

## 川普關稅政策下全球成衣貿易模式的演變

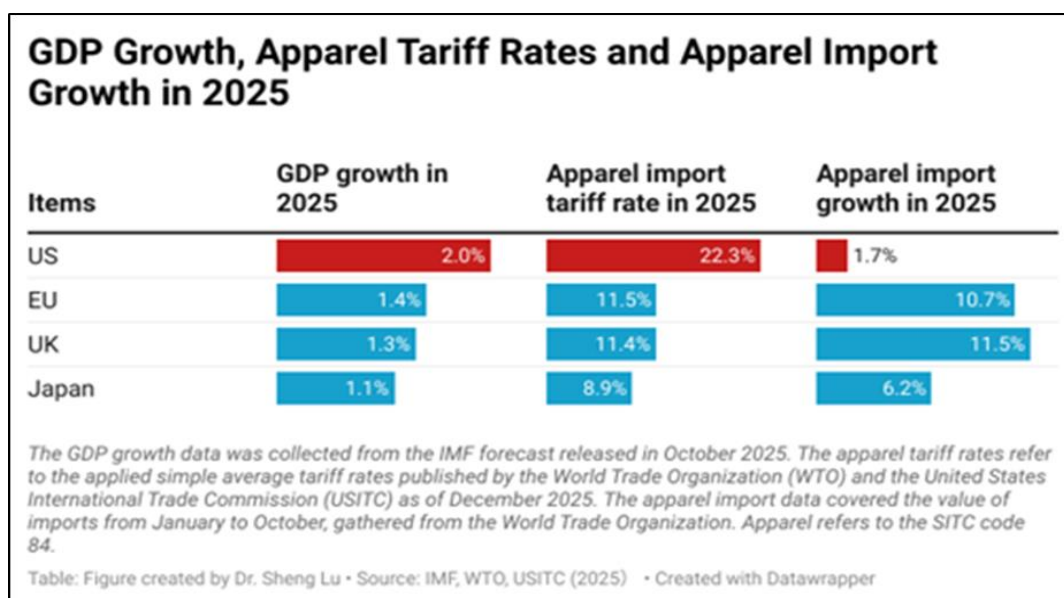
2026 年 2 月

紡拓會市場開發處

自川普於 2025 年初總統的第二任任期開始，世界成衣貿易就因為前所未見的劇增關稅與不確定的貿易政策，面對重要的挑戰。服飾公司與其供應商奮力降低關稅的衝擊，從分散採購基地與出口市場，到調整售價都有。這些緩解衝擊的策略同時也導致全球成衣貿易模式細微但可見到的轉變，產生贏家與輸家。

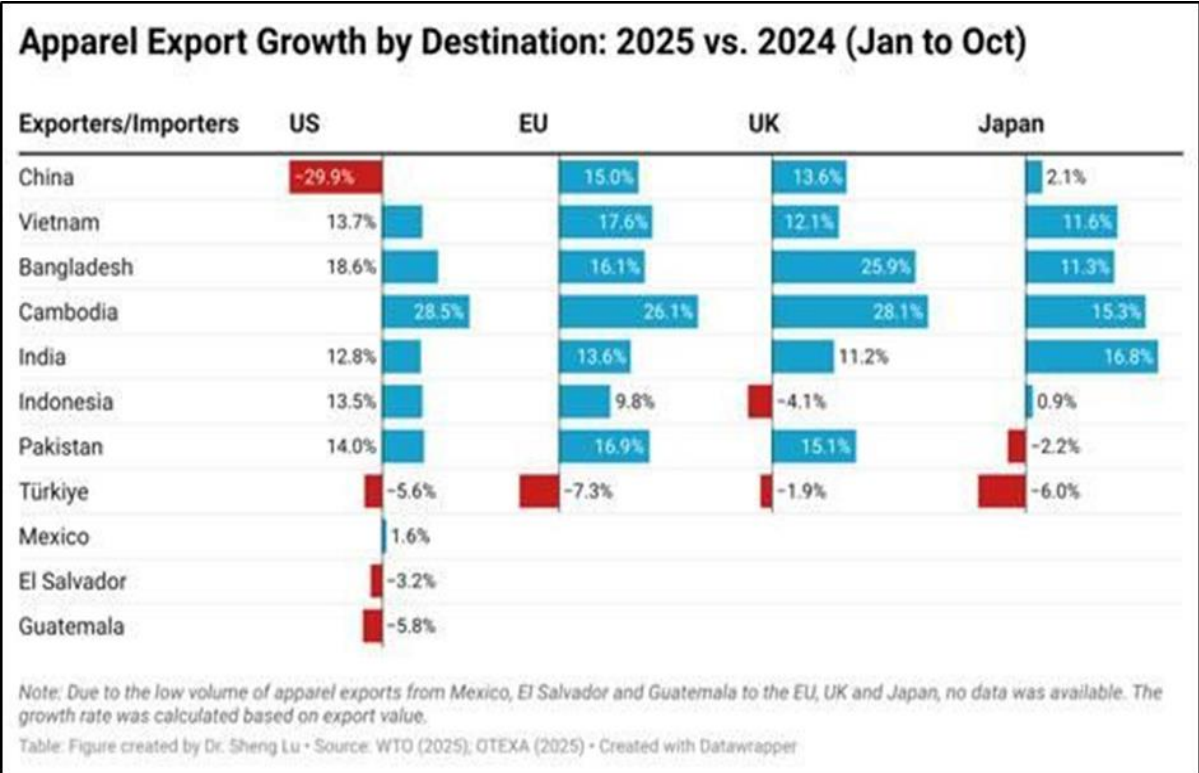
美國德拉瓦大學時尚暨成衣研究系教授 Sheng Lu，根據獲自世界貿易組織(WTO)及其他國際組織最新的貿易數據，頃就 2025 年川普的突發高關稅政策下，世界成衣貿易模式的演變做出分析。其結果可為服飾業界及政策制定者提供珍貴的資訊，以便從全球角度了解關稅對成衣業的衝擊，並支持相關因應策略的發展。下面就是該分析文章。

### 2025 年 GDP 成長、成衣稅率及成衣進口成長率



模式一：與其他主要進口市場相較，川普的高關稅看來壓抑了美國對成衣的進口需求。世界貨幣基金會(IMF)的數據顯示，在世界主要成衣進口市場中，美國在 2025 年比歐盟、英國及日本皆享有更高的經濟成長。儘管此一經濟優勢，美國成衣進口值在 2025 年前十個月裡僅增加 1.7%，遠低於其他市場的 6-11%。這樣鮮明的對比凸顯關稅對美國成衣進口規模的負面影響。值得注意的是，在 2025 年的前十個月，美國進口成衣的平均實際稅率超過 22%，高於其他市場實際稅率的兩倍。其他最近的產業研究也指出，美國消費者已經縮減服飾支出，因為愈來愈擔憂關稅帶動的通膨與經濟不確定性。

**2025 vs. 2024(1-10 月)主要供應國成衣出口成長率，依市場別**



## 主要供應國所有成衣出口中歐盟的市場占比(以值計)

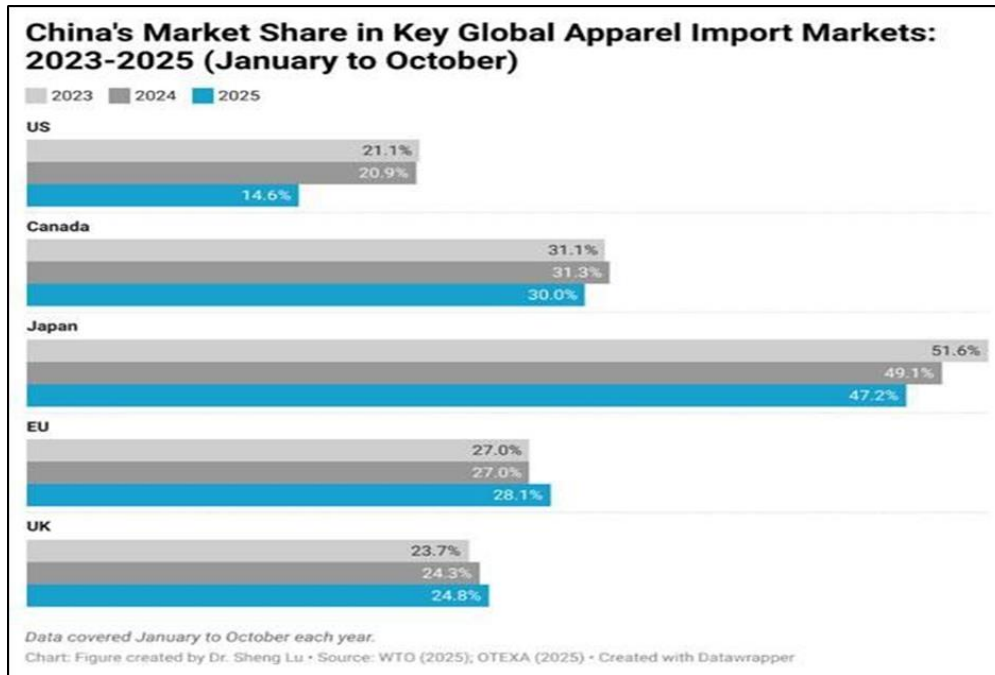
Exporters	2023	2024	2025	2025 vs. 2024
China	17.1%	17.5%	18.9%	1.5
Cambodia	31.4%	32.5%	31.4%	-1.1
India	28.2%	28.1%	28.5%	0.4
Indonesia	12.3%	11.9%	11.9%	0.0
Jordan	6.1%	6.3%	6.7%	0.4
Pakistan	42.8%	43.9%	43.1%	-0.9
Sri Lanka	30.4%	29.2%	31.3%	2.2
Mexico	0.2%	0.2%	0.2%	0.1
El Salvador	1.3%	1.0%	1.5%	0.5
Guatemala	1.3%	1.2%	1.3%	0.0
Türkiye	60.3%	61.3%	60.4%	-0.9

Data covered January to October each year. 2025 vs. 2024 referred to the percentage change  
Table: Figure created by Dr. Sheng Lu • Source: WTO (2025); OTEXA (2025) • Created with Datawrapper

模式二：面對美國市場更高的關稅障礙，數個成衣供應領導國已將出口分散至歐盟與英國，以降低關稅衝擊。例如，在川普的對等關稅下，中國大陸對美國的成衣出口在 2025 年 1-10 月相較於前一年，衰退近 30%；其同期出口到歐盟與英國則分別增加 15% 和 13.6%。在 2025 年 1-10 月期間，歐盟與英國合占中國大陸成衣總出口的市場比重則為 22.6%，高於 2024 年同期的 21.1% 及 2023 年同期的 20.2%。同樣地，與一年前同期相比，歐盟也成為越南、孟加拉、印度及斯里蘭卡等國更重要的出口市場，因為這些國家在美國市場都面臨實實在在的“對等關稅”。

然而，長期而言，將出口比重多放一些在歐盟與英國是否是抵銷川普關稅影響的永續策略，則尚未確定。歐盟與英國相對緩慢遲滯的經濟成長前景，顯然代表它們的成衣進口需求可能有限。同時，特別是來自亞洲的便宜進口商品大量流入，也可能為歐盟政策制定者帶來新的政治壓力，乃至於採取行動保護本地成衣製造產業。成衣製造業在歐盟仍是重要產業，具有相當的經濟與社會影響力。

## 2023-2025(1-10 月)中國大陸在全球重要成衣進口市場的市占比



模式三：美國除外，2025 年中國大陸在主要成衣進口市場的市占比維持相對穩定。貿易統計與產業調查都顯示，美國服飾公司近年來已減少在中國大陸的採購，以因應漸增的採購風險，包括自強迫勞動、地緣政治緊張到暴漲的關稅障礙。因此，2025 年的前十個月，中國大陸僅佔美國成衣進口的 14.6%，遠低於一年前的 20.9%，是數十年來的最低紀錄。

相反地，中國大陸在世界其他主要成衣進口市場的市占比顯得更穩定。例如，在 2025 年前十個月，中國大陸仍占加拿大與日本的成衣進口比重超過 30%；在歐盟與英國，甚至比 2023 與 2024 年的比重增加。這個結果顯示，從全球的角度來看，對服飾公司來說，中國大陸仍然是關鍵的成衣採購基地，儘管川普高關稅政策的存在。這也顯示服飾公司細膩的中國大陸採購策略，似乎更複雜與微妙，而不是單純地"脫鉤"或"去風險化"。

## 2025 年(1-10 月)中國大陸成衣出口成長的市場

China's Apparel Export Growth in 2025 (January to October)		
Importers	Growth rate	Share in China's total apparel exports
<b>World</b>	<b>-3.7%</b>	
Chile	18.8%	1.70%
Brazil	12.0%	1.01%
Kenya	31.5%	0.50%
Cambodia	64.4%	0.49%
Tanzania	52.8%	0.47%
Indonesia	15.4%	0.43%
Togo	29.6%	0.40%
Peru	33.8%	0.38%
Argentina	151.9%	0.25%
Colombia	21.3%	0.24%
Ghana	10.2%	0.24%
Haiti	93.1%	0.04%
Mauritius	27.5%	0.04%
Madagascar	24.4%	0.04%

*Growth rate was based on export value.*

Table: Figure created by Dr. Sheng Lu · Source: WTO (2025) · Created with Datawrapper

模式四：亞洲、南美及非洲的成衣生產國在國內市場面對中國大陸產品益增的壓力。根據 WTO 的資料，中國大陸為了降低對美國市場的依賴，不僅分散成衣出口至其他傳統市場諸如歐盟、英國、日本，而且積極開拓亞洲、南美及非洲的新興市場，特別是一帶一路的會員國家。在 2025 年前十個月，中國大陸的成衣出口至柬埔寨較前一年不尋常地遽升 64.4%。同樣的趨勢也發生在印尼(+15.4%)、肯亞(+31.5%)、坦桑尼亞(+52.8%)、智利(+18.8%)及模里西斯(+27.5%)。

不過，受限於收入與衣著消費，這些新興市場合計只占中國大陸成衣出口市場相對小的比重(小於 10%)。然而，來自中國大陸成衣的進口成長，引起這些國家自身成衣業的憂慮。如果這股憂慮持續，可能讓中國大陸在與這些國家建立紡織成衣供應鏈合作夥伴關係之時，讓雙方的地緣政治關係更為複雜。

**模式五：沒有證據顯示川普的高關稅有利於近岸生產。**在美國市場，儘管西半球的成衣供應商較競爭者可以享有較低的對等關稅與額外的優惠關稅待遇，他們並未增加出口。在 2025 年前十個月，墨西哥與中美洲國家在美國的市占率甚至輸給亞洲國家。同樣地，歐盟市場的近岸供應商譬如土耳其，在同期間的歐盟市占率也減少。這個結果呼應近來的研究，顯示服飾公司在高關稅與政策不確定的情況下，愈來愈尋求可以提供競爭力價格與有彈性和靈敏度的採購來源。因此，歷史悠久、有足夠產能的供應商似乎在目前的市場環境下最能得利。

整體的發現顯示，川普的高關稅已經超越美國市場，影響到全球的成衣貿易。預期 2026 年高關稅仍將存在，我們可能看到主要供應國之間的貿易轉向與價格競爭更為顯著。另一方面，這些發現提醒關注關稅對中小型成衣出口國的衝擊，尤其是那些位於亞洲、南美洲及非洲，競爭力不及傳統成熟供應國的國家。高關稅的連鎖效應可能對這些小供應國增加競爭壓力，導致它們出口導向的成衣產業與數以百萬計的勞工更易受到傷害。