



2023 年台湾地区外销订单海外生产情况

□ 王子旗

台湾地区外销订单统计调查可视为评估出口表现的领先指标,统计内容包括台商接单后在岛内生产及交由海外生产情况,是了解台商的全球布局及生产能力、评估“三角贸易”态势的重要指标。

一、2023 年以来台湾地区外销订单情况

据统计,受全球通胀及持续加息影响,2023 年台湾地区外销订单 5610.4 亿美元,同比减少 15.9%。主要接单货品方面,信息通讯产品接单金额年减 12.6%,主因受全球终端需求疲软影

表 1 台湾地区外销订单情况

分类	2023 年		
	金额 (亿美元)	占比 (%)	增减 (%)
外销订单总额	5610.4	100.0	-15.9
主要接单货品			
信息通讯	1660.2	29.6	-12.6
电子产品	1898.0	33.8	-15.1
光学器材	191.4	3.4	-14.2
基本金属	251.0	4.5	-20.9
机械	192.1	3.4	-20.0
塑橡胶制品	187.5	3.3	-25.9
化学品	174.1	3.1	-25.5
主要接单地区			
美国	1782.8	31.8	-14.8
祖国大陆及香港	1203.4	21.5	-17.2
欧洲	939.1	16.7	-30.2
东盟	848.1	15.1	14.7
日本	305.1	5.4	-12.9
2024 年 1-5 月			
外销订单总额	2293.0	100.0	2.2
主要接单货品			
信息通讯	647.4	28.2	-2.5
电子产品	811.5	35.4	11.2
光学器材	81.3	3.5	12.2
基本金属	107.4	4.7	-0.8
机械	78.3	3.4	-5.2
塑橡胶制品	79.8	3.5	1.5
化学品	76.8	3.3	4.9
主要接单地区			
美国	721.1	31.4	1.9
祖国大陆及香港	509.8	22.2	11.2
欧洲	337.8	14.7	-23.7
东盟	389.8	17.0	35.8
日本	109.0	4.8	-18.5



响,致使手机、笔电、网通产品等接单减少,唯有高性能运算及人工智能等新兴科技应用持续扩展,带动服务其接单增长,抵消部分减幅;电子产品接单金额年减 15.1%,主因终端电子产品需求低迷、供应链去化库存,致使芯片代工、印刷电路板等接单减少,唯有芯片设计接单增加,抵消部分减幅。

2024 年 1 至 5 月外销订单 2293 亿美元,较上年同期增长 2.2%,其中电子产品、光学器材、塑橡胶制品、化学品等产品接单实现正增长。从订单来源地看,2023 年来自美国的订单 1782.8 亿美元,年减 14.8%,仍位居第一;来自祖国大陆及香港的订单 1203.4 亿美元,年减 17.2%,排名第二。2024 年 1-5 月,来自祖国大陆及香港的订单同比增长 11.2%,增速仅次于东盟。

二、外销订单海外生产情况

(一) 供应链分散布局

在祖国大陆生产比率创新低,东盟生产比重续创新高。2023 年接自海外订单中,以岛内生产比重占 49.1% 最高,较 2022 年上升 0.3 个百分点,为 2013 年以来新高,主因高性能运算及人工智能等新兴科技应用需求扩增,芯片设计、服务器、笔电及网通产品厂商扩大岛内生产比重,拉高整体接单的岛内生产比重;其次在祖国大陆及香港生产占 37.8%,较 2022 年下降 0.9 个百分点,为 2010 年开始该项调查以来的新低;东盟占 7.0% 排第 3,较 2022 年上升 1.2 个百分点,续创新高,主因中美博弈、地缘政治风险等因素持续牵动全球供应链重组,成为台商海外布局中的重要生产基地,其中以越南生产占

表 2 台湾地区外销订单各主要生产地占比

单位:%

项目别	岛内生产	海外生产	祖国大陆及香港	东盟	越南	泰国	其他亚洲地区	欧美地区
2019	47.4	52.6	44.8	1.9	-	-	1.7	3.3
2020	46.0	54.0	45.5	2.9	-	-	1.6	3.4
2021	48.4	51.6	42.4	3.2	-	-	1.9	3.5
2022	48.8	51.2	38.7	5.8	2.3	0.6	2.3	3.8
2023	49.1	50.9	37.8	7.0	2.6	1.0	2.0	3.5
按货品类别分								
化学品	92.1	7.9	2.3	0.4	0.1	0.1	3.1	2.0
塑橡胶制品	88.5	11.5	6.7	3.3	1.7	0.5	0.8	0.7
基本金属制品	92.5	7.5	6.2	0.6	0.4	0.0	0.6	0.1
电子产品	59.8	40.2	27.7	6.3	0.4	0.5	3.9	2.2
机械	86.2	13.8	9.8	0.6	0.5	0.0	1.5	1.9
电机产品	29.8	70.2	59.5	9.4	5.1	1.3	0.1	1.2
信息通信产品	13.6	86.4	67.0	8.4	3.4	1.6	0.9	8.4
光学器材	63.4	36.6	34.9	1.1	0.3	0.0	0.1	0.4



2.6% 最大。

（二）外销订单约 8 成为台商自行生产

就 2023 年外销订单生产方式观察,以“自行生产(含交付子公司或关系企业生产)”占 81.7% 最高,较 2022 年下降 0.6 个百分点;其次

为“委托他厂代工生产”占 9.7%,较 2022 年提高 0.1 个百分点;“向他厂购买产品”则占 8.5%,较 2022 年提高 0.4 个百分点,主因笔电、晶圆代工、印刷电路板等厂商接单减少,拉低自行生产比重,加上以向他厂购买为主的芯片通路商接

表 3 台湾地区外销订单的生产方式占比

单位: %

项目别	自行生产(包含交付子公司或关系企业生产)	委记他厂代工生产	向他厂购买产品
2019	83.5	8.1	8.2
2020	81.1	11.0	7.9
2021	80.0	11.8	8.2
2022	82.3	9.6	8.1
2023	81.7	9.7	8.5
按公司型态别分			
制造商	91.6	8.1	0.3
制造兼贸易商	85.0	13.8	1.2
贸易商	14.5	4.5	81.0
按生产地区分			
岛内	86.6	9.2	4.2
海外	76.6	10.3	13.1

表 4 岛内接单海外生产的原因

项目别	配合客户要求	生产成本低廉	当地原材料物料供应方便	全球运等管理	开拓当地市场
2019	50.1	50.4	32.6	27.7	24.1
2020	51.8	48.2	34.4	27.3	27.2
2021	50.3	50.6	38.0	29.7	26.1
2022	50.1	49.7	39.3	29.9	25.2
2023	53.4	45.7	37.7	27.9	25.2
按货品类别分					
化学品	45.8	20.8	33.3	29.2	12.5
塑橡胶制品	41.7	29.2	35.4	35.4	25.0
基本金属制品	61.4	42.9	41.4	22.9	24.3
电子产品	57.4	39.1	27.9	32.0	27.9
机械	51.7	50.0	35.0	18.3	20.0
电机产品	60.5	52.3	40.7	29.1	37.2
信息通信产品	44.1	49.2	49.2	39.0	22.0
光学器材	44.9	51.0	46.9	32.7	26.5



单增加,提高整体向他厂购买比重。按公司型態别观察,制造商、制造兼贸易商均以“自行生产”为主,分别占 91.6% 及 85.0%;贸易商则以“向他厂购买产品”占 81.0% 为主;如按生产地区观察,不论岛内生产或海外生产,均以“自行生产”为主,占比分别达 86.6%、76.6%。

(三)“配合客户要求”续居海外生产原因的首位

调查回收样本中,2023 年有海外生产的厂商计 798 家(占 28.6%),其海外生产原因(复选)以“配合客户要求”占 53.4% 续居首位,较 2022 年上升 3.3 个百分点,其次为“生产成本低廉”占 45.7%,较 2022 年下降 4.0 个百分点,显示企业多以客户需求作为全球布局的首要考量,生产成本低廉的诱因已明显降低(2010 年 73.2% 为最高);另“当地原材物料供应方便”

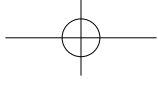
占 37.7% 居第 3。

(四)认为陆系企业为海外最大竞争对手
台湾地区各外销业者主要竞争对手,以“岛内同业”占 50.4% 最多,较 2022 年下降 1.5 个百分点,其次为“陆系企业”占 25.1%,较 2022 年上升 2.7 个百分点;“欧美系企业”占 9.1%、“日韩系企业”占 7.7%,分别位居第 3 及第 4。就主要货品类别观察,各货品均以“岛内同业”为首要竞争对手,其中以信息通信产品占比达 70.2% 最高,电子产品亦逾 5 成以岛内业者为主要竞争对手;各货品视陆系企业为竞争对手的占比均较 2022 年上升。

(五)海外生产货品于当地销售占比创新高
外销订单海外生产的货品销售流向,以“转销第三地”占 69.1% 最高,较 2022 年下降 2.1 个百分点,其次为“当地销售”占 25.8%,较

表 5 岛内接单在大陆及香港生产的销售去向

项目别	当地销售	回销岛内	转销第三地	
			出口至美国	出口至其他地区
2019	—	—	26.8	—
2020	22.3	5.5	25.7	46.4
2021	27.3	4.4	24.0	44.3
2022	27.2	4.6	23.5	44.7
2023	28.2	4.2	22.2	45.4
按货品类别分				
化学品	22.0	3.4	1.1	73.6
塑橡胶制品	20.8	3.0	27.7	48.4
基本金属制品	21.4	0.7	44.2	33.6
电子产品	61.4	6.7	7.0	24.9
机械	12.1	3.6	45.8	38.6
电机产品	33.5	6.2	18.4	41.9
信息通信产品	12.6	2.0	30.4	55.0
光学器材	54.6	11.0	4.1	30.3



2022 年提高 2.2 个百分点,为有调查以来新高,显示厂商多元分散生产布局,且在地化就近供应的趋势渐增,而“回销岛内”占 5.1%。按货品别观察,除居供应链中上游的光学器材及电子产品以“当地销售”占比最高外,余各货品皆以“转销第三地”为主,其中信息通信产品 84.8%、机械 83.3%、基本金属 77.3%;而“回销岛内”以化学品 27.1% 最高,主因部分电子上游化学材料回销岛内比重较高所致。

(六) 在祖国大陆生产货品出口至美国比重持续降低

在祖国大陆及香港生产的外销订单,其中有 22.2% 货品出口至美国,较 2022 年下降 1.3 个百分点,主因笔电厂商接单减少,加上中美博弈加剧,业者将出口至美国的货品转由岛内或其他海外据点生产;而在当地销售占 28.2%,较 2022 年提高 1.0 个百分点。按货品别观察,出口至美国以机械占 45.8%、基本金属占 44.2% 较高;而电子产品、光学器材则主要当地销售,占比分别为 61.4%、54.6%,主因各项电子零组件及面板厂商,就近供应祖国大陆境内的组装代工客户。

(七) 东盟为台商扩增产线的首要选择

2023 年有自行生产的 2,207 家外销厂商中,有 87 家(占有自行生产的家数 3.9%)进行跨境扩充或新设产线,其中有扩充产线者 50 家(占有进行扩充或新设家数 57.5%),有新设产线者 41 家(占 47.1%)。若按生产的货品别观察,以信息通信产品有进行产线跨境扩充或新设占 24.1% 较高。就产线跨境移转的地区别观察,有扩充产线的 50 家厂商中以东盟为主要选择,占整体扩充产线家数的 56.0%,其中越南占

46.0%;新设产线亦以东盟占整体新设产线家数的 73.2% 为最高,其中越南占 46.3%,显示在“新南向政策”推动下,加上东盟具地利之便,且其人口红利及区域关税协定优势,成为台商分散供应链布局的首选。产线部分移出及全部移出的地区,则以祖国大陆及香港占 70.0% 为最高。