

滙豐臺灣製造業 PMI™

景氣狀況連續三月轉弱

概要

7 月份，臺灣製造業的景氣度小幅減弱。月內新訂單及新出口訂單皆加速下滑，產出隨之放緩。採購量與採購庫存亦隨客戶需求減弱而有所縮減。同時，投入成本大幅下降，產出價格亦隨客戶要求而進一步調整。

滙豐臺灣採購經理人指數 (PMI™) 7 月份數值為 48.6，低於上月 (49.5)，顯示景氣狀況小幅惡化。目前，臺灣製造業營運狀況已連續 3 個月趨緩。

產出連續第三個月收縮，而且幅度明顯，並有加速跡象，月內逾四分之一受訪廠商報告產量下降。同時，新訂單總量小幅下降，新出口訂單亦有收縮 (兩者皆連續 3 個月下滑)。調查顯示，歐美等主要出口市場需求疲弱，導致新業務整體下滑。

新訂單減少，部分廠商有剩餘產能，得以處理手頭業務。積壓工作量因此連續 4 個月下降，但 7 月份降幅最弱。聘僱規模則相反，連續兩月有所增加，但增幅僅算輕微。

採購活動連續 3 個月放緩，而且幅度明顯。月內採購庫存亦有所下降，惟整體降幅尚小。許多受訪廠商表示，市場需求轉弱，銷售下降，導致生產需求放緩，因此相應減少對投入品的採購和降低庫存。

儘管投入品需求減弱，供應商交期仍出現延宕，雖然幅度輕微，但在今年 1 月以來尚屬首次。

月內製造業投入成本大幅下降，原因普遍與原物料降價有關。經營成本下降，使廠商得以連續 16 個月降低產出價格，本月更有實質降幅。調查顯示，廠商乃應客戶要求而降價。

7 月份，成品庫存下降，此乃廠商因應訂單減少而繼續調整庫存的結果。

點評

滙豐環球研究大中華區經濟師郭浩莊 (Donna Kwok) 評論臺灣製造業 PMI™ 調查結果時表示：

「全球貿易流通進一步放緩，對臺灣製造業景氣狀況繼續造成壓力。新訂單收縮率加劇，尤其是出口訂單方面，導致產出相應放緩，對臺灣成長前景帶來挑戰。臺灣若要避免衰退，政府最新的刺激措施必須能足以提振私人消費，以抗衡疲弱的貿易形勢。」

主要調查結果

- 產出明顯收縮
- 新接出口業務大幅放緩，新訂單總量加速下滑
- 月內投入價格大幅回落，成本壓力繼續減緩

趨勢概覽

滙豐臺灣製造業 PMI

50 = 與上月比較無變化 (經季節調整)



資料來源: Markit, HSBC.

查詢詳細資料，敬請聯絡：

滙豐

環球研究常務總監兼大中華區首席經濟師屈宏斌
電話：+852 2822 2025
電郵：hongbinqu@hsbc.com.hk

環球研究大中華區經濟師郭浩莊
電話：+852-2996-6621
電郵：donna hjkwok@hsbc.com.hk

滙豐(台灣)商業銀行企業傳訊處陳子鈺
專線電話：+886-2-6631-7913
電郵：jamietychen@hsbc.com.tw

滙豐(台灣)商業銀行企業傳訊處鐘珽琪
專線電話：+886-2-6631-7915
電郵：ambertcchung@hsbc.com.tw

Markit

經濟師 Annabel Fiddes
電話：+44-149-146-1024
電郵：annabel.fiddes@markit.com

公司傳訊部 Caroline Lumley
電話：+44 20 7260 2047
行動電話：+44 781 5812162
電郵：caroline.lumley@markit.com

編輯備註：

《滙豐臺灣製造業報告》研究每月向逾 300 家製造業廠商的採購主管發出問卷，然後根據回收的資料編製指數。研究樣本庫根據產業對臺灣國內生產毛額 (GDP) 的影響，按地理分佈並採用標準行業分類法 (SIC) 予以分層抽樣。根據每月中旬收集的資料，研究數據可反映當月對比上月的變化。對於每項指標，本「報告」都會列出每種答案的百分比、回答「較高」/「較好」和回答「較低」/「較差」的人數之間的淨差額，以及「擴散」指數 (選擇正面答案的人數與半數選答「相同」的人數的總和)。

「採購經理人指數 (PMI)」是個建基於五個單項指標的綜合指數，各指標及其權重分別是：新訂單 -0.3、產出 -0.25、就業人數 -0.2、供應商供貨時間 -0.15、採購庫存 -0.1；其中供貨時間指數作反向計算，使其可比性與其他指標一致。

「擴散」指數具有先導指數的各種特性，可概況顯示當前的主流變化趨勢。指數高於 50，表明該單項整體上升；低於 50，則表明整體下降。

主要調查數據一經發佈，Markit 不再作任何修訂，但對於需要按季節調整的因素，則會按實際情況不時修正，經季節調整的系列數據可能會因此發生變化。Markit 可以為客戶提供與主要數據 (未經修正) 相關的歷史資料，初始發佈的季節性調整數據，以及後續修正資料。如有需要，敬請聯繫 economics@markit.com。

滙豐集團 (HSBC)：

滙豐是世界上規模最大的銀行及金融服務機構之一。集團在已發展及增長較快的市場設有約 6,600 個辦事處，盡握市場的經濟增長潛力，包括建立連系幫助客戶開拓商機、讓工商企業茁壯成長、推動各地經濟蓬勃發展，而最終目標是讓客戶實現理想。

我們透過四大環球業務：零售銀行及財富管理、工商業務、環球銀行及資本市場，以及環球私人銀行，為近 5,800 萬名客戶提供服務。我們的網路覆蓋 81 個國家和地區，廣及歐洲、香港、亞太其他地區、中東及北非、北美洲及拉丁美洲等六個地區。我們的目標是成為公認的世界領先國際銀行。滙豐控股有限公司的股份在倫敦、香港、紐約、巴黎及百慕達證券交易所掛牌買賣，股東約 22 萬名，遍及全球 129 個國家和地區。

關於 Markit：

Markit 乃知名環球財經資訊服務公司，僱員 2,800 多人。公司獨立提供各種資產類別的資料、評估和交易處理服務，以利提升透明度、降低風險和提高運作效率。公司客戶包括當今財經市場上多家重要機構。詳細資訊，敬請瀏覽 www.markit.com。

關於 PMI：

「採購經理人指數 (PMI™)」調查目前覆蓋全球 32 個國家及歐元區等重要區域。該指數系列已成為全球密切關注的商業調查資料，因能夠適時、準確而獨到地把握每月經濟動脈而深受各國央行、金融市場和商業決策者推崇。詳細資訊，敬請瀏覽 www.markit.com/economics。

本報告有關「滙豐臺灣製造業 PMI」的知識版權屬 Markit Economics Limited 所有。未經 Markit 同意，不得以任何未經授權的形式 (包括但不僅限於複製、發佈或傳輸等) 使用本報告中出現的資料。對於本文所包含的內容或資訊 (「資料」)，或資料中的任何錯誤、偏頗、疏漏或延誤，或據此而採取之任何行動，Markit 概不負責。對於因使用本文資料而產生的任何特殊的、附帶的或相應的損失，Markit 概不負責。Purchasing Managers' Index™ 與 PMI™ 乃 Markit Economics Limited 之商標。滙豐獲許使用上述商標。Markit 與 Markit 標誌乃 Markit Group Limited 之註冊商標。