

# 2025 年印尼國際汽車零配件展展後報導

◎邱啓棠

## 一、展覽概況

2025 年印尼國際汽車零配件展（INAPA 2025）已於 2025 年 5 月 21 日至 23 日在雅加達 JIEXPO Kemayoran 國際展覽中心盛大舉行。本屆展會不僅為全球汽車產業的領導品牌、創新技術供應商與關鍵決策者提供高效的交流平台，更進一步擴展為結合產業創新、技術應用與跨國商機的重要國際論壇。

與往年相比，INAPA 2025 展會規模屢創新高，總展出面積達 35,000 平方公尺，橫跨 9 大展館，共吸引來自 26 個國家與地區的 1,402 家參展企業，展示內容涵蓋整車零配件、售後維修、電動車、物流與運輸設備等完整產業鏈，展現東南亞市場在「未來移動產業」領域的快速成長動能。

展會三天吸引了來自 76 個國家、超過 30,803 位專業買主與參觀者蒞臨現場，不僅促進高效的國際採購媒合與技術合作，更突顯 INAPA 作為東南亞地區規模最大、最具國際聲望的汽車與交通運輸產業專業展會的市場地位。

隨著印尼政府積極推動電動車與本地製造政策、東協區域供應鏈重組及新興市場需求攀升，INAPA 2025 為全球業者提供了絕佳的機會，深入了解印尼與周邊市場的產業趨勢、開拓商機並建立長期戰略合作夥伴關係。



雅加達國際會展中心



A1 展館入口



開幕典禮

INAPA 2025 印尼國際汽車零配件展，將與多項相關專業展覽聯合舉辦，包括：

INABIKE 2025 印尼國際雙輪車暨零配件展

EV Indonesia 2025 印尼國際電動車展

Tyre & Rubber Indonesia 2025 印尼國際輪胎與橡膠工業展

Transport & Logistics Indonesia 2025 印尼運輸與物流展

Lube 2025 印尼國際汽車維修技術展

## INAFastener 2025 印尼國際汽車緊固件技術展

此聯合展會橫跨傳統與新能源汽車、雙輪與商用車、汽車售後服務、電動車供應鏈、輪胎與橡膠材料、運輸與物流系統、維修技術與緊固件等產業鏈節點，打造出東南亞最完整且具整合性的一站式汽車與交通運輸專業平台。展示項目涵蓋：汽車零配件、電動車技術、輪胎與橡膠、倉儲物流設備、堆高機、公交車、卡車與重型車輛等，全面反映產業最新趨勢與商機。

INAPA 2025 聚焦於商業對商業 (B2B) 的精準媒合，旨在促進製造商、經銷商、零售商、進出口貿易商等之間的專業交流與合作。此展會不僅是一個產品展示平台，更是企業開拓市場、建立夥伴關係、尋求策略聯盟與掌握市場脈動的關鍵交流點。

尤其在印尼政府大力推動電動車產業本地化政策的背景下，EV Indonesia 2025 已成為印尼與東協地區發展電動車產業鏈的核心平台之一。搭配 INAPA 的產業深度與國際參與廣度，多展聯動形成完整的技術與商機接軌生態系，有助於臺灣及其他國際企業掌握印尼汽車與電動車市場的最新發展，佈局未來移動產業商機。



展館平面圖 1



展館平面圖 2



買主等待換證入場



香港館展位



韓國館展位



TOYOTA 展位



BEX 展位



LUCAS 展位



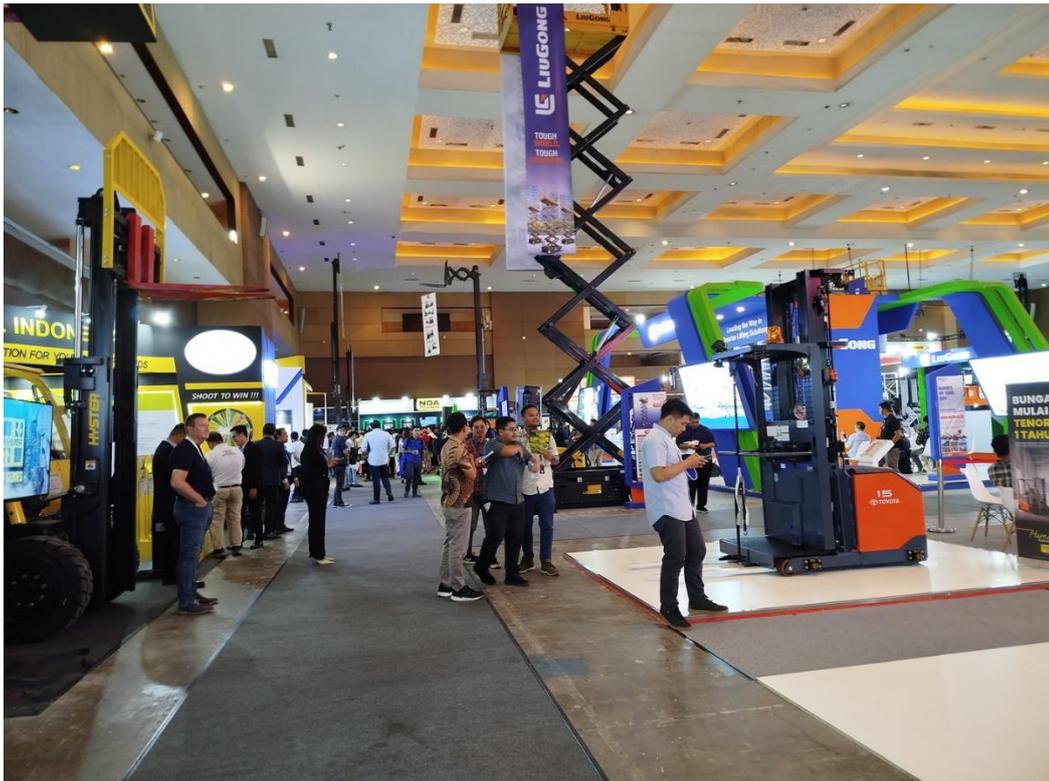
CARSON POWER 展位



DONGFENG 集團展位



大型車輛展位



大型機具展位

本次展覽與 EV Indonesia Forum 2025 同時舉辦，邀請專家發表演講，討論議題諸如：Trakindo Utama 與 Caterpillar 堆高機產品介紹、透過預測性維護與物聯網技術，實現能源效率與極致成本節省、車隊維護系統：提升物流與運輸企業成本效率與工作安全的實務策略、IAS 集團介紹：以「一哩信

任」為核心的端對端服務、Bobcat 物料處理技術：智慧與高效率倉儲的未來、運輸與物流教育發展、供應鏈轉型戰略：物流服務化與整合，成為競爭優勢的關鍵、透過物流與數位運輸整合，提升印尼中小企業供應鏈效率等，獲得買主的熱烈迴響。



展覽期間舉辦多場研討會

## 二、臺灣館展出情形

今年為該展第 14 屆，本會從第一屆即參與此展，與大會建立良好的關係，大會專為本會的參展廠商保留最佳的攤位位置。為了突顯臺灣汽車零配件產業形象，以臺灣館整體造型裝潢，在展覽會場中 TAIWAN 字樣非常顯目，本會此次參展廠商共有 7 家，使用面積 81 平方米，參展產品主要以汽修工具、摩托車工具、扭力工具、各式手工具、內胎補片、外胎補片、補胎液、補胎條、腳踏車工具、膠水、其他 BIY 工具、機械手臂軸承、滾珠軸承、滾針軸承、止推軸承、端桿軸承、含油軸承、連座軸承、陶瓷軸承、漲緊輪、汽車軸承、單向軸承、水泵軸承、圓錐滾子軸承、電動&氣動工具、汽車雨刷、感壓膠帶、行車記錄器等為主。

本會在會場中設置一個服務攤位，並免費提供買主本會所印製之臺灣車輛暨零配件總覽，推廣有關我國汽機車零配件產業及產品資訊，並且提供參展廠商茶水，加強為臺灣產品宣傳，拓展商機；同時，在現場我駐印尼台北經濟貿易代表處經濟組路豐環組長蒞臨指導並關心廠商需求。



駐印尼台北經濟貿易代表處經濟組路豐璟組長(左)蒞臨指導



駐印尼台北經濟貿易代表處經濟組路豐璟組長(右)關心廠商需求

臺灣在資通訊 (ICT) 與半導體領域具備全球領先的技術優勢，不僅於全球供應鏈中扮演關鍵角色，同時也是汽車零配件產業的重要供應者之一。憑藉高

度彈性的製造能力、完整的產業聚落、精密加工技術與高度整合的上下游體系，臺灣企業在全球汽車產業轉型至智慧與電動化的浪潮中，已成為各國車廠尋求戰略合作夥伴的首選之一，具備投入「未來移動產業（Future Mobility）」的堅實基礎。

印尼作為東南亞(ASEAN)最大汽車市場，汽車銷量與登記數持續穩定成長。然由於道路基礎建設尚未完全普及，路況相對不佳，導致汽車零組件耗損速度較快，加上廣大的地理範圍與人口結構，使得汽車維修與更換零件的需求極為龐大，進而帶動汽車售後維修市場（Aftermarket）蓬勃發展，對於品質穩定、供應彈性高的臺灣零配件產品形成強烈需求。

在此背景下，2025年印尼國際汽車零配件展（INAPA 2025）將持續擴大規模，成為印尼乃至東協區域最具代表性的車輛產業專業展會。各展區分布如下：

A1、A2、A3-1、B2、C1、C2：汽車零配件展區

A3：大型車輛展區

B3：機車與雙輪車專區

C3：電動車展示專區

D1-1：輪胎與橡膠產業專區

D1-2、D2：重型機具及設備展區

該展會涵蓋從傳統燃油車零件、電動車技術、至大型工程機具與輪胎橡膠全產業鏈，是國際業者拓展印尼與東南亞汽車市場的絕佳平台，也為臺灣廠商展現技術實力、拓展通路合作、掌握印尼市場脈動提供重要舞台。

近年來，東南亞各大專業展覽多趨向採用為期三天的展期安排，此舉旨在提高展會效率並降低參展成本。儘管如此，中國大陸展商在多數展會中仍維持壓倒性的參展規模，其攤位數量穩定佔據總數一半以上，顯示中國企業對東南亞市場的深度佈局與高度重視。

展覽已具備相當的國際知名度，廠商對印尼市場前景亦普遍持正面看法，在地緣政治與區域經濟變遷的背景下，印尼憑藉其龐大人口紅利與穩健的經濟成長，逐漸成為東協（ASEAN）內部最具潛力的新興市場之一。伴隨印尼基礎建設的持續升級與消費市場的逐步升級轉型，許多臺灣廠商已由過往以中低階產品為主，轉向推廣高附加價值及高端技術產品，以對應當地市場需求變化並建立品牌差異化優勢。

然而，地緣政治上的挑戰依然存在。由於臺灣尚未加入東協自由貿易區，其出口產品在印尼市場須面對相對較高的關稅壁壘。為降低此一制度性不利因

素的影響，臺灣廠商須要尋求與當地大型物流業者、進口商及通路商建立策略聯盟，以加強供應鏈靈活性與在地化經營能力，間接達到成本與稅負優化之目的。

自疫情趨緩以來，許多展商積極重返印尼展會，顯示廠商對該市場仍具信心，也反映出疫情期間受限的人際互動與商業交流已經恢復，透過實體展會與當地買主重建信任與合作基礎，已成為區域供應鏈再平衡過程中的關鍵一環。

此外，印尼展會場域內之溝通語言仍以印尼語為主，英語作為輔助語言，顯示本地化溝通能力對於展會效益有著實質影響。對於有意深耕印尼市場、甚至考慮在當地投資設廠的企業而言，管理階層熟悉印尼語及理解印尼多元宗教與文化的社會結構，將是企業能否有效適應當地經營環境、建立長期穩定營運模式的關鍵。

綜觀而言，印尼市場的發展不僅體現東協經濟整合的潛能，更突顯臺灣企業在面對區域經濟與地緣政治複雜變局時，必須採取更加靈活、多元且具前瞻性的策略，方能在新興市場中保持競爭優勢。



臺灣館位置醒目



臺灣館人潮眾多

### 三、結論

根據印尼中央統計局（Badan Pusat Statistik, BPS）與國際貨幣基金組織（IMF）的最新資料，印尼自 2021 年疫情後逐步復甦，2024 年的經濟成長率達到 5.0%，2025 年預估將維持在 5.2%到 5.8%之間，顯示其在全球經濟不確定性持續升高之際，依然展現出良好的成長韌性與內需動能。

印尼目前為東協最大經濟體與人口國（2024 年人口突破 2.8 億），城市化進程快速推進，特別是雅加達、泗水、萬隆、棉蘭等大城市，以及周邊衛星城市，人口與交通壓力持續上升。伴隨中產階級規模擴大與可支配收入上升，對交通工具、特別是汽車的需求大幅成長，推升了整體汽車市場與售後服務產業的蓬勃發展。

#### 汽機車市場

據印尼汽車公會(Gaikindo)統計，上(2024)年印尼零售汽車銷量年減 10.9%(註：2023 年較 2022 年衰退 1.5%)，達 88.97 萬輛。其中，上(2024)年自用客車(mobil penumpang)銷量年減 9.1%，達 69.43 萬輛。而商業用車(包含載客及載貨)受到更大衝擊，銷量年減 16.5%，僅達 19.54 萬輛。另據該公會統計，本(2025)年 1 月印尼汽車零售業銷售持續衰退，比上(2024)年 1 月(78,437 輛車)衰退 18.6%，僅銷售 63,858 輛。

即使整體汽車銷量下滑，印尼電動車市場仍保持正成長。上(2024)年電動車市場成長快速，其中純電動車銷量達 43,188 輛，年增 153%，油電混合車銷量則達 59,903 輛，年成長率約為 9%。上(2024)年電動車銷量在整體客車市場占比達 14.7%，其中純電動車占比為 6.4%，油電混合車占比為 8.3%。

針對上述汽車銷量衰退情況，印尼 Mandiri 銀行分析如次：

- (一) 印尼汽車零售自前(112)年 5 月至上年 12 月呈連續衰退趨勢，主因包含：(1) 消費者購買力減弱，特別是中低收入族群；(2) 上(2024)年全年利率仍維持在相對較高水準；(3) 印尼盾匯率貶值；(4) 金融機構對顧客催收帳款規則趨嚴；(5) 印尼國內與全球經濟不確定性加劇，影響市場對未來經濟前景預期，導致汽車銷售下降。
- (二) 雖然中等收入群體購買力減弱，導致汽車銷量下降，但中高收入群體購買力變化不大，仍保持穩定購買需求。此項差異性，可從不同排氣量之車款銷售情形看出。例如上(2024)年排氣量低於 1,500cc 的自用客車銷量年減 11.6%，全年呈負成長。其中，低成本綠色汽車(LCGC: Low Cost Green Car)的銷售成長自前年起放緩，並在上(2024)年度大幅收縮。據 Mandiri 銀行分析，LCGC 汽車銷量下滑主要原因之一是 2022 年底印尼政府取消對 LCGC 的稅務優惠政策。反觀價格較高、排氣量介於 1,500 至 3,000cc 的自用客車，上(2024)年度銷售量較 2023 年成長 5.3%，而純電動車與油電混合車市場亦保持強勁增長，反映出中高收入群體購買力依然穩健，進而推動對汽車的購買需求。

據報載，由於印尼汽車產業占印尼 GDP 之 4.5%，政府盼透過加強稅賦誘因而來振興車市，以達成政府 8% 經濟成長率之目標。具體誘因包含：

- (一) 符合國產化率門檻的油電混和車，可減免增值稅及奢侈品稅(自 6-12% 減至 3-9%)。
- (二) 進口完全拆解(completely knocked-down, CKD) 電動車可減免增值稅。
- (三) 進口完全組裝(completely built-up, CBU) 電動車可減免奢侈品銷售稅。

針對本年度印尼汽車產業發展前景，Mandiri 銀行評估意見如次：

- (一) 印尼汽車公會訂定本年目標汽車零售銷量為 900,000 輛，但 Mandiri 銀行預估銷量將介於 755,000 至 900,000 輛之間。在最樂觀情況下，消費者購買力提升，經濟前景好轉，全年汽車銷量年增率可望達 4.0%。然而，在最悲觀情況下，考量增值稅(VAT)上調至 12% 以及奢侈品銷售稅帶來的成本壓力，加之印尼國內與全球經濟不確定性未見改善，汽車銷量可能面臨年減 10.5% 的收縮風險。
- (二) 推動本年度汽車銷售增長關鍵因素包括：(1) 推出新車型，尤其是價格更具競爭力的電動車品牌與車型進入印尼市場，將有助增加消費者選擇並

提升市場需求。(2)雖然基準利率下調步伐可能慢於預期，但預計仍將帶動信貸利率下降，進一步刺激汽車購買力。(3)印尼政府如持續提供對純電動車與油電混合車的財政激勵措施，例如由政府承擔增值稅及奢侈品銷售稅，將可提升消費者對新能源車型之接受度。

(三)可能抑制本年度汽車銷售的主要風險因子包含：(1)高稅收政策對汽車產業造成壓力。例如汽車增值稅上調至12%，導致消費者購買成本上升，進而影響市場需求，尤其汽車產業對價格變動較為敏感。(2)美國聯準會(Fed)推遲降息計劃，可能影響全球資金流動性與利率環境，間接影響印尼等新興市場之汽車銷售。

福特汽車公司近期宣布，將在印尼投資設立電動車製造工廠，顯示其對印尼在全球新能源車供應鏈中戰略地位的高度重視。此舉不僅是對區域市場潛力的肯定，更反映全球汽車製造商積極尋求替代性與多元化生產基地的地緣政治考量。

此外，巴西礦業巨頭Vale與福特、美國及德國的汽車龍頭Volkswagen合作，在印尼東南蘇拉威西省與中蘇拉威西省共同投資65億美元，興建鎳加工設施。此項重大投資旨在確保電動車關鍵原料—鎳的穩定供應鏈，有效鞏固印尼作為全球電池金屬戰略樞紐的地位。印尼擁有全球最大規模的鎳儲量，在電動車電池的全球供應競局中扮演舉足輕重的角色，並因此吸引多國大型企業加速布局。

印尼政府明確表態，所有有意參與印尼電動車市場的製造商，應在當地設廠並推動在地化製造。這一政策意圖不僅是為了創造就業與技術轉移，更是印尼強化製造自主性、降低對進口依賴的長期戰略。包括印尼本地企業Polytron在內的數家國產品牌已率先投入電動二輪車的生產，並逐步拓展至四輪電動車製造領域，展現印尼欲由原料輸出國轉型為高附加價值製造基地的決心。

根據印尼政府規劃，電動車的「國產化率」(local content)目標將於2026年底達到40%、2029年提升至60%，並於2030年底達80%。此一國產化時程將直接影響國際企業在當地投資模式與供應鏈部署方向。政策上，印尼已推出多項鼓勵措施，包括稅收優惠、進口關稅減免、以及工業園區專案輔導，來吸引外資與推動產業升級。

福特印尼經銷商RMA Indonesia表示，正積極拓展在印尼的業務布局，強化現有資源及基礎設施，並依據市場特性導入最適車型，包括電動車在內。這也反映國際品牌逐漸認知印尼市場不僅是終端消費市場，更是長期製造與出口基地的潛在核心。

印尼工業部長(Menperin)也明確指出：「汽車產業是印尼國民經濟發展的關鍵支柱，目標是在 2030 年前將印尼打造為全球汽車製造與出口的重要參與者，涵蓋傳統內燃機車(ICE)與電動車(EV)雙軌發展。」這不僅是一項產業政策，更是一項攸關印尼在全球經濟體系中角色再定義的地緣政治布局。

二手車市場與汽車售後維修產業(Aftermarket)成為高度成長領域，根據 Mordor Intelligence 和 Statista 等市場研究機構的預測，印尼汽車售後市場至 2026 年整體營收將達約 136 億美元，年均複合成長率(CAGR)預估超過 7%。除了首都區外，二線與三線城市中等收入群體的興起，也帶動對二手車及其維修、保養、配件更換等服務需求同步增長。

這一產業趨勢對臺灣廠商而言，提供了高度吸引力的市場機會。臺灣汽機車零配件與售後服務業者，具備品質穩定、技術靈活、客製化能力強等優勢，已逐步在印尼建立起品牌認知與通路合作網絡。許多臺灣企業也積極參與印尼主要汽配展覽，推廣高附加價值產品，並透過與當地大型物流商與經銷商的合作，加速建立在地售後供應鏈。

此外，隨著印尼政府積極推動《印尼製造 2025》(Making Indonesia 4.0)政策，明確將汽車、電子、化工與食品工業列為優先發展製造業，並鼓勵國際企業投資在地生產與技術轉移。印尼正努力轉型為區域製造樞紐，藉以強化其在全球製造戰略下的地位。這對臺灣企業而言，不僅是出口產品，更是投資設廠、建構區域供應鏈的關鍵市場。

綜合而言，印尼正從「原料供應國」蛻變為「新能源製造樞紐」，在全球電動車供應鏈重組的關鍵時刻積極爭取地位。2024 年臺灣汽車零組件出口至印尼金額為新台幣 15.7 億元，占臺灣汽車零組件總出口比重約 0.64%，相比 2023 年減少 7.41%，主要出口至印尼汽車零組件項目為：煞車零件、車輛用照明設備、離合器及其零件、引擎零件、車身件、車燈等。臺灣及其他區域業者若欲深耕東協市場，必須審慎評估印尼政策導向、國產化壓力與地緣風險，同時尋找與當地產業生態系合作的機會，以建立長期可持續的戰略據點。印尼不僅在短期內展現消費與投資的成長潛力，更在長期地緣政治與全球產業鏈重組趨勢中，具備成為東協製造中心與消費成長雙重引擎的戰略地位，值得臺灣業者長期深耕與佈局。

2025 年印尼國際汽車零配件展臺灣團員名冊

No	公司名稱	公司英文名稱
1	晶明國際有限公司	L AND M GROUP CORPORATION
2	裕仁工業科技股份有限公司	YEE JEE TECHNOLOGY CO., LTD.
3	久大軸承有限公司	JOTA BEARING CO., LTD.
4	鑽全實業股份有限公司	BASSO INDUSTRY CORP.
5	東彬企業有限公司	FLEX WIPER ENTERPRISES CO., LTD.
6	地球綜合工業股份有限公司	GLOBE INDUSTRIES CORPORATION
7	神達數位股份有限公司	MITAC DIGITAL TECHNOLOGY CORPORATION

(本文作者現任會務處副處長)