

「2013年印度工業展」展後報導

展覽簡介

2013年第七屆「印度工業展」(EMMA EXPO INDIA)於今年9月5日至7日連續三天在清奈貿易中心展覽3館(Chennai Trade Center, Hall 3)舉行,本展由本會與中華民國對外貿易發展協會、台灣區電機電子工業同業公會、台灣區機器工業同業公會共同合作主辦,並獲得經濟部國際貿易局支持與渣打銀行贊助,帶領台商深耕南印市場,展品內容集中為電子(Electronics)、機器(Machinery)、汽機車暨零配件(Auto Parts)三大產業,展覽不論在主辦單位成員、展品內容及辦理模式上都令人耳目一新。

本次參展廠商為台灣企業與印度台商,渡海到印度坦米爾那都省(Tamil Nadu)首府,同時也是印度南部第一大工業城的清奈(Chennai)參展,今年參展的廠商共有69家,使用119個攤位,展區劃分為電子、機器、汽機車暨零配件及綜合產品等四大展示區,其中汽機車零配件有18家廠商參加(含型錄展),使用33個攤位,三天展期吸引3,089名買主至現場參觀,預估創造商機約1,240萬美元。



展覽館入口處的宣傳廣告



清奈貿易中心展覽 3 館展場入口

展覽概況

9月5日上午舉行的開幕典禮齊聚台印雙方重量級貴賓，台灣方面有台北世貿中心單驥副董事長，經濟部杜紫軍常務次長、駐印度代表處田中光大使、經濟部國際貿易局徐大衛副局長、經貿談判代表辦公室介文汲副總談判代表、渣打銀行台灣區總經理 Mr. Ajay Kanwal 等，印度方面則有印度卡州商工部常務廳長 Mr. M.N. Vidyashankar、前印度總統秘書長 Mr. P Murari、印度工商總會(FICCI)南印度主席 Mr. M Rafeeqe Ahmed、印度製造展(IMS 2014)主席 Mr. H. V. S. Krishna、印度國際工具機展(ACMEE 2014)主席 Mr. S Chandrasekaran 以及在印度擁有超高知名度的寶萊塢影視女星 Ms. Malaika Arora Khan 也現身展場，引起轟動。



開幕典禮表演



中華民國對外貿易發展協會單驥副董事長致詞



經濟部杜紫軍常務次長致詞



開幕典禮齊聚台印雙方重量級貴賓

外貿協會副董事長單驥在開幕典禮上表示，印度國際工業展匯集電子、機器、汽機車零配件等台灣專業廠商，其中可見全球消費型筆記型電腦第三大之華碩電腦、全球市佔率第二的滾珠螺桿製造商上銀、耕耘印度市場有成的行動輔具領導品牌康揚等，並設有 4 大主題館：台灣優質產品形象館、台灣經貿網主題館、台灣綠色典範產品及服務形象館、台北市形象館，另與國立清華大學籌組之「印

度台灣高等教育展」再次合作，期能成為台灣與印度之間商務交流的全方位平台。

9月4日才剛參加完「台印度次長級經濟對話會議」的經濟部次長杜紫軍表示，目前已對於台印洽談 FTA 進行可行性研究中，亦肯定印度工業展於台印雙邊貿易交流上的貢獻，並表示參考今年 1-7 月目前累積台印雙邊貿易總值高達 38.9 億美元，與去年同期比較，有 5.7% 的成長，可說是提前預告今年雙邊貿易的榮景可期。



REGISTRATION 處等待進展的人潮



展覽現況



台灣經貿網主題館



展覽攤位一隅



展館內台灣形象廣告看板



台灣綠色典範產品及服務形象館吸引人潮駐足

台灣向以龐大中小企業為經濟基礎，潛藏許多優質中堅企業，因產品高品質、客製化設計以及完善售後服務，獲得買主青睞，包括印度知名機械集團 L&T、東芝(Toshiba)、德州儀器(TI)皆派員前來參觀。來自孟買 Uniphos Envirotronic Pvt. Ltd 的 Harshada Yevale 表示公司產品所使用的 OLED 有 90%來自台灣，台灣製造的優質面板保障公司產品品質，目前打算尋找店端銷售系統設備的廠商，連續兩年前來印度國際工業展就是認明 MIT (Made in Taiwan) 高品質，本次也找到公司新產品組件的可能供應商。

本會今年參展廠商共有 18 家(含型錄展)，使用 33 個攤位，主要參展產品包括有粉末冶金、自動變速箱油、清潔保養用品、油品添加劑、機油、生產、檢測及塗裝設備、車頂置物架固定網/帶，安全帶及零件、輪胎、各式車燈、起動馬達、分電盤、發電機、燃油幫浦，水箱風扇、雨刷馬達、車窗升降機及其他相關產品等項目，展品多元化而豐富，為拓展印度市場，本會在會場特別設置一個服務區服務參展廠商。

為了推廣台灣品牌與優質產品，今年以「台灣精品館」(Taiwan Excellence Pavilion)展出建大輪胎、橙的電子、BenQ、HTC、D-Link 等榮獲台灣精品獎產品，吸引眾多買主駐足。



台灣精品館人潮眾多



印度清奈下班時間路況

結論

印度是金磚四國之一，印度擁有 12 億人口，其中 25 歲以下人口佔總人口 50%，35 歲以下人口佔總人口 65%，年輕豐沛的人力資源與龐大的消費市場規模，成為印度經濟發展的最大支柱與動能，豐富的勞動力資源以及人工和製造成本的優勢，使印度成為世界上最有發展潛力的汽車市場之一。不過，來自印度汽車製造商協會（SIAM）的資料顯示，由於經濟增長乏力、油價與利率居高不下等因素，2013 年印度汽車市場正遭遇 12 年以來最大跌幅。

盧比貶值對於公司於印度市場營運困難度確實提高，但根據聯合國預估印度銀髮人口將於 2030 年成長 2 倍達到 2 億人口，縱觀市場未來發展性，為一大利多，值得長期經營。

印度國內各種基礎建設工程都仍待發展，印度當地汽車市場主要由本土車企主導，塔塔汽車集團製造佔據了印度卡車市場 58% 的佔有率，新進入者很難獲得一席之地。在乘用車領域，除了強勢的本土企業塔塔汽車集團之外，還有包括鈴木、現代、福特以及日產等跨國品牌。

印度製造業工人工資便宜、素質高，製造水準在新興國家中數一數二。通用汽車(印度)公司一位負責人說，印度汽車零配件品質優於墨西哥、中國和台灣，甚至南韓，但價格比墨西哥便宜 15%，比南韓便宜 10%，與中國和台灣相當。這對於急欲降低成本的全球汽車大廠來說極具吸引力。

在印度要推廣汽車產品不容易，因為人民生活在不同的區域，尤其是人群的劃分有富裕階層、中產階級，還有極為貧困的人口，人口分佈比較分散。但是在近年來，印度的基礎設施建設雖然有了很大的進步，然而公路與其它的基礎設施還不夠完善，全國的高速公路達到了 7 萬多公里，現在印度的情況城鄉差距非常大，在鄉村地區擁有 70% 的總人口和 50% 的 GDP，以及 60% 的消費，不論是製造商用車還是其它類型的汽車，都應該考慮到鄉村人口的需求。

印度最大的汽車製造工業中心據點在清奈及周邊地區，這地區被稱為"印度的底特律"。不但福特、現代、雷諾和日產總部設在這座城市，在郊區亦有 BMW 裝配廠。清奈地區汽車出口佔印度的六成，據印度《經濟時報》報道，美國汽車專業調查公司 IHS 日前表示，憑借印度國內汽車銷量的快速增長，印度可望在 2016 年超越日本、德國和巴西成為世界第三大汽車市場，是全球汽車銷售增長速度最快的國家之一，也是全球汽車生產大國之一，印度汽車零配件產業以歐洲為第一大出口地區，對歐出口約佔其出口比重的 30%；第二大出口地區是亞洲，比重 20%；北美作為其第三大出口地區，比重為 10%。

目前，印度本土、日本和韓國汽車製造商是印度汽車市場的領導者，市場集中度很高，鈴木多年來一直佔據市場銷量第一的位置，相對來說排名第二的塔

塔和排名第三的現代起亞相距不是很遠，豐田的銷量在逐年穩步上升，印度最暢銷的車型前十名中，微型轎車佔大多數，國際汽車製造商進入印度市場也都專門為印度設計了符合其市場的特有車型，隨著印度汽車工業的不斷發展以及政府部門強化汽車安全和消費者對汽車附加價值的更加重視，印度汽車電子的製造能力也將很快達到國際水準。

印度致力於成為全球汽車及零配件製造中心。預計到 2016 年，印度汽車及零配件產業的產值將達到國民生產總值 10% 的目標，並將為國內創造 2500 萬個就業機會。印度汽車零配件製造商協會預計，到 2015 年，印度汽車及汽車零配件市場的相關汽車零配件的潛在交易額將達到 400 億~450 億美元，進而使印度成為全球重要的汽車及零配件市場。

我國汽車零件對印度市場出口近幾年來不斷成長，去(2012)年達 18.29 億元新台幣(成長 10.76%)，今(2013)年 1~6 月達 7.48 億元新台幣(衰退 30.78%)，隨著印度經濟成長，中產階級增加，未來汽機市場還有極大的成長潛力，值得廠商積極深耕印度市場。

(本文作者現任本會業務處專員)