

出國報告：(出國類別：會議)

參加印度國家銀行之短期訓練課程
及後續拜訪事宜出國報告

服務機關：中國輸出入銀行

姓名職稱：廖上熙 襄理兼科長

派赴國家：印度

出國期間：106年7月26日至106年8月2日

報告日期：106年10月16日

出國報告：(出國類別：會議)

摘 要

亞洲銀行家協會 (Asian Bankers Association, 簡稱 ABA) 邀請會員銀行參加由印度國家銀行 (STATE BANK OF INDIA, 簡稱 SBI) 於印度海德拉巴 (Hyderabad) 舉辦之短期訓練課程暨研討會，與亞洲各國會員代表，共同研習數位金融、風險管理、中小企業供應鏈等議題。

ABA 提供之短期金融訓練課程旨在提供會員銀行間金融議題之研習機會，目的在於加強金融人員相關操作及知識提升、瞭解主辦銀行在業務面的運作。

本次短期金融訓練課程由 SBI 主辦，在其職員學院進行為期二天的課程，課程涵蓋全球市場/債券、數位金融、金融體系、客戶連結、風險管理、中小企業電子智慧供應鏈等議題，全程以英文進行，參與訓練人員皆為銀行代表，課程中亞洲各國金融人員得與互相交流，課程結束後並參訪 SBI 分行。

另外，本行預計明年設立孟買辦事處，本次課程結束後轉往孟買拜會印度儲備銀行 (Reserve Bank of India, 簡稱 RBI)，表達本行將赴印度設立孟買辦事處，並介紹本行業務及設立目的；另拜訪外貿協會孟買辦事處，並由該辦事處安排當地仲介介紹當地投資環境及觀看多處辦公大樓，以供未來辦事處營業場所地點參考。此外，本次行程亦拜會台銀孟買辦事處及當地台商會。

參加印度國家銀行之短期訓練課程及後續拜訪事宜

出國報告

目次

壹、前言	3
貳、訓練課程	4
一、數位銀行(Digital Banking)	4
二、Aadhaar 生物辨識卡	5
三、中小企業貸款	7
四、大數據分析(Data Warehouse and Analytics)	10
五、社交媒體運用	15
六、農業經營活動	19
參、拜訪行程	24
肆、心得與建議	27
附錄	

壹、前言

亞洲銀行家協會（ABA）於 1981 年 10 月 29 日在台北成立，是亞太工商聯合會（the Confederation of Asia Pacific Chambers of Commerce and Industry, CACCI）的服務理事會之一。ABA 旨在為推動亞太地區金融業事業，促進區域經濟合作提供一個論壇。ABA 的會員目前包括來自亞太地區 25 個國家的 100 多家主要銀行。ABA 的成立具有以下主要目標：(1)提供亞太地區銀行意見及資訊交流機會 (2)促進本地區銀行團結友好的氣氛(3) 促進聯合活動以加強其成員在為其各自經濟的財政需求提供服務和促進區域內發展(4)促進亞太地區貿易，工業和投資合作的項目。

印度國家銀行(State Bank of India，簡稱 SBI)為 ABA 員銀行之一，亦是 ABA 理事銀行代表。其總部位於印度孟買，是一家提供跨國金融服務的國營銀行。SBI 是印度四大銀行之一，資本額 3,500 億美元，員工數有 27 萬餘人，為全球排名前 50 大銀行之一，於 37 個國家設有 19 8 個海外分支機構。

本次短期金融訓練課程由 SBI 主辦，共計 30 人參加，分別來自伊朗、寮國、尼泊爾、菲律賓、越南、斯里蘭卡及台灣等 7 個國家 20 家會員銀行。透過本次課程了解 SBI 經營模式並與各國學員間的經驗相互交流，期以增進參加各學員在銀行實務方面之專業知識與技巧。

貳、會議議題討論

一、數位銀行(Digital Banking)

印度在 2015 年之總人口約 12.5 億人，居世界第二位，每人每年平均所得(GDP)由 2014 年 90,000 盧比，增加至 2016 年 106,000 盧比。根據調查，使用手機約有 10 億人，使用網路約有 3 億人，使用智慧型手機約有 2.4 億人；預估至 2020 年總人口可達 13.5 億人，其中使用手機約有 12 億人，使用網路約有 6.5 億人，使用智慧型手機約有 5.2 億人。

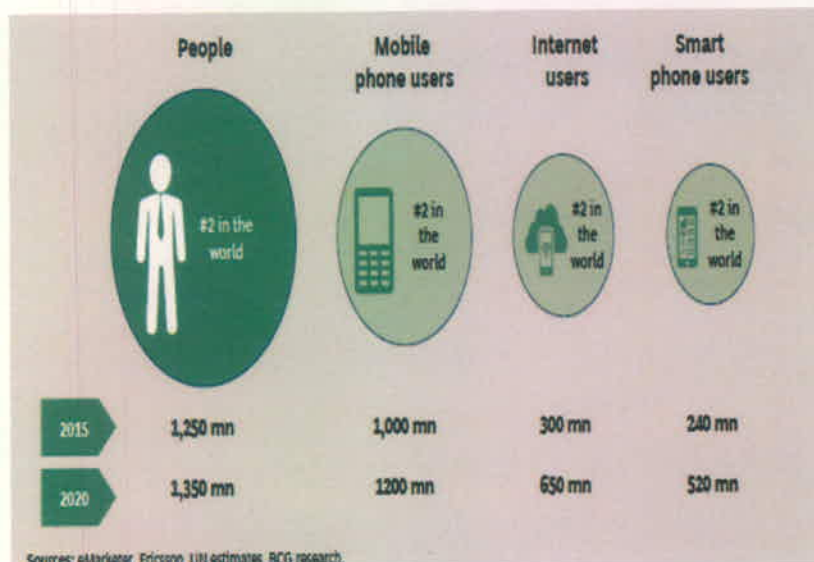
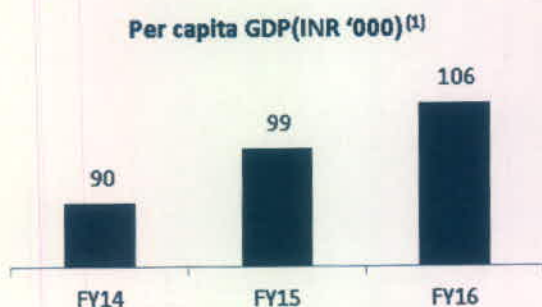
數位銀行有望在未來幾年內搭上智慧型手機用戶群並呈指數級增長。

根據印度通訊委員會 (Telecom Regulatory Authority of India, TRAI) 資料顯示，至 2016 年 12 月印度電話通訊總門號數約為 11 億 5,000 萬戶，市話門號數僅約 2,440 萬戶，占 2.12%，手機總門號數約達 11 億 2,700 萬戶 (其中經常使用者約為 9 億戶) 占 97.88%，且市話使用比率持續下降中。手機用門號數的持續攀升，代表手機遊戲 (手機 APP) 與 APP 市場潛力雄厚。另外，利用網路支付的使用量快速增長表示消費者對數位銀行的意識和傾向越來越大

隨著數位，行動和交易數據的整合，客戶的完整財務狀況將可供金融業分析，並可開發合適的產品來提供更好地服務。透過銀行、電信公司、政府和商家的合作，以及金融科技(fintech)的應用，可以實現多種實用案例。包括政府補助款支付、雇主薪水支付、銀行貸款轉帳、一般家庭帳單支付、便利商店購物付款、網路購物支付等，均可利用數位銀行服務。

印度實施數位銀行的完全無紙化服務，其中關鍵是客戶需持有「Aadhaar 卡」，以便能進行審核。「Aadhaar 卡」採用生物識別技術辨認客戶，在開戶時無需簽名確認，也不必前往分行辦理手續，擺脫傳統銀行業務需填寫繁雜表格的冗長過程。

由於印度平均每人所得至今僅 1,882 美元，因而消費行為上，除了價格上錙銖必較外，加上印度大眾運輸系統不甚發達，道路擁塞，購物所需時間成本亦為消費者考量。與「已開發國家」電商市場相較，印度電商平台更藉由「貨到付款」取信並服務消費者。



資料來源:SBI

二、Aadhaar 生物辨識卡

這項由印度政府在 2009 年推廣的身分認證數位化計畫，除了通過設立「印度單一認證機構」(Unique Identification Authority of India, 簡稱 UIDAI)，向印度公民核發生物辨識卡，印度政府也極力推廣將這張「身分證」結合包括金融卡、信用卡等，推動全國進入「無實體貨幣」交易的數位時代。

Aadhaar 是印度政府根據其個別生物特徵和人口統計數據向所有印度居民發放的 12 位數之身份證號碼。數據由 UIDAI 收集，UIDAI 被授權為印度的所有居民分配一個 12 位數獨一的身份證件 (UID) 號碼 (稱為 Aadhaar)。UIDAI 計劃透過資料數據蒐集、整合及與夥伴數據庫互連的機制，制定新的政策和程序，並可廣泛運用於各種公部門或私部門服務的使用。Aadhaar 除了 12 位數之身份證號碼外，並加入照片，十個指紋和兩個虹膜掃描等個人特徵，存儲在集中式數據庫。

Aadhaar 是世界上最大的個別身分識別系統，截至 2017 年 8 月，其成員人數超過 11.7 億，超過 99% 的 18 歲及以上的印度人已納入 Aadhaar，5 至 18 歲的兒童中有 73%，5 歲以下的人中有 39% 為 Aadhaar。世界銀行首席經濟學家保羅·羅默（Paul Romer）將 Aadhaar 描述為世界上最先進的 ID 計劃。Aadhaar 之申請並不具有強制性，惟取得 Aadhaar 會在生活上更加便利。在公領域方面，也可以作為有效身份證號碼，同時利用各種政府服務，如天然氣連接或補貼配額、養老金計劃、電子簽名、數字儲物櫃等，均可利用 Aadhaar 進行申請及操作；私領域方面，如 SIM 卡或開立銀行帳戶，用戶還可以將 Aadhaar 與其銀行帳戶綁定，使用 Aadhaar 支付系統(AEPS)進行轉帳、查詢餘額、存款取款和跨行交易。最終用戶的資金會通過銀行帳戶直接轉入商家帳戶。目前，AEPS 支付已經與超過 100 家公辦和私營銀行合作。另外根據 UIDAI 網站，任何 Aadhaar 持有人或服務提供商都可以通過其網站上提供的 Aadhaar 驗證服務(Aadhaar Verification Service , AVS)

目前 UIDAI 積極推廣「無現金社會建設」，計劃將使用 Aadhaar 生物辨別的總人數從每日 1 億增加到每日 4 億。

印度政府人員曾邀請蘋果、微軟、三星、谷歌的高管參加會議，討論的主要問題是將把 Aadhaar 的加密功能集成到這幾家科技公司的技術中，惟蘋果未參加此次會議。實際上，很大的原因是安裝了 Aadhaar 系統後會涉及用戶隱私和數據泄露。



三、中小企業貸款

全球各國家中小企業對該國 GDP 均有著舉足輕重的地位，以就業率而言，美國中小企業就業人口占全部之 70%，日本韓國分別為 82%及 78%，印度為 41%。以製造業產值來看，美國中小企業占總產值的 64%，日本、韓國分別為 74%及 64%，印度為 45%。

CONTRIBUTION OF SMEs TO WORLD ECONOMIES

Country	Contribution (Incremental Share) (2016-17)	
	Employment (%)	Mfg. Sector Output (%)
USA	70	64
Japan	82	74
France	57	83
Korea	78	64
India	41	45

資料來源:SBI

印度對中小企業定義可分為微型企業、小型企業及中型企業。

1. 微型企業：員工人數 10 人以下，總資產或營業額在美金 10 萬元以下者
2. 小型企業：員工人數 50 人以下，總資產或營業額在美金 300 萬元以下者
3. 中型企業：員工人數 300 人以下，總資產或營業額在美金 1,500 萬元以下者

相較於歐盟及亞洲其他國家如菲律賓、印尼等國家，對中小企業定義均有所不同，歐盟對微型企業、小型企業及中型企業定義分別為員工人數 10/50/250 人以下，總資產在 2/10/43 百萬歐元以下或營業額在 2/10/50 百萬歐元以下，菲律賓及印尼對於對中小企業定義僅一項，其中菲律賓對中小型企業定義為分別為員工人數 200 人以下，總資產在 4,000 萬披索以下，印尼對於對中小企業定義為員工人數 100 人以下。

至於印度中小企業具有以下特性：

1. 資本額低

2. 缺乏進入資本市場籌資能力
3. 交易以現金為主
4. 信用資訊不足
5. 缺乏財務會計管理
6. 缺乏財務揭露
7. 通常由一個企業家驅動，導致自滿
8. 通常為家族企業，缺乏完整組織及管理架構
9. 缺乏專業能力，利用科技的使用率低
10. 易受商業/宏觀環境變化的影響
11. 失敗率/倒閉率高

此外，以 SWAP 分析，印度中小企業亦面臨著許多問題：

1. 就財務面而言，缺乏有效且合時的信用額度，銀行對於中小企業因較無法評估其資產價值，通常要求提供擔保品，且利率較高。
2. 就營業面而言，無法取得政府方面的支援，對原物料取得成本高且無效率，另外對於產品設計研發、包裝、產品展示及貨物儲藏等能力不足。
3. 就法律面而言，勞動法的多重性和程序複雜性的適應較困難，對於行政效率不彰之單位沒有機制快速解決及無法迅速解決不適任的人員，有關稅收的直接和間接問題及其程序上是否符合稅法規定較不熟悉等。
4. 就基礎設施和技術面而言，缺乏進入全球市場機會，及缺乏適當的基礎設施和新的技術，同時亦難取得有經驗的技術人員及市場行銷人才。

由於中小企業成長率低，經常未依照正規商業慣例，加上擔保品不足(低抵押證券)，盡職調查(due diligence)處理成本相對較高，另外加上財務報表不佳等原因，中小企業融資普遍被認為具有風險。然而，印度中小企業共有 5,000 萬家，服務員工計有 1.1 億人，僅次於農業就業人口；產值約占整體製造業 45%、占整體出口總額 40%、占 GDP17%，為印度經濟體系相當重要的一環。以 SUSUKI 單一車廠為例，下游衛星工廠有 400 多家，

員工總數超過 1 萬人。

以產業來區分，中小企業在製造業主要分布在紡織業、食品製造加工、汽車零配件業、照明設備業、鋼鐵業及農業等。在服務業方面，主要分布在衛生保健業、教育服務業、旅遊及旅館服務業、金融服務業、電腦資訊業及交通服務業等。

SBI 對於中小企業評估模式，包括以下幾種：

1. 信用評級機構的信用評等 - 如 GOI 特別為中小企業設立的 SMERA 或其他信用評級機構，如 CRISIL，CARE，ICRA，India Ratings，ONICRA 等)。
2. 檢視交易付款記錄和財務報表方面的透明度。
3. 組織結構調查 - 發起人（包括家庭）背景調查、企業管理實力、產品質量、供應商和客戶網絡的質量參數、貿易關係，任何董事或親屬的履約紀錄約等。

SBI 為印度最大之銀行，同時亦為國營銀行，負有支持及扶植中小企業之義務，截至 2017 年 3 月止，中小企業客戶數計有 100 萬戶，貸放金額占 SBI 總整體貸款總額 13.83%。

SBI 對於中小企業戶提供貸款有客戶便利性，風險緩解，數位科技服務等三大支柱：

1. 客戶便利性方面，提供網絡的貸款申請和追蹤系統，並可與客戶進行商業會議及貼近客戶需求。
2. 提供風險緩解產品，如生產供應鏈貸款，有資產基礎貸款，票據貼現，中小企業信保基金貸款，MUDRA 貸款(小額貸款，每日最高不得超過 25,000 盧比)。
3. 依據各種產品特性，透過數位模式加快流程和撥款。

SBI 對於中小企業提供以下產品：

1. 倉單收據融資(Commodity backed warehouse receipt financing)
2. 與生產連結之 SSI 貸款(Small Scale Industries Loan)
3. 貿易輕鬆貸款計劃(Traders easy loan scheme)
4. 開放式貸款(Open Term Loan)
5. 業務經常賬戶貸款(Loan for Business Current Accounts)
6. 零售業交易貸款(Loan for Retail Trade)

7. 商店主貸款(SBI Shoppe)

8. 中小企業信用卡

SBI 認為，印度中小企業部門在經濟中扮演著至關重要的角色，同時提供巨大的商機，整體業務是獲利的，銀行必須與中小企業有長期的關係，但中小企業亦有相當之風險，需要密切監控。

四、大數據分析(Data Warehouse and Analytics)

(一) 數據倉庫(Data Warehouse)

數據倉庫是一種關係數據庫，專為查詢和分析而設計，而不是事務處理。它通常包含從各項交易數據及來自其他來源的數據導出的歷史數據，對於收集和處理數據透過電腦演算及模組建立，經轉換及加載 (ETL) 解決方案和其他應用程序。

企業數據倉庫(Enterprise Data Warehouse, EDW) 是 SBI 的信息資產，正確而適當使用可使組織更瞭解內、外部的運作並可指引政策方向。同時，可使組織的信息保持一致性及安全性，並做為決策基礎。

SBI 係屬金融服務業，各項產品的研發、服務都是為提供最好的服務，提升綜合競爭力，SBI 成立企業資料庫(Enterprise Data Warehouse Project, EDWP)，主要數據來源包括國內總、分行各項業務、金庫、現金管理產品、手機銀行、自動提款機、網路銀行、貿易融資、聯絡中心、貸款系統、風險管理、支付系統及海外分行等。

數據市場(Data Mart)是企業數據倉庫的一個子集。透過科技技術將不同的數據市場靈活交叉運用，這有助於企業中心(Business Unit)廣泛使用數據市場，因為它不會對操作系統或數據倉庫造成過大壓力。EDWP 目前開發了以下數據市場：

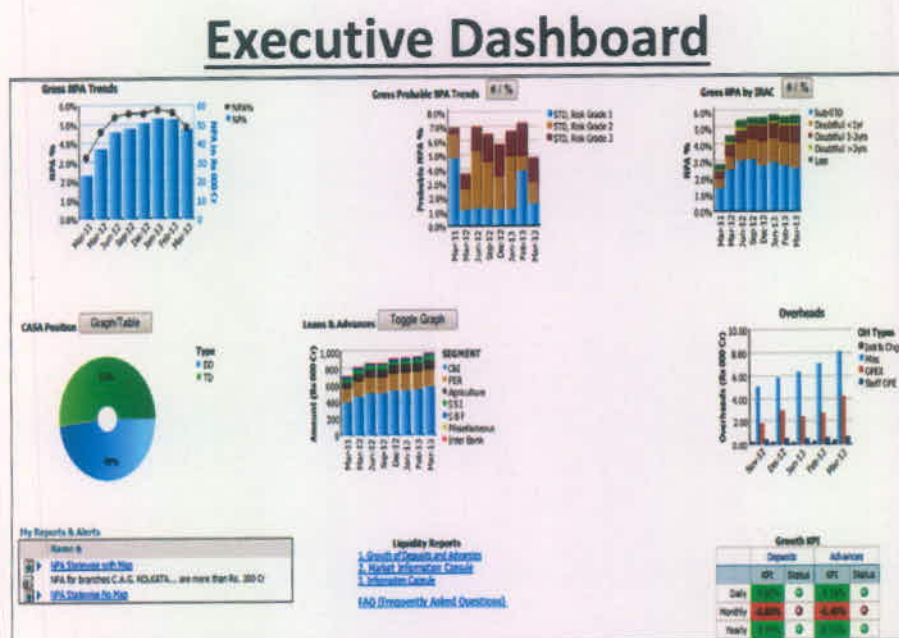
1. 風險數據市場(Risk Data Mart)
2. (客戶檢視) 數據市場(Customer One View, COV) Data Mart
3. (壓力資產管理) 數據市場(Stressed Asset Management, SAM) Data Mart

透過 EDWP，SBI 整合下列 3 種報告提供各種商業智能 (Business Intelligence) 的見

解：

1. 儀表板(Dashboard)- 儀表板是將最重要的信息的透過視覺顯示整合併排列在單個屏幕上，以便可以一目了然地查看信息。主要儀表板可分為以下 3 種：

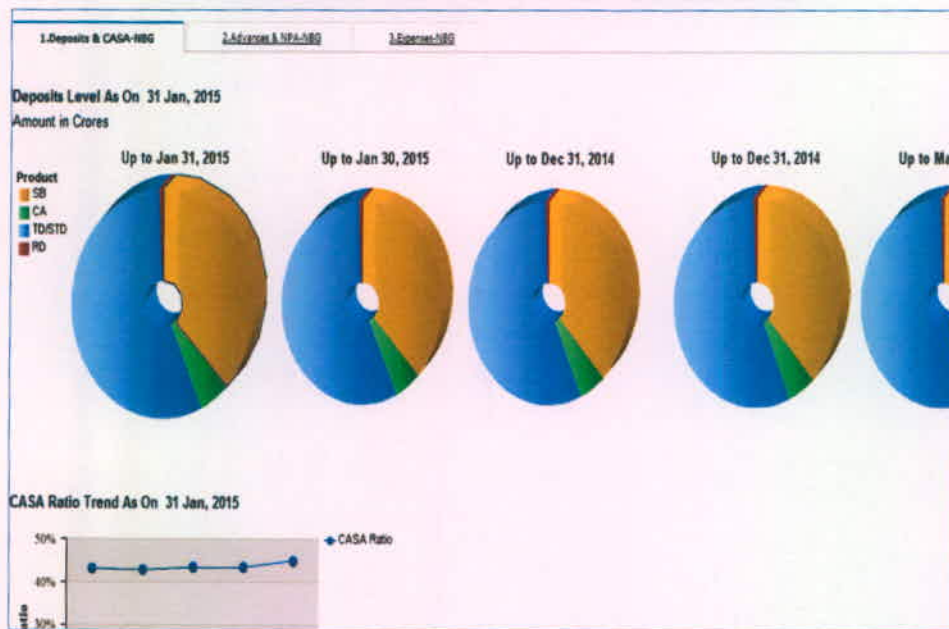
(1) 執行儀表板(Executive Dashboard)：該儀表板是為了提供最高管理階層進行業務決策而開發的。管理階層可以無時不刻透過平板電腦取得總不良資產及其趨勢、貸款進展，貸款行業別比例、各項成本，流動性報告等的總結信息。



資料來源：SBI

(2) 分行經理儀表板(Branch Managers Dashboard)：為分行經理提供工具，以監測業務水平，包括新開戶數、不良債權、回收催收款、收入/費用，各項交易等不同參數的每日/每週/每月進度。

Branch Manager Dashboard



資料來源:SBI

- (3) 員工生產力儀表板(Staff Productivity Dashboard)：提供管理人員每日透過櫃檯等辦事員登錄各項資料以確定總生產率。同時可透過客戶檢視圖 (Customer One View ,CoV)，查看客戶與 SBI 所有的關係，包括交易，互動，為銀行賺取的收入以及產生的利潤。同時它有助於分析客戶過去的行為，以便為客戶提供未來更好地個性化的客戶服務。
- (4) 預付卡儀表板(Prepaid Card Dashboard)：提供有關使用各種類型的預付卡(如 Gift card, eZ Pay card, achiever Card, Imprest Card, State bank smart Payout card 等)的詳細細節。
2. 互動報告(Interactive Reports)- 互動式報告是透過總數據選擇特定數據資料並可依不同層次提供不同互動式報告。例如分行經理可透過互動式報告比較自己的分行與本區其他分行、整個區域等相關資料比較分析。而在互動式報告中，可以查看整個銀行等級數據，惟此項互動式報告僅提供予高階管理人如分行經理使用。
3. 特別報告及自動報告(Adhoc & Automated Reports)-EDWP 有時會應業務單位要求提供特別報告，目前 EDWP 每月正在為業務單位提供 60-70 個不同的特別報告。針對這

些特別報告，EDWP 已將其中 25-30 份報告轉為自動報告，每月固定產生以供業務單位使用。

(二) 數據分析

原始的分析部門(Analytics Department)，在數據倉庫中進行的分析係有級別限制，2013.11.11 在執行支援系統(Executive Support System, ESS) 下進行分析部門重整。SBI 數據分析是將數學和統計技術應用於數據，以便發現模式和相關性，或者利用模型預測，從而使組織在現實狀況下進行決策或規劃。在實際運用上，銀行、金融服務和保險部門可以廣泛地利用分析進行市場行銷和客戶訂位區隔，定價，風險選擇，產品管理和欺詐預防及檢測。

透過資料信息挖掘(data mining)，不同的管理階層可以獲得他們所需要的資料統計。

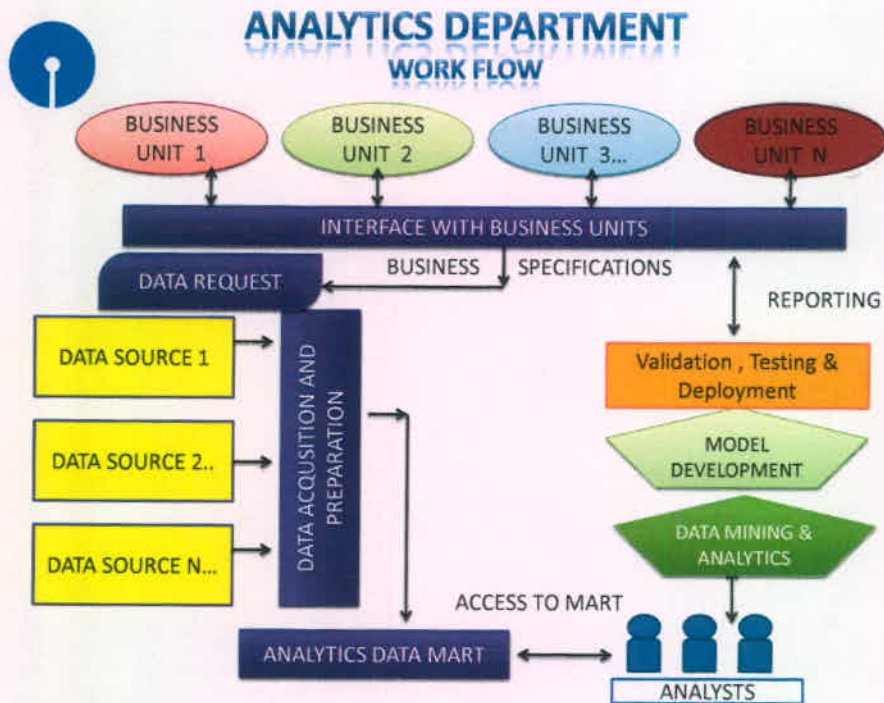
使用者	信息挖掘
資深經理	各個事業單一產品獲利率
合作銀行部經理	產業別獲利率
中小企業部經理	區域銷售績效
零售部經理	重要性家庭的維護
產品部經理	各產品間的獲利率
經銷部經理	銷售管道遷移的機會
市場行銷部經理	各部門獲利率
行動銀行部經理	產品簡介
信用部經理	信用風險分析
風險管理部經理	資本計算、風險控制與緩解風險分析

資料來源:SBI

基本上，使用數據分者可分為 4 個族群：

- 1、 董事長及其他高階管理者：執行儀表板(Executive Dashboard)必須簡單容易操作，不需經過訓練即可上手。

- 2、重要經理人或專案計畫執行者：重要經理人透過數據挖掘，找出客戶行為模式，並建立預測模組以預測客戶行為。
- 3、控制管理等一般使用者：透過訓練可以使用靈活的服務報告，處理簡單查詢問題。
- 4、分行等基本使用者：僅能使用標準報告，報告內容是事先決定的，不能被使用者修改。



資料來源:SBI

目前 SBI 分析部門對於事業單位提供分析有以下幾種：

- 1、客戶關係管理分析
- 2、市場行銷和交叉行銷分析
- 3、替代管道分析
- 4、廣告系列分析
- 5、競爭分析
- 6、風險和欺詐分析
- 7、不良資產分析分析
- 8、績效、生產力和獲利能力分析

9、 流程優化分析

10、 人力資源分析

11、 網路分析

透過各類分析，可以獲得以下的收益：

1、 能夠預測客戶行為

2、 預測損失或利潤的概率。

3、 識別商機並做最佳利用

4、 從分析中產生主要及業務潛力

5、 提供決策改善

6、 加強風險管理

7、 識別及業務併購機會

8、 更好的客戶滿意度

9、 降低客戶流失

10、 增加交叉銷售和向上行銷機會

11、 流程改進

12、 行業信息

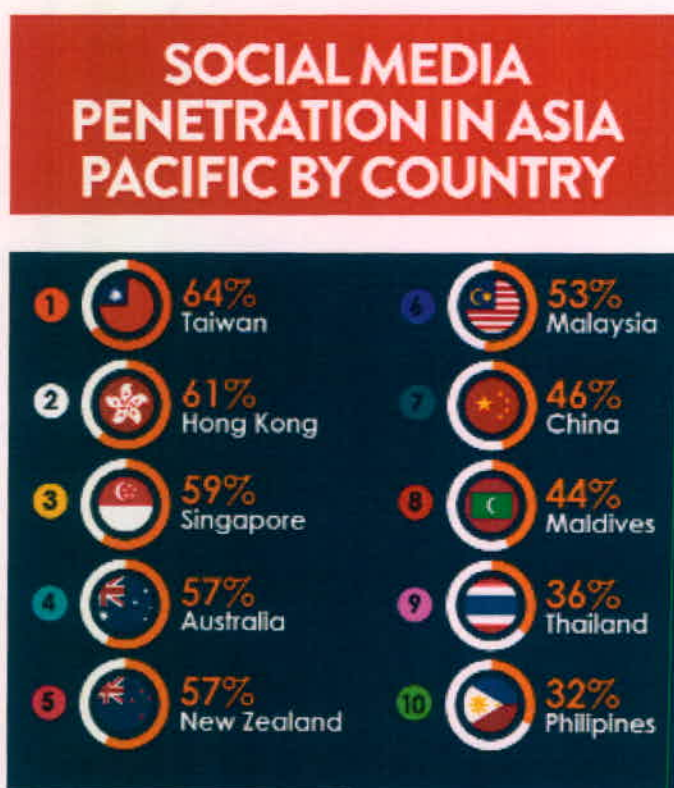
13、 提高獲利能力

SBI 表示，計畫未來 3 年內還有 58-68 個分析要完成，包括客戶忠誠度分析、產品透明度分析、服務最佳化分析、現金部位最佳化、預算預估等。

五、 社交媒體運用

在現代社會中，社群媒體包括等已被廣泛 blog、vlog、podcast、Wikipedia、Facebook、Instagram、Plurk、Twitter、Google+、Snapchat 等，某些網站也加入類似功能，例如百度、Yahoo、EHow、Ezine Articles。以亞洲國家來看，社群媒體在台灣滲透率最高，達 64%，其次為香港及新加坡，分別達 61%及 59%，而印度為全世界使用 Facebook 人數最多者。同時，印度是世界第二大網路購物市場，有 43.8%網路使用者至少透過網路購

買一件以上商品。另外，亞洲地區使用數位銀行的消費者達 670 百萬人，並快速地增加，
預估至 2020 年可達 17 億人口。



資料來源:SBI

SBI 除透過網路銀行提供服務外，亦大量透過社群媒體行銷，包括 Facebook、You Tube、LinkedIn 等，均擁有大量使用者造訪及使用者。

State Bank of India on social media



資料來源: SBI

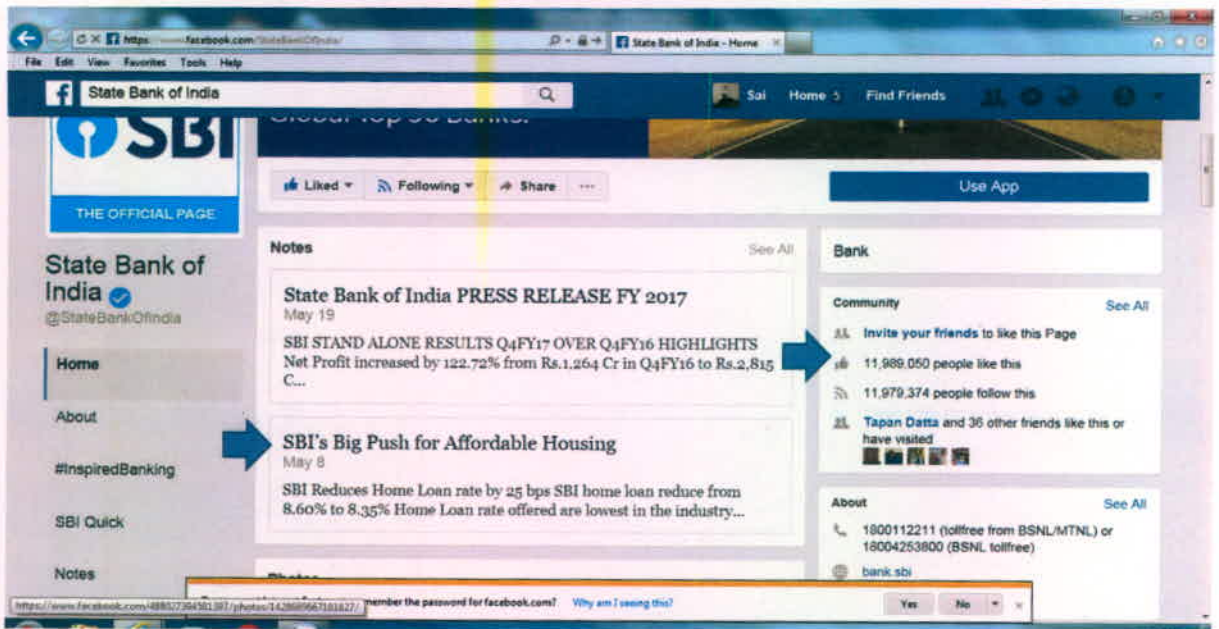
SBI 社群媒體造訪人次

社群媒體	造訪人次
Facebook	12.69 百萬人次
You Tube	66.94 百萬人次
LinkedIn	475 千人次
Twitter	2.31 百萬人次
Instagram	217 千人次

資料來源: SBI

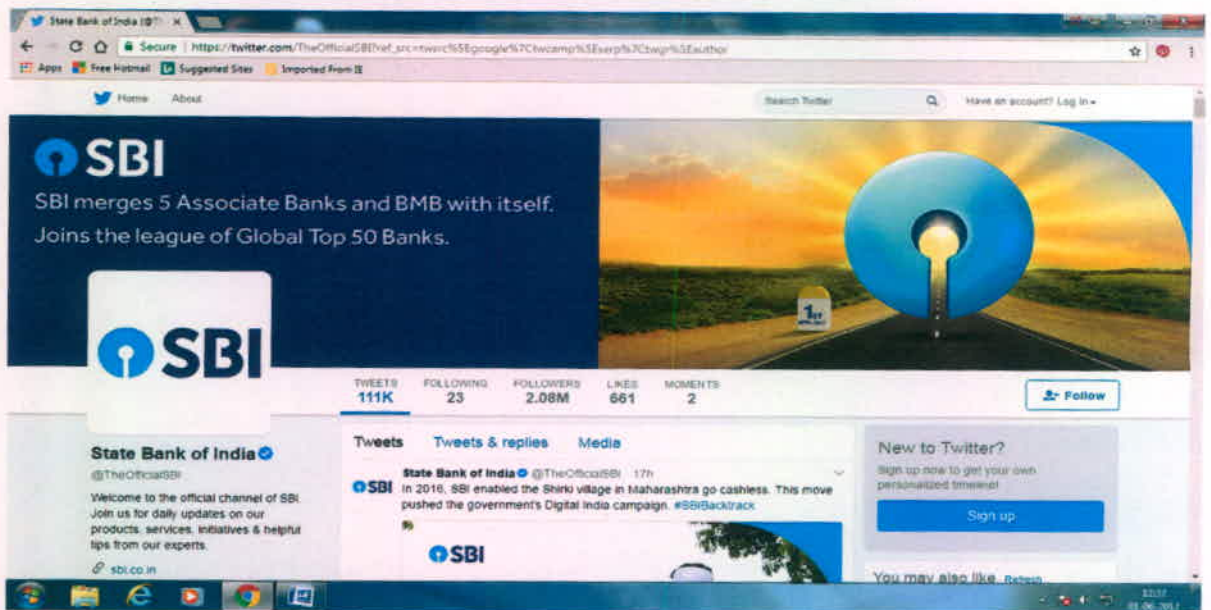
其中，Facebook、You tube 及 Twitter 是 SBI 在社群媒體重要的銀行應用平台，透過 SBI 官方 Facebook 頁面可以進行基本銀行活動，如餘額查詢，小型報表，SBI 網內的資金轉帳以及受益人管理服務。在 SBI 官方 Twitter，客戶可以使用主題標籤找出自己的帳戶餘額並查看迷你報表。

facebook



資料來源:SBI

<https://twitter.com/TheOfficialSBI>



資料來源:SBI

不可否認地，社群媒體正在改變全球金融服務的五個關鍵領域：

- 1、客戶服務
- 2、市場行銷

- 3、 新產品/服務開發
- 4、 降低成本並提高效率
- 5、 新商業模式

六、 農業經營活動

(一) 印度農民概況

印度農業的社會經濟結構的特點是，封建的、個體的和資本主義的經濟成分並存，小農經濟占絕大多數，每個農戶的經營規模較小。印度農業主要以個體農戶為經營單位，農民大致上可分為 5 類：大農(large farmer)、中農(mediaum farmer)、半中農(semi-medium farmer)、小農(small farmer)及邊際農(marginal farmer)。印度雖經歷了長達 40 年的「土地改革」，但印度的土地佔有狀況並未發生根本性變化，土地所有權仍集中在少數人手裡，據 SBI 提供資料(2010/11 年度)，占農戶總數 0.7% 的最富的大農擁有 10.5% 的土地，而佔總數 67% 的最窮的邊際農只擁有 22.5% 的土地。另外，自 1970/71 年度至 2010/11 年度，小農及邊際農不斷增加，小農從 1 萬 3 千多戶增加到 2 萬 4 千多戶，邊際農更從 3 萬 6 千多戶增加到 9 萬 4 千多戶；惟每戶平均經營的土地規模為由 2.28 公頃降至 1.15 公頃，其中小農及邊際農平均經營的土地僅 0.57 公頃及 0.18 公頃。相對地，大農平均經營的土地達 5.35 公頃。小農及邊際農占農戶總數的 85%，惟經營的土地僅占 45%。

Number of operational holdings ('000)

Size	1970-71	1976-77	1980-81	1985-86	1990-91	1995-96	2000-01	2005-06	2010-11
Marginal	36200	44523	50122	56147	63389	71179	75408	83694	92826
Small	13432	14728	16072	17922	20092	21643	22695	23930	24779
Semi Medium	10681	11666	12455	13252	13923	14261	14021	14127	13896
Medium	7932	8212	8068	7916	7580	7092	6577	6375	5875
Large	2766	2440	2166	1918	1654	1404	1230	1096	973
All sizes	71011	81569	88883	97155	106638	115579	119931	129222	138349

資料來源:SBI

Number of operational holdings ('000)

Size	Holding (ha)	2010-11	Percentage
Marginal	Up to 1.00	92826	67.09
Small	1.00 to 2.00	24779	17.91
Semi Medium	2.00 to 4.00	13896	10.04
Medium	4.00 to 10.00	5875	4.25
Large	> 10.00	973	0.71
All sizes		138349	100.00

資料來源:SBI

Number of operational holdings & Area Irrigated						
Size Class(HA)	Total Holdings		Exclusive Number of Holdings Receiving Irrigation	Total Net Irrigated Area	Exclusive Number of Holdings Receiving Irrigation	Total Net Irrigated Area
	Number	Area				
MARGINAL	92825979	35908264	48917426	16834633	35.36	10.55
SMALL	24779150	35244061	12130813	14263101	8.77	8.94
SEMIMEDIUM	13895552	37704789	7060529	14995180	5.10	9.40
MEDIUM	5875017	33827908	3148612	13265785	2.28	8.31
LARGE	972763	16906832	463237	5208614	0.33	3.26
ALL CLASSES	138348461	159591855	71720617	64567313	51.84	40.46

Source: Agri Census

Area in Hectares

資料來源:SBI

(二) 印度農業優勢及挑戰

印度是世界排名第二的農業出產國，雖然近幾年積極推行工業化，農業占的 GDP 有下降的趨勢，但其仍然是最大宗的經濟支柱之一。

印度農業具有以下優勢：

- 1、 印度有 20 個農業氣候區
- 2、 最長的海岸線
- 3、 最大的牛群及種類多
- 4、 耕地面積世界排名第二位（161 百萬公頃），灌溉面積世界排名第一位（55 百萬公頃）

印度是世界上最大的牛奶、椰子、生薑、薑黃、與黑胡椒的生產國。同時也擁有全世界最多的養牛數目。還是世界上第二大的小麥、番茄、洋蔥、稻米、砂花生與淡水魚產地。此外，全世界有十分之一的水果是印度生產的，而其中的香蕉與芒果堪稱世界第一。

至於印度農業面臨挑戰亦相當多，包括有以下幾點：

- 1、 個體戶占多數，規模小，每家農戶平均占有的土地量很小
- 2、 農業生產方式既不經濟，亦不環保
- 3、 公共建設不完善，運輸成本高
- 4、 難以掌控資金用途
- 5、 難以掌控農作物安全性
- 6、 對於大量中小農戶而言，農業機械化過於昂貴，現代農業生產方法和技術的普及率較低
- 7、 政府在勞工、土地和信貸方面的過度干預，嚴重影響了市場機制的運作

(三) 金融問題

印度大多數以小農為主，大多數規模不大。在 80 年代以前，農業信貸的問題並不突出，因為當時印度以國有銀行為主，農業貸款發放過程中往往不以經濟利益為主導，很多貸款帶有福利救濟意味。在這種情況下，雖然銀行壞賬極多，常常面臨虧損，惟農民卻可以維持生計。

但在印度市場化改革開始之後，銀行和其他金融機構紛紛私有化，福利性質的農業信貸難以為繼，貸款開始重視風險控制，銀行開始青睞回報較高且穩定的工商業，而多數小農難以提供擔保品，農業貸款利率水漲船高。此前，農民可以從國有銀行獲得一部分低息貸款，而現在他們只能選擇利息極高的私人銀行，甚至尋求地下管道，融資成本極為高昂。

(四) SBI 農業貸款

SBI 的農業貸款種類非常多，共計有農作物貸款(Corp Loan)、生產行銷貸款(Produce Marketing Loan)、SBI 資產支持農業貸款(SBI Asset Backed Agri Loan)、農業黃金貸款(Agri Gold Loan)、農業營銷基礎設施貸款(Agriculture Marketing Infrastructure)、冷凍儲藏貸款(Cold Storages Loan)、次要/微型灌溉貸款(Minor / Micro Irrigation Loan)、家禽貸款(Poultry Loan)、零用金貸款(Diary Loan)、

漁業貸款(Fisheries Loan)、園藝貸款(Horticulture Loan)、農場機械化貸款(Farm Mechanisation Loan)、溫室栽培貸款(Ploy House Loan)、農業/食品加工貸款(Agro/Food Process Loan)等 14 項。其中農作物貸款係以 KCC(詳後敘)的形式提供作物生產貸款。這筆貸款涵蓋作物生產費用，收成後費用及緊急狀況費用等。Kisan 信用卡(Kisan Credit Card, KCC)採用電子融卡的形式，農民可以通過自動取款機從 ATM 中抽取資金，購買化肥等物品，透過 Kisan 信用卡貸款，政府提供 2-3%利率補貼，為農民最常使用的貸款。另外值得一提的是農業黃金貸款，主要係印度人喜歡購買黃金，包括農民家中多有黃金，而以黃金飾品抵押，因屬有良好擔保品貸款，可提供較優惠利率，惟一旦逾期未付，利率將會立即調高。這些貸款以有吸引力的利率提供，涵蓋所有農業活動，程序簡單，交貨快捷。

另外以企業模型來區分，可分為 6 大類，包括契約農業貸款(Contract Farming)、價值鏈貸款(Value Chain Financing)、農民生產公司貸款(Farmers Producer Companies)、企業關聯貸款(Tie-ups)、聯合貸款(Joint Liability Groups)、自助貸款(Self Help Group)。

Kisan 信用卡(Kisan Credit Card, KCC)計劃係 1998 年 8 月由印度的銀行提出的信貸計劃。該示範計劃由國家農業和農村發展銀行(National Bank for Agriculture and Rural Development, NABARD)草擬，提供了關於定期貸款和農業需求貸款的建議。其目的是通過政府以財政支出提供農業部門的信貸要求。參與機構包括所有商業銀行，區域農村銀行和國家合作銀行。透過 Kisan 信用卡可提供農民兩種類型的信用：

1. 現金借款
2. 定期借款（對於泵組，土地開發，種植，灌溉等聯盟活動）。

參、拜訪行程

一、拜會印度儲備銀行(Reserve Bank of India)

本次上課地點海得拉巴，距離孟買約 1.5 個小時飛機行程，課程結束後順道轉往孟買。

1、海德拉巴概況

海德拉巴是印度第四大城市，位於印度中部，安得拉邦和泰倫加納邦兩邦的首府。海德拉巴以富饒的歷史，清真寺、廟宇等建築而著名，也擁有豐富的藝術、手工藝和舞蹈的文化遺產。海德拉巴是印度較早發展通訊技術的城市。完善的基礎建設，使海德拉巴成為軟體發展、企業流程委外和生物技術的基地，許多印度和外商公司在這裡設有總部或研究中心，也是珍珠和珍珠加工、銀手工業和其他手工業的製造中心。

2、孟買概況：

孟買在 1995 年以前舊名英文為 Bombay，之後更名為 Mumbai，為馬哈拉施特拉邦首府。孟買人口超過 2,000 萬人，是印度人口最多的城市，也是世界人口最多的城市之一。其中約 100 萬人居住在面積 240 公頃的達拉維貧民區里。達拉維，位於印度的商業之都孟買的中心地帶，是僅次於肯亞內羅畢的基貝拉，排名世界第二大、亞洲最大的貧民窟。

孟買同時也是印度的商業和娛樂業之都，擁有重要的金融機構--諸如印度儲備銀行、孟買證券交易所、印度國家證券交易所和許多印度公司的總部。該市是印度影視業（稱為寶萊塢）的大本營。由於其廣闊的商業機會，和相對較高的生活水準，孟買吸引了來自印度各地的移民，使得該市成為各種社會群體和文化的大雜燴。

3、拜會印度儲備銀行(Reserve Bank of India, RBI)

印度儲備銀行(RBI)即印度的中央銀行，除掌管貨幣政策、金融市場及金融機構監督及治理等一般性央行業務外，對於辦事處之申請及監管，不論是金融機構或非金融機構，均屬 RBI 管轄範圍。

本次拜會 RBI 的 MR. PRAKASH BALIARSINGH(CHIEF GENERAL MANAGER)，主要係表達本行欲赴印度設立代表人辦事處之意願，MR. BALIARSINGH 表示本行為第一家向其申請設立辦事處之“EXIMBANK”，想了解本行設立目的及原因。當下立即向 MR. BALIARSINGH 說明目前本國政府推行新南向政策，印度是其中非常重要市場之一。由於印度是一個具有相當潛力之消費市場，本身 IT 工業之實力亦非常強，因之許多台灣廠商對於赴印度投資有相當大興趣。本行欲赴印度設立代表人辦事處，除可協助本國廠商提供當地產業、市場、投資環境等資訊，亦可由台灣總行提供金融服務。此外，印度目前積極興建快速道路等各項公共工程，代表人辦事處亦可提供各項進度追蹤服務，供本國廠商參與投標之參考。

4、拜會台北世界貿易中心駐孟買辦事處

外貿協會駐外單位除了協助辦理貿易訪問團及參展團等推廣活動、促成外商來台採購、遞報最新商情、蒐集 Taiwan Trade 國外會員及協助推廣台北國際專業展外，同時建立和駐地廠商與工商團體之聯繫管道及友好關係等，對於推動我國對外經貿工作具有不可或缺之重要功能。此外，為強化對我業者之推廣服務，設立全球據點，與經濟部所屬駐外單位形成一個全方位、無國界、無時差的全球貿易服務網。

外貿協會在印度共設有 3 各辦事處，駐清奈辦事處、駐孟買辦事處及駐加爾各答辦事處。本次於 7 月 31 日拜訪台北世界貿易中心駐孟買辦事處，由林慶鑫主任親自接待。林主任並表示，外貿協會孟買辦事處位於南孟買，屬於舊商業區，新的商業區 BKC(BANDRA KURLA COMPLEX)離國際機場約 30 分鐘車程，為目前政府積極開發之商業中心，許多外商及銀行紛紛遷往該處。

林主任除介紹孟買環境外，並透過當地房屋仲介 Jones Lang LaSalle Property Consultants(India) Pvt. Ltd 的 Ms. Kritika Mansharamani 安排，林主任陪同參觀多處辦公大樓，以供未來代表人辦事處營業場所地點參考。本次 Ms. Kritika Mansharamani 安排的物件，不論是南孟買的 Express Towers、Maker Chambers、Free Press House，或是 BKC 的 Maker Maxity、Platina、The Capital、TCG 等商業大樓，

均屬較大坪數之辦公室物件，Ms. Kritika Mansharamani 表示孟買地區小坪數之辦公室較少，惟仍會繼續幫本行尋找適合之辦公室物件供本行參考。

肆、心得與建議

- 一、印度總理莫迪，近來大力推廣的 Aadhaar 生物辨識卡，實際上，安裝了 Aadhaar 系統後會涉及用戶隱私和數據洩露。最近即傳出印度政府因為應用相關技術的生物辨識卡被駭客成功駭入。這項政策在推行之初，即遭許多人反對；反對人士認為，萬一這張卡的資料洩漏出去，等同於自己的所有財產、隱私都暴露於世，如今他們的擔憂都已應驗，同時印度法院亦判 Aadhaar 生物辨識卡涉及個人資料隱私，係屬違法，對於未來印度政府推動 Aadhaar 生物辨識卡政策恐怕會遇到不少的抗爭與麻煩。
- 二、印度央行要求在印度設立子行之外資銀行必須將 40% 的貸款指定給“優先部門”(Priority sector)，其中包括中小企業及農業部門貸款，與國內銀行同樣的義務，並按照正在分階段實施的規定，對於擁有 20 家以上子行的現有外資銀行亦需比照辦理。目前外商銀行包括花旗銀行、匯豐銀行及渣打銀行等外國銀行在印度均以分行形式設立。印度中小企業及農業貸款呆帳率高，而其央行要求外資銀行必須將一定比例的貸款提供給他們，對銀行獲利及呆帳均造成一定程度的影響。
- 三、印度幅員廣大，而孟買地區台商較為分散，加上塞車情形相當嚴重，平時少有聚會等活動，因此未來本行辦事處設立後拜訪活動當較為耗費時日。
- 四、外貿協會孟買辦事處因設立較早，地點設在孟買南部，屬早期商業中心及政府辦公地點，而台灣銀行孟買辦事處甫於今(106)年 5 月派員長駐，地點選在新金融中心 BKC。地點仍應多加考量。
- 五、目前政府推行新南向政策，印度是重點國家之一，目前印度台商並不多，惟印度市場廣大，商機無限，許多國內廠商躍躍欲試，外貿協會亦成立印度貿易中心，積極舉辦與印度相關之研討會及貿易訪問團，本行亦可視情況派員參加，提供諮詢及融資、保險相關服務。未來本孟買辦事處成立之後，當可扮演橋梁角色，提供本行資訊予台商及印度買主，以促進台、印度貿易及投資活動。

附錄

YOUR ITINERARY

GEAR UP

TIME EVENT / SESSION TOPIC

26 JULY (WEDNESDAY) Arrival & Dinner at State Bank Staff College

27 JULY (THURSDAY)

8:00-9:00 A.M Breakfast

9:00-9:30 A.M Inauguration

9:30-10:30 A.M Global Market/Treasury

10:30-11:30 A.M Social Media & Data Analytics

11:30-11:45 A.M Tea / Coffee Break

11:45 AM-12:45 PM Financial Inclusion

12:45 PM-1:45 PM Lunch Break

1:45 PM-3:15 PM Risk Management

3:15 PM-3:30 PM Tea/Coffee Break

3:30 PM-6:00 PM New Business Initiatives-Digital Banking- Connecting with Customers

7:30 P.M ONWARDS Dinner

28 JULY(FRIDAY)

8:00-9:00 AM Breakfast

9:30 AM-10:30 AM KYC/ AML/ CFT/ Money Laundering/ FATCA-Compliance & Challenges

10:30 AM-11:30 AM AgriBusiness

11:30-11:45 AM Tea / Coffee Break

11:45 AM-12:45 PM SME-MSME Lending

12:45 PM-1:45 PM Lunch Break

2:00 P.M ONWARDS Visit to Branch (Kohinoor Banjara/SBI INTouch branch)

6:30 P.M Light & Sound at Golconda fort

7:30 P.M ONWARDS Dinner

29 JULY (SATURDAY)

9:00 A.M-6:30 P.M Optional City Tour/Departure