

(出國類別:業務推廣)

參加「2018年印度台灣形象展」 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

出國地區:印度新德里及孟買

出國期間:107年5月15日至107年5月24日

報告日期:107年7月11日

公務出國報告提要

出國報告名稱：參加「2018 年印度台灣形象展」，及後續拜訪出國報告

頁數：十五頁

出國計畫主辦機關：中國輸出入銀行

出國人員：中國輸出入銀行廖上熙 襄理

出國類別：業務推廣

出國期間：107 年 5 月 15 日至 107 年 5 月 24 日

出國地區：印度新德里及孟買

報告日期：107 年 6 月 29 日

內容摘要：

「2018 年印度臺灣形象展 Taiwan Expo in India」於今（107）年 5 月 17 日至 19 日首次亮相新德里，本展聚焦印度龐大內需消費力，以團隊力量打造臺灣整體優質產業形象。

本展涵蓋電子資通訊、綠色環保、電動車及汽車零配件、醫療器材及保健產品、五金手工具及扣件、美粧美容、機能紡織、運動休閒、農產食品、食品機械及家居生活等臺灣優勢產業，亦展出臺灣旅遊、教育及醫療服務等軟實力。展覽期間亦搭配辦理產業研討會與商機媒合會，期促成採購合作商機。

本行派員參加本次形象展，除向當地潛在買方說明本行之相關業務，有助於雙方交易之達成，並向我國參展廠商介紹出口融資及保險。本次參展結束後轉往孟買拜會印度儲備銀行(Reserve Bank of India, 簡稱 RBI)，了解本行申請設立孟買辦事處進度，另拜訪外貿協會及台灣銀行孟買辦事處，以及安排當地仲介介紹當地投資環境及考察當地辦公大樓，以供未來辦事處營業場所地點參考。

目 錄

	頁次
壹、 前言	3
貳、 行程簡介	4
參、 印度概況	
一、 國情及地理環境	5
二、 經濟概況	5
三、 與我國經貿關係	7
肆、 印度臺灣形象展	10
伍、 後續拜訪	13
陸、 心得及建議	15

壹、 前言

印度是世界上成長最快速的龐大經濟體，擁有 13 億人口，平均年齡僅 29 歲，近年的 GDP 成長率高於 7%，是世界上最大的中產階級市場。印度總理莫迪推出印度製造、智慧城市等經貿政策，皆已啟動並逐步落實，此時是臺灣拓展印度市場的最佳時機。

2018 年臺灣形象展系列展覽第 2 站「2018 印度臺灣形象展」於新德里開幕，共計 130 家參展商，230 個攤位，展區規劃 8 個形象館及 8 個產業區。形象館包括台灣精品館、臺灣綠色產品形象館、臺灣智慧城市館、臺灣電動車行銷聯盟館、臺灣健康產業形象館、MEET TAIWAN 主題館、臺灣觀光旅遊館及臺灣食品加工機械館。產業區包括電子資通訊及綠色環保區、電動車、汽配及五金扣件區、醫療器材及保健產品區、運動休閒區、農產食品區、家居生活區、華語教育與工商服務區及紡織區。本次展覽參觀人次為 1 萬 8,000 人次，促成商機為 1 億 2,000 萬美元，折合新臺幣約 36 億元。

貳、 行程簡介

本訪問團活動行程共計十天，主要行程如下：

107年5月15日：台北出發

107年5月16日：佈展

107年5月17日-19日：展覽會

107年5月20日：轉赴孟買

107年5月21日：拜會印度儲備銀行及台灣銀行孟買分行

106年5月22日：拜會外貿協會及勘查辦公室物件

106年5月23日：拜會外貿協會及勘查辦公室物件

107年5月24日：返程

參、 印度概況

一、 國情及地理環境

印度共和國(通稱印度)，位於亞洲次大陸，向南深入印度洋，東南臨孟加拉灣及斯里蘭卡，西濱阿拉伯海，西北與巴基斯坦接壤，東北與大陸、尼泊爾、不丹交界、東與緬甸、孟加拉為鄰，西南濱阿拉伯海及馬爾地夫。

印度面積 316 萬 6,414 平方公里，排名世界第七，印度人口眾多，截至 2018 年 1 月，印度擁有人口 13.4 億，僅次於中國人口的 13.8 億，排名世界第二。

印度並非單一民族及文化的國家。印度的民族和種族非常之多，有「民族大熔爐」之稱，其中印度斯坦族占印度總人口的大約一半，是印度最大的民族。印度各個民族都擁有各自的語言，僅憲法承認的官方語言就有 22 種之多，其中印地語和英語被定為印度的聯邦官方語言。另外，印度也是一個多宗教的國家，世界 4 大宗教中的佛教和印度教都源自印度。大部分印度人信仰印度教，占印度的 80.5%。伊斯蘭教在印度也有大量信徒，是印度的第二大宗教，信教者約占印度的 13.4%。

印度自古即有尊卑貴賤、等級分明之種姓制度(caste system)，共分 4 個世襲族籍：婆羅門（掌宗教及教育）、刹帝利（掌軍政）、吠舍（商人）及首陀羅（農民），另尚有所謂賤民。族籍係世代沿襲，相互禁止通婚，甘地領導獨立運動時，雖曾大力破除階級觀念，惟習深難移，兼受宗教輪迴意識羈絆，故種姓迄今仍為社會俗繩。印度社會貧富及城鄉差距極大，全國識字率約為 74%。

二、 經濟概況

根據亞洲開發銀行（ADB）「2017 年亞洲經濟成長預測」（The Asian Development Outlook 2017）統計分析，預估印度在 2017-18 及 2018-19 財政年度（4 月 1 日至隔年 3 月 31 日）之預期經濟成長率分別可達到 7.4% 及 7.6%，並表示印度總理 Narendra Modi 於 2016 年 11 月 8 日斷然實施廢除 500 及 1,000 盧比大面額鈔票（demonetisation）對該國經濟成長似乎具正向影響。因廢鈔措施不僅促使越來越多民眾將現金儲存於銀行體系，並進一步帶動行動數位支付之成長，使得整個金融體系具有更多的流動性，提高銀

行獲利空間，同時也可減少產業界融資的成本。但國際貨幣基金（IMF）對於 2017 年印度經濟成長則持較保守的看法，預估為 7.2%。

另根據國際貨幣基金（IMF）2017 年 4 月 18 日發表之「世界經濟展望」

（World Economic Outlook, April 2017），印度 2016 年實質 GDP 成長率為 6.8%，2017 年可望來到 7.2%、2018 年為 7.7%，經濟成長率將持續加速，相較於大陸、ASEAN 等國表現更為亮眼。2016 年 10-12 月印度實質 GDP 成長率為 7%，較上年同期成長率 7.4% 為低，其衰退主因印度政府於 2016 年 11 月 8 日廢除大面額紙鈔所造成的混亂。然而，廢除大鈔措施並未如一般預期造成經濟大幅度衰退，其主要原因仍歸功於民間消費及投資需求旺盛，2016 年印度民間消費整體成長 10.1%，固定資本投資（Gross Fixed Capital）增加 3.5%，同時政府消費性支出亦增加 19.9%。此外，印度近年通貨膨脹趨緩所帶動的實質購買力上升、2016 年 6-9 月雨季降雨量充足帶動農民收入增加以及廢除大鈔措施實施時間選在印度消費高峰期「燈節」（Diwali）之後等因素，都有減緩廢除大鈔措施負面衝擊的功效。

整體而言，影響印度 2017 年經濟成長的關鍵因素包括「印度經濟數位化程度」以及「商品及服務稅改革」（Goods and Services Tax，簡稱 GST 改革）等。前揭廢除大鈔政策後，印度市場經濟數位化急遽加速，印度最大電子支付商 Paytm 交易流通金額亦成長近 4 倍，APP 下載數成長 3 倍；同時，印度政府也積極發展身分辨識系統 Aadhaar 及行動支付系統 Bharat Interface for Money（BHIM），同時在 2017-18 財政年度預算中投注資源及提供政策優惠，以協助普及經濟數位化。另外一方面，預定於 2017 年 7 月 1 日實施的「貨物及服務稅改革」，除可減少跨州交易成本及整頓現有紊亂的稅制之外，不僅擴大稅收來源及健全整體稅捐稽徵機制，亦可營造印度對國內外廠商提供更友善的經商環境，有助於整體經濟的正向發展，整體而言，將有助於帶動整體經濟發展、投資及民間消費需求。GST 改革可合併、簡化近 17 種間接稅，以改善目前稅制紊亂及跨州交易課稅等問題，根據印度商工總會（FICII）的試算，預計可帶動近 1.5-2% 的經濟成長。

根據印度聯邦統計局最新資料，2015-16 年印度人平均年所得為 93,231 盧比（折合約 1443 美元），較 2014-15 年之 86,879 盧比成長 7.3%。

3.對外貿易

2015-16 年度印度貿易總額為 6,432.97 億美元（出口總額為 2622.9 億美元、進口總額為 3810.07 億美元、貿易逆差為 1187.17 億美元），較 2014-15 年貿易總額 7,645 億美元度衰退 15.9%。2016-17 年度前 11 個月（2016 年 4 月-2017 年 2 月）之出口額為 2,448.02 億美元，較 2015-16 年度同期之 2,384.18 億美元增加 2.68%；進口額為 3409.02 億美元，較上年度同期之 3,518.06 億美元減少 3.1%；貿易逆差為 961 億美元，較上年度同期逆差額 1,133.88 億美元減少 15.25%。

世界銀行報告進一步表示，若要提升增長的速度，印度政府還需要繼續融入全球經濟市場，並需更具包容性及提高印度公共部門的效率。

三、與我國經貿關係

（一）與我國雙邊貿易概況

臺印雙邊貿易總額在 2000 年時約 12 億美元，經 10 餘年來成長，2011 年雙邊貿易達 75 億美元，為歷年最高，2012 至 2014 年期間雙邊貿易維持約 60 億美元，2015 年受全球景氣及商品價格大幅下跌影響，雙邊進出口總額均呈現衰退。2016 年臺印雙邊貿易總額為 50.07 億美元，較 2015 年雙邊貿易總額提升 4.06%；我對印度出口額為 28.23 億美元，較 2015 年出口額 29.33 億美元減少 3.77%；自印度進口額為 21.84 億美元，較 2015 年進口額 18.78 億美元增加 16.29%；我方享 6.39 億美元順差，較 2015 年 10.55 億美元之順差減少 39.44%。

就貿易額排名而言，2016 年印度為我國第 17 大貿易夥伴，較 2015 年進步 1 名，印度係為我國第 15 大出口市場及第 21 大進口來源。以貿易比重而言，2016 年臺印雙邊貿易占我國全球貿易比重 0.98%（2015 年 0.95%）、出口比重 1.01%、進口 0.95 比重%。

我對印度出口產品以石化及電子產品為主，2016 年我國前 10 大出口產品分別為氯乙烯或其他鹵化烯烴聚合物、聚醯胺，初級狀態、電話機、機械零組件、橡塑膠加工機械、二極體、合金鋼之扁軋製品、聚縮醛，其他聚醚及環氧樹脂、多元羧酸、其酐、鹵化物、過氧化物及過氧酸、酚醇，該前 10 大產品出口額達 9.34 億美元，約占我對印出口總額之 33.07%。

(二) 與我國重要經貿問題

1. 洽簽經貿相關協定共同努力提升雙邊實質經貿關係：

我國自 1995 年於新德里設立代表處以來，雙邊各項經貿活動逐漸開展，貿易逐年成長。臺印間已完成簽署投資保障協定（2002 年）、關務互助協定（2011 年）、避免雙重課稅協定（2011 年）、貨品暫准通關證協定（2013 年）、中小企業合作備忘錄（2015 年）、臺印度農業合作備忘錄（2016 年）、臺印航空服務協定（2016 年）、臺印度鐵道遺產合作意向書（2016 年）。雙方目前尚就「優質企業相互承認行動計畫」、「產業合作備忘錄」、「標準及符合性評鑑相互合作協定」、「金融監理合作備忘錄」等議題積極進行洽談中。

2. 推動臺印度雙邊產業合作

印度政府推動之「在印度製造」、「數位印度」、「智慧城市」等計畫將帶動龐大內需市場商機與投資機會，為掌握合作契機，我國已選定資通訊電子、紡織、造船產業為優先合作領域，運用我國製造及研發優勢，結合印度生產要素、本地及國際品牌夥伴、在地資源與通路等優勢，以 OBM（Original Brand Manufacturing）模式進行產業合作並創造互利雙贏利基，期帶動印度製造業能量提升，進而為我商開拓市場新商機。

在進口方面，我自印度進口主要以石化產品、農工原物料及半成品為主。2016 年我自印度進口前 10 大產品分別為石油腦、合金鐵、精煉銅、未經塑性加工鋁、未經塑性加工鋅、環烴、鑽石、花崗岩、冷凍魚片、有機染料等。其中我自印進口之前 10 大產品進口額為 14.64 億美元，占我自印進口總額之 67.05%。

(二) 台商在印度投資現況

1. 投資金額：依據印度商工部統計資料顯示，2000 年 4 月至 2017 年 3 月臺商對印度直接投資（FDI）累計金額為 1 億 7,882 萬美元，居外人投資第 40 位，占印度 FDI 比重 0.05%。（此金額僅包括以我國公司名義申請之直接投資，即臺灣公司在印度設立獨資或合資企業之股本投資，不包括設立分公司或聯絡辦事處所需之營運資金，亦不包括臺商第三地掘資者）。依據我經濟部投資審議委員會 2017 年 4 月統計資料顯示，我商對印度投資累計金額為 3 億 2,782 萬美元，共 66 件投資案。

2. 投資臺商：大型臺商企業在印度之投資包括台橡公司、鴻海集團、大陸工程、美達工業、中鼎工程、中國鋼鐵、台達電子、豐泰鞋業、萬邦鞋業、

樂榮工業、中華航空、長榮航空、信通交通、正新橡膠、英業達、聯發科技、友訊科技、宏碁科技、明碁科技、長榮海運、陽明海運、萬海航運、英業達、仁寶電子、緯創資通、威剛科技、華碩電腦等約 90 家臺商。

3. 投資產業：資通訊、鋼鐵、電子、機械、貿易、運輸、工程、金屬、製鞋、農漁、電機、服務業等。
4. 投資模式：目前我商在印投資模式以設立全資子公司之型態居多，其他模式如聯絡辦事處、分公司、合資公司之型態亦有，視其在印度之營運活動而定。

肆、印度臺灣形象展

2018 年臺灣形象展系列展覽第 2 站「2018 年印度臺灣形象展 Taiwan Expo in India」於今（107）年 5 月 17 日至 19 日於新德里舉辦，本展聚焦印度龐大內需消費力，以團隊力量打造臺灣整體優質產業形象。

本展是首度於印度辦理，開啟臺灣-印度雙邊交流的新頁。開幕典禮上外貿協會黃董事長志芳與印度貿易推廣組織（ITPO）總裁 Shri L C Goyal 共同以兩國國球棒球及板球棒揮出致勝的一擊，象徵合作創造雙贏。

黃董事長志芳致詞表示「印度的盛宴已經開始」，辦理「印度臺灣形象展」即是我們參與這個盛宴的具體行動，象徵我們端出最好的佳餚回應印度總理莫迪提出「Make in India」、「Smart City」、「Skill India」、「Digital India」及「Green India」之各項政策的認同，並期待透過「印度臺灣形象展」可以讓臺灣優秀的廠商協助印度達成政策目標。黃董事長進一步表示，IT 科技是所有產業的骨架，臺灣在 IT 硬體方面的專業與印度在軟體方面的能力能相輔相成，因此當今許多臺灣 IT 業者都稱「IT」即代表 India + Taiwan 合作，他也看好雙方的合作可為臺印兩國創造新的產業契機。

印度貿易推廣組織（ITPO）總裁 Shri L C Goyal 表示，印度政府及國會都很高興臺灣能在印度成長及邁向成功的道路上成為共同前進的夥伴。印度商工總會（FICCI）代表 Som Mittal 表示，他非常歡迎臺灣與印度深化雙邊交流，印度電子產品市場潛力巨大，臺灣廠商機會很多。印度國會議員 Meenakshi Lekhi 致詞時表示，臺灣有與印度很適合在 IOT 產業共同合作打造新的未來。同為國會議員兼印度國會臺印友好協會會長的 Harish Meena 也表示臺灣在醫療科技、綠色科技、電動車等產業有技術及產品，印度則有市場及需求，雙方的合作會是最佳的選擇。

黃董事長最後表示臺灣的新南向政策如同一列火車，而臺灣形象展就是火車頭引擎！為了參與這場印度盛宴，貿協將在印度舉辦更多的活動，例如，6 月將籌組台灣汽車零組件及工具赴印度貿訪團，9 月的南亞拓銷團也將造訪印度，此外，10 月也將在班加羅爾舉辦 Smart Asia 展。

本展共有 130 家業者 230 個攤位，以電動車、綠能、環保、醫療保健、觀光文化和生活精品等 6 大主軸展出台灣各式優質產品，涵蓋電子資通訊、綠色環保、電動車及汽車零配件、醫療器材及保健產品、五金手工具及扣件、美粧美容、機能紡織、運動休閒、農產食品、食品機械及家居生活等臺灣優勢產業，亦展出臺灣旅遊、教育及醫療服務等軟實力。

此外，台灣形象展在舉辦期間，特別邀請許多表演團體進行能代表台灣的文化藝術演出，交通部觀光局也在展覽中設立攤位推廣觀光，還有各項產業論壇和華語教材論壇等活動，希望從各層面強化台印合作，並促成採購合作商機。

本次展覽中的其他亮點包括「臺灣電動車行銷聯盟形象館」及「五金扣件區」。印度政府積極推動電動車政策，預計於 2030 年後禁售汽柴油車，而同時印度也是汽車製造大國，除了知名的塔塔汽車，亦有許多國外品牌如福特等在印度設廠生產，因此特別規劃「臺灣電動車行銷聯盟形象館」及「五金扣件區」以推廣臺灣在汽車及電動車產業的完整供應鏈。

在印度首次舉辦的台灣形象展舉辦首日就傳出好消息，台灣其易電動車科技公司將與印度最大摩托車業者 Hero 公司簽署合作備忘錄，預計 4 年在印度有 10 萬輛產能。

另外，印度紡織產業也呈現高度成長趨勢，有 4,500 萬從業人士，貢獻印度 GDP 4%，且紡織出口品項中有 48% 為成衣。臺灣擁有世界首屈一指的紡織布料，許多高級布料或環保材料聞名世界，對於主要生產成衣的印度有上下游垂直互補的效應，非常值得拓銷，因此本次也邀請紡拓會共襄盛舉。同時印度食品加工產業排全球前三，食品加工需求產業創造許多人的就業機會及對經濟貢獻巨大，排名印度第五大產業，貢獻印度 GDP 8%，本次展覽也特別邀請臺灣食品暨製藥機械工業同業公會規劃臺灣的食品加工機械區，展現臺灣可高度客製化的食品加工機械產品。

為推動新南向政策，經濟部國際貿易局今年委託外貿協會舉辦 5 場臺灣形象展，本次「印度臺灣形象展」為新南向形象展系列的第 2 場，3 天展期共吸引超過 1 萬 8 千人參觀，並促成教育、觀光、文化及產業合作等雙邊交流，產業合作商機預計達 1 億 2,000 萬美元。

為促進臺灣與印度更緊密合作，本次展覽融入文化、教育及觀光等各方面交流，並都得到非常正面的回響。開幕的表演活動融合臺印雙方的舞蹈表演及運動文化精神，透過影片配合表演呈現雙方文化上的相似之處，引發觀眾廣大的共鳴，也更了解彼此。由清華大學、新德里 Amity 大學與外貿協會共同辦理的「臺灣印度華語教材雙邊共構論壇」也吸引許多想學習中文的印度民眾參加，貿協與清大也設置了商用華語推廣攤位，獲得許多民眾詢問。本次展覽對於推廣印度民眾來臺旅遊的迴響亦超乎預期，殼牌石油印度分公司表示想帶領 350-400 人的員工到臺灣旅遊，希望透過本展

Meet Taiwan 獎勵旅遊館協助安排；而觀光局亦接獲許多民眾詢問安排到臺灣的家族旅遊，許多民眾都對到臺灣旅遊感到新奇，並躍躍欲試。

本次產業合作成果斐然，在智慧科技、綠能及電動車領域參展商都有不錯的收穫。印度前五大的 ADANI 集團（跨足能源、糧食、物流、建築、基礎建設等行業）將在印度建造 100 萬戶住宅，該集團表示對茂森公司的環保建材印象非常深刻，考慮下單採購。Honda India 對艾德利科技公司的馬達能以更低能耗產生相同功率非常有興趣，雙方也進入確認規格階段。印度塔塔集團教育事業的兩間供應商同時對控智科技的智慧講桌解決方案接洽討論合作，其中一家供應商在得知另一家已下單後立即跟進下單並採購更多周邊項目。清奈的大型鋼鐵、電力、鐵路、礦業集團 Bhilai Engineering Corporation 亦遠從清奈赴新德里與中科院洽談智慧型儲電設備合作事宜。印度再生產品及碳黑製造商 Global Green Fuels Pvt. Ltd. 亦前來孟買參觀，並有意採購環拓科技公司之環保碳黑產品。另外，新德里的能源管理公司 Alien Energy Pvt. Ltd. 為解決印度廢棄物問題，特來參觀本展並認為崑鼎公司的設備與技術可以協助他們改善處理廢棄物問題，也表達與崑鼎公司合作興建廢棄物處理場的高度意願。綜合上述參展商的展出成果，預估本次商機將達到 1 億 2,000 萬美元。

為加強雙邊產業互相瞭解及促成合作機會，展覽中也舉辦了電動車、智慧城市及創新智慧健康產業研討會。電動車論壇由外貿協會黃董事長開場致詞，並由三陽工業、印度 Ahamani EV Technology 的 CEO 及印度台達電公司處長主講，計 70 人出席研討會，會後促成臺灣電動車業者其易公司和印度電動車大廠 Hero Electric 簽署合作備忘錄，雙方開始正式合作。智慧城市論壇則由研華、四零四、威聯通、上銀與督洋等臺灣廠商及智慧城市協會（Smart City Council）印度分會與印度資訊科技協會共同主講，計 120 人出席。另由於印度的國際醫療名聞遐邇，因此特舉辦創新智慧健康研討會，邀請 AIIMS（全印醫學科學學院）助理教授與大家分享印度植牙技術，並由臺灣業者介紹產品特色及技術，計有 70 人與會。

伍、後續拜訪

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

印度儲備銀行即印度的中央銀行，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，均屬儲備銀行管轄範圍。

本次拜會儲備銀行的 Ms. Binita Topno(Deputy General Manager)，主要係表達本行欲赴印度設立代表人辦事處之意願及了解目前申請進度，Ms. Topno 表示本案目前仍在審理中，另因台灣目前與印度並無邦交，故審理時間需較長。另向 Ms. Topno 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，台灣廠商目前積極參與印度各項公共工程，包括中鼎公司已取得印度阿達尼 (Adani) 集團天然氣接收站氣化設施 2.4 億元專案，代表人辦事處亦可蒐集印度公共工程資料，供本國廠商參與投標之參考。

2、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。

外貿協會原本在印度共設有 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。今(107)年 5 月在新德里再增設一處辦事處。本次拜訪台北世界貿易中心駐孟買辦事處，適逢新、舊主任交接。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，包括台銀、許多外商及銀行紛紛遷往該處。

本次拜訪外貿協會，並表示未來倘印度儲備銀行同意本行設立辦事處後，希望協助本行辦理各項營業登記及辦事處租賃等相關事務，彭主任皓治表示會盡其所能給於協助。

3. Jones Lang LaSalle Property Consultants (India) Pvt. Ltd 安排參觀辦公大樓

本次至孟買除拜會印度儲備銀行及外貿協會外，亦事先請當地房屋仲介業者 Jones Lang LaSalle Property Consultants (India) Pvt. Ltdi 安排參觀多處辦公大樓，以供未來代表人辦事處營業場所地點參考。本次 Mr. Rishabh Jyani 安排的物件，包括是南孟買的 Express Towers、BKC 的 Maker Maxity、Platina、The Capital、IL&FS、TCG 等商業大樓，供本行未來辦事處營業處所參考。

陸、心得與建議

- 一、印度是南亞經濟體之龍頭，經濟發展之迅猛更是被各大商業媒體、研究機構及各國政府所重視，預期印度將成為全球第 3 大經濟體，僅次於美國及中國。印度的經濟發展帶來許多投資及消費的機會，創造內需市場蓬勃發展、產業升級腳步加速，臺灣廠商不容錯過這場印度饗宴。
- 二、為推動新南向政策，經濟部國際貿易局今年委託外貿協會舉辦 5 場臺灣形象展，本次「印度臺灣形象展」為新南向形象展系列的第 2 場，5 月 17-19 日在新德里舉辦，3 天展期共吸引超過 1 萬 8 千人參觀，並促成教育、觀光、文化及產業合作等雙邊交流，產業合作商机預計達 1 億 2,000 萬美元。
- 三、本次參與「印度臺灣形象展」，展覽當中亦有舉辦多場產業論壇，惟因本次本行僅派 1 員參加，無法參與論壇，爾後倘經費許可，可增派乙員參與。
- 四、經濟部國際貿易局今年委託外貿協會舉辦 5 場臺灣形象展，除「印尼臺灣形象展」及「印度臺灣形象展」已分別於 3 月及 5 月舉辦，另「越南臺灣形象展」、「泰國臺灣形象展」及「馬來西亞臺灣形象展」將分別於 7 月、8 月及 10 月舉辦，為配合推動新南向政策，建議儘量派員參加，提供融資及保險等金融服務。
- 五、職受命參加本次「印度台灣形象展」，深感榮幸與珍惜，出國期間隨同廠商參與拓銷活動，深深體會到我國中小企業在海外打拼業務的辛勞與奮鬥的精神，他們以多年在商場中訓練的英文、或透過翻譯人員，在陌生的異域完成一筆筆的交易、不放棄任何一絲貿易機會，也正由於他們的積極膽識奮鬥與不畏艱難的精神，創造了台灣經濟奇蹟。對於這批可敬的廠商，職等也竭盡所能予以協助，除提供所知有關國際貿易、付款情形、徵信問題等應注意事項，並詳盡解說本行中長期輸出融資及輸出保險對其業務上的幫助，及風險的規避。