

# 從「集團觀點」看台灣汽車產業發展（下）

廖益均\*

在看完國產新車（上篇）、與進口新車（中篇）後，本文接著把焦點放在「中古車」市場；第一節分析中古車市況、檢視實施近 5 年將於 2020 年落幕之汽車「汰舊換新政策」對市場之影響，第二節報導台灣主要中古車交易平台、探究背後經營者。文末花一些篇幅來介紹「汽車回收產業」。

## 一、台灣中古汽車市場概況

依《固定資產耐用年數表》，汽車耐用年數為「五年」；惟現今造車工藝進步，20 年以上老車滿街跑，甚至使用達百萬公里里程的車也時有所聞。在汽車「帳面折舊」大於「性能折舊」下，高 C/P 值造就了中古車市場；消費者在選車時，自然也會將中古車列入口袋名單、進行比較，使「中古車」在汽車市場中扮演了很重要的角色。底下從汽車市場交易狀況、及車齡分佈來探究中古車市場。

### 1. 汽車需求輛（汽車交易輛數）

從銷售額（未列表）來看，「中古汽車零售（4841-12）」2019 年銷售金額為 269 億元（約佔 5%），雖遠低於「全新汽車零售（4841-11）」之 5,401 億元（約佔 95%）；但若從銷售輛數（表一）來看，2019 年舊汽車過戶數 76.0 萬輛（佔 63.4%），約是新車掛牌數 44.0 萬輛（佔 36.6%）之 1.7 倍<sup>1</sup>—中古車能夠左右新車之銷售輛，兩者為「互補產品」。

因此，在汰舊換新政策《貨物稅條例第 12-5 條》於 2016/1/8 生效（效期五年）下；新車掛牌數於 2016 年至 2019 年約維持 44.0 萬輛的高檔—舊汽車過戶數便由 2015 年之 82.8 萬輛，降至 2016 年之 75.2 萬輛，並於 2016-2019 年期間僅維持每年 75-76 萬輛之低水準；同時，舊汽車報廢數也由 2015 年之 18.9 萬輛跳升至 2016 年之 29.5 萬輛，並於 2016-2019 年維持每年較高的 30 萬輛之汽車報廢水準。若從舊車處理兩管道：賣掉（過戶）、報廢來看，2015 年以前報廢的比率約 2 成；2016 年以後報廢的比率約 3 成。

「舊車」需求約是「新車」的 1.7 倍。

「十年換車週期」於 2015 年達高峰；之後新車市場靠「汰舊換新政策」在維持。

\* 台灣經濟新報研究員。

<sup>1</sup> 中古汽車零售（4841-12）有 2,411 家廠商，也較全新汽車零售（4841-11）之 2,033 家多。

若把舊汽車過戶數、加上新車掛牌數後，視為「汽車需求輛（表一輛數 C）」，可發現—汽車需求輛由 2012 年之 116.7 萬輛、增至 2013 年之 119.3 萬輛，於 2014 年達高峰 127.2 萬輛、2015 年略降至 124.9 萬輛後，2016-2019 年每年約維持 120 萬輛之汽車需求（非換車週期之較低水準）。這代表著「汰舊換新政策」固然讓新車掛牌數在 2016-2019 年維持每年約 44 萬輛的高檔，但連帶使中古車需求輛下降—汽車需求輛並沒有因政策而改變；至於 2014-2015 年汽車需求輛能夠達高峰係 2005 年新車掛牌數達高峰（51.5 萬輛，未列表）後之「十年換車週期」已到。

表一：台灣汽車市場需求概況

年度	舊「汽車」過戶		新「汽車」掛牌		汽車需求輛 輛數 C	舊「汽車」報廢		參考值：「機車」市場	
	輛數 A	佔比 A	輛數 B	佔比 B		輛數 D	佔比 D	過戶輛數	報廢輛數
2012 年	80.1 萬輛	68.7%	36.6 萬輛	31.3%	116.7 萬輛	17.6 萬輛	18.0%	116.7 萬輛	32.1 萬輛
2013 年	81.5 萬輛	68.3%	37.8 萬輛	31.7%	119.3 萬輛	19.0 萬輛	18.9%	111.0 萬輛	123.7 萬輛
2014 年	84.9 萬輛	66.7%	42.4 萬輛	33.3%	127.2 萬輛	20.3 萬輛	19.3%	99.6 萬輛	77.6 萬輛
2015 年	82.8 萬輛	66.3%	42.1 萬輛	33.7%	124.9 萬輛	18.9 萬輛	18.6%	84.2 萬輛	66.7 萬輛
2016 年	75.2 萬輛	63.1%	44.0 萬輛	36.9%	119.2 萬輛	29.5 萬輛	28.1%	70.9 萬輛	80.4 萬輛
2017 年	75.9 萬輛	63.1%	44.5 萬輛	36.9%	120.4 萬輛	29.5 萬輛	28.0%	68.4 萬輛	86.8 萬輛
2018 年	74.1 萬輛	63.0%	43.5 萬輛	37.0%	117.7 萬輛	31.6 萬輛	29.9%	63.9 萬輛	73.3 萬輛
2019 年	76.0 萬輛	63.4%	44.0 萬輛	36.6%	120.0 萬輛	32.5 萬輛	30.0%	64.6 萬輛	72.2 萬輛

資料來源：交通部統計查詢網、本研究整理（2020/6/15）。

註：輛數 C = 輛數 A + 輛數 B；佔比 A = 輛數 A / 輛數 C；佔比 B = 輛數 B / 輛數 C；佔比 D = 輛數 D / (輛數 A + 輛數 D)。

## 2. 車齡分佈

在 2016-2019 年因「汰舊換新政策」有較多的中古車被報廢、造成中古車市表現略差後；本節我們來看 2020 年汰舊換新政策落幕後，中古車市場將會如何？

由表二可知，台灣汽車持有輛數由 2012 年之 720.7 萬輛，約以 1.72% 之複合成長率，逐年遞增至 2019 年之 811.9 萬輛。若以車齡五年為一個級距細分，可發現車齡在「11-15 年」這個級距者，由 2016 年之 200.5 萬輛，以 7.7% 之複合遞減率，逐年減少至 2019 年之 158.7 萬輛；而車齡在「16-20 年」這個級距者，則由 2015 年之 150.7 萬輛，以 2.7% 之複合遞減率，逐年減少至 2018 年之 138.6 萬輛，但 2019 年回升至 144.8 萬輛—顯示汰舊換新政策實施初期，確實讓較多車齡在 16-20 年之汽車拿去報廢；但逐漸的報廢

寧買十年老車，不買六年舊車—近 10 年來，超齡老車不減反增；但落在報廢主力級距之車輛數已大幅減少。

主力轉為車齡級距在 11-15 年者，為什麼？

中古車市場有一句名言：「寧買十年老車，不買六年舊車。」在造車工藝逐年進步的年代，或許應改成：「寧買 15 年老車，不買 10 年舊車。」15 年的老車殘值所剩無幾，老車該換的零件早已更換過 1 次，對買中古車的人，CP 值相對高；而 10 年的舊車有一些零件可能是從新車起從未更換過，對買車的人而言未必划算（可能剛買車就得花大筆維修費用）—造成 11-15 年級距車齡的舊車，是汰舊換新的主力（因為這個級距的舊車在中古車市場中較不受歡迎）。另由表二可以發現，車齡在「21-25 年」之超齡老車，由 2012 年之 37.2 萬輛，以 13.6% 之複合成長率，增至 2018 年之 81.5 萬輛，但 2019 年略減至 79.6 萬輛；而車齡在「25 年以上」之超齡老車，則由 2012 年之 2.3 萬輛，以 46.9% 之複合成長率，增至 2019 年之 32.8 萬輛。從平均車齡來看，2012 年約 10.4 年，每年略為增加（複合成長率 0.97%），2019 年為 11.16 年。

表二：台灣汽車車齡分佈

車齡\年度	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年
Panel A. 各級距輛數								
5 年以下↑	153.3 萬輛	169.1 萬輛	182.0 萬輛	190.7 萬輛	195.8 萬輛	202.4 萬輛	209.0 萬輛	209.9 萬輛
6-10 年↘↗	205.4 萬輛	187.2 萬輛	168.2 萬輛	150.7 萬輛	153.2 萬輛	157.5 萬輛	171.3 萬輛	186.1 萬輛
11-15 年↗↘	180.0 萬輛	179.6 萬輛	189.0 萬輛	199.4 萬輛	200.5 萬輛	194.8 萬輛	176.8 萬輛	158.7 萬輛
16-20 年↗↘	142.5 萬輛	147.7 萬輛	147.9 萬輛	150.7 萬輛	143.1 萬輛	139.3 萬輛	138.6 萬輛	144.8 萬輛
21-25 年↑	37.2 萬輛	49.4 萬輛	62.1 萬輛	72.8 萬輛	77.9 萬輛	80.9 萬輛	81.5 萬輛	79.6 萬輛
25 年以上↑	2.3 萬輛	3.7 萬輛	6.2 萬輛	9.6 萬輛	13.6 萬輛	20.0 萬輛	26.4 萬輛	32.8 萬輛
合計	720.7 萬輛	736.8 萬輛	755.4 萬輛	773.9 萬輛	784.2 萬輛	794.9 萬輛	803.6 萬輛	811.9 萬輛
平均車齡	10.40 年	10.63 年	10.83 年	11.00 年	11.06 年	11.11 年	11.14 年	11.16 年
Panel B. 各級距佔比								
5 年以下	21.3%	22.9%	24.1%	24.6%	25.0%	25.5%	26.0%	25.9%
6-10 年	28.5%	25.4%	22.3%	19.5%	19.5%	19.8%	21.3%	22.9%
11-15 年	25.0%	24.4%	25.0%	25.8%	25.6%	24.5%	22.0%	19.5%
16-20 年	19.8%	20.0%	19.6%	19.5%	18.3%	17.5%	17.2%	17.8%
21-25 年	5.2%	6.7%	8.2%	9.4%	9.9%	10.2%	10.1%	9.8%
25 年以上	0.3%	0.5%	0.8%	1.2%	1.7%	2.5%	3.3%	4.0%
合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

資料來源：交通部統計查詢網、本研究整理（2020/6/15）。

註：「未滿 1 年」以「0.5」計算、「1 年 - 未滿 2 年」以「1.5」計算、「2 年 - 未滿 3 年」以「2.5」計算、...、「25 年及以上」以「26」計算，本文依各級距車輛數加權計算平均車齡。

## 二、主要中古車交易平台與回收廠商

既然中古車交易輛不輸新車市場，那麼，市場上有哪些業者？這些業者進入市場的目的又是什麼？

### 1. 中古車交易平台

據《今周刊》報導，中古車買賣包括六大管道：親友過戶買賣、原廠認證中古車、認證中古車聯盟、坊間車行、網路自售訊息、及路邊車主自售車等。團結力量大—近 10 年來新車市場之廠商併購、結盟時有所聞；中古車市場之廠商也由過去「單打獨鬥」陸續透過「交易平台」進行結盟。因此，認證中古車聯盟幾乎已經成為除了親友過戶買賣、原廠認證中古車外，最佳之購車管道—使近年來陸續誕生許多中古車交易平台。

表三顯示，目前主要的中古車聯盟（平台）可分為兩類：一類是包含賣車、與維修之聯盟—例如 SUM 汽車網、EasyCar、SAVE 認證網、HOT 大聯盟、CarOK 順心優質車商聯盟等；另一類則是只提供賣車資訊的平台—例如 abc 好車網、8891 中古車等。

通常，包含維修之聯盟背後都有大集團的支持—例如 SUM 汽車網、EasyCar、SAVE 認證網等平台的經營者福輪汽車(股)（75928240、2215 子公司）、行將企業(股)（70782251、9941 子公司）為裕隆集團（G2201）所有；HOT 大聯盟、CarOK 順心優質車商聯盟平台的經營者和運租車(股)（70364778、2207 子公司）、順心車業(股)（53541883）則分別為和泰集團（G2207）、順益集團（GN5148）所有。而僅提供網站供刊登中古車訊息的，由於網站架設成本低廉，除了屬和泰集團之 abc 好車網、與屬數字（G5287）之 8891 中古車外，目前各縣市「汽車商業同業公會」官網也都設有專區供車商會員們刊登中古車訊息。

從集團角度來看，這些「加盟」的車商營運仍各自獨立、自負盈虧—屬於不同集團（但彼此為策略結盟關係）；當然，車商也不會因為「加盟」某個聯盟，就不能「同時」在其它平台刊登中古車訊息。因此，要評估中古車市場交易情形，自然也就不能單以各平台刊登車輛數加總就下定論—因為有很多是重覆刊登的。

中古車交易平台建立者多有汽車集團背景；但成員營運各自獨立，屬不同集團。

表三：台灣主要中古汽車交易聯盟（平台）概況

平台經營者 所屬集團	平台經營者	中古車交易/ 刊登廣告平台	平台服務類別	聯盟成員 家數	刊登車輛 數（註1）	
裕隆集團 (G2201)	福輪汽車(股) (75928240、2215 子公司)	SUM 汽車網	優質車商聯盟	366 家	9,867 輛	
			汽車保修聯盟	180 家		
			匯豐汽車保養廠	74 家		
	行將企業(股) (70782251、9941 子公司)	SAVE 認證網	EasyCar	(車商)	70 家	1,042 輛
			(維修據點)	(註2)		
			(車商)	199 家	4,294 輛	
(維修據點)	77 家					
和泰集團 (G2207)	和運租車(股) (70364778、2207 子公司)	HOT 大聯盟	HOT 好車大聯盟	251 家	(註3)	
			HOT 保修大聯盟	127 家		
	和泰聯網(股) (55384114、2207 子公司)	abc 好車網	(車商)	358 家	7,157 輛	
順益集團 (GN5148)	順心車業(股) (53541883)	CarOK 順心優 質車商聯盟	(車商)	167 家	3,286 輛	
			(維修據點)	72 家		
數字 (G5287)	數字科技(股) (28466605、5287)	8891 中古車	(車商)	1,757 家	38,978 輛	

資料來源：各官方網站、本研究整理（2020/6/16）。

註1：各平台刊登的車輛數持續在變動，這裡所列的出輛數係 2020/6/16 上午 9:10 於官網查詢的結果。

註2：同 SUM 汽車網。

註3：HOT 大聯盟官網設計並無法很快速的查出車輛數（僅能逐筆查閱）。

## 2. 汽車回收業者

汽車報廢後，原車主可拿到：

- a.來自回收業者秤斤論兩的現金（約 5,000 元）。
- b.10 年以上老車環保署另給的 1,000 元回收獎勵金。
- c.汰舊換新政策期間 5 萬元的貨物稅抵減。

汽車的最終旅程「報廢」—處理的回收業者在產業研究中，往往不被認為是該好好討論的對象。的確，這個行業業主的組織型態有很多連「公司」都不是（而僅為獨資、合夥之行號）；而規模也都不大。但本刊「集團觀點」這一系列文章最終目的是要發展「中小企業評等」；自然任何公司都不能放過—況且 2016 年至 2019 年每年約 30 萬台報廢汽車所需的處理能量其實不少。

目前在《環保署 - 資源回收管理基金》管理會網站所登錄的汽機車「合格」回收業者有 302 家（其中可開聯單換獎勵金者有 207 家），包括「(分)公司」202 家（佔 67%）、「行號」100 家（佔 33%）；以每年 30 萬台的報廢規模來算，平均每個業者每年約有 1,000 台之汽車可供處理。從集團觀點來看，這些業者目前尚沒有如中古車商之「結盟」行為；主係 1 個業者 1 個集團。



傳統汽車集團因看中融資市場，而相繼投入中古車平台經營。

### 三、小結

就銷售金額而言，中古車雖遠不如新車；但從輛數來看，中古車市場足以影響新車銷售市場，為汽車產業分析不可忽略的一環。近 15 年來中古車市場品牌化、及聯盟化正快速取代過去單打獨鬥的市場生態；而建立這些交易平台的，正是傳統汽車集團。本文認為，主要還是新車市場競爭激烈，傳統汽車集團只好將觸角延伸到中古車市場—透過中古車貸款業務<sup>3</sup>來創造更多利潤<sup>4</sup>；而這也是為什麼產業研究尚須從「集團觀點」切入分析的主因—知道全貌才能看出經營者在玩什麼。在結束汽車產業分析後，下期起我們將把焦點放在受新冠肺炎疫情影響很大的飯店業—從集團角度分析之；再請讀者期待。

### 參考資料

1. Roger，2015/3/26，購車 6 大管道優缺比一比，*今周刊*，  
<https://www.businesstoday.com.tw/article/category/80393/post/201503260047>。
2. 車訊網，2017/11/23，談起中古車聯盟：「好店」到底多不多？（上）（下），  
<https://www.carnews.com/article/info/34e8407d-4b11-11e8-8ee2-42010af00004>。
3. 車廡，2018/1/4，從這 20 年來的台灣汽車市場銷售數據，我們可以看出什麼端倪？*車勢文化*。
4. 高嘉和，2012/1/16，中古車市場革命 連鎖品牌躍主流，*自由時報*，  
<https://ec.ltn.com.tw/article/paper/554628>。
5. 陳信榮，2015/6/4，中古車認證品牌再添新勢力，*中時電子報*，  
<https://www.chinatimes.com/newspapers/20150604001349-260204?chdtv>。
6. 廖益均，2020 年，從「集團觀點」看台灣汽車產業發展（上），*貨幣觀測與信用評等*，第 142 期，137-147 頁。
7. 廖益均，2020 年，從「集團觀點」看台灣汽車產業發展（中），*貨幣觀測與信用評等*，第 143 期，116-126 頁。

<sup>3</sup> 台灣目前具「車商」背景的租賃業者包括：裕融企業(股) (23528130、9941)、匯豐協新租賃(股) (23892144、母公司 2215)、和潤企業(股) (16844548、6592)、中華資融(股) (30837110)、台灣賓士資融(股) (89481001)、台灣福斯財務服務(股) (80305460)、斯堪尼亞資融(股) (54330725)、和新小客車租賃(股) (16294516)、...等。

<sup>4</sup> 當然，提供後續維修零件也是傳統車廠願意投入中古車平台經營的考量因素。