

ISSN 1605-2404

PECC

中華民國 太平洋企業論壇簡訊

7
月號

2019年7月出刊

發行所：太平洋經濟合作理事會中華民國委員會 創刊日期：民國八十五年一月

發行人：林建甫 總編輯：邱達生 主編：陳文彬

地址：台北市德惠街16-8號7樓 電話：(02)2586-5000 傳真：(02)2594-6528

PECC 網址：<http://www.pecc.org> CTPECC 網址：<http://www.ctpecc.org.tw/>



國內
郵資已付

亞太
政經

全球化 4.0 下的亞太經濟整合（上）

■ 陳文彬助理研究員
台灣經濟研究院國際處

全球化 4.0 的時代來臨？

「全球化 4.0」概念於 2019 年「世界經濟論壇」（WEF）達沃斯年會中被提出討論，並對「全球化 4.0」中的世界經濟發展模式進行討論。「全球化 4.0」概念由世界經濟論壇創辦人史瓦布（Klaus Schwab）首先提出，史瓦布在「外交事務」季刊（Foreign Affairs）中以「全球化 4.0」此一概念將全球化歷程與全球科技革新予以連結。該文指出，「第四次工業革命」（The

Fourth Industrial Revolution）將引導全球化進入新的階段，而且這個階段稱為「全球化 4.0」。



本期重要內容

- ◎ 全球化4.0下的亞太經濟整合(上)
- ◎ APEC與歐盟對消費者權益保護之措施
- ◎ 分析泰國汽車零組件產業及中小型廠商發展機會

在史瓦布出版的「第四次工業革命」(The Fourth Industrial Revolution)一書中也對數位、資訊技術推動產業發展的內涵提出定義，他認為主要推動力源於自動化與發展新創模式讓數位科技的影響力獲得全面性的發揮。數位科技如物聯網 (Internet of things, IOT)、人工智慧 (Artificial Intelligence, AI)、巨量資料分析 (Big Data Analytics) 及區塊鏈 (Blockchain) 等技術加速了全球資料連結及運算的速度。而數位科技的跨領運用，使本次革命較前幾次革命的影響更廣，速度更快。

全球各國如何取得「全球化 4.0」的議程設定與整合規範的主導權，也成為當前全球政治經濟下重要議題，如美、中貿易戰爭中的智慧財產權議題、美國對於華為的圍堵等等，都是當前美、中因於主導權爭奪所引發的前哨戰，這樣的爭端也將延燒至美、中皆為成員的國際組織，例如 APEC。在數位經濟成為 APEC 重要議題後，美、中在 APEC 當中也針對數位議題數度交鋒。本文企圖在「全球化 4.0」的發展脈絡下，探討亞太經濟整合所受到的影響。

當前全球貿易體系的改變

20 世紀以來隨著資訊軟體的更新及數位平台的創新，改變了全球貿易的結構，科技的更新讓企業可以簡化複雜的流程、追蹤貨品運輸的情形，而從電子商務平台的崛起，從事商業活動的中小企業，甚至個人都可以透過數位科技加入全球貿易的行列。在今日全球貿易的架構中，有 3 分之 2 的交易標的是中間投入，而不是產出最終成品或服務。

但相較 1997 至 2007 年，當前的貿易價值鏈 (value chains) 已逐漸轉型，所有商品生產價

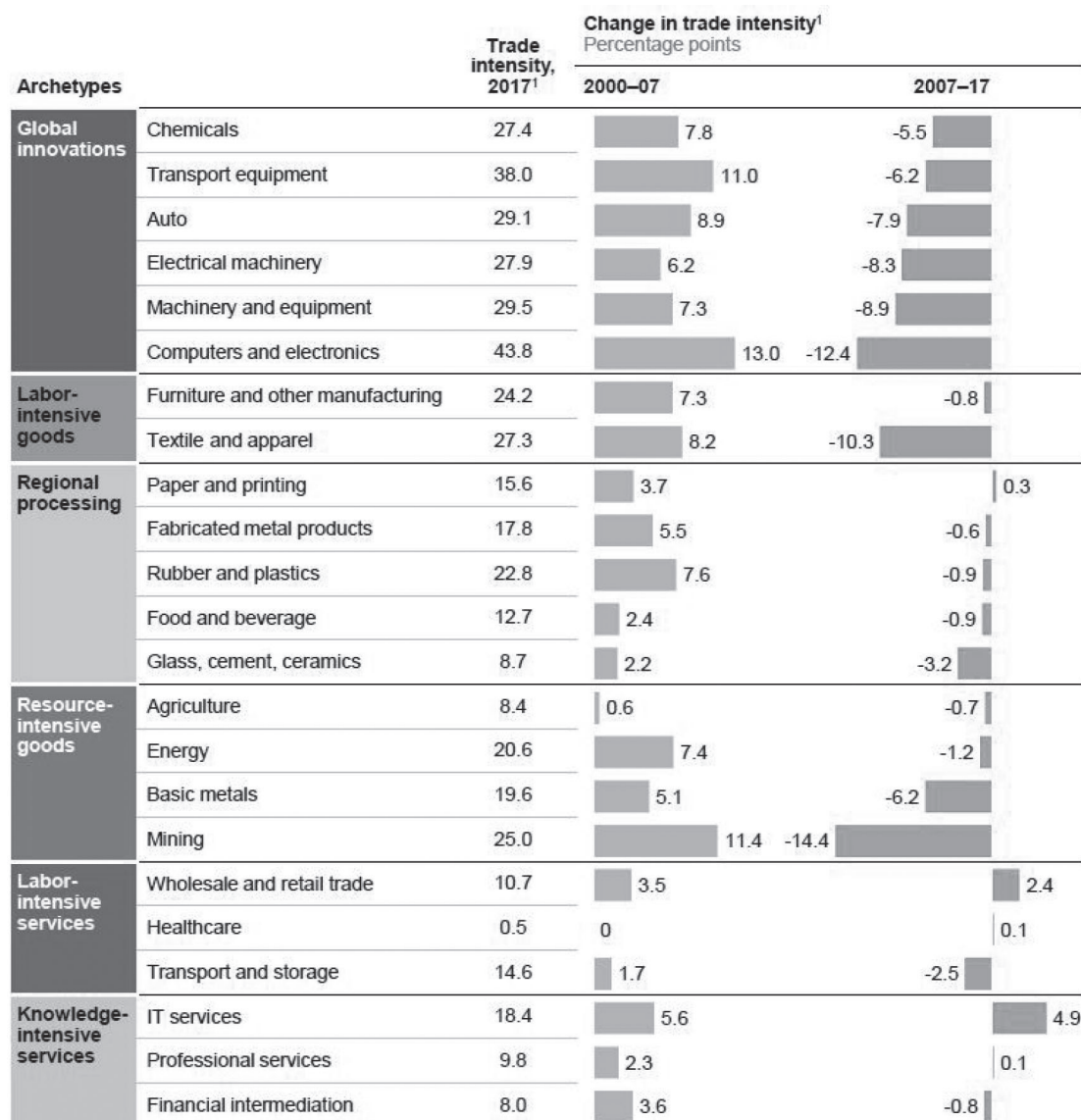
值鏈上的貿易強度 (即出口總額與總產值之比) 都有所下降。根據麥肯錫全球研究院 (McKinsey Global Institute, MGI) 在《轉型中的全球化：貿易和價值鏈的未來》報告，以當前的絕對值來看，貿易雖仍在增長，但出口占商品生產價值鏈的比例已從 2007 年的 28.1% 下降至 2017 年的 22.5%。貿易額增速也有所放緩。1990 年至 2007 年間，全球貿易額的平均成長速度是實際 GDP 成長的 2.1 倍，但自 2011 年以來，這一成長速度僅為 GDP 成長的 1.1 倍。

另外，該報告指出服務業在全球貿易的角色日趨重要。過去 10 年中，服務貿易的成長速度比商品貿易快 60% 以上。包括電信和 IT 服務、商業服務和知識產權費用在內的一些相關行業，以兩到三倍的速度成長。其中值得關注的一個現象是：進口的服務業慢慢取代國內的服務業，而此現象發生在所有的價值鏈上。這說明了目前一些創新服務業衝擊了國內的產業，最明顯的例是 Uber 在各國衝擊了各國的計程車業。

「全球化 4.0」對全球架構的影響

「全球化 4.0」主要驅動力是數位、資訊技術推動的第四次工業化革命，透過數位科技推動，使原本以貨品貿易為主的全球化型態，轉換成貨物、投資、服務及資訊等流通交織而成的貿易型態。物聯網、人工智慧、巨量資料分析及區塊鏈等技術，使全球資料串連能力更大、標的更精準，連線品質也更安全、快速及穩定。而運用上述科技而出現之創新被認為是推動「全球化 4.0」中的主要動力重要技術也是全球化新時代的關鍵。透過數位科技帶動經濟型態轉型的過程稱為「數位轉型」，科技的創新改變了人

圖一：2007 年後全球價值鏈上所有商品的貿易強度接下降之趨勢



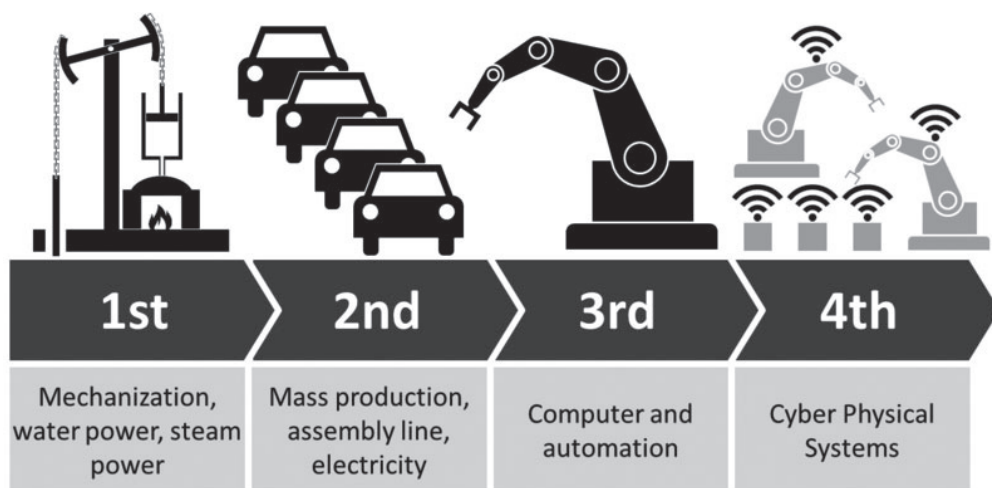
資料來源：McKinsey Global Institute, Globalization in transition: The future of trade and value chains, p.6
 Website: <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Featured%20Insights/Innovation/Globalization%20in%20transition%20The%20future%20of%20trade%20and%20value%20chains/MGI-Globalization%20in%20transition-The-future-of-trade-and-value-chains-Full-report.ashx>

類目前的生產、消費及工作型態，同時也促成、公司組織、企業創新使用者參與及政府的典範轉移。在數位轉型下，資訊技術成為除勞力與資本外的重要生產要素。

因此跨國大型企業也透過運用資訊技術建立有效的生產及產業鏈管理。其透過自己的數位平台來管理供應商及、連接客戶、並透過實現全球員工的內部溝通和資料共享減少內外部的溝通成本。伴隨網路平台的發展與網路的普及化。跨

國大型企業建立的數位控制系統目前、社群網路、數位媒體、電子商務等平台等，已被運用來利用演算法及人工智慧來成本，使企業可以快速服務全球使用者。對於消費者而言，透過數位科技可以容易的查看產品、服務、物流等細節，這使過去存在消除生產者製造商與消費者的資訊不對稱被消除，進而讓使市場運行更為有效。

除增加市場效率，透過數位科技更可增加促進貿易增長。例如通過透過即時追蹤實時追



發展將改變跨國企業營運，並挑戰投資模式。今天，跨國企業可透過網路，來提供海外市場服務，而不需要到海外市場設立眾多子公司或分支機構，即可賺取大規模的海外收益。

蹤、人工智慧貨物運輸的系統來提高配送服務的效率，人工智慧技術可以根據當前的路況為運輸車輛設定路線。自動化的文件處理可以加快貨物通過海關的速度。在港口，無人車技術自動駕駛汽車可以更快地卸載、堆放和重新裝載集裝箱，而且錯誤更少。區塊鏈運輸解決方案可以減少運輸時間和速度支付。根據估計，新的物流技術可以減少 16% 到 28% 的運輸和海關處理時間。通過消除一些阻礙當今商品流通的摩擦，這些技術加在一起有望在 2030 年之前將總貿易額提高 6 ~ 11% 至 11%。

此外區塊鏈技術的發展，使過去一度被網路平台可能竄改資訊的疑慮得以被消除，區塊鏈技術提供了「去中心化」、「匿名性」、「不可竄改性」、「可追蹤性」以及「加密安全性」等特色，可以讓各參與者在互不相識的情況下建立信任機制，並較以金融機構為媒介的中心化交易模式降低成本，並讓資訊真實透明可追溯，以及能保護客戶的隱私權。

由於數位科技的不斷演進，全球從生產模式至服務模式都將被改變，以對外投資為例，物聯網 (the Internet of Things)、大數據 (big data)、雲端運算 (cloud computing) 等網路相關技術的

聯合國貿易和發展會議 (United Nations Conference on Trade and Development) 在 2017 提出數位跨國企業 (Digital MNEs) 概念，其指出數位跨國企業已從實體模式運送貨物模式轉為雲端或網路模式。從聯合國貿易和發展會議 2017 年 6 月發布之「數位化徹底改變全球投資模式」顯示，數位跨國企業雖擴張速度較其他跨國企業為快，但對投資所在地區域工作機會只能創造卻較為有限的工作機會。數據顯示，數位跨國企業只有 40% 的資產位於海國外，但 70% 的銷售額都來自海外，導致其在所投資的國家所能創造的工作機會相對減少。此外，數位跨國企業的投資地點，也有朝已開發中國家聚集的趨勢效果。數位跨國企業多為「輕資產」型，不必像其他跨國企業須實際至各國設立研發、生產或銷售部門，才能營運獲利，使數位跨國企業全球投資向已開發國家集中。已上論述也可從 2015 年來已開發國家 IFDI 比重呈上升之趨勢得到印證。

此外，生產與消費逐漸脫鉤的現代，除了資通訊技術可能帶動的產業革命以外，經濟結構性的轉變、貿易成本與保護主義的興起，也墊高國際製造的成本，導致在地製造卻越來越受重視。

再者，全球生產網絡的複雜程度也已達極限，企業不得不重新思考生產與外包的策略。全球價值鏈讓企業曝露於供貨的高度風險之中，同時也導致對消費者需求變化的反應不夠敏銳、快速，全球價值鏈即將面臨結構轉型的壓力。生產數位化將是改變賽局最大的因素，勢必翻轉全球價值鏈的長度與重要性。

除全球結構轉移外，在數位科技下，國內的結構也受到影響，數位式創新導致造成工作管理與人力資源典範的轉移。數位轉型使得結果低階人才很容易被機器所取代，高階人力則被人工智慧影響。根據資誠國際會計師事務所(PricewaterhouseCoopers ,PWC) 提出的英國經濟展望報告(UK Economic Outlook) 中提

到，英國到了 2037 年，將有約 20% 的工作會自動化，大約有 700 萬個工作將會被 AI 相關技術取代，例如機器人、無人機、自駕車輛等技術。不過，隨著經濟發展，未來也將因為人工智慧而創造出 720 萬個工作機會的分析，長期來看，製造業將因為人工智慧的出現減少 25% 的工作機會，物流倉儲業則是減少 22%，公共行政則減少 18% 的工作機會。而因為 AI 增加工作機會的產業包含了醫療業 (22%)、科學和科技服務業 (16%) 和教育業 (6%)。

(文章未完，下期待續)

亞太
政經

APEC 與歐盟對消費者權益保護之措施

■ 葉基仁主任
台灣歐洲研究中心

APEC 在 1999 年設立電子商務指導小組 (Electronic Commerce Steering Group, ECSG)。ECSG 於 2003 年成立個人資料隱私權保護分組 (Data Privacy Sub-Group)，研擬制訂《APEC 隱私權保護原則》(APEC Privacy Principles)，以供亞太區域內之企業、消費大眾、法律協會以及保護隱私權的專家參考。

APEC 隱私權保護原則於 2004 年獲得 APEC 部長會議認可，成為 APEC 有關個人資料保護之最高指導綱領。

《APEC 隱私權保護原則》主要規範個人資料蒐集、利用、儲存和移轉時應遵循的原則，與 OECD 之原則差異不大。但 APEC 隱私權保護原則的法律框架不具效力與可操作性，為

了更加落實保護隱私權，APEC 於 2005 年通過《APEC 隱私保護架構》(APEC Privacy Framework 2005)，強調在現今資訊趨動 (information-driven) 經濟下，電子商務依賴跨境資訊流通，而消費者信心亦是重要因素。

歐盟於 1995 年頒佈《個人資料保護指令》(EU Directive 95/46/EC: the Data Protection Directive) 作為歐盟各國提供個資保護立法的指導方針。歐盟各國對於國內個資法的訂定，仍然有較高的自主權，也因此歐盟會員國之間，對於個人資料保護相關法律多年來缺乏一致性。近年來由於雲端運算、行動互聯網、大數據等科技進步迅速，歐盟執委會於 2012 年 1 月提出資料保護改革法案。2015 年歐盟執委會發佈歐洲「數位單一市場」(Digital Single Market) 意圖整合歐盟數位經濟市場，並為未來的數位經濟發展奠定良好的法規基礎。2016 年 4 月 27 日通過《個人資料保護規則》(the EU General Data Protection Regulation, GDPR)，當年 5 月 24 日起生效，取代 1995 年的個人資料保護指令。保留兩年適應期，讓歐盟會員國有足夠時間完成國內立法工作，2018 年 5 月 25 日全面實施。

APEC CBPR，以及歐盟的 GDPR 所要保障的個體隱私權 (the right to personal privacy)，跟消費者權益有直接且緊密的關聯。雖然在定義上，個體隱私的範圍可能更為寬廣。GDPR 將個人資料區分為「一般個人資料」與「特種個人資料」。一般個人資料是指「有關識別或可得識別個資當事人的任何資訊」，也就是得以直接或間接地識別該個資當事人的資訊，特別是參考諸如姓名、身分證統一編號、位置資

料、網路識別碼或一個、多個該當事人的身體、生理、基因、心理、經濟、文化或社會地位等具體因素等，其中包含透過網路 IP 位址、瀏覽紀錄產生的數位軌跡，並得追蹤識別特定當事人身分等皆屬之。特種個人資料是指「揭露人種、血統、政治意見、宗教、哲學信仰、工會身分、基因、生物特徵、健康相關、性生活與性傾向等資料」。特種個人資料原則上禁止處理。當一位消費者在網路上作任何消費、採購活動，必定會留下屬於他 / 她個人的一項或多項「一般個人資料」給相關網站的資料控管者 (data controller) 與處理者 (data processor)。如果這些相關網站又將這位消費者的「一般個人資料」傳遞給任何第三方，例如廣告業者。在沒有 GDPR 保護之前，這樣的作法已經對該消費者製造了潛在的風險，亦即，消費者在未被明確告知的情況下，承擔了質量與種類都未知的「成本」。

就整體經濟社會來說，這個未被明確化的成本，事實上指出了廠商可明確計算的利潤，已被高估。亦即這當中存在「產出不變，利潤卻降低」的生產「無效率」現象，導致整體經濟社會的福利下降。經濟學者建議的解決方案，是將消費者莫名承擔的成本，重新劃歸給相關廠商，將外部成本予以內部化。

這正是 APEC 之隱私保護原則及歐盟 GDPR 努力的方向。短期而言，廠商需要負擔一些法遵方面的調整成本，長期來看，這些措施很可能是未來資料經濟 (Data Economy) 時代法規基礎建置的根基。儘早從事調整適應的工作，對我國廠商的國際競爭力及消費者權益保障，預期都會有正面之助益。

分析泰國汽車零組件產業及 中小型廠商發展機會

■ 黃一展顧問
聯合國資訊科技部門

前言

汽車產業一直是全球化工業生產中的重頭戲，由於其技術與資本密集的特性，上下游生產鏈龐大，牽涉到的關聯性產業很廣。以一部汽車拆解來看，可以涵蓋數萬種零組件與材料，進而延伸出各的一級，二級，三級等供應商，以及中下由的組裝廠，製造，經銷商，OEM/ODM 的中小企業，乃至研發，售後服務（維修）與二手車市場等，形成一龐大的生態圈，創造每年數千億的產值。因此，各國政府對於其關聯的產業，皆會搭配相當的政策去扶植，而國際上許多雙邊 / 多邊貿易協議中，汽車及其零組件，製造生產與進出口的議題，也往往成為談判桌上的重點。

亞洲在全球汽車產業的比重逐年上升，以 2015 年的數據來看，汽車產量相比 10 年前，已從 35% 左右成長為 50%，而在歐美生產製造的比例大約各佔 25%。當然，這之中包含了中國經濟實力崛起，亞洲各國中產階級普遍增長快速等因素，在製造成本的考量下，歐美日韓等廠商也很早就將汽車產業鏈與各級供應商的佈局，移轉到亞洲，特別是中國和東南亞。

若暫時不考慮中國製造，把範圍縮限到東南亞 (ASEAN) 地區，泰國無疑是汽車生產的重鎮。不管是在出口或是內需市場，泰國在整體產業的重要性不斷提升。特別是 2015 年東協經濟共同體 (AEC) 簽署後，光是東協十國的內銷市場，就有分析預估其汽車銷售量將成為全球第五

(目前排名第六，次於美國，中國，歐盟，日本，印度)。而泰國本身就具備比較優勢，很早就吸引了國際大廠設計生產據點，加上政府的優惠政策，進而讓泰國成為日系車廠全球第二大生產基地，以及在「皮卡車」(pick-up truck，小型載貨卡車) 的產量僅次於美國，該車型多出口至中東及新興國家。

從 2016 年出廠新車來看，個人用車 (Passenger Vehicle, PV) 佔泰國車輛總數約 51%，而商業用車 (Commercial Vehicle, CV) 則佔 49%，其中又以一噸半的輕型皮卡 (pick-up) 為主，並大量出口至東南亞，印度，甚至中東地區。

泰國的汽車零組件產業鏈

汽車產業一直是泰國經濟主要支柱之一，經過多年發展，匯集成為全球各大汽車廠的次要海外生產基地，同時因應而生的各級零組件與加工廠，上下游產業鏈完整，早在 2013 年的汽車產量便超過 245 萬輛，擠進全球前十大汽車生產國之列。而由於居於東南半島的樞紐位置，無論在物流，運等方面皆具優勢，使泰國能輕易將包含 ASEAN 在內，外加中國，紐奧，印度，巴基斯坦等廣大地域納入腹地。再者，東協諸國正研擬推行 ASEAN Industrial Cooperation Scheme (AICO)，讓符合資格的工業產品享有極低甚至 0% 的稅率，汽車零組件便列於其中，因此，來

自泰國的零組件產品，可以更便利的銷售到擁有 6 億人口的東協市場。另一方面，泰國同時也與多國簽署 FTA，雖在整車 (complete built up, CBU) 的進出口方面各國多半還是有保護政策，但在配裝新車或維修零組件的部分，泰國製造倒是取得不少減免關稅的成果。

因應汽車產業的製造與銷售，泰國同樣具備汽車零組件的發展優勢，光是 2016 年的出口額就高達近 300 億美元 (對比泰國國內銷售值約為 120 億美元)，佔泰國出口額的 14%，佔全國 GDP 約 7%，全球前 100 大的汽車零組件企業和一級供應商，例如 Robert Bosch，Denso，Hyundai Mobis 等，超過一半有在泰國投資生產，鎖定東協內需市場並外銷世界各地。根據統計，泰國為日系車廠的全球第二大生產基地，泰國政府也致力扶植汽車產業發展，祭出多項優惠政策，像是依據產業聚落特性，平衡城鄉發展差距所規劃的 zone1 (首都曼谷及近郊)，zone2 (泰國中部)，zone3 (北部，東北部和泰南)，外商到當地設廠，便可享有 1-8 年不等的企業所得稅減免優惠。另外在某些特定的關鍵零組件部分，不分區域更是享有最高 8 年的所得稅減免，以及生產機械進口免關稅的待遇。所謂汽車關鍵零組件，整理如下：

- 煞車零組件 (ABS)
- 觸媒擔體 (Substrate for catalytic converters)
- 電子噴油系統 (Electronic fuel injection systems)
- 汽車變速箱 (Automobile transmission)
- 電動車電池 (Battery for electric-powered vehicles)
- 電子行車穩定系統 (ECS)
- 汽車輪胎 (Rubber tires for vehicles)

- 汽車電子零組件 (Electronic parts for vehicles)
- 汽車化工產品 (Chemical products for vehicles)

除了傳統汽車零組件之外，泰國亦積極發展電動車輛產業，為了應國際節能減碳趨勢，以及達到 2036 年以前石化能源消耗將低 30% 的目標，政府已著手規劃將「純電池電動車」(BEV)「插電式複合電動車」(PHEV) 推向大眾市場，並建置全國各地的充電站。在 2015 年底，成立「電動車產業協會」(Electric Vehicle Association Thailand, EVAT)，並整合外商與本土汽車零組件製造商超過 160 家入會，搭配投資促進委員會 (BOI) 近一步對零組件產業的技術細分，以 A1 - A4，B1 - B2 等分級，針對不同品項輔導與給予特定獎助措施。參考台灣工研院產業經濟與趨勢研究中心報稿，整理個類別重點如下：

- A1：相關科研為主，能增加整體產業競爭力
- A2：強化基礎技術，或引入新技術提升附加價值，例如：電動車關鍵零組件，煞車防鎖死，動態穩定系統等
- A3：高科技應用領域，例如：模具與夾治具零組件，傳統變速機構零組件 (齒輪，扭力轉換器等)，渦輪增壓器 ...
- A4：技術等級低於以上三類，例如：汽車鍛造加工，引擎零組件，駕控安全系統，汽車冷卻系統，化學工業製成品
- B1：未使用高科技，但對產業鍊價值有幫助，例如：汽車鈑金，汽車生產組裝設備，汽車線束 (wire harness)
- B2：未使用高科技，其他關鍵耗材與零組件，例如：汽車石化加工，車用影音娛樂系統等

當然，零組件雖僅是整體汽車產業鏈中的一部分，卻在泰國佔有非常重要的市場份額。泰國汽車零組件的銷售表現，從 2015 開始也都能保持極高的成長率 (2015 年 12.3%，2016 年 7.8%，2017 年 10.2%，2018 年 8.3%)¹。一般來說，汽車零組件可分為「出場原車零件」和「售後維修零件」，前者是我們常聽到的 OEM(原廠委託製造) 和 ODM(原廠委託設計製造)；而後者則可以分為 OES(正廠零組件) 及 AM(非正廠零組件)。以泰國國內市場來說，環繞著大型外資車廠為核心的一二三級供應商體系，多半以 OEM 為主，自主研發的能力尚有待提升，這也是泰國政府積極以政策與獎勵措施鼓勵發展自主研發的原因。

至於售後零件部分，由於原廠零件價格相對昂貴，泰國的售後維修以本土中小企業所生產的 AM 零件為主，佔據超過七成的汽車市場，他們除了有固定配合的經銷商與通路之外，因為具備價格競爭優勢，出口的比例在近幾年也有所提升。目前的數據顯示，大曼谷地區仍為主要的 AM 產製與銷售市場，而泰國東北部，由於急速崛起的新興中產階級與購車需求，則被視為下一個很有潛力的地區。

泰國汽車與零組件的市場機會

泰國，特別是大城市例如曼谷，交通壅塞問題嚴重，造成此現象的原因除了基礎建設與道路規劃不佳之外，大抵也還有政府補貼，和民眾購車容易等因素。在前任政府推出的「首次購車退稅」的政策，讓只要符合資格的民眾購車皆可獲得 10 萬泰銖的退稅，導致 2012-2013 年間泰國國內汽車銷售量暴增，而普遍對於車輛的貸款，

也十分容易取得，甚至有不少零首付的方案，按月供款即可把車開回家。根據統計，大曼谷地區常住人口約為 8 百萬人，登記的車輛將近 1 千萬台，其中超過七成為汽車 (包含各類 PV，SUV 與皮卡)，足見龐大的汽車市場。

不過，雖說首都圈「車」滿為患，但如果從 2015 年「每千人汽車擁有量」(Motor Vehicle per 1000 inhabitants) 來看，泰國每千人中擁有的車輛數僅為 226，高於中國的 179，卻仍遠低於工業發達國家，例如韓國 449，日本 615，澳洲 730，和美國 811，也因此泰國整體面仍有相當大的成長空間。再者，泰國位於北東協五國 (泰柬緬寮越) 中心，具有地利之便，並在組裝，運輸，行銷，人力資源，產業政策等方面皆具成本優勢，不僅可充分拓展 ASEAN 地區，更能在全球市場中保有一定的競爭力。

另外，根據 IPSOS 顧問公司的分析，二手車也是泰國汽車市場的交易重點。特別是超過保固期 (out-of-warranty) 的二手車，受到 2012-2013 政策 (購車退稅) 的影響，年複合增長率為 5.3%，預計在 2020 年二手車總數會超過 1400 萬輛，其中 5 百萬輛為車齡 3-8 年的中古車。這也勢必進一步推升汽車零組件，維修，檢查與保養的供應。此外，由於新車會受到泰國政府新的稅制與新增安全規範的影響，成本因素之下，會使新出廠的汽車售價提高 5%-10% (電動車由於有補助政策除外)，民眾在選擇購入或更換汽車時，將有很大的機會轉向二手車市場，並增加對零組件，耗材等剛性需求。從組成結構來看，二手車市場依然被日系車所主導，其中 TOYATA 佔 35%，主要是個人轎車 / 房車，其次為 ISUZU 佔 21%，主打輕型皮卡，其他佔比如下：

1 參考台灣工研院產業經濟與趨勢研究中心報告

- TOYATA: 35%
- ISUZU: 21%
- HONDA: 11%
- NISSAN: 10%
- MITSUBISHI Motors: 8%
- MAZDA: 4%
- Ford: 3%
- Others: 9%

註：此為 2015 年底統計數據，市場總數共 1100 多萬輛

組成結構除了廠牌之外，從地域分佈的角度，如同上段的分析，首都圈曼谷仍是主要的手車與汽車零組件市場，超過三成的交易發生在這，而東北部緊追其後，約有 20% 的佔比。在零組件的部分，品質與價格是兩樣關鍵因素，一般泰國消費者會優先使用 3-5 年的原廠售後服務 (Original Equipment Service, OES)，待保固期屆滿後，僅有一成的消費者會繼續自費使用 OES，其餘大部分會轉往其他的售後維修市場 (AM)，這也是前段分析中指出，在 2020 年左右泰國將開始出現一批原廠保固期滿的車輛 (2013 年政府補貼購置新車政策的影響)，相關的配套服務與零組件，需求勢必會大增。而在

泰國的 AM 市場上，又以一般通路商 (General Parts Distributors) 和零組件零售商 (Parts Retail Shops) 為主，後者價格可比原廠體系便宜 30%-50%，且對於業者來說，因成本低廉，仍可有超過 20% 的毛利 (相比原廠直營系統的毛利約在 7%-10% 左右)，故可以觀察到許多在地 AM 零售業者，積極提供不同的產品與服務，雖品質相對參差不齊，但仍是一塊相當競爭的領域，也吸引不少外資或中小型廠商佈局泰國的 AM 市場，而基於超過 80% 的當地消費者對品質的要求日益重視，並開始有較高的品牌忠誠度，故不少獨立的零組件廠商，也開始朝品牌經營與提供更好的客戶體驗。

最後，泰國不只是東協汽車產業的領先國家，在 DQC (交貨日期，品質，成本) 具備相當的比較優勢，而整體面整府積極推動產業扶植與創新政策，例如「泰國 4.0」，「東部經濟走廊 (EEC)」，以及加強各項基礎運輸 (機場，港口，鐵路，公路) 等建設，都有助於刺激內需的產銷市場，維修服務通路的發展，以及對零組件的需求。不過，受中美貿易戰，泰銖升值力道強勢等影響，泰國汽車與零組件出口表現是否仍能維持高成長，仍有許多不確定因素。

意見箱

◎ 「中華民國太平洋企業論壇簡訊」係由太平洋經濟合作理事會中華民國委員會出版，為國內產官學所組成的非營利性區域經濟合作組織，對於本刊物內容有任何指教者，請逕洽本會編輯部主編陳文彬 (分機 518)，更改收件資料請洽劉芸甄小姐 (分機 545)

◎ 歡迎由 CTPECC 網站，加入「太平洋經濟合作理事會中華民國委員會」Facebook 粉絲頁。

◎ 本刊將減少紙本印刷量，敬請訂閱電子報：<http://www.ctpecc.org.tw/publications/AddEmail.asp>

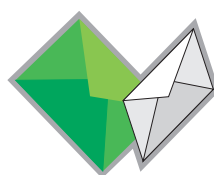
連絡地址：台北市德惠街16-8號7樓

連絡電話：(02) 2586-5000

傳真：(02) 2594-6528

PECC 網址：<http://www.pecc.org>

CTPECC 網址：<http://www.ctpecc.org.tw/>



ISSN 1605-240-4

