

新型冠状病毒肺炎 动态报导

第一百零二期

2020. 05. 20

中国检验有限公司台湾分公司



新冠肺炎疫情 动态报导

2020.05.20

中国检验有限公司台湾分公司

第一百零二期

CONTENT

疫病分析

限制措施

产业动态

疫病分析

1. 新冠肺炎连续13天0确诊、累计402人解隔离

疫情指挥中心宣布，台湾今天无新增新冠肺炎确诊，已连续13天零确诊、连38天无本土病例，目前累计440例，其中402人解除隔离。

(消息来源：疫情指挥中心)

2. 31名新冠肺炎确诊仍住院 1人中风使用呼吸器

台湾31名新冠肺炎确诊者住院中，指挥中心专家咨询小组召集人表示，仍住院的确诊个案大多尚未三次采检阴性。目前仅剩一人使用呼吸器，此个案一度脱离呼吸器，也解除隔离，出院前却并发症有中风现象，因此又戴回呼吸器，台湾目前为止至少2名新冠肺炎个案发生中风。据外地报告显示，新型冠状病毒感染会使凝血机制受到一些影响，比较容易血栓，也容易发生中风，对此专家表示，台湾还没有详细研究资料，但根据外地报告，血液容易凝固、高凝血的情况，也许与确诊病患并发中风有相关。

(消息来源：CNA)

3. 新冠肺炎台湾病例资料(资料截至：05/20 14:00 资料来源：台湾疫情指挥中心)

新增224例新型冠状病毒肺炎相关通报，截至目前累计通报69,876例(含68,824例排除)，其中440例确诊，分别为349例境外移入，55例本土病例及36例敦睦远训支队。确诊个案中7人死亡，402人解除隔离，其余持续住院隔离中。有关129名印度返台民众，已监测期满解除隔离，今日返家自主健康管理。

检验总计

送验

69,876

排除

68,824

确诊

440

本土
案例
境外
移入

55

349

敦睦远训
支队

36

昨日
新增

送验

224

排除

236

确诊

0

解除
隔离

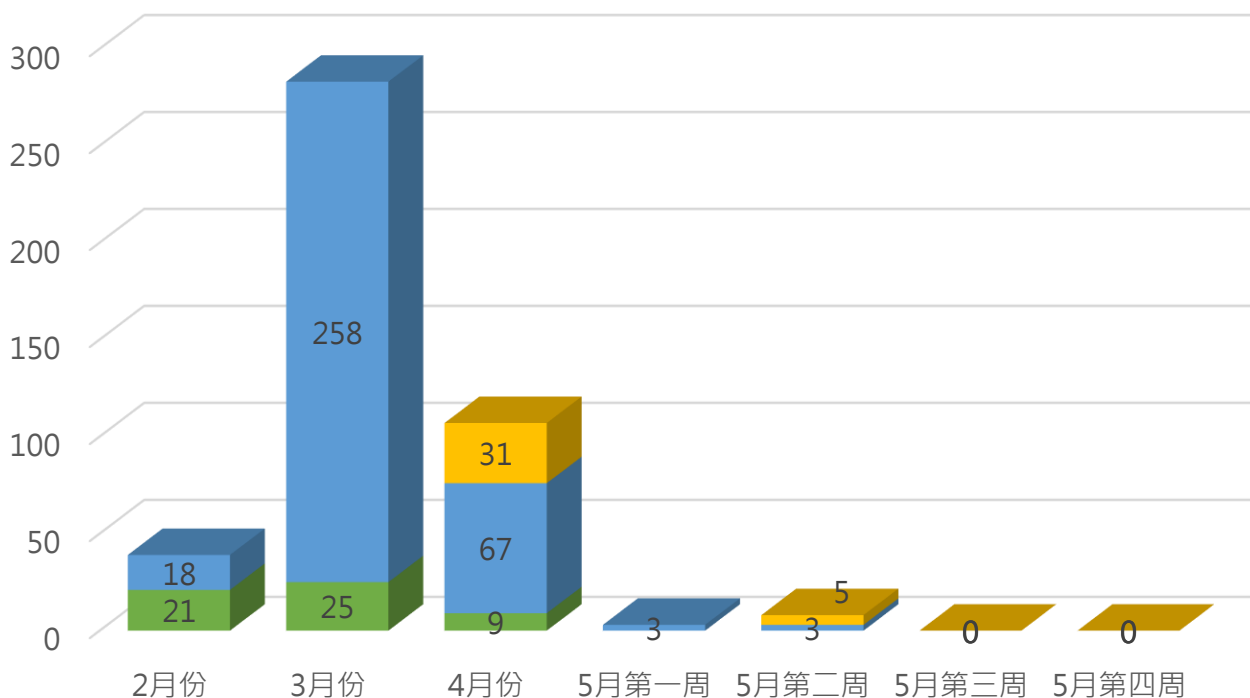
402

死亡

07

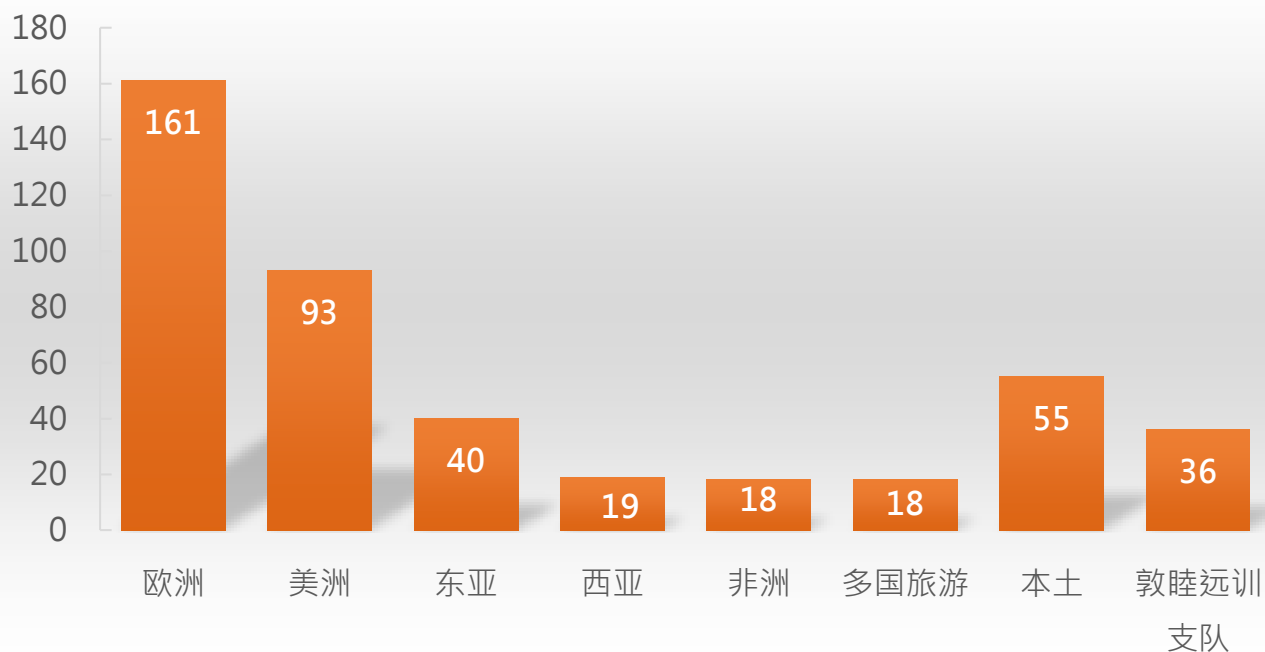
4.新冠肺炎病例数周表 总计**440**例 (周次算法: 每个星期日为该周首日)

■ 本土病例 ■ 境外移入 ■ 敦睦远训支队



5.新冠肺炎病例来源统计总表 累计**440**例

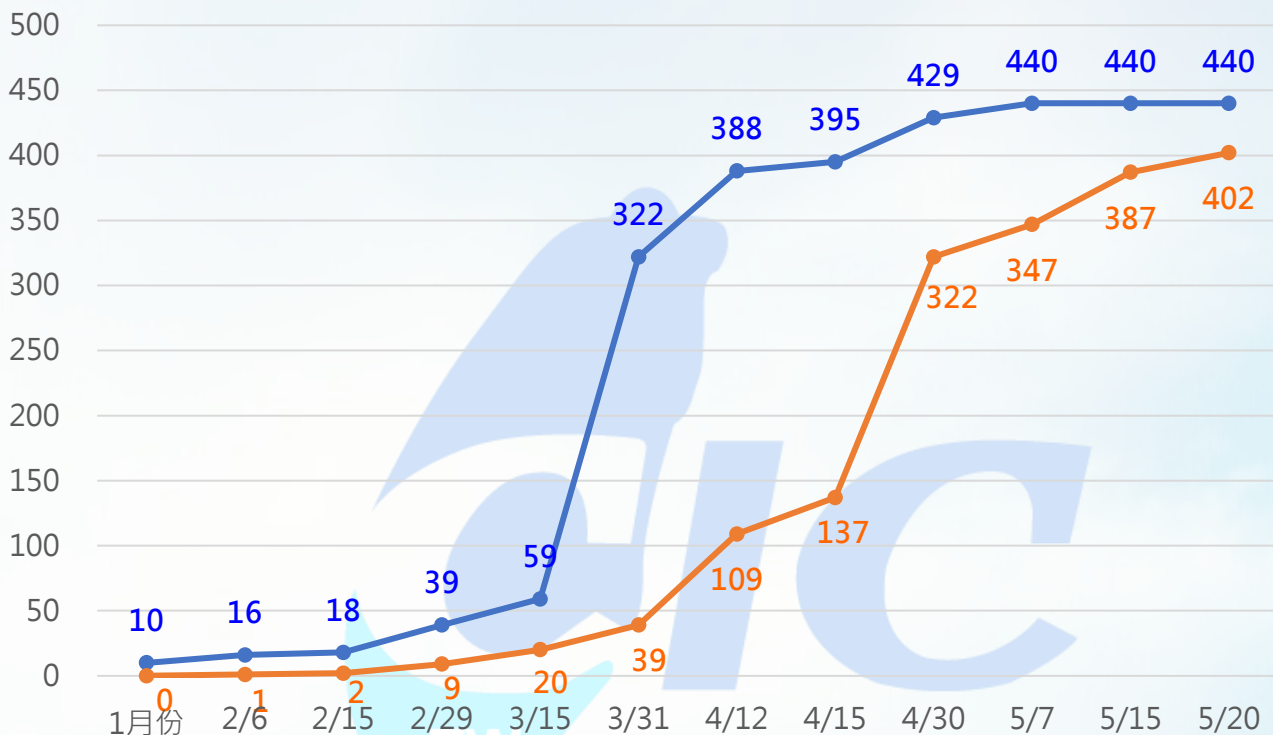
■ 總病例数



6.新冠肺炎台湾确诊、解隔离人数表(数据截至05/20)

确诊人数	解隔离人数	住院人数	死亡人数
440 ▲ 0	402 ▲ 1	31 ▼ 1	7 ▲ 0

— 确诊 — 解隔离



限制措施

1.国际疫情严峻 观光主管单位宣布出团禁令延长至6月底

新冠肺炎疫情蔓延全球，虽台湾疫情趋缓，但国际疫情依旧不容乐观。为此，观光主管单位表示，目前全球累计4百多万例确诊，分布于187个国家、地区，考虑目前国际疫情仍属严峻，为有效防疫及衡酌疫情发展，将持续暂停旅游业组团赴境外旅游及接待来台观光团体入境，从原本的5月底，延长至6月30日。这也是台湾第二度延长禁止海外团出团、接待海外团入境的禁令。

(消息来源：元气网)

1. 疫情与低油价冲击 首季制造业产值年减逾2%

受新冠肺炎疫情加上国际原油价格遽降干扰产销秩序，今年第1季制造业产值3兆846亿元，较上年同季减少2.15%，创下连续5季衰退。

传统产业需求降温，不过半导体高阶制程接单畅旺，加上服务器、网通产品业者持续扩增产线，抵销部分冲击。进一步分析各业别实际情形，电子零组件业产值年增11.51%，不仅结束连续4季的负成长，其中集成电路业年增32.15%为主要贡献来源，主要受惠于5G基础建设、高效能

运算等新兴科技应用需求增温所致。

传统产业方面，因市场需求下滑，化学原材料业、基本金属业、机械设业，产值分别年减17.80%、9.77%及10.41%。而疫情导致全球车市买气疲弱也让汽车及其零件业产值年减2.92%。

(消息来源：CNA)

2. 逆转胜 自行车5月出口爆发

台湾自行车外销市场受疫情冲击的影响显现！今年前四月电动自行车(E-Bike)出口量、出口值年增率仅剩二成多，已不复先前动辄激增五成、一倍的热度；至于传统自行车出口量与出口值同样大减三成以上。不过，随着欧美各国相继解除封城，5月起自行车买气大喷发，尤其4万元以下的运动级自行车，欧美市场需求特别旺盛，买气呈现报复性反弹，自行车大厂对第二季的营运表现充满期待，表示有机会挑战营收成长5~10%的目标。

(消息来源：工商时报)

3. 疫情导致无接触商机成常态 百货优惠走向数位化

台湾疫情暂缓，多日零确诊也带动百货人潮回流，业者观察，人潮大约回流8成，消费客单价明显提高，餐饮业绩也从疫情最严重时期的负成长4成逐渐回温，仅下滑15%。百货业者评估后疫情时期，电商、外送、无接触商机将成为新常态，因应消费者习惯的改变，也促使百货公司加速数位转型，业者近期营销活动也首度进化为电子票券，透过大规模会员折价券发送，一方面是希望推广APP下载数量，另一方面也希望让主顾客习惯电子抵用券，并为接下来周年庆暖身。

(消息来源：经济日报)