

# 「2025 年美國汽車零配件展」展後報導

## (AAPEX 2025)



Caesars Forum 展廳入口 醒目的台灣館團區指引

### 展覽簡介

美國汽車零配件展(AAPEX ; Automotive Aftermarket Products Expo)於 2025 年 11 月 4 日至 6 日一連 3 天，假美國內華達州拉斯維加斯 The Venetian Expo 和 Caesars Forum 兩大展覽場地舉行，為北美地區規模最大之汽車零配件展，由美國汽車維修服務協會 (Auto Care Association ; ACA)及 MEMA ( 2023 年，協會更名為 MEMA-The Vehicle Suppliers Association 美國車輛供應商協會 ) 共同舉辦。由美國專業協會所籌組的汽配展，可藉其公協會強勢力量整合北美及國際上各大買主參觀此展，在重量級的展會中不僅容易聚焦也是講求少量多樣的台灣汽配精品曝光的好時機，因此長年來被視為進入北美汽車售後服務及零配件市場的指標性展會。

2025 年的主題是「Ready for Every Shift」( 隨時迎接每一次變革 )，這代表了汽車

技術的快速發展，憑藉這些持續精進的產業發展趨勢，在進入人工智慧的年代，科技的演化日新月異，車輛產業也需要與時俱進，迎接變革。



AAPEX 2025 展覽平面圖

本展館區主要分為三層，展會面積達 557,800 平方英尺，匯聚來自全球約近 43 個國家，計 2,122 家參展廠商、使用 5,500 多個攤位；觀展人潮則是來自全球近 128 個國家，共計 45,000 名專業買主；展區共分三層：

- Venetian Expo 第一層：以維修檢測、診斷設備、電動車及輪胎保養為主要展示



區，展場焦點之一的 Joe's Garage 就在這裡；

(展出產品包括：診斷 / 遠端資訊 / 車間管理系統、電動車 / 新能源車專區、輪胎服務專區、「Joe's Garage」為模擬實際車間的展示與操作區，手工具、升降機、實際操練等。)

- Venetian Expo 第二層：聚焦零配件、耗材、維護服務與售後服務市場；

(展出產品包括：配件 / 照明、商務服務 / 電商、冷暖空調、潤滑油 / 蠟 / 化學品、油漆與車身修復、再利用製造：永續製造、工具與設備、傳動系統、底盤與引擎相關區域。)

- Caesars Forum 展廳：以海外國家館團區為主，台灣團展區位於此區，其他還有中國大陸、泰國、印度、印尼、馬來西亞等國家團區。

展區依展品屬性規劃，讓專業買主能快速對應自己感興趣的領域(例如：維修技術、零配件、國家採購)而無需漫無目的參觀，有助於廠商針對其產品類別選擇展位，使買家與參觀者在短短三天的展期提升效率。

二層(Level 2)展館主要為國際大廠，如 Brembo、Liqui Moly、Mobil 1、Castrol/BP、Delphi、Bosch、Denso、HL Mando、AISIN 等，在國際參展廠商方面，這次中國參展廠商約有近 900 家，位於 Caesars Forum 展廳，展區幾乎七成都是中國展商，為本屆第一大參展國，合併 AAPEX 展及北美最大的改裝汽車零配件展(SEMA)，台灣共有 270 家廠商參加，為第二大參展國。



Venetian Expo 第二層(Level 2)展廳

展會現場也有不少以國家館方式呈現，如中國、加拿大、印度、泰國印尼、土耳其、韓國、波蘭等，籌組國家主題館以強化整體形象。

今年台灣廠商受到美國對臺灣出口產品實施「對等關稅」或「232 條款」，對臺灣汽車零配件出口至美國產生了重大且複雜的影響，再加上匯率的波動，在諸多不利出口貨物至美國的因素下，今年參展家數略為下滑，但臺灣在 AAPEX 展中依舊是僅次於地主國-美國和中國的第三大參展國，展現了臺灣在汽車售後服務（AM）零配件市場的強大實力。

台灣廠商所組成的「台灣」參展團分屬 11 個產業公協會，分別為本會、外貿協會、台北市進出口公會、手工具公會、電機電子公會及臺灣汽機車研發聯盟等，加上獨立報名參展業者共 204 家台灣廠商，本會與「中經社」合作籌組參展，向本會報名參展家數共 12 家、144 平方米，公會團區參展廠商名單詳如文末附表。為積極服務參展廠商及買主，本會在會場特設攤位提供買主洽詢及廠商服務，並發送會員廠商名錄，協助會員廠拓銷台灣優質形象的車輛零配件產品。為了提昇台灣汽車零配件產業的整體形象以利爭取國際舞台的曝光度，台灣展館特用經濟部國際貿易署的台灣展覽識別體系(EIS)作為台灣館的形象招牌。

美國為台灣汽車零組件出口最重要的市場，長年佔出口比例超過 40%以上、位居第一，為協助台灣汽配業者鞏固美國市場，經濟部何晉滄政務次長特別參加本次展覽，為參展廠商加油打氣。經濟部近年積極推動產業升級轉型，透過提高研發與轉型補助，協助業者導入智慧製造、節能科技及車用電子等高值化研發，提升產業競爭力，因此今年經濟部特別選定 AAPEX 展為年度重點推廣平台，加碼挹注資源，打造具國家隊氣勢的台灣館，委託外貿協會邀請買主蒞臨台灣館與業者交流、舉辦多場產品發表會，另首次舉辦「Taiwan Night」活動，積極協助業者爭取訂單。

AAPEX 展覽首日舉辦的「Taiwan Night」晚宴中，外貿協會董事長黃志芳除與 AAPEX 主辦單位美國汽車維修協會(ACA)副總裁 Mark Bogdansky 進行交流，現場參展廠商表示晚會充分展現台灣特色，外國來賓在晚會的過程，深刻感受到台灣人特有的熱情與好客，現場氣氛熱烈，對貿協今年安排一連串活動表達高度肯定。

為擴大宣傳效益，經濟部於 2 大展館主要出入口、主走道及美國機場周邊刊登形象廣告，透過高度曝光行銷策略，讓世界看見台灣車輛零配件產業的整體形象。

經濟部表示將持續透過韌性特別預算與研發補助，協助汽配業深化海外布局，強化品牌能量，並協助中小企業透過參加國際展會、商業媒合活動與數位行銷拓展全球市場，開創海外拓銷新里程。





「台灣館」展示攤位(車輛公會團區)



經濟部何晉滄政務次長(右二)、貿協黃志芳董事長(左三)及

駐洛杉磯辦事處經濟組劉倫正組長(右一)親臨現場為台灣館揭幕



經濟部何晉滄政務次長(右二)及貿協董事長黃志芳(右三)

前往廠商攤位參觀並聽取業者想法





首次於AAPEX展覽期間舉辦「Taiwan Night」晚宴



「Taiwan Night」晚宴氣氛熱絡





買主至車輛公會服務攤位詢問會員廠商資訊並索取

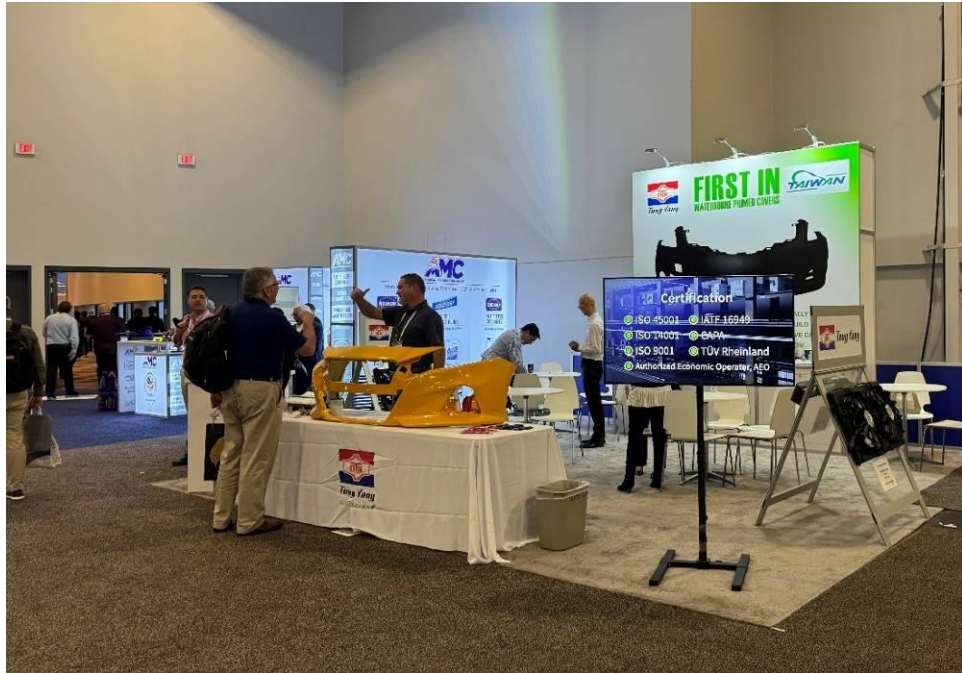
《台灣車輛暨零配件總覽》





## 再製產品展示區

除了「台灣團區」，亦有本會會員廠商在Venetian Expo二層(Level 2)使用獨立攤位，自行籌備及設計攤位，例如東陽實業、健生(以美國公司K Source參加)、堤維西、帝寶工業，這幾家零組件大廠每年都在本展上聚首，由此可見APPEX展在台灣車輛零件外銷北美市場有其指標性意義。



東陽實業展示攤位

另由「特殊改裝零件行銷協會 (Specialty Equipment Market Association)」所主辦的改裝車相關設備展 (SEMA Show)，展期為 11 月 4 日至 7 日，與 APPEX 重疊 3 天展期，地點在 Las Vegas Convention Center 舉辦，讓買主看展範圍更加完整，今年共吸引約 7 萬名專業人士前來看展，該展主要展出項目為:特殊整車(包括卡車、商用車、跑車等)、特殊車用電子、改裝用輪胎、輪圈及改裝零配件等，為便利參觀者於兩展間往返觀覽，大會備有免費巴士密集接送。

AAPEX 展與 SEMA 展自 1992 年起合併在同個展期舉辦後更壯大北美車展的聲勢，吸引車輛產業各大零售商前往採購，是美洲地區規模最大、最具專業度的汽車零配件展覽會，除了美國市場外，還包含了臨近地區的市場，往北有加拿大，往南有墨西哥等中南美洲國家，該展每年舉辦一屆，是進入美國汽車零配件市場的坦途。本展代表背後擁有龐大的售後服務市場的商機，也是最符合經濟效益的買主洽談會，臺灣汽車零配件外銷美國，市場結構比近五年來都超過 50%，是台灣廠商不能缺席的展覽。



SEMA Show 入口處





AAPEX 展會-中國大陸館團區



義大利館團區





韓國館團區



印度館團區





土耳其館團區



泰國館團區

一個國際性展會的成敗，關鍵基礎在於參觀者的素質，及重量級的國際買主數量多寡，而 AAPEX 就佔盡這樣的優勢，美國相關公協會本身就擁有相對的權威性，再加上國家級的政府單位協助下如虎添翼。

APPEX 大會方面除了邀請北美地區的買家還有其他國家的買主前來參觀，對象有製造商、批發商、百貨經銷商、零售商、獨立服務廠、技術人員、代理商、及進出口業者等。

今年最重要的改進之一是按產品和服務類別對參展商進行細分，這項變革使與會者能夠更輕鬆地在展廳中導航，並專注於買主所需求相關的區域，參展商也從中受益，因為新的規劃有助於吸引那些積極尋求特定產品和解決方案的優質買家。

大會規劃相關週邊活動及服務：

- 三天展會共安排超過75場培訓課程，其中包括由WORLD PAC技術培訓學院舉辦的14場專家指導的課程，以及由NAPA Autotech舉辦的18場課程。
- AAPEX在展場內設立創新展示區。每個展示區提供產品展示和教育課程，重點關注電動車維修和高階駕駛輔助系統 (ADAS) 等新興領域。
- 相關餐會活動：AAPEX招待會主題早餐會、免費買家午餐會、啤酒與齒輪聯誼酒會、進口汽車業精彩交流酒會、MEMA售後市場供應商會員及媒體早餐會、汽車保養女性獎頒獎典禮早餐會、汽車養護盟友招待會。
- 海外汽車協會 (OAC) 全球招待會：這次國際招待會匯聚來自40多個國家的500餘位買家、經銷商和供應商，對於任何希望拓展全球關係的人來說，這都是不容錯過的盛會。
- 學生引擎組裝比賽：職業院校學生團隊競相拆卸組裝引擎。
- 學生計畫：致力於吸引產業頂尖人才，AAPEX匯聚全球汽車售後市場，為學生提供了絕佳的機會，學生可以走進展廳，了解來自 2,500多家參展公司的最新產品。

## 美國汽車產業近況

2025 年美國汽車產業正處於轉型與挑戰並存的階段，市場銷售維持穩定，但成長動能放緩，整體環境受到高利率、通膨、關稅政策與電動化轉型壓力影響。企業在面對成本上升與消費力下降的同時，也積極投入新技術與本土製造，以強化長期競爭力。



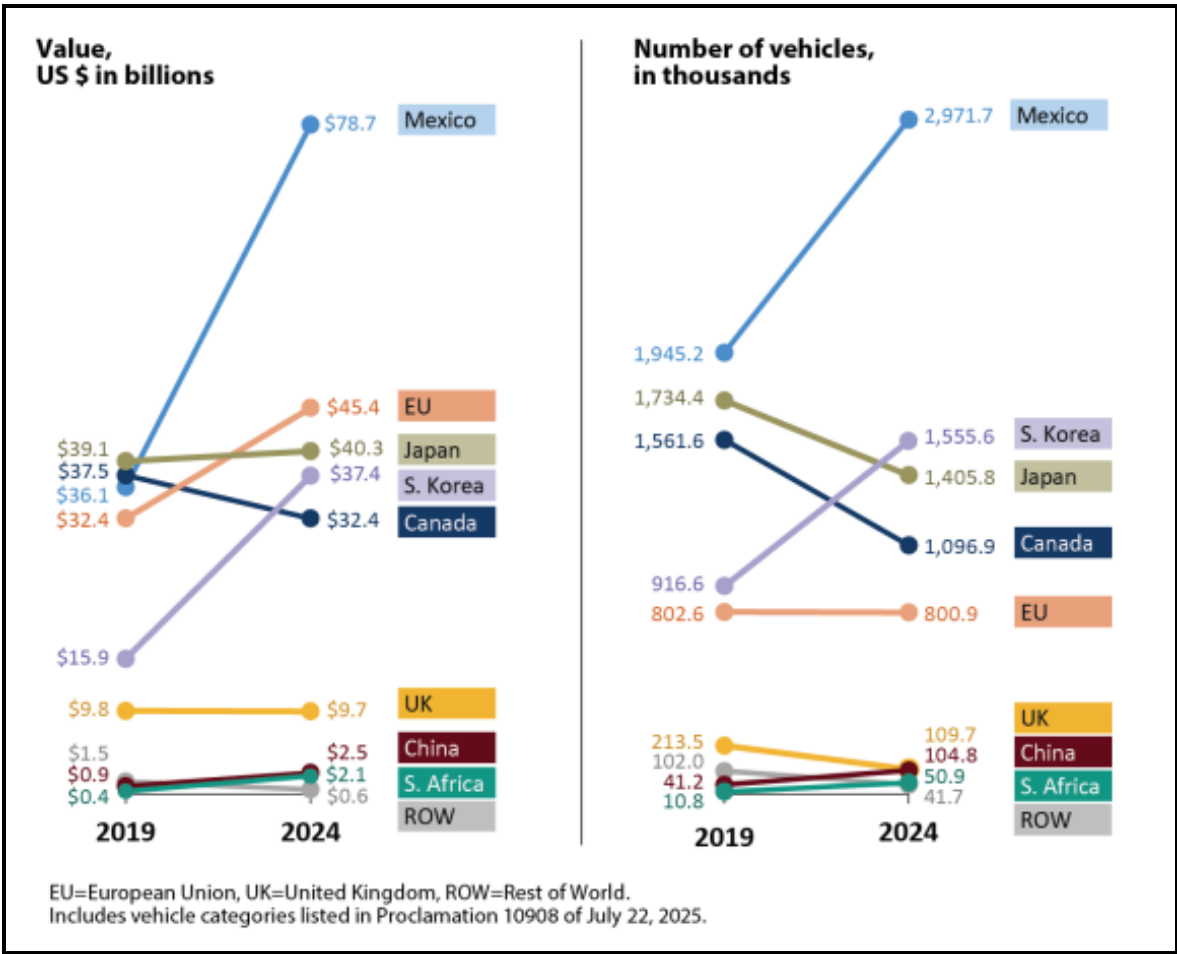
銷售與市場概況

根據美國白宮新聞稿表示，1985 年美國本土生產了 1,100 萬輛汽車，占美國國內汽車總產量的 97%，時至今日，2024 年美國銷售 1600 萬輛乘用車和輕型卡車，其中 50% 的車輛是進口的，合計 810 萬輛汽車、總金額達 2,491 億美元，其主要貿易夥伴有五個，分別為墨西哥、歐盟 ( EU )、日本、南韓與加拿大，合計佔了美國 2024 年汽車進口金額的 94%，以及進口數量的 96%。2024 年外國汽車製造商已在美國投資約 1,240 億美元。

在美國本土組裝而非進口的 800 萬輛汽車中，平均國產化比率保守估計僅可能接近 40%。因此，在美國人購買的 1,600 萬輛汽車中，只有 25% 的車輛可以歸類為真正的「美國製造」。

2024 年美國汽車零件貿易逆差達 935 億美元，而汽車零件製造業的就業人數總數約為 553,300 個，自 2000 年以來減少了 286,000 個，降幅為 34%。2023 年美國汽車製造的研發支出僅佔全球研發支出的 16%，美國企業的研發投入落後於歐盟，歐盟控制全球 53% 的研發動能。

2019 到 2024 年各國汽車輸入美國總金額及台數趨勢圖



## 2024 年美國前 10 大暢銷車款排行榜

排名	廠牌	車型	台數
1	Ford	F-Series	765,649
2	Chevrolet	Silverado	542,517
3	Toyota	RAV4	475,193
4	Tesla	Model Y	405,900
5	Honda	CR-V	402,791
6	Ram	Pickup	373,120
7	GMC	Sierra	340,946
8	Toyota	Camry	309,876
9	Nissan	Rogue	245,724
10	Honda	Civic	242,005

資料來源：Car and Driver ( [caranddriver.com](http://caranddriver.com) )

數據公司 MarkLines 最新公告統計 2025 年 10 月美國新車銷量 ( 含通用 / Stellantis / 特斯拉等推測值在內 ) 同期相比下降 5.1% , 共計 1,273,378 輛。經季節調整年化銷量 ( SAAR ) 為 1,540 萬輛/年 ( 去年同期為 1,621 萬輛/年 ) 。由於購買電動車可享有聯邦稅收抵免政策 , 於 9 月底到期 , 致使 9 月需求激增 , 因此 10 月出現明顯回落。由於關稅影響和聯邦稅收抵免到期導致高車價壓力仍然存在 , 預計 11 月以後美國電動車的短期需



求將難以復甦。按車型劃分，10 月輕型卡車銷量同比下降 2.4%至 1,062,392 輛，乘用車  
同比下降 16.8%至 210,986 輛。

2025 年前 3 季美國前 10 大暢銷車款排行榜

排名	廠牌	車型	台數
1	Ford	F-Series	597,546
2	Chevrolet	Silverado	422,685
3	Toyota	RAV4	358,134
4	Honda	CR-V	307,501
5	Ram	Pickup	262,386
6	GMC	Sierra	251,845
7	Toyota	Camry	234,426
8	Tesla	Model Y	232,000(預估)
9	Toyota	Tacoma	204,464
10	Chevrolet	Equinox	203,583

資料來源：Car and Driver ( caranddriver.com )

整車

近期美國貿易政策的變化，尤其是「關稅」的提高，以及地緣政治問題，增加了北

美汽車製造業的不確定性和不可預測性，因此美國、加拿大和墨西哥工廠之間長期以來形成的零件供應鏈和生產分配的規範和運作方式已被顛覆。川普首任總統任期內談判達成的《美墨加貿易協定》( United States–Mexico–Canada Agreement ; USMCA ) 已形同虛設，若車輛符合協議中的原產地規則，美國對產於加拿大或墨西哥的汽車可豁免部分關稅或按「非美國內容」部分計算。多年來，美國對輕型乘用車徵收 2.5%的進口關稅，但川普第二任總統上台後，根據 232 條款，美國對進口汽車的基本關稅為 25 % (在沒有特殊協議情況下)，隨著美國與各國進行了磋商，最終將進口關稅下調，例如，英國製造的乘用車和 SUV ( 每年出口的前 10 萬輛 ) 的關稅降至 10%，歐盟和日本的進口關稅降至 15%。232 條款 25%的關稅除了適用於進口乘用車(轎車、SUV、跨界車、小型貨車、廂型車)和輕型卡車，同時包括關鍵汽車零件(例如引擎、變速箱、動力總成零件和電氣元件)，隨時調整擴大其他零件的關稅。川普總統於 10 月 17 日，簽署命令，根據第 232 條款，對進口的中型與重型卡車 ( Class 3 至 Class 8 ) 及其零組件徵收 25%的關稅。

美國政府持續推動製造回流與新能源車發展，同時對部分汽車與零件進口加徵關稅，以保護本土產業。高關稅與原物料成本上升，使部分外資品牌考慮在美設廠或調整供應來源，另一方面，權衡越趨嚴格的排放標準及消費者購車意向，迫使車廠加速研發低碳與混合動力車型。

未來 2~3 年間，美國汽車銷售預期維持在 1500~1600 萬輛區間，屬溫和盤整，長期而言，若電動車技術成熟、充電網絡完善且製造成本下降，美國市場仍具再成長潛力。各車廠能否在數位化與綠能化浪潮中兼顧創新與成本控制，將是決定其競爭力的關鍵。



## 電動車

電動車是美國汽車產業轉型的核心，但其發展並非一帆風順，雖然有補貼政策一度刺激消費者提前購買，但隨著補貼縮減與充電設施不足，市場熱度出現波動，根據汽車創新聯盟 ( Alliance for Automotive Innovation ) 所公布最新季度報告顯示，2025 年第二季度，電動車在美國輕型汽車新車銷量中的佔比為 9.5%，這一數字不僅較 2025 年第一季度的 9.6% 下降，銷量減少約 9,000 輛，更較 2024 年第四季度的 10.9% 有顯著收縮，電動車市場佔有率連續兩個季度下滑。與去年同期相比，電動車市場佔有率下降了 0.5 個百分點。

儘管市佔率有所下降，但電動車銷量在整體車市增長的帶動下，年度銷量仍增加了 4%、共計約 29,000 輛，顯示出整體電動車普及仍在持續，只是佔比微幅緊縮。2025 年第二季度，美國市場上有 155 款電動車型可供消費者選擇，涵蓋轎車、休旅車、皮卡和廂型車，在這些新車型中，輕型卡車 ( Light Truck ) 仍是市場的主導力量，佔據了 79% 的電動車銷量，與前一季度持平。

電動車市佔率的放緩與傳統內燃機 ( ICE ) 汽車市場的持續萎縮形成鮮明對比，燃油車的市場佔有率在本季度較去年同期下降了 4.2 個百分點；若從 2016 年開始計算，其市場佔有率已累計下降 23.7%。

值得注意的是，在電動車市場略顯疲態之際，混合動力電動車 ( Hybrid EV ) 卻表現

強勁，其市佔率較去年同期增加 4.7%，顯示出消費者在完全電動化過渡期對混合動力技術的接受度正在提高。總體而言，第二季度美國輕型車總銷量（所有動力系統）較去年同期增長了 5%、合計約 194,000 輛。

S&P Global Mobility 的報告顯示，2025 年第三季(7 月至 9 月)，電動車銷量如預期成長，但 2025 年第四季可能會大幅下降，因為「大而美法案」( One Big Beautiful Bill Act ; OBBBA )，對汽車政策的影響可能會進一步抑制純電動車的長期需求成長，使純電動車銷量面臨越來越多的不確定性。

充電基礎設施的貧瘠被視為電動車普及的一大關鍵瓶頸，截至 2025 年第二季，全美現有公共充電插座總數為 217,929 個，當前道路上每 30 輛電動車僅對應一個公共充電樁。更令人擔憂的是基礎設施的建設速度嚴重落後於新車的註冊量。充電基礎設施嚴重不足，以及本土電池回收能力的極度缺乏，構成了美國電動車產業發展的兩大結構性挑戰，為確保電動車產業在未來達到廣泛普及，產業和政府必須緊急採取行動，填補充電網絡缺口並建立強大的本土電池循環經濟體系。

目前，美國電動車新車滲透率約 10%左右，仍落後歐洲與中國，除了價格偏高、電池成本上升外，消費者對續航與充電便利性的疑慮仍待解決，儘管如此，電動車、混合動力車等新能源車仍是未來發展方向，車廠持續在「軟體定義車輛」(Software-Defined Vehicle, SDV) 與自動駕駛等領域上不斷精進。



根據美國汽車維修服務協會 ( Auto Care Association ) 統計，2024 年美國輕型車售後服務市場的銷售金額約為 2,320 億美元。在 2023 年增長了 8.6%，隨著高通膨持續存在，2024 年的銷售金額成長率約為 5.7%。即使在高通膨環境下，市場依舊展現韌性、持續擴張，以下因素使美國輕型車售後服務市場保持了穩定且高於疫情前的增長率。

- 車輛平均車齡增加：在高利率、信用評分下降以及每月新車還款超過 1000 美元的背景下，美國人傾向於延長車輛使用壽命，美國 2.9 億輛汽車的平均車齡已從 2024 年的 11.9 年增加到 12.8 年，這有利於對維修和保養零件的需求持續增加。
- 消費者行為轉變：由於通膨及高關稅的影響，導致新車價格居高不下，二手車價格順勢攀升，促使車主延長車輛使用年限，以選擇維修和保養現有車輛來因應，而非替換新車，這直接推動了售後市場的發展。

美國汽車售後市場由超過 557,000 家企業組成，形成從東岸到西岸的完整網絡，包含製造商、分銷商、維修廠、行銷商與零售商，規模從小型到大型不等，核心目標是為現今道路上的 2.9 億輛車 ( 包括輕型車、中型車與重型車 ) 提供高品質零件、產品以及維修保養服務。

預測美國汽車售後服務產業(涵蓋輕型、中型及重型車售後市場)2025 年市場規模將達 5,700 億美元。

美國汽車售後市場零組件供應商協會 ( Automotive Aftermarket Suppliers Association ; AASA ) 統計，2024 年美國進口超過 1,973 億美元的汽車零件，較 2023 年

創下的 1942 億美元、增加 1.4%·因此 2024 年是美國汽車零件進口量創歷史新高的一年。

2024 年美國汽車零件進口前十大國家

排名	國家	金額 (單位:美元)	進口總額占比
1	墨西哥	81,174,684,076	41%
2	加拿大	19,471,943,968	10%
3	中國	18,256,097,508	9%
4	日本	15,796,292,742	8%
5	韓國	12,665,621,866	6%
6	德國	10,105,682,683	5%
7	泰國	5,429,559,847	3%
8	台灣	3,405,834,903	2%
9	越南	3,164,928,360	2%
10	印度	3,098,308,833	2%

資料來源： <https://automotiveaftermarket.org>

2025 年美國汽車零組件進口狀況受到關稅政策鉅變的強烈衝擊，呈現出價量下滑、成本激增以及供應鏈被迫重組的趨勢，成為影響本年度汽車零組件進口狀況的最關鍵因素。

根據美國經濟分析局(BEA)和聖路易斯聯邦儲備銀行(FRED)的季度數據，涵蓋汽車、引擎及零組件的進口總值，在第二季度出現了顯著的下滑，這與新的關稅生效時間重疊。



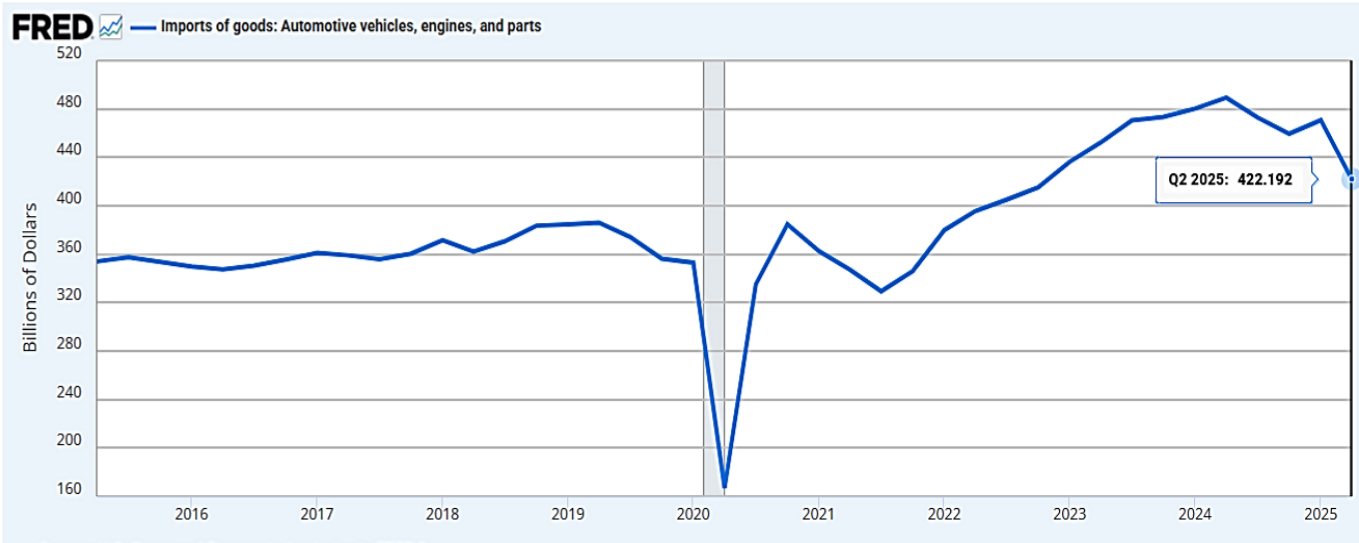
2025 年上半年美國汽車及零組件進口金額分析

項目	汽車、引擎及零組件進口額	變化幅度
2025 年第一季度 (SAAR)	\$4,707.56 億美元	
2025 年第二季度 (SAAR)	\$4,221.92 億美元	下跌約 10.3%

備註 SAAR: 季節性調整年率 (Seasonally Adjusted Annual Rate)

資料來源：聖路易斯聯邦儲備銀行(FRED)

2015-2025 年第二季美國汽車及零組件進口金額走勢



※2020 年歷經新冠疫情期間，經濟發展停滯

2025 年第二季度的進口年率顯著低於第一季度，更遠低於 2024 年同期為 4,893.20

億美元，這表示從 4 月開始實施的新關稅政策，對汽車零組件的進口量和價產生了立即

且巨大的抑制作用。總統川普於宣布對特定汽車零組件（如引擎、變速箱、動力總成零

件等 ) 徵收 25% 的額外關稅，引發了全球汽車供應鏈的「地震」。受到影響的範圍有：

- 成本暴增：232 條款的 25% 關稅直接導致進口零組件和原材料的成本飆升，衝擊了美國國內製造商和全球供應商的利潤，業界估計，這將使新車的平均交易價格上漲數千美元。
- 衝擊範圍：據估計，美國最終組裝的車輛中，約有 60% 的零件來自進口，這項政策影響對象不僅是美國整車業者、售後服務業者，還包括全球區域供應鏈，尤其對日本、韓國和德國等主要汽車零件供應國造成了嚴重打擊。
- 生產預期萎縮：最終關稅提升還是要消費者承擔，因此會抑制消費需求，預測 2025 和 2026 年的全球汽車和零件產量將會收縮。

為了因應高額關稅的衝擊，汽車製造商和供應商被迫實施大規模戰略調整，以整車來說有兩個方向：

- 一、車廠計劃增加美國本土產量，或將原定銷往美國市場的車型轉移至墨西哥或加拿大等美墨加協定 ( USMCA ) 夥伴國的工廠進行組裝，以規避部分關稅；
- 二、美國政府為在美國組裝的汽車引入了兩年的「進口調整抵銷」機制，第一年( 2025 年 4 月 3 日起-2026 )，抵銷金額為這段期間所組裝汽車的建議零售價 ( MSRP ) 總額的 3.75%，接著第二年(2026 至 2027 年)組裝的汽車，其抵銷比例為 MSRP 總額的 2.5%。關稅加大了原廠零件(OEM)與售後市場零件(Aftermarket)之間的價格差距，使得價格較低的售後替換零件更具吸引力，預計售後市場的銷量將會增長。

根據凱利藍皮書 ( Kelley Blue Book; KBB ) 最新數據顯示，美國新車的平均交易價格在 9 月突破 5 萬美元大關、達到 50,080 美元，成為歷史最高點。價格上漲的主因包括關稅提高成本壓力、高階車型與電動車銷售比例上升。美國富裕家庭仍是新車市場的主要消費群體，這些買家擁有充裕資金，支撐了高價車型的銷售動能。隨著聯邦電動車稅收抵免政策於 9 月底到期，不少消費者趕在優惠結束前購車，導致電動車銷量飆升並推高平均價格。KBB 預期，短期內新車價格將維持高檔。

## 台灣汽車零配件出口美國近況

台灣汽車零配件出口到美國，當前最重要的影響因素是美國的關稅政策以及全球汽車產業的電動化、智慧化轉型。以下是台灣汽車零配件出口美國的幾個關鍵現況：

- 關稅壁壘：美國對全球實施全面性關稅政策是最大挑戰，致使台灣出口到美國的汽車零組件造成直接壓力，無論是對等關稅(台灣暫定 20%)，或 232 條款的 25%(部分產品增加至 50%)關稅壓力，導致臺灣產品在美國市場的價格競爭力下降，特別是在傳統低技術含量的零件領域。
- 廠商因應策略與供應鏈重組：由於關稅風險以及廠商的全球佈局調整，台灣對美國的汽車零配件出口值近三年呈現逐年遞減的趨勢，出口美國的比重也從過



去接近 60% 降至約 50% 左右。面對關稅壓力，台灣汽車零件業者正加速進行全球產能佈局，最直接的方式是到美國設廠，大型汽車零件廠商已投入巨資在美國，目的是將部分生產移至北美本地，以規避關稅風險並貼近客戶。

- 售後維修市場是核心優勢：台灣出口美國的汽車零組件，超過九成以上是供美國龐大的售後維修市場使用，而非新車組裝的原廠零件 OEM。出口產品以碰撞件（如保險桿、葉子板）和車燈組為大宗。加上美國車輛老舊化、平均年齡不斷創下新高，這意味著對維修零件的需求持續旺盛，為台灣 AM 零件提供了穩定的訂單來源。
- 電動車佈局：台灣部分零件大廠積極切入國際電動車大廠，如 Tesla、Rivian、Lucid，以及傳統車廠的電動車款的供應鏈，主要提供傳動系統、輕量化高精密零件、電控與散熱等高附加價值產品。
- 政府協助：台灣政府相關部門已啟動措施，協助業者應對關稅衝擊，包括協助產業提升生產效率(例如導入 AI 智慧製造)、聯合採購原物料，並協調金融工具以管理匯率風險。

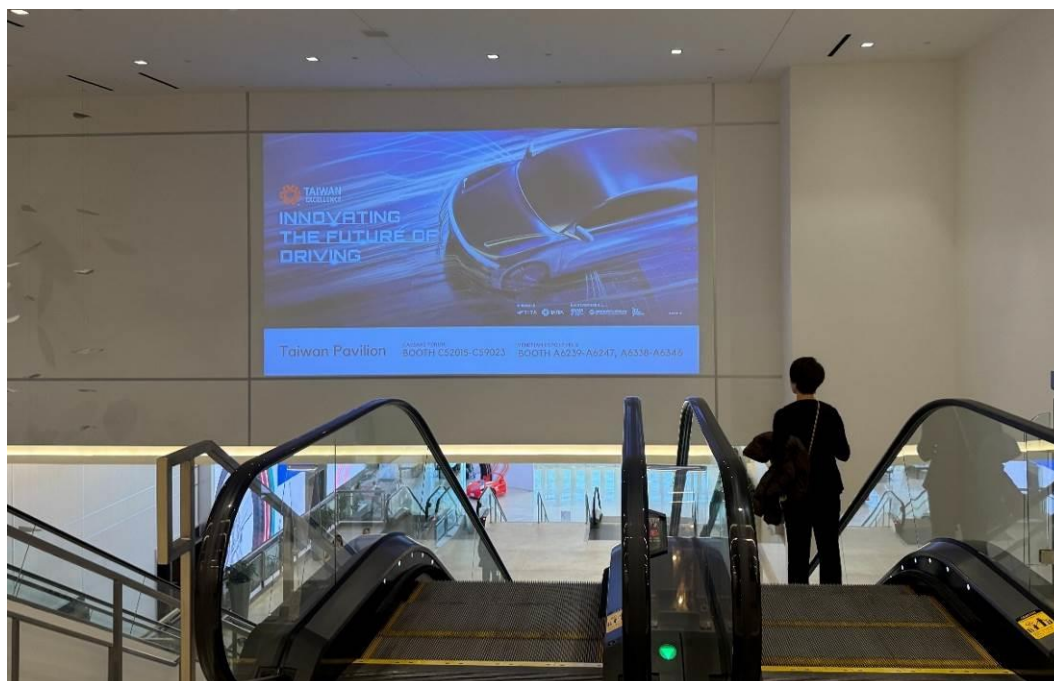
2025 年 1-8 月台灣前十大汽車零件出口至美國金額

單位：新台幣千元

排序	ccc code	貨名	總金額 (新台幣)	占比	去年同期 總金額	去年同期 相比
1	87089990903	其他機動車輛之零件及附件	19,292,313	25.63%	20,096,46	-4.00%

					7	
2	87082990007	其他第 8 7 0 1 節至 8 7 0 5 節機動車輛車身 ( 包括駕駛臺 ) 之其他零件及附件	11,461,783	15.23%	11,667,483	-1.76%
3	85122011106	機動車輛用車頭大燈及尾燈	9,352,136	12.43%	10,901,173	-14.21%
4	87081000007	保險槓及其零件	6,035,024	8.02%	5,418,079	11.39%
5	85129020002	機動車輛及機器腳踏車用照明或視覺信號設備之零件	4,271,791	5.68%	4,027,214	6.07%
6	85122019108	其他機動車輛用照明設備	3,353,946	4.46%	3,293,112	1.85%
7	87088090003	懸吊系統之零件與附件	2,437,857	3.24%	2,007,625	21.43%
8	70091000005	車輛之後視鏡	1,671,680	2.22%	1,749,779	-4.46%
9	85122020007	機動車輛及機器腳踏車用電氣信號設備	1,650,548	2.19%	1,595,066	3.48%
10	87087090005	其他車輪及其零件與附件	1,588,517	2.11%	1,814,345	-12.45%

今(2025)年 1~8 月，台灣汽車零組件出口美國總金額共計新台幣 752 億元，占整體出口比重為 51.17%，與去年同期相比微幅下滑 2.88%，今年四月開始的一連串關稅貿易戰，壓縮了台灣製造的汽車售服產品生存空間，為了維繫台灣精品形象於美國市場的知名度，由經濟部國貿署主辦，外貿協會執行的台灣產業形象廣宣計畫，在本展入口處設立廣告增加「台灣館」曝光度，引導買主前往台灣館參觀台灣精品，並對台灣品牌產生深刻印象。



主要入口處投放「台灣館」指示畫面

## 車輛公會組團參加「2025 美國汽車零配件展」廠商名單

序號	公司名稱	主要產品中文名稱
1	今稜企業股份有限公司	汽車零件-冷卻風扇、風扇馬達、雨刷噴水、噴水馬達、雨刷拉桿、雨刷馬達、雨刷噴達、油箱浮筒
2	鼎傑企業有限公司	門鎖開關、檔位開關、電磁閥、時鐘彈簧、頭燈開關、剎車開關、燃料選擇閥、電動窗戶開關、引擎鎖
3	益暉工業有限公司	變速箱齒輪
4	亞生特電業股份有限公司	車用線束
5	泉鋁工業股份有限公司	油箱、油底殼、加油管、油束
6	佳欣光電科技股份有限公司	頭燈、LED 霧燈、LED 剎車燈系、2 合 1 LED 白晝燈、霧燈、投影系列
7	華佑國際科技股份有限公司	傳動系統、轉向系統、輪轂系統等底盤汽車零件
8	緯恩工業股份有限公司	卡車車燈、卡車副水箱



9	昭峰工業有限公司	汽車底盤零件、轉向球頭、三角架
10	川浩企業股份有限公司	汽車安全帶、貨物捆綁帶、拖車繩、汽車固定帶、吊帶、 勾子
11	乾輝企業有限公司	開關
12	萬在工業股份有限公司	汽車空調用冷凝器、汽車水盤、油冷卻器

(作者現任本會業務處專員)