

# 當前經濟情勢概況

(專題：美中貿易戰下，我國外銷訂單  
生產配置變動)



中華民國109年8月28日

# 大綱

壹·國外經濟情勢

貳·國內經濟情勢

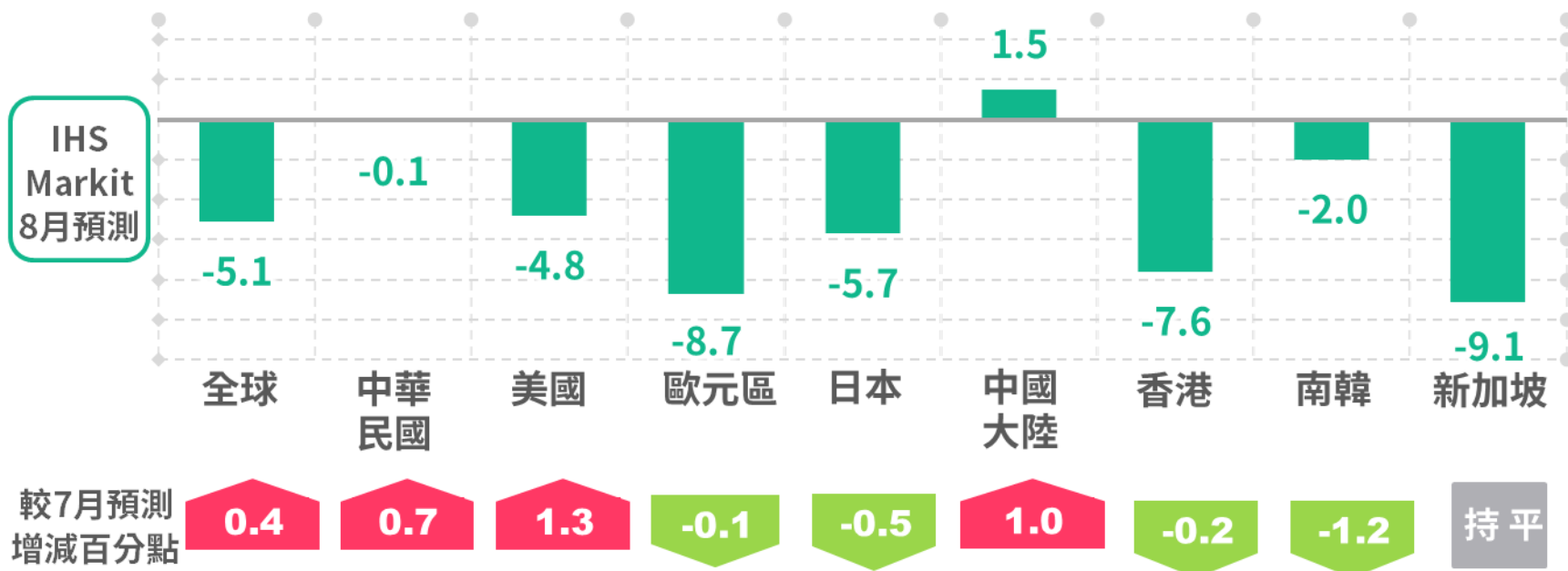
參·專題：美中貿易戰下，我國外銷訂單  
生產配置變動

肆·結語

# 壹、國外經濟情勢

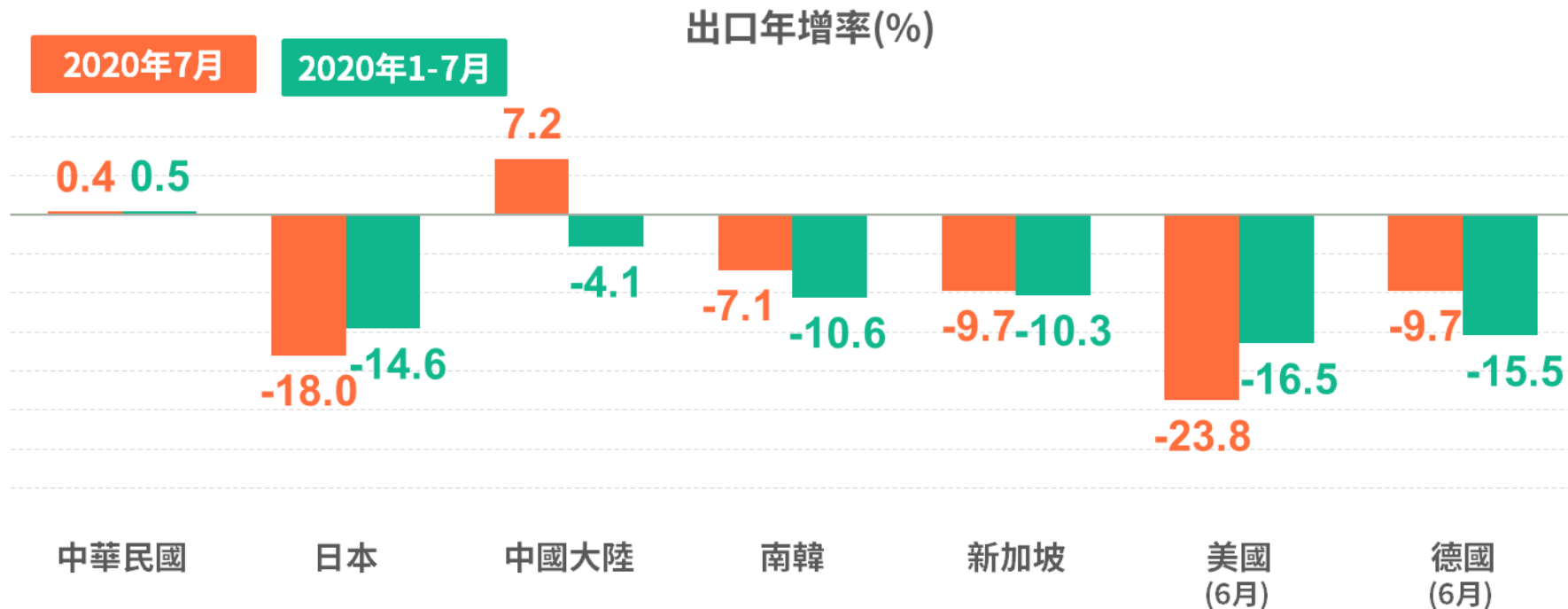
# IHS Markit 調升全球經濟成長率

2020年經濟成長率預測(%)



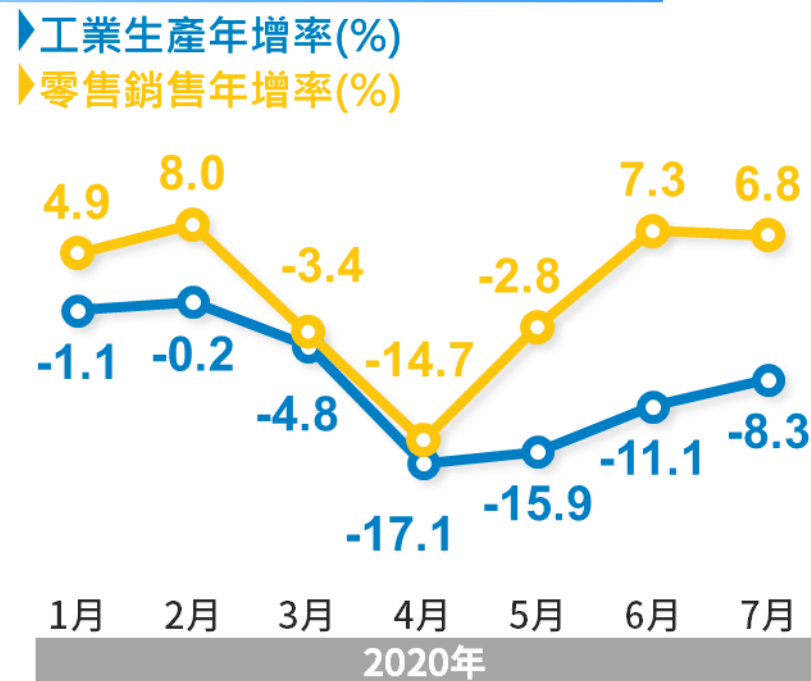
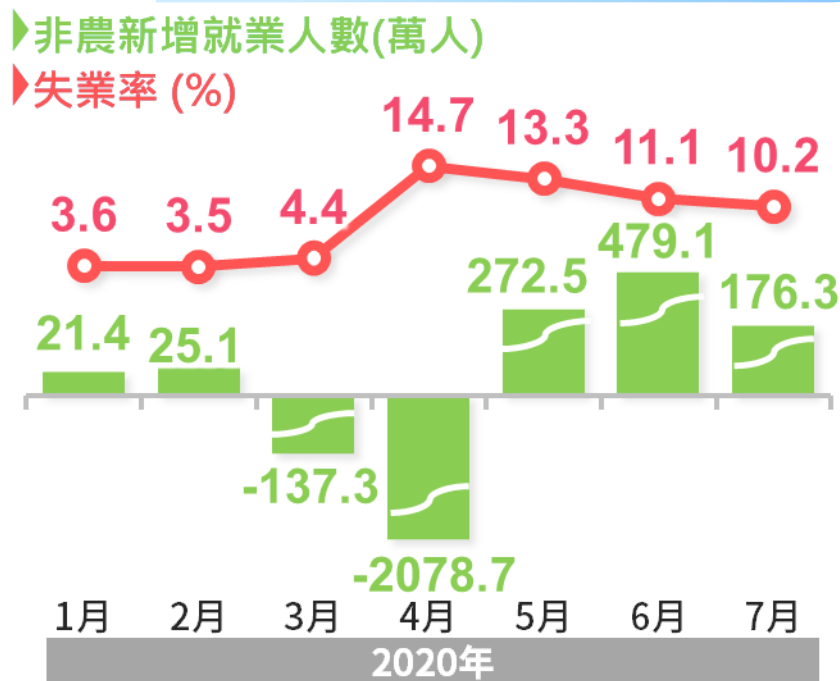
- COVID-19雖持續籠罩全球，惟隨主要國家逐步放寬封鎖措施，疫情對經濟與社會之影響將逐漸趨緩，依據IHS Markit 8月最新預測，今年全球經濟成長率衰退5.1%，惟較上月上修0.4個百分點。
- 美國上修至-4.8%，中國大陸上修至1.5%，歐元區則因疫情再度升溫，經濟復甦的步伐停滯不前而下修至-8.7%，日本及南韓亦受第二波疫情影響，分別下修至-5.7%、-2.0%。

# 7月主要國家出口多呈下滑(按美元計)



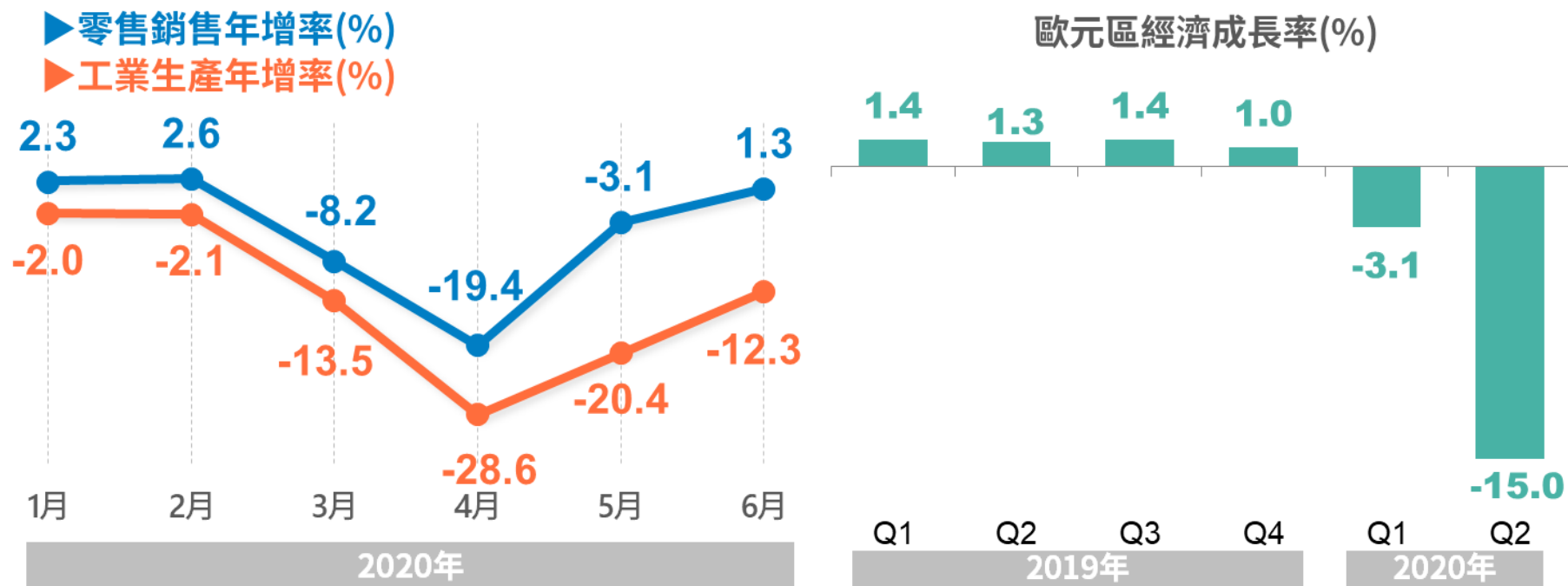
- 貿易仍受肺炎疫情影響，全球需求衰退，7月主要國家中，除我國出口年增0.4%，中國大陸年增7.2%外，其餘均呈負成長，其中日本年減18.0%，新加坡年減9.7%，南韓年減7.1%。
- 1-7月除我國因積體電路及資通信產品外銷熱絡，出口年增0.5%外，其他主要國家出口多呈下滑，其中日本、南韓、新加坡減幅均逾1成。

# 美國經濟正逐步回溫



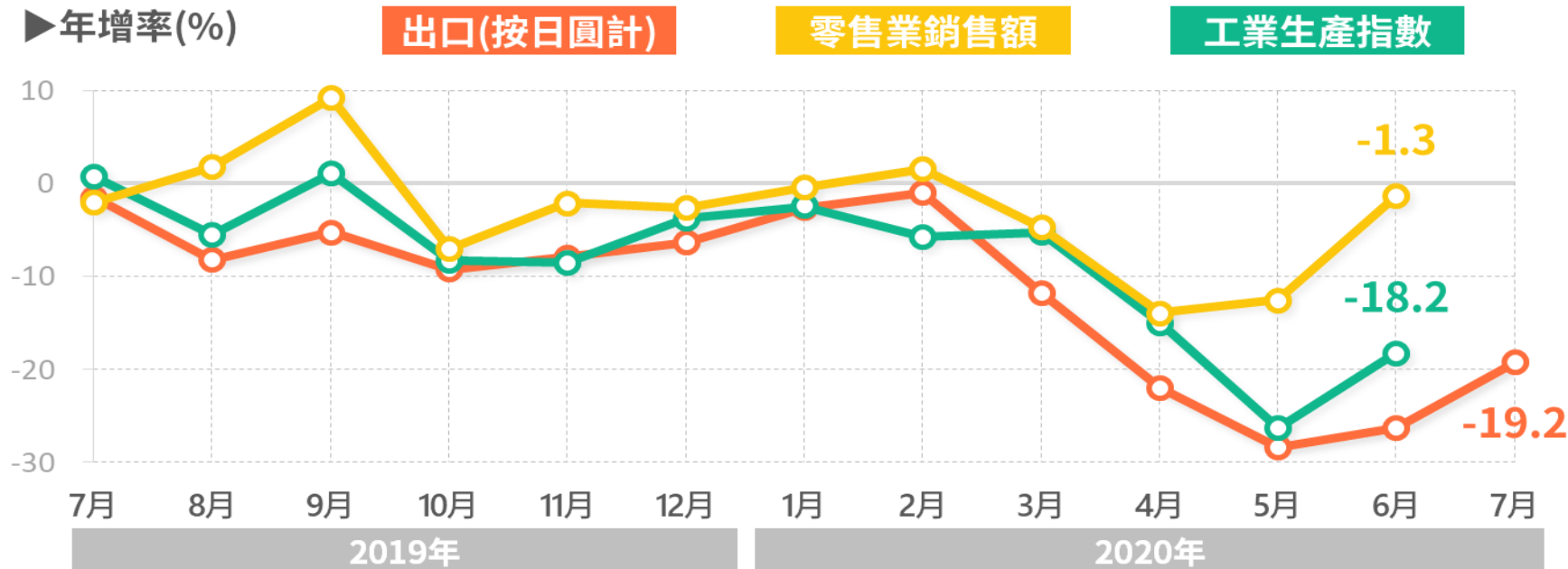
- 美國因疫情嚴峻，第2季經濟負成長9.5%，為歷年單季最大跌幅。
- 7月非農就業人數較上月增176.3萬人，連續3個月增加，失業率降至10.2%，顯示肺炎疫情對美國就業市場之影響逐漸趨緩。
- 7月零售銷售額為歷史同期新高，年增6.8%，主要來自無店面業、食品和雜貨業、汽車業等貢獻；7月工業生產雖年減8.3%，惟減幅持續收斂，顯示消費與生產逐步回溫中。

# 歐元區經濟下行風險猶存



- 歐元區6月失業率上升至7.8%，為近16個月以來最高；工業生產年減12.3%，因耐久財(如：汽車和冰箱等)增產，致減幅較上月縮小；惟隨各國限制措施陸續放寬，帶動零售銷售額年增1.3%，終止連3個月負成長。
- 受防疫封鎖措施嚴重影響企業與消費者支出，歐盟統計局公布歐元區第2季經濟負成長15.0%，為歷年最大降幅。

# 日本主要經濟指標減幅收斂



- 受海外需求疲軟影響，日本7月按日圓計出口年減19.2%，連續第5個月雙位數下滑，惟減幅已較上月縮小。
- 6月零售業銷售額年減1.3%，主因汽車銷售不振及油價仍低於上年同期，惟家用電器、藥品及化粧品等買氣熱絡，致減幅收斂；日本政府解除全國緊急狀態後，帶動工業生產年增率回升，減幅縮小至18.2%。
- 日本第2季經濟負成長9.9%，為歷年最大減幅。

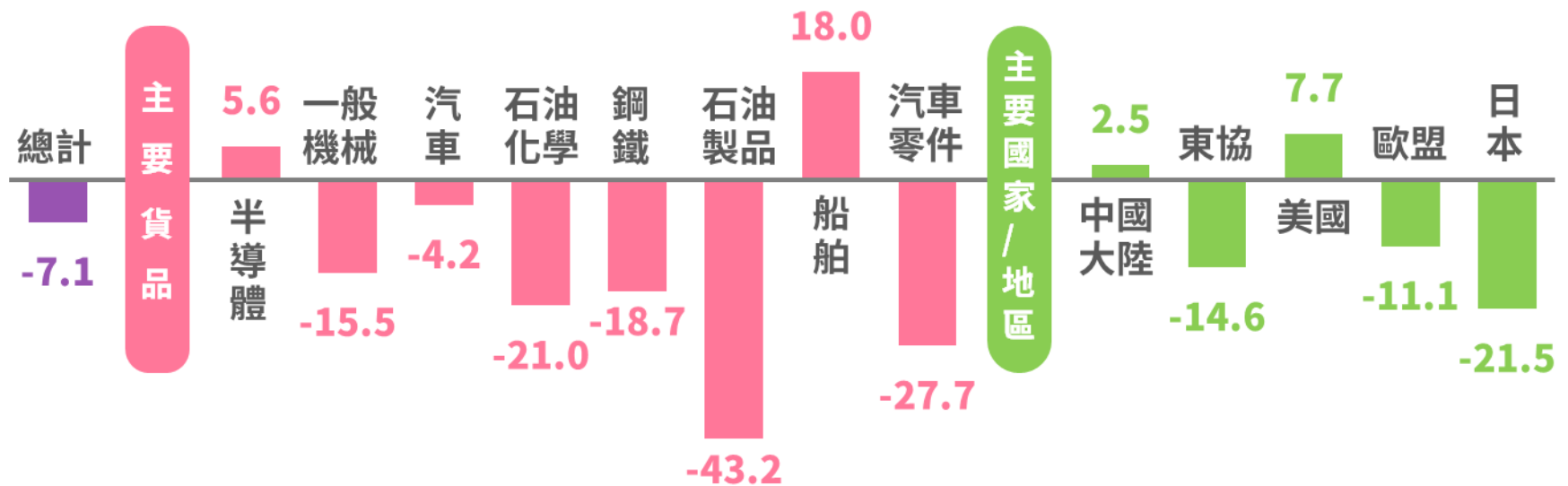
# 中國大陸7月出口及工業逐步回穩

|         | 出口<br>年增率<br>(%) | 進口<br>年增率<br>(%) | 工業生產<br>年增率<br>(%) | 社會消費品<br>零售額年增率<br>(%) | 固定投資<br>累計年增率<br>(%) |
|---------|------------------|------------------|--------------------|------------------------|----------------------|
| 2019年   | 0.5              | -2.7             | 5.8                | 8.0                    | 5.4                  |
| 2020年累計 | -4.1             | -5.7             | -0.4               | -9.9                   | -1.6                 |
| 4月      | 3.4              | -14.2            | 3.9                | -7.5                   | -10.3                |
| 5月      | -3.2             | -16.6            | 4.4                | -2.8                   | -6.3                 |
| 6月      | 0.5              | 2.7              | 4.8                | -1.8                   | -3.1                 |
| 7月      | 7.2              | -1.4             | 4.8                | -1.1                   | -1.6                 |

- 隨各國復工加快，外需逐漸回溫，加上防疫物資及電腦、電子及零件等出口熱絡，中國大陸7月出口年增7.2%；進口則因大宗商品價格普遍下滑及比較基數較高，年減1.4%。
- 7月工業生產年增4.8%，主因汽車、機械、工業機器人及通訊設備等增產所致；因美中貿易戰陰霾未消，南方水災及部分地區疫情反覆，削弱消費復甦力道，社會消費品零售額仍年減1.1%；固定投資則持續改善，前7個月年減1.6%。

# 南韓7月出口連續5個月負成長

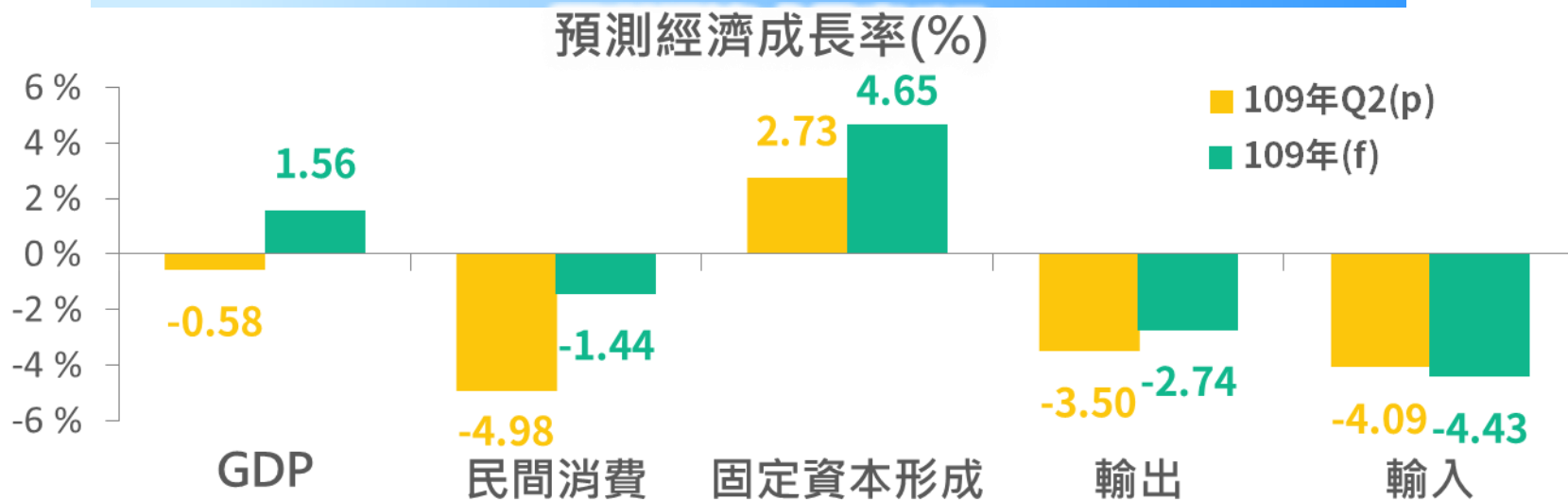
2020年7月出口年增率(%)



- 南韓第2季經濟負成長2.9%，為1999年第1季以來最大跌幅。
- 受國際需求疲弱影響，7月出口年減7.1%，連續第5個月衰退，惟在半導體需求回溫下，減幅已趨緩。
- 主要市場方面，對美國出口年增7.7%，為疫情爆發以來首度轉正；對中國大陸出口年增2.5%；對日本、東協、歐盟則減幅均達1成以上。主要出口貨品中，除半導體、船舶各成長5.6%、18.0%外，其餘均負成長，其中以石油製品年減43.2%最多。

## 貳、國內經濟情勢

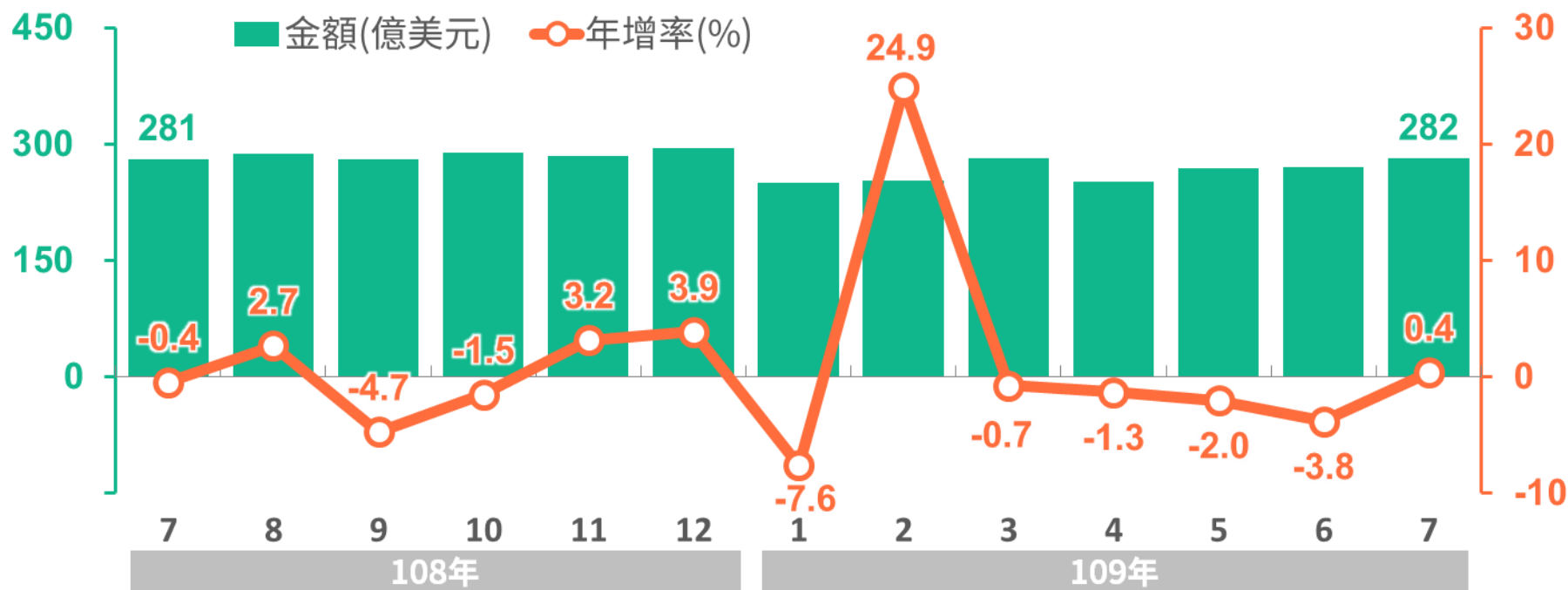
# 預測109年經濟成長率1.56%



資料來源：行政院主計總處(109年8月14日預測)

- 我國第2季經濟成長率-0.58%，為98年第4季以來新低，主因受肺炎疫情影響，邊境管制持續，國人在國外之消費大幅減少，致民間消費衰退4.98%，另來臺旅客幾近凍結，服務輸出劇減，致輸出衰退幅度擴大，惟固定資本形成持續成長2.73%，抵銷部分減幅。
- 行政院主計總處預估今年經濟成長率為1.56%，較5月預測數1.67%下修0.11個百分點，主因5G通訊及高效能運算衍生之半導體先進製程需求強勁，遠距商機帶動之資通訊產品需求可望延續，惟受疫情肆虐全球及各國邊境管制影響，國際需求仍顯疲弱，加上外人來臺消費劇減，抵銷部分增幅。

# 7月出口轉正 終止連四黑

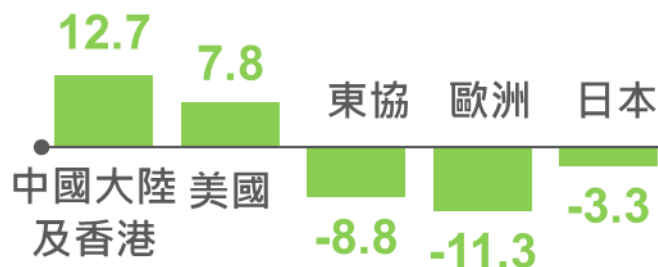


- 隨著宅經濟加速發酵、5G通訊等新興應用持續推進，加以旺季出貨效應顯現，7月出口回升至282億美元，年增0.4%，擺脫連續4個月負成長。
- 展望未來，全球肺炎疫情反覆不定，加以美中貿易局勢不確定性，均約制國際經濟復甦步調與力道，不利我國出口動能，惟遠距商機與5G通訊等新興應用看好，國內半導體領導廠商之高階製程優勢，以及產能回臺之趨勢延續，有助挹注我國出口。

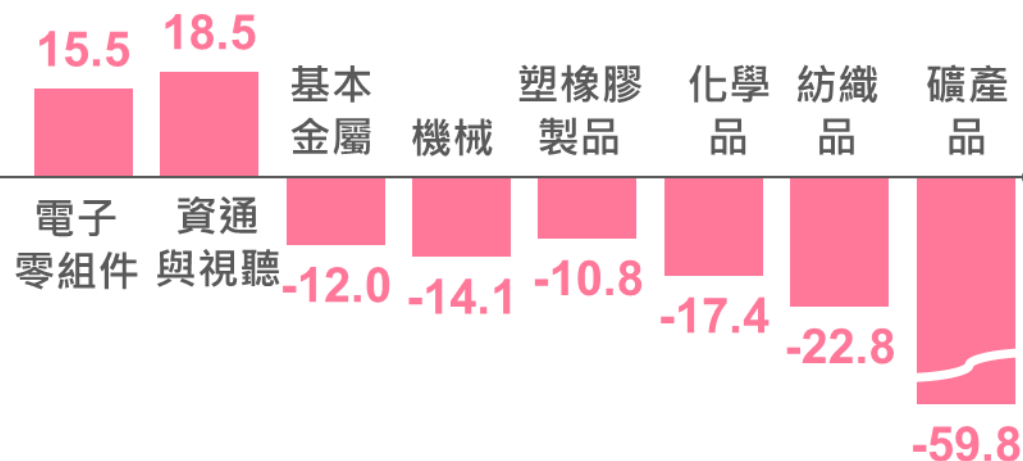
# 資通與視聽產品出口創歷年單月新高

109年7月主要出口市場及貨品之年增率(%)

主要出口市場



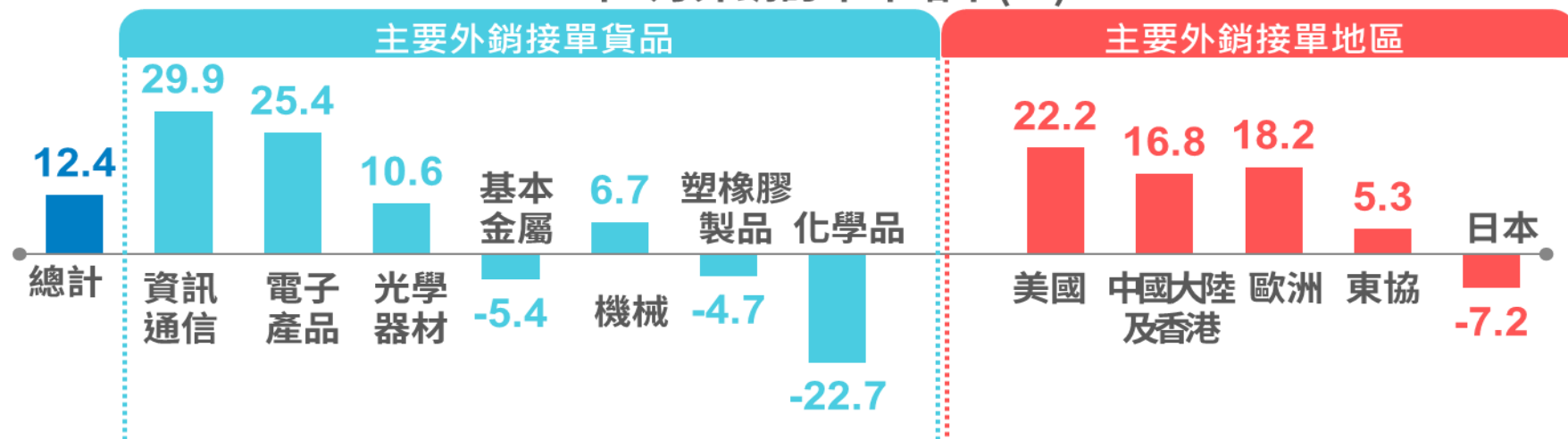
主要出口貨品



- 主要市場方面，7月對中國大陸及香港、美國出口各年增12.7%、7.8%，對歐洲、東協、日本出口分別年減11.3%、8.8%、3.3%，跌勢已見收斂。
- 主要出口貨品中，資通與視聽產品受遠距應用需求強勁推升，出口以44億美元創下單月新高，年增18.5%，電子零組件因積體電路外銷活絡，規模值為歷年單月次高，亦年增15.5%；其餘貨品出口減幅普遍較上月縮小，惟礦產品仍較上年同月減近6成。

# 遠距商機助攻 7月外銷訂單創歷年同期新高

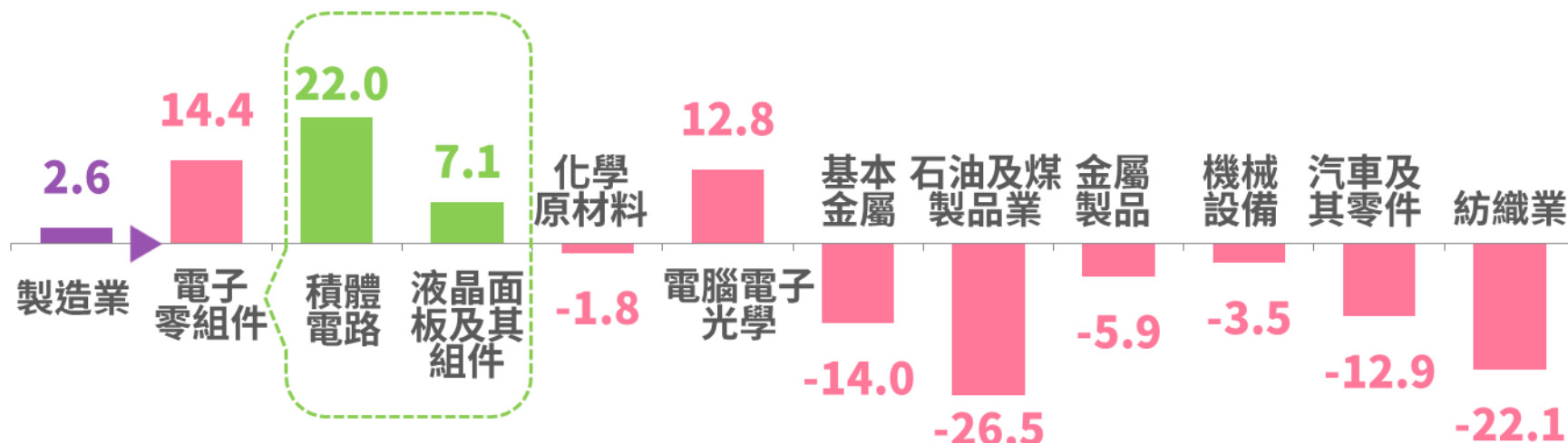
109年7月外銷訂單年增率(%)



- 7月外銷訂單年增12.4%，其中資訊通信及電子產品分別年增29.9%及25.4%，主因半導體高階製程需求暢旺，加上遠距商機持續發酵，科技類貨品接单明顯成長所致；光學器材因面板需求增溫，價格回升，加上背光模組接单成長，年增10.6%。
- 傳統貨品方面，因肺炎疫情持續蔓延全球，市場需求仍顯疲弱，加上產品價格普遍低於上年同期，致基本金屬年減5.4%、塑橡膠製品年減4.7%、化學品年減22.7%，惟機械因各國陸續解封復工，對機械設備投資增加，年增6.7%。
- 主要外銷接单地區，除日本年減7.2%外，餘皆呈成長。

# 電子零組件業生產連續8個月二位數成長

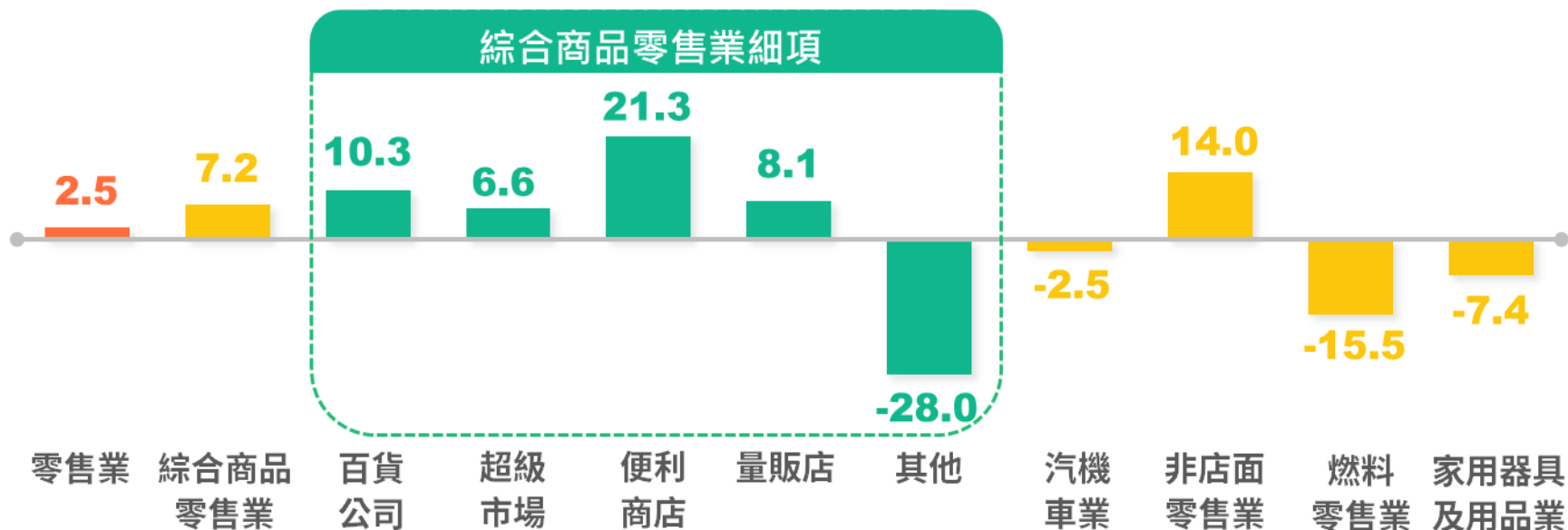
109年7月製造業生產量指數年增率(%)



- 7月製造業生產量年增2.6%，其中電子零組件業年增14.4%，為推升製造業生產成長之主要貢獻，主因5G通訊、高效能運算、物聯網等應用持續推展，加上遠距應用設備需求活絡；電腦電子產品及光學製品業年增12.8%，主因遠距需求持續發酵，激勵伺服器、筆電等生產續旺，加上網通設備在國內產能擴增所致。
- 傳統產業續呈疲弱，其中石油及煤製品業、紡織業、基本金屬業、汽車及其零件業減幅均1成以上。

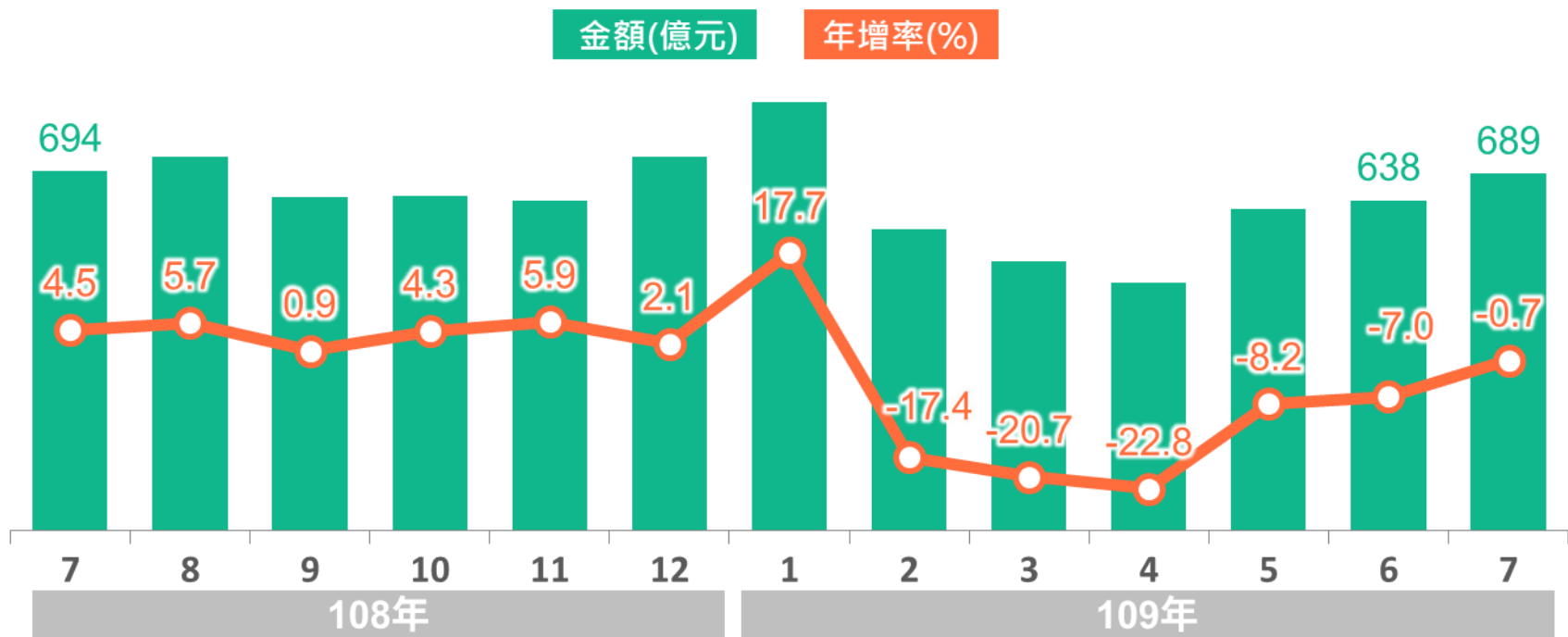
# 7月零售業營業額終止連續5個月負成長

109年7月零售業營業額年增率(%)



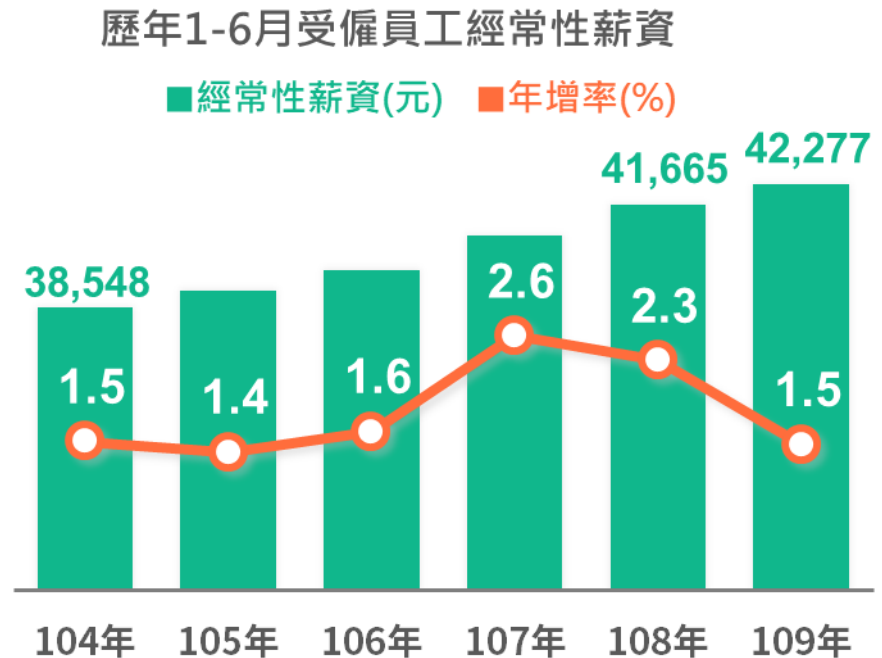
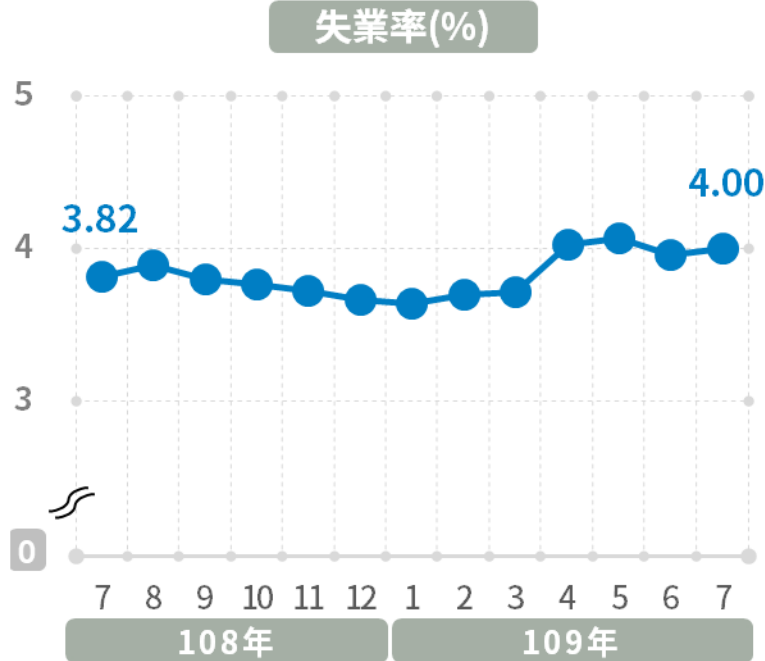
- 7月零售業營業額年增2.5%，終止連續5個月負成長，其中百貨公司、超級市場及量販店因搭配政府振興方案推出強力促銷活動帶動下，營收分別年增10.3%、6.6%及8.1%；便利商店因展店、鮮食及飲料業績成長，加上加碼振興經濟優惠活動，年增21.3%。
- 非店面零售業因消暑家電熱銷及宅經濟商機帶動，年增14.0%；燃料零售業因汽柴油價格較上年同月下跌，年減15.5%；汽機車零售業年減2.5%，主因部分進口車因國外停工，新車到港數下滑。

# 7月餐飲業營業額減幅縮小



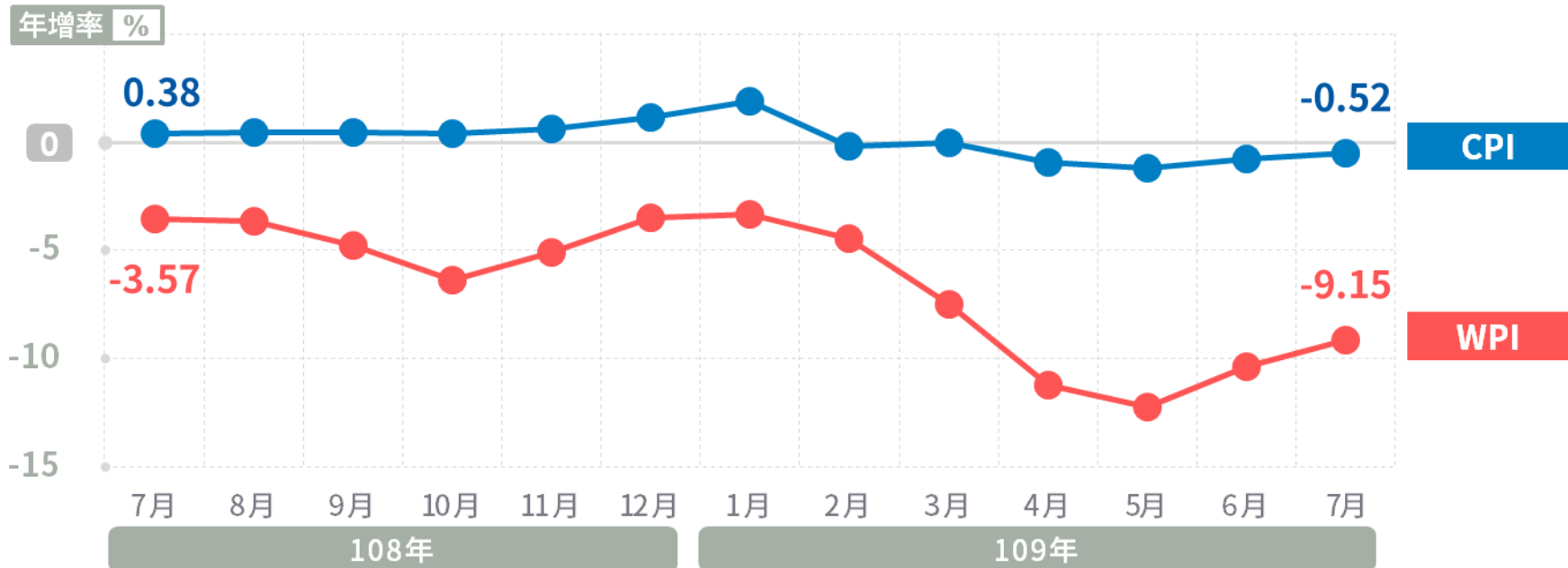
- 7月餐飲業營業額689億元，年減幅度縮小至0.7%，其中餐館業年增1.0%，終止連續5個月負成長，主因國內疫情趨緩，且適逢暑假旅遊、聚餐旺季，再加上政府振興券上路所致，其中以一般聚餐為主要客源之業者轉呈正成長，以宴會為主之業者則減幅明顯縮小；飲料店業亦年增0.5%；外燴及團膳承包業則年減33.3%，主因各國持續邊境管制衝擊空廚營收所致。

# 就業情勢仍屬穩定



- 國內疫情持續好轉，關廠失業人數減少，但受應屆畢業生投入尋職行列影響，7月失業率為4.00%，較上月略升0.04個百分點，較上年同月上升0.18個百分點。
- 6月受僱員工經常性薪資平均4萬2,352元，年增1.4%。累計1至6月經常性薪資平均為42,277元，年增1.5%；剔除物價因素後，實質經常性薪資年增1.7%。

# 能源成本降價造成物價下跌

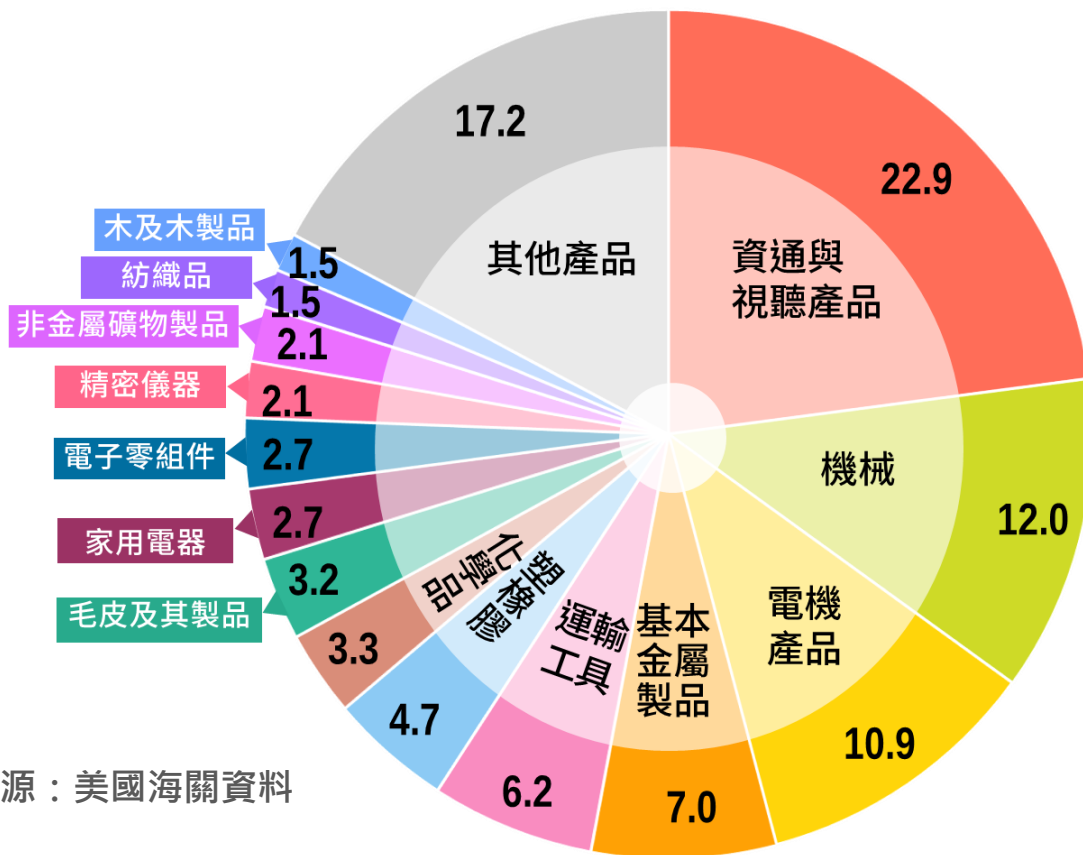


- 受娛樂費用降價促銷、油料費續跌的影響，7月消費者物價指數(CPI)較去年同月下跌0.52%，連續6個月下跌；若扣除蔬果及能源後之核心物價，則漲0.14%。
- 因疫情致全球景氣降溫，原油、化學或有關工業產品與基本金屬等行情走跌，7月躉售物價指數(WPI)較上年同月跌9.15%，為連續15個月下跌，其中國產內銷品跌6.79%，進口品跌11.78%，出口品跌8.65%。

參、專題：  
美中貿易戰下，我國外銷訂單  
生產配置變動

# 貿易戰課稅清單- 按出口貨品別分

2017年美自中加徵關稅清單之進口金額統計—按我國出口貨品別分(%)

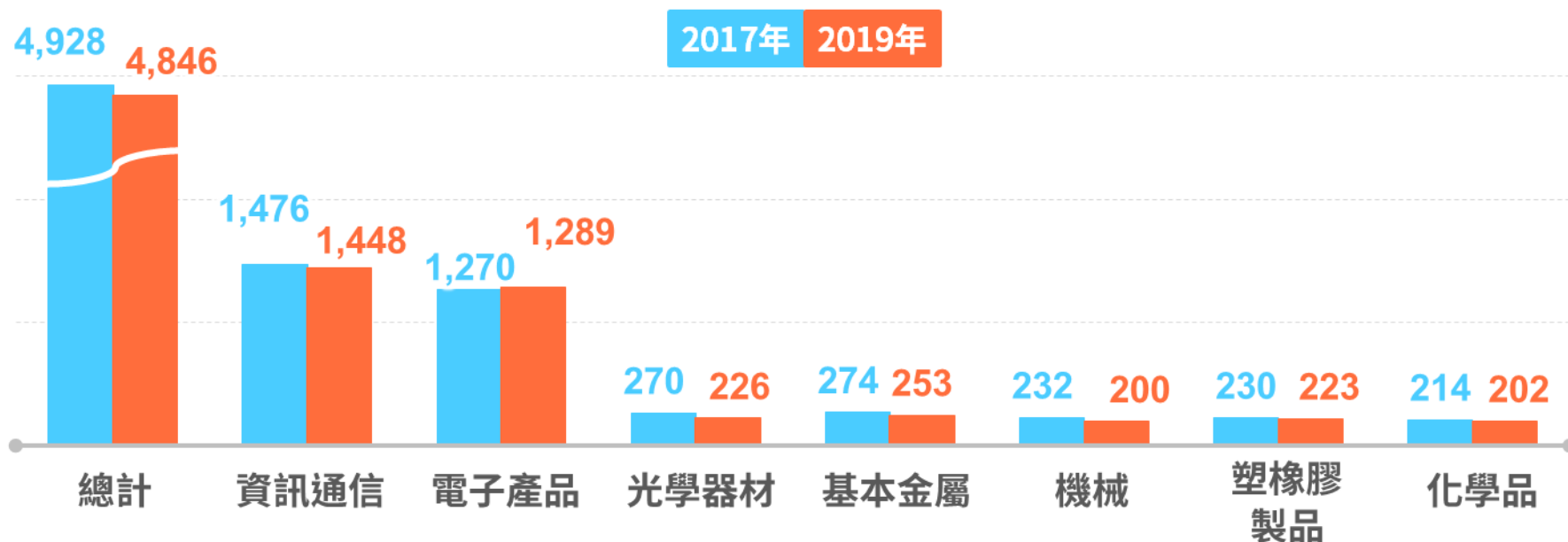


資料來源：美國海關資料

- 美中貿易戰中，美國對中國大陸課稅清單之進口金額，若按我國出口貨品別分，以資通與視聽產品占22.9%居首，機械占12.0%居次，電機產品占10.9%居第三，顯示中國大陸出口到美國以此三大產品受到衝擊較大，除影響我國外銷接單動能外，亦牽動廠商生產產能之配置。

# 貿易戰衝擊外銷接單之動能

主要接單貨品(億美元)



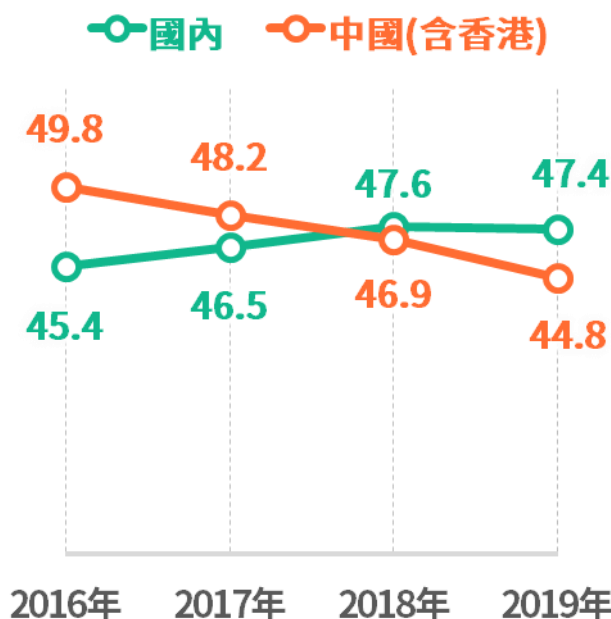
- 2019年外銷訂單金額4,846億美元，較2017年減少1.7%，主因美中貿易紛爭干擾，全球貿易保護主義興起，加上國際原物料價格疲軟所致。
- 主要接單貨品中，除電子產品因5G、高效能運算等新興應用續增，帶動科技類產品接單維持高檔外，其餘各貨品接單金額均較2017年減少。

# 中國(含香港)之生產比率降，轉移至我及歐美等地生產

## 外銷訂單在各地生產比率(%)

| 國家/地區別  | 2017年 | 2018年 | 2019年 | 較2017年<br>增減百分點 |
|---------|-------|-------|-------|-----------------|
| 合計      | 100.0 | 100.0 | 100.0 | -               |
| 我國      | 46.5  | 47.6  | 47.4  | 0.9             |
| 中國(含香港) | 48.2  | 46.9  | 44.8  | -3.4            |
| 東協國家    | 1.6   | 1.6   | 1.9   | 0.3             |
| 其他亞洲地區  | 1.8   | 2.2   | 1.7   | -0.1            |
| 美洲      | 1.2   | 0.9   | 2.0   | 0.8             |
| 歐洲      | 0.5   | 0.7   | 1.2   | 0.7             |
| 其他地區    | 0.2   | 0.2   | 0.8   | 0.6             |

## 外銷訂單主要生產地比率(%)



資料來源：外銷訂單海外生產實況調查

- 美中貿易紛爭下，全球供應鏈逐漸走向碎片化，臺商在全球生產配置亦出現明顯挪移，在中國(含香港)生產比率由2017年48.2%下降至2019年44.8%，下降3.4個百分點，取而代之的是鄰近亞洲和美洲等地區，其中美洲則提高0.8個百分點，歐洲亦升0.7個百分點。
- 近年政府積極排除貿易障礙及提高臺商回流誘因，加速產線移回國內，致國內生產比逐年提升，2019年占47.4%，較2017年提高0.9個百分點。

# 在中國(含香港)生產之企業以移往東協及國內較多

2019年在中國(含香港)有生產線者調整產線之地點(%)

| 貨品類別 | 有調整產線之家數比率 | 調整產線地點之家數比率(複選；%) |      |        |      |
|------|------------|-------------------|------|--------|------|
|      |            | 我國                | 東協   | 其他亞洲地區 | 美、歐  |
| 總計   | 21.5       | 44.4              | 46.4 | 12.6   | 6.6  |
| 資訊通信 | 55.3       | 76.9              | 34.6 | 7.7    | -    |
| 電子產品 | 22.5       | 56.0              | 36.0 | 12.0   | -    |
| 光學器材 | 17.5       | 85.7              | 14.3 | -      | -    |
| 基本金屬 | 17.7       | 54.6              | 27.3 | 18.2   | 9.1  |
| 機械   | 8.8        | 22.2              | 33.3 | 33.3   | 22.2 |
| 化學品  | 8.8        | 33.3              | 66.7 | -      | -    |
| 紡織品  | 30.6       | 6.7               | 86.7 | 20.0   | -    |
| 電機產品 | 31.3       | 28.0              | 60.0 | 4.0    | 8.0  |

- 2019年在中國(含香港)有生產線企業中，進行產線調整者占21.5%，其中紡織品、化學品、電機產品等主要移往東協，比率均在6成以上。
- 科技業者則傾向移回國內，其中光學器材占85.7%，資訊通信產品占76.9%，電子產品占56.0%，顯示我國為科技產業重新布局產能之首選。

# 科技產品移回國內生產之比率增加

外銷訂單在各地生產比率(%)

|          |                 | 合計    | 我國   | 中國<br>(含香港) | 東協<br>國家 | 其他亞洲<br>地區 | 美洲  | 歐洲   | 其他<br>地區 |
|----------|-----------------|-------|------|-------------|----------|------------|-----|------|----------|
| 資訊<br>通信 | 2019年           | 100.0 | 8.2  | 80.7        | 0.8      | 1.0        | 4.6 | 3.2  | 1.7      |
|          | 較2017年<br>增減百分點 | -     | 1.8  | -8.5        | 0.7      | 0.0        | 2.4 | 2.1  | 1.7      |
| 電子<br>產品 | 2019年           | 100.0 | 55.0 | 34.3        | 3.4      | 5.0        | 1.7 | 0.4  | 0.2      |
|          | 較2017年<br>增減百分點 | -     | 0.5  | 0.2         | -0.5     | -0.6       | 0.0 | 0.2  | 0.2      |
| 光學<br>器材 | 2019年           | 100.0 | 58.0 | 38.7        | 0.2      | 2.0        | 0.3 | 0.0  | 0.8      |
|          | 較2017年<br>增減百分點 | -     | 3.7  | -4.3        | 0.0      | 0.0        | 0.1 | -0.3 | 0.7      |

- 因全球供應鏈重組，2019年資訊通信產品、光學器材降低在中國(含香港)生產比率，較2017年各減8.5個、4.3個百分點，在國內生產比率則各增1.8個及3.7個百分點；另資訊通信亦將生產重心逐漸移至美、歐，2019年較2017年各增2.4及2.1個百分點。
- 2019年電子產品亦提高在國內生產比率，占比升至55.0%。

# 金屬機電生產地布局趨勢不同

外銷訂單在各地生產比率(%)

|          |                 | 合計    | 我國   | 中國<br>(含香港) | 東協<br>國家 | 其他亞洲<br>地區 | 美洲   | 歐洲   | 其他<br>地區 |
|----------|-----------------|-------|------|-------------|----------|------------|------|------|----------|
| 基本<br>金屬 | 2019年           | 100.0 | 92.9 | 6.1         | 0.6      | 0.1        | 0.1  | 0.0  | 0.2      |
|          | 較2017年<br>增減百分點 | -     | 1.9  | -1.6        | -0.5     | 0.1        | -0.1 | 0.0  | 0.2      |
| 機械       | 2019年           | 100.0 | 85.1 | 11.4        | 1.3      | 1.1        | 0.1  | 0.5  | 0.5      |
|          | 較2017年<br>增減百分點 | -     | -1.3 | -0.2        | 0.2      | 0.6        | -0.1 | 0.5  | 0.3      |
| 電機<br>產品 | 2019年           | 100.0 | 24.8 | 72.8        | 2.1      | 0.3        | 0.1  | 0.1  | 0.0      |
|          | 較2017年<br>增減百分點 | -     | -0.7 | 2.6         | 0.6      | -1.0       | -1.3 | -0.2 | 0.0      |

- 基本金屬及機械貨品以在國內生產為主，2019年在國內生產比率均逾8成5，海外生產地則以中國(含香港)為主。與2017年相比，基本金屬在國內生產比率呈上升走勢；機械則降低在國內生產比率，移轉至其他亞洲地區及歐洲生產。
- 電機產品以中國(含香港)為生產地，2019年占72.8%，較2017年增加2.6個百分點。

# 紡織、塑橡製品至東協生產比率上升

外銷訂單在各地生產比率(%)

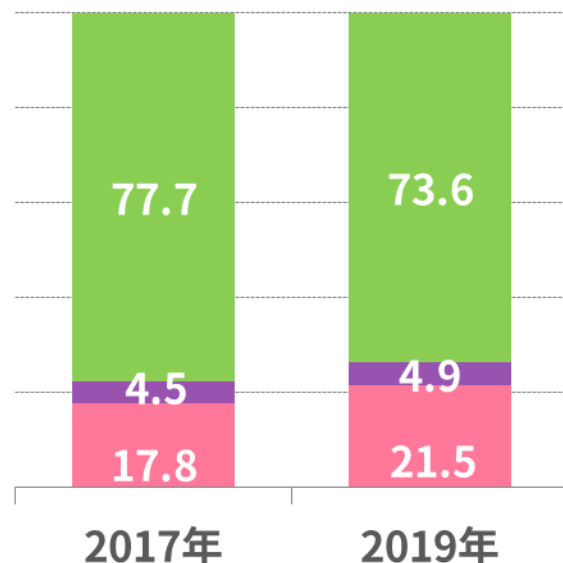
|               |                 | 合計    | 我國   | 中國<br>(含香港) | 東協<br>國家 | 其他亞洲<br>地區 | 美洲   | 歐洲   | 其他<br>地區 |
|---------------|-----------------|-------|------|-------------|----------|------------|------|------|----------|
| 紡織<br>品       | 2019年           | 100.0 | 64.8 | 4.9         | 24.6     | 0.8        | 2.5  | 0.3  | 2.2      |
|               | 較2017年<br>增減百分點 | -     | -3.4 | 0.6         | 4.9      | -1.2       | -0.3 | 0.3  | -0.7     |
| 塑橡<br>膠製<br>品 | 2019年           | 100.0 | 90.6 | 6.8         | 1.4      | 0.9        | 0.0  | 0.2  | 0.0      |
|               | 較2017年<br>增減百分點 | -     | -0.8 | -0.1        | 0.7      | 0.1        | 0.0  | 0.2  | 0.0      |
| 化學<br>品       | 2019年           | 100.0 | 86.4 | 3.5         | 0.7      | 6.0        | 0.9  | 0.2  | 2.1      |
|               | 較2017年<br>增減百分點 | -     | 3.5  | -3.7        | -0.9     | 2.5        | -0.6 | -0.7 | -0.1     |

- 民生化學產品以在臺生產為主，其中紡織品及塑橡膠製品至東協生產比率逐漸增加，2019年較2017年分別增加4.9個、0.7個百分點，主因東協國家憑藉著豐沛勞動力及關稅優勢，吸引廠商前往投資所致。
- 化學品在國內生產比率持續增加，由2017年82.9%升至2019年86.4%。

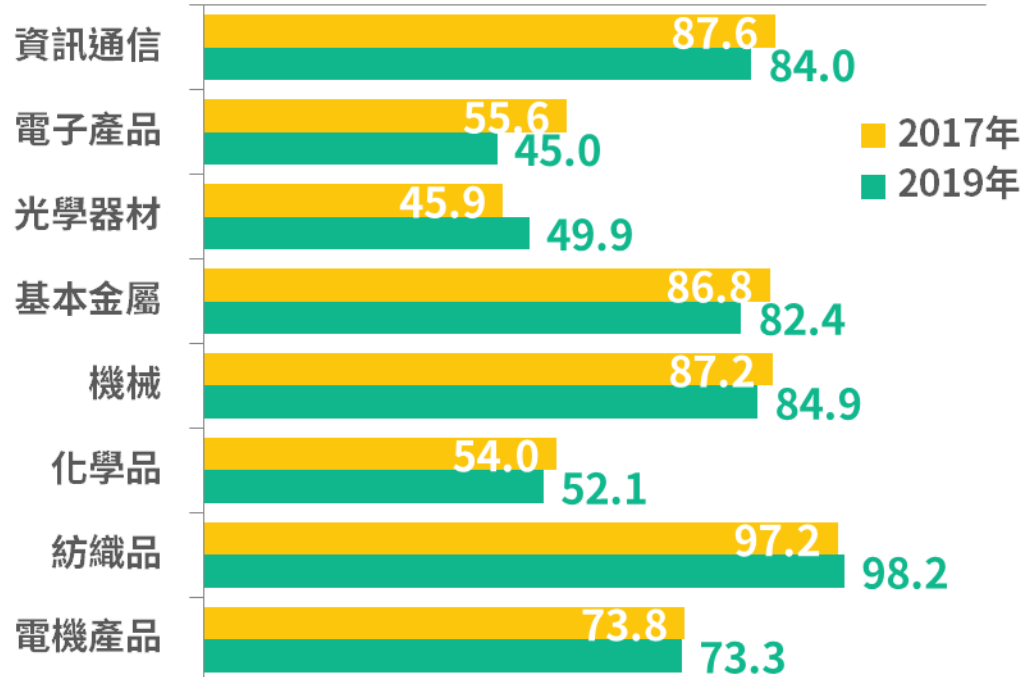
# 當地銷售比增加 供應鏈愈趨在地化

## 海外產品銷售流向(%)

■ 轉銷第三國 ■ 回銷國內 ■ 當地銷售



## 海外產品轉銷第三國之比率(%)



- 2019年我國在海外生產之產品，近7成4「轉銷第三國」，逾2成於「產地銷售」，較2017年分別減少4.1個百分點，及增加3.7個百分點，顯示我國供應鏈愈趨在地化，提供就近服務。
- 與2017年相比，以電子產品「轉銷第三國」比率減少10.6個百分點最多，資訊通信產品、基本金屬亦各減3.6個、4.4個百分點。

# 全球運籌管理 重要性日增

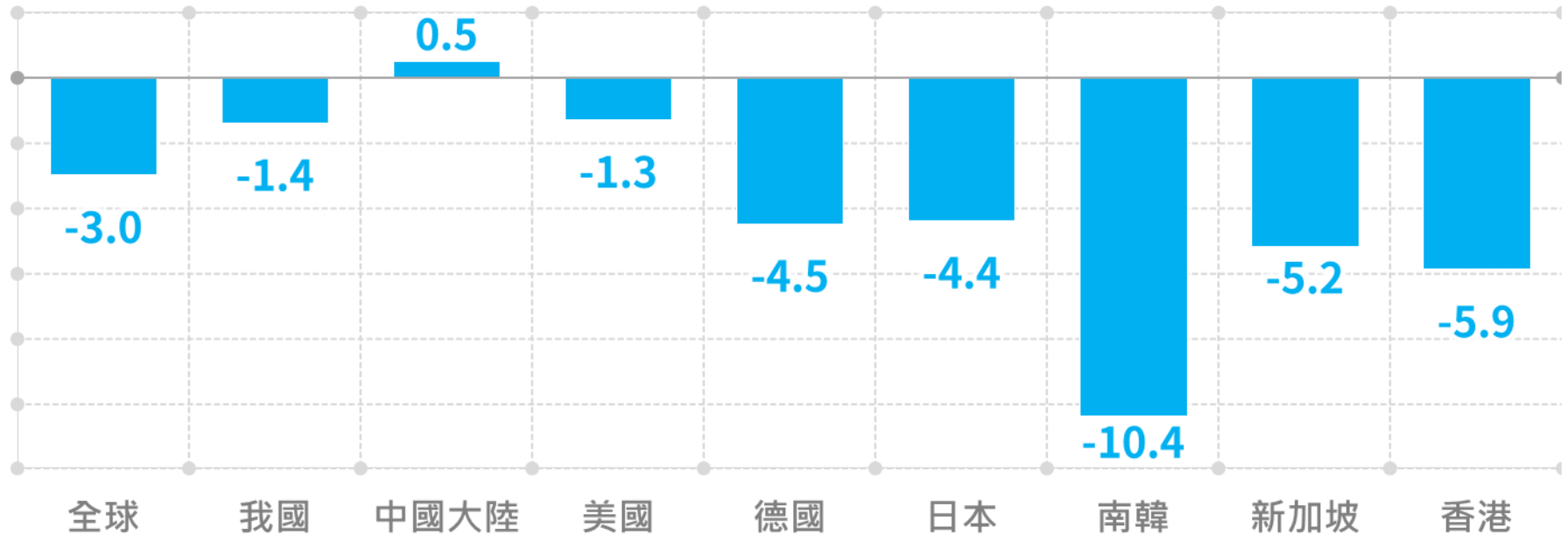
國內接單海外生產原因(%)

| 貨品類別 | 生產成本低廉 |       |                 | 全球運籌管理 |       |                 |
|------|--------|-------|-----------------|--------|-------|-----------------|
|      | 2011年  | 2019年 | 較2011年<br>增減百分點 | 2011年  | 2019年 | 較2011年<br>增減百分點 |
| 總計   | 69.2   | 50.4  | -18.8           | 20.0   | 27.7  | 7.7             |
| 資訊通信 | 79.1   | 56.1  | -23.0           | 27.9   | 38.6  | 10.7            |
| 電子產品 | 67.7   | 48.7  | -19.0           | 25.3   | 30.0  | 4.7             |
| 光學器材 | 64.5   | 46.0  | -18.5           | 32.3   | 38.0  | 5.7             |
| 基本金屬 | 64.8   | 47.8  | -17.0           | 13.0   | 20.3  | 7.3             |
| 機械   | 55.0   | 57.8  | 2.8             | 27.5   | 31.3  | 3.8             |
| 化學品  | 57.1   | 25.0  | -32.1           | 14.3   | 41.7  | 27.4            |
| 紡織品  | 76.3   | 63.5  | -12.8           | 10.0   | 14.9  | 4.9             |
| 電機產品 | 87.5   | 54.1  | -33.4           | 17.2   | 25.7  | 8.5             |

- 我國廠商選擇在海外生產原因，2019年以「生產成本低廉」占50.4%最高，惟較2011年減少18.8個百分點；隨全球貿易市場的多變，企業全球布局對如何有效管理、分散風險、整合上下游供應鏈愈加重視，「全球運籌管理」較2011年提高7.7個百分點。

# 產能回臺 助我出口增幅表現優於全球

2019年主要國家出口年增率(%)

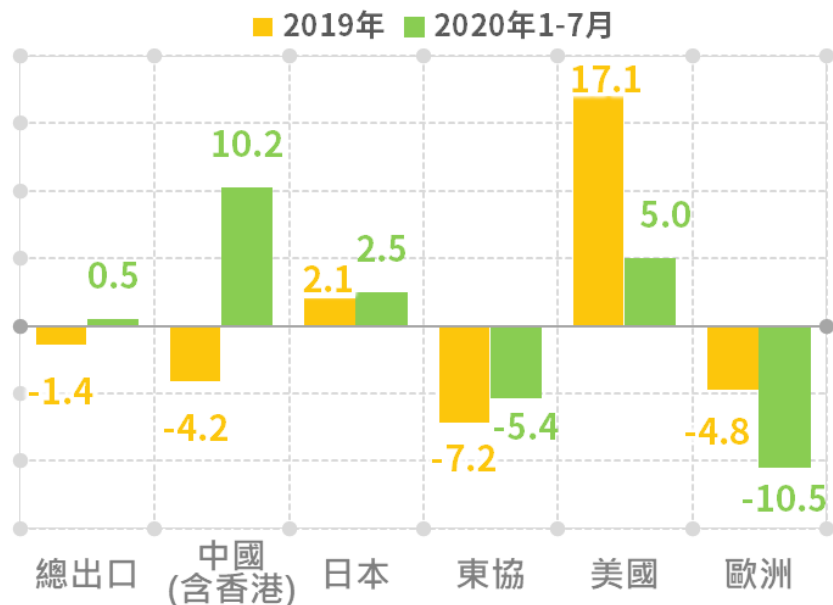


資料來源：WTO、各國官網

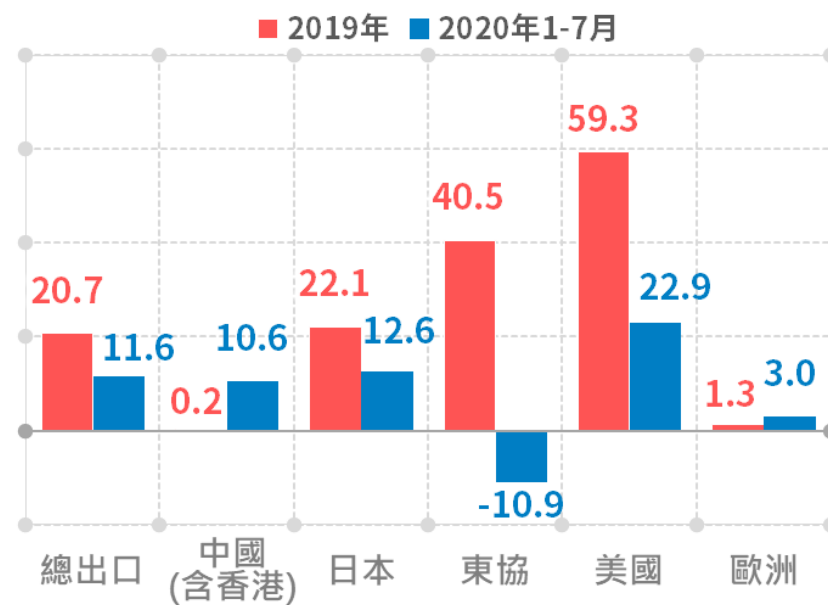
- 因美中貿易抑低各國出口動能，根據世界貿易組織(WTO) 統計，2019年全球出口總值18.9兆美元，較上年衰退3.0%。
- 主要國家出口多呈衰退，其中以南韓年減10.4%最多，德國、日本亦各減4.5%、4.4%，我國在產能回流及轉單效應挹注下，僅年減1.4%，減幅低於鄰近主要國家，且優於全球總出口表現。

# 我對美出口增幅優於整體表現

我國對主要國家出口年增率(%)



我國資通與視聽產品對主要國家出口年增率(%)



資料來源：財政部

- 我國主要出口地區以中國(含香港)為主，占40.1%，其次為美國，受供應鏈移轉效應，2019年對中國(含香港)減少4.2%，對美國則增17.1%，今年1至7月對美國續增5.0%，中國大陸因較歐美各國提早解封，回升至10.2%。
- 業者回臺投資及轉單效應最為明顯的產業為資通與視聽產品，2019年出口年增20.7%，優於總出口表現，其中出口至美國激增59.3%，今年1至7月續增22.9%，優於其他出口地區，顯示供應鏈移轉明顯。

## 肆、結語

## 一、國外經濟

受疫情衝擊，全球主要經濟體第2季經濟成長率多呈負值，其中美國、歐元區、日本皆創有數據以來最大減幅，中國大陸則因較早解封，經濟成長率由上季的-6.8%升至3.2%。展望未來，防疫相關封鎖將逐步放寬，有助商業經濟活動逐步升溫，惟疫情不確定性猶存，加上美中關係緊張，貿易展望依然不明，IHS Markit 最新預測，今年全球經濟成長率衰退5.1%，較上月上修0.4個百分點。

## 二、國內經濟

由於各國陸續解封，加上新興科技應用及遠距商機需求持續擴增，7月我國出口、製造業生產分別年增0.4%、2.6%。民間消費方面，零售業因消暑家電、飲品等熱銷，加上政府推出振興方案及業者強力促銷帶動下，年增2.5%，終止連續5個月負成長；餐飲業因適逢暑假旅遊、聚餐旺季，再加上政府振興券上路，年減幅度縮小至0.7%。

展望未來，全球各地抗疫封鎖措施逐步鬆綁，加上新興科技及遠距商機持續帶動相關產品生產續揚，傳統產業亦在國際油價、鋼價緩步上揚下，可望挹注我國出口及生產動能，惟肺炎疫情持續籠罩全球，美中貿易及科技衝突未歇，恐抑制部分成長動能。民間消費方面，因邊境管制持續，留在國內消費人口增加，加上政府振興方案挹注，預期消費動能將持續增溫。

### 三、專題：美中貿易戰下，我國外銷訂單生產配置變動

- 1.貿易戰衝擊外銷接單之動能：美國對中國大陸課稅清單，連帶影響我國外銷接單動能外，亦牽動廠商生產產能之配置。2019年外銷訂單金額較2017年減少1.7%，其中除電子產品因5G、高效能運算等新興應用續增，帶動科技類產品接單維持高檔外，其餘各貨品接單金額均較2017年減少。
- 2.中國(含香港)之生產比率降，轉移至我及歐美等地生產：美中貿易紛爭下，全球供應鏈逐漸走向碎片化，臺商在全球生產配置亦出現明顯挪移，在中國(含香港)生產比率下降，取而代之的是鄰近亞洲和美歐等地區。近年政府積極排除貿易障礙及提高臺商回流誘因，致國內生產比逐年提升，2019年較2017年提高0.9個百分點。
- 3.在中國(含香港)生產之企業以移往東協及國內較多：2019年在中國(含香港)有生產線企業中，進行產線調整者占21.5%，其中紡織品、化學品、電機產品等主要移往東協，比率均在6成以上。科技業者則傾向移回國內，顯示我國為科技產業重新布局產能之首選。
- 4.科技產品移回國內生產之比率增加：因全球供應鏈重組，科技產品在國內生產比率增加；傳統產業以在臺生產為主，海外各貨品之布局趨勢不同，其中機械降低在國內生產比率，移轉至其他亞洲地區及歐洲生產；紡織品及塑橡膠製品至東協生產比率逐漸增加。

- 5.當地銷售比增加，供應鏈愈趨在地化：2019年我國在海外生產之產品，「轉銷第三國」占73.6%，逾2成於「產地銷售」，較2017年分別減少4.1個百分點，及增加3.7個百分點，顯示我國供應鏈愈趨在地化，提供就近服務。
- 6.全球運籌管理之重要性日增：我國廠商選擇在海外生產原因，2019年以「生產成本低廉」占50.4%最高，惟較2011年減少18.8個百分點；隨全球貿易市場的多變，企業全球布局對如何有效管理、整合上下游供應鏈愈加重視，「全球運籌管理」較2011年提高7.7個百分點。
- 7.產能回臺，助我出口增幅表現優於全球：因美中貿易抑低各國出口動能，我國在產能回流及轉單效應挹注下，2019年僅年減1.4%，減幅低於鄰近主要國家，且優於全球總出口(-3.0%)。就出口地區觀察，對中國(含香港)減少4.2%，對美國增17.1%，今年1至7月對美國續增5.0%，中國(含香港)則在疫情減緩後回升10.2%。
- 8.推動臺灣成為「高階製造中心」：受美中貿易戰及疫情衝擊，全球產業供應鏈正在加速重整，許多高階產品選擇移回臺灣生產製造，加上我國在半導體產業處於領先地位及硬體製造之優勢，正是我國產業轉型最佳契機。政府掌握此契機及配合產業創新與發展，推動臺灣成為『亞洲高階製造中心』與『半導體先進製程中心』，讓臺灣在世界變局中能夠脫胎換骨、搶得先機。