



二零一零年五月

## 印度中產階層崛起

回顧印度歷史，絕大多數人民處於極度貧困的生活水平。直至 1985 年，仍有超過 90% 的印度人每日收入不足 1 美元，但印度正面臨巨大轉變。這篇文章源自商業周刊 – Next Big Spenders: India's Middle Class 內容關於麥肯錫全球研究院 (MGI) 對於印度中產階級崛起的研究結果。

近年來經濟大幅增長大幅減少印度貧窮人口是報告內其中一個最引人注目的發現。印度最貧窮階層的年收入低於 90,000 盧比(約 15,800 港元)，當中包括農民及面對就業困難的非技術工人。這些人遍佈全國，從村莊至城市貧民窟都可以找到他們的蹤影。他們許多依靠政府補貼的糧食以維持每日所需的卡路里。自 1985 年以來，他們佔總人口的比例已經從總人口的 93% 下降至 54%，主要由於有超過 1 億人已走出絕對貧窮水平及很多人出生的環境有所改善。如果經濟增長繼續以這個步伐增長，我們預期未來 20 年將有 2.91 億人口擺脫貧困。這些人將進階至另一個階層，我們稱之為追求者，他們的年收入介乎 9 萬至 20 萬盧比之間 (約 15,800 至 35,100 港元)。

追求者通常是小店主，擁用自己少量土地所有權的農民或半熟練的工業和服務業工人。他們的生活並不容易渡過，但他們一般有足夠的食物，可能擁有一台小電視機及一個丙烷爐。他們花費一半左右的收入於基本必需品上，其餘用於採購買二手物品或用於印度人稱為的“非正規經濟”。在未來 20 年，這群人的數目將由總人口的 41% 縮減至 36%，因為他們當中很多人將列入中產階層。

接下來的兩個群體 – 搜索者，年收入 20 萬至 50 萬盧比 (約港幣 35,100 至 87,700 元)，和奮鬥者，年收入 50 萬至 100 萬盧比 (港幣 87,700 至 175,400 元) - 將成為印度的龐大的新中產階級。雖然以美國標準來看，他們的收入水平仍處於貧困線以下，但印度物價相對便宜。若本地的生活費用水平考慮在內，搜索者和奮鬥者的年收入看起來更像港幣 178,700 到 908,600，這是大多數發達國家中產階級的標準。搜索者範圍包括由年輕畢業生至中級政府官員，商人和商界人士。他們享受中產階級的生活方式，普遍擁有電視、冰箱、手機、甚至汽車。他們節衣縮食為子女的教育和自己退休累積儲蓄。

奮鬥者，中產階級的上層，往往是政府高級官員，大型企業管理人員，專業人士及富有的農民。他們有高度的品牌意識，喜歡購買最新外國製造的汽車和電子產品。中產階級目前人數約 5 千萬人，但到 2025 年將急劇擴大到 5.83 億人 - 約佔總人口 41%。這些家庭的收入將急升至 51.5 萬億盧比，是今日 11 倍的水平，以及印度人總收入的 58%。

印度的消費性質將發生巨大的變化，於未來 20 年。從必需品的開支，如食品和服裝轉為的非必需品開支，如家用電器和餐飲服務。住戶可以自由支配的消費額將由今日的 800 萬增長至 2025 年的 9,400 萬。

歷史悠久的消費觀念已發生迅速變化。品牌服裝成為最富有的印度人的一種風氣。前幾代的印度人經常於新鮮食品市場消費；然而，新一代的印度人開始欣賞和選擇便利的包裝食品。同樣，許多印度人傳統上認為黃金首飾是一種較銀行存款安全的方式儲蓄方式，但年輕的印度人今天將珠寶飾品作為一個時裝的一部份，而不是一個儲蓄計劃。他們也越來越喜歡使用信用卡 – 使用信用卡的人數自 2001 年以來翻了兩番。

印度轉為一個消費社會的過程只會不斷加快，因為移動電話、互聯網和電視將越來越多的人“連接”起來。印度進行經濟改革之前，全國每 1,000 人中只有 8 人擁有固網電話，而且幾乎沒有移動電話。改革後，固定電話普及率幾乎增加了兩倍，至每 100 人 2.2 個，但真正的增長故事發生在移動電話市場。印度的移動市場目前增長速度甚至超過中國，我們預期整體通訊支出繼續迅速增長，於未來 20 年，每年平均增長 13.4%。其他快速增長的類

別將包括運輸、教育和保健行業。我們預計個人醫療保健支出將由今日佔總消費的 7%增長約一倍至 2025 年的 13% (屆時以百分比計算將僅次於美國的)。儘管印度已出現巨大進步，公共部門 - 特別是衛生、教育和基礎設施：如道路和電力 - 的情況仍未如理想。

雖然印度的崛起將提供更多的財富以解決這些問題，但其快速增長的人口將為公共設施帶來進一步壓力。印度迄今的成功建立於人力資本 - 勤勞及教育程序改善的人口。若國家的增長要持續下去，政府官僚機構需要進行徹底改革。

**重要聲明：**

本文件所提供的資料僅供安達理財(亞洲)有限公司和安達資產管理(亞洲)有限公司之客戶或準客戶享用。文件所載的資料及任何意見，並不代表本公司以主理人或代理人身分邀請或提請任何人士購買或沽售任何證券或理財產品，或提供任何投資意見或服務。本文件內對各理財產品及證券之描述並不適用於所有國籍、區域之人仕。任何人士如欲購買本文件描述之產品及證券或作出任何投資，需自行負責查證其所在地域的法律是否容許其瀏覽此文件及/或使用有關服務。

證券投資涉及風險。證券過往之表現，並不能等同或顯示其將來之表現。若有疑問，應在作出任何投資決定前向閣下之理財顧問尋求專業意見。

雖然本文件提供予閣下的資料，均來自本公司認為可靠的來源資料，或以此等來源為根據，但本公司不能亦不會就任何資料或數據的準確性、有效性、及時性或完整性作出任何保證。對於本文件之內容，或因本文件的資料不全、錯誤及遺漏而對瀏覽者造成之影響或任何因瀏覽本文件所產生之後果，本公司概不負責。

如對我們的服務有興趣或有任何意見，請電郵至 [servicing@arcadia-asia.com](mailto:servicing@arcadia-asia.com)。一切資料絕對保密。

**安達理財(亞洲)有限公司**  
**安達資產管理(亞洲)有限公司**

地址：香港銅鑼灣禮頓道 77 號禮頓中心 14 樓 1404 及 06 室  
電話：(852) 2114 8488 傳真：(852) 2114 0777