2027 全球五金零組件市場展望報告

著作權所有：惠達雜誌／撰文：副總編輯 曾柏勳



需求換檔、供應鏈重組與高價值產品競逐的新格局

扣件好比「工業之米」，五金零組件（表 1）則像是隱藏在全球製造業背後的一整套「骨骼系統」。彈簧、鋼鐵線製品、鉸鏈、支架、門窗五金、家具五金、鎖具、橡膠密封件，以及各類安裝件與機械零組件，單一零件的價格往往不高，但它們卻廣泛存在於汽車、建築、機械、電子設備、資料中心、航太與能源設施之中。

表 1. 本文定義的「五金零組件」品項範圍

海關編碼	分類名稱	主要產品內容
7320	彈簧及彈簧片	板簧、螺旋彈簧及其他型式彈簧。
7326.2	鐵或鋼製線材製品	部分線夾、線式定位件、線式扣件等用於固定用途的線材零件。
8302	金屬製家具、門窗、車體等安裝配件及支架	包括鉸鏈、腳輪、車輛用配件、建築用配件、家具用配件、支架等。
3926.3	塑膠製家具、車體等配件	塑膠製家具配件、車體配件及類似裝配件；可涵蓋部分塑膠製固定與安裝零件。
4016.93	橡膠製墊片、華司及其他密封件	橡膠墊圈、密封件、部分 O 形環等與密封／固定相關產品。
8301	鎖具、掛鎖及帶鎖扣件	包括掛鎖、車輛用鎖、家具鎖、其他鎖具，以及附帶鎖扣功能的扣件與鎖具零件。
8308.1	金屬製鉤、扣眼及孔眼	主要應用於服裝、鞋類、皮件及其他製成品。
8305	金屬製活頁夾配件、文件夾配件、紙夾及排釘	活頁夾／檔案夾配件、長尾夾、迴紋針、索引標籤及條狀釘書針等。

經濟合作暨發展組織（OECD）在 2026 年 9 月的最新展望中預估，全球 GDP 將於 2026 年成長 2.9%，2027 年成長 3.0%，全球經濟並未陷入全面衰退；美國 2026、2027 年分別為 2.2% 與 2.1%，歐元區均為 1.0%，中國則由 2026 年的 4.5% 放緩至 2027 年的 4.2%。另一方面，AI 相關投資仍是支撐全球生產、貿易與投資的重要力量。**全球五金零組件市場值得注意的現象，是全球哪些產業正在投資？哪些國家正在增加製造能力？哪些供應鏈正在搬家？從這個角度看，2026 年的全球五金零組件市場，更接近一場「需求換檔」。**

全球五金零組件需求不是全面復甦，而是需求分化

2026 年全球經濟最明顯的特徵，是不同產業之間的景氣差距正在拉大。一方面，歐洲部分傳統製造業仍然承受能源、人工、利率與競爭壓力；另一方面，美國 AI 基礎建設、資料中心、航空航太及部分製造業投資卻形成新的需求支柱。

汽車產業也呈現類似現象，波士頓顧問公司（BCG）發布的《2026 年全球汽車供應商研究》指出，全球汽車零組件需求長期仍預計成長，但價值池 (Value Pools) 正在重新分配；電池、電氣電子、ADAS、自動駕駛與軟體相關領域成長速度較快，而傳統燃油動力系統零組件則面臨結構性下滑。研究也指出，供應商面臨的問題已從疫情後的急性危機，轉變成利率、成本、缺工、地緣政治與需求波動並存的「新常態」。

然而一輛汽車不會因為從燃油車轉成電動車，就突然不需要彈簧、支架、鉸鏈、密封件、鎖具或各類金屬零件（表 2），**真正改變的是哪些零件需求增加、哪些零件需求減少，以及客戶對零件性能、材料、可靠度與供應方式的要求。**因此，五金零組件產業不能只追蹤「產量」，還必須追蹤產業結構的改變。



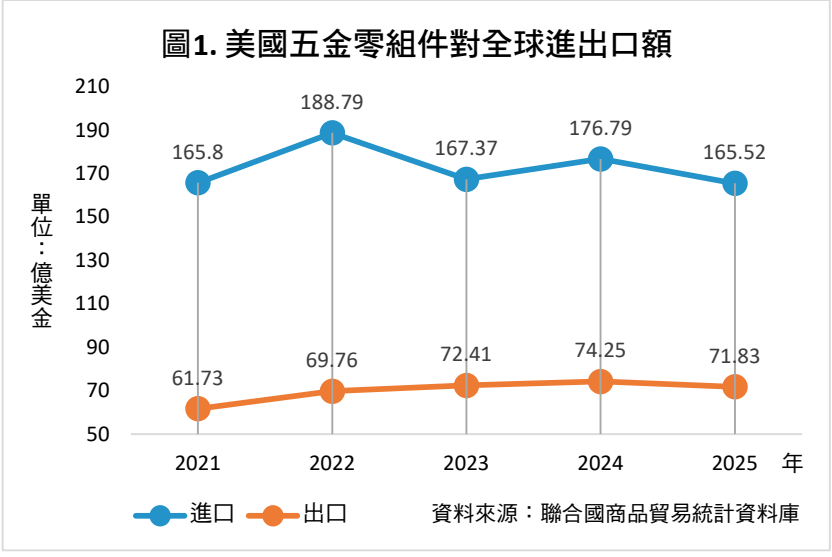
表 2. 主要零部件在電動車上的用途

零部件名稱	電動車上的主要用途	進入電動車時代的技術轉變與挑戰
彈簧	1. 車底懸吊避震系統支撐 2. 電動尾門、前行李廂氣壓支撐桿 3. 內裝按鍵、置物盒微型回彈機構	1. 剛性要求大幅提升：電池組使車重增加，彈簧需具更高承重與疲勞壽命。 2. 輕量化設計：採用高強度鋼材或複合材料以減輕車重，延長續航力。
支架	1. 重型電池模組的固定與防撞結構 2. 驅動馬達、逆變器等電能部件掛載 3. 車載雷達、鏡頭等感測器固定	1. 安全性與剛性轉變：電池支架必須具備極高碰撞吸能與結構保護力。 2. 一體化壓鑄趨勢：為減少零部件數量與重量，許多傳統鋼製支架正轉變為鋁合金一體成型。
鉸鏈	1. 傳統四面車門與後行李廂連接 2. 前行李廂蓋開閉機構 3. 電動充電口蓋連接	1. 新增零件需求：傳統車無前行李廂與充電蓋鉸鏈，電動車因而衍生全新需求。 2. 智能化與隱藏化：鉸鏈設計需配合流線型車身（如隱藏式設計）與電子電動開閉。
密封件	1. 電池包、馬達與高壓電控的防水防塵 2. 車門、車窗的氣密與隔音	1. 防水防塵等級極高：電池高壓系統短路風險高，密封件需達 IP67/IP69K 等高標。 2. 隔音要求更嚴苛：沒了引擎聲，風噪路噪更明顯，密封條需具更佳的吸音與氣密性。
鎖具	1. 車門、前後行李廂的電子安全鎖 2. 充電槍防拔電子鎖機構	1. 全面電子與數位化：傳統機械鎖轉為電子整合鎖，支援手機感應或隱藏式把手。 2. 衍生專用鎖：新增「充電槍電子鎖」，防止充電中斷或充電槍被意外拔除。

美國：需求正在從「一般製造」轉向「高投資密度」

根據聯合國商品貿易統計資料庫（圖 1），2021 年美國針對表 1 所選的八大類五金零組件統計的進口額約 165.80 億美元，2022 年升至 188.79 億美元；2023 年回落至 167.37 億美元，2024 年恢復至 176.79 億美元，2025 年則為 165.52 億美元。同期出口由 2021 年的 61.73 億美元增加至 2025 年的 71.83 億美元。更值得注意的是重量。

美國五金零組件進口重量由 2021 年約 268.2 萬噸增加至 2022 年的 280.7 萬噸，2023 年下降至 232.5 萬噸，2024 年回升至 256.7 萬噸，2025 年又降至 228.4 萬噸。也就是說，2025 年的進口金額大致回到 2021 年水準，但進口重量卻低於 2021 年。這代表**美國市場並非單純依靠「買更多重量」而成長，其產品組合與單位價值正在發生變化。**



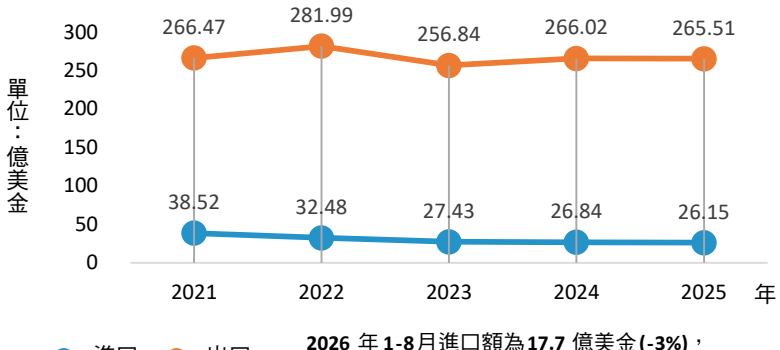
美國建築市場更能說明「需求換檔」。根據美國普查局以及全美住宅建築商協會，美國住宅開工由 2024 年的 136.71 萬戶降至 2025 年的 135.87 萬戶；2026 年 1~8 月累計約 93 萬戶，全年推估約 130~135 萬戶。住宅市場並沒有出現強勁擴張，但是，這不能直接解讀為「美國建築五金需求疲弱」。

美國建築師學會 2026 年 7 月的建築預測顯示，美國非住宅建築市場內部正在高度分化：資料中心帶動商業建築投資，而製造業建築支出則面臨調整。換句話說，傳統建築需求疲弱，並不代表所有建築五金需求都疲弱；**需求正在轉向資料中心、能源、基礎設施與高科技製造設施。**這對供應商的意義非常明顯，**在美國賣五金零組件，市場位置可能比市場總量更重要。**

中國：全球製造基地角色沒有消失，但需求結構正在改變

中國正在同時扮演生產基地、出口基地，以及亞洲其他製造基地的上游供應者。從 2021 ～ 2025 年的五金零組件貿易變化來看（圖 2），中國仍維持相當龐大的出口能力，不只服務中國內需，而是大量進入越南、泰國、印度及其他亞洲製造市場。以 HS 8302 為例，中國 2025 年出口至越南的金額約 8.46 億美元，較 2024 年的 8.20 億美元增加 3.2%；其中鉸鏈出口更由約 1.74 億美元增加至 1.96 億美元，成長 12.6%。這代表即使部分終端產品的製造活動正在向中國以外地區移動，中國的五金零組件仍可能跟著供應鏈一起「出海」。

圖2. 中國五金零組件對全球進出口額



2026 年 1-8 月進口額為 17.7 億美金 (-3%)，出口額為 178 億美金 (-2%)；資料來源：中國海關

因此，中國五金零組件產業真正發生的變化，是製造基地的功能正在重新分層。一部分企業仍以中國本土的大規模製造與出口為核心；另一部分企業則開始配合客戶在東南亞、印度、墨西哥等地建立新的生產節點，**形成「中國製造＋海外組裝」或「中國供應＋區域生產」的混合模式。**這也解釋了為什麼近年東南亞五金零組件進口市場中，中國供應商仍然具有很高的存在感。

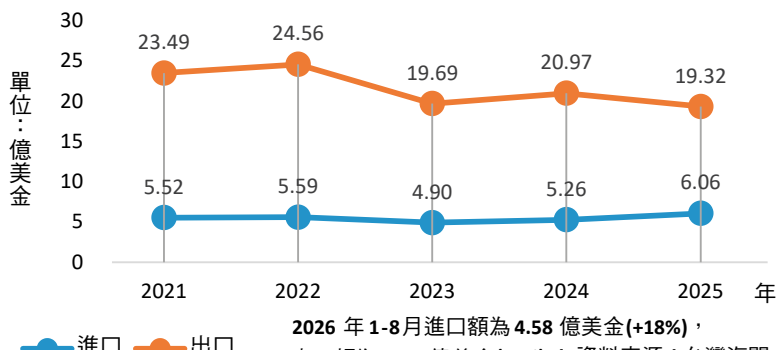
對中國供應商而言，下一階段的競爭重心已不只是「大量生產」，而是能否把既有的規模、成本與完整供應鏈，轉化成汽車、電子、能源、機械、建築及新興製造業所需要的高可靠度、快速交付、客製化與區域化供應能力。因此，觀察 2026 ～ 2027 年的中國五金市場的重點是中國製造的哪些環節會留在中國、哪些環節會跟著客戶出海，以及中國供應商能否繼續控制海外製造基地的零組件供應鏈。**未來中國可能不再是「全球工廠」，但逐漸成為「全球工廠背後的零組件供應中心」。**

台灣：AI 出口狂飆之下，傳統五金零組件正在重新定位

台灣一方面站在全球 AI、半導體與高階電子製造供應鏈的核心，另一方面，**台灣傳統五金零組件的出口卻正在經歷一輪明顯收縮。**這不是單純的市場衰退，更像是台灣製造業需求結構正在重新分配。台灣五金零組件對全球出口額由 2021 年的 23.49 億美元，下降至 2025 年的 19.32 億美元，縮減約 17.7%；進口則由 5.52 億美元增至 6.06 億美元，增幅約 9.7%（圖 3）。

2025 年，出口與進口之間的貿易順差已由約 15.70 億美元縮小至約 13.25 億美元，五年間縮減約 18%。這表示台灣仍然是這些產品的淨出口國，但過去**高度依賴外銷的傳統五金零組件模式，正在面臨重新調整。台灣的問題不是「沒有出口需求」，而是該需求正在從傳統製造轉向 AI 與高科技製造。**

圖3. 台灣五金零組件對全球進出口額



2026 年 1-8 月進口額為 4.58 億美金 (+18%)，出口額為 12.9 億美金 (-3%)；資料來源：台灣海關

HS 8302 與 8301 仍是台灣五金零組件出口的兩根支柱

台灣五金零組件並不是全面失去競爭力，而是不同產品的表現差異相當大。其中 HS 8302 架座、配件及類似品仍是最大出口品項。2025 年出口達 6.31 億美元，占這 8 項產品總出口約 48.9%；HS 8301 鎖具則出口 3.68 億美元，占約 28.6%。兩者合計接近 10 億美元，占 2025 年 8 項產品出口約 77.5%。換句話說，具有較完整製造能力、品質要求與應用市場的產品，仍然維持相當大的出口規模。此外，HS 401693 密合墊、墊圈及其他密封物件 2025 年出口仍有 1.92 億美元，顯示密封、功能性零組件等產品仍具有一定的國際市場基礎。這些產品與單純標準化五金相比，更容易進入汽車、機械、工業設備及能源等對可靠度要求較高的應用領域。



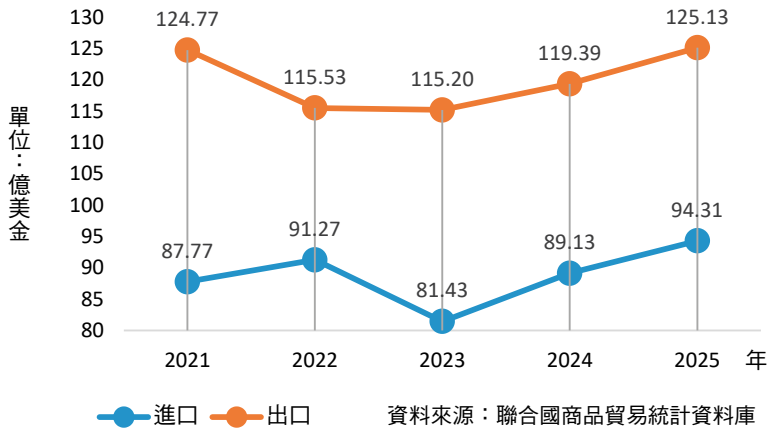
台灣正在從「傳統五金製造」走向「高價值零組件」

與其說台灣五金零組件產業衰退，更精確的說法台灣正在經歷一場製造業資源重新配置。一端是彈簧、鋼鐵線製品、鎖具、架座、密封件等傳統五金產品，面對全球需求波動、中國及東南亞低成本供應商競爭，以及國際客戶供應鏈調整，出口規模逐步下降；另一端則是半導體設備、AI 伺服器、電子零組件、先進封裝及高階製造設備相關需求快速增加。如果產品能夠進一步進入半導體設備、AI 資料中心、精密機械、航太、能源設備或高階汽車供應鏈，台灣企業接下來必須思考的問題是：如何把既有的金屬加工、精密成形、表面處理、模具、熱處理及品質管理能力，轉換成高科技產業需要的零組件能力，將「一般工業耗材」逐步分化成「高規格功能、不能出錯的零組件」。台灣真正需要搶攻的是更高價值的零組件位置。

歐洲景氣偏弱，但高附加價值五金零組件仍有生存空間

歐盟五金零組件進口額（圖 4）由 2021 年的 87.77 億美元升至 2022 年的 91.27 億美元，2023 年降至 81.43 億美元，2024 年回升至 89.13 億美元，2025 年進一步升至 94.31 億美元。出口方面，2021 年為 124.77 億美元，2022 年為 115.53 億美元，2023 年為 115.20 億美元，2024 年為 119.39 億美元，2025 年回升至 125.13 億美元。

圖4. 歐盟五金零組件對全球進出口額



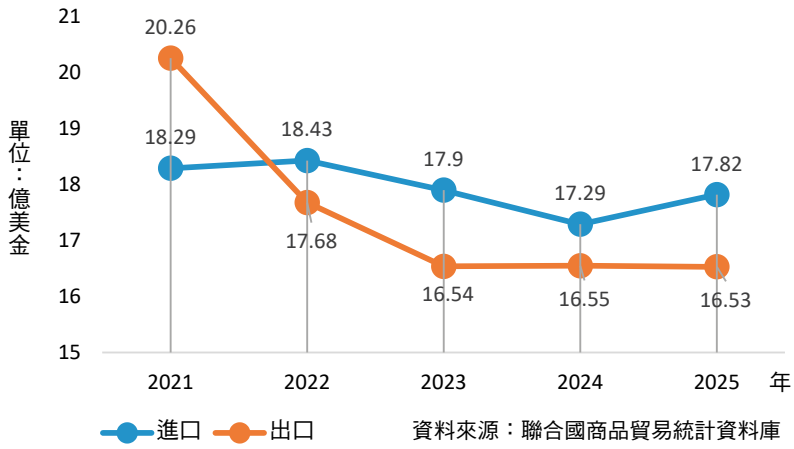
歐盟同時具有龐大的進口需求與更大的出口能力，代表其五金零組件產業仍具有相當深的製造與再出口能力，但歐洲製造業所面臨的成本壓力不可忽視。例如 Würth 集團 2026 年上半年銷售額達 109 億歐元，年增 4.3%，但公司同時指出能源價格上升、地緣政治不確定性及德國工業活動低迷仍然形成壓力；另一方面，其東歐與南美等地區提供較強的成長動能。另外，SFS 集團 2026 年正在進行全球生產與配送網絡調整，明確表示要集中較少的生產據點、降低複雜度，同時把資源集中到具有較高差異化及客戶價值的應用；但另一方面仍維持「在地供應」策略。這透露一個很重要的市場訊號：歐洲五金業的下一步未必是擴大所有產品的產能，而可能是保留高價值製造、將部分成本敏感型產品移往更具成本優勢的地區。

對標準化、重量大、單價低、價格競爭激烈的五金零組件，例如一般鉸鏈、支架、標準彈簧及部分通用五金，歐洲廠商面對能源、人工及合規成本壓力，將部分生產配置到亞洲或其他成本較具優勢的地區，具有經濟上的合理性。相反地，醫療零件、精密沖壓件及高客製化工業零組件，由於涉及認證、品質風險、交期及工程服務，產品價值密度較高，歐洲仍具有保留製造能力的誘因。因此，歐洲與亞洲可能形成新的分工：歐洲保留高技術、高認證、需要快速服務的製造；亞洲承擔大量生產及成本敏感型零件；而歐洲客戶則透過當地倉儲、技術服務與供應鏈管理，將兩者串接起來。對供應商而言，更需要分辨哪些產品值得在歐洲本地生產？哪些產品適合由亞洲供應？

日本市場規模成熟，但「量減價值增」值得注意

圖 5 顯示，2021 年日本五金零組件進口 18.29 億美元，2022 年 18.43 億美元，2023 年 17.90 億美元，2024 年 17.29 億美元，2025 年回升至 17.82 億美元。出口則由 2021 年的 20.26 億美元下降至 2023 年的 16.54 億美元，2024 年為 16.55 億美元，2025 年為 16.53 億美元。重量方面，日本進口由 2021 年約 23.27 萬噸一路下降至 2025 年的 20.20 萬噸；出口重量則由 8.95 萬噸下降至 8.01 萬噸。

圖5. 日本五金零組件對全球進出口額

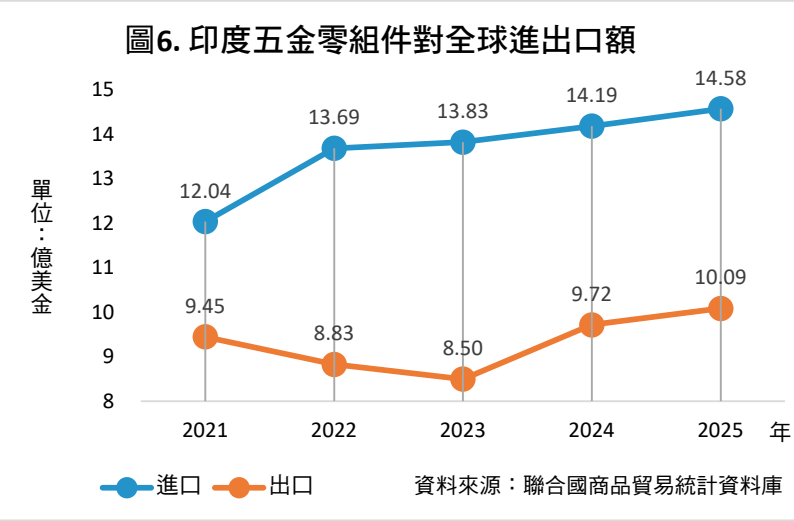


日本呈現重量下降、金額在 2023 到 2025 年趨穩定。當製造業不再大量增加標準產品，而是持續要求精密化、輕量化、高可靠度與特殊規格時，重量未必增加，五金零組件產品價值卻可以維持。日本汽車市場也呈現類似情況。國際汽車製造商協會資料顯示，日本 2025 年各類新車銷量約 456.6 萬輛，較 2024 年增加 3.3%，但仍低於 2019 年的 519.5 萬輛，所以**日本不是典型的「數量型成長市場」，更像是成熟需求＋高規格製造＋設備升級型市場。**

印度是值得長期追蹤的「需求＋製造」雙引擎

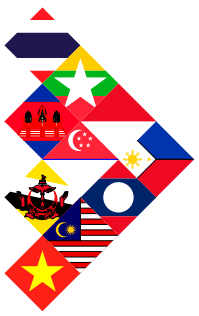
2025 年印度 GDP 成長率約 7.6%，是主要大型經濟體中相對突出的成長者；2025 年外國直接投資淨流入約 391 億美元。五金零組件貿易也呈現擴張（圖 6），印度五金零組件進口由 2021 年的 12.04 億美元增加至 2025 年的 14.58 億美元；出口則由 9.45 億美元增加至 10.09 億美元。更重要的是，印度並非只有進口增加。**2021 ～ 2025 年間，印度五金零組件出口也呈現上升，意味著它正在逐漸形成需求市場＋製造基地雙重角色。**

圖6. 印度五金零組件對全球進出口額



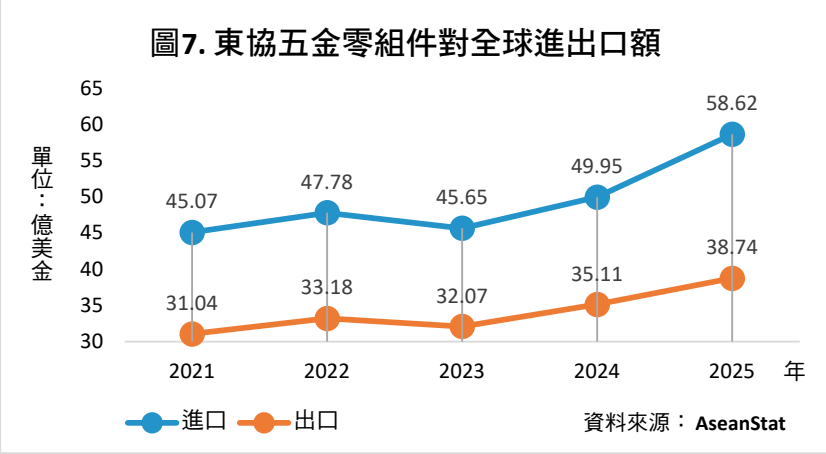
印度的成長故事脈絡包括：人口規模增 → 城市化發展 → 基礎建設增 → 工廠投資增 → 汽車用量增 → 機械設備增 → 五金零組件需求成長。國際汽車製造商協會資料顯示，印度 2025 年各類車輛銷量約 551.8 萬輛，較 2024 年成長 5.5%，更比 2019 年高 44.6%。這代表**印度不是單純的成熟市場替換需求，而是「新增需求」與「製造能力建立」在相應的產業領域中同時發生。**

東協的機會不是「低成本」，而是供應鏈節點



東南亞正成為全球五金零組件供應鏈重新布局的重要節點，它已不只是「低成本製造」這個傳統優勢。從貿易數據來看（圖 7），東協的角色正在同時向「生產基地」與「需求市場」兩端延伸。東協對全球的出口額由 2021 年的 31.04 億美元增加至 2025 年的 38.74 億美元，五年成長約 24.8%；同期進口額則由 45.07 億美元大幅增加至 58.62 億美元，成長約 30.1%。**東協五金零組件市場的擴張速度，進口端甚至快於出口端。高達 58.62 億美元的五金零組件進口需求，也意味著供應鏈仍存在相當大的外部採購空間。**

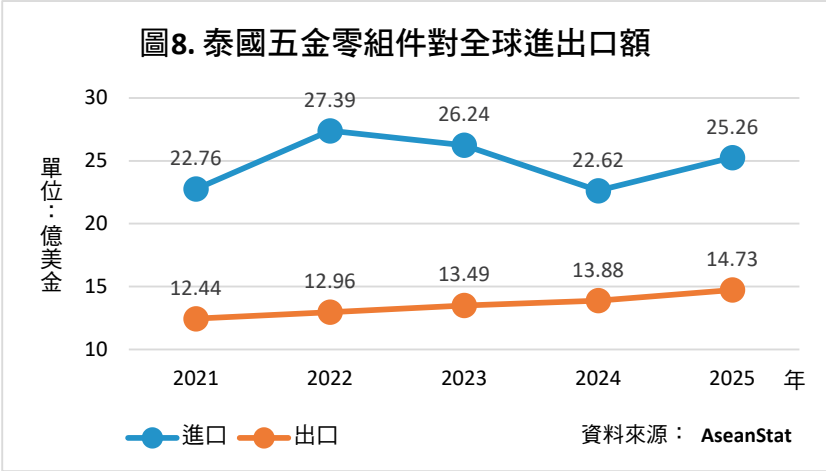
這個變化相當重要。2025 年東協上述五金零組件的全球進出口總額已達 97.36 億美元，較 2021 年的 76.11 億美元增加約 27.9%；但同時，貿易逆差也由 14.03 億美元擴大至 19.88 億美元。這並不單純代表東協缺乏製造能力，反而可解讀為**當地製造業擴張、工廠投資與供應鏈在地化正在創造更大的零組件需求。也就是說，企業把產能移往越南、泰國、馬來西亞、印尼等地之後，需要的不只是當地廉價勞動力，而是完整的彈簧、五金配件、機械零件及其他工業零組件供應體系。**



因此，東南亞對全球的意義正在發生變化：它不再只是「把工廠搬過去」的目的地，而是連接中國、台灣、日本、韓國與歐美市場的供應鏈中繼站。**對五金零組件業者而言，東南亞的優勢不是單純追求最低生產成本，而是進入這些新興製造聚落，成為汽車、電子、機械、家具、家電及基礎建設產業的在地供應商。**誰能在當地建立穩定的庫存、交期、品質認證、技術服務與客戶關係，才更有機會成為供應鏈的一部分。對台灣業者而言，東協市場的價值不只是「分散中國生產風險」，更可能是從單純出口商轉型為區域供應鏈節點的參與者。

泰國：汽車與工業製造型

泰國長期擁有完整的汽車產業、機械製造、家電及電子產業聚落，因此五金零組件的需求並不只是來自新設工廠，而是來自一個已經運作多年的工業生態系。泰國五金零組件對全球出口額（圖 8）由 2021 年的 12.44 億美元增加至 2025 年的 14.73 億美元，五年間成長約 18.4%；同期進口額則由 22.76 億美元增加至 25.26 億美元，仍高於出口，而且 2025 年的進口規模約為出口的 1.7 倍。**泰國不只是把五金零組件製成產品再出口，更是一個具有龐大零組件採購需求的製造市場。泰國製造業仍需要從海外取得大量五金、機械零件及工業用組件，再將其整合進汽車、機械、電子、家電及其他製成品的生產體系。**對供應商而言，這反而意味著泰國市場存在持續性的 B2B 零組件需求，而不只是一次性的建廠商機。供應商若能進入當地 OEM、Tier 1 ／ 2 及工業設備供應鏈，所面對的是長期且重複性的零組件需求。

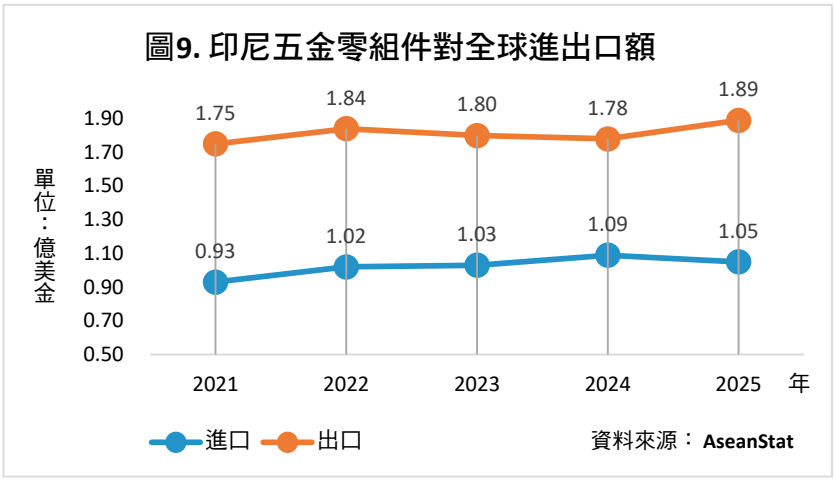


印尼：人口與內需型

印尼最大的特色不是出口導向，而是龐大人口、城市化與製造業擴張所形成的內需市場。印尼五金零組件對全球的進出口額總和，由 2021 年的 2.68 億美元增至 2025 年的 2.94 億美元，五年間成長約 9.7%；其中出口由 1.75 億美元增至 1.89 億美元，成長約 7.7%，進口則由 9,348 萬美元增加至 1.05 億美元，成長約 12.5%。印尼不只是五金零組件的生產市場，也正在形成更大的進口需求。

2021 年（圖 9）印尼的出口約為進口的 1.87 倍，但到 2024 年已降至約 1.64 倍，顯示進口需求的增長速度高於出口。2025 年出口回升至 1.89 億美元，貿易順差也由 2024 年的約 6,975 萬美元擴大至 8,337 萬美元，但仍低於 2021–2022 年的 8,162 萬～ 8,199 萬美元水準。這意味著**印尼市場正在逐漸從單純的出口供應基地，轉向「本土製造＋進口補充＋內**

需消費」並存的市場結構。這個變化與印尼近年的產業投資方向相互呼應。印尼2025年投資實現額達1,931.2兆印尼盾，年增12.7%；其中「基本金屬、金屬製品、非機械及設備」相關產業投資達262兆印尼盾，占總投資13.6%，為主要投資領域之一。同年製造業成長5.3%，機械與設備產業更成長13.98%，顯示工業設備、金屬製品及相關零組件需求正在擴張。

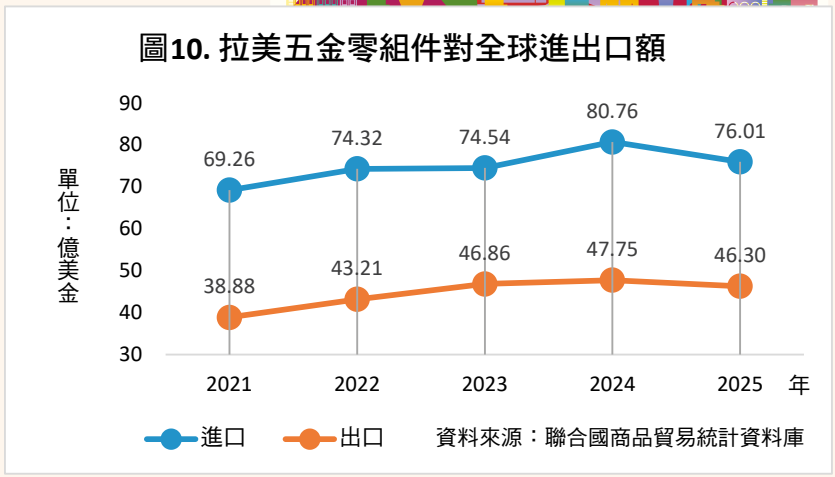


因此，印尼對五金零組件的需求可以理解為一個「人口內需＋製造業升級＋基礎建設與城市化」的三重市場。對供應商而言，印尼的重要性未必首先來自它能出口多少，而在於它正在形成東南亞少數具有巨大終端消費人口、製造業投資與零組件進口需求的市場，正在把人口紅利轉化成五金零組件需求的「內需＋製造雙引擎市場」。

拉丁美洲：大型需求市場仍然依賴海外供應

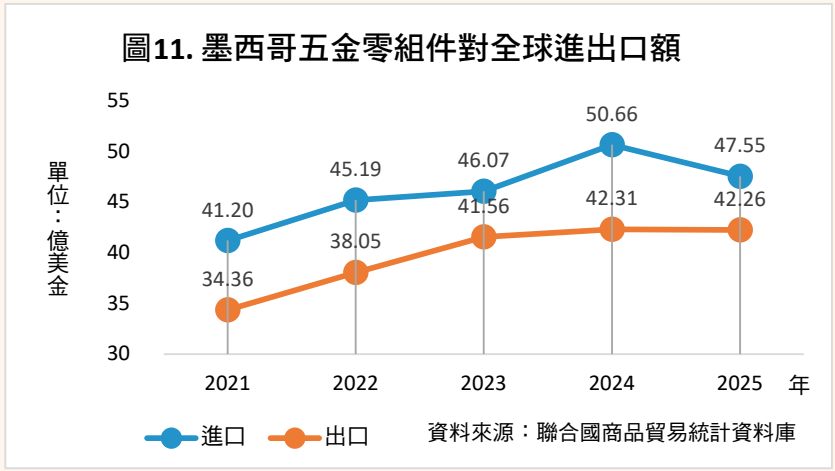


拉美對全球的進出口額總和於2025年雖落至122.31億美元，但仍比2021年的約108.14億美元高出約13.1%。其中進口額始終高於出口額（圖10），進口由2021年的69.26億美元增至2025年的76.01億美元；出口則由38.88億美元增至2025年的46.30億美元。五年期間進口增加約9.7%，出口增加約19.1%，代表拉美出口能力正在提高，但進口需求仍然更大。這個區域不是沒有製造能力，而是整體供應仍不足以完全支應自身需求，海外供應商仍扮演重要角色。



墨西哥：內需與出口同步擴大

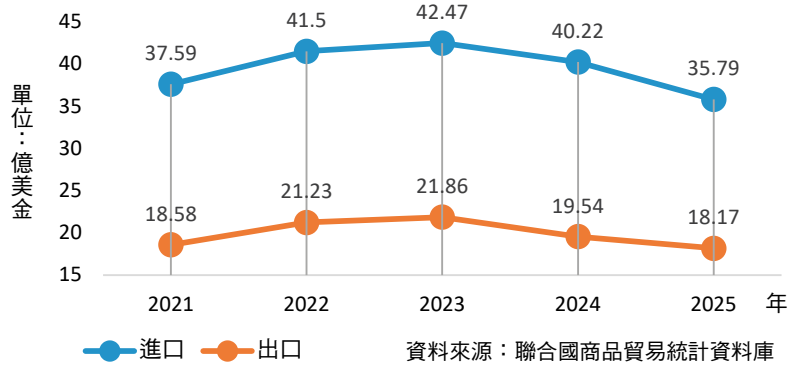
墨西哥五金零組件對全球進口額（圖11）由2021年的41.20億美元，增加至2025年的47.55億美元，5年間成長約15.4%；出口則由34.36億美元增加至42.26億美元，成長約23.0%。墨西哥的市場規模正在明顯放大，它不是一個單純靠進口來滿足內需的市場，同時也在擴大自己的出口能力。墨西哥五金零組件連續5年都呈現貿易逆差，但逆差並沒有一路擴大：2021年約6.84億美元，2025年則縮小至5.29億美元。出口對進口的覆蓋率也由2021年的83.4%提高至2025年的88.9%，代表墨西哥正在一邊進口大量零組件支撐製造業，一邊提高本土製造與出口能力。



這與墨西哥原本就已形成的汽車、電子、家電、航太與機械製造聚落相互呼應。2024 年墨西哥汽車零組件出口約 1,060 億美元，且擁有超過 2,100 家汽車零組件企業；北部、巴希奧及其他製造聚落已形成 Tier 1~3 供應商網絡。 因此，近岸外包趨勢所帶來的並不只是「更多工廠」，而是更多對五金零組件的持續需求。**墨西哥正在從「一個靠近美國的生產基地」，轉變為「北美供應鏈中的大型零組件需求中心＋製造出口平台」。尤其當汽車、電子、家電與工業設備持續在墨西哥擴產時，值得追蹤的是哪些零組件會跟著供應鏈一起移動，以及哪些產品會從進口逐步轉向墨西哥本地生產。**

中東：工程型需求，從大型建設走向高規格零組件

圖12. 中東五金零組件對全球進出口額



資料來源：聯合國商品貿易統計資料庫

中東五金零組件市場的特色，不在於傳統製造業規模，而在於大型工程、基礎建設、能源轉型、城市開發與高階商用建築所形成的「工程型需求」。中東五金零組件進口額（圖 12）在 2021 年為 37.59 億美元，2025 年仍有 35.79 億美元。出口方面則由 2021 年的 18.58 億美元，回落至 2025 年的 18.17 億美元。2025 年的市場規模雖低於 2023 年高點，但進口額仍接近出口額的 2 倍，顯示這一區域仍具有明顯的五金零組件淨進口市場特徵。

其中，沙烏地阿拉伯的五金零組件進口額由 2021 年的 6.21 億美元增加至 2025 年的 9.62 億美元，四年間成長約 55%，顯示大型基礎建設、住宅、商業開發及產業投資正在形成相當穩定的零組件需求。當地目前也正透過 Vision 2030 推動在地化製造，甚至已提出建立建築五金與配件、水泵及電氣零組件等本地製造能力，以降低對進口的依賴。沙烏地阿拉伯與阿聯酋的大型工程持續涵蓋交通、住宅、能源、觀光、資料中心及智慧城市等領域；目前海灣地區仍有約 9,510 億美元的工程處於執行階段，顯示需求並非短期建築熱潮，而是由大型長期投資計畫支撐。**中東值得注意的是大型工程正在把五金需求從單純的零件採購，推向高規格、客製化、系統配套與長期供應。**這種需求型態也與台灣在五金零組件加工上的能力具有一定的對接空間。

全球五金零組件供應鏈與產品價值的重新排序

美國仍是龐大的終端需求市場，中東則由大型工程與能源投資帶動，印度、泰國、墨西哥等地逐漸成為新的製造與供應鏈節點。**過去「在哪裡生產、賣到哪裡」相對清楚的全球供應鏈，如今正在變成更複雜的三層結構：生產基地、區域製造節點、最終需求市場彼此重新組合。**



與此同時，市場價值也正在與產品重量逐漸脫鉤。日本等成熟市場顯示，即使進口重量下降，金額未必同步大幅下滑。**全球五金零組件需求正在從「買得更多」轉向「買得更有價值」**。高強度材料、不鏽鋼、特殊合金、精密加工、特殊表面處理，以及能夠直接嵌入汽車、AI 設備、航太、能源與高階機械的零組件，將比單純追求重量與產量更能決定企業的市場價值。因此 2026 年的全球五金零組件市場正在經歷一次供應鏈與產品價值的重新排序。進入 2027 年，企業面對的競爭不再只是價格競爭，而是誰能更接近新製造基地、更快進入新興應用、提供更高規格的產品，以及建立更具韌性的全球供應網絡。 ■