

Bringing the Consumer Back In: NCAP 與台灣汽車產業的轉型升級？

劉清耿

(中研院社會所博士後)

NCAP 的全稱是 New Car Assessment Program，新車評鑑計畫。這是緣起於美國的車輛安全評鑑制度，透過撞擊市售車，並將結果完整提供給消費者參考，藉以創造消費者對車輛安全的需求，進而提升車輛安全的市場制度，在全球已走過 40 年。台灣從 2016 年開始出現倡議設置 NCAP 的呼聲，在經歷兩次的公民連署提案之後，終於在 2017 年 9 月為公部門所接受，同意建置 TNCAP(Taiwan NCAP)。

針對這樣的發展，本文提問：在創建 NCAP 這項政策上，公部門的認知是什麼？為什麼其政策態度會從否決反對，轉向接受及同意？為什麼會有這樣的轉變，其中有哪些值得深究的意涵？本文發現，在全球的發展經驗中，NCAP 都被界定在消費者資訊與道路安全治理及傷害預防的範疇，然而在台灣的脈絡，NCAP 議題卻被安置在產業轉型與升級的產業發展思惟架構中。因此，針對提問，本文將以「代工政治」(The politics of outsourcing) 作為核心概念，以此解釋 NCAP 這個新興議題在台灣的發展軌跡。

關鍵字：代工政治、產業轉型、發展型國家、新車評鑑計畫 (NCAP)、消費市場。