

# 當前經濟情勢概況

(專題：逆勢成長的製造業產品)



經濟部



統計處



Department of Statistics

中華民國109年3月27日

# 大綱

壹・國外經濟情勢

貳・國內經濟情勢

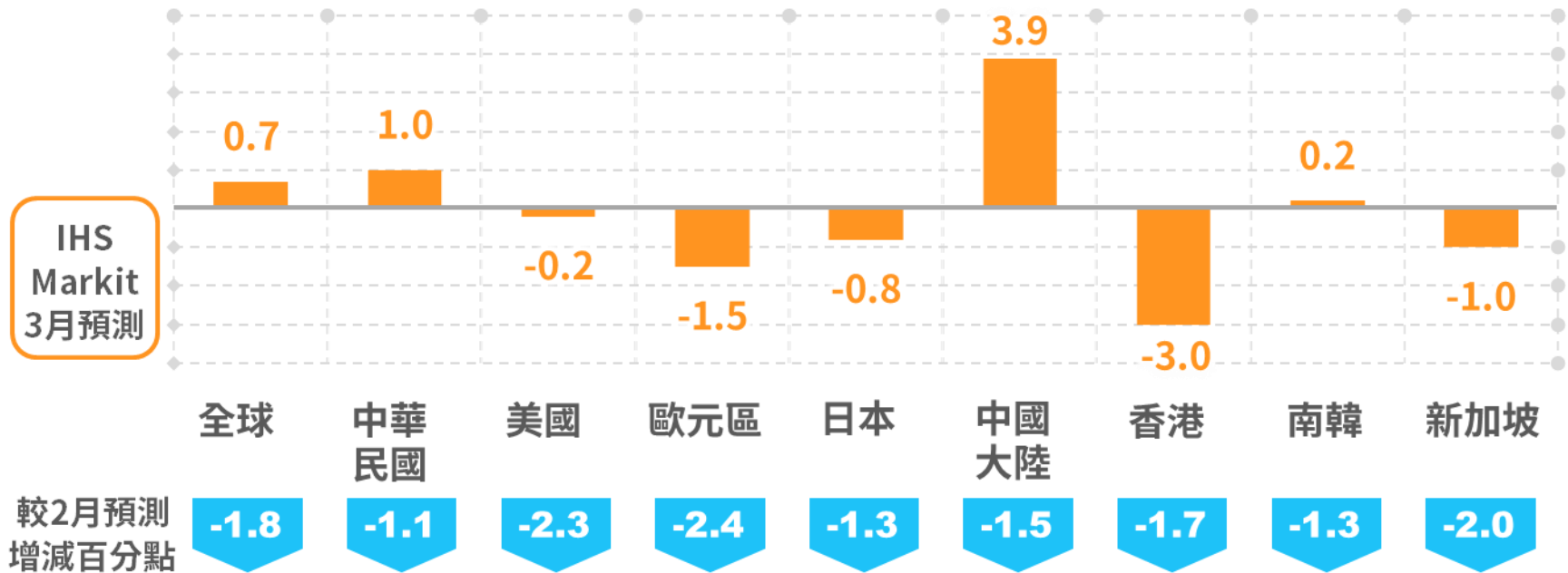
參・專題：逆勢成長的製造業產品

肆・結語

# 壹、國外經濟情勢

# 疫情擴散 衝擊全球經濟

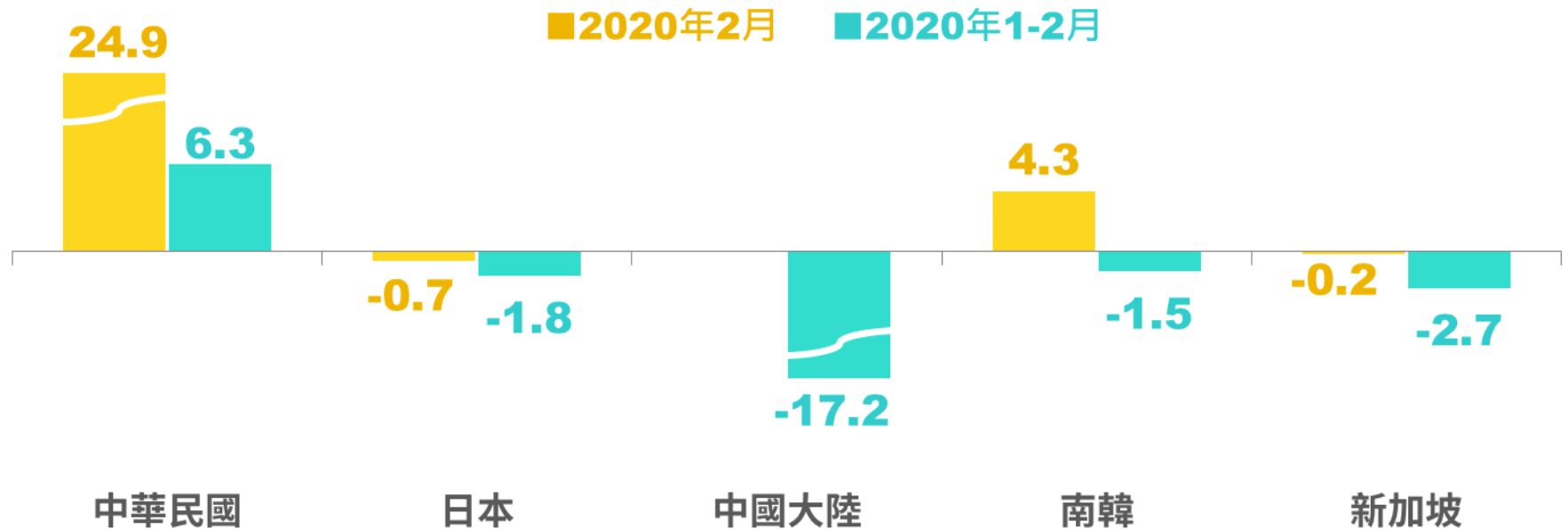
2020年經濟成長率預測(%)



- COVID-19(武漢肺炎)疫情延燒全球，短期間衝擊生產活動，需求大幅下降，並造成股市下跌，對全球經濟造成嚴重影響，IHS Markit 將今年全球經濟成長預測值大幅下調至0.7%。
- 美國由2.1%下修至-0.2%，歐元區從0.9%下修至-1.5%，新加坡由1.0%下修至-1.0%，均下修2個百分點以上。

# 1-2月亞洲主要國家出口多呈下滑(按美元計)

出口年增率(%)

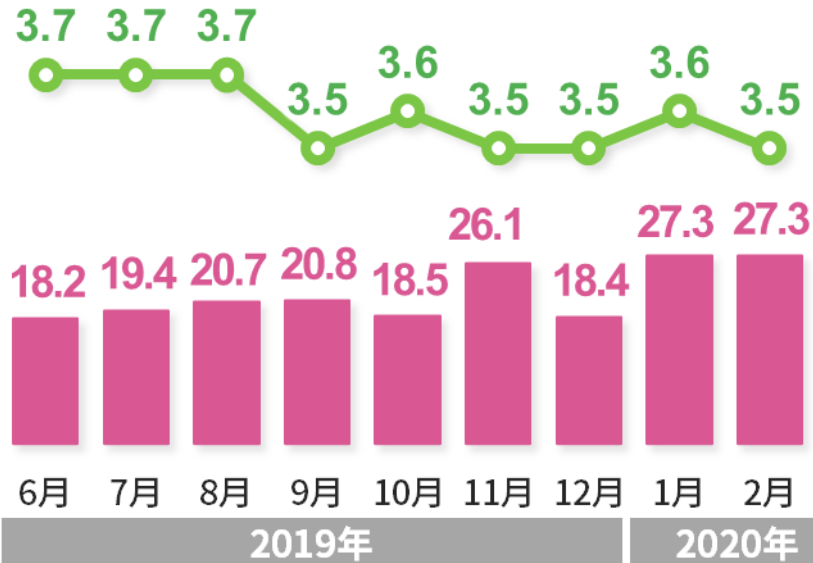


- 今年1-2月除我國因新興科技應用加持，積體電路及資通產品出口熱絡，出口年增6.3%外，其他亞洲主要國家出口多呈下滑，以中國大陸受武漢肺炎疫情影響，年減17.2%最多，新加坡、日本及南韓亦分別年減2.7%、1.8%及1.5%。

# 美國2月尚未受肺炎疫情衝擊

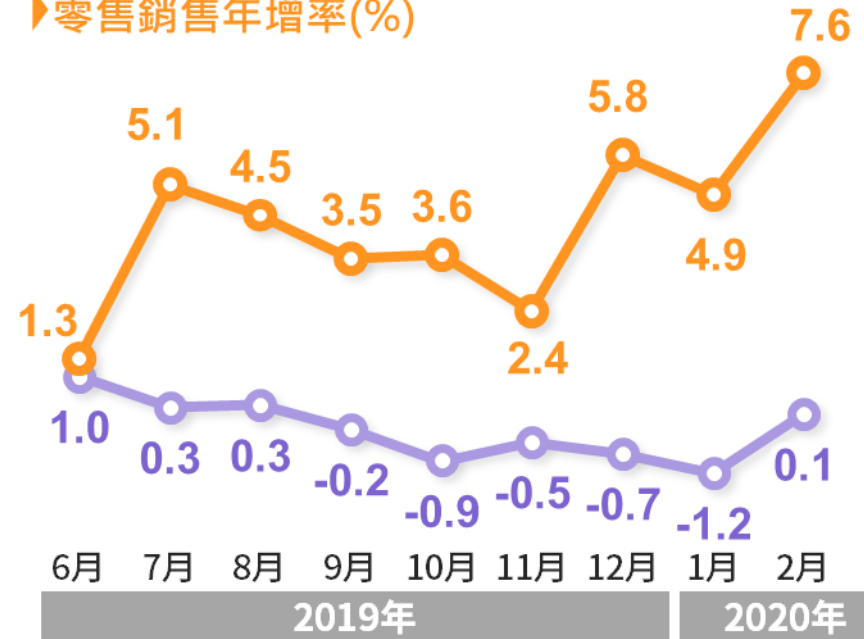
▶非農新增就業人數(萬人)

▶失業率 (%)



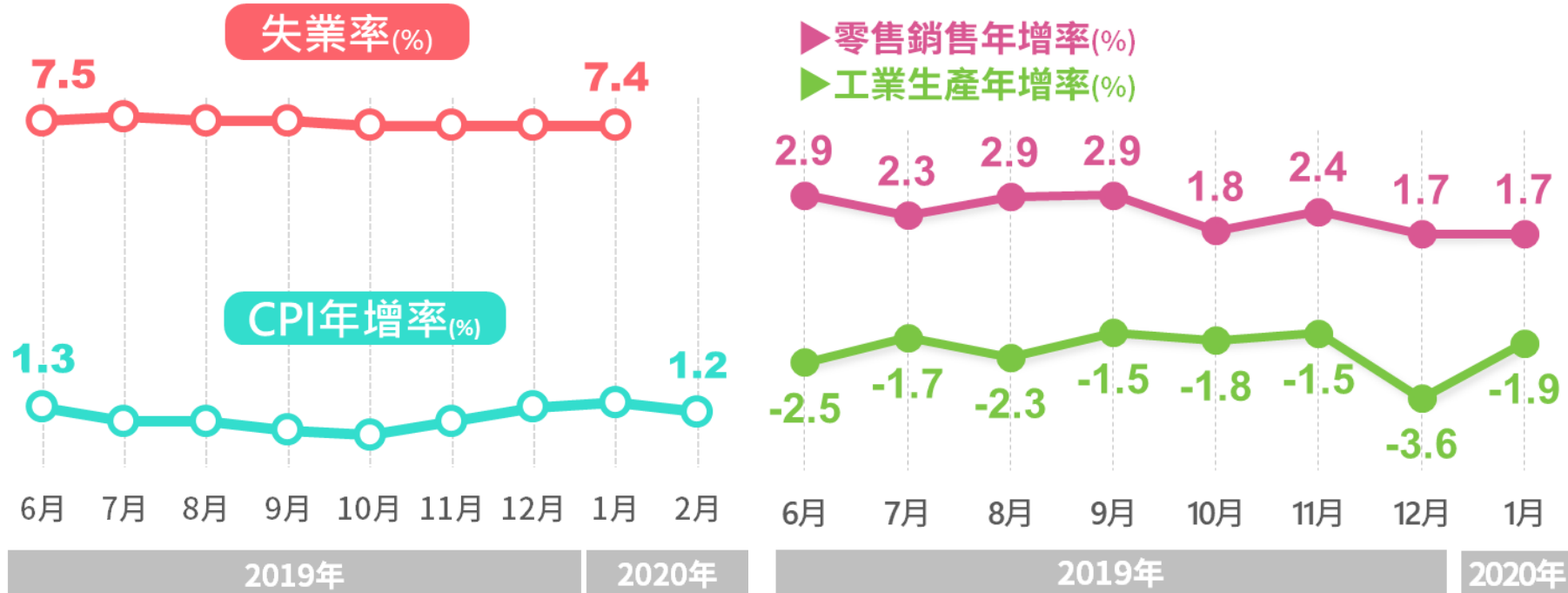
▶工業生產年增率(%)

▶零售銷售年增率(%)



- 美國今年2月非農新增就業數27.3萬人，失業率3.5%，重回50年最低水準，平均時薪年增3.0%，勞動市場表現穩健。
- 零售銷售額年增7.6%，顯示就業及薪資成長持續推動消費擴張；工業生產由減轉升，年增0.1%。
- 2月就業及消費市場表現強勁，惟3月受肺炎疫情升溫影響，經濟動能恐受波及。

# 歐元區生產及消費續呈疲弱



- 歐元區1月失業率7.4%，仍維持近11年來最低水準；工業生產年減1.9%，連續15個月負成長；零售銷售年增1.7%。
- 肺炎疫情導致工廠停工及延後開工，致油價和其他大宗商品價格下跌，歐元區2月消費者物價指數年增率下滑至1.2%。
- 疫情爆發前，歐洲央行預估今年歐元區經濟成長率0.8%，較去年12月下修0.3個百分點，惟近期疫情擴散快速，恐影響經濟前景。

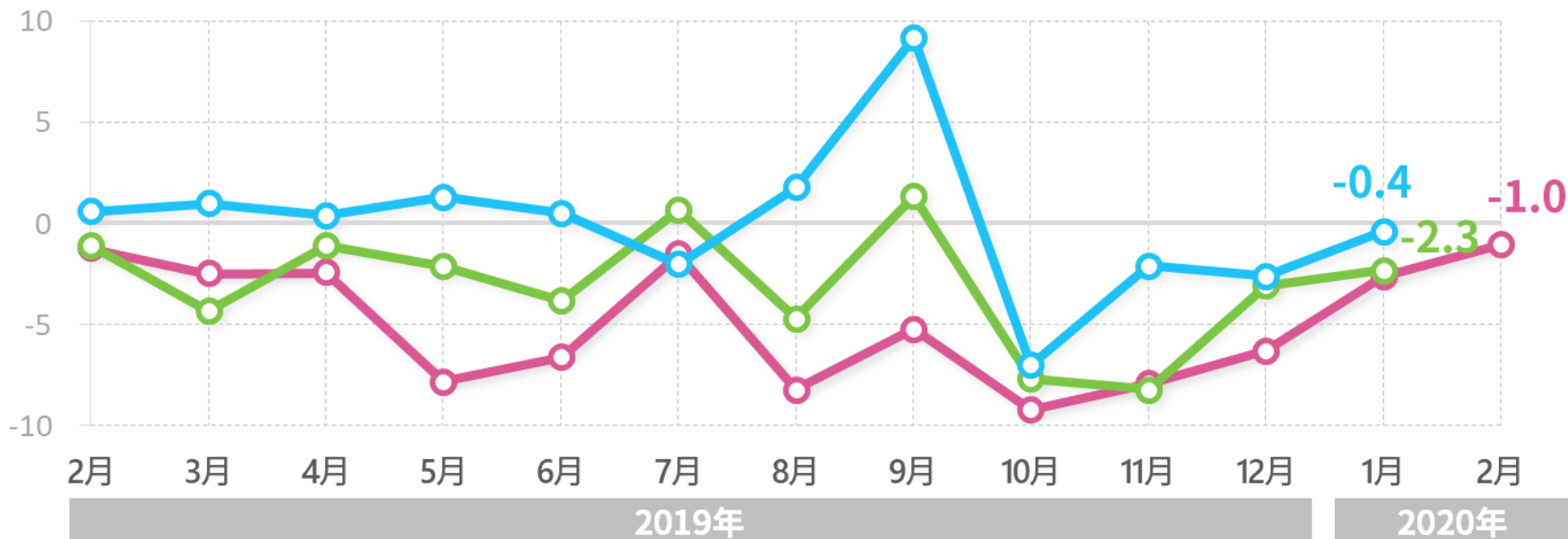
# 日本2月出口連15個月負成長

▶年增率(%)

出口(按日圓計)

零售業銷售額

工業生產指數



- 日本1月工業生產年減2.3%，主因化學品業、運輸機械業、食品及菸草業等減產所致；零售業銷售額因受消費稅上調影響，年減0.4%，連續4個月負成長。
- 2月按日圓計出口年減1.0%，連續15個月負成長，主因汽車、機械出口下滑，其中對香港、美國出口各年減9.6%、2.6%。



# 中國大陸1-2月各項經濟指標均驟降

	出口 年增率 (%)	進口 年增率 (%)	工業生產 年增率 (%)	社會消費品 零售額年增率 (%)	固定投資 累計年增率 (%)
2018年	9.9	15.8	6.2	9.0	5.9
2019年	0.5	-2.7	5.7	8.0	5.4
10月	-0.8	-6.2	4.7	7.2	5.2
11月	-1.3	0.8	6.2	8.0	5.2
12月	7.9	16.5	6.9	8.0	5.4
2020年1-2月	-17.2	-4.0	-13.5	-20.5	-24.5

- 中國大陸因受武漢肺炎疫情和春節假期延長等影響，1-2月出口年減17.2%，進口年減4.0%，雙雙較去年同期減少。
- 疫情快速蔓延和嚴格防疫措施導致生產、消費和投資均大幅減少，1-2月工業生產年減13.5%，社會消費品零售額年減20.5%，固定投資年減24.5%，均為有紀錄以來最大減幅，且降幅均達兩位數。

# 南韓2月出口由負轉呈正成長

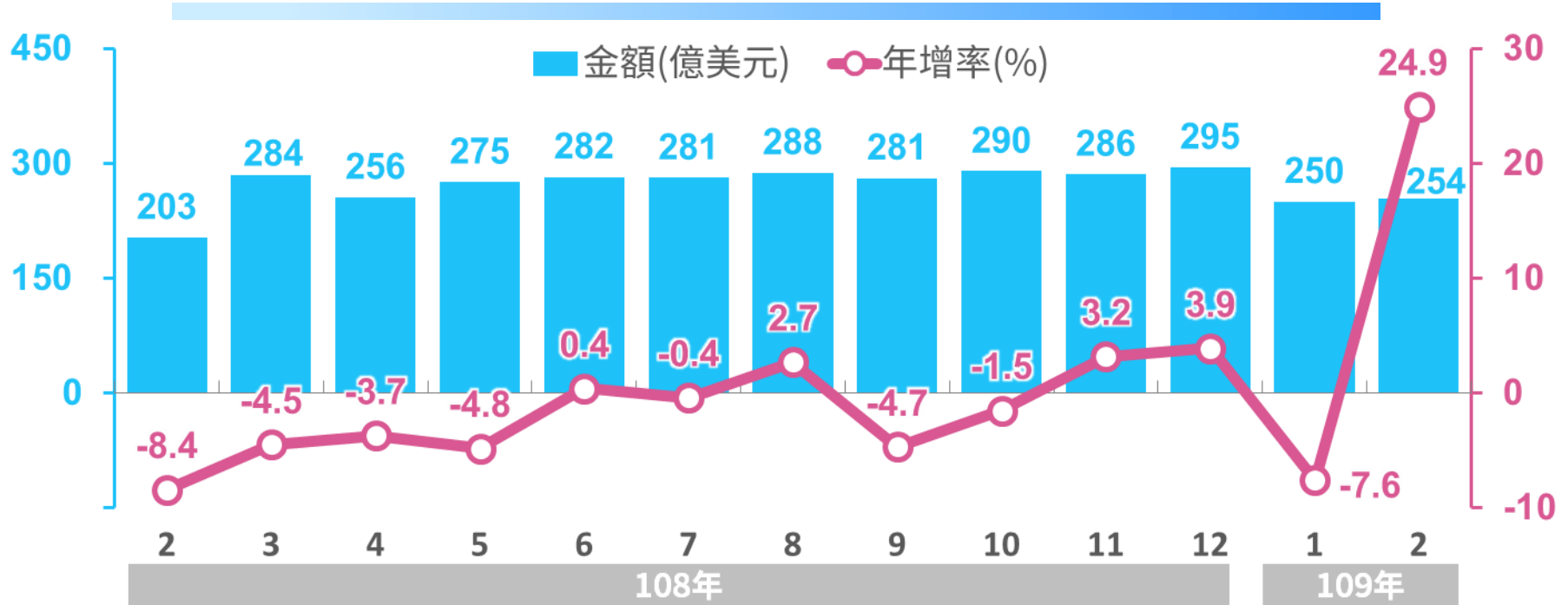
2020年2月出口年增率(%)



- 南韓出口衰退情況自去年10月以後，已逐漸改善，2月雖然面臨武漢肺炎疫情擴散等問題，但因半導體業景氣改善及船舶交船量增加等，2月出口年增4.3%，終止連14個月負成長。
- 主要貨品出口，以一般機械年增10.6%最多，汽車零件、半導體及船舶各年增10.0%、9.4%及8.0%。主要出口市場中，以對美國出口年增9.8%最多，東協年增7.5%次之，而對中國大陸、歐盟及日本出口則各年減6.7%、2.0%及0.4%。

## 貳、國內經濟情勢

# 1-2月出口值創同期新高



- 由於武漢肺炎疫情爆發及因應管制措施對中國大陸生產線與物流之影響擴大，加上產業淡季效應，2月日平均出口值隨之收縮，惟因農曆春節落點不同、工作天數相對增加，2月出口增幅達24.9%。
- 1-2月出口金額504億美元，創歷年同期新高，年增6.3%。
- 展望未來，美、中貿易關係朝正向發展，新興科技商機看好，廠商調升在台產能配置之趨勢延續，皆有利支撐我國出口，惟因武漢肺炎疫情持續擴大蔓延，恐限縮我國上半年出口成長空間。

# 對美、日出口值齊創歷年同期新高

## 海關出口年增率(%) - 按出口地區分

按出口地區分	108年全年	108年12月	109年1-2月	109年1月	109年2月
	總計	-1.4	3.9	6.3	-7.6
美國	17.1	12.9	8.4	1.1	18.1
中國大陸及香港	-4.2	6.1	8.7	-7.8	31.5
東協	-7.2	-2.9	6.9	-8.3	24.9
歐洲	-4.8	-3.4	-2.2	-11.5	10.6
日本	2.1	5.5	6.7	-10.1	30.0

- 109年2月以對中國大陸及香港、日本出口年增3成以上最多，對東協出口年增24.9%，對美國、歐洲亦年增1成以上。
- 累計1-2月對中國大陸及香港出口成長8.7%，對美國、日本出口值均為同期新高，各年增8.4%、6.7%，對東協、歐洲分別增加6.9%及減少2.2%。

# 電子零組件、資通與視聽產品出口值均為同期新高

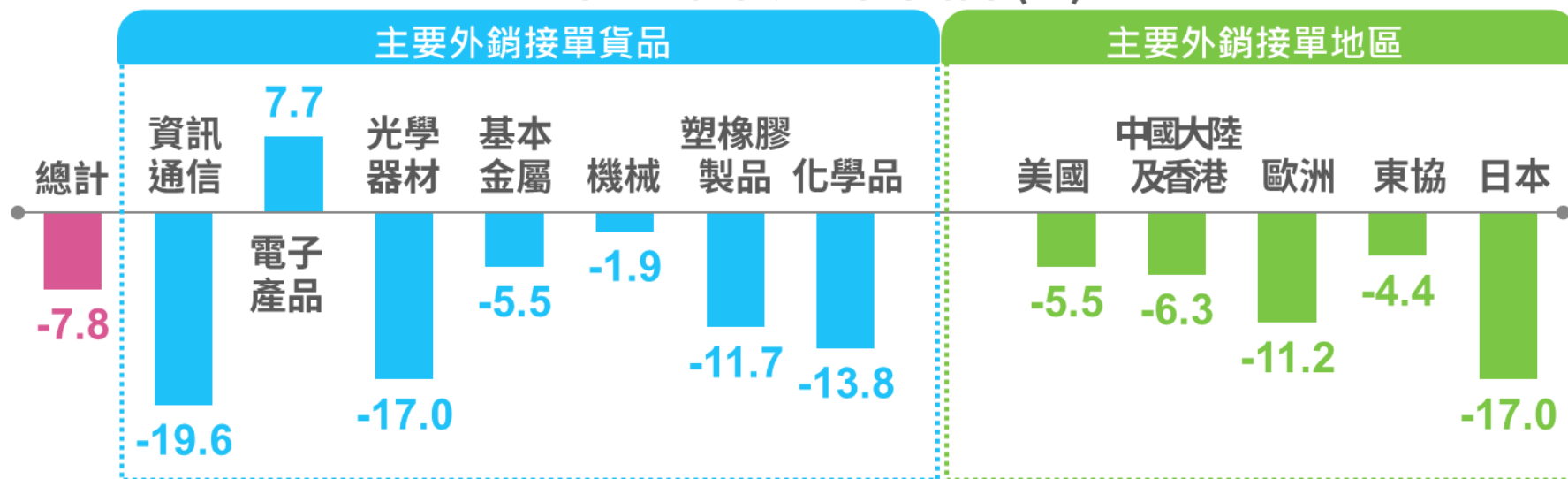
海關出口年增率(%) - 按出口貨品分

按出口貨品分	108年		109年		
	全年	12月	1-2月	1月	2月
總計	-1.4	3.9	6.3	-7.6	24.9
電子零組件	1.6	11.9	21.2	2.9	46.2
資通與視聽產品	20.7	15.1	12.5	-2.7	31.5
光學器材	-3.5	-0.6	-1.5	-14.6	16.7
基本金屬製品	-11.8	-6.2	-6.3	-17.6	9.7
機械	-8.2	-7.7	-10.5	-16.5	-2.0
塑橡膠製品	-10.7	-9.3	-8.1	-18.8	4.8
化學品	-15.7	-13.1	-4.2	-12.6	6.2

- 2月主要貨品出口，除機械年減2.0%外，其他貨品出口均呈正成長，其中電子零組件年增46.2%最多，資通與視聽產品年增31.5%次之，光學器材、基本金屬製品各年增16.7%、9.7%。
- 1-2月電子零組件受積體電路外銷持續暢旺、資通與視聽產品因部分產能移回國內，分別年增21.2%、12.5%，出口值均為歷年同期新高；而機械隨中國大陸與香港投資觀望氛圍加深，年減10.5%。

# 1-2月電子產品之外銷接單一枝獨秀

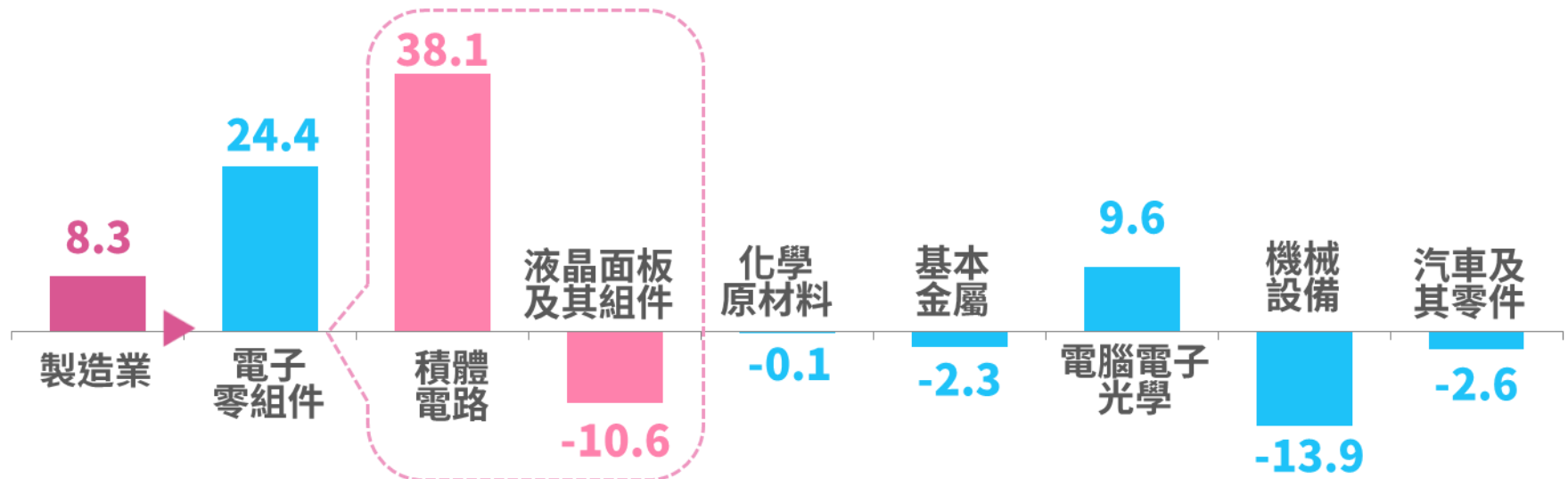
109年1-2月外銷訂單年增率(%)



- 武漢肺炎疫情升溫，受中國大陸相關防疫措施影響，1-2月外銷訂單年減7.8%，其中資訊通信產品因筆電、手機及伺服器接單減少，年減19.6%；電子產品因半導體高階製程具競爭優勢，加上5G通訊等新興科技應用增加，年增7.7%；光學器材因面板價格仍低於上年同期，及背光模組接單減少，致年減17.0%。
- 傳統貨品方面，因中國大陸延後開工，市場需求偏弱，加上塑化產品價格低於去年同期，接單均呈負成長，其中基本金屬年減5.5%，塑橡膠製品年減11.7%，化學品年減13.8%，機械年減1.9%。

# 1-2月製造業生產指數為近3年同期最大增幅

109年1-2月製造業生產量指數年增率(%)

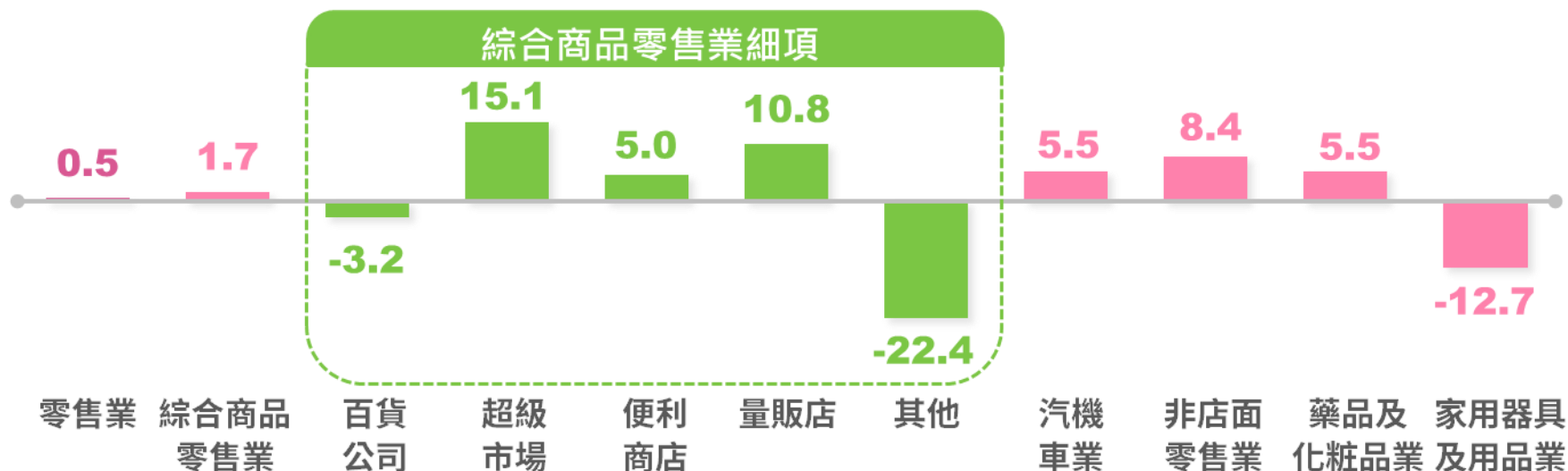


- 1-2月製造業生產年增8.3%，為近3年同期最大增幅，其中電子零組件業年增24.4%，為推升製造業生產成長之主要貢獻，主因受惠於5G基礎建設、高效能運算等新興科技應用擴增所致；電腦電子產品及光學製品業年增9.6%，主因行動裝置鏡頭需求增加，加上網通產品、伺服器等廠商擴增國內產能所致。
- 傳統產業續受美中貿易紛擾影響，加上武漢肺炎疫情干擾產銷秩序，部分廠商調整產量因應，致機械設備業、汽車及其零件業、基本金屬業及化學原材料業分別年減13.9%、2.6%、2.3%及0.1%。



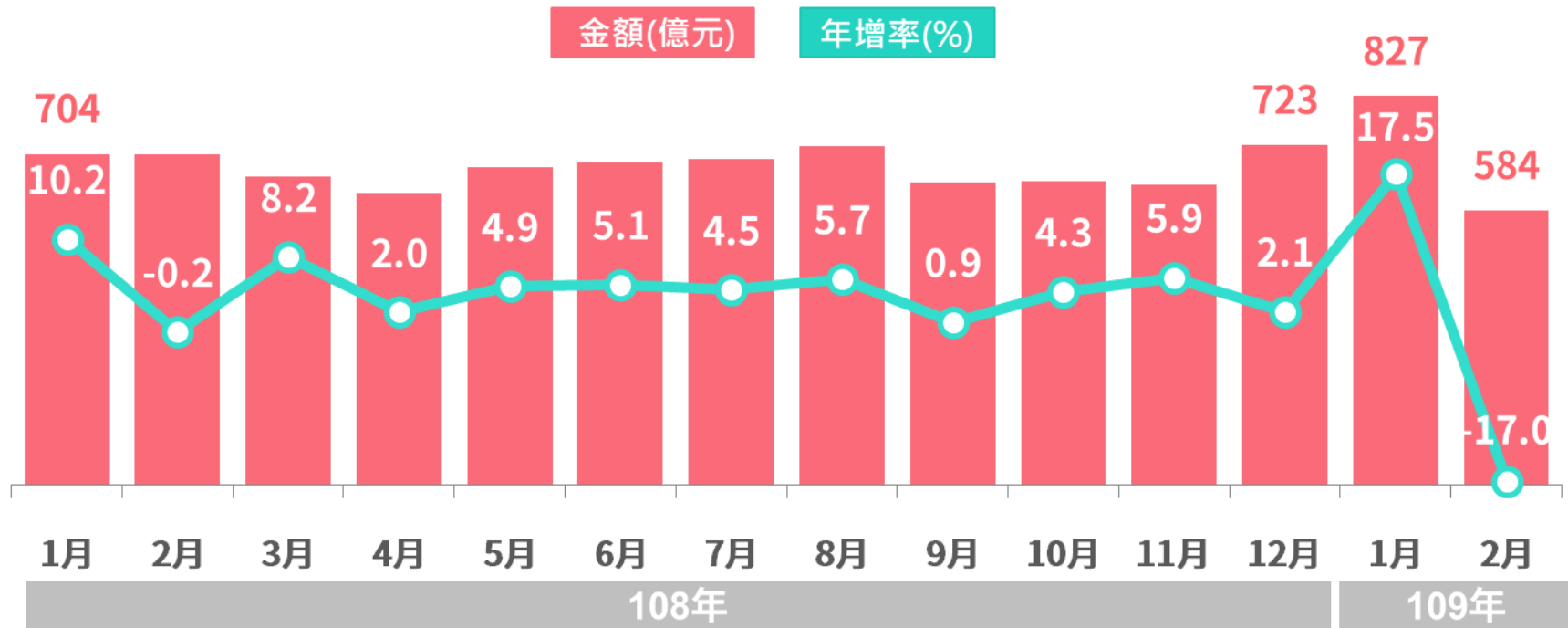
# 受疫情影響，零售業營業額成長力道縮小

109年1-2月零售業營業額年增率(%)



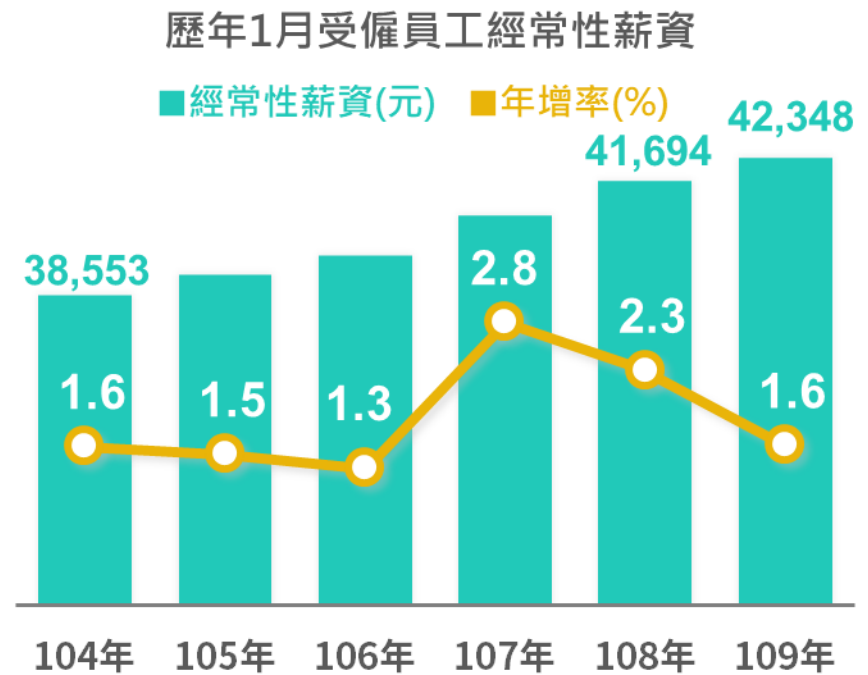
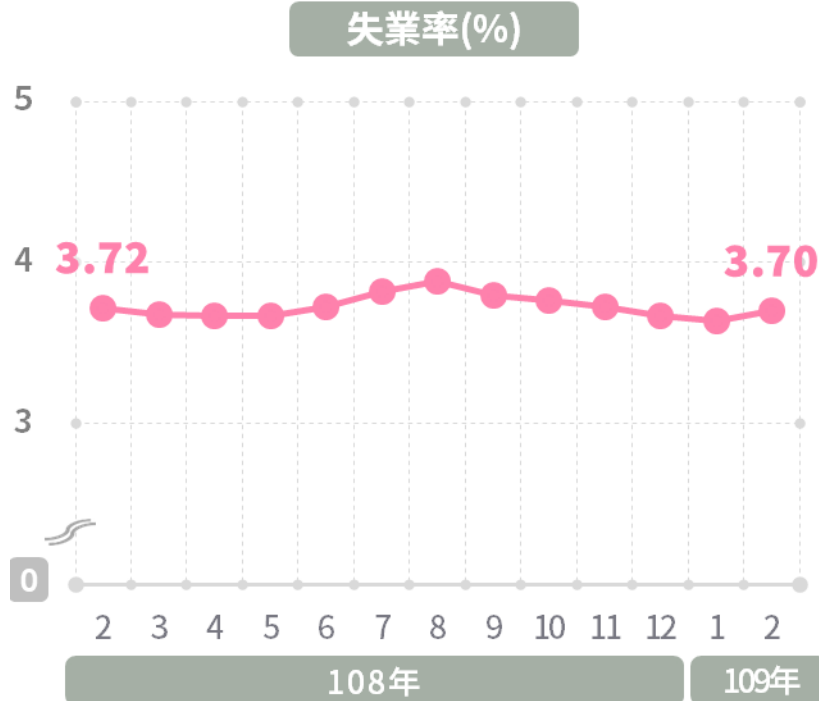
- 累計1至2月零售業營業額年增0.5%，其中汽機車零售業因新年式車款買氣活絡，年增5.5%；非店面零售業因部分實體通路之消費需求轉移至虛擬通路，年增8.4%；藥品及化粧品零售業年增5.5%，主因部分業者擴增門市，加上防疫醫療用品銷量增加所致。
- 百貨公司年減3.2%，主因2月份受疫情影響，購物人潮減少所致；超級市場及量販店因生鮮食品及民生用品銷售增溫，分別年增15.1%、10.8%；其他綜合商品零售業因出入境旅客大幅減少影響免稅店業績，年減22.4%。

# 1-2月餐飲業營業額增幅為近17年同期最低



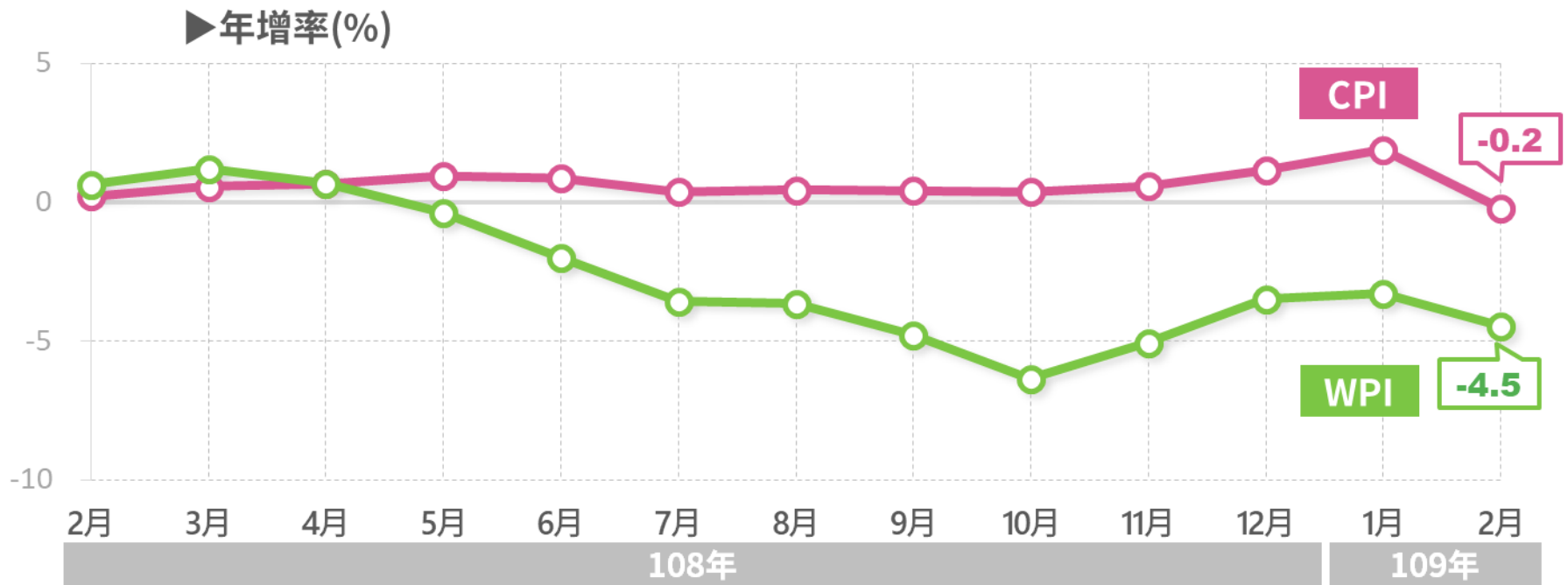
- 2月餐飲業營業額584億元，年減17.0%，主因春節落點不同及疫情影響所致。
- 累計1至2月營業額1,415億元，年增0.5%，為近17年同期最低增幅，其中餐館業年增1.6%，主因展店及促銷活動挹注營收成長，惟武漢肺炎疫情抑低聚餐需求，抵銷部分增幅；外燴及團膳承包業亦受疫情影響，學校延後開學及大量航班停飛，致團膳及空廚營收大幅滑落，年減16.2%。

# 109年就業市場仍屬穩定



- 2月失業率為3.70%，較上月上升0.06個百分點，較上年同月則下降0.02個百分點，失業週數平均為23.6週，較上月縮短0.3週，整體就業市場仍屬穩定。
- 1月受僱員工經常性薪資平均4萬2,348元，年增1.6%；加計獎金及加班費等非經常性薪資後，總薪資平均為10萬2,561元，年增8.9%，主因春節落點不同，廠商多在春節前發放年終獎金及績效獎金所致。

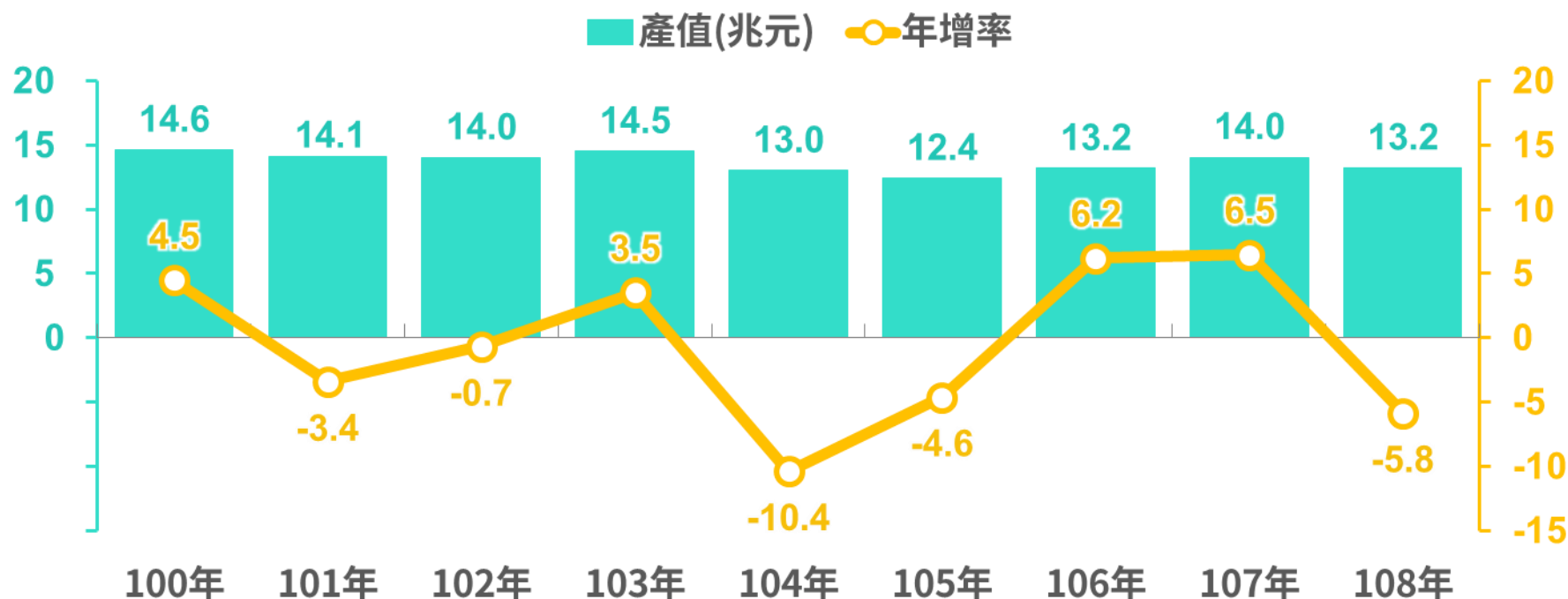
# 2月消費者物價跌0.2%，創28個月最大跌幅



- 2月消費者物價指數(CPI)較去年同月下跌0.2%，為14個月以來首次下跌，並創下近28個月最大跌幅，主因去年2月適逢春節，若干費率循例調高，比較基期較高，加以今年2月部分業者因疫情降價促銷所致。
- 因疫情致全球景氣降溫，原油、銅、鎳等基本金屬行情走跌，2月躉售物價指數(WPI)較上年同月跌4.5%，其中國產內銷品跌3.5%，進口品跌4.7%，出口品跌5.0%。

參、專題：  
逆勢成長的製造業產品

# 108年製造業產值年減5.8%



- 108年因美中貿易紛擾拖累全球經濟成長，國際原物料價格滑落，傳統產業需求疲弱，惟半導體高階製程需求強勁，加上臺商回臺擴增國內產能，抵銷部分減幅，製造業產值13.2兆元，較上年減少5.8%。

# 美中貿易摩擦及原物料價跌衝擊製造業產值

	108年 產值(億元)	年增率 (%)	結構比 (%)	貢獻度 (百分點)
製造業	132,195	-5.8	100.0	-
電子零組件業	35,564	-6.2	26.9	-1.7
積體電路業	14,481	-4.1	11.0	-0.4
液晶面板及其組件業	7,254	-16.9	5.5	-1.0
化學原材料業	16,425	-18.0	12.4	-2.6
基本金屬業	13,443	-10.9	10.2	-1.2
電腦電子產品及光學製品業	7,803	21.7	5.9	1.0
機械設備業	6,455	-10.7	4.9	-0.6
汽車及其零件業	3,584	-1.5	2.7	-0.0

- 按中業別觀察，以化學原材料業、基本金屬業及機械設備業受美中貿易爭端、國際原物料價格疲弱致下游需求觀望影響，產值分別減18.0%、10.9%、10.7%；電子零組件業亦因上半年積體電路庫存調整、面板供需失衡而年減6.2%。
- 電腦電子產品及光學製品業則受惠於臺商產線移回，表現亮麗，產值年增21.7%，為101年以來最大增幅。

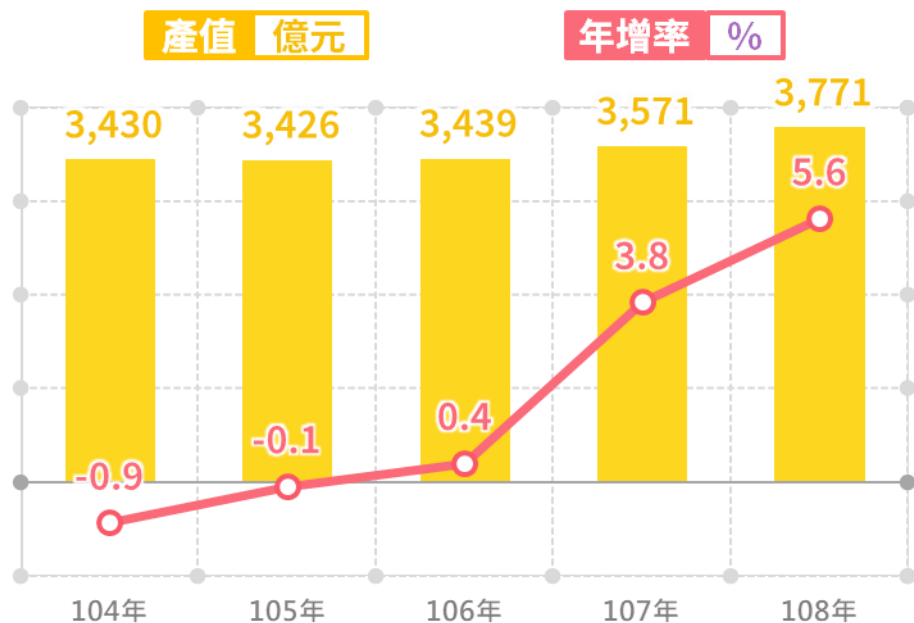
# 108年逆勢成長的製造業產品

108年對製造業產值成長 貢獻較大之細業別	108年		產值創新高 且對成長貢獻較大之產品群
	產值(億元)	年增率(%)	
半導體封裝及測試業	4,750	6.3	構裝IC、IC/晶圓測試
電腦製造業	1,895	80.4	伺服器
其他通訊傳播設備製造業	1,518	24.0	網路連接器(含集線器及交換器)
量測、導航及控制設備製造業	1,115	15.1	其他量測、導航及控制設備 平面顯示器檢測設備及零件
其他光學儀器及設備製造業	922	25.0	行動裝置鏡頭
未分類其他食品製造業	905	8.9	即食餐食、保健營養食品
機車製造業	808	26.3	電動自行車、電動機車
自行車零件製造業	696	8.5	自行車零件
瓦楞紙板及紙容器製造業	675	1.5	其他紙容器、紙袋
體育用品製造業	527	12.3	室內健身器材

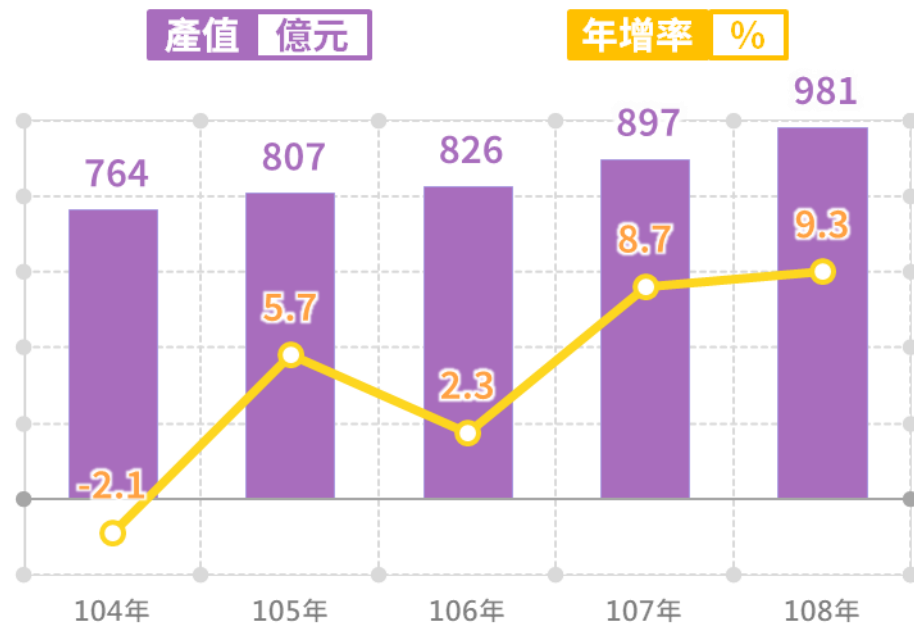
- 108年雖受美中貿易衝突影響，致製造業產值下滑，惟在181個細行業中，仍有23個業別創新高；以下則以產品群觀察，就近期快速發展產品，分析其逆勢成長原因。



構裝IC產值及年增率



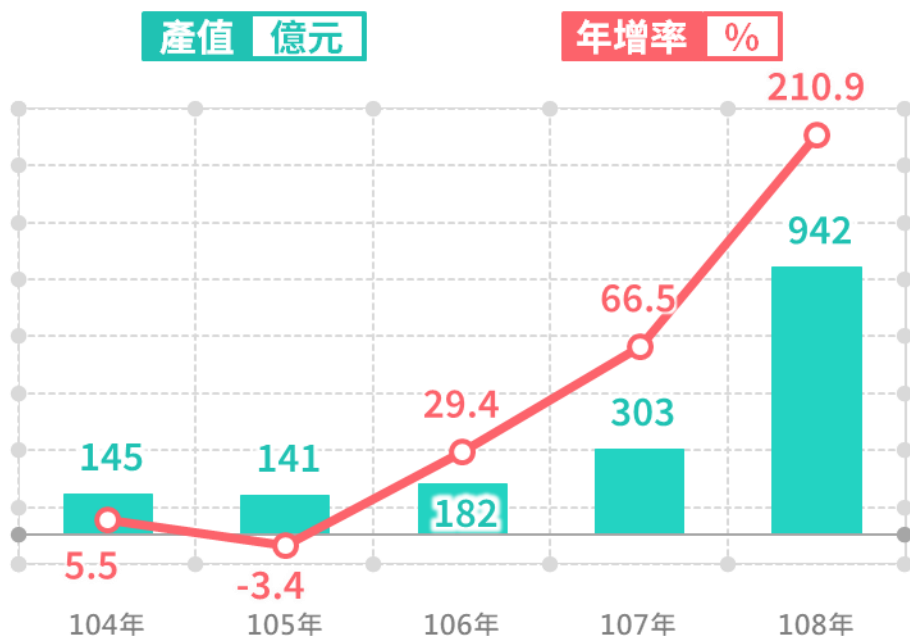
IC/晶圓測試產值及年增率



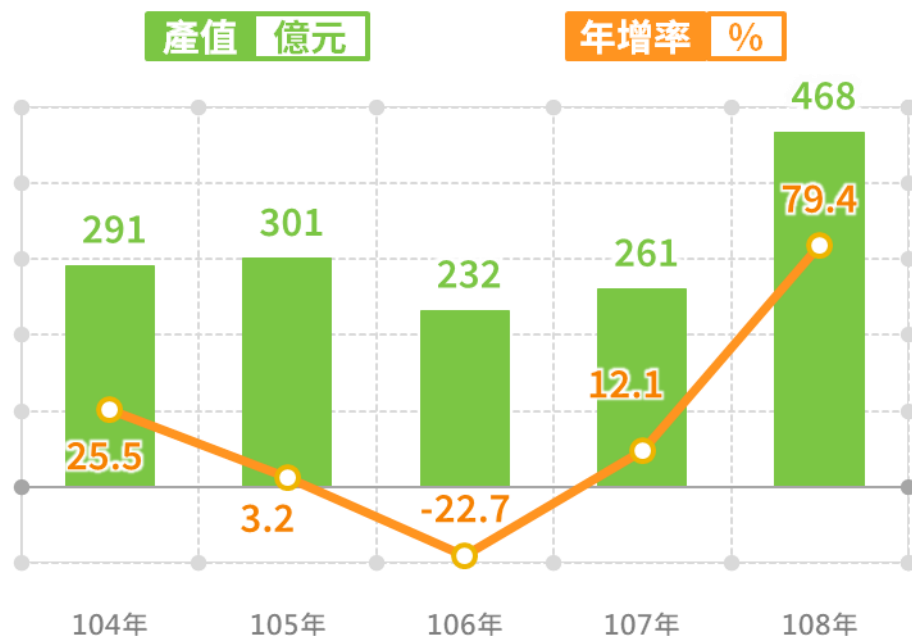
- 因5G、AI應用及高效能運算需求強勁，推升高階晶圓及封裝需求，帶動108年構裝IC及晶圓測試產值續創新高，分別達3,771億元(年增5.6%，連續3年正成長)及981億元(年增9.3%，連續4年正成長)。

# 伺服器及網路連接器產值快速成長

## 伺服器產值及年增率



## 網路連接器產值及年增率

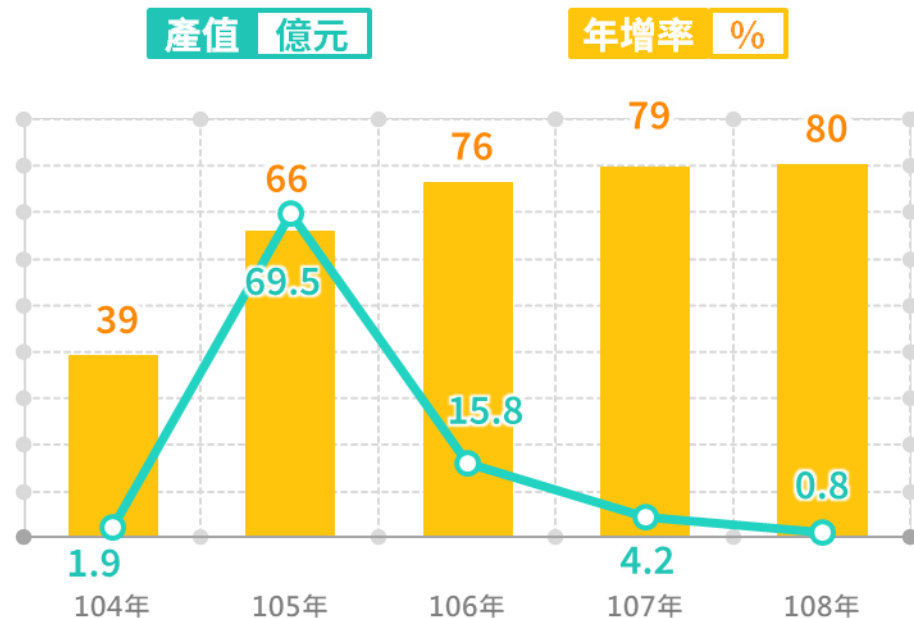


- 伺服器及网通產品因名列美對中加徵關稅清單中，廠商遂調整全球生產布局，部分產線移回國內。
- 隨著物聯網、工業4.0及雲端運算興起，帶動伺服器需求強勁，加上產線移回，108年產值年增210.9%；按出口地區觀察，以美國占73.6%居首，出口金額較上年增加526.3%。
- 網路連接器(含集線器及交換器)亦受轉單效應及國內產線擴增挹注，108年產值年增79.4%，為90年以來最大增幅。

其他量測、導航及控制設備產值及年增率



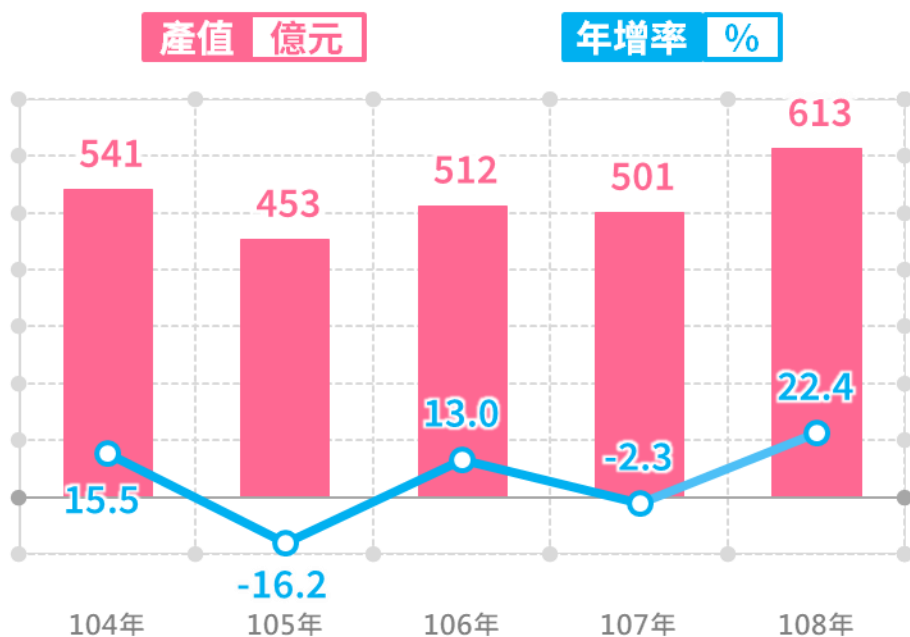
平面顯示器檢測設備及零件產值及年增率



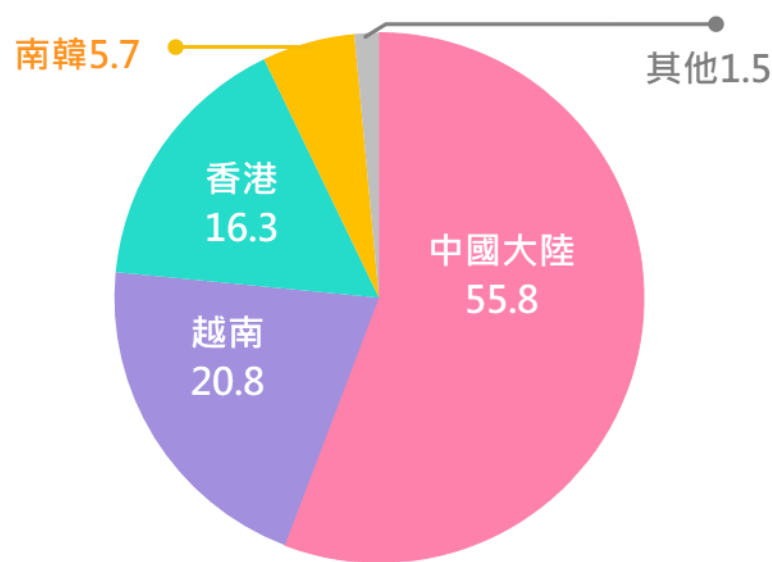
- 因美中貿易爭端加速全球供應鏈重組，電子控制器及恆溫控制器亦在調升國內生產比重及擴增產線之列，108年產量明顯攀升，帶動其他量測、導航及控制設備產值突破400億元關卡，達455億元，年增45.9%，為100年以來最大增幅。
- 近年中國大陸面板新廠裝機需求暢旺，帶動平面顯示器檢測設備及零件產值屢創新高，108年產值年增0.8%，連續7年正成長。

# 行動裝置鏡頭接單暢旺

## 行動裝置鏡頭產值及年增率



## 行動裝置鏡頭主要出口市場統計比率(%)

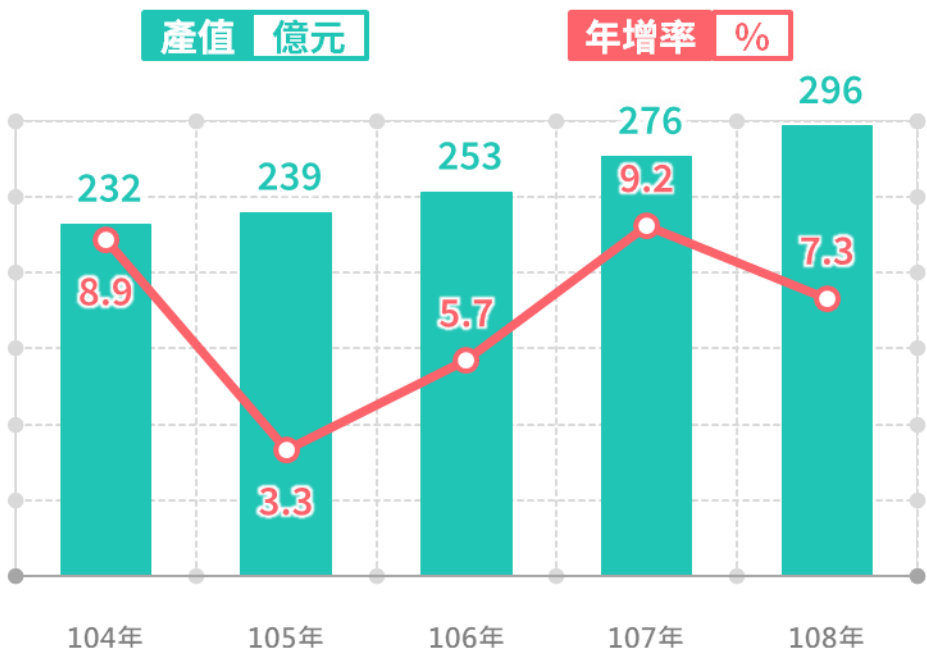


備註：海關稅則號別為900219。

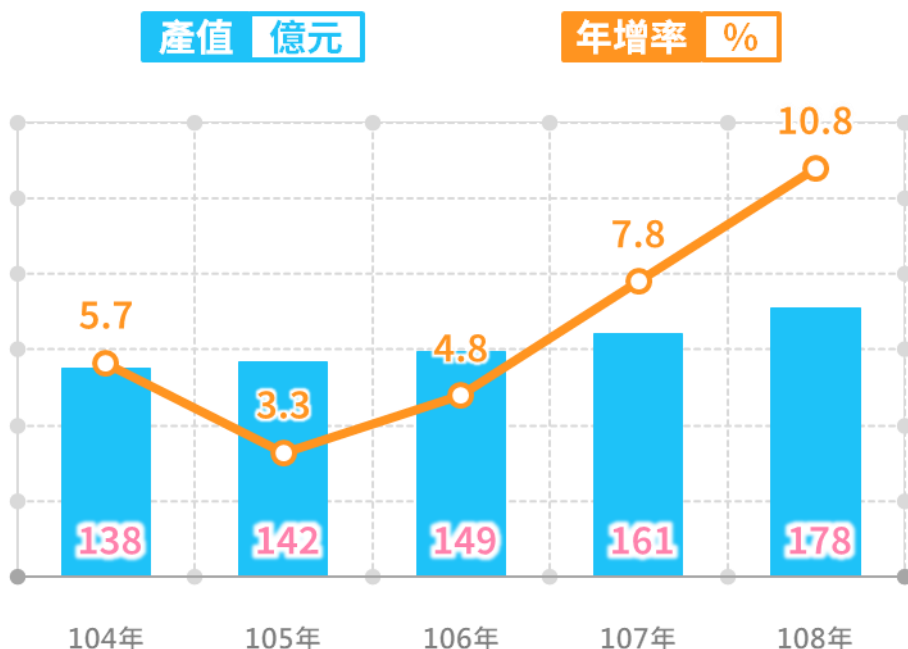
- 受惠高階智慧型手機朝多鏡頭發展，加上汽車輔助駕駛等車用電子鏡頭需求挹注，帶動行動裝置鏡頭108年產值突破600億元，達613億元，為歷年新高，年增22.4%。
- 行動裝置鏡頭以外銷為導向，外銷比率超過九成，出口以銷往中國大陸為主，占55.8%居首，銷往越南占20.8%次之，銷往香港占16.3%。

# B-6 方便及養生帶動即食餐食及保健營養食品成長

## 即食餐食產值及年增率



## 保健營養食品產值及年增率



- 即食餐食以供應內需市場為主，隨著國人餐食型態趨向方便即時之需求，加上業者積極開發各式美味新品，提供消費者多元選擇，帶動108年產值達年增7.3%，連續10年正成長，產值亦屢創新高。
- 國民健康意識擡頭，人口結構趨向高齡化及少子化，推升保健營養食品產值創歷年新高，108年產值達178億元，年增10.8%，連續5年正成長。

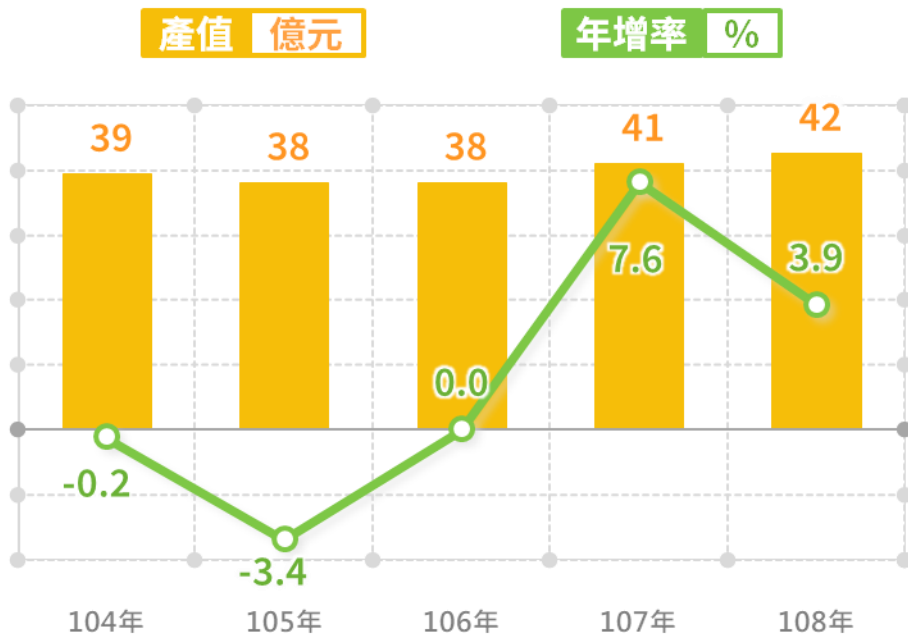
# 電動機車與電動自行車產值倍速增加

	電動機車				電動自行車			
	產量 (輛)	年增率 (%)	產值 (百萬元)	年增率 (%)	產量 (輛)	年增率 (%)	產值 (百萬元)	年增率 (%)
104年	12,150	140.0	836	209.8	46,875	43.4	1,549	69.5
105年	21,394	76.1	1,675	100.4	96,731	106.4	4,123	166.2
106年	50,183	134.6	3,484	108.0	168,417	74.1	7,276	76.5
107年	91,246	81.8	6,352	82.3	256,551	52.3	10,929	50.2
108年	182,012	99.5	12,188	91.9	498,771	94.4	23,065	111.0

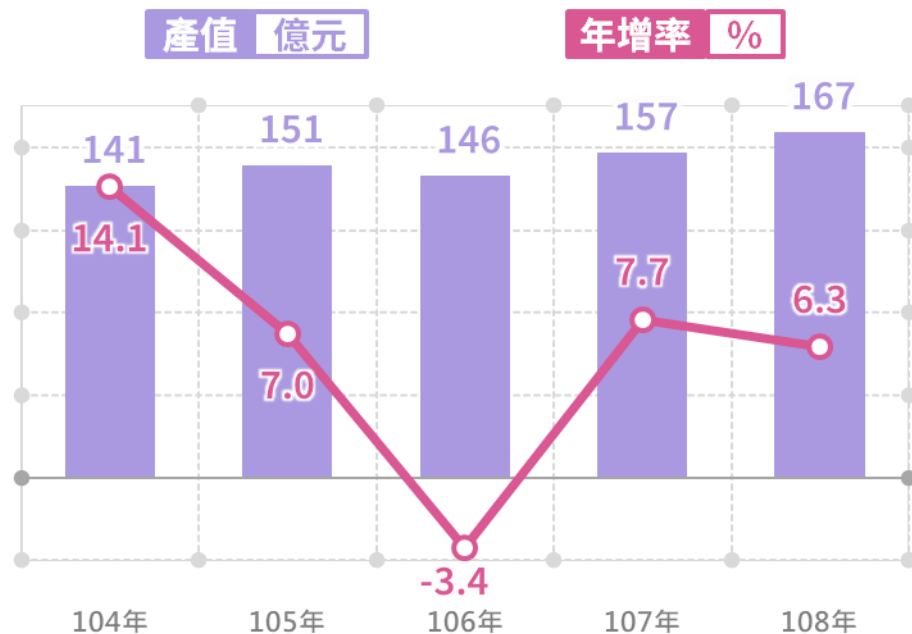
- 我國電動機車以內銷為主，近年因環保意識抬頭，政府陸續推出補貼政策鼓勵換購，加以近年電動機車平均單價漸朝親民化調整，致電動機車產值於108年突破百億元，較上年成長91.9%。
- 電動自行車則以外銷為導向，隨著環保、休閒、運動等議題在全球持續發酵，加上業者強化產品行銷與推陳出新，108年產值突破二百億元，較107年增逾1倍。

# 限塑激勵紙容器及紙袋需求成長

## 紙袋產值及年增率



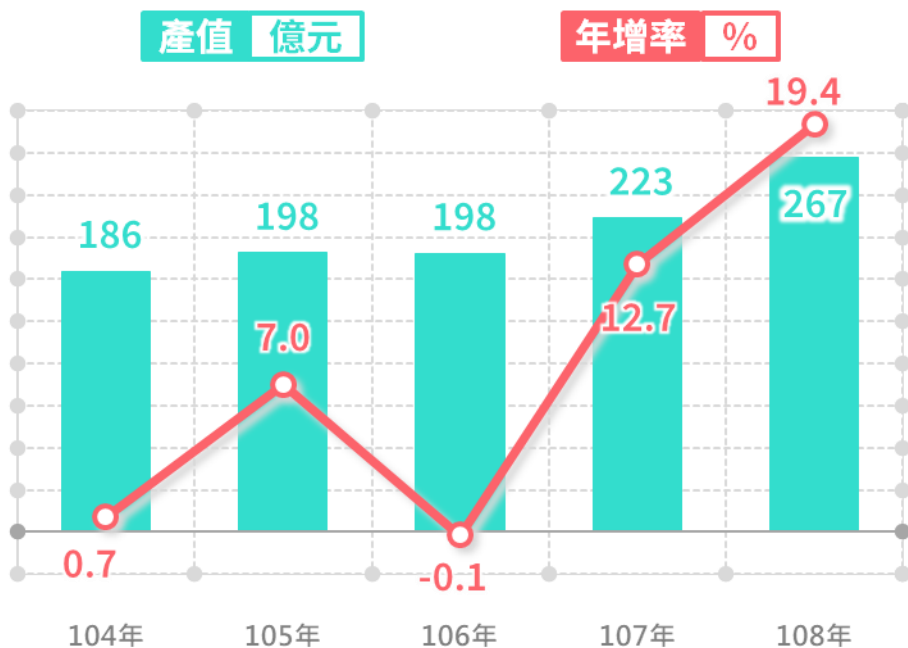
## 紙容器產值及年增率



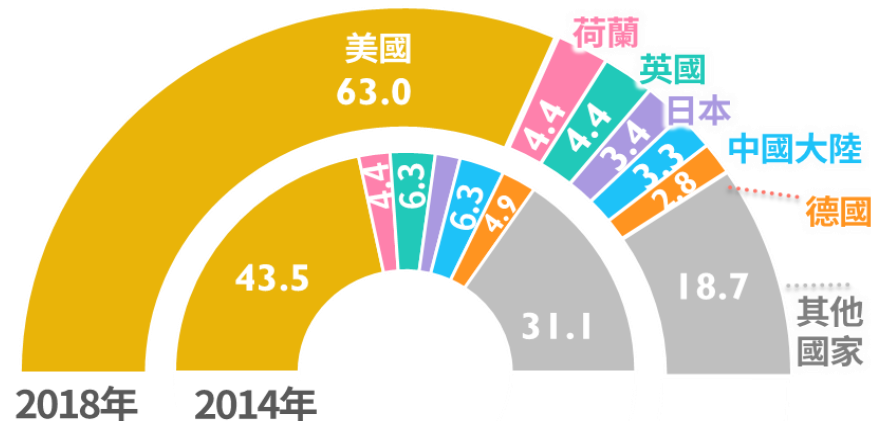
- 近年全球減塑行動興起，政府配合推動限塑政策，加上外食人口漸增，帶動108年紙袋及紙容器產值續創新高，分別達42億元(年增3.9%)及167億元(年增6.3%)。
- 隨著外送餐飲服務熱潮崛起，以及手搖飲及咖啡需求增加，可望持續激勵紙袋及紙容器需求。

# 室內健身器材產值連續兩年超越200億元

## 室內健身器材產值及年增率



## 室內健身器材出口結構比(%)



備註：海關稅則號別為950691。

- 受惠於全球運動健身觀念盛行，加以業者成功開拓國際知名度假飯店及大型連鎖健身俱樂部市場，帶動108年室內健身器材產值擴增至267億元，年增19.4%。
- 108年我國室內健身器材直接外銷比率93.5%，出口值為10.4億美元，年增17.6%，出口對象以美國為主，占63.0%居首，較104年增加19.5個百分點，荷蘭、英國各占4.4%次之。



## 肆、結語

## 一、國外經濟

隨COVID-19(武漢肺炎)疫情延燒，各國防疫措施將波及經濟活動之正常運行，不利今年全球經濟表現，IHS Markit 3月最新預測，今年全球經濟成長0.7%，較上月下修1.8個百分點，其中美國、歐元區、中國大陸分別下調至-0.2%、-1.5%、3.9%。

## 二、國內經濟

受惠於5G基礎建設、高效能運算等新興科技應用擴增，及臺商回臺擴廠趨勢延續，1-2月我國出口、製造業生產分別年增6.3%、8.3%，表現優於其他國家。民間消費方面，因武漢肺炎疫情升溫，消費者減少外出消費、聚會等活動，壓縮零售及餐飲業營業額成長力道，致1-2月營業額均僅增0.5%。

展望未來，全球疫情嚴峻，經濟前景不明、終端需求下滑，將限縮我國生產及出口動能，惟疫情亦帶動遠距工作、線上學習、網路消費等新型態經濟活動，對網路設備、雲端伺服器及筆記型電腦之需求增加，可望減緩對經濟之衝擊。

## 三、專題：逆勢成長的製造業產品

108年雖因美中貿易衝突及國際原物料價格疲軟，致製造業產值年減5.8%，惟眾多產品群中，仍不乏不畏逆風繼續成長，產值創新高的產品：

- 1. IC及晶圓測試：**因5G、AI應用及高效能運算需求強勁，推升高階晶圓及封裝需求，帶動108年構裝IC及晶圓測試產值續創新高，分別年增5.6%、年增9.3%。
- 2. 伺服器、網路連接器、其他量測導航及控制設備：**隨著物聯網、工業4.0及雲端運算興起，加上美中貿易爭端加速全球供應鏈重組，部分廠商調升國內生產比重及擴增產線，帶動伺服器、網路連接器、其他量測導航及控制設備產值分別年增210.9%、79.4%、45.9%。
- 3. 平面顯示器檢測設備及零件：**近年中國大陸面板新廠裝機需求暢旺，致產值履創新高，108年產值年增0.8%，連續7年正成長。
- 4. 行動裝置鏡頭：**受惠高階智慧型手機朝多鏡頭發展，加上汽車輔助駕駛等車用電子鏡頭需求挹注，帶動行動裝置鏡頭產值年增22.4%。
- 5. 即食餐食、保健營養食品：**由於人口結構趨向高齡化及少子化，方便、養生逐漸受國人重視，帶動即食餐食、保健營養食品產值分別成長7.3%、10.8%。
- 6. 電動機車與電動自行車：**近年因環保意識抬頭，政府陸續推出補貼政策鼓勵換購，加上業者強化產品行銷與推陳出新，帶動電動機車與電動自行車產值分別成長91.9%、111.0%。

7. **紙容器及紙袋**：近年全球減塑行動興起，政府配合推動限塑政策，加上外食人口漸增，帶動108年紙袋及紙容器產值續年增3.9%及年增6.3%。
8. **室內健身器材**：受惠於全球運動健身觀念盛行，加以業者成功開拓國際知名度假飯店及大型連鎖健身俱樂部市場，帶動108年室內健身器材產值年增19.4%。
9. **掌握新技術及趨勢，在逆風中創造亮點**：上述在逆風中突圍的產品群，多因擁有5G、AI、電動車等之新興科技技術優勢，或掌握全球供應鏈重組、環保、人口結構轉變等趨勢脈動，致能突破困境，逆勢成長；政府為協助業者掌握全球供應鏈移轉契機及促進產業轉型，陸續推動「五加二」產業創新計畫、「投資臺灣三大方案」，並優化國內投資環境，以加速推動產業升級，可望持續強化我國製造業競爭力。