

金磚魅力

印度市場深度報導

圖、文◎阮素琴



多元種族、不同宗教、種姓制度鮮明的印度，已有三千多年的歷史，在這貧窮與髒亂（如隨地小便）的神秘國度，也蘊藏深度文化：印度位在南亞，人口由 10 年前的八億多增添到現在的 10.5 億，造成食物的不足與社會貧窮現象，但這個超過十億人口的全球第二大國，也是未來經濟成長的動力與活力：被譽為金磚四國之一的印度，正在加速改革與進步，尤其電腦軟體人才更受到全球高科技產業肯定與青睞，並紛紛在印度設點蓋廠，帶動經濟與高科技發展，因為人口眾多也使全球大品牌看準它的消費潛力，神秘多彩的印度，將在世人關注下更加透明化，並迅速與國際接軌。

◀ 信仰與種姓制度的沿襲 ▶

宗教對印度來說非常重要，據了解，有 99% 的人信教，其中印度教是最大教，全國約有 78% 以上是印度教徒，伊



▲錫克教徒最易辨識的就是頭巾。



▲一般來說，耆那教女性身穿白色服飾居多。



01 在印度買東西一定要會殺價，小販的纏功也很厲害，像大夥都已進入遊覽車內，但小販仍不放手，且越賣越便宜。
02 玩蛇在印度是以表演和供人拍照來賺取收入。

斯蘭教徒約 15%，錫克教有 5%、基督教約 3% 以及少數佛教徒、耆那教徒…等。不同宗教也表現在不同觀念和服飾上，其中以錫克教男性頭巾最為明顯，也可以在手上帶鐵製鐵環，據說錫克教男性不剪頭髮，也有短髮不帶頭巾只帶手鐵環的教徒，像我們貿團導遊就是，足見宗教習慣也隨著時代變化而有所改變。

種姓制度在印度已實施好幾千年，種姓階級之分在印度受到嚴格的規範與歧視，早期種姓制度分為：

1. 婆羅門，為最高層階，如祭司，地位甚至凌駕帝王之上。
2. 刹帝利，如武士或貴族階級。
3. 吠舍，如農民。
4. 首陀羅，如勞工。

此外，賤民和婦女是被排除在階級之外，尤其賤民一輩子受人歧視，以前甚至賤民摸過的東西就會被丟掉，賤民也祇能相信宿命，而宗教是他們最大的支撐力量，大部分人也希望修好這一世，期待來世可以生在富貴人家。窮人在印度非常多，而且很多未受教育，沿路乞討的人到處可見，他們也習以為常，這點與在印度東北邊的孟加拉就有很大的落差，與印度人相較，孟加拉人較溫和且不會隨意向遊客伸手要錢，可見相鄰的國家也因民族、宗教、文化、價值觀不同而習性也有差別。男尊女卑從階級中就可以看出印度生而不平等的無奈與宿命。在印度，不同種族階級的人不能通婚，不能交換食物、不能自由選擇職業等世襲觀念也已逐漸改變中。據說以前印度女孩結婚嫁妝太少會被婆婆在廚房凌虐致死，不過現在除鄉下地方還存有這種惡習外，大致上已沒有了。

聖雄甘地帶領印度獨立

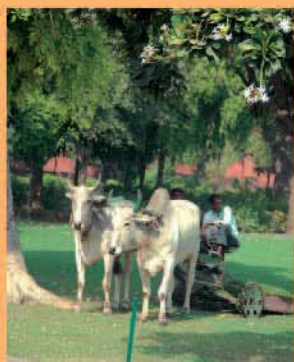
英國在 1857 年統治印度，直到印度聖雄甘地在 1915 年由南非返回印度，並在 1920 年發起不合作運動，在歷經 27 年的對抗，最後在 1947 年 8 月 15 日印度獨立，並脫離英國殖民地，甘地卻在 1948 年 1 月 30 日被印度教徒謀殺身亡，甘地為了廢除不平等的種姓制度，在獨立後制憲規定人人生而平等，可惜這個制度隨著聖雄被殺而未發揮，甘地身亡後由尼赫魯擔任印度首任總理長達 17 年，可以說甘地和尼赫魯是印度頗具關鍵性的領導者，對印度的發展影響深遠。在尼赫魯過世後由他的獨生女因迪拉·甘地夫人繼位，但她也在 1984 年遭隨身侍衛刺殺身亡，她的兒子拉吉夫·甘地隨即接任遺缺，他也在 1991

年競選連任時，遭錫克激進分子殺害，母子同遭殺害的不幸命運令人不勝唏噓。印度現任總理為 Manmohan Singh。

古蹟造就觀光興盛發達

古蹟多使印度近年積極發展觀光事業，據了解現在觀光業就業人口達 38% 之多，新德里尼可魯大學就是以培養導遊為主，有些學生甚至畢業後又到北京學中文，印度觀光事業未來的發展潛力可見一斑，因為印度有十個古蹟建築都被列為世界文化遺產，如阿格拉的泰姬瑪哈陵為世界七大奇觀之一，其它尚有不少建築、古蹟都名列世界保護遺產，因此，到印度旅遊第一次祇能蜻蜓點水，有些特別想要細看的景點就必須安排再訪，印度古文明確實有很多東西值得一看再看。到印度旅遊時，安全、衛生方面要特別小心，不吃生食、喝礦泉水和在乾淨的飯店內用餐較安全，坐火車要安靜，也不可以在火車內喝酒，大部分印度人在特快火車上都能遵守，反而外地去的觀光客不清楚而引來側目。

孟買是印度第一大城市與商業城，也是電腦軟體發源地，位於印度西部阿拉伯海岸，人口有 1,400 多萬人，是天然良港，不少國際人士聚集於此，有「民族大熔爐」和「小印度」之稱。德里位



▲德里的牛比較好命，因德里多為印度教，阿格拉的牛須工作（阿格拉以錫克教居多）。



▲牛在馬路上走很平常，牽自行車趕牛也常見，但要拍照，趕牛的人就伸手要錢。



▲四腳人是天生或是疾病造成？還是化學引起，仍不得而知。



▲這名可愛小女孩看起來就是出身富貴之家。



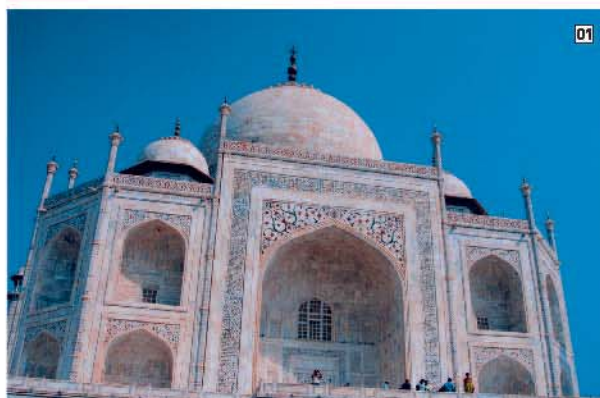
▲二層式紅色砂岩空殿，是典型的伊斯蘭藝術，並鑿著許多線條簡潔的浮雕。

於印度北面，有新舊、德里之分，新德里指的是現代化指標，而舊德里象徵古老印度很多古蹟的地方；其實北方也是印度最富庶的地區，人口占全印度六分之一以上。阿格拉也是在印度北部，更是旅遊的熱門景點，像泰姬瑪哈陵、阿格拉堡都在阿格拉城。位於東邊的加爾各達以前在英國統治時曾風光一時，但在 1991 年英國將首都遷至德里後就一落千丈，不過，孟買、加爾各達、馬德拉為印度三大貿易港，今天的加爾各達被稱為全印度交通最混亂的城市，失業

率也高，加上空氣污染嚴重和治安差，都使加爾各達常被排在旅遊景點之外，不過，印度詩人泰弋爾和泰瑞莎修女都在此住過，他們也各獲得諾貝爾文學獎與和平獎。

心靈道場的黃金三角

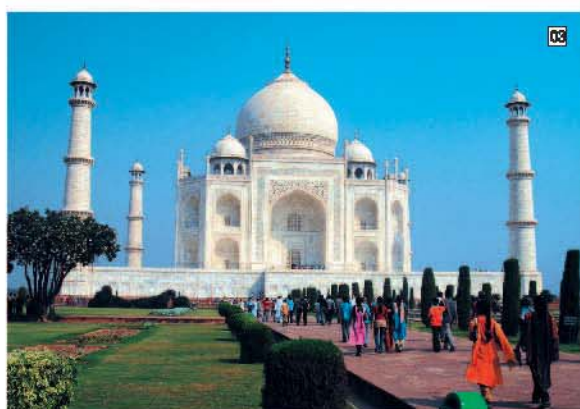
德里（Delhi）、阿格拉和齊浦爾（Jaipur）三個城市有「黃金三角旅遊線」之稱。瓦拉西亞也是具有印度神秘與靈氣的聖地，亦是北印度的文化中心，傳說印度



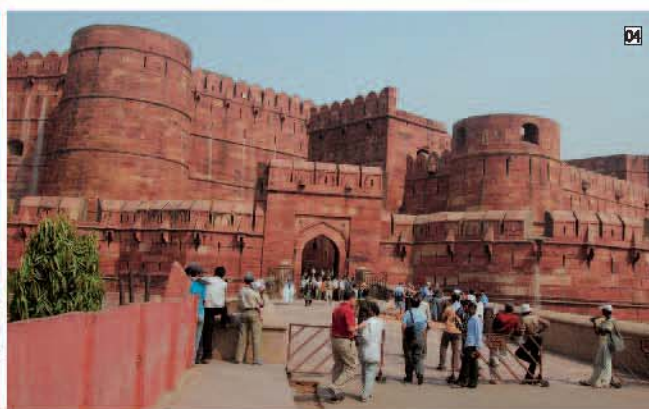
01



02



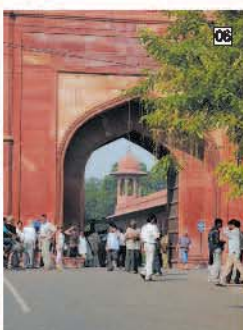
03



04



05



06

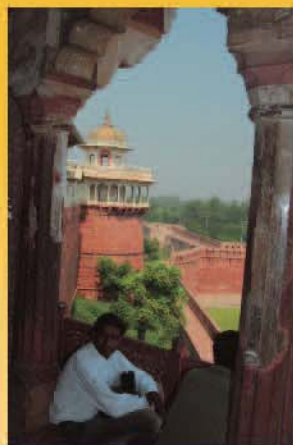
01 03 泰姬瑪哈陵主體為不規則八角形，以白色大理石建造門扉並裝飾著可蘭經。

02 TBEA 團員攝於泰姬瑪哈陵前。

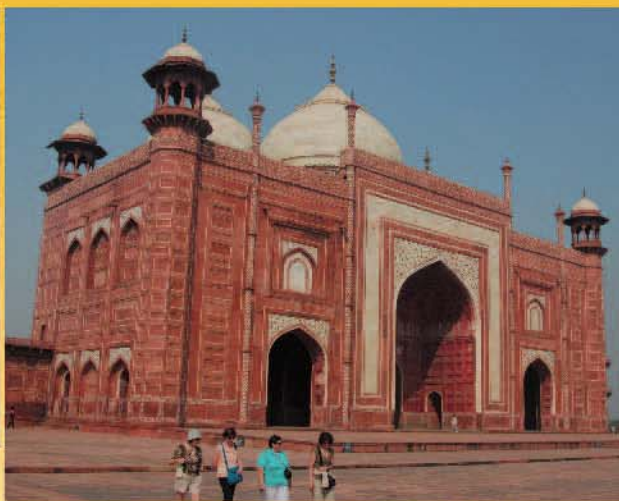
04 阿格拉堡壯觀的建築位於亞穆納河畔，與泰姬瑪哈陵遙遙相望，近說沙賈汗主與皇后的凄美故事，昔日用來抵禦外來侵略，如今成為不可錯過的蒙兀兒建築藝術遺作。

05 夕陽餘暉下的黃金廟，更顯祥和貴氣。

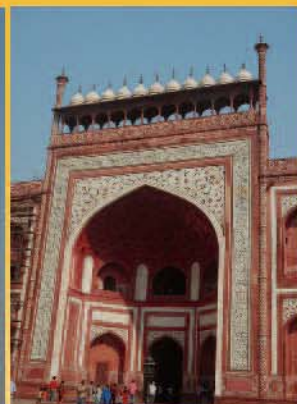
06 阿格拉泰姬瑪哈陵大門，入內要瘦身才能進去。



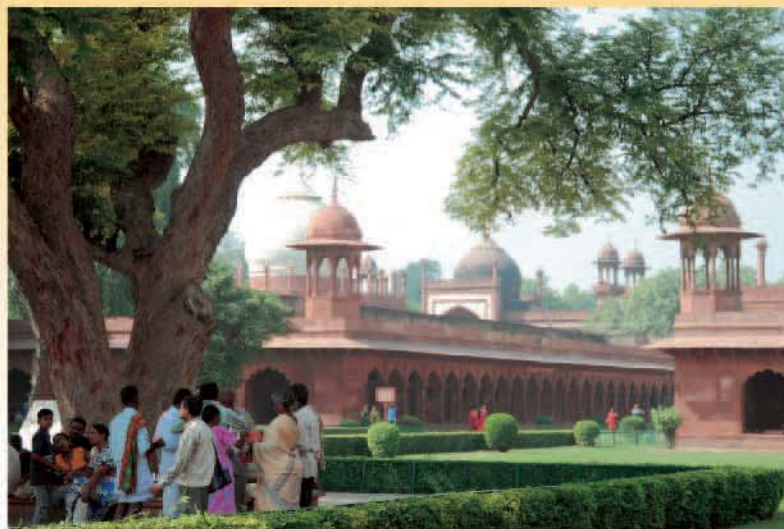
▲阿格拉堡這座八角塔是沙賈汗王晚年被兒子監禁囚禁的地方。



▲泰姬瑪哈陵旁的清真寺，以紅砂岩和白色圖紋建構而成。



▲泰姬瑪哈陵外城，進入主體陵墓由此外城正門進入，上端圓頂前後各12個，每一個代表一年，共花22年完成泰姬瑪哈陵。



▲在蒙兀兒花園可欣賞入口兩旁建築。



▲德里印度門仿法國巴黎凱旋門而建。

教徒若能夠死於瓦拉西亞，就可以從輪迴中得到解脫，不管今生做過什麼事。它的神聖來自恆河，恆河被印度教稱為聖河，一生中至少要到這裡洗滌一次身體，才可以洗清罪惡。瓦拉那西是印度教舉行無大會的地點，每年湧進百萬以上信徒到此，平常即有很多印度教徒來到恆河祈禱和沐浴淨身。不祇印度教徒聚集於此，就連錫克教徒也會專程到位於瓦拉那西舊城的黃金寺廟，這座400多年歷史的黃金廟據傳在1830年重修時，用了100公斤黃金使其表面燦亮耀眼，所以錫克教徒稱為「上帝之殿」。

進入黃金廟要脫鞋，並赤腳從水池旁過，且要到水中淌過以示敬意，頭部要用頭巾裹住頭髮，進入黃金廟內部大多數人都叩頭膜拜，也會投錢以示誠心，裡面禁止拍照，而黃金廟建造在水池中心，相當特別，尤其在夕陽照射下，呈現金碧輝煌的水光之美，池中也有人沐浴，並朝黃金廟膜拜，黃金廟內沉靜、安祥，所以有人兼程到此沉澱冥思。

印度瑜珈和靈修也頗受世人推崇，而普那（Pune）就是發源地，普那更有身心靈的綠洲之稱，像奧修國際靜心村就在普那，普那也是聚集高科技軟體人才

的地方，所以又有「印度小砂谷」之名。

飲食習慣與農礦業

印度咖哩味濃，印度人不管富與窮，大部份人都有喝下午茶的習慣，尤其酸奶更是普遍，一方面是飲食習慣，一方面是印度很熱，夏天氣溫可達 48°C ~ 50°C，而酸奶、水、洋蔥可抗暑，這次我們在印度受到 ATALAS、AVON、Hero 和印度自行車製造協會宴請時都品嚐了道地的咖哩食物、麵餅、烤餅，幾乎每頓印度餐都大同小異，吃到最後光聞到咖哩就怕了。另外，印度人用右手抓取食物吃，所以遞物給印度人避免用左手，也不要用手去摸小孩子的頭；由於宗教不同，飲食習慣不一樣，如印度教不吃牛肉，將牛當作聖牛，回教不吃豬肉，所以雞肉、羊肉、魚類較不受限制，當然素食者也不少。另外，「4」則是很神聖的數字，所以很多古蹟建築都以「4」為建築結構；至於節慶最重要的就是每年 10 月 21 日的燈節，在外地工作的人都會趕回家鄉過節，有如中國過年。



農作物如小麥、稻米、甘蔗、茶葉、棉花、黃麻為大宗，印度也是世界第一大產奶國，牛、山羊、綿羊、水牛數居世界第一，資源與礦產豐富，如雲母、煤、鐵、鋁、鎢、鋅、銅、鉛、磷酸鹽、黃金、石油…等資源豐富，其中雲母產量和儲藏量均居世界之首，鋁土產量和煤產量均居世界第五，當然，印度的旅遊業和服務業也大幅成長，印度的未來，很被看好。



▲TBEA和IBMA座談會，由左至右：印度Wheel雜誌社社長 Vinay Khurana，這次印度行多虧他協助安排行程、駐馬德里台北經濟文化中心陳煜霖、楊銀明理事長、IBMA理事長 Satishk。



▲TBEA 和 IBMA 合影。

TBEA考察印度自行車廠

TBEA 理事長楊銀明帶團共 16 人於 10 月 16 日前往印度，考察投資環境並拜訪自行車業及交流，本次行程緊湊，收穫也不少，在當地受到印度自行車廠如 Hero、ATALAS、AVON 以及印度自行車製造協會（IBMA）的高規格接待，讓台灣自行車業與印度自行車業的距離拉近不少，對於未來也有更多的合作空間，尤其看到台灣自行車業對中國自行車業在質與量提升上的具體貢獻。

印度自行車年產量在 1,300 萬輛左右，主要車種為傳統載重車，魯迪安那（Luckhiana）為最大的自行車生產基地，約 60% 自行車整車製造及 80% 零配件來自此地。主要產量也集中在四大自行車廠（Hero、ATALAS、T1 Cycle、AVON）幾乎佔 90% 以上。印度出口以



▲Hero董事長Mr. Brijmohan lall Munjal (右) 特在門口迎接楊明理董事長等台灣團員。



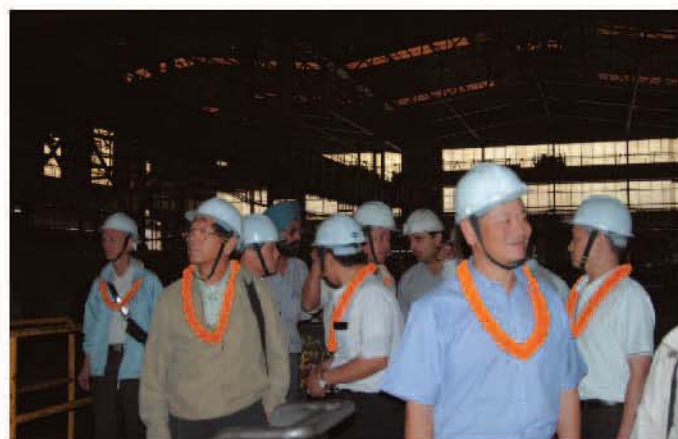
▲Hero 董事長和總經理親自在門口向台灣團員道別。

非洲為主，也有自中國進口自行車和電動自行車，出口單價仍低，因此，印度自行車業也擔心被控傾銷之名，雖然目前出口歐盟量很少，但提升品質和價值也將成為印度自行車業的努力目標。印度成車出口至歐盟的進口稅為 10.5%；印度自行車與零件進口稅為 17.26%。

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。

Hero Cycle：印度最大自行車廠，年產自行車約 5 百萬輛，在 1956 年前（即 1936 年）由 Munjal 四兄弟共同創立，其財力雄厚，設備不僅先進而且不輸台灣，尤其廠內鋼板甚至可比美鋼材廠，很多零件也自製、出口至美國、英國，內銷則有 4,500 家專賣店，今年年中 Hero 才慶祝自行車產量突破一億輛紀錄。Hero 廠內管理也較注重安全，像參

▶Hero 歡迎台灣團員造訪，並介紹 Hero 公司，右一為團隊經銷總經理 Vijay Munjal，他是董事長姪子，右二為 TBEA 總幹事劉錦泉、左一為楊明理董事長、左二為 Hero 董事長 Mr. Munjal。



▲參觀Hero工廠規定要戴帶安全帽是這次印度自行車廠唯一的一家。



▲Hero 設備都很先進，就連鋼板都可觀。



▲Hero 組裝線上。



▲ 這個白色大理石是ATALAS商標，這二位雙胞胎兄弟表示，他們不知道誰大、誰小。



▲ ATALAS 董事長、總經理、第三代與幹部在門口向團員道別。



▲ ATALAS 樣品間展示的車子。



▲ ATALAS 正在增蓋的烤漆間。

觀工廠中祇有 Hero 有要求訪客入廠戴安全帽。事實上，Hero 在印度獨立前（即 1947 年）沒有生產自行車，那時都從英國 Raleigh 進口，之後，則從零件開始生產，直到 1956 年才正式生產自行車。目前內銷市場據 Hero 製造部主管 S.K. Rai 表示有 50%，同時擁有 4,500 家經銷商，其與日本 Honda 合作生產機車年產量為 300 萬輛，Hero 公司表示，這也是世界最大的生產量。該公司也是少數注重社會責任問題的企業，因此，Hero 在教育與醫療醫院上，如設立公益醫療學院，以回饋社會。

ATALAS：創立於 1951 年，在新德里新開發區，現任二位總經理 GIRISH KAPUR 與 GAUTAM KAPUR 是雙胞胎，有趣的是他們不知道誰大、誰小，公司是由其父親創立，他們在房地產上

也有投資並獲利不少；ATALAS 年產自行車近 3 百萬輛，是印度第二大自行車廠，其中出口祇佔 10%，以非洲為主（如奈及利亞），也有少部分到歐盟，而大部份內銷（90%）中也以傳統自行車為主，零售價在 US\$25 左右，其它車種尚有童車、登山車之類，也有自韓國進口到印度銷售，共有 8 個工廠，約 3,500 名員工；亦自台灣進口運動車，向中國進口自行車和零件，目前正與台灣自行車廠談合作事宜，認為自台灣購買會有競爭力；ATALAS 在 1950 年前也自英國 Raleigh 進口自行車，Mr. KAPUR 表示，那時是印度最大進口商，該公司很多員工資歷皆已超過 40 年以上，並且彼此像家人一樣。

AVON Cycles：自行車年產量為 150 萬輛，包括零件共有 12 個廠，平均



▲ AVON 辦公大樓。



▲ AVON 和部分台灣團員合照。



▲ AVON 董事長 Mr. ONKAR SINGH PAHWA (右二) 和 TBEA 理事長楊銀明 (中) 互贈禮物。



▲ 中為AVON董事長ONKAR兄弟，他負責其他廠，左一至左五均為PAHWQ家族成員。



▲ AVON 與 TBEA 合照。



▲ AVON 廠內組裝情形。

每天出產 5 千輛，經銷商在 1,500 家左右，其中傳統車（也就是標準載重車）佔 50%，零售價在 US\$35，AVON 也是家族企業，該公司強調注重品質、企業文化與員工向心力，正積極在開發電動自行車，據該公司表示，電動自行車的馬達自韓國進口，電池向台灣購買，塑料零件則自大陸進口，AVON 表示，他們電動車的售價約在 US\$300 元。至於工廠生產情形，大部份 TBEA 團員都表示，AVON 的管理相當不錯。

看好印度遠景 各國爭相競進

印度自行車業大部份是家族企業，也都有製造零部件，十多年前，台灣自行車業認為印度可能是台灣最大競爭對手，尤其印度飛輪低價競爭，台灣根本無法對抗；過去印度政府對自行車業相當保護並且有

出口補貼，不過這些作法已取消，印度自行車產量這幾年反而呈現下降形態，當然自中國進口銷售也是原因，最主要是中國品質有大幅提升；反觀大陸，因台商大舉進入，帶動了觀念、技術、管理，也縮短了台商與陸資企業的品質，最重要的是提升了大陸自行車業的出口量與出口品質，因為採用台商零件後，一方面提升品質，一方面也刺激陸資零件廠的危機意識與改革，因而帶動自行車的整體發展。

而大陸是印度學習的對象。假如印度自行車要提升國際形象和差異化，那麼採用台商零件將是最好的選擇。另，根據印度AIBMA預測，在2010年印度內需市場可達2千萬輛自行車。

電動自行車是印度積極要發展的車種，眼看中國電動自行今年又要突破1,500萬輛，對印度自行車業也企圖有所斬獲，因此，誰先進入印度市場，誰將掌握商機和利潤。

印度人聰明又精明，有些印度人做起生意為達目的而不顧道義，也使與他們生意來往的人總是小心翼翼，生怕吃虧上當，不過，印度也是有講究信用的人，如何建立互信互惠才是維持長久業務關係的法門。

印度失業率高達58%，但印度是全球第二大軟體輸出國，也是世界第五大外匯存底國，據高盛證券金磚四國（BRICS）預估，2032年印度國內生產毛額將超越日本，成為全球第三大經濟體，印度總理也表示，印度基礎建設嚴重不足，在2012年前，至少需要3,220億美元資金來改善，因此，就業機會的提升加上美國極力拉攏印度，中國也積極要與印度簽署自由貿易協定，同時，歐盟也正計劃與印度進行雙邊貿易和協議談判，頂著8%~10%的高經濟成長率加上占GDP 50%以上的服務業，印度未來的發展潛力，正逐漸在擴散中。 ■



▲ IBMA 宴請 TBEA 團員，眾人於晚餐處合影。



▲ TBEA 理事長楊銀明（左）致贈紀念物予 IBMA 理事長 Satish Kumar Dhanda。



▲ TBEA 和 IBMA 舉行會談。



▲ 印度自行車研發中心總經理 Paramjeet Singh（左二）邀請台灣自行車研發中心顏嘉良經理（左一）到他們中心參觀，右二為駐印度經濟組陳煜霖，右一為金儀董事長周明福。