

位移非退，重整旗鼓 — 讀懂 2025 扣件出口結構的深層訊號

一、前言

當全球扣件產業製造版圖正悄悄移向土耳其、印度、越南等，製造業模組零組件中最不起眼的「扣件」，正成為地緣經濟的試金石。誰能從製造走向戰略？答案，藏在台灣的轉型速度。

美中貿易戰歷經數輪關稅攻防後，亞洲各國製造基地外移已從短期因應轉為長期布局；美國與歐洲在降息與重建製造供應鏈的雙重刺激下，加快在地化供應鏈建構。例如，土耳其憑藉歐盟市場與低勞動成本，成為歐系扣件的新興樞紐；越南則承接中國沿海外移產能，成為東南亞最大出口基地；印度則以內需市場龐大與政策補貼，快速拉升產能。

因此，本篇先瀏覽全球 2025 年上半年前十大出口市場數據，接著以台灣與潛在競爭對手的出口單價為切入點，檢視台灣與中國、土耳其、越南等競爭對手的表現差異。試想，如果台灣扣件出口的價量並未出現明顯下滑，然而產業現場卻普遍瀰漫「訂單難接、利潤更薄」的焦慮氛圍，近期媒體更以「外移潮」、「關廠潮」形容現況。

這樣的落差，意味著真正的問題恐怕不在市場需求端，而在成本結構、匯率波動與經營體質的隱性變化之中。換言之，產業的挑戰並非市場消失，而是生產條件與經營邏輯正快速迭代，唯有回到數據、回到競爭格局，才能釐清台灣扣件產業表面平穩、底層動盪之謎。

二、全球市場趨勢變化

先以進出口分析市場強弱，表一為 2025 上半年依出口金額排列的全球前十大出口國，首位為中國，2025 年上半年 (1-6 月) 持續創三年新高，達 1,832 億美元，較去 (2024) 年上半年同期比成長 8.2%，較前 (2023) 年上半年同期比成長 3.3%；前十名榜單中亦保持三年正成長的還有日本、法國、和英國。日本位居全球出口值第六位，達 350 億美元，但較去年與前年同期比成長幅度不大；法國位居第七位，亦為三年新高，達 350 億美元，較去年上半年同期比成長 9.8%，較前年上半年同期比成長 17.7%；英國位居第九，達 212 億美元，較去年上半年同期比成長 7.3%，較前年上半年同期比成長 19.4%。

表一 . 全球扣件產業 2023 年 ~2025 上半年出口金額前十大市場
(單位：億美元)

排名	國別	2023 上半	2023 下半	2024 上半	2024 下半	2025 上半	與去年同期比	與前年同期比
1	中國	1,773	1,631	1,694	1,842	1,832	8.2%	3.3%
2	德國	1,329	1,197	1,292	1,134	1,256	-2.8%	-5.5%
3	美國	882	931	957	910	952	-0.6%	7.9%
4	台灣	761	675	672	690	675	0.4%	-11.3%
5	義大利	427	374	417	364	414	-0.7%	-3.0%
6	日本	342	387	342	368	350	2.1%	2.1%
7	法國	298	289	319	324	350	9.8%	17.7%
8	荷蘭	237	215	213	202	217	1.9%	-8.4%
9	英國	178	179	198	200	212	7.3%	19.4%
10	瑞士	181	164	176	163	169	-3.5%	-6.5%

資料來源：ITC/紀翔瀛整理 (2025.10)



自美國總統川普於 2025 年 6 月 3 日發布公告，根據 232 條款對鋼鐵、鋁及其衍生品進口關稅調整為 50%，英國則因與美國簽署經濟繁榮協議（Economic Prosperity Deal, EPD），美國對英國扣件僅課 25% 關稅，因此可理解英國的扣件產業表現強勁。然而，大多數國家都屬於美國 232 條款課徵稅率，收取 50% 以上的高額關稅（註：扣件產業不適用對等關稅，而是適用 232 條款，並且原有基礎關稅或特定反傾銷稅則為疊加，不是以 50% 概括而論），從表一觀察，美國鋼鋁製品高關稅對中國、日本、法國的扣件業似乎不產生任何影響；據業界消息指出，2025 年 3 月於德國司徒加特展覽中心舉行的國際扣件展期間，有中國業者於會場外懸掛布條宣示，即便面對高達 85% 的懲罰性關稅，仍堅持參展，以此展現其產業的韌性與對國際市場的決心，而根據市場數據觀察，在本輪以關稅措施為主軸的美中貿易衝突中，中國扣件產業的確展現相對穩健的競爭力，其出口動能與市場佔比並未顯著受挫。



日本央行最新 10 月經濟報告則顯示製造業信心創三年新高，自 2023 年第一季起便進入緩慢又正面的成長，但日本央行所調查的中大型製造業者亦反映除了半導體、運輸機具等相關產業，其他產業接單情況並不好，紡織跟精密機械等訂單呈現衰退，這一點跟台灣產業狀況相仿，各產業此消彼長不一，端看自身產業競爭力而定。而法國製造業於 2025 年 8 月正式走出長達兩年半的收縮期，PMI 指數升至 50.4，生產活動回歸擴張，復甦主因來自交通運輸

設備部門，尤其航太產業的強勁回溫，加上供應鏈壓力減輕。此趨勢也帶動下游扣件需求回升，使法國相關業者在歐洲市場重拾動能。反觀德國、台灣、荷蘭、瑞士等市場則面臨出口小幅衰退，表一顯示當前全球製造業正呈現「地區回溫、結構分化」的局面，美、中、法三國的出口動能維持穩定，是因為其內需與高階製造支撐力仍然強勁；德國與台灣則受景氣循環與產業轉型期影響，出口呈現小幅衰退，但

值得一提的是，台灣扣件產業 2025 年上半年表現與去年大致持平，在庫存水位過高及歐美購買動能下降的情況來說，出口金額算是維持住基本盤，然而產業傳出很多負面消息，例如關廠、裁員、無薪假等，真正原因在於產業成本結構與產品品級差距未與競爭對手拉開。整體而言，扣件產業的全球重心正在重新洗牌，觀察相關汽車、航太等終端動能，紅色供應鏈仍具規模優勢，非紅供應鏈則快速崛起。

三、台灣優勢是否還存在？



在 2025 年上半年出口前十名市場中，台灣呈現四勝六敗的局面。從表二可見，整體呈現價穩量平但結構轉變的格局，美國仍為最大市場，占比超過四成，但是出口額年減 1.9%，反映美國去庫存與本地化採購影響仍在延續。同時值得注意的是，美國 Tier-1 車用供應鏈現在正向墨西哥、泰國及印度採取多點採購策略，訂單分配較為分散，對高強度、可追溯扣件需求依舊強勁，台灣在車輛、航太認證與模具精度方面的能力，目前在美系供應鏈中還保有競爭力，需要緊密注意客戶訂單的變化。



表二. 台灣 2023 年 ~2025 上半年出口表現
(單位: 億美元)

排名	國別	2023 上半	2023 下半	2024 上半	2024 下半	2025 上半	與去年同期比	與前年同期比
1	美國	329.1	308.2	303.5	306.4	297.9	-1.9%	-9.5%
2	德國	66.6	52.9	50.3	59.6	56.0	11.4%	-15.9%
3	荷蘭	51.5	37.4	37.2	37.4	35.4	-4.8%	-31.2%
4	日本	34.1	31.9	31.6	28.9	32.8	3.9%	-3.7%
5	加拿大	21.9	20.6	25.0	24.8	27.0	8.3%	23.3%
6	墨西哥	19.5	21.3	22.6	20.3	20.6	-8.7%	5.9%
7	英國	25.5	23.5	22.3	23.3	21.0	-5.9%	-17.8%
8	中國	21.0	21.7	20.4	22.9	19.1	-6.4%	-9.2%
9	波蘭	10.4	9.6	12.2	11.0	12.0	-2.0%	15.5%
10	瑞典	13.5	10.4	11.7	13.2	12.6	7.4%	-6.7%

資料來源: ITC/ 紀翔瀛整理 (2025.10)

相較之下，德國的回升更具結構意義。2025 年上半年台灣對德出口年增 11.4%，反映歐洲汽車與機械製造業自 2024 年第四季起逐步復甦；尤其在輕量化、耐腐蝕及電動車專用扣件領域，台灣具備穩定交期與工藝一致性，能銜接歐系嚴格的品質管理與認證制度，德國的回溫也暗示台灣扣件未來高價值鏈位置仍然穩固。

同樣屬歐洲市場的荷蘭與英國，則分別年減 4.8% 與 5.9%，顯示其市場成長動能較弱，原因包括歐洲部分進口商調整庫存週期、以及因物流成本回落後重新尋找成本更低的供應來源。不過，荷蘭與英國多為轉口與分銷中心，其回落不代表最終需求下降，亦可能是供應配置優化。

加拿大與日本分別成長 8.3% 與 3.9%，主要受惠於友岸採購趨勢。尤其是加拿大，與去年同期比成長 8.3%、較前年成長幅度更達 23.3%。加拿大是美系供應鏈的第二採購基地，尤其在新能源車、重型機械及工程基建擴張的背景，扣件需求穩步提升，代表加拿大有可能成為台灣下一個戰略重點市場。

整體而言，台灣扣件出口並未出現顯著衰退，市場結構仍穩定，但面臨材料成本高、匯率升值與人工短缺等結構性壓力，使得實際利潤下滑。此外，面向拉美的墨西哥年減 8.7%，則反映當地本地製造與在地供應鏈自給率提升，中長期將成為競爭者而非僅是個市場，更應該以合作或設點的方向去思考。

表三. 台灣與競爭者出口單價分析
(單位: 美元 / 公斤)

競爭者	2024		2025	
	Q1	Q2	Q1	Q2
中國	2.1	2.0	1.9	2.0
印度	3.4	2.6	2.5	2.6
泰國	2.8	3.1	2.9	2.9
土耳其	3.8	3.9	3.9	4.1
越南	2.8	2.6	2.5	2.4
台灣	3.5	3.5	3.4	3.6

資料來源: ITC/ 紀翔瀛整理 (2025.10)



從表三可見，2025年第二季各國扣件出口單價介於每公斤 2.0 至 4.1 美元之間。整體而言，台灣以每公斤 3.6 美元在表格中列舉競爭對手之間維持在第二高價，僅次於土耳其的 4.1 美元，明顯高於越南 (2.4 美元) 與中國 (2.0 美元)。顯示台灣扣件在精度、穩定性與供應信任度上仍具備明確市場定位，競爭優勢目前並未因區域供應鏈外移而削弱。

以土耳其為例，其出口單價雖略高，但主因在地理位置鄰近歐盟、物流週期短、驗證門檻較低，其供應結構多集中於工程建設、基礎機械類扣件，與台灣在汽車、電子、電動車用高階扣件之主力市場並非完全重疊，因此更多是區位分工，而非直接替代。

再看印度，2025年第一季印度扣件出口至全球的平均單價為每公斤 2.49 美元，第二季則微升至 2.57 美元；較 2024 年同期的 3.37 美元與 2.62 美元略有下滑，呈現價格下行趨勢，主因並非需求疲弱，而是產品結構與客戶結構的變化。印度近年積極承接歐美外移訂單，尤其是汽車與機械等中低階標準件占比上升。這類產品單價低於航太或能源級扣件，導致整體出口平均價被稀釋。

此外，印度正處於製造擴張期，政策補貼與策略性低價進場造成短期量增價跌，這便屬於「擴張型成長」特徵。印度政府推動「Make in India」與出口導向產業政策，包含退稅、補貼、基建投資，許多新廠

為爭取國際客戶採取策略性報價，以價格換取長期合約，使得印度扣件業在短期內呈現單價下滑但接單增加的現象，其實是以市場滲透率優先的成長策略，泰國的出口單價亦看出類似的趨勢。

至於中國，2025年第一季其扣件產品出口至全球的平均單價為每公斤 1.94 美元，第二季則微升至 1.98 美元，較 2024 年同期的 2.11 美元與 1.99 美元略有下滑，呈現價格下行趨勢。然而，中國的出口單價下行屬於另一種邏輯，中國透過產業集群補貼、融資支持以應對關稅，此競爭力並非純市場化結果，使企業即便在全球需求疲弱與高關稅環境下，仍具一定韌性，政策強力介入的特殊現象不具可複製性。

而面對越南崛起，台灣扣件業者的焦慮可以理解：去不了越南，怕移地生產資金壓力與政策風險更高；留在台灣，又受制於材料與人工雙漲。然而，越南的崛起反映供應鏈地緣重組，而非價格取代，越南承接跨國供應鏈轉移、享有 EVFTA 與 CPTPP 關稅優勢，適合作為成本與通關效率雙重考量的生產據點；而台灣仍掌握模具精度、工藝控制、快速打樣、品質驗證、碳足跡數據等高附加價值環節，因此，兩者關係更適合被定位為分工合作，而非市場廝殺。

整體來看，台廠在全球供應鏈上仍以高品質定位被客戶高度信任，接下來的關鍵在於能否進一步以技術服務提升議價力，邁向價值溢價的新階段。



四、結語

綜合 2025 年上半年全球扣件進出口情勢可見，市場並未如媒體描述般「整個產業面臨關廠潮」，而是進入全球結構性重新分工階段。美國與德國仍是台灣最關鍵的兩大市場；與新興競爭者相比，台灣出口單價穩居高位，意味著市場仍願意為台灣的技術、穩定與良率付費。中國帶有政策護航屬性，印度與泰國多以量攻市，而越南崛起反映的是供應鏈地理布局遷移，而非技術位階取代。

因此，台灣除了成本焦慮，其實真正關鍵在於定位自己在全球供應鏈中的角色。例如原本以建築車用為主的扣件廠在疫情前後這五年內，成功切入半導體設備用不銹鋼螺絲；也有業者以高耐蝕表面處理打入風電與太陽能支架市場，或以客製化包裝與品項整合切入美國家裝通路，展現台灣在高精度、快速應用轉換上的彈性優勢。

未來，台灣扣件業若要持續維持競爭力，應從「製造」走向「系統協作/模組化」，以模具能力、測試驗證、碳足跡管理、可追溯數據、與客戶共同設計作為核心價值，增加自己的市場重要性。當台灣能提供的是安全、可控、品質可證明的能力，市場就不會以價格定義台灣，而是以信任與不可替代性定義台灣。這，才是台灣扣件下一個階段的真正戰略位置。■

