滙豐採購經理人指數 2012

compiled by markit

最早發佈時間：2012 年 3 月 1 日 10:00（臺北）

滙豐臺灣製造業 PMI™

臺灣製造業景氣自 2011 年 5 月以來首見回溫

主要調查結果：

- 需求轉強，帶動新接業務和產出量上升。
- 餘裕產能逐漸變緊，帶動就業出現成長。
- 投入成本和出廠價格同步上揚。

2 月份數據顯示，臺灣製造業重現擴張，新訂單和產出兩者皆同步上揚，乃 9 個月來首見。總體景氣度適度回溫，大體上與調查之歷史走勢保持一致。產出需求增加，支撐月內就業微升。但積壓工作量仍有增無減，顯示之前多個月來所見之餘裕產能已被消耗。此外，投入成本出現實質漲幅，出廠價格因而略有提高。

本調查所得之重要資料歸納為滙豐臺灣**採購經理人指數 (PMI™)**，此乃綜合指標，旨在以單一值反映製造業之景氣狀況。PMI 數值若高於 50.0，表示營運狀況有改善；若低於 50.0，則表示減弱。2 月份 PMI 值為 52.7，較 1 月份 (48.9) 上升，顯示製造業出現溫和成長；而隨著擴張重現，此前 8 個月持續下行的景氣度終見回升。

2 月份，臺灣製造業的新業務量出現成長，乃 2011 年 5 月以來首見。經季節調整的新訂單指數上升接近 7 個指數點，顯示新接工作量有實質成長。此外，新出口業務亦同樣呈現擴張。受訪業者表示，海內外需求轉強，乃整體新訂單回升之主因；而出口市場中，以中國、歐洲和美國之改善程度尤佳。

新接訂單增加，2 月份的產出量隨之上升；但仍有累積未完成工作，顯示早前明顯存在的餘裕產能已差不多全被消耗。廠商成品庫存水準上升，原因有二：其一是產量增加，另二是部分廠商的出貨量減少。

2 月份資料顯示，臺灣製造業就業增加，而根據調查所示結果，這與產出需求上升的情況一致。但職缺增幅僅屬溫和，絕大多數受訪業者表示，聘僱規模與 1 月份相同。

2 月份採購活動更趨頻繁，反映生產和新業務的同步成長。即便如是，月內供應商交期大致沒有改變。在此前的 4 個月，供應商交期持續延宕。調查顯示採購庫存小幅上升。

2 月份，臺灣製造業投入成本上漲，廠商表示原物料價格上升是成本膨脹的主因。成本增幅雖然顯著，但仍低於該項調查的長期平均值。廠商將成本漲幅轉嫁客戶，故出廠價格也有提高，但只能小幅上調，因客戶仍有相當程度的議價力。

滙豐臺灣採購經理人指數（PMI™）

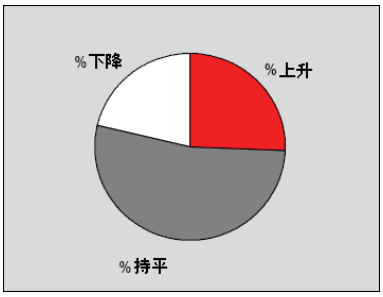
滙豐臺灣採購經理人指數(PMI™)是個概括展示製造業活動的綜合指標，也是反映整體經濟狀況的先導指標。指標由幾個分別衡量產出、新訂單、就業、供應商交期和採購庫存的「擴散」指數組成。PMI 讀數若低於 50.0，說明製造業經濟整體收縮；高於 50.0，說明整體擴張；50.0 表示無變化。指數數字偏離 50.0 越遠，表示變化程度越大。**Purchasing Managers' Index™** 與 **PMI™** 乃 Markit Economics Limited 之商標。滙豐獲許使用上述商標。Markit 與 Markit 標誌乃 Markit Group Limited 之註冊商標。

markit™

HSBC 滙豐

產出指數

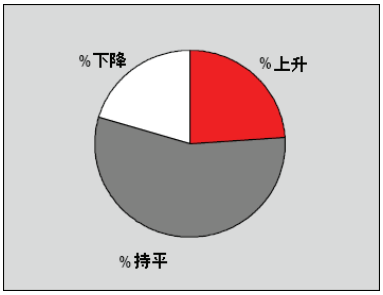
問：請將本月生產 /產出與上月情況比較



2 月份，臺灣製造業產出指數上升，乃自 2011 年 5 月以來首見。成長幅度可觀，而上升速度也略高於長期平均值。約 26% 受訪業者表示月內產出量較上月大，並說此乃由於新接業務增加。

新訂單指數

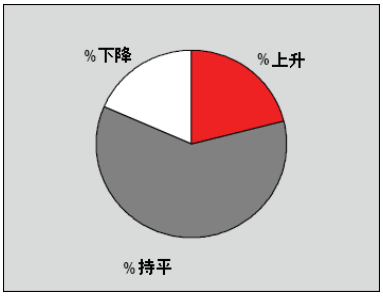
問：請將本月收到新訂單數量與上月情況比較（臺灣本地和出口）



2 月份資料顯示，臺灣製造業新接訂單出現實質增幅，終止了過去 8 個月新接工作量持續下降的走勢。調查顯示海內外需求轉強，帶動新業務上升。成長率大致與調查的歷史平均值相同。

新出口訂單指數

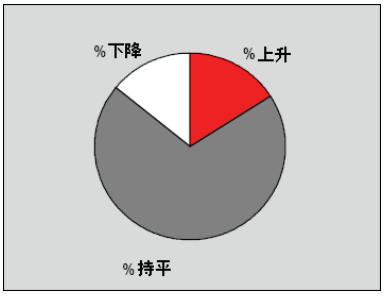
問：請將本月接獲的新出口訂單數量與上月情況比較



2 月份，臺灣製造業從出口市場取得更多新業務。21% 的調查樣本顯示新出口量近月有所上升，原因是海外市場需求轉強，以中國、歐洲和美國尤佳。新出口業務再現成長，乃 2011 年 6 月以來首見。

積壓工作指數

問：請將貴公司本月的未完成業務量與上月情況比較

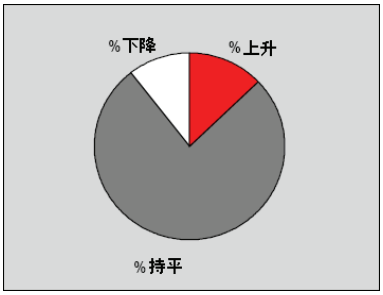


經季節調整的積壓工作指數高於 50.0 臨界點，顯示臺灣製造業之未完成業務量於 2 月份有所增加。積壓工作重現，累積幅度雖然還小，但顯示過去 8 個月積壓量持續減少的趨勢已經結束，而製造業多月來的餘裕產能亦已被消耗。新接業務成長幅度可觀，是積壓工作回升之最大成因。

All Intellectual Property Rights owned by Markit Economics Limited

成品庫存指數

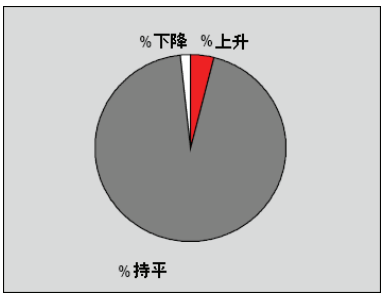
問：請將貴公司本月的成品庫存量（以單位數量計）與上月情況比較



2 月份，臺灣製造業成品庫存較上月增加。調查資料顯示，成品庫存累積乃由於廠商增加生產以應付新訂單量上升，但部分廠商的出貨量減少亦是另一原因。成品庫存增幅雖然溫和，但已是 2011 年 6 月以來首見。

就業指數

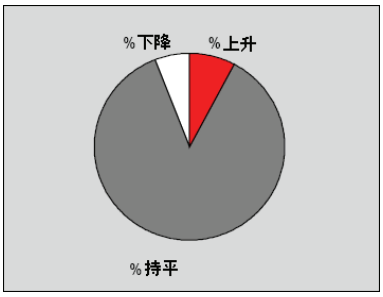
問：請將貴公司本月的員工人數與上月情況比較



2 月份資料顯示，臺灣製造業就業增加。受訪業者表示，在新訂單與產出皆出現成長之情況下，聘僱規模也有所擴大，但職缺增幅只算輕微。絕大多數調查樣本 (約 94%) 顯示聘僱情況與上月無異。

出廠價格指數

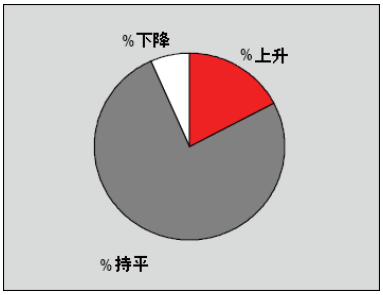
問：請將貴公司本月的產品平均出廠單價（按數量加權）與上月情況比較



2 月份，臺灣廠商 8 個月來首次調高產出價格，但幅度僅屬輕微。約 8% 的調查樣本顯示月內有提高貨品售價，原因是必須將投入成本的漲幅轉嫁客戶；但調查資料同時顯示，客戶的議價能力令產出價格難有太大增幅。

投入價格指數

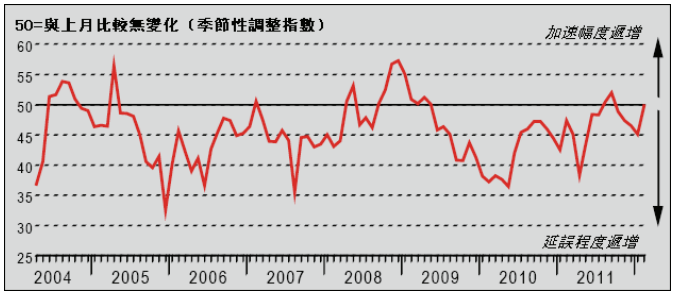
問：請將貴公司本月的平均採購價格（按數量加權）與上月情況比較

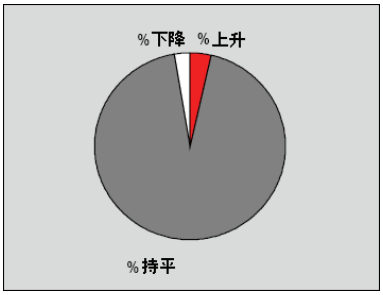


臺灣製造業投入成本在連續下降 4 個月後回升。約 17% 受訪業者表示，投入成本較 1 月份上升；而原物料價格上揚，是成本膨脹的主要原因。投入價格雖有實質升幅，但幅度小於其長期平均值。

供應商交期指數

問：請將貴公司本月的供應商交期（按數量加權）與上月情況比較

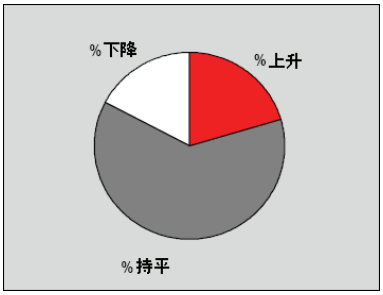




經季節調整的 2 月份供應商交期指數略低於 50.0 臨界點，顯示供應商的表現雖有轉差，但程度微小，不足掛慮。絕大多數調查樣本 (約 94%) 顯示交期與 1 月份相同；若有交期延宕者，主要歸因於供應商存貨不足。

採購數量指數

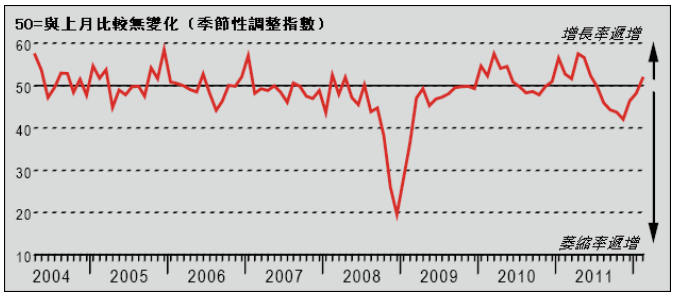
問：請將貴公司本月的採購物品數量（以單位數量計）與上月情況比較

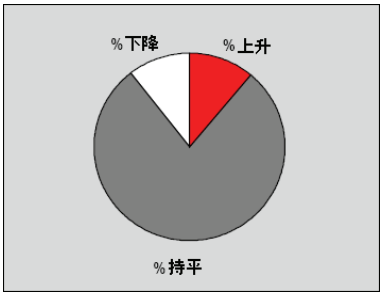


臺灣製造業採購量於 2 月份有所上升。約 20% 受訪業者表示其採購活動較上月頻繁。調查資料顯示，投入品採購量增加，與新訂單成長及生產需求擴大有關。繼之前連降 7 個月後，採購量於本月出現實質增幅。

採購庫存指數

問：請將貴公司採購庫存（以單位數量計）與上月情況比較





2 月份資料顯示，臺灣製造業採購庫存上升。受訪業者顯表示這是由於採購活動增加。生產庫存的累積幅度溫和，只有約 11% 的受訪廠商的庫存呈增幅。調查資料顯示，若干廠商仍在推行庫存去化措施。但總體而言，庫存量上升乃 8 個月來首見。

資料及展示方法說明

「採購經理人指數」調查每月向約 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，調查所得到的回饋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™）」是一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；其中交期指數作反向計算，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。

2009 年 5 月前收集的資料均基於電子業類別的調查回應。

聲明

本報告有關「滙豐臺灣製造業 PMI」的知識產權屬 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。