



台灣經濟研究院  
景氣動向調查新聞稿

2024.12.25

全球經濟持續溫和成長，近期美國製造業表現雖有改善，但仍處於萎縮區間，相較之下，中國與東協製造業普遍回升。然而，美中經貿政策的不確定性，將影響未來全球經濟發展前景。

在國內製造業方面，11月測驗點轉為上揚，主要因製造業廠商對當月景氣看法較上月樂觀，除資訊電子業生產動能續強外，傳產生產與出口表現亦有改善，然隨著川普即將上任，全球政經不確定性升溫，故部分製造業廠商對未來半年景氣看法較上月調查相比略為轉差。服務業方面，受惠於雙11檔期、百貨周年慶促銷及大型運動賽事開打，零售餐飲買氣大幅提升。同時，11月新台幣兌美元趨貶與保險需求成長，推動保費收入穩健提升，有助於零售業與保險業較看好當月景氣表現。

營建業方面，11月測驗點續呈上揚，營造業因政府公共工程推動順利及年底趕工潮，加上2025年公共建設預算將超過2024年，高科技業者建廠及綠色環保工程需求增加，可望帶動景氣持續上升；不動產市場因新屋交屋潮及部分賣方些微讓利，六都買賣移轉件數月增0.9%，但央行、金管會或銀行端對於房貸審查仍相對嚴格，將導致未來房市成交量處於低檔盤旋。

根據本院廠商調查結果，經過模型試算後，2024年11月製造業營業氣候測驗點結束先前連續五個月下跌態勢轉為上揚，服務業與營建業測驗點則續呈上揚態勢。

## 一、國際情勢

觀察近期國際經濟情勢，在美國方面，受惠於颶風和波音罷工結束影響淡化，新訂單、生產、就業和存貨指數回升，使得11月ISM製造業採購經理人指數(PMI)較上月走揚，不過仍處於衰退區間。在歐元區，儘管服務業信心指數與消費者信心指數均有所惡化，然工業信心指數有所回升，令11月綜合經濟觀察指標(ESI)較10月小幅上揚。在日本，新訂單持續萎縮，加上產能閒置，致PMI指數為連續第五個月處於榮枯線之下。在

中國，製造業生產活動延續上升趨勢，加上新訂單指數重回擴張區間，使得11月製造業PMI仍處於榮枯線以上。東南亞方面，11月東協製造業PMI為50.8點，較10月數值增加0.3個百分點，主要係需求持續出現改善，產出增加使得企業採購出現成長，帶動企業信心。

## (一) 美國

美國商務部經濟分析局(BEA)發佈2024年第三季美國經濟成長率最終值；第三季GDP成長年增率(yoy)為2.7%，較修正值維持不變。而在2024年全年度的美國GDP成長率方面，EIU及S&P Global於2024年12月發布預測值均為2.7%，EIU及S&P Global均維持前次預測值不變。

在就業市場表現方面，美國2024年11月的失業率為4.2%，較上月增加0.1個百分點；隨著颶風與波音公司罷工等一次性因素淡化，新增非農就業人數大幅增加，11月美國非農新增就業人數由10月修正後的3.6萬增加至22.7萬人，新增就業人數主要為健康照護與社會救助、餐旅業、政府部門與交通設備製造業。物價方面，受到食品飲料價格年增率走升、能源價格年減幅度縮小，令美國2024年11月消費者物價指數(CPI)年增率為2.7%，較上月增加0.1個百分點，而扣除食品與能源價格的核心CPI年增率為3.3%，較上月相比維持不變。此外，受惠於加油站銷售年減幅較上月明顯縮小，加上感恩節與黑色星期五促銷活動，帶動電子產品與電子商務銷售年增率走高，先前颶風造成汽車毀損，亦進而帶動汽車相關銷售，令11月美國零售銷售額年增率為3.8%，較修正後的前值增加0.9個百分點。製造業表現依舊低迷，令11月工業生產呈現連續三個月衰退態勢，從10月的-0.5%減幅擴大至-0.9%。

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2024年11月製造業採購經理人指數(PMI)為48.4點，較前一個月數值上揚1.9個百分點，隨著颶風襲擊美國東南部與波音飛機罷工等因素淡化，令11月新訂單指數、生產指數、就業指數及存貨指數皆較10月轉好。另外ISM公佈的2024年11月非製造業PMI為52.1點，較前一個月指數減少3.9點，其中新訂單指數下

滑3.7點至53.7點，創下近三個月以來新低，而商業活動生產指數同樣也降至 53.7點，創2023年8月以來新低。

## (二) 歐洲

歐盟統計局(Eurostat)發佈2024年第三季歐元區(EA20)經濟成長年增率為0.9%，高於第二季的0.5%增幅。第三季經濟成長貢獻主要來自於家庭最終消費支出、固定資本形成與政府最終支出。此外，在2024年全年度的歐元區GDP方面，EIU與S&P Global於2024年12月發布預測值分別為0.8%與0.7%，兩者均維持前次預測值不變。

在就業市場表現方面，歐元區於2024年10月失業率為6.3%，較上月修正後數值相比維持不變，整體失業率續維持穩定。此外，儘管服務價格與食物、飲料及菸草價格年增率略減，然因能源價格指數年減幅度縮小，令2024年11月歐元區CPI年增率為2.2%，較上月數值增加0.2個百分點，而11月歐元區核心CPI年增率則為2.7%，較上月數值維持不變。歐元區10月零售銷售年增率由3.0%下滑至1.9%，受到非食物類、能源、網路購物零售銷售年增率下滑，使得整體零售消費年增率走弱。除運輸工具產品年增率下滑外，其餘金屬製品、機械設備、化學品及製藥等產品年增率均呈上升態勢，令歐元區10月工業生產年減幅縮小，由上月修正後年增-2.2%回升至-1.2%。

在歐洲經濟展望方面，參考歐盟委員會公佈的綜合經濟觀察指標(Economic Sentiment Indicator, ESI)，歐元區2024年11月的ESI為95.8點，較上月數值上揚0.1點，反映出整體景氣略有改善。2024年11月歐元區ESI數值以細項來看，歐元區工業信心回升，包含生產趨勢、新訂單數量及新出口訂單數量等指標有所改善，惟服務業信心與消費者信心較上月相比均呈減弱態勢。

## (三) 日本

日本內閣府發布2024年第三季GDP年增率第二次速報值為0.5%，較第一次數值增加0.2個百分點，其中民間消費增幅下修至0.6%，企業設備投資、政府消費支出年增率分別上修至2.6%、1.3%，外需的進出口年增

率維持不變，分別為4.9%、1.5%。日本財務省公布2024年11月進口金額為9兆2,700億日圓，較2023年同期減少3.8%，主要係原油、半導體等電子產品及石炭等產品進口衰退2成；出口額為9兆1,524億日圓，年增3.8%，主要因半導體裝置、食品等出口年增逾2成。在2024年全年度的日本GDP方面，EIU、S&P Global於2024年12月發布預測值分別為-0.3%及-0.1%，前者較11月預測值減少0.5個百分點，後者維持持平，主要係因日本第二季GDP年增率下修，加上第三季出口表現轉弱所致。對2025年預測值分別為0.9%及1.0%。

在就業市場方面，依據日本總務省公布2024年10月經季節調整後失業率為2.5%，較9月數值增加0.1個百分點。物價方面，11月消費者物價(CPI)年增率為2.9%，較10月數值增加0.6個百分點；核心CPI年增率為2.4%，較10月增加0.1個百分點。在工業生產方面，受到半導體設備需求增加，生產用機械業生產指數年增16.7%，加上金屬製品及食品等業別生產指數年增率亦成長，致整體工業生產指數年增率為由9月的-2.6%翻揚至10月的1.4%。

在日本經濟展望方面，參考S&P Global引用au Jibun Bank發布的日本11月製造業採購經理人指數(PMI)為49.0，較10月數值減少0.2點，主要新訂單持續萎縮，產出為4個月以來最大降幅，產能出現閒置，企業削減員工數，致PMI指數為連續第5個月處於榮枯線之下；服務業採購經理人指數(PMI)為50.5，較10月數值增加0.8點，主要係新訂單增加，費用通膨為6月以來新高，加上企業信心指標為7月以來新高，致服務業擴張，PMI回升至榮枯線之上。

#### (四) 中國

中國國家統計局發布11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5.4%，較10月數值增加0.1個百分點；社會消費品零售額年增率3.0%，較10月數值減少1.8個百分點，其中商品零售、餐飲年增率分別為2.8%、4.0%。1-11月全國(不含農戶)固定資產投資及民間投資年增率分別為3.3%、-0.4%。房地產指標方面，1-11月房地產開發投資增速為-10.4%，商品房銷售額及面積增速分別為

-19.2%及-14.3%。依據中國海關總署發佈2024年1-11月貿易額55,967億美元，年增3.6%，其中進出口分別年增1.2%及5.4%。在2024年全年度的中國GDP方面，EIU及S&P Global於2024年12月發布預測值分別為4.9%及5.0%，前者較11月預測值持平、後者則上修0.1個百分點。另外，對2025年預測值分別為4.6%及4.2%。

在中國就業市場方面，2024年11月全國城鎮調查失業率平均值為5.0%，較10月數值持平，1-11月失業率為5.1%。在全國居民消費價格(CPI)方面，11月CPI年增率0.2%，較上月數值減少0.1個百分點，其中交通通信、生活用品及服務、居住類價格呈現下跌外，其餘類別價格年增率皆上揚，核心CPI年增率0.3%，另1-11月CPI年增率為0.3%，核心CPI年增率為0.5%。

在中國經濟展望方面，依據中國國家統計局發布11月製造業PMI為50.3%，較10月數值增加0.2個百分點，除從業人數指數較上月數值下滑及原物料庫存指標持平外，其餘指數皆較10月數值增加，致製造業活動持續在榮枯線之上。非製造業活動指數為50.0%，較10月數值減少0.2個百分點，主要係需求持平，致新訂單、投入品及從業人員等指標皆較上月數值下滑所致。

## (五) 東南亞

在2024年全年度的東南亞國家GDP方面，依EIU與S&P Global最新發布預測值，EIU對越南、菲律賓、新加坡及泰國預測值較前次預測值增加，分別來到6.4%、5.5%、3.5%及2.6%，另馬來西亞預測值維持為5.1%及印尼預測值下調至5.0%；S&P Global上修對越南、馬來西亞及新加坡等國預測值，分別來到6.6%、5.1%及3.6%，另調降印尼預測值，來到5.0%；對菲律賓及泰國預測值維持為5.6%及2.6%。EIU與S&P Global對東南亞各國2025年最新預測值，EIU對越南、菲律賓、印尼、馬來西亞、泰國及新加坡預測值分別為6.5%、6.5%、5.0%、4.7%、3.2%及2.6%；S&P Global預測值分別為6.4%、5.8%、5.1%、4.3%、2.8%及2.5%。

在就業市場表現方面，印尼2024年上半年失業率分別為4.8%，越南前3季失業率為2.3%，其餘國家10月失業率依序為菲律賓(3.9%)、馬來西

亞(3.2%)、新加坡(1.9%)及泰國(1.0%)。在消費者物價方面，11月菲律賓及泰國CPI年增率較10月數值增加，來到2.5%、1.0%，越南及印尼CPI年增率較10月數值減少，達2.8%及1.6%；10月馬來西亞及新加坡等國CPI年增率分別達為1.9%、1.4%。

在東南亞經濟展望方面，參考S&P Global 東協製造業PMI，11月的PMI為50.8點，與10月數值增加0.3個百分點，主要係需求持續出現改善，產出增加使得企業採購出現成長，帶動企業信心，致PMI指標上揚至近3個月新高，仍維持在榮枯線之上。若以國家別觀察，新加坡、越南及馬來西亞PMI皆較10月數值轉差，PMI分別為53.9、50.8及49.2；菲律賓、泰國及印尼營運持平，PMI分別為53.8、50.2、49.6。

## 二、國內情勢

首先在對外貿易方面，人工智慧及科技新品商機持續熱絡，加上傳產貨類外銷普遍自低點回升，使得11月出口年增率由上月的8.40%擴增為9.69%，在AI產業鏈國際分工及出口引申需求帶動下，積體電路及資通產品進口維持強勁，另半導體設備購置亦延續回升趨勢，令進口年增率則由上月的6.00%擴增為19.82%。在主要出口產品方面，受惠人工智慧及高效能運算等商機熱度延續，電子及資通產品年增率續呈雙位數成長，傳產貨類表現有所改善，塑橡膠、化學品與紡織品出口年增率由負轉正，而機械、基本金屬及其製品年增率仍維持成長態勢；進口方面，AI產業鏈需求帶動電子零組件進口成長，加上半導體設備採購增加，資本設備與農工原料進口年增率均維持高檔，加以消費品進口年增率由負轉正，導致整體進口年增率較上月擴增。累計2024年1至11月出口較去年同期成長9.93%，進口亦成長10.56%，總計2024年1至11月出超金額為745.3億美元，成長7.03%。

國內生產方面，資訊電子業生產動能續增，傳產生產動能尚未完全復甦，化學材料業、橡塑膠製品業、汽車及零件業仍處於衰退，使得11月製造業生產指數102.69，較上月成長2.19%，與上年同月相比成長10.73%。就細部產業來看，因人工智慧、高效能運算及雲端資料服務等需求持續強勁，激勵資訊電子產業生產動能續強。傳產方面，受半導體

先進製程投資強勁及基期較低影響，機械設備業年增7.96%、基本金屬業年增1.72%。相較之下，化學材料及肥料業因海外產能擴張與歲修減產，年減2.82%；汽車及零件業受庫存調整、缺料及進口車競爭影響，年減9.66%。總計2024年1至11月工業生產較去年同期成長10.64%，其中製造業成長11.07%。

內需消費方面，受惠週年慶、雙11及黑色星期五檔期促銷，以及搭配世界棒球12強賽事奪冠話題推出限定優惠活動，加以展店、新品效益挹注，11月整體零售業營業額為4,381億元，創歷年單月新高，月增6.61%，由於上年同期比較基準較高，故年增僅1.83%，累計今年1至11月零售業營業額較上年同期相比增加2.55%，綜合商品零售業年增4.40%；餐飲業部分，餐館及飲料店因業者配合雙11及棒球賽奪金，順勢推出期間限定優惠，加以冬季新品熱銷，11月餐飲業營業額854億元，年增7.18%，累計今年1至11月餐飲業營業額較上年同期增加3.42%。

物價方面，受10月底康芮颱風及11月中旬天兔颱風帶來豪雨之影響，蔬菜類價格明顯攀升，整體食物類價格由10月2.70%擴增至11月3.82%，對總指數影響1.04個百分點，較上月增加0.3個百分點。整體來看，除11月醫藥保健類與教養娛樂類價格指數年增率漲幅較10月略有縮減外，食物類、居住類與雜項類價格年增率均較10月漲幅擴大，而衣著類與交通及通訊類年減幅均呈縮小。11月整體CPI年增率由10月1.69%擴增至2.08%，核心CPI年增率由10月1.64%擴增至1.74%；PPI方面，儘管石油及煤製品、燃氣、食品及飼品等價格下跌，然受到農產品、電子零組件、電力設備及配備等價格上漲影響，令2024年11月整體PPI年增率由負轉正，從10月的-0.78%轉為11月的1.18%。累計2024年1-11月CPI年增率2.18%，PPI年增率為1.22%。

在勞動市場方面，2024年11月失業率3.36%，較上月下降0.04個百分點，因初次尋職者的失業人數較上年同月增加，令11月失業率較上年同月則升0.02個百分點，今年1至11月失業率平均為3.39%，較上年同期下降0.10個百分點。薪資方面，2024年10月本國籍全時受僱員工總薪資為56,418元，較2023年同月成長3.91%，10月經常性薪資為49,136元，較2023年同月成長2.95%，在扣除物價上漲因素後，2024年1至10月實質經常性

薪資為45,491元，較上年同期成長0.61%，2024年1至10月實質總薪資為60,616元，較上年同期成長2.16%。

在國內金融市場方面，市場資金環境穩定，2024年11月金融業隔夜拆款利率最高為0.825%，最低為0.816%，加權平均利率為0.821%，較上月下降0.002個百分點，較2023年同月增加0.133個百分點。股市方面，上半月隨著美國大選結果順利出爐，投資人對川普贏得總統大選樂觀解讀，美股全面收高也帶動台股隨之上漲，然隨著國內晶片龍頭廠商傳出高階晶片可能無法出貨中國的利空消息，金融市場開始擔憂美中科技戰激化恐影響台灣科技產業對中國的出口，加上川普預告將對中加墨徵收關稅，貿易不確定性升溫令下半月台股走跌，台灣加權指數11月底收在22,262.50點，下跌2.44%，平均日成交量為3,830.67億元。匯率方面，美國共和黨候選人川普贏得大選，金融市場擔憂川普未來各項政策可能推升通膨，令聯準會降息路徑更加保守，使美元持續在高檔震盪，加上11月外資大幅賣超台股且偏向匯出，令新台幣11月表現偏貶，月底匯率收在32.457美元，貶值1.31%。

### 三、廠商調查結果

在國內製造業方面，儘管11月國際油價走跌，加上石化原料供給寬鬆持續，多數石化原料價格表現下跌，然受惠於主要廠商完成定檢，且下游家電產銷情況較為樂觀，有助於產銷量回升，同時塑橡膠原料因先前配合客戶船期安排，部分訂單延至11月交運，帶動相關原料銷量表現，故雖仍有接近三成比例的化學工業廠商看壞當月景氣表現，然較上月調查相比已有轉好；儘管外需市場仍受壓力，然隨著國內鋼鐵需求增溫，帶動煉鋼原料價格止穩，加上公共工程及廠辦需求平穩，促使板鋼及條鋼業者營收溫和成長，惟國際鎳價持續探底影響不鏽鋼業者表現，故雖有四成左右的鋼鐵基本工業廠商看壞當月景氣，但也有三成比例的鋼鐵基本工業廠商看好當月景氣表現，同樣與上月調查相比，情況已有所改善；儘管車用、工業等終端市場需求維持疲軟，加上終端品牌客戶先前早已提前拉貨，使得11月晶片接單與出貨規模縮減，然受惠於人工智慧、高效能運算等新興科技應用需求續強，帶動IC製造、印刷電路板訂單成長，故電子機械業看好當月景氣表現的廠商比例略高於看壞。



在未來半年景氣看法上，儘管中國機械設備競爭壓力仍大，加上川普再度當選令全球貿易政策不確定性升溫，進一步影響企業投資信心，然隨著全球電子業擴大資本支出帶動半導體設備訂單成長，東協經濟穩定發展也推升對我國機械設備的採購需求，加上2024年下半年外銷訂單持續增長，預期未來半年我國機械業出口表現將受益，且美國聯準會降息降低企業融資成本，有助提升廠商投資意願，故有一半比例的機械設備業者看好未來半年景氣表現；雖然中國同業在成熟製程市場競爭加劇，可能對我國二線電子廠造成價格壓力，但AI和智慧汽車等新興領域的穩定發展，帶動高階晶片、封測需求成長，推升先進製程產能利用率，加上智慧型手機與PC銷售逐步回溫，有助於國內廠商訂單規模擴大，故電子機械業廠商對於未來半年景氣看法較上月調查相比維持不變，依舊持平看待未來半年景氣表現。

在製造業調查部分，根據本院對製造業廠商所做2024年11月問卷結果顯示，認為當(11)月景氣為「好」比率為24.4%，較10月17.4%增加7.0個百分點，認為當月景氣為「壞」的比率則為19.0%，較10月34.1%減少15.1個百分點；由整體廠商對未來半年景氣看法加以觀察，看好廠商由2024年10月的24.1%減少3.8個百分點至當月的20.3%，看壞比率則由10月的21.0%增加2.6個百分點至當月的23.6%。

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，2024年11月製造業營業氣候測驗點為95.20點，較上月修正後之93.43點增加1.77點，結束先前連續五個月下跌態勢轉為上揚。

服務業方面受惠於雙11檔期、百貨週年慶促銷，加上適逢世界棒球12強賽奪冠慶祝，周邊商品銷售大幅成長，故有接近一半比例的零售業者看好當月景氣表現；11月台股下跌2.44%，集中市場股票成交金額月增14.43%，儘管川普勝選帶動美股短暫反彈，但因對台政策不確定性，台股承壓走弱，外資大幅拋售，散戶信心動搖，導致證券劃撥存款餘額大減，礙於自營獲利銳減之衝擊較大，拖累券商營運表現，故有八成比例的證券業者看壞當月景氣表現；11月新台幣趨貶，有助於壽險業匯兌收益增加，加上投資型、分紅及利變型保單需求成長，而產險則受惠於航

空險、車險、工程險業績挹注，整體保費收入持續成長，故有接近七成比例的保險業者看好當月景氣表現。

在未來半年景氣看法上，鑒於內需穩健帶動零售通路展店擴大，虛實整合加速壯大生態圈，進一步提升會員消費貢獻，加上國內經濟表現穩健，約有一半比例的零售業者看好未來半年景氣表現；受到川普即將上任的政策不確定性加劇及聯準會縮減降息幅度影響，投資市場短線波動加劇，台股投資情緒轉趨謹慎，然AI概念股仍為市場主流，長線佈局信心不減，成為核心投資部位。同時，部分資金轉向ETF分散風險，支撐整體交易量，預期券商業務表現仍可穩定，故證券業看好未來半年景氣表現的廠商比例略高於看壞。

將上述服務業對景氣看法調查結果，經過本院模型試算後，2024年11月服務業營業氣候測驗點為93.11點，較上月修正後之91.92點上升1.19點，呈現連續兩個月上揚態勢。

在營造業方面，雖然2024年11月整體營造工程物價指數仍較10月微幅上揚，但隨著政府公共工程計畫持續進行，且來到年底趕工潮，估計11月底整體公共建設計畫經費達成率接近81%，表示多數政府公共工程進度推展順利，故11月整體營造業景氣以好轉視之。展望未來，儘管央行短期內對於不動產市場管制措施難有鬆綁機會，進而影響房屋建築工程的承攬量，不過2025年我國整體公共建設預算將超越2024年的7,800億元，又高科技業者持續推進建廠計畫，有利於國內機電工程業者營運表現，且企業加速建置再生水廠、廢棄物處理中心以及進行商辦綠化改建，使得綠色環保工程需求增加，故預估未來半年整體營造業景氣相對樂觀。

其次不動產業方面，11月六都建物買賣移轉件數月增率為0.9%，主要是由於龐大的新屋交屋潮湧現，加上部分賣方售屋心態適度讓利，只要物件價格有一定優惠，則成交機會增加，因而使得11月交易量未再進一步探底。展望未來半年，由於央行、金管會或銀行端對於房貸仍持審慎保守態度，同時市場對新青安房貸質疑聲也會影響銀行放款態度，皆讓銀行不動產放款稍踩煞車，房市恐面臨釜底抽薪，購屋人後續借款成本將緩步增加，造成未來半年房市成交量能的表現恐仍處於低檔盤旋。

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2024年11月營業氣候測驗點為104.75點，較10月之103.72點上揚1.03點，呈現連續第二個月上揚的態勢。

#### 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：

- 11月轉壞，未來半年較11月看壞之產業：  
紡織業、紡紗業、織布、人造纖維製造業、金屬工具機業、運輸工具業、汽車製造業、機車製造業、機車零件製造業
- 11月轉壞，未來半年較11月看好之產業：  
無
- 11月轉壞，未來半年維持持平之產業：  
橡膠製品、視聽電子產品、精密器械、證券業
- 11月持平，未來半年較11月看壞之產業：  
成衣及服飾、皮革毛皮製品、化學工業、石化原料、石油及煤製品、家用電器、資料儲存及處理設備、建築投資
- 11月持平，未來半年較11月看好之產業：  
食品業、屠宰業、冷凍食品、製油、製粉及碾穀、非金屬礦物、水泥及其製品、金屬建築結構及組件業、批發業、餐旅業、銀行業
- 11月持平，未來半年仍維持持平之產業：  
總製造業、飼料業、印刷業、塑膠製品、陶瓷及其製品、鋼鐵基本工業、金屬製品、金屬模具、螺絲及螺帽、電子機械、電子零組件業、自行車製造業
- 11月轉好，未來半年較11月看壞之產業：  
塑橡膠原料
- 11月轉好，未來半年較11月看好之產業：  
玻璃及其製品、電力機械器材製造、自行車零件製造業、育樂用品業、一般土木工程業、零售業、保險業
- 11月轉好，未來半年仍維持持平之產業：  
不含酒精飲料、木竹製品業、紙業、化學製品、機械設備製造修配業、產業機械業、電力機械、電線電纜、通信機械器材、汽車零件、營建業、電信服務業、運輸倉儲業