

TTR 台灣趨勢研究報告

汽車零件製造業發展趨勢

2021 年 4 月

TEL : (02)7709-1068

Email : survey@twtrend.com

Web : www.twtrend.com

汽車零件製造業發展趨勢

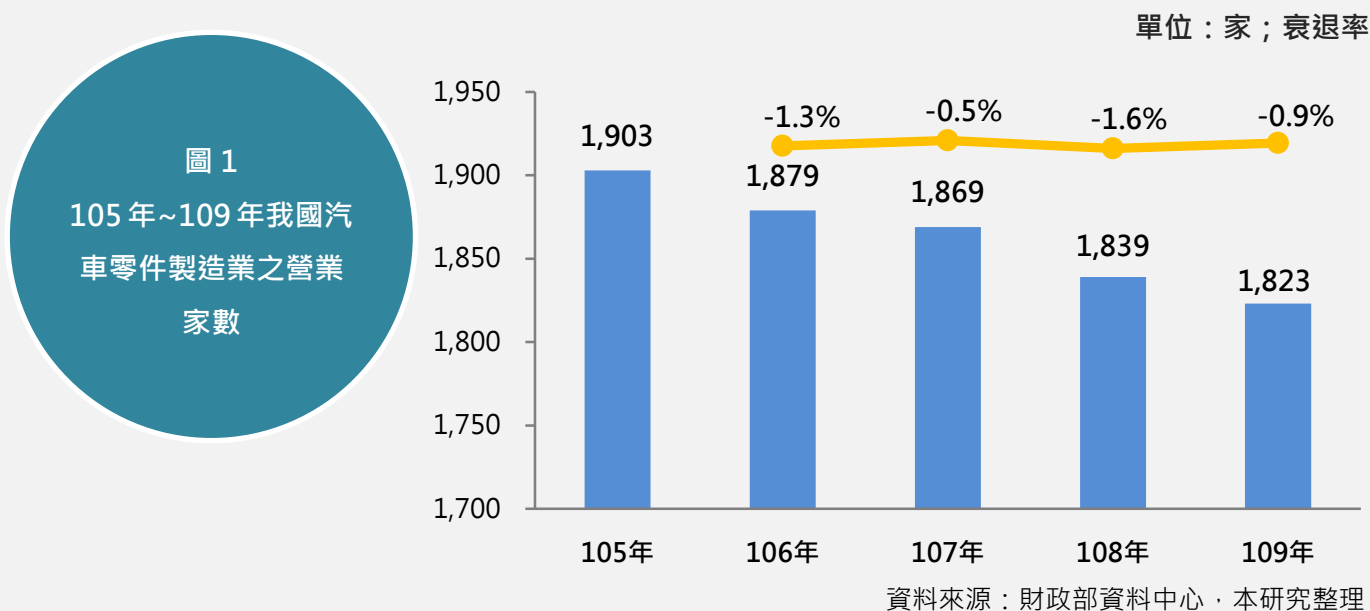
經理 石安伶
研究助理 林子傑

根據行政院主計總處於 110 年頒布之「中華民國行業標準分類」第 11 次修訂之定義，「汽車零件製造業」係指「從事汽車專用零配件製造之行業，如煞車器、齒輪箱、輪圈、懸吊避震器、散熱器、消音器、排氣管、離合器、方向盤、安全帶、安全氣囊、車門、保險桿、車用電力設備等製造；汽車座椅製造亦歸入本類。」

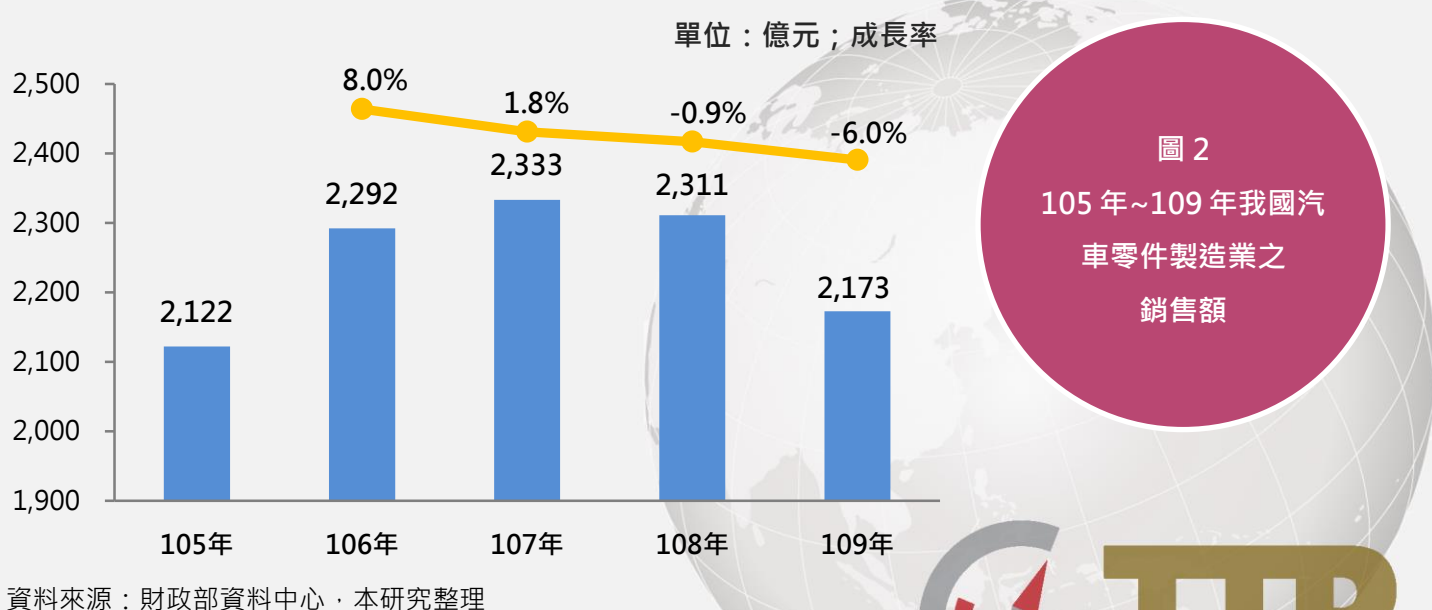
汽車工業屬於技術密集與資本密集的綜合產業，整體產業鏈體系龐大，涉及汽車製造之相關產業非常廣泛，一輛汽車大約由 3 萬多種零件組成，其中涵蓋了鋼鐵、塑膠、石化、電子等不同的產業，汽車生產同時帶動了許多周邊產業發展，因此具有「火車頭工業」之稱。汽車零件製造屬於產業鏈中的上游產業，105 年至 107 年間快速成長，根據經濟部的工業產銷存動態調查指出，汽車零件製造業之產值自 105 年首度超越汽車製造業後，近年來產值皆為整體汽車產業之首，為帶動汽車產業發展的重要推手。

我國汽車零件製造可分為兩部分：「出廠原車零件」以及「售後維修零件」。出廠原車零件的部分包含了原廠委託製造 (Original Equipment Manufacturer, OEM) 與原廠委託設計製造 (Original Design Manufacturer, ODM)，臺灣是以 OEM 代工為主，但目前部分廠商積極提升技術，以研發與設計能力吸引大型車廠委託設計，朝 ODM 的方向轉型。售後維修零件的部分包含原廠零件 (Original Equipment Suppliers, OES) 與副廠零件 (After Market, AM)，臺灣是以 AM 為主，AM 雖具有價格低廉的優勢，但是品質較容易受到質疑，因此在部分國家需要特定認證才能販售，此外 AM 的市場訂單仰賴汽車零件耗損，易受車輛持有時間、保有率影響，並且我國 AM 零件主要是以外銷市場為主，容易受到外部環境影響，因此市場來源較不穩定，且無法如同 OEM、ODM，隨著汽車生產而獲得訂單。

根據統計資料發現，我國汽車零件製造業之營業家數在過去 5 年呈現逐年下降的趨勢 (詳見圖 1)，105 年為 1,903 家，近年來逐漸下降，至 109 年為 1,823 家，年均衰退率為-1.1%。



在汽車零件製造業銷售額方面，105 至 107 年呈現上升趨勢，在 108 年之後開始下降，成長率的部分則是逐年下降 (詳見圖 2)，109 年受到全球新冠肺炎疫情的影響，銷售額大幅下降至 2,173 億元，近五年年均成長率為 0.7%。



我國汽車零件主要是以外銷市場為主，臺灣汽車零件製造業具有少量多樣以及彈性生產等優勢，在國際間具有競爭力，主要出口國家為美國。根據臺灣區車輛工業同業公會的統計資料顯示（詳見表 1），100 年至 104 年外銷金額逐年上升，至 106 年外銷金額達到 2,149 億元創近年新高；而 109 年全球疫情嚴峻，衝擊了汽車產業，零件外銷主要的歐美市場需求銳減，使得外銷金額下降至 1,927 億元，成長率大幅衰退 10.26%。

表 1 100~109 年我國汽車零件外銷金額

年度	100 年	101 年	102 年	103 年	104 年	105 年	106 年	107 年	108 年	109 年
金額 (億元)	1,848	1,948	1,979	2,077	2,145	2,113	2,149	2,147	2,148	1,927
成長率 (%)	7.88%	5.41%	1.60%	4.96%	3.26%	-1.47%	1.70%	-0.11%	0.02%	-10.26%

資料來源：海關進出口統計，台灣區車輛同業公會整理

根據上述分析結果可見，在這次新冠肺炎疫情的影響下，部分國家為控制疫情而宣布封城停工，使產業物流、供應鏈中斷，對長期依賴外銷市場的汽車零件製造業者造成大量損失，因而導致 109 年我國汽車車零件外銷金額下降許多。顯見臺灣汽車零件製造業容易受到外部環境波及，業者若希望永續經營，強化應變能力與供應鏈垂直、水平整合會是未來的經營關鍵。

此外，全球疫情橫行，民眾駕車外出的機會減少，消費模式也趨於保守，導致對於新車的需求銳減，使全球新車銷量大幅下跌，但在汽車維修方面，即便受疫情影響，汽車零件若有損毀，市場上仍然存在零件維修的需求。原則上 ODM、OEM 零件的需求，都是來自於新車生產的訂單，而 AM 零件主要的需求是來自車輛耗損的零件維修，因此相較起來，疫情對於 AM 市場的衝擊較小，新車銷售持續下跌的情況，短期反而有利於 AM 市場的發展。

隨著近年全球環保意識上升，許多汽車業者也紛紛投入電動車的研發，多國政府也以禁止或限制燃油車、提供電動車補助等政策來推廣電動車發展，未來電動車勢必逐漸普及。

電動車的蓬勃發展也為我國汽車零件製造業者帶來商機，臺灣業者也積極布局電動車市場，隨著電動車需求提升，我國業者開始跨產業整合，逐步跨足電動車用電池、LED 車燈、觸控面板等零件的研發。鴻海與裕隆亦於 2020 年宣布成立 MIH 電動車平台聯盟，整合電子科技與零件業者，帶動臺灣電動車產業的發展。

此外，為了降低交通事故的發生並改善交通壅塞的問題，近年來市場對於智慧車輛的需求也在逐漸上升，汽車大廠開始研發汽車輔助駕駛系統，推出自動駕駛汽車。另一方面，聯網功能也是近年汽車業的重點發展趨勢之一，透過車聯網技術提供駕駛重要的資訊服務，幫助汽車更精準的導航，並善用訊息整合、數據分析等工具，追求更安全、便利的駕車與交通環境。智慧車輛的趨勢，也會帶動零件業者對於智慧化零件、車用電子零件的投入，讓目前零件業者不再侷限於傳統的車用零件產品，而是多方投入功能性的零件研發，以滿足智慧車輛、車聯網技術市場中，更為強勁的客製化零件需求。

在未來，電動車與智慧車輛的崛起，將為整個汽車產業鏈帶來徹底的轉變，為因應未來市場需求與產業生態的轉變，汽車零件製造業者正逐步朝向電動化、智慧化零件的方向邁進，整合我國電子科技優勢，以打下未來市場競爭的良好基礎。