



南亞塑膠公司新聞稿

NAN YA PLASTICS CORPORATION

2023年3月7日

南亞塑膠公司 2023 年 2 月合併營業額說明

一、2023 年 2 月合併營業額與 2023 年 1 月比較：

單位：NTD 千元

2023 年 2 月	2023 年 1 月	增減金額	成長率%
21,842,845	20,289,828	1,553,017	7.7

本公司 2 月份合併營收 218.4 億元，較 2023 年 1 月增加 15.5 億元(量差+15.6 億元、價差-0.1 億元)，成長 7.7%。主要係農曆春節後，下游產業復工，雖然 2 月天數較少且有連假，但在疫情趨緩及市場對通膨、升息的擔憂逐漸減輕之下，消費需求回升，客戶於春節後積極回補庫存，使各類產品銷售量增加，營收成長。說明如下：

(一)化工產品營業額增加 7.3 億元(量差+6.5、價差+0.8)。

1.可塑劑系列產品增加 3.6 億元(量差+3.7、價差-0.1)：

下游加工業春節假期後迅速開工，產品銷售量增加。

2.1,4BG 增加 1.5 億元(量差+0.9、價差+0.6)：

疫情緩解、需求增溫，及原料丁二烯價格上漲，使產品銷售量、價提高，營收成長。

3.EG 增加 1.4 億元(主要是量差)：

係內銷及德州 EG-1 外售量增加所致。

4.BPA 增加 0.5 億元(量差+0.3、價差+0.2)：

原料酚、丙酮價格推升產品售價，加上客戶補充庫存，使產品營收增加。

(二) 塑膠加工產品營業額增加 4.4 億元(量差+4.8、價差-0.4)。

年節後下游陸續開工，產品交運量增加。

(三) 電子材料產品營業額增加 2.5 億元(主要是量差)。

中國大陸疫情趨緩，經濟情況逐漸回溫，電動車、高速傳輸以及風電產業持續推進，帶動銅箔基板及環氧樹脂等產品銷量成長，營收增加。

(四) 聚酯產品營業額增加 0.2 億元(主要是量差)。

台灣、大陸於春節假期後銷售增加；美國地區交運量則隨工作天數而減少；整體營收略為成長。

二、2023 年 2 月合併營業額與 2022 年 2 月比較：

單位：NTD 千元

2023 年 2 月	2022 年 2 月	增減金額	成長率%
21,842,845	29,823,052	-7,980,207	-26.8

2023 年 2 月合併營收與 2022 年 2 月比較，減少 79.8 億元(量差-47.0 億元、價差-32.8 億元)，減幅 26.8%。去年上半年全球景氣仍佳，今年 2 月相較之下，各類產品營收減少，說明如下：

(一) 化工產品營業額減少 44.5 億元(量差-30.6、價差-13.9)。

1. EG 減少 23.0 億元(量差-22.9、價差-0.1)：

麥寮 EG-1、EG-4 及德州 EG-2 皆計畫性停車，營收較去年 2 月減少。

2. BPA 減少 13.9 億元(量差-7.3、價差-6.6)：

原料成本拉低產品售價，市場需求也不如去年同期，致營收減少。

3.1, 4BG 減少 5.9 億元(主要係價差)：

產品市況不如去年，售價下滑。

(二)電子材料產品營業額減少 20.6 億元(量差-4.7、價差-15.9)。

全球通膨影響消費者購買力，導致電子商品換機需求減少，且各種原料價格普遍低於去年同期，影響產品售價，使營收下滑。

(三)聚酯產品營業額減少 14.2 億元(量差-13.1、價差-1.1)。

美國市場消費動能不如去年強勁，營收下滑。

(四)塑膠加工產品營業額減少 1.3 億元(量差+0.6、價差-1.9)。

工作天數影響(去年春節假期在 2 月)，交運量增加；而因原料價格低於去年同期，使產品售價下滑。

新聞聯絡人：

吳嘉昭 董事長

聯絡電話：

(02)2712-2211