

2019 年新德里國際汽車零配件、維修工具 及檢測設備展

◎邱啟崇

一、展覽概況

2019 年新德里國際汽車零配件、維修工具及檢測設備展(ACMA Automechanika New Delhi 2019)於今年 2 月 14 日至 17 日連續 4 天在印度新德里 Pragati Maidan 展覽館舉行。由印度汽車零件製造協會(Automotive Component Manufacturers Association of India, ACMA)與法蘭克福展覽公司主辦今年第 4 屆的展會盛事，被認為是印度汽車零件售後市場最具影響力的展覽之一，本展兩年舉辦一次，今年展會使用 Pragati Maidan 內 6 個主展館，為印度國內以汽車售後市場(Aftermarket, AM)零件為主的展會。今年展覽使用面積達 21,179 平方公尺，共計 525 家廠商參展，比上屆展會增加了 10%的廠商，共計有 13 個國家廠商代表參展，包括：比利時、中國大陸、杜拜、德國、香港、義大利、日本、韓國、立陶宛、阿拉伯聯合大公國、英國、美國與台灣。

展覽期間舉辦為期 2 天的研討會，「印度汽車售後市場-快速成長」、「印度汽車零部件產業-通過創新和業務轉型保持競爭力」與「印度的汽車維修行業組織化」皆獲得不錯的迴響。



Pragati Maidan 入口



HALL 11 展館入口

開展典禮邀請眾多政商名流、知名媒體與會，「新德里國際汽車零配件、維修工具及檢測設備展」今年展會使用 Pragati Maidan 內 6 個主展館 HALL 7-HALL 12，台灣館位於 HALL 11 館，中國大陸依舊為最多參展家數的國家，散布於每個展館，對於想要在印度開創商機和尋求發展合作的廠商，此展已成為印度最專業的汽車零配件展。



開幕儀式



登記處排隊等待換證入場的人潮



韓國館



德國館



英國館



中國大陸展商不標註國家館名稱，散布於每個展館



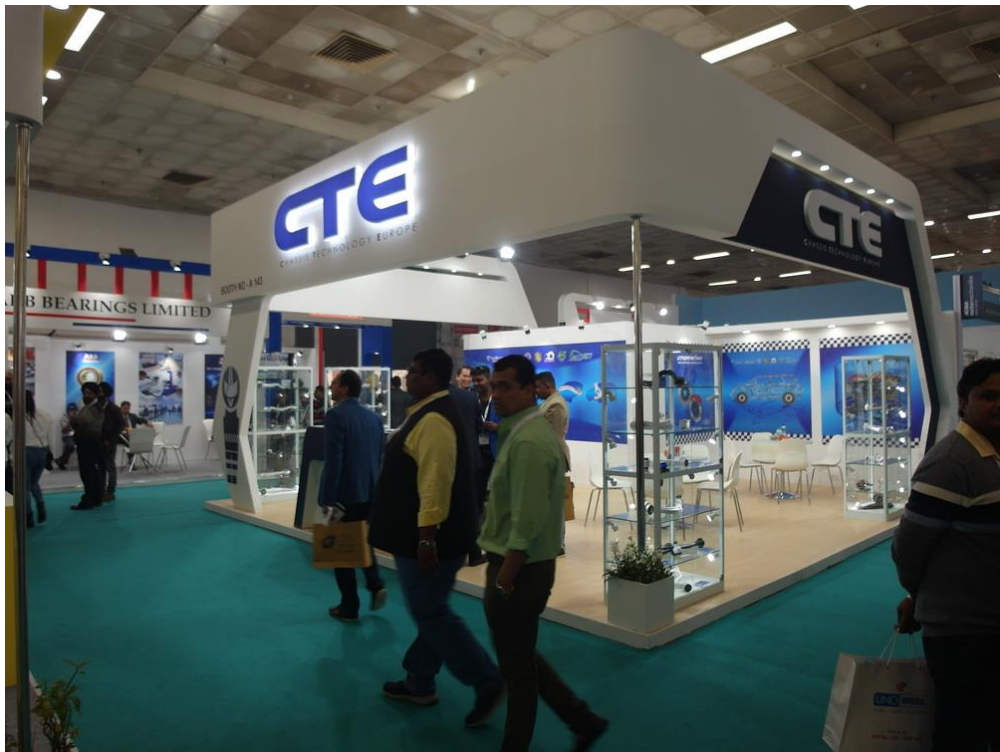
DEPO 展位



ACDelco 展位



BOSCH 展位



CTE 展位



UNO MINDA 展位

二、台灣館展出情形

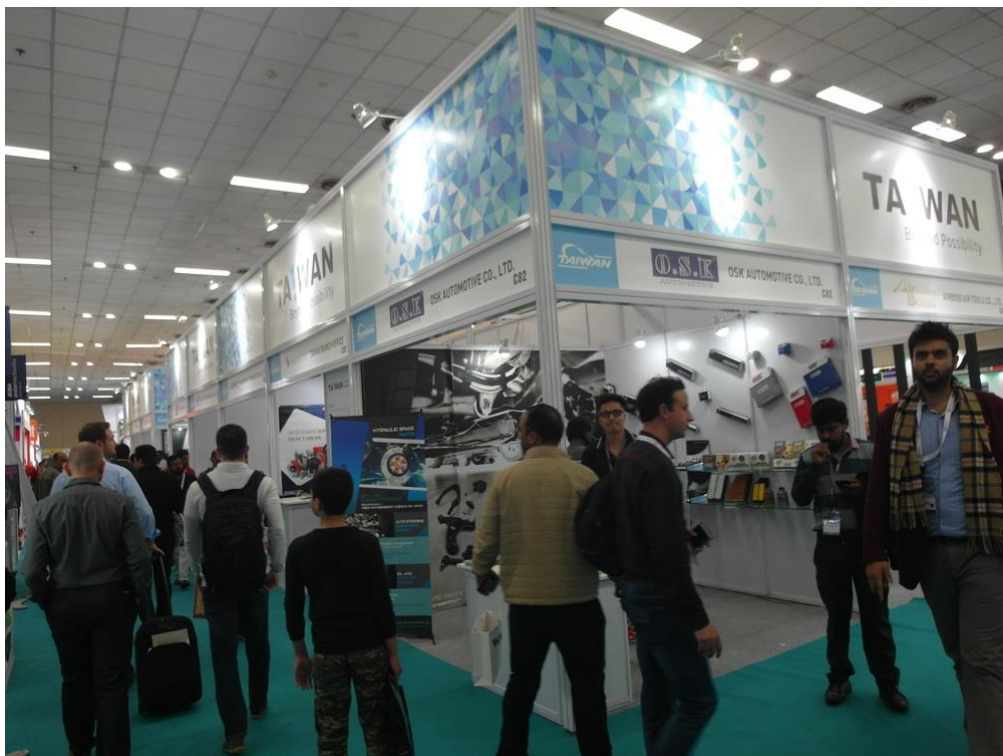
本會第四次參與此展，為了突顯台灣汽車零配件產業形象，以台灣館整體造型裝潢，在展覽會場中 TAIWAN 字樣非常顯目，本會此次參展廠商共有 8 家，使用面積 72 平方米，參展產品主要活塞環、汽車引擎墊片、齒輪、變速箱齒輪、底盤、濾心、煞車零件、隔熱、消音軋針棉、隔熱、消音不銹鋼鋼絲棉、

PP 玻纖產品、隔熱、消音連續紗、高性能軋針棉毯、引擎蓋、葉子板、後蓋、水箱架、後尾板、自動變速箱密封零件、曲軸油封、拖車油封、閥桿密封零件、車用客製化密封件、汽車後視鏡、汽車車燈模組、替換式頭燈、車用 LED 封裝元件為主。

本會在會場中設置一個服務攤位，並免費提供買主本會所印製之台灣車輛暨零配件總覽，推廣有關我國汽機車零配件產業及產品資訊，並且提供參展廠商茶水，加強為台灣產品宣傳，拓展商機；同時，在現場我駐印度代表處經濟組楊宏組長、倪運新秘書蒞臨指導並關心廠商需求。

印度是個自給自足的內需型市場，仍有很多產業對外資開放，包括汽機車產業、資通訊電子產業、醫療產業等，這些產業因消費者購買力持續增加，市場也不斷成長，本土業者的規模也快速擴張，需要外商在資金和技術的挹注。

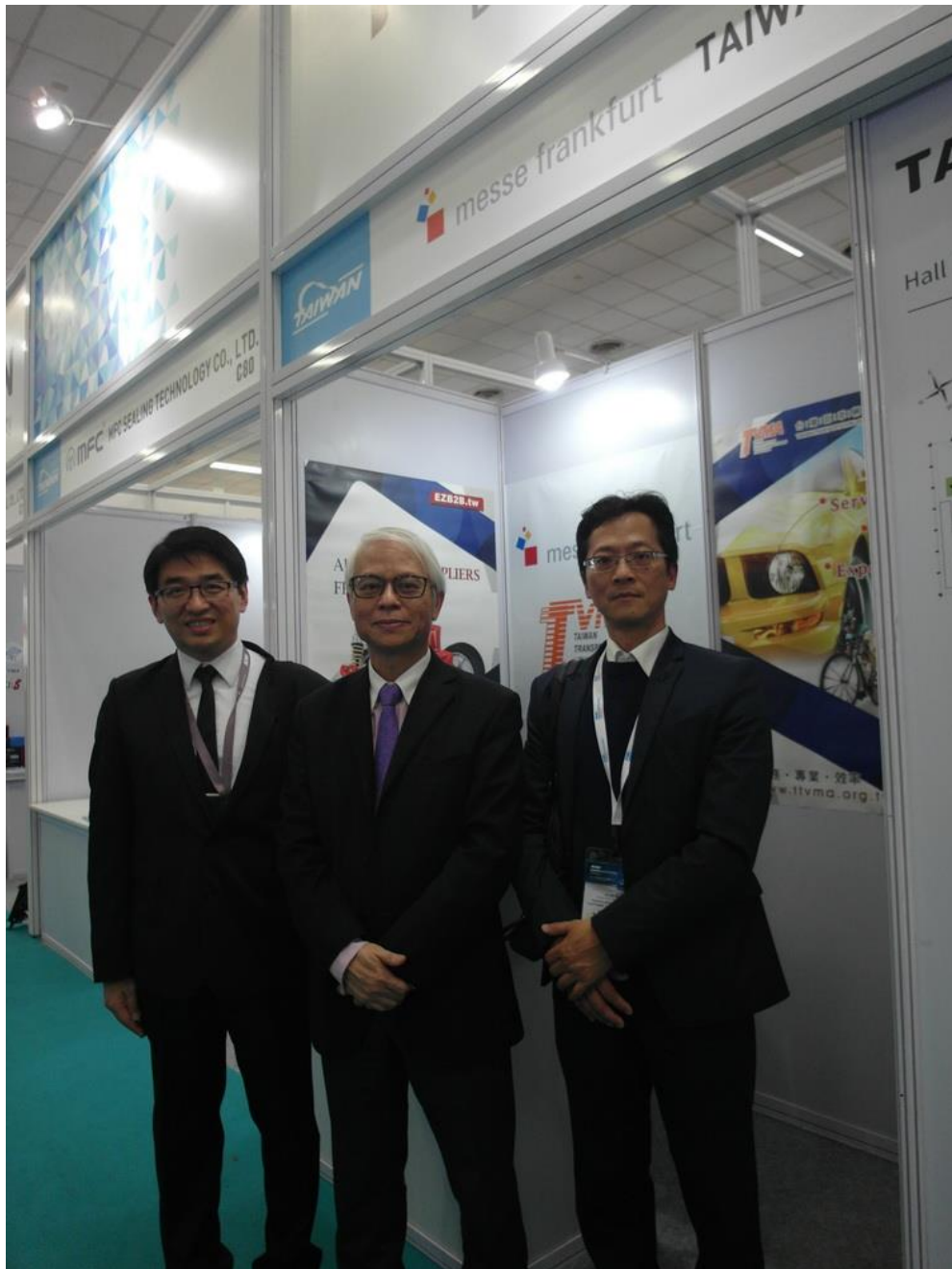
印度有龐大的汽機車及零配件市場，預估至 2026 年產業產值將大幅成長，計汽機車達 2,828 億美元、零配件 1,000 億美元。以全球每千人平均擁有 182 輛汽車推估，印度汽車市場最少有八倍成長空間，各大汽機車及零配件製造商紛紛加大投資以擴充產能。此外，新的廢氣排放和安規標準，普及的資訊娛樂系統、行動的數位內容、車輛共乘應用軟體的發展、車用電子以及電動車的發展，都為相關產業開啟了一面更大的機會之窗。



台灣館非常醒目



台灣館人潮眾多



駐印度代表處經濟組楊宏組長(中)、倪運新秘書(右)蒞臨指導並關心廠商需求

三、結論

印度位於南亞，毗鄰阿拉伯海與孟加拉灣，與孟加拉、緬甸、中國大陸、不丹、尼泊爾、阿富汗和巴基斯坦接壤，是世界面積第7大國，全國分為28個邦、7個中央直轄區。目前印度人口為13.3億，低於中國大陸的13.8億人口數，聯合國估計至2024年印度將超過14.4億，成為全球人口最多的國家。印度人口中14歲以下占30%，15歲至64歲占65%，65歲以上僅占5%，勞動人口約4.6億，每年有1千萬人踏入就業市場。印度與中國大陸皆享有龐大人口紅利，儘管印度人口結構較中國大陸佳、勞動人口年輕、老

年人口比率低，惟印度女性人口之勞動參與率僅 27%，遠低於中國大陸之 64%，偏低之女性就業比重已拖累印度經濟成長速度，據估計，印度經濟發展尚須數十年之時間始能趕上中國大陸。

印度幅員廣大，有 22 種官方語言、15 種法定文字，中央地方分權，跨越邦界就像跨越另一國度。印度並非單一民族及文化的國家。印度的民族和種族非常之多，有「民族大熔爐」之稱，全印度約有 80.5% 的人口信仰印度教，15% 人口信仰伊斯蘭教，其他包括錫克教、耆那教、基督教、佛教。印度人民平均所得水準已逐步邁向中產階級，惟印度面臨教育品質不均、基礎建設欠佳、政府施政尚待精進等瓶頸，以進一步提升經濟成長。

目前印度經濟正處於起飛階段，每年 7~8% 的成長率已是常態，預估 2030 年 GDP 將達到 10 兆美元，成為僅次於美國及中國大陸的全球第 3 大經濟體。印度的服務業、工業及農業分別佔國內生產總值(GDP)59%、24%及 17%。主要行業有金融、保險、房地產、建築、重工業、零售批發業。

汽機車市場

據台貿中心駐清奈辦事處報導指出，印度汽機車產業聚落主要分布在 3 個區域，北印度德里周遭以 Maruti Suzuki 和 Tata 為主要汽機車廠，是最早發展區域，西印度孟買周遭除印度本土 Tata 和 Mahindra 車廠外，早期外資車廠多集中在此。南方清奈地區則為印度新興汽車聚落，有現代、日產、雷諾、福特、BMW 等外資車廠。

印度目前以每年 7% 的人口成長幅度攀升，而這也造就了印度更為廣大的購車市場，據汽車研究機構 LMCAutomotive 數據顯示，印度去年新車銷量年增 8.3% 至 399 萬輛，優於德國市場年增不到 1% 的 374 萬輛。而顧問公司麥肯錫 (McKinsey) 更預測，由於經濟成長迅速、中產階級人口增加，印度在 2021 年時可望取代成長停滯的日本，成為全球第 3 大汽車市場。印度證券公司 AmbitSecurities 分析師巴納吉 (BasudebBanerjee) 表示，雖然印度新車銷量不斷攀升，但由於汽車平均售價較低，因此在全球汽車市場中仍稱不上是利潤豐厚的市場。

印度是全球最大的機車市場，也是全球最大的機車、機動三輪車及牽引車製造國，機車 2018 年在印度的銷量高達 2,020 萬輛，印度研究機構 Jefferies Equity Research India 報告指出，印度政府規劃未來逐步採取新的機車安全、排放及油耗法規，且自 2020 年 4 月 1 日起將實施 6 期廢氣排放法規(BS-VI)，預估機車售價可能會提高 10~25%，銷售量也可能受影響，尤其是入門款機車。



嘟嘟車仍是常見的交通工具，穿梭捷運站大街小巷

總結

印度商工部長強調，去(2018)年印度對外貿易出口成長 18%，已成為全球第 6 大經濟體，印度在全球貿易體系的角色已經改變，充滿機會與挑戰，將重心單獨放在電子產業並不足以創造整體製造業有利的生產體系，必須整合所有產業部門提出整體性策略，改進研發策略以全球消費者為目標，將印度融入全球供應鏈體系中，才能達到在印度生產、為印度生產及為全球生產(Make in India , for India and for the world)的目標。

印度道路運輸及高速公路部(Ministry of Road Transportation and Highways)最近宣布，將取消汽車製造商或代理商進口外國汽車限制，不論其價格或引擎排氣量。未來每家車廠每年最多可進口 2,500 輛符合國際標準之汽車或機車，此外還可進口 500 輛巴士或卡車，但這些車輛都必須符合印度右駕標準，符合國際標準之汽車零配件亦開放進口。

因此，依據印度中央汽車法規(Central Motor Vehicles Rules)，凡符合歐洲、日本等國檢測單位之國際標準車輛將允許在印度註冊，不須再經本地檢測，這將有助於車輛進口。過去印度車廠無法進口車輛進行研究或測試，未來將有各類包括電動車進口測試印度市場接受度，更有助於車廠在印度製造，並刺激 Nissan、Toyota、Mercedes、BMW 等車廠推出新款車輛。

印度政府目前積極推動電動車產業，規劃於 2030 年前將電動車普及率提

升至 30%，印度國家轉型委員會（NITI Aayog）執行長 Amitabh Kant 日前對此呼籲，政府應採逐步漸進、長遠之思維推動電動車產業，以確保現行內燃機引擎驅動之車輛產業所創造之就業機會不受汽車產業轉型之衝擊。

Kant 執行長認為，相較於現行燃油車輛，電動車之成本仍偏高，印度政府初期可先推行二輪或三輪之電動車輛，以減低民眾購買電動車輛之成本；估計至 2026 年，電動車成本可降至與汽柴油車相當，屆時即使政府未實施電動車購買補貼等獎勵措施，民眾亦願意將車輛轉換至電動車。

印度目前已逐步修訂為政府用車全部電動車化，民間用車要有 40% 為電動車，電動車將採用綠色車牌，並將免除 2-4 年停車費暨過路費，印度重工部列出 11 個城市，依 FAME 措施(Faster Adoption and Manufacturing of Hybrid and Electric Vehicles in India)，推動大眾運輸電動車化。

印度已成為世界貿易版圖的重要市場，拓展印度市場，除要由公司的需求看印度市場，也由印度的角度看待公司生產的產品以確認自己在印度市場的位置。隨著近年來政府推動的南向政策，越來越多企業不只是台灣，近日歐亞各國也逐漸將印度逐漸攀升的消費能力視為增加企業營收的一塊新興的市場寶地，極具拓銷潛力。

2019 年新德里國際汽車零配件、維修工具
及檢測設備展台灣團員名冊

No	中文公司名稱	主要產品中文名稱
1	泰茂實業股份有限公司	活塞環、汽車引擎墊片。
2	益暉工業有限公司	齒輪、變速箱齒輪。
3	佶茂企業有限公司	底盤、濾心、煞車零件。
4	立峰井企業有限公司	隔熱、消音軋針棉、隔熱、消音不銹鋼鋼絲棉、PP 玻纖產品、隔熱、消音連續紗、高性能軋針棉毯。
5	安泰汽車興業股份有限公司	引擎蓋、葉子板、後蓋、水箱架、後尾板。
6	麥豐密封科技股份有限公司	自動變速箱密封零件、曲軸油封、拖車油封、閥桿密封零件、車用客製化密封件。
7	懋亞興業有限公司	汽車後視鏡。
8	艾笛森光電股份有限公司	汽車車燈模組、替換式頭燈、車用 LED 封裝元件。

(本文作者現任業務處專員)

