



台灣經濟研究院  
景氣動向調查新聞稿

2022.10.25

觀察近期國際經濟情勢，依國際貨幣基金組織(IMF)於 2022 年 10 月公布之估計數據，全球經濟成長率由 2021 年 6%降至 2022 年 3.2%，且 2023 年更僅剩 2.7%。IMF 表示全球經濟活動正在經歷廣泛且超出預期的放緩，通膨高漲不僅讓民眾生活成本大幅攀升，亦讓大多數國家採行緊縮貨幣政策來對抗通膨，加上俄烏戰爭持續且有戰事升級的可能，全球經濟前景轉趨黯淡，且放緩情勢將延續到 2023 年。

在國內製造業方面，終端需求續弱，傳產廠商對當月景氣與未來半年景氣看法續呈悲觀。再者，受到消費性電子產品需求疲弱，使得客戶庫存調整期持續拉長，加上美中科技戰擴大影響，故有五成左右的電子機械業廠商看壞未來半年景氣表現，廠商悲觀情緒明顯高於上月調查。

服務業受到暑假出遊商機已過，國內旅遊平均天數下降，影響住宿服務業者的客房業務，加上民眾對通膨感受仍是強烈，民眾消費更加謹慎。此外，台股價跌量縮，券商經紀手續費收入短少，自營損失擴大，故零售業、餐旅業與證券業看好當月景氣的廠商比例較上月調查為低。

營建業方面，9 月測驗點續呈下滑主要來自於營造業當月景氣看法較顯悲觀，原因在於儘管公共工程量持續提升，且時序進入年底前的趕工潮，但因房市買氣趨緩，造成部分工期有所遞延，加上營造廠所面臨的成本壓力仍大，以及 9 月房市交易呈現萎縮，故營建業有一半比例的廠商看壞當月景氣表現，且對未來半年景氣看法續呈保守。

根據本院調查結果，經過模型試算後，9 月製造業、服務業與營建業營業氣候測驗點均呈下滑態勢。

## 一、國際情勢

### (一) 美國

美國商務部經濟分析局 (BEA) 第二次上修前次公佈之 2022 年第二季美國經濟成長數值，修正後之第二季 GDP 成長年增率(yoy)為 1.8%，

上修幅度為 0.1 個百分點。美國經濟在內需市場表現方面，第二季的民間消費與民間投資成長年增率，分別為 2.4%與 7.2%，同一時間的外需表現上，美國的商品與勞務出口及進口成長年增率則分別為 7.3%與 11.2%。此外 IMF、IHS Markit 與 EIU 皆於 10 月發布美國於 2022 全年的經濟成長率預測，處於 1.5-1.7%區間。

有關美國就業市場表現方面，根據美國勞動統計局公布資料，美國於 2022 年 9 月的失業率為 3.5%，較前一個月失業率下滑 0.2 個百分點；此外 9 月美國非農就業人口增加 36.3 萬人。物價方面，美國 2022 年 9 月消費者物價指數（CPI）年增率為 8.2%，較前月數值下滑 0.1 個百分點。扣除食品與能源價格的核心 CPI 年增率則為 6.6%，較前月數值增加 0.3 個百分點。美國通膨僅些微降溫且壓力仍大，聯準會（Fed）已於 2022 年 9 月 21 日升息 3 碼，亦即自 3 月以來總共已經升息 12 碼；聯邦基金利率來到 3-3.25%區間。美國就業市場表現佳，但通膨壓力大，因此預計 Fed 持續升息的機率高。

至於美國經濟近期的景氣展望方面，參考美國供應管理研究所（Institute of Supply Management, ISM）公佈美國的 2022 年 9 月製造業採購經理人指數（PMI）為 50.9 點，較前一個月數值下滑 1.9 點；雖仍屬擴張範疇，受訪者表示能源成本偏高與高科技產業缺工仍是未解問題。另外 ISM 公佈的 2022 年 9 月服務業 PMI 為 56.7 點，較前一個月指數小幅下滑 0.2 點；服務業 PMI 數值也意味景氣仍屬擴張，但受訪者表示餐飲業處於淡季，且晶片短缺影響零售業業績前景。

## （二）歐洲

歐盟統計局（Eurostat）發布 2022 年第二季歐盟（EU27）與歐元區（EA19）的經濟成長數值更新，第二季歐盟與歐元區經濟成長年增率皆為 4.3%，分別較前次發布數值上揚 0.1 與 0.2 個百分點。此外，IMF、IHS Markit 與 EIU 皆於 10 月發布歐元區於 2022 全年的經濟成長率預測，處於 3.0-3.1%區間。

在歐洲就業市場表現方面，根據 Eurostat 最新公佈數據，歐盟與歐元區於 2022 年 8 月失業率分別為 6.0%與 6.6%，皆與前一月失業率持

平，較 2021 年同期則分別下滑 0.8 與 0.9 個百分點。此外 Eurostat 公布之 2022 年 9 月歐元區消費者物價指數 (CPI) 年增率為 9.9%，較前一個月通膨數值增加 0.8 個百分點；歐元區核心通膨則為 6.0%，則較前月數值增加 0.5 個百分點。歐洲通膨壓力持續，歐洲央行 (ECB) 於 9 月 8 日決議調升基準利率 3 碼，為 ECB 成立以來最大升息幅度，但是通膨壓力未見減弱，預計 ECB 持續升息的機率高。

至於歐洲經濟展望方面，參考歐盟委員會公佈的綜合經濟觀察指標 (Economic Sentiment Indicator, ESI)，歐盟與歐元區 2022 年 9 月的 ESI 為 92.6 與 93.7 點，分別較前一個月數值下滑 3.5 點與 3.6 點；皆屬 2020 年第四季以來的相對低點。2022 年 9 月歐盟與歐元區 ESI 數值以細項來看，製造業、服務業、零售業、營建業與消費者信心指數皆較前一個月數值下滑，意味近期歐洲經濟景氣不見樂觀。

### (三) 日本

日本內閣府公布 2022 年 8 月核心機械訂單(扣除船舶、電力)月減 5.8%，其中製造業訂單月增 10.2%，非製造業訂單則月減 21.4%。財務省公布 2022 年 9 月進口金額為 10 兆 9,126 億日圓，較 2021 年同期年增 45.9%，為連續 20 個月的正成長；出口額為 8 兆 8,187 億日圓，較 2021 年同期年增 28.9%，為連續 19 個月的正成長。IHS Markit 引用 JIBUN BANK 日本製造業採購經理人指數(PMI)，受到全球通膨及主要貿易夥伴經濟疲軟，新訂單為 2 年來最大降幅，因此製造商減少投入品採購，日圓走貶推升通膨壓力，使得產出現連續第三個月下跌，致 PMI 指數來到 50.8 點，較 8 月減少 0.7 點，雖是連續第 20 個月在榮枯線之上，但為 2021 年 1 月以來新低水準。

在領先指標走勢方面，2022 年 8 月日本領先指標 100.9 點，較 7 月增加 2.0 點，係因消費者態度指數、新屋開工面積、東證株價及中小企業銷售前景等指數呈現上揚所致。因此，展望日本未來經濟表現，領先指標之 3 個月移動平均來到 100.0 點，較 7 月增加 0.06 點，7 個月移動平均來到 100.6 點，較 7 月減少 0.04 點。而 IHS Markit 10 月份對 2022 年經濟成長率預測維持 9 月份看法，為 1.55%。

#### (四) 中國

2022 年第三季 GDP 年增率為 3.9%，除房地產業年減 4.2%外，第二及三產業分別成長 5.2%及 3.2%，前 3 季 GDP 年增率為 3.0%。9 月全國規模以上(主要業務收入在 2,000 萬元及以上的工業企業)工業增加值年增率為 6.3%，較 8 月增加 2.1 個百分點，前 3 季年增率約 3.9%；9 月社會消費品零售額達 3 兆 7,745 億人民幣，年增率 2.5%，較 8 月減少 1.9 個百分點，前 3 季年增率為 0.7%，其中商品零售成長 1.3%，餐飲收入年減 4.6%；1-9 月固定資產投資(不含農戶)成長 5.9%，其中民間固定投資成長 2.0%。另海關總署公布 2022 年 9 月貿易額達 5,607.7 億美元，較 2021 年同期成長 3.4%，其中出口成長 5.7%，進口成長 0.3%；前 3 季貿易年增率為 8.7%，其中出口成長 12.5%、進口成長 4.1%，前三大出口地區為美國(16.6%)、歐盟(15.9%)及東協(15.4%)，出口合計占比達 47.9%。

在生產與商業活動方面，因生產、新訂單及從業人員等活動增加，9 月 PMI 指數為 50.1%，較 8 月增加 0.7 個百分點，再以企業規模來看，大、中、小型企業 PMI 分別較 9 月增加 0.6、0.8 及 0.7 個百分點來到 51.1%、49.7%及 48.3%。非製造業活動指數來到 50.6%，較 8 月減少 2.0 個百分點。而 IHS Markit 公布 10 月份最新預測 2022 年經濟成長率，較 9 月減少 0.34 個百分點，成長率來到 3.0%水準。

#### 二、國內情勢

首先在對外貿易方面，儘管有國際旗艦新機拉貨效應，然受到終端需求疲弱，廠商去化庫存壓力仍大，使得 9 月進出口年增率轉為衰退，9 月出口年增率從上月 1.93%縮小至-5.29%，結束連續 26 個月正成長。在主要出口產品方面，受到終端需求轉弱、廠商去化庫存以及高基期因素影響，令電子零組件出口年增率轉為個位數成長，資通與視聽產品年減幅度擴大。再者，全球通膨壓力仍大，總體經濟不確定性升溫，廠商投資意願保守，令傳產需求疲軟，使得基本金屬及其製品、機械與化學品等出口續呈衰退；進口方面，隨著全球經濟成長放緩，廠商備料意願依舊保守，加上資本設備購置減少，令資本設備年減幅度擴大，消費品進口轉為負成長，9 月進口年增率成長從上月成長 3.43%縮小至-2.37%。累計今年前三季出口較去年同期成長 13.50%，前三季進口成長 18.03%，

總計 2022 年 1 至 9 月出超金額為 406.8 億美元，衰退 13.29%。

國內生產方面，受終端市場消費動能偏弱，產業鏈持續庫存調整，業者以調降產能利用率因應，致使 9 月化學原材料業、基本金屬業分別年減 23.82%、22.81%，連續四個月呈現雙位數衰退。在電子零組件業方面，受到消費性電子產品需求疲弱，客戶進行庫存調整，以及面板報價續跌，廠商減產因應，加以上年同月比較基期已高，令電子零組件業年減 2.97%，結束 2019 年 11 月以來連續 34 個月的正成長。9 月工業生產指數年增率由上月 3.26%縮小至-4.80%，結束自 2020 年 2 月以來連續 31 個月的正成長表現，總計 2022 年 1 至 9 月工業生產較去年同期增加 3.25%，其中製造業增加 3.38%。

內需消費方面，受惠於部分百貨業者週年慶活動登場，及餐飲部門因用餐人潮復甦，加以低基期因素所致，使得百貨公司年增 24.85%，且較上月增加 2.87%，不過隨著暑假消費旺季降溫，且民俗月節慶商品鋪貨高峰亦過，造成民生通路業績轉弱，故 9 月零售業營業額在 3,524 億元左右，與上月相比衰退 1.62%，而與去年同月相比，9 月整體零售業營業額年增 7.53%，累計 1 至 9 月零售業營業額較上年同期相比增 8.58%；餐飲業部分，受惠於業者在中秋檔期推出限定套餐與優惠活動吸客、展店效益持續發酵，以及國人外食比例漸增，有效推升餐飲內用與外帶外送業績成長表現，另伴隨國內疫情常態化發展，工商宴席和婚宴等大型聚餐活動陸續恢復正常舉辦，進一步拉抬餐飲接單力道，然比較基期漸高，故 9 月餐飲業營業額年增率由上月 43.60%縮小至 27.55%，累計 1 至 9 月餐飲業營業額年增率為 21.41%。

物價方面，儘管水果類及肉類漲幅較上月縮小，然受到軒嵐諾颱風及豪雨影響，使得蔬菜類年減幅度大幅縮小，令整體食物類價格指數由 8 月 4.86%擴大至 9 月 5.30%，對總指數影響 1.32 個百分點，較上月增加 0.11 個百分點，故 9 月整體 CPI 年增率由上月 2.66%擴大至 2.75%，核心 CPI 年增率則由上月 2.74%擴大至 2.79%；WPI 方面，受到新台幣走貶影響，以新台幣計價的進口及出口價格年增率呈現上升，顯示輸入性通膨壓力依舊存在，使得 2022 年 9 月整體 WPI 年增率由上月 11.11%擴大至 12.82%。累計今年前三季 CPI 年增率 3.06%，WPI 年增率為 13.70%。

勞動市場方面，畢業季尋職潮漸退，令初次尋職而失業的人數較上月明顯減少，2022年9月失業率3.66%，較上月下降0.13個百分點，不過受到去年比較基期偏高，故9月失業率較上年同月下降0.30個百分點，總計2022年1至9月失業率平均為3.69%，較上年同期下降0.35個百分點。在薪資方面，2022年8月總薪資為56,108元，較2021年同月增加7.25%，8月經常性薪資為44,497元，較2021年同月增加2.98%，若以全年平均情況觀察，在扣除物價上漲因素後，2022年前8月實質經常性薪資為41,404元，較2021年同期衰退0.02%，2022年前8月平均實質總薪資為56,137元，較2021年同期成長0.95%。

在國內金融市場方面，受到央行升息半碼搭配存款準備率調升一碼影響，2022年9月金融業隔夜拆款利率最高為0.444%，最低為0.305%，加權平均利率為0.339%，較上月上升0.033個百分點，較2021年同期增加0.253個百分點。而股市方面，反應美國聯準會鷹派貨幣政策，加上國際股市走跌，電子廠商持續去化庫存，令台股呈現震盪走低，台灣加權指數9月底收在13,424.58點，重挫11.07%，平均日成交量為2,000.36億元。匯率方面，9月美國聯準會再度升息三碼，帶動美元強勢，加重新台幣等非美貨幣貶勢，令本月新台幣匯率呈現貶值態勢，月底匯率收在31.743美元，貶值4.30%。

### 三、廠商調查結果

觀察近期國際經濟情勢，依國際貨幣基金組織(IMF)於2022年10月公布之估計數據，全球經濟成長率由2021年6%降至2022年3.2%，且2023年更僅剩2.7%。IMF表示全球經濟活動正在經歷廣泛且超出預期的放緩，通膨率高於幾十年來的水準，令民眾生活成本大幅飆升，亦讓大多數國家採行緊縮貨幣政策來對抗通膨，加上俄烏戰爭持續且有戰事升級的可能，以及揮之不去的變種病毒都嚴重影響全球經濟表現，全球經濟前景轉趨黯淡，且放緩情勢將延續到2023年。

在國內製造業方面，受到疫情、地緣政治不穩、通膨壓力及美國升息等因素衝擊，造成內外銷市場需求趨緩，加上國際鋼材及原物料報價仍相對疲弱影響產品報價走勢，故有六成左右的鋼鐵基本工業廠商看壞當月景氣表現。9月國際油價以及輕油價格走跌，加上終端需求減弱，

部分石化產品價格走跌，化學品出口較上月衰退接近一成左右，故仍有六成左右的化學工業廠商看壞當月景氣表現。此外，儘管車用電子、工控等需求仍在，且 Apple 新品拉貨與新台幣持續走貶等有利因素帶動，然受到消費性電子產品需求疲弱，使得客戶庫存調整期持續拉長，相關產品訂單量能擴增不如預期，故電子機械業看好/看壞當月景氣表現的廠商比例較上月調查相似，廠商看法依舊偏向持平與看壞。

至於在未來半年景氣看法上，受到歐美市場終端需求降溫，中國封控措施壓抑經濟表現，加上多數石化原料產品面臨市場需求不佳以及同業產能競爭因素，供過於求壓力仍大，產品報價以及毛利表現較為悲觀，而鋼鐵業者亦面臨下游業者庫存過高且需求不振導致庫存去化不易，故約有一半比例左右的化學工業與鋼鐵基本工業廠商看壞未來半年景氣表現。此外，全球半導體市場需求仍受到俄烏戰爭、通膨等問題影響，造成終端客戶訂單量能持續縮減，且成本壓力尚未獲得改善，又受到美中科技戰擴大影響，部分訂單恐受到波及，加上記憶體價格顯著下滑，皆反映出半導體業面臨下行風險，故有五成左右的電子機械業廠商看壞未來半年景氣表現，廠商悲觀情緒明顯高於上月調查。

在製造業調查部分，根據本院對製造業廠商所做 2022 年 9 月問卷結果顯示，認為當(9)月景氣為「好」比率為 15.8%，較 2022 年 8 月 17.4% 減少 1.6 個百分點，認為當月景氣為「壞」的比率則為 43.8%，較 8 月 43.3% 增加 0.5 個百分點，權重較大的化學工業、鋼鐵基本工業與電子機械業看壞當月景氣的廠商比例明顯高於看好；由整體廠商對未來半年景氣看法加以觀察，看好廠商由 2022 年 8 月的 15.2% 減少 3.1 個百分點至當月的 12.1%，看壞比率由 8 月的 40.9% 增加 2.1 個百分點至當月的 43.0%，權重較大的化學工業、鋼鐵基本工業與電子機械業看壞未來半年景氣表現的廠商比例明顯高於看好。

將上述製造業對當月及未來半年景氣看法比率之調查結果，經過本院模型試算後，2022 年 9 月製造業營業氣候測驗點為 85.04 點，較上月修正後之 86.13 點下滑 1.09 點，呈現連續九個月下滑態勢，為 2020 年 5 月以來新低紀錄。

服務業方面暑假出遊商機降溫，且民俗月節慶商品鋪貨高峰亦過，

造成民生通路業績轉弱，僅少數百貨商場因陸續推出周年慶活動，以及民俗月結束後之車市掛牌數回暖，遂使得部分百貨、車商等業績相對較佳，故零售業者看好當月景氣表現的廠商比例較上月調查為低。再者，因暑假結束，國內旅遊平均天數下降，影響住宿服務業者的客房業務，儘管餐飲業務表現持續回溫，主要住宿服務業者營收表現持平，令餐旅業看壞當月景氣表現的廠商比例較上月調查為高。此外，受到美國聯準會重申升息打擊通膨的急迫性，且不顧對經濟衝擊影響，造成市場恐慌情緒升高，美股重挫，台股跌勢則更重，台股價跌量縮，券商經紀手續費收入短少，自營操作損失擴大，故證券業者看壞當月景氣表現。

至於在未來半年景氣看法上，在零售業方面，隨著國境解封，民眾消費趨向海外傾斜的情況也漸浮現，對於內需市場將產生部分排擠影響，加上民眾對於通膨的感受仍是強烈，儘管近期國際大宗物資行情轉疲，但礙於其他人事成本墊高，物價上升有感，使民眾消費行為更加謹慎，故有超過八成的零售業者持平看待未來半年景氣。在餐旅業方面，受惠於政府開放國境及各項鬆綁措施已於 10 月中旬正式上路，預估旅遊量能和旅客人數將隨政策階段性增加，加上後續尚有尾牙、寒假和農曆春節等餐旅業旺季，亦進一步帶動餐旅業成長，然近期金融資產大幅縮水，恐影響民眾消費能力，加上因應邊境開放，解除封鎖後的機場和航空公司準備不足，各國機場陸續浮現人力調派困難等問題，使得航班尚未回復疫情前水準，旅遊業疫後復甦緩慢，故餐旅業看好未來半年景氣表現的廠商比例並不如預期來的強勁。

在服務業調查部分，批發業、餐旅業、證券業與運輸倉儲業明顯看壞當(9)月景氣表現，零售業與銀行業看壞當月景氣的廠商比例亦明顯高於看好；在未來半年看法的部分，除證券業與運輸倉儲業較看壞未來半年景氣表現，而批發業、保險業與餐旅業較看好未來半年景氣表現外，其他行業多以持平看待。

將上述服務業對景氣看法調查結果，經過本院模型試算後，2022 年 9 月服務業營業氣候測驗點為 94.02 點，較上月修正後之 96.05 點減少 2.03 點，呈現連續二個月下滑態勢。

在營造業方面，儘管公共工程量持續提升，且時序進入年底前的趕

工潮，但因房市買氣趨緩，造成部分工期有所遞延，加上營造廠所面臨的成本壓力仍未降，因而 2022 年 9 月營造業景氣以轉差視之。展望未來，雖然隨著在建工程逐步完工認列，以及公共工程陸續招標動工，皆為行業景氣帶來支撐效果，但製造業因景氣面臨修正而使建廠、機電整合工程量未如預期，故未來半年營造業景氣看法僅以持平視之。

其次不動產業方面，2022 年 9 月六都建物買賣移轉件數月增率為-4.2%，主要是兩岸關係趨於緊張影響購屋人信心，且股市下跌、央行升息半碼、經濟前景不樂觀，導致民眾購屋置產意願降溫所致。展望未來半年，房市景氣多瀟灑保守、觀望的氛圍，主要是經濟整體環境仍是處於持續趨緩的態勢，對於房市的支撐效果並不大，況且本身房地產市場將面臨供需調整的階段，買賣雙方對於價格的認知差距擴大也需要更多時間進行磨合所致。

將上述營建業對景氣看法調查結果，經過本院模型試算後，本次營建業 2022 年 9 月營業氣候測驗點為 90.72 點，較 8 月之 93.27 點下滑 2.55 點，已連續兩個月呈現下跌的態勢。

#### 四、綜合分析判斷

本院各產業研究人員根據廠商問卷調查及工業產銷等相關資訊，對個別產業未來半年之景氣趨勢綜合判斷如下：

- 9月轉壞，未來半年較9月看壞之產業：  
紡織業、紡紗業、織布、家用電器、電子機械、電子零組件業、建築投資、證券業、保險業
- 9月轉壞，未來半年較9月看好之產業：  
無
- 9月轉壞，未來半年維持持平之產業：  
食品業、冷凍食品、不含酒精飲料、成衣及服飾、紙業、石油及煤製品、塑膠製品、鋼鐵基本工業、汽車製造業、機車製造業、營建業、一般土木工程業
- 9月持平，未來半年較9月看壞之產業：  
總製造業、化學工業、石化原料、人造纖維製造業、玻璃及其製品、視聽電子產品
- 9月持平，未來半年較9月看好之產業：  
製油、製粉及碾穀、零售業
- 9月持平，未來半年仍維持持平之產業：  
屠宰業、飼料業、木竹製品業、塑橡膠原料、化學製品、橡膠製品、非金屬礦物、陶瓷及其製品、水泥及其製品、金屬製品、金屬模具、螺絲及螺帽、金屬建築結構及組件業、電力機械、電線電纜、運輸工具業、機車零件製造業、育樂用品業、運輸倉儲業
- 9月轉好，未來半年較9月看壞之產業：  
皮革毛皮製品、機械設備製造修配業、金屬工具機業、產業機械業、資料儲存及處理設備、批發業
- 9月轉好，未來半年較9月看好之產業：  
印刷業、電力機械器材製造、通信機械器材、汽車零件、自行車製造業、自行車零件製造業、精密器械、餐旅業、銀行業、電信服務業
- 9月轉好，未來半年仍維持持平之產業：  
無