

State Farm事件及 歐洲BER制度對汽車 零組件業的影響

華銀徵信室 李慧瑜

一、汽車零組件業產業概述

國內以汽車工業及汽車零件工業構成一個典型的中衛體系，中心車廠將零組件外包給一級衛星廠，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分工結構。目前，台灣十家汽車廠旗下的OEM供應商約有三百家左右，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商，國內汽車零組件廠商約有兩千八百多家，其中赴中國大陸投資的廠商則超過兩百家。

台灣汽車零組件廠依業務對象來源主要可分為委託代工（OEM；Original Equipment Manufacturing）、非原廠售後零件（AM；After

Market）及原廠售後服務（OES；Original Equipment Service）等三大類。

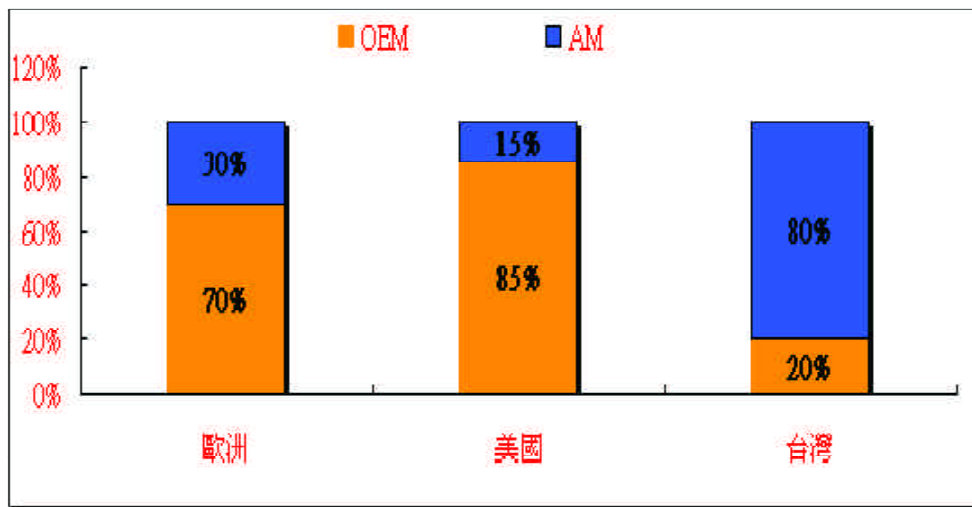
OEM零件量大、但毛利常遭上游整車廠擠壓，多不到10%，AM零件較少量且多樣化，但毛利較高，可達30%以上，而OES訂單毛利介於AM及OEM之間。以塑件廠東陽為例，幾乎囊括國內整車廠七成以上塑件訂單（含保險桿、水箱護罩、儀錶盤等），但還是得靠AM的毛利來補貼OEM，每年才能維持獲利穩定成長，東陽近幾年來積極投入自有品牌改裝車零件，毛利率更高達75%，就是希望能拉升整體產品毛利率水準。

台灣大多數零組件廠都是AM廠，包括鈹件的開億與耿鼎、車燈的帝寶與堤維西，其中帝寶近幾年來積極爭取美國GM及Chrysler的OES訂單，算

是投入OES訂單較積極的業者。由於原廠汽車零件品質要求與管控較為嚴格，再加上運送的問題，因此目前台灣汽車零件廠商雖然也有些廠商切入

國際大車廠的全球供應鏈原廠零件代工，但整體而言市佔率較大者，仍以AM市場為主。台灣零組件製造廠約供應全球85%-90%的AM市場零組件。

使用OEM正廠件VS. AM副廠件比例



資料來源：東陽

二、汽車零組件售後維修(AM)市場介紹

台灣汽車碰撞維修零件廠商(例如:東陽、堤維西、帝寶、開億、耿鼎、瑞利等)是全球AM市場最大供應商，北美為AM廠商的主要市場。AM市場中的汽車碰撞維修零件以材料可分為車燈、鈹金、塑料及保險桿

等。1980年前，全球汽車碰撞維修零件市場為OEM所佔有，1980年起台灣車廠遭遇國內市場飽和因素，開始生產及外銷AM碰撞維修零件，目前台灣廠商已成為全球AM碰撞零件最大供應商。由於AM碰撞零件價格較一般OEM產品便宜20%-50%，加上近年來AM碰撞零件品質提升，以及保險公司降低保費競爭，使AM碰撞零件市場不斷成長，但目前美國汽

車碰撞零件85%仍被OEM市場所佔，AM碰撞零件僅擁有15%的市場。美國的AM碰撞零件大部分透過汽車零件通路商銷售，目前年市場值約150億美元。隨著美國各保險公司對AM碰撞零件的使用率持續提高，加上近來北美最大汽車保險公司State Farm的訴訟官司終判勝訴及歐洲BER制度的實施，預期國內AM零件廠未來營運可望有15% -20%的成長。

State Farm事件對AM市場的影響

近15年來，AM碰撞零件經歷了許多訴訟官司，初期是OEM廠商控告AM廠商侵犯著作權，但近期官司多是針對保險公司違反保險契約及消費者法規，投保人認為使用品質較OEM差的AM產品，無法達到保險契約中『將汽車歸回其碰撞前價值』之條約。由於保險公司沒有清楚的在保險契約上揭露使用AM產品資訊，加上AM產品品質較難控制，因而在1997年7月爆發了AM產品最著名之官司，此官司是由投保人在美國伊利諾州法院控告美國第一大汽車保險公司State Farm (Avery vs. State Farm Insurance Company)沒有以

OEM產品換修的理賠官司，投保人宣稱State Farm違反美國伊利諾州消費者詐欺及商業詐欺法令。經歷了漫長的審訊，1999年10月陪審團判定投保人勝訴，State Farm必須賠償全國所有的保戶損失，投保人亦獲得4.56億美元賠償金，法院並指令State Farm加付6億美元懲罰金，使此官司總賠償金額高達10.56億美元，刷新美國保險公司違反保險契約官司賠償紀錄。此項判決一出便對台灣汽車零組件業者造成嚴重打擊，根據統計，受創最重的鈹金業，業績下滑幅度高達四成。

State Farm事件發生後，不但State Farm停止使用，許多美國主要保險公司如Farmers Insurance Group、Traveler Insurance Co.等亦停止使用AM產品，使整體AM市場影響甚巨，但多家美國保險公司如Allstate Insurance Co.、MetLife Auto & Home、Nationwide Mutual Insurance Co.及Progressive Insurance Co.仍聲明持續使用AM碰撞零件，這些保險公司認為，近年來AM產品品質與OEM產品不相上下，加上AM產品的價格優勢，可降低投保人的保費，但若投保人拒絕AM產品的使用，保險公司也會提供OEM產

品，由此可見，AM產品的使用與保險公司及消費者態度有極大且密切的關係。目前美國有37州要求保險公司公開聲明AM產品的使用，讓投保者明確了解他們的權益。

六年來，State Farm一直認為單憑伊利諾州的一個案例，不應該擴大成對全國的保戶賠償，因此不斷提出上訴。經過六年的抗告，北美時間2005年8月18日，伊利諾州最高法院終判原集體訴訟無效，法官將案例由全國性改判為伊利諾州法案，State Farm將恢復在伊利諾州之外的各州使用AM零件。由於State Farm的市占率高達兩成以上，判決一出，北美前兩大汽車零組件通路商之一的Keystone股價大漲8%，Keystone並準備大量提高庫存，也激勵台股汽車零組件股全面翻紅。

以基本面分析，美國汽車維修市場，一年採購金額約一千億美元，其中使用副廠AM件約佔一五%，正廠OEM件佔八五%，State Farm勝訴對AM零件的效益，只要加五%的採購量，金額近五十億美元，折合台幣約一千五百億元，以目前國內塑膠件、車燈和鈹金件，輸美比重約三百億元左右，未來的龐大商機將使AM廠訂單

滿載。

另外，美國現AM汽車零件的採購量一年約一百五十億美元，而歐洲則有一百二十億美元，State Farm官司勝訴，將使更多的保險公司採購副廠零件，並加速歐洲市場的拓展，使汽車零組件業未來成長力道可觀，原本預期第四季才可能再見高峰的局面（往年歐美第四季進入雪季，路面濕滑導致車輛碰撞事故發生率大增，對售後維修（AM）零件需求高，被業者視為傳統外銷旺季），都因美最大通路商Keystone補庫存，有機會提前發酵，使整體產業趨勢向上發展。以鈹件廠的耿鼎與車燈廠的堤維西為例，往年都有超過五成AM零件銷美，今年耿鼎比重提高，達八成以上，耿鼎內部估算，北美市場訂單將可增加二到三成，堤維西也可增加一到二成。另外，高盛在最近出版的一份研究報告中亦指出，汽車用塑膠零件廠東陽集團亦是此次判決中的大贏家，繼續對其維持長期肯定的評等。

歐洲BER 制度對AM市場的影響

近年來除了原有主要北美市場外，許多業者也積極經營歐洲零件市

場，主要輸出國家包括英國、德國及義大利等，市場規模約120億美元。過去售服維修產品只能在新車上市後四至五年的汽車上使用，因此目前歐洲AM零件僅佔3%左右。由於歐洲BER制度(集體豁免規則，Block Exemption Regulation)於2003年10月生效，放寬了車廠使用汽車零件之來源，在保固期後可使用非正廠的維修零件出險；並且因為維修市場的自由化以及來自於經銷商與維修廠的競爭，也使得歐洲汽車AM零件市場快速擴張。由於歐洲推動BER制度，促使保險公司決定大幅使用經過認證的AM零件，目前與OEM相當品質之售服零件亦可出現在出險單上，將可望增加AM零件之新商機，預計三年內可提升到30%的零件市場；其中以英國採用最積極，目前英國AM產品雖只佔整體汽車零件市場金額2%，但未來市場發展潛力頗大。

美國產險業者為了避免使用AM零組件於日後所可能產生的糾紛，因此將AM零組件產品之品質認證工作交由第三方品質認證單位進行，例如CAPA認證系統。台灣AM零件廠中由於車燈廠商提早於認證系統進

行佈局，因此歐洲市場開放之後於去年底便已陸續浮現商機，而鈹金業者因在最近有了相關認證制度，其效應在近期才逐漸顯現。不論如何，在歐元快速升值下，歐洲汽車及汽車零件等相關產業亦產生委外代工的趨勢，國內汽車維修零件廠未來營運可望呈現成長狀態。目前包括如：東陽、開億、耿鼎、堤維西及帝寶等公司均積極針對進入歐洲市場有關之產銷策略、發貨通路與據點建構、生產能量擴充與供應鏈整合等相關因應事宜進行佈局，顯見國內售服零件業者積極進行國際化與市場拓展的工作已獲得良好成效。

國內各汽車零組件廠其實在近幾年已積極開發歐洲市場，只是因原本市場較為封閉，在BER制度生效後，才使得市場活絡起來。東陽原本即在義大利設廠，開億以東歐為目標，東陽和堤維西並分別於義大利，荷蘭及西班牙設配銷中心，而帝寶今年外銷歐盟的車燈占營收比重由去年27%提高至今年的30%以上，營收較去年成長二成，目前已在歐洲設立辦事處，未來將視同業在歐洲的佈局情況再行擴張。

三、未來展望

2004年我國汽車零件業總產值達2,338億元新台幣，已超越整車業總產值(約2,100億元新台幣)；其中零件出口總金額達1,273.9億元，較2003年成長18%。回顧去年我國汽車零組件業主要外銷狀況，北美為第一大出口區域，其售後維修零件市場規模約150億美元，屬於汽車保險業者

相關之部分約佔87%，而鈹金零件市場的規模約100億美元，為碰撞維修市場最主要之零件項目。在北美區域中，美國為台灣汽車零件所出口金額最高之國家。2004年外銷金額達453.3億元，約佔總外銷金額之35.6%，約較2003年成長18%。第二大出口區域為亞洲，其中中國大陸為最主要之市場，2004年外銷金額達108.1億元，較前年成長172.1%，為成長速度最快之市場。

2004年我國汽車零組件業出口概況

單位：新台幣仟元

排名	國別	金額	結構比(%)	結構比(%)
1	美國	45,332,140	35.59	18.40
2	中國大陸	10,817,272	8.49	172.13
3	香港	8,054,930	6.32	-23.47
4	日本	6,080,131	4.77	8.69
5	英國	3,602,969	2.83	17.76
	其他	53,491,854	42.00	
	總計	127,379,296	100.00	18.18

資料來源：海關進出口統計

由於具備少量多樣的彈性製造技術，品質亦已迎頭趕上國際水準，國內汽車零組件廠商在國際市場已漸居領導地位。另外，由於國外汽車零件

廠有意借重台灣廠商的力量強化在中國汽車市場的競爭力，積極拉攏台灣廠商，所以近年台灣廠商在代工市場頗有斬獲。另外，在911恐怖攻擊事

件之後，美國民眾改乘陸上交通工具效應持續發酵，再加上美國保險業者對認證過之AM零件需求上升，相對刺激價格便宜之台灣AM零組件的需求成長。對於擅長降低成本及彈性生產的台灣汽車零組件廠商而言，AM市場現階段具有頗佳的發展機會。

中國進入WTO之後，汽車產銷量連續數年大幅成長，加上政府的「十五年計劃」，鼓勵家庭擁有轎車，因此吸引全球汽車產業的關切，由於產官學界對於未來市場評估皆十分樂觀，世界上各大車廠也以積極的態度，直接投入中國大陸汽車的產銷行列。根據日本Roland Berger公司的評估，中國大陸AM市場在1997年約人民幣230億元的規模，2002年已達到人民幣500億元，預估2010年整體市場將成長至人民幣1900億元。此外據國務院發展研究中心產業研究部預測，中國汽車需求量在2008年前將繼續保持兩位數的年增長率，到2010年，轎車保有量將超過載貨汽車，即使按保守的預測，中國汽車保有量在2010年也將達到5700萬輛，2020年將達到1.3億輛。由以上數據來看，售後服務市場的零組件需求，將會相當驚

人。

隨著全球汽車產業的整併風潮，整個國際汽車零組件的供應鏈未來也將出現重分配的變局，兩岸政府都注意到龐大的汽車零組件外銷商業利益，兩岸已同時捲入爭奪全球汽車零組件商機的競賽中。

我國經濟部長何美玥一上台就明確宣示，要全力推動汽車零組件加速外銷腳步。根據經濟部的規劃，希望到二〇〇八年時，台灣外銷汽車零組件的金額，可以達到六十七億美元的目標，比去年約成長近七成。中國大陸的企圖心更旺盛，中共商務部將今年訂為中國汽車「零件外銷元年」，希望到二〇一五年時，全大陸外銷汽車零件的金額能突破一千二百億美元，是去年的十四點七倍。面對大陸快速竄起，對我競爭壓力日漸升高，未來台灣的汽車零組件業除須面對大陸在國際市場的強力競爭外，亦恐將面臨大陸貨回銷的危機。未來台灣必須創造出產品差異化，才能吸引國際大廠的目光，並應趁早通過相關之產品認證，不論是CAPA認證或是OEM系統認證，才能把握這波成長契機，開創新局。