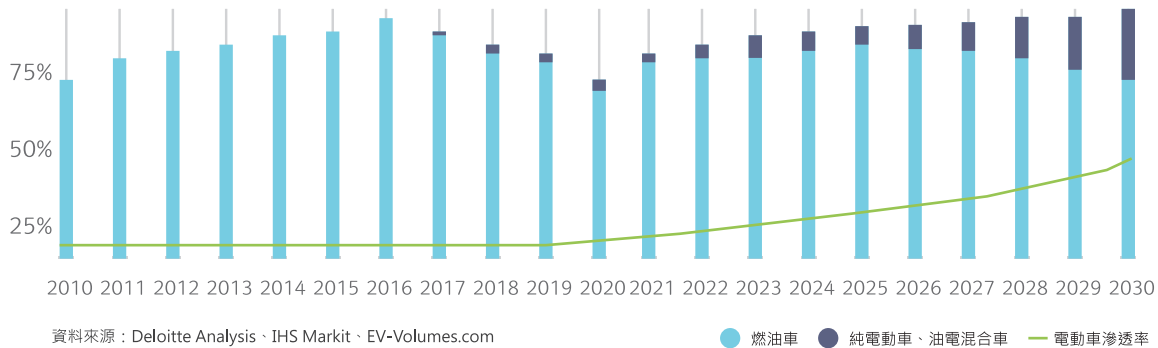
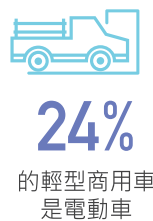
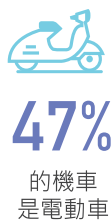
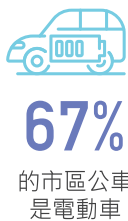
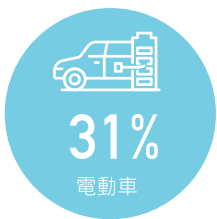


各國減碳政策下，電動車滲透率將逐年呈現高度成長，平均年複合成長率約29%。燃油車銷售至2025年達高點後，預料將一路下滑。至2030年，電動車滲透率可望來到32%。彭博新能源財經（BNEF）預估，到2035年，電動車銷量與燃油車將呈現黃金交叉。



2040年在路上跑的車輛

資料來源：彭博新能源財經



電動車高速成長驅動力

資料來源：Deloitte Analysis



消費者態度

可駕駛距離與範圍、充電設施的普及、成本 / 價格溢價等，都會影響消費意願。



車廠策略

更多電動車車款、更具競爭力的車價，都將刺激電動車的買氣。



政策法規

諸如歐洲的二氧化碳排放規定、各城市對燃油車的禁令與課稅，以及政府提供的財務誘因，都對電動車銷售造成影響。



企業的角色

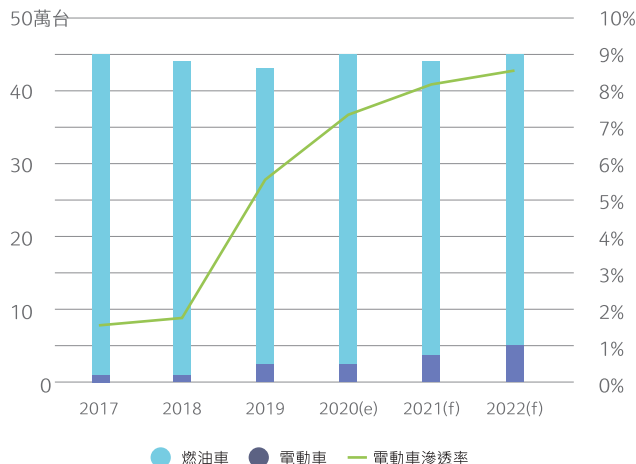
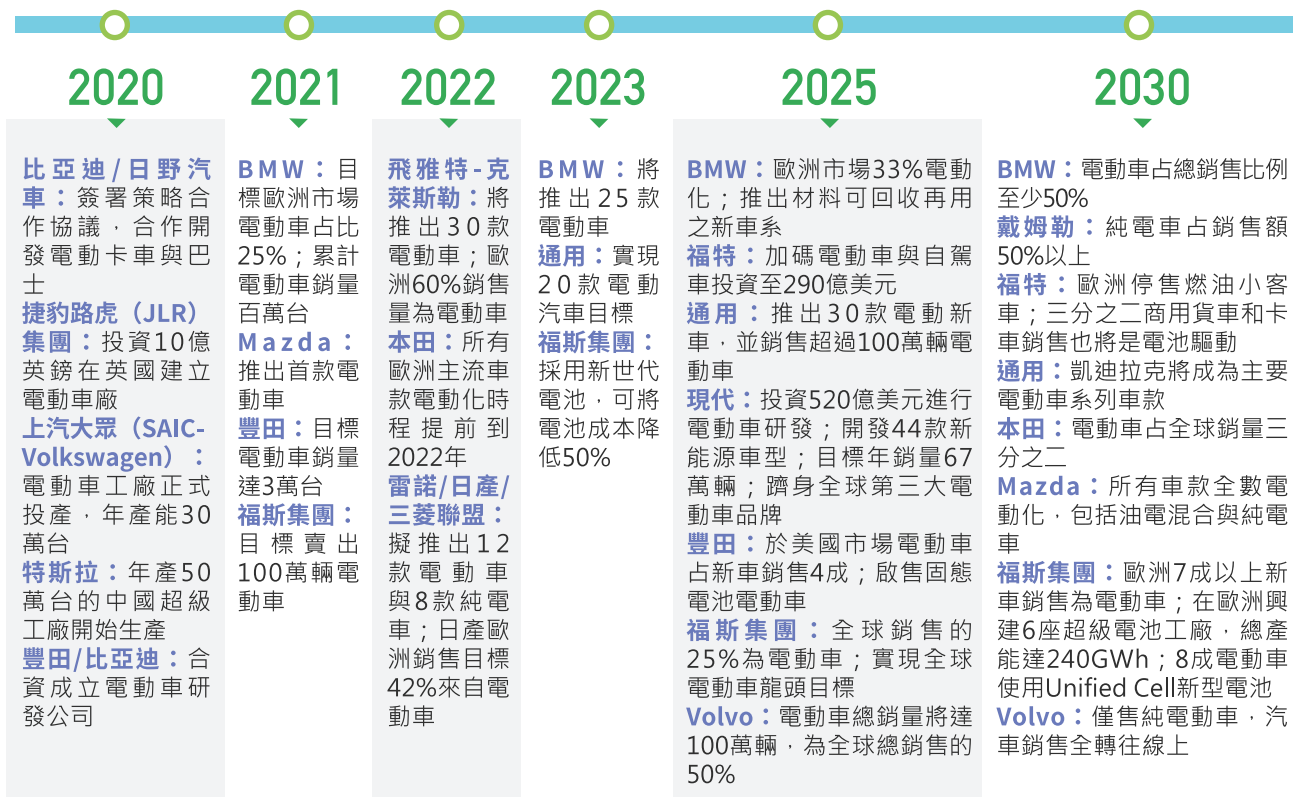
基於企業責任、形象、節省成本與員工滿意度等理由，企業將更支持電動車。

電動車全速駛進未來

電池技術演進與成本持續下滑，電動車整體擁有成本，有機會與燃油車平起平坐，也讓電動車加速普及。2020年新冠疫情衝擊全球汽車業，唯電動車一枝獨秀，產業與研調機構也看好電動車後市，樂觀預估，預計10年後，電動車時代將全面到來。

世界各大車廠的電動車策略與目標

資料來源：Deloitte Analysis、各大新聞媒體



臺灣汽車整車銷量展望

資料來源：車輛公會、工研院產科國際所

疫情造成民眾避用大眾運輸系統，與國內旅遊的購車需求，加上汽車汰舊換新貨物稅補助政策，至2022年整車銷售量呈現小幅成長；電動車銷量則在車廠導入智慧新技術，以及國內排放法規帶動下，滲透率可望突破9%。

