



# 天竺季刊

第 23 期

中華民國駐印度代表處 經濟組  
外貿協會駐孟買辦事處  
外貿協會駐清奈辦事處  
外貿協會駐加爾各達辦事處  
中央社記者何宏儒

編撰

## 本期目錄

- 印度內閣會議審核通過「國家製造業政策」計畫 ~P.2
- 印度國家電子製造業政策出爐~P.3
- 印度研擬新「國家電信通訊政策」草案~P.4
- 中印貿易逆差持續擴大，印度擬對中國大陸祭出高關稅等措施~P.7
- 印度汽機車零配件市場介紹~P.8
- 印度首飾產品市場簡介~P.14
- 印度2012年手機總銷售量將達2.31億支，其中智慧型手機比率約為8%~P.20
- 駐印軍墓重修揭牌 向英靈致敬~P.22
- 43 歲賽勒斯將接掌塔塔集團~P.24
- 印度 2020 年鋼總產量將達 1.67 億噸，將成為鋼之淨出口國~P.25
- 印度生活體驗 - 飲食文化~P.26
- 印度手機業者擬自行研發、製造自有品牌手機~P.28
- 印度將減少南亞區域合作協會低度開發國家之敏感性清單項目~P.30
- 印度擬修正法案以增加輸出入銀行 5 倍信用額度 ~P.31
- 印度醫療電子產品市場將達 64 億美元~P.32
- 印度阿薩姆省(Assam)投資環境簡介~P.33
- 印度 JAMMU & KASHMIR 省投資環境簡介 ~P.39
- 印度 Chandigarh 特別行政區投資環境簡介 ~P.47
- 印度開放外商投資多品牌零售通路政策，因引發嚴重爭議已暫時擱置~P.53
- 民調：阿默達巴德市為印度最適居城~P.54
- 印度未來 3 至 5 年年經濟成長率將達 7-8%~P.55
- 外資機構擔憂印度政府無法持續改革，以維持經濟成長動能~P.56
- 印度政府將修正微中小型企業認定標準，除以投資金額上限區分外，擬一併考量就業量及銷售量~P.57
- 印度約有 6 億 3,800 萬人因缺乏衛生設施而在戶外如廁~P.58
- 歐洲市場需求疲弱已對印度出口力道造成影響 ~P.59
- 印度民航部同意開放外國航空業者投資印度國內航空業持股上限至 26%~P.60
- 印度公布政府採購法草案~P.61
- 印度 Brandix 服裝城 (Brandix India Apparel City, BAIC) 擬邀我混織業者投資進駐~P.61

印度內閣會議審核通過  
「國家製造業政策」  
(National Manufacturing  
Policy) 計畫

印度聯邦內閣會議於今年 10 月份審核通過由商工部產業政策促進司 (DIPP) 研擬之「國家製造業政策」計畫。依據該計畫之目標，未來將建造七個平均面積為 5,000 公頃且擁有世界級的基礎設施的大型工業區，稱為「國家投資製造區」(National Investment and Manufacturing Zones, NIMZs)，增加 1 億個新的工作機會，並於 2025 年將製造業占 GDP 比重從目前之 16% 提升至 25%。



上述七個「國家投資製造區」，目前規劃分別設在 Gujarat 省 Ahmedabad-Dholera (900

平方公里)、Maharashtra 省 Shendra-Bidkin (84 平方公里)、Haryana 省 Manesar-Bawal (380 平方公里)、Rajasthan 省 Khushkhera-Bhiwadi-Neemrana (150 平方公里)、Maharashtra 省 Dighi Port Area(230 平方公里)、Uttar Pradesh 省 Dadri-Noida-Ghazizbad (250 平方公里) 及 Madhya Pradesh 省 Pithampur-Dhar-Mhow (370 平方公里)。NIMZs 將由印度中央政府、省政府及公私合營機構共同開發。其中政府部門將指派包括產業、環境及勞工部門的專家組成特別機構 (Special Purpose Vehicle, SPV) 負責管理。區內未來將採自治管理營運模式，建立單一窗口核發許可文件，採取彈性、合理的環境及勞工規範，同時設立保護勞工權益特別單位。NIMZs 使用之土地，將由省政府負責尋找廢棄、不肥沃且不適合耕作

之未開發土地，做為園區用地；中央政府則提供道路等基礎設施的建設，並以綠色節能科技做為區內開發規劃的主要原則。



「國家製造業政策」計畫中提供的優惠措施包

括：包括稅率減讓、單一窗口服務、協助土地取得、彈性的勞工及環境規定、成立科技基金（Technology Acquisition Fund）提供中小企業最高 200 萬盧比之購買科技補助及技術勞工的訓練及培養等，以吸引外來投資。

印度此間經濟分析家指出，「國家製造業政策」計畫之審核通過，將可顯示政府推動政策改革的能力與決心，使政府走出近來一系列醜聞的陰霾。印度工業總會（Confederation of Indian Industry, CII）秘書長 Chandrajit Banerjee 亦對該計畫之核可表示歡迎，並認為值此全球經濟

不穩定的時點，核可通過此一計畫，將對國內產業界提供動能，以維持長期的經濟成長展望。然而印度工會中心（Center of Indian Trade Union）秘書長 Dipanker Mukerjee 則表示，由於該政策未事先與勞工方面溝通討論，屆時若無法保障勞工權益，將會引發勞工抗爭事件。（駐印度代表處經濟組撰文）

#### 印度國家電子製造業政策出爐



印度資通訊部部長 Mr. Kapil Sibal 表示，印度政府頃擬訂

「印度國家電子製造業政策」草案，將採取一系列的刺激措施，以吸引 1,000 億美元的投資，期於 2020 年印度電子製造業營業額達到 4,000 億美元之目標。

S 部長指出，以印度目前電子製造業規模及水準，在 2020 年時營業額僅可達到 1,000 億美元，尚有

3,000 億美元的差距，如不採取適當措施，屆時電子產品的進口額將超過石油的進口額；因此必須立即制定「國家電子製造業政策」以為因應。其中 550 億美元來自晶片及軟體嵌入產業，800 億美元來自電子產品的出口（2009 年印度電子產品營業額僅 200 億美元）。

據悉，印度「國家電子製造業政策」預計在今（100）年底定案，將採取提供 10 年固定稅率的稅務優惠、設立電子業發展特別基金、成立超大型電路板（Very Large Scale Integration, VLSI）特別育成中心、成立 200 個產業製造聚落及對國產電子產品如手機零件、強化功能的用戶身分模組（SIM card）及印度國內專用產品等給予更優惠的市場進入機制等措施。該政策規劃將印度塑造成一個具有全球競爭力的電子產品設計及製造（Electronics System

Design Manufacturing, ESDM）重地，其中包括奈米電子產品等，以供應國內需求及銷售國際市場，同時創造 2,800 萬個工作機會。另在 2020 年前每年培養出該產業所需之 2,500 名博士級高階研發人力，以促成該產業的永續發展。（駐印度代表處經濟組撰文）

印度研擬新「國家電信通訊政策」(National Telecom Policy 2011) 草案

印度資通訊部長 Kapil Sibal 表示，自從印度發生 2G 頻譜分配弊案後，該部於今（100）年 1 月即著手草擬新的「國家電信通訊政策」，該新政策將透過市場相關機制及透明的方式，以確保電信頻譜的充分供應及分配為目標。預定於 2017 年增加 300MHz 頻譜提供者使用，2020 年再增加 200MHz 頻譜，每 5 年並進行檢視新增頻譜的使用情形。另在新政策內，電信通訊將取得國

家基礎建設的地位，並將鄉村地區的電信覆蓋密度在2017年時由目前的35%增加至60%，2020年達到100%。



印度新「國家電信通訊政策」草案中，將採取許多新的做法，分述如下：

(一)單一許可證：電信業者僅需申請一張許可證，即可在印度全國22個分區使用及提供各項服務，不需再分區申請許可證；用戶以後則不需支付漫遊費用予業者，並藉此推動資訊與語音的整合服務。

(二)門號可攜服務：用戶手機門號印度全區可使用，跨區不需另外申請新門號。

(三)頻譜分享並與許可證申請脫鉤：新政策建議電信頻譜可由業者共同分享、共用及交易。未來電信頻譜與許可證申請將

脫鉤（現行規定許可證啟用最少需使用4.4 MHz頻譜），並依據市場相關程序訂定機制及規範，此新的頻譜法案現正制定中，稱為頻譜法(Spectrum Act)，未來將據以訂定頻譜使用之適當市場價格。

(四)訂定退場機制：該機制將由印度電信通訊管理機構（Telecom Regulatory Authority of India）草擬規劃，內容將包括新許可證的申請相關資格規定、程序及許可證轉移等；此將對未來該產業的穩定發展有甚大助益。

(五)寬頻網路建置：大幅提升寬頻網路的速度（下載速度由目前的256kbps提升到512kbps），於2014年提供各項寬頻需求之服務，並於2020年完成6億個連接點。

(六)推動電訊通訊、廣播、電視、網路及資訊科技的整合服務。

(七)給予國內製造業優惠

市場進入條件：為推動印度國內相關製造業之發展，將訂定優惠市場進入條件予相關電信通訊業者，包括手機零組件、SIM卡等。並預計於2020年前由印度國內業者生產提供80%國內需求之一般電信通訊產品，65%之相關加值產品。

依據該新政策草案之規劃，將會加快目前印度電信服務提供的速度，用戶可以更優惠及可負擔的費用，即可獲得更好的服務品質及安全保障。同時減少新電信業者進入障礙及加速業者間的競爭，提升服務品質。另可透過網路分享共用機制，提高網路設備的利用率。且電信業取得國家基礎建設的地位，業者將更容易取得資金及獲得較好的貸款利率。

印度資通訊部 S 部長亦表示，為促進電信通訊產業的發展，將協調印度財政部未來採取優惠稅率的可

行性，並將與國家技術發展公司（National Skill Development Corporation）及相關訓練機構如印度理工學院（IIT）合作，培養訓練電信通訊產業部門未來發展所需的專業技術人才。有關本政策草案，印度資通訊部並未提出明確完成時間表，僅表示正在加緊進行中；惟表示該草案在公佈施行前，會公開與大眾及相關利害當事人及團體進行諮詢及討論。

印度電信業者對此新草案亦持正面與支持的看法。業者認為不收取漫遊費用（據業界統計，漫遊收入平均約占營業收入的8%），短期會對收入造成影響，但相對的使用資料及與語音的傳輸服務也會增加，當然業界之間的競爭亦會加鉅，然此一良性競爭，將使印度電信通訊產業更穩健發展。另印度手機業者協會（Cellular Operators Association of India）會長 Rajan Mathews

指出，此政策草案指出電信產業未來發展明確的方向；然而，政府應儘速將相關執行細節完成公佈，以便業者提早準備因應。印度另一主要電信業者 Bharti Airtel 亦表示，該草案顯示印度政府未來將朝向寬頻、整合性服務、合理的稅賦方向發展，該公司會積極參與未來該政策制定過程的諮詢及討論。（駐印度代表處經濟組撰文）

#### 中印貿易逆差持續擴大， 印度擬對中國大陸祭出高 關稅等措施

中國大陸是印度最大貿易夥伴，據印度官方統計資料 2006-2007 會計年度印度自中國大陸進口額為 175 億美元，2010-2011 會計年度則增至 435 億美元；同期印度出口額自 83 億美元增至 196 億美元。2010-2011 會計年度，印度對大陸貿易逆差達 239 億美元，5 年來計增加 160%。印度對中國大陸貿易逆差

持續擴大，而中國大陸確無意協助解決問題，因此印度商工部規劃「中國戰略」（China Strategy），準備祭出高關稅及中資企業強制與印度企業合資等措施，以改善逆差持續增加之情形。



印度商工部指出，印度的電力部門和低階手機市場幾乎全是中國大陸產品的天下，現在若不採取適當政策，貿易逆差將進一步惡化。為此該部部長夏瑪（Anand Sharma）去（99）年出訪中國大陸時，即向中國提出放寬進口印度藥品、農產品、資訊科技產品及重機械等 7 項明確要求，盼藉此大幅降低貿易逆差。中國國務院總理溫家寶去年 12 月訪印時，印度也再度重申這些要求，可見中國瞭解貿易失衡的問題，然卻對此幾無作

為；且中國在兩年前就承諾協助改善貿易失衡問題，卻迄未採行任何相關重大措施。

為改善中印間貿易失衡現象，印度商工部於是規劃對大部分大陸進口產品提高關稅的「中國戰略」（China Strategy），採限制進口、提升高附加價值產品出口等措施；該計畫內容擬議諸如電力和電信設備等特定項目，完全禁止進口。在中國生產的重型設備和機械進口到印度之前，中資企業強制與印度企業合資。商工部續表示，一旦政策研擬完成，商工部將諮詢財政、電力、電信等部會的意見，另並計劃鼓勵印度企業從低關稅障礙之國家如南韓和日本等國進口相關貨物。

新德里智庫「開發中國家研究與資訊系統組織」（Research and Information System for Developing Countries）

主任 Biswajit Dhar 表示，即使印度不願世界貿易組織規範，仍採取禁止中國大陸若干產品進口及限制中國部份項目投資之措施，將遭受相當大的同儕壓力。因為 20 國集團（G20）一再重申開放市場的立場，如採取上述措施將引來批評與不滿，同時還可能引發其他國家的顧慮，而嚇跑外來投資者。印度商工部對此並不表認同，強調會在兼顧現行規範與政策前提下，採行相關措施。（駐印度代表處經濟組撰文）

#### 印度汽機車零配件市場介紹



#### 汽車行業介紹

印度汽機車工業是全世界最大且成長最快的工業之一。每年製造超過 1,750 萬車輛（包括 2 輪與 4 輪）且每年出口約 233 萬輛。印度也是世界上第二大的摩托車製造



國。乘用車和商用車製造行業排名世界第七大，2010 年產量超過 370 萬輛。根據最近的報導，2011-12 年會計年度，印度成長率將為 16-18%，即將取代巴西，成為世界上第六大客用汽車生產商。

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。清奈地區汽車出口占印度的六成。在 Haryana 的 Gurgaon 及 Manesar 則是 Maruti Suzuki 汽車生產中心。



2010 年在印度境內已有 4,000 萬輛客車。根據印度汽車製造商協會預測，到 2015 年印度汽車年銷量將增至 500 萬輛，2020 年將超過 900 萬輛，到 2050 年印度全國大約會有 6 億 1,100 萬輛汽車在街頭道路

奔馳。

印度汽車零件產業是外國直接投資最賺錢行業。近年來數以百計的外國合作企業直接投資，但這市場仍具有巨大的潛力。印度汽車零配件工廠可製造高品質的零配件，其零配件原本就有供應通用汽車公司、賓士、IVECO、Dawoo 等這種知名國際汽車公司。因此汽車零配件不只在印度國內，其在國外也有很大的市場潛能。

日本和英國的汽配製造商現已在印度設立合資企業，已經設立或計畫在印度設廠的美國企業，包括 Delphi（美國通用汽車公司的汽車零配件部門）、Delco Electronics、Textron 和加拿大 Magna International。另外日本電裝與豐田工業將在印度合資生產汽車空調壓縮機，又有現代旗下起亞汽車與印度地方政府進行談判尋找土地在印度建廠，博世集團也計劃未來 3 年內在印度投資 230 億盧比。由國際汽車及零配

部件巨頭在印度的舉動，足以證明印度的汽車零配件市場蘊藏著巨大的商機。

因印度汽車零配件產業積極和迅速改變了印度本土市場供應商面貌，印度擁有在全世界中最具競爭力的汽車零件製造業，可提供價廉物美及價格合理的汽車零配件。印度汽車零配件產業自 2000 年以來，每年成長幅度均維持在 20%，且預計將保持 15-20% 的高幅度成長率到 2015 年。

印度汽車零配件業發展的優勢在於成本優勢。首先，印度的工藝流程技術可以應用到生產流程重組中，使流程的勞動密集度更高、資本密集度更低，從而顯著降低跨國公司的總體成本。印度通過設計降低成本。例如，重新設計 Maruti Alto 的轉向系統，可使其重量降低 15%。印度的工程師還能夠快速設計產品，有助於降低開發成本和交貨時間。例如，一家印度供應商僅用了 6 個月時間就為一家汽車製造商設計了

一種轉向系統，而該製造商在其他低成本國家用了 4 年多才和當地的供應商聯合開發了類似的系統。

很多汽車製造商開始在印度建立工程和設計中心，以利用當地的技能。美國通用汽車在班加羅爾設置大規模的科研中心，雇用 2,300 名印度科學家、研究員及工程師，比在中國上海的科研中心多 1 倍人力，成為該公司在美國以外最大的研究中心。

另外，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。另外，印度產的橡膠、鋼鐵等原料價格也不貴。

### 汽車零配件產業結構與市場規模

印度汽車零配件業是大型和高度分散。在汽車零配件領域就有大約 400 家的主要廠商。這 400 家廠商占有 80% 市場。2009-2010 會計年度汽車零配件產值為 220 億美元，成長率約 20%，到 2020 年時預計總產值可成長達 1,100 億美元左右。

### 出口

出口占總產值的 13%。2009-2010 年汽機車零件出口的產品總額為 38 億美元。主要出口產品包括更換配件、拖拉機零件、摩托車配件、活塞環、墊片、發動機氣門、燃料泵噴嘴、燃油噴射零件、篩選器與濾芯、散熱器、齒輪、彈簧、制動的程式集和軸承、離合器面、照明燈、汽車燈泡及鹵素燈泡，火花塞和車身部位零件。在 2010-2011 年出口值達 50 億美元，預計 2011-12 年將再增長 20-25%。印度製造商充滿雄心壯志，已經為進入國外目標市場做好準備。

據《印度時報》本(2011)年 4

月 20 日報導指稱，Chopra CRRPL 公司的產品百分之百出口，專銷往歐洲、英國、美國、紐西蘭及澳大利亞的一線及二線汽車製造公司。該公司此前專業領域為排氣系統橡膠零件，但現在已將產品範圍擴大到排氣管懸掛器、絕緣體、密封墊圈、歧管墊圈及耦合器等。

目前，中國已成為全球最大的汽車市場。印德合資、專門為歐美市場生產高端車用橡膠零部件的企業 Chopra CRRPL 決定將中國大陸當作其下一個目標市場，並稱其製造水準已與中國大陸持平。Chopra CRRPL 公司一位負責人表示，他們下一個目標是中國大陸的汽車市場，那裡的汽車市場規模達 1,020 萬輛。印度的製造能力即使沒能超過中國，也能與中國大陸持平。

另據泰國《世界日報》本年 6 月 13 日報導，印度工程出口促進協會 (EEPC India) 負責人帕薩噶表示，泰國工業博覽會 (Manufacturing

Expo) 於 6 月 23-26 日在曼谷國際會展中心 (BITEC) 舉辦，該協會帶領超過 150 家印度企業參與該博覽會，其中約 7 成的企業從事汽車零配件工業，目標是在泰國尋找投資及貿易機會。印度認為未來泰國將成為亞洲地區的汽車工業中心，泰國汽車工業將快速成長。

泰國汽車工業還擁有很高的發展潛力，包括技工數量多、勞工費用不高、公共體系健全等，而且泰國還有其它很多方面與印度相近，例如歷史文化等。帕薩噶指出，印度看好泰國將成為印度進入東盟市場的大門，特別是東盟經濟共同體 (AEC) 將在 2 年後成立，以及已經實施的東盟自由貿易協定 (AFTA) 等，有助提高東盟市場的發展潛力。帕薩噶透露，目前印度與泰國的雙邊非常重要，並且每年都呈現高幅成長。2010 年雙邊貿易總值達 66 億 4,000 萬美元，預計 2 年後的總值將呈倍數成長。此外，2010 年印度與

東盟間的貿易也同樣快速成長，促使印度制定目標於 2012 年底，推動印度與東盟間的貿易總值提升至 700 億美元。



### 汽車配件業簡介

印度汽車工業在 2010 年達到 10-12% 銷售量成長。顯示印度在汽車領域的消費需求增長強勁，成為全球汽車廠如現代、賓士、通用汽車的目標。印度汽車配件市場估計超過 3 億美元，且每年以 20-25% 的速度成長。

### 音響設備

印度新車型都是以小客車為主，主要是個人年均收入增加，並推動這個市場。零售商供應近 60% 汽車配件市場。音響器材(購買揚聲器、放大器、低音喇叭等等)是最大宗，消費者一般花費在汽車配件的費用，約為整車價值的 3-4%。高品質的音訊設

備價格範圍從 7,000 盧比起跳。

### 視訊設備

購買視頻設備是最近的風潮，除了能夠觀看電影或電視節目外，也可以連上網路或開啟電動遊戲。在一些豪華的汽車中，配有導航功能設備。其中 DVD 播放機和播放螢幕約在 7,900 盧比左右。

安全設備如警報器、中控鎖、閃光警示燈配件，價格範圍約在 1,700 盧比。

### 汽車導航系統

全球市場的全球定位系統 (GPS) 導航和 Location-based 服務一直呈幾何級數增長，預計在 2014 年上升到 134 億美元。在印度 GPS 雖然仍處於起步階段，但 GPS 導航市場擁有巨大的增長潛力。然而，與已發展國家不同，印度汽車導航系統是可攜式導航設備 (PND)，是在智慧手機之後才出現的。在印度，消費者第一個與導航經驗可能是在智慧手機上。一些手機製造商

已將導航系統納入在他們的智慧手機裡，包括諾基亞，Garmin 公司，華碩和索尼愛立信導航。智慧手機使用者推升汽車製造商加速計劃推出汽車導航系統。在最近的發展，例如塔塔汽車公司已選定 Navteq 為印度的第一個內置的汽車導航系統，這一舉動可能增加導航系統在印度的銷售成長。另外 Kentwood 也推出整合音響播放及電話撥接的導航系統。

### Auto Tyres 汽車輪胎



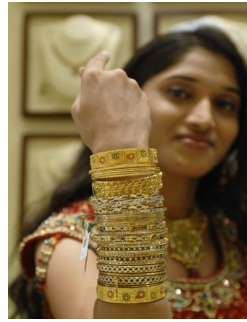
印度輪胎產業源始於 1926 年英國 Dunlop Rubber Limited 在印度 West Bengal 邦設立第一家輪胎生產廠，到 1946 年本土品牌 MRF 在 Tamil Nade 成立後便呈現蓬勃發展景況。根據印度「輪胎製造業同業公會 (Automotive Tyre Manufacturers' Association, 簡稱 ATMA)」及「2007 年信用分析與研究

報告 (Credit Analysis & Research Report, CARE 2007) 」等資料，目前印度輪胎業共有 43 家廠商、47 座生產工廠，依市場佔有率，主要廠商計有 MRF(占 24% 市佔率)、Apollo Tyres(22%)、JK Industries(17%)、CEAT(14%)、Goodyear India(6%) 及 Falcon Tyres(2%)等。2007 年印度輪胎產業一共生產了 7,360 萬條輪胎，產值約 1,900 億盧比(折合約 47.5 億美元)。印度輪胎行業在 2003-2008 年 5 年複合成長率 (CAGR) 為 8.02 %。

在印度，一條商用車胎的售價約在 1 萬 1,000-1 萬 5,000 盧比，小客車胎則在 4,000-5,000 盧比，對絕大多數的駕駛人來說都是一比可觀的負擔，所以印度消費者選擇輪胎首重「效益」，成本及耐用性成為車主最重要的考量。印度卡車和客車、輕型商用車輛、機車及客運車輪胎成長率分別為 13%、

29%、27%與 31%。(貿協孟買辦事處撰文)

### 印度首飾產品市場簡介



印度首飾市場為世界最大市場之一，2010年市場規模達210億美元，僅次

於美國的400億美元。印度黃金市場估計每年成長15%、鑽石首飾市場每年則成長20%。

珠寶和首飾產業在印度經濟占有很重要的地位，也是印度成長快速和賺取外匯的主要產業之一。其中最主要的兩個產品項目為黃金和鑽石，印度為世界黃金消費量最大市場，黃金首飾在印度占有比重高達80%，其他則為鑲嵌首飾，包括鑽石和各種寶石。除此之外，受到印度政府的產業政策鼓勵和銀行的支持，共有50家銀行總共提供30億美元的貸款給印度鑽石工業，使得印度成為全世界鑽石切割研磨最大基地。

印度製造的黃金首飾主要供印度國內市場，然而鑽石在印度加工後大部分主要以外銷為主。2001年後印度成為世界黃金需求量最高的國家，黃金一年需求量高達855公噸，約佔有世界黃金飾品總消費量的20%，其中95%適用於首飾產品。印度也是世界鑽石切割研磨主要地區，以數量而言全世界90%的鑽石係在印度加工切割，以價值而言約印度加工的鑽石總值約占55%。

黃金和寶石在印度的社會體制和經濟方面可說是扮演關鍵性角色，寶石和首飾是印度傳統的一部分，黃金則是自古以來就是印度人儲蓄和投資的一項重要商品，就算到今天黃金也仍是印度人僅次於銀行存款的第2大儲蓄方式。印度黃金和珠寶暢銷的另一個原因，係因印度貪腐嚴重，許多黑錢不適合存放於銀行，保留現金也有很大風險，改為購買黃金和珠寶遂為一種重要洗錢管道。

珠寶和首飾業為印度成長最

快的產業之一，每年的平均成長率高達15%，佔印度出口總值的20%，直接與間接雇用人數達130萬人。珠寶和首飾市場包括貴金屬和寶石原石原料的取得、處理、加工製造和銷售，例如黃金、白金、銀、鑽石、紅寶石、藍寶石等等。由於印度國內珠寶和首飾市場規模龐大加上出口比重高，因而對印度經濟成長貢獻占極大比重。

### 印度珠寶首飾產業歷史

印度在1991年經濟自由化以前，僅有印度礦產和金屬公司 (Minerals and Metals Trading Corporation of India 簡稱MMTC，為國營公司) 和印度國家銀行(State Bank of India) 能夠進口黃金。1992年印度取消黃金控制法案(Gold Control Act)，允許大型出口商可以自由進口黃金，在加工出口區(export processing zones)內的廠商，並可最多銷售10%的黃金產品予印度國內市場。

1993年印度開放私人企業可以開採黃金和鑽石礦，並開

放外國人最多可投資礦產公司50%的股份。1997年開始外國銀行和金塊供應商也可進口黃金至印度，此後世界主要珠寶商如 DeBeers、Tiffany 和 Cartiers 等公司紛紛進入印度市場。

受到取消黃金控制的限制影響，1990年代期間印度珠寶零售店大幅增加。使得印度一下子產生10萬家左右的珠寶加工業者和35萬家的珠寶零售業者，大多為非連鎖式單一店面的家庭式經營業者。

### 印度珠寶和首飾產業結構

印度的珠寶和首飾為高度的非組織式，高達96%業者為家庭式經營。黃金加工業者估計高達15,000家，大概僅有80家年營業額達到500萬美元以上。印度也是黃金工匠的大本營，估計有45萬個黃金工匠，10萬家黃金首飾業者。另外有6,000家鑽石加工業者，和8,000家鑽石首飾業者。這個產業的市場價值自礦場取得原料至加工後零售市場。由於印度並不是主要

的貴金屬和寶石礦產來源，印度廉價而專精的工匠造就印度成為鑽石加工切割的主要國家。

受到消費者逐漸重視品質的影響，印度首飾產品零售業也將進化朝向建立品牌之路前進，有組織的連鎖業者逐漸增加，大型業者以自有品牌穩定增加市場占有率，如 Tata 集團的品牌為 Tanishq。印度為世界最早將將礦石和金屬加工成為首飾的國家之一，就算到今日印度首飾產品大部分仍然為手工製作。首飾產業業者大部分為家庭式業者，占印度業者的96%以上。

印度是第1個將鑽石推廣到世界市場的國家，也是第1個開採鑽石礦、將鑽石切割、研磨並交易的國家，其他寶石也是印度自古以來即流行的商品。不管是在國市場或國際市場，印度在加工技術和創意方面也逐漸獲得肯定。

印度寶石加工業受惠於低廉而專精的勞工雙重優勢，所



以在全球珠寶和首飾產業的加工佔有一席之地，尤其是在鑽石的切割與研磨方面。今日國際鑽石市場，印度加工的鑽石在總值方面占有55%，以克拉數而言占80%，以顆粒數更占了90%。現在印度可供應各種大小、品質和切割形式的鑽石供客戶選擇。

印度珠寶產業出口主要是位在特別經濟區(special economic zone簡稱SEZ)內，規模則差距非常大。

### **珠寶和首飾的檢定與保證(證明)及主管機關**

印度的珠寶與首飾推廣委員會(The Gems & Jewellery Promotion Council)是印度檢定與保證機構。印度中央政府的消費稅與關稅局，禁止未提供瑞士金柏莉處理證明(Kimberley Process certificate)的鑽石原石進出口。印度引進鑽石與首飾產品的檢定與保證證明制度後，世界各國對印度珠寶產品接受度大為提高，相關產品出口因而大幅成長。

創立於1966年的印度寶石與首飾出口推廣委員會(Gem and Jewellery Export Promotion Council 簡稱GJEPC)為印度寶石與首飾交易的主管單位，成立的目的為推廣寶石與首飾的出口。挾著在印度有高達6,500個會員，該會主要負責推廣印度寶石與首飾到國外市場的任務，該會提供會員市場有關的商機、貿易、關稅、法規及國際重要相關展覽等國際市場資訊。

為加強印度珠寶與首飾產業的國際競爭力，GJEPC採取下列各項做法：

- 促使印度中央政府商業部擬訂中期拓展策略。
- 積極尋找鑽石原礦來源國家，以穩定貨源。
- 透過廣告、宣傳、參加國際珠寶展覽、辦理貿易洽談會與及直接接觸零售商等方式推廣印度產品。
- 透過市場專家進行市場調查研究。

- 推廣提供外銷產品”品質保證”證書，向國際買家保證印度珠寶與首飾的品質與純度。

印度寶石與首飾交易委員會 (Gem and Jewellery Trade Council of India 簡稱GJTCI) 係為促進印度寶石交易而成立，它對印度首飾業在國際市場的推廣和曝光扮演重要角色。除了協助業者解決國際貿易問題外，並每月發送最新市場資訊給會員、辦理教育訓練、職業訓練及參加展覽等動。

### 印度主要珠寶與首飾品牌

- 1994年在印度黃金控制法案取消後，Gitanjali 公司隨即創立 Gili 品牌，提供各種18K金和鑽石首飾產品。
- 1984年印度Tata集團底下的Questar與印度塔州政府工業發展公司 (Tamil Nadu Industrial Development Corporation Limited 簡稱TIDCO) 合資成立Titan

手錶公司，初期以手錶和鐘錶為主，隨後擴展至首飾產品，並創立Tanishq 品牌。

- 1991年班加洛爾的孔雀珠寶公司 (Peacock Jewellery) 成立，1996年該公司創立Carbon品牌，係以18K金飾品為主。
- Ozyterbay 品牌創立於2001年3月，目標在建立一個全國性的品牌，並成為印度最大珠寶連鎖業者，預計開設100家店面和數百個經銷點。

- 孟買 的 TribhovandasBhimjiZaveri (TBZ) 公司於1864年即進入首飾產業，看到印度珠寶業的光明前景，於2001年12樂於孟買開設'Trendsmith' 旗艦店。

### 印度珠寶零售業

印度珠寶零售市場大部分仍舊掌握小型業者手上，估計全印度有250萬家珠寶店，多數為在家庭式小企業。然而

由於印度消費者對品質的要求逐漸提升，有品牌的珠寶逐漸受到歡迎，2010年珠寶品牌業者銷售額已達22億美元，約占印度市場的10.5%。

受到這個趨勢影響，國際知名業者和印度大型集團紛紛搶進印度首飾零售市場，大型投入者有如下：

- 印度Reliance Retail集團計畫大舉擴展首飾零售市場，預計在印度開設400到500家零售據點。
- 世界主要珠寶零售業者Damas，於2003年進入印度市場，與印度Gitanjali Gems珠寶合資，為世界最地珠寶零售業者之一，目前在印度有12家店，預計再開設16家店。
- 世界知名水晶業者Swarovski原在印度有13家店，2009年一舉擴充到30家店。
- 孟買的Vardhaman地產開發公司將增加開發4個珠寶大型市集(mall)。

- 杜拜的Joy Alukkas最近於清奈開設最大的展示中心。

- Viswa and Devji Diamonds為印度和阿聯大公國頂級珠寶公司，共同合作於印度開設第1家以銷售鑽石為主的店面。

- Gitanjal 珠寶公司於Gurgaon開設第1家頂級珠寶購物中心，該地也是許多國際品牌在印度設第1家零售店面的地方。

- 印度Gold Souk預計於8年內開設100家店面。

### 印度首飾產業聚落

印度珠寶業中心在孟買，印度進口的黃金和鑽石原石大部分自孟買進入，雖然大部分的鑽石係送到Gujarat州的Surat、Bhavnagar、Ahmadabad和Bhuj等地加工。然而孟買也有為數可觀的半自動化工廠和雷射切割中心，大部分位於特別經濟區內(special economic zone)。

印度僅有Madhya Pradesh州的Panna地區有鑽石礦，係由印度國營的國家礦業發展公司（National Mining Development Corporation）所開採。

印度有為數可觀的黃金、鑽石、紅寶石和其他寶石礦藏，主要在Maharashtra、Madhya Pradesh、Orissa、Chattisgarh、Bihar和Andhra Pradesh等州。Orissa州則有紅寶石和20種不同的寶石礦藏，如石榴石及海藍寶石等。Andhra Pradesh州則有黃金及鑽石礦，其他還有半寶石和金鋼砂等礦藏散布於不同地區。

### 印度未來首飾市場

印度在全球首飾市場的重要性將會越來越重要，受到印度政府部門對首飾產業的優惠措施和私人部門的優惠銷售方案影響，印度自2007年到2011年間首飾市場規模年複合成長率CAGR(Compound Annual Growth Rate)達到14%。

2010年印度首飾市場規模約達210億美元，到2015年市場規模將成長為370億美元。印度鑽石首飾銷售量在2010年成長了78%。印度有組織的珠寶與首飾業者所佔有市場快速增加，2009年市場佔有率約為8%、2010年已成長為10.5%。印度由於有低廉的勞工、突出的設計能力、優良的技術等優勢，使印度成為鑽石切割研磨的最佳地點。

印度鑽石市場為世界第3大研磨切割過的鑽石成品市場，僅次於美國和日本。2010年銷售額成長近80%，估計到2015年銷售額將在成長95%。（貿協駐清奈辦事處撰文）

印度2012年手機總銷售量將達2.31億支，其中智慧型手機比率約為8%

全球著名IT產業研究機構Gartner首席研究分析師Mr. Anshul Gupta日前表示，印度2011年第三季的手機品牌冠、亞軍，分別是諾基亞Nokia與三星Samsung，而排名第三到第五的廠商依序為

G' five、Karbons Mobile、Micromax。Mr. Gupta指出，印度手機平均售價約為45美元，其中有高達75%的比例低於75美元；另外，2011年前三季印度的智慧型手機市佔率為6%，明年可望增加到8%。

Gartner日前出具的報告同時指出，印度手機銷售量明(2012)年預估將達2.31億支，較今年的2.13億支成長8.5%，且該國市場將穩定成長至2015年，屆時手機用戶估將超過3.22億支。印度手機用戶數超過8.7億，手機銷售量約佔全球的12%，印度手機市場用戶增加速度在全球排名可說名列前茅。(貿協駐加爾各答辦事處撰文)

印度通訊市場成長迅速，手機通訊市場競爭激烈



通訊市場是印度成長最快的產業，目前印度擁有2億5,000萬的電話用戶，是僅次

於中國及美國的世界第3大電話網路市場，每年並以全世界最高的45%的高成長率成長。

印度受惠於通訊市場的高成長趨勢，吸引許多跨國企業前來投資，預計在2012年時，電話用戶將達6億5,000萬，市場規模可達3兆4,492億盧比，將可創造1,000萬個就業機會。

在印度的手機通訊市場方面，據印度手機經營者協會(Cellular Operatos Association of India, COAI)的統計資料指出，印度手機通訊市場在2011年8月時，GSM系統的手機用戶已達6億1,176萬戶。且據全球研究集團(Global Research Group)的一項調查顯示，由於印度手機市場競爭激烈，在未來3至5年內，或許更早，手機通訊市場將整併僅剩下5至6家公司留存；而該些公司均是目前在印度通訊市場上擁有良好客戶管理經驗及較強網路覆蓋率的公司，諸如：Bharti Airtel、Reliance Communications、

Vodafone Essar、Idea、Tata 及 BSNL 等 6 家通訊公司。  
(駐印度代表處經濟組撰文)

### 駐印軍墓重修揭牌 向英靈 致敬



第二次世界大戰期間，「中國遠征軍」最後反攻緬甸北部、殲敵凱歸。陣亡將士埋骨異域，應獲告慰與崇敬。國防部、外交部重修印度軍墓，對開創歷史的英雄致敬，意義重大。

「哨兵說：『明明看見一夥人從橋對面走來，喝令停止不聽，故鳴槍警告，槍響後不見蹤影。』此後，每夜哨兵都說『橋上有腳步聲，就是看不到任何東西。』」

「後來哨兵聽到聲音即說：『我們是來為你們報仇，向日本鬼子討還血債，你們安

息吧！』自此之後都說安靜無事」。抗戰時期「中國駐印軍」新 22 師第 65 團第 2 營第 6 連排長吳如岡，在國防部史政編譯局的訪談中這麼說。

1941 年 12 月，日本發動太平洋戰爭，中華民國正式與美國、英國同盟，共同對抗軸心國，並編組「中國遠征軍」10 餘萬人入緬作戰。1942 年 8 月，攻勢受挫的遠征軍部分轉進印度蘭伽（Ramgarh）整訓，改稱「中國駐印軍」。

二戰後期，駐印軍於 1943 年 10 月開始向緬北反攻。12 月 1 日，中、美、英 3 國發表「開羅宣言」，確立台灣在戰後歸還中華民國。1945 年 1 月，整編後的駐印軍與滇西的中國遠征軍打通中印公路；6 月，駐印軍凱旋歸國。然而，在遠征軍轉進、整訓期間，官兵傷亡慘重。無名戰士客死異域，來不及等到勝利返鄉，魂魄飄盪異鄉。

1942 年時任遠征軍第 5 軍通信兵營無線電連連長的夏志

忠，在國防部史編局訪談中指出，包括第 5 軍直屬部隊和尾隨的新 22 師，由緬北轉進印度之初有 1 萬 2000 多人，在惡劣天候、貧乏物資下，最後抵印阿薩姆（Assam）省雷多（Ledo）時，僅剩 3000 多人。

為國流血犧牲的抗戰英烈應獲告慰與崇敬。然而，受限時空因素，二次大戰期間，中國遠征軍、中國駐印軍陣亡官兵，分別葬於部隊行止處。

據國防部後備司令部網站，華僑及印度軍方在蘭伽、雷多和阿魯納查省（Arunachal Pradesh）佳蘭埔（Jairampur）發現 3 處中華民國國軍墓園，分別安葬 580、467、734 具遺骸。

其中，「中華民國駐印軍蘭伽公墓」曾於 1982 年由國防部編預算整修，平日則由加爾各答（Kolkata）華僑協助維護環境。然而，距上次整修已近 30 年，墓園祠堂、佛堂樑柱出現裂痕，許多墳塚有破洞、圍牆破裂，英烈靈位

碑也斑駁剝落。抗戰忠靈為國捐軀異域，埋骨之所卻破落不堪，令人不忍。

國防部今年專案撥款新台幣 758 萬元，7 月 27 日動工後，於 11 月底完成整修，竣工大典在 12 月 9 日舉行。



專程抵印為整修工程紀念碑揭幕的國防部常務次長、空軍中將熊湘台告訴中央社記者，二次大戰期間，國軍官兵配合盟軍作戰，最終在緬甸取得勝利，寫下悲壯歷史。

他說，駐印軍許多官兵在異域犧牲，無法歸返故里。埋葬英靈的蘭伽墓園年久失修，「令人感覺非常悲哀」。經預算程序，國防部專案撥款完成整修，這是外交部結合國防部，所完成的一件很有意義的工作，他能夠代表國防部參與揭牌儀式，感覺

非常光榮。而國家重視在海外犧牲的英靈，對國軍官兵也是很重要的啟發。

駐印度代表翁文祺說，長眠於此的英靈，6、70年前也是年輕人，他們憑藉愛國的熱忱投入滇印緬作戰，最後埋骨異域。前年赴蘭伽公墓春祭上香時，他看到墓園殘破淒涼，當時感到「這70年來我們虧欠他們太多了，真的是百感交集」。

翁文祺指出，當他動心起念要重整墓園時，國防部長高華柱與他的想法不謀而合。國防、外交兩部於是把工程當志業，如火如荼地進行。現在，墓園終於展現新風貌，「這是2300萬台灣同胞，對當時開創這段歷史的英雄致敬，我覺得是非常值得做的事」。

他希望國人不要忘記中國遠征軍、中國駐印軍多年前對國家的貢獻，讓長眠異域的英靈獲得告慰。（中央社何宏儒記者撰文）

43歲賽勒斯將接掌塔塔集團



印度塔塔集團下任董座人選揭曉，現年43歲的賽勒斯預定明

年底，接替即將屆滿75歲退休的塔達。賽勒斯出線雖跌破眾家眼鏡，但外界認為，任命案切合消費族群年輕化的趨勢。

印度主要民營企業集團塔塔集團（Tata Group）公佈董事長塔達（Ratan Tata）的繼任者，由集團的控股公司塔塔有限公司（Tata Sons）最大自然人股東米斯垂（Pallonji Mistry）的次子賽勒斯（Cyrus Mistry）出線。

賽勒斯昨天獲任命為塔塔集團副董事長，將在2012年12月接掌年營收833億美元、擁有143年歷史的集團。他將是第2位非塔塔家族出身的集團董事長，也是歷任董座中，上任時第2年輕者。

「隱世獨立、低調、出了營造業圈子便寂寂無名」是「經濟時報」（The Economic



Times) 對賽勒斯的形容。長達 15 個月的董座選拔，競爭者還包括塔達的同父異母弟弟，同時也是賽勒斯的姐夫諾艾 (Noel Tata)。報導說，最後由賽勒斯出線，讓人跌破眼鏡。

賽勒斯在人事案公佈後對外表示，至感榮幸、誠惶誠恐，也深知責任重大。他宣佈，將依法解除在家族事業的職務，以避免利益衝突。他可以做到 2038 年，直到 70 歲時才屆齡退休。報導說，公司非執行董事可做到 70 歲，執行董事 65 歲就得退休。

塔塔集團過去 10 年透過海外收購迅速擴張版圖，業務則因全球主權債務危機而首當其衝。塔塔鋼鐵 (Tata Steel)、塔塔汽車 (Tata Motors) 等旗下企業負債累累，亟思降低成本，並在成熟市場恢復成長之道。報導認為，賽勒斯在集團歷史關鍵時刻出線，意義重大。

尤其在印度市場，消費族群年輕化已成趨勢。未來幾年

的人口結構很可能轉變為以 18 到 35 歲為重心。報導說，1 位有能力連結這個年齡層需求，又可長期制定和執行相關決策的年輕董座，似乎更適合塔塔集團。

米斯垂擁有塔塔有限公司 18% 股權，賽勒斯在 2006 年接替父親進入董事會。從現在開始，賽勒斯將與塔達共事，並在 2012 年 12 月，塔達滿 75 歲時接手。塔達聲明指出，「賽勒斯任命案是正確又有遠見的選擇，我對他的才幹、識見和謙卑，印象深刻」。

1868 年成立的塔塔集團，目前經營的產業包羅萬象，從鋼鐵、軟體、化工、電信、旅館，到茶、咖啡都有。「今日郵報」(Mail Today) 報導，塔塔集團旗下 100 家公司的營收，貢獻印度國內生產毛額 (GDP) 的 7%。(中央社何宏儒記者撰文)

印度 2020 年鋼總產量將達 1.67 億噸，將成為鋼之淨出口國

因新增產能超過國內鋼鐵消費之成長，未來 10 年印度將成為鋼淨出口國。印度塔塔鋼鐵公司扁平材營銷總監 MR. Prabhat Kumar 表示，至 2020 年印度鋼總產量將達 1.67 億噸，而國內需求僅約為 1.47 億噸。



汽車、建築、基礎設施建設及機械製造是推動印度國內鋼鐵需求增長的關鍵行業。據專家預測，印度未來 10 年建築行業將成長 8%，耐用財消費品行業將增加 12%，機械設備行業將增加 9-10%。儘管印度對鋼鐵需求較大之行業將繼續成長，鋼鐵產能也將擴大，但未來 10 年要保持鋼需求 10-12% 之增速仍需要克服一系列挑戰，如鐵礦石供應及環境污染之問題。

2011 年印度合金鋼產量約為

7000 萬噸，預計下一個財務年度將增加 1000 萬噸至 8000 萬噸。另今年迄今印度進口鋼材約 700 萬噸。(貿協駐加爾各答辦事處撰文)

### 印度生活體驗 - 飲食文化



飲食，是人生最大的煩惱，同時也是最大的享受。很多人每天不停的煩惱三餐要吃什麼，但吃到美味的食物卻又雀躍不已。

2010 年九月開始派駐在印度加爾各答的時候，台灣的同事和家人都不免擔心食物不能適應、飲用水潔不潔淨之類的問題。而對於從小在台南長大的筆者來說，想到要割捨那讓人垂涎欲滴的牛肉湯、鹹粥和肉圓等家鄉味，不管是心理上還是生理上，都需要有很大的勇氣。

一般來說，當地的飲食習慣會和個人的家庭背景或宗教信仰有關。印度和台灣一

樣，也是有著多元化的宗教信仰，而各個宗教其實是有著其特殊的信仰和禁忌的，例如印度教的教義，牛在這兒是聖牛(Scared Cow)，是被崇拜的對象；而回教徒認為豬是污穢不潔的動物。為了讓各種宗教信仰的人民能和平共處，基本上在印度的市場上不太容易買到豬肉和牛肉(可以在一些特定的市場買到，但是新鮮度和口味則不是我們熟悉的)。

我曾經打趣說道，我的飲食很簡單，一天吃雞肉、一天吃羊肉、一天吃魚，每個星期重複兩次，星期天就吃素。至於牛肉和豬肉則是重大慶典犒賞自己和家人的大餐。所以每當有節慶的時候(印度慶典很多，或許哪天可以專文介紹)，我們就會打開從台灣帶來的牛肉或豬肉泡麵享用，這也是全家人可以大快朵頤的歡樂時光。原來幸福可以這麼簡單!

提到聖牛，有幾個有趣的現象，由於印度幅員廣大，為了解決牛奶運送和保鮮的問

題，一般超市所賣的都是可存放三到六個月的保久乳，鮮奶則是要用訂的(超市是沒有販售鮮奶的)，每天會有專人送達你家(就像在台灣訂羊乳一樣)。第二個關於聖牛的例子，就是在車水馬龍的街道上，常常可以看到成群的牛悠閒地漫步，而在路上行走的人們或是開車的司機都會主動避開不去干擾到這群貴賓。相較於馬路上震耳欲聾的喇叭聲，司機習慣性地對著行人和來往的車輛發出奪命連環叭叭叭的噪音(這又是另外一個文化差異，這裡按喇叭是一種美德，所以你會看見車尾會漆上大大的字樣；請按喇叭 Blow Horn, Please)，但是當牛隻走過牠們面前時，司機反而會禮遇牠們先行，唯有在這個時候你不會聽到喇叭聲，要不是繞路而行，就是耐心的等牠們穿越馬路。牛群在這邊可說是享有絕對的自由和生活權。

如果有機會，筆者下一篇會介紹印度的素食文化，印度

的素食料理和我們在台灣熟悉的素食口味和食材也是截然不同的。根據印度政府 2006 年的調查，印度大約有 31% 的素食人口，筆者的同事也有不少是嚴格的素食主義者，這些龐大的素食人口造就了另一種有趣的飲食體驗。另外，印度食物會因為地域(北印度、南印度、西印度和東印度)的不同，而有著截然不同的口味和變化，很多人會因為在它省吃不習慣的關係而選擇回故鄉工作，這也是個有趣的現象。(加爾各答台商胡國愷撰文)

#### 印度手機業者擬自行研發、製造自有品牌手機

印度手機業者鑒於近來競爭對手的低價搶攻市場及印度盧比 (Rupee) 的大幅貶值，使得利潤一再縮水，甚至無利可圖，因而印度國內各大手機業者亟思以加強自行研發軟體及設計以及自行製造生產自有品牌之手機，以因應此一市場變局，減少對中國設計及製造的依賴，俾保住印度此一每年約 3,000 億

盧比 (60 億美元) 的手機市場。

據總部設於倫敦之 Mason 分析雜誌 (Analysys Mason) 印度主編 Kunal Bajaj 表示，目前印度前 7 大手機業者包括 Micromax、Spice、Lava、Zen、Karbonn、Maxx 及 Olive 等公司鑒於上述因素，均改變以往直接購買現成設計及在中國製造的策略模式，開始設置自己的研發中心，配合操作系統及應用軟體設計自有軟體，及生產自有品牌之手機，以提升競爭力及營收。該雜誌續指出，印度手機業者如果不儘快整合發展出新的核心創新及功能差異性手機，未來將會因韓國 Samsung 引進功能更好且更新機種及 Nokia 推出不同功能的手機，而漸漸失去市場佔有率。

另據 Gartner 研究公司調查顯示，Micromax 在今 (100) 年第 3 季時，已失去其印度手機市場主導地位，改由 Karbonn 公司取代。並表示，由於印度貨幣迅速貶值，使得手機產業情況更加惡化。

當兌換率 1 美元兌換 55 盧比時（目前 1 美元約兌 50 盧比），手機業者將完全無利潤可言。

例如，印度兩大手機業者 Micromax 及 Lava 最近 3 個月即被迫 2 度調漲價格來因應此一情勢。Gartner 研究公司主要分析師 Anshul Gupta 表示，印度手機公司必須加強創新研發差異性的自有品牌產品，否則將會逐漸被市場淘汰。

因此，在世界大品牌 Samsung 及 Nokia 投資在全球研發經費占全年營收的 10% 左右的情況下，印度手機公司已開始思考從營收中提撥更多經費進行研發創新。

目前印度各大手機公司進行之創新研發推動策略情形，謹臚列如下：

**Micromax**：印度最大自有品牌銷售公司，將投資 1000 萬美元於研發部門，預計將設立獨立研發部門，生產多功能易操作之智慧手機，以成為 Samsung 及 Nokia 未來市場的競爭者。

**Lava Mobiles**：將投資 10 億盧比於班加羅爾成立設計、供應鏈及主要零件的研發中心。該公司目前有 100 名研發人員，未來將雇用更多人員加入研發中心。並與晶片供應商 Qualcomm、Mediatek 科技公司（聯發科）討論合作共同開發手機使用者介面及計畫生產 9 個高品質的機型。其中 50~60% 由該公司自行研發製造及品管，其餘則由原始製造商提供，並逐步提高自有產品比率，且計畫創造印度導向之應用軟體市集。

**Karbonn**：在印度市場排名次於 Nokia、Samsung 及 GFive。目前計畫在明年於印度及歐洲市場以研發中心的創投企業面貌呈現，以生產特殊產品結構、專利使用者介面及操作系統等，來創造研發自有智慧財產權。該公司將以開發智慧手機軟體為主。目前該公司在班加羅爾及德里已設有研發中心；新的創投公司將賦予製造者對各項零組件最大的操控權力，未來將可製造任何形式

的手機。

Spice Mobility：將改變以往只生產手機的策略，跨足手機網路及服務領域。明年 1 月將於新加坡設立研發中心，在印度及中國深圳的研發部門亦將予以提升功能。預計將在未來 1 年內增加研發人力 3 至 4 倍，達 250 人。未來新加坡研發中心將專注於軟體及使用介面設計；中國及台灣的研發部門則著重於工業及機械方面之設計。

Olive Mobiles：計畫將設在中國及台灣之研發中心業務完全遷移至印度研發中心。

Zen Mobiles：已凍結該公司其他後續投資，惟仍將於公司內部設立研發設計機構。

Maxx Mobiles：該公司在印度盧比大幅貶值的情勢下，計畫在印度境內自行生產低階手機，以節省自中國進口的成本。未來計畫投資 30 億盧比於製造工廠，第一階段將投資 6 億盧比，每個月將生產 10 萬台手機，預計 2012 年底可達每月 50 萬台產量，在 2013 年時生產智慧型手機。另該工廠亦同時擁有年

產 3,000 萬顆鋰電池的產能。

（駐印度代表處經濟組撰文）

印度將減少南亞區域合作協會（South Asian Association for Regional Cooperation, SAARC）低度開發國家（Least Developed Countries, LDC）之敏感性清單（Sensitive List）項目

印度總理辛格於本（100）年 11 月 10 日在 SAARC 第 17 屆高峰會上發表演說時表示，由於世界經濟仍需要若干時間才能復原，發展中國家如印度等之資金、投資及出口市場飽受衝擊，因此必須尋求及創造新的收入來源、成長動能以及在南亞進行投資，俾創造南亞地區無疆界的經濟環境。印度由於經濟及市場的規模及在南亞的地理位置，對南亞地區有特殊的責任。目前正採取貿易自由化之努力，以協助南亞地區經濟的發展。其主要措施如印度政府已核定之減少 SAARC 低度開發國家之敏感性清單項目由原來 480

項，減少至 25 項。同時並承諾協助對該等低度開發國家進行能力建構，以協助渠等之經濟發展；其措施包括在德里的南亞大學增加獎學金名額，由原來的 50 名，增加至 100 名；其中 75 名為碩士，25 名為博士。除此之外，在 Dehradun 森林研究機構增加 10 名大學及博士研究獎學金。

另為推展南亞地區的觀光旅遊產業，除了將在德里辦理南亞前 12 大旅遊業者會議外，並將設立每 3 個月由成員國分別在各該國家博物館主辦 100 個重大考古文物巡迴展覽。辛格另表示，追求經濟快速成長與環境保護同等重要，印度去年已承諾對氣候變遷作出貢獻，並已達成目標。

在擴大區域整合議題上，辛格表示南亞區域應加速進行簽署航空服務協定、區域鐵路協定及汽車協定等，此對區域整合極關重要。另辛格對南亞郵政行政處同意成立南亞郵政聯盟表示讚許，並表示自願在印度成立無線網

路點對點傳輸特別秘書處 (ad hoc secretariat)，並在郵政學院提供 10 名 SAARC 官員 1 年的訓練課程。辛格另呼籲 SAARC 成員國遵守各項協定的規範，以改善電信連結及減低電信資費，如此將對南亞地區電訊通訊基礎建設及連結品質之增進有很大效益。(駐印度代表處經濟組撰文)

#### 印度擬修正法案以增加輸出入銀行 5 倍信用額度



印度聯合政府內閣會議於本(11)月 16 日核准 1981 年制訂之輸出入銀行法 (Export-Import Bank Act) 修正案，將進出口銀行資本額由 200 億盧比增加為 1,000 億盧比 (增加 5 倍)，俾使該銀行有更高的出口信用額度，並在此額度內借用基金週轉；另外內閣會議主席印度總理辛格並增加任命 2 位全職主任在銀行管理中心負責營運管理，以健全及強化該銀行的管理結構。印

度政府表示，上述法律修正案將會於近期送交國會審查。

印度輸出入銀行係依據 1981 年制訂之輸出入銀行法於 1982 年設立，係一協調不同機構間出口金融及進口貨物及服務的金融機構，主要功能為提供印度進出口業者資金融通之協助，在進出口交易中扮演重要角色。據印度官方統計，2010-11 會計年度輸出入銀行支持印度相關計畫、貨物及服務之輸出至非洲、亞洲、拉丁美洲及其他地區，共開出 22 張信用狀累計金額達 23.8 億美元。迄 2011 年 3 月該銀行擁有涵蓋非洲、亞洲、獨立國協、歐洲及拉丁美洲等 72 個國家信貸承諾 66.6 億美元。(駐印度代表處經濟組撰文)

### 印度醫療電子產品市場將達 64 億美元

依據印度商工總會 (FICCI) 的一項研究報告指出，由於總體經濟因素、產業趨勢及市場需求增加 (包括醫療負

擔增加、二三線城市保健服務需求擴增、收入增加及對高品質醫療的需求等) 等複合因素，推動印度醫療電子產品市場快速成長。



據印度官方統計資料顯示，印度近幾年醫療電子產品市場年成長率約為 17%，年複合成長率 (Compounded Annual Growth Rate, CAGR) 為 19%，預計 2020 年時產值將達 64 億美元。

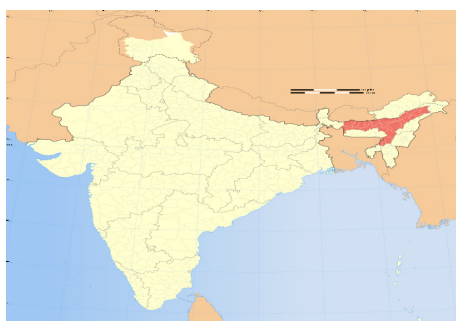
該報告續指出，醫療電子產品包括設備、診斷工具、生命支持系統、植入及一次性使用配件等；2010 年該產品產值占印度 25 億美元醫療用品市場的 10 億美元。長期而言，醫療電子產品將會朝獲得較佳診斷、預防保健及整合性保健服務的方向發展，進而促進該產業之成長。

另印度政府亦計畫增加醫療保健產品產值以達印度 GDP 的 2~3%，採取的措施如國家鄉村健康任務 (National



Rural Health Mission, NRHM ) 及 Rashtriya Swasthya Bima Yojna (RSBY) 等計畫，俾突破印度鄉村的障礙，提供該產業經濟規模，進而促進醫療電子產業的成長。(駐印度代表處經濟組撰文)

#### 印度阿薩姆省投資環境簡介



#### 自然人文環境

- 首府：迪斯布爾 (Dispur)
- 面積：7 萬 8,000 平方公里 (約台灣 2 倍)
- 人口：3,100 萬
- 教育：識字率 76.3%
- 宗教：印度教(60%)、回教(30%)、基督教(4%)
- 語言：官方語言為 Assamese、Bodo，政府及企業人士多諳英語。

#### 經濟環境

- GDP：130 億美元 (台灣 1/20)

- 人均 GDP：約 600 美元
- 經濟成長率：6%
- 主要產業：農業 (水稻、茶葉、竹)、工業 (石油化學、紡織品、竹製品)、服務業 (觀光、水力發電)
- 失業率：4.6%
- 外人直接投資(FDI)：3 億 1600 萬美元(東北七省合計)。

#### 主要城市：

- Guwahati：該省第一大城，人口 250 萬，印度東北地區最大的都會區，亦為東北地區政治、經濟、教育中心及交通樞紐。有東北門戶之稱，陸路及航空交通路線多經由此地通往東北各城市，並為一河港，自古即是該地區行政、商業、運輸中心。世界知名的印度理工學院 (IIT) 在此設有分校，亦有知名大學 Gauhati University 及 Cotton College。該市係印度人口成長最快的城市之一，人口由 1971 年的 20 萬人、1991 年的 50 萬人、2001

的 80 萬人，一路成長至目前的 250 萬人。經濟生產在該省具支配性地位，為東北地區最重要的貨品批發、零售、交易中心，位於該市之茶葉交易中心 Guwahati Tea Auction Center 為世界最主要的茶葉交易所之一。

- Dispur：該省首府所在地，人口僅約 1 萬人，位於 Guwahati 都會區近郊，距市中心 10 公里，自 1973 年起成為該省首府，為省政府之辦公中心。
- Jorhat：該省東北部商業及交通中心，人口 20 萬，有該省文化首都之美名，自古以來該地民眾即對藝術及文化富有天份，該市內的茶葉研究所 (Tea Research Association)，係世界最早成立且規模最大的茶葉研究所。

#### 農業資源概況

- 阿薩姆省農業資源豐富，氣候適合栽種 300 種

以上的藥用植物、Agor 及 Citronella 等芳香植物、高經濟價值的阿薩姆檸檬、超過 600 種蘭花(其中 200 種係當地獨有)，且由於化學肥料使用率相當低，大多屬有機種植。

- 該省政府計畫以竹材取代木材之使用，目前印度國內之木材需求仍大於供給，不足之木材需仰賴進口，該省盛產之竹材可替代木材在建築及家具上之使用。全印度 64%、全球 20% 的竹材產自印度東北地區，每年創造之經濟價值達 5,000 億盧比。阿薩姆省年產竹 1,341 噸，種植面積達 8,213 平方公里，聯合國工業發展組織 (UNIDO) 在 Guwahati 設有竹應用技術中心 (Cane & Bamboo Technology Centre)，可將技術移轉供商業製造。
- 農業在阿薩姆省經濟中佔據至關重要的地位。約有 53% 勞動人口從事農

業生產。水稻是主要的糧食作物。該省土壤條件、地形狀況、降雨及氣候條件十分適合種植稻米。當地水稻種植面積占全省耕地總面積的 70%，同時占糧食作物種植總面積的 90%。當地種植的經濟作物包括茶葉、黃麻、棉花、甘蔗、土豆、油料作物等，水果則有甜橙、香蕉、鳳梨、檳榔、椰子、芭樂、芒果、柑橘等。

### 礦業資源概況

阿薩姆省礦產資源豐富，石油儲量 13 億噸，天然氣 1,560 億立方公尺，煤 3 億 2,000 萬噸，鐵礦 1,100 萬噸，石灰石 7 億 300 萬噸，花崗岩 10 億立方公尺，瓷土 80 萬噸。其天然氣品質優良具價格競爭力，Digboi 煉油廠(亞洲最早之煉油廠)年產能 65 萬噸，Guwahati 煉油廠年產能 100 萬噸，Numaligarh 煉油廠年產能 300 萬噸，Bongaigaon 煉油及石化原料廠年產能 235 萬噸，近期內將完工的天然氣裂解廠每年可生產聚乙烯 22 萬噸及聚丙烯 6 萬噸。

已於 1998 年制定「新探勘核准政策」(New Exploration Licensing Policy)，最近 4 年私人公司已在該省 32 個地點進行探勘。

### 投資概況及租稅獎勵

- 目前阿薩姆省尚無台商在此投資，該省政治情勢已趨穩定，係投資時機。建議外商投資項目包括食品加工、竹製品、水利設施、技術勞工訓練、農產品等，主要招商困難點在於外人對當地法規不甚瞭解，以及不知如何尋找當地合作夥伴。當地貨品輸出以陸運至加爾各答轉海運出口為主，陸運約需 24 小時車程。
- 印度中央政府 2007 年制定的「東北地區促進投資政策」(North East Industrial & Investment Promotion Policy)對在東北七省的投資提供相當多的租稅獎勵，要點如下：在免稅區設廠可享 10 年免所得稅、投資廠房及機器設備補助 30%且無金額上限、營運資金貸款

利息可獲 3% 補貼、10 年免貨物稅、運輸成本補助、10 年內保險費用補助 100% 且無補助金額上限、租稅優惠對製造業及服務業皆適用。此外，阿薩姆省再額外提供之優惠為：7 年免增值稅 (VAT)、公共建設投資免登記費及印花稅、微形企業貸款利息補助 30% (上限至每年 10 萬盧比)、電費補貼、高技術產業可另提供優惠、大型投資計畫之優惠可量身訂做。

### 印度茶產業及消費概況



目前全球共有超過 30 個產茶國家，種植面積達 250 萬公頃。2010 年全球產量約 410 萬噸，排名依序為：中國 (28%)、印度 (23%)、肯亞 (10%)、斯里蘭卡 (9%)、印尼 (6%)，印度產量約佔世界四分之一。

2010 年全球需求排名依序

為：印度除外之亞洲 (34.2%)、印度 (23.3%)、中東 (13.5%)、東歐 (7.6%)、西歐 (7%)、北非 (5.2%)、其他 (9.1%)，印度係全球最大茶消費國家且 1951 年至 2010 年消費量已成長 9 倍。

2010 年全球外銷約 170 萬噸，排名依序為：斯里蘭卡 (21%)、肯亞 (20%)、印度 (17%)、中國 (16%)、印尼 (6%)，顯見印度茶主攻國內廣大市場需求，對外拓銷有待加強。

2010 年人均年消費排名依序為：愛爾蘭 (3 公斤)、英國 (2.5 公斤)、斯里蘭卡 (1.25 公斤)、日本 (1 公斤)、印度 (0.79 公斤)、肯亞 (0.75 公斤)、中國 (0.7 公斤)，可見印度人均消費量偏低，國內市場仍大有可為。

印度消費者主要飲用混合糖及牛奶的奶茶，惟各省口味亦有差異，北部德里地區喜歡牛奶味，西部 Gujarat 省則比較重視茶香，南部則喜愛顏色深似咖啡的濃茶，茶葉銷售商亦會針對地區調製不同口味，以貼近市場需求。

都市人口 73%有飲茶習慣，鄉村則為 65%，但人均茶葉消費量仍偏低(僅每年 0.79 公斤)，遠不如歐美國家，國內市場仍具相當成長潛力。茶葉來源方面，市場上一般認為印度茶中以大吉嶺品質最優，阿薩姆次之，南印的藍山紅茶又次之。

印度綠茶年產量僅 6 萬噸，消費量 3 萬噸，主要消費者在北部喀什米爾地區，其餘地區則幾乎無綠茶之飲用，印人對綠茶相當陌生。

### 阿薩姆省茶產業概況



阿薩姆省係全球最大的茶葉產區，面積達 32 萬公頃，產量約 50 萬噸，大於斯里蘭卡全國的 20 萬公頃面積及 30 萬噸產量，及肯亞全國的 12 萬公頃面積及 29 萬噸產量。

茶產業對該省就業與經濟之重要性不言可諭，約有 100 萬人直接受雇，300 萬人間接受雇，不僅成為重要創匯來源，亦為中央及地方政府創

造可觀稅收。

而茶葉生產成本所佔之比重依序為：勞工成本(50%)，茶園經營成本(13%)、製茶成本(12%)、整修及維護成本(7%)、管理成本(6%)、其他(7%)，近來茶工薪資大幅上揚已對該產業造成威脅。

有關茶葉病蟲害與農藥使用問題，在印度國內銷售的茶葉需使用經中央農藥局(Central Insecticide Board, CIB)核可之農藥，外銷茶葉農藥使用則必須符合 HACCP 食品安全標準，外銷茶園為符合標準而限制使用農藥，因此常導致抗病蟲害侵襲發生損失，但較佳的外銷價格足以彌補損失。

阿薩姆地區 80%茶葉供內銷，20%外銷；大吉嶺地區則 80%茶葉外銷，20%內銷。至於有機茶，有機方式耕種會損失 20-25%之收成量，但較佳的價格足以彌補損失，阿薩姆地區僅 5%的產量係有機茶，大吉嶺地區則約 20%。

### 印度茶葉局簡介

印度茶葉局(Tea Board of India)為印度商工部下屬之政府單位，專司輔導茶葉之種植、製造、銷售，亦提供財務、技術研發、出口拓銷、提升茶工福利等協助，並負責核發茶葉製造、茶葉出口、茶葉經紀、茶葉拍賣等機構之執照。

該局成立於 1953 年，總部位於加爾各答，全印度共有 16 個分局。在倫敦、杜拜、莫斯科設有海外推廣分支機構，分別負責對歐洲、中東、獨立國協等地區拓銷，目前拓銷重點仍以歐美傳統外銷市場為主。

### 阿薩姆省 Guwahati 茶葉分局

為印度茶葉局(Tea Board of India)下轄的 16 個分局之一，轄區為東北七省，轄區內約有 830 家大規模商業種植茶園，此數目還不包括傳統農家自行開闢的小型茶園。全印度茶年產量約 100 萬噸，東北地區就佔了一半(東北地區 50 萬噸、西孟加拉省 30 萬噸、南印 20 萬噸)，Guwahati 茶葉分局之重要性

可見一般。

### Guwahati 茶葉交易所簡介

交易所每週二、三舉行拍賣，時間為早上 9:00 至下午 6:30，下午 1 點至 2 點則為午休時間，其餘 4 天未交易日則供交易商完成所需文件。

該交易所係全球第二大機器精製茶交易所(第一大在肯亞，第三大在斯里蘭卡)。

2010 年資料顯示，該所交易量為 12.6 萬噸，其中僅 1.9 萬噸直接出口，其餘 10.7 萬噸供內銷，交易茶葉類別 99% 為機器精製茶，其餘為傳統製程茶。

阿薩姆地區所產機器精製茶就近在此交易供應國內市場，而傳統製成茶品質較高，多選擇運至加爾各達交易以便利輸出，主攻外銷市場。目前全印度共有 7 個茶葉交易所。

### 印度茶葉研究所簡介

印度茶研究所總部設在該省 Jorhat 市，有 1,400 名研究人員從事研究工作，為世界最早設立的茶葉研究所，至今規模仍為全球最大。

服務對象為印度東北地區的 830 家會員茶園，平時會定期發布期刊供會員參考，遭遇特殊困難時則會提供解決方案，提供服務時不收取費用。預算經費由中央政府補助 8 成，會員負擔 2 成，係半官方機構。（駐印度代表處經濟組撰文）

## JAMMU & KASHMIR 省投資環境簡介



### 自然人文環境

KASHMIR(喀什米爾)全稱「查謨·喀什米爾」(JAMMU & KASHMIR)，是印度最北之邦(省)，位於北緯 32.17 度至 36.58 度及東京 37.26 度至 80.30 度間，有「小西藏」之稱，由西至東分別與巴基斯坦、阿富汗及中國為鄰。

- 面積：約 2,222,236 平方公里。分為 22 個行政區。

- 首都：夏都是 Srinagar (5 月至 10 月)；冬都是 Jammu (11 月至次年 4 月)。

- 地勢：境內高山連綿，北部為帕米爾高原，東北部有喀喇崑崙山脈、岡底斯山脈和喜馬拉雅山脈，中部有喜馬拉雅山脈，南部為查謨丘陵。大部分地區多在海拔 4,000 公尺以上，地勢高亢。

- 氣候：氣候變化極大，但因地勢高峻，氣候終年涼爽。並無酷寒之嚴冬與大風沙，亦無高溫難耐之燥熱，境內之高山頂終年積雪不化。

- 人民：人口約 570 萬，居民多為突厥人，次為雅利安人。因地理位置關係，亦頗多印度人、巴基斯坦人及阿富汗人移居該省。

- 語言：以喀什米爾語為主，官方語言為烏爾都文，英語亦十分普遍。

- 宗教：77%信伊斯蘭教，20%信印度教，其餘為錫

克教徒和佛教徒。是印度境內信奉伊斯蘭教為主的區域。佛教徒則以拉達克山區為主要聚集地，風俗習慣與西藏相似。

- 交通：近年為了發展觀光，吸引遊客，交通上頗有改善。在空中交通方面，每天在德里、斯利那加 (Srinagar)、Jammu 及 Leh 間有 24 班次國內定期航班往來；由德里班機直達喀什米爾首府斯利那加，航程一小時半，迅速便捷。目前該省政府已將斯利那加機場配備最現代化設備並升級為國際機場，另亦計畫將查謨機場擴充升級。另在鐵路及公路方面，亦可連接國內各主要城市及地區。
- 觀光資源：喀什米爾由於群山環繞，森林資源豐富，印度河流經全境，又有許多湖泊。加上氣候十分溫和，四季如春，美景如畫，頗受旅遊人士喜愛，因此被稱為「亞洲的瑞士」。

## 經濟現況

查謨和喀什米爾地區的經濟係以農業和動物飼養業等相關活動為主。近來製造業及服務業也迅速發展，某些消費產品製造公司也表達前來該省設置生產工廠的高度興趣。

在 1989 年暴動之前，觀光旅遊產業是該省重要經濟來源，暴動後，受到重創，雖然如此，該省仍是受許多印度人喜愛的朝聖地點之一。

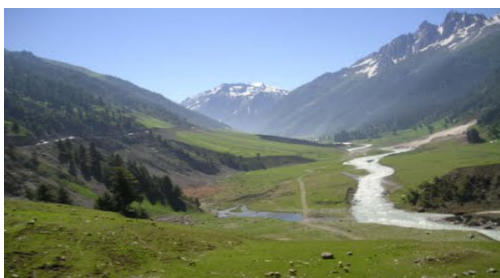
另外，豐富的森林資源也是該省重要收入來源之一，豐富多樣的針葉樹，如冷杉、雲杉、喜馬拉雅杉、鉀豬毛葉等。木材則做為火柴工業、運動用品等原料。此外，喀什米爾番紅花香料也是馳名世界，為該區帶來可觀的外匯收入。

自從 1989 年爆發戰亂衝突後，查謨和喀什米爾地區的產業急速衰退，而且復甦的力道非常緩慢。然去年整個經濟情勢則較為樂觀，據該省 2010-2011 會計年度（迄



2011年3月底)統計資料顯示,大多數的公部門都出現20年來首次盈餘的現象,包括省道運輸公司(State Road Transport Corporation,SRTS)、礦業公司及手工業等;其中手工業出口產值更達100億4,000萬盧比,較去年的66億1,240萬盧比,增加約34億盧比。

查謨和克什米爾地區的經濟發展依地區亦有很大的不同,查謨地區以生產製造業為主;克什米爾地區則以商業、服務業及手工業為主。



## 產業概況

### (一) 農業

喀什米爾經濟以農牧並重。查謨和克什米爾約有80%的人口靠農業維生,以單一作物生產為主,農產以稻米、麥和玉米為主,豆類為次。其中40%的農地在Jammu區,60%的農地在Kashmir

區。近來亦嘗試種植油菜、香菇等高價經濟作物以增加收入。出口的農產品,包括蘋果,大麥,櫻桃,玉米,小米,桔子,大米,桃,梨,番紅花,高粱,蔬菜,小麥等。

### (二) 畜牧業

喀什米爾平均高度逾6,000公尺,因山地廣大、畜牧發達,畜牧業亦是該省經濟結構中重要一環,以養羊為主,尤以西北部山區為最。其特產山羊毛織物稱曰「喀什米爾」為最著名。其山羊亦名「喀什米爾」。

### (三) 園藝產業

喀什米爾的森林覆蓋率達75%以上。傑魯木河谷和查謨河谷則到處都是果園,盛產質優味美的多種水果。喀什米爾出產一種胡桃,硬的殼,柔軟的核仁,非常可口。在經濟發展中,園藝產業也扮演著重要角色,園藝產品包括蘋果、杏、櫻桃、梨、李子和胡桃,年營業額超過300億盧比,其中外匯收入超

過 80 億盧比，是該省另一個主要收入來源。

#### （四）製造業

由於查謨和克什米爾長期受到暴動及恐怖攻擊的威脅，使得年輕的一代對未來失去信心，因此，在這個重要的關鍵時刻，由於擁有豐富的原物料資源及工作人口，省政府遂邀請若干主要的產業如紡織、食品加工、飲料、石化產品煉製、核能燃料、機器設備、化學品、金屬製品、非鐵金屬製品及家具等機構及商社，前往設置工廠生產，以發展製造業，創造就業機會，增加政府收入，擘劃未來美好發展前景。

#### （五）觀光旅遊業

查謨和克什米爾處位於喜馬拉雅山麓與印度西北部之間，高山聳峙，森林茂密，並多湖泊，印度河上源及其支流自東向西流貫全境，終年碧水長流，是觀光休閒的理想勝地。因此，長久以來觀光旅遊業一直是該省人民重要的收入來源，亦是該省

重要的經濟產業。然而，由於政治的不穩定及暴動的影響，使得前往的旅遊人數急劇下降，這使得該省經濟及人民收入大受打擊。

該省政府為了恢復以往旅遊業的榮景，加強觀光旅遊景點的美化及便利設施，以吸引更多的遊客前往旅遊；另外更提出若干優惠政策及措施，吸引企業前往投資旅遊相關產業及設施。

#### （六）礦業

喀什米爾礦產豐富，有 18 種礦石，包括：石灰石、石膏、大理石、花崗岩、鋁氧石、煤、菱鎂礦、板岩、藍寶石、石英、白雲石、硼砂、瓷土、焦狀黏土、黏土、矽砂、水鋁石及石墨等，分散在該省該區，其礦物開採權由政府授權的地質礦物局取得，據統計在 2008-09 會計年度開採礦物收入為 4 億 9730 萬盧比。另在該省 Doda 區有高品質的藍寶石礦藏，產量雖然小，仍受國外顧客的喜愛。

#### （七）資訊科技業

查謨和克什米爾省政府體認資訊科技對於該省經濟發展的重要性，因此在 1996 年時，即將資訊科技業列為主要推動產業之一，並於 2002 年成立資訊科技局負責相關業務之推動發展，並採取各項優惠措施以促進資訊科技及資訊科技服務業的發展。

該省並分別於 Rangreth、Kashmir 及 Jammu 設立軟體科技園區 (Software Technological Park, STP) 吸引外國高科技廠商前來投資設廠。在軟體科技園區裡，提供的基礎設施有高速資料交換系統、區域網路系統、寬頻網路、資訊會議設備及不斷電設備等。

另在資訊科技人力資源培植方面，該省於 2006 年規劃資訊科技教育發展體系，由 DOEACC 提供全額獎學金予 BPL 的學生，以訓練具有相關技能及技術的人才。

#### (八) 手工業

喀什米爾的手工藝以精緻著稱。刺繡的手巾、毯子、披

肩、絲綢等織物；胡桃木雕刻的漆盤、煙盒、茶几及各種傢俱、石器、銀器、珠寶、硬紙膠合用具、果核雕刻品等，除行銷外地外，都為遊客所爭購。手工藝品，地毯，披肩也是重要輸出產品

#### (九) 服務業

服務業是該省較有成長潛力的產業，並提供許多就業機會給當地人民，其中以金融業發展較快。當地人以各種形式從事服務業，如銀行、旅館、旅遊接待、商品買賣、政府部門等。近來公司行號亦發展快速，提供包括軟體工程及經營管理等服務。

#### 四、投資推展機構

(一) 查謨和克什米爾產業發展公司 (Jammu & Kashmir State Industrial Development Corporation, J&K SIDCO)

查謨和克什米爾地區是採自由的產業政策，為了促進商業及產業的成長，對投資者提供各項不同的優惠措施。並在 1969 年設置省營的查謨和克什米爾產業發展公司

(J&K SIDCO) 負責該省產業發展業務；主要目的在促進中大型產業在該省的設置及發展，目前已協助 1,163 家企業設立，其中 139 家屬中大型企業，總投資額約 428 億 8,000 萬盧比，創造就業人數 52,784 人。另外還有開發一些工業區，並完成若干基礎建設，諸如道路、用水、下水道系統、電力、學校及醫院等；而各工業中心間，均有鐵路可以相互連結。

(二) 查謨和克什米爾小型產業發展公司 (Jammu & Kashmir Small Scale Industrial Development Corporation, J&K SICOP)

查謨和克什米爾小型產業發展公司 (J&K SICOP) 係於 1975 年成立，亦屬省營機構，主要目的在促進小型產業在該省的發展，包括：產業基礎設施建設、購買及銷售原物料、市場擴充支持、提供產業測試設施等。

(三) Kashmir 商工會 (Kashmir Chamber of Commerce & Industry,

KCC&I)

Kashmir 商工會於 1937 年成立，迄今已成立 77 年，目前公司會員 800 家，主要功能是透過雙邊貿易、投資、技術移轉、商業合作、引進創投資金及策略聯盟等方式，推展 Kashmir 對外的商業、貿易及經濟關係。該會並與印度政府部門保持良好互動關係，隨時提供雙邊有關的貿易投資議題及相關經貿事件的回饋意見等。該會由執行委員會管理監督，執委會由 19 位委員及 6 位會員代表組成，每個月開會一次討論各項議題及決議，完全採取公開透明的機制運作，另由 5 位職員協助處理相關事務。

### 投資獎勵措施

(一) 印度政府產業優惠措施

- 1、工廠及機器設備投資金額 15% 的補助。
- 2、營運操作資金貸款 3% 補助。
- 3、90% 運輸補助。

4、投資資金保險 100%補助。

5、所得稅至 2012 年免稅。

(二) 查謨和克什米爾省優惠措施

1、投資前研究及準備報告 20 萬盧比額度內全額補助。

2、除負面表列清單中之物品，所有進口原物料及出口成品均免稅。

3、自註冊起 5 年內，設置工廠所需之機器設備、建築材料及其他所需設備等均免稅。

4、免除 50%保證金。

5、免除優惠關稅 (GST) 之關稅。

6、每年有 500 億盧比採購空運原物料及成品出口的 50% 比例的額度。

7、採購 10KWs-1000KWs 柴油發電機在 250 萬盧比內全額補助。

### 投資環境優勢

(一) 查謨和喀什米爾省政府認知吸引外來投資發展該省產業，是解決失業率最佳

方法，因此推出相關的優惠措施，以吸引投資。相對的，在協助投資方面，省政府的態度較為積極。

(二) 由於印度在 2006 年加入南亞自由貿易區 (SAFTA)，近來又與東協、日本、韓國、馬來西亞等國簽署經濟夥伴協定，未來將會有更廣大的產品出口市場。

(三) 該省設有單一窗口服務措施，以協助投資者快速取得核准文件，並簡化相關流程及程序，可使投資者減少在前置作業期間之花費及時間。

(四) 該省現有的外來投資大部份均在 Jammu 區，然而，在 Kashmir 區近來產業復甦現象明顯，頗具投資潛力，如果現在至 Kashmir 區投資，將會享有獲得相關礦物資源如石灰石、石膏及大理石等的好處。

### 潛在投資機會

#### ● 礦物開採

- 建材
- 食品加工
- 花卉養殖
- 手工業
- 資訊科技業
- 觀光旅遊業

### 投資需考量因素

(一) 喀什米爾由於地扼中亞細亞與印度半島的咽喉，形勢衝要，自 1947 年印、巴分治後，其領土與產權的歸屬，遂成為印度與巴基斯坦雙方爭執的焦點。

自 1947 年以來，曾發生三次大戰，小衝突無數，過程中致使無數百姓流離失所，生靈塗炭，此即所謂「喀什米爾問題」。雖然 Jammu 和 Kashmir 合併成為 Jammu & Kashmir 省，但文化、風俗完全的不同，Jammu 附近見的路牌都是用印度文寫的，但一到 Kashmir 區，路牌便寫著阿拉伯文，讓人覺得已從 Hindu 的 Jammu 進入 Islamic 的 Kashmir，該地區為世界上最不穩定的地區之一。

2010 年 11 月中俄印三方會談期間，印度外交部長告知中國外長楊潔篪，Kashmir 問題是印度的核心關切議題，猶如西藏及台灣問題對於中國一般重要。另亦對中國給予 Jammu 和 Kashmir 省居民另紙簽證一事表示不滿。

(二) 除了印巴兩個在喀什米爾地區上的紛爭外，1962 年中國也在領土上和印度發生過戰爭。拉達克 Ladakh 的西面一大片的白漠，阿克賽欽地區 Aksai 便由中國控制，新藏公路便通過此地。當然，印度的地圖仍顯示該地區是屬於印度的，但其中的爭議遠比印巴邊境小。

(三) 印度政府雖致力於整合查謨和克什米爾的經濟發展，試圖改善基礎設施，目前正在建設中的克什米爾鐵路計畫即為其中一項；然而，在該區工業發展仍面臨包括極端山地地形和電力短缺等因素的限制，致發展不若預期。

(四) 緩慢及不均衡的科技

發展、經濟恢復緩慢、缺少適當的誘因及促進機構及低等級的自然資源等因素，均需列入未來投資考量。(駐印度代表處經濟組撰文)

### Chandigarh 投資環境簡介



#### 自然人文環境

Chandigarh (昌迪加爾) 位於新德里以北 240 公里，緊鄰 Haryana 省、Punjab 省及 Himachal Pradesh 省，其同時兼任 Haryana 省及 Punjab 省的首府，卻不歸由該兩省所管轄，行政區域上屬於獨立之聯邦轄區 (Union Territory)，直接隸屬印度中央政府，性質上實為特殊。

#### ● 歷史

1947 年英國結束殖民印度後，印度與巴基斯坦分別獨立建國，原 Punjab 省被一分為二，東部屬印度，西部歸巴基斯坦，其中原屬 Punjab

區的省會拉合爾 (Lahore) 劃入巴基斯坦境內，使東 Punjab 地區沒有了首府。東 Punjab 省的城鎮於分治前即缺乏基礎公共設施，分治後更因接收巴基斯坦逃來的難民而使人口倍增，原有城鎮不足以應付行政首府所需。為解決該問題，印度第一任總理尼赫魯決定於甚瓦利克 (Shivalik) 山麓下劃出一塊 114 平方公里土地，興建新的首府，並命名為 Chandigarh。Chandi 原意為力量之神，Garh 為碉堡之意，故有上帝之碉堡稱號。

1966 年印度政府將 Punjab 省東南部劃出成立新的 Haryana 省，而 Chandigarh 位於兩個省交界。由於兩省均希望 Chandigarh 納入自己的境內並作為首府所在地，印度中央政府為解決紛爭，故決定將 Chandigarh 劃為聯邦轄區，不屬於其中任一省份，但又同時作為兩省的首府。

#### ● 氣候

Chandigarh 氣候可分為四個

季節：(1) 夏天為 3 月中旬至 6 月中旬，其中 5 月-6 月乾燥酷熱，平均高低氣溫介於攝氏 37 度至 25 度，單日最高溫可達 44 度。(2) 雨季為 6 月下旬至 9 月中旬，氣候轉為潮濕炎熱，Chandigarh 年平均雨量為 1100mm，大部分集中於此季節。(3) 秋天為 9 月下旬至 11 月，氣候轉趨涼爽乾燥。(4) 冬天為 11 月下旬至 3 月中旬，最低溫可至攝氏 3 度左右。

### ● 人口

依據印度 2011 年人口普查資料，Chandigarh 人口數為 900,914 人，較上次普查時間（2001 年）成長 44.3%。

### ● 宗教

印度教約佔 78%、錫克教 16%、穆斯林佔 4%。

### ● 城市規劃

Chandigarh 城市於 1952 年破土興建，由法國知名建築師 La Corbusier 精心規劃，整個城市劃分為 60 個方格，

每個區面積 1.5 公里乘 1.5 公里，大小一致，依序命名為第 1 區至第 60 區。各區塊之功能設計如同人體器官之運作概念，如頭部（議會、最高法院、政府所在地，第 1 區）、大腦（文化與教育機構所在地）、心臟（市中心如公車轉運站，第 17 區）、肺部（休閒娛樂設施、公園綠地等）、血液循環系統（道路規劃）等。整體城市依據生活、工作、教育醫療及交通等 4 個功能需求量身打造，區塊角色定位清晰，市容井然有序，綠意盎然，為印度 20 世紀現代城市規劃之最佳典範。

### ● 交通

往來 Chandigarh 交通相當便捷，以公路而言，距離德里約 240 公里，車程約 5 小時。

以鐵路而言，往來德里及 Chandigarh 的火車相當頻繁，搭乘特快車直達所需時間約 3.5 個小時。

以國內航線而言，每天在德



里、孟買及 Chandigarh 有 26 班次國內定期航班往來。由德里班機直達 Chandigarh 航程約 45 分鐘，迅速便捷。Chandigarh 機場於 2011 年已升級為國際機場，但目前尚未有國際航班往來，機場設施仍相對簡陋。



### Chandigarh 經濟發展情形

Chandigarh 聯邦轄區在 2009-2010 年會計年度生產毛額 (Net State Domestic Product) 為 2 兆 718 億盧比，較前一年度的 1 兆 7474 億，成長 18.5%。

依每人平均收入而言，2009-2010 會計年度 Chandigarh 每人年平均收入為 12 萬 912 盧比，與 2005 年相較，成長幅度達 62%。Chandigarh 每人平均收入在

印度各省份中排行第 2，僅次於 Goa 省(13 萬 2719 盧比)。Chandigarh 由於人口數相對非常小，故整體而言每個家庭收入均相對較為富裕。

Chandigarh 經濟結構以服務業為主幹，約佔其 GDP 的 77%，製造業約佔 22%，農業約佔 1%。在 Chandigarh 所從事的職業比例以任職於 Punjab、Haryana 及 Chandigarh 政府的公務人員所佔最高，素有退休金天堂之稱號。貿易、飯店及餐飲業則為主要的服務產業，對其 GDP 貢獻約佔 29.85%；房地產、自營商店約佔 21.39%；營建業約佔 13.26%；金融服務業約佔 10.6%。

在產業發展方面，Chandigarh 城市原設計之初即不在發展為工業都市，所規劃之工業區僅佔地約 1,450 英畝 (約 5.8 平方公里)。目前 Chandigarh 約有 2,950 家小型企業及 15 家中大型企業，其中 40% 係為鄰近城市的主要製造業者生產零

組件，代表性產業包括照明產業、電子業、機械業、醫療生技業、塑膠原料業、食品加工業等。

Chandigarh 由於土地取得不易，造成過去產業發展受限，企業為因應擴充產能所需紛紛出走至其他城市，亦使得 Chandigarh 就業機會逐漸減少。

Chandigarh 政府衡量其競爭優勢與面臨之限制，決定以發展知識密集、土地需求低及零污染之 IT 產業及相關之服務業為主，主要之措施為於 2005 年設立 Rajiv Gandhi Chandigarh Technology Park (RGCTP)，藉由提供完善之基礎設施與環境，吸引相關 IT 產業進入投資，並結合鄰近 Punjab 省的 Mohali 城市及 Haryana 省的 Panchkula 城市共同發展成為北印度 IT 服業產業的重鎮 (Hub)。

## 產業概況

### (一) 製造業

Chandigarh 地區內的製造業

別包括農業設備、汽車零組件、輪胎、電子零組件、電氣產品、纜線、紡織、木製品、家具、食品加工產品、機械等，其中又以金屬製品如鋼條、鋼捲、基本金屬、合金等佔製造業別最大宗，約佔 36%。運輸工具暨零組件、電子產品類約佔 10.2%；橡膠、塑膠及石化產品類約佔 7%；印刷業、紙業及相關紙製品產業約佔 11.5%。

### (二) 觀光旅遊業

Chandigarh 係印度公認最為乾淨的城市，現代化的城市規劃及景觀使其成為特殊的觀光景點，每年自印度各地前往旅遊之人數約 80 萬人，國外旅客亦約有 3 萬餘人，且因其身兼 Punjab 及 Haryana 省之首府，往來洽公及商旅為數眾多，造就旅館、旅遊及餐飲業大量商機及就業機會。目前 Chandigarh 境內計有 36 家旅館。

### (三) 金融業

Chandigarh 為北印之重要商

業據點之一，且其人民平均收入、生活素質、教育程度均遠高於印度平均水準，提供金融業發展之空間，所有的印度公私營銀行皆在 Chandigarh 設有分行或辦事處，金融機構總數達 255 家。

#### (四) 資訊科技業

資訊科技業及其相關服務業為 Chandigarh 政府近年來大力支持之重點產業。Rajiv Gandhi Chandigarh Technology Park (RGCTP) 的設立大幅提升其在 IT 產業的國際能見度。該園區由 Chandigarh 聯邦轄區政府投資開發，於 2005 年正式落成啟用，隨廠商進駐意願增加，園區規劃亦逐漸擴大，其中第 1 期園區 (Phase 1) 佔地 123 英畝，以印度資訊軟體服務大廠 Infosys 為首，該公司佔地 30 英畝，建築新穎氣派，雇用員工達 5,000 人。第 2 期園區佔地 228 英畝，主要進駐廠商包括 KMG Infotech、Silicon Vally、22nd Century 等大廠。第 3 期園區預定佔地 270

英畝，目前尚在徵收土地中。

整體而言，目前於科技園區中營運之廠商約 45 家，另有 20 家刻正準備入駐，提供 13,500 名 IT 或相關技術人才工作機會。2010-2011 會計年度園區軟體出口金額達 20 億美元，隨廠商逐漸進駐及第 3 期園區完工後，預計 3 年後園區軟體出口金額可倍增至 40 億美元，提供 60,000 名專業技術人員工作機會。

#### (五) 生技產業

生技產業亦符合 Chandigarh 政府發展零污染、高附加價值產業之策略，為推動該產業發展，Chandigarh 政府將規劃設立一座科學園區，該園區主要為生物科技、健康照護產業提供設備完善之研究中心，並訓練相關生技人才將研究成果運用至農業、醫學、製藥及環境等不同產業。

### Chandigarh 投資環境優勢

(一) Chandigarh 因人口數少，地方小，行政單位編制

相對精簡，最高行政首長 (Administrator) 由 Punjab 省總督 (Governor) 兼任，其下設有首長顧問 (Adviser to the Administrator) 一職，輔佐行政首長督導整體業務。其下僅有兩個部會，分別為內政部及財政部，最高職級官員為次長級 (Secretary)，政府決策流程快速而有效率。

(二) Chandigarh 政府目前之招商政策相當清楚，專注在吸引土地需求低且零污染之產業進駐，包括 IT/ITES、企業流程外包服務 (BPO)、生技產業、電子業及科技教育產業均相當適合。

(三) Chandigarh 人力素質、教育水準均在印度平均之上，識字率達 81.7% (印度平均為 65.38%)。Chandigarh 政府並投注大量資源在 IT 人才培訓方面，如透過 C-TOSS (Chandigarh Training On Soft Skills)

計畫大量培育軟體人才以應付 IT 產業所需。知名大學 Punjab University 及 Punjab Engineering College 亦座落於 Chandigarh 附近，提供企業充沛之人才。

(四) Chandigarh 政府為外來投資者設有單一窗口服務措施，以協助投資者瞭解相關法規及申請流程，並協助解決土地取得問題，使投資者能快速完成所有申請之程序。

(五) Chandigarh 地區之經濟發展概況，需將鄰近的 Baddi、Mohali 及 Panchkula 等城市視為一體。Baddi 距 Chandigarh 約 35 公里，為其北方 Himanchal Pradesh 省之工業城市；Mohali 位於 Punjab 省境內，與 Chandigarh 緊鄰，如同新德里與其外圍新興城市 Gurgaon 之關係，人口數目前約 80 萬，IT 產業及電子製造業近年快速發展；Panchkula 位於 Haryana

省境內，人口數約 60-70 萬人，電子製造業林立，亦因緊鄰 Chandigarh 而發展成為其衛星城市。因此，以 Chandigarh 為中心，涵蓋周圍幾個重要城市所形成之大生活圈，號稱 Chandigarh Capital Region，彼此相扶相成，相互分工，使 Chandigarh 除了扮演行政中心之角色外，亦提升成為北印度之重要商業聚落。

(六) Chandigarh 被評選為全印度最乾淨及綠化之城市，基礎設施及生活機能相當完善，通往德里或鄰近城市之交通亦屬便利，且其地理位置位於 Punjab 省、Haryana 省及 Himachu Pradesh 省之要衝，未來發展為北印資訊科技服務中心極具潛力。

### 潛在投資機會

資訊科技業、資訊科技服務業、生技醫療產業、觀光旅遊業、科技教育業。(駐印度代表處經濟組撰文)

印度開放外商投資多品牌零售通路政策，因引發嚴重爭議已暫時擱置

印度開放外商投資多品牌零售通路及單一品牌通路 100% 的政策措施，遭反對黨 BJP 強力反對，致使印度國會冬季會期議事陷入癱瘓，為解決爭議，執政黨與反對聯盟協議召開 All-Party 會議協商。



今年(12)月7日印度財政部長 Pranab Mukherjee 宣

布，開放外商投資多品牌零售通路政策暫時擱置，直到所有政黨及相關利害團體(包括政治團體及省政府等)達成共識後，方付諸執行。至於開放單一品牌通路 100% 的政策，將於國會冬季會期通過後實施。

對於印度政府擱置此一開放外商投資多品牌零售通路政策，世界最大零售通路商美國 Wal Mart 對此決定表示尊重。

然其印度合作夥伴Bharti 公司副董事長 Rajan Bharti Mittal 則對如此重要及急切需要的經濟改革措施，遭到擱置，表示遺憾；而法國主要零售通路商家樂福則維持低調，等待印度開放政策。

印度商工總會（FICCI）會長 Harsh Mariwala 則對政府的決定感到極度失望，認為係一政策倒退的作為。而印度工業總會（CII）處長 Chandrajit Banerjee 則表示此舉將會對國內及國外投資者的觀感造成不良影響。反之，印度貿易業者協會（Traders' Associations）則大肆慶祝，並召開記者會宣示抗爭勝利。

據印度知情人士表示，印度政府並未放棄此計畫，只是暫停實施，顯然是希望政府能爭取更多時間，以化解反對聲浪。

政府確切的決定將會在 Uttar Pradesh 省議會選舉後的 101 年 4、5 月間，屆時相關協議及共識應以可形成。惟印度政府可能考慮將

外商投資多品牌零售通路上限由 51% 降至 49%，或甚至更低的水準。

其實，印度開放大賣場政策相當受到中產階級歡迎，認為這項政策可以減少中間剝削、讓農民收入增加、同時降低農產品的售價，不過印度的 2 千萬家中小型商店相當擔心大賣場進駐，會影響生計，在聯合印度反對黨不斷抗議施壓下，迫使印度政府決定展緩實施此一開放計畫。（駐印度代表處經濟組撰文）

### 民調：阿默達巴德 印最適居城



1 項調查結果顯示，全印度 8 大城市中，西部大城阿默達巴德和普恩最適居住，首都德里地區、金融中心孟買排名同為第 3，東部大城加爾各答敬陪末座。

「印度時報」(The Times of India) 委託市場諮詢機構「印度市場研究局」(Indian Market Research Bureau)，在全印 8 座逾 500 萬人口的大城市進行「最適合居住城市」民調結果顯示，古茶拉底 (Gujarat) 省省會阿默達巴德 (Ahmedabad)、馬哈拉什特拉 (Maharashtra) 省第 2 大城普恩 (Pune) 分居 1、2。

調查由受訪者依最高 5 分、最低 1 分，針對 30 項指標評價自己居住的城市，結果阿默達巴德平均 3.00 分，普恩 2.95 分，德里、孟買 (Mumbai) 皆為 2.90 分；其餘依次為班加羅爾 (Bangalore) 2.85 分、海得拉巴 (Hyderabad) 2.80 分、清奈 (Chennai) 2.65 分、加爾各答 (Kolkata) 2.50 分。

上述結果顯示，即使排行居首的阿默達巴德，總評價充其量也不過是「一般」的等級。報導認為，不管新城或舊都，印度都會要躋身「世界級」，還差一截。

排名同為第 3 的德里和孟買，分別為首都和金融中心，素有歷史優勢。但排名最後的加爾各答倒也並非一無是處，它在社會與文化價值及娛樂設施方面，評比名列首位。

值得注意的是，排名前兩名的阿默達巴德和普恩，正好也是 8 座城市中，人口最少的。報導認為，當印度城市人口維持在中等規模時，依大都會標準，還可治理得不錯；一旦超越某種規模，城市治理的困難度便隨之提升。(中央社何宏儒記者撰文)

印度未來 3 至 5 年年經濟成長率將達 7-8%

據全球財務顧問公司 Barclays Capital 在最近發表之「新興市場調查研究報告」中指出，如果全球經濟成長循環維持現狀，且未有大規模的改變，預期印度未來 3 至 5 年年經濟成長率將達 7-8%，略低於印度原先自行預估在第 12 個經濟發展 5

年計畫（2012-2017）將達到的9%經濟成長目標。

而印度第11個5年經濟發展計畫（2007-2012）結束時，年經濟成長率將為8.1%，略低於印度政府原預估之9%。

該報告中指出，印度經濟成長的模式，仍呈現向服務業部門傾斜的現象（服務業部門占印度GDP約55%），並且偏重於國內消費，未來此傾斜現象將更形加劇。

另外，一直為人詬病的基礎建設瓶頸，未來5年在財務、城市建設及人力資源方面將會有所改善，此對印度之服務業而言，將是一大助益。

然而，由於缺乏大幅度基本及鄉村基礎建設的改善，農業及製造業部門仍受低生產力及能力發展之限制，從而影響印度經濟的成長力道。

該報告另指出，雖然印度與全球經濟的關係愈來愈緊密，但是其對全球經濟成長的影響力仍相當低。

建議印度應繼續維持國內經濟成長發展，以保持其經濟成長趨勢。並向印度提出警告，近來印度國內商品物價高漲，應立即採取有效且適當措施控制，否則將導致印度出口競爭力下降。該研究認為阻礙印度經濟成長的瓶頸將來自印度本身。（駐印度代表處經濟組撰文）

外資機構擔憂印度政府無法持續改革，以維持經濟成長動能



里昂證券（CLSA）在其報告中嚴厲抨擊印度政府改革牛步化，國大黨領導的聯合政府因深陷貪污醜聞，去年一年來僅在環保、反貪、經濟成長及選票間試圖尋找平衡點，無法從事任何改革。

外資普遍期盼印度政府能建立透明的遊戲規則，以利基礎建設計畫的執行及資金的取得，免除企業持續遭受開



發核准、土地取得、融資取得等非經濟因素的困擾。

標準普爾 (Standard & Poor's) 亦質疑印度基礎建設的速度是否能趕上經濟成長的需要，且預測基礎建設不足將會使印度無法在 2012-2017 年達到年平均經濟成長率 9%-9.5% 的目標。

印度政府近年雖已增加基礎建設投資，然改革腳步依然緩慢，融資管道依然缺乏。世界銀行「經商容易度指標」評比，全球 183 個國家中印度排名第 132 位，契約執行的困難程度更是普受世人詬病，無怪乎印度民營領導企業信實集團 (Reliance) 總裁 Mr. Mukesh Ambani 日前亦出面呼籲政府續行改革，以滿足人民的期望。(駐印度代表處經濟組撰文)

印度政府將修正微中小型企业認定標準，除以投資金額上限區分外，擬一併考量就業量及銷售量

印度政府將修正微中小型企业認定標準，除以投資金額

上限區分外，擬一併考量就業量、銷售量等其他條件，以符合世界潮流。

前次修正微中小型企业認定標準距今已 5 年，期間廠房設置成本及機器設備購買成本已大幅上揚，遂有提高之必要。亦曾討論過將投資金額上限依據物價上漲率調整，不需經人為之權衡即可制度化逐年自動修正。



目前印度微中小型企业之認定標準製造業與服務業不同，製

造業投資金額 250 萬盧比以下為微型企業，250 萬盧比至 5,000 萬盧比為小型企業，5,000 萬盧比至 1 億元盧比為中型企業；服務業投資金額 100 萬盧比以下為微型企業，100 萬盧比至 2,000 萬盧比為小型企業，2,000 萬盧比至 5,000 萬盧比為中型企業。

投資金額之定義包括廠房、機器設備、發電設備、消防設備、建廠所發生的稅費及運費。5 年前修正時印度政府

才將微型與中型定義納入，之前僅有小型企業。

新規定將影響全印 2,600 萬家微中小型企業，其員工總數達 6,000 萬，佔印度製造業產值 45%，佔印度出口總值 40%，政府已與相關業者討論，但未作成最終決定。認定微中小企業之目的係在提供其優惠措施與租稅減免，內閣最近才通過保留 20% 政府採購案件專門給微中小型企業投標，印度政府盼訂定一個貼近現實的微中小型企業認定標準，讓優惠能真正落實到需要幫助的微中小型企業身上。(駐印度代表處經濟組撰文)

印度約有 6 億 3,800 萬人因缺乏衛生設施而在戶外如廁

據聯合國兒童基金會 (UNICEF) 調查報告指出，全球約有 11 億人口因缺乏衛生設施而在戶外如廁，其中印度所佔比率為 58%，約 6 億 3800 萬人。中國大陸及印尼排名第二，僅佔 5%，巴基斯坦與衣索比亞排行第三，約佔 4.5%。

該數據顯示印度約有 54% 之人口數生活於衛生條件嚴重落後之環境，僅有 Kerala、Sikkim、Himachai Pradesh 及 Maharashtra 等 5 省衛生設施較為普遍充足，其他省均有待改善，其中尤以 Uttar Pradesh 省環境最差，約有 6,000 餘萬人缺乏衛生設施而在戶外如廁。



印度近年來經濟雖快速成長，但民眾公共衛生意識仍相當低落，特別是在偏遠地區或農村，普遍因窮困而欠缺衛生設施，亦未有公共衛生之觀念，導致水源環境污染，疾病叢生，每年因腸胃感染病毒而死亡之人數約 40 萬人，其中 90% 以上為孩童。據經濟學家之評估，印度因衛生條件落後造成之經濟損失約 2.4 兆盧比，佔其 GDP 之 6.4%。

儘管印度偏遠地區發展部 (Rural Development

Ministry)部長 Jairam Ramesh 表示將發起全國性衛生改善行動計畫，但媒體批評指出，該部用於改善偏遠地區衛生設備之預算僅佔渠總預算之 2%，似難有顯著之成效。(駐印度代表處經濟組撰文)

### 歐洲市場需求疲弱已對印度出口力道造成影響



歐洲市場因受到歐元債務危機導致經濟發展疲弱，已對印度出口成長力道產生影響。依據最新印度進出口數據顯示，今(100)年10月份印度出口金額為199億美元，較去年同期成長10.8%，為過去2年來單月成長率最低紀錄。

印度今年上半年度出口成長相當強勁，7月份出口成長率達到82%高峰，8月及9月出口成長率分別為44.25%及36.36%。

印度商工部次長 Mr. Rahul Khullar 表示，今年度出口成長高峰已過，未來6個月出口將面臨歐美內需市場衰退之嚴峻挑戰。特別是倚賴歐洲市場的產業首當其衝，如電器產品類10月份出口已衰退18%，其他如工業產品及石化產品10月成長率僅2.6%及9.4%，均較過去3個月衰退。

整體而言，今年4月至10月印度出口總額達1,798億美元，較去年同期成長46%，表現仍屬理想。

特別是拉丁美洲及非洲市場所佔出口比重逐漸增加，亞洲市場中中國大陸及新加坡亦躍升為前五大出口市場之一，美國及歐洲市場出口比重則由過去的40%已降低至30%以下，使印度在面對歐美市場需求疲弱之際，仍能維持一定的成長動能。

另印度商工部於今年5月份推動之出口振興方案，如設立中小企業技術提升基金、提供投資機器設備低利貸款、降低對出口商課徵燃料附加稅及季節性附加稅等政

策亦發揮促進出口成長之效益。

按目前出口成長速度，商工部計畫在 2014 年達到出口額破 5,000 億美元之目標仍有機會達成。(駐印度代表處經濟組撰文)

印度民航部同意開放外國航空業者投資印度國內航空業持股上限至 26%

有關開放外國航空業者投資印度國內航空產業之政策，據悉，主管航空產業之主政機關印度民航部已同意商工部之建議將外國航空業者投資持股上限由 24% 提高至 26%。

其他如印度計畫委員會、內政部、財政部等相關部會亦均表贊同，顯示印度內閣對該項開放政策內容之爭論已趨於共識，極有可能於今年底前即向國會提案審議，惟依目前執政黨面臨之政治困境，該案是否可獲國會通過則仍需經一番角力。

查目前印度法令禁止外國航空業者投資國內航空業，僅

開放外國專業投資機構參與投資，且持股上限為 49%。印度航運需求雖年年成長，惟航空業者卻多數面臨嚴重虧損，亟需資金挹注以維持營運。

印度商工部盼透過鬆綁 FDI 投資限制，吸引外國航空公司投資國內航空產業，挽救瀕臨破產之本土公司，並引進國際水準之技術與服務，藉以改善整體產業體質。



印度三大民營航空公司 Jet Airway、SpiceJet、Kingfisher 今年第 2 季 (7-9 月) 虧損達 142 億盧比，預估全體產業整年虧損恐達 1,500 億盧比。

業者人士表示，現在或許不是開放外人投資的最佳時機，但卻也是政府不得不採取適當作為介入的關鍵時機。(駐印度代表處經濟組撰文)

## 印度公布政府採購法草案

WTO Reporter 報導印度於今(100)年11月29日公布其政府採購法草案，內容略以：

印方本次草案係將原先藉由各行政命令或法規所規範之聯邦政府採購，透過制定專法方式加以規制，冀望以此方式確保採購機關對競標者之透明、公平與平等待遇，以及促進競爭與強化效率和經濟發展；另印度政府採購之規模，約達其 GDP 之 10-15%。

印方將設置「中央政府採購入口網站」，作為採購之單一資訊窗口，同時亦將允許以電子方式招、投標、支付價金。

對於 250 萬盧比(約 4 萬 9000 美金)以上之採購，將以公開招標方式為原則，僅在符合公益、緊急案件、不超過 250 萬盧比等條件下，方得採取限制性招標。

採購爭議處理將採分散式三層異議機制(decentralized

three-tier framework)；另草案對於行賄、勾結、反競爭等行為設有包括監禁之處罰規定。(駐印度代表處經濟組摘錄)

## 印度 Brandix 服裝城( Brandix India Apparel City, BAIC ) 擬邀我混織業者投資進駐

Brandix 服裝城係斯里蘭卡最大成衣出口商 Brandix 與一些紡織、成衣製造、飾品等合作廠商共同構思及開發經營的成衣園區 (Apparel Park)。園區佔地 1,000 英畝，位於印度 Andhra Pradesh 省的 Visakhapatnam (簡稱 Vizag) 區，係以整合成衣界各個編織部門形成一個「從纖維到商店」概念而成立的園區。區內包括各項基礎設施，如水處理廠、排放廢水處理工廠、專用電力供應、勞工、倉儲等，俾提供投資者隨入即用 (Plug & Play) 的便利性。廠區內將涵括紡織、織造、編織、染整、印刷、成衣、飾品及成衣製造等部門，以減少製造成本及時間之支出。

由於 Brandix 服裝城係以提供完整的服裝製造供應鏈概念所規劃設計，對於製造者及終端經銷商，均有利可圖。另該園區亦將提供許多財務及經營的優惠措施予投資者。S 經理表示，該園區已引進成衣製造商，尚欠缺混織製造業者，盼我國混織大廠能前往投資設廠。(駐印度代表處經濟組撰文)