

2024年6月台灣非製造業經理人指數為58.6%

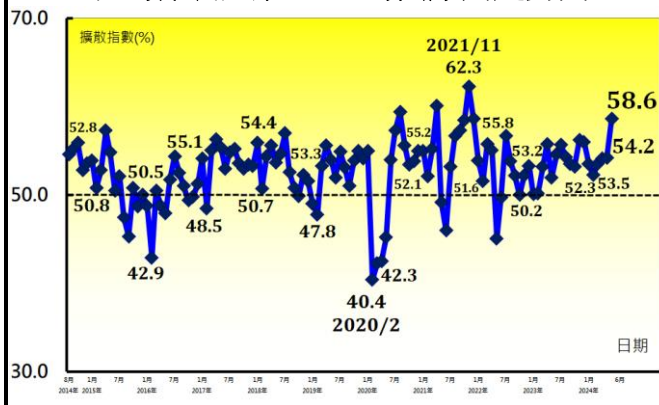
(June 2024 Taiwan NMI at 58.6%)

商業活動 63.2%、新增訂單 63.4%、人力僱用 55.7%。

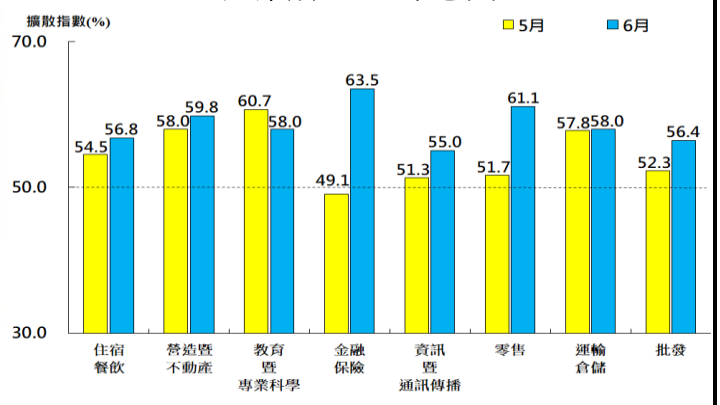
2024年6月台灣非製造業經理人指數 (NMI) ¹

單位：%	產業別													
	2024 6月	2024 5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 暨 保險	資訊 暨 通訊 傳播	零售	運輸 倉儲	批發
台灣NMI	58.6	54.2	+4.4	擴張	加快	20	56.8	59.8	58.0	63.5	55.0	61.1	58.0	56.4
商業活動	63.2	56.6	+6.6	擴張	加快	4	54.5	65.2	62.5	80.8	52.5	61.1	63.6	59.6
新增訂單	63.4	53.6	+9.8	擴張	加快	16	50.0	63.0	61.1	71.8	60.0	75.0	63.6	58.3
人力僱用	55.7	54.7	+1.0	擴張	加快	16	63.6	63.0	52.8	52.6	55.0	52.8	56.8	51.9
供應商交貨時間	52.0	52.0	+0.0	上升	不變	13	59.1	47.8	55.6	48.7	52.5	55.6	47.7	55.8
存貨	51.3	51.0	+0.3	擴張	加快	3	50.0	41.3	54.2	52.6	57.5	61.1	40.9	55.8
採購價格	61.7	64.7	-3.0	上升	趨緩	102	68.2	63.0	58.3	59.0	57.5	61.1	61.4	59.6
未完成訂單	53.5	50.2	+3.3	擴張	加快	2	45.5	56.5	55.6	57.7	55.0	47.2	56.8	51.0
服務輸出/出口	55.3	52.1	+3.2	擴張	加快	2	50.0	62.5	45.5	58.3	66.7	25.0	70.0	55.1
服務輸入/進口	56.4	55.4	+1.0	擴張	加快	2	54.5	50.0	66.7	42.9	50.0	50.0	75.0	57.5
服務收費價格	57.6	56.9	+0.7	上升	加快	49	50.0	63.6	59.1	59.0	50.0	58.3	61.4	51.9
存貨觀感	50.1	49.5	+0.6	過高	前月為過低	1	50.0	41.3	47.2	50.0	52.5	55.6	50.0	57.7
未來六個月展望	61.5	63.6	-2.1	擴張	趨緩	8	59.1	63.0	65.3	60.3	50.0	61.1	72.7	59.6

台灣非製造業 NMI 時間序列走勢圖



產業別 NMI 示意圖



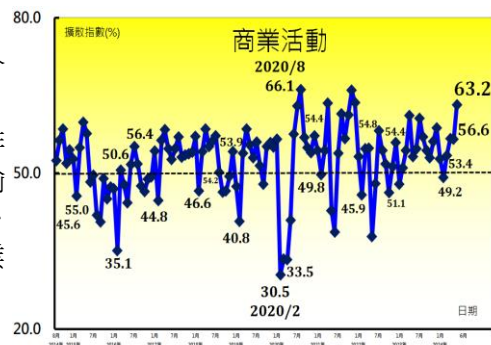
本月重點節錄 (Summary)

- 2024年6月末經季節調整之台灣非製造業 NMI 已連續 20 個月擴張，指數續揚 4.4 個百分點至 58.6%，為 2022 年 1 月以來最快擴張速度。
- 未經季調之商業活動已連續 4 個月擴張，指數躍升 6.6 個百分點至 63.2%，為 2022 年 1 月以來最快擴張速度。
- 未經季調之新增訂單指數已連續 16 個月擴張，指數攀升 9.8 個百分點至 63.4%，為 2021 年 12 月以來最快擴張速度。
- 非製造業之人力僱用指數續揚 1.0 個百分點至 55.7%，連續第 16 個月擴張。
- 供應商交貨時間（受託工作完成時間）指數已連續 13 個月上升（高於 50.0%），上升速度與 5 月相比維持不變，指數停留在 52.0%。
- 存貨指數已連續 3 個月擴張，指數微升 0.3 個百分點至 51.3%。
- 非製造業持續面臨營業成本攀升壓力，非製造業之採購價格（營業成本）指數已連續 4 個月維持在 60.0% 以上的上升速度（高於 50.0%），惟指數續跌 3.0 個百分點至 61.7%。
- 未完成訂單（工作委託量）指數已連續 2 個月擴張，指數續揚 3.3 個百分點至 53.5%，為 2022 年 1 月以來最快擴張速度。
- 服務出口與服務進口指數皆已連續 2 個月擴張，二指數分別續揚 3.2 與 1.0 個百分點至 55.3% 與 56.4%。
- 非製造業已連續 49 個月回報服務收費價格上升（高於 50.0%），且指數續揚 0.7 個百分點至 57.6%，為 2022 年 8 月以來最快上升速度。
- 未來展望指數已連續 2 個月維持在 60.0% 以上擴張速度，本月指數回跌 2.1 個百分點至 61.5%。
- 2024 年 6 月八大產業 NMI 皆呈現擴張，各產業依擴張速度排序為金融保險業（63.5%）、零售業（61.1%）、營造暨不動產業（59.8%）、教育暨專業科學業（58.0%）、運輸倉儲業（58.0%）、住宿餐飲業（56.8%）、批發業（56.4%）與資訊暨通訊傳播業（55.0%）。

商業活動 (Business Activity) 擴散指數為 63.2%

重要發現 (Key Finding)

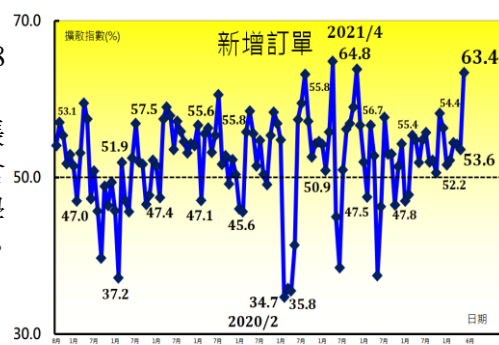
- 未經季調之商業活動已連續 4 個月擴張，指數躍升 6.6 個百分點至 63.2%，為 2022 年 1 月以來最快擴張速度。
- 八大產業全數皆回報商業活動呈現擴張，各產業依擴張速度排序為金融保險業 (80.8%)、營造暨不動產業 (65.2%)、運輸倉儲業 (63.6%)、教育暨專業科學業 (62.5%)、零售業 (61.1%)、批發業 (59.6%)、住宿餐飲業 (54.5%) 與資訊暨通訊傳播業 (52.5%)。



新增訂單 (New Orders) 擴散指數為 63.4%

重要發現 (Key Finding)

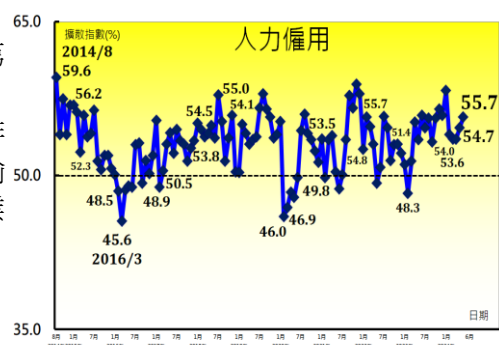
- 未經季調之新增訂單指數已連續 16 個月擴張，指數攀升 9.8 個百分點至 63.4%，為 2021 年 12 月以來最快擴張速度。
- 八大產業中，七大產業回報新增訂單呈現擴張，各產業依擴張速度排序為零售業 (75.0%)、金融保險業 (71.8%)、運輸倉儲業 (63.6%)、營造暨不動產業 (63.0%)、教育暨專業科學業 (61.1%)、資訊暨通訊傳播業 (60.0%) 與批發業 (58.3%)。
- 僅住宿餐飲業回報新增訂單為持平 (50.0%)。



人力僱用 (Employment) 擴散指數為 55.7%

重要發現 (Key Finding)

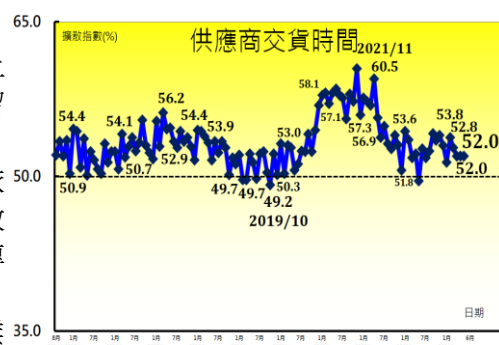
- 非製造業之人力僱用指數續揚 1.0 個百分點至 55.7%，連續第 16 個月擴張。
- 八大產業全數皆回報人力僱用呈現擴張，各產業依擴張速度排序為住宿餐飲業 (63.6%)、營造暨不動產業 (63.0%)、運輸倉儲業 (56.8%)、資訊暨通訊傳播業 (55.0%)、教育暨專業科學業 (52.8%)、零售業 (52.8%)、金融保險業 (52.6%) 與批發業 (51.9%)。



供應商交貨時間 (Supplier Deliveries) 擴散指數 52.0%

重要發現 (Key Finding)

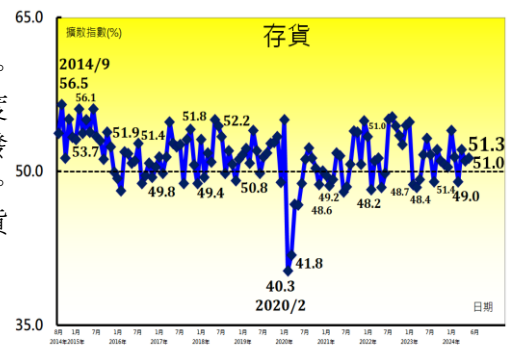
- 供應商交貨時間 (受託工作完成時間) 指數已連續 13 個月上升 (高於 50.0%)，上升速度與 5 月相比維持不變，指數停留在 52.0%。
- 八大產業中，五大產業回報供應商交貨時間為上升，各產業依上升速度排序為住宿餐飲業 (59.1%)、批發業 (55.8%)、教育暨專業科學業 (55.6%)、零售業 (55.6%) 與資訊暨通訊傳播業 (52.5%)。
- 八大產業中，三大產業則回報供應商交貨時間為下降，各產業依下降速度排序為運輸倉儲業 (47.7%)、營造暨不動產業 (47.8%) 與金融保險業 (48.7%)。



存貨 (Inventories) 擴散指數為 51.3%

重要發現 (Key Finding)

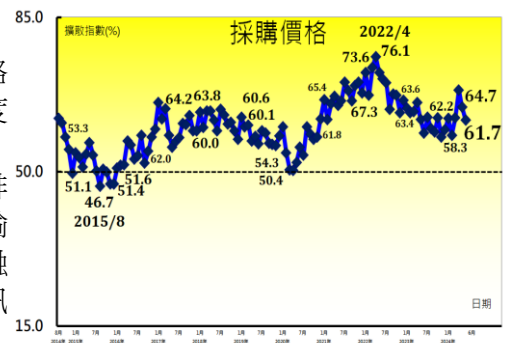
- 存貨指數已連續 3 個月擴張，指數微升 0.3 個百分點至 51.3%。
- 八大產業中，五大產業回報存貨呈現擴張，各產業依擴張速度排序為零售業 (61.1%)、資訊暨通訊傳播業 (57.5%)、批發業 (55.8%)、教育暨專業科學業 (54.2%) 與金融保險業 (52.6%)。
- 運輸倉儲業 (40.9%) 與營造暨不動產業 (41.3%) 則回報存貨呈現緊縮。
- 僅住宿餐飲業回報存貨為持平 (50.0%)。



採購價格 (Prices) 擴散指數為 61.7%

重要發現 (Key Finding)

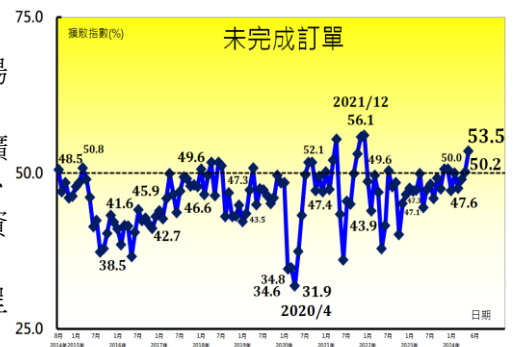
- 非製造業持續面臨營業成本攀升壓力，非製造業之採購價格 (營業成本) 指數已連續 4 個月維持在 60.0% 以上的上升速度 (高於 50.0%)，惟指數續跌 3.0 個百分點至 61.7%。
- 八大產業全數皆回報採購價格呈現上升，各產業依上升速度排序為住宿餐飲業 (68.2%)、營造暨不動產業 (63.0%)、運輸倉儲業 (61.4%)、零售業 (61.1%)、批發業 (59.6%)、金融保險業 (59.0%)、教育暨專業科學業 (58.3%) 與資訊暨通訊傳播業 (57.5%)。



未完成訂單 (Backlog of Orders) 擴散指數為 53.5%

重要發現 (Key Finding)

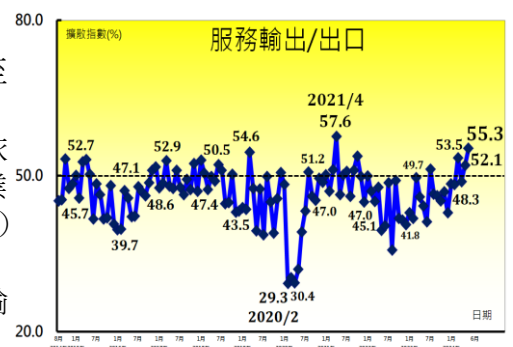
- 未完成訂單 (工作委託量) 指數已連續 2 個月擴張，指數續揚 3.3 個百分點至 53.5%，為 2022 年 1 月以來最快擴張速度。
- 八大產業中，六大產業回報未完成訂單呈現擴張，各產業依擴張速度排序為金融保險業 (57.7%)、運輸倉儲業 (56.8%)、營造暨不動產業 (56.5%)、教育暨專業科學業 (55.6%)、資訊暨通訊傳播業 (55.0%) 與批發業 (51.0%)。
- 僅住宿餐飲業 (45.5%) 與零售業 (47.2%) 回報未完成訂單呈現緊縮。



服務輸出/出口 (New Export Orders) 擴散指數為 55.3%

重要發現 (Key Finding)

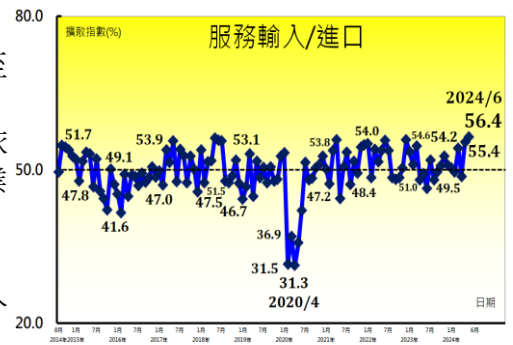
- 服務出口指數已連續 2 個月擴張，指數續揚 3.2 個百分點至 55.3%。
- 八大產業中，五大產業回報服務輸出/出口呈現擴張，各產業依擴張速度排序為運輸倉儲業 (70.0%)、資訊暨通訊傳播業 (66.7%)、營造暨不動產業 (62.5%)、金融保險業 (58.3%) 與批發業 (55.1%)。
- 零售業 (25.0%) 與教育暨專業科學業 (45.5%) 則回報服務輸出/出口呈現緊縮。
- 僅住宿餐飲業回報服務輸出/出口為持平 (50.0%)。
- 在所有非製造業受訪企業中，約有 59.3% 的受訪者表示其所屬企業無相關服務輸出/出口業務，並勾選不適用選項。



服務輸入/進口 (Imports) 擴散指數為 56.4%

重要發現 (Key Finding)

- 服務進口指數已連續 2 個月擴張，指數續揚 1.0 個百分點至 56.4%。
- 八大產業中，四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運輸倉儲業 (75.0%)、教育暨專業科學業 (66.7%)、批發業 (57.5%) 與住宿餐飲業 (54.5%)。
- 僅金融保險業 (42.9%) 回報服務輸入/進口呈現緊縮。
- 營造暨不動產業、資訊暨通訊傳播業與零售業則回報服務輸入/進口為持平 (50.0%)。
- 在所有非製造業受訪企業中，約有 50.6% 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 57.6%

重要發現 (Key Finding)

- 非製造業已連續 49 個月回報服務收費價格上升 (高於 50.0%)，且指數續揚 0.7 個百分點至 57.6%，為 2022 年 8 月以來最快上升速度。
- 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 (63.6%)、運輸倉儲業 (61.4%)、教育暨專業科學業 (59.1%)、金融保險業 (59.0%)、零售業 (58.3%) 與批發業 (51.9%)。
- 僅住宿餐飲業與資訊暨通訊傳播業回報服務收費價格為持平 (50.0%)。



存貨觀感 (Inventory Sentiment) 擴散指數為 50.1%

重要發現 (Key Finding)

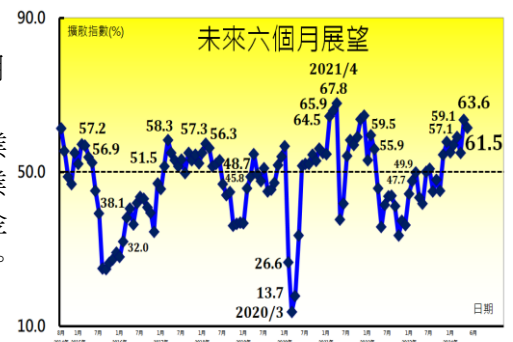
- 存貨觀感指數僅維持 1 個月過低隨即轉為過高 (高於 50.0%，高於當前營運所需)，指數回升 0.6 個百分點至 50.1%。
- 八大產業中，三大產業其經理人認為目前企業存貨數量為過高，各產業依指數高低排序為批發業 (57.7%)、零售業 (55.6%) 與資訊暨通訊傳播業 (52.5%)。
- 僅營造暨不動產業 (41.3%) 與教育暨專業科學業 (47.2%) 之經理人認為目前企業存貨數量為過低，亦即低於當前營運所需。
- 住宿餐飲業、金融保險業與運輸倉儲業則皆回報企業存貨數量為持平 (50.0%)。



未來六個月展望 (Future Outlooks) 擴散指數為 61.5%

重要發現 (Key Finding)

- 未來展望指數已連續 2 個月維持在 60.0% 以上擴張速度，本月指數回跌 2.1 個百分點至 61.5%。
- 八大產業中，七大產業回報未來六個月展望呈現擴張，各產業依擴張速度排序為運輸倉儲業 (72.7%)、教育暨專業科學業 (65.3%)、營造暨不動產業 (63.0%)、零售業 (61.1%)、金融保險業 (60.3%)、批發業 (59.6%) 與住宿餐飲業 (59.1%)。
- 僅資訊暨通訊傳播業回報未來六個月展望為持平 (50.0%)。



其他評論（節錄）

營造暨不動產業

- 高階租屋市場缺案房客多市場好，但低階租屋市場受社會住宅供給波及--**不動產經營業**。

資訊暨通訊傳播業

- 客戶訂單趕在上半年結束前完成。面對下半年，相關系統與軟體商在物料和人力採取謹慎的庫存管理策略，以因應供過於求的情況。惟客戶在下半年計劃採取試驗性的下單策略，並將訂單分散給不同的系統與軟體廠商--**軟體出版業**。
- 出貨的訂單再度回升，惟第三季未來訂單的能見度仍不高，故採取保守預估，隨時調整庫存--**電腦程式設計、諮詢及相關服務業**。

零售業

- 本月訂單與營業收入開始逐漸持平，主因透過三大大型線上通路的銷售，有效突破既有實體通路和固定利潤瓶頸，同時藉由開發中高銷量並增加 1~2 種功能的商品，提升成本與售價的利差關係，挖掘更多偏好客戶群體。另外，將獲利率低於 30% 的項目商品和客戶進行切割，以維持公司的商業關係和商品利潤。對於同類型的商品項目和商業客戶，台灣面臨著高成本的供應鏈挑戰，處於極不利的國際競爭條件，包括整體出口物料成本和出口至他國的不利關稅成本。因累積的加工成本對傳統基礎加工和五金行業等關鍵鐵類的相關行業（如機械及製程）不利，使得加速離開本島生產成為不得不實施的商業模式--**其他專賣零售業**。
- 因 5 月有節慶檔期，故本月營收衰退--**綜合商品零售業**。
- 原物料價格或營運成本上升的主要原因來自航運缺櫃--**汽車零售業**。

運輸倉儲業

- 因海運開始邁入第三季，為貨物運輸開始增加的季節，故商業活動較前月擴張--**普通倉儲業**。
- 適逢 7 至 8 月的暑假旺季，第三季業績與載客量有望成長--**陸上運輸業**。

批發業

- 運費、人資、材料費用以及淨零碳排放法規實施之成本攀升，應提早進行配合與解決--**機械器具批發業**。
- 本公司商品以發電機相關設備為主，因應目前電力供應不穩定因素，部分商家短期較願意購買相關設備以供不時之需，但長期仍以經濟發展狀況為主要成長因素--**機械器具批發業**。
- 進口以甘藍菜為主，並配合購貯計畫。同時，增加出口至加拿大的番石榴業務--**蔬果批發業**。
- 訂單能見度不高，部分該結案的原廠委託設計（ODM）近月都沒有實質進展，不確定是否受到中東戰爭及俄烏戰爭之影響，客戶對市場展望趨向保守--**電腦及其週邊設備、軟體批發業**。

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偉產品經理、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、台灣電通胡嘉異資深副總經理、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: cs@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: cs@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。