

汽車零組件產業

一、前言

根據經濟部統計處數據，2013 年台灣汽車及零組件製造業產值達新台幣 3,739.65 億元，佔台灣製造業總產值 2.7%，係台灣極為重要之零組件產業。其中零組件產業產值為新台幣 1,815.08 億元，佔整體汽車製造產業 48.54%。台灣整車製造品質已接近先進國家水準，近年來大力投入研發設計，推出符合國內外消費者需求的差異化產品，並致力於提升客戶服務滿意度，國產車已普遍獲得國人之肯定。

台灣汽車產業發展經多年努力，已由生產導向轉為少量多樣之產品開發導向，產品開發能量已具規模，但台灣汽車生產數量受到國內市場規模小的因素，產量難以突破，多數汽車零組件(Auto parts)如車燈(Auto lamp)、保險桿(Bumper)、橡膠與塑膠(Rubber & Plastics parts)零組件廠商，多朝售後市場(AM, After market)產品發展，佔全球售後市場比例達 80~90%，台灣汽車零組件廠商更逐漸進入價格差異化市場，以境外投資設廠、國際大型車廠合作，逐漸轉型進入原裝市場(OEM, Original Engineering Manufacturing)，加上汽車逐漸走向智慧化(Intelligent)、潔淨化(Clean & Green energy)與電動化(Electrical)，汽車零組件商機逐漸顯現，藉由推展投資台灣汽車零組件廠商機會，開創另一波台灣經濟奇蹟。

表 1 台灣汽車製造業歷年產值

單位:新台幣百萬

	2010	2011	2012	2013
汽車製造業	178,911	203,334	200,941	188,535
車體製造業	3,650	4,437	5,132	3,922
汽車零件製造業	171,116	180,390	183,253	181,508
總計	353,677	388,161	389,326	373,965

資料來源: 經濟部統計處(2014.06)

二、台灣汽車零組件廠商優勢

1. 台灣外銷售後市場(AM)車燈產值，世界 No.1(佔全球 AM 總數的 60~70%)，其中歐洲與北美市場佔 70~80%。
2. 台灣外銷售後市場(AM)碰撞零組件(Collide parts)(保險桿、鈹金件(Auto metal plate)、後視鏡(Back mirror)、橡膠/塑膠件)，市佔率世界 No.1(碰撞橡膠/塑膠件 85%，保險桿 90% 以上)。
3. 台灣模具(Mould)數量、製造技術與品質位居世界 No.1。
4. 台灣 ICT(Information Communication Technology)與電子零組件產業鏈，從代工生產供應、IC 設計，世界 No.1。
5. 台灣具備完整汽車零組件產業供應鏈(Supply chain)，台灣汽車零組件廠商以中小企業為主，形成上中下游綿密供應網絡。
6. 台灣在整車汽車零組件中衛體系，世界 No.1，供應種類繁多，零組件廠商都有提供整車廠零組件實績。
7. 全球主要車廠放眼中國或金磚 5 國市場，零組件採購移至亞洲與中國，台灣與中國同文同種，且佔地利之便，擁有接單優勢。

三、台灣汽車零組件業產業特性

1. 台灣內銷市場規模逐漸萎縮，外銷為汽車零組件發展重點。
2. 原裝市場(OEM)零組件以供應中國大陸車廠為主，汽車零組件廠商都已在中國設廠佈局。
3. 外銷售後市場(AM)零組件比例高，如鈹金件(Auto metal plate)、車燈等，以歐洲、美國市場為主，供應全球 85~90%。
4. 汽車及零組件產業構成典型的中衛體系，整車廠將零組件外包給一級(Tier 1)衛星廠，一級衛星廠再將細部零件轉包給第二級、第三級衛星廠，形成多層次的金字塔型分工結構。
5. 目前台灣汽車廠的原裝市場(OEM)供應商約有 300 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供應廠商，台灣汽車零組件

供應廠商約 2,800 多家，其中赴大陸投資設廠的廠商超過 200 家。

6. 零組件廠商大多藉由局部製程自動化，研發少量多樣的彈性製造技術(FMS, Flexible Manufacturing System)，品質符合國際水準。但台灣汽車市場規模太小，生產製造不具規模經濟，廠商配合整車原裝市場產銷相對受限，壓縮廠商獲利空間。

四、台灣汽車零組件的產業結構、產業價值鏈與產品範疇

1. 台灣汽車零組件產業結構以中小企業為主，且廠商眾多，2013 年台灣汽車零組件總產值新台幣 1,815 億元。
2. 上游產業價值鏈為零組件與原料廠商，下游為各相關製造業，以汽車及金屬加工業為最主要下游廠商。
3. 產品範疇廣泛，銷售主力為碰撞零組件如各類型車燈、橡膠/塑膠件與鈹金件、汽車電子零組件等。
4. 台灣內需市場受限，零組件以外銷市場為發展重點。
5. 汽車零組件產業聚落與廠商都分布在台灣西部各縣市。
6. 售後市場(AM)訴求，主要代表廠商東陽(Tong Yang)、開億(Kai Yih)、帝寶(Depo)、堤維西(TYC)、耿鼎(Gordon)等廠商。
7. 中衛體系完整，母廠與協力廠合作無間，協力廠配合母廠開發所需零組件的意願高，母廠非常樂於協助協力廠改善其產品品質。靠著縮短上下游廠家之間的運送時程，以及高度互信與專業分工，創造出獨特的產業規模經濟，汽車零組件產業同時兼具成本優勢與靈活的生產方式。

表 2 台灣主要汽車零組件廠商歷年營收比較

單位:新台幣百萬元

	2013		2012		2011	
	營收	純益率(%)	營收	純益率(%)	營收	純益率(%)
東陽實業(1319)	19,616	7.13	13,000	6.23	12,923	9.14
帝寶(6605)	13,640	9.76	9,810	10.55	9,883	-3.95
堤維西(1522)	16,496	1.21	8,631	-2.08	8,413	0.57
維輪實業(1555)	3,480	0.22	3,263	-3.04	3,232	0.28
耿鼎(1524)	2,477	-1.99	2,755	-4.41	3,145	0.19
大億(1521)	4,204	7.29	4,220	6.61	4,185	7.77
瑞利(1512)	3,718	-3.10	2,439	1.47	2,810	2.60
信昌機械(1548)	5,083	7.00	5,171	5.00	4,362	16.58
巧新(1563)	4,013	16.57	1,959	N/A	2,723	4.53
友聯(2212)	3,929	2.00	4,022	1.00	2,659	7.75
至興精機(4535)	3,426	6.69	2,479	8.52	2,383	13.64
和大(1536)	3,724	11.69	3,348	8.50	2,636	7.93

資料來源：公開資訊觀測站(2014.06)

表 3 台灣汽車零組件 SWOT 分析

優勢(Strengths)	劣勢(Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> ● 品質已達國際水準，通過歐美地區售服零組件相關認證，國際行銷通路完整。 ● 中衛體系配合完整，可快速互相支援。 ● 模具工業與電子技術極具競爭優勢。 ● 產品製造彈性高與供貨管理能力佳。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 台灣零組件廠商普遍為中小型企業，經濟規模不大。 ● 汽車內需市場小，須爭取國外訂單。 ● 關鍵零組件、技術仍仰賴國外。 ● 原物料多仰賴進口，成本居高不下。 ● 傳統產業人力不足，廠房、土地等成本較其他競爭國家高。

● 政府積極輔導。	
機會(Opportunities)	威脅(Threats)
<ul style="list-style-type: none"> ● 國內車廠相繼成立研發中心，帶動汽車上、下游相關產業發展。 ● 外銷廠進行產銷合作，避免惡性競爭。 ● 汽車零組件與電子產業之異業合作。 ● 國際大廠釋出訂單，能參與國際分工。 ● 汽車電子產品使用比率將提昇。 ● 中國大陸汽車零組件原裝市場(OEM)及售後市場(AM)深具潛力。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 規模過小，無國際競爭力的廠商將被淘汰。 ● 日商在大陸與東南亞加強投資，對我造成威脅。 ● 加入 WTO 後關稅下降、自製率取消，對台灣零組件業產生衝擊。 ● 受到大陸及泰國等東南亞國家之低價競爭，獲利降低。

五、台灣汽車零組件廠商發展機會

1. 汽車碰撞市場的後視鏡、橡膠/塑膠與鈹金零組件是售後市場(AM)主流，多數廠商已取得產品認證(如 SAE/ECE/CAPA/AQRP)，產品進入障礙相對提高，可以保有獲利。
2. 售後市場(AM)少量多樣產品屬性，提升廠商模具製作能力與產品品質，加上大型車廠全球採購，進入汽車廠原裝市場(OEM)機會增加。
3. 車輛智慧化，主動安全與被動安全汽車電子產品需求增加，台灣擁有全球最佳的電子零組件產業供應鏈與個人工作室(Design house)，進入主要車廠零組件供應體系。
4. 汽車零組件廠商擁有少量多樣研發能量與彈性製造能力，若能善用核心技術，或可進入歐美日市場。
5. 台灣廠商多已在中國設廠佈局，或可在汽車需求高成長地區的中國汽車市場獲利。