

出國報告（出國類別：考察）

赴印度觀摩「2017 印度世界食品展
（World Food India 2017）」

服務機關：經濟部國際貿易局

姓名職稱：倪運新經濟秘書

派赴國家：印度新德里

出國期間：106 年 11 月 1 日至 11 月 5 日

報告日期：106 年 12 月 11 日

摘 要

印度人口 13.4 億，2016 年食品消費支出約 1 兆美元，2020 年預計達 3.6 兆美元。在經濟成長、對健康及保存良好食品的需求、個人可支配所得增加的情況下，印度食品及食品加工業除了龐大的國內消費市場外，對外資而言也是極具發展潛力的項目。

2017 年印度世界食品展於本年 11 月 3 日至 5 日在印度新德里的印度門 C-Hexagon 廣場舉辦，吸引約 5 萬人到場觀展，展出規模達 4 萬平方公尺，共有來自印度各州及海外 22 國超過 800 家廠商參展，展出品項包含食品、飲料、冷鏈物流、食品機械、食品包材、食品科技等產品。

本次外貿協會結合歐典、佳和、達群、川銓、威堡行等 5 家業者組團參展並設置臺灣館，三天展出吸引許多買主參觀洽談，包括 ITC Ltd.、印度塔塔集團 Starbucks、Trend Hypermarket、Ashish Kanagali、Akribiz、METRO 超市、Del Monte 等大廠均至臺灣館參觀。我參展廠商認為本次參展具經濟效益，有助於瞭解印度食品展業商機，且有利於開發潛在客戶與未來合作夥伴。

赴印度觀摩「2017 印度世界食品展（World Food India
2017）」出國報告

目 錄

壹、目的.....	3
貳、行程.....	4
參、印度食品產業概況	5
肆、觀摩內容紀要	7
伍、心得與建議	9
陸、附件：照片集錦	111

壹、目的

印度加工食品目前僅佔該國食品市場 32%，印度政府已將食品加工業列為重點發展產業之一，積極鼓勵外資投資食品加工、食品冷藏、冷鏈運輸、食品機械、食品包材等，針對食品加工產業，該國政府亦推出調降關稅及貨物稅、設立大型食品園區(Mega Food Parks)、提供投資獎勵等優惠措施。

「2017 印度世界食品展」係由印度食品加工產業部主辦、印度工業總會（Confederation of Indian Industry）協辦，為全球食品相關業者與印度食品產業聯結的平台，本(2017)年 11 月 3 日至 5 日於新德里印度門廣場舉辦，展出規模達 4 萬平方公尺，共有來自印度各州及海外包含日本、韓國、馬來西亞、丹麥、德國、義大利、英國、法國等 22 國超過 800 家廠商參展，展出品項包含食品、飲料、冷鏈物流、食品機械、食品包材、食品科技等產品。

外貿協會為協助我食品加工業者拓銷印度市場，組團參展並設置臺灣館，結合歐典、佳和、達群、川銓、威堡行等 5 家業者，展出面積 63 平方公尺，展出果汁飲料、機能性飲品、休閒食品、餅皮自動下餡機、開口貼膠帶、條碼標籤機等產品，展現我國食品、食品機械及食品包材等多方位產品及服務。

本局同仁透過本次隨團觀摩，進一步瞭解我業者拓展印度食品產業市場情形、需求與潛在市場通路，及未來推動臺印度雙邊食品產業貿易合作之具體作法及方向。

貳、行程

日期	時間	行 程
11/1 (三)	13:20	搭乘國泰航空 CX495 班機自臺北飛往香港轉機
	17:00	搭乘國泰航空 CX695 班機飛往印度新德里
	20:10	抵達新德里
11/2 (四)	09:30	1.前往展覽會場考察建館布置
	-17:00	2.拜會駐印度代表處經濟組
11/3 (五)	09:30	1.前往展覽會場
	-18:00	2.考察臺灣形象館及貿協協助我國業者與印度業者媒合情形、蒐集當地廠商對臺灣食品及相關產品之反應及意見、考察其他參展國家形象館
11/4 (六)	09:30	1.前往展覽會場
	-18:00	2.考察臺灣形象館及貿協協助我國業者與印度業者媒合情形、蒐集當地廠商對臺灣食品及相關產品之反應及意見、考察其他參展國家形象館
11/5 (日)	1:25	搭乘國泰航空班 CX694 機飛往香港轉機
	10:25	搭乘國泰航空 CX494 班機飛往臺北
	12:15	抵達臺北

參、印度食品產業概況

印度具有世界第二大可耕種地面積，氣候及土壤類型種類多元造就印度農作物多樣化，許多糧食產品的產量更是世界之最。印度人口 13.4 億，2016 年食品消費支出約 1 兆美元，2020 年預計達 3.6 兆美元。在經濟成長、對健康及保存良好食品的需求、個人可支配所得增加的情況下，印度食品及食品加工業除了龐大的國內消費市場外，對外資而言也是極具發展潛力的項目。

印度食品加工業占製造業國內生產毛額(GDP)之 14%，2016 年印度加工食品業產值約 2,600 億美元，預估 2020 年將達 4,800 億美元。從外國投資印度食品業及食品出口來看，印度的優越地理位置使其有機會成為區域，甚至是全球食品加工業的樞紐，加上印度具有人力及原料等成本低廉的優勢，有助於吸引投資，2015 年估計有 219 億美元投資印度食品加工業。印度除了自然及人文條件外，政府也制定政策發展食品加工業，如投資基礎建設、調降關稅、獎勵業者及投資者措施等。

一、投資獎勵

印度政府鼓勵企業投資食品業及食品加工相關產業，在稅負方面，允許 100%出口之企業可銷售其 50%商品至印度國內市場，出口收入可免繳企業所得稅，相關食品加工服務則免繳服務稅，100%出口之企業亦免除進口資本設備和原物料之進口稅，商品如用於安裝冷凍設備則免繳全部消費稅。印度政府對外人直接投資食品加工產業標準亦較為寬鬆，允許 100%外人直接投資在自動生產線，並允許企業將資本利得匯回母國。

二、建設計畫

印度政府協助建設大型食品園區，希望以群聚方式建立一個有基礎建設及完整供應鏈之園區，連結農業生產者、加工業者及零售業者。在 2015-2016 印度中央政府預算，印度政府投資 1,965 萬美元於大型食品園區發展計畫，目前已核准 35 個大型食品園區。

基礎建設也是印度政府協助食品加工產業發展的項目之一，並列為銀行優先貸款項目，目前印度已設立 60 個農產出口區。在 2015-2016 印度中央政府預算中，政府投資 5,380 萬美元發展基礎建設。此外印度政府鼓勵發展倉儲設施，提供業者設立、營運冷鏈設備及倉儲設備可抵減 100% 資本支出之優惠措施。至 2015 年止，印度政府已核准 112 個倉儲基本建設計畫，其中 50 個已完工，62 個接近完工。

三、研發計畫

印度政府為協助食品加工產業研發及現代化，鼓勵設立及提升品管或檢驗實驗室、研發及推廣計畫，以及食品加工技術提升、設立及現代化與擴展計畫，在 2014-2015 年，印度已設立 8 間食品檢驗實驗室、完成 20 項研發計畫，印度政府並撥款 500 萬美元提供以上鼓勵計畫。印度政府也實施中央補助食品加工業計畫，提升農產品收成後營運設施，包含補助設立新的食品加工業。

肆、觀摩內容紀要

2017 年印度世界食品展於本年 11 月 3 日至 5 日在印度新德里的印度門 C-Hexagon 廣場舉辦，吸引約 5 萬人到場觀展。印度總理莫迪（Narendra Modi）在開幕致詞表示，印度在世界銀行 2018 年經商環境排名，已躍升 30 名至 100 名，印度是世界上成長最快的經濟體之一，本年 7 月 1 日開始實施的商品與服務稅（GST），消除多重課稅的問題，現在到印度做生意比以往任何時候都容易。

莫迪表示外國投資人過去到印度經商，貨品只要跨省就會面對不同稅制與課稅，新制實施後，印度全國成為單一稅制市場，企業營業成本更容易計算，經商環境大為提升。莫迪呼籲更多企業投資印度的製作農業及原料採購，他更建議沃爾瑪（Walmart）、Metro Cash & Carry 等全球連鎖超市及食品業者到印度投資，印度每天有 100 萬人搭乘火車旅行，每個人都是食品加工業潛在的顧客。

臺灣館在 3 天展出期間吸引許多買主參觀洽談，更有業者現場已接單，包括 ITC Ltd.、印度塔塔集團 Starbucks、Trend Hypermarket、Ashish Kanagali、Akribiz、METRO 超市、Del Monte 等大廠均至臺灣館參觀，外貿協會也已洽邀該等買主於明(107)年來臺參觀臺北國際食品展。

此次臺灣管產品詢問度最高的業者為威堡行股份有限公司，自開展首日至閉展最後一刻，攤位參觀洽詢買主絡繹不絕，詢問杯蓋開口貼膠帶、束帶機、條碼機、日期標籤機、促銷用品等，該廠商也獲得印度塔塔集團 Starbucks、Trend Hypermarket 等大型連鎖店之青睞，現場也有數十家印度業者表示有意代理經銷該商產品。另川銓企業股份有限公司為臺灣春捲皮自動包餡機之專業機械製造商，展出期間使用

大型螢幕展示自動包餡機之生產線流程，攤位前不時聚集詢問印度業者。而食品飲料業之歐典、佳和、達群也表示可考慮依照印度消費者的口味調整出貨，一年內商機可期，整體而言臺灣館廠商展出成效頗佳。此外，在印度新德里有設置甜點及鳳梨酥工廠 Moon of Taj Food Pvt., Ltd.的臺商王雨農先生亦至臺灣館參觀，提供我食品業者出口建議。

我國參展業者均表示印度擁有廣大食品市場潛力，且印度政府正積極推動食品產業計畫，未來具有龐大市場商機。惟在拓銷印度市場時，部分我國業者曾面臨印度廠商付款問題，印方時有貨款逾時支付的情形，建議我國業者與印度客戶交易時須特別注意印度廠商信用狀況，另由於印度語言、宗教、飲食習慣不盡相同，目前並無單一代理可觸達整個印度全國之經銷點，建議我商出口到印度市場需建立經銷總代理。

整體而言，我國參展業者認為參加展覽具經濟效益，有助於瞭解印度食品展業商機，且參展有利於開發潛在客戶與未來合作夥伴，未來我國業者可多加利用參展機會赴印度瞭解當地商機，拓展印度市場。

伍、心得與建議

印度為我國新南向政策的重要目標國家，受益於人口紅利、積極改善經商環境等，預估未來 10 年經濟將快速成長，國內生產毛額(GDP)可望於 2027 年以前達到 6 兆美元，經濟成長深具潛力。

印度食品加工業市場尚未完全開發，具有強勁成長潛力，過去印度市場零碎造成食品加工水準及附加價值偏低，但印度政府對食品加工之附加價值自 2005 年之 20% 已提高至 2015 年之 35%。印度食品產業也是全球潛在的國外採購樞紐，全球主要超級市場皆認為印度是一個主要的海外食品採購中心，原因就在於印度擁有供給面的基本優勢，印度政府也協助設立農產出口區、大型食物園區及提供較寬鬆的信用貸款條件。

此外，印度政府相當重視食品加工產業的供應鏈基礎建設，例如冷凍儲藏、屠宰場和食品園區等，民間企業和政府都希望增進作業效率及市場進入。目前印度規劃投資食品加工業基礎建設金額約 220 億美元，且多為 100% 外人直接投資，企業也增加契作農業，以便確保產品供應穩定。

針對本屆展覽觀摩心得及建議如下：

一、 廠商對來印度布局與開發市場之意願漸高：

印度向為我商較陌生不熟悉之市場，與印度貿易或赴投資布局之台商遠不及赴中國大陸與東南亞投資之規模，然近年海外臺商需尋找未來合適之布局基地，考量印度經濟成長力道、內需商機、勞動成本等因素，諸多在中國大陸或東南亞地區投資之臺商開始諮詢印度投資

環境，顯示臺商已逐漸體認印度市場之潛力與重要性。

二、 印度商機龐大，但挑戰度與風險亦高：

廠商反映布局印度市場之困難點包括基礎建設落後、水電欠缺、行政效率不佳、缺乏上下游供應鏈體系、人才難覓、稅賦高、生活飲食差異大等，此部分在短期內仍難以解決或改善。

三、 籌組拓銷團協助我國業者拓展印度市場：

由於目前印度飲食差異性且偏好低價產品，我國高品質食品因價格因素，較不易拓銷印度市場，除組團參展外可籌組食品拓銷團實地拜訪印度較具規模且重視產品品質之業者，並參訪印度食品產業實地瞭解經營印度市場可能面對之問題，協助我國業者進入印度市場發掘潛在商機。

四、 政府協助提供完整貿易及投資資訊：

鑒於印度經商便利度不佳，且當地臺商或華商數目仍少，廠商對進入印度市場普遍仍有信心不足之情形，目前經濟部投資業務處已於新德里設立台灣投資窗口，藉由與當地專業會計師事務所合作，提供廠商有關當地稅務、投資法規、勞工等投資諮詢服務，已降低廠商投資疑慮與提供正確之資訊。

陸、附件：照片集錦



2017 印度國際食品展入口



印度總理莫迪親臨會場參觀



2017 印度國際食品展會場參觀人潮



2017 印度國際食品展會場參觀人潮



會場外買主及廠商排隊進場



國際館內德國、法國、義大利、英國等國家館



駐印度代表處經濟組楊宏組長(左二)訪視臺灣館廠商



臺灣館買主參觀情形



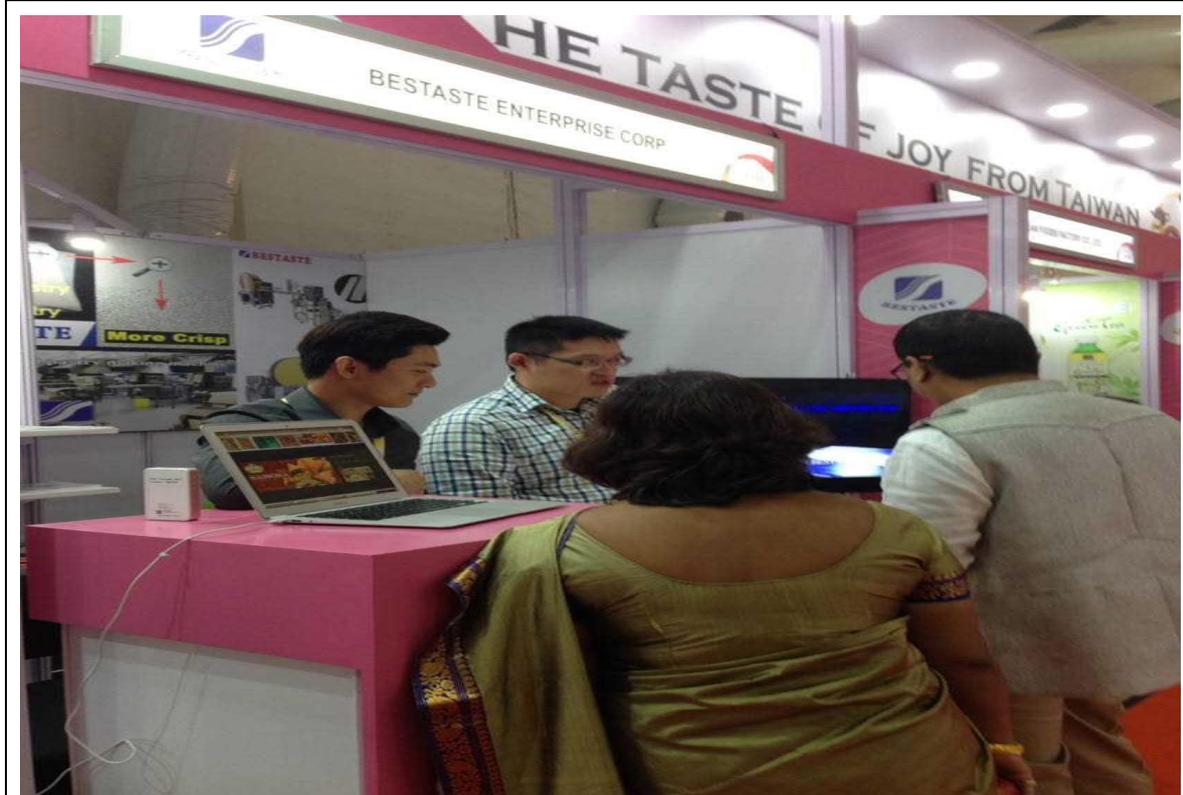
臺灣館買主參觀情形



臺灣館廠商與買主洽談情形



臺灣館廠商與買主治談情形



臺灣館廠商與買主治談情形



印度 Chhattisgarh 州攤位



印度 Andhara Pradesh 州攤位



印度塔塔集團攤位



雀巢集團攤位