

2026年2月台灣非製造業經理人指數為53.4%

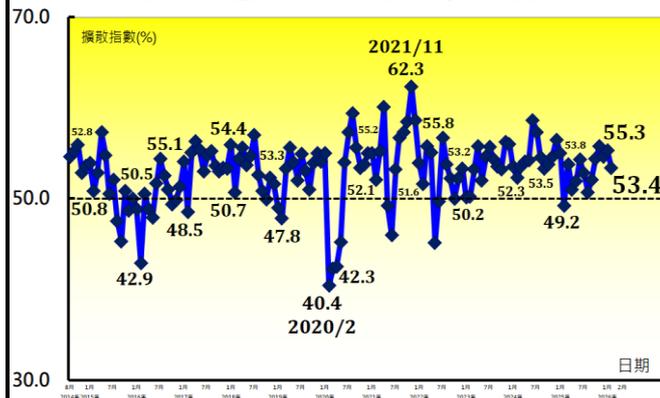
(February 2026 Taiwan NMI at 53.4%)

商業活動 50.0%、新增訂單 51.5%、人力僱用 56.6%。

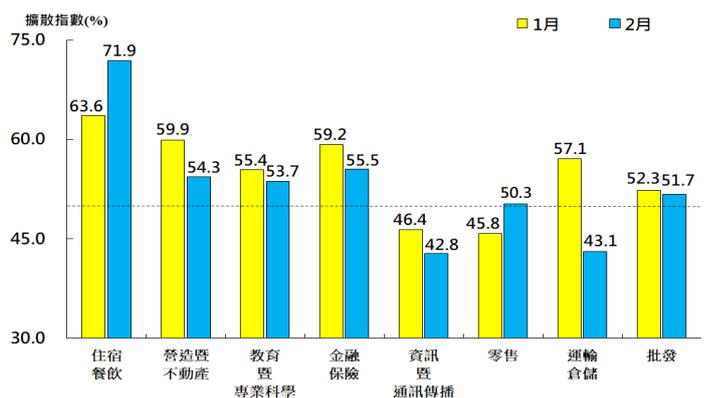
2026年2月台灣非製造業經理人指數 (NMI) ¹

單位：%	產業別													
	2026 2月	2026 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
台灣NMI	53.4	55.3	-1.9	擴張	趨緩	12	71.9	54.3	53.7	55.5	42.8	50.3	43.1	51.7
商業活動	50.0	56.6	-6.6	持平	前月為擴張	1	79.2	42.2	50.0	59.3	39.5	59.1	31.0	45.1
新增訂單	51.5	53.7	-2.2	擴張	趨緩	6	83.3	53.1	55.9	54.7	34.2	28.6	37.9	48.9
人力僱用	56.6	55.3	+1.3	擴張	加快	36	75.0	65.6	55.9	53.5	47.4	52.3	48.3	53.9
供應商交貨時間	55.5	55.4	+0.1	上升	加快	33	50.0	56.3	52.9	54.7	50.0	61.4	55.2	58.8
存貨	53.4	53.1	+0.3	擴張	加快	11	79.2	53.1	50.0	53.5	52.6	56.8	41.4	46.1
採購價格	64.5	65.3	-0.8	上升	趨緩	122	83.3	67.2	63.2	47.7	52.6	72.7	60.3	69.6
未完成訂單	50.2	51.9	-1.7	擴張	趨緩	2	83.3	39.1	50.0	57.0	44.7	52.3	44.8	49.0
服務輸出/出口	54.2	53.0	+1.2	擴張	加快	3	62.5	66.7	42.3	63.3	43.8	66.7	41.2	47.5
服務輸入/進口	53.4	56.5	-3.1	擴張	趨緩	6	66.7	47.1	53.3	45.5	55.0	56.3	47.2	51.3
服務收費價格	58.9	57.7	+1.2	上升	加快	69	79.2	56.5	56.7	58.1	52.6	59.1	44.8	62.7
存貨觀感	51.9	51.8	+0.1	過高	加快	17	58.3	48.4	51.5	50.0	52.6	59.1	41.4	53.9
未來六個月展望	62.1	56.3	+5.8	擴張	加快	2	62.5	54.7	63.2	65.1	60.5	59.1	60.3	66.7

台灣非製造業 NMI 時間序列走勢圖



產業別 NMI 示意圖



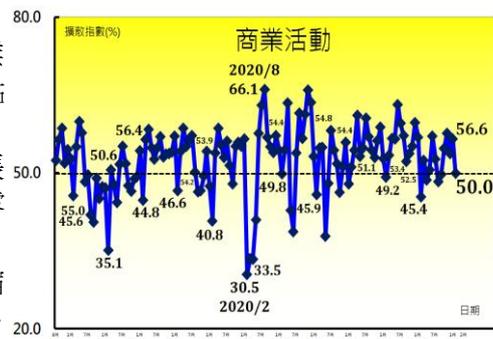
本月重點節錄 (Summary)

- 未經季節調整之台灣非製造業 NMI 已連續 12 個月擴張，指數回跌 1.9 個百分點至 53.4%。
- 部分產業因 2 月適逢農曆春節，工作天數較少，致使非製造業之商業活動指數中斷連續 4 個月擴張，指數回跌 6.6 個百分點呈現持平 (50.0%)。
- 新增訂單指數已連續 6 個月擴張，指數回跌 2.2 個百分點至 51.5%。
- 人力僱用指數續揚 1.3 個百分點至 56.6%，為 2024 年 8 月以來最快擴張速度。
- 供應商交貨時間 (受託工作完成時間) 已連續 33 個月上升，指數微升 0.1 個百分點至 55.5%。
- 存貨指數續揚 0.3 個百分點至 53.4%，連續第 11 個月擴張。
- 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 2 個月維持在 60.0% 以上上升速度，指數由 2024 年 5 月以來最快上升速度 (65.3%) 微跌 0.8 個百分點至 64.5%。
- 未完成訂單 (工作委託量) 已連續 2 個月擴張，指數由 2024 年 7 月以來最快擴張速度 (51.9%) 回跌 1.7 個百分點至 50.2%。
- 服務輸出/出口指數已連續 3 個月擴張，指數續揚 1.2 個百分點至 54.2%。
- 服務輸入/進口指數由 2024 年 11 月以來最快擴張速度 (56.5%) 回跌 3.1 個百分點至 53.4%。
- 服務收費價格指數續揚 1.2 個百分點至 58.9%，為 2022 年 7 月以來最快上升速度。
- 存貨觀感指數已連續 17 個月過高 (高於 50.0%，高於當前營運所需)，指數微升 0.1 個百分點至 51.9%。
- 未來六個月展望指數續揚 5.8 個百分點至 62.1%，為 2024 年 6 月以來最快擴張速度。八大產業自 2024 年 8 月以來首次全數回報未來展望呈現擴張。
- 2026 年 2 月八大產業中，六大產業 NMI 呈現擴張，依擴張速度排序為住宿餐飲業 (71.9%)、金融保險業 (55.5%)、營造暨不動產業 (54.3%)、教育暨專業科學業 (53.7%)、批發業 (51.7%)、零售業 (50.3%)。資訊暨通訊傳播業 (42.8%) 與運輸倉儲業 (43.1%) NMI 則呈現緊縮。

商業活動 (Business Activity) 擴散指數為 50.0%

重要發現 (Key Finding)

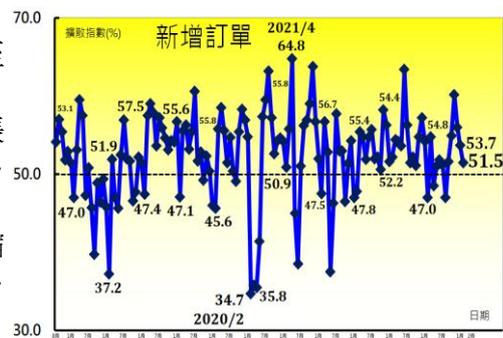
- 部分產業因 2 月適逢農曆春節，工作天數較少，致使非製造業之商業活動指數中斷連續 4 個月擴張，指數回跌 6.6 個百分點呈現持平 (50.0%)。
- 八大產業中，三大產業回報商業活動呈現擴張，各產業依擴張速度排序為住宿餐飲業 (79.2%)、金融保險業 (59.3%) 與零售業 (59.1%)。
- 八大產業中，四大產業回報商業活動呈現緊縮，各產業依緊縮速度排序為運輸倉儲業 (31.0%)、資訊暨通訊傳播業 (39.5%)、營造暨不動產業 (42.2%) 與批發業 (45.1%)。
- 僅教育暨專業科學業回報商業活動為持平 (50.0%)。



新增訂單 (New Orders) 擴散指數為 51.5%

重要發現 (Key Finding)

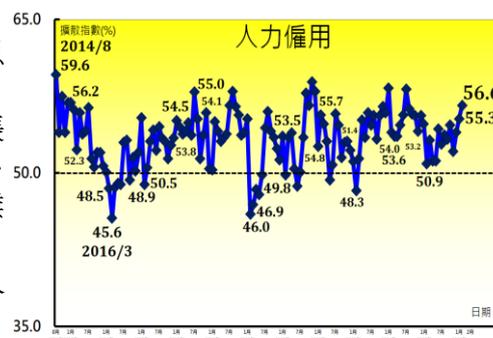
- 新增訂單指數已連續 6 個月擴張，惟指數續跌 2.2 個百分點至 51.5%。
- 八大產業中，四大產業回報新增訂單呈現擴張，各產業依擴張速度排序為住宿餐飲業 (83.3%)、教育暨專業科學業 (55.9%)、金融保險業 (54.7%) 與營造暨不動產業 (53.1%)。
- 八大產業中，四大產業回報新增訂單呈現緊縮，各產業依緊縮速度排序為零售業 (28.6%)、資訊暨通訊傳播業 (34.2%)、運輸倉儲業 (37.9%) 與批發業 (48.9%)。



人力僱用 (Employment) 擴散指數為 56.6%

重要發現 (Key Finding)

- 人力僱用指數續揚 1.3 個百分點至 56.6%，為 2024 年 8 月以來最快擴張速度。
- 八大產業中，六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 (75.0%)、營造暨不動產業 (65.6%)、教育暨專業科學業 (55.9%)、批發業 (53.9%)、金融保險業 (53.5%) 與零售業 (52.3%)。
- 資訊暨通訊傳播業 (47.4%) 與運輸倉儲業 (48.3%) 則回報人力僱用呈現緊縮。



供應商交貨時間 (Supplier Deliveries) 擴散指數 55.5%

重要發現 (Key Finding)

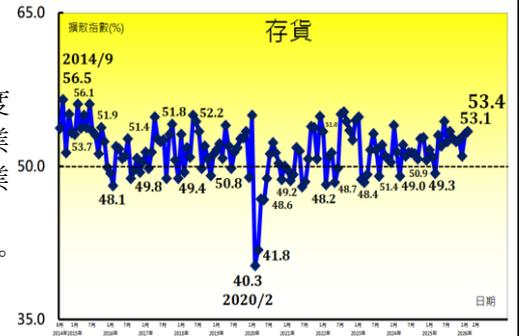
- 供應商交貨時間 (受託工作完成時間) 已連續 33 個月上升，指數微升 0.1 個百分點至 55.5%。
- 八大產業中，六大產業回報供應商交貨時間為上升，各產業依上升速度排序為零售業 (61.4%)、批發業 (58.8%)、營造暨不動產業 (56.3%)、運輸倉儲業 (55.2%)、金融保險業 (54.7%) 與教育暨專業科學業 (52.9%)。
- 住宿餐飲業與資訊暨通訊傳播業則回報供應商交貨時間為持平 (50.0%)。



存貨 (Inventories) 擴散指數為 53.4%

重要發現 (Key Finding)

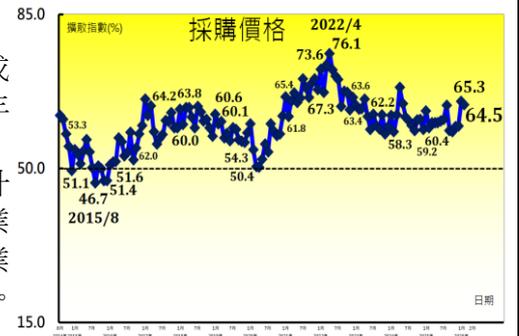
- 存貨指數續揚 0.3 個百分點至 53.4%，連續第 11 個月擴張。
- 八大產業中，五大產業回報存貨呈現擴張，各產業依擴張速度排序為住宿餐飲業 (79.2%)、零售業 (56.8%)、金融保險業 (53.5%)、營造暨不動產業 (53.1%) 與資訊暨通訊傳播業 (52.6%)。
- 運輸倉儲業 (41.4%) 與批發業 (46.1%) 則回報存貨呈現緊縮。
- 僅教育暨專業科學業回報存貨為持平 (50.0%)。



採購價格 (Prices) 擴散指數為 64.5%

重要發現 (Key Finding)

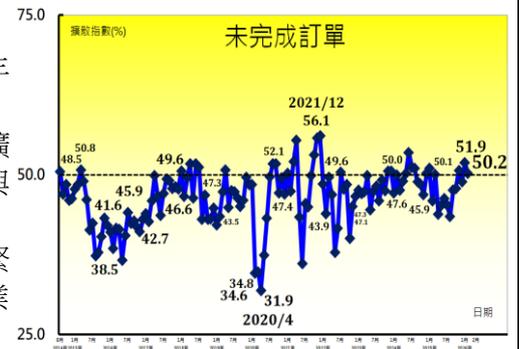
- 非製造業持續面臨營業成本攀升壓力，採購價格指數 (營業成本) 已連續 2 個月維持在 60.0% 以上上升速度，指數由 2024 年 5 月以來最快上升速度 (65.3%) 微跌 0.8 個百分點至 64.5%。
- 八大產業中，七大產業回報採購價格呈現上升，各產業依上升速度排序為住宿餐飲業 (83.3%)、零售業 (72.7%)、批發業 (69.6%)、營造暨不動產業 (67.2%)、教育暨專業科學業 (63.2%)、運輸倉儲業 (60.3%) 與資訊暨通訊傳播業 (52.6%)。
- 僅金融保險業 (47.7%) 回報採購價格呈現下降。



未完成訂單 (Backlog of Orders) 擴散指數為 50.2%

重要發現 (Key Finding)

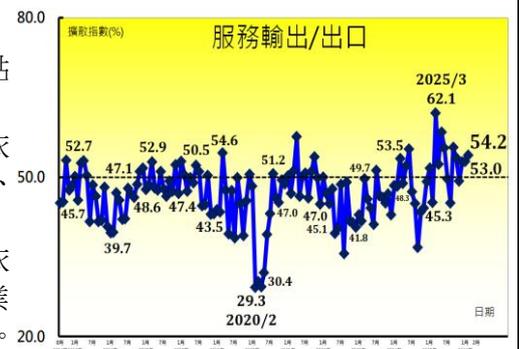
- 未完成訂單 (工作委託量) 已連續 2 個月擴張，指數由 2024 年 7 月以來最快擴張速度 (51.9%) 回跌 1.7 個百分點至 50.2%。
- 八大產業中，三大產業回報未完成訂單呈現擴張，各產業依擴張速度排序為住宿餐飲業 (83.3%)、金融保險業 (57.0%) 與零售業 (52.3%)。
- 八大產業中，四大產業回報未完成訂單呈現緊縮，各產業依緊縮速度排序為營造暨不動產業 (39.1%)、資訊暨通訊傳播業 (44.7%)、運輸倉儲業 (44.8%) 與批發業 (49.0%)。
- 僅教育暨專業科學業回報未完成訂單為持平 (50.0%)。



服務輸出/出口 (New Export Orders) 擴散指數為 54.2%

重要發現 (Key Finding)

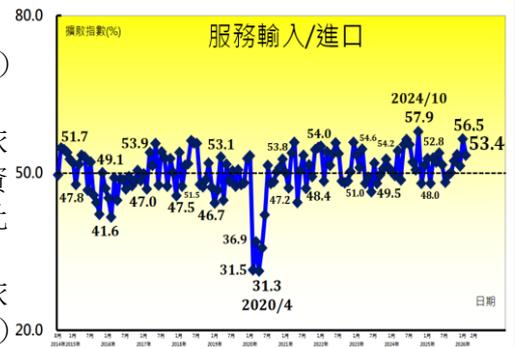
- 服務輸出/出口指數已連續 3 個月擴張，指數續揚 1.2 個百分點至 54.2%。
- 八大產業中，四大產業回報服務輸出/出口呈現擴張，各產業依擴張速度排序為營造暨不動產業 (66.7%)、零售業 (66.7%)、金融保險業 (63.3%) 與住宿餐飲業 (62.5%)。
- 八大產業中，四大產業回報服務輸出/出口呈現緊縮，各產業依緊縮速度排序為運輸倉儲業 (41.2%)、教育暨專業科學業 (42.3%)、資訊暨通訊傳播業 (43.8%) 與批發業 (47.5%)。
- 非製造業受訪企業中，約有 56.3% 的受訪者表示其所屬企業無相關服務輸出/出口業務，並勾選不適用選項。



服務輸入/進口 (Imports) 擴散指數為 53.4%

重要發現 (Key Finding)

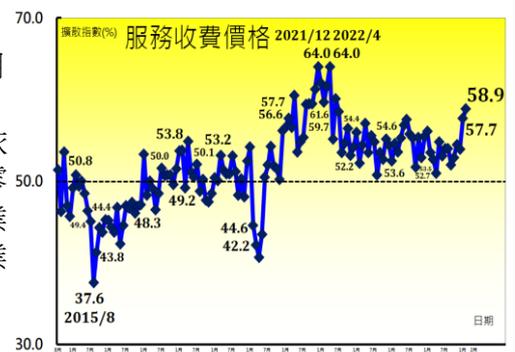
- 服務輸入/進口指數由 2024 年 11 月以來最快擴張速度(56.5%) 回跌 3.1 個百分點至 53.4%。
- 八大產業中，五大產業回報服務輸入/進口呈現擴張，各產業依擴張速度排序為住宿餐飲業 (66.7%)、零售業 (56.3%)、資訊暨通訊傳播業 (55.0%)、教育暨專業科學業 (53.3%) 與批發業 (51.3%)。
- 八大產業中，三大產業回報服務輸入/進口呈現緊縮，各產業依緊縮速度排序為金融保險業(45.5%)、營造暨不動產業(47.1%) 與運輸倉儲業 (47.2%)。
- 非製造業受訪企業中，約有 46.3%的受訪者表示其所屬企業無相關服務輸入/進口業務，並勾選不適用選項。



服務收費價格 (Service Charge) 擴散指數為 58.9%

重要發現 (Key Finding)

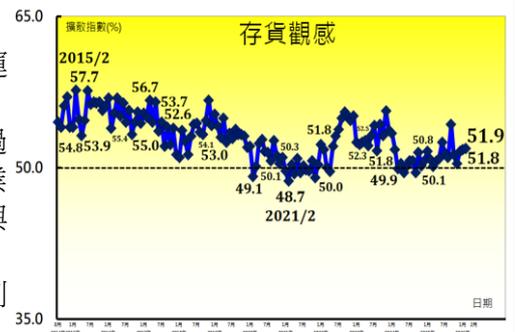
- 服務收費價格指數續揚 1.2 個百分點至 58.9%，為 2022 年 7 月以來最快上升速度。
- 八大產業中，七大產業回報服務收費價格呈現上升，各產業依上升速度排序為住宿餐飲業 (79.2%)、批發業 (62.7%)、零售業 (59.1%)、金融保險業 (58.1%)、教育暨專業科學業 (56.7%)、營造暨不動產業 (56.5%) 與資訊暨通訊傳播業 (52.6%)。
- 僅運輸倉儲業 (44.8%) 回報服務收費價格呈現下降。



存貨觀感 (Inventory Sentiment) 擴散指數為 51.9%

重要發現 (Key Finding)

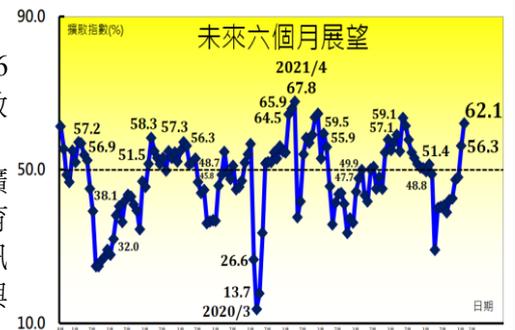
- 存貨觀感指數已連續 17 個月過高 (高於 50.0%，高於當前營運所需)，指數微升 0.1 個百分點至 51.9%。
- 八大產業中，五大產業其經理人認為目前企業存貨數量為過高，各產業依指數高低排序為零售業 (59.1%)、住宿餐飲業 (58.3%)、批發業 (53.9%)、資訊暨通訊傳播業 (52.6%) 與教育暨專業科學業 (51.5%)。
- 運輸倉儲業 (41.4%) 與營造暨不動產業 (48.4%) 之經理人則認為目前企業存貨數量為過低。
- 僅金融保險業回報企業存貨數量為持平 (50.0%)。



未來六個月展望 (Future Outlooks) 擴散指數為 62.1%

重要發現 (Key Finding)

- 未來六個月展望指數續揚 5.8 個百分點至 62.1%，為 2024 年 6 月以來最快擴張速度。八大產業自 2024 年 8 月以來首次全數回報未來展望呈現擴張。
- 八大產業全數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批發業 (66.7%)、金融保險業 (65.1%)、教育暨專業科學業 (63.2%)、住宿餐飲業 (62.5%)、資訊暨通訊傳播業 (60.5%)、運輸倉儲業 (60.3%)、零售業 (59.1%) 與營造暨不動產業 (54.7%)。



廠商評論（節錄）

營造暨不動產業

- 台北商用不動產開始出現超額供給--**不動產經營業**。

金融保險業

- 前月泛自營操作獲利表現優異，本月預估較難突破前值--**證券商**。
- AI 浪潮帶動台股成交量能，證券業受惠於市場成交量放大--**證券業**。
- 關注焦點轉為川普對等關稅遭美法院判定失效後，改援引第 122 條款對各國加徵關稅，台灣對美出口實質稅率、與 232 條款之課徵基礎差異、對產業之實質衝擊幅度，以及先前台美貿易協議之讓利配套及加碼對美投資計畫，是否策略性調整--**金融服務業**。

資訊暨通訊傳播業

- 受記憶體持續缺貨與漲價影響，今年將適度調升客戶售價。2025 年採購策略為預先備貨約 50%，其庫存可支應至第三季，相對其他同業成本波動之影響相對有限，若能持續控制成本，預期 2026 年毛利率將有所提升，惟銷售量將下降。預估 2026 年第二季全球記憶體市場將趨於平穩或高檔震盪，短期內價格難以回落至 2025 年水準--**電腦程式設計、諮詢及相關服務業**。
- 受二月工作天數較少影響，供應商與品牌商正嚴密監控產出量能與開發進度。預期 3 月起將針對部分專案進行人力資源配置調整--**軟體出版業**。

零售業

- 二月逢過年檔期，使商業活動增加--**綜合商品零售業**。
- 今年二月適逢農曆春節，工作天數減少，故營收較上月有所下滑--**汽車零售業**。

運輸倉儲業

- 適逢春節、228、清明、五一、端午等連續假期，預估將帶動後續運量成長--**鐵路運輸業**。
- 二月 AI 與 IT 相關產品空運出口表現仍優異，海運出口持平；進口方面，受農曆年假影響，海空運進口貨量皆處於低檔--**貨運承攬業**。

批發業

- 適逢春節假期，中國工廠於二月初陸續停工，導致供應商交期較常態增加約 20-30 天。此外，中國稀土價格大幅飆升，進貨成本及對客報價皆隨之顯著調升。--**綜合商品批發業**。
- 經濟前景仍具不確定性，主因川普關稅政策變動頻繁，影響我司主要歐洲市場，目前客戶在下單及新案開發上皆趨於保守--**電腦及其週邊設備、軟體批發業**。
- 營運動能持續維持增長--**機械器具批發業**。

其他非製造業

- 自 2025 年起，因市場不穩定，致使旅遊產品價格波動劇烈，客戶多延遲消費，且臨近出發日前才完成採購。一月適逢國曆年與農曆年的交替，年後旅遊需求觀望氣氛濃厚，而工商差旅多於年後，導致市場交易較為清淡--**旅行及其他相關服務業**。

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: 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。a