

2020.2.25

儘管美中雙方於 1 月中正式簽署第一階段貿易協議，有助於降低全球經濟不確定性，然受到 2019 新型冠狀病毒(COVID-19)疫情逐漸升溫影響，病毒擴散恐將衝擊全球經濟表現。在國內方面，受到農曆春節因素影響，令工作天數減少，加上新冠病毒疫情擴大，使得製造業廠商不僅看壞當月景氣，對於未來半年景氣看法亦偏向保守；服務業方面，原本受惠於農曆春節連假，有利刺激銷售買氣與出遊聚餐商機，不過新冠病毒疫情使得民眾外出消費意願更加謹慎保守，故零售業與餐旅業廠商看壞未來半年景氣表現；營建業方面由於 1 月施工天數與辦理過戶時間較上月為少，以及高基期、疫情升溫降低民眾外出看屋意願緣故，造成建物買賣移轉件數大幅衰退，且大多數營造廠商在工程收入進帳普遍滑落，進而拖累營建業營業氣候測驗點呈現明顯下跌，但值得關注的是目前房市抗壓力優於 SARS 期間，故仍有超過四成以上的不動產業者看好未來半年房市的表現。據本院調查結果，經過模型試算後，1 月製造業、服務業與營建業營業氣候測驗點呈現同步下滑。

一、國際情勢

(一) 美國

美國商務部經濟分析局 (BEA) 公布美國 2019 年的經濟成長率為 2.3%，而該年第 4 季之經濟成長年增率亦為 2.3%。第 4 季的美國民間消費成長年增率則達 2.6%，提供了主要的成長動能。然而民間投資成長率，相較於前一年同期，下滑 1.9%。第 4 季美國的投資動能明顯轉弱，更是川普總統上任後，首次出現的年增率負成長。此外，美國去年第 4 季商品與勞務的輸出及輸入成長年增率，分別為 0.2% 及 -2.2%。

有關美國就業市場表現方面，根據美國勞動統計局發佈的 2020 年 1 月美國失業率為 3.6%，較 2019 年 12 月失業率增加 0.1 個百分

點，新增非農就業人數為 22.5 萬。通貨膨脹率方面，美國 2020 年 1 月消費者物價指數（CPI）年增率為 2.5%，較前月數值上揚 0.2 個百分點。扣除食品與能源價格的核心 CPI 年增率，仍達 2.3%。聯準會（Fed）於 2019 年三次降息，引導聯邦基金利率降至 1.50-1.75% 區間。由於 Fed 所重視的個人消費支出平減指數（PCE）年增率仍未達 2.0% 目標，因此短期內再次調整利率的機會不大。

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 2020 年 1 月製造業採購經理人指數（PMI）為 50.9 點，較前一個月數值上揚 3.1 點。另外 ISM 公佈的 2020 年 1 月非製造業採購經理人指數（NMI）為 55.5 點，較前一個月指數上揚 0.6 點。美國 PMI 反彈回到擴張範疇，且 NMI 持續上揚，意味美國目前經濟情勢仍為樂觀。

（二）歐洲

歐盟統計局（Eurostat）公布之 2019 年第 4 季的歐盟 28 國（EU 28）與歐元區 19 國（EA 19）經濟成長年增率，分別為 0.9% 與 1.0%。總結 2019 年歐洲經濟成長減速，且下半年較上半年進一步走緩。歐洲前三大經濟體，德國、英國、法國的第 4 季 GDP 成長年增率，分別為 0.5%、1.1%、0.8%。英國已於 2020 年 1 月 31 日正式脫歐，Eurostat 也已開始發佈 EU 27 的估計數值，其在 2019 年第 4 季經濟成長率與 EU 28 相同。

在歐洲就業市場表現方面，歐盟於 2019 年 12 月的整體失業率為 6.2%，較 11 月失業率下滑 0.1 個百分點，而較 2018 年同期失業率下滑 0.4 個百分點。歐元區於 2019 年 12 月失業率為 7.4%，亦較 11 月失業率下滑 0.1 個百分點，並較 2018 年同期下滑 0.4 個百分點。Eurostat 公布 2020 年 1 月，歐元區消費者物價指數（CPI）年增率為 1.4%，皆較前一個月數值些微上揚 0.1 個百分點。歐洲市場需求復甦依屬疲弱，通膨持續低於歐洲央行（ECB）設定目標；寬鬆貨幣政策可望持續。

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): 歐盟在 2020 年 1 月的 ESI 為 101.3 點, 較前一個月數值上揚 0.9 點。歐元區 1 月的 ESI 則為 102.8 點, 較前一個月上揚 1.5 點。在細項指標方面, 歐洲地區的製造業、服務業與營建業信心指標皆為上揚, 消費者信心指數持平, 零售業信心指數則屬下滑。

(三) 日本

日本內閣府公布 2019 年第 4 季國內生產總值(GDP)第 1 次速報值, 扣除物價影響後的實質 GDP 年增率為-0.4%, 為 2015 年第 1 季以來最大減幅。主要係民間消費支出因 2019 年 10 月消費稅的提高, 購買意願減慢, 個人消費受到抑制, 減幅達 1.9%, 不僅為 2018 年第 2 季以來首次負成長, 也是為 2015 年第 2 季以來新低; 民間企業投資年減 3.3%, 也為 2010 年第 2 季以來的新低, 加上出口則受到美中及日韓貿易戰影響, 每季皆衰退, 雖然公部門支出增加但仍難抵銷民間需求的減少, 致 2019 年全年經濟成長率為 0.7%, 仍較 2018 年增加 0.4 個百分點。在貿易方面, 1 月出口及進口額分別為 5 兆 4,305 億日圓及 6 兆 7,431 兆日圓, 皆較 2019 年同期減少, 分別為-2.6%及-3.6%, 為連續 14 個月及 9 個月的衰退。IHS Markit 引用 JIBUN BANK 日本製造業採購經理人指數(PMI), 1 月雖然新訂單及產量因客戶對全球貿易疲弱持謹慎態度而削減需求, 但商業信心增強至 17 個月以來新高, 致 PMI 指數來到 48.8, 較 2019 年 12 月增加 0.4 點。

在領先指標走勢方面, 2019 年 12 月日本領先指標 91.6 點, 較 11 月增加 0.8 點, 除礦工業用生產財在庫率指數較 11 月減少外, 其餘指數較 11 月增加。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 91.3 點, 較 11 月減少 0.07 點, 7 個月移動平均來到 92.1 點, 較 11 月減少 0.5 點, 減幅皆出現縮小。而 IHS Markit 2 月份對 2020 年經濟成長率的最新預測為 0.47%, 較 1 月調降 0.09 個百分點。另日本國內主要預測機構包括野村總研、第一生命經研所等表示, 疫情將造成訪日觀光客大幅減少, 餐飲、百貨等影響最大, 直接減少日本 GDP 年增率 0.06 至 0.1 個百分點。

(四) 中國

2019年12月中國武漢爆發新冠病毒疫情，因適逢元旦及農曆春節假期，隨著人群的大量流動，包括上海、浙江、廣東、北京等地，甚至亞洲、歐洲、美洲等地區國家也出現確診病例，截至2月20日止，全球確診人數已超過7萬餘人，已超過2,000餘人死亡。中國內地有超過80個城市採取封城或封閉式管理，也有部分地區採用「戰時管理」等，隨著交通阻斷，運輸、物流、倉儲的困難，引發了上游缺料、生產缺工、下游無法出貨等人、貨皆斷的影響。此已嚴重影響到中國1月底起的各項經濟表現，其影響程度將視疫情控制時程而定。國際主要預測機構對中國第1季GDP成長預測在2.6%至4.7%間，對全年預估值則在5%至5.8%間。

依據中國官方最新公布的經濟數據，物價方面，1月份CPI年增率為5.4%，較2019年12月增加0.9個百分點，主要係因豬肉價格上漲116.0%帶動食品類價格上漲20.6%所致；全國工業生產者出廠價格年增率為0.1%，較2019年12月增加0.6個百分點。在實際使用外資方面，1月新設外商投資金額為875.7億元人民幣，較2019年同期成長4%（未含銀行、證券、保險領域數據）。在生產與商業活動方面，2020年1月中國製造業PMI各分項指標除新訂單、就業等指標較2019年12月略為回升外，其餘指標皆下滑，指標水準來到50.0%，較2019年12月減少0.2個百分點，但仍在榮枯線上。若再從企業規模看，小型企業PMI為48.2%，較2019年12月增加1.4個百分點，大、中型企業PMI為50.4%及50.1%，分別2019年12月減少0.2及1.3個百分點；非製造業活動方面，因所有指標皆較2019年12月增加，致整體非製造業商務活動指數來到54.1%，較2019年12月增加0.6個百分點，顯示製造業及非製造的PMI皆處於榮枯線上方。而IHS Markit 2月份最新預測，受到新冠病毒疫情、美中簽署第一階段協議等因素影響下，對2020年經濟成長率預估為5.43%，較1月調降0.38個百分點。

(五) 韓國

韓國產業通商資源部公布2020年1月出口數據，受到中東局勢

不穩及新冠病毒，以及農曆春節連休影響，金額為 433.5 億美元，較 2019 年同月減少 6.1%；進口為 427.3 億美元，減少 5.3%。與 2019 年出口項目相較，僅船舶及電腦出口成長 59.0%及 43.7%外，其餘主要項目皆呈現減少，其中顯示器、無線通訊機器、汽車、家電、石油化學、鋼鐵、汽車零組件、紡織等品項減幅都兩位數。主要出口市場方面，僅對東協成長 9.9%外，對中南美洲、歐盟、印度、中國出口衰退幅度達兩位數，分別為-30.3%、-16.2%、-13.8%、-10.5%。

在其他經濟數據方面，包括 2020 年 1 月 CPI 指數年增率為 1.5%，較 2019 年 12 月增加 0.8 個百分點；失業率 4.1%，較 2019 年 12 月增加 0.7 個百分點；製造業因企業在日本、越南及歐洲等地積極開展新產品，使得出口樂觀抵銷部分需求疲弱、商業信心來到 22 個月以來新高，但就業人數已連續 9 個月出現下滑及汽車減產與工廠停產等影響下，致 1 月 PMI 指數來到 49.8 點，較 2019 年 12 月減少 0.3 點，回到榮枯線之下。依據 IHS Markit 最新預測，對南韓 2020 年經濟成長率，較 1 月看法調降 0.07 個百點，來到 1.49%的水準。

(六) 東協

在 2020 年 1 月製造業情勢方面，新加坡因新訂單、新出口、產量、庫存和就業等指標持續擴張成長，PMI 指標較 2019 年 12 月增加 0.2 點來到 50.3，出現連續 2 個月的擴張，惟新加坡採購與物流管理學院 (SIPMM) 分析師預估此上升趨勢將被新冠病毒疫情阻斷；菲律賓 1 月中旬因塔爾(Taal)火山爆發一度引發供應鏈中斷，就業出現 7 個月以來首次衰退，但新訂單穩健成長支持產量的成長，商業信心隨之改善，致 1 月製造業 PMI 為 52.1，較 2019 年 12 月增加 0.4 點；印尼製造業雖然產量略有回升，但新訂單減少，廠商削減人員配置，並減少採購活動及投入庫存，致 1 月份製造業 PMI 來到 49.3，較 2019 年 12 月減少 0.2 點；泰國雖因海外銷售略為回升，但新訂單及產量均呈現下降，商業信心出現一年半以來新低，致 1 月製造業 PMI 為 49.9，較 2019 年 12 月減少 0.2 點；馬來西亞因出口訂單出現 3 個月以來首次下滑，加上通膨加劇讓企業削減投入及採購，致 1 月製造業 PMI 為 48.8，較 2019 年 12 月減少 1.2 點；越南雖然新業務出現連續

50 個月增加，但在投入成本通膨增加，產出價格已連續第 2 個月出小幅上漲，就業成長速度放慢下，致 1 月製造業 PMI 為 50.6，較 2019 年 12 月減少 0.2 點，但仍在榮枯線之上。

各國官方公布最新經濟數據方面，新加坡貿工部公布 2020 年 1 月進出口年增率分別為-0.8%及-5.3%。菲律賓 2019 年第 4 季經濟成長率為 6.4%，全年為 5.9%；2020 年 1 月 CPI 年增率為 2.7%，較 2019 年 12 月增加 0.4 個百分點。印尼公布 2020 年 1 月 CPI 年增率為 2.68%，2020 年 1 月進口及出口金額為 142.8 及 134.1 億美元，年增率分別為-4.8%及-3.7%。泰國 1 月 CPI 年增率為 1.05%較 2019 年 12 月增加 0.18 個百分點；另財政部在 1 月 29 日將 2020 年 GDP 年增率預估值由 3.3%調降至 2.8%，主要係新冠病毒對旅遊業打擊，以及美中貿易戰及英國脫歐的影響。馬來西亞 2019 年 12 月進口及出口分別 738 億及 808 億馬幣，皆較 2018 年同月成長 0.9%及 2.7%，2019 年全年進出口額分別為 8,490 億馬幣及 9,864 億馬幣，皆較 2018 年衰退，幅度為-3.5%及-1.7%。越南公布 2020 年 1 月進出口金額分別為 191 億及 190 億美元，分別較 2019 年同期衰退 11.3%及 14.3%；另計畫投資部公布若新冠病毒在今年第 1 季得到控制下，2020 年經濟成長預測值為 6.27%，較原訂目標減少 0.53 個百分點，若延長至第 2 季則 2020 年經濟成長可能僅達 6.09%，減少 0.71 個百分點。IHS Markit 2 月對 2020 年經濟成長率看法，主要係因中國新冠病毒疫情影響而調降各國預測值，依 GDP 成長率高低排序分別為越南(6.6%)、菲律賓(6.0%)、印尼(5.04%)、馬來西亞(3.79%)、泰國(2.45%)及新加坡(0.99%)，分別下修 0.1、0.11、0.07、0.34、0.36 及 0.16 個百分點。

二、國內情勢

首先在對外貿易方面，受到今年農曆春節連假時間較往年為早，工作天數較去年同期大幅減少 6 天，使得 1 月出口年增率由正轉負，由上月出口成長 3.97%轉為衰退 7.57%。在主要出口產品方面，除電子零組件出口因來自智慧型手機、高效能運算等需求活絡之支撐，得以維持小幅成長外，其餘產品均明顯下滑，基本金屬及其製品、機械、

塑橡膠及其製品、化學品、礦產品、光學器材與電機產品出口年增率皆呈雙位數衰退；進口方面，同樣受到春節因素影響，加上廠商採購原物料仍偏向保守，使得農工原料與消費品進口皆轉為負成長，資本設備進口雖仍維持正成長，然漲幅已由上月 66.3% 大幅下滑至 2.7%，令 1 月進口年增率由上月成長 13.91% 轉為衰退 17.66%。

國內生產方面，由於農曆春節落點不同致工作天數較去年同期減少 6 天，製造生產活動明顯降低，惟半導體高階製程產能維持高檔，1 月電子零組件業生產指數成長 17.73%，為近 34 個月以來最大增幅，而電腦電子產品及光學製品業則受到工作天數減少，加上去年比較基期較高影響，該產業生產指數由上月成長 29.12% 轉為衰退 -2.06%，結束連續 22 個月正成長態勢。2020 年 1 月工業生產指數較 2019 年同月減少 1.51%，製造業生產指數減少 1.28%，工業生產指數年增率再度由正轉負。

在內需消費方面，受惠於春節採購熱潮，加上去年比較基期較低，使得 1 月綜合商品零售業營業額大幅成長 13.35%，不過同樣受到春節因素影響，銷售天數較去年同月減少，且部分業者於春節期間暫緩出貨，抵銷部分增幅，如汽機車零售業、食品飲料及菸草業、資通訊及家電設備業營業額皆呈現負成長態勢，故 1 月整體零售業營業額與 2019 年同期相比成長 2.54%；餐飲業部分，受惠於 2020 年農曆春節較 2019 年提早，使得企業尾牙、年菜外送和春節聚餐等餐飲需求均同步提前於 1 月份反應，進而帶動國內等餐飲業者銷售業績表現，1 月餐飲業營業額年增率從 2.05% 增加至 17.52%。

物價方面，受到農曆春節落點不同影響，使得個人服務費用因春節循例加價，帶動雜項類價格年增率由 0.86% 大幅上升至 3.33%，而旅遊團費及住宿費用也因為春節加價，拉抬教養娛樂類價格年增率由 1.12% 大幅上升至 2.99%，致使 2020 年 1 月整體 CPI 年增率為 1.85%，較 2019 年 12 月上升 0.71 個百分點，核心 CPI 年增率從 0.57% 上升至 1.33%；WPI 方面，受到農產品與石油及煤製品價格上漲，抵銷部分跌幅，令國產內銷品價格年減幅度縮小，加上新台幣較去年同期升值幅度擴大，限縮台幣計價的進、出口物價上升幅度，使得 2020 年

1 月整體 WPI 年增率由上月-3.55%小幅回升至-3.11%。

勞動市場方面，1 月失業率 3.64%，與上月下降 0.03 個百分點，整體就業情況仍屬穩健，然近期受到新冠病毒逐漸擴大影響，來台人數大減，國內民眾也減少外出消費意願，使得旅遊業、飯店業和餐飲業等服務業面臨經營壓力，這些衝擊較大的產業，未來的無薪假與失業狀況需持續觀察。在薪資方面，2019 年 12 月總薪資為 54,433 元，較 2018 年同月增加 7.01%，12 月經常性薪資為 42,495 元，較 2018 年同月增加 2.70%，若以全年平均情況觀察，在扣除物價上漲因素後，2019 年平均實質經常性薪資為 40,842 元，較 2018 年增加 1.69%。

在國內金融市場方面，受農曆春節假期影響，使得市場短期資金需求強勁，隨著春節假期結束，資金陸續回籠，2020 年 1 月金融業隔夜拆款利率最高為 0.229%，最低為 0.171%，加權平均利率為 0.180%，較 2019 年 12 月上升 0.003 個百分點，較 2019 年同期上升 0.001 個百分點。而股市方面，儘管 1 月美中雙方正式簽署第一階段貿易協議，且台灣總統大選結果出爐，蔡英文總統獲得連任有助於降低政策不確定性，然中國新冠病毒疫情惡化致市場恐慌情緒攀升，令台股當日重挫 697 點，創下史上最大單日下跌點數，台灣加權指數 1 月底收在 11,495.10 點，下跌 4.18%，平均日成交量為 1,571.47 億元。匯率方面，上半月美中貿易緊張情勢趨緩，加上出口商於農曆春節前拋匯，帶動新台幣升破 30 元關卡，然中國新冠病毒衝擊市場信心致外資匯出，使得開春後交易日，新台幣轉為走貶態勢，月底匯率收在 30.25 美元，貶值 0.48%。

三、展望

儘管 1 月主要國家的製造業 PMI 數據表現仍算穩健，然新冠病毒疫情持續肆虐中國各省並擴散至亞洲主要國家，累計至 2 月 23 日為止，全球已超過 7.8 萬件確診病例，死亡人數高達 2 千 4 百多人，早已突破 2003 年 SARS 的死亡人數。受到中國新冠病毒迅速擴散，使得中國大規模停工與延後復工衝擊相關供應鏈，預期將拖累 2 月主要國家製造業表現，全球各國亦相繼調降今年經濟成長率，若後續疫情在全球範圍內繼續蔓延的時間更長，對全球經濟成長的不利後果將

更加持久。

在國內方面，儘管 1 月中美中雙方達成第一階段貿易協議，有助於提振市場信心，然受到農曆春節因素工作天數減少，加上新冠病毒於中國肆虐，中國各省陸續採取封城措施，中國官方亦宣布延後開工，亦影響到國內相關產業需求下滑，故製造業廠商對當月景氣看法多以普通與看壞居多。至於在未來半年景氣看法上，受到疫情持續升溫影響，生產或市場高度倚賴中國產業將會面臨斷料、營收下滑情形，若後續疫情仍無法有效控制，也將衝擊產品終端需求，故製造業廠商對於未來半年景氣看法多以持平居多。

服務業方面儘管受惠於農曆春節連假，有助於推升民眾採買各類民生物資需求與出遊購物聚餐商機，令零售業與餐旅業廠商看好當月景氣的比例接近六成，不過也因為交易天數減少，加上新冠病毒疫情擴大拖累各國股市走低，使得證券商在經紀手續費收入以及自營操作利益表現普遍轉差，故證券業看壞當月景氣。至於在未來半年景氣看法上，因新冠病毒疫情延燒全球，考量病毒傳染力更甚 SARS 且潛伏期較長，使得民眾外出消費意願更加謹慎保守，加上來台旅客觀光與國內旅遊亦同樣遭受疫情衝擊，故多數的零售業與餐旅業廠商看壞未來半年景氣表現。

營建業方面受到農曆春節因素影響，使得 1 月施工天數與辦理過戶時間較上月為少，大多數營造廠在工程收入進帳普遍滑落，加上新冠病毒疫情升溫導致民眾外出看屋意願降低，建物買賣移轉件數大幅衰退，使得營建業廠商對當月景氣看法多以普通與看壞居多。至於在未來半年景氣看法上，受到新冠病毒疫情衝擊影響，營造業廠商對於下游業主在廠務設備採購意願恐有延遲的考量，故多數的營造業者看壞未來半年景氣，不過由於目前房市抗壓力優於 SARS 期間，故仍有超過四成以上的不動產業者看好未來半年房市的表現。

根據本院調查結果，1 月製造業、服務業與營建業營業氣候測驗點呈現同步下滑。其中，製造業營業氣候測驗點結束先前連兩個月上揚態勢轉為下滑，服務業與營建業皆同樣由上揚轉為下滑。

在製造業調查部分，根據本院對製造業廠商所做 2020 年 1 月問

卷結果顯示，認為當(1)月景氣為「好」比率為 11.1%，較 2019 年 12 月 27.5%減少 16.4 個百分點，認為當月景氣為「壞」的比率則為 48.0%，較 12 月 23.5%增加 24.5 個百分點，皮革毛皮製品業與電力機械業看壞當月景氣的比例超過七成，而金屬製品、化學工業、化學製品業與電子機械業亦有一半比例的廠商看壞當月景氣；由整體廠商對未來半年景氣看法加以觀察，看好廠商由 2019 年 12 月的 32.7%減少 6.7 個百分點至當月的 26.0%，看壞比率由 12 月的 19.4%增加 7.0 個百分點至當月的 26.4%，除權重較大的鋼鐵基本工業看好比例較高外，其餘廠商對未來半年景氣多以持平看待。

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，2020 年 1 月製造業營業氣候測驗點為 94.16 點，較上月修正後之 96.39 點減少 2.23 點。

在服務業調查部分，對當(1)月景氣看好比例較高者為零售業、餐旅業與保險業，而證券業看壞當月景氣比例高達九成；在未來半年看法的部分，零售業、餐旅業與保險業對於未來半年景氣看壞比例較高。

將上述服務業對景氣看法調查結果，經過本院模型試算後，2020 年 1 月服務業營業氣候測驗點為 88.63 點，較上月修正後之 91.78 點減少 3.15 點。

在營造業方面，2020 年 1 月大多數營造廠在工程收入進帳普遍滑落，係因混凝土澆置作業尚受天候因素以及供料狀況等變數而影響工程進度，且廠建以及修繕業務進展也偏弱所致；展望未來，有鑑於短期內新冠病毒疫情對於下游業主在廠務設備採購意願恐有延遲的考量，加上裝潢修繕工程訂單表現恐未如預期，對於相關業者營運有受到波及，故有四成以上的營造業者看壞未來半年景氣。

而不動產業方面，2020 年 1 月六都建物買賣移轉件數月增率為 -30.5%，反映 1 月辦理過戶的時間因農曆春節被排擠、基期墊高、新冠病毒疫情導致民眾外出看屋意願降低等現象；儘管 2020 年首季國內房市將呈現量縮價穩的局面，但等之後疫情落幕，房市成交量將可望回到正常水位，且目前房市抗壓力優於 SARS 期間，故仍有超過四成以上的業者看好未來半年房市的表現。

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 2020 年 1 月營業氣候測驗點為 95.03 點，較 2019 年 12 月之 103.44 點下滑 8.41 點，創下 2019 年 5 月以來的新低。

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：

- 1月轉壞，未來半年較1月看壞之產業：
紡紗業、皮革毛皮製品、木竹製品業、化學工業、石化原料、塑橡膠原料、非金屬礦物、陶瓷及其製品、玻璃及其製品、水泥及其製品、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、汽車零件、批發業、證券業、電信服務業
- 1月轉壞，未來半年較1月看好之產業：
織布、電子機械、自行車製造業、自行車零件製造業
- 1月轉壞，未來半年維持持平之產業：
屠宰業、製油、製粉及碾穀、不含酒精飲料、飼料業、紡織業、人造纖維製造業、化學製品、橡膠製品、塑膠製品、金屬製品、金屬模具、金屬建築結構及組件業、電力機械、電力機械器材製造、電線電纜、視聽電子產品、運輸工具業、汽車製造業、營建業、一般土木工程業、建築投資
- 1月持平，未來半年較1月看壞之產業：
石油及煤製品
- 1月持平，未來半年較1月看好之產業：
電子零組件業、精密器械
- 1月持平，未來半年仍維持持平之產業：
總製造業、食品業、冷凍食品、成衣及服飾、紙業、鋼鐵基本工業、螺絲及螺帽、家用電器、通信機械器材、機車零件製造業、育樂用品業、零售業、銀行業、保險業、運輸倉儲業
- 1月轉好，未來半年較1月看壞之產業：
餐旅業
- 1月轉好，未來半年較1月看好之產業：
無
- 1月轉好，未來半年仍維持持平之產業：
印刷業、機車製造業