

經濟部



中華民國廠商海外投資叢書

科威特投資環境簡介

Investment Guide to Kuwait



經濟部投資業務處 編印

Department of Investment Services, Ministry of Economic Affairs

中華民國 109 年 8 月

科威特投資環境簡介

Investment Guide to Kuwait

經濟部投資業務處 編印

感謝杜拜臺灣貿易中心及駐沙烏地阿拉伯代表處經濟組協助編撰

目 錄

第壹章	自然人文環境	1
第貳章	經濟環境	3
第參章	外商在當地經營現況及投資機會	49
第肆章	投資法規及程序	59
第伍章	租稅及金融制度	65
第陸章	基礎建設及成本	69
第柒章	勞工	73
第捌章	簽證、居留及移民	75
第玖章	結論	79
附錄一	我國在當地駐外單位及臺（華）商團體	81
附錄二	當地重要投資相關機構	82
附錄三	當地外人投資統計	83
附錄四	我國廠商對當地國投資統計	84
附錄五	其他重要資料	85

科威特基本資料表

自 然 人 文	
地 理 環 境	位於東濱波斯灣，西北與伊拉克接壤，東北與伊朗遙對，南鄰沙烏地阿拉伯，其西南部有約5,700平方公里土地係與沙烏地阿拉伯共管，石油財富亦由兩國均分。
國 土 面 積	面積有1萬7,820平方公里，約臺灣面積的一半
氣 候	科國每年5月至10月為夏季，盛暑時溫高達攝氏55度，1月寒冷，晝夜溫差介於攝氏28度至零下3度，屬溫帶沙漠氣候型態。常刮沙塵暴，風起時黃沙蔽天，不僅影響交通視線，亦影響人體呼吸系統。
種 族	科國總人口（計入外來人口）達462萬，其中約65%為外來移入人口，35%為科威特公民。外僑以印度、埃及、菲律賓、孟加拉、敘利亞、巴基斯坦及斯里蘭卡人居多
人 口 結 構	4,621,638人（2019.3.17）。人口結構為：15歲以下兒童占19.22%，15至64歲人口占78.52%，65歲以上老人則僅占2.26%
教 育 普 及 程 度	科國教育普及，15歲以上識字率（literacy）高達96.04%（2017）
語 言	官方語言為阿拉伯語（Arabic），英語流通於政府中高層人士、學術、企業界人士及新聞媒體

宗 教	伊斯蘭教 (Islamic) 為國教，伊斯蘭教徒占全國人口之74.37% (遜尼派占絕大多數)，基督教18.16%
首 都 及 重 要 城 市	科國由六個省組成，首都科威特市 (Kuwait City) 位於首都省 (Al-Asimah Governorate)，為政治、經濟、文化中心，亦為唯一商港Al Shuwaikh Port所在地。科國主要城市有Hawalli、Farwaniyah、Fintas、Jahra、Janub Al-Kuwayt、Manqaf、Salmiya、Firdaws 及 Mubarak al-Kabir。
政 治 體 制	科威特為君主立憲王國體制，國王為國家元首，另任命總理擔任政府首長，領導內閣會議 (Council of Ministers)
經 濟 概 況 (2019年)	
幣 制	貨幣單位：科威特第納爾 Kuwaiti Dinar (KWD)
匯 率	US\$1 = 0.3KWD (2019/3/17)
利 率	銀行貸款利率：8%~14%浮動
國 內 生 產 毛 額	US\$1,405億 (2019)
經 濟 成 長 率	3.1% (2019)
平 均 國 民 所 得	US\$33,738 (2019)
通 貨 膨 脹 率	0.62% (2019)
產 值 最 高 前 五 種 產 業	原油、石化產品、水泥、造船修船業、海水淡化業
出 口 總 金 額	US\$718億1,767萬 (2019)

主要出口產品	礦物燃料、石油、化學品、車輛、塑膠、機械
主要出口國家	印度、中國大陸、阿拉伯聯合大公國、伊拉克、沙烏地阿拉伯（2019）
進口總金額	US\$357億4,172萬（2019）
主要進口產品	機械、電子產品、車輛及其零件、金屬、藥品（2019）
主要進口國	中國大陸、美國、阿拉伯聯合大公國、日本、德國（2019）

第壹章 自然人文環境

一、自然環境

科威特東濱波斯灣，西北與伊拉克接壤，東北與伊朗遙對，南鄰沙烏地阿拉伯，面積有1萬7,820平方公里，其西南部約有5,700平方公里之土地係與沙國共管，石油財富亦由兩國均分。科國每年5月至10月為夏季，氣溫酷熱，盛暑時白晝平均溫度甚至高達攝氏55度，1月最寒冷，晝夜氣溫介於攝氏28度至零下3度，屬溫帶沙漠氣候型態。科威特氣候乾燥，領土大部分為平坦之沙漠，僅有少數綠洲，雨量稀少，灌溉用水一部分以抽取地下水供應。

儘管地處沙漠，科國國內依然有農業發展，集中在北方Al Jahra省與伊拉克交界的Abdali區，和南方Al Ahmadi省與沙烏地阿拉伯交界的Wafra區，農場靠滴灌技術（drip irrigation）種植蔬菜並靠溫室種植水果，畜牧業也聚集於這兩區。科威特中央統計局（Central Statistical Bureau, CSB）的農業統計數字顯示可耕作地為130,994德南（Donum，1德南等於1,000平方公尺），僅占科威特國土面積0.7%，這些適合耕種的土地恰與科國含有天然地下水與苦鹹水的地點重疊，這些天然水資源約90%滿足農業需求，另也使用回收再處理的水資源與海水淡化水。

二、人文及社會環境

科國總人口數462萬（2019年），其中外籍人口占超過6成，外僑大部分為印度、埃及、菲律賓、孟加拉、敘利亞、巴基斯坦及斯里蘭卡人。全國勞動人口約200萬人，其中高達九成為政府工作。人口結構為：15歲以下兒童占19.22%，15至64歲人口占78.52%，65歲以上老人則僅占2.26%，科國教育甚為普及，15歲以上人



口識字率（literacy）高達96.04%。其官方語言為阿拉伯語（Arabic），英語流通於政府中高層人士、學術企業界人士及新聞媒體。

科國為伊斯蘭教（Islamic）國家，全國74.37%人口信奉伊斯蘭教，伊斯蘭教規定每日禮拜5次，每次約30-40分鐘，國內禁酒、禁豬肉。

齋戒月（Ramadan）期間，日出後及日落前，穆斯林不准飲食、吸菸，非穆斯林在公共場所亦應遵守。齋戒月結束後之開齋節假期，商業活動晚上才開始，故我商不適宜在齋戒月期間及開齋節假期前後來訪。科國人守時觀念淡薄，如以時限相逼，難達效果，故辦理有時效性之案件，宜預留充裕時間。約會時如對方爽約或遲到也不宜責難，門牌號碼不普及，無郵差，通信使用信箱（P.O. Box），出訪時，宜請對方來接，或索取對方所在地地圖，以利尋訪。

科國由六個省組成，主要人口集中於Al-Farwaniya省（121萬）、Al-Ahmadi省（103萬）及Hawalli省（96萬）。首都省（Al-Asimah Governorate）人口約58.4萬，為首都科威特市（Kuwait City）所在地，為政治、經濟、文化中心。科國主要城市有Hawalli、Farwaniyah、Fintas、Jahra、Janub Al-Kuwayt、Manqaf、Salmiya、Firdaws及Mubarak al-Kabir。

三、政治環境

科威特為君主立憲王國體制，國王為國家元首，由國王任命之總理為政府首長，領導內閣會議（Council of Ministers）。科威特比其它海灣產油國家，擁有較強勢的議會，議會與政府間不合，常導致政策決定上的拖延。

科國的內閣是由國王（Amir）Sheikh Sabah Al-Ahmad Al-Jaber Al-Sabah任命，而內閣又經常與民選的國會發生衝突，但內閣總理唯一擁有的實權僅可中斷立法程序，內閣並無任何法案的提案權，而這樣的體制設計似助長僵局與對抗，而非合作協商。同樣地，這表示重要的經濟改革及投資法案也需要冗長時間才能通過。

第貳章 經濟環境

一、經濟概況

科威特國土面積1萬7,818平方公里，約為臺灣面積的一半；總人口數4,621,638人，其中僅約30.19%為科威特國民，其餘人口來自印度、埃及、東南亞國家及其他阿拉伯國家。科威特是世界上最富有國家之一，依據世界銀行統計，2019年科國國民生產毛額（Gross Domestic Production, GDP）約為1,405億美元，較2018年成長12%，人均GDP達3萬3,738美元。

2019年國際油價較2018年大幅上漲14.05美元至每桶66.67美元，年漲幅達24%，高於科威特損益平衡點的每桶約54.30美元。受益於2018/2019石油價格逐步回升，科國2018年出口總額較2017年成長21.73%至357億4,100萬美元；科國許多民生用品多依賴進口，因此2018年進口額也成長32.77%至718億1,700萬美元。科威特石化業產值占實質GDP的50%以上，2017年至2018年國際油價呈上升趨勢，該2年度國際油價高於科威特損益平衡點；配合石油輸出國組織（Organization of the Petroleum Exporting Countries, OPEC）產量限縮，科威特2017年、2018年經濟成長率分別為-2.1%及2.9%。政府頒布法律，擬進一步改善科威特商業環境，促進民營部門創新和生產力，刻正實施之五年國家發展計畫著重於其國內的基礎建設方案，並於2019年推動非石油產業經濟結構改革、民營部門發展占GDP比重增長幅度為2.9%。

科國正逐步分散對於石油產業的依賴，走向後石油時代。在五年國家發展計畫帶頭下，政府將持續帶頭進行消費與投入各項建設，尤重推動E化政府、公共建設、醫療、教育等非石化產業相關項目，非石油產業的GDP占比持續以每年3%的



幅度增加。

為更合理化支出，政府於2017年正式推出水電費與針對外籍人士和訪客的醫療費調漲。水電費費用調整影響全國人民，分成四階段實施，第一階段始於5月22日，商業用電從原先每千瓦0.002科威特第納爾（1美元約兌0.3第納爾），漲至0.005科威特第納爾；第二階段針對家庭用電調漲，自8月22日起實施；第三階段則為三個月後，針對工業用電與政府部門；最後，第四階段則是用適用於農業用電；另水費則是調漲為每千加侖2科威特第納爾，農業用水則分成一般每千加侖1.25科威特第納爾，或持農漁業政府部門所發的生產證明可享有每千加侖0.75科威特第納爾的水費與每千瓦0.003科威特第納爾的電費優惠。醫療費用調漲則限外籍人士與訪客，分別有掛號費、診療費、住院費用等不等的調漲。公共福利支出的減少雖可為收取所得稅的科國政府撙節支出，但人民負擔費用增加，且對廣大外籍勞工造成更大負擔，為政策施行之隱憂。

二、天然資源

據美國能源資訊署（Energy Information Administration, EIA）資料，科威特擁有之「原油已探明儲量」（Crude Oil Proved Reserves）總計約1,020億桶，排名世界第6大，占有全球約6.2%的石油儲量。其中包括與沙烏地阿拉伯共享的沙烏地-科威特中立區之50億桶儲量中的一半。科國國內石油儲量主要來自Burgan油田，總計有700億桶的儲量，是世界第二大常規油田。

三、產業概況

科威特產業結構較單一，主要產業皆與石油輸出活動有關，如開採、煉油、石化半成品製造等，其它一般製造業的比例較低。科國石油產業占其GDP約50%，並貢獻80%的政府收入來源。

國家經濟如此高度仰賴石油與石化相關產業，一旦石油產業成長趨緩，市場整

體需求將受到一定的壓抑。科威特石油收入雖下滑，非石油產業卻將受惠於油價下跌，成本同時減少，而呈現較為活潑的發展。但自2015年起，對於石油長期維持低檔的憂慮，迫使產油國擰節支出，科國亦陸續提出多項擰節手段，致非石油產業亦受到消費者信心不振影響而獲利不易，是故在未來幾年內，科威特經濟成長預估仍將繼續落後於其他海灣合作委員會（Gulf Cooperation Council, GCC）國家。

除石油、石化產業，其他較有發展之產業則有金融、餐飲、電信、房地產和飯店等服務業。惟這些服務業的外部競爭力較低，多僅限於國內市場。科威特近年正積極推行產業多元化政策，希望減少對石油和石化工業的依賴，使國家經濟達到更平衡的發展。

以下就科威特主要與具發展力之產業進行介紹：

（一）石油產業

據美國能源資訊署（Energy Information Administration, EIA）資料，科威特擁有之「原油已探明儲量」（Crude Oil Proved Reserves）總計約1,020億桶，排名世界第6大，占有全球約6.2%的石油儲量。其中包括與沙烏地阿拉伯共享的沙烏地-科威特中立區之50億桶儲量中的一半。科國國內石油儲量主要來自Burgan油田，總計有700億桶的儲量，是世界第二大傳統油田。

石油產業貢獻科國約50%的GDP、80%的政府收入和超過90%的出口收入，非石油經濟在科國相對之下發展較少，致使科國經濟極易受到外部環境影響，尤其世界石油價格的波動。但儘管近年全球石油價格下跌，科國政府已表示將持續致力於提高其生產目標和投資計畫。計劃在未來五年內於石油相關產業投資約1,000億美元，包括生產、煉油和石化工業。相較其他GCC國家，科威特石油產業吸引的外國投資相當少，因此這些資金旨在支持石油相關產業的發展，希望能以此吸引更多外國投資。



科威特石油公司 (Kuwait Petroleum Company, KPC) 作為控股公司，旗下包含8家子公司，各司其職，控制石油產業上中下游各價值鏈活動：

- 1、科威特原油公司 (Kuwait Oil Company, KOC)
- 2、科威特國家石油公司 (Kuwait National Petroleum Company, KNPC)
- 3、科威特國家石化工業公司 (Petrochemicals Industries Company, PIC)
- 4、科威特綜合石油工業公司 (Kuwait Integrated Petroleum Industries Co., KIPIC)
- 5、科威特油輪公司 (Kuwait Oil Tanker Company, KOTC)
- 6、科威特國外石油探勘公司 (Kuwait Foreign Petroleum Exploration Company, KUFPEC)
- 7、科威特石油國際 (Kuwait Petroleum International, Q8)
- 8、科威特海灣原油公司 (Kuwait Gulf Oil Company, KGOC)

科國憲法禁止外國公司對國內自然資源取得所有權，也限制與其他國際石油公司技術合作合約。與鄰國較自由開放的投資政策相比，科威特石油下游產業的投資發展也較弱。政治和官僚的較勁已經延宕了許多計畫，儘管未來預期將能提升煉油產能，政府仍將維持對產業的控制，也因此限制了發展科國石油下游產業的潛力。

2016年11月，在KPC控股下新成立資本約180億美元的KIPIC，該公司整合KNPC和PIC目前進行中的主要計畫，包含Al-Zour煉油廠計畫 (Al-Zour Refinery Project, ZOR)、進口價值超過198億美元的液化天然氣設施，及相關石化廠生產計畫。2017年5月，KNPC及PIC完成合約轉移KIPIC的簽訂，KIPIC將成為科威特最大的石油公司。

1、原油開採與出口

科威特自2016年迄今原油產量穩定成長，2020年產量約在每日260萬至315萬桶之間，科國更計劃於未來五年投入1,140億美元以提

高至每日400萬桶產能。科國原油出口以需求量大的亞太市場為主，主要出口國有南韓、中國大陸、日本及臺灣，因利潤低於亞洲各國，科國已於2018年10月宣布停止出口原油至美國，相較於該國，出口其他市場，每桶能夠多出10美元的利潤。

KOC預計進行海上勘探鑽井計畫，對6個外海區域（offshore）進行探勘，與陸上區域（onshore）相比，此外海區域相對未開發，極具開採潛力。科國的鑽探計畫雖可幫助出口成長，但依BMI分析，科國仍很可能無法如期達成每日400萬桶的目標，主要原因為其商業環境的不開放和法律限制，將難以吸引必要的投資。

除計畫未來到每日400萬桶的產能，科國政府更意圖維持此生產力至2030年，並將持續挹注3,940億美元資金，使2040年每日產量達475萬桶。但由於目前科威特大部分石油產量來自1930-1950年代發現的油田，多已開採超過60年，技術過時及機器老舊使維持生產率成為科國政府須積極解決的問題。欲確保供應量，對設備、技術的投資便至關緊要，因此科威特致力於與具有高油田開採率技術的國際石油公司合作，希望能逐步提升產量。

2、石油精煉

目前科威特僅有2座運作中的煉油廠，分別是Mina Abdullah Refinery（MAB）和Mina Al-Ahmadi Refinery（MAA），由KNPC負責營運。同時投入160億美元進行潔淨燃料計畫（Clean Fuel Project, CFP），升級MAB和MAA兩座煉油廠，以製造硫含量從24%降至5%較低的燃料，完工後，所生產的更高質量的柴油與航空用油，將更符合歐美法規的高標準，亦可以供應國內市場與環境需求。

為了提高煉油能力，科國政府亦於2011年已重啟興建第4座煉油廠-Al-Zour Refinery，以滿足國內外不斷增長的需求。Al-Zour煉油廠



的興建主要用來取代2017年4月退役的Shuaiba煉油廠。Shuaiba煉油廠從1975年開始逐步擴張到現今之規模，然而1990-1991年的波灣戰爭使其遭受嚴重損毀。KNPC已公開標售Shuaiba煉油廠的資產及設備。

Al-Zour煉油廠預計2020年中建成，一旦啟用後將成為科威特最大的煉油廠，甚至成為中東最大的煉油廠，日產能達615,000桶（b/d），其產出除被用來滿足科國本地燃料需求，也能增加科國精煉油產品的出口，同時提供石腦油供應鏈給下游廠商。並預計將與計畫升級後的MAA（日產能346,000桶）和MAB（日產能454,000桶）兩座煉油廠一同增加科威特的整體潛在煉油產能。Al-Zour煉油廠興建計畫於2009年因政治因素被擱置，但科威特最高石油委員會（Supreme Petroleum Council，簡稱SPC）於2011年6月已核准重啟該計畫和CFP計畫，提出了許多願景並極力推動投資，預計2020年中竣工，並正式投入商轉。

由於受到COVID-19（武漢肺炎）影響，原油需求量降低，加上各產油國減產爭議未果，導致油價大跌。為維持油價水準、平抑供需，石油輸出國組織（OPEC）成員國和非石油輸出組織成員共同達成減產協議，決議在2020年5、6月每日減產原油1,000萬桶。科威特石油部部長Khaled Al-Fadhel隨即宣布，將配合決議在此期間科威特每日減產64萬桶原油。

3、天然氣開採與出口

科國亦蘊藏豐富的自然氣，然石油開採多為了出口，因此運用天然氣作為生產能源的需求日益強大，但開採的速度始終趕不上需求成長的速度。位於科威特北部的Jurassic天然氣田新設施（JGF-1）EPC標案甫於2017年9月公開招標，標案價值超過35億美元。七家EPC廠商通過資格審查：日本JGC、美國KBR、西班牙Tecnicas Reunidas、

義大利 Saipem、韓國 Samsung Engineering、Hyundai Engineering Company (HEC) 及 SK Engineering & Construction (SK E&C)，但 KOC 旋即於 2 個月後取消該招標案。

科國目前仰賴兩條浮動及再氣化裝置 (Floating Storage Regasification Unit, FSRU) 進行海上液態天然氣進口，但需求在即，因此 KNPC 與韓國 Hyundai Engineering Co. (HEC)、Hyundai Engineering & Construction Co. (HDEC) 及 Korea Gas Corporation (KOGAS) 等 3 家公司簽訂了價值 29.3 億美元的合約，於 Al-Zour 興建天然氣進口接收站 (Al-Zour LNG Import Terminal Project)，預定完工時間為 2020 年，不僅可提供發電廠足夠能源以供應夏季用電尖峰，更可創造許多工作機會。我商亞通利大能源股份有限公司於 2018 年取得該接收站興建計畫中的取、排海管安裝工程分包案，工程金額達 1,250 萬美元，已於 2019 年第 4 季完工。

(二) 石化產業

經濟多元化是科威特長期發展的核心目標，也是建立科國作為通往海灣和中東北部門戶的基礎。科國政府為彌補近年石油收入的減少，並擴大整體收入基礎，希望能發展出口導向的產業，工業部門於此尤可發揮其中心作用。而科國政府很早就意識到自身在原物料方面擁有可觀的比較利益，便運用此潛力來發展石化工業，同時為增加出口產品附加價值，大約在 1960 年代便開始打造化學肥料產業的版圖。

目前科威特石化產業貢獻科國大部分的製造業產出，但就石化上下游產業整合而言，科威特還是落後鄰國，僅由一些主要生產塑膠相關製品的小型製造商寡占了市場，對於多數原物料仍嚴重依賴進口。但近年來此情形已隨著國家上游供給的增加而逐漸改善，政府也投入更多資源發展非石油、天然氣產業，並持續擴張煉油廠的供應量。



科威特每年的乙烯（Ethylene）生產量約有170萬噸可提供給下游單位，並能產出100萬噸的線性低密度聚乙烯（Linear Low Density Polyethylene, LLDPE）、39.3萬噸的苯（Benzene）、82.9萬的二甲苯（xylenes）、175萬噸的乙二醇（Ethylene Glycol, EG）、76.5萬噸的環氧乙烷（Ethylene Oxide）以及14萬噸的聚丙烯（polypropylene, PP）。在化學肥料方面，科威特每年有104萬噸尿素（urea）和88.5萬噸氨（ammonia）的產量，為數可觀。

科威特國家石化工業公司（Petrochemicals Industries Company, PIC）主要販售芳香烴衍生物的苯產品給科威特苯乙烯公司（Kuwait Styrene Company, TKSC），同時也外銷國際市場。

此外PIC與陶氏化學（Dow Chemical）於1994年合資成立了EQUATE Petrochemical Company，以生產石化中間原料。EQUATE為科威特最大之石化原料供應商，其股東群分別為國家石化工業公司42.5%，陶氏化學公司42.5%，Boubyan石化公司9%，Qurain石化工業公司（Qurain Petrochemical Industries Co., QPIC）6%。2009年，Shuaiba拓建計畫案-EQUATE 2計畫案正式完工，更為市場增加了每年85萬噸的乙烯、60萬噸的乙二醇、45萬噸的乙苯/苯乙烯（Ethylbenzene/Styrene monomer, EBSM）的產量，並幫助原本的聚乙烯工廠突破生產瓶頸，使其增加22.5萬噸的供應量。科威特出口總量約60%的非石油製品是由EQUATE生產，其每年生產了85萬噸的乙烯、90萬噸的聚乙烯、以及40萬噸的乙二醇，大多流向亞洲市場。此外其透過價值鏈整合以及不斷增加的市場出口，帶動了科國本地銷售量的成長，其銷量已從1萬1,000噸成長到4萬噸，銷售額超過3,000萬美元。然而，以其整體輸出看來，科威特國內市場僅吸收了1%的生產量，包裝和建築占了三分之二的消費，其中需求比例分別約為40%聚乙烯、20%聚丙烯和20%聚氯乙烯。

除了EQUATE計畫案的發展，另一投入82.2萬噸對二甲苯和37萬噸苯的芳香烴衍生物的工程也在2009年完工。此由科威特對二甲苯製造公司（Kuwait Paraxylene Production Company, KPPC）營運的工廠設置在Shuaiba工業區，是全權屬於科威特芳烴公司（Kuwait Aromatics Company, KARO）的子公司。KARO由PIC和KNPC各持股40%，另外20%則由QPIC持有。

科威特不斷擴展中的石化產業目前將焦點放在PIC的Olefins III計畫案。2017年3月英國Amec Foster Wheeler PLC公司取得烯烴3廠-芳烴2廠（Olefins III-Aromatics II）與Al-Zour煉油廠整合的計畫案，預計耗時17個月，並預計2022年第2季開始稼動。2017年11月KIPIC與美國W.R. Grace & Co.簽定聚丙烯（Polypropylene, PP）廠的新技術授權合約，預計2023年啟用。

儘管科威特國內市場每年的成長率尚能維持在10%左右，但於短期內國內市場相對外國市場仍是非常小。然未來透過如此高的國內成長率，科威特石化及相關產業仍將和其他海灣國家一樣，成為世界最快速成長中的市場之一。

原油為我國自科威特進口之主要項目，其進口金額占自科國進口總額之93%，受惠於油價回升，2018年進口金額成長了46%。而我國銷科威特的重要產品中，除了汽車、鋼鐵算是大宗之外，石化產品也扮演非常重要的出口項目。

（三）金融業

過去GCC各國多靠石油收入來資助政府支出計畫，近年因受國際油價低迷的衝擊，正進入一經濟成長緩慢和財政緊縮的階段。低油價主要將使金融業在兩個方面受到打擊，主要是存款增長和貸款機會。政府將持續利用其存於國內銀行的資金來彌補大額財政赤字，另一方面，政府



支出的下降也將減少銀行提供貸款機會。

2019年對海灣六國金融業是相對穩定的一年，然而GCC地區經濟成長減緩之速度各國不盡相同，如卡達和科威特，因政府擁有較多的財政緩衝，得以繼續資助大型政府計畫，如卡達2022年世界盃足球賽與科國政府的五年計畫。

1、伊斯蘭金融市場

據科威特中央銀行統計，科國共有23家銀行，11家本地銀行和12家外國銀行，其中有5家本地銀行和1家外國銀行是根據伊斯蘭律法（Sharia）來經營，科國國內資本有45%在伊斯蘭銀行，為GCC地區第二大，更是全球第五大。綜觀全球，因新市場開始對伊斯蘭金融產品產生需求，伊斯蘭金融在未來五年內預計仍會持續增長。且隨著許多成熟市場的低基期效應消退，未來伊斯蘭金融的成長主要將受到新市場的驅動。然而中東除少數例外，目前投入發展伊斯蘭金融的行動仍較緩慢。部分市場政策不確定性、政治風險，和亞洲與中東伊斯蘭銀行之間缺乏跨區域合作，都將削弱其市場擴張的力道。

伊斯蘭債券（Islamic Bonds, Sukuk）是伊斯蘭金融市場工具之一，其須依循伊斯蘭律法規定，不涉及保險、金融衍生性產品、具投機性質的金融交易如期貨與選擇權，及與豬肉、酒類與賭場有關之業務，另伊斯蘭債券不允許支付利息，因此需藉由各種商業交易方式，以作為債券持有者的報酬。

受惠於全球央行寬鬆政策助經濟表現，富裕國家債近年來興起，其中又以波灣六國為主的中東及回教債券（MENA and SUKUK Bond）炙手可熱。中東及回教債券信評具備投資等級、收益中等及低波動特性，2019年1月起，正式納入摩根大通新興市場債券指數，估計可吸納約500億美元資金流入。中東債券以海灣國家債（GCC

Bond) 最受矚目，因為波灣國家快速崛起，波灣經濟體正逐漸開放資本市場，活絡民間企業活動。近年油價表現低迷，不少中東國家政府極欲擺脫石油依賴，打造經濟新成長引擎，發行債券籌資吸引外資投入國家發展，例如，中東及回教債券中，波灣國家債在2017年總共發行高達850億美元的債券，包括傳統債券和伊斯蘭債券，這是波灣國家政府努力使經濟更多元化，擺脫對石油依賴的結果。

2、科威特金融市場

科威特因政治和法律等限制，未能像巴林和杜拜一樣發展成國際金融中心，金融市場相對開放程度稍低，法律對外國銀行的限制，使科威特本地商銀目前尚未面臨大量來自外國銀行的競爭，因此進步速度較緩，科技使用上也較落後。目前科國議會對外國投資信心度表現不高，更可能限制其進一步的自由化。且科國金融業因較依賴大型政府計畫，其發展也易受到政治緊張和油價下跌的影響。

近年由於國家收入嚴重受到石油價格影響而隨之下跌，科威特政府正努力推行多項改革，希望增加外國投資以支持經濟多樣化和減少國家補貼。其擬定了六項策略，旨在未來五年內重組經濟，其措施包括燃料補貼削減、道路使用費的徵收，還有維持財政穩定的措施，如引入公司稅、所得稅和銷售稅等。科國政府的五年經濟發展計畫將成為其金融業成長的主要動力，大型基礎建設計畫提供較多的貸款機會並支持商業信心。加上國際石油價格在2020年初觸底後，各產油國也已協議減少產量，也有助於提高商業信心度。預計未來幾個季度內，科威特公司對資金的需求將有較高的增長。

與其他GCC國家相同，科威特的資產增長率預計將於未來五年逐漸減緩，但整體而言，科威特的經濟狀況仍較許多GCC鄰國更為強健。根據最新主權財富基金研究院 (Sovereign Wealth Fund



Institute) 統計，科國主權基金擁有5,336億美元，全球排名第四，該資產係由科威特投資局 (Kuwait Investment Authority, KIA) 管理。

雖未及中東其他國際金融中心，科國商銀尚屬發展成熟、資本充足且規範完善。過去幾年也逐漸改進了其財務狀況，升級其產品和服務，並提高了財務流動性和收益率。科國金融業未來一大目標為發展科威特成為伊斯蘭金融重要的中心之一。此外，科國銀行也希望能行地利之便以參與伊拉克未來的重建、發展工作，預計其未來仍極具發展性。

3、科威特金融業重要相關機構

科威特中央銀行 (Central Bank of Kuwait, CBK)

成立於1969年，目標為科國金融業打下基礎，並保持靈活和穩定的貨幣金融體系。CBK負責指導信貸政策以協助經濟進步，增長國家收入和控制銀行體系。同時也擔任政府財務顧問，由公私營部門的代表為其董事會的成員。身為中央銀行與主要銀行監管機構，CBK的監管部門負責確保金融制度的健全和穩定，以保障存款人，確保銀行和金融單位遵守法律和中央銀行的指令。

科威特銀行家協會 (Kuwait Bankers Association, KBA)

成立於2001年，負責提升其成員之共同利益，鼓勵銀行間的相互合作，並定期參與阿拉伯世界、海灣合作理事會的區域論壇。

科威特銀行列表：

	一般銀行	伊斯蘭銀行
本地銀行	<ul style="list-style-type: none"> -National Bank of Kuwait -Commercial Bank of Kuwait -Gulf Bank -Al-Ahli Bank of Kuwait -Burgan Bank -Industrial Bank of Kuwait 	<ul style="list-style-type: none"> -Kuwait International Bank -Kuwait Finance House -Boubyan Bank -Al Ahli United Bank -Warba Bank
外商銀行	<ul style="list-style-type: none"> -Bank of Bahrain and Kuwait -BNP Paribas -HSBC Bank Middle East -National Bank of Abu Dhabi -Citibank -Qatar National Bank -Doha Bank -Mashreq Bank -Bank Muscat -Union National Bank -Industrial And Commercial Bank of China Limited 	<ul style="list-style-type: none"> -Al-Rajhi Bank



(四) 汽車及零配件產業

1、自用客車市場

據統計2017年，科國自用車的銷量為10萬6,551。根據科威特交通管理局的數據，2018年，市場成長小有成長到10萬7,534輛，成長0.9%。在2019年，市場持續溫和復甦。實際上，2019年的全年註冊量為11萬4,605台，較2018年成長6.6%。市場領導品牌仍舊由日本豐田主導，擁有超過30%的市場占有率，其次為日產、雪佛蘭和韓國起亞，合計市占率為24%。2019年的科威特汽車市場，處於復甦的狀態。惟就總體經濟環境而言，由於受COVID-19（武漢肺炎）疫情影響，科威特2020年車市應會出現下滑的情形，另外加上過度遵守OPEC原油減產計畫，石油業亦不被看好。而石油業可能仍處於低迷狀態。過去科威特車市，在2014年創下歷史新高的銷售量，銷量達16萬2,719台。之後一路下降，至2019年又開始好轉，外界原預做科國汽車市場在2019-2025年期間將會持續增長。然而，油價波動，COVID-19（武漢肺炎）疫情擴散，以及地緣政治緊張局勢等因素，將對科國汽車業市場形成挑戰。

車款方面仍以SUV車款市占名列前茅，儘管下滑18.7%，Toyota Prado仍連續第八年奪下市場銷售冠軍的寶座；Mitsubishi Pajero銷售成長14.5%，市占第二。其它車款依序為Toyota Camry（+15.6%）、Land Cruiser（+13%）、Hilux（+28.9%）、Corolla（+11.6%）、Nissan Sunny（+100.9%）、Kia Sportage（+14.2%）、Hyundai Tucson（+3.6%）、Chevrolet Tahoe（-20.6%）。此外2018年較受歡迎的車款有Toyota Rush、Mitsubishi Eclipse Cross、MG RX5、Jeep Compass及Jaguar E-Pace。

科威特2款平民暢銷車款Toyota Corolla及Mitsubishi Fortis Lancer

即為自臺灣組裝並進口。

成車領導品牌Toyota與Lexus在科威特的經銷商為Al Sayer集團，兩方合作超過60年，在境內設有4處新車展示據點、2處認證二手車展示據點。2017年3月，Al Sayer集團更在Ardiya區設立新車配銷中心，該中心可存放1,200輛Toyota和Lexus汽車，並設有9,000平方公尺的發貨前放置區域、4,500平方公尺配銷區域與1,500平方公尺的新車展示區，可謂最大型的新車檢查與交貨中心。Al Sayer集團未來更預計要在開設3處新據點，作為科國汽車產業重要的一員，其持續協助Toyota保持領先地位。

Mitsubishi在科國的經銷商為Al Mulla集團，該集團亦負責Fuso、Foton、JAC之經銷，因此在科國的客車與商務車市場皆占領導地位；另其亦和Behbehani Motors合作，共組策略聯盟Al Mulla & Behbehani Motor Company，經銷Chrysler及其旗下品牌Dodge和Jeep。其他重要經銷商有AABC為Nissan、Infiniti、Renault和Citroën在科國唯一經銷商，亦為Dunlop與Maxxis輪胎代理；Kuwait Automotive Imports Co.（簡稱KAICO）經銷Mazda、Peugeot、Geely車款，及商務車品牌Eicher和BAW，並擁有零配件Michelin輪胎、BF Goodrich輪胎、Mobil潤滑劑等品牌；Ali Alghanim and Sons則經銷BMW等高級車款。

2、商務車市場

商務車市場可分成重型商務車、輕型商務車、公車與迷你巴士等三個類別，受政府大型建案的需求推動，BMI估計商務車市場2019年成長2%，高於自用客車市場的1.8%增幅。

重型商務車如大型卡車、挖土機等施工設備受益於科國的大型建設需求，整體市況維持成長態勢，主要品牌有Renault Trucks、MAN



Trucks、Hino及Volvo Trucks。

輕型商務車方面，則必須在經濟不景氣下，尋求中小企業設備汰舊換新的機會。此市場主要競爭者有Toyota、Nissan、GMC，尤其以Toyota Hilux和Nissan Patrol最受歡迎，而GMC的貨車也在科威特擁有一群小眾市場。迷你巴士市場則仰賴觀光發展與通勤需求，儘管近期勞工爭議不斷，科國勞動力仍以大量外籍勞工組成，因此交通接駁車商機龐大。

我國中華汽車Veryca瞄準商務車小巴士市場，由Al-Mulla Group公司引入科國販售。

3、零配件市場

科威特的汽機車零配件主要倚賴進口，其高額進口數字的主因為頻繁車禍造成的需求，超速與行進間使用手機等不良駕駛習慣使科威特車禍發生次數居高不下，平均每十分鐘就有一場車禍發生，是故維修需求強烈，估計意外事故處理的費用便占全年GDP的6%。科威特早有密集的供應網路，大型品盤皆設有據點，維修與零配件廠商在Shuwaikh地區形成產業聚落。

Frost & Sullivan預估MENA地區的汽車零配件市場2020年將成長至169億美元。然而隨著中國大陸製的低價產品銷入，仿冒品為此市場一大隱憂，估計在仿冒品就占了GCC市場的20%，但低價的吸引力與消費者辨識能力低落使其仍猖獗，並侵蝕高額的商機。

臺灣歷年對科出口最大宗商品之一即為汽車與其零配件，然受科國自身經濟影響與中國大陸低價商品強勢競爭，臺灣出口金額仍大幅成長，根據我國財政部關務署與經濟部國際貿易局的統計資料，2019年汽車及零配件出口總額為6,890萬美元，較2018年4,972萬美元成長38%。出口金額最高為汽缸容量1,500至3,000立方公分之客車，總出

口額5,350萬美元，成長44.9%；其他機動車輛之零件及附件出口金額為1,060萬美元，成長12%。

另輪胎一直是科國零配件市場重要的一環，Research and Markets 估計2016年到2021年該國輪胎市場年複合成長率（Compound Annual Growth Rate，以下簡稱CAGR）高達11%，主要進口國有日本、中國大陸、南韓、泰國、印度、美國等。GCC市場向來為我國輪胎業者最重要的出口市場，我國主要輪胎業者如正新輪胎（Maxxis）、建大輪胎（KENDA）、南港輪胎（NANGANG）和飛德勒輪胎（Federal，原飛達輪胎）等，於科威特均有代理商。2019年全年我出口科國市場新橡膠氣胎之金額為198萬美元。

（五）IT產業

科威特的IT市場長久以來係以硬體銷售為中心，因此間企業的多角化需求及科技化的經營方式轉變，促其投資軟體與開發雲端技術，以增加營運效率與工作彈性，並從中降低支出，此SMEs所帶來的革新動能，為軟體與服務市場成長的主要動能。復以政府部門為產業革新的指標，其國家長期發展計畫亦將ICT產業作為吸引投資和促進當地經濟發展的關鍵支柱。隸屬於科威特通訊部（Ministry of Communications, MOC）的中央資訊技術局（The Central Agency for Information Technology, CAIT）主導E化政府等5項計畫，預計將為IT產業帶來持續發展。

另值得注意的是科威特的資訊安全問題，雖國際知識產權聯盟（International Intellectual Property Alliance, IIPA）已將科威特撤下2018年優先注意國家列表中，但歷年來科威特始終榜上有名，IIPA在報告中指出，雖然近期沒有重大資安犯罪案例，但政府並未積極立法保障智慧財產權，亦未有符合國際規範的隱私權保障法規，使得資訊安全漏洞百出，對於IT軟體與服務產業為一威脅。獨立的電信監理機關為IT服務進步



之必要，科國亦為GCC地區唯一無獨立電信監理機關的國家，目前電信服務由MOC管理，其為促成電信服務升級，強化其固網服務，以趕上GCC其他國家的光纖網路水平，已於2014年4月通過相關法案，惟仍缺乏實際執行行動。科威特2019/2020經濟發展計畫中將固網、寬頻及國際電信業務列為民營化目標之一。

1、硬體市場

過去十年，硬體市場利潤豐厚，在IT產業總產值中占比過半，但桌上型電腦市場已漸飽和，智慧型手機不斷侵蝕平板電腦的原有市占率，數量成長已若以往蓬勃，然隨著高端商品定價提高與掌上遊戲設備需求提高，BMI估計2017年到2020年的年複合成長率（CAGR）為1.9%，市場規模預計從2017年的1億6,500萬科威特第納爾成長到2021年的1億7,800萬科威特第納爾。

青壯年人群是科威特市場消費的主要族群，人口占總人口數約78%，若單看收入與消費力較高的科威特人，其人口金字塔更是呈現低金字塔型，可預期未來為市場創造的蓬勃生命力。科國消費主體為年收入25,000至50,000美元及以上的國民與來自己開發市場的外籍工作者，他們偏好如Apple等高價品牌，這群年輕富有的消費者熱衷追求新產品，產品使用週期短、汰換率高。而低階商品在國內亦有商機，除了大量低薪的勞工外，近年衰退的經濟情況，使零售商紛紛降價求售，也讓較低價的Android系統產品大量進入競爭市場。

為數眾多的石油相關企業在這波經濟衰退中，在對IT產品投資方面多持保留，以降低支出。其餘非石油相關的中小企業則反應不同，他們有意更新辦公室內行動相關IT產品，如筆記型電腦、平板電腦等，然而相對市場小，整體企業消費仍低。

IT供應商多半於杜拜設立據點，復出口至科威特等其他中東市

場，因僅420萬的人口數，設立據點並不符合經濟效益。但越來越多廠商期望能近距離互動，杜拜及沙烏地阿拉伯電腦公司分別前進科威特設點，另其他經銷商如Redington、Metra Computer等，亦前仆後繼。科威特亦被視為進入伊拉克市場的跳板，但由於其政治關係，貿易尚無進展。最大的硬體零售商為Alghanim集團的X-cite，有25間實體店面與網路商城，擁有65~70%的市場收入。

2、軟體市場

儘管成長幅度相對緩慢，軟體市場發展為未來趨勢，較不受短期經濟波動影響，2017年起未來4年CAGR持續成長7.5%。軟體發展方向有企業合作開發、作業系統及安控軟體。

企業合作開發軟體已有多起成功案例，整合石油產業的上下游公司，如SAS公司專為全球石油產業部門與科威特石油公司合作，透過資料庫分析來控制預算與精準預測。這股合作趨勢逐漸影響其他非石油相關產業，為了能更精確瞄準在地市場，其他公司亦跟進使用這項軟體解決服務，科國電信三巨頭之一的Zain分別與IBM和SAP合作，推出社群服務、即時分析與內存記憶體運算技術，一方面可以維繫與使用的客戶關係，另一方面為企業提供一套更完整的行銷與消費者分析工具。金融業亦藉此尋找更好的投資選項，例如Gulf Bank的財務部門。其他製造商、貿易商與為數眾多的SMEs，也紛紛投入改善其系統，減少傳統人力分析，讓數據說話。

Autodesk公司的產品線迎合各種行業，重要的包括建築，工程和建築，基礎設施及石油和天然氣等，由杜拜的IT經銷商Logicom分銷科威特市場。

作業系統與硬體銷售息息相關，PC仍由Windows系統主宰市場，但Apple使用者逐年成長。根據Statcounter的統計數字，平板電腦



由Apple旗下的iPad產品以八成三的市占率獨占；手機及平板作業系統中，Android系統有近七成的使用率，而iOS則搶下其餘三成。另一全球趨勢為作業系統單一化，無論使用者所持裝置為PC、筆記型電腦、平板、手機、Xbox等遊戲機，皆可以輕鬆悠遊於一致性的系統中。Microsoft與位於杜拜的Mindware簽訂經銷合約，科威特亦屬於其市場經銷區域。

由於快速普及的IT基礎設施、GCC地區國際關係、政策法令、消費者意識以及各國廠商在GCC地區激烈的市場競爭，網路安控軟體需求擴大，尤以IP監控成為主要的市場，亦使得視頻分析軟體的需求水漲船高。許多新城市的建設推動科國對於IP監控系統及網路存取控管系統的需求在未來幾年持續上升。網路安全防火牆的設置也如火如荼地展開，企業為保護其珍貴資產，而消費者認知個人隱私保護的重要性，保護措施仍不臻完善，但皆顯示安控軟體市場未來成長可期。

3、IT服務市場

導入IT服務在全球已是趨勢，仰賴科技與服務尋找最佳解決方案以創造更高價值，在這股潮流與需求驅使之下，BMI估計至2021年CAGR達6.7%。

KNPC負責國內石油提煉與天然氣運輸作業，是為全球最大的石油公司之一，其投入IT服務更可視為科威特創新的引擎。2014年，該公司啟用International Turnkey Systems (ITS)，期望能降低營運支出並提高50%的產能表現，此系統在軟體即服務 (Software as a Service, SaaS) 的架構下，可廣泛應用在區域內其他辦公室，而無須更多的建設成本。ITS的成功經驗，不只替KNPC開源節流，更能將影響力擴及MENA地區的11個國家，增加IT服務的產值。

龐大產值的石油產業應用IT服務對市場影響固然顯著，但其他如電信、醫療、金融、教育、零售、房地產等產業，亦可透過導入IT服務來管理營運。電信業者為其中最適合引進此服務，隨著智慧型手機普及，越來越多使用者數據湧入，挑戰著傳統營運模式，Zain和Ooredoo先後於2014和2015年引進「機器對機器通訊（Machine to Machine Communications, M2M）」技術，開發行動裝置普遍的新商務模式。而IT服務之於房地產則是智慧家庭的概念，舉凡家電物聯網的應用，至防盜安全措施。

4、雲端運算市場

世界銀行（World Bank）的資料顯示科威特為MENA地區伺服器數量前三多的國家，然這些設備現並未應用於雲端運算產業，科國最大的技術問題並非硬體，而是網路安全因素。目前業者進入市場的方式多以與特定公司合作，如2009年National Bank of Kuwait成為最早的使用者之一、2012年VIVA與HP簽訂3年合約、2013年Kuwait Airways使用Microsoft各項服務、2015年Kuwait Credit Bank選擇Cisco的平台。2015年IBM攜手科國IT服務公司United Business Group（UBG），推出訂閱式混和雲平台，降低進入障礙，讓雲端技術能以較低的價格更契合當地廠商。

5、智慧城市商機

智慧城市作為物聯網（Internet of Thing, IoT）的應用領域，以整體解決方案為主，為我國目前推動系統整合出口的重要場域，透過IoT系統整合與服務的輸出，可協助臺灣ICT硬體產品整包外銷，擴大出海口。

南韓在韓國土地和住宅公營公司（Korea Land & Housing Corporation, LH）的領頭下，由浦項鋼鐵（POSCO）整合旗下公司，



包含浦項建設 (POSCO Engineering & Construction, POSCO E&C)、浦項能源 (POSCO Energy)、POSCO A&C、POSCO ICT，攜手現代建設旗下「現代綜合設計」(Hyundai Architects & Engineers Associates Co., Ltd.)，於2017年4月，成功拿下South Saad Al-Abdullah City科威特第一座智慧城市案，標案金額達40億美元，此成為韓國智慧城市出口的第一個成功案例。

作為在科威特擴大智慧城市解決方案的一環，電信商Zain於2017年5月取得科威特水電部 (Ministry of Electricity and Water, MEW) 的智慧電錶系統 (Smart Meters System Project) 開發-管理-營運案，其將在未來七年內與E&Y及愛立信 (Ericsson) 負責管理該智慧電力和水錶系統。該系統第一階段將於投資、工業和農業部門建置88萬個智慧電錶，未來可能擴展到120萬個。作為科威特ICT領域最大的計畫案之一，此計畫預算達2,200萬科威特第納爾，Zain將於2年內完成電錶系統之建置，然後在之後的五年進行管理和營運。Zain曾於2016年2月對UAE的智慧城市諮詢服務提供商neXgen Group進行策略投資。

6、清真寺需求商機

科威特目前有1,487座清真寺，到2020年，中東地區估計有21萬座清真寺，全球有385萬座。針對清真寺提供的創新技術解決方案，為另一藍海市場。清真寺需求包含太陽能、LED、物聯網用以控制室內溫度及燈光、廣播系統等，Smart & Eco (environment friendly) 為目前新建及翻新清真寺的兩大概念。

(六) 消費性電子產業

科國人民人均可支配所得高，追求時髦新穎的商品，產品使用周期較短，加上青壯年人口數尚在增加，因此消費性電子市場活絡。雖市場上首次購買者越來越少，高平均單價與高消費水準，使BMI預測2017~2021

年CAGR仍會小幅度成長1.6%。

1、行動裝置市場

行動裝置市場為消費性電子產業之大宗，占51%的產值。科國智慧型手機持有量有兩波明顯的成長，首次發生於2011年，富有的科威特國民的首次購買，他們偏好使用新潮高價的品牌；第2次則是發生於2013~2014年，境內70%低薪、工作風險高的外籍勞工，購買較為低價的產品。GSM協會指出科威特智慧型手機個別持有率已超過90%，在MENA地區名列前茅，710萬台的行動裝置，註冊率高達168%，原因有兩個：科威特人民通常有不只一台行動裝置，而短期工作者離境後並未取消其註冊的裝置。所有數據皆顯示此市場已逐漸飽和，首次購買者越來越少，而適逢經濟情況不佳，使用週期隨之拉長，預估銷售未來四年CAGR僅2%，預計2019年GCC地區手機出貨量約為2,500萬台。

智慧型手機為此市場最主要的產品，高價高性能的產品中以三星和蘋果市占率居前兩位，其中三星雙管齊下的行銷方式使其得以創造高於蘋果的使用者數量，靠的是同時推出旗艦機款滿足追求潮流的消費者，與主打功能的基本機型給注重實用性的消費者，而其成功的另一個要件為在地化，甚至「阿拉伯化」其產品以符合使用者需求。在中低階市場方面，中國大陸品牌華為品牌定位廣，最初由基本低價款式出發，深耕勞工使用者，而今也效法三星欲在地化其產品，另一異軍突起的品牌為小米，目前占有場。

科威特92%的行動電信使用者為3G/4G註冊用戶，62%為PRE-PAID方案，38%為POST-PAID方案，全球4G使用者的滲透率為38%，其中科威特市場4G使用者的滲透率超過30%，但仍未達全球的平均值。科威特國內三大電信公司—Zain、Ooredoo、VIVA勢均力



敵，各占約30~40%的市場，亦涵蓋2G、3G、4G（LTE）的服務，同時不斷尋求5G的市場機會。Zain在2018年於特定地區開始提供整合性5G服務。除手機個人網路外，無線網路分享裝置銷售增加，如網卡、分享器等，用於家庭生活與個人多個行動裝置上。未來行動裝置市場的發展重心將不再是銷售商品，而是更專注於提升服務品質，例如優化網路速率等，以持續維持利潤成長。Ooredoo亦於2019年1月正式提供5G跨國通話的試營運。而VIVA則與華為合作，亦將於2019年提供5G電信服務。

臺灣通訊產品2019全年出口額151萬美元，為我國銷科第17大貨品。

2、個人電腦市場

PC市場以占33%的產值在消費性電子產業中居次，然而PC市場面對的是更嚴峻的挑戰，在市場飽和與智慧型手機侵蝕市場的雙重威脅下，BMI預估未來4年CAGR僅剩0.6%，從2017年的4.51億美元成長至2021年的4.62億美元。

桌機銷售多半仰賴企業客戶購買辦公室用具，因此銷售量最低；其次為筆記型電腦，市場新星為混合型筆記型電腦（Hybrid Notebook），似平板電腦的設計，螢幕可觸控且鍵盤可拆卸，與智慧型手機功能差異卻又能與其合用，因次預期未來能持續少量成長；銷售量最多的則是平板電腦，又以iPad最受歡迎，但仍有被大螢幕的智慧型手機取代的危機。個人電腦銷量下滑連帶反映於印表機與複印設備上，消費者紛紛將文件改以電子化方式存於行動裝置中便於攜帶。PC的作業軟體仍由Windows系統主宰市場，但隨著蘋果使用者逐漸增加，Apple手機的iOS與Mac的OS X系統市占率亦逐年提高；平板的作業系統由市場寵兒的iPad主導，但近年的經濟衰退導致零售商將

一些白牌平板降價求售，因此也產生一批新的Android使用者。

通路方面，科國最大PC零售商為Alghanim集團的X-cite，有25間實體店面與網路商城，擁有65~70%的市場收入。另有Al-Yousifi集團所開設的Best Al-Yousifi Electronics，目前有13間店，Eureka集團旗下同名零售商店，擁有8間店，總部位於沙烏地阿拉伯的Jarir Bookstore於此間擁有4間店，此3家公司亦兼營網路商店。

3、家用影音設備市場

家用影音設備包括電視、音響、電視遊樂器、數位相機等產品，尤其以電視的銷售量為大宗，總銷售額常受大型運動賽事影響呈現週期性的成長，尤其當科威特最受歡迎的運動-足球比賽如世界盃足球賽舉辦時，便會激發消費者前往購買，卡達將於2022年舉行世界盃足球賽，為中東第一個辦理世足賽的國家，屆時所刺激的汰換潮，其勢可期，因此BMI預估未來四年CAGR可達2%。

有鑑於電視普遍為觀看運動賽事，大尺寸螢幕特別受歡迎，70吋螢幕電視銷售量甚至較50吋螢幕電視多出62%。三星、LG、SONY等的LCD及LED品牌電視普遍受到歡迎，X-cite亦推出Wansa自有品牌，搶攻低價族群。超高畫質（Ultra-HD）電視、可上網的智慧電視（Smart TV）等進階裝置由於價格逐年調降，亦吸引了許多消費者購買。

智慧型手機、MP3隨身聽、筆記型電腦的普及侵蝕了音響設備銷售，如今靠家庭劇院音響組支撐整體市場銷售。該市場還有其他未來銷售主力—藍芽喇叭、無線家用音響，目標市場是有播放影音喜好的家庭或小群體，而Apple於2017年推出的AirPods也為音響設備市場衝出一番好成績。

數位相機銷售數量預期由2016年的76,000台減少至2020年的



66,000台，主要減少原因為像素越來越高的智慧型手機，削弱了大眾對相機的需求。但卻為該市場留下了高強度的使用者，專業的攝影人員比起一般大眾更願意花大錢添購昂貴的高檔器材，廠商能賺取更高的利潤平衡收入。

SONY在2014年PlayStation 4（PS4）推出前，其PlayStation 3（PS3）為科威特市占最高59%的電視遊樂器產品，其次為Nintendo Wii與Microsoft Xbox。越來越多好玩、有趣的遊戲應用軟體可供智慧型手機、平板電腦下載，甚至Nintendo旗下最知名的「馬力歐兄弟」也不敵這股風潮於2016年推出手遊版本，顯示此市場亦逐步被侵蝕當中。另一大新趨勢則是實境虛擬（Virtual Reality, VR）遊戲，雖無明確數據顯示科國的設備安裝率，但科國消費者的消費力與對新產品的高接受度，VR遊戲未來發展可期。

（七）食品與飲料產業

食品與飲料產業的發展與一國的飲食文化緊密相連，從日常生活飲食至逢年過節的節慶食品，都牽動產業動脈。由於科威特的高國民所得，家庭成員數多與喜好大量澎湃的排場，無論是在家吃飯或是外食，總是擺滿整桌菜餚，周末賣場裡也擠滿了科威特家庭推著擺滿食物與日用品的購物車，也可見環保觀念推行不易。BMI估計2019年食品銷售額約為59.4億美元，較2018年成長8.6%。飲料銷售額約為5.2億美元，較2018年成長9.3%，其中軟性飲料成長高達17%。

科威特總人口有4分之3以上為穆斯林，因此也是清真（Halal）食品的大國，較嚴格執行伊斯蘭律法，酒精與豬肉相關製品皆不得進口。由於目前尚無專門清真食品認證單位，標準採用海灣國家合作委員會標準組織（G.C.C. Standardization Organization, GSO）頒布之規定，符合清真食品之生產、屠宰、包裝、標示之食品才可進口。

1、食品市場

科威特傳統的飲食習慣為飯、麵包等主食搭配肉類，最常見的菜色為Machboos (مجبوس)，以香料、葡萄乾調味過後的飯上放雞、羊、魚肉，或是與其他中東國家相同的肉串 (kebab)、葡萄葉或是蔬菜填飯、炸物等。米飯、麵粉、魚肉類銷售量為食品與市場成長之指標，每人每年食用之肉品、魚肉、奶製品量分別為97、18、55公斤。

除了主食類外，中東特色甜點與巧克力零嘴也是銷售主力，尤其在重要節慶，例如齋戒月 (Ramadan)、開齋節 (Eid al-Fitr) 時，科威特人便會以甜點庫納法 (Qunafa) 或是卡塔伊夫 (Qatayef) 作為一日齋戒後的自我犒賞。這兩款甜點為科國在此期間最具代表性的商品，Qunafa以小麥、糖製成，內餡可為奶油、起司、堅果、葡萄乾等製成；而Qatayef以煎餅填入奶油、堅果、果乾等，搭配糖漿或蜂蜜食用，除了甜點店銷售量激增外，也連帶提升各項原料的銷售量。Kuwait Flour Mills & Bakeries (KFM) 為國營麵粉專賣公司，在國內擁有多家工廠，生產麵粉、義大利麵、餅乾、食用油等多類商品，在多年經營經驗中建構出密集的通路與倉儲網路，且由於其為國營企業，也讓政府得以藉此穩定食物通膨問題，近年因應健康潮流，2015年開始致力推廣無麩質 (Gluten-free) 產品。巧克力零食等商品除國際大廠相繼搶攻此市場外，在地製造商Kuwait Indo Trading Co. (KITCO) 也是一間創立多年的零食製造商，以不同的副牌生產餅乾、洋芋片等各式零嘴，是科國家喻戶曉的零食品牌。Food Industries Company (FICO) 為洋芋片、玉米片等餅乾製造商及通路商，產製之產品除於科威特行銷外，並外銷至週邊GCC國家。

然而偏好甜食又高油的飲食習慣，已為科國帶來嚴重的健康問



題，科威特衛生部（Ministry of Health，以下簡稱MOH）表示國內14.6%的成人有糖尿病問題，相關心血管疾病亦是國內死亡主因之一，更使得該國近年一直在全球最胖名單中名列前茅。科威特國家科學研究院（Kuwait Institution for Science Research, KISR）將飲食健康與營養教育列為其重點計畫之一，隨著政府與民間健康意識逐漸萌芽，健康食品產業商機無限。

儘管地處沙漠，科國國內依然有農業發展，集中在北方Al Jahra省與伊拉克交界的Abdali區，和南方Al Ahmadi省與沙烏地阿拉伯交界的Wafra區，農場靠滴灌技術（drip irrigation）種植蔬菜並靠溫室種植水果，畜牧業也聚集於這兩區。根據聯合國糧食及農業組織（Food and Agriculture Organization of the United Nation, FAO）2015年統計，科威特平均每人每天攝取105公克的蛋白質，在全世界排名第16，以雞肉最多。酪農業方面，有2家最主要國內競爭者Kuwait Danish Dairy（KDD）和Kuwait Dairy Corporation（KDC），其他另有沙烏地阿拉伯 Almarai 與 Saudia Dairy & Foodstuff Company（SADAFCO），挾帶著享譽國際的優質酪農廠加入競爭。科威特緊臨阿拉伯灣（Arabian/Persian Gulf），沿岸499公里海岸線使其漁業資源豐厚，捕獲量不僅足以自足，更能出口至其他國家，而臺灣也出口不少冷凍魚貨至科威特，其中2019年出口冷凍280萬美元，較2018年的300萬衰退6.73%，為臺灣出口科威特第9名貨品。

2、飲料市場

科威特人喜好飲茶與咖啡，不同於一般飲用的沖泡式茶飲與美式咖啡，茶葉須先經過大鍋熬煮，呈現深紅寶石光澤的茶色後，熱騰騰的茶倒入鬱金香狀的杯內，再加入大量砂糖，趁著燙口的熱氣仍在杯口冒著，便啜飲入口；而咖啡則是添加許多香料煮成，甚至每個人都

有不同的配方。熱飲類為所有飲品中最暢銷的項目，2015~2020年CAGR為7.7%。這樣的飲品風格更應運而生了一個特殊職業——茶水/咖啡小弟（Tea Boy），專門在辦公室裡泡茶或咖啡與端送飲品。

阿拉伯紅茶與咖啡的流行，並未影響國際連鎖咖啡店到科威特開設分店。追求時髦的科威特人與大量外籍人士，Starbucks、Costa Coffee、Caribou、Coffee Republic、Coffee Bean都有許多分店，尤其Starbucks市占率高達百分之六十。而包裝茶包的部分亦有全球知名品牌NESCAFÉ、Lipton等，另地緣之故，斯里蘭卡的茶包品牌，如Dilmah等亦占有一席之地，當地廠商則有Tea Factory與AMS Baeshen & Co，此間已是相當成熟之競爭市場。

因天氣炎熱與工作需求，海灣民眾對飲用水需求極高，科國更在世界排名第三，平均每人每天需要5公升的水，然民眾對於飲用自來水的疑慮，與環保觀念不盛行，人們外出多購買瓶裝水飲用，整體GCC瓶裝水市場2020年需求將攀升至230億公升。

碳酸飲料亦是許多人解渴的選擇，而主要競爭品牌為全球知名的Coca Cola與Pepsi。Pepsi在科威特的製造商為United Beverage Company，同時它也銷售其他多款果汁與瓶裝水，在碳酸飲料類市占約78%，更於2015年取得Cheetos、Doritos、Lay's等零食在科威特的經銷權。

此外，現榨果汁與奶昔冰品類，在炎炎夏日也十分受歡迎，路邊常可見到果汁店外汽車大排長龍，消費者往往留在車內由店家一一至車窗點餐與遞送飲料。復以高消費力與追求新潮，總是會點大杯的飲品，也勇於嘗試新奇的口味，更喜愛外觀大器花俏的造型。

GCC國家人民對於含糖飲料的熱愛，雖然帶動了飲料市場與糖的銷售，但更嚴重影響人民健康，迫使議會提議徵收含糖飲料稅。惟



科威特政府仍在等待將此決議進入立法程序。

3、食品零售市場

食品零售產業主要掌控於政府聯盟合作社（Union Of Consumer Co-Operative Societies, UCCS，一般簡稱Co-Op），其展店型態有雜貨店、便利商店、超級市場及1家大型量販店，其營業額囊括了整體零售業銷售額的70%。另有約2,000家小型的私營雜貨店分布全國，此外有為數眾多的各式專賣店，如特色雜貨店、麵包店、肉鋪、魚鋪等。

科國高人均可支配所得，對於零售業者無疑是好機會，國家高度都市化，98%人口都生活於都市內，讓其他原本只能開設於商業區內的連鎖超市因而加入戰局，近年紛紛展店。科威特本地超市品牌The Sultan Center有17間大型超市與2間便利商店；由科威特女性創業家Noor Al-Qatami創辦的Saveco大型超市，於The Avenues第四期展店後，目前已有5家門市。主打低價的City Centre有6間大型超市，總部位於阿布達比的EMKE集團旗下Lulu Hypermarket，在科國有6間分店。科國國內有7成人口為外籍人士，因此許多國外連鎖超市品牌也來科展店，Carrefour的中東代理Majid Al Futtaim Company（MAF）於2017年6月從BMA International買下擁有GÉANT超市的Retail Arabia，直接取得位於UAE、巴林及科威特的26家GÉANT超市通路，在科威特的7間GÉANT超市在易名為Carrefour後，使得Carrefour成為擁有8家連鎖店的強勢通路。另主打批發市場的OnCost Cash and Carry在2018年11月正式合併Gulfmart後，一躍成為20家分店的超市通路。分別成立於2010年的Trolley及2012年的baqala，為較具有現代化連鎖經營的便利商店，各擁有38家店及11家店。

這些新進競爭超市品牌以乾淨整齊的擺設、明亮的內裝創造舒適

的購物空間，販售國外進口之特色產品，打造不同品牌定位，成功打入市場吸引眾多消費者。

（八）零售業

科威特受歐美文化影響較多，舉凡服裝、彩妝品、家飾等歐美品牌競相進入這個市場，與當地製造商和代理商競爭。政府的態度與法規為廠商最大隱憂，許多稅法、對外國廠商的限制等相關法規尚未明朗下，經營上仍有風險。

1、生活必需品市場

生活必需品包含食品與飲料、服飾與鞋類、家庭用品等商品，亦為零售業的大宗營業商品，占總消費的59%。

誠如上段食品與飲料產業所述，食品飲料等民生必需品，為零售業最豐盈的部分。又科威特人口組成豐富，即便是科威特人對於歐美飲食文化亦習以為常，近年隨著日韓偶像團體的旋風，在科威特年輕族群中也興起一股哈日與哈韓的風潮，因此更是吸引大大小小的外國餐飲集團來開設分店。最大食物製造與代理商Kuwait Food Company (Al Americana) 握有KFC、Pizza Hut、TGI Fridays、Costa Coffee、Krispy Kreme等熱門美式餐飲在科威特的加盟權，年營業額達32億美元。

根據The Tobacco Atlas於2018年的統計，科威特有35.28%的成年男女每日吸菸，除此之外，科威特亦盛行抽水煙 (Shisha)，年平均菸草消費額為5,000萬美元，BMI估計市場未來4年CAGR僅2.3%。

服飾與鞋類消費額占零售業整體市場的9.2%，服飾占大宗，約23億美元，鞋類約4億美元。科威特不若鄰國沙烏地阿拉伯對服裝規定嚴謹，許多年輕科威特人打扮新潮，以美式風格為主，歐美主要品牌如ZARA、American Eagle、H&M、GAP、Mango皆各有愛好者，



加上常有不定期的促銷活動，如買一送一（Buy One Get One Free, BOGO），此市場仍會持續成長。

2、非生活必需品市場

科威特家飾市場可依消費者分為高價與平價市場，高價市場鎖定當地居民，包括來自其他鄰近阿拉伯國家的移居者，重視家庭生活而較長時間待在家且收入較高，他們較重視家的美觀與舒適性，因此其投資購買高價的家飾品意願也較高。另一方面，科威特擁有300萬人以上的外籍工作者，印度以近92萬人口占最多，其次是埃及的58萬人。他們無論白領、藍領多半是合約制，幾年甚至幾個月合約到期後就會回國，長期定居者少，這使得他們對購買高品質家飾品的意願低落，多以採購簡單、實用、低價為主。因應如此多元的人口組成而提供不同風格的家飾品，主要有西式、印度式和阿拉伯式的家飾品。

由於受到市場規模的限制，僅有少量品牌家飾店存在於科威特市場。ACE Hardware由Alhasawi集團經營，成立於1991年，是該領域歷史悠久的企業之一。瑞典商IKEA於2006年進入科威特市場，於Avenue設立其在該國的唯一一家店，與美國的Ashley Furniture及科威特本地的Midas Furniture展開競爭，另由杜拜Landmark集團經營的Home Centre亦在科威特家居零售市場占有一席之地。其他尚有如Safat Home, Home Centre, Home Selection, Zara Home, H&M Home及日本的MUJI House等家飾品通路，儘管市場相對飽和，但前述專業家飾商仍面臨著來自綜合性零售通路，如LuLu Hypermarket和Sultan Center等大型超市的競爭壓力，這些超市亦開始銷售居家產品，使得新的競爭對手更難進入未來的市場。

在科威特這樣富裕的國家，二手市場的存在有其特殊的理由。首先，科威特數量龐大的外派人口不斷的流動，而富裕的科威特人，也

常常替換舊的物品。家具、家飾品如沙發、地毯、窗簾等等容易隨著時間積累，便有人開始將這些多餘的物品放在網路上或二手市集銷售。科威特著名的二手商品市場有星期五市集（Souq Al-Jumaa）、Mubarakiya市集內的Souq Al-Mukhaseen，甚至在一些清真寺附近的車道，都是買賣二手物品的市場。

3、零售通路

購物中心與百貨公司為科威特人假日最佳去處，高消費能力吸引百貨業者持續擴大建物，以容納更多品牌。2018年3月，由Mabaneer集團打造的境內最大購物中心The Avenues第四期開幕，將營業面積擴大到37萬平方公尺，共有1,200多家品牌店家進駐。360 Mall雖然腹地僅8.2萬平方公尺，但有著許多在科威特「僅此一家，別無分號」的品牌商店進駐，如美系的Bloomingdale's於2017年3月在科開設第一家店。更強勁的競爭來自Tamdeen集團的Al Kout Mall，原本占地僅8.33萬平方公尺，但在其斥資2.34億美元，擴建緊臨之新商場，新增360間商家與餐飲，更打造國內最大室內遊樂園Infinity Sea，於2018年4月開幕。而The Avenues購物中心仍持續擴建中，內部並興建旅館中，以供外來消費者住宿以拉長購物停留天數。

高智慧型手機持有率與網路滲透率，逐漸改變人類生活的模式，電子商務市場大有可為。Amazon、eBay、阿里巴巴旗下淘寶、天貓等大型購物網站早已將觸角伸入科威特，而科威特本地購物網站如Xcite.com與Blink.com最初都是由販賣電子產品起家，慢慢擴大經營項目與範圍至其他GCC國家。Souq.com總部位於杜拜，號稱中東地區最大的電子商務網站，僱用人數達3萬3,000人，每月參觀人數達2,300萬，銷售超過40萬商品。Amazon於2017年7月以6.5億美元併購Souq.com。



（九）醫療產業

醫療產業為科國政府未來幾年經濟發展計畫的核心之一。雖然近年政府財政受到石油收入下滑而緊縮，醫療產業因其維護社會穩定的重要性，目前仍未受任何預算削減的打擊。

科威特擁有中東地區較先進和現代化的醫療保健系統，該系統約85%為政府資助，私人支出僅占15%，其醫療保健總支出年年升高，未來三年的CAGR為7.5%，預估2020年支出將達80億美元。因龐大的外籍人口亦享有部分政府的醫療福利，造成相當程度的財政負擔，促使科國政府開始對其社會福利政策進行改革，2017年10月1日針對外籍人士與訪客的新醫療費計畫正式上路，從診所掛號費由1科威特第納爾調漲至2科威特第納爾，到原先免費的加護病房漲至每天30科威特第納爾，計畫亦排除了一些例外狀況，實施後短短數日，使用科國醫療設備的外籍人士便大幅減少30%。

1、醫療相關建設案

為提升國內醫療水平，並滿足人口不斷增長的需求，科國五年經濟發展計畫中包含許多醫療機構相關的建設項目。其數量雖僅占GCC所有醫療保健項目的6%，但若以總支出計算，科威特占GCC所有醫療建設案總支出的11%左右，蓋因其建案數量雖少，但規模較大，投資金額也較高。

MOH和公共工程部（Ministry of Public Works, MPW）於2012年宣布了一項針對營運中醫療機構未來十年的計畫，將取代和擴建九家醫院（五家綜合醫院和四家專科醫院），預計花費44.2億美元。其中Al Jahra醫院擴建案、Farwaniya醫院擴建案和Jaber Ahmed Al Jaber Al Sabah醫院建案，每項計畫都超過10億美元，估計總值達38億美元。

2、醫療旅遊市場

根據科威特國家審計局（State Audit Bureau of Kuwait）統計，科威特政府針對國人海外就醫的預算約4億美元，而過去平均每年為國人海外就醫支出高達13億美元，遠高於政府預算，也因此科國政府正試圖透過引入新的程序以減少出國接受醫療的人數。科人出國治療以癌症、心臟病和糖尿病為多數。事實上，絕多數科威特癌症患者都選擇在國外治療，且與其他GCC國家一樣，因引進西方速食的習慣和久坐的生活方式，科威特患有第二型糖尿病的人數不斷上升。

據國際糖尿病聯合會（International Diabetes Federation, IDF）統計，全球有4.25億人患有糖尿病，其中中東北非地區超過3,900萬人，預計到2045年該數字將上升到6,700萬，2018年科威特總計約有45萬左右糖尿病患者。臺灣醫療服務擁有高品質、高科技、服務效率高以及價格具競爭優勢，我商除可提供專業的醫療旅遊產品，更可就醫療保健的專業護理、篩檢計畫等，提供相關預防、配套產品。

然MOH近年也極力發展並計畫提高當地醫療設施的標準，以減少選擇出國治療的人數，並考慮將減少為出國接受治療的患者及其家人提供的每日津貼。科國主要醫療旅遊市場除鄰近的海灣國家，已從最早期的英美轉移至其他歐洲醫療費用較低廉的國家，近年更有往亞洲轉移的趨勢，尤其韓國、泰國最為人所知。

3、醫藥市場

由於科威特人普遍富裕，加上受大量品牌廣告影響以及醫師處方偏好，專利藥（Patented Drugs）在科國市場約占63%，但隨著政府抑制醫療保健花費的壓力越來越大，價格較低廉的學名藥（Generic Drugs）於科威特市場持續成長。科威特與其他GCC國家一樣，國



家預算直接受到石油價格低迷的威脅，這雖不可能永久性的提高學名藥占總銷售額的百分比。但若財政遲不見好轉，政府便可能採取額外的措施來促進學名藥的使用。

科威特目前僅有一家國內藥廠－科威特沙烏地醫藥工業公司（Kuwait Saudi Pharmaceutical Industries Co., KSPICO），其生產超過120種學名藥，除供應給當地之MOH、KOC及KNPC外，並銷往其他中東國家及非洲市場。科國製藥市場幾乎完全仰賴進口，以產量來看，不到四分之一的藥品是在科威特本地生產。然而，預計未來幾年內，因MOH有控制不斷增高的醫療成本壓力，當地學名藥製造業的發展將因而成長。

科威特MOH近年極力協助在各地地方行政區建立私人零售藥局，科威特境內約有280家藥房，9家主要業者擁有70%市占率。雖然製藥零售業中有大量的家族企業，但整體還是由連鎖藥局主導。科威特最大的連鎖零售藥局為Royal Pharmacy，計34家店。其次為YIACO，擁有32家店，Pharmazone有29家，Alshaya集團引入的Boots Pharmacy有23家。其他具規模之零售通路尚有Ali-Abdulwahab Al-Mutawa、Al-Hajery、ASTER Pharmacy等。另Dowa Pharmacy及Pharmatee為科威特著名之網路藥局。

（十）太陽能產業

根據國際可再生能源機構（International Renewable Energy Agency, IRENA）的數字指出，科威特發展太陽能發電的潛力，在太陽照度測量中，以GHI（Global Horizontal Irradiance）衡量的每年日照量（Annual Solar Irradiation）達1,900kWh/sqm，表示日照量充足。

科威特政府於2015年提出可再生能源發展計畫，規劃於2030年可再生能源占全國能源需求總量的15%。其中Shagaya可再生能源園區計畫扮演

了非常重要的角色。

Shagaya計畫係由科國KISR規劃，計畫分三期完成，規劃到2030年建成，總裝機量預計為2GW。位於科威特西北部Jahra省的Shagaya可再生能源園區（Shagaya Renewable Energy Park）占地87平方公里，第一期工程已於2019年2月正式營運，總裝機量為70MW，包含50MW的拋物線槽型聚光太陽能熱發電（Parabolic Trough Concentrated Solar Power, CSP）、10MW太陽能電廠（Solar PV Plant）及10 MW的風力發電廠（Wind Plant）。該EPC合約金額為3億8,500萬美元，由西班牙TSK Electronica y Electricidad及科威特Kharafi National共同承包。

KNPC在2018年9月展開新太陽能電廠Al-Dabdaba太陽能計畫的招標作業，該計畫裝機量為1.5GW，預計於2020/2021財政年度完工，計有17家公司通過資格標。

- First Solar（US），KEC International（India），United Building Company（local）
- Acwa Power（Saudi Arabia）
- CCC（Lebanon），Prodiel Proyectos de Instalaciones Electricas
- SNC Lavalin（Canada）
- China Communication Construction Company, GCL System Integration Technology（China）
- Engie（France）
- Shanghai Electric Company（China），China Triumph International Engineering（China）
- GE（US），Sterling & Wilson（India），Chint Solar（China）
- Metallurgical Corporation of China（China）
- Datung Environment Industry Group（China），OHL（Spain）



- China Machinery Engineering Corporation, Greencells (Germany) , Tina Solar (Luxembourg)
- TSK Electronica Y Electricidad (Spain) , EOSOL Energy (Spain)
- China National Machinery Import & Export, HT SolarTechnology (China)
- Jinko Power (China)
- Norinco International Corporation (China) / Wuxi SuntechPower (China)
- North West Electric Power Design Institute Company (China) / ET Solar International Company
- Masdar (Abu Dhabi)

四、經濟展望

(一) 五年經濟發展計畫

科威特「五年經濟發展計畫」已進入第五年(2019/2020)，預計投入235億科威特第納爾(約775.5億美元)進行相關計畫，並將提高公私合營(PPP)執行計畫的比重，其龐大商機值得我商積極爭取。此外，在民營化方面，包含科威特消防局(Kuwait Fire Service Directorate, KFSD)的部分服務、固網寬頻及國際電信、舒艾巴北電廠及水電部的主要業務等4項計畫。北方五島及絲綢城的開發，將與中國大陸合組委員會，預計相關計畫將讓科威特目前的貿易成長10倍，並吸引每年20億美元的國外投資，達成90%的就業市場來自私部門的目標。

(二) 廣續改善投資環境，吸引投資發展

科威特政府積極改善投資環境，並打造去官僚化的廉明制度，以增強投資人對科國的信心。此外並由科威特工商會(Kuwait Chamber of

Commerce and Industry, KCCI) 和科威特直接投資促進局 (Kuwait Direct Investment Promotion Authority, KDIPA) 分別於2016年及2018年辦理科威特投資論壇 (Kuwait Investment Forum, KIF)。

論壇重點為揭示外資投資人科國未來展望與投資重點，透過多元化其經濟來源的眾多建設發展計畫，以實現"New Kuwait 2035"，約需1,500億至2,000億美元的外國直接投資，相當於20%的總資金。更邀請到國家元首埃米爾、部會首長與各領域專家與會，顯示政府決心，強化投資人信心。除鼓勵私人部門參與投資外，論壇中亦提及許多新的發展計畫，例如斥資1,600億美元並規劃20年時間的島嶼開發計畫，開發科國五座離島，建設五星級的旅遊中心，不僅帶來數千工作與住房機會，更能創造每年400億美元收入。除了已經如火如荼執行中的項目外，更有許多待招標或開發的項目蓄勢待發，亟需外資加入。

五、市場環境

科威特廠商資料不易取得，即使依據科威特商工會 (Kuwait Chamber of Commerce & Industry, KCCI) 提供的光碟及線上資訊，正確性亦不高，此間虛設行號比重甚高，長期以來科威特國民為販售外國人工作簽證，虛設行號牟利。科威特非營利機構之設立是特許制，該國公司法只有政府機關跟私人機關的分別，無財團法人型態之設置。所以多數科國廠商名單，都必須於市場以打聽訪查的方式取得。另由科國民間公司AMI所出版的"Kuwait Top List"業者名錄，內含超過5,000家本地廠商資訊，每年更新，科威特臺貿中心按各行業匯出廠商名單，置於中心官網 (<https://kuwait.taiwantrade.com/home>)，我商可自行下載後參考運用。

與科商相約，通常須先以電話向對方預約，且為確認對方接收到正確資訊，建議至少用電子郵件再次告知約定資訊。最正式的方式則是傳真，科國習以傳真為有官方、正式約定之效果。此外，於約定前一天必須再次提醒，與其確認時間和地



點。若僅以一次口頭相約，很有可能對方只是客套回應，對他們來說並不是承諾、約定。在與科威特商確認、要求承諾時，經常可以聽到渠回復”Inshallah”這個詞彙，其意思可解釋為世上的事物皆是阿拉的旨意，如果阿拉的意願是如此便會發生。有些外商會將此話解釋為推託、不願保證的一種表現，但其實仍應將此字正面解釋為願意忠實地遵守承諾，雖然不能保證（因凡事皆為阿拉的旨意），但會盡力遵守約定。

此外，科威特商多數不以電子郵件答覆國外的開發信，蓋因此間社會結構，互信不足，以及眼見為憑之商業習慣，遠在國外素未謀面的廠商突然寄來的開發信，經常難以獲得科商答覆。另我商絕大多數對於科威特市場陌生，科威特商通常透過前往歐洲、美國、杜拜、中國大陸、臺北觀展，或參與外貿協會所籌組之貿易訪問團及洽談會，透過面對面交談後，才願意展開接觸。相對的，我商對於科威特商的需求，亦有類似的考量。

六、投資環境風險

我國業者初次進入科威特市場，可能面臨之政治、社會及經商等障礙、限制與風險，例舉如下：

（一）獨家代理之特殊規定

科威特商於首次合作，均會向我商要求簽訂獨家代理合約，我商以商業思維解讀，則多數予以拒絕。實際上科威特憲法及相關海關法令明文規定，科威特產品進口須由科威特境內設立登記之業者進口，對於科國境內已有業者登記代理之產品，其他科威特業者禁止進口。因此即使我商不願簽署獨家代理合約，欲多增加代理商家數，其他代理商於進口相同貨物至海關處時，亦將遭到查扣，無法通關。因此所有代理合約實際上形同為獨家代理合約，除非係由杜拜或沙烏地阿拉伯少量進口，則可標示為個人使用。

科威特截至目前為止，尚無反托拉斯法（Antitrust Law），只於2012年底在工業總署下建置類似我國公平會組織-競爭保護局（Competition Protection Board），但實際相關業務範圍及公權力執行方式，配套法案等之規畫，迄今尚未正式出爐。在現行的規定之下，我商產品進入科威特，除非法令有特別規定，否則絕大多數產品均仍將以獨家代理方式進行合作，此為與其他國家貿易差異甚大之交易習慣。

（二）與我國產業互補性低，零組件等中間工業產品銷售困難

我國多數產製零組件等中間工業產品業者，亦希望銷售科威特市場。惟礙於科威特人口數量較少，技術人員不足，因此多數大型商機如各類政府建案、石油設備、工程、空調機電工程、照明、水力、電力、太陽能、電信、企業網路等等，均由具系統整合（System Integration）能力業者統包。須知科威特僅420萬人口，且分布於各行各業，自然無法在各個領域中均有相當知識水準，難以研究及理解各類零組件差異性，進而自行採購進行組裝、維修。

當地進口業者僅負責公部門文書遞件及基礎勞工聘僱，其餘自高階技術人員至相關零組件採購，多仰賴外國顧問公司、系統整合商提供全系列之產品。是以小白螺絲螺帽，大至火力發電機組等，採購決策大都為國外系統商把持，而國外系統整合商除已有完善的供應商體系外，同時早在投標前數年就已經做好各項供應商聯繫動作。

科威特除石油探勘及提煉之外，其餘產業製造能力不足，僅少數食品飲料進口後自動化包裝，塑膠袋製造，紙箱裁切，印刷等產業進行單純加工或製造，對於其他五金、電子、機電、醫療生化等精密技術之相關資訊及人力資源向來缺乏，我商如欲以零組件單獨銷售科威特商，除汽車之碰撞件、輪胎之外（諸如引擎件之類，科國除原廠外，亦無法自行維修），實有相當難度。科威特多數企業技術人員來自埃及、印度、黎巴



嫩、巴勒斯坦等國人士，渠等為保全於當地工作，習於推諉卸責，多數傾向與高知名度、具有設計、規劃、安裝、技術訓練及保固之系統整合商合作，致我國業者欲以零組件、模組等方式銷售，格外困難。特別我國太陽能廠商、LED廠商等，多次赴科拓銷，均以模組、零件方式呈現，難以獲得科商青睞。

(三) 產品認證

自2006年起，由科威特工業管理局（Public Authority for Industry, PAI）實施出口至科威特產品的「科威特產品合格保證計畫」（Kuwait Conformity Assurance Scheme, 簡稱KUCAS），以確認出口到科國的所有「管制類產品」皆符合相關規定。

科威特雖有95%以上的產品仰賴進口，但對於許多產品仍有自訂的產品檢驗標準，依照KUCAS規定，所有含受管制產品的進口貨物，皆必須附有技術評估報告（Technical Evaluation Report, TER）和技術檢驗報告（Technical Inspection Report, TIR）。TER負責檢驗產品本身是否符合相關的科威特技術法規和國際標準。TIR則驗證貨物是否符合科威特的進口條例。須頻繁進口之廠商必須先成功申請TER才能申請TIR，且兩者皆須具備才能確保抵科威特的貨物能順利通關。若產品為一次性或偶爾進口，則可直接申請TIR，並自行附上產品檢驗報告。科威特有關當局可從進口貨物中隨機取樣進行核查，且每次運貨均需附上該批檢驗報告書。

受管制所涵蓋之產品範圍分6大類，詳列如下：

第1類	電動玩具
第2類	家用和商用電子器材與燃氣用具
第3類	汽車

第4類	化學品
第5類	其他，如面紙和美耐皿類餐具等
第6類	建築材料

其中可免除檢附檢驗報告之例外情形如下：

- 持有科威特品質驗證標誌（Kuwait Quality Mark）的產品
- 持有GCC符合性證書（GCC Conformity Certificate）新機動車輛
- 由外國大使館進口的自用車輛
- 進口少量且非商業用途之產品
- 進口供臨時使用的產品（如用作展示用途）
- 用於大型工業和政府專案的產品
- 持有GCC符合性證書的輪胎不須取得技術評估證書（Technical Evaluation Certificate, TEC）

由上可知，取得GCC國家之相關產品認證之後，可以大幅縮短或免除取得科威特產品認證之時間。除上述之產品項目之外，特定電力事業設備（如電纜線）、具國防安全考量之產品（如天線、無線電等產品）、輪胎、食品等亦有一定之產品規定。我商如已取得歐洲國家產品認證或其他GCC國家產品認證書，即可連同樣品，遞送科威特代理商於科威特逕行產品認證，最為省時省力。

阿拉伯國家中，除沙烏地阿拉伯、土耳其、埃及等少數人口較多並具有一定工業程度能力者外，尤其是許多產油國，人口數量不多，雖坐擁龐大資金及眾多建設計畫，但無意發展製造業。我國如仍以製造業供應鏈方式拓銷，未經整合，礙難以切入中東龐大市場。建議我國業者宜積極轉型成科技服務業，朝向系統整合、設計規劃，提高國際專案計畫管



理能力，並與國際大型公司互相策略聯盟，合組國際公司共同參與海外投標，方能取得油元國之眾多商機，我商若無法以系統並提供完整服務，將難以獨立參與中東市場商機。惟近年我國大型工程統包業者已有中鼎工程，於中東市場陸續取得阿布達比、沙烏地阿拉伯、卡達、阿曼等國之建案，可為我商開發此間市場參考。

(四) 進口程序

科威特海關自2015年1月中旬起，為打擊低報進口價格、查緝仿冒及其他未誠實申報等各類進口亂象，對於審查進口貿易文件日趨嚴格，特別要求出口商檢附之商業發票（Commercial Invoice），須取得出口地商會之認證（Authentic of Chamber of Commerce），並連同產地證明（Certificate of Origin）等其他必要之貿易文件，供海關查驗，謹提醒我國業者注意因應。

針對出口商業發票，必須取得出口地商會之認證事宜，我國可能受影響之業者及建議之處理方式如下：

- 1、臺灣接單，臺灣產製並出口者：僅須將商業發票Invoice提供各地商會取得認證章即可，目前多數接獲查詢的業者屬此類，經協助說明後，經進口商補件後，已完成清關。
- 2、臺灣接單，大陸生產並出口：因我國廠商大多數於臺灣及大陸均設有公司，出口商之商業發票可向大陸貿促會（中國國際貿易促進委員會）申請認證。
- 3、臺灣接單，他國生產，並於他國設有公司者：該類出口商之商業發票亦可順利取得出口地商會認證無誤。
- 4、臺灣接單，他國生產，於出口地未設立登記公司者：該類出口商多為貿易商，經查科威特大型食品進口商，謹提供現行方式參考；科威特商向比利時巧克力業者訂立採購合約，惟比利時出口商實則自菲律賓

賓代工廠採購；為符合科威特海關對貿易文件查驗要求，比利時業者提供商業發票予菲律賓代工廠，委請菲律賓代工廠申請產地證明時，連同採購合約，併向菲律賓商會申請於比利時商開立之商業發票上認證。我商或可以此方式進行。

- 5、目前已出貨或已到港，而原開立之商業發票未經出口地商會認證者：經洽詢科威特海關，依照該國之海關規定，可由進口商暫繳商業發票金額2%之保證金，暫時辦理清關，並於補齊文件後，向海關申請退還。但據悉因科威特公務機關效率十分低落，科威特進口商願以暫繳2%保證金先行清關者，比例不高。

在科威特海關的前述文件查驗要求下，使得貿易商必須公開買賣雙方之資訊，恐引起我國貿易商銷售科威特之疑慮。但因科威特市場規模不大，我國貿易商銷售全球及掌握之訂單數量，多數遠大於科威特買主，是故我國貿易商與供應商間關係穩固，供應商應不致於為科國客戶少量訂單而直接供應給客戶。但此亦提醒貿易商，除鼓勵多採購臺灣製造產品外，亦應積極強化關鍵競爭力，建立更多元服務模式及創造客戶附加價值，特別在全球化貿易及網路資訊普遍情形下，如僅仰賴買賣雙方間之「資訊不對稱」獲利，將越來越難以獲利。

（五）其他應注意事項

中東地區經常使用 Authentic 字眼，但科商於表達時，則經常將 Authentic 與 Certificate 混用，造成我商混淆。經了解當地官方習慣用語，Authentic 多數用於文書官方認證之用，特別用於參與政府標案、或涉及醫療產品或藥品登記等。就該類貿易，所需文件之認證，多要求我國出口商設立登記證明、合約、檢驗證明等經過科威特駐外使館認證 (Authentic)。然因科威特未於我國設立使館，我國業者就GCC國家於臺灣設有使館或商務辦事處者，如阿曼、沙烏地阿拉伯駐臺商務辦事處，



辦理文件認證手續，以茲取代。而Certificate則比較像是證明書，如TUV Certificate、ISO Certificate，但有時中東買主會將Authentic與Certificate統用Authentic表達，我商應詢問清楚原意，才能準備正確之出口文件。

部分科威特政府標案，因應標單規格所需之我國產品檢驗證明、我國承攬實績或營利事業登記等，需要我國政府單位之認證，如藥品檢驗證明、輸出許可證等，如遇有該項情形，可將前述文件先經法院公證，並送至外交部領事事務局認證，寄送科威特進口商，由科威特進口商持以認證文件送至我駐科威特代表處，進行認證後轉送科威特外交部認證。持該文件方能向科威特政府單位如水電部、衛生部等遞件，參與投標或申請醫療藥品輸入許可登記。

另近年來我國生技產品蓬勃發展，特別如醫美保養品或化妝品，因新產品新科技輩出，種類繁多，吸引中東地區買主高度興趣。但據了解科威特MOH規定，如產品來自動物性細胞組織作為原料者（牛、羊細胞組織，豬因伊斯蘭教關係禁止進口），須檢附狂牛症（BSE）檢疫證明。我國於相關國際組織分類中，屬狂牛症風險可控管國家，故仍須檢附檢疫證明。惟該項檢疫，據悉我國目前尚無相關設備進行檢疫，無法於臺灣取得檢疫證明，故建議我商應於採購原料時即向原料進口商取得檢疫證明備用，或選擇非屬動物性原料之產品出口科威特，較能順利登記並出口。

第參章 外商在當地經營現況及投資機會

一、外商在當地經營現況

近幾年GCC國家貿易有向亞洲轉移的現象，過去僅依賴能源需求的關係也逐漸多樣化。亞洲國家中尤其中國大陸和印度吸收了越來越多原是已開發國家的商品和服務，相較之下西方經濟則發展趨緩，是造成此改變的主要原因。

在科國消費品市場中，日本產品在大商社長期經營下，憑藉產品品質所建立之聲譽，在汽車及家電市場均已打下極為深厚之基礎，並已成為市場之領導品牌。另韓國家電產品亦循日本之行銷模式，其部分品牌在科國市場現亦已建立相當知名度，除有助於本身品牌之銷售外，亦連帶提升該國其他產品之形象。中國大陸產品則受惠於價格低廉，已搶占中、低價位市場相當大之占有率；印度、巴基斯坦等南亞國家以及阿拉伯聯合大公國、沙烏地阿拉伯等GCC鄰國，則因本身至當地發展人口數量眾多，以及文化、地理位置接近等優勢條件，加上產品價格低廉，亦在科國市場占有一席之地。

（一）中國大陸

中國大陸為科威特第1大貿易夥伴，中國大陸自科威特進口以原油與石化產品為主。中國大陸於此間產品大量占有市場，每年4月及10月間的廣交會，因阿拉伯商人於廣州紛設辦公室及旅遊公司，得以提供相當完善的商旅服務。展覽除產品具多樣可供選擇外，阿拉伯商更於廣州辦公室據點提供買主各類少量多樣產品併櫃出口服務，使GCC國家買主趨之若鶩。

中國大陸廠商於科威特主要係以國營企業為主，特別在營建工程、機



電空調工程、電信工程等，另中國工商銀行亦於科國設立分行，以提供此間大型公共建設計畫之聯貸案。多年來中國大陸已於科國成功承包了多項大型工程，例如科國中央銀行新總部大樓（中國建築）、科威特國際機場跑道工程（中航國際）、South Al Mutlaa住房建案（中國葛洲壩集團公司），已建立其聲譽，近來更對絲城及北方五島開發多所著墨，期作為一帶一路政策的一環。而華為更已成為科威特當地發展最快的電信供應商之一，並於2015年6月成功於科威特註冊成立全外資子公司，為長期耕耘科威特市場打下基礎。

除大型跨國企業，中國大陸亦打入當地女性消費市場，開設許多SPA隱身於小巷弄中，提供女性按摩、護膚、美髮美甲等服務，數量龐大。位於Dhajej區域的科威特中國龍城（Dragon Mart）於2018年開始營運。

（二）日本

日本貿易振興機構（JETRO）於科威特無據點，由JETRO 杜拜辦事處兼轄，JETRO不定期派員前來科威特辦理活動，主要以扶持日本通路商為主。此間Best Al-Yousifi Electronics賣場經營3C及小家電產品，Panasonic自設通路，惟日本電子3C產品在其他通路中，受到韓國產品的強大競爭，品牌家數及銷售數量均日趨稀少。家庭電器產品復受到中國大陸、土耳其、印度及東南亞產品（白牌）之競爭。白色家電僅韓國產品能在占有率上節節突破，近來中國大陸產品亦積極切入市場。

相較於韓國KOTRA在此間積極推動貿易，日本於此間貿易推動，則另以推動科研合作及協助文化交流活動作為主要之推廣模式。KISR第一任院長即為自日本所高薪聘任者，開啟科威特科學研究與日本技術交流之開端。為協助科威特發展科技，並且使日本產品能順利進入科威特標案市場，日本廠商採取如歐洲及美國等先進國家的模式，以推薦最新產品免費贈與KISR進行測試，由於KISR經常性為科威特政府之諮詢單位，

包含太陽能電廠之產品等，相關規格亦多由該單位協助制訂。據悉我商過去尚未有任何廠商將樣品贈與該單位進行研究測試，以致我國產品欲進入科國標案市場，可信度尚未能建立。

日本也和科威特大學合作舉辦日語課、日語能力競賽，積極推廣日本文化。另日本大使館經常辦理「日本電影節」(Japan Film Festival)，惟受到科威特逐漸朝低成本製造國家採購的風氣影響，日本的工程統包業在韓國及中國大陸的強力競爭下，表現不若以往。

(三) 韓國

於科威特設有大韓貿易投資振興公社 (KOTRA)，不定期舉辦貿易或投資洽談會。惟鑒於科威特市場規模較小，韓國出口科威特產品，除紡織布料外，仍以科威特大型建商、汽車代理商、手機、家電為主要銷售項目。然儘管科威特市場規模較小，但是在小汽車、手機及家電等產品方面仍受到韓國品牌企業的重視，每年韓國企業高層主管均親臨科威特拜會通路商。主要是因為科威特商投資實力雄厚，因此與科威特商接洽，往往可以跨國經營，將產品拓銷至周邊國家，成為製造商可以長期合作的對象。一般科威特大型廠商均會經營包含沙烏地北部市場、巴林、埃及、敘利亞、卡達、突尼西亞等地。

韓國營造業者大舉進入科威特相關公共工程，包含 Hyundai Engineering Co. (HEC) 和 Hyundai Engineering & Construction Co. (HDEC) 等，積極參與科威特市場包含石化廠建造、火力發電廠工程、商港碼頭、大學城等大型建案。2016年科國更與韓國政府簽訂計畫將共同於科威特市西方40公里打造一座智慧城市-South Saad Al Abdullah New City，預計將花費約4億美元。

韓國因為營建業及手機大廠的積極搶單，使得科威特廠商對韓國產品產生高度信賴，也帶動了韓國中小企業包含油管、五金閥件、各類精密



金屬加工之商機。此外，近年韓國流行文化席捲全球，科威特大學自2011年開始舉辦韓語課程，甚至韓國電視劇也進入科威特電視台中播放。韓國大使館經常辦理「韓國電影之夜」(Korean Movie Night)。

二、臺商在當地經營現況

依據經濟部投資審議委員會資料顯示，截至2019年12月底止，臺商在科威特並無任何投資。

三、投資機會

科威特市場規模雖有限，但近年政府積極修法鬆綁各項法規，投資各項建設計畫，加上高國民所得，也是一值得重視的市場。但與臺灣距離遙遠，文化、語言隔閡以及當地勞工薪資偏高，外人投資法令不甚完善等，為廠商赴科國投資最不利的因素。然隨GCC單一市場成形，我國業者如能善加運用科國轉口北部沙烏地阿拉伯之地利優勢，可針對具發展潛力之產業與科威特商合資設立銷售據點，既可拓展科國內銷及GCC六國市場。

科威特除限制對石油與天然氣上游開採以及房地產的投資，其餘公共事業皆開放外國公司投資。FDI法令甚至允許某些行業外國公司可擁有100%所有權，包括基礎設施如：水利、電力、電信和廢水處理、保險、資訊科技、運輸、醫療、旅遊等產業。然科國法律的制定較不完善，並與實際施行常有所出入，建議我商投資前可先透過當地法律諮詢，以了解實際可能遇到的阻礙。

(一) 拓展建議

科國全國人口僅約462萬人，市場規模較小，一般大型跨國公司也未必會在當地設立據點，許多是委託科國當地代理商負責經營。且科國一向被視為GCC國家中較小的市場，宜與沙烏地阿拉伯、巴林及伊拉克等市場一起經營，作整體行銷規畫，節省市場開發之人力及時間。

我國產品成本一般較中國大陸、東南亞及南亞國家為高，很難在此間市場以價格戰方式攻城掠地，惟以提高產品品質（Quality Product），尋求取代歐美產品為主要行銷策略，並以新穎的設計、準時的交貨及完善售後服務來建立市場聲譽，並經常與客戶聯絡、主動關心客戶需求以建立長期良好關係，方能取得較佳之經營績效。依科國代理相關法令規定，一般只要簽訂代理即形同獨家代理，因此我商宜慎選代理商，不同之產品或服務，應指定不同之代理商，或以指定產品方式，簽訂代理合約，較可保障自身權益。

GCC國家商業環境特性類似，均偏好當面看貨後下單方式交易。廠商可藉參加外貿協會貿易訪問團、展覽團等活動以拓展科威特市場。科威特國際展覽公司（Kuwait International Fair, KIF）雖每年舉辦許多展覽，但多屬於消費性產品零售展，但其中仍有如HORECA、Kuwait Health、Kuwait Yacht Show、Kuwait Construction Week等訴求專業性之展覽，惟規模仍無法與杜拜之同類展覽相比，我國業者可視產品及公司發展需求選擇參展。科國於2018年2月辦理「Kuwait Expo」展覽活動，外貿協會首次籌組參展團來科拓銷，另貿協亦不定期組團赴中東地區包括科威特等，辦理貿易洽談會等拓銷活動，我業者可多加參與。

為了減低對石化產業之依賴，科國政府亦於五年經濟發展計畫中加大對服務業的支持力道，我商亦可考慮參與科國服務業的發展，服務業的成長對於民間企業來說，有更多發揮的空間，且隨著新FDI法令的實行，科國私部門將有一番成長。

（二）適合投資產業：

科威特直接投資促進局（Kuwait Direct Investment Promotion Authority, KDIPA）建議科國當地具投資潛力產業，包括基礎建設、環境服務、工業、石油暨天然氣與石化製造業相關產業、教育暨訓練、健康



照護、倉儲及物流、金融保險、運輸業、旅遊及觀光以及資通訊產業等10項，相關分析說明詳下附表。

附表：科威特直接投資促進局建議當地具投資潛力產業

項次	業別	目前概況	未來展望
1	基礎建設 (Infrastructure)	科威特盼藉由提升基礎建設，成為海灣地區商業中心。	為使基礎建設更臻完善，政府推動交通運輸、資通訊基礎設施和及增加電力供給，相關的32項計畫中，耗資30億美元的科威特海灣大橋 (Sheikh Jaber Al Ahmed Al Sabah Causeway) 已於2019年年初竣工，另科威特國際機場擴建案預計於2022年1月完成，其目標是在2022年將旅客容量增至2,500萬人次。
2	環境服務 (Environmental Services)	致力於成為更加宜居的國家，科國政府將著手於住宿保障、使用可再生能源、維護空氣品質、廢棄物管理等計畫。	致力於成為更加宜居的國家，科國政府將著手於住宿保障、使用可再生能源、維護空氣品質、廢棄物管理及其它16項計畫。
3	工業、石油暨天然氣及石化相關 (Industrial, Oil and Gas-related)	石油產業貢獻科國約50%的GDP、80%的政府收入和超過90%的出口收入。科威特擁有之「已探明石	科國政府為彌補近年石油收入的減少，並擴大整體收入基礎，希望能發展出口導向產業，工業部門於此尤可發揮其

項次	業別	目前概況	未來展望
		<p>油存量」總計約1,040億桶，為第6大石油儲存國。</p> <p>科威特原油公司（Kuwait Oil Company，簡稱KOC）預計於今年開始海上勘探鑽井計畫，與陸上區域相比，此外海區域相對未開發，極具開採潛力。</p>	<p>中心作用，近年來科國政府極力仿效沙烏地阿拉伯成功之經驗，運用自產原料供給優勢，投資發展石化工業。</p> <p>Al-Zour煉油廠興建計畫於2011年6月已核准重啟。</p> <p>科威特芳烴公司正研擬於Shuaiba工業區打造一個可以擴增對二甲苯生產廠的下游計畫，目前已經得到由科國工業管理局發出執照。</p> <p>科威特國家石化工業公司亦投資於聚酯纖維產業鏈的發展。</p>
4	<p>教育暨訓練 (Education and Training)</p>	<p>科威特擁有完善的教育體系，目前約有10.66萬名大學註冊學生。</p> <p>隨著科技及產業進步，科威特需求更多教暨訓練。</p>	<p>制定40個相關計畫為凝聚社會和諧、賦予國家青年更多能力。教育方面，致力於提升教育品質，擴大對高等研究院校就讀的融通貸款；更增設許多職業訓練中心，培養專業人才，鼓勵人民投入私人企業。</p> <p>社會照護方面，協助身心障礙者融入社會，增設長期照護服務；令建設多座複合式運動中</p>



項次	業別	目前概況	未來展望
			心，鼓勵人民養成健康的生活習慣。
5	健康照護 (Healthcare)	健康醫療產業是科國政府未來幾年經濟發展計畫核心之一。 科威特健康醫療系統約85%為政府資助，且其總支出年年攀高。	為提升國內醫療水平，並滿足人口不斷增長的需求，科國五年經濟發展計畫中包含許多醫療機構相關的建設項目。其數量雖僅占GCC所有醫療保健項目的6%，但若以總支出計算，科威特占GCC所有醫療建設案總支出的11%左右，蓋因其建築案數量雖少，但規模較大，投資金額也較高。
6	倉儲及物流 (Storage and Logistics Services)	國際貿易是科威特經濟重要一部分，包括石油輸出及自全球其他國家進口等，科威特盼利用地理位置優勢，成為海灣地區物流中心。	於 Bubiyan 島建造 Mubarak Al-Kabir 港計畫，預計投資金額為 40 億美元。 道路建設以提升物流產業品質，預計投資金額為 75 億美元。
7	金融保險 (Banking, Financial Services and Insurance)	過去科威特多靠石油收入來資助政府支出計畫，近年因受國際油價低迷的衝擊，正進入一個長期經濟成長緩慢和財政緊縮的階	科國政府將金融業成長列為發展目標，大型基礎建設計畫提供較多貸款機會並支持商業信心。

項次	業別	目前概況	未來展望
		段，使金融業不小影響。	
8	運輸業 (Transportation)	運輸業是科威特經濟成長不可或缺部分，包括石油出口及原物料進口等皆有運輸業有關。	空運方面：科威特刻正進行機場擴建計畫中，可望在2025年將機場轉運人次提升至2,500萬人次，科威特民航局預計投資金額為50億美元。 陸運方面：科威特市將興建捷運及鐵路（連結海灣其他國家），並預計投資100億美元於鐵路建設上。
9	旅遊及觀光 (Tourism)	科威特人口僅450萬人，但市場消費能力驚人（尤其科籍國民僅134萬人），另因宗教戒律及氣候酷熱，十分缺乏娛樂（不得飲酒，亦少有唱歌跳舞），因此旅遊及觀光是重要休閒活動。	科國期望提高其國際地位、改善形象，投入心力於藝術、傳媒和發展等創意軟實力。 科國盼藉由其商業中心位置發展旅遊及觀光業，預計2022年旅客人數將達49.1萬人次，且科威特旅館收費金額是海灣地區中最高，頗具投資商機。
10	資訊及軟體產業 (IT & Software)	科威特在中東和北非地區的主要IT和行動基礎設施建置名列前茅，如網路滲透率為62%、行動電話滲透率達240%，此有利於	以往IT供應商多半於杜拜設立據點，復出口至科威特等其他中東市場，但近年Almasa、BDL、Redington、Metra Computer等，皆前進科威特設



項次	業別	目前概況	未來展望
		<p>發展基於Web及行動平台的資訊及軟體產業。近來科國中小企業逐漸投資軟體與開發雲端技術，成為軟體與服務市場成長動能。</p>	<p>點。 隸屬於科威特通訊部（Ministry of Communications, MOC）的中央資訊技術局（The Central Agency for Information Technology, CAIT）主導E化政府等5項計畫，預計將為IT產業帶來持續發展。</p>

第肆章 投資法規及程序

一、主要投資法令

科國政府近年致力於改善科國投資環境，於2013年實施的第116號法令緩解了許多在科威特投資經商的限制。2016年4月私有化科威特證券交易所（Kuwait Stock Exchange, KSE），由Kuwait Bourse Company完全經營，更考慮分階段實行機場和海港的營運私有化。而經過多年的延宕，KNPC也終於在2016年就升級及擴建MAA及MAB兩座煉油廠的CFP計畫完成發包合約。

然而，在科國投資經商仍充滿挑戰，於世銀的《2020經商環境報告（Doing Business 2020）》中，科威特在全世界190個國家中排名第83，在GCC國家中排名最低（UAE排名16，為GCC國家中經商環境最友善）。新法實施之後，外國投資的障礙依然存在，包括禁止外國公司進入石油業上游和房地產業，官僚障礙、王室關係及科威特部族傳統（Tribe）等商業文化讓外商難以滲透。科威特法律也持續限制外國銀行提供投資銀行的服務，並禁止它們在零售銀行的競爭。科威特龐大的油元財富，使得整個國家缺乏創新及提升效率的動機。雖然科國政府希望推行經濟多元化，提高非能源部門的生產力和增長，以減少對石油產業的高度依賴，改善該國的商業環境，但因國民仰賴政府福利支出過深，加上政府與國會間，王室與私人企業間存在種種利益糾葛，外人投資相關法令也非完善，仍令人聞之怯步。

作為科威特國家發展計畫（Kuwait National Development Plan, KNDP）的一部分，2013年12月，促進外人直接投資（Foreign Direct Investment, FDI）的第116號法令生效，取代了2001年發布的直接投資促進法（Direct Investment Promotion Law）。隨著新的FDI法令發布，科國成立了科威特直接投資促進局（Kuwait Direct



Investment Promotion Authority, 簡稱KDIPA) 以促進投資許可發放和加速公司註冊流程。2015年4月, IBM成為新的FDI法令生效後, 第1家收到KDIPA發放投資許可證的公司, 獲准其在科威特建立一家100%的外資公司, 並受益於新法所賦予的獎勵措施和豁免權。2016年, KDIPA獲准開始營運三個自由貿易區 (Free Trade Zone, FTZ) - Shuwaikh Port、Al-Abdali及Al-Nuwiseeb。惟今(2019)年1月, 科國政府已通過終止Shuwaikh Port自貿區之營運。

外國直接投資法的獎勵措施包括稅收優惠、關稅減免、土地和房地產分配以及招聘所需外國工作者的許可, 其他豁免權包括GCC國民全資擁有的公司不須繳納公司稅, 在科國股市的證券交易中產生的資本利得免稅, 通過科威特經銷商出售貨物的外國公司不須繳稅。自IBM以來, KDIPA已授予華為、NTG CLARITY NETWORKS INC 和TSK ELECTRONICA Y ELCTRICIDAD S.A.等外商100%所有權許可。KDIPA在審查許可要求時, 特別重視外國公司能否為科威特人創造就業、培訓和教育機會, 技術移轉, 增加科威特出口, 支持本地中小企業以及使用科威特產品。

二、投資申請規定、程序、應準備文件及審查流程

為提高投資審核效率, KDIPA被賦予單一窗口 (ONE-STOP SHOP) 任務, 其工作如下:

- 簡化許可證發放流程, 通過建立有效的市場網絡與各政府實體進行連結。KDIPA的投資者服務中心作為一站式服務, 協調並與相關政府部門合作, 滿足外資需求。
- 在投資人提交申請案之後的最長30天期限內, 必須完成相關申請案之審核, 並作出相關決定。
- 對於具吸引力的投資案提供各種激勵措施, 以符合科威特的利益。投資案可為除負面表列外的各領域。

- 確認及促進科威特的各項投資機會，並於相關利害關係者進行協調。
- 答覆投資者相關查詢和提供所需訊息。

(一) 投資許可程序-從KDIPA獲得投資許可證的步驟

第一步：與投資者面談，並進行計畫審查

- KDIPA投資者服務中心的客戶經理與潛在投資者面談。
- 客戶經理通常根據KDIPA的目標和設定標準來審視計畫書以及預期成果。
- 時間：3天。

第二步：申請提交

- KDIPA投資者服務中心的客戶經理幫助潛在投資者填寫許可證申請，並根據「入門指南（Introductory Guide）」為商業研究（Business Study）準備提供任何必要的澄清與說明。
- 客戶經理解釋KDIPA批准的各種申請表：
 - (A) 申請科威特國民的公司（含激勵措施）
 - (B) 開設分行的申請（含獎勵措施）
 - (C) 開設代表處的申請
 - (D) 申請獲得獎勵措施
- 客戶經理協助確認申請案確實完成，且所有必需的文檔皆已檢附。
- 潛在投資者按照服務費用清單支付相關申請費用。
- 該計畫經內部評估後，向KDIPA局長提出建議。
- KDIPA局長批准所有符合規定的申請案，並據此通知投資者。
- 若申請案被拒絕，在說明理由後，可提交上訴。
- 時間：30天。

注意：如果獲得許可的過程需經多個主管部門批准，則發布該決定可能需要更長的時間。



第三步：發放商業執照（Commercial License）

- KDIPA的客戶經理協助申請案已獲批准的投資者，從商工部等主管部門取得所需的商業許可證。
- 時間：取決於投資者。

第四步：投資許可證（Investment License）

- 投資實體（Investment Entity）在取得商業執照後，KDIPA向其發放投資許可證。
- 發放投資許可證的費用按照核准的服務費用表進行支付。
- 投資實體之後將登錄於KDIPA的投資登錄系統。
- 投資實體獲得註冊證書，費用按照批准的服務費用表進行支付。
- 時間：1天。

（二）可供投資行業別及外人100%獨資條件

2013年，科威特政府就促進對科威特的直接投資頒布了新的「外國直接投資法」（FDI Law）。根據新的投資法，對科威特的投資可以採取三種形式之一：

- 科威特公司擁有高達100%的外國股權（以前限制在49%）
- 外國公司在科威特的分公司：為了直接投資而被授權在科威特經營
- 代表處：其唯一目的是在科威特進行市場研究，而不從事商業活動。

科威特現依循負面表列的方針，負面表列以外的相關部門，外國直接投資有資格獲得100%的外國所有權。而第75號決議（2015年）第1條規定了十個不同部門的負面表列。根據科威特的負面表列，以下部門直接投資將被排除在2013年「外國直接投資法」的範圍之外：

- 原油提取
- 天然氣提取
- 製造焦爐產品

- 化肥和氮化合物的生產
- 瓦斯製造及經由配管氣體燃料之配送
- 房地產（不包括私人建築開發案）
- 安全和調查活動
- 公共行政和防務;強制社會保障
- 會員組織活動

三、其他相關法令及獎勵措施

其他與投資有關之重要法規有：公司法（The Company Law）、民法（Civil Code）、外匯管制（exchange controls）、公私夥伴關係相關法規（Public Private Partnerships Law）、國營企業私有化法（Privatization Law）、中小企業法（SME Law）、勞工法（Labour Law）、稅法（Tax Law）、商業法（Commercial Law）、智慧財產權相關法規（Intellectual property rights）、環境保護法（Environmental protection law）等。



第五章 租稅及金融制度

一、租稅

科國所得稅之主管機關為財政部稅務總局 (Directorate General of Income Tax , Ministry of Finance) , 稅收占其政府財政收入的5%。

(一) 稅制

科威特無個人所得稅，由科國公民或其它GCC國家公民100%獨資之企業，無須繳納企業所得稅。企業所得稅僅針對外資企業（獨資/合資）徵收，稅率為單一稅率15%。

(二) 稅基計算

企業於科威特營運之收入、財產交易（包含動產及不動產）、有形及無形資產交易、租賃、服務費用（顧問費、權利金、行政作業費收入、與科威特市場有關之各項佣金合約、融資貸放合約產生之收入等）。

所有政府單位、企業及個人在支付各項合約內容之交易對象，必須先預繳5%之預納稅金。該預納稅金於合約完成履行後，外國公司可向科威特稅務單位申報計算應納稅額，並要求返還餘額。惟於合約簽訂時，未辦理預繳者，則因執行合約內服務範圍所發生之相關費用及成本將無法自稅基中扣除。

其他例外之特別稅目：

- 1、宗教稅 (The Zakat) : 科威特的股份有限公司 (Kuwait Shareholding Company, KSC) , 無論上市與否 (國營企業除外) , 須繳納其淨利的1% , 作為宗教稅。



- 2、科威特科學發展基金：科威特的股份有限公司，無論上市與否，每年必須繳納其利潤的1%予科威特科學發展基金會（Kuwait Foundation for the Advancement of Science, KFAS），作為科學發展的基金。
- 3、勞工教育訓練基金（National Labour Support Tax, NLST）：為鼓勵科威特發展民間企業，科威特政府協助私人企業進行教育訓練，由政府公辦理各類教育課程，該項預算來源，由科威特上市公司每年自盈餘中，課徵2.5%稅率繳納國庫統一運用。

（三）消費稅

科威特已延後預計於2018年1月1日實施的增值稅（Value Added Tax, VAT）至2021年。

此外，將加速對香菸（tobacco）、機能性飲料（energy drinks）及汽水飲料（soft drinks）等課徵特種銷售稅（selective tax）。

二、金融

科威特中央銀行（Central Bank of Kuwait, CBK）是科國金融貨幣主管機關，成立於1969年，目標為科國金融業打下基礎，並保持靈活和穩定的貨幣金融體系。CBK負責指導信貸政策以協助經濟進步，增長國家收入和控制銀行體系。同時也擔任政府財務顧問，由公私營部門的代表為其董事會的成員。身為中央銀行與主要銀行監管機構，CBK的監管部門負責確保金融制度的健全和穩定，以保障存款人，確保銀行和金融單位遵守法律和中央銀行的指令。

據CBK統計，科國共有23家銀行，11家本地銀行和12家外國銀行，其中有5家本地銀行和1家外國銀行是根據伊斯蘭教法（Sharia）來經營，科國國內資本有45%在伊斯蘭銀行，為GCC地區第二大，更是全球第五大。科威特銀行表列如下：

	一般銀行	伊斯蘭銀行
本地銀行	<ul style="list-style-type: none"> -National Bank of Kuwait -Commercial Bank of Kuwait -Gulf Bank -Al-Ahli Bank of Kuwait -Burgan Bank -Industrial Bank of Kuwait 	<ul style="list-style-type: none"> -Kuwait International Bank -Kuwait Finance House -Boubyan Bank -Al Ahli United Bank -Warba Bank
外國銀行	<ul style="list-style-type: none"> -Bank of Bahrain and Kuwait -BNP Paribas -HSBC Bank Middle East -National Bank of Abu Dhabi -Citibank -Qatar National Bank -Doha Bank -Mashreq Bank -Bank Muscat -Union National Bank -Industrial And Commercial Bank of China Limited 	<ul style="list-style-type: none"> -Al-Rajhi Bank



三、匯兌

科威特的貨幣單位為科威特第納爾 (Kuwaiti Dinar, KWD)，1 科威特第納爾 (1 KWD) = 1,000 Fils。科幣兌美元之匯率並無太大異動，第納爾兌美元匯率為：1KWD= US\$3.23 (2020年5月)。

第陸章 基礎建設及成本

一、土地

科國幅員狹小，土地面積僅有1萬7,800平方公里，以首都科威特市向西有Ash Shuwaikh（自由貿易港區）及Al Jahra，向南沿海岸線延伸有As Sahimiyah、Mina al Ahmadi、Mina Abd Allah及Az Zawr等中小型城市，各區域/城市發展均衡，土地充分運用。

科威特土地因僅1/9可供開發為工業、商業、住宅等用途，其餘土地因富藏原油而禁止開發。另科威特土地並無公平市價可查，土地之取得均係由政府專案核撥，並非由企業向政府購買。科威特不允許外人置產，致商界使用土地係科國人向政府以各種名義及投資計畫申請。

KDIPA指出，對於投資科威特之外商，可以USD 90 cent/ SQM的補貼價格取得工業區土地（Industrial Land）。

二、公用資源

科威特蘊藏豐富石油資源，擁有約10%之全球石油蘊藏量，主要油田大布林幹油田（Greater Burgan Oil Field）為全球第二大油田，儲量約660億至720億桶，占科威特逾二分之一儲量，能源供應不虞匱乏。

科威特積極尋找辦法以解決天然氣不足問題，2009年8月開始，科威特成GCC國家第一個天然氣淨輸入國。2016年，科威特共進口了349萬噸液化天然氣（Liquefied Natural Gas, LNG）。KPC於2017年與荷蘭皇家殼牌石油（Royal Dutch Shell Plc）簽署一份15年的合約，預計2020年開始，每年進口200-300萬公噸液化天



然氣。殼牌石油從2010年開始供應科威特液化天然氣。此外，科威特亦將開始從伊拉克進口天然氣。

三、通訊

科威特的語音固網市場主管機關及營運商為通訊部（Ministry of Communications, MoC）。截至2015年10月，公共交換電話網（Public Switched Telephone Network, PSTN）利用率為56%，PSTN線路總數為849,023，活躍用戶數為472,739，其中住宅（residential lines）的用戶數360,000，商業和政府部門（commercial and government segments）用戶數為112,000。

科威特92%的行動電信使用者為3G/4G註冊用戶，62%為PRE-PAID方案，38%為POST-PAID方案，全球4G使用者的滲透率為38%，其中科威特市場4G使用者的滲透率超過30%，但仍未達全球的平均值。科威特國內三大電信公司—Zain、Ooredoo、VIVA勢均力敵，各占約30~40%的市場，亦涵蓋2G、3G、4G（LTE）的服務，同時不斷尋求5G的市場機會。Zain在2018年於特定地區開始提供整合性5G服務。Ooredoo亦於2019年1月正式提供5G跨國通話的試營運。而VIVA則與華為合作，亦將於2019年提供5G電信服務。

四、運輸

科威特境內運輸以公路為主，截至2017年底之道路長度達7,756.97公里，境內交通巴士發達。除公路外，科威特交通基礎建設落後，科國政府目前規劃投入34.6億科威特第納爾興建捷運系統（Kuwait Metropolitan Rapid Transit System, KMRT），該系統將分五階段建置，預計總長度達160公里，並包含68個車站，於2040年完工。第一階段（紅線）將連接科威特市中心及科威特國際機場，共27個車站，總長度50公里，預計2025年投入運轉。此外科威特也規劃建造可與GCC國家相連以建構完整的區域鐵路網絡（阿拉伯鐵路網）。

科國境內有2座民用機場，2座軍用機場。其中主要民用機場科威特國際機場（Kuwait International Airport）目前旅客年吞吐量700萬人次，土耳其Limak Holding於2015年取得總值43.4億美元的新航站擴建（Terminal 2）計畫，預計完工後，年吞吐量旅客人次將達2,500萬。Terminal 4於2018年7月正式投入營運，預計每年可增加服務450萬旅客人次，初期為科威特國家航空公司（Kuwait Airways）專用航廈。



第柒章 勞工

一、勞工素質及結構

科國人口總數約462萬，其中約65%為外來移入人口，35%為科威特公民。外僑以印度、埃及、菲律賓、孟加拉、敘利亞、巴基斯坦及斯里蘭卡人居多。科威特籍就業人口中約85%任職於政府部門，勞動性質的工作幾乎全由外勞擔任。科國政府希望藉人力科威特化（Kuwaitization）政策，增加國民就業機會，人力科威特化政策賦予政府協助安排科國青年在國營機構中任職之責任，另者勞工法改革方案，目的在提高勞工保護及福利，鼓勵青年加入民間企業。

二、勞工法令

依據科國勞工法（Labor Law）規定，2016年7月，科威特修法開始採行最低工資制度，將最低工資設定為60科威特第納爾（約折合200美元）。工作時間方面，一天工作不得超過8小時（daily basis），一星期工作不得超過48小時（weekly basis），齋月（Ramadan）期間回教徒員工之工時減為一天不超過6小時，一星期不超過36小時，凡平常日超時工作按工資之1.25倍給付加班費，週末假日加班按平常工資之1.5倍給付，國定假日加班按平常工資之2倍給付。

據統計，科威特勞工平均工資以專業人士最高，工程師月入可超過3,000美元，平均有2,500美元，製造業勞工則有1,000美元以上，服務業薪資最低，約500至700美元間。2017年科威特Public Authority for Civil Information（PACI）的數據指出，公部門（public sector）外籍勞工平均月薪為691科威特第納爾（約2,280美元），私部門（private sector）平均月薪為251科威特第納爾（約828美元）。公私部



門合計之外籍勞工平均月薪為290科威特第納爾（約957美元），而每年給付給公私部門的外籍勞工總薪資達56.6億科威特第納爾（約186.78億美元）。

科國勞工法（Labor Law）規定，僱用契約（employment contract）由勞資雙方合議訂定，但合約內容不得與勞工法之規定牴觸，勞雇雙方均有權在一定/明確的條件下通知終止合約（須提前於1個月通知）；科國勞工法亦規定，員工工作滿6個月後，擁有30天年度休假（annual leave）。（科威特政府公報 Law Number 85/2017）

第捌章 簽證、居留及移民

一、簽證

科威特簽證主要分為停留簽證、工作簽證及居留簽證等。一般國人來科洽商多辦理停留簽證。停留簽證效期為30天，簽證費用為3科幣（KWD），入境後可在科國停留30天，延期必須申請及繳費。科威特簽證之准駁係該國內政部主管業務，目前科國未在我國設有任何辦事機構。國人最方便之申辦方式應係透過其在科國有聯繫之公司行號、或委由預定住宿之旅館代為申辦。

申辦注意事項：國人委請科威特當地旅館或廠商代為申請時，因申請表多交由打字行繕打，未必瞭解我國與中國大陸差異，而可能遭科威特移民局拒發簽證，故務必說明國籍為『臺灣』，最好附上有『臺灣』字樣之護照封面一併傳予科威特廠商或旅館。申辦手續包括將護照首頁清晰影印本或掃描後傳至上述公司或旅館收辦（一般而言，旅館以服務住宿旅客為由，均願儘速代為申辦，通常需3至5個工作天，旅館收取之簽證服務費用不一），國人於取得一般效期為1個月、可停留1個月之單次入境簽證影本後，可持憑搭機訪科；惟須於事前將訪科日程、班機號碼等正確資訊通知委託公司或旅館，以便其將簽證正本於抵科當天遞交科國機場移民單位，利於國人抵達科國時在機場通關前，於”Visa Collection”櫃臺順利換取簽證正本，以便辦理通關入境手續。

由於科國將以色列列為極不友好國家，甚至不予承認，故於申辦科國簽證時須特別注意護照內頁絕不能有曾訪以色列之簽證等註記，以免遭到退件。另入境或過境科國時應避免攜帶如酒類、豬肉食品、限制級書刊及影片等違禁品。

科威特為控管外籍人士（外籍勞工），在機場入境時均要求外籍人士按捺指



紋，以為建立檔案之用。

二、聘用外籍員工

自1991年以來，科國政府便試圖採取許多不一致的政策來限制外籍人口（Expatriate）的增長，更要求外商公司必須僱用一定比例的科威特國民。因行業而異，銀行、通信、投資金融、石化煉油業分別需達到66%、62%、40%和30%。製造業和農業部門比例最低，只須3%。

科國聘用外籍人員給付薪資標準不同，一般以歐、美國家外籍人員（大都為高階管理階層或專門技術人士）薪資最高。中層管理職位則多由埃及、黎巴嫩外籍人員所占，而絕大多數外籍工作者是來自其他中東國家、南亞和菲律賓的低薪、非技術工作者。

科威特總人口之65%為外籍人士，其中有將近80%為低階外籍移工。科國社會事務暨勞工部（Ministry of Social Affairs and Labor）為外籍人士工作許可證（Work Permit）核發機關，科國雇主（Employer/Sponsor）有義務為其僱用外勞向該部申請工作許可證，一般可在外勞尚未入境前完成申請，通常可獲得1年以上3年以下之效期；嗣後再憑工作許可證向內政部移民署（Immigration department, Ministry of Interior）辦理居留，通常可獲得1至3年之居留時間。

科國針對外籍勞工所設之擔保人制度（kafeel）行之有年，係要求所有的外籍勞工皆須取得科國國籍雇主的擔保才得以在科國工作，該制度長期以來一直為國際人權組織所垢病。該制度的運作，衍生公司行號的虛設及幽靈職位的創造，並助長非法簽證的交易，許多擔保人/雇主藉由販售簽證圖利。勞工藉此管道取得簽證後，常常非法留在科威特打工，致造成許多社會問題。新的勞動法令（Kuwait Labor Law 6/2010）針對雇主若對外籍勞工收取佣金以交換簽證、未實際僱用、或未實際給予固定薪資等情形，都訂以較嚴格的罰則包括監禁等。2017年初，數名科國國會議員提議廢除嚴重限制科國勞動市場彈性及效率的擔保人制度。

依科國法律規定，工人有權組織工會和集體談判，其勞動法也禁止「反工會歧視」。但科國法律將結社自由限制在每個職業只能有一個工會，法律也只允許一個工會聯會－科威特工會聯會（Kuwait Trade Union Federation, KTUF）。外國工人雖占科威特勞動力的絕大多數，但法律要求外國工人必須在該職業工作滿5年後，才能加入該職業所屬工會，並只能成為無投票權的成員。科國勞工法只允許私部門的員工有罷工權，但在有爭端的情況下，資方得以強制談判和仲裁，因此實質上是限制了員工罷工的權利。而公部門員工雖然沒有合法的罷工權利，但在過去幾年仍發生了數次罷工的紀錄。

三、子女教育

科國政府推廣教育甚力，從小學到中學完全免費（由政府負擔），在國際/外僑學校方面，英國、美國及法國等主要外資國均設有國際外僑學校，另外巴基斯坦及印度亦設有其外僑學校，因科國政府對國際/外僑學校亦提供補助。



第玖章 結論

科威特估計約有全球十分之一之石油儲存量，經濟發展高度仰賴其石油產業，除石油及石化產業外，其他工業加工能力不強，大部分民生工業產品多仰賴進口，科國教育普及，國民識字率高為其優點。

科國政府雖提出將科威特建設為區域金融及服務中心及鼓勵民間企業與外資合作發展製造業之政策，惟因當地勞工薪資偏高，生產成本相較高，加以距離遙遠及文化、語言之隔閡，並不適合我商投資生產製造業。

惟就地理位置而言，科國新設Al-Abdali及Al-Nuwiseeb兩個自由貿易區，我業者如能善加運用其地利優勢，設立轉銷據點，其不失為設立發貨倉庫，從事轉口貿易之理想地點，既可拓展GCC六國市場並能就近參與伊拉克甚或敘利亞重建商機。



附錄一 我國在當地駐外單位及臺（華）商團體

科威特代表處（駐科威特王國臺北商務代表處）

（Taipei Commercial Representative Office in the State of Kuwait）

館址：No. 21A, Street 103, Block 8, Al-Jabriya, State of Kuwait

信箱號碼：P.O. Box 732, 32008 Hawalli, Kuwait（通信請使用郵政信箱）

Tel:+965 2533-9988, 2532-4527

Fax:+965 25324526

E-Mail: kwt@mofa.gov.tw

科威特臺灣貿易中心（Taiwan Trade Center, Kuwait）

通訊地址：9 Flr., Mazaya Tower 2, Al Mutanabi St., Al Sharq ,State of Kuwait

P.O. Box: 5747 Safat 13058 Kuwait

Tel:+965 2226-1971~3

Fax:+965 2226-1970

E-Mail: kuwait@taitra.org.tw



附錄二 當地重要投資相關機構

科威特直接投資促進局 (Kuwait Direct Investment Promotion Authority, KDIPA)

地址：Floor 44, Al-Hamra Business Tower, Al-Shuhada Street, Sharq

通訊地址：P.O. Box: 3690 Al-Safat 13037

Tel: +965 2205-4050

Fax: +965 2205-4061

URL: <http://kdipa.gov.kw>

附錄三 當地外人投資統計

依據聯合國世界投資報告（World Investment Report 2019）統計數據，2018年科威特當地外人直接投資金額（FDI inflows）為3.46億美元，累積FDI存量（FDI Inward Stock）為147.42億美元。



附錄四 我國廠商對當地國投資統計

依我經濟部投資審議委員會的統計，截至2019年12月底，尚未有任何我廠商於科國投資。

附錄五 其他重要資料

- 1、World Trade Organization (WTO)
- 2、International Monetary Fund (IMF)
- 3、World Bank (WB)
- 4、Organization of Petroleum Exporting Countries (OPEC)
- 5、Gulf Cooperation Council (GCC)
- 6、World Customs Organization (WCO)
- 7、CIA World Factbook
- 8、International Trade Center (ITC)
- 9、中華民國外交部網站
- 10、杜拜臺灣貿易中心「2020-2021全球經貿e指通-科威特篇」





經濟部投資業務處

地 址：臺北市中正區館前路 71 號 8 樓

電 話：+886-2-2389-2111

傳 真：+886-2-2382-0497

網 址：<https://investtaiwan.nat.gov.tw/>

電子信箱：dois@moea.gov.tw