



國內外經濟情勢分析

經濟部研究發展委員會

中華民國 110 年 3 月 5 日

大 綱

壹、當前經濟情勢概要	1
一、國際經濟	1
二、國內經濟	1
三、中國大陸經濟	2
四、兩岸經貿	2
貳、國內外經濟指標	3
表 1 世界經濟成長率及物價上漲率.....	3
表 2 世界貿易量成長率	3
表 3 國內主要經濟指標	4
表 4 中國大陸主要經濟指標	5
表 5 兩岸經貿統計	6
參、經濟情勢分析	7
一、國際經濟	7
(一) 美國	7
(二) 歐元區	9
(三) 亞太地區	11
二、國內經濟	19
(一) 總體情勢	19

（二）工業生產	22
（三）批發、零售及餐飲業.....	26
（四）貿易	31
（五）外銷訂單	34
（六）投資	37
（七）物價	40
（八）金融	45
（九）就業薪資	47
三、中國大陸經濟	51
（一）固定資產投資	51
（二）吸引外資	52
（三）對外貿易	53
四、兩岸經貿	54
（一）兩岸投資	54
（二）兩岸貿易	56
肆、專論：掌握直接經濟商機.....	57

壹、當前經濟情勢概要

一、國際經濟

受益於COVID-19疫苗開始施打及去(2020)年低基期，今(2021)年全球經濟活動可望逐步恢復，根據IHS Markit今年2月最新預測，今年全球經濟成長4.97%，高於去年-3.73%，明(2022)年預估為4.20%。

聯合國(UN)今年1月15日公布《2021世界經濟情勢與展望》(World Economic Situation and Prospects 2021)報告指出，受疫情影響，去年全球經濟萎縮4.3%，衰退幅度超過2009年全球金融危機期間的2.5倍以上，並預估今年全球經濟將回升至4.7%；其中，已開發經濟體成長4.0%，開發中經濟體成長5.7%。

當前國際經濟仍面臨諸多風險變數，值得持續關注，包括武漢肺炎疫情發展，美國與中國大陸貿易及科技爭端後續發展、全球公共債務風險升高加深金融脆弱性，以及地緣政治等，皆影響國際經濟前景。

二、國內經濟

今年初國內防疫管制措施趨嚴，或將干擾消費成長動能，惟國內就業市場尚屬穩定，國內外股市活絡，有助民間消費成長，加以半導體廠商加大投資規模，推進全球頂尖製程，帶動相關供應鏈加深在地投資，在全球供應鏈重組大環境下，肆應5G、車用、高速運算、物聯網等需求面之快速擴展，可望大量挹注我國出口。行政院主計總處初步統計109年經濟成長3.11%，預測110年經濟成長4.64%。

經濟指標方面，110年1月工業生產增加18.81%；批發業、零售業營業額分別增加23.1%及3.6%，餐飲業營業額減少15.3%；外銷訂單金額527.2億美元，增加49.3%；出口值342.7億美元，增加36.8%，進口值280.8億美元，增加29.9%，貿易出超61.9億美元；躉售物價指數(WPI)下跌2.86%，消費者物價指數(CPI)下跌0.16%；失業率3.66%。

110年1月景氣對策信號綜合判斷分數為37分，較上月增加3分，燈號續呈黃紅燈；景氣領先、同時指標持續上升，反映國內經濟增溫。

三、中國大陸經濟

中國大陸去(2020)年1至12月國內生產總值(GDP)為101兆5,986億人民幣，經濟成長率為2.3%。IHS Markit預估今(2021)年中國大陸經濟成長率為7.6%。

去年12月固定資產投資(不含農戶)金額為1兆9,347億人民幣，較上年同月增加8.9%；規模以上工業生產增加7.3%；對外貿易方面，出口及進口分別增加18.1%及6.5%。今年1月，居民消費價格指數下跌0.3%；貨幣供給額M1及M2分別較上年同月增加14.7%及9.4%。

今年1月28日至3月8日為中國大陸春運期間，為因應近期疫情擴散，中國大陸當局倡議各地人員「就地過年」。就地過年政策分級實施，中高風險地區必須嚴格執行相關規定，低風險地區則倡導民眾就地過年，非必要不出遠門。餐飲業、影視娛樂產業及重要零售業受惠於此政策，業績大幅成長。根據中國大陸商務部公布的數據，今年2月11日至17日間，重要零售和餐飲的銷售額達人民幣8,210億元，較2019年疫情爆發前的春節成長4.9%。電影票房則創下歷史同期最高紀錄，突破70億元人民幣，接近去年全年的一半。

四、兩岸經貿

今年1月我對中國大陸(含香港)出口額為148.5億美元，增加57.0%；進口額為69.7億美元，增加46.9%；貿易出超為78.9億美元，增加67.2%。同期間，我對中國大陸投資件數為34件，金額為2.5億美元；陸資來臺投資，件數為2件，金額為151.2萬美元。

貳、國內外經濟指標

表 1 世界經濟成長率及物價上漲率

單位：%

		IHS Markit			IMF		
		2019	2020	2021(f)	2019	2020	2021(f)
全 球	GDP	2.56	-3.73	4.97	2.8	-3.5	5.5
	CPI	2.60	2.11	2.42			
美 國	GDP	2.16	-3.50	5.66	2.2	-3.4	5.1
	CPI	1.81	1.25	2.12	1.8	1.5	2.8
歐 元 區	GDP	1.30	-6.81	3.80	1.3	-7.2	4.2
	CPI	1.23	0.29	1.30	1.2	0.4	0.9
日 本	GDP	0.28	-5.19	2.20	0.3	-5.1	3.1
	CPI	0.47	-0.02	-0.21	0.5	-0.1	0.3
中華民國	GDP	2.96	3.06	4.05	2.7	0.0	3.2
	CPI	0.56	-0.24	0.91	0.5	-0.1	1.0
中國大陸	GDP	5.98	2.34	7.60	6.0	2.3	8.1
	CPI	2.91	2.48	1.42	2.9	2.9	2.7
新 加 坡	GDP	0.73	-5.75	4.83	0.7	-6.0	5.0
	CPI	0.56	-0.18	0.45	0.6	-0.4	0.3
韓 國	GDP	2.04	-0.94	2.57	2.0	-1.9	2.9
	CPI	0.38	0.54	NA	0.4	0.5	0.9
香 港	GDP	-1.21	-6.21	4.25	-1.2	-7.5	3.7
	CPI	2.87	0.33	1.36	2.9	0.3	2.4

註：(f)為預測值。

資料來源：1.IHS Markit, *World Overview*, February 2021。

2.IMF, *World Economic Outlook*, October 2020。

3.IMF, *World Economic Outlook UPDATE*, January 2021。

表 2 世界貿易量成長率

單位：%

	2019	2020(f)	2021(f)
IMF	1.0	-9.6	8.1
UN	1.0	-7.6	6.9
OECD	1.0	-10.3	3.9
World Bank	1.1	-9.5	5.0
WTO	-0.1	-9.2	7.2

註：(f)為預測值

資料來源：1.IMF, *World Economic Outlook UPDATE*, January 2021。

2.UN, *World Economic Situation and Prospects*, January 2021。

3.OECD, *Economic Outlook*, December 2020。

4.World Bank, *Global Economic Prospects*, January 2021。

5.WTO, *PRESS RELEASE*, October 2020。

表 3 國內主要經濟指標

		108 年	109 年													110 年	
			1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月	全年	1 月	累計/ 預估
經濟成長	經濟成長率(%)	2.96	第 1 季 2.51				第 2 季 0.35				第 3 季 4.26				第 4 季 5.09	3.11	4.64
	民間投資成長率(%)	11.00	第 1 季 5.62				第 2 季 1.56				第 3 季 4.63				第 4 季 1.13	3.23	3.91
	民間消費成長率(%)	2.26	第 1 季 -1.74				第 2 季 -5.21				第 3 季 -1.55				第 4 季 -1.07	-2.37	3.74
產業	工業生產指數 年增率(%)	-0.35	-1.54	21.23	11.87	4.26	1.71	7.20	2.98	4.08	11.69	6.44	7.74	10.29	7.08	18.81	18.81
	製造業生產指數 年增率(%)	-0.45	-1.31	22.08	12.68	4.98	1.90	7.65	3.03	4.59	12.33	6.89	8.03	10.80	7.56	19.67	19.67
	批發業營業額 年增率(%)	-2.1	-13.1	15.9	7.8	-1.0	-6.5	0.1	0.0	0.1	9.6	-0.4	9.3	12.5	2.5	23.1	23.1
	零售業營業額 年增率(%)	3.1	2.0	-0.8	-3.5	-10.2	-5.7	-1.3	2.8	8.2	3.1	2.7	2.7	1.4	0.2	3.6	3.6
	餐飲業營業額 年增率(%)	4.4	17.7	-17.4	-20.7	-22.8	-8.2	-7.0	0.2	2.0	0.1	3.1	1.2	-0.6	-4.2	-15.3	-15.3
對外貿易	出口(億美元)	3,291.6	250.5	253.4	282.4	252.2	270.0	271.2	281.9	311.6	307.0	322.2	319.9	330.0	3,452.1	342.7	342.7
	年增率(%)	-1.5	-7.6	24.7	-0.7	-1.3	-2.0	-3.9	0.3	8.3	9.3	11.2	12.0	12.0	4.9	36.8	36.8
	進口(億美元)	2,856.5	216.1	220.3	253.8	227.8	221.9	221.4	227.3	246.7	235.9	247.6	267.2	272.3	2,858.2	280.8	280.8
	年增率(%)	0.3	-17.6	44.5	0.1	-0.3	-3.9	-9.2	-7.2	8.4	-5.4	-1.1	10.0	0.9	0.1	29.9	29.9
	外銷訂單 (億美元)	4,845.6	353.1	286.8	402.6	385.3	388.9	410.0	455.7	454.9	500.3	515.9	577.8	605.5	5,336.6	527.2	527.2
	年增率(%)	-5.3	-12.8	-0.8	4.3	2.3	0.4	6.5	12.4	13.6	9.9	9.1	29.7	38.3	10.1	49.3	49.3
物價	消費者物價指數 年增率(%)	0.56	1.86	-0.21	-0.03	-0.97	-1.21	-0.75	-0.51	-0.33	-0.58	-0.26	0.09	0.06	-0.23	-0.16	1.33
	躉售物價指數 年增率(%)	-2.26	-3.32	-4.48	-7.51	-11.22	-12.19	-10.31	-9.00	-8.81	-8.15	-7.28	-5.90	-5.04	-7.79	-2.86	0.66
金融	貨幣供給額M2 年增率(%)	3.46	4.60	4.35	4.42	4.21	4.18	5.42	5.89	6.69	7.15	7.05	7.60	8.45	5.84	8.84	8.84
就業	就業人數 (萬人)	1,150.0	1,153.6	1,152.3	1,151.3	1,146.7	1,146.2	1,147.7	1,149.8	1,150.7	1,150.4	1,151.0	1,152.0	1,152.7	1,150.4	1,152.7	1,152.7
	失業人數 (萬人)	44.6	43.6	44.3	44.5	48.1	48.6	47.3	47.9	47.8	45.8	45.5	44.9	44.0	46.0	43.8	43.8
	失業率(%)	3.73	3.64	3.70	3.72	4.03	4.07	3.96	4.00	3.99	3.83	3.80	3.75	3.68	3.85	3.66	3.66

資料來源：行政院主計總處、中央銀行、經濟部。

表 4 中國大陸主要經濟指標

			2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年			2021 年
							11 月	12 月	全年	1 月
國內生產總值 (GDP)	金額 (億人民幣)		743,585	827,122	900,309	990,865	—	296,298 (Q4)	1,015,986	—
	成長率 (%)		6.7	6.9	6.6	6.1	—	6.5	2.3	—
固定資產投資	金額 (億人民幣)		596,501	631,684	635,636	551,478	16,268	19,347	518,907	—
	年增率 (%)		8.1	5.9	5.9	-13.2	-28.8	8.9	2.9	—
消費品零售總額	金額 (億人民幣)		332,316	366,262	380,987	411,649	39,514	40,566	391,981	—
	年增率 (%)		10.4	10.2	9.0	8.0	5.0	4.6	-3.9	—
對外貿易	出口	金額 (億美元)	20,974.4	22,634.9	24,874.0	2,371.8	2,680.7	2,819.3	25,906.5	—
		年增率 (%)	-7.7	7.9	9.9	11.4	21.1	18.1	3.6	—
	進口	金額 (億美元)	15,874.8	18,409.8	21,356.4	1,787.4	1,926.5	2,037.5	20,556.1	—
		年增率 (%)	-5.5	15.9	15.8	4.7	7.8	6.5	-1.1	—
實際外商直接投資	金額 (億美元)		1,260.1	1,310.4	1,349.7	1,381.4	—	—	1443.7	134.7
	年增率 (%)		-0.21	4.0	3.0	2.4	—	—	4.5	6.2
居民消費價格指數		年增率 (%)	2.0	1.6	2.1	2.9	-0.5	0.2	2.5	-0.3
金融	貨幣供給 (M2)	年增率 (%)	11.3	8.2	8.1	—	10.7	10.1	—	9.4
	匯率	美元兌人民幣	1:6.937	1:6.5342	1:6.8632	—	1:6.5558	1: 6.4597	—	1:6.4868
	外匯準備	金額 (億美元)	30,105	31,399	30,727	—	31,785	32,165	—	32,107

註：進出口數據僅公布最新月份及累計數據，無各月份調整後數據，因此有些微誤差。

資料來源：中國大陸統計年鑑、中國大陸海關統計；中國大陸國家統計局、中國大陸人民銀行、中國大陸商務部。

表 5 兩岸經貿統計

			2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年			2021 年
							11 月	12 月	全年	1 月
兩岸 投資	我對 中國大陸 投資	件數 (件)	323	580	726	610	58	30	475	34
		金額 (億美元)	96.7	92.5	85.0	41.7	9.0	3.0	59.0	2.5
	陸資 來臺 投資	件數 (件)	158	140	141	143	2	5	90	2
		金額 (萬美元)	24,762.8	26,570.5	23,124.2	9,718.0	2.8	233.1	12,631.1	151.2
兩岸 貿易	我對 中國大陸 (含香港) 出口	金額 (億美元)	1,119.9	1,299.1	1,379.0	1,321.5	144.6	147.2	1,514.5	148.5
		年增率 (%)	-0.4	16.0	6.1	-4.2	17.2	20.5	14.6	57.0
		比重 (%)	40.1	41.2	41.3	40.1	45.2	44.6	43.9	43.3
	我自 中國大陸 (含香港) 進口	金額 (億美元)	453.3	515.5	552.0	584.5	67.1	63.6	647.8	69.7
		年增率 (%)	-3.0	13.7	7.1	5.9	35.7	16.7	10.8	46.9
		比重 (%)	19.8	20.0	19.4	20.5	25.1	23.4	22.6	24.8
	出(入) 超	總額 (億美元)	666.7	783.6	827.0	737.0	77.6	83.5	866.7	78.9
		年增率 (%)	1.5	17.5	5.5	-10.9	4.8	23.6	17.7	67.2

註：1.我對中國大陸投資件數及金額均含核准補辦案件。

2.我對中國大陸投資金額()內數字為年增率。

3. 2009年6月30日起開放陸資來臺投資。

資料來源：經濟部投審會「投資統計月報」、財政部進出口海關統計。

參、經濟情勢分析

一、國際經濟

(一) 美國

美國商務部經濟分析局(BEA)今年 1 月 28 日公布美國去年第 4 季國內生產總值(GDP)初估值為 4.0%，去年全年經濟成長率為-3.5%。IHS Markit 今年 2 月預測，美國今年及明年經濟成長率分別為 5.66% 及 4.08%。

美國去年 12 月商品出口額為 1,335.0 億美元，較上年同月減少 3.0%，進口額為 2,176.5 億美元，增加 4.8%，貿易入超 841.5 億美元。今年 1 月工業生產減少 1.8%；消費者物價上漲 1.4%；非農就業增加 4.9 萬人，失業率 6.3%。

美國工商協進會(Conference Board)公布去年 12 月領先指標增加 0.3%，除每週平均申請失業救濟金人數、消費者預期零成長，製造業非國防資本財新訂單負成長外，其餘建築許可、製造業消費性產品與材料新訂單、股價指標、SM 新接訂單、領先信用指數、利率差距，以及製造業平均每週工時則為正成長。今年 1 月消費者信心指數，自上月修正後的 87.1 上升至 89.3；今年 1 月製造業採購經理人指數為 58.7，整體數值高於 50 榮枯線，顯示製造業景氣回溫，活動處於擴張。

表 1-1 美國重要經濟指標

單位：億美元；%

年(月)	實質 GDP	工 業 生 產	貿 易					消 費 者 物 價	失 業 率
			出 口		進 口		出 入 超		
			金 額	年 增 率	金 額	年 增 率			
2014年	2.5	3.1	16,355.6	2.6	23,854.8	4.0	-7,499.2	1.6	6.2
2015年	2.9	-1.0	15,113.8	-7.6	22,732.5	-4.7	-7,618.7	0.1	5.3
2016年	1.6	-2.0	14,573.9	-3.6	22,072.0	-2.9	-7,498.0	1.3	4.9
2017年	2.3	2.3	15,535.9	6.6	23,587.9	6.9	-8,052.0	2.1	4.4
2018年	3.0	3.9	16,743.3	7.8	25,616.7	8.6	-8,873.4	2.4	3.9
2019年	2.2	0.8	16,524.4	-1.5	25,167.7	-1.6	-8,643.3	1.8	3.7
12月	2.4 (IV)	-0.8	1,376.5	0.6	2,076.3	-4.4	-699.8	2.3	3.5
2020年	-3.5	-7.0	14,347.7	-13.2	23,505.6	-6.6	-9,158.0	1.2	8.1
1月		-0.9	1,370.2	-1.3	2,037.9	-3.5	-667.7	2.5	3.6
2月		-0.3	1,382.5	-0.7	1,986.5	-5.5	-604.0	2.3	3.5
3月	-5.0(I)	-4.9	1,276.4	-9.5	1,941.5	-9.2	-665.1	1.5	4.4
4月		-15.0	955.0	-30.0	1,678.0	-20.0	-723.0	0.3	14.7
5月		-15.3	897.7	-35.5	1,665.0	-22.6	-767.3	0.1	13.3
6月	-31.4 (II)	-10.8	1,028.4	-24.1	1,752.9	-16.9	-724.4	0.6	11.1
7月		-8.2	1,153.2	-16.1	1,968.5	-7.2	-815.3	1.0	10.2
8月		-7.7	1,187.5	-13.6	2,033.0	-4.1	-845.5	1.3	8.4
9月	33.4 (III)	-7.3	1,224.5	-10.0	2,038.7	-2.0	-814.2	1.4	7.9
10月		-5.3	1,262.0	-7.8	2,082.0	2.1	-820.0	1.2	6.9
11月		-5.5	1,275.4	-6.8	2,145.3	6.1	-869.9	1.2	6.7
12月	4.0(IV)	-3.6	1,335.0	-3.0	2,176.5	4.8	-841.5	1.4	6.7
2021年									
1月		-1.8	-	-	-	-	-	1.4	6.3

註：1.GDP 成長率係為當季較上季變動率轉換為年率。

資料來源：美國商務部、美國勞工部。

（二）歐元區

歐盟統計局今年 2 月 16 日公布去年第 4 季經濟成長率，歐元區及歐盟分別較上年同期衰退 5.0%及 4.8%，去年全年經濟成長率則分別衰退 6.8%及 6.4%。就各主要國家來看，德國、法國、義大利及西班牙分別衰退 3.9%、5.0%、6.6 及 9.1%。

去年 12 月歐元區出口額為 1,907 億歐元，較前年同月增加 2.3%，進口額為 1,615 億歐元，減少 1.3%，貿易出超為 292 億歐元；工業生產較上月成長 1.6%；失業率為 8.3 %；今年 1 月消費者物價上漲率為 0.2%。另數據調查機構 Markit 公布今年 1 月歐元區綜合採購經理人指數(Composite PMI)47.8，較上月減少 1.3。

國際貨幣基金總裁 Georgieva 於今年 2 月 22 日在歐洲議會演說時表示，歐盟各國政府執行的多項財政刺激政策，已使歐元區經濟逐步走向復甦，惟新冠肺炎疫情對人均 GDP 較低的國家及年輕人的就業衝擊較大，如何避免貧富差距擴大是後續須關注的議題。

表 1-2 歐元區重要經濟指標

單位：億歐元；%

年（月）	實質 GDP	工業 生產	貿 易					消費者 物價	失 業 率
			出口		進口		出入超		
			金額	年增率	金額	年增率			
2014年	0.9	-0.05	19,390	2.0	17,442	0.0	1,948	0.4	11.6
2015年	1.6	1.6	20,430	5.0	17,964	2.0	2,466	0.0	10.9
2016年	1.7	-	20,478	0.0	17,740	-2.0	2,738	0.2	10.0
2017年	2.3	-	21,929	7.1	19,548	9.8	1,841	1.4	9.1
2018年	1.8	-	22,763	3.7	20,821	6.2	1,942	1.4	8.2
2019年	1.2		21,590	2.7	21,186	1.5	2,265	1.3	7.6
12月	1.0（Ⅳ）	-2.1	1,861,	4.8	1,630	1.1	231	1.3	7.4
2020年	-6.8		21,352	-9.2	18,962	-10.8	2,390	0.9	
1月		2.3	1,839	0.2	1,821	-0.2	18	1.4	7.4
2月		-0.6	1,893	1.6	1,663	-1.0	230	1.2	7.3
3月	-3.1（Ⅰ）	-1.5	1,933	-6.2	1,650	-10.1	283	0.7	7.4
4月		-17.1	1,366	-29.3	1,337	-24.8	29	0.4	7.3
5月		12.4	1,433	-29.5	1,339	-26.7	94	0.1	7.4
6月	-14.7（Ⅱ）	9.1	1,703	-10.0	1,491	-12.2	212	0.3	7.8
7月		4.1	1,852	-10.4	1,573	-14.3	279	0.4	7.9
8月		0.7	1,563	-12.2	1,416	-13.5	147	-0.2	8.1
9月	-4.3（Ⅲ）	-0.4	1,903	-3.1	1,655	-7.1	248	-0.3	8.3
10月		2.1	1,993	-9.0	1,693	-11.7	300	-0.3	8.4
11月		2.5	1,967	-1.0	1,709	-4.2	258	-0.3	8.3
12月	-5.0（Ⅳ）	1.6	1,907	2.3	1,615	-1.3	292	-0.3	8.3
2021年									
1月		-	-	-	-	-	-	0.2	-

資料來源：歐盟統計局。

(三) 亞太地區

依據 IHS Markit 今年 2 月預測，亞洲和太平洋地區(不含日本)今年及明(2022)年經濟成長率分別為 6.54%及 5.10%。

1、日本

- (1)日本內閣府於今年 2 月 15 日公布去年第 4 季實質 GDP 數據，較上季成長 3.0%，較上年同期衰退 1.0%。其中，公部門需求成長 3.6%，民間需求衰退 3.8%，民間企業設備衰退 3.7%，出口、進口則分別衰退 7.8%及 12.9%。去年全年實質 GDP 成長率為 -4.8%。
- (2)根據日本財務省發布今年 1 月進出口貿易統計，出口額為 5.78 兆日圓，較上年同月增加 6.4%，進口額為 6.11 兆日圓，減少 9.5%，貿易入超為 0.33 兆日圓。對主要貿易夥伴出口額，對中國大陸及東協增加 37.2%及 3.0%，對歐盟及美國則分別衰退 3.8%及 1.8%。去年 12 月工業生產衰退 1.0%，失業率為 2.9%，消費者物價上漲率為-0.6%。
- (3)日本、美國、澳洲及印度於今年 2 月 18 日舉辦視訊峰會，除就日本政府提倡之「自由開放的印太(Free and Open Indo-Pacific, FOIP)達成共識外，也針對北韓政局、新冠疫情防疫及緬甸政局等議題交換意見。
- (4)根據日本觀光廳今年 2 月 17 日公布之數據顯示，受到新冠肺炎疫情影響，去年日本民眾國內旅遊消費金額為 9 兆 8,982 億日圓，較前年大幅減少 54.9%；國內旅遊總人數約為 2 億 9 千萬人次，較前年減少 50.3%。

表 1-3-1 日本重要經濟指標

單位：兆日圓；%

年（月）	實質 GDP	工業 生產	貿 易					消費者 物價	失 業 率
			出口		進口		出入超		
			金額	年增率	金額	年增率			
2014年	0.0	2.1	73.1	4.7	85.8	5.5	-12.7	2.7	3.6
2015年	0.6	-1.1	75.6	3.4	78.4	-8.6	-2.54	0.5	3.4
2016年	1.0	-0.2	70.03	-7.3	65.91	-15.9	4.12	-0.1	3.1
2017年	1.7	-	78.26	11.8	75.25	14.2	3.01	0.5	2.8
2018年	0.8		81.48	4.1	82.63	9.8	-1.15	1.0	2.4
2019年	0.7		77.47	-4.9	79.69	-3.6	-2.22	0.6	2.4
12月	-1.8（Ⅳ）	1.2	6.58	-6.3	6.73	-4.9	-0.15	0.8	2.2
2020年	-4.8		68.38	-11.7	67.69	-15.1	-0.31	-0.6	
1月		1.0	5.43	-2.6	6.74	-3.6	-1.31	0.4	2.4
2月		-0.3	6.32	-1.0	5.21	-14.0	0.11	0.4	2.4
3月	-2.0（Ⅰ）	-3.7	6.36	-11.7	6.35	-5.0	0.01	0.4	2.5
4月		-9.8	5.2	-21.9	6.13	-7.2	-0.93	0.1	2.6
5月		-8.9	4.18	-28.3	5.02	-26.2	-0.84	0.1	2.9
6月	-10.3（Ⅱ）	1.9	4.86	-26.2	5.13	-14.4	-0.27	0.1	2.8
7月		8.7	5.37	-19.2	5.36	-22.3	0.01	0.2	2.9
8月		1.0	5.23	-14.8	4.98	-20.8	0.25	0.2	3.0
9月	-5.7（Ⅲ）	3.9	6.05	-4.9	5.38	-17.2	0.67	-0.4	3.0
10月		4.0	6.56	-0.2	5.69	-13.3	0.87	-0.9	3.1
11月		-3.9	6.11	-4.2	5.74	-11.1	0.37	-0.9	2.9
12月	-1.0（Ⅳ）	-1.0	6.71	2.0	5.96	-11.6	0.75	-0.6	2.9
2021年		-	5.78	6.4	6.11	-9.5	-0.33	-	-
1月		-	5.78	6.4	6.11	-9.5	-0.33	-	-

註：除實質 GDP 經濟成長率為較前期比換算為年率、失業率為與前月相比之季節調整值外，其餘成長率皆為與上年同期相比資料。

資料來源：日本內閣府、經濟產業省、財務省、總務省。

2、南韓

- (1) 韓國央行今年 1 月 26 日公布韓國去年第 4 季國內生產總值(GDP) 為-1.4%，去年全年經濟成長率為-1.0%。IHS Markit 今年 2 月預測，韓國今年及明年經濟成長率分別為 2.57%及 2.56%。
- (2) 韓國今年 1 月出口金額 480.1 億美元，較上年同月增加 11.4%，進口金額 440.5 億美元，增加 3.1%。20 大主要出口項目中，以生技保健(66.5%)、化妝品(62.6%)、無線通訊機器(58.0%)成長較多，石油製品(-46.0%)、機械人(-15.8%)及紡織(-7.9%)衰退較明顯。去年 12 月工業生產增加 3.4%；今年 1 月經季節調整後之失業率為 5.4%，消費者物價上漲 0.6%。
- (3) 韓國政府今年 2 月 1 日公布「系統半導體創新技術支援方案」，針對戰略半導體、下時代感測器、人工智慧半導體等具發展潛力之領域將投入 2,400 億韓元，提供研發相關補助及輔導，扶植系統半導體研發領域發展。
- (4) 柬埔寨及韓國今年 2 月 3 日舉行視訊會議，共同宣布兩國完成自由貿易協定(FTA)談判，後續雙方將履行各自國內法律程序，爭取在今年年中正式簽署協定，預期將進一步帶動兩國進出口貿易發展。

表 1-3-2 南韓重要經濟指標

單位：億美元；%

年(月)	實質 GDP	工業 生產	貿 易					消費 者 物價	失 業 率
			出口		進口		出入超		
			金額	年增率	金額	年增率			
2014年	3.3	0.2	5,726.6	2.3	5,255.1	1.9	471.5	1.3	3.5
2015年	2.8	-0.3	5,267.6	-8.0	4,365.0	-16.9	904.0	0.7	3.6
2016年	2.9	2.2	4,955.6	-5.9	4,061.9	-6.9	893.7	1.0	3.7
2017年	3.1	2.5	5,736.9	15.8	4,784.8	17.8	952.1	2.0	3.7
2018年	2.9	1.5	6,048.6	5.4	5,352.0	11.9	696.6	1.5	3.8
2019年	2.0	-0.1	5,422.3	-10.4	5,033.4	-6.0	388.9	0.4	3.8
12月	2.3(IV)	6.1	457.1	-5.2	437.0	-0.7	20.1	0.7	3.7
2020年	-1.0	0.4	5,128.5	-5.4	4,672.3	-7.2	465.2	0.5	4.0
1月	1.4(I)	-2.8	431.1	-6.6	427.5	-5.2	3.3	1.5	3.9
2月		11.3	408.7	3.6	371.4	1.4	37.0	1.1	3.3
3月		7.7	462.6	-1.4	419.7	0.2	42.6	1.0	3.8
4月		-5.0	363.2	-25.1	379.3	-15.8	-13.9	0.1	3.8
5月		-9.7	348.5	-23.7	344.6	-21.1	4.4	-0.3	4.5
6月	-2.7(II)	-0.6	392.3	-10.9	356.1	-11.4	36.6	0.0	4.3
7月	-1.1(III)	-2.4	428.3	-7.0	385.6	-11.9	42.7	0.3	4.2
8月		-2.7	396.6	-9.9	355.4	-16.3	41.2	0.7	3.2
9月		8.2	480.5	7.7	391.7	1.1	88.8	1.0	3.9
10月		-2.0	449.8	-3.6	390.0	-5.8	59.8	0.1	4.2
11月		0.5	458.1	4.0	398.8	-2.1	59.3	0.6	4.1
12月	-1.4(IV)	3.4	514.1	12.6	444.6	1.8	69.5	0.5	4.5
2021年		-	480.1	11.4	440.5	3.1	39.6	0.6	5.4
1月		-	480.1	11.4	440.5	3.1	39.6	0.6	5.4

資料來源：韓國產業通商資源部、韓國企劃財政部、韓國銀行、韓國國家統計局。

3、新加坡

- (1)新加坡政府今年 2 月 15 日公布去年經濟成長率為-5.4%，預測今年經濟成長率為 4.0%至 6.0%。IHS Markit 今年 2 月預測，新加坡今年及明年經濟成長率分別為 4.83%及 4.61%。
- (2)新加坡今年 1 月出口額為 450.03 億星元，較上年同月增加 1.1%，進口額為 390.32 億星元，減少 5.2%，貿易出超為 59.7 億星元。國內非石油產品出口增加 12.8%，其中電子產品增加 13.5%，非電子產品增加 12.5%。非石油產品十大出口國中，對泰國(51.5%)及南韓(49.7%)成長較明顯，對日本(-16.9%)及歐盟(-20.2%)衰退較明顯。
- (3)新加坡去年 12 月工業生產增加 14.3%，其中電子業(41.8%)、化學業(12.3%)、精密工程業(11.0%)及一般製造業(5.9%)成長，生醫製造業(-13.2%)及運輸工程業(-31.5%)則衰退。依據新加坡採購與材料管理學院(SIPMM)資料顯示，今年 1 月採購經理人指數(PMI)為 50.7，較上月增加 0.2。
- (4)新加坡副總理今年 2 月 16 日發表財政預算案聲明表示，今年再推出擴張性財政預算案，為迎接後疫情時代的轉型和商機，將從廣泛援助轉為針對性補助，並著重提升員工和企業能力。其中，設立 110 億星元「因應新冠病毒堅韌配套(COVID-19 Resilience Package)」，包括延長雇傭補貼計畫、「新心相連就業與技能」計畫、疫情復甦津貼及支持特定領域等。

表 1-3-3 新加坡重要經濟指標

單位：億星元；%

年(月)	實質 GDP	工業 生產	貿 易					消費者 物價	失業率
			出口		進口		出入超		
			金額	年增率	金額	年增率			
2014年	3.3	2.6	5,132.4	0.8	4,637.8	-0.6	551.4	1.0	2.0
2015年	1.9	-5.2	4,762.9	-7.2	4,077.7	-12.1	685.2	-0.5	1.9
2016年	2.0	3.6	4,669.1	-5.1	4,033.0	-4.7	636.1	-0.5	2.1
2017年	3.6	12.1	5,147.8	12.9	4,522.0	15.7	625.9	0.6	2.2
2018年	3.4		5,556.6	7.9	5,001.9	10.6	554.7	0.4	2.1
2019年	0.7	-8.9	5,326.7	-4.1	4,898.2	-2.1	428.5	0.6	2.3
12月	1.0(IV)	-0.7	450.6	3.6	415.8	-2.3	34.8	0.8	2.3(IV)
2020年	-5.4	-	5,156.4	-3.2	4,534.7	-7.4	621.8	-0.2	2.8
1月		3.7	421.7	-5.3	411.8	-0.9	9.9	0.8	
2月		-0.7	408.2	2.4	394.8	9.4	13.4	0.3	
3月	-0.2 (I)	16.5	439.4	-0.7	404.4	0.2	35.0	0.0	2.4(I)
4月		13.0	385.5	-12.7	359.2	-13.0	26.3	-0.7	
5月		-7.4	355.1	-23.9	314.7	-26.2	40.4	-0.8	
6月	-13.4(II)	-6.7	399.4	-3.6	351.4	-9.9	48.0	-0.5	2.8(II)
7月		-8.5	418.0	-7.9	378.7	-9.9	39.3	-0.4	
8月		13.7	430.2	-4.7	371.5	-9.4	58.7	-0.4	
9月	-5.6(III)	24.2	429.9	-4.8	364.7	-11.0	65.2	-0.1	3.6(III)
10月		-0.9	427.8	-8.6	383.4	-9.3	44.4	-0.2	
11月		17.9	420.9	-8.0	384.8	-9.4	36.2	-0.1	
12月	-3.8(IV)	14.3	462.5	2.6	401.5	-3.4	61.0	0.0	3.2 (IV)
2021年	-	-	450.03	1.1	390.32	-5.2	59.7	-	-
1月		-	450.03	1.1	390.32	-5.2	59.7	-	

資料來源：新加坡統計局、新加坡貿工部、新加坡人力部。

4、香港

- (1) IHS Markit 今年 2 月預測，香港今年及明年經濟成長率分別為 4.25% 及 3.44%。
- (2) 香港去年 12 月出口額為 3,923 億港元，較上年同月增加 11.7%，進口額為 4,379 億港元，增加 14.1%，貿易入超為 457 億港元。以出口貨值計算，輸往臺灣(28.9%)及荷蘭(25.5%)成長，輸往印度 (-21.4%)及新加坡(-13.5%)則衰退。
- (3) 香港去年 12 月份零售業銷售額為 314 億港元，較上年同月減少 13.2%。香港政府表示，零售銷售額的跌幅擴大，主要受第四波疫情及實施社交距離措施影響。主要商品類別銷貨價值減少較多者，依序為藥物及化妝品(-40.9%)、珠寶首飾、鐘錶及名貴禮物(-40.8%)，以及鞋類、有關製品及其他衣物配件(-36.7%)。
- (1) 香港金融管理局今年 1 月 29 日公布，截至去年 12 月底，外匯基金總資產達 4 兆 5,008 億港元，較上月底增加 490 億港元，其中外幣資產增加 403 億港元，港元資產增加 87 億港元。外幣資產減少，主因外幣投資按市價重估及已購入但未結算的證券增加；港元資產增加，主因香港股票按市價重估。

表 1-3-4 香港重要經濟指標

單位：10 億港元；%

年(月)	實質 GDP	工 業 生 產	貿 易					消 費 者 物 價	失 業 率
			出 口		進 口		出 入 超		
			金 額	年 增 率	金 額	年 增 率			
2014 年	2.6	-0.4	3,672.8	3.2	4,219.0	3.9	-546.3	4.4	3.2
2015 年	2.4	-1.5	3,605.3	-1.8	4,046.4	-4.1	-441.1	3.0	3.3
2016 年	2.2	-0.4	3,588.2	-0.5	4,008.4	-0.9	-420.1	2.4	3.3
2017 年	3.8	3.7	3,878.5	-0.5	4,317.4	8.7	-482.4	1.5	3.2
2018 年	3.0	1.3	4,163.5	7.3	4,726.0	9.5	-562.5	2.4	2.8
2019 年	-1.2	0.4	3,993.1	-4.1	4,417.6	-6.5	-424.5	2.9	3.0
12 月	-3.0(IV)	-0.5(IV)	351.3	3.3	383.8	-1.9	-32.5	2.9	3.3
2020 年	-6.1	-	3,927.5	-1.5	4,269.7	-3.3	-342.2	0.3	-
1 月			269.4	-22.7	300.0	-16.4	-30.6	1.4	3.4
2 月			238.6	4.3	277.1	-0.1	-38.5	2.2	3.7
3 月	-9.1(I)	-4.6(I)	323.6	-5.8	358.3	-11.1	-34.7	2.3	4.2
4 月			309.5	-3.7	332.8	-6.7	-23.3	1.9	5.2
5 月			317.6	-7.4	331.3	-12.3	-13.7	1.5	5.9
6 月	-9.0(II)	-5.1(II)	305.6	-1.3	338.9	-7.1	-33.3	0.7	6.2
7 月			328.5	-3.0	358.3	-3.4	-29.8	-2.3	6.1
8 月			344.5	-2.3	359.1	-5.7	-14.6	-0.4	6.1
9 月	-3.6(III)	-7.4(III)	379.3	9.1	392.0	3.4	-12.7	-2.2	6.4
10 月			344.7	-1.1	381.4	0.6	-36.8	-0.2	6.4
11 月			379.6	5.6	405.2	5.1	-25.6	-0.2	6.3
12 月	-3.0(IV)	-	392.3	11.7	437.9	14.1	-45.7	-0.7	6.6
2021 年	-	-	-	-	-	-	-	1.9	7.0
1 月		-	-	-	-	-	-	1.9	7.0

註：出口係轉口與港產品出口合計。

資料來源：香港政府統計處。

二、國內經濟

(一) 總體情勢

1、109、110 年經濟成長率預估為 3.11%、4.64%

隨著 COVID-19 疫苗施打，全球經濟逐漸回溫，增強我國內、外需動能，加上臺灣半導體先進產能持續開出，將擴大 5G、電動車等相關供應鏈來臺投資，為國內經濟注入新的成長動能。全球經濟復甦雖帶動油價及原物料價格上漲，惟受新臺幣升值影響，國內物價漲幅溫和。行政院主計總處初步統計 109 年經濟成長 3.11%，消費者物價下跌 0.23%；預測 110 年經濟成長 4.64%，消費者物價上漲 1.33%。

表 2-1-1 國內外主要機構對我國經濟成長率預測

單位：%

預測機構 \ 年	109(f)	110(f)
IHS Markit(110.2)	3.06	4.05
ADB(109.12)	1.7	3.3
IMF(109.10)	0.0	3.2
行政院主計總處(110.2)	3.11	4.64
台灣經濟研究院(110.1)	2.67	4.30
中華經濟研究院(109.12)	2.38	3.73
中央研究院(109.12)	2.71	4.24
臺灣綜合研究院(109.12)	2.52	3.53

資料來源：各機構

表 2-1-2 109 及 110 年需求面經濟成長組成

	109 年		110 年(f)	
	實質增加率(%)	貢獻(百分點)	實質增加率(%)	貢獻(百分點)
GDP	3.11	3.11	4.64	4.64
國內需求	0.42	0.38	3.91	3.37
民間消費	-2.37	-1.24	3.74	1.82
政府消費	2.61	0.37	2.07	0.29
國內投資	4.96	1.18	3.50	0.83
民間	3.23	0.63	3.91	0.75
政府	7.30	0.22	3.43	0.05
公營	28.06	0.33	1.01	0.03
國外淨需求	-	2.73	-	1.27
輸出(含商品及勞務)	1.06	0.67	5.05	2.95
減：輸入(含商品及勞務)	-3.86	-2.06	3.76	1.69
躉售物價(WPI)	-7.79	-	0.66	-
消費者物價(CPI)	-0.23	-	1.33	-

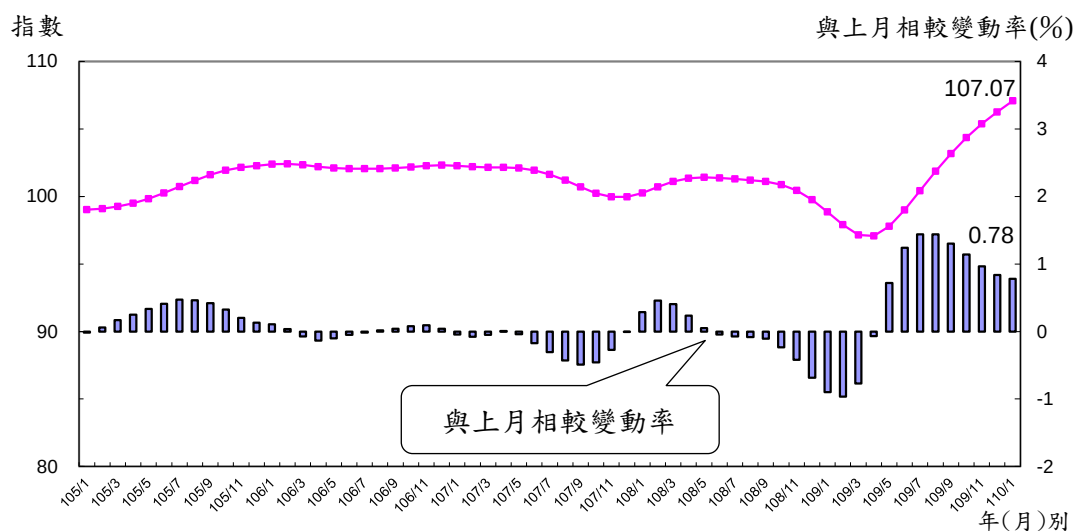
資料來源：行政院主計總處，國民所得統計及國內經濟情勢展望，110 年 2 月 20 日。

2、110 年 1 月景氣對策信號續呈黃紅燈，景氣領先、同時指標持續上升

(1) 領先指標

領先指標不含趨勢指數為 107.07，較上月上升 0.78%。7 個構成項目經去除長期趨勢後，6 項較上月上升，包括外銷訂單動向指數、製造業營業氣候測驗點、股價指數、實質貨幣總計數 M1B、實質半導體設備進口值、工業及服務業受僱員工淨進入率；僅建築物開工樓地板面積較上月下滑。

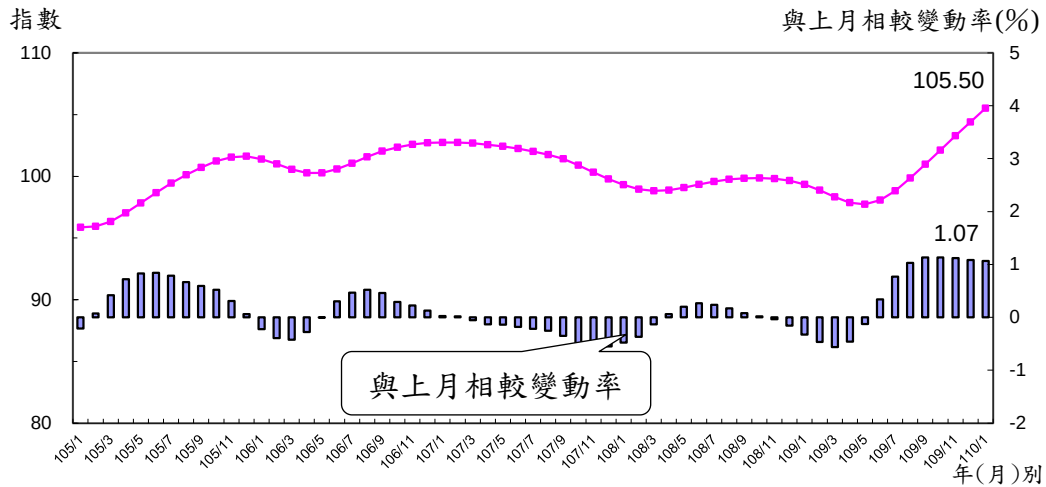
圖 2-1-1 景氣領先指標



(2) 同時指標

同時指標不含趨勢指數為 105.50，較上月上升 1.07%。7 個構成項目經去除長期趨勢後，全部較上月上升，包括批發、零售及餐飲業營業額、工業生產指數、製造業銷售量指數、實質機械及電機設備進口值、電力（企業）總用電量、實質海關出口值、非農業部門就業人數。

圖 2-1-2 景氣同時指標



(3) 景氣對策信號

110 年 1 月為 37 分，較上月增加 3 分，燈號續呈黃紅燈。9 項構成項目中，海關出口值、機械及電機設備進口值皆由綠燈轉呈黃紅燈，分數各增加 1 分；批發、零售及餐飲業營業額由黃紅燈轉呈紅燈，分數增加 1 分；其餘 6 項燈號不變。

圖 2-1-3 一年來景氣對策信號

	燈號 分數	2020年												2021年	
		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月		1月
													燈號	%	燈號
綜合判斷		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	16.3	●
貨幣總計數M1B	25	24	20	19	19	19	21	26	27	28	30	34	37		
股價指數	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	20.4	●
工業生產指數	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	8.1 _r	●
非農業部門就業人數	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	0.01	●
海關出口值	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	7.6	●
機械及電機設備進口值	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	4.5	●
製造業銷售量指數	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	8.1 _r	●
批發、零售及餐飲業營業額	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	7.4	●
製造業營業氣候測驗點	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	106.0 _r	●

註：1.各構成項目除製造業營業氣候測驗點之單位為點(基期為95年)外，其餘均為年變動率；除股價指數外均經季節調整。

2. r 為修正值。

(二) 工業生產

1、110 年 1 月工業生產增加 18.81%

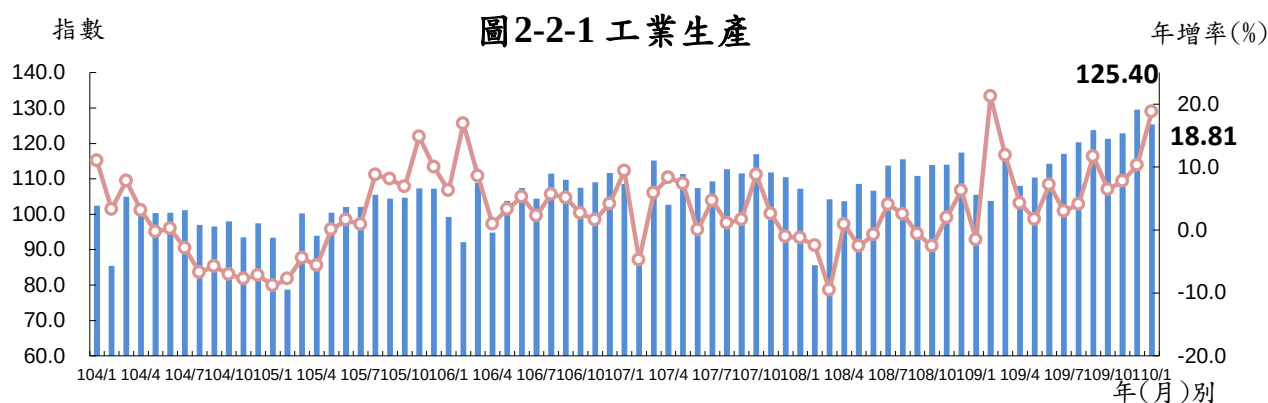
110 年 1 月工業生產指數 125.40，由於春節落點不同(去年在 1 月)，比較基期相對偏低，較上年同月增加 18.81%。其中製造業、礦業及土石採取業、電力及燃氣供應業及用水供應業分別增加 19.67%、17.68%、8.36%及 0.76%。

表 2-2-1 工業生產年增率

單位：%

年(月)	工業生產	製造業	礦業及土石採取業	電力及燃氣供應業	用水供應業
105 年	1.97	1.91	-9.67	3.43	0.50
106 年	5.00	5.27	-2.00	2.22	1.30
107 年	3.65	3.93	-3.65	0.39	0.09
108 年	-0.35	-0.45	-3.66	1.14	0.36
109 年	7.08	7.56	17.23	1.18	1.30
1 月	-1.54	-1.31	-4.65	-4.42	1.27
2 月	21.23	22.08	39.14	11.24	3.74
3 月	11.87	12.68	18.92	1.96	1.89
4 月	4.26	4.98	25.47	-5.50	-0.18
5 月	1.71	1.90	11.54	-1.03	-0.10
6 月	7.20	7.65	24.18	1.54	-0.09
7 月	2.98	3.03	16.28	1.43	1.51
8 月	4.08	4.59	21.64	-2.76	1.43
9 月	11.69	12.33	24.46	4.17	1.05
10 月	6.44	6.89	9.63	1.00	2.64
11 月	7.74	8.03	16.26	4.60	1.96
12 月	10.29	10.80	13.31	4.39	0.68
110 年					
1 月	18.81	19.67	17.68	8.36	0.76

資料來源：經濟部統計處。



2、110 年 1 月製造業生產增加 19.67

110 年 1 月製造業生產指數 127.60，較上年同月增加 19.67%，其中，金屬機電工業、資訊電子工業、民生工業及化學工業分別增加 29.13%、21.59%、19.57%及 5.15%。

表 2-2-2 製造業生產年增率

單位：%

年(月)	製造業生產	四大行業			
		金屬機電 工業	資訊電子 工業	化學 工業	民生 工業
105 年	1.91	-0.79	3.76	-0.14	2.18
106 年	5.27	3.78	7.82	0.70	3.74
107 年	3.93	2.43	5.95	1.89	1.13
108 年	-0.45	-6.41	2.93	-2.23	-0.59
109 年	7.56	-1.31	18.46	-4.97	-2.83
1 月	-1.31	-19.33	15.52	-7.64	-21.93
2 月	22.08	16.61	32.20	6.79	20.42
3 月	12.68	0.50	27.02	-1.55	0.78
4 月	4.98	-9.08	20.62	-7.86	-9.06
5 月	1.90	-14.48	20.62	-16.81	-9.48
6 月	7.65	-5.89	22.89	-10.03	-2.27
7 月	3.03	-7.63	14.52	-9.95	-3.75
8 月	4.59	-3.14	14.30	-10.50	-0.47
9 月	12.33	8.27	17.88	2.60	9.44
10 月	6.89	1.44	14.32	-1.39	-4.70
11 月	8.03	8.51	12.32	1.23	-2.00
12 月	10.80	14.65	15.89	-0.20	-2.12
110 年					
1 月	19.67	29.13	21.59	5.15	19.57

資料來源：經濟部統計處。

3、110 年 1 月電子零組件業增加 21.16%

- (1) 電子零組件業生產指數 147.78，年增 21.16%，連續 14 個月二位數成長，其中積體電路業年增 24.67%，主因 5G、高效能運算及物聯網等新興科技應用爆發，加上車用電子需求殷切，帶動晶圓代工產能續呈高峰；液晶面板及其組件業年增 21.05%，主因 COVID-19 疫情催生的宅經濟、遠距商機需求延續，帶動 IT、電視面板生產續增。
- (2) 化學原材料業生產指數 115.13，為歷年單月新高，年增 13.44%，主因受惠於國際油價逐漸回穩、下游防疫及消費性電子產品熱銷，加上歐美訂單回流、中國大陸農曆年前備貨需求釋出，帶動石化原料、橡塑膠原料等產品價量齊揚，以及電子科技廠對電子用化學原料需求強勁，廠商提高產能因應所致。
- (3) 電腦電子產品及光學製品業年增 24.54%，主因疫情帶動居家辦公及線上學習需求續強，加上廠商擴增國內產能，推升伺服器、固態硬碟、汽車電子控制器、恆溫控制器等產量，另虛擬實境裝置、其他光學元件亦呈增產所致。
- (4) 基本金屬業生產指數 112.00，為歷年單月次高(僅次 100 年 3 月之 112.08)，年增 19.52%，主因國際需求增溫，鋼市買氣熱絡，加上國內高爐歲修後產能全開，以及去年同月部分產線設備檢修，比較基期偏低，致鋼胚、棒鋼、盤元線材及冷、熱軋鋼捲板等明顯增產。
- (5) 機械設備業年增 39.00%，增幅為 100 年 1 月以來最高，主要受惠於半導體、5G 相關產業需求持續熱絡，加上疫情催動廠商加速設備自動化及推升民眾在家 DIY 需求，致通用生產機械及零件、線性滑軌、電子及半導體生產設備及零件、金屬機械手工具等持續增產。
- (6) 汽車及其零件業年增 41.41%，主因上旬汰舊換新補助落日激勵多款新車持續熱銷、春節前備貨需求湧現，加上大陸車市回暖、北美售後維修汽車零件市場需求攀升，帶動一般小型轎車、電動小型轎車、汽車電氣零組件、車用燈組及其他汽車零件增產。

表 2-2-3 主要製造業行業年增率

中業別	110 年 1 月較 109 年同月增減(%)
電子零組件業	21.16
化學原材料業(註)	13.44
電腦、電子產品及光學製品業	24.54
基本金屬業	19.52
機械設備業	39.00
汽車及其零件業	41.41

註：「化學原材料業」係指行業標準分類(第 10 版)之「化學原材料、肥料、氮化合物、塑橡膠原料及人造纖維業」。

資料來源：經濟部統計處。

(三) 批發、零售及餐飲業

1、110 年 1 月批發業及零售業營業額分別增加 23.1%及 3.6%，餐飲業營業額減少 15.3%

110 年 1 月批發業、零售業及餐飲業營業額分別為 9,936 億元、3,681 億元及 702 億元，其中，批發業及零售業營業額分別較上年同月增加 23.1%及 3.6%，餐飲業營業額減少 15.3%。

表 2-3-1 批發、零售及餐飲業營業額

年(月)	批發業		零售業		餐飲業	
	金額 (億元)	年增率 (%)	金額 (億元)	年增率 (%)	金額 (億元)	年增率 (%)
105 年	94,046	-1.6	36,244	1.1	7,109	8.7
106 年	99,819	6.1	36,563	0.9	7,374	3.7
107 年	104,747	4.9	37,371	2.2	7,775	5.4
108 年	102,495	-2.1	38,523	3.1	8,116	4.4
109 年	105,066	2.5	38,597	0.2	7,776	-4.2
1 月	8,071	-13.1	3,554	2.0	828	17.7
2 月	7,531	15.9	2,785	-0.8	581	-17.4
3 月	9,047	7.8	2,901	-3.5	521	-20.7
4 月	8,239	-1.0	2,778	-10.2	479	-22.8
5 月	7,978	-6.5	3,012	-5.7	621	-8.2
6 月	8,356	0.1	3,072	-1.3	638	-7.0
7 月	9,055	0.0	3,361	2.8	695	0.2
8 月	8,804	0.1	3,340	8.2	736	2.0
9 月	9,640	9.6	3,213	3.1	645	0.1
10 月	8,927	-0.4	3,498	2.7	666	3.1
11 月	9,483	9.3	3,531	2.7	646	1.2
12 月	9,936	12.5	3,552	1.4	718	-0.6
110 年						
1 月	9,936	23.1	3,681	3.6	702	-15.3

資料來源：經濟部統計處。

2、110 年 1 月批發業營業額增加 23.1%

110 年 1 月批發業營業額 9,936 億元，較上年同月增加 23.1%，主因去年農曆春節落在 1 月，工作日數較少，基期相對偏低。其中機械器具批發業因宅經濟及遠端應用需求熱度不減，帶動電子產品、晶片及記憶體等電子零組件相關產品需求持續暢旺，加上國際品牌智慧手機持續熱銷，年增 36.7%；建材批發業因建案及公共工程需求增加，致型鋼拉貨動能強勁，加上部分鋼品外銷成長，年增 28.4%；化學材料批發業因市場需求回溫，石化及塑膠產品價量齊揚，年增 35.3%；汽機車批發業因新款車持續熱銷，以及汰舊換新補助挹注，刺激買氣，年增 19.2%；家用器具及用品批發業因 2 月春節前鋪貨需求、業者促銷活動，以及天氣較冷帶動電暖設備銷售成長，年增 14.8%；布疋及服飾品業則因外銷動能持續低迷，惟口罩、手套等防疫商品出貨續旺，抵銷部分減幅，年減 1.1%。

表 2-3-2 批發業營業額變動概況

行業別	110 年 1 月	
	營業額 (億元)	較 109 年同月 增減(%)
合計	9,936	23.1
機械器具業(註1)	4,120	36.7
食品、飲料及菸草業	1,052	2.6
建材業	988	28.4
汽機車業	831	19.2
藥品及化粧品業	645	9.2
家用器具及用品業(註2)	558	14.8
化學材料業	513	35.3
布疋及服飾品業	348	-1.1
綜合商品業	248	10.7
其他批發業(註3)	654	18.7

註：1.機械器具業：包括電腦、手持行動裝置、電子與電力設備、機械及其配備等。

2.家用器具及用品業：包括電器、家具、攝影器材、黃金白銀貴金屬等。

3.其他批發業：包含文教及育樂用品批發業、燃料批發業等 5 項小業別。

資料來源：經濟部統計處。

3、110 年 1 月零售業營業額增加 3.6%

110 年 1 月零售業營業額 3,681 億元，較上年同月增加 3.6%，其中汽機車零售業年增 29.2%，主因原汰舊換新補助政策於 1 月初到期，加上多款車型優惠促銷，以及去年 12 月到港新車陸續於今年 1 月交車所致；電子購物及郵購業年增 28.1%，主因農曆年前採買需求，加上天候濕冷，帶動相關保暖商品熱銷；家用器具及用品零售業年增 7.9%，主因業者擴增門市及推出限期優惠促銷活動，帶動家具、寢具及按摩設備等商品銷售成長；燃料零售業年減 9.3%，主因油價較去年同月下跌所致；布疋及服飾品零售業及食品、飲料及菸草零售業分別年減 2.9%、3.5%，主因今年與去年農曆春節落點不同，加上部分業者受疫情影響，門市來客數減少影響買氣所致。

另綜合商品零售業因今年春節落在 2 月而買氣向後遞延，致年減 6.0%，其中百貨公司及量販店分別年減 6.0%、5.1%；超級市場因業者積極展店、擴展網路銷售，及第二波農遊券(109 年 12 月 25 日至 110 年 2 月 10 日)加持下，抵銷部分減幅，年增 0.1%；便利商店亦因業者展店及部分鮮食銷售成長，年增 0.4%；其他綜合商品零售業因出入境旅客仍較去年同期減少，致免稅店業績下滑，年減 30.5%。

表 2-3-3 零售業營業額變動概況

行業別	110 年 1 月	
	營業額 (億元)	較 109 年同月 增減(%)
合計	3,681	3.6
綜合商品零售業	1,151	-6.0
百貨公司	311	-6.0
超級市場	194	0.1
便利商店	313	0.4
量販店	238	-5.1
其他	95	-30.5
汽機車業	717	29.2
非店面零售(註 1)	318	22.7
電子購物及郵購業	240	28.1
布疋及服飾品業	309	-2.9
食品、飲料及菸草業	258	-3.5
資通訊及家電設備業	223	3.3
燃料零售業	201	-9.3
家用器具及用品業	170	7.9
藥品及化粧品業	165	-1.9
其他零售業(註 2)	168	1.1

註：1.非店面零售業係指行業標準分類 487 其他非店面零售業。

2.其他零售業包含文教育樂用品、建材及其他零售業等 3 項小業別。

資料來源：經濟部統計處。

4、110 年 1 月餐飲業營業額減少 15.3%

110 年 1 月餐飲業營業額 702 億元，較上年同月減少 15.3%，其中餐館業因去年同月正值農曆新年聚餐旺季，比較基期較高，加上受疫情再起干擾影響，部分尾牙活動及春節聚餐取消，年減 16.2%；飲料店業因市場競爭激烈，部分業者縮減門市，以及促銷活動減少，加上去年基期較高因素，年減 5.5%；外燴及團膳承包業年減 23.5%，主因各國持續邊境管制衝擊空廚營收所致。

表 2-3-4 餐飲業營業額變動概況

行業別	110 年 1 月	
	營業額 (億元)	較 109 年同月 增減(%)
合計	702	-15.3
餐館業	590	-16.2
飲料店業	87	-5.5
外燴及團膳承包業	25	-23.5

資料來源：經濟部統計處。

(四) 貿易

1、110 年 1 月出口及進口分別增加 36.8%及 29.9%

110 年 1 月出口總值 342.7 億美元，創歷年單月新高，較上年同月增加 36.8%；進口總值 280.8 億美元，創歷年單月新高，增加 29.9%；出超 61.9 億美元。

表 2-4-1 對外貿易

年(月)	出 口		進 口		出入超 (億美元)
	金額(億美元)	年增率(%)	金額(億美元)	年增率(%)	
105年	2,791.7	-1.8	2,292.0	-3.0	499.8
106年	3,154.9	13.0	2,572.0	12.2	582.9
107年	3,340.1	5.9	2,847.9	10.7	492.2
108年	3,291.6	-1.5	2,856.5	0.3	435.1
109年	3,452.1	4.9	2,858.2	0.1	593.9
1月	250.5	-7.6	216.2	-17.6	34.3
2月	253.4	24.7	220.3	44.5	33.1
3月	282.4	-0.7	253.8	0.1	28.6
4月	252.2	-1.3	227.8	-0.3	24.4
5月	270.0	-2.0	221.9	-3.9	48.1
6月	271.2	-3.9	221.4	-9.2	49.9
7月	281.9	0.3	227.3	-7.2	54.5
8月	311.6	8.3	246.7	8.4	64.9
9月	307.0	9.3	235.9	-5.4	71.2
10月	322.2	11.2	247.6	-1.1	74.6
11月	319.9	12.0	267.2	10.0	52.7
12月	330.0	12.0	272.3	0.9	57.7
110年					
1月	342.7	36.8	280.8	29.9	61.9

資料來源：財政部進出口貿易統計。

2、110 年 1 月我對主要國家(地區)出口增幅最多為越南，進口為巴西

- (1) 1 月我對主要國家(地區)出口增幅最多為越南，為 82.0%；進口增幅最多為巴西，為 115.2 %。
- (2) 1 月我對主要貿易夥伴出口，中國大陸(含香港)、新加坡、韓國、美國及日本分別增加 57.0%、37.1%、35.2%、21.9%及 21.6%；進口部分，韓國、中國大陸(含香港)、日本、新加坡及美國分別增加 76.9%、46.8%、36.6%、16.4 及 16.2%。
- (3) 1 月以中國大陸(含香港)為我最大出口國(地區)及進口國(地區)，亦為主要出超來源國(地區)，出超 78.9 億美元；主要入超來源國為日本，入超 17.8 億美元。

表 2-4-2 主要貿易夥伴貿易概況

單位：百萬美元；%

		中國大陸 (含香港)	美國	日本	新加坡	韓國
出口至該國	110 年 1 月金額	14,852.8	4,672.8	2,325.9	1,902.1	1,623.0
	比重	43.3	13.6	6.8	5.5	4.7
	年增率	57.0	21.9	21.6	37.1	35.2
自該國進口	110 年 1 月金額	6,965.4	3,097.7	4,110.7	996.9	2,259.2
	比重	24.8	11.0	14.6	3.6	8.0
	年增率	46.8	16.2	36.6	16.4	76.9

資料來源：財政部。

3、110 年 1 月最大出口及進口主要貨品均為電子零組件，分別增加 47.5%及 48.9%

(1) 1 月出口前 3 大貨品依序為：電子零組件 132.9 億美元，占出口總值 38.8%，較上年同月增加 47.5%；資通與視聽產品 45.8 億美元，比重 13.4%，增加 43.3%；基本金屬及其製品 26.4 億美元，比重 7.7%，增加 27.2%。

(2) 1 月進口前 3 大貨品依序為：電子零組件 72.1 億美元，占進口總值 25.7%，較上年同月增加 48.9%；礦產品 32.4 億美元，比重 11.5%，減少 11.4%；機械 30.1 億美元，比重 10.7%，增加 10.8%。

表 2-4-3 110 年 1 月重要出進口產品結構

單位：百萬美元；%

出口	金額	比重	年增率	進口	金額	比重	年增率
電子零組件	13,290.0	38.8	47.5	電子零組件	7,207.8	25.7	48.9
資通與視聽產品	4,582.7	13.4	43.3	礦產品	3,240.0	11.5	-11.4
基本金屬及其製品	2,642.4	7.7	27.2	機械	3,013.2	10.7	10.8
塑橡膠及其製品	2,315.6	6.8	51.1	化學品	2,566.5	9.1	37.2
機械	2,223.9	6.5	26.4	資通與視聽產品	2,356.8	8.4	70.0
化學品	1,824.1	5.3	24.6	基本金屬及其製品	1,781.7	6.3	27.5
光學及精密器具；鐘錶；樂器	1,778.8	5.2	52.3	光學及精密器具；鐘錶；樂器	1,195.0	4.3	19.4

資料來源：財政部。

(五) 外銷訂單

1、110 年 1 月外銷訂單 527.2 億美元，增加 49.3 %

110 年 1 月外銷訂單金額 527.2 億美元，較上年同月增加 174.1 億美元，增加 49.3%。

表 2-5-1 外銷訂單

年(月)	金額(億美元)	年增率(%)
105 年	4,445.4	-1.6
106 年	4,928.1	10.9
107 年	5,118.2	3.9
108 年	4,845.6	-5.3
109 年	5,336.6	10.1
1 月	353.1	-12.8
2 月	286.8	-0.8
3 月	402.6	4.3
4 月	385.3	2.3
5 月	388.9	0.4
6 月	410.0	6.5
7 月	455.7	12.4
8 月	454.9	13.6
9 月	500.3	9.9
10 月	515.9	9.1
11 月	577.8	29.7
12 月	605.5	38.3
110 年		
1 月	527.2	49.3

資料來源：經濟部統計處。

2、110 年 1 月電子產品、資訊通信產品為我國前二大接單貨品

- (1) 110 年 1 月主要訂單貨品中以電子產品、資訊通信產品為主，分別占訂單總額的 32.1%及 28.6%，較上年同月分別增加 64.3%及 55.6%。
- (2) 由於國際品牌手機遞延上市之拉貨效應，加上遠距商機持續發酵，及

5G、高效能運算、車用電子等應用需求續增，帶動資訊通信及電子產品接單暢旺，光學器材亦因宅經濟相關產品需求活絡，激勵面板量價齊揚；傳統貨品方面，因市場需求回升，加上國際原物料行情走高，推升部分產品價格上揚，機械、塑橡膠製品、基本金屬及化學品均呈兩位數成長。

表 2-5-2 110 年 1 月外銷訂單主要貨品結構

貨品類別	110 年 1 月金額 (億美元)	比重(%)	較 109 年同月 增減(%)
電子產品	169.3	32.1	64.3
資訊通信	150.9	28.6	55.6
光學器材	24.4	4.6	58.1
基本金屬	24.2	4.6	21.5
塑橡膠製品	23.3	4.4	43.3
機械	21.6	4.1	42.9
化學品	17.3	3.3	13.4

資料來源：經濟部統計處。

3、110 年 1 月外銷訂單海外生產比重為 52.9%

110 年 1 月外銷訂單海外生產比重 52.9%，其中以資訊通信產品 90.7%最高，其次為電機產品 74.3%。

4、110 年 1 月主要地區接單以中國大陸(含香港)增加 61.8%最多

110 年 1 月我國於各主要地區接單，以美國及中國大陸(含香港)為主，占外銷接單總額分別為 28.1%及 26.7%，較上年同月增加 49.6 及 61.8%；另歐洲、東協及日本分別增加 53.8%、40.9%及 52.3%。

表 2-5-3 外銷訂單海外生產比重

單位：%

年(月)	總計	資訊通信	電機產品	電子產品	光學器材	化學品
105 年	54.6	93.5	71.3	47.1	47.2	19.2
106 年	53.5	93.6	74.6	45.5	45.7	17.1
107 年	52.4	94.0	74.4	44.9	43.1	14.8
108 年	52.6	91.8	75.2	45.0	42.0	13.6
109 年	54.0	91.0	74.7	43.1	42.6	10.2
1 月	48.7	91.2	74.0	40.6	42.7	10.5
2 月	40.1	87.6	65.2	35.4	37.1	9.4
3 月	51.0	90.9	74.2	42.5	39.5	10.1
4 月	55.9	91.4	75.5	44.7	42.9	11.1
5 月	56.1	91.4	75.3	42.9	43.6	11.2
6 月	54.1	90.1	76.1	40.3	42.7	10.9
7 月	55.0	90.2	76.7	43.1	45.4	10.9
8 月	53.7	90.8	76.8	40.2	45.1	11.2
9 月	54.0	90.5	75.9	42.9	44.7	9.6
10 月	57.4	91.3	75.5	47.3	43.5	9.8
11 月	59.2	92.5	74.5	47.7	42.1	10.2
12 月	54.9	91.7	73.0	44.4	40.0	8.2
110 年						
1 月	52.9	90.7	74.3	44.0	42.3	10.2

資料來源：經濟部統計處。

表 2-5-4 我國在各主要地區（國家）外銷接單情形

地區別	110 年 1 月	
	金額 (億美元)	較 109 年同月增減率(%)
美國	148.0	49.6
中國大陸（含香港）	140.9	61.8
歐洲	114.4	53.8
東協	45.0	40.9
日本	29.2	52.3

資料來源：經濟部統計處。

(六) 投資

1、110 年國內投資成長率預估為 3.50%

- (1) 民間投資方面，半導體廠商加大投資規模，推進全球頂尖製程，並帶動國內外相關供應鏈加深在地投資，加上臺商回流國內設廠及增購設備賡續落實，電信業者布建 5G 網路，離岸風電與太陽光電等綠能設施加速建置，危老重建與都更等投資活動積極推展，及航空業者擴增機隊，可望延續投資動能，預測 110 年民間投資名目值達 4 兆元，實質成長 3.91%。
- (2) 公共投資方面，政府持續執行前瞻基礎建設計畫及加速推動公共建設，預測 110 年政府及公營事業投資分別實質成長 1.01% 及 3.43%。

表 2-6-1 國內固定資本形成毛額

單位：億元；%

年(月)	國內投資		民間投資		公營事業投資		政府投資	
	金額	成長率	金額	成長率	金額	成長率	金額	成長率
105 年	38,076	3.44	31,728	4.08	1,866	-3.89	4,481	1.75
106 年	37,959	-0.26	31,322	-1.16	1,843	0.51	4,794	5.82
107 年	40,011	3.19	32,783	2.45	2,133	14.23	5,095	3.78
108 年	44,900	10.17	37,075	11.00	2,198	1.75	5,627	8.35
109 年(p)	47,006	4.96	38,137	3.23	2,771	28.06	6,098	7.30
第 1 季	11,357	6.95	9,784	5.62	387	20.42	1,187	14.73
第 2 季	11,277	4.11	9,139	1.56	746	46.22	1,393	5.27
第 3 季(r)	11,922	6.12	9,864	4.63	569	31.78	1,489	8.28
第 4 季(p)	12,449	2.96	9,350	1.13	1,069	18.78	2,030	4.20
110 年(f)	49,119	3.50	40,006	3.91	2,888	3.43	6,225	1.01
第 1 季(f)	11,645	1.49	10,108	2.27	419	7.58	1,118	-6.94
第 2 季(f)	11,887	4.25	9,764	5.70	690	-8.37	1,433	1.58
第 3 季(f)	12,578	4.32	10,442	4.69	605	5.06	1,531	1.55
第 4 季(f)	13,009	3.81	9,693	2.98	1,174	9.27	2,142	4.72

註：金額為當期價格；(r)表修正數，(p)表初步統計數，(f)表預測數。

資料來源：行政院主計總處，110 年 2 月 20 日。

2、110 年 1 月僑外直接投資金額 5.08 億美元，減少 49.07%

110 年 1 月核准僑外直接投資件數為 228 件，核准投資金額 5.08 億美元，較上年同月減少 49.07%，主因 109 年 1 月核准丹麥商 ORSTED WIND POWER TW HOLDING A/S 增資大彰化東南離岸風力發電及大彰化西南離岸風力發電等投資金額約美金 8 億餘元之大型投資案，比較基期偏高所致，惟 110 年 1 月僑外投資金額仍為近 10 年同期第二高。

若就地區觀之，以德國(39.47%)、加勒比海英國屬地(16.80%，主要為英屬開曼群島、英屬維京群島)、日本(12.38%)、薩摩亞(9.30%)及美國(6.60%)分居前 5 名，合計約占本期僑外投資總額的 84.55%；若就業別觀之，僑外投資以批發及零售業(49.02%)、金融及保險業(22.53%)、藥品製造業(9.36%)、專業、科學及技術服務業(8.24%)及不動產業(2.82%)分居前 5 名，合計約占本期僑外投資總額的 91.97%。

我國外人投資的方式除了僑外投資外，亦來自國內、外金融市場募集資金。依據金管會統計，110 年 1 月外資投資我國股市淨匯入金額 49.08 億美元。

表 2-6-2 外資投入概況

單位：億美元

年(月)	僑外投資 總額	外資投入股市 匯入淨額	企業發行海外 存託憑證金額	企業發行海外 公司債金額
105 年	110.37	55.53	4.25	11.20
106 年	75.13	85.25	4.92	7.00
107 年	114.40	-100.91	5.98	11.20
108 年	111.96	158.88	1.60	0.50
109 年	91.44	-50.47	11.95	14.50
1 月	9.98	12.81	0.00	3.00
2 月	4.71	-38.95	0.00	0.00
3 月	9.53	-103.95	9.10	2.00
4 月	5.45	-4.29	0.00	0.00
5 月	4.53	-33.99	0.00	0.00
6 月	4.18	41.48	0.00	0.00
7 月	5.64	9.30	0.00	0.00
8 月	13.13	-39.73	0.00	3.00
9 月	6.04	-17.89	2.85	0.00
10 月	9.91	20.67	0.00	0.00
11 月	8.05	58.90	0.00	0.00
12 月	9.94	45.17	0.00	6.50
110 年				
1 月	5.08	49.08	0.00	0.00

資料來源：金管會、經濟部投審會。

(七) 物價

1、110 年 1 月 CPI 下跌 0.16%，WPI 下跌 2.86%

110 年 1 月 CPI 較上年同月下跌 0.16%，主因上年 1 月適逢農曆春節，部分服務費用(保母費、國內旅遊團費及計程車資等)比較基數偏高，加以水果、燃氣及油料費價格亦跌所致，惟蔬菜、機票、個人隨身用品及成衣價格上漲，抵銷部分跌幅；若扣除食物，跌 0.61%，若剔除蔬果及能源後之總指數(即核心 CPI)則漲 0.07%。

110 年 1 月 WPI 較上年同月下跌 2.86%。

2、110 年 1 月進口物價下跌 5.07%，出口物價下跌 3.94%

110 年 1 月以新臺幣計價之進口物價指數，較上月上漲 2.25%，較上年同月下跌 5.07%，若剔除匯率變動因素(新臺幣對美元較上年同月升值 5.63%)，以美元計價較上年同月漲 0.29%，主因基本金屬及其製品，與機器、電機、電視影像及聲音記錄機等設備價格上漲所致，惟礦產品價格相對仍低，抵銷部分漲幅。

110 年 1 月以新臺幣計價之出口物價指數，較上月上漲 0.65%，較上年同月下跌 3.94%，若剔除匯率變動因素，以美元計價則較上年同月漲 1.46%，主因塑、橡膠及其製品，與基本金屬及其製品等價格上漲所致，惟礦產品價格相對仍低，抵銷部分漲幅。

圖 2-7-1 消費者物價指數及躉售物價指數變化

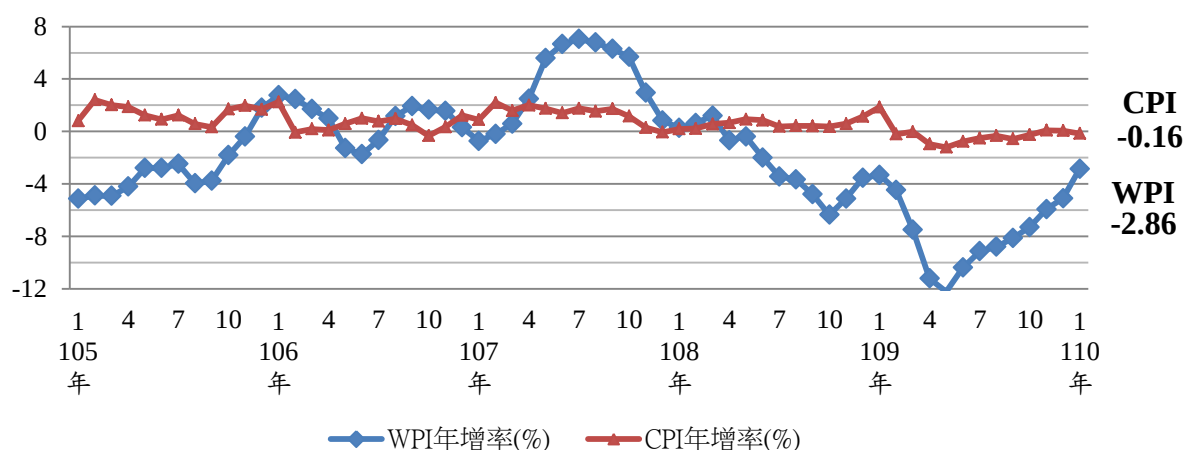


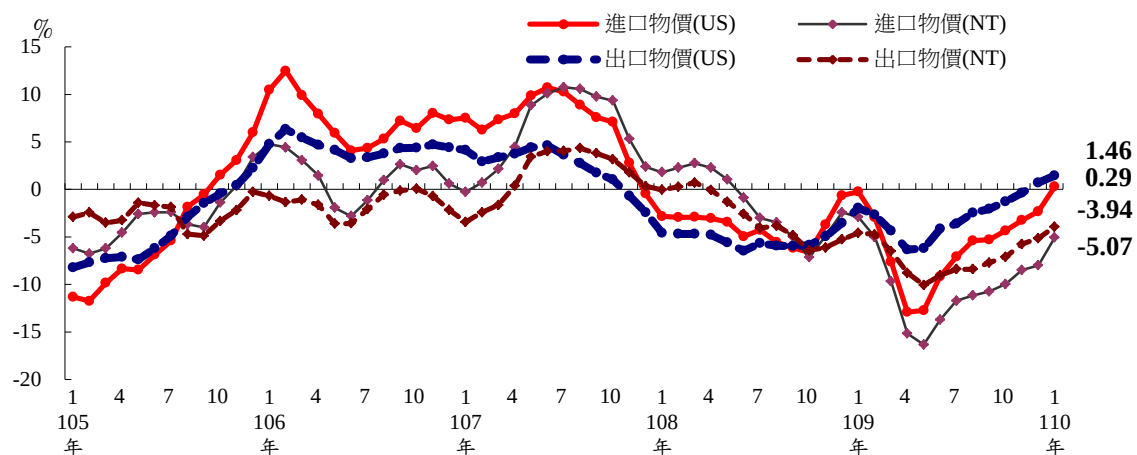
表 2-7-1 物價變動

單位：%

年(月)	消費者物價指數 (CPI)			躉售物價指數 (WPI)			
	年增率	不含食物	不含蔬果 及能源 (核心 CPI)	年增率	國產 內銷	進口 (新臺幣)	出口 (新臺幣)
105 年	1.39	-0.07	0.84	-2.98	-3.22	-3.08	-2.70
106 年	0.62	1.02	1.04	0.90	3.44	1.36	-1.46
107 年	1.35	1.42	1.21	3.63	3.73	6.14	1.45
108 年	0.56	0.15	0.49	-2.26	-2.40	-1.47	-2.82
109 年	-0.23	-0.52	0.35	-7.79	-5.71	-10.28	-7.21
1 月	1.86	1.65	1.34	-3.32	-2.12	-2.90	-4.57
2 月	-0.21	-0.82	-0.37	-4.48	-3.53	-5.02	-4.74
3 月	-0.03	-0.55	0.32	-7.51	-6.36	-9.68	-6.49
4 月	-0.97	-1.66	0.05	-11.22	-9.88	-15.17	-8.77
5 月	-1.21	-1.69	0.06	-12.19	-10.20	-16.34	-10.06
6 月	-0.75	-0.96	0.14	-10.31	-7.91	-13.82	-9.06
7 月	-0.51	-0.90	0.15	-9.00	-6.67	-11.72	-8.40
8 月	-0.33	-0.49	0.31	-8.81	-6.64	-11.17	-8.40
9 月	-0.58	-0.56	0.24	-8.15	-5.76	-10.75	-7.71
10 月	-0.26	-0.25	0.51	-7.28	-4.44	-9.97	-7.11
11 月	0.09	-0.01	0.78	-5.90	-3.10	-8.49	-5.76
12 月	0.06	-0.03	0.68	-5.04	-1.52	-8.00	-5.14
110 年							
1 月	-0.16	-0.61	0.07	-2.86	1.18	-5.07	-3.94

資料來源：行政院主計總處。

圖 2-7-2 進出口物價指數變動率



資料來源：行政院主計總處。

表 2-7-2 消費者物價指數依性質別分類之變動率

單位：%

年(月)	消費者物價指數					
	商品	服務			居住服務	交通及通訊服務
		耐用性消費品				
105 年	1.39	2.22	-0.38	0.79	0.84	0.24
106 年	0.62	0.09	-0.35	1.01	0.91	0.40
107 年	1.35	2.03	-1.11	0.92	0.85	0.12
108 年	0.56	0.44	-0.29	0.68	0.83	-1.48
109 年	-0.23	-1.34	0.08	0.21	0.87	-0.43
1 月	1.86	1.63	0.05	1.99	1.17	-1.12
2 月	-0.21	0.69	0.01	-1.07	0.69	-2.61
3 月	-0.03	-0.37	-0.11	0.22	0.93	-1.72
4 月	-0.97	-1.71	0.14	-0.34	0.88	-2.74
5 月	-1.21	-2.36	-0.27	-0.21	0.84	-2.04
6 月	-0.75	-1.41	-0.17	-0.17	0.85	-2.02
7 月	-0.51	-0.74	-0.12	-0.35	0.85	-1.97
8 月	-0.33	-0.71	0.33	-0.03	0.83	-0.94
9 月	-0.58	-1.35	0.40	0.10	0.82	0.35
10 月	-0.26	-1.24	0.06	0.62	0.92	1.86
11 月	0.09	-0.86	0.51	0.91	0.87	3.99
12 月	0.06	-0.84	0.09	0.85	0.78	3.97
110 年						
1 月	-0.16	0.30	0.40	-0.56	0.51	2.95

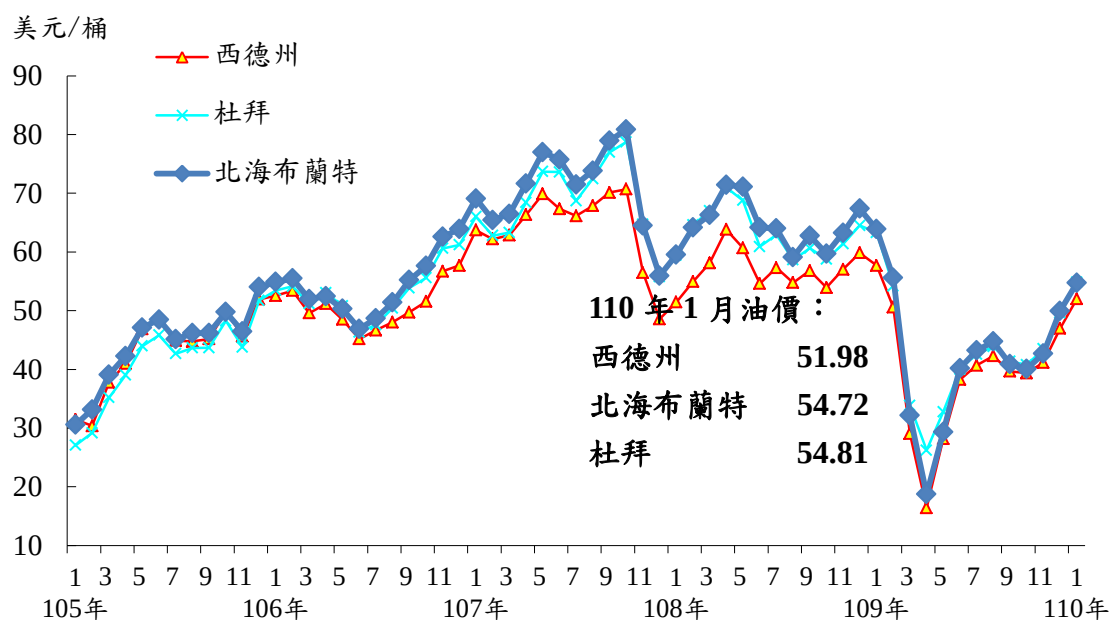
資料來源：行政院主計總處。

3、110 年 1 月美國西德州原油月均價每桶 51.98 美元

110 年 1 月美國西德州原油(WTI)現貨月均價為每桶 51.98 美元，較上月每桶 46.98 美元，上漲 10.64%；北海布蘭特(Brent)及杜拜價格亦分別上漲 9.59%及 10.55%。

根據美國能源資訊署(EIA)2021 年 2 月發布之「Short-Term Energy Outlook(STEO)」指出，EIA 考量近期國際油價上漲係因沙烏地阿拉伯自願超額減產所致，故預測 2021 年上半年 WTI 及 Brent 油價分別保持在 50~53 美元/桶及 53~56 美元/桶；然因油價回升可能促使下半年全球原油生產活動有所恢復，進而對油價產生壓抑作用，故預估下半年國際油價將小幅回跌，WTI 及 Brent 油價分別降至 48~49 美元/桶及 51~52 美元/桶。

表 2-7-3 近年國際主要原油價格變動



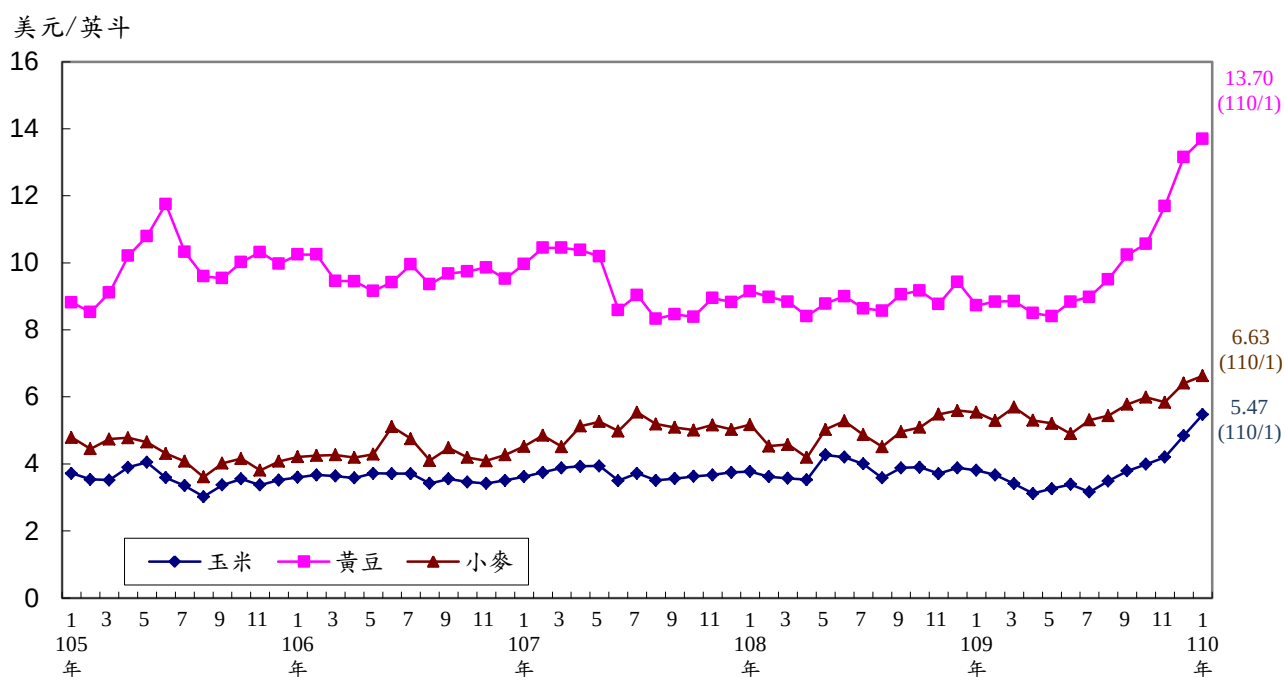
資料來源：經濟部能源局。

4、110 年 1 月黃豆、小麥、玉米期貨價格均較上月上漲

根據行政院主計總處公布之國際大宗物資期貨價格(芝加哥穀物價格)顯示：

- 黃豆價格 101 年 8 月達到歷史新高點每英斗 17.65 美元。110 年 1 月為 13.70 美元，較上月上漲 4.2%，較上年同月上漲 56.9%。
- 小麥價格在 97 年 2 月達到最高點每英斗 10.73 美元。110 年 1 月為 6.63 美元，較上月上漲 3.4%，較上年同月上漲 19.7%。
- 玉米價格在 101 年 7 月達到歷史新高點每英斗 8.07 美元。110 年 1 月為 5.47 美元，較上月上漲 13.0%，較上年同月上漲 43.6%。

表 2-7-4 近年國際主要大宗物資價格變動



資料來源：行政院主計總處。

(八) 金融

1、110 年 1 月 M1B 及 M2 年增率皆上升

110 年 1 月 M1B 及 M2 年增率分別上升為 17.81%及 8.84%，主因受資金淨匯入，以及放款與投資成長增加之影響。

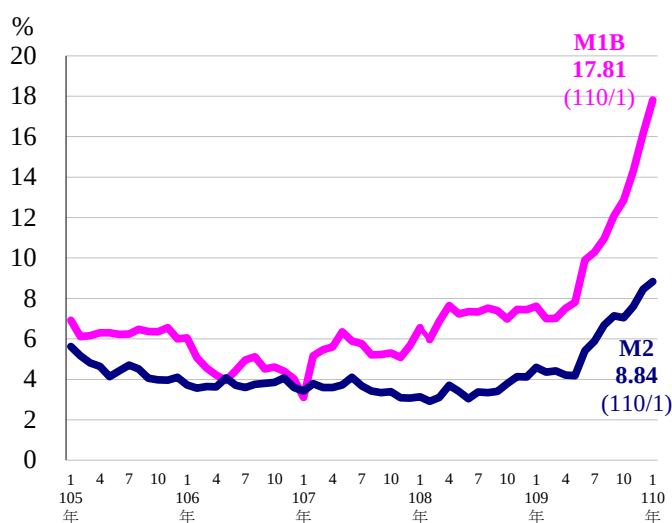


表 2-8-1 金融指標

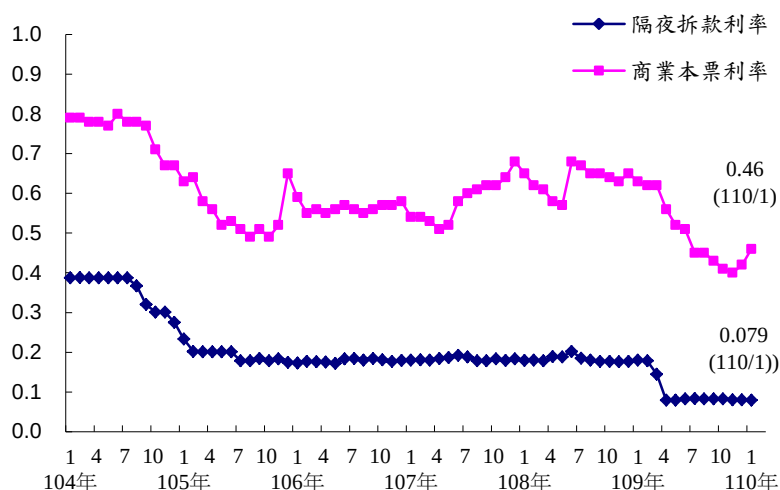
年(月)	貨幣供給 M2 年增率(%)	貨幣供給 M1A 年增率(%)	貨幣供給 M1B 年增率(%)	新臺幣兌美元 平均匯率	金融業隔夜 拆款利率(%)
105 年	4.51	7.11	6.33	32.318	0.193
106 年	3.75	3.29	4.65	30.484	0.178
107 年	3.52	6.79	5.32	30.156	0.183
108 年	3.46	6.61	7.15	30.927	0.182
109 年	5.84	10.72	10.34	29.583	0.103
1 月	4.60	6.64	7.61	30.045	0.180
2 月	4.35	6.99	7.00	30.191	0.178
3 月	4.42	7.73	7.02	30.205	0.144
4 月	4.21	7.31	7.50	30.089	0.079
5 月	4.18	7.13	7.81	29.957	0.079
6 月	5.42	9.76	9.90	29.752	0.082
7 月	5.89	9.80	10.30	29.563	0.083
8 月	6.69	10.68	10.96	29.521	0.082
9 月	7.15	13.65	12.10	29.359	0.082
10 月	7.05	14.53	12.85	28.934	0.082
11 月	7.60	16.00	14.30	28.844	0.080
12 月	8.45	17.79	16.17	28.539	0.080
110 年					
1 月	8.84	20.17	17.81	28.341	0.079

註：M1A 為通貨淨額加上企業及個人在貨幣機構的支票存款及活期存款；M1B 為 M1A 加上個人活期儲蓄存款；M2 為 M1B 加上準貨幣。

資料來源：中央銀行。

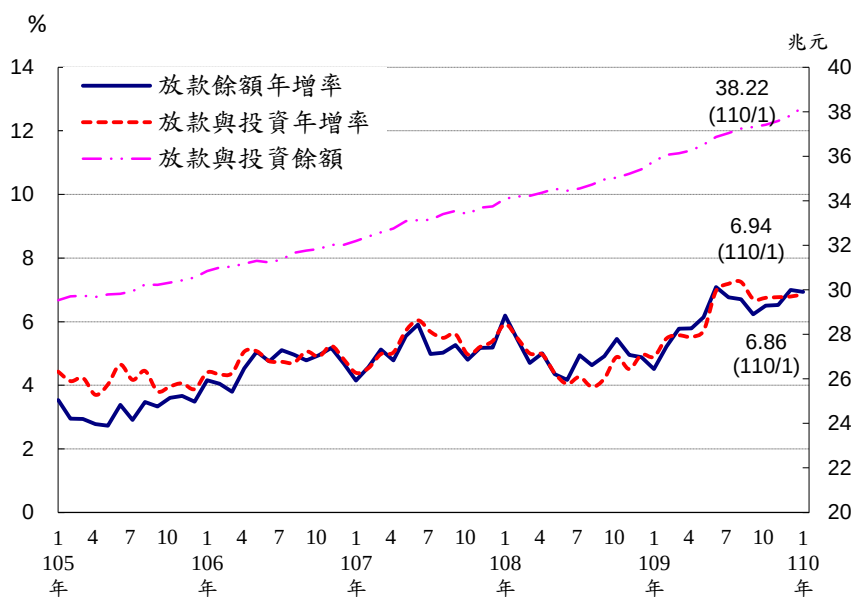
2、110 年 1 月市場利率

貨幣市場方面，110 年 1 月金融業隔夜拆款利率 0.079%，低於上月 0.080%；初級市場商業本票 30 天期利率 0.46%，高於上月 0.42%。



3、110 年 1 月主要金融機構放款及投資

110 年 1 月主要金融機構放款與投資餘額為 38.22 兆元，較上月增加 0.39 兆元，年增率 6.86%；其中，放款餘額 31.22 兆元，較上月增加 0.18 兆元，年增率 6.94%。

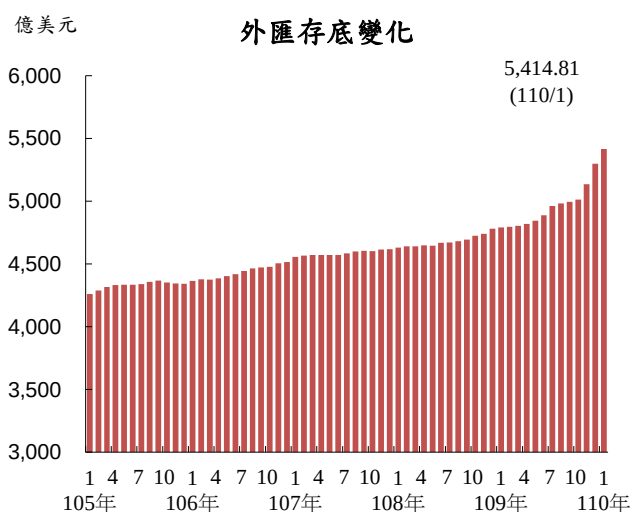


4、110 年 1 月平均新臺幣對美元匯率為 28.341

110 年 1 月新臺幣對美元平均匯率為 28.341，較上月匯率 28.539 升值 0.70%，較上年同月匯率 30.045 升值 6.01%。

5、110 年 1 月底外匯存底為 5,414.81 億美元

110 年 1 月底，我國外匯存底金額為 5,414.81 億美元，較上月底增加 115.70 億美元，主要來自於外匯存底投資運用收益、歐元等貨幣對美元升值，以該等貨幣持有之外匯折成美元後，金額增加，以及資金大量匯入，導致外匯市場過度波動，央行進場調節。



6、110 年 1 月臺灣加權股價平均收盤指數為 15,552.2

臺灣股票市場 110 年 1 月平均股價收盤指數為 15,552.2，較上月平均收盤指數 14,732.53 上漲 5.56%，較上年同月 11,962.32 上漲 30.01%。



(九) 就業薪資

1、110年1月失業率為3.66%，較上年同月上升0.02個百分點

—勞動力為1,196.5萬人，較上年同月減少0.06%；勞動力參與率為59.14%，較上年同月減少0.07個百分點。

—就業人數為1,152.7萬人，較上年同月減少0.08%。

—失業人數為43.80萬人，失業率為3.66%，較上年同月上升0.02個百分點。

—就業結構：農業54.5萬人(占4.73%)，工業407.9萬人(占35.39%)，服務業690.3萬人(占59.88%)。

表 2-9-1 就業市場相關指標

年(月)	勞動力(萬人)			勞動力 參與率 (%)	就業者結構(萬人)				失業率 (%)	失業率按年齡分(%)		
	合計	就業者	失業者		農業	工業	製造業	服務業		15-24 歲	25-44 歲	45-64 歲
105 年	1,172.7	1,126.7	46.0	58.75	55.7	404.3	302.8	666.7	3.92	12.12	4.08	2.15
106 年	1,179.5	1,135.2	44.3	58.83	55.7	406.3	304.5	673.2	3.76	11.92	3.93	1.99
107 年	1,187.4	1,143.4	44.0	58.99	56.1	408.3	306.4	679.0	3.71	11.54	3.86	2.00
108 年	1,194.6	1,150.0	44.6	59.17	55.9	409.2	306.6	684.9	3.73	11.88	3.87	1.94
109 年	1,196.4	1,150.4	46.0	59.14	54.8	407.6	304.1	687.9	3.85	11.61	3.94	2.30
1 月	1,197.2	1,153.6	43.6	59.21	55.2	409.3	305.8	689.1	3.64	11.61	3.82	1.86
2 月	1,196.6	1,152.3	44.3	59.16	55.1	408.8	305.4	688.5	3.70	11.45	3.90	1.97
3 月	1,195.7	1,151.3	44.5	59.11	55.0	408.6	305.2	687.7	3.72	11.16	3.89	2.10
4 月	1,194.8	1,146.7	48.1	59.06	54.7	407.7	304.5	684.3	4.03	11.15	4.17	2.55
5 月	1,194.8	1,146.2	48.6	59.06	54.5	407.1	303.9	684.7	4.07	11.21	4.21	2.61
6 月	1,195.0	1,147.7	47.3	59.07	54.6	407.3	303.8	685.8	3.96	11.52	3.97	2.58
7 月	1,197.7	1,149.8	47.9	59.20	54.7	407.2	303.8	688.0	4.00	11.82	3.95	2.64
8 月	1,198.5	1,150.7	47.8	59.23	54.8	407.2	303.5	688.8	3.99	12.04	3.99	2.51
9 月	1,196.2	1,150.4	45.8	59.12	54.8	406.8	303.4	688.8	3.83	11.89	3.90	2.25
10 月	1,196.5	1,151.0	45.5	59.13	54.9	407.0	303.3	689.2	3.80	11.97	3.85	2.25
11 月	1,197.0	1,152.0	44.9	59.15	54.8	407.3	303.4	689.9	3.75	11.75	3.86	2.16
12 月	1,196.7	1,152.7	44.0	59.14	54.9	407.4	303.3	690.5	3.68	11.74	3.76	2.11
110 年												
1 月	1,196.5	1,152.7	43.8	59.14	54.5	407.9	303.4	690.3	3.66	11.56	3.72	2.16
較109年同月變動 (%或百分點)	-0.06	-0.08	0.46	-0.07*	-1.27	-0.34	-0.78	0.17	0.02*	-0.05*	-0.10*	0.30*

註：*數字表示增減百分點

資料來源：行政院主計總處「人力資源統計月報」。

2、國際比較

110 年 1 月國內經季節調整後之失業率為 3.75%，低於香港、南韓、美國及加拿大。

表 2-9-2 主要國家失業率比較

單位：%

	109 年													110 年	上年當月
	1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月	全年	1 月	(變動百分點*)
臺灣	3.72	3.72	3.77	4.10	4.13	3.95	3.89	3.83	3.78	3.76	3.76	3.75	3.85	3.75	3.72(↑0.03)
香港	3.4	3.7	4.2	5.2	5.9	6.2	6.1	6.1	6.4	6.4	6.3	6.6	-	7.0	3.4(↑3.6)
日本	2.4	2.4	2.5	2.6	2.9	2.8	2.9	3.0	3.0	3.1	2.9	2.9	2.8	-	2.2(↑0.7)
南韓	3.9	3.4	3.8	3.8	4.3	4.2	4.1	3.3	4.0	4.2	4.2	4.5	4.0	5.4	3.9(↑1.5)
新加坡			3.3			3.8			4.7			4.4	4.1	-	2.3(↑2.1)
美國	3.5	3.5	4.4	14.8	13.3	11.1	10.2	8.4	7.8	6.9	6.7	6.7	8.1	6.3	3.5(↑2.8)
加拿大	5.6	5.7	7.9	13.1	13.7	12.5	10.9	10.2	9.2	9.0	8.6	8.8	9.6	9.4	5.6(↑3.8)
德國	3.4	3.6	3.8	4.0	4.2	4.3	4.4	4.5	4.5	4.5	4.5	4.6	4.2	-	3.2(↑1.4)

註：1.各國失業率為季節調整後資料。

2.香港失業率係 3 個月平均值。

3.新加坡失業率係不含外籍就業者在內之居民失業率。

4.*為最新月份失業率與上年同月相較。

資料來源：行政院主計總處「人力資源統計月報」。

3、109 年 12 月工業及服務業總薪資較上年同月減少 1.95%

- 109 年 12 月工業及服務業每人每月總薪資平均為 53,252 元，較上年同月減少 1.95%；其中，經常性薪資為 42,947 元，增加 1.07%。
- 109 年 12 月電力及燃氣供應業總薪資為 78,424 元，較上年同月增加 1.14%；製造業、金融及保險業總薪資分別為 50,800 元及 78,871 元，較上年同月分別減少 1.03%及 6.54%。
- 109 年總薪資平均為 54,320 元，較上年增加 1.24%；扣除同期間消費者物價指數變動後，實質總薪資平均為 53,094 元，實質經常性薪資為 41,538 元，分別增加 1.47%及 1.70%。

表 2-9-3 工業及服務業受僱員工每人每月薪資統計

年(月)	工業及服務業(元)		製造業(元)	電力及燃氣供應業 (元)	金融及保險業(元)
	總薪資	經常性薪資			
104 年	49,024	38,712	48,713	96,595	84,742
105 年	49,266	39,213	49,162	94,453	85,452
106 年	50,480	39,928	50,678	94,730	86,425
107 年	52,407	40,959	52,948	96,054	89,215
108 年	53,657	41,883	53,776	96,137	93,059
12 月	54,310	42,492	51,327	77,543	84,392
109 年 1~12 月	54,320	42,498	53,940	94,363	94,413
1 月	99,084	42,359	99,693	149,046	261,651
2 月	49,559	42,315	50,605	71,658	76,042
3 月	47,884	42,306	45,955	74,587	76,272
4 月	48,067	42,129	45,650	72,915	90,008
5 月	49,559	42,197	48,189	70,829	93,344
6 月	50,526	42,334	49,143	77,781	83,537
7 月	55,320	42,488	57,709	220,311	75,899
8 月	51,152	42,629	51,261	71,410	81,702
9 月	50,551	42,740	50,462	74,134	80,067
10 月	47,993	42,756	47,704	70,867	68,612
11 月	48,648	42,763	49,990	99,160	67,500
12 月	53,252	42,947	50,800	78,424	78,871
較 108 年同月 變動(%)	-1.95	1.07	-1.03	1.14	-6.54
累計較 108 年同期 變動(%)	1.24	1.47	0.30	-1.85	1.45

註：表內薪資為名目數據。

資料來源：行政院主計總處。

三、中國大陸經濟

(一) 固定資產投資

—2020年1至12月固定資產投資(不含農戶)金額為51兆8,907億人民幣，較上年同期增加2.9%。

圖3-1 中國大陸固定資產投資

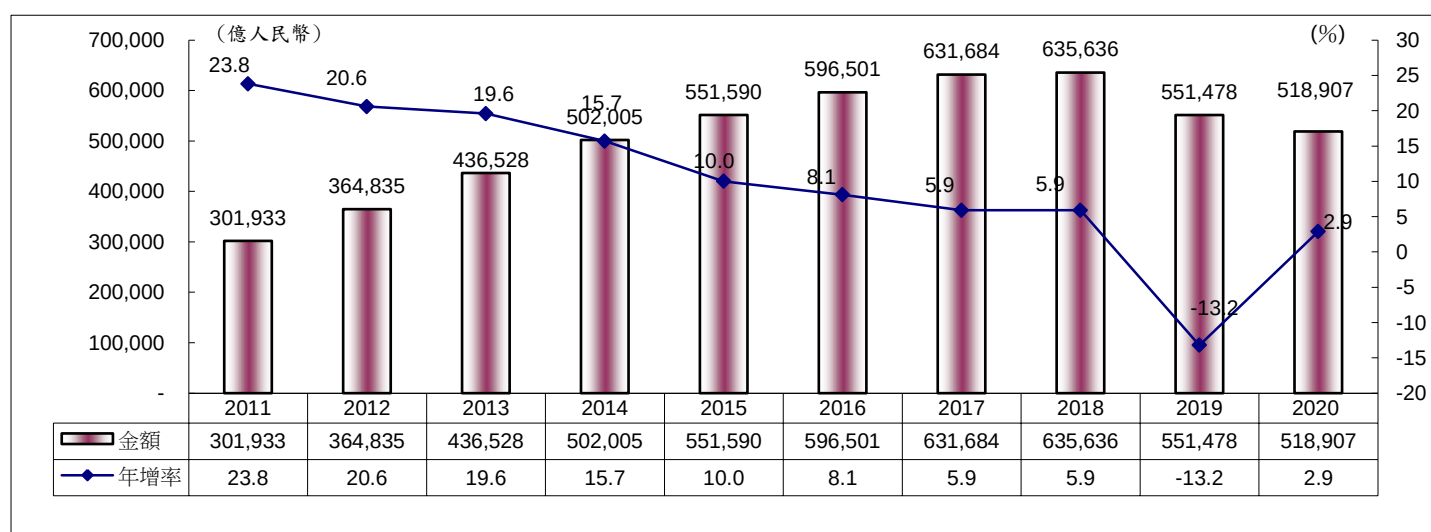


表3-1 中國大陸固定資產投資概況

單位：億人民幣；%

年(月)	固定資產投資					
	金額	年增率	中央		地方	
			金額	年增率	金額	年增率
2011 年	301,933	23.8	20,209	-9.7	281,724	27.2
2012 年	364,835	20.6	21,663	5.9	343,172	21.7
2013 年	436,528	19.6	24,785	12.4	411,742	20.1
2014 年	502,005	15.7	25,371	10.8	476,634	15.9
2015 年	551,590	10.0	26,224	6.4	525,366	10.2
2016 年	596,501	8.1	25,164	4.9	571,337	8.3
2017 年	631,684	5.9	23,552	-5.7	608,132	7.7
2018 年	635,636	5.9	—	—	—	—
2019 年	551,478	-13.2	—	—	—	—
2020 年	518,907	2.9	—	—	—	—

註：中國大陸國家統計局自 2011 年 4 月起，公布之固定資產投資數據不含農戶。
資料來源：中國大陸統計年鑑、中國大陸國家統計局。

(二) 吸引外資

—2021年1月中國大陸實際利用外資金額為134.7億美元，較上年同期增加6.2%。

圖3-2 中國大陸實際利用外資

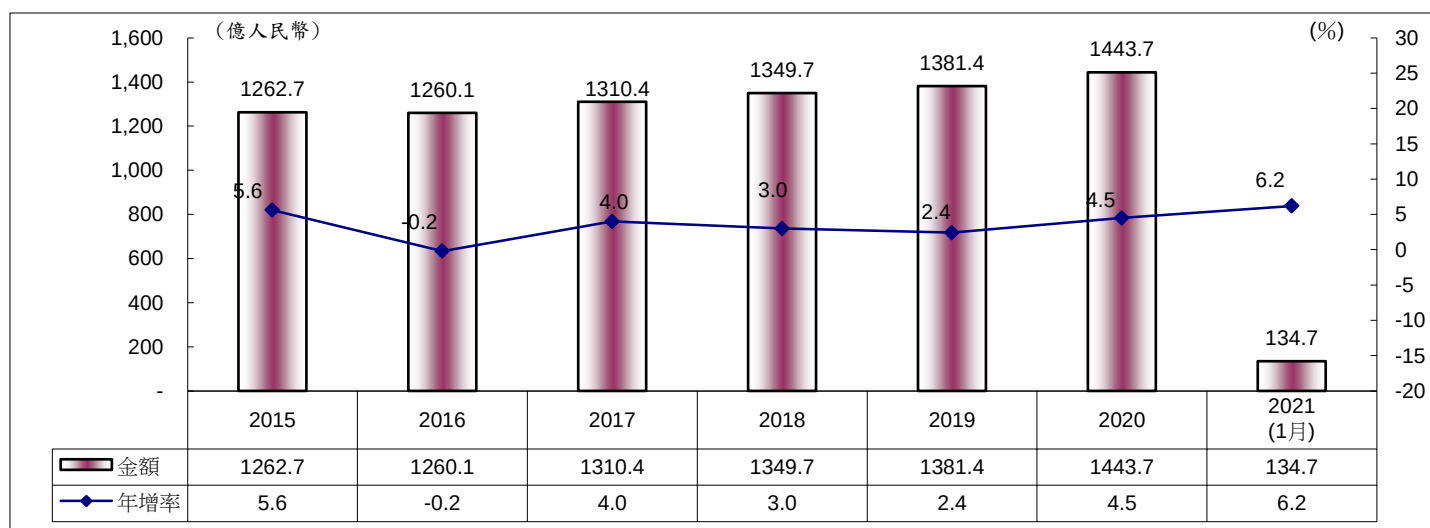


表3-2 中國大陸外資統計表

單位：億美元；%

年（月）	新批設 家數	實際利用外資		外資企業			
		金額	年增率	出口金額	年增率	進口金額	年增率
2015 年	26,575	1,262.7	5.6	10,047	-6.5	8,299	-8.7
2016 年	27,900	1,260.1	-0.2	9,168	-8.7	7,703	-7.1
2017 年	35,652	1,310.4	4.0	9,776	6.6	8,616	11.8
2018 年	60,533	1,349.7	3.0	10,360	5.9	9,321	8.18
2019 年	41,000	1,381.4	2.4	9,661	-6.7	8,578	-7.9
2020 年	—	1,443.7	4.5	—	—	—	—
2021 年 1 月	—	134.7	6.2	—	—	—	—

註：

1. 2007 年起實際利用外資為非金融領域金額。

2. 中國大陸商務部自 2020 年 2 月起，不公布全國新設立外商投資企業家數。

資料來源：中國大陸商務部及海關總署。

(三) 對外貿易

—2020年12月中國大陸進出口總值為4,856.8億美元，較上年同月增加12.9%。其中，出口額為2,819.3億美元，增加18.1%；進口額為2,037.5億美元，增加6.5%，出超781.7億美元。

—2020年12月與歐盟、美國、東協及日本之貿易總額，分別為706.0億美元、630.9億美元、767.8億美元及317.8億美元，對歐盟、東協及日本較上月分別增加10.8%、13.8%及5.9%，對美國則減少5.2%。

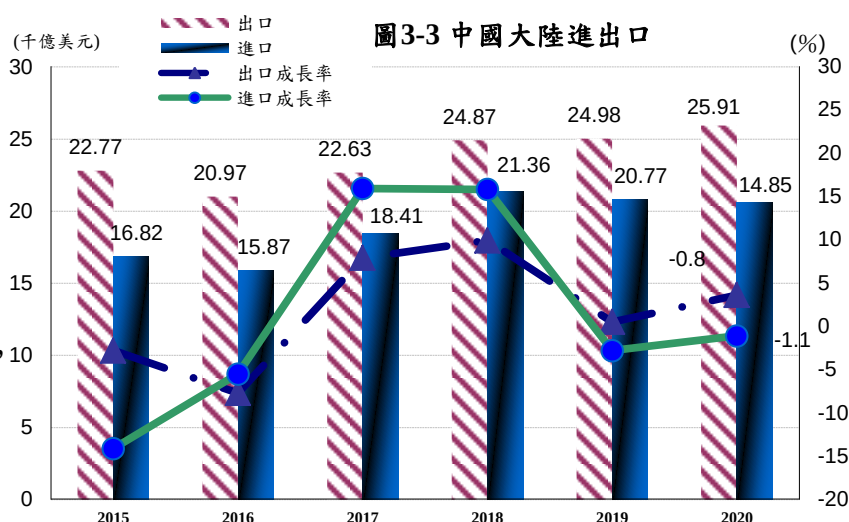


表3-3 中國大陸進出口貿易統計

單位：億美元；%

年(月)	貿易總額		出口總額		進口總額		出入超
	金額	年增率	金額	年增率	金額	年增率	金額
2015年	39,586.4	-8.0	22,765.7	-2.8	16,820.7	-14.1	5,945.0
2016年	36,849.2	-6.8	20,974.4	-7.7	15,874.8	-5.5	5,099.6
2017年	41,044.7	11.4	22,634.9	7.9	18,409.8	15.9	4,225.1
2018年	46,230.4	12.6	24,874.0	9.9	21,356.4	15.8	3,517.6
2019年	45,753.0	-1.0	24,984.1	0.5	20,768.9	-2.8	4,215.1
12月	4,285.0	11.3	2,376.5	7.6	1,908.5	16.3	467.9
2020年1~12月	46,462.6	1.5	25,906.5	3.6	20,556.1	-1.1	5,350.3
1月	—	—	—	—	—	—	—
2月	—	—	—	—	—	—	—
3月	3,504.0	-4.0	1,851.5	-6.6	1,652.5	-0.9	199.0
4月	3,552.2	-5.0	2,002.8	3.5	1,549.4	-14.2	453.4
5月	3,507.0	-9.3	2,068.1	-3.3	1,438.9	-16.7	629.3
6月	3,807.3	1.5	2,135.7	0.5	1,671.5	2.7	464.2
7月	4,129.3	3.4	2,376.3	7.2	1,753.0	-1.4	623.3
8月	4,115.9	4.2	2,352.6	9.5	1,763.3	-2.1	589.3
9月	4,425.2	11.4	2,397.6	9.9	2,027.6	13.2	370.0
10月	4,159.2	8.4	2,371.8	11.4	1,787.4	4.7	584.4
11月	4,607.2	13.6	2,680.7	21.1	1,926.5	7.8	754.3
12月	4,856.8	12.9	2,819.3	18.1	2,037.5	6.5	781.7

資料來源：中國大陸海關總署。

四、兩岸經貿

(一) 兩岸投資

1、我對中國大陸投資

—2021年1月我對中國大陸投資件數為34件，金額為2.5億美元。累計1991年至2021年1月底，臺商赴中國大陸投資共計1,926.7億美元。(以上件數及金額均含經核准補辦案件)

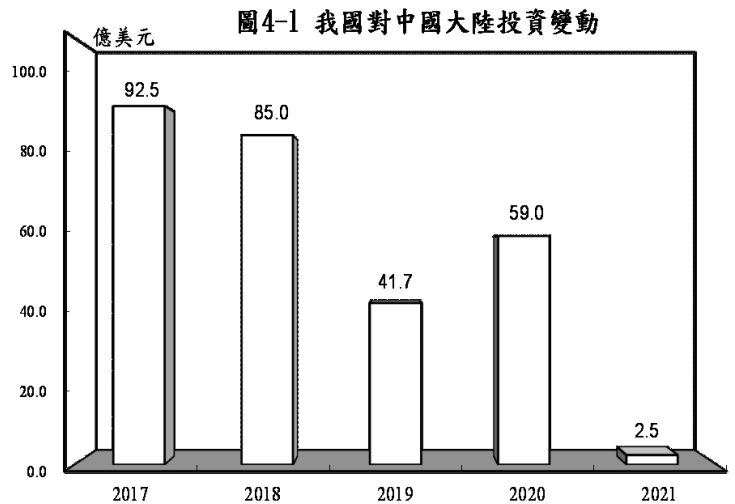


表 4-1 臺商赴中國大陸投資概況

年(月)	數量(件)*	金額(億美元)*	變動率(%)	平均投資規模(萬美元)*
2016 年	323	96.7	-11.8	2,994.0
2017 年	580	92.5	-4.4	1,594.6
2018 年	726	85.0	-8.1	1,170.5
2019 年	610	41.7	-50.9	684.1
2020 年	475	59.0	41.5	1,243.5
1 月	42	5.4	40.5	1,280.3
2 月	40	7.0	9.0	1,742.2
3 月	49	7.7	278.8	1,581.3
4 月	44	3.7	60.4	844.1
5 月	39	2.9	-34.7	749.0
6 月	31	5.0	186.0	1,603.6
7 月	42	3.7	49.6	880.4
8 月	29	3.2	25.7	1,117.0
9 月	36	3.5	47.7	975.4
10 月	35	4.9	29.3	1,402.7
11 月	58	9.0	71.4	1,547.0
12 月	30	3.0	-47.8	1,011.2
2021 年	34	2.5	-53.6	734.6
1 月	34	2.5	-53.6	734.6
1991 年以來	44,434	1,926.7	—	433.6

註：*含補辦許可案件及金額。

資料來源：經濟部投審會。

2、中國大陸對我投資

- 2021 年 1 月陸資來臺投資件數為 2 件，金額為 151.2 萬美元。累計 2009 年 6 月 30 日至 2021 年 1 月底，陸資來臺投資計 1,463 件，金額為 24.13 億美元。
- 2009 年 6 月 30 日至 2021 年 1 月底，核准陸資來臺投資案件，前 3 名業別分別為批發及零售業 6.95 億美元(28.8%)、電子零組件製造業 3.35 億美元(13.9%)及銀行業 2.01 億美元(8.4%)。

圖4-2 陸資來臺投資變動

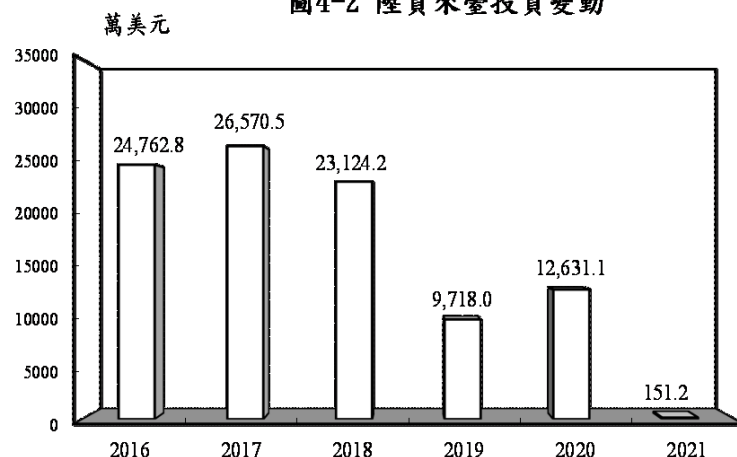


表 4-2 陸資來臺投資概況

年(月)	數量(件)	金額(萬美元)	變動率(%)	平均投資規模(萬美元)
2016 年	158	24,762.8	1.5	156.7
2017 年	140	26,570.5	7.3	189.8
2018 年	141	23,124.2	-13.0	164.0
2019 年	143	9,718.0	-58.0	68.0
2020 年	90	12,631.1	30.0	140.3
1 月	6	229.5	-27.2	38.3
2 月	10	2,017.2	374.3	201.7
3 月	14	1,294.3	259.3	92.5
4 月	11	642.9	-56.8	58.4
5 月	6	558.1	140.6	93.0
6 月	9	213.3	-88.9	23.7
7 月	9	860.5	-33.6	95.6
8 月	6	6,014.7	269.2	1,002.5
9 月	7	359.0	-66.1	51.3
10 月	5	205.7	-36.9	41.1
11 月	2	2.8	-99.2	1.4
12 月	5	233.1	-19.3	46.6
2021 年	2	151.2	-34.1	75.6
1 月	2	151.2	-34.1	75.6
2009 年以來	1,463	241,279.4	—	164.9

資料來源：經濟部投審會。

(二) 兩岸貿易

—2021 年 1 月我對中國大陸(含香港)貿易總額為 218.2 億美元，較上年同月增加 53.6%；其中出口額為 148.5 億美元，增加 57.0%；進口額為 69.7 億美元，增加 46.9%；貿易出超為 78.9 億美元，增加 67.2%。

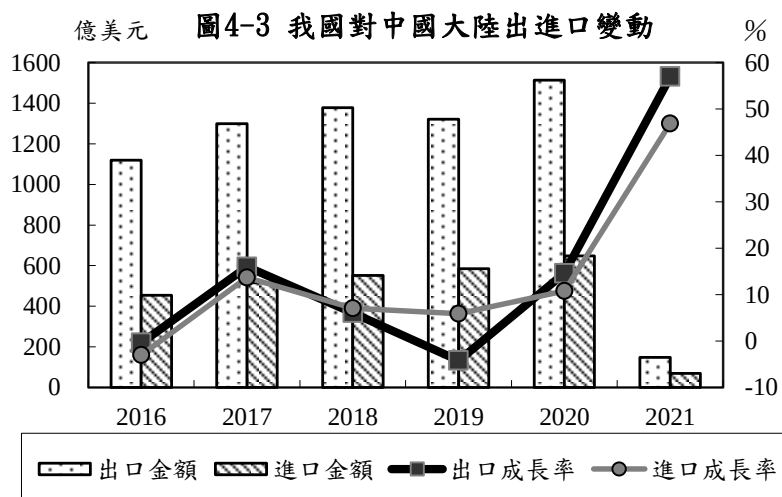


表 4-3 兩岸貿易概況

單位：億美元；%

年(月)	貿易總額			對中國大陸 (含香港)出口			自中國大陸 (含香港)進口			出入超	
	金額	年增率	比重	金額	年增率	比重	金額	年增率	比重	金額	年增率
2016 年	1,573.1	-1.2	30.9	1,119.9	-0.4	40.1	453.3	-3.0	19.8	666.7	1.5
2017 年	1,814.6	15.1	31.7	1,299.1	16.0	41.2	515.5	13.7	20.0	783.6	17.5
2018 年	1,931.0	6.2	31.2	1,379.0	6.1	41.3	552.0	7.1	19.4	827.0	5.5
2019 年	1,906.0	-1.3	31.0	1,321.5	-4.2	40.1	584.5	5.9	20.5	737.0	-10.9
2020 年	2,162.3	13.4	34.2	1,514.5	14.6	43.9	647.8	10.8	22.6	866.7	17.7
1 月	142.0	-11.7	30.4	94.6	-7.8	37.7	47.4	-18.4	21.9	47.2	6.0
2 月	131.2	31.0	27.6	98.0	31.5	38.6	33.1	29.7	15.0	64.9	32.4
3 月	173.0	5.2	32.2	117.4	3.4	41.5	55.6	9.5	21.8	61.8	-1.5
4 月	167.1	15.0	34.7	112.1	14.0	44.4	55.0	17.4	24.0	57.1	10.7
5 月	176.4	12.1	35.8	121.2	10.3	44.9	55.2	16.4	24.8	66.0	5.8
6 月	177.6	13.1	35.9	125.2	13.8	46.1	52.4	11.4	23.5	72.8	15.6
7 月	178.1	9.1	34.9	125.8	12.7	44.6	52.3	1.4	22.9	73.5	22.5
8 月	201.2	22.6	36.0	144.6	22.9	46.4	56.7	22.3	22.9	87.9	23.2
9 月	195.7	15.1	36.0	142.0	22.3	46.2	53.7	-0.3	22.8	88.4	41.8
10 月	197.6	13.2	34.7	141.9	16.9	44.0	55.7	5.0	22.5	86.3	26.1
11 月	211.7	22.4	36.1	144.6	17.2	45.2	67.1	35.7	25.1	77.6	4.8
12 月	210.8	19.2	35.0	147.2	20.5	44.6	63.6	16.7	23.4	83.5	23.6
2021 年	218.2	53.6	35.0	148.5	57.0	43.3	69.7	46.9	24.8	78.9	67.2
1 月	218.2	53.6	35.0	148.5	57.0	43.3	69.7	46.9	24.8	78.9	67.2

資料來源：財政部進出口海關統計。

肆、專論

掌握直接經濟商機¹

一、前言

隨著電子商務普及，網路購物發展快速，面對競爭激烈的銷售市場，眾多品牌要在市場上成功站穩腳步，並持續創造銷售佳績，為重要課題。尤其是在全球歷經 COVID-19 疫情後，許多實體零售遭受嚴重衝擊，近期全球新型態的創業很多是建立在行動服務、雲端運算、社群網絡的發展與應用上，運用大量數據提供小規模化、精準的產品或服務，更加速了直接經濟的發展。

直接經濟是指品牌商站在消費前線，直接面對消費者(Direct-to-Consumer, 簡稱 D2C)需求的商業模式，透過品牌自身的數位管道，如社群網路、應用程式進行宣傳，直接以消費者為終端，進行生產、銷售、營銷傳播、零售、售後服務及體驗等活動，可以真正認識自己的顧客，完整掌控第一手的消費者數據。

對於經營 D2C 品牌商而言，由於銷售流程摒除中間商、通路平台，吸引許多年輕創業家投入，促使挑戰大型品牌的小型勢力異軍突起，同時讓原領導品牌面對全新的競爭環境，目前無論是中小企業或大型品牌企業亦紛紛轉型仿效，並持續關注未來發展。

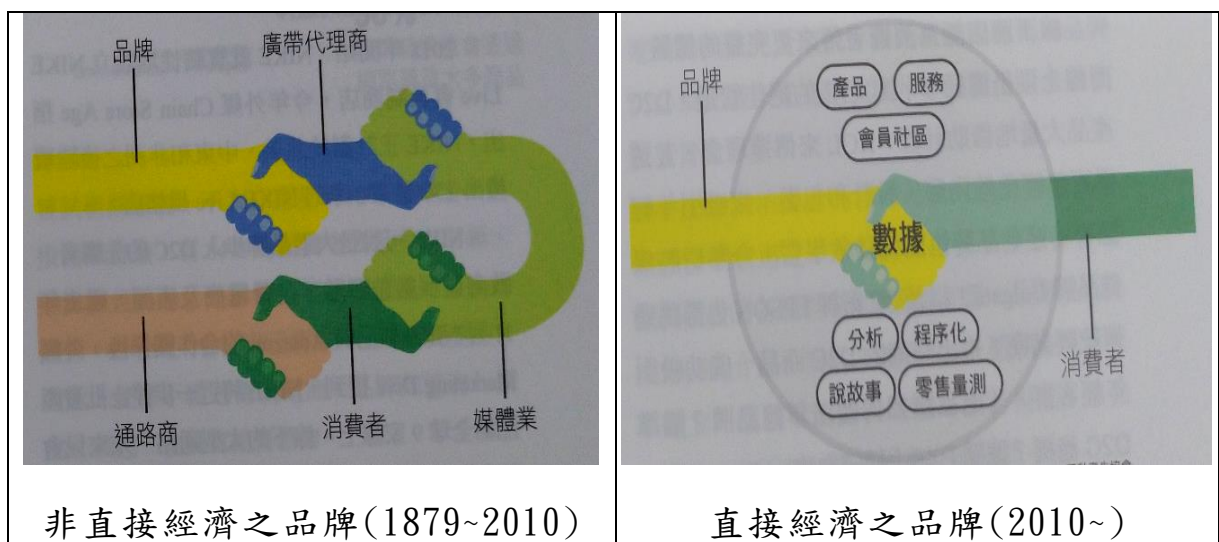
我國電子商務蓬勃發展，網路銷售額占整體零售業營業額比重持續攀升，許多品牌商早已選擇自營媒體，嘗試直接與消費者接觸互動，即時傳遞商品訊息，並在第一時間獲得消費者的回饋意見，本研究將闡述直接經濟的關鍵優點、面臨課題，並說

¹本文係屬個人研究心得，不代表經濟部立場。

明 D2C 在國內的發展。

二、直接經濟模式翻轉消費市場

美國互動廣告局(IAB)「2020 品牌顛覆研究」報告指出，直接經濟已成為市場主流，許多品牌都在調整自己的業務運營及銷售方式。藉由 D2C 銷售模式，去除中間運營成本，不但節省了經銷通路賺取差價的支出，且整合了供應鏈，因此產品具價格優勢或市價普遍較低，另因有效降低經營成本，可將更多資金投注於設計和生產環節，且使用更好的原料及更先進的科技。IAB 研究指出，有三分之二的消費者對「企業省去中間環節支出」抱持好感。(圖 1)。



資料來源：IAB、動腦雜誌 2020 年 10 月號。

圖 1 非直接經濟及直接經濟

根據經濟學人報導，直接面對消費者的微品牌成長，代表消費領域顯現重大改變，大型企業亦備感威脅，著手進行調整。例如：一家英國與荷蘭的跨國公司聯合利華在 2016 年以 10 億美元買下了訂閱制刮鬍刀服務，並以擁有權威級微品牌的 Dollar Shave Club，從吉列手中搶下市占，另瑞士食品大廠雀巢就在 2017 年收購新潮咖啡品牌 Blue Bottle，並藉此接觸新的市場區塊。

尤其面對後疫情時代市場快速變動，消費者在消費觀念、接觸管道等皆發生變化。根據市場調查研究機構 GlobalData 指出，消費者在全球 COVID-19 疫情爆發前，喜歡嘗試新鮮事物，不太介意品牌和零售業者，但在疫情期間，有 84% 的消費者表示會選擇「可信賴、無風險且熟悉」的產品及服務，43% 的人會從自己喜歡的品牌購買產品，零售品牌建立一個值得消費者信賴的 D2C 模式將愈形重要。

三、直接經濟的優點

根據動腦雜誌 2020 年 10 月號「改寫零售佈局 D2C 品牌如何直達消費者的心？」，歸納直接經濟關鍵的 4 大優點：

（一）品牌個性化，商品訊息有效傳播至小眾消費族群

直接面對消費者，讓品牌能更容易找到自己的小眾消費者，有效傳達品牌風格。比起賣場貨架上，整齊劃一的商品，D2C 商家更容易做到商品個性化。

（二）品牌自媒體，與消費者直接溝通

D2C 模式下，商品從企劃、販賣到商品宣傳，不經由中間商、媒體代理商，全由品牌主導貫徹。讓品牌與消費者的距離更近，能更直接傾聽消費者的意見。

（三）掌握消費者數據進行商品開發

D2C 商家直營品牌的銷售平台，將能蒐集更多的消費者大數據，不管是消費者屬性，消費者購買清單，D2C 商家都能自己掌握，並將數據利用於商品的開發改良。

（四）體驗型通路，消費者的品牌忠誠度更高

D2C 品牌能更靈活做到分眾經營，透過直營的體驗型通路，

培養出核心消費者。這群核心消費者除了會反覆消費，成為品牌經營的堅實後盾外，加上網路的口碑傳播，品牌還能持續擴充核心消費者，找到同一群類似屬性的人。

四、D2C 運用在臺灣

根據臺灣數位媒體應用行銷協會（DMA）發表「2020 臺灣數位行銷趨勢觀察」，提出臺灣的 7 大重要產業趨勢，直接面對消費者營運模式為其中之一，主要是利用網路社群分享口碑直接與潛在消費者產生連結，簡化傳統經銷層級的利潤，以更深入不同的微型市場。

另由國發會委託聯合行銷研究公司進行的「108 年個人家戶數位機會調查報告」觀察，國人在數位服務應用，網路族對於投入網路社會生活熱絡，參與比率最高的前 3 項分別為即時通訊與社群軟體(95.9%)、網路電話(89.8%)及線上影音(87.1%)，以及線上購物比率已近七成。

（一）消費者針對不同平台，需求不同

市場研究顧問機構 Kantar 凱度洞察指出，新舊網購平台競爭激烈，臺灣目前網購戰場仍由純電商主導，占比近六成，如 MOMO 購物、PChome 及蝦皮購物等，但品牌官網、社群電商（Facebook、LINE）及實體通路電商（家樂福、全聯、好市多網購平台）市場占比亦有提升，分別為 19%、11% 及 10%。

一般而言，消費者在純電商網站，常常是大量購買，以囤購家用紙品、尿布、寵物食品等，或是探索多樣選擇，如保健食品、保養品等；品牌官網、社群平台的是具口碑與獨特性，主要為服飾、冷凍食品、零食餅乾或周邊商品等；實體通路電商則為採買柴米油鹽等生活必需品的地方。因此，各品牌商須

重新檢視消費者上網購物的動機與誘因，在對的網站放合適的商品。

（二）臺灣最受歡迎的數位行銷平台

根據 Hootsuite 和 We are Social 共同調查的「Digital Report 2020 臺灣報告」，臺灣近九成人口都是網路用戶，每人擁有 8.4 個社群媒體帳號，僅略低於全球平均 8.6 個。臺灣網路資訊中心（TWNIC）2019 年調查更指出，臺灣有將近五成的消費者會在社群上購物。

另依據亞太網路資訊公司 2020 年 5 月「2020 年臺灣數位行銷趨勢及機會」研究，臺灣最常使用的 5 大社群媒體平台，分別為 YouTube（89%）、Facebook（89%）、Line（86%）、FB Messenger（55%）及 Instagram（54%），其中 Line 則是臺灣流行的即時通訊社群平台。

（三）臺灣熱門網路論壇扮演要角

熱門網路論壇亦為推動 D2C 重要策略，用戶可以在線上討論熱門話題，並共享產品訊息，對於吸引廣大的潛在客戶具顯著效果。例如：監測全球網站的 Alexa 最多流量的網站排名，Dcard 論壇在全台排名第 14 位，緊隨維基百科之後，每月網頁瀏覽次數超過 15 億次，是凝聚臺灣年輕人的重要角色；PTT 論壇是臺灣 Google 搜尋量最高的關鍵字排名第 22 名。

（四）D2C 在臺灣的案例

觀察臺灣在地的 D2C 知名品牌，主要有臺灣寵物用品品牌臭味滾，純淨保養品牌綠藤生機 greenvines、研發設計生活產品的品牌 Unipapa 有理百物、手工床墊的眠豆腐、設計家具

品牌 Patya 打鐵仔、客製化水果箱宅配的果物配、女性飾品網路商店的女主角飾品、木工市集萊富屋等。

其他國際品牌 D2C 運用在臺灣，如健康食品的白蘭氏、嬰兒奶粉的雀巢、嬰兒紙尿褲幫寶適、美妝保養的碧兒泉，另通路商屈臣氏發展出多個自有品牌，透過官方粉絲團、IG 等網路布局，直接面對消費者。

四、直接經濟面臨課題

面對直接經濟發展趨勢，首要工作就是加速數位轉型，提升數位技術的成熟度及數位行銷的靈活性。在去中間化模式下，欠缺藉由通路曝光產品，將會面臨如何快速讓消費者看見、製造出有別於競爭對手的差異化產品，以及從客戶角度出發，重視客戶與企業的互動、客戶對產品服務的體驗等多項課題。

（一）全球有 50% 的數位廣告是無效的

針對有多少廣告真正被消費者看到或被看進去議題，互動廣告協會(IAB)及媒體評估委員會(MRC)提出了可視度的廣告新標準。研究指出，全球數位廣告的可視度僅 50%，表示只有一半的數位廣告真的被消費者看到，曝光效益僅有一半。另臺灣數位媒體應用暨行銷協會(DMA)也表示，有愈來愈多新型的數位行銷公司參與數據認證推廣工作，包括：可視度觀念的建立，為媒體廣告產業打造透明開放的數據環境，推動產業健康發展。

（二）提供差異化商品及服務

根據勤業眾信(Deloitte)研究，零售企業提供差異化的產品及服務可提高營收淨利 12.7%，其中發展自有品牌為企業銷售策略之一。Deloitte 調查顯示，全球零售企業自有品

牌占零售業銷售額約 16.57%。自有品牌可讓零售商直接掌握消費數據，快速測試與驗證消費者需求，例如屈臣氏的自有品牌是透過官方粉絲團、Instagram 社群網站，直接面對消費者，傳達品牌特色和價值。

（三）搜尋引擎優化(SEO)

除非已是知名品牌，否則消費者通常會透過搜尋引擎來尋找相關商品及商店。根據以色列觀點聚合平臺 YOTPO 公司 2019 年調查發現，SEO 對 D2C 行銷有偌大的助力，有多達 51% 的業者藉此吸引客戶，SEO 是指對網站資訊內容進行調整，提升在搜尋引擎上的排名，使顧客在搜尋產品關鍵字詞時，能快速找到。

根據 Kantar 凱度洞察臺灣觀察，品牌商為吸引更多消費者進入品牌官網、使用行動應用程式(APP)，以提高黏著度、直接購買等，而非繞道在其他電商或實體通路消費，亦積極明瞭消費者購物歷程或購買路徑，作為優化官網、APP 內容等參考。

（四）融入訂閱制度

數位時代來臨，運用網路科技，結合人工智慧(AI)、雲端(Cloud)及大數據(Big Data)的技術，加速零售業數位化。麥肯錫顧問研究報告指出，產業數位化程度每提高 1%，該產業生產力就可增加 0.7%；英國經濟學人亦表示，未來世界上最珍貴的資源，將不再是石油，而是數據。

透過訂閱制度建置，蒐集消費者行為資料，運用數據分析掌握消費者需求，持續優化客戶體驗、創造新價值，進一步推出更符合消費者需求與期待的服務，將商業營運模式從以往的產品聚焦轉變為體驗，深化消費者忠誠度，提供多元化的客製

化產品。

（五）建立分級制度

依據柏拉圖的 80/20 法則，企業 80% 利潤來自於 20% 的少數關鍵客戶，也就是最忠誠度的客群，故建立 VIP 會員分級制度，多維度細緻分群客戶，或客戶關係管理(CRM)，精準定位出目標消費族群，可創造更高效益。

顧客導向的經濟時代，不同顧客群存在需求差距，重點是將客戶引進來主動購買，而非將產品推出去，作法上依不同需求特性進行區隔，可將顧客概分忠實顧客、潛在顧客及新顧客三大類型，針對忠實顧客，以新品、熱銷品為行銷重點，潛在顧客則採優惠促銷訊息提供，推升購買意願，新客則強調經典產品，凸顯獨特性。

五、結語

近期受 COVID-19 疫情影響，降低民眾外出消費意願，更加速網路購物的發展。面對全球消費市場瞬息萬變，原本小眾、小量經營的年輕創業品牌，亦透過自建網路銷售管道，直接銷售產品給用戶，沒有中間商賺差價的 D2C 商業模式，在全球網路銷售上取得不錯的成績，全面改寫零售布局趨勢。

在此趨勢下，小型企業不斷展現商業創新，連帶影響供應鏈中的更多品牌，並讓傳統品牌實體通路商、大型電商平臺等中間人面臨轉型壓力。為確保競爭優勢，企業內部開始轉型，抑或透過併購來進行改變。

面對疫後新經濟及數位經濟時代，企業正處於數位轉骨時刻，須結合 5G、AI、大數據、物聯網（IOT）等創新技術應用，以持續保有競爭優勢。正如安侯建業聯合會計師事務所(KPMG)

在「COVID-19 後的零售業：充滿挑戰的新現實」報告中指出，沒有人知道衰退將持續多久，業者必須保持彈性、敏捷，對長期的挑戰發展策略性因應。因此，品牌採 D2C 銷售模式，無異是提供消費者在購物歷程一個新的接觸管道，將有助於買賣雙方良好雙向關係的建立，搶占新銷售商機。