

解析印度自行車市場

印度每年自行車年產值約為 8 億多美元，直接提供約 200 萬就業機會，230 萬戶家庭亦間接賴以維生，市場需求在 1989 年時約為每千戶家庭約有 415 台，10 年後每千戶家庭約持有 580 台以上，年產量在 2004 年即已超過 1,500 萬輛，產品品質日益精良，除

了飛輪、花鼓 (bicycle hub) 等零件，中小型自行車製造商無法產製外，大型製造商已有能力生產整車，大抵上，每年印度自行車外銷產值約為 4,000 萬美元，約進口 7 萬美元自行車及零組件，進口國家中除大陸為最大宗外，亦包括美國、德國、義大利、日本及台灣等。

印度 Bihar、Jharkhand、Orissa 等州為最大之自行車市場，其次為 Uttar Pradesh、Madhya Pradesh 及 Bengal 等州，不過以地點論，印度北部 Ludhiana 為印度最大之自行車生產地，印度市面上約有 3 成車種係供兒童、青少年及婦女等試用新潮休閒型（non-roadster, fancy cycles），也因此促使強大購買慾望，如 Ludhiana 一地，Hero Cycles 自行車製造公司為排行第一大，排行第二大之 Avon Cycles 公司已將其生產線之 60% 轉換成生產新潮休閒型，進而促使其生產產能自每日 5,000 台擴張至 8,000 台左右，所生產之車種亦有 30% 外銷至南非、中東及美國等超過 82 國家地區。

印度國內車廠自行車售價大抵走平價路線，最大車廠 Hero Cycles 一般自行車零售價即介於 1,310 至 3,465 盧比（1 美元約等於 45 盧比），其他車廠自行車零售價亦多介於 2,000 盧比之間。

印度每年由 Inter Ads 公司（info@interadsindia.com）所籌辦之 Indo Bike Expo 提供國內外自行車業者一良好之交易及交流平台，每年印度大廠如 Hero Cycles, Avon Cycles, Arpan Cycles, Ralson, Gemmy Cycles, Sandhu Exports 多會參加，並展示各種最新車種、休閒車種及零組件、輪胎及相關產業機器等。

印度中低收入家庭之主要交通工具之一迄今仍為自行車，在市郊或鄉鎮地區，傳統耐震、堅固之車型仍為印度之主要自行車消費車種，不過多段變速及車身外型亮麗之車種，亦為當地消費者選購之重點。

印度自行車製造業者首重自行車之設計，其次方考慮技術及行銷策略，消費者選購自行車開始亦尋求知名品牌或專家設計式樣，此外耐用、易操作、安全度高之車種亦左右消費者之選擇。在

消費者消費趨勢帶動下，印度自行車車架之設計已自曲軸旋轉式（crank rotation）轉變為向前驅動式（forward motion）帶動車輪之自由旋轉。

印度自行車產業所製造之車價，大抵維持在新台幣 2,000 元左右，最低車價約為新台幣 800 元。如 Hero 廠所產製之 18 吋自行車 Yankee 品牌，Hero 廠所產製之 26 吋 Queen 品牌車價約為新台幣 1,500 元，26 吋 18 段變速 Ranger Swing 品牌車價約為新台幣 2,800 元，另印度 T1 Cycles-Hercules 公司所產製之不鏽鋼流線輕便行車種 Radical，車價約為新台幣 4,300 元。

印度自行車產業在政府大力協助推動出口政策下，2004 年出口產值約為 4,000 萬美元，在 2002 年，其所產製之新橡膠氣胎、自行車用滾子鏈、自行車零件等亦銷至台灣約達百萬美元以上，另在印度國內自行車產量上，在 2005 年 1,500 萬輛，僅次於中國大陸。

印度自行車進口關稅稅率約為 35%，不過中國大陸所產製之價廉物美車種 Yankee 已進佔當地，因此印度自行車產業及以不斷推陳出新之方式，提昇競爭力，以產製各式輕便、造型新穎之式樣迎接挑戰，印度第四大自行車業者 Avon 即隨行推出 4 款青少年使用之車款迎接挑戰。不過印度國內自行車貨物稅稅率高達 4%，所生產之成本過高，平均每輛車高達 1,150 盧比，遠較中國大陸所投入之成本為高，為此，已為中國大陸業者提供絕佳行銷機會。

除了原料上揚，自行車進口稅賦亦可能因自由化措施之進展，而加快降稅腳步，屆時，印度腳踏車產業界勢必正面與各國進口車種迎戰，台灣業界似可把握此良機，以長期耕耘方式，提供印度腳踏車消費者另一項選擇。 ■