

印度綠能流動廁所

FCU



ePaper

逢甲大學學生報告 ePaper

## 印度綠能流動廁所

India Green Mobile Toilets

作者：楊沛璇、王怡真、陳烱屏、謝瑋庭、林敬評、魏慕華、侯宜君、張雅欣、何瑀蓓

系級：國貿三丙

學號：D0429871、D0407872、D0407770、D0429838、D0577231、  
D0595737、D0695577、D0598536、D0375999

開課老師：曾鼎翔 老師

課程名稱：全球行銷管理

開課系所：國際貿易學系

開課學年： 106 學年度 第 2 學期

## 中文摘要

印度具有不錯的經濟發展實力，而印度的資訊科技業由軟體與服務業主導，在全球市佔率非常高，在前景看來良好的印度卻有著衛生、疾病、汙染及治安等問題需要去解決。

自 2014 年印度總理莫迪執政後，印度政府大力推行”乾淨印度”及”智慧城市”等政策，期望改善環境且提升公民生活品質，而印度政府的政策也成為龐大的衛生商機，原先印度打算完工的廁所計畫也只完成四分之一，因此把衛生體系轉成經濟是一大機會，且印度對太陽能產業和製造業等給予優惠的政策使我們晨瑋也進軍印度。我們想要配合政府的政策，設立衛生且有庇護婦女功能的綠能流動廁所，並進行一系列的推廣活動。

針對了印度的現有問題和需求提供解決，建立了符合需求的綠能流動廁所且一系列的推廣，除了改善了生活環境和品質以外也多了水肥的經濟來源，也實現經濟以及永續發展雙贏的局面。



### 關鍵字：

潔淨印度計畫

印度綠能產業

流動廁所

永續發展

衛生商機

## Abstract

India has good economic development strength. The software industry and service industry play a leading role of IT industry in India, which have high global market share. Despite the overall outlook of India has a good development space, there are plenty problems like hygiene, disease, pollution, security, and so on need to solve. Since Indian Prime Minister Modi has been in power in 2014,

Indian government vigorously promote the policy of “Clean India” and “Smart Asia” . cause they have great expectations of improving the environment and the people’ s living quality. Therefore, the policy of Indian government become a huge hygienic business opportunity. India plan to completed the toilet program originally, but they just completed one quarter. As a result, this is a chance to make the hygienic system turn into economic. And India give the preferential policy to Solar energy industry and manufacturing industry, which make our Chenwell enter to India. We want to cooperate the government’ s policy, set up the function in clean, hygienic and refuge for woman’ s Green mobile toilets , and go on plenty promoting event.

We aim at the India’ s problems and need in nowadays to provide solutions. We set up the green mobile toilets meeting the requirements and promote a series of programs. In addition to improve the environment and quality, it add the economic sources from water and nitrogen, and achieve the economic and sustainable development win-win situation.

## Keyword :

Clean India

India Green Energy Industry

Mobile Toilets

Sustainable Development

Hygienic Business Opportunity

## 目次

目次.....	3
一、 PEST.....	4
1. 政治（施政計畫）.....	4
2. 經濟.....	6
3. 社會.....	9
4. 科技.....	10
二、 印度綠能產業分析.....	14
1. 印度替代產業各企業趨勢圖.....	14
2. 五力分析.....	19
3. STP 分析.....	23
三、 公司簡介.....	28
四、 4P.....	34
1. 產品.....	34
2. 價格.....	38
3. 促銷.....	39
4. 通路.....	42
五、 產品 SWOT 分析.....	49
六、 未來展望.....	50
1. 短期:1 年.....	50
2. 中期:3 年.....	50
3. 長期:5 年.....	51
七、 成本效益分析.....	52
1. 成本.....	50
1. 效益.....	50
1. 分析.....	50
八、 參考文獻.....	60

## 一、PEST

依我們的產品特性，我們希望引進本公司最新型產品，並針對印度以下的問題進行改善，與此同時發現印度當局也有相關的法令與措施，可能有助於本公司之產品的進入。

### 1. 政治（施政計畫）

- (1) 2014 年印度總理莫迪執政後，大力推行乾淨印度政策，透過注資與修法，期望建立一套廢棄物管理體系，改善人民居住品質與環境安全，也希望藉由引進先進技術來協助廢棄物處理的相關議題。

乾淨印度政策屬大規模的基礎建設計畫，期望在所有城鎮的廢棄物管理體系的建立，同時也**推動公共環境與衛生教育、衛生設施的改善與設置**。期望能在 2019 年，在全國落實乾淨街道與相關設施與管理體系的建置。

- (2) 印度啟動杜絕在戶外如廁的「潔淨印度」(Clean India) 計畫已經三年，但世界銀行的資料顯示，至今印度逾 70% 的鄉村地區仍然缺少適當的衛生設備。

這個現象也將成為龐大的衛生商機，到了 2021 年，印度的衛生商機估計將達 620 億美元。

印度政府原先打算於 2016 年 3 月前，蓋好 250 萬間家庭廁所和 10 萬間公廁，但政府迄今只完成計畫的約四分之一。就算廁所蓋好，也通常十分髒亂，甚至會成為疾病的溫床。印度 10% 的死亡率與衛生環境不佳有關。

- (3) 廁所理事協會 (TBC) 執行董事希克斯 (Cheryl Hicks) 說：「把衛生體系轉成智慧、永續、能賺錢的經濟將是一個世紀來最大的機會。」



#### (4) 「廁所先於神廟」

印度 13 億人口中，有超過一半的人家中沒廁所，要到戶外便溺，印度總理莫迪一再強調廁所先於神廟，也在 3 年前發起印度清潔，在全國興建上千萬間廁所的計畫，不過由於經費短缺、人民衛生習慣不良，還是很難改變現狀。

或許大家很難想像「家裡沒有」廁所這件事！不過這在印度卻是十分常見的，實際上，印度全國約有一半以上的人大部分的時間都是「直接」在戶外「方便」的，這對於大部分的男生或許沒有什麼問題，但女性就比較麻煩了，她們大多會選擇在黃昏和天亮以前去人煙稀少的地方「解決」，而有相當高的被性侵（甚至被殺害）的風險；此外，排泄物污染水源讓病菌肆虐，每年也有大量抵抗力較差的人（其中尤其是小孩）因為腹瀉死亡。

這主要有兩個原因：一個是在貧富不均印度社會，由於經費短缺，貧民窟中連居住的空間都不足了，更別提在家中蓋廁所了；另外，就算是家中生活環境好，但相當「傳統」的家族中，多半認為家裡有廁所，對家中供奉的神明是不敬的！儘管政府不斷的強調「廁所先於神廟」，不過根深柢固的觀念還是很難立即改善。印度政府在 2015 年，向世界銀行申請 15 億美元貸款，用來蓋廁所等公共衛生設施，然而即便有了硬體，要改變民眾不良衛生習慣並非一蹴可幾，得先從改變觀念做起。

#### (5) 「智慧城市」

印度總理莫迪（Narendra Modi）在 2015 年時提出智慧城市計畫，希望利用計畫的相關發展項目帶動印度城市競爭力，進而改善社會與城市環境。利用數位訊息和數據改善基礎設施及服務，創造

就業機會，提高國民收入，進而創造一個對人、對環境都友善的高度包容性城市。

目前印度的作法是先進行工業、社會、經濟等核心**基礎設施**的建造，然後以此為公民**提升生活品質**，使城市環境是可持續發展的。而各地區的智慧城市核心設施要素需要包括以下幾點

- A. 供電充足
- B. 衛生管理**
- C. 高效率交通系統及設施
- D. 公民可負擔的住宅
- E. IT 連結及數位資訊化
- F. 善治 (Good Governance)。特別是電子治理及公民參與
- G. 永續發展的環境**
- H. **公民的安全與保障**，特別是婦女、孩童及老人。
- I. 健康和教育**
- J. 利用 IT 技術和大數據資料庫來管理；最後則是改善弱勢群體的生活水準，兼以創造永續發展的生存環境。

根據印度品牌資產基金會 (India Brand Equity Foundation, 以下簡稱 IBEF) 的報告，預估在未來五年內，印度需要在基礎設施建設方面投入 3,765 億美元，其中電力、道路和城市基礎設施部門需要 70% 的資金。

## 2. 經濟

### ➤ 印度十年來總體經濟指標

會計年度	經濟成長率 (%)	進口金額 (百萬美元)	出口金額 (百萬美元)	國內生產毛額 (GDP/GNP) (百萬美元)	平均每國民所得 (美元)	產業結構 (占 GDP/GNP%)				消費者物價	
						農業	工業	製造業	服務業	總指數	與上年比較%
2003-04	8.5	78,149	63,842	619,839	560	22.2	19.5	16.8	58.3	509	3.50
2004-05	7.5	111,517	83,535	766,327	640	20.2	19.6	17.7	60.2	529	4.20
2005-06	9.4	149,165	103,090	906,268	823	19.7	19.4	18.1	60.9	551	5.60
2006-07	9.6	185,604	126,262	1,089,944	964	18.5	19.6	17.4	61.8	579	6.70
2007-08	8.7	251,562	162,983	1,237,500	1,043	17.5	19.5	12.0	63.0	672	7.78
2008-09	6.7	287,099	172,379	1,376,000	1,124	17.2	29.1	16.4	53.71	561	6.7
2009-10	8.6	288,372	178,751	1,537,970	1,265	17	28	13	55	657	17.1
2010-11	8.5	369,769	251,136	1,826,811	1,513	18	26	11	56	94.7	--
2011-12	6.5	489,319	305,963	1,946,765	1,591	13.9	27	15.4	59.1	104.6	10.45
2012-13	4.5	490,736	300,400	1,539,300	1,501	13.9	27.3	15.8	58.8	114.5	9.46
2013-14	6.9	450,199	314,405	1,559,400	1,291	17.2	31.7	18.1	51.1	119.4	4.28
2014-15	7.3	448,033	310,338	1,813,519	1,164	17.5	31.8	19.4	50.7	126.1	5.61

根據全球競爭力報告，印度競爭力居世界第 51 位，其中在金融市場（第 17 位）、銀行部門（第 24 位）、創新（第 39 位）及經商（第 44 位）等方面表現較佳。全球最大的 15 家信息科技外包公司中，有 7 家位於印度，而企業對於外包國家的偏好度僅次於美國。印度為第 11 大消費市場，2030 年將成為第 5 大消費市場。印度通訊為世界成長最快的國家，於 2010 年至 2011 年間，增加了 2.27 億用戶；汽車工業成長速度居世界第 2 位，2009 年-2010 年成長了 26%，汽車出口成長了 36%。印度發電裝機容量為 250 吉瓦（109 瓦特），其中 8% 屬再生能源。

### ➤ 產業結構及概況

印度有 4.876 億勞動人口，居世界第 2 位，其中 50% 從事農業或農業相關行業，28% 從事服務業及相關產業；從事工業的占 18%。以占 GDP 比例來看，農業占 GDP 的 18.1%，服務業和工業分別占 55.6% 和 26.3%。

### ➤ 外資投資概況(金額、產業.....)



## (1) 外商在印度投資概況

### A. 投資國家:

前 10 大外資來源國家之金額及比重依序為模里西斯（936 億美元，34%）、新加坡（431 億美元，16%）、英國（227 億美元，8%）、日本（194 億美元，7%）、美國（172 億美元，6%）、荷蘭（161 億美元，6%）、塞浦路斯（84 億美元，3%）、德國（84 億美元，3%）、法國（48 億美元，2%）、阿拉伯聯合大公國（34 億美元，1%）。

### B. 投資產業:

前 10 大外資投資產業之金額及比重依序為服務業（481 億美元，17%）、營建及不動產（241 億美元，10%）、電腦軟硬體（204 億美元，7%）、電信（181 億美元，7%）、車輛（143 億美元，5%）、醫藥生技（134 億美元，5%）、化學品（116 億美元，4%）、貿易（107 億美元，4%）、電力（105 億美元，4%）、旅館及觀光（88 億美元，3%）。

### C. 競爭對手國在印投資情形:

美國及歐洲國家在印度之投資以金融服務、電信、基礎建設、能源、交通等產業為主；日本廠商目前在印度投資家數約 1200 家，以汽機車產業、機電設備、基礎建設等產業為主；韓國廠商在印度投資家數約 400 家，以汽車、重工業、家電設備、鋼鐵等產業為主，另如韓國三星電子之電視機及智慧型手機在印度市場之市占率已居冠，其他電氣產品如電腦螢幕、冷氣機、冰箱、微波爐等市占率亦名列前茅，顯示其品牌價值與企業形象已獲廣大印度消費者高度肯定；新加坡商則以服務業及地產開發商為主。

## (2) 臺商在印度投資概況

### A. 投資金額:

據印度商工部 2015 年 12 月統計資料顯示，臺商對印度直接投資(FDI) 累計金額為 1 億 6,594 萬美元，居外人投資第 38 位，占印度 FDI 比重 0.06%。（此金額僅包括以我國公司名義申請之直接投資，即我國公司在印度設立獨資或合資企業之股本投資，不包括設立分公司或聯絡辦事處所需之營運資金，亦不包括臺商第三地挹資者）。依據我經濟部投資審議委員會 2016 年 2 月統計資料顯示，我商對印度投資累計金額為 3 億 1,380 萬美元，共 56 件投資案。

### B. 投資臺商:

大型臺商企業在印度之投資包括台橡公司、鴻海集團、大陸工程、美達工業、中鼎工程、中國鋼鐵、台達電子、豐泰鞋業、萬邦鞋業、樂榮工業、中華航空、長榮航空、信通交通、正新橡膠、英業達、聯發科技、友訊科技、宏碁科技、明碁科技、長榮海運、陽明海運、萬海航運、英業達、仁寶電子、緯創資通、威剛科技、華碩電腦等約 80 餘家臺商。

**C. 投資產業：**

資通訊、鋼鐵、電子、機械、貿易、運輸、工程、金屬、製鞋、農漁、電機、服務業等。

**D. 投資模式：**

目前我商在印投資模式以設立全資子公司之型態居多，其他模式如聯絡辦事處、分公司、合資公司之型態亦有，視其在印度之營運活動而定。

### 3. 社會

➤ 環境問題-水汙染:

在印度水汙染也很嚴重，印度處理汗水的速度遠遠不及他們產生廢水的速度。而且他們會將垃圾棄置在水溝或是河川，使得水中充滿各種垃圾。

人均衛生總支出（PPP 國際美元, 2009 年） 132

衛生總支出占國內生產總值的百分比（2009 年） 4.2

➤ 治安

印度北部，而且是郊區，的確有歧視女性，甚至有遭性侵後報警都無法獲得積極處理的案例，但不是全印度都是如此。

➤ 醫療衛生

當前，印度醫療衛生體系面臨嚴重挑戰。政府對公共衛生撥款不足，醫療衛生專業人員奇缺，就醫環境惡劣，部分貧困地區的醫療水平和條件甚至不及南撒哈拉非洲的一些國家。

印度一些貧困邦醫療衛生狀況甚至不及南撒哈拉非洲國家。印度的醫療衛生支出在金磚國家（印度、巴西、俄羅斯、中國和南非）中是最低的。

由於印度面臨的疾病威脅十分嚴重，政府應將 GDP 的至少 2.5% 投入到公共衛生之中。除了當前面臨的基孔雅肯病，由於存在大量易感人群和傳播介質埃及伊蚊，黃熱病也是印度極易發生的傳染病。

## 4. 科技

繼中國之後，印度是下一個備受關注的淘金地。根據「網路女王」瑪麗·米克（Mary Meeker）的 **2015 年網路趨勢報告**，印度擁有全球第三大網路用戶數，每年新增用戶數是全球之冠，其中行動網路占比更高達整體的 65%。

孫正義造訪印度，他不僅拜會總理莫迪（Narendra Modi），還喊出 10 年內要注資近百億美元，期待找到「第二個阿里巴巴」。這陣子下來，軟銀接連投資叫車服務 Olacabs、電商 Snapdeal 和房地產平台 Housing.com。緊追著孫正義的腳步，**阿里巴巴**則以 5.75 億美元投資 One97 Communications 旗下的線上支付和市集 Paytm。此外，郭台銘 5 月接受《華盛頓郵報》採訪時也表示對「Made in India」（印度製造）很有興趣。

印度雖然極具潛力，但是貧富不均、宗教和語言分歧以及**衛生條件不佳**等發展劣勢也不容忽視。

印度資訊科技產業一直由軟體與服務業主導，每年有大量出口，在全球市佔率非常高。目前佔有一半的全球資訊服務外包市場及三五%的軟體市場，如塔塔（TATA）和 Infosys 等印度企業，也是這個全球市場上的佼佼者。

這個部份，印度將會持續發展，保持全球領先地位。印度軟體工業協會曾預估，到了二〇二〇年，印度資訊服務與軟體業的出口額，會達到一七五〇億美元的規模。

### 經濟永續 必須發展製造業

印度資訊硬體製造業一直沒有起色的主要原因之一，是印度加入世界貿易組織之後，開放市場，大部份資訊產品進口都免除關稅，各大國際廠牌進入印度市場，使本地製造業者遭遇強烈競爭，發展困難。但為了印度經濟的永續成長，我們必須要發展製造業。

為了發展製造業，印度政府最近幾年設立許多基礎設施與服務都非常完整的經濟特區，給予外資企業賦稅優惠，到目前為止，這些特區還有相當充足的土地空間。另外，印度政府也對特定高科技產業，提供資金補助。**太陽能產業**就是其中一項，從二〇〇七年到今年三月，太陽能產業是經濟特區中，成長最快的產業之一。印度計劃優先發展，並吸引外商投資的製造業，還包括半導體晶片、LCD、儲存設備，以及 L E D 照明產業。

# 1 印度4大科技重鎮 (2015年第一季)

人口 | 超過12億人，全球第二，台灣的52倍  
面積 | 330萬平方公里，全球第七，台灣的91倍  
語言 | 印地語、英語和其他16種以上語言  
首都 | 新德里 (New Delhi)  
貨幣單位 | 盧比



## 2 網路用戶數緊追美國，成長空間大

單位：千萬人



資料來源：Internet Live Stats (觀測時間：2015/06/05)

## 3 各大網路服務的重要戰場

### 月活躍用戶數

單位：千萬人



### 全球排名



資料來源：Mary Meeker, Internet Trends 2015



## 二、 印度綠能產業分析

安永會計師事務所 (Ernst & Young) 於 2017 年 (5) 月中旬發布最新一期「再生」能源國家吸引力指數報告 (Renewable Energy Country Attractiveness Report)，依據各主要國家之經貿投資環境、能源供給、能源政策、再生能源基礎建設、相關科技與技術等要素，評比各主要國家再生能源市場之潛力，前 10 名依序為中國大陸、印度、美國、德國、澳洲、智利、日本、法國、墨西哥、英國。

印度政府規劃加速再生能源發展，設定再生能源發電目標於 2022 年前達 175GW，其中**太陽能發電**將達 100GW、風力發電達 60GW、**水力發電及生質能源合計達 15GW**，期再生能源於 2030 年前可占全印總發電裝置容量之 40%。印度政府積極推動再生能源發展之際，尤應致力發展具成本效益且普及度高之能源儲存技術，使再生能源供電系統更趨穩定。

依據國際能源總署 (International Energy Agency, IEA) 報告指出，2014 年全球新建電廠中將近半數為可再生能源，預測 2015 年到 2040 年全球對發電方面的投資，將有高達 60% 投入可再生能源，主要推動國家及地區包括中國大陸、歐盟、美國與**印度**。

近年來，印度經濟崛起，隨著人口不斷增長，能源消耗大幅提升，預估到 2030 年，印度將成為全球第 3 大能源消費國。為配合新政發展，印度政府積極推動**基礎建設**，投入開發新節能技術，加強與私部門合作，希望私部門在風力、小型水力、**生質能源**、**太陽能**等領域擴大投資，並承諾未來將降低 30-35% 碳排放量。

印度政府此前已宣布將投資 1,500 億美元給可再生能源，以對抗能源貧困。

### 1. 印度替代產業各企業趨勢圖

有逐年攀商的趨勢，可看出未來印度在替代能源產業上有很大的前景

Morgan Ventures



Surana Ventures





Indosolar



Pervasive Commodities



### Karma Energy



### Sun Source(India)



### Tulasee Bio Ethanol



### Jiya Eco-Products



## K P Energy Ordinary M



## 2. 五力分析

### 現有競爭者

能源：美國通用電氣公司（GE）、英國凱恩能源（Carin）、加拿大安省電力公司（Hydro One）、3TIER R&D

但目前並無有關生質能流動廁所的相關產業，連流動廁產商也幾乎是微乎其微，多為基礎建設營建與能源分開，因此現有競爭者可以說是零。

### 潛在競爭者（替代威脅）

印度前 10 大外資來源國家依序為模里西斯、新加坡、英國、日本、美國、荷蘭、塞普勒斯、德國、法國、阿拉伯聯合大公國。前 10 大外資投

資產業依序為服務業、營建及不動產、電腦軟硬體、電信、車輛、醫藥生技、化學品、貿易、電力、旅館及觀光。

截至 2017 年 6 月，模里西斯是印度最大的外商直接投資來源地，累計達 1,149 億美元，佔總額 34%，其次是新加坡(576 億美元，佔 17%)和日本(261 億美元，佔 8%)。服務業吸收的外商直接投資最多，累計達 614 億美元，佔總額 18%，其次是電腦軟硬體業(260 億美元，佔 8%)和建造業(245 億美元，佔 7%)。

2017 年首 6 個月，來自中國內地及香港的外商直接投資分別為 3.29 億美元及 4 億美元。截至 2017 年 6 月底，來自中國內地及香港的累計外商直接投資總額分別為 17 億美元及 23 億美元。

印度近年來已成為各國企業海外投資之熱門選擇，主要著眼於印度之龐大內需市場、廉價生產成本及豐沛的技術人才，尤其以快速成長的中產階級帶動強勁的內需消費力道係吸引 FDI 投入的主要因素。鑒於 FDI 對印度經濟發展與成長扮演關鍵角色，印度政府將致力改善投資經商環境及開放外人投資政策，以提高外商投資意願與信心。

### 市場進入障礙

#### (1) 基礎建設不足

公路、港口、鐵路、通訊及電力等設施成長緩慢，既有的設施普遍陳舊，不但導致電力短缺，商業運作還因此受到箝制，有形無形增加廠商的營運成本。

#### (2) 印度稅制複雜、優惠措施透明度不足

印度各項稅賦種類繁多，且各州各自為政。徵收機關不同可分為中央稅、州稅及地方稅三種。

中央稅包括個人所得稅、公司稅、關稅、中央貨物稅、中央營業稅、服務稅等。

州稅包括增值稅、印花稅、州貨物稅、土地收入稅、職業稅等。

地方稅包括財產稅、貨物入市稅、供水及排水等公用設施使用稅等，非但稅目繁多。

## 印度綠能流動廁所

印度雖然提供各項優惠措施，然而各州規定不一，廠商需要各自協商取得優惠。為了改善此一狀況，印度政府積極尋求稅制整合，於 2016 年 8 月通過重大稅制改革，將全國各地零亂的稅制統一。

### (3) 政府效能不佳，增加企業營運成本

印度行政效率不佳，行政程序費時繁複，政府貪瀆時有所聞。

據 2015 年國際透明組織〈Transparency International〉針對全球 168 個國家所進行的全球貪瀆印象指數〈Corruption Perception Index, CPI〉調查報告，印度列名第 76

2016 年世銀的經商容易度指數，印度在 189 國家中排名 130，印度新 15 設公司平均費時 29 天始能取得合法登記（南亞國家平均 15 天），公司財產登記費時 47 天（挪威僅 1 天）。

### (4) 印度太陽能領域的行政障礙

印度為了保護國內太陽能電池與模組廠商，設下自製率的行政障礙，此一障礙對任何欲出口至印度的國家均會造成相當不利的影響，將縮小各國產品在印度的市場規模，特別是中國大陸、美國、我國與馬來西亞等國。

### (5) 印度對於衛生習慣的教育普遍不足

比起上公共廁所，印度人更習慣直接在就地廁所

## 購買者（印度當局）的議價能力

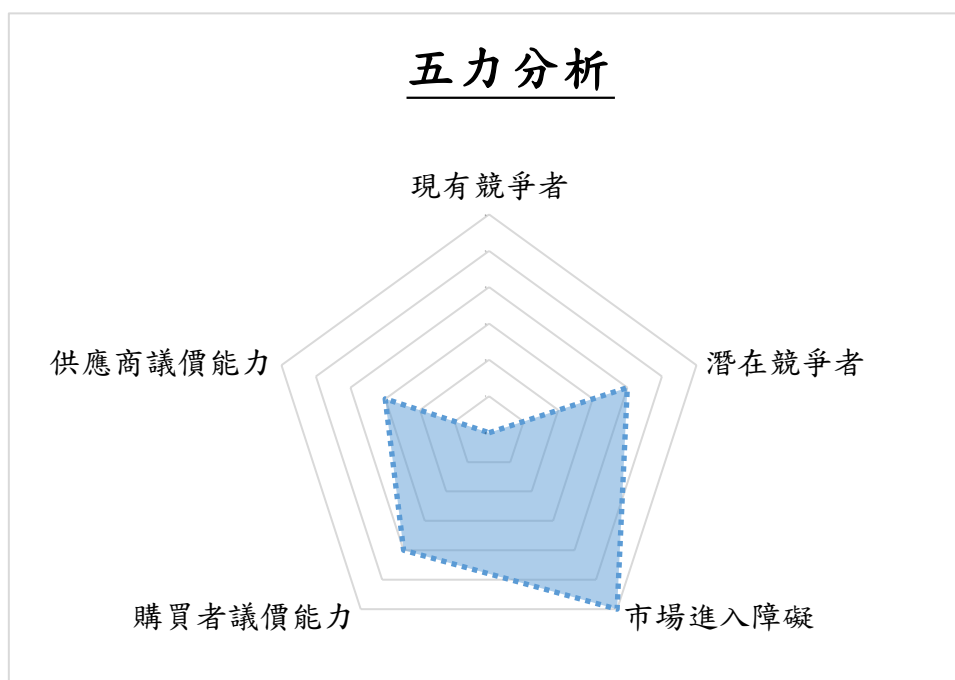
- 租賃次數多，且數量大
- 購賣者（印度當局）承受中低的轉換成本，用以前傳統的流動廁所
- 購買者（印度當局）面對的零售商並不多
- 對購買者（印度當局）來說，所購買的太陽能流動廁所很重要，可以降低其水汙染，提升人民生活水準
- 購買者（印度當局）並未掌握關於太陽能流動廁所此項產品的訊息
- 購買者（印度當局）決定後向一體化的機率偏高，即自己生產而非購買

總結：購買者的議價能力偏中等

## 供應商的議價能力

- 目前對於購買者（本公司），主要以自行生產為主，採購為輔
- 購買者（本公司）變換供應商將產生較低的轉移成本，因主要技術為本公司自行所有，而太陽能板供應的部分，印度有許多太陽能相關產業的企業，並不會產生轉移上的困難
- 台灣在這個領域的發展算是很成熟了，供應來源不會受到太大的限制
- 當存在實際風險時，決定前向一體化，即設立自己的分銷子公司或製造工廠

總結：供應商的議價能力偏低



### 3. STP 分析

#### 市場區隔 (Market Segmentation)

主要將針對印度市場進行投資，流動廁所將針對印度之環境與治安之改善進行設計，結合太陽能與雨水再利用，並更進一步將糞便聚集再利用，形成一永續循環的概念。

此外，在印度相當「傳統」的家族中，多半認為**家裡有廁所，對家中供奉的神明是不敬的**，因此在印度，有許多人家中是沒有廁所的，大都直接在外面解決，但女性就麻煩了，這不僅造成印度環境髒亂，印度女性遭性侵機會也大大提升，有鑑於此，我們將於流動廁所內，建通報系統以加強印度女性之安全，改善印度治安問題。

最初將以統一形式售於六大重點城市，並慢慢向外擴散，直至各鄉里，日後將觀察實際狀況進行微調，不論是外觀或內建設備。

#### 目標市場 (Market Targeting)

- 市場規模：印度全境（13.4 億人口），但先由六大重點城市著手，並慢慢滲透到印度鄉村，此外我們主要是以 B2B 的模式，與政府及民間公司合作，也可藉此增加曝光度
- 進軍的產業：再生能源與公共衛生基礎建設
- 競爭狀況：主要競爭者為當地傳統流動廁所製造商
- 可行性：

##### 政府政策

印度公廁推廣計畫—廁所優先政策 (Toilets first, temples later)。2015 年 7 月，印度財政部部長傑特利訂下要在 2019 年實施全民有廁所的目標，建造新廁所的預算將增加一倍至 400 億盧比（約 7 億美元），興建 6000 萬間公共廁所，其中包含 15% 公共衛生教育經費。

印度政府淨水計畫—印度總理莫迪上任第一重要事情就是治理恆河，莫迪曾公開義賣訪美的服飾，並將義賣所得用於興建恆河沿岸廁所之用。並與日本合作，希望用資金與技術雙管齊下的方式，改善印度水污染的問題。

印度智慧城市計畫—印度政府將於 2014 至 2015 年投入 12 億美元預算，並在未來 5 年將投入 80 億美元，至 2050 年總投資將達到 1 兆美元，此項投資至少包含 14 個產業範疇，包括**智慧水及廢棄物管理、智慧環境、潔淨能源、智慧運輸**、智慧 IT 通訊、智慧建築、智慧教育統、智慧醫療、**智慧安控**、智慧城市規劃、智慧災難管理、智慧製造、智慧電網等。



## 印度綠能流動廁所

莫迪能源政策—發展潔淨能源（綠色能源）及鼓勵使用節能設備，以解決印度電力問題。

印度政府提供之投資優惠措施：印度針對基礎硬體設施、發電及電力輸送設施、再生能源、科學研究等特定領域之投資，不分內、外資均可享有減稅優惠。

種類 比較	太陽能流動廁所 	傳統流動廁所
品質程度	高	低
清潔程度	高	中低
舒適度	高	低
永續性	高	低
有無安全通報系統	有	無
有無替代能源之使用	有	無
有無售後服務	有	無

### ➤ 目標市場(我們主要是以 B2B 的方式進入印度市場)

#### A. 人口熱點:吸引大眾目光了解產品

我們先以人口最多的地區為主設立公司據點，首都為人口最多的地方，因此廁所的需求量必定是相當大，以此快速讓大家知道我們的產品進駐印度，打開公司的知名度。

例如:

孟買為印度第一大城市，也是觀光客常常到訪觀光的地方，也是全世界人口最多的城市，看準了都市龐大的人口數，因此我們將公司據點設立於此。並解決遊客走在街頭所聞到臭氣沖天的尿騷味，使得外國遊客對於印度有個更好的印象。

#### B. 活動舉辦主辦方:提高活動便利性

各式活動舉辦地點，提供完善的如廁環境，讓大家參加活動有個清爽的過程，並且可使參加民眾對於活動留下好的參加印象，更可增加活動的便利性。

例如:

灑紅節，每年 3 月前後月圓之日舉行，是印度教的節日，也是全國性的大節日。人們會將五顏六色的顏料和粉末向彼此身上潑灑，在這天會有許多外國人前往朝聖，因此流動廁所的需求就相當的重要，讓來參加活動的人都有個便利的如廁環境。

### **C. 企業活動:參展提升衛生品質且能讓企業主各自間了解產品**

企業在各地的參展活動，有個完善的活動進行，也能為企業達到加分的作用，讓參加的來賓們有個舒服的參展環境。

例如:

2017 年 印度國際綠能技應用展，獲得印度政府的全力支持，在提升印度綠能產業發展的歷程中扮演著相當重要的角色，除了當地企業還會有許多的外國企業參與，我們可以提供活動優良的如廁空間，且藉此還是個機會能讓這些企業家使用到我們的產品，擴大銷售機會。並且以水肥轉化成的綠色能源供應應用展的電力，也能使企業主看見我們發展綠色能源的能力。

### **D. 貧民窟較無廁所的地點:盡到社會責任提供貧民窟的居民也有好的衛生空間**

與政府合作，得以補助貧民窟增加廁所點，因有些貧民窟簡陋的廁所有些是破舊到沒有門的，且男女合用，這樣如廁不僅沒有隱密的空間，對於女性可能會被有色眼色看待的風險，且十分的危險。公司可與政府贊助合作貧民窟地區設置廁所，使大家都有個好的如廁環境，也保護女生如廁，有個安心私密的如廁時間，多一分保障。

例如:

在孟買貧民區，平均每 78 人才有一間廁所，有許多人都得在光天化日之下自行「方便」，有的廁所還非常的簡陋，而大部分的公廁都只有提供男性使用，對於女性來說相當的不便，女性都要到荒郊野外才能上廁所，人身安全不是很有保障，而且近年來許多女性擇偶時會選擇看對方家中是否有無廁所，我們的進駐能使許多女性有個舒適的如廁空間，且能改善印度當地的衛生環境。

### **E. 活動用電:提供活動有個穩定的電力來源**

演唱會、重大節日活動之用電皆可提供。

例如:

印度的 Glastonbury 音樂節，我們提供足夠數量的流動廁所，一方面能夠收集水肥，另一方面我們提供以水肥轉化成的綠色能源供應音樂節所需的電力。

#### F. 工業區:穩定的能源有機會能讓印度的工業逐漸進步

我們以水肥轉化為的能源可補足供應工業區有個穩定的電力來源，讓印度的工業發展能提升。

例如:

孟買的工業區，主要以棉花紡織工業為主，也有發展機械、化工、煉油等…濰多部門綜合性工業，加上當地人口眾多，因此用電量是非常的龐大，我們的水肥綠能在此發展是相當具有優勢，可提供足夠的電力補足工業發展的問題，還能提升印度的工業發展。

#### G. 政府:與政府合作改善內部環境和能源問題

與政府簽訂能源合約，我們可提供各種用電的需求，像是能偏鄉地區的用電供給。

例如:

印度的大街小巷天空常常纏繞著像是蜘蛛網的電線，造成街道不美觀，這些都是居民私拉電線偷電的情況，在印度停電是家常便飯，在印度大約有 3 億多人是沒有電力可使用的，印度的人口逐漸繼續增加，對於需要供應這麼多人人口相對足夠的電力是有難度的，因此我們的綠能產業可與印度政府合作簽訂契約，幫助當地的居民有個足夠基本的電力能夠使用。

我們也和企業合作，透過企業的贊助共同幫助各村的居民，提高印度居民的生活品質，也達成社會企業的目標。

### 市場定位 (Market Positioning)

- 「FLUSH」為本公司在印度的品牌名稱，「FLUSH」有沖洗的意思，簡單好記好發音與我們得產品非常吻合，希望透過這個簡單明瞭的英文單字，在推廣上能大大加分，最佳情況為「FLUSH」一詞能成為印度廁所的代名詞，「你今天 FLUSH 了嗎？」
- 使用者我們雖然定位為全體印度人民，不分男女老少，但主要還是希望能為女性創造一個安全衛生的如廁環境，希望藉此降低印度性侵比例。
- 我們將以永續、乾淨、明亮、衛生與過去噁心、骯髒的傳統型流動廁所做出區別，讓印度當地能接受使用流動廁所，並樂於使用。

## 印度綠能流動廁所

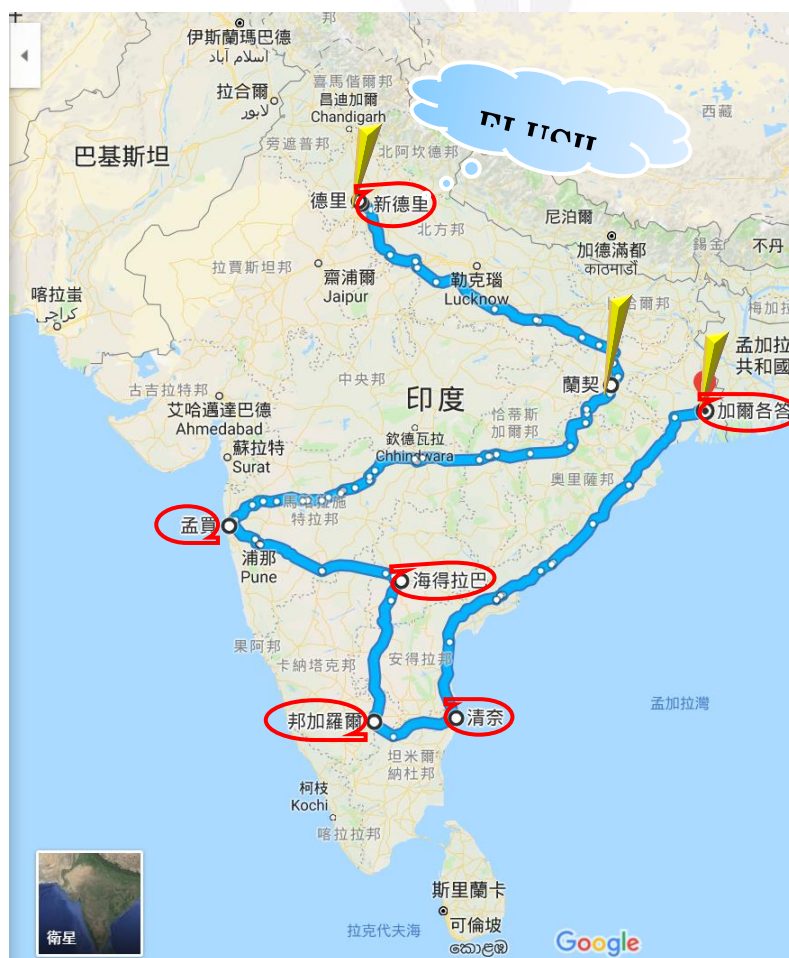
- 我們將產品的內、外皆以綠色為基調，一方面是想與印度當地文化做連結，在印度綠色代表繁榮、信心與人類的生產力，一方面也是想傳達一種綠色環保永續的概念，綠色正是與我們產品概念最相符的。





### 三、 公司簡介

1. 公司名稱：晨瑋環保工程有限公司
2. 成立時間：西元 2002 年
3. 總公司：桃園縣平鎮市中豐路一段 342 巷 28 號
4. 分公司：台北分公司、高雄分公司、  
雲林分公司、台中分公司
5. 國外分公司：印度-FLUSH

為拓展印度市場，本公司在印度設立一分公司「FLUSH-Back to Nature」，位於印度首都**新德里**，旗下另設有三間水肥回收公司，分別位於「**邦加羅爾**、**德里**、**蘭契**」，進行生質能的相關研發，此外，與當地太陽能板製造商 Vikram Solar Limited 合作，其負責供應本公司印度廠太陽能板之需求。



(  代表「水肥工廠」；  代表「銷售點」)

### ➤ 經營理念：

晨瑋堅守「創新產品與優質服務」的企業經營理念，提供客戶最經濟便捷及符合環保衛生的服務方案，為我們的環境保護盡一份心力。

本公司獨家代理日本第一品牌 Asahi-House 全系列流動廁所，其採用雙層 PE 環保材質具有環保、清潔、輕便、方便使用及美觀之優點，優秀的產品配合強大的巡迴車隊服務陣容，解決您臨時場地無廁之苦。

舉凡喜慶宴會、大小型戶外活動場合及建築工地、公園遊憩區等均為我們的服務對象，晨瑋亦積極針對客戶需求研發新式產品及擴充全台服務據點，目前已完成全省各縣市合計 11 處營業處及北、中、南三處之倉儲運輸管理據點暨 90 位服務人員、5000 擴充中) 流動廁所服務陣容。

晨瑋期許能以更綿密的服務網提供客戶最經濟實惠與便捷的服務,俾以解決客戶環保需求。

產品易於搬運，能配合會場或工地進度機動搬遷，內部清水箱及污水槽配合腳踩幫浦設計可以連續使用約 130 人次，配合適當規劃之水肥清運及維護頻率特別勝任一般工地、戶外活動、高樓層工地等場所。

### ➤ 服務團隊：

專業服務團隊-細心的現場安裝



專業服務團隊-專業器材設備



專業車隊-專業大型車隊



## 專業車隊-快速運輸



### ➤ 經營項目（產品）：

AU 儲存式標準型



AU1 儲存型蹲式附洗手台



AU2 儲存型男性專用小便斗



AU3 儲存型座式



AU6 排放型蹲式廁所



AU7 排放型小便斗



AU9 淋浴室



## 印度綠能流動廁所

### BU 儲存式全功能型



BU1 豪華型全功能流動廁所



BU3 儲存式流動廁所



BU5 豪華型蹲式儲存式流動廁所

### 國際無障礙—豪華型



CU1 國際標準豪華型身障廁所



CU3 國際標準豪華型身障廁所

### 國際無障礙—典雅型



CU2 典雅型身障廁所



CU5 典雅型身障廁所

### 簡易排放式



PE 塑膠流動廁所-蹲式廁所



PE 塑膠流動廁所-坐式廁所

## 衛浴室



FS2W/FS2F流動衛浴標準型

## 洗手檯租賃

### ➤ 公司遠景

『晨瑋環保』本著以人為本，為民服務的理念出發，時時刻刻在為環保的環境章節裡為地球節能減碳盡一份心力，更希望能留給後代子孫能擁有一片綠色環保的藍天與綠地。『晨瑋環保、佳晨環保』提供多樣化與多款式的流動廁所，儲存型蹲式、儲存型男性專用、儲存型座式、排放型小便斗、淋浴式、豪華型、身障型、特殊人士流動廁所、賣斷型、蹲式馬桶型、座式馬桶型、洗手台…等產品服務各類型客戶。

### ➤ 晨瑋關係企業

晨瑋環保工程有限公司

晨瑋興業有限公司

佳晨環保工程有限公司

FIUSH（印度）

## 四、 4P

### 1. 產品

#### (1) 產品介紹

本產品以環保且友善環境為出發點設計，具有儲存排泄物功能，可事後將其轉換為化肥等，並設有太陽能板、雨水儲存利用等功能。外觀為深綠而內部則為淺綠，整體材質為塑膠。內部採蹲式設計，有加高的台階，台階前方也有足夠空間站立，該設計使男女皆可使用。

#### (2) 產品功能

##### A. 沖水

內部設有水槽以提供沖水所需水量。

##### B. 洗手

內部設有小型洗手台，使使用者可以在上完廁所後使用，將洗手台設於內部使外部不需再另設洗手檯等設施。

##### C. 門鎖

門鎖採上下按壓式

##### D. 照明

內部照明之店員主要來自上方太陽能版提供，且採用感應式，即開門後電燈感應到門開，便會自動亮起照亮內部，如此則可不必 24 小時皆該著電燈，以達到節省電量使用的目的。

##### E. SOS 系統

SOS 系統則為安全措施，一旦外部有人企圖強行闖入或其他緊急情況發生時，使用者可按下按鈕，SOS 系統則會通報相關人士以尋求第一時間的救援。

##### F. 儲存排泄物

加高的台階下方則為儲存排泄物之空間，

##### G. 抽風機

內部設置抽風機可將內部空氣排出，避免內部空氣不流通並產生不好聞的氣味，有效的進行供氣對流之作用，同時可避免內部過於悶熱。

### H. 使用圖解

每間內部皆有標示使用說明之圖示，藉此提醒使用者這卻使用本產品的各項功能，同時也可避免因不會使用對產品所造成的損壞，以延長使用年限。

### I. 衛生紙販賣機

本產品設有衛生紙販賣機，以方便未攜帶衛生紙之使用者購買。

### J. 垃圾桶

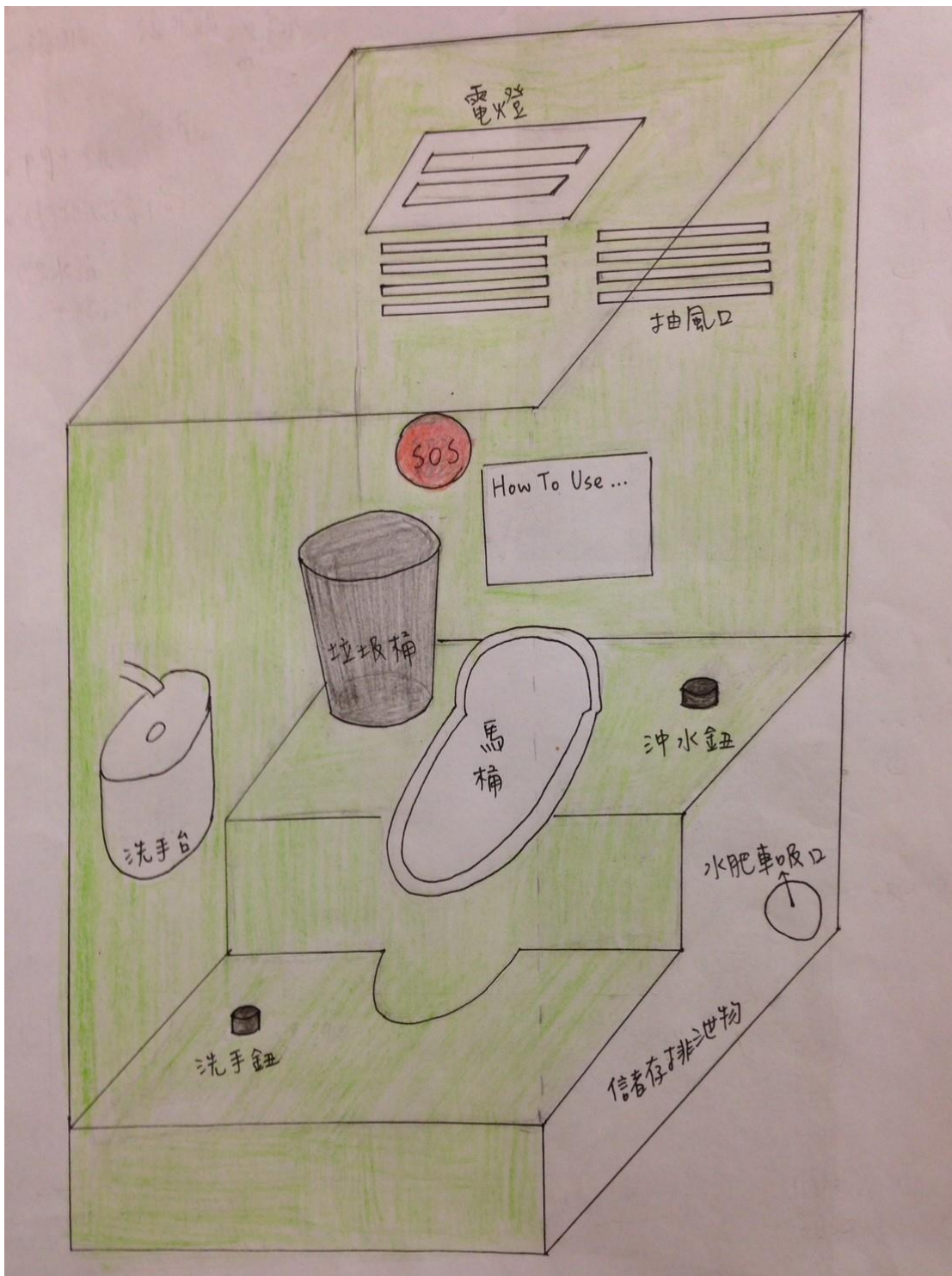
每件內部皆設有垃圾桶。

### K. 太陽能板

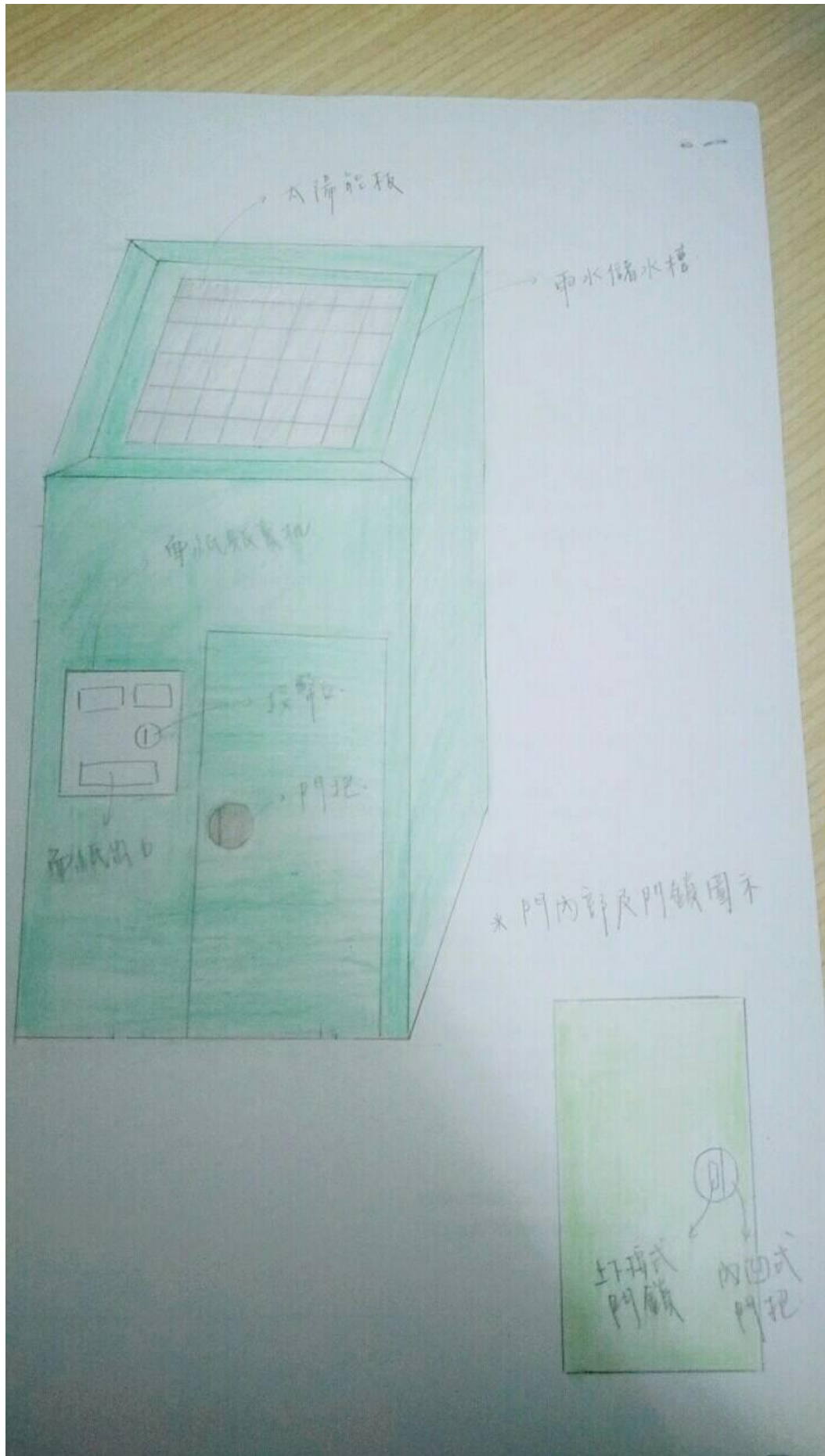
本產品上方設有一塊太陽能板，透過這片太陽能板可提供室內照明等需要供電之設備。

### L. 雨水儲存

產品上方設置了雨水收集儲存的功能，透過雨水回收可以提供內部沖水及洗手台等需要水的設備。



印度綠能流動廁所



## 2. 價格

### 價格策略:

- A. 固定成本:廁所  $5,000*5=25,000$  台幣= 11,594.59 盧比  
太陽能板: $20,000*5=100,000$  台幣=215,617.78 盧比  
加上安置的費用，大約 1,500 盧比  
建立一間廁所的成本 (未算折舊)
- B. 變動成本:水費  $(500*12+484)*15=97,260$  一次沖水估計五公升，可供應 100 人  
當地工資  $135*15*64.05*2=259,402.5$   
車的運費:500  
一個月成本為 585,874.87 盧幣=271,719.18 台幣  
平均一個廁所一天的價錢是  $585,874.87/30/5=3,905.83$  盧幣  
定價:一天 5,000 盧幣



### 3. 促銷

#### (1) 活動:

##### A. 政府

和當地政府聯繫，推出對於公廁設置周邊使用者提供獎勵機制，鼓勵民眾能多多使用公廁。推廣在活動簽屬設置公廁能獲得活動的補助金費。政府協助拍攝宣導廣告。

##### B. 觀光景點

泰姬瑪哈陵:被譽為世界上最美的陵墓，來印度的旅客一定都會去目睹泰姬瑪哈陵的風采。和政府簽訂好契約將公司的流動廁所設立在附近，快速拓展大家對於公司產品的認識，也減少周遭環境的髒亂。

恆河:為印度的母親河，也是瓦拉納西(為印度北方的邦城)的生命源頭，無數的印度教徒在一生中都會千里迢迢來到此地，許多信徒會走向恆河沐浴淨身，他們相信恆河水可以洗淨罪孽與病痛，但是恆河的水十分的混濁，有許多人會在河邊如廁順便淨身，爾後有些人會飲用恆河的河水，髒亂的飲水加上衛生差，印度每年約有 80 萬人死於霍亂、痢疾、飲水不潔等相關疾病引發的腹瀉，將廁所設立於恆河附近，宣導大家正確的衛生觀念，不再在河中排泄，改善印度的衛生，減少腹瀉造成的疾病，也能使大家多多接觸我們的產品。

##### C. 演唱會

主辦單位在借用場地時，便需要簽屬公廁設置合約，便可獲得補助金作為獎勵金，促進公廁的使用，減少活動周遭的髒亂。

##### D. 大型活動

印度有許多嘉年華的大型活動，如 12 月的科欽嘉年華，每年在喀拉拉省的科欽堡舉行，主要是葡萄牙殖民時代的慶典活動，一直流傳到今日，已經演變成遊客與觀光文化活動。此時便非常需要有公廁的設置，能使遊客能有個整潔乾淨的觀光環境，且便於遊客如廁的需求，減少環境的髒亂，保持



周遭環境的整潔；也給來自其他國家的觀光客有個良好的印象。

### E. 電影置入

在電影中可能是個背景，或是一個有宣導含意的劇情置入，或是歌舞劇唱時，可將公廁的元素帶入。

### F. 彩繪廁所比賽

歡迎當地的居民投稿參加美化廁所活動，大家可發揮想像力繪製上許多印度傳統文化的圖騰，讓廁所不只是單調的顏色，票選最高的前三名作品會繪製上廁所，並且將彩繪廁所分別放置在孟買、新德里、海德拉巴三大城市展覽並且也可使用，美化市容。

## (2) 當地展覽(綠能展覽):

印度國際綠能暨應用展(Renewable Energy India)：

獲得印度政府的全力支持，在提升印度綠能產業發展的歷程中扮演著積極且重要的角色，可瞭解印度最新的綠色產品與技術，可和當地企業進行交流、關係建立，還有機會與來自中亞、中歐、中東等新興市場的買主。

展出地點: India Expo Center 印度大諾伊達市

透過展覽活動進行的期間，申請展覽活動主辦方使用本公司的流動廁所，一方展覽，另一方又可以此機會讓各個參加展覽的企業主也能有機會親身使用到，讓企業主對於公司流動廁所的理念與產品的使用有更多瞭解。

## (3) 政府衛教宣導(代言人)

邀請參與演出三個傻瓜當中的飾演藍丘的阿米爾·罕



阿米爾·罕平時對於公益的奉獻不遺餘力，並且透過電影探討許多印度內部的社會議題，他出演的《我和我的冠軍女兒》在印度拿下 20 億台幣票房，打破寶萊塢紀錄，男主角與監製阿米爾罕，不只是一個演員，更是一個想要讓國家更好的公民！主持電視節目《真相訪談》將印度長久以來為人詬病的社會問題攤在陽光下檢視，甚至亙古以來反應社會不公的種姓制度。很受到大家的歡迎與支持，且平易近人，有「完美先生」的美名。

作為我們產品的代言人，協同政府推廣環境衛生的觀念:

- A. 不該隨地排遺
- B. 宣導良好的如廁習慣
- C. 健康衛生的觀念要從平時生活習慣的小事開始做起

### (4) 和當地居民接觸:

規劃至印度的六大城市(清奈、海德拉巴、班加羅爾、德里、加爾各答、孟買)

舉辦商品介紹的活動、衛生觀念的推廣、廁所內部的公用簡介，教導大家使用的方法和內裝功能，還有之後的糞便處理用途，傳達綠生活便可從平時的日常生活中實踐，每個人都能是綠色能源的參與者。

### (5) FACEBOOK 廣告:

公司會將糞便收集後的成果放置 facebook 的廣告上，也會將一些衛生觀念的小常識放上，藉此也能讓企業主注意到公司的產品，讓大家瞭解到綠色能源的效能和作用。

### (6) 廣告商合作:

和廣告商合作，可將他們的廣告置入於公司廁所內部的勘板，既可增加曝光度，也可多一分廣告的收入，作為化糞池的開發基金。

#### 4. 通路



(1) 銷售點：

- A. 清奈-印度底特律
- B. 海德拉巴-「基因谷」

印度最早發展通訊科技及生技產業的城市

- C. 班加羅爾-「印度矽谷」及「花園都市」美稱  
印度首座軟體科技園區
- D. 新德里-首都
- E. 加爾各答-印度東部工商業和運輸中心。
- F. 孟買-印度第一大城

(2) 化糞池點：

- A. 班加羅爾-科技園區
- B. 德里-靠近首都
- C. 蘭契-農業重鎮

(3) 購買流程:

- A. 租:網路訂購，線上下單。

專員服務  
付五成的押金，出貨  
租期結束收租金退還押金。

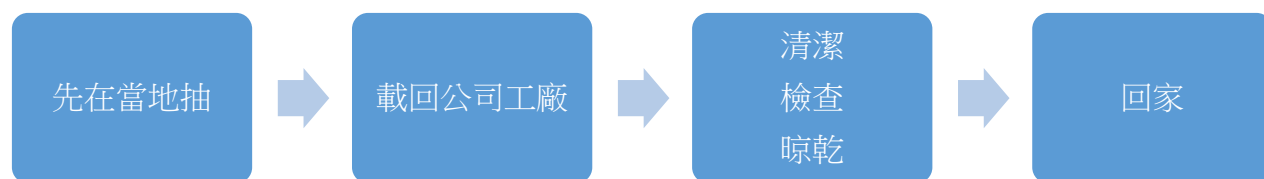


(4) 回收流程:

租:

## 印度綠能流動廁所

先在當地抽，載回公司工廠，清潔，檢查，晾乾，回家。



### (5) 通路:

- A. 架設網站，充分介紹此廁所的功能，也能從這邊再告知其他據點和不同廁所
- B. 做好服務品質，建立口碑
- C. 跟上游業者保持良好關係，以較低價再建立不同流動廁所

### (6) 印度六大重點城市介紹

清奈 海德拉巴 班加羅爾 德里 加爾各答 孟買

#### A. 清奈 (Chennai)

Tamil Nadu 州州政府所在，舊稱 Madras，都會區人口約 800 萬，是印度第四大城，位於印度半島東南方，臨孟加拉灣，是印度東南沿海最大港口及工商都市。Tamil Nadu 州自古長於製造業，近年工商業發展迅速，許多國際及印度汽車廠、如韓國現代 (Hyundai) 汽車、美國福特、德國 BMW 等，素有印度底特律之稱號。Tamil Nadu 州政府對我友善，亟力吸引台商赴該州設點，我國鴻海所屬的富士康集團、萬邦及豐泰鞋業等亦均選於清奈附近設廠生產，就近供應客戶及市場所需。我外貿協會及資訊工業策進會於清奈設有辦事處，外交部亦已於 2012 年成立清奈辦事處，提供領務及台商相關服務。

## B. 海德拉巴 (Hyderabad)

海德拉巴 (Hyderabad) 是部印度中南部的大都會，2011 年普查人口逾 670 萬人，為印度第四大都市。但根據印度民間機構 India on line page 估計，2016 年海德拉巴人口已達 1,019 萬人，加上鄰近地區的人口更達 1,172 萬人。

在行政上，該市原為 Andhra Pradesh 首府，但因為 Andhra Pradesh 內陸的 Telangana 地區在經濟、文化、語言與沿海地區有很大差異，2014 年 2 月 20 日，印度上議院通過決議，將 Andhra Pradesh 內陸的 Telangana 地區獨立為 Telangana 州，成為第 29 個州，海德拉巴目前為前述兩州州政府所在地。

海德拉巴位居德干高原 (Deccan Plateau) 與東南沿岸平原地區之間，長期以來就是兩地的貿易交通樞紐。自 16 世紀起，該地區受到信仰伊斯蘭教的藩國所統治，長期以來在文化及歷史的發展，海德拉巴逐漸發展為德干高原地區的政治與文化中心。

海德拉巴向為南印度的政治、經濟及文化中心，當地 1960 年起即有不少知名研究機構及企業進駐當地，包括 National Geophysical Research Institute、Bharat Heavy Electricals Limited (BHEL)、Nuclear Fuel Complex (NFC)、National Mineral Development Corporation (NMDC)、Bharat Electronics (BEL)、Electronics Corporation of India Limited (ECIL)、Defense Research and Development Organization (DRDO)、Hindustan Aeronautics Limited (HAL)、Centre for Cellular and Molecular Biology (CCMB)、Centre for DNA Fingerprinting and Diagnostics (CDFD) 及 Centre for Cellular and Molecular Biology 等。1990 年印度政府推動經濟改革，致力發展資訊及生化產業，海德拉巴在先天優勢條件下，成為印度最早發展通訊科技及生技產業的城市，在新興的資訊科技、委外服務及生物科技產業的

加持下，當地更因此贏得「基因谷」(Genome Valley)的美名。

海德拉巴目前為國際 IT 產業及資訊外包中心，並因此獲得 Cyberabad 名號，與班加羅爾、清奈齊名，因此許多國際知名大型資訊集團皆在該城設有區域總部或研發中心，包括 Google、IBM、蘋果、Yahoo!、Dell、Facebook 等，印度本國的 Tech Mahindra、Infosys、Tata Consultancy Services (TCS)、Polaris 及 Wipro 亦在當地投入大量研發資源。

### C. 班加羅爾 (Bangalore/Bengaluru)

Karnataka 州政府所在，都會區人口約 750 萬，為印度第 5 大都市，惟平均個人所得則居印度各都市之冠。

班加羅爾有「印度矽谷」及「花園都市」美稱，建於 1537 年，位於德干高原海拔 920 公尺的高地，氣候涼爽，原為印度的避暑聖地、印度紡織業中心。1990 年代班加羅爾開設了印度首座軟體科技園區，此後逐漸形成全球 ICT 及高科技研發與製造重鎮，並與海德拉巴、清奈並稱印度南部科技業的金三角。

班加羅爾不止以資訊軟體業見長，從電話客服中心 (call center)、資料輸入等低階勞力密集項目，到終端用戶應用 (end-user application)、套裝軟體 (software package)、系統整合與諮詢等高附加價值服務等之發展均相當蓬勃。近年來更將觸角延伸至生物科技、航太、工具機等領域。

所謂班加羅爾「矽谷」包括 IT park、Electronic City 及 software technology park 等三種聚落，目前有超過 1,500 家相關業者進駐，僱用員工人數約 17 萬人，除 Infosys、Wipro 等本土業者外，IBM、Microsoft、Intel 等國際大廠，也都在此設有服務及研發中心。我台北市電腦同業公會於 2013 年 12 月底於班加羅爾成立服務據點，推動雙邊資通訊產業合作及

促進人才交流。我商聯發科技亦於 2014 年在班加羅爾設立研發中心。

#### D. 德里 (Delhi)

德里本是歷史悠久的王朝都城，歷經古印度時代、伊斯蘭王朝、蒙兀兒王朝等朝代。德里市區自 1911 年英國殖民時代宣佈自加爾各答遷都德里後開始興建，1931 年完工，1947 年獨立後續為首都。

新舊德里都會區人口約 1,700 萬，為僅次於孟買的第二大城市。為印度政治中心，有總統府、國會及各中央部會等宏偉建築。

德里市區早期僅以容納數百萬人口為規畫基礎，近年面臨都市快速發展及人口激增的壓力，政府以增闢道路、天橋、蓋捷運、開發郊區等措施因應，整體交通情形已較以往有所改善，惟印度人開車習慣極差，人車爭道、逆向、超車等現象普遍，上下班尖峰時間交通擁塞特別嚴重。

德里市容近年來已有大幅改善，藉由 2010 年 9 月舉辦之大英國協運動會，市政府大力改善道路情形及週邊環境。德里機場新航站大廈亦於 2010 年底完工使用，機場大廳寬敞明亮、乾淨整潔、設施新穎，顛覆以往外國人對印度機場髒亂之印象。

#### E. 加爾各答 (Kolkata)

1911 年遷都德里前，加爾各答是英屬印度殖民地首都，十分繁榮。英國統治時期，是印度思想文化和政治中心，民族運動發達，獨立後是印度東部工商業和運輸中心。



加爾各答都會區人口約 1,600 萬，是印度第三大城，為西孟加拉州（West Bengal）州政府所在，有全印度第一條地下鐵。華人向聚居 Tangra 地區，以客家鄉親居多，現有約 3,000 人，青壯者多已外移。我外貿協會 2013 年正式於加爾各答設立辦事處。

### F. 孟買（Mumbai）

面臨阿拉伯海，最初是為了出口德干高原生產的棉花而開闢的港灣都市。1498 年葡萄牙人在此地建立了城堡和教會，並命名為「Bom Bay」（意為良港），是為孟買舊名的來源，1661 年葡萄牙人將此地贈予英國人。由於孟買是印度最接近歐洲的海上門戶，財閥和大資本家應運而生，漸成印度最大都市。

孟買都會區人口約 2,300 萬，是印度第一大城、印度經濟活動最大州 Maharashtra 州政府所在，也是最大港口及工商金融中心，孟買灣沿岸新式商辦大樓林立，惟整體街道窄小，公共設施落後，每每遇雨成災、交通癱瘓，市內有蔓延十餘公里的全球最大貧民區。我外貿協會於 1992 年於孟買設立辦事處。

## 五、 產品 SWOT 分析

<p><b>優勢 S</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. 產品簡單操作。</li><li>2. 定期清潔服務。</li><li>3. 回收水肥再造能源。</li><li>4. 男女皆適用。</li><li>5. SOS 安全措施，保護如廁安全。</li><li>6. 通風設計不怕惡臭。</li></ol>	<p><b>劣勢 W</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. 一間廁所的水肥儲存量不太多需要定期清潔。</li><li>2. 因為需要儲存水肥，因此下方墊高有階梯，身障者使用較不方便。</li></ol>
<p><b>機會 O</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. 改善印度當地的衛生。</li><li>2. 減少街道的惡臭味。</li><li>3. 讓當地居民與觀光客有個便利的如廁環境。</li><li>4. 保護女性在印度如廁的安全。</li><li>5. 改善在恆河的如廁習慣。</li></ol>	<p><b>威脅 T</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. 廁所放置在較偏遠的地方可能容易遭破壞。</li><li>2. 印度人口眾多，廁所使用率頻繁，需要較多人力清潔。</li></ol>

## 六、 未來展望

印度人民對於如廁衛生的觀念不是很普及，廁所數量非常的少，很多人為了方便常常選擇直接在路邊隨地如廁，帶來的影響有：

1. 身體疾病
2. 環境髒亂
3. 空氣惡臭

因此常見人們在恆河旁如廁，旁邊會有人在洗澡而周遭有人在飲用水的髒亂現象，我們以改善當地的環境為目標，並且發展綠色能源，將人類所排出的糞便轉化成能夠發電的能源，這些看似不起眼的髒亂廢物其實都能變成我們日常生活所需的重要能源，每個人都能為綠色世界貢獻一己之力，也同時能增加印度內部的電力，達成環境改善與能源提供的雙贏局面。

### 1. 短期:1 年

**目標:**設立銷售點與政府合作加上和產品代言人把商品讓更多人認識

- A. 達成於新德里、孟買、海德拉巴、邦加羅爾、清奈、加爾各答，六個重要城市的設點目標數量讓印度的居民能夠認識到公司的廁所產品。
- B. 與當地政府和代言人阿米爾·罕合作主打宣傳如廁良好的衛生觀念，讓大家先知道廁所的使用方式和熟悉產品。
- C. 參加許多企業展覽，讓大家與企業主知道我們主公司和分公司的理念，並且設置好水肥公司 FLUSH 存續水肥的地點，熟知最佳的收取路徑，而轉化水肥為綠色能源的設備也同時著手進行設置，以供往後的水肥能源開發。

### 2. 中期:3 年

**目標:**水肥公司 FLUSH 開發成熟並與印度政府合作給使用產品的企業

公司一些經營上的補貼或回饋方案

- A. 印度當地居民熟知產品的使用方法，各地政府對於衛生觀念著實落實在大眾的生活中，且水肥公司 FLUSH 的水肥存續有個穩定的儲存量。
- B. 綠色能源的開發逐漸穩定，而企業對於本公司的產品有相當的了解，並持續使用本公司的產品，公司可嘗試和印度當地政府推出有使用本公司產品的企業主得以有優惠的方案，如:經營補貼獎金…，共同為綠色能源努力。

## 印度綠能流動廁所

- C. 建設水肥轉化後的能源供給鏈，將能源著實的使用在居民的生活中，或是提供給企業的能源使用，後續所有的發展一一規劃完善。

### 3. 長期:5 年

**目標:**產品成為大家生活的必備品 FLUSH 綠色能源開發充足

- A. 晨瑋主公司的產品穩定的流通在印度的市面上，環境能有顯著改善，產品已是大家生活的必備品，在大家的心目中有個極高良好的評價，一想到廁所及想到晨瑋公司的產品。
- B. 水肥綠色能源轉化穩定，技術成熟，和政府訂定下能源提供的方案，對於工業發展提供穩定的能源，工業區也穩定的使用公司產品，「我們提供能源，企業方提供水肥來源」，達成永續能源的循環。



## 七、 成本效益分析

這是一個新產品的投資案，我們主要在前三年賺錢(利潤-成本)，去支持我們最主要商業模型，也就是開發綠能，發展肥料再賣給當地的農夫小農。考慮到當地的經濟狀況，我們可以前期在做廁所租賃的時候就和政府，以及借小錢銀行合作，提供更有競爭力的價格讓他們去做選擇，又因為有借小錢銀行的關係，所以他們便不會那麼懼怕和我們的合作，提供一整個村莊的貸款，用下一代的孩子健康當作行銷宣傳的手法。同時與政府合作，與當地大學有技術及想法等青年共同研發，使我們面臨的阻力盡可能的最小化，也最接近當地的消費生活暨社會文化習慣，同時也給他們高幹的頭銜，並簽署合約，盡可能的保護我們的技術不外流。



### 1. 成本:

#### (1) 產品研發:

- A. 生質能的研發資金，延請當地的菁英及世界展望會的一些相關部

## 印度綠能流動廁所

門。尤其是疾病教育等部門，提出合作的方案，讓我們可以得到更低的利率，用最主動的方式改善當地環境。

- B. 台灣目前的現有技術。
- C. 綠能產業的合作。
- D. 和當地的大學生合作，提出創業申請機會。

### (2) 行銷策略:

透過和政府的合作去補助這樣的計畫，尤其是設置在觀光地點區域的，以及古蹟附近等，或是在上流的商業街，設置定點。

所以我們提出了一些行銷的策略讓印度民眾接受這個新產品。

行銷策略利用和政府合作的關係，通過以節省成本，提撥三百萬盧比去做行銷的部分。

- A. 和政府合作，提供惠民政策的進階版:  
提供和政府合作的企劃案，尤其在教育推廣方面做加強。首先將讓大學附近開始出現流通廁所，塑造廁所的形象。  
配合宣傳，讓大家對於廁所的既定印象改變。((長期策略))  
投資當地的衛生產業。
- B. 進入教育行業，讓他們知道廁所是一個現代方便的東西  
定期參加教育展，看到白淨的廁所。
- C. 和醫療衛生的形象綁在一塊  
廣告的形象。大量刊登在報紙上，以及廣播中的專訪。
- D. 置入性行銷  
電影
- E. 請明星為我們做公益的形象加分  
請印度的公益大使或是出身在貧民窟的影星，專訪他
- F. 主動提出租借給非政府及為營利的團體。

總行銷資金 3,000,000 盧比=1,391,350.94 台幣

### (3) 銷售通路:

## 印度綠能流動廁所



### A. 銷售點：

清奈  
海德拉巴  
班加羅爾  
新德里  
加爾各答  
孟買

### B. 化糞池點：

班加羅爾  
德里  
蘭契

### C. 通路:

架設網站，充分介紹此廁所的功能，也能從這邊再告知其他據點和不同廁所  
做好服務品質，建立口碑  
跟上游業者保持良好關係，以較低價再建立不同流動廁所。

基於以上基礎，我們需要考量到架設網站的人才，但這部分人才較充裕。

提撥約 100,000 盧比=46378.36 台幣請當地人架設網站。

剩下的考慮我們如何建立物流系統的狀況，以最真實的反應物流所花費的成本。而物流的策略是依靠當地的合作公司，讓他們代為處理。

考慮到南北分布的問題，我們可能盡可能分區去做進行。這邊分區的主要考慮由原因是希望可以節省成本，假設我們有六個銷售點，每個銷售點有五間廁所。

扣除掉油錢(從班加羅爾到新德里:里程數約 2,146 公里，一般狀況: 開大巴及貨車的..一般車的耗油量..原因很多...如駕駛習慣...超載...不必要的煞車...腳踩離合器行駛...及超檔..超速..以上都會嚴重耗油的不良習慣...35 噸貨車如果載重貨跑 100 公里...以高速公路計算大概要 40 公升~45 公升上下...如果跟拖車尾大概可以跑到 120 公里上下...但是危險要跟很近才會有效...如果超過 45 公升那該去調整檢查一下....)

D. 成本:

$2,146(\text{從班加羅爾到新德里的公里數})/100*40(\text{每一百公里耗油 } 40 \text{ 公升})=858.4 \text{ 公升}$

$858.4*24.2(\text{油價})=20773.28$

簽約:24200 直接購買比較划算。

$20773.28*15(\text{兩天一次})=311,599.2$

**另一條路線**

$1,668(\text{從清奈到加爾各答})/100*40=667.2$

$667.2*24.2=16,146.24$

$16,146.24*15=242,193.6$

$311,599.2+242,193.6=553,792.8$

提撥約 560,000 台幣=1,203,674.4 盧比

而合作的備金以一個月 1,203,674.4 盧比

(4) 採購部門:

A. 廁所的部分作外包，盡可能讓自己的財務輕化。



- B. 藉由聯合競標的方式，讓自己的成本降低。
- C. 和當地的廠商合作，藉此找到當地較具有代表的產業龍頭，主動提出長期合作。

## 2. 效益

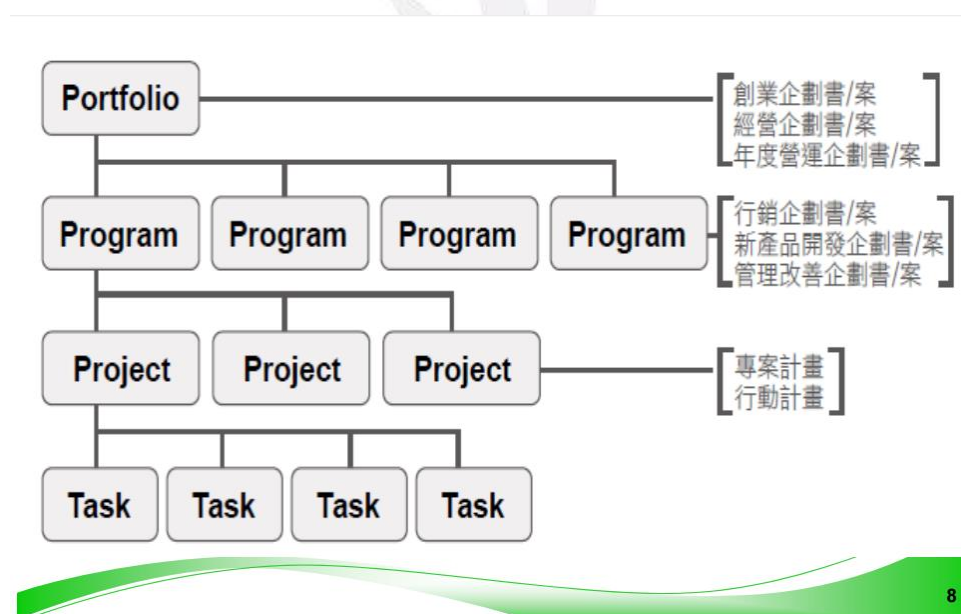
預期印度的人口眾多，對未來的開發性值得期待。若現在開發了印度的市場，目前還未有競爭。

獲利方式前期是靠租賃廁所，後期是靠技術能源。

印度政府是我們最主要的客戶，所以我們提出了許多的想法改善印度的環境，使我們更加具有競爭力，搶下這塊餅。

我們租借廁所給政府，一個流通廁所

## 3. 分析



我們預期這將會是一個非常巨大的投資，對目前還未開發的市場，我們會消耗較大的力氣去取得這塊大餅。

對於這樣的狀況，我們未上市上櫃，資本額有 1500 萬

因此我們也許會先向銀行身申請授信，然後藏著這個企畫案，將企劃寫到最多三年，只寫說要去印度投資，這會吸引一些有好奇心的投資人加入，但不使用銀行的授信，因為銀行剝的利息太多，而且文件準備太過繁複，所以申

## 印度綠能流動廁所

請授信是要讓人家知道我的信用非常良好，但不適合拿來借錢。

我們假設自己可以借到約 3000 萬，分成兩份資金。

資金運用如下：

固定成本:廁所  $5000*5=25000$  台幣= 11594.59 盧比

太陽能板: $20,000*5=100,000$  台幣=215617.78 盧比

加上安置的費用，大約 1500 盧比

建立一間廁所的成本 (未算折舊)

變動成本:水費  $(500*12+484)*15=97260$  一次沖水估計五公升，可供應 100 人

當地工資  $135*15*64.05*2=259402.5$

車的運費:500

一個月成本為 585874.87 盧幣=271719.18 台幣

平均一個廁所一天的價錢是  $585874.87/30/5=3905.83$  盧幣

定價: 任何地點一天 5,000 盧幣

總共: 585874.87 盧幣/一個月/一個銷售點 \*6=162903.64 盧幣=台幣

投資標的是向銀行融資，以及考慮上市上櫃或擴股，假設借到約總金額 60,000,000

投資標的:廠房租金:一個月 300 元一坪，假設我們占地 1000 坪=300,000 台幣=646853.34 盧幣

較貴的租金 1000 元一坪，假設占地 1000 坪=1000000 台幣  
=2156177.79 盧幣

研究成本:1000 美金\*64.05 換算盧幣\*15 個人=962250 一個月

動力費用(水費電費其他):25000 盧幣

修繕費用:1000 盧幣

返還貸款的費用，假設 100,000

研發費用:3791281.12 盧幣= 1758334.18 台幣/一個月

一個月撥出資金 2,000,000

((長(公尺) x 寬(公尺) x 0.3025 = 坪數

1 坪的大小想像: 1 個雙人床約為 1 坪 (180cm \* 180cm)

36 才 = 1 坪))

以下是金融融資的資訊及方法。



金融服務 1

## 海外投資貸款與輸出融資

### 海外投資貸款

廠商拓展全球市場，欲建立海外行銷據點、發貨倉庫、從事股本投資或從事海外併購等，可向銀行申請海外投資貸款。



各銀行諮詢窗口詳中華民國銀行商業同業公會全國聯合會網站 (<http://www.ba.org.tw/>) > 業務專區 > 新南向政策融資專區

### 輸出融資-出口貸款

銀行提供之各類短期出口貸款、中長期出口貸款、一般出口貸款及國際應收帳款承購業務等，可協助廠商取得出口週轉金或提早收回貨款，減輕積壓資金壓力。



各銀行諮詢窗口詳中華民國銀行商業同業公會全國聯合會網站 (<http://www.ba.org.tw/>) > 業務專區 > 新南向政策融資專區

### 強化貿易金融貸款方案

經濟部國際貿易局與中國輸出入銀行合作，提供優惠出口貸款，協助出口廠商以較優惠利率取得資金融通，拓銷海外市場。



中國輸出入銀行 吳佩珊科長



(02) 3322-0526



Wups@eximbank.com.tw



<http://www.eximbank.com.tw>

### 輸出融資-轉融資方案

經濟部國際貿易局與中國輸出入銀行合作，透過與國內外金融機構合作，由中國輸出入銀行提供資金予國外合作銀行，由其再將資金轉貸國外買主購買我國產品，亦即以間接方式提供國外進口商分期付款融資以採購我國產品，提高國外買主採購我國產品之意願。

## 經濟部提供企業多元化的融資管道與貸款

發布日期：2003-07-14    點閱人次：1521



中小企業向為我國經濟成長發展之基石，然受限於先天資源不足以及規模較小，於資金融通方面常面臨困難，本部為協助中小企業改善財務結構及資金融通，除運用中小企業融資服務窗口及媒體加強宣導各項融資協助措施，並積極強化中小企業會計制度之服務及輔導，此外，中小企業信用保證基金及中小企業聯合輔導基金已於本（九十二）年五月改隸本部，為充實中小企業信用保證基金保證能量，規劃於兩年內挹注信保基金二〇〇億元，本部亦配合整體經濟發展積極協助中小企業洽中小企業聯合輔導基金進行診斷輔導，運用融資保證雙軌制或透過中小企業投資開發公司取得所需資金，提供多元化的融資管道，並持續推動各項政策性專案貸款，以紓解中小企業融資問題。

### 一、中小企業融資服務窗口

有鑑於中小企業廣佈於全國各鄉鎮，本部已洽得中國農民銀行、中華商業銀行、台北銀行、台北國際商業銀行、台灣銀行、台灣土地銀行、台灣中小企業銀行、合作金庫銀行、富邦商業銀行、華僑銀行、第一商業銀行、萬泰商業銀行、聯邦商業銀行，全國一千二百五十四個營業單位設立「中小企業融資服務窗口」，提供各項融資諮詢服務與協助，並傳達政府各項輔導服務措施資訊，期能促進整體經濟穩定成長與發展，截至九十二年五月底止，中小企業透過融資服務窗口尋求資金融通協助之案件共計一六九、五四六件，其中中小企業專案性低利貸款申請件數佔三四、一二一件，已核貸之件數達三〇、二八〇件，金額約二千四百四十七億四千七百八十二餘萬元；而在尋求諮詢服務的部份則佔一九、七〇五件。

### 二、中小企業政策性專案貸款

本部目前推動包括「輔導中小企業升級貸款」、「振興傳統產業優惠貸款」、「購置自動化機器設備優惠貸款」、「民營事業污染防治設備優惠貸款」、「購置節約能源設備優惠貸款」、「促進產業研究發展貸款」、「中小企業發展基金專案貸款」、「協助中小企業紮根專案貸款」等政策性專案貸款，以提供中小企業多樣化選擇並取得所需資金。

### 三、中小企業小額簡便貸款

除上述協助措施外，為協助國內中小企業順利取得營運資金，財政部與經濟部自民國八十八年起共同推動「中小企業小額簡便貸款」，由中小企業發展基金與中小企業信用保證基金依一比三的比例提供最高八成之信用保證，同時也簡化徵授信作業流程，以協助中小企業快速取得週轉資金。依據該項貸款措施，每一中小企業可申貸週轉金的最高額度為新臺幣三百萬元，截至九十二年六月底止已累計貸放六萬餘件，累計貸放金額達五百二十八億餘元。

### 四、微型企業創業貸款

另為重振創業精神，協助中高齡失業者再創事業第二春，自九十二年一月二十二日起開辦「微型企業創業貸款」，並結合貸款前、貸款中、貸款後之輔導機制，提供創業諮詢、創業技能訓練等協助，以確保其創業成功。截至九十二年六月底止已累計貸放八百八十八件，累計貸放金額達七億四千九百五十萬元。

隨著知識經濟時代來臨，中小企業將面臨更激烈的競爭及嚴厲的挑戰，為暢通融資資訊，本部業已建置中小企業財務融通輔導體系網站，提供各項政策性專案貸款及相關融資協助措施資訊，網址為：[www.moea-finance.org.tw](http://www.moea-finance.org.tw)，供各界推廣運用，而本部期望能持續引導中小企業走向正常的金融體系融資，協助其順利取得營運資金，以深耕企業發展基礎，促成產業發展向上提升，共同再造經濟榮景。

本案本處聯絡人：江元彬



## 參考文獻

### PEST

1. 崛起的印度巨象 循環經濟的新天地  
<http://www.chinatimes.com/newspapers/20170716000142-260204>
2. 印度衛生商機 衝 620 億美元  
<https://money.udn.com/money/story/5599/2825675>
3. 鑽石重要!印度女性擇偶看有無「廁所」  
<https://news.tvbs.com.tw/world/748420>
4. 沒有廁所就離婚!《廁所：一個愛情故事》推翻你對幸福婚姻的想像  
<https://www.gq.com.tw/entertainment/movie/content-34151.html>
5. 印度推動智慧城市，台灣的投資機遇何在？  
<https://ladopost.com/newsDetail2.php?ntId=15&nId=147>  
<https://zh.wikipedia.org/zh-tw/%E5%8D%B0%E5%BA%A6#.E7.BB.8F.E6.B5.8E>
6. 印度經濟  
<http://www.taitraesource.com/total01.asp>  
<http://www.xe.com/zh-HK/currencyconverter/convert/?Amount=1&From=USD&To=INR>
7. 六張圖表看懂印度科技發展  
<https://www.bnext.com.tw/article/36650/BN-2015-06-30-183559-36>
8. 印度科技業 要軟硬通吃  
<https://www.cw.com.tw/article/article.action?id=5000250>

### 印度綠能產業分析

1. 經濟部全球台商服務網  
<http://twbusiness.nat.gov.tw/countryPage.do?id=356843520&country=IN>
2. 印度再生能源發展趨勢  
[http://www.greentrade.org.tw/zh-hant/purchasing\\_info/%E5%8D%B0%E5%BA%A6%E5%86%8D%E7%94%9F%E8%83%BD%E6%BA%90%E7%99%BC%E5%B1%95%E8%B6%A8%E5%8B%A2](http://www.greentrade.org.tw/zh-hant/purchasing_info/%E5%8D%B0%E5%BA%A6%E5%86%8D%E7%94%9F%E8%83%BD%E6%BA%90%E7%99%BC%E5%B1%95%E8%B6%A8%E5%8B%A2)
3. 解析東南亞與印度綠能市場及我國合作策略  
<file:///C:/Users/Antonia/Downloads/%E8%A7%A3%E6%9E%90%E6%9D%B1%E5%8D%97%E4%BA%9E%E8%88%87%E5%8D%B0%E5%BA%A6%E7%B6%A0%E8%83%BD%E5%B8%82%E5%A0%B4%E5%8F%8A%E6%88%91%E5%9C%8B%E5%90%88%E4%BD%9C%E7%AD%96%E7%95%A5.pdf>
4. 印度市場概況  
<http://emerging-markets-research.hktdc.com/business->

## 印度綠能流動廁所

[news/article/%E4%BA%9E%E6%B4%B2/%E5%8D%B0%E5%BA%A6%E5%B8%82%E5%A0%B4%E6%A6%82%E6%B3%81/mp/tc/1/1X000000/1X00106U.htm](https://news/article/%E4%BA%9E%E6%B4%B2/%E5%8D%B0%E5%BA%A6%E5%B8%82%E5%A0%B4%E6%A6%82%E6%B3%81/mp/tc/1/1X000000/1X00106U.htm)

### 5. 《印度首都經濟圈新興產業及商機探索》—梁國新

### 6. 貿協全球資訊網-印度投資環境分析

<http://www.taitraesource.com/total01.asp?AreaID=00&CountryID=IN&tItem=w02>

## 目標市場

### 1. 維基百科-印度最多人口的城市列表

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E5%8D%B0%E5%BA%A6%E6%9C%80%E5%A4%9A%E4%BA%BA%E5%8F%A3%E7%9A%84%E5%9F%8E%E5%B8%82%E5%88%97%E8%A1%A8>

### 2. 印度人手一機 卻有 7 成人沒廁所可用

<http://news.ltn.com.tw/news/world/breakingnews/427155>

### 3. 比鑽石重要! 印度女性擇偶看有無「廁所」

<https://news.tvbs.com.tw/world/748420>

### 4. 流動廁所「黃金金字塔」掰掰! Glastonbury 音樂節取經印度引進「堆肥廁所」

<https://www.thenewslens.com/article/42408>

### 5. 印度的工業區有哪些

<https://zhidao.baidu.com/question/59222874.html>

### 6. 印度電力短缺，問題出在哪？

<http://energy.people.com.cn/BIG5/n1/2017/0228/c71661-29113040.html>

## 公司簡介

[https://www.yes123.com.tw/admin/job\\_refer\\_comp\\_info.asp?p\\_id=20090213120232\\_12976602&pos=a6](https://www.yes123.com.tw/admin/job_refer_comp_info.asp?p_id=20090213120232_12976602&pos=a6)

## 印度綠能流動廁所

[https://www.yes123.com.tw/scorp/f\\_03/f\\_03\\_2.asp?idno=12976602](https://www.yes123.com.tw/scorp/f_03/f_03_2.asp?idno=12976602)

<https://www.518.com.tw/%E6%99%A8%E7%91%8B%E7%92%B0%E4%BF%9D%E5%B7%A5%E7%A8%8B%E6%9C%89%E9%99%90%E5%85%AC%E5%8F%B8-company-883817.html>

<http://www.chenwell.com.tw/>

Google Map

## 4P-促銷

1. 2017 年 印度國際綠能暨應用展:

[http://www.greentrade.org.tw/zh-hant/promotion/convention\\_list/2017%E5%B9%B4-%E5%8D%B0%E5%BA%A6%E5%9C%8B%E9%9A%9B%E7%B6%A0%E8%83%BD%E6%9A%A8%E6%87%89%E7%94%A8%E5%B1%95](http://www.greentrade.org.tw/zh-hant/promotion/convention_list/2017%E5%B9%B4-%E5%8D%B0%E5%BA%A6%E5%9C%8B%E9%9A%9B%E7%B6%A0%E8%83%BD%E6%9A%A8%E6%87%89%E7%94%A8%E5%B1%95)

2. 印度六大城市:

<https://info.taiwantrade.com/subject/index/maincity>

3. 印度旅遊 10 大必去景點:

<https://www.skyscanner.com.tw/news/10-best-places-to-visit-in-india-201701>

4. 大紀元-世衛:髒飲水和衛生差 印度每年約 80 萬人死:

<http://www.epochtimes.com/b5/8/6/28/n2171982.htm>

5. 燭光身影 1 --伸張正義的寶萊塢巨星阿米爾罕:

<http://www.merit-times.com/NewsPage.aspx?unid=303217>

6. 彩繪廁所 :

<https://www.designboom.com/design/caltech-kohler-self-sufficient-mobile-restroom-container-05-05-2014/>

## 4P-通路

印度六大城市

<https://info.taiwantrade.com/subject/index/maincity#an5>

## 未來展望

### 1. 印度旅行 | 孟買

<http://pekyta.pixnet.net/blog/post/176282580-%E5%8D%B0%E5%BA%A6%E6%97%85%E8%A1%8C%EF%BD%9C%E3%80%8E%E5%AD%9F%E8%B2%B7%E3%80%8F%E3%80%82%E9%80%99%EF%BC%9F%E4%B9%9F%E6%98%AF%E5%8D%B0%E5%BA%A6%E5%97%8E%EF%BC%9F>

### 2. 印度灑紅節

<https://solomo.xinmedia.com/travel/10438-indiafestival>

## 成本效益分析

### 1. 台商在印度:

<https://www.facebook.com/taiwanindia/posts/841635985949276>

### 2. 印度投資專案:

[http://twbusiness.nat.gov.tw/files/37/20091202\\_07.pdf](http://twbusiness.nat.gov.tw/files/37/20091202_07.pdf)

### 3. 成本計算:

<http://www.twbusinessnet.com/countryPage.do?id=14&country=IN>

### 4. 沖水一次幾公升

<https://tw.answers.yahoo.com/question/indexqid=20111101000016KK09911>

### 5. 台商服務網:

<http://www.twbusinessnet.com/countryNewsList.do?country=IN>

### 6. 融資技巧:

<http://timeboy.pixnet.net/blog/post/25824197-%E9%8A%80%E8%A1%8C%E6%8E%88%E4%BF%A1%E9%A1%8D%E5%BA%A6%E7%9A%84%E9%81%8B%E7%94%A8%E6%8A%80%E5%B7%A7->



## 印度綠能流動廁所

### 7. 市場開發策略:

<http://wiki.mbalib.com/zh-tw/%E5%B8%82%E5%9C%BA%E5%BC%80%E5%8F%91%E6%88%98%E7%95%A5>

### 8. 企劃技巧:

[https://www.i-talent.com.tw/ezfiles/5/1005/attach/13/pta\\_452\\_6752814\\_58045.pdf](https://www.i-talent.com.tw/ezfiles/5/1005/attach/13/pta_452_6752814_58045.pdf)

### 9. 流動廁所的成本:

<http://www.seinsights.asia/story/573/9/696>

### 10. 印度投資環境簡介:

<https://www.chanchao.com.tw/webdm/2014/Automotive/india/download/%E5%8D%B0%E5%BA%A6%E6%8A%95%E8%B3%87%E7%92%B0%E5%A2%83%E7%B0%A1%E4%BB%8B.pdf>

### 11. 政府鼓勵民眾去廁所

<http://news.ltn.com.tw/news/world/breakingnews/1345020>

### 12. 政府建了廁所沒人用

<http://acftu.people.com.cn/n/2014/0808/c67502-25426194.html>

### 13. 新南向政策專網 印度:

<https://www.newsouthboundpolicy.tw/Country.aspx?id=fc39d2dc-76f8-4d94-a7a8-e52d17945392&type=BusinessInfo>

### 14. 金管會的協助:

<https://www.fsc.gov.tw/ch/home.jsp?id=570&parentpath=0,7>

### 15. 經濟部中小企業處:

<https://www.moeasmea.gov.tw/ct.asp?xItem=2178&ctNode=168&mp=1>