

汽车销量世界第三之争，印度是一匹黑马吗？

编译 | 李建，刘明星，王思杰

中国在 2017 年汽车销量突破 2800 万辆，其他国家望尘莫及，但是中国的汽车销量增长已经匮乏，下一个汽车投资热土是哪里呢？大家把目光纷纷投向印度？本文 MFC 阐述了印度市场的一些特点以及各大厂商在印度的动作。

印度目前是亚洲第 3 大经济体，居中国和日本之后，预估印度 2040 年可望超越美国，成为世界第 2 大经济体。印度的服务业、工业及农业分别占国内生产总值 (GDP)59%、24% 及

17%。主要行业有金融、保险、房地产、建筑、重工业和零售批发业。

印度汽机车产业聚落主要分布在 3 个区域，北印度德里周边以 Maruti Susuki 和 Tata 为主要汽机车厂，是最早发展的区域，西印度孟买周边除印度本土 Tata 和 Mahindra 车厂外，早期外资车厂多集中在此。南方清奈地区则为印度新兴汽车部落，有现代、日产、雷诺、福特、BMW 等外资车厂。印度为世界最大牵引机生产国、第二大巴士与摩托车生产国、第 5 大重型卡车生

产国、第 6 大汽车生产国及第 8 大商用车生产国。

印度 2016 年新车销售约 401 万辆，较 2016 年 366 万辆同比增长 9.53%；印度是世界汽车销售量排名第 4 的国家，足见印度汽车市场的庞大。当地国内品牌以 2017 年论，仍以 Maruti Suzuki 市占最多，达 38%；韩系品牌 Hyuandai 占 13.6% 居第 2，其次是印度品牌 Tata、Mahindra 居 3、4 位。印度小型车种仍以 Maruti Suzuki 最多，大型货卡车则以 Tata

表 1 2017 年印度最畅销的汽车品牌

序号	品牌	销量	同比 2016 年增长率	市场占有率
1	Maruti-Suzuki	16000	+15%	50%
2	Hyundai	53173	+6%	16%
3	Mahindra	222168	- 1%	6.90%
4	Honda	179071	+15%	5.60%
5	Tata	169845	+19%	5.30%
6	Toyota	139566	+4.3%	4%
7	Renault	112489	- 15%	3.50%
8	Ford	87588	+1%	1.50%
9	Volkswagen	47796	+1%	1.50%
10	Datsun	40445	+6%	1.30%

最受市场亲睐；但综合而言，印度国内市场仍以国产车系为主，进口车 / 豪华车仍需要长期的规划和布局。

2017 年，日本市场汽车的销量超过 500 万辆，虽然还有很长的路要走，但分析师和制造商认为，印度想要赶超日本还是大有可能的，尤其日本市场还很有

表 2 2017 年最畅销的印度乘用车型

序号	品牌	车型	销量	同比 2016 年增长率
1	Suzuki-Maruti	Alto	258732	5%
2	Suzuki-Maruti	Dzire	225043	11%
3	Suzuki-Maruti	Baleno	175209	64%
4	Suzuki-Maruti	Swift	167371	-1%
5	Suzuki-Maruti	Wagon R	166815	-4%
6	Hyundai	Grand i10	154747	14%
7	Suzuki-Maruti	Vitata Brezza	140945	65%
8	Hyundai	Elite i20	134103	9%
9	Hyundai	Creta	105484	14%
10	Suzuki-Maruti	Celerio	100860	11%

可能出现萧条。起亚（Kia）公司在印度投资兴建新厂，因为公司认为印度将会在 2020 年成为全球乘用车销量第三名。UBS 银行集团的分析机构预测，印度到 2021 年轻型车销量（包括厢式车）会突破 500 万辆；总部在英国的分析公司 LMC Auto 预测，到 2024 年这个数字会达到 660 万辆。

加上印度的出口地理位置极佳，成为汽车投资的热门地点。安永（EY）公司分析师在 2017 年印度就业市场调查中写道，“印度的中产阶级比例增加，城市化程度提高，而且印度市场的渗透率较低，因此成为全球最有潜力的汽车市场之一。”调查中提到，印度是全球汽车拥有率最低的国家之一，每千人拥有 18 辆汽车，而中国是 69 辆，美国为 786 辆。

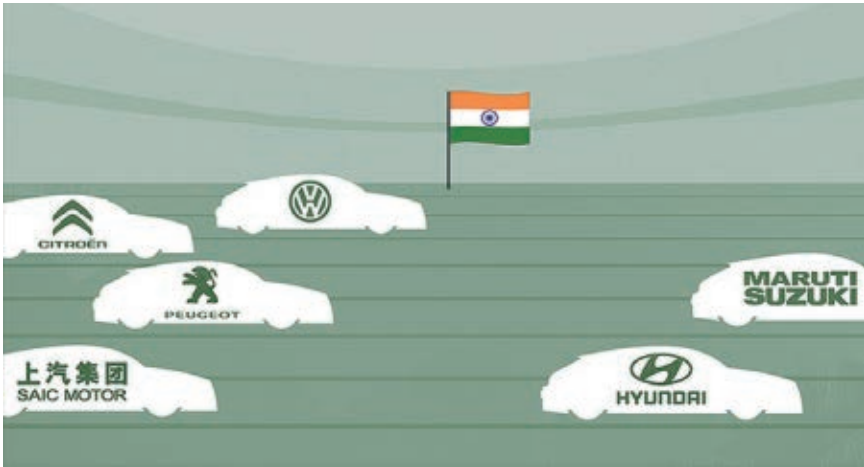
投资滚滚而来

正如上面所述，起亚开始在 Andhra Pradesh 省东南部建设工厂，定于 2019 年开始投产，年产量将达到

30 万辆。工厂占地 213 万平方米，包括一个冲压车间和喷漆车间，计划制造紧凑型轿车和 SUV。工厂总投资 11 亿美元，其中包括一个供应商园区。起亚的姊妹公司，现代汽车是印度第二大乘用车制造商。LMC 称，在未来的四年里，公司计划投资 7.8 亿美元推出 8 款新车型。

市场领军铃木汽车（Suzuki）正在 Gujarat 省的 Hansalpur 建设第二

家装配厂，年产量将达到 25 万辆。此外，公司还计划建设发动机厂和变速器厂，定于 2019 年开始投产。而第三家工厂也在计划当中，该厂投资 5.85 亿美元，公司每年总产量将达到 75 万辆。据 LMC 计算，公司的总投资额也将达到 20 亿美元。铃木还将与东芝和电装公司合作投资 1.79 亿美元，建设电池组厂。铃木及其合作商马鲁帝在印度西北部 Haryana 省已经



拥有两家装配厂了。

塔塔汽车在改善汽车业务状况的过程中，进行投资 6.24 亿美元——其中的 3.9 亿美元投资乘用车（不包括捷豹路虎），2.34 亿美元投资卡车。此外，菲亚特克莱斯勒投资 2.34 亿美元，在塔塔—菲亚特 Ranjangaon 工厂制造 Jeep Compass 汽车，从 2017 年开始向全球销售。LMC 称，公司今年预计会推出一款新车。

PSA 将拿出 1 亿美元（初期投资），与 CK Birla Group 建立合资公司，后者是 Hindustan Motors 的母公司。Hindustan Motors 金奈工厂预计从 2020~2021 年开始投产。PSA 已经从 Hindustan 手中购买了 Ambassador 汽车品牌。马恒达公司计划向 Pune 汽车制造商和 Lgatpuri 发动机厂投资 2400 万美元，预计在 2018 年推出 U321 MPV 项目。

中国巨头上汽集团已经证实，将会收购通用汽车旗下 Halol 装配厂，并在未来五年里投资 3.11 亿美元，制造 MG 系列汽车。据 LMC 称，这会招来相应的中国汽车供应商——沿锋汽车、汇众、五菱、凌云、投资额将达到 1.55 亿美元。

印度市场的挑战

印度乘用车市场对成熟制造商来说游刃有余，但是对新兴制造商来说却是一块难啃的骨头。2017 年，马鲁帝—铃木对市场宣传加大力度，销量增长了 15%，市场份额也达到 50%，总销量达到 160 万辆。位居第二的是现代汽车，公司销量接近五十万辆。塔塔乘用车销量也有增长，接近 17 万辆，位居第五，仅次于马恒



印度工人正在装配奥迪 SUV

达和本田。但是雷诺的光景却不佳，销量比前一年下降了 15%。

雷诺成为印度成功的典范，2015 年在推出 Kwid 微型 SUV 之后，尽管成果不显著，但一直坚持不懈。雷诺公司称，公司成功的秘诀在于低成本和高本地化率，但是 2017 款 Kwid 销量下降了 13%，从前十名中淘汰出来。印度消费者可能更加青睐低廉价汽车，但是又喜欢新东西。LMC Automotive 高级经理 Ammar Master 说，“印度汽车制造商要不断更新产品才能维持竞争力。”雷诺最近刚刚推出 Captur SUV，这是在低成本 B0 平台上制造的汽车，没有采用精密的欧洲版本，而且计划 2019 年在 Kwid 基础上推出新

款 SUV。据 LMC 预测，这款汽车会再次推动销量。Master 预测称，此举或让雷诺获得两位数增长率。

通用汽车却逆向而行。公司 2017 年宣布，2018 年会从印度汽车市场全部撤出，只留下 Talegaon 工厂作为地区出口基地，比如向拉美地区出口。通用汽车因为 Chevrolet 在印度的惨淡经营，最终决定退出。

美国福特汽车尽管错失市场增长潮流，但是仍然决定留守阵地，2017 年交付率仅增长 1%，共销售 8.7 万辆汽车，位列第八。Master 说，“像福特这样的公司已经在印度几十年了，但是市场占有率仍然微不足道。过去外国制造商认为，全球成功战略可以在印度复

制，但是实际情况却差强人意。外国制造商不得不更多地考虑当地情况，很多公司已经采取措施。”

合作关系

福特公司已经与马恒达集团建立合作关系，2017 年宣布要共同合作进行电气化、产品开发、移动项目和联网汽车项目。福特公司还说，他们将共同完成“采购并提高商业效率”。3 年之后，双方公司将决定是否要继续合作。马恒达公司（是韩国双龙母公司）在印度以 SUV 车著称，它是唯一生产电动车的制造商。政府机构 National Institution for Transforming India 2017 年预测，到 2030 年印度将有 44% 的汽车实现电气化（纯电动或混合动力车）。福特的举动也算精明。

但是目前，福特将印度作为出口基地也算顺风顺水：2017 年，公司的两家装配厂制造了 26.2 万辆汽车，其中三分之二上都用于出口，包括向欧洲出口 Ka+ 汽车，向美国出口 EcoSport 汽车。

大众公司在与铃木联手失败之后，还在试图在印度寻找合作伙伴，但是公司的这个目标始终无法实现。2017 年，公司宣称与塔塔汽车达成协议，开发低成本汽车。

有消息来源向路透社透露，其中的主要问题是改造塔塔 AMP 平台的成本。2017 年，公司 Pune 工厂创造单年产量最高纪录——15 万辆，但仍然算不上最多。

大众的时代还没到来，因为公司还在印度制造造价高昂的平台；或许有一天会成为少数几家能从即将重创汽车业的严厉立法制度中存活的公司之一。LMC 公司的 Master 说，“行业目前面临的头等大事就是严厉的规定”，其中包括 2019 年开始强制实行气囊及座椅提醒系统，现有车型从 2019 年开始强制进行前端和侧边碰撞试验。还有一个重大考验就是从 2020 年开始实行 Bharat 第六阶段排放规定（相当于 Euro 6）。Master 强调，这些会大幅提高汽车成本，预计最小型汽油机成本会提高 6%，而最小型柴油机成本将会提高两个百分点。

位于印度普纳的梅赛德斯—奔驰



雷诺在印度推出了平价的欧版 Captur SUV

驰工厂生产紧凑型汽车

梅赛德斯已经提前两年就在 S 级豪华轿车中退出 Bharat IV 版本，清洁度要高当地汽车好几个档次。梅赛德斯—奔驰印度公司首席执行官 Roland Folger 在 2017 年启动仪式上说，“我们坚信，我们为给其他制造商引进 BS VI 汽车扫平了道路。”

豪车销售业绩

豪华汽车在印度基本是装配厂，2017 年销量一切顺利。沃尔沃成为 2017 年最后进入印度豪车市场的汽车公司，在印度建厂之后，开始在 Bangalore 工厂装配 XC90 大型 SUV。公司还在计划其他车型，因为据公司预测，印度的高端车市场将迎来快速增长局面。Premium 最畅销的梅赛德斯创造新纪录，共售出 1.5 万辆，增幅达 16%。普纳工厂建于 2009 年，制造 E 级轿车和各种 SUV 汽车。位列第二的宝马汽车也迎来销量 0.9 万

辆的业绩，增幅 25%。X1 和 X5 款 SUV 的市场需求非常大，而这些车都是在金奈工厂装配的。

当地装配的 Audi 汽车来自斯柯达 Aurangabad 工厂，2016 年惨淡收场，2017 年也是表现平平。高端车增长最快



位于印度普纳的梅赛德斯—奔驰工厂生产紧凑型汽车

的当属 Jaguar Land Rover，涨幅达到 49%，共售出 0.3 万辆汽车。公司（母公司是当地汽车巨头塔塔汽车）从 2011 年开始在普纳工厂装配汽车。

高端车和主流汽车制造商都从 SUV 销量增长中获利，这是印度及其他地区的共同趋势。AID 数据显示，2017 年 SUV 汽车和越野车销量增长了 20%，市场占有率为 29%。这让塔塔等制造商收益，塔塔紧凑型 SUV 使公司的汽车销售增长了 19%。而旗下微型车 Nano 却完全相反，共出售 0.2 万辆，降幅达到 75%。这款自称全球最便宜的汽车没能在“低价车”

风行的印度大卖，足以让印度的汽车制造商困惑。

印度汽车制造商的自动化

据咨询公司 EY 一位分析员 2017 年发表的调查报告显示，印度一年的汽机动车产量大约 2400 万辆，包括摩托车产量，直接间接员工数量达到 1000 ~ 1300 万人。尽管行业投资不断增加，但是自动化的发展会降低就业率，并明显改变劳动力的作用。

在汽车业内，自动化已经变得举足轻重。EY 公司预测，年度的汽车车体修理厂和喷漆厂已经实现 95% 自动化，预计到 2020 年会达到 100%。EY 在

The Future of Jobs in India 里面称，到 2022 年，制造商与供应商公司里 15% ~ 20% 的岗位都将面临取消的威胁。而装配厂只有 20% 的自动化，但 EY 预测称，机器人在装配物流中的使用率会提高，节约成本 10% ~ 20%，库存率降低 30% ~ 50%。

机器人的脚步已经无法停止。接受 EY 调查的汽车公司高管中，有一半的人认为安装机器人的主要障碍是投资回报率，这在崇尚低价的印度市场里是一个难点。EY 报告总结称：“至少在未来的几年里，印度的低成本劳动仍然是印度制造竞争力的主要支撑。” **MFC**