

2022 年 3 月台灣非製造業經理人指數為 55.8%

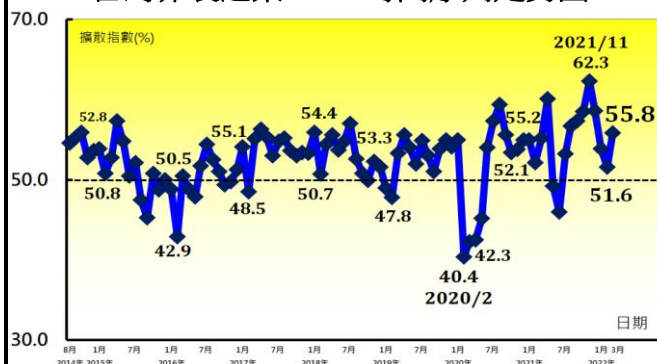
(March 2022 Taiwan NMI at 55.8%)

商業活動 54.8%、新增訂單 56.7%、人力僱用 54.8%。

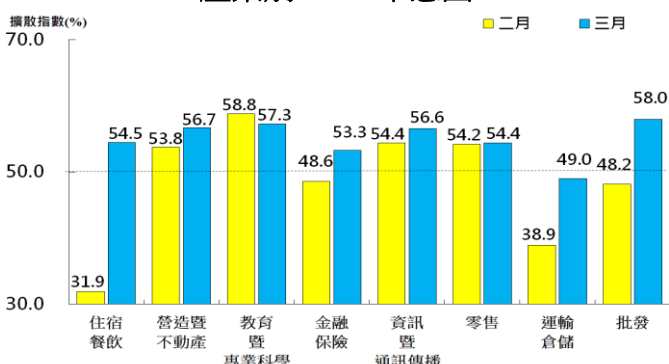
2022 年 3 月台灣非製造業經理人指數 (NMI) ¹

單位：%							產業別							
	2022 3月	2022 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 保險	資訊 暨 通訊 傳播	零售	運輸 倉儲	批發
台灣NMI	55.8	51.6	+4.2	擴張	加快	9	54.5	56.7	57.3	53.3	56.6	54.4	49.0	58.0
商業活動	54.8	45.9	+8.9	擴張	前月為緊縮	1	50.0	58.3	55.2	45.2	63.2	55.9	48.0	59.4
新增訂單	56.7	47.5	+9.2	擴張	前月為緊縮	1	59.1	50.0	60.3	58.3	60.5	50.0	50.0	62.2
人力僱用	54.8	55.7	-0.9	擴張	趨緩	9	45.5	61.7	58.6	58.3	52.6	47.1	50.0	52.8
供應商交貨時間	56.9	57.3	-0.4	上升	趨緩	29	63.6	56.7	55.2	51.2	50.0	64.7	48.0	57.5
存貨	51.0	48.2	+2.8	擴張	前月為緊縮	1	59.1	38.3	53.4	51.2	50.0	47.1	56.0	60.4
採購價格	73.6	67.3	+6.3	上升	加快	75	77.3	81.7	69.0	61.9	57.9	79.4	74.0	82.1
未完成訂單	49.6	43.9	+5.7	緊縮	趨緩	3	50.0	41.7	53.4	52.4	50.0	50.0	38.0	51.9
服務輸出/出口	45.1	47.0	-1.9	緊縮	加快	2	12.5	27.8	50.0	53.8	50.0	50.0	31.8	53.9
服務輸入/進口	54.0	48.4	+5.6	擴張	前月為緊縮	1	59.1	38.9	57.7	54.5	44.4	60.0	40.9	55.6
服務收費價格	61.6	59.7	+1.9	上升	加快	22	54.5	77.6	51.9	48.8	55.3	64.7	48.0	66.3
存貨觀感	50.0	51.8	-1.8	持平	前月為過高	1	54.5	45.0	51.7	52.4	50.0	41.2	52.0	57.5
未來六個月展望	55.9	59.5	-3.6	擴張	趨緩	9	77.3	56.7	62.1	44.0	55.3	52.9	48.0	54.7

台灣非製造業 NMI 時間序列走勢圖



產業別 NMI 示意圖



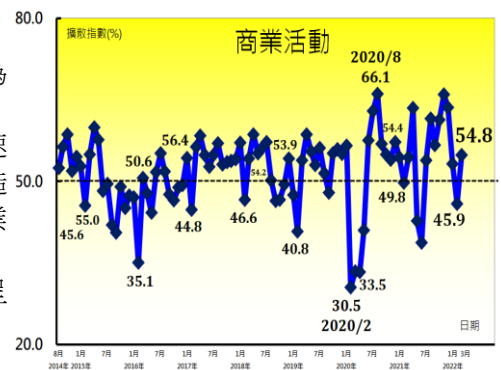
本月重點節錄 (Summary)

- 2022 年 3 月末季調之台灣非製造業 NMI 指數攀升 4.2 個百分點至 55.8%。
- 部分導因於 2 月農曆春節與 228 假期工作天數較少之低基期效應，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)指數同步由緊縮轉為擴張，二指數分別回升 8.9 與 9.2 個百分點至 54.8% 與 56.7%。
- 人力僱用已連續 9 個月擴張，惟指數微跌 0.9 個百分點至 54.8%。
- 供應商交貨時間(受託工作完成時間)指數已連續 29 個月上升(高於 50.0%)，指數微跌 0.4 個百分點至 56.9%。
- 存貨指數僅維持 1 個月的緊縮隨即轉為擴張，指數回升 2.8 個百分點至 51.0%。
- 非製造業之採購價格(營業成本)指數已連續第 16 個月維持在 60.0%以上上升(高於 50.0%)速度，且指數攀升 6.3 個百分點至 73.6%，為 2014 年 8 月創編以來最快上升速度。
- 未完成訂單(工作委託量)已連續 3 個月緊縮，惟指數回升 5.7 個百分點至 49.6%。
- 非製造業之出口指數連續第 2 個月呈現緊縮，指數續跌 1.9 個百分點至 45.1%。
- 進口僅維持 1 個月的緊縮隨即轉為擴張，指數回升 5.6 個百分點至 54.0%。
- 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，惟本月指數回升 1.9 個百分點至 61.6%。
- 存貨觀感中斷連續 3 個月過高(高於 50.0%，高於當前營運所需)，指數續跌 1.8 個百分點至持平(50.0%)。
- 未來六個月展望指數已連續 9 個月呈現擴張，惟本月指數回跌 3.6 個百分點至 55.9%。
- 八大產業中，七大產業 NMI 呈現擴張，依擴張速度排序為批發業(58.0%)、教育暨專業科學業(57.3%)、營造暨不動產業(56.7%)、資訊暨通訊傳播業(56.6%)、住宿餐飲業(54.5%)、零售業(54.4%)與金融保險業(53.3%)。僅運輸倉儲業(49.0%)持續回報 NMI 緊縮。

商業活動 (Business Activity) 擴散指數為 54.8%

重要發現 (Key Finding)

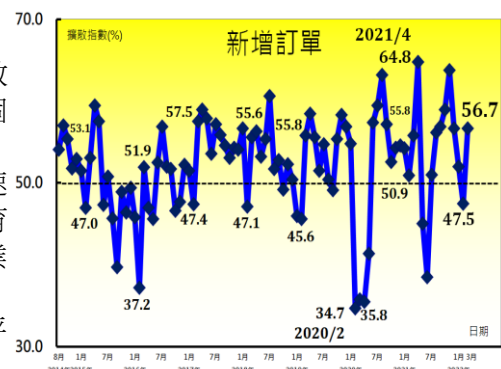
- 非製造業未經季節調整之商業活動僅維持 1 個月的緊縮隨即轉為擴張，指數回升 8.9 個百分點至 54.8%。
- 八大產業中，五大產業回報商業活動呈現擴張，各產業依擴張速度排序為資訊暨通訊傳播業 (63.2%)、批發業 (59.4%)、營造暨不動產業 (58.3%)、零售業 (55.9%) 與教育暨專業科學業 (55.2%)。
- 金融保險業 (45.2%) 與運輸倉儲業 (48.0%) 則回報商業活動呈現緊縮。
- 僅住宿餐飲業回報商業活動為持平 (50.0%)。



新增訂單 (New Orders) 擴散指數為 56.7%

重要發現 (Key Finding)

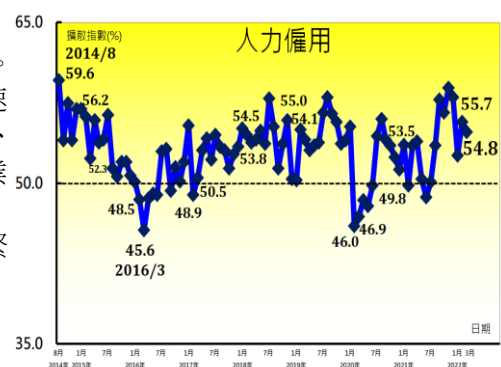
- 部分導因於 2 月農曆春節與 228 假期工作天數較少之低基期效應，非製造業之新增訂單 (新增簽約客戶或業務) 亦僅維持 1 個月的緊縮隨即轉為擴張，指數回升 9.2 個百分點至 56.7%。
- 八大產業中，五大產業回報新增訂單呈現擴張，各產業依擴張速度排序為批發業 (62.2%)、資訊暨通訊傳播業 (60.5%)、教育暨專業科學業 (60.3%)、住宿餐飲業 (59.1%) 與金融保險業 (58.3%)。
- 營造暨不動產業、零售業與運輸倉儲業皆回報新增訂單為持平 (50.0%)。



人力僱用 (Employment) 擴散指數為 54.8%

重要發現 (Key Finding)

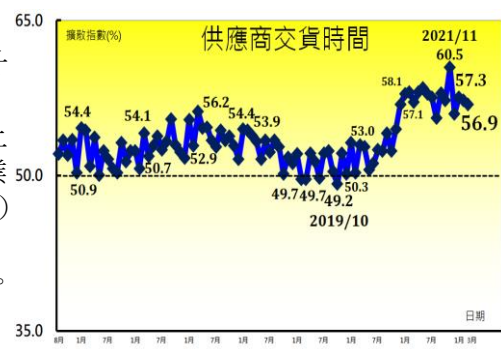
- 人力僱用已連續 9 個月擴張，惟指數微跌 0.9 個百分點至 54.8%。
- 八大產業中，五大產業回報人力僱用呈現擴張，各產業依擴張速度排序為營造暨不動產業 (61.7%)、教育暨專業科學業 (58.6%)、金融保險業 (58.3%)、批發業 (52.8%) 與資訊暨通訊傳播業 (52.6%)。
- 住宿餐飲業 (45.5%) 與零售業 (47.1%) 則回報人力僱用呈現緊縮。
- 僅運輸倉儲業回報人力僱用為持平 (50.0%)。



供應商交貨時間 (Supplier Deliveries) 擴散指數 56.9%

重要發現 (Key Finding)

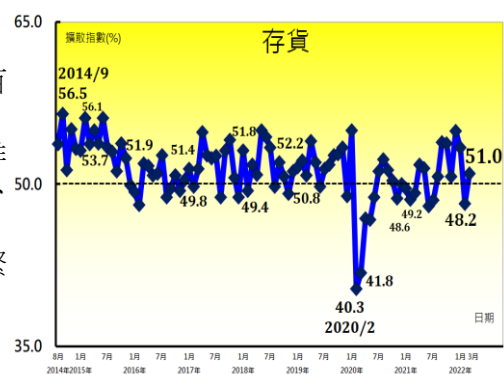
- 供應商交貨時間 (受託工作完成時間) 指數已連續 29 個月上升 (高於 50.0%)，指數微跌 0.4 個百分點至 56.9%。
- 八大產業中，六大產業回報供應商交貨時間為上升，各產業依上升速度排序為零售業 (64.7%)、住宿餐飲業 (63.6%)、批發業 (57.5%)、營造暨不動產業 (56.7%)、教育暨專業科學業 (55.2%) 與金融保險業 (51.2%)。
- 僅運輸倉儲業 (48.0%) 回報供應商交貨時間為下降 (低於 50.0%)。
- 資訊暨通訊傳播業則回報供應商交貨時間為持平 (50.0%)。



存貨 (Inventories) 擴散指數為 51.0%

重要發現 (Key Finding)

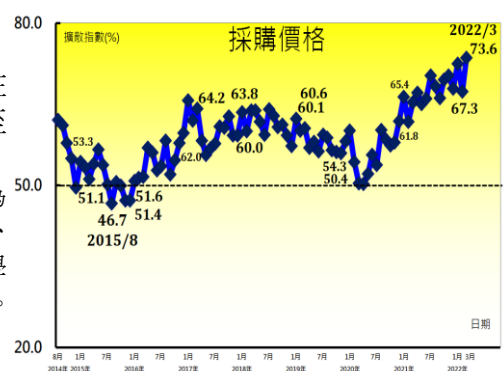
- 存貨指數僅維持 1 個月的緊縮隨即轉為擴張，指數回升 2.8 個百分點至 51.0%。
- 八大產業中，五大產業回報存貨呈現擴張，各產業依擴張速度排序為批發業(60.4%)、住宿餐飲業(59.1%)、運輸倉儲業(56.0%)、教育暨專業科學業(53.4%)與金融保險業(51.2%)。
- 營造暨不動產業(38.3%)與零售業(47.1%)則回報存貨呈現緊縮。
- 僅資訊暨通訊傳播業回報存貨為持平(50.0%)。



採購價格 (Prices) 擴散指數為 73.6%

重要發現 (Key Finding)

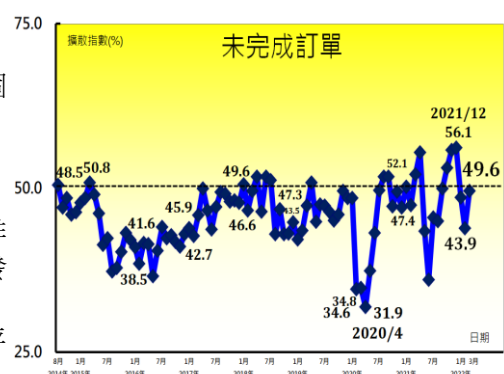
- 非製造業之採購價格(營業成本)指數已連續第 16 個月維持在 60.0%以上上升(高於 50.0%)速度，且指數攀升 6.3 個百分點至 73.6%，為 2014 年 8 月創編以來最快上升速度。
- 八大產業全數回報採購價格呈現上升，各產業依上升速度排序為批發業(82.1%)、營造暨不動產業(81.7%)、零售業(79.4%)、住宿餐飲業(77.3%)、運輸倉儲業(74.0%)、教育暨專業科學業(69.0%)、金融保險業(61.9%)與資訊暨通訊傳播業(57.9%)。



未完成訂單 (Backlog of Orders) 擴散指數為 49.6%

重要發現 (Key Finding)

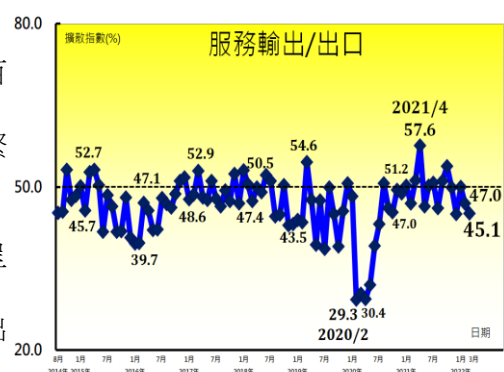
- 未完成訂單(工作委託量)已連續 3 個月緊縮，惟指數回升 5.7 個百分點至 49.6%。
- 八大產業中，運輸倉儲業(38.0%)與營造暨不動產業(41.7%)回報未完成訂單呈現緊縮。
- 八大產業中，三大產業回報未完成訂單呈現擴張，依擴張速度排序為教育暨專業科學業(53.4%)、金融保險業(52.4%)與批發業(51.9%)。
- 住宿餐飲業、資訊暨通訊傳播業與零售業回報未完成訂單為持平(50.0%)。



服務輸出/出口 (New Export Orders) 擴散指數為 45.1%

重要發現 (Key Finding)

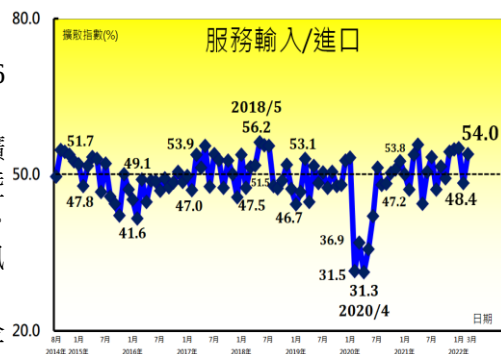
- 非製造業之出口指數連續第 2 個月呈現緊縮，指數續跌 1.9 個百分點至 45.1%。
- 八大產業中，三大產業回報服務輸出/出口呈現緊縮，各產業依緊縮速度排序為住宿餐飲業(12.5%)、營造暨不動產業(27.8%)與運輸倉儲業(31.8%)。
- 批發業(53.9%)與金融保險業(53.8%)則回報服務輸出/出口呈現擴張。
- 教育暨專業科學業、資訊暨通訊傳播業與零售業回報服務輸出/出口為持平(50.0%)。
- 在所有非製造業受訪企業中，約有 60.5%的受訪者表示其所屬企業無相關服務輸出/出口業務，並勾選不適用選項。



服務輸入/進口 (Imports) 擴散指數為 54.0%

重要發現 (Key Finding)

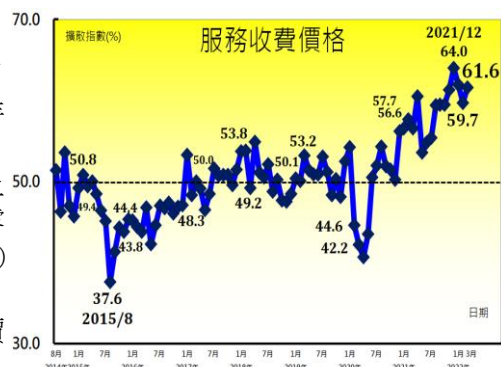
- 非製造業之進口僅維持 1 個月的緊縮隨即轉為擴張，指數回升 5.6 個百分點至 54.0%。
- 八大產業中，五大產業回報服務輸入/進口呈現擴張，各產業依擴張速度排序為零售業 (60.0%)、住宿餐飲業 (59.1%)、教育暨專業科學業 (57.7%)、批發業 (55.6%) 與金融保險業 (54.5%)。
- 營造暨不動產業 (38.9%)、運輸倉儲業 (40.9%) 與資訊暨通訊傳播業 (44.4%) 則回報服務輸入/進口呈現緊縮。
- 在所有非製造業受訪企業中，約有 51.0% 的受訪者表示其所屬企業無相關服務輸入/進口業務，並勾選不適用選項。



服務收費價格 (Service Charge) 擴散指數為 61.6%

重要發現 (Key Finding)

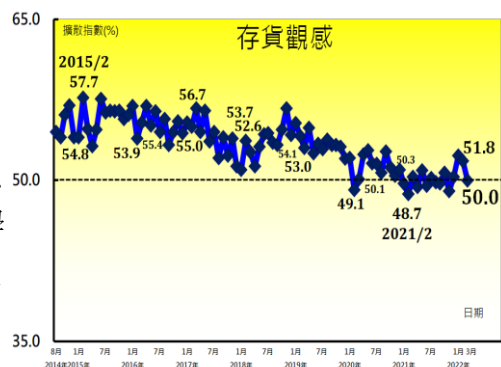
- 非製造業之服務收費價格指數在 2021 年 12 月攀升至 2014 年 8 月創編以來最快上升 (高於 50.0%) 速度 (64.0%) 後，上升速度持續趨緩，惟本月指數回升 1.9 個百分點至 61.6%。
- 八大產業中，六大產業回報服務收費價格呈現上升，各產業依上升速度排序為營造暨不動產業 (77.6%)、批發業 (66.3%)、零售業 (64.7%)、資訊暨通訊傳播業 (55.3%)、住宿餐飲業 (54.5%) 與教育暨專業科學業 (51.9%)。
- 運輸倉儲業 (48.0%) 與金融保險業 (48.8%) 則回報服務收費價格呈現下降 (低於 50.0%)。



存貨觀感 (Inventory Sentiment) 擴散指數為 50.0%

重要發現 (Key Finding)

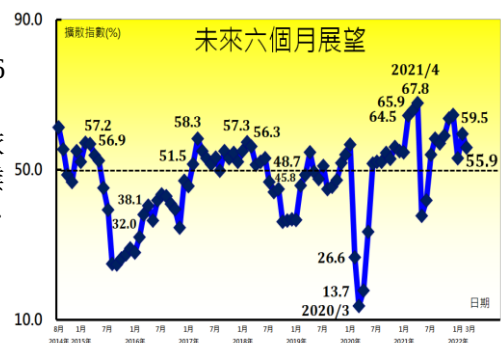
- 存貨觀感中斷連續 3 個月過高 (高於 50.0%，高於當前營運所需)，指數續跌 1.8 個百分點至持平 (50.0%)。
- 八大產業中，五大產業其經理人認為目前企業存貨數量為過高，各產業依指數高低排序為批發業 (57.5%)、住宿餐飲業 (54.5%)、金融保險業 (52.4%)、運輸倉儲業 (52.0%) 與教育暨專業科學業 (51.7%)。
- 零售業 (41.2%) 與營造暨不動產業 (45.0%) 之經理人則認為目前企業存貨數量為過低 (低於 50.0%，低於當前營運所需)。
- 資訊暨通訊傳播業回報企業存貨數量為持平 (50.0%)。



未來六個月展望 (Future Outlooks) 擴散指數為 55.9%

重要發現 (Key Finding)

- 未來六個月展望指數已連續 9 個月呈現擴張，惟本月指數回跌 3.6 個百分點至 55.9%。
- 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住宿餐飲業 (77.3%)、教育暨專業科學業 (62.1%)、營造暨不動產業 (56.7%)、資訊暨通訊傳播業 (55.3%)、批發業 (54.7%) 與零售業 (52.9%)。
- 金融保險業 (44.0%) 與運輸倉儲業 (48.0%) 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

- 因疫情因素影響之低基期，本月商業活動較上月增加--**短期住宿服務業**。

營造暨不動產業

- 國際金屬價格波動大，鋁窗場已停止報價 1 個月，已下單者交期延長為 6 個月，不鏽鋼廠亦暫緩報價或限量供應，除漲價外，目前狀況已對工程進度產生重大影響--**建築工程業**。
- 電纜與五金價格、國外運費與鋼鐵價格是成本上漲主因。缺工問題仍在，且機電專業人才難尋。而客戶依舊收款拖延。此外，電力不足頻頻停電影響工廠生產，電壓不穩易造成大型電壓器損害產生危險--**專門營造業**。

金融保險業

- 烏俄戰爭仍是影響國際通膨及景氣的主要風險，目前烏俄雙方談判持續進行，惟雙方共識不高，預期烏俄戰爭將演變為持久戰，將持續使股、債震盪加大，原物料價格高檔震盪。美國聯準會(Fed)3 月下調 2022 年美國經濟成長率展望，以及上調通膨預期，點陣圖暗示 2022 年將升息 7 碼，預期台灣 2022 年將持續跟進升息--**投資顧問業**。

資訊暨通訊傳播業

- 逐步增加國內體育專案，將對營收有所挹注，疫情仍為目前營收來源之主要風險--**廣播、電視節目編排及傳播業**。
- 客戶謹慎下單，範圍較小的服務採用，作為前期評估--**軟體出版業**。

零售業

- 2 月適逢過年檔期活動，故 3 月商業活動較 2 月趨緩--**綜合商品零售業**。

運輸倉儲業

- 2 月工作天數較少為傳統淡月--**汽車貨運業**。
- 美國線海空運出口依舊暢旺，歐洲線海空運出口 3 月較 2 月略減，歐洲貨源減少應為烏俄戰爭影響，歐洲進口商持觀望想法致訂單減少--**貨運承攬業**。
- 2 月受春節與疫情影響商業活動衰退，3 月起逐漸恢復--**汽車貨運業**。

批發業

- 2 月份工作天數較少，出貨延遲到 3 月，因此營收大幅增加--**電子、通訊設備及其零組件批發業**。
- 因烏俄戰爭關係，導致原料供給短缺價格升高，等待貨品時間拉長，因此客戶要求備貨量增高--**化學原材料及其製品批發業**。
- 積體電路(Integrated Circuit, IC)缺料已使得經營成本增加不少，然而俄烏戰爭使得整個歐洲市場充滿不確定性，一般性訂單仍持續--**電腦及其週邊設備、軟體批發業**。
- 美國消費性電子商品已供過於求(oversupply)，通膨影響消費者購買力，加上高漲的油價，電視(TV)與筆電(NB)銷售大幅下降，惟目前貨櫃仍然短缺--**商品批發經紀業**。

其他非製造業

- 旅遊業預期國境開放或檢疫期間縮短，因此商業活動與未來看法持續好轉--**其他組織**。
- 烏俄戰爭對於電動車供應鏈的影響仍為主要不確定因素--**租賃業**。

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、國防部陳宗湜少將指揮官、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、台灣電通胡品昇資深副總經理、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 <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。