美國與歐盟圍堵之下 - 中國扣件產業的迂迴策略

著作權所有：惠達雜誌 / 撰文：宋文龍博士

中、美貿易爭端的起源應追溯至美國總統川普的第一任期，在 2018 年 3 月川普政府指控中國竊取美國智慧財產權及商業機密，並援引美國「1974 年貿易法第 301 條」，要求美國貿易代表對中國進口商品加徵關稅，並設置其他貿易壁壘，試圖迫使中國改變其被視為「不公平」的貿易行為。自此，中國的鋼鐵扣件製造商正式面對美方關稅壓力，並開始積極尋求因應策略。

另一方面，2020 年中國取代美國，成為歐盟最大的貿易夥伴，當年歐盟自中國進口商品總額高達 3,835 億歐元，歐盟開始擔憂中國大量低價產品衝擊其本地產業，因此，自 2022 年 2 月 18 日起對原產自中國的鋼鐵製扣件（海關編號 7318）課徵 22.1% 至 86.5% 不等的反傾銷稅。

換言之，中國鋼鐵扣件產品在其兩大主要外銷市場〔美國與歐盟〕皆遭遇高額關稅打擊，理論上其出口表現應自 2019 年起出現大幅滑落。然而，實際數據卻顯示，中國扣件產品的外銷金額不僅未下滑，反而呈現顯著成長，令人關注其背後的結構性因素與應變策略，請詳見下**表 1**、2019-2024 年中國鋼鐵扣件 (7318) 出口金額統計。

儘管自 2019 年起中國鋼鐵扣件先後遭逢美國高額進口關稅與 2022 年歐盟的反傾銷稅，然而中國的扣件出口金額不僅未見衰退，到了 2024 年更較 2019 年大幅成長近 49%。其背後的關鍵原因，正是中國業者所採行的「迂迴策略」發揮了實質效用。

表1、2019-2024年中國鋼鐵扣件(7318)出口金額統計 單位:千美元

年份	2019	2020	2021	2022	2023	2024
金額	6,419,097	6,959,808	9,090,078	10,936,482	9,138,930	9,563,990
成長比例		8.42%	30.61%	20.31%	-16.44%	4.65%
相較2019年成長率		8.42%	41.61%	70.37%	42.37%	48.99%

表2、2019~2024年中國鋼鐵扣件(7318)出口統計表　　單位:千美元

國家＼年度	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2024相比2019年成長率
柬埔寨	13,159,092	15,592,480	20,606,119	28,032,559	22,150,791	27,215,376	107%
越南	279,867,089	484,775,853	440,937,240	464,340,393	424,517,728	518,234,543	85%
墨西哥	145,993,415	144,930,461	244,566,402	294,390,397	296,110,930	302,782,064	107%
加拿大	115,851,200	108,145,528	165,231,658	233,058,245	152,316,397	163,731,651	41%
美國	1,004,114,571	827,330,702	1,256,849,561	1,648,044,181	1,226,812,949	1,354,376,859	35%
全世界	6,419,097,042	6,959,808,809	9,090,078,097	10,936,482,739	9,138,930,573	9,563,990,933	49%

根據制度理論（Institutional Theory），企業在面對制度性壓力（如法規、貿易壁壘或社會期待）時，可能選擇間接應對而非正面抗衡，以維持市場競爭力。所謂的「迂迴策略」（Indirect Strategy）並非直接處理主要障礙或訴諸關稅談判，而是以繞道方式降低阻力、規避風險並節省成本，達到最終目的。

在國際貿易實務中，中國企業運用合法但具有灰色空間的手段，如經由第三國轉運或簡單加工，藉以符合「最低加工原則」，進而規避原產地所附帶的貿易限制。這類策略正符合 Oliver（1991）所提出的制度壓力下的「迴避策略」（Avoidance Strategy），也就是俗稱的「洗產地」行為，即為此類策略的具體展現：企業將原產地標示更改，將實際產地隱藏或重塑為第三地（如東南亞、墨西哥等），藉由重新包裝、簡易加工等手段重新出口至目的國，從而規避美、歐的高額關稅。在面對美國與歐盟雙重貿易圍堵之下，中國鋼鐵扣件製造商透過此一間接出口模式，成功壓低關稅制約，持續擴張其出口規模與國際市占率。

我們從中國的角度看鋼鐵扣件出口的實況，使用中國海關總署海關出口統計數據分析，商品編碼7318（鋼鐵扣件），並將全世界、美國、越南、墨西哥、加拿大、柬埔寨自 2019 年至 2024 年出口額（美金）統計如**表 2**、2019-2024 年中國鋼鐵扣件（7318）出口統計，**在統計中面對美國及歐盟的高關稅壓力之下，中國扣件產品出口額不但沒有減少，反而成長了 49%，輸出美國的金額也成長了 35%，其中墨西哥、柬埔寨成長了 107% 為最高，其次是越南成長 85%，加拿大成長了 41%**，從這些資料中應該是很清楚了解中國扣件產品的迂迴策略是採用哪幾個國家做為跳板。

2025 年 4 月 3 日美國總統川普於美國「解放日」宣布對全球各國徵收「對等關稅」，並簽署相關行政命令，以加強美國在國際經濟中的地位、減少美國巨大的貿易逆差，保護美國工業，促使製造業回流美國，引起了世界經濟的新風暴（請詳惠達雜誌第 212 期「川普對等關稅危機 - 台灣扣件產業的因應對策」一文），川普第一次公告中，宣告收取關稅最高的國家柬埔寨高達 49%、越南是 36%，都高過中國的 34%，筆者大膽假設，美國對這些國家收取高關稅，就是要遏止中國的迂迴策略，美國對全世界各國開始進行的關稅談判中，對中國洗產地的行為的抑止，亦將會列為重要項目之一，目的就是打壓中國的經濟貿易的行為，尤其針對加拿大與墨西哥，川普公然違反了 2018 年 11 月美国、墨西哥、加拿大三國簽署「美國－墨西哥－加拿大協定」，其目的之一就是要封鎖中國的迂迴策略，防止中國產品假借墨西哥、加拿大之道，以免稅的優惠進入美國。

當「迂迴策略」被破解或失效後，代表原本依賴間接手段、柔性路線或側翼突破來達成目標的方式已被對方預測、反制或封鎖。在這種情況下，下一步策略應根據局勢與自身資源調整。以中國扣件產業為例，原本的迂迴策略是透過在東南亞設立「第三地加工廠」，依據「區域全面經濟夥伴協定」（RCEP）的優惠關稅，借道越南、柬埔寨等國出口至美國，以避開美、中貿易戰下的高額關稅。但隨著美方加強原產地認定與反規避調查，這種策略將被封鎖與打擊。在此情況下，中國扣件業者若再採用原先的「繞道」方式，已無實質效益，甚至可能面臨更高風險（如懲罰性關稅）。此時，轉向正面交鋒策略便成為另一可行選擇。

中國扣件產業採用「正面交鋒」策略實例與分析：

一、強調成本與產能優勢，直接競價進入市場

中國企業可憑藉其龐大產能、自動化製造體系與低製造成本，選擇不繞關稅，而是直接報關以中國為產地出口，用價格優勢與交期速度在中低階扣件市場維持競爭力，例如自 2019 年起美國就祭出高關稅，中國的鋼鐵扣件還是在 2024 年能有高度的成長額，存活在美國的市場中。其關鍵是將關稅成本內化（部分轉嫁客戶），用規模經濟壓低成本，強攻目標市場的份額。例如在寧波地區一些扣件大廠，持續大宗生產出貨至美國市場，即便稅率高，但依靠每單位成本極低與快速交貨，仍保有競爭力。

二、直接參與國際爭端機制，挑戰貿易壁壘

透過中國政府的商務部或行業協會向 WTO 提出申訴，或採用反控美國企業壟斷行為，直接在法律戰中對抗不合理措施。在川普簽署對等關稅的行政令後，中國商務部即向 WTO 提出正式申訴，並立即採取反制措施，包括以涉違反反壟斷

法調查美國科技企業 Google、對美部分輸中商品加徵 10% 至 15% 關稅等。WTO 於 2025 年 2 月引述中國發布的聲明，美方對中國輸美產品加徵關稅具有歧視性，嚴重違反世貿組織規則，與美國對世貿履行的義務不一致。中國商務部與海關總署並於 2025 年 4 月 4 日聯合發布公告，決定自即日起對釤（Samarium）、釓（Gadolinium）、鋱（Terbium）、鏑（Dysprosium）、鑥（Lutetium）、鈧（Scandium）、釔（Yttrium）等 7 項中重稀土相關物項實施出口管制，這些稀土元素具備軍民兩用性質，對高科技、汽車與國防產業皆具有戰略意義，用於箝制美國的高關稅策略，此舉看來已經獲得成效，之後美國川普總統對於中國關稅開始有鬆動的跡象，在 2025 年 6 月 9 日中共中央政治局委員、國務院副總理何立峰率團赴英國倫敦，與美國財政部長貝森特、商務部長盧特尼克、貿易代表格里爾展開新一輪經貿磋商。

三、自建品牌與高階產品突圍

中國扣件產商必須放棄原本以代工（OEM/ODM）為主的出口模式，轉向自主品牌，投入高附加價值扣件如航太級、汽車級、安全扣件等，爭取技術話語權，從低價競爭轉為品質競爭。即使關稅高，但產品價值與品質保障可獲美國客戶認可，抵銷部分稅負。像是中國的中航工業系統、部分汽車扣件廠已成功打入歐系車廠供應鏈。

四、中國扣件產業對台灣扣件業者的啟示

隨著全球製造業格局的快速變化，扣件產業作為機械與建築結構的基礎零組件產業，面臨前所未有的競爭與挑戰。中國作為全球最大的扣件生產與出口國，其產業策略、市場操作與國際應對手段，對台灣扣件業者具有重要的參考與啟發意義，**中國扣件業者過去三十年來大幅擴張，其成功模式主要體現在以下幾個方面：**

1. 規模經濟與產能擴張

中國廠商透過大規模生產線、整合上下游供應鏈，達成低成本、高產量的生產模式，能快速反應大量出口訂單需求，特別是在中低階扣件市場取得絕對優勢。

2. 產業聚落效應

浙江、河北、山東等地形成高度集中之扣件產業聚落，具備模具加工、表面處理、熱處理、包裝等完整配套，強化交期與彈性，降低生產成本。

3. 積極拓展外銷通路

中國業者投入大量資源拓展海外市場，除傳統 OEM 出口外，也經營 B2B 平台，建立自有品牌或透過貿易商打入歐美市場。部分企業甚至在海外設立倉儲據點，貼近客戶服務。

4. 面對貿易障礙的應對策略

面對美國對中國扣件徵收高關稅與反傾銷調查，中國業者一開始多採取「迂迴策略」，例如透過東南亞設廠或中轉出口來避稅，但當美國加強原產地審查與反規避措施後，有些企業選擇正面迎戰，直接吸收部分關稅成本，以價格與交期取勝，甚至透過 WTO 機制應對貿易糾紛。

台灣扣件產業以中小企業為主，雖在品質與技術上具優勢，但在全球競爭中感受到來自中國的強大壓力，中國產業的發展模式提供以下幾項值得借鏡的重點：

1. 強化產業聯盟與協同生產

台灣扣件業者應考慮強化在地協作體系，推動垂直整合或策略聯盟，借助群聚效應提高規模與效率，突破單一企業難以跨足高階市場的限制。

2. 數位轉型與自動化升級

面對中國產業快速自動化的趨勢，台灣應加快導入智慧製造（如機聯網、AI 品檢、自動包裝系統等），提高單位產值與降低人力依賴，提升與歐日廠商合作的競爭力。

3. 發展高附加價值與利基型產品

在價格戰不具優勢的情況下，台灣企業應深耕高端應用市場，如汽車安全件、航太扣件、抗腐蝕特殊扣件等，建立客製化與高品質形象，並強化與歐美客戶的長期關係。

4. 前瞻應對全球碳政策與永續轉型

中國部分大廠開始因應 ESG 與碳中和壓力投資綠能與節能設備，台灣企業亦應積極推動碳盤查、再生能源使用等作法，強化在國際綠色供應鏈中的角色，避免成為碳邊境稅（CBAM）的犧牲者。

5. 建立品牌與國際行銷能力

台灣業者過去多以代工為主，應逐步發展自有品牌，利用數位平台建立國際知名度，同時在歐美等主要市場建構服務與倉儲據點，提高市場反應速度與黏著度。

中國扣件產業憑藉龐大的規模經濟、完整的產業聚落與快速擴張的產能，30 年來在全球市場迅速崛起，成為世界扣件的主要出口國之一，對台灣扣件業者形成極大壓力。特別是在中低階產品領域，中國企業透過規模化生產、壓低成本、快速交貨等優勢，強勢搶占歐、美與新興市場，使台灣傳統以代工為主的業者面臨空間被擠壓的困境。然而，中國的成功模式亦為台灣業者提供一面值得學習與反思的鏡子。相較之下，台灣雖缺乏規模優勢，卻擁有更成熟的加工技術、品質控管能力與靈活接單優勢。若能整合自身技術實力、產業資源與策略規劃，跳脫「價格競爭」的紅海思維，轉向高附加價值市場，仍可開創差異化生存空間。

未來的扣件產業競爭，將不再是單一層面的價格戰，而是「技術實力 + 碳管理能力 + 品牌價值」的綜合實力競逐，唯有主動轉型、提早布局，台灣扣件業者才能在全球供應鏈重構的浪潮中站穩腳步，開創下一波成長動能。■