



南亞塑膠公司新聞稿

NAN YA PLASTICS CORPORATION

2021年4月9日

南亞塑膠公司 2021 年 3 月合併營業額說明

一、2021 年 3 月合併營業額與 2021 年 2 月比較：

單位：NTD 千元

2021 年 3 月	2021 年 2 月	增減金額	成長率%
34,372,304	25,991,621	8,380,683	32.24

2021 年 3 月合併營收 343.7 億元，單月營收創歷史新高，與 2021 年 2 月比較增加 83.8 億元，大幅成長 32.24%，其中銷售量差增加 57.6 億元，銷售價差增加 26.2 億元。

隨著各國景氣逐漸復甦，貿易活動漸趨活絡，而疫苗的陸續施打也激勵了市場信心，提振全球消費動能，使各行業的備貨及採購活動更為積極，加上近期德州暴風雪使石化、化工原料的供給大受影響，進一步推高了原物料及各項產品的價格與營收。同時，資通訊產業、遠距商機與宅經濟持續發展的趨勢不變，伴隨著車用電子與電動車產業的技術革新與市場擴張，在這些有利條件的影響之下，本公司 3 月份的單月合併營收與第 1 季的單季合併營收皆創下歷史新高，而第 1 季的獲利與 EPS 則創下同期的歷史新高。

3 月合併營收之中，台灣母公司占 49.9%，大陸公司占 28.3%，美國公司占 8.9%，其他子公司(南電等)占 12.9%；以產品區分，電子材料產品占 42.5%、化工產品占 28.5%、聚酯產品 14.6%、塑膠產品 12.9%。

(一) 地區別分析：

1. 台灣地區：營收增加 52.8 億元(+35.81%)。
市場需求強勁，各項產品營收增加。
2. 大陸地區：營收增加 25.0 億元(+28.45%)。
在地過年政策使下游產業人力於年後快速就位開工，帶動各種產品營收成長。
3. 美國地區：營收增加 6.0 億元(+24.35%)。
美國已有 1/3 人口接種第 1 劑疫苗，市場消費動能顯著提升，加上原料供應吃緊，使聚酯及塑膠產品銷售價、量齊揚，營收增加。

(二) 產品別分析：

1. 電子材料產品營業額增加 33.9 億元(量差+23.2、價差+10.7)。
5G、電腦、伺服器、遊戲機、車用電子需求持續強勁，加上化工原料推升環氧樹脂價格，使電子材料產品營收大幅成長。
2. 化工產品營業額增加 25.5 億元(量差+13.2、價差+12.3)。
 - (1) 可塑劑系列產品增加 8.4 億元(量差+5.6、價差+2.8)：
下游加工業春節假期後迅速開工，在民生需求良好的情況下，備料訂單大增，帶動產品銷售量增加，此外，產品售價也反應成本而調漲，致營收成長。
 - (2) BPA 增加 8.1 億元(量差+0.7、價差+7.4)：
原料酚、丙酮因亞洲部分工廠停車及美國德州氣候影響之產能尚未恢復，致供應偏緊，連帶使 BPA 價格上漲，再加上 BPA 在大陸需求仍佳，且同業陸續安排定檢，使 3 月 BPA 平均售價上漲 33.7%，營收增加。
 - (3) EG 增加 6.8 億元(量差+6.2、價差+0.6)：
麥寮 EG2 廠 2 月因產銷安排停車(2/1~2/18)，3 月全月生產，致銷售量增加；而售價上漲，係因美國德州極寒風暴導致同業停車，影響市場供給所致。
3. 塑膠產品營業額增加 12.2 億元(量差+11.1、價差+1.1)。
隨著疫情逐漸控制，民生消費需求陸續湧現，營建與車市也逐步增溫，使各類塑膠產品銷售良好，營收增加。
4. 聚酯產品營業額增加 11.1 億元(量差+9.1、價差+2.0)。
聚酯粒、絲、棉需求都顯著增加，營收成長。

二、2021 年 3 月合併營業額與 2020 年 3 月比較：

單位：NTD 千元

2021 年 3 月	2020 年 3 月	增減金額	成長率%
34,372,304	23,244,809	11,127,495	47.87

說明：

2021 年 3 月合併營收與 2020 年 3 月比較，增加 111.3 億元，大幅成長 47.87%，其中銷售量差增加 43.6 億元，銷售價差增加 67.7 億元。主要是去年 3 月新冠肺炎疫情擴散，衝擊全球經濟活動；而今年 3 月疫苗正逐步在全球施打，景氣趨於復甦所致。

(一) 地區別分析：

1. 台灣地區：營收增加 64.6 億元(+47.59%)。

在疫情逐漸得到控制之際，全球民眾對正常生活的渴望直接反應在強勁的消費動能之中，使各種產品營收大增。

2. 大陸地區：營收增加 41.5 億元(+58.13%)。

相較於去年同期，經濟氛圍的反差，以及 5G、IoT 等新興技術的應用，帶動了電子材料及其他各類產品營收顯著成長。

3. 美國地區：營收增加 5.2 億元(+20.52%)。

主要是聚酯產品之需求相對於去年強勁反彈，營收增加。

(二) 產品別分析：

1. 化工產品營業額增加 45.9 億元(量差+8.3、價差+37.6)。

(1) BPA 增加 17.6 億元(量差+0.3、價差+17.3)：

受惠於下游 PC 與環氧樹脂需求旺盛，BPA 售價較 2020 年同期大幅上漲 152.2%，營收成長。

(2) 可塑劑系列產品增加 13.5 億元(量差+6.2、價差+7.3)：

下游加工產業景氣復甦，使可塑劑、PA、2EH 等產品銷售價、量增加。

(3) EG 增加 9.8 億元(量差-0.3、價差+10.1)：

德州 EG1 全月工檢，致銷售量較去年 3 月減少。在售價方面，因下游聚酯開動率比去年 3 月大幅增加，使 EG 3 月均價比去年同期上漲 58%，營收成長。

2. 電子材料產品營業額增加 44.5 億元(量差+19.0、價差+25.5)。

5G、AI、物聯網的市場快速增長，加上汽車工業的智能化、自駕系統與電力驅動技術急速發展，形成新興的汽車產業供應鏈，使得電子材料產品除了疫情帶動的遠距商機以外，更已融入了下一波的產業革新，為營收及獲利帶來進一步成長。

3. 塑膠產品營業額增加 10.4 億元(量差+8.4、價差+2.0)。

全球景氣落底後反彈回升，各種塑膠產品營收增加。

4. 聚酯產品營業額增加 9.2 億元(量差+6.7、價差+2.5)。

市場需求增溫，整體聚酯產品營收成長。