

 台灣經濟研究院
景氣動向調查新聞稿

2022.5.25

觀察近期國際經濟情勢，俄烏戰爭使得能源、食品 and 大宗商品價格上漲，在通膨飆升以及主要央行緊縮貨幣政策立場的背景下，全球經濟成長動能已較年初表現明顯減弱，加上近期中國主要城市的疫情封控措施仍存，不僅讓中國經濟下行壓力加大，亦加重全球供應鏈混亂。

在國內製造業方面，受到中國封控措施干擾，部分傳產產線進行歲修而減產，加以原物料成本持續走高，客戶下單轉趨保守，故 4 月製造業接單與生產表現較上月疲弱，加上受到消費性電子產品需求不如預期，資通訊產業看好當月與未來半年景氣表現的廠商比例均較上月調查為低。

服務業儘管面臨國內確診人數攀升及金融市場大幅修正影響，令餐旅業與證券業者看壞當月景氣表現，然疫情同樣帶動生鮮食品及民生物資等防疫商品需求增加，故零售業者多持平看待當月景氣。此外，基於缺櫃、塞港、船期延誤等問題短期難以改善，運價維持高檔將緩和油價上漲對運輸收益之影響，故大多數的運輸倉儲業者看好未來半年景氣。

營建業方面，4 月測驗點大幅下滑主要來自於不動產業者及營造業者對於當月與未來半年看法較為保守，其中營造業者受到國內疫情急速攀升，使得工務防疫層級升高，加上營建成本負擔已重，不利於後續發包轉包作業，遞延開工已漸成常態，加上央行升息、政府打炒房等效果浮現所致，4 月六都建物買賣移轉件數較 3 月減少逾一成。至於未來半年房市景氣將轉向保守，隨著央行啟動升息循環、政策面調控措施未歇、國內疫情急速升溫等因素，將使得交易量表現恐不如預期。

根據本院調查結果，經過模型試算後，4 月服務業營業氣候測驗點雖續呈上揚，然上揚幅度有限，故研判服務業廠商對景氣看法跟上月相似，而製造業與營建業營業氣候測驗點同步下滑。

一、國際情勢

(一) 美國

美國商務部經濟分析局（BEA）發布 2022 年第一季美國經濟成長數值，以年增率（yoy）而言，美國第一季 GDP 成長率為 3.6%。在內需市場表現方面，2022 年第一季美國的民間消費與民間投資成長年增率分別為 4.7%與 10.8%。而在外需市場表現上，同一時間美國的商品與勞務出口及進口成長年增率分別為 4.1%與 11.7%。

有關美國就業市場表現方面，根據美國勞動統計局公布資料，美國於 2022 年 4 月的失業率為 3.6%，與前一個月失業率相同；此外 4 月美國非農就業人口增加 42.8 萬人，為連續 12 個月超過 40 萬。物價方面，美國 2022 年 4 月消費者物價指數（CPI）年增率為 8.3%，較前月數值下滑 0.2 個百分點。扣除食品與能源價格的核心 CPI 年增率則為 6.2%，較前月數值下滑 0.3 個百分點。美國通膨壓力仍大，聯準會（Fed）於 2022 年 5 月 5 日升息二碼，聯邦基金利率來到 0.75-1.0%區間。

至於美國經濟近期的景氣展望方面，參考美國供應管理研究所（Institute of Supply Management, ISM）公佈美國的 2022 年 4 月製造業採購經理人指數（PMI）為 55.4 點，較前一個月數值下滑 1.7 點；仍屬擴張範疇，受訪者表示出貨延遲與成本上揚是製造業 PMI 下滑的主要原因。另外 ISM 公佈的 2022 年 4 月服務業 PMI 為 57.1 點，較前一個月指數下滑 1.2 點；服務業 PMI 數值也意味景氣仍屬擴張，受訪者表示大型建案因供應鏈阻塞與成本壓力而停滯，則是服務業 PMI 下滑主因。

(二) 歐洲

歐盟統計局（Eurostat）發布 2022 年第一季歐盟（EU27）與歐元區（EA19）的經濟成長數值。以年增率而言，第一季歐盟與歐元區經濟成長率分別是 5.2%與 5.1%。歐盟前四大經濟體，德國、法國、義大利與西班牙，於 2022 年第一季之 GDP 成長年增率分別是：3.7%、5.3%、5.8%與 6.4%。

在歐洲就業市場表現方面，根據 Eurostat 最新公佈數據，歐盟與歐

元區於 2022 年 3 月失業率分別為 6.2%與 6.8%，皆較前一月失業率下滑 0.1 個百分點，較 2021 年同期則分別下滑 1.3 與 1.4 個百分點。此外 Eurostat 公布之 2022 年 4 月歐元區消費者物價指數(CPI)年增率為 7.4%，與前一個月通膨數值一致；歐元區核心通膨則為 3.9%，則較前月數值增加 0.7 個百分點。雖然歐洲通膨壓力持續，但是歐洲央行 (ECB) 考量俄烏戰爭對歐洲經濟影響，目前仍然維持基準利率不變。

至於歐洲經濟展望方面，參考歐盟委員會公佈的綜合經濟觀察指標 (Economic Sentiment Indicator, ESI)，歐盟與歐元區 2022 年 4 月的 ESI 為 104.9 與 105 點，皆較前一個月數值下滑 1.7 點，也皆為 2021 年 4 月以來的低點。2022 年 4 月歐盟與歐元區 ESI 數值以細項來看，除了服務業信心指數維持與前一個月數值一致外，製造業、營建業、零售業與消費者信心指數皆出現下滑；2022 年 2 月 24 日起，爆發的俄烏戰爭造成的經濟衝擊是歐洲 ESI 下滑的主要原因。

(三) 日本

日本內閣府公布 2022 年第 1 季國內生產總值(GDP)第 1 次速報值顯示，其中民間消費、出口年增率分別為 1.9%、4.5%，而公共投資及民間住宅投資分別減少 15.2%及 3.0%，致實質 GDP 年增率為 0.2%。財務省公布 2022 年 4 月進口金額為 8 兆 9,154 億日圓，較 2021 年同期年增 28.2%，為連續 15 個月的正成長；出口額為 8 兆 762 億日圓，較 2021 年同期年增 12.5%，為連續 14 個月的正成長。IHS Markit 引用 JIBUN BANK 日本製造業採購經理人指數(PMI)，受到烏俄戰爭和中國疫情升溫影響，出口訂單出現連續第 2 個月減少，投入價格增幅創史上最高，主要係交貨延遲及原物料短缺對需求及產出造成壓力，致 PMI 指數來到 53.5，較 3 月減少 0.6 點，但仍為連續第 15 個月在榮枯線之上。

在領先指標走勢方面，2022 年 3 月日本領先指標 101.0 點，較 2 月增加 0.9 點，係因新徵才人數(不含大學畢業)、日經商品指數及新住宅開工面積等指數呈現上揚。因此，展望日本未來經濟表現，領先指標之 3 個月移動平均來到 100.8 點，較 2 月減少 0.63 點，7 個月移動平均來到 101.1 點，較 2 月減少 0.09 點。而 IHS Markit 5 月份對 2022 年經濟成長率預測較 4 月減少 0.16 個百分點，來到 2.25%。

(四) 中國

2022年4月份受到多地封控管制影響，壓低經濟指標表現，全國規模以上(主要業務收入在2,000萬元及以上的工業企業)工業增加值年增率為-2.9%，其中製造業年增率為-4.6%；社會消費品零售總額達2兆9,483億人民幣，年增率-11.1%，其中餐飲收入及商品零售年增率分別為-22.7%及-9.7%。1-4月固定資產投資(不含農戶)較2021年同期成長6.8%，其中民間固定投資成長5.3%。另海關總署公布2022年4月貿易額達4,961億美元，較2021年同期成長2.1%，其中出口達2,736億美元，成長3.9%，進口額2,225億美元，成長0.0%，前三大出口地區為美國(16.8%)、東協(16.2%)及歐盟(15.7%)，出口合計占比達48.7%。

在生產與商業活動方面，製造業受到疫情爆發地點增加，生產經營活動下滑，4月PMI指數為47.4%，較3月減少2.1個百分點，再以企業規模來看，大、中、小型企業PMI皆較3月下降，前者減少3.2個百分點，後二者均減少1.0個百分點，達48.1%、47.5%及45.6%水準。非製造業活動指數來到41.9%，較3月減少6.5個百分點。而IHS Markit 5月份最新預測，較4月減少0.83個百分點，係多地疫情復發及俄烏戰爭等因素影響經濟活動，致2022年經濟成長率來到4.27%水準。

二、國內情勢

首先在對外貿易方面，受惠於數位轉型需求持續擴產，供應鏈缺料狀況逐漸緩解，加上國際原物料價格因俄烏衝突、歐美制裁而高檔震盪，使得進出口已連續呈現14個月雙位數成長，不過受到去年比較基期偏高，使得4月出口年增率由上月的21.27%縮小至18.79%。在主要出口產品方面，光學器材因終端需求趨緩、面板價格依舊疲軟，年減幅度續呈雙位數，而塑橡膠及其製品則受到防疫用品需求滑落且價格下跌，加上中國封控措施影響，使得年減幅度較上月擴大，而礦產品、化學品受油價支撐，電子零組件受惠於新興科技需求依舊強勁，以及晶片漲價效益，基本金屬則隨鋼材供應緊俏、價格居高，使得這些出口產品續呈雙位數成長；進口方面，受惠於小客車進口年增率由負轉正，半導體設備進口年增率轉為雙位數成長，令4月消費品與資本設備年增率大幅成長，故4月進口年增率亦由上月19.47%擴大至26.73%。累計今年1-4月出

口較去年同期成長 22.26%，1-4 月進口成長 25.79%，總計 2022 年 1 至 4 月出超金額為 206.61 億美元，成長 2.54%。

國內生產方面，儘管受到俄烏戰事僵持、中國主要城市嚴格封控政策，導致原物料價格維持高檔，加劇全球供應鏈失衡狀況，拖累傳統製造業生產表現，然受惠於新興科技應用、遠距商機持續推展，使得國內半導體業者產能擴增，資訊電子產業生產動能仍強，故 4 月工業生產指數年增率由上月 2.40% 擴大至 7.33%，連續第 27 個月正成長。就細部產業來看，受惠於 5G、高效能運算等應用需求持續，帶動半導體等相關電子零組件產量續居高檔，使得 4 月電子零組件業年增 17.81%，為推升製造業生產成長之主要貢獻來源；化學原材料業、基本金屬業與機械設備業則受到在設備檢修以及中國防疫封控影響需求下減產，令其產業生產動能呈現衰退。總計 2022 年 1 至 4 月工業生產較去年同期增加 6.70%，其中製造業增加 6.85%。

內需消費方面，受到本土疫情擴散，民眾減少外出消費頻率，令百貨公司營業額年增率由正轉負，呈現雙位數衰退幅度，然超級市場及量販店因疫情升溫，帶動生鮮食品及民生物資等防疫商品需求增加，有助於其營業額表現，故 4 月綜合商品零售業營業額年增率由上月 5.17% 縮小至 1.56%；汽機車零售業因部分高價進口車到港數增加，營業額年增率轉為正成長；布疋及服飾品零售業則年減 1.74%，主因受疫情影響，實體門市來客數減少。故 4 月整體零售業營業額年增率從上月 5.46% 縮小至 4.68%，累計 1 至 4 月零售業營業額較上年同期相比增 4.24%；餐飲業部分，儘管有清明連假與五倍券截止到期商機，然受到本土確診案例屢破新高，使得民眾自主防疫減少聚餐宴會活動，影響餐飲內用業績有所下滑，故 4 月餐飲業營業額年增率為 -5.77%，年增率轉為負成長，累計 1 至 4 月餐飲業營業額年增率為 2.39%。

物價方面，受到蔬菜受天候不佳及上年低基數影響，加上蛋類及肉類因飼養成本提高，水果價格亦較上月走高，使得食物類價格由 3 月 5.90% 擴大至 4 月 6.91%，對總指數影響 1.67 個百分點，較上月增加 0.23 個百分點；國際油價較上月走低，令交通及通訊類價格由 3 月 5.91% 縮小至 4 月 5.01%，對總指數影響 0.71 個百分點，較上月減少 0.12 個百分

點，故 4 月整體 CPI 年增率由上月 3.27%擴大至 3.38%，創下自 2012 年 9 月以來的新高，核心 CPI 年增率由 2.47%擴大至 2.53%，創下自 2009 年 2 月以來的新高；WPI 方面，受到基本金屬、石油及煤製品，以及化學材料及其製品與藥品等價格盤據高檔所致，令製造業產品價格年增率較上月走高，使得 2021 年 4 月整體 WPI 年增率由上月 14.18%擴大至 15.07%。累計今年 1-4 月 CPI 年增率 2.95%，WPI 年增率為 13.20%。

勞動市場方面，受到對原有工作不滿意而失業的人數減少影響，2022 年 4 月失業率 3.62%，較上月下降 0.04 個百分點，較上年同月下降 0.02 個百分點，總計 2022 年 1 至 4 月失業率平均為 3.64%，較上年同期下降 0.03 個百分點。在薪資方面，2022 年 3 月總薪資為 51,282 元，較 2021 年同月增加 4.60%，3 月經常性薪資為 43,350 元，較 2021 年同月增加 2.63%，若以全年平均情況觀察，在扣除物價上漲因素後，2022 年 1 至 3 月實質經常性薪資為 41,670 元，較 2021 年同月微幅衰退 0.10%，2022 年 1 至 3 月平均實質總薪資為 64,929 元，較 2021 年同月微幅成長 0.22%。

在國內金融市場方面，2022 年 4 月金融業隔夜拆款利率最高為 0.227%，最低為 0.180%，加權平均利率為 0.185%，較上月上升 0.063 個百分點，較 2021 年同期增加 0.105 個百分點。而股市方面，受到聯準會官員持續發表加速升息言論、中國封控政策令在陸設廠的台廠停工，加上本土疫情升溫等因素影響，令 4 月台股呈現走跌態勢，台灣加權指數 4 月底收在 16,592.18 點，下跌 6.22%，平均日成交量為 2,709.02 億元。匯率方面，有鑑於俄烏戰爭遲未停歇，加上美債殖利率走升，使得外資延續調節策略、賣股匯出，新台幣承受貶值壓力，令 4 月新台幣貶破 29 元大關，月底匯率收在 29.48 美元，貶值 3.00%。

三、廠商調查結果

觀察近期國際經濟情勢，俄烏戰爭使得能源、食品 and 大宗商品價格上漲，在通膨飆升以及主要央行緊縮貨幣政策立場的背景下，全球經濟成長動能已較年初表現明顯減弱，加上中國主要城市的疫情封控措施仍存，不僅讓中國經濟下行壓力加大，亦加重全球供應鏈混亂，故根據聯合國最新「2022 年中世界經濟形勢與展望」報告，將 2022 年全球經濟成長從先前預估(1 月)的 4.0%下修至 3.1%，並同時調降美、歐、中的經

濟成長表現，隨著食品和能源價格大幅上漲，聯合國預估 2022 年全球通膨率將升至 6.7%，是 2010-2020 年平均水準 2.9% 的兩倍。

在國內製造業方面，儘管國際鋼材供需仍呈現供給不足，且原物料報價維持高檔支撐鋼材報價表現，不過，由於疫情、地緣政治不穩及美國升息等因素衝擊，造成內外銷市場需求趨緩，故有超過四成以上的鋼鐵基本工業廠商看壞當月景氣表現。儘管國際油價仍處於高檔整理，然受到中國防疫管控、下游需求保守、部分廠商配合產線擴建或設備檢修而停車減產等因素影響，故有超過一半比例以上的化學工業廠商看壞當月景氣表現。電子零組件業則受到中國主要城市陸續啟動封控措施，影響部分台廠產能運作，造成供給短缺與物流瓶頸，加以俄烏戰事持續，亦影響消費性電子領域拉貨力道不如預期，使得 DRAM、面板、LED 與 PCB 廠商的 4 月營收明顯較上月衰退，故雖有三成左右的電子機械業廠商看好當月景氣表現，但看好比例較上月調查為低。

至於在未來半年景氣看法上，近期中國主要城市採取嚴格封控防疫措施，不僅造成中國經濟受到嚴重影響，全球製造業也面臨斷鏈危機，加上原物料價格維持高檔整理、缺船缺櫃等問題未獲改善，且基期已高，不利我國機械業的營運表現，同時美國進入升息循環階段，將造成美國製造業的投資意願下滑，故有超過四成以上的機械設備業對未來半年景氣看法轉為悲觀。儘管車用電子、工控等需求依舊強勁，但消費性電子領域拉貨力道不如預期，且高昂成本不易轉嫁，皆不利於 IC 設計業者營運表現，所幸國內晶圓代工業者仍呈現產能滿載的格局，且代工報價可望再度調漲，預計業者營運表現將呈現成長態勢，故仍有接近四成的電子機械業廠商看好未來半年景氣表現，但看好比例亦較上月調查為低。

在製造業調查部分，根據本院對製造業廠商所做 2022 年 4 月問卷結果顯示，認為當(4)月景氣為「好」比率為 23.2%，較 2022 年 3 月 38.4% 減少 15.2 個百分點，認為當月景氣為「壞」的比率則為 36.7%，較 3 月 14.7% 增加 22.0 個百分點，紡織業、食品業、皮革毛皮製品業與塑橡膠製品業者看壞當月景氣表現，而權重較大的化學工業、鋼鐵基本工業、電子機械業者看壞當月景氣表現的廠商比例亦明顯高於上月調查；由整體廠商對未來半年景氣看法加以觀察，看好廠商由 2022 年 3 月的 27.9%

減少 2.4 個百分點至當月的 25.5%，看壞比率由 3 月的 14.7% 增加 7.1 個百分點至當月的 21.8%，權重最大的電子機械業雖依舊看好未來半年景氣表現，然看好的廠商比例較上月調查為低，而鋼鐵基本工業、機械設備業、紡織業、電力機械業與運輸工具業看壞未來半年景氣表現的廠商比例明顯高於看好。

將上述製造業對當月及未來半年景氣看法比率之調查結果，經過本院模型試算後，2022 年 4 月製造業營業氣候測驗點為 94.61 點，較上月修正後之 99.10 點下滑 4.49 點，呈現連續四個月下滑態勢，為 2020 年 7 月以來新低紀錄。

服務業方面受到本土確診人數攀升，國人外出旅遊及聚餐消費頻率減少，使得旅行業者營收較上月明顯下滑，而住宿服務業者的住宿及餐飲業務表現亦受到衝擊，加上部分連鎖餐飲業海外市場持續受中國疫情拖累，衝擊整體營運成長動能，故有超過五成的餐旅業者看壞當月景氣表現。聯準會官員政策立場持續偏鷹，令美股走低，台股亦受牽連，加上中國封控政策而造成當地生產重鎮停工，供應鏈砍單消息頻傳，使得 4 月台股呈現下跌，且集中市場股票成交量能月減逾三成之多，故有一半的證券業者看壞當月景氣表現。零售業同樣受國內疫情升溫影響，清明連假出遊人潮不如預期，連帶削弱消費買氣，百貨商場業績普遍衰退，所幸疫情同樣帶動生鮮食品及民生物資等商品需求增加，有助於超市、量販業者業績表現，故有九成以上的零售業者持平看待當月景氣表現。

至於在未來半年景氣看法上，在零售業方面，有鑑於國內疫情尚未明顯趨緩，且物價上漲壓力仍高，加上股市投資不振，抑制了財富效應，對於民眾出遊消費意願趨於保守，故有六成以上的零售業者持平看待未來半年景氣表現。在餐旅業方面，由於國內管制措施並未進一步加嚴，民間消費動能仍將為業者帶來一定程度的挹注，且疫情高峰過後邊境可望逐步解封，有助於觀光業業績明顯成長，然各類食材成本明顯走揚，稀釋廠商獲利空間，故餐旅業者對於未來半年景氣看法呈現兩極，有二成左右的餐旅業者看好未來半年景氣表現，但也有同樣比例的餐旅業者看壞未來半年景氣表現。在金融業方面，有鑑於聯準會仍將持續升息縮表動作，金融市場投資操作難度升高，故銀行業與證券業對於未來半年

景氣看法較上月調查相比較為悲觀。此外，基於缺櫃、塞港、船期延誤等供給吃緊的狀況短期難以改善，運價維持高檔將緩和油價上漲對航商單位運輸收益之影響，故大多數的運輸倉儲業者看好未來半年景氣表現。

在服務業調查部分，有超過五成以上的餐旅業與運輸倉儲業者看壞當(4)月景氣表現，亦有一半比例的證券業者看壞當月景氣，而零售批發業者持平看待當月景氣的廠商比例較高；在未來半年看法的部分，批發業、餐旅業與銀行業者對於未來半年景氣看法呈現兩極，看好的廠商比例與看壞的廠商比例相近，而有三成比例的零售業者看好未來半年景氣。

將上述服務業對景氣看法調查結果，經過本院模型試算後，2022年4月服務業營業氣候測驗點為95.49點，較上月修正後之95.28點增加0.21點。

在營造業方面，有鑑於國內疫情急速攀升，使得工務防疫層級升高，且受營建成本負擔過重，不利於後續發包轉包作業，故2022年4月景氣表現呈現衰退。展望未來，雖然廠辦暨廠務機電等工程能見度較佳，但土建融資限縮而影響工程建設資金到位，或是工料供需缺口難解而造成排程調度更加吃力，故未來半年營造業景氣將僅以持平視之。

其次不動產業方面，2022年4月六都建物買賣移轉件數月增率為-11.2%，主要是總體政經情勢的負面氛圍已影響到房市的景氣與信心程度，包括利率、通膨、經濟成長率、疫情、政策等環境變化因素，故4月廠商看壞的比例高達68.8%。展望未來，廠商看壞房市比例的比例仍有43.8%，代表國內疫情短期內仍將持續延燒，尚需一段時間才可望平緩下來，短期內對於預約看屋量將產生衝擊，加上政策面調控措施未歇，且貨幣政策也將持續緊縮，故使得房市氛圍轉向保守。

將上述營建業對景氣看法調查結果，經過本院模型試算後，本次營建業2022年4月營業氣候測驗點為96.10點，較3月之103.95點下滑7.85點，呈現連續第三個月下滑的走勢。

綜合上述，根據本院調查結果，經過模型試算後，4月服務業營業氣候測驗點雖續呈上揚，然上揚幅度有限，故研判服務業廠商對景氣看法跟上月相似，而製造業與營建業營業氣候測驗點同步下滑。

四、綜合分析判斷

本院各產業研究人員根據廠商問卷調查及工業產銷等相關資訊，對個別產業未來半年之景氣趨勢綜合判斷如下：

- 4月轉壞，未來半年較4月看壞之產業：
紡織業、人造纖維製造業、金屬工具機業、資料儲存及處理設備、機車製造業
- 4月轉壞，未來半年較4月看好之產業：
餐旅業
- 4月轉壞，未來半年維持持平之產業：
紙業、印刷業、陶瓷及其製品、電線電纜、通信機械器材、運輸工具業、汽車製造業、營建業、一般土木工程業、建築投資、批發業、證券業
- 4月持平，未來半年較4月看壞之產業：
紡紗業、織布、皮革毛皮製品、機械設備製造修配業、育樂用品業
- 4月持平，未來半年較4月看好之產業：
不含酒精飲料、金屬建築結構及組件業、精密器械、電信服務業
- 4月持平，未來半年仍維持持平之產業：
總製造業、屠宰業、飼料業、成衣及服飾、木竹製品業、化學工業、石化原料、塑橡膠原料、化學製品、橡膠製品、塑膠製品、非金屬礦物、水泥及其製品、鋼鐵基本工業、金屬製品、金屬模具、螺絲及螺帽、電力機械、電力機械器材製造、家用電器、電子機械、視聽電子產品、電子零組件業、機車零件製造業、零售業、銀行業、保險業、運輸倉儲業
- 4月轉好，未來半年較4月看壞之產業：
產業機械業
- 4月轉好，未來半年較4月看好之產業：
食品業、冷凍食品、汽車零件、自行車製造業、自行車零件製造業
- 4月轉好，未來半年仍維持持平之產業：
製油、製粉及碾穀、玻璃及其製品