



關稅壓力：美國貿易政策如何 重塑中國扣件出口策略

過去二十年來，全球經濟格局經歷了巨大的轉變。這種變化的核心是中美兩個經濟巨頭之間力量平衡的轉變。自 2000 年代初以來，中國已從一個低成本的製造中心躍升為世界第二大經濟體，並透過大量基礎設施投資、技術發展以及「一帶一路」等全球貿易倡議擴大其影響力。同時，美國一直保持其世界領先經濟體的地位，推動創新、金融支配地位和全球消費市場。

川普就任總統後出現了轉折。與前幾屆政府截然不同的，是川普對中國發動了全面的關稅戰，指責中國不公平的貿易行為和經濟侵略。這標誌著一個新時代的開始：關稅、制裁和經濟民族主義將成為更廣泛的地緣政治競爭工具。

美中關稅衝突：概要

這場貿易衝突的起源可追溯至 2018 年，當時川普政府發起 301 條款調查，指控中國不公平貿易行為、竊取智慧財產權和強制技術轉移。為了作出回應，美國當局推出了一系列的關稅措施，影響價值超過 5,500 億美元的中國商品（包括扣件）。

美國對包括鋼鐵螺絲、六角螺栓、自攻螺絲、墊片和結構扣件等多種中國扣件加徵關稅。根據美國國際貿易委員會的數據顯示，2018 年至 2021 年間，中國扣件進口價值下降了 31%，這是貿易流動中斷的劇烈信號。

中國政府以自己的報復性關稅作為回應，但對於扣件出口商來說，痛苦已經很劇烈了。2017 年中國佔美國所有扣件進口的 23.5% 以上，這個優勢在 2018 年後開始縮減，2024 年中國佔美國所有扣件進口的 19%。

行動上的回應：為了生存進行重組

1. 產能遷移

為了抵銷美國關稅的直接影響，許多中國扣件公司開始將生產轉移到東南亞國家。在越南、馬來西亞和泰國等國的中國企業為了可持續進入美國市場，投資激增。

根據中國扣件協會（CFA）的資料，自 2019 年以來，廣東省和浙江省有超過 15% 的一級扣件製造商將部分業務轉移至境外。這種趨勢被稱為「跨國轉線」，使出口商可以將其產品來源重新標示為美國關稅不針對的國家。

然而，在川普第二任期期間，美國政府針對這種轉向策略，對幾個有充當中國貨物中介疑慮的東南亞國家大幅提高關稅。透過擴大貿易執法範圍和收緊原產地規則，美國政府旨在堵住因跨國轉運而被利用的漏洞。政策升級迫使中國製造商探索更複雜的離岸策略，或將重點轉移到非美國市場。

2. 智慧製造和自動化

無法遷移的公司則轉向國內發展，使營運效率化並投資於自動化。扣件生產廠的自動化升級有助於降低勞動力成本，部分彌補了出口收入的損失。自動化還能提高產品的一致性並減少交貨延遲，這些都是在全球競爭中的關鍵要素。越來越多的中國公司正在將機械手臂、CNC 機器和基於人工智能的缺陷檢測整合到他們的生產線中。

3. 壓縮對供應鏈依賴

透過減少對第三方原料供應商的依賴，並採用垂直整合的方式，企業正在降低內部成本結構。將鋼材加工、鍍鋅和包裝整合在同一廠房內的做法，在頂尖廠商中越來越普遍。



定價策略： 邊際利潤的取舍兩難

1. 價格戰兩難

為了在加徵關稅的情況下在美國保有價格競爭力，出口商削減了邊際利潤。中國機電進出口商會(CCCME)的數據顯示，自2019年以來，扣件出口行業的平均毛利率已從12%降至6%。一些出口商為了維持與美國買家的長期合作關係，自行承擔了部分關稅。例如，據報導，有家總部位於杭州的扣件公司在主要的B2B交易中補貼了關稅成本，此舉有助於保留合約，但卻導致淨利潤大幅下降。

2025年，美國根據重新啟動的「美國第一貿易強化法案」，針對包括扣件在內的更廣泛工業產品，推出了新一輪的全面關稅，使情況更加惡化。這些懲罰性的關稅，在某些情況下是先前稅率的兩倍，將許多中國出口商推入無法承受的成本壓力。本來就利潤微薄的企業被迫退出美國市場，或大幅調整定價和供應鏈。該產業現在面臨關鍵時刻，一些公司為了生存，轉而尋求更高價值的產品或歐洲和拉丁美洲的替代市場。

2. 產品區隔和分層定價

隨著價格競爭加劇，利潤空間縮小，中國製造商正將重點從純成本策略轉向長期品牌發展。領先企業不再單純以價格來區分市場，而是投資於品牌形象和定位，以克服全球一直以來對「中國製造」等同於廉價低品質產品的看法。

這種策略性的轉向包括建立差異化的產品線（基本、中級和高級產品）。不僅是依據功能，而是依據品牌承諾、可靠性和感知價值。在汽車和航太等關鍵產業中，信任和認證非常重要，強大的品牌可以讓製造商有理由提高價格，並降低被替代的風險。然而，建立一個可信的品牌需要時間、一致性和大量的行銷投資，這是許多中國公司現在才開始優先考慮的。

生產策略： 重塑扣件工廠

1. 創新和產品複雜度

出口商正從大量生產低價值的扣件過渡到開發進入門檻較高的客製化高精度扣件。這種策略性的轉向降低了價格競爭的風險，並增加了客戶關係的黏著度。例如，針對航太客戶推出一系列耐腐蝕、熱處理鈦螺栓的製造商，在2020年至2023年間，每單位平均售價從0.06美元倍增至0.14美元。

2. 環境合規性與永續性

除了關稅之外，美國進口商也越來越要求產品符合ESG（環境、社會與治理）規範。碳足跡或廢棄物處理標準不佳的工廠可能會被列入黑名單。指標性的出口商正投資於無鋅塗層、水處理系統及ISO 14001認證，以符合買家的期望。這種「環保合規性」不僅保住了進入高薪西方市場的機會，而且最終可能成為競爭優勢。

市場多樣化： 對非美國市場的出口增加

1. 歐洲與「一帶一路」國家

為了避免對美國的依賴，中國對歐洲和「一帶一路」國家的扣件出口迅速擴張。從2019年到2024年，中國對歐盟的扣件出口增長了50%。此增長部分得益於中歐鐵路快線，鐵路運輸時間從海運的45天縮短到15天，提升了中國扣件在歐洲市場的吸引力。2019年至2024年，對亞洲的出口增長超過52%。

2. 國內消費與雙重循環

作為中國更廣泛的「雙重循環」戰略的一部分，政策制定者正在推動製造商平衡出口收入與不斷增長的國內消費。基礎建設支出與都市化計畫正刺激國內建築與運輸業對扣件的需求。2024年，中國國內對工業扣件的需求成長了11%，地方政府的補貼進一步激勵了本土採購，減少了對不穩定國外市場的依賴。

總結

美國對中國扣件徵收關稅不僅僅是一項稅收，更催生了一場變革。曾經依靠數量和成本優勢茁壯成長的出口商，現在正專注於敏捷性、價值創造和市場靈活性。從生產基地的轉移到產品線的再造以及自動化的應用，中國的扣件行業正處於深刻的戰略演變之中。

中國扣件出口的未來： 三種可能情況

1. 復甦與重新平衡

在這種樂觀情況下，新政府領導下的關稅談判會有所緩和，而中國扣件製造商也會重新奪回部分失去的美國市佔。創新與多樣化仍在繼續，但貿易正常化為企業提供了喘息空間。

2. 策略性地退出美國

在此情況下，中國公司將永久減少對美國的關注，將美國視為高風險、低利潤的市場。投資將轉移到歐盟、非洲和南美，部分轉移到東盟作為緩衝。

3. 全球整合

中國扣件業中最激進的未來包括產業整合，規模較小的企業將被收購或淘汰。倖存者將成為規模較大、垂直整合、出口中立的強大企業。■

著作權所有：惠達雜誌/撰文Behrooz Lotfian

