

《新聞稿》

2022 上半年台灣採購經理人營運展望調查 發布記者會

國家發展委員會、中華經濟研究院提供
2022 年 7 月 12 日

為有效預判未來半年國內外經濟情勢與產業狀況，讓各界掌握更即時的產業訊息及總體經濟脈動，國家發展委員會與中華經濟研究院自 2013 年 6 月起，每半年進行一次「台灣採購經理人營運展望調查」。營運展望問卷設計保留 PMI/NMI 調查精神，題目均與過去半年（前期）或未來半年（下期）進行相對性比較，讓受訪者在「較佳」、「持平」與「較差」三個選項中勾選，部分題目則讓受訪者填寫變動百分比。2021 下半年台灣製造業成長力道趨緩，2022 上半年俄烏戰爭以及中國多省陸續因防疫而封控，原物料價格異常波動，供給斷鏈同時需求也傳出雜音。中經院針對「長短料、延單與重複下單」、「斷料或擴廠等產能利用率調查」、「通膨預期」、「俄烏、中國封控、升息與通膨的影響」與「疫情下非製造業產業現況」等議題進行調查，提供產、官、學界掌握最新之產業現況。

以下節錄「2022 上半年台灣採購經理人營運展望調查」之重要內容：

一、製造業與非製造業整體營運狀況概覽

製造業 2022 上半年營運狀況遠不如預期，指數在連續 2 期擴張速度趨緩後，於 2022 上半年中斷連續 3 期擴張轉為緊縮，較前期（2021 下半年）大跌 13.9 個百分點至 46.7%。且**製造業**仍「預期」2022 下半年營運狀況有望較 2022 上半年營運好轉，指數為 57.1%。惟**製造業**自 2021 下半年起利潤率已轉為較 2021 上半年下降（低於 50.0%）。2022 上半年，利潤率下降之企業家數遠高於 2021 年底之預期，利潤率指數續跌至 38.8%，連續 2 期呈現下降。**製造業**也「預期」2022 下半年利潤率將持續較 2022 上半年下降，指數為 48.9%。

截至 2022 年 6 月，**製造業**之採購價格指數已連續 4 期呈現上升(高於 50.0%)，且 2022 上半年回報採購價格攀升之企業比例遠高於 2021 年底預估上升之企業占比。**製造業**預估 2022 下半年採購價格將持續較 2022 上半年上升，惟上升速度趨緩，指數為 65.6%。

自 2020 年起以內需為主的**非製造業**相對難以掌握與預測未來營運狀況。2022 年 4 月起本土疫情爆發，**非製造業** 2022 上半年營運狀況遠不如預期，指數中斷連續 3 期擴張轉為緊縮，較前期(2021 下半年)大跌 27.4 個百分點至 43.0%。惟**非製造業**仍「預期」2022 下半年營運狀況有望較 2022 上半年營運好轉，指數為 58.7%。受疫情衝擊，**非製造業** 2021 下半年原預估 2022 上半年利潤率將持續上升(高於 50.0%)。惟 2022 上半年，利潤率表現遠不如預期，指數驟跌 13.9 個百分點至 41.5%，轉為下降(低於 50.0%)。惟**非製造業**仍「預期」2022 下半年利潤率將好轉上升，指數為 53.8%。

截至 2022 年 6 月，**非製造業**之採購價格指數已連續 4 期呈現上升(高於 50.0%)，且在 2022 年 6 月攀升至**非製造業**營運展望調查以來最快上升速度，指數為 74.7%。**非製造業**預估 2022 下半年採購價格將持續較 2022 上半年上升，指數達 71.7%。

二、2022 全年與 2021 全年相比(廠商預估資料)

製造業 2022 年預估之營業收入、平均銷售價格與產能利用率之年增率皆較 2021 年增率大幅下降，惟預估 2022 全年資本支出年增 7.34% 仍與 2021 年增率相當。2022 年預估採購價格增幅雖然較 2021 年年增率減少一半以上，惟增幅仍有 8.69%。

非製造業預估 2022 年營業收入與服務收費價格之年增率遠不如 2021 年增率。2022 全年營業收入預估增幅在剔除極端值後僅增加 0.15%。預估 2022 年服務收費價格年增率僅 1.51%。**非製造業**預估 2022 年資本支出與採購價格增率幅度雖較 2021 年增率下降，但預估 2022 年資本支出與採購價格年增率仍分別高達 5.61% 與 6.12%。

三、當前營運狀況與總體經濟議題

1. 總經時事議題影響力

2022 上半年關注「肺炎疫情走勢」之**製造業**廠商比例仍維持在七成以上，排名由 2021 下半年的第二升為第一。「航運缺櫃、交期攀升」之勾選比例相較 2021 下半年大跌 15.1 個百分點，排名滑落至第三名。相較 2021 下半年有將近七成**製造業者**勾選「原物料、關鍵零組件短缺」，2022 上半年對此議題關切之業者比例下降至 59.3%，排名第四。「中國疫情、防疫封控與經濟走勢」與「美國經濟走勢」勾選比例分別大幅攀升至 57.9%與 45.4%。（詳表 1）

非製造業明顯較製造業者更關注「肺炎疫情走勢」，自 2020 年皆為**非製造業**最關注的總經時事議題。肺炎疫情衝擊下，**非製造業**對其他議題重視程度相對降低，排序第二之後的「國際能源及原物料價格」以及「勞動成本與人力資源短缺」勾選比例均在四成左右。2022 上半年關注「中國疫情、防疫封控與經濟走勢」之**非製造業者**佔比相較 2021 下半年大幅增加 24.1 個百分點至 37.9%。首次調查的「美國升息、縮表進程」議題，有超過三成業者勾選。（詳表 2）

2. 總經事件對公司之訂單、產能或營運之影響與持續時間

幾乎全數**製造業**(96.7%)表示受「全球通膨」影響，且預期影響將延續至 2023 年以後之企業占比達 47.0%。91.2%製造業受「中國封控」影響，惟受影響企業中超過半數(50.2%)認為衝擊有望在 2022 年 Q3 前結束。八成以上認為事件影響持續不會超過 2022 年。「美國升息」和「俄烏戰爭」勾選比例雖相對較低，但受影響製造業者中分別有 43.3%與 31.7%認為影響將至 2023 年以後。（詳圖 1）

四大總經議題中，「營業成本攀升」與「不確定性攀升」皆為**製造業**影響層面勾選比例排名前三。「全球通膨」讓 81.3%**製造業**面臨「營業成本攀升」，且近半數預估影響將延續至 2023 年。「中國封控」致使近七成(69.2%)**製造業**面臨「供應鏈延誤中斷」，受斷鏈衝擊之企業家數比例遠高於其他總經事件。過半製造業反映「美國升息」使公司面臨「匯率波動」與「不確定性攀升」。（詳圖 2）

從產業別來看，電子暨光學、交通 工具、電力暨機械設備產業受影響之企

業比重，排名前二名皆為「全球通膨」與「中國封控」。化學暨生技醫療、基礎原物料產業則表示「美國升息」影響原物料市場報價，受影響之企業家數佔比最高。「俄烏戰爭」影響俄國市場機械銷售，且俄烏二國是全球小麥等糧食重要產地，衝擊電力暨機械設備產業之營收以及食品暨紡織產業之營業成本，此二產業回報受「俄烏戰爭」影響之企業家數比例近九成。

「全球通膨」對**非製造業**的影響力遠高於其他總經事件，近九成表示受影響，且預期影響將延續至 2023 年以後之企業占比達 47.8%。相較製造業僅 17.7%認為「中國封控」的影響將延續到 2023 年，**非製造業**則有近三成業者認為封控之衝擊將延續至 2023 年以後。四大總經議題中，最多**非製造業**者勾選之衝擊皆為「不確定性攀升」，其次則為「營業成本攀升」。（詳圖 3）

3. 斷鏈、投資擴廠等產能利用率調查

製造業 2021 下半年一度高達 40.0% 製造業回報已達最佳/最大產能，惟 2022 上半年僅 13.2% 製造業達最大產能。2022 年產能滿載之企業比例大幅下降，但新增產線與擴廠計畫仍持續進行，且電子暨光學產業新增產能之業者中，已投入且預計再投入者近六成。有擴產意願化學暨生技醫療、電子暨光學與電力暨機械設備業者中，約 15%~25% 業者評估投產「中國」。與 2021 下半年調查相比，「台灣」仍是最多人考量之設廠地點，惟評估投入「中國」與「美國」之比例明顯較 2021 下半年減少，分別由 2021 下半年的 25.7% 與 6.8% 滑落至 17.4% 與 2.8%。2021 年以來已投產者，因漲價與缺料，最新 2022 上半年調查回報「已在 2021 年量產」之比例不到 5.0%，回報「已於 2022 上半年量產」者比例由 2021 下半年調查之 48.6%，下跌至 13.9%，而「預計在 2022 下半年量產」者比例攀升至 44.4%。（詳表 3、圖 4）

製造業有 86.8% 的廠商「未」達到最佳/最大產能。「訂單服務需求不足」與「供應斷鏈原料缺貨」仍是製造業未達最大產能之主因。惟電子暨光學與電力暨機械設備產業回報因「供應斷鏈原料缺貨」的企業占比分別由 2021 下半年的 65.1% 與 73.1% 滑落至 55.9% 與 61.5%。2022 年 4 月起本土疫情爆發，因「人員調動不暢」而未達最大產能的企業占比大幅攀升，尤其在食品暨紡織、基礎原物料

與電力暨機械設備產業皆有超過五成業者勾選。食品暨紡織與電力暨機械設備產業則有超過四成業者表示因「成本攀升」而未達最大產能。（詳表 4）

4. 預期通膨與持續時間

2021 下半年調查時僅約四成**製造業**者預估 2022 全年 CPI 在 2% 以上，惟 2022 上半年，則有近七成業者預估 2022 全年 CPI 將在 2% 以上，超過三成**製造業**更預估全年 CPI 將在 3% 以上。相較 2021 下半年**製造業**僅約一成(11.5%)經理人認為物價攀升的情況將會延續到 2023 年以後，2022 上半年則有超過四成(43.5%)業者認為物價攀升情況將延續到 2023 年以後。

相較 2021 下半年預估，2022 上半年有六成(60.0%)**非製造業**者預估 2022 全年 CPI 在 2%~4%，11.1%業者更預估將達 4% 以上。相較 2021 下半年**非製造業**僅約二成(19.7%)經理人認為物價攀升的情況將會延續到 2023 年以後，2022 上半年則超過四成(43.4%)業者認為物價攀升情況將延續到 2023 年以後。14.9%業者甚至預估將延續到 2023 年下半年以後。

5. 存貨政策、重複下單、延單、取消訂單

全體**製造業**有 52.4%回報整體存貨量增加，較 2021 下半年攀升 5.7 個百分點。尤其化學暨生技醫療與電子暨光學產業回答增加之廠商比例明顯攀升。然而由本調查業者回報增加特定庫存品項之動機可知，2022 上半年製造業有較多企業是「被動積壓」庫存。儘管供應商交貨時間持續攀升，惟 2022 上半年製造業回報減少公司整體存貨量的比例攀升至 13.2%。（詳表 5）

全體**製造業**中有 17.9%認為同業重複下單的情況為「有點嚴重」或「非常嚴重」。重複下單的比重集中在電子暨光學產業，28.6%認為同業中存在「有點嚴重」或「非常嚴重」的重複下單現象。交通工具與電力暨機械設備業者分別也有 21.1%與 15.0%業者回報重複下單情況嚴重。

全體**製造業**中有 20.5%認為同業延單、延後拉貨、取消訂單現象為「有點嚴重」或「非常嚴重」。延單、延後拉貨、取消訂單現象的比重集中在電子暨光學與交通工具產業，分別有 29.5%與 26.3%業者回報延單、延後拉貨、取消訂單現象

嚴重。(詳表 6)

6. 本土疫情下產業現況與營收影響預期

本土疫情衝擊國內消費，內需攸關之**非製造業** 2022 年第二季營收/業務量平均減少 9.64%，並預估第三季將平均減少 4.15%。住宿餐飲、其他非製造、營造不動產、運輸倉儲、批發、零售業所受衝擊相對嚴重，尤其住宿餐飲以及包含旅遊代訂、展覽相關的其他非製造業，第二季營收/業務量平均減少 25%~40%。資訊暨通訊傳播業是八大產業中唯一因疫情回報平均營收呈現增加者。第二季平均增加 0.15%、且預估第三季再平均增加 5.17%。(詳圖 5)

全體**非製造業**者因應疫情帶來供應中斷衝擊、消費形態改變等趨勢，非製造業約有 46.0% 已或計劃因應投入轉型。轉型形式依勾選比例前三依序「數位轉型」(47.2%)、「開發新產品或多元化產品」(46.3%)與「加強培育人才與研發團隊」、「強化既有產品或服務研發」(45.4%)。(詳表 7)

展望未來一年營運**製造業**與**非製造業**皆認為未來一年營運展望將較目前佳，擴散指數分別為 55.5%與 55.1%。

表 1 受訪廠商較重視之總體經濟情勢議題（可複選）— 製造業

	2022年 6月	2021年 12月
1 肺炎疫情走勢	72.2%	73.3%
2 國際能源及原物料價格	69.6%	71.5%
3 航運缺櫃、交期攀升	↓ 62.3%	77.4%
4 原物料、關鍵零組件短缺	↓ 59.3%	69.6%
5 中國疫情、防疫封控與經濟走勢	↑ 57.9%	21.1%
6 匯率波動	49.1%	45.6%
7 美國經濟走勢	↑ 45.4%	34.8%
8 勞動成本與人力資源短缺	44.3%	46.7%
9 俄烏戰爭	36.6%	(首次調查)
10 美國升息、縮表進程	31.5%	(首次調查)
11 電力供應的穩定性	26.4%	25.9%
12 永續發展(ESG)、碳中和與淨零碳排	23.8%	32.6%
13 兩岸關係	18.3%	27.4%
14 台灣利率政策	14.3%	9.3%
15 國際經貿協議 (如CPTPP與RCEP)	11.4%	12.2%
16 2022美國競爭法與實體清單等政策	6.2%	(首次調查)
17 歐盟晶片法案 (含印太戰略)	3.3%	(首次調查)
18 台灣房地產政策與房市走勢*	2.9%	—

表 2 受訪廠商較重視之總體經濟情勢議題（可複選）— 非製造業

	2022年 6月	2021年 12月
1 肺炎疫情走勢	80.9%	80.4%
2 國際能源及原物料價格	46.8%	41.3%
3 勞動成本與人力資源短缺	45.5%	47.9%
4 中國疫情、防疫封控與經濟走勢	↑ 37.9%	13.8%
5 原物料、關鍵零組件短缺	36.6%	42.1%
6 美國升息、縮表進程	35.7%	(首次調查)
7 航運缺櫃、交期攀升	↓ 35.3%	44.6%
8 匯率波動	35.3%	32.9%
9 俄烏戰爭	34.0%	(首次調查)
10 美國經濟走勢	32.3%	30.4%
11 台灣利率政策	↑ 31.5%	21.7%
12 永續發展(ESG)、碳中和與淨零碳排	22.6%	25.0%
13 兩岸關係	↓ 19.6%	30.0%
14 台灣房地產政策與房市走勢*	15.7%	—
15 電力供應的穩定性	11.9%	14.6%
16 國際經貿協議 (如CPTPP與RCEP)	6.0%	9.6%
17 2022美國競爭法與實體清單等政策	4.3%	(首次調查)
18 歐盟晶片法案 (含印太戰略)	3.8%	(首次調查)

資料來源：中華經濟研究院第三研究所，2022 上半年台灣採購經理人營運展望調查

表 3 已或計劃新增投資產線或產能與投入地點（可複選）— 製造業

產業別	勾選比例(%)											
	已達最佳/最大產能		自2021年以來，貴司是否「已經」或「計劃」新增投資產線或產能									
			未計畫	有計畫	已或計畫新增投資的廠商					已或預計投入新產能地點(可複選)		
	2022/6	2021/12			2021以來已經投入	預計投入	已投入且預計再投入	台灣	中國	東協	美國	其他(日/韓/印度)
全體製造業	13.2	40.0	47.3	52.7	82.7	68.8	51.4	80.6	17.4	16.7	2.8	4.2
化學生技醫療	31.4	47.4	34.3	65.7	60.9	82.6	43.5	82.6	17.4	13.0	4.3	4.3
電子暨光學	17.0	42.7	46.4	53.6	88.3	70.0	58.3	80.0	23.3	21.7	3.3	5.0
食品暨紡織	3.8	35.7	57.7	42.3	81.8	72.7	54.5	81.8	0.0	18.2	0.0	0.0
基礎原物料	7.3	46.2	51.2	48.8	85.0	60.0	45.0	80.0	5.0	10.0	0.0	5.0
交通工具	5.3	30.0	57.9	42.1	87.5	87.5	75.0	87.5	12.5	12.5	0.0	0.0
電力機械設備	2.5	25.7	45.0	55.0	86.4	50.0	36.4	77.3	22.7	13.6	4.5	4.5

表 4 「未」達到最佳/最大產能的原因（可複選）— 製造業

產業別	未達最佳/大產能	勾選比例(%)									
		未達最佳/最大產能的原因 (可複選)									
		訂單/服務需求量不足	供應斷鏈原料缺貨	疫情致使人員調動不暢	貨運不暢缺櫃	成本攀升	對未來不確定而「主動」不再增加	廠房停機時間增加	需求增加為短期因素，產品售價仍不足維持最佳稼動率	邊境管制	
全體製造業	2022/6	86.8	48.9	48.5	43.9	42.2	33.8	13.5	10.5	10.1	7.6
	2021/12	60.0	50.0	51.2	16.7	42.0	29.6	15.4	9.3	13.6	4.3
化學生技醫療		68.6	50.0	37.5	20.8	45.8	29.2	4.2	12.5	12.5	8.3
電子暨光學		83.0	52.7	55.9	40.9	38.7	24.7	16.1	6.5	6.5	8.6
食品暨紡織		96.2	52.0	40.0	52.0	52.0	44.0	16.0	16.0	8.0	8.0
基礎原物料		92.7	50.0	21.1	52.6	28.9	34.2	10.5	21.1	15.8	5.3
交通工具		94.7	33.3	66.7	33.3	44.4	27.8	16.7	11.1	11.1	5.6
電力機械設備		97.5	43.6	61.5	56.4	53.8	53.8	12.8	5.1	12.8	7.7

資料來源：中華經濟研究院第三研究所，2022 上半年台灣採購經理人營運展望調查

表 5 「增加」或「減少」特定存貨品項動機（可複選）— 製造業

變化幅度	2022/6 全體製造業 勾選比例	長短料問題嚴重， 製造業「特定存貨品項」增減策略...			2022/6 全體製造業 勾選比例	變化幅度
+3.9%	49.8%	「減少」特定品項		「增加」特定品項	80.6%	-3.5%
		動機（可複選）				
+2.5%	9.2%	降低安全庫存	供應鏈風險 可控難度加大	拉高安全庫存	54.6%	-3.2%
+5.3%	20.9%	進貨成本過高	原物料價格高漲	追價提前拉貨	37.0%	-1.5%
+1.7%	9.5%	調降中長期庫存	產品或需求 出現結構性改變	調高中長期庫存	11.4%	-4.9%
+8.7%	19.8%	需求趨緩，訂單透明度下降	疫情後需求變化	需求回溫，訂單透明度增加	3.3%	-6.7%
+1.4%	6.6%	缺櫃出貨延緩 資金積壓，主動調節	航運不暢	交期拉長，提早下單	40.7%	-7.1%
+6.8%	20.9%	調降庫存	客戶下單速度趨緩	庫存被動積壓	17.6%	+6.5%
+1.7%	12.1%	減少長料庫存	長短料嚴重	導致庫存 被動堆積	31.9%	+3.3%
+0.6%	11.0%	調降庫存	客戶已下單但延單	無法出貨， 存貨被動堆高	18.7%	+3.9%
+4.3%	14.3%	減少庫存積壓風險	其他不確定性增加	拉高安全庫存	20.9%	+0.9%
-0.1%	5.9%	避免庫存跌價損失	價格下降風險大	--		

表 6 重複下單以及延單、延後拉貨、取消訂單現象 — 製造業

產業別	同業是否有重複下單現象 之勾選比例(%)				同業是否有延單、延後拉貨、取消訂單現象 之勾選比例(%)			
	有點嚴重+非常嚴重		無法判定		有點嚴重+非常嚴重		無法判定	
	2022/6	變化幅度	2022/6	變化幅度	2022/6	變化幅度	2022/6	變化幅度
全體製造業	17.9	-1.3	19.4	+2.0	20.5	+1.6	15.4	+3.5
化學暨生技醫療	11.4	+0.9	20.0	-8.9	11.4	-9.6	17.1	+1.4
電子暨光學產業	28.6	-1.4	12.5	-0.2	29.5	+8.6	8.0	-2.0
食品暨紡織產業	3.8	+0.3	34.6	+9.6	7.7	-3.0	30.8	+5.8
基礎原物料產業	4.9	-2.8	26.8	+11.4	14.6	-3.3	22.0	+14.3
交通工具產業	21.1	+1.1	26.3	+1.3	26.3	+6.3	26.3	+11.3
電力暨機械設備	15.0	-5.0	17.5	+6.1	15.0	-2.1	12.5	+6.8

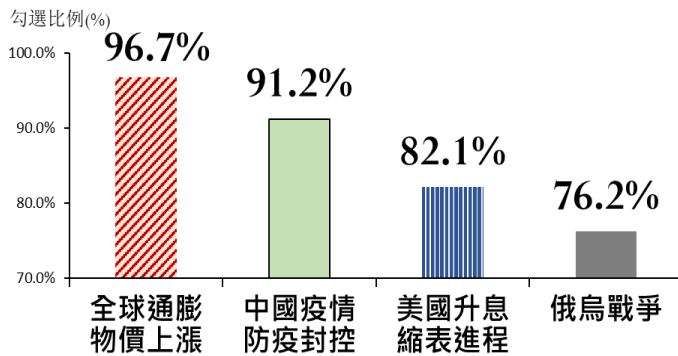
資料來源：中華經濟研究院第三研究所，2022 上半年台灣採購經理人營運展望調查

表 7 因應疫情衝擊、消費形態改變等趨勢之轉型策略（可複選）— 非製造業

排名	轉型形式 (可複選)	
1	數位轉型	47.2%
2	開發新產品或多元化產品	46.3%
3	加強培育人才與研發團隊	45.4%
	強化既有產品或服務研發	45.4%
4	開發新商業模式	44.4%
	導入遠距上班制度或軟體	44.4%
5	建立備援能力和靈活性	25.0%
6	投入高附加價值客制化產品	22.2%
7	開發或分散市場或通路	21.3%
8	建立B2C之線上銷售平台	17.6%
	分散客戶組成，避免集中單一大客戶	17.6%
9	新增部門、開發新商業模式或產品	14.8%
10	建置自動化或無人化生產或營運服務據點	10.2%
11	新增外送平台	7.4%
12	裁撤出售部門、停止特定服務或產品銷售	1.9%

資料來源：中華經濟研究院第三研究所，2022 上半年台灣採購經理人營運展望調查

Panel A：受影響之製造業比重（可複選）



Panel B：預期影響期間

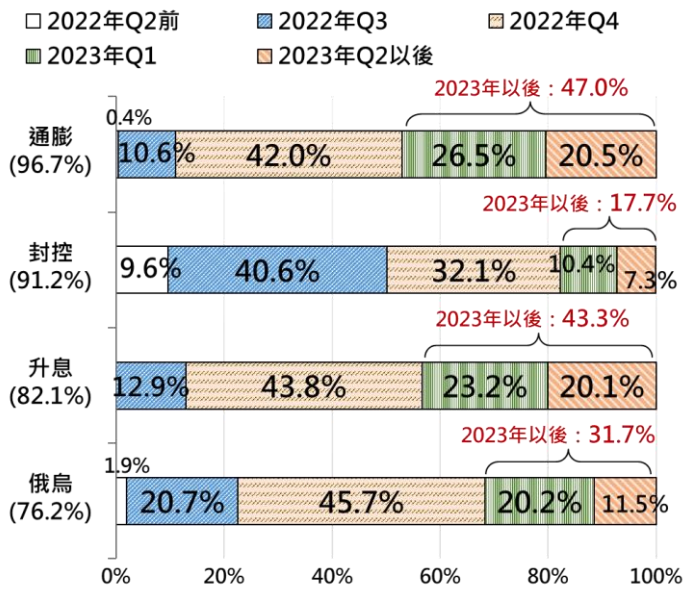
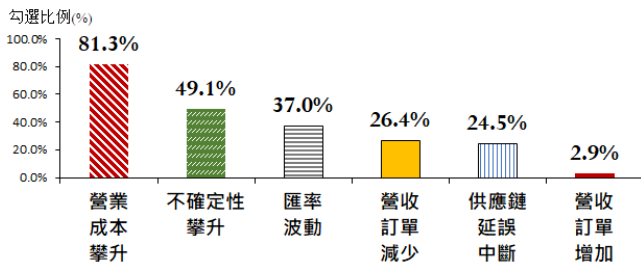
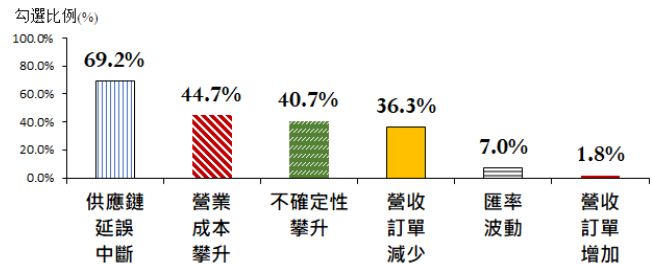


圖 1 受重大總經事件影響之企業比重及預期影響期間（可複選）— 製造業

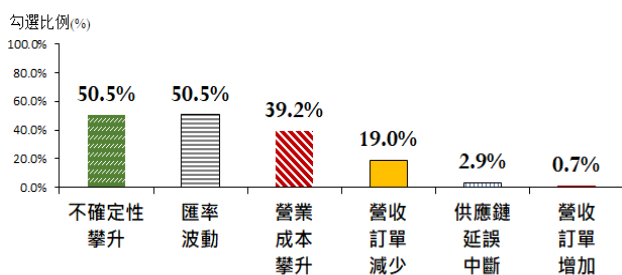
Panel A：「全球通膨」影響層面（可複選）



Panel B：「中國封控」影響層面（可複選）



Panel C：「美國升息」影響層面（可複選）



Panel D：「俄烏戰爭」影響層面（可複選）

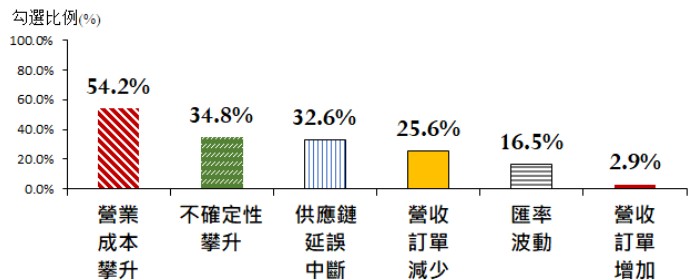
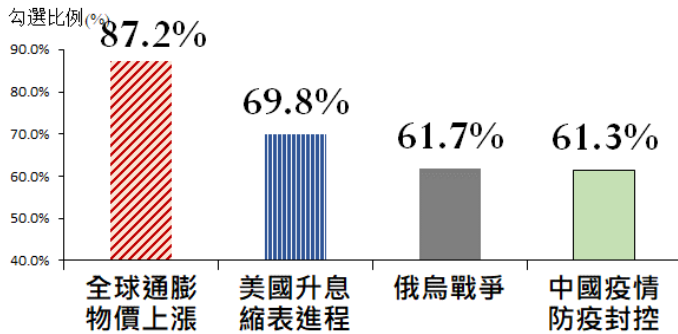


圖 2 受重大總經事件影響層面（可複選）— 製造業

資料來源：中華經濟研究院第三研究所，2022 上半年台灣採購經理人營運展望調查

Panel A：受影響之非製造業比重 (可複選)



Panel B：預期影響期間

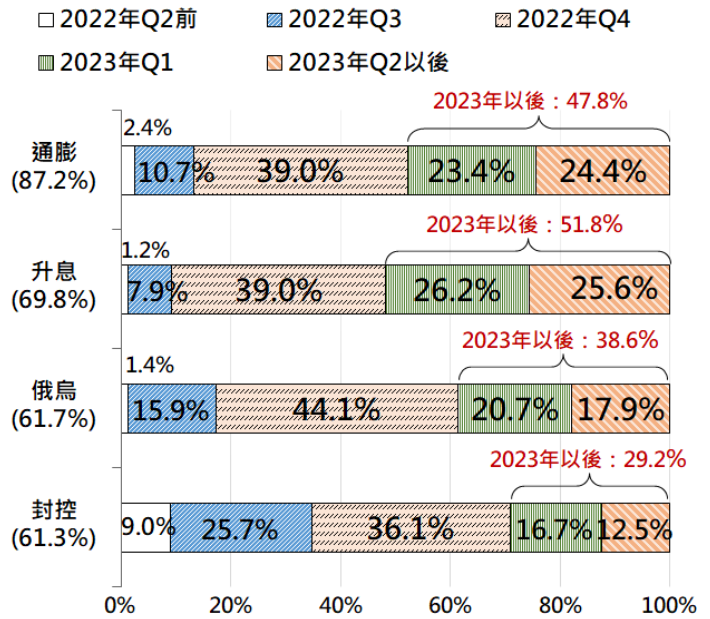
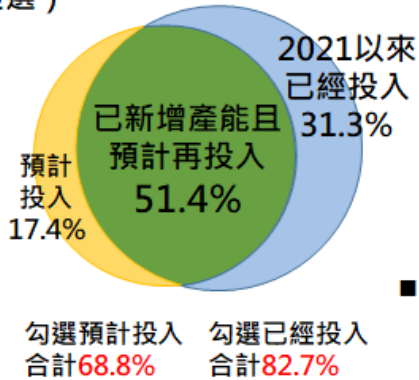


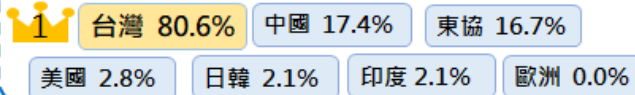
圖 3 受重大總經事件影響之企業比重及預期影響期間 (可複選) — 非製造業

製造業 – 2021下半年高達40.0%製造業回報已達最佳/最大產能，惟2022上半年僅13.2%製造業達最大產能

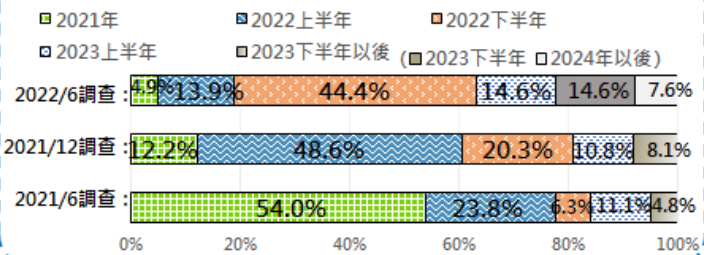
2021年以來，約52.7%製造業者「已經」或「計劃」新增產線或產能，其投資進度勾選比例 (可複選)



已或預計投入新產能「地點」為 (可複選)



預計「最快」量產的「時間」為



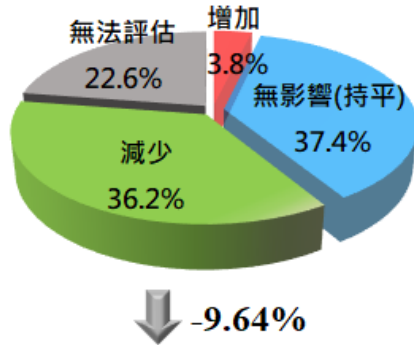
■ 2021年以來已投產者，因漲價與缺料，最新2022/6調查回報「已在2021年量產」之比例不到5.0%，回報「已於2022上半年量產」者比例由2021/12調查之48.6%，下跌至13.9%，而「預計在2022下半年量產」者比例攀升至44.4%。

圖 4 已達最佳或最大產能相關投資地點與量產時間 — 製造業

資料來源：中華經濟研究院第三研究所，2022上半年台灣採購經理人營運展望調查

非製造業 – 2022年台灣本土疫情對非製造業2022年第二、三季營收或業務量影響

2022年6月回報2022第二季受疫情影響之營收或業務量增/減幅度



2022年6月預估2022第三季受疫情影響之營收或業務量增/減幅度

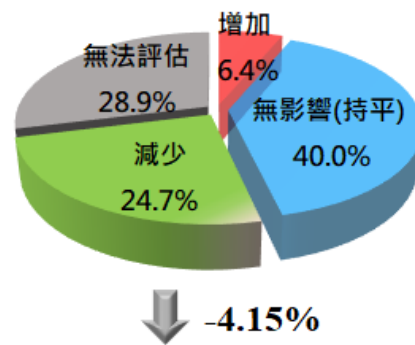


圖 5 2022 年台灣本土疫情對貴司營收或業務量影響 — 非製造業

資料來源：中華經濟研究院第三研究所，2022 上半年台灣採購經理人營運展望調查

中華經濟研究院

2022 上半年台灣採購經理人營運展望調查

發布記者會

日期：民國111年7月12日（星期二）

時間：上午 9:30-12:00

考量近期國內疫情嚴峻，此次研討會將改線上模式，並分二階段進行。第一階段採事前預錄座談影片，並於7月12日上午9:30於Youtube平台公開上線。第二階段為線上記者發布會，相關影片及直播觀看連結，已於會議前兩週由本院發送給各媒體單位之消息稿中提供。媒體朋友可直接於7月12日上午11時點選連結同步參與直播，並可於直播同時，直接於YouTube留言提問，煩請註明「媒體一姓名」以便回覆並紀錄問題，將依留言提問順序進行回覆。

主持人：

中華經濟研究院

張傳章院長

報告人：

台灣金融研訓院

吳中書董事長

列席者：

中華經濟研究院

王健全副院長

台灣永續供應協會

賴樹鑫理事長

中央研究院經濟研究所

簡錦漢研究員

中華經濟研究院第三研究所

陳馨蕙助研究員