



天竺季刊

第 25 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

- 國際信用評等機構惠譽繼續標準普爾後，調降印度政府債信展望由「穩定」至「負向」~P.2
- 印度央行宣布不降息導致股匯市大跌~P.2
- 印度恐成為金磚四國中首遭調降主權債信評等與垃圾債券同級之「墮落天使」~P.3
- 台商企業尋找印度優秀人才，免費機會快報名~P.5
- 印度列入美國制裁伊朗第二批豁免名單之上~P.5
- 印度為加速吸引外國資金流入持續鬆綁外國投資者相關限制規定~P.6
- 經濟改革方案遲遲無法推出，印度經濟成長陷入困境~P.7
- 印度太陽能產業及市場現況介紹~P.10
- 國際知名奢華服飾品牌進駐印度男士服飾市場~P.18
- 不吃牛肉的印度，將成為最大的牛肉出口國~P.19
- 印度經濟萎縮及物價上升，日常用品零售連鎖店銷售疲軟~P.20
- 印度 2011 年人均均鋼鐵消費量為 57 公斤，與全球人年均 214.7 公斤消費量比較尚有很大成長空間~P.22
- 印度 2012 年半導體產品消費量成長率居全球首位，年總銷售額達 92 億美元~P.22
- 印度至 2020 年電子暨電腦市場總規模將高達 4000 億美元~P.23
- 印度零售通路介紹~P.24
- 印度 Bihar 省 2011-12 會計年度經濟成長率達 13.1%，位居全印經濟成長最快省份~P.31
- 印度人口普查資料顯示，人民基本生活仍顯落後~P.32
- 印度生活體驗-網路篇一~P.33
- 修法嚴懲酒駕 印度各界共識高~P.35
- 南印大象行情漲 日租逾 5 萬元~P.37
- 印度銷售癩疾醫治藥物約 7% 為偽藥~P.38
- OECD 預估印度 2013 年經濟成長率為 7.7%~P.39
- 印緬全方位合作 抗衡中國大陸~P.41
- 黃金不再是印度走私販的最愛，仿冒記憶卡取而代之~P.43
- 印度日本全面經濟夥伴協定自 2011 年 8 月生效至今已逆轉兩國雙邊貿易趨勢~P.44
- 印度 2012 年企業調薪幅度約為 12%~P.46
- 印度人均國債年增 23%，利息支出已佔預算 18%~P.46
- 印度將賦予紅茶為印度國家飲料之地位，此舉將對印度紅茶產業帶來長遠利益~P.47
- 印巴緊張緩 關係續增溫~P.48
- 值全球經濟景氣低迷時刻，印度公佈出口振興方案~P.50
- 國際衛生組織 WHO 對赴印度旅客發布瘧疾警訊~P.53
- 世界銀行評比印度於全球貿易物流效能居世界第 46 名~P.53
- 印度塔塔 Nano 汽車銷售業績再創新高，女性及首次購車族是主要客群~P.54
- 印度計畫興建第一座地下核廢料儲存廠~P.55
- 印度地下水毒化嚴重，導致全民健康危機~P.56
- 印度 60% 鄉村地區每人每日支出低於 35 盧比~P.56
- 印度第 12 個 5 年計畫中將支出 2 兆盧比對抗氣候變遷~P.57
- 印度 Karnataka 省為外資在印度投資 R&D 產業首選之地~P.58
- 印度 2011-12 財政年度貿易逆差創歷史新高~P.59
- 印度新通訊政策遭擱置~P.60
- 印度政府將尋求美國科技協助，加強打擊走私偽鈔~P.61
- 印度 2012-13 會計年度成衣出口將達 160 億美元~P.62

**國際信用評等機構惠譽
(Fitch) 繼「標準普爾
(Standard & Poor's) 後，
調降印度政府債信展望由
「穩定」至「負向」**



國際信用評等機構惠譽今年 6 月份基於印度中長期經濟成長風險大增、缺乏經濟改革動能、政府財政吃緊等因素，調降印度政府債信展望由「穩定」至「負向」。消息一傳出財政部長 Mr. Pranab Mukherjee 馬上出面滅火，表示惠譽僅依據舊有資料，忽略近期已有逐漸復甦之跡象，財政部經濟顧問亦 Mr. Kaushik Basu 表示，惠譽調降印度政府信評展望並不意外，因為信評機構始終具有一窩蜂的從眾心態，相信在 6 個月內就可看出政府穩定經濟措施的成效。

另一國際信用評等機構「標準普爾」本年 4 月早已將印度政府債信展望由「穩定」調降至「負向」，並於日前於媒體以聳動標題「墮落天使」警告印度政府，若不迅速重

整政府財政，並積極應對當前國內經濟成長趨緩、國外歐債危機等衝擊，印度政府債信評等將會被隨時調降至與垃圾債券同級。標普及惠譽紛紛調降印度政府信評展望之舉動極有可能使印度公債隨後落入不適合投資的垃圾債券等級，印度適合外人投資的形象大減，企業海外籌資成本亦可能攀升。

市場分析師指出，印度政府之信用評等近期內極可能遭到調降，但惠譽確實並沒有提供市場任何新訊息，印度政府財政狀況不佳已是路人皆知的事實。印度本土商業研究機構 IIFL 研究員 Mr. Amar Ambani 表示，惠譽的警告仍有其存在的價值，對市場信心仍產生些許負面影響，印度政府對經濟發展漫不經心的態度是該受嚴厲抨擊。(駐印度代表處經濟組提供)

**印度央行宣布不降息導致股
匯市大跌**

印度中央銀行今 (101) 年 6 月 18 日宣布基準利率不動，大出市場意料，凸顯通膨風

險限縮了央行降息的空間。同日國際信評機構惠譽（Fitch）調降印度主權債信評等展望，使得印度盧比匯價應聲下挫，印度盧比兌美元一度貶值 0.96% 至 56.03 盧比兌 1 美元；印度股匯債市聞訊由紅翻黑，Sensex 股價指數收盤下跌 1.4%。



印度央行在聲明中指出，2011-12 會計年度的經濟成長雖已大幅降溫，但核心通膨率仍然偏高，尤其零售物價也有攀高的趨勢；而造成經濟降溫最主要的因素是投資減緩，與利率的關聯較小，此刻若降息可能進一步助長通膨預期。因此，此次不降息係基於下列 3 項主要因素：其一，印度國內通膨仍高，任何降低利率的措施均會刺激通膨；其二，利息支出對國內經濟成長趨緩影響甚微；其三，國際油價已經下跌。惟印度央行表示，不降息之決定，雖使一般預期可因降息減少利息支出及

增加流動性的希望落空；但央行另匡列 3,000 億盧比基金，作為提供出口業者資金需求，此相當於減少銀行現金提存儲備 0.5 個百分點的效果。

印度此間經濟專家表示，隨著歐債風暴逐漸影響亞洲，印度央行維持利率不變，和過去 3 周來巴西、中國紛紛降息的貨幣決策大相逕庭。印度本年 1 到 3 月的經濟成長率降至 9 年來最低的 5.3%，使得印度央行總裁蘇巴洛能降息的空間十分有限。再者希臘擲節派選舉獲勝，亦是促使印度央行作出不降息原因之一。（駐印度代表處經濟組提供）

印度恐成為金磚四國中首遭調降主權債信評等與垃圾債券同級之「墮落天使」

國際信用評等機構「標準普爾」（Standard & Poor's）繼本（100）年 4 月將印度政府債信展望自「平穩」調降至「負向」後，警告印度恐成為中國、俄羅斯、巴西等金磚四國中首遭調降主權債信評等之「墮落天使」；聳動的

標題隨獲印媒大幅報導，敏感的股市及匯市隨之應聲大跌。目前標準普爾給予印度政府之債信評等為「BBB-」級，再降一級即落入不適合投資的垃圾債券等級。

標準普爾在今年 4 月基於印度經濟表現趨緩、償還外債風險增高、政府財政惡化等因素，將印度政府信用評等展望由穩定調降至負向，並警告極有可能在 24 個月內隨時調降其信用評等，端視政府財政重整狀況及總體經濟表現而定。頃公佈之信評調降警告係依據近來印度經濟成長預測、企業未來發展信心、政府經濟改革成效等面向評估獲致的結論，印度政府應對當前國內經濟成長趨緩及外在經濟衝擊之表現，是決定能否維持現狀之關鍵因素。

信用評等若遭調降，將使印度公債的投資評等與垃圾債券同級，打擊外國資本流入，對目前搖搖欲墜的盧比兌美元匯率更是雪上加霜。降評警告已使投資者產生若干恐慌，若此時印度拒絕進

一步改革開放，甚至選擇走回頭路，將重創長期總體經濟發展，印度也不會再是熱門的投資地點。面對標準普爾的指正，財政部長 Mr. Pranab Mukherjee 僅表示，政府持續掌握狀況中，仍對數月後經濟情勢出現反轉信心滿滿。



當前印度因改革方案遲遲無法推出，致經濟成長陷入困境，然經濟改革停頓係政治現況使然，非因意識形態阻撓。印度政治現況阻礙經濟改革的壓力並非來自反對黨或聯合政府內友黨，而是領導的國大黨自身內部對經濟改革存有重大歧見，料係黨內既得利益者不樂見進一步改革開放而損及利益。掌握國大黨實權之主席 Sonia Gandhi 女士亦無法整合黨內意見，更遑論由其提名而任總理之經濟學家 Manmohan Singh 博士來整合聯合政府各黨立場。目前仍無任何跡象顯示，公眾輿論如 1992 年採經改政策時般地支持中央集權式經濟改革。

聯合政府迫於政治壓力僅能將經濟改革法案無限期擱置，並將矛頭指向反對黨為反對而反對損及國家利益。在聯合政府友黨亦強烈反對開放外人投資多品牌零售業、退休金改革、火車票漲價等方案之情形下，內閣雖獲印度中央銀行背書支持，亦無法突破當前政治局勢而有任何作為。(駐印度代表處經濟組)

台商企業尋找印度優秀人才，免費機會快報名!

近年台灣資通訊產業、電子機械與傳統等產業積極前往印度開發市場與建立生產基地，需要當地許多優秀的行銷業務、研發設計與財經管理等人才，協助提升印度市場競爭力及能見度。行動應用結合智慧型手持裝置帶動應用軟體下載與雲端運算風潮，台灣軟體設計人才需求大增，印度龐大優質的軟體專業人才是人力替補合適的選擇。

台北市電腦公會於七月中旬和九月底要前進印度清奈、班加羅爾等多個重要科技與

經貿重鎮進行徵才活動，提供實際有效管道免費為廠商招募當地優秀具經驗的科技軟體專業與行銷業務人才，以滿足廠商印度人力需求。藉由徵才活動同時宣傳企業品牌與形象，提高企業知名度。

機會難得！敬請台灣與印度兩地台商企業把握良機，發掘印度優秀人才，盡快報名。

參加方式請洽台北市電腦公會活動聯絡人：

+886-2-25774249 分機 504
莊小姐 joyc@mail.tca.org.tw

(台北市電腦公會提供)

印度列入美國制裁伊朗第二批豁免名單之上

為了對伊朗發展核武實施經濟制裁，美國總統歐巴馬去(100)年底簽署「2012年國防授權法案」，規定世界各國如果無法顯著減少從伊朗進口原油的數量，將列入金融制裁的名單；只要被列入制裁名單的國家，該國的金融機構就不能和美國的金融體系往來。

依據「2012年國防授權法案」美國相關部會人員就相關數據資料檢討世界各國是否顯著減少從伊朗進口原油，並將其列入豁免名單。美國國務卿希拉蕊於今（101）年3月間宣布第一批豁免名單，包括日本和十個歐洲國家。今年6月希拉蕊再度宣布第二批豁免名單，並指出印度、馬來西亞、南韓、南非、斯里蘭卡、土耳其和台灣等七個經濟體已顯著減少從伊朗進口原油的數量，因此決定列入第二批免除金融制裁的名單，並將報請國會同意。另美國將每一百八十天檢討一次。

印度政府對美國此項決定表示歡迎，惟為避免不利的政治反應，認為印度係對美國的壓力屈服；印度政府強調，減少自伊朗進口原油，係印度多樣化管道採購原油的長期策略，不受任何外在壓力的影響。

印度2011-12年自伊朗進口原油已從2008-09年占印度總進口原油的16%，降至10%左右。（駐印度代表處經

濟組提供）

印度為加速吸引國外資金流入持續鬆綁外國投資者相關限制規定

印度政府為吸引更多潛在外國投資者之資金流入其資本市場，刻正持續放寬目前合格外國投資者（Qualified Foreign Investors, QFIs）機制規範，增加波灣合作理事會（Gulf Cooperation Council, GCC）6個會員國及歐盟（European Commission, EC）27個國家為合格外國投資者，可參與投資印度公司債（corporate bonds）及共同債券基金（mutual fund debt）。在目前200億美元投資限額外，另增加10億美元的投資窗口。同時在印度開戶的相關限制規定亦將同時放寬。

據印度財政部資金市場部門司長Thomas Mathew指出，印度目前並不允許外國投資者開立個人帳戶從事投資；僅允許34個合格外國投資者國家的僑民，透過共同銀行帳戶在印度進行投資印度之公司債及共同債券基金；且

該些匯入之資金，須於 5 個工作天內投資於指定的標的，否則將會要求匯回渠外國銀行帳戶。此次，為吸引外國資金，該些限制將被取消。M 司長同時指出，為了避免此些外國資金來回操作套利及操縱市場，印度主管機關亦將設定管理機制加以預防。印度此次鬆綁外國投資者相關限制規定，謹整理臚列如下：

(一) 放寬合格外國投資者定義，將波灣合作理事會 6 個會員國及歐盟 27 個國家列為合格外國投資者。

(二) 另外增加 10 億美元的投資額度。

(三) 取消個人帳戶保留基金天數限制。

(四) 允許合格外國投資者申請個人無利息盧比帳戶。

(五) 允許彈性指定投資管理者或經紀人代為操作。

(六) 印度中央銀行及證券交易委員會需公佈相關規定。

M 司長指出，印度財政部中

央直接稅委員會 (Central Board of Direct Taxes) 將會針對此一新措施，公告相關的稅務規定。印度財政部對此項放寬投資措施，樂觀地預估將在 6 至 14 個月後顯現成效。(駐印度代表處經濟組提供)

經濟改革方案遲遲無法推出，印度經濟成長陷入困境



印度公佈 2011-12 年財政年度 (2011.4.1-2012.3.31) 第 4 季 (本年 1 月至 3 月) 經濟成長數據，僅成長 5.3%，創 2003 年以來最低之季成長紀錄，且遜於同期間面臨相同外在環境的菲律賓 (6.4%)、印尼 (6.3%) 及中國 (8.1%)。第 4 季的差勁表現亦拖累全年表現，僅成長 6.5%，較先前印度主計處已下修的成長預測 6.9% 還低，亦較全球金融海嘯期間的 2008-09 年差，當年經濟成長率仍有 6.7%。印度目前經濟衰退的速度高於各界預期，市場恐

慌扶搖直上，開始懷疑印度經濟高成長的神話是否即將破滅。印度政府扭轉經濟步入長期衰退的機會正迅速消逝當中，然國大黨所領導之聯合政府刻正受貪污醜聞及內部歧見纏身，無法對當前經濟情勢迅速反應。

國大黨領導的聯合政府在友黨及反對黨的壓力下暫停開放外人投資多品牌零售業等一系列經改計畫，連較無政治敏感性的開放外國航空業者投資國內航空業亦無任何進展，直接稅法、貨物及服務稅法等重要經濟法案亦束之高閣，最近大幅調漲汽油價格已使民怨沸騰，政府支持度大跌，印度政府對經濟改革之態度已趨於謹慎保守。

印度第 4 季經濟成長數據公佈後，多數經濟學家皆下修今年度經濟成長預測。花旗銀行在農業成長 3%、工業成長 4.1%、服務業成長 8.3% 的假設下，預期印度今年經濟成長 6.4%；印度 Yes Bank 基於歐債危機之負面因素及雨季降雨情形將影響農業生

產等因素，下修今年經濟成長率至 6.5%；摩根史坦利更不留情面的預測僅成長 5.7%，為第一個預期低於 6% 之機構。此外，國際信用評等機構將會有何反應已成為各界注目的焦點，因信評機構早已對印度政府經改政策遲遲無法順利推出，亦無法有效降低財政赤字而提出警告。



印度財政部長 Mr. Pranab Mukherjee 在

經濟表現欠佳的情形下勉強承認經濟數據確實令人失望，但仍極力消除大眾恐慌之疑慮，將原因歸咎於國際經濟因素，且堅決地表示最壞的時機已過。並列舉印度央行已降息、礦業已恢復正成長、第 4 季投資成長已由負轉正、氣象預測季風降雨應正常、公司第 4 季獲利表現無重大問題等等有助經濟恢復成長的動能，以挽回市場信心。並表示將盡一切努力解決印度財政與貿易雙赤字的問題，將抑制通膨以提振外資投資印度的信心，亦

禁止中央政府擴編職缺，並要求各中央部會刪減非計畫性支出 10%，但未明確表示此舉可節省多少預算。

印度計畫委員會 (Planning Commission) 顧問 Mr. Pronab Sen 表示，對此經濟成長數據只能用「震驚」兩字形容。印度政府必須立刻採取行動，若現在採取行動至少也需要 2 季後才會見到功效，若印度政府選擇袖手旁觀，將會重蹈東南亞國家在 1997 年亞洲金融風暴時的覆轍，造成往後五年經濟成長的停滯。最近的汽油價格大幅調漲並不會造成持續性物價上漲，長期若能提振各國對印度的投資信心，使得外國資金持續匯入以支撐印度盧比匯價，對解決當前輸入性通膨應有幫助。本年 4 月躉售及零售物價成長率分別為 7.2% 及 10.4%，盧比兌美元自去年高點已貶值約 23%，最近更創下 1 美元兌 56.52 盧比的歷史新低匯價，為今年度表現最差的亞洲貨幣。外資已連續 2 個月賣超印度股市，境外基金 4 月賣超 1.61 億美元、5 月賣超 1.02 億美

元，印度孟買交易所 Sensex 股價指數已自本年 2 月高點下滑 13%。

印度渣打銀行研究部主管 Mr. Samiran Chakraborty 表示，總體經濟很難在沒有政府政策協助的情形下自動恢復成長，除非政府積極提振企業與消費者對未來景氣的信心，否則問題將很難解決。在當前國際景氣下滑的氛圍下，印度政府可用的手段僅剩供給面的改革，需求面的財政支出刺激手段因高額財政赤字已是不可能選項。第 4 季的糟糕表現肇因於製造業的衰退 0.3%，電力及營建部門溫和成長 4.9% 及 4.8% 亦低於總體成長率，農業成長僅 1.7% 無法提供支撐，服務業亦無良好表現。然數據並不能顯示因消費成長疲弱而產生之恐懼，常被用來衡量總體消費的貿易及旅館業，第 4 季僅成長 7%，但前 3 季成長平均為 11%，第 4 季消費支出占 GDP 之比重亦從第 3 季的 60.4% 降至 52.2%。(駐印度代表處經濟組提供)

印度太陽能產業及市場現況 介紹

一、簡介

印度地理位置接近赤道，太陽能的發展潛力龐大。印度每年有近 3,000 小時的日照，相當於 5,000 兆千瓦的能量。印度每年可以生成超過 1 兆 9,000 億單位的太陽能電力，這足以提供印度 2030 年整個年度的電力需求。



印度西北部包括 Rajasthan 與 Gujarat 等州，是發展太陽能最具潛力的地區。加上這些地區土地貧瘠，使得使用太陽能系統的可行性增加。考慮到太陽能潛力，印度政府推出了各項政策和資助計畫，鼓勵太陽能產業發展，預期在未來幾年本產業將快速成長。

印度政府將太陽能產業定為優先發展的項目。為了吸引私營企業在可再生能源領域的投資，政府重新調整政策和關稅。在風力和太陽能領域，投資者可以預期 15-20%

報酬率；在生質、回收能源和水力等領域，投資者的報酬率更高，可超過 20%。

印度的電力和能源產業已發展 65 年。印度的社會經濟模式雖不斷進化，但很難發展到最偏遠的村莊，所以獲得穩定的電源，對許多偏遠的村莊仍然是個難題。目前印度在世界上排名第五大發電國，總發電量幾近 147.96 京瓦(GW)，其中火力發電(主要是煤)貢獻 76 京瓦的電力、再生能源貢獻 48.6 京瓦、水力發電貢獻 12.6 京瓦。印度的經濟快速成長，能源需求日益增加，預計未來將面臨嚴重能源短缺問題，短缺電源現象在印度的農村更是嚴重。

二、市場現況

印度太陽能光電產業目前仍屬萌芽階段，全國能源消費總量排名世界第六，須加快發展能源供應，以滿足其成長需求。

儘管印度有豐富的煤及充足的太陽能、風能、水能和生質形式的可再生能源，另外還有很小量的油氣儲量(占

世界的總儲存量的 0.4%)，但目前印度仍有高達 35% 以上的能源需由國外進口。

印度政府在 2010 年宣布的發展政策，已力推印度太陽能光電產業的成長，包括 Gujarat、Rajasthan、Karnataka 及其他幾個州的太陽能政策，預期將增加太陽能光電產業需求。

為了達到太陽能發電的領先地位，在印度本地製造是非常重要的。印度的 Jawaharlal Nehru National Solar Mission(簡稱 JNNSM)，即意圖規劃所有需求，讓印度成為全球太陽能產業重要的製造中心。



目前印度的再生能源市場規模達 16GW；生質、水力、風力等發電則達 150GW。印度能源審查會預計，到 2030 年印度總電力需求將超過 640GW。印度的煤炭資源繼續萎縮，天然氣被農業消耗殆盡，印度在沒有選擇之

下，只能追求大規模的可再生能源支援。

幸運的是，印度國家太陽能組織 (National Solar Mission，簡稱 NSM) 已訂定了增長的計畫。NSM 已定下目標，在 2022 年前要讓印度的太陽能發電產能達 2 萬兆瓦(MW)。另 NSM 並提供了短期的目標、預算撥款和有利關稅，以確保太陽能發電營業收入從 2013 年的 1 億 700 萬美元，至 2022 年增加至 23 億美元，即複合增長率可達 36%。

其實，在 3 年以前，印度的太陽能發電還少於 12 兆瓦(MW)。然至 2011 年底，印度太陽能發電已大幅成長，達 190MW。預計至 2013 年 3 月，將可達到 1,000MW。在年收入部分，預計可由 2013 年的 6 億 1,100 萬美元，至 2022 年預計可增長至 30 億 3,000 萬美元。

三、進出口統計

由於近年來中國政府補貼中國光電業者，使中國大陸太陽能光電產品得以低價肆虐全球市場。加上德國政府取

消對其太陽能產業的政策補貼，德國太陽能電池產業已經成為夕陽工業，幾年前還被視為有前瞻性的相關企業，也接二連三宣告倒閉。在 2007 年市值高達 80 億歐元，如今估計只有 3,500 萬歐元的德國太陽能電池廠 Q-Cells 也已破產。

中國大陸製的太陽能光電產品在印度最受歡迎，2010-2011 年印度在 H.S. Code 85414011 項下自中國大陸的進口額大幅成長 244%，達 7,733 萬美元，使得中國大陸躍升成為印度太陽能光電產品首要進口來源國。台灣屈居第 2，然 2010-2011 年在是項產品印度自台灣的進口額大幅縮減 36%，僅達 5,798 萬美元。此外，印度在是項產品的其他主要進口來源國尚含括美國、馬來西亞、德國與日本等。

印度再生能源部部長 Mr. Farooq Abdullah 表示，將對太陽能發電設備進口設限，以提高印度的自製率，已在印度設立生產據點及研發中

心之外商，才可參與印度太陽能發電計畫。

印度本身是太陽能光電產品的主要出口國，2010-2011 年印度在 H.S. Code 85414011 項下的出口額達 5 億 1,151 萬美元，主要出口市場包括義大利、德國、荷蘭與西班牙等。其中，義大利與德國合占印度出口總額的 49%。

印度對製造太陽能光電電池和太陽能光電模組原材料課徵 10%到 15%的進口關稅，相關的收集器製造元件也收取相同的關稅。這增加印度太陽能相關零部件製造商的成本，導致相對於進口產品，印度本土生產的太陽能光電產品成本過高。

四、主要業者介紹

Tata BP Solar India 有限公司

該公司是 Tata 能源和 BP 太陽能公司於 1989 年合資設立的公司。公司總部設在班加洛(Bangalore)，員工 600 多名，擁有 4 座工廠和 8 個辦事處。在 2009-10 年銷售額達 114 億盧比。該公司在班加洛工廠生產 SPV cells、太

陽能模組和其他太陽能產品與系統。

Moser Baer Photovoltaic 有限公司

該公司在 Greater Noida 工廠生產太陽能薄膜連結板，每年有生產 150MW 多矽晶太陽能模組的能量。該公司成立於 1983 年，總部位於新德里，在印度年銷售額達 100 億盧比。

Reliance 太陽能集團

於 2007 年成立，營業額達 76 億盧比，總部設在新孟買，隸屬於營業額高達 288 億 5,000 萬美元的 Reliance Industries Limited。

Indosolar 有限公司

成立於 2008 年，雖然成立時間不長，Indosolar Limited 是在印度製造高效率多矽晶太陽能電池的領域中的領導者。該公司的技術主要來自德國整廠技術轉移，建立機器人生產線。2012 年營業額達 11 億 2,640 萬盧比。

PLG Power 有限公司

前稱 Goel Air Shrink。該公司

以孟買為基地，是製造結晶太陽能光電模組和太陽能光電廠，隸屬於 PLG 集團的一部分，年營業額主達 9 億美元。

中央電子有限公司 (Central Electronics Ltd.)

該公司是在印度科學和工業研究 (DSIR) 部下的公營企業。2009-2010 年的營業額達 4 億 7,574 萬盧比。以製造太陽能光電 (SPV) 薄膜、模組和完整系統為主。

Maharishi 太陽能科技有限公司

成立於 1999 年，2009-2010 年營業額達 7,993 萬盧比。該公司已個通過 ISO9001:2000 認證，是國際 Maharishi 組織旗下的一個部門。總部設在新德里，在 Andhra Pradesh 州 Srikalahasti 有生產設施，在 Noida 州其生產設施有四個部門，除了太陽熱能和太陽能電廠外，尚包括太陽能晶矽和太陽能光電池製造。

Titan 能源系統有限公司

成立於 1991 年，2009-2010 年的營業額達 14 億 901 萬盧比。Titan 是一個範圍從 2-300 WP 太陽能光電組件從設計、開發和製造的先驅。除了太陽能電池組件的製造和營銷，該公司也經營連接電網和離網太陽能發電系統的設計、建造、運行和維護。Titan 已經建立了符合 ISO9001-2008 標準的質量管理體系。

Websol 能源系統有限公司

該公司自 1994 年以來，一直是印度光電單晶矽太陽能電池和模組的領先製造商，2009-2010 年營業額達 16 億 7,414 萬盧比。Websol 是 NSE 和 MSE 上市公司。多年來，該公司在加爾各答生產，已建立了一個高度可靠的光電池和模組，範圍從 5-280 WP，使用在各種住宅和商業應用。該公司的所有產品符合 IEC 61215 和 61730 標準，以及 TUV 和 UL1703 標準認證。

五、市場成長動力

印度接近赤道，是一個日照充足的國家。在 Rajasthan 州每年日照時間長達 1,800 至 2,200 小時。那裏計劃發展至少 50MW 的太陽能光電廠計畫。而這只是開始，Rajasthan 州的日照及大片沙漠面積使其潛力無限。

印度其他州也有相當大的發展潛力，例如 Gujarat 州正協建一個 500MW 的工廠。依目前的增長速度，印度的太陽能產業將繼德國、中國大陸和日本之後，成為全球第四大生產者。目前印度仍有 5 萬個村落沒有電力，太陽能光電產業可給予足夠的能源，以滿足農村電力需求，改善數以百萬計的印度人生活及滿足農業、教育和工業需求。

另一個成長驅動力是電信產業。據 XL Telecom & Energy 副總裁 Mr. Prasanna Gargava 表示，電信塔使用太陽能電源的解決方案，可以是一個新創造機會。目前大多數電信塔使用 UPS 和發電機組備份，慢慢地更多人選擇太陽能電源解決方案。這是一

種友好環境、方便、經濟高效的方法，改正傳統電源危機。

包括 Tata BP、Moser Baer、DD Berg Project Consultants 及 Icomm Tele 等正提供電信塔太陽能發電解決方案。電信鐵塔附近的小太陽能發電設置，不但使這些塔順利運作，且是有利可圖的生意。每個月有數以百萬計的新手機在印度銷售，成千上萬的新 GSM 塔也將在印度全國各地設立，以提供通訊服務。

製造光電池和元件亦是重要收入來源。印度在光電領域製造組裝成本低廉。據印度半導體協會(ISA)表示，電網連接電源在未來幾年可能成長相當大。

據 ISA 指出，印度已安裝太陽能電池及製造能力分別為 400 MW 與 700MW。在印度單矽晶成長最快，天臺屋面板的大部分都是使用單矽晶電池。目前大多數的太陽能電池和模組是進口的。而在印度製造的主要是出口到歐洲和美國。薄膜也是另一個

快速增長的產品。薄膜太陽能電池正在迅速占領市場。據 iSuppli 市場研究公司指出，到 2013 年薄膜市場將增長一倍。

與其他太陽能光電生產國相較，印度雖然生產規模較小，但印度的生產成本效益是符合全球標準。印度產品價格具競爭力，使得其成為德國和西班牙等國終端用戶的首選。然印度要進口所有的原材料，並只在印度提供轉換服務。技術人才是否充足對太陽能光電產業非常重要。光電製造業的發展趨勢是高度自動化。

然而，印度工廠通常設計為三班輪值(24/7)操作，要求大量訓練有素的人力。估計晶矽技術的直接人力需求為 50MWp(晶圓到模組)每年需要 90 位工廠技術人員，薄膜技術則是需要 45 人左右。

印度的優勢在於充分的技術和熟練的人力資源。隨著政府措施到位，支持和發展的基礎設施(指太陽能城市和 SIPS 計畫)及 JNNSM 推廣國內太陽能光電市場，相較於

其他領域，印度的太陽能光電產業似乎具備更大的成長動力。

驅動太陽能領域當前和未來的增長因素，主要可區分為需求方面的增長和供應方面的增長。在需求成長因素部分，印度長久以來的能源短缺，平均供需缺口約為供電總量的 12%。再加上不斷增長的能源需求，是驅動這領域的增長的重要因素。印度能源部預測，電力消耗增加將由目前的 660 千瓦(kWh) 增加到 2032 年的至 1,900kWh 左右。相關機構如 JNNSM 亦鼓勵投資太陽能領域的政策措施，應有助於發展印度的太陽能產業，從而降低成本。增加有關如能源短缺和環境保護問題的公眾意識。

在供給成長部分，印度當前發電是嚴重的依賴煤炭、柴油等，其快速消耗迫使政府考慮使用再生能源，特別是太陽能發電等再生自然資源。由政府資助計畫及政策通過創建的有利環境，以鼓勵發電公司投資，並從而促

進經濟增長。

六、政府倡議發展太陽能產業

印度有三個政府機構在推廣太陽能。第一部門是「新能源和可再生能源部 (The Ministry of New and Renewable Energy, 簡稱 MNRE)」，這是掌管所有有關再生能源事務；第二部門是「印度可再生能源開發署 (India Renewable Energy Development Agency, 簡稱 IREDA)」，成立於 1987 年，是一個公營的有限責任公司，負責推廣提升及提供財務援助給可再生能源和能源效率計畫。第三個部門是「太陽能中心 (Solar Energy Center, 簡稱 SEC)」，是專為 MNRE 及政府發展太陽能技術及其應用的推廣。除此之外，政府還推出了各種政策和補貼，以推廣這個行業。

在 2010-2011 年度財政預算案中，印度政府已給 JNNSM 100 億盧比(折合約 1 億 9,950 萬美元) 建立清潔能源基金，這比以往的預算大幅增加了 38 億盧比。

為了鼓勵私人太陽能公司設立，印度政府已減少 5% 的太陽能電池板的進口關稅，並豁免太陽能光電板的貨物稅。此措施可望降低屋頂太陽能電池板安裝費用 15-20%。預算案還提出了徵收國產和進口煤電站每噸發電用煤稅 1 美元。此外，印度政府還發起了可再生能源證書(REC)計畫，目的是驅使更多投資在低碳能源專案。新能源和可再生能源部並提供在印度東北地區安裝太陽能光電站 70% 的補貼，其他地區則提供 30% 補貼。

七、印度太陽能產業面臨的挑戰

印度太陽能產業是仍處於萌芽階段，面臨著許多挑戰，諸如太陽能發電的成本過高等。

在印度生產的太陽能電力網格的成本是每單位 18.44 盧比。費用高主要是由於依賴進口矽和太陽能晶片用來製造電池(約 8 成來自進口)。太陽能產業是一個高度資本密集的產業，缺乏有效率的金融基礎設施，是阻礙這一行

業成長的另一個主要因素。另一個挑戰因素是面臨各州的太陽能潛力差距懸殊，從印度輻照度圖可明顯看出。

印度本土廠商缺乏原料與技術是太陽能光電產業發展的關鍵挑戰。印度沒有製造矽晶片的工廠，因此業者只能依賴進口。過去矽市場價格高度波動，需求的不平衡導致價格波動。目前矽的產能超過需求，價格相對較低。過去部分印度太陽能光電發電公司與供應商簽訂採購合約，以確保矽晶片來源無缺。現因突然價格遽降，使得這些公司蒙受相當的損失。

全球光電電池和模組需求嚴重下降，造成供過於求的狀況。對歐洲的出口也由於美元、歐元匯率下降而下跌。銀行對新專案融資高度猶豫不決，開發人員都在等待低價模組價格爬升。這一切嚴重威脅到印度的太陽能電池和模組的出口。

另一個挑戰是要降低製造太陽能 PVs 的成本，金融成本和印度缺乏技術，仍然是太

陽能行業的主要障礙。

此外，在國際市場上，印度面臨來自中國大陸與我國的激烈競爭。過去 5 年來，中國大陸已成為世界太陽能電池的最大生產商，擁有約 2,500MW 的產能，而印度僅有 400 MW。台灣年產 800 MW，也是印度太陽能工業的主要威脅者。

印度市場的低需求，印度國內市場僅占其總產值的 35%。印度太陽能光電市場主要限於鐵路、電信行業和國防應用。印度國內市場發展緩慢的主要原因有些商業化不足、最終使用者認識不足及政府政策等。

對印度而言，土地是一種稀少的資源，人均土地分配低。安裝太陽能電池陣列需要的土地面積龐大。目前 1 平方公里只生成 20-60MW 電力，可能會造成印度土地資源失衡。

七、未來展望

印度是在南亞地區最發達的可再生能源市場，每年的營收可達 1,850 億美元。根據

Ernst & Young 報告，印度是第三最具吸引力的可再生能源投資國家。由於生活水準增加，擴大的整體能源供需差距。電力供需缺口目前為 10.3%，是可再生能源的關鍵驅動因素之一。

印度可再生能源的利用仍然相對低，相對的有較大的發展潛力。印度在可再生產業每年吸引超過 30 億美元的投資

太陽能計畫的數目不斷增加，預計 2014 年印度有 14.5GW 的太陽能光電發電機容量。專家們甚至預測在 2022 年容量將達到 33.4 GW。(貿協孟買辦事處提供)

國際知名奢華服飾品牌進駐 印度男士服飾市場



近年來，印度的男士已成為購買國際高級品牌成衣的主要客群，他們已減少訂製服裝，轉

而購買國際品牌的成衣。包括 Gucci、Hugo Boss、Salvatore Ferragamo、Armani 和 Versace 等奢侈服飾品牌

也已陸續進駐印度市場，欲與現有專門提供高級男裝的 Brioni、Ermenegildo Zegna 及 Alfred Dunhill 等均分市場。

印度男士雖瞭解這些知名牌子的服裝價格不菲，但為讓自己更加光鮮帥氣，以最佳面貌示人，他們並不介意一擲千金購買這些高級品牌服飾。

依 2010 年專職市場研究的 Venn Research 分析，2009 年印度男裝市場的總收益達 118 億美元，由 2005 年至 2009 年的複合年增長率有 8.6%。分析家指稱，印度隨著可自由支配的收入增加及品牌意識的抬頭，未來 5 年其高級男裝的市場規模可望擴大 1 倍。至 2020 年，印度整體的紡織及服裝產業將增長 11%，總值超過 2,000 億美元。男裝市場份額的複合年增長率將達 9%。

據全球顧問公司 Ernst & Young 的研究，男裝市場在印度成長迅速，此點並不令人感到意外。因西式的男女服裝無論風格或色調都比較

單一。再者男士的成衣和女裝相比款式設計較為簡單，量體裁衣的要求也較少。

倫敦設計師品牌 Paul Smith 也對印度男裝市場進行研究，即使在相對保守的印度正規服裝市場，也悄悄地轉變。印度男裝的市場需求已由「簡約」的商務服裝，轉移到「風格」服飾，而傳統的正規服裝僅視符合場合穿著。

印度男士喜愛西方的正式服裝，多數購買西服的套裝或西裝外套和短身外套。此外，不少年輕的印度專業人士指出，購買手工優良的套裝和外套作為上班服裝是一項投資，也能顯示他們的專業地位。印度男士選購產品時非常注意品牌，但創新的設計卻又不及品牌的尊貴性和認同感來得重要。（貿協孟買辦事處提供）

不吃牛肉的印度，將成為最大的牛肉出口國



雖然牛對印度教而言是神聖的，但在向錢看的世界中，印度今年將成為世界領先的牛肉出口國。

據美國農業部 (USDA) 國外農業服務處預測，2012 年印度將輸出約 150 萬噸的牛肉，超越當前全球最大牛肉出口國澳大利亞，且這是輸出量是印度三年前出口量的兩倍多。

該報告指出，2012 年全球牛肉生產量預計達 5,700 萬噸，全球出口數將增加 49 萬 7,000 噸，而達到 870 萬噸，其中印度增加了 25 萬噸。印度牛肉出口占全國牛肉生產總量的 44%。因此，印度牛肉出口的成長是印度增加牛肉生產量的支柱。

儘管如此，有些美國人認為印度的牛肉並不是真的牛肉，質量遠比不上安格斯牛肉。印度牛肉其實是由公水牛與無生產力的母牛配種，並以低價出口至缺乏肉品的國家及價格敏感的消費者，如在中東、北非和東南亞地區。

因為根據印度法律，禁止屠

宰奶牛和產奶的水牛。但美國農業部仍認為它們都是同一市場上競爭的牛肉。

根據 2007 年最新的牲畜普查，印度的水牛占全球牛隻的三分之一。(貿協孟買辦事處提供)

印度經濟萎縮及物價上升，日常用品零售連鎖店銷售疲軟，2012 年第 2 季預估仍為低成長

隨著經濟萎縮、物價上升及消費者需求減少，2012 年 1 至 3 月印度日常用品零售連鎖店銷售疲軟，預估第 2 季亦將持續低成長。

受新開張店面的影響，舊店面銷售額僅有個位數的成長率。因為需求持續疲軟不振，預計第 2 季情況亦難好轉。

自去(2011)年 10 月下旬燈節過後，印度的經濟開始衰退，基本商品的價格飆漲、不利的宏觀經濟條件和政府無作為，影響印度消費者的信心。

Shoppers Stop 連鎖百貨公司的總經理 Mr. Govind

Shrikhande 表示：如果今年情況較好，我們會把目標鎖定兩位數的成長。Shoppers Stop 今年 1-3 月的營業額較去年同期增長了 27%，達到 6,213 億 5,000 萬盧比，但個別店面的銷售額僅成長 10%，只貢獻 1% 的成長率，其餘都是貨品調漲的結果。Mr. Shrikhande 指出，物價大幅上漲及進口品變得越來越昂貴，這些不利發展，已開始影響消費者的消費意願。

Rival Lifestyle International 公司擁有包括 Lifestyle 與 Max 等品牌，2011-2012 年的總營收已達 250 億盧比，預定 2012-2013 年的總體營業額將達 450 億盧比。Lifestyle International 總經理 Mr. Kabir Lumba 表示，2011 年下半年狀況不好，已觸及其底線。因該公司非上市公司，Mr. Lumba 拒絕公佈精確數據，僅指出該公司已降低成長率為 10%。

Pantaloon Retail 連鎖百貨在今年 1 至 3 月銷售額雖較去年同期成長 7.6%，但每家店面銷售額的成長率僅達

3.6%，是最近 13 季中表現最差的。

此外，印度零售業者亦紛紛表示，今年 4 月與 5 月印度的整體消費者需求仍舊不振。

Arvind Lifestyle Brands and Retail 總裁 Mr. J. Suresh 即表示，印度零售業的整體氣氛一直不佳，此尤反映在 5 月份的業績表現上。印度政府自上個財政年度對品牌服裝加收了 10% 消費稅，已影響 Arvind 的整體銷售額，今年第 2 季 Arvind 每家店面的銷售額成長率僅達 11%，遠低於去年同期的 18%。然而其 Lifestyle 連鎖店的代理品牌業務，包括 Arrow、Polo 與 Flying Machine 等品牌，在 2011 年第 4 季每家店面的銷售額仍有高達 27% 的成長率，不無小補。

儘管零售連鎖店延長其季結束的折扣期為 3 個星期，以出清存貨，仍有些店面其店面銷售額依然放緩。

印度知名的零售業證券商 Sharekhan 的高級分析師 Mr. Sangeeta Tripathi 即表示，印

度大多數零售商的利潤均受到衝擊，其利潤被高利率、高油價與高房地產成本所擠壓。

印度零售業銷售放緩，已迫使其零售商深思推動銷售的新戰略，例如 Shoppers Stop 以增加辦理活動及發行會員忠誠卡計畫，並將自有品牌價格調降 5% 以因應。此外，印度零售業專家指出，零售店面亦可通過改善貨架展示方式，來提高銷售額。(貿協孟買辦事處提供)

印度 2011 年人年均鋼鐵消費量為 57 公斤，與全球人年均鋼鐵消費量 214.7 公斤比較尚有很大成長空間

根據國際鋼鐵協會 (World Steel Association, WSA) 之最新研究報告，印度過去 5 年來人年均鋼鐵消費量已成長了 25%。2011 年印度人年均鋼鐵消費量為 57 公斤，較 2007 年人年均鋼鐵消費量 45.8 公斤成長了許多。印度 2008 年人年均鋼鐵消費量為 45.1 公斤，較 2007 年稍微衰退，但之後每年則開始呈現穩定成長之趨勢。



雖然印度過去 5 年人年均鋼鐵消費量已有所成長，但較全球人年均鋼鐵消費量 214.7 公斤，以及中國大陸人年均鋼鐵消費量 459.8 公斤還有相當大的差距。如果再跟部分其他亞洲國家相比較，這個差距將更為拉大，日本人年均鋼鐵消費量為 506.7 公斤，韓國人年均鋼鐵消費量則更高達 1156.6 公斤。亞洲 2011 年人年均鋼鐵消費量為 238.8 公斤，歐盟則為 310 公斤，至於俄羅斯獨立國協則為 212.3 公斤。北美自由貿易區 2011 年人年均鋼鐵消費量為 263 公斤，亞西國家則為 233.9 公斤。印度 2011 年鋼鐵總消費量為 6780 萬噸，較前一年之 6490 萬噸呈穩定之成長。(貿協加爾各達辦事處提供)

印度 2012 年半導體產品消費量成長率將居全球首位，年總銷售額達 92 億美元

全球知名市場研究機構

Gartner 最近預估，2012 年印度市場的半導體消費量將會是全球成長最快的，金額達到 92 億美元，較 2011 年成長 20%。印度半導體消費量的成長動力，來自當地人口的增加、消費者所得提升、經濟成長，以及有利的官方政策。Gartner 研究總監 Mr. Ganesh Ramamoorthy 指出，全球電子設備製造商持續在印度擴張生產據點，例如最近全球手機大廠諾基亞 (Nokia) 打算將生產工廠移往亞太地區，就必然對印度有利；諾基亞已經在印度擁有一個大型生產據點，因此預估印度的半導體消費量將會快速成長。



Gartner 預測，2012 年全球半導體支出將達到 3,160 億美元，較 2011 年增加 4%；其中手機、平板電腦、PC、伺服器、液晶電視、固態硬碟 (SSD) 與機上盒等產品，估計將佔據全球半導體消耗量的近五成。而在印度，手機、

PC 與液晶電視等產品，則估計佔有全印度 2012 年半導體消耗量的四分之三。

因為印度近年來經濟成長強勁，使得當地民眾消費意願提升，加上可支配所得增加，可望讓 2012 年成為印度半導體消費量創紀錄的一年。(貿協加爾各達辦事處提供)

印度至 2020 年電子暨電腦市場總規模將高達 4000 億美元，印度擬複製台灣成功經驗發展半導體產業

印度為發展半導體製造業，已聘請全球第 2 大科技顧問業者埃森哲公司 (Accenture)，希望複製台灣、馬來西亞及中國大陸等國家的成功經驗，協助吸引高達 100 億美元的外來投資。埃森哲公司日前發表聲明表示，印度政府正遴聘有專長的科技業者，希望興建晶片製造廠。印度半導體協會 (ISA) 主席也表示，沒有晶片廠的印度希望滿足國內對電腦硬體成長的需求，並降低對進口的依賴。

英特爾及德州儀器已在印度

設立晶片設計中心，如今印度希望複製馬來西亞、台灣與中國大陸在半導體製造的成功經驗。印度資訊科技與通訊部估計，印度電子與電腦銷售可望在 8 年內激增 31 倍，達到 4,000 億美元。古普塔表示，興建晶片製造廠攸關印度經濟成長，因為電子產品需求每年均呈穩定性的成長。不過有分析師指出，印度基礎建設落後，可能不利於印度政府推動半導體製造發展計畫。(貿協加爾各達辦事處提供)

印度零售通路介紹

印度零售業背景



印度有將近 13 億的眾多人口，零售市場規模高

居全球第 5 大，也是成長最快的市場之一，2011 年印度零售市場規模達 4,700 億美元，占國內生產毛額 15% 左右，為印度經濟發展的主要支柱之一。印度零售業者主要還是眾多的家庭式小商店或攤商，企業化經營的便利

商店和超級市場等連鎖商店僅在都會區才見得到。

所謂企業化經營係指有正式登記的零售業者，亦即銷售的產品售價有包括銷售稅，商店有支付營利所得稅等的零售業者。這些包括股票公開發行的超級市場、大賣場等連鎖商店，還有未公開發行的大型零售業者。非企業化經營零售業者指家庭式小商店、傳統社區雜貨店、攤車(印度仍非常多)及路邊攤販等。印度鄉下地區大部分仍尚未有企業化經營零售商店。

大部分的印度人都自傳統開放市場、傳統雜貨店或是路上小攤商等消費購物。傳統小商店通常都是封閉式，消費者站在外面說明要購買的東西，店員再將物品拿給消費者，消費者無法自己從貨架拿取貨物或檢視物品的品質。小商店販售的物品，除了那些製造商已將價格印於包裝上的產品，產品包裝上通常沒有價格標籤。店員經常隨意開價，所以一樣產品不同的客戶經常付不一樣的

價格，有時候也是可討價還價。

印度所有零售和物流業總僱用人數達 4,000 萬人，占印度人口總數的 3% 左右、占印度總勞工數的 6%。印度典型零售商店都是非常小，全印度有超過 1,400 萬個銷售點(包括活動攤位、攤車)，平均每 1,000 人有 11 個零售點，其中只有 4% 的銷售點大於 46 平方公尺(約 14 坪)。

大部分小商店都是家庭成員在經營，由於營業額小，進貨時並未具有議價空間，同時沒有查驗產品品質的能力。小商店通常都是自中間人處進貨，也未提供任何售後服務，且通常是現金交易。

印度零售業現代化改革

1990 年代後印度才開啟廣泛的市場自由化改革，包括零售業。過去透過超過 30 種法規，限制阻止企業經營零售業，例如開店前必須取得看板執照和通過禁止囤積貨物標準等莫名其妙的法規。物品在不同州間流通，有時甚至在同一州內，都有複雜的稅金問題。直到西元 2000

年，印度都會區的消費者才逐漸開始享受較高品質、方便、有多重選擇的企業化經營的連鎖商店的好處。

許多研究報告顯示，缺少競爭和基礎設施的零售業，是印度一直維持高通貨膨脹的原因之一。市場自由化改革以前農民或製造商都必須透過特許的中間人銷售貨品，然而缺少物流基礎設施，使得主要食品和易腐壞的產品農民到消費者手中的過程中損失率高達 30% 以上。



雖然印度為世界第 2 大蔬菜和水果生產國，但印度卻極度缺少適當的儲藏設施。櫻桃、杏子、李子、桃子等容易腐壞的水果，市場有廣大的需求，但由於缺少和一的物流體系，以致於農民無法大量種植供應市場所需。由於缺乏良好的配送系統和冷藏設施，有 34% 的蔬菜和水果在運送途中損壞。

雖然印度自 1990 年代即開放

企業化經營零售業，然而印度有近 70%的人口在鄉村地區，所以至 2011 年透過企業化經營的連鎖店、超市等銷售總額僅達約 270 億美元，占總市場規模的 5.74%，大部分的企業化經營商店集中在大都會區的精華地段或購物中心(mall)內。2011 年食品一項即占印度零售市場總額的 70%，此類別也是企業化經營商店最弱的項目。根據 A.T. Kearney 估計，連鎖商店在服飾類產品佔有率已達到 31%。有許多專家認為印度企業化經營的零售業要達到 25%的市場佔有率，可能還需要再 10 年的時間才能達成。

印度地緣廣大，加上各地區消費者有不同的習性和喜好，使得印度市場為一非常複雜的市場，即使在同一大區域內，每個小地區也必須有符合當地需求的特色。印度雖然有最高比率的商店數，但每人平均購物面積僅有 2 平方英尺，為世界最低的國家之一。

印度主要零售集團

● 未來集團(Future Groups)

未來集團為印度最早跨入零售業的集團，早自 1987 年即設立子公司 Manz Wear 創立 Pantaloons 服飾品牌，並於 1997 年創立第 1 家服飾專賣店，目前 Pantaloons 有超過 450 間店面，未來集團所有品牌零售據點超過 1,000 家。未來集團旗下另有 Big Bazaar(大賣場有 152 間)、Food Bazaar(超市有 169 家)、Home Town(建材及五金)、Central(購物中心)、Planet Sports(運動器材)及 E-Zone(家用電器與 3C 產品)等連鎖店，各項產品幾乎都包括在內，為印度最大零售集團。

● Raymond 集團

Raymond 集團創立於 1925 年，為服飾業專門的零售集團，旗下有 The Raymond Shop、Park Avenue、Park Avenue Woman、Parx、Colourplus、Neck Ties & More 及 Shirts & More 等服飾相關連鎖店，集團總銷售產品項目超過 2 萬種。

● Fabindia

Fabindia 成立於 1960 年，初期營業項目以印度傳統工藝品和服飾業為主，2000 年開始增加家具、餐具、文具及燈具等家庭用品，2004 年增加穀物、香料、糖、茶、咖啡、蜂蜜及水果等有機食品，2006 年增加香皂、洗髮精、頭髮保養品、乳液等個人保養品。該集團目前在 5 個國家，64 個城市設有 149 間商店。

● RP-SanjivGoenka 集團

RP-SanjivGoenka 集團成立於 1820 年，集團營業項目包括電力、礦產、工程、媒體及零售業等。該集團在零售業方面有 Spencer's Hyper 大賣場、Spencer's Daily 超市，音樂方面有 Music World，Au Bon Pain (咖啡及麵包連鎖店)，另有 Beverly Hills Polo Club(服飾)。

● Tata 集團

Tata 集團成立於 1868 年，旗下有超過 100 家公司，集團年營業額達 833 億美元，營業項目包括鋼鐵、工程、電力、化學、消費品及零售業等亦是包羅萬象。Tata 集團

於 1998 年設立子公司 Trent 跨入零售業，設立 Westside 銷售服飾產品、Star Bazaar 大型超市(大約 25 間)銷售食品、衣飾、旅行箱、家用品及各種耐久性產品等。2005 年併購印度最大書局、音樂和文具連鎖店 Landmark。後來該集團透過合資及併購，陸續增加 Croma(銷售 3C 產品)、Poltrona Frau Group Design Center(與義大利合資銷售家具及各項居家設計產品)、Tashi(銷售鞋子和皮件)、Titan(銷售眼鏡)及 Tanishq(銷售珠寶)等連鎖店。

● Reliance 集團

Reliance 集團創立於 1966 年，集團年營業額高達 585.5 億美元，營業項目包括石油、天然氣、化學、紡織及通信等。該集團於 2006 年跨入零售業，雖然起步晚，卻為印度最有野心跨入零售業的集團，在零售業總投資金額達近 70 億美元，2011 年該集團零售業營業額即超過 200 億美元。

Reliance 集團目前旗下已有

眾多連鎖店，包括 Reliance Fresh(超市已有 560 間)、Reliance Footprint、Reliance Time Out、Reliance Digital、Reliance Wellness、Reliance Trendz、Reliance Autozone、Reliance Super、Reliance Mart、Reliance iStore、Reliance Home Kitchens、Reliance Market (批發商場) 和 Reliance Jewel 等，幾乎各類消費性產品都包括在內。

● K Raheja 集團

K Raheja 集團成立於 1956 年，總部在孟買，原係經營房地產公司，1991 年跨入零售業創立 Shopper's Stop 連鎖店，並於 2001 年設立印度第 1 家百貨公司。該集團陸續於 2000 年創立 Crossword 連鎖書局，2004 年設立 Inorbit Malls 購物中心，2006 年設立 Hyper City 大賣場等。

目前印度主要連鎖超市有 Reliance Fresh(560 間)、Spencer's(200 間)、Foodworld Supermarkets Ltd(200 間)和 Nilgiri's 等。Big Bazaar(大賣場有 152 間)

印度對外資投資零售業政策

直至 2012 年印度仍不開放外資投資多品牌零售業，意即外資無法在印度擁有超市、便利商店或任何銷售多種品牌的商店。印度雖然於 2011 年 11 月宣布開放外國投資多品牌零售業最高達 51%，惟受到國內反對黨和眾多業者壓力，一星期後又宣布取消。

2012 年元月 11 日印度政通過單一品牌零售業外資持股自原最高 51% 提升為 100%，亦即如 Apple、Ikea、Sony、Samsung 等專賣店外資可獨自投資，不必再與印度公司合資。世界各大品牌過去受限於必須與印度廠商合資設立專賣店的經營方式，將會徹底改變，未來各大品牌可自行設立專賣店，將促使各大品牌於印度積極增加銷售據點，在印度拓展店面的行銷策略，各大品牌將更有自主性，不過必須自印度當地中小企業取得 30% 的銷售貨品。

受到必須在印度獲取至少 30% 的貨品的限制，亦將推遲各品牌進入印度的時間，如 IKEA 即表示短期內該公

司無法自印度獲得所販售商品種類的 30%，所以將推遲在印度開店的時程。

而且外資獨資的專賣店，必須設在印度人口數超過 100 萬人的 53 個城市內，估計總消費人數約 2 億都市人口，其他 7,800 多個較小城市和鄉下地區仍不得設立。

國際零售業者進入印度市場狀況

至目前為止，印度尚未開放外國投資多品牌零售通路，僅能投資批發商場(cash and carry)。所以目前國際大型零售業者在印度大多採取鴨子划水方式，先設立批發商場，等到印度一旦開放外資投資多品牌零售，即可大舉擴張。目前各主要業者在印度狀況如下：

1. Wal-Mart

全世界最大零售集團 Wal-Mart 和印度 Sunil Mittal's Bharti 合資，預計在印度成立 10 至 15 家批發商場，第 1 家商場已於 2008 年在北印度成立，以日用雜貨、家庭設備、水果及蔬菜

等之批發，銷售對象為一般消費者和小商店。

2. 家樂福

全世界第 2 大零售集團法國家樂福(Carrefour)計畫在印度成立兩個事業部，一個為成立批發商場，另一個為連鎖加盟事業部，提供商標、技術支援和 know how 給印度公司開設連鎖店。

3. 好事多

世界第 5 大的零售集團美國好事多(Costco)，其知名的會員制批發商常模式對印度市場亦是躍躍欲試。

4. 特易購

英國特易購(Tesco)預計與印度 Tata 集團合作，設立批發商場，以協助 Tata 集團增加批發商場的市佔率。

印度零售業未來挑戰

雖然印度零售市場有無限的發展潛力，依舊存在一些嚴峻的挑戰，包括分散的人口、複雜的經銷系統、低度電腦化、假貨充斥及有限的大眾傳播媒體等。印度零售業員工生產力低落，如 2010

年印度零售業員工生產力僅有美國的6%，連巴西都達到美國的14%。

印度零售業要蓬勃發展，必須克服以下挑戰：

- 外資無法自由投資印度零售業
- 限制購買房地產和各地不同的複雜法規
- 稅務制度有利傳統小型商店
- 缺乏現代化供應鏈和資訊科技應用少
- 缺少受過良好訓練的零售業勞工
- 零售業管理技術低落
- 缺少零售業相關訓練課程
- 固有的複雜零售業結構，包括價格變動快速、過期物品充斥和低毛利等。

印度零售業現代化改革最大的阻力就是高達1,400萬間的傳統小商店，深恐一開放外資進入市場，許多即將面臨難以生存的地步。

吊詭的是，根據2011年12月3日所做的調查，印度前10大都市絕大多數的消費者和農民支持零售業改革。超過90%的消費者認為開放外資投資零售業，將可有效降低物品價格並提供更多貨物選擇，有近78%的農民認為其產品可賣得更好的價格。

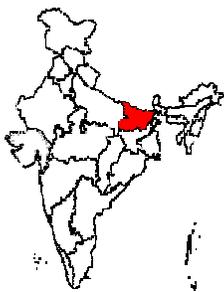
印度農民平均僅獲得市場售價的三分之一價格，其他利潤都被中間商和商店所拿走。對於易損壞的產品農民所得到的價格甚至只有市場售價的12%至15%。印度馬鈴薯農平均販售價格為2至3盧比1公斤，市場售價卻為12至20盧比。

不像現在專賣制度必須透過中間商銷售農產品，零售業改革讓農民可直接銷售給企業化經營的商店，減少中間商的剝削，農民可賣得更好的價格。目前中間商壟斷市場的模式，在零售業徹底改革後農民將可直接與商店接洽，在更多買主競爭下，農產品可望賣得更好的價格，就算價格一樣，少掉中間商的利潤，農民實際所得也將

增加。

而事實上開放外資投資印度市場，一方面也可將印度農產品推廣到世界各國，沃瑪(Walmart)自進入印度批發市場後，利用其世界網路，已出口價值超過10美元的產品到世界各國。(貿協清奈辦事處提供)

印度 Bihar 省 2011-12 會計年度經濟成長率達 13.1%，位居全印經濟成長最快省份



據印度統計部資料顯示，2011-12 會計年度印度經濟成長排名前 5 大的省份分別為 Bihar、Delhi、Puducherry、Chhattisgarh 及 Goa 省。其中 Bihar 省以 13.1% 的經濟成長率，位居全印經濟成長最快省份，且 B 省在此前 4 年亦均維持 2 位數字的經濟成長。印度各省中，被國內及外國視為最受歡迎投資省份之 Gujarat 省及另一知名工業省 Tamil Nadu 其經濟成長率分別為 9.1% 及 9.4%，均未排名在前 5 大之列。另外，印

度的穀倉 Punjab 省、資訊科技城 Andhra Pradesh 省及 Karnataka 省、全印人口最多之 Uttar Pradesh 省，渠等 2011-12 會計年度之經濟成長率均低於全印 6.5% 的經濟成長率。

印度經濟學專家表示，印度幾個較大的省份如 Gujarat 省及 Tamil Nadu 省，由於比較基期較高，相較於比較基期低之 Bihar 省及 Chhattisgarh 省，在經濟成長率上，較不易取得前面之排名。依據印度中央統計局資料，如以 2004-05 會計年度為計價基準計算，2011-12 會計年度 Tamil Nadu 省 GDP 規模為 4 兆 2,800 億盧比；Bihar 省則為 1 兆 6,300 億盧比。該專家續指出，Maharashtra 省仍為印度 GDP 規模最大的省份，約 7 兆盧比；Tamil Nadu 省及 Uttar Pradesh 省緊追其後。近年來 Maharashtra 省的許多外來投資被 Gujarat 省及 Tamil Nadu 省取代，使得 M 省經濟成長趨緩。

據印度國立公共財政及政策學院 (National Institute of

Public Finance & Policy)教授 N. R. Bhanumurthy 指出，近年來，由於 Bihar 省政府大力發展建設，改善法律及政府效能，使得消費大幅成長；且省府基金提供教育、健康及民生改善等計畫，投資者對 B 省投資信心大幅提升，加上比較基期低等因素，使得 B 省成為印度經濟成長最快省份。然而 B 省仍有其他問題待克服，如內部需求過度依賴企業需求，在目前企業投資低迷情況下，經濟表現將受較大影響。(駐印度代表處經濟組提供)

印度人口普查資料顯示，人民基本生活仍顯落後

據印度政府 2011 年人口普查 (Census 2011) 資料顯示，印度一般人民之生活財物資產、飲用水、衛生設備、電力燃料及住屋等城鄉差距甚大，且基本生活條件仍顯落後與不足。

上述普查結果數據指出，自來水及手動抽水是印度人民飲用水 2 種主要來源；其中使用自來水占 43%，手動抽水占 34%，其餘則使用井

水。城市中以使用自來水較普遍，約 71% 的城市使用自來水；鄉村則以手動抽水為主，約 44% 的鄉村採用。該資料另表示，約 20% 的印度家庭需離家半公里外才能取得所需之飲用水。且超過 20% 的飲用水來自不安全的水源，甚且自來水亦未經處理過，飲水安全堪虞。在衛生設備方面，一半以上的家庭沒有連接下水道，只有約 10% 的家庭有沖水式馬桶，因此將近一半以上的家庭均在戶外排便，即使較為開發之省份亦然。



在生活財物資產方面，該調查以收音機、電視、電話、電腦及交通工具等 5 項為研究蒐集項目。其中收音機持有者顯著下降，電視擁有者顯著上升，其下降及上升比例相當；城市中約超過 75% 的家庭有電視，鄉村則僅有 33% 的家庭有電視。在電話方面，印度 63% 的家庭設有電話，53% 的人擁有手機，

同時有電話及手機者則占6%。電腦網路方面，20%城市家庭及5%的鄉村家庭擁有電腦或筆記型電腦，然而在鄉村地區僅有1%網路覆蓋率，在城市則有8%。交通工具方面，約半數的印度人沒有自己私人交通工具，以搭乘大眾交通工具為主；其他則有5%有私人汽車、21%有機車及45%擁有腳踏車。

另外，在電力供應方面，在城市電力供應較為普遍，約93%家庭使用電燈照明；在鄉村則僅約半數家庭使用電燈照明，而有43%家庭仍使用煤油（Kerosene）燈照明。其他約110萬人無照明源可使用。在家用燃料方面，在城市約3分之2弱的家庭使用液化天然氣，另20%仍使用木材烹煮食物。在鄉村家庭85%仍使用木材、穀物殘渣及牛糞作為主要烹煮燃料來源。

據普查資料顯示，一般中等印度家庭成員約4至5人，然超過30%的家庭成員超過6人，雖然印度平均家庭成員人數眾多，但3分之2的印

度家庭的住屋僅有1至2個房間。另該資料亦指出，印度共計2億4,700萬戶家庭，居住房屋則僅有2億4,500萬間，其間有200萬間房屋需求的差距。在鄉村3分之2的住屋仍為泥土牆面，少於5分之1為混泥土的屋頂；然現在城市或鄉村之住屋以混泥土建築者，有逐漸增加的趨勢。據房產專家表示，此200萬間房屋之差距，尚不包括那些損毀不堪居住的房舍在內，所以實際需求將較該數字大很多。（駐印度代表處經濟組提供）

印度生活體驗 - 網路篇

全家在印度生活了近兩年，很多人最常問筆者的一個問題是：生活會不會過的很無聊？平常都怎麼排遣時間？坦白說，印度不像台灣有這麼豐富的夜生活，因此除了假日可以去逛逛賣場、書局，或是去電影院看院線片（印度的電影票價大約是台灣的一半），其他時候網路便是生活上不可或缺的良伴了。

以網路的便利性而言，除了

華文電子報，Youtube 也是海外遊子或台商必備的良藥。像是這兩年的跨年演唱會，Youtube 台灣也都有同步直播的服務，也由於台灣和印度兩個半小時的時差，當台灣的跨年結束後，還可以到戶外參加印度的跨年活動。

提到網路，就不得不提起印度寬頻網路和台灣寬頻網路的不同點。當台灣多數的網友還在嫌網路速度太慢、價格太貴的同時，在印度生活的我們卻遭受了另一個震撼教育。話說搬來這兒的第一件事，就是立刻申請有線寬頻網路好讓親朋好友之間有個聯繫的管道，但是對於外國人申請網路(手機門號也是)來說，除了基本的護照外，還要有居留證明、電費帳單及租屋合約(文件還要公證)，撇開花了一番功夫申請好網路不談，更大的挫折還在後頭。

筆者申請的網路是 Airtel 公司的 2M/256K 的寬頻，但是每次只要用超過 10 天，網路速度便自動被打回 256K 的龜速，當在台灣用慣了 10M

或者 2M 的上網速度後，每個月會有 20 天的時間只有 256K 的網速，突然覺得好像又回到了史前時代或者高中時用 1200bps 的數據機 (Modem)撥接上網的年代。

和電信公司抱怨過後，才發現和我們在台灣所習慣的網路吃到飽的概念是不一樣的，這裡的有線寬頻網路雖然也是無限制的流量，但是它是有限制總流量的，例如總下載量在 20GB 以前，上網的速度都是 2MB，但是當你的總流量超過了 20GB，上網速度會自動“降速”成 256KB 直到下個月的帳單週期結束為止。我原以為只有 Airtel 有這樣的限制，但仔細比較了其他三家電信公司後，才發現這樣的限制在這裡是常態。

很難想像，剛開始的前六個月生活在如此不安定的網路環境中 (因為不曉得網路什麼時候會變龜速)，後來電信公司慢慢地開放其他的選擇，有 40GB 的流量、75GB 和 150GB 的方案，我們也在來回幾個月的測試下，終於

找到了滿足一家三口的網路用量方案。不過期間還發生過另外一件鳥事，就是申請的流量和實際提供的流量不一樣，不論是寫信抱怨還是打電話給客服對方都回說系統沒有問題，最後是連續蒐集了兩個月的帳單和網路用量資訊跑到門市去抱怨的時候，對方才發現確實是工程部門的設定出了問題。

當然，這些事件不只是特例，類似的情形經常在我們周遭上演著。就好比去書局買了一組書擋(bookend)，對我們來說書擋是一組計費的，但是店員看到我拿著兩個書擋，結帳的時候硬是算兩個的價格，和其理論店員也不認為自己有錯，就一直僵在那(而且已經刷卡了，不能退費只能換貨)，直到店經理出面才證實書擋是一組的價格。更有一次去超市買枕頭套的時候，因為特價的緣故，所有兩個枕頭套是預先被訂在一起的，但是結帳的時候，卻又被計費了兩次，再度理論後才順利退費成功。

當然，多數時候對方發現是自己錯誤的時候，他們是會想辦法幫你解決問題，但是在那之前，你必須要有足夠的耐心證明你是對的。經歷了這一切，你會發現在印度生活除了要先拋開在台灣生活的慣性思維外，更要有隨時據理力爭和吵架的勇氣，或許這是另一種生活體驗。(加爾各達台商胡國愷撰文)

修法嚴懲酒駕 印各界共識高

印度最高法院年初針對 1 宗酒駕肇逃案作出指標性判決後，各界對修法提高酒駕刑責已有共識。目前在國會的版本將罰金增為現行的 2.5 倍，駕駛人更可能被關 4 年。



2006 年 11 月 12 日清晨 3 時 45 分，一輛急馳的豐田卡

羅拉 (Toyota Corolla) 汽車，在孟買 (Mumbai) 郊區班德拉 (Bandra) 的路口，突然失控衝向人行道，睡在路邊的 5 名工人和兩名兒童慘死輪下，另有 8 人受傷。

警方後來逮到肇事逃逸的 20 歲嫌犯白瑞拉 (Alistair Anthony Pereira)。經採證後，他依酒駕肇逃移送法辦，地方法庭後來判他 6 個月徒刑。

飛車酒駕肇逃奪 7 命卻被輕判，在當時引起輿情譁然。孟買所在的馬哈拉什特拉 (Maharashtra) 省政府在各方壓力下，將本案上訴孟買高等法院。

高院 2007 年 9 月 6 日判白瑞拉 3 年有期徒刑，併科罰金 50 萬盧比 (約新台幣 27 萬元)。

已賠償家屬 85 萬盧比的白瑞拉自認責任已盡，不服判決，於是又把案子上訴到最高法院。

最高院今年 1 月 12 日終審判決，援引印度刑法中 1 條最高刑期 10 年的刑事殺人相關條款，不但支持孟買高院的裁定，還認為高院判決對白瑞拉「過於寬厚」。

但因馬哈拉什特拉省政府在高院判決當時並無異議，最高院後來也無法提高刑期。

最高法院這項指標性判決，使得印度提高酒駕刑責成為大勢所趨。內閣版本「2007 年機動車輛修正法」的修正案今年 3 月送進國會，其中有關酒駕的刑責大幅提高。

依現行法規，駕駛人酒測值超標罰款 2000 盧比，法官可依情節輕重，併科拘役數日。

原本遲未能定案的提高酒駕罰責修正案，5 月初終獲國會上院 (Rajya Sabha) 通過，將酒駕遭逮的罰金一口氣調高到 5000 盧比；若是累犯，更將挨罰 1 萬盧比。

依酒測值高低，法官得對駕駛人併科最低 6 個月、最高兩年的徒刑；若是累犯，最高可能被關 4 年。

修正案已送國會下院 (Lok Sabha) 審議。因各界對於提高酒駕刑責已有共識，一般預期，罰則的修正可在國會本會期內完成。

德里警察局交通大隊主管賈格 (Satyendra Garg) 認為，強有力的法規絕對可以嚇阻貪杯客酒駕。

德里警局交通大隊 2011 年共

舉發 1 萬 8073 起酒駕，其中約 3000 人遭拘役；今年截至 4 月底止則已舉發 7766 起酒駕，其中 2361 人遭拘役。(中央社記者何宏儒提供)

南印大象行情漲 日租逾 5 萬元

由於寺廟和教堂活動需求增加、供給量卻紋風不動，南印度克勒拉省大象的租賃行情過去幾年大幅增長。一些外型體面的大象，日租金甚至超過新台幣 5 萬元。

受限中央政府法規，轉賣大象的金錢交易已禁止多年。但在南印克勒拉 (Kerala) 省，長達 99 年的大象租賃契約行情，已自兩年前的 400 萬到 500 萬盧比，現在漲到 700 萬到 1000 萬盧比 (約新台幣 535 萬元) 之譜。

克勒拉省 1973 年便禁止捕抓野生大象。到克勒拉高等法院 2007 年禁止買賣大象為止，後來增加的數量都是從東印比哈 (Bihar) 省或東北省區買進的。

「經濟時報」(The Economic Times) 引述野生動物守護員

暨森林保護主管戈匹納坦 (V. Gopinathan) 說，全省圈養大象數約 700 到 800 頭，近來並無增長。



位在克省第 5 大城特里蘇爾 (Thrissur) 的大象福利團體動物遺產工作小組 (Heritage Animal Task Force) 秘書范奇亞查蘭 (V. K. Venkiachalam) 說，曾有某一些大象的 99 年租賃契約金額超過 1000 萬盧比。

大象租金的高低因身高、體長、象牙、象鼻長度及耳形而異，有些寺廟會支付高達 3 萬盧比的日租金僱用外形體面的大象。過去甚至有過 1 天 10 萬盧比的行情。

儘管租金提高，但大部分象主仍入不敷出。光是僱請象夫和以棕櫚葉為主的大象食物，1 天至少就得花費 2000 盧比。節慶旺季當然不成問題，但在僱請大象淡季的雨季期間，問題就來了，尤其當大象生病無法上工時，情

況更糟。

格魯瓦由爾 (Guruvayoor) 鎮的印度教寺廟格魯瓦由爾廟養了 64 隻大象，廟會活動時不必花錢租大象，但廟方每年花在飼養大象的相關費用，就超過 2500 萬盧比。

有能力飼養大象，在克勒拉省是 1 種社會地位的表徵，可以滿足主人的虛榮心。在克省中部，熱衷此道的一般民眾不在少數，有人甚至養了不只 1 頭象。

全克勒拉象主協會 (All Kerala Elephant Owners' Association) 會長庫瑪 (T.N. Arun Kumar) 表示，在克省中部的特里蘇爾縣和巴拉喀德 (Palakkad) 縣，基於當地人對宗教節慶的狂熱，賠錢養大象的可能性很低。

他說，「跟其他地方不同，那裡的大象幾乎一年到頭都有活可幹」。以特里蘇爾縣為例，就連教堂辦遊行，也會找來大象盛裝打扮上街亮相。

巴拉喀德縣的哈瑞達斯 (Haridas) 與哥哥共養 14 頭

象。他說，他的象「需求暢旺」。當 150 公里外的鄰縣特里蘇爾或柯枝 (Kochi) 市有廟會活動時，他就用卡車把大象送去賺錢，1 天工資 1 萬到 3 萬盧比不等。如果神廟距離遠，交通費另計。

過去也曾發生過不同的神廟開高價競爭特定大象的案例。這種情況下，大象日租金通常會破 10 萬盧比。大象專家、獸醫吉里達斯 (Giridas) 表示，往好的方面想，大象租金行情看漲，至少讓飼主更懂得珍惜牠們。

他說，拜這股趨勢所賜，大象死亡的情況近來已降低。

但在同時，因為用卡車運送大象，導致大象死於交通意外的事件時有所聞。報導引述范奇亞查蘭說，過去 3 個月已發生 18 起運送大象的交通意外，導致 6 隻大象喪生。

(中央社記者何宏儒提供)

印度銷售瘧疾醫治藥物約 7% 為偽藥

由美國國家健康機構 (National Institute of

Health) Fogarty 國際中心專家 Gaurvika Nayyar 領導發表於 Lancet 期刊之研究調查指出，全球 106 個國家約 33 億人處於受到瘧疾感染的風險當中，每年約有 65 萬 5,000 人至 120 萬人死於瘧原蟲感染疾病。研究指出大多數瘧原蟲感染疾病的發病率及死亡率，均可因施予病人正確有效且高品質的藥物而避免或減少。據該機構蒐集之東南亞 7 個國家相關資訊（包括 7 種抗瘧疾藥物之 1,437 個樣本），顯示其中約 3 分之 1 無法通過化學檢測，幾乎一半包裝不正確，另外 3 分之 1 則為偽藥。因此，該研究結論指出，東南亞國家超過 3 分之 1 市售抗瘧疾藥物係偽藥，其中在非洲撒哈拉沙漠以南地區有 3 分之 1 樣本因含有或多或少的活性組成物質，有激化抗藥性的可能，而沒通過化學測試。而在印度市售抗瘧疾藥物則約 7% 品質不良且多係偽藥。

該研究調查亦指出，品質不良之抗瘧疾藥物將導致抗藥性及不正確的治療，危及病患生命。此種瘧原蟲產生抗

藥性寄生體現象在泰緬邊界地區已非常嚴重，因此有效供給適當抗瘧疾藥物是非常重要的課題。



另據該中心專家指出，品質不良之抗瘧疾藥物將導致患者

病情惡化甚至死亡。依據 2011 世界瘧疾報告 (World Malaria Report) 指出，印度約超過 70% 的人口（或約 10 億人）面對瘧疾感染危險；其中 3 億 1,000 萬人屬高危險傳染性感染族群，印度每年約有 150 萬個登記有案之瘧疾病例。該專家警告，由於人類旅遊範圍逐漸擴大，使得此種瘧疾抗藥性寄生蟲開始從泰國及緬甸向外擴散。不久之後，印度將會遭受因受感染病患帶原者，攜帶此瘧疾抗藥性寄生蟲進入國境之威脅。（駐印度代表處經濟組提供）

**OECD 預估印度 2013 年經濟
成長率為 7.7%**



依據經濟合作暨發展組織（Organisation for Economic Cooperation and Development, OECD）最新一期經濟展望（Economic Outlook）報告指出，2012年印度經濟成長率由2011年的7.3%下降至7.1%；另由於印度政府於2012年將採取財政強化政策，以降低通貨膨脹、縮減經常帳赤字及促進更均衡的經濟成長，因此OECD預估印度2013年經濟成長率將略調升為7.7%。

2008年全球金融危機使得印度當年度經濟成長率由之前的8-9%下降至6.7%；由於印度貨幣盧比貶值、高通膨及經常帳赤字，2011-12會計年度經濟成長率僅達6.9%。印度經濟放緩係因製造業及投資表現疲弱，同時外部需求減弱及進口增加，導致經常帳赤字擴張所致。2011-12會計年度印度經常帳赤字459億美元，占GDP2.7%，預估2012-13會計年度該赤字將達770億美元，占GDP4%。

OECD報告復指出，印度目

前採行的多項貨幣政策，將會受到通貨膨脹壓力的限制。雖然目前通貨膨脹率已由2位數降至個位數，但是依然偏高，此現象將有害於吸引外來投資。另印度政府政策的不確定性，亦將損害印度長期經濟成長展望。中期而言，印度政府規劃自今年起之第12個5年經濟發展計畫所定每年平均經濟成長率為9%的目標，亦將受到影響。另印度亦計畫消減財政赤字，由2011-12會計年度占GDP的5.9%降至2012-13會計年度的5.1%。

OECD秘書長Angel Gurría表示，全球經濟雖有動能，但復甦情勢非常脆弱。由於經濟成長緩慢、高失業率、整體經濟政策調整空間有限，結構性的經濟改革只能作為短期促進經濟成長及增加消費信心的手段。另預估OECD國家GDP成長率將由2011年的1.8%，2012年的1.6%，緩慢成長至2013年的2.2%。（駐印度代表處經濟組提供）

印緬全方位合作 抗衡中國大陸

印度、緬甸領導人今年 5 月 28 日在緬甸會面後發表聯合聲明，決定在能源、運輸、貿易投資、戰略等方面全方位加大合作腳步，也凸顯印度拉攏緬甸以抗衡中國大陸的意味，相當濃厚。

緬甸推動民主改革，對外改採開放政策，已成外界高度關注的新市場。不管從地緣政治、貿易投資、戰略合作等角度來看，印度與緬甸發展關係，都符合雙方的利益。

時隔 25 年，印度總理再訪這個擁有 1600 多公里陸上邊界的鄰國。外界認為，新德里與北京爭奪緬甸的意味濃厚。而印、緬現在更決定在能源、運輸、貿易投資，甚至戰略上，加大合作腳步。



雙方這次簽署的 12 項協議或備忘錄雖不包括能源合作的項目，但據印外交部公布的聯合聲明，兩國領導人除強

調針對能源安全更密切的合作有其必要，並對緬政府與印度朱比蘭特能源公司（Jubilant Energy）簽署生產分配合約（Production Sharing Contract），表示歡迎。

兩國鼓勵印企業入緬投資石油與天然氣產業，「包括進入前景良好、已提供投資的區塊」，並歡迎印商投資緬甸石油下游產業。

聯合聲明另外提到，緬總統對印投入台曼地（Tamanthi）和希瓦薩耶（Shwazaye）水電計畫細部項目報告的準備工作表示感謝。

印、緬 2004 年簽署合作協議，草擬欽敦江（Chinwin River）畔 1200 百萬瓦（MW）的台曼地和 600 百萬瓦的希瓦薩耶水電計畫，規劃同時對緬甸和印度東北邊省供電，以推動當地經濟發展。

但印媒體去年曾報導，緬政府迫於中方影響力，持續推遲批准上述開發計畫。當時的印駐緬大使瑟夏德里（V.S. Seshadri）還建議新德里抽腿，以進行損害控管。

在這次的聯合聲明中，兩國領導人各指示本國官員研究細部項目報告並將未來行動步驟定案，顯示上述計畫已死灰復燃。

2011年印、緬雙邊貿易額為12億美元；兩國盼2015年可增至30億美元。

聯合聲明指出，雙方尤其鼓勵印商赴緬投資包括港口、高速公路、石油與天然氣、造林、製造、旅館、資通訊等產業。

兩國並新增「貿易與投資論壇」，以促進相關合作與交流。而印度聯合銀行（United Bank of India）並將在仰光設立1個代表辦公室，以促進雙邊貿易。

兩國也將共同推動Tamu-Moreh和Rhi-Zowkhathar這兩處邊境貿易。

雙方也同意兩國央行：印度儲備銀行（Reserve Bank of India）、緬甸中央銀行（Central Bank of Myanmar）近期內針對包括貨幣交換在內的議題，簽署備忘錄。

聯合聲明提到，印度總理曼莫漢、緬甸總統登盛（Thein Sein）對於印度開發緬甸加叻丹多運具過境運輸計畫（Kaladan Multi-modal Transit Transport Project）的進度感到滿意。兩國4月決定在印度東北邊省米左拉姆（Mizoram）省左林浦伊（Zorinpui）設立陸上海關站，將有助拓展雙邊貿易和人民往來。

曼莫漢並宣布印度將投入泰摩-卡里瓦友誼道路（Tamu-Kalewa Friendship Road）71座橋樑的修造與部分路段升級計畫，使印度可經由緬甸進入泰國，在2016年之前達成3方連通。

此外，連通印度東北曼尼坡（Manipur）省省會伊法爾（Imphal），到緬甸第2大城瓦城（Mandalay）的巴士，也在曼莫漢此行正式通車。

著眼於緬甸2014年將擔任東南亞國家協會（ASEAN）輪值主席國，曼莫漢在聯合聲明中特別強調緬甸對於印度「東望政策」（Look East Policy）及東協整合的重要

性。

印度1992年成為東協的部門對話夥伴（Sectoral Dialogue Partner）。為慶祝雙方20年的夥伴關係，印度—東協紀念峰會（ASEAN-India Commemorative Summit）預定12月20日及21日在新德里舉行。

曼莫漢這次抵達緬甸訪問3天，成為25年來首訪緬甸的印度總理。聯合聲明顯示，雙方正在全力加強多層次的合作關係。（中央社記者何宏儒提供）

黃金不再是印度走私販的最愛，仿冒記憶卡已取而代之，台灣創見（Transcend）亦是主要被仿對象之一

近來由於手機、照相機、MP3撥放器、電子遊戲機等消費電子產品風行，人們對記憶卡之需求大增，記憶卡已成為走私進入印度的熱門產品。驚人的是，多數走私的記憶卡雖印有國際大廠之註冊商標，卻是不折不扣的仿冒品。

印度記憶卡走私相當猖獗，

印度科技城之一的海德拉巴（Hydrabad），其國際機場海關在最近6個月內已查獲超過6萬5,000片之走私記憶卡，價值約1,300萬盧比（目前1美元約兌53盧比），並逮捕6名嫌犯，德里、孟買、班加洛等印度其他大城亦發生多起類似案件。

海德拉巴國際機場海關官員表示，查獲案件以走私2GB容量記憶卡為大宗，主要廠牌為新帝（Sandisk）及創見。據說記憶卡在中國及台灣便宜到用秤重來買賣，走私販將其運往價格較高的印度出售賺取利潤。但令海關官員相當不解的是，記憶卡進口關稅已降至僅6.18%，為何還需前仆後繼地走私以規避進口關稅。

業界人士就此表示，記憶卡走私在印度不是單純的規避進口關稅事件，而是一大規模進口仿冒品的非法勾當。在中國製造之各式仿冒記憶卡經香港轉銷國外，由於包裝精美看似與真品無異，印度通路商將仿冒的新帝、創見、金士頓（Kingston）、新

力 (SONY) 等知名國際品牌記憶卡銷至無從分辨真偽的消費者手中，賺取龐大利潤。

在印度路邊隨處可見的手機攤及檳榔攤，仿冒的記憶卡常以「無法置信」的高額折扣出售，然在許多正規賣場中仿冒的記憶卡仍以市場價格標示販售。目前記憶卡每日交易量相當龐大，交易價格波動宛如黃金，交際價格訊息隨手可得。消息人士指出，仿冒品已猖獗到海德拉巴的知名大盤商亦涉入其中，為數可觀的仿冒品已流出至經銷商手中以真品價格銷售。

一位不願具名的海德拉巴大盤商表示，仿冒記憶卡走私問題確實嚴重，散裝的仿冒記憶卡經走私進入印度後，再經精美包裝後賣相幾可亂真，已嚴重擾亂市場秩序，尤其是新帝這個品牌。已多次向新帝公司抱怨應採取行動遏止仿冒歪風，新帝雖予承諾控制，但仿冒之勢絲毫未減，目前印度新帝公關人員已不再回應任何抱怨的電子郵件。

事實上，精心包裝後的仿冒記憶卡連經銷商都難辨真偽，行銷記憶體多年的 Master Communications 負責人 Mr. Shaheezad 都感嘆的表示，他也分辨不出真假。(駐印度代表處經濟組提供)

「印度-日本全面經濟夥伴協定」(印日 CEPA) 自 2011 年 8 月生效至今已逆轉兩國雙邊貿易趨勢



印日 CEPA 自 2011 年 8 月 1 日生效至今，兩國間貿易成長速度明顯加快，雙邊貿易額至本 (2012) 年 3 月底已大幅成長 38%。值得注意的是，日本對印度出口成長率近年來首度超越印度對日本出口成長率，甫生效之 CEPA 短期內已逆轉兩國雙邊貿易趨勢。

2011-12 財政年度 (2011.4.1-2012.3.31) 統計資料顯示，日本對印度出口成長創歷史新高達 40.96% (121.67 億美元)，而印度對日本出口成長僅維持在 18.39% (61.45 億美元)，此

數據與前數年呈明顯對比。2010-11 財政年度日本對印度出口成長 28.18% (86.32 億美元)，印度對日本出口成長 43.03% (51.91 億美元)，2009-10 財政年度日本對印度出口衰退 14.61% (67.34 億美元)，印度對日本出口成長 19.96% (36.29 億美元)。近年來印度對日本出口成長率均較日本對印度出口成長率高，2011 年甫生效之印日 CEPA 短期內已逆轉雙邊貿易趨勢，印度自日本進口激增之項目包括：機器設備、鋼鐵、珍珠、寶石半成品等。目前印度自日本進口之主要產品為機器設備、電子產品、鋼鐵、電機產品、運輸工具、工具機等，印度出口至日本之主要產品為汽油、珠寶、鐵合金、鐵礦等。

專家表示，要斷定印度與日本雙邊長期貿易趨勢出現逆轉仍嫌太早，但若長此以往則令人相當擔憂。印度出口協會 (FIEO) 會長 Mr. Rafeeqe Ahmed 表示，印度若要達到對日本出口在 2014 達到 120 億美元的目標，應善加利用印日 CEPA 來對日

拓銷。在最近舉行的「第 2 屆印日經濟首長會議」中，印度商工部長 Mr. Anand Sharma 就曾向日本商工部長 Yukio Edano 施壓，要求開放日本藥品與資訊科技 (IT) 市場，並謂日本應撤除所有的非關稅障礙，才能早日實現印日 CEPA 承諾給予印度的貿易利益，目前印度學名藥僅占日本藥品市場的 1%，日本藥品市場需求龐大，應藉擴大學名藥的使用來降低售價，而印度的產能可滿足日本的需求，此舉可創造雙贏。

印日 CEPA 於 2011 年 2 月 16 日簽署，同年 8 月 1 日生效，降稅範圍涵蓋目前印日雙邊貿易額 9 成，約 8,000 項產品。印度輸銷日本可獲關稅減讓之主要產品為紡織品、水產品、紅茶、咖哩、木材等，日本輸銷印度可獲關稅減讓之主要產品則為汽車零組件、番薯、水蜜桃、草莓、柿子、盆栽等，惟組裝完成之汽車、米糧、小麥、牛肉、雞肉等則不列入關稅減讓清單之列。兩國約定自 2011 年 4 月開始降低商品貿易關

稅，預計 10 年內印日兩國各自取消 90% 及 97% 產品品項之進口關稅。

印日 CEPA 中之藥品市場部分，日本是僅次於美國，世界第二大藥品市場，其非專利藥年售額為 60 億美元，約為市場總值的 8%，因日本有其自訂之標準，須由日本自行檢驗合格方得輸入，此點印方仍需加強改善其品質，方能符合日方要求，以進入日本藥品市場。服務貿易方面，將解除廚師、會計師、英語教師、醫生、護士等專業服務業及單一品牌產品配銷服務業之進入障礙。投資方面，雙方企業將享有投資前後之國民待遇。(駐印度代表處經濟組提供)

印度 2012 年企業調薪幅度約為 12%

人力資源顧問公司 Mercer 年度報告顯示，印度今年調薪幅度將為 12%，企業普遍預期經濟即將復甦，將增聘員工。調薪 12% 係對所有產業之估計，其中以汽車產業最佳將調薪 14.3%，製藥次之為 12.8%。另一人力資源顧

問公司 Ma Foi Randstad 報告顯示，印度今年度加薪幅度預期為 11.2%，亦相去不遠，企業考慮調薪兩位數，係因去年物價上漲也達到兩位數所致。



Mercer 年度報告中顯示，由於印度經濟發展前景持續看好，企業積極

搶聘人才，預期今年將有換職潮，有 54% 的受訪者表示今年將會換工作。隨著景氣逐漸復甦，受訪之 681 間公司有 4 分之 3 已將預算中的薪資費用提高，8 成表示有招募員工的計畫，其中以製造業、保險業、化學等居多；有趣的是，沒有一家公司有人力縮編之計畫。另資訊科技產業由於受到歐美經濟下滑的影響，加薪幅度僅 11.3%，與去年相當。(駐印度代表處經濟組提供)

印度人均國債年增 23%，利息支出已占預算 18%

印度 2011-12 財政年度 (2011.4.1-2012.3.31) 人均所得年增 14%，人均國債亦成

長 23%。據印度財政部資料顯示，2011-12 財政年度印度人均國債為 3 萬 3,000 盧比（目前 1 美元約兌 55 盧比），2010-11 財政年度僅 2 萬 6,600 盧比，國債已成為人民在房貸、車貸外之一大負擔。印度國債主要由國內融通，外國資金為甫，印度政府雖可從國外取得資金，但還是選擇從國內籌資。

2011-12 財政年度印度人均國債 3 萬 3,000 盧比，已超過名目人均所得 6 萬 972 盧比之半，2010-11 財政年度人均國債 2 萬 6,600 盧，並未超過該年人均所得之半，印度政府舉債主要用於補貼及經常性支出。

印度的高負債比已引起信評機構之廣泛注意，但相較於其他國家，印度政府的負債比仍相當溫和。據 IMF 估計，印度國債占 GDP 67%，在金磚四國中為最高（巴西 65%、中國 22%、俄羅斯 8%），但仍較全球主要經濟體為佳（日本 235%、義大利 123%、美國 106%、英國 91%、法國 89%、加拿大 84%、

德國 78%），更較歐豬四國的葡萄牙、愛爾蘭、希臘、西班牙等為優。

高債務必伴隨高利息支出，印度 2012-13 財政年度預算中利息支出為 2.75 兆盧比，占該年度歲出 18%，經濟學家長期警告印度政府應有效降低利息及補貼支出，而將資源投入目前經濟發展急需的軟硬體基礎設施上。（駐印度代表處經濟組提供）

印度將賦予紅茶為印度國家飲料之地位，此舉將對印度紅茶產業帶來長遠利益

印度計畫委員會（Planning Commission）頃宣佈將賦予紅茶為印度國家飲料之地位，預計將在明年度實行，一般咸料，此舉將對印度紅茶產業帶來長遠的利益。以消費金額來看，紅茶早已是印度國飲，飲用量僅次於水。賦予其國飲類似品牌的標籤，將使印度紅茶成為熱門商品，長期提振國內需求。此外，賦予紅茶國飲地位，將使其在政府眾多的拓銷商品中成為亮點，而紅茶產業面臨的困難亦將會被政

府列為優先解決項目。



印度紅茶產業在歷經前一段蕭條後需求逐漸回升，目前茶工薪資上漲、外銷前景看好，是賦予紅茶國飲地位的好時機。然紅茶產業仍必須面對成長逐漸萎縮的趨勢，在種植面積無法擴增的情形下，印度紅茶產量在過去數年成長停滯。印度茶葉局目前採雙管齊下政策，以鼓勵小型茶園的設立（已在阿薩姆省獲致良好成果）及補助現有茶園更新機器設備來維持產業成長。預料在印度賦予紅茶國飲地位後，印度紅茶產業所面臨的問題將會逐漸浮上檯面並受到社會各界的重視。

印度紅茶年產量約 100 萬噸，茶樹種植面積約 57 萬公頃，茶園總數達 15 萬家，其中大型茶園（面積超過 10.12 公頃）約 1,600 家，其他則為小型茶園。國內消費約 85 萬噸，出口約 20 萬噸，出口平

均價格約每公斤 3 美元。進口約 2 萬噸，進口平均價格約每公斤 2 美元。2010 年印度紅茶主要出口市場依序為：俄羅斯、阿拉伯聯合大公國、伊朗、英國、美國、哈薩克、巴基斯坦、德國、澳洲，輸銷我國僅 324 噸，金額約 140 萬美元，平均價格約每公斤 4 美元。（駐印度代表處經濟組提供）

印巴緊張緩 關係續增溫

南亞兩大宿敵印度、巴基斯坦緊張情勢趨緩，經貿關係邁向正常化，政治關係也持續「融冰」，掌握實權的軍方也表態力挺和平進程。印、巴關係正被推向歷史轉捩點。

巴國近 100 家廠商組成 650 人代表團，4 月 12 至 15 日在新德里展覽中心舉辦「巴基斯坦生活方式」（Pakistan Lifestyle）商展，作為今年 2 月印度商工部長夏瑪（Anand Sharma）率 125 家印商，在拉合爾舉辦商展的回訪。

同期間，夏瑪 4 月 13 日與到訪新德里的巴國商業部長法希姆（Makhdoom Amin

Fahim) 會談後正式宣布，印度決定對外人直接投資 (FDI) 唯一受限的巴國解禁。



兩國獨立 64 年來，僅 1 位巴國商業部長曾訪印，印商工部長則不曾訪巴。但去年 9 月以來，印商工部長、巴商業部長已 4 度會晤。

巴國去年 11 月給予印度最惠國待遇，讓印度近 6000 項商品適用一般進口稅。2010 年印、巴雙邊貿易額僅 27 億美元，兩國現在設定目標 3 年內提升至 60 億美元。

雙邊經貿關係邁向正常化，政治關係也持續「融冰」。巴總理季蘭尼 (Yousuf Raza Gilani) 去年 3 月 30 日接受印總理曼莫漢 (Manmohan Singh) 邀請，訪印觀賞 2011 年世界盃板球賽印、巴對決的準決賽，進行「板球外交」。

巴總統札達里 (Asif Ali

Zardari) 今年 4 月 8 日抵印展開私人宗教之旅，期間曾在曼莫漢官邸午宴，兩人並展開 1 對 1 的談話。曼莫漢也欣然同意接受札達里的邀請，回訪伊斯蘭馬巴德。

巴國文人政府與印度關係增溫，掌握國家實權的軍方態度更重要。巴陸軍參謀長卡亞尼 (Ashfaq Parvez Kayani) 4 月 18 日出人意料之外地表示，「巴、印和平共存非常重要，這樣兩國才能專注於開創人民福祉」、「巴、印間長達數十年的敵意應透過談判解決」。

這是他首度針對重新啟動的「印巴和平進程」相關議題表態。外界解讀認為，卡亞尼為印巴和平進程「背書」，顯示巴國軍方也「上船」了。

繼兩國內政部次長 5 月下旬在伊斯蘭馬巴德會談後，兩國國防部次長 11 日、12 日也在巴國拉瓦爾品第 (Rawalpindi)，針對嘉亞臣冰河 (Siachen Glacier) 非武裝化的議題展開談判。

雙方都在當地部署重兵，並曾多次血戰，使嘉亞臣冰河

成為全球最高海拔對峙陣地。儘管談判結果一如外界先前預期的沒有任何突破，但考量當地在印、巴國家安全上的敏感性和重要性，這場談判仍深具意義。

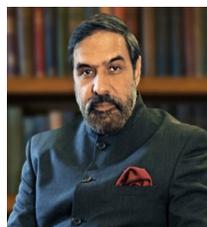
印、巴去年2月重啟因2008年11月26日孟買恐怖攻擊而中斷的「全面對話」，宣布「針對所有議題恢復對話」。雙方12日發布聯合聲明，宣示持續以對話方式，友好解決嘉亞臣冰河爭議的決心。

兩國間儘管存在法辦1126孟買恐怖攻擊嫌犯和克什米爾領土爭議這兩個最大歧見，但雙方政府都展現出致力提升彼此關係、促進區域穩定的決心。隨緊張情勢趨緩，印、巴關係正被順勢推向歷史轉捩點。(中央社記者何宏儒提供)

值全球經濟景氣低迷時刻， 印度公佈出口振興方案

印度2011-12年第4季經濟成長率僅5.3%，創9年新低，在國內經濟成長動能不足且歐債危機方興未艾之際，商工部長 Mr. Anand Sharma 頃

公佈延長貸款利息補貼及進口機器設備免關稅方案各一年，至2013年3月31日止。



Sharma 部長設定今年出口成長目標為20%，在當前歐債危機極有可能

拖累全球陷入二次衰退的情形下，盼刺激方案能扭轉印度出口頹勢，未來數月將是關鍵，相信在本年8、9月前會好轉。2011-12財政年度印度出口成長20.9%、達3,030億美元，但受龐大進口金額拖累，貿易赤字擴增至1,850億美元，然商品出口僅成長3.2%、達245億美元。

為加速進口替代縮減貿易赤字，印度商工部早已准許出口商可用其他支出抵繳國產產品貨物稅 (excise duty)，該方案僅限特定產品及特定出口市場，且目前僅准許出口商以原料進口關稅抵繳國產產品貨物稅，此舉可鼓勵出口商購買國產品，以節制進口、節省外匯、幫助國內製造發展、創造就業機會等等。

貸款利息補貼宣布延長一

年，該方案旨在提供勞力密集產業貸款利息補貼2%，目前僅開放適用給手搖紡織、手工藝品、地毯、中小型企業等4個產業，本年度將玩具、運動用品、加工食品、成衣等產業加入適用範圍。

進口機器設備免關稅優惠亦延長一年，適用之廠商出口實績須達應繳進口關稅之8倍，今年度進口機器設備零關稅優惠內容雖不變，但新增已獲技術提升基金補助之廠商亦可適用。另為提振印度東北地區各省之經濟發展，進口機器設備免關稅方案僅要求出口實績為規定之25%，而對電動車、太陽能、再生能源等16項環保產業之出口實績要求則僅為規定之75%。

為提振電子商務，從德里或孟買以郵寄方式出口貨物至國外也可享出口相關優惠，甫成立之跨部會專案小組將迅討論此方案適用於全國之可行性。印度出口商聯盟(FIEO)理事長Mr. Rafeeque Ahmed表示，此舉將為中小型出口商帶來極大之商業潛

力，並創造一個新的銷售平台。

印度商工部亦考慮重啟已於2011年3月31日截止之專業出口商租稅優惠，以及減免經濟特區及出口專區貨品轉內銷之進口關稅，新政策將在近期公佈。

雖然商工部不願透露刺激方案所需的預算金額，印度出口商聯盟(FIEO)秘書長Mr. Ajay Sahai表示應不會超過130億盧比(現1美元約兌55盧比)，政府已挪出專用款項，所以額度也僅限於此。由於大多數公佈之措施皆不需政府額外支出款項，所以刺激方案對財政赤字的影响將有限。

商工部次長Mr. Rahule Khuller曾於上月率直地指出，今年度出口成長僅為10-15%，在歐美景氣皆墨的情形下，若能達成目標已相當幸運。印度商工總會(FICCI)理事長Mr. RV Kanoria表示，印度政府若能實施前瞻性政策，出口成長20%的目標應可達成，然除非總體經濟基本面轉好，出

口刺激方案仍無法奏效。印度工業總會（CII）理事長 Mr. Adi Godrej 表示，出口刺激方案是在對的時間做對的事，能幫助印度出口在 2013-14 年達到 5,000 億美元的目標，目前印度需增加港鋪及貨運設施，否則將限制出口動能，暫停的經濟特區（SEZ）設立申請也應儘早重新啟動。（駐印度代表處經濟組提供）

印度政府將在近期內採行限制中古機器設備進口之政策為提升總體生產力及製造業競爭力，印度政府將在近期內採行限制中古機器設備進口之政策。擬禁止進口已使用 5 年以上之舊機器或針對各別產業訂定年限標準，取消購買中古機器設備適用「紡織技術升級基金」（Textile Up-gradation Fund）及「購買資本財貸款優惠」（Credit-Linked Capital Subsidy Scheme）等優惠方案，並考慮以中古機器之原始售價課徵 75% 進口關稅（目前中古機器進口關稅係以時價為課徵基準）。此外，

刻正就自由貿易協定對中古機器進口之影響進行評估，而廠商得以發行新股作價自國外廠商購入中古機器設備之規定已在本年 4 月取消。

進口中古機器在印度某些產業的使用率相當高，主要創匯產業之一的紡織業所使用之紡織機有 80% 係仰賴進口之舊機器，用來製作各種機器零件之工具機則占 40%-45%，營建工程施工中必要之起重機則占 80%，進口中古機器對印度工業生產之重要性可見一般。

印度工業總會（CII）曾為此向政府陳情，進口中古機器已扼殺國內機器設備製造業者之生存空間，中古機器不僅延遲印度國內產業之技術升級，並且有能源使用效率、操作安全性等問題。印度機器設備製造業者表示，大量進口之舊機器對本土設備產業發展相當不利，據印度政府資料顯示，2011-12 財政年度，資本財生產已年減 4.1%，本年 4 月更較去年同期衰退 16%。（駐印度代表處經濟組提供）

國際衛生組織 WHO 對赴印度旅客發布瘧疾警訊

WHO 所出版最新一期之「2012 國際旅遊及健康公報」指出，今（101）年在印度全國海拔高度2000公尺以下地區，均存在感染瘧疾之強大威脅，因此呼籲今年夏季前往印度旅遊之國際觀光客要做好對抗瘧疾的準備。

WHO 的上述公報，除提醒赴印度旅客要小心瘧疾感染的相關疾病外，並指出前往印度東三省及 Andaman & Nicobar Island、Chhattisgarh、Gujarat、Jharkhand、Karnataka、MP、Maharashtra、Odisha 及 West Bengal 等省旅遊者更需格外注意防範瘧蚊叮咬。（駐印度代表處經濟組提供）

世界銀行評比印度於全球貿易物流效能居世界第46名

世界銀行針對國際貨物運輸及快遞業者所作之調查研究並據以發布之2012競爭連結-全球經濟之貿易物流報告（Connecting to Compete 2012：Trade Logistics in the Global Economy）指出，過去

2 年全球經濟衰退期間，印度、中國及美國仍積極改善全球貿易物流效能；致印度於全球貿易物流效能評比中得以位居世界第46名。世界排名前五名之國家分別為新加坡、香港、芬蘭、德國及荷蘭；日本及美國分別位居第8及第9。

世界銀行減少貧窮暨經濟管理部門副總經理 Otaviano Canuto 表示，貿易物流是經濟競爭力、經濟成長及減少貧窮最關鍵的一環。然而，貧窮及富有國家間物流的差距持續擴大，且2007年至2010年間因全球經濟衰退及歐債危機的影響使得尋求物流改善的政策措施遭到壓抑。依據上述調查資料，高所得經濟體物流效能的排名較前，物流效能較差者大多為低度開發國家。然而，物流效能並非完全取決於人均收入，有些低所得國家物流效能亦有較所得高者為佳情形。

另據世界銀行國際貿易部門經理 Mona Haddad 表示，基礎建設是物流效能最主要的

驅動關鍵因素，其次為物流服務、海關及邊境管理。所有名列前茅之物流效能國家，渠等公私部門均顯示強力的合作關係。另外，在此一食物價格創歷史新高的時刻，此項調查也發現，物流對食物安全的重要性，運輸及物流直接影響到食物的價格及供給，尤以非洲及中東等依靠食物進口之國家，此要素最為顯著。

世界銀行之此項調查研究係首次將環境因子納入考量，同時也發現在高所得國家及新興經濟體已顯著的採用綠色物流系統，此舉對於減少因物流及貨物運輸所造成超過全球 15% 二氧化碳排放情勢而言，係一正面良性之發展。(駐印度代表處經濟組提供)

印度塔塔 NANO 汽車銷售業績再創新高，女性及首次購車族是主要客群

印度塔塔 (TaTa Motors) 汽車公司生產號稱世界上最便宜的 NANO 汽車，擁有每公升汽油跑 25 公里的優異省油性能，使得在目前油價高漲

的時刻，更具市場競爭力。據印度汽車製造業協會 (Society of Indian Automobile Manufacturers) 統計資料顯示，塔塔公司今年 (101) 年 3 月銷售 10,475 輛 NANO 汽車，約為去年 10 月 3,868 輛銷售量的 3 倍。



據塔塔公司內部研究分析，女性及首次購車族是 NANO

汽車主要消費客群。其中，女性購車者約占 10~12%，首次購車者由 2009 年 7 月的 20%，大幅上升至目前的 50%。

2010 年一連串 NANO 汽車火燒車事件，曾引起消費者對 NANO 汽車安全性產生疑慮，使得 NANO 汽車於 2010 年 11 月時僅售出自 2009 年 7 月開始銷售後的最低銷售量 509 輛的慘績。

為此，塔塔公司積極加強安全性、外觀及油耗性能表現的設計，以吸引女性及首次購車族購買該款汽車。

為了因應印度國內市場對

NANO 汽車不斷成長的需求，塔塔公司位於印度 Gujarat 省的 Sanand 汽車製造廠，也逐漸增加產能，預計於一般時段(4 月至 10 月)每月可銷售 12,000 輛，節慶時段(10 月至次年 3 月)則可達 15,000 輛。2011 年 8 月塔塔公司在全印設置了 246 家經銷商，未來更計畫增設 700 個服務點，以更全面的為 NANO 汽車的消費者提供完善服務。

塔塔公司計畫將推出 2012 年新款 NANO 汽車，擁有具競爭力的價格、更時尚舒適的外觀與內裝及良好的油耗性能，推出後定將對世界車市產生不小衝擊。許多汽車製造業者，紛紛尋求合作，或自行開發更低價的小汽車。如印度第 2 大汽車製造商 Bajaj Auto Ltd. 除於 2012 年 1 月生產縮小版的 RE60 小汽車外，更與雷諾汽車及 Nissan 簽署三方合作協議，計畫開發生產超低價汽車。日本鈴木汽車 Suzuki 亦打算另行開發低價車款，因應市場變化。(駐印度代表處經濟組提供)

印度計畫興建第一座地下核廢料儲存廠

印度政府刻正計畫擴增原子能源之發展，預計將於地下 1 公里深之處興建核廢料儲存場及研究實驗室。印度原子能部門官員表示，該核廢料儲存場及研究實驗室將設置於一已廢棄之礦場，並利用其豎井及礦室作為研究核能電廠固體核廢料儲存有關之方法及科技，同時建立一套地下儲存高輻射性核廢料的資料庫，包括傳導參數、裂縫及滲透性等對封存核廢料輻射性的衝擊及影響等。



印度第 12 個 5 年經濟發展計畫規劃於 2050 年時核能發電須達印度全國發電量之 25%，因此印度之核能發電廠將會繼續增建以達此目標。目前印度擁有處理核廢料儲存 30 年的能力，為因應未來逐漸增設之核電廠所產生之核廢料，建置核廢料儲存場以減少核廢料之輻射強

度及對環境之衝擊，係印度未來施政重要課題之一。(駐印度代表處經濟組提供)

印度地下水毒化嚴重，導致全民健康危機

依據印度水資源部的調查數據顯示，由於大量超限使用地下水及污染不斷持續增加，使得印度許多地區的地下水不適合飲用，也因此導致印度人民健康危機。

據上述統計資料指出，印度 639 行政區中有 158 個小區地下水有鹽化現象。有 267 個行政區地下水含有過量的氟化物、385 個行政區地下水含有過量的鎘、53 個行政區含有砷、270 個行政區含有高含量的鐵。

除此之外，有 63 個行政區地下水含有鉛、鉻、鎘等重金屬。高鉛含量的地下水會導致兒童身體與智力生長遲緩及腎臟疾病，或造成成人高血壓；鉻是一種致癌物質；鎘則會導致藍嬰疾病 (blue baby disease) 及成人呼吸與消化系統疾病。

而飲用大量超過安全標準氟

化物的地下水，則會導致氟中毒，並侵襲牙齒及骨頭；砷會引起神經系統疾病，導致兒童 IQ 降低，嚴重者甚至會致癌。

該資料另指出，目前，德里僅約 65% 的居民飲用由德里 Jal Board 公司提供之自來水。沿著德里 Najafgarh 排水道的北、西及西南區的地下水岩層中含鉛，不適合抽取飲用。且西南區地下水含有鎘，西北、南及東德里地下水含鉻，且大部分地區尚含有硝酸鹽及重金屬污染的情形，亦不適合飲用。據該調查指出，造成印度地下水毒化的原因，係因過度挖掘過深的地層資源，抽取大量地下水、未經過處理之工業及家庭廢水以及過度使用肥料造成污染所致。(駐印度代表處經濟組提供)

印度 60% 鄉村地區每人每日支出低於 35 盧比

印度國家普查局 (National Sample Survey Organisation, NSSO) 所作 2009 年 7 月至 2010 年 6 月期間之第 66 次普查結果顯示，印度平均每人

每月消費支出（Monthly per Capita Consumer Expenditure, MPCE）在鄉村地區為 1,054 盧比，城市地區為 1,984 盧比。依此結果推算，鄉村地區每人每日支出低於 35 盧比，城市地區低於 66 盧比。上述普查資料指出，印度 10% 最貧窮人口，鄉村地區每人每日支出為 15 盧比，城市地區為 20 盧比；換算成 MPCE，則鄉村地區為 453 盧比，城市地區為 599 盧比。印度 Bihar 省及 Chhattisgarh 省鄉村地區之 MPCE 最低，約為 780 盧比，Orissa 及 Jharkhand 省次之，為 820 盧比。而 Kerala 省鄉村地區之 MPCE 最高，為 1,835 盧比，Punjab 及 Haryana 省緊接其後，分別為 1,649 及 1,510 盧比。城市地區之 MPCE，以 Maharashtra 省最高，為 2,437 盧比，Kerala 及 Haryana 省次之，分別為 2,413 盧比及 2,321 盧比；Bihar 省仍最低，為 1,238 盧比。大多數中產階級的 MPCE，鄉村地區為 895 盧比，城市地區為 1,502 盧比。



該普查資料亦指出，2009~10 年期間，食物支出約占印度鄉村地區家庭平均消費支出的 57%，城市地區則為 44%。其中穀類消費鄉村地區之 MPCE 約 11.3 公斤，城市地區則為 9.4 公斤。印度聯邦政府計畫委員會依據本次普查結果，設定 2009~10 年印度鄉村地區及城市地區貧窮線標準，分別為每人每日支出低於 22.42 盧比及 28.65 盧比。依此推算 2009~10 年印度低於此貧窮線標準者約 3 億 5,460 萬人，較 2004~05 年之 4 億 720 萬人為低。（駐印度代表處經濟組提供）

印度在第 12 個 5 年計畫中將支出 2 兆盧比對抗氣候變遷

印度在 2012-2017 年的第 12 個 5 年計畫中，將支出 2 兆盧比（目前 1 美元約兌 55 盧比）以對抗氣候變遷。印度對抗氣候變遷之主要計畫「國家氣候變遷行動計畫」中，各計畫皆需龐大資金，

「農業計畫」需 1 兆盧比，「綠化計畫」需 4,600 億盧比，「喜馬拉雅計畫」需 150 億盧比，「國家水資源計畫」需 890 億盧比。目前印度政府已支出 GDP2.8% 在執行氣候變遷各項計畫上。

印度承諾在 2020 年以前削減 2005 年能源密集度 (energy intensity) 之 20-25%，將投入數十億美元之龐大資金。若資金由印度自行負擔，因將排擠原本該用在醫療、教育、生活、社會安全等項目之支出，而損害印度經濟成長及窮人脫離貧困。

專家警告，印度政府在與各部會及利害關係團體充分討論前，不應再對溫室氣體減排作出更大的承諾。且對抗氣候變遷涉及龐大投資，應成立跨部會機構研擬達成減排目標之策略以及尋找所需資金，然印度氣候變遷議題之主管機關環境森林部對此仍未表示任何意見。(駐印度代表處經濟組提供)

印度 Karnataka 省為外資在印度投資 R&D 產業首選之地

據知名企管顧問公司麥肯錫 (Mckinsey) 針對全球 R&D 產業高階主管進行之一項研究調查指出，印度 Karnataka 省、Maharashtra 省、Haryana 省及 Andra Pradesh 省名列全球前 15 大吸引外人投資 R&D 產業之地區，其中又以 Karnataka 省為外商在印度投資 R&D 產業首選之地，依外人投資額及 FDI 成長率表現而言，該省均排名第一。

該研究調查亦顯示，16% 受訪者傾向在 2016 年前將 R&D 部門設立於印度 Karnataka 省，在各城市評比中該省首府邦加羅爾 (Bangalore) 排名第 3，僅次於中國大陸的上海及巴西聖保羅，顯示跨國企業對 Karnataka 省發展 R&D 產業之條件與環境深具信心。

Karnataka 省得以吸引 R&D 產業投資之主要原因在於其豐沛的高素質人力，該省境內擁有 1,078 所大專院校、1,143 家職業訓練中心，108 個研發中心，具備大量專業技術之人才促使各國偏好將研發中心設於此地。另 K 省

尤以資訊科技產業名聞全球，首府邦加羅爾素有印度矽谷之稱，超過 2000 家 IT 公司聚集於此，其中 700 家為跨國公司，87 家為 Fortune 五百大企業之一。此外，該省在醫藥生技、航太產業、機械產業、汽車零組件產業、紡織業、礦業等發展亦在印度各省中名列前茅。

依印度商工部統計，2000 年迄 2012 年 2 月份間印度 FDI 流入達 1,623.06 億美元，其中投資於 Karnataka 省之金額達 96.1 億美元，佔印度各省中排名第 3，僅次於孟買及新德里。外商於 Karnataka 省投資之產業主要包括 IT、汽車零組件、機械業、醫藥生技等。(駐印度代表處經濟組提供)

印度 2011-12 財政年度貿易逆差創歷史新高，印度政府將以拓展外銷及抑制進口因應

印度 2011-12 財政年度(2011 年 4 月 1 至 2012 年 3 月 31 日)，全年出口 3,037 億美元，較上年度 2,511 億美元成長 21%，進口 4,886 億美元

較上年度 3,698 億美元成長 32.1%，貿易逆差 1,849 億美元，較上年度的 1,180 億美元成長 56%，貿易逆差創歷史新高。

雖然出口成績超越了先前政府設定的 3,000 億美元目標，但由於進口大幅成長，貿易逆差亦隨之大幅上揚，達 GDP 的 4%，較總理經濟顧問團預期的 3.6% 為高。

一般認為印度貿易逆差應維持在 GDP 3%-3.5% 之水準。

2011-12 財政年度印度進口前三大產品及比重依序為石油 1,556 億美元 (46.9%)、黃金 615 億美元 (44.4%)、電子電機產品 354 億美元 (27.7%)，前三大產品佔總進口 51.67%。

貿易逆差創新高的主因即石油與黃金進口金額增加，兩產品進口金額較上年度增加 690 億美元，而 2011-12 財政年度貿易逆差由前一年的 1,180 億美元增至的 1,850 億美元，增加幅度為 670 億美元，石油與黃金進口增加的幅度幾乎可以解釋貿易逆差擴大的原因。

印度商工部次長 Mr. Rahule Khullar 表示，控制貿易逆差已是印度政府當前首要目標之一，將採行相關抑制進口措施。政府相關單位應重新檢討煤、肥料、食用油之產業政策，去年煤、肥料、食用油進口增加 160 億美元，應降低此等產品進口量。政府政策對此類產品之引導實具效用，可從增加國內生產降低進口依賴著手，政府應協助業者解決產業發展之瓶頸。

煤係印度第 7 大進口商品，去年進口金額達 176 億美元，成長率 80.3%，成長速度居所有進口商品之冠。

預期今年石油進口金額將不若去年大幅成長 40-50%，因去年進口金額的上揚隱含石油價格大幅上漲之因素，而黃金今年進口金額將因政府對其課徵進口關稅而下降。

印度 Baroda 銀行首席經濟學家表示，創新高的貿易逆差的確令人憂心，但問題是印度沒有辦法阻止逆差成長的趨勢，造成逆差的主要進口商品皆是重要商品，無法抑

制其進口。而貿易逆差造成的國際收支問題，可由增加外資匯入來解決，但今年外資匯入的情形不甚樂觀。

印度出口商聯盟主席 Mr. Rafeeqe Ahmed 表示，可供印度政府控制貿易逆差的操作空間不大，建議政府可實行降低借款利息、提供融資補貼、降低中央及地方稅負等對出口商有實質助益之措施來增加出口。

進口若依目前速度成長，則出口必須成長 20-30% 才可達到平衡，然今年出口前景不佳，且景氣動向不明，印度必須加緊拓展外銷，今年度對印度出口商而言將會是辛苦的一年。

印度政府亦會採行抑制進口措施。但專家指出拓展出口仍將重於抑制進口，因隨著經濟成長，對原物料及石油的需求將不斷的上升。(駐印度代表處經濟組提供)

印度新通訊政策 (New Telecom Policy, NTP) 遭到擱置

印度聯合內閣會議原預定今

年 5 月 24 日討論新通訊政策，由於與會若干部長有不同意見而遭擱置，未納入當日議程，改以討論區域電話費率議題取代。



印度政府現行通訊政策係 13 年前頒行，依規定提供各項不同之通訊服務時，業者均需分別取得各項服務之執照。而新通訊政策，將採取單一執照方式執行（包括各式通訊執照，然廣播執照除外），因此，依新通訊政策只要取得執照，購買頻譜（spectrum），沒有特定規格，就可提供 3G、4G、CDMA 或其他科技服務。另由於鄉村地區電話密度為 39%，未來將增加至 70%；且並將引進全國性手機門號可攜系統及更快速的寬頻網路；未來寬頻速度將由目前的 256kbps 提高至 2mbps，且規劃允許基地台共用，使手機用戶在印度國內不需再以漫遊費用計價。

印度此一新通訊政策，對通訊產業而言，可提供較低的購買頻譜經營價格，簡單的單一執照，未來更可進行執照及頻譜的交易。對消費者而言，可以不需再支付高額的漫遊費用，且手機門號在印度各地均可使用，方便性大增。然而，為發展印度國內通訊製造業，該新政策將協助國內相關業者建置晶片及相關配備及零配件工廠，並以採購國內生產產品為主，此對外國通訊製造業而言，是一項不好的訊息。（駐印度代表處經濟組提供）

印度政府將尋求美國科技協助，加強打擊走私偽鈔

據印度內政部安全部門官員表示，巴基斯坦的偽鈔集團在該國情報機關（Inter-Services Intelligence）及恐怖組織（Lashkar-e-Toiba）的支持下，透過各種管道將偽鈔散佈至印度各地，使得印度偽鈔流通氾濫情勢非常嚴峻。該官員另指出，據印度官方調查偽鈔集團偽製之偽鈔大多以 500 盧比及 1,000 盧比面

值之紙鈔為主，分別捆成 5,000 及 10,000 盧比包裝，以利攜帶運送。偽鈔集團計利用 3 條管道將偽鈔流入印度市面。其一，經過印度 Jammu 省分送偽鈔至印度西方、南方及北方各省。其二，經過印度 West Bengal 省的 Malda 供應偽鈔至印度 West Bengal 省、Bihar 省及中部各省。其三，透過尼泊爾走私偽鈔經孟加拉再轉送至印度 Assam 省及東北省。

印度面對此一偽鈔流通氾濫的嚴峻情勢，印度政府已採取若干防制措施，包括要求邊界安全部門及海關部門加強警戒防止走私偽鈔進入印度境內；在發行之紙鈔上增設最先進的防偽安全辨識標記，增加偽造之難度，並透過平面及電子媒體廣為宣傳；以印度中央內政部長為首，組成高層級之打擊偽鈔委員會，積極監控各項打擊偽鈔措施之執行成效，同時各省亦成立類似組織配合執行；指定中央調查局為偽鈔案件主要負責調查機關；中央銀行則加強各銀行偽鈔偵測機制之執行等。另印度

內政部長 P. Chidambaram 也誓言將加強打擊偽鈔及毒品的不法走私力道，並對不法走私者，予以嚴懲。



印度鑒於美國在打擊偽造美鈔方面，以建立各種偽鈔之資料庫，包括偽鈔照片、製造地點、運送途徑及相關運送人資等科技作為措施，執行成效卓著。印度遂計畫與美國進行防制偽鈔方面之科技合作，以協助印度打擊走私偽鈔，遏止偽鈔氾濫情勢。（駐印度代表處經濟組提供）

印度 2012~13 會計年度成衣出口將達 160 億美元，

印度成衣出口協會（Apparel Export Promotion Council, AEPC）主席 A. Sakthivel 指出，在拉丁美洲及非洲等新興市場以及日本、以色列等國對成衣需求成長的支撐下，弭補了傳統成衣出口市場美國、英國、德國、法國等需求不振的頹勢。印度成

衣出口在政府與業者共同努力開拓海外市場下，預期2012~13 會計年度成衣出口仍將成長 20%，達 160 億美元(2011~12 會計年度成衣出口 134 億美元)。



雖然印度成衣出口大幅成長，但成衣產業仍面臨全球性之勞工問題、安全及健康要求之挑戰。為了尋求解決此些問題的方案、加強印度成衣出口業者在全球市場的競爭力及建立印度產品的國際形象，AEPCC 將召集相關成衣業者舉辦命名為「Disha」的論壇，透過各種相關業者不同意見，形成多面向的發展策略，以協助業者面對挑戰及改善印度為傳統外包來源的形象。

另據印度 Jyoti 成衣集團主任 Rakesh Magu 指出，由於全球原物料價格標漲約 20%，使得一些國際知名品牌業者，轉向孟加拉及中國等較印度更低價且生產力更高的國家下單，造成印度成衣出口業

者今後將面臨更嚴峻的挑戰。(駐印度代表處經濟組提供)