

關稅與 AI 潮： 2026 北美扣件商機 與台廠對策



2026 年 10 月，IFE 展首度移師鳳凰城舉辦，這是北美扣件產業規模最大、最具代表性的 B2B 展會。而今年的美國市場，比過去任何一年都更值得認真解讀：關稅政策仍在變動、AI 基礎建設正在改寫需求結構、而傳統的車用、建築、航太訂單也各自走在不同的節奏上。

這篇文章會帶來三個面向的思考：美國扣件市場今年上半年到底發生了什麼事？需求從哪些產業湧現？以及台灣廠商面對北美市場該訂定什麼策略。

全球扣件市場重新洗牌：從 2026 年上半年美國進出口看市場變化

1. 美國進口需求降溫，但全球最大市場地位未變

見【表一】，美國仍是全球最大扣件進口市場，2026 年上半年進口額達 35.2 億美元，即使較 2025 年同期的 41.0 億美元衰退 14.0%，規模依然是排名第二的德國（28.1 億美元，年成長 6.4%）的 1.25 倍，更是中國（13.6 億美元）、法國（12.3 億美元）的兩倍以上，與加拿大、英國、波蘭、荷蘭、義大利、泰國等前十大市場相比，差距同樣明顯。值得注意的是，在全球前十大進口市場中，僅美國與加拿大呈現負成長（分別為 -14.0% 與 -1.1%），其餘八國全數正成長，其中泰國（12.6%）與義大利（11.5%）成長最快。其實，美國進口金額的衰退，反映今年上半年需求與採購動能轉弱，但以 35.2 億美元的進口規模來看，美國作為全球最大扣件進口市場的地位並未改變。真正值得進一步觀察的，是關稅政策與終端需求變化，將如何影響下半年的採購節奏與供應來源。



【表二】及【表三】分別是美國進口來源地的金額與數量，從供應端來看，2026 年上半年美國扣件進口市場明顯降溫，中國與台灣仍是兩大主要供應來源，但進口量均較去年同期下滑。美國自中國進口 30.5 萬公噸，占整體進口量 28.6%，仍居各國之首，但較去年同期大幅減少 23.8%；自台灣進口 27.5 萬公噸，占 25.8%，年減 11.3%。兩者合計占美國扣件進口量 54.4%，顯示台灣與中國仍掌握美國過半的進口需求，但台灣的數量降幅僅約中國的一半，在本波市場收縮中呈現較佳的相對抗跌能力。若從進口金額觀察，台灣的重要性更加突出。2026 年上半年美國自台灣進口扣件 9.9 億美元，占整體進口金額 28.0%，仍為美國最大的扣件進口來源；中國進口金額則為 6.0 億美元，占 17.1%，排名第二。與去年同期相比，美國自台灣進口金額減少 15.2%，中國則衰退 22.4%。其他主要來源國也多呈現下滑，日本年減 8.5%、加拿大 16.3%、南韓 18.0%，墨西哥更大幅減少 30.9%。從量、值兩項指標來看，美國扣件進口需求的減弱並非集中於單一來源國，而是多數主要供應國共同面臨的市場調整。



表一 全球前十大扣件進口市場 2026 年上半年進口金額

單位：億美元

全球前十大進口市場	2026 年上半年	2025 年上半年	去年同期比
美國	35.2	41.0	-14.0%
德國	28.1	26.4	6.4%
中國	13.6	12.7	7.5%
法國	12.3	11.8	4.8%
加拿大	11.4	11.5	-1.1%
英國	9.3	9.2	2.0%
波蘭	8.3	8.1	2.8%
荷蘭	8.0	7.8	2.9%
義大利	7.9	7.0	11.5%
泰國	7.0	6.3	12.6%

資料來源：ITC

不過，各國受到的影響程度並不相同。德國是其中較為突出的例外，美國自德國進口量較去年同期大幅成長 40.5%，進口金額也增加 4.2%；義大利進口金額成長 3.3%，泰國及越南的進口量則分別增加 7.0% 及 9.6%。這些變化顯示，即使美國整體扣件進口需求轉弱，個別來源國仍可能因產品結構、客戶需求或市場布局不同而出現逆勢成長，後續值得進一步觀察。

對台灣而言，2026 年上半年雖無法避開美國市場需求降溫的影響，但進口量及進口金額的降幅均低於中國，且仍以 28.0% 的金額市占率穩居美國第一大扣件進口來源。當市場由過去追求供應量轉向更重視供應穩定、品質與應用需求時，台灣能否守住既有市占，並進一步掌握車用、建築、電子電機、航太及 AI 基礎建設等產業的新需求，將成為下一階段觀察北美扣件市場的重要方向。

2. 台灣的位置：對美出口熱，扣件市場卻不能一概而論

2026 年上半年台灣對美出口表現亮眼，對美出超首度在半年突破 1,000 億美元，但這波成長主要由人工智慧相關資通訊產品帶動。顯示卡、伺服器等产品成為出口主力，也使台灣對美出口結構進一步向電子資通產業集中。對傳統製造業而言，這項數據固然反映台美經貿關係日益緊密，卻不能直接解讀為所有產業的美國訂單同步升溫。

扣件就是最明顯的例子。從 2026 年上半年美國扣件進口數據來看，美國自台灣進口金額 9.9 億美元，仍以 28.0% 的市占率居各國之首，但較去年同期減少 15.2%；進口量 27.5 萬公噸，年減 11.3%。相

表二 美國前十大扣件進口來源市場金額表現

單位：億美元

全球前十大進口市場	2026 年上半年	2025 年上半年	去年同期比	2026 市佔率
台灣	9.9	11.6	-15.2%	28.0%
中國	6.0	7.8	-22.4%	17.1%
日本	2.9	3.2	-8.5%	8.2%
印度	2.1	2.2	-3.1%	6.0%
德國	1.9	1.8	4.2%	5.4%
加拿大	1.8	2.1	-16.3%	5.1%
義大利	1.6	1.5	3.3%	4.5%
南韓	1.6	1.9	-18.0%	4.5%
墨西哥	1.0	1.5	-30.9%	2.9%
泰國	1.0	1.0	-2.5%	2.8%

資料來源：ITC

表三 美國前十大扣件進口來源市場數量表現

單位：萬公噸

全球前十大進口市場	2026 年上半年	2025 年上半年	去年同期比	2026 市佔率
中國	30.5	40.0	-23.8%	28.6%
台灣	27.5	31.0	-11.3%	25.8%
印度	9.5	9.8	-2.9%	8.9%
日本	5.2	6.3	-17.5%	4.9%
泰國	5.3	5.0	7.0%	5.0%
加拿大	3.7	4.6	-20.0%	3.5%
南韓	3.7	4.3	-15.4%	3.5%
馬來西亞	2.5	2.6	-4.4%	2.4%
德國	2.5	1.8	40.5%	2.3%
越南	2.2	2.0	9.6%	2.1%

資料來源：ITC

較之下，美國自中國進口量 30.5 萬公噸，雖仍高於台灣，但年減幅度達 23.8%，進口金額亦衰退 22.4%。這顯示美國扣件市場目前面對的是需求降溫與供應國表現分化，而台灣雖無法置身於市場收縮之外，整體表現仍相對抗跌。

因此，台灣扣件業者真正需要關注的，不只是台灣整體對美出口是否持續成長，而是美國關稅政策、製造業投資與各終端產業需求如何影響下一階段採購。2026 年台美經貿關係也已從年初的關稅協商逐步進入措施落地階段。台灣對等關稅降至 15%，且不疊加最惠國待遇稅率，部分汽車零組件的 232 條款優惠亦已生效；另一方面，美國仍持續透過 301 條款等工具檢視製造業產能與供應鏈問題。對準備進入或深耕美國市場的扣件業者而言，政策風險並未消失，而是從單純關注稅率高低，逐漸轉向如何在新的貿易條件下重新評估產品與市場布局。



訂單從哪裡來？五大產業需求重新定義扣件商機

美國扣件需求從來不是單一市場帶動，而是分散在汽車、建築、電子電機、航太與各類工業設備之中。2026 年的不同之處，在於關稅政策、製造業投資及 AI 基礎建設同時發生變化，也讓扣件業者更需要從終端應用尋找下一波成長機會。

1. 車用：關稅條件改善後，競爭重新回到供應能力

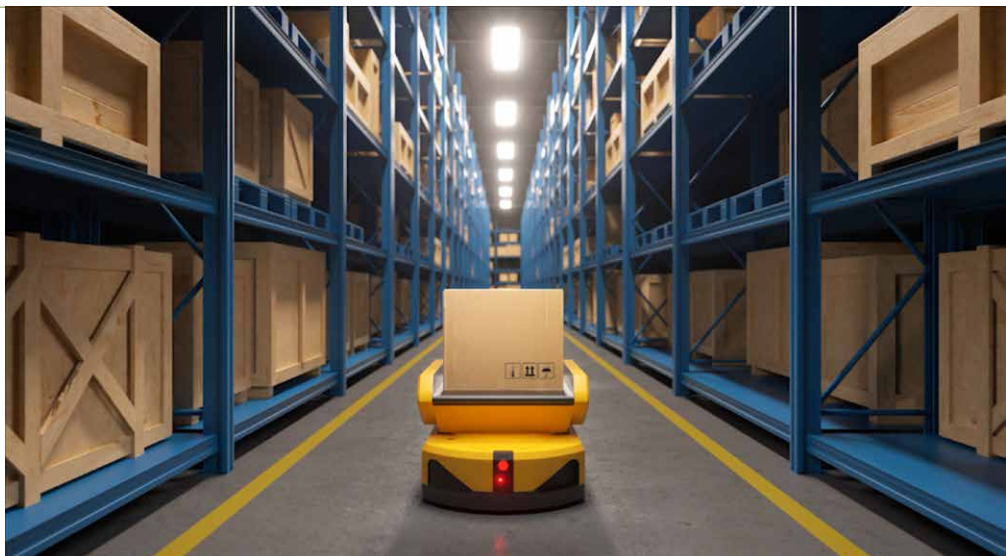
汽車及汽車零組件一直是台灣扣件的重要應用市場。2026 年台美關稅協商後，特定台灣汽車零組件輸美的最惠國待遇稅率與 232 條款關稅合計最高降至 15%，相較先前的關稅環境，台灣供應商進入美國市場的競爭條件有所改善。

但關稅降低並不代表訂單自然回流。汽車供應鏈真正的門檻仍在品質一致性、產品認證、批次追溯、交期管理，以及配合自動化裝配的能力。隨著汽車製造朝智慧工廠、自動鎖付與零瑕疵管理發展，扣件也不再只是依圖面生產的標準零件。扭矩控制、防鬆設計、材料性能及製程數據能否被追溯，都逐漸成為供應商競爭的一部分。對台灣業者而言，關稅提供的是重新競爭的機會，能否真正取得訂單，最後仍取決於產品與製造能力。

2. 建築：從營建景氣轉向觀察基礎設施投資

建築一直是美國扣件最大的應用市場之一，但 2026 年的市場判讀不能只用「基礎建設持續投資」概括。住宅、商用不動產、公共工程、道路橋梁及資料中心的投資週期並不一致，利率、政府支出與民間資本支出也會帶來不同影響。

對扣件業者而言，比預測整體建築市場成長或衰退更重要的是辨識仍有投資動能的細分市場。道路、橋梁、能源設施及大型工業建築對結構螺栓、錨栓及高強度扣件具有長期需求，而資料中心的快速擴建，也開始讓部分原本被歸類為電子產業的需求轉化為實際的營建與機電工程需求。對具備高強度材料、表面處理及相關認證能力的台灣業者而言，這些市場比單純競逐通用建築螺絲更值得關注。



3. 電子電機：AI 背後首先是一場電力設備投資

AI 帶來的不只是晶片與伺服器需求。資料中心規模快速擴張後，電力供應、配電、備援電源、冷卻及機櫃設備都必須同步增加，也使 AI 投資逐步向傳統電子電機與金屬製造供應鏈外溢。

從扣件角度來看，真正值得觀察的並不是半導體本身，而是配電盤、變壓器、UPS 備援系統、機櫃、散熱設備及相關機電工程。這些產品大量使用金屬結構件及固定元件，且隨著設備功率及可靠性要求提高，供應商除了成本之外，也必須具備穩定交貨、品質管理及快速回應客製需求的能力。這也是傳統扣件業者切入 AI 市場較為務實的一條路徑。

4. 航太與無人系統：高門檻市場從飛機延伸至無人機與太空

相較其他終端市場，航空太空產業最大的特色之一，是較長的需求能見度與較高的供應門檻。商用航空方面，波音與空中巴士兩大製造商累積未交機訂單合計已達約 1.5 萬架，以目前交付速度估算，相當於超過十年的生產需求。這不代表航太產業不受景氣循環影響，但龐大的既有訂單，仍使其需求能見度明顯高於許多一般耐久財產業。

另一方面，北美航空太空市場的成長動能也逐漸從傳統商用飛機延伸至無人機、國防應用與商業太空。美國近年持續透過 Blue UAS 等制度強化無人機整機與關鍵零組件的資安、來源及 NDAA 合規要求，供應鏈安全與零組件可追溯性已成為政府採購的重要條件。對扣件業而言，機會未必只在無人機本身使用多少螺絲，而在於當整機朝非紅供應鏈、模組化與可信任來源發展時，材料來源、製程紀錄與品質一致性也可能成為零組件供應商必須具備的基本能力。

商業太空與低軌衛星則帶來另一種高值化機會。衛星與運載系統對重量、可靠度、耐震動、溫度變化及材料性能具有較高要求，使用的扣件往往更重視輕量化、高強度、特殊材料與完整追溯。隨著低軌衛星、商業太空站及相關太空基礎設施持續發展，供應鏈也逐漸朝模組化、商業化與在地製造方向演進，為具備精密加工、特殊製程及小量高值生產能力的供應商帶來新的切入空間。

無論是傳統商用航空、國防無人機或低軌衛星，這些市場共同的特色都不是大量低價，而是高可靠度、高認證門檻與長期供應能力。從材料、熱處理、表面處理到特殊製程，供應商都必須建立嚴格的品質管理與追溯制度。對希望脫離通用標準件價格競爭的台灣扣件廠而言，航空太空與無人系統不會是快速取得大量訂單的市場，卻可能是值得長期布局的高附加價值應用。



5. AI 基礎建設：AI 不會直接吃螺絲，但蓋 AI 不能沒有扣件

AI 是今年北美製造業最難避開的關鍵字，但對扣件產業而言，與其勉強尋找「AI 專用螺絲」，不如回到 AI 投資真正落地的地方。全球大型雲端服務商持續擴大資料中心資本支出，而資料中心最終仍必須轉化為廠房、機櫃、電力、散熱、管線與備援設備等實體設施。

因此，AI 對扣件產業帶來的機會，更像是一條向外擴散的需求鏈。從伺服器機櫃、冷卻系統，到變壓器、配電設備、發電與儲能設備，再到資料中心本身的鋼構與機電工程，都會使用不同規格的扣件與精密金屬零組件。其中，散熱系統值得扣件業者關注：隨著 AI 伺服器功率與熱密度持續提高，散熱架構逐漸由傳統氣冷朝冷板、液冷及更高效率的熱管理系統發展，提高相關金屬零組件與扣件的性能要求，從散熱器、冷板與機櫃，到 CDU 冷卻液分配單元、泵浦、管路及接頭，扣件除了負責結構固定，也可能影響接觸壓力、密封性與長時間運轉的可靠性。

散熱系統 值得扣件 業者關注

尤其在反覆升降溫的環境下，不同材料的熱膨脹差異可能造成預緊力變化，因此扣件的材料選擇、防鬆設計、耐腐蝕性與鎖固一致性更加重要；液冷系統則進一步提高對密封與維修可靠度的要求。對台灣扣件業而言，AI 帶來的機會因此不只是機櫃需要更多螺絲，而是散熱與電力設備升級後，市場對高可靠度、精密鎖固及特殊材料扣件的需求可能隨之提高。這類需求也與台灣既有的散熱、金屬加工及精密製造供應鏈形成較直接的連結。

從出口產品到經營市場：台灣扣件下一步怎麼走？

1. 台灣的優勢，必須從製造能力轉化為供應能力

台灣扣件產業長期累積完整的製造聚落，在模具、成形、熱處理、表面處理及少量多樣生產方面具有一定基礎。但當低階通用扣件持續面臨價格競爭，原材料、能源與人工成本又難以回到過去水準，只強調「品質比別人好」已不足以形成明確的市場區隔。

美國市場帶來的挑戰尤其明顯。除了價格外，客戶還需要考量關稅、庫存、交期、品質風險與供應來源。一家距離客戶數千公里的台灣製造商，即使產品品質良好，如果報價慢、交貨期長、沒有當地庫存，或客戶發生問題時無法快速處理，仍可能輸給產品條件未必更好的在地競爭者。

這也使台灣扣件產業下一階段的問題，從「如何把產品出口到美國」，逐漸轉向「如何真正經營美國市場」。

2. 大成鋼、大國鋼：值得借鏡的不是規模，而是離客戶有多近

大成鋼與大國鋼提供了一個值得台灣扣件業思考的案例。集團長期透過併購、通路、倉儲與數位化系統深耕北美市場，其中大國鋼透過 BBI 建立廣泛的扣件通路及產品供應能力，大成鋼則在不銹鋼與鋁材等領域建立北美銷售與倉儲網絡。

這套模式最大的意義，不只是把台灣產品賣到美國，而是把庫存、報價、配送及客戶服務一起移到市場端。

對多數台灣中小型扣件廠而言，直接複製大型集團的併購與倉儲規模並不實際，但背後的經營邏輯值得參考：出口商與終端市場之間的距離愈短，越有機會掌握真正的需求，也越能降低客戶等待跨境供貨的不確定性。

在地化也不只有設廠或併購一條路。與當地代理商建立更深的合作關係、設置區域庫存、共同使用倉儲、與經銷商建立策略聯盟，甚至改善數位報價、庫存查詢與小量快速供貨能力，都可以是不同規模業者採取的方式。重點不是每一家台灣扣件廠都要成為另一個大成鋼，而是找到符合自身產品與資本條件的方式，縮短與美國客戶之間的距離。

3. 歐盟是台灣的第二市場，也是分散單一市場風險的另一支點

美國仍是台灣扣件最重要的單一出口市場，但市場愈重要，集中風險也愈值得管理。歐盟因此仍應是台灣業者布局的重要第二市場，只是它並不是美國市場的簡單替代品。

CBAM、反傾銷措施以及日益嚴格的環境與產品規範，使歐洲市場本身也具有不低的進入成本。另一方面，台灣扣件業者過去已累積一定的歐洲客戶基礎，如果能將碳管理、產品認證與高值化能力轉化成競爭門檻，歐盟便可以成為分散單一市場依賴的重要支點。真正的風險管理不是從美國撤退，而是在深耕美國的同時，保留其他主要市場的接單能力。

前進鳳凰城，該展示的不只是產品

2026 年上半年，美國扣件進口市場雖然降溫，但不同供應來源的表現已經出現明顯分化。另一方面，汽車關稅條件調整、基礎設施投資、航太訂單，以及 AI 帶動的資料中心與電力設備建設，也正在創造新的需求方向。但不是所有扣件都能共享這些成長機會，所以重要的是找到需求仍在增加、而台灣又具備切入條件的應用領域。

這也是各位今年前往鳳凰城參展最值得思考的一件事：與其只看有哪些新產品，不妨多觀察買主正在談什麼、供應商強調什麼，以及 AI 製造、智慧組裝、零瑕疵與友岸外包 ... 等議題，最後如何反映在採購條件上。當價格不再是客戶評估供應商的唯一尺度，台灣扣件業累積多年的製造能力，就有機會被重新轉化為品質、交期、工程協作與供應穩定性的價值。台灣廠商今年真正要展示的是「我們能替客戶解決什麼問題」，從產品出口廠商走向全球市場經營者，才是下一輪北美扣件競爭真正的分水嶺。 ■

著作權所有：惠達雜誌 / 撰文：紀翔瀛

