



天竺季刊 第 34 期

撰稿者

駐印度代表處經濟組
 台北世界貿易中心駐孟買辦事處
 台北世界貿易中心駐清奈辦事處
 台北世界貿易中心駐加爾各答辦事處
 中央通訊社駐新德里特派員何宏儒
 發刊日期：中華民國 103 年 10 月

本期目錄	
□印度總理 Narendra Modi 於獨立紀念日發表演說~P.2	□印度機械產業及市場介紹~P.30
□印度政府舉辦「Make in India」活動情形~P.3	□印度西孟加拉州政府洽邀台商合作發展農漁業加工~P.33
□印度政府因應伊波拉疫情之最新措施~P.4	□寶萊塢影星站台 台精品吸睛~P.34
□印度政府提出之 2014~15 財政年度預算案情形~P.5	□沙提雅提：印巴一體打擊不幸~P.34
□印度政府擬檢討公司法、特別經濟區及自由貿易協定以爭取外人投資事~P.7	□印度核電廠亟需大型渦輪發電機~P.35
□印度新公司法不強制外國公司在印子公司視為公開募股公司 (Public Company) ~P.8	□印度太陽能產業公會盼政府支持太陽能產業發展~P.35
□英國加強與印度互動以增進經貿投資及深化雙方夥伴關係~P.8	□印度擬於 104 年初公布新版智慧財產權保護政策~P.36
□印度對糧食安全及補貼議題之堅定立場使貿易便捷化協定 (TFA) 無法如期達成共識~P.9	□印度政府擬於 Andhra Pradesh、Telangana、Gujarat、Rajasthan、Madayha Pradesh 等 5 州設立大型太陽能發電廠~P.37
□本年 20 國集團 (G20) 布里斯本高峰會將以成長 (growing) 與貿易 (trade) 為會議主軸~P.11	□美國國務卿 John Kerry 偕商務部長 Penny Pritzker 訪印事~P.38
□印度總理 Narendra Modi 於本年 8 月 3-4 日訪問尼泊爾並簽署 3 項合作協議~P.11	□印度本財政年度第 1 季經濟成長率達 5.7% 創連續 9 季以來新高~P.38
□印度遊艇產業介紹~P.11	□澳洲總理 Tony Abbott 於本年 9 月 4-5 日訪問印度並簽署民用核能合作協議~P.39
□印度電腦硬體設備產業介紹~P.14	□印度擬在南亞區域合作聯盟提議與周邊國家建立電力聯網~P.39
□印度化學產業與市場介紹~P.18	□印度與中國大陸簽署產業園區合作備忘錄~P.40
□印度節慶商機~P.22	□印度鬆綁外資投資印度保險業及國防工業之政策~P.40
□印度水處理技術及設備介紹~P.25	□印度總理 Narendra Modi 規劃推動興建智慧城市~P.41
□印度品牌故事~Amul~P.28	□印度食品加工產業部近期將核准新設 17 個大型食品加工園區~P.41

印度總理 Narendra Modi 於獨立 紀念日發表演說



本（103）年 8 月 15 日係印度第 68 屆獨立紀念日，依例 M 總理於新德里紅堡廣場發表演說，此係其於本年 5 月 26 日就職演說後，再度對全國人民闡述其對治家理念及未來施政方向，尤將推廣包容性金融、消弭社會暴力、促進人口性別平衡、加速國家經濟與基礎建設計畫等，呼籲全國人民共同努力，邁向國家發展新目標。

M 總理於演說中除提及施政重點外，更強調建設一個全新之印度及發展印度成為全球製造中心之理想，句句深入民心。其重點如下：

1. 建設印度成為全球製造中心：盼印度未來成為以製造及輸出產品聞名之國家，鼓勵全球各國來印投資設廠，在印度生產製造並行銷全世界，尤呼籲印度年輕人加強學習技術，使「印度製造」之高質且不對環境造成影響之產品外銷世界各地。
2. 協助開立銀行帳戶：推出「Pradhan Mantri Jan Dhan Yojana」計畫，協助貧窮人民開立銀行帳戶，並取得簽帳卡及 10 萬盧比之保險，以提升迄應對未來不確定性之能力。
3. 數位印度：透過寬頻網路連結及推動遠距教學，提供貧窮及鄉村地區人民更充足之教育機會，以提升其教育水準、人文素養及未來就業能力。另將加強透過數位管理，提高政府施政及治理效能，並藉網路社

群無遠弗屆之優勢，更直接、迅速與全國人民溝通及行銷政策理念。

4. 發展地方特色產業：要求每位國會議員於 2016 年前於其選區推動發展一項特色產業，以協助地方經濟活動與產業發展，續於 2019 年時推動第二項特色產業發展，以使各州經濟發展更具特色與市場競爭優勢。
5. 終止暴力現象：未來印度之治理將以尋求共識為主要方向，而非以國會多數票決來決定，並呼籲全國以 10 年為期，盼終止種性制度及社會之群體暴力現象。
6. 計劃委員會功成身退：將以「國家發展改革委員會」（National Development Reforms Commission）取代已具 64 年歷史之「計畫委員會」（Planning Commission），期以更現代化及更具效率方式，推動國家重大經建計畫之規劃與執行。
7. 清潔之印度：訂本年 10 月推動「Swachh Bharat Plan」運動，以清除全國環境髒亂並建立乾淨衛生之印度，期於 2019 年底使每戶家庭均自有廁所。另將在企業社會責任之推動架構下，於 1 年內使每所學校均設置廁所。

與過去多位印度總理之演說內容相較，M 總理未多著墨與巴基斯坦等鄰國之關係及外交議題，而將演說重點直指人心，針對全國人民迫切望治之社會議題與國家發展缺失提出對策，咸認其內容令人耳目一新且甚具啟發性，然亦有批評者指出對 M 總理之評

價仍須依其施政表現而定。(駐印度代表處經濟組)

印度政府舉辦「Make in India」活動情形



印度商工部於本年9月25日上午於新德里 Vigyan Bhawan

主辦「Make in India」活動，印度總理 Narendra Modi 親自出席並發表重要演說，印度政府其他部會首長包括商工部長、微型及中小企業部長、重工業部長、資通訊部部長及若干部會次長等。其餘邀請之重要貴賓包括各國大使、30 餘國約 2,000 家世界知名跨國公司之負責人與執行長、印度主要工協會如印度商工總會、印度工業總會、PHD 商工聯合會、ASSOCHAM 等會員廠商負責人等。

「Make in India」活動主要目的係向外國投資人宣介及傳達印度將採取簡化申辦流程、減少繁文縟節、開放投資限制、提供優惠措施使印度成為較適合做生意及投資之國家等訊息，俾推動使印度成為全球製造業中心之目標。

會議首先由商工部長 Nirmala Sitharaman 說明推動「Make in India」所採相關改革措施，以推動製造業並改善國內投資環境，其重點以去許可證化 (De-Licensing)、簡化法令規章 (Deregulation)、數位化 (Digital) 及技能化 (Skilled) 為主軸，包括：產業執照上網申請及效期延長為 3 年、主要國防工業產品零配件免除申請產業許可證、解除軍民兩用產品之法律限

制、中央政府各部會於 2014 年底前建置完成單一窗口資訊服務平台、環境影響評估許可開放線上申請並提供諮詢服務、各部會有關投資業務任何申辦程序均須明確公布於網站供參、資通訊設備升級及符合世界標準確保上網申辦業務順利執行。

在外人直接投資方面，國防工業 FDI 由 26% 提高至 49%，國防工業現代化則提高至 100%；鐵路基礎建設之建造、操作、保養等項目 FDI 為 100%，且採申請自動生效模式運作。在工業走廊及智慧城市方面，將設一專責單位負責相關整合、協調、監控所有產業走廊發展工作，目前已核准 21 項產業基礎升級計畫及 17 個國家投資製造園區。目前沿德里孟買工業走廊有 5 個智慧城市正推動進行中，包括 Dholera、Shendra-Bidkin、Greater Noida、Ujjain 及 Gurgaon。

主辦單位另邀請在印度投資之外商及印商計 10 家企業之負責人或執行長就渠等公司在印度發展現況及對「Make in India」之看法，普遍推崇「Make in India」之構想及對未來發展充滿樂觀期待。

隨後撥放「Make in India」簡介短片，並由 M 總理啟動 makeinindia.com 網頁及發表演說闡述其「Make in India」之理念、構想。M 總理於演說中指出此次係以獅子作為本活動之象徵圖騰，「Make in India」即是獅子跨出去的第一步，試圖洗刷印度充滿繁文縟節、高稅賦及投資經營之不良形象，表示將改善投資環境，簡化程序及法律束縛，創造一成長導向之良好投資環境，未來印度將不是以繁文縟節來規

範投資者，而是以紅毯來歡迎投資者，呼籲世界投資者不要僅將印度視為一個廣大之市場，取而代之，應來印投資，創造就業機會，擴增印度中產階級規模，如此將可提升購買力及擴大市場規模，並敦促世界大型製造商來印投資，共同協力將印度發展成為世界製造中心。

印度之製造業對 GDP 貢獻率由 2007-2008 財政年度之 16% 降至 2013-2014 財政年度之 13%，嚴重損害印度財政收入、創造就業及經濟成長之前景。印度政府此次舉辦「Make in India」活動，向世界宣介其將推動印度成為製造業中心之理念，確與 M 總理上任後所推動之經濟改革措施之步調一致，依該計畫構想將汽車零組件、汽車、航空、生物科技、化學、營造、國防製造、電機、電子系統設計與製造、食品加工、資通訊、皮革、媒體與娛樂、採礦、石油與天然氣、製藥、港口、鐵路、道路及高速公路、再生能源、太空、紡織、熱力、觀光服務、保健業在內共約 25 項關鍵產業領域均包括在內且將優先執行，並盼成為該等產業世界之領導者，此亦將為印度新製造業政策之重要支柱，如能落實執行將有助於振興印度製造業，且未來將吸引更多外國企業前來印度投資。(駐印度代表處經濟組)

印度政府因應伊波拉疫情之最新措施

依據世界衛生組織 (WHO) 最新報告本年 8 月 10 日至 11 日幾內亞、賴比瑞亞、奈及利亞及獅子山計有 128 個新感染伊波拉病毒之案例報告，其中 56 人已死亡，使該疫情之死亡人數由

1,069 人增加至 1,975 人。

WHO 強調因疫情嚴重已使近 100 萬人受到影響，且提出警告呼籲各國採取特別措施，以防止疫情擴散。

WHO 秘書長 Margaret Chan 指出 100 萬名受疫情影響者均居住於主要疫區邊界之疾病傳染熱區內，渠等每日迫切需要食物及其他生活物資援助，因疫病爆發之規模、嚴重性及複雜性前所未見，病例已自偏遠地區蔓延至大城市，致所有具國際機場之都市均暴露於高度風險中，C 秘書長建議對幾內亞、賴比瑞亞、奈及利亞及獅子山邊界之疾病傳染熱區予以封鎖，世界各國應即採取特別措施以防止疫情擴散，否則將造成人類生命重大危機。聯合國秘書長 Ban Ki-Moon 表示全面配合及支持 WHO 對防止伊波拉病毒疫情擴散所作之緊急措施。

日前設於賴比瑞亞之印度 Afcons 基礎建設公司請求國際緊急救護組織 (ISOS) 協助載運 112 名印度員工及 4 名尼泊爾員工自賴比瑞亞返回印度，據 ISOS 醫療主任表示該等人員於離開賴比瑞亞時均經篩檢並無伊波拉疫情症狀。

上述人員於本年 8 月 27 日計有 71 人抵達孟買機場，17 人抵達德里機場，二地機場進入高度警戒狀態，印度健康部官員進駐機場監督相關篩檢工作進行，其中德里機場已發現 1 名人員出現類似感染伊波拉症狀，目前隔離在機場醫療中心進行檢查；另有 5 人有發燒症狀，亦隔離醫治，並將血液及檢體樣本轉送印度全國疾病管制中心 (National Centre for Disease Control)

進行檢驗。印度官方表示伊波拉病毒之潛伏期約 21 日，將持續追蹤有關人員直至 21 天潛伏期結束為止。

目前印度政府在機場採取之管制措施包括要求出現相關症狀者填寫監視追蹤報告，交代發燒歷程、症狀及接觸人士，另設置體溫感應機，如發現有發燒症狀者立即隔離檢查，隔離者須穿著隔離裝備直至確認無感染為止，對隔離者並抽取血液及檢體樣本進行檢查。

印度健康部並將出現症狀者區分為高度危險、中度危險及低度危險三種等級，並作不同處置。出現發燒、虛弱、嘔吐及肌肉疼痛者屬高度危險等級，須立即於機場隔離處置；曾與伊波拉病患接觸者屬中度危險等級，列為優先觀察名單；無症狀亦無接觸歷史者屬低度危險等級，提供專線協助電話，於出現症狀時應即提報。

聯合國發言人 Stephane Dujarric 指出伊波拉病毒係經由血液及體液之接觸而傳染，非經由空氣、水或食物之媒介，且遭受伊波拉病毒感染後，未出現相關症狀者亦不會成為傳染媒介。目前若干國家禁止或限制前往或來自伊波拉疫區國家之航班起降，此舉將有礙國際社會控制伊波拉疫情之努力與行動，建議各國應於旅客登機前確認有無感染伊波拉病毒症狀，並於抵埠時再度確認旅客確無感染後方准入境。(駐印度代表處經濟組)

印度政府提出之 2014~15 財政年度預算案情形



印度財政部長 Arun Jaitley 於本年 7 月 10

日向印度國會提出 2014~15 財政年度（至 2015 年 3 月 31 日止）預算案，此係印度新總理 Narendra Modi 上任後首份預算案，規模達 18 兆盧比，盼透過政府減債、擴大民營化、擴大開放外國投資、促進國內投資等方式，提振印度經濟重回高成長軌跡，並達成將預算赤字降至國內生產毛額（GDP）4.1%之目標，進一步於 2016~17 財政年度時降至 3%，預算之內容充分展現 M 總理對強化財政紀律之決心。

J 部長指出近年來印度經濟成長趨緩，2013-2014 年度經濟成長率僅 4.7%，對印度經濟造成不良影響，亦使財政赤字居高不下，爰宣示將採取放寬外資投資、稅制改革等方案，俾於 3~4 年內恢復印度經濟成長率至 7~8%，並承諾持續縮減赤字。

印度政府為降低預算赤字將大幅削減支出，包括檢討及削減浮濫之食物、燃料、肥料補貼，另將推動多項租稅改革。

在開源方面亦宣布發展製造業及興建道路、港埠、鐵路等基礎建設計畫，以創造就業機會及提高國庫收入。謹將此次預算概況綜述如下：

1. 稅務改革：所得稅稅率不變，惟將個人免稅額由 20 萬盧比提高至 25 萬盧比；60 歲以上 80 歲以下者，則由 25 萬盧比提高至 30 萬盧比。房屋貸款扣除額由 15 萬盧比提高至 20 萬盧比。對於年收入 1,000 萬盧比以上者加收 10% 所得稅。另計劃於本年內完成消費與服務稅（GST）之規劃與推行；擴大民營化並計劃出售部分受債務困擾之

國有銀行股份，賣出不特定數量之股權。對於具爭議之稅務追溯性條款仍維持原規定。

2. 開放投資：國防及保險方面之國外投資限額由 26% 提高到 49%；退休公基金年投資上限由 10 萬盧比提高至 15 萬盧比；所有私人企業員工均適用新退休機制投資減免；最低退休基金每月為 1,000 盧比；另允許在國防領域之海外投資，並把國防支出提高 12% 達 383.5 億美元。
3. 基礎建設：增加 100 億盧比改善鐵路設施；規劃 20 億及 50 億盧比改善新德里電力設施及用水設備；提出 3,780 億盧比之國內高速公路建設計畫。另計劃花費 11.3 億美元建造 100 個「智慧城市」，並增加工廠、道路與港口之建設。
4. 產業環境：

資通訊電子產業：為鼓勵國內製造並減少對進口之依賴，印政府將在 WTO 資訊技術協定規範以外之特定資通訊電子產品課徵 10% 基本關稅。並鼓勵各部門運用數位科技建立管理系統及建置科技中心網絡。對 19 英寸之 LCD/LEDs 產品關稅降為零。惟取消網路及手機廣告服務稅之免稅優惠。

觀光旅遊業：將開放電子簽證方式予國外旅客，並規劃包括佛教古蹟巡禮等 5 條特定旅遊行程，以促進觀光產業之發展。

金融業：鼓勵基礎建設之長期放款限制。個人房屋貸款扣除額由 15 萬盧比提高至 20 萬盧比。保險業外人直接投資限額由 26% 提高至 49%。

物流運輸業：設立國家產業走廊推動機構，專門負責推動及執行已規劃之工業走廊及產業聚落之發展。

公用事業：投資設立發電、電力配送及變電之公司給予 10 年免稅優惠，以鼓勵相關投資。第一階段將於 Rajasthan、Tamil Nadu 及 Gujarat 州發展新能源及再生能源發電，以解決缺電現象。對太陽能發電所需之相關設備及零組件予以降低進口關稅。

金屬及礦產業：煤礦進口關稅由 2% 提高至 2.5%，另反補貼稅由 6% 降至 2%。不銹鋼產品進口關稅由 5% 調高至 7.5%。另提高國內鋁礦石之出口關稅，俾使印度鋁業相關業者有足夠且具競爭價格之原料可使用。

汽車產業：延長低貨物稅之期間至 2014 年 12 月底以刺激消費增加需求，俾復甦近年來汽車業低迷之景氣。

紡織業：增加技術升級基金計畫（Technology Upgradation Fund Scheme）之預算至 230 億盧比，此將會持續促使相關資金之支出；為鼓勵成衣出口，對於出口成衣所需之裝飾配件之進口補貼，提高至成衣出口價值之 5%。另將開發 6 個紡織業及紡織機械產業聚落。

國防工業：國防工業外資投資限制將從現行 26% 放寬至 49%，國防支出亦提高至 383.5 億美元較上年度增加 12%。

鐵路運輸：推動「鑽石四邊形」高速鐵路計畫，連接孟買、德里、加爾各答、清奈 4 大城市，首條高鐵可行性研究將於 2015 年完

成，將建置 5 個車站。另將國內鐵路系統之 9 個區段行車速度增加至時速 200 公里，亦撥款 10 億盧比預算執行推動高鐵相關計畫。

5. 社會福利：大幅削減支出，包括檢討及削減浮濫的補貼，如食物、燃料、肥料等每年耗費達 400 億美元公幣的補貼，另將加強照顧貧民，但將擺脫浮濫補貼的方式，改為以促進國內投資來創造就業。

Moody's 評級機構表示由於所提出之預算缺少細節，審視印度政府此次所提出預算之執行成效仍存在挑戰，惟表示將維持對印度投資狀況之評等。

新預算案未包括就業市場改革等市場期待之方案，一般投資者對印度新預算並不表示滿意。綜析此預算案，印度政府盼於控制財政赤字、減少舉債及控制通貨膨脹之情況下，採取開放對外資投資限制、國營企業私有化、改革稅制等措施，以維持健全財政，加速法規及經濟體質改革，增加就業機會，俾使印度恢復經濟高成長。（駐印度代表處經濟組）

印度政府擬檢討公司法、特別經濟區及自由貿易協定以爭取外人投資事

印度商工部部長 Ms. Nirmala Sitharaman 日前與印度主要公協會印度商工總會（FICCI）及印度工業總會（CII）高層代表會晤時指出，2014 年之預算會是一項非常激勵人心及積極有力之預算規劃，將明確傳達政府欲積極改善經商環境及促進經濟成長決心之訊息。S 部長續指出，渠已指示該部儘速檢討及修訂現有公司法、特別

經濟區及自由貿易協定以爭取外人投資，創造就業機會，促進經濟成長。

印度 2013 年頒布之公司法在許多方面造成相關業者許多困擾，為使業者集中力量於處理主要經營事務上，而非花費許多時間在合乎規定、提供報告、更換會計師等繁文縟節上，因此該部已排定與許多相關業者及利害關係人會晤之時間表，以瞭解各方需求與看法，再針對該公司法進行檢討，並對有關不合時宜之規定進行修訂或廢除，以提高經商便利度，爭取外來投資。

例如，新徵地法案已對全國各項重大投資專案造成不利影響，目前政府正就該法案進行討論，俾作適當修正以符合現況需要；至於公私協力經營方式（PPP）之專案，不應要求進行社會影響評估，因據保守估計，社會影響評估需時約 3-5 年，將使重大專案無法有效及迅速推動，將嚴重影響經濟發展與成長。

長久以來，印度許多微型及中小企業經營者世代以此為生，政府沒有權力剝奪他們之工作機會，因此目前不會開放外人多品牌零售業市場。

根據印度商工部資料顯示，印度自 2006 年推行特別經濟區（SEZ）計畫以來，已公告劃為特別經濟區使用之土地 47,803 公頃，至今僅 17,689 公頃土地投入使用，約佔已公告土地之 37%；而在全部完成規劃之 389 個特別經濟區中，僅 185 個特別經濟區在營運中。S 部長指出該部強烈建議對特別經濟區計畫執行情形進行檢討，且提出三項改善建議以推動特別經濟區之

發展，謹臚列如下：

1. 允許區內企業在國內市場銷售部分產品。
2. 延長區內企業在重點產品及重點市場出口促進計畫下享受之優惠措施。
3. 取消區內企業最低稅率和股息分配稅。

在自由貿易協定方面印度商工部正進行檢視所有已簽署之協定，並逐個審視與各國所簽署之協定，確認是否有效發揮功能，對印度國家利益及產業是否造成損害或不利影響，該部將儘速完成相關評估後，再提出是否就相關政策進行調整之建議。(駐印度代表處經濟組)

印度新公司法不強制外國公司在印子公司視為公開募股公司 (Public Company)

印度公司事務部 (Ministry of Corporate Affairs) 日前公開澄清指出，外國公司在印子公司可維持其私人公司之資格，且外國公司有權決定其在印設立之子公司為私人企業或公開募股公司。因此將不強制要求外國公司在印子公司登記為公開募股公司，此免除外國公司對印度新公司法相關規定之疑慮。

印度 1956 年公司法規定，外國公司在印子公司可註冊為私人公司，也可註冊為公開募股公司。然而，本財政年度生效的 2013 年公司法某些條款被解釋為外國公司在印子公司即使該公司希望將其註冊為私人公司，仍將被視為公開募股公司，業界擔憂已經註冊

為私人公司之外國公司在印子公司亦將被視為公開募股公司。

為此，印度公司事務部特別說明，對於外國公司在印度設立子公司需要註冊為私人公司抑或公開募股公司，新公司法並無強制性規定。

根據 1956 年公司法目前已經存在且註冊為私人公司或公開募股公司之外國公司在印子公司，於 2013 年新公司法仍將被視為私人公司或公開募股公司，不會有任何改變。

據 KSR&Co. 公司合作夥伴 K. S. Ravichandran 指出，許多在印註冊之公開募股公司，仍會在印度另設立其子公司，其理由為依據印度新公司法規定資本額 1 億盧比之公開募股公司，將強制要求該公司須配置 1 名執行長或總經理、1 名財務長及 1 名秘書人員作為公司主要管理人員 (Key Managerial Personnel)，且其中 1 人不可同時擔任 2 項職務；然如果註冊為私人公司，不論資本額及公司規模大小，均不受該項條款所限制，且可免除內部稽核業務。

印度公司事務部之澄清非常重要，因外國公司在印經營大多採取設立子公司方式為之，若不允許外國公司在印子公司註冊為私人公司，則對外國公司在印經營形成障礙。(駐印度代表處經濟組)

英國加強與印度互動以增進經貿投資及深化雙方夥伴關係

英國為強化與印度關係，副首相 Nick Clegg、外交部長 William Hague、財政大臣 George Osborne 及氣候變遷部長

Greg Barker 等首長日前訪印，以深化雙邊貿易與投資關係、加強文化教育聯結、促進國防、安全科技創新合作，並拜會印度總理 Narendra Modi、外交部長 Sushma Swaraj 及財政部長 Arun Jaitley 等重要官員。英方要求印度開放國防工業之外人投資限制、協助 Vodafone 行動電話公司解決稅務爭議、推動 Cairn 石油公司在印度擴展計畫、並盼瞭解印度對開放多品牌零售業之最新政策，及商討安排英國首相 David Cameron 於本年 9 月訪印之可行性。

英國盼印方之國防工業領域應完全開放外人直接投資，印度商工部 S 部長表示印度已確定提高國防工業之外人投資比率至 49%。英方亦盼 Vodafone 公司之 1,320 億盧比稅務爭議案可及早協商解決，俾恢復及強化英國投資者對印度市場之信心。英方另表示願協助印度「班加羅爾-孟買經濟走廊」沿線共 1,000 公里之市鎮開發，同時宣佈印度 Mahindra 汽車及 Cipla 製藥公司將分別於英國投資 3,403 萬美元及 1 億 7,016 萬美元。另盼印度考量採購英國研製之 Eurofighter 戰鬥機。另英國已擴編預算，提供印度留學生赴英獎助金，俾加強雙方教育合作。

印度外交部發言人 Syed Akbaruddin 表示，二國外長會談中已就相關議題廣泛交換意見，英方對投資「班加羅爾-孟買經濟走廊」建設案甚感興趣，將與印方共同進行可行性研究。另雙方亦同意就民用核能合作條約盡速展開諮商，對增進經濟關係、人員引渡、反恐、網路安全、伊拉克及阿富汗安全情勢等均充分討論。

據印度官方統計，2013 年度印英雙邊貿易額達 150 億美元；如包含服務業在內，2013 年英國對印輸出商品及服務達 131 億美元，自印度進口商品及服務共 149.7 億美元。英國係印度第 3 大外資來源國，僅次於新加坡及模里西斯。

據此間分析家指出，英國高層訪印將對現任 Cameron 首相政治聲望帶來正面影響，因英國將於明年舉行大選，C 首相所屬之保守黨盼藉強化與印關係以爭取 150 萬名定居英國之印裔移民支持。另印度商工總會 (FICCI) 甫於近期組團訪英，返印後已建議印度政府之「國家製造業政策」中有關「國家投資製造園區」相關計畫應與英方加強合作，共同鼓勵英國企業來印投資設廠，以開發經營印度市場及輸出產品至週邊國家；另亦建議英方與印度共同研究及分享有關核能安全、核廢料處理及輻射安全管理等技術資訊。(駐印度代表處經濟組)

印度對糧食安全及補貼議題之堅定立場使貿易便捷化協定 (TFA) 無法如期達成共識

印度政府於本年 7 月 31 日之最後期限仍堅持 WTO 須先支持印度之糧食安全補貼計畫並提出永久性之解決方案，方同意採認 TFA，迫使 TFA 生效實施之時程延後。惟印方表示仍遵守對峇里套案之承諾，並將於世界貿易組織 (WTO) 休會期間尋求有關國家對糧食安全及補貼提案之支持，以爭取永久性之解決方案。

印方另表示總理 Narendra Modi 本年 9 月訪問美國時將與美國總統 Barack

Obama 就相關議題進行會談，印方並盼 WTO 於 9 月復會後續與各國展開協商，以尋求解決方案，同時推促 WTO 解決杜哈回合諮商中延宕之議題。

M 總理上周在新德里向來訪之美國國務卿 John Kerry 強調印度對糧食安全議題之堅定立場，印方深切瞭解 TFA 可對印度及全球經濟發展帶來顯著效益，然更關切廣大印度貧困農民之生計，盼各會員理解。

WTO 大多數會員國均不贊同印度作法，僅古巴、委內瑞拉、玻利維亞予以支持，中國大陸保持緘默，巴西及俄羅斯則為 TFA 奮戰，實際上印度並未獲得 G-33 集團之 46 個國家全數支持。

惟聯合國農業發展國際基金（International Fund for Agriculture Development）主席 Kanayo Nwanze 卻表示支持印度之立場。

WTO 秘書長 Roberto Azevedo 表示 WTO 長期來一直無法找到一個有效使各會員縮小彼此立場歧異之方式，而 TFA 之延宕不可輕忽。渠未來將積極協調各會員及諮詢其對 WTO 未來發展目標之意見。

美國駐 WTO 大使 Michael Punke 則認為未能取得共識之 TFA 已使 WTO 陷於不確定局勢中，印度之強硬立場已嚴重影響多邊貿易諮商進展。

WTO 各會員國多不認同印度之強硬立場，認為將對 WTO 之未來發展及全球經濟產生若干影響：

1. 印度向為貿易改革之支持者，曾在服務業與資訊產品協定上尋求突

破，也曾批評若干小國集團阻撓多邊談判進行，並對貿易談判之緩慢進展漸失耐心。而此次之杯葛立場正助長貿易保護主義之態勢，許多國家認為印度此次之決定與過去之立場背道而馳。

2. TFA 係 WTO 近 20 年來之重大進展，印度之杯葛可能衝擊多邊貿易體系，將加速促使如跨太平洋夥伴協定（TPP）等複邊區域協定及區域經貿集團之形成，各國未來將被不同區域間之貿易規則與爭端解決方式所限制，並使全球裂解成數大區域貿易集團。

3. 印度並不反對 TFA，而係堅持糧食安全及補貼議題之立場。上（102）年 12 月 WTO 部長會議時各國已同意在 2017 年 WTO 獲得永久性解決方案前，印度可暫時實施糧食庫存補貼計畫，以換取印度對整體套案之支持。此次印度之杯葛行為可能帶來不利影響，因峇里套案包含貿易便捷化及印度可暫時性實施補貼計畫等內容，套案失敗致原先之包裹協議失效，印度反將失去合法補貼農業之法律保護。

印度雖獲古巴、委內瑞拉、玻利維亞支持，惟 WTO 共 160 個會員幾不認同印方立場，大型開發中國家如俄羅斯、巴西及鄰國巴基斯坦皆不支持，此將傷害印度之國際聲譽與對外關係。

印度國內主要工商團體如印度工業總會（CII）與印度商工總會（FICCI）均對本案保持沉默與低調，若干影響力較小之公協會反表態支持政府之決

定。(駐印度代表處經濟組)

本年 20 國集團 (G20) 布里斯本高峰會將以成長 (growing) 與貿易 (trade) 為會議主軸

鑒於世界貿易組織之峇里套案及貿易便捷化協定 (TFA) 在印度堅持糧食安全及補貼議題之立場下未能達成共識，G20 已訂本年 11 月 15~16 日於澳洲布里斯本召開高峰會，將以振興全球經濟成長創造就業機會、貿易自由化及分享稅務資訊為核心議題，盼形成另一個貿易對話平台，以推動 TFA 早日獲通過執行，促進全球經濟成長。

本年澳洲輪值 G20 主席，澳方企盼本屆高峰會可獲致具體之結論與工作方向，以推升全球經濟成長，並訂定未來 5 年內全球生產毛額成長 2% 之目標，另競爭政策、基礎建設基金、貿易便捷化、防杜逃漏稅等亦均為本屆峰會重要議題，澳方尤期盼印度總理 Narendra Modi 應邀出席。澳方表示目前已接獲各會員提出共 700 項有關促進全球經濟成長之策略方案。

澳方指出本屆高峰會前將先分別舉行勞工、就業及財政部長會議，高峰會亦將針對印度關心之能源安全、糧食安全、包容性金融 (financial inclusion) 進行討論。(駐印度代表處經濟組)

印度總理 Narendra Modi 於本年 8 月 3-4 日訪問尼泊爾並簽署 3 項合作協議

印度總理 Narendra Modi 於本年 8 月 3-4 日訪問尼泊爾，M 總理並與尼國總理 Sushil Koirala 簽署 3 項合作協議，包括水力發電計畫、有線電視系統合作並援贈尼泊爾價值達 6.9 億尼

泊爾盧比(約 69.5 萬美元)之含碘鹽，以解決尼國人民因缺碘造成之健康問題。印方另提供 10 億美元之援助計畫，以改善尼國之基礎建設。

M 總理係 17 年來首次訪問尼國之印度政府首長，象徵雙邊關係之改善，亦突顯印方強化與南亞鄰國關係之新政策方向，以使尼國可扮演印度與中國大陸間之緩衝角色。

依據印度商工部統計，印度 2013-14 財政年度向尼國出口 5.3 億美元，較 2012-13 財政年度之 5.4 億美元略減；自尼國進口 35.9 億美元，較上年度之 30.9 億美元成長 16.3%，印方有 30 億美元逆差。印度對尼之主要出口品為原油、石油產品、精煉油、石臘、鋼鐵、汽車、核反應爐及機械等；自尼國進口鐵礦石、塑膠、人造纖維、咖啡、茶、辣椒、紡織等產品。惟尼泊爾因受限於基礎設施及政治穩定性不足，使該國出口多年來無法有效成長。

鑒於印度對能源之需求持續增加，二國可望加速進行水力發電合作計畫。目前尼國之電力供應主要來自傳統之柴油及火力發電，且僅有 40% 民眾可獲供電。經評估尼國豐沛之水力資源具 40,000 百萬瓦之發電量，惟尼方目前僅具建設 600 百萬瓦之水力發電廠經驗，未來如與印度合作取得大型水力發電廠所需之技術與資金，將促使二國之合作關係益形密切。(駐印度代表處經濟組)

印度遊艇產業介紹

簡介

印度南接印度洋、西臨阿拉伯海、東

靠孟加拉灣，擁有長達 7,517 公里(折合約 4,671 英里)的海岸線。其中 5,423 公里(3,370 英里)屬於印度半島，2,094 公里(1,301 英里)則分別屬於安達曼、尼科巴和拉克沙群島。根據印度海軍的航海地圖顯示，海岸大陸是由 43% 的沙灘、11% 的岩岸還包括峭壁及 46% 的泥灘或沼澤海岸所組成。

市場現況

目前在印度註冊的遊艇不到 300 艘，其中大約有 120 艘的豪華遊艇和超過 150 艘快艇，並且和國外品牌共同主導市場。根據印度遊艇協會指出，印度每年大約會售出 120 艘遊艇，其中快艇超過 80%，在印度銷售較受歡迎的船隻尺寸長度是落在 15 至 35 英尺的範圍。預計目前印度的娛樂遊艇產業收入在 15 億至 50 億盧比(相當於 3,200 萬美元至 1 億 800 萬美元)，而且遊艇業在數量和價格每年成長率超過百分之百，豪華遊艇的銷售也預計會比往年增加。

印度市場主要遊艇業者

在印度，遊艇產業缺乏組織生產，市場目前是由跨國企業所領導。預計印度的休閒遊艇產業目前的年收入介於 15 億盧比至 50 億盧比，年收入的高低取決於那種類型的豪華遊艇獲得銷售。舉例來說，在 2007-2008 年度，法拉帝(Ferretti)佔印度出售船隻價值的近 50%。

印度遊艇市場主要供應商如下：

1. GULF CRAFT INC. (Ajman, UAE)

該公司自 1982 年起開始在沙烏地阿拉伯營運，在專業遊艇類別的專業製造

商裡，Gulf Craft 公司保持全球海洋休閒市場的卓越地位，提供的產品廣泛。該公司擁有一年製造的 600 艘高速快艇和遊艇的生產能力。Gulf Craft 公司目前出口其產量超過 70%，而其超豪華的船隻將被幾乎存在於世界的每一個重要的港口，並透過 Majesty、Silver Craft 與 Oryx 等 3 個品牌在全球行銷。

2. SEALINE (UK)

SEALINE 成立於 1972 年，是目前歐洲最大的豪華遊艇製造商之一，每年生產超過 300 艘，其產品範圍包括 Sports Cruisers (25'-47') 和 Fly bridges (34'-60')，全球擁有超過 40 個經銷商。

3. FERRETTI (Italy)

法拉帝集團於 1968 年創立，目前在中國上海設有亞太區總部，在美國通過 Allied Marine 公司負責北美業務，在巴西設有分公司和船廠，在全球 80 多個國家設有銷售網絡，60 多家專業的經銷商，為覆蓋全球各主要遊艇碼頭的集團產品提供最優質的服務保障，該集團旗下擁有國際遊艇業最具領導地位的八大品牌，包括 Ferretti Yachts、Pershing、Itama、Bertram、Riva、Mochi Craft、CRN 和 Custom Line。

4. AZIMUT (Italy)

Azimut 是全球頂尖的休閒遊艇品牌，其摩登先鋒的創新、銳意進取的研發和意大利卓越的工藝，一同構築了品牌今天的輝煌成就。無論是經典的飛橋遊艇，還是時尚的運動艇，其設計和生產都代表著全球的潮流，是歐美

和亞洲地區最暢銷的意大利遊艇品牌之一。

1985 年，世界著名的遊艇製造廠 Azimut 併購 Benetti 遊艇製造廠，並組成意大利 Azimut-Benetti 集團，總部位於意大利的 Avigliana, Torino，總裁是保羅·維他利 (Paolo Vitelli)。該集團目前擁有 4 個廠房，其中位於 Viareggio 的廠區是組裝中心，在 Fano 的廠房是專門製造纖維增強複合材料 (FRP) 船殼基地。整個集團一年大概可以造 350 條各式 FRP 遊艇，長度從 39 英尺到 165 英尺不等。

5. Nautilus Yachts (India)

坐落於印度南部喀拉拉州 Kochi 市的遊艇製造商，主要生產高功率的空調單艙船。

6. Princess Yachts (UK)

英國著名遊艇製造商 Princess 是歐洲歷史悠長的生產商，生產兩大系列：Flybridge 和 Openbridge。Princess 生產的遊艇線條優美典雅，室內裝潢豪華舒適，給人以最大程度的美感享受。Princess Yachts International 現在被認為在世界小船建築業處於領導地位。

1963 年，公主遊艇誕生於英國著名海港普利茅斯(Plymouth)。從那時開始，以“公主(PRINCESS)”命名的豪華遊艇從這裡源源不斷地駛往世界各地。如今，這裡每年都會生產 400 多艘完全符合客戶要求的豪華遊艇，每一艘公主遊艇都有 1,500 名工人為之服務。公主遊艇的產品都是 42 英尺到 95 英尺之間的中大型遊艇，擁有兩大產

品系列高貴而經典的設計，即豪華飛橋系列和豪華運動系列(V 系列)，共十幾個型號可供選擇。

7. AICON (Italy)

艾康遊艇集團成立於 1999 年，自那時以來已迅速成長為義大利主要的船廠之一，公司主業為設計、生產豪華遊艇。

8. SUNSEEKER INTERNATIONAL (UK)

SUNSEEKER 公司自 1979 年成立以來，一直從事豪華機動遊艇製造，該公司的總部和組裝工廠都設在英國的普爾港。

9. SEA RAY (USA)

美國 Sea Ray 造船廠成立於 1959 年，是第一個使用玻璃鋼和高科技複合材料建造遊艇的廠商，公司不斷追求創新，力求在船型、性能、室內設計、技術系統及許多其他領域都獨一無二，加上多次在技術上的革命性的突破使其在縮短造船時間的同時提高了船艇的質量。

成長動力

1. 客運郵輪的需求增加

為了促進郵輪產業，印度政府推出免稅政策，希望鼓勵更多人以較低的票價搭乘郵輪，以增加郵輪的購置需求。

2. 生活方式的改變

在 2009-2010 年印度人只花 60 億盧比在採購遊艇，但到了今 (2014) 年印度人越來越注重生活休閒娛樂，印度人已經願意花 480 億來採購遊艇，在孟

買，果阿和喀拉拉等海岸景點已可見船身長達 30-100 英尺的豪華遊艇停泊。

4. 熱門活動

孟買從 2007 年開始舉辦國際遊艇展，到今(2014)年印度門附近停靠近百艘的休閒遊艇及 2009 年「Volvo Ocean Race(環球帆船賽)」等活動都可以看到滿滿的人潮，都可以預見，印度已將遊艇當作一項蔚為風潮的活動。

銷售管道

1. 尋找經銷商

印度是一個很大的市場。它可以被定義為四個區：北印度，東印度，西印度和南印度，建議我商可以談分區經銷，以分散風險。

2. 透過代理

由公司選定的代理商或經銷商必須具有相當的影響力和影響力在印度市場。這將有助於公司的公司做出初步大舉進入印度市場。

3. 透過進口商

尋找印度可靠的進口商，透過其在當地的通路，將產品推廣至全印度。

4. 與印度公司合資

此選項將有助於公司把印度公司現有的內部營銷團隊和經銷商的優勢，經銷商和零售商網路覆蓋所有的主要國家。

印度遊艇業的挑戰

在印度，缺乏停泊遊艇的碼頭是遊艇業面臨到的最大挑戰及限制。

一些主要的問題是：

1. 由於風浪過大及高濃度的污染物，尤其是硫磺，所以只在有潛力的沿海郊區才有少數投資的碼頭設施。

2. 缺乏國家或州政府對遊艇碼頭的相關政策來帶進可望幫助印度開發碼頭的企業，這導致了一個惡性循環：人們不想買遊艇，因為他們沒有適合的碼頭可停靠遊艇；所以也沒有開發商想開發遊艇碼頭，因為他們沒有從船主那邊看到足夠的需求。

3. 遊艇經銷商，擁有者和潛在買主將此歸咎於管理的限制、價格上漲和缺乏可停泊遊艇、快艇和雙體筏的碼頭，其中最糟糕的是中央政府在 2013 年將豪華遊艇的進口關稅一口氣從 28%調升到 48%。

主要地點

遊艇的性質限制了地點，只有少數幾個城市有良好的濱水區和碼頭基礎設施。目前在孟買、果阿以及科欽是印度唯一的遊艇停泊地，到目前為止孟買仍是印度遊艇和休閒船隻最大的停靠站。(台北世界貿易中心駐孟買辦事處)

印度電腦硬體設備產業介紹

簡介

資訊科技 (Information Technology, 簡稱 IT) 已經到了可以用 10 億位元的速度來傳輸訊息，它創造了一個能讓國家之間保有公平競爭的環境，並且也對數以百萬人的生活帶來正面的影響。在今日，要保有全球性的競爭力 and 良好的國內生產毛額 (GDP)，一個國家的科技潛力是非常重要的，但是

也會面臨到能源和環境生態的挑戰。

印度的 IT 和資訊科技化服務 (Information Technology Enabled Services, 簡稱 **ITES**) 產業已在每個環節攜手合作, 該行業不只改變了印度在全球市場的形象, 而且藉由激勵高等教育界 (尤其是在工程和電腦科學), 來刺激經濟成長。目前業界已聘請了將近 1,000 萬的人, 為印度國內的社會轉型有十分顯著的貢獻。

印度是世界上成長最快的 IT 服務市場之一, 也是世界上最大的採購地, 在全球 1,240 億至 1,300 億市場規模中占有 52% 的市場。在全球採購市場中提供 IT 服務的成本競爭力仍是其獨特賣點 (USP)。

根據「印度軟體產業圓桌會議 (Indian Software Product Industry Roundtable, 簡稱 **iSPIRT**)」, 到 2025 年印度將有潛力去建造 1,000 億美元的軟體產業。預估 2014 年印度的軟體產品市場包括會計軟體和以雲端計算為基礎的電話服務, 將可望成長 14%。電子與資訊科技部門正在協調出合適的活動來推廣技術發展, 藉由改進基礎設備和支持研發, 達到在 IT 和 ITeS 的領導地位。

市場規模

- 市場規模: 2012 年財政年度達 133 億美元
- 國內市場佔了很重要的部分
- 印度國內市場的個人電腦普及率不斷上升

印度的技術和 BPM (包括硬體) 部門估計, 2013 財政年度印度市場的 IT 產業規模約有 1,080 億的收入, 跟 2012 年的 1,009 億美元相比, 成長了 7.4%。

外貿

電子產業是全球成長最快速也最大的製造業, 預計將從現有的 1.75 兆美元達到 2020 年的 2.4 兆美元。印度是世界上成長最快的消費市場之一, 目前消費性電子產品市場約有數十億美元。

印度電子行業持續成長的需求大家有目共睹, 電子產品的生產地卻沒有相對地加, 再來印度電子的硬體製造能力落後, 可歸因於過高的電費和金融成本, 昂貴的執行費用和較貧乏的供應鏈, 這些障礙阻止了跨國公司進入印度設廠。

預期印度的電子硬體需求將在 2020 年增至 4,000 億美元, 產量也將達到 1,040 億美元, 但在需求和生產這中間產生了 2,960 億美元的落差。目前印度對於電子產品的需求主要靠進口來滿足。如果情況再不改善, 預料在 2020 年電子產品的進口金額可能會遠超過石油的進口額。

政府支援

在確立已成為公認的全球軟體和軟體服務業者後, 印度正朝著有利的政策環境來挖掘出建立電子硬體製造產業的巨大潛力。2012 年政府推出了新的國家電子政策 (National Policy of Electronics 2012, 簡稱 NPE 2012), 通過可靠的激勵計畫來提供財政獎勵。此外, 印度政府還表示本地製造的產品享有優先權。

印度政府通過此政策的目的是讓印度電子製造業在 2020 年達到 4,000 億美元的市場。這些舉動是為了讓印度的電子系統設計和製造 (Electronic System Design & Manufacturing, 簡稱

ESDM)產業有機會可以達到滿足國內需求和扮演出口中心的下一個 IT 目標。

印度政府的大量公共經費發揮了關鍵作用，讓訓練有素的工程師和管理人員來打造 IT 產業。根據 Gartner 研究，印度中央和各州政府預估 2014 年總共在 IT 產品和服務上將花費 64 億美元，跟 2013 年相比成長了 4.3%。

印度政府採取促進 IT 和 ITES 產業的主要措施如下

- 比哈爾州政府在巴特那 (Patna) 推出 20 公里免費的無線網絡區域，是整個地球上最長的，讓大眾在全球科技的地圖上留下了強烈的印象。
- 印度政府原則上已批准成立第一個電子系統設計與製造的群聚發展電子城，地點在班加羅爾 (Bengaluru)。該 ESDM 計畫將在 1.16 英畝的土地上建設，約 85 億盧比 (約 1,416 萬美元) 的投資額。
- 20 多個在 IT 業界的中小型企業 (SMEs) 最近收到來自旁遮普州政府配發土地建設的公函，這相當於 500 億盧比 (8324 萬美元) 的投資額。
- 馬哈拉施特拉州和泰米爾納德州政府為剛孵化的初創企業正與 NASSCOM 討論成立“初始倉庫 (Start-up Warehouses)”。該中心預計將設在孟買和清奈，並極有可能在 2014 年 12 月開始營運。

投資環境

放眼國際，印度 IT 硬體的核心競爭力 and 優勢，吸引了主要國家的投資。根據印度產業政策推廣部 (DIPP) 公佈的數據顯示，在 2000 年 4 月至 2014 年 2 月，電腦軟硬體領域吸引了價值

5,938 億 1,640 萬盧比 (折合約 98.9 億美元) 的外國直接投資 (FDI)。

印度 IT 和 ITES 產業的主要投資如下:

- 擁有 6 億美元基本收益的軟體服務產業是全球第二大市場，Tata 諮詢服務公司 (TCS) 計劃合併日本的 2 個部門與三菱的 IT 子公司聯合創立合資 (JV) 公司。
 - TPG Growth 私募股權 (PE) 投資公司和印度的 Smile 集團將共同投資 1 億美元來幫助整個亞太和西亞地區的網路和電子商務公司去建立和擴展他們的業務。
 - Synechron 計劃投資 3,000 萬至 3,500 萬美元來擴建海得拉巴 (Hyderabad) 和班加羅爾 (Bengaluru) 的設施。據 Synechron 的創始人兼全球總裁 Mr Faisal Husain 表示，該公司已經決定通過設立在海得拉巴和班加羅爾的設施，來拓展在印度的存在性，此作法是為了讓該公司可以接近更大量的人才資源和客戶。
 - 印度最大的電信公司 Bharti Airtel，已經與主要的軟體廠商 IBM 更新了為期 5 年的外包技術合約。
 - Infosys 公司已與電信公司 Orange 合作，提供網路電視給客戶。Infosys 公司將提供互動電視應用程序 (TV apps) 的文件夾在 Orange LIVEBOX 播放。TV apps 的內容將由 Infosys 公司 DigitizeEdge 提供，如有數字資產和經驗平台的電視台業者、媒體公司、廣告商和內容出版者。
- 在 M-SIPS 方案中已定義 29 個垂直產品 (告知特定電子產品的投資門檻，ESDM 產業可從此計畫獲利。這些垂直產品可被歸為以下幾大類：

- 電子產品：包括奈米電子產品和電信產品（光纖設備）、涵括電腦在內的 IT 硬體產品、消費性電子產品、健康和醫療電子產品、太陽能發電產品、LEDs、LCDs、生物特徵設備等。
- 半成品（半導體切割、半導體晶片、晶片元件、耗材及配件等）。
- 電子製造服務的 M-SIPS 計畫有助於擴大現有 ESDM 公司的產能、現代化及多樣化（增加對固定資本的投資，廠房及機器設備不得低於 25%），也同樣適用於投資新的 ESDM 公司。

M-SIPS 計畫提供以下的優惠政策：

- 補助投資經濟特區（“SEZ”）的 20% 和投資非經濟特區（包括土地費用，不得超過總計畫資金支出的 2%）的 25%。
- 補助反補貼稅／徵收非經濟特區的資產設備消費稅。
- 補貼優秀的高科技產業中央稅和關稅。

未來遠景

印度是離岸外包工程中的最優先選擇，根據 Booz and Co. 公司所進行的客戶投票顯示，現在離岸外包也有完善的產品責任。這使得印度的 IT 公司更加專注在研發工作，也導向申請專利的數量逐漸上升。

印度的 IT 產業正逐步從線性模式（人數上升造成收入增加）轉變成非線性。在這一行，現在國內的 IT 公司把焦點放在像是以 BPM 服務為立基的平台和創造知識產權的新模式。越來越多的二、三線城市吸引 IT 公司在印度打造事業。在低廉的人力、實惠的房地產、有利的政府規章、減免稅收和特別經濟區（SEZ）規畫下促成企業出

現達到新的 IT 目標。

根據 Gartner 的數據指出，印度保險公司也計劃於 2014 年在 IT 產品和服務上花費 1,210 億盧比（約 20.1 億美元），和 2013 年相比有超過 12% 的漲幅。這部分預測的費用包括保險公司對內部的 IT（包括人員）、軟體、硬體、外部的 IT 服務和通信上的支出。

結論

根據 MAIT's 的發現，平板電腦在 2013 年至 2014 年的成長下降到 76%（2012 年至 2013 年高幅成長 424%），而筆記型電腦在家庭用戶方面則有 55% 的明顯成長。噴墨印表機的部分則出現反彈。

然而，報告卻指出智慧型手機有 244% 的非凡成長，這要歸功於推出低價的智慧型手機和降低數據資費。伺服器有 58% 成長的市場表現則得益於興起的中小企業。

MAIT 預期 2013 年至 2014 年的印度 IT 硬體市場將有 124 億 3,000 萬美元，跟 2012 年至 2013 年的 91 億相比，成長達 37%。智慧型手機攫取了大部分的印度 IT 硬體市場，占了 38%；第二名的筆記型電腦則占有整個 IT 硬體市場的 23%。MAIT 預計 PC 銷量在 2013 年至 2014 年約有 1,185 萬台，然而智慧型手機的銷量已達到 5,243 萬支。

評論調查的結果和 IT 硬體產業的表現，MAIT 的總裁 Amar Babu 即表示：「整個印度 IT 硬體產業在努力跟上預期成長率。總體上，我們看到在混亂的趨勢中，某部分行業有大幅成長情況的報導，然而卻很少有成長趨緩或負成長的報告。這個產業具有龐大的成長潛力，我們希望即將到來的預算

能校正不尋常的稅務問題，尤其印度 IT 硬體市場的整體成長率是最需要被解決的。」

年度 MAIT 產業的績效檢討—‘MAIT-IMRB ITOPS’ 在印度 35 個城市隨機訪談超過 2 萬 8,000 名的受訪者。MAIT-IMRB 的研究從 1996 年至 1997 年開始，涵蓋廣大的產品分類—桌上型電腦、筆記型電腦、平板電腦、印表機和其他電腦週邊設備。除了每年的檢討之外，每半年還會使用一個供應方的評量模式來監測產業績效，以交替年度審核。

MAIT 執行長 Anwar Shirpurwala 表示：「隨著 IT 硬體市場來到 124.3 億美元，我們樂觀看待平板電腦、筆記型電腦、噴墨印表機在 2014 年至 2015 年會有超過雙倍數的成長；預期隨著拓展 4G 網絡和增加 3G 數據服務的這段時間內，智慧型手機將達到 100% 的成長。此外，政府承諾採取糾正措施來提高生產，希望在未來幾年中，IT 硬體產業能從中受益。」

IMRB 國際集團業務總監 Biswapriya Bhattacharjee 即表示：「產業讓人印象深刻的大幅度成長，主要來自於中小企業採用科技產品的需求增加。這清楚地指出，中小企業在尋找能讓業務成長的科技。藉由為中小企業量身訂作的科技方案被廣為採用，可逐漸地促進印度的經濟。我們很高興得知 MAIT 正針對中小企業推出一個重大的初步行動，這將推動進一步的成長。」(台北世界貿易中心駐孟買辦事處)

印度化學產業與市場介紹

簡介

人類生活在各方面都存在著化學物質的部分，從我們吃的食物、身上穿的衣服到我們駕駛的汽車都是。化學產業對生活品質的改善非常顯著，靠著突破性的創新技術讓人們保有純淨的飲用水，更快速的醫療照護、更強健的家園和環保燃料。化學產業是每個國家經濟的發展關鍵，它提供合乎經濟的產品和技術解答。

至於在水處理方面的環保解決方案，食品生產和醫療保健領域將是未來的重要挑戰。由於產業越來越重視改善自己的形象，這股趨勢形成了之後的研發重點，也更強調化學產業目的在於滿足未來挑戰的重要性。

隨著亞洲在全球化學產業的成長，印度也成為全世界注目的化學產業集散地。目前的化學產業規模為 1,080 億美元，約占印度國內生產毛額的 7%、工業生產指數 (index of industrial production, IIP) 的 14%、國際出口的 11%。在數量上，印度在亞洲是僅次中國和日本之後的第三大生產國，儘管其規模龐大及對 GDP 有重要的貢獻，但印度的化學產業卻僅占約全球的 3%。

印度的化學產業在後續幾年可望有爆發式的成長。印度的人口已經成長到幾乎快跟中國一樣多，其中有一分之二是中產階級，加上印度消費者的可支配收入呈現上升趨勢，存在著推動化學品消費者指數的潛力。目前印度政府已成立經濟特區及地點政策來促進投資石化產業，加上幾個主要的企業也展現了擴張版圖的野心。

未來印度的化學產業會出現兩種截然不同的場景，這將建構於如何有效地利用產業優勢和管理的挑戰。在基本

情形下，當前業界及政府的舉動，應該可讓化學產業每年成長 11%，並在 2017 年達成 2,240 億美元的規模。在樂觀的情況下，鑒於增加高端使用者的需求消費上，並提高出口競爭力，將帶動化學產業下各個子行業的成長，結果將使整體的每年成長率大於 15%，到 2017 年擁有 2,900 億美元的市場規模。

化學產業的成長

印度化學產業在過去 5 年每年已有 13-14% 的成長率，而石化產業在同期的成長也超過 8-9%。

這些化學產業背後的成長主要動力可列舉如下：

結構優勢：隨著崛起的市場和購買力，印度化學產業有可能在未來數年每年成長超過 10-13%。隨著收入的提高及都市化，刺激對塗料、紡織、粘合劑和建設的消費需求，也帶來讓化學產業有大幅成長的機會。

旺盛的國內消費：印度是其自身化學產品的最大消費國，佔了其產量的 33%。隨著化學產業有增長的趨勢，國內的消費也將逐漸提升。

多元化產業：印度化學產業具有製造世界級產品的多元化生產基地。目前各領域還存在著大量的下游產業，而且這些大型並持續擴張的印度化學廠商更以擁有訓練有素的科技人才庫自豪。

有前途的出口潛力：化學品占印度出口總額約 5.4%，印度的染料、醫藥和農用化學品在次要的出口市場有其強大的存在性，印度染料有出口到德國、英國、美國、瑞士、西班牙、土耳其、新加坡和日本等國家。

重點趨勢及發展

印度化學產業已經把重心放在永續發展上。對環境的影響、原物料、安全生命週期和使用能源是業界亟需努力解決的問題。化學產業花了很大的投資在尋找可行的創新方法來解決這些挑戰，有些成功的例子如下：

Kanoria Chemicals & Industries Limited (KCI) 推出“變廢為財 (waste to wealth)”的方法使用在 Ankleshwar 工廠，目的是從酒廠廢水中回收用水。KCI 公司使用反滲透技術以達到最大的回收用水和最少的廢棄。

化學產業也須提供新產品來符合市場不斷變化的需求。業界已開發出微生物脫色和減少製程的紡織品，並開始找出多種天然的生物染料和開發合成染料的環保方法。

Dupont 在印度的研發策略有一部分就是專注在環保技術的煉油工藝領域。Tata Chemicals 建立了一個創新中心，專注在環保技術的新興領域，如奈米技術、發酵和生物燃料等。

主要廠商

印度化學產業包括小型和大型企業，目前全國約有 70,000 家化學品製造商，根據 2012 年的財報收入來看，印度市場的前十大化學企業分別是：

1. Tata Chemicals
2. United Phosphorous Limited
3. BASF
4. India Glycols
5. Pidilite Industries
6. Vikas WSP
7. Phillips Carbon Black Limited
8. Gujarat Heavy Chemicals

9. Aarti Industries

10. Gujarat Alkalies & Chemicals Limited

印度政府政策和外國人直接投資

印度政府認知到化學產業是促成印度經濟成長的主要因素，允許 100% 的外國直接投資。大部分製造化學產品是不需要執照的，企業只需提交由產業政策推廣部提出不會影響到生產地的 IEM 證明文件，僅有 Hydrocyanic acid 及其衍生物、Phosgene 及其衍生物、Isocyanates & di-isocyanates of hydrocarbons 以上物質，因其危險性而需要強制有許可證。

目前有些策略已經在第十二個五年計劃（2012-2017 年）中被提出，用來推動印度化學產業的發展。其中較重要的是：

投資政策

為了確保印度化學產業的發展，投資製造業中的化學產業是絕對必要的，目標是提高製造業從現在 16% 的 GDP 佔比，到 2025 年至少有 25% 以上，印度政府建議在第十二個五年計畫中設立約 8,000 萬美元的化學技術升級基金，建議提出從國家創新局為了鼓勵創新所做的商業性活動設立的國家創新基金中，確保其中的 10% 會獨立用來建立化學創新基金。

其他行動

印度政府準備提供給那些用生物基礎的原物料來減少對原油依賴的企業獎勵，提倡企業去取得“責任關懷認證書”，並推動優先貸款給那些符合環境規範的公司。

印度政府計劃加快整合多種法律管轄

的化學產業，將它變成一個整體性的化學法規。這項立法會涵蓋整個化學產業，它將類似於歐盟的 REACH (Concerning the Registration, Authorization and Restriction of Chemicals) 法規，用來規範使用化學品的安全性及保護人類健康和環境。

降低化學產業中特定產品的稅收和關稅，如煤炭、燃料油、石腦油等，擴大到包括進口的中央增值稅 (Central Value Added Tax, CENVAT)，並鼓勵企業建立更好的工廠。

目前印度政府已開始著手建立整體性的石油、化學和石化投資區 (Petroleum, Chemicals and Petrochemical Investment Regions, 簡稱 PCPIRs) 政策，PCPIRs 將是個橫跨 250 平方公里的投資區域，用來生產國內所需和出口相關產品。

印度產業的競爭力

1. 出口競爭力

由於高品質和有競爭力的價格帶動全球對印度化學產品的需求。印度出口化學品成長的主要動力來自企業投入發展低成本但高品質的化學產品。印度出口大量的一般農用化學品和藥品，40% 的印度農藥和 60% 的藥品銷售是透過出口，主要是因為印度集中製造的優勢和低廉的營運成本。

1970 年引進的印度專利法，使得印度藥品生產公司透過不同的製程，來開發現有的藥品。當企業本身在國內市場創造利基後，一些印度公司開始將目標轉向出口。由於生產藥品的快速提升占了大量出口，印度成為藥品的主要出口國。

2. 多樣技能的人力資本

受過教育、勤奮、技術精湛、有事業企圖心的員工隊伍是印度人力資源的最佳特點，有超過 380 所大學、1 萬 1,200 個院校和 1,500 個研究機構，印度的科學家和工程師是世界上第二多的。

超過 250 萬的畢業生，每年增加 30 萬人次的工程師。每年從 170 所，其中包括從 IITs, NITs and University Chemical Engineering Departments 畢業的約有 1 萬 1,000 名化學工程師。印度在製造業的勞動成本比大多數發展中的國家更低。技術能力、高生產力和英語資源是印度企業的主要競爭優勢。

最新走向

西方企業將擴大在亞洲的版圖，使亞洲市場成為一個主要的消費中心。大型化學企業將找出專業化學品的成長和盈利，併購將是現金充裕的國際性企業用來在亞洲拓展專業化學品的做法。

繼歐盟制定了 REACH 法規後，其他國家如中國、美國預計也將出現。這將增加生產成本，也可能會使某些企業失去競爭力。

隨著使用頁岩氣作為較便宜的原料，美國將會成為主要的加工中心。亞洲生產商不得不尋找創新的方法例如原料的替代來源、正確的產品組合來保持競爭力。

石化產業將面臨到全球市場的供應過剩造成利潤減少的問題。在 2012 年至 2016 年間預期將增加乙烯的產能到 2,500 萬噸，主要是由美國、中東和中國生產。2011 年的全球產能使用率來到只有 80% 的歷史新低，這種情況將

持續到全球需求回升。

隨著提高天然氣的取得和發現新的天然氣，石化產業依賴石腦油作為主要原料的需求將下降。簡化外國人直接投資化學企業的程序，大部分的化學企業產品屬於自動核准的外國直接投資 (FDI) 或非印度居民 (Non-resident Indian, NRI) 的投資高達 100%，使得印度化學產業在過去的 2-3 年中不得不面對全球經濟減緩的衝擊。

隨著全球經濟的不確定性和近期的管控問題導致外國直接投資下降。然而在 2011-2012 年錳 (Mn) 的外國直接投資回升，印度化學產業在 2013 年財報年度的工業生產指數 (Index of Industrial Production, IIP) 保持領先。根據中央統計局 (Central Statistics Office, CSO) 的資料，2013 年財報年度中化學業的工業生產指數站上 3.1%，超過全體僅有 0.8% 的工業生產指數。

未來展望及投資機會

印度化學產業有望在未來十年內每年可以有 8-9% 的成長率，預計到 2021 年印度的化學產業在全球占有率可望增加一倍，達到 5-6%。目前確保原料、正確的產品組合及併購機會是印度化學產業最需要做的事。某些重點的投資機會包括：

1. 在印度的化學公司可以去探查替代的原料或在資源豐富的國家投資設立工廠來取得原料。
2. 公司應該投資在找出具有競爭力的產品組合和使用印度現有的原料即石腦油 (Naphtha) 及其衍生物中獲利。印度企業可以去探索可能的合併、技術上的合資公司、資本，透過採取印

度西方公司持續擴張的優勢進入國際市場。

3. 化學公司可以投資研究能源管理和水資源管理的策略，以減少公司能源成本及供應水的憂慮。

4. 公司可以投資在即將出現在印度的石油、化學和石化投資區 (Petroleum, Chemicals and Petrochemical Investment Regions, PCPIRs)，並且克服相關的基礎設施、電力和供應水的難題。(台北世界貿易中心駐孟買辦事處)

印度節慶商機

印度排燈節或除妖節 (Diwali) 是印度每年最重要的節日之一，每年這個時候印度家庭購買禮物、穿新衣、打掃清潔並與家人吃團圓飯，慶祝方式則是飯後與家人小孩放煙火、點蠟燭、家家戶戶門前符畫等，是印度最歡樂也是最重要的節日之一。

據一份來自印度商工總會 Assocham India 分析報導顯示，排燈節商機大，每年買氣大，尤其 2014 年市場特性有者明顯改變，主要原因在於印度網路購物的崛起，導致實體店面業者為了競爭，提出許多利多等優惠，讓民眾有了更多的選擇，也促進印度零售業的買氣。據估計，今年排燈節期間網路購物成長上看 350%，是一個非常具有潛力的新市場。



排燈節在印度稱為 Diwali (或 Dipavali)，普遍來說是慶祝印度的

農曆新年(大多在每年 10 月份慶祝)，惟由於印度是多元國家，是一個由不同文化、不同語言及人民組成的國

家，因此各州之間慶祝排燈節的意義不盡相同。以廣義來說，排燈節是慶祝邪不勝正、光明戰勝黑暗，或是知識勝過無知等意思，通常祭拜的神為 Lakshmi，也是代表財神及富裕的印度神。根據習俗，這段節日持續 5 天，但實際上政府規定僅放 1 天假日，許多印度公司則會在這一天發放工作獎金(類似我們年終獎金)及送禮，而在普遍民眾習俗中這段節日代表者家家戶戶必須清潔、重新裝潢自己的房子、參加祈福儀式 Puja、並與家人團員慶祝，當中所影響的商機機會甚廣，包括各項禮品、家電用品、家具、家用品、珠寶首飾、服裝及食品等等，是一個非常龐大的商機。

印度人口超過 12 億人，中產階級快速增加，隨著收入增加可想而知民生物品需求量每年將隨著人民收入上升不斷成長，由於印度各地文化及生活習慣均有不同，對於全印度各州慶祝節慶亦然，但是共同點就是印度計有 3 個主要季節影響消費者採取大量購物的行為，除了排燈節外，另外兩個重要時段分別是每年長達 1 個月的換季週年慶時間，於每年 7 至 8 月及 12 至隔年 1 月，也是各大百貨業及零售業爭取商機的好機會。

以百貨業分析，根據 2014 年 7-8 月週年慶期間各家業者銷售數據顯示，今年相關業者銷售表現成長約 15-20% (相較去年同期成長約 7-10%)，對於許多業者來說印度每年這兩個時期是最重要得季節，業者通常在這段時間提供民眾非常優渥折扣及滿額禮，許多外國品牌如 Lacoste、Levis、Zara、Samsonite、Marks & Spencer 等服裝業者推出非常具有競爭的價格及優惠。

在這段期間，各大業者進行清倉大拍賣，涉及產業以服裝頁、食品業、家電業、珠寶業者等等為主，以印度 12 億人口的龐大市場來看，內需市場非常龐大可觀。



上圖：大型服裝連鎖店 Marks & Spencer 再排燈節期間推出滿額禮



上圖：大型生活用品業者 Life Style 魚排燈節推出滿額禮卷等優惠

印度節日帶動網路購物市場

另外印度最近兩年表現亮眼的一個新產業是網路購物市場。Assocham India 分析，目前印度網路購物市場規模約 160 億美金，未來 5 年上看 560 億美金，市場潛力可觀，主要原因也可歸咎於網路滲透率增加，使得越來越多民眾上網，又業者提供宅配到屋服務增加民眾採購便利性，這也是為何許多印度市場分析師非常看好印度網路購物市場。網路購物崛起的另一個原因也可歸咎於智慧型手機的普及化，印度是軟體大國，許多手機 APP 軟體開發速度快，為了因應消費者消費習慣，許多業者陸續推出民眾付款方便又容易操作的軟體供民眾選擇，也是網路購物能夠快速發展的推手之一。

據報告顯示，近期因排燈節效應代來的商機機會，促進網路購物大量成長，以 2014 年 8-9 月網路購物市場分析，相較前一年同期成長約 200%，專家估計 10 月份節日效應將有超過 350% 的成長潛力。目前印度有幾家指標性知名網路購物公司包括 Flipkart、Amazon India 或 Snapdeal，在印度有相當高的知名度，在週年慶及排燈節期間陸續推出許多折價優惠，提供比市面上更具競爭力的價格。許多零售業者陸續表示，2014 年可稱之為印度第一個網路排燈節，許多消費者消費行為開始更改，選擇以手機及平板方式採取「用點付款送到家」，因此大部分業者也陸續開始因應，以開放網路購物模式應對網路購物網站，許多知名業者也相應開放網路購物宅配到家服務。



左圖：排燈節 Diwali 期間，各大網路購物業者推出節慶跳樓大拍賣

Assocham India 報告顯示網路購物是印度突然開始崛起的產業，由於智慧型手機已成為民眾不可分離的生活用品，消費者通常 24 小時不離開手機，因此造就了這個新興產業。另外一個因素則為印度經濟成長進兩年較低，物價則大量上漲至近 50%，導致許多民眾為了節省開銷選擇不外出，而網路購物提供消費者一個便利的平台，得以讓民眾輕鬆購物，享受更優惠價格及更多元的選擇。另外，許多百貨業者也會稱節慶期間為了避免大量排

隊人潮、塞車等等推出網路購物服務供消費者選擇。

印度週年慶商機蓬勃

印度零售業每年有兩次換季的時間，分別是每年7-8月及12月至隔年1月份，以類似我們週年慶方式進行，在這段期間各大百貨業者、零售業及商店等等均在長達一個月的時間內推出大量折扣價格。

根據 Business Standard 報到，印度消費者每年最期待的時間就是一年之中兩次週年慶時間，每人平均消費2萬至3萬盧比(相等於台幣約1萬至1.5萬)，在這段時間印度各家商店通常都會提供超過5折得折扣優惠及滿額禮，以國際品牌2013-14年12-1月為例，ZARA、Mango、Pantaloon、Kenneth Cole、Shoppers Stop(百貨業)均推出許多5折優惠價格，業者也常在這段時間為了競爭推出限時滿額禮、買二送一優惠，也是為何不僅印度消費者在這段期間大量消費，甚至有許多來自國外的民眾特定在此段時間前往印度採購。

據調查，週年慶期間，各家業者銷售量成長率平均為15-30%，Zara、Pantaloon及Mango於2014年1月銷售成長則為40%，部份業者甚至表示由於銷售狀況超過預期，許多存貨甚至提早出清，因此也提早結束週年慶活動優惠以便引進最新季節商品。以 Business Standard 數據顯示，西班牙公司Zara於2013年7-8月份週年慶期間1天就有超過17萬美金的銷售額(註：Zara全印度目前僅有9家分店，全年營收約6,700萬美金)，而印度百貨業者Life Style孟買分店Pacific Mall也有著一天約17萬美金銷售額的亮眼表

現。

除了服裝業外，印度大型連鎖超市Star Bazaar、各家家電業者、甚至汽車公司也會在這段時間為了鼓勵買氣推出不同折扣優惠價格，可謂一年兩度印度業者最重要的銷售季節。

印度市場特性及建議

印度市場雖然有超過12億人口，加上一個相當可觀的中產階級，惟印度也是一個多元化的國家，各州之間有著不同的種族、語言、文化、宗教及生活習慣，在各州之間可能會有極大差異，以排燈節Diwali例子來說，在印度不同地區有不同的意思，在Gujarat地區該節日為過年節慶，惟在孟買每年過年時間則為2-3月期間，稱之為Holi，但是還是會照樣慶祝Diwali，各地對於同一節日有著不同的定義。另外，印度有22個官方語言，英語則為英國殖民時代遺留的唯一共通語言，任何印度人中下階級人種在跨任何一州時面臨的第一個問題就是語言不通，與外國人無恙。

印度大多企業屬於中小型企業，除了少數政商關係良好大型企業，少有能夠吃下整個印度的公司，原因報括上述所提語言、文化差異性，又大部分廠商大多屬於中小型規模，市場範圍僅限於當地市場，因此廠商若希望進入印度市場應該考量的問題該為面對印度好幾各國家，而非單一市場國。

另外，由於印度非常重視節慶，因此考針對不同的節慶販售針對性的產品，印度總體來說還是以價格取向的消費市場，因此消費者對於價格變動非常敏感，能夠得到價格上的優惠是印度消費者優先考量的問題之一。另外，由於網路購物屬於印度嶄新市

場，較不受限於印度地形及跨洲問題（大多網站均以英文為主），因此若是透過購物平台銷售也不失為一個銷售管道。（台北世界貿易中心駐清奈辦事處）

印度水處理技術及設備介紹

雖然地球表面有 70% 的面積為水所覆蓋，但是地球上所有的水資源中 97% 為鹹水，只有 3% 為淡水。而在所有淡水中，又有 6 分之 5 的淡水為冰川或是南北極的永凍層所覆蓋。

乾淨的飲用水是人類的基本需求，不幸的是，目前在開發中國家，仍有超過六分之一的人口缺乏穩定可靠的水源。加上地球暖化造成的極端氣候日益嚴重，全球各國遭受旱災或是滯害情形越來越嚴重，更加深水資源運用的難度。

印度水資源現況

印度土地面積占地球土地面積的 2.45%，淡水資源雖占 4% 較土地面積占比為高，但因印度人口占世界總人口數的 16%，以人口數而言，每人能夠分配到的水資源僅為世界平均值的四分之一。根據印度 2011 年的人口普調查報告，每人每年平均可獲得 1,545 立方米的水資源，與 2001 年的每人平均 1,816 立方米，大幅減少 15%。

隨著目前的人口增長速度（印度每年人口成長率為 1.9%），預計到 2050 年總人口數將超過 15 億人。另外一個趨勢為都市化，目前印度仍有 70% 的人口居住在鄉下地區，2030 年時都市人口將達 50%。

隨著生活水準日漸升高，印度政府的計畫委員會(The Planning Commission) 估計，至 2050 年印度家庭和工業用水

需求量將為 2010 年的 2.5 倍。總全國總用水量也將自 2010 年的 7,100 億噸，至 2050 年成長為 1 兆 1,180 億噸。印度都市化發展的趨勢使得政府當局對提供居民各項基本需求，如安全的飲用水、衛生設施等承受極大的壓力。迅速增加的人口，對於流動式供水的需求大增（按，印度只有少數地區有自來水，許多居民倚靠政府的定期供水車獲得飲用水），迫使政府須積極開發水源，同時水處理和供水系統設備的需求也同步增加。

根據聯合國統計資料，印度是世界上抽取地下水最多的國家，每年抽取地下水高達 2,510 億立方公尺，其次為巴基斯坦 1,120 億立方公尺和中國大陸的 640 億立方公尺。 km^3 一年，在巴基斯坦 112km^3 在中國和 64km^3 比較。預計印度在 2025 年每人每年的水的供應量將低於 1,000 立方公尺的緊張狀態。大多數人也許對印度水質差的嚴重程度沒有概念，有一實際的例子可供參考，我國大陸工程公司幾年前承包印度德里捷運土木工程，由於附近沒有河流水源，想以水井抽取地下水以絞拌混泥土，惟經過測試，當地地下水就算加在混泥土中也不行，由於是大眾運輸工程，必須至少保持 50 年以上強度，但經測試以地下水攪拌的混泥土強度僅能維持約 20 年。

近年來印度農村地區在夏天都經歷嚴重的缺水，然而在大城市狀況更是嚴重。根據每人每天能夠分配到的水資源，清奈和德里為最少的，其次為孟買，再其次為加爾各答。

班加羅爾城市內的自來水和地下水都無法作為飲用水，印度的自來水和地下水都含有大量的大腸桿菌。此外，

由於水資源日漸枯竭，班加羅爾水井越挖越深，有些地方水井甚至必須挖掘到 1000 英尺的深度。整個班加羅爾近 900 萬的人口數，估計水井數達 15 萬至 20 萬之間。而大自然補充地下水的速度遠不及抽水的速度，就算忽略污染的因素，預計到 2018 年後班加羅爾將不易抽取到地下水。

德里在 2011 年的時候地下水平均深度為 132 英尺，然而在 1983 年的時候地下水的平均深度僅為 33 英尺。

印度馬哈拉施特拉州經常是遭受嚴重乾旱的地區，甚至造成許多農民因歉收無法支付花費而自殺，該州數以千計的農村因乾旱而被政府宣布為災區。



清奈公立之飲用水供水站

印度各州水資源糾紛

印度擁有世界上第二大的人口，佔總人口數的 16%。但是，印度的天然水資源並無法提供足夠的水給不斷增加的人口。印度不管是工業、農業，甚至是居民的用水都感受到缺水的危機。

印度運用天然資源的效率差也是助長缺水危機的主因之一。加上印度近年來快速的工業化和都市化，也是造成無法充分供水的原因。印度未來的水資源供應看起來不太樂觀，根據科學家的說法，都市的人口將會是受到最大的衝擊。根據預測，到 2050 年，印度人每日可用水將不到 100 公升。

印度由於許多州分享同一條河流的水，所以州與州之間也衍生出許多水資源分配不均的衝突。印度法院近年來已經介入 8 件州與州之間的水資源糾紛，其中件已經獲得了最終的判決，但仍有 5 件仍僵持不下。這 5 件糾紛各州的州政府已經花了超過 500 萬美元的訴訟費。

由於水資源日益不足，印度各州州政府都意識到了一個事實，就是污水處理及回收已成為現階段必須的工作，各項節約用水和循環利用措施也已逐步推行，因此給了水處理相關設備和公司投資的絕佳機會。

印度水處理市場

根據國際貿易發展中心 (Center for International Trade Development)，印度水處理市場規模估計超過 40 億美元，且每年以 10 - 12% 的比率成長。來自世界各地的水處理公司已在印度的 20 個城市獲取 70 個以上的水處理相關案子。其中政府機構的案子大約占了市場的了 50%，另一半為私人企業所貢獻。

印度在廢水或已使用過的水處理方面的基礎設施嚴重不足，只有約 26% 的家庭廢水和 60% 的工業廢水有經過處理。在印度 423 個超過 10 萬人口的城市，只有 29% 的廢水經過處理。而在人口數在 5 萬至 10 萬人的城市中，則僅有 4% 的廢水經過處理。即使是印度的首都新德里，每天產生的 327 萬公噸廢水經過處理的也不到一半。

印度污水處理是一項非常有前景的行業，因此吸引了企業願意投資這一領域。自 2010 年至 2018 年印度污水處理市場，以營業額而言，年複合成長率達 15%。未來幾年水處理行業在印

度肯定是會快速增長，提供外國水處理公司與印度公司合作的契機，在獲利良好的印度水處理產業提供絕好機會。

印度聯邦政府和各州政府於 2012 年至 2017 年期間 200 億美元用於污水處理、灌溉和水資源回收等建設工程。2013-14 會計年度印度中央政府和各州州政府共花費 3 億美元，用於遭受砷和氟化物污染地區設立飲用水淨化廠。

不過印度各地方原水水質有顯著的不同，導致各地方的水處理過程包括曝氣、化學混凝、絮凝、沉澱、過濾和消毒等都必須因應各不同的水質調整，增加印度各地水處理設備是常拓展的複雜度。

印度主要的廢水處理廠商有 Driplex Water Engineering、Indocan Engineering Systems、Ion Exchange、Va Tech Wabagh 及 Thermax 等廠商。

Desalination 海水淡化

印度全國各地的約 1000 家的蒸餾廠，甚至也有一些大公司開始有一些小規模的營運。印度主要的海水淡化廠商有 Degremont、Befesa Agua、IDE Technologies、Ion Exchange、GE Water & Process Technologies、VA Tech Wabag、Doshion、BGR Energy Systems、Aquatech International 及 IVRCL Infrastructures 等公司。

許多外國公司已在印度投資海水淡化工廠，它們大多是透過建造、擁有、經營及移轉 (Build-Own-Operate - Transfer 簡稱 BOOT) 或是政府與私人公司合資模式 (Public Private Partnership 簡稱 PPP) 投

資模式。來自以色列的 IDE 科技公司在印度市場快速發展，該公司在印度已有 13 座海水淡化廠運作，另外還有 7 座在建造當中。

包裝水

由於大眾對飲水安全的意識不斷提高，包裝飲用水和飲水機在印度在相當流行。印度大約有 1,600 種的包裝水品牌，印度的包裝飲用水市場規模估計有 2 億 5,000 萬美元，每年大約售出 50 億公升的瓶裝水，使得印度為全球瓶裝水的第十大消費國，而且據估計，這個市場每年正以 25% 左右的速度增長。

印度並沒有任何單一的品牌瓶裝水主宰整個市場，在 1,600 家獲得認證許可的瓶裝水製造商，以 Bisleri、Aquafina(百事可樂)和 Kinley(可口可樂為小包裝水(2 公升以下)的主要品牌，約佔有整個包裝水市場 30%。

其他本土包裝水品牌大多是區域性的廠商，有些甚至是家庭式業者，佔據了其他 70% 的包裝水市場。這些區域性廠商，大多以 20 公升和 25 公升的桶裝水為主，通常都是由各地區的經銷商送達消費者家裡。

淨水器 Water filters and purifiers

印度淨水器市場主要掌握在具有良好的經銷和銷售管道的知名品牌，主要的品牌有 Eureka Forbes、Hindustan Unilever、Ion Exchange、Kenstar、Kent、Philips、Usha Britta、Whirlpool 及 Zero B 等。

印度在所有安裝的淨水器中，紫外線系統由於價格較低，佔有 51% 的市場。不過由於大眾認為滲透濾水器具有最好的效果，市占率快速提升，目

前已占有濾水器市場的 42%。

(台北世界貿易中心駐清奈辦事處)

印度品牌故事~Amul

前言

1991 年經濟改革前，囿於購買力，印度盛行金字塔底端行銷 (bottom-of-the-pyramid)，強調的是 1 盧比產品如何銷售到每個消費者手中；僅少數上層社會消費者購買歐、美名牌。近年來，隨中產階級購買力增加，印度消費行為快速轉變，各式消費品如雨後春筍推出市場，業者競相透過品牌行銷爭取中產階級消費者注意、購買。



在印度眾多產品暨品牌中，以 AMUL 較具特色，有助瞭解印度品牌行銷發展階段作法。AMUL 是印度知名乳製品品牌，其產品主要係印度消費者每天都用到的牛奶暨其衍生產品，包括 12 億 3,000 萬印度民眾每天都要喝好幾杯的印度奶茶，到三餐飲食的食材、乳品甜點、奶昔飲料等。

AMUL 是印度本土發展出的品牌，歷經 68 年努力，銷售通路遍佈全印度，也得以和印度其他各地本土品牌競爭。隨印度經濟持續成長，AMUL 產品也不斷推陳出新，也持續引進各種包裝技術暨材料，更成為印度少數具國際競爭力的食品品牌。

印度乳製品知名品牌 AMUL

AMUL 是印度乳製品知名品牌，其發展歷程充份反應印度經濟發展軌跡。AMUL 是由 Gujarat 州中部 Anand 區崛

起的一個乳製品公司，AMUL 原名是阿南德牛奶聯合會聯盟有限公司 (Anand Milk Federation Union Limited)，簡稱 AMUL，是一個酪農合作社 (現更名為 Kaira District Co-operative Milk Producers Union Limited)。雖然 AMUL 蘊涵梵文無價 (Amulya) 的意思，AMUL 品牌是透過長期努力累積的結果，發軔之初品牌行銷觀念尚不發達。

AMUL 成立於印度獨立前一年的 1946 年，1973 年開始由古吉拉特牛奶銷售聯合有限公司 (Gujarat Co-operative Milk Marketing Federation Ltd., GCMMF) 專責行銷，公司由 Gujarat 州 300 萬名酪農共同持有。

今天 AMUL 已發展為印度最大的食品品牌，並已行銷海外市場。AMUL 的成功刺激了印度的白色革命，讓蛋白質缺乏的印度教賤民階級得以透過牛奶補充蛋白質。

AMUL 模式影響深遠

AMUL 模式是一個三層的合作結構，包括村、鎮級酪農合作社負責向農民收集牛乳，再由地區級牛奶公會收購牛乳並進行加工，最後交由州的牛奶行銷同盟機構專責行銷。

AMUL 的發軔原是酪農為克服中間商剝削，集體向當地唯一擁有乳製品營運執照 Polson 公司抗爭，由 Tribhuvandas K. Patel 倡議籌組以村、鎮合作社方式集體收購牛奶銷往數百公里外的孟買。成立之初，僅籌組有 2 個村莊酪農合作社，每天集乳量僅 247 公升。雖然多數酪農每天僅可提供 1-2 公升鮮奶，透過集體合作方式，貧農

少量生產得以出售並獲得溫飽。

透過 Dr.Verghese Kurien 的管理及 H.M.Dalaya 的創新出全球第一個脫脂奶粉(水牛奶)，並發展出商業規模，得以與市場的老牌廠商抗衡。相同組織迅即在 Gujarat 州的 Mehsana 區、Banaskantha 區、Baroda 區、Sabarkantha 區及 Surat 區成立。

鑒於該模式的成功，當時的印度總理 Lal Bahadur Shastri 於 1965 年擴大推出印度國家乳品發展政策(National Dairy Development policy)，確保乳品生產的持續增加和消費的快速成長，以印度解決長期以來人民營養不良的重要政策作法。



為實現這場「白色革命」，印度政府制定了一系列政策和措施，首先成立了國家乳製品發展委員會 (NDDB)，在全國推動乳業的發展，按照合作社聯盟法案建立了村級、地區級和州級合作社，從而在名為「洪流計劃(Operation Flood Programme)」中成功全面複製 AMUL 模式。另投資近 60 億盧比，在全印度建立起 200 多座牛奶加工廠以及相應的配套設施。到了 1985 年，印度已成為世界第一養牛大國，養牛數達 2.7 億頭，約佔世界養牛頭數的 20%，全國平均每 3 個人就有一頭牛，平均每人每天有牛奶 150 克，80 年代后期，印度已成為世界上第三大產奶國；龐大的內需市場，也讓印度發展成為世界最大的牛奶和奶製品生產國。

印度除了少數種牛繁殖場之外，基本

上並沒有大規模的乳牛牧場，每天向市場供應的鮮奶幾乎全部來自個體農戶。在廣大的農村地區，農戶正是靠飼養水牛或乳牛並向市場提供鮮奶而獲得寶貴而穩定的收入。該模式現已被印度各地 1,500 萬家酪農援引，並已成立 14 萬 4,500 個村級酪農合作社，184 個地區級牛奶公會，22 個州牛奶行銷同盟機構；各州成立的牛奶行銷同盟包括在 Punjab 州的 Verka，在 Andhra Pradesh 州的 Vijaya，在 Kerala 州的 Milma，在 Maharashtra 州的 Gokul，在 Rajasthan 州的 Saras，在 Karnataka 州的 Nandini。

涓滴細流蔚為汪洋

AMUL 目前向 1 萬 7,025 個村、鎮的酪農合作社，17 個會員工會及 31 個地區級牛奶公會，約 323 萬家酪農收集牛奶，集乳量每天 1,318 萬公升，每天可處理乳量 2,320 萬公升；2013-14 會計年度合計集乳 47 億 9,000 萬公升，2013-14 會計年度年營業額達 30 億美元，年成長率 32.1%，近 6 年累計複合平均成長率 23%。社員 70% 以上是小型酪農或遊牧者，包括部落民族和低種性人民。

AMUL 模式在 1970 至 80 年代，吸引了 200 億盧比的投資，印度的牛奶年產量由 2,000 萬公噸增加至 6,000 萬公噸，每人每天消費牛奶量也增加一倍。

集腋成裘

古吉拉特牛奶銷售聯合有限公司 -GCMMF (AMUL) 有全印度最大的銷售網路，銷售快速流動消費品(Fast Moving Consumer Goods, FMCG)，GCMMF 擁有 53 個銷售辦事處、超過

1 萬家經銷商和超過 100 萬家的零售商。

AMUL 的產品範圍包括奶粉，鮮奶，奶油，酥油，起士，Masti 奶豆腐，優格，脫脂奶，巧克力，冰淇淋，奶油，蛋奶，奶豆腐，糖漬奶球 (gulabjamuns)，調味乳，basundi 奶酪及健康飲料等。

AMUL 是全球最大的素食乳酪暨袋裝牛奶品牌，也是印度最大乳製品出口商，產品遍及全球 40 餘國；2013-14 會計年度外銷金額 53 億盧比。AMUL 出口產品包括全脂、脫脂奶粉，奶豆腐 (Paneer)，超高溫滅菌奶，黃油 (酥油) 及印度甜食。主要市場是美國，西印度群島，非洲，海灣地區國家，以及南亞區域合作聯盟的鄰國，新加坡，菲律賓，澳洲，日本及中國。

品質、創新獲獎連連

1999 年 AMUL 獲頒拉吉夫·甘地國家最佳質量獎，2007 年 Synovate 評選為印度領導品牌，2002 年 Business World 評選為最值得尊敬公司，同年並獲 IMC Ramkrishna Bajaj 國家品質獎，2007 年 AMUL 益菌冰淇淋獲國際畜產品行銷聯盟頒發知獎章，2013 年 AMUL 獲頒 AIMA-RK Swamy 高績效品牌獎、被 Trust Research Advisory 評為食品和飲料業最值得信賴的品牌。2014 年 AMUL 獲 CNN-IBN 明日最佳創意獎、連續 13 年獲農業暨食品加工產品出口發展局(The Agricultural and Processed Food Products Export Development Authority)頒發 APEDA 獎章，2013-14 會計年度成為全球乳製品貿易(Global Dairy Trade, GDT)前六

大業者。

AMUL 品牌既代表乳酪產品，也代表一種農民經濟自主解放運動，讓貧農有勇氣夢想、祈望、存活。古吉拉特牛奶銷售聯合有限公司理事長 Jethabhai P. Patel 指出，過去 4 年，牛奶收購價格已提高 59%，酪農供乳量也提高 46%。透過提高牛奶收購價格，酪農更願意投資在牛奶生產。

GCMMF 另建置 SAP Enterprise Resource Planning (ERP)應用系統，線上監控其產品產銷即時現況，包括數以百萬計牛隻健康狀況，及數百萬零售商銷售情形。

跨入 21 世紀，AMUL 持續推出衍生產品暨副品牌，包括 AMUL PRO 麥芽飲料，與好立克暨 bournevita 同型產品；印度第一個運動飲料 Stamina，與可口可樂的 Powerade 暨百事可樂的 Gatorade 競爭；mithaimate 與雀巢的 Milkmaid 競爭。他如 Kool Koko 巧克力牛奶品牌，AMUL Kool 低熱量解渴飲料，Masti 黃油牛奶，Kool Café 罐裝咖啡飲料，以擴大經營範圍。(台北世界貿易中心駐加爾各答辦事處)

印度機械產業及市場介紹

前言

自動化與就業的平衡

印度是個複雜、多元的市場，工業生產同時兼具先進自動化設備暨傳統人工製造；如印度的重工業已朝高附加價值發展，其汽車製造業已使用機械手臂生產；輕工業業者則多為中小企業，機械化生產比重較低，其五金、扣件、鑄鍛件產業仍以人工打造為

主。印度是亞洲最早工業化的國家，其太空艙早已繞行月球軌道；惟因印度人口眾多，生產自動化需兼顧每年上千萬新就業人力。

印度在 2011 年推出國家製造業政策 (National Manufacturing Policy)，主要目標在 2022 年前能創造 1 億個工作機會，提高製造業佔 GDP 比例至 25%，具體作法包括放寬勞工法(勞工法，中央有 22 個、地方有 147 個)和環保法規定、設單一服務窗口以克服行政作業不確定、繁瑣冗長、耗時經年的干擾，建立國家投資和製造區 (National Industrial Manufacturing Zones) 等。

經濟改革帶動需求增長

自 1991 年經濟改革以來，開放外人投資為重要政策方向，外人投資的增加與內需市場的成長，成為印度經濟持續成長的主要動力。隨工業化程度日益提升，目前市場主要發展項目在基礎建設、電力、採礦、汽油暨天然氣、煉油、煉鐵、汽車製造及消費耐久財。

據印度重工業部估計，有關市場規模將持續大幅成長，包括資本財暨製造業營業額將由 2012 年的 576 億美元，成長為 2017 年的 1,254 億美元；電機設備市場規模將由 2011 年的 242 億美元，成長為 2022 年的 1,050 億美元；通訊設備市場規模將由 2011 年的 160 億美元，成長為 2020 年的 370 億美元；營建設備規模將由 2012 年的 30 億美元，成長為 2020 年的 227 億美元；國營公司產出將由 2011 年的 92 億美元，成長為 2014 年的 107 億美元。

印度對重電設備需求高，其中鍋爐設備市場規模將由 2012-13 會計年度的

51 億美元，成長為 2017-18 會計年度的 58 億美元，進而成長為 2022-23 會計年度的 117 億美元。渦輪暨發電機設備市場規模將由 2012-13 會計年度的 22 億美元，成長為 2017-18 會計年度的 66 億美元，進而成長為 2022-23 會計年度的 134 億美元。

在工具機方面，印度是第 12 大工具機消費國，現有 200 家較具規模製造商，另有近 400 家中小規模製造商。2012-13 會計年度產值 9 億美元，其中出口金額 2 億 8,870 萬美元。營業規模前十大公司產值逾 70%，該產業龍頭是國營 Hindustan Machine Tool (HMT)，市占率 32%，其他主要廠商包括 ABB Limited、Bharat Heavy Electricals Limited (BHEL)、Cummins、Crompton Greaves、ElgiEquipments、Kirloskar Oil Engines Limited (KOEL)、Siemens 和 Thermax。

紡織機方面，印度現有 600 家較具規模製造商，另有 1,446 家中小規模製造商，並已開放外資獨資在印生產。2012-13 會計年度產值 14 億美元，其中出口金額 3 億 3,880 萬美元。

塑膠加工機方面，印度現有 11 家主要製造商，有 200 家中小規模製造商，可滿足本土市場 95% 需求。2012-13 會計年度產值 6 億美元，其中出口金額 1 億 2,410 萬美元。

模具暨手工具製造方面，印度現有 500 家製造商，為提升技術人才訓練，印度政府設有 18 間職訓中心。2012-13 會計年度產值 12 億美元，其中出口金額 6 億 470 萬美元。

印度主要出口機械設備包括煉鐵、採礦、化肥、水泥、石油化工及重型工程設備。為提高農業出產量，印度政府提供貸款給農民購買農業機械，惟多數農民看天吃飯，印度生產製造農業機械以拖拉機為主，拖拉機已成為鄉間主要交通工具。印度紡織機械規模為全球第二大，其中二手紡織機械約佔 20%。受惠於龐大基礎建設所需，印度工程機械市場發展潛力大。

市場發展趨勢

重工業發展優於民生工業

印度產鐵礦，是全球主要鋼材生產大國，鋼、鐵材二次加工產業發達。印度加工機具落後，印度機械設備製造多以進口零組件進行成品組裝。印度汽車工業快速成長，帶動工具機、塑膠加工機具等產業發展。為改善電力供應不足，印度政府亦大量投資發電暨供電基礎建設，大幅增加電機設備市場規模。

此外，基礎建設暨民生消費的需求，刺激建築機械設備、輸送機械設備，農業機具、電信儀器暨設備、工業暨消費電子、紡織暨成衣機器及製鞋機械等產業的發展。

內外有別的市场

對一個發展中的國家，印度首需保護國內產業發展，因此以高關稅等障礙維護國內產業發展，如對中國進口機器設備課徵反傾銷稅，稅率高達 60% 至 174%，甚至計劃對在東南亞國家(越南暨菲律賓)製造之中國機器課徵反傾銷稅。

印度塑膠機器製造商協會(The Plastics

Machinery Manufacturers Association of India, PMMAI)即訴請印度政府繼續對中國機器課徵反傾銷稅，最少至 2019 年。該協會亦對塑膠射出成型機前 2 大進口來源國的台灣暨越南提出相同訴求，特別是近年來市場不景氣已重傷印度業者營運，業者產能使用率由 2011 年的 67% 降至 2013 年的 46%。

印度對外人投資並不排斥，PMMAI 對中國提出反傾銷稅訴願，主要受到保護的印度國內主要業者為 Toshiba Machine (Chennai)、Ferromatik Milacron India、Windsor Machines 及 Electronica Plastic Machines，該 4 家業者產量超過印度本土產量 90%。顯示印度在產業發展策略上，係以龐大內需市場吸引外國公司前來投資生產製造，進而創造就業機會。

印度全國三分之二的勞動力均從事於農業產業，產值佔 GDP 的 18.5%，佔出口總額的 15%。印度農業對現代化的機械設備需求逐漸增長，惟多數印度農民仍依靠人力、獸力進行耕作。雖然農業機械的使用逐漸增長，但燃料供應不穩定及其較高的成本使得印度農民很少使用機械化設備。

通路布建

印度是個幅員廣大，國中有國、州中有州的多元族群、多元語言、多元文化市場，拓展印度市場有其難度，需要時間熟悉、開發市場，更需要時間與客戶磨合、建立關係，更需要先客戶之憂而憂、後客戶之樂而樂，所幸國內多家業者已為拓銷印度市場立下良好典範。

如塑膠射出機械領導廠商富強鑫集團

成員-亞而特科技股份有限公司。於2008年全球金融海嘯衝擊下，毅然成立印度公司，在主要城市設立據點，貼近市場服務，奠定在印度市場長期耕耘之基礎，並成立24小時全球客服中心(Call Center)，服務客戶。該公司整合塑膠機械上下游整合行銷作法，創造產品附加價值，在印度20餘年的辛勤耕耘終於2010年開花結果，獲得印度汽車大廠TATA MOTOR青睞，成為TATA NANO的合作夥伴。

另如華嶸精密機械股份有限公司已成功拓展印度汽車業市場，並已在德里、普內、阿美達巴、Faridabad、清奈及班加羅爾設有辦事處。該公司於2012年10月5日-8日參加外貿協會首次籌組之印度國際塑膠製品展覽會(Indplas)參展團，拓展加爾各答市場。該公司於2013年在孟買舉行的印度國際塑料及橡膠工業展覽會(Plastivision)上表示，將在印度設廠，新廠可能建在古吉拉特州或清奈。印度盧比對美元匯率的下挫對業務造成了重創，而在印度建廠將能減輕匯率波動對今後向印度發貨的不利影響。

實川商業股份有限公司則改變以孟買、德里和清奈等大城市為拓銷重點的策略，將進一步深入印度內陸地區。該公司表示，現在我們改變了在印度市場的策略，專攻2、3線城市。塑膠展主辦公司辰龍國際亦反應，近年來台商確有將拓銷重心深入2、3線城市。

市場拓銷建議

拓銷印度市場領導業者亞而特科技王總經理多年巡迴國內各地與國內業者

分享印度經營困境與策略：

拓銷印度市場困境:4P行銷行不通，5力分析無力化，語言隔閡導致溝通不通，交易繁瑣，交通繁亂，稅務繁雜，文化落差，種姓制度，經營成本高。

拓銷印度市場策略:建立品牌、經營與口碑，採用連橫政策(靠關係)，善用獎勵制度，策略聯盟，數大就是美的運用，善用政府資源(貿協、當地政府機構、學校、EMBA)。印度是一個有龐大商機的市场，王總經理強調需要擦落去經營。(台北世界貿易中心駐加爾各答辦事處)

印度西孟加拉州政府洽邀台商合作發展農漁業加工

印度莫迪新政府上任以來積極提振經濟發展、鼓勵投資及創造就業，各州政府即配合規劃新的發展項目。其中印度西孟加拉州政府對我國在農漁業加工產業的成就相當注目，特別邀請台商前往合作發展當地農漁業加工。

西孟加拉州農、漁產品產量豐富，鄰近之印度東部暨東北各州又是農、漁業主要產區，西孟加拉州首府加爾各答是該地區所有產品加工製造暨銷售樞紐。

如印度三大茶區中，大吉嶺茶葉暨阿薩姆茶葉多透過加爾各達包裝、銷售。許多茶園產茶已有數百年歷史，所生產茶葉多銷往大英國協國家，近年來面臨肯亞、斯里蘭卡等茶葉出口競爭，茶園園主亟思提高茶葉生產技術、改生產綠茶、及提升產品包裝品質，以提高產品價格。

部份茶園園主對我國包裝機器暨包裝

材料深具信心，亦固定向我國業者採購包裝機器暨包裝材料。近日來，西孟加拉州政府亦派員拜訪外貿協會駐加爾各答辦事處，表示希望加強與我國業者合作之意願，並表示該州政府現有 5 個茶區希望提供給我國業者共同經營。

西孟加拉州面臨孟加拉灣，漁、蝦、螃蟹等產量大，因缺乏冷凍包裝暨加工技術，許多漁獲只能任其腐壞、棄置。此外，該地區盛產蔬、果、花卉及藥用植物，出口發展潛力大。有興趣拓展該市場業者，請與外貿協會駐加爾各答辦事處連絡。(台北世界貿易中心駐加爾各答辦事處)

寶萊塢影星站台 台精品吸睛



印度寶萊塢影星西哈夫·馬洛特拉今天在新德里為台灣精品站台，吸引影迷擠爆活動現場，也把一系列台灣產業形象廣宣活動帶入最高潮。

寶萊塢萬人迷、29 歲新生代帥哥影星西哈夫·馬洛特拉 (Sidharth Malhotra) 今年成為台灣精品在印度市場的代言人，透過他的清新、運動和健康形象，將設計感結合高科技的台灣精品介紹給印度消費者。



中華民國對外貿易發展協會執行經濟部國際貿易局今年的「台灣產業形象廣宣計畫」，17 日起一連 3 天在新德里 Select City Walk 購物中心舉辦行銷體驗活動。

西哈夫·馬洛特拉傍晚和中華民國駐印度代表田中光、經濟組組長李冠志共同抽出活動最大獎，把現場氣氛帶入最高潮。因西哈夫·馬洛特拉的高人氣，購物中心內罕見地架設柵馬隔開舞台與觀眾。

貿協整合行銷傳播三組組長黃嬌美在活動現場告訴中央社記者，印度消費者對可攜式裝置和無線通訊傳輸接收器材的興趣極高，相關產品包括隨身碟、行動路由器、Wi-Fi SD 記憶卡、行動電源、手持式掃描器等。

她說，美容產品像痘痘貼、遮瑕筆廣受年輕消費族群喜愛。另外，不斷電系統和電力相關產品、折疊自行車，甚至薩克斯風，也都有極高詢問度。

台灣優良產品行銷體驗專區展示 48 家台灣品牌、159 件資通訊、醫療保健、運動休閒等創新產品，7 月起依序在西印孟買 (Mumbai)、東印加爾各答 (Kolkata)、南印班加羅爾 (Bangalore) 和新德里登場，一系列活動增加產品曝光，也加深印度消費者對台灣優質產品的印象 (中央通訊社駐新德里特派員何宏儒)

沙提雅提：印巴一體打擊不幸



今年諾貝爾和平獎由印度和巴基斯坦人共享。得主之一的沙提雅提認為，兩國人民須了解「我們是一體的」，須一起奮鬥，共同打擊一切所有的不幸。

10 月 10 日揭曉的 2014 年諾貝爾和平獎頒給印度兒童權利運動家沙提雅提 (Kailash Satyarthi) 和巴基斯坦少女馬拉·尤沙夫賽 (Malala Yousafzay)。

沙提雅提 12 日在新德里東南方卡卡吉 (Kalkaji) 區由他所領導的非政府組織「挽救童年運動」(Bachpan Bachao Andolan) 告訴中央社記者，接獲消息當時，他正坐在同 1 張辦公桌前工作，「難以置信，因為我如此平凡，我不相信機率這種事，甚至根本想都沒想過，所以這是件令我震驚的事」。

和平獎由印度人和巴基斯坦人共享，挪威諾貝爾委員會是否傳達什麼訊息？

沙提雅提說：「首先，印巴兩國人民必須了解我們是一體的 (We are one.)，我們必須一起奮鬥。我們必須打擊所有不幸，文盲、貧窮、飢餓、營養不良、奴隸、童工...，一切，要一起奮鬥。這是我能夠想到的 1 個訊息。」

馬拉拉出生前就開始在巴基斯坦發起「打擊童奴」運動的沙提雅提還說：「第 2 個訊息是，和平總會發生，它無法分割，它超越政治、超越外交和外交政策。和平是種人權，每個兒童與生俱來擁有在安全、和平、非暴力環境下成長的權利。」

沙提雅提 10 日已跟馬拉拉通過電話，強調和平是每 1 個兒童的基本權利，巴基斯坦和印度必須提供這樣的環境。他說：「我有跟馬拉拉講到這個，我以前就認識她。我告訴她，讓我們攜手合作。我邀她一起做我們稱之為『為兒童而和平』(peace for children) 的這件事」。

沙提雅提指出，馬拉拉無法回到巴國，「但她當然也喜歡這個想法。她說她會多為這事發聲。看看吧，我希望我們就這事共同合作」(中央通訊社駐

新德里特派員何宏儒)

印度核電廠亟需大型渦輪發電機

印度為發展核能發電所需，亟需 1,000 百萬瓦以上大型渦輪發電機。鑒於日本是大型渦輪發電機主要製造國，印度將與日本洽簽民用核能合作協議，以順利取得大型渦輪發電機。

印度亦將與澳大利亞洽簽採購鈾協議，澳大利亞擁有全球可開採鈾蘊藏量的三分之一，年出口鈾 7,000 公噸。自 2005 年起，印度已與美國、蒙古、澳大利亞、納米比亞、阿根廷、英國、加拿大、哈薩克及韓國簽訂民用核能合作協議。

2011-12 至 2013-14 會計年度，印度共進口鈾 2,100 公噸。印度鈾供應國分別來自加拿大、法國、俄羅斯、蒙古、納米比亞及哈薩克。加拿大係加壓重水反應爐的主要生產國，可以將這些反應爐出口到印度。韓國將生產 1,000 百萬瓦的反應爐，並銷售到印度。

印度現有核能發電裝置容量 3,300 百萬瓦，在十二五規劃(XII Five Year Plan)中，將有 19 個新的核電反應爐，裝置容量 1 萬 7,400 百萬瓦，預計於十三五規劃暨十四五規劃完成。(台北世界貿易中心駐加爾各答辦事處)

印度太陽能產業公會(Indian Solar Manufacturers' Association)盼政府支持太陽能產業發展

印度太陽能產業公會日前公開呼籲政府應支持國內太陽能朝策略性產業發展，並提高太陽能設備自製率及穩定太陽能源供應，以作為印度經濟成長與永續發展之基礎。

該公會舉電子產業發展經驗為例，目前印度每年進口超過 300 億美元之電子產品，為第 4 大進口項目，進口金額占印度整體貿易逆差之 23%，倘政府於電子產業初始發展階段積極予以扶持，應可避免目前對外國產品之嚴重依賴現象，盼政府汲取教訓，應策略性扶植國內太陽能產業。

該公會預估 2030 年印度對太陽能電力之需求將達 100 兆瓦，倘相關設備無法自製，將使貿易逆差巨幅擴大，惟若產業成功升級並完成進口替代，將為印度減少 420 億美元之進口成本。另太陽能產業未來 5 年將為印度直接創造 50,000 個工作機會及 125,000 個間接工作機會，且可於 2024 年為政府創造 9,000 萬美元之個人所得稅及 8.7 億美元之公司稅收入，係國內最具發展潛力之產業。目前印度 40% 之太陽能製造業者產能利用率僅達 21%，經營不易，惟評估產業前景及長期效益，政府應予策略性支持。

該公會會長 Ashwani Sehgal 指出美、日、中國大陸已運用專案融資、信用保證、稅負減免、反傾銷措施、優先採購國產設備等方式全力支持其太陽能產業發展，印度政府應比照且擴大辦理。另優先使用國產品政策短期雖可能使採購成本上升，惟長期而言若形成規模經濟，將有效降低全國太陽能發電成本。

印度商工部於本(103)年 5 月 22 日公布有關終判報告並建議對自美國、馬來西亞、中國大陸及我國進口之太陽能電池模組課徵反傾銷稅，受到產業界大力批評，認為在國內設備產能不足情況下，此舉將使進口太陽能設備之

採購成本增加，並推升發電成本及影響全國太陽能發電計畫執行；且印度進口商仍可轉向未受反傾銷稅影響之國家進口有關設備，無助於保護國內製造業亦不利於印度產業之長期發展。印度財政部現正針對本案進行審慎調查並檢討相關利弊得失，以決定是否採納商工部之課稅建議。(駐印度代表處經濟組)

印度擬於 104 年初公布新版智慧財產權保護政策

印度商工部部長 Ms Nirmala Sitharaman 日前指出，鑒於已開發國家近年不斷要求印度採行高於世界貿易組織與貿易有關之智慧財產權協定 (TRIPS) 之規範，印度政府經評估國內外產業競爭態勢，認為在資通訊軟體、製藥、汽機車產業均有全球競爭優勢，且加強保護智財權有利吸引外資及外國製造業來印投資發展，政府擬於下年初公布新版之智慧財產權保護政策，以有效維護公平競爭、保障外商權益、增加各國來印投資誘因。

美國製藥業者長期來遊說美國政府應對印度保護智財權不力一事採取行動，美國貿易代表署並於本(103)年 4 月發表年度特別 301 報告，續將印度列入「優先觀察名單(Priority Watch List)」及進行不定期檢視(out-of-cycle review)，以決定是否採取進一步措施。因下次檢視日期預訂為本年 9 月 30 日，適逢印度總理 Narendra Modi 訪美期間，印方公開表示將訂定新版之智財權保護政策，預期可為二國高層會談帶來良好氣氛。

印度盼藉由外人直接投資，於 2022 年

前將製造業佔國民生產毛額之比重由 16% 增加至 25%，惟美國、歐盟等先進國家之跨國企業長期抱怨印度對智財權保護不力，致業者不願來印投資生產及設立研發中心，此時之政策宣布應可降低外國投資者疑慮，達成擴大吸引外資目標。

據瞭解，新版之智財權保護政策將由印度商工部產業政策及推廣部門 (Department of Industrial Policy and Promotion, Ministry of Commerce and Industry) 主導，訂 4 個月內完成政策草案，並經 2 個月公開評論後於下年初正式公佈。該部門次長 Mr Amitabh Kant 亦說明政府將增聘 1,033 名專利審查員以加速專利審核進度，有效完備智財權保護機制。(駐印度代表處經濟組)

印度政府擬於 Andhra Pradesh、Telangana、Gujarat、Rajasthan、Madayha Pradesh 等 5 州設立大型太陽能發電廠

印度政府日前宣布擬於上述 5 州各興建數座發電量達 500 百萬瓦之大型太陽能發電廠，為使計畫順利進行，聯州政府電力部 (Ministry of Power) 部長 Piyush Goyal 盼於本(103)年 8 月底前，與有意興建大型太陽能發電廠之各州政府簽訂共同合作協議。

目前 Madayha Pradesh 州政府盼聯邦政府協助建立 750-800 百萬瓦發電量之太陽能電廠，由雙方共同成立特殊目的事業單位 (Special Purpose Vehicle) 導入民間技術，並將生產電力售予由新能源及再生能源部 (Ministry of New and Renewable Energy) 營運之印度國

營太陽能公司 (SECI)，售價約為 5.4-5.5 盧比 (約 0.09 美元) / 單位電量；Telangana 州政府亦擬比照前述經營模式辦理。另 Rajasthan 州政府則盼建立總發電量達 4,000 百萬瓦之太陽能電廠；Andhra Pradesh 州盼由印度火力發電公司 (NTPC) 增建 1,000 百萬瓦發電量之太陽能電廠；Gujarat 州亦計畫增加太陽能發電量達 1,000 百萬瓦，印度 Narendra Modi 總理過去擔任州長時已全力發展太陽能發電，該州太陽能發電量目前為全印最高，為 916 百萬瓦。

依據印度電力部資料，目前全國總發電量為 228,721 百萬瓦，其中火力發電量達 155,969 百萬瓦，佔全國總發電量之 68.19%；水力發電量為 39,788 百萬瓦，佔全國總發電量之 17.39%；核能發電量為 4,780 百萬瓦，佔全國總發電量之 2.08%；太陽能、風力等再生能源發電量達 28,184 百萬瓦，佔全國總發電量之 12.32%。火力發電中燃煤發電量為 134,388 百萬瓦，佔全國總發電量 58.75%，長期來已造成嚴重環境污染，促使政府近年來全速發展再生能源。

印度新能源及再生能源部表示將積極協助各州政府發展太陽能發電。印度 M 總理極重視再生能源開發，每月均與主管部會會商並提示有關方案之推動，政府已編列 50 億盧比 (約 8,300 萬美元) 發展大型太陽能發電廠計畫，盼依據全國太陽能發電計畫 (Jawaharlal Nehru National Solar Mission)，於 2022 年前達成全國 20,000 百萬瓦之太陽能發電量之目標。(駐印度代表處經濟組)

美國國務卿 John Kerry 偕商務部長 Penny Pritzker 訪印事



美國國務卿 John Kerry 偕商務部長 Penny Pritzker 於本(103)年7月29-31日訪新德里及出席印、美策略夥伴對話會議，本次對話係印度總理 Narendra Modi 就任後美方首次派遣二位部長級官員連袂訪印，美國國務院表示此行對雙方合作提升策略夥伴關係至為重要。K 國務卿與印度外交部部長 Sushma Swaraj 於7月31日共同主持策略夥伴對話會議，討論區域安全、貿易、能源等議題。

印方將簡化行政措施以吸引美方投資，二國並簽署基礎建設合作備忘錄以利美商開拓印度市場，雙方並同意積極推動建立產業聚落、舉辦投資高峰會及進行專案合作計畫。

另印度為爭取世界貿易組織(WTO)之永久性糧食安全補貼協議方案而不採認貿易便捷化協定(TFA)之立場，K 國務卿表示此舉已向國際社會傳遞錯誤訊息並嚴重影響多邊貿易體系運作與談判進行，盼印方及早與各國合作尋求解決方案。據估計倘 TFA 生效，可望為全球經濟創造 1 兆美元產值及 2,100 萬個工作機會，惟印度亦盼美方瞭解印方須將解決廣大貧窮人民之糧食安全問題列為最重要課題。

印、美於7月31日亦達成強化再生能源、核能、氣候變遷等領域之合作協議，將持續共同舉辦能源論壇並推動石油及天然氣、民用核能、再生能源等工作小組之產業技術交流。K 國務

卿另向 M 總理說明美國總統 Barack Obama 已將印美策略夥伴關係列為美方最優先政策之一，盼 M 總理本年9月訪美時進一步深化及開展雙邊關係。M 總理於會後發表聲明指出，印、美二國係全球最大之二個民主國家，樂觀看待彼此未來之合作機會，亦盼美方協助印度進行經濟改革。(駐印度代表處經濟組)

印度本(2014-15)財政年度第 1 季經濟成長率達 5.7% 創連續 9 季以來新高

印度本財政年度第 1 季經濟成長率達 5.7%，較上季之 4.6% 惟高，亦超過上(2013-14)年度同期經濟成長率 4.7%，創連續 9 季來新高，主因工業部門成長率上升所致。第 1 季印度工業成長率達 4.2%，分別較前季之 -0.19% 及上年度同期之 0.4% 大幅成長；第 1 季製造業亦增長 3.5%，分別較上季之 -1.4% 及上年度同期之 1.2% 成長，顯示印度業者對國內未來景氣深具信心。

惟第 1 季農業部門成長率僅 3.8%，分別較上季之 6.3% 及上年度同期之 4% 減少，主要係本年度印度雨季降雨量不足及政府為避免財政赤字擴大而減少對農村補貼所致；第 1 季服務業成長率為 6.8%，較前季之 6.42% 成長，惟較上年度同期之 7.2% 減少，主因服務貿易、旅館、運輸、電信等產業之成長未如預期，僅達 2.8%；第 1 季民間消費成長 5.6%，與上年同期相同。印度國家統計委員會主席 Pronab Sen 認為，民間消費與服務業成長密切相關，倘無法有效刺激民間消費，服務業亦難大幅成長。

經濟學家認為印度財政赤字佔整體國

內生產毛額比重超過 10%，且第 1 季貿易赤字達 78 億美元，復以農業及服務業成長力道不足，恐造成民生必需品之通膨現象，預估通膨情勢仍將影響印度未來經濟成長。(駐印度代表處經濟組)

澳洲總理 Tony Abott 於本年 9 月 4-5 日訪問印度並簽署民用核能合作協議

澳洲總理 Tony Abott 於本(103)年 9 月 4-5 日訪問印度，並與印度總理 Narendra Modi 會談強化二國潔淨能源合作，並簽署民用核能合作協議，使澳洲得以向印度出口鈾礦。澳洲擁有全球 40%之鈾礦儲量，惟長期來之政策係不出售鈾礦予「禁止核子擴散條約(Nuclear Non-Proliferation Treaty)」之非締約國。

鑒於印度國內核能發電市場深具潛力，澳洲政府於 2012 年決定開始與印度展開鈾礦出口談判。印度目前僅向俄羅斯及哈薩克進口鈾礦，而澳洲每年鈾礦生產量僅占全球之 10%，極盼進入印度市場，在印度保證進口之鈾礦將用於和平用途後，澳洲政府同意與印方簽署協議，預估澳洲 BHP Billiton 及 Rio Tinto 集團將因鈾礦出口量增加而獲益。澳洲 A 總理指出，印度係澳洲重要策略夥伴，且相較於出售鈾礦予俄羅斯，澳洲相信印度不會將所購買之鈾礦原料作為軍事用途。

依據印度電力部資料，全印目前核能發電量為 4,780 百萬瓦，占全國總發電量 228,721 百萬瓦之 2%，為減少化石燃料所造成之污染，政府盼於 30 年內將核能發電量提升至 60,000 百萬瓦。印度目前已與美、俄、法、英、韓、

加、阿根廷、哈薩克、蒙古、納米比亞簽署民用核能合作協議。另印度 M 總理於本年 8 月 31 日-9 月 3 日訪問日本時亦獲日相安倍晉三承諾將就可行方案進行協商，盼盡早簽署印、日之民用核能合作協議。(駐印度代表處經濟組)

印度擬在南亞區域合作聯盟(South Asian Association for Regional Cooperation)提議與周邊國家建立電力聯網

南亞區域合作聯盟能源部長會議訂本年 10 月 17 日在新德里舉行，包括印度、阿富汗、孟加拉、不丹、馬爾地夫、尼泊爾、巴基斯坦、斯里蘭卡等國之電力部長均將與會。印度擬提議與鄰近國家建立電力聯網，電力部長 Piyush Goyal 並表示印方正與有關國家規劃可行方案，期藉此進一步深化與周邊國家之電力事業合作及帶動區域經濟發展。

南亞地區電力聯網概念於 1998 年首次被提出，惟因區內各國基於自身之內外部因素考量，並未獲廣泛討論與響應，惟印度近年來積極推動本合作倡議：目前不丹、尼泊爾之電力網路已與印度連結，不丹亦正與印度進行水力發電合作計畫；印度與斯里蘭卡正共同架設海底電力纜線，完成後二國之電力網路即相連，可相互供應所需電力；另印度於上(2013)年向孟加拉提出 500 百萬瓦之電網合作計畫，以強化二國之電力合作；印度亦向巴基斯坦提出架設自旁遮普州 Amritsar 至巴國 Lahore 之輸電線路，以向巴國出口電力，惟巴方尚未決定是否接受本案。(駐印度代表處經濟組)

印度與中國大陸簽署產業園區合作備忘錄

印度副總統 Mr. M. Hamid Ansari 率商工部部長 Ms. Nirmala Sitharaman 及相關政府官員於本年 6 月 28 日至 7 月 2 日訪問中國大陸，並會晤中方國家主席習近平、副主席李源潮、總理李克強等人，雙方並簽署產業園區合作備忘錄，未來將成立聯合工作小組就設立產業園區之合作模式、業別選擇及相關細節進行後續協商，期帶動中方企業來印投資並推廣中方製造業發展之經驗；印方亦承諾中方在印投資開發之產業園區，可享有與印度政府所開發之「經濟特區（Special Economic Zone）」與「國家投資及製造園區（National Investment and Manufacturing Zones）」同等優惠條件與待遇。

印度商工部 S 部長於訪問期間與中方商務部長高虎城進行會談，S 部長表示 2013 年印、中雙邊貿易額為 654.7 億美元，惟中方享有貿易順差高達 350 億美元，為改善貿易失衡現象，印度盼中方應就資訊科技服務、藥品、紡織品、珠寶等產業提供印商更佳之市場進入機會，並呼籲中方企業來印設立產業園區及參與印度各項基礎建設商機，另在鐵路建設領域之提速計畫、更新車廂、軌道、號誌、場站設施及擴大開發貨物運輸走廊等歡迎中方投資，以建構長期互惠之雙邊經貿關係。

據悉中方擬規劃在印設立之產業園區較有可能位於 Gujarat、Tamil Nadu 及 Madhya Pradesh 州。中方國家主席習近平預定於本年 9 月訪問印度，預料

屆時中方將公布更具體之產業園區投資開發計畫。

另據此間媒體報導，法商 CMA CGM 集團頃宣布與印度商 Adani 集團所屬之 Adani Ports & SEZ Ltd 以 50：50 比例共同投資 210 億盧比，以擴建 Adani 集團於 Gujarat 州開發之 Mundra 港貨運碼頭，預期將提高該港埠貨運量 30%，成為印度最大之貨運碼頭。（駐印度代表處經濟組）

印度鬆綁外資投資印度保險業及國防工業之政策

印度內閣經濟事務委員會頃通過修正保險法（Insurance Laws Bill）有關外商投資比重之限制，外人投資印度保險業將由現行 26% 之持股上限放寬至 49%，並規定投資股權超過 26% 之案件需經「外人投資促進委員會（Foreign Investment Promotion Board）」專案審核，以確保經營權仍為印商掌握。該修正案將送刻正開議中之印度國會審查，預期應可順利過關。

印度產業界對該項鬆綁政策及政府積極改善投資環境之作為表示高度肯定，目前印度保險覆蓋率甚低，隨國民所得增加及醫療環境之改善，保險市場極具吸引力及成長動能，印度保險業者極盼引進外國資金、產品設計、通路佈局及風險管理之優勢，以改善財務體質及提升總體競爭力。印度政府預期提高外商股權比重後將可帶動 70 億美元資金進入印度保險市場，更重要的是將對印度經濟發展迫切需要之基礎建設挹注穩定之長期資金。

除保險業外，印度政府亦於 2014-15

預算報告中宣示開放外人投資國防工業之持股上限由 26%調高至 49%，印度為全球國防武器之進口大國，70%之國防設備仰賴進口，印度政府期盼藉此鼓勵外商企業與本國公司合作，以提升本土製造能量及逐步建構國防自主之長期戰略目標。(駐印度代表處經濟組)

印度總理 Narendra Modi 規劃推動興建智慧城市

M 總理於 2014-15 財政年度預算報告中宣布將投入 760 億盧比於全國各地興建 100 個智慧城市，預期將提高都市化發展速度，創造大量投資與就業機會，並有助吸納鄉村向都市移動之人口，緩和主要大城之人口壓力及突破發展瓶頸。渠表示智慧城市將以資訊網路科技為發展骨幹，串聯大眾交通、住宅、衛生及各項生活機能資訊，開創現代化城市之優質發展環境與競爭力。

印度都市發展部表示，推動智慧城市之財源將透過課徵綠色能源捐、都市發展捐等方式籌措，地點選擇將配合印度政府之重大經建計畫，於「德里-孟買工業走廊」、「國家投資及製造園區」之周邊地區開發全新城市。另各州政府亦可提案將現有市鎮升級為智慧城市，如位於國家首都地區 (National Capital Region) 之 Gurgaon、Sonapat、Noida、Ghaziabad、Faridabad 等城市預期將獲納入首波升格智慧城市之名單。鑒於該項政策將衍生龐大基礎建設商機，目前新加坡、英國、日本、俄羅斯等國均已表示高度興趣，並盼與印度政府洽談可行合作模式及投資商機。

M 總理過去於 Gujarat 州州長任內即積極推動發展智慧城市之施政理念，以該州首府 Gandhinagar 為中心而推動之 GIFT City (Gujarat International Finance Tec City) 即為著例，該國際金融城市係以發展成為國際金融營運中心為目標，G 州政府目前已與阿拉伯聯合大公國簽署合作備忘錄，就 GIFT City 之發展規劃、基礎營建、與外國金融中心之合作等進行商談，盼加速引進中東國家之豐沛資金及相關投資與發展經驗，成功打造新市鎮及帶動地方經濟發展。(駐印度代表處經濟組)

印度食品加工產業部近期將核准新設 17 個大型食品加工園區

印度食品加工產業部部長 Harsimrat Kaur Badal 上周宣布該部將於未來數月核准新設 17 個大型食品加工園區 (Mega Food Park)，預計帶動投資 210 億盧比，以加速推動食品加工及關聯上、下游產業之發展。該部迄今已通過 42 個食品加工園區計畫，其中 25 個計畫正在全國各地進行中，當中 2 個園區已正式運作，分別位於 Uttarakhand 州之 Haridwar 市及 Andra Pradesh 州之 Chittoor 市，另位於 Karnataka、Punjab、West Bengal、Madhya Pradesh 等州之食品加工園區預定於本 (103) 年底前陸續啟用。

B 部長表示食品加工園區計畫旨在建立完整之產業體系與促進產業聚落發展，藉由提供高效率之供應鏈運作、現代化之冷凍冷藏設備、中央廚房概念之集散及加工處理中心，以提升食品加工產業之競爭力，並改善長期來因供應鏈效率不佳導致農產品於倉

儲、運送、加工過程中之高損壞比例現象。

印度總理 Narendra Modi 於本年 9 月 24 日出席食品加工產業部與印度 Future 集團共同於 Karnataka 州 Tumkur 市設立之食品加工園區啟用典禮，該園區計投資 100 億盧比開發，佔地 110 英畝，擁有 22,000 噸之倉儲能量，預計吸引 30 家食品加工廠商進駐。Future 集團為印度大型零售通路商，旗下量販品牌 Big Bizzar 在全國擁有 40 個據點，該集團表示目前印度農產品加工比例甚低，惟印度市場對加工食品之需求成長快速，透過規劃設立食品加工園區及提供最現代化之大規模中央處理設備，將可帶動包裝食品(package food)、熟食(ready made food)等加工產品之投資機會。(駐印度代表處經濟組)