

經濟部



中華民國廠商海外投資叢書

# 印度投資環境簡介

Investment Guide to India



經濟部投資業務處 編印

Department of Investment Services, Ministry of Economic Affairs

中華民國 108 年 8 月



# 印度投資環境簡介

Investment Guide to India

經濟部投資業務處 編印

感謝駐印度代表處經濟組協助本書編撰



# 目 錄

|     |                      |     |
|-----|----------------------|-----|
| 第壹章 | 自然人文環境.....          | 1   |
| 第貳章 | 經濟環境.....            | 11  |
| 第參章 | 外商在當地經營現況及投資機會 ..... | 61  |
| 第肆章 | 投資法規及程序 .....        | 69  |
| 第伍章 | 租稅及金融制度 .....        | 81  |
| 第陸章 | 基礎建設及成本 .....        | 91  |
| 第柒章 | 勞工.....              | 95  |
| 第捌章 | 簽證、居留及移民.....        | 101 |
| 第玖章 | 結論.....              | 103 |
| 附錄一 | 我國在當地駐外單位 .....      | 105 |
| 附錄二 | 當地重要投資相關機構 .....     | 108 |
| 附錄三 | 當地外人投資統計 .....       | 111 |
| 附錄四 | 我國廠商對當地國投資統計 .....   | 112 |
| 附錄五 | 其他重要資料.....          | 115 |



## 印度基本資料表

| 自 然 人 文     |                                                                                                                                                  |
|-------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 地 理 環 境     | 位於南亞，介於印度洋、阿拉伯海、孟加拉灣間，北與不丹、尼泊爾接壤，另以喜馬拉雅山與中國大陸為鄰，東與孟加拉及緬甸為鄰，西邊與巴基斯坦為鄰。                                                                            |
| 國 土 面 積     | 328萬7,263平方公里。                                                                                                                                   |
| 氣 候         | 印度除北邊喜馬拉雅山區終年低溫外，多數地區屬熱帶季風型氣候，溫度介於攝氏10-40度間。北部及中部地區夏季（4-9月）氣溫最高可達50度左右，秋冬季（10-2月）最低溫可達0度左右。南部地區終年少見10度以下。                                        |
| 種 族         | 印度族群相當多元，估計超過2,000餘種，印度人習以其來自的州別分辨其所屬族群。                                                                                                         |
| 人 口 結 構     | 印度總人口達13億4,000萬人，其中14歲以下佔總人口約佔30%、15歲至64歲佔65%、65歲以上佔5%。男女性別比例為1.06:1。25歲以下人口佔總人口比例超過50%，35歲以下人口佔總人口比例65%。勞動人口約4億6,700萬人，其中農業佔52%、工業佔14%、服務業佔34%。 |
| 教 育 普 及 程 度 | 依據印度2011年人口普查，全國識字率為74%，其中男性為82.14%，女性65.46%。平均受教育年限為10年，男性為11年，女性為9年。具有中學文憑者佔15%，大專文憑者占12.4%。                                                   |
| 語 言         | 官方語言為包括北印度語（Hindi）等之22種語言，但英                                                                                                                     |

|               |                                                                                                            |
|---------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|               | 語為政府及企業主要語言，亦是未使用北印度語各州之間溝通的主要工具。                                                                          |
| 宗 教           | 印度教人口約佔總人口78%，回教約14%，基督教約2.5%、錫克教約2%、佛教0.8%、耆那教0.4%，其他尚有拜火教、猶太教等少數宗教族群。                                    |
| 首 都 及 重 要 城 市 | 首都：新德里，為全國政經中心；第一商業大城：孟買；東部工商中心：加爾各答；南印度製造業重鎮：清奈；資訊服務業研發及委外代工大城：班加羅爾、海德拉巴。                                 |
| 政 治 體 制       | 印度屬於聯邦內閣制，採行政、立法及司法三權分立。                                                                                   |
| 投 資 主 管 機 關   | 商工部產業政策及推廣部門（Department of Industrial Policy and Promotion, Ministry of Commerce and Industry）及各產業主管部會共同決定 |
| 經 濟 概 況       |                                                                                                            |
| 幣 制           | 盧比（Rupee）                                                                                                  |
| 國 內 生 產 毛 額   | US\$2.6兆（2018）                                                                                             |
| 經 濟 成 長 率     | 7.3%（2018）、7.5%（2019F）                                                                                     |
| 平 均 國 民 所 得   | US\$1,710（World bank）                                                                                      |
| 匯 率           | 美元兌盧比約US\$1=INR69.8（2019.5）                                                                                |
| 利 率           | 基本利率：6%、借款利率約8.65-9.45%，活期存款利率約3.5-4%，一年期定存利率約6.25-6.75%（RBI）                                              |

|             |                                                                                         |
|-------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| 通 貨 膨 脹 率   | 消費者物價指數：4.85%；躉售物價指數：3.18%<br>( <a href="http://mospi.nic.in">http://mospi.nic.in</a> ) |
| 產值最高前五大產業   | 金融、製造業、農業、貿易、營建                                                                         |
| 出 口 總 金 額   | US\$ 3,035.26億 (2018)                                                                   |
| 主 要 出 口 產 品 | 石油提煉製品、鑽石、醫藥製劑、稻米、小客車、汽車零組件、冷凍禽肉、鋁、棉花                                                   |
| 主 要 出 口 國 家 | 印度前10大出口市場依序為美國、阿拉伯聯合大公國、香港、中國大陸、新加坡、英國、德國、孟加拉、越南、尼泊爾。臺灣排第32名。                          |
| 進 口 總 金 額   | US\$4,655.80億 (2018)                                                                    |
| 主 要 進 口 產 品 | 石油提煉製品、黃金、未加工鑽石、煤礦、通訊器具、液化天然氣、棕櫚油、自動儲存設備、電晶體、汽車零配件、汽油。                                  |
| 主 要 進 口 國 家 | 印度前10大進口來源依序為中國大陸、美國、阿拉伯聯合大公國、沙烏地阿拉伯、瑞士、伊拉克、印尼、韓國、奧地利、德國。臺灣排第29名。                       |



## 第壹章 自然人文環境

### 一、自然環境

#### （一）地理位置

位於南亞，介於印度洋、阿拉伯海、孟加拉灣間，北與不丹、尼泊爾接壤，另以喜馬拉雅山與中國大陸為鄰，東與孟加拉及緬甸為鄰，西邊與巴基斯坦為鄰。

#### （二）土地面積

印度國土面積328萬7,263平方公里，為臺灣91倍，次於俄羅斯、加拿大、中國大陸、美國、巴西、澳大利亞，居全球第7。

#### （三）地形

印度地形大致可區分為北邊的喜馬拉雅高山區、中北部恒河平原區、西部沙漠區、南部德干高原等4大區域。恒河源於西北高山區瑪納斯湖，全長2,510公里，流經印度4分之1的國土及全國人口最稠密的地區，係印度宗教信仰之聖河。恆河在雨季期間常造成水災，但也挾帶肥沃的沖積土至下游，形成了全球最肥沃且人口最稠密的恒河平原。其他主要河川尚有源自喜馬拉雅山脈之布拉瑪普特拉河（Brahmaputra，上游為雅魯藏布江）及印度河（Indus）。

#### （四）氣候

印度季節大致分為乾季、熱季及雨季三種。除北邊喜馬拉雅山區終年低溫外，多數地區屬熱帶季風型氣候，溫度介於攝氏10-40度間。北部及中部地區夏季（4-9月）氣溫最高可達50度左右，秋冬季（10-2月）最



低溫可達0度左右。南部地區全年溫度維持在30度上下。

每年6至9月的夏季季風為全國多數地區帶來充沛雨量。每年夏季降雨情形決定農業收成良窳，也影響全國50%農業人口的生計。

## 二、人文及社會環境

### （一）歷史背景

印度古稱天竺，又名身毒。西元前約1,500年，西北方的雅利安人從伊朗及裏海附近入侵，兼併當地的德拉威部族，展開有文字記載的印度文明。亞利安人為便於統治並推廣當時的婆羅門教（Brahman），建立了嚴謹的種姓制度（Caste）。亞利安人之後，印度陸續遭到外族入侵及統治，如西元8世紀的阿拉伯人、12世紀的蒙兀兒人、15世紀後期的歐洲人、19世紀的英國人等，英國於1857年起統治全印度。

第二次世界大戰後期，印度民族主義興起，1947年聖雄甘地（Mahatma Gandhi）及尼赫魯（Jawaharlal Nehru）為反抗英國統治，發起消極不合作的不流血革命運動，終於成功瓦解英國百餘年的殖民統治，建立全球最大的民主國家。

### （二）人口數及結構

印度總人口達13億4000萬人，僅次於中國大陸，其中25歲以下人口佔總人口數50%，35歲以下人口高達65%，屬青壯人口國家、國民平均壽命為66.46歲。印度Uttar Pradesh州人口數達1億9,900萬，排名印度各州第1，其次為Maharashtra州（1億1,200萬人）及Bihar州（1億1,000萬人）。

### （三）語言

憲法明定之官方語言為包括北印度語（Hindi）等之22種語言，但英語為政府及企業主要語言，亦是未使用北印度語各州之間溝通的主要工具。

#### （四）特殊風俗習慣

種姓制度發源於西元前12世紀，迄今已有約3,500年歷史，是印度社會的一大特色。該制度源於婆羅門教，印度教承襲使用，講究尊卑貴賤等級分明，分為婆羅門（Brahmana，掌宗教及教育）、剎帝利（Kshatriyas，掌軍政）、吠舍（Vaisya，商人）、首陀羅（Sudra，農民）等四個階級，另有所謂賤民（the untouchable/Dalit）階級，地位在上述四個種姓階級之下，甚或排除在種姓之列（out caste）。每一種姓內再進一步區分為上下尊卑不同的階層（sects），直至3,000餘類，稱為迦提（Jati）。種姓在人出生時便已決定，是終生無法改變的世襲體制，亦決定人的門第及職業，並形成其社會生活所屬的社群。每一種姓、團體及族籍世代延襲，門第觀念甚深。種姓制度觀念已行之數千年，影響印度文明演化、社會結構、政治運作、經濟發展等至深且鉅，是瞭解印度不可不知的重要元素。

時至21世紀，印度社會及分工仍受該種姓觀念影響，造成許多社會不公現象，影響整體經濟運作效率。雖亦有人主張印度貧富差距懸殊，安於階級現狀，配合宗教輪迴信仰，係維持印度社會安定之主要力量，但在現代社會中，其衍生之負面效應已廣為印度有識之士及世界人權組織詬病。甘地領導獨立運動時雖曾大力鼓吹破除種姓階級觀念，且憲法早已明文禁止種姓制度，但一般大眾，尤其在廣大的農村地區，仍積習難改。

#### （五）民情

印度生活習俗深受宗教信仰影響，重視傳統，民風保守。已婚婦女外出多穿著傳統紗麗（Sari），家庭以男性父兄為中心，子女婚姻多仍由家長決定。

一般印度人個性溫和，少見衝突，能容忍不同種族、宗教及不合理



事物。除喀什米爾、東北諸州等地區因領土、政治問題偶有恐怖暴力破壞活動，以及共產黨游擊隊較活躍之東部地區治安令人憂心外，社會大抵安定。

印度歷史文化悠久，宗教族群及種姓多元，前來印度工作之國人宜入境隨俗，常懷包容與謹慎之心，方可完成工作使命。

### （六）宗教

印度人民宗教意識強烈，各類宗教並行。依據2011年的全國普查，印度教人口佔總人口78.35%，回教佔14.88%、基督教佔2.5%、錫克教1.9%、佛教0.8%、耆那教0.4%，其他尚有拜火教、猶太教等少數宗教族群。印度教、回教、基督教、佛教、耆那教等之重大節慶均屬國定假日。

印度教是一般統稱，該名詞係19世紀歐洲殖民國家所創造，印度人則以永恒的法、吠陀信仰等稱呼其宗教，無創教者，多神的信仰常令人眼花撩亂，是人類最古老的宗教之一。錫克教男人蓄髮，頭戴各色頭巾，反對種姓制度，與印度教徒偶生衝突，曾於80年代發生分離運動。而信奉回教的巴基斯坦與印度因喀什米爾領土糾紛，亦是印度教與國內回教徒間潛藏衝突的危機。

### （七）國民教育水準

依據印度2011年人口普查，全國識字率為74%，其中男性為82.14%，女性65.46%，目前印度國民平均受教育年限為10年，其中男性為11年，女性為9年。具有中學文憑者佔15%，大專文憑者佔12.4%。

印度大學入學考試競爭激烈，尤以都會地區為最，每年畢業學生眾多，熟稔英文，有與國際接軌的優勢，是印度軟體及外包產業發展的生力軍。印度理工學院（Indian Institute of Technologies, IIT）及印度管理學院（Indian Institute of Management, IIM）在主要城市均設有分校，畢

業生素質廣受國際好評。

## （八）首都及重要城市概況

### 1、新德里（New Delhi）

德里本是歷史悠久的王朝都城，歷經古印度時代、伊斯蘭王朝、蒙兀兒王朝等朝代。新德里市區自1911年英國殖民時代宣佈自加爾各答遷都德里後開始興建，1931年完工，1947年獨立後續為首都。新舊德里都會區人口約1,860萬，為僅次於孟買的第二大城。為印度政治中心，有總統府、國會及各聯邦部會等宏偉建築。

新德里市區早期僅以容納數百萬人口為規畫基礎，近年面臨都市快速發展及人口激增的壓力，政府以增闢道路、天橋、蓋捷運、開發郊區等措施因應，整體交通情形已較以往有所改善，惟印度人開車習慣差，人車爭道、逆向、超車等現象普遍，上下班尖峰時間交通擁塞特別嚴重。

新德里市容近年來已有大幅改善，藉由2010年9月舉辦之大英國協運動會，市政府大力改善道路情形及週邊環境。新德里機場新航站大廈亦於2010年底完工使用，機場大廳寬敞明亮、乾淨整潔、設施新穎。另各現代化商場紛紛開幕，整體而言基礎建設逐步改善。

我外貿協會為積極推廣二國經貿合作，亦於2018年起在新德里設立台北世界貿易中心駐新德里辦事處，以進一步服務我商。

### 2、孟買（Mumbai）

面臨阿拉伯海，最初是為了出口德干高原生產的棉花而開闢的港灣城市。1498年葡萄牙人在此地建立了城堡和教會，並命名為「Bom Bay」（意為良港），是為孟買舊名的來源，1661年葡萄牙人將此地贈予英國人。由於孟買是印度最接近歐洲的海上門戶，財閥和大資本家應運而生，漸成印度最大城市。



孟買都會區人口約2,300萬，是印度第一大城、印度經濟活動最大州Maharashtra首府，也是最大港口及工商金融中心，孟買灣沿岸新式商辦大樓林立，惟整體街道窄小，公共設施落後，每每遇雨成災、交通癱瘓，市內有蔓延十餘公里的全球最大貧民區。我外貿協會於1992年於孟買設立辦事處。

### 3、加爾各答（Kolkata）：

1911年遷都德里前，加爾各答是英屬印度殖民地首都，十分繁榮。英國統治時期，是印度思想文化和政治中心，民族運動發達，獨立後是印度東部工商業和運輸中心。

加爾各答都會區人口約1,600萬，是印度第三大城，為西孟加拉州（West Bengal）首府，有全印度第一條地下鐵。華人向聚居Tangra地區，以客家鄉親居多，現有約3,000人，青壯者多已外移。我外貿協會2013年正式於加爾各答設立辦事處。

### 4、清奈（Chennai）：

Tamil Nadu州首府，舊稱Madras，都會區人口約800萬，是印度第四大城，位於印度半島東南方，臨孟加拉灣，是印度東南沿海最大港口及工商城市。

Tamil Nadu州以製造業見長，近年工商業發展迅速，許多國際及印度汽車廠、如韓國現代（Hyundai）汽車、美國福特、德國BMW等均在該州建立生產基地，素有印度底特律之稱號。Tamil Nadu州政府對我友善，亟力吸引臺商赴該州設點，我國鴻海所屬的富士康集團、萬邦及豐泰鞋業等亦均選於清奈附近設廠生產，就近供應客戶及市場所需。

我外貿協會及資訊工業策進會於清奈設有辦事處，外交部亦已於2012年成立清奈辦事處，提供領務及臺商相關服務。

#### 5、班加羅爾（Bengaluru）：

Karnataka州首府，都會區人口約750萬，惟平均個人所得則居印度各城市之冠。

班加羅爾有「印度矽谷」及「花園城市」美稱，建於1537年，位於德干高原海拔920公尺的高地，氣候涼爽，原為印度的避暑聖地、印度紡織業中心。1990年代班加羅爾開設了印度首座軟體科技園區，此後逐漸形成全球ICT及高科技研發與製造重鎮，並與海德拉巴、清奈並稱印度南部科技業的金三角。

班加羅爾不止以資訊軟體業見長，從電話客服中心（call center）、資料輸入等低階勞力密集項目，到終端用戶應用（end-user application）、套裝軟體（software package）、系統整合與諮詢等高附加價值服務等之發展均相當蓬勃。近年來更將觸角延伸至生物科技、航太、工具機等領域。

所謂班加羅爾「矽谷」包括IT park、Electronic City及software technology park等三種聚落，目前有超過1,500家相關業者進駐，僱用員工人數約17萬人，除Infosys、Wipro等本土業者外，IBM、Microsoft、Intel等國際大廠，也都在此設有服務及研發中心。我台北市電腦同業公會於2013年12月底於班加羅爾成立服務據點，推動雙邊資通訊產業合作及促進人才交流。我商聯發科技亦於2014年在班加羅爾設立研發中心。

#### 6、阿美達巴（Ahmedabad）

阿美達巴為印度Gujarat州首府，該州人口數約4,500萬人，由於現任印度總理莫迪擔任Gujarat州州長近12年期間，渠以行政效率及政府治理專才見長，且積極對外招商，成功打造該州成為近年最熱門之投資地點。



### 7、海德拉巴（Hyderabad）

海德拉巴原為印度Andhra Pradesh州之首府，2014年Telangana州自Andhra Pradesh州分割出來後，成為Telangana州之首府，目前人口數約700萬人，當地使用泰盧固語為主，穆斯林人口比例較印度其他地區為高。

海德拉巴氣候舒適宜人，具備完善之基礎建設，尤其在資通訊科技、企業流程外包、生物科技產業甚具發展利基，許多大型印度與國際企業選擇在海德拉巴設立總部或研發中心。

### （九）對外商態度

歷史上印人自12世紀起即受外族統治，曾被亞歷山大及回教徒先後佔領，隨後又被蒙兀兒人征服，17世紀後歐洲人全面入侵，1857年全境成為英國殖民地。因有長期受外族統治的經驗，印人習與外國人相處，與外國企業亦保良好互動。

且因外資帶來的資金及技術有助於印度經濟發展及促進就業，印度聯邦及州政府均積極對外招商，並提供各式獎勵措施鼓勵外商投資設廠。

## 三、政治環境

### （一）政治體制

印度政府體制屬於聯邦內閣制，採行政、立法及司法三權分立。

#### 1、行政

行政分中央（Union）、州政府（State）及地方政府（Local）三級，中央由總統、副總統、總理及內閣（Council of Ministers）組成，州共有 Andhra Pradesh、Arunachal Pradesh、Assam、Bihar、Chhattisgarh、Goa、Gujarat、Haryana、Himachal Pradesh、Jammu & Kashmir、Jharkhand、Karnataka、Kerala、Madhya Pradesh、

Maharashtra、Manipur、Meghalaya、Mizoram、Nagaland、Orissa、Punjab、Rajasthan、Sikkim、Tamil Nadu、Tripura、Uttar Pradesh、Uttanchal、West Benga、Telangana等29州及Andaman & Nicobar、Chandigarh、Dadra & Nagar Haveli、Daman & Diu、Delhi、Lakshdweep、Pondicherry等7個聯邦直轄區（union territories）組成。

## 2、立法

立法機關師襲英國議會制度，分上下二院：

- （1）聯邦院（Rajya Sabha，上院）：共有250名議員，其中238名由各州議會議員投票產生，12名由總統任命，任期6年，每2年改選1/3。
- （2）人民院（Lok Sabha，下院）：共有545名議員，其中543名由普選產生，每150萬人分配1個名額，任期5年，2名由總統任命。

## 3、司法

司法機關分三級：

- （1）最高法院（Supreme Court）：為最高司法機關，設首席大法官1名，大法官25名，由總統依法定程序任命，任期至年滿65歲止。
- （2）高等法院（High Court）：全國共設18所，各所的首席法官由總統諮詢中央首席法官及各該州州長後任命；原則上每州各設1所，惟其中3所轄區跨州，如孟買高等法院轄區包括Maharashtra、Goa兩州及Dadra & Nagar Haveli、Daman & Diu等2個中央直轄區。
- （3）地方法院（District Court）：依各州所轄之區（district）設置地方法院，為各該州高等法院的下屬機構，分民事庭及刑事庭。

## （二）國家元首

印度實施內閣制，由總理行使實際的行政權力。總統由聯邦國會議員及各州議會（State Assemblies）議員選出，任期5年。雖依憲法規定，



總統為名義上的國家元首和軍隊統帥，但實際權力有限，平時依照以總理為首的內閣會議建議行使職權，其功能仍以儀式及象徵性者居多。現任總統Ram Nath Kovind於2017年7月上任迄今。

### （三）重要政黨

印度各地共約有100個全國、地方級大小不一的政黨，主要兩大全國政黨為國大黨（Congress Party）、印度人民黨（Bhartiya Janata Party）。地方性政黨包括Tamil Nadu州之AIADMK黨、DMK黨、West Bengal州之Trinamool Congress黨、共產黨（Communist Party of India）、UP州之SP黨（Samajwadi Party）、BSP黨（Bahujan Samaj Party）、AAP黨（Aam Andmi Party）等。

### （四）政治現況

印度是全球最大的民主國家，多黨下的政治運作熱鬧異常，2019年4-5月間舉行第17屆國會改選，由Narendra Modi率領之印度人民黨（BJP）再度獲得勝利，取得下議院過半席位，並連任總理職務。

## 第貳章 經濟環境

### 一、經濟概況

#### （一）經濟成長

根據世界銀行（World Bank）於2019年1月8日發表的「全球經濟展望（Global Economic Prospects）」報告，印度2018年度經濟成長率為7.3%，預估2019及2020年將達到7.5%，是全球經濟成長最快速的主要經濟體之一。2017年印度由於實施商品服務稅（GST）制度及受廢鈔（Demonetisation）影響，經濟成長率為6.7%。世界銀行預估，由於投資及民間消費持續增加，加上全球經商環境排名上揚，印度將可維持經濟成長動能。

#### （二）國民所得

根據國際貨幣基金（IMF）資料，2017年印度GDP為2.6兆美元，是世界第六大經濟體，但社會財富在印度分配極度不平衡，貧富差距大，全國10%的人口掌控全國33%的財富，根據印度聯邦統計局資料，2017-18年印度人均年所得為113,000盧比（約合1,700美元），在全球統計164個國家中排名第112。

#### （三）對外貿易

2018年印度貿易總額為7,691.07億美元，較2017年成長11.2%，其中出口額為3,035.26億美元，較2017年增加8.5%；進口額為4,655.80億美元，較2017年增加13.57%；貿易逆差為1,620億美元。

印度前5大出口市場分別為美國（以珠寶、藥品、成衣為主）、阿拉伯



聯合大公國（珠寶、石化產品、成衣為主）、香港（珠寶、皮革、電子機械為主）、中國大陸（棉花、銅、有機化學品為主）、英國（成衣、核子反應爐機械零件、珠寶為主）；而前5大進口來源分別為中國大陸（電子機械產品、核能相關機械、有機化學品、鋼鐵）、美國（珠寶、核能相關機械、電子機械產品）、阿拉伯聯合大公國（原油、珠寶、塑膠）、沙烏地阿拉伯（原油、有機化學品、塑膠）、瑞士（珠寶、核能相關機械、有機化學品）。

#### （四）外人投資

根據印度商工部統計資料，2018年4月至12月印度外人直接投資（FDI）金額為335億美元，較2017年同期的360億美元衰退7%。2018年印度外資主要來源國是新加坡（130億美元）、模里西斯（60億美元）、日本（22億美元）、英國（11億美元），其中模里西斯主要是海外印度人註冊公司作為節稅及移轉資金用途。

印度前10大外資來源國家依序為模里西斯、新加坡、日本、英國、荷蘭、美國、德國、塞普勒斯、法國、阿拉伯聯合大公國。前10大外資投資產業依序為服務業、電腦軟硬體、營建及不動產、電信、車輛、醫藥、貿易、化學品、電力、金屬冶煉。外資投資主要地點為Maharashtra州、國家首都特區（National Capital Region）、Karnataka州、Tamil Nadu州、Gujarat州、Andhra Pradesh州、West Bengal州、Kerala州、Rajasthan州、Chandigarh特區。

印度近年來已成為各國企業海外投資之熱門選擇，主要著眼於印度之龐大內需市場、廉價生產成本及豐沛的技術人才，尤其以快速成長的中產階級帶動強勁的內需消費力道係吸引FDI投入的主要因素。

#### （五）財政赤字

「印度人民黨」（BJP）自2014年執政後，積極改革補助措施並推動

相關財稅及經濟結構改革，減少財政支出，2017-18年度財政赤字為GDP之3.2%。

#### （六）通貨膨脹

印度中央銀行（Reserve Bank of India, RBI）表示，國內需求增加將影響經常帳，預估2018-19年度經常帳赤字將占GDP的2.6%，通貨膨脹將略高於目標2~6%的中點，主要是由於能源及食物價格上揚所致。

#### （七）印度盧比匯率

2018年下半年起印度盧比（Rupee）兌美元匯率持續貶值，一度跌至近72盧比兌1美元，創歷史新低，美元自2018年第2季以來即維持強勢，印度對於美元需求持續增加，雖然印度儲備銀行已採取升息政策，但盧比兌美元至第3季累計貶值11.5%，在所有亞洲貨幣中貶持幅度最大。雖然印度外匯存底高達4,000億美元，但印度儲備銀行並未積極介入干預匯市，主要是顧慮介入成本過高，為降低經常帳赤字及穩定盧比匯率，印度財政部主要透過升息來抑制盧比貶值。

#### （八）利率政策

印度指標利率維持為6%，而銀行隔夜拆款利率（Overnight Rate）則為7.8-7.95%，暫未大幅度調整利率及匯率政策，未來RBI將持續觀察通貨膨脹情形、食品、石油價格變動、全球金融體系變動，決定利率、匯率政策。

#### （九）外匯存底

2018年底印度外匯存底為4,205.91億美元。其組成包括外幣資產3,959.46億美元、黃金210.52億美元、國際貨幣基金準備部位20.64億美元、特別提款權15.29億美元。。

#### （十）印度工業生產指數

2018年印度工業生產指數（IIP）較2017年度成長4.1%，其中製造業



部門成長4.3%、電力部門成長5.3%、礦業部門成長2.5%。

#### （十一）印度採購經理人指數

2018年印度製造業採購經理人指數（PMI）為52.1%，顯示印度逐漸脫離廢鈔及推動貨品及服務稅制改革所造成之負面影響，製造業未來可望持續擴張。

## 二、天然資源

#### （一）礦產（印度礦業部[www.mines.nic.in](http://www.mines.nic.in)）

印度是世界10大礦藏國之一。有煤、原油、天然氣等能源礦產，鐵、銅、鋅、金、鎂等多種金屬礦產及雲母、花崗石、大理石、石灰石等數十種非金屬礦產與各種稀有金屬礦產。其中鐵礦蘊藏量252億公噸（佔全球3%）、煤2,574億公噸（佔全球10%）、鐵礬土（佔全球4%）；另雲母礦產量全球第1，重晶石（barytes）第2、鉻鐵礦第4，鐵礬土第6，錳第7、鋁第10、粗鋼第11。

各類礦產開採機構以公營企業居多。開採出的各類礦產中以能源為主，佔約80%。

依據憲法規定，各類礦藏屬各州政府所有，海岸線外經濟區及大陸棚礦藏則歸聯邦政府。聯邦及州政府可向開採人收取權利金，其費率由中央政府訂定之，而稀有礦產費率則由州政府訂定。

#### （二）農漁牧之產量及經營現況（印度農業部[www.agricoop.nic.in](http://www.agricoop.nic.in)）

印度各項農牧產品產量豐富，牛奶、水果、腰果、椰子、茶產量均名列全球前首，其中芒果產量約佔全球50%、香蕉20%、腰果36%、鮮花38%，小麥、花生、蔬菜、糖、魚類全球第2，稻米、煙草全球第3。另印度長達8,041公里的海岸線提供豐沛的漁產資源，且面積共計300萬公頃之內陸水庫、湖泊深具漁業養殖潛力。

### 三、產業概況

#### （一）生技醫療業

在2008至2018年十年間，印度藥品市場自3,630億盧比攀升至1.1兆盧比。在此期間，有9萬7,240種藥品上市，出口額則由87億美元攀升至168.8億美元。

2017年印度已成為全球藥品產量第3大國，營業額為全球第13大。就藥品品項數量而言，全球近2成的學名藥（generic medicines）是由印度製造，是最大的學名藥品出口國。而就產品銷售額而言，印度藥品占全球藥品銷售額的3.1%至3.6%。

目前印度能夠自製約90%國內所需藥品，進口產品多屬用於抗癌及治療心血管疾病等新藥品。藥品進口除了極少數需事先申請進口執照（import license）外，大部分都可以完全自由進口。

雖然印度處方箋藥品占有所有藥品之8成，但是從醫生開出的比率遠低於此。另外，傳統藥物和草藥雖然被普遍使用，但不計入本醫藥市場規模內。營養補給品、抗生素和呼吸藥物為主要的處方箋藥品。一般藥房櫃檯銷售，則以心血管藥品、神經系統藥品和維他命為主。

依據印度《藥品與化妝品法》（The Drugs and Cosmetics Act, 1940）及《藥品與化妝品管理規則》（The Drugs and Cosmetics Act, 1945）等相關規定，健康及家庭福利部轄下中央藥物標準控制局（Central Drugs Standard Control Organization, CDSCO）為醫療器材主管機關，現行法規僅針對23類醫療器材進行規範，大部分醫療器材在印度尚未受醫療相關法規所規範。過去印度政府因未針對醫療器材訂定全面性法規規範，造成品質低劣醫療器材充斥市場，爰CDSCO已依據母法《藥品與化妝品法》第12及33條之授權以及參酌世界衛生組織（WHO）下全球醫療器材法規協和會



(Global Harmonization Task Force) 相關指導方針推動修法，並於2017年1月31日公告《醫療器材管理規則》(Medical Devices Rule，以下簡稱「醫材規則」)，於2018年1月1日正式實施。「醫材規則」將醫療器材依風險高低分為A(低)、B(低中)、C(中高)、D(高)等四級，同時未來將透過「國家認證委員會」(National Accreditation Board for Certification Bodies, NABCB) 認證(accredite) 第三方審查機關(Notified Bodies)，並授權第三方審查機關就醫療器材進行驗證(certify)。

依印度商工部研究顯示，印度藥品生產成本遠比美國及歐洲等已開發國家具競爭力，印度擁有豐沛的人力資源，具科技背景及語言能力約有400萬人，其中製藥專業人員約有12萬人，這也是印度成為世界主要藥廠研發、測試及製造基地的原因。

由於印度藥廠人員素質高，經驗豐富且生產成本低，測試所需時間較歐美大為縮短，自然為國際大藥廠中意，如Ranbaxy即與國際大藥廠GSK簽約，共同將所研發之新藥物儘速商品化。印度製藥產業正逐漸朝著成為國際委外研究和製造中心的目標發展，預期在未來印度每年約可獲得40億至100億美元之委託製造訂單。

依據印度《國家藥品價格政策2012》，依照國家民生必需品清單(NLEM 2011)，針對處方藥平抑其藥品價格；藥品研發可獲得減稅等。目前在Jammu & Kashmir、Himachal Pradesh及Uttarakhand等州之經濟特區都是良好的投資設廠地區。另外，州政府也提供若干獎勵外資措施，包括：購置土地補助、土地銷售與租賃印花稅減免、電價減免、貸款優惠利率、稅賦補貼、投資落後地區補貼、大型專案計畫補貼等。在獎勵研發部分，印度所得稅法第35節(2AA)規定給予減稅，包括支付國立實驗室、大學或科學相關研究所，甚至前述單位委託進行科學研究的個人，其總支出可獲得200%的免稅額。另外，在所得稅法第35節(2AB)則規定

，科學研究的資本與營業支出亦可獲得相同額度的減稅措施（但不適用於房地支出）。若干藥品的進口稅減免亦已實施。印度政府在海德拉巴（Hyderabad）籌畫成立活性藥物成份（API）研究機構。

印度製藥業提供印度國內市場8成所需之原料、中間體、合成藥物、化學原料、藥片、膠囊及口服製劑，其中排名在前50名廠商多有研發團隊及開發新藥之能力，惟印度製藥業的研發專注於當地藥品方面。印度較具規模的製藥廠約250家，主要公司包括Abbott、Piramal、Solvay、Cipla、Ranbaxy、Dr. Reddy's Laboratories、Lubin、Nicolas Piramal、Aurobindo Pharma、Cadila Pharmaceuticals、Sun Pharma、Wockhardt Ltd及Aventis Pharma，生產逾3成的產值。

目前已在印度投資生產的國際藥廠包括梯瓦製藥（Teva，以色列）、尼普洛株式會社（ニプロ株式会社，日本）、寶潔（Procter & Gamble，美國）、輝瑞（Pfizer，美國）、葛蘭素史克（Glaxo Smith Kline，英國）、強生（Johnson & Johnson，美國）、大塚製藥（日本）與阿斯利康（AstraZeneca，瑞典-英國合資）等。聯合國醫藥專利庫（Medicines Patent Pool）也和6家印度專利藥品製造商Aurobindo、Cipla、Desano、Emcure、Hetero Labs和Laurus Labs簽約，由後者為112個開發中國家生產抗愛滋病的藥品Tenofovir Alafenamide。

印度製藥業所生產的原料藥達500種以上，包括最新的抗癌藥物、心臟血管藥、抗HIV等藥品，可供應90%國內市場需求，並出口至美國、澳洲、加拿大等已開發國家。部分藥廠獲得美國食品藥物管理局（FDA）、MCA、TGA & COS等機構的認證，是美國以外獲得FDA認證最多的國家。非洲與拉丁美洲亦是印度廉價藥品外銷的主要出口市場，其中如HIV/AIDS、肺結核、瘧疾等疾病用藥，非洲地區市場即占印度總體藥品出口的14%。



對印度藥廠而言，美國地區總值超過200億美元的非專利藥品市場是未來持續成長的最大契機，已經有愈來愈多的印度藥廠取得美國FDA的認證，較著名者包括Ranbaxy、Sun Pharma、Dr. Reddy's Labs, Wockhardt, Cipla, Nicholas Piramal及Lupin。

## （二）工具機業

### 1、印度工具機生產與市場概況

據國際研究機構Gardner Business Media 2017年統計，以消費而言，2016年世界工具機市場規模為800億美元，較2015年元衰退3.4%。印度2016年工具機總銷售額為16.6億美元，較2015年成長12%，較全世界平均成長許多，顯示印度國內產業景氣復甦。

據印度工具機製造商協會（Indian Machine Tools Manufacturers' Association，IMTMA）資料，2017年印度是全球第12大工具機生產國，同時也是全球第8大工具機消費國，目前已是全球工具機產業重要市場之一。

由於2000年代初期印度經濟快速成長，吸引外國直接投資進駐，各項產業如紡織、汽車工業、重工業、食品加工、化學醫療及能源等產業帶動印度工具機產業的發展，也造成印度工具機消費大幅成長。

### 2017年印度成型與切削工具機生產統計

單位：億盧比

| 項目    | 數值控制  | 傳統工具機 | 總計    |
|-------|-------|-------|-------|
| 成型工具機 | 13.7  | 45.6  | 59.3  |
| 切削工具機 | 485.4 | 35.6  | 521   |
| 總計    | 499.1 | 81.2  | 580.3 |

資料來源：印度工具機協會（Indian Machine Tool Manufacturers's Association簡稱

IMTMA )

2017年印度成型與切削工具機總產值為580億盧比，其中成型工具機60億盧比、切削工具機520億盧比。

### 印度工具機各項統計

單位：億盧比

| 項目 | 2016    | 2017    | 成長率 |
|----|---------|---------|-----|
| 生產 | 472.7   | 580.3   | 23% |
| 出口 | 29.6    | 36      | 22% |
| 進口 | 594.5   | 617.3   | 4%  |
| 消費 | 1,037.6 | 1,161.6 | 12% |

資料來源：印度工具機協會

## 2、印度工具機產業概況

印度工具機生廠商大約有1,000家，包括整機、系統及相關零組件廠商，其中有25家屬較大規模，總產值約占印度工具機總產值的70%，其他則為中小型廠商。印度工具機業者已有約75%的廠商獲得ISO認證，另許多業者為拓展歐洲市場，已獲得CE Mark認證。印度大型工具機廠商生產之工具機主要以印度重工業所需設備為主，中小型業者則以附屬設備為主。

整體而言，印度本土工具機業者由於技術及規模仍不足，僅能提供市場需求大約40%的量，其他60%倚靠進口，印度工具機的需求和供給之間仍有相當大的差距，除本土工具機業者有擴大生產的空間外，也提供了外國業者許多投資機會。受到主要的客戶如汽車和耐久財



消費品業者高精密度需求的驅動，印度工具機也正朝著越來越複雜的數值控制發展。印度工具機生產業者需要具有發展機密機械的能力，以滿足客戶的需求，提供外國業者合作的機會。依印度工具機協會擬定之發展計畫，預定於2020年成為世界第五大工具機生產國，國內自給率達到67%，外銷比率達到20%的目標。

印度在機械設備產業上游之原料部分發展相當完整，除本身自產鐵礦外，更是全球主要鋼材生產大國之一。在中游之鋼、鐵材二次加工產業，因鑄、鍛工業較無技術門檻且印度初級勞工成本低廉，故許多國家轉往印度代工採購，尤其是有汙染問題的鑄造業，例如：Volvo重車引擎鑄造係由印度代工，再運回歐洲進行精細加工，其他如大型鑄件或軍事工業相關之特殊加工，印度具有一定之水準。至於下游配合產業則因印度並非傳統工業國，故臺灣之產業分工模式，在印度並無法實現，尤其是精密加工，因印度加工機具落後，故精密組件欲尋得本土供應廠商恐有一定難度，周邊配合產業如電機、控制等零附件，在印度尋得合格供應商的機會亦不大。故在印度欲從事機械設備業之投資，目前仍以進口零組件進行成品組裝較具可行性。

印度機器設備產業主要聚落包括：Maharashtra州之Mumbai（工具機）及Pune（金屬加工、工具機、鑄鍛工業、塑膠機械、模具）；Punjab州之Batala、Jalandhar及Ludhiana（金屬加工、零組件加工）；Gujarat州之Ahmedabad（工具機、鋼鐵工業、塑膠機械）、Baroda（化工機械）、Rajkot Jamnagar及Surendranagar（紡織機械、化工機械）；Tamil Nadu州之Coimbatore（鑄鍛工業、零組件加工、紡織機械）及Chennai（包裝、食品加工、工程機械）；Karnataka州之Bangalore（工具機）。其中南印度Karnataka州被視為印度工具機械的主要地區，包括The Ace Group; Bharat Fritz Werner Limited, HMT Machine tools

Limited及 Bosch Limited等大型集團均在該州投資。

印度工具機產業指標性廠商包括國營的Hindustan Machine Tool (HMT)，也是該產業企業龍頭，其他主要廠商包括ABB Limited、Bharat Heavy Electricals Limited (BHEL)、Cummins、Crompton Greaves、Elgi Equipments、Kirloskar Oil Engines Limited (KOEL)、Siemens和Thermax。

印度工具機產業目前面臨的問題包括原物料、居高不下的電費及停電問題、專業人才的培訓、昂貴的機器設備及不完善的安全規範，均係主要影響該項產業發展的因素，另外，由於印度工具機產業尚重度依賴進口產品，造成該項產業嚴重的貿易逆差，將是未來印度必須面對的重大議題之一。

### 3、利用參展拓展印度工具機市場

工廠購買機械設備，除性能與價格為最重要考量因素外，售後服務也是關鍵。機械設備不像消費產品，僅靠通訊聯繫就有可能成交，主要拓銷管道仍為傳統的展覽行銷。

我國工具機業者無論規模與知名度均無法與歐洲及日本大廠相提並論，雖然目前我國工具機性能普遍獲得很好評價，價格與歐日大廠有一段差距。不過由於我國業者規模普遍較小，如何克服售後服務問題是能否有效拓展的關鍵，業者也許可評估設立聯合服務中心的可行性。

### (三) 汽機車工業

2017年印度生產超過2,600萬輛汽機車，同年計銷售汽車402萬輛、機車2,010萬輛。其中機車的生產占整體生產活動的八成，主要原因是年輕人消費力蓬勃發展，其次則為商用車，約占整體生產的14%。就汽機車需求數量而言也達到全球名列前茅，預計2020年將達到每年600萬台之譜。



印度有龐大的汽機車及零配件市場，預估至2026年產業產值將大幅成長，計汽機車達2,828億美元、零配件1,000億美元。以全球每千人平均擁有182輛汽車推估，印度汽車市場最少有八倍成長空間，各大汽機車及零配件製造商紛紛加大投資以擴充產能。

印度四大汽機車產業聚落位置為：北部的「Delhi-Gurgaon-Faridabad」；西部的「Mumbai-Pune-Nashik-Aurangabad」；南部的「Chennai-Bengaluru-Hosur」與東部小型的產業聚落「Jamshedpur-Kolkata」。

目前外資投入印度汽車產銷行列者，包括Maruti Suzuki（日本）、Nissan（日本）、Fiat（義大利）、Volkswagen（德國）、Renault（法國）、Hyundai（韓國）、GM（美國）、BMW（德國）、Ford（美國）、Toyota（日本）等為大宗。目前各主要產業聚落的市占率與設廠公司包括：

| 地區別/市占率                               | 公司名稱                                                                                             |
|---------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Chennai-Bengaluru-Hosur（南印）/35%       | Ford、Renault、Mitsubishi、Nissan、BMW、Hindustan、Daimler、Royal Enfield、Tafe、Toyota、TVS、Volvo、Hyundai |
| Mumbai-Pune-Nashik-Aurangabad（西印）/33% | Volkswagen、Fiat、Daifuku、Mahindra、Mercedes Benz、Skoda、Tata、Eicher、Land Rover、Jaguar、Force、Audi    |
| Delhi-Gurgaon-Faridabad（北印）/32%       | Maruti Suzuki、Mahindra、Yamaha、Eicher、NewHolland、Hero、Honda Motor、Honda Motorcycle                |

來源：ACMA: Auto Component Industry in India

值得注意的是，印度有三分之一的汽車暨零配件工業於南印度清奈及周邊地區設立，韓國Hyundai汽車為例在清奈設立工廠，投資額約20億美

元，其餘國際知名大廠如美國福特（Ford）、日本三菱（Mitsubishi）、BMW、Nissan-Renault、Caterpillar及Caparo等國際大型車廠及印度TVS集團、Ashok Leyland、TI Cycles Of India、Tafe Tractors、Royal Enfield等均在清奈與周邊地區設有生產基地。清奈也因為有蓬勃發展的汽車工業，加上主要車廠拉協力廠商進駐，形成完整的汽機車零配件廠供應鏈產業聚落。

印度龐大的汽機車市場與產能，已吸引眾多的外資進駐設廠，並開發屬於本身品牌的產業聚落，並以出口導向為經營目標。就汽機車研發部分，2016年初印度已批准國家機動車輛測試與研究發展基礎建設計畫，將廣設專案計畫中心推動相關發展。另外，現代、鈴木和通用汽車也對在印度設置研發中心躍躍欲試。印度政府認為，國產的塔塔納努（Tata Nano）汽車將是該國汽車業發展轉型的契機，促使年輕族群更能夠儘快加入汽車消費行列。另外未來10年更將是印度電動車產業突飛猛進的時機。

印度都市人民的可支配收入提高，快速消費品的生產在外資源源不絕投入的刺激下，使產品生命週期快速的縮短，汽機車銷售也大受到此一趨勢鼓舞，不斷有新款式在印度消費市場推出。國家機動車輛測試與研究發展基礎建設計畫（NATRiP）、2020全國電動車發展計畫、加速油電混合車輛製造計畫（FAME）等推波助瀾，均使得印度汽機車市場蓬勃發展。

在政策支援方面，為了鼓勵汽機車整車及零配件設計與製造達到1,450億美元的產值、汽機車製造業占GDP比重提升到10%、相關從業人口達到2,500萬人的目標，印度政府曾推出2006-2016年行動計畫，內容包括補助中小型汽機車企業技術現代化，成立機動車輛訓練與研發中心，打造汽車工業園區及汽機車零配件經濟特區等。而2016-2026年行動計畫



則已於2015年9月由印度汽車製造協會及印度政府共同公布。其中包括營運「國家機動車輛測試與研究發展基礎建設計畫」，運用3億8,850萬美元支援產品研發以及降低生產成本。「2020全國電動車發展計畫」則著重於推動油電混合車及電動車產能，包括達到消費者需求並降低生產成本，希望在2020年使印度在世界汽機車產量達到領先地位，即每年生產油電混合及電動車500萬輛。目前這個計畫主要的執行地點在德里。重點工作置於普設電動車充電站，為電動車提供充電服務。「加速油電混合車輛製造計畫」已自2015年4月起實施，推動各式機動車輛的研發與製造。

在鼓勵研發方面，汽機車產業也適用印度所得稅法第35節（2AA）規定給予減稅，包括支付國立實驗室、大學或科學相關研究所，甚至前述單位委託進行科學研究的個人，其總支出可獲得200%的免稅額。另外，在所得稅法第35節（2AB）則規定，科學研究的資本與營業支出亦可獲得相同額度的減稅措施（但不適用於房地支出）。另外，生產汽機車使用電池亦可獲得相關免稅措施優惠。

為推動汽機車產業出口，相關措施已列入印度商工部於2015年4月公布的2015-2020年外貿政策之商品出口計畫（MEIS）。根據2018年印度政府公佈之預算，將投入更多資金在基礎建設及綠色能源、減低油電混合車、電動車等之進口關稅。

外商投資標的除了現行的一般車輛、機車、三輪車和商用車以外，適合都會區短程（續航力為50至100公里）往返、能適應印度夏季酷熱及雨季的電動車的需求龐大，預計此需求至2020年將達600至700萬輛。

近年國際汽車製造廠轉向印度零配件廠商洽訂零配件產品。在印度生產汽車零件的成本，比美國低1至2成，比歐洲的低一半。印度擁有優勢包括語言能力、專業技術。現在北美及歐洲區域許多汽車零組件都由印度製造，其中供應通用、福特及克萊斯勒等名牌汽車的零組件，占印度

零組件總出口金額的7成。印度汽車零配件產業以歐洲地區為第一大出口區域，約占出口比重達30%。第二大出口區域為亞洲，占20%。第三大出口區則為北美洲，所占比重為10%。

印度約有四分之三汽車零件市場是掌握在幾家大廠手中，而這些大廠也多向國際大廠取得製造技術。印度汽車零件製造主要技術合作對象為日本、其次有德國、英國及美國等。印度主要零配件廠，包括Amtek、Sona、Mahindra以及Bharat Forge，亦不斷擴大客戶版圖，併購美、歐等國企業。同時小型汽配廠也以收購歐、美、日等國現有企業生產線、設備器材、機械等為優先考量，這樣一來不但可以縮短建廠速度、以降低成本，更可加速生產速度，進而有效擴大產能及市場。

許多印度車廠已擁有自行開發引擎、安全系統等設備的能力與經驗，例如Tata、Mahindra、TVS等車廠，以及Sona Koyo、Sundaram Clayton等車用電子OEM廠商。相較於引擎、安全系統的高產值及高成長性，目前印度車身電子設備、車用感測器占車用電子市場整體比重偏低。不過，隨著印度汽車工業不斷成長，印度政府加強汽車安全性及消費者注重汽車的附加價值，印度未來在車用電子的製造能力將迅速達到國際水準。

印度汽車產業即將實施新的廢氣排放標準（Bharat Stage VI）及安全規範，另外在行動數位化趨勢下對汽車電子需求和數位安全防護需求，印度汽車產業亦需加快產品發展、提升品質、減少研發時間等挑戰以跟上工業4.0模擬與數位化生產。目前印度是全球最大的機動車輛生產國之一，占全國GDP總量的7%以上。新的廢氣排放和安規標準，普及的資訊娛樂系統、行動的數位內容，車輛共乘應用軟體的發展，數位化電子零組件增多，電動車化，為相關產業開啟了一面更大的機會之窗。

#### （五）印度綠能產業



近年來，印度經濟崛起，隨著人口不斷增長，能源消耗大幅提升，預估到2030年，印度將成為全球第3大能源消費國。為配合新政發展，印度政府積極推動基礎建設，投入開發新節能技術，加強與私部門合作，希望私部門在風力、小型水力、生質能源、太陽能等領域擴大投資。

雖然再生能源電價大幅下跌減緩業者建廠進度及意願，但印度再生能源發電量（包括太陽能及風力）過去幾年持續成長，至2018年4-10月已達到69 GW，占總發電量10%，而再生能源裝置發電量占總裝置發電量比例也從2015年的14%上升至目前的20%。

根據2015年於巴黎通過的「聯合國氣候變化框架公約（UN Framework Convention on Climate Change）」，印度2030年非石化能源發電比重必須達到40%，為此印度目標2022年將再生能源發電量提高至175 GW，其中100 GW來自太陽能，60 GW來自風力，10 GW來自生質能源（Biomass/Bagasse），5 GW來自小型水力發電計畫。

2015年至2018年間印度再生能源發電量大幅成長，年複合成長率（CAGR）達到18.2%，相較之下傳統發電量成長率則為4.8%。尤其2017年興建的太陽能裝置發電量不僅超過傳統燃煤電廠裝置發電量，太陽能實際發電量（8,040 MW）更是燃煤發電量（4,004 MW）的2倍，此外印度熱能發電也大幅成長，原本目標2013年至2017年增加72,340 MW發電量，實際增加量則達到91,731 MW。由於太陽能模組價格下跌、技術進步及全球產業競爭因素，印度太陽能電價已從2009年的17盧比（約0.24美元）/度跌至目前2.44盧比/度，至於風力發電目前電價則為2.43盧比/度。

### 1、太陽能產業

印度地理位置接近赤道，在發展太陽能產業方面占有優勢。根據統計，在世界前20名經濟體中，印度的平均日照量最多，尤其是Rajasthan州有廣闊的沙漠，常年陽光充足，非常適合興建太陽能光伏

發電網路。由於多數區域日照充足又有大量閒置土地，加上政府的大力推廣，太陽能發電之成本大幅下降，將成為印度僅次於煤炭之電力能源。

依印度新能源與再生能源部（MNRE）調查報告，印度太陽能發電潛能約有750GW，其中Rajasthan州市場最大，可達142GW，Jammu & Kashmir州則有111GW，Madhya Pradesh州與Maharashtra州均在60GW以上，印度政府希望在2022年能達到100 GW的目標。

印度政府為達成國家太陽能計畫—在2022年建設100GW目標，提出在印度12個州建設超過500MW的太陽能專案，並計畫在未來5年內建設25個太陽能園區，裝機量共25GW。而建設如此龐大的專案，自然需要一大筆資金支援。印度政府此前已宣布將投資1,500億美元給可再生能源，以對抗能源貧困。

目前印度生產太陽能模組之廠商超過50家，年產能超過100 MW的約有20家。據當地業者表示，印度PV產業許多零件及機械，例如電池模組、自動輸送設備、黏合機、切割設備係來自臺灣。由於印度對光電設備之需求有增無減，而且對臺灣的印象良好，其程度遠超過其他開發中亞洲國家，我國業者實應加速開發此市場。

隨著海外各國的太陽能雙反案此起彼落，印度也因其自身優勢而被當成海外製造基地的一個落腳點，由於臺灣與中國大陸之產品已面臨歐盟、美國及加拿大的反傾銷調查或處罰，印度業者甚歡迎我國廠商與其OEM產銷合作。

印度太陽能產業的發展優勢在於充分天然資源、技術和熟練的人力資源。隨著印度政府的措施到位、支持和發展的基礎設施（指太陽能城市和SIPS計畫）及JNNSM推廣太陽能光電市場，相較於其他領域，印度的太陽能光電產業具備更大的成長動力。



### 2、LED產業

由於印度人口眾多，但電網分布不均而且電力不足，目前仍有高達2.5億人口沒享受到電力帶來的好處，同時也因核心技術缺乏，LED燈具以仰賴進口為主，市場潛力及發展能量商機無限。

當前印度的LED照明市場還處於起步階段，政府所公布的政策及措施將有利推動LED路燈的應用及國內製造，讓價格下降，從而推動市場成長。國外研究機構TechSci表示，印度LED照明市場預計在2015-2020年間可望成長超過32%。

#### 印度推廣綠色照明活動

- (1) 印度商工部要求德里的所有展示廳或展示窗都使用LED照明產品，其它州也跟著效仿。
- (2) 印度城市發展部有意將所有中小城市路燈變成LED。
- (3) 印度國家路燈計劃（SLNP）將替換1,340萬盞路燈，預計年節電24億千瓦時。
- (4) 印度高效照明計劃（DELP）將更換2億LED燈泡，預計年節電105億千瓦時。
- (5) 依據印度電力部（Ministry of Power）2016年公佈之「國內效率照明計畫（Domestic Efficient Lighting Programme）」，規劃於印度全境民宅裝設7.7億盞LED燈具，預估每年可節省1,000億度電力（約4,000億盧比電費）及減少8,000萬噸溫室氣體排放量。該計畫第2階段易名為「LED照明平價計畫（Unnat Jyoti by Affordable LEDs for All）」，並委託印度電力部與國營之火力發電公司（National Thermal Power Corporation Limited）、電力金融公司（Power Finance Corporation）、鄉村電力公司（Rural Electrification Corporation）、印度電網公司（Power Grid Corporation of India）共

同合資成立之「能源效率服務公司（Energy Efficiency Services Limited）」做為計畫執行單位。

印度 Chandigarh、德里、West Bengal、Maharashtra、Andhra Pradesh、Gujarat、Uttarakhand和Punjab等州也已採取積極措施。數個LED路燈照明試點項目正在進行或計劃階段，傳統的路燈將被LED燈泡所取代。鐵路、工業、汽車和室內應用也正在成為其他關鍵應用。

由於印度LED照明市場正處於起步且穩定成長的階段，隨著印度政府所陸續推出的激勵政策，亦為市場未來5-10年內提供強大的成長誘因。事實上，在印度已有越來越多的商業場所、住宅、政府項目及未來智慧建築都正積極採用LED照明。有鑑於LED照明產品的應用浪潮來勢洶洶，自2016年3月1日起，所有在印度銷售的LED燈具必須在印度標準局（BIS）管理下進行強制登記，符合印度相關標準要求才能銷售。

印度LED產業的競爭關鍵包括：

- （1）強調綠能照明，重視品牌形象：預期至2021年LED技術將占有57%的照明市場，對擁有美國綠建築協會（U.S. Green Building Council）的能源與環境領導設計（Leadership in Energy and Environmental Design, LEED）認證的綠建築物而言，LED產品擁有強大的吸引力且扮演極重要的角色。故創新商業模式，重視品牌形象及擁有優勢價格，為取得印度照明市場高度競爭力的關鍵。
- （2）市場轉型，商機無限：過去幾年，印度LED的照明多使用在汽車材料、街道的路燈與號誌及招牌等戶外場所；目前已轉型集中在一般住宅和商業建築，尤其近來飯店、餐廳、咖啡館和醫院從CFL轉換成LED的頻率最高，亦即LED室內市場的商機無限。



(3) 政府強力的支持，提升產業地位：印度政府將採用節能措施並明訂相關法規，投資國家測試標準以發展高效能的照明能源，以上措施皆能讓LED在未來幾年內，快速成為印度的明星產業。

價格優勢和品牌形象是影響印度照明市場競爭最主要的因素。為推動LED產業發展，印度政府祭出兩項措施，第一是將LED晶片廠（fab）納入獎勵條例MSIPS（Modified Special Incentive Package Scheme），業者可享資本投資補助，但初期投資不得低於5,000萬美元，本土廠商及外資皆適用，目的是鼓勵在印度當地建置半導體fab。

此外，依據印度官方的優惠市場准入政策，政府採購案將提供5成數量給本地LED相關產品製造廠商，業者的產品加值必須達50%，但在招標價格及規格並無特殊優惠。目的是讓本地製造的LED廠能夠進入當地市場。

新興市場由於基礎建設尚在逐漸改善的進程中，LED大廠進入如印度這樣的市場，將握有更大勝算，在需求浮現時，一舉提升市占率。

建議我國廠商應該根據市場不同需求推出適合不同層次消費者的燈具，同時為了擴大中低階銷售市場占比，也要推出迎合一般消費者的使用燈具，以此擴大中低階市場占有率。

### （六）印度通信產業

目前印度城市的網路滲透率已逐漸接近60%，在智慧型手機的逐漸普及之下，印度的網路用戶在2017年6月達到4.5億～4.65億之間，與2016年年底的4.32億人相比，約成長4～8%。印度的網路用戶主要是透過智慧型行動裝置上網，由於智慧型手機實用，加上裝置的費用可負擔，因此成為了印度用戶的主要聯網裝置；而行動服務供應商的削價競爭，也助長了行動裝置上網的趨勢。

目前印度總行動電話用戶數逾 9.4 億，多屬 2G 用戶，使用上仍以通話功能為主。行動上網需求方面，印度每年行動上網使用率不斷攀升，因此印度政府正在加強 3G、4G 網路布建。至 2015 年底印度 3G 上網用戶達到 2.5 億戶，拓璞預估，2017 年印度 3G 上網率有望突破所有行動通訊用戶的 35%，來到 3.3 億用戶。

印度正在加緊資通訊基礎建設，如國家光纖網路計畫（National Optical Fibre Network, NOFN），規劃將光纖網路鋪設至全印25萬個村落，橫跨範圍長達75萬公里，研議開放有線電視業者經營2、3線城市網路通訊業務，有關線電頻譜開放及頻譜管理應該透明放等。

據Occams Business研究與諮詢公司的預測，到2020年，全球雲端市場價值將增長到6,500億美元，年複合成長率將達 29%；亞太地區會是成長最快的地區，年複合成長率為35%。印度雲端服務市場預計從2010年到2020年的年複合成長率將高達76%，達到150-180億美元的市場規模。成長主要來自企業工作負載轉移至虛擬化雲端模式。

Google、臉書積極遊說印度公部門推動雲端上網服務，對於當地電信服務商形成壓力並加速IT外包轉型，預料隨該項新政策有助鴻海、廣達、緯創、金像電、神達、信驊等相關供應鏈營運增添動能。

印度智慧手機市場成長快速，自2015年以來，宏碁、華碩、華為、小米等品牌廠陸續啟動印度製造計畫，印度手機用戶總數成為繼中國大陸之後，全球第二大行動通訊市場；IDC國際數據資訊預估，未來五年，印度智慧手機市場將維持雙位數成長。

印度行動電話產業中智慧型手機與一般功能性手機之占比狀況顯示，預估印度智慧型手機的成長將相當迅速，雖然目前智慧型手機的市占比仍落後於一般功能性手機，然而，市場分析認為智慧型手機每年市占比會持續上升，而一般功能性手機將逐漸下滑，預估到2025年，印度智慧



型手機的市占率會接近80%。

究竟行動電話產業為那些零組件產品帶來商機，印度行動電話協會分析數據（ICA Analysis）的分析報告列出了6大品項，分別是充電器／變壓器、電池、顯示器、相機鏡頭、機構裝置及耳機；其中以顯示器的市場值最高，預估到2025年可達180億美元。

擁有龐大數量人口的印度深具市場成長潛力，行動通訊產業更是有爆炸性的成長，其本土市場的行動電話需求量十分驚人。由於印度政府積極推動「在地製造」，因此行動電話市場的大量需求也帶動了相關零組件的商機，不過印度仍有很大部分需要進口，我國廠商在印度零組件市場更具競爭優勢，行動電話的零組件包括充電器、電池、顯示器、相機鏡頭及耳機等，都是我國廠商的強項，因此，印度政府及廠商也非常希望我國業者能到當地投資。

根據Counterpoint Research統計資料顯示，2019年第1季（1-3月）印度前5大智慧型手機銷售量依序為小米（29%）、三星（23%）、Vivo（12%）、Realme（7%）、OPPO（7%）、除三星外，全數為中國大陸品牌。

TrendForce 旗下拓璞產業研究所最新研究數據顯示，印度手機的整體出貨量比率，2014年智慧型手機僅占16.6%，至2015年出貨量達7,100萬支，約佔整體手機市場出貨量約四分之一程度。拓璞預估，2018年印度智慧型手機出貨量將突破1.5億支，達到印度整體手機市場出貨量的48.0%，智慧型手機占比呈倍數成長。

印度政府為鼓勵手機在印度製造，分別於2017年7月1日起調高多數手機零組件進口關稅至10%外，亦即只要傳統手機（Feature Phone）或智慧型手機（Smart Phone）帶有上網功能者，幾全數納入調整基本關稅範圍。印度政府認為僅傳統手機係ITA 1所規範之產品，不受印度政府調高基本關稅影響。依據印度電子及資通訊科技部資料，目前已在印進行投資

之手機品牌及製造業者已達45家，均為全球主要廠商，印方認為該等手機廠商為避免影響其在印形象，維持與印度政府及客戶關係，應不至於向印度國內法院挑戰政府決定，亦不會遊說母國政府向世界貿易組織提出爭端解決要求，印度傳統手機市場仍占50%，其他國家已很少生產按鍵手機，因此被外國政府關切的機率不高。印度政府另於2018年4月2日，調高手機主機板（HS: 85177010）、相機模組（HS: 85177090, 85258020, 85258090, 85299090）及連接器（HS: 85177090）等3項零組件進口關稅至10%。

#### （七）紡織產業

紡織業為印度的民族工業，對於印度的經濟發展、國民就業及社會安定，具有舉足輕重的地位，是印度最大出口創匯產業，2018年印度共出口390億美元的紡織品。印度紡織業的規模目前估計約在1,700億美元，2021年估計可成長到2,230億美元，紡織業規模約占印度總體GDP的2%，總體工業產值的7%，或出口總金額的15%。紡織業是印度第二大就業市場（從業人數僅次於農業），提供4,500萬人直接就業機會，相關產業間接提供2,000萬人口就業機會。直至2018年印度共有3,544家紡織工廠，其中超過2,184家為大型工廠。印度是全球第二大紡織品暨服飾出口國，預估2021年出口金額可達820億美元中成衣出口金額占40%，棉織品暨手織品分別占31%暨16%。

印度紡織業依產業規模分為兩類，無組織的（unorganized sector）及有組織的（organized sector）。無組織的，指業者未使用機械動力生產，且聘用勞工數在15人以內；或使用機械動力生產，聘用勞工數在20人以內。聘用勞工數超過者，勞工得組工會，稱為有組織的。無組織的，如手工紡織業、手工藝品業、絲織業及動力織布機業等；有組織的，如紡紗業、服飾業、成衣業及寢具業。



印度紡織業極為多元，從家庭手工紡紗、手工織布，至資本密集、先進技術的自動化紡織廠及動力織布機／針織品和針織行業，依國內或國外不同的市場需求，提供多樣性產品。印度的紡織業，與農業緊密聯結，且深受印度的傳統及古老的文化影響，使印度的紡織業與其他國家相較相當獨特。

印度為全球第二大的紡織品及成衣製造國，印度的優勢在：

(1) .人口快速成長，人口每年平均成長1.8%，由1980年的6億9,000萬人口，成長至目前的13億4,000萬人口，內需市場龐大；(2) .可支配所得增加，由2001年每人年平均所得500美元，增加至目前的1,700美元；(3) .流行資訊取得容易；(4) .都會人口持續增加；(5) .有組織通路商（organized retailer）將通路拓展至2-3級城鎮；(6) .網路購物方便；(7) .營建市場對工業用布需求大幅成長。

印度的服飾及配件，可以概分為傳統及現代兩大類，女性在日常生活及婚禮、節日及慶典中，多穿著傳統沙麗或改良式傳統服飾，男性多在正式場合穿傳統服飾，社經地位愈高，穿的傳統服飾都是名家設計縫製。一般中產階級在穿著上常見襯衫、西褲或牛仔褲，年輕女性穿著也常見套裝、長褲及晚禮服。

因著多元文化，印度各地區都有其傳統服飾。身體各部位的穿著裝扮，都有其傳統及宗教習俗上的意義，主要展現簡單和奢華（simplicity & opulence），如印度沙麗可以是一整塊素樸的布、也可以是一整匹繡工精美的絲綢，穿戴後，套上一件又一件的圍巾和首飾，繁複中展現整體的美。服飾及配件，要能襯托個人的社會地位、財富及宗教取向。

印度的流行服飾及配件產業有很強的設計能力，可以將印度傳統及國際流行趨勢巧妙的結合，產品的創新，加上多元的材料如羊毛、絲、棉、化纖等成為印度的流行服飾及配件競爭力之所在。

知名的印度廠商包括Alok Industries、Ambattur Clothing、Arvind Mills、Bombay Dyeing、Gokuldas Images、Rajasthan Spg. & Wvg. Mills、Raymond、Reliance Textiles、Welspun及Zodiac等透過建造新廠，或擴大既有生產線，爭取市場商機。國際成衣、家飾品牌業者，包括Adidas、Calvin Klein、Reebok、Tommy Hilfiger等，也已在印度設立採購中心。

印度紡織業主要優勢在於擁有豐富的天然纖維，印度黃麻產量全球第一（占全球總產量的56%）、生絲產量全球第二（占全球總產量的18%）、棉花產量全球第二（占全球總產量的22%）、羊毛產量全球第三（占全球總產量的3.1%）；豐沛的人纖（Polyester、Acrylic、Nylon及Viscose）產量全球第四；產業鏈完備，中游紡紗棉線（占全球33.2%的產能）、染整，到下游製成布料（占全球33%的產能）及成衣；擁有大量便宜的技術勞工。

印度紡織業者對歐美市場相當熟悉，服裝設計加入獨特印度風，更強化其市場競爭力。近年來，印度紡織業出口及投資亦快速成長。重要投資案包括印度信實工業（Reliance Industries Ltd, RIL）分別與山東如意集團（Shandong Ruyi Science and Technology Group Co.）及杜邦（Dupont）合資，Raymond與義大利商合作。

印度紡織業發展可期，一方面有龐大內需市場，一方面外銷市場亦持續成長。有組織的服飾業者市場規模在未來10年將以13%的年複合成長率成長，跨國業者亦競相拓展印度市場如Marks & Spencer、Guess及Next等。印度人口眾多，我業者如欲著眼印度內需市場，應對印度的氣候、風俗、文化、宗教、衣著習慣、材質等有所了解，才能開發市場所需產品。

由於愈來愈多國際大型連鎖企業向印度採購紡織品，而印度是以歐美為終端市場，印度對臺灣上游纖維紗線及中游高品質布料產品需求空間



仍大。我國在機能性紡織品上居全球領導地位，在印度市場應具拓展潛力。在非傳統的紡織品如高強力尼龍製輪胎簾布、汽車座椅內裝用布、安全氣囊、安全帶及不織布等，應有銷售和競爭的潛力。

### （八）扣件產業

扣件通常係指螺絲及螺帽，除了高拉伸強度和特殊類型的扣件外，所有類型的扣件是屬於小型規模的產業。扣件也可以根據它們的材料分類，鈦合金扣件的防腐蝕特性，是用在會鏽蝕的地方；重的鐵扣件重量承載能力很高，可使用在建築方面；不銹鋼扣件價格便宜且耐腐蝕，是取代鈦合金扣件的好替代品。

印度的工業扣件種類繁多，根據扣件的抗拉強度大致上分為兩個類別：高抗拉強度扣件和中抗拉強度扣件，生產高強度抗拉扣件需要較精良技術，因此高強度抗拉扣件主要採系統組織化生產。相對的，中抗拉強度扣件主要集中於非系統組織化生產，汽車工業是最大的扣件消費群，值得注意的是，印度已成為眾多汽車設計研究中心的據點且廠商數量仍在持續上升中，與其他扣件生產國相比，其他國家的扣件製造商較少直接投入設計領域，因生產引擎、車身底盤、成型、懸吊系統、主體架構、車身組裝和車輪等汽車零件所導致對扣件需求的增加，預期也會影響印度的整個扣件需求市場；另一大應用領域是建築、紡織機器、鐵道、電腦硬碟和一般工程。這對印度工業扣件來說都存在明顯的出口潛力。

印度扣件產業正處於高速發展階段，產業鏈已經初步形成，70%以上扣件生產廠集中在Ludhiana，其中許多原材料、模具和耗品、表面處理、熱處理、扣件相關設備等都能在Ludhiana找到很多供應商，但扣件生產設備主要依賴大量進口，印度扣件除了滿足本地需求外，也出口到歐美，中東等國家，而印度國內經銷商市場尚處於起步階段，專業的批發商很少，具備實力的生產商會充當貿易商及批發商的角色。

目前印度扣件業面臨的挑戰有：

- 1、高漲的成本及來自歐盟的威脅。鋼鐵材料及電力成本上升，將耗掉生產商的利潤，加重成本壓力。另一方面，如果歐盟反傾銷的法律過於嚴格，亦將影響印度扣件出口至歐盟市場。
- 2、印度扣件產業的標準化程度低，因為大多數汽車製造商與不同的外商合作，他們的組件也各有不同的設計規格。
- 3、組織性與非組織性扣件產業的競爭激烈。
- 4、與其他國家的扣件製造商的出口市場競爭激烈，及其他國家製造成本較低。
- 5、須挑戰生產環保扣件，不使用鉻、鎘等等致癌電鍍物質。尋求新的方式來生產比以往更強、更輕、更容易使用的扣件。

扣件產品雖不比消費性產品來得吸引目光，卻是各類製造產業皆不可或缺的重要零件，工業化程度越高的國家，扣件產品的需求量亦高，可作為衡量國家工業發展程度的指標之一。隨著各大產業如機械、汽車工業和建築業景氣復甦，市場對扣件的需求也將跟著上漲。

製造業經濟成長及固定資產投資的增加，將使新興市場國家扣件需求比已開發之工業國家增加更多，包括亞洲地區、非洲、中東、東歐和拉丁美洲的扣件需求的增長將遠超過美國、日本和西歐之速度，根據Grand View Research, Inc的研究顯示，亞洲扣件市場，受惠於新興國家汽車工業、建築業的蓬勃發展，預估到2020年預估會達到441億2,000萬美元；汽車工業由於需求不斷增加，將帶動螺帽、螺絲、螺栓、螺柱、鉚釘、鐵釘和墊圈在未來7年的需求大增，其中印度則因為汽車生產增加，預測在評估期內會出現最快速的成長。

另外在建築方面，家具、樓梯、屋頂、窗戶和門都需要使用到大量扣件，尤其像印度等新興國家的公共建設得到大量湧入的投資基金，預計



也將持續刺激印度的扣件市場需求。

## （九）自行車產業

### 1、印度自行車產業現況

印度自行車產業以Punjab省的Ludhiana地區為中心，總共大約有1,500家自行車或零件工廠，總僱用人數達25萬人，每年自行車產量約1,600萬輛。該區除有Hero Cycles和Avon Cycles兩家大型自行車業者外，尚有SK Bikes、Nova Bicycle等較小型業者與眾多零件廠商。除自行車製造業外，Ludhiana今日也成印度其他如鋼鐵、手工具等產業的製造業重鎮。

### 2、印度主要自行車製造廠商

印度自行車產業雖歷經60餘年發展，但過去印度政府制定了各項準則為業者行銷的依據。首先，未獲得政府許可，自行車生產廠商不能隨意提升價格；其次，不管是獨家代理或是經銷商的利潤，包括代理商的佣金不應超過售價的15%，致造成印度自行車製造公司平均僅有約3至4%的利潤率。

由於過低的利潤無法吸引新業者投入自行車產業，造成長期以來僅有Hero Cycles、TI Cycles、Avon Cycles和Atlas Cycles等4家主要廠商，沒有其他新的廠商加入。這些因素除了其他公司不願意投入自行車產業外，也使得各公司無意投資於研究發展，所以印度自行車產業長時間以來並未有突破性發展。

印度4家主要自行車製造廠資料如下：

#### （1）Hero Cycles

Hero Cycles成立於1956年，為目前印度領導廠商，具有ISO-9001, ISO-9002, BVQ 1和ISO-4001等認證。具有非常大的產能，每9秒鐘可生產一部自行車，該公司除在印度有最高的市場占有率

外，並外銷至包括美國及德國等89個國家。

Hero Cycles為印度最大自行車廠，年產量約為510萬輛，市占率約31%，雖然產量最大，不過以標準型的低價自行車為主。

## (2) TI Cycles of India

TI Cycles of India成立於1949年，為具有ISO 9001-2004認證的公司。為清奈地區汽車零件、自行車、糖業、肥料等大集團Murugappa的旗下公司。該公司最大的競爭能力在於具有優良的研發設施和利用TQM控制品質，該公司自1954年後即持續派發股利未曾中斷。TI Cycles以中高價位車型為主，年產量約430萬輛，市占率約26%，其產量雖不如Hero Cycles，但因平均價位較高，以營業額而言則相差不多。TI Cycles過去以印度本土市場為主，近年才開始積極拓展外銷。

## (3) Avon Cycles

Avon Cycles成立於1951年，隸屬於AVON集團，是一個家族企業。該公司生產大部分的自行車零件，為獲得ISO 9001-2000認證的公司。該公司保持良好的顧客關係，並注重企業社會責任。該公司年產量約300萬輛，市占率約18%。

## (4) Atlas Cycles

Atlas Cycles成立於1951年，自Sonepat的小工廠發展成為一個具有25英畝的大型工廠，見證了印度自行車產業快速發展的歷史。該公司年產量約220萬輛，市占率約13%。Atlas Cycles公司自1958年即開始外銷，至今成為印度自行車主要的外銷廠商之一，產品外銷至超過50個國家。



表1、印度主要自行車生產廠商

| 公司           | 數量<br>(萬台) | 工廠位置                                                                        | 主品牌                                                         | 副品牌                                                                                                                         | 市占率  |
|--------------|------------|-----------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| Hero Cycles  | 510        | Ludhiana, Punjab<br>Sahibabad, Uttar Pradesh                                | Hero Jet、<br>Hero Royal                                     | Ranger, Impact, Hawk,<br>Citybike, Bond, Scarlet, Super<br>Cop, Rex, Candy, Bandit,<br>Cadet                                | 31 % |
| TI Cycles    | 430        | Chennai, Tammil Nadu<br>Nasik, Maharashtra<br>Noida, Uttar Pradesh          | Hercules、<br>BSA、Philips<br>、Deluxe                         | BSA SLR, BSA Mach,<br>Ladybird, Top Gear, AXN,<br>Topshox, Photon, Rockshox,<br>Champ, Mongoose, Combat,<br>Captain, Boomer | 26 % |
| Avon Cycles  | 300        | Ludhiana, Punjab                                                            | Avon、Duke                                                   | Rough Rider, Rover, Voyager,<br>E-Lite. E-mate, E-bike vx,<br>Boom, Paragon IBC, Flyer<br>IBC, Foster                       | 18 % |
| Atlas Cycles | 220        | Sahibabad, Uttar Pradesh<br>Sonepat, Haryana<br>Malanpur, Madhya<br>Pradesh | Atlas、<br>Goldline                                          | ABD, AGRD, APGR, ABMX,<br>Stunner, Thunder, AM 2521,<br>AM 2531, MTB-T, ATB-TG,<br>ATB-TL                                   | 13 % |
| 其他及<br>進口    | 200        |                                                                             | Trek、Giant、<br>Scott、Firefox<br>、HLX-NMC<br>、LA和<br>COSMIC等 | Fuji、Focus、Foma、<br>Bergamont、GT、Mongoose<br>、Bianchi、Cannondale、<br>Montra、LA Sovereign和<br>Decathlon等                     | 12 % |

印度自行車是一個非常競爭且產品差異化小的產業，所以成本控制為是否具有競爭優勢的關鍵。自行車的主要成本包括原料如鋼、管材和其他主要零件，占總成本的60%-70%。Hero Cycle因主要工廠在Ludhiana地區，該地區因鋼鐵材料工業興盛，相較之下可獲得較低價格，而具有成本優勢。

印度自行車業者因差異化不大，因而在市場拓銷策略不約而同採取多品牌行銷策略，主要係根據不同市場區隔，分別推出主品牌與次品牌。

### 3、印度自行車市場現況與特性

印度自行車市場規模一年約為1,550萬輛，總銷售金額約為700餘億盧比（約12億美元），以量而言約占世界市場11%，以銷售額而言則僅占4%，顯示印度市場仍為一低價市場，為價格導向市場。

印度自行車市場的競爭是非常大，同時具有高固定成本，產品沒有很大變異化的特性，老廠相對新進入者而言有極大的成本優勢，使得印度自行車產業成為進入障礙極高的產業，造成至今TI Cycle、(Hercules and BSA Brands)、Hero、Atlas和Avon等前四大廠商佔有印度自行車市場超過80%，其他小廠牌及進口品牌僅能分瓜剩下不到20%的市場。

印度為世界僅次於大陸的第二大自行車生產國，也是第2大市場。不過，印度自行車市場為價格敏感度高的市場，大部分的自行車售價在3,000盧比至6,000盧比之間。隨著印度經濟快速成長，價格在1萬5,000盧比以上的自行車高端市場快速成長，平均每年以20%至25%速度成長。

### 4、印度自行車區域市場

印度自行車市場如以地理區域，大致可分為四大塊，各區自行車市場所占比率為北印度（以德里為中心）占32%、東印度（以加爾各答為中心）占28%，此兩大區域佔有印度60%的市場。南印度（以清奈、班加羅爾及海德拉巴為中心）占24%，其他16%市場則為以孟買為中心的西印度區域。

如果以高端市場而言，印度南方則占有將近50%的市場，其他30%為西印度市場。北印度與東印度市場占有率則為僅剩的20%。氣候、經濟發展和購買力為主要的分布因素。

印度大城市自行車市場50%為8歲以下的兒童車市場，其他50%



為登山車、淑女車及標準車型自行車。南印度和西印度的二、三線城市童車市場約佔25%，其他75%為登山車、淑女車及標準車型自行車。

#### 5、印度消費者行為逐漸改變

印度自行車市場消費者喜好也逐漸改變，都市的兒童逐漸喜好花俏、新型式及有變速的自行車，以在同儕間炫耀。都市地區由於購買力較高，所以較多高價品。相對的，二、三線城市就為價格敏感度。

在大都市，印度消費者喜好在整潔，具有多種型號、不同品牌同時有良好售後保證的大型展示店購買。二、三線城市則除了品牌外，經銷商的信譽同樣重要。印度自行車市場也逐漸有專賣店的生存空間。

印度的Nandi Marketing公司在南印度已有16間Just Buy Cycles專賣店，每年銷售數量超過4萬2,000輛自行車，以中、高端市場為主要銷售項目。Just Buy Cycles專賣店較其他自行車零售店更精確掌握消費者的消費行為和趨勢變動。今年開始，該連鎖店甚至成立高價位的進口品牌自行車專賣店，專注在高端市場。高價位的自行車如Giant、Scott、Trek、Cosmic Enduro等品牌都在其專賣店販售。

印度每輛自行車平均壽命約4年，相較於其他國家汰換率非常低，以每年銷售1,500餘萬輛。印度每千人才有90輛自行車，相較於大陸的每千人140輛，仍有很大成長空間。

#### 6、印度自行車進出口概況

印度自行車在全球市占率約10至11%，2017年出口額為5,169.0萬美元，2018年出口額降為4,689.38萬美元，下降約9.28%。主要出口市場則依序為莫三比克、尼泊爾、孟加拉、英國、德國、馬拉威、波蘭、尚比亞、剛果民主共和國與瑞典等。在進口額方面，2017年印度

進口自行車4,845.28萬美元，2018年進口5,439.40萬美元，成長約25.08%。主要進口來源國則為：斯里蘭卡、中國大陸、孟加拉、馬來西亞、越南，臺灣為第六大進口來源。

## 四、政府之重要經濟措施及展望

### （一）願景2030（Vision 2030）」目標

印度商工部長Suresh Prabhu在2019年初規劃「願景2030（Vision 2030）」目標，要點如下：

- 1、對外貿易政策：印度政府已就貿易政策進行期中盤點並進行市場調查，鎖定主要區域重新檢討。非洲占印度出口總額8%，商工部過去一年已分別在東非烏干達、南非約翰尼斯堡及西非尼日召開3場區域雙邊會議，北非部分也即將舉行，透過這些會議加強與非洲國家雙邊經貿合作。與中亞、拉丁美洲、南亞國家也將透過這種模式增進雙邊經貿關係，尤其印度與南亞區域合作聯盟（SAARC）雙邊貿易額預估應可達到650億美元，但目前僅達成20%，是未來積極拓展的目標。至於與中東、東亞及東南亞（ASEAN）國家，印度政府也將針對區域特性制定相應貿易政策。
- 2、洽簽自由貿易協定（FTA）：印度政府對外洽簽FTA係以國家利益為優先考量，為取得有利的談判立場，已透過2個獨立的機構徵詢相關利益團體的意見，評估各項服務業及貨品貿易利益做為未來談判依據。
- 3、出口策略：印度與日本持續加強合作希望發揮彼此優勢提升出口，印度在創造互利夥伴關係過程中必須提升自身製造能力，降低對進口倚賴，才能有效增加出口並創造就業機會及附加價值。為達成2025年成為5兆美元經濟體目標，印度政府設定服務業目標產值3兆美元，占



60%，其餘農業及製造業目標分別為1兆美元。

- 4、協助創業：目前印度製造業仍十分仰賴進口原料及零組件，為達成「願景2030」目標，電子產業必須提高本地自製率，印度商工部產業及國內貿易推廣部門（DPIIT）已成立專責委員會協助排除投資障礙並協助創業。
- 5、提升經商便利度：經商便利度與創業息息相關，印度政府將採取相關措施改善經商環境，協助國內及國際投資者創業，並已在5個州6個地區推動旗艦計畫，促進當地經濟成長，近年來印度政府大改善經商環境，2019年經商便利度排名世界第77名。
- 6、整合物流服務：為降低交易時間及成本，印度商工部將與不同產業共同合作，針對個別產業特性及需求創造最有利的物流模式。

## （二）貿易相關政策及重要議題

### 1、「優惠性市場進入政策」（Preferential Market Access, PMA）：

為推動印度電子設計與製造產業之發展及建立在地供應鏈體系，印度政府於2013年起實施「優惠性市場進入政策（Preferential market Access, PMA）」，目前已規範印度聯邦政府各部門採購18項電子與資訊產品需有30%比率為國內製造，且亦針對各項產品符合國內製造定義之加值比例予以規定。受該政策規範之產品包括筆記型電腦、平板電腦、桌上型電腦、伺服器、印表機、鍵盤、監視器、螢幕、儲存記憶體、影印機、掃描器、傳真機、智慧讀卡機、行動電話、有線電話機、投影機、銷售時點情報機（Point of Sale）等。

### 2、新政府採購政策：

印度內閣會議於2017年5月24日通過新政府採購政策，以優先購買印度貨（Buy in India）的方式，支持政府推動「在印度製造」。該政策利用政府採購程序，要求投標廠商須與印度當地業者合作，連結

當地自製率規範（linked with local content），期能有效扶植國內之製造業及服務業，進一步提高就業機會。

依據新的政府採購政策，未來印度各級政府、機關、國營事業於辦理採購時，包括貨品及服務須符合50%之當地自製率規範，各級政府機構於執行500萬盧比（約83萬美元）以上之政府採購案時，倘該採購案不可分割、即使國外廠商之競標金額為最低價，參與競標之印度國內業者只要原始競標金額不超過該國外業者之20%，並承諾以該最低價格承攬標案，採購案將由國內業者得標；倘該採購案可以分割，即使國外廠商之競標金額係最低價，參與標案之印度國內業者只要承諾願以最低價承攬標案，採購案將由國內、外業者各得標一半。

另各級政府機構執行50萬盧比以上，500萬盧比以下之政府採購案時，倘主管部會認定國內業者有能力承攬該採購案，可限定僅國內業者有權參與標案，惟執行50萬盧比以下之小額政府採購標案則不受前述國內、外業者競標規範限制。

印度政府另規定，各級政府機關制定採購規範時，不得不合理排除國內業者競標之權利，例如規範國內廠商須有在他國進行承攬、實績、相關經驗等限制。目前該新政府採購政策授權由廠商自我宣告當地自製比率，若宣告不實須負刑事責任，印度商工部產業政策及推廣部門將成立獨立委員會進行監督。

### 3、印度參與WTO經貿談判情形

#### （1）印度批准貿易便捷化協定（Trade Facilitation Agreement）

印度內閣會議於2016年2月通過WTO峇里套案之貿易便捷化協定，並於4月正式向WTO秘書處遞交接受書（instrument of acceptance）。印度商工部表示該協定將有助加速貨品通關、降低貿易成本、提升關務透明度與效率、建立單一服務窗口及改善印



度經商便利度，印度政府並將成立全國性之貿易便捷化委員會（National Committee on Trade Facilitation），由商工部商務部門（Department of Commerce）次長及財政部稅收部門（Department of Revenue）次長共同擔任主席，督導關稅法等相關法規之修法及執行工作。

該協定提供開發中國家及低度開發國家特殊及差別待遇，各國可就協定履行措施提報為A類（協定生效後立即實施）、B類（協定生效後經特定過渡期後實施）或C類（於獲得技術、財務、能力建構等協助且具執行能力後實施）義務。依據印度承諾之265項履行措施清單，A類佔113項，B類佔152項，B類措施清單設定之過渡期為5年。

### （2）印度對WTO杜哈回合談判之立場

印度對2015年12月舉行之第10屆WTO部長會議未能針對開發中國家關切之農產品特別防衛措施機制及公共儲糧之永久解決方案達成共識甚感失望，印度並堅持應持續推動完成杜哈回合發展議題之多邊談判，反對已開發國家有意終結杜哈回合且提出全球供應鏈、電子商務、勞工標準、環境、競爭政策、投資、國營事業、政府採購等新議題。印度主張任何新議題之提出與討論應符合二要件，其一為對全球貿易具重要攸關性，其二為獲全體WTO會員國共識同意進行。

### （3）印度研議推動服務業貿易便捷化協定

為支持多邊貿易體制及推動全球服務業貿易自由化，印度將在WTO場域推動服務業貿易便捷化協定，印方認為服務業自由化為杜哈回合核心議題之一，主張應將服務貿易協定（TiSA）相關議題之諮商由目前之複邊談判方式回歸多邊談判，並藉推動服務

業貿易便捷化協定，促進各國建立便利且透明之服務業法規架構，以協助全球服務業發展及貿易成長。

印度尤關切服務業模式四有關專業人士跨國移動之自由化，如鬆綁多次入境或免簽入境之觀光簽證、長期商務簽證之規範等，印度認為其專業服務具全球競爭力及輸出優勢，服務業部門之發展對印度未來經濟成長至為重要，印度將積極爭取服務業自由化目標達成並持堅定立場。

#### 4、印度參與雙邊及複邊經貿合作情形

##### (1) 印度參與區域全面經濟夥伴協定（RCEP）情形

印度為RCEP成員國之一，其中在貨品貿易方面，印方在RCEP談判中關切貨品降稅幅度，尤擔憂RCEP將使中國大陸產製之廉價商品大量對印度出口，損害印方產業利益，印方可能藉由爭取延長降稅期程，以給予印度產業更多時間進行調適與升級。

在服務業貿易方面，各國對應符合最惠國待遇、不倒退及透明條款原則並提供正面表列開放清單已有共識，印度在服務業貿易談判採取積極爭取之立場，強調各成員國應進一步開放服務業市場，特別係服務業「模式四」有關專業人士跨國移動之自由化與簽證鬆綁，以帶動服務業貿易成長。印度強調在服務業市場開放談判未取得顯著進展前，印方不再對貨品貿易提出進一步降稅承諾。

##### (2) 全球區域經濟整合對印度之可能影響

生產價值鏈分工趨向精細化，各階段生產活動移往低工資國家進行，印度企業雖已漸融入全球供應鏈，然從事生產活動之技術層次相較其他亞洲新興國家為低。

中國大陸正積極參與區域經濟整合，對外擴大開放市場並爭



取參與制定全球貿易規則之機會。

### (3) 印度對執行中之自由貿易協定與經濟合作協定之檢討

印度業界反映印度雖已與日本、韓國、東協簽署自由貿易協定或經濟夥伴協定，惟其效益未能實質加惠印度國內產業或有助印商開發海外市場，貿易對手國卻藉此擴大進入印度市場之競爭優勢，對印度企業經營與產業長期發展造成嚴重衝擊，盼政府重新檢視各有關協定內容之合理性，並進一步協助企業運用自由貿易協定以拓展市場。

印度政府表示對檢討現有貿易協定條文內容或重新進行談判均持開放立場，商工部將持續改善不利製造業發展或吸引外資之關稅及國內稅制結構。另為因應TPP成型後之競爭態勢，印度政府正研擬新的對外貿易政策架構，特別將強化與CLMV國家（柬埔寨、寮國、緬甸、越南）之經貿與投資合作關係，並透過政府援助方式，帶領印度業者投資佈局四國之交通建設、港埠、公共設施、金融、運籌服務等領域，以加速建構印度與四國間之跨國供應鏈體系，為更多印度企業開拓新興市場商機，並減緩TPP對印度帶來之不利影響。

### (三) 印度重要經濟政策與經濟表現評比

#### 1、「在印度製造（Make in India）」政策

印度總理莫迪於2014年8月宣布推動「在印度製造」政策，該計畫聚焦汽車零組件、汽車、航空、生物科技、化學、營建、國防工業、電機、電子系統設計與製造、食品加工、資通訊、皮革、媒體與娛樂、採礦、石油與天然氣、製藥、港口、鐵路、道路及高速公路、再生能源、太空、紡織、火力發電、觀光服務、健康照護共25項關鍵產業領域，目標將印度製造業對GDP貢獻由目前之16%提升至25%，並

透過改善投資環境、鬆綁法規、簡化行政、推動大型基礎建設計畫等具體作法，以吸引外國企業來印投資，建設印度成為全球製造中心。

## 2、數位印度（Digital India）政策

印度全國軟體及服務企業協會（The National Association of Software and Service Companies）2015年公佈有關資訊科技業調查報告，指出因受惠於雲端、大數據、移動、社交、物聯網、自動化等新興資訊科技之蓬勃發展與趨勢，印度資訊科技業產值將由2015年度之1,320億美元大幅成長至2025年度之3,500億美元。資訊科技產業含括資訊服務、硬體設備、企業流程外包與工程技術研發等領域。該調查報告預測至2025年全球數位科技產業之產值將達4兆美元、企業之數位科技支出比重將由目前之10%提升至60%、印度企業之數位科技支出規模將達1,200-1,300億美元、全球前500大企業約半數將出現在新興市場、全球約2億6,000萬個工作機會將被新興科技取代。

鑒於資訊科技與數位化將扮演印度經濟轉型升級之關鍵，印度政府於2015年7月推出數位印度計畫，揭示該計畫之目標為提供數位化基礎建設、提供數位化之政府治理與服務、教育民眾運用數位技能，其具體作法包括：A.啟動數位保險櫃計畫（Digital Locker），建立雲端資料儲存及應用系統，以便利民眾申辦各項文件；B.建立全國學生獎助金入口網站，提供學生可運用網路申辦及查詢獎助金發放情形；C.建立數位簽章系統，提升交易便利性；D.建立數位化資訊分享平台，提高政府文書往返效率及提供民眾自由查詢公開資料；E.強化及鼓勵民眾使用My Gov應用程式；F.建立電子化醫療服務，提供民眾線上掛號、繳費、索取病歷等服務；G. BharatNet計畫：佈建25萬個偏遠村鎮寬頻網路；H.國營電信公司BSNL將於2016年投資佈建2,500個Wi-Fi網路；I.建立下世代網路（Next Generation Network），以提供高



速寬頻聯網服務及因應未來網路應用需求；J.籌設全國電子研發中心及物聯網技術發展中心；K.成立電子產業發展基金，以提供產業投入尖端技術研發所需之經費。該計畫已獲國內外企業承諾投資4.5兆盧比，未來5-10年將創造180萬個就業機會，並將帶動印度經濟大規模轉型發展。

### 3、技能印度（Skill India）政策

印度於2015年7月宣布推動「技能印度」計畫，並揭示其中4大重要計畫，分別為「國家技能發展計畫（National Skill Development Mission）」、「2015年國家技能發展與創業政策（National Policy for Skill Development and Entrepreneurship 2015）」、「總理技能發展計畫（Pradhan Mantri Kaushal Vikas Yojana）」、「技能貸款計畫（Skill Loan）」，規劃於2022年前達到培訓4億人次之目標。

上述各項計畫之具體作法包括A.啟發技能培訓意識及強化發展環境；B.與州政府合作於大專院校提供技能培訓；C.整合傳統學校教育與職業訓練機構之培訓課程；D.透過公私協力模式廣設技術培訓機構；E.鼓勵產學建教合作及制定培訓課程標準；F.設立勞動市場資訊系統；G.建立全國性之創業輔導資訊平台；H.提供個人5,000至150,000盧比之貸款額度參加技能培訓課程。

「技能印度」係繼推動「在印度製造」、「數位印度」、「智慧城市」後之另一項指標性政策。依印度目前人口結構，未來15年內將有3億6,500萬人口投入就業市場，創造足夠工作機會及提供具技術水準之勞動力將是印度經濟成長與社會穩定發展之關鍵，莫迪總理盼透過技能印度計畫改善勞動素質及平衡城鄉人力資源，並進一步發展成為全球人力資本中心。

#### 4、創業印度（Startup India）政策

印度政府於2016年1月宣布「創業印度」計畫，目標為建立獎勵創新研發與扶植新創企業發展之輔導體系與環境，透過租稅優惠、低利貸款、鬆綁法規、產學合作、人才育成、設立全國新創企業輔導體系單一窗口等措施，期帶動新創企業成為推升印度經濟成長與創造就業之重要引擎。

該計畫具體方案包括：A.鬆綁政府及國營企業採購標案資格限制，以提供新創企業競標之機會。B.與印度大專院校及研究機構合作於全國設立新創企業中心及技術育成中心。C.鼓勵民間企業以公私協力模式投資企業育成中心。D.設立1,000億盧比規模之新創企業投資基金，活絡民間創投基金能量。E.2016年4月至2019年3月間設立且符合新創企業資格得享5年內任3年之100%利潤扣除額抵減。F.新創製造型企業之公司稅由30%調降至25%。G.建立協助新創企業發展之單一整合型服務窗口，以輔導新創企業運用政府及民間各項資源。H.協助新創企業建立智慧財產權管理系統。I.簡化新創企業申辦有關勞工與環境評估之行政手續。

#### 5、建設工業及貨運走廊

印度與日本合作之「德里孟買工業走廊計畫」貫穿印度西部6州，總長度1,483公里，投資金額預估1,000億美元，其中第1階段之7個大型投資園區已完成主計畫，分別位於Gujarat州Ahmedabad-Dholera、Haryana州Manesar-Bawal、Rajasthan州Khushkhhera-Bhiwadi-Neemrana、Madhya Pradesh州Pithampur-Dhar-Mhow、Uttar Pradesh州Dadri-Noida-Ghaziabad、Maharashtra州Dighi Port及Shendra Bidkin，規劃將興建5個物流中心、2座機場、1座海水淡化廠、3個中型市鎮，估計所需投資經費約3兆2,500億盧比，目前各投資園區之規劃藍圖均



已完成，實際工程招標資訊陸續公告於該公司網站（[www.dmicdc.com](http://www.dmicdc.com)），各項基礎設施及其衍生之龐大商機已成為各國積極爭取之目標。

另日本政府透過政府開發援助（ODA）計畫提供印方貸款興建德里至孟買之高速貨運走廊（Dedicated freight Corridor），2016年4月印度國際協力機構（JICA）與印度政府簽署609.8億盧比之貸款合約，將用於興建連結Rewari至Vadodara段之高速貨運運輸系統。日本在2016年提出之ODA計畫尚包括提供395億盧比改善印度東北之交通道路、提供Odisha政府151億改善公共衛生系統等。

負責營運開發DMIC計畫的「德里-孟買工業走廊開發公司」（DMICDC）於近期曾數度接獲是否可取得產權完整土地等詢問，同時已有許多公司透過非正式管道赴現場視察土地。DMIC預計將分三期，第一期將於2025年以前完工、第二期於2032年以前完工，而位於Gujarat、Madhya Pradesh、Maharashtra及Utter Pradesh的主要設施預計可於2019年以前才能完工。

DMIC已完成土地計畫審查，目前正在研擬土地使用政策，以便決定未來透過拍賣或先來先選的方式來分配土地。DMICDC刻針對製造業領域尋找關鍵投資人（Anchor Investor），藉由吸引大量外來投資來創造更多就業機會。印度政府將透過價格或租稅優惠等方式吸引關鍵投資，DMIC計畫下主要四個工業園區包括Dholera Special Investment Region（位於Gujarat）、Shendra Bidkin Industrial Park & Dighi Port Industrial Area（位於Maharashtra）、Integrated Industrial Township（位於Greater Noida, Uttar Pradesh）以及Vikram Udyogpuri（位於Ujjain, Madhya Pradesh），未來將規劃為智慧製造園區。

此外如「阿姆利則-加爾各答」、「清奈-班加羅爾」及「孟買-班加

羅爾」段之工業走廊計畫亦正積極規劃中。

## 6、推動智慧城市

推動建設100座智慧城市係印度政府核心施政計畫之一，印度都市發展部（Ministry of Urban Developemnt）於2015年8月正式公佈98個智慧城市規劃清單，其中Uttar Pradesh州共13個城市入選，排名第1，次為Tamil Nadu州（12個）、Maharashtra州（10個）、Medhya Pradesh州（7個）、Karnataka州（6個）及Gujarat州（6個），其餘各州及特別行政區至少均有1個城市入選。該98個入選城市包含24個州政府首邑、24個工商城市、18個文化及觀光城市、5個港口城市及其他以教育、醫療或健康照護產業為主之城市。依人口數區分，其中10萬人以下之城市計8個、10萬至50萬人之城市共35個、50萬至100萬人計21個城市、100萬至250萬人計25個城市、250萬至500萬人計4個城市、超過500萬人計5個城市（Delhi、Chennai、Hyderabad、Ahmedabad、Mumbai）。

印度智慧城市之重點計畫以水資源管理、環境衛生、廢棄物管理、大眾運輸系統、平價住宅、能源供應、資通訊網路佈建等基礎建設為主，將衍生龐大商機與投資機會，印度政府亦將積極對國內外招商。

## 7、高鐵網建設計畫

印度鐵道部已提出「鑽石四邊形（Diamond Quadrilateral）」高鐵網建設計畫，規劃興建連結德里、孟買、清奈及加爾各答四大都會區之高鐵網絡，因工程商機龐大，具高鐵技術國家均積極爭取可行性評估報告合約及未來建造工程。日本政府自2010年起與印度政府洽談並協助規劃興建自Maharashtra州Mumbai至Gujarat州Ahmedabad段之高速鐵路，該計畫之可行性評估報告已由日本國際協力機構（JICA）



完成並於2015年7月公佈，高鐵全長505公里，沿線將設置11個車站，總造價187億美元，最高行車速度每小時350公里，自孟買至阿美達巴交通時間為2小時，預計2024年完工通車。

日方將由國土交通省、經濟產業省邀請高鐵系統業者籌組產業聯盟推動，並宣布倘印度同意採用日本新幹線系統，允提供印方150億美元且利率低於1%之貸款額度，佔總造價之80%，惟30%之機電與車廂設備須向日商採購，期藉技術移轉與合資模式帶動日本高鐵技術與設備輸出。印度鐵道部表示目前日本、法國、中國大陸、德國、西班牙均有意爭取印度之高鐵工程商機，僅日本願一併提供技術與財務支援方案，印方正就日本及有關國家提案進行內部評估。

有關其他路線之高鐵網路規劃，中國大陸大陸已獲德里-孟買、德里-清奈、清奈-班加羅爾段之可行性評估合約，法國取得孟買-清奈、德里-Chandigarh-Amritsar段之可行性評估合約，西班牙取得德里-加爾各答段之可行性評估合約；惟目前僅日本主導之孟買-阿美達巴段已完成可行性評估及具體工程規劃方案。

我國高鐵係日本新幹線系統首次輸出海外且營運績效與安全性良好，已成為日方對外推廣其高鐵性能與服務之重要具體案例，並願與我合作爭取海外商機；而我國高鐵業者在工程介面整合、營運管理、人員培訓、第三方系統驗證、工程顧問服務等領域佈局完整且具國際競爭力，未來尚可與日方積極合作拓展印度及東南亞國家潛力商機，應有助我國業者取得更佳之市場競爭地位，並帶動我國系統設備與技術對外輸出。

### 8、商品及服務稅（Goods and Services Tax）

印度內閣會議於2014年12月通過GST法律修正案，以改革目前紛雜之間接稅制，包括貨物稅、服務稅、增值稅、聯邦銷售稅、娛樂稅

、購買稅、奢侈稅等，使全國各地稅制均以GST為基礎。未來聯邦政府與各州政府均於其行政區域內同時開徵GST，聯邦政府另針對跨州交易課徵整合性GST再分配予各州政府，盼可有效防止逃漏稅及創造良好經商環境，進而擴大吸引投資，促進經濟發展。未來GST將包含聯邦GST與州GST二類。

印度政府已於2017年7月1日實施GST，印度GST稅制實施後，簡化繁雜稅制、避免重複課稅、減輕稅務成本及增進稅務行政效率等。

#### 9、印度能源發展政策

印度政府依經濟成長目標及目前能源配置模式評估，預估2035年化石燃料需求將佔總能源需求之87%，二氧化碳排放量將則較目前排放水準增加115%。為保持經濟成長、削減對化石燃料依賴及確保能源供應安全，印度將持續擴增核能發電廠及核電比率，盼於2050年前將核能發電佔總發電量比率由目前之2%提升至25%。

印度因鈾礦產量不足且未簽署「禁止核子擴散條約（Nuclear Non-Proliferation Treaty）」，長期來無法向核能供應國集團（Nuclear Suppliers' Group）採購鈾礦，核電廠運轉效率低於50%。惟自2008年起，印度陸續與美國（2008）、俄羅斯（2009）、蒙古（2009）、納米比亞（2009）、阿根廷（2009）、法國（2010）、加拿大（2010）、韓國（2011）、哈薩克（2011）、英國（2015）、澳洲（2015）等國簽署民用核能合作協定（Civil Nuclear Cooperation Agreement），推動核能之和平用途。目前印度可向哈薩克、俄、澳、加購鈾，並維持核電廠平均運轉效率在80%以上，且持續與已簽署民用核能合作協定之國家討論可行之鈾礦貿易方案。

印、美自2008年簽署民用核能合作協定後，核能交流日益密切，印方已同意透過印度國營保險公司承保方式，降低美國核能設備供應



商於核電事故發生時之賠償風險，亦同意美籍人員以國際原子能總署名義檢查印度境內核能設施；惟因印度與日本尚未簽署民用核能合作協定，美國核反應爐製造商因大量採用日製關鍵零組件，迄今仍無法進入印度核電市場。

印度甚盼美國核電供應商可提供穩定、安全之核反應爐設備，且印、日簽署民用核能合作協定亦有助日本業者進入印度核電市場，目前雖對印度可否自行處理核能發電廢料問題仍有歧見，惟日方已展現彈性，並於2015年12月12日與印度簽署和平使用核能合作備忘錄，盼有助盡速簽署民用核能合作協定。

### 10、經商便利度排名

依據世界銀行（World Bank）「2019年經商環境報告（Doing Business 2019）」，2018年印度經商便利度（Ease of Doing Business）在全球190個國家排名第77，領先南亞各國。2014年莫迪總理上任時印度經商便利度排名為全球第142名，2015、2016兩年皆為第130名，2017年為第100名，過去2年來上升53名。

印度在這項報告分析的10項指標中有6項排名進步：包括向來落後的建築許可排名52，大幅進步129名、跨境貿易排名80，進步66名、開辦企業排名137，進步19名、電力取得排名24，進步5名、獲得信貸排名22，進步7名、執行契約排名163，進步1名。然而在財產登記排名166，退步12名，繳納稅款排名121，退步3名、清理債務排名108，退步5名、保護少數股東排名7，退步1名。世界銀行評論指出，印度在改善中小企業經營環境已展現成果，例如在取得建築許可部分大幅進步，興建廠房申請程序支出占總成本從原先的23.2%降至5.4%，所需時間也從144天縮短為95天。

## 五、市場環境

印度市場特性可歸納如下：

- （一）印度官僚體系龐大，影響行政效率：印度聯邦政府部會管轄業務多有重疊，官僚層級眾多，組織架構龐大，加上中央及地方政府政策並不完全一致，決策與行政作業速度緩慢。惟經濟改革成果已漸產生良性競爭，企業整體經營環境已日漸改善。
- （二）基礎建設緩慢改善中：近幾年來，部分公路、港口、鐵路、電力及通訊建設，在印度政府編列預算及公私合營積極投入情況下，已稍有改善。
- （三）貨品貿易呈現逆差，服務業係主要創匯產業：印度因人口眾多，市場需求大，許多產品當地無法產製，或無法與國外物美價廉之貨品相比，乃仰賴國外進口，加上大量進口原油以因應經濟發展之需，貿易赤字不斷累積。
- （四）消費需求呈現二極化現象：印度貧富差距大，一般產品針對不同所得區塊，提供不同品質等級與價格的產品，因而產生金字塔上層的品牌市場與底層市場兩大區塊。
- （五）商業買賣要求放帳，小額交易現金給付情況多：印度本地買賣通常要求放帳，大公司通常要求以支票給付，一則避免人員從中牟利，二則會計作業及報稅方便。小店鋪商品交易多以現金交易，或可省下銷售稅（Sales Tax）。惟市況不佳時，即使知名企業集團亦出現拒付貨款情形。
- （六）印度種族及宗教影響商業進行：印度教信徒佔印度總人口超過80%以上，其種姓制度係以職業區分階級，對商業活動產生相當大的影響。印度右翼的印度教團體長久以來都引據宗教經典，主張全面禁止宰殺牛隻。印度第二大人口的Maharashtra州，自2015年3月起擴大實施牛隻禁宰令，從原本禁宰奶牛，擴大到公牛和閹牛，並加強貿易限制，關閉屠宰場，使



當地農夫難以出售家畜。這項禁令同時也擴及「印度人民黨」執政的其他地區，包括Jharkhand州和Haryana州。

- (七) 隱性成本偏高，商業稅負規定中央、地方互有不同：印度稅制複雜，相關行政程序易不夠透明，公司評估經營成本應特別注意隱性成本。
- (八) 產業多偏重勞力密集及消耗自然資源：印度許多產業仍侷限在勞力密集及具自然資源優勢的產業，如紡織、寶石、大理石及皮革製品等。不過，近幾年來，包括醫藥、生化、機械及汽機車產業成長迅速，為不可忽視之新力量。
- (九) 文化差異大，商業習慣不同：商業交往通常需要透過人際關係介紹，不重效率，與西方商業習慣有相當大的差異。
- (十) 不易取得徵信資料：印度並無全國性個人或公司徵信系統，僅能透過往來銀行或徵信公司做重點式調查，一般跳票及倒閉廠商資料難以查得。外商在印度經營應嚴選合作客戶，並嚴格控管收付款條件，以降低風險。
- (十一) 貨物不易轉售或退運：在印度常見買主拒絕提貨，依規定貨物要轉售或退運，我國出口商需取得原買主出具同意函，倘進口商有意拖延，將導致貨物遭印度海關滯留，並衍生倉儲費用，須由出口商支付，或由海運公司認列，我商交易時應特別留意。
- (十二) 分層行銷：印度幅員遼闊，地域觀念強，產品銷售通路多透過分層行銷，各地之經銷或代理商扮演重要角色。

## 六、投資環境風險

### (一) 政治風險

印度為全球人口數最多之民主國家，但因各州民族、文化、城鄉差距、經濟發展、教育程度等落差甚大，導致印度全國雖有完整之法律體系，惟實際執行面之人治色彩仍相當嚴重，尤其在州政府方面，地方政治

勢力及政黨輪替結果常影響政府決策之連貫性，進而增加企業在投資時之不確定性。

總體而言，印度聯邦及州政府雖積極吸引且歡迎外國投資，惟建議我商在擇定投資地點時應特別考量當地政治穩定度、政黨輪替頻繁度等因素，以避免增添企業營運風險。

## （二）社會風險

印度風俗民情相當獨特，尤其宗教信仰及階級觀念深深影響普羅大眾之生活習慣，我商應學習瞭解印度人思考邏輯與文化背景，以取得印度人之信任及建立長久合作關係。印度因種族、宗教、語言眾多，原則上印度民眾包容性相當大，亦尊重不同之習俗與宗教，但在部分民風保守地區對外來文化之排他性較大，外商於選擇投資地點時亦應有所留意。

## （三）經商風險

- 1、印度近年來積極推動「在印度製造」政策，期藉外國投資與技術提升印度產品水準及品質，惟適逢全球景氣低迷，印方擴大運用反傾銷、防衛措施等貿易救濟措施以限制進口。我國目前遭課反傾銷稅計20餘案，主要涉案產品包括隨身牒、光碟機、鋼鐵、石化原料、塑膠射出成型機、卷尺、紡織品等。
- 2、印度為保障消費者權益及限制劣質電子產品進口，資通訊科技部規範30類電子及資訊科技產品須強制登錄，並經標準局認證之實驗室認證後始能於印度境內銷售。惟印度標準局認證之實驗室數量與技術能量不足，致廠商送驗時程多遭延誤，影響商品上市規劃且增加營運成本。
- 3、我業者出貨至印度後，如印度進口業者藉故不提領貨品，印度海關要求出口業者須取得進口業者之放棄聲明書（No Objection Letter）後方得辦理退運，惟進口業者若不合作，該批貨物將滯留印度海關，



衍生後續倉儲費用爭議及貿易糾紛，甚可能逕遭印度海關拍賣。

- 4、印度中央政府及各州政府稅制繁雜且缺乏穩定性及可預期性，導致廠商不易評估投資風險與經營成本，常發生廠商因未知悉稅法變更而觸法之情形。

#### （四）安全風險

印度與巴基斯坦存在邊界爭議，雙方迄今在喀什米爾等邊界爭議區仍經常發生零星武力衝突，另印度因種族複雜，部分少數民族或聚落為爭取權益或主張獨立而採取較激進之抗爭舉動，我商應盡量避免前往安全風險性較高之地區，並應對印度敏感之種族、宗教、政治等議題有所警覺。

## 第參章 外商在當地經營現況及投資機會

### 一、外商在印度經營現況

- (一) 投資金額：據印度商工部統計，2000年4月至2018年12月期間，外人直接投資（FDI）累計金額為5,920.87億美元。
- (二) 投資國家：前10大外資來源國家之金額及比重依序為模里西斯（1,324.08億美元，32%）、新加坡（797.47億美元，19%）、日本（295.19億美元，7%）、英國（264.94億美元，6%）、荷蘭（264.33億美元，6%）、美國（247.59億美元，6%）、德國（114.2億美元，3%）、塞普路斯（98.61億美元，2%）、法國（65.93億美元，2%）、阿拉伯聯合大公國（60.54億美元，1%）。
- (三) 投資產業：前10大外資投資產業之金額及比重依序為服務業（715.79億美元，17%）、電腦軟硬體（358.19億美元，9%）、電信（324.5億美元，8%）、營建及不動產（249.1億美元，6%）、貿易（215.94億美元，5%）、車輛（208.46億美元，5%）、化學品（164.18億美元，4%）、醫藥生技（159.34億美元，4%）、基礎建設（143.73億美元，4%）、電力（142.18億美元，3%）。
- (四) 競爭對手國在印投資情形：美國及歐洲國家在印度之投資以金融服務、電信、基礎建設、能源、交通等產業為主；日本廠商目前在印度投資家數約1200家，以汽機車產業、機電設備、基礎建設等產業為主；韓國廠商在印度投資家數約400家，以汽車、重工業、家電設備、鋼鐵等產業為主，另如韓國三星電子之電視機及智慧型手機在印度市場之市占率已居冠



，其他電氣產品如電腦螢幕、冷氣機、冰箱、微波爐等市占率亦名列前茅，顯示其品牌價值與企業形象已獲廣大印度消費者高度肯定；新加坡商則以服務業及地產開發商為主。

## 二、臺商在印度經營現況

(一) 投資金額：據印度商工部統計資料顯示，2000年4月至2018年12月臺商對印度直接投資累計金額為3.09億美元，居外人投資第38位，占印度所吸引外資之0.07%。(此金額僅包括以我國公司名義申請之直接投資，即臺灣公司在印度設立獨資或合資企業之股本投資，不包括設立分公司或聯絡辦事處所需之營運資金，亦不包括臺商第三地挹資者)。依據我經濟部投資審議委員會統計資料顯示，累計1952年至2018年底臺商對印度投資總金額為7.18億美元，共95件中大型投資案。

(二) 投資臺商：大型臺商企業在印度之投資包括台橡公司、鴻海集團、大陸工程、美達工業、中鼎工程、中國鋼鐵、台達電子、豐泰鞋業、萬邦鞋業、樂榮工業、中華航空、長榮航空、信通交通、正新橡膠、英業達、聯發科技、友訊科技、宏碁科技、明碁科技、長榮海運、陽明海運、萬海航運、英業達、仁寶電子、緯創資通、威剛科技、華碩電腦等約106家臺商。其中分布北印度地區之臺商約42家(德里、Haryana、Uttar Pradesh、Rajasthan)、西印度約31餘家(Maharashtra、Gujarat)、南印度地區約31家(Tamil Nadu、Karnataka、Andhra Pradesh、Telangana)、東印度地區約1家(West Bengal)。

(三) 投資產業：資通訊、鋼鐵、電子、機械、貿易、運輸、工程、金屬、製鞋、農漁、電機、服務業、紡織、金融、車輛零組件等。

(四) 投資模式：目前我商在印投資模式以設立全資子公司之型態居多，其他模式如聯絡辦事處、分公司、合資公司之型態亦有，視其在印度之營運活

動而定。

#### （五）臺商組織

目前印度境內已成立德里臺灣商會（2010年）、孟買臺灣商會（2011年）及南印度臺灣商會（2013年），該三地臺灣商會於2013年10月共同成立印度臺灣商會聯合總會。各地臺商會對增進會員廠商間之資訊交流、市場商機分享及協助新進投資者瞭解印度市場特性扮演重要角色。

目前旅居印度國人人數甚少，估計全印度應不超過300人，多數為我商臺籍幹部，實際來印創業投資者人數有限，國人居住主要分布於德里、孟買、清奈、阿美達巴、班加羅爾、加爾各答、普內等地。

### 三、投資機會

#### （一）適合投資產業與機會

- 1、電子及資通訊產業：近年印度已成為全球電子產品成長最快速之市場，帶動半導體、電子零組件、消費性電子產品、電腦及週邊產品等龐大市場需求量。惟印度本土電子廠商競爭力有限，多數電子產品均需仰賴進口，鑒於印度電子產品進口金額持續擴大，甚至在2020年有可能超越石油成為印度最大進口項目，印度政府已將發展國內電子製造業列為重點政策，而電子產業向為我商強項，實值得我相關電子廠商認真考慮來印度投資設廠。
- 2、智慧城市相關產業：智慧城市為印度改善基礎建設、都市更新及提升民眾生活水準之重大經建計畫，將以資訊網路科技為發展骨幹，串聯大眾交通、住宅、衛生及各項生活機能資訊，提供現代化城市之優質發展環境與競爭力，其衍生之商機包括基礎建設、資通科技解決方案、綠能產品、營建、機電設備、廢棄物與污水管理等。目前國際企業如KPMG、Cisco、Infosys、IBM、GE、Honeywell、3M、Timken



等均積極提出合作方案以爭取潛在巨大商機。

- 3、汽機車零組件：近年印度汽機車產業蓬勃發展，其中二輪車輛及大型巴士產量排名全球第2、重型卡車排名第5、轎車排名第6、商用車排名第8，目前已有35家國內外車廠於印度設廠。印度汽車產業聚落集中於普內、德里、清奈、班加羅爾等地，Gujarat州近來亦成為車廠投資之新選擇，Tata、Ford、Maruti Suzuki、Honda、Hero等印度及國際車廠陸續進駐或宣布在Gujarat州之投資建廠計畫，將串連該州Sanand、Hansalpur、Vithalapur、Kadi、Halolo等地區綿延達130公里之工業帶，在未來5年成為印度車輛產業之新基地，屆時該區域汽車及機車年產能將分別達220萬輛及300萬輛之規模。印度幅員遼闊且基礎建設相對落後，我國汽機車零組件產品即便物美價廉，若仍以進口模式供應，加計物流成本後勢必不符車廠採購要求。長期而言，我商應慎重考慮於印度投資設廠之可能性，以滿足車廠採購成本與及時交貨之要件，俾爭取成為供應鏈體系一環。
- 4、紡織業：紡織業係目前臺印推動產業合作之優先項目之一，印度紡織業主要優勢在於同時擁有豐富的天然纖維及人造纖維、中游紡紗棉線、染整，至下游布料及成衣等供應鏈體系完整。各主要成衣品牌均在印度設有採購中心，作為輸銷歐美市場之重要基地，我紡織業廠商應積極爭取相關商機。
- 5、電機電氣：印度多數地區供電不足且電壓極度不穩，電力部門為政府積極投入資金改善的基礎建設之一，對相關電機設備需求殷切，另家庭用的小型發電機、蓄電池、不斷電式電源供應器、交換式電源供應器、穩壓設備亦有龐大需求，我相關零組件或是終端產品製造商均可考慮來印投資。
- 6、食品加工：印度農業發達、原物料豐盛且13億人口之消費量提供發

展食品加工業之最佳利基，係印度政府重點發展產業之一，目前印度食品加工產業當務之急係提升食品物流倉儲設備，以降低配銷途中之損壞比率、培養產業界所需之技術性勞工、建立全國性食品安全標準、提升食品檢驗技術、促進研究機構與產業合作等。我食品業者累計多年發展經驗，製造水準及研發技術極具競爭力，如能進入印度市場長期深耕，開發適合印度口味的加工食品、包裝飲料、零食及速食麵等，應能開創新的投資商機。

7、基礎建設營造：改善基礎建設係印度政府最重要之工作，印度政府積極投入港埠、水利、機場、電廠、道路等基礎設施之興建與現代化，並將改善公私協力（Public Private Partnership）之爭端解決、信用評等、特許權利等機制，以恢復企業投入公共建設之信心。另由日本政府協助印度規劃之德里-孟買工業走廊未來商機龐大，第1階段計畫包括7個大型投資園區，分別位於Gujarat州 Ahmedabad-Dholera、Haryana州 Manesar-Bawal、Rajasthan州 Khushkhhera-Bhiwadi-Neemrana、Madhya Pradesh州 Pithampur-Dhar-Mhow、Uttar Pradesh州 Dadri-Noida-Ghaziabad、Maharashtra州 Dighi Port及 Shendra Bidkin，並將興建5個物流中心、2座機場、1座海水淡化廠、3個中型市鎮，估計所需投資經費約3兆2,500億盧比，目前各投資園區之規劃藍圖均已完成，實際工程招標資訊將陸續公告於德里孟買工業走廊開發公司網站。印方歡迎我國爭取相關工程及周邊產業發展所衍生之龐大商機。

8、健康照護產業：健康照護產業涵括醫院、醫藥、診療、醫療器材及醫療保險等5大部分。由於印度民眾隨者所得提高對醫療品質與服務之要求大幅增加，對印度健康照護產業體系帶來巨大挑戰與無限商機。另根據印度商工總會之研究報告，印度在2025年前須增加175萬個



病床位，以達到全球平均每千人3張病床數之水準，所需投資金額高達860億美元。另70%印度醫療院所集中於20個都會地區，未來遠端醫療之創新與服務提供將是重要投資機會。又印度醫療器材市場85%仰賴進口，且市場成長迅速，提供外商投資設廠，爭取內需市場之機會。

- 9、觀光及飯店業：觀光服務業係印度重點發展產業，以印度遼闊之地理景觀、歷史文化及宗教節慶等多元條件，觀光市場之潛力仍極待開發與成長。帶動產業成長之原因包括中產階級增加、海陸空交通之改善、生活型態改變、國際行銷成功等因素。另印度觀光產業投資機會包括醫療旅遊、渡輪旅遊、瑜珈旅遊、探險旅遊等領域。
- 10、再生能源：印度現為全球第4大能源消費國，僅次於中國大陸、美國及俄羅斯，預估至2020年印度將取代俄羅斯成為全球第3大能源消費國，至2040年印度將消費全球25%能源，成為最大能源需求國家。目前印度發電主要使用化石燃料，約佔總發電量之70%，政府為支持經濟永續發展，已設定再生能源發電目標為於2022年前太陽能發電達100Gw，風力發電達60Gw，水力發電達15Gw，並將火力發電廠使用天然氣發電之比重自10%提高至60%，以緩和石化燃料對環境造成之衝擊。印度為達成前述再生能源目標，已於2015年投資46億美元發展太陽能發電系統及41億美元發展風力發電設施，未來25年將再投資2.8兆美元，平均每年投入1,100億美元發展各項再生能源。
- 11、LED產業：印度電力部最新公佈之「國內效率照明計畫（Domestic Efficient Lighting Programme）」，將規劃於印度全境民宅裝設7.7億盞LED燈具，並將設立「能源效率服務公司（Energy Efficient Services Limited）」作為執行單位，將依市場三分之一之價格對印度市場提供LED燈具及3年免費更換保固。能源效率服務公司估計印度改善能源

效率衍生之市場商機達108億美元，而目前印度政府所執行之有關計畫僅滿足5%之市場需求，仍有甚大商機供國外業者開發。

(二) 適合臺商投資之佈局方式

- 1、印度內需市場龐大且與中東、歐、美、非洲地區經貿關係密切，我商倘在印投資佈局，長期經營策略應兼顧內需及外銷市場，並尋找合適發展基地，運用印度之生產成本優勢及市場需求潛力，建立臺印供應鏈合作關係，以維持我在印之長期競爭優勢。
- 2、我商適合在印投資產業包括資通訊及電子、紡織、車輛零組件、農業、機械、中小企業、服務業等，我方正積極建立制度化之產業合作平台與機制，並促成雙方相關產業公協會加強交流與商機媒合。



## 第肆章 投資法規及程序

### 一、主要投資法令

#### （一）外人直接投資政策

印度商工部每年定期公布外人直接投資政策（FDI Policy），該政策詳細規範外商投資印度之進入模式、審查程序、審理機構、股權限制、資本匯入等基本架構。隨印度經濟發展程度越加開放，吸引外國投資為印度推動經濟轉型及發展國內製造業之關鍵，印度政府持續朝開放產業別投資限制及放寬審查程序之方向進行改革。目前多數產業已可經由自動許可（automatic route）途徑進入，並開放外商獨資持股。

印度政府已於2017年5月24日正式廢止印度外人投資促進局（Foreign Investment Promotion Board, FIPB），未來相關FDI審核權限將回歸各業務主管機關。依據印度政府於2017年公布之FDI政策，相關產業業務主管機關如下：

- 1、礦業：礦業部（Ministry of Mining）
- 2、國防產業：國防部（Ministry of Defense）
- 3、小型武器製造：內政部（Ministry of Home Affairs）
- 4、多媒體及平面媒體業：資訊多媒體部（Ministry of Information & Broadcasting）
- 5、民用航空：民用航空部（Ministry of Civil Aviation）
- 6、衛星：太空部門（Department of Space）
- 7、通訊：電子及資通訊部（Ministry of Electronics and Telecommunication）



- 8、私人保安設備及巴基斯坦、孟加拉等特殊國家：內政部
- 9、單一品牌、多品牌、食品零售業：商工部產業政策及推廣部門
- 10、海外投資者且專以出口導向之產業：商工部產業政策及推廣部門
- 11、自國外進口機器設備作為股權：商工部產業政策及推廣部門
- 12、營運前費用作為股權：商工部產業政策及推廣部門
- 13、現行法規未規範之金融服務與投資公司：財政部經濟事務部門
- 14、公民營銀行：金融服務部門（Department of Financial Services）
- 15、藥品：藥品部門（Department of Pharmaceuticals）

禁止外資投資項目：

- 1、公營或私營彩券事業
- 2、博弈事業（包含實體及線上賭場）
- 3、互助會事業（Chit Fund）
- 4、非銀行借貸事業（Nidhi Company）
- 5、容積移轉（Transferable Development Rights）事業
- 6、不動產事業及農場建設事業
- 7、菸草、香菸及相關產品生產事業
- 8、核電及鐵路事業（除特定核准項目外）。

目前印度多數產業係透過自動核准管道進入之FDI佔整體FDI總額比重之90%，其他業別現行規定如下：

- 1、國防工業：外資股權在49%以下為「報備制」，超過49%為「許可制」，從事小型武器彈藥生產等相關投資之外資，須取得營業執照並遵守印度國防部頒布之營業規定。
- 2、電子通訊業：外資投資固網電話、行動電話及相關服務等事業，持股放寬至100%，外資比例在49%以內採「報備制」，超過49%為「許可制」。

- 3、廣播與電視媒體業：播放新聞時事之電視頻道採「許可制」，外資持股不得超過49%，非播放新聞時事之電視頻道則採「報備制」，外資持股可達100%。FM廣播事業則採「許可制」，外資持股不得超過49%。
- 4、印刷出版業：經營新聞時事定期刊物及報紙等項目之外資採「許可制」，投資持股上限為26%。經營科學技術、海外時事相關刊物之外資，採「許可制」，投資持股可達100%，但須遵守印度資訊傳播部（Ministry of Information and Broadcasting）頒布之相關規定。
- 5、免稅商店：外資持股上限仍為100%，改採「報備制」。
- 6、航空運輸：外資投資區域航空服務（regional air transport service），股權未超過49%採「報備制」，超過49%採「許可制」；有關機場設備之升級更新或開發新機場等事業，外資持股可達100%，採「報備制」。
- 7、營建：從事都市基礎設施、住宅、商用設施、旅館、醫院、道路橋樑、教育機關、度假中心、娛樂設施等土地開發及建築營造，在符合政府相關規定下，外資持股可達100%，採「報備制」，且須於完成承攬之營造業務後才可撤資。同時，不得從事販售未開發土地以及建築物之業務。
- 8、民營銀行：外國機構投資者（FII）、外國間接投資（FPI）、合格境外機構投資者（QFII）等之持股上限自49%放寬至74%，外資股權49%以下採「報備制」，超過49%採「許可制」。
- 9、農業：外資可100%持股投資並採「報備制」，但僅限A.花卉、園藝、溫室蔬菜與蕈菇；B.種苗；C.家畜、漁業養殖、養蜂；D.種植茶葉、咖啡、橡膠、荳蔻、棕櫚、橄欖、椰子等經濟作物；D.與農業相關之服務業。
- 10、單一品牌零售業：單一品牌零售業外資持股可達100%，其中外資持



股49%以下採「報備制」，超過49%採「許可制」。

- 11、複合品牌零售業：複合零售業外資持股上限為51%，採「許可制」，惟須遵守相關條件包括A.蔬果、花卉、穀類、豆類、禽畜肉類、魚類等農漁產品視為無品牌之商品；B.外國直接投資額至少50%，最低投資金額為1億美元需投資於後端基礎設施；C.投資3年以內，外國直接投資額至少50%以上須使用於承購土地及房屋租賃以外之硬體設備支出（如製造、包裝、物流、倉儲相關設備）；D.販售產品至少30%須採購自印度國內小型製造業公司（指工廠及相關設備投資額未超過200萬美元）；E.前揭相關規定採自我宣告並由企業之法定監察人確認；F.店鋪應設於人口超過100萬以上之都市或由該投資目的地州政府指定都市之10公里範圍以內；G.農產品之採購，政府具有優先權；H.有關投資複合品牌零售業之實際運作細則，仍須遵照投資目的地之州政府機關之規定；I.複合品牌零售業不得從事電子商務；J.於遞交複合品牌零售業投資申請文件以前，須經過印度商工部產業政策推廣司（DIPP）確認是否符合相關投資規定。
- 12、石化煉油及天然氣：外資對印度相關國營企業投資持股上限為49%，對民營企業投資持股可達100%，兩者皆採「報備制」。
- 13、電子商務：允許外商投資持股可達100%，採「報備制」，但只能從事企業間之交易（B2B），不可直接販售予一般消費者（B2C）。

## （二）印度公告新版「雙邊投資條約」範本

印度政府於2016年1月正式公告「雙邊投資條約（Bilateral Investment Treaty）」最新範本。該範本共7章38條，分為序論（定義、適用範圍）、締約國規範（標準待遇、國民待遇、徵收、資產移轉、損害補償、代位清償、人員進入與停留、透明度）、投資者規範（遵守法規、社會責任）、爭端解決（適用範圍、國際條約、仲裁程序之要件、申請、同意、任

命、利益迴避、撤銷、透明度、舉證責任、釋義、專家報告、判決、判決之執行、費用、上訴機制、外交途徑）、締約國間爭端解決（爭端解決機制）、例外（一般例外、安全利益）、最後條款（與其他協定之關係、拒絕授予利益、諮商、修正、執行、期間與終止），該範本全文可自印度財政部網址下載：[www.finmin.nic.in/reports/ModelTexIndia\\_BIT.pdf](http://www.finmin.nic.in/reports/ModelTexIndia_BIT.pdf)。

印度新修訂之投資條約要點如下：

- 1、政府之定義僅限聯邦政府（central government）及州政府（state government），其餘各級政府機關之行為或措施不適用本協定。
- 2、限縮國民待遇（national treatment）之適用範圍，如排除各州政府自行訂定之法規及措施、基於公益性質提供之財務協助等。
- 3、採取狹義之投資者（investor）定義，須在地主國境內進行真正且實質之商業營運方得適用。
- 4、稅務、智財權之強制授權、政府採購、企業之商業合約、企業與州政府之協定等爭議不適用本協定。
- 5、除非基於公共利益（public purpose）、完備之法定程序、合理之財務補償，地主國不得任意徵收或將投資者之資產予以國有化。
- 6、投資人須負擔預防貪腐、揭露資訊、遵守地主國法律、完稅之義務，且須證明已善盡相關規定義務後始得提出爭端仲裁。
- 7、爭端雙方於尋求國際仲裁機制救濟前，應先採行地主國之行政及司法救濟管道。

2018年12月18日「臺印度雙邊投資協定（BIA）」由我駐印度代表處田中光大使及印度臺北協會史達仁會長完成簽署，並已於2019年2月14日正式生效實施，新版臺印度BIA將提供臺商更完善的投資保障，有助增進雙邊經貿投資關係。



## 二、投資申請之規定、程序、應準備文件及審查流程

### （一）成立公司實體及程序

可依據1956年公司法，成立全資子公司（Wholly Owned Subsidiary）或合資公司（Joint Venture），視投資人之個別需求而定，全資子公司之優點在於可掌控公司經營方向，合資公司之優點在於可借重印度人當地資源，以利營運。此等公司之外國股權可達100%，但必須符合印度外人直接投資政策對某些投資項目所規定之股權上限。

公司的註冊及成立，應向公司所在地之公司註冊處（Registrar of Companies）申請，一但合法註冊並成為印度公司，即須遵守印度當地法律。相關細節可上公司事務部（Ministry of Company Affairs）網站<http://www.mca.gov.in>查詢，一般需透過印度會計師、律師事務所或企管顧問公司進行代辦。

### （二）成立非公司實體及程序

外國公司可透過設立聯絡辦事處（Liason Office）、專案辦事處（Project Office）、分支辦事處（Branch Office）等形式在印度從事相關活動，惟此等辦事處僅可從事印度2000年外匯管制規章（Foreign Exchange Management Regulations, 2000）所允許之活動。其中欲設立聯絡辦事處或分支辦事處之申請表格可在印度儲備銀行網站[www.rbi.org.in](http://www.rbi.org.in)取得。三種非公司實體之特性茲分述如下：

- 1、聯絡辦事處為外人初入印度市場最常用之方式，其角色僅限蒐集市場資訊、宣導該外國公司之形象與產品、促成進出口貿易及促成該外國公司與印度公司間之技術或財務合作等。聯絡辦事處不得直接或間接從事任何商業活動，因此不得在印度賺取任何所得，聯絡辦事處所有開支必須從國外匯款至印度；不得購置不動產。

- 2、外國公司為在印度執行某項專案計畫（多為工程或市調），可在印度成立臨時性的專案辦事處。除與執行專案有關及附帶的活動外，專案辦事處不得從事任何其他活動。專案辦事處得在完成專案並繳納稅款後，將專案的盈餘匯出印度。
- 3、分支辦事處必須為經營製造或貿易之外國公司，基於以下八個項目之一而在印度設立：進出口貿易、提供專業諮詢服務、從事總公司營業範圍內之研發業務、提供總公司與印度公司間之技術或財務合作、代表總公司及從事貿易代理業務、從事資訊技術服務及在印度研發相關軟體、對總公司之產品提供技術支援服務、外國空運或海運等。分支辦事處在繳納稅款後，可將獲利匯出印度。另經印度儲備銀行核准後，可購置及轉讓專供營業用之不動產。

### （三）公司設立程序與耗時

|   | 程序                                                                          | 時間     |
|---|-----------------------------------------------------------------------------|--------|
| 1 | 申請股東之數位簽章證明：（digital signature certificate）                                 | 1-3日   |
| 2 | 申請股東識別號碼（Director Identification Number）                                    | 1 日    |
| 3 | 公司名稱登記                                                                      | 2 -7日. |
| 4 | 繳交印花稅、上網填寫公司註冊表格                                                            | 5日     |
| 5 | 製作公司印鑑                                                                      | 1 日    |
| 6 | 申請稅籍編號（Permanent Account Number）                                            | 7-10日  |
| 7 | 開立公司銀行帳戶、登記公司員工公基金組織（Employee's Provident Fund Organization；通常適用於20人以上之公司）等 | 2-10日  |



#### （四）在經濟特區（SEZ）內設立之分支辦事處

分支辦事處原則上不得在印度經營製造業，但如設在經濟特區SEZ內則不受限制，惟其業務僅限區內，不得在經濟特區外從事任何商業活動及交易。欲在經濟特區內設立分支辦事處無需印度儲備銀行許可，惟需符合產業部門允許100%外人投資、符合公司法592-602條規定、獨立運作、清算匯出款項時備妥規定文件等條件。盈餘於完納稅捐後，得向印度儲備銀行申請匯出。

#### （五）開發經濟特區（SEZ）程序

擬開發SEZ廠商應檢附申請書及開發計畫送擬開發SEZ所在地的州政府審查，該州檢附意見書併同申請案轉送印度商工部複審，並由印度商工部核發同意函。

#### （六）廠商進駐經濟特區（SEZ）設立程序

進駐廠商應向SEZ的主管機構（Development Commissioners, DC）提出申請，如經營自動核准項目，可由DC在2週內逕行核發核准函（Letter of Permission）或意向書（Letter of Intent）核准，核准函或意向書載明經營項目、產量、第一年出口額、外匯進帳、原料、有無限制項目等；如非屬自動核准項目，則由DC轉陳商工部商業司審核委員會（Board of Approval）審核，該局應在45日內作准否之決定。該申請表可由[www.sezindia.nic.in](http://www.sezindia.nic.in)自行下載。

#### （七）開發電子軟體園區及電子硬體園區程序

電子軟體園區（Software Technology Park, STP）及硬體園區（Electronic Hardward Technology Park, EHTP）擬經營項目如非屬需申請特許證照、設立地點符合規定，製造或加工在廠區內即可完成，不需將原料或半成品外送製造或加工者均屬自動核准，否則應轉送至印度資通訊部（Ministry of Information and Technology）審核。開發廠商應檢附相關

資料向各園區主管提出申請，如為自動核准項目應在2週內核准，如非自動核准項目，則轉陳資訊科技部審核，該部應在6週內作准駁之決定。

### 三、投資相關機關

#### （一）產業特許

印度商工部產業政策及推廣部門（Department of Industrial Policy & Promotion, [www.dipp.nic.in](http://www.dipp.nic.in)）

#### （二）核准技術轉移

自動核准（印度儲備銀行[www.rbi.nic.in](http://www.rbi.nic.in)）、政府許可（印度商工部產業政策暨推廣司Department of Industrial Policy & Promotion, [www.dipp.nic.in](http://www.dipp.nic.in)）

#### （三）核准財務合作

自動核准（印度儲備銀行[www.rbi.nic.in](http://www.rbi.nic.in)）、政府許可（印度財政部經濟事務部門Department of Economic Affairs, [www.finmin.nic.in](http://www.finmin.nic.in)）

#### （四）公司登記及營業執照

印度公司事務部（Ministry of Company Affairs, [www.mca.gov.in](http://www.mca.gov.in)）、公司登記處（Registrar of Companies）

#### （五）外人投資政策

印度商工部產業政策及推廣部門（Department of Industrial Policy & Promotion, [www.dipp.nic.in](http://www.dipp.nic.in)）

#### （六）外匯管理

印度儲備銀行（Reserve Bank of India, [www.rbi.org.in](http://www.rbi.org.in)）

#### （七）勞工問題

印度勞工部（Ministry of Labour, [www.labour.nic.in](http://www.labour.nic.in)）

#### （八）貨品進口

印度商工部外貿總局（Directorate General of Foreign Trade, [www.dgft](http://www.dgft)）



nic.in)

(九) 環保問題

印度環境及森林部 (Ministry of Environments, Forests and Climate Change,  
www.envfor.nic.in)

(十) 中央投資服務窗口

投資印度服務機構 (Invest India, www.investindia.gov.in)

## 四、投資獎勵措施

印度政府提供之投資優惠措施如下：

(一) 產業別之投資獎勵方案：印度聯州政府及各州地方政府會針對特定產業如農業、食品加工、紡織、能源、基礎建設、電子等提供資本投資補助及利息補貼之獎勵方案。其中投資電子及資通訊產業之獎勵措施如下：

1、特別獎勵投資方案 (Modified Special Incentive Package Scheme)：(a) 該獎勵方案涵蓋產品包括電信設備、行動裝置、電子硬體、太陽能、發光二極體、液晶螢幕、車用電子、半導體、消費性電子等29項領域。(b) 提供投資資本支出最高25%之補貼。(c) 購買相關設備免徵貨物稅、特定高科技產品免徵聯邦稅及關稅。

2、電子製造園區 (Electronic Manufacturing Clusters)：印度政府於2012年公告「全國電子業政策 (National Policy on Electronics)」，其中推動設立電子製造園區，以發展產業聚落及提升供應鏈效益為重點工作。

(二) 州政府之投資獎勵：印度各州政府均會衡量該州產業環境及競爭優勢擬定個別產業之發展及招商政策，地方政府可運用提供投資者之獎勵工具包括減免州稅、利息補貼、水電費率優惠、提供基礎建設等。

(三) 出口產業之投資優惠：為獎勵出口產業，印度政府提供投資於經濟特區 (

SEZ) 內廠商前5年免徵營利事業所得稅，第5-10年減免營利事業所得稅50%，第10-15年增資擴展下之出口利潤50%免稅；另免徵進口機器原物料關稅、貨物及服務稅、聯邦銷售稅 (Central Sales Tax，自區外採購貨品)、及電力稅等。

## 五、其他投資相關法令

有關環境保護法令方面，印度環境及森林部依據環境法 (The Environment Act, 1986) 於1994年公告規定，凡投資於石化、煉油、水泥、火力發電、量產藥、肥料、染料、造紙等31項產業者，需先通過污染防治及環保規範，但投資額在10億盧比 (約1,700萬美元) 以下者，除殺蟲劑、量產藥、製藥、採礦、石棉、漆等產業外，不需通過該規範。另設廠鄰近海岸、山坡地等重要生態地區者，亦先需經環境及森林部審核通過。該部網站[www.envfor.nic.in](http://www.envfor.nic.in)。



## 第伍章 租稅及金融制度

### 一、印度租稅制度

現行稅制：

印度現行稅制下，依徵收機關不同可分為中央稅、州稅及地方稅三種。中央稅包括個人所得稅（Income Tax）、公司稅（Corporate Tax）、關稅（Customs Duties）、中央貨品及服務稅（Central Goods and Service Tax）、中央營業稅（Central Sales Tax）、服務稅（Service Tax）等。州稅包括州貨品及服務稅（State Goods and Service Tax）、印花稅（Stamp Duty）、土地收入稅（Land Revenue）、職業稅（Tax on Professions）等。地方稅包括財產稅（Tax on Properties）、貨物入市稅（Octroi Duty）、供水及排水等公用設施使用稅等。茲將各項重要賦稅分述如下：

#### （一）個人所得稅（Personal Income Tax）

印度於個人所得稅之級距分為0%、5%、20%、30%四級。個人年收入在25萬盧比以下者免稅，25至50萬盧比稅率5%，50萬至100萬盧比稅率20%，100萬盧比以上稅率30%。惟課稅所得超過500萬盧比及1,000萬盧比以上，另分別徵收10%、15%附加稅（Surcharge）。



| 個人所得稅 FY 2018-19 |                             |                                             |                                             |                                                   |
|------------------|-----------------------------|---------------------------------------------|---------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| Income           |                             | Rates of Income-tax                         |                                             |                                                   |
|                  |                             | Individual<br>( Age less than<br>60 Years ) | Senior Citizen<br>( Age above 60<br>Years ) | Super Senior<br>Citizen ( Age<br>above 80 Years ) |
| 1                | Up to Rs. 250,000           | Nil                                         | Nil                                         | Nil                                               |
| 2                | Rs. 250,000 to Rs. 300,000  | 5%                                          | Nil                                         | Nil                                               |
| 3                | Rs. 300,000 to Rs. 500,000  | 5%                                          | 5%                                          | Nil                                               |
| 4                | Rs. 500,000 to Rs. 1000,000 | 20%                                         | 20%                                         | 20%                                               |
| 5                | Above Rs. 1,000,000         | 30%                                         | 30%                                         | 30%                                               |
| 附加捐稅率            |                             |                                             |                                             |                                                   |
| 級距               |                             | 應稅所得                                        |                                             |                                                   |
|                  |                             | 500-1,000萬                                  | 1,000萬至1億                                   | 超過1億                                              |
| 個人               |                             | 10%                                         | 15%                                         | 15%                                               |

\*另有4%之健康教育捐，資料來源：印度KPMG會計師事務所

另印度已與118個國家或組織簽署避免雙重課稅協定，包括美國、英國、日本、法國、德國等，綜合的避免雙重課稅協定內容可在印度所得稅網站（<http://incometaxindia.gov.in>）上查詢，各國國民利息、股利、權利金收入之稅率依雙方協定內容而有不同。我國已於2011年與印度完成洽簽避免雙重課稅協定，並已正式生效。

## （二）公司稅（Corporate Tax）

1、2017-18年度印度公司稅（Corporate Tax）如下：

| 公司型態             | 稅率  | 資格                                  |
|------------------|-----|-------------------------------------|
| 小型企業（包括<br>新創企業） | 25% | 年營業額須低於2.5億盧比，新創企業<br>得享100%利潤扣除額抵減 |
| 印度國內企業           | 30% |                                     |
| 外國企業             | 40% | 外商設立公司型態屬分公司、專案辦<br>公室類型            |

| 附加捐稅率  |            |           |      |
|--------|------------|-----------|------|
| 級距     | 應稅所得       |           |      |
|        | 500-1,000萬 | 1,000萬至1億 | 超過1億 |
| 印度國內企業 | Nil        | 7%        | 12%  |
| 外國企業   | Nil        | 2%        | 5%   |

\*另有4%之健康教育捐，資料來源：印度KPMG會計師事務所

2、2016年4月至2021年3月間設立且符合新創企業（Startup）資格得享100%利潤扣除額抵減。

3、企業海外專利收入課徵稅率為10%。

4、防杜避稅條款（General Anti-Avoidance Rule）將於2017年4月1日實施。

## （三）最低公司稅（Minimum Alternate Tax, MAT）

對免納公司稅的公司課徵最低稅率18.5%，加上4%健康及教育捐。另分別對應稅所得1,000萬至1億盧比、超過1億盧比之印度企業課徵7%, 12%



之附加捐，對外國企業分別課徵2%, 5%之附加捐。

#### （四）關稅（Custom Tax）

印度實質關稅由以下組成：

- 1、基本稅（Basic Duty）：基本關稅稅率為10%，少部分項目為25%～35%，汽車、酒類等產品高達100-150%以上；
- 2、整合貨品及服務稅（Integrated Goods and Service Tax）：進口時依不同貨品核課不同級距之IGST。生產廠商於購買進口原料或中下游業者購買後再度銷售者可用以抵銷貨品及服務稅。

#### （五）商品及服務稅（Goods and Services Tax）：

印度政府為解決稅務複雜問題，於2017年7月開始實施貨品及服務稅（GST）新制，整合過去同一產品在供應鏈中不同階段之銷售、買賣等活動所衍生之聯邦、各州間接稅，或同一商品在印度各州獲核課不同稅率的情形，增加企業營運及法規遵循成本，實施之GST新制將使全印度成為單一稅制。印度聯邦與各州政府均於其行政區域內同時開徵GST，聯邦政府另針對跨州交易課徵整合性GST再分配予各州政府，將可有效防止逃漏稅及創造良好經商環境，進而擴大吸引投資，促進經濟發展。

##### • GST稅制結構

GST之稅制結構分為CGST（聯邦商品及服務稅）與SGST（各州商品及服務稅），該等稅制適用州內交易，聯邦及各州政府對商品各階段之附加價值課徵增值稅；另跨州交易及進出口產品則適用IGST（綜合商品服務稅）。廠商進口或進貨所繳交之GST可於產品銷售後抵減，即政府僅針對增值部分課徵GST，排除過去各階段須向聯邦或州政府繳交貨物稅、服務稅、清潔捐、農業獎勵捐、研究開發捐、教育捐、加值稅、奢侈稅、娛樂稅等，稅制複雜且有重複課稅的情形。

印度聯邦及各州政府聯合組成之GST委員會依據商品不同性質，核定

五種GST稅率級距，分別為0%、5%、12%、18%、28%。

- 1、GST為0%之商品主要係未經加工之魚、肉、奶、蛋、蜂蜜、麵粉、麵包等必需品。服務種類為價格低於500盧比（約新臺幣250元）之旅館、老年照護等。
- 2、GST為5%之商品主要係經加工之魚、奶、麵粉、冷凍蔬菜、咖啡、茶、腰果、包裝食品等加工食品，以及價值低於500盧比之衣物。服務種類為鐵公路運輸、小餐廳、旅行社、經濟艙機票等。
- 3、GST為12%之商品主要係各式加工醬料、醫療器材、餐具有等。服務種類為無空調之旅館、商務艙機票等。
- 4、絕大多數商品（超過1,200項產品）獲GST委員會核定GST為18%，例如：超過500盧比之衣物、精煉糖、餅乾、義大利麵、冰淇淋、鋁製品、機械、CCTV 監視器、光纖產品、鋼鐵製品、竹製家具等。服務種類為商務艙機票、資通訊服務、金融服務、房價在2,500~7,500盧比（約新臺幣1,250~3,750元）之旅館等。
- 5、GST為28%之商品主要為較有經濟能力者之消費品，例如：口香糖、不含椰奶之巧克力、洗髮精、瓷磚、熱水器、汽機車、私人飛機等。服務種類為房價7,500盧比以上之五星級旅館、俱樂部、電影院等，係適用最高級距之GST。
- 6、石油、黃金、酒類產品尚不在本次GST稅制範圍。

• GST對我商潛在利益

- 1、節省稅務、營運成本：印度 Lakshmikumaran & Sridharan (L&S) 法律事務所分析我商在印度具優勢之資通訊、電子相關產品適用18%之GST稅率，可有效降低企業稅務負擔，減少營運資金需求。
- 2、進項稅額扣抵銷項稅規定更明確：依據現行稅制，企業可利用之進項稅額扣抵銷項稅規定存有許多限制，致使貨品被重複課稅，出現稅



上加稅之情形。GST稅制明確定義進項稅額扣抵銷項稅之有關規定，使商品在各生產及銷售階段之扣抵一致連動，有助節省企業營運成本。

- 3、企業內部轉移價格：鑒於商品交易價格為GST稅制之課稅基準，我國至印度營運之廠商與其在臺母公司進行交易時，交易價格應與相似產品之市場價格趨於一致，不得為節稅目的而刻意壓低公司內部之交易價格。GST實施後，印度政府將積極查緝企業內部移轉價格過低之作法，因GST法案範本授予印度政府調查商品買賣價格之權力，期使GST所帶來之稅務節省利益能充分移轉至消費者。
  - 4、企業生產鏈之調整：在GST制度下，進項稅額扣抵銷項稅執行可適用於供應鏈各階段之生產活動。我在印度營運之企業宜檢視其供應鏈管理、倉儲、跨州銷售等策略，善用GST制度降低營運成本。
  - 5、便利進出口：過去自我國出口至印度產品須繳納基本關稅、關稅平衡稅、關稅附加稅等；依據GST稅制，廠商僅須繳交基本關稅與IGST（integrated GST，整合過去各種關稅附加稅）。為從事進口而繳納之IGST稅額可扣抵銷項稅。另自印度出口之稅額為零。
- GST對印度未來經濟發展影響
    - 1、有利增加印度政府財政收入：鑒於GST新制較過去簡明易懂，可望降低廠商遵循法規成本，且廠商進貨或進口時繳交之GST可於銷售時抵減，可使稅務機關便於勾稽，未誠實報稅廠商風險增加，可望增加印度政府稅收。
    - 2、短期將造成通貨膨脹上揚：印度廠商於GST新制實施後，倘稅率高於原先稅率，將以漲價方式轉嫁消費者，惟倘GST新制實施後之稅率低於原先稅率，廠商多不願降價以回饋消費者。
    - 3、長期有利吸引外資：過去由於印度稅制複雜，聯邦及各州政府均擁

有部分課稅權，造成投資者無所適從。新制實施後投資者僅須繳交 GST，稅制較為透明，有利我國投資者至印度投資，長期將因外來投資增加可帶動就業機會及消費，提高印度經濟成長率。

## 二、印度金融制度

印度金融制度包括銀行、資本市場、保險及非銀行金融中間產品機構等，主管機關為財政部，印度儲銀（中央銀行）依據1934年儲銀法（RBI Act, 1934）負責督導各銀行、非銀行金融公司及其他重要金融機構之業務，並提供各銀行所需之資金，管理貨幣、國際收支、外匯及信用政策。

### （一）銀行

#### 1、主管機關

在印度銀行（banking）屬特許行業（require prior Government approval for FDI），外國銀行來印度設立營業行處，需經主管機關印度儲備銀行（Reserve Bank of India，RBI，[www.rbi.org.in](http://www.rbi.org.in)）核准同意。

RBI即印度中央銀行，負責制訂、執行與監督貨幣政策，管理銀行及非屬銀行之金融公司等業務，提供各銀行所需之資金，調節國際收支、督管外匯及信用政策之運作等。

1949年制定之銀行法（The Banking Regulation Act, 1949）為規範銀行業基本法。1991年前印度銀行多為公營，私人及外國銀行僅20餘家。改革後銀行體系紛紛提升資產品質及資本適足率，加上放寬利率管制，開放金融衍生產品等，銀行業經營已由行政機關性質邁向市場導向的運作方式。

#### 2、印度銀行體系

印度金融體系大致分為銀行及金融機構等2類。其中銀行體系可



再分為商業銀行、合作銀行及地區銀行等3類。商業銀行下又分公營銀行、私營銀行及外國銀行等3類。迄今外國銀行仍僅獲准以分行或辦事處形式於城市或都會中心營業，尚不准設立子行。

### 3、外國銀行設立及營業規定

外國銀行來印度設立分行，實收資本金（paid-up capital）之最低要求為2,500萬美元，可100%擁有（100% wholly-owned）。至外國銀行在印度設立辦事處因僅作經營環境與商情蒐集或資料之處理，非屬營業行為，故無投資額數限制，經獲RBI核准後辦理登記即可。

印度曾於WTO入會承諾（WTO commitment）每年最少開放外商銀行於印度設立12家分行，惟每年申設案件僧多粥少，RBI實際審核申請案時會就外銀申設地點考量是否over-banking等決定。

除每年開業家數受限外，外銀分行在印度營業亦受有若干限制，影響其展業規模與速度，如：

- （1）放款予單一客戶額度不得逾實收資本額的15%。予單一集團客戶不得逾40%；
- （2）須配合印度政府獎助中小企業規定，實收資本額中的32%以上額數須貸予中小企業。

### 4、印度銀行（含外商銀行）概況

公營銀行包括印度國家銀行（State Bank of India, SBI）所屬的7家相關銀行及20家其他公營銀行，政府持股比例高於50%，各公營銀行分行數目90,200處，占全部銀行分行總數的74.1%。

私營銀行約有30餘家，分行數目約24,000處，占全部銀行分行總數的21.2%，其中以ICICI（Industrial Credit and Investment Corporation of India）規模最大。

外國銀行約有45家，在印度設有226個分行；占全部銀行分行總

數的4.7%。

目前在印度外商銀行設立分行數目以渣打銀行（Standard Chartered Bank），匯豐銀行（HSBC）及花旗銀行（Citibank）居多，我中國信託銀行現於新德里及清奈分別設有分行。

## （二）資本市場

1992年成立的印度證券交易局（The Securities and Exchange Board of India, SEBI）是管理印度證券市場之主管機關，該所訂定規範資本市場的各项措施，公佈上市公司資訊，並保護小額投資人利益，此外亦管理如經紀人等各種中間商，及外人法人機構的相對基金、證券投資等活動。

印度有23個大小不等的證券交易所，其中以孟買交易所（Mumbai Stock Exchange）及印度國家證券交易所（National Stock Exchange of India）規模最大。孟買交易所成立於1875年，是亞洲最早的股市。

## （三）利率水準

依2018年4月資料，印度儲備銀行之貼現率為6%，印度銀行之1年期定存利率為6.25%-6.75%，活存利率為3.5-4%，銀行間隔夜拆款利率為7.8%-7.95%。

# 三、印度匯兌制度

## （一）印度貨幣制度

盧比（Rupee）是法定貨幣，每一盧比可換100分Paise。僅印度儲銀有權發行各項貨幣，紙幣最高額為2,000盧比，其次為500、200、100、20、10及5盧比，硬幣有5、2、1盧比及50分（paise）等。

## （二）印度外匯管理制度

印度儲備銀行（RBI）依據外匯管理法（Foreign Exchange Management Act, 1999）實施外匯管制，要點如下：



## 1、印度投資資金及利潤之匯出

(1) 除了海外印裔人士選擇投資於不可匯出的項目外，所有外人投資均可自由匯出，外人投資的股利、利潤可經由授權銀行自由匯出。

(2) 非印度居民可不經印度儲備銀行許可在股市自由賣出股票，所得款項在取得所得稅主管機關核發之完稅證明後可由賣出經手銀行匯出。

## 2、外國人不動產取得

(1) 居住在印度境外人士在取得印度儲銀許可設立分公司或其他營業場所（聯絡辦事處除外）後可購買營業所需的不動產，但需在取得不動產後90日內向印度儲銀報備。但非印裔的外國人持有的不動產在未經印度儲銀同意前不得移轉。

(2) 居住在印度境外的印裔人士可自由購買農地、農場以外的任何不動產，且可自由移轉。

## （三）國際收支情形

2018年度印度進口4,655.8億美元，出口3,035.26億美元，國際貿易收支逆差達1,620億美元，印度對外貿易每年均有為數龐大之逆差。

## 第陸章 基礎建設及成本

### 一、土地

印度私人可持有及自由買賣土地，因全國幅員廣大，各州發展差異甚鉅，各地不論購買或承租土地的價格差異甚大。投資人在設立公司或興建廠房時可視其需求選擇購買或租用方式。

近年來由經濟快速發展，主要城市的房地產及工業區土地大漲，投機客大肆炒作哄抬，特別是針對外國人或是外商，使得市場價格凌亂不一，建議需要多方尋覓合適誠信的仲介人員，以避免遭受損失。

### 二、能源

#### （一）電力

惟電力供應不足且效率差是印度經濟發展首要問題，全國尖峰用電時的平均缺電約11%，各地經常無預警停電，尤其夏季尖峰用電時更常發生，另因電價昂貴，各地竊電情形嚴重，即使首都新德里每日停電數起情形相當普遍，迫使許多廠商、住家均自備發電設備、穩壓器、不斷電系統等。

以德里地區電費計價為例，家庭用電200度內每度4盧比，201-400度間每度5.95盧比，401-800度間每度7.3盧比，801-1,200度間每度8.1盧比，1,200度以上每度8.75盧比。商業用電在10KW內每度8.45盧比，10-140KW以上每度7.9盧比，100KW以上9.5盧比。



## （二）石油

以德里地區為例，汽油每公升約74盧比、柴油每公升約65盧比。隨著經濟日趨發展，能源需求日增，印度所需原油80%仍仰賴進口，近年來因經濟加速成長，進口石油需求不斷上升，石油進口額大幅增長。

印度產油地區包括Gujarat、Assam、AndhraPradesh、TamilNadu等州，開採者以國營的ONGC、IOC公司為主，約佔99%，民營業者僅佔1%，外海地區以ONGC公司為主，佔82%，民營業者18%。

## （三）天然氣

天然氣除供工業使用外，亦是家庭及車輛使用燃料。政府對天然氣進行補貼，天然氣價格以德里地區為例，車輛用天然氣每公斤40盧比，家庭用14公升筒裝瓦斯，每筒約800盧比。

印度天然氣蘊藏量相當豐富，印度產天然氣地區包括Gujarat、Assam、AndhraPradesh、TamilNadu、Tripura等州，開採者境內地區以國營的ONGC、OIL公司為主，約佔85%，民營業者僅佔15%，外海地區以ONGC在孟買外海為主，佔80%，民營業者20%。

## （四）水

以德里地區為例，家庭用水每月20度以下費率為每度5.27盧比，外加146.41盧比服務費；20-30度費率為每度26.36盧比，外加219.62盧比服務費；30度以上費率為每度43.93盧比，外加292.82盧比服務費。另隨每月水費徵收60%之管線維護費。

工商用水每月6度以下費率為每度17.57盧比，外加146.41盧比服務費；6-15度費率為每度26.35盧比，外加292.82盧比服務費；15-25度費率為每度35.14盧比，外加585.64盧比服務費；25-50度費率為每度87.85盧比，外加1,024.87盧比服務費，50-100度費率為每度140.56盧比，外加1,171.28盧比服務費，100度以上費率為每度175.69盧比，外加1,317.69盧比服務費。

。另亦隨每月水費徵收60%之管線維護費。

印度是水資源缺乏的國家，據水資源部統計，全國20個主要河谷地區已有8個地區缺水，2025年將有11條主要河川乾涸，故一般民生自來水的供應並不充裕，許多地區都分時供水，斷水時有所聞，且部分地區水質甚差，非但無法生飲，甚且難以使用，飲用水需選購合格礦泉水。

每年各地雨季集中於6至9月，許多地方因雨勢集中而造成災害，但雨季對印度的重要性仍利多於弊。在缺水季節，多數地區仰賴地下水源供應，但隨著過度使用，地下水源日漸枯竭。

### 三、通訊

通訊是印度改採自由開放經濟政策以來最成功的產業，不但家庭使用有線或無線電話日趨普及，寬頻用戶亦成長甚快。印度通話費率相當低廉，尤其手機更低至每分鐘通話費僅約1盧比（新臺幣0.5元）。印度大型電信商包括Airtel、Vodafone、Reliance、Idea等。

### 四、運輸

#### （一）鐵路

印度鐵路始於1853年由孟買至Thane短短的34公里，至2017年已發展成121,407公里共計7,653車站的龐大運輸網，是印度各地客、貨運輸的主要工具，印度鐵路公司是全印度最大國營企業，僱用員工150萬名。惟因鐵道號誌、車輛老舊，維修不佳，導致鐵路事故頻繁。

#### （二）公路

全印道路總長度達520萬公里，目前聯接主要城市新德里、加爾各答、清奈及孟買等四大城市的全國高速公路網已大致完成，惟高速公路總長度仍僅4.8萬公里。其施工水準遠不及我國的省道，公路上機車、牛車



等爭道情形普遍，影響行車速度與安全，且沿途經過許多的收費站及檢查站，跨州陸路交通仍有許多限制。印度道路與高速公路部希建設高速公路總長度至20萬公里，以降低陸路運輸之物流時間、成本。

### （三）航空

印度國內航空公司包括 AirIndia、JetAirways、Indigo、SpiceJet、GoAir、Airasia、Vistara等，國際及國內飛航班次頻繁，尚稱方便，其中新德里、孟買、班加羅爾、清奈、海德拉巴、阿美達巴等地均完成機場改建工程，設施相當現代新穎。

## 第柒章 勞工

### 一、勞工素質及結構

#### （一）教育程度

印度法律規定6-14歲孩童需接受義務教育，惟在落後地區或農村地區民眾生活過於貧窮，且教育資源分配不均，故難以全面落實，導致文盲人口仍然眾多。在高等教育部分，印度全國大專院校數目約有3,800餘所，大專學歷以上之人力每年大幅成長中。

#### （二）供應情形

印度勞動人口多達5億，其中農村就業人口即約佔半數，製造業勞工約4,800萬人，技術或半技術勞工並不算充裕。印度勞工素質亦相對低落、管理不易，如將工廠設於較落後之州或城市，即便週遭人口眾多，仍常會面臨缺工問題或欠缺合適之技術勞工。

#### （三）薪資成本

製造業所需基層技術勞工月薪約介於1.3萬-1.6萬盧比；白領勞工階級約2萬-5萬盧比；具備工程專業背景之研發人員起薪約4-6萬盧比；高階經理人月薪約10萬盧比以上。

印度民間企業薪資每年成長約10%，員工忠誠度甚低，跳槽情形非常普遍，多數企業均會儲備備用人力，以因應人事變動。



## 二、勞工法令

印度勞工法令相當繁瑣，頗受企業垢病影響投資的重要因素之一，勞工相關法規有下列各項：

### （一）勞工爭議法（Industrial Dispute Act, 1947）

規範有關對勞工停職、解僱、資遣，及企業關閉、出售時應循事項等事宜；未遵守規定者得處6個月有期徒刑併科1,000盧比罰金。

### （二）產假法（Maternity Benefit Act, 1961）

女性勞工不論是正式或契約工，只要過去12個月內工作滿80天以上者，不論在懷孕、生產、流產或因以上情形引起的疾病時均適用，一般產假為26週；未遵守規定者得處3個月有期徒刑併科罰金。

### （三）紅利法（Payment of Bonus Act, 1965）

紅利法規定最低紅利為勞工薪資的8.33%（即一個月所得），最高為20%，惟公司發生虧損時可不發紅利；未遵守規定者得處6個月有期徒刑併科1,000盧比罰金。

### （四）離職金法（Payment of Gratuity Act, 1972）

僱用勞工10人以上的企業，其各級勞工包括職員工作滿5年以上因死亡、退休或離職時，每1年可獲相當於最後期間半個月月薪（乘以15天除以26個工作天）薪資，該法亦明文規定僱主在符合特定條件下可拒付離職金。

### （五）勞工補償法（Workmen's Compensation Act, 1923）

規範各勞工因工作造成傷害或死亡之補償事宜，但不包括公司辦公室職員。

### （六）僱用法（Industrial Employment Act, 1946）

適用於僱用勞工人數在100人以上的企業；但在中央及州政府決定下

可適用至100人以下的企業，目前是50人以上的企業均適用本法；本法規定雇主應明確訂定勞工的假期、排班、薪資、請假、離職等各項僱用條件。

（七）最低工資法（Minimum Wages Act, 1948）

該法附表訂有部分產業勞工的最低工資（[www.labour.nic.in](http://www.labour.nic.in)），其修訂由中央政府及州政府負責，另中央政府並訂定無技術勞工的最低工資。

（八）工資支付法（Payment of Wages Act, 1936）

本法規範雇主在法定時間內應支付某些勞工工資不得有扣減情事。

（九）員工公積金及相關規範法案（Employees Provident Fund and Miscellaneous Provisions Act, 1952）

適用對象為僱用員工數達20人以上之事業體，其規範雇主及員工須分別提撥員工月薪之12%作為員工公積金，請領該公積金之條件為退休且年滿58歲者、因傷或特殊疾病而無法工作者。

印度於2008年10月修法，規範在印度工作之外國籍員工亦須繳納員工公積金，惟與印度簽有雙邊「社會安全協定（Social Security Agreement）」之國家，該國員工可適用雙邊協定之規範，如豁免短期派駐員工於印度繳納員工公積金、員工可請領其於印度所繳納之公積金而不受限其退休後是否於印度居住之事實、兩國相互承認員工繳納公積金之年資等，雙方基於平等互惠原則亦須提供派駐對方國家工作之員工同等待遇，俾利二國之派駐員工可自由選擇最適化之退休方案，並有效降低企業人事成本。

目前印度已與比利時、丹麥、韓國、瑞典、挪威、德國、盧森堡、荷蘭、芬蘭、瑞士、法國、匈牙利、捷克等13國簽署「社會安全協定」，尚在諮商中之國家包括美國、日本、澳洲等。印度與各國簽署之社會安全協定內容可自[www.epfindia.com/iw.html](http://www.epfindia.com/iw.html)網站下載。



### 三、勞工法令之具體規範內容

#### （一）法定工時

一般為每日8小時，每週最高48小時；加班付雙薪，每季加班不得超過50小時。亦有些地區每天9小時，每週最高48小時；加班付雙薪，每季加班不得超過75小時。

#### （二）休假

聯邦及州政府週休2日，一般公司行號週休1日，員工在工作滿240日後，每20日可有1日支薪之年休假（annual leave）。國定假日與休假均支薪。

#### （三）最低工資

規定於最低工資法（Minimum Wages Act, 1948），其修訂由聯邦政府及州政府負責，各州最新基本工資數據，可查閱印度勞工部網站首頁（[www.labour.nic.in](http://www.labour.nic.in)）相關聯結。

#### （四）勞工保險

依職工保險法（Employees' State Insurance Act, 1948）規定，凡僱用員工在10人以上，需為員工投保醫療、生產及受傷險，雇主負擔額依員工薪資水準而不同，平均為6%（雇主4.75%，員工1.25%）。可參考網頁（<https://www.india.gov.in/spotlight/employees-state-insurance-scheme#tab=tab-1>）

#### （五）對女工及童工規定

印度工廠女性勞工不多，紡織廠以男性勞工為主，女工上夜班遲至2005年始開放，以軟體公司、電話中心（callcenters）及企業流程外包服務（BPO）僱用夜班女性勞工為主，另對夜班女性勞工，雇主需提供交通車等安全措施。另女性勞工懷孕有26周產假。

印度憲法第24條明文規定不得僱用14歲以下的童工，但童工法（Child Labor Prohibition and Regulation Act）並未完全禁絕童工，僅禁止從事危險性工作，2006年8月再公佈禁止童工擔任幫僱及在餐廳、旅館、休閒娛樂場所工作。惟因印度生活在貧窮線以下的人口眾多，實際上難以禁絕，80%以上的童工在農村地區從事農務，工廠亦以低價僱用不少童工，童工在家幫僱相當普遍，是全球剝削童工最嚴重的國家之一，許多童工甚至由孟加拉等南亞國家非法入境打工，防不勝防。



## 第捌章 簽證、居留及移民

### 一、簽證、居留權之取得及移民相關規定及手續

進入印度前需在該國駐外大使館申請簽證始得入境，其中與在印度投資、工作有關的簽證有工作簽證、商務簽證及入境簽證三種，入境簽證是取得工作及商務簽證者的隨行家庭成員取得之簽證。

通常外國人取得商務或工作之有效期超過180日的簽證者於入境後，均需在14日內向「外國人地區登記辦公室」(FRRO)或其當地警察局辦理登記，居留期限屆滿得延長，並須於居留期限屆滿60天前提出申請。前述取得入境簽證之家庭成員亦需向FRRO登記，另取得工作簽證始得在印度境內工作，未成年成員需取得學生簽證始得入學。

若外國人未依規定前往FRRO登記，印度海關將不同意其離境，需親自去補登記且繳交罰款後，方得離境。國人務必確實遵守該項規定，以避免無法順利離境。有關FRRO相關規定，可參考<http://Frro.in>網址。

依據印度國籍法(Citizenship Act, 1955)規定，外國人如歸化印度籍者需在印度居住滿12年，或申請歸化前12個月連續在印度境內居住，且前14年內累計住滿11年者始得申請。

### 二、聘用外籍員工之規定、承辦機關及申辦程序

外籍受僱員工需檢附相關證明書件依規定向印度駐外大使館申請工作簽證始得入境。另自2010年9月後，印度政府規定核發外國人工作簽證條件之一為年薪必須達到25,000美元以上。



### 三、外商子女可就讀學校之教育機關及經營情形

#### （一）美國學校（American Embassy School）

分別設立於新德里、孟買、加爾各答等地，是在印度外國人子女就學的首選，新德里美國學校設於大使館區，緊鄰美國大使館，環境佳，學生由幼稚園至高中約1,000餘人，教師由美國延聘，授課與美國相同，每學年學費約20,000美元。

#### （二）新德里英國學校（The British School, New Delhi, [www.british-school.org](http://www.british-school.org)）

設於新德里美國大使館學校旁，由英國駐印度大使擔任董事長，小學及中學校長均自英國延聘，師資多元，以印人居多，目前約有學生600餘人。辦學認真，不乏外國人就讀，惟各項設施稍差，每學年學費約為美國學校一半。

#### （三）孟買美國學校（American School of Bombay, [www.asbindia.org](http://www.asbindia.org)）

#### （四）清奈美國國際學校（American International School, Chennai, [www.aisch.org](http://www.aisch.org)）

#### （五）清奈英國國際學校（British International School of Chennai, [www.britishschool.in](http://www.britishschool.in)）

#### （六）班加羅爾加拿大學校（Canadian School of India, [www.canschoolindia.org](http://www.canschoolindia.org)）

#### （七）班加羅爾國際學校（International School, Bangalore）

## 第玖章 結論

根據世界銀行（World Bank）於2019年1月8日發表的「全球經濟展望（Global Economic Prospects）」報告，印度由於投資及民間消費持續增加，2018年度經濟成長率為7.3%，預估2019及2020年將達到7.5%，是全球經濟成長最快速的主要經濟體之一。2017年印度由於實施商品服務稅（GST）制度及受廢鈔（Demonetisation）影響，經濟成長率為6.7%，略低於中國大陸的6.9%，但2018年印度經濟成長則攀升至7.3%，超越中國大陸的6.5%。世界銀行經濟學家Ayhan Kose表示，由於投資及民間消費持續增加，加上全球經商環境排名上揚，印度將可維持經濟成長動能。

依據世界銀行（World Bank）「2019年經商環境報告（Doing Business 2019）」，2018年印度經商便利度（Ease of Doing Business）在全球190個國家排名第77，領先南亞各國。2014年莫迪總理上任時印度經商便利度排名為全球第142名，2015、2016兩年皆為第130名，2017年為第100名，過去2年來上升53名。

印度在這項報告分析的10項指標中有6項排名進步：包括向來落後的建築許可排名52，大幅進步129名、跨境貿易排名80，進步66名、開辦企業排名137，進步19名、電力取得排名24，進步5名、獲得信貸排名22，進步7名、執行契約排名163，進步1名。然而在財產登記排名166，退步12名，繳納稅款排名121，退步3名、清理債務排名108，退步5名、保護少數股東排名7，退步1名。世界銀行評論指出，印度在改善中小企業經營環境已展現成果，例如在取得建築許可部分大幅進步，興建廠房申請程序支出占總成本從原先的23.2%降至5.4%，所需時間也從144天縮短為95天。

印度政府積極推動「在印度製造」、「數位印度」、「技能印度」、「起業印度」等



重大經建政策，並積極推動稅制、投資法規、市場自由化、經商環境等結構性改革，已使印度再度成為全球企業投資地之首選，印度之外國人直接投資金額已較渠就任前成長48%，各國國際機構均預測印度未來3年之經濟成長率達7.5-8%。

印度商工部次長Ramesh Abhishek 認為尚有諸多經濟改革措施及所獲效益未及於本次報告中呈現，並指出印度本年共實施122項改革措施，包括GST在內之重大改革措施之成效尚未能反映於本次報告中，渠有信心印度在未來評比時可進入全球前50名。儘管如此，印度安侯建業聯合會計事務所合夥人Nilaya Verma表示，印度仍須在開辦企業、跨境貿易、土地改革等領域加以著墨，未來可望進入前50名。

印度經濟發展特色奠基於社會民主（Democracy）、人口紅利（Demographic dividend）、市場需求（Demand）、解除管制（Deregulation）等四大支柱，印度政府將持續積極投入創新研發、製造升級與人才培育，以因應未來經濟挑戰及發展印度成為全球製造業中心。建議我商應掌握印度全新政經體制之發展契機，積極評估來印投資及拓展印度市場版圖之機會，以參與印度市場之成長商機。

## 附錄一 我國在當地駐外單位

### （一）駐印度代表處經濟組

Economic Division, Taipei Economic and Cultural Center in India

地址：34, Paschimi Marg, Vasant Vihar, New Delhi-110057

電話：91-11-4607-7777

電傳：91-11-4090-7009

E-Mail：india@moea.gov.tw

網址：www.roc-taiwan.org/IN

主要工作：聯繫印度政府機構，促進臺印度經貿實質關係；蒐集並研析印度投資、貿易有關之資訊；服務臺印度廠商。

### （二）駐清奈辦事處

Taipei Economic and Cultural Center in Chennai

地址：New No. 30, Norton Road, Mandaveli, Chennai-600028, Tamil Nadu, India

電話：91-44-4302-4311

電傳：91-44-43033511

Email：maa@mofa.gov.tw

主要工作：聯繫印度政府機構，促進臺印度經貿實質關係；蒐集並研析印度投資、貿易有關之資訊；服務臺印度廠商。

### （三）台北世貿中心駐新德里辦事處

Taipei World Trade Center, New Delhi



地址：6th Floor, Eros Corporate Towers, Nehru Place, New Delhi, Delhi  
110019, India

電話：91-11-40824302

電傳：91-11-40824311

E-mail:newdelhi@taitra.org.tw

主要工作：促進臺印雙邊貿易；洽邀買主訪臺；推廣及行銷我國商品。

(四) 台北世貿中心駐孟買辦事處

Taipei World Trade Center, Mumbai

地址：Center 1, 11th Floor, Unit No.8, World Trade Center, Cuffe Parade,  
Mumbai-400 005, India

電話：91-22-22163074-77

電傳：91-22-22163078

E-mail:mumbai@taitra.org.tw

主要工作：促進臺印雙邊貿易；洽邀買主訪臺；推廣及行銷我國商品。

(五) 台北世貿中心駐清奈辦事處

Taipei World Trade Center, Chennai

地址：Challam Tower, 3<sup>rd</sup> Fl, No.113, Dr.Radhakrishnan Road, Mylapore  
Chennai-600004, India

電話：91-44-3006-3616

電傳：91-44-3006-3627

E-mail:chennai@taitra.org.tw

主要工作：促進臺印雙邊貿易；洽邀買主訪臺；推廣及行銷我國商品。

(六) 台北世界貿易中心駐加爾各答辦事處

Taipei World Trade Center, Kolkata

Ground Floor, C Block, Apeejay House, 15, Park Street, Kolkata 700016, West

Bengal, India

Tel: 91-33-4004-2796 / 4004-2797

Fax: 91-33-4004-2798

E-mail: [kolkata@taitra.org.tw](mailto:kolkata@taitra.org.tw)

主要工作：促進臺印雙邊貿易；洽邀買主訪臺；推廣及行銷我國商品。

(七) 台北市電腦商業同業公會班加羅爾辦公室

地址：Barton Center Room 705, 84 MG Road, Bangalore, 560001, Karnataka,  
India 560001

Tel: 91-080-4127-0933

E-mail: [premijth@mail.tca.org.tw](mailto:premijth@mail.tca.org.tw)

主要工作：促進印度臺灣資訊科技產業之合作與交流。



## 附錄二 當地重要投資相關機構

(一) 商工部產業及國內貿易推廣部門

Department for Promotion of Industrial and Internal Trade, Ministry of  
Commerce and Industry ( [www.dipp.gov.in](http://www.dipp.gov.in) )

Website: [dipp.nic.in](http://dipp.nic.in)

(二) 印度儲備銀行 ( Reserve Bank of India, RBI [www.rbi.org.in](http://www.rbi.org.in) )

Central Office Building

Website: [www.rbi.org.in](http://www.rbi.org.in)

(三) 印度中央投資服務機構 ( Invest India )

Website: [www.investindia.gov.in](http://www.investindia.gov.in)

(四) Haryana州招商資訊

Website : [www.investharyana.nic.in/](http://www.investharyana.nic.in/)

(五) Andra Pradesh州招商資訊

Website : [www.apinvest.co.in](http://www.apinvest.co.in)

(六) Gujarat州招商資訊

Website : [ifpgujarat.gov.in/portal/index.jsp](http://ifpgujarat.gov.in/portal/index.jsp)

(七) Himachal Pradesh州招商資訊

Website : [himachal.nic.in/en-IN/](http://himachal.nic.in/en-IN/)

(八) Goa州招商資訊

Website : [www.goa.gov.in/departments/tradecommerce.html](http://www.goa.gov.in/departments/tradecommerce.html)

(九) Karnataka州招商資訊

Website : [www.kumbangalore.com](http://www.kumbangalore.com)

(十) Kerala州招商資訊

Website : [kum.karnataka.gov.in/](http://kum.karnataka.gov.in/)

(十一) Madhya Pradesh州招商資訊

Website : [www.invest.mp.gov.in/home.action](http://www.invest.mp.gov.in/home.action)

(十二) Maharashtra州招商資訊

Website : [industry.maharashtra.gov.in](http://industry.maharashtra.gov.in)

(十三) Odisha州招商資訊

Website : [www.ipicolorissa.com](http://www.ipicolorissa.com)

(十四) Punjab州招商資訊

Website : <http://investpunjab.gov.in/>

(十五) Rajasthan州招商資訊

Website : [www.investrajasthan.com](http://www.investrajasthan.com)

(十六) Tamil Nadu州招商資訊

Website : [www.tiic.co.in](http://www.tiic.co.in)

(十七) Uttar Pradesh州招商資訊

Website : [www.picupindia.com](http://www.picupindia.com)

(十八) West Bengal州招商資訊

Website : [www.wbidc.com](http://www.wbidc.com)

(十九) Assam州招商資訊

Website : [www.investinassam.com](http://www.investinassam.com)

(廿十) Jharkhand州招商資訊

Website : [jharkhandindustry.gov.in](http://jharkhandindustry.gov.in)

(廿一) Manipur州招商資訊

Website : [investinmanipur.nic.in](http://investinmanipur.nic.in)



(廿二) Sikkim州招商資訊

Website : [www.sidico.org](http://www.sidico.org)

(廿三) Telangana州招商資訊

Website : [industries.telangana.gov.in](http://industries.telangana.gov.in)

(廿四) Uttarakhand州招商資訊

Website : [www.doiuk.org](http://www.doiuk.org)

(廿五) Chhattisgarh州招商資訊

Website : [industries.cg.gov.in](http://industries.cg.gov.in)

(廿六) Bihar州招商資訊

Website : [www.udyogmitrabihar.com](http://www.udyogmitrabihar.com)

(廿七) Meghalaya州招商資訊

Website : [megindustry.gov.tw](http://megindustry.gov.tw)

(廿八) Nagaland州招商資訊

Website : [www.nagaind.com](http://www.nagaind.com)

(廿九) Mizoram州招商資訊

Website : [industries.mizoram.gov.in](http://industries.mizoram.gov.in)

### 附錄三 當地外人投資統計

| 排名 | 國 家   | 2017-18<br>FDI金額<br>(億美元) | 2018-19<br>(至2018年12月)<br>FDI金額<br>(億美元) | 歷年累計<br>FDI金額<br>(億美元) | 占FDI<br>比重<br>(%) |
|----|-------|---------------------------|------------------------------------------|------------------------|-------------------|
| 1  | 模里西斯  | 159.41                    | 60.23                                    | 1,324.08               | 32                |
| 2  | 新 加 坡 | 121.8                     | 129.76                                   | 797.47                 | 19                |
| 3  | 日 本   | 16.33                     | 22.11                                    | 295.19                 | 7                 |
| 4  | 英 國   | 8.47                      | 10.56                                    | 264.94                 | 6                 |
| 5  | 荷 蘭   | 28                        | 29.51                                    | 264.33                 | 6                 |
| 6  | 美 國   | 20.95                     | 237.42                                   | 247.59                 | 6                 |
| 7  | 德 國   | 11.24                     | 5.98                                     | 114.2                  | 3                 |
| 8  | 賽浦路斯  | 4.17                      | 2.88                                     | 98.61                  | 2                 |
| 9  | 法 國   | 5.11                      | 3.56                                     | 65.93                  | 2                 |
| 10 | 阿聯大公國 | 10.5                      | 2.99                                     | 60.54                  | 1                 |

資料來源：印度商工部（[www.dipp.gov.in](http://www.dipp.gov.in)）

註：歷年統計資料為2000年4月迄2018年12月止



## 附錄四 我國廠商對當地國投資統計

- (一) 依據我經濟部投資審議委員會統計資料顯示，1952年至2018年12月，我商對印度投資累計金額為7億1,817萬美元，共92件投資案。
- (二) 依據印度商工部統計資料顯示，2000年4月至2018年12月，臺商對印度直接投資累計3.09億美元，居各國對印投資第38位。
- (三) 駐印度代表處經濟組：迄今累計在印度投資臺商合計106家。

年度別統計表

| 年月   | 件數 | 金額（千美元） |
|------|----|---------|
| 1991 | 1  | 201     |
| 1992 | 1  | 1,000   |
| 1993 | 1  | 3,811   |
| 1994 | 0  | 80      |
| 1995 | 1  | 1,640   |
| 1996 | 0  | 0       |
| 1997 | 0  | 0       |
| 1998 | 0  | 1,072   |
| 1999 | 1  | 437     |
| 2000 | 1  | 115     |
| 2001 | 3  | 3,114   |
| 2002 | 1  | 2,520   |

| 年月   | 件數 | 金額（千美元） |
|------|----|---------|
| 2003 | 1  | 923     |
| 2004 | 1  | 880     |
| 2005 | 3  | 1,914   |
| 2006 | 8  | 4,296   |
| 2007 | 5  | 7,738   |
| 2008 | 1  | 16,250  |
| 2009 | 1  | 3,160   |
| 2010 | 3  | 3,620   |
| 2011 | 2  | 67,051  |
| 2012 | 3  | 20,931  |
| 2013 | 7  | 65,042  |
| 2014 | 3  | 33,486  |
| 2015 | 7  | 72,164  |
| 2016 | 8  | 14,940  |
| 2017 | 8  | 30,559  |
| 2018 | 21 | 361,224 |
| 累積   | 92 | 718,167 |

資料來源：經濟部投資審議委員會

年度別及產業別統計表

單位：千美元

| 業 別             | 年 度 | 累計至2018 |         | 2018 |         |
|-----------------|-----|---------|---------|------|---------|
|                 |     | 件數      | 金額      | 件數   | 金額      |
| 合計              |     | 92      | 718,167 | 21   | 361,224 |
| 農林漁牧業           |     | 1       | 1,150   | 0    | 0       |
| 礦業及土石採取業        |     | 2       | 2,474   | 0    | 0       |
| 製造業             |     | 44      | 500,783 | 10   | 307,554 |
| 食品製造業           |     | 0       | 1,072   | 0    | 0       |
| 飲料製造業           |     | 0       | 0       | 0    | 0       |
| 菸草製造業           |     | 0       | 0       | 0    | 0       |
| 紡織業             |     | 2       | 5,748   | 1    | 3,159   |
| 成衣及服飾品製造業       |     | 0       | 0       | 0    | 0       |
| 皮革、毛皮及其製品製造業    |     | 1       | 2,153   | 0    | 0       |
| 木竹製品製造業         |     | 0       | 0       | 0    | 0       |
| 紙漿、紙及紙製品製造業     |     | 0       | 0       | 0    | 0       |
| 印刷及資料儲存媒體複製業    |     | 0       | 0       | 0    | 0       |
| 石油及煤製品製造業       |     | 0       | 0       | 0    | 0       |
| 化學材料製造業         |     | 1       | 83,000  | 1    | 80,000  |
| 化學製品製造業         |     | 3       | 1,170   | 0    | 300     |
| 藥品製造業           |     | 0       | 0       | 0    | 0       |
| 橡膠製品製造業         |     | 1       | 12,949  | 0    | 0       |
| 塑膠製品製造業         |     | 0       | 0       | 0    | 0       |
| 非金屬礦物製品製造業      |     | 0       | 0       | 0    | 0       |
| 基本金屬製造業         |     | 1       | 126,640 | 0    | 0       |
| 金屬製品製造業         |     | 2       | 17,002  | 0    | 0       |
| 電子零組件製造業        |     | 4       | 7,468   | 4    | 7,225   |
| 電腦、電子產品及光學製品製造業 |     | 12      | 10,351  | 0    | 0       |
| 電力設備製造業         |     | 3       | 10,152  | 2    | 6,452   |
| 機械設備製造業         |     | 3       | 1,754   | 0    | 0       |
| 汽車及其零件製造業       |     | 6       | 60,394  | 0    | 52,918  |
| 其他運輸工具製造業       |     | 2       | 3,413   | 0    | 0       |
| 家具製造業           |     | 0       | 0       | 0    | 0       |
| 其他製造業           |     | 3       | 157,518 | 2    | 157,500 |
| 產業用機械設備維修及安裝業   |     | 0       | 0       | 0    | 0       |
| 電力及燃氣供應業        |     | 0       | 0       | 0    | 0       |
| 用水供應及污染整治業      |     | 0       | 0       | 0    | 0       |
| 營造業             |     | 3       | 51      | 1    | 15      |
| 批發及零售業          |     | 32      | 132,003 | 5    | 24,008  |
| 運輸及倉儲業          |     | 0       | 0       | 0    | 0       |
| 住宿及餐飲業          |     | 0       | 0       | 0    | 0       |
| 資訊及通訊傳播業        |     | 4       | 293     | 1    | 100     |
| 金融及保險業          |     | 1       | 72,336  | 0    | 600     |
| 不動產業            |     | 4       | 43,992  | 3    | 28,335  |
| 專業、科學及技術服務業     |     | 4       | 1,321   | 1    | 611     |
| 支援服務業           |     | 1       | 712     | 0    | 0       |
| 公共行政及國防；強制性社會安全 |     | 0       | 0       | 0    | 0       |
| 教育服務業           |     | 0       | 0       | 0    | 0       |
| 醫療保健及社會工作服務業    |     | 0       | 0       | 0    | 0       |
| 藝術、娛樂及休閒服務業     |     | 0       | 0       | 0    | 0       |
| 其他服務業           |     | 1       | 265     | 0    | 0       |
| 未分類             |     | 0       | 0       | 0    | 0       |

資料來源：經濟部投資審議委員會

## 附錄五 其他重要資料

(一) 印度商工總會網站

Federation of Indian Chambers of Commerce & Industry (FICCI)

<http://ficci.com>

(二) 印度工業總會網站

Confederation of Indian Industry (CII)

<http://www.cii.in>

(三) 印度聯合商工會網站

The Associated Chambers of Commerce & Industry of India (ASSOCHAM)

<http://www.assochem.org>

(四) PHD商工會網站

PHD Chamber of Commerce and Industry (PHDCCI)

<http://www.phdcci.in>







## 經濟部投資業務處

地 址：臺北市中正區館前路 71 號 8 樓

電 話：+886-2-2389-2111

傳 真：+886-2-2382-0497

網 址：<http://www.dois.moea.gov.tw>

電子信箱：[dois@moea.gov.tw](mailto:dois@moea.gov.tw)