

生產線遷至低成本國家 物價上升削購買力

美汽車產業空心化 本土製造卅年跌78%

環球車市大執位③

美國

美國汽車工業曾有過輝煌的日子，在百餘年前福特汽車（Ford Motor Company）的Model T就成功讓汽車大眾化，不再是富人的出行工具。然而，美國汽車業在32年前登上頂峰後，便一直下滑，近年來數據顯示每月產量呈現下跌，原因是在歐洲市場的吸引力今非昔比。福特汽車行政總裁吉姆·法利（Jim Farley）對產業前景感到憂慮，認為美國若果全面開放市場，福特或是其他美國車廠，都會敗給既廉宜又高科技的中國電動車。

大公報記者 李耀華

美國汽車產量下跌，已成為過去30年以來，其國內製造業發展中最令人感到悲涼的事情。美國經濟分析局和聖路易斯聯邦儲備銀行發表的資料顯示，在2025年6月，美國本土汽車產量只有11.47萬輛，雖然有所反彈，但是已無法重上11.8萬輛的水平，反映出汽車業遇到了結構性的障礙。

平均月產量降至約10萬輛

若與數十年前比較，美國汽車業的衰落就顯得更為明顯。在1993年，美國汽車平均每月產量可達49.8萬輛，而到了2025年，月產量急挫至僅有10.9萬輛。按數據而言之，過去32年以來，美國汽車產量大跌接近78%。

有多個因素可以解釋到本土產量為何下跌，包括自從1990代以來，美國不斷把生產線撤到墨西哥、加拿大，乃至其他低成本地區。同時，國內汽車業一直經歷整合與轉型，尤其是從2008年金融海嘯後，美國兩大歷史悠久的汽車巨頭，通用汽車（General Motors）和佳士拿（Chrysler）壓力甚大（前兩者再加上福特，被合稱為「底特律三巨頭」）。直至近年，美國聯儲局一輪收緊貨幣政策後，汽車借貸已升至數十年以來最高，再加上汽車售價創歷史新高，導致美國消費者的買車負擔能力大跌，車廠因而大幅縮減產量。

除了產量大減外，汽車經銷商亦正在亮起警告燈，美國最大二手車零售商CarMax，早前宣布不論盈利或是銷售額都錄得大跌，導致其股價在單日內大跌了逾25%，該公司行政總裁Bill Nash（已於12月1日掛冠而去）向分析師解釋說，消費者尤其是信貸能力較強者，因受經濟不明朗和價格上升所影響而放棄買車。

同時，信貸能力較弱的消費者，也就更為無力入市，從美國次級汽車貸款公司Tricolor於今年9月份倒閉便可見一斑。另外，總部位於德國的全球最大汽車技術供應商博世（Robert Bosch GmbH），早前亦已宣布裁減1.3萬個職位，佔員工總數約3%，原因是美國對入口汽車加徵關稅，以及地緣政治局勢不穩定。博世董事局成員Markus Heyn強調，汽車需求疲弱，再加上關稅政策，令整個美國汽車業的前景變得極不明朗。

雖然電動車在美國的銷量有增長，但整體汽車的市場仍然處於萎縮的狀態，美國研究和顧問公司J.D.Power早前的統計顯示，電動車的銷量在9月份將按年增長28%，汽油混能車則預期將下跌2.5%。汽車價格上升（平均每輛已高達4.57萬美元），再加上高利率和食品價格上升，均影響到買車的意欲。

通用汽車裁員逾1700人

電動車看來是美國車市唯一的亮點，可惜的是，需求並不能獲得保證。通用汽車最近便宣布了裁減逾1700名員工，其中1200名是來自底特律的純電動車部門，而550名員工則屬於俄亥俄州的電池廠房。

說起電動車，雖然美國有特斯拉（Tesla）這家創先河的公司，但整體卻遠被其他對手，特別是中國所拋離。吉姆·法利最近用了六個月試駕小米的SU7電動車，得出結果是該車非常了得，他不願放棄。事實上，他曾一再表示，假如美國人現在能買到既廉價且高科技的中國電動車，福特和美國其他汽車製造商，便會有很大的危機。同時，中國汽車價廉而又擁有高科技，其他汽車，不單是電動車，都會被其擊倒。

吉姆·法利又提出警告，福特正與中國車廠爭奪全球市場，倘若爭不到，福特便不會再有未來。短短數言，便道出了美國車廠目前正遇到的困境，值得美國汽車公司管理層反思。



▲特斯拉雖是全球電動車的創先河公司，然而現今銷量已被中國電動車所拋離。



▲福特CEO吉姆·法利試駕小米SU7電動車後，對其讚不絕口。

車廠在美國的市佔率

●通用汽車	17%
●豐田	15%
●福特	13%
●斯特蘭蒂斯北美洲	12%
●現代	11%
●本田	8.5%
●日產	5.4%
●富士	4.2%
●特斯拉	4%
●福士	4.4%

競爭者：

- 2024年歐洲汽車製造商向美國出口了約80萬輛汽車，約為美國出口到歐洲汽車數量的4倍
- 美國車2014年在中國的銷量高達接近120萬輛，但在2025年首季，銷量已跌至只剩25萬輛

自取其咎

美國汽車業正面對巨大的挑戰，令其難以維持在全球市場上的地位。雖然福特、通用汽車和特斯拉一直享負盛名，但最近的市場形勢反映了美國汽車在全球已失去吸引力，特別在歐洲。

沒有推出切合消費者車款

問題核心在於，美國車廠未能與時並進，推出切合國際消費者要求的車款。例如美國總統特朗普所關注，為何歐洲主要城市鮮有美國汽車的蹤跡，特別在德國慕尼黑街頭，幾乎完全看不到雪佛蘭（歷史悠久的美國品牌）汽車在街上跑。

根據歐洲私家車製造商協會數據顯示，在2024年，美國共入口了超過75.75萬輛歐盟地區製造的新車，然而，歐盟在同期卻只入口了約16.91萬輛美國製造的新車，若換算成貨幣，即歐盟向美國出售了385億歐元的汽車，而美國卻只能向歐洲出售78億歐元的汽車。

當然，歐洲人一直不太接受美國品牌的設計概念外，另一個值得關注的因素，是歐盟向所有入口到當地的汽車徵收10%的關稅，令美國品牌因不願意承擔巨大的關稅成本而不積極進軍當地市場。

中國車市洗牌 美品牌流失份額

勢不可擋

中國車廠近年迅速崛起，憑藉價廉物美而獲得全球消費者歡迎。反觀早年在中國市場大受歡迎的美國汽車，現今已是面臨慘淡的銷情。統計數據顯示，早在2014年，美國品牌的內燃機汽車，銷量達至近120萬輛，到了2025年首季，數字已急跌至僅約25萬輛。這並非瞬間大跌，或是什麼不可抗力因素的短暫下跌，而是整體結構性的崩跌。

中國汽車市場在2025年首季創下歷史新高，銷量超出740萬輛，同期美國汽油車品牌客戶失去五分之四。中國消費者目光視線已不再朝向美國品牌。

國產品牌火速崛起

究其原因，中國汽車因擁有具競爭力的價格優勢，加上科技上和軟件都勝人一籌，因而在市場迅速崛起。研究中國和亞洲國家車市接近30年的美國通用汽車前高管、汽車行業資深顧問邁克爾·鄧恩（Michael Dunne）表示，按照實際情況來看，福特、通用汽車等美國品牌，以及現代、起亞、日產等韓日車廠，在未來5年內將會無法在中國市場立足，原因是根本無力與中國汽車品牌

競爭。

以通用汽車為例，2017年在中國出售汽車達400萬輛，可是到了2024年已腰斬至只有180萬輛。

事實上，美國車廠失去中國市場也有兩項關鍵因素，首先，中國車廠跟外國車廠合作多年後，已學懂了不少造車技術和知識，再加上多家營運成功的中國公司買入了外國品牌，包括英國的MG和Lotus、瑞典的富豪汽車，直接吸收了西方的造車技藝。同時，中國汽車品牌，包括比亞迪等，在大規模向外投資後，亦學到不少造車工藝。

其次，中國車廠準確掌握行業的變化，尤其是不少消費者已視汽車為一台會走動的智能機器，令原來生產手機的製造商包括小米和華為等，都能成功創製出市場所需要的新型汽車。



◀行業動態：中國在動車市場及廠推銷標準，確立新者掌握心。

削電動車補貼 難阻車企轉型求存

財經觀察

李耀華

美國特朗普政府通過「大而美」法案，終止對購買電動車消費者的補貼後，電動車銷量瞬間急跌。該法案是指，在今年10月起撤銷對購買或租賃電動車的7500美元稅務補貼，銷量頓時下滑，第三大電動車生產商福特在10月份的純電動車銷量按年急跌25%，日本的豐田汽車更誇張，10月份只賣出18輛電動車，遠低於去年同期的1401輛和9月的61輛，韓國品牌起亞和現代汽車的最暢銷電動車型號，銷量急挫52%至71%。

儘管上述數字令美國電動車的 supporters 大失所望，然而，市場早已消化優惠取消後銷

量大跌的情況。美國車廠亦不會因此放棄發展電動車。例如通用汽車，雖則裁減1700名電動車業務的員工，但是重新設定電動車發展計劃，集中研究數款型號及注重續航力。福特亦有相同計劃。

同時，車廠繼續投資電動化業務，因為未來出行必是依靠電動車。通用汽車更明白到增強美國供應鏈的重要性，因而夥拍LG和三星，在國內製造電池。至於福特，則已宣布為皮卡貨車推出電動車平台，相信上述舉措可以在未來數年為電動車吸引不同的客戶。

此外，美國在發展電動車基建方面亦有

不俗的進展，即使特朗普政府刻意阻擋，但是，今年第三季新增780座公共高速充電站，創歷史新高。

事實上，在民主黨當政的年代，美國積極推廣使用電動車，令其佔有整體輕型車輛的份額，由2020年2%，激增至2024年10%，而電動車型號在同期亦已由20款增加至130款。因此，在大勢所趨下，即使特朗普政府出手阻止電動車普及，其影響亦僅是暫時性而已。

長遠來看，從美國車廠的態度，以至科技發展的配合兩方面，可以看到電動車普及的趨勢已不能逆轉，問題只是時間罷了。

不願繳稅 美車廠歐洲發展欠積極