

當前經濟情勢概況

(專題：疫情對我國產業之影響)



經濟部



統計處



Department of Statistics

中華民國110年5月28日

大綱

壹·國外經濟情勢

貳·國內經濟情勢

參·專題：疫情對我國產業之影響

肆·結語

壹、國外經濟情勢

全球經濟穩定復甦

2021年經濟成長率預測(%)



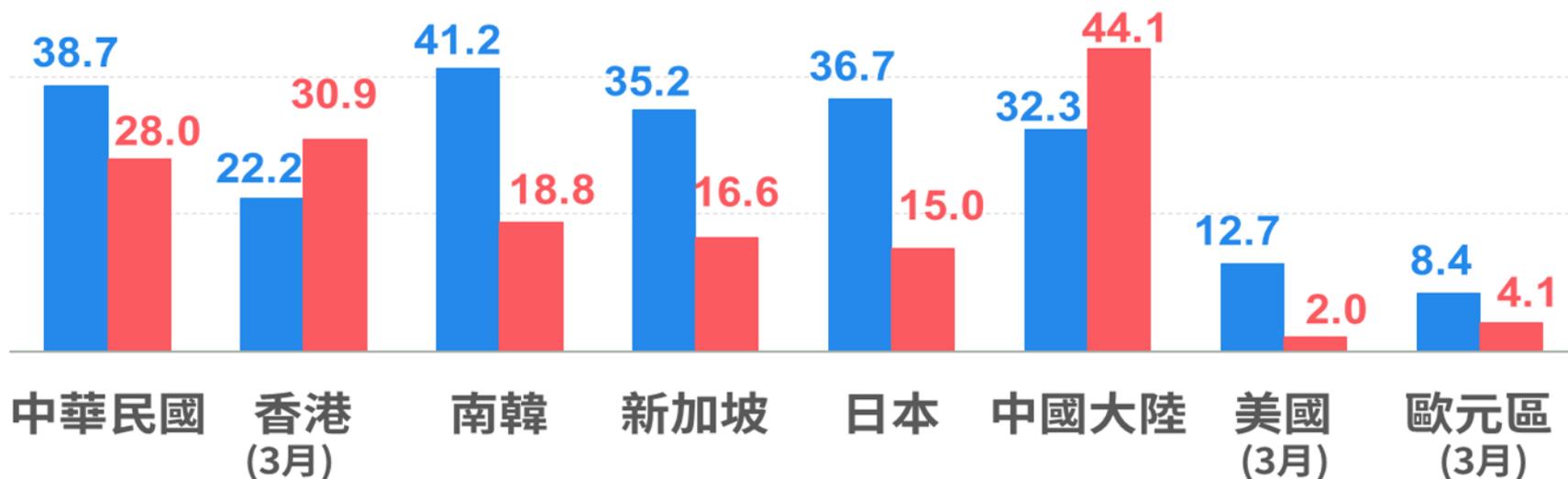
資料來源：我國來自行政院主計總處2月預測數及與去年11月預測之增減百分點，餘皆來自IHS Markit。

- 隨各國陸續開打COVID-19疫苗，生產活動及需求將逐步回溫，經濟可望加快復甦，依據IHS Markit 5月最新預測，今年全球經濟成長率5.7%，較上月上修0.4個百分點。
- 主要國家普遍調升，香港上修2.4個百分點最多，我國及南韓均上修0.8個百分點，美國及歐元區雙雙上調0.5個百分點。

主要國家出口成長力道增溫

出口年增率—按美金計(%)

2021年4月 2021年1-4月

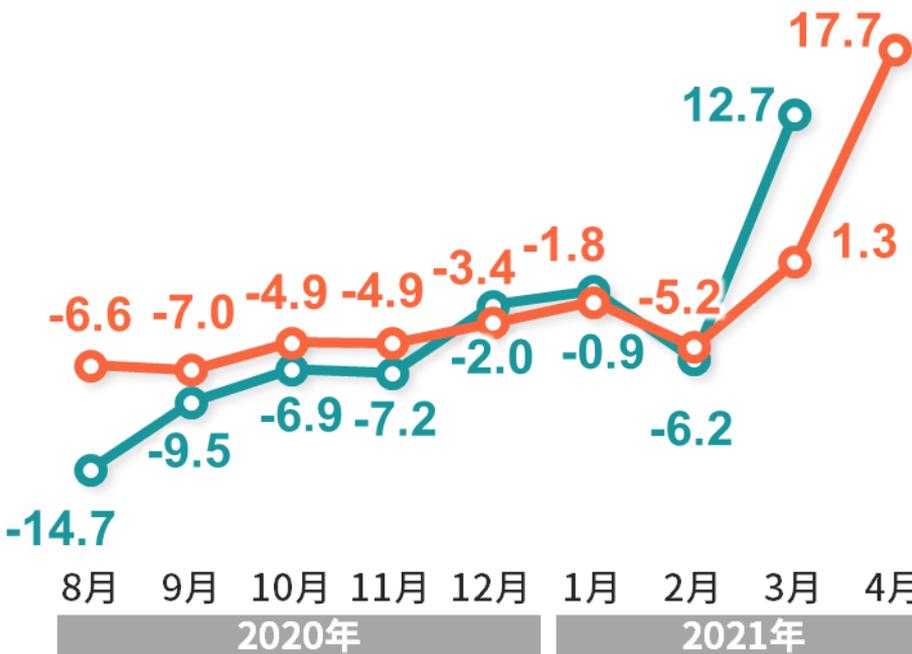


- 隨全球外貿景氣逐步回穩，主要國家出口成長力道增溫，4月南韓出口年增幅逾4成，我國、新加坡、日本及中國大陸均逾3成，3月美國轉呈正成長，年增12.7%。
- 累計1-4月亞洲主要國家出口年增率均呈雙位數成長，中國大陸年增44.1%，我國年增28.0%，南韓、新加坡及日本各增18.8%、16.6%、15.0%。

美國出口及工業生產回溫，零售銷售續強

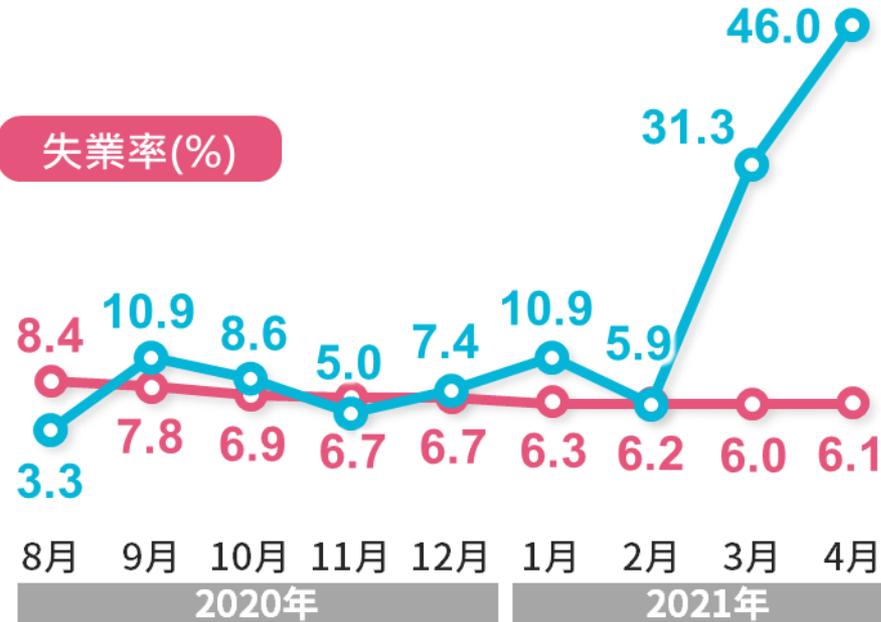
▶工業生產年增率 (%)

▶出口年增率 (%)



零售銷售年增率 (%)

失業率 (%)

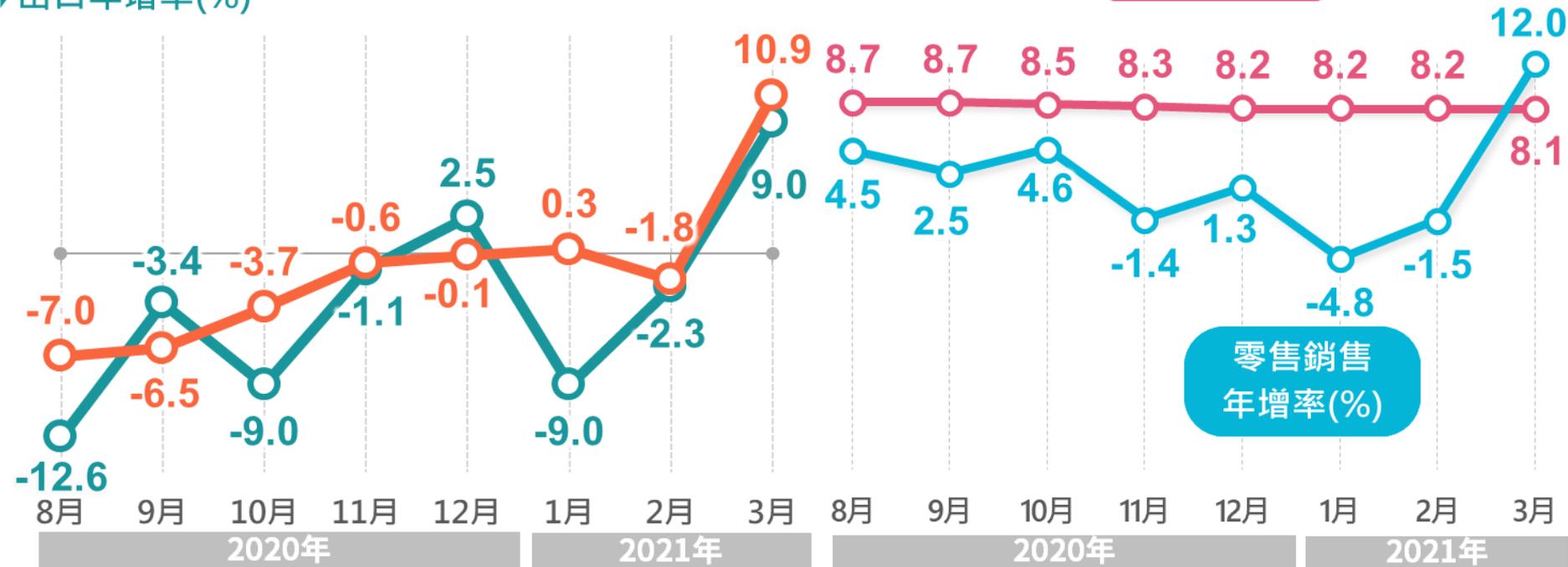


- 美國3月出口年增12.7%，終止連續12個月負成長。4月工業生產擺脫嚴寒氣候負面影響，年增17.7%。
- 4月失業率6.1%，較上月上升0.1個百分點，勞參率61.7%，較上月增加0.2個百分點，就業市場仍呈穩定。由於政府加速疫苗接種，加上紓困政策推動，帶動消費支出持續回溫，4月零售銷售大增46.0%。

防疫封鎖逐步放寬，歐元區經濟可望漸次回溫

工業生產年增率 (%)

出口年增率 (%)

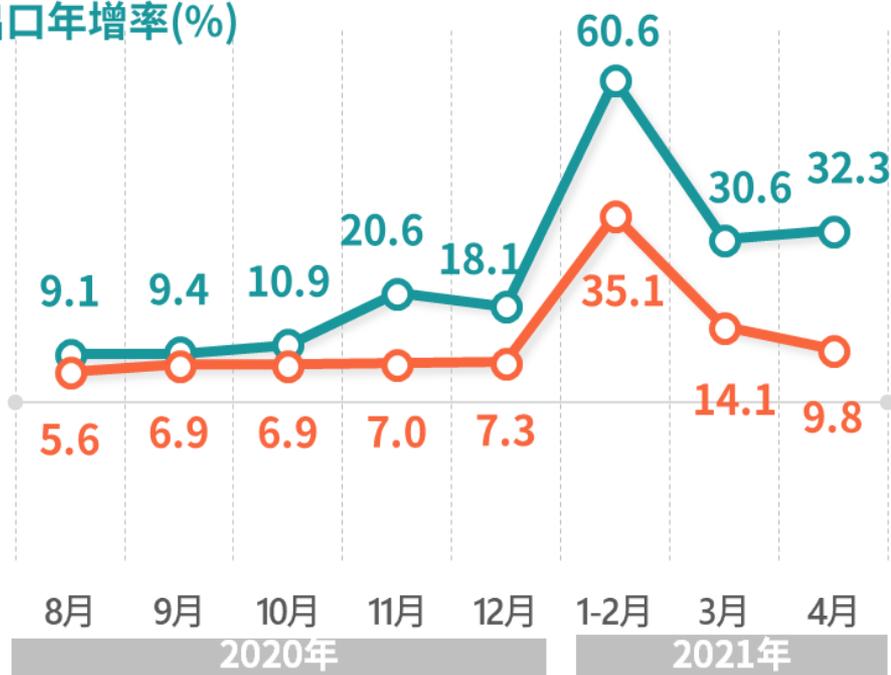


- 歐元區3月按歐元計出口轉呈正成長9.0%，為近29個月最高增幅。工業生產年增10.9%，主因耐用消費品及資本財生產增加，加上低基期所致。
- 3月失業率8.1%，較上月下降0.1個百分點。隨防疫封鎖措施逐步放寬，消費動能增溫，零售銷售年增12.0%。

中國大陸經濟情勢持續正向發展

▶ 工業生產年增率(%)

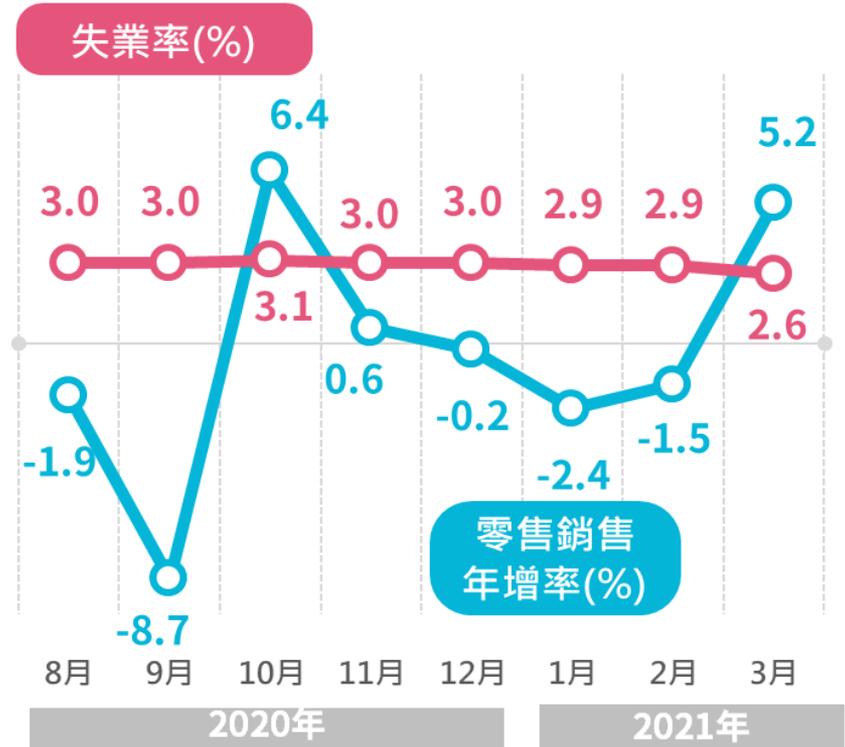
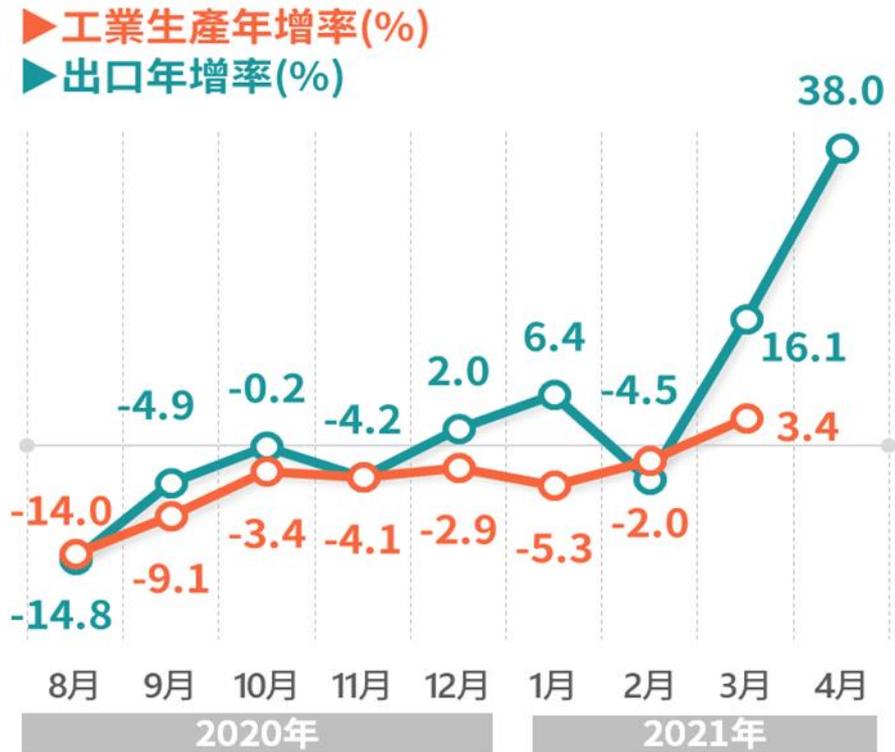
▶ 出口年增率(%)



■ 因美國疫情獲得控制及全球疫苗接種加快，外需市場需求增溫，中國大陸4月按美元計出口年增32.3%。工業生產因電氣機械和器材製造業、金屬製品業生產增加，年增9.8%。

■ 4月社會消費品零售額因汽車、石油及製品零售增加，年增17.7%。失業率5.1%，較上月降0.2個百分點，較去年同期下降0.9個百分點。

日本經濟指標持續增強

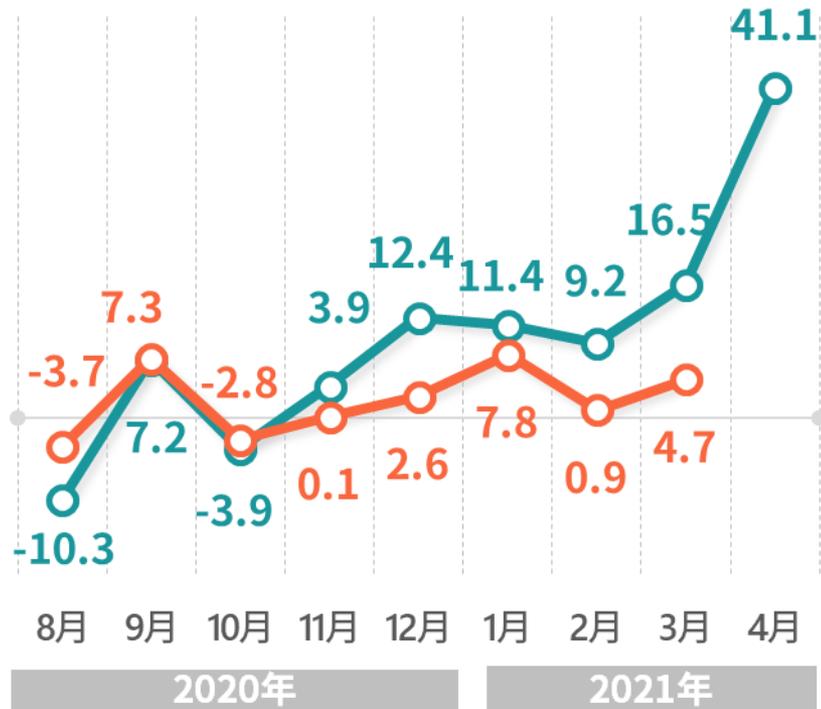


- 由於對美國及中國大陸出口暢旺，以及低基期因素，4月按日圓計出口年增38.0%。3月工業生產因生產用機械及電子零件增產，年增3.4%，結束2019年10月以來負成長。
- 3月零售銷售因機械器具業及布疋服飾業銷售增加，年增5.2%，結束連續3個月負成長。失業率降至2.6%。

南韓經濟擴張力道續增

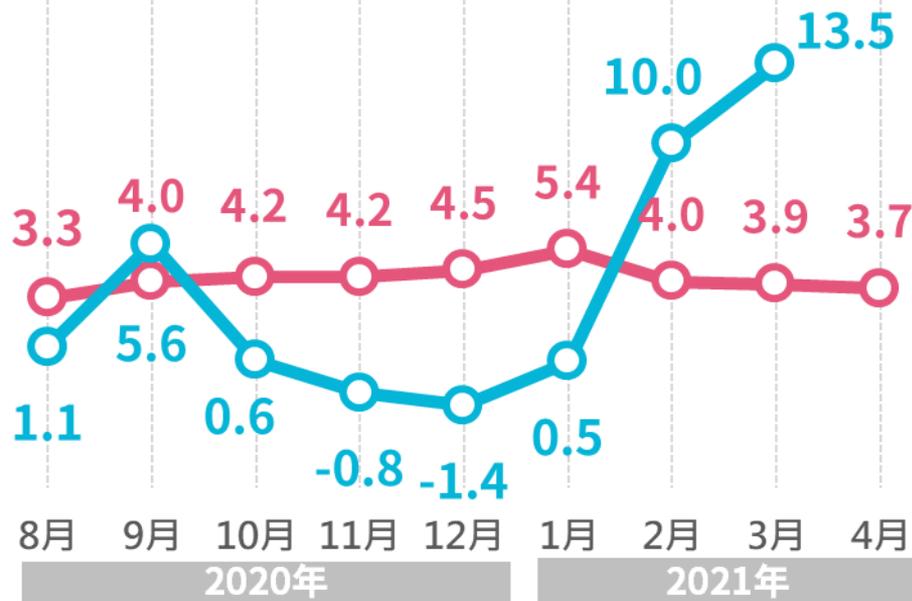
▶工業生產年增率(%)

▶出口年增率(%)



失業率(%)

零售業銷售額年增率(%)



■ 南韓因半導體、汽車和石化產品出口強勁，加上低基期因素，4月按美元計出口年增41.1%，創2011年2月來最大增幅。3月工業生產年增4.7%，主因半導體及醫療、精密光學儀器生產增加所致。

■ 3月零售業銷售額年增13.5%，持續二位數成長，主因服裝鞋類及體育娛樂用品銷售增溫所致。4月失業率略降至3.7%，創8個月新低。

貳、國內經濟情勢

4月出口年增率創下99年8月以來最大增速

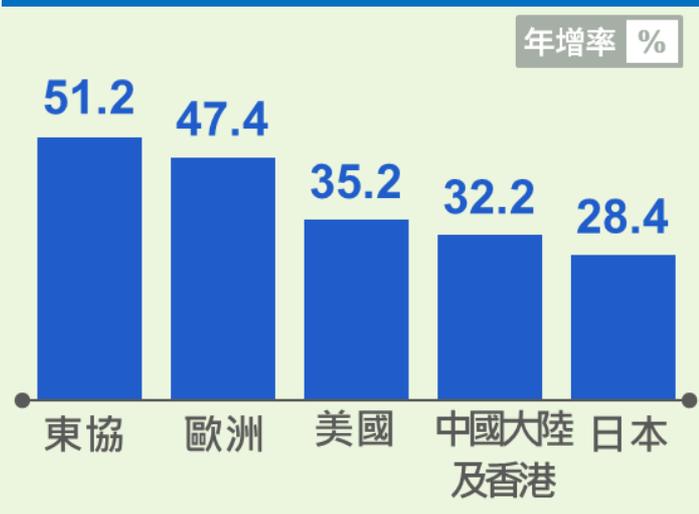
出口金額及年增率



- 受益於科技創新應用效應及主要國家推動振興經濟政策，全球終端需求持續好轉，亦激勵國際原物料價格盤旋高檔，我國4月出口達350億美元歷年單月次高，復因低基期作用，較上年同月劇增38.7%。
- 展望未來，全球經濟基本面明顯改善，疫情催化新興科技應用及數位化發展擴散，國內半導體業兼具進階產能及製程優勢，皆有利維繫我國出口動能，上半年增幅預料高達2成左右。

4月主要出口市場及貨品雙雙齊步上揚

4月主要出口市場



4月主要出口貨品

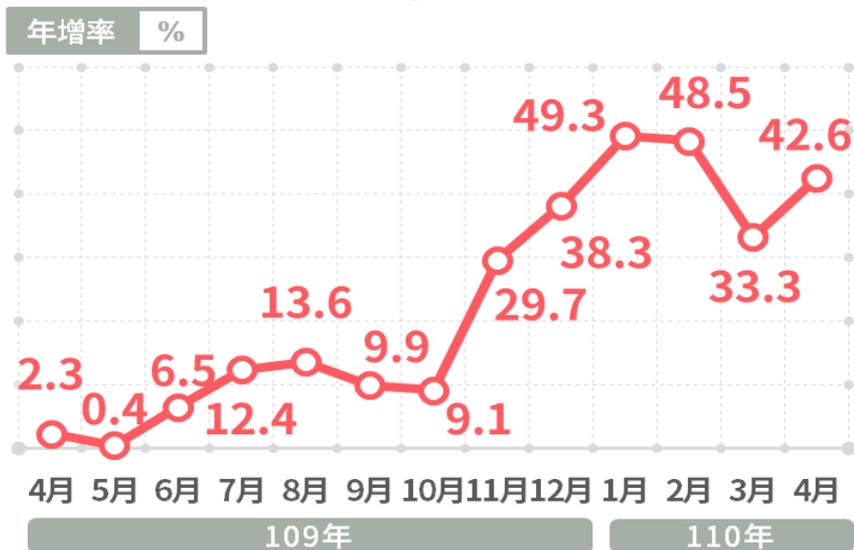


■ 4月主要出口市場皆大幅擴張，其中對東協、歐洲分別年增51.2%、47.4%；對美國、中國大陸及香港各年增35.2%、32.2%，對日本出口年增28.4%。

■ 4月主要出口貨品齊步向上，其中與油價高度連動之礦產品年增1.3倍，塑、化產品年增52.5%、55.4%，基本金屬及其製品亦隨鋼市熱絡，年增40.7%；電子零組件在產能緊缺、客戶端追補庫存下，出口值再創新高，年增34.0%，已連續15個月雙位數成長

4月外銷訂單及製造業生產均呈二位數成長

外銷訂單 4月↑42.6%



製造業生產指數 4月↑14.2%

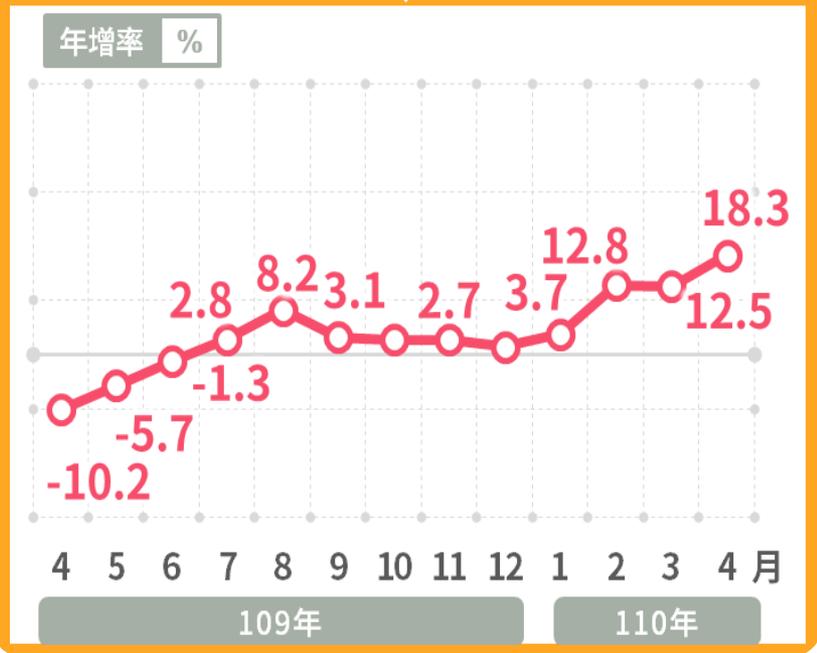


- 受惠遠距商機延續，企業與個人生活數位化需求熱絡，加上全球經濟穩健回升，終端需求漸次升溫，國際原材物料行情亦持續走高，帶動各大貨品接單全面續揚，4月外銷訂單達549億美元，年增42.6%，各主要貨品接單成長均逾2成。

- 4月製造業生產指數124.8，為歷年同月最高，年增14.2%，連續第15個月正成長，主因全球景氣穩定復甦，終端需求增溫，加上新興科技應用延續、遠距商機熱潮未減，以及上年同月比較基期偏低所致。

疫情升溫恐抑低零售業銷售動能

零售業營業額年增率(%)



零售業按營業額動向指數



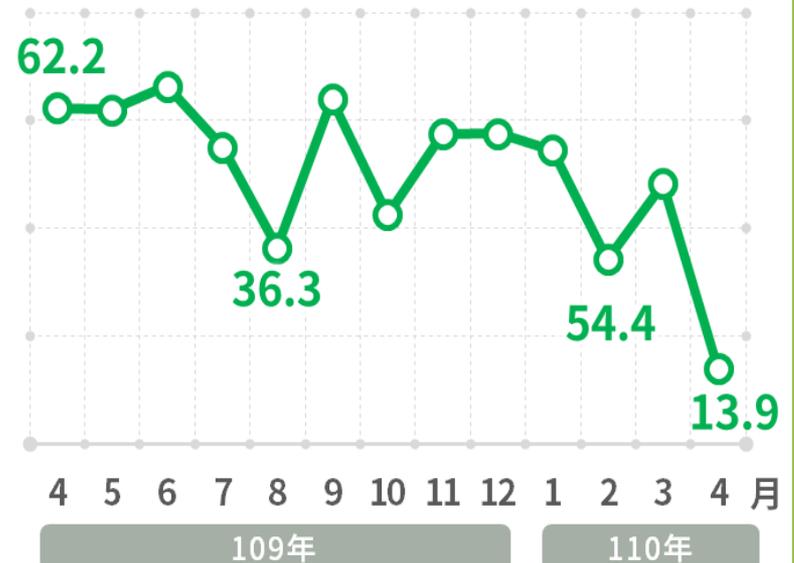
- 隨股市熱絡，以及今年國人留在國內消費，推升消費動能，加上上年同月受疫情影響，基數相對較低，4月零售業營業額為3,286億元，創歷年同月新高，年增18.3%。
- 5月國內疫情急遽升高，限縮民眾外出購物意願，惟防疫、民生用品等物資買氣可能增強，據受查廠商對5月營運與4月比較看法，按營業額計算之動向指數為47.6，代表預期營業額將較上月減少，與往年多偏向較4月增加之現象相反，顯示廠商對5月消費信心下滑。

疫情擴散將衝擊餐飲業業績

餐飲業營業額年增率(%)



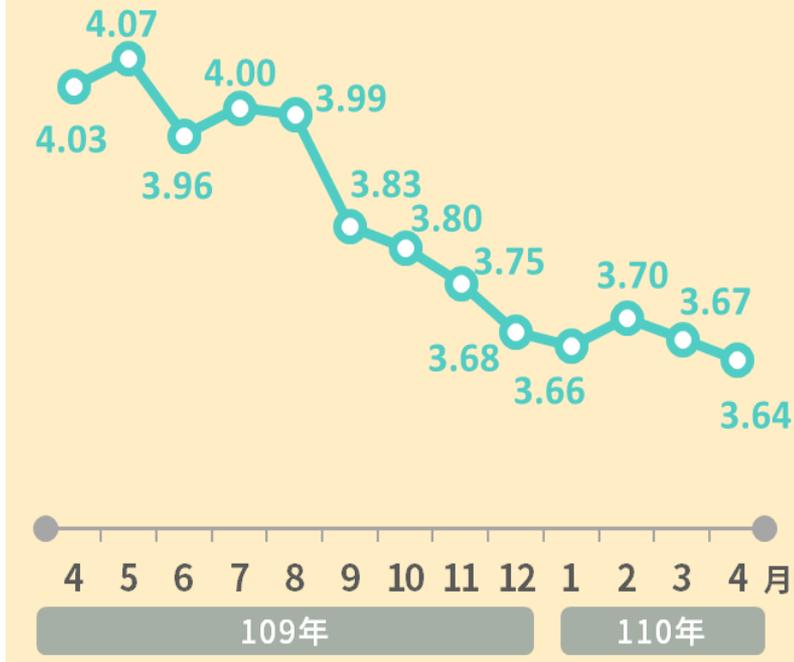
餐飲業按營業額動向指數



- 因低基期，加上今年清明連假外出用餐、旅遊人數增加，以及開放部分轉機及航班挹注空廚營收，4月餐飲業營業額658億元，為歷年同月新高，年增37.3%。
- 惟5月國內疫情轉趨嚴峻，限縮消費者用餐意願，加上部分商場縮短營業時間或自主停業，將嚴重衝擊營收表現，據受查廠商對5月營運與4月比較看法，按營業額計算之動向指數為13.9，為歷史新低，顯示廠商對5月營運相當悲觀。

失業率續降，惟疫情嚴峻無薪假升溫

失業率(%)



實施無薪假人數(人)



- 4月因工作場所業務緊縮或歇業而失業者及初次尋職失業者均呈減少，失業率為3.64%，較上月下降0.03個百分點，較上年同月亦降0.39個百分點。

- 國內疫情擴散，5月19日全國提升疫情警戒至第三級，截至5月24日止實施無薪假人數較5月17日增加38人，其中以住宿及餐飲業增加63人最多，其次為運輸倉儲業及營造工程業。

參、專題： 疫情對我國產業之影響

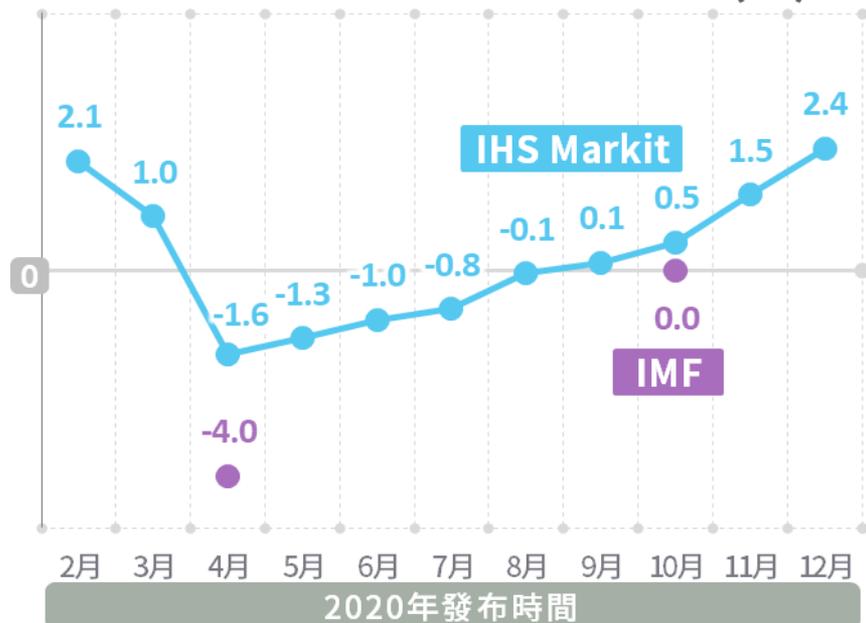
A 去年疫情下我國產業走勢

B 今年以來我國產業走勢

C 疫情催化之產業發展趨勢

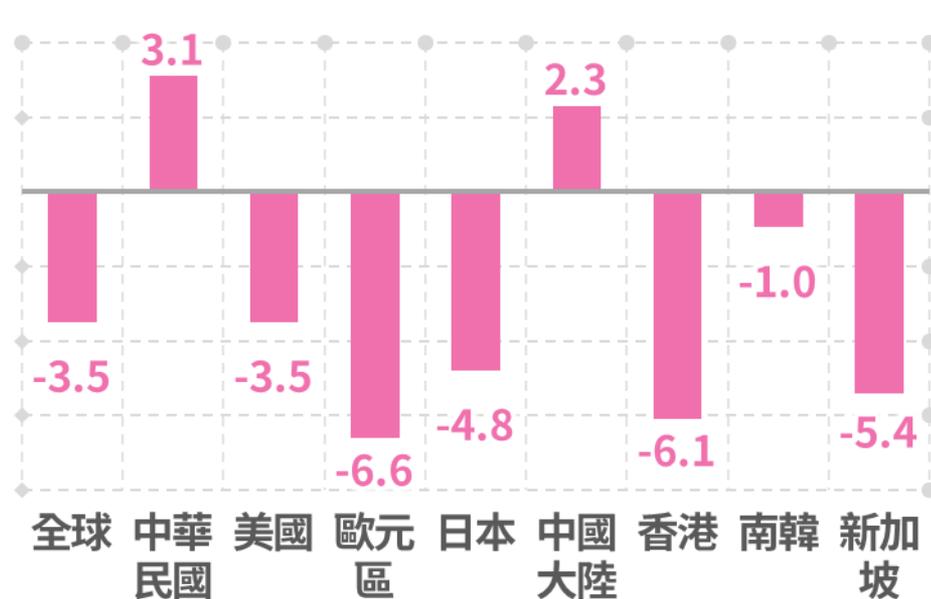
2020年我國防疫成功 經濟成長佳

對我國2020年經濟成長率預測(%)



資料來源：IHS Markit、IMF。

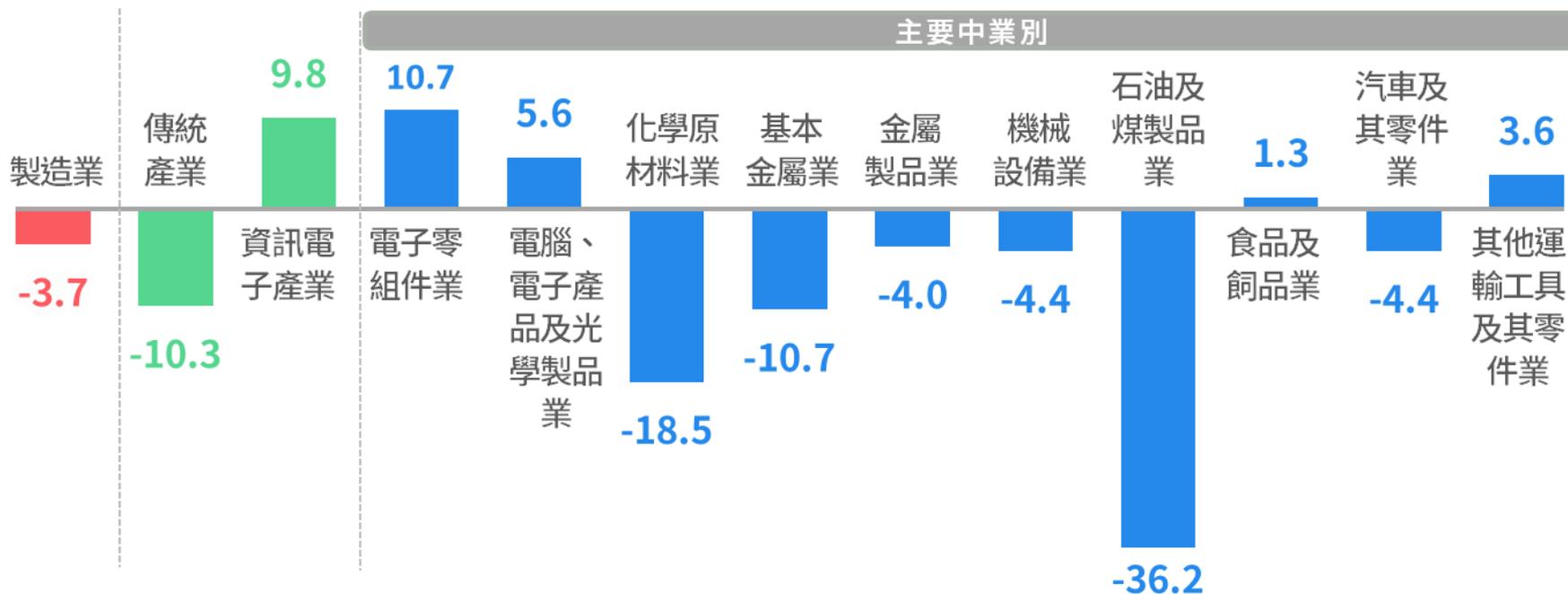
2020年主要國家經濟成長率(%)



資料來源：IHS Markit、各國官方網站及歐盟統計局。

- 2020年全球經濟走勢因COVID-19疫情而飽受波折與震盪。在疫情最為嚴峻之際，IMF甚至預測我國經濟成長將-4.0%，為史上最大衰退。
- 我國第2季因受疫情干擾，內需動能不足，惟因防疫得宜，企業生產如常，消費動能逐步回升，全年經濟反而成長3.1%，為全球少數享有經濟正成長之經濟體。

2020年製造業產值年增率(%)



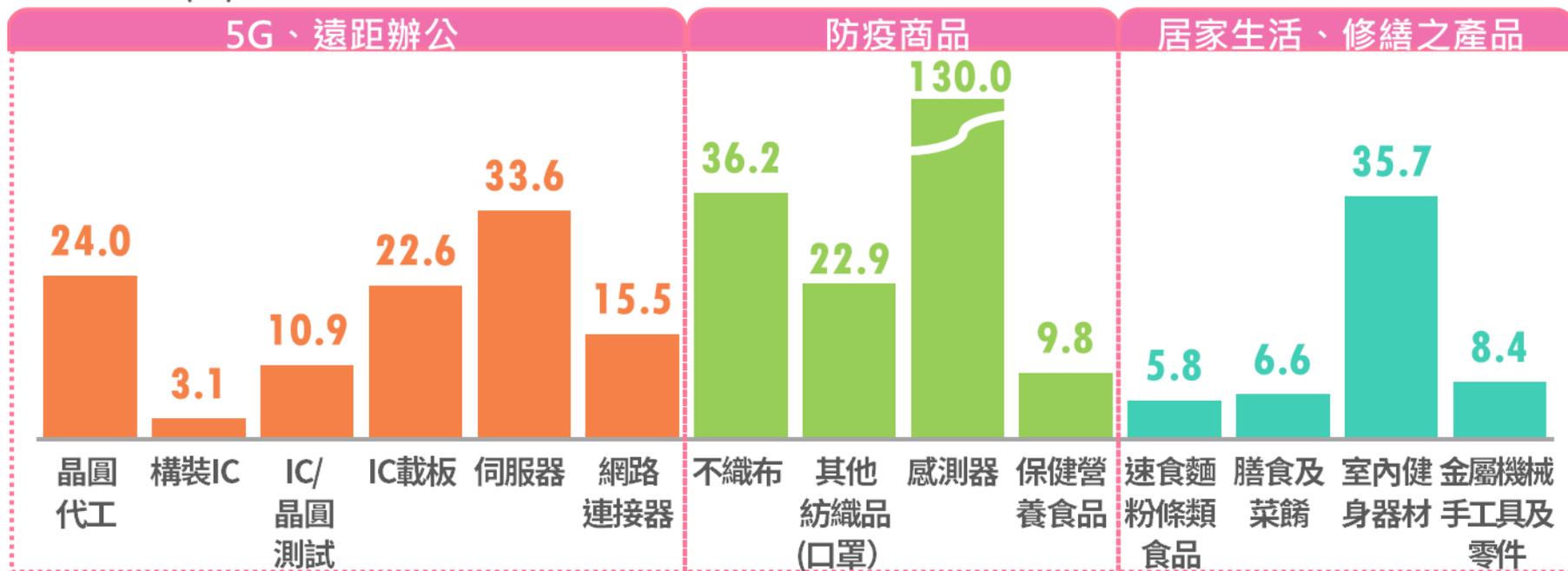
資料來源：經濟部統計處。

- 2020年我國經濟表現雖優於各國，但製造產業走勢係呈兩極，其中因全球需求疲軟，國際原物料價格續居低檔，衝擊我國傳統產業生產動能，產值年減10.3%，為近5年最大跌幅；反觀資訊電子產業因5G、物聯網、AI等新興科技應用擴展，推升國內資訊電子供應鏈之生產動能，加上遠距商機帶動下，產值4.8兆元，為歷年新高，年增9.8%。

A-3 5G、宅經濟及防疫相關產品為逆風中的亮點

2020年產值創歷年新高之產品

▶年增率(%)



資料來源：經濟部統計處(以下皆同)。

- 就產品項觀察，2020年雖多數產品多顯疲弱，惟與AI、5G、物聯網等數位科技應用及居家辦公等相關產品商機逐漸發酵，帶動晶圓代工、IC/晶圓測試、伺服器等產值創歷年新高。
- 疫情亦對日常生活模式帶來改變，致居家生活及防疫醫療等相關產品需求亦增加。

2020年我國零售業營業額呈V型快速復甦

2020年零售業營業額年增率(%)

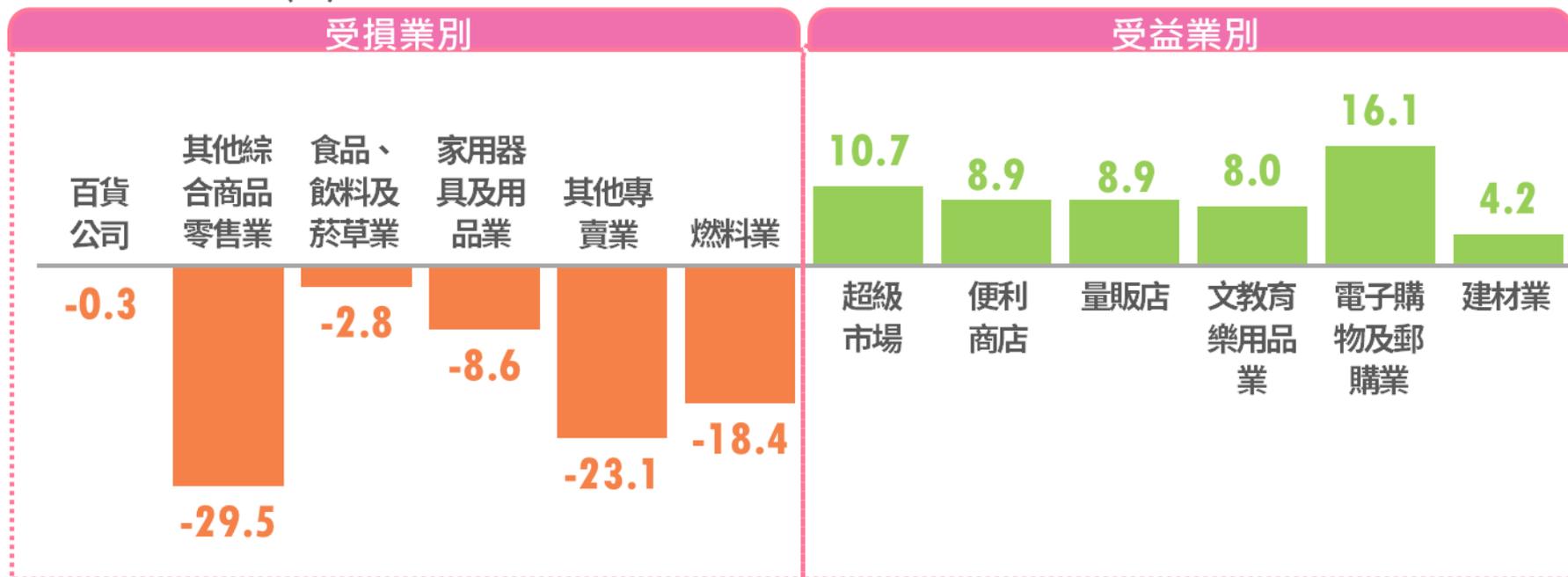


- 2020年上半年受疫情衝擊，零售業營業額年減3.2%，但下半年在業者強力的促銷及政府推出振興方案帶動下，消費人潮逐漸回流，加上邊境管制，留在國內消費人口增加，帶動零售業營業額成長3.4%。
- 2020年全年零售業營業額為3兆8,597億元，創歷年新高，年增0.2%。

零售業受損受益兩樣情

2020年零售業主要受損及受益之業別

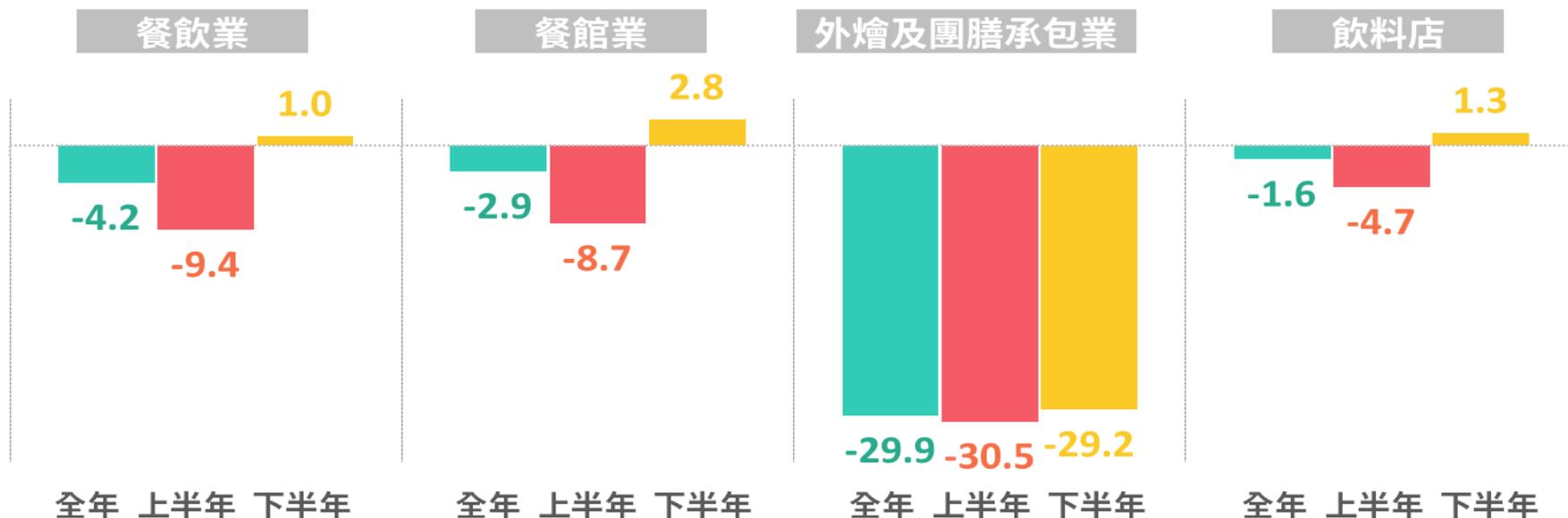
▶ 營業額年增率(%)



- 就各業別觀察，其他綜合商品零售業(如免稅店等)、家用器具及用品零售業、其他專賣業因疫情來客數減少，各減29.5%、8.6%、23.1%；燃料零售業因油價較上年低而年減18.4%。
- 疫情助長宅經濟，電子購物及郵購業營業額年增16.1%。超市、便利商店、量販業亦因防疫及民生用品等物資相關需求增加，營收均創歷年新高，各增10.7%、8.9%、8.9%。

餐飲業受疫情衝擊大

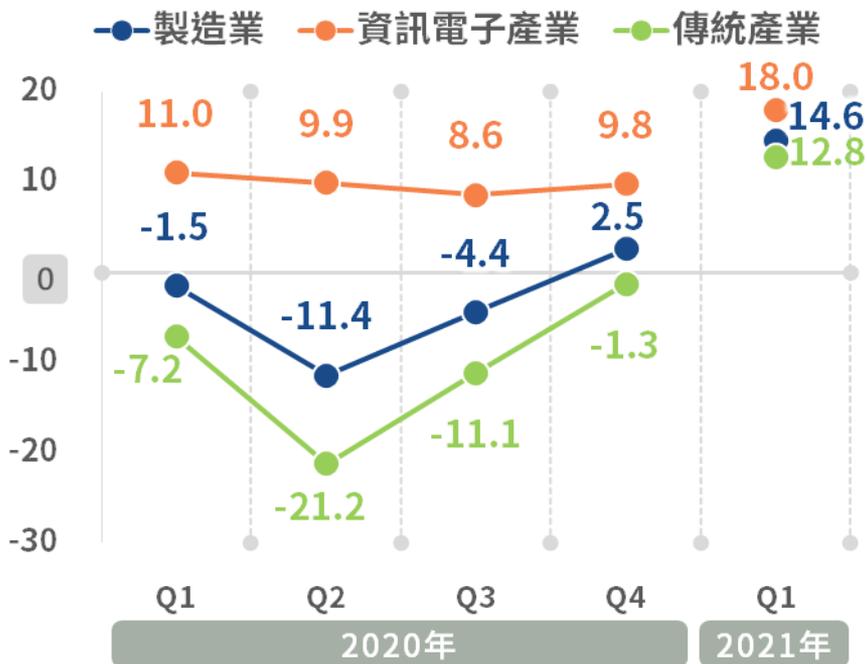
2020年餐飲業營業額年增率(%)—按各業別分



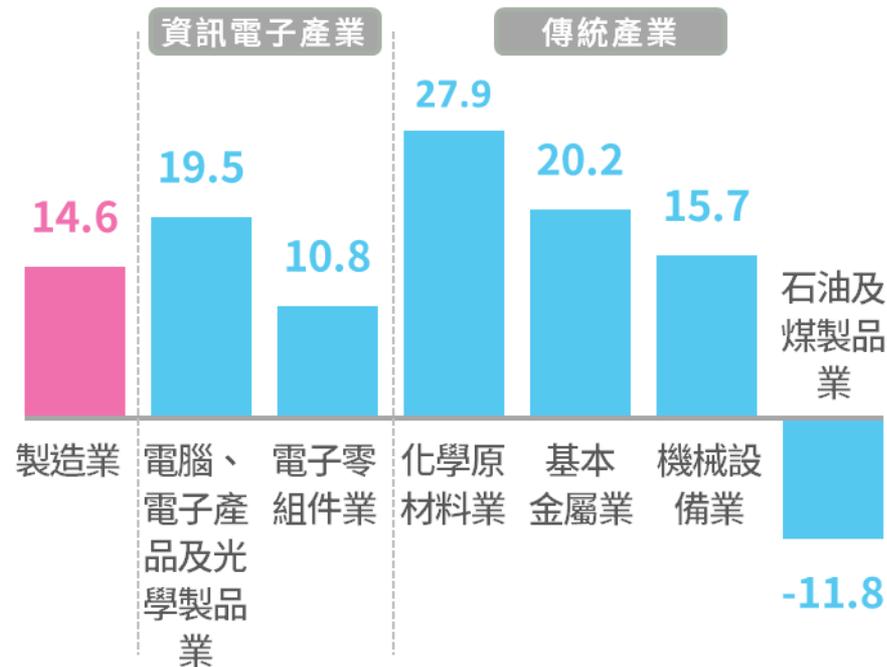
- 因疫情影響，民眾減少出遊及聚餐，加上邊境管制等，2020年餐飲業營業額年減4.2%，為2002年以來首次負成長。
- 其中餐館業營業額因宴會型餐館生意清淡，年減2.9%；外燴及團膳承包業因航空客運量減少，重創空廚營收，年減29.9%，為歷年最大減幅；飲料店業年減1.6%，主因出外旅遊人數減少，惟因提供外帶、外送服務者眾，所受衝擊相對較輕。

今年傳統製造產業逐漸走出陰霾

製造業產值年增率(%)



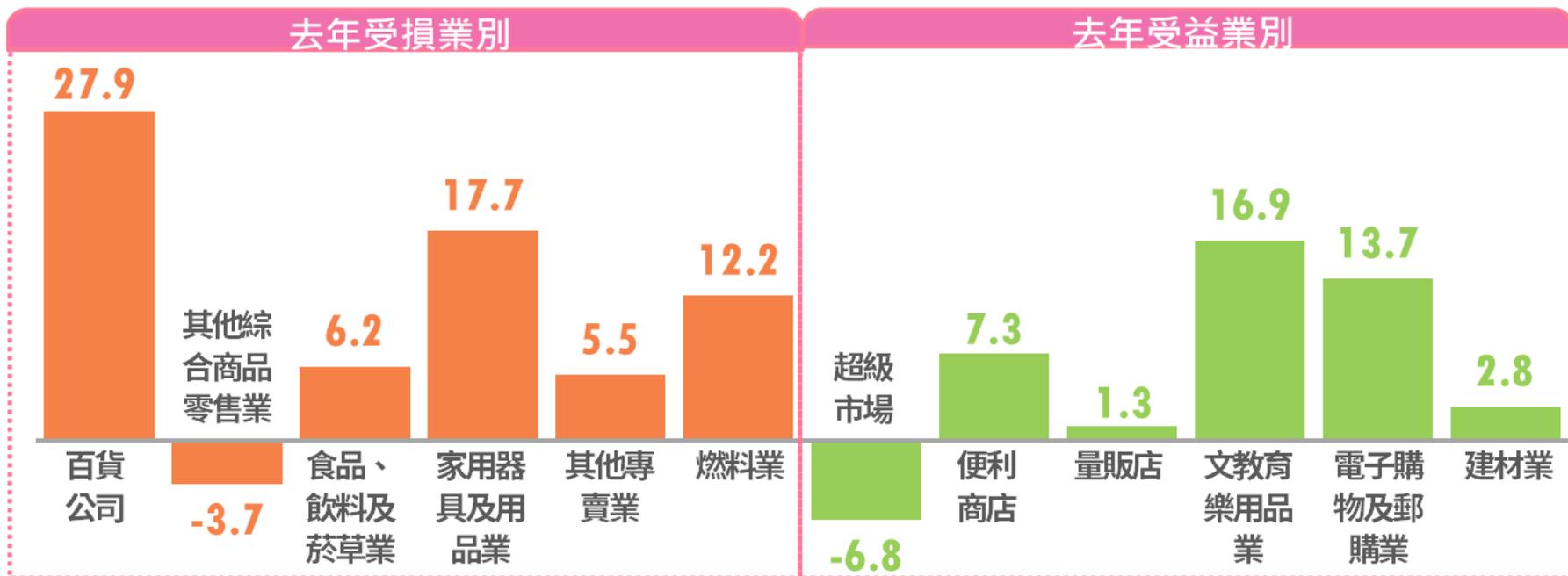
2021年第1季製造業產值年增率(%)



- 今年因全球景氣回升，終端需求持續增溫，第1季製造業產值年增14.6%，其中資訊電子產業因晶圓代工、封測、記憶體、面板、車用電子等產品需求旺盛，年增18.0%。
- 傳統產業因國際需求逐漸回溫，企業庫存回補，加速原物料需求回升，營運走出陰霾，產值年增12.8%，主要業別多呈正成長。

今年1-4月零售業營業額年增11.3%

2021年1-4月零售業各業別營業額年增率(%)

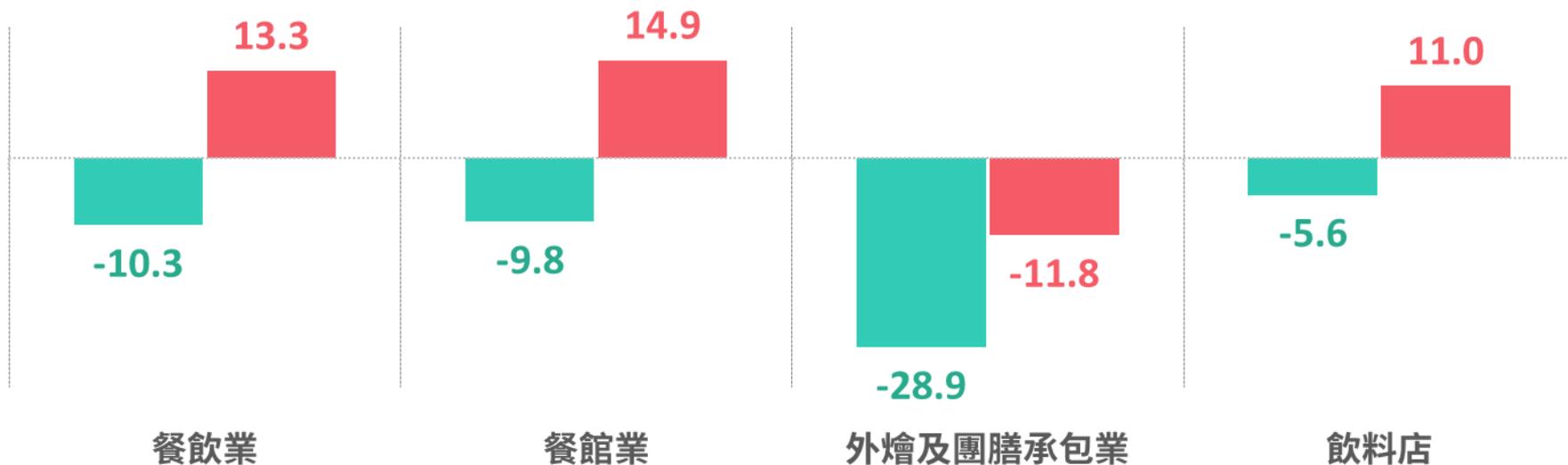


- 隨國內股市熱絡，就業情勢穩定，民間消費動能逐步增強，今年1-4月零售業營業額達1.3兆元，創歷年同期新高，年增11.3%，其中去年因疫情受損之業別除免稅商店因來台觀光客人數較少，致其他綜合商品零售業仍呈年減3.7%外，其餘皆呈正成長。
- 另去年受益業別中，超級市場則因去年疫情期間的民生物資搶購潮墊高基期，致今年1-4月年減6.8%，其餘續呈正成長。

今年1-4月餐飲業營業額年增13.3%

餐飲業營業額年增率(%)—按各業別分

■ 2020年1-4月 ■ 2021年1-4月



- 隨民眾外出用餐及消費意願回溫，餐飲市場度過去年疫情重創期，今年1-4月餐飲業營業額為2,730億元，為歷年同期新高，年增13.3%，其中餐館業和飲料店業皆呈二位數成長。
- 外燴及團膳承包業雖仍年減11.8%，惟因逐步開放部分轉機及航班，挹注空廚營收，已於4月轉為正成長，終止連15個月負成長。

今年5月疫情再起恐再重創內需市場

2021年5月影響零售及餐飲業營運之因素

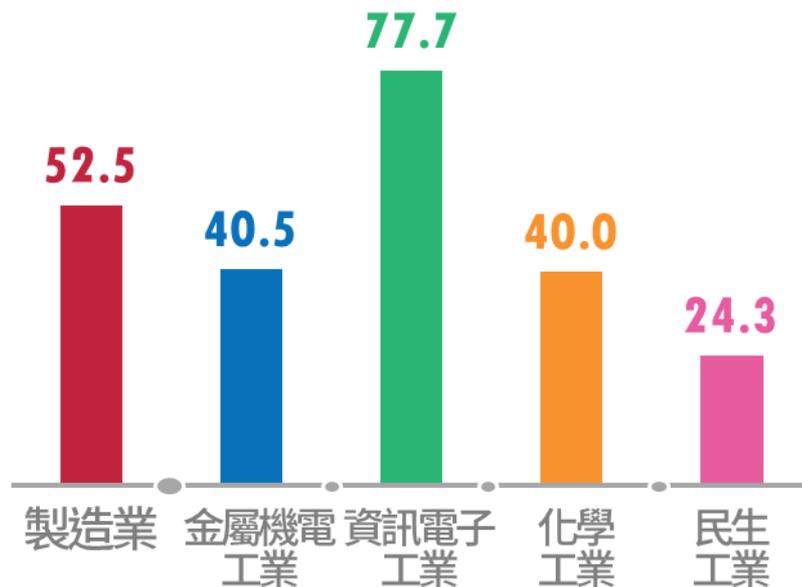
有利因素

- 居家時間多，線上買氣旺
- 防疫及民生物資需求增
- 在家娛樂用品、室內健身器材需求增

不利因素

- 民眾減少外出購物及聚餐
- 企業自主停業或縮短營業時間
- 禁止內用
- 居家上班，冶裝及非必要性物品買氣弱

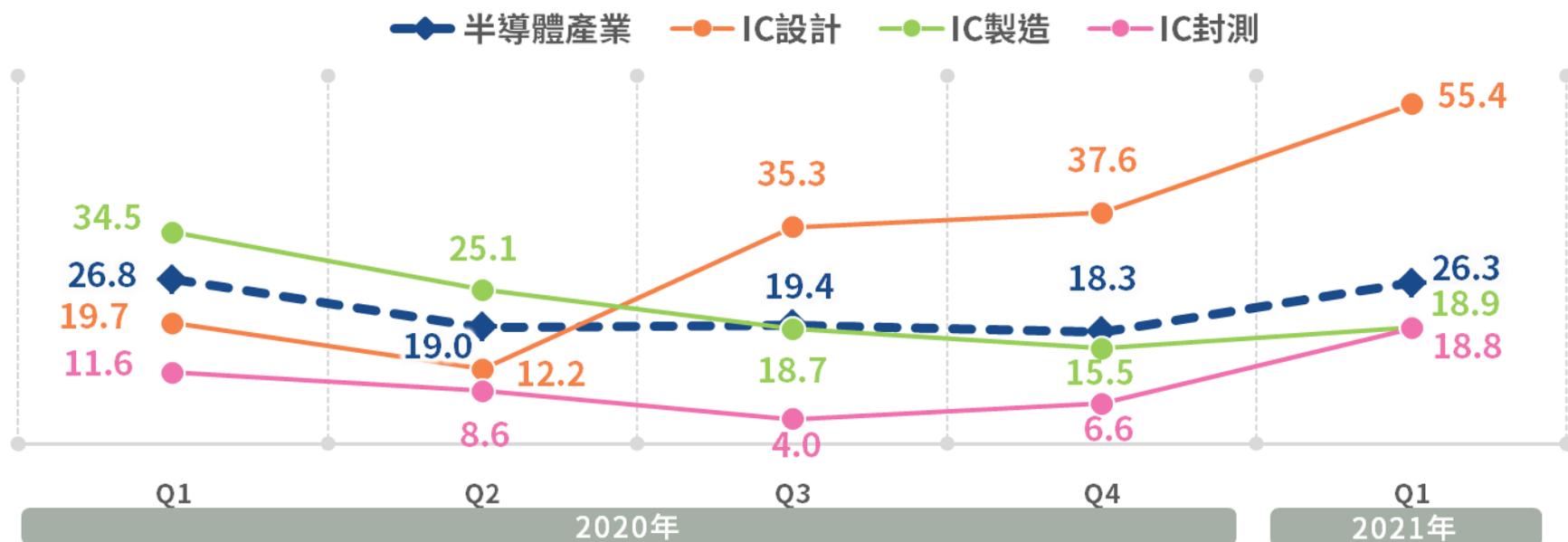
2021年第1季製造業直接外銷比(%)



- 5月中旬國內疫情急速升溫，相關管制措施趨嚴，消費者外出消費及用餐意願降低，加上部分商家縮短營業時間或自主停業，恐嚴重衝擊零售及餐飲業未來營收表現。
- 我國製造業主要以外銷為主，2021年第1季整體直接外銷比重逾5成，因此，若生產活動能如常進行，受創程度將較小，惟內需型的民生工業直接外銷比重僅24.3%，恐因內需重創而趨於疲弱。

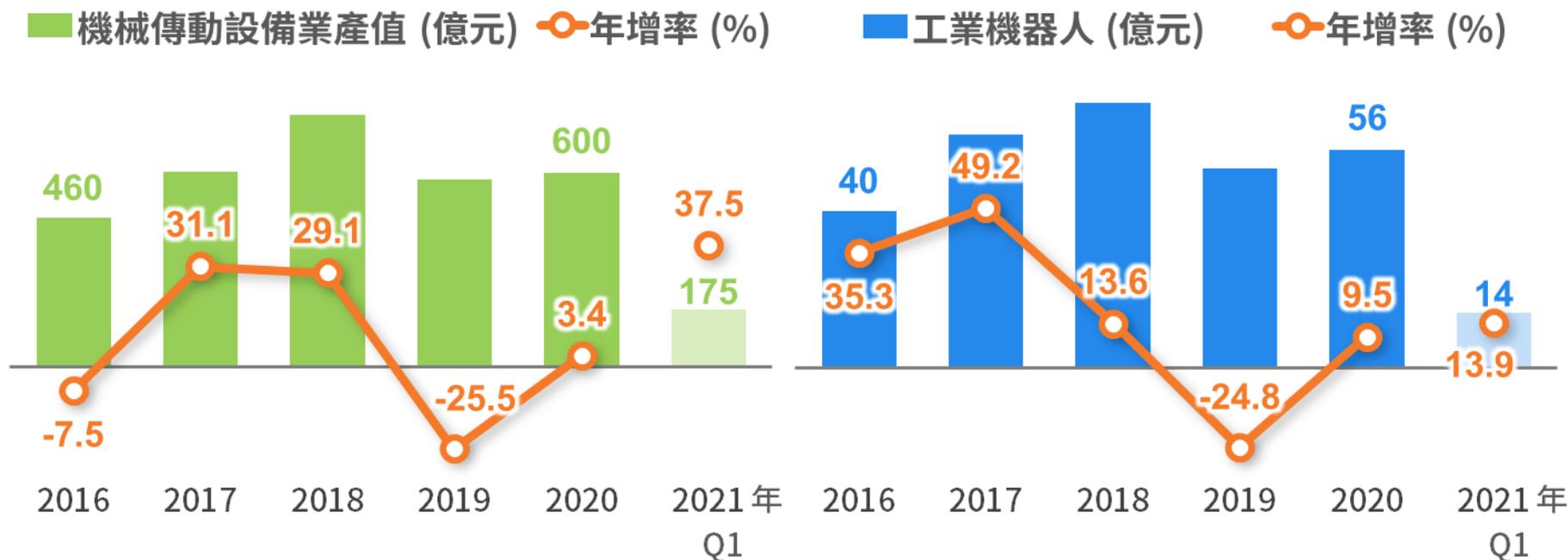
我國半導體產業在全球重要性日漸提升

我國上市櫃半導體產業公司合併營收年增率(%)



資料來源：智慧電子產業計畫推動辦公室網站、證券交易所，本處整理。

- 疫情推動全球加速數位轉型，半導體受惠遠距商機、5G、高效能運算、雲端、物聯網、車用電子等需求浮現，帶動2020年我國上市櫃半導體產業公司營收成長20.6%，今年第1季續增26.3%，其中IC設計增55.4%；IC製造增18.9%；IC封測增18.8%。
- 因半導體高階製程需求強勁，加上我國擁有完整產業聚落優勢，有助國內半導體營收持續成長，在全球供應鏈之重要性更見提升。



- 疫情帶動自動化及智慧化生產設備需求升溫，致2020年機械傳動設備增產，年增3.4%，今年第1季續增37.5%。
- 因防疫管制恐衝擊人力，自動化機器人成為最佳人力替代選擇，帶動2020年工業機器人產值年增9.5%，今年第1季續增13.9%。
- 各國因應產業環境變化，積極進行產業升級轉型，而我國機械產業具群聚效應的競爭優勢，加上國內業者積極切入相關產業，可望推升機械產業產值成長力道。

零售業全力衝刺數位轉型

零售業營業額及網路銷售額(億元)

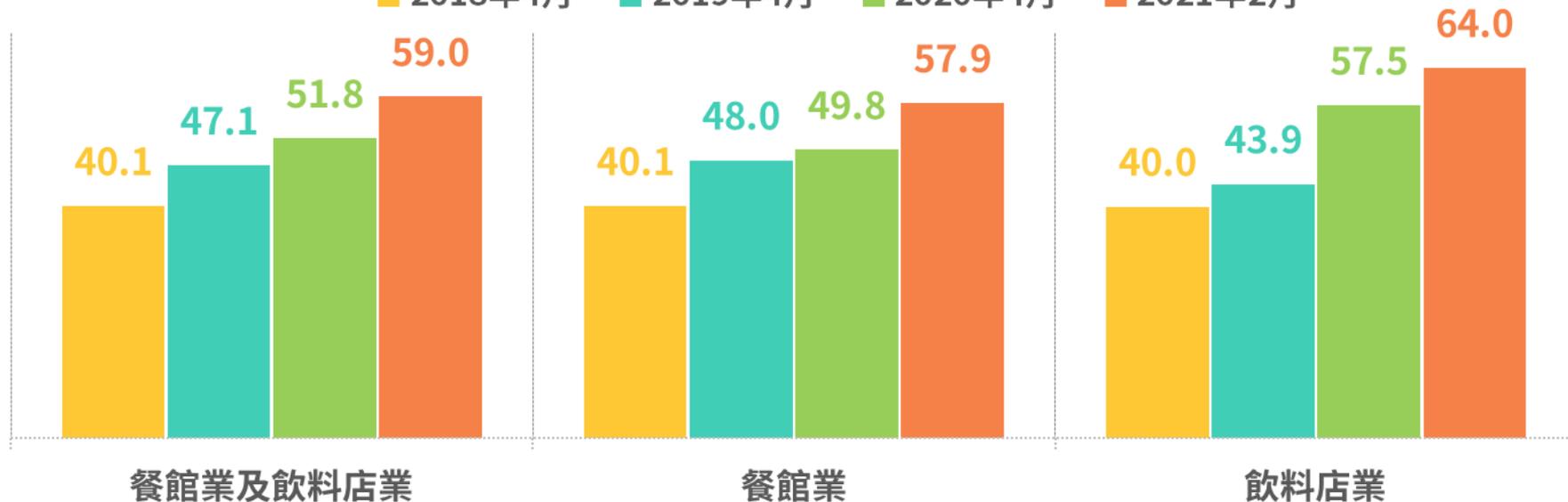
	零售業	網路銷售額			實體通路 銷售額	年增率 (%)
		網路 銷售額	年增率 (%)	占比 (%)		
2017年	36,563	2,283	-	6.2	34,280	-
2018年	37,371	2,517	10.3	6.7	34,854	1.7
2019年	38,523	2,873	14.1	7.5	35,650	2.3
2020年	38,597	3,418	19.0	8.9	35,179	-1.3
第1季	9,240	796	16.9	8.6	8,444	-2.0
2021年第1季	10,092	919	15.4	9.1	9,173	8.6
年增率(%)	9.2	15.4	-	-	8.6	-

- 因疫情促使「零接觸」線上商機需求增溫，加速零售業數位轉型的速度，2020年我國零售業網路銷售額占零售業比重由2017年6.2%增加2020年至8.9%，2021年第1季續升至9.1%，同時2018至2020年銷售額年增幅度逐年提高並呈二位數成長，2021年第1季續增15.4%，且增幅皆優於實體通路及整體零售業，顯示掌握網購商機，將有效降低受衝擊程度。

外送及宅配成為餐飲業搶攻市場的方式

餐館業及飲料店業提供外送或宅配服務之家數占比(%)

■ 2018年4月 ■ 2019年4月 ■ 2020年4月 ■ 2021年2月



資料來源：107年~109年由經濟部統計處「批發、零售及餐飲業經營實況調查」、110年由「批發、零售及餐飲業動態調查」之補充問項。

說明：家數占比係以調查樣本企業家數計。

- 因疫情改變了民眾消費行為，增加在家用餐的頻率，因而帶動餐館業及飲料店業紛紛加入平台或提供外送或宅配服務，致餐館業及飲料店業中有提供外送或宅配服務之業者占比已從2018年40.1%提升至2021年的59.0%，增加了18.9個百分點。

肆、結語

一、國外經濟

儘管全球疫情至今仍未有效解決，然對經濟的衝擊已隨著各國陸續接種疫苗而逐漸淡化，全球經濟可望回到正常成長的軌道，IHS Markit 5月預估今年成長率5.7%，較上月上修0.4個百分點。

二、國內經濟

由於5G、高效能運算等新興科技應用需求持續成長，遠距商機熱度依舊，傳產貨品市場需求回升，原材物料價格上漲，帶動我國4月出口金額及製造業生產指數齊創歷年同月新高，分別年增38.7%、14.2%。民間消費方面，因消費市況持續熱絡，加上上年同月受疫情影響，基期相對較低，4月零售業及餐飲業營業額年增率均呈雙位數成長，各增18.3%、37.3%。

展望未來，隨著5G、高效能運算、車用電子等需求強勁，宅經濟效應持續，加上國際原材物料價格續居高檔，有助於延續外銷接單及國內製造業生產動能，惟5月國內疫情急遽升高，恐影響民間消費力道，衝擊零售及餐飲業業績，另疫情若進一步影響到製造生產活動，可能重創國內經濟表現，宜持續關注並妥善因應。

三、專題：疫情對我國產業之影響

1. 2020年我國防疫成功，經濟成長佳：2020年第2季我國因疫情干擾，內需動能不足，惟因防疫得宜，企業生產如常，消費動能逐步回升，全年經濟成長3.1%，為全球少數享有經濟正成長之經濟體。

(1)製造業：2020年我國經濟表現雖優於各國，惟製造產業走勢係呈兩極，其中傳統產業產值年減10.3%，為近5年最大跌幅；反觀資訊電子產業產值4.8兆元，為歷年新高，年增9.8%。就產品項觀察，雖多數產品多顯疲弱，惟與5G、居家辦公及防疫醫療等相關產品商機逐漸發酵，產值表現亮眼。

(2)零售業：2020年因業者強力促銷、政府推出振興方案，消費人潮逐漸回流，加上邊境管制，留在國內消費人口增加，帶動零售業營業額年增0.2%。就各業別觀察，其他綜合商品業(如免稅店等)、家用器具及用品業、其他專賣業、燃料業等受創最深；電子購物及郵購業、超市、便利商店、量販業等受益最大。

(3)餐飲業：因疫情影響，民眾減少出遊及聚餐，加上邊境管制等，2020年餐飲業營業額年減4.2%，為2002年以來首次負成長。就各業別觀察，外燴及團膳承包業受創最大，其次為餐館業，飲料店業所受衝擊則相對較輕。

2. 今年以來我國產業走勢：

- (1) **製造業**：今年因全球景氣回升，終端需求持續增溫，第1季製造業產值年增14.6%，其中資訊電子產業年增18.0%；傳統產業則走出陰霾，年增12.8%，主要業別多呈正成長。
- (2) **零售業**：隨國內股市熱絡，就業情勢穩定，民間消費動能逐步增強，今年1-4月零售業營業額年增11.3%，其中去年因疫情受損之業別除免稅商店因來台觀光客人數較少，致其他綜合商品業仍呈年減3.7%外，其餘皆呈正成長。
- (3) **餐飲業**：隨民眾外出用餐及消費意願回溫，餐飲市場度過去年疫情重創期，今年1-4月餐飲業營業額年增13.3%，其中餐館和飲料店皆呈二位數成長。外燴及團膳承包業雖仍年減11.8%，惟已於4月轉為正成長，終止連15個月負成長。
- (4) **今年5月疫情再起恐再重創內需市場**：5月中旬國內疫情急速升溫，相關管制措施趨嚴，消費者外出消費及用餐意願降低，加上部分商家縮短營業時間或自主停業，恐嚴重衝擊零售及餐飲業未來營收表現。我國製造業主要以外銷為主，2021年第1季整體直接外銷比重逾5成，因此，若生產活動能如常進行，受創程度將較小，惟內需型的民生工業直接外銷比重僅24.3%，恐因內需重創而趨於疲弱。

3.疫情催化之產業發展趨勢：

- (1)我國半導體產業在全球重要性日漸提升：疫情推動全球加速數位轉型，半導體受惠遠距商機、5G、高效能運算、雲端、物聯網、車用電子等需求浮現，加上我國擁有完整半導體產業聚落優勢，將有助國內半導體營收持續成長，在全球供應鏈之重要性更見提升。
- (2)智慧機械將創造我國機械產業下一波成長新動能：疫情帶動自動化及智慧化生產設備、工業機器人等需求升溫，我國機械產業因具群聚效應的競爭優勢，加上國內業者積極切入相關產業，可望推升機械產業成長力道。
- (3)零售業全力衝刺數位轉型：因疫情促使「零接觸」線上商機需求增溫，加速零售業數位轉型的速度。2021年第1季我國零售業網路銷售額占零售業比重升至9.1%，銷售額年增15.4%，增幅皆優於實體通路及整體零售業，顯示掌握網購商機，將有效降低受衝擊程度。
- (4)外送及宅配成為餐飲業搶攻市場的方式：因疫情改變了民眾消費行為，增加在家用餐的頻率，因而帶動餐館業及飲料店業紛紛加入平台或提供外送或宅配服務，致餐館業及飲料店業中有提供外送或宅配服務之業者占比已從2018年40.1%提升至2021年的59.0%，增加了18.9個百分點。

4. **輔導業者升級，提升競爭優勢**：在數位時代，產業競爭激烈，加上疫情改變消費行為，加速數位科技融入生活之中，致企業對數位轉型的需求大幅攀升，政府亦積極推動產業智慧升級轉型，並協助零售及餐飲業廠商數位化，包含補助餐飲業者上架外送服務、補助零售業者上架電商服務等，以協助企業持續營運，確保市場競爭優勢，並促進國內消費活力。