



瑞士投資環境簡介

Investment Guide to Switzerland



經濟部投資業務處 編印

Department of Investment Services, Ministry of Economic Affairs

中華民國 104 年 8 月

瑞士投資環境簡介

Investment Guide to Switzerland

經濟部投資業務處 編印

感謝駐瑞士代表處經濟組協助本書編撰

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	35
第肆章	投資法規及程序.....	39
第伍章	租稅及金融制度.....	43
第陸章	基礎建設及成本.....	47
第柒章	勞工.....	51
第捌章	簽證、居留及移民.....	55
第玖章	結論.....	57
附錄一	我國在當地駐外單位及台(華)商團體.....	59
附錄二	當地重要投資相關機構.....	61
附錄三	瑞士當地外人投資統計.....	62
附錄四	我國廠商對瑞士投資統計.....	63
附錄五	參考資料.....	64

瑞士基本資料表

自 然 人 文	
地 理 環 境	瑞士被阿爾卑斯山與侏羅山環抱，與德國、法國、義大利、奧地利及列支敦斯登五國接壤，南北最大距離為220公里，東西間最大距離為348公里，山地、丘陵、河流、湖泊在瑞士領土造成豐富多樣的地形，內陸國，無直接出海口。
國 土 面 積	4萬1,285平方公里
氣 候	瑞士氣候深受大西洋影響，西部為海洋性氣候；阿爾卑斯山南部則受地中海影響，冬季氣候顯然比北部溫暖，瑞士的氣溫主要取決於海拔高度，北部低地1月的平均氣溫約為攝氏1度，7月平均氣溫則約為攝氏17度；南部高原地區相應平均溫度大概高出北部高原地區攝氏2至3度。
種 族	瑞士籍人口約佔76.2%，23.8%為外國人
人 口 結 構	瑞士永久性居民約為814萬人（2013年暫估值），20歲以下佔20.3%，20至39歲佔26.7%，65歲及以上佔17.6%，瑞士為世界上預期壽命最長的國家之一，男性的預期壽命為80.5歲，女性的預期壽命為84.8歲。
教 育 普 及 程 度	瑞士雙軌教育系統提供瑞士良好的勞動力與不斷創新能力，瑞士教育體系品質高，充份滿足經濟發展所需。

語 言	瑞士有四種官方國家語言分別為德語（63.7%）、法語（20.4%）、義大利語（6.5%）及羅曼語（0.5%）；其他語言佔9%。
宗 教	羅馬天主教41.8%，基督新教35.3%，其他宗教22.9%。
首 都 及 重 要 城 市	首都伯恩（Bern），重要大都會區由大至小為：蘇黎世（Zürich）、日內瓦（Geneva）、巴賽爾（Basel）、伯恩（Bern）及洛桑（Lausanne）。
政 治 體 制	國會聯邦制度，共有26個邦（20個全邦，6個半邦），採直接民主制，非歐盟會員國。
投 資 主 管 機 關	在聯邦政府經濟部之「聯邦經濟事務局」（SECO），及「瑞士對外貿易及投資推廣協會」（Switzerland Global Enterprise）。
經 濟 概 況	
幣 制	瑞士法郎（Swiss Franc/SFr. /CHF）
國 內 生 產 毛 額	6,353億3,100萬瑞士法郎（2013年暫估值）
經 濟 成 長 率	2%（2014）
平 均 國 民 所 得	7萬8,539瑞士法郎（2013年暫估值）
匯 率	1 USD = 0.9153 CHF（2014年平均匯率） 1 USD = 0.9270 CHF（2013年平均匯率） 1 USD = 0.9379 CHF（2012年平均匯率）
利 率	央行重貼現率3個月Libor -0.80%

	(以2015年3月25日為基準)
通貨膨脹率	0.0% (2014)
產值最高前五種產業	化學製劑及相關產品；精密儀器、鐘表及珠寶；機器、工具機及電子產品；化學終端產品（包括活性物質）；藥品、維他命及檢驗劑。
出口總金額	2,852億2,316萬瑞士法郎（2014年，含珠寶、首飾及藝術品）
主要出口產品	前10大出口產品依序為：醫療製劑、維他命及醫學試劑、藥品、製藥用活性物質、醫療器材、金屬產品、電氣及電子產品、化學原料、機械、測量、檢驗及調控機具、五金加工機器。
主要出口國家	2014年瑞士10大貿易出口國依序為：德國、美國、法國、義大利、英國、中國大陸、香港、奧地利、日本、比利時。
進口總金額	2,517億8,963萬瑞士法郎（2014年，含珠寶、首飾及藝術品）
主要進口產品	前10大進口產品依序為：各種產業之半成品、機器及手工具機、藥品（包括衛生用品）、服務業用之機器及器具、小客車、化學半成品、工作用之機器與器械、珠寶與手飾、金屬製成之半成品、食品及煙酒。
主要進口國家	2014年瑞士10大貿易進口國依序為：德國、義大利、法國、美國、中國大陸、奧地利、愛爾蘭、英國、荷蘭、西班牙。

第壹章 自然人文環境

一、自然環境

瑞士總面積為4萬1,285平方公里，瑞士被阿爾卑斯山與侏羅山環抱，與德國、法國、義大利、奧地利及列支敦斯登五國接壤，南北最大距離為220公里，東西間最大距離為348公里，山地、丘陵、河流、湖泊在瑞士領土造成豐富多樣的地形，無直接出海口，為內陸國。

瑞士氣候深受大西洋影響，西部為海洋性氣候；阿爾卑斯山南部則受地中海影響，冬季氣候顯然比北部溫暖，瑞士的氣溫主要取決於海拔高度，北部低地1月的平均氣溫約為攝氏1度，7月平均氣溫則約為攝氏17度；南部高原地區相應平均溫度大概高出攝氏2至3度。

二、人文及社會環境

瑞士永久性居民約為814萬人（2013年暫估值），瑞士人約佔76.2%，23.8%為外國人，20歲以下佔20.3%，20至39歲佔26.7%，65歲及以上佔17.6%，瑞士為世界上預期壽命最長的國家之一，男性的預期壽命為80.5歲，女性的預期壽命為84.8歲。

瑞士有四種官方國家語言分別為德語（63.7%）、法語（20.4%）、義大利語（6.5%）及羅曼語（0.5%）；其他語言佔9%，瑞士雙軌教育系統提供瑞士良好的勞動力與不斷創新能力，瑞士教育體系品質高，充份滿足經濟發展所需，除了母語外，瑞士小學生開始學習第二門國家語言及英語。

瑞士人之宗教以羅馬天主教（41.8%）及基督新教（35.3%）為主，其他宗教



佔22.9%。

瑞士以伯恩（Bern）為首都，然而重要大都會區由大至小為蘇黎世（Zürich）、日內瓦（Geneva）、巴賽爾（Basel）、伯恩（Bern）及洛桑（Lausanne）。

三、政治環境

瑞士為聯邦制政體，分別三個政法級別：聯邦、地方邦及市鎮。瑞士由26個擁有高度自主權的地方邦組成聯邦，聯邦政府負責聯邦憲法所規定之關於外交、國家安全、國防、海關、營業稅、貨幣體系與國家立法等事務；地方邦則負責衛生保健、教育與文化事務；透過小而靈活的政體，各州於各領域展開競爭，並經由聯邦再將各政治團體、商業團體及公民之關係緊切結合。根據瑞士聯邦憲法保障瑞士人民的自治權，人民才是最上層的政治與法律主體，每位公民都有權透過公民投票權直接參與建構瑞士憲法及法律體系。瑞士公民可透過提案要求變更或修改憲法（創制權）、可對國會之決議行使同意或否決權（複決權），依慣例，瑞士一年要對聯邦議案進行4次聯邦公投。瑞士公民投票選出國會議員，聯邦國會由兩院組成，下議院（即國民院係由200名代表民眾之議員所組成）、上議院（則係由46名議員代表26邦之議員所組成），瑞士依人口比例訂出20個全邦，6個半邦，全邦選出2名上議院議員，半邦至少有1名上議院議員名額，採直接民主制，每四年由瑞士公民直接選舉產生。

聯邦政府亦稱為聯邦委員會，共有7名委員，由聯邦國會上下兩院議員選舉產生，任期為4年，7名委員分別擔任內政、外交、經濟、財政、國防民防暨體育、司法暨警政、環境交通能源暨通信7部首長，聯邦委員每年輪流擔任對外代表國家之虛位總統，總統任期1年。2015年由社會民主黨（SP）司法部長Simonetta Sommaruga擔任。

瑞士非歐盟會員國，與挪威、冰島及列支敦斯登等歐洲國家於1960年共同組成歐洲自由貿易協會（EFTA）。

第貳章 經濟環境

一、經濟概況

依瑞士官方統計，瑞士2014年國內生產毛額（GDP）實質成長2%－民間消費實質成長1.0%，公部門消費實質成長1.1%，營建及廠房投資實質成長0.9%，生產設備投資實質成長 1.8%，內需實質成長1.1%，出口實質成長-10.1%，進口實質成長-12.7%。失業率3.2%，物價上漲率為0.0%。

另據瑞士信貸銀行（Credit Suisse）「2015年瑞士產業面面觀」報告指出：

2014年瑞士總體經濟遠不如各分析師先前之景氣預測，發展較不穩定。相較於2013年，2014年瑞士經濟雖然恢復動能，然而其加速仍極不順暢，2014年另面臨地緣政治病灶、西非伊波拉嚴重疫情、新興國家經濟降溫以及歐元區追求經濟復甦卻持續面臨經濟蕭條之重擊等等多重考驗，是以瑞士內需市場原來「極度良性循環」亦逐漸失去運轉力量。

一方面雖然住宅等不動產價格上漲情形已漸趨緩慢，然而其上漲比率卻超過移入人口比率。由於瑞士就業成長已比最高峰時來得微小，由國外移入瑞士之人口因而隨之降低，目前之結果與2014年2月9日之「反大量移民潮」創制性公投並無直接影響。雖然「反大量移民潮」公投案仍有3年之緩衝期，然而2014年瑞士境內投資總額已些微減少，對於大多數的瑞士企業而言，瑞士如何在2017年前實踐「反大量移民潮」公投案內容，以及貫徹公投案將對歐盟與瑞士雙邊貿易政策造成什麼影響，在在存有極大不確定性，是以瑞士企業目前無從對未來之投資預作安排與規劃，此重大不確定性因素將減弱瑞士境內投資。

由於瑞士內需市場之「極度良性循環」漸趨緩慢，境內耐久民生消耗品（例如



汽車、其他動產)需求相應減弱，再加上政府採國庫財政擲節政策，2014年瑞士大多數內需導向之服務業皆失去動能，例如商業貿易、餐旅業、與企業有關之服務業(例如企管顧問業及電腦資訊工程業)，以及類政府領域產業(例如教育及教學業、與健康醫療相關產業及社會福利與社會保險業)皆大受衝擊。尤其是政府國庫面臨節約公共財政支出之壓力，紛紛減少社會福利與醫療支出，進而影響該等產業。近年來瑞士與企業有關之服務業，即對企業提供勞務之服務業，例如電子資訊業及企管顧問業，因為愈來愈多規範銀行之金融法規，銀行與醫院對於電子數位需求也隨之增加，銀行與醫院新需求反而加速企管顧問業及電腦資訊工程業之發展，預測2015年此類產業之發展漸趨飽和。

瑞士內需市場動能減慢現象幾乎出現於所有瑞士內需產業，2014年瑞士服務業成長約為2013年之一半。由於2014年瑞士仍保持低利率，同時承續2012年及2013年為數可觀之營建案，故2014年瑞士不動產營造業仍相當活躍，實屬瑞士內需市場之例外。

相較於瑞士內需市場，2014年出口導向產業之出口力續增，雖然出口成長未如預期，且亦非所有出口業均全面性同獲成長，但總的來說，2014年瑞士工業生產力強於2013年，惟，迄今一直處於挨打之機械、電動工業及金屬工業之出口，未如期盼得以回升。

製藥業、食品科技產業及鐘表業為瑞士三大高附加價值產業，該等產業受特殊產業潮流之影響遠大於受全球景氣影響。瑞士製藥業幾乎未受不確性影響波及，為瑞士經濟提供正面穩定支撐基力，由於2014年瑞士法郎強勁，瑞士製藥業銷售成長較2013年減弱。瑞士鐘表業，因受中國大陸打貪政策影響，自2013年起，瑞士鐘表市場出口速度緩慢下來，不如2010至2012年間快速蓬勃發展，然而由於美國與日本需求提高，故2014年瑞士鐘表業仍有個位數之出口成長率。2014年瑞士食品科技產業之咖啡膠囊的市場動能漸緩，因食品科技產業係以瑞士穩定但已達飽和之內需市場為導向，故2014年食品科技產業之總銷售額未能超過2013年。

二、天然資源

瑞士全國三分之二皆為高山，除水資源外，自然資源匱乏，多湖泊及森林，故觀光資源豐富，水力發電資源充沛，尚有餘電供應鄰國；畜牧業極發達，惟農產品及民生必需品仍仰賴國外進口供應。

三、產業概況

瑞士法郎升值預估將減緩瑞士經濟成長，然而應不至於造成瑞士經濟衰退甚或全面性經濟通貨緊縮。不同的行業受國際匯率衝擊與受景氣波動所造成之影響程度不一，即便是皆強烈依賴出口之製藥業及機器業，對於瑞士法郎升值與歐元區景氣倒退之反應也互異。2015年瑞士境內市場動能雖然減弱，然而與健康有關之產業所受之負面衝擊，預測應小於其他內需行業。

雖然2015年瑞士產業受強勢瑞士法郎震盪影響，若欲了解瑞士產業發展，實不應僅著眼於短期貨幣影響，更應以長期角度觀察各該產業之產業結構，例如該產業是否有能力面對與處理因世界人口老化、新興國家中產階級之崛起、與日俱增之電子與數位的重要性，以及各國愈來愈多的管制措施與法規等所產生的新考驗，縱然有些產業得以通過這一波波考驗，但有些產業則極可能得自行面對全球結構變革之嚴峻後果，若企業具有因應考驗之能力，不表示於未來幾年立即能大幅提高銷售量，但長期而言，確是企業是否得以生存、得以成功之重要因素。

瑞士信貸銀行針對瑞士產業之中期產業評估特別指出，影響某單一產業的因素除景氣之波動起伏外，「產業結構發展」也深深影響各該產業發展。跨產業、跨科際的潮流與趨勢，以不同的方向、程度、規模與範圍，影響所有經濟分枝。政治前提要件若有所變更，也將會以不同程度影響每單一產業。瑞士信貸銀行分別評估瑞士29個重要產業之機會與風險，系統化地評測各該「產業結構發展」對不同產業所造成的影響，以期在考量風險因素下，探尋各該產業中期經濟成長趨勢。



人口老化、居民遷移頻繁與工藝技術進步影響瑞士之產業結構。瑞士因外國移民移入而人口增加，為往返住所地與就業處所，居民之地理上遷移頻繁，另瑞士假日休閒時之遷移亦極頻繁。瑞士得以普遍性獲得新能源及新資訊有助推進瑞士工藝技術。另新興國家之逐漸富裕程度也影響瑞士不同產業的成長。瑞士要進入其他國際市場時，承受逐漸增加的國際競爭壓力及國際間調節壓力，對各產業造成不同的影響。

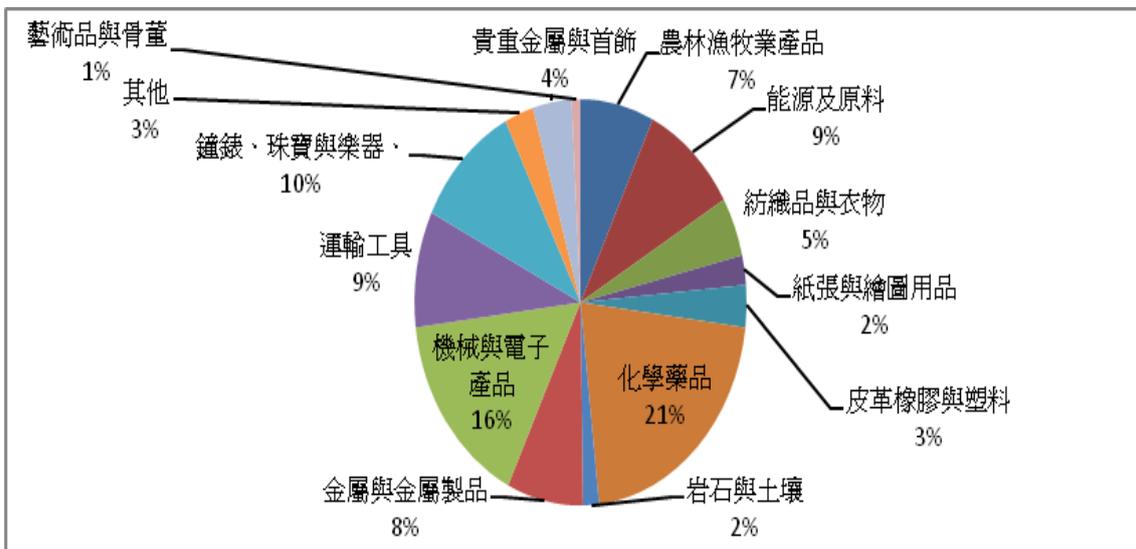
中期產業評估下，瑞士之強勢產業為製藥業、與健康有關之產業、電子資訊業、不動產買賣租賃業。瑞士人口老化，對於與健康勞務有關之產業需求自然增加，而對製藥業之需求亦成正相關，然而節約公共支出為包括瑞士在內之絕大多數國家當前要務，所以減緩製藥業及與健康有關之產業的正向增長速度。電子資訊服務業與工藝技術進步息息相關，經常與跨科際之不同產業的創新與發展相互碰撞與交互影響，自然能在創新的循環精益求精。巨大的機會往往從必要性出發，當市場存在有對大量資料存取與運用的需求，然而竟發生美國竊聽風暴及誹聞，這反而有助於瑞士發展資料中心。瑞士之不動產買賣與租賃業專業人才素質提升，再度促進該不動產產業之發展；其企業主或許利用公司細部分工，來加強不動產之專業經營管理，或許將部分勞務移置予外包廠商委外經營管理；另因為市區屋舍需求高，供給面弱，於是創造出「市區屋舍短期出租」之市場，短期出租之管理高成本雖高，但透過提高租金，以價差平衡成本。

中期產業評估下，瑞士之弱勢產業前三名為印刷出版業、金屬工業及觀光餐飲旅館業。對瑞士觀光產業而言，過去之競爭對手僅限於瑞士境內之不同觀光度假區，而今在全球化與國際競爭的影響下，透過網際網路比價與訂房，瑞士觀光業所面臨的更是與他國之競爭。再加上全球溫室效應造成瑞士低海拔地區滑雪場缺雪，滑雪場嚴重缺雪成為瑞士冬季滑雪場之最艱難困境。對於瑞士金屬工業而言，在瑞士生產之高成本很難面對國際競爭，同時金屬之替代商品，例如在創新科技下所生產之塑膠材料興起，也造成金屬工業排名節節後退。數位電子化之結果，對印刷出版

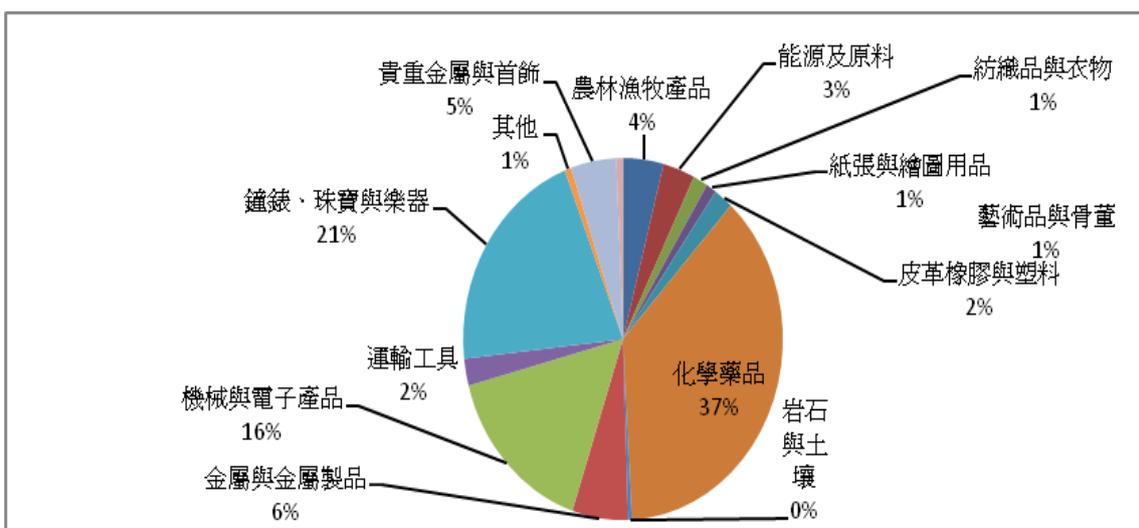
業造成不可估量之重挫，電子書、電子報替代了實體書冊，再加上許多資訊皆可從網際網路輕易查得，網路提供之許多資料屬免額外付費即可取得，實體印刷品於是在電子潮流下被邊緣化。

中期產業評估下，瑞士介於強勢產業與弱勢產業間之中區段產業為教學業及電信通訊業。由於瑞士人口老化，「活到老、學到老」帶動瑞士教育及教學產業發展，終身學習之勢持續上升，第三級教育及繼續進修之需求形成廣大市場，然而節約公共支出減弱教育及教學產業正向增長速度。電信通訊業將因市場對於無線通訊之高度需求而受益，由於居民在住家與工作處所之高遷移狀況將帶動對於無線通訊之高度需求，電信通訊業為了提高與滿足市場之對於電話通訊需求而提出各種促銷方案，其中為因應市場、搶市場佔有率，電信業者提出定額制（吃到飽）方案，卻大幅提高消費者更換電信業者的頻率，消費者對於電信業者沒有品牌忠誠可言，不斷更換電信業者，更強烈削價競爭於茲產生。

依瑞士聯邦海關資料顯示，瑞士進口10大產業為化學藥品（21%）、機械與電子產品（16%）、鐘表、珠寶與樂器（10%）、能源及原料（9%）、運輸工具（9%）、金屬與金屬製品（8%）、農林漁牧業產品（7%）、紡織品與衣物（5%）、貴重金屬與首飾（4%）、皮革橡膠與塑料（3%）、藝術品與骨董（1%）、其他（3%）。



依瑞士聯邦海關資料顯示，瑞士出口10大產業為化學藥品（37%）、鐘表、珠寶與樂器（21%）、機械與電子產品（16%）、金屬與金屬製品（6%）、貴重金屬與首飾（5%）農林漁牧業產品（4%）、能源及原料（3%）、運輸工具（2%）、皮革橡膠與塑料（2%）、紡織品與衣物（5%）。



（一）瑞士製藥業

根據瑞士信貸銀行資料，瑞士製藥業以出口為導向，瑞士所生產之藥品90%出口，主要出口至歐洲44%（其中德國13%）、美國（15%）、日本（5%）及加拿大（3%）。

（二）瑞士鐘表業

根據瑞士信貸銀行「瑞士鐘表業面面觀」（Schweizer Uhrenindustrie）報告指出，對全世界鐘表業具舉足輕重的國家（或地區）依續分別為：瑞士、香港、中國大陸、德國、法國、新加坡、義大利、日本、美國與英國，這十個國家鐘表與鐘表零配件出口量佔全世界90%以上，目前全世界的鐘表分由中國大陸與瑞士生產，其中低價位鐘表由中國大陸壟斷，而高價位鐘表則屬瑞士獨佔，2012年中國大陸鐘表出口數量為6億7,850萬只，瑞士鐘表出口數量為2,930萬只，雖然瑞士鐘表出口數量僅佔全世界

鐘表出口數量2.5%，中國大陸鐘表出口數量更是瑞士鐘表出口數量的23倍，然而瑞士鐘表出口金額高達229億美元，中國大陸鐘表出口金額僅51億美元，瑞士鐘表出口金額卻是中國大陸鐘表出口金額的4.5倍，瑞士出口的鐘表出口價格平均每一只為737美元，而中國大陸出口的鐘表出口價格平均每一只為3美元。該報告指出，1990年瑞士鐘表出口金額68億瑞士法郎，2000年為103億瑞士法郎，這十年來瑞士鐘表出口年平均成長率約為+4.3%，約莫相當於這十年間的瑞士出口業之平均成長率（約+4.6%）。2000年至2008年期間瑞士鐘表出口年平均成長率增為6.5%，雖然2009年歷經全球金融與經濟雙重危機，瑞士鐘表出口率短暫重跌22.3%，2010年正成長22.2%，2011年正成長19.4%，2012年正成長11.0%，2012年瑞士鐘表出口額達214億瑞士法郎，相較於2000年，成長為兩倍。

電子時代與數位產品潮流下，瑞士鐘表卻不侷限於舊有報時功能，反而以美感、品牌聲譽與科技Know-How，在行動電話與電腦數位產品夾殺下，及時搶得市場優勢。瑞士鐘表彰顯配戴者社會經濟與文化地位，尤其是具高度聲望昂貴奢華機械鐘表，瑞士鐘表以其標示的「Swiss Made」一語道盡全世界奢華人士追求高級鐘表之排他獨專性、機械製表百年傳統與卓越品質的需求。

過去這二十年來，由於全世界富裕人口數增加，帶動奢侈品產業向上發展，1995年至2012年這近二十年來奢侈品產業銷售增加為3倍，其中23%是鐘表與首飾業。瑞士現在鐘表出口數量僅為二十年前的四分之一，然而出口金額卻為四倍多，1990年初期高價位機械鐘表出口金額佔瑞士鐘表總出口金額不及10%，1990年至1999年間仍低於50%，而今卻高達76%。又瑞士之中低價位的鐘表出口金額雖然僅佔13%，數量卻佔鐘表總出口數量80%，這些中低價位鐘表在世界鐘表市場搶得相當曝光度，為高價位機械鐘表鋪設銷售與發光發亮的舞台，同時透過中低價位鐘表的大



量生產，使廠房與生產設備在規模經濟效應下得以獲利，繼而增加投入高價位鐘表生產的資本。

亞洲新興國家是目前瑞士鐘表出口業最大的買主，2012年中國大陸進口瑞士鐘表的金額為瑞士鐘表出口金額的8%，若再加上香港（20%）、澳門與台灣，往整個大中國市場出口的瑞士鐘表便佔瑞士總鐘表出口金額的30%。雖然出口至大中國市場的鐘表並不表示這些鐘表全部都在這個市場流至當地最終消費者手裡，有些經集散再次轉運出口，有些或經奢侈品購買力驚人的他國觀光客消費，這情形在採低關稅政策的香港尤其明顯。2012年中國大陸觀光客高達8,300萬人次，觀光支出達1,020億美元，每37%的觀光人次在出國觀光時會購買一只鐘表，其中有一半是在台灣、澳門或香港購買；在歐洲則以瑞士與巴黎購買鐘表，兩地約佔25%。

瑞士鐘表出口蒸蒸日上，不受瑞士法郎升值影響，相較於瑞士其他產業，例如紡織、電子與機械業，面對歐元不振，瑞士法郎強烈升值，往往須採降低價格策略，在2010年至2011年瑞士法郎升值幅度最強時，瑞士鐘表出口價格竟然還能維持既有的水平。因為瑞士鐘表握有對全世界高級鐘表市場主控權，世界鐘表市場需求持續提高，以及主要銷售市場國內通貨膨脹使然，例如2011年香港（8%）、美國（4%）與中國大陸（6%）皆有相當高的通貨膨脹。

為持續擴大瑞士鐘表在中國大陸的市場，透過瑞士與中國大陸已簽訂雙邊自由貿易協定，在十年內逐步達成降低60%關稅的目標，同時也加強保護瑞士鐘表免於仿冒偽造。除了既有中國大陸市場外，瑞士鐘表業仍不斷在思考下一個大買主，未來五年新興國家如越南、印度、蘇俄、烏克蘭、馬來西亞、南韓與墨西哥，對瑞士鐘表業而言，其重要性與日俱增，瑞士將加速與這些新興國家協商並簽訂自由貿易協定以期降低貿易障礙。2012年瑞士境內鐘表零售約20億瑞士法郎（約台幣650億元），其

中1/2至2/3是販售予外國觀光客，由於未辦理退稅的銷售並未計算在內，販售予外國觀光客實質比例或許更高些。

除了在世界鐘表市場站穩腳步外，瑞士國內鐘表業結構改變是各類鐘表業最大的挑戰，截至2012年9月底瑞士的鐘表業者約有564家，共有5萬5,816名從業人員，大概佔瑞士總就業人口1.3%，瑞士鐘表業包括鐘表生產者、鐘表組成者、零配件供應商、例如鐘表機芯、指針、鐘表機殼、數字符號面板與表帶。以2012年為例，26%業者從事最後產品生產、10%從事生產空白機芯與機芯、26%生產其他鐘表零配件，20%從事銷售買賣；廣義的鐘表業也包括鐘表表面拋光打磨、雕刻與電鍍及銷售為生產鐘表有關的機器。

依不同生產方法，可將瑞士鐘表製造業分為「製造者」(Manufakturen)、「購料組裝者」(Etablisserie)、「不包料純代工組裝者」(Termineur)與「代工設計製造者」(Private Label)四種：「製造者」將一只鐘表從內到外自己生產與組裝，最後並以自有品牌銷售；「購料組裝者」自上游廠商購買機芯與重要零配件，自行組裝後以自有品牌銷售；「不包料純代工組裝者」接受其他鐘表業提供重要鐘表組成零件，並經該鐘表業委託組裝並交付成品；「代工設計製造者」替非鐘表業的其他公司，例如時裝公司，設計與製造鐘表，最後由時裝公司以其時裝品牌對外銷售。

大部分瑞士鐘表業僅具中小企業規模，93%瑞士鐘表業不超過250名員工，低於10名員工的瑞士鐘表業高達31%，然而瑞士四大鐘表集團Swatch Group、Richemont、勞力士(Rolex)及LVMH經不斷地合併與成長，已佔據主宰瑞士鐘表市場的絕對優勢地位。瑞士鐘表業多集中於瑞士與法國交界Jura山區，少部分則在瑞士與義大利交界Tessin地區，位於國境邊界，得以取得相對上較為低廉的勞動力，以2008年為例，每日往



返瑞法與瑞義邊界之鐘表業跨界工作者的比例佔整個瑞士鐘表業32%，這5年來還持續上升。

瑞士鐘表業自1990年起便致力於達成生產線與組裝線的自給自足，即自家鐘表所需機芯與所有零配件都能由自家獨立生產，無須受制於同業或上下游控制，這種垂直式的生產模式，一則得以達到瑞士鐘表業之排他專有性的要求，再則得以避免面臨機芯或零配件供應商於鐘表市場需求劇增時無法及時生產供貨的困境。瑞士鐘表集團Swatch Group於1990年初期早已達垂直生產模式的目標，接著Richemont，LVMH，Patek Philippe與Rolex也隨採此生產策略。

Swatch Group之生產各式鐘表機芯的子公司ETA與生產各種重要零配件的子公司Nivarox-FAR為瑞士鐘表業最具舉足輕重的供應商，ETA供應了超過70%瑞士機械鐘表的機芯，其他僅高價位品牌Patek Philippe與Rolex自行生產機芯。2002年Swatch Group以旗下鐘表品牌如Breguet、Blancpain、Glashütte、Omega及Longines等對機械機芯需求大增，無法供貨給其他瑞士競爭表廠牌為理由，宣佈2003年起減少供貨量，2006年將全面停止供貨。由於Swatch Group對於瑞士機械機芯市場享有市場獨佔地位，瑞士聯邦公平競爭委員會（WEKO）於是介入調查，最後判定Swatch Group必須繼續供應機芯給其他瑞士競爭表廠，依據瑞士聯邦公平競爭委員會2013年10月21日決議，至2019年12月31日止Swatch Group雖然仍必須繼續供應機芯給其他瑞士競爭表廠，然而得以階段性地減少對同業供貨量，以2009年至2011年的平均供貨量為基準，2014年與2015年以基準75%供貨，2016年與2017年以基準65%供貨，2018年與2019年以基準55%供貨，Swatch Group子公司ETA對於所有競爭同業須一視同仁公平對待。若遇到嚴格執行決定，對於其他瑞士競爭表會產生困難的情形，則應做對顧客（即其他瑞士競爭表）有利的解釋，倘若瑞士鐘表市場發展與鐘表市

場地位產生重大改變，瑞士聯邦公平競爭委員保有對Swatch Group課以繼續供貨的權利。Swatch Group目前仍不得減少鐘表內關鍵零組件供貨量，若將來鐘表市場發展與鐘表市場地位產生重大改變，Swatch Group得隨時向瑞士聯邦公平競爭委員會提出減少供貨的協商請求。Swatch Group減少供貨的策略一出，瑞士其他機械鐘表業不得不迫採垂直整合生產模式，然而如前所述，大部分瑞士鐘表業僅具中小企業規模，並非所有鐘表業都有垂直生產的資本，再者垂直式生產並不具經濟學之規模經濟的優勢，同時極可能因無法集中財力與人力而喪失研發與創新的潛力。

瑞士鐘表以「Swiss Made」彰顯高級鐘表之排他獨專性，如何限制這塊亮麗招牌的使用方式是瑞士鐘表業的當務之急。2013年6月21日瑞士聯邦議會通過了「Swissness」的草案，嚴化使用「Swiss Made」條件，以1971年起適用至今的規則來說，只要符合「在瑞士組裝，且經由生產者在瑞士控管，價值50%以上的鐘表零件是瑞士生產（其中單純組裝的成本不得併計在內），鐘表在瑞士完工，而且生產者在瑞士為生產線之最末端控管」就可標示為「Swiss Made」。

「Swissness」新草案則要求價值60%以上的生產成本必須發生在瑞士境內（單純組裝與研發成本亦得以併計），而且至少要有一道重要的生產程序是在瑞士，新草案不僅規範鐘表機芯與最末端控管，亦適用整個鐘表組成零配件（包括數字符號頁面、表帶與表殼等等）。對於新草案之境內生產成本60%的要求，高價位機械鐘表業主張要提高至80%，而中低價位鐘表業則認為60%的門檻過高。以2012年為例，瑞士從義大利與法國主要進口手表帶，從中國大陸與香港主要進口鐘表機殼，依現行規則，有很大部分在泰國生產的機芯，進口回瑞士組裝後，仍舊得以標示為Swiss Made。為達新草案「境內生產成本60%」要求，許多生產程序必須拉回瑞士境內，另加上不合乎規模經濟的垂直生產模式，雙重因素將提高生



產成本，最終售價勢必也跟著上升，中低價位鐘表價格劇升可能造成與他國鐘表業競爭的不利影響。

當前瑞士鐘表業的另一重要課題在於如何增進世界銷售通路，特別是如何在新興國家有效地開拓市場。鐘表業向來的行銷策略都是透過與當地經銷商合作，由生產者與經銷商共同分擔資本與市場行銷風險；1990年初期鐘表集團資本雄厚，於銷售地設立子公司，有的略過大盤與經銷商，直接由子公司來銷售；有的採平行式銷售策略，由子公司自行銷售外，亦授權大盤商經銷。1990年末期鐘表集團進而開設單一品牌精品店或同一集團下不同品牌精品店（旗艦店）直接將鐘表零售給消費者，這種垂直整合式銷售方式，提供品牌行銷方便性，同時提高品牌能見度，有助於產品定價、減少不同零售商間削價競爭的風險，也能及時掌握市場供需資訊，得以快速調度與供應貨物，當然還能賺取本來讓出給大盤與零售業之間的價差。垂直整合式銷售方式，只有資本雄厚鐘表集團才能在世界各地昂貴的商業地段投下大筆租金開設專賣店，近年來也有另種銷售操作模式，也就是由鐘表商授權予當地零售商，由零售商自己決定經銷手段。

單一品牌精品店集中於大中華市場，光是中國大陸、香港與台灣的單一品牌精品店就超過全世界1/3；阿拉伯地區杜拜以及巴黎與倫敦皆有數量可觀的單一品牌精品店；在美國則集中於購物與觀光地，例如洛杉磯、拉斯維加斯、邁阿密與紐約。在亞洲大城市，如北京、上海與杜拜，常見多重代理經銷。在印度、馬來西亞、印尼與南非也有單一品牌精品店，唯目前銷售量仍低迷，但基於對於這些新興市場未來消費潛力的估計，再加上這些國家基礎建設缺乏，實難以透過傳統經銷管道銷售，故設置單一品牌精品店實乃進入這些新興市場的入場券。世界各地的重要觀光區都是銷售瑞士鐘表與設置單一品牌精品店的重要據點，例如加勒

比海上的小島St. Barthèlemy與Barbados，又太平洋的Guam島，南非、北非摩洛哥及埃及等等。瑞士中小型鐘表業受限於資本，無法在不同市場設立單一品牌精品店，應結合多個不同獨立品牌共同設置品牌精品店以提高其品牌能見度。

瑞士鐘表業中期前景依舊看好，相較於2010年的+22.2%與2011年+19.4%，2012年瑞士鐘表出口率為+11.0%，該成長率趨於正常化，並鞏固於高水平處，未來新興國家對於瑞士鐘表仍有相當高的市場需求。至於Samsung之Galaxy Gear 與Apple之iWatch等智慧手表（Smartwatch）是否將成為新的潮流，並造成瑞士現有鐘表業的衝擊，經問卷調查，2/3的瑞士鐘表經理人並不認為智慧手表的出現會帶來任何危機，但瑞士鐘表是否能長期持續成為寵兒，追求奢侈品是否仍是世界主流，高價位鐘表是否會被其他奢華品取代，這才是瑞士鐘表業需面對的課題，若世界將來不再以追求奢華為潮流，反倒以追求樸實與知足為上綱，那麼瑞士鐘表業使得緊追世界潮流與趨勢，快速地因應與改變。

（三）機械、電機及金屬加工業

瑞士機械與電子產品出口佔瑞士所有出口產品16%，產品外銷構成瑞士經濟發展重要支柱之一。瑞士機器主要外銷市場為德國，次為中國大陸及美國；另南韓、俄羅斯、印度、土耳其及巴西等國家，亦屬瑞士機器產品外銷15大市場。瑞士電子產品以生產資本財為重，故深受世界經濟景氣影響，主要客戶集中於製造業及營建業，尤以能源及鐵路兩大類為最，故公共建設投資熱絡與否，對該產業影響甚巨，瑞士電子產品重要之外銷市場為德國（30%）、美國（7%）、法國（6%）及中國大陸（50%）等，近年來對非工業化國家之輸銷亦有成長，10年之內由20%成長至30%。瑞士金屬加工品出口佔瑞士所有出口產品6%，產品銷售以歐洲（尤其德國）為主要市場，其精密機具及零配件為德、法、義、奧等工



業先進國家所偏愛，惟因近年來瑞士法郎大幅升值影響價格競爭力。

(四) 銀行業

瑞士金融銀行業已由傳統儲蓄及貸款業務，擴增至資產管理與個人理財（Private Banking）及企業融資、貿易與營銷等諮詢服務（Investment Banking）。規模宏大之瑞士聯邦銀行（UBS）及瑞士信貸銀行（Credit Suisse）銀行集團，以提供海外財團及富豪之資產投資與管理服務為主；中小規模之邦立銀行，則以經營國內客戶之儲蓄、轉帳及借貸等業務為主。依瑞士信貸銀行資料指出，瑞士銀行業之絕對產值合計為301億瑞士法郎。

2007年夏季瑞士聯邦銀行及瑞士信貸銀行兩大銀行受美國次級房貸影響，業績重挫、損失慘重、波及股市，兩大銀行之客戶將資金轉投資於各中小型銀行。2008年9月震波加重，瑞士聯邦銀行幾近崩盤，瑞士政府與瑞士央行及時聯手援貸600億美元。

由於美國、德國、法國、義大利及OECD與G20等國際組織皆不滿瑞士銀行多年來協助各該國富人隱匿財產避稅瑞士，紛紛透過對瑞士施壓，逼迫瑞士開放其聞名全球之銀行保密機制，迫於國際局勢，瑞士政府及金融界終於讓步，對外公開表態願意放鬆此一機制，2009年4月15日獲得OECD暫不將之列入黑名單之共識。瑞士央行（Nationalbank）及瑞士金融市場監督管理局（Eidgenössische Finanzmarktaufsicht FINMA）於2011年4月成立「金融穩定工作小組（Arbeitsgruppe Finanzstabilität）」，責成該小組研擬嚴密而有效之追蹤稽查辦法，藉以防範及清除可能出現之金融管理漏洞與死角。另為因應及落實「第三版巴賽爾銀行協議（Basel III）」管理機制，瑞士政府乃積極規範銀行自有資本適足率，藉以減低虧損衝擊（即建立視情況而定之可轉換公司債券機制 / Contingent Convertible Bonds / CoCos Bonds），並自2012年3月1日起配合推動釐訂加

強管理大型銀行之法規。自2019年逐步促使瑞士聯邦銀行及瑞士信貸銀行2家大銀行之存備自有資金須占總資產19%，為資本緩衝之用。

（五）瑞士電子數位市場

為搶佔以智慧型手機付款之市場，不僅是銀行等大型金融機構或電子業巨擘，連較小型業者也宣布開戰，瑞士百貨零售業Manor於2013年10月2日開始接受出示智慧型手機付款條碼的付款方式，而瑞士另兩家龍頭零售連鎖業Coop與Migros將於2014年跟進。

瑞士百貨零售業Manor須透過電信業（Swisscom瑞士電信）與信用卡公司共同合作，並利用名為Tapit手機軟體應用程式（App）方得以智慧型手機順利付款。預估至2020年，在歐洲透過電子商務與智慧型手機付款的交易，將高達200億歐元，打算在這塊市場上分食者，現在就得及時進入市場，經問卷調查，過半數德國銀行的經理人認為智慧型手機將於七年內擊退歐洲金融卡（EC-Karte）成為最強勢的支付手段。以智慧型手機付款條碼支付，則需要相應條碼掃描器，故研發與生產條碼掃描器的需求自然產生。

在電子化潮流下，保險業傳統結構將被改變，瑞士的保險業應緊跟隨網際網路之成功腳步，建立透過網路即能訂立保險契約的可能性。

擁有廣大顧客群的Google與電子商務巨人Amazon遲早會直接提供線上投保服務，目前網際網路已早有保費與保險給付比較服務，保險公司提出的保險方案，經比較一目瞭然，對於習慣於網路消費的電子新世代而言，保險契約之訂立應強調方便性、簡易性與迅速化，尤其是汽車險、旅行險、竊盜險與法律訴訟險等保險種類。至於保險給付，簡單案件亦應透過網路直接線上申請理賠；至於比較複雜的理賠案件，則回歸傳統保險業，由專人當面親自負責。經問卷調查，3/4強的保險業者願意提高公司內電子基本設施的投資，以改善經營並加強與顧客聯繫；近2/3的



保險業者可預見從網路與電子商務界勢必帶給傳統保險業極嚴峻的衝擊。保險業者應以顧客之需求為出發點，提供更符合顧客實質需求的保險類型，以汽車保險為例，應設計出依駕駛人使用習慣與使用時段而量身訂做的特殊保險，以合理保費來吸引顧客投保，又透過智慧型手機之定位系統功能與及時線上訂立保險契約功能，讓顧客僅在真正需要保險的時候才保險，同時也提供顧客在汽車事故發生第一時間就能獲得保險公司的協助。

瑞士國鐵局（SBB）正擴大提供免費無線網路上網服務，預計至2015年年底將有100處火車站可以讓人免費無線上網（WiFi），惟使用此無線網路者即同意瑞士國鐵局將其個人資料供市場資料分析用，而且該等資料得以被以具名的方式使用一年，一年後才改以匿名資料續使用，惟瑞士國鐵局此條款實違反瑞士郵政與遠方電信監督法，依該法規定，具名資料僅得以保存六個月，而且僅得以供追訴刑事案件用，不得供市場商業分析用，故瑞士國鐵局將面對瑞士聯邦資料保護與公眾事務代理人（EDÖB）進一步調查。

（六）醫療器材製造業

人口年齡結構之老化、慢性文明疾病增多、準開發國家人民生活水平逐步提升等因素，影響健康醫療器材產品之發展。瑞士醫療器材產品製造廠商95%以中小企業為主（員工以下50人），員工超過250人之大製造商僅約50家，90%瑞士醫療器材均外銷，歐洲市場為最（60%），美國次之（20%），非工業化國家（15%）。影響此一產業發展之兩大因素，一為研發與創新，另一為成本價格。該產業之研發與創新尤重奈米及資訊科技等新科技之快速融合，業者建立提撥10%營業額供研發與創新之用，並充分利用與各類大學之合作關係研發新產品。

各國之社會結構及醫療保險制度，影響健康醫療器材產品之銷售，當

健康保險給付使用某類醫療器材時，有助於健康醫療器材產品之銷售，2011年以來瑞士法郎大幅升值，有礙瑞士醫療器材外銷成長；2015年1月15日瑞士央行取消貨幣干預措施，造成瑞士法郎升值，將減緩瑞士經濟成長，又歐洲各國深陷歐債危機，國庫紛紛縮減社會福利及醫療保險支出，進而影響瑞士醫療器材產品出口成長。

（七）綠色科技與綠色相關產業

瑞士發展綠色科技以維護自然環境與資源，並期減少對環境之負面影響。國際專業刊物「智慧媒體（Smart Media）」特別指出：

瑞士是全世界上對垃圾之重複使用最為確實的國家，透過本地綠色科技高度發展，瑞士之資源回收使用率得以繼續正向成長。過去35年來瑞士本地垃圾產量持續增加，現今民間與企業垃圾年產量為550萬噸，是1980年的兩倍，但自2010年起，瑞士用以資源回收之垃圾已多於被焚燒之垃圾，其最主要的功臣在於：確實施行垃圾分類、民營資源回收業者之有效率的營運、消費大眾深具資源回收意識、綠色科技高度正向發展。

確實且有效率的垃圾分類，能減輕全球之原物料短缺問題、有助於節約與精簡成本、減少焚燒垃圾亦減少有毒物質之排放。目前瑞士回收使用之資源不限於玻璃、紙張、鋁罐與PET塑料瓶等大材質，憑藉高度發展之綠色科技力量，連焚燒後灰燼之微小顆粒都能再次回收利用，透過特殊磁鐵可以將銅與鐵等金屬從灰燼裡提取出來再次利用。瑞士之資源回收業利用近紅外線機（NIR-Geräte）檢測出消費者的錯誤分類，進而確保鋁罐、一般塑膠瓶與PET塑料瓶之正確分類。瑞士之污水淨化廠處理污水後產生大量的污泥，透過最新的綠色科技，能從污泥汲取再過幾年地球即將面臨竭盡之磷物質，經加工生產成供農藝與農業使用之磷肥。當今瑞士綠色科技尚致力研發將塑膠分離、回收與使用之技術與設備。



一個國家消費大眾之環保意識是各該國環保是否成功之最重要的因子，瑞士綠色科技產業發達，然而瑞士對垃圾重複使用如此成功之最重要的因素，則在於瑞士民眾、產業與政府之高環保意識。政府訂立環保目標、業者在生產之始即將珍惜資源與注重環境保育等價值列入考量，以生產PET塑料瓶為例，連同塑料瓶上之標籤材質、顏料與瓶蓋，皆以PET塑料瓶經使用後能以最簡單、最經濟之程序便得以回收重複使用為其生產製程之最高原則。

瑞士之綠色科技貫徹其維護自然環境與資源的精神，充分表彰在其全國同調之「發展可再生能源替代傳統電力與核電」能源政策：建蓄抽水蓄能電站以達調配與儲存電力之目的、同時興建新水力電廠增加水力資源；補貼民間與企業裝設太陽能光電系統設備費用，並以高價收購太陽能電力，以鼓勵發展太陽能；善用動物腐肉、內臟及糞肥等動物廢棄物以及廚餘等植物廢棄物所產生之生物質能，以生產熱能、電能與生物氣體。

瑞士致力於解決氣候變遷問題，對低碳投資提供了商機，我國廠商應尋求與瑞士企業技術合作，共同開發低碳產品、創造例如太陽能板與電動車等相關產業及市場。

四、經濟展望

2015年瑞士經濟深受強勢瑞士法郎影響，並須面對其他多項問題之嚴峻挑戰。依瑞士聯邦經濟部預估：2015年瑞士國內生產毛額實質成長將提升0.9%，2016年上升1.8%。2015年民間消費實質成長1.5%，2016年上升1.3%；2015年公部門消費實質成長上升2.6%，2016年維持2.6%；2015年營建及廠房投資實質負成長-1.5%，2016年維持0.0%；2015年生產設備投資實質成長上升1.5%，2016年上升2.7%。2015年瑞士出口實質成長0.7%，2016年上升3.8%。2015年進口實質成長2.4%，

2016年上升3.1%。2015年瑞士內需實質成長1.3%，2016年上升1.6%。預估2015瑞士失業率將上升3.3%，2016年上升3.4%。預估2015年瑞士物價上漲率-1.0%，2016年上升0.3%。

2015年1月15日瑞士央行（SNB）出乎意料地取消為期3年半之「以1歐元兌換1.20瑞士法郎為下限」之貨幣干預，於是造成瑞士法郎瞬間巨幅升值，引發全球外匯市場大地震，2015年1月20日歐元與瑞士法郎一度幾乎達一比一之匯兌平價，相對於其他歐洲國家，瑞士商品與勞務之價格一夕間大幅提高，瑞士出口業突然間喪失其價格競爭力，同時產生不可避免的帳面損失。瑞士法郎再次升值對瑞士內需市場極可能將造成負面影響，瑞士信貸銀行預測，在歐元兌換瑞士法郎比約略大於一比一的匯兌前提下，相對於2014年，瑞士2015年雖不至造成經濟衰退，然而本年之經濟成長應該更為微小。

強勢瑞士法郎推測將對大多數行業產生影響，然而卻不是唯一影響因素，目前局勢未明之全球經濟2015年是否得以順勢復甦，以及瑞士內需市場之動能逐漸減弱等兩大因素都將與強勢瑞士法郎共同左右2015年瑞士產業發展。2014年2月9日通過「反大量移民潮」創制性公投，在與瑞士總體經濟息息相繫之瑞士與歐盟之雙邊協定裡暗藏危險，同時世界各國地緣政治病灶2015年仍持續無焰悶燒。而全球貨幣政策所造成之全球性全面不確定並將影響發展。

瑞士法郎升值將對2015年瑞士境內餐旅業造成明顯負面衝擊，以瑞士為觀光目的地之費用將大幅提高，將造成外國觀光客於瑞士過夜數驟減，再者提高瑞士本國旅客至外國度假誘因。瑞士法郎升值對2015年瑞士餐旅業之影響程度，取決於未來幾個月震盪後之歐元與瑞士法郎匯兌比。瑞士法郎升值對瑞士產業之負面影響，首當其衝者即為瑞士餐旅業，由於餐旅業員工薪資佔整體餐旅業成本的比例極高，而此薪資成本無從外移至他國，該成本發生於瑞士境內，亦必須以瑞士法郎支付，與其他產業相較，即使透過提高工作生產效率，餐旅業之人力成本亦較無節省空間，而擴張中地緣政治風險迫使餐旅業已呈混沌之前景愈顯暗淡。



對於瑞士工業出口而言，2015年推測將是極為嚴峻的一年，幾乎所有工業都受到瑞士法郎巨幅升值衝擊，各產業之受創程度因不同影響因素而有異，主要決定因素分別為各該產業之出口依賴度及商品利潤價差、商品全球市場佔有率、以何種貨幣為商品訂價標準、在瑞士之生產成本占商品總成本的比例、以及買主對於商品價格的敏感度。

預估瑞士機械、電動工業及金屬工業之商品價格敏感度仍高，2015年該等產業預測將再次深受瑞士法郎升值負面衝擊，即使預期中全球經濟在2015年將達微些成長，瑞士機械、電動工業及金屬工業將卻因瑞士法郎升值影響，預期之出口銷售總額將減退。

相對於2014年，預估2015年化學、製藥與鐘表等業由於瑞士法郎匯兌效果，預期之出口銷售總額恐無法超越2014年。相對於其他出口產業，製藥業及鐘表業商品利潤高，故較具消化瑞士法郎升值所造成負面衝擊之能力，鑑於瑞士法郎匯兌效果，2015年整體瑞士工業推測極可能縮減工作職缺。

瑞士法郎升值將強烈衝擊2015年瑞士零售業，目前已存在之「境外觀光購物」風潮推測將順勢上延，瑞士境內食品類與非食品類價格預估皆將降低，然食品類價格下降幅度將大於非食品類，相較於2014年，預估2015年瑞士零售業總銷售量將減少，該行業之工作職缺亦將減少。惟汽車與消費品之進口商與大盤商反而能從強勢瑞士法郎獲利。

對除了銀行業以外之其他服務業而言，預測瑞士法郎升值所造成負面影響將遠小於對其他產業。預估瑞士法郎升值雖然可能會減少對服務業人力需求，而2015年之移入人口數亦可能將減少，兩者皆削弱瑞士通訊服務業及醫院服務業之人力需求，值得一提的是該人力需求削弱現象將遞延至2016年方易察覺。2015年企管顧問業及電腦資訊工程業等專門對企業提供專業服務之產業，相較於2014年，銷售總額與工作職缺可望緩步正向增長，其主要原因在於銀行與工業均面臨瑞士法郎升值壓力，必須另覓財政節約途徑，同時金融領域亦因政府政策添加許多法律管制規範，為

因應管制規範以及推陳出新之科技變革，企業不得不加強投資於電子與數位科技，於是電腦資訊工程業因勢得利。

預估瑞士本地營造業及與營造有關之建築師、工程師行業以及不動產買賣租賃業受瑞士法郎升值所造成之負面影響有限，由於2015年瑞士仍將維持低利率，尚待施工建案仍大排長龍，是以2015年瑞士本地營造業推測將停滯於高點，同時受政府管制措施與預期移入人口將略減等兩條件影響，瑞士本地營造業銷售成長預估將受到限制，金屬與木材工業因而必須因應產業成長動能減弱的挑戰。

（一）瑞士重要經貿措施

2014年中生效之自由貿易協定分別為與中國大陸之自由貿易協定（瑞士與中國大陸所簽訂之雙邊自由貿易協定，2014年7月1日生效）、與海灣合作理事會之自由貿易協定（透過歐洲自由貿易協會EFTA與巴林、卡達、科威特、阿曼、沙烏地阿拉伯及阿拉伯聯合大公國等六國簽訂，2014年7月1日生效）以及與中美洲國家之自由貿易協定（透過歐洲自由貿易協會與哥斯大黎加及巴拿馬簽訂，2014年8月29日生效）。

1、與中國大陸之自由貿易協定

瑞士與中國大陸所簽訂之雙邊自由貿易協定，自2014年7月1日生效，瑞士出口商冀望該協定將有助於開拓中國大陸市場，同時提高法律安定性與加強對智慧財產權之保護，以保障瑞士出口商之權益。瑞士日報（Tages Anzeiger）報導指出，投資中國大陸需要足夠的耐心、時間及財物力，進入該市場應抱有三年內不獲利之打算。中國大陸過去身為世界工廠的意義不再，在極短的時間內中國大陸已從世界工廠（製造地）搖身一變為全世界極重要銷售市場。雖然中國大陸經濟成長率減緩為每年約7%，然而對於多數瑞士出口商而言，中國大陸市場仍深具吸引力，以中歐國際工商學院（CEIBS）最新問卷調查資料得知：與去年獲利相較，瑞士公司預期2014年其與中國大陸有關之



業務，獲利可成長5.6%；即使中國大陸經濟成長趨緩，4/5瑞士公司仍認為其在中國大陸之業務仍具獲利性；對於58%瑞士公司而言，中國大陸仍是全世界前三個最值得投資地方。然而投資中國大陸需要足夠的耐心及充裕的時間和財物力，80%外國公司受中國大陸之高經濟成長所吸引，在尚未有齊全準備前，便貿然前進中國大陸，其風險自然大增。前進中國大陸實不得倉促與草率行事，對於外國出口商而言，應該先確認其商品是否能為中國大陸市場所接受、又該商品於中國大陸當地是否有競爭力，若要進入該市場，必需先由經理人於當地進行基本市場調查，以了解商品是否能銷售（是否有需求）以及在何處何地得以銷售。駐上海之瑞士中心（SCS）亦指出，中國大陸大市場雖然甚具吸引力，然而該市場競爭極激烈。存於某些工業之小生態的競爭相對較緩；若部分當地供應商因受其大客戶特別指定以某類當地產品供貨，則該類供應商最不受市場激烈競爭所影響，該市場競爭最為溫和，是故如何與大集團保持良好且穩定的供貨合作關係，將有助於提高商品銷售之穩定基礎，同時亦有助於提高生產者之產銷計畫安定性。中國大陸成為全球第二大經濟體，已從世界工廠變為全世界兵家相爭之銷售市場，然而中國大陸當地生產者才是其他各國生產者之最大競爭對手，他們熟悉本地政府、政治社會關係與工商環境，比他國生產者更懂得如何爭取客戶，同時中國大陸生產者早已準備好對研究及發展（R&D）大量投資，若單以技術面論，在相當多工業領域，中國當地生產者與其他各國之技術能力差異微小，其差異性幾可論為無關緊要。對瑞士公司或瑞士出口商而言，中國大陸當地生產者之競爭實力已成熟，實質上就當地市場而言，中國大陸當地生產者已居於不敗之地，瑞士企業若仍想在該市場生存，唯有繼續研發創新，同時加強市場行銷，以取得客戶之信賴，惟許多瑞士企業卻忽視此重要

性。中國大陸目前仍欠缺專業勞動力，企業只能自己培養專業人力，然而人才一培養出來，員工馬上換公司，找下一個更好的可能性，在中國大陸依產業別不同，員工每年流動替換率高達20%至30%，是故若想進入中國大陸市場，則須要有三年內不獲利之打算，若能克服初期投入大量財物力之困難，方得享有未來之盈利，故瑞士公司應具備耐心，應給駐派當地之經理人及經銷代表人多些奮戰時間與空間。按瑞士之工業技術能力居世界之頂尖地位，然而其對中國大陸近年研發及工業能力之快速發展仍懷戒慎恐懼之心，瑞士尤其關切中國未來對其製表業、生醫製藥等民族工之威脅。相信未來瑞士民間對中國之技術移轉將更加小心翼翼。

有關瑞士與中國大陸頃簽署雙邊貨幣互換協議事，據瑞士中央銀行於2014年7月21日對外發佈之聲明指出，瑞士與中國大陸於2014年7月21日於北京簽署「瑞士與中國大陸雙邊貨幣互換協議」，兩央行得以購買與購回瑞士法郎與人民幣，上限為1,500億人民幣（經折算約為210億瑞士法郎）。據瑞士日報報導指出：西方各金融中心正在為人民幣業務搶占有利地位，由於中國大陸正通過在歐洲與亞洲各地指定人民幣清算銀行以清算銀行間的人民幣交易，例如在倫敦指定中國建設銀行、在法蘭克福指定中國銀行、在首爾指定交通銀行，未來尚計劃在巴黎及盧森堡等地另指定人民幣清算銀行。迄今中國大陸僅指定中國大陸之銀行為其海外人民幣清算銀行，瑞士在簽署與中國大陸之雙邊貨幣互換協議後，下一步目標則是達成以在瑞士以瑞士銀行為人民幣清算銀行之目標。

2、與海灣合作理事會（GCC）之自由貿易協定

瑞士透過歐洲自由貿易協會與海灣合作理事會於2009年6月22日簽署自由貿易協定，並於2014年7月1日生效，瑞士近年竭盡所能地與



他國簽訂自由貿易協定，不論是單獨與他國簽署雙邊協定，或是透過歐洲自由貿易協會對外簽署，目的皆在於去除關稅障礙、拓展與擴大出口市場。

瑞士日報2014年1月25日分析報導指出，瑞士迫切想要與之簽訂自由貿易協定之國家具有下列特色：該國享有巨大市場（或大市場可能性）、其政府值得信賴且能讓人有所期許，以及一個與瑞士人所了解之民主要件或許不完全相符，但相對上仍可稱之為民主的國家。

瑞士信貸銀行2014年6月4日公佈「瑞士中小企業成功之因素（Erfolgsfaktoren für Schweizer KMU）」報告指出，世界經濟力重心在地理上的轉移與新興國家社會經濟之變遷，影響未來瑞士貨物出口結構。

瑞士經濟具有很強的出口導向，屬外貿占國內生產總值比例最高的國家之一，其經濟之特點在於透過商品與人員之高效率跨境流動與國際市場高度融合，瑞士致力於探察國際市場先機，反應敏銳，掌握世界各地經濟力之榮枯消長，鎖定全球具購買力之中產階級為其目標客戶群，並將該客戶群之民生消費用品列為未來主要潛力商品，同時對開發食品、醫藥科技、製藥業市場皆具備奮起直追的空間與潛力：當國際市場面臨廉價競爭，瑞士採「品質差異化策略」，將其高品質產品鎖定在高價市場。海灣合作理事會六國人口共計5,000萬人，每年國內生產總值超過1兆美元，2013年該六國之每人平均國內生產毛額（人均GDP）皆高於我國。瑞士致力協助其中小企業拓展波斯灣海合六國市場，以該市場中具購買力之中產階級為瑞士企業出口之目標客戶群。拓展波斯灣海合六國市場與進入其他新興市場相同，需要為開疆闢土而長期抗戰之準備，其市場進入成本為大量時間、資金、經驗及與當地人脈，當地人脈與良好關係實為瑞士中小企業能否得

以自波斯灣海合六國市場獲利，與是否得以成功拓展市場之決定性因素，瑞士中小企業應向在波斯灣國家已有拓銷經驗之合夥對象請益，或經由公協會（例如瑞士Swiss Business Hubs GCC）及駐外單位取得波斯灣市場當地重要連絡名冊。

瑞士商業週報（Handelszeitung）2014年9月25日「波斯灣國家（Golfstaaten）」報告指出：與海灣合作理事會之自由貿易協定生效，將有助於開拓波斯灣市場，同時透過提高法律安定性進而保障瑞士出口商之權益，預估未來十年，瑞士本地出口商將可節省12至17億美元關稅。為了適用自由貿易協定之優惠規定，瑞士出口商必須提出原產地證明，對於銷售量小之瑞士中小型企業而言，提出原產地證明所需支出之行政費用與成本負擔實遠重於對大型中小企業，就此瑞士對外貿易及投資推廣協會（Switzerland Global Enterprise，即S-GE）、瑞士聯邦關務署（EZV）及各地方邦商會（Kantonale Handelskammer）皆定期舉辦活動與市場說明會，幫助瑞士出口商申請並適用波斯灣海合六國自由貿易協定之優惠規定。海灣合作理事會六國具市場規模且平均所得甚高，大部分民生消費用品皆高度依賴進口，故符合瑞士品質差異化策略，值得瑞士將其高品質產品鎖定於波斯灣海合六國高價市場。1981年起波斯灣海合六國進行第一波現代化，1990年起大力推動第二波現代化，過去波斯灣海合六國一味將油田與天然氣收益挹注於海外投資，1980年代起意識原油與天然氣蘊藏所得之收益並非永無止盡，故致力於分散投資，其中最重要的分散投資便是開始大規模興建與改善境內基礎建設。波斯灣海合六國經濟成長迅速，目前除了歐洲自由貿易協會外，僅新加坡先與海灣合作理事會六國簽訂自由貿易協定，除此而外，並沒有任何其他國家或組織，瑞士因而得以優先於歐盟、美國或其他國家享有進入與開拓波斯灣海合六國市場之先機。欲



拓展波斯灣市場需要有開疆闢土之長期抗戰準備，因該市場成長迅速，必得經過長期策略方得以收效。與海灣合作理事會之自由貿易協定對各該不同的行業別之影響力及重要性不同，意義也各異，對於瑞士製藥中小企業而言，因WTO原已免除製藥業關稅，嗣後與海灣合作理事會之自由貿易協定對瑞士製藥業出口於是並未帶來顯著正面影響；然而對瑞士鐘表與首飾等奢華用品則應有顯著正面影響。瑞士冀望透過自由貿易協定之簽訂來增加出口量，經實證調查結果得知，自由貿易協定有助於打開與改善外國市場之門，然而自由貿易協定並未能增加出口量。但本自由貿易協定之簽訂與生效可以確保瑞士中小企業減少成本之支出，預估未來十年瑞士中小企業瑞士本地出口商將可節省12至17億美元關稅，透過自由貿易協定可以確保瑞士中小企業得以長期免除這些成本支出，自由貿易協定在此意義下便提供瑞士中小企業在出口成本面之長期且確定的保障。當地政府對於未來要發展之產業，該如何分散投資已有明確之規畫，以身為G20成員之沙烏地阿拉伯為例，在未來之7至8年間預計要創造300萬個新的就業機會，便是不再僅以原油與天然氣供應國畫地自限，而係以建設「工業生產國」為目標，正因為其以工業化、建設成工業生產國為目標，所以對於瑞士工業而言，絕對是不可多得的好機會，瑞士企業必須對波斯灣海合各國當地情況與特色深入研究。波斯灣海合各國政府早有充足資金可供支配，對於如何培養在地人材更具高度興趣與需求。倘若瑞士企業能提供職業技術訓練、或是提供移轉Know-How時必要的協助與支援，勢必到處皆受歡迎。雖然瑞士採「品質差異化策略」將其高品質產品鎖定在高價市場，然而單單光靠Swiss made，恐仍無法輕易取下市場，在波斯灣海合六國仍得面臨價格競爭，價格仍是決戰重點，瑞士中小企業仍須有迎戰之準備。過去十年來，瑞士對阿拉伯聯合大公國

出口貿易從12億提升至32億瑞士法郎，出口成長極高，其中80%皆為再出口，杜拜為波斯灣海合六國最重要轉盤。透過2014年7月1日生效之自由協定，12%瑞士食品現在已得以免除關稅（例如咖啡、若干類果汁、果醬、冰淇淋）；五年後，超過1/4瑞士食品皆得以免除關稅(例如乳酪、蜂蜜、甜食、水果、堅果類、穀物片等)。由於阿拉伯聯合大公國食品市場極為競爭，瑞士食品出口業必須在品質、行銷與價格三方面與他國產品競爭，尤其在阿拉伯聯合大公國食品市場中，目前仍屬較不知名之瑞士品牌，競爭會更為激烈，行銷瑞士品牌之最重要的訣竅莫過於行銷瑞士之國家與國民形象（即翠綠的山丘、清淨空氣、高素質的人民等等），因為瑞士之乾淨與高品質之國家與國民形象最符合阿拉伯聯合大公國追求健康飲食之需求。目前波斯灣海合六國為瑞士出口貿易之第五大合作對象，預估未來波斯灣海合六國對於瑞士出口貿易之重要性至少保持第五，甚至還得以再往上提升。

3、與泰國洽簽自由貿易協定之進展

早在2006年便存有泰國與歐洲自由貿易協會（EFTA）之自由貿易協定談判案，而今處於泰國內部最後程序。對瑞士而言，期待透過簽訂此自由貿易協定，有利於瑞士進入泰國市場，更在乎的事是有助於瑞士與東協（ASEAN）的關係；對泰國而言，若泰國成為東協共同體的物流中心，預估需要投入超過6億的勞動力與660億美元的資金以改善各種基本建設。目前瑞士不僅出口鐘表或醫藥生化產品至泰國，因泰國的加工業需求大增，瑞士也大量出口機械與精密儀器至泰國，目前已超過150家瑞士公司於泰國投資，已提供超過5萬2,000個就業機會。現今生活在泰國的瑞士人約7,000名，生活在瑞士的泰國人3萬名，除了貿易外，觀光效益也牽動雙邊的經濟貿易。

4、與印度洽簽自由貿易協定之進展及爭議



自2007年起，瑞士代表歐洲自由貿易協會（EFTA）主導與印度談判簽訂自由貿易協定事，期待以歐洲自由貿易協會會員國之1,300萬人口市場換得到印度之超過12億人口巨大市場。過去十年來，瑞士與印度雙邊貿易成長三倍多，瑞士對印度主要出口產品為貴重金屬、珠寶、機械器具及生化產品與醫藥品。

由於歐洲自由貿易協會之其他會員國挪威、列支敦斯登與冰島等國並非製藥大國，對這些國家而言，在印度的藥品專利權並不重要，挪威甚至表明其已準備好與印度簽訂自由貿易協定的立場；然而對於瑞士而言，印度是否願意提供藥品專利權與其他智慧財產權之保障，左右瑞士簽約意願，瑞士生命科技產業同業公會（SGCI）特別強調，若印度不能保障瑞士之智慧財產權不受侵害，對研發國瑞士而言，與印度簽訂自由貿易協定將造成瑞士具毀滅性的嚴重後果；同時瑞士鐘表業對於與印度簽訂自由貿易協定事也持懷疑態度。2013年4月1日瑞士諾華大藥廠在印度歷經七年藥品專利權纏訟敗訴後，已表示無意願續與印度合作研發新藥，將轉移陣地另覓合作夥伴，另瑞士羅氏大藥廠近年來也遭類似處境。

對瑞士而言，自由貿易協定能否完成簽訂存有三大爭點，首先印度尚未明確告知，印度市場之開放內容與範圍，依最新談判進展得知，印度已同意歐洲自由貿易協會所欲達之降低工業產品關稅目的，以2012年為例，印度平均關稅稅率約為14%；惟瑞士尚未能如願取得印度對於瑞士農產品、巧克力及硬乳酪之大尺度讓步；另印度是否具有確保資料安全的能力與意願，則是另一爭點。惟值得一提的事是瑞士與印度就技術面的貿易障礙已成功去除。

對印度而言，印度急需瑞士證實「印度為具資料安全性的國家」，若印度軟體公司之程式符合資料安全要件，印度軟體公司與人才便

能進入瑞士市場分食軟體業大餅。印度以與歐洲自由貿易協會談判簽訂自由貿易協定之經驗，作為其將來與美國、歐盟或其他國家談判前車之鑑，同時卻也擔心若對歐洲自由貿易協會廣開大門，未來其他談判國家亦要求比照甚或優惠辦理。

瑞士聯邦經濟部特別指出，以目前瑞士與印度談判基礎而言，瑞士實在沒有拒絕簽訂自由貿易協定之理由，自由貿易協定並不會對瑞士當前局勢造成任何不利影響，惟印度將來仍舊沒有商品或服務之識別商標，與過去相同，將來也沒有任何對智慧財產權保障加強之措施。

瑞士與印度之自由貿易協定迄未完成簽訂。瑞士製藥業以大量增加製藥業工作機會為條件，要求印度政府對於藥品專利權給予保障。瑞士生命科技產業同業公會指出，印度雖然簽訂了WTO之「智慧財產權協議（TRIPS）」，卻違反該協議就保護智慧財產權應遵守之義務，同時還強迫在印度的外國公司在印度當地生產藥品，喪失藥品專利權保護將會造成瑞士製藥業財務上具毀滅性的重大損害。除了瑞士外，美國貿易商會也要求美國華府改變印度在美國貿易對手國中之分類，必要情形下得以對印度施予貿易制裁。對印度而言，透過與歐洲自由貿易協會之自由貿易協定，印度軟體公司與人才得以進入瑞士市場，2014年2月9日瑞士公投結果並不影響印度人才進入瑞士市場，因為申請至瑞士之電腦工程師本來就是依配額且以取得3至5年工作簽證者為限，惟相對於印度軟體人才的供給能力與供給量，瑞士軟體人才需求市場實屬微小，彷彿一滴小水滴落至炙熱的巨石上，瞬間蒸散，對於印度勞動市場而言實在起不了大作用，推測印度將來對此勞動力流勢深感失望。印度確實握有未來全世界最多人口與最大市場的王牌，該如何善用這張王牌，以捍衛印度本國利益為優先考量，同時兼顧全



球利益，實為印度當前要務，印度無意也無須急於一時與任何一國簽訂不夠完善或過度退讓之貿易協定，當然也無須因與歐洲自由貿易協會所談判之內容而與他國簽訂條件相同或更為退讓之貿易協定。

5、通過「反大量移民潮」創制性公投案

瑞士於2014年2月9日通過「反大量移民潮」創制性公投案，瑞士本次公投並非專門限制歐盟公民的移民人數，而是經由國家社會與經濟總評估，由瑞士訂定每年所有外國人移民人數的上限，這包括所有歐盟公民與非歐盟之他國公民以及連同政治難民與國界邊境工作者在內的所有外國人人數。因瑞士與歐盟簽訂有歐盟公民在瑞士就業市場享有與瑞士人相同的權益，所以此公投案被解讀為專門限制歐盟公民的移民人數。

歐盟委員會與歐盟國家對瑞士此公投結果深表遺憾與震驚，認為此公投結果嚴重違反「歐盟之人民遷移自由之最中心基本原則」，將造成瑞士與歐盟外交與經濟嚴重負面結果；反之歐盟部分國家之反外來移民之人民黨，例如英國、德國與法國等，則認同瑞士公民公投的立場，甚或預料在部分歐盟國家亦將帶動「反歐盟之人民遷移自由」風潮。

瑞士聯邦政府因事先未預料本公投案竟然通過，對公投結果深感錯愕，亦尚未能及時擬訂出危機控管措施，也無從預知與歐盟談判時會碰到何種經濟與外交制裁。因瑞士政府依法須於三年內依創制公投結果制訂相關法令，故在研擬新法規過程中勢須與歐盟進行溝通，以免其貨品及服務貿易遭受關稅及非關稅障礙之衝擊。倘最終瑞士仍堅持限制歐盟人口自由入境工作，相信歐盟必會全面檢討對瑞士貿易政策與措施，影響瑞士對歐盟貿易，且瑞士本身也將受外國人才減少而降低國際競爭力。由於從國外大量移入之移民及營建業之活潑動能曾

經是帶動瑞士境內市場經濟成長之推進力，2014年2月9日所通過「反大量移民潮」創制性公投，將限制由國外移入瑞士之移民，由於「反大量移民潮」公投將以何種形式付諸實行仍未確定，許多行業不確定未來是否仍得以依其自身需求而自由引進足夠歐盟專業人力，也不確定瑞士所生產貨品是否仍得續享有不受貿易障礙所限自由輸出至歐盟市場的現有條件，此等不確定性實有礙瑞士企業投資經營活動之規畫與佈局，而瑞士是否仍能自歐盟各國持續引入足夠專業人力，實為瑞士企業長期以來保持成功之重要因素。

五、市場環境

瑞士對精緻耐用且高品質之消費品購買潛力高，消費型態多元化，倘某產品能成功地在瑞士開拓市場，便能以同樣模式在歐洲其他國家暢銷，瑞士市場誠屬進入歐洲市場之試金石，若我國廠商以進軍歐洲市場為終極目標，實應先留意瑞士市場動態。

依我國關務署資料顯示，我國出口至瑞士前五大產品為電話機與通訊器具、積體電路、碟片及磁帶、變壓器、靜電式變流器、非動力之二輪腳踏車及載貨三輪腳踏車，該等產品之競爭對手國分列如下：電話機與通訊器具（美國、韓國、中國大陸）、積體電路（韓國、美國）、變壓器、靜電式變流器（中國大陸）、非動力之二輪腳踏車及載貨三輪腳踏車（高價位腳踏車與零件為日本及義大利，（以中低價位腳踏車與零件為中國大陸及越南主）。

瑞士對精緻耐用、功能佳、高品質之消費品偏好高，故欲打入瑞士市場，追求高品質實為不二法門。

近年因境外物價便宜，而形成刻意到外國購物之「境外觀光購物」風潮，此為瑞士零售業目前面對的困境，另在全球化與國際競爭的影響下，透過網際網路比價，瑞士境內產品之高單價一目了然，於是同時興起網路購物（online-shop）風



潮，許多居住在瑞士之人先在瑞士境內實體商店了解產品功能與特性，再透過網際網路比價，最後向國外虛擬網路商店網購商品。國外網購商品之單價遠遠低於瑞士境內實體商店之售價，仍需支付郵寄費與可能產生之關稅，其中以不強調售後服務之產品最具透過網際網路促銷之潛力。

六、投資環境風險

據「瑞士國際管理學院」(IMD)所公布之最新世界各國競爭力報告指出，2014年瑞士國家競爭力排名第2名(我國排名第13名)；瑞士「世界經濟論壇」(WEF)公布之2014-2015年全球競爭力評比報告指出，2014年瑞士全球競爭力連續5年蟬聯第一(我國排名第14名)；美國商業環境風險評估公司(Business Environment Risk Intelligence, 簡稱BERI)於2014年3次之「投資環境風險評估報告」中指出，瑞士投資環境評比(Profit Opportunity Recommendation POR)排名居全球第2名(我國排名第5名)。

瑞士之基礎建設完整、政治穩定民主、公務員廉能有效率、法規健全、人民守法、創新研發人才充沛、市場開放、社會安定、勞工素質高且工作動機強烈、金融及高附加價值服務業發達、地理位居歐洲中心、交通發達、產銷及營運便利、貨物與資金流動自由，而最重要的是瑞士以其標示之「Swiss Made」道盡全世界追求精密產品之排他獨專性、及卓越品質的需求，在瑞士平均工資極高的情形下，仍深具吸引他國企業前來投資的誘因。

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

根據瑞士中央銀行2015年3月份之最新統計資料顯示，截至2013年底，全世界各國在瑞士之投資累計總金額為6,880億8,400萬瑞士法郎，累計金額排名前五大名之國家分別依序為荷蘭（1,899億8,200萬瑞士法郎）、盧森堡（1,442億7,000萬瑞士法郎）、美國（876億5,500萬瑞士法郎）、奧地利（598億9,600萬瑞士法郎）及法國（384億2,100萬瑞士法郎）。

二、台（華）商在當地經營現況

在瑞士有宏碁電腦、台達電、長榮海運、華碩電腦及百略醫學Microlife等台商直接設立營業處所並派有員工經營，另尚有少數高科技集團由當地瑞商代為經銷。近年來少數旅瑞台商離開原就職外商公司自行創業，以小規模循序漸進之方式在高科技產業領域發展個人事業。

我國在瑞士投資基本情況變化不大，亞洲各國在瑞士之投資相較於歐洲各國，均屬極微量，依據經濟部投資審議委員會資料，截至2015年1月1日為止，歷年來我國於瑞士之投資，累計共23件，投資金額累計為1億3,393萬美元；瑞商在台灣之投資，累計共281件，投資金額為8億296萬美元。

三、投資機會

瑞士為工商自由、市場及資金開放之國家，對外國人投資之種類及行業，基本上並無明文限制之規定。瑞士之微電子、光電、資訊、奈米應用科技、精密機具、



再生能源、環保、生醫製藥及基因工程等高科技、附加價值高且無污染之高科技產業最深具潛力。

對我國有意前來歐洲投資的廠商而言，瑞士投資環境具有甚多優點：政治安定、法規透明、政府效能高、設立公司容易、賦稅輕、位處歐洲地理中心、人力素質高、品牌力強及生活環境舒適等，所以瑞士適合我國企業前來設立歐洲運籌總部或研發中心，或以併購方式取得瑞士企業既有的技藝、品牌及銷售通路。然而瑞士物價高且工資昂貴，並不適合我國代工生產或薄利多銷型態的企業在此地從事生產活動。

巨大的機會往往從必要性出發，當市場存在有對大量資料存取與運用的需求，然而竟發生美國竊聽風暴及誹聞，這反而有助於瑞士發展資料中心，瑞士迎接雲端資訊儲存服務業（Cloud Computing）來臨。瑞士公司其地理適中、政治社會安定及客戶保守機密等傳統優點，吸引國內外大小企業將其公司業務之電腦資訊如同向銀行開設帳戶般，委託雲端公司代為設立資訊運作中心並作有系統之管理，未來商機發展之無限，堪稱服務業投資之新機會。

2013年9月25日瑞士信貸銀行公佈最新「瑞士各邦與各地區環境評比」（Standortqualität der Schweizer Kantone und Regionen），該報告以7項指標分析全瑞士26邦之環境優劣勢，該報告即可成為企業考慮應選擇在何邦設立公司所在地、在何邦營運的參考指南；又足以作為政府訂立政策時的重要參考手冊，在各邦政府決定應提供哪些足以鼓勵企業主投資的條件，進而創造當地就業機會與促進整體經濟發展，並達成增加地方邦總稅收的目標。

該報告之7項客觀指標分別為：法人的稅捐負擔、自然人的稅捐負擔、對專業勞動人力的支配度、對高等教育人才的支配度、附近衛星城鎮居民的聯繫難易度、企業商號之上下游與同業異業間的聯繫難易度，以及往返國際機場的聯繫難易度。至於其他影響環境的因素，例如風景或公務機關的服務態度等不容易量化的主觀指標則不列入該報告分析。綜合評比排名前五名的邦為：Zug（第1名），Zürich（第2

名)，Basel（第3名），Schwyz（第4名）與Aargau（第5名）。

以稅捐負擔而論，最粗略的論點為「愈優惠的法人稅捐制度，愈能吸引企業主投資；愈低的個人所得稅與財產稅稅率，愈能吸引自然人遷入。愈多的企業進駐與愈多的居民入住，雖然稅率減低，但總基數增加，加乘後的地方總稅收不減反增」。然而究竟哪些邦才有條件以減少個別稅捐負擔，即以採低稅率的方法，進而達到促使業主投資、鼓勵新移民入住，進而達到增加地方邦總稅收的目標，究竟是不是所有的邦都適合「削稅競爭」方式，就此瑞士日報（Tages Anzeiger）2013年10月2日報導特別指出，以瑞士中部Obwalden與Luzern這2個邦為例，兩相比較後發現：唯有面積小且全邦各區地理位置集中的邦才可能透過減低稅率吸引投資或吸引富人移民的手段，達到改善財政緊張的赤字問題，像Luzern邦有許多地區偏遠，對外交通聯繫不易，這些地區就算稅捐負擔減低，也難達到招商或吸引移民的目的，因此Luzern邦的總稅收與財政赤字問題，便無法透過減低稅率改善。

該報告之稅捐負擔的評比指出，瑞士德語區與法語區的稅捐負擔形成明顯對比，綜合排名的前幾名Zug（第1名），Zürich（第2名），Schwyz（第4名）與Aargau（第5名）都提供低稅率，全在瑞士德語區。法語區的稅捐負擔極高，惟本報告並未能將法語區地方邦「暗自」提供給各企業主的稅捐優惠計算在內，例如控股公司的稅捐優惠（*Holdingsprivileg*）；也未能詳列提供自然人移居的稅捐優惠所造成的影響，例如獎勵富人移居的總數稅捐（*Pauschalbesteuerung*）。一則因地方邦不願提供正確稅捐優惠資料，所以該報告無法將此因素一一計算在內，再則這類地方邦「私自」提供的稅捐優惠條件是否能長久維持；更甚有若取消稅捐優惠條件，是否將造成企業主與富人大量出走與移居現象；又對於少數某些企業或行業給予稅捐優惠是否違反歐盟（EU）與經濟合作暨發展組織（OECD）的平等要求，不無疑問。

以對專業勞動人力的支配度而論，該報告考慮的專業勞動人力，不僅僅以居住於當地的居民為限，尚包括每天瑞士境內通勤者與居住於鄰國每天跨境至瑞士工作者，綜合評比排名前幾名的Zug（第1名）與Zürich（第2名）可供支配的專業勞動



人力極多，此外綜合排名第18名的Bern可供支配的專業勞動人力亦屬極多。以對高等教育人才的支配度而論，綜合評比排名前幾名的Zug（第1名）與Zürich（第2名）可供支配的高等勞動人力極多，此外綜合排名第18名的Bern與日內瓦湖畔法語城市Nyon與Lausanne可供支配的高等教育人才亦極多。以附近衛星城鎮居民的聯繫難易度而論，綜合評比排名前幾名的Zürich（第2名）與Basel（第3名）之衛星城鎮居民的聯繫極容易，整個瑞士東北區即大蘇黎世地區裡Zug（第2名）與Aargau（第5名）皆屬附近衛星城鎮居民聯繫容易的地區。以企業商號之上下游與同業異業間的聯繫難易度而論，綜合評比排名前幾名的Zürich（第2名）之企業商號之上下游與同業異業間的聯繫極容易。另值得一提的是某些位於邊境的城市，例如位於德國、法國與瑞士三國交界的Basel，以及位於義大利米蘭大經濟區附近的瑞士Tessin，便屬於「與鄰國居民、與鄰國企業商號之上下游與同業異業間的聯繫容易的地方邦」，與鄰國聯繫容易的特點，讓這兩地區在全瑞士環境評比增添些有利的籌碼。以往返國際機場的聯繫難易度而論，綜合評比排名前幾名的Zürich（第2名）就位於機場旁，此外綜合排名第23名的Genf（即綜合評比排名倒數第4名的日內瓦）也因位於日內瓦機場旁，而與Zürich並列為往返國際機場聯繫極方便的城市。

第肆章 投資法規及程序

一、主要投資法令

在瑞士，與投資有關之法規多散見或隱藏於其他之法規當中，且因各地方邦規定互異，我國業者如有意前來瑞士投資，我「駐瑞士代表處經濟組」可視業者需要就個案提供協助，代為聯繫各地方邦主管投資業務之官員，洽商有關問題。

二、投資申請之規定、程序、應準備文件及審查流程

瑞士聯邦憲法保障經濟自由，允任何人（包括外國公民）在瑞士發展業務，但是外國公民必須擁工作與居留許可，才能在瑞士長期發展業務。在瑞士成立公司無需得到政府部門的批准，也無需具備商會或專業協會之會員身份。

擬前往瑞士投資，宜先釐清將定位於何種企業形式從事運作。茲將瑞士一般公司之型態及其設立之申請規定與程序、審查流程等概述如后考量責任風險與法人獨立性等因素，建議國人前來瑞士投資時可優先考慮選擇股份有限公司（AG）或有限公司（GmbH）為公司形態。

在瑞士設立公司可由國人自行辦理或委託信託公司（Treuhändbüro）或律師事務所辦理。委託信託公司（Treuhändbüro）辦理，費用相對低廉，與我國內設立公司費用相較，仍屬昂貴，外國人在瑞士設立股份有限公司或有限公司之包括顧問諮詢、擬訂公司章程、訂立設公司合約、公證人公證合約費用、與公司商業登記費等等手續，至少需5000瑞士法郎；委託律師事務所辦理，費用高，一般而言，瑞士律師事務所收費標準為按時計酬，每小時時薪為350至500瑞士法郎，文件一來一往，曠日費時，若能將所需文件依規定一次備齊，不僅可以節省設立公司所需之時間，



也得以省下許多必須支付律師的費用。

關於瑞士股份有限公司（AG），其股東人數至少為1人，最低資本額為10萬瑞士法郎，發起時至少須繳存達股票票面金額20%且達5萬瑞士法郎，另得以現金以外財產出資（須符合瑞士民商法第634條規定）。股份有限公司必須辦理商業登記，同時也被課予記帳及提列財務報表義務（依瑞士民商法第640條規定），至於公司財務報表是否必須委外經會計師查核，則視公司實際營運情形辦理（依瑞士民商法第727條至第731a條規定）。股份有限公司經商業登記後取得法人身分，繼而當然享有在法院提起訴訟或成為被告的訴訟權（依瑞士民商法第643條規定）。股份有限公司必須透過在瑞士設有戶籍之人對外代表公司，這個人可以是股份有限公司之董事會董事，也可以是由外聘僱之經理人（現行瑞士民商法第718條第4項規定）。責任風險低，符合公開發行股票要件時，得公開發行股票。股份有限公司公司章程範本（Musterstatuten AG），請上網鍵入關鍵字Musterstatuten AG查詢。

關於瑞士有限公司（GmbH），其股東人數至少為1人，有限公司之最低資本額為2萬瑞士法郎，設立門檻相對低，設立程序較為簡便，得以現金以外財產出資（須符合瑞士民商法第777b條與第777c條規定）。有限公司必須辦理商業登記，同時也被課予記帳及提列財務報表義務（依瑞士民商法第778條規定），至於公司財務報表是否必須委外經會計師查核，則視公司實際營運情形辦理（依瑞士民商法第818條第1項規定明文適用第727條至第731a條關於股份有限公司規定）。有限公司經商業登記後取得法人身分，繼而當然享有在法院提起訴訟或成為被告的訴訟權（瑞士民商法第779條規定）。有限公司必須透過在瑞士設有戶籍之人對外代表公司，這個人可以是有限公司之董事，也可以是由外聘僱之經理人（現行瑞士民商法第814條規定）。責任風險低，不得公開發行股票。有限公司公司章程範本（Musterstatuten GmbH），請上網鍵入關鍵字Musterstatuten GmbH查詢。

在瑞士成立公司可透過網路在線服務台StartBiz，成立股份有限公司（AG）及有限公司（GmbH）所需時間大約6至8週，必須經公證人辦理，從交出成立公司所

需之文件到被視為合法成立之公司，所需時間大約2至4週，成立公司之程序簡要說明如下：(1) 搜索、註冊與許可公司名稱；(2) 備齊準備成立公司所需之合約、公司章程及登記欲成立公司之申請書；(3) 在指出定之銀行繳納公司資本，若是存款人必須出示身份證明，若為外國公民可出示瑞士合作夥伴的介紹信；(4) 備齊成立公司所需之公司章程、法定審計機構的審計證明、公司資本已繳付之證明、瑞士辦公處之所有權人之辦公室與住所接受聲明；(5) 在各地地方邦的官方公報公佈；(6) 在商業登記簿（或在土地登記簿）登記公司負責人；(7) 登記成為具納稅義務之公司。

三、投資相關機關

吸引外人投資是瑞士經濟政策很重要的部分，瑞士政府透過與業界及各地地方邦合作以促進外資對瑞士之投資，瑞士對外貿易及投資推廣協會（Switzerland Global Enterprise）職掌負責代表聯邦政府在國家層面向其他國家之投資者宣傳瑞士作為外商營運總部的優勢，同時亦為外國投資者的首要聯繫窗口，協助外商與適切之地方邦政府與機構連絡。各地方邦之經濟發展部門則向潛在外商投資者介紹在各該地方邦設立公司之優勢，同時協助其於最適當之地點設立公司，就地提供支援與客戶服務。

四、投資獎勵措施

瑞士大部分地方邦都設立經濟發展部門，給公司提供稅收減免待遇作為投資獎勵措施，每個地方邦給予之獎勵措施與經濟協助不盡相同，取決於各項目的利益與各地區的經濟狀況。關於各地方邦給予之獎勵措施簡略說明如下：有以提供或安排銀行貸款擔保、貼息或承擔利息成本、或提供無息或貼息貸款、或無需償還之一次性出資等「投資融資」獎勵措施；有安排商用場地、土地收購或租賃、為商業用地之規劃或開發分擔成本、或為廠房改造分擔成本等「購買土地與場地」獎勵措施；



或有分擔培訓費用之「人事」獎勵措施；或有針對初創與發展階段或重組計畫之稅收減免的「稅務」獎勵措施。

五、其他投資相關法令

聯邦政府地區政策對於山區、農村與邊境給予特別援助，在這些地區進行大規模投資、發展創新計畫、設立新公司可享有聯邦政府的稅收減免。

第五章 租稅及金融制度

一、租稅

瑞士係由26個地方邦以及約2551個獨立的市鎮（截至2011年1月1日資料）所組成之聯邦，依據瑞士聯邦憲法，除了聯邦政府明確保留的稅目外，各地方邦享有完整的課稅權，於是形成瑞士之聯邦稅與地方邦（及市鎮稅）之兩級稅制。各地方邦（及市鎮稅）的稅收量仍有相當大的自主權，各地方邦（及市鎮稅）得自行決定其稅率，因此各地方邦與各市鎮之間的稅賦差異性高。

以總稅率（TTR）的國際比較，瑞士的稅收體系一直極具競爭力，總稅率是公司承擔的稅賦與強制性費用在其商業利潤中所佔的百分比，連續多年來皆排名世界第3名，瑞士的稅收體系不僅吸引公司納稅人（營利事業所得稅），對於個人也深具吸引力（個人所得稅），瑞士個人所得稅之國際比較，其稅賦約處於中間水平。

瑞士營業稅（消費型增值稅）之標準稅率為8%（2011年1月1日起），遠低於鄰近國家（德國19%、法國19.6%、奧地利20%、義大利20%）；住宿的營業稅稅率為3.8%；民生必需品、食物、書籍報紙、非酒精飲料等之營業稅稅率僅為2.5%。瑞士採從量計徵其關稅，瑞士關稅稅率低，有利於重量輕、價值高之優質產品進口至瑞士。瑞士聯邦財政部於2010年11月將我國列入可互惠退還增值型營業稅國家名單，溯自2010年7月1日起生效。

瑞士已與所有重要工業國以及其他許多國家簽訂避免雙重課稅協定，除2005年7月1日瑞士與歐盟簽署的雙邊協議外，目前為止有70多項生效之稅務協定，由於瑞士的國際稅務協定為國際公約，所以取代了瑞士聯邦與地方邦（及市鎮）等稅務法規。「台灣與瑞士避免所得稅雙重課稅協定」於2011年12月13日正式公布實施，其



效期追溯自2011年1月1日。

二、金融

金融業是瑞士經濟極重的組成部分，佔國民生產總值（GDP）的11%，從業人員約為21萬人（約為瑞士從業人員的6%），瑞士金融業最主要的專門技術領域為私人銀行、資產管理及保險。瑞士政治與宏觀的經濟穩定性贏得客戶信賴，瑞士經濟與金融保持長期穩定，低通膨率、低利率，同時瑞士法郎為重要的國際儲備貨幣，瑞士金融業之全球化與有效的金融基礎設施，使市場參與者得以在資產與風險管理下有利可圖，並符合國際多元化目標。

為公司之業務活動，可向銀行申請無擔保貸款與抵押貸款，貸款條件與額度取決公司的信譽與未來的前景。瑞士金融服務業提供商提供擔保書、可轉換貸款、股權融資、風險資本及私人股權投資人等等融資方案。瑞士之資金成本，依2011年瑞士洛桑管理學院（IMD）國際競爭力年報，在促進經濟成長指標下，瑞士排名第一，在2011年歐元貨幣，信用評等上，在最安全的國家指標下，瑞士排名第三，良好的信用，較高的儲蓄率、大量外資湧入，所以瑞士的利率向來很低，公司與投資融資條件相對有利，近年來瑞士法郎與在貨幣市場與資本市場的平均利差介於1至2%間。

三、匯兌

自2002年「歐盟人員自由往來協定」生效後，瑞士湧入大量歐盟移民，造成房市需求上漲，同時在歐債危機下，瑞郎大幅升值，進口成本降低，瑞士境內不動產市場產生泡沫化的嚴重風險，前述現況影響瑞士央行改變其貨幣政策，為因應問題，2015年1月15日瑞士央行（SNB）出乎意料地取消為期3年半之「以1歐元兌換1.20瑞士法郎為下限」之貨幣干預，於是造成瑞士法郎瞬間巨幅升值，引發全球外匯市場大地震，2015年1月20日歐元與瑞士法郎一度幾乎達一比一之匯兌平價，相

對於其他歐洲國家，瑞士商品與勞務之價格一夕間大幅提高，瑞士出口業突然間喪失其價格競爭力，同時產生不可避免的帳面損失。瑞士法郎再次升值對瑞士內需市場極可能將造成負面影響，瑞士信貸銀行預測，在歐元兌換瑞士法郎比約略大於一比一的匯兌前提下，相對於2014年，瑞士2015年雖不至造成經濟衰退，然而本年之經濟成長應該更為微小。



第陸章 基礎建設及成本

一、土地

瑞士之土地開發使用與環境保護並重，商業與工業建築僅准於指定區域，由各地方邦管轄與規範，各地方邦之經濟促進機構能提供有關工商業土地開發、可用商業建築以及所有辦理行政程序之資訊，同時由各邦之經濟促進機構負責協調、審理與核准。

瑞士有很多不同類型的商業用不動產，甚至連住居所地在外國之外國人也得以購買瑞士辦公場所等商業用不動產，無須事先申請許可，各此地方邦政府之經濟促進機構會協助投資者尋找建築用地並提供不動產資訊。

瑞士無「自由貿易區」，全國共有19個大型「保稅倉庫」(Zollager)，暫時過境儲存的貨物可以存放在保稅倉庫，無須報關、也無須繳納關稅，從邊境到保稅倉庫之貨物仍然視為在運輸途中，再次出口至他國後，再由各該進口國對貨物課予關稅。在保稅倉庫中的貨物不得進行加工，否則得依正常報關程序報關與課稅。瑞士之保稅倉庫為公共設施，然而交由私營倉儲公司營運，並對所有感興趣之客戶開放。另開放式的保稅倉庫，通常由貨運公司經營，存放未在企業所在地報關之貨物。

二、公用資源

瑞士擁有可靠且完善之全國性能源供應體系，瑞士國內大部分地區都能發電，與鄰國相較，瑞士已經擁有無二氧化碳排放之生產結構，2013年瑞士全國電力產量為683億kWh，水力發電廠：57.9%（396億kWh），核能發電廠：36.4%（248億



kWh)，傳統熱力電廠（Thermal power station）5.7%（39億kWh），瑞士與其他國家相比，擁有與油價與天然氣價不直接掛鉤之深具吸引力、生產成本相當低的能源結構，同時瑞士與歐洲之能源體系連接，即使在瑞士冬季暖氣需求高之用電高峰時期，也能保證瑞士全國的供電，另瑞士之石油與天然氣之供應完備，沒有短缺之風險。

瑞士自來水管供應之飲用水每1000公升約1.60瑞士法郎。2014年的電價調升1.55%，其中住宅用電每度電價格平均為瑞士法郎19.7分（約合台幣6.35元）；中型企業用電平均為17.7分（約合台幣5.70元）。石油價格每公升約1.70至1.90瑞士法郎（約合台幣60至65元）。天然氣市場價格每度僅0.08瑞士法郎（折合台幣約2.60元）。

三、通訊

瑞士行動電話用戶數量（通用移動通訊）強勁增長，同時網際網路技術進步，對瑞士基礎設之發展產生莫大之影響。傳統國內固定電話運輸已漸漸被行動電話與VoIP語音電話取代。2010年瑞士77%家庭使用寬頻網際網路，超過歐盟平均水平（61%），瑞士積極架設與發展光纖網路系統。目前瑞士電話與網路市場處於百家爭鳴之境，各通訊公司不定時推出各類方案，故無從就使用費率提供單一數據。

四、運輸

瑞士境內及對外交通皆極為發達，地處西歐心臟地帶，北有巴塞爾（Basel）、東有蘇黎世（Zürich）、西有日內瓦（Genf）三大國際機場，惟我國目前尚無班機直航瑞士；瑞士是歐洲鐵路密度最高的國家，共有2,124個火車站，其中57%屬於瑞士國鐵（SBB），43%屬於其他地域性的鐵路公司，透過瑞士與鄰近國家四通八達的鐵路網，在瑞士任何城鎮搭火車，均可經蘇黎世、巴塞爾或日內瓦轉往歐洲各大主要都市；除了三大國際機場外，瑞士境內還有11地區性的機場，此外，尚有無

數供私有飛機、直升機與觀光用之飛行所，瑞士享有全歐洲最綿密的領空；瑞士境內鐵路長度為5,124公里，瑞士鐵路客運量漸達飽和狀態，另瑞士境內的道路長度為71,464公里，其中高速公路（國道）長度為1,799公里。約有2.6%的公司從事與運輸業相關的行業，約有139,182的運輸業從業人員。



第柒章 勞工

一、勞工素質及結構

瑞士缺乏自然資源，於是透過其著名之職業及專業訓練並重之雙軌教育系統，培養受過良好教育之勞動人才與不斷的創新便成為國家之最重要的資本。瑞士教育體系品質高，充份滿足經濟發展所需，各行各業之員工在完成職業培訓後，先取得「適業證書」始正式就業，瑞士之勞工因而具備獨特優良素質，瑞士勞動人力素質高，大約有1/3的勞動者擁有高等教育學歷，瑞士以其雇員使用多種語言聞名，另除了母語外，瑞士小學生開始學習第二門國家語言及英語。瑞士經理人的國際經驗也高於平均水平；瑞士之勞動參與率68.2%是全歐洲比例最高的國家之一，而瑞士的失業率向來很低，過去十年來保持在1%至4%之間，瑞士2014年失業率3.2%。2011年瑞士洛桑管理學院（IMD）之國際競爭力年報指出就勞動者之積極而言，僅次於丹麥，瑞士名列第二。

瑞士工資水平高，反映瑞士之繁榮與高產出水平，瑞士優厚工資吸引各國高素質員工，雖然瑞士工資高，對雇主而言，「單位勞動力成本」才是決定因素 - 加計較低之「非工資性勞動力成本（例如雇主社會保險應分擔額）、生產力高、適當的稅捐負擔與較低的資本成本，瑞士雇主在一天結束所支付之成本低於歐洲其他國家。2010年與其他城市相較，瑞士的總體工資雖然次於部分城市，然而稅收與社會保險等扣款較低，故與其他國家相較，瑞士之淨收入仍保持第一。根據瑞士聯邦統計局2015年4月資料，綜合各類工作之平均月薪資為6,118瑞士法郎，女性為5,317瑞士法郎，男性6,553瑞士法郎（最新資料為2012年統計資料）。



二、勞工法令

與歐盟各國之法規相較，瑞士勞動法之相關法規明顯少，僅由「瑞士債權法」（規範個人僱用合約、團體勞資協議與標準僱用合約）、「勞動法」（規範基本健康和安全、工作和休息時間、年輕人、孕婦與哺乳期婦女）、「意外事故預防法」（規範工作安全）幾部法律組成。

根據瑞士阿爾高邦（Aargau）2008年所作之「瑞士1999年及2008年全國各行各業最低工資比較表」顯示，2008年最低工資之行業為馬匹照料師，最低月薪3,000瑞郎，最高月薪為聯邦政府局長級待遇，月支24,932瑞郎。

瑞士雇員正常工作時數每週為40至44個小時，過去幾十年來，瑞士法定最長工作時間一直保持穩定，工業企業的每週最長工作時數為45小時；商業營運每週最長工作時數為50小時。如果超過了每週工作時數，則視為加班（依據勞動法規定，每個雇員每天額外工作時數不得超過2個小時，每週最長工作時數為45小時之雇員，其每年額外工作時數不得超過170小時；每週最長工作時數50小時之雇員，其每年額外工作時數不得超過140小時）。加班者，除非在合理時間範圍內以帶薪休假補償外，額外工作之工時必須以25%額外工資補償。與歐洲許多國家相較，在瑞士加班或額外工作，並不須要獲得工會之同意，只要不超過上述法律規定之時間限制，也無須得到政府之許可。

在瑞士，所有雇員都享有每年至少4週之帶薪休假（20歲以下年輕人可享有5週帶薪假），所有雇員都享有至少2週之連續休假。兼職雇員也有權利依其標準工作時數之比例享受帶薪休假。依集體勞資協議通常規定更長時間的帶薪休假，50歲以上之雇員一般而言可以獲得每年5週之帶薪休假，惟瑞士並沒有額外休假津貼。瑞士有全國性國定假期，原則上雇員享有一年9天之法定全國性假期，然而因各地方邦擁有制定假之權，所以各邦的休期日不盡相同。雖然法律並未強制規定，雇員大多能享有婚假、喪假、遷居假、看牙醫假等等。

瑞士之社會保險體系建立於國家、雇主與雇員個人三大支柱上，相較於其他各國，瑞士之整體稅收與社會保險繳款負擔仍屬適中。瑞士之社會保險分為三大支柱，其第一支柱為強制性保險，透過政府強制之「養老與遺屬保險金」與「長期傷殘保險或喪失工作能力福利」保障被保險人與受益人之最基本的需求，由雇主、雇員與政府稅收三方依雇員之工資一定比例共同繳納保費。第二支柱亦為強制性保險，所有在瑞士工作的人皆必須參加保險，使退休人員能以在退休後有足夠的退休金得以維持一貫的生活水準，由由雇主與雇員兩方依雇員之工資一定比例共同繳納保費。第三支柱非強制性保險，由個人自願向銀行或保險公司繳款，瑞士稅法對於第三支柱繳款提供減稅的優惠。雇主依照法律規定須與員工共同負擔第一支柱及第二支柱的保費，同時還須負擔失業保險、家庭津貼、職業意外保險費與保險公司行政手續費等費用。男性年滿65歲，女性年滿64歲，便得以從第一支柱與第二支柱獲得退休金。

懷孕雇員分娩時得獲得平時工資80%的生育津貼，每日最高金額為196瑞士法郎，時間為14週，且受僱婦女於懷孕期間或分娩後16週內，雇主不得解僱之，分娩後8週產婦無須工作。

瑞士社會保險制度完善，勞動者受到保障，勞動者工作積極，對各自公司忠誠度高，於是瑞士之勞動生產力在世界各國位居前列，勞資雙方透過有效的關係解決勞資糾紛，鮮少發生罷工事件。



第捌章 簽證、居留及移民

一、簽證、居留及移民規定

瑞士屬申根簽證國家，我國國民在瑞士逗留不超過3個月且逗留期間不工作者，無須辦理簽證；倘若欲在瑞士逗留超過3個月或逗留期間工作者，則必須各該地方邦政府移民局的許可。工作許可分為短期停留（1年以下）、居住停留（限定期限）與永久停留（無限定期限）三種。受僱之人必須至地方邦政府移民局辦理工作許可。我國人能否在瑞士停留與居住雖然由各該地方邦政府決定，然而聯邦政府對此擁有否決權，另邦政府移民局管理入境人員，入境後一週內必須至所在之鄉鎮公所居民登記處辦理登記。

任何打算移居瑞士之人，應至各該地方邦經濟發展機構就申請程序與所需時間預先諮詢。短期居留許可（即L類許可）以擔任公司之重要關鍵職位為限，例如在公司創建期間、新員工之培訓與跨國公司之專業人員等，期間以12個月為限，可延長24個月，可以攜帶家屬；但若是新員工培訓之受訓者，有效期僅為12至18個月，且不得攜帶家屬，受訓者受「年度許可配額」限制。居住許可（即B類許可）以受僱形式全年均在瑞士停留、同時在瑞士有住所地與永久性家庭生活，每年辦理例行性延期手續，可以攜帶家屬，允許更換工作與更換住居地於其他邦、個人所得稅採就源扣繳法，受「年度許可配額」限制。永久居住許可（即C類許可）在瑞士連續居留10年者可申請，擁有者永久居住許可不再受勞動力市場限制，有權獨立經營（例如擔任雇主），個人所得稅採分離課稅法。

我國公民想要移民瑞士必須符合在瑞士居住12年之規定（年齡在10至20歲之間的居住年限採雙倍計算）、已融入瑞士當地生活、熟悉瑞士生活方式習俗與傳統、



遵守瑞士法律與對瑞士國內與國際安全不構成威脅的要求。瑞士公民的外國配偶與瑞士夫婦的非瑞士公民子女可享有簡化移民待遇，外國配偶在瑞士居住滿5年，且結婚滿3年即可透過簡化程序移民。

二、聘用外籍員工

因為非歐盟與非EFTA成員國之公民受到「准許進入條例」之規範，例如以優先納用瑞士公民、防止瑞士企業壓低工資與准許進入人員之年度配額限制。倘瑞士境內之企業業主欲僱用我國（非歐盟/EFTA成員國）公民，雇主應向公司所在地之當地邦政府移民局與勞工局提出申請，檢具擬聘用之外籍員工相關文件及僱用合約，並同時證明，該公司無法在瑞士找到合適人選，而且也無法在一定時間內對合適之雇員進行培訓。

三、子女教育

瑞士教育體系包括私立學校，瑞士共有260多所私立學校，私校學生超過10萬人，瑞士之國際學校對於在外國公司工作之雇員相當重要，這些短期在瑞士停留之外國雇員之子女得以在國際學校以其本國語言接受適當的教育或國際教育，瑞士私立國際學校提供有效的畢業考試，有助於外國雇員之子女將來得以銜接其他學校。瑞士各地區和各大城市均設有理想的學習機構，學費與其他國家相較尚屬適中。另瑞士寄宿學校享譽全球，其入學標準極高，以高品質、紀律嚴格與學生國際化而聞名。關於瑞士私立學校之詳細資料，請參考「瑞士私立學校聯合會」（www.swiss-schools.ch）、「瑞士私立學校入學註冊」（www.swissprivateschoolregister.com）及「瑞士國際學校組織」（www.sgischools.com）各該網站。

第玖章 結論

瑞士身為全球最自由、最具競爭力之經濟體之一，始終與其他國家保持緊密的經濟聯繫，對於投資者而言，其健全的法律體系、長期穩定的基本面、相對較少的監管規定、毗鄰為數眾多之研究機構，使瑞士成為生產高品質產品與提供高品質服務之企業在歐洲的選擇地。

同時瑞士也是許多外國公司之全球與地區總部的重要中心，歐洲公司紛紛選擇在瑞士設立其全球總部；美國公司也傾向於在瑞士設立自己的地區總部。從2003年至2011年，超過300家公司將其總部移至瑞士，其中53%來自美國、31%來自歐洲、11%來自亞洲，知名企業包括eBay，Bombardier，Yahoo，Google，IBM及Kraft，選擇瑞士的主要原因在於高素質的員工、優惠的稅務環境、高生活水平與有利的地理環境。同時瑞士之經濟意義上的中立地位、穩定性、司法確定性、人身安全、環境安全、靠近研究機構、貼近客戶與可靠的避免雙重課稅協定，在在都是瑞士吸引外國公司前來投資的誘因。



附錄一 我國在當地駐外單位及台(華)商團體

駐瑞士台北文化經濟代表團經濟組：負責與瑞士本國經貿有關業務

Economic Division, Délégation Culturelle et Economique de Taipei

Kirchenfeldstrasse 14, 3005 Bern, Switzerland

Tel: +41-31-352 27 15

Fax: +41-31-352 27 19

E-mail: tto.zh@bluewin.ch

駐世界貿易組織（WTO）代表團：負責與國際組織有關業務

Permanent Mission of the Separate Customs Territory of Taiwan, Penghu, Kinmen and
Matsu to the WTO

Avenue de Tournay 7, 1292 Chambésy, Geneva, Switzerland

Tel: +41-22-545 53 53

Fax: +41-22-545 53 54

E-mail: post@taiwanwto.ch



駐瑞士台北文化經濟代表團

Délégation Culturelle et Economique de Taipei

Kirchenfeldstrasse 14, 3005 Bern, Switzerland

Tel: +41-31-350 80 50

Fax: +41-31-350 15 23

E-mail: taipei.delegation@bluewin.ch

駐日內瓦辦事處

Délégation Culturelle et Economique de Taipei Bureau de Geneve

56, rue de Moillebeau, 1209 Geneva, Switzerland

Tel: +41-22-919 70 70

Fax: +41-22-919 70 77

E-mail: tpe-gva@iprolink.ch

瑞士台灣商會 Taiwan Business Association in Switzerland

會長：袁平 先生 Mr. Ping Yuan

電子郵件信箱：yuanwelt@gmail.com

瑞士中華學人暨專業學會

會長：洪振芳 先生 Mr. Jonathan Hung

Neuackerstr. 23a

5408 Ennetbaden Switzerland

電話：+41 56 222 03 40

傳真：+41 56 222 04 25

附錄二 當地重要投資相關機構

瑞士對外貿易及投資推廣協會 (Switzerland Global Enterprise)

網址：www.s-ge.com

蘇黎世辦公室：Switzerland Global Enterprise Zurich

地址：

Bleicherweg 10

8002 Zurich

電話：+41 44 365 51 51

傳真：+41 44 365 51 21

電子郵件信箱：info@s-ge.com

辦公時間:Monday -Thursday 08:00-12:30 and 13:30-17:30

Friday 08:00-12:30 and 13:30-17:00

瑞士商業投資指南線上網站 (Swissnetwork Media AG)

網址：www.swissnetwork.com

連絡地址：

Swissnetwork Media AG

Postfach

CH-8024 Zürich

電話：+41 44 253 60 30

傳真：+41 44 253 60 31

電子郵件信箱：office@swissnetwork.com



附錄三 瑞士當地外人投資統計

單位：百萬瑞士法郎

國家別	2013年 (截至2015年04月22日最新統計資料)		歷年累計	
	件數	金額	件數	金額
荷蘭	-	189,982	-	-
盧森堡	-	144,270	-	-
美國	-	87,655	-	-
奧地利	-	59,896	-	-
法國	-	38,421	-	-
德國	-	25,593	-	-
英國	-	21,300	-	-
西班牙	-	10,671	-	-
瑞典	-	4,636	-	-
比利時	-	4,289	-	-

資料來源：瑞士央行(SNB)

附錄四 我國廠商對瑞士投資統計

年度別統計表（截至103年12月底止）

年度	件數	金額（千美元）
1988	2	301
1993	1	337
1995	1	138
1996	1	545
1998	2	721
1999	2	935
2000	1	200
2001	1	4,820
2002	3	1,950
2004	1	7,957
2005	1	850
2006	1	306
2008	-	1,475
2009	1	21
2010	3	47,650
2011	1	65,616
總計	23	133,822

資料來源：經濟部投資審議委員會



附錄五 參考資料

- 瑞士對外貿易及投資推廣協會（Switzerland Global Enterprise）之「瑞士投資指南-立足瑞士」（2014年11月版）
- 瑞士信貸銀行（Credit Suisse）之「2015年瑞士產業面面觀」（Branchenhandbuch 2015）
- 瑞士信貸銀行（Credit Suisse）之「2014年瑞士產業面面觀」（Branchenhandbuch 2014）
- 瑞士信貸銀行（Credit Suisse）之「2013年瑞士鐘表業面面觀」（Schweizer Uhrenindustrie）
- 瑞士信貸銀行（Credit Suisse）之「2013年瑞士各邦與各地區環境評比」（Standortqualität der Schweizer Kantone und Regionen）
- 瑞士聯邦統計局（Bundesamt für Statistik）之「2013年交通統計白皮書」（Mobilität und Verkehr 2013）
- 瑞士聯邦能源局（Bundesamt für Energie）之「2013年瑞士電力白皮書」（Schweizerische Elektrizitätsstatistik 2013）



