

2023 年主要電動車銷售國家市場概況

車輛中心 產業發展處 葉志逸

2023 年在全球新冠疫情及俄烏戰爭造成的供應鏈中斷緩解後，全球電動車市場展現出強勁的成長動能。2023 年全球電動輕型車（包含純電動車 BEV 及插電式油電混合動力車 PHEV，以下簡稱電動車）銷售量達 1,418 萬輛（BEV 銷售 998 萬輛、PHEV 銷售 420 萬輛），較 2022 年增加 336 萬輛，成長率達 35%（圖 1），電動車在總輕型車的銷售占比達 15.8%。本文主要聚焦於全球電動輕型車市場的概況及政策趨勢。

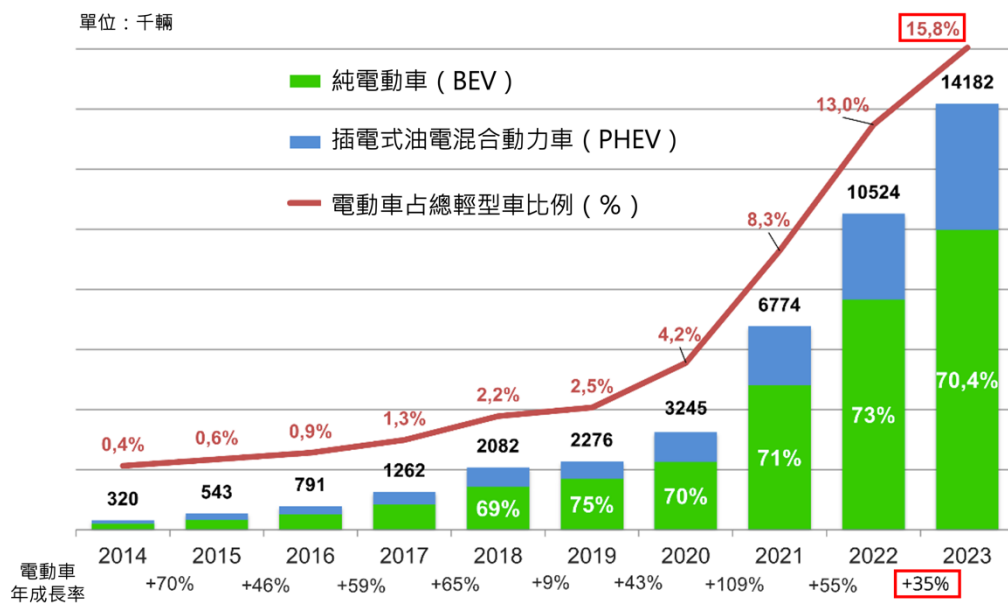


圖 1、近 10 年全球電動車銷量

資料來源：EV-Volumes，車輛中心整理

2023 年電動車銷售市場：中國大陸、歐洲、北美三大區域占比超過 9 成

在 2023 年，中國大陸作為電動車市場的領頭羊，銷售量達到 841 萬輛（圖 2），在全球銷售 1,418 萬輛中占比高達 59%，相較 2022 年增加 223 萬輛，年成長率 36%。中國大陸自 2010 年至 2022 年透過補助刺激製造及購買需求，除了帶動市場快速成長外，也造就車廠及其供應鏈的激烈競爭。

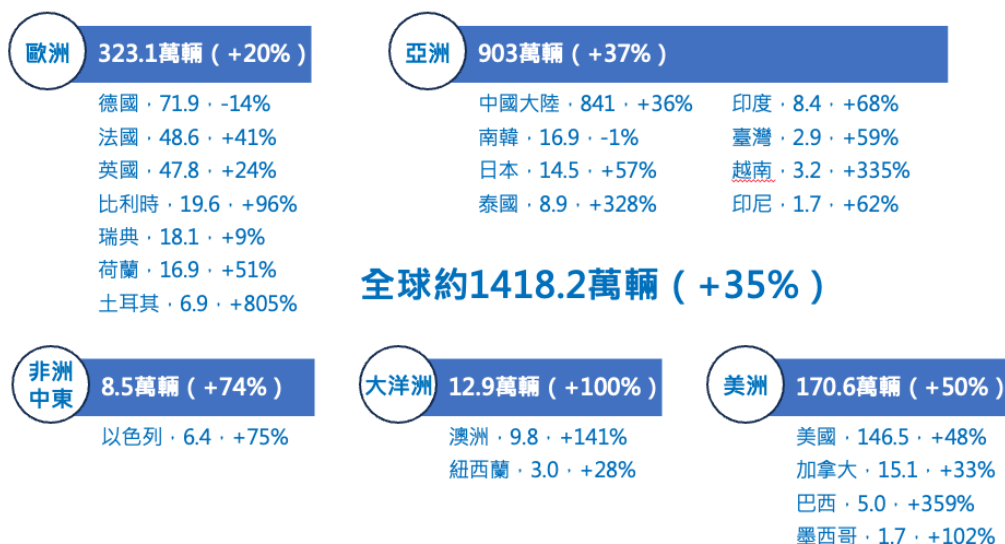


圖 1、2023 年全球主要國家電動車銷量

資料來源：EV-Volumes，車輛中心整理

在歐洲市場，2023 年的電動車銷售量達到 323 萬輛，較 2022 年成長 54 萬輛，年成長率為 20%。歐洲在 2023 年面臨來自中國大陸的低價電動車挑戰，除了歐盟祭出反補貼調查，傳統車廠也積極調整商業模式，嘗試與中國大陸車廠及電池廠合作。

在北美市場，電動車的銷售量達到 161 萬輛，較 2022 年增加 51 萬輛，年成長率達到了 46%，2022 年 8 月美國簽署「降低通膨法案（IRA）」（以下簡稱 IRA）提供消費者購買新電動車最高 7,500 美元抵稅優惠，促使電動車降價也促使供應鏈移至北美投資設廠。

最後，其他地區的電動車銷售量也有顯著成長，成長率達到 81%，包括澳洲、紐西蘭、巴西、印度、泰國、土耳其及日本等國家，這些國家的電動車市場正逐步成長，成為全球市場銷量成長的新焦點。

2023 年電動車車廠及車款銷售：特斯拉 Model Y 成為暢銷車款

在 2023 年，電動車銷售龍頭車廠依舊為比亞迪（BYD），比亞迪以 301 萬輛（年成長率 62%）的電動車銷量（純電動車 157 萬輛，插電式混合動力車 144 萬輛），領先特斯拉（Tesla）的 180 萬輛，差距達到 121 萬輛（圖 3）。

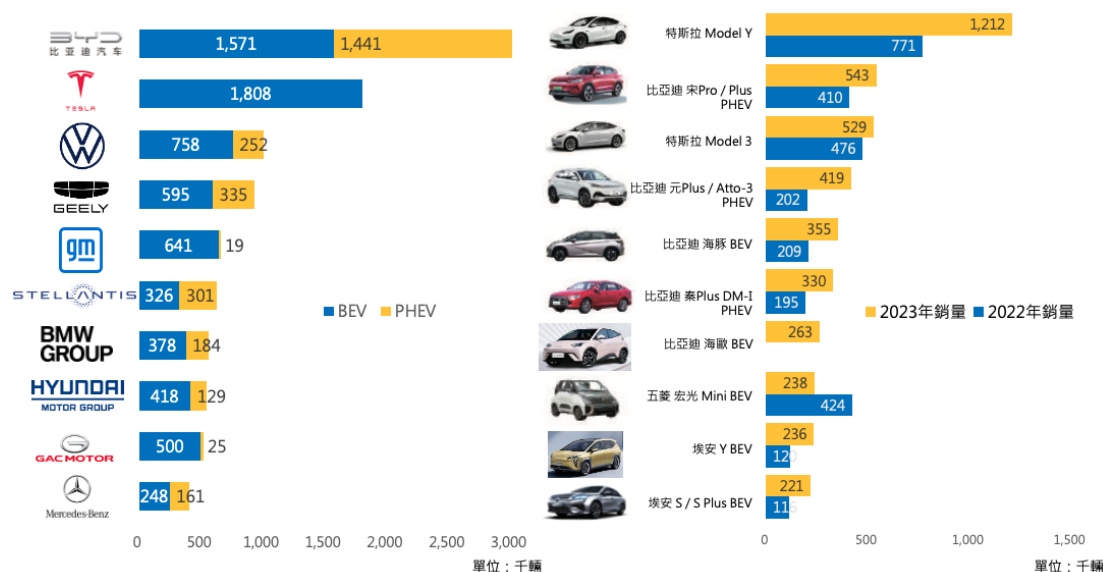


圖 3、2023 年全球前 10 大電動車銷售車廠及車款

資料來源：EV-Volumes、網路圖片，車輛中心整理

比亞迪以廣泛產品線和親民價格受消費者青睞，熱銷車型涵蓋人民幣 7.38 萬元（約新臺幣 32 萬元）至 109.8 萬元（約新臺幣 482 萬元）。

電動車技術領導者特斯拉不同於比亞迪，特斯拉全車系皆為純電動車，2023 年特斯拉電動車銷售 180 萬輛，特斯拉 Model Y 成為全球銷量最好的車款，銷售超過 120 萬輛，超過包括燃油車在內的任何其他車型。

主要地區電動車政策：驅動電動車產業朝向全球在地化

中國大陸購車補助於 2022 年退場，不過政府持續提供電動車購置稅減免優惠，2023 年 6 月發布該電動車免徵車購稅政策延長至 2027 年底，採階段性遞減作法，持續提供購買電動車的政策支持。

在歐盟地區，2021 年 7 月，歐盟執委會提出「Fit for 55」氣候套案，建議修訂汽車及貨車二氧化碳排放標準法規。歐盟理事會於 2023 年 3 月通過此法案，新法設定 2030 至 2034 年新車及新輕型貨車二氧化碳排放量分別減少 55% 和 50%，自 2035 年起減少至 100%，即自 2035 年歐盟新車及輕型貨車須為零排放車。

在美國，2022 年 8 月通過的 IRA 法案提供購買電動車最高 7,500 美元（約新臺幣 23.7 萬元）的稅額抵減，並限制車輛電池零件及關鍵礦物原料必須分階段一定比例在美國或美國盟國進行提煉、加工、製造或組裝，以及禁止使用中國大陸電池零件與關鍵礦物原料。此法案也將改變電動車供應鏈運作從整車、零組件到原材料廠商得專為美國市場調整生產布局，推動著電動車產業朝向「全球在地化」的趨勢邁進。

在全球銷量中可看出中國大陸及歐美國家外地區如泰國、日本及印度等，電動車銷售數快速成長。泰國被稱為東方底特律，吸引日本、中國大陸車廠設廠作為東協國家汽車生產基地，政府也提供購買電動車補助，同時要求電動車車廠在地生產（圖 4）。

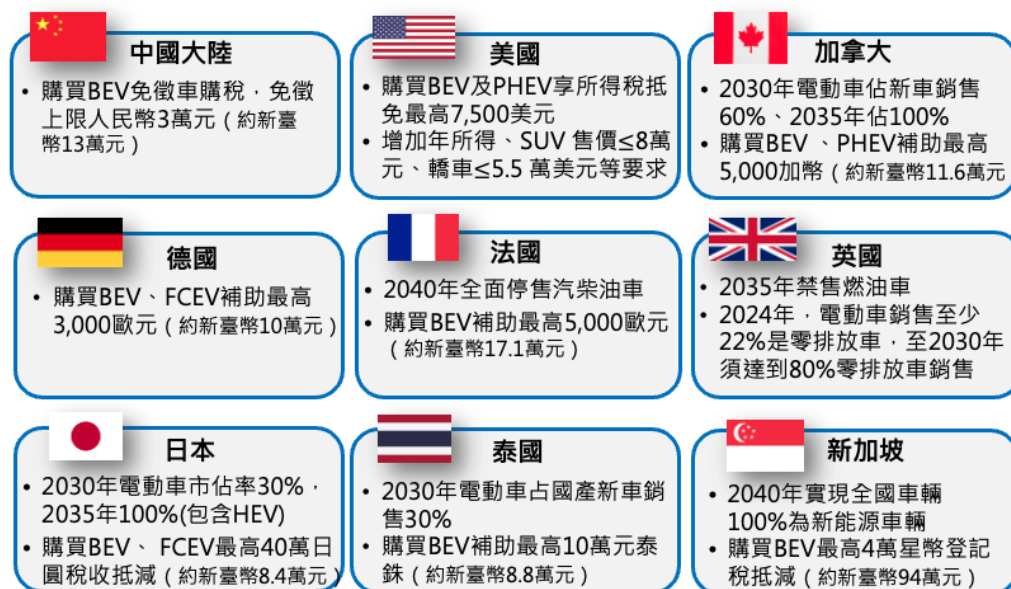


圖 4、2024 年主要國家新售電動車之購車補助

資料來源：網路新聞，車輛中心整理

結論

在 2023 年，全球電動車市場銷量達 1,418 萬輛，較 2022 年增加 336 萬輛，全球電動車滲透率達 15.8%。中國大陸新能源車表現亮眼，但也帶起激烈的價格競爭，中系車廠不只對本土市場發起價格戰，2023 年以來陸續出口海外市場。特斯拉執行長馬斯克（Elon Musk）亦表示若無貿易壁壘，中國大陸電動車公司能摧毀大多數競爭對手，反映出各國對於中國大陸的電動車傾銷全球市場所產生的危機感。

最後，我國為促進產業轉型同時兼顧未來長期淨零碳排目標，訂定 2040 年電動小客車市售比達 100%等目標，2023 年我國迎來第一輛國產電動車（LUXGEN n⁷）上市，並持續推動電動車整車自主生產能量相關補助計畫，預期可加速更多國產車車型研發及生產設備投入，國內電動車市場及產業成長性值得期待。