



天竺季刊 第 53 期

駐印度代表處經濟組
 臺北世界貿易中心駐新德里辦事處
 臺北世界貿易中心駐孟買辦事處
 臺北世界貿易中心駐清奈辦事處
 臺北世界貿易中心駐加爾各答辦事處
 中央通訊社駐新德里特派員康世人
 合撰

中華民國 108 年 12 月 出刊

目錄

□印度政府放寬外資單一品牌零售業(Single-Brand Retailer)本地採購比例限制及線上銷售相關規定~p.3	□為紓緩警力負荷，印度政府計劃建立全球最大的臉部辨識系統~ p.12
□面對經濟持續衰退，印度政府針對產業別提出振興措施~p.3	□印度政府調降旅館與外燴服務等商品及服務稅(GST)~ p.13
□印度汽車銷售量大幅衰退，業者要求政府降稅，研究機構亦調降年度銷售預測~ p.4	□印度調降公司稅率將有助於手機產業在印度投資、生產及研發~ p.14
□印度國內鋼品市場需求下跌，價格持續下滑，業者庫存量暴增已接近預警水準~ p.5	□我商緯創資通股份有限公司規劃在印度南部班加羅爾(Bangaluru)國際機場附近投資興建製造廠房及研發中心~ p.15
□過去 2 年來印度製造業外人直接投資(FDI)持續衰退~ p.6	□印度政府暫緩全面禁止一次性塑膠製品~ p.15
□印度點餐外送公司 Swiggy 推出 Swiggy Go 提供取貨及送貨服務~ p.6	□為便利外商在印度投資，印度政府將設立單一窗口，協助廠商加速完成中央及地方各項申請核准程序~ p.16
□印度為確保 RCEP 談判符合其國家利益，將與東協成立聯合委員會檢視雙邊貨品自由貿易協定(FTA)~ p.7	□印度經商便利度全球排名第 63，較去年大幅進步 14 名~ p.16
□印度 Tamil Nadu 州公布電動車產業發展政策，盼吸引 5,000 億盧比投資及創造 15 萬個就業機會~ p.8	□印度政府放寬燃料零售規範，以吸引國內外更多民間業者投資~ p.17
□印度資通訊部(MeitY)部長 Ravi Shankar Prasad 敦促電子及手機業者擴大在印度投資、生產及出口~ p.9	□為改善醫療器材品質及安全，印度將全面檢討醫療器材法規~ p.18
□印度商工部正式公告放寬煤礦開採、代工生產及單一品牌零售業外人投資(FDI)規定~ p.10	□印度政府規劃改用企業年營收來區分微型、小型及中型企業~ p.19
□為維護學生及年輕人健康，印度政府將全面禁止電子菸(E-cigarette)~ p.11	□印度政府規劃建立醫材及原料藥製造中心~ p.19
□印度政府針對製造 LED 電視所需的液晶電視面板廢除 5%的進口關稅~p.11	□繼調降公司稅後，印度政府規劃針對土地及融資政策進行重要改革~ p.20

□美中貿易摩擦產生之貿易轉向效應使印度對美國出口增加 7.55 億美元~p.21	□日本野村(Nomura)投信公司預估印度 2019 年第 4 季經濟成長率僅有 4.3%~ p.34
□印度經濟成長趨緩，反映在用電需求及汽車銷售持續下滑~p.22	□印度政府提高 21 項重要配方/藥品價格上限 50%~ p.35
□印度 Andhra Pradesh(AP)州政府決定終止與新加坡合作開發該州新首府 Amaravati 市~ p.23	□高階手機走私進口猖獗，造成印度國庫每年稅收損失高達 240 億盧比~ p.36
□英國電信公司 Vodafone 向印度政府提出紓困計畫~ p.23	□印度汽車產業產值的年成長率需達 14%，才能使印度經濟規模達到 5 兆美元的目標~ p.36
□印度、俄羅斯、中國大陸正研擬新的銀行支付系統，以便與遭到美國制裁的國家進行雙邊貿易~ p.24	□印度電子產業面臨中國大陸品牌價格競爭，利潤大幅下滑~ p.37
□印度國會於本(11)月 18 日展開冬季議期，總理莫迪盼多項改革法案能在本會期順利通過~ p.25	□印度政府訂下每月的商品及服務稅(GST)稅收應達 1.1 兆盧比的目標~ p.38
□印度海關將啟用貨物自動化通關系統，以往需耗時 12 個小時的貨物通關時程可大幅縮短至 12 分鐘~ p.26	□印度政府針對金、銀等貴金屬採取進口限制~ p.38
□印度 Andhra Pradesh 州政府取消潔淨能源發電計畫，業者揚言訴諸國際仲裁~ p.27	□東元電機與日商 Mitsui 將合資於印度生產電動車馬達~ p.38
□印度政府宣布自本(2019)年 12 月 1 日起，國道將全面使用道路收費電子標籤(FASTag)~ p.27	□印度失業率破 8.5% 達到過去 3 年新高點~ p.39
□印度綠色能源發電產業面臨嚴峻考驗~ p.28	□對抗空氣汙染，新德里將推高氫壓縮瓦斯燃料公車~ p.40
□印度財政部長 Nirmala Sitharaman 表示，當前印度經濟成長趨緩，但並未進入衰退期~ p.30	□鈴木機車將於 2020 年在印度進行電動機車道路測試~ p.40
□印度政府規劃修訂勞動法~p.30	□印度進口蘭花商機~ p.41
□印度政府規劃投入 100 兆盧比資金以發展基礎建設~ p.31	□印度電動車商機湧現~ p.44
□印度國會下議院審議通過徵稅法修正案~ p.31	□印度運動用品及健身器材商情~ p.49
□印度商工部將對 FTA 使用率成立獨立的追蹤部門，並將針對進口品項進行更明確分類~p.32	□印度扣件市場商情~ p.52
□印度政府考慮調升手機、布料等最終產品之商品及服務稅(GST)~ p.32	□中油新德里辦事處揭牌，與印度石油共推投資案~ p.55
□印度政府考慮調整商品及服務稅(GST) 稅率結構~ p.33	□首個台商支持印度智慧教室方案 贈給哈雅納省~ p.56
□印度手機及電子協會 (ICEA) 主席 Pankaj Mohindroo 表示，印度政府降低出口獎勵將導致大量失業~ p.34	

印度政府放寬外資單一品牌零售業 (Single-Brand Retailer) 本地採購比例限制及線上銷售相關規定

印度政府原規定凡外資比例超過 51% 的單一品牌零售業，在於本地銷售的採購比例須達 30%；從事線上銷售必須先設立實體店面；製造業允許外資持股 100%，但代工生產則有外資比例上限。

印度內閣經濟事務委員會 (Cabinet Committee on Economic Affairs, CCEA) 本(8)月 28 日宣布，放寬具有外資持股的單一品牌零售業 (Single-Brand Retailer) 本地採購比例限制及線上銷售規定，未來業者只要是在印度境內的所有採購，不論用於本地銷售或出口，都可計入 30% 的本地採購比例，並可採用 5 年平均比例計算，不論是自行採購或透過分公司或委託第 3 方採購皆可，原本 5 年內不得出口規定亦同時取消。此外 CCEA 並宣布開放外資從事代工生產 (Contract Manufacturing) 持股比例可至 100%，列為自動許可 (Automatic Route) 項目。

商工部長 Piyush Goyal 表示，線上銷售可創造物流、數位支付、客戶服務等方面就業機會，未來業者可先進行線上銷售，只要在 2 年內設立實體店面即可，有助於擴大業者全球市場，使印度成為全球採購中心。J Sagar Associate 律師事務所合夥人 Archana Tewary 表示，本地採購比例(30%)規定向來是外資在印度從事單一品牌零售的困擾，這些開放措施將提高業者經

營及採購彈性並鼓勵出口，未來大型外資企業如蘋果(Apple)、瑞典傢俱大廠 IKEA、流行服飾品牌 H&M、Uniqlo 等均有可能擴大在印度投資。

IKEA India 及 H&M India 皆表示，歡迎印度政府提高經商便利度的開放措施，並強調過去 30 多年來持續在印度進行採購，未來亦將如此。International Data Corp. 副研究處長 Navkendar Singh 表示，蘋果 iPhone 手機在印度共有 140 家經銷門市，由於面臨中國大陸強烈競爭，市占率跌至 1.2%，本(2019-20)年度第 1 季開始出現 2 位數成長，這些開放措施將有助於 Apple 公司擴大印度市場，因為該公司具有全球營運及銷售專業優勢。

針對開放外資 100% 持股從事代工生產且列為自動許可項目，印度資通訊部長 Ravi Shankar Prasad 將於下(9)月邀請外資手機業者 Samsung、Apple、Xiaomi、Vivo、Oppo，代工廠 Foxconn、Flextronics，電子業者 Dell、Intel 等及相關協會，說明具體政策內容。印度手機及電子產品協會 (ICEA) 表示，全球主要代工廠如 富士康 (Foxconn)、偉創力 (Flextronics)、緯創 (Wistron) 等都已在印度設廠，自 2015 年以來投資金額超過 1,000 億盧比，新的開放措施將有助於業者擴大在印度投資，使印度成為全球生產基地。(駐印度代表處經濟組)

面對經濟持續衰退，印度政府針對產業別提出振興措施

根據印度全國抽樣調查辦公室(National Sample Survey Office, NSSO)公布最新數據顯示，本(2019-20)年度第1季印度名目GDP成長率僅7.99%，是2002年以來最糟的情況，甚至低於2008年金融風暴時的8.7%，考量通貨膨脹後的實質GDP成長率則僅有5%，顯示印度經濟持續不景氣，甚至大幅衰退。

投資是印度維持經濟成長與創造就業的主要動力，約占GDP總額30%，去(2018--19)年度1至3季印度投資成長率分別為13.3%、11.8%、11.7%，但自第4季開始嚴重下滑至3.6%，本年度第1季亦僅有4.04%，連續2季投資成長率都未達5%，為歷年僅見。此外，消費市場亦萎靡不振，本年度第1季民間消費支出成長率僅3.14%，雖然政府支出大幅增加，成長率達8.85%，但仍不足以帶動整體消費趨勢。

尤其製造業更是大幅衰退，成長率由去年度第4季的4.2%，跌至本年度第1季的0.6%，同期間服務業成長率表現雖然亮眼，但仍由8.2%跌至7.0%。建築業與農業是印度重要產業部門，提供大量就非正式業機會，但今年度第1季創造就業成長率皆僅有2.0%，由部分領先經濟指標看來，印度當前經濟衰退趨勢恐將持續，短期內亦不容易翻轉。

印度財政部長Nirmala Sitharaman昨(1)日表示，印度政府將針對不同產業面臨的問題，提出解決方案，NSSO的就業統計資料僅針對正式部門，未將許多非正式部門就業情況納入統計，

且部分資料是前執政黨時期的數據，強調政府持續與各產業溝通諮商，傾聽業界的抱怨，過去2週已宣布2波振興措施，針對流動性、銀行資本化、非銀行金融公司等問題，提出根本解決之道，成果需要一段時間才能顯現。

Sitharaman部長表示，汽車產業面臨的問題則不同，包括消費者預期6期排放標準(BS VI)宣布後，購買舊款車將有額外折扣；政府大力推廣電動車，消費者對於傳統汽油車將何去何從充滿疑惑，因此造成車商庫存增加，這些問題必須逐一處理，例如針對降低汽車商品服務稅(GST)建議，GST委員會已在研議中。針對銀行整併，Sitharaman部長於上週五(8月30日)宣布合併方案，將原本27家國營商業銀行(Public Sector Bank, PSB)整併至12家，包括將Oriental Bank of Commerce及United Bank併入旁遮普國家銀行(Punjab National Bank, PNB)，PNB將成為印度第2大銀行，掌管17.95兆盧比資產，S部長強調，國營商業銀行整體獲利率已提高，不良資產已從去年的8.65兆盧比減至本年的7.9兆盧比，此次銀行整併將不會造成任何裁員。(駐印度代表處經濟組)

印度汽車銷售量大幅衰退，業者要求政府降稅，研究機構亦調降年度銷售預測

預估本(2019)年8月份印度汽車銷售量將連續第10個月下滑，研究機構已調

降年度銷售預測，業者亦要求政府調降商品服務稅(GST)，以振興車市。

印度前 6 大汽車品牌市占率超過 90%，最大車商風神鈴木(Maruti Suzuki) 本年 8 月份客車銷售量較去(2018)年同期下滑 36%，迫使該公司減少月產能 3 分之 1；鈴木汽車(Suzuki Motor Corp.) 及豐田汽車(Toyota Motor Corp.) 8 月份客車銷售量，也較去年同期下滑 34%；至於塔塔汽車(Tata Motors)及馬興達拉(Mahindra & Mahindra)兩家掌握印度商用車 3 分之 2 市場，8 月份卡車銷售量亦下滑 40%，尤其卡車銷售量是 1 項重要經濟活動指標。

為挽救車市，莫迪政府上週宣布一系列措施，鼓勵銀行借款給消費者及車商，預期將會有下一波振興方案。印度汽車製造商協會(Society of India Automobile Manufacturers, SIAM)會長 Rajan Wadhwa 表示，政府現階段推出的措施對刺激銷售影響不大，消費者仍在觀望，銀行對車商放款信心仍不足，政府有必要考慮降低汽車的商品服務稅，若由現行的 28% 降為 18%，才能有效降低購車成本並創造需求。SIAM 將於本週四(5 日)召開年度大會，邀請政府官員、車商及相關協會共同討論當前車市困境。

經濟預測及商業諮詢機構 IHS Markit 聯席董事 Puneet Gupta 表示，當前印度車市低迷不僅是消費者購車意願不足問題，更對車商裁員及縮減產能產生負面情緒循環，該機構原本預估印度本年度汽車銷售量將成長 5%，但現已調整為衰退 11%。(駐印度代表處經濟

組)

印度國內鋼品市場需求下跌，價格持續下滑，業者庫存量暴增已接近預警水準

印度鋼鐵發展成長機構(Institute of Steel Development & Growth, INSDAG) 秘書長 Sushim Banerjee 表示，由於全球鋼品市場形勢十分嚴峻，長期價格持續下滑，連帶影響印度國內鋼鐵產業，鋼價自本(2019)年 4 月以來下跌 15~20%，接近底價，主要鋼廠總庫存量高達 200 萬公噸，已接近 35 天預警水準上限，按正常庫存量則為 21 天。

受到美、中貿易摩擦影響，全球經濟情勢變數增加，投資者持續觀望，研究調查機構 Fitch Solutions 昨(3)日將本年全球預估鋼價由每公噸 650 美元下修為 600 美元。

印度國內主要大型鋼廠包括民營的 JSW Steel、Tata Steel，及國營的 Steel Authority of India (SAIL)、Jindal Steel & Power、Rashtriya Ispat Nigam 等。JSW 行銷處長 Jayant Acharya 表示，部分鋼材庫存的確增加，但該公司設法在全球其他市場尋求機會，並鎖定國內自來水管線及油管等獲利較高的計畫訂單。

至於全球最大鋼品生產及消費市場-中國大陸，原本去年 12 月庫存量減少至有史以來最低的 86.4 萬公噸，之後亦逐漸增加至本年 8 月的 110 萬公噸，但這仍低於 10 年平均庫存水準 190 萬

公噸。

隨著 9 月底至 12 月印度傳統節慶的到來，產業官員預估，未來幾個月部分鋼品如消費性鋼材的庫存將逐漸消化，此外由於雨季結束，營建業將開始復甦，這些都有助於價格回穩。在全球鋼品市場部分，Fitch Solutions 預估長期由於產能增加需求減少，鋼價未來數年將進入持續衰退階段。(駐印度代表處經濟組)

過去 2 年來印度製造業外人直接投資(FDI)持續衰退

印度總理莫迪自 2014 年上任以來積極推動「在印度製造(Make in India)」政策，並致力於提升經商便利度(Ease of Doing Business)全球排名，但對於吸引製造業外人直接投資(FDI)成效不若預期，加上受到美、中貿易戰及其他地緣政治情勢緊張連帶影響，全球及印度市場需求皆呈現衰退。

根據印度中央銀行(RBI)統計資料，2014--15 年度印度製造業外人直接投資金額為 96 億美元，2015-16 年度為 84 億美元，2016-17 年度達 117 億美元，之後受到廢鈔(Demonetisation)及實施商品服務稅(GST)制度等不確定因素影響，外資製造業開始觀望，2017-18 年度僅 70 億美元。

RBI 年度報告指出，受到製造業不振影響，印度去(2018-19)年度工業生產指數(IIP)成長率衰退至 3.8%，為 3 年來新低，雖然印度盧比(Rupee)適度貶

值但出口量仍持平，由此可見國際市場外部需求才是決定出口表現的主要關鍵。

至於在金融服務及電力產業部分，印度歷年累計外人直接投資成長率分別為 25%(2014-15)、23%(2015-16)、8%(2016-17)、1%(2017-18)及 6%(2018-19)，雖然亦呈現大幅衰退，但相較於製造業，金融服務及電力產業外資過去 2 年來已開始逐漸回溫。

為提振製造業，印度政府於上週宣布開放外資持股 100%從事代工生產(Contract Manufacturing)，預期將可吸引外資製造業擴大在印度投資。(駐印度代表處經濟組)

印度點餐外送公司 Swiggy 推出 Swiggy Go 提供取貨及送貨服務

印度點餐外送公司 Swiggy 於本(9)月 4 日向外界表示，該公司已於印度南部卡納塔克(Karnataka)州首府班加羅爾(Bengaluru)市推出 Swiggy Go，提供消費者取貨及送貨服務，並規劃在 2020 年前將該服務擴展至全國超過 300 個以上的城市，此外，提供點送貨服務的 Swiggy Stores 將擴展至 Bengaluru 及中南部泰倫加納州(Telangana)州首府海德拉巴(Hyderabad)市。

Swiggy 公司並表示，Swiggy Go 與提供點送貨服務的 Swiggy Stores 都將會是 Swiggy 應用程式(app)的一部分，Swiggy Go 提供即時取送貨服務，可將貨物運送至城市內各個地點，消費者

可透過該服務送洗及領取衣物、拿取遺忘的鑰匙、將午餐盒自住家送至辦公地點、運送文件或包裹予客戶等。

Swiggy 執行長 Sriharsha Majesty 表示，該公司的目標係盼透過提供無與倫比的便利度來提升都會消費者的生活品質，Bengaluru 將會是全印度第一個享有 Swiggy 全方位運送服務的城市，且服務不侷限於點送餐。

Swiggy Go 及 Swiggy Stores 的運送服務將由 Swiggy 專屬的車隊負責，與 Swiggy 合作的運送業者都可透過 Swiggy 平台獲得額外的收益，並可享有健保、醫療及意外事故給付。

Swiggy 成立於 2014 年，目前已連結超過 325 個城市的 13 萬家餐飲業者，提供消費者豐富的點餐選擇。(駐印度代表處經濟組)

印度為確保 RCEP 談判符合其國家利益，將與東協成立聯合委員會檢視雙邊貨品自由貿易協定 (FTA)

印度商工部長 Piyush Goyal 本(9)月 10 日出席在泰國首都曼谷舉行的「第 16 屆東協經濟部長與印度諮商會議(The 16th Asean Economic Ministers - India consultations)」，東協各國於會中同意與印度成立聯合委員會，共同檢視東協 10 個成員國與印度之間的貨品 FTA，該協定係於 2009 年簽署並於 2010 年正式生效，雙方將透過聯合委員會進行協定生效以來首次檢視。

印度產業界過去一直抱怨印度與東協簽署之貨品 FTA 並未造福印度國內業者，加上近來全球貿易摩擦威脅印度經濟及貿易成長，因此國內產業極度抗拒政府洽簽任何無法帶來實質效益甚至犧牲產業利益的 FTA。

印度鋼鐵、藥品、紡織及電子產品等業者在本(2019)年 7 月與 Goyal 部長會晤時曾提出批評，印度在過去 10 年與東協、日本、南韓簽署貿易協定，但在協定生效後對印度業者利益有限，且印度與該等國家的貿易赤字持續擴大，以印度與東協為例，2018 年雙邊貿易額雖自前一年的 736 億成長至 808 億美元，但印度在 2018-2019 財政年度對東協的貿易赤字卻自前一年的 130 億美元增加至 220 億美元。此外，印度正參與由中國大陸主導的區域全面經濟夥伴關係協定(RCEP)談判，一旦協定簽署生效後，印度國內市場恐將充斥廉價的中國大陸產品。

印度政府智庫 Niti Aayog 之前便指出，印度雖與東協簽訂彼此承諾約 75% 稅項自由化的 FTA，但並未提升印度對外貿易的表現，此外，印度雖保有汽車、紡織品、石油產品、糖、小麥、乳製品及其他食品等 10% 稅項免除降稅，但泰國、菲律賓、緬甸、汶萊及越南等國免除降稅的品項比例卻較印度更高。此外，東協國家出口印度的許多產品並未確實遵守原產地規範，也無法雙邊合作調查及處理此項漏洞，再加上受限於東協國家的標準、法規措施及其他非關稅障礙，印度在雙邊 FTA 的使用率竟低於 30%。

印度盼未來能透過前述與東協成立的聯合委員會，共同檢視雙邊貨品 FTA，改善印度國內農業及製造業面臨的困境，進而持續推動「在印度製造政策(Make in India)」及增加就業，並盼未來在推動洽簽 RCEP 等貿易協定時能與各國創造更平等的貿易條件，以協助活化國內產業。

東協各國盼能於本年底前完成 RCEP 談判，Goyal 部長於本月 11 日表示，印度參與 RCEP 談判一定會基於國家利益，只要國內產業及國家利益得到保障，政府樂見 RCEP 早日完成談判，政府會努力保障國內主要產業的權益，但協商過程不應被少數幾個產業所把持及左右。渠指出，目前印度國內大部分產業皆支持參與 RCEP，但少數產業因不了解協定細節而決定抵制。

Goyal 部長表示，中國大陸目前每年進口總值約 250 億美元的藥品，但印度出口至中國大陸的藥品僅 2 億美元，印度藥品產業積極尋求中方開放市場，因此支持 RCEP 儘早完成談判。印度棉紡織業者則聲稱中國大陸 8% 關稅影響其產品競爭力，因此也支持 RCEP 儘早談定。

印度工業總會(Confederation of Indian Industry, CII)曾向印度政府提交一份印度加入 RCEP 評估報告，建議對於中國大陸具備優勢的產品，印度應將該等稅項排除於降稅清單，如此才能保護國內產業。至於印度農業，鋼鐵、化學品、微中小企業等政府部會則對 RCEP 持反對立場。(駐印度代表處經

濟組)

印度 Tamil Nadu 州公布電動車產業發展政策，盼吸引 5,000 億盧比投資及創造 15 萬個就業機會

位於印度南部的 Tamil Nadu 州於本(9)月 16 日對外公布電動車產業發展政策，盼吸引 5,000 億盧比(約新臺幣 2,500 億元)投資，將該州打造成電動車產業中心，並創造 15 萬個就業機會。目前該州汽車註冊數量已自 1981 年的 32.1 萬輛增加至本(2019)年的 2,770 萬輛，年成長率達 12.4%，但儘管印度中央政府積極推動油電混合及全電動車製造業補貼計畫(Faster Adoption and Manufacturing of Hybrid & Electric Vehicles, FAME)，該州電動車普及率仍很低，因此 Tamil Nadu 州長 Edappadi K Palaniswami 認為，車輛售價、公共充電設施及吸引投資都是必須處理的課題。該州政府也將成立電動車創投基金，提供財政補助予新創企業。

Tamil Nadu 州將實施電動車製造業特別套案，在該州製造、銷售並完成註冊的電動車在 2030 年 12 月前都可享有 100% 的地方商品暨服務銷售稅(SGST)退稅優惠；電動車中間財及充電設施雖不適用 SGST 退稅，但超過 10 年以上的投資案在 2025 年 12 月前可獲得 15% 的資金補貼；另投入電動車產業的業者在 2025 年 12 月前都可獲得電力稅完全免除。此外，Tamil Nadu 州亦將針對電動車製造及充電設

施所需用地的出售及租賃提供補貼，並將提供獎勵以創造就業。該州未來將在主要汽車製造中心發展電動車專屬園區以建立供應商生態系，並將推動成立物流園區及自由貿易倉儲區以改善存貨管理，微中小型企業也將獲得特別獎勵。

Tamil Nadu 州計劃在 10 年之內將 Chennai、Coimbatore、Trichy、Madurai、Salem 及 Tirunelveli 等 6 座主要城市內的三輪車、計程車及線上軟體叫車服務的所有車輛都轉型成電動車。2 輪電動在 2022 年 12 月前將可獲得道路稅完全免除及免繳註冊費，私人電動汽車在 2022 年前則可享有註冊費免繳及免除 50% 至 100% 不等的道路稅。

目前擁有約 2.1 萬輛巴士的 Tamil Nadu 州立公共運輸公司 (State Transport Undertakings, STUs) 也規劃未來每年將 5% 的車輛 (相當於 1,000 輛) 替換為電動巴士，該等巴士將在公車總站透過 3 向式接電設備進行充電，在小型車站也有小型充電設備提供支援。該州將透過發配電公司 TANGEDCO 等公部門企業投資建置充電站，民間業者若有意投資則可獲得適當的資金補貼。該州將在上述 6 座主要城市內的國道及省道高速公路兩側每 25 公里處興建一座 3x3 的電網充電站，政府辦公地點的停車場也將廣為建置充電點。

Tamil Nadu 州將透公私夥伴 (PPP) 模式經營公共充電站，供電費率則將由電力法規委員會決定，最多只會比平均

供電成本價增加 15%，再生能源也將被優先當作供電來源且不會產生接電成本。該州將成立高級指導委員會，監督上述各項政策目標的執行，電動車充電電池的回收及再利用、廢電池的處理也將是政策的一環。(駐印度代表處經濟組)

印度資通訊部 (MeitY) 部長 Ravi Shankar Prasad 敦促電子及手機業者擴大在印度投資、生產及出口

印度資通訊部 (MeitY) 部長 Ravi Shankar Prasad 昨 (16) 日與 50 餘位電子及手機產業龍頭總裁會晤，包括 Apple、Dell、Oppo、Samsung 等，財政部次長 Ajay Bhushan Pandey 及政府智庫 Niti Aayog 總裁 Amitabh Kant 亦出席會議，渠強調全球經濟環境動盪，但印度基本面仍然健全，印度政府目標在 2025 年創造 4,000 億美元電子製造產業體系，將提供相關優惠措施，協助業者擴大在印度投資及生產並出口至全球。

Prasad 部長特別呼籲 Apple 及 Samsung 擴大在印度投資，強調印度擁有廣大的市場、優良的人力資源及友善的投資政策，該部將在 2~3 個月內公布重要優惠措施，並成立工作小組定期與產業界溝通，聽取業者建議並回應關切事項。渠表示，印度在太陽能、汽車及電子產業等擁有龐大市場，必須成為策略性電子產業主要領導者，尤其第 5 代行動通訊技術 (5G) 更是深具潛力領域，亟盼印度成為 5G 知識經濟、專利及研發中心，政府將

全力協助產業界。

印度政府希望透過國際大型品牌在印度投資，帶動供應鏈體系至印度投資，創造整體附加價值，資通訊部將陸續與 Bosch、Cisco、Flextronics、Foxconn、Intel、LG、Nokia、Panasonic、Sterlite、Wistron 等重要廠商會談。過去幾年，印度手機產能已明顯擴增，去(2018-19)年產量為 2.9 億隻，產值為 1.7 兆盧比(約 240 億美元)，本(2019-20)年初內閣通過的全國電子產業政策(National Electronics Policy 2019)，目標 2025 年手機產量 10 億隻，產值 1,900 億美元，其中 6 億隻出口，出口值 1,100 億美元。

印度時報(The Times of India)報導指出，目前 Apple 透過緯創(Wistron)在印度組裝 iPhone 6S 及 7 手機，受到美、中貿易戰影響，加上印度手機進口關稅高達 20%，Apple 積極尋求轉移生產基地，將結合主要代工廠富士康(Foxconn)在印度擴大投資 10 億美元，目前正進行測試中，對此報導 Apple 並未回應。

此外，本年第 1 季(4~6 月)印度經濟成長率為 5%，低於印度中央銀行(RBI)原先預估的 5.8%，對此央行總裁 Shaktikanta Das 表示十分意外但強調，今年 1 月以來已 4 度調降基本利率共 1.1%以刺激經濟，隨著印度政府陸續推出相關振興經濟措施，預估第 2 季景氣將會開始回穩。(駐印度代表處經濟組)

印度商工部正式公告放寬煤礦開採、代工生產及單一品牌零售業外人投資(FDI)規定

印度商工部國內貿易及產業推廣部門(DPIIT)昨(18)日正式公告，放寬煤礦開採(Coal Mining)、代工生產(Contract Manufacturing)及單一品牌零售業(Single-Brand Retail)外人投資(FDI)持股至 100%，並將這些行業列為自動許可項目(Automatic Route)，另允許數位媒體業外資持股 26%，希望透過這些措施能夠刺激經濟。

原本印度政府規定外資可持股 100% 開採煤(Coal)及褐煤(Lignite)，但僅能用於電廠、鋼鐵廠及水泥廠。此次 DPIIT 修正煤礦法(Coal Mines Act 2015)及礦業法(Mines and Minerals Act 1957)，放寬外資可進行開採、銷售及相關加工設施如洗煤(Coal Washery)、碎煤(Coal Crushing)、輸煤及分離(Coal Handling and Separation)。

在外資投資製造業部分則不論被投資者自行從事生產或受委託代工生產，亦不論買賣雙方係直接交易(Principal to Principal)或透過仲介交易(Principal to Agent)都在開放範圍。在外資單一品牌零售業部分，外未來業者可先進行線上銷售，只要在 2 年內設立實體店面即可，如銷售印度品牌產品則不受此限制且不須簽訂銷售合約。

原本印度政府不允許外資從事數位媒體產業，此次開放外資可持股 26%，透過數位或印刷媒體從事新聞上傳(Uploading)及分流(Straeming)，但投資

案需事先獲得印度政府核准 (Government Approval Route)。專家表示，有關 26% 的外資比例上限仍有待釐清，因為部分業者如計畫增資將受到限制，此外顧問公司 Diloitte India 合夥人 Jehil Thakkar 認為，按現行規定外資從事電視新聞廣播可持股 49%，似乎與此不符。(駐印度代表處經濟組)

為維護學生及年輕人健康，印度政府將全面禁止電子菸 (E-cigarette)

印度財政部長 Nirmala Sitharaman 昨(18)日在記者會中宣布，為維護學生及年輕人健康，將全面禁止所有與尼古丁相關電子菸之生產、銷售、進出口及廣告，最快今年國會冬季會期就會通過法案並執行，初犯最高將處以 1 年以下有期徒刑或(併)科 10 萬盧比(約 1,400 美元)罰鍰，累犯最高將面臨 3 年以下有期徒刑及 50 萬盧比罰鍰，單獨持有 1 根電子菸並不會遭到起訴，但大量囤積將處以 6 個月以下有期徒刑或(併)科 5 萬盧比罰鍰。

昨日消息一出，孟買證券交易所 (Bombay Stock Exchange, BSE) 與菸草相關公司股價應聲上漲，平均值漲幅為 9%，例如印度菸草公司 (ITC Ltd.) 股價上漲 2.45 盧比(1.03%)，收盤為 239.60 盧比；VST Industries 公司股價上漲 58.15 盧比，收盤來到 3,650 盧比，由於印度政府間接及直接持有這些菸草公司主要股權，例如持有 ITC

Ltd. 股權 28.6%，估計這波漲勢可為印度政府帶來超過 100 億盧比收益。

印度電子菸銷售組織召集人 Praveen Rikhy 十分不滿表示，印度政府的決策根本缺乏永續性，衛生部事前也未曾與相關團體諮商，且該部去(2018)年禁止電子菸廣告的建議，今年 3 月已遭到德里高等法院駁回，理由是電子菸並非毒品，政府無權禁止。美國最大電子菸製造商 Juul 勢必會受到影響，2018 年該公司電子菸在美國市占率高達 75%，在印度市場正逐漸上升。國際菸草大廠 Phillip Morris 原本也計畫在印度推出電子菸，該公司預估印度電子菸市場規模約 20~30 億盧比。

印度健康部次長 Preeti Sudan 表示，印度本身不生產電子菸但市面上銷售品牌超過 400 個，口味超過 150 種，印度醫學研究委員會 (Indian Council of Medical Research) 有完整的研究報告建議禁止電子菸，並得到 IMA、AIIMS Jodhpur、Tata Memorial Hospital 等醫療機構的支持。(駐印度代表處經濟組)

印度政府針對製造 LED 電視所需的液晶電視面板廢除 5% 的進口關稅

印度財政部於本(9)月 17 日晚間公告，針對製造 LED 電視所需的液晶電視面板 (open-cell TV panel) 廢除 5% 的進口關稅，將有助振興印度國內電視製造業並使電視面板價格降低約 3%。

印度政府於 2017 年 6 月開始針對液晶電視面板課徵 5% 關稅，但印度國內主要電視製造商及消費性電子產品暨家用設備製造商協會 (The Consumer Electronics and Appliances Manufacturers Association, CEAMA) 一直要求政府予以廢除，如今總算如願以償。

印度財政部表示，用於製造 LCD 及 LED 電視的液晶面板(含 15.6 吋及以上)進口自此將免徵關稅，由於液晶面板係製造電視所需之重要組件，且佔電視整機製造成本的一半以上，面板課徵關稅對於電視製造業者來說影響很大。印度政府此次也針對覆晶薄膜 (Chip on Film)、印刷電路板組裝 (PCBA) 及晶體 (Cell) 等用於製造液晶電視面板的零組件廢除進口關稅。

印度政府在即將到來的 Diwali 節慶之前做出上述決定，將有助刺激 LED 電視在節慶時的買氣，電視製造業者對此皆予以肯定。日本松下電子 (Panasonic) 印度暨南亞地區總裁兼執行長 Manish Sharma 表示，業者生產的成本壓力將獲得緩減，一旦優惠回饋給消費者，將有助刺激市場需求。日本索尼 (Sony) 印度公司總經理 Sunil Nayyar 則表示，該公司向來支持政府的「在印度製造 (Make in India)」政策，上述面板免徵關稅的措施將有助該公司擴大在印度的電視製造規模。

印度電視市場規模估計約為 2,200 億盧比(約新臺幣 1,100 億元)，但目前產業因市場需求放緩而舉步維艱，南韓三星 (Samsung) 公司因面板被課徵關

稅，早已將印度的電視生產線遷往越南，透過印度與東協之間的 FTA 將產品進口印度，藉此降低成本。(駐印度代表處經濟組)

為紓緩警力負荷，印度政府計劃建立全球最大的臉部辨識系統

印度是全球警力最嚴重不足的國家，平均每 724 人才有 1 名警察，為紓緩警力負荷，協助警方過濾罪犯、尋找失蹤人口及死者等，印度政府計劃建立全球最大的臉部辨識系統，彙集全印度監視錄影機資料，並與護照及指紋系統連結，計畫案將於下個月進行公開招標，這將為保全業帶來巨大商機，但對倡導隱私權人士則是一場夢靨，認為這將使印度成為歐威爾式專制國家 (Orwellian State)。TechSci Reseach 公司預估至 2024 年印度臉部辨識系統市場商機將成長 6 倍至 43 億美元，與中國大陸相當。

這項計畫也引起廣泛討論，德里網路自由基金會 (Internet Freedom Foundation) 執行長 Apar Gupta 表示，印度是全球唯一計劃設立此系統但卻沒有資料保護法或隱私法的民主國家，印度目前不僅無法透過科技控制人民，亦無適當防衛機制避免資料被濫用。該基金會 2015 年成功遊說印度政府確保網路中立性，並禁止網路平臺如 Facebook 所屬的 Free Basics 網站在印度營運。

印度內政部 (Ministry of Home Affairs) 去 (2018) 年提出的資料保護法 (Data

Protection Bill)草案，內閣至今仍未通過。印度生物辨識身分證阿達爾卡(Aadhaar Card)，是全球最大的生物資料庫，連結銀行帳戶及繳交所得稅等資料，實施以來屢傳資料外洩及黑市交易個資事件。今年 1 月德里高等法院表示，過去 3 年德里有 5,000 名兒童失蹤，但臉部辨識系統卻未能協助找回任何 1 名兒童，這實在令人無法接受。本(9)月稍早印度南部 Tamil Nadu 州的 Madurai 市警局竟發生臉部辨識資料在網路上被洩漏。此外，印度全國達利(賤民)正義運動(National Dalit Movement of Justice)資料顯示，印度的低種性及部落人口屬於弱勢族群，長期受到歧視，他們占印度總人口 4 分之 1，卻占監獄受刑人總數的 34%，這套系統如被人為不當使用，將對這些弱勢族群不利。

這套臉部辨識系統一旦建立，將是印度警方打擊犯罪的利器，印度過去 30 年有超過 100 起恐怖攻擊事件，包括 2008 年發生在孟買車站及飯店的連環恐攻案件，當時共造成超過 500 人傷亡，其中 166 人死亡。

上(8)月某印度聯邦政府智庫曾批評德里市政府，委託中國大陸 Hikvision 公司的印度分公司設置 15 萬個監視錄影機，恐造成資料非法被盜取並有可能會洩漏予中國政府。印度新創公司 Staqu Technologies 執行長 Atul Rai 表示，印度政府規劃設置的臉部辨識系統招標案採用美國國家科技中心(National Institute of Science and Technology)建立的標準，有利於外資

保全業如 CP Plus、Dahua、Panasonics Corp.、Bosch Security Systems、Honeywell International Inc.、D-Link India 等，許多印度本土公司將無法參與投標。(駐印度代表處經濟組)

印度政府調降旅館與外燴服務等商品及服務稅(GST)

印度商品及服務稅(GST)委員會於本月(20)日會議中決定，針對旅館業，每晚住房費 7,500 盧比(約新臺幣 3,750 元)以上的旅館的 GST 自目前的 28% 調降至 18%；每晚住房費介於 1,001 及 7,500 盧比之間的旅館的 GST 調降至 12%；每晚住房費 1,000 盧比以下者免除 GST。印度政府預估，調降旅館業 GST 每年將減少約 150 億盧比的稅收。

針對外燴服務業，該委員會將 GST 調降至 5%，但業者在針對最終販售的勞務進行報稅時將無法再要求將投入的成本(input tax credit, ITC)自納稅額中扣除。至於含咖啡因之飲品因對健康有害，該委員會將稅率自目前的 18% 大幅調高至 40%，其中含 28% 的 GST 及 12% 的附加稅(cess)，使該等產品的 GST 調升至目前最高級距。該委員會並決定，碳酸飲料製造商不得再採用 GST 綜合方案(GST composition scheme)，將無法再適用先前較優惠的營業稅率。

印度 GST 委員會此次針對年營收在 2,000 萬盧比以下的納稅人，廢除每年需申報獲利的規定，以減少業者報稅

的壓力。不過，該委員會針對半寶石等產品訂定新的 GST 類別，使 GST 的結構變得更加複雜。

印度汽車產業雖一直期盼政府能調降 GST，但印度 GST 委員會此次仍然拒絕業者的訴求，僅針對 1,500 cc 柴油引擎及 1,200 cc 汽油引擎容量、長度在 4,000 mm 以下、可搭載 10 至 13 人的車輛，將附加稅自目前的 15% 調降至 1%。目前汽車之 GST 為 28%，係最高級距，佔印度政府稅收的比重甚高，印度 GST 委員會拒絕調降汽車的 GST，也是為了避免政府每年短收 5,400 億盧比的稅收。水泥及餅乾等產品因同樣佔印度政府稅收很大的比重，且 GST 調降也無法大幅刺激銷售，因此該委員會決定不予調降。

總結印度 GST 委員會此次調整 GST 的產品包括：滑動式扣件自 18% 調降至 12%，礦物燃料自 18% 調降至 5%，研磨器自 12% 調降至 5%，羅望子乾果及由樹葉、花卉及樹皮製成的碟具及杯具自 5% 調降至 0%，切割及拋光的半寶石自 3% 調降至 0.25%。此外，針對在碳氫化合物探勘許可政策 (Hydrocarbon Exploration Licensing Policy, HELP) 下進行的石油開採作業所使用的特殊產品，該委員會訂定 5% 的 GST 稅率。至於鐵道車廂及載貨工具的 GST 則被調升至 12%，考量的是該產品供應商會在報稅時要求將累計投入的成本(input tax credit, ITC)可自納稅額中扣除。(駐印度代表處經濟組)

印度調降公司稅率將有助於手機產業在印度投資、生產及研發

當前印度國內失業率攀升，經濟衰退至 6 年來新低，印度政府本(9)月 20 日突然宣布將公司稅率由 30% 降為 22%，在 2023 年 3 月 31 日前完成投資設廠並開始生產的製造業可享有更低的 17% 公司稅率，希望藉此吸引製造業赴印度投資，對此印度前 4 大手機品牌一致認為將有助於手機產業包括顯示面板、鋰電池、鏡頭等在印度投資、生產及研發。

隨著美、中貿易摩擦持續，大量商品被加徵關稅，打亂國際供應鏈體系，國際品牌如蘋果(Apple)及其代工廠富士康(Foxconn)及緯創(Wistron)等，紛紛尋求其他替代生產基地，印度必須與越南等國競爭吸引這些投資者。中國大陸手機品牌 OnePlus 印度分公司總裁 Vikas Agarwal 表示，印度調降公司稅率將有助於提振投資者信心，直接影響公司獲利，促進消費，更重要的是顯示印度政府的企圖心。印度手機品牌 Lava 及中國大陸小米(Xiaomi)亦表示，將有助於該公司在印度創造就業並設立研發中心。小米在印度銷售的手機，99% 零組件都是印度本地代工生產，最近該公司也協助其鏡頭模組代工廠 Holitech 在印度設廠。

印度政府積極吸引投資者，尤其是勞力密集的電子製造業，上週印度政府取消 Open Cell 電視面板 5% 的進口關稅(註：指面板只搭載驅動 IC 和 PCB

板，而不是具備背光模組及功率元件組），此有助於業者在印度組裝電視。印度是全球第 2 大手機市場，僅次於中國大陸，手機產業是莫迪總理推動「在印度製造(Make in India)」政策的重要關鍵。

科技研究公司 Canalsys 研究員 Rushabh Doshi 表示，降低公司稅率對個別公司可能帶來得利益，及實際可能吸引投資金額目前仍不容易估算，但投資者仍需留意印度政策反覆、官僚體系繁雜、物流效率不佳、土地取得程序繁雜等問題。外貿協會劉副董事長世忠日前訪問印度接受路透社訪問時表示，目前是印度儘可能提出優惠政策吸引投資的機會之窗，這是一個很好的開始，期待印度政府有更多重大優惠措施。(駐印度代表處經濟組)

我商緯創資通股份有限公司規劃在印度南部班加羅爾(Bangaluru)國際機場附近投資興建製造廠房及研發中心

位於印度南部的卡納塔克(Karnataka)州的副州長 CN Ashwath Narayan 於本(9)月 26 日向媒體表示，為蘋果公司(Apple)組裝製造 iPhone 智慧手機的我國電子業巨擘緯創，已規劃在該州首府班加羅爾(Bangaluru)市及其鄰近地區投資興建手機及硬體設備製造廠房，並有意在該區建立研發中心。Karnataka 州政府也已在 Bangaluru 國際機場附近的航太園區規劃提供緯創建廠所需用地。

具有 IT 背景的 Narayan 副州長向媒體指出，渠已陪同州長 BS Yediyurappa 與緯創集團的高層會晤，了解該公司的投資規畫。緯創將減少在印度以外地區的投資，大部分的投資會轉向至印度 Karnataka 州。緯創原先僅規劃投入 90 億盧比(約新臺幣 45 億元)資金，但目前已向州政府表達有意將第一階段的投資增加至 160 億盧比，並在接下來的幾個階段增資至 330 億盧比。

緯創在 Karnataka 州 Bangaluru 市的 Peenya 工業區已有一處 iPhone 製造設施，目前正在 Kolar 市的 Narasapur 工業區執行第一階段 40 英畝製造廠房的興建作業，預計在本(2019)年底前可提供 15,000 個新的就業機會。Narayan 副州長表示，該州會提供所有緯創需要的協助，確保該公司能順利執行投資計畫。(駐印度代表處經濟組)

印度政府暫緩全面禁止一次性塑膠製品

印度政府為處理環境汙染問題，原決定全面禁止一次性塑膠製品，但有官員於本(10)月 1 日指出，由於前述決定對產業衝擊甚鉅，尤其印度目前正處於國內經濟成長遲緩及失業率攀升之際，因此政府已暫緩執行該決定。

印度總理莫迪雖於本月 2 日表示，盼能在 2022 年之前使印度擺脫使用一次性塑膠製品，但隨後即有官員指出，政府不會立即禁用塑膠製提袋、杯、盤、小型瓶罐、吸管、包裝袋等產品，而是試圖降低該等產品的使用量。

印度環境部(Ministry of Environment)次長 Chandra Kishore Mishra 向媒體表示，政府接下來會要求地方各州針對儲藏、製造及使用聚乙烯提袋及聚苯乙烯泡沫塑料等部分一次性塑膠製品加強執行現有的法規，政府不會頒布新禁令，但會加強對民眾宣導塑膠製品帶來的負面影響以及回收該等產品與避免隨意丟棄的重要性。

儘管印度政府暫緩全面禁止一次性塑膠製品，但已造成使用塑膠製品包裝汽水、餅乾、番茄醬及洗髮精等產品的業者感到恐慌，印度工業總會(Confederation of Indian Industry, CII)便指出，許多產業並無法找到可立即替代塑膠製品的包裝材料，例如盛裝藥品及保健產品所需的小型塑膠瓶罐及包裝食鹽、乳品與餅乾所需的多層性包裝袋。(駐印度代表處經濟組)

為便利外商在印度投資，印度政府將設立單一窗口，協助廠商加速完成中央及地方各項申請核准程序

印度商工部產業及國內貿易推廣部門(DPIIT)次長 Guruprasad Mohapatra 本(10)月 21 日表示，為協助外商在印度投資，將設立單一窗口(Single Window System)，由中央及州政府代表進駐，協助廠商加速完成中央及地方各項申請核准程序，針對金額超過 5 億美元的投資案並將指派客戶經理(Relationship Manager)專案協助。

根據印度商工部統計資料，2014-15 年

度印度外人直接投資(FDI)成長 25%，2015-16 年度成長 23%，但之後 3 年成長幅度皆低於兩位數，2017-18 年度由於大選及盧比貶值等因素，成長幅度跌至僅 1%。

信評機構 ICRA 表示，當前印度經濟持續衰退，為吸引外資，印度政府推出各項優惠措施，如降低公司稅(Corporate Tax)，放寬代工生產(Contract Manufacturing)、單一品牌零售業(Single-brand Retailer)、煤礦業及保險業投資限制等，希望在美、中貿易摩擦持續升溫之際，吸引製造業由中國大陸轉移至印度。本(2019-20)年度第一季(4~6 月)印度 FDI 總金額為 163 億美元，成長 28%。(駐印度代表處經濟組)

印度經商便利度全球排名第 63，較去年大幅進步 14 名

世界銀行(World Bank)公布「2020 年經商環境報告(Doing Business 2020)」，印度經商便利度(Ease of Doing Business)在全球 190 個國家排名第 63，較去年大幅進步 14 名，世界銀行並讚揚印度推動「在印度製造(Make in India)」政策及經濟改革吸引外資成效。至於全球排名前 3 名國家/地區分別是紐西蘭、新加坡及香港。

當前全球及印度經濟持續不景氣，印度中央銀行(RBI)、世界銀行、國際貨幣基金(IMF)紛紛調降對印度的經濟成長預測。2014 年莫迪總理上任時印度經商便利度排名為全球第 142 名，由於持續推動改革，2017 年為第 130

名，2018 年為第 100 名，去年上升至第 77 名，今年更來到第 63 名，不僅如此，世界銀行經濟學家 Simeon Djanlov 更表示，印度連續 3 年名列全球前 10 大改革國家，過去 20 年來僅有少數國家能做到，尤其對印度這樣大規模經濟體而言實屬不易，其他前 10 大改革國家還包括沙烏地阿拉伯(本年排名第 62)、約旦(75)、多哥(97)、巴林(43)、塔吉克(106)、巴基斯坦(108)、科威特(83)、中國大陸(31)、奈及利亞(131)。印度在這項報告分析的 10 項指標中有 6 項排名進步，然而也有 4 項排名退步。

世界銀行表示，印度今年排名上升主要因素是推出破產法(Insolvency and Bankruptcy Code)，有超過 2,000 家企業實施，其中 470 家已開始進行清算，超過 120 家的重整計畫已獲批准，過去印度公司如果破產，法拍是通常程序，但耗時約 4.3 年。此外，印度在設立新事業(Starting Business)、申請建築許可(Dealing with Construction Permits)、跨境貿易(Trading Across Borders)等項指標排名亦有明顯進步。

印度政府目標 2020 年排名進入全球前 50 名。世界銀行表示，排名越往上升競爭越激烈，但印度正朝向正確的方向邁進，有可能在 1~2 年內達成目標，但進入前 50 名或甚至前 25 名，莫迪政府必須儘早推出更具企圖心的改革措施，因為改革成效需要時間才能顯現。(駐印度代表處經濟組)

印度政府放寬燃料零售規範，以吸引國內外更多民間業者投資

印度政府為鼓勵更多新業者投資加入國內燃料零售市場，於本(10)月 23 日廢除投資額至少須達 200 億(約新臺幣 100 億元)盧比的規定門檻，未來法國 Total、印度 Adani、沙烏地阿拉伯 Saudi Aramco 等國能源業者，甚至是超市業者，都可開設銷售汽車用燃料之據點。未來想要取得印度政府許可進行銷售的業者，公司淨值僅須至少 25 億盧比，但必須在核准後的 5 年之內，將至少 5% 的零售據點開設在指定的偏鄉地區，此外，業者也必須在開始營運銷售傳統燃料後的 3 年之內，銷售壓縮天然氣(CNG)、液化天然氣(LNG)及生質燃料(biofuel)等其中至少 1 種新興替代燃料。

印度經濟事務內閣委員會(Cabinet Committee on Economic Affairs, CCEA)係於進行運輸燃料允許銷售準則檢視(Review of Guidelines for Granting Authorisation to market Transport Fuels)後通過上述規範改革，現行的規範自 2002 年迄今已 17 年未經調整，印度政府盼透過改革能提升市場動能並鼓勵國內外民間業者進行投資，未來有意投入印度國內汽、柴油銷售的投資業者可向印度政府分別申請零售、躉售或是二者兼具的銷售許可，業者也可彈性選擇透過合資企業或是子公司申請銷售許可。目前除法國 Total 已與印度 Adani 洽談投資合作外，英國 BP 也與印度 Reliance Industries 宣布共同成立銷售汽車燃料及電動車充電的事業

部。

印度政府同時也希望能透過此次放寬汽、柴油零售規範的自由化，使民營業者能與公營的石油銷售公司(oil marketing companies, OMCs)進行市場競爭，不過，由於國內市場對於價格非常敏感且與國際價格連動，各家業者制訂的售價幾乎一致，因此目前的競爭區隔僅在銷售服務而非銷售價格。

印度石油公司(IndianOil)前銷售部主管 B S Canth 認為，儘管業者僅需跨過公司淨值至少 25 億盧比的門檻，但應該還是只有錢袋夠深、銀彈充足的業者才有興趣進行投資，因為必須要有足夠的資本才能確保物流及燃料供應無虞。不過，Canth 也認為，開放市場競爭將有利消費者獲得更好的服務，現有業者將必須提供優惠及科技升級，新加入的業者則將帶來最新的銷售科技並將推動數位支付。

根據統計，截至本(2019)年 4 月為止，印度國內公、民營燃料銷售據點總計共 6 萬 4,625 處。(駐印度代表處經濟組)

為改善醫療器材品質及安全，印度將全面檢討醫療器材法規

印度健康及家庭福利部(Ministry of Health and Family Welfare)最近發布 1 項公告草案，為改善醫療器材品質及安全，將全面檢討醫療器材法規，將醫療器材劃歸中央藥品標準管理組織(Central Drugs Standard Control Organisation, CDSCO)進行管理，並將

依據藥品及化妝品法(Drugs and Cosmetics Act)定義所有醫療器材，包括軟體、設備、配件、避孕藥物及用品。

這項檢討工作將大幅調整 CDSCO 的組織架構，將新設一個獨立的醫療器材監督機構，類似印度食品安全及標準管理局(Food Safety and Standards Authority of India, FSSAI)。未來該醫療器材監督機構在全印度將有 700 個據點，所需人員將不會由各州食品藥物管理處(Food and Drug Administration, FDAs)派遣，必須由具備專業知識的工程及技術人員擔任。

業界表示，食品與藥品不同，因此有「食品安全及標準管理局(FSSAI)」及「藥品管制局(Drugs Controller General of India, DCGI)」，分別負責管理食品安全及藥品安全，醫療器材也是一樣必須設立獨立監督機構，據悉印度健康部已完成醫療器材法(Medical Device Act)草案，將在 3 個月內徵詢相關團體意見，預估從法案通過、組織設立到產業體系建立約需 2~3 年。

印度國內醫療器材市場規模約為 9,000 億盧比(約 128 億美元)，2019 年度醫療器材進口總額達 3,880 億盧比。本(2019)年 2 月印度政府已將電腦斷層掃描(CT Scan)、核磁共振(MRI)、透析(Dialysis)及 X 光等醫療器材納入藥品及化妝品法管理。醫療器材並不屬印度中央藥品管制局(DCGI)管理範圍，未來法規修正後，所有醫療器材都必須取得印度中央藥品標準管理組織(CDSCO)的

認證。(駐印度代表處經濟組)

印度政府規劃改用企業年營收來 區分微型、小型及中型企業

印度政府規劃改用企業年營收來區分微型、小型及中型企業，目前正由微中小型企業部(MSME)提案修改 2006 年頒布的「微中小型企業發展法案 (Micro, Small & Medium Enterprises Development Act)」，將有助於解決目前以投資額(如廠房、機械及設備等)區分企業類別，造成製造業及服務業在如何區分企業規模上存在落差的問題。

根據 MSME 目前的提案，不論製造業或服務業，凡是年營收在 5,000 萬盧比(約新臺幣 2,500 萬元)以下的企業將被歸類為微型企業，年營收在 5,000 萬以上至 7 億 5,000 萬盧比者將被歸類為小型企業，至於年營收在 7 億 5,000 萬以上至 25 億盧比者則將被歸類為中型企業。

上述法案若能順利獲國會通過同意修改，服務業雖無法再享有公共採購等適用於微中小企業的部分優惠措施，但卻能享有特許銀行融資及其他適用於小型企業的優惠措施。此外，由於印度已實施商品暨服務稅(GST)，前述法案修改後，政府將可輕易透過企業所繳交的 GST 金額來審視企業的營收並將企業進行級距分類，可避免企業濫用原本不適用的優惠措施。(駐印度代表處經濟組)

印度政府規劃建立醫材及原料藥 製造中心

印度政府正規劃建立醫材及原料藥 (bulk drugs) 製造中心，以促進在地製造及減少進口依賴，將透過特殊目的實體(Special Purpose Vehicles, SPVs)針對製造園區興建基礎設施及申請許可，使相關製造業者能於入駐後立即開始作業。有印度官員指出，政府已於上(10)月同意於 Andhra Pradesh、Telangana、Himachal Pradesh 及 Assam 等 4 州各建立一座原料藥製造園區，並於 Andhra Pradesh、Telangana、Tamil Nadu 及 Kerala 等 4 州各建立一座醫材製造園區。

印度商工部產業暨國內貿易推廣部門(DPIIT)在最近與相關業者會商時指出，印度原料藥的需求有 65-70% 是仰賴進口，主要進口來源是中國大陸，醫材的需求更高達 85-90% 是仰賴進口。中央政府目前正加速批准程序，盼能於未來 6 個月內開始動工，各州政府將提供公共污水處理廠、測試實驗室等基礎設施，SPVs 則將協助取得環保及其他必要之許可證。

DPIIT 並表示，中央政府將針對每座原料藥製造園區提供一次性補助，金額為 10 億盧比(約新臺幣 5 億元)或是園區建置成本的 70%，至於醫材製造園區則能獲得每座 2.5 億盧比的補助。印度藥品局 (Department of Pharmaceuticals) 則針對配方藥 (formulation) 製造業者規劃一套利息補助計畫，每筆貸款的利息成本將由政府負擔其中約 6%，以協助微中小型業

者(MSME)發展並將其製造設施升級至符合 WHO 的優良製造標準(GMP)。政府並正規劃成立一個公部門融資機構來執行利息補助計畫，銀行將負責業者申請貸款的呈報作業。

印度醫材產業協會 (Association of Indian Medical Device Industry, AIMED) 暨印度注射器暨醫材公司 (Hindustan Syringes & Medical Devices) 總經理 Rajiv Nath 表示，印度醫材進口金額自 2014-2015 財政年度(FY15)的 2,316.9 億盧比增加至 2018-2019 財政年度(FY19)的 3,883.7 億盧比，進口產品在加上關稅及銷售稅之後，使印度醫材市場達到近 1.05 兆盧比的規模。渠指出，印度進口的醫材大部分來自美國，政府若能制訂獎勵在地製造的政策，約可創造至少約 5,000 億盧比的投資額。

Nath 總經理並指出，上述製造園區除應將同類產品製造商群聚起來，並應避免威脅到現有產業聚落的發展。各州如 Gujarat 可注重塑膠醫療耗材，Kerala 可注重橡膠醫療耗材及零件，Maharashtra 可注重整形外科移植，Uttar Pradesh 可注重體外診斷器材(IVD)試劑之發展。(駐印度代表處經濟組)

繼調降公司稅後，印度政府規劃針對土地及融資政策進行重要改革

印度財政部長 Nirmala Sitharaman 於本(11)月 5 日表示，印度政府正與多家已

撤出中國大陸且頗具規模的公司洽談中，盼能爭取該等公司在印度建立生產基地或將生產基地遷往印度。S 財長指出，越南雖已成為許多跨國企業有興趣的投資目的地，卻也存在勞動市場飽和等發展侷限的問題，印度最近已調降公司稅，接下來將配合進行改革，提供適當的優惠以吸引投資人進駐。伊舉政府考慮修正金融規範法案(banking finance act)為例，表示印度央行(RBI)對於非銀行之金融貸放機構將具有更多的監管權，除可使投資人較易取得資金，亦可減少壞帳產生。

對於印度決定目前不會加入 RCEP 協定簽署一事，S 財長表示，這並不意謂印度放棄與全球價值鏈進行整合的機會，也不代表印度閉門自守。伊指出，莫迪總理在第二任期不會再錯過任何進行改革的機會，中央政府將積極協助印度產業降低融資及用電成本，制訂更便利的土地使用政策，進而提升產業及企業的競爭力。伊舉調整小額存款利率為例，將有助市場利率良性循環，並使投資人取得較佳的融資利率。

S 財長最後表示，印度目前正陷入投資短缺的困境，鑒於蘋果(Apple)等多家企業目前正因美中貿易摩擦尋找替代生產及投資基地，加上越南及孟加拉等國逐漸取得中國大陸所空出的出口市場，使印度遠遠落後，印度政府將積極與該等國際企業洽談，爭取其等來印度投資。(駐印度代表處經濟組)

美中貿易摩擦產生之貿易轉向效應使印度對美國出口增加7.55億美元

由聯合國貿易暨發展機構(UNCTAD)所做的「美國對中國大陸產品加徵關稅下的貿易暨貿易轉向效應(Trade and Trade Diversion Effects of United States Tariffs on China)」研究顯示，美中貿易摩擦及兩國間彼此加徵報復性關稅造成兩國雙邊貿易劇減，進口商及消費者需支付更高產品價格，但也使不受貿易摩擦直接牽連的國家獲得增加對美國出口的機會。

上述研究指出，美中貿易摩擦在本(2019)年上半年造成中國大陸對美國出口金額損失約達 350 億美元，貿易轉向效應使其中 210 億美元(約 62%)改由其他國家對美國出口所取代，剩餘的 140 億美元則為貿易淨損失或是由美國生產業者所取代。墨西哥、歐盟及我國係 210 億美元貿易轉向效應的最大實質受益者；其次為韓國、加拿大及印度，受惠金額約在 9 億至 15 億美元之間。

以印度為例，受惠於貿易轉向效應，在 2019 年上半年對美國出口增加 7.55 億美元，其中化學品占 2.43 億美元，金屬及礦產占 1.81 億美元，電動機械占 0.83 億美元，其他各式機械占 0.68 億美元，此外，農產、家具、辦公室器具、精密儀器、紡織及成衣、運輸設備等產品易有所增加。

上述研究提出警訊，美中貿易摩擦不但使雙方兩敗俱傷，也阻礙全球經濟

發展及未來成長。UNCTAD 國際貿易暨商品部門主任 Pamela Coke Hamilton 表示，美國對中國大陸產品加徵報復性關稅除造成中方 350 億美元的出口損失亦造成美國出口損失 25%，美中兩國若能順利簽署貿易協議，當有助緩解目前的貿易緊張。不過，該研究也指出，許多中國大陸企業已藉由降低出口價格來吸收關稅增加的成本，該等企業的競爭力比較高，因此尚能維持住 75% 的對美國出口。

上述研究也指出，以產業別來看，辦公室器具及通訊類設備受美中貿易摩擦影響最鉅，美國自中國大陸進口該等產品的金額減少高達 150 億美元，跌幅達 55%。回顧貿易摩擦發展至今，美國政府係為解決嚴重貿易赤字而於 2018 年採取一系列貿易措施，首先鎖定特定產品如鋼、鋁、太陽能面板及洗衣機等，隨後即開始針對中國大陸產品。兩國於去(2018)年初夏對彼此價值約 500 億美元的商品加徵關稅，美方更於同年 9 月對總值 2,000 億美元的中方商品課徵 10% 關稅，招致中方對美方總值 600 億美元的商品課稅作為報復。時至本(2019)年 6 月，美方針對中方商品進一步調升關稅至 25%，中方隨即針對美方部分產品再度調升關稅予以回擊。美方最後在本年 9 月決定對中方剩餘的總值 3,000 億美元商品的大部分品項開始課徵 15% 的關稅。(駐印度代表處經濟組)

印度經濟成長遲緩，反映在用電需求及汽車銷售持續下滑

受國際環境以及國內消費需求與民間投資雙雙降低所影響，印度在 2019-2020 財政年度(FY20)第 1 季(2019 年 4 月至 6 月)的經濟成長率下跌至 5%，係過去 6 年來最低，許多國際評比機構因此下修印度 FY20 整年經濟成長率的預估，就連印度央行(RBI)也在本(2019)年 10 月將 FY20 的經濟成長率預估自 6.9%大幅調降至 6.1%。為刺激經濟成長，印度政府近期宣布許多措施，包括調降公司稅、對公部門銀行注入更多資金、針對房地產業成立 2,500 億盧比(約新臺幣 1,250 億元)的基金等。

印度中央電力管理局(Central Electricity Authority)公布的數據顯示，本年 10 月國內用電需求與去(2018)年同期相比下跌 13.2%，自本年 8 月起已連續 3 個月下跌，係過去兩年多來首見，用電需求下跌也反映在消費品、汽車及住房等市場的需求下跌。汽車產業重鎮 Maharashtra 州與 Tamil Nadu 州以及紡織與化學品製造中心 Gujarat 州的用電需求都呈現大幅下跌，產業活動萎縮、雨季延長造成夏季使用空調以及農民灌溉的需求減少皆是造成用電需求下跌的原因。

日本鈴木汽車公司(Suzuki Motor Corp)於最新的季度財報也提出警訊，旗下印度子公司 Maruti Suzuki India (MSI)本年 10 月在當地的銷售量與去年同期相比下跌 20.7%，自本年 2 月起已連續 9 個月呈現下滑。MSI 占印度汽車市場

整體銷售量的 50%，在過去 7 年間的銷售成長不曾間斷，但如今連母公司總裁 Toshihiro Suzuki 都已表示，對於全球第 4 大的印度汽車市場的前景無法樂觀以對。

由於非銀行融資機構貸放緊縮、高額的商品暨服務稅(GST)、農村經濟成長疲弱等因素，嚴重削弱印度民眾的購買力，使印度汽車產業在本年的發展舉步維艱。此外，印度政府對於電動車產業發展政策的反覆、Uber 與 Ola 等共乘叫車服務的興盛、沒有合適的主打車型、有限的經銷網絡等皆是造成國際汽車製造商在印度發展困難的原因。

不同於中國大陸與美國等全球前 2 大汽車市場是以大型休旅車(SUV)及豪華房車為主流，印度汽車市場向來以小型車為主流。由於印度小型車市場正面臨成長萎縮，且當地對 SUV 的需求成長率更勝小型車，為善加利用現有資源、降低成本及擴大營收，美國 Ford、德國 Volkswagen 及義大利 Fiat 等各國汽車製造商皆已開始重新評估在印度的市場策略及投資規劃。

Ford 已同意將其印度公司的大部分股份出售給印度汽車製造商 Mahindra & Mahindra，不再維持過去 20 年來在印度的獨立營運，顯示汽車產業在全球第 3 大經濟體印度的獲利表現面臨極大挑戰。Volkswagen 則已將印度市場布局交由其姊妹公司 Skoda 負責，將專注於 SUV 車款的發展。Fiat 也已決定將由旗下生產 SUV 的品牌 Jeep 負責在印度的整體銷售。印度對於 SUV 的

需求快速成長也使得以製造小型車為主的 Maruti Suzuki India (MSI) 等業者考慮推出 SUV 或是跨界車款。

至於日本本田汽車公司(Honda)正在評估是否將其印度的 2 座製造廠的其中 1 座轉型為研發中心；豐田汽車公司(Toyota)則已與 Suzuki 結盟，共同負擔供應鏈成本及發展新科技。(駐印度代表處經濟組)

印度 Andhra Pradesh(AP)州政府決定終止與新加坡合作開發該州新首府 Amaravati 市

印度 AP 州政府於本(11)月 11 日對外宣布，已終止該州新首府 Amaravati 市的商業區開發案。該市係 AP 州規劃興建的新首府，而該市的商業區開發案為前任州長 Chandrababu Naidu 在任時的心血結晶，並由 2 家新加坡商星橋騰飛公司(Ascendas-Singbridge, 現為新加坡 Capitaland 凱達集團的一部分)及勝科開發公司(Sembcorp Development)合組的新加坡集團取得開發權。繼世銀(World Bank)及亞洲基礎建設投資銀行(AIIB)於本(2019)年 7 月決定撤資後，上述終止的決定是本案在今年另一項令各界震驚的重大發展。

AP 州前任州長 Naidu 於 2014 年上任後即宣布將打造 Amaravati 市為新首府的宏偉造鎮計畫，其中農地加上政府持有的土地總計有超過 3,3000 英畝的開發面積，Naidu 政府隨後在 2017 年與新加坡集團以 42% 對 58% 的持股比例建立公私合作夥伴關係(PPP)，共

同在 Amaravati 市合作進行 6.84 平方公里(約 1,691 英畝)的新創商業區開發案，供國際企業及機構承租作為辦公處所及商業活動使用。不過，所有的 Amaravati 市開發活動都在本年 5 月 AP 州新任州長 Y. S. Jagan Mohan Reddy 上任後被束之高閣。

新加坡貿工部主管國際貿易關係的部長易華仁(S. Iswaran)對此表示，上述開發案的終止係由 AP 州政府及新加坡政府共同決定，新加坡政府也了解 AP 州政府在政權更迭後有其他更重要的施政規畫。易部長過去積極協助新加坡企業推動上述開發案，但渠亦表示，新加坡業者在針對海外市場進行投資決策時早已將包括合約終止等所有的風險納入評估，因此即便本案業者已投入數百萬美元的成本，也不會影響其等未來對印度的整體投資規畫。(駐印度代表處經濟組)

英國電信公司 Vodafone 向印度政府提出紓困計畫

英國電信公司 Vodafone 總裁 Nick Read 昨(12)日表示，該公司於 2018 年與印度電信業者 Idea Cellular 合資成立 Vodafone Idea 公司，擁有 3 億客戶，市占率高達 30%，但是一路走來面臨許多挑戰，未來充滿不確定性，除非印度政府停止對電信業者徵收各項高額稅費。

上(10)月印度最高法院一宗有關執照費的案件，判決 Vodafone Idea 必須支付 130 億美元的逾期費用及利息，造

成 Vodafone 集團本(2019)年上半年整體虧損 19 億歐元，Vodafone Idea 及競爭對手 Bharti Airtel 股價也雙雙下跌。Vodafone 已向印度政府提出紓困計畫，包括延後兩年支付頻道費、降低執照費及公司稅、取消高等法院判決需繳交的罰款及利息。當記者問到如果沒有上述紓困計畫，Vodafone 是否會退出印度市場時，Read 總裁表示，目前對該公司是非常艱困的時刻。

Vodafone 自 2007 年進入印度市場以 110 億美元併購印度第 4 大電信業者 Hutchison Essar 公司 67% 股權，便與印度政府在公司稅及法規管理方面有爭執。2016 年競爭對手 Reliance Jio Infocomm 加入市場展開價格戰，使得 Vodafone 在印度經營更加困難。Read 總裁表示，Vodafone 不會在印度增加任何投資，印度業務對公司股價毫無幫助，法院的判決書上也指出，Vodafone 在合資公司 Vodafone Idea 的持股價值為零。

Vodafone 是全球第 2 大電信公司，2014 年併購德國最大電纜公司 Kabel Deutschland 後營收逐漸改善，在西班牙及義大利市場也穩定成長，撇開印度市場，Read 總裁表示對集團的整體表現感到滿意。(駐印度代表處經濟組)

印度、俄羅斯、中國大陸正研擬新的銀行支付系統，以便與遭到美國制裁的國家進行雙邊貿易

印度、俄羅斯、中國大陸正研擬新的

銀行支付系統，取代目前全球通行由美國主導的「環球銀行金融電信協會(Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication, SWIFT)」清算機制，以便與遭到美國制裁的國家進行雙邊貿易。

美國自退出伊朗核子協議並對伊朗原油實施出口禁運後，雖於去(2018)年 11 月准許印度等 8 個國家自伊朗進口原油，為期 6 個月，但本(2019)年 5 月 2 日寬限期截止之後不再准許各國繼續自伊朗進口原油，印度之後便未向伊朗進口原油。印度經濟時報(The Economic Times)本年 7 月曾報導，印度為繞過美國制裁威脅，改以歐元向俄羅斯購買武器，過去在美國對俄羅斯實施經濟制裁期間，印度也曾與俄羅斯透過盧比(Rupee)-盧布(Rouble)進行貿易。

據悉這套新的銀行支付系統將連結俄羅斯的金融訊息系統(SPFS)與中國大陸的跨境銀行支付系統(CIPS)，由於印度國內目前尚未有獨立的金融訊息系統，將透過與俄羅斯中央銀行連結方式參與運作，這套系統將作為一道門戶，將所有支付訊息透過某種金融程序進行解碼。這項研議中的系統可能列入本(11)月 13、14 日於巴西首都巴西利亞召開的金磚五國(BRICS)高峰會議程中，此外 BRICS 成員間也探討以各國本身貨幣進行貿易。

過去由於美國揚言切斷俄羅斯與 SWIFT 系統連結，俄羅斯遂於 2014 年自行開發金融訊息系統(SPFS)，至 2017 年 12 月 SPFS 已能與非銀行企業

進行交易。俄羅斯銀行(Bank of Russia)國際支付部門主任 Alla Bakina 表示，SPFS 目前已與 8 個外國銀行及 34 個法人達成合作協議，目前該系統交易量持續擴大，占俄羅斯國內金融交易量由去年的 10~11% 提高至本年的 15%。

此外，歐亞經濟同盟 (Eurasian Economic Union, EAEU) 成員國目前也在研議與俄羅斯銀行的 SPFS 系統進行技術合作。去年 SWIFT 斷絕與伊朗所有銀行的訊息連結，伊朗本月甫加入 EAEU，因此積極開發替代系統。(駐印度代表處經濟組)

印度國會於本(11)月 18 日展開冬季議期，總理莫迪盼多項改革法案能在本會期順利通過

印度國會於本月 18 日展開冬季議期，這是總理莫迪所屬政府在本(2019)年 5 月贏得國會大選後的第 2 次國會議期，經濟成長遲緩及失業率攀升預料將成為反對黨與執政黨之攻防焦點，總理莫迪仍盼破產條例修正、金融管理法及金融合作社團法修正、公司稅調降、禁止電子菸、微中小型企業法修正、產業關係條例修正整併及公民權修正等 36 項改革法案能於本會期順利通過。

印度政府期盼，上述破產條例 (Insolvency and Bankruptcy Code, IBC) 修正案若順利通過，將可使更多的購房者向房地產開發商提起破產訴訟，並建立起個人及海外申請破產制度。金融管理法 (Banking Regulation Act,

BRA) 及金融合作社團法 (Co-operative Societies Act) 修正案則將使印度央行 (RBI) 對於非銀行之金融貸放機構將具有更多的監管權，可減少壞帳產生。

印度政府於本年 9 月 20 日宣布一項金額高達 1.45 兆盧比(約新臺幣 7,250 億元)或占印度 GDP 0.7% 的龐大財政振興方案，將公司稅自 30% 大幅刪減至 22% (不含附加稅及捐稅)，本年 10 月 1 日以後新成立並於 2023 年 3 月 31 日前投產的製造商更能享有自 25% 調降至 15% 的公司稅 (不含附加稅及捐稅)，盼能將此案於本次國會議期通過，藉此促進投資進而創造就業。另同日宣布之電子菸禁令 (Prohibition of Electronic Cigarettes Ordinance 2019)，印度政府則盼能正式立法，落實杜絕電子菸製造、進出口、運輸、銷售、流通、儲藏及行銷等。

至於微中小型企業法 (MSME Act) 修正案若順利通過，則可改以企業年營業額來區分微型、小型及中型企業，將有助於解決目前以投資額(如廠房、機械及設備等)區分企業類別，造成製造業及服務業在如何區分企業規模上存在落差的問題。

印度政府此次亦盼能推動產業關係條例法案 (Industrial Relations Code Bill 2019) 通過，將貿易工會法 (Trade Union Act 1926)、產業雇用法 (Industrial Employment Standing Orders Act 1946) 及產業爭端解決法 (Industrial Disputes Act 1947) 等法案整併，以有效處理勞工雇用的相關問題。

至於本次最具爭議的公民權修正法案 (Citizenship Amendment Bill) 係針對來自孟加拉、巴基斯坦及阿富汗等國，因受宗教因素迫害而逃往印度的印度教、耆那教、基督教、錫克教、佛教及祆教徒等非穆斯林人士，給予印度籍，但印度國內反對黨認為法案內容具宗教歧視，因此已於上一國會議期極力表達反對，此次執政黨將同一法案捲土重來，能否順利通過亦是各界焦點。(駐印度代表處經濟組)

印度海關將啟用貨物自動化通關系統，以往需耗時 12 個小時的貨物通關時程可大幅縮短至 12 分鐘

印度海關將於本(2019)年 12 月啟用一套運行區塊鏈(blockchain)、機器自動學習(machine learning)及人工智慧(artificial intelligence)等技術的貨物自動化通關系統，以往需耗時 12 個小時的貨物通關時程可大幅縮短至 12 分鐘。貨物自動化通關系統會先運用在 3,800 家獲印度海關認證核可的優質企業 (authorized economic operator, AEO)，該等企業具有良好的法遵記錄，進口的貨物符合風險評估要求，進口金額總計占印度整體進口額約 40%。印度海關此一重大革新將替業者省下大量的貨物通關成本及時間，並可推升印度在 World Bank 所做的經商便利度指數(Ease of Doing Business Index)的排名。

印度本年在經商便利度指數的排名為

第 63，較去(2018)年躍升 14 位，其中，在國際貿易的評比項目排名第 68，較去年上升 12 位。該指數顯示，印度孟買 Nhava Sheva 港處理貨物進口需 82 個小時，其中海關檢驗及通關需 12 個小時，有印度官員對此表示，前述自動化通關系統上路後將使 AEO 業者的貨物檢驗及通關時程大幅縮短至 12 分鐘，另針對無法適用自動化通關的貨物，印度海關會在機場使用影像掃描器，在港口則使用 X 光掃描器對貨物進行檢驗，同樣可縮短通關時程，留存的掃描影像未來也可透過區塊鏈技術對貨物進行追蹤查驗。

區塊鏈係加密貨幣不可或缺的技術，可詳細且迅速記錄所有交易過程，並產生供應鏈業者可彼此分享使用的加密資訊，無造假之虞，若應用在貨物自動化通關可免除實體交易文件及海關審查該等文件的時間。目前在印度係空運貨物通關最速，其次為海運及陸運；其中有 55-60% 的空運貨物可於 48 個小時以內通關，但可於同樣時間完成通關的海運及陸運貨物僅分別為 21% 及 15%；另有將近 60% 的海運貨物需 72 個小時以上的通關時間。

印度政府也考慮針對出口貨物實施自動化通關，使每批貨物在出廠時取得電子批章(e-seal)，讓出廠貨物經過收費區時能輕易被電子系統判讀並更快被運往港口，另清楚記載的出口商及貨物資訊也有利自動化通關。(駐印度代表處經濟組)

印度 Andhra Pradesh 州政府取消潔淨能源發電計畫，業者揚言訴諸國際仲裁

本(2019)年 7 月印度 Andhra Pradesh (AP)州新政府上任後，以前州政府招標過程有瑕疵及財政困難為由，成立一個高階協商委員會 (High-Level Negotiation Committee, HLNC)，重新檢視各項再生能源招標計畫並要求降低購電價格，此舉引來國際開發業者強烈反彈，透過印度外交部向印度政府抗議並揚言訴諸國際仲裁，AP 州政府卻執意要減少購電量，甚至取消計畫。

Andhra Pradesh 州原本規劃再生能源總發電量為 8,156 百萬瓦(MW)，包括風力發電 4,075.37 MW，太陽能發電 3,030.74 MW 及小型水力發電 103MW，但目前有將近 7,000 MW 太陽能及風力發電計畫恐面臨被取消命運，業者總投資金額高達 4,000 億盧比(約 56 億美元)。日本、加拿大、美國、新加坡、阿布達比等國政府及業者已透過主權基金及退休基金參與印度 AP 等州的再生能源發電計畫，惟恐此例一開將影響在其他州的投資計畫，該 5 國駐印度大使已聯名致函印度電力部長 R K Singh 表達嚴重關切。

日本軟銀能源(SoftBank Energy)公司在 AP 州標得 350 MW 太陽能發電計畫，日本國際協力機構 (Japan International Cooperation Agency, JICA) 已貸款給部分在印度當地的日商能源公司。部分國際金融機構也參與 AP 州的再生能源計畫，包括國際金融公司

(IFC)、亞洲開發基金 (Asian Development Fund)、Brookfield、Goldman Sachs 等。

AP 州再生能源業者先前已將本案訴諸該州高等法院，法院於本年 9 月 24 日判決支持業者立場，命令解散 HLNC，並要求 AP 州政府不得採取任何脅迫業者措施。雖然如此，AP 州政府仍持續減少自這些再生能源計畫購電量，並向高等法院提出更審要求。部分印度官員表示，由於印度政府多數購電合約(Power Purchase Agreement, PPA)並無國際仲裁條款，因此這些擬訴諸國際仲裁的國家必須找出適當的法源依據。

印度各州政府積欠再生能源業者購電費用已超過 1 年，累積金額高達 1,100 億盧比，其中 AP 州政府積欠金額最多，達 250 億盧比。評等機構 ICRA 負責人 Girishkumar Kadam 表示，由於 AP 及 Telangana 等州政府積欠業者購電費用，計畫購電價格又懸而未決，加上減少購電量等問題，已重創印度風力及太陽能發電計畫形象。(駐印度代表處經濟組)

印度政府宣布自本(2019)年 12 月 1 日起，國道將全面使用道路收費電子標籤(FASTag)

印度道路運輸暨高速公路部長(Road Transport and Highways Minister) Mr. Nitin Gadkari 於本(11)月 21 日對印度高速公路局 (National Highways Authority of India, NHAI)下達指示，各

國道收費亭將免費發放已預載 150 盧比(約新臺幣 75 元)的電子標籤(FASTag)至本(2019)年 12 月 1 日截止,呼籲尚未於車輛貼裝 FASTag 的民眾儘早取用,落實無現金收費的順暢交通。

印度政府先前已宣布自本年 12 月 1 日起,國內 537 處道路收費區將全面強制使用 FASTag 以執行電子收費,該標籤係採用無線射頻辨識(radio frequency identification, RFID)技術,目前 90%的國道收費區皆已具備使用 FASTag 所需的基礎設施,至於剛設置的收費區在電子收費系統架設完成之前會先經歷一段短暫的陣痛期。不過,印度政府仍規劃於各收費區保留一個混和車道,現金及非現金支付之車輛皆可使用該車道,但未裝設 FASTag 卻行駛 FASTag 車道之車輛,通行費將加倍收取。印度政府將於本年 11 月 17 日至 12 月 10 日間派遣中央稽查官員前往地方各州的道路收費區進行監督,確保 100%電子化道路收費能如期上路。

另 Gadkari 部長在最近接受國會質詢時表示,自新版車輛法(Motor Vehicles Act 2019)上路以來,有 18 個州及聯邦屬地總計已開出逾 380 萬張交通罰單(traffic challan),金額達 57.7 億盧比,其中最多者為 Tamil Nadu 州開出逾 141 萬張,最少者為 Goa 州僅開出 58 張。(駐印度代表處經濟組)

印度綠色能源發電產業面臨嚴峻考驗

去(2018)年印度政府設定 2022 年綠色能源發電目標為 175 GW,但今(2019)年 9 月莫迪總理在紐約聯合國氣候行動峰會(UN Climate Action Summit)演說時向各國領袖承諾,印度至 2022 年非化石能源發電量將達 450 GW,超過印度政府原先設定目標的 2 倍以上。莫迪強調,面對氣候變遷的嚴峻挑戰,當前人們所做的努力仍然不夠。

印度目前綠色能源總裝置發電量為 65 GW,預計至 2022 年底將增加 100 GW,仍無法達到原先設定的 175 GW 目標,更遑論 450 GW。過去幾年來印度國內由於煤價上漲及天然氣供應不足,業界對熱能發電逐漸失去興趣,轉而投向綠能發電,尤其是太陽能發電,但歷經幾年快速發展,目前印度的太陽能及風力發電產業正逐漸衰退,甚至面臨倒閉。

印度的太陽能收購電價是全球最低的國家之一,但印度州政府仍試圖進一步壓低電價,部分州營輸電公司甚至延遲支付購電款超過 1 年以上,過低的收購電價使得開發商難以永續經營,被迫降低供電及設施品質。尤其 Andhra Pradesh 州部分太陽能開發商更面臨存亡危機,因為該州政府脅迫業者降低與前州政府已議定之合約電價,否則將停止其營運。原本該州太陽能計畫吸引業者持續投資,但目前已中斷。

2018-19 年度印度中央及州政府發包

的 64 GW 綠色能源發電計畫招標案，其中有 26% 無人投標或僅有零星投標，更有 10% 計畫被迫取消，因為州政府提供的收購電價僅 2.5~2.8/kWh 盧比(約 3.52~3.94 美分)。再生能源顧問公司 Bridge to India 執行總裁 Vinay Rustagi 表示，印度政府過去 4 個月有 11 件風力及太陽能計畫招標案，只有 2 件決標，且執行進度嚴重落後。

印度能源、環境及資源中心(Centre for Energy, Environment and Resources)執行總裁 Ashwini K. Swain 表示，如果印度綠色能源發電計畫進度持續落後，不僅產業本身受到影響甚至會波及整體經濟，延宕印度的能源轉型計畫，倘經濟無法復甦，潔淨能源目標將不再是優先事項。Swain 強調，全球太陽能發電領先國家通常兼顧設施架設及製造生產，但印度跳過生產部分直接進入架設，使得印度在製造部分十分脆弱，落後中國大陸及越南。

根據印度中央電力局 (Central Electricity Authority) 統計資料，截至 2019 年 7 月，印度各州營輸電公司積欠再生能源業者購電費總金額高達 973.56 億盧比(約 13.7 億美元)，其中 Andhra Pradesh、Tamil Nadu 及 Telangana 等 3 州積欠金額約 650 億盧比，Andhra Pradesh 更超過 13 個月未支付業者費用。

能源公司 Actis Llp. 合夥人 Sanjiv Aggarwal 表示，投資印度太陽能產業有其隱藏風險，包括匯率變動造成模組進口成本變化，最大挑戰則是法規不確定性及融資不易取得，目前投資

計畫資金主要來自民間，但印度 2018 及 2019 年再生能源計畫新增投資金額都維持在 18 億美元，並無增加，大型銀行如 State Bank of India 已不再對收購電價低於 3/kWh 盧比之投資計畫融資。

孟買再生能源公司 Artha Energy Resources 合夥人 Animesh Damani 表示，印度太陽能計畫設備的品質也堪慮，業者為降低成本通常使用低價面板，因此模組的發電效能遞減率過高，一般第 1 級製造廠商如 REC、HanwhaQ 或 Canadian Solar 生產的模組，即使經過 7 年運轉，發電效能遞減率每年僅 0.8~0.9%，但印度通常使用中國大陸生產的次級模組，經過 4~5 年運轉，平均每年遞減率高達 2~3%，此外中國大陸出口至美國的模組通常利潤加成為 30%，但出口至印度利潤加成則為 22%，因此其品質可想而知，加上印度政府對於進口模組的品質規範並不完全，無人確認模組矽晶的純度，若業者使用高品質模組，發電價格勢必增加。

當前印度再生能源產業面臨困境的根本原因還是由於用電需求成長減緩，尤其是高耗能產業用電需求不足，根據印度中央電力局統計資料，今年 4~9 月全印度用電需求成長為 4.4%，去年同期則為 6%。資深產業專家表示，州營輸電公司受到政治壓力被迫以高價購電，但卻無法向消費者提高電費，倘經濟成長提高，電力需求增加，一切問題都將迎刃而解，但這仍是未定之數。(駐印度代表處經濟組)

印度財政部長 Nirmala Sitharaman 表示，當前印度經濟成長趨緩，但並未進入衰退期

印度財政部長 Nirmala Sitharaman 於 11 月 27 日在國會中表示，自從 7 月份提出聯邦總預算書後已採取相關振興經濟措施，成果已逐漸顯現，部分產業如汽車業正開始復甦，雖然過去幾季以來經濟成長趨緩，但並未進入衰退期，各界對於財政赤字十分關切，總預算書將財政赤字目標定在 GDP 的 3.3%，莫迪政府第 1 個任期內平均財政赤字為 3.6%，相較之下，先前國大黨領導的聯合進步聯盟 (United Progressive Alliance, UPA) 執政期間平均財政赤字則為 5.5%。在野的國大黨議員 Anand Sharma 對此言論不表贊同並引發衝突，部分反對黨議員甚至憤而離席。

印度 2017-18 年度經濟成長率為 7.2%，2018-19 年度則為 6.8%，本 (2019-20) 年度第 1 季 (4~6 月) 則跌至 5%，為 2013 年以來新低，預估第 2 季 (7~9 月) 將會更低。印度財政部並未調整本年度財政目標，但由於預估稅收將短少超過 2 兆盧比 (約 282 億美元)，官員表示原定財政目標恐難以達成。Sitharaman 部長將過去 2 年印度經濟成長衰退部分原因歸諸於前 UPA 政府過度放款，造成企業負債累累及銀行大量不良資產 (Non-Performing Assets, NPAs)，連帶影響民間投資。

Sitharaman 部長強調，本年度前 7 個月直接稅 (Direct Tax) 及商品服務稅 (GST) 稅收相較於去年度同期已有成長，本

年度 GST 總稅收目標為 6.63 兆盧比，截至目前 (4~10 月) 累計已徵收 3.26 兆盧比，表現並不差但仍有進步空間。顧問公司 India Rating 預估印度本年度財政赤字為 GDP 的 3.6%，並將全年度預估經濟成長率下修為 5.6%，強調假如印度政府為達到 3.3% 原定的財政赤字目標而被迫縮減支出，經濟成長率則可能跌至 5.6% 以下。

國大黨議員 Jairam Ramesh 表示，廢鈔 (Demonetization) 措施已對印度整體經濟造成重大影響，加上 GST 政策倉促上路更對貿易、產業及出口帶來許多問題，執政黨大力推動國營企業私有化雖可帶來短期收益，但對經濟中、長期發展不利。(駐印度代表處經濟組)

印度政府規劃修訂勞動法

印度勞動部長 Santosh Kumar Gangwar 於本 (11) 月 27 日向國會上議院表示，內閣已提請國會修訂勞動法，並已向地方州政府徵詢意見，其中之一的改革是將強制要求勞工進行罷工必須於 14 日前提出通知，並規劃將 44 項勞動法條整併為 4 大勞動法規。

Gangwar 部長於答詢國會上議院議員 Rakesh Sinha 及 Digvijaya Singh 時表示，根據 2016 年的一項調查，印度國內有將近 1 億名移工，占印度整體勞動力近 20%，因此政府在制訂新的勞動法規時會一併考量與移工相關的問題，政府也已請地方各州針對移工展開分區調查。另針對勞工若遭遇就業

場所被法院勒令歇業停工的處境時應獲得何種補償一事，Gangwar 部長表示，勞動部規劃在新的勞動法中要求雇主應給予勞工 1 個月的薪資做為補償。(駐印度代表處經濟組)

印度政府規劃投入 100 兆盧比資金以發展基礎建設

印度財政部長 Nirmala Sitharaman 於本(2019)年 11 月 30 日在孟買出席經濟時報頒獎活動(Economic Times Award 2019)時向在場的印度企業表示，政府即將公布一項在未來 5 年總計耗資 100 兆盧比(約新臺幣 43 兆元)的巨型基礎建設計畫，各項專案規畫都已趨近完成，專案一旦資金到位即可提前實施，政府預計本(12)月 15 日前可公布至少 10 項可提前實施的專案。

Sitharaman 財長另表示已親赴印度各地與地方官員會商徵稅相關的問題，並傳達中央政府盼地方能儘速簡化及合理調整商品暨服務稅(GST)徵收的立場。由於印度 FY20 財政年度的第 2 季(2019 年 7 月至 9 月)經濟成長率下跌至 4.5%，連續第 6 季下滑且係過去 6 年來最低，因此 Sitharama 部長上述的發言可看作是總理莫迪對於支持企業發展及扭轉經濟發展頹勢的決心。

Sitharaman 財長並指出，政府積極協助非銀行之金融業者、購屋及購車之消費者取得貸放或貸款資金，成效顯著，光是在 Navratras 及 Diwali 等秋季節慶那幾週便成功為市場注入 2.5 兆盧比的資金，受惠者不僅是都會地

區，偏鄉地區也同樣取得經濟活動所需的資金。

印度為振興經濟，除上述各項措施外，央行(RBI)也施以調降基準利率的刺激性貨幣政策，中央政府在最近幾個月也宣布大幅調降公司稅、放寬外資持有權規定、提撥資金予國營行庫等。然而，在印度經濟成長遲緩雪上加霜的是，此正值美中貿易摩擦持續及全球面臨經濟蕭條恐慌之際。(駐印度代表處經濟組)

印度國會下議院審議通過徵稅法修正法案

印度國會下議院於本年 12 月 2 日審議通過「徵稅法修正法案(Taxation Laws Amendment Bill 2019)」，將針對「所得稅法(Income Tax Act 1961)」及第二財政法「Finance No 2 Act 2019」進行修正，並取代本年 9 月 20 日印度總統於國會休會期間依憲法授權頒布實施的「徵稅法修正條例(Taxation Laws Amendment Ordinance 2019)」。

印度 FY20 財政年度的第 2 季(2019 年 7 月至 9 月)經濟成長率下跌至 4.5%，係過去 6 年來最低，上述條例係印度政府為解決經濟成長遲緩的措施之一，修正條例的內容包括將公司稅之基礎稅率自 30%調降至 22%(不含附加稅及捐稅)，在本年 10 月 1 日以後新成立並於 2023 年 3 月 31 日前投產的新設製造事業可享有自 25%調降至 15%更優惠的公司稅(不含附加稅及捐稅)，堪稱是過去 28 年來最大幅度的降

稅措施，金額高達 1.45 兆盧比(約新臺幣 7,250 億元)，盼能藉此龐大的財政振興方案促進投資進而創造就業。

印度財政部長 Nirmala Sitharaman 表示，上述印度政府針對國內企業及新設製造業做出的降稅措施，有部分原因也是為了吸引自中國大陸撤離的跨國企業轉往印度投資，因為該等企業為因應美中貿易摩擦正積極尋找可替代的生產基地。許多東南亞國家為吸引該等企業轉進，都已調降或是正考慮調降其國內公司稅，印度不能對此無動於衷。

值得注意的是，上述印度政府針對新設製造事業提供的 15% 優惠公司稅措施並非適用於所有業者，因為採礦、軟體設計、桶裝瓦斯及書籍印刷等業者被印度政府列入不適用清單。(駐印度代表處經濟組)

印度商工部將對 FTA 使用率成立獨立的追蹤部門，並將針對進口品項進行更明確分類

印度政府為掌握與各國簽訂 FTA 後的各項貿易資訊，將由商工部成立獨立部門進行追蹤，以利政府了解國內產業在現行 FTA 的使用率及協助業者排除非關稅貿易障礙，同時並觀察印度與第三國簽訂 FTA 後所造成的貿易轉向效應。新成立的追蹤部門將與商工部轄下之對外貿易局 (Directorate General of Foreign Trade)、商業資訊暨統計局 (Directorate General of Commercial Intelligence and Statistics)

及財政部轄下之財稅局 (Department of Revenue) 協調合作。

印度政府在決定暫時不加入 RCEP 協議後，想先釐清簽訂 FTA 究竟為印度帶來哪些好處。由印度政府智庫 NITI Aayog 及其他單位先前所做的研究皆顯示，大部分印度與各國簽訂的 FTA 在使用率上極低，僅介於 4% 至 20% 之間；此外，印度與東協、日本及南韓簽訂的 FTA 反而為該等國家帶來更多好處，使印度徒增貿易赤字。

另印度商工部商務部門已請財政部財稅局針對稅則被列為「其他或雜項類貨品」的進口產品進行更明確的分類，使政府可更有效監控及分析進口情形，並避免非法貿易利用分類漏洞將大量不明商品輸入印度，影響政府推動的「在印度製造 (Make in India)」政策及增加印度的貿易赤字。有印度海關官員指出，由於當局近年開始對該類進口產品進行明確分類，該類產品的進口總額已較以往大幅降低，未來將進行更明確的貨品分類。(駐印度代表處經濟組)

印度政府考慮調升手機、布料等最終產品之商品及服務稅(GST)

印度商品及服務稅(GST)委員會將於本(12)月 18 日開會討論是否需調整 GST 稅率結構。由於目前手機、布料、鞋子、拖拉機、電腦等最終產品之 GST 較手機電池及零件、紗線、拖拉機零件、電腦螢幕等原料及零組件之 GST 低，印度政府考慮調升最終產品之

GST 以增加稅收。

以手機為例，目前 GST 為 12%，但手機電池及零件之 GST 卻為 18%；布料的 GST 為 5%，但紗線的 GST 卻為 12%；1,000 盧比以下的鞋子的 GST 為 5%，但其布料及皮革材質的 GST 卻為 12%；拖拉機的 GST 為 12%，但其零件的 GST 卻為 18%，以上種種皆造成稅率結構倒置。另由於業者可從原料及零件等進項產品申請退稅(input tax credit)，反造成政府需支付龐大的退稅金額予廠商，有手機製造商去(2018)年即獲高達 410 億盧比(約新臺幣 205 億元)的退稅。印度中央及地方政府對此已組成調查委員會，蒐集最終產品及初級產品 GST 稅率結構倒置的情形。

印度 Deloitte 會計師事務所合夥會計師 M S Mani 認為，針對過去 2 年有經歷過多次因 GST 稅率改變受到影響的特定產業，政府必須修正其稅率倒置的情形。印度 PwC 會計師事務所合夥會計師 Pratik Jain 則認為，政府不應調升最終產品之 GST，因為 5% 及 12% 稅率的產品多為一般民眾日常所用的必需品，稅率調升恐引發強烈民怨。

印度政府此次考慮調整 GST 稅率結構，無非是想解決稅收嚴重短缺的問題，依據印度官方數據顯示，本(2019)年 4 月至 11 月期間的稅收為 3 兆 2,836.5 億盧比，與年度預算案對同期的稅收預估金額 5 兆 2,600 億相比少了將近 40%。此外，印度本年 7 月至 9 月的 GDP 成長率下跌至 4.5%，係過去 6 年來最低，主要原因在於製造業的附

加價值在過去 2 年多來首次呈現緊縮。(駐印度代表處經濟組)

印度政府考慮調整商品及服務稅(GST) 稅率結構

印度商品及服務稅(GST)委員會將於本(12)月 18 日集會討論是否需調整商品及服務稅(GST) 稅率結構，以增加政府稅收，倘該委員會決定調整，新制將於明(2020)年 4 月 1 日起，也就是自下一個財政年度開始實施，印度消費者需對更高的 GST 稅率做好心理準備。

目前印度的 GST 稅率分為 28%(佔 GST 總稅收 22%)、18%(佔 60%)、12%(佔 13%)，另有針對民生必需品的 5%、3% 及 1%(三者共佔 5%)。印度中央政府考慮將 5% 的稅率調升至 6% 及 8% 之間，每月可增加 100 億至 300 億盧比(約新臺幣 50 億至 150 億元)的稅收，並廢除 12% 的稅項，但地方各州對此抱持不同看法。

印度南部 Kerala 州財政首長 Thomas Isaac 表示，由於 5% 稅率產品多為衣服及食品等民生必需品，攸關貧窮民眾之生計，政府若決定調升該稅項恐引起民眾強烈反彈。渠並表示，K 州已向政府建議將 18% 的稅項調升至 22%(每月可增加 1300 億盧比稅收)或 25%，由於該稅項產品為稅收大宗且非涉民生必需品，因此較適合被調升稅率，且較能大幅增加政府稅收。印度北部 Bihar 州副州長 Sushil Modi 亦表示調升 5% 稅項對增加稅收沒有多大

幫助，政府反倒應該調升 18% 的稅項。印度另一北部州 Punjab 州則向政府建議，應將 5% 及 12% 稅項合併成 10%，並將 18% 及 28% 稅項合併成 20% 或 22%，可使 GST 稅制簡化為 2 種稅項，同時可增加政府稅收。印度 PwC 會計師事務所合夥會計師 Pratik Jain 亦持類似看法，渠認為，若印度政府決定將 5% 稅降調升至 8%，應同時將 12% 及 18% 稅項合併成 15% 或 16%，使 GST 稅制簡化為 3 種稅項，亦即分別針對一般產品、民生必需品及奢侈品進行課稅。(駐印度代表處經濟組)

印度手機及電子協會(ICEA)主席 Pankaj Mohindroo 表示，印度政府降低出口獎勵將導致大量失業

印度手機及電子協會(India Cellular and Electronics Association, ICEA) 主席 Pankaj Mohindroo 表示，印度手機產業就業人數超過 67 萬人，印度政府為符合世界貿易組織(WTO)規範，修改商品出口計畫(Merchandise Exports from India Scheme, MEIS)，將出口獎勵降低 2%，此將影響印度手機出口並導致大量失業，產業界過去 3 個月以來持續與政府溝通，尤其手機產業是少數在 MEIS 計畫支持下復甦的產業，印度政府的政策急轉彎將嚇跑投資者。

印度商工部對外貿易局(DGTF)本(12)月 7 日將出口獎勵由 4% 降為 2%，先前印度資訊科技製造協會(The Manufacturer's Association for

Information Technology, MAIT) 曾建議印度政府將出口獎勵提高至 8~10%，但印度政府反而降低出口獎勵，該協會會長 Nitin Kunkolienker 對此表達嚴重關切，認為印度政府的政策將影響印度電子產業打造價值鏈的努力，更不利於出口導向的電子產業。

根據 ICEA 統計資料，去(2018--19)年度印度手機出口總值達 1,120 億盧比(約 15.8 億美元)，成長超過 8 倍，且首度超越進口值，本(2019--20)年度 4~7 月出口值則為 700 億盧比，預估全年度出口可達 2,500 億盧比。印度政府的出口獎勵措施對產業界有相當助益，因為印度手機製造成本較越南高出 9~12%，更較中國大陸高出 19~22%。

Mohindroo 主席本月 9 日致函印度財政部長 Nirmala Sitharaman、商工部長 Piyush Goyal、資通訊部長 Ravi Shankar Prasad 表示，該協會會員包括 Apple、Vivo、Oppo、Foxconn、Lava 等大型企業都向渠反映，受到印度政府政策變動影響，將被迫取消出口並遣散過去 6~8 個月所招募的員工。(駐印度代表處經濟組)

日本野村(Nomura)投信公司預估印度 2019 年第 4 季經濟成長率僅有 4.3%

受非銀行金融公司(NBFC)面臨的市場融資短缺所影響，日本野村(Nomura)投信公司預估印度 2019 年第 4 季經濟成長率僅有 4.3%，2020 年第 1 季經濟成長率預估僅能小幅回升至 4.7%。野

野村公司印度暨亞洲地區首席經濟分析師 Sonal Varma 指出，儘管市場認為印度經濟成長率已跌至谷底並將逐漸回升，但伊卻認為其還會持續下探，預估印度 2019 年全年經濟成長率將僅有 4.9%，低於市場先前預期的 5.3%，2020 年的成長率將自先前預期的 6.3% 降為 5.5%，2021 年的成長率則預估為 6.5%。

Varma 分析師表示，若以財政年度(每年 4 月至隔年 3 月)來看，印度 FY20(2019-20)財政年度的 GDP 成長率預估為 4.7%，FY21 的成長率則預估為 5.7%，顯示印度經濟復甦遲緩且低於成長潛力。儘管印度央行(RBI)有可能在 2020 年第 2 季調降政策利率，但伊認為印度經濟復甦將取決於政府的財政政策。

野村公司對印度經濟前景抱持憂慮，認為許多造成經濟成長遲緩的循環性因素在 2020 年還會持續存在，此外，印度自 2016 年起迄今的全面性經濟成長頹勢係為投資及就業機會雙雙下滑所致，想要扭轉此一局勢並非易事。
(駐印度代表處經濟組)

印度政府提高 21 項重要配方/藥品價格上限 50%

為維護公共利益及確保藥品在市面上可以取得，最近印度全國醫藥價格管理局(National Pharmaceutical Pricing Authority, NPPA)首度依據 2013 年藥品價格管制令(Drug Price Control Order, DPCO, 2013)第 19 段，提高 21 項配方/藥品價格上限 50%。

印度醫藥界過去 2 年來持續遊說政府提高管制藥品的價格上限，因為藥品具有療效的基本成分(Active Pharmaceutical Ingredients, API)的價格不斷上漲，漲幅高達 5~88%，API 占一般藥品總成本 40~80% 不等，部分解熱、鎮痛藥品如撲息熱痛(Paracetamol)，其 API 即占藥品總成本的 80%，此外有許多藥品係自中國大陸進口。

NPPA 今(2019)年 1 月即開始針對藥品業者要求提上限高價格的申請案進行審核，並將審核結果提交醫藥及健康產品合理價格常務委員會(Standing Committee on Affordable Medicines and Health Products, SCAMHP)等相關單位，此次提高價格上限的配方/藥品共 21 項，包括卡介苗(BCG Vaccine)、盤尼西林(Penicillin)、治療瘧疾(Malaria)/麻瘋(Leprosy)藥物、利尿磺胺(Furosemide)、維他命、部分抗生素(Antibiotics)/抗過敏(Anti-allergy)藥物等。NPPA 表示，提高價格上限目的是為避免配方無法取得導致市面上藥品缺貨，造成大眾被迫購買其他高價替代藥品。

印度醫藥聯盟(Indian Pharmaceutical Alliance)秘書長 Sudarshan Jain 對於印度政府的措施表示歡迎。某知名藥廠總裁表示，在價格管制下藥廠並不會完全停止生產藥品，但產量每年減少 25%，不合理的價格管制導致藥廠利潤被侵蝕，許多藥品無法生產。

資誠聯合會計師事務所(PwC)最近評論印度政府提高部分藥品價格上限措

施的影響時表示，自從 2013 年 5 月 15 日藥品價格管制令(DPCO)公布以來，有 27 類近 652 項配方/藥品被列入全國重要藥品清單 (National List of Essential Medicines, NLEM)受價格管制，占印度國內配方市場 18%，市場成長受到限制，甚至到最近幾年，被列入 NLEM 清單的產品成長率仍低於未被列入清單者。(駐印度代表處經濟組)

高階手機走私進口猖獗，造成印度國庫每年稅收損失高達 240 億盧比

根據印度手機暨電子產品協會(Indian Cellular and Electronic Association, ICEC)提交給印度中央間接稅暨關務委員會(Central Board of Indirect Taxes and Customs, CBIC)的數據顯示，在印度販售的高階手機主要以蘋果(Apple)、三星(Samsung)及谷歌(Google)的 Pixel 等品牌為主，單價在 5 萬盧比(約新臺幣 2.5 萬元)以上，高階手機市場總值約 1,500 億盧比(約新臺幣 750 億元)，金額占印度整體手機市場約 7.2%，但其中有超過一半，也就是總計 800 億盧比(約新臺幣 400 億元)的高階手機係透過走私進口印度，猖獗的程度使印度國庫每年稅收損失高達 240 億盧比(約新臺幣 120 億元)，其中包含 12%的商品及服務稅(GST)以及 20%的基本關稅(BCD)。

印度政府對高階手機課徵 20%的關稅主要是想藉此促進手機製造商在印度

投資生產，但實際上高階手機目前仍多為進口，高昂的關稅徒增不肖業者鋌而走險，自杜拜、香港及美國等地走私進口印度，因為高價手機在該等國家享有零關稅。ICEC 指出，在印度一支稅後價格為 10 萬盧比(約新臺幣 5 萬元)的高階手機與前述地區的售價存在 2.5 萬至 3 萬盧比之間的價差，手機與電視等其他消費性電子產品相比更易夾帶，加上印度與杜拜及美國之間每週有 10 至 14 趟往返班機，皆是造成走私猖獗的原因。

有高階手機製造商則表示，印度高昂的關稅並不會促使他們在印度設廠生產或是將生產基地自中國大陸、越南及臺灣遷往印度。對此，ICEC 已向印度政府建議，手機的關稅固然可維持在 20%，但對於含運費(cost net freight, CNF)在內價值在 2 萬盧比(約新臺幣 1 萬元)以上的手機，應將關稅上限定為 4,000 盧比，意即 5 萬盧比(約新臺幣 2.5 萬元)以上的高階手機的關稅應為 8%。ICEC 表示，訂定基本關稅上限雖然會使國庫短收 70 億盧比，但若能使高階手機都能透過合法管道進口，稅基增加將可使 GST 增加至少 100 億盧比(約新臺幣 50 億元)。(駐印度代表處經濟組)

印度汽車產業產值的年成長率需達 14%，才能使印度經濟規模達到 5 兆美元的目標

印度汽車製造商 Mahindra & Mahindra 的總經理 Pawan Goenka 於本(12)月 16

日出席「India Economic Conclave 2019」會議時指出，印度政府盼經濟規模能在 2025-26 財政年度時達到 5 兆美元，並盼製造業的產值能達到 1 兆美元的目標，意即印度經濟需維持 8.5% 的複合年均成長率，製造業需維持 12% 的高成長率，而製造業中最重要汽車產業則需維持 14% 的更高成長率。

Goenka 總經理進一步指出，目前印度汽車產業產值占整體 GDP 達 7%，但泰國、德國、韓國及日本等國的汽車產業占 GDP 的比重皆高達 2 位數百分比，印度汽車產業相形之下相當遜色。此外，印度汽車產業占整體出口僅 4%，前述各國汽車產業在整體出口的占比卻遠高於 10%。

在場的另一家汽車製造商 MG Motors India 的總經理 Rajiv Chaba 則認為，如果印度汽車產業的年成長率需達 12% 至 14%，那麼業界需一改過去 10 年以來的發展及經營模式，找出可大幅提升產值及銷售的作法，尤其今(2019)年是印度汽車產業逆風的一年，若想提升出口則需同時調整國內產業及市場的發展，並加強工程設計服務。(駐印度代表處經濟組)

印度電子產業面臨中國大陸品牌價格競爭，利潤大幅下滑

印度前 4 大消費性電子品牌 Samsung、Apple、Sony、Panasonic 由於面臨中國大陸品牌強烈價格競爭，去(2018-19)年度利潤大幅下滑，根據

財務報表，Samsung 獲利 154 億盧比(約 2.17 億美元)，衰退 58%；Apple 獲利 26.2 億盧比，衰退 70%；Sony 獲利 10.1 億盧比，衰退 6%；至於 Panasonic 則虧損 45.9 億盧比，更較前(2017-18)年度的 13.1 億盧比虧損大幅增加。

但中國大陸品牌包括 Xiaomi、Oppo、Vivo 在印度市場也是持續虧損，至於印度品牌 Intex、Mirc Electronics 及其旗下 Onida 等亦難逃虧損命運。專家表示，價格戰持續至本(2019-20)年度，預料將有更多電子業者獲利衰退甚至虧損。

中國大陸的 Xiaomi 及 TCL 在印度市場成功取得智慧手機及電視市場後，正考慮進軍空調、冰箱等電器市場。印度手機大廠 Micromax 在其財務報表中表示，中國大陸品牌在美國等其他全球市場失利後，在印度透過掠奪性價格策略，破壞市場秩序，印度品牌被迫退居幕後。Samsung 前印度副執行長 R Zutshi 表示，自從美國抵制中國大陸產品後，中國大陸改採游擊隊突襲策略，在印度電子產品市場大量出貨，由於具有規模經濟優勢，其他國家品牌很難與其競爭。

去(2018-19)年度 Xiaomi 在印度市場虧損 14.8 億盧比，前(2017-18)年度則獲利 30.1 億盧比；Oppo 由於擴充 Realme 產品線，去年度虧損 68.8 億盧比，較前年度增加 93%；至於 Vivo 去年度則虧損 1.9 億盧比。印度品牌 Super Plastronics 執行長 Avneet Singh Marwah 表示，中國大陸品牌利用低價策略在印度搶攻市場，雖然在印度市

場呈現虧損，但母公司仍然是獲利，但印度業界相信持續性的動能可活絡產業，產業即將復甦。(駐印度代表處經濟組)

印度政府訂下每月的商品及服務稅(GST)稅收應達 1.1 兆盧比的目標

印度財政部主管稅收部門(Department of Revenue)的次長 Ajay Bhushan Pandey 於本(12)月 16 日，與該部管理直接暨間接稅徵收的官員共同會商，針對本(2019)年 12 月至明(2020)年 3 月訂下每月的商品及服務稅(GST)稅收應達 1.1 兆盧比(約新臺幣 5,500 億元)的目標，此目標遠高於目前實際的稅收額。此外，儘管印度政府決定調降公司稅可能造成國庫稅收短收 1.45 兆盧比，但針對 FY20 財政年度(2019-20)預算案所估計公司稅及個人所得稅應達 13.5 兆盧比的稅收目標，Pandey 次長要求在場的直接稅官員須全力以赴，擴大政府稅收。

不過，Pandey 次長在先前接受媒體採訪時已表示，考量企業稅已被調降，政府已將直接稅的徵收目標下修至 11 兆盧比。此外，FY20 財政年度的前 8 個月(2019 年 4 月至 11 月)中，有 4 個月的單月 GST 稅收低於 1 兆盧比，因此，政府想要在未來幾個月達到單月 GST 稅收 1.1 兆盧比的目標絕非易事。

有消息指出，印度財政部稅收部門在本月 18 日向印度 GST 委員會報告提振政府稅收的做法，建議該委員會針對

不實申報 GST 的業者，應限制其電子交易、停止給予製造業進項退稅(input tax credit)及取消公司登記。印度財政部主管所得稅部門(Income Tax Department)也將依據業者申報 GST 的相關資訊來調查業者是否有隱匿營收或應繳納之所得稅。此外，印度財政部將派稅務官赴地方稽查，催徵應繳未繳之稅款，但同時也會確保不會有擾民的行為出現。(駐印度代表處經濟組)

印度政府針對金、銀等貴金屬採取進口限制

由於黃金進口不斷增加，印度政府於本(12)月 18 日決定對貴金屬採取進口限制。根據印度商工部國際貿易局(Directorate General of Foreign Trade, DGFT)公告，任何樣式的黃金已由自由(free)進口類別改為限制(restricted)進口類別，僅有印度央行(RBI)指定的銀行業者及 DGFT 指定的交易業者才可從事黃金進口。不過，由印度出口商依據國外買主訂單而事先取得進口許可再轉出口的黃金則不在此限。

印度本(2019)年 11 月的黃金進口額自去年同期的 27.6 億美元增加至 29.4 億美元，增幅為 6.9%。(駐印度代表處經濟組)

東元電機與日商 Mitsui 將合資於印度生產電動車馬達

日商 Mitsui 三井公司於本年 10 月 31

日對外宣布，與東元電機合資成立的印度公司 TEMICO 將於印度設立電動車馬達生產基地。

臺日合資企業 TEMICO 於 2018 年 4 月成立，其中東元電機持股 60%，日商 Mitsui 持股 40%。Mitsui 並指出該項投資案將專注於電動車馬達的研發、生產及銷售，銷售對象將不限於印度，也將銷售於海外市場。

Mitsui 三井公司說明，合資公司 TEMICO 計畫投資 1400 萬美元在印度資訊及電動車產業重鎮班加羅爾，設立新的電動車馬達生產基地，該基地預計可於明年底開始生產，年產量將達 11 萬顆馬達。三井公司印度總經理 Shinichiro Omachi 也指出 TEMICO 的班加羅爾廠將創造高達 200 個就業機會，並對印度電動車產業、組件生產本土化及降低空氣汙染做出巨大貢獻。

TEMICO 的投資計畫是呼應莫迪政府於今年稍早提出的積極推動的電動車政策：FAME II。FAME II 政策將專注於發展電動及混合動力車輛，依據該政策，印度政府將投入印度盧比 1,000 億元（約新台幣 430 億元）及稅率優惠等誘因給業界及車輛使用者，用於發展及購買電動或混合動力車，及促進電動車主要配件本土化生產。

Mitsui 三井公司在今年 7 月也投資印度盧比 10 億元（約新台幣 4.3 億元）給於位在大新德里區的 Treasure Vase Ventures Pvt Ltd 公司，用於該公司的印度電動車隊子公司 SmartE 的第二輪

募資。SmartE 公司成立於 2015 年，目前提供新德里地區大眾交通公司使用者的最後一哩電動車接駁服務，以及在印度蓬勃發展的電子商務。該次募資將使 SmartE 公司得以擴張電動車隊，並將業務推廣至印度其他城市。

依據摩根史坦利公司報告指出，2020 年印度電動二輪車將出現大幅躍進，至 2022 年電動二輪車在印度銷售可望突破 100 萬輛，至 2030 年電動二輪車市占率則可望提升至 40%。該公司前述報告，也使外界對 TEMICO 公司發展感到期待。（臺北世界貿易中心駐新德里辦事處）

印度失業率破 8.5% 達到過去 3 年新高點

印度經濟監測中心（CMIE）發布的最新數據顯示，印度 10 月份的失業率上升速度是 2016 年 8 月以來最快的一次。儘管政府已經宣布了一系列增加就業需求的措施，攀升的失業率仍被視為影響經濟成長的重要因素之一。

據《印度快報 Indian Express》報導，印度永續就業中心最新的研究報告也顯示，印度 2017-18 年間的總就業人口數較 2011-12 年間下降高達 900 萬人，如此驚人的衰退也是印度史上第一遭。專家也表示，受印度這波失業浪潮襲擊最嚴重的是非常態性就業，例如季節性勞力需求及日薪工人。

雪上加霜的是，部分工廠也以減產因應急遽萎縮的需求，又更推高了約聘

工人及日薪工人的失業率。(臺北世界貿易中心駐新德里辦事處)

產成本及廢氣排放低等雙重優點。(臺北世界貿易中心駐新德里辦事處)

對抗空氣污染，新德里將推高氫壓縮瓦斯燃料公車

印度最高法院日前建議大德里地區可研議使用高氫濃縮瓦斯 (hydrogen-enriched Compressed Natural Gas (HCNG)) 公車，做為新德里惡名昭彰的空氣污染解決方案之一。

新德里官員表示，由印度石油公司 (Indian Oil Corporation Limited (IOCL)) 與 Indraprastha Gas Limited (IGL)) 一同興建的一座日產能 4 噸 HCNG 廠，將於下個月在德里運輸公司 (Delhi Transport Corporation (DTC)) 的一個公車調度站開始營運。

因此這種使用較傳統濃縮瓦斯 Compressed Natural Gas (CNG) 還要潔淨的 HCNG 公車預期很快就可上路。這是因為傳統的 CNG 公車只要經過一些調整，就可以改用 HCNG，不需要重新購置新的車輛。

IGL 發言人也說明，他們希望 HCNG 廠 12 月就可以順利投產，已符合印度最高法院設定的目標，讓 50 輛 HCNG 公車開始為期 6 個月的道路測試。

被稱為領航計畫的 50 輛 HCNG 公車將於 6 個月的道路測試中，將負責蒐集廢氣排放、能源效率等數據，測試數據並需於測試結束後送交最高法院檢視。HCNG 較傳統 CNG，具備生

鈴木機車將於 2020 年在印度進行電動機車道路測試

隨著電動車的發展方興未艾，鈴木機車日前宣布預計於明年在印度進行電動機車道路測試，正式銷售則將待印度基礎建設到位後才會進行。鈴木機車總經理 Satoshi Uchida 說明：「鈴木機車充分配合政府政策開發電動機車，不過目前充電系統、電池交換站等基礎設施還沒到位」。

鈴木機車在印度發展電動機車的優勢在於與該公司的印度夥伴 Maruti 合作，鈴木機車可運用已完成開發的電動車核心技術及既有供應鏈。除了鈴木機車，Bajaj Auto 先前也宣布將於 2020 年 1 月開始銷售電動機車。印度機車領導品牌 Hero 也投資 Ather Energy 進軍電動機車市場。

2019-2020 財年的上半年度，電動機車在印度共銷售 5 萬餘輛，其中大概只有 3 千輛在性能上接近於汽油機車。Satoshi Uchida 提到，社會大眾不會立刻接受新科技，也許在印度第一代甚至第二代的電動機車不會成功，但他們會仔細關注民眾的使用反饋，做為未來開發產品的參考。

為了控制空氣污染並降低對進口石油的依賴，印度政府持續鼓勵業者投入電動車開發，甚至訂下 2025 年禁售 150cc 以下汽油機車的目標。對此，

Satoshi Uchida 提醒印度政府，儘管推動電動車可以降低石油進口，但另一方面，卻會對電動車核心元件鋰電池中主要原料鋰的進口依賴度提升。(臺北世界貿易中心駐新德里辦事處)

印度進口蘭花商機

依印度植物調查局(Botanical Survey of India)於 2017 年首度提出的蘭花綜合普查指出，石斛蘭、蝴蝶蘭、文心蘭和大花蕙蘭在印度花卉貿易中非常受歡迎，並且在國內外都有需求。惟 CITES (瀕危野生動植物物種國際貿易公約)禁止任何野生蘭花貿易。

印度目前蘭花種類或分類群的總數為 1,256 種。印度蘭花多生長在東北喜馬拉雅山麓，以及西高止山脈南部。其中專屬南印度的蘭花是陸生的南印度寶石蘭花，位於印度南部德干高原西高止山脈南部，開花期是每年 11 月至 12 月南印涼爽季節。

在印度東北，學者從阿魯納恰爾邦(Arunachal Pradesh)記錄的蘭花種類最多，有 612 種，其次是錫金(Sikkim)560 種和西孟加拉邦(West Bengal)；大吉嶺喜馬拉雅山也有很高的蘭種密度，有 479 種。雖然印度東北部在蘭種集中度排名第一，南印西高止山脈的蘭種則更特有。

印度蘭花有 388 種是本地特有，其中西高止山脈有大約三分之一，約 128 種特有種。喀拉拉邦有 111 個特有蘭種，而塔米爾納度邦有 92 種。在印度

的 10 個生物地理區域中，喜馬拉雅地區是蘭花物種最豐富的地區，其次是東北部、西高止山脈、德干高原和安達曼和尼科巴群島。

一、印度蘭花生產情形

印度大部分的商業蘭園在南部，位於喀拉拉邦、塔米爾納度邦和卡納塔克邦。南印度主要生產熱帶蘭。另外，在馬哈拉施特拉邦也有數個商業蘭園；印度東北部亦有商業蘭園，均以生產熱帶蘭為主。亞熱帶和溫帶蘭種則僅有幾個在錫金、孟加拉、西隆的專業蘭園生產，主要由愛蘭者種植。

在南印度，熱帶地區蘭園的主要生產設施是使用進口的遮陽網搭成的蔭棚。在喀拉拉邦的蘭園，因需經歷雨季，農民平時普遍使用雙層蔭棚，當雨季來臨時，則普遍將蔭棚內層換成塑膠膜。

印度東北部蘭園的生產設施主要是竹屋，或由廉價鍍鋅水管和塑料搭建的棚子。大部分蘭園都設有包裝儲藏室，擁有冷藏設備者較少，也少有水處理(去離子)設備的蘭園。

蘭花除了用作切花之外，用於盆花生產也市場潛力，印度的許多蘭花種類，尤其是喜馬拉雅山東北部的品種適合於生產高品質的新奇的蘭花盆花。但現在印度蘭花盆栽生產所受重視程度還有提升空間。

目前在國際市場上主要的蘭花品種，都是由喜馬拉雅山地區蘭花帶發現，並透過雜交育種與選育而來。由於蘭

屬植物在 10°C 到 25°C 的溫度範圍內才適於生長，印度出口用蘭花的生產有相當好的條件，且多被種植在海拔 1,200 至 2,000 公尺的範圍內。印度蘭花產地氣溫適宜，可避免危害蘭苗生長。在印度除蘭屬蘭花外，兜蘭亦可在類似的海拔高度地方生產。

中溫型的卡特蘭、蝴蝶蘭和文心蘭均適合在印度生產。卡特蘭花朵大、色澤艷麗；蝴蝶蘭瓶插壽命長；文心蘭外型奇特，它們不僅作為切花還可作為盆花生產，在國際蘭花貿易中需求量大。此類蘭花在印度均是在海拔 750 至 1200 公尺的範圍內生產。

喜溫型蘭花主要有石斛蘭、萬代蘭和蜘蛛蘭等，是世界上最流行的切花，也是印度蘭花出口主要品項。石斛蘭是蘭屬蘭花之後，最受歡迎的蘭花切花，它占熱帶蘭花切花貿易的 85%。在印度，喜溫型蘭花主要種植在低海拔地區，尤其是在沿海城市地區，種植廣泛。

兜蘭、蝦脊蘭、萬代蘭、石斛蘭等蘭種在國際市場上需求量大，印度從事蘭花國際貿易獲利豐厚。惟，印度法律規定，透過組織培養的蘭花才能用於貿易。

二、印度蘭花進口概況

據海關進口端資料顯示，2019 年 1 至 6 月，蘭花切花(HS 060313)進口額達 142 萬 805 美元；2018 年全年進口額達 291 萬 9,787 美元，較上年同期(167 萬 4,707 美元)成長了 74.35%。其餘蘭苗(HS 06029091)及盆花(HS 06029099)

尚無進口端數據可得。印度進口蘭花(HS 06031300)關稅及其他稅捐是每公斤 66%。

印度 2018 年蘭花切花進口來源分別是：泰國(99.94%)、馬來西亞(0.05%)、南非(0.01%)、越南、肯亞、多哥、哥倫比亞、荷蘭、土耳其和中國大陸(均在 0.01% 以下)。

印度大部分蘭園的種苗需要進口，近十年才有蘭園開始生產蘭苗。熱帶蘭種苗主要從台灣、新加坡和馬來西亞進口；溫帶蘭種苗主要由東北部的養蘭愛好者從澳大利亞、紐西蘭等國引進。進口的種苗有瓶苗、小苗和成苗，但大部分還是小苗，約佔 80%。

印度蘭花的出口量小，原因是蘭花切花出口的門檻高，印度蘭花商難以達到標準。而且不同國家對蘭花的喜好不同，如日本喜歡短穗小花型，而開美國則喜歡艷麗的大花。

三、印度蘭花配銷與零售通路

在南印度蘭花市場，並無批發通路，多由生產者直接銷售給零售商。在零售通路方面，印度南部切花通常是透過公路和航空運輸，或是同時運用二者。印度對鮮花的運輸尚無優惠政策，許多生產商都抱怨運費太高，他們希望透過降低運輸來推進蘭花產業的發展。目前印度蘭花主要在國內市場銷售，如新德里、科澤科德、班哥羅、孟買等大城市。

印度業者多透過將蘭花直接批發給大的零售商，也有一些中間商，從東北

部的養蘭愛好者手里或生產商那裡收購蘭花後上市批發或零售。蘭花的主要消費群體是大的賓館飯店、公司辦公室、社會慶典等，平均價格為每支 5 至 20 印度盧比，地生蘭的價格稍高些，一般每支能賣到 30 至 50 盧比。

四、印度蘭花消費偏好與用途

印度使用蘭花做為藥用植物的歷史，超過 3,500 年。自吠陀時期(約前 16 世紀至前 7 世紀，指吠陀經典所記載和反映的印度歷史時期文化)以來，蘭花就為印度民眾所知。吠陀經典中提到了兩種重要的藥用蘭花，分別是 Rasna - *Vanda tessallata* 和 Sanjeevani - *Flickingeria macraei*。自古以來，蘭花就是主要的藥材之一，其次則用於宗教慶典及觀賞用。其用途分析包括：

(一)蘭花製劑

阿育吠陀藥 Astavarga 使用了四種蘭花品種為成分，Jeevak (*Dienia muscifera*)、Rishabhak (*Crepidium acuminatum*)、Riddhi (*Habenaria spp & Eulophia nuda*)和 Vriddhi (*Habenaria sp*)。其次，在各種印度草藥療法中使用的其他蘭花物種是 Jeevanti (*Flickingeria macraei*)，Rasna (*Vanda tessellata*)，Munjatak (*Orchis latifolia*) 和 Amarkand (*Eulophia nuda*)。

印度東北地區的傳統部落醫學從業人員也使用野生蘭花來治療各種疾病。如 *Dendrobiumnobile*、*Gastrodiaelata* 和 *Bletillastrata* 用於製藥，需求量大，商業用種植相當廣泛。

Dendrobine、*Nobilonine*、*Gastrodin* 和 *Vanillin* 等蘭花含有生物活性化合物，可提煉巴他他辛、布雷司洛爾、牛角菌素、牛鞭草素、石虎等。

(二)食用蘭花

Olatsh 是印度東北與不丹最受歡迎的菜餚之一，將虎頭蘭(開或不開)從花梗中取出，然後洗淨並在水中煮至軟。虎頭蘭帶苦味，要添加其他香料以抵消、去除水煮後的苦味，故需摻入香料(masala)、奶酪和鹽的混合烹煮 5 分鐘。Olatsh 可以與大米，麵條混合食用，或用作蘸料。

其次，在印度東北，白唇杓蘭是一種蔬菜，根莖、幼葉和嫩芽均可以作為蔬菜食用。另外，*Epipactis royleana* 或 *Habenaria* 的根也是蔬菜。

(三)宗教慶典用花

狐尾蘭花 *Rhynchostylis retusa* 在阿薩姆邦俗稱 Kopoh phool，具有重要的文化意義。碧湖節 (Rongali Bihu) 期間，女舞者傳統上會穿上芬芳美麗的玫瑰紫色蘭花。另外，明亮的金色花序石斛虎頭被認為是神聖的，使用的佛教徒來裝飾自己。

(四)觀賞用花

蘭花因其觀賞性在印度市場上也非常重要。它們具有超長的保存期限，豐富的顏色和形狀，是市場上需求量最大的五種切花之一。對雜交蘭花的需求更大，這些蘭花是透過自然物種之間的雜交育種而開發的。

五、印度蘭花消費趨勢與拓銷商機

在印度，類似班加羅爾的商業化城市中，種植附生植物非常適合在間接光照下進行垂直園藝。將蘭花放在釘在樹上的木板上，或將它們吊在用簡單填充木炭的充氣籃筐、塑膠花盆中。只要培養基具有足夠的質地，方便排水，並且透過籃筐出苗。添加泥炭蘚更可增加水分含量。隨著都市化的進程，造景用垂直園藝將是印度一大蘭花消費趨勢。

其次，東北各州、尤其是阿魯納恰爾邦、梅加拉亞邦(Meghalaya)和錫金，為多種主要附生蘭花的自然棲息地。錫金邦政府在蘭花研究中心設立了蘭花研究中心，開發和繁殖新的蘭菌株。未來東北地區旅遊業也在森林中進行自然漫步和探險以在自然棲息地觀賞蘭花，將是重要的蘭花消費模式。

在拓銷建議方面，台灣應加強熱帶蘭種苗培育，作為和印度第一大蘭苗進口來源競爭的優勢基底，育種方向以繁殖容易、生長強健為主，不需要太精密的技術即可在印度量產的品種。另應選擇氣候條件適合、材料取得容易，沒有休眠或生長遲滯期的苗種，隨時都有培植體可取樣繁殖，以共外銷印度。

印度人工充足穩定，可培養就地育種人才的操作技術。組織培養是技術及勞力密集的工作，須要有大量經過訓練、技術熟練的人員才能維持種苗品質，臺灣目前很多組培場面臨的都是缺乏長期穩定、技術純熟的操作人

員，造成組培苗生產品質不一。故，可以將技術移轉至印度生產。

臺灣學術研究單位的蘭花組織培養配方都以蝴蝶蘭、拖鞋蘭、小花蕙蘭等亞熱帶蘭花種類為主，應仿效泰國蘭花產業，嘗試生產萬代蘭、狐狸尾蘭等熱帶單莖蘭類苗種，調製獨到的培養基以爭取印度市場。

印度多進口熱帶單莖蘭花種苗，種原繁多、品種與栽培管理都十分值得作拓銷印度市場的參考，但其氣候與臺灣有些許差異，因此需將地緣與環境差異列入考慮，引入適合臺灣的品種與栽培模式。(臺北世界貿易中心駐清奈辦事處)

印度電動車商機湧現

印度半數人口預計 2030 年將居住於都市中，目前運輸、旅遊的需求逐年攀升，導致車輛數暴增，大量排放污染物，包含煙類、鉛、苯、一氧化碳、二氧化硫、二氧化氮及各式微粒物質，對印度人民健康安全造成巨大威脅。因此以低污染的電動車汰換燃油車，即被列入印度國家策略發展的重點項目，目標是於 2030 年以前降低全國 33-35% 的碳排放量(以 2005 年為基期)。

印度政府推出的「加速油電混合車輛製造計畫」(FAME)旨在提倡以電動車取代燃油車作為運輸主體，並以補助等誘因激勵電動車生產與基礎建設全面革新。計畫第一階段於 2015 年啟

動，並在今（2019）年 4 月 1 日正式進入為期三年的第二階段。這三年政府將分別投入 1 億 5,000 萬、5 億、3 億 5,000 萬盧比的資金供其運作，並在印度重工業部特設專責委員會監督。

以下略舉在 FAME-II 框架下各式車輛所能得到的補助：

- 電動機車：補助 100 萬輛，每輛 2 萬盧比。
- 電動三輪車：補助 50 萬輛，每輛 5 萬盧比。
- 電動四輪車：補助 3 萬 5,000 輛，每輛 15 萬盧比。出廠金額最高不能超過 150 萬盧比。
- 混合動力四輪車：補助 2 萬輛，每輛 1 萬 3,000 盧比。出廠金額最高不能超過 150 萬盧比。
- 電動巴士：約補助 7,000 輛，每輛最高 500 萬盧比。出廠金額最高 2,000 萬盧比。

廣設充電站也是 FAME-II 的一大訴求。都會區的充電站目標密度是每 3 乘 3 平方公里的區域中至少一座；高速公路的目標密度則是每 25 公里至少設置一座。FAME-II 高達 1,000 億盧比的資金，便有高達 10%、即 100 億盧比挹注在充電站相關措施。

FAME 框架，其實只是印度早在 2013 年便已推出，更加宏大的「2020 國家型電動交通任務導向計劃」(NEMMP) 之區區一環。該計畫企圖在 2020 年以後，讓印度電動載具的年銷量維持在

600 至 700 萬以上的規模。

一、印度潛在電動車市場概況

印度的車市規模高居全球第 4，2018 年銷售數量與上（2017）年相比成長 9.02% 達 402 萬輛（不含二輪車）。它也是 2017 年全球商用車（包含卡車、大客車、曳引車、重工業用車等非載客車輛）的第 7 大生產國。

另外，印度 2017/18 財政年度的二輪車銷售突破了 2,000 萬輛，較上年成長了將近 16%。如此龐大的新需求，來自逐漸崛起的中產階級、及年輕人居多的消費族群。

印度的汽車出口表現也是有目共睹。從 2018 年 4 月至 2019 年 2 月，出口成長了 15.54%。其 2016 年至 2026 年的複合年增長率更上看 3.05%。印度國內車輛製造在 2013 至 18 財政年度 5 的複合年增長率為 7.08%，其中 2018 財政年度的生產更高達 2,907 萬輛。銷售方面，印度國內車輛銷售在 2013 至 18 財政年度的複合年增長率是 7.01%，其中 2018 財政年度的銷售高達 2,497 萬輛。

為了迎合印度持續增長的車輛商機，全球各大車廠挹注大量資金。印度車輛產業在 2000 年 4 月至 2018 年 12 月間已吸引了超過 208 億美元的外商直接投資 (FDI)。以下略舉近期的重要投資案：

- Ashok Leyland 將斥資 1.55 億美元，推出 20 至 25 款商用車。
- 現代汽車 (Hyundai) 預計在 2020

年前在印度投資 10 億美元。

- 上海上汽集團 (SIAC Motor) 公布高達 3.1 億美元規模的印度投資案。
- 賓士 (Mercedes Benz) 將在浦內 (Pune) 的工廠年產量提升至 2 萬單位，在印度高級車製造者中尚屬空前。
- 本田汽車 (Honda Motors) 計畫在印度設置第 3 座工廠，以生產油電混合車與電動車。這項計畫金額高達 13.1 億美元，是本田汽車迄今在印度的最大投資。
- 隸屬 Mahindra & Mahindra 集團的 Mahindra Electric Mobility 啟用了位於班加羅爾 (Bangalore) 的電動車製造科技中心。這項計畫經費初估將達 1,400 萬美元。

印度政府對於汽車產業的激勵措施，包括允許 100% 的報備後外商直接投資。這些措施的目標是將印度打造為全球車輛產業製造暨研發中心。另外在印度「國家級車輛測試暨研發基礎建設計畫」(NATRiP) 下，印度政府計畫耗費 3 億 8,885 美元打造研發中心，以使印度的車輛工藝能和全球並駕齊驅。印度重工業部列舉了 11 個示範城市，在 FAME 的框架底下將電動車導入各城市的大眾運輸系統。政府也計畫在電動車示範環境中設立新創公司的孵育基地。

二、印度政府激勵措施達到亮眼成就

印度政府在過去 4 年間陸續收到各式

車輛相關激勵措施的成效。略舉如下：受 FAME 補貼的車輛從 2015 年 6 月僅約 5,200 輛激增到 2018 年的 19 萬 2,451 輛。在 2017-18 財政年度，共計 4 萬 7,912 輛二輪車、2,202 輛三輪車、185 輛四輪車在 FAME 框架下獲得補助；受 NATRiP 框架指導，印度國內陸續成立車輛測試與研發中心。

三、印度車輛產業的發展前景

關鍵因素包含技術勞力成本與可取得性、健全的研發中心、以及豐沛低廉的原物料。印度採用電動車的三大切入點與其商業模式，可歸納為「大眾運輸」、「最初/最後一哩路」以及「廣設充電站」三方面。

(一) 大眾運輸影響城市發展與樣貌甚鉅

大眾運輸是逐漸崛起的電動車科技全面發揮影響力的首要標的。大眾運輸以許多形式存在，舉凡鐵路、公車、輕軌、捷運等。其中又以公車在印度最為普及。公車除了每人-公里的能量消耗僅為自小客車的 3 分之 1，更因其共享特性，能有效舒緩印度都市常見的塞車現象。改用電動巴士作為大眾運輸的主體，優點已被全球認可，並於各大城市試行。舉例而言，倫敦規定 2018 年以後不接受以柴油為燃料的公車加入營運。印度重工業部本身也投入了 6,700 萬美元購置電動巴士、電動計程車與電動自駕車。

由於巴士的售價高昂，印度政府認為激勵措施時不能一味補貼，而須考量全新的商業模式。該模式須兼顧科技

創新與高效電網管理，以滿足運轉與財務上的永續性。以下簡介幾項印度大眾運輸採用電動巴士的可能運行商業模式與商機：

1.政府全權導向電動巴士商業模式

鑒於電動巴士售價過高，不太可能有私人企業願意在投入成本初期貿然大量採買。因此政府將以租賃或買斷的形式組成車隊，建置、維護相關基本建設，並享有營收。政府在此模式中得以保有完整的決策權，能隨時隨地對路線、收費、班次等細節進行調整。但其他公共施政的預算項目也會被壓縮，政府需要多方考量。

2.政府+能源供應者導向電動巴士商業模式

與前一模式的差異在於多了「能源供應者」的角色，負責電池與其充電系統的購置、保養與運作。政府在此情景中將能分散掉佔據極大成分的電池、充電站採購與維護的成本重擔，並借助更多來自民間的專業素養，提升效率。能源供應者將扮演類似今天加油站營運者的角色，並且需要承擔投資早期因使用率不足的虧損。

3.政府+私人企業導向電動巴士商業模式

政府僅提供土地與基礎建設；舉凡巴士與電池、充電設施的購置、運作與保養均交由各私人企業運作。此可大幅降低政府初期需付出的財務與人事成本，並且由於相當程度納入彼此競爭的企業體系，將能大幅提升效率。

4.政府+能源供應者+私人企業導向電動巴士商業模式

私人企業負責公車的採購及維修、營運，能源供應者提供充電設備。電池的角色比較微妙，既可以選擇在購買巴士時一併購入，也可以將其視為電網服務的末端，為能源供應者的資產。政府負責打造基礎建設、監控交通全局、訂立法規與標準等非實體建置。由於分工最明確，預期將能取得最高的效率，然而政府的話語權也最微弱，可能會造成營運與控管上的麻煩。

(二)「最初/最後一哩路」運輸問題

印度都會的大眾運輸系統，通常只建置於主要幹線，雖然看似聯通了相當可觀的距離、覆蓋了頗為龐大的面積，但往往忽略了路網之間空隙的運輸需求。譬如住家與辦公室，到鄰近大眾運輸系統的運輸統稱「最初/最後一哩路」，對於許多民眾相當不便。在印度通常如此的運輸需求是由三輪車來應付，然而考慮到三輪車所賴以行進的方法，人力效率太低，柴油汽油引擎污染又高，於是有全面汰換成電動三輪車（e-rickshaw）的倡議出現。

要普及電動三輪車，其商業模式的目標應是達成提供方便的點對點任意隨行服務，使電動車在人民心中留下便利、乾淨的形象，甚而有助於其他形式的電動車輛普及。

(三)如何設置電動車充電站

充電站之於電動車有如加油站之於燃

油車，是運輸服務之所以成立的必要條件。以下是幾種可能的充電站設置商業模式與商機：

1. 地方政府導向

地方政府在城市的發展中往往扮演重要角色，富有潛力加速電動車普及。政府應在自有土地上採購、建置充電設施。一般來說公部門承受風險的能力要高於私人企業，並且能統一管控，簡化監控與管理程序。

2. 官民合作導向

政府設置充電站若能與私人企業合作，將利於效率提升。政府負責提供土地，企業則得包辦採購、安裝、營運與保養大小事務。

3. 電力供應者導向

電力供應者秉持電網設置的專業知識與監控設施，將能妥善規劃充電站的規格、建置地。然而隔行如隔山，電力供應者未必熟悉電池的奧妙，必須深化與電池製造者的合作關係。

4. 運輸服務營運商導向

諸如客運業者或叫車 APP 營運商將設置屬於自己的充電網，並在充電設備閒置時讓一般車輛也能使用，酌收費用，創造額外獲利。然而建置電網成本甚高，客運業者與叫車 APP 營運商是否有意願投入，值得探討。

5. 車輛/充電站製造商導向

車輛、電池與充電設備製造商對自己的產品瞭若指掌，因此建造屬於自己

的充電站，將能進行最有效的充電。各製造商之間可以商量將各車種、各廠牌的充電設備規格統一，參考通用串型總線（USB）在資訊設備交流方面取得的巨大成功，以利電動車快速推廣。

四、業者如何掌握印度電動車商機

臺灣業者可以化身技術與專利的輸出者，站在微笑曲線左側享受高附加價值。臺灣電動車關鍵零組件廠商於國際發展電動車輛之初，即已供應國際大廠零組件，並提供客製化之設計研發服務。例如富田電機、公準精密、致茂電子及能元科技等，接連成為美國 Tesla Motor、德國寶馬 Mini-E 等電動車製造商之車用馬達、電池模組及動力控制模組等關鍵組件之供應商，證明臺灣電動車產業已具有與國際實力。

臺灣電動車品牌也享譽國際。GOGORO 於 2015 年在臺灣推出第一款電動機車，並陸續在德國柏林、西班牙馬德里與日本石垣島啟動共享電動服務，2018 年在臺灣更售出 7 萬多輛，不但相較 2017 年成長了超過 200%，更占據當年國內電動車市場 84% 的銷量。山葉、宏佳騰、PGO 亦與 GOGORO 結盟，在相同的電控系統、智慧電池、電池交換等基礎上發展各自產品。GOGORO 雖無直接在印度投資，與各國合作推出共享機車的服務值得借鏡。

傳統的機車大廠光陽，更與印度的新創公司 22 Motors 合作。未來，22

Motors 的旗下車款 Flow Scooter 將全面採用光陽所推出的 Ionex 車能網。Flow Scooter 雖已在印度市場販售，但並未正式出貨。光陽第一年將投資 1,500 萬美元，三年內再加碼 5,000 萬美元，換算下來，總金額 6,500 萬美元。而這些資金，預計會用來蓋組裝工廠、建置能源交換站，以及在印度生產 Ionex 電池。傳統產業面臨轉型並想拓銷國外，可以參考光陽的作法。

另，位於高雄的其易電動車科技，2018 年中與印度最大電動二輪車製造商 Hero Electric 簽訂合作備忘錄。Hero Electric 當初注意到其易的 SWAP 5.0 車款，最高時速 80 公里，在時速 40 公里下可續航 70 公里，雙方展開合作。其易電動車的優點是馬力大、可應付崎嶇路面；以及自行開發的悠達電動車共享系統，已在高雄和澎湖試用，符合印度推動智慧城市的發展趨勢等。

最後，臺灣與印度的理工教育機構享譽全球，可在大專院校開設電動車與智慧運輸相關學位與學程，培養相關領域的人才庫，並藉由交換學生、獎學金補助、實習計畫等，使臺印青年有機會互派深造等。(臺北世界貿易中心駐清奈辦事處)

印度運動用品及健身器材商情

一、印度運動用品及健身器材產業概況

在印度板球(Cricket)是最受歡迎的運

動，接著是足球是印度一些國家的受歡迎的運動，特別的是印度在曲棍球中曾贏得了八枚奧運金牌、羽毛球則是近年來也獲得了不少國際獎牌，另外一些民族的傳統運動如卡巴迪(Kabaddi)、印度式摔角仍很受歡迎，印度主辦並共同舉辦了幾項國際體育賽事，包括 1951 年 1982 年亞運，1987 年，1996 年和 2011 年板球世界杯，2003 年亞非運動會，2010 年曲棍球世界杯和 2010 年英聯邦運動會，印度超級聯賽(IPL)是自 2008 年以來每年舉行的首要二十年板球聯賽。印度超級聯賽是 2014 年以來舉行的足球聯賽，但印度至今還未舉辦過像「奧運會」、「足球世界盃」、「田徑世錦賽」等世界頂級的運動盛會。

印度運動用品產業發展將近百年歷史，屬於勞力密集的運動用品業，在勞力資源豐富的印度，算得上是一個運動用品的生產基地，印度所生產運動用品分銷全世界 90 個國家，主要出口國為英國、美國、美國、德國、法國和澳大利亞等國，生產項目多以非新材料或新技術，而集中於以傳統技術，生產傳統運動產品，印度運動用品的主要製造重鎮，主要集中在印度的旁遮普邦(Punjab)和北方邦(Uttar Pradesh)的周圍，包括 Jalandhar、Moradabad(馬拉達巴德)、Agra、Mumbai(孟買)、Calcutta(加爾各達)、and Chennai(前名為 Madras)等，另有較小的規模的運動用品產業分佈在孟買、加爾各答和清奈等大城市

印度運動用品產業約有 318 種類產

品，出口的主要項目有充氣球、曲棍球棒、曲棍球、板球棒、板球、拳擊設備、釣魚設備、室內遊戲、撞球、棋盤和各種防護設備，在印度運動用品行業是一個高度勞動密集型產業，提供社會的弱勢群體及大量的婦女就業機會。

另外，在過去印度 10 年時間，運動器材在一般消費者眼中屬於一個專門為男性鍛鍊一身肌肉，給特定族群使用的活動，如運動員、健身教練及演員等等，相較來說普遍印度女性選擇跳舞及有氧運動。隨著印度經濟成長，人民平均收入提高，隨之而來的消費能力、健康意識以及現代疾病（如糖尿病、膽固醇、肥胖症等）均帶動著印度運動器材產業發展，在現代人生活習慣改變下，越來越多人願意花更多時間在美容及健身，健康等等，也因此促進運動器材市場成長，目前在孟買、新德里、加爾各答、清奈等一線城市，隨處都可見到健身房。

二、印度體育產業的市場趨勢

(一)近年來印度人愈來愈願意花費更多在運動用品項目。雖然運動仍然被視為一種娛樂活動。休閒消費在印度越來越大，據估計將以每年 8.9% 速度成長，隨收入增加，則在食品和生活必需品的消費比率將下降，並且娛樂支出比率將增長。

(二)印度公司大量為國外品牌代工，包括 Puma(德國)、Reebok(德國)、Lotto(意大利)、Nike(美國)、Adidas(德國)、Fila(意大利/韓國)、Rawling(美

國)、Dunlop(澳大利亞)和 Spalding(美國)等。外資品牌從印度採購的數量近年來有所增加。這加深了外國零售商對印度製造業和印度國內市場的認識。印度公司也在努力拓展新的產品類別，如滑雪裝備和高爾夫球(主要是出口到德國等)。

(三)印度製造商技術是從國外品牌/零售商人向下傳授到印度製造商，製造商有時會送往國外學習必要的技術(例如 Nike 公司)，Reebok 公司是最早進入印度的品牌，當時面臨的最大挑戰是升級工廠並提供他們適當的技術和培訓，許多印度 Reebok 製造商重新裝備自己的工廠和升級技術，以滿足 Reebok 的要求，有些客戶像 Nike 則嚴格監控品質、環境及勞工等標準。因此，外資零售企業的進入，可以幫助印度本土製造商提高並達到國際水準。

(四)印度運動服飾產品涵蓋於運動與休閒紡織品範疇內(包括運動鞋、運動用品、泳衣等)。運動與休閒紡織品市場規模估計約 800 億美元，占印度紡織品市場約八成以上。唯在印度運動紡織品市占率最高者為球類(足球、網球、籃球、板球防護套具、拳擊用品等)，約 16%。印度運動用品市場每年以超過 10% 的額度擴張，其中成長幅度最高的是板球用人工草皮，年均成長率也達 15% 以上，運動服飾市占率較低。進口運動紡織品僅占印度國內消費約 2 至 3%，主要進口品項為帆船布、人工草皮、睡袋與帳篷，其餘均由國內生產自製，2015 至 2016

年間，印度運動服市場增長了 22%，高於全球運動服市場 7% 的增長率。預計到 2020 年，印度運動服市場的規模將達 80 億美元，年複合增長率為 12%。

(五) 印度長年天氣炎熱，大部分的都會區、西北部與北部空汙嚴重，加上各地缺乏運動相關的基礎建設，對從事戶外運動者而言是重重考驗。印度自古迄今，運動風氣尚未盛行，唯今日民眾對談論運動賽事極為熱衷（特別是南亞地區多為大英帝國前殖民地，迄今仍熱衷討論國際曲棍球和板球等賽事），印度運動服飾市場以泳衣為主，近年來在印度的 shopping mall 已可發現體育用品連鎖專賣店，同時可看到許多高單價的機能性泳衣在市面上販售。

(六) 這幾年來，印度迅速接受了全球的健身趨勢，隨著印度富裕人群的增多、城市化發展以及生活方式改變，很多印度消費者越來越注重健康，在日常生活中增加了健身活動。很多運動及電影明星都穿上了運動服，進一步刺激了運動服市場的發展，健身文化等因素促進了印度運動服裝市場的發展，跑步、騎自行車和團體運動是印度發展最快的健身活動。

(七) 板球可說是主宰了印度的體育市場，周末在街頭巷尾皆可看到大人小孩玩板球的笑容，隨著人口及都市化及人均收入的成長，職業板球聯賽有越來越多的觀眾、廣告商贊助及電視轉播。

(八) 2014 年印度總理莫迪提議 6 月 21

日作為國際瑜伽日的建議被採納，讓原本被視為傳統的瑜伽活動再次在印度興起。

三、印度運動產業及健身器材的 SWOT 分析

■ STRENGTHS 優勢:

大量擁有傳統技術的工人

在地可取得主要運動用品製造的材料

全球製造中心

規模小的生產，開銷較低

在不良環境下的生產製造的能力

■ WEAKNESSES 劣勢:

申請運動用品製造的主管機關、行政流程繁雜

製造商機械化程度較低，大量倚賴人力

生產規模小，生產成本較高

對客戶需求的分析較少，缺乏客戶回饋管道及客戶投訴糾正機制

通過廣告，宣傳等創造和維護品牌的支出較少

缺乏專業的管理方法

基礎設施差

工廠資金利息高

■ OPPORTUNITIES 機會:

印度人口紅利高(35 歲以下 8 億人口，占總人口約 65%)，運動人口持續增加中

IPL, PKL 等印度聯盟聯賽帶動全民運動風氣

線上購物普(如 flipkart, amazon)及帶動體育用品和設備的銷售

國內市場不斷增長

體育用品需求增加

透過電視轉播觀看印度國家隊的精采演出，提高運動意識

印度隊獲得板球世界杯金牌

印度政府向出口商提供獎勵，補貼等方法

■ THREATS 威脅:

缺乏對國際認證

不太接受快速變化的產品設計

印度消費者對流行的國際品牌更加喜愛，如 Nike、Adidas、Reebok、Puma 等

從傳統運動器材轉向高科技設備

尚未跟上國際製造商使用的高科技材料

印度國內日益增加的進口產品需

四、結論

過去 30 年來，印度運動用品產業為地方創造就業機會和增加出口，可說是印度就業機會最為廣泛的產業之一，提供了農村和城市的就業人口顯著，也對印度總出口提供了相當的貢獻度增加迅速，而印度運動用品製造是基於手工流程，高度熟練的工人已經傳

承過好幾代，隨著時代的潮流，印度勢必得向機器大規模製造看齊，藉以生產更便宜的產品才有國際競爭力，因此機械產品在這項產業就具有相當大的潛力，另一方面，除了看中印度的製造能力外，隨著印度中產階級的崛起，加上運動聯賽的普及，除了造就有才華的運動員及運動明星外，更會直接帶動印度人的運動風氣，預估也將間接帶動運動商品的銷售成長，同時搭配日益普及的電子商務及百貨公司運動用品專賣店，未來印度運動用品市場是一片看好，隨著運動風氣在社群網路的渲染，擁有 13 億人口的印度，在其運動人口逐年倍增的趨勢下，也直接帶動了健身房的各項設備的採購需求。(臺北世界貿易中心駐加爾各答辦事處)

印度扣件市場商情

一、簡介

據全球著名產業資料庫 Freedonia Group 預估，2018 年全球扣件產業市值可達 938 億美元，其中北美為 200.5 億美元、歐洲 188.5 億美元、亞太 407.5 億美元、其他地區 141.5 億美元，帶動市場主要成長因素包括汽車、營建、機械、家電、航太等產業，加上開發中國家相關經建及產業政策，至 2020 年全球扣件市場需求將達 1,040 億美元。

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的技術，因此高強度抗拉扣件主要採系統化生產，相對中抗拉強度扣件主要集中於非組織化生產。

汽車工業是最大的扣件消費群，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。由於生產引擎、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使扣件的需求增加，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、鐵道及火車、電腦硬碟和一般工程，對印度扣件產業來說存在著明顯的出口潛力。

近 2 年印度的扣件產品進口需求大於出口，主要進口國為：中國大陸、日本、韓國、德國、美國，英國，泰國和義大利，而台灣是印度第十大扣件進口國。

二、主要業者

(一) Precision Fasteners Limited

該公司位於 Maharashtra 州，是工業用扣件中的佼佼者。該公司 6 成產品用於紡織機械、電力設備、水泥機械和高壓電輸電塔，近期跨入汽車工業。美國 SPS 技術公司擁有該公司 22% 的股權，並以 SPS 的品牌「Unbrako」銷售。該公司主要工廠設在 Thane，擁有 4,800 噸的製造能力，另在 Mahad 有可製造 4,100 噸的工廠。2012 年在 Silvassa (位於 Dadra & Nagar Haveli 州)

有 2,400 噸產能的工廠已經開工，第二階段的 2,000 噸產能工廠於 2014 年開始運轉。

(二) Lakshmi Precision Screws Limited

位於 Haryana 州的 Rohtak，為 Jain 集團的一部分。產品以 LPS 品牌名稱銷售。該公司擁有一個龐大的經銷網絡，並出口至歐洲和美國市場。

(三) ISPL 實業有限公司

屬於 Bajaj 集團，位於 Gujarat 州的 Rajkot。擁有廣泛的產品線，包括製燈機、小方胚連鑄廠、電弧爐和 HT 扣件，近 8 成是使用於汽車工業。

(四) Indian Steel & Wire Products, Ltd

印度鋼鐵和鋼線製品有限公司位於 Jharkhand 州的 Purbi Singhbhum，主要生產鋼線、螺栓、螺母、鉚釘和金屬線釘。

(五) Simmonds Marshall Ltd.,

位於浦那(Pune)，製造尼龍嵌入自鎖螺母和廣泛的特別螺絲，包括車輪螺絲、開槽螺絲和其他 HT 精密扣件專用螺絲。近 8 成的產品用於汽車業。

(六) Sundram Fasteners Limited

隸屬於擁有 50 億美元營業額的 TVS 集團旗下之子公司，總部設在清奈(Chennai)。公司已設立超過 40 年，在 4 個國家有多元化的產品線，擁有世界一流的設施和積極進取的人才團隊，Sundram 扣件已成為全球汽車和工業領域的首選供應商之一。

(七) Sterling Tools

自 1979 年以來，STL 一直在從事高強度冷鍛扣件的製造和營銷。今天 STL 已成為印度 OEM 主要供應商，主要為印度、歐洲和美國重要汽車公司的需求服務。Sterling Tools 公司為印度扣件的重要生產商之一，趕上印度高強度扣件需求的增長，據 Sterling Tools 公司表示，此類扣件的年需求量超過 70 億盧比，成長最大部分是來自於汽車行業。

(八) GKW Limited

隸屬於 Bangur 集團。生產包括沖壓、鋼材(熱軋鋼筋)、輪子和機床及扣件等，扣件產品有 37% 用在汽車工業。

(九) Nexo Group

成立於 1964 年，是最大的熱鍍鋅扣件製造商，每月生產 4,000 噸扣件產品。

三、主要產業舉落

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 (位於 Punjab 州)，其中許多原料、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。

其次印度在 2016 年已成為全世界第四

大汽車市場，零組件的規模約為 250 億美元，故在汽車工業產業周遭亦有許多扣件的衛星工廠及供應鏈，主要發展汽車工業的三個產業聚落分別位於：

(一) 西印度：孟買—浦那—納希克—奧蘭加巴德，四個城市之間。

(二) 南印度：清奈—班加羅爾—霍蘇爾，三個城市之間。

(三) 北印度：德里—古爾岡—法裡達巴德，三個城市之間。

四、產業趨勢及挑戰

(一) 高漲的成本及來自歐盟的威脅，還有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，如果歐盟反傾銷法律過於嚴格，亦將影響印度扣件出口至歐盟市場。

(二) 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。

(三) 有組織性與非組織性扣件產業的競爭激烈。

(四) 與其他國家的扣件製造商的出口市場競爭激烈，其他國家製造成本較低。

(五) 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。

印度目前主要扣件進口國為中國大陸和日本，尤以中國大陸近年來大量傾銷印度，導致印度本土製造商失去競爭力，由 2013 年的 2,000 家銳減到現在的 1,500 家，目前正面臨難以符合嚴格規範及高漲的生產成本難題，也因此印度在 2015 年下半年祭出了反傾銷手段，陸續提高 7.5%-10% 中國大陸扣件及鋼製產品的進口關稅。

五、成長機會

(一)政府的產業政策：德里—孟買工業走廊 (Delhi-Mumbai Industrial Corridor)開發、智慧都市(Smart Cities)建設、各州捷運的興建。

(二)2016 年起印度外國投資增加，人口向城市移動，提升住房需求，印度各州的營建產業也因此蓬勃發展，將帶動大量的扣件需求。

(三)印度國內汽車需求增加。

(四)扣件生產技術轉移及專注研發。

(五)印度政府近年產業政策著重在汽車出口，設立汽車工業園區和汽車零組件的虛擬經濟特區(Virtual SEZs):印度為鼓勵外國及本土企業投資出口產業，提供區內廠商貨品進口及服務免稅、快速審核機制及較佳的基礎設備等措施。

(六)印度總理莫迪上台後，積極開放市場，招商引資(自由化)。

六、結論

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越高，此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 年有望達到 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，加上印度基礎建設、各城市捷運及高鐵等開發案的進行，將帶動印度扣件產業持續正成長，同時印度政府積極加強扶植工業製造，至 2020 年預計發展中的建築、電器和電子產業、航空太空等行業成長、家電和建築設備製造需求也隨之增加，進而帶動扣件需求，印度扣件市場前景看好。(臺北世界貿易中心駐加爾各答辦事處)

中油新德里辦事處揭牌，與印度石油共推投資案

台灣中油公司印度辦事處 12 月 2 日晚上在新德里舉行揭牌儀式，同時與印

度石油共同推動約 8 億美元的丙烯衍生物投資案，希望把台灣石化技術帶進印度，再創台印合作新高峰。

台灣中油公司總經理李順欽率領轉投資事業處多名人員 2 日拜會印度商工部投資單一窗口「投資印度」(Invest India)、印度石油公司 (Indian Oil) 和印度石油天然氣部，分別由「投資印度」總經理暨執行長巴格拉 (Deepak Bagla)、印度石油董事長辛赫 (Sanjiv Singh) 和石油天然氣部國際合作司長芮迪 (B. N. Reddy) 等人接待。

李順欽指出，由於台灣中油駐印度辦事處正式成立，代表台灣中油在新南向政策及印度總理莫迪提出的「來印度製造」(Make in India) 政策下，開始深耕印度，目前更與印度石油洽談合作，準備在印度設廠生產丙烯衍生物，預估投資額 8 億美元。

他說，目前印度沒有可作為壓克力樹脂、螢幕材料的丙烯衍生物的製造與技術，加上印度經濟成長快速，人口紅利龐大，丙烯衍生物相關需求預料將不斷擴大，台灣中油希望與印度石油合作，推動丙烯衍生物在印度製造生產的發展。

台灣中油駐印度辦事處今晚在新德里舉行揭幕儀式，李順欽表示，這個辦事處未來協助印度石化發展，並且將強化與印度政府的溝通、掌握印度石化投資商機，保持與印度業界的互動和合作，且在新南向政策與「來印度製造」政策下，達成海外多元發展的目標。

駐印度代表田中光在揭幕儀式上指出，印度石化市場成長潛力很大，台印過去在資訊科技等諸多領域已有許多合作，在石化領域，繼中橡在印度設廠投資後，台灣中油現在也在新南向政策下於新德里設立辦事處，為印度引進石化技術，希望能為台印的合作再創造新高峰。

今天晚間的揭牌儀式由李順欽主持，駐印度代表田中光、「投資印度」及印度石油等官方與業界的貴賓、代表到場祝賀，希望在台灣中油駐印度辦事處設立後，持續擴大台印在石化領域的合作 (中央通訊社駐新德里特派員康世人)

首個台商支持印度智慧教室方案 贈給哈雅納省

在經濟部工業局系統整合輸出計畫下，由資策會撮合，並由華碩文教基金會等台灣軟硬體廠商在印度捐助的首個智慧教室舉行捐贈儀式，由哈雅納省卡納爾縣官員接受。經濟部工業局長呂正華在新德里出席捐贈儀式，他在致詞時指出，印度總理莫迪 2015 年宣布智慧城市計畫，要在 2020 年打造 100 座對環境友善的永續智慧城市，耗資 150 億美元。

他說，根據安侯建業 (KPMG) 印度分公司的研究，印度目前有 64 個城市展現對智慧教育的極大需求，市場潛力龐大；而台灣已發展智慧教育多年，擁有許多成熟的解決方案，為此工業局透過協助台商拓展海外市場的系統

整合輸出計畫，協助台商提供解決方案設立首個台灣在印度支持的智慧教室，並在今天舉行捐贈儀式。

呂正華希望這個設在哈雅納省（Haryana）卡納爾縣（Kanarl）政府高中的首個台灣在印度支持的智慧教室，也是哈雅納省首個智慧教室，能成為一個台印智慧教育合作的示範，並在未來讓更多印度智慧城市享有台灣成熟的智慧城市與智慧教育解決方案。

透過資策會與 KPMG 印度分公司的撮合，由華碩文教基金會捐贈總價約 70 萬盧比（新台幣 29.6 萬元）的 21 台筆記型電腦、明基電通捐贈價值約新台幣 10 萬元的互動平板及智慧投影機、網奕資訊科技集團捐贈價值約新台幣 15 萬元的智慧線上教學系統，及訊連科技捐贈價值 2100 美元（約新台幣 6 萬 3273 元）的影片剪輯軟體，整合成智慧教室解決方案，贈給卡納爾縣政府高中設立哈省首間智慧教室，由卡納爾縣教育官員喬德哈里（R.K. Chaudhary）代表接受。

喬德哈里與哈雅納省政府高中校長薩妲娜（Anju Sardana）都感謝在台灣企業支持下，於卡納爾縣設立哈雅納省首個智慧教室，並希望藉此作為典範，能設立更多智慧教室，卡納爾縣已編列 3600 萬盧比（新台幣 1522.5 萬元）導入智慧教育，歡迎台灣企業提供解決方案以支持智慧教育的發展。

出席儀式的駐印度代表處副代表陳志浩表示，台灣過去在新南向政策下持

續對印度的教育和智慧城市做出貢獻；台灣在數位經濟和智慧城市已有成熟發展，期許台灣企業支持的這間智慧教室能夠成功，並在未來有更多智慧教室在印度出現，且讓台商分享成熟的技術與解決方案給印度。

負責撮合的資策會指出，這次由台灣企業支持設立的智慧教室，將成為一個示範點，展示台灣的智慧教育解決方案，爭取在印度的曝光度，有利台商未來繼續爭取當地後續智慧教育商機。

華碩印度分公司電腦與電競發展總經理蘇冠豪表示，華碩耕耘印度市場已超過 20 年，也不遺餘力對印度社會做出貢獻，這次很高興能參與支持智慧教室的計畫，預料未來也將繼續參與、支持印度智慧教育的發展。（中央通訊社駐新德里特派員康世人）