

印尼、菲律賓汽車零組件市場進入策略

Entry strategies for Indonesia and Philippine Auto Parts Market

蕭瑞聖、陳志洋

- 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102年10月

摘要

近年印尼經濟起飛、國內外投資持續快速增長，人均 GDP 已超過 3,500 美元，可負擔汽車購買的中產階級以上人數激增，加上之前採取低利率刺激消費與油價補貼的政策奏效，對汽車需求量快速成長，2012 年印尼汽車銷售創下歷年新高的 111.6 萬輛，2013 年更預估年銷售量有機會達到 130 萬輛以上，龐大的市場商機也讓許多汽車領域相關廠商開始評估進入的可能性。印尼汽車產業自 70 年代起即逐漸由日系車廠主導，2012 年 Toyota、Daihatsu、Suzuki 等品牌位居前列。然而日系車廠供應體系封閉，台灣零組件廠商切入 OEM 市場相對不易，反之龐大的 OES 體系由當地集團主導且對價低質高的零組件需求甚深，台商少量多樣、快速生產的特點具備切入優勢。至於印尼 AM 市場面臨廉價產品競爭，如何建立品牌知名度與尋找合適供應商為進入市場的關鍵。

2012 年菲律賓 GDP 成長率 6.8%，消費者物價指數 3.2%，是自 2007 年以來最低值，且控制在政府設定的 3~5% 範圍內，通貨膨脹率降低，各種經濟指標顯示菲律賓朝經濟穩定發展成長，預估 2013 年 GDP 將達 7.8%，是亞洲國家地區成長率最高的國家，屬於耐久消費財的汽車市場需求指日可待，同屬眾多島國的菲律賓人口是印尼的 1/2，汽車市場是印尼的 1/10，且汽車零組件幾乎由日系 OEM 零組件廠商所掌控，近來以菲律賓作為東盟國家汽車零組件生產出口基地的態勢逐漸顯現，台灣與日本零組件廠商關係密切，對菲律賓進口值逐年成長，宜與日系廠商分工，布局菲律賓爭取市場。

台灣汽車零組件廠商具備少量多樣生產技術能力，憑藉快速成型、逆向設計、模具製作精度與彈性製造等競爭優勢，累積 AM 汽車零組件全球市場銷售經驗與進入國際車廠 OEM 供應鏈實績，2012 年台灣汽車零組件產值約新台幣 2,000 億元，外銷比例高達 75.4%，因應歐美日先進國家汽車市場趨緩，新興國家汽車與零組件市場快速成長的需求，宜分散外銷與投資風險，東盟國家的印尼與菲律賓廣大的人口與經濟成長為台灣汽車零組件廠商創造新的發展契機，本特輯簡要闡述印尼與菲律賓汽車零組件供需概況與進入市場策略。

Abstract

In recent years Indonesia's economy took off, domestic and foreign investment continued to grow rapidly, and GDP per capita has exceeded US Dollars 3,500, the number of middle-class citizens who can afford to buy a car has surged, adding the low interest policy adopted previously to stimulate consumer demand and the oil subsidy policy were a success, the demand for automotive has grown real fast, in 2012 Indonesia car sales hit a record high of 1.1 million vehicles sold, in 2013 it is estimated that annual sales may reach more than 1.3 million, the huge market opportunity has many automotive related manufacturers begin to consider the possibility of entering this market. Indonesia automotive industry since the 1970s has gradually been dominated by Japanese automotive manufacturers, in 2012 Toyota, Daihatsu, Suzuki were the leading selling brands. Yet, the supply system for Japanese automotive manufacturers is a closed one, and for Taiwan auto parts and components manufacturers it is difficult to enter the OEM market, whereas the huge OES system is dominated by local enterprises and there is a great demand for low-cost, high-quality parts, with their small-volume large-variety, and rapid production features, Taiwan manufacturers have the necessary edge to enter this market. As Indonesia AM market is facing competition from low-cost products, how to build brand awareness and find the right supplier are the keys to enter this market.

In 2012 Philippines GDP growth rate was 6.8%, consumer price index was 3.2%, which is the lowest since 2007, and controlled within the 3~5% range set by the Government, inflation was low, and all economic indicators showed that Philippines was moving toward a steady economic growth, it is estimated that GDP in 2013 will reach 7.8%, which is the highest growth rate amongst Asian region countries, therefore demands for a durable consumer goods such as automotive is just around the corner, being also an island country like Indonesia Philippines population is 1/2 that of Indonesia,

and its automotive market is 1/10 Indonesia size, also auto parts and components are all controlled by Japanese OEM parts and components manufacturers, in recent years, the trend of using the Philippines as production and export base for auto part and components to ASEAN country has emerged, as Taiwan and Japanese auto parts and components manufacturers have a close relationship, import value to the Philippines has increased year by year, so division of labor with Japanese manufacturers is advisable, to layout in the Philippines and fight for the market.

Taiwan auto parts and components manufacturers have the technical ability for small-volume, large-variety production, by virtue of competitive advantages such as rapid prototyping, reverse engineering, mold manufacturing precision and flexible manufacturing, they accumulated sales experience in the AM auto parts and components global market and tangible results in entering the international automotive manufacturer OEM supply chain, in 2012 the production value of Taiwan auto parts and components was about NT Dollars 200 billion, export ration exceeded 75.4%, in response to the slowing down of the advance markets like Western countries and Japan, and the demands of the rapid growing auto parts and components market in emerging countries, manufacturers should disperse the risks of exports and investments, the vast population and economic growth in ASEAN countries like Indonesia and Philippines created new development opportunities for Taiwan auto parts and components manufacturers, this feature will briefly describe the supply and demand overview, and entry strategies for the Indonesia and Philippine auto parts and components market.

目 錄

第一章 緒 論	1
第一節 研究動機與目的	1
第二節 研究範圍與架構	3
第三節 研究限制	4
第四節 研究方法與流程	5
第二章 印尼汽車零組件產業供需與發展現況	7
第一節 印尼汽車整車產業概況	7
一、汽車銷售	7
二、汽車生產	16
三、主要車廠合作關係與產能規劃	19
第二節 印尼汽車零組件產業概況	23
一、印尼汽車產業價值鏈與零組件廠商概況	23
二、OEM 零組件廠商發展模式	27
三、AM 市場概況	29
第三節 印尼汽車產業相關重要政策與法規	36
一、LCGC(Low Cost Green Car)	36
二、汽機車首貸政策	37
三、進出口關稅	37
四、其他-自製率與持股比例規定	39
第三章 菲律賓汽車零組件產業供需與發展現況	41
第一節 菲律賓汽車產業概況	41
一、汽車產銷分析	41
第二節 菲律賓汽車零組件供需分析	45
一、菲律賓汽車零組件市場概況	45
二、菲律賓汽車零組件產業 SWOT 分析	48
三、菲律賓汽車零組件產業聚落與供應鏈	50

第三節	菲律賓汽車產業發展政策與稅制動向	54
一、	汽車產業發展政策	54
二、	汽車整車與零組件進口關稅課徵與獎勵出口	57
第四章	印尼與菲律賓汽車零組件產業關鍵議題	61
第一節	印尼汽車零組件產業關鍵議題	61
一、	2013 年印尼 INAPA 展觀察	61
二、	印尼銷售通路觀察	63
第二節	菲律賓汽車零組件產業關鍵議題	66
一、	菲律賓政府推動電動三輪車普及計畫	66
二、	裕隆汽車加碼投資菲律賓汽車生產	72
第五章	台灣汽車零組件產業競爭力分析	75
第一節	台灣汽車零組件廠商競爭優勢	75
一、	台灣致力於外銷 AM 碰撞零組件	75
二、	台灣模具製造技術與品質精良	76
三、	台灣具有完整的 ICT 與電子零組件產業鏈	76
四、	台灣廠商逆向工程設計(複製)與快速製造技術(RP)優異	77
第二節	台灣汽車零組件產業競爭力分析	78
第六章	結論與建議	81
第一節	結論	81
一、	印尼	81
二、	菲律賓	83
第二節	建議	86
一、	印尼	86
二、	菲律賓	90

圖目錄

圖 1-1	特輯研究範圍與架構	3
圖 1-2	特輯研究流程	5
圖 2-1	2009~2013 年印尼汽車市場銷售統計與預測	8
圖 2-2	2012 年印尼各車廠銷售市占率	9
圖 2-3	2012 年印尼前 10 大車款銷售量	11
圖 2-4	Toyota Avanza 與 Daihatsu Xenia	11
圖 2-5	2012 年印尼汽車市場各車型市占率	13
圖 2-6	印尼 2013 年 INAPA 中展出的部分商用車輛	14
圖 2-7	印尼各地汽車保有量與銷售量	15
圖 2-8	2009~2013 年印尼汽車產量統計與預測	16
圖 2-9	印尼各車廠產量市占率	17
圖 2-10	2012 年印尼前十大生產車款	18
圖 2-11	印尼主要汽車品牌以及合作集團	20
圖 2-12	印尼汽車產業價值鏈體系	24
圖 2-13	GIAMM 會員依所生產零組件之分類名單	26
圖 2-14	印尼汽車產業供應鏈模式-以 Astra 為例	29
圖 2-15	五大品牌銷售網路的分布概況	31
圖 2-16	Astra Otoparts 服務及零售站實況	32
圖 2-17	一般汽機車維修、零組件販售商店	33
圖 2-18	雅加達的零組件銷售專區	34
圖 2-19	東盟國家與其他國家的汽車零組件關稅狀況	39
圖 3-1	近 5 年菲律賓汽車銷售量	42
圖 3-2	2012 年菲律賓汽車品牌銷售占比	43
圖 3-3	菲律賓汽車零組件進出口值比較	46
圖 3-4	菲律賓汽車零組件主要出口國家與占比	47

圖 3-5	菲律賓汽車零組件主要進口國家與占比	48
圖 4-1	2013 年印尼 INAPA 展車用電子相關產品	63
圖 4-2	車用電子商品與銷售通路	65
圖 4-3	菲律賓傳統引擎三輪車	67
圖 4-4	Prostaff 公司生產的電動三輪計程車 Pecolo	69
圖 4-5	Terra motor 公司電動三輪計程車(雛型車).....	70
圖 4-6	PhUV 公司製造的電動三輪車	71



表目錄

表 2-1	印尼商用車市場主要廠商	14
表 2-2	印尼汽車整車產業分工模式	19
表 2-3	2013 年~2017 年印尼主要車廠產能估計	21
表 2-4	印尼售後維修件主要分類	30
表 2-5	印尼 LCGC 政策實施概況整理	36
表 2-6	印尼汽車關稅與奢侈稅率	38
表 2-7	車廠自製率與持股比例相關規定	40
表 3-1	菲律賓主要汽車組裝廠商	44
表 3-2	Laguna 省產業聚落與廠商發展動向	50
表 3-3	Cavite 省、其他省產業聚落與廠商發展動向	52
表 3-4	菲律賓汽車零組件進口關稅	57
表 3-5	菲律賓國產整車獎勵出口政策	59
表 4-1	亞洲開發銀行(ADB)投資菲律賓電動三輪車計畫概要	68
表 5-1	台灣汽車零組件產業競爭力分析	78
表 6-1	產品價格比較	88

第一章 緒論

第一節 研究動機與目的

印尼、菲律賓屬於汽車產業開放的東盟國家，2011年起印尼已取代泰國，成為東盟國家最大汽車市場，日系整車廠看好印尼發展潛力，陸續調整為生產汽車零組件與整車組裝出口東盟國家基地，亦計畫作為多功能汽車(MPV；Multi Purpose Vehicle)出口東盟國家據點，印尼相較其他東盟國家汽車保有量仍然偏低，大多數國民仍以機車作為交通工具，近年來隨著經濟發展，消費行為改變導引低價小型車需求增加，就東盟國家汽車產業與發展趨勢而言，印尼將成為各大整車廠與零組件廠商重要的競爭舞台。

2012年因海外勞工匯入菲律賓金額增加，加上主要日系車廠與福特等車款上市，導引汽車銷售量成長，菲律賓的汽車產業政策相對比較開放，日本、美國車廠都在菲律賓投資生產與銷售，其中日系車輛銷售量占比甚高，汽車零組件是繼電子業與紡織品之後，菲律賓外匯收入主要的產業，菲律賓汽車零件製造商公會預期2013年出口值將成長9%，主要原因是生產量需求增加，菲律賓樂觀的經濟前景與相關政策促使菲律賓汽車銷售量成長。

歐美日等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....

第二章 印尼汽車零組件產業供需與發展現況

第一節 印尼汽車整車產業概況

一、汽車銷售

(一)整車銷售統計

2012年印尼汽車銷售創下歷年新高的111.6萬輛，較2011年成長24.8%，首度突破百萬輛，由於近年印尼經濟起飛、國內外投資持續快速增長，每人平均GDP已達3,500美元水準，可負擔汽車購買的中產階級以上家庭激增，加上之前採取低利率刺激消費與油價補貼的政策奏效，因此對汽車需求量快速成長。雖然2012年6月實施的調漲汽車購車貸款頭期款政策和財務機構的財務審核標準嚴格，使印尼汽車產業公會(GAIKINDO)一度調降年度銷量預測，然而在經濟成長動能支撐以及汽車業者持續推出新車或改款車型與優惠購買措施的新車效應下，最終銷售成果不僅沒有衰退，甚至還大幅超越了年初所訂下的93萬~95萬輛目標。

根據GAIKINDO統計，2013年前三季印尼汽車銷售量達90.8萬輛，較2012年同期成長11.3%。2013年正式拍板實施的低成本綠色汽車政策(Low Cost Green Car; LCGC)將針對排氣量1,000~1,200CC且滿足Euro III標準的小型車提供奢侈稅減免，在此情況下車價將有機會壓低至1億印尼盾(約26萬元新台幣)....

第三章 菲律賓汽車零組件產業供需與發展現況

第一節 菲律賓汽車產業概況

一、汽車產銷分析

2012 年菲律賓實質 GDP 成長率 6.8%，比政府原先的 5.0~6.0% 預測值目標還高，證券市場交易指數(PSEi)刷新歷年來新高，消費者物價指數 3.2%，是自 2007 年以來最低值，且控制在政府設定的 3~5% 範圍內，服務業欣欣向榮，菲律賓已走出歐債陰霾，出口成長，通貨膨脹率降低，各項因素指標顯示菲律賓朝經濟穩定發展成長，預估 2013 年 GDP 將達 7.8%，是亞洲國家地區成長率最高的國家。

2012 年因海外勞工匯入菲律賓金額增加，加上豐田 Vios、Camry，本田 CRV、日產 Tiida 日系車廠與福特 Focus、Everest 等新車款上市，導引汽車銷售量成長。菲律賓的汽車產業政策相對比較開放，日本、美國車廠都在菲律賓投資生產與銷售，其中日系車輛銷售量占比甚高，菲律賓保有各型車輛 450 萬輛，且以 4.4% 的速度成長，年平均銷售 3.1 萬輛乘用車、1.3 萬輛客車、1 萬多輛貨車、4 萬多輛 Jeepney(城市載客車輛)。

根據菲律賓汽車工業協會(Chamber of Automotive Manufacturers of the Philippines, Inc.; CAMPI)數據，2012 年菲律賓汽車銷售量 15.7 萬輛，再加上....

第四章 印尼與菲律賓汽車零組件產業關鍵議題

第一節 印尼汽車零組件產業關鍵議題

為了滿足安全、節能與智慧化等需求，全球先進國家汽車搭載汽車電子已成為趨勢，比例也逐年增加，顯現汽車電子系統與模組商機已逐漸成長。台灣在消費性電子產業與半導體產業具有競爭優勢，近來也有越來越多廠商投入相關的發展。印尼作為汽車新興國家，雖然人均所得仍低對於高價位的汽車電子產品購買力較低，但隨著經濟條件不斷成長，龐大的汽車市場勢必將加深使用者對於汽車電子產品的需求，汽車電子市場成長速度成為印尼汽車零組件產業的重要議題。本研究於 2013 年參加印尼 INAPA 展並實際拜訪探索印尼當地消費性電子通路，本小節簡介展覽與銷售通路中之觀察與發現。

一、2013 年印尼 INAPA 展觀察

2013 年 INAPA 展覽會場中規劃一個區塊為車用電子專區，部分為車輛操作控制的電子零組件，亦有導航系統(Navigation system)、GPS Tracker、行車紀錄器、車載通信與娛樂系統以及車用保全系統相關零配件等。然而相較於歐美國家或中國大陸的大型車展，此次的車用電子比重相對較低，且較偏重於車用多媒體、駕駛資訊等領域，許多台灣廠商積極開發的主動安全系統如車道偏離....

第五章 台灣汽車零組件產業競爭力分析

台灣汽車零組件廠商具備少量多樣生產技術能力，憑藉快速成型、逆向工程設計、模具製作精度與彈性製造等競爭優勢，累積 AM 汽車零組件全球市場銷售經驗與進入國際車廠 OEM 供應鏈實績，2012 年台灣汽車零組件產值約新台幣 2,000 億元，外銷比例高達 75.4%，因應歐美日先進國家汽車市場趨緩，新興國家汽車與零組件市場快速成長的需求，宜分散外銷與投資風險，東盟國家的印尼與菲律賓廣大的人口與經濟成長為台灣汽車零組件廠商創造新的發展契機。

第一節 台灣汽車零組件廠商競爭優勢

一、台灣致力於外銷 AM 碰撞零組件

台灣廠商生產之汽車零組件種類繁多，如車用塑膠件、汽車遮陽簾、輪胎、車燈、保險桿、鍛造件、引擎蓋、葉子板、汽車水箱、冷凝器、車用皮帶、儀表、後視鏡等，出口最多比例包含車身碰撞零組件、電裝零組件、輪胎、周邊附屬零件等，而底盤、引擎系統、傳動系統、轉向系統、煞車系統與懸吊系統等，仍以進口較多。出口國家與地區以美國比例最高，亞洲次之，再其次為歐洲，各類型產品發展隨著技術成熟度不同，會有差異性變化

第六章 結論與建議

- 第一節 結論
- 第二節 建議



印尼、菲律賓

汽車零組件市場進入策略

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



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/>