

採購供應時事短評



陳馨蕙 博士 / 中華經濟研究院

專欄介紹 中華經濟研究院受國家發展委員會委託，與中華採購與供應管理協會進行臺灣採購經理人指數之編製研究。陳馨蕙博士，中經院第三研究所（台灣經濟所）助研究員，偕同主持指數編製、解讀與發佈工作。目前臺灣製造業採購經理人指數（Taiwan Manufacturing Index, PMI）與臺灣非製造業經理人指數（Taiwan Non-Manufacturing Index, Taiwan NMI）會員廠商已超過 600 家。為正確解讀指數背後的產業訊息，每月馨蕙電訪經理人請益採購供應狀況、訂單、營運及未來景氣看法。2019 年 6 月成立『PMI 會員廠商 Line 交流群組』，協助跨製造業與非製造業之各產業經理人媒合供應商、跨業聯盟、轉售原物料與交換產業訊息。2020 年新冠肺炎（COVID-19）爆發並擴散全球，平台讓經理人快速跨業交流斷料、缺櫃與國際市場狀況。鑒於總經與政治風險攀升，採購重要性及壓力與日俱增，「馨蕙專欄 - 採購供應時事短評」每雙月彙整經理人關注焦點，讓身為採購經理人的您掌握即時產業趨勢，並歡迎您隨時來信或來電指導暨交流。

製造業 – 未來六個月展望指數攀升至 2022 年 4 月以來最快擴張速度，電子光學產業與化學生技醫療 3 月表現相對熱絡，惟部分產業對景氣的樂觀持平預期，仍未完全反應在新增訂單與未完成訂單（稼動率），呈現脫鉤現象。本月電訪廠商關鍵字為電價、毛利、轉嫁力與訂單透明度，以及中國經濟與需求能否持續好轉。

（請注意因產業別資料因未進行季節調整，訂單生產等指數較 2 月大幅擴張，部分導因於 2 月工作天較少之低基期因素）

2024 年 3 月季調後之台灣製造業 PMI 已連續 13 個月緊縮，本月指數微跌 0.2 個百分點至 47.9%。部分導因於 3 月工作天數較 2 月大幅增加，季調後之新增訂單指數回跌 2.0 個百分點至 46.9%，季調後之生產指數中斷連續 2 個月擴張轉為緊縮，指數回跌 4.2 個百分點至 47.3%。台灣製造業 PMI 自 2023 年 1 月滑落至創編以來最快緊縮速度後，緊縮速度持續放緩，但因多為短急單與透明度不高因素，訂單、生產仍未出現穩健且持續增加，製造業存貨採購政策仍相對保守。然而中國大陸第一季經濟表現似乎優於預期，以及成本與供給面因素推升原物料價格，原物料價格指數已連續 4 個月呈現上升（高於 50.0%），且指數攀升至 2023 年 10 月以來最快

上升速度（58.3%）。部分製造業開始回補關鍵物料，供應商交貨時間指數回升至 2022 年 7 月以來最高（49.4%），存貨亦緊縮趨緩。相對落後反應之人力僱用指數回升至 2023 年 3 月以來最慢緊縮速度（48.9%）。然而，終端需求與客戶拉貨仍保守，客戶存貨已連續 17 個月低於當前客戶所需，指數持續停留在 40.0% 左右。好消息是，製造業對未來景氣看法與預期已有轉變。未來六個月展望指數已連續 2 個月擴張，且指數續揚 2.4 個百分點至 2022 年 4 月以來最快擴張速度（56.4%）。六大產業中化學生技醫療產業與電子暨光學產業之未來六個月展望指數皆攀升至 60.0% 以上擴張速度。然而未來展望與訂單表現在製造業六大產業別中仍存在差異。

化學生技醫療產業回報因中國 1-2 月多數經濟指標超預期、國際原油與塑化供給面減產持續、國際原油期貨創近 5 個月新高、第二季為歲修旺季等供給面因素，再加上終端運用為半導體、太陽能、運動用鞋類與車載相關之化學原物料客戶陸續拉貨等，以及本月中油林園廠乙炔外洩，導致部分乙炔相關供應鏈嚴重缺料，化學暨生技醫療產業之供應商交貨時間已攀升至 2022 年 11 月以來最快上升速度。原物料價格已連續 3 個月上升（高於 50.0%），指數續揚 3.1 個百分點至 70.2%。今年以

來，化學生技醫療產業之未來展望指數已連續 3 個月擴張，指數續揚至 2022 年 2 月以來最快擴張速度（60.7%）。惟電訪意見中業者多回報成本面推升報價，對中長期與下半年趨勢仍需觀察中國市場與終端需求。

六大產業中，電子暨光學產業表現相對較佳，除了 AI、半導體上游與封測供應鏈外，本月車載、面板、智慧化相關供應鏈、被動零組件甚至網通業者陸續回報雖仍未回到疫情前訂單透明度，但市場與存貨調節落底跡象浮現，訂單需求陸續開出，惟個別公司產品是否為客製化與 OEM/ODM 不同，其回報好轉與對景氣樂觀看法仍有顯著差異。此外，2024 年第一季陸續發布之中國經濟數據表現優於預期，半導體供應鏈中成熟製程相關設備與原物料有提及 3 月中國拉貨力道好轉。不過，半導體供應鏈中，從去年下半年開始回穩或漲價的封測模組業者，3 月多回報客戶下單有觀望盤整現象，值得觀察。整體而言第一季狀況較預期佳，電子暨光學產業之未來展望已連續 2 個月擴張，指數續揚至 2022 年 4 月以來最快擴張速度（60.1%）。惟金價、記憶體等相關報價調漲，原物料價格指數已連續 4 個月上升（高於 50.0%），指數已攀升至 2023 年 3 月以來最快上升速度（54.6%）。不少業者提到，訂單仍多為短急單，採購必須備足材料以因應客戶未來性需求預估，卻面臨價格波動、成本攀升且議價與轉嫁皆不易的挑戰。

儘管 3 月六大產業對未來展望全部呈現持平與樂觀，但部分產業之展望與訂單表現卻脫鉤。基礎原物料、交通工具與電力暨機械設備產業未經季節調整之未完成訂單、進口與出口訂單多呈現緊縮。意即對景氣的樂觀持平預期，仍未反應在前述產業的訂單與稼動率上。以基礎原物料產業為例，即使 3 月較 2 月有較多工作天數，生產指數較 2 月大幅擴張，但未經季調之新增訂單仍較 2 月緊縮（48.9%），未完成訂單亦持續第 3 個月緊縮，未來展望亦僅維持 1 個月的擴張，指數隨即回跌 2.3 個百分點至持平（50.0%）。供給面與成本因素，國際鋼價多呈現持高盤，原物料價格指數已連續 4 個月上升（高於

50.0%），且指數來到 60.0% 以上上升速度，然上游大廠多回報客戶下單保守，後市看法仍保守，持續觀察中國經濟、美國降息及總統大選等不確定因素。而下游業者多回報春燕未至，升息與電價等成本與資金壓力對中小型客戶、金屬模具相關業者壓力攀升。

電力電線相關業者因國內房地產熱絡與電子業陸續拉貨，對未來展望轉為持平擴張，再加上工具機業者對 3 月底工具機展充滿期待，電力暨機械設備產業之未來展望自 2022 年 4 月以來首次呈現擴張，指數續揚 4.0 個百分點至 52.8%。然扣除工作天數，目前 3 月訂單生產表現仍未熱絡，惟月底電訪時部份汽車、航太、半導體、能源與自動化工具機業者回報訂單需求轉強，惟中小型金屬模具等工具機與客戶訂單仍疲軟。

即使 3 月有較多工作天數，交通工具產業之新增訂單也僅呈現持平（50.0%），未來展望更已連續 3 個月持平（50.0%）。整車業者回報目前進口車和高級車款來車量持續增加，故對後續表現預期持平，另歐美車市零組件仍未現普遍且持續熱絡之訂單。

綜上所述，本月電訪關鍵字為電價、毛利、轉嫁力與訂單透明度，以及中國經濟與需求能否持續好轉。廠商預期心態轉變將陸續反映在採購存貨政策上，成本與減產已導致交貨時間與原物料價格都來到近期相對高點，關鍵物料是否有議價與插隊下單權，建議關鍵物料可適量攤平交期與成本。同時，電價與國內升息，對用電量高、中小型與越接近終端消費的業者壓力相對較大，訂單好轉同時對供應商與客戶的下單週期與資金鏈壓力，仍需多留意

非製造業 – 部分導因 2、3 月工作天數的落差，未季調之商業活動由緊縮轉為擴張。未來展望指數已連續 5 個月擴張，指數續揚至 2022 年 3 月以來最快擴張速度。惟部分內需產業面臨疫後商業活動好轉同時，成本與缺工挑戰再浮現，產品定位與轉嫁能力仍是毛利關鍵。

2024年3月末經季節調整之台灣非製造業NMI已連續17個月擴張，指數回升1.2個百分點至53.5%。部分導因2、3月工作天數的落差，未經季節調整之商業活動指數僅維持1個月緊縮隨即轉為擴張，指數回升4.2個百分點至53.4%。非製造業之新增訂單、人力僱用與交貨時間（客戶等待時間）指數皆持續擴張或上升。未來展望指數續揚2.0個百分點至59.1%，為2022年3月以來最快擴張速度。不過，從原物料價格指數、服務收費價格指數與存貨觀感（存貨與服務產能是否高於當前營運所需）指數的變化，可看出非製造業各產業之營運、訂單狀況仍有顯著差異，導致其服務收費價格（轉嫁能力）與存貨觀感有顯著差異。

股市上兩萬點、房市持續熱絡，再加上2月工作天數較少之低基期效應，支援營造不動產的工程顧問業業務量穩健以及會計業者即將進入旺季，營造暨不動產業、教育暨專業科學業與金融保險業皆已連續5個月看好未來景氣，未來展望指數皆攀升至65.0%左右的擴張速度，且存貨觀感指數皆轉為持平或過低，亦即目前需求或訂單表現優於目前待售商品與服務準備。營造不動產業之存貨觀感已連續3個月緊縮，且指數回跌至2022年5月以來最低（待售房屋數量或服務能力低於目前營運所需）。

資訊暨通訊傳播業、運輸倉儲業與批發業之商業活動指數皆較2月大幅攀升並轉為擴張。然而，細究其產業別可看出外熱內溫的差異。資訊暨通訊傳播業者中，訂單、商業活動與未來展望擴張之業者主要為財金股市系統交易平台資訊業者與傳播媒體廣告相關業者（今年國際賽事較多），其他資通訊與系統廠商則多回報持平。紅海危機、原物料相關之散裝運價與空運運費調漲，運輸倉儲業之未來

展望指數已連續2個月擴張且指數續揚4.2個百分點至58.0%，為2023年10月以來最快擴張速度，運輸倉儲業者已連續5個月回報服務收費價格攀升且存貨觀感過低，然而，內需物流與倉儲業者營運與展望則偏向保守持平。批發業中支援出口導向之電子零組件與化學原物料相關批發業者多呈現持平樂觀看待景氣，惟內需民生農產品業者反而對未來看法偏向持平保守。

消費力道轉往國外，再加上農曆年假假期旺季或促銷檔期結束，內需住宿餐飲與零售業，二產業年後之商業活動與訂單皆較2月大幅緊縮。其中，住宿餐飲業的採購價格（營業成本）指數已連續2個月維持在70.0%以上上升速度，但服務收費價格卻呈現持平趨勢，且存貨觀感已連續7個月過高，亦即當前餐桌、包廂與房間數量仍大於客戶當前所需，且為非製造業八大產業中唯一未來展望指數呈現緊縮者。雖然今年長假較少且面臨成本攀升壓力，相對住宿餐飲業出境旅遊代訂之相關其他非製造業者，對未來展望者仍多為持平或樂觀看待產業景氣。整體而言，非製造業持續看好未來景氣，未來展望指數已連續5個月擴張，指數續揚至2022年3月以來最快擴張速度。惟廠商意見中不少業者回報，面臨景氣與營運好轉，自身企業經營仍有許多挑戰，如缺工、調整通路或數位化接觸終端消費者以降低銷售成本等，推出新商品服務以刺激買氣，並持續觀察年後旺季結束後第二季需求表現，攸關個別企業後續成本、定價策略與轉嫁能力。■

若貴司或您願協助指導與填寫問卷，為台灣供應鏈貢獻一份心力，歡迎提供本人或公司聯繫窗口之姓名、電話與職稱 E-mail 回傳至 csh@cier.edu.tw（陳馨蕙博士）。或進入網頁 <http://pmi.cier.edu.tw/>，點選「報名」並以貴司統編作為帳號進行註冊。中經院將會善盡個資保密原則，所有資料皆將去識別化後以整體產業資訊呈現。會員廠商皆可無償加入『PMI 會員廠商 Line 交流群組』，若您同意加入群組，您的姓名、公司與職稱將對群組成員公開，您可與各產業經理人在平台上快速交流產業訊息。本專欄相關指數以及各產業之報告請至國家發委員會、中華經濟研究院以及中華採購與供應管理協會（SMIT）官方網站下載。PMI/NMI 會員廠商將每月額外獲得專屬之歐美、中國及東南亞各國 PMI/NMI 走勢分析、產業別細部資料，不定期提供焦點產業分析或經濟預測報告。中華經濟研究院預計於每年7月與12月召開說明會暨免費餐會，所有受訪企業之採購經理人將能優先且免費參加說明會暨餐會。更多細節可來信或來電 (02)27356006，分機 623，洽詢陳馨蕙博士。