2027 全球扣件市場展望報告

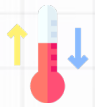
著作權所有：惠達雜誌／撰文：副總編輯 曾柏勳

產業進入「重新定位期」
需求轉移、貿易重組與 2027 新競爭版圖

一顆螺絲，看起來是製造業中最不起眼的零組件之一，卻也是觀察全球製造業景氣與供應鏈變化相當敏感的「溫度計」。汽車工廠增加一條產線、住宅開工回升、能源設備增加投資、半導體設備多建一座廠房、資料中心擴建，最後都可能轉化成一批批的扣件需求。因此，當全球扣件市場在 2026 年出現「有些市場成長或下滑；部分國家出口增加或面臨訂單流失；某些產品量增價升或只能靠價格競爭」的複雜局面時，並不代表全球扣件需求正在消失，真正發生的是全球扣件需求正在重新分配。

過去 20 多年形成的全球化供應鏈，是以中國為核心的大規模製造、台灣的專業化出口、歐美的高值需求與日本的精密製造，而如今正在加入印度、東協、墨西哥、中東與拉丁美洲等新的生產及消費節點。2026 年進一步出現另一項變化：扣件競爭的衡量標準，正在從「誰能做得便宜」逐漸轉向「誰能讓客戶放心地長期使用」。這意味著價格、品質與交期仍重要，但原產地、供應鏈韌性、碳排資料、產品追溯、特殊材料、工程能力與在地服務的重要性正在快速上升。如果說過去全球扣件市場是一場「產能競賽」，那麼 2026 年之後，競賽的主題正在變成：誰能找到新需求，誰能進入新的供應鏈，誰能提供更高的產品價值，就有機會在下一輪市場洗牌中取得位置。

先看全球製造業：扣件需求並未消失，只是產生了「溫差」



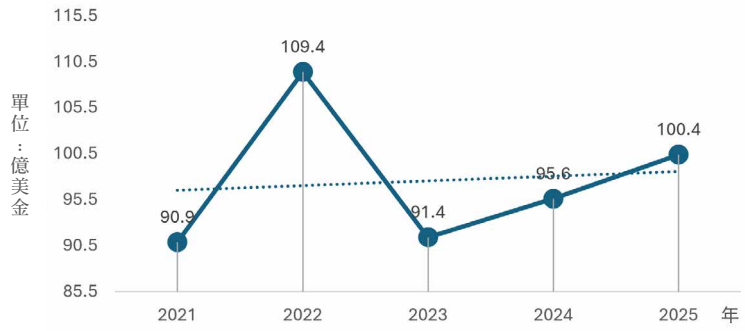
扣件景氣必須結合下游產業一起觀察。從車銷量來看，根據世界汽車工業國際協會的數據，2025 年全球的新車銷售已走出疫情期間的劇烈波動，但各區域恢復程度不一致。例如歐洲 2025 年各類新車註冊量約 1,863 萬輛，仍低於 2019 年的 2,093 萬輛；歐盟 27 國加 EFTA 與英國約 1,551 萬輛，也比 2019 年的 1,842 萬輛低約 16%。這透露出傳統成熟市場的車用扣件需求，即使沒有崩跌，也未必會回到過去那種高速擴張。

然而，另一端的新需求正在形成。電動車、再生能源、AI 伺服器、資料中心、半導體設備、自動化、機器人、航太、無人機與國防相關製造，以及各國推動的基礎建設，都需要大量的機械結構件與連接件。2026 年 9 月高雄白埔先進封裝產業園區的動土，就是一個典型例子。高雄市政府表示，半導體聚落的擴張不只意味著晶圓、封裝與設備產業的投資，也會帶動周邊精密機械、設備零組件與高端扣件需求。因此，不能再用「汽車、建築景氣＝扣件景氣」的單一公式來理解市場。更精確的觀察方式應是：傳統需求 ＋ 新興製造需求 ＋ 供應鏈轉移需求 ＝ 下一階段的全球扣件市場。

中國：出口仍然成長，但已不再等於「低價擴張」

中國是理解全球扣件市場變化的一大關鍵。**圖 1** 顯示，出口從 2021 年約 90.9 億美元，到 2025 年約 100.4 億美元。2026 年 1 ～ 8 月，中國扣件出口約 71.2 億美元，同期增加約 6%。如果只看數字，很容易得到一個結論：中國扣件出口正在復甦，但更值得注意的是「量」與「價」的同步變化。

圖1. 中國扣件對全球出口額



2026年1-8月出口額為71.2億美金(+6%)；資料來源：中國海關

台灣螺絲公會的資料顯示，2026 年 1–7 月中國扣件平均出口單價約 1.99 美元／公斤，作為比較，台灣則為約 3.68 美元／公斤。換句話說，中國出口重量（330.33 萬噸）約為台灣（66.57 萬噸）的 5 倍；台灣的平均單價則約為中國的 1.85 倍。

中國扣件出口不是單純靠「多賣幾噸」來增加營收，產品結構與單價也正在出現變化。中國海關數據顯示，2026 上半年 800MPa 以上高強度螺絲以及螺栓出口額年增 13.5%，代表中國扣件產業正在出現一條新的成長路徑：從「產能全球化」走向「產品價值化」。當然，這並不表示低價通用扣件競爭已經結束。中國龐大的鋼材供應、模具、熱處理、電鍍、表面處理與完整製造鏈，仍然是其他國家很難短期複製的優勢，市場正在要求中國供應商回答另一個問題：除了便宜，你還能提供什麼？

中國出口市場正在「多極化」：美國仍重要，但已不是唯一答案

圖2. 2026年1–8月中國扣件前十大出口對象國
(數據來源：中國海關；單位：億美元)

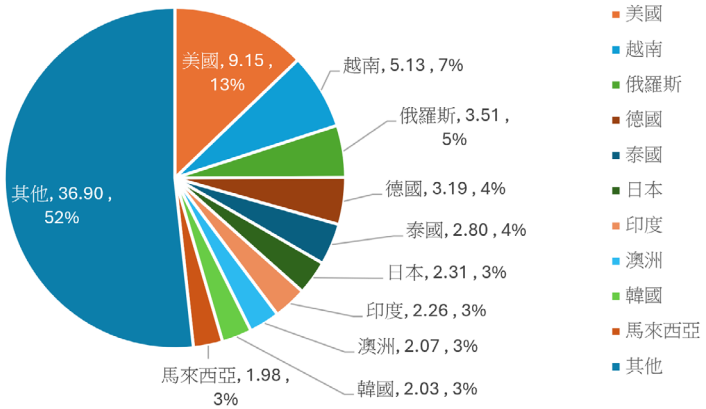
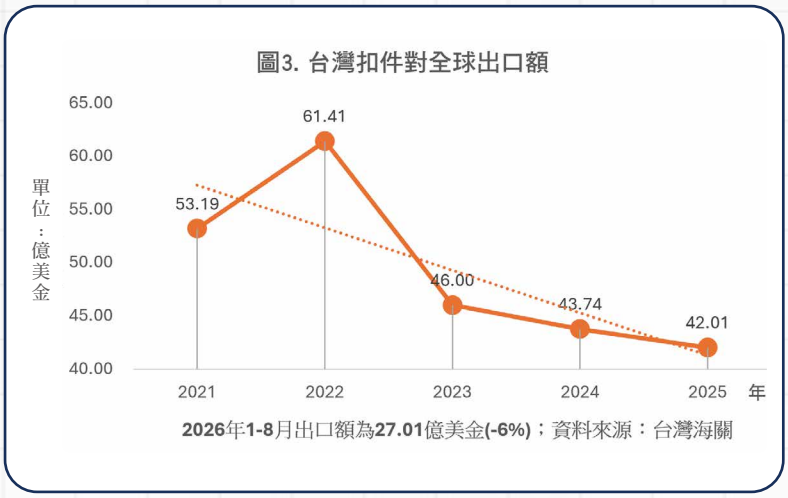


圖 2 顯示，2026 年 1–8 月，美國占中國扣件出口只剩約 13%，歐盟加上英國約 19%，相對地，東協十國加日本、韓國、印度則高達 28%，其餘市場更占約 40%。換言之，中國扣件出口商並不是單純依賴美國市場，而是正在跟著製造業一起移動，形成「亞洲＋歐洲＋美洲＋其他新興市場」的多核心出口結構。

未來更可能出現的是「中國製造＋東協組裝、中國製造＋印度製造、中國製造＋墨西哥在地化、中國企業海外設廠」的層次組合。這也是全球扣件供應鏈「多基地化」的核心。

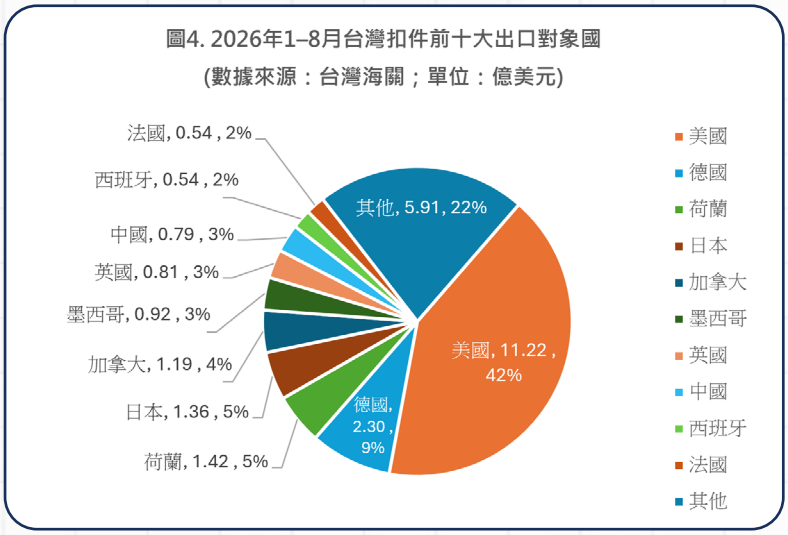
台灣出口總量承壓，但高單價優勢更值得被看見

如果中國代表「規模」，那麼台灣代表的則是另一種全球扣件競爭模式。根據本次統計，台灣扣件出口（**圖 3**）由 2021 年的 53.19 億美元、2022 年的 61.41 億美元，下降至 2023 年的 46.00 億美元、2024 年的 43.74 億美元及 2025 年的 42.01 億美元。2026 年 1 ～ 8 月出口約 27.01 億美元，下降約 6%。從總額來看，台灣確實面臨壓力。但如果把出口金額與重量放在一起觀察，故事完全不同。



如前所述，台灣的平均單價約為中國的 1.85 倍，台灣扣件業的真正優勢，在於大量中高階產品、汽車扣件、特殊規格、客製化產品與長期 OEM 供應能力。這也是為何當全球市場進入價格競爭時，台灣企業容易受到壓力；但當客戶開始要求更高強度與精密度、更嚴格的 PPAP、材料可追溯、IMDS 資料、碳排資料、客製化設計、穩定交期、多年合作，台灣供應商反而具有較好的切入條件。台灣扣件產業也明確把 EV、再生能源、智慧製造、航太、半導體設備與自動化列為高價值應用方向，並認為產業競爭正從價格與規模轉向技術、應用專業與品牌價值。因此台灣最大的問題其實不是「產品沒有競爭力」，而是高價值產品是否能進入更多市場。

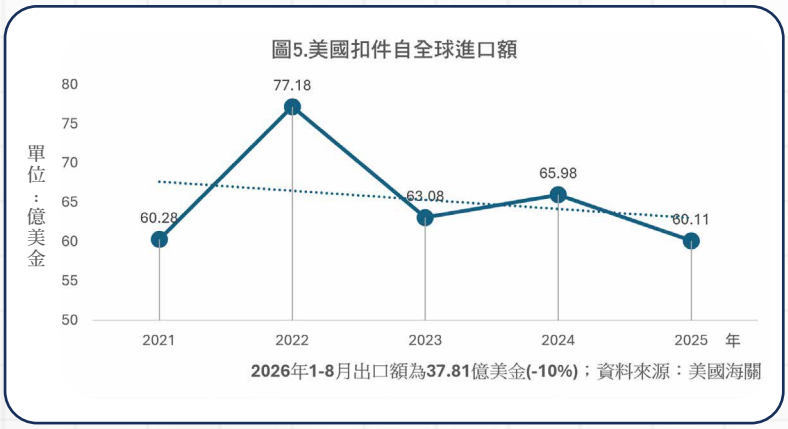
台灣最大的結構性風險：不是中國，而是「市場集中」



台灣扣件出口最值得注意的數字之一，是美國市場占比。**圖 4** 顯示，2026 年 1 ～ 8 月，台灣扣件出口美國約 11.22 億美元，占同期全球出口約 42%，意味著台灣扣件產業的全球布局，實際上仍高度依賴北美需求。這種結構在景氣好的時候是優勢，因為美國市場規模龐大、產品單價較高、客戶品質要求也符合台灣企業的能力。但當美國進口政策、關稅、庫存週期或採購來源改變時，台灣出口就容易受到放大式影響。美國仍然應該是核心市場，但不能再是唯一核心市場，「市場多元化」是台灣扣件產業眼前的重要課題。對台灣來說真正的市場分散不是「每個國家都只賣一點」，而是逐步建立第二、第三、第四個美國。



美國需求沒有退潮，但採購邏輯正在改變



美國是全球扣件市場最值得密切觀察的終端需求中心。**圖 5** 顯示，美國扣件進口額由 2021 年的 60.28 億美元，2022 年攀升至 77.18 億美元；2023 年回落至 63.08 億美元，2024 年為 65.98 億美元，2025 年再降至 60.11 億美元。2026 年 1 ～ 8 月，美國扣件進口約 37.81 億美元，比 2025 年同期 42.00 億美元下降約 10%。

表面上看，美國進口需求似乎正在降溫，但美國扣件經銷商指數 (FDI) 卻提供了另一個訊號。2026 年 8 月 FDI 為 58.3，雖低於 7 月的 59.9，

仍連續第 16 個月高於 50，並連續第 6 個月高於 55；其前瞻指標為 56.9，同樣維持擴張。美國扣件進口量正在收縮，但這並不代表所有終端需求也等比例消失。對美國市場而言，真正需要觀察的不是『進口多少』，而是庫存去化、採購來源、國內製造與終端產業需求之間如何重新平衡。因此，美國市場未來的關鍵字不是單純的「成長」，而是「採購彈性」，美國客戶可能同時需要亞洲 / 北美 / 墨西哥 / 供應商、第 N 個來源、安全庫存、在地倉儲、快速交貨。



墨西哥：切入北美扣件供應鏈的重要節點

美國的出口數據本身就揭露了墨西哥的重要性。2025 年，美國扣件出口約 56.63 億美元，其中出口墨西哥約 18.57 億美元、加拿大約 13.13 億美元；兩國合計超過一半。2026 年 1 ～ 7 月，美國對墨西哥扣件出口約 11.11 億美元，對加拿大約 7.45 億美元。這表示北美扣件市場其實是一個高度整合的區域供應鏈。因此對供應商而言的問題不只是「要不要進美國？」，而是「要從哪個北美節點進入這條供應鏈？」如果墨西哥持續扮演製造與組裝中心角色，那麼「亞洲 → 墨西哥在地加工／倉儲 → 北美」或者「台灣／中國／日本 → 墨西哥 → 美國」將成為供應鏈重新配置後的重要商業模式。

歐洲重新定義「扣件成本」



將進口金額與重量交叉觀察，歐盟自他國進口扣件的重量由 2021 年約 185.4 萬噸下跌至 2023 年 162.4 萬噸；2025 年則回升至 183.2 萬噸，進口金額亦回升至 65.8 億歐元。不過，2025 年平均進口單價已降至約 3.59 歐元／公斤，低於 2022 及 2023 年的水準。換言之，2022 年歐盟扣件進口是「量增速度低於價漲速度」：重量僅增約 10%，價格卻大增 35%。2025 年則「量回升、價回落」：進口重量回升 11%，但價格下降 5.2%，歐盟採購從 2023 年的高價格（4.02 歐元回落到 2025 年的 3.59 歐元）。

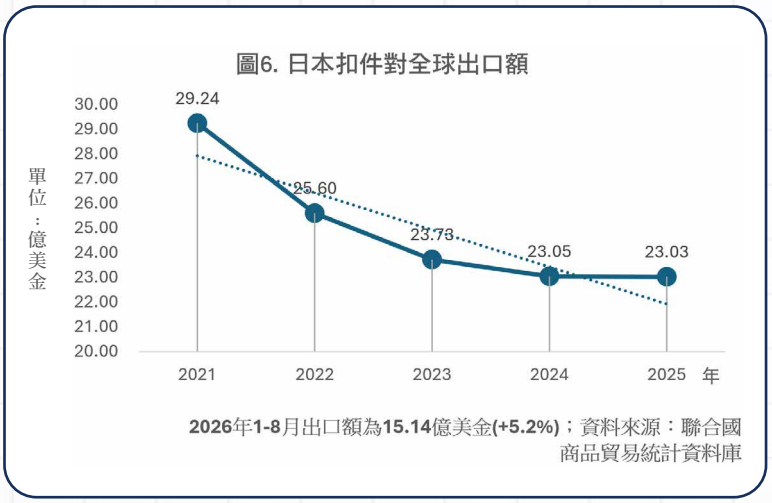
歐洲市場的特殊性，在於它正在重新定義「產品成本」。傳統扣件報價包含：材料＋加工＋表面處理＋包裝＋運輸＋利潤。未來歐洲採購的成本模型再增加：碳排放＋驗證＋原產地＋法規遵循。歐洲扣件經銷商協會在 2026 年的產業觀察指出，歐洲扣件通路業同時面對中國扣件反傾銷措施與 CBAM 帶來的成本壓力；部分中國無頭螺絲、螺紋桿等產品的反傾銷稅率相當高，CBAM 則進一步增加進口扣件的成本與行政負擔。未來同樣是 M8 螺栓，其中 A 供應商報價 100 美元、B 供應商報價 103 美元但能提供完整碳足跡、材料來源、製程紀錄及驗證資料。在傳統採購邏輯中，A 比較便宜。在新的歐洲供應鏈邏輯中，B 不一定比較貴！因為客戶真正比較的是總體擁有成本 (TCO)，而不是單純的採購價，這正是全球扣件產業進入的新戰場。



日本出口額下降，但「高價值製造」角色仍存在

圖 6 顯示，2021 年日本扣件出口約 29.24 億美元，2022 年降至 25.60 億美元，2023 年約 23.73 億美元，2024 年約 23.05 億美元，2025 年約 23.03 億美元。出口重量則由 2021 年的 34.34 萬噸下降至 2025 年的 28.62 萬噸。

雖然日本出口重量下降，但出口額並未同步出現等幅跌勢，代表日本仍然維持一定的產品價值。日本具競爭優勢的領域為汽車、精密機械、工業設備、電子、高可靠度零組件、特殊材料、高精度加工，這些領域要求的扣件不是「便宜」，而是「合適度」。此外，日本與台灣存在一定程度的互補與競爭關係。中國可以用規模切入，日本與台灣則更容易在高精度、高可靠度與客製化產品上競爭。



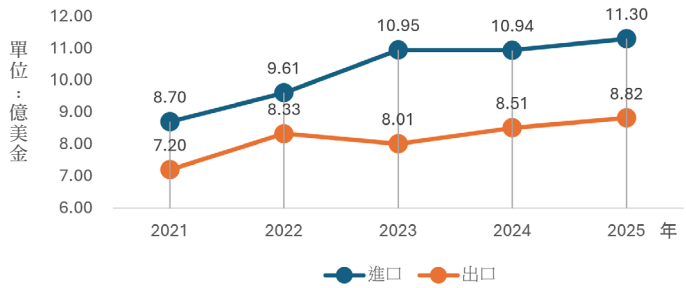
2026年1-8月出口額為15.14億美金(+5.2%)；資料來源：聯合國商品貿易統計資料庫

印度從「市場」逐漸變成「製造基地」

聯合國商品貿易統計資料庫（**圖 7**）顯示印度扣件進口由 2021 年約 8.70 億美元增加至 2025 年 11.30 億美元；出口則由 7.20 億美元增加至 8.82 億美元，代表印度正在同時發展「需求市場＋生產基地」。印度的特殊性在於人口規模、汽車製造、鐵路、能源、電子、國防、機械設備與基礎建設可以同時提供需求。

而一旦跨國製造商把更多產能放到印度，扣件就會從一般工業耗材變成供應鏈在地化的重要零組件。

圖7. 印度扣件對全球進出口額



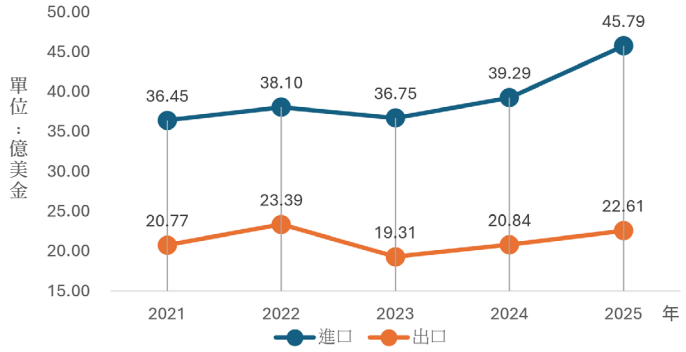
資料來源：聯合國商品貿易統計資料庫

這將帶來兩種機會，第一是直接出口，第二是與印度當地供應商建立合作、技術授權、加工、倉儲甚至合資生產。對台灣與各國企業而言，印度市場未來可能不是「把貨賣過去」這麼簡單，而是把自己國家的製造能力帶進印度。

東協真正的價值不只在消費，而在「供應鏈轉移」

圖 8 顯示 2021 至 2025 年，東協對全球扣件進口額由 36.45 億美元增加至 45.79 億美元，增加約 25.6%，其中 2025 年是非常明顯的成長點；出口額則由 20.77 億美元增加至 22.61 億美元，只增加約 8.9%。這顯示在疫情後供應鏈重組與製造業投資帶動下，區域扣件需求快速擴張。更值得觀察的是，需求並非平均分布，而是明顯集中在越南、泰國、印尼與馬來西亞等具有汽車、電子、機械及組裝製造能力的國家，這些產業都需要大量扣件。這意味著東協的角色正在改變：它不再只是扣件的消費市場，而是逐漸成為承接中國、日本、韓國及其他亞洲製造供應鏈的「生產節點」。東協及周邊亞洲市場的成長，已不只是需求增加，而是反映全球製造基地重新布局所產生的結構性需求。

圖8. 東協扣件對全球進出口額



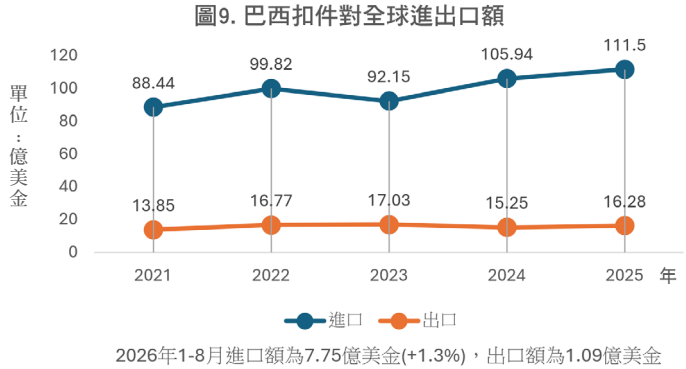
資料來源：Aseanstats

巴西與拉丁美洲：被低估的「區域型需求中心」

2025 年巴西從中國進口扣件約 3.10 億美元，2026 年 1 ～ 8 月約 2.30 億美元；從美國進口則由 2025 年的 1.81 億美元，至 2026 年 1 ～ 8 月約 1.28 億美元。從供應來源來看，中國長期居於第一位，2025 年占巴西扣件進口約 27.8%，其次為美國、義大利、德國及日本，呈現「中國提供大量供應、歐美日供應部分高價值產品」的多元進口結構。更值得注意的是，巴西並不是純粹的「低價市場」。

汽車、能源、農業機械、礦業、建築與基礎建設等產業，使巴西具有相當多元的工業扣件需求。巴西

圖9. 巴西扣件對全球進出口額



2026年1-8月進口額為7.75億美金(+1.3%)，出口額為1.09億美金(+2.8%)；資料來源：巴西海關

是南美最大的扣件市場：2021 至 2025 年進口額成長近 44%（**圖 9**），遠高於出口規模，顯示其市場擴張主要由海外供應支撐，而非本土扣件產能同步擴張。對全球供應商而言，巴西還有一項特殊價值：它是進入南美市場的區域樞紐，應該被視為一個具有自身製造、基礎建設與資源產業需求的獨立市場群。

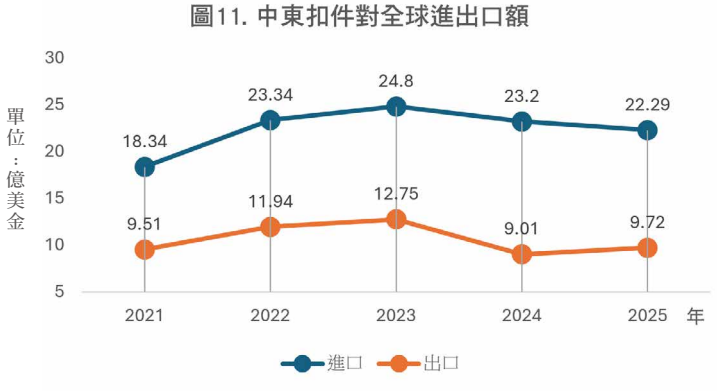
澳洲、中東：兩個不同類型的利基市場

澳洲需求穩定，但市場規模受到人口與產業結構限制



澳洲是典型的資源與基礎建設驅動型扣件進口市場。澳洲扣件進口額（**圖 10**）由 2021 年的 6.96 億美元升至 2025 年的 7.42 億美元；出口額則長期維持在約 1.2 ～ 1.6 億美元，2025 年為 1.24 億美元。澳洲扣件需求大一部分來自礦業、能源、建築、基礎建設、農業機械與重型設備維修。因此，澳洲市場值得關注的未必是大量低價標準螺絲，而是能夠符合戶外環境、腐蝕防護、重載、設備維修及工程規範的產品。從供應鏈來看，中國在澳洲扣件進口中具有相當重要的位置。對供應商而言，澳洲比較適合以不鏽鋼、高強度、特殊規格、工程認證及少量多樣化產品切入，而不宜只與中國供應商進行單純價格競爭。

中東市場波動較大，但大型工程創造高價值需求



中東是由多個海灣國家、能源產業、基礎建設、石化、電力、交通與大型建築工程共同構成的區域市場。其扣件進口額（**圖 11**）在 2021 年為 18.34 億美元，2023 年之後進口額雖然回落，2025 年卻仍維持在 22 億美元以上，表示中東的扣件需求並非完全依賴短期景氣，而與大型工程、能源設備及基礎建設投資存在較深的結構性關係。因此中東可以視為「工程專案型市場」，會產生大量扣件需求，而且對耐腐蝕、高強度、特殊塗層、規格認證與可追溯性有較高要求。

2026 年的分水嶺：從「每公斤多少錢」走向「每個應用值多少錢」

過去扣件業以「成本」來衡量競爭力，但未來這個指標可能越來越不夠用。一顆普通 M8 螺栓與一顆用於航空、半導體設備、電池設備或高性能機械的特殊扣件，即使重量差異不大，其商業價值可能完全不同。扣件企業真正需要追求的不是「如何把每公斤成本降低 5%」，而是「如何讓客戶願意為我的產品多付 20%」，這 20% 就是整合「去風險、供應鏈、合規、高值」的解決方案所驅動的「價值重估」。

展望 2027 年全球扣件市場將有三個趨勢：第一，全球化不會消失，但「單一來源」的全球化會減少。全球企業不太可能完全放棄亞洲製造，因為成本、供應鏈完整度、技術與產能仍然是亞洲最大的優勢，但客戶會更傾向「台灣 / 中國 +1」，甚至「台灣 / 中國 +1+ 區域供應商」、「亞洲 + 墨西哥 / 印度 / 東協」，代表未來扣件企業需要同時服務「全球供應鏈」與「區域供應鏈」。

第二，高科技應用成為扣件產業新的成長曲線。AI 本身不會直接大量消耗螺絲，但 AI 帶來的資料中心、伺服器、電力設備、冷卻系統、儲能、半導體設備、自動化設備，都會產生扣件需求。同樣地，電動車不是只有電池，它還需要馬達、車體、電控、熱管理、充電設備、輕量化結構、電池包，這些也會帶來新型扣件需求。因此不要只追蹤「扣件市場」，而是關注哪些其他產業正在增加製造設備。

第三，碳管理會從「加分項」變成「進場券」，CBAM 只是起點。未來更多客戶可能要求產品碳足跡數據、環境產品宣告、材料來源、回收材料比例、能源使用、製程排放、供應鏈追溯，這會成為扣件企業的市場門檻，最後會直接影響「客戶要不要買」。

全球扣件市場進入「重新定位期」

回頭看近年的全球扣件市場，可以發現一條清楚的主線。2021 ～ 2022 年，全球需求受到疫情後補庫存、原物料價格與製造業復甦推動，貿易金額快速增加。2023 ～ 2024 年，市場開始進入庫存修正、需求放緩與價格調整。到了 2025 ～ 2026 年，市場開始出現新的結構。

中國出口重新成長，但市場更分散，產品結構往高值化移動。台灣出口總額承壓，但高單價與高品質產品的價值更加明顯。美國終端通路仍具韌性，但採購來源與供應鏈正在重新配置。歐洲透過反傾銷、CBAM 與環境法規，重新定義「成本」。日本維持高品質、高精度的供應鏈角色。印度與東協逐步從「市場」變成「製造基地」。墨西哥則在北美供應鏈中扮演重要的區域節點。巴西、中東、澳洲則提供工程、能源與資源型需求。因此，2027 年的全球扣件市場，與其可能出現「全球大復甦」，更可能發生的是不同市場、產業、產品出現不等速的成長。有人跑規模、速度，有人跑價格、精度，或技術、供應鏈、碳管理。重新定位你要跑的賽道，才可能成為真正能穿越下一個景氣循環的企業。■

著作權所有：惠達雜誌 / 撰文：*Behrooz Lotfian*



地緣政治危機中的商機：2026上半中東扣件貿易

儘管面臨嚴重的地緣政治動盪，中東地區仍持續為國際扣件製造商和經銷商提供顯著商機。2026 年上半年顯示，該市場正受到兩股對立力量的影響：一方面是來自基礎建設與工業投資的日益增長需求，另一方面則是航運路線中斷、營運成本上升以及地緣政治不確定性所帶來的日益加劇壓力。對扣件供應商而言，該地區的競爭已不僅僅是市場規模的問題，更關乎供應鏈韌性、技術專業化以及可靠的交貨能力。