

 台灣經濟研究院
景氣動向調查新聞稿

2026.3.25

自2月底以來，中東緊張情勢再度升高，伊朗衝突與能源市場干擾已成為影響全球經濟前景的關鍵變數，包括衝突持續時間、能源供應是否持續受阻，以及能源價格是否持續處於高檔，均將影響通膨、實質所得、金融情勢、全球經濟成長及主要國家央行政策路徑。

國內製造業方面，受農曆春節連假影響、工作天數減少，2月出口、生產與外銷訂單表現較1月明顯下滑，致使廠商對當月景氣看法轉趨保守。儘管中東戰事發展仍具高度不確定性，然受惠於AI需求維持擴張趨勢，令半導體業與電力機械業對未來半年景氣展望仍偏樂觀。

服務業方面，受節慶效應帶動，旅遊與餐飲需求明顯升溫，餐旅業營運動能轉強，相關業者對當月景氣多持正向看法。相較之下，金融相關產業雖受股市上漲支撐，核心存放款與財富管理業務維持成長，惟受交易天數減少影響，券商經紀手續費收入下滑，對景氣看法轉趨審慎。在美伊衝突推升油價與通膨預期升溫的影響下，零售業者面臨成本轉嫁壓力與定價不確定性，未來整體經營環境仍充滿挑戰。

營建業方面，2月營造業受土石方新制執行問題尚未完全解決影響，部分工程出現延宕或停工情形，加上工作天數減少，景氣轉為下滑；惟隨政府陸續提出配套措施、公共建設持續推進，以及AI帶動科技廠建廠需求延續，未來半年景氣可望逐步回穩。相較之下，不動產市場受信用管制持續、資金環境偏緊影響，交易量明顯下滑，即使央行對自然人第二戶貸款成數略有放寬，短期內房市景氣仍難擺脫低檔盤整格局。

根據本院調查及模型試算結果，2026年2月製造業、服務業與營建業的營業氣候測驗點均呈下滑。製造業與服務業分別結束先前連續七個月與四個月的上升走勢轉為回落，營建業則呈現連續兩個月下跌態勢。

一、國際情勢

觀察近期國際經濟情勢，2026年2月美國製造業採購經理人指數(PMI)續處於榮枯線以上，雖較前月略為回落，但新訂單與生產指數仍維

持高檔水準，顯示在補庫存需求及企業提前備貨影響下，製造業需求動能依然穩健。歐元區方面，2月綜合經濟觀察指標(ESI)小幅下滑，顯示整體景氣信心略為轉弱。其中工業信心大致持平，但服務業信心明顯下滑，消費者信心則維持穩定，反映內需動能仍顯分歧。日本方面，2月製造業PMI進一步上升並創下近年新高，主要受歐洲及亞洲需求帶動，新訂單與產出同步擴張，並推升就業與企業信心。中國方面，2月製造業PMI仍處於榮枯線以下，且生產與新訂單等指標進一步轉弱，顯示製造業活動持續承壓。東南亞地區製造業PMI續升至53.8點，主要受出口訂單回升帶動，新訂單與產出接近高點，企業信心亦隨之改善，顯示區域製造業景氣持續回溫。

(一) 美國

據美國商務部經濟分析局(BEA)最新公布資料，2025年第四季美國經濟成長動能較先前估計更為疲弱，主要受到出口與消費支出數據下修影響，顯示年底經濟表現不如預期。全年經濟成長率為2.1%，較先前預測下修0.1個百分點。在2026年全年GDP表現方面，S&P Global最新發布預測值為2.5%，較前次預測值下修0.2個百分點，主要反映中東局勢已對近期經濟與金融前景帶來顯著影響。

在就業市場方面，2026年2月美國失業率由1月的4.3%小幅上升至4.4%。同時，新增非農就業人數由1月修正後的增加12.6萬人，轉為減少9.2萬人，呈現明顯下滑並轉為負成長。此一變化可能與醫療保健業罷工，以及暴風雪影響建築、運輸倉儲與休閒餐旅等產業表現有關；在物價方面，2月消費者物價指數(CPI)年增率為2.4%，與1月持平。從細項來看，受能源價格回升影響，能源類價格年增率由負轉正，惟二手車、教育及通訊等項目價格年增率則呈現下滑。另一方面，核心CPI年增率為2.5%，同樣與1月持平；2026年1月零售銷售額年增率為3.2%，較2025年12月提高0.8個百分點，顯示整體消費動能略有回升。就各業別表現觀察，電子商務成長最為突出，年增率達10.9%，加上建築園藝相關零售銷售年增率持續擴大，家具零售亦呈現明顯改善。相較之下，加油站零售銷售額年增率則由正轉負；2月製造業、礦業及公用事業工業生產仍維持正成長

，但製造業與礦業年增率均較1月回落，僅公用事業呈現回升，致使整體工業生產年增率由1月的2.3%降至1.4%。

在美國經濟景氣方面，參考美國供應管理研究所(Institute of Supply Management, ISM)公佈美國的2026年2月製造業PMI數值為52.4點，較前月微幅下滑0.2個百分點，但已連續兩個月維持在擴張區間，顯示製造業景氣持續穩健。從分項指數來看，2月就業指數、供應商交貨指數及存貨指數均較1月上升；相對地，新訂單指數與生產指數則略為回落。不過，儘管新訂單指數出現下滑，其水準仍連續兩個月處於2022年5月以來高點，生產指數亦呈現類似趨勢，反映美國製造業需求動能依然強勁。此外，美國ISM公布2026年2月非製造業PMI為56.1點，較1月上升2.3個百分點，創2022年7月以來最高水準。從細項來看，新訂單指數升至58.6，為逾一年高點，反映需求顯著回升；出口訂單亦同步改善，顯示外部需求轉強。同時，企業活動指數加速擴張；未完成訂單指數大幅上升，接近四年高點，顯示企業仍在消化過去累積的訂單需求。

(二) 歐洲

據歐盟統計局(Eurostat)發佈之2025年第四季歐元區(EA21)經濟成長率為1.2%，第四季經濟成長貢獻來自於家庭消費支出、政府支出與固定資本形成。同期歐元區前四大經濟體的德國、法國、義大利與西班牙的經濟成長年增率分別為：0.4%、1.2%、0.8%與2.6%。此外，在2026年全年度的歐元區GDP方面，S&P Global最新發布預測值為1.0%，較前次預測值下修0.2個百分點，由於西歐多數主要經濟體為能源淨進口國，對天然氣價格上漲較為敏感，加上原本成長動能偏弱，因此整體經濟成長預期遭下修。

就業市場方面，歐元區2026年1月失業率由上月的6.2%小幅下降至6.1%；同時，1月失業人數較上月減少18.4萬人。物價方面，受服務類價格年增率上升及能源類價格年減幅收斂影響，2026年2月歐元區整體CPI與核心CPI年增率分別為1.9%與2.4%，均較1月上升0.2個百分點。歐元區1月零售銷售年增率由2025年12月的1.8%上升至2.0%。從細項來看，儘管燃料銷售疲軟，但食物類與非食物類零售銷售年增率皆呈現上升趨勢。

歐元區1月工業生產年增率由前月的2.2%轉為-1.2%，由正轉負，顯示工業動能明顯走弱。其中，中間財與非耐久財消費品生產降幅較為明顯，耐久財消費品亦持續下滑。

在歐洲經濟方面，參考歐盟委員會公佈的ESI，歐元區2026年2月的ESI為98.3點，較上月數值下滑1.0個百分點。分項來看，2月工業信心大致持平，雖然管理者對成品庫存的評估轉差，但對當前訂單情況的看法改善，且生產預期變化不大，形成相互抵銷的效果；服務業信心則明顯轉弱，主要受到對過去需求、營運狀況及未來需求預期同步下滑所影響；消費者信心整體維持穩定。消費者對未來整體經濟情勢的悲觀程度略有減輕，但對自身過去財務狀況的評價及未來大額支出的意願下降，而對家庭未來財務狀況的預期則大致未見變化。

(三) 日本

日本內閣府公布2025年第四季GDP年增率第二次速報值為0.4%，較第一次速報增加0.3個百分點，使得全年經濟成長率由1.1%增至1.2%。主要係民間企業設備投資、民間消費及政府消費年增率較1次速報分別增加1.6、0.4及0.4個百分點，達3.3%、1.7%及0.9%所致。日本財務省公布，2026年2月出口為9兆5,716億日圓，年增4.2%，已連續6個月呈現正成長，主要受半導體等電子產品、礦物性燃料及建設機械等產品出口成長逾25%帶動；進口額為9兆5,143億日圓，年增10.2%，為連續2個月正成長，主要係半導體等電子產品、非鐵金屬等進口成長逾35%所致。在2026年全年GDP預測方面，S&P Global最新預測值為0.9%，較前次預測值下修0.1個百分點，主要係通膨壓力削弱家庭消費能力，加上中東衝突升溫影響全球需求和海上貿易，企業投資轉趨保守，進而拖累經濟表現。

在就業市場方面，依據日本總務省資料，2026年1月經季節調整後失業率為2.7%，較2025年12月數值上升0.1個百分點。物價方面，在政府持續推出措施以抑制食品及公用事業價格上漲壓力下，2026年2月CPI年增率為1.3%，較1月下滑0.2個百分點；核心CPI年增率則為2.5%，較1月下滑0.1個百分點。在工業生產方面，2026年1月工業生產指數年增率由2025

年12月2.6%降至2.3%，主要受鋼鐵及非鐵金屬、金屬製品、汽車等產業生產下滑影響。

在日本經濟方面，參考S&P Global引用au Jibun Bank發布的日本2026年2月製造業PMI為53.0，較1月數值增加1.5點，並創下2022年5月以來新高，其中新訂單受歐洲及亞洲等需求帶動，指標為2022年1月以來新高，進一步推升產出、就業及企業信心，致PMI指數為連續3個月在榮枯線之上；服務業PMI為53.8，較1月數值增加0.1點，主要係國內需求帶動新業務成長，銷售價格增速為2014年4月以來新高，惟就業增速受人力流動及成本壓力影響有所放緩，抵銷部分漲幅。

(四) 中國

根據中國國家統計局資料，2026年1-2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2025年同期增加0.4個百分點；社會消費品零售額年增率2.8%，較2025年同期減少1.2個百分點，其中商品零售、餐飲年增率分別為2.5%、4.8%。2026年1-2月全國(不含農戶)固定資產投資年增率為1.8%，較2025年同期下降2.3個百分點，其中民間固定資產投資年增率-2.6%，較2025年同期減少2.6個百分點，顯示民間投資動能仍顯疲弱。房地產指標方面，1-2月房地產開發投資增速為-11.1%，較2025年同期下降1.3個百分點，其中新建商品房銷售額及面積增速分別為-20.2%及-13.5%，顯示房市仍處於調整階段。依據中國海關總署發布2026年1-2月貿易額為10,995.4億美元，年增率21.0%，其中進出口年增率為19.8%及21.8%。在2026年中國GDP預測方面，S&P Global最新發布預測值為4.5%，因預期油價上漲抑制民間消費，較上次預測值下降0.1個百分點，落在中國兩會公布2026年GDP目標年增率4.5%-5.0%區間。

就業方面，2026年2月全國城鎮調查失業率為5.3%，與1月增加0.1個百分點。物價方面，2026年2月全國居民消費價格(CPI)年增率為1.3%，較1月數值增加1.1個百分點，除居住與交通通信類價格下跌外，其餘類別普遍上漲，致核心物價年增率為1.8%。

在中國經濟方面，依據中國國家統計局公布2026年2月製造業PMI為49.0%，較1月數值減少0.3個百分點，主要係生產、新訂單、從業人員及供應商配送時間等指標皆較上月惡化，顯示製造業活動持續處於榮枯線之下。2月非製造業PMI指數為49.5%，較1月數值增加0.1個百分點，主要係投入品價格較上月數值改善，銷售價格指標持平外，其餘指標皆較上月惡化，整體活動持續處在榮枯線之下。

(五) 東南亞

2026年全年東南亞國家GDP預測方面，依據S&P Global最新預測，對菲律賓及新加坡經濟成長預測值分別調降0.1及0.3個百分點，至5.5%及3.7%；調升泰國經濟成長預測值0.1個百分點至1.7%；對越南、印尼及馬來西亞維持原預測值，分別為6.6%、5.2%及4.4%。

在就業市場方面，2026年1月菲律賓、馬來西亞、新加坡失業率分別為5.8%、2.9%、2.0%，其中菲國因農業部門(稻米、玉米及蔬菜)種植面積減少，農林業減少逾142萬個工作，致失業率創2022年6月以來新高，後2國則維持2025年12月數值。消費者物價方面，2026年2月馬來西亞及泰國CPI年增率均較1月數值下跌，分別為1.4%及-0.9%，前者因交通運輸成本下滑，後者因政府增加燃料基金補貼，使得電價下降，加上豬肉、雞蛋及新鮮水果等價格下跌；印尼、越南及菲律賓CPI年增率分別上升至4.8%、3.4%及2.4%水準。新加坡1月CPI年增率較2025年12月數值增加0.2個百分點，為1.4%。

在東南亞經濟方面，參考S&P Global東協製造業PMI，2026年2月PMI為53.8，較1月數值增加1.0點，主要係出口訂單出現4個月以來首次正成長，帶動新訂單及產出皆接近历史新高，致整體指標呈現連續第8個月擴張情勢。就國家別觀察，以新加坡(59.2)表現最強，其次為菲律賓(54.6)、越南(54.3)、印尼(53.8)及泰國(53.5)；馬來西亞因需求疲弱，新訂單、產出及就業等指標均較上月惡化，PMI降至50.0，接近榮枯線。

二、國內情勢

首先在對外貿易方面，儘管人工智慧(AI)、高效能運算及雲端服務等創新應用商機持續擴展，然而受到農曆春節落點月份不同影響，2月工作天數較上年同月少，2026年2月出口年增率由1月的69.90%縮減至20.60%；進口年增率亦由63.52%大幅縮減至6.85%。為避免春節不同月份因素干擾，將1月與2月進出口合計來看，累計前2個月出口較2025年同期成長44.46%，進口成長32.49%，整體進出口動能仍保持強勁，總計2026年1至2月出超金額為316.84億美元，成長89.83%。在主要出口產品方面，受新興科技應用需求帶動及產品規格升級影響，資通與視聽產品、電子零組件，以及電機與機械產品於今年前兩月皆呈現雙位數成長。傳統產業雖表現不若科技產品亮眼，但出口亦轉為正成長，已擺脫去年的衰退態勢；進口方面，受AI產業鏈國際分工與出口引申需求增加，使得前2個月資本設備進口大幅成長37.58%，農工原料進口亦成長34.98%。

國內生產方面，受農曆春節影響，2月工作天數較1月減少，致使製造業生產指數降至111.55，較上月減少11.48%，惟仍較去年同期成長19.64%。為排除春節落點差異所帶來的干擾，合併觀察1至2月表現，受惠於人工智慧、高效能運算及雲端資料服務等應用需求持續熱絡，帶動資訊電子產業生產動能穩健擴增，資訊電子工業年增達39.40%；然而，部分傳統產業受市場競爭加劇及需求回升力道不足影響，仍呈減產，抵銷部分成長動能。整體而言，2026年1至2月工業生產平均年增22.95%，其中製造業成長24.78%。

內需消費方面，受惠農曆春節及228假期帶動旅遊與商場購物人潮湧現，加以年節採買需求挹注，多數業別呈現正成長，2月零售業營業額達3,831億元，年增7.73%，若不計汽機車零售業，年增率為14.68%。為排除春節落點差異所帶來的干擾，合併觀察1至2月表現，累計1至2月零售業營業額8,137億元，年增1.53%。其中，綜合商品零售業年增6.14%，然汽機車零售業則因進口車買氣仍顯觀望，年減14.98%；餐飲業部分，適逢春節圍爐及連假出遊旺季，帶動用餐及飲品需求成長，2月餐飲業營業額1,003億元，年增21.11%，累計2026年1至2月餐飲業營業額較2025年同期增加4.55%。

物價方面，受春節落點差異影響，上年2月比較基期較低，使2月整體CPI年增率由1月的0.69%上升至1.75%，核心CPI亦由1.25%升至2.60%。為排除春節因素干擾，改以1至2月平均觀察，整體CPI年增率由2025年12月的1.30%微降至1.23%，而核心CPI年增率則由1.83%上升至1.93%；PPI方面，雖因農產品、燃氣、石油及煤製品、化學材料及其製品與藥品等價格下跌，惟電腦、電子產品及光學製品等價格上漲，帶動跌幅收斂，使得2026年1~2月整體PPI年增率由2025年12月-2.00%上升至-1.33%。

在勞雇雙方協商減少工時方面，截至2026年2月底，實施減班休息的勞工人數為3,770人，其中以金屬機電工業受影響最為明顯，與1月底相比，減班休息人數已減少1,905人。薪資方面，受農曆春節落點不同影響，上年1月集中發放年終與績效獎金，本年則分散於1至2月，造成比較基期差異。2026年1月平均總薪資為81,262元，年減31.27%；經常性薪資為51,676元，年增3.03%。扣除物價因素後，實質經常性薪資年增2.32%，但實質總薪資仍年減31.75%。

國內金融市場方面，2月本國五大銀行(台銀、合庫銀、土銀、華銀及一銀)新承做放款加權平均利率為2.086%，較1月的2.091%下滑0.005個百分點。股市方面，儘管2月美國貿易政策不確定性再度升高，但在AI需求持續擴張帶動下，隨著AMD與Meta宣布長期合作計畫，金融市場對AI供應鏈基本面仍維持樂觀，帶動台灣加權指數於2月底收在35,414.49點，較1月底大幅上漲10.45%，單日平均成交量達8,154.22億元。匯率方面，上半月受外資大幅賣超台股、資金匯出，以及壽險業買匯與美元指數回升影響，新台幣呈現貶值走勢；進入下半月後，外資操作由觀望轉為積極買超，資金回流帶動新台幣轉為升值。整體而言，新台幣匯率於2月底收在31.251元兌1美元，較1月底升值0.69%，呈現先貶後升的走勢。

三、廠商調查結果

在國內製造業對當月景氣看法上，儘管2月國際油價上漲，帶動石化原料與塑橡膠產品報價上揚，且存貨漲價利益有助支撐業者營運，但乙烯因下游需求疲弱而表現相對低迷。同時，受農曆春節影響，工作天數減少、下游加工廠停工，加上中油天然氣管線施工與四輕停車，部分廠區進行歲修，壓抑整體產銷表現，約半數化學工業廠商對當月景氣持持

平看法，另半數則持悲觀看法；電子機械業方面，2月整體表現呈現分化。晶圓代工受工作天數減少影響營收下滑，但在AI需求帶動下，先進製程產能利用率維持高檔，景氣大致持平。DRAM業者受供給緊縮推升價格，營運仍維持成長。封測業者則因非AI需求偏弱及工作天數減少，營收與稼動率承壓，但AI相關與記憶體需求提供部分支撐。整體而言，電子機械業廠商看法分歧，近二成持樂觀態度，近四成則持悲觀看法。

在未來半年景氣看法上，鋼鐵基本工業受中東地緣政治風險與美國關稅政策不確定性影響，全球經濟前景仍具變數，歐美與中國需求回溫力道有限，抑制下游用鋼需求。不過，中國加強鋼鐵出口管控，有助改善全球供需與支撐價格，加上美國對台關稅調降，有利我國出口與部分用鋼需求回升。同時，煉鋼原料與工業金屬價格溫和上揚，也為鋼價提供支撐。整體而言，多數業者持審慎態度，約近七成對未來半年景氣持平看待，其餘看好與看壞比例相近；電子機械業方面，雖然非AI終端市場需求復甦力道有限，且記憶體等部分零組件供應仍顯緊張，使下游客戶備貨態度趨於保守，但在AI需求持續擴張帶動下，先進製程、先進封裝與高階測試產能利用率維持高檔，且國內廠商持續擴產，有助於推升整體營運表現。此外，記憶體供不應求亦帶動報價上揚。整體而言，約有近半數電子機械業廠商對未來半年景氣持樂觀看法。

在製造業調查部分，根據本院對製造業廠商所做2026年2月問卷結果顯示，認為當(2)月景氣為「好」比率為9.7%，較1月25.1%減少15.4個百分點，認為當月景氣為「壞」的比率則為41.0%，較1月24.4%增加16.6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1月的25.8%增加13.8個百分點至當月的39.6%，看壞比率則由1月的16.5%增加1.0個百分點至當月的17.5%。

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，2026年2月製造業營業氣候測驗點為96.41點，較1月修正後之98.51點減少2.10點，結束先前連續七個月上揚態勢轉為下滑。

服務業方面，受農曆春節與228連假帶動，旅遊與聚餐需求明顯升溫，推升旅行社、餐飲及飯店業2月營收表現。企業尾牙與春酒訂席熱絡，春節聚餐與年菜銷售成長，加上大型活動帶動人潮，以及價格調整與展

店效益發酵，使餐旅業對當月景氣表現普遍看好；另一方面，雖然2月台股大幅上漲，銀行業整體營運仍維持穩定，核心存放款與財富管理業務呈現溫和成長，信用卡簽帳金額增加亦帶動淨利差與手續費收入穩健擴張。然而，受春節影響，工作與交易天數減少，加上集中市場成交量明顯下滑，券商經紀手續費收入縮減，故約七成銀行與證券業者對當月景氣表現持審慎看法。

在未來半年景氣看法上，零售業方面雖然政府推出減稅等措施以提振內需，但受美伊衝突推升國際油價及通膨預期升溫影響，恐抑制消費信心。同時，原物料價格上漲也將牽動供應鏈報價，使零售通路難以持續吸收成本，並增加商品採購與定價的不確定性。因此，約有半數零售業者對後市持持平看法，另有近四成業者看壞未來半年的表現；至於銀行業，儘管美伊衝突升溫與關稅協議不確定性增加金融市場波動風險，但在AI基建投資熱絡帶動下，半導體與伺服器等電子產品出貨動能強勁，預期股市仍具支撐，有利投資收益表現。利率方面，在美國降息步調放緩及我國央行政策延續下，利差可望維持穩定；同時，隨新南向布局擴展及國內經濟穩健成長，企業授信需求持續增加，支撐放款動能。在手續費收入方面，受觀光回溫帶動信用卡消費，以及財富管理與聯貸業務擴張影響，整體收入動能穩定。整體而言，約有近二成銀行業者對未來半年景氣持樂觀看法，約八成則持持平態度。

將上述服務業對景氣看法調查結果，經過本院模型試算後，2026年2月服務業營業氣候測驗點為94.55點，較1月修正後的95.42點減少0.87點，結束先前連續四個月的上揚態勢轉為下滑。

在營造業方面，儘管業者依舊加速推進在手科技廠辦工程，不過因「營建剩餘土石方清運車輛新制」的政策執行問題尚未完全解決，部分公共與民間工程出現無法如期開工或停工情形，且2月工作天數短少亦影響工程進度，故2026年2月營造業景氣以轉差視之。展望未來，雖然土方之亂在國土署陸續提出相關配套措施後，未來半年問題將可望有所緩解，加上3月立法院亦部分通過新興計畫預算案，進而啟動發包作業，有利於公部門業務領域續維持成長表現，又AI商機延續將使海內外高科技業者穩定推進建廠計畫，持續釋出相關廠房營建工程、機電及管道工程案

，不過因住宅類建案新增業務量能不振，以及中東戰火未歇亦將逐步推升建材成本，故營造業未來半年景氣看法僅能以持平視之。

其次不動產業方面，2026年2月六都建物買賣移轉件數月增率為-42.5%，扣除交易天數短少的因素後，主要依舊反映央行第七波選擇性信用管制續行，讓買氣處於相對低檔，呈現淡季偏淡的情況。展望未來，儘管近期央行理監事會議將全國自然人第二戶購屋貸款最高成數由五成調升至六成，有助於改善局部流動性，但並未改變整體資金環境偏緊的事實，況且整體信用管制仍未鬆綁，故短期內房市景氣尚難言脫離谷底而出現翻轉向上。

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2026年2月營業氣候測驗點95.81點，較1月之99.92點下降4.11點，呈現連續第二個月下跌的走勢。

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：

- 2月轉壞，未來半年較2月看壞之產業：
非金屬礦物、水泥及其製品
- 2月轉壞，未來半年較2月看好之產業：
食品業、冷凍食品、製油、製粉及碾穀、不含酒精飲料、紙業、電力機械、電力機械器材製造、自行車零件製造業、精密器械、批發業、銀行業
- 2月轉壞，未來半年維持持平之產業：
總製造業、屠宰業、飼料業、木竹製品業、印刷業、化學製品、陶瓷及其製品、玻璃及其製品、電線電纜、家用電器、視聽電子產品、自行車製造業、育樂用品業、營建業、一般土木工程業、建築投資、零售業、證券業
- 2月持平，未來半年較2月看壞之產業：
紡織業、紡紗業、織布、化學工業、石化原料、塑橡膠原料、人造纖維製造業、橡膠製品、塑膠製品、汽車製造業
- 2月持平，未來半年較2月看好之產業：
金屬建築結構及組件業、金屬工具機業、電子機械、電子零組件業、機車製造業、機車零件製造業
- 2月持平，未來半年仍維持持平之產業：
成衣及服飾、皮革毛皮製品、石油及煤製品、鋼鐵基本工業、金屬製品、金屬模具、螺絲及螺帽、通信機械器材、資料儲存及處理設備、運輸工具業、電信服務業、運輸倉儲業
- 2月轉好，未來半年較2月看壞之產業：
無
- 2月轉好，未來半年較2月看好之產業：
機械設備製造修配業、產業機械業
- 2月轉好，未來半年仍維持持平之產業：
汽車零件、餐旅業、保險業