

大臺中房市交易動態觀察平台



房產經濟指標小教室

信心指標篇

PMI & NMI & CCI

(供給面)

(供給面)

(需求面)

【第三版】

115.08.14



不動產開發



仲介



地政士



代銷



租賃



估價師

目錄

Contents



- 01 臺灣製造業採購經理人指數(PMI)
- 02 臺灣非製造業採購經理人指數(NMI)
- 03 消費者信心指數(CCI)
- 04 三大指標與不動產之關聯分析

前言

2026年以來，臺灣經濟在人工智慧、半導體及出口需求帶動下維持強勁成長，製造業與非製造業景氣亦持續處於擴張區間；然而，**企業營運表現、民眾實際感受與房地產市場動能之間，卻未必呈現一致變化**。消費者對物價、家庭經濟、就業及投資環境仍相對審慎，房市也持續受到信用管制、資金成本與購屋負擔等因素影響，反映當前**臺灣經濟已呈現產業與市場信心分化**的現象。

在此環境下，單看經濟成長率或個別產業表現，已不足以完整判斷市場景氣。透過不同經濟指標的交叉觀察，才能進一步掌握企業營運、內需消費與家庭信心的變化，並判讀其對房地產需求及市場預期可能產生的影響。其中，可用來觀察企業端與消費端景氣變化的三項重要指標包括：**臺灣製造業採購經理人指數(PMI)**、**臺灣非製造業採購經理人指數(NMI)**以及**消費者信心指數(CCI)**。

PMI與NMI主要反映企業當月營運活動的擴張或緊縮，搭配未來六個月展望指數，可進一步觀察企業對後續景氣的判斷；CCI則從物價、家庭經濟、就業、整體景氣、股票投資及耐久財消費等面向，呈現消費者對未來經濟環境的信心水準。

本期《房產經濟指標小教室》將針對上述三項指標進行解析，除了說明指標的定義與判讀方式，也將比較企業端與消費端信心的變化，探討當總體經濟成長、產業景氣與房市表現不同步時，這些指標所反映的市場訊號。



臺灣製造業 採購經理人指數 (PMI)

- 指數介紹
- 近年PMI走勢



臺灣製造業採購經理人指數(PMI)介紹

+ PMI定義

每月針對製造業6大產業之採購經理人進行調查，並依調查結果編製指數。受訪者多為**掌握企業第一線採購與營運動態**的管理人員，**對訂單、需求及產業景氣變化具高度敏感度**，因此能即時反映企業整體商業活動與市場趨勢。

+ 衡量標準

以**50%**為經濟強弱分界點，**高於50%**表示景氣正處於**擴張期(樂觀)**，**低於50%**則處於**緊縮期(悲觀)**。指數包含**當期營運狀況**與**未來半年展望**。

訪問製造業6大產業

電子暨光學產業

化學暨生技醫療產業

交通工具產業

食品暨紡織產業

基礎原物料產業

電力暨機械設備產業

5項擴散指數組成

新增訂單數量

人力僱用數量

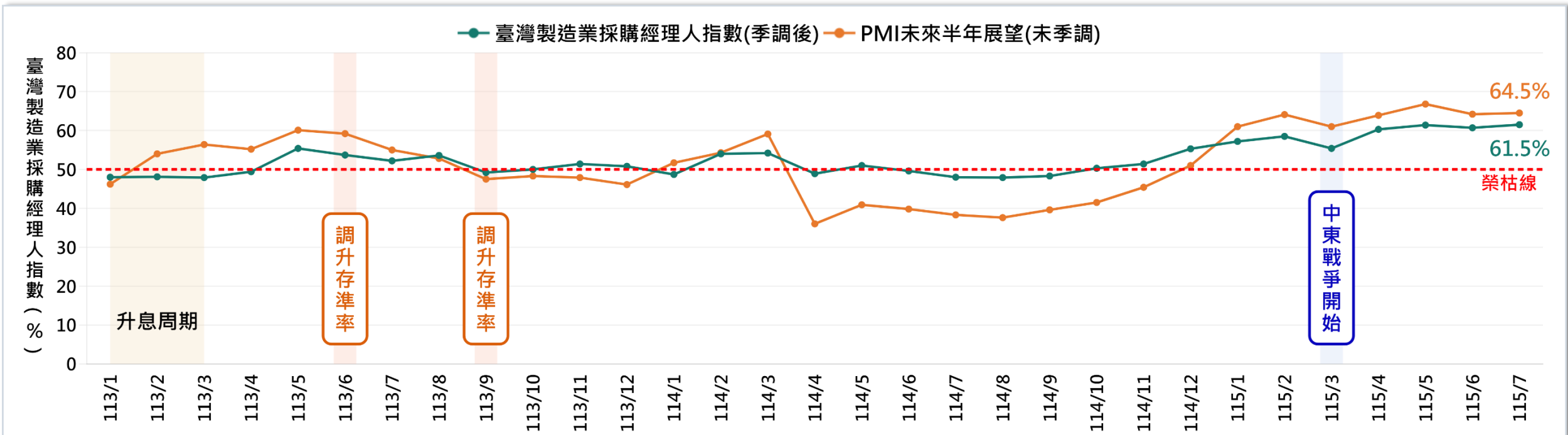
生產數量

供應商交貨時間

存貨



近年PMI走勢



- 上圖顯示PMI當月現況與未來半年展望的指數走勢，反映企業對當前營運狀況的評估與對未來半年的景氣預期。
- **115年7月臺灣製造業PMI**微幅上升至**61.5%**，已連續10個月維持擴張；**未來六個月展望**亦升至**64.5%**，仍處擴張區間，顯示在AI、半導體及設備需求支撐下，訂單與生產動能仍具韌性，企業對後市維持正向看法。然而，部分業者仍面臨缺料、成本上升及交期延長等限制，食品暨紡織產業展望亦偏保守，**反映科技業與傳統產業的景氣落差持續擴大，產業復甦並不均衡。**
- 對不動產市場而言，**製造業擴張有助於支撐科技廊帶及產業聚落周邊的廠房、廠辦、工業土地與住宅需求；**但在信用管制與交易量縮環境下，**產業景氣不會全面轉化為房市買氣，效益將更集中於具就業成長、企業投資及設廠題材的區域。**

臺灣非製造業 採購經理人指數 (NMI)

- 指數介紹
- 近年NMI走勢
(總指數、營造暨不動產業、住宿餐飲業)



臺灣非製造業採購經理人指數(NMI)介紹

+ NMI定義

每月針對非製造業8大產業之採購經理人進行調查，並依調查結果編製指數。受訪者多為**掌握企業第一線採購與營運動態**的管理人員，**對訂單、需求及產業景氣變化具高度敏感度**，因此能即時反映企業整體商業活動與市場趨勢。

+ 衡量標準

以**50%**為經濟強弱分界點，**高於50%**表示景氣正處於**擴張期(樂觀)**，**低於50%**則處於**緊縮期(悲觀)**。指數包含**當期營運狀況**與**未來半年展望**。

訪問
非製造業
8大產業

住宿餐飲業

資訊暨通訊傳播業

營造暨不動產業

零售業

運輸倉儲業

金融保險業

批發業

教育暨專業科學業

4項
擴散指數
組成

新增訂單數量

商業活動

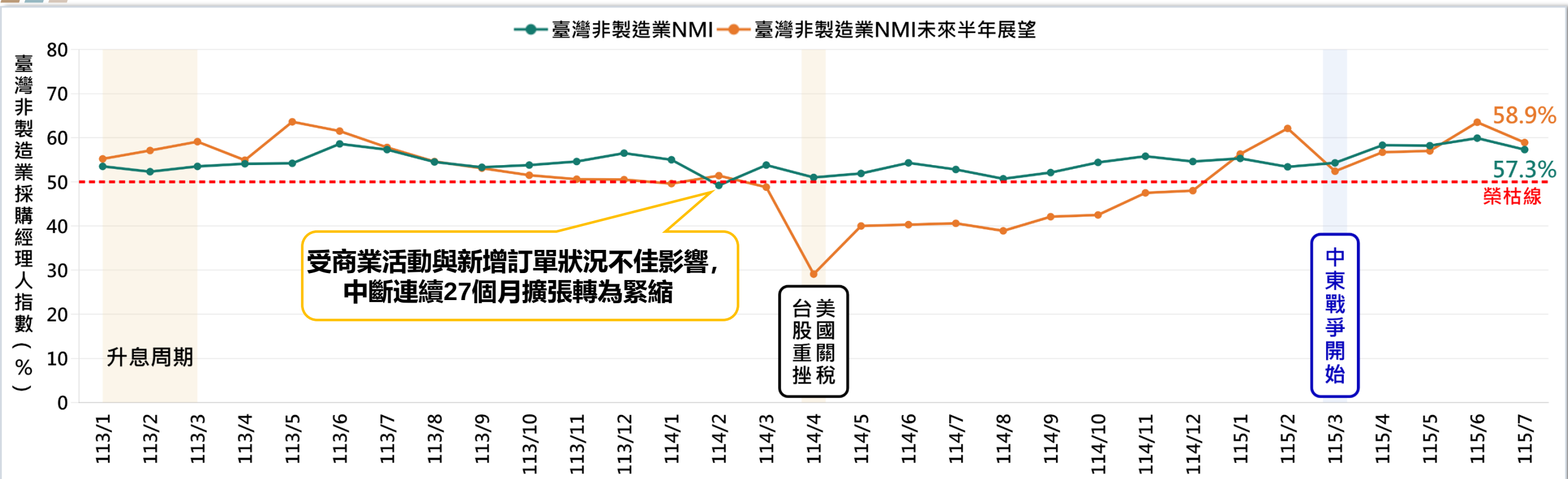
人力僱用數量

供應商交貨時間



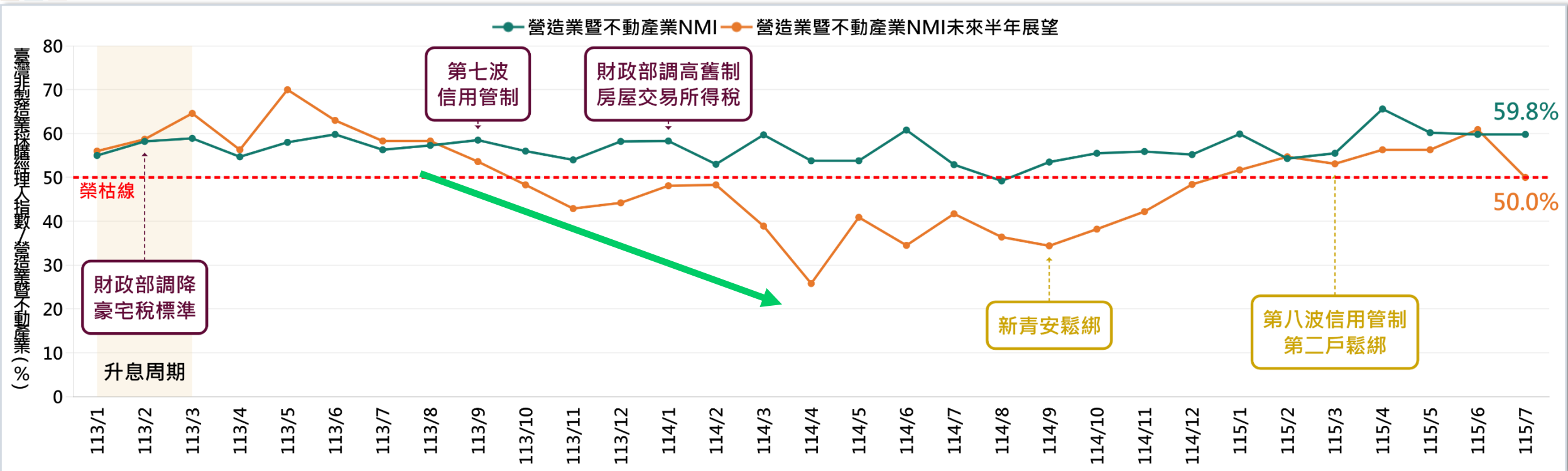
「營造暨不動產業」及「住宿餐飲業」為與房地產有相關之產業，可依其指數表現來判斷房市景氣榮衰。

近年NMI走勢-總指數



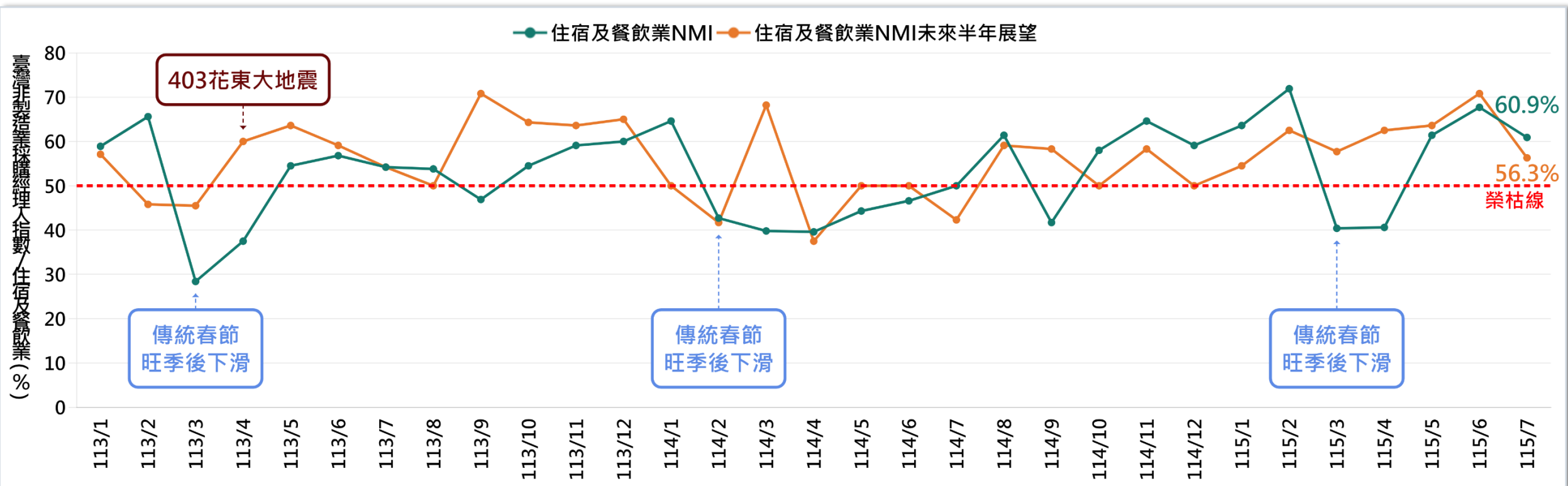
- 上圖顯示NMI當月現況與未來半年展望的指數走勢，反映企業對當前營運狀況的評估與對未來半年的景氣預期。
- 114年4月受美國關稅政策與金融市場震盪影響，NMI擴張速度明顯放緩；其後隨內需回穩、AI與半導體產業外溢需求帶動，非製造業景氣逐步轉強。今年6月NMI上升至59.9%的近年高檔後，7月回落至57.3%，仍維持穩健擴張；惟台股自高點回檔，財富效果與消費信心降溫疑慮升高，使未來六個月展望由63.5%降至58.9%。
- 整體而言，NMI近年多維持擴張，且目前仍有AI、半導體投資及相關服務需求支撐；惟股市波動、消費信心及營運成本壓力，使內需產業對後市態度轉趨保守，後續非製造業景氣可能呈現「整體擴張、產業冷熱不一」的格局。

近年NMI走勢-營造暨不動產業



- 在臺灣非製造業採購經理人指數(NMI)中，**「營造暨不動產業」**可用以觀察產業營運活動及業者對房地產後市**信心的重要指標**。115年**7月營造暨不動產業NMI持平於59.8%**，仍處擴張區間。受AI、半導體及高階製造業投資持續帶動，科技廠房、設備工程及相關產業不動產需求仍具支撐；惟住宅市場受到信用管制、房貸資金偏緊及高房價等因素影響，整體買氣仍相對保守。
- 值得注意的是，**未來六個月展望**指數由6月的60.9%明顯**降至**7月的**50.0%**，反映業者對後市看法已由樂觀轉趨持平。**目前不動產市場呈現顯著分化，住宅市場表現偏弱，但工業及產業型不動產則相對具支撐**。加上**股市自高點回檔、財富效果降溫**，資金回流住宅與土地市場的動能仍有限。短期房市將呈現**「產業需求有撐、住宅市場承壓、產品表現各異」**的格局。

近年NMI走勢-住宿及餐飲業



- 在臺灣非製造業採購經理人指數(NMI)中,「住宿餐飲業」可作為觀察觀光消費、商圈活絡度及收益型不動產需求的參考指標;惟其易受季節、旅遊政策、天候及突發事件影響,景氣波動通常較為明顯。
- **115年7月住宿餐飲業NMI回落至60.9%**,仍維持擴張,但擴張速度有所放緩;**未來六個月展望亦降至56.3%**,顯示暑期旺季雖持續支撐人流與消費,但業者對下半年消費動能的樂觀程度已略為收斂。
- 對不動產市場而言,住宿餐飲景氣擴張有助於支撐商圈店面、旅宿設施、觀光型不動產及短期租賃需求,但效益多集中於熱門商圈與觀光區域。後續仍須觀察人潮能否延續,以及實際消費力是否足以支撐租金與投資收益。

消費者信心指數 (CCI)

- 指數介紹
- 近年CCI走勢
(總指數、購買耐久性財貨時機
購買房地產時機)



消費者信心指數(CCI)介紹

+ CCI定義

為**消費者對目前經濟狀況的滿意程度**與**對未來經濟預期的綜合性指標**，可**反映消費者採買意願之信心強弱與否**，為重要總體經濟變數的指標，可作為各國預測短期經濟變化與政府施政之參考。

+ 衡量標準

指標區間為**0~200點**，介於**100~200點**為**偏向樂觀**，而介於**1~100點**則呈**偏向悲觀(保守)**。

6項指標

物價水準

就業機會

家庭經濟狀況

投資股票時機

國內經濟景氣

購買耐久性財貨時機

+

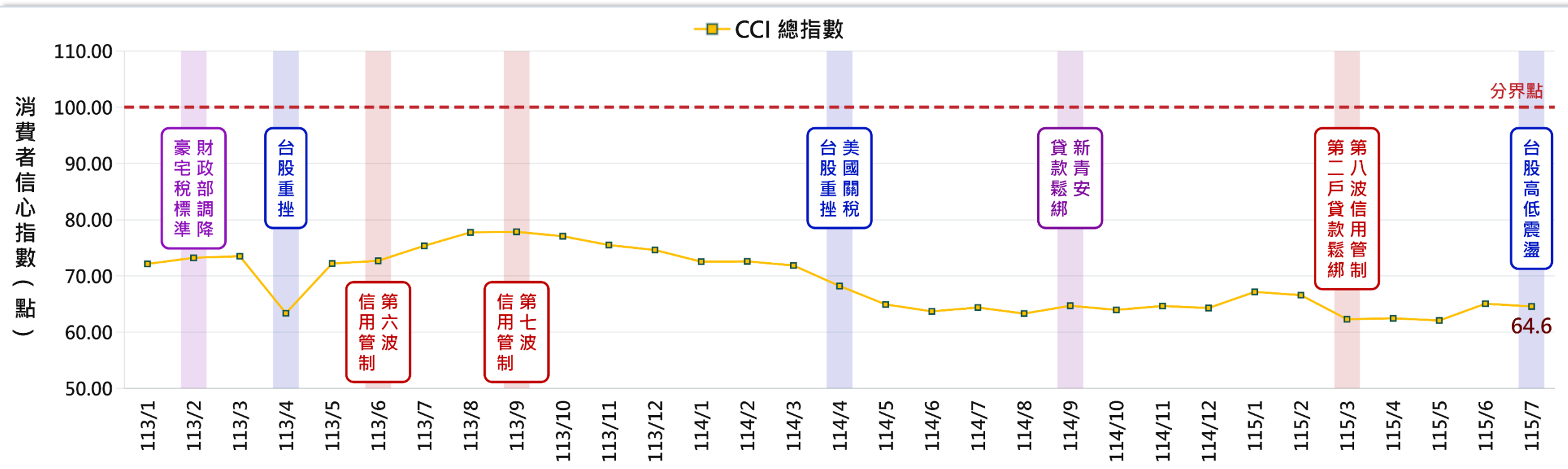
2項指標

購買房地產時機
(109年4月開始)

目前健康狀況
(107年1月開始)

*註：耐久財係指使用壽命**超過三年**的財貨，諸如不動產、動產(交通工具、家電、奢侈品)等。

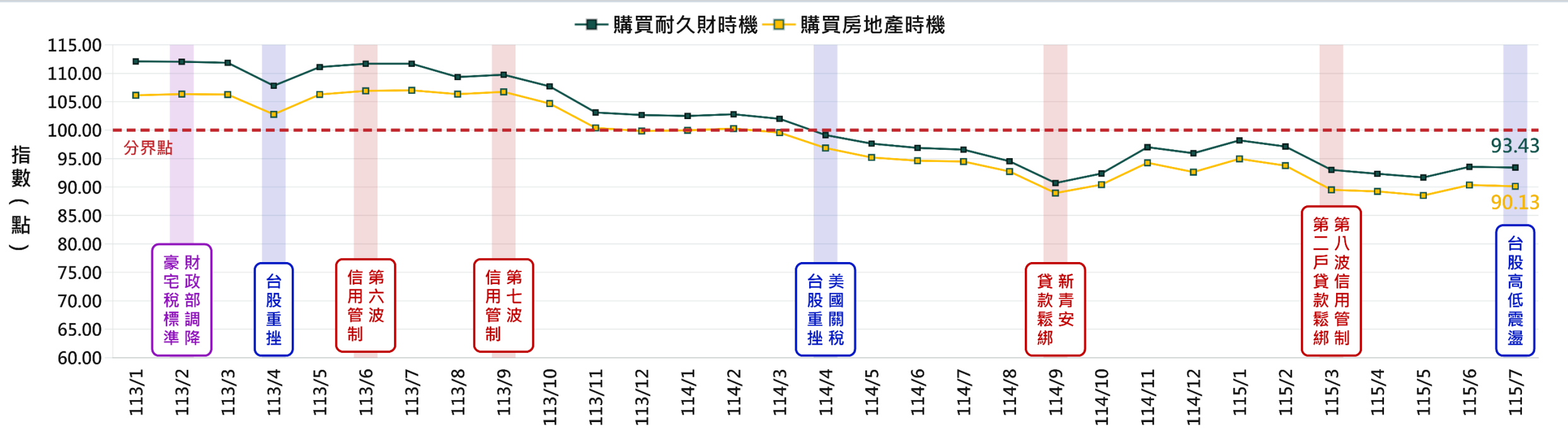
近年CCI走勢-總指數



- 112年景氣由低迷轉穩定後，113年4月因台股重挫導致CCI指數一度急跌，但隨後重拾升勢；於同年9月攀升至近年高點77.84點，之後呈逐月收斂趨勢。114年4月受美國關稅政策變動影響導致台股慘跌，進一步加劇信心下探；儘管景氣漸趨熱絡，但市場信心仍維持偏向保守觀望。
- CCI指數長期位於100點(保守)以下，今年1月一度回升至67.16點，惟3月中東戰爭爆發加劇市場波動，即便有第八波信用管制的微鬆綁政策，仍無法穩住信心，使指數急跌至62.30點。
- 最新**7月CCI指數為64.58點**，主要下跌來源為「投資股票時機」項目，反映隨著**民眾對資本市場參與度提升，股市短線修正易直接影響民眾對經濟氛圍的直觀感受**，進而使投資信心出現短期回檔與審慎觀望。

近年CCI走勢-購買耐久性財貨時機、購買房地產時機

大臺中房市交易動態資訊平台



- 在CCI調查中，與不動產市場較具關聯的指標包括「購買耐久性財貨時機」及「購買房地產時機」，可用以觀察民眾對購屋及大型資本支出的信心變化。
- 受到景氣回升、AI熱潮及台股走強帶動下，購買耐久性財貨指數持續維持在100點以上(樂觀)；惟113年9月央行祭出第七波信用管制後，房貸條件轉趨緊縮，房市買氣逐步降溫。114年4月再受美國關稅政策及金融市場震盪影響，購買耐久性財貨指數正式跌破100點。其後台股重拾升勢，但**市場資金配置明顯偏向金融資產**，在資金有限的情況下，亦**對不動產市場形成一定排擠效果**，使購屋信心持續偏弱。
- 今年3月央行雖放寬第二戶貸款成數，但整體信用管制基調未變。至**115年7月購買耐久性財貨時機為93.43點、購買房地產時機亦降至90.13點**，顯示在**房貸環境偏緊、資金轉向股市**等因素影響下，局部政策鬆綁仍不足以明顯扭轉市場觀望氣氛。

三大指標與 不動產之關聯分析

- **PMI、NMI及CCI三項指標比較**
- **三項指標對不動產市場之影響分析**
- **不動產類型與當前信心指標表現之綜合判讀**
- **影響未來房市走向的重點觀察指標**



PMI、NMI及CCI三項指標比較

指標	調查範圍	組成方式	公布時間	發布單位	衡量標準	觀察面向	影響指數變動因素
 臺灣製造業採購經理人指數 (PMI)	六大製造業	計算五項擴散指標	每月初公布上月指數	國家發展委員會、中華經濟研究院	50% 為信心分水嶺	製造業企業端 (供給面)	國際經濟局勢、國內外訂單變化等大環境景氣情況
 臺灣非製造業採購經理人指數 (NMI)	八大非製造業	計算四項擴散指標	每月初公布上月指數	國家發展委員會、中華經濟研究院	50% 為信心分水嶺	服務業企業端 (供給面)	國內政策、內需消費力、假期(寒暑假、連假)對民間動態的影響
 消費者信心指數 (CCI)	一般消費者	計算八項分指標	每月底公布當月指數	中央大學台灣經濟發展研究中心	100點 為信心分水嶺	家戶/消費者端 (需求面)	景氣循環、資金環境、薪資所得、經濟活動、失業率及物價水準等

三項指標對不動產市場之影響分析(一)：PMI篇-1

01. 工業不動產：連動性最高，且本波最具支撐

工業不動產包括**廠房、產業用地、倉儲、物流中心、研發製造基地及資料中心**等。PMI對此類資產的影響，主要透過以下路徑傳導：

新訂單增加

產能利用率提升

設備與廠房需求增加

租賃、購置與擴廠需求上升

目前台灣PMI已連續10個月擴張，且新訂單、生產指數均維持高檔；電子暨光學、電力暨機械設備產業仍是主要支撐。因此，工業不動產的受惠程度高於住宅、傳統商辦及一般零售不動產。不過，**本波工業不動產需求主要集中在AI、半導體、電子光學、電力機械及其供應鏈，並非所有工業區或傳統製造業聚落都會同步受惠。**

02. 商用不動產：受惠，但集中在科技及專業服務需求

PMI對商用不動產的傳導主要來自製造業企業擴張後的間接需求，包括：**研發中心、採購與供應鏈管理辦公室、國際業務及營運管理空間、財務/人資/法務及企業總部功能、供應商/顧問及專業服務公司的辦公需求**。因此，PMI上升可能推升科技企業及其供應鏈對辦公空間的需求，尤其是科學園區周邊、台北及新竹等科技聚落、交通節點與企業總部集中區。

但**PMI不能直接推論傳統商辦市場全面轉強**，仍須觀察：辦公室空置率及新供給、企業實際僱用人數、企業獲利與資本支出、混合辦公或遠距辦公比例、租金與裝修成本、企業是否採取集中辦公/縮減坪數或搬遷至次核心區域。

目前商用不動產的核心特徵是「**產業自用需求強於一般投資需求**」。今年上半年商用不動產交易熱絡，主要由廠房、倉儲及科技產業自用需求推動，而非傳統企業辦公室全面擴張。

03. 商業與零售不動產：PMI屬間接領先指標

商業與零售不動產包括商場、店面、量販店、零售物流中心。PMI對此類資產的影響，必須經過下列路徑：

製造業
景氣改善

企業營收與
就業增加

薪資及消費
信心改善

零售銷售與
展店需求增加

但其傳導通常比工業不動產更慢，也更容易受到其他因素干擾。即使製造業景氣強勁，若股市波動、物價上升、房貸負擔高或家庭對未來收入缺乏信心，消費者仍可能採取保守消費。另建議應搭配NMI中的批發、零售業等指標分數一起觀察會較為準確。

04. 土地市場：製造業自用強，建商購地弱

PMI上升通常會提高企業取得產業用地的意願，但目前土地市場必須區分兩類買方：

1. 製造業、科技業自用買方：產能擴充與供應鏈布局增加購地需求。
2. 建商及土地投資買方：仍受房市政策、資金成本與銷售去化影響，購地偏審慎。

換言之，**PMI強勁不等於土地市場全面熱絡**。當企業有明確訂單、產能缺口及自用需求時，可能願意購買廠房或土地；但建商是否購地，還要看住宅銷售、房貸政策、餘屋水位及土地價格。

今年上半年市場已呈現「商用熱、土地冷」的分化，製造業法人因自用需求仍是土地市場的重要支撐，但建商整體態度仍較保守。





01. 工業不動產：透過物流與服務供應鏈產生需求

NMI主要反映服務業，不如PMI直接對應工廠與產能。但其中的運輸倉儲、批發零售及相關供應鏈活動，會影響物流不動產需求。當運輸倉儲業擴張時，通常代表：貨物流量增加、電商或零售配送需求提高、製造業進出口及零組件運輸活躍、第三方物流業者擴大倉儲網絡、冷鏈/半導體材料及高值貨品物流需求提升。因此，**NMI對物流倉儲的解釋力高於對一般廠房的解釋力**。工廠與產業用地仍應以PMI、出口、工業生產及企業資本支出為主，NMI則用來補充判斷「貨物流通、配送及後勤服務」是否同步擴張。

02. 商用不動產：NMI的直接連結高於PMI

NMI對辦公室、商辦及商業空間的解釋力通常高於PMI，因為服務業本身就是主要租戶。較值得觀察的產業包括：金融保險、資訊暨通訊傳播、專業/科學及技術服務、批發業、零售業、教育及醫療相關服務。若金融、資訊、通訊、專業服務業持續擴張，企業可能增加員工、辦公面積及據點數，對A辦、企業總部及共享辦公空間形成支撐。至於批發、零售業，若NMI持續擴張，將有助於**店面、商場及商業用地需求**；但仍須與CCI、零售銷售額及人流資料交叉驗證。

03. 休閒與觀光不動產：住宿餐飲業是較直接的景氣訊號

NMI分項指標中的「住宿餐飲業」對飯店、旅館、觀光型商場、度假設施及部分民宿型不動產具有較直接的參考價值。當住宿餐飲業指數上升，通常可能反映：國內旅遊增加、國際觀光客回流、商務活動增加、餐飲消費改善、旅宿住房率與營收提升。受惠區域通常包括機場、車站、港口、觀光景區、主要城市商業區及大型展演場館周邊。

惟旅宿與觀光型不動產具有高度季節性，且容易受到大型活動、連假及突發事件影響，因此仍應搭配來台旅客人數、旅館住房率、平均房價、觀光收入、航班與交通量，以及大型展會、演唱會與節慶活動等指標綜合判讀。

此外，住宿餐飲業亦高度受到「財富效果」與消費信心影響。當股市下跌、金融資產縮水時，即使觀光人流維持一定水準，國內消費者仍可能縮減高單價住宿、餐飲及休閒支出。加上近年國旅價格偏高，**「國內旅遊不如出國划算」的消費認知逐漸形成**，使國旅市場面臨消費外流壓力，亦可能削弱國內旅宿與觀光型不動產的營運動能。

04. 營造暨不動產業：可作為產業情緒指標，但不是住宅市場領先指標

NMI分項指標中的「營造暨不動產業」較適合反映：營造及不動產相關企業當期業務量、訂單/交易或營運活動變化、業者對未來六個月的預期、建商/營造商及相關服務業者的景氣感受，但它不能直接等同於：建商實際推案量、土地成交量、房屋價格、住宅銷售率、預售屋簽約量。

意即：可作為房地產業者景氣預期與開發活動的輔助指標，但必須搭配建照、使照、推案量、土地交易、房貸、房價及建商存貨，才能判斷住宅市場是否真正轉強。

三項指標對不動產市場之影響分析(三): CCI篇-1



01. 住宅不動產: 直接性最高, 但反映的是「意願」而非成交

CCI對住宅市場的影響主要是心理與財務預期, 而不是直接決定交易量。其傳導路徑如下:

家庭經濟信心改善

購屋意願提高

看屋與議價增加

成交量回升

CCI下滑並不同於房市全面轉空, 更精確來說, 其影響通常先反映在投資、第二戶、高總價及非必要性住宅需求, 自住型與低總價產品則因剛性需求支撐, 受影響相對有限。

對應當前CCI表現, 住宅市場信心已由先前的極度疲弱逐步轉向局部穩定, 但尚未形成全面樂觀。換言之, 市場交易量雖可能隨觀望情緒改善而逐步回升, 但不代表房價及高總價產品將同步轉強, 未來房市仍將呈現明顯的產品與需求分化。



02. 商用不動產：透過企業信心與資本市場間接影響

CCI分項指標中的「就業機會」及「國內經濟景氣」可反映民眾對所得、就業及整體經濟前景的信心，並透過消費與企業營運預期，間接影響辦公室、店面及商業不動產需求。當景氣信心改善時，通常有利企業擴編、零售展店、商場營收及收益型不動產投資意願提升。「投資股票時機」則與不動產呈現較複雜的資金競合關係。股市上漲可能透過財富效果帶動部分資金流入房市，也可能因股市報酬較佳而形成資金排擠；股市下跌時，則可能同時出現財富縮水與資金避險轉向不動產的兩種效果。因此，股市與不動產並非固定正負相關，**關鍵仍在於「資金是否具備由股入房的條件」**，並須搭配房貸政策、融資環境、報酬率與資產價格綜合判斷。

03. 工業不動產：CCI是需求末端的間接指標

CCI對工業不動產的影響相對間接，主要透過消費及企業營收傳導：

消費信心

零售及電商需求

物流量與庫存需求

倉儲及配送設施需求

即使CCI下滑，只要AI、半導體及出口訂單維持強勁，工業不動產仍可能保持熱絡。這也是目前台灣市場的重要特徵：**科技製造與供應鏈需求，暫時抵銷部分內需信心轉弱的影響**。因此，**不同類型工業不動產應搭配不同指標判讀**：科技製造型廠房主要觀察PMI、出口、資本支出及產能需求；電商與零售物流須綜合PMI、NMI與CCI；冷鏈及民生物流則較受CCI與零售銷售影響；傳統製造廠房則應進一步觀察所屬產業PMI是否實質擴張，不能僅以總體PMI判斷。

不動產類型與當前信心指標表現之綜合判讀：

不動產類型	PMI	NMI	CCI	目前判讀
 科技廠房、產業用地	高	中	低至中	最具支撐，需求集中於AI、半導體及電子供應鏈
 倉儲物流	高	高	中	需求仍佳，但需篩選物流租戶品質
 科技辦公、研發中心	中高	高	中	科技及專業服務受惠，一般商辦仍有供給壓力
 傳統商辦	中	高	中高	取決於企業僱用、空置率及租戶產業
 商場、店面	低至中	高	高	零售對信心較敏感，景氣改善尚未完全傳導
 飯店、旅宿	低	高	中高	受觀光、住宿率及消費信心共同影響
 首購住宅	低	中	中	政策、利率及房貸條件比PMI更重要
 高總價及投資住宅	低	中	高	對股市、財富效果及信用管制敏感
 建商開發土地	中	中高	高	PMI支撐企業自用土地，但建商仍受政策與去化限制

影響未來房市走向的重點觀察指標

- 當前房市已由前期的快速降溫，逐步進入「**量能築底、價格修正與資金重新配置**」的調整階段。今年最新的7月六都交易量明顯回升，顯示市場最悲觀階段可能逐步淡化，但在信用管制、銀行不動產放款控管，以及資本市場吸引資金配置下，整體購屋態度仍偏審慎，短期回溫尚不足以確認房市已全面反轉。
- 即便央行放寬第二戶貸款成數以及青安3.0的補助延續，但政策紅利效果已逐漸消退，加上房價仍處修正階段、待售新成屋維持高檔，後續市場關鍵將由「政策是否鬆綁」，逐漸轉向「交易量能否延續、價格能否完成磨合，以及資金是否重新提高不動產配置」。展望後市，建議持續追蹤以下四大面向：



金融環境與資金流向

觀察利率、房貸核准率、貸款成數及銀行排撥狀況，並同步關注股市與房市間的資金配置變化，判斷**房市資金動能**是否改善。



供給量與庫存去化

除建照、開工及預售推案量外，更應關注使照交屋與待售新成屋庫存。目前**待售新成屋**已達歷史高檔，未來**去化速度**將直接影響建商推案與價格策略。



交易量與價格磨合

交易量是否持續回升，以及中古屋議價率、預售成交價與住宅價格指數是否止穩，將是判斷房市是否真正**築底**的重要訊號。



政策與結構性需求

青安3.0、信用管制等政策將影響短期買氣，而中長期則應進一步觀察產業投資、就業所得、人口與家庭結構變化，判斷真正具備**持續性購屋需求**的區域與產品。

Thank you



臺中市不動產建築開發商業同業公會



臺中市不動產仲介經紀商業同業公會



台中市地政士公會



臺中市不動產代銷經紀商業同業公會



臺中市租賃住宅服務商業同業公會



臺中市台灣不動產估價師公會



意見回饋區

執行單位



正心不動產估價師聯合事務所

發布單位