

從領導廠商看臺灣汽車零組件長期 發展策略



作者：蕭瑞聖

委託單位：經濟部技術處

執行單位：財團法人工業技術研究院
產業經濟與趨勢研究中心

中 華 民 國 1 0 1 年 1 0 月

摘要

進入 21 世紀，國際大型車廠面臨產能過剩與美國、歐盟、日本等 3 大汽車市場發展遲緩影響，過去這段期間大型車廠透過不斷整併、策略聯盟、股權購買等策略，加上最近幾年金磚 5 國、東南亞國家、東歐、南美等汽車新興市場興起，汽車銷售量已超過先進國家，未來汽車產業將加速區域分工與車廠重整腳步，全球化供應體系將主導汽車零組件發展，汽車產業版圖將出現重大變革。

台灣汽車產業受限於內需市場關係，同樣出現國內市場趨緩，產能過剩的困境，在各個區域國家相互簽署自由貿易協定(FTA)環境下，台灣汽車零組件產業所面臨的衝擊將遠大於汽車整車廠，台灣汽車零組件廠商多以出口為導向，面臨新興國家汽車低價化、小型車、先進國家零組件高值化、新能源車輛等多樣化需求，台灣汽車零組件廠商宜檢視並調整長期發展規劃，建立台灣區域分工的策略性地位，以維持產業競爭優勢並拓展國際市場。

台灣汽車零組件廠商多屬中小型企業，受限於國內汽車維修市場，甚高比例從事全球零組件外銷，且多以售後服務市場(AM)為主，售後服務汽車零組件屬少量多樣特性，原廠委託製造(OEM)零組件屬少樣多量特性，越來越多台灣汽車零組件領導廠商具備產品優勢，藉由各種行銷網路與據點、發貨倉庫、國外設廠現地供應、技術合作、合資等方式，進入國際大型車廠原廠委託製造零組件供應體系，無論是售後服務市場或原廠委託製造，領導廠商布局全球市場多年，值得汽車零組件廠商借鏡效法之處。

本專題擬以汽車零組件領導廠商為研究對象，敘述汽車零組件全球供應型態、探討汽車零組件產業特性、領導廠商產業競爭優勢，歸納與整理領導廠商進入全球汽車售後服務市場或原廠委託製造供應鏈的實例，希望藉由專題研究的過程，達到檢視全球汽車零組件市場與台灣汽車零組件產業優勢產品供應鏈缺口、尋求汽車零組件廠商在有限的資金與市場規模下，最佳化發展與進入新興市場策略。



目 錄

第一章	緒 論	1-1
第一節	研究動機與目的	1-1
第二節	研究範圍與架構	1-2
第三節	研究限制	1-3
第四節	研究方法與流程	1-4
第二章	全球汽車與零組件市場分析	2-1
第一節	全球汽車產業規模與市場概況	2-1
第二節	先進國家汽車零組件供需市場	2-3
第三節	新興國家汽車零組件供需市場	2-7
第三章	汽車零組件產業分析	3-1
第一節	汽車零組件產業特性與企業文化	3-1
第二節	汽車零組件國際分工型態	3-5
第三節	AM 與 OEM(Tier)汽車零組件產業差異分析	3-8
第四節	汽車零組件發展趨勢	3-12
第四章	台灣汽車零組件產業分析	4-1
第一節	台灣汽車零組件產業現況	4-1
第二節	台灣汽車零組件進入全球市場概況	4-5
第三節	汽車零組件領導廠商競爭分析	4-10
第四節	台灣汽車零組件領導廠商瓶頸、機會與課題	4-18
第五章	汽車零組件領導廠商佈局全球市場案例探討	5-1
第一節	領導廠商從 AM 轉型 OEM 供應鏈實例	5-3
第二節	領導廠商供應車廠 OEM 系統實例	5-4

第三節	領導廠商與國外 Tier1 技術合作實例	5-6
第四節	領導廠商進入保安類 OEM 供應鏈實例	5-7
第六章	台灣零組件廠商長期發展策略	6-1
第一節	台灣零組件廠商進入新興國家市場模式	6-1
第二節	零組件廠商因應策略	6-6
第七章	結論與建議	7-1
第一節	結論	7-1
第二節	建議	7-5



圖目錄

圖 1-1 專題研究範圍	1-2
圖 1-2 專題研究流程	1-4
圖 2-1 全球汽車產業規模與市場	2-1
圖 2-2 新興國家汽車產業規模與市場	2-2
圖 2-3 先進國家與新興國家汽車與零組件供需分析	2-2
圖 2-4 2006~2010 年美國零組件市場分析	2-3
圖 2-5 2006~2010 年日本汽車零組件銷售統計	2-4
圖 2-6 2007~2011 年德國汽車零組件銷售分析	2-5
圖 2-7 2007~2011 年韓國零組件銷售分析	2-6
圖 2-8 2008~2012 年中國大陸汽車銷售量分析	2-9
圖 2-9 2011 年中國大陸汽車銷售產品別分析	2-9
圖 2-10 2011 年中國大陸主要車廠銷售比較	2-10
圖 2-11 中國大陸汽車零組件及其配件產值預測	2-11
圖 2-12 中國大陸進口汽車零組件種類分析	2-12
圖 2-13 中國大陸出口汽車零組件種類分析	2-13
圖 2-14 進口中國大陸汽車零組件國家分析	2-14
圖 2-15 2012 年巴西零組件銷售總額預測	2-15
圖 2-16 汽車零組件進口至印度之地區或國家	2-18
圖 2-17 印度汽車零組件出口之地區或國家	2-18
圖 2-18 印度汽車零組件進出口值預測	2-19
圖 2-19 俄羅斯汽車產量預測	2-20
圖 2-20 俄羅斯汽車市場預測	2-21

圖 2-21 俄羅斯汽車零組件市場預測	2-23
圖 2-22 南非汽車銷售量預測	2-24
圖 2-23 南非汽車零組件出口值	2-25
圖 2-24 泰國汽車產銷分析	2-30
圖 2-25 印尼汽車產量預測	2-31
圖 2-26 馬來西亞汽車銷售量	2-33
圖 2-27 菲律賓汽車銷售量	2-34
圖 2-28 越南汽車零組件進口國家	2-36
圖 3-1 汽車零組件國際分工的型態	3-5
圖 4-1 台灣汽車零組件產業鏈	4-2
圖 4-2 台灣汽車(含汽車零組件)產業聚落	4-4
圖 4-3 台灣汽車零組件進入全球市場分類	4-5
圖 4-4 2010~2014 年我國汽車零組件內需市場規模	4-7
圖 4-5 我國汽車零組件主要進口國家	4-8
圖 4-6 我國汽車零組件主要出口市場	4-8
圖 4-7 我國汽車零組件產銷分析	4-9
圖 5-1 領導廠商從 AM 轉型 OEM 供應鏈實例	5-3
圖 5-2 零組件領導廠商供應車廠 OEM 系統實例	5-5
圖 5-3 零組件領導廠商與國外 Tier1 技術合作實例	5-6
圖 5-4 領導廠商進入保安類 OEM 供應鏈實例	5-8
圖 6-1 台灣零組件廠商進入新興國家市場可能的模式	6-5
圖 6-2 台灣零組件廠商進入新興國家市場策略	6-7
圖 6-3 從 ICT 競爭優勢進入新興國家市場策略	6-8

表目錄

表 2-1	俄羅斯適用汽車零組件進口關稅新優惠稅制與舊稅制的 主要條件	2-22
表 2-2	東盟國家汽車與零組件產銷概況	2-27
表 2-3	泰國主要車廠生產動向	2-28
表 3-1	感測器環境特性	3-13
表 4-1	台灣汽車零組件產業競爭力分析	4-13



第一章 緒 論

第一節 研究動機與目的

汽車零組件與汽車整車廠息息相關，全球汽車廠重整行動，也帶動全球汽車零組件廠商版圖重新整合，無論是汽車整車廠或汽車零組件廠，全球化採購、跨國供應與模組化生產，都是未來產業生存競爭的重要策略。

在整車廠模組化與區域化發展的同時，將重整汽車零組件供貨層級與方式，且因應汽車智慧化趨勢與新能源車輛相繼導入市場，都會改變全球汽車零組件供需狀況，台灣汽車零組件廠商宜掌握汽車產業發展趨勢，並制定長期發展策略，尋找機會進入全球汽車零組件供應鏈。

目前先進國家汽車市場成長趨緩，汽車與零組件產業逐漸往金磚五國與東盟等新興國家移動，在這波汽車零組件產業變革中，台灣汽車零組件廠商還有甚麼機會？如何做長期因應策略？台灣汽車零組件廠商已具備紮實零組件開發、逆向設計、模具開發與彈性製造等競爭能力，惟受限產品屬性、技術來源與整車廠內需等因素，專注於全球售後服務零組件，不易建立自主研發能力與國際市場開拓。

本專題研究目的旨在：

第二章 全球汽車與零組件市場分析

第一節 全球汽車產業規模與市場概況

圖 2-1，是全球汽車產業規模與市場，新興國家：經濟發展伴隨汽車消費數量增加→低價車出現，先進國家：成熟且穩定的市場，多樣化消費需求→先進安全與潔淨能源(電動化車輛)消費取向。



資料來源：FOURIN(2011/12)；工研院 IEK(2012/07)

圖 2-1 全球汽車產業規模與市場

圖 2-2，新興國家汽車產業規模與市場，中、巴、印、俄、南非等金磚五國汽車銷售全球佔比由 2007 年 22.6%增至 2011 年 36.5%，加上東歐、東南亞、中東、非洲等新興國家銷售總數佔比 53.2%，已超過歐美日等先進國家；圖 2-3，是先進國家與新興國家汽車與零組件供需分析，無論就汽車保有量 AM 市場與新車 OEM 市場，新興國家未來都將呈現成長態勢。

第三章 汽車零組件產業分析

第一節 汽車零組件產業特性與企業文化

汽車工業是高精密度、技術性、且須高度整合之綜合產業，其產品從開始的市場調查、產品的研究開發、生產製造到銷售回饋為止，開發週期長(約 3~4 年)，其生產製造流程亦相當複雜，牽涉範圍極廣，相關零組件衛星廠商涉及百家，需要各種產業的相互配合。一部汽車由約 3 萬個零組件所組成，而各種零組件使用的材料包括鋼鐵、非鐵金屬、橡膠、玻璃、石棉、陶瓷、纖維及石油化學業，零組件的製造方式則包含了鑄造、沖壓、鍛造、機械加工與熱處理等工序，完成的零組件經過品質檢驗合格後，再運送至中心廠進行組裝工作。中心廠組裝汽車的過程包括車體焊接、塗裝、部分零組件之預組裝，最後進行整車裝配。一部完整汽車在出廠前必須通過各種不同條件的檢驗與測試標準，經確認合格之後，安全可靠的汽車才算生產完成。

汽車零組件產業特性如下：

一、量產經濟規模

第四章 台灣汽車零組件產業分析

第一節 台灣汽車零組件產業現況

一、台灣汽車零組件產業鏈

圖 4-1，是台灣汽車零組件產業鏈，台灣汽車工業及其零組件工業構成一典型的中衛體系，中心車廠將零組件外包給一級(Tier1)衛星廠，一級衛星廠再將細部零組件轉包給第二級、第三級衛星廠，形成多層次的金字塔型分工結構，台灣 10 家車廠旗下的 OEM 零組件廠約 400 家，若加上第二級、第三級衛星廠，以及供應售後維修體系的零組件廠，台灣汽車零組件廠商赴中國大陸投資亦有近百家。目前廠商大多已藉由局部製程自動化而發展出少量多樣的彈性製造技術，品質亦已迎頭趕上國際水準。

第五章 汽車零組件領導廠商佈局全球市場案例探討

Acer 為台灣早期投入至國際市場發展自創品牌的開拓者，隨後許多台灣自創品牌廠商的國際化發展歷程亦如同 Acer 一般，以歐美為國際市場布局為起點，近年來隨著中國大陸與其他新興國家市場經濟興起，除了歐美主流市場之外，台商亦可憑藉同文同種或地理位置較近等優勢，開創其他更有利的發展選擇，探討台灣廠商在發展自創國際品牌或進入國際主要車廠零組件供應鏈的歷程中是基於何種策略考量因素，制訂國際化發展決策？面對現階段多樣化的產業環境發展，是否又有不同思維的策略考量？同時考量台灣汽車零組件廠商在國際市場中的品牌經營方式為何且過程中又遭遇了哪些組織面的問題與衝擊？台灣汽車零組件廠商如何制定長期發展策略與爭取商機等？

本章節擬就 AM 零組件領導廠商國際化布局、進入全球市場策略與如何進入全球主要車廠 OEM 供應鏈作案例探討，列舉領導廠商布局實例，據以提供汽車零組件廠商學習借鏡...

第六章 台灣零組件廠商長期發展策略

第一節 台灣零組件廠商進入新興國家市場模式

圖 6-1，是台灣零組件廠商進入新興國家市場考量變數與可能的進入模式：

一、進入條件變數

考量台灣零組件廠商競爭優勢、人才、產品、管理與成本優勢等，零組件廠商在全球市場永續經營方式之一是零組件供應當地化，可提升對零組件交期與成本的競爭優勢，也是零組件全球化供應的發展趨勢。

新興國家汽車零組件受限於該國製造精度、加工技術、技術人力等因素，容易導致品質不佳的問題，是導致全球大型車廠無法大量採購，或換購其他新興國家所生產的零組件的因素之一，隨著跨國零組件廠不斷加強與新興國家合資或轉投資機會，實現零組件在地化製造、銷售或調度，整車組裝成本才能更具競爭能力....

第七章 結論與建議



從領導廠商看台灣汽車零組件 長期發展策略

全本電子檔及各章節下載點數，請參考智網公告

電話 | 02-27326517

傳真 | 02-27329133

客服信箱 | itismembers@micmail.iii.org.tw

地址 | 10669 台北市敦化南路二段 216 號 19 樓

劃撥資訊 | 帳號：01677112

戶名：財團法人資訊工業策進會

匯款資訊 | 收款銀行：華南銀行—和平分行

(銀行代碼：008)

戶名：財團法人資訊工業策進會

收款帳號：98365050990013 (共 14 碼)

服務時間 | 星期一~星期五

am 09:00-12:30 pm13:30-18:00



經濟部技術處產業技術知識服務計畫

如欲下載此本產業報告電子檔，

請至智網網站搜尋，即可扣點下載享有電子檔。

ITIS 智網：<http://www.itis.org.tw/>