回報商業活動 (生產) 呈現緊縮, 各產業依緊縮速度排序為批發業 (25.0%)、教育暨專業科學業 (42.6%)、金融保險業 (44.3%)、零售業 (44.6%) 與營造暨不動產業 (48.3%)。



新增訂單 (New Orders) 擴散指數為 47.0%

重要發現 (Key Findings)

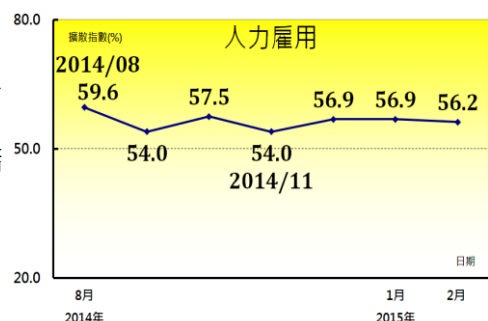
- 全體非製造業之新增訂單指數 (新增簽約客戶或業務) 亦受農曆春節以及 228 年假致使營業天數大幅減少, 指數下跌 4.5 個百分點轉為緊縮, 指數為 47.0%。
- 八大產業中, 三大產業回報新增訂單呈現擴張, 各產業依擴張速度排序為住宿餐飲業 (82.1%)、金融保險業 (53.3%) 與資訊暨通訊傳播業 (52.5%)。
- 八大產業中, 三大產業回報新增訂單呈現緊縮, 各產業依緊縮速度排序為批發業 (26.7%)、零售業 (36.4%) 與營造暨不動產業 (46.7%)。
- 教育暨專業科學業與運輸倉儲業回報新增訂單為持平 (50.0%)。



人力雇用 (Employment) 擴散指數為 56.2%

重要發現 (Key Findings)

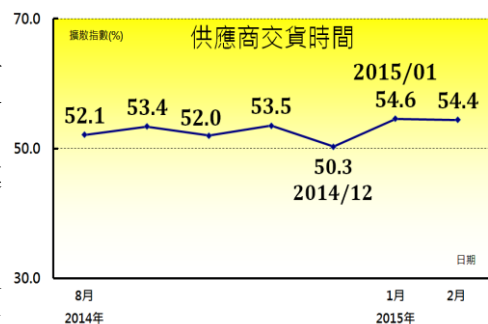
- 全體非製造業之人力雇用指數已連續 7 個月呈現擴張, 指數為 56.2%。
- 八大產業中, 七大產業皆回報人力雇用呈現擴張, 各產業依擴張速度排序為住宿餐飲業 (60.7%)、金融保險業 (60.7%)、資訊暨通訊傳播業 (57.5%)、零售業 (57.1%)、營造暨不動產業 (56.7%)、批發業 (55.0%) 與運輸倉儲業 (54.5%)。
- 僅教育暨專業科學業回報人力雇用數量為持平 (50.0%)。



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

重要發現 (Key Findings)

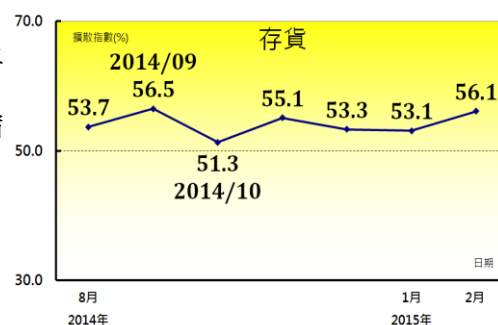
- 全體非製造業已連續 7 個月回報供應商交貨時間 (受託工作完成時間) 上升 (高於 50%), 惟指數由 2014 年 8 月創編以來的最高點微幅下跌 0.2 個百分點來到 54.4%。
- 八大產業中, 五大產業回報供應商交貨時間呈現上升, 各產業依指數上升速度排序為住宿餐飲業 (71.4%)、資訊暨通訊傳播業 (57.5%)、批發業 (55.0%)、金融保險業 (54.9%) 與零售業 (53.6%)。
- 八大產業中, 僅二大產業回報供應商交貨時間呈現下降 (低於 50.0%), 各產業依指數下降速度排序為教育暨專業科學業 (44.4%) 與運輸倉儲業 (47.7%)。
- 營造暨不動產業則回報供應商交貨時間為持平 (50.0%)。



存貨 (Inventories) 擴散指數為 56.1%

重要發現 (Key Finding)

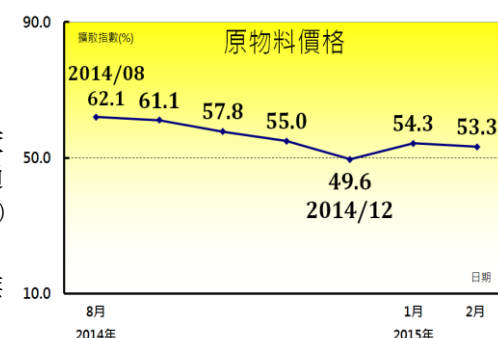
- 全體非製造業存貨指數已連續 7 個月呈現擴張，且擴張速度加快，指數上升 3.0 個百分點來到 56.1%。
- 八大產業中，六大產業回報存貨呈現擴張，各產業依擴張速度排序為住宿餐飲業 (85.7%)、金融保險業 (61.5%)、零售業 (57.1%)、批發業 (56.7%)、運輸倉儲業 (54.5%) 與資訊暨通訊傳播業 (52.5%)。
- 八大產業中，僅教育暨專業科學業 (42.6%) 回報存貨呈現緊縮。
- 營造暨不動產業則回報存貨為持平 (50.0%)。



原物料價格 (Prices) 擴散指數為 53.3%

重要發現 (Key Findings)

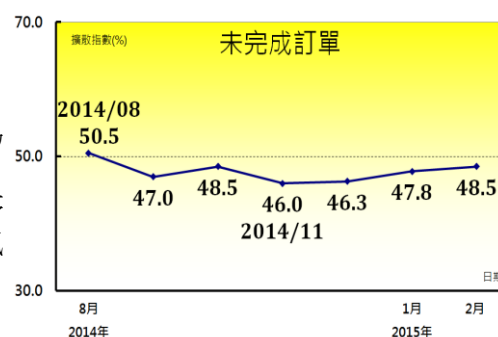
- 臺灣非製造業經理人已連續 2 個月回報原物料價格為上升 (高於 50%)，指數為 53.3%。
- 八大產業中，六大產業回報原物料價格呈現上升 (高於 50.0%)，各產業依指數上升速度排序為住宿餐飲業 (78.6%)、零售業 (62.5%)、資訊暨通訊傳播業 (60.0%)、教育暨專業科學業 (55.6%)、運輸倉儲業 (54.5%) 與金融保險業 (50.8%)。
- 八大產業中，僅二大產業回報原物料價格呈現下降 (低於 50.0%)，各產業依指數下降速度排序為營造暨不動產業 (41.7%) 與批發業 (46.7%)。



未完成訂單 (Backlog of Orders) 擴散指數為 48.5%

重要發現 (Key Findings)

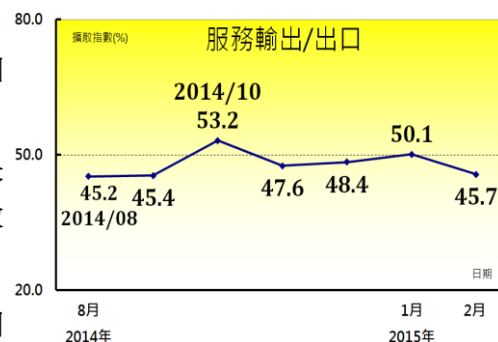
- 全體非製造業之未完成訂單 (工作委託量) 指數已連續 6 個月呈現緊縮，惟緊縮腳步持續放緩，指數再度攀升 0.7 個百分點來到 48.5%。
- 八大產業中，三大產業回報未完成訂單呈現擴張，產業依擴張速度排序為住宿餐飲業 (82.1%)、運輸倉儲業 (54.5%) 與金融保險業 (51.6%)。
- 八大產業中，五大產業回報未完成訂單呈現緊縮，各產業依緊縮速度排序為批發業 (38.3%)、零售業 (44.6%)、營造暨不動產業 (45.0%)、資訊暨通訊傳播業 (47.5%) 與教育暨專業科學業 (48.1%)。



服務輸出/出口 (Exports) 擴散指數為 45.7%

重要發現 (Key Findings)

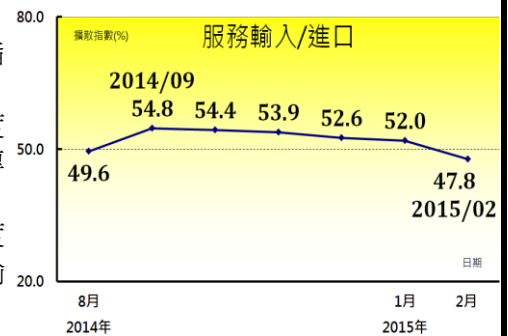
- 全體非製造業服務輸出/出口指數由前月的擴張轉為緊縮，指數下跌 4.4 個百分點來到 45.7%。
- 八大產業中，僅運輸倉儲業回報服務輸出/出口呈現擴張，指數為 61.1%。
- 八大產業中，五大產業回報服務輸出/出口呈現緊縮，產業依緊縮速度排序為零售業 (35.7%)、批發業 (40.0%)、資訊暨通訊傳播業 (40.9%)、教育暨專業科學業 (42.9%) 與金融保險業 (44.1%)。
- 住宿餐飲業與營造暨不動產業皆回報服務輸出/出口為持平 (50.0%)。
- 在所有非製造業受訪企業中，約有 62.9% 的受訪者表示其所屬企業無相關服務輸出/出口業務，並勾選不適用選項。



服務輸入/進口 (Imports) 擴散指數為 47.8%

重要發現 (Key Findings)

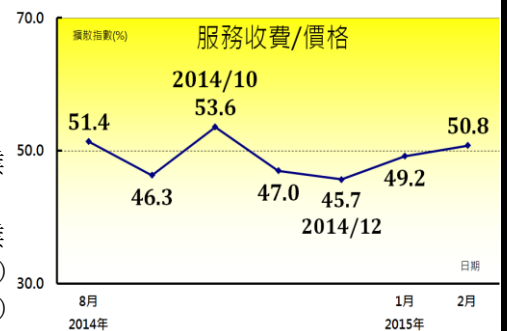
- 全體非製造業服務輸入/進口指數中斷連續 5 個月的擴張轉為緊縮，本月指數下跌 4.2 個百分點來到 47.8%。
- 八大產業中，三大產業之服務輸入/進口指數呈現擴張，各產業依擴張速度排序為住宿餐飲業 (78.6%)、營造暨不動產業 (55.0%) 與資訊暨通訊傳播業 (53.6%)。
- 八大產業中，四大產業之服務輸入/進口指數呈現緊縮，各產業依緊縮速度排序為批發業 (26.8%)、金融保險業 (43.8%)、零售業 (43.8%) 與運輸倉儲業 (45.0%)。
- 教育暨專業科學業之服務輸入/進口指數為持平 (50.0%)。
- 在所有非製造業受訪企業中，約有 50.2% 的受訪者表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 50.8%

重要發現 (Key Findings)

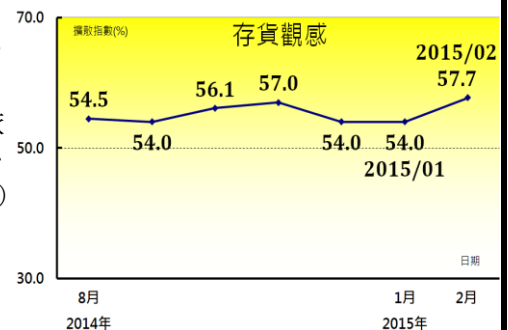
- 原物料價格指數已連續 2 個月呈現上升 (高於 50%)，全體非製造業亦轉為回報服務收費價格較前月上升，指數上揚 1.6 個百分點來到 50.8%，中斷了過去 3 個月服務收費價格指數的下降走勢。
- 八大產業中，二大產業回報服務收費/價格呈現上升 (高於 50.0%)，各產業依指數上升速度排序為住宿餐飲業 (71.4%) 與零售業 (53.6%)。
- 八大產業中，六大產業回報服務收費/價格呈現下降 (低於 50.0%)，各產業依下降速度排序為資訊暨通訊傳播業 (45.0%)、營造暨不動產業 (46.7%)、金融保險業 (46.7%)、運輸倉儲業 (47.7%)、教育暨專業科學業 (47.9%) 與批發業 (48.3%)。



存貨觀感 (Inventory Sentiment) 擴散指數為 57.7%

重要發現 (Key Findings)

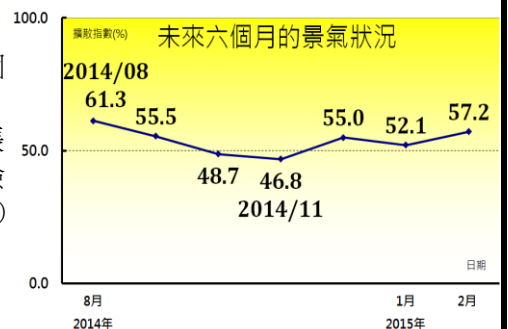
- 全體非製造業經理人已連續 7 個月認為目前存貨數量遠高於當前企業所需，存貨觀感指數來到 57.7%，為 2014 年 8 月指數創編以來的最高點。
- 八大產業中，七大產業其經理人認為目前企業存貨數量為過高，各產業依指數高低排序為住宿餐飲業 (67.9%)、批發業 (66.7%)、零售業 (64.3%)、資訊暨通訊傳播業 (57.5%)、營造暨不動產業 (53.3%)、金融保險業 (52.5%) 與教育暨專業科學業 (51.9%)。
- 僅運輸倉儲業之存貨觀感指數為持平 (50.0%)。



未來六個月景氣狀況 (Economy) 擴散指數為 57.2%

重要發現 (Key Findings)

- 全體非製造業已連續 3 個月看好未來六個月景氣狀況，本月指數攀升 5.1 個百分點來到 57.2%，為 2014 年 9 月以來的最高點。
- 八大產業中，七大產業回報未來六個月景氣狀況呈現擴張，各產業依擴張速度排序為住宿餐飲業 (85.7%)、資訊暨通訊傳播業 (72.5%)、金融保險業 (64.8%)、零售業 (58.9%)、批發業 (56.7%)、教育暨專業科學業 (55.6%) 與運輸倉儲業 (52.3%)。
- 僅營造暨不動產業 (40.0%) 回報未來六個月景氣狀況呈現緊縮。



其他評論（節錄）

住宿餐飲業

- 2 月份為寒假及春節，故收入相對同期會增加甚多—~~短期住宿服務業~~。

營造暨不動產業

- 油價下跌，但原物料價格持平；技術工人仍舊難以聘僱—~~營造業~~。
- 本月銷售較不如預期，惟有工地完工交屋認列入帳，故營業收入拉高。此外，因房地合一稅法及相關配套法令尚不明確，影響客戶購屋行為，房屋銷售時間拉長—~~不動產開發業~~。

教育暨專業科學業

- 受產業特性及春節假期影響，2 月過年前業務場旺，但全月份受營業天數較少影響，營收會較前月下降—~~會計服務業~~。

金融保險業

- 本月營業天數較少，預期營收及業務委託量減少—~~證券商~~。
- 景氣仍持續擴張不變—~~投資顧問業~~。
- 各項指標下滑主因為 2 月份工作天數少（證券僅 13 天交易日）—~~證券業~~。
- 2 月份營業天數少，影響經紀業務收入—~~證券商~~。

零售業

- 因 1 月遇上元旦連假，休假天數多於上月，因此消費力道較上月強—~~其他綜合商品零售業~~。
- 逢春節連休營收降低—~~電腦及其週邊設備、軟體零售業~~。
- 2 月份工作天數較少，營業額較上月稍低—~~電腦及其週邊設備、軟體零售業~~。
- 農曆過年前，買氣停滯，與往年比較大大不同。又加上春節假期營業天數少，整體業績較 1 月有較大幅度的衰退—~~汽車零售業~~。
- 1~4 月為本產業的淡季—~~家具零售業~~。

運輸倉儲業

- 因農曆春節前的出貨旺季及客戶對未來運價上漲的預期心理，故整體營業收入較上月為高—~~海洋水運業~~。
- 因農曆春節假期，工作天數少致業績較上月減少。油價較上月漲及春節期間加班費增加，使單位成本上升—~~汽車貨運業~~。
- 因 2 月新年假期及周末例假因素，工作天數只有 15 天，造成營業收入減少—~~運輸及倉儲業~~。

批發業

- 目前庫存或設備差強人意，企業經營內外環境緊縮—~~綜合商品批發業~~。
- 農曆年放假使本月訂單與營業收入大幅減少，使大部分公司跟工廠在年後才會進行採購—~~其他機械器具批發業~~。

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臺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 月起每月正式發佈臺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臺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。臺灣 NMI 之計算僅以商業活動、新增訂單、人力雇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. 臺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、人力雇用、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，以簡便臺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）、原物料價格（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臺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、國防部陳宗浚少將指揮官、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、臺灣電通胡品賢資深副總經理、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、臺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、臺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、臺灣連鎖暨加盟協會、臺灣商會聯合資訊網、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經濟展望中心陳馨蕙博士（02）27356006 轉 424 或 E-mail: csb@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: csb@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。