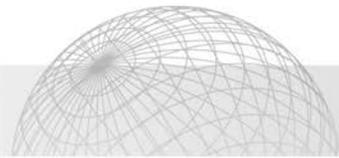


# 中國大陸汽車電子市場商機與 兩岸競合策略研議

石育賢

- 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
- 出版日期：中華民國101年10月



# 摘要

## 一、中國大陸汽車電子深具潛力

中國大陸汽車市場仍為全球之冠：汽車市場銷售量在 2012 年約為 1,870 萬輛，將近全球 1/4 的市場，因此帶動汽車電子後續零組件 10 年以上的訂單商機。估計到 2020 年中國大陸汽車可達 4,000 萬輛的產能，在歐美日的本國市場接近飽和，中國大陸成長最為快速情況下，預估汽車電子商機在 2015 年上看 5,000 億元人民幣，故成為各國車電大廠爭奪之區。

十二五計畫政策支撐新能源車關鍵系統、『汽車產業調整和振興規劃』以及『電子信息產業調整與振興規劃』等政策，對汽車電子關鍵零組件國產化提出較為詳細的規定。2012 年中國大陸推出試點城市擴及 20 城千輛示範應用計畫，5 個城市對個人購車進行購車補貼計畫，以及新能源汽車產業聯盟與地方政策鼓勵，預估 2020 年新能源車輛目標為 500 萬輛，將成為全球主要的新能源車輛發展區，也帶動電子驅動系統、零組件與充電服務商機。

## 二、中國大陸車電領域能量逐漸建立

中國大陸航盛、啟明二家承接東風、一汽集團的汽車電子產品，航盛發展車用音響、車載娛樂產品，啟明發展 D-Partner 的車載資通訊服務。售後服務業者：可攜式導航裝置為有城際通、長虹、航太無線、經緯智達等；車載導航設備如新科、合眾思狀、中恒；車載導航語音機有航盛電子、鐵將軍、華洋、天派、創維、歐華、路暢、索菱等；乘用車的車載服務商有賽格、領航通、星軟、九通、奇華等；商業用車載服務商有北京、山東九通、亞太安訊、深圳宇易通、深圳複拓等，主要車廠為上汽通用、一汽、廣州豐田等車廠漸漸導入當地市場。

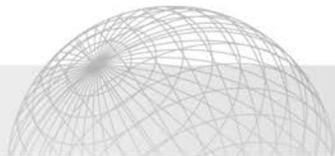
另，中國大陸電子元件百強前十名主要企業如亨通集團、永鼎集團、上海飛樂、浙江富春江通信集團、通光集團等，均具備集團內跨領域整合優勢，對於車用電子新興領域處於摸索，故從週邊產品先行切入車電領域。

中國大陸吉林大學、清華大學、天津大學、上海交大、同濟大學、湖南長沙大學重慶大學、哈爾濱工業大學等知名學府也與企業進行產學合作。

### 三、中國大陸汽車電子發展瓶頸

汽車電子代表汽車智慧化程度，中國大陸雖為汽車銷售大國，但在汽車電子總體實力表現不及國外車電廠商。不論在企業規模、自主創新、技術水準、市場開拓的經驗尚無法形成類似台灣的產業聚集具規模效益，因此中國大陸的汽車電子產值產值最多不超過為 10%，中國大陸的產品多為附加價值低的音響和導航產品，綜整中國大陸汽車電子面臨的瓶頸如下：

- 汽車電子未掌握核心技術
- 自有品牌在整車廠與零組件廠之關係若即若離
- 汽車電子採用國際大廠將近 90%
- 零組件產業面臨供應體系與資金交易環境的挑戰
- 部分自有品牌車廠沒有建立車用電子零組件採購的體制
- 外商獨資或要求控股，自有技術開發因此受限



## 四、日本進入中國大陸車電的機會與瓶頸

### (一)2012 汽車銷售未如預期，將影響日系車電業者商機

2012 年中國大陸因為經濟減速成長與沿海城市限牌政策祭出，預估到年底汽車銷售為 1,869 萬輛，原先日本豐田將今年集團總目標設定為超過 1,000 萬輛，但是在九月發生『釣魚台事件』，造成日本車廠如豐田、日產、本田三家公司比 2011 年同月銷售下降 48.9%、35.3%、40.5%，未來是否繼續減產或到亞洲其他新興地區發展將值得關注。歐、美、韓等汽車集團車廠市場銷售則直線上升，韓系提前達到預定銷售目標。

### (二)台日汽車電子產業策略

日本受 2011 年 311 大地震、6 月泰國水災及 2012 年『釣魚台國有化』事件影響日本汽車與汽車電子廠商的營收在中國大陸市場之發展，也會影響日系汽車電子產業的成長。台日企業在傳統機械、汽車整車、機械類的汽車零組件具有長期合作的關係，台日 311 大地震後簽署台日合作備忘錄，將台灣作為日本海外發展車電的腹地以及提升台灣車電能量為其策略，故建議：

1. 日本車電大廠來台設置研發中心：藉由日系車電系統大廠指導，提升台灣自家產品的質量，積極參與日本跨國公司產業鏈中一環，或獨立作為車輛電子零組件供應商。
2. 透過國內政府協助進行國際結盟：與日系企業合作或併購減少雙方資源重複，積極與日本企業進行技術合作，購買日本產品、技術、關鍵設備進行移轉。
3. 透過 V C 與國際車電業者合作：台灣應適時併購或入股陷入困境的日本中小企業，獲得產品品牌、技術、取延伸產業鏈，努力提高零組件的水準。

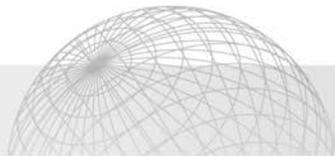
4. 同步開發中國大陸當地車電系統：建立日系整車與台灣電子零組件在車用電子系統與元件的合作關係，專利與智權共享。
5. 透過日系車電廠進入車電領域：因資訊電子與車輛產業生態不同，為提高台灣企業自身研發能力，台灣電子零組件從重視與學習日系製造技術和裝備技術，學習提高效率與質量、降低生產成本的作法以提昇產品市場競爭力。

## 五、兩岸汽車電子產業策略研擬

### (一)台中汽車電子產業策略：ECFA 下一波清單應加入汽車電子與電動車關鍵零組件項目用國產零件化換整車進口

近三年來電電公會籌組汽車電子考察團至中國大陸各地車廠進行交流參訪活動，三年來參訪大陸車廠近 60 家，協助電子、資訊、通訊業者與中國大陸車廠建立人脈關係，已有主動安全系統、汽車天線、汽車點煙器、電磁閥、繼電器、影音娛樂系統、導航系統等產品業者進入車廠供應鏈。目前兩岸產業交流正處火熱時期，中國大陸政府單位也在努力尋找解決汽車電子關鍵技術被外資大廠控制的方案，加上石油需求龐大，不得不加緊推動電動車產業，但又苦於目前產業技術跟不上政策需求，在這個時期是我國汽車電子及電動車產業進入中國大陸市場的最佳時機。

中國大陸汽車產銷量以 2011 年統計為 1,850 萬輛，隨著汽車品質提升，對汽車電子產品需求日益增加，現今大陸汽車電子市場幾乎為外資所占有。由於汽車產業供應體系極為封閉、門檻甚高，因此切入難度極高，須經多重認證才有機會成為一階或二階之供應商。值此兩岸交流日益熱絡之際，中國大陸十二五計畫推動新能源汽車產業等因素，勢必帶動電動車用電子配套供應市場，因此汽車電子與電動車關鍵零組件是值得積極培育及扶持下世代明星產業，期盼能借助政府力量幫助台灣汽車電子產業進入大陸車廠供應鏈，為業者尋求商機。



台灣首批 ECFA 539 項早收清單中與汽車零部件相關的項目以橡膠、機械件為主，汽車電子項目甚少列入，2011 年台灣汽車電子產值約為新台幣 1,012 億元，相關業者共計有數百家大多是以中小企業為主，相關就業人口高達十幾萬人，為幫助台灣電子產業切入大陸汽車產業供應鏈，建議 ECFA 後續談判中，同意開放大陸汽車整車進口配額時，以相當於大陸汽車電子產值(2012 年預估為三千億人民幣)的十分之一份額換取採購以台灣為生產地之汽車電子產品。

## (二)台灣汽車電子發展策略之建議

### 1. 技術面建立汽車電子系統產品與車用半導體檢測驗證能力與單一窗口

由經濟部標準檢驗單位建立檢測技術平台，結合各檢測機構之能量並成為單一受理窗口，提供台灣、中國大陸、日本、歐洲等國際標準規範與車廠廠規一系列完整的驗證測試等認證服務，使廠商能於更有效的時程內，完成國際標準或廠規之嚴苛要求。

#### (1) 建立車用 MCU 標準與車用控制器晶片設計技術的完整流程

建議規劃先建立車用類比電流感知控制與車用控制器晶片設計技術的完整流程，包括完整的車規可靠性測試與驗證程序，其中包括建立 AEC-Q100 可靠度測試、加強晶片驗證，開發趨近於 0 PPM 之技術等，應加強建置基礎能量，才有能力與國際大廠對接。

#### (2) 汽車電子研發能量整合並加強彼此的合作溝通

建議經濟部整合法人與業界能量投入汽車與電動車關鍵零組件技術開發。科研法人與一般業者透過研發聯盟及產學合作模式更應建立相關輔導與鼓勵政策，結合雙方專長技術、人力與設備，合作執行研發工作。

已購入檢測設備，應該發揮檢測設備功能極大，以減少重複投資並移除國內 IC 業者進入車用晶片的障礙。

車用影像處理產品、車用 ECU、電動車關鍵零組件，如：馬達、電池管理系統、電力電子零組件開發應用方面，應協助業者與國內外自有品牌車廠結盟合作，提供車電業者與車廠共同開發產品之測試試驗，逐步建立其口碑，讓業者不再擔憂研發的產品沒有出海口。

### 2. 人才面系統化培育專業人才

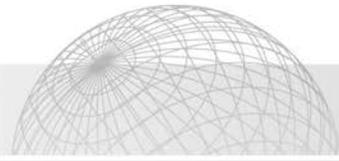
建議由法人單位蒐集汽車電子及車廠業界需求，照每個法人單位的專業背景規劃專門課程，聘請國內外專業講師，蒐集各國及各車廠法規、認證資訊。同時提供策略發展誘因，引導人才直接進入國內產業鏈就位，以因應未來車電人才供給。

### 3. 鼓勵國際車用電子大廠來台及協助業者進入國際供應鏈

建議經濟部與貿協應編列相關預算項目，每年針對國際一階車用電子大廠來台參展，並舉辦論壇、採購會等對接交流活動給予誘因，以帶動整體展覽效益，讓台灣消費性電子與民眾見識國際一階大廠在車用電子每年所推出新產品新技術，也讓一階大廠了解台灣車電業者技術能量，增加雙方互動交流，進而促成業者進入其供應鏈。

### 4. 政府、學校與公協會相關計畫配套加值

建議國科會、經濟部先以所編列相關預算支持法人單位或學界單位的技術先就技術與政策項目進行盤點，市場拓展透過電電公會、車輛公會、國貿局、投資業務處合作邀請國內汽車電子業者每年籌組參訪團，藉由經濟部所屬單位及外交部駐外單位的協助，拜會德、美、日及新興市場國家汽車電子企業及整車企業，進行交流互動，協助業者建立車界網絡關係或簽署 MOU，此對於國內業者進入國際供應鏈也能有所助益。

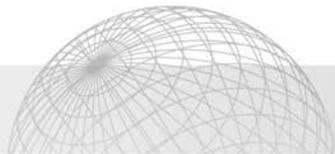


政府應同時並重視國內整車產業與汽車電子產業，尤其汽車電子產業在日後不論是傳統汽車或是新能源汽車所占的成本比例是逐年增加，掌握關鍵的汽車電子技術與關鍵零組件，才能使台灣在未來全球的汽車產業鏈擁有自己的一片天。



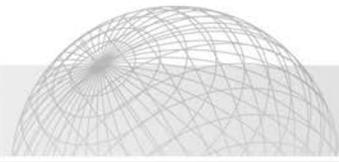
# 目 錄

<b>第一章 研究動機與產業範疇</b> .....	<b>1</b>
第一節 研究動機 .....	1
一、中國大陸蟬聯全球汽車產銷之冠且約全球 1/4 市場 .....	1
二、我國推動智慧電動車產業 .....	2
第二節 汽車電子產業範疇 .....	3
<b>第二章 全球汽車電子市場與應用</b> .....	<b>5</b>
第一節 全球汽車電子產業 .....	5
一、全球汽車電子產值預測 .....	5
二、全球車電領導廠商排名 .....	6
第二節 汽車電子系統與應用 .....	7
一、車載駕駛資訊與多媒體系統.....	7
二、主動/被動安全服務系統 .....	8
三、車身電子系統 .....	9
四、車用保全系統 .....	10
五、底盤懸吊系統 .....	11
六、引擎動力系統 .....	12
第三節 次世代汽車電子產品突破以往窠臼 .....	13
一、人機介面將成為汽車電子明日之寵.....	13
二、次世代有感移動生活應用時代來臨.....	19
<b>第三章 中國大陸汽車市場分析與產業聚落掃描</b> .....	<b>25</b>
第一節 中國大陸整車與外資合縱關係 .....	25
第二節 中國大陸整車市場競爭愈趨白熱化 .....	26
一、2011 年內銷市場呈現小幅成長 .....	26
二、中國大陸合資銷售分析 .....	28
三、中國大陸本土銷售分析 .....	30
第三節 2015~2020 各車廠產銷規劃 .....	31



一、2015 年外資、自有品牌車廠各有規劃 .....	31
二、2020 中國大陸汽車年產量與投產規模 .....	33
第四節 中國大陸汽車電子與零組件聚落分析 .....	34
一、六大產業聚落約佔全國產量佔八成.....	34
二、汽車電子與零組件資源區域優勢與瓶頸分析.....	36
三、東北地區重點廠商與發展特色.....	37
四、京冀地區重點廠商與發展特色.....	39
五、華中地區重點廠商與發展特色.....	40
六、長江三角洲地區重點廠商與發展特色.....	41
七、西南地區地區重點廠商與發展特色.....	42
八、珠江三角洲地區重點廠商與發展特色.....	44
<b>第四章 中國大陸汽車電子商機.....</b>	<b>45</b>
第一節 中國大陸汽車電子市場預測 .....	45
一、2020 市場潛力預測 .....	45
第二節 車載資訊娛樂產業潛力 .....	47
一、車載導航市場分析 .....	47
二、車載娛樂市場分析 .....	49
三、車用顯示市場分析 .....	50
第三節 先進駕駛安全輔助系統 .....	52
一、2012 年中央實施條例有利安全輔助系統發展.....	52
二、車用安全輔助駕駛產品潛力.....	53
第四節 車身電子產業 .....	56
一、車用空調(HVAC)裝置 .....	58
二、先進車用照明系統 .....	58
<b>第五章 關鍵課題 .....</b>	<b>59</b>
第一節 市場競爭與技術創新帶動汽車電子發展 .....	59
一、市場競爭激烈帶動車型擴張.....	59
二、與外資車電業者合作展開 .....	59
三、車聯網帶動車廠與通訊業合作.....	62

四、IEK 建議 .....	64
第二節 中國大陸新能源車關鍵系統機會分析 .....	65
一、前言 .....	65
二、中國大陸新能源產業策略 .....	65
三、2020 年中國大陸新能源車輛發展指標 .....	67
四、國際車展在中國大陸展現技術多樣化特點 .....	68
五、2010~2020 美日開發成本指標要求 .....	69
六、中國大陸務實面對技術與成本挑戰 .....	71
七、IEK 建議 .....	73
第三節 下一波新興汽車發展地帶潛力探索 .....	75
一、前言 .....	75
二、華中地區發展潛力 .....	75
三、華中地區之供應體結構比較 .....	76
四、各區比較 .....	77
五、IEK 建議 .....	81
第四節 釣魚台事件重創日本汽車在中國大陸銷售市場業績，誰蒙其利？ .....	82
一、前言 .....	82
二、日系汽車銷售深蒙其害 .....	82
三、韓系、歐系、美系銷售直線上升 .....	83
四、日系車廠短期以減產作為對應 .....	84
五、IEK 建議 .....	84
<b>第六章 總 結 .....</b>	<b>87</b>
第一節 台灣汽車電子產業優勢與發展建議 .....	87
一、汽車電子優勢 .....	87
第二節 中國大陸汽車電子之發展 .....	91
一、中國大陸汽車電子深具潛力 .....	91
二、中國大陸汽車電子發展瓶頸 .....	91

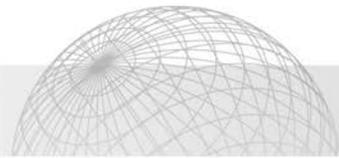


第三節	兩岸汽車電子競合策略 .....	93
一、	ECFA 下一波應加入汽車電子與電動車關鍵零組件項目， 以台灣零組件國產化出口換中國大陸整車進口 .....	93
二、	台日汽車電子合作提升車電系統端與高值化策略 .....	94
第四節	對台灣汽車電子發展之建議 .....	96
一、	技術面應強化測試驗證 .....	96
二、	人才面系統化培育專業人才 .....	97
三、	鼓勵國際車用電子大廠來台及協助業者進入國際供應鏈 .....	97
四、	政府、學校與公協會相關計畫配套加值 .....	98



# 圖目錄

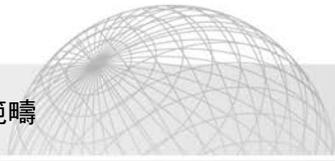
圖 1-1	我國智慧產業範疇 .....	2
圖 1-2	汽車電子應用項目示意圖 .....	3
圖 2-1	2011~2020 年全球汽車電子市場比例 .....	5
圖 2-2	全球前 25 大汽車電子相關業者營收排名 .....	6
圖 2-3	智慧型手機與車載機應用的銜接與比較 .....	15
圖 2-4	美國用汽車電子結合雲端打造智慧戰警 .....	20
圖 2-5	日本新一代駕駛輔助系統 .....	21
圖 2-6	美國擴充實境增進駕駛行駛道路識別度 .....	22
圖 2-7	傳統產品再加值-雲端與車用導航裝置豐富未來生活旅遊 .....	23
圖 3-1	中國大陸近十年汽車市場成長分析 .....	27
圖 3-2	中美歐日韓在中國大陸汽車市場競爭態勢 .....	28
圖 3-3	合資品牌銷售市佔比例趨於上風 .....	29
圖 3-4	本土品牌車款市佔比例下滑 .....	30
圖 3-5	2020 中國大陸汽車產量預測圖 .....	33
圖 3-6	中國大陸汽車電子與零組件六大產業聚落 .....	35
圖 4-1	2011~2020 年中國大陸汽車電子預測 .....	46
圖 4-2	2012~2020 年中國大陸導航系統銷量預測 .....	49
圖 4-3	中國大陸車載導航/娛樂品牌市佔率-2010 .....	50
圖 4-4	2010~2020 年中國大陸車用顯示裝置市場規模及平均單價預測 .....	51
圖 4-5	2012~2020 年中國大陸駕駛安全輔助系統市場預測 .....	54
圖 4-6	2020 年車用影像系統市場潛力 .....	55
圖 4-7	2012~2020 年中國大陸車身電子市場產值預測 .....	57
圖 5-1	全球車用半導體進入中國大陸經營合作狀態 .....	60
圖 5-2	中國大陸車載資訊系統 .....	63
圖 6-1	2011 台灣汽車電子逐年成長 .....	87
圖 6-2	台灣汽車電子產業鏈 .....	90



## 表目錄

表 2-1	車載資訊與多媒體系統 .....	7
表 2-2	主動/被動安全服務系統 .....	8
表 2-3	車身電子系統 .....	10
表 2-4	車用保全系統 .....	11
表 2-5	底盤懸吊系統 .....	11
表 2-6	車用引擎/動力系統 .....	12
表 2-7	國際車廠與資通訊大廠合作展開新服務產品 .....	14
表 2-8	智慧型手機與現有車載機的差異化分析 .....	16
表 2-9	2020 年車載 HMI 介面在輸入、輸出、軟體之進程 .....	18
表 3-1	中國大陸車廠與外資合作關連表 .....	25
表 3-2	2000~2011 年中國大陸汽車生產與銷售趨緩 .....	26
表 3-3	中國大陸汽車生產量競爭區隔分析-中日歐美韓 .....	27
表 3-4	合資品牌銷售實績 .....	28
表 3-5	本土品牌銷售實績 .....	30
表 3-6	2011~2015 外資集團在中國大陸產銷與擴增計畫 .....	31
表 3-7	2011~2020 年本土汽車集團在中國大陸的銷售目標量 .....	32
表 3-8	中國大陸六大汽車產業聚落基本數據分析 .....	34
表 3-9	各行政區特點與新能源車發展目標 .....	35
表 3-10	東北地區產業聚落資源優勢與瓶頸 .....	38
表 3-11	京冀地區產業聚落資源優勢與瓶頸 .....	39
表 3-12	華中地區產業聚落資源優勢與瓶頸 .....	41
表 3-13	長江三角洲產業聚落資源優勢與瓶頸 .....	42
表 3-14	西南地區產業聚落資源優勢與瓶頸 .....	43
表 3-15	珠江三角洲產業聚落資源優勢與瓶頸 .....	44
表 4-1	中國大陸車廠在車聯網的應用 .....	47
表 4-2	2012~2020 年中國大陸導航系統銷量預測 .....	48
表 4-3	2012~2020 年中國大陸車載娛樂設備平均單價預測 .....	49

表 4-4	2010~2020 年中國大陸車用顯示裝置台數預測 .....	51
表 4-5	2012~2020 年中國大陸車身電子市場規模預測 .....	56
表 4-6	2012~2020 年中國大陸車身電子平均單價 .....	57
表 5-1	中國大陸車廠與國際業者在汽車電子跨國合作項目 .....	61
表 5-2	中國大陸車廠與通訊業在汽車電子產業之合作動向 .....	62
表 5-3	車廠與通訊業者在車用 AV/通訊零組件合作動向 .....	63
表 5-4	十二五規劃發展中與新能源車、汽車電子相關內容 .....	66
表 5-5	2020 新能源車的相關 KPI .....	68
表 5-6	上海國際車展各樣電動車出籠 .....	69
表 5-7	2010~2020 美國電池 Roadmap .....	69
表 5-8	2010~2020 日本電池 Roadmap .....	70
表 5-9	2010~2020 美國動力馬達藍圖 .....	70
表 5-10	2010~2020 日本動力馬達藍圖 .....	71
表 5-11	複合動力車與傳統汽車價格比較-以本田、通用為例 .....	72
表 5-12	各式電動車輛售價與補貼金額 .....	73
表 5-13	華中地區發展汽車電子潛力-湖北、湖南、安徽 .....	75
表 5-14	華中地區-兩湖與安徽在汽車電子發展之比較 .....	77
表 5-15	2015 各車廠在湖北地區發展規劃 .....	77
表 5-16	湖北地區電動車關鍵系統 .....	78
表 5-17	2015 各車廠在湖南地區發展規劃 .....	79
表 5-18	湖南地區電動車關鍵系統 .....	79
表 5-19	2015 各車廠在安徽地區發展規劃 .....	80
表 5-20	安徽地區電動車關鍵系統 .....	80
表 5-21	2012 第四季日本車廠預估銷售數量 .....	83
表 6-1	台灣資訊電子大廠以集團進入車電領域 .....	88
表 6-2	台灣進入車電的模式 .....	89



# 第一章 研究動機與產業範疇

## 第一節 研究動機

### 一、中國大陸蟬聯全球汽車產銷之冠且約全球 1/4 市場

#### 1. 中國大陸為全球最大汽車銷售的重鎮

- 2011 年全球產量為 8,009.2 萬輛，其中乘用車為 5,992.9 萬輛，商用車為 2,016.3 萬輛。
- 中國大陸汽車總產量為 1,842 萬輛，約佔全球比例為 23%，乘用車之生產總量約佔全球比例 24.1%，商用車約佔全球比例 19.5%比例。
- 中國大陸市場為全球之冠，汽車電子在 2010 年為 2,000 億元人民幣，預計到 2015 年可達到 5,000 億元人民幣，國際業者也將從整車策略演變到汽車電子與當地相關業者產生競爭與合作研發關係....

## 第二章 全球汽車電子市場與應用

### 第一節 全球汽車電子產業

#### 一、全球汽車電子產值預測

為滿足省能、安全、舒適，甚至智慧化的創新需求，汽車搭載電子產品的比例也逐年增加，2013 年全球汽車電子系統產品市場為 1,670 億美元，估計到 2020 年將達 3,011 億美元。若以各車用電子系統應用領域區分，2013 年以動力電子系統佔六大領域之最，為 555 億美元，其次為車身電子為 421 億美元，駕駛資訊電子系統為 245 億美元；車用安全電子系統為 241 億美元；底盤電子系統為 194 億美元，車輛保全系統為 45 億美元。

汽車電子銷售值成長以 2011~2020 年汽車電子複合成長率說明，動力底盤電子系統複合成長率為 11.6%；車用安全電子系統的複合成長比例為 11.0%；車身電子系統為 7.7%；車用駕駛資訊電子系統為 7.6%。



資料來源：工研院 IEK(2012/10)

圖 2-1 2011~2020 年全球汽車電子市場比例

## 第三章 中國大陸汽車市場分析與產業聚落掃描

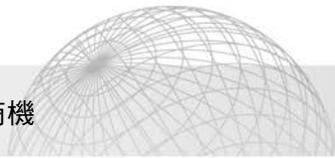
### 第一節 中國大陸整車與外資合縱關係

中國大陸以市場換技術的政策，作為整車技術提昇的政策，中國大陸車廠與外資合作對象之關連如表 3-1 所示，因此在中國大陸汽車分作自有品牌、外資品牌、合資品牌三類。

表 3-1 中國大陸車廠與外資合作關連表

中國大陸本土車廠	合作對象
一汽	
上汽	
東風	
長安	
北汽	
吉利	
廣汽	
福汽	

資料來源：工研院 IEK(2012/10)



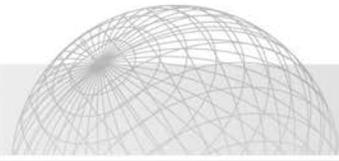
## 第四章 中國大陸汽車電子商機

### 第一節 中國大陸汽車電子市場預測

#### 一、2020 市場潛力預測

中國大陸汽車電子隨汽車銷售量、經濟成長被視為最具有發展潛力的車電市場。

1. 根據中國大陸汽車產業年鑑研究指出，2015 年推估中國大陸汽車電子產業達 23,426 百萬美元，2020 年推估中國大陸汽車電子產業達 49,509 百萬美元。
2. 2012 年新能源汽車的車用電池、電機、電控產品成為汽車電子市場焦點，但是市場增長動力依然是現有產品裝配率的提升和產品的升級。從應用市場來看，主動式安全系統產品和車載電子產品市場成長最快。
3. 汽車電子市場在整車自主研發和配套水準逐漸提升後，IT 產業也繼續向車載電子領域擴展，中國大陸汽車電子廠商也不斷加強走向節能、舒適、娛樂、安全應用，網路、智能與集成化。



## 第五章 關鍵課題

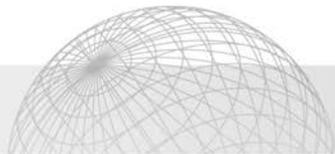
### 第一節 市場競爭與技術創新帶動汽車電子發展

#### 一、市場競爭激烈帶動車型擴張

2011 年中國大陸在政策引導下，跨國企業若要擴增產能需與國內車廠合作推出本土品牌車，因此 2011 年中國大陸國際品牌的下探策略，自主品牌開上推產品策略，都是不同於以往的作法。雖受到國際品牌車往下延伸的影響，但是中國大陸品牌短期無法趕到掌握核心技術和建立品牌的差異化，感受到產品延伸至中高階產品的迫切性，因此在北京、上海的國際車展不在強調數量，而是強調研發的新技術。同時國際合作上，中國大陸也加強國際零組件與中國大陸車廠的合作計畫。

#### 二、與外資車電業者合作展開

中國大陸從初始採用市場換技術的策略，今後也會在汽車電子產品與服務比重逐漸增加後，通訊電子、車用半導體開始採取技術引進、服務示範應用合作項目如表 5-1 ....



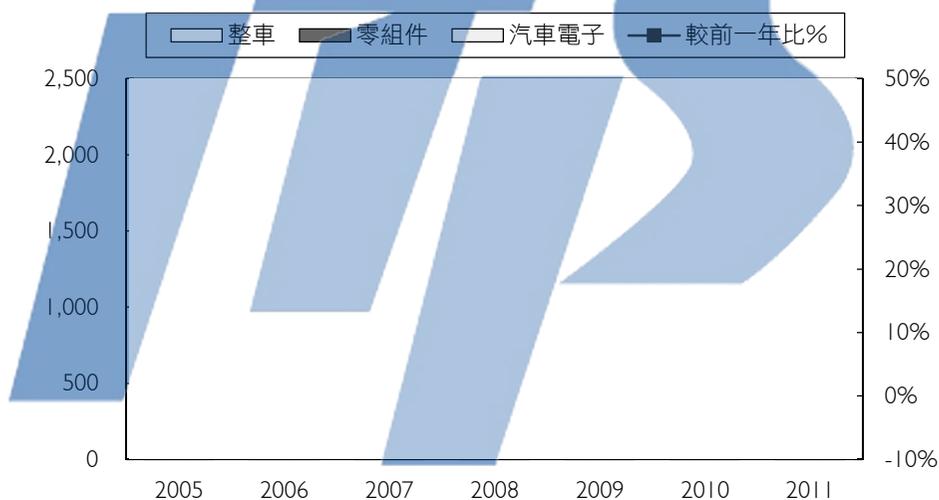
## 第六章 總結

### 第一節 台灣汽車電子產業優勢與發展建議

#### 一、汽車電子優勢

##### (一)台灣汽車電子產值超過千億元台幣

根據電電公會與台灣車輛公會資料顯示，台灣汽車電子零組件產值約為 1,012 億元台幣，整車產值 1,880 億元台幣，如圖 6-1 所示。



資料來源：經濟部統計處；台灣車輛公會；工研院 IEK(2012/10)

圖 6-1 2011 台灣汽車電子逐年成長

# 中國大陸汽車電子市場商機與兩岸競合策略研議

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



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/>