

# 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 – 關鍵還是終端需求！持續觀望等待農曆年後，短急單、不均衡復甦與原物料價格波動劇烈成常態。半導體供應鏈中封測、模組與上游高階設備暨特用化學原物料等表現相對熱絡。

2024 年 1 月經季節調整後之台灣製造業 PMI 已連續 11 個月緊縮，惟緊縮速度趨緩，回升 1.2 個百分點至 48.0%。本月 11 項指標變化幅度皆在 1.0~2.0 個百分點左右，整體製造業沒有太大變化。原物料價格波動劇烈，且終端需求仍未現長期明確訊號，即使原物料價格攀升，多數業者不願在農曆年長假前大量備貨與下單。鑒於 2023 年績效已底定，不少業者已於 2023 年 12 月調整產品線或技巧性的 push out 訂單在 2024 年 1 月生產出貨，考量稼動率與人員安排，部分業者持續縮短訂單交期將 2 月以後訂單提前生產以填滿 2024 年 1 月業績。故新增訂單仍持續緊縮的情況下，製造業季調後之生產指數反而中斷連續 3 個月的緊縮轉為擴張，指數回升 4.0 個百分點至 51.3%，也是本月台灣製造業 PMI 緊縮速度趨緩的主因。儘管整體製造業 2024 年 1 月與 2023 年 12 月變化不大且呈現緊縮趨緩走勢，但產業別訂單生產與營運狀況差異大。

紅海商船遭攻擊使原油供應受阻的疑慮升高，12 月油價一度回升，惟月底又回跌，儘管 1 月油價再度攀升，仍多為供給面因素，除終端應用為半導體與電動車之塑化業者外，相關產業下單保守，再加上部分塑化廠自身或客戶安排歲修，化學生技醫療產

業新增訂單僅維持 1 個月的擴張隨即轉為緊縮，指數回跌近 10.0 個百分點，生產同步由擴張轉為持平（50.0%）。紅海攻擊亦影響部分藥品運送交期與運費，再加上 1 月起國際藥廠與原料藥陸續調漲價格，藥廠、生技醫療業者多回報原物料價格攀升，致使化學生技醫療產業之原物料價格中斷連續 2 個月的下降（低於 50.0%），指數躍升超過 10.0 個百分點轉為上升（高於 50.0%）。儘管塑化業者對未來看法多持平，惟藥廠、生技醫療業者，以及終端應用為半導體與電動車相關特用化學陸續對未來看法轉為樂觀，推升化學生技醫療產業之未來展望中斷連續 3 個月的緊縮轉為擴張，指數攀升 9.5 個百分點至 2022 年 4 月以來最快擴張速度（58.1%），為 2024 年 1 月六大產業唯一回報未來展望呈現擴張之產業。

2023 年 12 月基礎原物料產業之訂單、生產與未來展望躍升約 10.0 個百分點轉為擴張，前月短評提及主要樂觀的業者仍是上游，訂單透明度仍僅至 2024 Q1。雖因庫存較之前下降下游確實有拉貨，但還未到積極追價的狀況。2024 年 1 月基礎原物料產業 PMI 總指標自 2023 年 5 月以來首次呈現擴張（50.5%），但主因供應商交貨時間與存貨指數的攀升，訂單與生產指數 1 月卻缺乏續揚動能，二指數皆較 12 月擴張趨緩。成本推升價格，雖有利部分下游追單，但考量庫存與終端需求不確定性風險，採購存貨政策明顯較為保守，且因台幣升值，影響外銷報價及財報表現。再加上 2024 Q1 因中國經濟不振、

恆大傳出清算等，12月翻揚的鋼價雖有成本支撐難以大跌，基礎原物料產業之原物料價格指數已連續2個月維持在60.0%以上上升速度，惟1月鋼價國際國內報價分歧，未來展望指數崩跌10.0個百分點再度轉為緊縮。

持續好轉的交通工具產業1月PMI卻大跌7.0個百分點呈現緊縮加快。交通工具產業之新增訂單指數大跌14.8個百分點至2020年6月以來最快緊縮速度(32.4%)，未來展望中斷連續2個月的擴張轉為持平(50.0%)。零組件業者回報疫情後本應為旺季的冬季與農曆年前夕，卻沒有相對熱絡需求，推測目前不少企業提早放年假，以及中國恆大清算事件影響客戶對終端消費的預期。亦有業者推測受到日本車廠停工、紅海航期延誤以及歐洲車廠傳出停工，歐美零組件客戶長單陸續取消並轉為短交期、數量較小的訂單。2023年車市創銷售量新高，但目前整車製造廠對未來展望看法仍多持平(50.0%)。對於Q1目前零組件市場突轉淡，終端消費力道是否轉弱可能須觀察年後市場表現。

前月提及電子光學產業年底庫存盤點、補庫存後暫緩、產品線與良率調整，會技巧性的push out 訂單在2024年1月出貨，考量稼動率與人員安排，部分業者持續縮短訂單交期將2月以後訂單提前生產以填滿2024年1月業績，因此12月電子光學產業之新增訂單與生產指數大跌後，本月出現明顯回升(緊縮趨緩並未擴張，回答下降的業者比例變少)，但主要仍為廠商自身的產能調節安排，多數業者仍在等待觀望農曆年後。從細產業別來看，電子業的半導體供應鏈中，封測模組、設備(上游化學原物料)等對未來展望持續擴張熱絡。同時，消費性電子庫存調節暫告一段落，推升未來展望續揚4.1個百分點至44.1%，為2023年7月以來最慢緊縮速度。整體電子光學產業業者對未來景氣看法下降者雖持續減少，但仍未達樂觀向上程度(訂單普遍性持續穩健增加)。

雖然2024年Q4製造業營運狀況沒有預期來的差，且有好轉跡象，但整體製造業仍在觀望終端需求。不過低迷許久的紡織業落底跡象越趨明顯，訂單與生產陸續轉為持平擴張，推升食品紡織產業之新增訂單指數續揚至2022年4月以來最快擴張速度(69.6%)。同時，lead time較長屬資本支出的電力機械設備觸底跡象顯現，尤其軍工、半導體與能源相關工具機已陸續回報訂單生產轉為持平或擴張，電力機械產業亦自2022年10月以來首次回報人力僱用呈

現擴張。惟近期金屬報價上漲，電力暨機械設備產業成本端也開始感受到壓力，原物料價格指數轉為上升(高於50.0%)。

其實從2023年下半年開始，我們一直提到庫存去化已非重點，關鍵在終端需求。目前半導體供應鏈中的封測、模組與設備(上游化學原物料等)仍是製造業中相對樂觀者，但仍無法撐起整個電子光學產業訂單的持續熱絡。不過2022年以來修正比較大的產業如記憶體、消費性電子、紡織、工具機等，陸續出現止跌回穩跡象，甚至漲價。在等待終端需求長期訊號出現的期間，交期與成本緩步攀升，請依終端需求與議價能力逐品項規劃採購存貨政策，迎接下一階段成本攀升與轉嫁的挑戰。

非製造業-股市創新高，惟內需非製造業在2023營業活動與訂單高基期後，1月消費、物流、客運與旅遊力道似有暫緩停頓跡象，農曆年2月後消費力道有待觀察

傳統農曆年前旺季，2024年1月末季調之台灣非製造業NMI指數卻續跌2.5個百分點至53.5%。疫後傳統淡旺季不明顯，2023年下半年出國潮後，國內消費、物流、客運與旅遊力道似有暫緩跡象，農曆年前非製造業之商業活動與訂單反而呈現擴張趨緩走勢，未來展望指數亦由2022年3月以來最快擴張速度(57.8%)回跌2.6個百分點至55.2%。解讀上並非目前非製造業商業活動與訂單表現不佳，而是疫後的高基期下，農曆年前未見持續的消費力道。

首先，住宿餐飲業之商業活動、生產與未來展望皆從70.0%以上上升速度回跌超過15.0個百分點，擴張趨緩。旅遊代訂、休閒娛樂展覽為主之「其他非製造業」之商業活動與訂單亦分別回跌12.2與8.8個百分點至53.3%與56.7%。2023年下半年高峰與出國潮後，1月沒有長假，在此高基期下後續營收要創新高的壓力增加。此二產業陸續有業者對未來看法從擴張上升轉為持平。此外，2023年下半年國內外旅遊需求釋放，對價格較不敏感，但目前價格將持續反應，對2024農曆年後消費影響仍有待觀察。

其次，零售業商業活動與訂單皆回跌約10.0個百分點，主因週年慶與年底檔期結束、百貨公司商業活動與訂單下降，業者亦回報2023年出國消費潮已影響2023年底以來的保養品週年慶銷售力道。此外，業者亦回報年輕消費族群對節慶的購物力道並沒有強烈季節性，反而線上消費之需求破碎化導致較難掌

控市場消費偏好與趨勢變化。儘管零售之未來展望呈現擴張，但消費性與工業用零售產品回報終端消費意願低迷旺季不旺，惟汽車零售業對未來看法多呈現擴張與樂觀。

旺季不旺的情況，以及高基期下的消費力道暫緩也出現在運輸倉儲產業。紅海危機效應，上海集裝箱出口 SCFI 貨櫃運價指數飆漲，運價來到歷史新高，然而供給面因素在終端需求仍未明確好轉情況下，1 月運輸倉儲業之商業活動與訂單反而同步中斷連續 2 個月的擴張轉為緊縮，二指數皆回跌超過 10.0 個百分點。內需導向的客運與空運業者回報，跨年出國潮後目前沒有長假，同時國內物流與貨運回報年前旺季但貨運與物流量不若往年熱絡，影響業者對春節後景氣看法。出口導向的海運業者相對樂觀，主因目前為旺季以及紅海危機運價飆漲所致，但紅海攻擊推升運價，終端需求卻沒有明顯回升，運價攀升後只讓客戶提前拉貨，且過高的運價會讓客戶轉為觀望，故對未來看法多較 12 月樂觀轉為持平。綜上所述，運輸倉儲業者未來展望指數回跌 4.0 個百分點轉為緊縮，為非製造業八大產業中唯一回報未來展望緊縮者。

營造不動產 2024 年 1 月商業活動、訂單略較 2023 年 12 月趨緩，但產業各指標仍為近期相對高點，未來展望指數由 2022 年 3 月以來高點（61.1%）回跌 5.1 個百分點。12 月因建案交屋營收與商業活動創新高，工程業者 12 月為年底結案旺季，故 1 月與 2023 年 12 月相比商業活動與訂單轉持平或下降，但營造不動產大抵步出平均地權買賣雙方僵持的情況，且 1 月選後干擾因素下降，青年安心成家優惠貸款方案、年底購屋旺季與自住需求不減等因素，致使營運狀況持續好轉，2024 年 1 月人力僱用已連續 6 個月擴張，指數回升 6.9 個百分點至 68.0%，為 2021 年 12 月以來最快擴張速度。服務收費價格指數已連續 5 個月呈現上升。

股市回升、通膨升息壓力趨緩，金融保險業之商業活動與訂單皆已連續 3 個月擴張，同時未來展望亦呈現擴張速度加快走勢。美國降息預期，反映在股

市，以及保險業預期後續利差壓力應將減輕。股市回升和不動產市場回溫，金融相關諮詢業和不動產市場相關工程業者看法較樂觀，帶動工程服務及金融相關專業科學技術業者樂觀看待未來景氣，教育暨專業科學技術產業之未來展望已連續 3 個月呈現擴張。惟 2 月 1 日記者會發布日凌晨，美國維持利率不變，並打擊通膨與降息預期影響股市波動，持續觀察農曆年後金融市場表現。

內需導向農水產民生用品批發步入年前旺季，商業活動季節性好轉。支援製造業且為製造業背存貨的批發業者，陸續回報持平樂觀看待產業，尤其 AI 相關、電子用化學品、半導體供應鏈相關批發，以及上游化學品相關批發業都有好轉現象。致使批發業之商業活動指數 2023 年 12 月回升 7.1 個百分點轉為擴張後，連續第 2 個擴張，且指數續揚 4.7 個百分點至 55.7%，採購價格再度回到 60.0% 以上上升速度，未來展望連續第 2 個月擴張。

最後，資通訊商業活動指數由持平（50.0%）回跌 2.6 個百分點至 47.4%，再度呈現緊縮。惟新增訂單中斷連續 2 個月的緊縮轉為擴張，指數續揚 5.7 個百分點至 52.6%。之前業者有提及進入年底結案旺季，本應該持續熱絡暢旺，12 月商業活動才呈現持平，訂單仍緊縮，廠商提及系統支出屬資本支出且目前製造業保守，短急單都壓在 2024 Q1。目前業者也繼續回報 1 月訂單主要是去年客戶延續 2023 年的案件繼續開發，Q1 能見度依然是短單、保守持平。不過，傳播、通訊與電視廣播等電台進入年前商業活動與訂單熱絡的旺季。未來展望中斷連續 5 個月的緊縮轉為擴張，指數回升 12.0 個百分點至 52.6%。

綜上所述，內需消費 2023 年已相對熱絡，農曆年後高基期下營收仍否持續新高可能需要更多刺激買氣的商品調整策略。同時，營運回穩仍否轉嫁成本於客戶是下一階段挑戰。但疫情後線上、實體購買模式的調整、商業型態的快速轉變、年輕世代以及需求破碎情況，為 2024 年營收與毛利增加帶來挑戰。■

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](mailto: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。