

台灣與印度經貿關係：回顧與前瞻

徐遵慈*

綱 要

- | | |
|------------------------|--------------------------------------|
| 壹、前 言 | 陸、結論與政策建議 |
| 貳、印度經濟與產業發展概況 | 一、推動台印度合作研究與交流，提供國內各界印度資訊 |
| 一、印度經濟改革歷程與整體表現 | 二、加強印度台商協會的功能，爭取建立與印度相關產業與主管機構間之聯繫窗口 |
| 參、台印度經貿關係：現狀與前景 | 三、善用印度 FTA 網絡，建立從印度進入第三國利基市場的跳板地位 |
| 一、台印度經貿關係 | 四、審慎評估印度投資環境，選擇最適合的投資地點與營運型態與策略 |
| 二、台商在印度投資的動機與障礙 | 五、掌握印度產業發展政策方向與優惠待遇，爭取投資或產業合作之最大優勢 |
| 肆、印度主要產業概況與台印度合作前景 | |
| 一、通訊電子零組件產業 | |
| 二、汽機車及相關零組件產業 | |
| 三、紡織人織產業 | |
| 四、食品加工產業 | |
| 伍、印度對外簽署 FTA 的情形與影響 | |
| 一、印度—東協 FTA 及與東協國家 FTA | |

* 台灣 WTO 中心副研究員、東吳大學法律研究所碩士

- | | |
|----------------------|-----------------|
| 二、《印度與日經濟夥伴協定》 | 六、以中長期經營策略布局，爭取 |
| 三、《印度 - 韓國全面性經濟夥伴協定》 | 印度內需市場商機 |

壹、前 言

今(2011)年三月間，印度政府邀請台灣媒體至印度採訪，其外交部長克利希納(S.M.Krishna)向台灣媒體表示，印度有興趣與台灣展開進一步的「經濟交往」，並宣布印度與中國洽簽自由貿易協定(Free Trade Agreement, FTA)已遭擱置，在未來幾年應不會有太大進展。印度主動向台灣招手示好，為我國與印度洽簽 FTA 或經濟合作協定(Economic Cooperation Agreement, ECA)帶來一線曙光，我國應把握機會，為未來雙方可能展開的 FTA 談判預做準備。惟台印貿易投資交流有限，如何有效促進雙方實質經貿關係與產業合作，將是未來藉由簽署 FTA 共創雙贏的關鍵。

本文首先將簡介印度經濟與產業現況，分別說明其整體經濟發展情形，及擇其重要與對台灣具潛力合作產業，依次分析各主要產業現況與對外合作機會。其次，將分析印度近年推動與主要貿易國家談判與簽署 FTA 的進展與主要內涵，包括東協、日本、韓國、中國大陸、歐盟等，以了解其他國家與印度經濟合作之情形。其後，將分析台印經貿關係與未來雙邊可加強互補合作之機會與展望。最後，則將提出結論與政策建議，包括提出我研擬台印 FTA 推動策略之思考方向。

貳、印度經濟與產業發展概況

一、印度經濟改革歷程與整體表現

2003 年高盛公司 (Goldman Sachs) 發表著名之「金磚四國」報告，引起全球矚目。(註一) 該報告首度將印度列入未來全球最重要的三大經濟強權，報告中預測，印度將在 2050 年以前，成為繼中國和美國之後全球第三大經濟體，尤其印度因具有年輕化之人口結構，成為經濟發展的重大優勢之一，並預測 2015 年以後印度將與中國、巴西、俄羅斯共同被列為全球矚目的金磚四國(BRICs)，而其成長更將超過中國大陸，居金磚四國之首。

印度為南亞大國，原屬於內需型經濟，歷經長年經濟改革，逐步推動經濟現代化。1991 年，印度政府實施新一波經濟改革，大幅取消進口產品許可制度、開放外資持股限制、以及簡化投資申請審核程序等，逐漸造就今日印度令人矚目的經濟表現，晉升南亞區域大國。事實上，根據國際貨幣基金 (IMF) 於 2007 年以購買力平價(PPP) 計算，當時印度平均國民所得約 4,183 美元，認為印度已經達到中等收入國家的標準。(註二)

印度人口高達 11 億 8,000 萬，排名全球第二位，僅次於中國。在 1947 年獨立建國之初，農業佔印度國民生產毛額 (GDP) 比例約 50%，全國超過 70% 人口以農維生，平均國民所得低於 100 美元，遠落後於當時的中國及東南亞國家。在 1980 年代以前，印度經濟表現遠落後於同時期間香港、韓國、台灣、新加坡等亞洲四小龍，以及其他東南亞國家，但自 1980 年代後期以降，印度政府採取法規鬆綁政策，諸如取消價格管制，調降企業稅賦等，自此印度經濟體質逐漸改善，進入 1990 年代以後，表現更為優異。

根據國際貨幣基金(IMF)於 2011 年 4 月發布「世界經濟展望報告」(World Economic Outlook) 的資料，2000~2010 年印度平均 GDP 年成長率

註一：報告正式名稱為「Dreaming With BRICs: The Path to 2050」。Goldman Sachs, *Dreaming With BRICs: The Path to 2050*, Global Economics Paper No: 99, October 2003.

註二：徐遵慈 (2008)，〈印度之經濟發展與對外經貿關係〉；收錄於鄭瑞耀主編，〈印度〉，頁 287。財團法人兩岸交流遠景基金會出版。

達到 7.52%，2003 年以後平均成長率更高達 10% 以上，在全球新興經濟體中表現耀眼，除中國大陸外無人望其項背。

從印度 GDP 結構觀之，1951 年農業佔其 GDP 比重約為 50%，礦產、製造業、營建及其他服務業佔 GDP 約 18.8% 左右；至 2001 年時，農業佔其 GDP 比重已降至 25%，製造業及服務業則佔 75%，其中服務業比重已超過 55%，2000 年以後，GDP 結構大致維持農業 20%，工業成為印度經濟發展的重要動力。

印度自 1991 年展開經濟自由化政策，以前印度對於進出口與投資實施嚴格的限制與管制措施，所有大宗物資產品如石油、礦產、農產品、金屬、肥料等，僅能進口供政府獨占使用，其餘產品如進口亦規定繁複費時的進口許可程序。

對此，1991 年經濟改革的重點措施包括：1. 實施工業許可制度，除特定重要部門外，一律取消各種許可制度，大幅簡化各種許可申請程序；2. 放寬外人投資限制，針對外人直接投資（Foreign Direct Investment, FDI）案件僅允許技術轉移之投資申請，且規定外人持股比例不得超過 40%，放寬外資持股限制至 51%，並將投資案件申請與審核程序大幅簡化，取消或放寬有關技術轉移產業許可規定；3. 引進或採購外國技術合約，過去印度政府採取逐案審查核准方式，以避免對於國家外匯穩定造成影響，在新的工業政策中，對於被歸類為重要領域高新技術之引進或採購合約，一律放寬為自動核准制度，相關技術引進與採購合約，亦隨之放寬；4. 改善公共部門或公營企業績效，開放私人企業投資策略性、高科技及基礎設施之投資，除部分項目開放外，亦允許公營企業投資過去非為公共部門保留之投資項目。

印度對外貿易活動在英國殖民時代即十分興盛，當時其貿易金額占全球貿易比重約 1.8% 左右，惟主要限於與英國及其他大英國協體系國家間之貿易往來，貿易商品則以農產品與原物料為主。在 1970 年代至 1990 年代期間，印度進出口貿易佔全球貿易比重極低，甚至從殖民時代約 1.8% 的比例下跌至

0.5%左右，出口貿易更下降至 0.4%之低點。1991 年印度經濟改革目的之一即在重振國際貿易地位，推動一連串經濟改革行動，以促使印度外貿體制重新融入全球貿易體系，並推出新的進出口政策。

自 1991 年展開經濟自由化政策後，對外貿易呈現穩定成長，2004 年 8 月 31 日，印度商工部(Ministry of Commerce and Industry, MCI)首次發布「對外貿易政策 2004~2009 年」(Foreign Trade Policy 2004-2009)，闡明將採取全面性觀點，推展印度對外貿易，使之在全球貿易中扮演要角，目標在未來五年將印度占全球商品貿易之比重提高一倍，同時創造就業，以有效帶動經濟成長；同時將大量取消進出口管控措施，提高貿易政策之透明度及可預期性；簡化行政程序，降低交易成本；調整對於出口產品課徵之各種稅費；提升印度作為全球製造、貿易及提供服務的核心地位；提升技術及基礎建設，經由進口資本材及設備，提高產品之附加價值與品質標準；避免稅收轉向效果及國內部門受各種自由或優惠貿易區之免稅措施所帶來的不利影響；改善貿易流程及供應鏈之軟硬體基礎設施；授權駐外使館發揮促進出口、與國際網絡聯結，以及蒐集商情資訊之功能。

2008 年 4 月，商工部宣佈已提前達到對外貿易政策制定之目標：2007~2008 會計年度印度出口貿易金額已增加為 2004 年之 2.5 倍，每年平均成長幅度達 23%；進出口貿易總額合計超過 4,000 億美元，佔全球貿易比例之 1.5%，高於預定之 1%的目標。

根據世界貿易組織(WTO)公佈的全球貿易統計，2000~2010 年印度平均每年貨品進口與出口貿易成長率分別達到 38.84%及 33.50%。在服務業貿易方面，拜印度近年發展資訊及軟體相關服務業之賜，服務業出口與進口之成長率亦高達兩位數，可謂表現出色。2010 年時，印度在貨品貿易全球排名方面，分別排名全球第 21 大出口國及 14 大進口國；在服務貿易(商業服務)全球排名方面，則分別排名全球第 12 大出口國及 11 大進口國。

2009 年印度商工部公布 2009~2014 年最新五年對外貿易政策，儘管面

對 2008 年下半年後重創全球的金融風暴與經濟退壓力，商工部預計 2010 ~ 2011 年出口平均成長率達到 15%，出口總額達到 2,000 億美元，2012 ~ 2014 年平均出口成長率預計達到 25%。

在外人直接投資(FDI)方面，依據印度商工部 2011 年 4 月公布之最新統計，(註三)自在 2000 年 4 月至 2011 年 3 月，FDI 流入印度累積金額約為 1,297 億美元，尤其自 2006 年起 FDI 金額明顯成長，即使 2009、2010 年全球金融海嘯亦僅小創其 FDI 表現，顯示印度力行經濟改革與吸引外資政策漸收成效，跨國企業看好印度龐大商機與豐沛勞工，紛紛前往當地投資布局。

依據商工部統計，印度前十大外資來源國家(地區)依序為模里西斯、新加坡、美國、英國、荷蘭、日本、賽普勒斯、德國、法國及阿拉伯聯合大公國，其中排名外資第二位與第六位的新加坡與日本，均與印度簽署 FTA。如果從產業別觀察，最受外資青睞的前十大投資領域，則依序為服務業(包括金融及非金融服務)、電腦軟硬體、電信通訊業、住屋及不動產業、營建業(包括道路及高速公路)、汽車產業、電力、金屬冶煉業、石油及天然氣、及化學業。(註四)

在亞洲國家中，新加坡與印度雙邊關係一向密切，新加坡多年來一直扮演進入印度市場的樞紐，與印度貿易、投資關係密切。新加坡也是南亞以外最早與印度簽署 FTA 的亞洲國家，2005 年《印度 - 新加坡全面性經濟合作協定》生效實施，有助於新加坡政府主導在印度成立工業園區，提供新加坡企業在印度投資的重要基地與便利服務。

日本亦是印度重要的外資來源，在 2008、2010 年對印度投資金額分別超過 8 億及 10 億美元，目前排名印度第 6 大投資國。如以產業別觀察，日

註三：Fact Sheet on Foreign Direct Investment (FEI) from August 1991 to March 2011, Department of Industrial Policy & Promotion, Ministry of Commerce and Industry, http://dipp.nic.in/fdi_statistics/india_FDI_March2011.pdf, 最後瀏覽日期：2011 年 6 月 9 日。

註四：Fact Sheet on Foreign Direct Investment (FEI) from August 1991 to March 2011, Department of Industrial Policy & Promotion, Ministry of Commerce and Industry, http://dipp.nic.in/fdi_statistics/india_FDI_March2011.pdf, 最後瀏覽日期：2011 年 6 月 9 日。

商在印度投資主要集中在：汽車、服務業、電機設備、工具機、貿易等，其中汽車即占日本對印投資總額近 30%。(註五)此外，日本與印度共同宣布將合作開發「德里-孟買工業走廊」(Delhi Mumbai Industrial Corridor, DMIC)計畫，德里至孟買距離全長 1,483 公里，已陸續吸引日本企業參與該項開發計畫，預期未來相關投資亦將逐步增加(註六)。

韓國在 2000 年後對印度投資漸趨積極，尤其在 2009、2010 年韓、印開始談判 FTA 後，韓國對印度投資年度金額突破 1 億美元。目前，韓國排名印度第 16 大投資國，投資產業主要集中在冶金、汽車、工具機、電子及電機設備。(註七)

如以國家別觀察，美國、歐洲企業多半進入基礎設施建設相關部門；日本、韓國之投資則主要集中於汽機車、電機電器等產業及服務業，目前日本的汽、機車、資訊電腦，韓國的汽車、資訊電腦、通訊、家電、營建等均已在地建立相當的市場占有率及知名度。

另外，中國對印度投資雖起步甚晚，但成長速度驚人，2008 年底時排名印度第 63 位投資國，統計投資金額尚不足 500 萬美元，但至 2011 年 3 月時排名已上升至第 37 位。而實務運作，由於印度對中國投資疑慮甚多，近年中國甚多係改以美國、模里西斯等企業名義赴印度投資，因此實際在印度投資金額應遠大於印度官方統計。除 FDI 外，中國並大量在印度承包公共工程及基礎建設，顯示中國對印度市場之重視。

印度過去對於 FDI 政策持保守立場，設立各種外資持股比例上限，直到 1991 年才開始大幅調整政策，取消或放寬有關技術轉移產業規定。目前，大

註五：參 FDI SYNOPSIS ON COUNTRY JAPAN，商務部，http://www.dipp.nic.in/japan/japan_cell/FDI_Synopsis_Japan_31January2011.pdf

註六：該項大型開發計畫係日本首相與印度總理於 2007 年共同宣布，作為雙方未來簽署日-印特殊經濟夥伴協定(Japan India Special Economic Partnership Initiative)下，加強基礎建設與投資合作之重要計畫。

註七：參 FDI SYNOPSIS ON COUNTRY KOREA SOUTH，商務部，http://www.dipp.nic.in/korea/FDI_Synopsis_KoreaSouth_February2011.pdf

多數部門已可允許 100%外資，僅少數屬於管制項目，需預先取得政府的許可，另外尚有極少數部門仍禁止外人投資，包括賭博、博奕彩券、風險基金、零售貿易業（單一品牌零售除外）、（註八）核能、農舍建築與交易、香菸、雪茄等製造、不開放私人投資之核能電廠、鐵路運輸（大眾捷運系統除外）等九類領域。（註九）

印度政府參考中國大陸成功發展加工出口區的經驗，於 2005 年通過《經濟特區法》（SEZs Act），宣佈設置經濟特區（Special Economic Zones, SEZs），自此吸引大量外資企業及本國企業進駐，成為印度吸引 FDI 與創造工作機會最重要的來源，在印度經濟逐漸強大的過程中居功甚偉。部分經濟特區係針對單一產業（Sector-specific）或數種產業而設，包括汽車、資通訊科技(ICT)、資訊軟體、生技醫藥、食品加工、農業等，部分產業別經濟特區，因逐漸吸引相關產業鏈的上下游企業前往投資，因而促成印度逐漸形成涵蓋上下游產業的完整產業聚落（clusters）的雛形，助長印度製造業發展。（註十）

不過，儘管近年各國企業對前往印度投資趨之若鶩，印度的整體投資環境仍然經常遭到各界詬病。依據世界銀行最新公佈之《全球經商環境報告》（The Doing Business），2011 年印度經商環境在全球 183 個經濟體中整體排名為 134 名，顯示印度投資經商投資環境仍諸多困難，包括行政效率、投資障礙等仍然是許多在印度投資外商共同的困擾，（註十一）這也是台灣廠商

註八：單一品牌零售係指 Single Brand Product Retailing，如 GAP 成衣零售，相對者則是多品牌零售貿易（Multi-Brand Retail Trading），如家樂福等綜合性量販商店。印度商務部自 2010 年起召開多次會議，研商是否開放多品牌零售貿易及其外資上限等，因眾多印度國內團體反對，因此截至目前仍未同意開放。

註九：參 CONSOLIDATED FDI POLICY，自 2011 年 4 月 1 日生效。

註十：參《印度投資環境與法規之研究—以 Andhra Pradesh、Tamil Nadu、Maharashtra、Karnataka 四州為例》，經濟部委託台灣印度協會研究計畫，2008 年 12 月。

註十一：世界銀行自 2006 年起，每年 9 月-11 月間公布《全球經商環境報告》，2011 年公布之報告計有 183 個經濟體，在總體排名下，分項指標計有：開辦企業、申請建築許可、聘僱員工、財產登記、獲得信貸、投資人保護、繳納稅款、跨境貿易、執行契約、關閉企業等。請參閱世界銀行電子圖書館網址：<http://elibrary.worldbank.org/>

對印度裹足不前的主要原因。

參、台印度經貿關係：現狀與前景

一、台印度經貿關係

在 2003 年以前，我國對印度貿易大致呈現成長趨勢，但增減幅度較大，並不穩定。自 2003 年起，經濟部將印度列為我國「全球出口拓銷計畫」主要拓銷國家之一，自此我與印度經貿往來開始顯著且穩定，除 2009 年全球金融風暴之影響外，各年皆呈現正向成長。

2010 年，因全球景氣復甦，我國與對印度貿易大幅成長，其中進口金額成長 74.81%，出口金額成長 43.33%，對印度貿易順差為 7.91 億美元，為歷史第二高。今(2011)年前第一季，台印度貿易持續成長，相較於去年同期，我國對印度出口成長 51.62%，進口成長 14.79%。

印度為我國第 16 大貿易對手國，其中出口為第 14 大貿易國，進口則為我國第 16 大貿易國，我國對印度具貿易順差。不過，我對印度貿易金額占我國對外貿易比重較低，尚不到我整體貿易比率之 1.5%，因此相對於印度龐大的消費市場，台印度雙邊貿易金額過低，仍應有非常大的成長空間。

就貿易項目而言，我國出口印度主要為工業製品，包括塑膠及其製品、礦物燃料、電機電子產品與設備及其零件、染料、機器及零組件、工業用紡織物等。我國自印度主要進口為農工原物料及半成品，包括玉米、棉花、芝麻、冷凍魚漿、礦物燃料、精煉銅、有機化學產品等。

我國對印度的投資活動亦與台印度貿易發展極為類似，主要始於 2000 以後，較我國在中國大陸、東亞國家投資均晚。另外，由於我對印度投資絕大多數是透過第三地轉投資，如中國大陸、香港、新加坡、美國及其他如模里西斯等租稅天堂，因此不同資料來源的相關投資統計十分分歧，且其中

差距甚大。如根據經濟部投審會資料，我對印度投資之紀錄始於 1991 年，比我投資其它亞洲地區國家如日、韓、中國大陸與東協國家等，起步相對較晚。至 2010 年底，我投資印度金額約為 5,277 萬美元，總計 33 件投資案件，印度排名我國第 16 大對外投資地區。

不過，如根據我國駐印度代表處經濟組之估計，廣義台商(即涵蓋經三國間接投資)投資印度約 80 家，投資金額約為 8~10 億美元。另外，如果依據台印度民間商務組織「印度—台北協會」之估計，至 2010 年，台灣對印度投資已超過 100 家，累積金額達 15 億美元。此一數據與我駐印度代表處經濟組之估計相近，應較符合台商在印度投資之實際情形，顯示台商對印度投資絕大多數是透過第三地轉投資，因此無法反映在經濟部投審會資料上。

如果依據印度官方之統計，依印度商務部公佈自 2000 年 4 月至 2011 年 3 月，各國至印度投資的累積投資金額，我國至印度投資累計金額約為 4,272 萬美元，占外人至印度投資比重約 0.03%，在外人投資中排名第 40 名。此一統計數據與我國投審會資料十分接近，但均無法顯示經第三國轉至印度投資案件。惟無論根據印度或我國官方統計，以及我駐印度代表處經濟組之估計，我國在印度累計投資金額仍低，相較於排名印度第 2 位外資來源的新加坡、排名第 6 位的日本，以及排名第 16 位的韓國，台灣對印度投資遠落在這些主要競爭對手之後。

如果從投資行業別來看，我實際投資印度之主要產業包括製鞋業、電子業、電腦業、食品加工業、汽機車零組件業、化學業、紡織業、機械業、通訊業等等。(註十二)較大規模之投資案件包括萬邦鞋業、鴻海精密工業股份有限公司(富士康)、豐泰鞋業、勝華科技及聯強國際等。(註十三)在 2005 年之前，我國對印度並無重大投資，而目前投資金額超過 1 億美元的案件亦

註十二：參〈印度基本資料〉，下載自國際貿易局網站：http://ekm92.trade.gov.tw/BOFT/ekm/browse_db/OpenFileService_CheckRight.jsp?file_id=83415&context=sqlserver.

註十三：參貿協全球資訊網：<http://www.taitraesource.com/total01.asp?AreaID=00&CountryID=IN&tItem=w02>.

十分有限，與台商在中國大陸、或越南、印尼等東南亞國家投資情形大異其趣，顯示台商對印度投資設廠仍持謹慎或觀望態度。現有超過億元投資規模的案件中，萬邦鞋業係投資設立製鞋相關生產園區；2006 年鴻海公司宣佈投資約 2.5 億美元，於清奈附近設立行動電話製造廠。

此外，三陽公司、技嘉科技公司、大陸工程公司、友訊科技、台達電子、勝華科技等多家製鞋或科技公司亦已於印度投資，或者與印度廠商設立合資公司從事生產。而許多科技大廠如英業達電子、明碁電腦、宏碁電腦、華碩電腦、台灣積體電路公司以及聯華電子公司等亦於印度設立分公司或聯絡處，其中並可望有多項投資案將於 2012 年完成。

根據我駐印度代表處經濟組之統計，目前我在德里、孟買、清奈約各有 80、60、100 多名台商。歷經我駐印度代表處經濟組歷經近一年之推動，印度第一個台商會「印度德里台灣商會」已於 2010 年 8 月 8 日正式在新德里成立，現約有會員 35 人。(註十四) 第二個台商會「印度孟買台灣商會」亦於今年成立，現亦有會員約 35 中。(註十五) 台商會主要將提供會員印度有關商情、民情資訊，並將協助保障會員安全。

在台印度官方與半官方往來方面，近年隨著雙方經貿關係加強而明顯增溫。其中，台印度政府間正式對話會議「次長級經濟對話會議」，已召開多次會議，(註十六) 雙方討論之議題涵蓋農漁業、智慧財產權、金融監理、電子化政府、無線寬頻產業合作等。(註十七)

另外，在民間企業交流方面，我國中華民國工商協進會自 1992 年起，與印度商工總會每年輪流在兩國舉行雙邊經濟聯席會議，2002 年起改由中華

註十四：成立大會在德里市 Lalit 飯店召開，共 50 餘名台商與會，並推舉李衍進先生擔任首屆會長。參印度經貿資訊網。

註十五：首屆會長為盧秉承先生。

註十六：參〈印度基本資料〉，下載自國際貿易局網站：http://ekm92.trade.gov.tw/BOFT/ekm/browse_db/OpenFileService_CheckRight.jsp?file_id=83415&context=sqlserver。

註十七：參貿協全球資訊網：<http://www.taitraresource.com/total01.asp?AreaID=00&CountryID=IN&tItem=w05>。

民國國際經濟合作協會持續推動，迄今已辦理十餘次會議。在產業別合作方面，我國資訊工業策進會於 2004 年 2 月與印度軟體協會 (NASSCOM) 簽訂合作備忘錄；2005 年 6 月與印度 IT 製造商協會 (Manufacturers' Association for Information Technology, 簡稱 MAIT) 與簽署合作備忘錄。我資策會並在印度設立辦事處。2006 年 10 月，我外貿協會與印度商工總會 (Federation of Indian Chambers of Commerce and Industry, 簡稱 FICCI) 亦簽署合作備忘錄；2007 年 12 月，我台灣區電機電子工業同業公會則與印度 IT 製造商協會 (MAIT) 簽署合作備忘錄。(註十八) 此外，為推動台印度間各產業之合作交流，近兩年來我與印度在食品加工、電影產業等其他領域之合作愈趨熱絡，雙方組團互訪絡繹不絕，較 2000 初期呈現不同之氣象。

須特別提出者，去 (2010) 年 3 月，我國「財團法人高等教育國際合作基金會」與「印度大學協會」 (Association of Indian Universities, AIU) 簽署合作交流協議書，以展開台印度高等教育合作與交流及雙方學歷互相認證。基此，台灣由教育部認可的 167 所大學，印度將全面予以承認，此將有助於吸引印度年輕學子來台就學，返回印度或留在台灣工作其台灣學歷亦能被承認。台印度教育交流將為雙方未來加強合作奠定重要的基礎，印度年輕學子將成為瞭解台灣事務、協助推動台印度交流的重要生力軍，也將成為台印度在科技領域合作，包括資通訊 (ICT) 科技、軟體設計、生技製藥等產業合作之重要勞動力。

二、台商在印度投資的動機與障礙

根據經濟部投資業務處相關資料，如以營運模式區分，台商在印度的營運模式，大致可分為以下四類：(註十九)

註十八：參〈印度基本資料〉，下載自國際貿易局網站：http://ekm92.trade.gov.tw/BOFT/ekm/browse_db/OpenFileService_CheckRight.jsp?file_id=83415&context=sqlserver。

註十九：《印度投資環境簡介》，下載自經濟部投資業務處網站：<http://www.dois.moea.gov.tw>

1. 外銷產業：大多屬於獨資經營型態，其中較常用方式係從中國大陸轉投資，分別僱用台灣幹部及大陸幹部組成經營團隊，此一情形與台商在越南等經營模式類似。
2. 內銷產業：大多係以與印度廠商合資經營的型態為主，例如友訊科技及三陽機車等，以便利用合資夥伴印度廠商在內銷市場之資源、通路、市場知識等。
3. 設立聯絡辦事處或研發中心：部分台商在暫不至印度設廠投資的決策下，選擇在印度主要城市成立聯絡辦事處或研發中心，目的在蒐集市場資訊、接單及研發新產品，例如台積電、聯電、威盛及華碩等。
4. 爭取內需工程建設商機：鑒於印度近年大型基礎設施與各種公共工程的商機龐大，大陸工程公司、中鼎工程公司等已成功進入印度營建市場，大陸工程公司並引進其協力廠商組成團隊，例如亞利及升業營造等。

台商前往印度投資布局的主要原因，主要係看好印度擁有豐富天然資源及廣大的內需市場，在印度超過 11 億人口的消費市場中，年所得在 1 萬至 2 萬美元之中產階級人數即高達 1 億 1,000 萬人，為台灣總人口近 5 倍。從長遠來看，2050 年印度人口預計將達到 16 億 1,380 萬人，超越中國，成為全球第一，更是值得企業考量海外投資的長久地點。(註二十)

如果從勞動力成本分析，近年中國大陸、越南等台商最受台商青睞的地點勞工成本快速增加，同時亦面臨勞動力供應不足的窘境。目前，印度勞工成本低廉，勞力供應充沛，為外資企業與台商考慮前往印度投資的一大原因，亦是印度優於中國大陸的重要競爭優勢。我科技業台商即指出，以每月基本工資比較，印度約在 100 美元左右，若再加計其他津貼保險，則僅為中國大陸成本之二分之一到三分之一左右。另外，大陸勞動計算方式是一週五

/content/doc/India.doc.

註二十：Engelman Robert et al. (2009) *The State of World Population 2009*. New York : United Nations Population Fund, <http://www.unfpa.org/webdav/site/global/shared/swp/englishswop09.pdf>.

天制，週六開工即算加班；印度則是一週六天制，廠商週六不需再支付勞工加班費，有利於人力成本節省。再者，中國大陸勞工保險項目、金額繁多，總計每位勞工在基本工資之外，雇主尚需額外支出 40% 左右的成本；相對來說，在印度僅需額外支付 17% 之相關費用。(註二十一)

不過，相較於政府及廠商對於投資印度的高度「興趣」，事實上近年來台商以實際「行動」，前往印度投資或設立據點者，則仍無法與赴大陸、越南等投資廠商家數與規模相比。許多台商雖認同印度市場潛力，但是在經過投資考察後對印度投資環境望而卻步。台商普遍認為印度投資環境不夠友善，行政效率低落，希望印度政府簡化外資企業申請設立辦事處流程、加速台資銀行設立分行程序等。此外，印度有別於台商過去熟悉的投資國家，例如中國及越南，因此廠商必須花費更多的時間及精神，在印度尋找適合投資的地區及工業區或經濟特區，再加上印度多元種族、文化、語言的背景，讓許多台商覺得十分辛苦。

依據經濟部整理之資料，多數台商認為印度投資環境障礙仍多，主要包括：(1) 印度國內市場幅員過於廣大，區域市場區隔明顯，不易進行整體行銷；(2) 內需市場仍受政府政策部分管制；(3) 稅制複雜且各州各自為政，廠商必須各自協商取得優惠，中小企業較不具談判籌碼；(4) 政府、工會以及階級制度對勞動條件造成諸多限制；(5) 勞動市場具區域僵固性，法令亦過於嚴格；(6) 產業發展所需的基礎建設不足，包括水、電、高速公路、鐵路、港口設施等，短期內不易改善；(7) 政府效率緩慢，行政程序費時繁複，政黨輪替或對立可能影響政策延續性，例如對於經濟特區態度等；(8) 土地產權不清，部分已發展之地區土地價格偏高，價位混亂，且恐有協商收購的困難；(9) 區域文化差異頗大，人口多且種族、宗教複雜，廠商必須花費精神，逐一瞭解；(10) 工資以外之各種資方負擔繁重，因此部分地區的總生產成本可能高於中國大陸；(11) 部分產業之供應鍊尚未建立，亦未形成產

註二十一：參徐遵慈、吳泰毅，〈台商在印度設廠的優劣點〉，《領航印度》，2010年10月，p.24。

業聚落，廠商必須自其他國家（如台灣、中國）進口相關原材料、半成品與副件等，必須繳付高額關稅，如自印度其他州進口，亦須交繳付銷售稅，徒增成本；以及（12）許多台商、台幹認為在印度生活不易適應，欠缺下班後娛樂休閒活動，因此對於派駐印度工作缺乏興趣。（註二十二）

其中，台商較關切之問題，例如印度政府、工會以及階級制度對勞動條件造成諸多限制，舉例來說，中鼎工程股份有限公司在印度成立中鼎印度公司（CINDA Engineering & Construction Private Limited），於 2009 年贏得印度南部克勒拉（Kerala）州的「科慶（Kochi）液化天然氣（LNG）統包工程」後，開工初期便因當地工會組織罷工導致多次工程停擺。（註二十三）

此外，由於印度大多數之產業供應鍊仍未建立，亦未形成產業聚落，因此在印度設廠生產台商必須自其他國家（如台灣、中國）進口相關原材料、半成品與副件等，必須繳付高額關稅，如自印度其他州進口，亦須交繳付銷售稅，徒增成本。其他如政府效率緩慢，行政程序費時繁複；土地產權不清，部分已發展之地區土地價格偏高，價位混亂，且恐有協商收購的困難；地方政府或政黨對於重大政策之立場與其延續性，例如對於經濟特區開發之態度；以及印度除工資以外之各種資方負擔繁重，因此部分地區的總生產成本甚至可能高於中國大陸等。

上述問題都是台商認為印度投資環境較不利之因素，也是造成許多台商對印度裹足不前的考慮原因。此一情形顯示台商在考慮至投資印度時，遭遇有別於中國或東南亞國家的投資困難，因此更需要政府提供投資相關的資訊及協助。

註二十二：另亦可參考徐遵慈等，《我國企業布局印度的挑戰與商機》，中華民國工商協進會委託中華經濟研究院計劃，2010 年 12 月。

註二十三：原文可參〈百億台幣工程順利推動 中鼎南印度站穩腳步〉，中央社，2010 年 3 月 6 日。

肆、印度主要產業概況與台印度合作前景

印度實施長達半世紀的計畫型經濟，透過對於公共部門之長期投資與保護，奠定包括鋼鐵、冶金、煉油、肥料、重機、煤礦、電力、運輸及通訊等基礎建設及產業基礎，近年更透過制定國家產業發展政策，積極發展紡織、食品、汽機車、醫藥生技等相關產業，並積極鼓勵私人企業及外資企業進行投資。

本文以下選擇印度重要產業中，未來與台灣合作較有潛力的四項產業進行分析，這四項產業，分別為通訊電子零組件、汽機車及其零組件、紡織人纖、以及食品加工產業，以下將分別說明其產業發展現況與前景，以及開放外商投資及產業合作的相關情形，以提供未來國內規劃產業合作之參考。(註二十四)

一、通訊電子零組件產業

印度因為國土廣大，人口眾多，對於通訊設備、系統、及其相關電子零組件需求龐大，形成重要商機，更是行動電話、室內電話機、答錄機、傳真機、數據機及公共電話等通訊設備的龐大市場，也是全球各大通訊設備廠商的兵家必爭之地。其中，印度行動通訊市場規模在 2009 年時已達到 240 億美元，每月平均新增無線電話用戶約 800~1,000 萬，全國行動電話銷售數量達到 1 億 1,000 萬支，首度突破 1 億支的大關。據估計，至 2014 年時，印度全國銷售量將可望突破 2 億支。

註二十四：以下分析中有關通訊電子零組件、汽機車及其零組件、紡織人纖部分，可參徐遵慈等，《我國企業布局印度的挑戰與商機》，中華民國工商協進會委託中華經濟研究院計劃，2010 年 12 月。

印度的通訊與網路設備部分自國外進口，如交換機有 Alcatel、Siemens、Fujitsu、AT&T、GPT、Sony Ericsson 及 NEC 等大廠產品，部分則自國內供應。對此，行動通訊設備跨國企業紛紛在印度設立生產據點，如 Motorola、Lucent、Nokia、LG、Elcoteq Flextronics、等，部分跨國企業如 Sony Ericsson 等則除設廠製造外，並成立研發中心。(註二十五)

以行動電話為例，印度已經是國際知名廠牌的天下，如 Nokia、Sony Ericsson、ZTE、LG、及 Motorola 等，其中 Nokia 市場占有率超過 60%。此外，值得注意的是，近年中國品牌行動電話進軍印度廉價手機市場日趨積極，例如海爾、華為等，雖然目前個別占有率均低於 2%，但成長十分迅速，後勢廣被看好。(註二十六)

目前擁有印度市場最大市占率的 Nokia 之印度市場拓展經驗，可提供產業界重要參考。該公司深耕印度最早始於 1996 年，Nokia 看準印度軟體產業在亞洲地區的競爭優勢，將其視為進軍亞太地區的大本營，而決定在印度投資 6,000 萬美元，設立軟體研發中心。2004 年，Nokia 宣布在印度清奈設立行動電話製造廠，投資金額為 1.5 億美元，2006 年正式生產，年生產量達 2,500 萬支，其中 80% 銷售印度內需市場，20% 出口新加坡、馬來西亞、印尼、越南、泰國等東南亞國家。(註二十七)

2007 年 Nokia 宣布在班加羅爾設立全球第一個行動電話手機設計部門，研析印度當地的流行顏色、材質，以及當地人的行動上網模式與新形態產品使用方式等，針對印度消費者特性開發相關的手機功能。同時，Nokia 跨足

註二十五：參貿協全球資訊網：<http://www.taitraresource.com/total01.asp>；最後瀏覽日期：2010 年 10 月 1 日。

註二十六：參《印度投資環境簡介》，頁 18，下載自經濟部投資業務處網站：<http://www.dois.moea.gov.tw/content/doc/India.doc>；最後瀏覽日期：2010 年 9 月 28 日、貿協全球資訊網：<http://www.taitraresource.com/total01.asp>；最後瀏覽日期：2010 年 10 月 1 日。

註二十七：《印度興起對台商投資策略之影響》，經濟部工業局 96 年度專案計畫期末執行成果報告，頁 A-60。

行動通訊網路設備，提供印度電信業者如 Bharti Tele-Ventures 相關設備，協助 BSNL 安裝 GSM/EDGE 和 GPRS、固網等技術，既擴張其數位行動電話網路之版圖，又能與當地電信業者經由密切合作確保經營效率。2007 年上半年，Nokia 在印度營業額已超越其在美國之營業額，使印度成為其在中國大陸以外最大的市場。(註二十八)

根據印度商工部工業政策及推廣司 (Department of Industrial Policy & Promotion, DIPP) 公布之 FDI 統計，歷年來通訊產業 (telecommunications) 大致排名印度第三大 FDI 產業，自 2000 年 4 月至 2010 年 8 月間，累積 FDI 金額達 99.85 億美元，占 FDI 總值比率約 8%。近年 FDI 流入通訊產業的金額成長更趨明顯，單年 FDI 金額約可達 25~30 億美元，成為印度最被看好的明星產業之一。(註二十九)

做為吸引外人直接投資第三大產業，印度的電信市場整體而言蓬勃發展，前景持續看好。我在印度市場布局的通訊電子零組件業者相對較多，且已發展出數種營運方式，如：自有品牌銷售，包括明基、宏達電及英華達等；與印商合資生產設備及零組件，有泰金寶和友訊等；國際手機大廠零組件代工，有勝華、光寶等；手機晶片研發有聯發科；提供手機大廠客戶垂直整合服務則有鴻海。以品牌銷售而言，宏達電於 2010 年推出智慧型手機 (smart phone) - Smart，以中階定位進入印度市場；而英華達也開發入門的 CDMA、GSM 手機，銷售到印度。(註三十)

一般來說，業界十分看好印度成為國際品牌製造基地之潛力。從地理位置來看，印度比中國更靠近歐洲，若產品在印度完成生產再銷往歐洲，運輸

註二十八：《印度興起對台商投資策略之影響》，經濟部工業局 96 年度專案計畫期末執行成果報告，頁 A-62、65。

註二十九：參〈FACT SHEET ON FOREIGN DIRECT INVESTMENT (FDI) From AUGUST 1991 to JUNE 2010〉，下載自印度工商部工業政策及推廣司網站：http://www.dipp.gov.in/fdi_statistics/india_fdi_index.htm。

註三十：〈宏達電、聯發科 強攻印度〉，聯合新聞網，2010 年 8 月 4 日：http://pro.udnjob.com/mag2/it/storypage.jsp?f_ART_ID=58573；最後瀏覽日期：2010 年 11 月 23 日。

成本較在中國生產節省許多，估計約減少 10 天左右的運輸時間，總計應可節省生產成本 1~2%。未來台印如能簽署 FTA，就 ICT 產業言，台灣廠商生產的前端半成品可經由零關稅優惠進入印度，再於當地組裝成符合歐洲各國規格需求的產品，最後銷往歐洲，如此將會大幅強化台灣廠商前往印度投資的誘因，進而擴充雙方的貿易與投資金額。值得一提的是，西方國家大抵均認同印度為民主國家，故經濟互動上相對良好，較易取得經貿上的優惠措施。台灣以印度為灘頭堡，將有利於拓展整體歐洲市場。

不過，我國業者固然在優勢上具有完備的技術知識，以及進步穩定的產品品質，然而，跨足印度市場仍存在許多挑戰。對自有品牌業者而言，Nokia、Motorola、Reliance 和 Vodafone 等大品牌已主導當地 75% 的市場，另外尚須面對中國大陸低價手機削價競爭。因此，對手機品牌業者來說，台灣有潛力爭取主要的市場可配合印度未來行動通訊趨勢，以智慧型手機為主。目前，我宏達電在印度市場已深耕多年，占市場一席之地。對行動通訊元件及代工業者來說，則可考慮尋求多元的發展方向，並且致力於技術升級與異業合作。此外，我國 WiMAX 產業發展相對印度成熟，鑑於印度發展固網不易，為快速布建涵蓋範圍廣大的網路通訊方式，台、印可共同推動相關的無線寬頻產品研發及技術，將有助我業者順勢建立 WiMAX 產業鏈。

事實上，印度為扶植其本土電子硬體製造業，於 2010 年 5 月底曾首度組團參加台北國際電腦展，並拜會包括東元集團、創見資訊、台達電、友達光電、台積電、資策會和工研院等台灣廠商和機構，尋求與我科技大廠合作的可能性。印度認為，為使印度的高成長動能延續至下個 10~15 年，印度必須發展製造業，尤其是電子硬體製造。看好台灣在電子產品製造擁有極佳優勢，印度希望爭取與台灣進行「產業對產業」的合作模式，展開產業合作，因此未來相關領域應具有極大的合作空間。

二、汽機車及相關零組件產業

隨著印度人民消費能力逐漸增加而快速成長的另一項產業，則是印度汽機車及相關零組件產業。根據「世界汽車工業國際協會」(Organisation Internationale des Constructeurs d'Automobiles, 簡稱 OICA) 於 2010 年 5 月發布的「各國汽車生產數量統計」報告，2009 年印度位居全球第七大汽車生產國，在亞洲地區中排名僅次於中國大陸、日本、韓國，進入全球汽車生產大國之林。(註三十一) 另根據由 Ernst & Young 會計師事務所和印度汽車零組件製造商協會 (Automotive Component Manufacturers Association of India, 簡稱 ACMA) 發布的一份報告顯示，(註三十二) 至 2020 年時，印度汽車產業每年平均成長速度可望達到 14%，預計將超過中國大陸平均約 6% 的成長速度，而成為全球成長速度最快的汽車市場。

印度的汽機車暨零組件產業實包含兩大部分，即整車產業：乘用車 (Passenger Vehicle) 商用車 (Commercial Vehicle) 兩輪車 (Two Wheelers) 三輪車 (Three Wheelers) 等，以及汽機車零組件 (Auto Component) 產業。根據印度車輛製造公會 (Society of India Automotive Manufacturers, 簡稱 SIAM) 公布的統計數據，2009 ~ 2010 年印度市場主要以兩輪車為主，占 76.23%，其次為乘用車占 15.86%、商用車占 4.32%、三輪車占 3.58%；而兩輪車市場又以機車的比率最高，約占 75%，速克達 (Scooter) 約占 17 ~ 20%。

近年印度車輛產量持續成長，2009 年會計年度總產量為 1,405 萬輛，較 2008 年會計年度成長 25.8%；其中兩輪車總產量達 1,051 萬輛，較去年同期成長 24.9%；成長幅度最大的是商用車，較去年同期成長 35.9%。

為建立本土汽車工業，印度政府在 2007 年時公布「2006 ~ 2016 年印度

註三十一：World Motor Vehicle Production by Country and Type 2008-2009, OICA Correspondents Survey, <http://oica.net/wp-content/uploads/cars-2008-2009-2.pdf>, 最後瀏覽日期：2010 年 10 月 1 日。

註三十二：INDIAN AUTO COMPONENT INDUSTRY AN OVERVIEW, Automotive Component Manufacturers Association of India, http://acmainfo.com/docmgr/Status_of_Auto_Industry/Status_Indian_Auto_Industry.pdf, 最後瀏覽日期：2010 年 10 月 1 日。

汽車產業規劃藍圖」，計畫將印度打造成為世界汽車製造的一個主要中心。該項產業規劃藍圖的目標，是希望建設印度成為小型汽車的國際製造基地，並成為汽車相關零組件的出口大國，使得印度在國際汽車市場的地位得以提升。同時，印度也將推動產值倍增計畫，預計從 2007 年至 2016 年，將促使印度汽車產業的產值增加四倍，從 350 億美元成長至 1,450 億美元；出口金額從 41 億美元成長至 350 億美元；創造 25 萬就業機會；並預計至 2016 年，將使汽車工業產值佔印度 GDP 比率達到 10%。

為吸引跨國汽車大廠的資金及技術，印度開放外資車廠 100% 獨資設廠，同時提供租稅優惠等鼓勵措施，目前，在印度設廠生產的跨國車廠包括 BMW、福特(Ford)、通用(GM)、本田(Honda)、現代(Hyundai)、豐田(Toyota)、福斯(Volkswagen)等，皆已設立生產據點，形成群雄併據局面。其中，自 2007 年起，印度超越美國，成為韓國現代汽車最大的海外生產基地，現代汽車更成功地將印度發展成為其小汽車出口基地，利用韓國與印度簽署《印度 - 韓國全面性經濟夥伴協定》(India-Korea Comprehensive Partnership Agreement) 於 2010 年 1 月 1 日生效，調降自韓國進口汽車零組件關稅的優勢，在印度生產整車提供內需市場及出口，現已成為印度最大的汽車出口企業。(註三十三) 繼現代之後，其他跨國車廠亦紛紛計畫跟進，目前包括通用、日產、豐田等車廠皆已宣布投資計畫，準備打造印度成立其全球小汽車製造平台的中心。

印度本土 Tata 汽車集團近年飽受外資車廠激烈競爭壓力，目前市場佔有率已跌至第三位，最早進入印度市場的日資車廠 Suzuki 位居首位，韓國現代汽車印度公司 (Hyundai Motor India Ltd) 則排名印度第二大汽車製造企業。

如將印度與中國大陸比較，根據汽車市場專業預測機構的估計，至 2013 年時，印度汽車銷售量每年平均成長速度將達到 14.5%，遠超過中國大陸平

註三十三：〈現代汽車 印度設最大海外生產基地〉，大紀元網站：<http://tw.epochtimes.com/8/2/4/76801.htm>；最後瀏覽日期：2010 年 12 月 3 日。

均約 8% 的成長速度。在未來五年內，預估中國消費者新購汽車約為 1,800 萬輛，預估印度消費者新購汽車將達到 3,800 萬輛。再者，除小型汽車外，各國也看好印度每年高達 6,500 萬台摩托車的龐大市場商機。另外，隨著日本、韓國、美國及歐洲世界級車廠陸續在印度投資，亦帶動印度汽車相關零件產業蓬勃發展，目前印度已逐漸成為亞洲重要汽車零組件生產中心之一，未來發展潛力被各界看好。

台灣車輛工業或汽機車暨零組件產業位居重要之製造業地位，台灣整車製造的品質不斷提升，近年已接近先進國家之水準，同時，近年業者大力投入研發設計 (R&D)，推陳出新，以致最近幾年來國產車占總市場之比率逐年提高。此外，業者仍積極尋求國際布局與加入國際分工體系，因此業者紛紛前往中國大陸及東南亞國家 (如印尼) 投資設廠，近年來並已逐漸重視到印度作為龐大市場及生產或加工基地的條件。相較於整車製造，台灣汽車零件業則具有少量多樣、彈性製造之優勢，近年亦因業者不斷投入研發及提升生產技術，已具備國際競爭能力，在此目光向外延伸之際，印度則因人口眾多，受到極大青睞。

其中，我中華汽車耕耘外銷市場多年，看好擁有 11 億人口的印度，於 2008 年 4 月 7 日與印度 Premier 集團簽訂技術授權合約與零件供應合約，將在印度生產威利 (Varica) 車型，預估將外銷 3,000 台套中華威利關鍵零件至印度。除供應印度市場需求外，未來並將從印度外銷至巴基斯坦、孟加拉、尼泊爾與斯里蘭卡等鄰近右駕國家。中華汽車是國內第一家到印度進行合作的整車廠，看好印度雄厚的發展潛力。

三陽工業公司於 2006 年 1 月與印度 Kinetic 機車公司簽約，取得 11.1% 股權，並提供技術生產 50~250cc 機車，2007 年 12 月利用 Kinetic 銷售管道在印度推出 125cc 速克達車種。三陽並將引進其機車零組件衛星工廠。2008 年 8 月 Mahindra & Mahindra 汽車併購 Kinetic 機車，SYM 繼續與 Mahindra 公司合作產銷機車。此外，例如台全電機則於 1996 年開始對印度市場進行

考察與市場調查，於 1998 年決定與日 / 印商合資生產汽機車啟動馬達。

整體來說，我國汽車工業發展始於與日系車廠進行技術合作，從零組件的進口裝配到自行生產、組裝整車，因內需市場規模小，故轉向零組件產業升級與關鍵零組件開發，以加入全球分工體系，並以併購通路、投資和品牌聯盟的方式外銷，(註三十四)相形之下，汽車自主品牌發展尚處萌芽階段，亦非我國於此產業當中的強項，因此若要依循韓、日汽車的發展模式進入印度市場，有其困難。

參考三陽公司等運作經驗，顯示重要零組件與有關技術的合作，仍是我汽機車工業廠商選擇在印度投石問路的方式，此亦反映了台灣本身汽機車工業發展歷程中的主要技術優勢項目。我汽機車主要廠商應持續與印方整車業者、零組件業者加強此等合作，以專業、關鍵的生產技術進攻印度，較能爭取在其市場中可塑性高而長遠的發展空間。

值得注意的是，近年印度的本土汽車品牌 Tata、Mahindra 集團與機車廠 Bajaj 等，紛紛主動與我廠商推動技術合作及產品共同研發，其中 Mahindra 集團採購部於 2009 年派員來台與我汽車零組件的廠商洽談採購時，更表示台灣在汽車電子方面極具競爭優勢。(註三十五)此外，印度有機會成為南亞汽車輸銷歐洲、中東、非洲市場的出口中心，對汽、機車零組件的需求量驚人，我國廠商可專注售後服務市場的龐大商機。

三、紡織人纖產業

印度發展紡織產業的相關農作物產量豐富，目前為全球最大的黃麻生產

註三十四：《2010 年汽機車產業年鑑》，經濟部技術處，2010 年 5 月，頁 2-116~119。

註三十五：〈印度汽機車市場火紅 貿協與三大產業公會首度攜手進軍〉，台灣經貿網：http://pob.taiwantrade.com.tw/mdj/PR/PR93/pr930729_1.htm；〈印度 RV 車第一品牌 Mahindra 車廠來台採購發電機、汽車導航設備等產品〉，台灣經貿網：http://www.taiwantrade.com.tw/CH/query.do?Method=showPage&name=cetraNewsDetail&id=2139127&table_class=N。

地、第二大蠶絲生產國、第三大紗線生產國，以及第五大合成纖維生產國。從屬於上游原材料的絲、麻、羊毛、棉及化纖，至中游紡紗、織布、染整，到下游成衣、配件等，印度相關資源豐富，也因此一向將紡織業視為其民族工業。

2009 年印度紡織業年產值達 550 億美元，占印度工業生產總值比重的 14%，GDP 比重的 4%。印度紡織產品在國內銷售金額每年約 330 億美元，每年出口金額超過 220 億美元，約占出口總值比重的 16~18%，為印度第二大創匯產業。根據印度政府估計，至 2015 年，印度國內成衣銷售金額可望達到 290 億美元，紗布等國內銷售金額 280 億美元；成衣出口金額 210 億美元，紗布等出口金額 220 億美元。(註三十六)

印度與中國及巴基斯坦並列為世界最具競爭力之三大紡品及成衣出口國。印度廉價且豐沛的勞工，及印度曾為英國殖民地而與歐美國家綿密的往來交流，使得業者對歐美市場十分熟悉，都成為強化其紡織業地位的有利條件。但缺點則如業者規模過小、基礎建設不佳、資金成本過高、缺乏資金更新技術及設備等。

為推動印度紡織業，尤其加強其產業核心部門的投資與製程現代化，印度政府於 2004 年 12 月公布「紡織業 2010 年遠景計畫」(Vision 2010)，提出其產業政策發展主軸，同時開始放寬外人直接投資紡織業，降低紡織機械設備與零配件的基本關稅，廢除紡織品附加貨物稅及附加貨物稅法，免徵各類聚酯長纖貨物稅。

在此同時，印度政府亦透過設立「成衣園區出口計畫」以及「紡織基礎發展中心計畫」，以推動具有發展潛力的地區，建立具有國際水準的成衣廠，及更新各重要紡織中心的基礎設施等。目前，全印度約有 26 個綜合紡織園區已經通過審核，獲准成立。

註三十六：參印度經貿資訊網，<http://www.taitraesource.com/india/index5.asp?CID=03>，最後瀏覽日期：2010 年 10 月 10 日。

為促進紡織業發展，強化印度成為紡織業製造基地之地位，印度將聚酯原絲貨物稅稅率調降至 8%；將紡織機器及製造機器所需之原料及配件關稅自 15%調降為 10%。另自 2006 年 4 月起，人纖基本關稅自 16%降為 8%，DMT(聚碳酸酯)、PTA(精對苯二甲酸)及 MEG 等紡織原料之基本關稅，亦自 15%降為 10%。所有人纖產品貨物稅皆將調降。

美國國際貿易委員會(International Trade Commission, ITC)曾發布一項研究指出，在 2005 年紡織品全球配額取消後，國際紡織市場競爭進入白熱化的新階段，印度為世界上第二大紡織品服裝生產國，是唯一有能力與中國在紡織領域進行競爭的國家。印度的優勢為勞動力成本低廉，原料多樣化，有傳統設計技術及龐大的國內市場；弱勢則是投資不足且分散，原料加工成本較高，設備更新跟不上及企業規模偏小。在上述印度政府政策推動下，印度紡織產業之發展限制以較過去大幅改善，未來應在進軍國際市場上更具競爭地位。

台商近年開始重視在印度投資外銷導向之傳統產業之潛力，其中尤其以紡織成衣與製鞋產業對於印度投資環境之興趣逐漸升高，目前紡織成衣業已在印度設廠者，包括勤益公司、福盈科技化學等。(註三十七)其中，台灣紡紗業在 2000 年左右掀起關廠外移風潮，其中人纖紡紗業大多選擇外移至鄰近的越南，例如台南紡織、聯明、中紡、東隆公司等，勤益公司則因以採購英國和澳洲羊毛為主，考慮印度過去為英國殖民地，在貿易上與英國及其他歐洲國家往來便利，因此選擇以印度為海外的主要毛料生產重鎮。

印度是很大的紡織品消費市場，當地企業(印度商)較小規模公司主要是以供應內需市場為主，大規模公司則有能力外銷，以出口為主。勤益生產紗、布，福盈科技化學生產紡織用布劑，基本上兩者的產品皆以供應內需市場的原料為主。而鑒於印度、巴基斯坦與孟加拉等南亞國家，未來在紡織與皮革

註三十七：台灣印度協會，「印度投資環境與法規之研究—：以 Andhra Pradesh、Tamil Nadu、Maharashtra、Karnataka 四州為例」，經濟部投資業務處 97 年度委託計畫。

等產品的發展潛力龐大，不亞於中國，部分業者配合國際大廠的腳步，積極在南亞布建通路，準備進軍當地市場，拓展南亞、中亞及歐洲市場，其中針對《南亞自由貿易協定》(The Agreement on South Asian Free Trade Area, SAFTA) 的南亞國家完成整合後所形成的龐大市場與商機，將是我業者可發展的新興市場。

須注意者為，紡織品原為我國出口印度前十大產品，然而現在台灣在印度具拓銷潛力或市場競爭力的商品已非早期的低價商品，因其在過去十年來相關市場已被中國大陸產品取代。目前，印度進口紡織品中約有四成來自大陸，價格低廉，台灣則應以技術差異化取勝，例如高強力尼龍製成的輪胎簾布。2004 年大陸製輪胎簾布因低價大量進入印度市場而被印度控傾銷，因此給予台製較高價的輪胎簾布進入印度市場的機會。由於印度汽車市場蓬勃發展，而諸如輪胎簾布、汽車座椅內裝用布、安全氣囊、安全帶等，大量仰賴進口。對此，台灣具有優勢的機能性紡織品，包括紗、布等，除其產品可直接出口外，其相關原料出口印度加工為最終製品，內銷印度或出口至歐美、中東國家等，都是台灣紡織業在印度市場發展的可能方向。

依據我駐印度經濟組之分析，適合台商至印度投資之業別中，在紡織成衣業方面，台商可利用印度對外簽署各種區域性及雙邊 FTA、其他貿易協定所提供的關稅優惠及其他非關稅優惠待遇，例如東協國家之泰國、新加坡，及美國、歐盟、孟加拉、斯里蘭卡等，進入這些國家的市場。此外，我國如能藉由投資印度，分散對於中國大陸、越南投資的依賴，應有助我紡織業長遠發展與全球布局。

四、食品加工產業

印度是排名緊追在中國大陸、美國之後的全球最大食品生產國之一，每

年平均產值超過 6 億公噸，(註三十八) 同時也是世界最大的新鮮水果生產國，每年產值達 6,300 萬公噸；世界第二大水果蔬菜生產國，每年水果產值達 5,800 萬公噸，蔬菜產值達 1 億 900 萬公噸。此外，印度也是全球最大的香料生產國、消費國及出口國，主要生產的香料包括黑胡椒、小豆蔻和大豆蔻、薑、蒜、薑黃、辣椒等；第五大家禽生產國，年產值約 6 億 4,500 萬；第三大水產品生產國，每年產值約 610 萬公噸；以及最大的牛乳生產國，每年牛乳產值可達 9,800 萬公噸。

不過，印度雖然在農產品、乳品、水產品和香料等農產品項目的年產量在全球名列前茅，但是由於印度幅員廣大，天氣燠熱，以及運輸條件不佳等不利因素，使得農產品加工、儲存、運輸等相關產業與服務的需求龐大，尤其是蔬菜、水果、鮮乳等，都需要延長保存能力、減少資源浪費，也因此促使印度政府積極推動食品加工產業之發展，以使其農業資源能夠被更有效地運用，以提升農業經濟價值。(註三十九)

根據印度食品加工產業部最新公佈之年報資料，(註四十) 2010 年 4 月至 2011 年 3 月間，印度食品加工產業總值約 635 億美元，占印度國內生產毛額 (GDP) 比率約 14%。印度富裕及中產階級計有約 3 億人口，為加工食品創造龐大的消費客群。此外，印度越來越注重食品品質和衛生，以及消費者意識抬頭等因素，均促使食品加工產業的需求日盛。(註四十一)

印度食品加工產業部曾在第十個五年計畫 (2002~2007 年) 下，提出包括加強相關基礎設施投資、技術提升與現代化、品質保證與國際食品標準

註三十八：中國為 8 億 5,600 萬公噸；美國為 6 億 800 萬公噸。

註三十九：Ministry of Food Processing Industries Annual Report 2010-11，頁 9，下載自 <http://mofpi.nic.in/images/ar10-11.pdf>；最後瀏覽日期：2011 年 5 月 5 日。

註四十：參 Ministry of Food Processing Industries 網站：<http://mofpi.nic.in/ContentPage.aspx?CategoryId=122>；最後瀏覽日期：2011 年 5 月 5 日。Ministry of Food Processing Industries Annual Report 2010-11，頁 9，下載自 <http://mofpi.nic.in/images/ar10-11.pdf>；最後瀏覽日期：2011 年 5 月 5 日。

註四十一：印度—台北協會資料。

(Codex) 研發、人力資源開發、強化中介機構 (nodal agency) 功能，以及前後端產業整合與推廣活動等多項方案。例如在基礎設施方案中，擬建立食品園區 (food parks)、包裝中心、現代化屠宰場、整合型冷鏈 (cold chain) 設施，以及附加價值中心和食品照射設備 (irradiation facilities) 等，印度政府更提供資助計畫，給予廠房或設施總金額之 25%(或另訂上限金額) 補助，和提供相關技術協助等方式，以改善食品加工產業的硬體。(註四十二)

在第十一個五年計畫 (2007~2012 年) 中，則對食品加工產業進行若干改革，包括將產業為「肉、漁及乳品業」、「蔬果等農產及製酒業」、「基礎建設」、「稅務及金融」，以及「研發、人力資源開發、實驗室及標準制定」等五個主題，提出相關改善工作。整體而言，在第十一個五年計畫下，食品加工產業計有以下重點發展方案 (註四十三)：推動設立大型食品園區 (Mega Food Park)；加強冷鏈、附加價值及食品保存等基礎設施，如冷藏庫、冷凍貨車等；推動屠宰場現代化；推動產業升級與現代化；加強品質管理、食品檢驗實驗室、研發及宣導活動等的建制或升級；其它則尚包括實施《2006 年食品安全與標準法》(Food Safety & Standards Act, 2006)；成立「國家食品技術企業精神與管理機關」(National Institute of Food Technology Entrepreneurship & Management, NIFTEM) 等。

2010 年我食品業產值約為 146.41 億美元，占整體製造業產值比重約 3.35%，在我國各產業中產值排名第八位。(註四十四) 目前印度雖非我國食品 (加工) 產業主要貿易對象，但是基於印度龐大的消費人口，業者普遍認

註四十二： *Eleventh Five Year Plan Report of the Working Group on Food Processing Sector*，頁 v、31~32，下載自 <http://mofpi.nic.in/images/File/Eleventh%20FYP.pdf>；最後瀏覽日期：2011 年 4 月 12 日。

註四十三： *Eleventh Five Year Plan Report of the Working Group on Food Processing Sector*，頁 vii，下載自 <http://mofpi.nic.in/images/File/Eleventh%20FYP.pdf>；*Ministry of Food Processing Industries Annual Report 2010-11*，頁 19~23，下載自 <http://mofpi.nic.in/images/ar10-11.pdf>；最後瀏覽日期：2011 年 5 月 5 日。

註四十四：參 http://www.hncb.com.tw/document/rate_usdtwd.pdf。

為印度食品加工市場值得開發。此外，由於印度擁有豐富的農漁資資源，我國則擁有先進的農產品與食品發展技術，因此雙方如能加強食品加工相關產業之合作，應可利用各自的優勢互補，共同推進食品產業之發展。

伍、印度對外簽署 FTA 的情形與影響

印度自推動經濟改革以來，逐漸與世界主要國家發展出密切的經貿關係，1990 年代後期全球興起區域整合的風潮，印度亦開始積極推展與其他國家洽簽 FTA 或全面性經濟合作協定 (Comprehensive Economic Cooperation Arrangement, CECA) 與經濟夥伴協定 (Economic Partnership Agreement, EPA)。截至目前，印度已與智利、阿富汗、南錐共同市場 (MERCOSUR)、東協、韓國、日本、新加坡、馬來西亞等分別簽署 FTA，(註四十五)，現則正積極與歐盟 (27 國)、歐洲自由貿易協會 (EFTA)、加拿大、澳洲、海灣國家合作理事會 (Gulf Cooperation Council, GCC) 等國家，進行 FTA 之研究或正值談判，其中尤其以與歐盟的 FTA 談判最為積極。

另外，2003 年 6 月，印度總理出訪北京，與中國共同宣佈雙方將展開簽署 FTA 之研議工作；2005 年 4 月，中印啟動 FTA 可行性聯合研究，至 2008 年 10 月完成研究，惟因印度國內反對聲浪，以及兩國複雜的政治因素，目前中印 FTA 幾已停擺，截至目前未曾展開正式談判。印度不僅對於與中國簽署 FTA 戒慎恐懼，近年更傳出多起貿易摩擦，因此未來幾年內簽署 FTA 的機會恐甚微小。

另外，印度與孟加拉、不丹、馬爾地夫、尼泊爾、巴基斯坦、斯里蘭卡同為南亞區域合作協會 (South Asia Association for Regional Cooperation,

註四十五：或稱優惠貿易協定 (Preferential Trade Arrangement, PTA)、全面性經濟合作協定 (Comprehensive Economic Cooperation Agreement, CECA) 或經濟夥伴協定 (Economic Partnership Agreement, EPA) 等名詞。

SAARC) 成員，2004 年 1 月該協會高峰會議決議簽署《南亞自由貿易協定》(The Agreement on South Asian Free Trade Area, SAFTA)，以加強南亞地區經濟整合，已於 2006 年 1 月 1 日生效實施，預計在 2016 年以前逐漸調降關稅。

除推動 FTA 以外，印度採取全方位的策略，發展與全球各大區域版圖的經貿關係，包括美國、德國、日本、俄羅斯、中東國家、東協國家等，都是印度重要的經貿合作夥伴。在印度的全球區域經貿版圖中，亞洲、美洲、歐洲、中東都已納入其全球部署。

以下則印度較重要之 FTA 及其進展，分別說明。

一、印度—東協 FTA 及與東協國家 FTA

隨著東西冷戰結束，印度與東南亞國家經貿關係逐漸改善，1991 年 Narasimha Rao 出任總理，提出「東望」政策，其後於 1992 年獲准成為東協「部門別對話夥伴」(Sectoral Dialogue Partner)，1994 年與越南簽訂雙邊軍事合作協議等，自此展開與東南亞國家間的各项互動與合作。

2002 年 11 月，東協與印度在柬埔寨首都金邊召開高峰會議 (ASEAN-India Summit)，雙方宣佈將在 10 年內成立 FTA。2003 年 10 月，印度與東協簽署《全面性經濟合作架構協定》(Framework Agreement on Comprehensive Economic Cooperation between the Association of South East Asian Nations and India)，自 2004 年 7 月 1 日生效實施，其後於 2009 年 8 月核定貨品 FTA 內容，完成簽署儀式，於 2010 年 1 月 1 日生效實施。(註四十六)

註四十六：Agreement on Trade in Goods under the Framework Agreement on Comprehensive Economic Cooperation between the Republic of India and the Association of Southeast Asian Nations, Article 23 Entry into Force:

1. Each Party shall notify all the other Parties in writing upon completion of its internal requirements necessary for the entry into force of this Agreement. This Agreement shall enter into force

除與東協整體簽署的 FTA 外，2003 年 5 月，印度與新加坡展開《印度 - 新加坡全面性經濟合作協定》(India-Singapore Comprehensive Economic Cooperation Agreement) 的談判，於 2005 年 6 月 29 日順利簽署協定，同年 8 月 1 日生效實施。該協定除涵蓋自由化有關的條文外，尚包括投資保障協定、避免雙重課稅協定、開放空運服務業及開放天空包機協定等，此外還包含雙方於健康醫療、教育、媒體、旅遊觀光等領域之合作計畫。

印度繼與東協簽署架構協定後，又陸續推動與新加坡、泰國、馬來西亞等東協國家個別間之 FTA，以加強與這些東協國家間之合作。其中，印度與新加坡於 2005 年 6 月 29 日簽署《印度 - 新加坡全面性經濟合作協定》(India-Singapore Comprehensive Economic Cooperation Agreement)，《印度 - 新加坡全面性經濟合作協定》(India-Singapore Comprehensive Economic Cooperation Agreement，以下簡稱印度 - 新加坡 CECA) 於同年 8 月 1 日生效。(註四十七) 印度 - 新加坡 CECA 為新加坡首度與南亞國家簽訂之協定，更是印度第一個簽署之全面性經濟合作協定，其主要章節包括貨品貿易、原產地規則、關務、標準化及技術性法規、投資、服務貿易、空運服務、自然人移動、電子商務、智慧財產權合作、科學與技術、教育、媒體及爭端解決等。(註四十八)

on 1 January 2010 or the date, by which such notifications have been made, by the Governments of India and at least one (1) ASEAN Member State.

2. Where a Party is unable to complete its internal requirements for the entry into force of this Agreement by 1 January 2010, this Agreement shall enter into force for that Party on 1 June 2010 or upon the date by which that Party notifies the completion of its internal requirements, whichever is earlier. In exceptional circumstances, where a Party is unable to complete its internal requirements for the entry into force of this Agreement by 1 June 2010, this Agreement shall enter into force for that Party on a mutually agreed date after that Party has informed all Parties of the completion of its internal requirements.

註四十七：參 http://commerce.nic.in/india_rta.htm#h15.

註四十八：參 http://www.fta.gov.sg/ftas_ceca_legal.asp.

二、《印度與日經濟夥伴協定》(Economic Partnership Agreement, EPA)

2004 年 11 月，印度與日本開始研議簽署經濟夥伴協定 (Economic Partnership Agreement, EPA)，雙方政府經共同研究後認為應盡速完成談判。2010 年 10 月 25 日，日本首相菅直人與印度總理辛格在東京共同宣布協定談判已順利完成。2011 年 2 月 16 日，雙方簽署《日本-印度經濟夥伴協定》(Japan-India Economic Partnership Agreement, EPA) 已於 8 月 1 日正式生效實施，內容包括：商品貿易市場進入、原產地規則、關務程序、一般性規則、服務貿易、投資，與智慧財產權等。

根據協定內容，未來雙方 94%貿易貨品將會逐步執行關稅削減，在未來 10 年內，印度將陸續撤銷日本汽車、鋼鐵、桃子、柿子等貨品關稅，而日本則將對大部分印度出口貨品實施關稅削減，包括農產品如咖哩粉和茶葉等，但小麥、牛肉、豬肉及部分農產品等不在關稅調降範圍內。同時，日本與印度也將加強在服務業、投資、特定產業領域之合作，未來日本將放寬印度廚師、會計、英語教師、醫生、護士等專業人士進入日本工作之限制。

日本多年以來，位居印度第二大出口目的國的重要地位，印度出口到日本的商品以勞動密集型產品為主，主要包括紡織品、成品服裝、鑽石、寶石、珠寶、水產品、礦產品等，但近年來軟體、電子產品等技術型產品出口到日本的比率逐漸上升。日本看好印度擁有全球第二大人口的龐大市場，更希望藉由加強與印度的合作，以降低日本企業對中國大陸市場的倚賴。看好雙方簽署 FTA 貿易成長的前景，日本、印度政府宣佈，將在 2014 年前達到促使雙邊貿易金額突破 250 億美元的目標。

三、《印度 - 韓國全面性經濟夥伴協定》

2004 年 10 月，南韓盧武鉉總統訪印度時，提出雙方簽署《印度 - 韓國

全面性經濟夥伴協定》(India-Korea Comprehensive Economic Partnership Agreement, 以下簡稱印 - 韓 CEPA) 的倡議, 雙方即成立可行性研究聯合小組。2006 年 3 月, 雙方開啟 CEPA 談判, 前後歷時 3 年 6 個月, 於 2009 年 8 月 7 日完成簽署, 於 2010 年 1 月 1 日正式生效。

印 - 韓 CEPA 涵蓋兩國間有關貨品貿易、服務貿易、投資、經濟合作等廣泛經濟領域。其中, 在貨品貿易方面, 印度同意對自韓國進口 85% 的貨品消除或調降關稅, 其中 72% 的貨品關稅將降至零關稅。降稅產品包括印度自韓國進口最大宗的汽車零組件, 以及鋼鐵、機械、化學、電子產品等十大韓國主力產品, 其中, 汽車零組件平均關稅將從 12.5%, 在 8 年內調降至 1 ~ 5%。

韓國則將對自印度進口 93% 貨品消除或調降關稅, 惟因農漁產品為兩國敏感領域, 開放程度較低, 例如牛肉、豬肉、秋刀魚、梭子蟹和芝麻等均未包括在韓國對印度市場開放清單中。在印 - 韓 CEPA 中, 印度承諾通信、會計、建築、房地產、醫療、能源、流通等服務領域和建築、流通(零售除外)、廣告、娛樂文化及運輸服務等市場將對韓國開放。總括來說, 雙方在服務業的開放程度將高於各自在 WTO 下之承諾, 同時同意開放服務業專業人士的相互往來, 未來印度資訊科技(IT)人才如軟體工程師、程式設計師等將可望擴大進入韓國。

根據韓國海關統計, CEPA 簽署後第一年的優異貿易表現, 2010 年韓印度雙邊貿易金額達 171.08 億美元, 其中韓國對印度出口 114.34 億美元, 較 2009 年出口 80.13 億美元大幅成長 43%; 印度對韓出口 56.74 億美元, 較 2009 年出口 41.42 億美元亦成長高達 37%。對此, 兩國元首宣布將在 2014 年前達成貿易金額倍增的目標。

印度和韓國分別排名亞洲第二和第四經濟體, 在 2008 年全球金融海嘯發生後, 國際間貿易保護主義高漲的情形下, 印、韓簽署 CEPA 無異於為兩國的經貿活動注入新的動能。對於韓國而言, 印度除與中國並稱全球崛起的

兩大經濟勢力外，該協定也是韓國首次與「金磚四國」(巴西、俄羅斯、印度與中國)簽署的 FTA。據韓國對外經濟政策研究院(KIEP)分析，印 - 韓 CEPA 生效後，可望帶動韓國 GDP 成長 0.03% ~ 0.17%，增加對印度出口金額約 1.77 億美元，增加自印度進口金額約 3,700 萬美元，對印度貿易順差金額增加 1.4 億美元。

由於韓國產業如家電及汽車業者在印度耕耘已久，且甚多在印度設立大型製造基地，直接供應印度市場及外銷，韓、印締結 CEPA 後，韓國汽車零組件業者的未來發展引人關注。由於汽車零組件為韓國對印度出口重要項目，未來大幅調降關稅後，將使在印度整車市場排名第二的韓國現代汽車競爭力更加水漲船高。

陸、結論與政策建議

印度為南亞大國，不僅在南亞地區的影響力舉足輕重，從長遠的角度觀察，印度未來在人口、國力、資源、經濟潛力的發展前景被各界看好，許多國際組織甚至認為印度長遠的發展潛力將不亞於中國大陸。尤其，印度近年力行經濟改革開放，積極發展貿易及吸引投資，實施「東望」政策，印度經濟逐漸跨足東亞與南亞，未來可望在南亞、東南亞與東亞的經濟整合上，扮演日漸重要的角色。

今年三月，印度外交部對外宣佈將與台灣加強經濟往來，印度與中國為開發中國家新興起的兩大強權，印度政府在推動對外經貿合作的策略上，願意捨中國而選擇台灣，顯示其認為台灣的經濟實力、發展模式與產業結構，較諸中國大陸更能與印度互補相融。台灣一方面應把握機會，準備與印度洽簽 FTA 或經濟合作協議(Economic Cooperation Agreement, ECA)的相關籌備工作，另一方面則應檢視台印度經貿關係，以加強台印度在貿易、投資、產

業合作等多面向之實質合作與交流，藉由創造更多談判 FTA 或 ECA 的籌碼，同時促使雙方經貿關係，能在未來簽署 FTA 或 ECA 後，獲得更大的成長動能。

事實上，印度對我興趣濃厚的原因，主要是看好雙方未來合作的潛力，包括台灣經貿實力以及對外投資潛力，以及在農業、資通訊科技、電子機械、農業與食品加工等產業發展的殷實基礎與技術，以及在全球供應鏈上扮演的重要角色，將可協助印度發展關鍵製造業，擺脫以農業及原物料產業為基礎的產業結構。尤其，印度資訊服務業擁有國際優勢，為全球重要的資訊服務業出口國，出口值佔全球總出口值近四分之一，因此印度的資訊軟體產業如能與台灣的資訊硬體產業結合，將更加鞏固雙方在 IT 產業的龍頭地位。

本文以下提出加強台印度經貿關係之政策建議，供各界參考。

一、推動台印度合作研究與交流，提供國內各界印度資訊

由於印度國土幅員龐大，語言、種族、法規制度複雜，往往成為中小企業台商考察印度貿易、投資商機的障礙，本文建議，政府有關機關應積極支持研究機構與工商團體對印度及我赴印廠商進行系統性的產業調查、研究，以提供有興趣投資印度的企業參考。如參考日本對於印度市場與投資研析完整資訊的作法，我政府可參考建置類似的研究與資訊傳播機制，包括委託不同產業別的產業研究、發行商情資訊與印度為主題之刊物、責成相關產業公會或專業組織進行個別產業、地區別之市場調查等，以提供國內各界即時且深入之研究資訊。

例如，對於印度新興市場之相關動向與資訊，如各國看好其未來開放多品牌零售(multi-brand retail)市場之龐大商機，政府機關應盡快展開相關之研究與規劃，以協助台商佈局與爭取商機。

同時，政府亦應推動台、印度雙方不同層級與機構間的定期交流與互

訪，包括中央政府、各州政府、智庫、研究單位、產業協會、民間機構等間之交流與互動，以建立雙方持續互動的合作關係。近年國內對於印度文化、藝術漸感興趣，台印間亦可從經貿延伸至文化、藝術間之交流，以加強彼此之了解。

二、加強印度台商協會的功能，爭取建立與印度相關產業與主管機構間之聯繫窗口

政府應積極輔導及加強印度台商協會之功能，印度現雖已於新德里、孟買成立台商協會，但參加之會員人數尚有限，未來除需持續加強已建立之台商協會功能，並推動成立其他投資地區之台商協會外，亦可參考中國大陸、越南等地台商協會運作之經驗，推動成立產業別之台商協會，例如 IT 產業、機械電子、傳統產業等，以有系統整理台商投資與營運經驗及障礙，及傳承給新進廠商。

此外，基於印度普遍行政效率低落，聯繫事務費時緩慢，為加快與印度相關機構間之溝通互動的聯繫效率，我國亦可推動台商協會或其他經貿性質之組織與印度相關產業或議題主管機構間，設立對接之聯繫窗口與對話管道。例如，除產業合作外，在印度投資經常涉及勞工權益與工會相關問題、稅賦制度、法規政策等，未來如能逐漸建立針對不同性質問題之有效聯繫管道，將可協助台商快速解決其營運、投資所遭遇之具體問題。

三、善用印度 FTA 網絡，建立從印度進入第三國利基市場的跳板地位

印度原本即與南亞國家關係深厚，近年更與東協、韓、日國等陸續簽署 FTA，目前更積極與歐盟、中東國家談判 FTA，如能熟知且善用這些 FTA 下的關稅與非關稅優惠，將有助台商利用印度之優惠網絡，拓展這些國家的市

場。尤其，我國因政治困難短期不易與主要貿易國家簽署 FTA，刻正在全球興起的區域整合風潮，已使我國產品蒙受不利的衝擊。為避免我國未來被排除在區域整合潮流之外，我國應善用印度之對外關係，須瞭解相關協定或優惠待遇所涉之原產地規定 (ROO) 等，俾能利用「Made in India」的身分，拓展南亞、東南亞、東亞國家的出口市場，以及未來進一步拓展歐洲、中東地區的出口市場。

四、審慎評估印度投資環境，選擇最適合的投資地點與營運型態與策略

印度因擁有龐大的內需市場與豐沛勞動力，可以提供我國產業在海外投資布局的重要生產基地與市場。我企業進軍印度之模式包括獨資、合資或代理等，並無通則可循，企業進入印度前，必須衡量企業的自身定位，先有完善的市場研究調查，了解自身體質與市場利基，才能採取風險最小、獲利最大的進駐模式。台商如尚不具國際行銷、管理經驗，欲進入印度市場，建議以合資、購併、策略聯盟等方式進行，且宜以分區經營方式為主，先從地區性之市場做起，逐漸擴展到全國性之行銷。

印度近年陸續調降進口關稅，使台灣產品與品牌有機會進入印度市場，尚未在印度投資設廠的台灣業者，可以考慮藉由商品代理、合資、購併、策略聯盟或設立服務據點等方式，將產品輸往印度。已經在印度投資設廠的業者，則可以考慮建立自有行銷通路，將生產製造與產品銷售連結為一完整服務體系。惟因印度內需市場體系複雜，對於市場運作不熟悉的台商在選擇市場與合作夥伴時應特別謹慎。

五、掌握印度產業發展政策方向與優惠待遇，爭取投資或產業合作之最大優勢

如本文前述，印度為確保其經濟發展榮景得以持續，深知必須建立本土重要產業基礎，因此近年來提出多項產業別之中長期展策略或藍圖，例如紡織成衣、通訊、汽車等產業政策，並設立各種稅負減免、研發抵減或投資之優惠待遇或鼓勵措施，以吸引印度國內及跨國企業投資。例如，印度政府為扶植汽車產業，提供印度汽機車（及其零組件）生產與出口諸多鼓勵或獎勵措施，使得印度汽機車產業發展呈現蓬勃氣象。

由於我國在印度投資起步較晚，部份產業或市場已為日、韓企業掌握，

因此我國更應積極掌握印度未來之中長期產業發展方向，以搶得先機，配合印度政策進行相關的投資佈局或產業合作計畫。為了解此類產業之未來方向，我相關政府機構、產業公協會等應協助進行資訊之蒐集與研析，以提供業者作為投資或技術合作等之參考。

六、以中長期經營策略布局，爭取印度內需市場商機

印度市場幅員廣大，除種族、宗教、語言等差異外，不同地區間之消費差異性亦極高。因此，基於立即打開全國市場困難度極高，拓展印度市場必須採取階段性策略，以分區方式逐步打開不同區域之市場，

由於美、歐、日、韓等大型企業或財團，長年經營印度市場，其品牌已經在印度建立全國性之高知名度，例如日本、韓國汽車、手機、3C 家電產品等，近年來韓國品牌汽車、家電、資訊產品、化妝品等因密集廣告、大型宣傳之效果，在印度市場受歡迎程度更扶搖直上，對日本等其他國際品牌形成極大之壓力。

相較之下，台商產品與品牌在印度大多不具高知名度，因此台灣產品加強在印度市場之宣傳、行銷，實刻不容緩。惟我國部份產品，如智慧型手機、行動通訊、電腦產品、工具機等在印度已建立產品形象及知名度，近年台灣經濟發展經驗亦逐漸受到印度重視，未來我國應把握已建立之基礎，加強宣傳台灣產品形象，以提高印度各界對我國之接受程度。

從我國經發展戰略來看，過去以來台灣貿易、投資大量集中於中國大陸市場，早已導致國內各界對我經濟對大陸倚賴程度過高的疑慮。對此，放眼國際間具龐大經貿發展潛力的國家或地區中，印度因在國際政治、區域安全、經濟發展上具重要意義，實可作為台灣發展全球戰略思維中不可忽視之重要夥伴。因此，政府更需以印度為橋樑，我拓展印度市場除商業考慮外，更具有經濟安全與平衡我對大陸經濟倚賴的重要戰略性動機，此節，實有待

政府能夠提出有效吸引廠商重視印度市場之誘因機制與配套措施，以確實達到此一政策目標。