

編號：(100)045.111

掌握印尼市場商機與具體策略

行政院經濟建設委員會

民國 100 年 12 月

編號：(100)045.111

掌握印尼市場商機與具體策略

計畫主持人：林谷合博士

委託單位：行政院經濟建設委員會

研究單位：國立中興大學

本報告內容係研究單位之觀點，不代表委託機關之意見

行政院經濟建設委員會

民國 100 年 12 月

摘要

本研究擬探討後金融風暴時期，印尼經濟展望與產業發展潛力，同時分析我國廠商對印尼投資之未來利基，並據以提出因應策略，以作為政府擬訂對印尼經貿政策之參考。

本研究首先透過分析印尼總體情勢，並針對回教市場目前的發展現況進行研究，最後再針對印尼與世界貿易與區域經濟的關係做進一步的闡釋，以完整說明印尼經濟發展中的現狀。其次，係關於環境面的分析，包括總體投資環境、消費市場與法制環境之探討。

再者，本研究透過對於印尼「加速擴張印尼經濟建設藍圖2011-2025」（MP3EI）的內容，介紹印尼經貿相關的法規演變，配合EIU對印尼經濟指標預測與未來事件的整理，期以瞭解印尼未來的社經發展趨勢，以掌握印尼未來之潛力產業。

此外，本研究藉由鑽石模型之觀點，整合文獻報告中指出印尼潛在之利基產業，並經由評估其未來五年發展潛力、印尼政府當前政策、東協自由貿易區優先整合產業以及印尼投資法規中給予投資優惠等標準，篩選出數項利基產業。

最後，本研究提出對於政府之未來政策建議，以及對台商企業前往印尼投資與貿易之策略建議，以利政府相關單位及台商掌握各項產業利基，以利擬定進入印尼之投資策略。

一、 在對政府政策之建議如下

1. 政府應透過駐印經貿機構提供可靠之合作廠商名單
2. 可透過資金提供與貸款補助鼓勵農企彼此合作進軍印尼特殊產業投資
3. 建議政府以相關綠能產業發展協會為主體，結合國內綠能發電設備廠商進入印尼協助其發電不足地區之電力發展
4. 應調整台印投資保障協定之內容以強化對台商之保護

5. 參考鄰國模式積極與印尼洽簽自由貿易協定或更緊密經濟夥伴關係
6. 於政府間的經濟合作，由於印尼對於台灣技術需求孔急，我國政府應思考從印尼取得何種所需
7. 鼓勵台灣金融機構與印尼台商合作提供消費信貸

二、 對企業投資具體建議如下

1. 台灣中心廠商應協助具勞動密集、低技術水準的供應商移往印尼，建立一組相對完整供應鏈
2. 台商應與當地台商協會密切聯繫，相互支援與共享資訊
3. 印尼銷售通路非常重要，要設法進入通路，融入當地供應鏈
4. 台商投資印尼需提早規劃
5. 應以印尼內需市場為優先考量，修正將印尼視為「跳板」的預設立場
6. 投資心態應由快速獲利轉變為長期深耕投資
7. 印尼當地官方的貪污與無效率情況嚴重，造成投資成本上升，但熟悉市場環境後，其實影響企業經營程度不高

Abstract

This study focuses on Indonesia's economic and industrial development, analyzes the niche in Indonesia for future investment from Taiwanese enterprises, and proposes strategies for government to make economic and trade policies related to Indonesian market.

First of all, in light of the overall economic situation in Indonesia, the development of Islamic market, and the relation between Indonesia, the world trade and regional economic, the study explains the complete status of economic development in Indonesia.

Secondly, the study analyzes the investment environment, the consumer market and the regulatory environment of Indonesia. Furthermore, through the analysis about the Indonesia MP3EI Policy with the EIU indicators and the future events, we forecast the trends of social and economic development in Indonesia, in order to figure out the potential industries in the future.

In addition, we use Porter's Diamond Model to point out the potential niche industry of Indonesia. Finally, this study proposes policy recommendations for Taiwanese government, as well as provides enterprises with strategic recommendations of investment and trade in Indonesia.

As to the recommendations for Taiwanese government and enterprises, this study suggests that Taiwanese ambassador agencies or trade organizations located in Indonesia should

provide a reliable list of business cooperation partners for enterprises tend to doing business in Indonesia market. Taiwanese enterprises should closely work with Taiwanese business associations or organizations in Indonesia in order to obtain support and share sufficient information.

Also, the Taiwan Government should rely on the institutes or firms invested and held by National Development Fund to assist and cooperate with Taiwanese industrial investment in Indonesia special industrial sector.

Moreover, Taiwan and Indonesia should adjust the Investment Protection Agreements between Indonesia and Taiwan in order to strengthen the protection of Taiwanese business. Taiwan Government should actively look for the chance of signing Free Trade Agreements or Economic Partnership Agreement with Indonesia.

In addition, Taiwan's financial institutions should be encouraged to cooperation with Taiwanese business in Indonesia to provide with necessary assistant. Last but not least, Taiwan business should not see Indonesia as a "springboard" for ASEAN.

Taiwanese enterprises interested in doing business in Indonesia market should make long term strategies and change the mindset about immediate gains. They should try to overcome the entrance barriers for the local marketing channel and build supply chains in Indonesia.

目錄

第壹章 緒論	1-1
第一節 研究緣起與目的.....	1-1
第二節 內容架構.....	1-3
第三節 研究方法.....	1-6
第貳章 印尼經濟發展現況	2-1
第一節 印尼總體情勢分析.....	2-1
第二節 回教市場經濟分析.....	2-14
第三節 印尼與世界貿易及區域經濟關係.....	2-22
第四節 小結.....	2-32
第參章 印尼投資環境面分析	3-1
第一節 印尼投資與經商環境概況.....	3-1
第二節 印尼內需消費變動與消費者偏好.....	3-13
第三節 印尼市場之法制環境.....	3-25
第四節 小結.....	3-53
第肆章 印尼未來政經發展趨勢研判	4-1
第一節 印尼未來經濟重要規劃.....	4-1
第二節 印尼政經環境未來變化趨勢.....	4-15
第三節 小結.....	4-40

第五章 印尼利基產業分析.....	5-1
第一節 鑽石模型分析.....	5-1
第二節 利基產業之篩選.....	5-7
第三節 利基產業分析.....	5-13
第四節 投資策略建議.....	5-34
第五節 小結.....	5-41

第六章 拓展印尼市場具體策略與政策建議.....	6-1
第一節 結論.....	6-1
第二節 政策建議.....	6-4

參考文獻

附件

一、附件一：期中報告記錄與回應.....	附-1
二、附件二：期末報告記錄與回應.....	附-9
三、附件三：專家座談會議記錄.....	附-18
四、附件四：出國報告.....	附-20

第壹章 緒論.....	1
第一節 研究緣起與目的.....	1
第二節 內容架構.....	3
第三節 研究方法.....	6
第貳章 印尼經濟發展現況.....	1
第一節 印尼總體情勢分析.....	1
第二節 回教市場經濟分析.....	14

第三節 印尼與世界貿易及區域經濟關係.....	22
第四節 小結.....	32
第參章 印尼投資環境面分析.....	1
第一節 印尼投資與經商環境概況.....	1
第二節 印尼內需消費變動與消費者偏好.....	13
第三節 印尼市場之法制環境.....	25
第四節 小結.....	53
第肆章 印尼未來政經發展趨勢研判	1
第一節 印尼未來經濟重要規劃	1
第二節 印尼政經環境未來變化趨勢.....	15
一、 印尼政治未來發展趨勢	15
(一) 總統與國會未來發展趨勢	15
二、 印尼社會未來發展趨勢	19
(一) 貧窮與所得分配問題	19
三、 印尼經濟未來發展趨勢	20
(二) 印尼重要未來經濟發展規劃.....	33
四、 未來重要國際事件發展趨勢	38
第三節 小結.....	40
第伍章 印尼利基產業分析.....	1
第一節 鑽石模型分析.....	1
一、 印尼經濟發展所處階段	3

二、	生產要素	4
三、	市場需求狀況	4
四、	外人投資狀況	5
五、	政府及機會角色.....	6
第二節 利基產業之篩選		7
第三節 利基產業分析.....		13
一、	汽機車暨零組件.....	13
二、	機械產業.....	16
三、	電子產品與零組件.....	19
四、	ICT 產業.....	21
五、	餐飲服務業	24
六、	零售業.....	28
第四節 投資策略建議.....		34
第五節 小結.....		41
第陸章拓展印尼市場具體策略與政策建議.....		1
第一節結論		1
第二節政策建議		4
參考文獻.....		1
附件		1
一、	附件一：期中報告記錄與回應.....	1
二、	附件二：期末報告記錄與回應.....	9

三、	附件三：專家座談會議記錄.....	18
四、	附件四：出國報告.....	20

表目錄

表 2-1 印尼 GDP 組成 (按支出面區分)	2-8
表 2-2 印尼 GDP 構成 (以產業別分)	2-9
表 2-3 主要東協國家與金磚四國國民所得	2-10
表 2-4 印尼勞工人數 (以產業別分)	2-12
表 2-5 世界回教徒主要分布國家及地區	2-16
表 2-6 馬來西亞政府估計清真食品市場的規模	2-21
表 2-7 印尼對主要國家及地區出口非石油與天然氣產品金額與比重	2-25
表 2-8 印尼與中國大陸的雙邊貿易 (2005-2011)	2-26
表 3-1 台商對外投資件數表	3-2
表 3-2 台商對外投資金額表	3-3
表 3-3 按 WEF 劃分東亞新興國家之發展階段*	3-6
表 3-4 貪污認知指數 (CPI) 與排名	3-9
表 3-5 印尼投資環境 SWOT 分析	3-12
表 3-6 印尼家戶可支配所得比率分配(%)	3-16
表 3-7 印尼現代購物商場	3-21
表 3-8 法律修正及時間表	3-39
表 3-9 行政規則修正及時間表	3-40
表 3-10 總統令頒布及修正時間表	3-41
表 3-11 各部會辦法修正及時間表	3-42
表 3-12 印尼對 WTO 承諾產品進口關稅	3-44
表 4-1 印尼六大經濟走廊產業發展配置	4-7
表 4-2 印尼國民所得與其組成預估	4-22
表 4-3 未來五年印尼經濟成長之貢獻點	4-23
表 4-4 印尼三級產業佔 GDP 比重與其成長率	4-24
表 4-5 印尼未來五年物價與匯率預測	4-25
表 4-6 印尼未來經常帳預估	4-26
表 4-7 印尼未來國際儲備預估	4-28
表 4-8 政府預算與債務未來趨勢	4-29
表 4-9 印尼人口與勞動力預估	4-30
表 4-10 全球主要國家年齡之中位數 (歲)	4-30
表 4-11 工資成本預估	4-32
表 4-12 印尼未來生產力預估	4-33
表 5-1 我國對新鑽十一國國家之出口產業分析結果	5-8
表 5-2 東協各國適合布局的產業	5-9
表 5-3 印尼各產業成長率一覽表	5-10
表 5-4 印尼利基產業條件篩選表	5-11

表 5-5 2011 年印尼市場產品銷售狀況.....	5-12
表 5-6 印尼市場前十大汽車品牌	5-14
表 5-7 印尼摩托車製造量與銷售量	5-15
表 5-8 印尼汽機車製造業 SWOT 分析	5-16
表 5-9 印尼機械業 SWOT 分析	5-18
表 5-10 印尼消費性電子產品市場	5-20
表 5-11 印尼電子產業 SWOT 分析	5-21
表 5-12 印尼行動電話市場	5-22
表 5-13 印尼 ICT 產品市場.....	5-23
表 5-14 印尼 ICT 產業 SWOT 分析.....	5-24
表 5-15 東亞各國餐飲產業風險對報酬比(RRR)比較表.....	5-25
表 5-16 印尼餐飲業 SWOT 分析	5-27
表 5-17 2011 年全球零售發展指數 (GRDI) 排名.....	5-29
表 5-18 印尼現代零售通路家數及銷售額	5-31
表 5-19 印尼零售業 SWOT 分析	5-32
表 5-20 利基產業鑽石模型分析.....	5-35
表 6-1 台灣對印尼主要出口產品(2010).....	6-3
表 6-2 利基產業投資策略建議	6-155

圖目錄

圖 1-1 研究架構圖.....	1-5
圖 1-2 研究流程圖.....	1-5
圖 1-3 鑽石理論模型圖.....	1-7
圖 2-1 2000-2016 年印尼經濟成長率與 GDP.....	2-7
圖 2-2 印尼就業人數、失業人數與失業率 (2008-2010).....	2-11
圖 2-3 2006-2012 年印尼盾對美元匯率變化.....	2-13
圖 2-4 印尼通貨膨脹率(2000-2010).....	2-14
圖 2-5 亞太個別國家清真市場的規模.....	2-21
圖 2-6 印尼進出口金額 (2004-2011).....	2-23
圖 3-1 印尼貪污指數歷來變化.....	3-10
圖 3-2 印尼近年消費支出、家戶支出、政府支出比重.....	3-14
圖 3-3 印尼人均 GDP 購買力平價(PPP).....	3-15
圖 3-4 印尼 2010 年消費者支出類別(百分比).....	3-17
圖 3-5 印尼主要大都市人口數.....	3-20
圖 3-6 印尼都市人口數占總人口數比例(percentage).....	3-20
圖 3-7 印尼使用網路人口成長數量.....	3-23
圖 3-8 印尼使用網路人數比率(每百人).....	3-23
圖 4-1 加速擴張印尼經濟建設藍圖 (MP3EI) 之架構圖.....	4-2
圖 4-2 印尼 MP3EI 規劃之未來目標.....	4-3
圖 4-3 2015 年預期印尼 GDP 之組成.....	4-23
圖 5-1 鑽石模型.....	5-3
圖 5-2 印尼利基產業挑選.....	5-12
圖 5-3 GRDI 零售業國家吸引力.....	5-30

第壹章 緒論

第一節 研究緣起與目的

一、研究緣起

後金融海嘯時期，東亞經濟重要性益形突顯，成長模式逐漸由過去高度仰賴出口帶動，轉為內需拉動為主力，尤其區域內中產階級快速竄升、潛存無限商機的新興市場人口大國，已陸續被各界視為未來帶動全球經濟躍升的主力。

印尼為全球第 4 大人口國，東協最大消費市場，並為台商東南亞布局及轉戰回教經濟圈之要角，近來挾其龐大內需、豐沛資源稟賦等優勢，積極引進外資與蓄積成長潛能。

1999 年 9 月 25 日，印尼代表東南亞國家加入 G20；十年之後，印尼已經成全球第 19 大的經濟體，逐漸在國際舞臺嶄露頭角。印尼在 2009 年 6 月 Morgan Stanley 的報告將印尼列入「金磚五國」(BRIC) (巴西、俄羅斯、印度、印尼、中國大陸) 中，同時預測 2011 年其經濟成長率可達到 6-7%。印尼亦被國際投資集團高盛證券列入「新鑽 11 國」(Next 11)名單，日本 BRICs 經濟研究所亦將其列入「遠景 5 國」(VISTA)行列，未來可望繼中國大陸及印度之後，成為另一個備受矚目的亞洲經濟新亮點，重組亞洲經貿版圖與產業供應體系，影響我國經貿與產業發展。

印尼在地理環境上是擁有一個遼闊土地面積的國家，由 17,508 個島嶼組成，土地面積達 200 萬平方公里，約台灣的 55 倍。加上 2 億 3 千萬人之豐富的人力資源，構成龐大的市場。未來隨著景氣的持續復甦，印尼為世界主要原料供應國，挾其國內眾多人口以及逐漸發

揮的經濟力，在印尼工業尚未穩固之前，預料將會有許多值得開發的商機，可望成為台灣拓展相關工商業產品與服務的主要市場之一。

由台灣與印尼近十年的貿易與投資關係可以發現，台印兩國關係緊密程度持續增加。印尼自南向政策時代即是我當時最大投資國；兩國貿易量再過去十年來亦不斷增加。印尼所擁有的天然資源、加工出口以及廣大的內需市場（占 GDP 之 70%）三大優勢，為我國廠商南進之良好選擇。此外，為因應東協經濟整合如東協加一、加三等協定，及大陸暨其他東南亞國家市場條件之變化，我廠商是否可以透過選擇利用印尼作為生產基地，甚至考慮以印尼做為前進東南亞，甚至中東、非洲市場之跳板，成為全球佈局重要的一環，亦是重要的發展課題。

有鑑於此，本研究計畫擬探討後金融風暴時期，印尼經濟展望與產業發展潛力，同時分析我國廠商對印尼投資之未來利基，並據以提出因應策略，以作為政府擬訂對印尼經貿政策之參考。

二、研究目的

本研究之目的包括下列各方面：

1. 對於金融海嘯後印尼經濟發展前景，尤其對於印尼持續增加的商機與印尼各項引進外資的相關政策等進行研析。
2. 分析上述情勢對其印尼國內經濟成長動能、產業結構、消費與企業營運模式的變動等。
3. 針對上述印尼經濟崛起與市場商機，我國業者如何掌握與因應研提具體因應對策，以供政府研擬相關政策之參考。

第二節 內容架構

本研究主要以印尼在後金融海嘯時期之區域(全球)經貿角色、地位與推行之政策，並以印尼政府在今年五月所推出之「加速擴張印尼經濟建設藍圖 2011-2025」(Acceleration and expansion of Indonesia economic development 2011-2025，簡稱 MP3EI) 為基礎，討論我國如何掌握印尼市場崛起之商機並佈局印尼市場。主要研究的內容與研究架構分述如下

一、 主要研究內容

本研究主要之研究內容概述如下：

1. 利用次級資料與新聞資訊整理印尼經濟、社會、政治、產業結構、區域經濟地位等各方面之變化與目前的現況，作為本研究之基礎背景說明。
2. 完整蒐集未來5年，印尼重要的政治、經濟、產業、社會、節慶、國際區域整合等事件，建立印尼之相關未來事件簿，可以據此判斷印尼的未來經濟與產業規劃、相關重要政策之期程、甚至可預測政策未來可能走向與趨勢等。
3. 從印尼現階段經濟發展所產生之新興產業需求、未來五年快速發展之產業項目，以及我國廠商具有投資優勢等方向，進行利基產業之選取與投資建議。
4. 針對所選取之產業進行分析，瞭解產業結構、市場競爭程度、各產業之競爭力、與台灣產業是否有相互連結與合作的利基等。針對產業進行SWOT分析，藉以瞭解台灣產業在印尼之優劣勢、機會與威脅，有助於協助研擬最適的推動政策。

5. 另外，印尼為全球最大之回教國家，在回教世界舉足輕重。對於台灣而言，亦是一個拓展伊斯蘭世界商機的跳板，針對此一龐大的商機，本研究欲討論台灣可能進入之市場以及模式。
6. 最後，由上述的研究內容，提出雙方具合作利基之產業如何進行合作與互補有無，國內企業如何佈局印尼市場，與政府應有何協助或推動措施等。

二、研究架構及流程

本研究之架構如下：

1. 整理印尼整體之經濟、政治、社會、文化、風俗、國際經濟地位和角色與相關法令規定，利用次級資料對印尼市場現況進行完整的分析。
2. 整理並歸納分析國內外有關投資印尼市場等相關文獻與研究報告，進行完整的文獻回顧。
3. 整理至少未來5年印尼之相關新聞、法令規定與政府資訊，建立重大事件之未來事件簿，瞭解印尼市場之未來走向與趨勢。
4. 利用台商訪談、焦點團體座談會與實地赴印尼當地參訪，瞭解當地消費習慣、台商的實際營運狀況與印尼政府之產業政策規劃等。
5. 利用未來事件簿，配合SWOT分析，尋找台灣具有在印尼市場發展潛力的產業，並規劃適合的政策建議。研究架構可以下圖表達之。

圖 1-1 研究架構圖

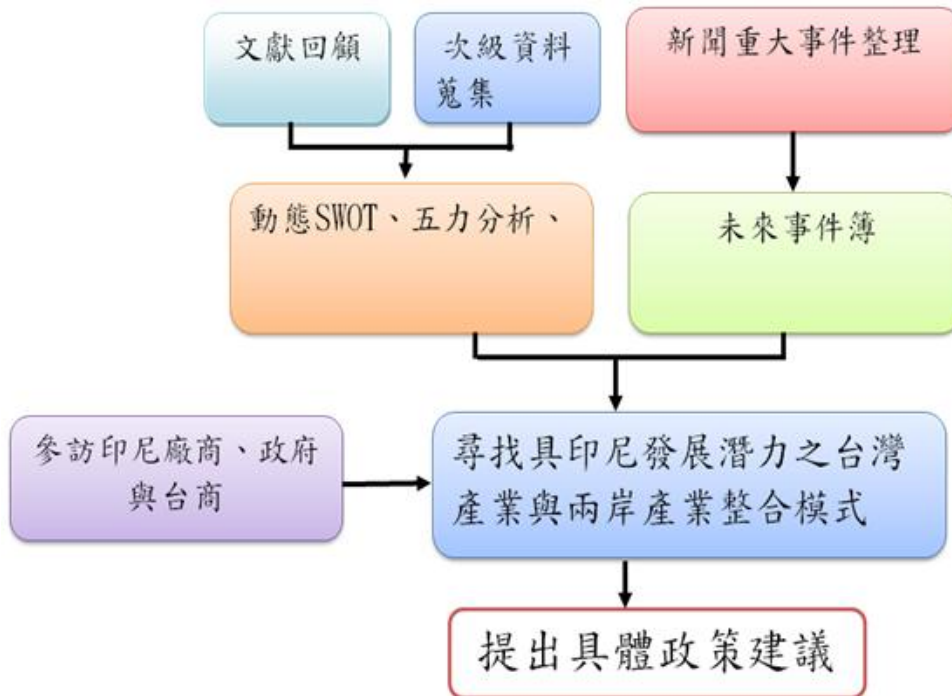
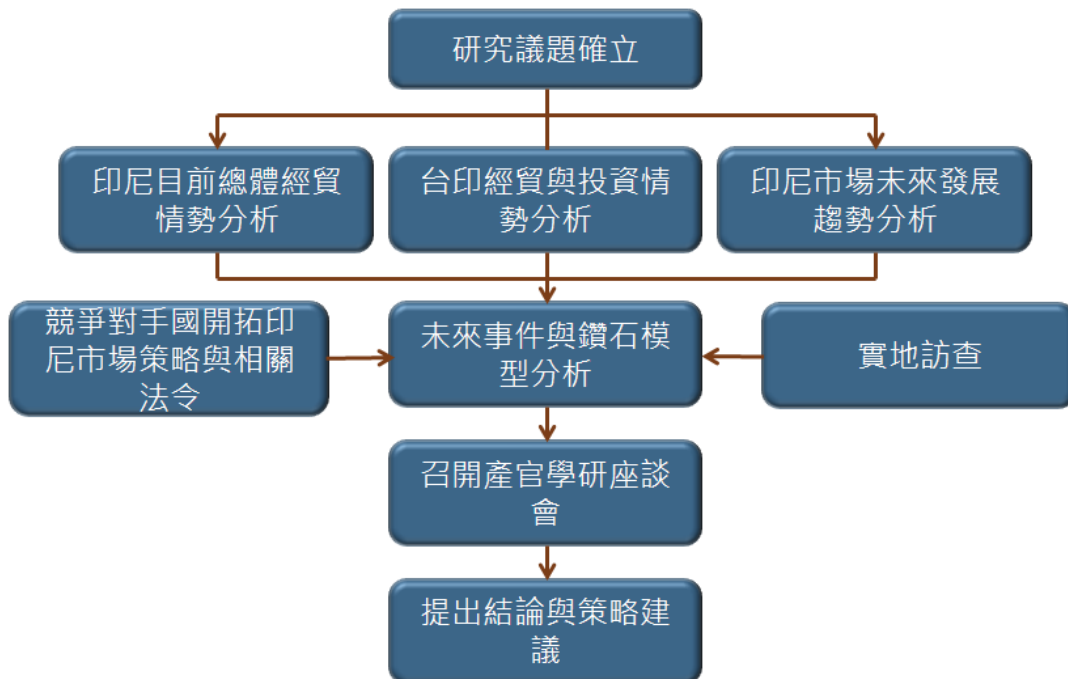


圖 1-2 研究流程圖



第三節 研究方法

本研究預期採取下列幾項分析方法：

一、次級資料分析

本研究透過經貿歷史資料變動趨勢分析，分析印尼本身之經濟狀態，以及在區域以及回教世界中之經濟地位，以為我國業者前進印尼市場的參考。

二、未來事件分析法

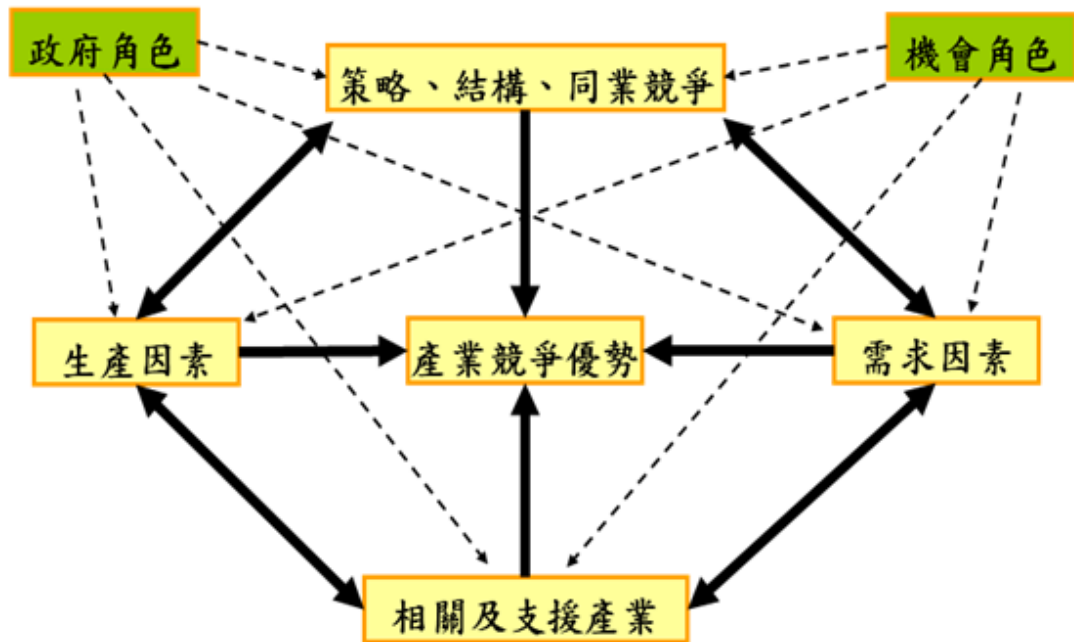
未來事件分析法是由台灣戰略模擬學會所發展出來的一套對於制定未來策略規劃的分析架構，不同於傳統對於過去與現況的分析討論，本未來事件分析法是藉由現有的對未來重大之政治、經濟、社會事件的預測、未來的重大節慶、現行而延續至未來的政策、國家和產業未來規劃等資訊的收集，在時間軸上點出政治、經濟、社會、產業等未來事件，以預測未來重大議題與趨勢走向，配合研究目標與產業分析，進行動態的SWOT或五力分析，俾使決策者針對未來可能發生的情境有完整全面性的掌握，從而規劃出最適的政策。

三、鑽石模型分析法

本研究分析政府政策角度部分則運用麥克·波特(Michael Porter, 2001)的鑽石理論分析方法。一個國家能持續在某產業中保有競爭優勢，並非始於靜態優勢或歷史淵源，而是來自產業內部的活力與變革。促使企業鍥而不捨的改善與克服改變障礙的動力，是來自於一個國家各自獨立而又能系統性的組合成國家優勢的鑽石體系。這些組成要素相互影響包括：“生產要素”、需求條件、相關及支援產業、產業策略、結構、與產業內競爭四項。

除此之外，波特也指出“政府”及“機會”是決定這個鑽石體系的變數。政府只有扮演好自己的角色，才能成為擴大鑽石體系的力量。另外，“機會”因素指國家或區域在大環境變動下創造出新的競爭空間，亦會成為鑽石體系之變動因素。

圖 1-3 鑽石理論模型圖



四、歸納法

在詳細分析印尼的經濟、產業結構，並掌握印尼市場的未來事件與發展趨勢後，配合波特的五力分析，研究台灣企業在印尼所處的競爭環境與成功的關鍵因素，據以發掘台灣企業在印尼投資與發展的利基，並探討政府有何可協助之空間。

綜合上述，以歸納法歸納出對印尼經貿發展對我國及雙邊貿易可能之影響，並提出本研究針對此項發展趨勢之結論，並據此提出因應策略與方法。

第貳章 印尼經濟發展現況

1999年9月25日，八國集團(G8)財長在華盛頓宣佈成立二十國集團(G20)，印尼代表東南亞國家加入G20，然而當時的印尼卻因亞洲金融危機影響，面臨極其嚴重的經濟危機；10年後，印尼已是世界排名第19大的經濟大國。2009年上半年在世界經濟一片不景氣下，印尼卻可達到4.2%的經濟成長率，而印尼股市僅2009一年就已經上升84%，是全球股市表現的亞軍。2009年6月Morgan Stanley的報告將印尼列入「金磚五國」(BRIC)（巴西、俄羅斯、印度、印尼、中國）中，同時預測2011年其經濟成長率可達6-7%。2009年9月，Moody's評估債信能力及信用風險，提升印尼的「國家主權評等」等級，從Ba3提升到Ba2。2009年9月10日英國「經濟學人」雜誌(The Economist)特別報導印尼的經濟情況，並稱投資印尼是「黃金機會」(A Golden Chance)。由上可知，國際間各大研究與債信評估機構都相當看好印尼在後續幾年的經濟發展。

為了使國內業者與相關單位對印尼目前政經情況有更深一層的瞭解，本章先針對印尼政治與社會現況與總體經濟情勢進行分析，隨後針對印尼回教市場目前的發展現況進行研究，最後再針對印尼與世界貿易與區域經濟的關係做進一步的闡釋，以求透過全方位的角度說明印尼經濟發展現狀與未來展望。

第一節 印尼總體情勢分析

一、印尼政治與社會現況

(一)政治轉型的危機與轉機

1998年5月蘇哈托(Suharto)總統下台後，印尼的政治生態便有了

極大的轉變，開始逐漸由獨裁統治轉變成民主政治，從中央集權轉為地方分權。然而，印尼在政治轉型過程中也不是一路平順，許多黨派與政治勢力應運而生，形成了新一輪的政治角力戰，而蘇哈托下台後，所遺留下來的排華暴動陰影與國家經濟危機，也為新的領導人帶來前所未有的挑戰。

2004年10月，軍人出生的蘇西洛(Susilo Bambang Yudhoyono)正式宣示成為印尼第6任總統，他是印尼首次由人民直接選舉出的總統。蘇西洛上台後，進行一連串振奮人心的改革，包括掃蕩由來已久的貪污問題、減少貧富差距、改善投資環境與基礎建設、強化法制與政府管理等，蘇西洛所展現出來的改革決心與實行成效，頗獲印尼民眾好評，不但經濟好轉，貪污減少，印尼的貧窮人口也已從2007年的17.8%下降到2008年的15.4%。從2009年連任成功的蘇西洛總統獲得60%選票，大幅領先其他總統候選人，獲得壓倒性勝利的情勢可看出他受到印尼民眾擁戴的程度，除了印尼民眾外，外商與國際機構也普遍看好在蘇西洛的領導下，印尼將可成為亞洲經濟的明日之星。然而，從一個受到極權統治數十年的國家要迅速轉變成民主政治並非易事，蘇西洛總統即將任滿，有意角逐總統大位的各方勢力動作頻頻，印尼的政治情勢是否能就此擺脫動盪不安，邁向成熟的民主憲政，仍有待時間來檢驗。

(二)貪污問題

在蘇哈托總統時期，印尼主要的貪污者為蘇哈托家庭成員或是與該家庭成員有良好關係者，其中不乏華人企業集團參與其中，藉由與當權者或其兒女們建立商業往來關係，商人便可以更準確的預測營運所需成本並降低投資的不確定性。由於印尼官員索賄情況普遍，有些企業家便主動與老一輩的政府高官或是地方上較年長的軍官建立關係，以避免受到其他年輕官僚的騷擾。

2001年，印尼進行區域分權計劃(regional decentralization program)，以改善權力過度集中於中央的狀況，然而，隨著權力從中央分散到地方，貪污行賄也跟著從中央政府高官分散到地方官員，地方官員開始以各種徵稅、繳費與申請許可證等名義收取不當金錢，貪腐案件數隨著權力下放後增加，使得印尼整體經濟發展效率較蘇哈托時代更為低落。

蘇西洛總統(2004~至今)上台後，成立了「反貪腐委員會」(Komisi Pemberantasan Korupsi)，在他的大力肅貪政策下，許多地方省級官員因貪污而遭到起訴，海關與稅務單位的貪污狀況因而較以往有所改善，據印尼當地台商表示，整體而言，在蘇西洛總統的大力改革下，印尼官員貪腐情況的確較以往少了約四分之一。然而，過去數十年來所累積的貪腐習性，卻難以在短時間內看到具體成效，印尼「反貪腐委員會」主席阿茲哈爾(Antasari Azhar)就曾不諱言的指出，要徹底消除印尼官方的貪污現象，可能還需要15到20年的時間。

根據國際透明組織(Transparency International)2011年12月1日所發佈的「2011年貪腐指數」(The Corruption Perceptions Index-CPI)，印尼名列所調查的180個國家中的第100名(名次越後，表示該國貪腐情況越嚴重)，雖然比2010年的第110名進步了10名，貪腐程度仍與非洲國家如加彭(Gabon)、馬達加斯加(Madagascar)、馬拉威(Malawi)、坦尚尼亞(Tanzania)、吉布提(Djibouti)、貝南(Benin)、布吉納法索(Burkina Faso)、聖多美普林西比(Sao Tome & Principe)等為同一等級，貪污狀況也比同為東協的汶萊、馬來西亞、泰國，以及同為金磚大國的巴西、中國、印度等更為嚴重。

(三)種族衝突與排華

印尼是一個種族與宗教高度異質化的國家，就種族而言，爪哇族人口最多，約占印尼總人口數的42%，其次為蘇丹族(Sudanese)與馬

都拉族(Madurese)，分別占有總人口數的15 %與7.5 %；華人僅占印尼人口的3%，卻對印尼經濟具有絕對的支配地位。在宗教方面，有87%的人口信奉回教，約10%為基督教(包含新教與天主教)，在蘇哈托下台之後，印尼龍目島(Lombok)、摩鹿加群島(Moluccas Islands)與蘇拉威西地區(Sulawesi)都曾發生大小不一的回教與基督教衝突事件，而亞齊省(Aceh)、廖內省(Riau)、巴布亞(Papua)與東帝汶(East Timor)也曾發生多次分離主義者煽動的暴動事件，但只有東帝汶在1999年取得正式獨立。

在排華問題上，印尼自建國以來，一共發生兩次較為嚴重的排華事件，這兩次排華事件都是因為當時不穩定的政治與經濟情勢引起。最近一次嚴重的排華事件則是發生於1998年5月，事件起因為1997年亞洲金融危機發生後，印尼經濟迅速惡化，印尼盾大幅貶值、物價飛漲、大批企業與銀行破產倒閉，引起了廣大民眾要求政府改革的聲浪，並有大學生組織大規模示威活動，要求蘇哈托總統下台。而蘇哈托為了轉移自身執政不力的焦點，策動軍人與暴徒對雅加達華人進行各種暴行，不但引起華人譴責，更激起印尼民眾對政府的強烈不滿，示威抗議此起彼落，在強大壓力下，蘇哈托最終於同年5月宣佈辭去總統職務。

自哈比比總統上任後，解除了原本對華文的禁令，華人可以在印尼自組政黨；繼任的瓦西德總統也持續對華人的友好政策。梅嘉瓦蒂任內之時，更宣布把中國農曆新年訂為印尼國定假日，中文補習班及中文學校在印尼相繼成立，而現任總統蘇西洛更於2004年甫上任之時，延攬華裔女經濟學家馮慧蘭入閣為印尼貿工部長，2009年蘇西洛再度連任總統，馮慧蘭也繼續獲得留任。2011年馮蕙蘭雖然自貿工部長卸任，但隨即轉任旅遊與創意經濟部長，持續獲得重用。

雖然今日的印尼政府對華人政策比以往更為寬鬆，但華人與印尼

人之間的鴻溝依然存在。許多華人在印尼出生長大，說著一口流利的印尼語，卻少有華人能真正融入印尼社會，華人普遍對印尼沒有國家認同感；另一方面，印尼人也一直將華人視為外國人，認為華人在印尼榨取資源，賺盡財富，對待印尼人卻相當苛刻，印尼本地人與華人之間至今仍有一道深刻的裂痕。

(四)恐怖主義活動

自從2001年發生911恐怖攻擊事件以後，國際恐怖攻擊事件層出不窮，東南亞地區的恐怖主義問題也漸受矚目，其中又以印尼巴厘島在2002年以及2005年發生連續爆炸事件，更引起全球關注。由於回教激進份子在印尼的恐怖攻擊行動，讓外商多了一份投資的不確定感，另外，印尼失業人口眾多，而且人口結構年輕，根據英國著名的產業經濟分析公司Business Monitor International評估，倘若印尼經濟無法持續改善，眾多失業的年輕人極有可能被恐怖組織所吸收，讓整個印尼社會更加動盪不安。

(五)貧窮人口眾多

印尼島嶼眾多，天然資源豐富，但因交通運輸不便，加上地方法規成效不彰，許多天然資源未能有效開發利用，嚴重阻礙地方經濟發展。2008年印尼貧窮人口約佔總人口的15.4%，根據聯合國估計，2011年印尼貧窮人口可望減低至11.4%。雖然貧窮人口占總人口比例已大幅降低，但分析實際貧窮人口仍然是一筆龐大的數字，據統計2009年印尼約有近3,300萬的貧窮人口，而在3,300萬的貧窮人口中，有50%屬於平均每天收入不到2美元的「極貧」。

印尼貧窮人口大部分分布在偏僻的鄉鎮，根據印尼政府統計，全印尼落後地區至少有155處，其中貧窮人口數最多的位於東部島嶼，由於地處偏遠，基礎建設不佳，交通不便，只能依靠極少數的船隻或小型飛機到其他島嶼，許多人以自行耕種或依靠替人耕種維生，由於

土地貧瘠，其耕種所得農作物根本不夠生活所需，也因此貧窮人口對於基本生活物資的價格變動相當敏感。

在減少貧窮人口的政策上，目前印尼政府主要從兩方面著手，第一為增加貧窮民眾的收入，使用方法包括藉由改善投資環境以吸引外商投資，進而增加印尼就業人數，以及加強促進經濟發展，進而增加人民所得；第二為減少貧窮民眾的支出，使用的方法有改善教育環境、衛生條件、基礎建設並健全醫療保險制度等，以增進貧窮人口的福祉，減少城鄉差距。

二、印尼總體經濟情勢

本小節由經濟發展、內需消費、國民所得、失業率、匯率與通貨膨脹率等總體經濟五個面向，來一窺目前印尼總體經濟發展的情勢。

(一)經濟發展

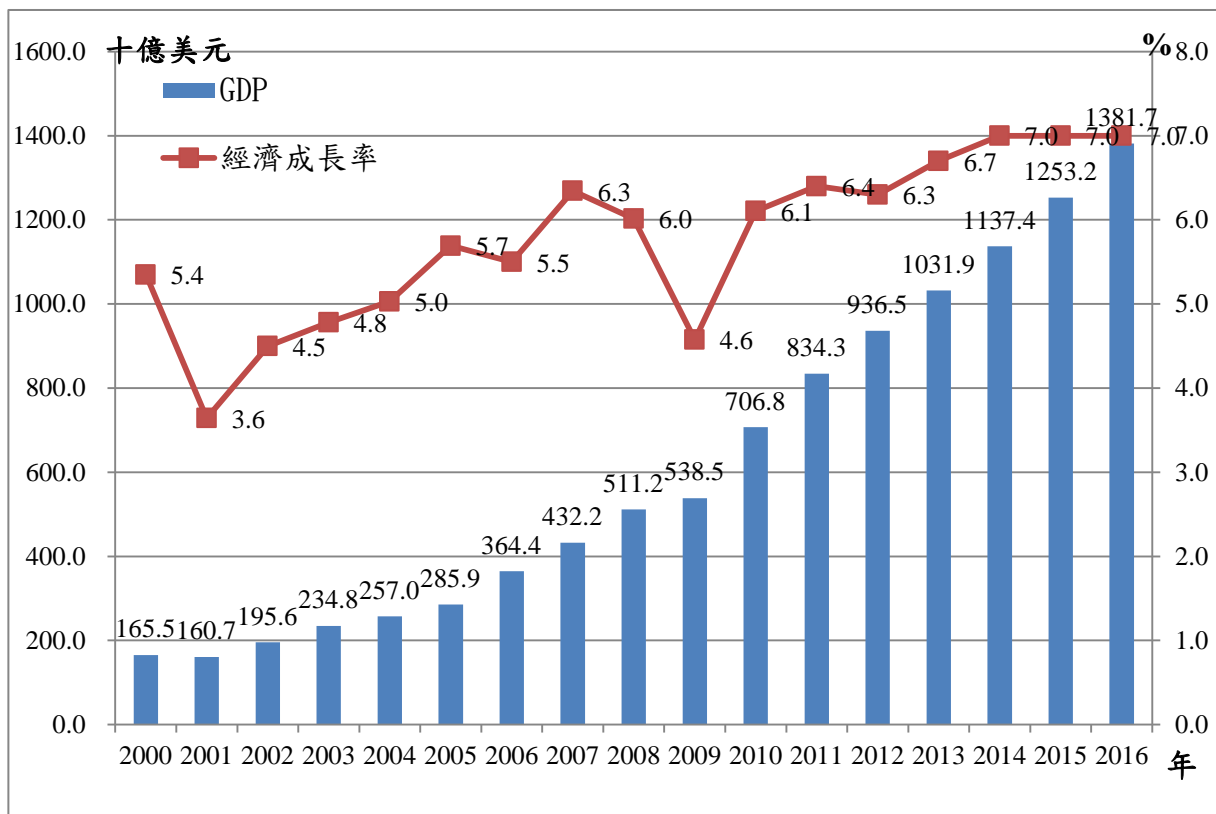
經過 1997 年的亞洲金融風暴與 1998 年的排華暴動之後，印尼經濟成長率落入前所未有 -13.1%。在國際貨幣基金(International Monetary Fund，以下簡稱 IMF)的援助之下，印尼政府開始一連串的經濟改革，以擺脫經濟衰退的困境。2000 年開始印尼經濟情況開始好轉，2007 年經濟成長率達到 6.3%，2008 年前三季平均經濟成長率仍維持 6.3%，但自 2008 年 9 月美國發生房貸危機，進而引發全球金融海嘯之後，造成印尼 2008 年第四季經濟成長率減緩為 5.2%，但 2008 年全年平均經濟成長率仍達到 6.1%。

受到金融海嘯的影響，印尼經濟成長率減緩程度越益明顯。2009 年前三季經濟成長率為 4.2%，較 2008 年前三季下降了 2.1 的百分點；印尼 2009 年全年經濟成長率約為 4.5%，2010 年全年經濟成長率則又提高至 6.1%。即便印尼受金融海嘯之累，經濟成長率無法超越 2007 年。在世界景氣一片蕭條中，印尼與其他新興市場相比，2009 年印

尼經濟成長率僅次於中國(8.5%)與印度(5.4%)，卻比巴西(-0.7%)、俄羅斯(-7.5%)與墨西哥(-7.3%)等金磚國家的經濟成長表現為佳。¹

伴隨著穩健的經濟成長，印尼的國內生產毛額(以下簡稱 GDP)在 2008 年首度突破了 5,000 億美元大關，以 5,144 億美元的產值成為全球第 19 大經濟體，同時也是東協第 1 大經濟體，根據 IMF 的統計資料，2010 年，印尼經濟成長率已達 6.1%，GDP 則是再度攀升到 7,067 億美元。

圖 2-12000-2016 年印尼經濟成長率與 GDP



說明：2011-2016 年為 IMF 預測值。

資料來源：IMF, World Economic Outlook Database, September 2011。

(二)內需消費

根據印尼官方統計，民間消費占有印尼 GDP 組成元素中的最大部分，2008 年印尼民間消費約占其 GDP 的 57.21%，其次為固定資本

¹江敏華(2010)。

形成，約占印尼 GDP 的 23.71%，淨出口占 GDP 的 9.55 %，而政府支出只占 GDP 的 8.13%，存貨變動則為 0.1%。

2009 年第 1 季的民間消費小幅成長，占 GDP 的 58.36%，主因為 4 月份國會議員選舉以及為迎接 7 月份的總統大選所引發的高消費，另外印尼政府在 2009 年 1 月與 2 月間發放現金給 1,850 萬的貧窮人口並調降稅率也是讓民間消費增長的原因之一。2009 年第 2 季、第 3 季與第 4 季政府支出占 GDP 比重上升到 8.78%、8.42%與 11.49%，民間消費占 GDP 比重則在第二季、與第三季些微下降到 57.15%與 56.06%，但在第四季回升至 57.99%，使得 2009 年全年民間消費較 2008 年提升 0.16%。政府支出增加主要是由於公務人員調薪、選舉相關費用支出與其他國家預算花費的增加，另外，由於進口衰退幅度大於出口，使得整個淨出口仍能對經濟成長有小幅度貢獻。

表 2-1 印尼 GDP 組成（按支出面區分）

單位：%

經濟成長來源 按支出面區分	2008	2009	2010	2011		
	全年	全年	全年	第一季	第二季	全年
民間消費	60.6	58.7	56.7	55.5	54.3	54.9
政府支出	8.4	9.6	9.1	6.8	8.3	7.5
固定資本變動	27.7	31.1	32.2	31.3	31.6	31.5
存貨變動	0.1	-0.1	0.3	0.9	1.4	1.1
統計差異	2.1	-2.1	0.1	4.0	2.5	3.2
出口	29.8	24.2	24.6	25.4	27.3	26.4
進口	28.8	21.4	23.0	23.9	25.4	24.6
淨出口	2.8	1.6	1.5	2.0	1.7	
合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

資料來源：Statistics Indonesia (2011)。

若以產業別來看，農林漁牧業在 GDP 組成中所占比例最小，印尼本為一農業大國，但自 1969 年起實施 5 個 5 年建設計劃，致力於

發展工業之後，農業產值占 GDP 比重持續下降，2008 年農林漁牧業產值僅占整體 GDP 的 14.5%，而礦業開採則占有 GDP 的 10.9%；在工業方面，印尼除了自 1960 年代開始大力開採油氣資源，加速了能源產業的發展之外，外商大量投資的紡織成衣業、鞋業、膠合板業、造紙業、汽機車組裝業與金屬零件加工業等，也帶動了印尼工業化的發展，2008 年製造業所占印尼 GDP 的比重約 27.9%，2009 年則是為 26.4%；在服務業方面，印尼的擁有許多秀麗的天然熱帶景觀以及多民族的文化與歷史遺跡，雅加達市區內五星級飯店與高級餐廳林立，2008 年至 2009 年前 3 季，印尼約有 37% ~38 % 的 GDP 來源為服務業的產值，服務業中，尤其以貿易、飯店與餐廳的產值比重為最大(約 13% ~ 14%)，值得一提的是印尼的營建業占 GDP 比重有逐年提高的趨勢，從 2004 年的占 GDP 的 6.6% 到 2009 年占 GDP 的 9.9%。

表2-2印尼GDP構成（以產業別分）

單位：%

產業部門 \ 年 份	2004	2005	2006	2007	2008	2009
農林漁牧	14.3	13.1	13	13.7	14.5	15.3
礦業與開採	8.9	11.1	11	11.2	10.9	10.5
製造業	28.1	27.4	27.5	27.1	27.9	26.4
電力、瓦斯與水供應	1	1	0.9	0.9	0.8	0.8
營建業	6.6	7	7.5	7.7	8.5	9.9
服務業	42.1	41.4	41	40.3	38.2	37.9
貿易、飯店與餐廳	16.1	15.6	15	14.9	14	13.4
運輸與通訊	6.2	6.5	6.9	6.7	6.3	6.3
金融、租賃與商業服務	8.5	8.3	8.1	7.7	7.4	7.2
其他服務業	10.3	10	10.1	10.1	9.7	10.2
合計	100	100	100	100	100	100

資料來源：Statistics Indonesia (2011)。

(三)國民所得

2009 年印尼每人平均國民所得為 2,050 美元，較 2006 年成長了

3 倍多，根據世界銀行的歸類，印尼仍屬於「中低所得」的國家。²與東協主要國家相比較，印尼的每人平均國民所得僅優於越南與菲律賓，略低於泰國，遠低於馬來西亞。若與金磚四國相比，僅優於印度，遠遜於俄羅斯、巴西與中國大陸。

表 2-3 主要東協國家與金磚四國國民所得

單位：美元

國 家	年 份	2006	2007	2008	2009	2010
印尼		1,370	1,600	1,950	2,160	2,500
越南		700	790	920	1,030	1,160
馬來西亞		5,610	6,310	7,170	7,230	7,760
泰國		2,830	3,200	3,640	3,720	4,150
菲律賓		1,310	1,510	1,770	1,870	2,060
中國大陸		2,040	2,480	3,040	3,620	4,270
巴西		4,800	6,110	7,480	8,090	9,390
印度		850	1,000	1,080	1,220	1,330
俄羅斯		5,820	7,590	9,710	9,290	9,900

資料來源：World Bank (2011)。

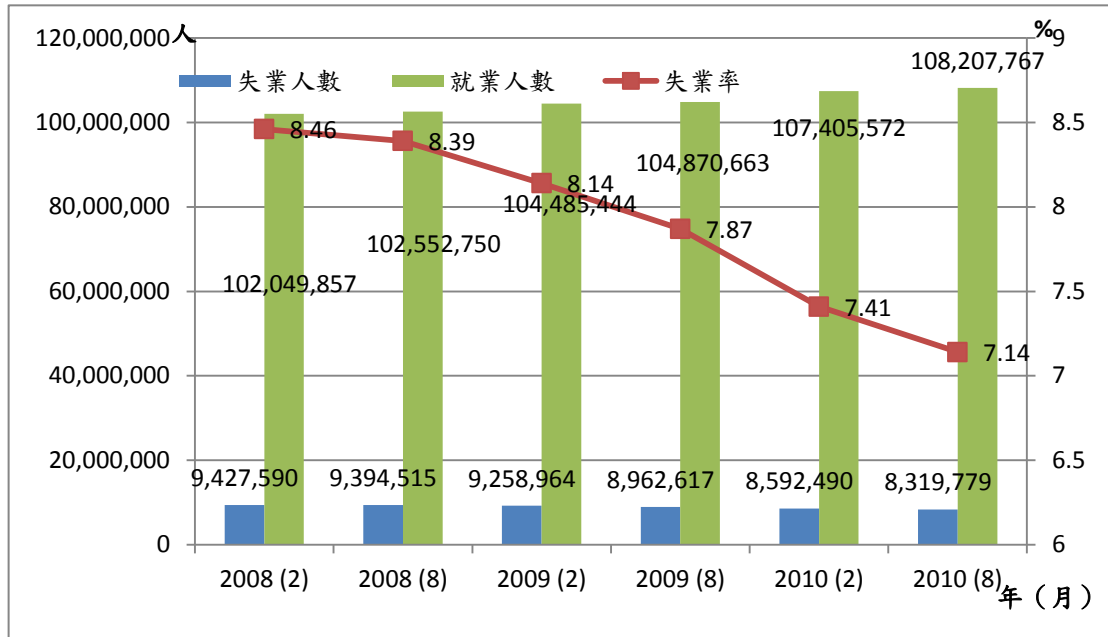
(四)失業率

印尼中央統計局公布的資料顯示 2010 年 8 月印尼失業人數下降至 831 萬人，失業率降低至 7.14%，勞動人口總數達到 1 億 820 萬人，相較於 2010 年 2 月份的 1 億 740 萬人增加 80 萬人。鑑於印尼經濟景氣回升，勞動需求增加，IMF 預估 2011 年的失業率將降至 6.7%，2016 年時將降至約 6% 的水準。³

²根據世界銀行以每人平均所得將世界各國區分為以下四類：低所得國家（低於 975 美元）、中低所得國家（976 美元～3,855 美元）、中高所得國家（3,856 美元～11,905 美元）以及高所得國家（11,906 美元以上）。

³IMF (2011)

圖 2-2 印尼就業人數、失業人數與失業率 (2008-2010)



資料來源：Statistics Indonesia(2011)。

若以產業別分析，可以發現農業部門的勞動人口總數減少 1,330 萬人，製造業部門的勞動人口總數增加 771 萬人，服務業部門的勞動人口總數增加 1,295 萬人；其中以營造相關產業勞動人口增加的最多，增加 748 萬人；再其次為社會、公共與個人服務業，增加 341 萬人；運輸、倉儲與通訊的勞動人口不增反減，減少約 198 萬人。由此可以看出印尼經濟發展已逐漸邁入由初級產業轉型至製造業與服務業的階段，此一發展情勢，值得要進入印尼的業者多加注意。

表2-4印尼勞工人數（以產業別分）

單位：人

業 別 \ 年 份	2008 (2 月)	2008 (8 月)	2009 (2 月)	2009 (8 月)	2010 (2 月)	2010 (8 月)
農林漁牧	42,689,635	41,331,706	43,029,493	41,611,840	42,825,807	41,494,941
礦業與開採	1,062,309	1,070,540	1,139,495	1,155,233	1,188,634	1,254,501
製造業	12,440,141	12,549,376	12,615,440	12,839,800	13,052,521	13,824,251
服務業	45,857,772	47,601,128	47,701,016	49,263,790	50,338,610	51,634,074
電力、瓦斯與水供應	207,909	201,114	209,441	223,054	208,494	234,070
營建業	4,733,679	5,438,965	4,610,695	5,486,817	4,844,689	5,592,897
批發、零售、貿易、飯店 與餐廳	20,684,041	21,221,744	21,836,768	21,947,823	22,212,885	22,492,176
運輸、倉儲與通訊	6,013,947	6,179,503	5,947,673	6,117,985	5,817,680	5,619,022
金融、保險、租賃與商業 服務	1,440,042	1,459,985	1,484,598	1,486,596	1,639,748	1,739,486
社會、公共與個人服務業	12,778,154	13,099,817	13,611,841	14,001,515	15,615,114	15,956,423
合計	102,049,857	102,552,750	104,485,444	104,870,663	107,405,572	108,207,767

資料來源：Statistics Indonesia(2011)。

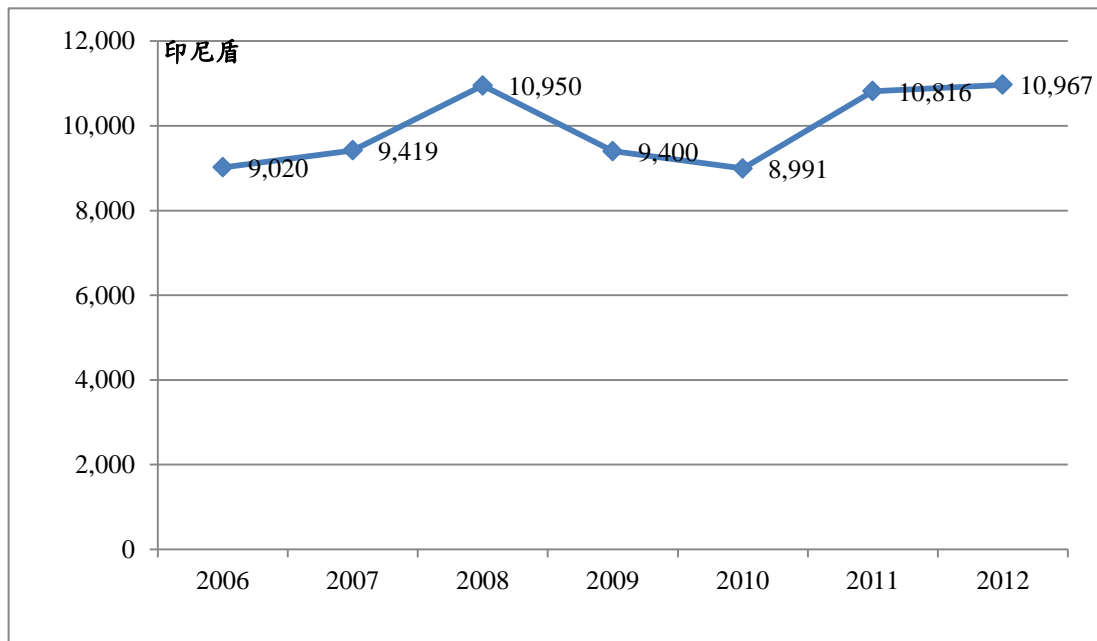
(五)匯率與通貨膨脹

印尼的幣值變動一向是印尼影響其對外貿易與外商投資意願的主要障礙。1997年亞洲金融風暴期間，印尼盾頓時從1997年6月30日的2,431.6印尼盾兌1美元跌至1998年12月31日的18,050印尼盾兌1美元，是東南亞國家中幣值跌幅最大者。⁴

目前印尼的匯率尚稱穩定，維持在約9,000印尼盾兌1美元的匯率水準，然而在2008年10月份到11月份全球金融風暴爆發期間，隨即竄升到12,000多印尼盾兌1美元，印尼盾頓時貶值了約28%，一直到了2009年5月份以後，印尼盾貶值現象開始趨緩，並開始明顯升值。如2009年12月份的匯率約9,400印尼盾對1美元，而2010年底印尼盾攀升至8,991印尼盾對1美元。

⁴載萬平（2004）。

圖 2-3 2006-2012 年印尼盾對美元匯率變化

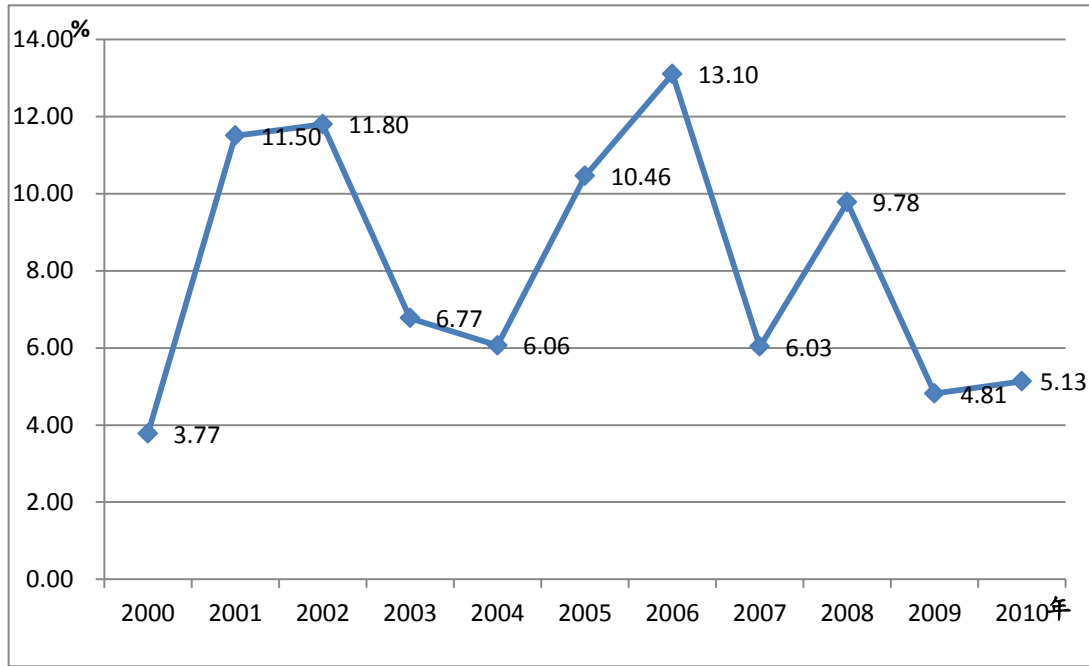


說明：2011-2012 年為 EIU 預測值。

資料來源：EIU(2011)。

另外，通貨膨脹也是另一個必須考量的因素。印尼消費者膨脹率從2009年的4.8%上升至2010年的5.1%，而印尼在2010年12月的通貨膨脹率高達7%。由於2010年下半年的通貨膨脹惡化，迫使印尼政府採取緊縮貨幣政策，而在2011年2月將利率調高一碼到6.75%。然而隨著印尼經濟的發展，國際原油價格及如穀類之非原油商品價格的上漲，都可能進一步推高商品價格，因此未來印尼的通貨膨脹率仍有上漲的隱憂。EIU預測通貨膨脹將在2012年減緩到5.8%，2013-15年間達到平均6.2%的水準。

圖 2-4 印尼通貨膨脹率(2000-2010)



資料來源：Statistics Indonesia(2011)

第二節 回教市場經濟分析

印尼是回教大國，與全球回教世界連接相當緊密，其輻射市場可涵蓋東南亞的馬來西亞、南亞的孟加拉、印度與巴基斯坦、中東海灣國家、西亞的土耳其、敘利亞，以及西非的奈及利亞等。全球回教徒總人口數高達 16 億，約占全世界總人口的 22%，其對全球貿易體系的貢獻超過 4,000 億美元，占全球貿易總量的 10%。各大研究機構均指出回教徒人數急遽增加，至 2025 年全球回教徒將達 20 億人，預估將占當時世界總人口數的四分之一；且亞洲回教徒占世界回教徒人口的二分之一，並以印尼、巴基斯坦、印度與孟加拉為主。由於回教世界的消費市場具有特殊的宗教色彩，許多商品要求必須有 Halal 認證，而 Halal 認證已經等同於安全、衛生與品質，亦可為非回教徒所接受。因此，能進入印尼市場，就可能輻射至全球回教市場。

本節將分析回教世界回教人口分析，進而探討清真產品的定義，最後再探討回教國家消費潛力與型態。

一、回教世界回教人口分析

著名國際管理顧問公司 A.T. Kearney 曾在 2007 年發表一份報告指出：「回教徒為全球市場成長最快的消費族群，任何一國際企業若沒有考慮為這群人服務便會錯失重要的機會。雖然一些政治和社會的因素需要考慮，但是其商機是如此龐大，不容忽視。」過去，企業都不太重視回教消費者的獨特需求，甚至，有些企業因不具宗教敏銳度而冒犯這些潛在的消費者，但隨著回教人口日益壯大和富裕，越來越多跨國企業試圖打進這個市場。

全球信奉回教的回教徒人口數量之多、分佈之廣，超乎想像。根據美國華府的佩尤宗教與公共生活論壇(PEW Forum on Religion and Public Life) 指出，全球每 4 人中，約有 1 人是回教徒。全球現有 70 億人口，該機構估計住在超過 200 個國家的回教徒總數則有 15 億 7,000 萬人(占 22%)。該機構於 2009 年 10 月發表的全球回教徒人口分布報告(Mapping the Global Muslim Population)指出，全世界 61.9% 的回教徒住在亞洲，20.1% 分布於中東與北非，中東與北非也是回教徒密度最高的地區。(詳見表 2-5) 該報告中也說明，約五分之一的回教徒，居住在一些非回教國家，但其人口總數也不容小覷。以中國大陸為例，境內的回教徒人口(近 2,200 萬人)就超過敘利亞的總人口數；俄羅斯境內的回教徒人口(1,600 多萬人)也超過約旦及利比亞的人口總和。此外，近年來，回教徒人口在歐洲地區的成長率也相當驚人。根據英國泰晤士報的研究指出，近年來回教徒在英國當地與其他的人口相比，成長快上 10 倍，到 2009 年底已超過 240 萬人，其他如德國與法國，也有超過 5% 到 6% 的人為回教徒。

表 2-5 世界回教徒主要分布國家及地區

	2009 年估計回教徒 人數 (千人)	回教徒占總人口 比率(%)	回教徒占世界回教徒 人口比率(%)
印尼	202,867	88.2%	12.9%
巴基斯坦	174,082	96.3%	11.1%
印度	160,945	13.4%	10.3%
孟加拉	145,312	89.6%	9.3%
埃及	78,513	94.6%	5.0%
奈及利亞	78,056	50.4%	5.0%
伊朗	73,777	99.4%	4.7%
土耳其	73,619	98.0%	4.7%
阿爾及利亞	34,199	98.0%	2.2%
摩洛哥	31,993	99.0%	2.0%
亞太	972,537	24.1%	61.9%
中東與北非	315,322	91.2%	20.1%
撒哈拉以南非洲	240,632	30.1%	15.3%
歐洲	38,112	5.2%	2.4%
美洲	4,596	0.5%	0.3%

資料來源：EW Forum on Religion and Public Life(2009)。

二、清真產品的定義

回教徒在飲食用品上受其宗教信仰上的規定而呈現出一番的特色。依照古蘭經規定，穆斯林要吃 Halal 合法的、TAYYBAN 衛生的食品。因此回教的 Halal 食品從西元七世紀開始就成了回教徒飲食上必要的認知，在中國大陸和台灣有時稱回教食(用)品或清真食(用)品。下列為古蘭經及回教規定：

1. 『禁止你們吃自死物、血液、豬肉、以及誦非阿拉之名而宰殺的、勒死的、捶死的、跌死的、野獸吃剩的動物，但宰後才死的仍然可食、禁止你們吃在神石上宰牲的，禁止你們求籤，那是罪惡。』

凡為飢荒所迫而無意犯罪的(雖吃禁物毫無罪過)因為安拉確是至赦的至慈的。』古蘭經(5:3)

2. 「海裡的動物和食物對於你們是合法的，可以供你們和旅行者享用。』古蘭經(5:96)
3. 穆罕默德(其主恩賜他平安)欽差說:『凡是醉人的都是犯禁的。』(聖訓)
4. 『阿拉痛恨酒:飲酒者，陪酒者，買酒者，賣酒者，製酒者，運酒者，酒具以及與酒有關的。』(聖訓)
5. 『穆聖禁食禽類中一切有利爪的，禁食獸類中一切有獠牙的。祭品、兩棲、冷血、獠牙猛禽、雜食均不食。』(聖訓)

由以上古蘭經及回教規可知，豬肉所衍生出來的所有東西或被它所沾染到的食材或沾染到的炊具都不能食用；或使用酒類或血製品，亦不能喝或是當成調菜佐料。而非經回教徒所下刀宰的雞鴨牛羊等也不能食用；狗、貓、猛禽、兩棲、冷血像蛙蛇鱉類；以及祭拜神明的貢品，所有這些都是回教徒的禁品。⁵

隨著回教世界有 15.7 億的信仰人口， 56 個回教國家，分佈五大洋六大洲，在共同的宗教信仰與飲食生活習慣上用 Halal 做為認定的文字，是為全球回教徒所共同使用的食(用)品標誌。今天回教徒消費人口與消費能力的快速成長下，促使回教徒在全球消費權益的保護意識抬頭，選食(用)品 Halal 檢驗的要求，全球商品貿易為搶佔回教徒 Halal 貨品的市場，推動了全球清真 Halal 貨品需求的熱潮。

一般來說， Halal 食品的整個供應鏈都必須符合伊斯蘭教規，從銀行融資皆需採符合伊斯蘭教義的 Islamic Banking，到原物料採購、生產方式、加工處理、運送、存藏、冷凍、包裝、銷售等作業一直到

⁵林彥光(2010)。

食品送至消費者手中為止。

由於穆斯林禁酒，因此，產製運送過程所使用的機械或販售場所的設備若需要消毒時，禁止使用酒精，是「從農場到餐桌刀叉」(from farm to fork)都不能妥協的「清真完善」(Halal Integrity)。例如：提供回教徒食用的雞隻必須吃素，飼料中不能添加任何動物性蛋白，如此一來，還可避免萬一飼料中有受疾病感染(如狂牛症)的動物成分，消費者健康可能因透過食用這類飼料的雞隻而受到威脅。

印尼政府規定加工食品需經由印尼回教最高組織印尼伊斯蘭教士理事會(Majelis Ulama Indonesia，簡稱 MUI)認可，取得認證之後使准許貼印「Halal」標誌；但未禁止非 Halal 食品在市面上流通，例如豬肉食品即可貼在 Non-Halal 標誌後銷售。MUI 所審查核發清真食品證書屬於非政府組織核發的標章，印尼政府也沒有強迫食品必須取得 Halal 證明。由於 Halal 證明書是屬於自願性的，並僅適用於食品、藥物及化妝品等產品。但是印尼政府著手建立有關 Halal 產品有關之法規草案，未來可能會強制要求，食品在原料倉儲、生產過程、包裝過程、銷售通路流程等方面全面性的提供 Halal 產品認證。政府部門介入之後，廠商是否將花費比現行取得 Halal 證明書時間約為 3 至 6 個月更長的時間，認證標章有效期間是否維持現行 2 年，值得注意。

另外，針對印尼當地 MUI 認證的重視程度，印尼消費者多表示相當信任 MUI，會在購買食品時辨識。對他國不明的清真認證標誌較無信任感，因為各國與各地認證的細節與標準不一，無法了解其符合清真規範的程度如何，但 MUI 在印尼當地的執行力與公信力已經建立，消費者皆一致提到，在選購食品時，MUI 認證是唯一他們認可的標誌。

三、回教國家消費潛力與型態

隨著油價上漲，產油的回教國家已累積豐厚油元，民生消費力增

強，各項消費品的需求量逐年增加。其中位於中東阿拉伯地區的國家，大部分的消費品市場都依賴進口，其他北非回教國家也因經濟和政治條件改善，消費水平逐漸提高。據國際貨幣基金 IMF 的國際金融統計(International Financial Statistics, IFS) 指出泛中東 17 國最終消費支出占 GDP 比重已達 66.75% ;另一項世界經濟調查(World Economic Survey, WES) 也顯示中東地區人均 GDP 近 10 年來平均成長率也有近 7% 。

隨著中東、南亞、北非等國消費力增加，對台灣廠商來說，這代表了新的潛在商機；再加上清真消費品的市場與貿易量，目前成長率超乎想像的高，在亞洲、歐洲、美洲一些非回教國家也都著重在這一個新領域。美國時代雜誌 2009 年報導，非回教的跨國公司，如麥當勞、特易購、雀巢等，掌控了近 90% 的 Halal 產品市場。

世界經濟調查(WES) 於 2009 年進行項中東 7 國(伊朗、約旦、科威特、黎巴嫩、沙烏地阿拉伯、阿拉伯聯合大公國、土耳其)預測未來 6 個月景氣調查，詢問全世界 88 國共 1,026 位經濟專家，將近 7 成對此回教市場抱持經濟樂觀的態度。

回教徒的飲食不同於其他族群，有其宗教上的特殊需求。因此必須發展出令回教徒足以信賴之清真食品證明，以便各國在國際貿易上相互往來。現今國際上的清真(Halal)認證並沒有統一的國際標準與規範，且各個國家都有自己在食用品的規範與標準，基於各國本身的法規和政策，有的國家的標準比較嚴格，不同國家針對清真認證有不同之標準。另一方面，現今的清真驗證單位在進行產品的驗證上，雖然有嚴格的進行產品原料的來源控管和加工生產的廠房勘查，但是卻還沒有完整地制定出需要驗證的項目及如何驗證的方法，這樣的驗證無法提出足夠的科學證據來證明原料及產品是否符合清真品質，當發生問題的時候，未能提出足夠的證據來保障清真產品的消費者。

在回教世界中，人口年齡在 25 歲以下達二分之一這股新興年輕消費族群的勢力悄悄地改變傳統回教徒的消費方式。這些年輕消費族群有固定的上網習慣，例如中東當地的 Maktoob.com 便超過多 8 百萬名用戶；Facebook 在中東也有超過 400 萬人註冊。此外，美國 911 事件後，加深了年輕回教徒身分的認同，主張回歸回教教義規範的生活方式。

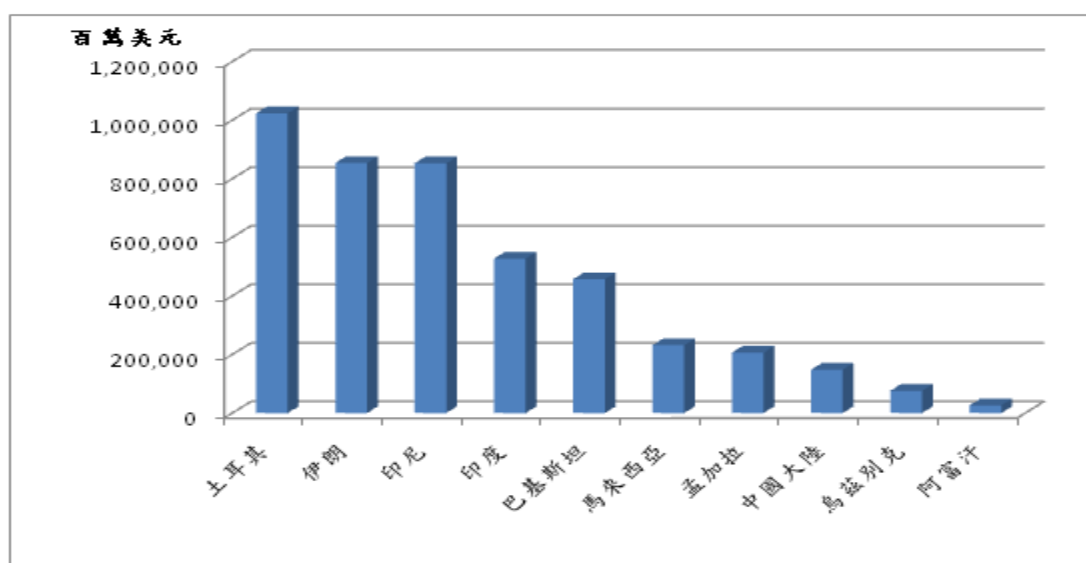
在 2010 年一篇清真消費者行為的研究發現，印尼回教徒對外來企業之食品或速食連鎖餐廳等，是否有清真認證為重要選擇標準。此外，以居住在其他非回教國家的回教徒來說，如有機會選擇，這些回教徒偏好清真產品。馬來西亞政府估計清真產品市場中食品類全球規模達 5,474 億美元(見下頁表 2-6)；而佩尤宗教與公共生活論壇研究指出，在亞洲地區的清真市場中，以土耳其超過 1 兆美元的市場規模居首，而伊朗與印尼均超過 8,530 億美元居次，再其次為印度與巴基斯坦均超過 4,500 美元。(詳見下頁圖 2-5) 隨著新世代回教徒職業婦女的增加，由於工作忙碌，沒時間上市場及下廚，因此加工冷凍類清真食品需求量也跟著上升。總部位於杜拜的 AL Islmai Foods 即為當地一家頗具生產規模的包裝及冷凍食品公司。該公司的 CEO Mr. AlexAndarakis 便表示職業婦女在回教家庭的消費影響力不容忽視。ALIslmai Foods 近期的廣告便是以家庭、婦女為核心宣傳主軸。

表 2-6 馬來西亞政府估計清真食品市場的規模

國家/地區	人口 (百萬人)	回教徒人口 (百萬人)	清真食品之消費 (美元/每人)	市場規模 (百萬美元)
亞洲	3,921.0	1,043.7	350	365,299
印尼	221.9	195.3	347	67,769
西亞	213.9	195.3	572	111,712
中國大陸	1,311.1	39.2	156	6,115
馬來西亞	26.1	15.4	381	5,867
泰國	65.0	5.9	371	2,189
印度	1,103.6	154.4	---	---
巴基斯坦	162.4	157.5	---	---
孟加拉	144.2	127.3	---	---
其他	672.8	153.3	---	---
非洲	906.0	461.8	200	92,360
歐洲	727.4	51.2	1,500	76,800
北美洲	329.0	6.6	1,750	11,500
南美洲	559.0	1.6	500	800
大洋洲	33.0	0.4	1,500	600
合計	6,475.4	1,565.3	---	547,409

資料來源：馬來西亞第三工業大藍圖 2006-2020 報告。

圖 2-5 亞太個別國家清真市場的規模



資料來源：同表 2-1。

第三節 印尼與世界貿易及區域經濟關係

在瞭解印尼總體經濟發展現況與回教市場經濟情形後，本研究將探討印尼與世界貿易及區域經濟的關係。本節先分析印尼進出口概況，並討論印尼近年貿易變動情形；隨後探討印尼與「東協+N」等經濟整合活動之關聯；最後再討論印尼與其他回家國家之經貿關係。

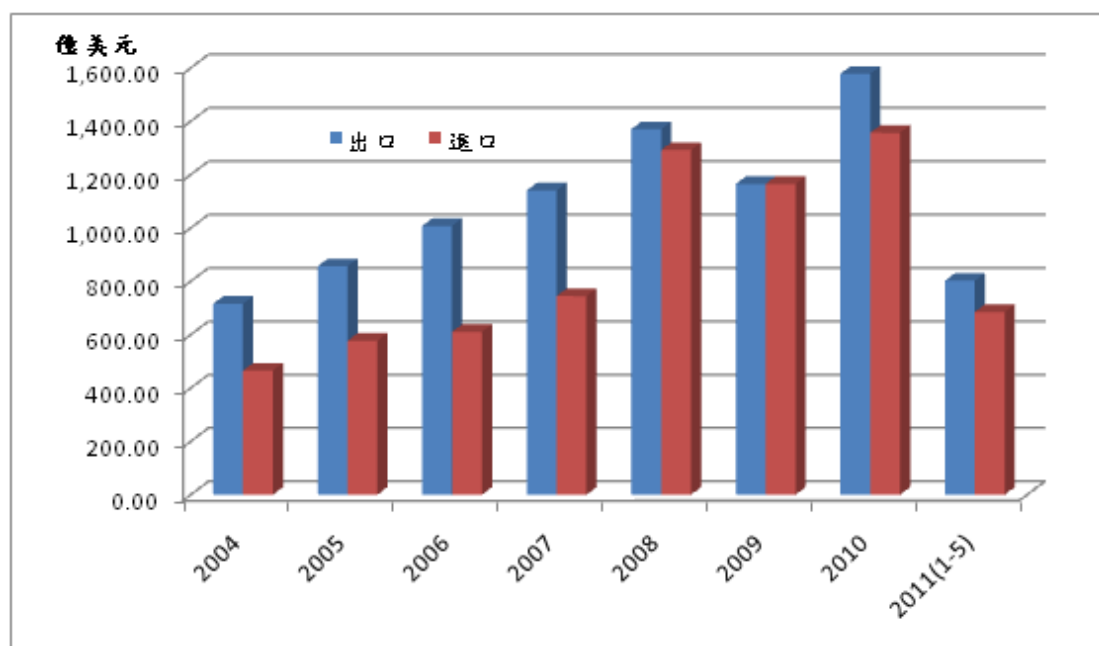
一、印尼進出口概況

根據 IMF 最新統計，印尼為 2010 年全球排名第 20 名的貿易大國（排除歐盟 27 國內部貿易），其出口排名為全球第 19 名，進口排名為第 18 名。貿易量較 2009 年成長 1.3%，進口成長達 1.1%，出口成長為 1.4%。如包含歐盟，則印尼在 2010 年排名為全球第 29 大貿易國，出口排名為全球第 24 名，進口則排名全球第 28 大。⁶此外，印尼在 1995 年加入世界貿易組織(WTO)之後，即持續地降低關稅及非關稅貿易障礙。例如，印尼最惠國待遇的加權平均關稅在 2009 年已經在過去十年間降為 3.8%。

隨著全球貿易與商品價格的下跌，印尼商品出口在 2009 年下跌達 14.4%；商品進口的跌幅也達到 27.3%。基本上，印尼貿易在 2009 年的衰退還是由於惡劣的國際經濟環境所導致。事實上，如圖 2-6 所示，印尼對外貿易在 2004-2008 年的發展還是相當耀眼的，出口金額一直維持大於進口金額。

⁶IMF, Direction of Trade Statistics.

圖 2-6 印尼進出口金額 (2004-2011)



資料來源：Bank Indonesia(2011)。

隨著世界貿易的復甦，印尼出口貿易在 2010 年前 10 月成長超過 25%，回復到全球金融風暴前的水準。由於在 2010 年強勁的出口成長，因此在 2011 年的出口成長將可能趨緩。另一方面，在 2010 年的前 10 個月，印尼進口成長幅度達 40%，也回復到 2008 年前的水準。根據印尼央行的資料顯示，印尼的進出口成長率在 2010 年第 1 季達 53%，第 2 季達 46%，第 3 季及第 4 季各達 30% 及 42%，遠高於同時期出口成長率第 1 季的 45%，第 2 季達 33%，第 3 季及第 4 季各達 27% 及 28%，可預見未來印尼旺盛的內需使得進口成長持續高於出口成長。⁷

2010 年印尼主要的出口項目為：煤(2701)、棕櫚油(1511)、天然氣(2711)、石油原油(2709)、銅礦石(2603)、天然橡膠乳膠(4001)、紙及紙板(4802)、精鍊銅或銅合金(7403)、椰子油(1513)、棕櫚仁油(1513)、

⁷台經院(2011)。

石油殘餘物(2713)。前十大主要國家包括有：日本(16.3%)、中國大陸(9.9%)、美國(9.0%)、新加坡(8.7%)、南韓(8.0%)、印度、馬來西亞、台灣、澳洲與泰國。

另一方面，印尼的主要進口項目為：輕油及其配置品(2710)、石油原油(2709)、直昇機、飛機及其他航空器(8802)、有線電話(8517)、遊艇、渡輪(8901)、小麥或雜麥(1001)、機動車輛之零件及附件(8708)、類比或混合自動資料處理機(8471)、積體電路及微組件(8542)、豆渣餅(2304)。前十大進口來源國則依序是：中國大陸(16.3%)、新加坡(9.9%)、日本(9.9%)、美國(8.7%)、馬來西亞(8.0%)、南韓、泰國、澳洲、沙烏地阿拉伯與台灣。

雖然石油和天然氣持續是印尼金額最龐大的出口產品項目，但是在過去二十年此項目的重要性已逐漸降低。在 2010 年印尼的石油日產量跌破百萬桶。隨著印尼以不再是淨石油輸出國，印尼隨即在 2009 年 1 月正式由石油輸出國組織(OPEC)中退出。

二、印尼貿易重心的轉變

近年來，印尼出口的方向發生明顯的變化，其輸出的主要國家已從以往的西方國家轉換為亞洲國家。印尼對美國、加拿大與歐洲的非石油出口從 2004 年的 31.3% 急速下滑為 2009 年的 25.7%。另一方面，亞洲新興市場對印尼出口的重要性卻急速的增加。中國大陸與印度在近年來已成為印尼主要的出口市場。例如，印尼輸往中國大陸的非石油商品的比例已從 2000 年的 3.6% 上升到 2010 年的 10.8%。2009 年印尼出口雖然受到全球金融風暴的影響而全面下滑，但是對中國大陸和印度的出口卻仍出現正面的成長，由此可見這兩個亞洲新興市場對印尼出口的重要性逐漸增加。

表 2-7 印尼對主要國家及地區出口非石油與天然氣產品金額與比重

出口國	2000		2005		2010	
	百萬美元	比重	百萬美元	比重	百萬美元	比重
總出口	50,341	100.0%	66,752	100.0%	129,797	100.0%
G3 (美國)、日本、歐盟	25,834	51.3%	30,032	45.0%	47,912	36.9%
非洲	1,156	2.3%	1,669	2.5%	3,432	2.6%
東協	10,206	20.3%	14,610	21.9%	27,619	21.3%
印度	1,088	2.2%	2,898	4.3%	9,618	7.4%
中國大陸	1,828	3.6%	4,015	6.0%	14,045	10.8%
澳洲與大洋洲	1,080	2.1%	1,525	2.3%	3,088	2.4%
其他	9,149	18.2%	12,005	18.0%	24,084	18.6%

資料來源：2010 Economic Report on Indonesia。

另一方面，印尼的進口結構也出現重心從西方國家換軌到亞洲國家的趨勢。印尼從大中華圈地區的非石油進口比重已從 2004 年的 14.3% 提高到 2009 年的 22.7%。此一成長可部分歸因於從 2005 年即開始部分實施的中國大陸-東協自由貿易區 2010 年初全面實施。

中國大陸-東協自由貿易區在 2002 年簽訂，為目前全世界所包含人口最多的自由貿易區。中國大陸和東協的六個先進成員國在 2010 年完成大部分所承諾的關稅減讓，預計在 2015 年將與全部的東協成員國達成全面的自由貿易。在此條約下，中國大陸與東協國家約 7,000 項產品為零稅率，並從 2010 年 1 月開始生效。此外雙方並各別在 2007 年與 2010 年簽署貿易服務與投資條約，承諾對彼此開放服務業類別與放寬外來投資的限制。根據 IMF 的資料，由於中國大陸-東協自由貿易協定的簽訂，中國大陸在 2010 年成為印尼最大的貿易夥伴，該年雙邊總貿易量達 360 億美元。

雖然中國大陸-東協自由貿易協定大大降低了印尼產品進入中國大陸市場的障礙，但許多印尼人關切大量的低廉商品從中國大陸湧入印尼市場對當地製造業可能的衝擊，特別是低廉商品的價格競爭將嚴

重影響印尼本土的企業。許多印尼企業界人士擔心因印尼基礎建設不足，且生產效率尚待改善，2010年實施的中國大陸-東協自由貿易區會對印尼勞力密集性產業造成傷害，特別是如機器、食品飲料、化工、紡織成衣、製鞋、鋼鐵、塑料加工等產業造成嚴重衝擊。

從表 2-8 所顯示的印尼與中國大陸的雙邊貿易來看，上述的憂慮並非無的放矢。在 2005 到 2008 年期間，印尼從中國大陸進口約成長了 150%，然而印尼對中國大陸的出口僅成長約 77%。更進一步看，印尼對中國大陸出口的成長主要是由中國大陸對天然資源及原物料的大量需求所騷動，例如礦物及石油，但印尼對中國大陸的進口成長卻主要著重在中國大陸的製造產品，項目從電子、電機產品到鋼鐵製品及紡織品等。換言之，印尼對中國大陸的輸出並未對印尼可以雇用更多勞工的製造業有利，但印尼對中國大陸的輸入成長卻是凸顯了中國大陸商品席捲印尼市場的現象。

表 2-8 印尼與中國大陸的雙邊貿易（2005-2011）

年	印尼對中國大陸出口		印尼自中國大陸進口	
	金額（百萬美元）	成長率%	金額（百萬美元）	成長率%
2005	5,409	17.6	6,663	74.3
2006	7,300	35.0	8,294	24.5
2007	8,507	16.5	11,215	35.2
2008	9,574	12.5	17,598	56.9
2009	10,935	14.2	10,958	-37.7
2010	15,693	43.5	20,424	86.4
2011(1-5)	7,584	---	9,979	---

資料來源：Statistics Indonesia(2011)。

三、印尼與區域經濟關係

印尼除了擁有龐大的內需市場外，因本身在東南亞區域的經濟地緣戰略位置和作為全世界最大的回教國家之特性，以及崛起的新興國家之關係，與區域經濟產生相當緊密的連結。本小節先將以東協為主體之各種區域整合模式，進一步研析印尼與區域經濟之關係。

根據國貿局所整理的全球經濟整合現狀一覽表（20110608 版），可以看出印尼已經與東協國家、日本、開發中 8 國集團與巴基斯坦已完成簽署自由貿易協定，並與澳洲與印度兩國正在進行自由貿易協定之談判。另外，正與歐洲自由貿易協會（EFTA）、土耳其、智利、美國等國研議未來簽署自由貿易協定之可能。⁸

東協成立於 1967 年，秘書處設在印尼首都雅加達，因此印尼長期以來都被視為「東協盟主」。儘管 1990 年代泰國因工業化高度發展，一度取得「東協盟主」的地位，但是自從 2006 年泰國發生嚴重的政治動亂之後，加上印尼的經濟崛起，又躋身全球二十大國(G20)集團，而且還是東協唯一參加 G20 的國家，因此印尼再次取得「東協盟主」的地位。

所謂東協區域整合的擴張，係指東協 10 國本身的區域整合，預計將於 2015 年建立「東協經濟共同體」。同年，從印尼獨立出來的東帝汶也將加入東協，所以未來的東協將擁有 11 個成員國。以下本研究就針對東協經濟共同體與東協+N 的區域經濟整合的發展做一簡要的說明。

1.2015 年的「東協經濟共同體」

東協內部五個先進的成員國（印、馬、菲、新、泰）和汶萊之間，

⁸請參閱

http://ekm92.trade.gov.tw/BOFT/web/report_detail.jsp?data_base_id=DB009&category_id=CAT2419&report_id=133616。

已於 2010 年 1 月起取消區域內實質關稅，也讓這六個國家未來形成一個共同市場變為可能。目前後進的成員國（越南、柬埔寨、寮國和緬甸）也同意在 2015 年前達成大多數商品可免關稅的目標，但屬於價格波動劇烈的農產品、文化藝品以及各成員國指定暫時列入關稅保護的商品則不包括在內。如果此一目標可以實現，亞洲將出現繼中國大陸、印度之後的第三大經濟圈。特別是今年印尼為東協輪值主席國，為實現「東亞經濟共同體」之成立，印尼的影響力又更加的凸顯。由於印尼是東協成員當中經濟規模和市場活動能量最大的國家，隨著 2015 年「東亞經濟共同體」的逐步實施，印尼的影響力即可輻射至其他東協國家。

2. 六個「東協加一」

近幾年東協也加速與區域外其他國家進行各種形式的經濟整合與合作，2010 年東協六國與中國大陸建立了「東協-中國自由貿易區 (ACFTA)」，另外四個後進成員國則將於 2015 年前加入 ACFTA。與東協加中國大陸類似的經濟合作協議，如東協加日本、東協加韓國，以及未來的東協加紐澳、東協加印度、東協加歐盟等，亦因為看好東協區域內市場的發展，亦進行相關討論與研究，身為東協一員的印尼，自然可以利用上述得相關合作跨足其他市場。

3. 「東協加六」和「東協加八」

此外，目前已有合作基礎，但尚未正式建制化的「東協加三」（或 10+3），即東協加中國大陸、韓國與日本，以及已有定期對話，但仍在倡議中的「東協加六」（或 10+6），即東協加中、韓、日、紐、澳、印度，甚至今年下半年才即將登場的「東協加八」（或 10+8），即東協加中、韓、日、澳、紐、印度、美、俄，都將提供印尼更廣泛的輻射市場商機。正如經濟部政務次長林聖忠所指稱，身為東協之首的印尼勢必在這波經濟整合風潮中不會缺席，且將繼續扮演關鍵的樞

紐角色。⁹

四、印尼與其他回教國家經濟關係

1. 馬來西亞

同屬東協成員國的馬來西亞，是亞洲回教重鎮，人口 2,700 多萬有 60% 以上信奉回教，當地擁有全球唯一允許回教債券交易網絡平台，是全球規模最大的回教債券發行國，並儼然成為全球回教金融體系的區域中心。馬國的天然資源豐富，政府積極推動經濟轉型，中產階層人口占全國人口比重的 89.3%，已成為東協經濟快速成長的國家之一。目前印尼和馬來西亞的經濟合作關係密切，除了在東協本身的經濟整合過程互享關稅優惠待遇，印馬兩國同時也是全球回教會議組織成員國，簽署有貿易優惠協議，所以馬來西亞作為印尼的輻射市場之一，前景相當看好。

2. 孟加拉、印度和巴基斯坦

南亞是回教人口眾多的地區，其中孟加拉的人口 1 億 6,400 萬人，絕大部分是回教徒；印度人口將近 12 億人，約有 1 億以上人口信奉回教；巴基斯坦人口 1 億 7,000 萬人，幾乎全部是回教徒，南亞的孟、印、巴三國的回教「人口紅利」，為數相當可觀。由於印尼在這一波全球金融危機衝擊之後，已體悟到開拓傳統市場(美、歐)以外的非傳統市場，特別是全球回教世界市場，對印尼的經貿發展具有重要性和迫切性。

孟加拉的工業基礎薄弱，民生消費品缺乏，製造業所需相關機具設備和原材料都得從國外進口，譬如日本的味之素企業就是在印尼為生產基地，出口到孟加拉市場。印度原本就是印尼優先拓銷的亞洲非傳統市場的重點，印尼企業已運用「東協-印度自由貿易協議(AIFTA)」

⁹全球工商雜誌，2011 年 3 月號。

的架構，以「印尼-印度全面經濟夥伴關係(IICECA)」區域合作的附加方式，推動深化「雙印」經貿關係。具體的成果是，今年以來印尼和印度雙方政府已達成協議，將在 18 個領域投資 160 億美元。

至於巴基斯坦，雖然擁有油氣、寶石、煤和銅等礦產，其經濟結構仍以農業為主，因此發展工業所需配套都仰賴進口。目前印尼和巴基斯坦正在談判優惠貿易協定(PTA)，儘管在部份產品如紙張、紡織品、海產等關稅減讓因雙方尚未達成一致而陷入膠著，但預期下一次在印尼舉行的新一輪談判，即可望有突破性發展。將來印尼-巴基斯坦若簽署 PTA，在印尼外商即可輻射市場到巴國。

3.土耳其

印尼和土耳其都是全球回教會議組織的成員國，兩國正積極強化彼此的經貿關係。2010 年 9 月在伊斯坦堡舉行的第 26 屆全球回教會議組織經貿合作常委會部長級會議期間，土耳其和印尼雙方達成共識，將在 2013 年達到雙邊貿易額 50 億美元、到 2015 年更要達到 100 億美元的目標。目前土印兩國的貿易額每年才 20 億美元，今後要擴張到 50 億美元、甚至是 100 億美元，就提供在印尼外商輻射市場到近東土耳其的潛在機遇。根據全球回教會議組織制定的一項優惠貿易協議，涵蓋範圍有農業、畜牧、工業等相關產品，印尼出口土耳其的進口關稅在 25% 以上者將降低為 25%，原先進口關稅為 15%-25% 者將降低至 10%，原先進口關稅是 10% 者則降低至 1%。

土耳其的人口約 7300 萬人，99.8% 信奉回教，人民所得較高，人均 GDP 超過 8,800 美元，擁有較強消費能力，其經濟成長是歐洲新興國家之首。由於土國擁有面向歐洲市場的生產工廠地位，並提前坐收「加入歐盟(EU) 效應」，同時與環黑海經濟圈、中東和北非等回教國家市場的關係緊密，將來與印尼的經貿關係深化之後，前進印尼後再走向近東土耳其，將是輻射市場的捷徑。

4. 中東海灣國家

從地理位置來看，中東海灣國家包括有伊朗、沙烏地阿拉伯、阿拉伯聯合大公國、伊拉克、科威特、巴林、阿曼、卡達等回教國家。印尼與伊朗的經貿關係，因受制於美國對伊朗的制裁和禁運，加上雙邊沒有銀行通匯，幾乎沒有直接的貿易關係，2010年雙邊貿易額只有10億美元。但伊朗人口7,400多萬人，與印尼同樣是世界上人口最多的回教國家，彼此擁有密切的宗教感情關係，兩國的私部門企業仍然積極進行商業交易活動。印尼工商界與伊朗方面已達成協議，將開始試探直接貿易，以提升今年的雙邊貿易額成長20%之水準。

其他的中東海灣國家如阿拉伯聯合大公國，是印尼在海灣國家的最大出口國家，列名印尼前第18大出口市場，主要是通過杜拜來進行貿易活動。沙烏地阿拉伯和科威特，則分居印尼前第8大和第16大進口市場。至於伊拉克、巴林、阿曼、卡達等，基本上在印尼的對外貿易活動上都不曾是主要對象，各自雙邊的貿易額也很微小。近年來隨著全球氣候變遷，以及能源和農糧議題突出後，擁有能源和農業資源的印尼遂成為中東海灣國家的投資合作對象。

沙烏地阿拉伯與印尼正在探討在印尼投資煉油廠，以及建設燃料化石產品整合在一起的石化工業園區之機會。伊拉克長期來都提供印尼農業部門硫肥料與混合肥料，目前和印尼則有加強在石油和天然氣開發項目。科威特對印尼的農業用製造業有興趣，還規劃在當地投入更多的農田投資，以滿足印尼的糧食需求，並增加對中東海灣國家的糧食產品出口。

5. 敘利亞

敘利亞人口2,000多萬人，由於敘國對印尼的出口產品持開放立場，印尼的紡織品、棕櫚、橡膠製品、木製家具產品、紙品、電子產品等都具有市場競爭力。敘國與印尼已有數十年的邦交關係，但雙邊

貿易額仍相當低，不足 1 億美元。近年來通過印尼-敘利亞商務論壇的架構，敘國對印尼產品的需求遠較中國大陸強烈，因為印尼產品的價位比中國大陸產品更有競爭力。特別是，印尼還可以藉由敘利亞、伊朗、土耳其的自由貿易協定來出口各種產品，甚至轉進歐洲市場。總之，敘利亞可作為印尼產品輻射市場到地中海國家、東歐和北非等地的中介點。

6. 奈及利亞

奈及利亞是非洲人口最多的國家，總人口逼近 1 億 5000 萬人，也是非洲第二大石油生產國，其 GDP 成長率多年來都超過 6%，頗有與南非爭奪撒哈拉以南非洲的經濟龍頭老大之態勢。目前奈國已成西非地區規模最大的消費和進口市場。由於奈及利亞與印尼都是全球回教議會組織成員國，都享有優惠貿易協議減免關稅的好處，外商利用印尼回教關係管道，其產品將可輻射市場遠達奈及利亞。

第四節 小結

本章透過分析印尼總體情勢，並針對回教市場目前的發展現況進行研究，最後再針對印尼與世界貿易與區域經濟的關係做進一步的闡釋，以完整說明印尼經濟發展中的現狀。

在印尼總體經濟情勢方面，研究發現印尼總體經濟呈現以下五點：經濟發展呈現穩定成長、內需消費是印尼 GDP 組成最主要的部分、國民所得快速、失業率逐漸下降、匯率與通貨膨脹趨於穩定。上述的現象都顯示印尼的經濟發展情況良好，目前的印尼的確如許多國際研究所述，是相當好的發展機會，極具發展潛力。

此外，印尼是回教大國，回教徒人數為世界第一。而且印尼與全球回教世界連接相當緊密，透過印尼市場的輻射可涵蓋東南亞的馬來

西亞、南亞的孟加拉、印度與巴基斯坦、中東海灣國家、西亞的土耳其、敘利亞，以及西非的奈及利亞等。全球回教徒總人口數高達 16 億，約占全世界總人口的四分之一，其對全球貿易體系的貢獻超過 4,000 億美元，占全球貿易總量的 10%。各大研究機構均指出回教徒人數急遽增加，至 2025 年全球回教徒將達 20 億人，占世界總人口數的三分之一；且亞洲回教徒占世界回教徒人口的二分之一，並以印尼、巴基斯坦、印度與孟加拉為主，此一回教市場的商機實不可小覷。由於回教世界的消費市場具有特殊的宗教色彩，許多商品要求必須有 Halal 認證，而 Halal 認證已經等同於安全、衛生與品質，亦可為非回教徒所接受。因此，能進入印尼市場，就可能輻射至全球回教市場。

再者，印尼近年來進、出口暢旺，成長力驚人；透過中國-東協自由貿易協定的生效，不論印尼的出口亦或是進口，均會獲得更進一步的提升。尤其在各項「東協+N」區域貿易協定之提議中，印尼均不會缺席，勢必會繼續扮演關鍵的樞紐角色。

我國與中國大陸已在去年簽署經濟合作協議(ECFA)，將來即可透過兩岸優勢互補，以具競爭力的產業分工模式，攜手合作前進印尼市場，並在目前中國-東協自由貿易協定的架構之下，輻射市場到整個東協區域其他國家，亦可透過印尼-這個全球最大的回教國家，進軍到全球正在興起的回教市場，獲取回教市場商機。

第參章 印尼投資環境面分析

第一節 印尼投資與經商環境概況

1990年代初期，政府力推南向政策，印尼一度成為台商的重要國家。1997年與1999年，台灣對印尼投資分別達34.19億美元與14.86億美元，創下有史以來高峰。但在1998年排華暴動後，台商赴印尼投資不論在件數或金額上均大幅減少。雖然印尼有著經濟發展快速、內需市場龐大、民眾消費力強、工資低廉與資源豐富的吸引投資與貿易的優勢，但相對於其他的東南亞國家而言，卻也是晚近幾年才成為國際注目的焦點。近20年來，台商對外投資也主要集中在中國大陸、越南、馬來西亞與泰國，對於印尼投資之件數與金額均相對較少。

根據經濟部投審會的統計，在有登記的資料中，台灣廠商對外投資主要仍集中在中國大陸、馬來西亞、泰國等。以投資件數而言，自1991年至2011年9月止，台商赴中國大陸投資者佔了對外投資的76.33%，在對東南亞各國投資而言，主要集中在越南，佔了0.82%、其次依序是泰國（0.56%）、馬來西亞（0.45%）、印尼（0.33%）與菲律賓（0.25%）。請參閱表3-1台商對外投資件數表。

若依投資金額來比較，台商投資仍以中國大陸為最大宗，佔了總投資額的62.77%，而對東南亞之投資金額亦以越南居冠，但亦僅佔1.88%，其次為馬來西亞（1.10%）、泰國（1.00%）、菲律賓（0.34%）與印尼（0.31%）。由此可見，台商對於印尼投資之比重較其他東南亞國家為低。請參閱表3-2台商對外投資金額表

基於印尼是全球第四大人口國，內需市場潛力大，且工資低廉、天然資源豐富，經濟成長率又相對高，是一個相當有利基的市場與生產基地，但由於過去對印尼投資的比率不高，對印尼投資環境不熟悉、語言的隔閡、文化差異等應是台商赴印尼投資與經商主要的障礙。

本節將由相關文獻與親自赴印尼當地訪問台商與駐外單位及自身之所見，對於印尼投資環境進行分析，包括印尼之國家競爭力、基礎建設、勞工素質、政府效能、貪污問題等，剖析其優劣勢與應注意事項，以供有意赴印尼投資經商之台商參考。

表 3-1 台商對外投資件數表

(單位：件)

年分	總計	中國	越南	泰國	馬來西亞	印尼	菲律賓
1991	602	237	5	33	35	25	2
1992	564	264	9	23	17	20	3
1993	9,655	9,329	12	19	18	11	12
1994	1,258	934	33	12	17	12	10
1995	829	490	34	15	13	8	17
1996	853	383	25	9	12	13	20
1997	9,484	8,725	25	13	13	22	11
1998	2,180	1,284	22	23	14	15	6
1999	1,262	488	9	12	10	5	9
2000	2,231	840	23	15	4	4	4
2001	2,573	1,186	6	20	12	7	6
2002	4,041	3,116	14	11	10	5	1
2003	4,589	3,875	15	15	7	6	2
2004	2,662	2,004	22	18	10	0	9
2005	1,818	1,297	41	16	8	5	4
2006	1,568	1,090	29	10	6	4	5
2007	1,460	996	24	10	11	1	2
2008	1,030	643	31	5	5	1	1
2009	841	590	16	2	2	3	3
2010	1,161	914	11	5	6	1	2
2011/1~9	916	682	16	1	3	2	0
合計	51,577	39,367	422	287	233	170	129
比例	100%	76.33%	0.82%	0.56%	0.45%	0.33%	0.25%

資料來源：經濟部投資審議委員會

表 3-2 台商對外投資金額表

(單位：千美元)

年分	總計	中國	越南	馬來西亞	泰國	菲律賓	印尼
1991	1,830,389	174,158	17,139	442,011	86,430	1,315	160,341
1992	1,134,251	246,992	20,167	155,727	83,293	1,219	39,930
1993	4,829,457	3,168,411	158,396	64,542	109,165	6,536	25,531
1994	2,579,053	962,209	108,378	101,127	57,323	9,600	20,571
1995	2,449,591	1,092,713	108,146	67,302	51,210	35,724	32,067
1996	3,394,645	1,229,241	100,479	93,534	71,413	74,252	82,612
1997	7,228,139	4,334,313	85,414	85,088	57,546	127,022	55,861
1998	5,330,923	2,034,621	110,078	19,736	131,186	38,777	19,541
1999	4,521,793	1,252,780	34,567	13,700	112,665	29,403	7,321
2000	7,684,204	2,607,142	54,046	19,406	49,781	12,971	33,711
2001	7,175,801	2,784,147	30,911	45,515	16,287	46,200	6,124
2002	10,093,104	6,723,058	55,192	31,956	5,960	82,833	9,163
2003	11,667,372	7,698,784	157,369	50,215	48,989	2,374	12,751
2004	10,322,685	6,940,663	95,128	35,475	8,663	2,393	2,445
2005	8,454,402	6,006,953	93,932	28,195	20,265	14,937	9,115
2006	11,957,761	7,642,335	123,736	31,236	81,672	13,483	8,798
2007	16,440,523	9,970,545	109,282	65,018	712,116	13,253	702
2008	15,157,881	10,691,390	639,325	27,806	9,295	2,628	2,932
2009	10,148,147	7,142,593	242,774	83,537	14,962	21,833	1,517
2010	17,441,323	14,617,872	670,118	370,369	8,677	521	389
2011/1~9	13,586,370	11,540,420	247,456	80,163	3,732	51,174	1,035
合計	173,427,815	108,861,341	3,262,032	1,911,657	1,740,629	588,448	532,457
比率	100	62.77%	1.88%	1.10%	1.00%	0.34%	0.31%

資料來源：經濟部投資審議委員會

一、印尼國家競爭力

世界競爭力論壇(World Economic Forum；WEF)與瑞士洛桑國際管理學院(International Institute for Management Development；IMD)是兩大競爭力排名的評比機構，但對於競爭力的評比項目有所不同。WEF每年對世界139個國家及經濟體進行競爭力之排名，主要將競爭力指標區分為「基本需求」、「效率提升」與「創新因素」等三大類指標，強調未來5-10年的中長期經濟發展，包含現代經濟成長模型、發展階段與國家競爭優勢理論及實證文獻之綜合。而IMD則涵蓋58個國家與經濟體，區分「經濟表現」、「政府效能」、「企業效能」與「公共建設」等4大類指標，較強調過去一年內一國整體現狀和發展潛力。本研究主要希望瞭解印尼未來5年之發展趨勢，故將以WEF之競爭力指標為主，討論印尼整體國家競爭力之發展趨勢。

2010年9月WEF所發布之「2010-2011年全球競爭力報告」(以下簡稱報告)，東亞主要國家之排名分別為新加坡(3)、台灣(13)、南韓(22)、馬來西亞、中國大陸(27)、泰國(38)、印尼(44)、越南(59)與菲律賓(85)。印尼之競爭力由2009年的全球排名54躍升至2010年的排名44，超越了義大利、印度、巴西、葡萄牙等國，這也是印尼連續3年排名上升，尤其是總體經濟環境穩定及高等教育訓練大幅進步等表現較佳。報告指出印尼目前已位居介於以要素驅動與效率驅動的經濟發展轉型期階段，從2008年、2009年至2010年，印尼連續3年在全球134個國家排名中，從55、54躍升至44。

分析印尼逐年進步的主要原因是適逢亞洲總觀經濟快速發展以及亞洲經濟大國的帶動投資開發，加上印尼市場規模夠大、總體經濟環境(Macroeconomics Environment)較佳、商品市場效率較高(Goods Market Efficiency)等優勢。值得注意的是，印尼的商業成熟度(Business Sophistication)以及創新能力(Innovation)在全球134個

國家中排名37，顯示其在商業經營發展與創新能力具有相當的競爭力。

根據「全球競爭力報告」所列指標，印尼在商品市場效率（Goods Market Efficiency）上具有豐沛的資源、龐大的市場規模、顧客購買商品的手續較簡便、農業政策的成本較低、貿易壁壘較低、對外商的限制較少、對外商擁有權的限制較低、成立公司所需時間較短等優勢，且正在逐年進步中。然而，但一些長久存在的問題也不容忽視，例如政府機制法規不夠健全（Institution）、基礎設施（infrastructure）不夠完善、科技不夠發達（Technology Readiness）薪資與生產力低、聘用與解僱的困難度高、工資靈活度低等元素的勞動市場效率（Labor Market Efficiency）較低，以及涉及對投資者有力的保護、證券交易所的安全條例以及法律權力的明確度等元素的金融市場成熟度（Financial Market Development）不夠等，都是印尼政府必須拿出勇氣與智慧來正視與解決的難題。

另外，世界經濟論壇根據各經濟體的人均所得，將經濟發展劃分成5個階段，第一階段是以生產要素驅動（Factor driven）為主的經濟發展階段，例如菲律賓、越南、柬埔寨等，人均所得在2,000美元以下；第二階段是從要素驅動進入效率驅動的轉型期，其人均所得介於2,000至3,000美元，印尼人均所得為2,329美元，屬於第二階段經濟發展，但預計2011年印尼人均所得將超越3,000美元，將跨越由要素驅動至效率驅動的過渡時期，開始進入第三階段；第三階段是以效率驅動（Efficiency driven）為主的經濟發展，例如中國、巴西、阿根廷等，人均所得3,000至9,000美元；第四階段則是從效率驅動轉型至創新驅動的經濟轉型期，人均所得介於9,000至17,000美元，例如智利、葉門、台灣；第五階段是以創新驅動（Innovation driven）為主的經濟發展人均所得高於17,000美元，例如日本、韓國、香港、新加坡等。

表 3-3 按 WEF 劃分東亞新興國家之發展階段*

經濟發展階段	每人國民生產毛額 (美元)	三大類指標權數	國家
第一階段：要素驅動 (Factor driven)	低於 2,000	基本需求 (60%) 效率提升 (35%) 創新因素 (5%)	菲律賓、越南
過渡期 (Transition 1-2)	2,000~3,000	以內插法計算權數	印尼
第二階段：效率驅動 (Efficiency driven)	3,000~9,000	基本需求 (40%) 效率提升 (50%) 創新因素 (10%)	中國大陸、馬來西 亞、泰國
過渡期 (Transition 2-3)	9,000~17,000	以內插法計算權數	台灣
第三階段：創新驅動 (Innovation driven)	高於 17,000	基本需求 (20%) 效率提升 (50%) 創新因素 (30%)	新加坡、南韓

說明：*係以 2009 年各國的所得水準為依據。

資料來源：WEF, The Global Competitiveness Report 2010~2011。

二、基礎建設

除了由總體的國家競爭力之角度分析之外，本研究亦以不同的個體角度分析印尼投資環境，如基礎建設、政府效能、勞工素質等。首先，以基礎建設而言，印尼基礎建設尚處於落後的情況，由於印尼係屬島國，有廣闊的內海，故運輸以海路為主。印尼高速公路全長不到 2000 公里，鐵路還是荷蘭時代興建的，道路、捷運等進展亦非常牛步化，造成塞車的情況十分普遍也非常嚴重。尤其在雅加達市區，運輸建設緩慢，但汽機車的成長速度加快，造成嚴重的堵車。研究團隊在實際參訪時發現，在主要的幹道上，原本要興建地鐵與輕軌，但由於官員貪污，造成經費被移為他用，結果是水泥柱體完成後，工程即告停擺，形成水泥柱體在馬路中間閒置的景觀。另外，在主要幹道上，政府劃設一條公車專用道，但只允許一家公司的公車可以使用該公車專用道，造成專用道閒置，但一旁的道路卻擁擠不堪，造成當地民眾與廠商抱怨連連。除了道路交通運輸建設不足之外，印尼普遍存在缺

電的問題，印尼全國供電率目前僅為65%，即仍有35%的地區無電可用，尤其是在離島或鄉村地區，電力供應不足，即使有電力亦不穩定。印尼的電力事業仍由其國家電力公司(Perusahaan Listrik Negara; PLN)所壟斷，就輸電系統而言。由於印尼是一個群島國家，島嶼之間的輸電網連接不太方便，加上受亞洲金融危機影響，印尼輸電網建設相對落後，目前印尼只有一個輸電網，即爪哇-巴厘-馬都拉電網；蘇門答臘島的有一部分電站也簡單聯接在一起，但還未構成輸電網；其他地區的電站都是獨立的，只能對周圍地區供電。工業區雖然有相對充裕的電力供應，但亦時常出現跳電與停電的現象。由於離島與鄉村缺電嚴重，目前印尼17000多個島中，有居民居住的大約有8000多個，但除了主要的島嶼之外，許多島嶼的居民無電可用。而政府亦沒有足夠的財政能力可以妥善解決，故印尼政府允許民間或合資經營小型電廠或獨立發電廠(IPP)，獨立發電廠所發之電力除供自用外，其餘必須由PLN收購，無法直接售予消費者。

另外，雖然印尼是一個島國，但乾淨的水仍然相對缺乏。印尼的天氣有約半年是旱季、半年是雨季。特別是在旱季，大部分的人必須買水、挖水井，鄉下很多家庭沒有政府水公司的水管，在印尼不建議飲用自來水，最好是煮沸或買礦泉水。最後，雖然印尼擁有相當豐富的天然資源，但卻沒有足夠的加工或提煉之技術，如印尼出產原油，但在國內卻沒有足夠的輕油裂解技術，故只能出口原油，再由國外進口汽油。

三、勞工素質

印尼勞工工資相對低廉，平均一個月的工資為630,000至1,300,000左右(大約是70~150美元左右)，且勞動人口豐富，印尼全國勞動人口約9,200萬人。其中屬於20-39歲之年輕勞工約4,000萬人，年輕勞工不虞缺乏。雖然如此，由於民族性、教育制度之缺失與社會風氣影

響，印尼勞工素質普遍不佳，生產力偏低。另外，印尼的勞工法令過度偏袒勞工（陳廣哲，2010）。若勞工因反對公司相關政策而舉行之罷工，雇主應給付罷工勞工之工資，但勞工必須事先通知雇主與主管機關，且必須在公司廠房範圍內進行罷工。另外，印尼最低工資法規規定，參考經濟成長率與通貨膨脹率據以訂定基本工資漲幅，每年均大幅調高基本工資，使營運成本大幅上升。

雖然勞工素質不佳，但在研究團隊參訪印尼投資台商時，台商則認為如果遵守印尼當地的勞工相關法令、不要剝削勞工，則不至於發生嚴重的勞資衝突事件，而在印尼也較不易發生如在中國大陸投資般遭騰籠換鳥的情況，印尼勞工安於現狀，也沒有太大的企圖心，不會產生強佔雇主事業之情況。

四、政府效能

投資的行政程序繁瑣，申請執照或退稅等程序曠日廢時，例如申請一個工廠或公司登記，商標的命名必須由法院公告3個月，才能辦理後續事宜，且許多環節都需要送紅包，官員貪污的情況仍是十分嚴重。另外，由於印尼土地分散、島嶼眾多，中央政府無力管轄，各級地方政府官員可能會任意擴權或收取各項費用。

五、貪污問題

多數的開發中國家都存在著貪污問題，而大多數的研究指出貪污將會阻礙其經濟成長，使外資卻步。貪污除了造成營運成本的增加之外，亦產生非常大的不確定性。而根據國際研究顯示，印尼之貪污問題亦十分的嚴重。國際透明組織（transparencyinternational）每年均對世界各個國家進行問卷調查並發佈貪污認知指數報告（corruption perception index; CPI）、全球貪污趨勢指數報告（global corruption barometer; GCB）與行賄指數報告（bribe payers index; BPI），是較為客觀的參考指標。

表 3-4 貪污認知指數 (CPI) 與排名

國家/地區別	2010年CPI指數	全球排名	亞太地區排名
新加坡	9.3	1	1
澳洲	8.7	8	3
香港	8.4	13	4
日本	7.8	17	5
台灣	5.8	33	6
汶萊	5.5	38	8
南韓	5.4	39	9
澳門	5.0	46	10
馬來西亞	4.4	56	11
中國大陸	3.5	78	14
泰國	3.5	78	14
印度	3.3	87	16
印尼	2.8	110	20
越南	2.7	116	22
菲律賓	2.4	134	25

資料來源：transparencyinternational

根據國際透明組織所作的調查顯示，2010年印尼的貪污認知指數為2.8（數字愈小表示認知貪污情況愈嚴重），在178個國家中排名第110名，亞太地區33個國家或地區中排名第20名，而其他亞太國家或地區中，台灣為5.8，全球排名第33名，亞太地區排名為第6名，其他主要東亞國家排名如下表。在亞太地區與台灣存在主要經貿關係的國家中，印尼之貪污認知指數僅優於越南與菲律賓，較中國大陸、泰國與印度為差，顯示貪污問題嚴重。

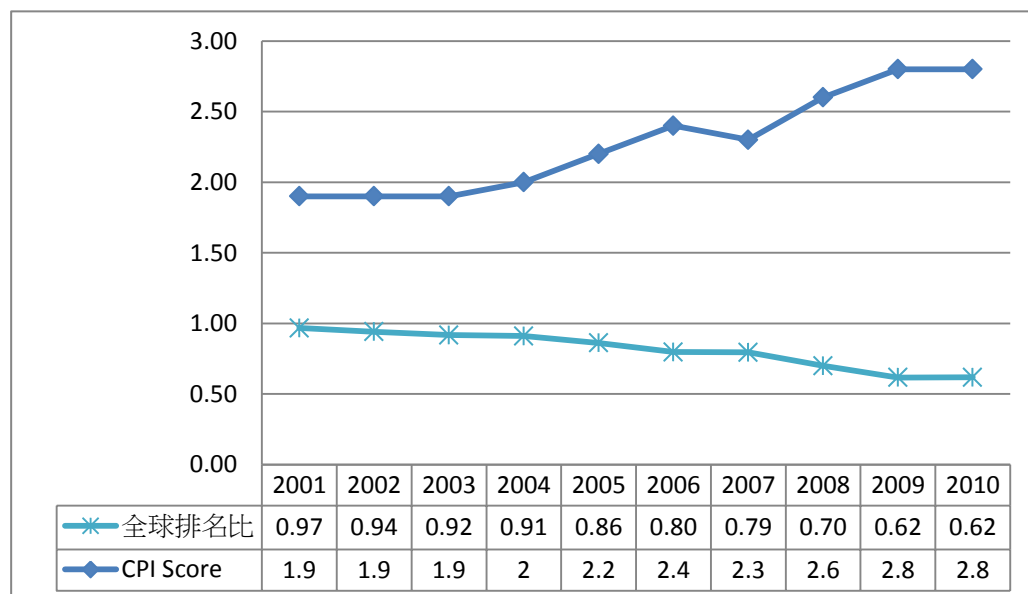
以歷史發展趨勢而言，印尼的貪污指數正逐漸的改善，由2001年的1.9逐步上升至2010年的2.8，而其世界排名比（印尼排名/全球評比國家數）亦由0.97逐步下降至0.62，即由評比國家中最差的前3%提升至最差的前38%，顯示貪污有顯著的改善。

然而，以香港政治經濟風險評估顧問公司於2010年的調查卻指出，印尼被評為亞太16個主要投資到達站中最腐敗的國家。印尼腐敗滲透各個層面，總統蘇西洛的反腐敗運動遇阻。腐敗者利用腐敗來保護自己、阻撓變革，反腐敗鬥爭面臨被腐敗侵蝕的威脅。在2010年亞太最腐敗地區調查中，印尼得分9.07(總分10)，遠高於一年前的7.69。柬埔寨位列「腐敗榜」第二，其後依次是越南、菲律賓、泰國、印度、中國大陸、馬來西亞、台灣、韓國、澳門、日本、美國、香港、澳洲。新加坡則被評為該地區最廉潔的國家。此項調查重點研究腐敗問題對各級領導官員和政府的影響，以及主要機構的腐敗情況。受訪者還評價了腐敗問題對商業環境的影響，以及企業應對腐敗問題的難易程度。

(路透網2010年3月9日 <http://cn.reuters.com/article/wtNews/idCNCHINA-1832920100309>)

由上述的調查可以發現，印尼仍是世界上貪污情況非常嚴重的國家之一，是值得台商在掌握印尼商機或投資時要特別注意的部分。

圖 3-1 印尼貪污指數歷來變化



六、其他問題

除了上述的投資與經商環境的說明之外，台商在印尼許多投資與經商亦必須注意一些小規定或既存的現實。例如，以零售業而言，為了避免造成國內小廠商的競爭，印尼政府規定外資在印尼投資經營零售業者，其店面的面積不得低於1500平方米，亦即不可小於約500坪，此等規模在台灣已是一個超級市場規模。故在台灣經營非常成功的餐飲或零售業者就無法進入該市場，形成無形的進入障礙。但若與印尼當地人合資，則不在此限。也因此印尼的鼎泰豐與丹堤咖啡係由印尼代理商取得台灣公司授權獨資經營，而非台商直接投資，造成了外資與內資企業的不公平競爭。

另外，在印尼經商時必須要考量通路的問題，由於印尼商品通路大多已被當地人（尤其是華人）所把持，要進入印尼市場，則必須先進入該通路，如何切入是台商應注意的問題。最後，若是與印尼人合資，則必須慎選合作對象，許多台商在印尼投資而鎩羽而歸之主要原因是因為與當地集團合作而產生糾紛，如光陽集團與力寶集團(LIPPO group)之例。雅加達台灣貿易中心主任陳廣哲建議，除非限制須與印尼公司合資之企業（如旅行業、醫院、製藥、銀行、保險、電力、電信、農場等）之外，一般製造業建議自行投資，避免與印尼人合資。至於小型零售業、仲介業、傳播業雖禁止外人投資，但外商仍可以品牌授權或利用當地人頭型態經營。另外，新設工廠建議位於工業區內，可以避免許多不必要的騷擾與麻煩，最後應將投資印尼視為長期投資，而非短線獲利，印尼營運之毛利率非常高，但先期要進入市場亦相對較為困難。另外，台商在印尼之投資的模式大多都是以單打獨鬥為主，與其他國家的進入策略略有不同。如日本、南韓廠商多以中心廠帶頭，與衛星廠商共同進入印尼市場，將一部分之供應鏈直接複製到印尼，如此既可達到品質控管之效，也可以打團體戰，分散投資風險，並且快速因應其市場變化，後勤系統完備。如日本的豐田汽車在印尼市場

產業供應鏈相對完整，使得台商要進入其供應鏈相對困難，亦可快速搶佔印尼的市場份額。而中國大陸則是以國家力量介入，藉由國家對印尼政府的融資或協助基礎建設、產業之建構，要求其協助的項目必須由中國大陸廠商承包，再利用中國銀行在印尼之分行據點提供廠商合作的方案，降低廠商融資風險與利用銀行對消費者信用貸款方式進入印尼消費市場。

七、投資與布局印尼之 SWOT 分析

台灣外貿協會駐雅加達台灣貿易中心陳廣哲主任於2010年在中華經濟研究院演講，介紹印尼相關投資環境與台商經營策略，其中許多的重點與見解現在對於欲赴印尼投資之台商仍相當重要，其羅列了投資印尼之相關優勢、劣勢、機會與成本，我們以該報告為基礎，輔以本研究對印尼的分析與實地訪查結果，對印尼投資環境進行SWOT分析。

表 3-5 印尼投資環境 SWOT 分析

S(Strength)優勢	W(Weakness)劣勢
<ul style="list-style-type: none"> ● 政經情勢穩定 ● 反恐態度堅定，與歐美、中國、日本等關係良好 ● 天然資源豐富，政府財政收入改善 ● 貿易壁壘低，無外匯管制 ● 勞動人口年輕、充沛且廉價，工資遠較中國大陸低廉 ● 與台灣簽有租稅協定 ● 內場市場龐大，成長快速，利潤豐厚，具消費力之人口相對較多 ● 對外貿易依存度依，較不易受國際波動影響 ● 生活環境相對舒適 	<ul style="list-style-type: none"> ● 嚴苛的勞工法令（但有彈性） ● 法律之公正性令人存疑 ● 海關與稅務人員貪污成性，中央權力下放之自治法造成地方官員腐財官僚，濫權索賄 ● 道路、港口、電力基礎建設不足，經常停電、塞車與淹水 ● 工業油電價高於商用家用價格 ● 支援之衛星產業不完備，許多工業原料、模具、零組件必須進口或自行生產 ● 教育制度不佳，員工素質低，本土高科技及管理人才難求 ● 金融市場成熟度，低利率偏高，且利差較大，融資成本高 ● 對外宣傳不足，形象待改善 ● 零售與餐飲業仍過於保護本地廠商，某些規定對外商不利

表 3-5 印尼投資環境 SWOT 分析(續)

O(Opportunities)機會	T(Threat)威脅
<ul style="list-style-type: none"> ● 全球人口第四多之國家，第三大民主國，與歐、美、日、中等強權關係良好，戰略地位重要 ● 外來投資之限制大幅鬆綁 ● 中東非洲回教國家龐大市場、ACFTA、AFTA+ANZ、AFTA+3、AFTA+6提供龐大出口商機 ● 民眾對新奇事物接受度高，且對台灣產品之品質有信心 ● 取代中國之「世界工廠」角色 ● 零售與餐飲業利潤豐厚 ● 政局穩定，在東南亞開發中國家中最為穩定 	<ul style="list-style-type: none"> ● 走私猖獗、合法廠商損失慘重 ● 中央與地方政府之權力爭執，苛捐雜稅 ● 2014 將舉行大選，本屆總統在第二任施政成果不佳，可能產生政黨輪替 ● 回教極端份子製造恐怖事件，民族分離主義者持續抗爭 ● 吸引外人之獎勵措施條例不及中國、泰國與越南 ● 有時對台灣與中國大陸商品難以辨別，某些中國大陸商品亦會以繁體中文標示 ● 印尼消費習性偏好先消費後付款，必須有無息分期的配合，故廠商必須有當地銀行之配合

資料來源：陳廣哲（2010）、本研究整理與增補

第二節 印尼內需消費變動與消費者偏好

根據每月調查的印尼市場的 KADIN-Roy Morgan 印尼消費者信心評比在 2011 年 9 月於印尼主要 21 個城市、小城鎮及在郊區與內陸鄉村所做的面對面調查顯示，印尼的消費者信心指數達到 146.8，為新的歷史高點，顯示印尼民眾對未來經濟前景的信心、印尼穩定的經濟成長及強勁的國內市場需求恰形成一個正向的一體多面。

整體而言，印尼消費者對未來抱持樂觀的態度，勇於消費，不積極儲蓄。隨著收入水平的提升，印尼消費者的消費實力也快速成長。印尼社會重視家庭生活，親友鄰里之間的關係也很緊密，因此對家庭娛樂功能和廚房功能格外重視，消費者有相當的願意升級意願。產品的折扣、品質優劣、售後服務及維修等都是消費者採購家居相關產品

時的重要考量因素。而現代化的新興通路乃是家居商品通路布局未來的趨勢。

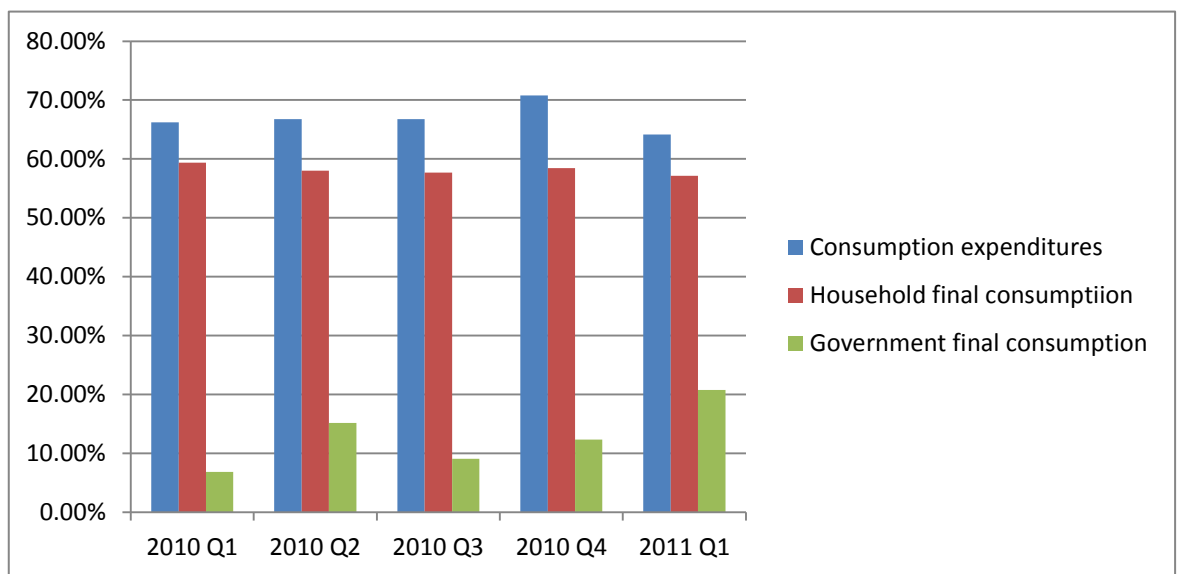
本節將分別針對印尼內需市場的變動與消費者偏好進行分析，期使業者對印尼市場有更深入一層的瞭解，以掌握印尼商機。

一、印尼內需消費變動

(一) 內需市場為經濟成長主要動力

如先前第二章第一節所說明，印尼民間內需消費占印尼國內生產毛額的最大比例，長期維持在高於 60% 以上。在民間內需消費其中又由以民間家戶消費支出占絕大部分，亦達 60% 左右（請參圖 3-2）。

圖 3-2 印尼近年消費支出、家戶支出、政府支出比重

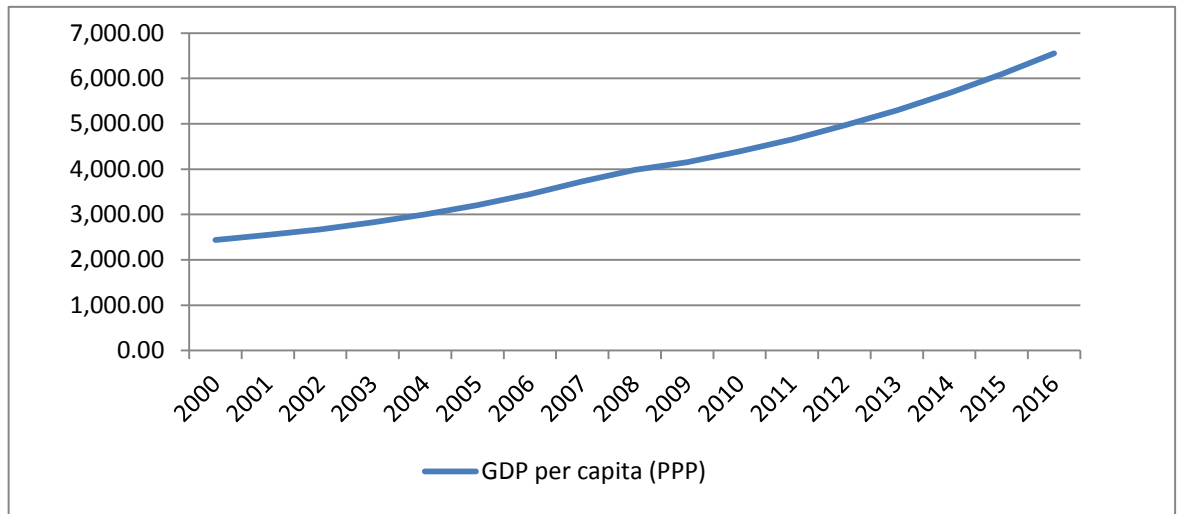


資料來源：印尼銀行。

(二) 由於國民所得提高帶動中產階層興起，引發消費習慣改變

印尼為東協最大的經濟體，隨著印尼人均所得超越 3,000 美元；若以人均 GDP 購買力平價 (Purchasing Power Parity, PPP)，則高達 4,500 美元以上，凸顯平均印尼人的消費能力已經上升。對許多外國企業而言，印尼逐漸增加的中高消費族群已成為一個對外國品牌及外國零售業者十分具吸引力的消費市場。(請參閱圖 3-3)

圖 3-3 印尼人均 GDP 購買力平價(PPP)



資料來源：IMF, World Economic Outlook Database, September 2011.

隨著生活水準的提高，近年來印尼的消費者結構出現了巨大的轉變。導致此一轉變的諸多關鍵因素，包含印尼逐漸增多的中產階層消費者、小規模家庭、年輕消費族群的購買力提升，與次級需求品的消費金額增加。

根據世界銀行的分類，中產階層家戶所得可以定義為家戶年收入所得超過 10,000 美元。如按照此一定義，如表 3-6 所示，印尼從 2004 年到 2009 年期間，屬於中產階層的家戶從 2.9% 增加到 8.7%。如按照印尼目前人口估算，現在約有 2,000 萬左右屬於中產階層的消費者。如以約略 10% 的比例來計算印尼中產階層，則此一階層人數約達 2,400 萬，超過四倍的新加坡人口總數並超越台灣人口數量。

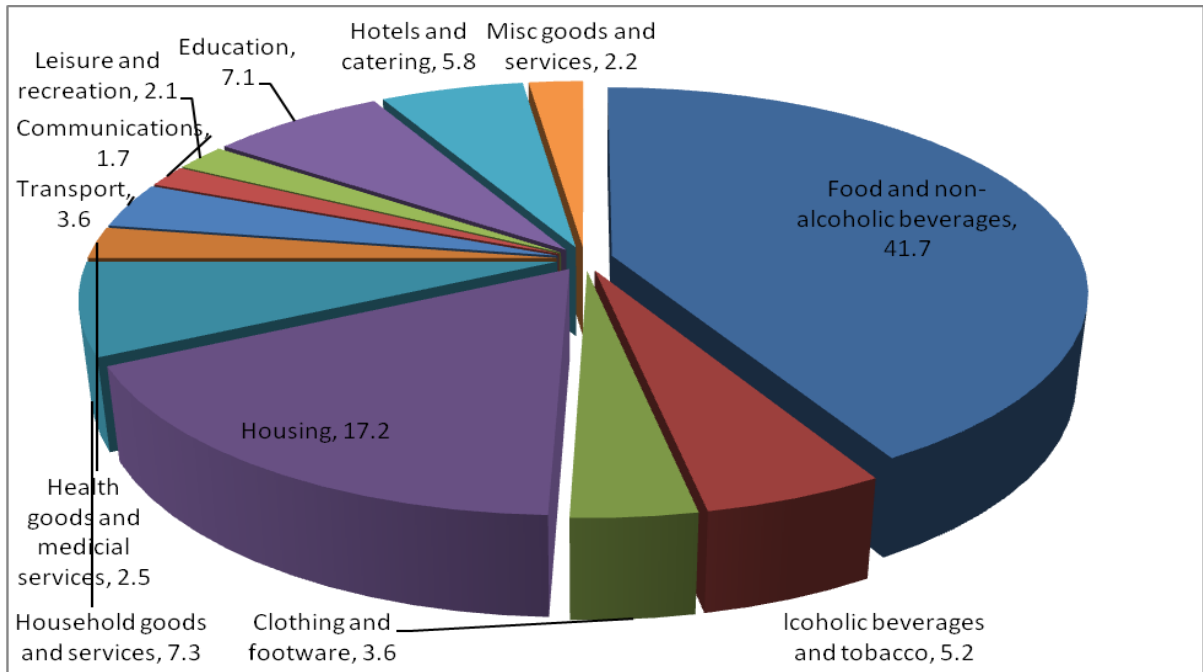
表 3-6 印尼家戶可支配所得比率分配(%)

家戶可支配所得(美元)/ 印尼家戶比率						
年度	2004	2005	2006	2007	2008	2009
低於\$1,000	7.4	9.5%	4.6%	4.4%	3.3%	4.1%
\$1,000-\$5,000	79.4%	74.8%	71.3%	63.0%	58.5%	59.0%
\$5,000-\$10,000	10.3%	12.4%	19.7%	25.6%	29.9%	28.2%
\$10,000-\$25,000	2.0%	2.3%	3.1%	5.4%	6.6%	7.0%
高於\$25,000	0.9%	1.0%	1.3%	1.6%	1.7%	1.7%

資料來源：Euromonitor(2011)

根據德意志銀行研究部門及市調公司 Euromonitor 的報告指出，隨著印尼經濟的快速增長，該國中產階層在未來五年將持續增加。Euromonitor 更預期印尼中產階層人口的數量將在未來五年於目前的基礎上至少翻一倍。換言之，印尼在 2015 年具備充分消費力的中產階層人數將可達 4,000 萬至 5,000 萬左右。隨著印尼民眾生活水準提高，印尼消費者逐漸願意花更多錢在非必要產品與服務的項目上。在過去十年來，印尼民眾消費在食物與飲料項目的比例已顯著地降低 20%，而更多的消費流向如房屋與如教育、飲食服務、通訊及娛樂等服務項目上。(請參閱圖 3-4)

圖 3-4 印尼 2010 年消費者支出類別(百分比)



資料來源：Euromonitor(2011)

在這些新興成長的項目中，教育相關的服務業是個值得注意的焦點。在過去十年來印尼民眾在教育服務上的消費已經增長超過三倍。少子化是造成此現象的關鍵因素之一。由於少子化使得印尼民眾更願意花更多金錢投資於他們的子女身上。特別是印尼民眾相信教育是能夠使他們子女在社會階層中向上移動的主要關鍵。此一現象促使了近年來印尼在針對這些中產階層子女的教育服務業，包含補教與各項兒童才藝班上的強勁需求。由此，許多的教育服務業，如幼稚園、海外留學中心、語言訓練學校等在印尼主要城市如雨後春筍般的蓬勃發展。

(三) 家庭結構改變影響內需消費市場

除了中產階層的興起所可能帶給印尼內需消費市場的影響外，印尼家庭規模結構的改變亦將是影響未來數年印尼內需市場的關鍵因素。以往，印尼的家庭結構主要以大家庭為主，以大多數的家庭成員居住在一個屋簷下為特徵。然而，隨著越來越多的結婚夫婦選擇搬離

大家庭，自己建立一小家庭的趨勢，印尼的一般家庭人數規模也逐漸縮小。此種趨勢特別是在中產階層夫婦更為普遍，這是因為他們通常擁有較高所得而擁有承擔購買房子或公寓的經濟能力。¹⁰

鑑於此一趨勢可能在未來數年繼續維持，並驅動房屋相關商品市場需求，因此小家電的需求，如小冰箱、微波爐等產品銷售將可能攀升。¹¹另一方面，服務業如速食餐廳與家居清潔服務行業亦可能在未來數年大行其道，這是由於印尼年輕中產階層消費族群偏好外食及需要居家服務所導致。

此外，除了印尼家庭規模將可能由目前的大家庭轉為小家庭外，少子化也是印尼家庭規模縮減的另一主因。現今許多印尼的中產階層家庭，夫妻兩人都是專業工作人士，專注於在職場上獲得晉升與成就，因而選擇晚生或是生較少的小孩。此一趨勢意味著將可能對嬰兒產品、玩具及遊戲商品在銷售數量上帶來一總體負面的影響，但卻不見得會對產品銷售價值上帶來負面衝擊，因為由於少子化，中產階層家庭將可能因更寵愛小孩而更有興趣及願意花錢購買較好品質的商品。

（四）政府龐大公共建設計畫帶動相關需求商機

由前一章的分析指出近年來印尼持續攀升的經濟成長率，除是國內民間消費占絕大一部分之外，投資項目比例的持續升高亦是重要的驅動力之一。此一情況也與近年來印尼政府在積極改善經商環境、提振經濟發展及鼓勵國內外投資等大方針下，所進行的各項經濟建設計畫與強化基礎投資建設的政策相關。

¹⁰ HKTDC Research, *Indonesia: an economic powerhouse in ASEAN*, Research Department, Hong Kong Trade Development Council, 2011, p. 17.

¹¹ ジェトロセンサー2011年1月号。

二、印尼消費者偏好

(一)印尼消費者特性

印尼消費者缺乏長期性的消費計畫，在家居生活相關商品的採購上，往往是當需求出現之後，才開始思考產品的具體與選擇。這樣的特性從「購屋」這個例子來看，更為明顯。大多數的印尼年輕人都期望進入婚姻，而在印尼的社會文化中，有自己的房子才是準備好成家的象徵。但多數人並不會為購屋預先存錢，往往是婚後才開始儲蓄購屋所需的自備款。在家居生活相關商品的採購更是如此。

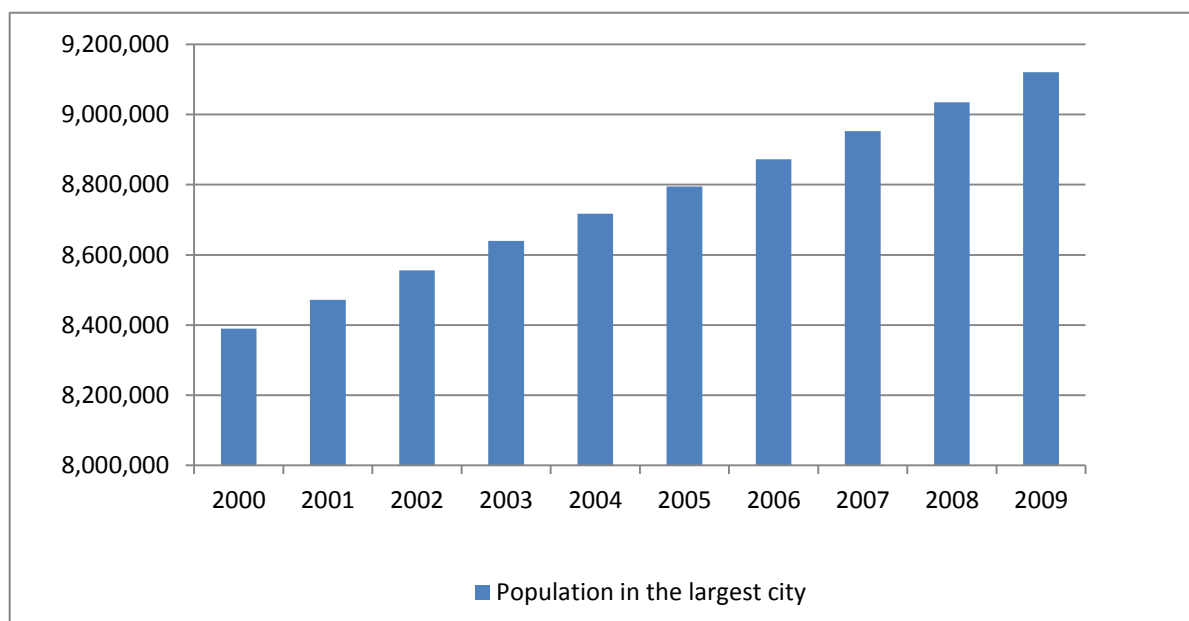
一般來說，印尼人沒有儲蓄的習慣。印尼消費者認為為了久遠未知的未來憂慮太多是沒有必要的，「妥善支配所得，有多少花多少」是大多數人處理金錢的準則。也正因为這樣的特性，印尼消費者在商品採購的選擇上，往往受到當時手頭有多少經費所左右。因此，印尼消費者很容易受促銷折扣的影響刺激消費。同樣的，獲得「年度紅利」這類固定所得之外的額外收入，是刺激消費者採購的一項重要因素。

(二)印尼消費集中於主要大城市，現代商場林立

鑒於中產階層為印尼內需消費市場的主力，該族群集中的地理位置即為主要消費市場的地點。大部分印尼的中產階層居住於大城市如雅加達與泗水(Surabaya)等大都市。此外，由於這些大都市的規模皆有逐漸向外部郊區拓展的趨勢，特別是如雅加達，因此更多的中產階層將會選擇在這些大都市的外圍周邊居住，因此這些大都市及周遭鄰近地區的消費市場將可能在未來數年逐漸成形。

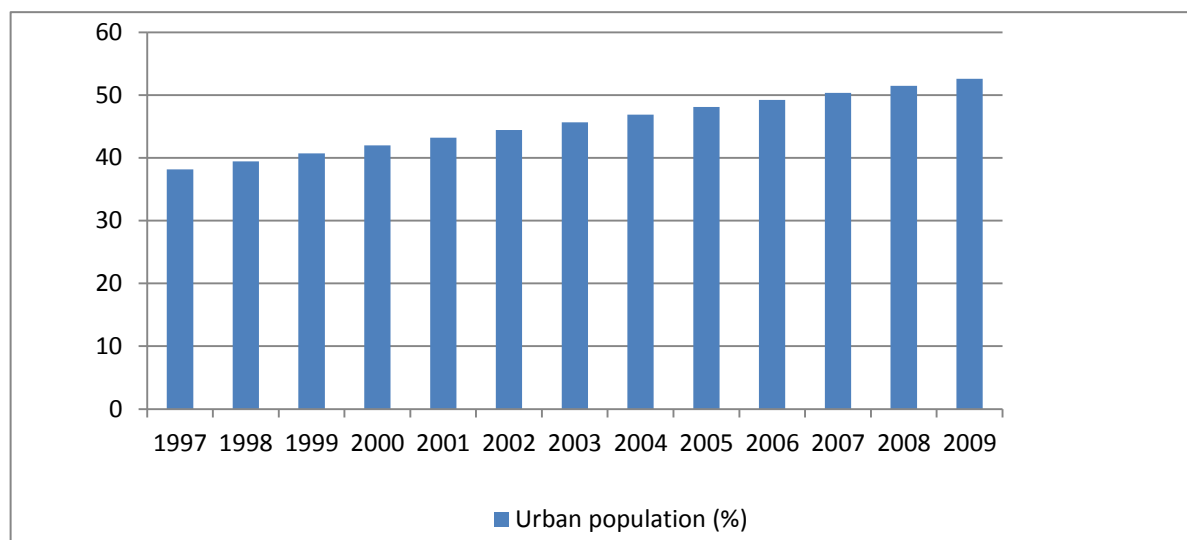
另外，印尼的主要大都市的人口數一直擴增，都市人口數已超過總人口數的一半，這也意味著消費市場的擴大（請參閱圖 3-5、3-6）。

圖 3-5 印尼主要大都市人口數



資料來源：World Development Indicator(2011)

圖 3-6 印尼都市人口數占總人口數比例(percentage)



資料來源：World Development Indicator(2011)

此外，有子女的中產階層民眾將較可能選擇在市郊地區的房屋居住，而較年輕的中產階層則較可能選擇居住在位於市中心地區的公寓大樓。因此，肇因於此家庭結構與消費習慣的地理群聚分殊將可能導致不同類型消費市場在不同地區的形成。特別是這些新興的中產階層大都可能是具備高學歷而在各職場領域的專業人士，例如企業經理人、銀行家、律師、商業顧問、會計師與新聞記者等。

再者，隨著印尼民眾所得提高，現代商場的數量不斷增加、規模也隨之擴大。此趨勢不但影響了印尼都會民眾的消費型態，也改變了印尼市場商品行銷的管道。如表 3-7 顯示，2008 年印尼的現代購物商場的市場比例結構，以大型購物賣場為主，占了 41.7%。其次則為小型超市，占了約三成。最後則是傳統的超級市場。此比例結構顯示，強調貨品齊全及價格具競爭力的大型購物賣場的最為印尼民眾所青睞。其次才為店家數量最多、符合都會民眾便利需要的小型超市。

表 3-7 印尼現代購物商場

	小型超市 (Minimarket)	超級市場 (Supermarket)	大型購物賣場 (Hypermarket)
店家數量(2008)	10,289	1,447	130
市場比例(2008)	32.1%	26.2%	41.7%
販售數量	<5,000 個	5,000-25,000 個	>25,000 個
店鋪規模	<400 平方公尺	400-5,000 平方公尺	>5,000 平方公尺
主要商家	Indomarket, Alfamart	Carrefour Express, Hero, Ramayana, Matahari	Carrefour, Hypermart, Giant, Lotte Mart

資料來源：HKTDC Research, *Indonesia: an economic powerhouse in ASEAN*, Research Department, Hong Kong Trade Development Council, 2011.

（三）年輕消費族群興起帶動消費型態轉變

除前述中產階層興起所帶動的消費需求外，另一個值得注意的焦點是年輕族群的消費者。這些消費者大多屬於在二十多歲左右、單身的專業人士、大學畢業及出身印尼中高所得家庭的年輕族群，這些年輕消費民眾將形成印尼下一世代富有消費階層的主力。

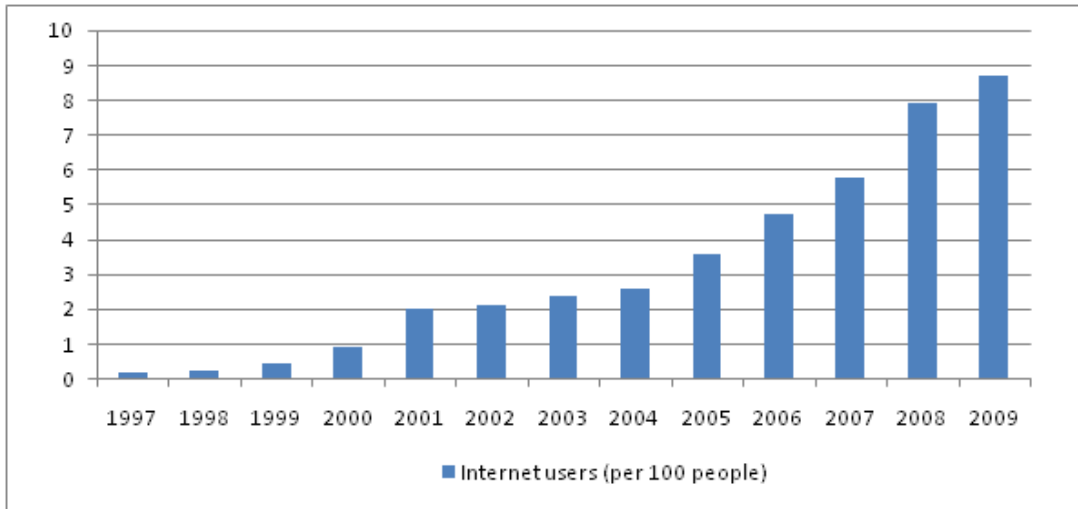
這些秉持工作與休閒同等重要不可偏廢的年輕印尼民眾，更願意花錢在非必須的商品與服務上。他們強大的消費能力在獲得提高額度的信用卡加持下而得以發揮。目前在印尼取得一份白領工作的大學畢業生，可獲得信用上限達 3,000 萬印尼盾(約 3,400 美元)的信用卡。

這些年輕消費族群傾向於花費在娛樂與餐飲的項目上，而甚於流行與生活格調的商品。這些年輕消費者嗜好新產品並願意跟隨流行來一窩蜂地購買新產品，但是僅有少數的印尼民眾認為，他們是會站在流行前端來購買尚未形成風氣的商品。因此，在印尼新產品必須積極擬訂行銷策略並建立品牌來爭取消費者認同，以促使形成購買熱潮來吸引更多印尼消費者購買其產品。

另一需注意的焦點是印尼年輕消費者雖然追逐流行，但對價格卻是十分敏感，這與其他鎖定於印尼上層消費市場逐漸強調服務重要性的特徵有所不同。這些年輕消費者不願意購買價格超乎所值的商品，他們更換產品的成本也相對來得低。換句話說，一旦他們發現產品不符合他們的期待，他們將毫不遲疑地與其他人分享使用該產品的不好經驗，並購買其他品牌來使用。此現象更由於寬頻網路的逐漸普及與社群網站的使用（請參圖 3-7、3-8）而增加此口耳相傳的速度與影響力。也由於此，印尼新商品競爭十分激烈，更換次數頻繁。¹²

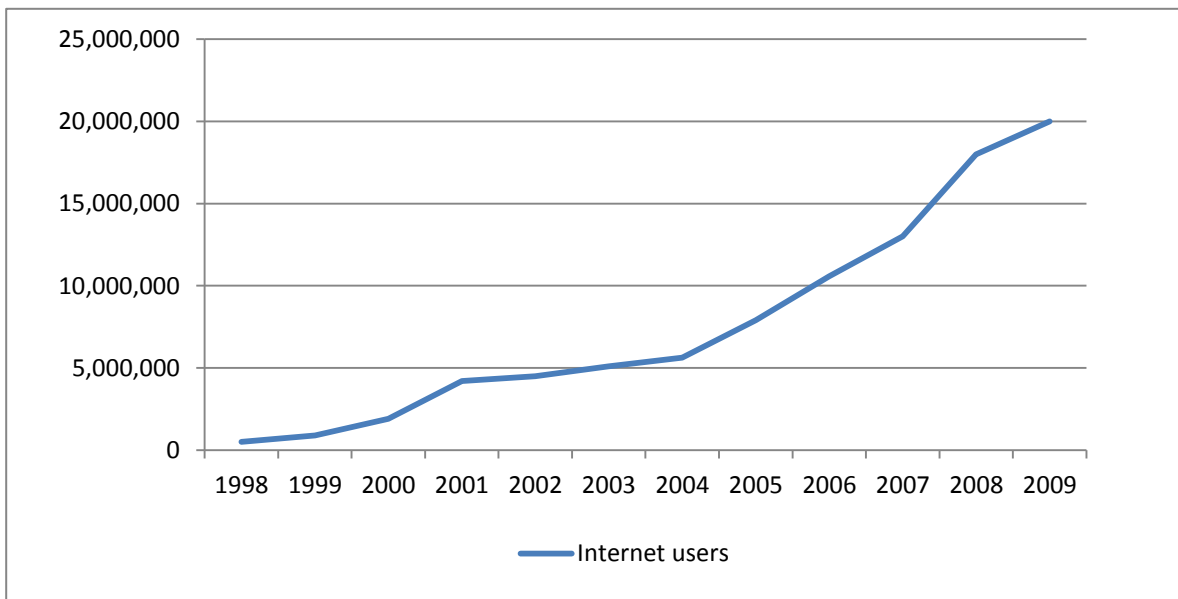
¹² HKTDC Research, *Indonesia: an economic powerhouse in ASEAN*, Research Department, Hong Kong Trade Development Council, 2011, pp. 19-20.

圖 3-7 印尼使用網路人口成長數量



資料來源：World Development Indicator(2011)

圖 3-8 印尼使用網路人數比率(每百人)



資料來源：World Development Indicator(2011)

(四) 價錢和品質是消費者最基本的考量

在商品評選考量上，價錢和品質是消費者最基本的考量標準。就價錢而言，印尼消費者很容易受促銷和折扣的刺激而產生消費，折扣和促銷的價差也經常左右消費者最終的產品選擇。就品質而言，一般

印尼消費者尚未進入到強調功能細分的階段，因此對家居相關商品的品質要求尚停留在一般通則性的「品質好、不容易壞」。而品牌知名度則是消費者用做判斷品質好壞的主要指標。由於印尼大城市交通狀況不佳，產品通路布建及維修服務是否方便可及，也是影響消費者選購的重要因素。

（五）新興通路成為未來消費者的選擇

在印尼，傳統商店和市場還是最主要的消費通路，然而研究發現，越來越多的印尼消費者選擇在現代化的新興通路，如量販店，採購家居商品。根據 Neilson 2010 年 Retail and Shopper Trends Asia Pacific 調查發現，印尼五大都市(大雅加達都會區、泗水、萬隆、棉蘭和錫江) 有 45% 人口選擇在量販店採購。

對消費者而言，量販店等新興通路，環境舒適，方便全家大家一同採購。以大雅加達都會區的 Carrefour 為例，Carrefour 多開在 ITC 這種綜合型賣場內。賣場內有空調、有美食區，往往成為全家大小周末購物或打發時間的場所。因此，印尼消費者經常會在採購日常用品(如買菜、家庭用品)的同時，順便逛逛家電、家具等家居生活用品。此外，新興通陳設商品較為多樣，並提供刷卡或分期付款等多樣付款方式，也經常有折扣活動，這也是吸引印尼消費者的因素。但消費者仍認為傳統商店的售價較為便宜，當消費者預算有限時，可能就會到傳統通路購買。

（六）由人際互動獲得消費資訊

就商品資訊尋求而言，印尼的消費者相當依賴口耳相傳的資訊。一方面，印尼的消費資訊管道相當有限，印尼家用網際網路並不普及，2008 年印尼網際網路普及率僅為 11% (2010/2011 海外市場經貿年報，經濟部國際貿易局)，透過電視廣告、報章等媒體，消費者僅能獲得有限的產品資訊，因此親友間的經驗分享也成為消費者重要得資訊管

道之一。印尼社會重視人際間的互動，消費經驗與資訊也是親友、鄰里、同事之間平時閒談的重要話題。

另一方面，當消費需求出現時，受訪者通常會選擇直接到賣場挑選商品。此時，商場的導購員便成為提供消費者資訊的「專家」。這樣的情況尤其以家電類的產品最為明顯。事實上，在印尼的家電賣場，不論是 3C 家電專賣店或者是量販店的家電部門，家電品牌大廠都有自己品牌的專門櫃面，並備有自己的導購員。消費者由於資訊缺乏，多半依賴賣場導購員的介紹，認為導購員有相關的知識，比較懂、比較「專業」。

(七) 印尼消費者偏好分期付款方式

整體而言，印尼市場還是現金消費為主，但使用分期付款和信用卡分期付款的消費者也逐漸增加。雖然越來越多人採用銀行分期付款或信用卡分期付款的方式消費，但仍以「無息」分期付款為一般大眾所接受。其中最主要的因素當然是不希望增加額外支出，當地信用卡循環利息非常高（年利率 35% 以上）；但同時，也是因為印尼人口中有約 85% 為穆斯林人口，而穆斯林信仰對負債與利息是抱持負面態度。

第三節 印尼市場之法制環境

一、對外人投資之規範

(一) 相關法令概況

印尼國會於 2007 年 3 月 29 日通過新投資法(Law of the Republic of Indonesia No. 25 of 2007 Concerning Investment, 簡稱 Indonesia Investment Law), 取代 1967 年通過之舊投資法, 成為目前印尼市場管制外人最主要之法律。相較於 1967 年通過之舊投資法, 2007 年之新法對於外國投資者更加友善, 更加著重於投資環境方面之改善, 強調外人投資財產權利之歸屬問題。

其次，印尼總統於 2007 年 12 月頒佈總統令(Presidential Regulation No.111 of 2007)，開放外人投資之新負面清單(negative investment list)，除限制廿三種投資業務及產業不進行開放，並將四十三個產業部門保留予印尼國內中小企業經營外，該清單開放卅三個產業部門與國外投資人建立夥伴關係，同時開放九十八個產業部門准予外國人進行投資。

上述法令頒佈後，印尼政府除對於國內少數之十一個行業加強管制效果，例如：電信業及保險業(對於外資持股之上限，電信業之行動通信服務業為最高百分之六十五，固網業為百分之四十九，保險業則以最高百分之八十)，對於其他產業部門之外資持股則大幅度鬆綁，包括：石油及天然氣勘探(oil and gas exploration)業、製藥(pharmaceuticals)和建築服務業(construction services)等。若干過去採部分或全部管制之產業，亦轉為對外資開放之方式，包括：健康產業和教育產業。

再者，為配合上述吸引外資法規之鬆綁，印尼投資協調委員會(BKPM)實施新投資審查程序，以達到促進其政府機構間之協調合作之目的，並以大量提供租稅優惠之方式，企圖吸引國際投資者進入印尼廣大之國內消費市場。

最後，關於印尼與他國所簽訂之雙邊國際投資保障協定(Bilateral Investment Protection Agreements)、自由貿易協定(Free Trade Agreement, FTA)與經濟夥伴協定(Economic Partnership Agreement, EPA)方面，目前已有六十國與印尼簽署雙邊投資保障協定¹³，而日本

¹³ 這六十個國家包括：阿爾及利亞、阿根廷、澳大利亞、孟加拉、比利時、保加利亞、柬埔寨、智利、克羅埃西亞、古巴、捷克、丹麥、埃及、芬蘭、法國、德國、匈牙利、印度、伊朗、意大利、牙買加、約旦、吉爾吉斯、寮國、馬來西亞、模里西斯、蒙古、摩洛哥、莫三比克、南韓、挪威、巴基斯坦、中國、秘魯、菲律賓、波蘭、卡達、羅馬尼亞、沙烏地阿拉伯、新加坡、斯洛伐克、南韓、西班牙、斯里蘭卡、蘇丹、蘇利南、敘利亞、瑞典、瑞士、泰國、荷蘭、突尼西亞、土耳其、土庫曼、烏克蘭、英國、烏茲別克、越南、葉門及辛巴威等。

與印尼間業已完成經濟夥伴協定(EPA)之簽署。

另關於自由貿易協定(FTA)方面，其中之一之核心目的係為免除關稅，而印尼政府較重視者，在於消除非關稅之貿易壁壘，特別係開放農產品方面。至於目前之進程，包括：東協、澳洲、紐西蘭、中國、印度、南韓，以及協商中之美國及歐盟等國家或國際組織，與印尼刻正進行自由貿易協定之洽簽。

(二) 重要法規

1.2007 投資法

印尼國會於 2007 年通過施行新投資法，並取代 1967 年有關外商投資及 1968 年 6 號關於國內投資之相關法律。印尼政府依據本法，提供外人投資各項誘因，包括：平等對待原則、官僚機構改革、對投資者之特別行政服務，以及投資獎勵。此外，本法特別准許地區自治，地方政府依法取得經濟發展上之自治權，並享有自我管理事務之權益。

新投資法除整合舊投資法之部分規定外，亦解決存在已久影響外國投資者在印尼開展業務之法制環境障礙，例如：冗長之投資審查程序、對外資財產權外加以保護，以及欠缺投資獎勵機制等問題。2007 投資法對外資之管制部分，則新增對企業社會責任之要求，以及引入國際仲裁(international arbitration)做為爭端解決機制。

首先，為配合許可發照程序之鬆綁，本法授權政府建立整合型之單一窗口服務(one door-integrated services)，以簡化行政流程。其次，新的印尼投資法明定國家對企業財產實施徵收及補償(Expropriation and Compensation)之相關規定。1967 年投資法第 21 條規定，除在法律規定之前提下，及基於維護國家利益之必要性，政府不得任意將外商之投資國有化¹⁴。

而 2007 新投資法則廣泛給予外資經濟上之保證，除涉及犯罪之

¹⁴ 印尼政府自 1967 年以來即從未對任何外國投資實施過徵收。

前提下，政府將不得強制將外資國有化，公司若遭到政府徵用將獲得相對之補償。此項規定使得外資之財產權受到更周全之保護，免於政府之任意侵害。

關於投資誘因方面，1998年8月26日印尼政府向世界貿易組織(WTO)通報其遵守與貿易有關投資措施(Trade-Related Investment Measures, TRIMS)之相關作為。2007年1月1日政府頒布法規提供十五項產業投資之租稅優惠，包括：紡織、化工、紙漿和紙板、醫藥、橡膠製品、鋼鐵業、電子產品和之零組件產品等等，允許合格之投資者高達百分之卅之投資租稅抵減，且同時適用來自國內及國外直接投資者之新投資或對現有廠房及設施投資之改善及擴充。

而2007年新投資法以更優惠措施鼓勵新投資及擴大原有之投資規模，惟該投資必須能顯著達到創造就業人口、改善基礎設施(infrastructure sector)、強化技術移轉(transfer of technology)、發展先趨產業(pioneer industry)、發展偏遠地區，達到環境永續、科技研發、提升中小企業產能之效果，且該投資必須係利用印尼國內資本財及國內生產設備。可享受之租稅優惠包括：每年百分之五為期六年之所得稅抵減、進口關稅免除(import duty exemption)或進口原材料之關稅、加值稅減免、准予適用加速折舊等等。

因此，本法自實施以來，已成為印尼政府改善與發展投資環境之重要支柱，同時為外國人在印尼投資最主要之法律保護傘。茲就2007新投資法之架構及主要規範內容加以說明如下：

(1) 平等待遇原則(Equal Treatment)

國家對待本國及外國投資者應公平對待，具體措施包括：

- a. 法律適用上之平等對待(Art.3(1)(d));
- b. 享有平等機會(equal opportunity) (Art.4(2));
- c. 政策對投資者當一視同仁(Art.6(1));
- d. 政府及國外投資者雙方得提出雙邊投資協定(bilateral

agreements regarding investment) (Art. 6(2))。

(2) 單一窗口整合服務(One Door Integrated Services)

本法授權印尼政府成立投資協調委員會(The Investment Coordinating Board, “Badan Koordinasi Penanaman Modal, BKPM”)，做為除礦業、石油及天然氣、金融銀行等管制產業外之投資審查及許可之主管機關，該機關並可委託其他機構提供單一窗口審查及發照服務。且依據同法，地方政府得制定地方性法規並成立服務機構，以落實單站式服務 (One Stop Services, OSS)。

(3) 移民服務措施(Immigration Service Facilities)

本法授予符合一定條件之外國投資者取得2年期之臨時居留證(2 year temporary stay permit)及多次入境許可(re-entry permit for multiple entries)之權利。

(4) 土地所有權 (Land Title)

依據土地之種類及符合一定條件之情況下，本法允許外資延長享有土地所有權之期間。

(5) 租稅誘因(Tax-related incentives)

政府對於國外及國內投資在印尼之資本投資相關設施(the Capital Investment facilities)應予平等對待(equal treatment)，並應提供有意願擴大投資或從事新資本投資之公司相關協助(Art.18)，包括：

- a. 所得稅抵減(income tax reduction);
- b. 機械、資本財及工具之關稅減免(custom exemption to machineries, capital goods and tools);
- c. 生產原料之關稅減免(custom exemption on raw materials);
- d. 免徵營業增值稅(VAT exemption);
- e. 加速折舊(Accelerated amortization and depreciation); 以及
- f. 土地及建物之租稅獎勵(Incentive on land and building tax)。

基此，印尼政府頒布 2007 年第 1 號政府法規(Government Regulations No.1 of 2007 regarding the Facility of Income Tax for Investment on Certain Business Sectors or Regions)，規範關於投資特定產業或特定地區之所得稅減免相關措施。

上述法規獎勵投資之產業部門包括：食品加工業(food processing industries)、包裝業(packaging industries)、塑膠製品業(plastic goods industries)、水泥業(cement industries)、家具業(furniture industries)及海產加工業(seafood processing industries)等等。

其次，根據 2007 年投資法之授權，印尼政府亦頒布若干行政規則，例如：財政部發布之 No.16/PML/03/2007 行政規則，針對特定產業或特定地區之投資給予所得稅獎勵措施 (Ministry of Finance No.16/PML/03/2007 regarding Granting Income Tax Facilities for Investment on Certain Business Sectors or Certain Regions)、稅務總局亦制定 2007 年第 67/PJ/07 規則，明定投資於特定行業或特定地區適用所得稅優惠之相關程序(Directorate General of Tax No. Per 67/PJ/07 of 2007 regarding Procedure of Granting Income Tax for Investment on Certain Business Sectors and/or Certain Regions)：

a. 投資減免(Investment Allowance/IA)：

公司投資固定資產(包含廠房土地)總金額之 30%，可於六年期間抵扣公司之應稅收入。

b. 相關投資所直接使用之固定資產可適用加速折舊攤銷。

c. 國外納稅義務人所獲得之股利分配，所得稅率降至 10%。

有資格申請適用投資獎勵之特定行業包括：

a. 經調製紡織纖維、整合性織絨(Spinning and Weaving)、衣物最後修整等特定紡織業。

b. 特定紙類和紙漿業。

c. 煉油廠。

- d. 特定工業用途化材和人工橡膠業。
- e. 特定藥妝品原料業。
- f. 橡膠製品和特定人造纖維業。
- g. 鋼鐵製造業。
- h. 特定機械和設備製造業。
- i. 特定電子和電訊工業。
- j. 特定陸地交通運輸工具、船舶及其零件設備製造業。

(6) 國有化及接管(Nationalization and Expropriation)

近年來，印尼為促進行業之競爭，相對刪減國有企業所享有之特權。1998 年印尼政府成立國營企業部，將國營企業私有化做為重要任務，但其後私有化之推動過程受到國會政治力之強力阻礙；而同時間許多省級地方政府刻正積極改進省營事業(BMD's)之管理及加強組織透明化並降低虧損，為因應日後之私有化預作準備。

其次，根據 2007 年投資法，除法律規定或許可之情況外，政府不得針對任何外國投資採取國有化或接管之措施。倘政府必須執行接管時，應依照公平市價予投資者一定之補償，且公平市價之認定必須符合國際鑑價機構公認之鑑定方法(internationally-accepted methods adopted by an independent appraiser)。若政府與被國有化或接管之對方對於賠償價額無法達成共識時，其爭端應透過國際仲裁解決。

(7) 資金之轉移及匯回(Transfer and Repatriation)

外國投資者對於因投資所產生之利潤、因清算或出售投資所得之收益(profits or proceeds liquidation or sale of investment)，於完納稅捐及不違背對印尼政府財政義務之前提下，有權以外匯方式自由移轉或匯回其國內；惟外國投資者對此資金之轉移及匯回，有申報之義務 (Art.8)。

(8) 企業社會責任(Corporate Social Responsibility)

外人投資活動涉及不可再利用之自然資源(un-renewable natural resources)時，投資者應依法投入資金以推動所投資地區地區環境和社會之改善措施。

(9) 小企業之投資及開發(Development of Investment for Micro-, Small-, Medium-Scale Business and Cooperative Enterprise)

政府將指定保留予微型、中小企業和法人營運之產業部門，開放與外人投資大型企業之合作與開發。此外，將透過提高競爭力之合作夥伴關係建立計劃(partnership programs enhancing the capacity to compete)，以及鼓勵支持創新、擴展市場及廣泛傳遞資訊之方案(supporting innovation and market extension and wide distribution of information)，推動中小企業發展。

為落實此一法律規範之效果，印尼亦實施相關立法配套措施，包括：頒布 2007 年第 6 號總統令(the Instruction of the President of the Republic Indonesia No.6 of 2007 regarding Policies to Accelerate Development of the Real Sector and Empower Micro, Small and Medium Enterprises)，以落實加速部門發展及強化中小企業能力之相關政策，並進一步完成 2008 年中小企業法 (Law 20 of 2008 regarding Micro, Small and Medium Scale Enterprises) 之制定。

(10) 投資爭端之國際仲裁(International Arbitration for Investment Dispute)

本法明文規定，任何涉及印尼政府和外國投資者之投資爭端，應由當事人約定透過國際仲裁解決。同時，亦可交付一般仲裁或法院解決。

2.外國人在印尼設立公司相關規定

印尼法令對外國投資人在印地當地設立公司之相關規範，最重要之規定乃對外國投資者持有公司所有權之限制。

(1) 投資者之身分限制

外國投資者就性質上而言，可為公司實體法人或屬自然人個人(a corporate entity or an individual)。對於某些部門之產業，除特殊情況外，投資者可完全持有外國人投資公司之所有股份(法令上稱為 PT Penanaman Modal 或 PTPMA)。

(2) 股權捐助政黨之義務

符合 PTPMA 情況下之外國投資者，在其所投資企業開始營運之前十五年，必須捐助一部分股份與印尼政黨，或選擇與印尼政黨建立合資企業(joint venture)，惟該政黨在該合資公司設立時，須持有百分之五以上之原始股權，在此情況下，外國公司免除適用股份捐助政黨之規定。

(3) 投資特定產業之外人持股比率

再者，外國投資者必須檢視開放投資產業之負面表列(the Negative List)，以了解投資特定產業時，外國人可持有公司股份之最低比例。

(4) 投資申請及公司設立之批准

設立外資公司應辦理之許可執照分為四大部分：

- a. 公司執照：合法公司之主要憑證。
- b. 進口執照：包括一般進口執照、海關註冊、機器和原料免稅進口優惠證明、中古機器設備進口許可證及特定產品進口執照。
- c. 房地產執照：為當地政府核發之持有及使用房地產相關許可證。
- d. 外籍員工工作證：公司聘雇外籍員工所需之許可，每位外籍員工皆必須各自持有。

此外，2009 年第 24/2009 行政規則第 7 條規定，2010 年 3 月後設立之製造業企業除以下之情況並經工業部認定者外，必須設置於工業區內：

- a. 採用特殊原料或製程而需設置於特定地點。

- b. 中小企業。
- c. 設立區域之工業區已滿。

根據 2007 年投資法所設立之 BKPM，係主要受理、審查及批准外人投資申請之主管機關，並負責監督投資計劃之執行。外國投資人向印尼政府提出投資申請案時，必須向 BKPM 提出一份稱為模式一 (Model I) 之申請表及相關附件，提供之內容包括：

- a. 投資者之法人章程（若個人投資時，為護照或身份證）；
- b. 關於投資製造業之生產流程圖(flowchart of the production process)或投資服務業對服務之說明(description of services)；
- c. 非投資者本人申請時應出具委任書(power of attorney)。

外資企業獲得 BKPM 之同意設立後，申請人可設立一有限責任公司(limited liability company, LLC)，並將公司設立證書(Deed of Establishment, DoE)進行公證，經公證後之公司設立證書需送交法律及人權部(Ministry of Laws and Human Rights, MoLHR)申請核準備查。欲獲得 MoLHR 核準備查之要件，係外國投資者必須提出發行股本(issued capital)充足之證明。

此外，該外人公司亦有義務向貿易部(Department of Trade)進行公司登記(Company Registry)，並向所在地地方政府申請住所謄本(the Letter of Domicile)。最後，公司必須向稅捐單位取得納稅人註冊號碼 (NPWP) 及應稅企業統一編號 (NPPKP) 後，始完成公司設立之程序。

(5) 設立後程序

公司完成設立後，應即著手設立後程序，特別是屬於外人投資之公司(PTPMA)，在法律及人權部(MoLHR)批准其公司設立證書(DoE)後，必須立即採取下列程序：

- a. 召開會議

- i. 公司必須舉行第一次股東會及董事會 (Board of Commissioners , BoC)。股東常會 (General Meeting of Shareholders , GMS) 應確認董事會成員之任命。
- ii. 股東常會及董事會於法律及人權部(MoLHR)確定批准該公司之設立證書(DoE)後，以外國人投資公司名義從事各項經營活動。同時，公司須備妥股權證書、股份登記簿和特別事項登記簿，以應政府主管機關之查核。

b. 臨時營業許可及永久營業執照

初次取得之投資許可，僅為臨時性之營業執照(a temporary operating license)，直至達到一定生產階段時，必須另行申請永久營業執照(IUT)。取得 IUT 之外國人投資公司，最高可取得長達 30 年之公司營運權。

c. 報告義務

外國人投資公司對主管機關有以下之報告義務：

- i. 獲得 BKPM 批准後，外國人投資公司有義務對 BKPM 提出資本投資活動(a report of Capital Investment Activities, Laporan Kegiatan Penanaman Modal or LKPM)之報告。
- ii. 於取得永久營業執照 (Permanent Business License, IUT) 前，應向 BKPM 提出資本投資活動半年報(Semi Annual Report of LKPM)。
- iii. 已獲得永久營業執照(IUT)之外國人投資公司，必須提出一份以 BKPM 所規定標準形式作成之年報(Annual Report of LKPM)。
- iv. LKPM 相關報告須送交其他政府機構，包括：貿易部 (Department of Trade)、印尼央行(Bank Indonesia)，以及相

關技術部門之地區辦事處(the Regional Office of the relevant technical department)。

(6) 外籍人員聘用

於一般情形下，公司僅能就政府或法規准予開放予非印尼人之特殊職務或職位雇用外國人任職，且雇主必須提出以印尼人取代外籍勞工之人力資源培訓計畫。

因此，外國人投資之公司聘用外籍員工時，首先必須向人力部 (Department of Manpower, DOM) 提出外籍人力運用計畫(Expatriate Manpower Utilization Plan, Rencana Penggunaan Tenaga Kerja Asing or RPTKA)，外籍人力運用計畫係取得外籍人士臨時居留證 (temporary stay permits ,KITAS) 和工作證(work permit, IKTA) 之基本文件。人力部(DoM)要求，外國人投資公司每僱用一名外籍人士必須同時僱用三名當地勞工。

此外，印尼法律承認勞資雙方之不定期僱傭合約(indefinite-term employment agreement)及明確期間之短期聘僱合約(definite-term employment agreement)。對於擁有 10 名以上員工之公司，必須備齊公司工作規則(Company Regulations)並送人力部註冊。若公司擁有工會(labor union)，則集體勞資協議(the Collective Labor Agreement)必須送人力部註冊。

關於保護本地工作者方面，印尼政府期待外國投資者能對於培訓及發展印尼國民之生產技術作出貢獻，故透過管理外國公司營運之過程，要求將產業經營所需之技能及技術有效移轉當地勞工。

基此，人力部相關法規明定任何擁有工作和居留許可證之外籍人士，每年必須捐助美金 1,200 元，做為地區人力資源辦公室之本地人才培訓基金。

(7) 貨品輸入與租稅優惠

外國人投資公司進口資本財或原物料時，必須向 BKPM 申請取得有限進口許可編號（ Limited Importer License Number, Angka Pengenal Import Terbatas or APIT ）。

進口商品取得有限進口許可編號(APIT)者，可享受 2.5%之扣繳稅率（正常扣繳稅率為 7.5%），並為完全可扣抵之預付所得稅（creditable prepayment of income tax）；而在某些情況下，亦有可能取得租稅豁免。

對本地無法取得之生產設備、零組件及原物料，外國人投資公司亦有可能申請取得優惠之進口關稅或減免。於某些特殊情況下，外國人投資公司必須向 BKPM 或海關及消費稅辦公室(Customs and Excise Office)提出主要清單申請(Master List application)。若該項申請獲得許可，外國人投資公司即可能就該清單項目，最高可享百分之五進口關稅之減免。

3.開放外人投資項目之負面表列

印尼政府為努力改善其投資環境，2010 年頒布第 36 號總統令 (Presidential Regulation No.36 of 2010)，規定開放投資產業之負面表列 (the Negative List)，並取代 2007 年公布之負面表列。

印尼政府根據 2007 年投資法之規定，對符合法定條件之國內和外資企業鬆綁特定之投資產業項目，除負面表列所列及其他相關法規管制之產業別外，其他產業皆對外資開放。

然而，BKPM 在實務上，已透過行政裁量手段，非正式決定外資最高之持股比例，即使外資所從事之業務與負面表列之產業別無關。此外，於某些特殊情況下，BKPM 亦會諮詢相關部會以作成是否同意外人投資之決策。

2010 年公布之新負面表列，已被國際間視為印尼為吸引更多外人投資之重要策略，惟亦存在一些政府之內部規定，仍造成對外人投

資莫大之限制，亟待印尼政府家已開放及改善。以下僅就負面表列之重要條款進行說明：

政府透過負面表列更新，開放多項外資得從事之新產業類別，包括：

(1) 地熱維護和運營服務業(geothermal maintenance and operation services)：外資持股比率可達 90%。

(2) 製糖業(sugar industry)：一定條件下外資持股比率可達 95%。

(3) 新開放產業別包括：

a. 郵政管理業(postal management)：一定條件下之外資持股比例可達 49%。

b. 電影技術服務業：外資持股比率可達 49%。

(4) 提高外資持股比例之項目，包括：

a. 直銷業（多層次傳銷業）：由 60%提高至 95%。

b. 屬於大型投資計畫之建築服務業(construction services for large projects)：由 55%提高至 67%。

c. 醫療服務業(healthcare services)：由 65%提高至 67%，並刪除若干服務地點之限制。

d. 藝廊及藝術展覽建築業(art galleries and art exhibition buildings)：由 50%提高至 67%。

(5) 提高東協會員國最大之持有權 (Increase in maximum ownership for ASEAN countries)

為了遵守對東協經濟共同體(ASEAN Economic Community)之承諾，印尼政府特別提高對於來自東協國家投資者於某些經營業別項目之持股比例，包括：

a. 不包含沿海運輸之境外海運業(offshore sea transportation excluding cabotage)：持股比例可達 60%。

b. 海運貨物裝卸服務業(maritime cargo handling services)：持股比可達 60%。

c. 汽車旅館和住宿服務業(motel and lodging services)：持股比可達 51%，東協以外國家之投資者則為 49%，除非與印尼當地中小企業存在業務上合作關係。

4.對外國投資者之限制(Restrictions on foreign investors)

緊縮外國投資者對通訊電塔業(telecommunication tower)之投資，由 85%之持股比降至 80%。

(1)上市公司對新負面表列之適用(Applicability of the New Negative List to publicly listed companies)

印尼政府已表示計畫開放由外國投資者控股之上市公司，得適用新負面表列。

(2)關於外資併購之最大持股 (Maximum permitted foreign shareholding in relation to mergers, acquisitions and consolidations)

關於從事相同業務外資之併購 (mergers, acquisitions and consolidations of PMA)，其允許外資持股之最高限額(the maximum permitted foreign shareholding)，須由 BKPM 審查及批准。

5.因應 MP3EI 實施所為之法規增修

印尼政府於 2011 年五月公布 2011-2025 年總體經濟計畫(MP3EI)，為推動是項計畫，未來印尼政府亦將陸續進行若干外人投資相關法規之修正。茲將修正法規之名稱、修政項目內容及預計時程表列說明如下：

(1) 法律之修正

表 3-8 法律修正及時間表

法律(LAW)及內容	目標期程
檢視與公共土地利用作為投資標的相關之法律和政府行政規	2011/12

則，使地主獲得更高經濟效益。	
修正關於人力資源法(2003 年第 13 號法律)中與雇用契約、外包及遣散費相關條文。	2012/1
修正區域稅收及懲戒法(2009 年第 28 號法律)。	2011/12
修正關於礦產和煤礦開採業務方面相關不確定性之礦業法(2009年第4號法律)。業務許可證通常可獲得一定期間(20+10+10年)，故將透過法規修正建立機制，改變契約性質，從煤礦開採權協議(PKP2B)及工作合約，改變為營業許可證。	2011/12
檢視石油及天然氣法(2001年第22號法律)，改變對石油和天然氣之思維，從稅收面轉變為促進經濟增長之目的，並簡化業務模式、應用稅收之法律專家機制，以及明確化國家石油儲備之資產管理。	2011/12
為配合航空法(2009 年第 1 號法律)及航運法(2008 年第 17 號法律)，必須加速分離監督功能(機場/港口管理局)與營運功能(企業化)。此外，根據鐵路法(2007 年第 23 號法律)，基礎設施和機車車輛供應商必須分離。	2011/12
修正改善私營部門參與電力供應之電力法(2009年第30號法律)，亦需規範發展可再生能源。	2011/12

資料來源：MP3EI。

(2) 行政規則之修正

表 3-9 行政規則修正及時間表

行政規則(Government Regulation)	目標時程
修正 2003 年第 38 號政府行政規則。應用於國防工業進口原料予以租稅減免(原減免僅給予彈藥和武器，並建議將減免擴大適用範圍包括彈藥、武器、戰鬥車輛、戰機、雷達、船舶及光	2011/12

學設備)。	
修正1995年第18號及第85號政府行政規則(與環境管理法(2009年第32號法律)規範一致)用以區別 B3廢棄物(有毒有害材料)及特殊廢棄物,以促進不同產業及造成廢棄物之產業對其產業廢棄物之利用,提高國內產業競爭力。	2011/7
修正1999年第69號政府行政規則,使食品標示、廣告相關之物品標示及包裝使用印尼語。	2011/12
修正2008年第62號政府行政規則(修訂2007年第1號政府行政規則)關於特殊部門及特殊領域相關投資之所得稅措施。依據MP3EI優先規定建立值得接受稅務優惠之細產業部門。	2011/12
修正1998年第68號關於自然保護區和自然保留區之規則並發放關於地下開採,增加地熱投資之許可證。	2011/12
加速2010-2025國家旅遊發展(Riparnas)政府規則草案之制定。	2011/6
編制財政部為施行2007年第35號關於企業稅收分配政府行政規則之技術指引,以提高工程、創新、擴散技術能力及技術標準,並建立由全體股東同意制定之公司治理制度。	2011/12

資料來源：MP3EI

(3) 總統令之頒布及修正

表 3-10 總統令頒布及修正時間表

總統令 Presidential Regulations (Perpres), Presidential Decrees (Keppres), Presidential Instructions (Inpres)	目標時程
頒布關於鐵路PSO, IMO and TAC相關之總統令。	2011/12
修正2010年第13號與基礎建設方面相關之政府與私部門夥伴關係之總統令條款。	2011/7

頒布關於依觀光法(2009年第10號法律)設立印尼觀光促進局 (Indonesian Tourism Promotion Board (BPPI))之總統令。	2011/5
頒布關於暫停森林砍伐之總統令。	2011/7
頒布關於鼓勵東印尼地區基礎建設發展之總統令。	2011/12

資料來源：MP3EI

(4) 各部會辦法則之修正

表 3-11 各部會辦法修正及時間表

部會辦法(Ministerial Regulations)	目標時程
檢視財政部 (PMK) 2010年第67號關於商品出口退稅機制，以及為使相關產業部門通過DIPA發展機制之規則，特別檢視關於棕櫚、橡膠、可可出口關稅之適用，並包括其衍生產品和加值稅，以避免雙重課稅。	2011/8
頒布有關規定執行以煤炭、石油和天然氣支援下游橡膠、可可和鋼鐵產業配套措施之規則。	2011/12
頒布財政部有關租稅優惠適用產業種類之技術規則。	2011/8
頒布有關發展和培育基因轉植 (GMO) 糧食作物和種植之技術規則。	2011/10
頒布關於加速對農業生產、畜牧業、漁業中心等投資誘因措施之規則。	2011/08
修正財政部2001年第107號關於原依據RIB契約之國防裝備進口免稅規則，改依國防部生產計劃辦理租稅減免。	2011/12
修正財政部2010年第241號關於製造藥品、化妝品、傳統醫藥及機械設備製圖產業之原料及資本財進口稅徵收之規則。	2011/8
修正財政部2007年第140號關於暫予進口之規則。對於外國遊客在居留期間使用之進口車輛或特殊貨物及僅用於與會展業	2011/12

特定活動有關之進口設備給予進口關稅豁免。	
頒布關於閒置廢棄土地利用之規則。	2011/7

資料來源：MP3EI

二、對進出口貿易相關法制環境(台經院，2011)

印尼之國際貿易體可由關稅制度、進出口管制及關稅與非關稅貿易障礙等面向進行探討。

(一) 關稅制度：

1973 年海關法為印尼關稅制度主要法律依據，分為一般關稅制度及優惠關稅制度。根據世界貿易組織之統計，印尼 2009 年平均關稅稅率為 37.1%，最惠國適用關稅稅率為 6.8%，農產品為 8.4%、非農產品為 6.6%。印尼對汽車、鋼鐵與部分化學產品免徵收關稅，除部分食品類、酒精類、香水類、化妝品類、塑膠及陶製品等項目適用之關稅自 30% 至 150% 之外，目前大部份產品之進口關稅約為 0% 至 20%。另一方面，為支持運輸產業發展，印尼政府已降低運輸車輛之零件關稅，並將船隻及飛機維修之備用零件降至零關稅，所有汽車零組件進口關稅已降為 15%。

下表為根據 WTO 資料所示之印尼政府承諾產品進口關稅一覽表：

表 3-12 印尼對 WTO 承諾產品進口關稅

產品類別	最終適用關稅 (Final bound duties)				最惠國待遇關稅 (MFN applied duties)			進口 (Imports)	
	平均	免稅 (%)	最高	限定 (%)	平均	免稅 %	最高	比例 (%)	免稅 (%)
動物產品	43.8	0	50	100	4.4	16.2	25	0.5	63.6
乳製品	74.0	0	210	100	5.5	0	10	0.7	0
水果、蔬菜 及植物	45.6	0	60	100	5.9	6.2	25	0.7	0.3
咖啡、茶	46.0	0	60	100	8.3	4.2	15	0.2	0.3
穀物及製品	44.8	0	160	100	5.8	6.8	150	2.5	71.2
油籽、油脂 及油	39.9	0	60	100	3.9	38.2	10	1.6	87.1
糖果及糖	58.3	0	95	100	8.0	0	21	0.4	0
飲料及香菸	81.3	0	150	100	51.8	1.1	150	0.4	0.0
棉花	37.4	0	40	100	4.0	20.0	5	0.9	97.8
其他農產品	40.7	0	60	100	4.3	22.3	15	0.7	67.7
魚及漁產品	40.0	0	40	100	5.8	4.9	15	0.1	32.2
礦物及金屬	38.9	0.1	40	97.4	6.4	19.7	30	16.5	47.2
石油	40.0	0	40	100	0.3	95.0	5	23.2	99.1
化學品	37.9	0.1	60	95.8	5.2	22.1	150	10.6	38.7

資料來源：WTO Statistics database, Tariff Profile, Indonesia.

表 3-12 印尼對 WTO 承諾產品進口關稅(續)

產品類別	最終適用關稅 (Final bound duties)				最惠國待遇關稅 (MFN applied duties)			進口 (Imports)	
	平均	免稅 (%)	最高	限定 (%)	平均	免稅 %	最高	比例 (%)	免稅 (%)
木材、紙及其他	39.4	0	40	99.6	5.0	27.8	15	2.4	57.8
紡織品	26.4	0	40	99.7	9.3	1.0	25	3.0	4.8
衣服	35.0	0	40	100	14.4	0	15	0.2	0
皮革、鞋類及其他	39.7	0	50	99.4	9.0	12.7	25	1.5	15.3
非電子機械	34.9	6.6	40	96.7	2.3	70.7	15	14.1	70.2
電子機械	30.6	23.0	40	96.5	5.8	32.5	15	10.1	66.8
運輸設備	38.7	0	40	43.9	10.6	39.3	50	7.3	32.6
製造業產品	35.4	9.5	40	86.1	6.9	18.2	15	2.6	11.2

資料來源：WTO Statistics database, Tariff Profile, Indonesia.

上表中之最終適用關稅(final bound duties)，係指印尼政府於 1995 年加入 WTO 後，將各類產品之關稅固定於特定水準，承諾課徵關稅之上限。換言之，各類進口產品之實際適用稅率(applied rate)不得超過最終適用稅率之上限。其次，上表中「平均」意指排除非適用關稅(unbound tariff lines)之最終適用稅率之簡單平均值。

(二)進口管制制度：

1934 年貿易法係規範印尼貿易政策之基本法源。印尼政府實施進口管制時，主要採行配額與許可證兩種方式。所有進口商品必須被課予 10% 加值稅(value-added tax, VAT，即我國之加值型營業稅)，該

項稅率依法可依經濟環境變化，於 5% 至 15% 之稅率進行機動調整。

印尼政府對於例如大型電視、運動器材、地毯及珠寶等高價位商品課予奢侈稅(luxury tax)，其稅率介於 10% 至 75% 間。2010 年 4 月生效之增值稅與奢侈稅法，將奢侈稅最高稅率從 75% 提高至 200%。

2010 年印尼財政部頒布第 152 號(152/PMK. 04/2010)規則，關於汽車在自由貿易港區之進出口規則。由於自由貿易港區繫屬印尼司法管轄權而非海關轄區，故該區域內之車輛得免徵進口關稅、增值稅、奢侈稅及其他規費。然為避免濫用此項免稅優惠，印尼政府亦同時規定申請適用免稅優惠者，必須向海關申報，並須向海關取得進出口證明。

2010 年 10 月 11 日印尼貿易部發布第 39 號規則，自 2011 年 1 月 1 日起，允許印尼製造商企業得自國外進口成品，但要求該成品必須與該企業之生產相關。

此外，2010 年第 11 號法令，規定為擴大智慧財產權之保護，自 2010 年 3 月 15 日起，部分進口商品實施進口監督機制，包括：機械與機械設備、原物料、空白光碟及已錄製之光碟產品。

(三) 出口管制制度：

現行印尼政府對出口之管制主要受產業及貿易部 1998 年第 558 號部長命令 (558/MPP/Kep/12/1998) 及 2007 年第 1 號法令 (01/M-DAG/PER/1/2007) 所規範。

有關印尼之出口管制措施，目前有以下四點重要之變化趨勢：

1. 自 2010 年 2 月 11 日起，印尼解除對豬隻、豬肉及相關產品之出口管制禁令。
2. 2010 年 6 月 29 日起，印尼政府取消價值 100 萬美元以上之可可、橡膠、咖啡、棕櫚油與礦產出口必須使用信用狀之規定。並自 2010 年 7 月 1 日開始實施。
3. 2010 年 10 月實施礦產品出口新規則：

能源及礦業資源部決定每月初為煤、錫、鎳及銅在內之礦產品出口訂定價格下限。

(四) 關稅障礙

自 2011 年 4 月 18 日起，部份進口食品平均關稅由 5% 調高至 10%，其中部份化學品和乳製品之適用關稅稅率也予以調高，以防範進口產品之競爭威脅。

車輛方面，印尼對於機車整車進口之關稅稅率為 60%，同時課徵 75% 奢侈稅，其零組件之平均進口關稅稅率約為 25%，外加 10% 增值稅。非印尼生產之機車禁止於印尼快速公路上行駛。此外，排氣量 1.5 公升至 3 公升之汽車，以及 2.5 公升以上之柴油車，2006 年之關稅為 60%，2010 年已降至 40%，但對於主要汽車生產國家而言，此一關稅稅率仍有進一步調降之必要。

農產品方面，印尼仍有逾一千三百種農產品之適用關稅稅率達 40% 以上。例如：新鮮馬鈴薯之有效稅率達 50%。主要係受當地農產品業者遊說，要求調高部份敏感性農產品關稅稅率之影響，使得部分農產品稅率超過 WTO 所規定適用關稅稅率之水準，包含大豆、玉米和糖。

此外，服飾類、運輸機械、電氣產品等物品之關稅稅率依然維持較高水準，平均關稅分別為 14.4%，11.6% 和 5.8%。

三、國際協定

(一) 印尼對日本經濟夥伴協定

印尼與日本經濟夥伴協定 (Economic Partnership Agreement, EPA，下稱日印尼 EPA) 於 2008 年 7 月 1 日正式生效，雙邊重要協議項目包括：貨品貿易、服務貿易、投資、智慧財產權、競爭政策合作、能源以及礦產資源，以及技術協助等，為一涵蓋廣問題泛且強調雙邊合

作之自由貿易協定。

協定中對日本最重要之內容為能源合作，因能鞏固日本能源供應安全。對印尼最重要者，則為藉日本各項高技術之移轉，得以協助印尼國內產業能力之建構。

日印尼 EPA 具歷史及開創性意義，該協定於雙方建交屆滿 50 週年之際生效，且係印尼首次對外簽署之自由貿易協定，代表印尼及日本兩國已建立經貿上全面且緊密之關係，強化雙方經濟上之互惠體系，並可作為全球各項經濟合作之範本。

日印尼 EPA 生效後，兩國約佔九成貿易產品之關稅將於 10 年內逐步廢除。印尼將調降或免除其海關進口稅則所列之 1 萬 1,163 種貨品中 93% 之進口關稅，或品項目中之 58%，包括葡萄、蘋果、柿子，及特殊用途鋼材等貨品，將立即免除關稅，其餘 35% 之品項，則將於未來三至十五年逐步調降關稅至零。日本方面，則將調降或免除其海關進口稅則所列 9 千 275 種貨品中之 90% 之印尼進口貨品關稅，其中 80%，包括蝦、農產品、紡織成衣及鞋類等將立即免除關稅，其餘 10%，則於未來三至十五年分階段調降至零關稅。

日印尼 EPA 高度地削減雙邊關稅障礙，但日本實施嚴格之商品品質管制制度，故該協定於實際執行上，自印尼出口之產品仍將遭遇日本在進口貨物檢驗上之非關稅貿易障礙限制。

由於印尼對日本主要出口之高科技產品有高度需求，故高科技產品之關稅減讓對日本對印尼貿易極為有利。反之，為印尼主要出口之農產及林木產品，將持續受制於日本嚴苛高檢疫標準之非關稅貿易障礙對待。

(二) 中國與東協自由貿易協定 (CAFTA)

2010 年 1 月 1 日起，中國與東協自由貿易協定 (CAFTA) 正式生效，中國大陸與東協六成員國包括：印尼、泰國、馬來西亞、菲律賓、新加坡和汶萊間 90% 以上進出口貨物開始實行零關稅。

CAFTA 實施後，直接衝擊印尼之紡織、家具和鋼鐵等產業。為保持是類產品之競爭力，印尼必須大量進口原物料及設備，以利與中國產品競爭。

因此，印尼財政部於 2011 年 4 月 27 日公佈暫時取消 182 項原物料及設備貨物之進口關稅，包括 59 項化學產品、1 項食品(大豆油)、91 項機械產品、16 項電子產品及 13 項船運項目。實施暫時免除進口關稅之時間為 2011 年 4 月 18 日起至 12 月 31 日，自 2012 年 1 月 1 日起再行恢復課徵。

四、法制面對台商進入印尼市場之相關影響

(一)2007 投資法對台商投資印尼之益處

1.優惠方式單純

如前所述，2007 年 1 月 1 日印尼政府提供十五項產業投資之租稅優惠，包括：紡織、化工、紙漿和紙板、醫藥、橡膠製品、鋼鐵業、電子產品和之零組件產品等等，合格之投資者可享投資固定資產高達總金額百分之卅之投資租稅抵減，並於六年期間抵扣公司之應稅收入，且是項優惠適用來自國外直接投資之新投資或對現有廠房及設施之改善及擴充相關投資。

國外對印尼之資本投資可享受之租稅抵減包括：所得稅、機械、資本財及工具之關稅減免、生產原料之關稅減免、免徵營業增值稅、加速折舊，及土地及建物之租稅獎勵。

有資格申請適用投資獎勵之特定行業包括：紡織業、特定紡織業、特定紙類和紙漿業、煉油廠、特定工業用途化材和人工橡膠業、特定藥妝品原料業、橡膠製品和特定人造纖維業、鋼鐵製造業、特定機械和設備製造業、特定電子和電信工業、特定陸地交通運輸工具、船舶及其零件設備製造業等等。

外資投資特定產業或特定地區可享所得稅減免。獎勵投資之產業

部門包括食品加工業、包裝業、塑膠製品業、水泥業、家具業及海產加工業等等。

2. 負面表列易於配合

印尼政府對開放外資赴印尼投資之產業以負面表列方式管理，便於投資選擇與掌握相關訊息，降低投資交易成本且較易於配合及適用。

(二) 投資障礙

1. 投資及公司設立程序繁複

印尼設立外資公司應辦理之許可執照分為四大部分：公司執照、各項進出口執照(包括一般進口執照、海關註冊、機器和原料免稅進口優惠證明、中古機器設備進口許可證及特定產品進口執照)、房地產執照及外籍員工工作證。

2010 年 3 月後設立之製造業企業除例外之情況並經工業部認定者外，必須設置於工業區內。外國投資人向印尼政府提出投資申請案時，必須向 BKPM 提出 Model I 之申請表及相關附件，外資企業獲得 BKPM 之同意設立後，申請人必須將公司設立證書進行公證，經公證後之公司設立證書需送交法律及人權部申請核准備查。

該外人公司亦有義務向貿易部進行公司登記，並向所在地地方政府申請住所謄本。最後，公司必須向稅捐單位取得納稅人註冊號碼及應稅企業統一編號後，始完成公司設立之程序。

然而，初次取得之投資許可，僅為臨時性之營業執照，直至達到一定生產階段時，必須另行申請永久營業執照，最高可取得長達 30 年之公司營運權。

此外，外國人投資公司對主管機關有若干報告義務：獲得 BKPM 批准後，外國人投資公司有義務對 BKPM 提出資本投資活動(LKPM)之報告、於取得永久營業執照 (IUT) 前，應向 BKPM 提出資本投資活動半年報。已獲得 IUT 之外國人投資公司，必須提出一份以 BKPM

所規定標準形式作成之年報。相關報告須送交之政府機構包括貿易部、央行，以及相關技術部門之地區辦事處。

雇用外籍人才方面，於一般情形下，公司僅能就政府或法規准予開放予非印尼人之特殊職務或職位雇用外國人任職，且雇主必須提出以印尼人取代外籍勞工之人力資源培訓計畫。因此，外國人投資之公司聘用外籍員工時，首先必須向人力部提出外籍人力運用計畫 (RPTKA)，外籍人力運用計畫係取得外籍人士臨時居留證 (KITAS) 和工作證 (IKTA) 之基本文件。且人力部要求外國人投資公司每僱用一名外籍人士必須同時僱用三名當地勞工。

2. 官員素質及潛規則成為影響執法之變數

2007 年新投資法雖然以更優惠租稅措施鼓勵新投資及擴大原有之投資規模，惟該投資必須能顯著達到創造就業人口、改善基礎設施、強化技術移轉、發展先趨產業、發展偏遠地區，環境永續、科技研發、提升中小企業產能之政策效果，投資者亦應依法投入資金以推動所投資地區地區環境和社會之改善措施，且該投資必須係利用印尼國內資本財及國內生產設備。

其次，印尼投資法授予符合一定條件之外國投資者取得 2 年期之臨時居留證及多次入境許可之權利。再者，依據土地之種類及符合一定條件之情況下，本法允許外資延長享有土地所有權之期間。此外，外國投資者對此資金之轉移及匯回，有申報之義務。

以上各項結果之審查過程，皆深受行政機關裁量權之影響，而官員素質不佳及行政執行上到處充斥之潛規則，成為影響執法結果之變數。

最後，投資法規定外國投資者有股權捐助政黨之義務，在其所投資企業開始營運之前十五年，必須捐助一部分股份與印尼政黨，或選擇與印尼政黨建立合資企業，惟該政黨在該合資公司設立時，須持有百分之五以上之原始股權，在此情況下，外國公司免除適用股份捐助

政黨之規定。是項捐助規定，使外資無從選擇，被迫必須與當地政黨(政府官員)合作，等同為政府透過立法公開對企業實施掠奪。

3. 官員執行效率低

印尼針對吸引外資成立單一服務窗口，但因官員行政效率低，未落實執法，因此成效不彰，申請各項許可之平均等待時間皆須花費二週置一個月以上，增加投資廠商之困擾。

4. 制度透明化

管制制度透明化(Transparency of Regulatory System)方面，由於印尼政府之監督管理及法治環境不彰，導致許多無論國外或是國內當地公司盡可能避免求助於司法系統。

此外，由於法規範不明確，往往需要主管機關或執行機關進行解釋，導致在印尼當地事業經營之不確定性，並增加尋租(rent seeking)之機會。

然而，近年所實施之解除管制(Deregulation)措施，已達到一定程度成功消除上述法規所造成阻礙之效果，創造更加透明化之貿易和投資環境，並緩解(但尚未完全消除)法制面之阻礙因素，故仍有進一步強化之空間。

(三) 進出口障礙

隨著日印尼 EPA 之逐步上軌道，日本對印尼進行大規模技術轉移，一旦排除非關稅障礙後，加上優惠關稅之優勢，中長期而言，對台灣出口至日本與印尼之產品勢必造成影響。

尚未至印尼佈局之台商，應注意立即消除關稅之商品項目，例如：銷往日本之農林漁業產品，及出口至印尼之鋼鐵產品、汽車零組件等，審慎調整產品定價與行銷策略，達到市場區隔，以盡量降低貿易移轉效果所產生之衝擊。

第四節 小結

分析印尼逐年進步的主要原因是適逢亞洲總觀經濟快速發展以及亞洲經濟大國的帶動投資開發，加上印尼市場規模夠大、總體經濟環境較佳、使得商品市場效率較高。而印尼的商業成熟度以及創新能力在全球134個國家中排名37，顯示其在商業經營發展與創新能力具有相當的競爭力。

根據「全球競爭力報告」，印尼在商品市場效率上具有豐沛的資源、龐大的市場規模、顧客購買商品的手續較簡便、農業政策的成本較低、貿易壁壘較低、對外商的限制較少、對外商擁有權的限制較低、成立公司所需時間較短等優勢，且正在逐年進步中。

然而，但一些長久存在的問題也不容忽視，例如政府貪污腐敗、管制機制不健全、基礎設施不完善、科技不發達、薪資與生產力低、聘用與解僱的困難度高、工資靈活度低、勞工素質不佳等因素，使勞動市場效率較低，以及涉及對投資者有力的保護、證券交易所的安全條例以及法律權力的明確度等元素的金融市場成熟度不夠等等。

另外，在印尼經商時必須要考量通路的問題，由於印尼商品通路大多已被當地人（尤其是華人）所把持，要進入印尼市場，則必須先進入該通路，如何切入是台商應注意的問題。最後，若是與印尼人合資，則必須慎選合作對象，許多台商在印尼投資而鍛羽而歸之主要原因是因為與當地集團合作而產生糾紛等，這些都是投資印尼必須正視與考量的難題。

其次，就消費市場而言，印尼消費者缺乏長期的消費規劃，而消費主要集中在少數大城市，年輕消費族群興起帶動消費型態轉變，新興通路成為未來消費者首要的選擇，以及消費這偏好分期付款方式等等，都是未來進入印尼市場打開通路所必須考量的消費環境要素。

此外，就法制環境而言，印尼於 2007 年通過新投資法，成為目前印尼市場管制外人最主要之法律，對於外國投資者更加友善，更加著重於投資環境方面之改善，重視外人投資財產權利之歸屬。

其次，外人投資之新負面清單除限制廿三種投資業務及產業不進行開放，並將四十三個產業部門保留予印尼國內中小企業經營外，該清單開放卅三個產業部門與國外投資人建立夥伴關係，同時開放九十八個產業部門准予外國人進行投資。

再者，為配合吸引外資法規之鬆綁，印尼實施新投資審查程序，以達到促進其政府機構間之協調合作之目的，並以大量提供租稅優惠之方式，吸引國際投資者進入印尼廣大之國內消費市場。

最後，印尼目前已有六十國與印尼簽署雙邊投資保障協定，而日本與印尼間業已完成經濟夥伴協定之簽署。另關於自由貿易協定方面，包括：東協、澳洲、紐西蘭、中國、印度、南韓，以及協商中之美國及歐盟等國家或國際組織，與印尼刻正進行自由貿易協定之洽簽。

第肆章 印尼未來政經發展趨勢研判

本章重點在關心印尼政治、經濟與社會等未來之趨勢，以期用前瞻的觀點，掌握未來印尼發展動態，以便提供政府與產業界制定相關策略之參考。

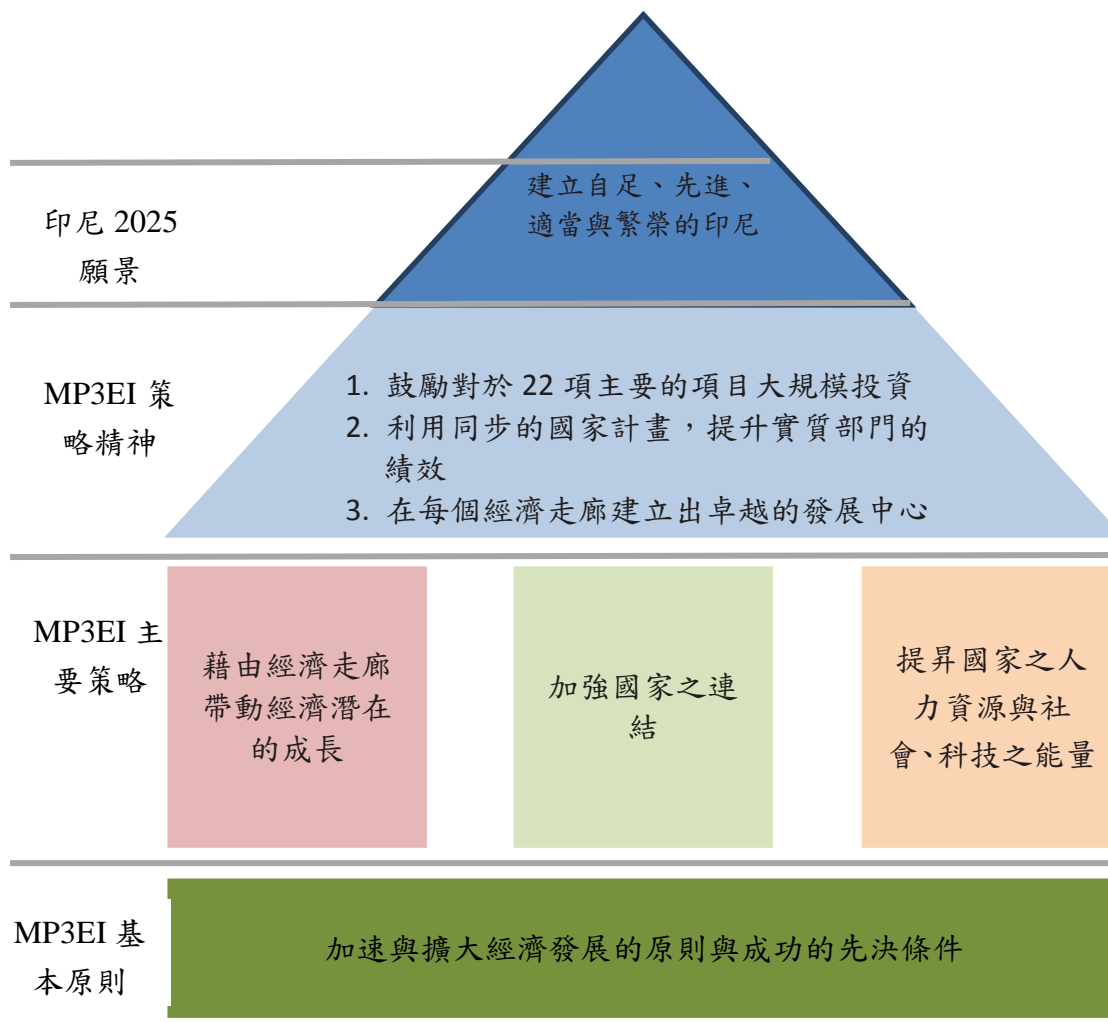
第一節 印尼未來經濟重要規劃

印尼政府於今年（2011）5月27日公佈「加速擴張印尼經濟建設藍圖2011-2025」（Acceleration and expansion of Indonesia economic development 2011-2025）（簡稱MP3EI），作為未來15年印尼發展的願景規劃，希望這個東南亞人口最多、經濟規模最大的國家，在2025年時進入世界10大經濟強國之列。雖然印尼政府以往也推出過不少振興經濟的計劃措施和改革綱領，但是大部分停留在紙上談兵的階段，缺乏實際執行效果。這次的MP3EI由400多名政府官員、企業家和專家學者共同擬定，以建設六大經濟走廊和六大惠民政策為基礎，並由蘇西洛總統親自推行，相信可以確確實實、認真負責的開展建設。

由於MP3EI為指導未來印尼未來15年經濟建設的重要規劃，欲拓展印尼之商機，必不可忽略此藍圖。故本研究將簡要提此藍圖之主要的重點，以此整理與歸納印尼未來經濟發展之重要趨勢。

一、MP3EI 之願景與策略

圖 4-1 加速擴張印尼經濟建設藍圖（MP3EI）之架構圖



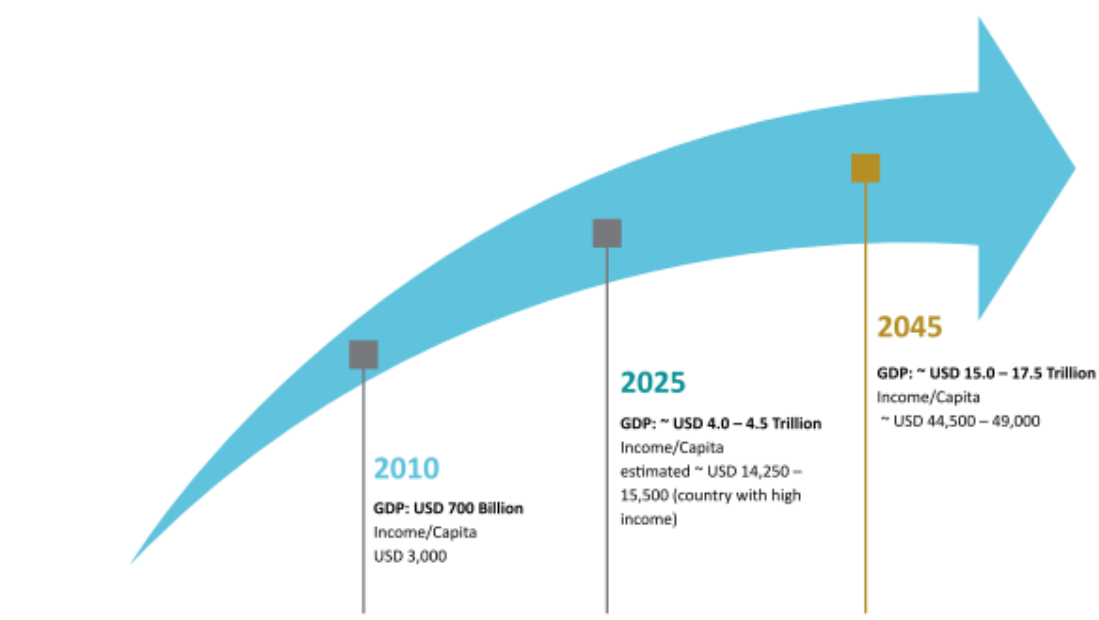
資料來源： MP3EI

本藍圖之架構如圖4-1，以提出2025年印尼的國家願景為「建立自足的、先進的、適當的與繁榮的印尼」(the self-sufficient, advanced, just, and prosperous Indonesia)。其精神為：1.鼓勵對於22項主要的項目大規模投資。2.利用同步的國家計畫，提升實質部門的績效。3.在每個經濟走廊建立出卓越的發展中心。

其主要的策略包括：1.藉由經濟走廊帶動經濟潛在的成長。2.加強國家之連結與提昇國家之人力資源與社會、科技之能量。目前為止，

印尼為世界第十七大的經濟體，希望透過MP3EI的實行在15年後，印尼可以躋身世界前10大經濟體，透過MP3EI使印尼它成為世界上發達的國家之一。根據MP3EI，預計到2025年印尼人均收入達14,250美元至15,500美元，國內生產總值（GDP）達4.0-4.5兆美元。為了實現上述目標，在2011-2014年期間，實質經濟成長率預期需達6.4-7.5%，並配合減少通貨膨脹率由2011-2014的6.5%至2025年的3.0%。2045年人均收入將達44,500-49,000美元，GDP將達15-17.5兆美元。（請見圖4-2）

圖 4-2 印尼 MP3EI 規劃之未來目標



資料來源：印尼 MP3EI 規劃文件

而在 2025 年時，必須關注的達成 3 項主要的目標：

1. 增加產業生產過程的附加價值與擴張其價值鏈，提高分配網絡之效率，並提高產業進入與利用天然資源和人力資源的能力，而這些目標可以經由在區域間和區域內各區域中心的經濟成長所創造的經濟行為來達成。
2. 鼓勵生產效率和提高行銷力道，進一步整合國內市場，以推

動和加強國家經濟的競爭力。

3. 為了推動加強國家創新體系中的區域生產，加工和行銷，全面加強可持續的全球競爭力，以邁向創新驅動型經濟發展。

要達成上述之規劃目標，MP3EI列舉了印尼的若干潛力與挑戰。首先，在潛力方面，印尼擁有眾多的人口與人力資源、擁有眾多的天然資源及位在良好的地理位置上。在人力資源方面，根據2010年之統計，印尼的人口為2.429億人，排名全球第四，大量的人口與快速增加的購買力創造了一個相當大規模的市場，且大量的年輕人口，提供豐富的勞動力。其次在天然資源方面，印尼擁有豐富的再生（如農產品）與非再生（如礦產）等天然資源，是全世界最大的棕櫚油之生產與出口國，第二大的可可粉與錫的生產國，而鋼鐵、銅、橡膠等亦是最大的生產國之一。在地理位置方面，印尼離兩個最大且成長速度最快之經濟體－中國與印度，只需5小時的飛航時間，並可利用最為活躍的海洋交通航道(sea lane of communication; SLOC)直接進入世界最大的市場。

然而，印尼亦有相當之挑戰，目前印尼的經濟結構主要集中在農業或自然資源的加工業，工業發展程度較低。除此之外，印尼東西部發展有顯著的差距。而MP3EI目的是以加速和擴大在印尼的經濟發展為出發點，旨在使國家更加公平。

另一個巨大的挑戰，是增加基礎設施之提供以支持經濟活動，提供足夠的基礎設施，鼓勵區域之間的連結，降低運輸和物流成本，以提高產品競爭力，加快經濟增長。

人力資源的素質是一個挑戰，印尼人的平均教育程度普遍較低，許多人會將小孩送到馬來西亞、新加坡或台灣等國接受教育。印尼也面臨著快速的城市化，2010年，53%的印尼的人口居住在城市地區。據預測，到2025年，城鎮人口將達到65%。因應這些變化，消費模式、

生產結構等必須隨之改變。而這些改變將影響就業結構，提高土地使用衝突發生之機率，並需要增加可靠的基礎設施，以支持商品和服務之分配。最後，則是全球氣候變化，海平面上升，氣溫提高，極端的氣候變化等天然因素的挑戰。

二、MP3EI 之六大經濟走廊與未來主要產業佈局

印尼政府在MP3EI中設定了六大經濟走廊，作為區域發展的重心，這六大經濟走廊分別為蘇門答臘經濟走廊、爪哇經濟走廊、加理曼丹經濟走廊、蘇拉威西經濟走廊、峇厘-努沙登加拉經濟走廊和巴布-摩鹿加群島經濟走廊等，而由於每個經濟走廊之特性與相對優勢不同，故印尼政府分別對於六個經濟走廊設定了發展目標如下：

1. 蘇門答臘經濟走廊：天然資源的生產與加工和國家的能源儲備的中心
2. 爪哇經濟走廊：作為國家工業和服務發展之驅動力
3. 加理曼丹經濟走廊：國家礦業生產與加工和能源儲備的中心
4. 蘇拉威西經濟走廊：國家農業種植、漁業、石油與天然氣和礦業生產加工的中心
5. 峇厘-努沙登加拉經濟走廊：旅遊之大門和國家糧食支持
6. 巴布-摩鹿加群島經濟走廊：食品、漁業、能源和全國礦業發展中心

MP3EI之首要目的是使印尼成為一個發達和繁榮的國家，GDP規模達4-4.5兆美元，在2025年成為世界上經濟大國第9位。為了實現這一目標，經濟走廊對 GDP的貢獻目標將為82%，或相當於3.5兆美元。為達此目標，此六大經濟走廊年成長率必須加快至兩位數以上。

除了六大經濟走廊之外，MP3EI提出8大主要發展計畫，包括農

業、礦業、能源、工業、海洋產業、旅遊業、電信和戰略領域之發展，而此8項發展計畫共納入22個主要經濟項目，包括運輸設備、資訊科技業、船運、紡織業、食品與飲料、鋼鐵業、國防設備、棕櫚油、橡膠、可可、畜牧業、木材、石油與天然氣、煤礦、鎳礦、銅礦、鋁礬土、漁業、旅遊業、食品農業、大雅加達策略區、巽他海峽大橋與周邊經濟策略區等。

與比較利益均有所差異，因此印尼政府在MP3EI的規劃中，將重點放在六大經濟走廊，依照不同的經濟走廊特性發展上述不同的產業，期能發揮其各自的比較利益。

依照上述不同的經濟走廊之不同經濟特性，印尼政府為各個不同的經濟走廊規劃出不同的產業發展，如在蘇門答臘經濟走廊以發展鋼鐵、船運、棕櫚油、橡膠、煤炭與巽他海峽戰略區等，而爪哇經濟走廊則是以食物與飲料、紡織、運輸設備、船運、資訊科技產業、國防設備和大雅加達策略區等；加里曼丹經濟走廊以鋼鐵、鋁礬土、棕櫚油、煤炭、石油與天然氣和木材為主；蘇拉威西經濟走廊是以鎳、食品農業、石油與天然氣、可可與漁業為主；峇厘-努沙登加拉經濟走廊則是以旅遊、畜牧業和漁業為主；最後，巴布-摩鹿加群島經濟走廊主要發展鎳、銅、食品農業、石油與天然氣和漁業。（請見表4-1）

表 4-1 印尼六大經濟走廊產業發展配置

主要經濟活動	蘇門答臘經濟走廊	爪哇經濟走廊	加里曼丹經濟走廊	蘇拉威西經濟走廊	峇厘-努沙登加拉經濟走廊	巴布-摩鹿加群島經濟走廊
銅鐵業	√		√			
食品與飲料		√				
紡織業		√				
運輸設備		√				
船運	√	√				
鎳礦				√		√
銅礦						√
鋁礬土			√			
棕櫚油	√		√			
橡膠	√					
食品農業				√		√
旅遊業					√	
資訊科技業		√				
煤礦	√		√			
石油與天然氣			√	√		√
大雅加達策略區		√				
巽他海峽大橋與周邊經濟策略區	√					

表 4-1 印尼六大經濟走廊產業發展配置(續)

主要經濟活動	蘇門答臘經濟走廊	爪哇經濟走廊	加里曼丹經濟走廊	蘇拉威西經濟走廊	峇厘-努沙登加拉經濟走廊	巴布-摩鹿加群島經濟走廊
國防設備		√				
畜牧業					√	
木材			√			
可可				√		
漁業				√	√	√

資料來源：MP3EI

為支持六大經濟走廊內主要經濟活動的發展，已確定必須投資之總金額約為4,012兆印尼盾。由於印尼政府之財政能力有限，故政府將提供總經費之10%左右從事基礎建設之提供，如道路，港口，機場，鐵路和發電，其餘將提供國有企業，私營部門，或公私夥伴合營關係（public private partnership；PPP）企業提供建設基金。其中國有企業約需提供18%之經費、而私營部分則約為51%，公私合營則約為21%。由於印尼未來必須付出龐大的經費以為MP3EI之建設，故需要大量的資金，故其積極的向國家招手，赴印尼投資的障礙預料會大幅的減少，對於希望赴印尼投資之廠商應為一個良好的時機。

在行業投資金額來看，印尼預期投入金額最大的產業為石油與天然氣業，預期投入金額為463兆印尼盾，佔總投資金額的11.54%，若扣除總投資金額中有1,786兆為基礎建設之投資，其更佔了各產業淨投資總額2,226兆之20.8%，超過五分之一，其次為大雅加達區投資案，預期投入金額為352兆印尼盾，佔各產業淨投資總額15.81%，其餘分別為煤炭的213兆（9.57%）、銅產業的197兆（8.85%）、鎳產業的183兆（8.22%）、巽他海峽策略區的150兆（6.74%）、鋁礬土為137兆（6.15%）、食品農業的108兆（4.85%）、鋼鐵業100兆（4.5%）與棕櫚油92兆（4.13%）等，其餘12項經濟活動之比重相對較小。由此可見，印尼未來產業發展之重心在於與能源有關和金屬產業為主，對於可可、畜牧業、船運、橡膠、紡織、旅遊或ICT產業之投資較少。其中，由於橡膠、可可等，印尼已是最大生產國或最大生產國之一，故增加的幅度較小，而ICT產業雖然在此處投資比重甚低，但在基礎建設上，資訊科技之投資金額則非常龐大，顯見印尼期望在公共建設上大量引入高科技的設備，對國內高科技業者而言，可能是一個相當大的商機。

在基礎建設上，主要的投資項目為電力與能源設施，預計投資681

兆印尼盾，佔基礎建設投資的38.13%，其次為道路建設的339兆，佔18.398%，第三大為鐵路建設的326兆，佔18.25%、資訊科技的242兆，佔13.55%、其餘為港口建設117兆（6.55%）、航空設施32兆（1.79%）、水力設施的18兆（1%）等。

三、六大經濟走廊未來發展趨勢與問題

1. 蘇門答臘經濟走廊：

其包含了班達.亞齊（Banda Aceh）、棉蘭（Medan）、北干巴魯（Pekanbaru）、占碑（Jambi）、巨港（Palembang）、丹戎檳榔（Tanjungpinang）、邦加檳港（Pangkalpinang）、巴東（Padang）、班達.楠榜（Bandar Lampung）、明古魯省（Bengkulu）與西冷（Serang）等11個省與城市，主要發展之經濟活動為棕櫚油、橡膠、煤礦、船運、鋼鐵與巽他海峽戰略區。蘇門答臘經濟走廊被規劃為天然資源的生產和加工與作為國家的能源儲備的中心，蘇門答臘島的戰略位置可以推動其成為「進入歐洲、非洲、南亞、東亞和澳大利亞市場之國家經濟前線」。

然而在此經濟走廊內，各區域之所得差距頗大，而且其石油與天然氣儲備日益減少，使得其成長速度受限，近年來投資亦在下降，另外基礎設施與工業發展不足，如道路狹窄，破損，過時的和損壞的鐵軌，且缺乏港口和電力支持產業之發展。

在此經濟走廊的經濟戰略將集中在三個主要的經濟活動：棕櫚油，橡膠和煤礦。這些活動有很大的潛力成為主要的經濟趨動力。鋼鐵生產這是集中在萬丹也有望成為這條走廊的成長主要趨動力。

除了發展上述之主要產業之外，在此經濟走廊規劃中亦提出興建巽他海峽大橋，以連結蘇門答臘與爪哇。目前為止，連接此兩大經濟走廊的交通只靠船舶與飛機，受到天候等不確定因素影響非常大，故

印尼政府規劃興建巽他海峽大橋，將兩地之通行時間由2-3小時大幅縮短到只有30分鐘，也可以提供貨運更便利的選擇，甚至未來可以在此大橋上，設立液體和氣體輸送管道，電纜和光纖網絡，以及潮汐中心為基礎的電力。

2. 爪哇經濟走廊：

包括了雅加達 (Jakarta)、萬隆 (Bandung)、三寶壟 (Semarang)、日惹 (Yogyakarta) 與泗水 (Surabaya) 等5個省與城市，主要發展之經濟活動為食品與飲料、紡織、運輸設備、船運、資訊科技、國防設備與發展大雅加達策略區。

爪哇經濟走廊是作為國家工業和服務發展之驅動力為主要規劃。一般情況下，爪哇經濟走廊相對於其他走廊具有更好的經濟和社會狀況，因此，爪哇經濟走廊有潛力進步的價值鏈，從製造型經濟向服務型經濟。這條走廊有潛力作為經濟轉型之樣本，從初級產業向第三級產業轉型，這種價值鏈的發展已在新加坡、深圳和杜拜之例子中被證明是可行的。

在此經濟走廊中，主要的經濟活動將集中在食品和飲料，紡織，交通運輸設備。此外，也有希望發展其他經濟活動，如航運，信息和通信技術和國防設備。

除了發展上述產業之外，爪哇經濟走廊要發展大雅加達經濟策略區，該區佔地三省（即雅加達，萬丹和西瓜哇）和12個城市，控制約60%的國家進口，出口活動，以及超過85%的決定關係到國家的財政。根據最新的人口數據調查，居住在大雅加達地區的總人口約28萬人（2010），超過全國人口的12%。大雅加達地區是東南亞面積最大的城市。據估計，超過30%的大雅加達的住所已收入超過5000萬印尼盾，或每年約5000美元。

然而大雅加達之未來發展也存在著困難，其中一個主要問題在這一地區的道路承載量有限，造成交通的擁塞，機動車輛的成長速度遠遠高於道路增加的速度。另一個所面臨挑戰是大雅加達地區清潔的水供應不足，有限的機場和海港的能力等。

3. 加理曼丹經濟走廊：

考慮到豐富的資源和地理特徵的加里曼丹，此走廊規劃為國家礦業生產與加工和能源儲備的中心，包括了坤甸（Pontianak）、帕朗卡拉亞（Palangkaraya）、班查爾馬辰（Banjarmasin）與三馬林達（Samarinda）4個城市。主要發展之經濟活動為石油與天然氣、煤礦、棕櫚油、鋼鐵、鋁礬土與木材產業。根據統計，加理曼丹地區的石油與天然氣、礦產之產量為印尼總產值之50%。

此地區發展之問題包括（1）石油和天然氣部門年生產總量持續下降。為了確保加里曼丹的經濟可持續性，有必要加強發展非石油和天然氣部門；（2）在石油與非石油部門、城市與鄉村存在著發展的差距；（3）基礎建設之需求與供給存在差距，如道路、電力與乾淨的水、教育與健康照護等；（4）在此經濟走廊中，用於經濟發展之投資不足。

4. 蘇拉威西經濟走廊：

此走廊規劃為國家農業種植、漁業、石油與天然氣和礦業生產加工的中心，包括了望加錫（Makassar）、肯達里（Kendari）、馬穆朱（Mamuju）、帕盧（Palu）、哥倫打洛省（Gorontalo）與馬那多（Manado）等6個省與城市。主要發展之經濟活動為農業（以水稻、玉米、大豆、木薯為主）、煤礦、漁業、鎳礦、石油與天然氣。

這條走廊被規劃為服務東亞、澳洲，大洋洲和美洲之最前線的地區。為了實現這一目標，必須考慮幾個問題，首先，蘇拉威西與印尼

的其他島嶼相比人均所得較低，其次，農業為蘇拉威西主要經濟活動，也是其GDP最大的貢獻者，但其成長速度緩慢。再者，蘇拉威西接受國內和國外投資者之投資，相對於其他地區較低。最後，缺乏足夠的經濟和社會基礎設施，如道路，電力，水和健康照護等。

根據規劃，蘇拉威西經濟走廊發展的重點為農業食品、可可、漁業和鎳礦。此外，石油和天然氣也可以成為推動該走廊經濟成長之動力。

5. 峇厘-努沙登加拉經濟走廊：

旅遊之大門和國家糧食支持中心，此走廊規劃為旅遊之大門和國家糧食支持中心，包括了登巴薩（Denpasar）、龍目（Lombok）、古邦（Kupang）與馬打蘭（Mataram）4個城市。主要發展之經濟活動為旅遊、漁業與畜牧業。

本走廊的發展主題是希望可以改善民眾的生活，在這個經濟走廊區域中，有高達17%的人口在貧困線以下，而其貧富差距亦非常大，高低所得的差距高達17.7百萬盾，較印尼平均每人所得13.7百萬盾為高，也較此區域的平均每人所得14.9百萬盾為高。但本區域具有良好的社會條件，如民眾識字率高達80%以上，平均壽命為63歲，其平均每人所得亦高於全國平均。

此走廊所面臨主要問題，包括人口分佈不均，投資水準低和基礎設施不足。因此，需要加速和擴大經濟發展，重點將集中於三個主要的經濟活動：旅遊，漁業和畜牧業。眾所周知，印尼的峇厘島是舉世聞名的旅遊勝地，每年為印尼帶來巨額的觀光收入，是印尼主要財源之一。而旅遊業是一個外部性非常高的行業，旅遊業的貢獻會反映在交通運輸、零售、飯店、餐館、農業、漁業、畜牧業等。

6. 巴布-摩鹿加群島經濟走廊：

此走廊規劃為食品、漁業、能源和全國礦業發展中心，包括了索非非(Sofifi)、安汶(Ambon)、索龍(Sorong)、曼諾瓦里(Manokwai)、提米卡(Timika)、查亞普拉(Jayapura)和米勞克(Merauke)等7個城市。主要發展之經濟活動為食品和飲料、銅礦、鎳礦、石油與天然氣與漁業。

巴布-摩鹿加群島經濟走廊之發展問題為經濟成長率相對較其他走廊為低，其投資的風險與不確定較高，導致投資不足；由於有限的灌溉設施使農業部門的生產力無法發揮；缺乏支持經濟發展的基礎設施；人員流動性高，人口相對較少，使得規劃不易等。

由上述之分析可以發現，印尼所規劃的六大經濟走廊中，普遍存在的問題是基礎建設(如水、電、道路等實體建設與教育、醫療等軟體建設)不足、區域發展差距過大、吸引投資的能量不足、人力資源有限等。因此在MP3EI計劃中，高達4,012兆的總投資金額中，基礎建設的部分即佔了1,786兆，比重高達44.52%，而且在整體投資規模中印尼政府因為財政問題只負責其中10%，其他部分將由國有企業、民營企業或混合企業投資，亦相當歡迎國際投資者。

第二節 印尼政經環境未來變化趨勢

一、印尼政治未來發展趨勢

(一) 總統與國會未來發展趨勢

首先，在政治上，在經歷了蘇哈托的新秩序時代後（New Order）印尼轉變為一個民主國家，並且在2004年舉行了真正意義上的民主總統選舉。印尼之總統任期一任為五年，可以連任一次，現任總統蘇西洛（Susilo）在2004年第一次民主總統選舉時打敗梅嘉瓦蒂成為印尼之總統，並於2009年選舉時再度連任。由於已經連任一次，故2014年時蘇西洛將不會再競選總統。而蘇西洛本人也宣佈他與家人無意在2014年參選總統。他本人也不會推舉任何人當總統候選人，而是讓人民與民主機制在2014年作出決定（星洲日報，2011/06/10）。但在2011年6月29日仍決定委其妻舅出任陸軍總參謀長，故有政治觀察家認為即使蘇西洛與其家人不會參加2014年總統選舉，他仍會安排其接班人投入總統選舉（星島日報，2011/06/30）。

依據過去印尼憲法規定，印尼最高政府權力機構為人民協商會議（MPR），有權制定、修改與頒布憲法和國家總方針政策，選舉總統，副總統，監督和評價總統執行國家大政方針情況和在總統違背憲法時對其進行彈劾或罷免，成員700名，任期5年。2002年8月，人民協商會議修憲增設地方代表議會，人民協商會議改由國會（DPR）及地方代表議會（DPD）之議員組成，兩會議員均經普選產生，2004年道次總統及國會直選後，人民協商會議主要職權為修訂憲法。2009年4月印尼國會改選，選出560席國會議員，132席地方代表會議議員，人民協商會議席次共計692席。

印尼是一個多黨政治的國家，1975年政黨法只允許三個政黨存在，即專業集團、建設團結黨、印尼民主黨。1998年5月解除黨禁，1999

年1月28日新政黨法規定，50名以上年滿21歲的公民只要遵循「不宣傳共產主義，不接收外國資金援助，不向外國提供有損於本國利益的情報，不從事有損於印尼友好國家的行為」的原則，便可成立政黨。1999年大選中，梅加瓦蒂總統領導的民主鬥爭黨贏得大選，與其它幾個主要政黨聯合執政。2004年大選中，專業集團黨贏得127個議席，成為國會第一大黨。2009年大選中，則是蘇希洛創立的民主黨贏得大選。目前印尼的主要政黨包括：民主黨（2009年國會得到150個席次，為目前印尼國會第一大黨）、專業集團黨（2009年國會得到107個席次，為目前印尼國會第二大黨）、印尼民主鬥爭黨（2009年國會得到95個席次，為目前印尼國會第三大黨）、繁榮公正黨（2009年國會得到57個席次，為目前印尼國會第四大黨）、國家使命黨（2009年國會得到43個席次，為目前印尼國會第五大黨）與建設團結黨（2009年國會得到37個席次，為目前印尼國會第六大黨）。

2014年印尼總統選舉方式將與過去不同，2009年以前印尼之總統選舉方式為先舉行國會大選，由國會大選票數超過5%或席次超過3%之門檻的政黨才有資格提出總統候選人，2014年印尼之總統選舉將與國會大選合併進行。另外，2010年時印尼公布新政黨法，新法規定，各政黨必須在全國每個省設有分部，全國75%縣市設有支部，推出的議員候選3成是女性。雖然2010年所頒佈新的政黨法內容比過去嚴格，有資格參加下屆大選的政黨不多，但是有意躋身參選的人士紛紛成立新政黨。繼媒體大王蘇爾亞.帕洛（Surya Paloh）聯袂日惹蘇丹.哈蒙庫.卜沃諾十世（Sultan）於2010年2月1日成立「民主國民黨」（Nasional Demokrat）社區組織之後，已故蘇哈托總統之子托米傳將領導一個稱為「共和民族黨」（Nasrep）的新政黨，該黨正在考慮，推舉托米.蘇哈托擔任中委會主席或輔導委員會主席。可以想見2014年的印尼總統選舉將是一個競爭相當激烈的選戰，然而由於印尼安然度過2008年之金融危機，執政黨功不可沒，故未來政治的變化應不致對於印尼

之經建計畫有所影響。

（二）印尼回教政黨崛起

印尼是世界回教大國，在印尼二億三千多萬人口之中，約有85%的人民信仰伊斯蘭教，然而雖然印尼大多數人口信奉回教，但在過去的政黨發展歷史來看，回教政黨在印尼卻一直無法佔到舉足輕重的地位。在印尼獨立建國後，由蘇加諾編制了「潘查希拉」的思想，將民族主義、回教勢力與共產主義，結合在一起。¹⁵在蘇哈托的新秩序時代，為了削弱回教勢力與穩定政局，將民族主義者、回教徒與共產主義者組合成「互助合作政府」，而蘇加諾對於共產黨的勢力培植與進一步削弱回教徒的行為使得回教徒的憤恨，成為反共和反蘇加諾的主要勢力。蘇哈托政權時期，將不同的回教政黨集成建設團結黨，但由於內部的不一致，造成政黨分裂，自此之後，回教勢力便在印尼的政局中難以有發展空間。

1999年印尼開放黨禁、修改政黨法、實行政黨自由，許多的回教政黨相繼成立，並在2004年的總統大選時，各組總統候選人均以回教政黨的重要人物搭配正副總統選舉，其政壇影響力達到最高峰。然而，2009年的總統大選中，蘇西洛在與回教政黨達成協議後，並沒有推出回教的副總統候選人，但在選後的內閣與國會中，仍佔有相當重的地位，可以預見的時，未來回教政黨在印尼的國會與政壇中，地位將會持續的提高，對印尼政治將有決定性的影響，但由於「潘查希拉」的思想已經深植印尼回教徒的心中，故印尼的回教徒不致於朝激進的回教主義發展。

¹⁵潘查希拉（Pancasila）是印尼建國的五項原則，包括至高無上的神道、公正和文明的人道、印尼的統一、協商代表制指導下的民主、印尼全體人民的社會公正之實現。

(三)分裂主義與恐怖主義之威脅

印尼由於其國土是由1萬7000多個島所組成，外島與中央政府之分離主義一直是印尼政治穩定的一個頭痛的問題，自印尼建國之後一直沒有停止過。主要包括了南馬魯古共和國(印尼: Republik Maluku Selatan, RMS)、亞齊民族分離主義運動 (Aceh National Separatism Movement) 和巴布亞 (Papua) 問題。

早在1950年安汶即出現反對中央政府的「南馬魯古共和國」，主要是以信奉基督教的信徒為主。1949年，印尼脫離原荷蘭殖民地荷屬東印度獨立，南馬魯古地區的馬魯古族人則拒絕加入印尼。馬魯古人，前印尼聯邦政府司法部長支持荷蘭人提出的邦聯制，因而宣布成立南馬魯古共和國。1950年11月，印尼政府派軍隊鎮壓。由於力量對比懸殊，該國很快淪陷。該國淪陷後，小規模的游擊鬥爭一直持續到1962年。而亞齊省則是以信奉回教為主的人民，希望建立一個以回教宗法為法律並享有高度自治的國家。亞齊曾是印尼宣布獨立時的忠實擁護者，但後來發現以爪哇人為主體的雅加達印尼政府持續在政治上和經濟上剝削他們豐富的資源。亞齊是印尼物產最富饒的省份之一，它蘊藏豐富的石油和廣大的原始森林，但雅加達政府對亞齊的回饋卻少得可憐，因此在被剝削感嚴重的情況下，自1950年開始即積極的從事分離主義運動，希望自印尼獨立。

另外，自911美國的恐怖攻擊事件後，印尼這個全世界擁有最多回教徒的國家亦持續存在恐怖主義威脅的陰影中，尤其是分別在2002年10月12日與2005年10月1日發生的兩次峇厘島爆炸事件，與2009年7月17日發生的雅加達酒店爆炸事件的恐怖攻擊，造成數百人死亡，使得人們預期印尼為恐怖事件發生機率相當高的國家。在投資或擴展印尼商機時，該些風險亦是必須要考量的。

二、印尼社會未來發展趨勢

(一) 貧窮與所得分配問題

印尼近年來所得雖然成長快速，但所得分配不均、貧富差距的問題亦愈來愈嚴重。根據印尼統計局統計，目前印尼人口約2億4,000萬人，而貧窮人口高達3,1023,400人，貧窮人口佔總人口比率達13.33%。而區域之間的貧富差距亦非常懸殊，在首都雅加達，貧窮人口佔比為3.48%，而最貧窮的巴布亞省（Papua）之貧窮人口佔比則高達46.02%，差距近15倍。平均一日所得低於2美元的人口為1億1,300萬人，比例高達49%；其中低於1美元的人口占8%。根據富比世（Forbes）雜誌的報導，2011年印尼的14位大富豪的財產達290.7兆印尼盾，或等於印尼2011年國家收支預算的22%，或等於2010年國內生產總值（GDP）的4.5%。這表示印尼富有的人很富有，但貧窮的人卻很貧窮，貧窮差距相當大。印尼所得最高的10%，大約2400萬人為最有能力的消費族群，其中大多數為印尼華人與政府官員親屬。另外，失業人口為832萬人，比例達7.14%，而龐大的失業以及貧窮人口已成為印尼經濟及社會最大的隱憂。

(二) 排華暴動

由於所得分配不均、貧富差距問題嚴重，造成階級對立，且在1997年東亞金融風暴的肆虐下，印尼國內政局動盪不安，當時的總統蘇哈托政府中一些軍事將領秘密策動一場暴動。目前主流媒體都認為，這是蘇哈托為轉移金融危機壓力，緩和國內壓力，透過軍方情報部門策劃煽動的。但另有一說是軍事將領為了推翻蘇哈托政權所進行的一場叛亂，但無論如何，此次的排華暴動是有人心人士所操弄的。

由於華人在印尼之經濟條件普遍較好，而印尼長久以來對於共產黨的不友善，故在有心人士的操作下，將華人與富人、共產黨連結在一起，故華人當時即是主要被攻擊的對象。然而現在的情況下，印尼

的政治有分贓之傾向，政局相對穩定，再發生排華暴動的機會相對不高。

(三)地震與海嘯

2008年南亞大海嘯造成國內民眾對於印尼投資之安全性產生了疑慮，然而根據實際赴印尼訪談之結果，由於地震與海嘯多集中在火山運動頻繁的蘇門答臘島、爪哇島南部與東部島嶼，而台灣主要投資區域為工商業集中的西爪哇與東爪哇，故較不受到影響。

(四)印尼重要建設與預期完工之影響

在MP3EI藍圖中，基礎建設是一個重點，印尼政府預計要投入1,786兆的經費，改善其道路、橋樑、飲水與電力等，其中道路與鐵路之建設為基礎建設中的重點。由於印尼是多個島嶼所組成的島國，其島與島之連結不是空運就是海運，成本較高且方便性不足。故連結各個島嶼與城市的道路或鐵路建設便顯得非常重要。印尼於2011年即動工興建了3條鐵路，即雅加達-泗水雙線鐵路、雅加達外環鐵路，及芒加萊-蘇哈機場鐵路。由交通部建造的雅加達-泗水雙線鐵路工程，將耗資9兆至10兆盾，最遲於2013年建竣。由印尼火車公司建造的雅加達外環鐵路工程，將耗資8兆至10兆盾，今年末開始動工。由國企部和雅京專區省政府合作興建的蘇哈機場-芒加萊鐵路工程，將耗資2兆至3兆盾，需一年半建竣。另外，蘇南將透過基建大型工程建設落實，建築137公里長高速公路，接通卡尤阿貢、奧坎科默靈下游直至萬尤亞新貝棟，是爪哇以外最長的高速公路。

三、印尼經濟未來發展趨勢

本小節之重點在討論印尼未來經濟發展趨勢，其中包括了相關經濟指標之預期與重要的經濟規劃策略等，以期掌握印尼未來之經濟發展脈動，供本研究分析我國利基產業與相關策略規劃之參考。

(一)經濟發展相關預測指標

1.國民所得未來趨勢

根據經濟學人集團(EIU)之Country report預期，印尼2015年名目GDP為12,227兆3800億印尼盾，約合1兆4210億美元，年成長率均超過13%以上，而其實質GDP（2005年為基期，以下均同）為3,165兆1800億印尼盾，約合3,665億美元，年成長率亦均在6%以上。2015年印尼各支出佔GDP比重最大者為私人消費，佔53%，其次為民間投資，佔27%，再其次為淨出口，比重為11%，而政府支出佔比約僅9%。由此可知，2015年時印尼仍是一個主要由民間之內需消費為主的經濟體系，政府支出所佔之經濟比重相對較低。對於經濟成長之帶動效果而言，預期於2015年時，消費亦仍是帶動經濟成長的主要動力，其對經濟成長之貢獻點為2.9%，其次分別為投資2.3%、政府支出的0.7%與淨出口的0.4%。

另外，預計今年(2011)印尼平均每人所得水準將突破3000美元，且估計未來五年均以超過10%的速度成長，到2015年平均每人GDP將達5,560美元。一般而言，平均每人GDP超越3,000美元是一個相當重要的關卡，根據許多國家的發展經驗，平均每人GDP超越3,000美元後，城市化、工業化進程會加快，社會公共服務能力、生活水準將會進一步提高，且由於所得提高，消費能力上升，故對服務業之需求將大幅提升，服務業之發展速度將會加快。

其次，由於印尼的經濟成長主要是以消費為動力，其消費力不容忽視，舉例來說，印尼一年可銷售出百萬支黑莓機，而印尼也是全球黑莓機成長最快速的國家(ING投顧，2011/01/06)。此外，印尼銀行貸款快速增加，包括汽車等耐久財消費激增，巴黎證券即預估印尼2011年汽車銷售量將可較2009年成長超過一倍，2013年度銷售量更可望突破百萬輛；印尼信用卡協會亦預估印尼2011年信用卡交易總額將比

2010年上升30%，消費成長力道驚人！

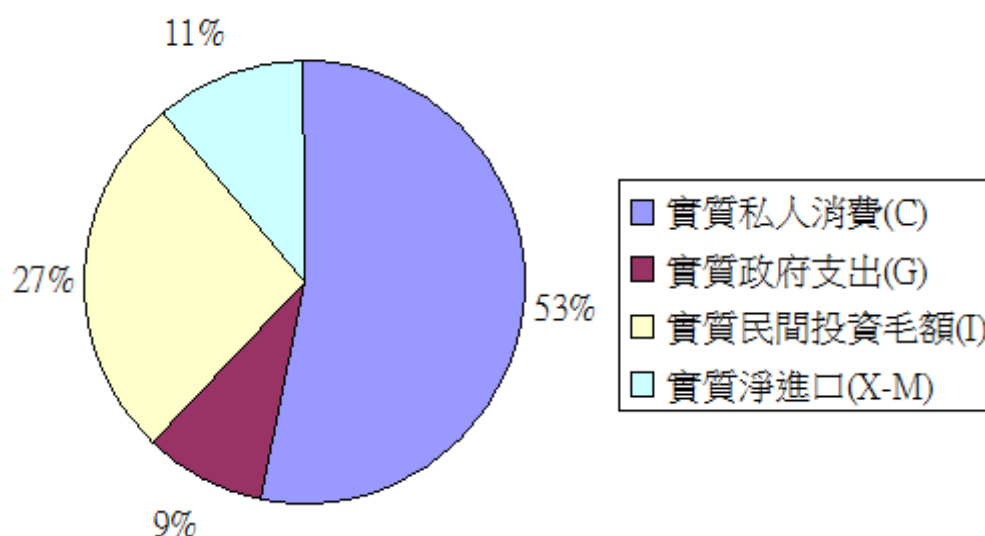
表 4-2 印尼國民所得與其組成預估

單位：十億印尼盾

	2011	2012	2013	2014	2015
	金額	金額	金額	金額	金額
名目 GDP	7,293,190	8,259,430	9,410,300	10,761,200	12,273,800
成長率(%)	13.6	13.2	13.9	14.4	14.1
實質 GDP (at 2005 price)	2,461,850	2,616,970	2,787,750	2,972,620	3,165,180
成長率(%)	6.5	6.3	6.5	6.6	6.5
實質私人消費(C)	1,369,550	1,439,610	1,515,840	1,598,650	1,685,430
成長率(%)	4.8	5.1	5.3	5.5	5.4
實質政府支出(G)	201,910	214,024	230,076	248,022	266,872
成長率(%)	4.2	6.0	7.5	7.8	7.6
實質民間投資毛額(I)	603,533	657,248	715,743	780,876	850,373
成長率(%)	9.1	8.9	8.9	9.1	8.9
實質出口(X)	1,226,630	1,322,590	1,477,440	1,662,020	1,832,260
成長率(%)	14.7	7.8	11.7	12.5	10.2
實質進口(M)	951,210	1,029,190	1,167,950	1,323,570	1,476,410
成長率(%)	14.6	8.2	13.5	13.3	11.5
平均每人實質 GDP(美元)	3,390	3,790	4,260	4,830	5,560
成長率(%)	16.6	11.8	12.4	13.4	15.1

資料來源：EIU country report, December 3, 2011

圖 4-3 2015 年預期印尼 GDP 之組成



資料來源：EIU country report, December 3, 2011

表 4-3 未來五年印尼經濟成長之貢獻點

單位：百分點

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
實質私人消費(C)	2.651	2.7	2.8	2.9	3	2.9
實質民間投資毛額(I)	1.992	2.2	2.2	2.2	2.3	2.3
實質政府支出(G)	-0.03	0.4	0.5	0.6	0.6	0.6
淨出口(X-M)	0.766	1.6	0.7	0.6	1	0.6

資料來源：EIU country report, December 3, 2011

產業結構方面，2010年工業佔GDP比重仍是三級產業中最大者，佔了47.05%，但預計2015年時將降至42.5%，而服務業則由37.62%上升至44%，並預計自2015年開始超越工業成為GDP比重最大者。而農業佔GDP比率則持續下降，由2011年的15.34%降至2015年的13.5%。

表 4-4 印尼三級產業佔 GDP 比重與其成長率

單位：%

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
農業佔 GDP 比重	15.34	14.90	14.60	14.10	13.70	13.30
成長率	2.86	3.80	3.50	3.50	3.50	3.50
工業佔 GDP 比重	47.05	46.00	45.00	44.10	43.10	42.10
成長率	4.69	4.10	4.10	4.20	4.20	4.20
服務業佔 GDP 比重	37.62	39.10	40.40	41.80	43.20	44.50
成長率	8.41	9.40	8.90	9.20	9.20	8.90

資料來源：EIU country report, November 27, 2011

2. 物價、利率與匯率未來趨勢

印尼的物價上漲率略高，今年消費者物價指數（CPI）上漲率為 5.137%，雖與過去比較並無特別快速成長，但仍高於印尼央行所設定的目標，而以國內生產毛額平減指數(GDP deflator)而言，上漲速度更快，為 6.5% 至 7.2% 之間。

在利率方面，存、放款利率與貨幣市場利率均呈上升的趨勢，放款利率由 2011 年 12.3% 緩步上升至 2015 年 14.5%，存款利率亦由 6.9% 上升至 9.2%，貨幣市場利率由 5.9% 上升至 8.2%，扣除消費者物價指數變動率後，實質存款利率由 1.6% 上升至 3%，實質放款利率由 7% 上升至 8.3%，而貨幣市場利率則由 0.6% 上升至 2%，整體而言，實質利息負擔呈上升趨勢。

在匯率方面，2010 年底美元兌印尼盾之匯率為 1 美元兌 8,991 印尼盾，2010 年 1 月時為 9,365，平均為 9,090.43，印尼盾幣值於 2010 年上揚 14.4%。以實質有效匯率指數(Real effective exchange rate; REER)

來看，2011年至2015年實質有效匯率指數均大於100，且有持續上升的趨勢，實質有效匯率指數是考量到各國之物價水準之調整後所計算一籃通貨之一國貨幣的匯率相對基期之變化，若REER大於100表示國幣升值或被高估，應該貶值。根據EIU之預測，2011年後印尼盾將略為貶值，預計在2015年時，印尼盾之匯率將貶至1美元兌8,585.5印尼盾。貶值對於印尼之出口將會有所貢獻，亦將有助於以從事出口貿易之印尼投資廠商的出口競爭力，然由於淨出口佔印尼GDP比重相對較低，帶動其經濟成長之主要動力仍是以民間消費與投資為主；另外，由於印尼經濟穩定成長與發展，吸引各國資金投資，而印尼政府亦擔心貶值使國內物價水準將進一步的上升，故印尼政府應不致使其幣值大幅貶值。

表 4-5 印尼未來五年物價與匯率預測

	單位：%					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
消費者物價指數變動率	5.137	5.3	4.7	6	5.8	6.2
GDP 平減指數變動率	8	6.6	6.5	7	7.2	7.1
放款利率	13.252	12.3	12.4	13.9	14.3	14.5
存款利率	7.017	6.9	7.1	9	9.2	9.2
貨幣市場利率	6.011	5.9	6.1	7.6	8	8.2
兌美元匯率 (平均：盾)	9090.43	8749	8789.1	8806.9	8789.5	8637
兌美元匯率(期末：盾)	8991	8769.1	8723	8798.2	8713.3	8585.5
實質有效匯率指數	105.697	106.7	109.1	114.3	119.4	125

資料來源：EIU country report, December 3, 2011

3.對外貿易未來趨勢

在對外貿易方面，以離岸價格計算，印尼之商品出口在2010年為1,580.75億美元，至2015年預計達3,699.39億美元，增加一倍以上，而進口則是由1,274.47億美元增加至3,214.85億美元，成長幅度與出口接近，貿易盈餘由306.27億美元持續增加至484.55億美元。服務貿易的部分則為赤字，2010年服務出口為167.66億美元，至2015年將增至292.86億美元，而進口由260.91億美元增加至472.05億美元，赤字由93.25億美元增至179.19億美元。所得帳的赤字較為嚴重，2010年國外所得收入為18.90億美元，至2015年將增加至89.48億美元，但所得支出由221.81億美元增至425.28億美元，赤字由202.91億美元增加至335.81億美元。整體經常帳餘額由2010年的56.43億美元增加至44.41億美元，但2011年以後佔GDP比重均在0.1-0.4%之間，顯示印尼之外貿相當的穩定。

表 4-6 印尼未來經常帳預估

單位：百萬美元，%

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
經常帳餘額	5,643	2,962	1,240	1,546	2,072	4,441
經常帳餘額 /GDP	0.799	0.4	0.1	0.1	0.2	0.3
商品出口(fob)	158,075	203,367	223,871	261,916	310,679	369,939
商品進口(fob)	-127,447	-168,911	-187,596	-223,427	-268,047	-321,485
貿易餘額	30,627	34,455	36,276	38,489	42,632	48,455
勞務出口	16,766	18,303	20,071	22,732	25,551	29,286
勞務進口	-26,091	-30,301	-32,859	-36,354	-40,972	-47,205

表 4-6 印尼未來經常帳預估(續)

單位：百萬美元，%

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
勞務帳餘額	-9,325	-11,998	-12,789	-13,623	-15,421	-17,919
所得收入	1,890	1,873	2,518	4,769	6,578	8,948
所得支出	-22,181	-25,566	-29,496	-33,470	-37,882	-42,528
所得帳餘額	-20,291	-23,693	-26,979	-28,701	-31,304	-33,581
經常移轉收入	7,571	7,666	8,643	9,827	11,260	13,069
經常移轉支出	-2,941	-3,469	-3,911	-4,447	-5,095	-5,583
經常移轉餘額	4,630	4,197	4,732	5,380	6,165	7,487

資料來源：EIU country report, December 3, 2011

4. 國際儲備與外匯存底

根據世界銀行之統計，2009年印尼之國際儲備為661.18億美元，世界排名25名，而EIU估計2010年達929.08億美元，至2015年預計達2226.62億美元，較2009年增加近3.5倍，顯示印尼未來五年的國際收支表現亮眼。而最重要的是對印尼之外人直接投資金額預計未來五年將由862.12億美元增加至1872.48億美元，故使得印尼之國際儲備將呈大幅增加的情況。國際儲備反映一國外債的償還能力，若一國之國際儲備愈高，則該國償還外債之能力愈高，印尼目前之國際儲備佔外債餘額比為62.4%，雖然仍不足以清償外債，但此比率卻逐年提高，預計2013年超越100%，預計至2015年國際儲備佔總外債餘額之比率會提升至153.2%，遠較東亞金融風暴（1997）時的12.759%高出超過十倍，顯見印尼的外債償還能力有顯著的提升，可以大大降低因為外債所造成的金融危機發生機率。

表 4-7 印尼未來國際儲備預估

單位：百萬美元

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
國際儲備	96,211	134,609	139,235	162,464	194,078	226,662
外匯存底	92,908	131,009	135,935	159,564	191,178	223,762
黃金儲備	3,303	3,600	3,300	2,900	2,900	2,900
總外債餘額	154,077	159,298	155,763	150,413	147,759	147,944
總外債餘額/GDP(%)	21.8	19.1	16.6	14.1	12.1	10.4
國際儲備/總外債餘額(%)	62.4	84.5	89.4	108	131.3	153.2

資料來源：EIU country report, December 3, 2011

5. 政府預算與債務未來趨勢

印尼政府預算大多為赤字，與其他多數國家相同，但預算赤字佔GDP比重相當小，約在1%上下，2010年此比率為0.7%，而預計2011年及2012年為1%，往後幾年將逐漸下降至2015年的0.4%，由此可知印尼之政府預算赤字控制上相對穩定。若不計政府債務利息支出，印尼政府財政基本收支呈現盈餘的狀況，2010年印尼的基本收支為盈餘451.81千億盾，佔GDP比率為0.6%，至2015年增加至764.44千億盾，但因GDP亦有成長，故佔GDP比率降至0.6%。印尼公共債務餘額佔GDP比率在2010年為25.73%，預計至2015年將降至18.2%，由此可見，印尼政府在降低政府債務餘額之努力，已達成顯著效果。

表 4-8 政府預算與債務未來趨勢

單位：印尼盾(十億)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
預算收入	995,271	1,167,130	1,315,480	1,527,720	1,761,870	2,089,340
佔 GDP 比率	15.5	16	15.9	16.2	16.4	17
預算支出	1,042,120	1,241,180	1,398,430	1,592,870	1,824,290	2,132,040
佔 GDP 比率	16.2	17	16.9	16.9	17	17.4
預算餘額	-46,846	-74,052	-82,949	-65,153	-62,416	-42,703
佔 GDP 比率	-0.7	-1	-1	-0.7	-0.6	-0.4
債務利息支出	88,383	74,275	76,920	87,223	102,504	119,147
佔 GDP 比率	1.4	1	0.9	0.9	1	1
基本收支	41,537	222	-6,028	22,069	40,088	76,444
佔 GDP 比率	0.6	0	-0.1	0.2	0.4	0.6
公共債務餘額	1,652,250	1,776,300	1,909,250	2,024,410	2,136,820	2,229,520
佔 GDP 比率	25.73	24.4	23.1	21.5	19.9	18.2

資料來源：EIU country report, December 3, 2011

6.人口與勞動力未來趨勢

2010年印尼的人口約為2.429億人，排名全球第四大，是東協國家中人口數量最多的國家，預計至2015年為2.558億人口，每年之人口成長率約為1%-1.12%左右。根據聯合國全球主要國家年齡預估，印尼的年齡中位數28.2歲，全球最年輕國家排名第2，僅次於印度的25歲，2015年時，印尼年齡中位數為32歲，亦僅次於印度的28.1歲。一般而言，當一國青壯人口占人口結構比例最高時，經濟活動也會達到高峰，因此就人口結構而言，印尼擁有絕佳的優勢。根據ING印尼潛

力基金經理人之說法，印尼未來十年的黃金消費族群比重有13%，到2030年時34歲以下的人口將近50%，人口結構夠年輕，勞動力成長造就中產階級與日俱增，加上印尼近年來經濟成長亮眼，讓中產階級賺錢與花錢毫不手軟，消費實力看漲(ING投顧，2011/01/06)。

以勞動結構來看，印尼2010年勞動力共計1.165億人，勞動參與率約為47.95%，預計至2015年勞動力為1.251億人，勞動參與率提高至48.91%。2010年失業率為7.14%，預計未來將持續下降至2015年的6%，由於民族性、教育制度之缺失與社會風氣影響，印尼勞工素質普遍不佳，生產力偏低。

表 4-9 印尼人口與勞動力預估

單位：百萬，%

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
人口總數	242.968	245.6	248.2	250.8	253.3	255.8
人口成長率	1.122	1.1	1.1	1	1	1
勞動力	116.5	117	119.3	121.6	123.4	125.1
失業率	7.14	6.7	6.6	6.5	6.4	6

資料來源：EIU country report, December 3, 2011

表 4-10 全球主要國家年齡之中位數（歲）

國家/地區	2005 年	2010 年預估	2015 年預估	2020 年預估
印度	23.7	25	26.5	28.1
印尼	26.5	28.2	30.1	32
巴西	27	29	31.3	33.6
中國	32.1	34.2	35.6	37.1

資料來源：聯合國，摩根大通證券；2010/08

表 4-10 全球主要國家年齡之中位數（歲）（續）

國家/地區	2005 年	2010 年預估	2015 年預估	2020 年預估
美國	36	36.6	37.2	37.9
俄羅斯	37.3	38.1	38.9	40
英國	38.9	39.9	40.3	40.4
西歐	40.5	42.2	43.8	44.9
日本	43.1	44.7	46.6	48.6

資料來源：聯合國，摩根大通證券；2010/08

7. 工資成本未來趨勢

印尼的工資呈持續上升的趨勢，2011至2015年印尼每年平均名目工資均以7%以上的速度成長，至2015年成長率將達8.2%，但由於印尼之物價膨脹率相對亦較高，故使得其平均實質工資指數每年約以1.9%-2.6%的速度成長。而以單位勞動成本指數來看¹⁶，2010年平均每小時勞動成本為134.4，至2015年增加為165.7，但其成長率有下降的趨勢，2010年成長率為18.70%，而2011年預計為7.1%，至2015年預計降為5.3%。由於單位勞動成本指數為平均生產一單位產品所必須支付的勞動成本，故其成長速度愈快表示產品中勞動成本上升速度愈快，故成長率降低，可減緩產品中勞動成本上升之幅度，而平均每小時的勞動成本則由2010年的0.7美元逐步增加至2015年的1.1美元。

¹⁶單位勞動成本指數，是用來衡量勞工每小時產出（生產力）與單位產出成本（勞動成本）的變化情況，該指數是以總薪資指數除以生產指數而獲得，表示每生產一單位所須支付之勞動成本

表 4-11 工資成本預估

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
平均名目工資指數	131	140.7	151.1	163.2	176.5	190.9
平均名目工資成長率 (%)	6.8	7.4	7.4	8	8.1	8.2
平均實質工資指數	90	91.8	94.1	95.9	98	99.8
平均實質工資成長率 (%)	1.6	2	2.6	1.9	2.1	1.9
單位勞動成本指數	134.4	144	147.8	152.6	157.4	165.7
單位勞動成本指數成長率 (%)	18.7	7.1	2.7	3.2	3.2	5.3
平均每小時勞動成本 (美元)	0.7	0.8	0.9	0.9	1	1.1

資料來源：EIU country report, December 3, 2011

8. 生產力未來趨勢

根據EIU之估計，2010年印尼之勞動生產力成長率為2.8%，2011年為4.1%，之後將以每年超過4%之成長，相對於平均實質工資成長率而言，此生產力成長速度較高，亦即對廠商而言相對有利。整體總要素生產力在2011年至2015年均有超過2%之成長率，且有逐年提高趨勢。實質資本成長率亦逐年遞增，由2010年的6%提高到2015年的7.5%，由於資本、勞動與總要素生產力之逐年提升，故使得實質潛在產出成長率整體上亦有上升之趨勢。由以上之分析可知，印尼國內的需求與供給均呈穩定成長之趨勢，呈現平衡成長的態勢。

表 4-12 印尼未來生產力預估

	單位：%					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
勞動生產力成長率	2.8	4.1	4.1	4.4	5	4.6
總要素生產力成長率	1.9	2.8	2.6	2.8	3.1	2.7
實質資本成長率	6	6.4	6.7	7	7.2	7.5
實質潛在產出成長率	5.6	5.3	6.2	6.5	6.5	6.2

資料來源：EIU country report, December 3, 2011

(二) 印尼重要未來經濟發展規劃

由於印尼公布了「加速擴張印尼經濟建設藍圖2011-2025」之中長期規劃，明確了發展8個發展計劃、20個產業與2個經濟策略區，使得產業的發展目標集中在上述的20項產業，在MP3EI中亦提出對相關法令之修正，使得該些產業發展利基提高。如在煤礦、石油與天然氣產業方面，印尼政府計畫於2011年12月時，修正或檢討許多法令，包括修正關於礦產和煤礦開採業務方面相關不確定性之礦業法(2009年第4號法律)，並檢視石油及天然氣法(2001年第22號法律)，改變對石油和天然氣的思維，從稅收面轉變為促進經濟增長之目的。而電力事業部分，修正改善私營部門參與電力供應之電力法(2009年第30號法律)，亦需規範發展可再生能源等。其他在鋼鐵、汽車、觀光、農、漁、畜牧業等亦有相對之法規的修正。包括台灣在內的許多國家，對MP3EI之產業投資的意願因而提高。另外，印尼政府亦積極的向外招手，以吸引外人直接投資。今年第一季外人直接投資(FDI)較去年同期成長54.4%、達45億美元，外資積極佈局，從原本的採礦業，延伸到消費、水泥、汽車與銀行業。CIMB預估，今年全年FDI流入金額上看280億美元，明年有機會再擴大到350億美元(鉅亨網2011/08/18)。

首先，由於在MP3EI之規劃中，基礎建設的投入金額非常可觀，因此在水泥、鋼鐵、石化、ICT等產品之需求將會大幅增加。故在水泥業部分，根據媒體報導，印尼每年需要至少2,000兆印尼盾（約合2200億美元）的基礎設施投資才能確保其經濟增長率在2014年達到7%（南博網2011/07/22）。印尼國內的一系列基礎設施投資也導致水泥需求量的急劇增加。未來的5-10年將有極大的發展空間。根據南博網（2011/ 6/ 27）報導，印尼政府支持在爪哇島以外建設水泥廠，特別是在巴布亞和加里曼丹。據悉，有一些中國與印度投資者表示有意在巴布亞建水泥廠。中國安徽的海螺水泥亦在雅加達與印尼簽署合作備忘錄，擬在印尼丹戎建設生產線，並配套餘熱發電和粉磨站，且準備在加里曼丹和巴布亞投資多達23.5億美元興建4個水泥工廠（星洲日報2011/8/22）。這是海螺水泥首次確定在海外建廠，國際化戰略正式啟動。據悉，儘管擬建項目產能不及海螺水泥當前總產能的1%，但當地水泥市場噸毛利水準卻是中國國內的三倍多，在中國國內市場已飽和的情況下，海外拓展將是海螺水泥未來利潤成長的重要支點（中時電子報2011/07/01）。然而，印尼工商會館總主席蘇爾納（Suryo Bambang Sulistio）指出，為提高國內企業家投資，政府須改善印度尼西亞東區的基建，如建大港口。

基礎建設除了水泥之外，另一個重要的原料就是鋼鐵，2011年8月份，印尼政府頒佈安排在特定時間內免稅問題的政策，初步將有3個工業部門獲得免稅期便利，即基本金屬（鋼鐵）工業，煉油廠和煤炭氣化。政府對免稅期激勵問題，採取制訂明確的法律條例的選擇（星洲日報2011 6 28）。看好印尼鋼鐵業的發展，亦有許多的國家準備或已進入印尼投資，中國武漢鋼鐵股份有限公司與印尼PT Gunung Garuda公司將在未來五年攜手投資至多30億美元，5年內在北蘇門答臘和南蘇門答臘省建兩座工廠，年產量達300萬至500萬噸（星洲日報2011/07/09）。另外，印尼最大的鋼鐵廠—克拉卡陶鋼鐵廠與韓國浦

項鋼鐵公司，合作建立克拉卡陶浦項鋼鐵廠後，如今有大約一百家韓國機動車配件企業表示，有意把工廠遷來印尼。投資統籌機構資深專員卡林（Silmy Karim）表示，雖然合建鋼鐵廠仍在建築過程中，已有支撐工業有意在印尼設廠，但需再過兩年才完成建廠工程（星洲日報2011/07/01）。

再以石化產業而言，印尼2008年原油蘊藏量（potential resource）達44億桶，占全世界第25位，但因缺乏投資，產量不斷下降。根據印尼礦產能源部石油天然氣局所發布之資料，印尼政府2010年目標是每日生產 96萬 5,000桶石油，並依此訂下2010年國家預算，印尼2009年每日生產約 96萬桶石油，印尼政府希望石油生產溫和成長。而根據印尼油氣開發機構指出，印尼國內石油平均每日產量如今已升為91萬桶，遠比直至5月份的平均日產量88.8萬桶更高，最終有可能達到2011年度收支預算案列定的94.5萬桶日產量指標（南博網2011/07/19）。石油和天然氣生產上一直是印尼經濟主要來源，約占政府財政總收入30%，2009年石油和天然氣的收入高達182.63兆印尼盾（約190億美元）。雖然石油的蘊藏量逐漸下降，但印尼仍有許多石化的相關原料的蘊藏，故仍吸引許多的投資，如英國石油公司（BP）即承諾在今後10年內，將增加投資100億美元。目前，BP在印尼的投資額達70億美元。BP公司有意在能源領域投資，還要發展煤層甲烷氣，即印尼具備相當大蘊藏量的能源之一（印尼星洲日報2011/05/31）。在MP3EI之規劃下，石油與天然氣產業是一個重要的發展產業，預期將會有更多的優惠政策會出現，值得國內石化業者的關注。

台灣與印尼之產業合作主要以資訊科技與電子產業為主，例如環隆科技董事長歐正明透露，旗下台灣與大陸嘉隆廠，將投產第三代影像電話+平板電腦（Tablet PC）。環隆也與印尼廠商合作，在印尼雅加達附近，設立印尼廠。歐正明表示，印尼廠占地面積1萬平方米，環科將投資300萬美元，預定7月籌設印尼子公司，並開始建廠，預定

今年底可生產電子書，未來新廠最大年產值在5億~10億元（工商日報2011/06/15）。另外，15家台灣資通訊廠商在2011年6月參加在印尼雅加達會議中心（Jakarta Convention Center）舉辦的座談會（ICT Road Show）及個別貿易洽談會，參加廠商對印尼市場普遍認為反應良好（中央社，2011/6/9）。而印尼具有豐富的天然資源及廣大市場，台灣則具有管理及技術的優勢，雙方互補性極高，印尼非常適合台灣企業前來投資或進行貿易活動。這次資通訊推廣宣傳活動可有效延續ADOC2.0計畫合作成果，並有效擴展台灣與印尼企業合作商機，協助台灣廠商擴展印尼市場（中央社2011/6/9）。¹⁷另外，台灣東元電機董事長劉兆凱表示，將投入開發印度及印尼等新興市場，強化各銷售公司功能，全面拓展營收成長。在政府積極全球招商與簽署兩岸經濟協議(ECFA)的推波助瀾下，東元將持續衝刺，預計將可帶動重電、家電等核心本業的穩定成長，更順應全球減碳風潮，致力擴張風電、車電等再生能源版圖，積極搶攻節能新事業商機（中央商情網2011/06/10）。

在汽車業部分，印度的塔塔汽車就在印尼設廠進行可行性研究（南博網2011/07/18），而鈴木公司也確定計劃在印尼增加投資8億美元，建新廠以提高汽車與電單車產量，除提高生產量外，還計劃逐步提高國內零件含量，今後5年內，平均國內零件含量達80%（星洲日報2011/07/09）。豐田汽車公司亦於2011年4月底宣佈，將向印尼投資165億日元，使產量到2013年擴大到14萬輛（朝鮮日報2011.07.19）。中國吉利汽車計劃以印尼作為東協、澳洲及紐西蘭市場各車種的生產基地，預計投資20億美元，將分階段投入，初步投資3,000-5,000萬美元（阿思達克財經網2011/08/03）。而中國—東協自由貿易區建成以

¹⁷ADOC 2.0計畫是2003年曼谷APEC會議中由台灣提出APEC數位中心計畫，是一個長期性投入的計畫，期望在縮短數位落差的國際合作中，與具有共同願景的APEC經濟體一同努力，彼此合作原則如下：1. 當地政府計畫有相對資金投入的基礎，2. 挑選在地全國性NGO(非政府組織)，3. 擁有執行能力的專案團隊，4. 具永續性之長期發展計畫。

來，雙方企業合作呈現快速發展勢頭。以汽車製造業為例，作為世界第四人口大國，印尼是繼泰國、馬來西亞之後東南亞第三大汽車市場，同時也是東協潛力最大的汽配市場，吸引著中國汽車投資商的關注，奇瑞、福田、吉利等先後在印尼投資（中國經濟網2011/08/16）。美國通用汽車公司也將投資1億5000萬美元，使印尼西爪哇的貝卡西工廠恢復生產，並預定於2013年完成裝配線，每年為東南亞推出4萬輛新車。這是繼日本日產汽車公司7月下旬宣布在西爪哇工廠增資，將產能提升逾三倍的消息後，另一樁國際汽車一流公司擴大在印尼生產事業的訊息（泰國世界日報2011/08/20）。

在紡織與成衣業部分，紡織品與成衣是印尼目前倚重的出口商品之一，紡織品和成衣是出口美國最主要的商品，也在這個市場上佔據重要的位置。為了振興紡織服裝業，印尼政府在最近幾年中提升對紡織及成衣業的支援，除鼓勵銀行提供低利或優惠貸款幫助企業更新設備、引進先進技術和現代管理外，還在出口退稅、原材料和勞動力保障等方面提供持續支援（中國經濟網2011/05/23）。據鉅亨網新聞中心（2011/06/22）指出低附加值與低價優勢不再適合中國紡織業，一些訂單已經開始向東南亞轉移，像越南、孟加拉、印尼等國，2011年前兩個月，美國從中國進口服裝產品數量同比增長8.47%，而美國從越南、孟加拉及印尼進口的增速則為19.25%、31.26%及17.43%。另外，印尼紡織業協會估計，在2011年期間，成衣品的銷售額大約能達130億美元。

另一個台灣具有優勢的產業為機械業與五金加工，目前在印尼工具機主要為日本、台灣與中國大陸的產品，日本的機械與五金加工品質優良，但價格也非常高。而中國大陸的產品價格低廉，但品質亦相當差。台灣的機械業產品品質受到國際肯定，且價格亦較日本產品為低，故若將台灣機械產品之定位與日、陸廠商進行區隔，亦不失為一個發展優勢。根據印尼中央統計局(BPS)資料，2011第二季整體製造

業對經濟成長率之貢獻達24.3%，而其中成長率最高之行業即為基礎金屬及鋼鐵業，成長率達15.5% (南博網，2011/08/29)。而印尼對於機械的需求亦相當高，但主要都是依賴進口，印尼貿易赤字主要出現在化工、機械、鋼鐵、汽車及其零組件等方面 (中國經濟網，2011/9/8)。印尼工業領域的外國投資在2011年上半年達48億美元，其中基本金屬與金屬產品、機械與電子產品工業吸納投資佔11.4%，達5億美元；運輸工具、倉庫與電信領域投資佔9.6%，達5億美元；商業與修理業領域佔7.9%，達4億美元 (星洲日報，2011/09/9)，由此可以想見印尼對於機械產品的需求。

由於印尼的電力供應普及率仍低，全國仍有35%的地區無電可用，即使有電力供應，但亦不穩定，時常斷電或跳電。而由於印尼只有一家國營發電廠，且為特許行業，企業不得投資，但在綠能或可再生能源的推行上是未來的發展重點。據報導，印尼將在未來15年投資約134.6億美元用於可再生能源基礎設施和發電廠的建設 (中國經濟網，2011-08-29)。並且在印尼有8000多個有人居住的島嶼，輸電網路要完全架設有其困難，如果可以使用太陽能板或自備發電機組，可以相當幅度解決電力不足問題，亦是未來電力發展趨勢。

四、未來重要國際事件發展趨勢

東協成員國於2007年新加坡召開的第十三屆東協首腦會上，正式簽署了「東協憲章」，擺脫原本鬆散機制，使東協向前跨進地區整合更高層次。而在2009年3月1日於泰國舉行東南亞聯盟首腦會議中，通過了「東協共同體2009—2015年路線圖宣言」。該宣言表示將在2015年將東南亞聯盟變為一個同歐洲聯盟一樣的經濟共同體。東協共同體包括東協經濟共同體、東協政治安全共同體和東協社會文化共同體三方面內容，為推動一體化建設提出具體目標和措施。東協各國領導人還簽署「東協經濟共同體藍圖」(ASEAN Economic Community, AEC)

以確保在2015年之前實現東協一體化。

然而，東協經濟共同體是否真能如期在2015年時成立，備受質疑。在推動的過程中會遇到許多的困難。首先是東協國家內部政治體制、價值觀和社會文化的多樣性，使政治安全的協調難度提高。其次是創造單一市場和生產基地以及基礎設施的改造與更新需要大量資金，而資金不足會成為加速一體化的制約因素。例如，在2007年時，東協成員國與中、日、韓三國，在泰國清邁所提出的「清邁倡議多邊化協議」，擬建立一個外匯儲備庫，以幫助東協各成員國發生金融危機時解決流動金問題，2009年時將此外匯儲備庫規模由原本的800億美金增加成為1,200億美金，中、日、韓負擔1,200億中80%，18其他20%則由東協各成員國負責，至於具體出資比例，則尚無定論；是平均分配或按照各國外儲比例，還得進一步協商。另外，東協成員國內的主權爭議問題亦是阻礙東協共同體形成之一大障礙。據泰國「民族報」報道，東協秘書長Surin Pitsuwan在新加坡「2010年東協競爭性報告」發布會時鄭重表示，何時建成東協共同體並無絕對明確的日期，2015年只是一個目標，而不是建成共同體的最終時限。

¹⁸中國和日本分別出資 32% (384 億美元)，韓國將出資 16% (192 億美元)，東協十國共出資 20% (240 億美元)。

第三節 小結

本章透過對於印尼「加速擴張印尼經濟建設藍圖2011-2025」(MP3EI)的內容進行討論，並介紹印尼經貿相關的法規演變，配合EIU對印尼經濟指標預測與未來事件的整理，期以瞭解印尼未來的社經發展趨勢，以供本研究掌握印尼未來商機與潛力產業。

在總金額達4,012兆的MP3EI藍圖中，印尼未來集中在8大主要發展計畫，包括農業、礦業、能源、工業、海洋產業、旅遊業、電信和戰略領域之發展，而此8項發展計畫共納入22個主要經濟項目，包括運輸設備、資訊科技業、船運、紡織業、食品與飲料、鋼鐵業、國防設備、棕櫚油、橡膠、可可、畜牧業、木材、石油與天然氣、煤礦、鎳礦、銅礦、鋁礬土、漁業、旅遊業、食品農業、大雅加達策略區、巽他海峽大橋與周邊經濟策略區等。其中近四成五的投資在於基礎建設，故與基礎建設有關的產業如水泥、鋼鐵、石化等將會是MP3EI之最大受惠者。

其次，印尼政府由於其財力有限，只負擔了整體藍圖中的10%資金，並歡迎國外投資者參與投資，故在投資法規上亦有大幅的修訂，並訂出修訂之時程表。

而在未來經社會、經濟指標的預測上，可以發現印尼未來五年的整體發展相當的平穩且持續的進步，平均每人實質GDP在2015年將達5,390美元，且自2011年至2015年平均成長率均在2位數以上，2015年服務業佔GDP比重亦將超越工業，對消費力與消費結構將重大的影響。而進出口、外匯儲備均有所進步，尤其是印尼的外債償還能力有顯著的提升，可以大大降低因為外債所造成的金融危機發生機率。

2014年印尼將舉行總統大選，現任總統蘇西洛將不在連任，但由於印尼有能力推選總統的政黨不多，且目前執政黨擁有國會之多數，

若經濟發展穩定，執政黨在選舉中仍相當具有優勢，政局亦相對穩定。而由於政治、經濟等表現不俗，因此吸引了大量的外人投資，而投資的行業也多集中在MP3EI藍圖中印尼主要推動的20個行業與2大經濟策略區，故可以MP3EI藍圖中選擇台灣有利的產業，應可順利掌握印尼之商機。

第五章 印尼利基產業分析

本章將整合前面章節之資訊，逐步分析我國對印尼具有投資優勢的利基產業，並針對這些產業進行介紹與分析。擴展新興國家市場，必須深入了解該國的整體經濟發展階段、整體產業發展概況以及我國業者對這些國家直接投資和貿易往來情形，方才能夠做出完整之判斷。本章將利用麥克·波特(Michael Porter, 1990)的鑽石理論為分析架構，從印尼未來五年內具高度發展的產業中篩選出我國廠商具有投資優勢之產業。

第一節 鑽石模型分析

本研究在上述印尼的投資環境基礎上，依據麥克·波特(Michael Porter, 1990)的鑽石理論，進行該國利基產業的篩選。依據鑽石理論，一個國家能持續在某產業中保有競爭優勢，並非始於靜態優勢或歷史淵源，而是來自產業內部的活力與變革。而能促使他們鍥而不捨的改善與克服改變障礙的動力，是來自於一個國家各自獨立而又能系統性的組合成國家優勢的鑽石體系。這些組成要素相互影響包括：生產要素、需求條件、相關及支援產業、產業策略、結構與產業內競爭四項。

除此之外，波特也指出「政府」及「機會」是決定這個鑽石體系的變數。政府只有扮演好自己的角色，才能成為擴大鑽石體系的力量。另外，「機會」因素指國家或區域在大環境變動下創造出新的競爭空間，亦會成為鑽石體系之變動因素。

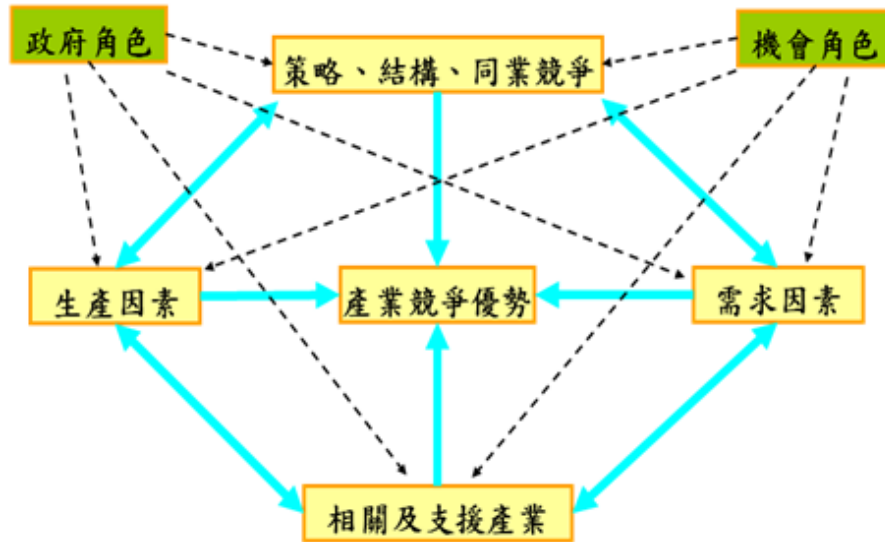
本研究即根據鑽石理論之四項主要因素及兩項變動因素為指標，進行台商進入印尼利基產業之篩選：

1. **生產要素**：區域內稟賦愈多質優的生產要素，則競爭力愈強。

生產要素資源，包括如天然資源、資本、人力資源、知識技術、基礎建設等。而該區域倘若缺乏基本生產要素，則更需升級與創造其專業化及先進要素（即發展策略性資源）。

2. **需求條件：**區域內該產業之市場規模愈大、成長愈快速、或是消費者愈挑剔，區域內廠商為應付市場需求，將會專注發展、不斷創新，加強該產業之競爭力。
3. **相關及支援產業：**區域內產業之競爭力需視其區域內相關支援產業的（供應鏈內上下游產業）發展。如該產業價值鏈中之相關支援產業在國際上具有競爭力且整合佳，則提升了該區域內該產業之整體競爭力。
4. **產業策略、結構與產業競爭狀況：**區域內產業的策略重心、管理架構、及市場競爭狀態影響該產業之競爭力。這與所在地的環境、歷史、與政府對市場競爭的態度息息相關。在鑽石體系中，國內競爭最為重要，因為它會強烈刺激其他的效果。
5. **政府角色：**指政府對產業發展的影響及其態度，包括如：投資優惠方案、關稅協定、區域經濟等。其他如政府對特定產業之扶持態度，若是該環境鼓勵產業發展及創新，有政策與規則刺激企業往訓練技術、提升能力與固定資產投資，該產業自然有競爭力。
6. **機會角色：**當國家競爭優勢的各種關鍵要素改變時，產業的競爭環境也會隨之發生變化。「機會」在產業的競爭條件中，往往扮演著很重要的角色，因為它會改變原來狀態，提供新的競爭空間，而引發「機會」的事件也會影響到鑽石體系內各個關鍵要素本身的變化。如戰後重建之於營建業之發展、能源危機之於替代能源業之發展。

圖 5-1 鑽石模型



資料來源：

Porter(1990),Competitive Advantage of Nation, NY：The Free Express, p.127

一、印尼經濟發展所處階段

根據WEF競爭力評估報告的分類，新興經濟體多屬於要素驅動、效率驅動或介於兩者之間的過渡發展階段。在要素驅動階段（每人GDP在2,000美元以下），經濟體在此一階段乃是屬「價格競爭」導向，擁有廉價的要素（如勞動力與天然資源等）的產業即具有競爭優勢，另外仍需配合良好的制度以及足夠的基礎建設等基本需求要素，才能夠快速地發展，例如越南及印度即屬之。

而在效率驅動階段（每人GDP在3,000~9,000美元間），則須透過「經驗累積之生產效率」來建立競爭力，生產的產品品質和生產過程的效率是此階段生產力的決定因素；也因此勞動市場與金融市場的有效性，及高教和培訓體制則需強化，例如中國市場則屬之。

根據2010年9月WEF所發布之《2010-2011年全球競爭力報告》，印尼之競爭力由2009年的全球排名54躍升至2010年的排名44，這也是

印尼連續3年排名上升，尤其是總體經濟環境穩定及高等教育訓練大幅進步等表現較佳。報告指出印尼目前已位居介於以要素驅動與效率驅動的經濟發展轉型期階段（每人GDP在2,000~3,000美元間），而印尼於2010年人均GDP已增到超過3,000美元，更顯示該國已自過渡期已朝向效率趨動的階段，此時必須藉由強化生產效率因素來累積競爭優勢。因此，對於正處於極需大量生產資源投入而提升效率的新興國家，應掌握其產業對於機械設備及中間財升級之需求。因此，本研究之利基產業建議，將會著重在這兩個方面的提升。

二、生產要素

印尼係以農立國之開發中國家，可供農業使用之土地，包括種植用之乾地、淡水池、林地及濕地等，占全部土地面積之74.5%。自然資源甚為豐富，天然資源有木材、橡膠、原藤等林產及煤、大理石、錫、鎳、銅、鐵礬土等礦產。

此外，印尼亦擁有豐富的原油、天然氣、煤礦（出口量僅次於澳洲），而印尼生產可做為生質柴油主要原料之一的棕櫚油，已在2007年超越馬來西亞，成為全球最大生產國。

除了豐富的天然資源之外，印尼更擁有2億4千萬人口的內需市場，而年輕廉價的勞動力更是使得印尼有機會逐步取代中國大陸成為「世界市場」，也成為我國廠商轉移生產基地的理想選擇之一。

三、市場需求狀況

分析印尼逐年進步的主要原因是適逢亞洲總觀經濟快速發展以及亞洲經濟大國的帶動投資開發，加上印尼市場規模夠大、總體經濟環境佳、商品市場效率高等優勢。值得注意的是，印尼的商業成熟度（Business Sophistication）以及創新能力（Innovation）在全球134個國家中排名37，顯示其在商業經營發展與創新能力具有相當的競爭

力。

由於印尼年輕化的人口結構、薪資水準逐漸提高、內需消費占GDP的65%、都市化程度加快以及政府擴大基礎建設支出等因素，勢必將拉動經濟成長，已成為本國及外商新的投資機會。

另一方面，印尼的GDP、國土面積等幾乎都占東協的四分之一，但基礎建設比起鄰國則明顯不足。最近印尼政府計畫在2014年之前投入1400億美元全面推動新的基礎建設，其間存在龐大商機。印尼在東亞高峰會提出的「亞洲綜合開發計畫構想」，總經費2000億美元，涉及印尼的跨區域建設有印南諸島-菲國整體建設，以及印-馬-泰「IMT經濟圈」規劃，對外資相當吸睛。

四、外人投資狀況

印尼外人直接投資以歐、亞、美、中東四個地區為主，歐洲國家包括英國、荷蘭、法國以及德國，主要投資為礦業、大型超市、汽車、民生消費品等；亞洲以新加坡、台灣、日本、馬來西亞及韓國等，日本主要投資於汽機車，其他國家主要為中小企業，投資於製造業及服務業。中東國家的石油美元則投資於金融及石油開採相關產業。

印尼現任總統蘇希洛致力改革，更於今年(2011)五月提出MP3EI計畫，致力於在第二屆總統任期屆滿前帶領印尼成為穩定的民主國家與新興經濟大國。根據印尼政府表示，日本已允諾提供529億美元協助印尼融資六大經濟走廊中的爪哇經濟走廊。印尼也提供給兩個連結區域產業中心的經濟走廊作為日本的投資目標。另外，印尼的第三大投資國—美國，也對印尼的經濟總體計劃透露出濃厚的興趣，並於今年預計對印尼投資超過10億美元，而且美國企業對於印尼的基礎建設、再生能源與消費商品生產的計畫特別感興趣。另一方面，印尼也力促中國大陸增加對印尼的投資，並與南韓商討200億美元的投資計畫。

五、政府及機會角色

印尼政府於今年（2011）5月27日公佈MP3EI計畫，作為未來15年印尼發展的願景，希望這個東南亞人口最多、經濟規模最大的國家，可在2025年時進入世界10大經濟強國之列。該項計畫預計在未來14年內投資在基礎建設的金額須達4,000兆印尼盾(約4,685億美元)將印尼建設為六大經濟走廊。在MP3EI計畫內，政府除了致力於基礎建設之外，更將進行8大主要發展計畫，包括農業、礦業、能源、工業、海洋產業、旅遊業、電信和戰略領域之發展。而此8項發展計畫共納入22個主要產業，針對印尼政府所擘劃的計畫積極招商，歐美日等國的外資企業紛紛表達強烈的興趣。印尼政府也一再地重申印尼政府歡迎外資與致力於完善印尼經商環境的決心。

第二節 利基產業之篩選

綜合以上之分析，印尼正處於要素驅動以及效率趨動的過渡階段，必須藉由強化生產效率因素來累積競爭優勢。而對於機械設備及中間財升級之需求也日益殷切；而印尼政府於今年五月之MP3EI計畫提供了政府與機會角色，對於其所列出的22項產業，印尼政府將提供獎勵措施以促進這些產業之發展。而我國廠商在該項產業具有優勢者則更是具有投資之機會。綜合以上之觀點，本研究選取利基產業之原則可歸納出以下三點：

1. 符合印尼經濟現階段成長所需之產業。
2. 在印尼國內具有發展潛力，仍然高度成長之產業。
3. 我國廠商具有優勢之產業。

關於印尼利基產業之研究，台經院(2010)以進出口偏向指標作為主要觀察指標，採兩分位產業分類，台灣相對於印尼具有比較利益的產業，以光電材料及元件業、機械設備製造業及紡織業為主。

王睦鈞、曾俊洲(2010)採用BCG矩陣的分析架構，以2004~2008年出口值年複合成長率及該產業占出口值比重兩項指標作為分類基準，將產業區分為明星產業(Stars)、金牛產業(Cash Cows)、問號產業(Question Marks)及老狗產業(Dogs)，其中明星產業代表2008年出口值占我國出口至新鑽十一國總出口值比重超過一成以上，且2004~2008年之出口值年複合成長率超過一成以上，為我國具出口競爭力產業。

金牛產業表示該產業雖然是我國對新鑽十一國之出口重要產業，但成長力道已低，出口競爭力屬於穩定態勢。問號產業則代表該產業雖然出口值比重仍不高，但成長力道卻佳，屬於潛力產業，未來在企業營運策略正確以及產業新需求爆發的情況下，有可能快速提升出口值，成為我國明星產業。而老狗產業屬於不具出口競爭力產業，其出口值比重與成長率表現均相對較差。

BCG矩陣的分析結果顯示，我國出口至新鑽十一國之明星產業屬於石油及其製品及化學材料業，而半導體產業則屬於較為穩定發展的金牛產業。而我國大多數產業均屬於問號產業，包括鋼鐵基本工業、光電材料及元件業、金屬製品及化學製品業等，顯示對新鑽十一國各產業之出口表現極具發展潛力，目前出口成長力道已強，惟出口值比重均仍低。本研究進一步分別分析對新鑽十一國之出口表現，則找到我國出口競爭力相對較佳之新興機會國家，而我國對印尼而言較具競爭優勢之產業為石化產業、鋼鐵以及金屬製品產業。

表 5-1 我國對新鑽十一國國家之出口產業分析結果

分類	產業	新鑽十一國國家
明星產業	石油及其製品業	越南
		越南
	化學材料業	韓國
		印尼
金牛產業	半導體業	韓國
		菲律賓
問號產業	鋼鐵基本業	韓國
		越南
		印尼
		菲律賓
	光電材料及元件業	墨西哥
		韓國
	金屬製品業	墨西哥
		越南
		印尼
		菲律賓
		韓國

資料來源：台經院研三所整理(2009.12)。

此外，臺北市進出口商業同業公會所做之《2010全球重要暨新興市場貿易環境與風險調查報告》中亦指出，當前符合我國廠商前往印尼投資之產業包括基礎建設、工具機、機車及零配件、電子電機零組

件業以及清真食品。

表5-2東協各國適合布局的產業

新加坡	金融服務、醫療服務業、能源技術產業、電子電機業、 互動數位媒體產業
泰國	汽車組裝及零組件業
印尼	基礎建設、工具機、機車及零配件、電子電機零組件業、 清真食品
馬來西亞	電子資訊產品之組裝製造
越南	紡織、成衣、食品、鋼鐵、塑化、橡膠、金融、新興電 子業、配銷服務業
緬甸	食品、農漁產品加工機械、塑橡膠機械、紡織機械、製 鞋機械暨木工機械
柬埔寨	食品、農漁產品加工機械、塑橡膠機械、紡織機械、製 鞋機械暨木工機械

資料來源：台北市進出口商業同業公會《2010全球重要暨新興市場貿易環境與風險調查報告》

本研究參考牛津經濟研究院(Oxford Economics)的研究報告，將未來五年內(2011-2015)印尼呈現高度成長的產業別以及各研究所建議之產業之成長率列表如下：

表5-3印尼各產業成長率一覽表

	占製造業 比率 (2010; %)	產值 (\$bn)	2006-2010 平 均成長率 %	2011-2015 預 測平均成長率 %
通用機械	0.2	0.23	-10.3	10.8
汽機車暨零組件	5.1	4.84	-0.8	10.3
農業機械	0.04	0.03	-14.8	9.6
煤、石油以及核燃料	3.6	3.45	-19.9	8.2
水泥等建材	1.7	1.62	-2.4	7.4
專用機械	0.1	0.12	5.7	6.8
木材暨木製品	1.6	1.55	-15.9	5.5
鋼鐵	2.9	2.79	8.7	5.0
食品、飲料與菸草	27.7	26.24	9.4	5.0
金屬製品	1.0	0.91	-7.3	4.9
電信設備	0.2	0.16	9.7	4.7
紡織成衣	11.8	11.15	1.0	4.5
電子零組件	11.5	10.90	32.9	4.4
塑膠及橡膠	2.7	2.59	-1.7	4.3

資料來源：摘錄自 Oxford Economics (2011)

本研究繼續加入鑽石模型中的「政府與機會角色」因子，將印尼政府現階段獎勵發展之產業項目(享有企業所得稅減免之項目以及今年(2011)五月印尼政府所提出的「MP3EI計畫」的主要產業項目)加入篩選條件。另一方面，由於印尼在東協自由貿易區的策略地位，本研究也將東協會員國於2004年簽署之「東協整合優先領域架構協定」其中所規範之優先整合產業加入刪選條件中。因此本研究所初步篩選出之印尼利基產業如下表5-4 所示。

表5-4印尼利基產業條件篩選表

	2011-2015 預測平均成長率	是否納入東協整合優先領域	是否列入MP3EI	是否有所得稅抵免獎勵
汽機車暨零組件	10.3	◎	◎	◎
電信設備	4.7	◎	◎	◎
紡織成衣	4.5	◎	◎	◎
木材暨木製品	5.5	◎	◎	
食品、飲料與菸草	5.0	◎	◎	
塑膠及橡膠	4.3	◎	◎	
電子零組件	4.4	◎		
通用機械	10.8			◎
農業機械	9.6			◎
專用機械	6.8			◎
煤、石油以及核燃料	8.2		◎	
建材產業	7.4		◎	◎
鋼鐵	5.0		◎	◎
金屬製品	4.9		◎	

資料來源:本研究整理◎:包含在計畫中

本研究之目的，在於探索因應印尼近年來龐大內需市場崛起之商機；而經由前面章節所討論，本研究發現新興之年輕消費族群為內需市場的主要推動者，這些族群也可望成為我國出口的新成長動力來源，也是我國可積極拓銷的目標市場。表4-5顯示2011年印尼市場各類商品銷售比例，由數字中可以發現印尼市場中銷售份額最高者為飲食，而其次為汽機車以及消費性電子產品，而這三項產品既符合印尼經濟現階段成長所需，又為我國廠商具有優勢之產業；而這三項產業在印尼國內以及東協區域內又具有發展潛力，仍然高度成長，均符合本研究之篩選標準。

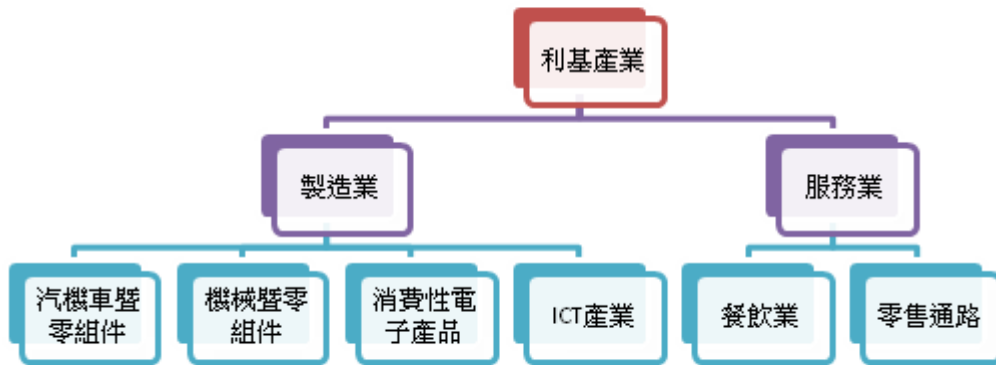
表 5-5 2011 年印尼市場產品銷售狀況

	占零售通路比率(%)	預估銷售額(十億美元)
飲食	52.1	69.87
汽機車	8.7	11.68
消費性電子產品	6.3	8.41

資料來源:BMI(2011)

而本研究根據此三項產業，再篩選相關之機械暨零組件產業、ICT產業、以及零售通路產業，為此三項產業之支援產業，並同樣具有本研究篩選之特性。

圖 5-2 印尼利基產業挑選



資料來源:本研究整理

第三節 利基產業分析

一、汽機車暨零組件

汽車產業係東南亞國協自由貿易協定AFTA（ASEAN Free Trade Agreement）12項優先整合產業之一，印尼政府已將汽車裝配及製造列為重點發展產業，日本大發汽車已將印尼指定為日本以外最大的生產基地。2007年至2008年印尼政府持續調低利率政策，加上通貨膨脹獲得良好的控制、幣值匯率穩定等因素，對於汽車的銷售有極大的刺激，在高油價時代銷售量反而逆勢成長。2009年則受到全球金融海嘯衝擊，汽車銷售量大幅下跌20%。2010年汽車銷售額旋即大幅攀升，較前年成長24%，今年因為日本大地震所引發供應鏈缺貨所帶來的「恐慌性買盤」，預計全年成長率可以達到25.2%的成長率。

然而，另一方面，泰國在今年七月底發生至今的水患，已經使得印尼在汽車零組件的供應鏈呈現斷貨的情況。泰國豐田(Toyota)車廠每年產量為55萬輛汽車，這些汽車多數供應至印尼豐田公司銷售。泰國本田(Honda)每年則生產24萬輛汽車，該工廠在洪災發生後，從今年10月初即停止生產；其所生產的汽車也多銷往印尼。此外，印尼的本田汽車公司也從泰國進口Jazz、Freed和CR-V型汽車零件。因此泰國水災發生後印尼的進口汽車供應量馬上受到影響。然而，據訪談廠商表示，此項衝擊將有可能使得當地的裝配廠獲益，可望推動印尼汽車裝配廠增加產量。

印尼最大的汽車集團為Astra International Group，2009年市場銷售金額占有率高達58%，由該集團生產、裝配與銷售之品牌包括Toyota豐田、Daihatsu大發、Isuzu五十鈴、Peugeot寶獅、BMW寶馬、Nissan Diesel日產柴油卡車與Honda本田機車。2009年該公司共銷售28萬1,013輛汽車，較2008年之28萬9,838輛僅減少3.04%。Indomobil為第二大集團，生產、裝配與代理Suzuki鈴木、Nissan日產、Volvo富豪、

Volkswagen福斯、Renault雷諾、Audi奧迪、Chery中國奇瑞、Hino日野卡車、Volvo富豪卡車與Suzuki鈴木機車。

表 5-6 印尼市場前十大汽車品牌

汽車品牌	2009 年產量	2010 年產量	年成長率(%)	市佔率(%)
Toyota Motor	186,687	280,680	50.3	36.7
Daihatsu	77,513	118,591	53.0	15.5
Mitsubishi	61,735	106,483	72.5	13.9
Suzuki	44,689	71,210	59.3	9.3
Honda	39,570	61,336	55.0	8.0
Nissan	21,440	37,542	75.1	4.9
Isuzu	15,236	24,012	57.6	3.1
Hino	11,390	21,297	87.0	2.8
Ford Motor	6,348	8,871	39.7	1.2
Kia Motors	3,195	6,550	105.0	0.9

資料來源: 印尼汽車產業協會(Gaikindo) 網站

印尼幾乎沒有本土廠商100%投資之汽車OEM零配件產業，多係內外合資廠或日本、台灣或韓國業者投資之工廠，多數精密零配件均需進口。據印尼汽機車零配件公會表示，汽車產業帶動零配件產業的成長非常顯著，即使受到2009年全球金融海嘯之影響，零配件廠的產能平均高達70%，有些業者更達到90%。印尼自行主要生產國內可取得原料且需求較高之零配件，如輪胎以及以鑄造方式生產之零配件、蓄電池及部分塑膠零配件等。

在機車方面，印尼是全球第三大機車市場，僅次於中國大陸與印度。2010年印尼摩托車輛數成長25.8%，達到740萬輛；預計今年會再成長15%，達到850萬輛。由於人口眾多，大眾捷運系統尚未建立，機車以其實用性，市場潛力相當大。日本四大品牌(本田Honda、山葉Yamaha、鈴木Suzuki、川崎Kawasaki)合占95%以上的印尼市場，我國有三陽SYM與中國品牌Kanzen進入該市場，但市場占有率均低於0.1%。其餘為從中國與越南進口之整車、拆裝式及在本地組裝之機車，

因其品質較差，無法與六大品牌競爭。

表 5-7 印尼摩托車製造量與銷售量

	2008	2009	2010	2011(f)	2012(f)	2013(f)	2014(f)	2015(f)
製造量 (百萬輛)	6.265	5.884	6.390	6.997	7.648	8.359	9.136	9.968
銷售量 (百萬輛)	6.281	5.882	6.852	7.901	9.030	10.250	11.582	13.018
汽車擁 有率 (每千人)	45	48	52	57	62	68	75	82

資料來源：印尼汽車產業協會(Gaikindo) 網站

印尼在1990年代為扶持本國汽車工業發展，推行了獎勵國產車製造之「先鋒計劃」。惟自1997年「先鋒計劃」在WTO敗訴後，印尼本土汽車產業保護措施減少，印尼汽車產業因此門戶大開，世界各國製造廠商紛紛投入印尼汽車市場。而日系車廠成功地佔據了印尼汽車組裝市場，在印尼建立了獨資或合資之組裝生產線，大部分之零配件在當地生產，加以日資背景之金融、保險公司為汽車買主提供靈活、多樣之消費貸款和保險業務，使得日系汽車品牌佔據印尼汽車市場總量達九成(陳佳莉，2011)。本研究實地參訪我國在印尼汽車組裝零件廠商，所得意見為該市場確實還有相當大之成長空間；然而印尼汽車產業已被日系車所獨佔，其他國家之車種進入上有所困難，建議廠商可以加入日系廠商之供應鏈，雖各個車廠供應鏈已充足，但我國供應上在品質以及技術上之優勢將有進入之利基。另一方面，廠商也建議可以供應零組件至後勤維修市場，仍具有相當大之商機。

表5-8印尼汽機車製造業SWOT分析

優勢 (S)	劣勢 (W)
<ul style="list-style-type: none"> ● 印尼是東南亞最大的經濟體和世界第四大人口國，內需市場龐大。 ● 印尼擁有汽車人口比例仍低。 ● 印尼仍持續開放整車以及零組件進口。 ● 目前汽車暨零組件出口成長率仍高度成長。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 缺乏穩定的電力以及基礎設施。 ● 港口設備老舊，不利於進出口汽車。 ● 缺乏自主發展技術。 ● 技術人員缺乏。
機會 (O)	威脅 (T)
<ul style="list-style-type: none"> ● MP3EI 將其列為主要發展產業之一。 ● 東協鼓勵汽車產業發展，並享有出口優惠。 ● 汽車製造商將加重本土製造之比重。 ● 售後服務以及維修將成未來增值部分。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 低品質大陸產品進口，造成產業衝擊。 ● 印尼政府出口政策以及獎勵制度經常變動。 ● 現行政府法規無法吸引更多投資。

資料來源:參考自Business Monitor (2011)

二、機械產業

本節所稱之機械產業，乃是利基產業分析中通用機械、專用機械以及農用機械之綜合。印尼以農立國，基礎工業其實非常脆弱，模具、電機、電子、金屬與塑膠加工產業極為初級，許多原料、零組件及模具均須仰賴進口。

印尼通用以及專用機械或設備進口主要來源為日本、台灣、韓國與中國大陸，亦有小部份來自歐洲。印尼至今仍無法製造或組裝機械，全數需仰賴進口，至於所需使用之模具其自製率亦低於10%，即90%至95%的模具需從國外進口。根據印尼海關資料，每年從日本、台灣、

中國大陸、韓國進口數以千計貨櫃的模具，可見印尼對機械設備需求之龐大。Oxford Economics針對印尼通用機械未來五年成長預估為年平均10.8%；對農用機械為9.6 %；對於專用機械為6.8 %，可見未來對機械產業需求仍殷。

印尼政府為保護國內機器工業，原則上限制核發進口舊機器之許可證，但鑒於許多機器仍無法自製，工業部常常延長進口二手機器之期限，以應付國內龐大之需求。印尼貿易部與工業部均要求直接使用機器之企業及生產商，才可以獲得進口二手機器之許可證。

印尼國內機械設備生產落後可歸納為幾項原因（投資業務處，2010）：

1. 印尼無產製相關設備：印尼政府每年公佈停止進口中古機，但又常在屆滿前又宣布延長中古機械進口許可。
2. 過去由於政治經濟情勢不穩定，購買嶄新設備的風險頗大，因此許多經營者多使用低成本的中古機械設備。
3. 印尼政府無明顯之機械工業政策：印尼政府向來不重視其國內機械工業，更嚴重的是官員對機械產業對國家經濟之重要性不理解，一直以來都沒有提出提升機械工業發展的明確方案。

目前主要機械出口國未見大規模前往印尼投資設廠，除了上述原因之外，印尼尚缺乏零組件以及代工廠等相關的供應支援產業。在印尼市場除了汽機車廠有系統的建立及組織上游廠商供應所需零配件外，其他行業的供應鏈都尚在籌組階段。另一方面，製造機械所需之材料鑄鋼、鋼板、鋼材在印尼皆須依賴進口，印尼政府過去又無鼓勵方案，導致機械產業發展落後。目前印尼政府為鼓勵業者增加投資與擴張生產設備，印尼政府對於工具機等生產設備課徵之進口關稅甚低，某些工業用生產設備甚至是零關稅。

對我國工具機業者而言，投資印尼機械設備尚有一個隱憂，亦即中國機械業者的競爭，而中國與東南亞國協自由貿易協定生效後，預料中國機械業者在印尼市場所擁有的價格優勢，其占有率將越來越高；另一方面，中國亦大量低價傾銷紡織成衣、鞋類、機車、家電與塑橡膠製品，使得印尼本地工廠受到直接衝擊，亦會使機械與工具機的需求減少。

表5-9印尼機械業SWOT分析

優勢 (S)	劣勢 (W)
<ul style="list-style-type: none"> ● 製造業逐步發展，對各類機械需求增加。 ● 對於模具之需求也呈現快速增長。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 印尼無產製相關設備，所需原料組件均需仰賴進口。 ● 除汽車產業外均無完整供應鏈。 ● 缺乏操作技術人員。 ● 原物料進口關稅較高。
機會 (O)	威脅 (T)
<ul style="list-style-type: none"> ● 印尼政府開始對機械產業進口採取低關稅或零關稅政策。 ● MP3EI 計畫實行，對機械需求將增加。 ● 現在使用機械多為中古貨，亟待更新。 ● 對於機械及其零組件需求均高 	<ul style="list-style-type: none"> ● 大陸大量低價傾銷產品，造成當地對生產機械需求下降。 ● 印尼政府保護主義。 ● 印尼政府無明確之機械工業政策。

資料來源:本研究整理

台灣出口印尼產品中，機器及機械類為第二大類主要出口產品，同時也是印尼第二大進口產品。印尼政府原本在2008年欲禁止二手機械之進口，但由於國內需求仍然快速成長而將禁令延後。由於印尼機械業的群聚尚未形成，因此各式機械主要依賴進口。台灣可出口在農業機械、食品加工之機械設備、零件，白色家電及消費電子、汽機車

生產之各式工具機、塑橡膠機器與零組件以及模具在當地均有強大需求。建議我國廠商可以先行採用進口或代理商方式先行探索市場，待逐步耕耘之後再考慮進入設廠。在零組件方面，若是可以至當地加工生產則可就近服務當地市場，但所需鋼材必須進口。而原物料進口關稅較零組件為高，建議廠商先在台灣進行粗加工，以零組件名義進口，再進行進一步加工。

三、電子產品與零組件

印尼消費性家電市場的成長力與需求相當強勁，也是國際大廠兵家必爭之地。著名國際家電製造商，例如Panasonic、Sanyo、LG、Samsung、Sharp、Mitsubishi等大廠，均在印尼設置家電基地，印尼已儼然成為東南亞電視機裝配的基地。由於國內外市場需求增加，三洋、三星、夏普和本土品牌Polytron均大幅增加對印尼之投資，主要投資項目為數位相機零件、家用電器和節能燈等，其中成長最迅速的是電視機、冰箱、冷氣機與洗衣機。目前印尼人口中擁有電視機的僅占57%，擁有冰箱的占19%，擁有洗衣機的占5%，擁有空調的僅占1%。這四個領域還有很大的發展空間。

一般而言，印尼人民對本土品牌電子電器產品缺乏信心，尤其是中高所得消費者特別偏好國際品牌或進口產品，因此日本、韓國之國際品牌在印尼發展相當成功，中國的海爾(Haier)、美的電器(Midea)則主打中低價位市場，更有許多小品牌爭奪低階市場。近年來印尼廠商也開始發展自有品牌，例如Polytron、Cosmos、Miyako與Sanken都有不錯的知名度，這些廠商多是由早期的代理商轉變成為組裝廠或自行研發製造，以自有品牌迅速擴大國內通路與市場。

表 5-10 印尼消費性電子產品市場

	2008	2009	2010	2011(f)	2012(f)	2013(f)	2014(f)	2015(f)
影音娛樂設備 (百萬美元)	1,927	1,872	2,585	3,579	4,417	5,109	6,064	6,867
電視機 (千台)	4,950	5,198	5,665	6,062	6,547	7,005	7,495	7,945
LCD 電視 (千台)	396	520	963	1,697	2,383	3,060	3,929	4,997
數位相機 (千台)	235	240	246	373	620	997	1,509	2,036

資料來源:BMI(2011)

消費性電子產品為東協自由貿易協定中優先整合項目之一；而在中國-東協自由貿易協定 (CAFTA)中，消費性電子產品的生產和銷售也列入雙邊優惠關稅的303項產品之列，該協議已於 2010 年 1 月 1 日起生效。不過印尼政府表態在電子產品產業印尼並不願意免除關稅，因為擔心將會有更多廉價的中國手機和消費性電子產品充斥市場。印尼商會也呼籲在三年的緩衝期內政府應延遲執行。

為增加本土製造的競爭力，印尼政府將電子產品列為獎勵投資產業，2010年印尼政府宣布LED電視在內的等六個產業可獲30%企所稅減免；同時也針對16項電子產品取消原物料和資本設備貨物的進口關稅(5-15%)，藉以增加本地產品的競爭力，避免貿易逆差擴大。今年因應全球經濟衰退，印尼政府將更進一步獎勵電子產業零組件進口，並取消液晶電視、數位相機等等電子產品的奢侈稅。然而，印尼電子產品中關鍵零組件仍大量依賴進口，不能國內製造，而印尼國內如勞力等生產成本提高，連帶使得其產業面臨國外進口產品更嚴峻的挑戰。

表 5-11 印尼電子產業 SWOT 分析

優勢 (S)	劣勢 (W)
<ul style="list-style-type: none"> ● 市場成長與需求強勁，成長潛力大。 ● 各類家電擁有率均低，市場成長潛力大。 ● 印尼政府獎勵電子產業投資，並減低進口關稅。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 國際各知名品牌皆已進入，競爭日益激烈。 ● 國內無相關供應鏈，關鍵零組件均須靠進口。 ● 中國等廉價產品大量銷售國內市場。
機會 (O)	威脅 (T)
<ul style="list-style-type: none"> ● 納入東協自由貿易區優先整合產業，外銷潛力大。 ● 國際電子廠商陸續進行合資或獨資之投資計畫。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 我國品牌較易與中國品牌混淆，消費者選擇機會減少。 ● 其他國家相繼吸引電子產業投資，引發排擠效果。

資料來源:本研究整理

四、ICT 產業

根據知名國際市調機構Business Monitor International報導，去(2010)年印尼IT產品的銷售金額將達45億美元，較2009年的36億美元成長25%；過去五年間，印尼IT產品的年複合成長率（CAGR, Compound Annual Growth Rate）超過24%。自2008年開始銷量成長率均超過33%；2010年更是大幅成長50%，為亞太地區PC成長率最高的市場(國際商情雙周刊，2011)。如此龐大且快速成長的市場已吸引歐美、日本、台灣、韓國與中國大陸業者的高度關注，紛紛競食這塊大餅。

龐大的年輕族群是導引IT消費行為的主力。目前印尼全國個人電腦普及率低於5%，但過去5年的平均成長率均超過30%；未來五年預期也會有年平均4.7%的發展(Oxford Economics,2011)。

在印尼，國際品牌PC（約占60%的數量）多使用於中大型辦公室與外商，約占40%的本土品牌則銷售予一般辦公室及個人消費者。就比率而言，辦公室使用的個人電腦約占70%，政府機構約占17%、個

人使用約占5%，教育用途則占3%。

在網路設備上，印尼是網路普及率低但成長強勁的市場，其網際網路用戶在過去10年間快速增加，根據Internet World Stats的統計，2000年印尼僅有200萬個網際網路用戶，至2009年底已增加至3,000萬個，成長15倍。以2億4,000萬人口計算，普及率僅有12.5%，尚有極大成長空間。印尼網際網路用戶數目在亞洲居第五名，次於中國大陸、日本、印度與南韓。在媒體及行動電話營運業者的推動下，預計到2015年前，印尼網際網路用戶將成長2倍。

隨著印尼IT產業增長加快，以及基礎設施環境的改善，印尼電信市場已經吸引許多國際級電信企業蜂擁而至。在電信業的帶動下，印尼手機市場對外國手機生產商和經銷商也產生了巨大的吸引力，目前有30多個品牌的手機已獲得印尼郵電總署的行銷認證，還有100個品牌仍在申請註冊當中，其中包括台灣、中國、泰國、印度的手機。印尼手機普及率只有20%，對於消費人口超過兩億的市場來說，還有很大的發展空間。

表 5-12 印尼行動電話市場

行動電話使用人數 (百萬)	140	175	223	258	289	318	341	358
行動電話普及率 (%)	61	76	97	110	121	132	139	145
手機銷售金額 (百萬美金)	1,227	1,591	1,734	2,275	2,263	2,551	2,569	2,554
3G電話使用人數 (千人)	6,734	9,795	12,990	16,238	18,836	20,719	22,584	24,390
智慧型手機使用數 (千人)	340	897	2,483	4,146	5,748	8,306	10,349	12,409

資料來源: BMI(2011)

在電信設備上，我國的宏碁ACER、華碩ASUS、明基BenQ、微星MSI、技嘉Gigabyte、友訊D-Link、創見Transcend、威剛A-Data、趨勢Trend Micro等品牌近年來在印尼積極開拓市場，宏碁的筆記型電腦銷售量已連續二年居冠，2009年之市場占有率為21.5%，明基BenQ之投影機市占率約為30%，均是第一品牌。BenQ之電腦液晶螢幕居第三名，僅次於Samsung與LG；華碩、微星、友訊、創見與威剛近來的表現亦可圈可點，成功打進印尼通路系統，頗為暢銷。

表 5-13 印尼 ICT 產品市場

單位:百萬美元

	2008	2009	2010	2011(f)	2012(f)	2013(f)	2014(f)	2015(f)
電腦	2,425	2,548	3,156	3,596	4,132	4,667	5,501	6,483
通訊設備	1,227	1,591	1,734	2,275	2,263	2,551	2,569	2,554

資料來源:BMI(2011)

印尼近來來工商業不斷發展，對資訊服務需求殷切，ICT 產品輸入比重也逐年增加。印尼政府推動 ICT（資訊和通訊科技 Information Communication Technology）應用發展計畫，包括於各大城市建構無線網路，促進電子商務、電子政府發展，另外在企業的電子化導入以及中小學教育中資訊教育的建置，使得 ICT 設備以及服務需求快速增長。我國 ICT 產業在這一方面確實有競爭優勢，本研究團隊訪問印尼投資協調委員會(BKPM)，受訪官員明確指出希望我國資訊設備廠商能赴印尼投資，印尼政府計畫在萬隆地區設立相關工業園區，吸引外人投資。目前我國資訊相關廠商多已代理商模式進入市場，原因是對於當地市場文化特性不熟悉，代理模式是較佳之選擇。由於目前印尼在相關供應鏈尚未完整，廠商赴該地設廠製造條件不成熟，建議未來投資製造模式可以以上下游廠商合作集體投資的模式，先由供應鏈較為簡單的產品做起，再逐步擴張。

表5-14印尼ICT產業SWOT分析

優勢 (S)	劣勢 (W)
<ul style="list-style-type: none"> ● 龐大、新興、快速成長之市場 ● 電腦普及率僅有 10%，其中由個人擁有之電腦更低至 2% 左右，成長空間龐大 ● 產品價格下降將有助於普及率提高 	<ul style="list-style-type: none"> ● ICT 基礎建設不佳，網路普及率不高，有礙於產業發展。 ● 道路設施以及電力穩定度不佳，使得高精密之設備運送或使用有受損危機。 ● 非法走私產品嚴重。
機會 (O)	威脅 (T)
<ul style="list-style-type: none"> ● 中小企業以及教育使用之 ICT 產品需求將被帶動，由是電腦的普及。 ● 政府給予進口關稅優惠。 ● 列入 MP3EI 鼓勵投資項目。 ● 列入東協自由貿易區優先整合項目。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 政府對非法走私問題無法處理。 ● 全球經濟衰退可能使需求下降。 ● 政府並無明確之 ICT 發展方針。

資料來源:參考自 Business Monitor (2011)

五、餐飲服務業

印尼人口約 2.4 億，為世界第四大經濟體，近年來隨著經濟起飛，人民生活也日漸富裕，對飲食的需求也日漸增加。由於印尼人口以及經濟分佈並不平衡，全國 60% 的人口和 80% 的工商業集中在僅占國土面積 6.89% 的爪哇島，中高消費階層則是集中在爪哇島的雅加達、泗水等少數幾個大城市，所以全印尼的中高檔餐館大多也多數集中在這幾個大都市。另一方面，連鎖速食店餐廳也快速增長；據統計，30% 的印尼城市人口(約 4,000 萬人)每週最少一次享用速食。新興年輕消費族群視外出用餐、與朋友歡聚為最主要娛樂之一，進而帶動了餐飲業發展。

印尼在餐飲產業近年來有快速的發展，過去五年來平均成長率達到 9.4%；預計未來五年平均成長率可以達到 5.4%。在食物供給方面，

因為經濟成長所帶來對飲食的快速成長，僅 2011 年預計將較去年成長 8.4%；到 2015 年前將可維持平均 9.1% 的成長。在酒精飲料方面，因為宗教關係，含酒精飲料的引用被嚴格地限制，但相反地不含酒精的軟性飲料則快速地成長，2011 年預計將較去年成長 11.5%；而到 2015 年前則可以維持 12% 以上的成長率。

首都雅加達是全國餐飲業的集中區，也是各類餐廳的一級戰區。據印尼餐飲協會資料，雅加達的中餐館佔據市場份額近 50%，其餘 50% 則被印尼餐、日餐、美式速食（麥當勞、肯德雞、必勝客）、韓餐、泰餐等瓜分，印尼種族的多元性也表現在飲食上，因此各類型的餐廳都可以找到市場區隔。然而，印尼貧富差異相當大，超過一半的人口在貧窮線以下，因此標榜中高價的餐飲業並不容易拓展客源；另一方面，由於國際經濟衰退，外國觀光客相對減少，也影響到餐飲業之生存。根據 BMI 對於東亞各國餐飲業風險對報酬比率之研究，印尼在東亞各國排名仍名列前茅，其經營環境與台灣相似，餐飲業的獲利在東亞各國仍具有相當不錯之條件。

表 5-15 東亞各國餐飲產業風險對報酬比(RRR)比較表

	報酬			風險			風險/ 報酬 比率	排名
	產業評比	國家評比	平均報酬	產業 評比	國家 評比	平均 風險		
中國	55	65	60	65	68	67	62.1	1
日本	52	63	58	65	75	71	61.8	2
澳洲	56	61	59	60	74	68	61.5	3
泰國	64	57	60	55	70	64	61.4	4
南韓	50	57	54	70	73	72	59.1	5
印度	50	69	60	60	51	54	58.1	6
印尼	52	65	58	65	51	57	58.0	7
台灣	55	50	53	70	71	71	57.9	8

Source: BMI. Scores Out Of 100, with 100 highest. For full methodology see Appendix at the back of our Food & Drink Quarterly Reports, or visit our online service

表 5-15 東亞各國餐飲產業風險對報酬比(RRR)比較表(續)

	報酬			風險			風險/ 報酬 比率	排名
	產業評比	國家評比	平均報酬	產業 評比	國家 評比	平均 風險		
新加坡	39	51	45	90	77	82	56.0	9
香港	50	46	48	70	75	73	55.5	10
越南	47	60	53	70	51	59	55.0	11
馬來西亞	41	56	48	70	70	70	54.8	12
巴基斯坦	58	64	61	30	38	35	53.1	13
菲律賓	37	55	46	70	57	62	50.7	14
區域平均	50	59	54	65	64	65	57.5	N/A

Source: BMI. Scores Out Of 100, with 100 highest. For full methodology see Appendix at the back of our Food & Drink Quarterly

Reports, or visit our online service

在進口食品方面，歐美、加拿大、澳洲、韓國、日本等國均經常與印尼之超級市場、飯店與量販店合作，強化其農產食品在印尼之拓銷活動。我國則有少數廠商透過當地經銷商進軍當地超市與量販店，但是多為少量進口。

印尼人口數僅次於中國、印度與美國，其中信仰伊斯蘭教(Islam，因中國的回族人全都信仰伊斯蘭教，又稱「回教」)的人民(稱為穆斯林，即回教徒)占 86.1%，超過 2 億人，是全球穆斯林人口最多的國家。在印尼的穆斯林並不完全按照伊斯蘭教的戒律行事，尤其是在中部與東部地區特別明顯，因此對一些回教的規範也較為寬鬆。

印尼的餐飲業上有一發展的利基，亦即清真食品市場。隨著回教世界有 15 億的信仰人口，56 個回教國家，分佈五大洋六大洲，在共同的宗教信仰與飲食生活習慣上用 Halal 做為認定的文字，是為全球回教徒所共同使用的食(用)品標誌。今天回教徒消費人口與消費能力的快速成長下，促使回教徒在全球消費權益的保護意識抬頭，選食(用)品 Halal 檢驗的要求，全球商貿為搶佔回教徒 Halal 貨品的市場，推動了全球清真 Halal 貨品需求的熱潮。另一方面，近年來因為食品衛

生以及添加物的問題層出不窮，清真食品因為從取材、處理、包裝、運送均有嚴格規定，反成為消費者所喜愛之食品選項。印尼廣大的回教徒消費者即建構了一個偌大的消費市場，再加上非因宗教因素的選購消費者以及國際市場，近年來已經引起非常多跨國食品公司、連鎖餐廳以及連鎖通路競相進入此一市場。

表5-16印尼餐飲業SWOT分析

優勢 (S)	劣勢 (W)
<ul style="list-style-type: none"> ● 消費人口眾多，內需市場龐大。 ● 多元種族，對外來食物以及自有品牌餐廳接受度高。 ● 消費者多為價格導向，沒有特定之忠誠喜好。 ● 大型連鎖餐廳與中小型餐廳林立，各自有市場區隔。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 對於國外企業採行認證制度以及監督方式均較本國廠商嚴格。 ● 我國飲食運用豬肉、豬油做為料理材料相當多，與回教飲食習慣非常不相同，進入市場需調整食材。 ● 產品需常變動以滿足印尼消費者喜歡嘗試新奇事物的欲望。
機會 (O)	威脅 (T)
<ul style="list-style-type: none"> ● 經濟成長帶來內需市場對飲食需求增大，消費者出外用餐機會增加。 ● 食品安全衛生議題普遍受到重視，消費者逐漸追求健康飲食。 ● 清真食品市場逐漸受到重視，越多廠商願意投入。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 中國大陸進口之產品價格較低廉且有時魚目混珠，包裝成類似台製商品，消費者分辨不易。 ● 清真食品處理食材過程繁複，恐增加製造成本。 ● 貧窮人口仍佔多數，量販超市通路屬中高價市場，開拓不易。

資料來源:參考自Business Monitor (2011)

台灣食品在印尼市場仍有商機，首先，台灣食品中有些口味如辣、甜等食品小吃非常適合印尼消費者，在雅加達甚至有購物城中以「士林夜市」為名的美食街，販賣各式台式小吃，頗受歡迎。另一方面，因應印尼都市生活型態改變，許多強調便利性的食品在印尼市場有新興之商機，我國在微波食品以及速食產品均有進入試場的可能性。然而，我國食品在印尼市場占有率低於其他國家產品，主要原因在於我國業者認為印尼市場心理距離高，需長期耕耘，所以並未積極推廣；另一方面，印尼產品（例如食品、飲料、調味料）與中式產品類似，口味上有時並未有太大的新奇感；而我國產品又與中國進口之產品難

以分別(甚至有中國產品在外包裝使用繁體字)，也造成當地消費者的混淆。另外我國當地約有一萬多名台商以及親屬，並未有像日本、歐美僑民對本國產品之忠實度，加以我國進入印尼之食品價位偏高，也導致基本市場需求量較難以支撐。

六、零售業

印尼是東協最大的經濟體，近年該國經濟持續增長，中產階級人口快速增加，成為企業開拓東協自由貿易市場的首選地之一。香港貿易發展局(HKTDC)今年六月出版《印尼：東協經濟新動力》研究報告，指出印尼市場蘊藏著四大商機：產品貿易、品牌建立、零售商機、以及生產基地。根據 2011 年全球零售發展指數 (GRDI) 研究，印尼是全球最具吸引力新興零售市場第 16 位，在亞洲僅次於印度、中國以及哈薩克；較 2009 年更進步 6 名，顯見印尼在零售市場上之吸引力。參閱表 5-17 2011 年全球零售發展指數 (GRDI) 排名。

國際貨幣基金組織(IMF)指出，未來 5 年印尼經濟增長將加速，到 2015 年印尼經濟總值將超越 11,000 億美元，佔東協 10 個成員國 GDP 總和的 40% 以上。印尼不像其他東協國家倚賴出口，所以全球金融危機對印尼經濟影響較少；而印尼 2.4 億人口的龐大內需市場，正是印尼經濟成長的動力。印尼零售商協會(APRINDO)預期未來數年，該國零售業將以每年 10% 的速度持續增長。Euromonitor 報告指出，印尼年收入逾 10,000 美元的家庭比率達 8.7%，相當於 2000 萬名消費者，因此具有消費力的族群不小；而印尼中產階級人口在 5 年內倍增，有消費力的族群更是快速增加。

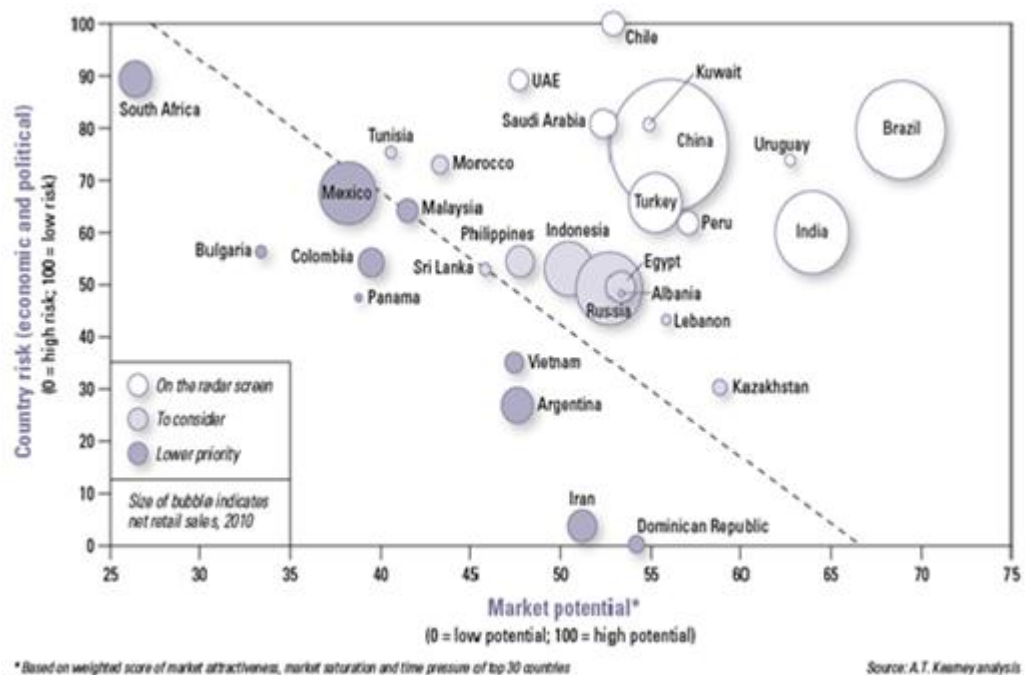
表 5-17 2011 年全球零售發展指數 (GRDI) 排名

2011 rank	Country	Region	Market attractiveness (25%)	Country risk (25%)	Market saturation (25%)	Time pressure (25%)	GRDI score	Change in rank compared to 2010
1	Brazil	Latin America	100.0	79.4	42.9	63.9	71.5	+4
2	Uruguay	Latin America	85.0	73.8	63.6	39.6	65.5	+6
3	Chile	Latin America	84.3	100.0	30.3	44.3	64.7	+3
4	India	Asia	28.9	59.9	63.1	100.0	63.0	-1
5	Kuwait	MENA	80.4	80.6	57.3	27.1	61.3	-3
6	China	Asia	49.5	76.5	31.0	87.7	61.2	-5
7	Saudi Arabia	MENA	70.9	80.7	50.6	35.7	59.5	-3
8	Peru	Latin America	39.8	61.5	72.0	59.5	58.2	+1
9	United Arab Emirates	MENA	87.6	88.9	12.6	42.9	58.0	-2
10	Turkey	MENA	83.8	65.5	45.0	37.0	57.8	+8
11	Lebanon	MENA	56.3	43.0	57.5	53.8	52.6	N/A
12	Egypt	MENA	22.1	49.5	85.5	52.7	52.5	+1
13	Albania	Eastern Europe	19.9	48.3	79.6	60.5	52.1	-1
14	Russia	Eastern Europe	76.2	49.1	30.9	51.0	51.8	-4
15	Kazakhstan	Asia	29.2	30.1	87.5	60.1	51.7	N/A
16	Indonesia	Asia	38.2	53.0	54.5	58.8	51.1	0
17	Morocco	MENA	22.6	72.9	52.8	54.8	50.8	-2
18	Philippines	Asia	26.2	54.3	66.1	51.0	49.4	+4
19	Tunisia	MENA	37.5	75.2	63.0	21.3	49.3	-7
20	Sri Lanka	Asia	8.4	52.6	86.5	42.4	47.5	N/A
21	Malaysia	Asia	53.9	64.0	18.0	52.7	47.2	-4
22	Mexico	Latin America	74.6	67.5	16.3	23.8	45.6	+3
23	Vietnam	Asia	8.4	35.0	48.8	85.1	44.3	-9
24	Colombia	Latin America	45.7	54.0	35.8	36.9	43.1	+2
25	Argentina	Latin America	60.4	26.6	44.2	38.4	42.4	N/A
26	South Africa	Sub-Saharan Africa	46.9	89.3	15.2	17.2	42.2	-2
27	Panama	Latin America	44.3	47.3	44.5	27.6	40.9	N/A
28	Dominican Republic	Latin America	39.5	0.0	74.2	49.0	40.7	-5
29	Iran	MENA	33.5	3.4	89.2	31.0	39.3	N/A
30	Bulgaria	Eastern Europe	45.1	56.2	4.9	50.2	39.1	-11

資料來源: GRDI (2011)

印尼人口結構年輕，新一代年輕消費族群敢於花錢享受及娛樂，喜歡外出用餐，以及購買時裝和潮流生活用品，對於外來新奇事物也勇於嘗試。由於信用卡日漸普及，大學畢業生的信用額度可高達 3,400 美元，令這新一代消費族群的購買力更強大，在當地較高價的商品銷售幾乎都要搭配分期付款方案(通常是 12-24 期免息分期)，年輕族群才有意願與能力購買。

圖 5-3GRDI 零售業國家吸引力



資料來源:GRDI(2011)

隨著印尼現代化購物中心、高級公寓大樓的到處聳立，位於大樓內的大型商場亦快速成長；而因應都市生活型態以及年輕消費族群的消費習慣，強調便利性的 24 小時營業便利商店便如雨後春筍般出現。

另一方面，據外貿協會指出，印尼農村人口往城市遷移的現象日益明顯，目前高達 50% 的人口住在都市，根據世界銀行估計，在 2015 年將會達到 60%。由於印尼地處赤道氣候相當炎熱，加上休閒娛樂場所極為缺乏，因此城市內有空調、商店、餐廳與電影院的購物中心成

為消費者周末假日的主要去處，新型零售通路隨之快速成長。印尼新型零售通路型態包括量販店(Hypermarkets)、超級市場(Supermarkets)、百貨公司(Department Stores)、迷你超市(Mini Markets)、便利商店(Convenient Stores)及專業連鎖店(Specialty Chain Stores)等。

表 5-18 印尼現代零售通路家數及銷售額

金額單位:百萬美元

		2005	2006	2007	2008	2009	2010
超級市場	家數	2,652	3,173	3,830	4,297	4,801	5,252
	銷售金額	5,185	6,613	7,943	8,369	8,810	10,993
量販店	家數	502	644	747	798	900	973
	銷售金額	6,507	8,893	10,274	10,300	10,958	13,584
便利商店/ 迷你超市	家數	2,758	3,337	3,953	4,334	4,871	5,299
	銷售金額	2,440	3,147	3,710	3,820	4,045	5,005
總計	家數	5,912	7,154	8,530	9,429	10,572	11,524
	銷售金額	14,132	18,653	21,927	22,489	23,813	29,581

資料來源: BMI (2011)

儘管現代零售通路已經在印尼逐漸成為主要消費通路，但僅約佔整個零售市場 37%。這些新的銷售通路每年都有 10% 以上的成長率，且主要集中在雅加達、泗水和萬隆等大城市。根據 Nielsen 市調公司對印尼五大城市雅加達、泗水、萬隆、棉蘭與錫江的調查顯示，45% 的消費者會選擇大型的賣場（量販店）採購，其比率且逐年上升。印尼零售商協會(APRINDO)估計將在未來五年，在大型城市的零售金額年增率將可能達到 20%。外籍遊客以及外商公司駐印尼的幹部人數都將快速增加，也導致進口食品的需求量增長。目前在印尼量販店前五大依序是家樂福量販店(Carrefour)、太陽百貨公司(Matahari)及其所屬 Hypermart 量販店、樂天量販(Lotte Mart，原名萬客隆 Makro)、巨人量販店(Giant)、英雄超級市場(Hero)等等。這些大型連鎖通路不斷向在前五大城市及人口占全印尼之半的爪哇島二線城市展店以外，亦積極向蘇門答臘島的巨港、蘇拉維西島的錫江與美納多，加里曼丹島的

坤甸等地擴展事業版圖；另外這些通路也積極推展自有品牌以及增加促銷活動，藉以吸引眾多的消費族群。根據 Business Monitor International 的估計，至 2014 年，印尼將新開發 500 萬平方米的空間作為鋪設零售通路之用，另外其他國際通路商，例如全球最大的零售商 Wal-Mart，也計畫投入印尼市場。

印尼貿易部於 2008 年 12 月頒布 53/M-DAG/PER/12/2008 條例，規定未來下列小型商場必須 100% 由國內資本控股，亦即只能由本國商人經營：迷你商場的建築和銷售面積小於 400 平方公尺、超級市場建築和銷售面積小於 1,200 平方公尺、百貨公司建築和銷售面積小於 2,000 平方公尺。超過 1,200 平方公尺的超級市場可由外資控股。

表5-19 印尼零售業SWOT分析

優勢 (S)	劣勢 (W)
<ul style="list-style-type: none"> ● 印尼是東南亞最大的經濟體，消費人口眾多，內需市場龐大。 ● 印尼為 ASEAN 創始國之一，該國政府正致力於降低關稅和非關稅貿易壁壘。 ● 印尼年輕消費族群喜歡嘗試新奇事物，對品牌也沒有特定之忠誠喜好。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 量販超市通路多為日韓以及本地集團所擁有，進入不易。 ● 我國產品品質較佳但定價較高，消費者對於高價餐飲接受度仍有障礙。 ● 貪腐問題仍然嚴重。(2010年透明國際清廉指數:110/178) ● 官僚主義濃厚，外商經商環境惡劣，程序處理冗長無效率 (平均程序76天)。 ● 勞動法規過度保護勞工。 ● 對於外資獨資設立商場規範必須達到單一店面1,200平方米(約400坪)以上。

資料來源:部分參考自 Business Monitor (2011)

表 5-19 印尼零售業 SWOT 分析(續)

機會 (O)	威脅 (T)
<ul style="list-style-type: none"> ● 印尼政府正逐漸改善其商業環境，特別是法制建設和反貪腐。 ● 全國都市人口將在 2015 年稱家到 60%。 ● 都市生活型態使得便利商店需求大量增加。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 外商對印尼投資法規與規範時有糾紛與疑義。 ● 恐怖主義仍然橫行，人身安全成為問題。 ● 傳統商店與路邊攤仍是低收入民眾主要的購物通路(佔總金額約六成)。

資料來源:部分參考自 Business Monitor (2011)

根據本研究至印尼市場實地訪問台商所得之經驗，我國消費品在印尼市場占有率低於其他國家產品，主要原因在於我國廠商在當地不易尋得適當的代理商以及通路。本地進口商慣用之遠期信用狀或賒帳採購方式不被我國出口商接受，而我國廠商對於當地代理商的信任程度也不足。另一方面，我國消費產品在式樣設計或品牌也同受其他國家產品的挑戰，而我國業者在定價上價位高於許多國家，例如新加坡、馬來西亞、南韓與中國大陸產品，以致市場占有率偏低。

第四節 投資策略建議

印尼近年來經濟成長快速，而這樣的成績主要來自於其國內龐大的內需市場。不同於許多開發中國家，印尼民間消費約佔 GDP 之 58.6%，而投資約占 31.1%；出口約佔 24.1%。除了消費與出口之外，工業發展也逐漸成為印尼經濟發展動力之一。由於印尼工業仍是以加工、裝配為主，所以印尼的工業發展其實仍是處於一個相當初步的階段。雖然印尼政府在今年公佈了 MP3EI 經建計劃，到 2025 年之前，印尼的發展目標設定為發展重點產業、平衡區域產業發展；對於工業發展與出口，印尼政府在現階段似乎並非特別著重。目前外資進入印尼市場在基礎環境面上有以下幾點障礙：(1)基礎設施不便導致的生產以及管理費用過高，工業產品的國際競爭力仍不及其他東亞國家；(2)企業設備老舊、技術落後，出口產品附加值低；(3)許多零組件以及原物料均靠從國外進口，在成本上缺乏國際市場競爭力；(4)中高技術的勞力十分缺乏；(5)官僚主義以及貪腐造成政府行政效率低落、施政紊亂以及(6)缺少穩定的工業發展策略以及明確的發展定位。

為吸引更多台商赴印尼投資，以上的障礙實有必要解決，而根據本研究實地訪問，發現許多廠商對於印尼投資懷抱相當高度的興趣與期待，但是苦於資訊的不足、當地官僚主義以及對投資環境的不瞭解而無進一步行動。

本研究利用鑽石模型，將各項利基產業之供給條件、需求條件、產業競爭狀況、機會角色以及政府角色，以及投資策略建議整理如表 5-20 利基產業鑽石模型分析。

表 5-20 利基產業鑽石模型分析

業別	生產因素	需求因素	產業競爭現況	目前機會點	政府角色	投資策略建議
汽機車零組件	<p>日本眾多汽機車大廠如豐田、本田、大發汽車已將印尼指定為日本以外最大的生產基地。由於印尼政府持續調低利率政策，加上通貨膨脹獲得良好的控制、幣值匯率穩定等因素，對於汽車的銷售有極大的刺激，在高油價時代銷售量反而逆勢成長。</p>	<p>印尼汽車擁有率偏低，每千人僅有 52 輛車); 預估至 2015 年市場將再成長 57.69%。 印尼為第三大機車市場，預估至 2015 年需求量將達每年 1,300 萬台。</p>	<p>印尼幾乎沒有本土廠商 100% 投資之汽機車 OEM 零組件產業，多係內外資廠或日本、台灣或韓國業者投資之工廠，多數精密零組件均需進口。</p>	<p>泰國水患引發的供應鏈移動。 汽車製造商將加重本土製造之比重。 維修市場零組件需求非常大，售後服務以及維修將成未來增值部分。</p>	<p>印尼政府已將汽機車裝配及製造列為重點發展產業，對於外資投資汽機車加工製造業採取歡迎的態度。 MP3EI 將其列為主要發展產業之一。 東協鼓勵汽車產業發展，並享有出口優惠。</p>	<p>廠商需較長時間才能加入零組件供應鏈，因此建議廠商最好能先有初期訂單(跟隨客戶進入或是外銷訂單)再考慮至當地設廠。 雖然當地各大車廠供應鏈已經相當完整，但是我國廠商的技術以及品質仍有優勢，建議我國業者先經過在台灣或中國大陸之日本原廠介紹，並且在印尼設立工廠方有可能取得 OEM 訂單。 印尼規模龐大之售後服務市場 (AM, After-sales Market) 將是台商的機會點。據業者估計在維修市場約有三分之二屬非正廠零件，雖然目前大陸廉價零組件充斥，但台商品質與耐用的特性仍有其市場。 印尼維修服務水準仍低，修車行環境簡陋，建議可以引進我國維修服務體系廠商，在當地以優質之服務吸引消費者。</p>

表 5-20 利基產業鑽石模型分析(續)

業別	生產因素	需求因素	產業競爭現況	目前機會點	政府角色	投資策略建議
機械暨零組件	由於經濟成長，為因應內需市場以及外銷市場的成長，印尼製造業對各類機械需求增加，尤其對於模具之需求也呈現快速增長。印尼國內所使用機械大多為老舊之機型，因此對於維修零組件需求也相當大，而對於機械設備更新的需求也相當強烈。	印尼無產製相關設備，所需原料組件均仰賴進口。而除了汽車產業外，各項產量均無完整供應鏈。而產業也缺乏有技術之勞工，因此印尼機械以及零組件製造產業在當地發展的需求相當高。	印尼至今仍無法製造或組裝工具機等機械設備產品，幾乎全數仰賴進口，至於所需使用之模具其自製率亦低於 10%，即 90% 至 95% 的模具需從國外進口。	因應製造產業發展，印尼國內需要更多的生產機械設備。印尼現在使用機械多為中古貨或者較舊之機型，亟待更新。各項機械所需之零組件以及維修市場所需之零組件需求均高。	機械產業是印尼政府列為 MP3EI 重點發展產業之一，印尼政府也開始對機械產業進口採取低關稅或零關稅政策。	當地並無完整之供應鏈，建議廠商若欲至當地設廠，可以考慮結合上下游一同前往之形式，發展目標一開始可以設定為外銷，再逐漸擴展內需市場。 當地銷售由於印尼本身鋼鐵的產量與品質均不佳，因此機械加工缺乏原物料；而鋼鐵的原物料進口關稅相對較高，因此建議我國廠商可以先在台灣進行粗加工，而後以零組件名義進口，可以降低關稅。目前大陸所產之廉價機械充斥市場，但使用者對其故障率以及品質不滿意度相當高，我國產品可以介入中價位，強調品質的產品定位。

表 5-20 利基產業鑽石模型分析(續)

業別	生產因素	需求因素	產業競爭現況	目前機會點	政府角色	投資策略建議
電子消費產品	<p>印尼消費性家電市場的成長力與需求相當強勁，係國際大廠必爭之地。著名的跨國家電產品製造商，例如 Panasonic、Sanyo、LG、Samsung、Sharp、Mitsubishi 等大廠，均於印尼大量生產家電，印尼已成為東南亞電視機裝配的基地。</p>	<p>國內外市場需求增加，其中成長最迅速的是電視機、冰箱、冷氣機與洗衣機。</p>	<p>印尼中高所得消費者特別偏好國際品牌或進口產品，因此日韓之國際品牌在印尼發展相當成功；中國的海爾 (Haier)、美的電器 (Midea) 則主打中低價位市場，更有許多本土小品牌爭奪低階市場，市場產品線已然完整。</p>	<p>印尼消費性電子產品需求仍快速成長。近年來大型電子產品連鎖通路興起，帶動更多的消費需求。</p>	<p>電子消費產品為東協自由貿易協定中優先整合項目之一，印尼政府將電子產品列為獎勵投資產業，2010 年印尼政府宣布 LED 電視在內的等六個產業可獲 30% 企所稅減免；同時也針對 16 項電子產品取消原物料和資本設備貨物的進口關稅 (5-15%)</p>	<p>印尼勞動力人口充沛，適合勞力密集產業前來設立組裝工廠，因此美、日、韓等大廠皆已在印尼各地工業區設立大型組裝工廠，近期亦有台商小家電代工大廠已決定前來印尼設立生產基地，我國零組件廠商如能配合美日韓品牌大廠之品質要求，並與我代工大廠共同合作，前來設立重要元件製造工廠，除印尼市場外，亦可就近供應東南亞組裝工廠。</p> <p>印尼目前在家電方面的需求仍相當高，我國廠商，而日、韓品牌主要佔有高價市場，而中國品牌主要則佔有中低價市場。我國在品牌的來源國形象上較中國產品仍有優勢，可以強調中價位，質佳耐用的市場區隔。</p>

表 5-20 利基產業鑽石模型分析(續)

業別	生產因素	需求因素	產業競爭現況	目前機會點	政府角色	投資策略建議
ICT 產品	<p>印尼 ICT 市場的成長力與需求正快速成長，許多軟硬體國際大廠已經進入市場。當地充沛廉價的勞動力以及生產要素有利於製造基地之建立。</p>	<p>電子資訊產品自 2008 年開始銷量成長率均超過 33%；2010 年更是大幅成長 50%，為亞太地區 PC 成長率最高的市場。</p>	<p>因為供應鏈尚未形成，印尼市場中 ICT 產品幾乎均為國外進口。目前印尼政府正努力吸引國外廠商赴印尼投資設廠，日韓中均有廠商目前正積極佈局。</p>	<p>高新技術產業為印尼列為優先發展項目，對高新技術投資也提供較多的投資優惠。目前日韓電子大廠的進駐使得印尼相當有機會繼中國之後崛起成為電子業製造大國。</p>	<p>ICT 產品為東協自由貿易協定中優先整合項目之一；印尼政府也將電子產品列為獎勵投資產業，並列入 MP3EI 項目中。</p>	<p>我國電子業在大陸佈局已久，目前因應大陸製造環境成本上升以及投資優惠條件消失，許多廠商正積極尋找可以替代之製造地點。東南亞中除越南之外，印尼充沛的勞動力以及龐大的市場均被視為可以做為製造移轉的地點。目前我國電子業或可仿效日商對中國與東協的雙軌投資，逐步轉移。我國 ICT 廠商多以代理商模式進入，建議我國廠商在產品銷售通路上可以多加擴充，並且提供更多服務之附加價值。</p>

表 5-20 利基產業鑽石模型分析(續)

業別	生產因素	需求因素	產業競爭現況	目前機會點	政府角色	投資策略建議
餐飲服務業	<p>印尼農產品豐富，國內市場各類食品以及餐廳非常多元，龐大年輕消費族群吸引國內外餐飲集團進入印尼市場。</p>	<p>印尼人口約 2.4 億，為世界第四大經濟體，近年來隨著經濟起飛，人民生活也日漸富裕，對飲食的需求也日漸增加。印尼餐飲產業過去五年來平均成長率達到 9.4%；預計未來五年平均成長率可以達到 5.4%。</p>	<p>印尼餐飲業發展蓬勃，連鎖速食店及餐廳快速增長，型式與種類都非常多元。據統計，30% 的印尼常住人口，即 4,000 萬人每周最少一次享用快餐。年輕消費者視外出用餐、與良朋歡聚為最主要娛樂之一，帶動了餐飲業發展。市場仍有很大發展空間。</p>	<p>BMI 對於東亞各國餐飲業風險對報酬比率之研究，印尼在東亞各國排名第七，與台灣(第八名)相似，餐飲業的獲利在東亞各國仍具有相當不錯的條件。</p>	<p>印尼政府對於餐飲服務業並無特殊獎勵措施，對於外資投資餐飲方面的管理以及認證上較為嚴格。</p>	<p>中式料理在菜色上使用豬肉、內臟、豬油調理之產品非常多，在當地從事餐飲服務業時，需要用替代品來取代或須清楚標示。</p> <p>進口至當地食品用料以及烹調方式須符合回教食品的規範(HALAL Food)。廠商在進入市場前一定要申請 Halal 認證，而國外廠商尚需要取得『外國食品註冊號』(MakananLuar, ML)，管理與審查上更加嚴格。</p> <p>各個大型購物商場是印尼新興消費族群聚集之地，年輕消費族群喜好外來新鮮事物、對於飲食相當注重，建議我國廠商可以購物商場之美食街、超市、以及逐漸興起的便利超商為銷售通路。</p>

表 5-20 利基產業鑽石模型分析(續)

業別	生產因素	需求因素	產業競爭現況	目前機會點	政府角色	投資策略建議
零售業	<p>印尼是東南亞最大的經濟體，消費人口眾多，內需市場龐大。印尼政府正致力於降低關稅和非關稅貿易壁壘，積極鼓勵產品進口。</p>	<p>印尼零售業協會 (APRINDO) 預期未來印尼零售業將以每年 10% 的速度持續增長。Euromonitor 報告指出，印尼年收入逾 10,000 美元的家庭比率達 8.7%，相當於 2000 萬名消費者，因此具有消費力的族群不小；而印尼中產階級人口在 5 年內倍增，有消費力的族群更是快速增加。</p>	<p>目前印尼量販店與超市多由日韓與當地廠商所擁有，目前市場仍然處於成長狀態，全球最大通路 Walmart 已計畫重返印尼市場。</p>	<p>印尼農村人口往城市遷移的現象日益明顯，目前高達 50% 的人口住在都市，2015 年將超過 60%。 印尼地處赤道氣候相當炎熱，加上休閒娛樂場所極為缺乏，因此城市內有空調、商店、餐廳與電影院的購物中心成為消費者周末假日的主要去處，新型零售通路隨之快速成長。</p>	<p>印尼政府正逐漸改善其商業環境，特別是法制建設和反貪腐。</p>	<p>外國連鎖品牌在進入市場與國內業者簽約時需向印尼工業與貿易部提出申請並取得 STPUW 證照 (Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba or Franchise Business Registration Certificate)，而外國連鎖品牌業者可以不用透過代理直接向印尼相關單位註冊品牌，而印尼對國外知名品牌已相當保護，任何業者如要註冊國外知名品牌需要該國總公司認可。我國業者應於開店前有詳細規劃與準備，方可因應印尼官方法令要求。 我國廠商可以嘗試利用量販店、超市以及便利店通路，進入印尼市場。自建通路由於印尼政府規範頗多，廠商不易建立自有的通路。</p>

第五節 小結

印尼為東南亞最大經濟體，亦是全球第四大之人口國，內需市場龐大。近年來民眾消費力上升，相對帶動各項民生產業之需求。

本研究藉由鑽石模型之觀點，整合文獻報告中指出印尼潛在之利基產業，並經由評估其未來五年發展潛力、印尼政府當前政策、東協自由貿易區優先整合產業以及印尼投資法規中給予投資優惠等標準，篩選出數項利基產業。

由於近年來經濟發展良好，人民生活水準提高，連帶對汽機車、消費性電子產品、ICT服務設備以及餐飲產業的強烈需求，進而帶動上游原物料、零配件、加工、包裝、配送等一連串之需求。

近年來印尼內需市場復甦，對於機器與生產等設備需求大幅成長。印尼政府為鼓勵國外業者增資與擴張設備，降低對工具機等設備所課徵之進口關稅，某些工業用之生產設備甚至免關稅。據印尼國家統計局的數據顯示：印尼每年進口超過3億美元之零組件與工具機等，其主要來源為包括台灣等其他工具機之生產國。此外，許多當地製造商為出口至其他先進國家，必先升級其機械設備以提昇產品品質及生產效率，對於相關的產業機械之銷售均有正面之影響。

印尼為我國在東南亞國家中累計投資總額排行第二名，2010年我國為印尼第九大進口國及第八大出口國，兩國經貿往來互動密切。我國廠商應利用目前印尼政府致力於提振經濟發展的時機，掌握我方產業優勢來加強布局印尼市場，並趁勢拓展台灣經貿實力以立足於全球經濟。

第陸章拓展印尼市場具體策略與政策建議

第一節 結論

根據各大經濟研究機構的研究，可以發現印尼經濟發展呈現穩定成長、內需消費大、國民所得快速、失業率逐漸下降、匯率與通貨膨脹趨於穩定。目前的印尼的確如許多國際研究所述，是相當好的發展機會，極具發展潛力。此外，印尼是回教大國，回教徒人數為世界第一，此一回教市場的商機實不可小覷。由於回教世界的消費市場具有特殊的宗教色彩，許多商品要求必須有 Halal 認證，而 Halal 認證已經等同於安全、衛生與品質，亦可為非回教徒所接受。因此，能進入印尼市場，就可能輻射至全球回教市場。

再者，印尼近年來進、出口暢旺，成長力驚人；透過中國-東協自由貿易協定的生效，不論印尼的出口亦或是進口，均會獲得更進一步的提升。尤其在各項「東協+N」區域貿易協定之提議中，印尼均不會缺席，勢必會繼續扮演關鍵的樞紐角色。我國與中國大陸已在去年簽署經濟合作協議(ECFA)，可透過兩岸優勢互補，以具競爭力的產業分工模式，攜手合作前進印尼市場，並在目前中國-東協自由貿易協定的架構之下，輻射市場到整個東協區域其他國家，獲取印尼市場商機。

今年度印尼政府提出 MP3EI 之經建計劃，規劃了未來 15 年印尼經濟發展的願景與目標，設定六大經濟走廊，作為區域發展的重心，並提出八大主要發展計畫（包括農業、礦業、能源、工業、海洋產業、旅遊業、電信和戰略領域之發展）與 22 個主要經濟項目（包括運輸設備、資訊科技業、船運、紡織業、食品與飲料、鋼鐵業、國防設備、棕櫚油、橡膠、可可、畜牧業、木材、石油與天然氣、煤礦、鎳礦、銅礦、鋁礬土、漁業、旅遊業、食品農業、大雅加達策略區、巽他海

峽大橋與周邊經濟策略區)等，由該計劃內容可以預見，對於印尼國內資訊科技、基礎建設、旅遊業與天然資源開採業而言，將有發展的機會。但由於基礎建設與天然資源開採相關產業多由印尼官方主導，而中國、日本等國亦以整體國家型計劃介入以協助該國廠商進入印尼市場，這方面台灣的廠商恐無利基，但對於資訊科技與所有基礎建設均需要的機械產業，台灣製造的品牌在印尼仍有相當的吸引力，是台商的一大利基。

以印尼未來的政經發展趨勢而言，未來的重要事件有 2014 年將舉行國會與總統大選，現任總統蘇西洛已經連任一次，依規定不能再選，但由於蘇西洛帶領印尼安然渡過 2008 與 2009 年金融風暴，且經濟成長速度亮眼，政權相對穩定，不易有太劇烈之變化。但值得注意的是，許多人認為蘇西洛第二個任期執政效果不佳，又涉入貪污問題，可能為執政黨帶來不利影響。

根據台灣與印尼雙邊貿易資料，2010 年台灣出口印尼前十項產品，以 HS 2710 石油及提自瀝青礦物之油類為最多，出口金額達到 13.99 億美元，占台灣對印尼總出口的 31.44%，其出口金額較前一年成長 33.95%；其次為 HS 7210 塊狀或其他初級形狀之生鐵及鏡鐵，出口金額達到 1.16 億美元，占出口比率為 2.60%，其出口金額較前一年成長 38.88%；再其次為 HS 0302 生鮮或冷藏魚，出口金額達到 1.09 億美元，占出口比率為 2.44%。其他重要出口印尼產品為針織品、冷熱軋鋼製品、橡塑膠加工機械、合成纖維、車輛零附件與積體電路等。
(請詳見表 6-1)

表 6-1：台灣對印尼主要出口產品(2010)

排名	產品碼	品名	金額 (億美元)	成長率	比重
1	2710	石油及提自瀝青礦物之油類(原油除外)	13.99	33.95%	31.44%
2	7210	塊狀或其他初級形狀之生鐵及鏡鐵	1.16	38.88%	2.60%
3	0302	生鮮或冷藏魚	1.09	-	2.44%
4	6006	其他針織或針織品	0.98	20.82%	2.21%
5	7209	冷軋(冷延)之鐵或非合金鋼扁軋製品	0.80	52.67%	1.79%
6	8477	84章未列名之橡膠或塑膠加工機或以此類原料製造產品之機械	0.79	97.14%	1.77%
7	7208	熱軋之鐵或非合金鋼扁軋製品	0.78	39.88%	1.75%
8	5407	合成纖維絲紗梭織物	0.73	3.38%	1.64%
9	8714	第 8711 至 8713 節所列車輛之零件及附件	0.63	44.68%	1.42%
10	8542	積體電路	0.54	-34.73%	1.22%

資料來源：本研究根據國貿局進出口資料庫整理。

原則上，我國出口至印尼的產品仍以具有較高附加價值的製造業產品為主。不過需要說明的是，因為表 6-1 採用四位碼，每個分類包含範圍仍大，因此其中亦可見到我國的出口大宗項目中亦有礦物燃料，似為原物料；但此係指我國提煉之成品油，因為印尼雖有豐富油礦，但自身煉油能力不足而由我國廠商代煉。

最後，由經濟學人集團所公布的未來經濟預期指標來看，印尼的未來經濟發展持續穩定的好轉，政府債務亦所有控制，市場規模大、勞動價格低廉、消費能力高，是印尼未來發展的優勢。但貪污問題嚴重、貧富差距與貧窮問題的惡化、失業問題與排華、暴動、恐怖攻擊等則是印尼未來發展的隱憂。

本研究探索因應印尼近年來龐大內需市場崛起之商機。經過整體環境之分析之後，本研究發現印尼近年來經濟的增長在於其內需市場的快速發展；而印尼新興之年輕消費族群為其內需市場的主要推動者，這些族群所產生的新商機也可望成為我國出口的成長動力來源，也是我國可積極拓銷的目標市場。本研究建議汽車暨零組件業、機械暨零組件業、消費性電子產品、ICT 產品、餐飲業以及零售通路等為我國現階段可以進入之利基產業。本六項產業既符合印尼經濟現階段成長所需，又為我國廠商具有優勢之產業；而這些產業在印尼國內以及東協區域內又具有發展潛力，仍然高度成長，均符合本研究之篩選標準。本研究以鑽石模型架構，針對各項利基產業之生產條件、需求條件、市場競爭狀況、政府角色以及機會角色做逐一分析，並提出台商進入各項產業之策略建議。

第二節 政策建議

一、對政府政策之建議

(一) 政府應透過駐印經貿機構提供可靠之合作廠商名單

由於印尼當地廠商，不論華商或印尼商，惡意坑殺外來投資者之情況時有所聞，且如本研究之發現所述，印尼各級政府亦經常基於法令或單方行為，向外資廠商抽取各種名目之稅賦，甚至以配合建設之明義，對外資外商巧取豪奪。

由於現行印尼投資法規對於與當地廠商合作之外資，提供若干優惠措施，加上與當地廠商尋求合作機會，乃國際投資及國際貿易進入新市場之重要策略，採取此一策略之理由，除達到實質降低資訊蒐集之成本外，也可降低許多來自非市場因素人為進入障礙之衝擊。

基此，政府應透過駐印經貿機構提供可靠之合作廠商名單，例如：

經濟部駐印相關單位或對外貿易發展協會（TAITRA）等。這些單位不但應針對投資之目標地區蒐集商情，更應針對當地殷實且有意願與台商合作之廠商進行實質審查(due diligence)，了解該企業之信用，使台灣廠商為進入印尼市場而尋求合作夥伴時，能多一層保障，降低其投資風險。

（二）可透過資金提供與貸款補助鼓勵農企彼此合作進軍印尼特殊產業投資

本研究發現印尼之農業未來極具市場潛力，惟台商赴外國投資向來好採單打獨鬥，其競爭力不若日本的產業鏈進入市場模式，且單獨廠商除非資本雄厚，否則對抗投資風險的能力亦十分薄弱。

因此，針對印尼及具潛力的利基產業，例如：精緻農業及休閒農業，與其任由單一廠商嘗試錯誤，不如由政府帶頭，仿效早年對邦交國家農技援助之形式，透過提供農業企業投資方面的資金與貸款優惠，鼓勵台商進入印尼觀光休閒農業的市場，並且鼓勵其與有興趣以及有市場開發能力與技術之台灣廠商合作，形成類似產業鏈之型態進入印尼市場，以發揮具經濟規模及技術優勢之投資競爭力。

（三）建議政府以相關綠能產業發展協會為主體，結合國內綠能發電設備廠商進入印尼協助其發電不足地區之電力發展

印尼由於島嶼數量龐大，許多地方仍然缺乏電力供應，全國供電率僅有 65%，而對於綠能發電亦是在 MP3EI 計劃中的重點。台灣在綠能發電設備上已有相當的技術與品質，但由於國內市場有限，相關產品因無法達到經濟規模而無法降低成本，使得我國相關產業發展受阻。印尼自然環境優異，市場規模廣大，電力設備極缺，實在是我國綠能相關產業極佳的發展環境。建設政府可以組織台灣目前已有的綠能相關產業聯盟（如太陽光電協會、生質能源產業協會、中小風機協會...等），整合台灣電力設備廠商前進印尼投資電力事業，進行團體

作戰，除可協助印尼電力事業之發展，亦可使台灣的綠能發電產業擴大市場規模，並可以此市場之發展經驗，強化市場競爭力，以前進其他潛力市場。

(四)應調整台印投資保障協定之內容以強化對台商之保護

我國予印尼早在 1990 年代即已完成「投資保證協定」之簽署，目前該協定尚屬繼續有效。根據該協定，印尼政府應給予前往印尼投資之台商公平、公正之待遇，以及充份之保護，這些待遇及保護主要包括台商在印尼當地之投資，不會被任意徵收及徵用，以及萬一受到必要之徵收或徵用時，必須給予相對之補償。此外，台商赴印尼投資，有全自由移轉其資金及利潤。

而自從印尼於 2007 實施投資法以來，這些原屬於台灣及印尼雙方「投資保證協定」所保護之範圍，皆已明定於投資法，使得印尼國內法對於台商之投資保護更加明確。

然而，根據本研究發現，印尼對於外人投資保護之問題，在於法律執行面之落實程度及行政部門濃厚之人治色彩，實質上充斥法律外之潛規則，此乃目前台商在前往印尼投資適用法令方面所應承擔最主要之風險。

因此，本研究建議政府，應針對現行兩國投資保證協定與實際執行面之差異部分，例如：針對印尼政府處理台商外人投資效率不彰或審查案件裁量結果不一致之情況進行盤點及檢視，甚至於將台商遭遇當地官員勒索或巧取豪奪之情事進行深入了解，綜整相關案例及事實，作為下次與印尼政府進行雙邊經貿合作事務磋商時之重要論述，並將如何解決此方面之議題及建議，列入兩國未來雙邊投資保障協定之優先調整項目。

此外，目前中國大陸政府已積極規劃與東協國家所簽署投資保障協定，其內容亦值得我國政府未來與印尼洽簽新投資保障協定之參考，以強化保護台商在印尼海外投資之目的。

(五)參考鄰國模式積極與印尼洽簽自由貿易協定或更緊密經濟夥伴關係

目前包括：東協、澳洲、紐西蘭、中國、印度、南韓，以及協商中之美國及歐盟等國家或國際組織，刻正與印尼進行自由貿易協定之洽簽，一旦完成簽署，印尼與這些國家或地區之關稅障礙將能免除，甚至可以進一步解決非關稅障礙之問題。

其次，日本與印尼簽定經濟合作夥伴協定後，兩國約佔九成貿易產品之關稅將於 10 年內逐步廢除。印尼將對日本調降或免除其海關進口稅則所列之 1 萬 1,163 種貨品中 93% 之進口關稅，品項目中之 58% 之貨品將立即免除關稅，35% 之品項則將逐步調降關稅至零。

不論是自由貿易協定或更緊密經濟夥伴關係之簽署，皆實質影響台灣與印尼之貿易關係，台灣輸往印尼之商品，預期將在三年內受到嚴重之關稅衝擊而處於相對之不利情勢。

衡諸近年來東協與亞洲各國刻正積極洽簽 FTA，目前已簽署之 FTA 包括東協澳紐 FTA、東協印度 FTA、美韓 FTA 及歐韓 FTA 等。然而，由於台灣敏感之政治地位，導致許多國家採觀望態度，待台灣與中國大陸關係改善，方進一步考慮與我國簽署 FTA。

然而，自兩岸簽署 ECFA 後，包括印尼在內之許多東協國家開始對加強和台灣經貿合作產生高度興趣。此外，我國政府亦刻正評估加入「泛太平洋戰略夥伴協議」(TPP) 之可行方案。

因此，我國應把握此機會，積極與印尼及其週邊東協國家，例如新加坡與菲律賓等洽簽雙邊 FTA，或者簽定類似日本印尼模式之經濟夥伴關係協定，以利於未來台商從事貨品貿易、服務貿易、投資與兩國經濟合作之未來發展。

(六)對於政府間的經濟合作，由於印尼對於台灣技術需求孔急，我國政府應思考從印尼取得何種所需

由於印尼雖然空有相當豐富的天然資源，但相關的生產技術非常的不足，對於台灣相關產業的技術需求孔急。如印尼有豐富的石油稟賦，但卻缺乏煉油的技術與設備，導致必須出口石油再向其他國家進口汽油等的情況發生。另外，印尼官方對台灣農、畜產品的技術非常尊崇，資訊科技的產品與管理技能更是知名，對印尼當地產業極具有互補性。

政府未來與印尼洽簽投資與貿易協定時，應將提供印尼相關技術作為談判籌碼，以換取我國企業或經濟發展所需的資源。尤其在目前強調能源安全與糧食安全之際，我國政府可以思考以技術換取印尼的天然資源，彼此支援與互補，才能獲得雙贏。

(七)鼓勵台灣金融機構與印尼台商合作提供消費信貸

如前一章所述，印尼市場的交易仍是現金消費為主，但使用分期付款和信用卡分期付款的消費者也逐漸增加。雖然越來越多人採用銀行分期付款或信用卡分期付款的方式消費。

印尼當地各大通路業者均會與當地銀行合作，以提供分期付款的方式，刺激消費者消費意願。台商以往在印尼推出商品時，也與當地銀行業者合作，提出分期付款的方式，但是因為合作對象在當地印尼民眾觀感不佳，故造成銷售上的阻礙。但台商與當地大型金融業者的關係不深，故無法與當地大型金融業者合作，是目前當地台商在經營上的障礙。

目前台灣金融機構在印尼執行相關業務的僅有中國信託商業銀行一家，仍無法滿足台商的需求，因此建議政府與印尼政府相關單位協商，開放台灣金融機構赴印尼執行業務，並鼓勵台灣金融機構與印尼台商合作提供消費信貸，以利業者搶佔印尼消費市場商機。

二、對企業投資具體建議

(一) 台灣中心廠商應協助具勞動密集、低技術水準的供應商移往印尼，建立一組相對完整供應鏈

在印尼（或許多的東亞國家與中國大陸），日本與韓國廠商大都是以母雞帶小雞的方式，以中心大廠為基礎，將部分供應鏈帶到當地重組，如此不僅可以完善整體產業的布局，對於打進當地市場而言，也可以產生快速反應與完善後勤補給的效果。相對於台灣廠商的對外投資模式，除了中國大陸有部分是整體產業供應鏈集體外移之外，許多都是以單點突破，自行前往的方式赴國外投資。如此除了風險較高之外，廠商必須要打入日、韓商已經建立起的供應鏈也較為吃力與困難，因此如果企業評估印尼是除了中國大陸之外另一個非常大且重要的市場，建議應評估以複製台灣與在中國大陸投資之供應鏈的模式，整合資源進入印尼投資，將可達成一加一大於二的效果。

(二) 台商應與當地台商協會密切聯繫，相互支援與共享資訊

許多台商赴印尼投資多為單打獨鬥，與當地原本的台商之連結性較弱，使得一些廠商在進入當地市場投資時，遭遇到困難也難以獲得即時協助，雖然仍有台灣駐印尼投資代表處與外貿協會之駐印尼辦事處，但也難以全面顧及所有台商。而當地台商協會均非常樂意給予台商積極的建議與協助，台商若能積極參與協會運作，相互支援與共享資訊，以團體戰取代單打獨鬥將可大幅提高投資成功之機率。

(三) 印尼銷售通路非常重要，要設法進入通路，融入當地供應鏈

要掌握印尼當地的市場，則掌握通路是相當重要的一個關鍵。以雅加達為例，當地民眾習慣到大型的購物商城進行消費購物，故雅加達市場購物商城林立，而不似台灣在大街小巷都有商店。故廠商進入印尼市場時必須瞭解當地的消費形態與習慣，設法加入當地市場的通

路，確保銷售管道之順暢。另外，由於印尼對於零售業有相當嚴格的管制，外人獨資的零售業必須有 1500 平方公尺的賣場面積，故小型零售業難以符合，必須與當地人合資才可迴避此規定，諸如此類的規定必須要小心應對。

(四) 台商投資印尼需提早規劃

由於印尼政府之行政效能不彰，程序繁複且核准時間冗長，因此台商欲進入印尼市場經商或投資，均應及早準備，並預留一段時間，本研究團隊赴印尼參訪時恰巧遇到一個台商，為了投資印尼設廠的廠名就等了很長的時間，以致影響後續的設廠進度。另外，由於印尼貪污情況嚴重，但索取的金額不高，故只要按照其正常程序，應不致產生太大的障礙，但不應急於求成或設法走後門，利用仲介來節省必要的時間，可能會得不償失。

(五) 應以印尼內需市場為優先考量，修正將印尼視為「跳板」的預設立場

印尼出口依存度(出口占國民生產毛額的比例)較低，使得印尼經濟不易受到全球經濟波動的影響；而印尼 2.4 億人口的龐大內需市場，正是印尼經濟成長的動力。根據 Euromonitor 報告指出，印尼年收入逾 10,000 美元的家庭比率達 8.7%，相當於 2,000 萬名消費者，因此具有消費力的族群不小；而印尼中產階級人口在 5 年內倍增，有消費力的族群更是快速增加。

根據研究團隊實地訪查，發現印尼雖然人均所得不高，但民眾消費意願非常高，假日逛商場購物是一個重要的休閒活動，且對於國外或新奇商品的接受度相當高，因此印尼本身即是一個充滿商機且龐大的市場。雖然印尼為東協之中人口最多之國家，但是在國際貿易上與其他國家相較卻沒有明顯之競爭力，印尼國內許多物資都還需要由其他國家進口，而印尼政府在出口上也無較佳的優惠政策；而製造上許

多原物料與零組件也須自國外進口，再加上印尼的基礎建設不佳以及政府行政效率低落，因此欲以印尼為進入東協市場之跳板恐有難度。

另外，雖然印尼的回教人口眾多，回教商品市場需求龐大，但由於印尼並非嚴格遵守回教戒律之國家，因此在印尼回教商品之認證之公信心不高，故即使在印尼經過 Halal 認證，其他中東回教市場不一定可以完全接受，而印尼與中東國家之間也並無任何貿易上之優惠，雙方也並未簽屬任何自由貿易協定。因此，若將印尼視為進入中東回教市場的實驗場域也並不適當。但印尼的回教人口仍是世界最多的國家，故經營回教 Halal 認證商品只要掌握其內需市場，仍不失為一個可行的發展策略。

(六)投資心態應由快速獲利轉變為長期深耕投資

以往台商投資開發中國家之模式，大抵都以利用當地低廉之勞動力以及生產要素，進行製造並出口到海外市場為主。也因此廠商大抵採用高涉入的直接投資模式，與當地市場其實連結程度並不高，這當然也就造成了日後廠商想要「出口轉內銷」時，對當地市場文化以及消費者特性還須從頭摸索的困境。¹⁹印尼因為行政效率不彰、投資程序相關規定亦較為繁瑣、供應鏈不足、基礎設施不佳等等問題，雖然勞動力充沛且廉價，但每年超過 10% 的薪資漲幅以及勞工素質與效率不佳等等問題，使得台商在評估設立海外製造據點時，印尼與中國或越南等比較起來，相對而言較沒有吸引力。然而，印尼是一個具有相當商機且毛利率高的市場，因此建議若前往印尼投資或經商，應該將印尼視為一個可以長期持續經營的市場，而非只求快速進入、快速獲利，必須要長期的深耕經營並融入當地的文化與習慣，長期投資方可成功。根據本研究團隊實地訪談，許多廠商建議初期先以進口或找尋

¹⁹所謂高涉入(High involvement)模式，就是指進入模式需要投入相對較多的資源的模式，例如直接設廠、合資、設立子公司...等；相對的觀念是低涉入，指的是不太需要出什麼錢的進入模式，例如出口、找代理商...等方式。

代理商方式進入市場，待尋得當地客戶時再考慮進入設廠。印尼當地商業習慣類似日商，必須要認識一段時間之後方有可能成為交易或合作夥伴，而其等待期間約要一年以上，因此若是沒有穩定的訂單即貿然進入，失敗的機率將會大增。這與台商投資其他國家之模式有所不同，建議經營的心態也應有所調整。

(七)除投資商機外，針對目前印尼國內生產仍不足以應付其需求之情形，業者也應把握印尼貿易商機

就貿易利基產品而言，由於印尼汽車的零組件市場潛力龐大，汽機車零組件市場的確有極佳的發展機會，尤其規模龐大的售後服務市場 (AM) 估計約有三分之二屬非正廠零件，台商的確大有可為。但目前印尼汽車市場多屬日本車系，而日系車廠仍十分封閉，主要的汽車零組件多為代理商或其合資廠商所壟斷，外國生產的日系汽車原廠零組件 OEM 供應業者比較難進入其供應鏈。目前台灣廠商做日本車系之 AM，約佔三分之二，而不是規範控制比較嚴格的 OEM；我國業者可以嘗試經由在台灣或中國大陸之日本原廠介紹，並在印尼設立工廠方有可能取得 OEM 訂單。

印尼在醫療器材方面，目前仍缺乏相關技術與經驗，因此，印尼國內製造生產主要仍以低階耗材產品為主。對於目前尚無一家醫療器材業者前者印尼境內投資設廠的台灣廠商而言，除可以透過出口積極開拓我國擅長的血壓計和血糖機外，還可以思考如何與跨國公司結盟，或是從我國最擅長替世界知名業者的代工開始，從中學習高階儀器的生產製造經驗，再共同對印尼進行拓銷。

至於仍在成長中的印尼食品加工內需市場，儘管印尼國內業者已主導大半市場，但隨著印尼經濟情勢持續好轉、人民購買力不斷上升，我國業者若是已擁有印尼可以接受的清真驗證服務和後續輔導，台灣

廠商亦可好好掌握，致力開發符合印尼需求的相關食品。

**(八) 印尼當地官方的貪污與無效率情況嚴重，造成投資成本上升，
但熟悉市場環境後，其實影響企業經營程度不高**

印尼當地貪污與行政效率低落的情況仍然十分嚴重，在每個環節都會有收紅包的情況發生，民眾也見怪不怪，但對於國外投資者而言，可能就形成一個無形的投資障礙。然而在實地訪查下，發現官員貪污的情況的確是一個普遍現象，但許多台商認為這是印尼的國情問題，許多的東南亞國家都存在著貪污的問題，要進入當地市場就必須融入當地的文化，而台商認為相對於印尼市場的高毛利、龐大的內需市場與低廉的勞動成本，官員所貪污的金額其實都不會太高，只是按照政府規定，對營運不致產生太大的影響。

(九) 利基產業進入印尼市場投資策略建議

以下本研究分別針對台商在印尼具有發展利基的 6 項產業，提供在印尼市場投資之具體策略建議：

1. 汽機車零組件

- (1) 廠商最好能先有初期訂單(跟隨客戶進入或是外銷訂單)再考慮至當地設廠。
- (2) 我國業者先經過在台灣或中國大陸之日本原廠介紹，並且在印尼設立工廠方有可能取得 OEM 訂單。
- (3) 印尼規模龐大之售後服務市場 (AM, After-sales Market) 將是台商的機會點。據業者估計在維修市場約有三分之二屬非正廠零件，台商品質與耐用的特性仍有其市場。
- (4) 我國維修服務體系廠商，在當地以優質之服務吸引消費者。

2. 機械暨零組件

- (1) 考慮結合上下游一同前往之形式，發展目標一開始可以設定為

外銷，再逐漸擴展內需市場。

(2)我國廠商可以先在台灣進行粗加工，而後以零組件名義進口，可以降低關稅。

(3)我國產品可以介入中價位，強調品質的產品定位。

3.電子消費產品

(1)我國零組件廠商如能配合美日韓品牌大廠之品質要求，並與我代工大廠共同合作，前來設立重要元件製造工廠，除印尼市場外，亦可就近供應東南亞組裝工廠。

(2)我國在品牌的來源國形象上較中國產品仍有優勢，可以強調中價位，質佳耐用的市場區隔。

4.ICT 產品

(1)東南亞中除越南之外，印尼充沛的勞動力以及龐大的市場均被視為可以做為製造移轉的地點。目前我國電子業或可仿效日商對中國與東協的雙軌投資，逐步轉移。

(2)我國 ICT 廠商多以代理商模式進入，建議我國廠商在產品銷售通路上可以多加擴充，並且提供更多服務之附加價值。

5.餐飲服務業

(1)在當地從事中式餐飲服務業時，需要用替代品來取代或須清楚標示。

(2)廠商在進入市場前一定要申請 Halal 認證，而國外廠商尚需要取得『外國食品註冊號』(MakananLuar, ML)，管理與審查上更加嚴格。

(3)我國廠商可以購物商場之美食街、超市、以及逐漸興起的便利超商為銷售通路。

6.零售業

(1)外國連鎖品牌在進入市場與國內業者簽約時需向印尼工業與貿

易部提出申請並取得 STPUW 證照 (Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba or Franchise Business Registration Certificate)，我國業者應於開店前有詳細規劃與準備，方可因應印尼官方法令要求。

(2)我國廠商可以嘗試利用量販店、超市以及便利商店通路，進入印尼市場。自建通路由於印尼政府規範頗多，廠商不易建立自有的通路。

表 6-2 利基產業投資策略建議

業別	投資策略建議
汽機車零組件	<ol style="list-style-type: none"> 1.有初期訂單再考慮進入印尼設廠。 2.先經過日本原廠引介，再到印尼設廠方可能取得 OEM 訂單。 3.鎖定印尼龐大之售後服務市場。 4.提供優質服務吸引消費者。
機械暨零組件	<ol style="list-style-type: none"> 1.結合上中下游廠商共同進入印尼市場。 2.可在台灣進行粗加工，而後以零組件名義進口，可降低關稅。 3.在產品定位方面，可以進入中價位，強調品質。
電子消費產品	<ol style="list-style-type: none"> 1.配合美日韓品牌大廠之品質要求，與我代工大廠合作，進入印尼設立重要元件製造工廠。 2.強調中價位、質佳耐用以便與中國大陸產品進行區隔。
ICT 產品	<ol style="list-style-type: none"> 1.仿效日商對中國大陸與東協的雙軌投資，逐步轉移至印尼設廠。 2.擴充並強化銷售通路，並提供高附加價值之服務。
餐飲服務業	<ol style="list-style-type: none"> 1.需要申請 Halal 認證與「外國食品註冊號」(MakananLuar, ML)。 2.可以購物商場美食街、超市及便利超商作為銷售通路。
零售業	<ol style="list-style-type: none"> 1.為因應 STPUW 證照，業者應在開店前有詳細規劃與準備。 2.可以量販店、超市及便利超商作為銷售通路。

資料來源：本研究整理

參考文獻

一、中文參考文獻

1. 台灣經濟研究院(2011),《印尼商機與挑戰研究計畫暨辦理宣導期中報告》, 頁 2-27。
2. 江敏華 (2010),《印尼市場商機及拓銷策略調查報告》, 頁 2-27, 中華民國對外貿易發展協會。
3. 林彥光 (2010),《阿拉伯聯合大公國、埃及、馬來西亞清真產品市場商機及拓銷策略調查報告》, 頁 14-25, 中華民國對外貿易發展協會。
4. 戴萬平 (2004),「2004 年印尼大選之政經背景分析」,《亞太研究論壇》, 24, 頁 29。
5. 台灣經濟研究院, (2010),「主要對手國產業創新政策及跨國集團企業策略觀察分析」, 經濟部技術處委託研究。
6. 外貿協會雅加達台灣貿易中心, (2011),「印尼 IT 市場台灣品牌氣勢旺」, 國際商情雙周刊 311 期。
7. 經濟部投資業務處, (2010),「印尼投資環境簡介」, 經濟部編印, 台北。
8. 黎綺雯、何秀青, (2011),「推動新興市場服務出口之創新策略」, 台經月刊, 第 34 卷第 8 期, pp27- 35。

二、西文參考文獻

1. Bank Indonesia (2011), 2010 Economic Report on Indonesia, pp 112-133.
2. EIU (2011), Country Report: Indonesia, Economist Intelligence Unit, London.
3. IMF (2011), World Economic Outlook Database, International Monetary Fund.
4. Pew Research Center (2009), Mapping the Global Muslim Population, The PEW Forum on Religion and Public Life
5. Republic of Indonesia (2011) , 《Acceleration and expansion of Indonesia economic development 2011-2025》。
6. EIU (2011), Country Report: Indonesia. December 3, 2011, Economist Intelligence Unit, London.
7. EIU (2011), Market Indicators and Forecasts, Indonesia. November 27, 2011, Economist Intelligence Unit, London.
8. WEF(2010), The Global Competitiveness Report 2010-2011, World Economic Forum, Switzerland
9. Badan Pusat Statistik (BPS-Statistics Indonesia)統計資料
10. Business Monitor International, (2011), Indonesia Agribusiness Report, 2011 Q4, Business Monitor International, available on:
<http://www.businessmonitor.com/>
11. Business Monitor International, (2011), Indonesia Autos Report, 2011 Q4, Business Monitor International, available on:
<http://www.businessmonitor.com/>
12. Business Monitor International, (2011), Indonesia Consumer Electronics Report, 2011 Q4, Business Monitor International, available on:
<http://www.businessmonitor.com/>
13. Business Monitor International, (2011), Indonesia Food and Drink Report, 2011 Q4, Business Monitor International, available on:
<http://www.businessmonitor.com/>
14. Business Monitor International, (2011), Indonesia Infrastructure Report, 2011 Q4, Business Monitor International, available on:
<http://www.businessmonitor.com/>
15. Business Monitor International, (2011), Indonesia Retail Report, 2011 Q4, Business Monitor International, available on:
<http://www.businessmonitor.com/>
16. Oxford Economies , (2011) ,Indonesia: Country Economic Forecast: August 2011, Oxford Economies, London.
17. Porter, M.E., (1990), Competitive Advantage of Nation, NY : The Free Express.
18. Weihrich,H., (1982), “The SWOT Matrix-A Tool for Situational Analysis” , LongRange planning ,Vol15,No.2 , P.60-73.

三、參考網站

1. 世界銀行網站:<http://www.worldbank.org>
2. 台北市進出口商業同業公會，網頁：<http://www.ieatpe.org.tw/index.asp>
3. 印尼投資協調委員會 (BKPM):<http://www.bkpm.go.id/>
4. 印尼汽車產業協會(Gaikindo) 網站:<http://www.gaikindo.or.id/>
5. 印尼商工總會：<http://www.kadin-indonesia.or.id>
6. 印尼貿易部：<http://www.dprin.go.id/>
7. 經濟部國際貿易局網站：<http://www.trade.gov.tw>
8. A.T. Kearney Global Retail Development Index (GRDI):
<http://www.atkearney.com/index.php>
9. Investment Opportunities in Indonesia (BKPM): <http://www.bkpm.go.id>
10. National Agency For Export Development：<http://www.nafed.go.id/>
11. Taiwan Trade，website is: <http://www.taiwantrade.com.tw/>

附件

一、附件一：期中報告記錄與回應

壹、期中報告會議紀錄

一、時間:100年9月6日(星期二)上午09時30分至11時30分

二、地點:本會B138會議室

三、主席:曾處長雪如

四、出席人員(詳簽名單)

紀錄:洪鈺喬

五、會議結論

(一) 本報告資料蒐集甚豐，惟應加強資料分析與研究目的之邏輯性，並注意結論與分析論述之一致性與建議之可行性。另請強化章節間之連接，並應注意圖、表及文字敘述表達的完整性與一貫性，請補全圖表的標題、單位與資料來源，及產業名稱變動等的說明，以減少不必要的猜臆等。

(二) 請補強下列資料?以強化SWOT分析。

1. 需求面:來自國外市場的需求包括周邊亞洲國家等。
2. 供給面:印尼投資環境，包括:經建政策的配套措施、印尼軟實力、硬體公共設施等的分析。

(三) 後續實地訪談結果資料除供作台商投資或出口印尼的策略分析，亦應可供再檢視現階段篩選出的產業。另規劃台商策略時，應站在上位產業佈局之角度，而非由個體經營角度進行研析。

(四) 自印尼官網下載之經建計畫及投資法規等英文資料既已摘譯在本文，請在文內註明資料來源之印尼官網網址即可，不必將原文資料全本載於附錄。

(五) 為利參閱者瞭解全文分析內容與掌握重點，請研究團隊摘列中(約10頁)、英文摘要，置於報告內容本文前。

(六) 審查委員意見請參考修正(詳附件)。

附件:審查委員意見

(一) 中央研究院黃研究員登興

1. 表2.1'2.2若資料允許，請補到2010年(P2-4、P2-5)。
2. P4-3之鑽石模型中的需求因素，應否包括內需市場與國外市場，準此，後繼的分析應納入「國外需求」的討論。如P4-4，P4-5中應論及東協FTA的角色。
3. P4-5外人投資狀況與鑽石模型的關連為何？
4. SWOT分析中「未考慮」P4-7所列之(3)我國廠商具有優勢之產業；SWOT分析是站在印尼的角度來進行。是否從台商的角度來分析？SWOT各表來源、自BusinessMonitor，有無研究者自己研判的成分？尤其是針對台商的角色(台灣的優勢產品與競爭對手，如：韓、中、日或歐美)
5. SWOT分析，內需市場部分若從廠商的策略，可進行直接投資FDI或出口，結果(SWOT內容)可能不同。
6. P4-11區分「內需市場型產業」及「國際市場產業」標準為何？前者所被納入的產品，其實很多產品最後市場在國外。

(二) 中華經濟研究院杜研究員巧霞

1. 目前本報告已經提供了很豐富資訊，顯示印尼有很令人期待、光明的前景，有很多經濟建設的規劃，但是很重要的一是還應該對其實際環境加以分析，譬如：其經建計畫是否能夠落實，必須更務實的考慮其基本環境之限制。
2. 影響印尼發展的限制因素至少有基礎建設不足、人力素質待改善、政府官員廉潔度、技術勞工不足等問題。
 - (1.) 基礎建設：包括水電、交通建設嚴重不足，因此可能影響投資環境的是否良好生產成本。
 - (2.) 人力素質、技術勞工待提升，可能影響未來產業發展領域，生產效率能否提升，以致在發展的第二階段是否能夠真正達到提升效的效果是值得思考的問題。尤其是需要技術勞工的產業也是未來發展之限制。
 - (3.) 政府官員廉潔度：可能影響經建計畫的執行力，印尼學者認為印尼政府的廉潔度仍有很大改善空間。

(三) 台灣經濟研究院楊所長家彥

1. 有關印尼成長性的分析，很難推論印尼需求市場特性，如消費結構與走向，所得分配與市場區塊等。因此，對後續商機與策略的推論幫助不大。
2. 以政策重點關鍵選擇產業的準則，過於粗略。政策有效性需要看配套條件，否則不易發掘有意義的商機。
3. 使用WEF競爭力資料，不如參考Doing Business的評比，更可了解印尼經營環境的條件與限制。
4. PEST分析的指標偏向總體，不易用來分析產業部門的情形。
5. 建議未來聚焦解決印尼市場對台灣的策略價值，包括開發「回教市場」、「東協市場」、「資源供應」的可能價值。

(四) 經濟部國貿局陳小姐權安

1. 建議研究日三韓在印尼之經營策略，以提供台商參考和我國家政策配合，使我台商能夠更具競爭力。
2. 印尼多年來落後的因素。

(五) 本會研究處金專員秀琴

1. 未列主持人與執行單位之頁次。
2. 章次數值用法不一致，如第一章第、二章...等前後不一致。
3. P2-3小數點數值應取第一位，與後面一致。
4. P3-1至p3-8未列頁碼，且P3-2 3-3的圖示直接由其他資料複製應編輯成中文。
5. 印尼利基產業的SWOT表未列出，簡報有該表，但報告中未列出該表。另P4-10 表4-4的利基產業與後續內容所列之產業不一致，如表中未列出餐飲業、ICT產業。
6. 附件主要為印尼投資法規內容，建議移除，減輕報告之負擔。
7. 印尼總體政經環境仍有風險存在，建議應將有關之論述列出。

(六) 綜計處

1. 考量印尼中產階級刻正加速喊起，未來勢將影響其圈內消費模式，去建議增加印尼消費市場發展趨勢之研析，特別聚焦於中產消費族群之喊起與影響。
2. 研究團隊已深入研析印尼與回教世界的緊密互動關係，以及印尼在東協區域經濟之地位，建議於後續研究中，進一步探討如何以印尼為我產品拓展回教世界之種籽試驗場，掌握印尼清真產品商機，並研析國內產業如何取道印尼，拓展中東等回教產品市場。
3. 本案研究主題為「掌握印尼市場商機與「掌握印尼市場商機與具體策略」，爰建議後續研究中，整合運用前文分析結果，就如何掌握印尼市場商機，提出其體可行之總體布局策略。
4. 建議研究團隊掌握時效(期末報告會議預定12月中旬舉行)，儘速撰寫研究報告，並與本會保持密切聯繫。

貳、期中報告審查會議紀錄回應對照表

與會審查委員意見	回應
<p>1.會議結論</p> <p>(1.) 本報告資料蒐集甚豐，惟應加強資料分析與研究目的之邏輯性，並注意結論與分析論述之一致性與建議之可行性。另請強化章節間之連接，並應注意圖、表及文字敘述表達的完整性與一貫性，請補全圖表的標題、單位與資料來源，及產業名稱變動等的說明，以減少不必要的猜臆等。</p> <p>(2.) 請補強下列資料?以強化 SWOT 分析。</p> <p>A. 需求面:來自國外市場的需求包括周邊亞洲國家等。</p> <p>B. 供給面: 印尼投資環境，包括:經建政策的配套措施、印尼軟實力、硬體公共設施等的分析。</p> <p>(3.) 後續實地訪談結果資料除供作台商投資或出口印尼的策略分析，亦應可供再檢視現階段篩選出的產業。另規劃台商策略時，應站在上位產業佈局之角度，而非由個體經營角度進行研析。</p> <p>(4.) 自印尼官網下載之經建計畫及投資法規等英文資料既已摘譯在本文，請在文內註明資料來源之印尼官網網址即可，不必將原文資料全本載於附錄。</p> <p>(5.) 為利參閱者瞭解全文分析內容與掌握重點，請研究團隊摘列中(約 10 頁)、英文摘要，置於報告內容本文前。</p> <p>(6.) 審查委員意見請參考修正(詳附件)。</p> <p>2.中央研究院黃研究員登興</p>	<p>謝謝委員指教，已經按建議修正完畢。</p> <p>謝謝委員指教。由於本研究發現，印尼政府現行政策不利於台商在印尼設廠轉進其他東協國家，故周邊亞洲國家的需求並不在本研究範圍之內。但印尼相關投資現況基礎資料，已整理在研究報告第三章。</p> <p>謝謝委員指教，此部份除以出國報告書的形式留供委辦單位及以後執行之參考外，在本研究結論與政策建議時，亦有整理政府方面之建議。</p> <p>謝謝委員指教，已經按建議修正完畢</p> <p>謝謝委員指教，已經按建議修正完畢</p>

(1.) 表 2.1 '2.2 若資料允許，請補到 2010 年(P2-4、P2-5)。

謝謝委員指教。表 2-1 資料已更新至 2011 年；表 2-2 資料印尼官方公佈僅至 2009 年為止，故亦屬目前最新的資料。

(2.) P4-3 之鑽石模型中的需求因素，應否包括內需市場與國外市場，準此，後繼的分析應納入「國外需求」的討論。如 P4-4，P4-5 中應論及東協 FTA 的角色。

感謝委員意見，由於本研究發現，印尼政府現行政策不利於台商在印尼設廠轉進其他東協國家，故國外需求並不在本研究範圍之內。但東協 FTA 相關資料，已整理在研究報告第二章第三節呈現。

(3.) P4-5 外人投資狀況與鑽石模型的關連為何？

本研究在分析外人投資狀況，主要是為了說明鑽石模型中「策略、結構與同業競爭」部分。

(4.) SWOT 分析中「未考慮」P4-7 所列之(3)我國廠商具有優勢之產業；SWOT 分析是站在印尼的角度來進行。是否從台商的角度來分析？SWOT 各表來源、自 Business Monitor，有無研究者自己研判的成分？尤其是針對台商的角色(台灣的優勢產品與競爭對手，如：韓、中、日或歐美)

本研究中 SWOT 分析是從台商的角度進行分析，所整理的內容除了整理自 Business Monitor 外，亦有來自本研究分析與實地訪察所得。

(5.) SWOT 分析，內需市場部分若從廠商的策略，可進行直接投資 FDI 或出口，結果(SWOT 內容)可能不同。

謝謝委員指教。就廠商而言直接投資 FDI 與出口，SWOT 內容的確會有所差異，不過本研究站在提供整體業者相關資訊的角度，故兩者角度同時併陳。

(6.) P4-11 區分「內需市場型產業」及「國際市場產業」標準為何？前者所被納入的產品，其實很多產品最後市場在國外。

謝謝委員指教，本研究將在後續研究中考慮調整區分標準。

3. 中華經濟研究院杜研究員巧霞

(1.) 目前本報告已經提供了很豐富資訊，顯示印尼有很令人期待、光明的前景，有很多經濟建設的規劃，但是很重要的一是還應該對其實際環境加以分析，譬如：其經建計畫是否能夠落實，必須更務實的考慮其基本環境之限制。

謝謝委員指教。對於印尼基礎環境與目前現狀的限制部分，本研究分別在第二章、第三章均有分析。

(2.) 影響印尼發展的限制因素至少有基礎建設不足、人力素質待改善、政府官員廉潔度、技術勞工不足等問題。

A. 基礎建設:包括水電、交通建設嚴重不足，因此可能影響投資環境的是否良好生產成本。

B. 人力素質、技術勞工待提升，可能影響未來產業發展領域，生產效率能否提升，以致在發展的第二階段是否能夠真正達到提升效的效果是值得思考的問題。尤其是需要技術勞工的產業也是未來發展之限制。

C. 政府官員廉潔度：可能影響經建計畫的執行力，印尼學者認為印尼政府的廉潔度仍有很大改善空間。

4.台灣經濟研究院楊所長家彥

(1.) 有關印尼成長性的分析，很難推論印尼需求市場特性，如消費結構與走向，所得分配與市場區塊等。因此，對後續商機與策略的推論幫助不大。

(2.) 以政策重點關鍵選擇產業的準則，過於粗略。政策有效性需要看配套條件，否則不易發掘有意義的商機。

(3.) 使用 WEF 競爭力資料，不如參考 Doing Business 的評比，更可了解印尼經營環境的條件與限制。

(4.) PE ST 分析的指標偏向總體，不易用來分析產業部門的情形。

(5.) 建議未來聚焦解決印尼市場對台灣的策略價值，包括開發「回教市場」、「東協市場」、「資源供應」的可能價值。

5.經濟部國貿局陳小姐攏安

謝謝委員指教。關於印尼發展上限制相關因素，在本研究分別在第二章、第三章均已分析。

謝謝委員指教，本研究在提出後續商機與策略時並非僅由成長性分析，還會透過消費結構與變動趨勢、目前所得分布與市場變動等因素，共同考量後續未來的商機。

謝謝委員指教，已經按建議修正完畢。

謝謝委員指教，本研究會在後續研究加入更多具公信力之國際參考資料。

謝謝委員指教，PE ST 分析指標的確較偏向總體，但本研究分析各產業部門的需求情形，以作為後續分析利基產業之參考。

本部份將會在實地訪察廣泛蒐集相關資料後，進行策略上的分析。

(1.) 建議研究日韓在印尼之經營策略，以提供台商參考和我國政策配合，使我台商能夠更具競爭力。

謝謝委員指教。由於資料取得的限制，本研究會將日商在印尼經營策略進行分析。

(2.) 印尼多年來落後的因素。

已在本研究第二章的政經情勢進行分析。

6.本會研究處金專員秀琴

(1.) 未列主持人與執行單位之頁次。

謝謝指教，已經遵照辦理。

(2.) 章次數值用法不一致，如第一章第、二章…等前後不一致。

謝謝指教，已經遵照調整。

(3.) P2-3 小數點數值應取第一位，與後面一致。

謝謝指教，已經遵照調整。

(4.) P3-1 至 p3-8 未列頁碼，且 P3-2 3-3 的圖示直接由其他資料複製應編輯成中文。

謝謝指教，已經遵照辦理。

(5.) 印尼利基產業的 SWOT 表未列出，簡報有該表，但報告中未列出該表。另 P4-10 表 4-4 的利基產業與後續內容所列之產業不一致，如表中未列出餐飲業、ICT 產業。

謝謝指教，表 4-4 所顯示的產業為由印尼 MP3EI 所提之產業，而餐飲業與 ICT 產業則未在 MP3EI 直接點出，但是為印尼市場銷售中占比極大的產業，故為本研究所納入分析。

(6.) 附件主要為印尼投資法規內容，建議移除，減輕報告之負擔。

謝謝指教，已經遵照辦理。

(7.) 印尼總體政經環境仍有風險存在，建議應將有關之論述列出。

謝謝指教，在本研究第二章、第三章與第四章均有針對印尼總體政經環境之風險進行分析。

7.綜計處

(1.) 考量印尼中產階級刻正加速竄起，未來勢將影響其圈內消費模式，去建議增加印尼消費市場發展趨勢之研析，特別聚焦於中產消費族群之喊起與影響。

謝謝委員指教，本研究第三章第二節將會分析印尼消費變動趨勢。

- (2.) 研究團隊已深入研析印尼與回教世界的緊密互動關係，以及印尼在東協區域經濟之地位，建議於後續研究中，進一步探討如何以印尼為我產品拓展回教世界之種籽試驗場，掌握印尼清真產品商機，並研析國內產業如何取道印尼，拓展中東等回教產品市場。
- (3.) 本案研究主題為「掌握印尼市場商機與具體策略」，爰建議後續研究中，整合運用前文分析結果，就如何掌握印尼市場商機，提出具體可行之總體布局策略。
- (4.) 建議研究團隊掌握時效(期末報告會議預定 12 月中旬舉行)，儘速撰擬研究報告，並與本會保持密切聯繫。

謝謝委員指教，本研究會在進行實地訪察之後，在進行策略上的分析。

謝謝指教，本研究將會遵照調整。

謝謝指教。

二、附件二：期末報告記錄與回應

壹、期末報告會議紀錄

一、時間：100年12月5日(星期一)上午09時30分至11時30分

二、地點：本會B138會議室

三、主席：曾處長雪如

四、出席人員(詳簽名單)

紀錄：洪鈺喬

五、會議結論

(一)、主席裁示

1. 為契合本計畫主題，除投資商機外，建議酌增貿易商機的分析，包括：我商品拓銷印尼概況、出口利基產品、遭遇困境與突破策略等；另請加強探討台灣農業拓展印尼市場策略、台灣產品在印尼市場如何建立品牌形象等。
2. 為使章節安排符合邏輯性，原第伍章「印尼投資環境面分析」前移為第四章，第四章「印尼利基產業分析」則順延為第伍章；另應將印尼投資環境面的分析結果，納為利基產業篩選評估的考量因素之一，重新檢視篩選結果。
3. 請確實將各章研究重點摘錄至小結內容，俾利掌握重點。第六章的結論與建議內容，應為前文分析的具體成果，除方向性的建議外，應分別就整體政策、個別產業及通路等分層次，研提具體可行建議，供政府研擬政策與企業布局參考。
4. 請研究團隊重新檢視全文內容，確保前後章節文字敘述與數字資料之正確性與一致性；另與研究主題無關的內容，如：回教金融、回教債券等，建議刪除。
5. 請依本會規定格式編印報告，中、英文摘要以2頁為限，附件並請增列期中及期末會議結論回應對照表、訪談及專家座談會重點結論。另請摘錄約10頁之重點版本，供本會參考。全案應於本年12月27日前完成修正，送本會確認後進行印製作業，俾利後續結案作業。

(二)、審查委員意見

1. 中華經濟研究院杜研究員巧霞

(1.) 研究單位對於印尼市場已有相當深入與廣泛之研究，並且篩選出重要產業與商機。影響印尼未來發展遠景的最重要因素是MP3EI，如果MP3EI能夠落實，印尼的經濟成長，內需市場當可更為明確。

(2.) 然而印尼的 MP3EI 仍然面對很多不確定因素，例如，其投資金額中有 49% 必須仰賴私人企業，但是私人企業是否會如其所願的大量進入印尼仍有很多不確定。此外，公共設施的建議、人力資源之開發，技術勞工之供給，政府效能之提升，亦是未來印尼經濟成長的重大限制。

A. 以人力資源供應而言，印尼目前進入大專院校的比例只有 24%，中國是 57%，馬來西亞是 36%，泰國是 47%，因此印尼明顯偏低，對於其未來發展將是一大限制。其實目前外資在印尼已經有技術勞工不足的問題，故其人力資源如果無法有效開發，將影響外資進入的意願。

B. 以公共建設而言，除了交通是其必須大幅改進者外，電力供應亦是重要限制之一，目前有電供應者僅有 60%。而且印尼的消費，普遍分期付款方式行之，未來投資所需之資金從何而來，目前其公共建設支出僅占 GDP 4%，而中國 12%，印度 8%，印尼亦明顯偏低。

C. 印尼政府官員的開明度，以及經濟目標之達成，必須有更經濟思維之觀點，亦有待提升，故建議有些不確定因素亦可加強論述說明。

2. 文化大學胡教授春田

(1.) 結構上，是否可將第伍章與第四章調整，因為第四章已有投資策略建議，所以投資環境分析應該在之前才是。

(2.) 統計數據，注意前後要一致，如果採用不同次級資料，宜將差異性加以說明。

(3.) 訪談及座談紀錄是應摘要附上。

(4.) 數據宜更新，有許多資料在年初或年中尚未公佈，但目前也許已有更新。

(5.) 回教金融與回教債券與一般金融、債券的差異性何在，應有所說明。

3. 台灣經濟研究院楊所長家彥

- (1.) 建議標竿日本拓展印尼市場作法，參酌納入政策建議之中。
- (2.) 製造業部分，建議增加台日合作可行性分析。
- (3.) 農業加上科技應用在印尼發展的可能性頗具潛力，應增納相關分析。
- (4.) 台灣品牌形象在印尼市場不易與中國同類產品作區隔，是很有新意且重要的觀察點，建議適度增加探討。

4. 本會經研處吳組長家興

- (1.) 精簡摘要 2 頁以內，另附英文摘要。
- (2.) 期中報告回應表，出國訪談紀錄表請補充。
- (3.) 本報告太偏重投資商機，請酌增貿易商機。
- (4.) 貿易商機請檢視目前印尼的進口商機現況，瞭解台灣廠商拓展這些市場之現況，遭遇困難及如何突破。
- (5.) 第三章未來 5 年經貿預測僅列 EIU 資料，請再引用其他預測機構(如 IMF 等)的資料。
- (6.) 錯誤訂正：
 - A. 摘要 p2：4,012 兆「盾」。
 - B. p2-7，圖 2-1，少了單位：美元。
 - C. p2-10，表 2-1，單位：百萬美元應為 10 億美元。
 - D. p3-23，平均每人實質 GDP：少了單位：美元。
 - E. p3-24，表 3-3，表 3-4，少了單位。
 - F. p3-26，表 3-5，兌美元匯率(單位元改為盾)。
 - G. 表 3-27，表 3-6 至表 3-12，單位請置表的右上方。
 - H. 所佔比例應改為所占比率(重)。
 - I. 美金宜統一改為美元。
 - J. 5-2，表 5-2，單位件應改為千美元。

5. 經濟部國貿局陳秘書明潔

- (1.) 針對本局協助業者拓展海外市場部份，係透過「新鄭和計畫」

及「優質平價新興市場推動方案」強化對新興市場之拓展，其中「優平方案」更針對雙印(印度、印尼)、越南及中國大陸等市場強化拓展力道。

- (2.) 本局並委託財團法人商業發展研究院辦理新興市場消費需求之深度調查，以掌握消費者需求。
- (3.) 本報告主題係針對掌握印尼市場商機，執行單位並看好印尼之內需市場，爰建請執行單位針對政府如何協助業者切入此市場及加強拓銷力道提出政策性建議。

6. 本處張副處長熙蕙

- (1.) 在報告完成後請再檢視結論之文字及論述，如研究方法及研究內容等，作必需之增修。
- (2.) 報告內容敘及若干印尼台僑已於當地建構廣泛人脈關係，頗具營運基礎，建議增加當地台僑對與國內業者合作的看法，及評估雙方合作拓展印尼市場的可能性。
- (3.) 原報告內容第四章「印尼利基產業分析」與第五章「印尼投資環境面分析」順序互換後，應將印尼投資環境面的分析結果，納為利基產業篩選評估考量因素之一，重新檢視利基產業篩選結果。

7. 本處蔡組長瑞娟

- (1.) 期末報告內容尚有多處未依本會期中會議結論修正，請確實調整；另期末報告修正版請增列期中、期末會議結論回應對照表、訪談及專家座談等重要成果資料。
- (2.) 章節編排方面，應將原第四章「印尼利基產業分析」及第五章「印尼投資環境面分析」順序互換，以符合邏輯性。
- (3.) 報告內容除增加日本拓展印尼市場的策略外，亦請酌增南韓拓展印尼市場的策略。
- (4.) 請確實將各章研究重要成果摘錄至小結內容中，全文研究成果與引申建議則應摘錄至第六章的結論與建議內容中，且第六章有關利基產業策略建議部分，除以表格呈現外，請增列文字補充說明，俾突顯研究成果並提升報告參考價值。

貳、期末報告審查會議紀錄回應對照表

與會審查委員意見	回應
<p>1.主席裁示</p> <p>(1.) 為契合本計畫主題，除投資商機外，建議酌增貿易商機的分析，包括：我商品拓銷印尼概況、出口利基產品、遭遇困境與突破策略等；另請加強探討台灣農業拓展印尼市場策略、台灣產品在印尼市場如何建立品牌形象等。</p> <p>(2.) 為使章節安排符合邏輯性，原第五章「印尼投資環境面分析」前移為第四章，第四章「印尼利基產業分析」則順延為第五章；另應將印尼投資環境面的分析結果，納為利基產業篩選評估的考量因素之一，重新檢視篩選結果。</p> <p>(3.) 請確實將各章研究重點摘錄至小結內容，俾利掌握重點。第六章的結論與建議內容，應為前文分析的具體成果，除方向性的建議外，應分別就整體政策、個別產業及通路等分層次，研提具體可行建議，供政府研擬政策與企業布局參考。</p> <p>(4.) 請研究團隊重新檢視全文內容，確保前後章節文字敘述與數字資料之正確性與一致性；另與研究主題無關的內容，如：回教金融、回教債券等，建議刪除。</p> <p>(5.) 請依本會規定格式編印報告，中、英文摘要以 2 頁為限，附件並請增列期中及期末會議結論回應對照表、訪談及專家座談會重點結論。另請摘錄約 10 頁之重點版本，供本會參考。全案應於本年 12 月 27 日前完成修正，送本會確認後進行印製作業，俾利後續結案作業。</p> <p>2.中華經濟研究院杜研究員巧霞</p>	<p>謝謝委員指教，已經按建議修正完畢。</p> <p>謝謝委員指教，本研究已將章節安排進行邏輯上的調整。</p> <p>謝謝委員指教，已經按建議調整。</p> <p>謝謝委員指教，已經按建議修正，回教金融、回教債券等相關內容已刪除。</p> <p>謝謝委員指教，已經按建議修正。</p>

(1.) 研究單位對於印尼市場已有相當深入與廣泛之研究，並且篩選出重要產業與商機。影響印尼未來發展遠景的最重要因素是 MP3EI，如果 MP3EI 能夠落實，印尼的經濟成長，內需市場當可更為明確。

謝謝委員指教。

(2.) 然而印尼的 MP3EI 仍然面對很多不確定因素，例如，其投資金額中有 49% 必須仰賴私人企業，但是私人企業是否會如其所願的大量進入印尼仍有很多不確定。此外，公共設施的建議、人力資源之開發，技術勞工之供給，政府效能之提升，亦是未來印尼經濟成長的重大限制。

謝謝委員指教，關於因印尼發展之限制，本研究在第二章、第三章與第四章均已分析；關於印尼政府經濟思維的觀點，本研究並未分析，期待後續研究可以此觀點多作分析。

A. 以人力資源供應而言，印尼目前進入大專院校的比例只有 24%，中國是 57%，馬來西亞是 36%，泰國是 47%，因此印尼明顯偏低，對於其未來發展將是一大限制。其實目前外資在印尼已經有技術勞工不足的問題，故其人力資源如果無法有效開發，將影響外資進入的意願。

B. 以公共建設而言，除了交通是其必須大幅改進者外，電力供應亦是重要限制之一，目前有電供應者僅有 60%。而且印尼的消費，普遍分期付款方式行之，未來投資所需之資金從何而來，目前其公共建設支出僅占 GDP 4%，而中國 12%，印度 8%，印尼亦明顯偏低。

C. 印尼政府官員的開明度，以及經濟目標之達成，必須有更經濟思維之觀點，亦有待提升，故建議有些不確定因素亦可加強論述說明。

3. 文化大學胡教授春田

(1.) 結構上，是否可將第伍章與第四章調整，因為第四章已有投資策略建議，所以投資環境分析應該在之前才是。

謝謝委員指教，已按建議修正完畢。

(2.) 統計數據，注意前後要一致，如果採用不同次級資料，宜將差異性加以說明。

謝謝委員指教，已按照建議調整完畢。

(3.) 訪談及座談紀錄是應摘要附上。

謝謝委員指教，已按照建議於結案報告中完整呈現。

(4.) 數據宜更新，有許多資料在年初或年中尚未公佈，但目前也許已有更新。

謝謝委員指教，由於印尼政府統計作業的關係，部分表格無法更新至 2011 年，但已更新至最新的資料。

<p>(5.) 回教金融與回教債券與一般金融、債券的差異性何在，應有所說明。</p>	<p>謝謝委員指教，由於有其他委員建議刪除回教金融與債券相關內容，故本研究將不探討其中相關差異。</p>
<p>4.經濟研究院楊所長家彥</p>	<p>謝謝委員指教</p>
<p>(1.) 建議標竿日本拓展印尼市場作法，參酌納入政策建議之中。</p>	<p>謝謝委員指教，已按照建議於結案報告中完整呈現。</p>
<p>(2.) 製造業部分，建議增加台日合作可行性分析。</p>	<p>謝謝委員指教，已按照建議於策略建議進行分析。</p>
<p>(3.) 農業加上科技應用在印尼發展的可能性頗具潛力，應增納相關分析。</p>	<p>謝謝委員指教，已按照建議於策略建議進行分析。</p>
<p>(4.) 台灣品牌形象在印尼市場不易與中國同類產品作區隔，是很有新意且重要的觀察點，建議適度增加探討。</p>	<p>謝謝委員指教，已按照建議於策略建議加強說明與分析。</p>
<p>5.本會經研處吳組長家興</p>	
<p>(1.) 精簡摘要 2 頁以內，另附英文摘要。</p>	<p>謝謝委員指教，已經按建議修正。</p>
<p>(2.) 期中報告回應表，出國訪談紀錄表請補充。</p>	<p>謝謝委員指教，已經按建議修正。</p>
<p>(3.) 本報告太偏重投資商機，請酌增貿易商機。</p>	<p>謝謝委員指教，已經按建議調整修正。</p>
<p>(4.) 貿易商機請檢視目前印尼的進口商機現況，瞭解台灣廠商拓展這些市場之現況，遭遇困難及如何突破。</p>	<p>謝謝委員指教，已經按建議修正完畢。</p>
<p>(5.) 第三章未來 5 年經貿預測僅列 EIU 資料，請再引用其他預測機構(如 IMF 等)的資料。</p>	<p>謝謝指教已經修正完畢。</p>
<p>(6.) 錯誤訂正：</p>	
<p>A. 摘要 p2：4,012 兆「盾」。</p>	<p>謝謝指教已經修正完畢。</p>
<p>B. p2-7，圖 2-1，少了單位：美元。</p>	
<p>C. p2-10，表 2-1，單位：百萬美元應為 10 億美元。</p>	
<p>D. p3-23，平均每人實質 GDP：少了單位：美元。</p>	
<p>E. p3-24，表 3-3，表 3-4，少了單位。</p>	

- F. p3-26, 表 3-5, 兌美元匯率(單位元改為盾)。
- G. 表 3-27, 表 3-6 至表 3-12, 單位請置表的右上方。
- H. 所佔比例應改為所佔比率(重)。
- I. 美金宜統一改為美元。
- J. 5-2, 表 5-2, 單位件應改為千美元。

6. 經濟部國貿局陳秘書明潔

- (1.) 針對本局協助業者拓展海外市場部份, 係透過「新鄭和計畫」及「優質平價新興市場推動方案」強化對新興市場之拓展, 其中「優平方案」更針對雙印(印度、印尼)、越南及中國大陸等市場強化拓展力道。
- (2.) 本局並委託財團法人商業發展研究院辦理新興市場消費需求之深度調查, 以掌握消費者需求。
- (3.) 本報告主題係針對掌握印尼市場商機, 執行單位並看好印尼之內需市場, 爰建請執行單位針對政府如何協助業者切入此市場及加強拓銷力道提出政策性建議。

謝謝委員指教, 本研究亦會參考相關研究進行補充。

謝謝委員指教, 本研究亦會參考相關研究進行補充。

謝謝指教, 已經遵照建議在結論與策略建議中加強說明。

7. 本處張副處長熙蕙

- (1.) 在報告完成後請再檢視結論之文字及論述, 如研究方法及研究內容等, 作必需之增修。
- (2.) 報告內容敘及若干印尼台僑已於當地建構廣泛人脈關係, 頗具營運基礎, 建議增加當地台僑對與國內業者合作的看法, 及評估雙方合作拓展印尼市場的可能性。
- (3.) 原報告內容第四章「印尼利基產業分析」與第五章「印尼投資環境面分析」順序互換後, 應將印尼投資環境面的分析結果, 納為利基產業篩選評估考量因素之一, 重新檢視利基產業篩選結果。

謝謝指教, 已經遵照辦理。

謝謝指教, 已經遵照辦理。

謝謝指教, 已經遵照辦理。

8. 本處蔡組長瑞娟

<p>(1.) 期末報告內容尚有多處未依本會期中會議結論修正，請確實調整；另期末報告修正版請增列期中、期末會議結論回應對照表、訪談及專家座談等重要成果資料。</p>	<p>謝謝指教，已經遵照辦理。</p>
<p>(2.) 章節編排方面，應將原第四章「印尼利基產業分析」及第五章「印尼投資環境面分析」順序互換，以符合邏輯性。</p>	<p>謝謝指教，已經遵照辦理。</p>
<p>(3.) 報告內容除增加日本拓展印尼市場的策略外，亦請酌增南韓拓展印尼市場的策略。</p>	<p>謝謝指教，但考慮時間限制，本研究僅針對日本拓展印尼策略進行分析。</p>
<p>(4.) 請確實將各章研究重要成果摘錄至小結內容中，全文研究成果與引申建議則應摘錄至第六章的結論與建議內容中，且第六章有關利基產業策略建議部分，除以表格呈現外，請增列文字補充說明，俾突顯研究成果並提升報告參考價值。</p>	<p>謝謝指教，已經遵照辦理。</p>

三、附件三：專家座談會議記錄

壹、會議時間：2011年9月5日（星期一）下午2時～4時

貳、會議地點：東吳大學城區部 崇基樓(法學院)一樓 1105 會議室
(台北市中正區貴陽街一段 56 號)

參、主席：吳明澤協同主持人

肆、與會貴賓：

台灣經濟研究院 東南亞所所長兼企業發展中心主任 黃兆仁博士

台灣經濟研究院 國際事務處 副處長 吳福成

南華大學 蔣念祖教授

台灣大學經濟系 李曉雲助理教授

本研究團隊

伍、記錄：朱浩

陸、座談會發言紀要（依發言順序排列）

一、台灣經濟研究院黃兆仁所長

1. 印尼一直以來均是 ASEAN 的龍頭國家，雖然在 1997 年亞洲金融風暴受創甚深，但近年經濟成長已經恢復，故本案極有研究的價值。
2. 從印尼政府最近公佈的 MP3EI 發展藍圖可以發現，印尼政府試圖將印尼大大小小不同的島嶼，組成塊狀的發展機制，透過資源共享，尋求長期發展。
3. 在瞭解印尼經濟發展角度的同時，對於能源競爭與能源安全建構的角度不可忽略。印尼屬資源豐富的國家，全球能源逐漸耗竭、全球各國無不在找尋資源的今天，印尼的重要性不言而喻。
4. 要瞭解目前印尼市場發展機會，必須了解印尼的現況與印尼目前產業的供應鍊的情形。例如，目前印尼的服務業多為大商社所壟斷，其缺乏研發與創新能力，生效效率也不彰。台商若要進入印尼，可透過台灣商會互訪、對接，進而找出可操作性的做法。
5. 對於回教市場，必須了解印尼消費者的消費習慣、偏好、生活習慣等資訊，才能掌握差異化商機。此外，對於印尼當地特殊的生活習慣與需求之不同，對於食品、大型電器與節能相關產品，可提供客制化的商品與服務。
6. 由於印尼自然環境優良，對於太陽光電、生質能源等綠能產業的發展，有很好的利基。對於台灣農企的概念如何在當地落實，其實是可以思考的方向。

二、台灣經濟研究院吳福成副處長

1. 印尼政府此次提出的 MP3EI 計畫，其戰略是希望透過另大經濟特區的發展，將原本印尼大大小小島嶼散落的地形，變成經濟特區包圍的內海。其發展的主要產業，多屬於在地優勢的產業化，希望能為其東西發展失衡解套。
2. 由於印尼各地電力供應有極大的問題，故對於可再生能源的發展，如太陽能、潮汐能、水力發電與風力發電與發電系統的零組件供應等，都是台商可以發展的契機。
3. 在進入印尼發展之前，對於印尼政府目前提出最新的吸引外資政策、相關免稅規定等，都應該盡可能瞭解，以提供有意赴印尼發展的業者參考。
4. 在餐飲業方面，考量印尼當地市場，應有中高價與低價雙軌市場經營策略。
5. 目前因為印尼正在推動「愛用國貨運動」，台商若要出口印尼，產品需要依據印尼標準取得相關認證。

三、南華大學蔣念祖教授

1. 以往台灣推動南向政策，多屬於防禦型政策；目前考量土地、原物料，再度考慮印尼與東南亞市場，此次仍屬防禦型嗎？台灣考量是因為希望與印尼合作，亦或是僅是避免被邊緣化？
2. 考量印尼的商機，應不只是考慮台灣與印尼之間的經貿與投資關係，應要考慮我國競爭對手國與印尼之經貿關係，如中國大陸、日本與韓國等，相關資料應盡量納入研究範圍中。

四、台灣大學李曉雲助理教授

1. 考慮印尼市場，除了考慮市場面與供應鍊方面的問題外，人文環境也是必須考慮的問題。如宗教、語言與文化等，都是影響台商是否可以在地化生存的關鍵因素。
2. 對於印尼歷史上幾次的排華問題，雖然都是因為政治的操作，但是也會造成對於想要進入印尼市場的台商一個極大的心理負擔。
3. 關於印尼當地法律、稅法、貪污問題及投資、經營業務上的潛規則，雖然無法見諸於相關規定，不過弱勢能提供給業者，對於台商進入印尼應有極大的幫助。

四、附件四：出國報告

壹、出國人員：計畫主持人 林谷合博士 計畫協同 吳明澤博士

貳、出訪國家：印尼

參、出國期間：中華民國 100 年 11 月 6 日至 11 月 11 日

肆、出國參訪行程

100年11月6日	搭機前往印尼
100年11月7日	上午：駐印尼台北經貿代表處 下午：外貿協會駐印尼辦事處
100年11月8日	拜訪萬隆台灣商會聯合總會、印尼萬隆台灣工商聯誼會、印尼春城國際養生休閒村與相關台商
100年11月9日	上午：雅加達加工出口區 下午：雅加達工業區管理局、印尼投資協調部 (BKPM)、台商 (PT. DAIJO INDUSTRIAL、PT. TUNG LUNG INDONESIA)
100年11月10日	上午：拜訪台商：伸昌電機、PT. KOMAYA INTERNATIONAL、PT. INDOSPRAY PERKASA 下午：雅加達台灣工商聯誼會、雅加達台商協會
100年11月11日	搭機回台灣

伍、參訪精簡記要

一、駐印尼台北經貿代表處

Q：這次承接經建會的研究，是來探訪這邊的內需市場，看台灣有什麼樣的產業可以來這邊發展。

A：不管投資、合作或是哪些產業在印尼的發展，最重要的是政府必須扮演怎樣的角色，不只是單靠政府來做政策規劃，民間的步伐跟政府應該走在一致。

現在台灣企業的狀況，光大陸的市場都忙不過來了，無法有心力跟資源去做別的市場，政府又透過 ECFA 深化這個鏈結，企業就算想出來都出不來，這對我們國家整體的經濟安全和長遠的經濟發展，會造成不平衡和缺失，這種狀況應該是要被修正回來。

關鍵在台灣怎麼去因應，印尼內需市場很大，在全球不景氣的時候，在亞洲是表現相對突出的，若真的要做印尼市場，就要投入資源，絕對不可能只是嘴巴上講很重要而已，很多東西需要去關注和投入，我也是政府單位出來的，我想我們就坦承地把問題講出來，光報喜不報憂的說法很浪費時間。

從 GDP 去衡量經濟發展的話，是用 $C+I+G+X-M$ 這個公式去看，印尼 C 的貢獻度可以到達 36~37%，I 的部分，國人投資跟國外人投資的可以到 26% 左右，貿易對經濟的貢獻度是 25%，所以從這種結構上能看出這個國家發展的動力在哪裡。

印尼國內的消費市場很大，除了人口多以外，這幾年因為經濟相對地發展，中產階級人數不斷增加，購買力增加對整個經濟發展是最快速的，所以現在什麼產業印尼都很需要。我舉個例子好了，車子的成長率，印尼現在可能還沒有能力做車子，但它對車子的需求非常大，還有其他電器用品的需求也很大，這就是台灣主要的 ICT 產業所重點發展的區域，另外像紡織產業，可以和當地的紡織產業做市場的區隔，進口較為高端的產品。台灣現在的重點產品都符合印尼國內的需要。而農產品這塊在貿易上來講是最難的，但是台灣的農產品不只針對印尼市場，針對任何市場都是潛力十足，此外印尼食品認證和進口的程序太複雜。關於資訊產業，雖然說現在電腦公司要來，需要帶著整個衛星工廠一起來，因為這邊供應鍊的部份還不完整，但是

這是在發展過程中必然會碰到的問題，要提早過來佈局卡位，不可能等到一切完善了再過來，這是必須要承擔的風險成本。

Q：有關於貿易和投資的障礙，進來的程序是非常繁瑣。

A：關於投資貿易的障礙和困難，都是針對整個外資會碰到的，不是針對我們所訂的，但和別的國家衝突較少的原因是可以通過雙邊機制，那台灣在這種情況下，除了關稅障礙以外，還會有一些非關稅的障礙，這塊是政府可以去琢磨的，就因為印尼還有這麼多的問題，所以才存在那麼多的機會。

Q：現在台商也想轉移但不知道去哪裡，牽扯到的就是文化障礙的問題，大陸畢竟同文同種，進去比較容易適應，但是其他國家就非如此。

A：你不要講民間，政府也何嘗不是，到印尼去什麼都很陌生。但以前大陸還沒有正式開放做生意的時候，台灣在全球的貿易和投資都很國際化，但中國大陸這塊一開放，大家就全擠過去，若不去克服，台灣在未來的發展會碰到很多的問題。的確進入中國大陸的好處是溝通無礙，很多東西容易掌握，所以大家都想做這塊，初期進去時這是一個利基，但愈做愈多依賴也愈深，防衛機制有沒有建立起來是需要去思考，要想辦法看能不能分散一點出去，何況中國對我們還不是那麼友善，還有那麼多的不確定性。所以剛提到的在中國大陸的台商，與其說他不知道去哪裡，還不如說他下不了決心。

Q：印尼政府今年做的一個經濟建設計畫叫做 MP3EI，請問您的看法。

A：這個是一個很 ambitious 的計畫，它規劃了全國六個經濟走廊，分別用各地區的特色搭配不同的投資誘因去做，哪些產業是屬於策略性的產業，我政府應該給予怎麼樣的補助，我把它搭配進去，哪些地方是屬於偏遠地區，我怎麼利用偏遠地區的 incentive 去吸引外資，所以它靠的東西無非就是外資跟自己的 business 去投資，就靠這兩塊。在台灣，一個外商來就是找一塊工業區或科學園區的地就蓋了，但這邊是要連挖港口蓋馬路都要包起來做，一起弄好後政府給你優惠，這個投資型態是不一樣的。

所以你說經濟發展計畫在以後會是怎麼樣，我覺得從今年年初走到現在就有一些計畫 delay 了，15 年下來會怎麼樣誰也不知道，

不過任何的大型經濟建設計劃都是要每隔一年兩年要做一個滾動式修正，才知道哪裡落後要怎麼補。

Q：它規劃出這些大的策略領域，以台商的角度來看有好的機會存在嗎？

A：要做礦業的話，有兩種方式，像中國大陸是透過政府的角色去談這些礦權，這個是政府扮演角色，另外一種方式就是找當地政商關係很好的人建立起關係，從那個管道進。農業的話，可能還是要一些比較有規模的農企業，或者是政府帶著來，可以用企作的方式，這個是農業跟礦產的部分。

台灣在這裡很多都是做外銷，可以回過頭考慮國內市場，這部份就牽扯到但通路和品牌，但這部份投資是相當大的且時間久，但是我認為這塊是值得做的，中產階級不斷增加時購買力就增加，台灣的大型通路商的确是應該思考下這一塊。

Q：我看這邊的消費者型態很不一樣，他們比較偏好逛 mall。我們的中小企業若想要用最少的資金來做，連鎖加盟在印尼這塊算是 OK 嗎？

A：台灣這幾年的一些飲食文化能夠推展那麼快，連鎖加盟扮演著促進者的角色，其實連鎖加盟店在大陸經營的經驗，很有利於台商如何在印尼佈局，因為台灣畢竟小，小地方做連鎖加盟跟大範圍做是不一樣的，但是像食品連鎖加盟首選一定是大陸，但一些中小型的一進去就出不來的。在中國大陸做生意也不要光看市場大機會多，其實也不好做。大陸人常常是跟你學，學完以後比你還狠，在印尼這邊就是穩穩賺比較長久性的，是比較辛苦沒錯啦！

Q：就食品業來講的話，印尼有個機會叫做清真食品認證，請問您的看法。

A：其實 Halal 食品認證程序和成本是很繁瑣，第一個整個過程滯礙難行，第二個就是成本實在太高，政府這樣做沒有辦法鼓勵企業的競爭力，反而打擊到企業在這邊的生存，很多連印尼廠商也相當困擾，所以他們的主張是政府應該是保持鼓勵並維持彈性，不應該強制 2012 年全面實施，應該是用鼓勵的，因為拿到認證可以增加產品價值，跟別的產品做出區隔，要是強制的話就會很慘。

Q：經建會現在推的這個研究案，無非就是想幫台商可以找到可以

去切入的產業，那組長你認為我們可以從哪些角度，去告訴經建會怎麼規劃？

A：我認為台灣的廠商對印尼市場不夠了解，一方面是台商沒有主動地去了解這個市場發展的狀況，第二個是因為印尼政府太被動不去推廣自己，所以這個市場對雙方都太陌生，所以我認為現階段要做的，就是怎麼樣讓大家對相互之間的市場做一個充分的了解。譬如說主動接近台商，經建會跟投資處可以結合多辦幾次活動，讓企業能多了解到底印尼，另外可以在貿易上的互相推廣。

Q：那現在廠商要到國外投資，他可以到大陸，可以到東南亞，我們現在有什麼理由可以說服廠商不要去大陸？

A：並不是要去說服廠商不要去。你用這個角度來看，為什麼會有 ECFA？ECFA 的目的是要把後面的 FTA 建立起來，這是每個人在講 ECFA 的時候跑不掉的主軸。那去中國大陸也是，是為了進入中國大陸這塊市場後，把整個佈局拉出來，這塊市場是你的跳板，很重要但並不是唯一。你要是看不到這點的話，前景可能就只有五年十年，你後面還是要有這塊，不可能就黏在那裡，我們常說全球佈局，佈局你要怎麼佈？

所以你剛剛問的怎麼跟廠商講，我認為是廠商在整個策略思考上本來就應該具備的，不需要政府再去講，只是說政府也不用說一直針對大陸市場在跑，政府能做的角色，應該是在廠商走到某一程度以後，要是一下子轉不出來時，在政策上應該要把它轉一下，帶著廠商往另一條路去思考。

二、外貿協會駐印尼辦事處

Q：這次承接經建會的計畫，計畫目的就是有關於印尼的商機，是來探訪這邊的內需市場，看可不可以藉由其他市場來分散在大陸的投資。

A：這早就該做，對中國依賴到已經無法轉向，印尼的出口貿易依存度是 4%，貿易加出口大概 26-27% 而已，你想想看哪個國家那麼 strong。我們要趕快過來，這個地方政府可以用點力！在印尼投資的方法就三種，一種是地區型的，一種是資源運用型的，另外一個就是勞力的問題，這裡的好處就是你絕對不會像大陸有被有騰籠換鳥的情況，去大陸投資像個漏斗，進去很容易，出來成功的就一點點，那這邊是像紅酒的瓶子，上面細細

的很難進去，但進去了以後無限寬廣。

Q：那這樣您認為台商基本上在考慮進印尼的投資和貿易的障礙是什麼？

A：其實就是沒有真正很明確的優惠政策，不像說中央和省縣級官員有很大的權力可以做 integration，我們一定要放掉中國和越南的思維方式，不要光想說來很困難，可是這邊是長治久安，而且做內需市場沒有一個國家像在這裡一樣毛利這麼高的，這邊沒有 30% 的毛利是沒人要做的。

Q：所以像我們進入的模式，您會建議還是跟當地合資嗎？

A：NO！絕對不要合資，除非是禁止項目或是說一定要合資，不然絕對不要合資。實際上來投資的話，只是說工夫要費得比較多，但並不是很困難，只是時間慢，去年跟今年經濟部都委託貿協組了三十幾家的投資考察團來，每個人都要跟中國大陸比，但不同的 base 和政治體制不能這樣比，看看我剛剛講的那個毛利，在這邊你做得成功，人家都沒辦法也不願仿你的，這邊遍地黃金啊！

Q：聽說印尼這邊不是連地都準備好了要歡迎我們？

A：沒有，他只是說三寶壟那邊有一塊地，你自己要去做整合，官員不會去幫你做整合，他知道這個市場是一個 promising emerging，你不來別人還是會來，然後他就坐在那裡等你送紅包。

Q：就像他在 MP3EI 的計畫中就說，整個政府的預算只花 10%，只花一點點的錢，都是希望引進外資或是別人投資來。

A：很簡單，全爪哇島只要高速公路連續島一圈，這個國家會進步得不得了，我 98 年第一次上任到現在，講到現在都還沒好，說要做地鐵也只是喊喊，輕軌也是水泥蓋在那裡就停了，錢被 A 走了，然後西區有一條高速公路要通到機場，政府撥錢來給官員，官員說要去徵收土地，結果這些人就集體捲款潛逃，這貪汙的情況非常嚴重，可是我跟你講，照規矩來做，該送紅包的就送，他們不會要到太離譜，只要你這是合法，他要不到多少。

說實話，印尼政府提出的東西，我覺得一點意義都沒有，infrastructure 現在好一點，他們因為中國所以現在開始不缺電，兩三年前缺電缺到一塌糊塗，那時還沒金融海嘯時，最旺

的時候常常都在跳電，後來中國提供二十億美元貸款，條件當然是你要用我的機具設備，現在從這裡到蘇門答臘那個海峽要跨海的，也是中國在投資的。

Q：印尼目前的政治狀況算是穩定嗎？

A：政治狀況也不算恐怖平衡啦！分贓，他們總統是民主黨，雖然在國會議席最多，可是沒辦法佔到一半，大概是1/3，所以要結合小黨，內閣裡每個黨籍都不一樣，compromise。

Q：不過大家的態度是一樣的，就是說因為我們現在的投資和貿易依賴中國大陸，的確是有必要分散風險，而且真的看起來是有願景和希望。這邊的消費型態是集中在 mall 消費，想說可以建議台灣的物流或通路，像是飲食集團或者是…

A：本來飲食集團就要來做，我也一直在講這個賺的錢才是好賺，像現在最成功的應該是 Bread Talk 麵包新語，它講說是新加坡，其實有台股在裡面。

Q：聽說零售在這邊還是要做合資，不可以 100% 外資？

A：可以，可是你的一個賣場面積要有 1500 平方公尺以上，像燦坤現在開店開不出來也是這樣，因為是外資，怕你店面小就會搶到 local 的小生意，但像鼎泰豐、丹堤咖啡、日出茶太這些餐飲業，現在都是用合資或是技術移轉的方式，做合資只要你把核心技術和商標掌握好就不用怕了。

Q：那 MP3EI 裡面的產業呢？

A：農業可以發展，精緻農業可以去做，譬如說像高品質的水果蔬菜這些都可以，通路我都可以介紹給他們。礦業絕對不要碰，礦業不是台灣人在玩的。能源也不要碰。工業就很模糊。海洋產業可以像養殖，因為這裡是赤道無風帶沒有颱風，可以好好發展。旅遊業也可以，還有很大的空間，譬如說峇里島有人在蓋 villa 和 hotel, villa 為主啦！因為用的地比較少，成本比較容易控制。電信很難，因為這是國家的東西，可是電信真的很好賺。

Q：我有聽說，在這邊就兩種人最有錢，華人和官員。

A：你知道 mall 裡面那麼多高檔貨，但國民所得才剛剛破三千塊而

已，那開給官夫人去買的，最好賺的還不是外商，那是塞牙縫而已，最好賺的還是像整個棕櫚園的開發、礦場、煤這些才是最好賺的，natural resources 政府可以壟斷的、公共事業、資源、能源、礦業，這才是他們大賺的地方。大概政府單位裡面一個處長級，一個月不過是大概四五百塊美金而已，政府單位沒有一個自己反省的力量，空有肅貪委員會和廉政委員會，但抓太嚴重就會被搞被裁職。

Q：台灣政府在對印尼有一個思維不知道主任有沒有聽過，就是把印尼當做就是進asia的中介點，另外也是對回教世界的一個進入的跳板。

A：我不認同，回教市場很簡單，東協自由貿易區市場就很大，可是東協加一對印尼傷很大，這兩年來已經很明顯地突顯了，紡織最嚴重，鞋子也是嚴重。台灣來這邊投資的就是要做品牌，要做 good quality，現在你一定要講 made in Taiwan 是 excellent，市場一定要區隔，便宜的東西去中國生產了再來這裡賣沒關係。做內需的話，你一定是要在當地做經營，那不是一兩年的事情，從印尼做跳板進去你不如直接去攻馬來西亞市場，然後直接去攻新加坡市場。

Q：那印尼的汽車產業、電子產業，這邊的供應鏈是….

A：不夠，還有很大的空間可以發展，那最主要是因為汽車在中國市場太大，機車是沒有發展的空間了，中國的機車來這裡就是有夠爛，在這樣的情況之下，銀行以及財務公司都不願意放款，不願意買摩托車給分期付款。

Q：我們其實想要訪問一些廠商，像是燦坤，或者有沒有那種零售業，像是丹堤。

A：燦坤不需要，燦坤在那裡還在創業維艱，物流的話是東亞貨櫃，丹堤我們比較沒有交集。我給你名單，叫經濟組去聯絡，理論上投資是他們的主要業務。

Q：其實我覺得就像主任講的，台灣的思維還是比較往中國大陸去，我們現在國來會不會有點慢啊？

A：慢啊！慢太多了，現在韓國在這邊多厲害啊！到處都看到韓國，我們動作真的要快一點。

三、拜訪萬隆台灣商會聯合總會、印尼萬隆台灣工商聯誼會、印尼春城國際養生休閒村與相關台商

Q：農產品在台灣的認證這邊是否可以使用？

A：規定是說台灣所有的驗證是我們台灣而已，沒有權利往外走，但是這樣子是又侷限把我們包在那個地方，它不等於國際標準，台灣的認證標準一樣是由 USDA 拷貝過來的，只是它不承認這套是 USDA 的，它又加了幾項上去，其實重點都差不多。如果在台灣可以做這個國際認證的話，它就可以有辦法有機會外銷到其他地方，這方面你就是去把它帶出來，水果帶出來，現在不只是商人而已，農民也是單打獨鬥，整合的力量不夠。

Q：假如說這邊建個技術？

A：大部分就是技術管理，不是說在台灣考個執照，你要有實務的，這個地方你是不是了解，比如說降雨量、溫濕度、土地肥沃或貧瘠、附近有什麼有機的資財、人力是不是夠、是否勤勞、夠不夠聰明，你要怎麼樣因地制宜，這也是跟開個工廠是一模一樣的。

Q：在這邊的話，有沒有比較高經濟價值的作物還是蔬果，例如說像中草藥，這種在這邊有沒有去試種過？

A：我現在試種南薑和白荳蔻，因為這可以曬乾久放，這是第一點，第二很多我們所指的中草藥材，都是南藥系列，其實這邊可以種一些比如說南薑，現在剩下問題就是品質提昇。但這邊的認證花錢去買就給過，這不足採信，而且用藥的觀念概念，還有這些訓練完全不同，完全沒有制度。所以現在就是要尋求一個國外認證，比如說拿澳洲的 NASAA，但是由我們台灣去做代理，像現在中心也有，成大也有，學術單位農業系的去做配合。可以找一個地方做有機的示範農場，包括觀光收費農場、有機蔬菜和水果，做成印尼的示範區。

Q：那這邊發展觀光或是農業來講，最大的困難點在哪裡？

A：交通，還有周遭的機能，因為觀光的話需要很多人來，那要很方便，周遭的生活機能要夠好，軟硬體要有，這樣才會吸引人。這邊的基礎交通設施還是非常不足。這邊的政府對於基礎建設和公共建設的態度是比較消極，都要靠民間，連機場都是私人的，是只有萬隆-雅加達高速公路通了，還是因為東協才開的，他們資源很豐富，可就是不積極去處理。還有他們是地方治的，

中央沒有派錢給地方，地方是沒有辦法做的，而且貪汙嚴重，三四十年的貪汙系統要改很難，現在有廉政公署有比較好一點了，他們黨派也很多，分贓就分掉了。

Q：我們有訪問一些學者，他們也提到一些印尼政府的問題，認為說來這邊投資不是那麼有利，這點我不知道你們認不認同。

A：你這樣講就比較消極了，其實這邊的商機也滿大的，比如說棕櫚現在已經要躍升為世界第一第二大，不會輸給馬來西亞，第二你看它的咖啡佔全世界的產量有多少。目前來講的話農業這一塊，在印尼這邊還是在成長當中。

因為台灣跟這邊沒有邦交的關係，而且台灣在國際都是單打獨鬥，造成成本上和管理上的問題，應該是要集團式的，像韓國來一次都是一整片包下來。如果能夠透過國際邦交來講，提出這個績效，從這個績效然後結合這些台商，一起去跟政府談的話，一些條例和稅金才能整批來談。

Q：假如現在要來還有空間在嗎？供應鏈還有一些互補或可以投進去的嗎？

A：只是利潤沒有早期那麼好，還是有他的機會，上下游各方面都可以，雖然現在競爭比較多，還是有生存的空間，印尼還有他的市場、稅率的優惠等等。印尼跟台灣比的話，就是只有勞動優勢，其他沒有什麼，這邊兩億多人口市場比台灣大，台灣是市場小才都加工 OEM 外銷到國外去，這邊內銷市場有這個需求。

Q：可不可以談一些這邊消費者的習性，就是說消費的習慣，

A：他們雖然所得很低，但是買東西其實都還滿好的，用分期的方式，再怎麼貴都敢買，信用卡借錢利息高得要死他還是借，但借了以後就是為了買什麼東西可以消費，他們本身是沒存款，消費態度就是這樣，信用紀錄不好，印尼人的習性就是愛面子，像這種炫耀的東西，像手機、服裝會這樣。還有年輕人都開始有這種觀念，比如說要吃飯或是過年過節日，像麥當勞、德州炸雞，小孩子過生日都會往這個方向去跑。

Q：他們這邊重不重視休閒？

A：很重視，都沒辦法要他們加班，只是說他工資便宜，大概是 120 塊美金。但成長的速度很快，政府規定每年要起 10%，他們保

護勞工這點倒是做得非常好。

Q：勞工的特性，就是說他們會不會有一些工會運動？

A：也是會，他們個人比較沒有力量，但很容易被煽動做出一些奇怪的活動，所以這邊以前排華，不過其實如果沒有被煽動，其實他們個性還是滿善良的，你說到台灣的印尼勞工也滿勤勞的，但只要回到這邊就懶，像以前台灣去國外去打工，回來也都帶技術去創業，印尼我看沒有幾個，他們民族性就是比較滿足於現況，不會一直去爭取更好的生活品質。你們還有沒有什麼要詢問的？

Q：那如果是加盟連鎖體系的話，進來到這邊會有利嗎？

A：不好，有幾家是有進來，但他們還是有一些壟斷和排斥的心理，而且主要還有口味的問題，因為他們不吃豬肉，你只有做華人區的話量太少。

Q：很多人認為在這邊通路是很重要的。可是假設我們餐飲業要過來的話，在建通路這一塊其實是比较辛苦的。

A：其實就是來講服務業，比如說零售或餐飲這些，那進來的話就是必須要有一些通路會比較容易，不然進來的話優勢就沒有那麼高，另外要把食物的特性介紹出來，這很重要。

四、台商PT. DAIJO INDUSTRIAL、PT. TUNG LUNG INDONESIA

Q：印尼汽機車的量很大，我們問過 Honda，他們是說預計今年要到四百萬的產量。

A：摩托車是 Honda 就超過四百萬輛，總共他們預計今年的產出是八百萬到一千萬，他們現在卡到泰國，要等到差不多大概二月才能恢復正常。

Q：所以這邊的汽機車零組件供應鏈是從泰國來的？

A：車子裡面有一些零件是，不管說汽車還摩托車都是分工合作，電路在泰國做，所以現在全世界都在停，臨時也找不到人家做，因為車子是耐久財要求品質，供應鏈斷掉要移轉不是那麼快。

Q：有幾個產業，譬如說電子產品、工具機、汽車零組件，適合過來投資製造嗎？

A：台灣的形象已經被認為是中國了，搞混了，他們認為台灣的東

西好，可是這邊中國的東西就是不好，連台灣廠商代表處都還不知道台灣屬於什麼經濟領域，我們的關稅條例還是屬於中國大陸的，印尼並沒有把台灣算是一個國家，進口機器可以免稅，但要有中國大使館蓋章，我不是中國大陸的怎麼蓋他們的章，用 Taiwan 這個字進來就沒有免稅，這也是東協之後為什麼台灣要簽 ECFA 的原因。

Q: 所以像我們剛剛提的這三個產業，這邊假設做零組件供應的話？

A: 可以啦，假如說汽機車這些都還很好啦，做機器還沒有，機器他們現在還沒有到這個階段，像車床機、洗床這種還沒有，這種工具機產業現在這邊需求量是很大，台灣的機器雖然沒有日本那麼好，但是比起來便宜很多，很多廠商喜歡，現在都是從台灣進口，應該是可以在這裡設廠去做投資生產這個東西，但是必須要把品牌打出來。

Q: 那您當初過來是自己一個人過來？

A: 台灣來都是單槍匹馬自己來，像 LG 和 Honda 來就帶了很多衛星，衛星工廠基本就有這些量，就能夠生存，一開始就不會虧錢，但是我們這些都是單打獨鬥來，剛開始都是要從無到有。我以前就賣這邊賣很多，然後這邊廠商要我來這裡開，然後我就過來開，因為那時候是不能獨資，我那時候是找印尼最大最有錢的集團。你們要跟台灣人講，來印尼千萬不能找華人合作，他們有個模式，前面找你合作，之後開始賺錢就想辦法把你吃掉，然後它就免費拿到技術，因為你員工全部是當地的人，你拿他沒辦法，像光陽就落跑回去。

Q: 印尼政府有提出一些產業，像農業、礦業、能源這些，這些台商有辦法嗎？

A: 但我們這邊投資農業的不多，有像蘭花那些，台灣也有跟這邊漁業合作，礦業是現在還少，就中油有跟他們合作碳鋼油。鋼鐵業不行，但是他們這邊有一間鋼鐵廠很大，我看他們那個好幾公里的輸送帶，國營的。

Q: 進口鋼是不是很貴？

A: 他們進口的東西都很貴，因為稅金，要扣營業稅 10%，還要進口稅，基本就是要 17.5%，然後再加上手續費有的沒有的，加起來我算過最少要 23%。即便是假設進口的關稅沒有了，其實基本進來的稅率營業稅還是要 10%。

Q：那印尼這邊您覺得投資哪些障礙會比較小？會不會有文化差異？

A：這邊是人為因素比較多，一些程序上的問題，文化差異不是什麼很大的因素，只是他們的人懶惰，也可以說是教育制度的關係，這邊的工人就敬業精神比較沒有，也沒有什麼員工和老闆之間的感情，不會感恩，但流動率是不會很高

Q：管理上您這邊是當地人嗎？有從台灣過來的嗎？

主講：就是我自己，我現在要交給我兒子了，我台灣工廠是大兒子在管，關鍵的技術還是在台灣，簡單他們會做，但特殊的我絕對不在這裡做，你看日本，車子很多技術他們都不教，就是控制在他日本的手裡，光技術費就賺很多，我們台灣很多企業就是一出去就沒有根本了。

五、伸昌電機、PT. KOMEYA INTERNATIONAL

Q：現在最主要的生意還是在內需？

A：本來我們投資這個廠是要回銷台灣，但是從來沒有過，因為後來台灣景氣也下來，以前是寡佔，但就是政府的採購項目，台電還屬於政府的沒有辦法民營化，意思就是說一旦政府開放你這個項目，你就是要開放，其實後來在跟大陸 ECFA 裡面，變壓器這個項目是開放的，所以這樣對我們的衝擊又更大，大陸變壓器廠在產能、技術跟成本的優勢上都不輸台灣，所以這產業在台灣很受衝擊。

Q：那變壓器在台灣原本也是沒有外銷嗎？就是供應國內？

A：外銷有啊，其實國內廠商像大同、士林、華城這幾家上市公司有外銷，但是變壓器這產業就是說重電這產業，跟基礎建設有關係的，其實每個國家，應該都是對國內是比較保護的，而且因為運輸成本的關係，通常是國內比較有優勢，你要台灣再外銷出來，競爭力很差。

Q：那可否談談印尼這邊的基礎建設，因為現在景氣狀況很好，很多建設都在做。

A：我們就關心這個電力公司啦，有一個資料是說他要有，但不知道從哪一年開始，它有一個 300 億美金的電力開發計畫，說要每個地方都要有電，要到 100% 的覆蓋率，其實要做的投資很大。

電力產業是從發電開始，這幾年發電廠這部份的建構已經好了，之後就是輸配電，所以這幾年我們的業績有稍微比較成長，現在是有計畫要進入輸電，我們本來是在配電，進入的門檻比較容易。

Q：所以就電力這塊的話，印尼政府是有自己的建設計劃，因為我們聽到有人說他們的公共建設其實都是打算靠外資，像港口、道路這些。

A：是希望人家拿錢來蓋，最後送給他，以前是日本最多啦，我知道一些包括電廠、變電站都是日本，但是最近這幾年中國大陸愈來愈多，它來就把中資大企業帶來，中國就是一個大的投資，把500kv的超大變壓器，從發電廠一出來就直接第一個變電站，那個資金密集、技術密集全部通通要最高規格，那台灣一般都是民間企業自己出來，我覺得這種可能性很低。

我們當初也是除了跟中國輸銀行資本融資以外，有一些設備是跟中租迪和，然後中租迪和 2008 時也整個也受影響，然後到現在 China Trust，以前叫做中國信託大松銀行，也是合資的，現在台灣在印尼真正有分行業務的只有中國信託，我們在台灣的往來銀行包括華銀、一銀，還有其他兆豐、交通銀行都沒辦法在印尼開分行，有的只有代表區，可能我們談判的力量不夠吧！印尼當地給他們的建議就是去併小銀行，併 local 的銀行，我們中國信託當然還是繼續有往來，可是他們的資本結構競爭力真的不好，金融服務的這部份，台灣的銀行業真的是沒有。

Q：針對內需市場的消費者，有沒有什麼樣的市場商機？

A：因為印尼人口很年輕，可以讓年輕消費者消費的商品其實前途都很大，我覺得消費性商品或是家庭用品，印尼人小孩子很多，嬰兒用品這塊我覺得很有商機。然後交通建設，我覺得這一定是大的需要，很多只有支架都還沒有蓋，政府沒有人敢講，沒有人肯帶頭去做事，就各自為政，然後再拼起來歪七扭八的，沒有說一個都市計畫。

Q：這邊 shopping mall 好多喔！

A：很多喔，他們的東西很貴，他們有錢的人很多，有 10% 的人買得起就好了，10% 的人買得起就比台灣的還多了，其他人沒錢沒關係，他們下層的人賺的還不夠吃三餐，政府不會去管這些下面的。你們住在這裡看到的是印尼最好的地方，我有去像蘇

門答臘、明蘭和其他城市，其實你一看就差很多，交通建設、建築物、整個市況都差很多，還真的貧富差距很大，比較不一樣的就峇里島，峇里島算很有錢的，不過峇里島也不是都市的建設，鄉村的那種感覺要觀光的。

Q：台灣的餐飲業在這邊在這邊，您覺得像這邊的口味…

A：比如說像鼎泰豐，不過不能吃豬肉，要用雞肉什麼的那味道都不一樣，真的還沒看到什麼台灣的餐廳。他們沒有那種夜市，型態不太一樣，所以台灣小吃和飲料店要開比較不好開，只能在 mall 前面，所以都會影響到考慮設點，這裡到底能有多少購買的消費力。

Q：那像這邊的發電？

A：基本上還是缺電，以前電力公司曾經有一個，我覺得這個台灣說不定有商機，他們離島多，需要有替代能源的方案，例如像太陽能板，電還沒有到這個離島的時候用太陽能的發電模組，然後電力公司買，因為離島那麼遠，他拉一個輸配電線的成本遠比他投資太陽能板的發電模組高。

也有一個方式是發電機的，買一台發電機和變壓器，然後後端的連接端會有包商另外做，一樣就是保證收購電價，你去投標，自己準備設備，然後電力公司跟你買電，或是說你可以收電費一度多少錢，合約多久，這個比較單獨的 case 我覺得比較可行，因為我們也曾經做過，然後五年就有一個招標就可以去投標，就像經營一個 local 的電廠。

Q：台灣有能力做發電機嗎？

A：台灣發電機大同有做，太陽能板倒是很多有很多家在做，大概兩三年前我們有去 survey 過，太陽能板在台灣可能是有一些競爭的利基在，但是你要搭其他的，可能兩三年前還不夠成熟啦，我覺得現在應該說不定有一些優勢，當然這些東西全球啊，中國大陸也在做，綠能就是未來的趨勢。

陸、出國參訪心得

一、有關印尼投資環境特點

1. 由於天然資源豐富，所以其出口市場幾乎均靠出口天然資源，加工技術不足，故多以出口天然資源，換取加工過後之產品
2. 有 2.4 億人口，內需市場龐大且所需大部分靠進口
3. 印尼政府對外資名為開放實多所杯葛，有許多的隱性的限制
4. 進入市場時間需拉長至 2-3 年才能有獲利，長期投資，短期不易回收
5. 當地市場需求多元且變化快速，商品生命週期不長
6. 當地製造出口並無特別利基，須以內需市場做為當地製造的主要考量
7. 當地政府並無太多優惠政策
8. 基礎建設不足，道路擁擠、乾淨的水源與電力仍不足
9. 華人在當地經營較久，有時台商必須與當地華人合作經營
10. 在印尼投資台商普遍同意其投資之毛利率非常高(至少 3 成)，但一些稅費與無形的費用亦高

二、印尼消費者特點

1. 收入不高但是對生活要求品質不低，對新奇事物有好奇心，也願意購買，也有喜新厭舊的情況，二手貨之買賣也很熱絡
2. Shopping Mall 是主要消遣休閒之地，雅加達市場有許多的 Shopping Mall，是假日民眾的主要去處之一
3. 雖然對台灣製品有相當的信心與興趣，但對於台灣製品與大陸製品常有混淆
4. 民眾所得有限但偏好消費，故大量使用信用卡以及分期免利息(18-24 個月)
5. 年輕族群對於炫耀財需求很強，能承擔之價格能力也很高
6. 餐飲時尚乃是偶一為之，並非常態

三、當地勞工與勞動市場特性

1. 工資便宜，但勞工的積極度不佳，另每年最低工資均向上調整，故工資成本快速上升
2. 當地勞工法令對勞工較為有利，可以容許罷工，且罷工期間雇主仍必須支薪

3. 勞工相對善良，只要合乎當地勞工法今，勞工不致於霸占公司
4. 當地人會有貪小便宜的情況，有時會偷公家的東西
5. 偏好自由，不喜歡加班

四、 當地政府特性

1. 政府行政效能差，程序冗長而繁複
2. 貪污情況嚴重，但不會獅子大開口，金額均不高
3. 政府許多規劃難以付諸實行，而淪為口號
4. 印尼為多黨政治，許多時候會出現政黨分贓

五、 產業發展概況

1. 汽機車產業發展迅速，對於汽機車零件之需求相當高，但其供應鏈已相對完整，日商扮演非常重要角色，若能進入日商之供應鏈，較有可為
2. 為保護其國內零售業，對於零售之限制較不合理，要求每一個店面內部必須有 1500 平方公尺，而本國企業則沒有限制
3. 由於土地廣大，且內海區域廣大，農業與水產養殖業有其利基
4. 由於電力不普及，故對於電力相關產品有其需求，如小型發電機、變電設備、太陽能發電機組等
5. 對台灣的工具機與精密機械有高度評價，但由於當地的鋼廠無法生產高品質鋼鐵，仍必須仰賴台灣之進口
6. 對台灣之 ICT 產品亦有高度評價，希望台灣 ICT 產業可以到當地投資
7. 在印尼投資、經營時常需要與銀行合作，但因台灣的銀行只有中國信託在印尼有點，台商在當地與銀行合作較為困難

六、 其他

1. 排華暴動的陰影：1998 年之排華暴動其實是政治人物有心操作，現在條件其實不易再發生
2. 地震與海嘯：並非所有的地方都位於地震帶，台商聚集的區域地震發生機率較低
3. 政治風險：2014 年印尼總統大選與獨立分離主義對政治穩定有一定程度的影響，另恐怖攻擊事件仍時有所聞
4. 貧富差距、失業問題、貧窮問題等是社會穩定的隱患

掌握印尼市場商機與具體策略/林谷合博士計畫主

持. —初版. —台北市：行政院經濟建設委員會，民 100

面：表，公分

編號：(100)045.111

委託單位：行政院經濟建設委員會

研究單位：國立中興大學

印尼市場

558.08

掌握印尼市場商機與具體策略

計畫主持人：林谷合博士

委託單位：行政院經濟建設委員會

研究單位：國立中興大學

出版機關：行政院經濟建設委員會

電話：02-23165300

地址：臺北市寶慶路 3 號

網址：<http://www.cepd.gov.tw/>

出版年月：中華民國 100 年 12 月

版次：初版 刷次：第 1 刷

編號：(100)045.111 (平裝)