



# 印度之机会

印度工商联

[www.ciionline.org](http://www.ciionline.org)

## 媒体和娱乐工业

印度娱乐工业的变化特大。这些变化是由许多因素而造成的一引人注目的电视工业发展，电影生产和分配的新方式，广播事业的私人化及发展，政府对本工业逐步自由化的态度，向国际公司易于接近及国际公司容易近来的环境以及其他许多因素。

### 电影

印度传统上是一个电影消费重大的国家。下列国际比较很明确显示此情况。

	印度的电影工业	好莱坞
电影生产量	1013	739
售票金额	36亿	26亿
全球收入	\$13亿	\$510亿
年增长率	12.6%	5.6%
平均每电影生产成本	\$1.3百万	\$4.77千万
平均每电影销售成本	\$500,000	\$2.73千万

印度的电影工业现在已开始寻找外国市场。

例如：

—40人组成的印度代表团访问了Cannes。印度电影

“Devdas”在当地发表并其收到高度评价。

—由老手阿巴那深所导的“Mrs & Mr Iyer”在洛伽诺电影节得奖。

—访问美国电影市场2003的一个高级印度代表团盼望作好生意正式图发展最佳商机。

### 投资印度电影的一些事实

☛ 从2002年三月份开始，印度政府批准了电影工业中督责的直接外汇投资。

☛ 印度政府即将跟加拿大和意大利签共同生产电影的合约。

☛ 美国的亥伯龙神 电影公司为“Marigold”已签约了印度超级明星萨了曼卡。

☛ 印度电影上投资的收入很好。生产成本低并由于产品的全球化，收入也很高。

以\$1.5百万的投资“Monsoon Wedding”在全球挣得了\$3千万。

## ☛ 在电影院 /

综合性大厦公共建设方面有广泛的投资机会。按联合国教科文组织对印度的电影院所进行的考查结果证明，印度已有12,548银幕,但实际需要20,000个银幕。印度政府将对综合性大厦的投资者提供优税。

## 电视

虽然电影仍是最大的娱乐，电视也掌握了极大的娱乐市场。

印度的7千9百万家庭有电视机。有线及卫星电视(C&S)的家庭从十年前的零增加到3千9百万个家庭。估计到2003年印度将有8千1百6十万个电视机家庭及4千05十万个有线及卫星电视家庭。1991年印度还没有一个有线及卫星电视家庭。

现在管理当局正加快步伐以因面对技术新局面。到目前为止在印度不存在的条件出入系统(CAD)已为必须使用。这在下一代使用宽频的电视是必要的。继马来西亚之后，世界第二的会聚法，将在今年年初执行。

☛ 在印度可以无限制输任何频道。

☛ 任何频道，无关所有制，可以从印度传输。这给他们机会易于进入东南亚地区

☛ 为DTH公司外资限是20%。此外，海外的印度人NRI /

OCB也可以额外附加投资20%。

## 印刷

最近印度政府取消了50年前施行静止外资媒体的法规。目前新闻和时事刊物的外国投资限于26%，其他刊物可以有74%的外国投资。关于专用刊物，指导方针未作指示。

---

总部



印度工商联

23, Institutional Area, Lodhi Road

New Delhi(新德里)-110 003, INDIA(印度)

电话: 91-11-24629994-7 ☛ 传真: 91-11-24633168 / 24626149

电邮: [ciico@ciionline.org](mailto:ciico@ciionline.org) ☛ 网址: [www.ciionline.org](http://www.ciionline.org)