

市場觀察 | 發布日期 2026.05.20

低價時代退場後，臺灣紡織業新機會浮現

撰文 | 紡織月刊編輯部 編輯

圖片 | 紡織月刊編輯部 編輯、Adobe Stock

面對美國關稅政策變動、歐盟產品數位護照 (DPP) 與 ESG 法規正式上路，全球紡織供應鏈正快速重組，臺灣紡織業也迎來近年最劇烈的市場變化。當中國大陸持續強化自動化與原料優勢、越南加速承接品牌轉單與綠色供應鏈布局，臺灣業者正同時面臨價格競爭、訂單碎片化與永續合規壓力。在國際品牌愈趨重視碳足跡、回收材料與供應鏈透明度下，臺灣紡織業將面臨哪些挑戰與新機會？本文將從競爭國與美歐市場雙面向，深入解析全球紡織產業當前新變局。



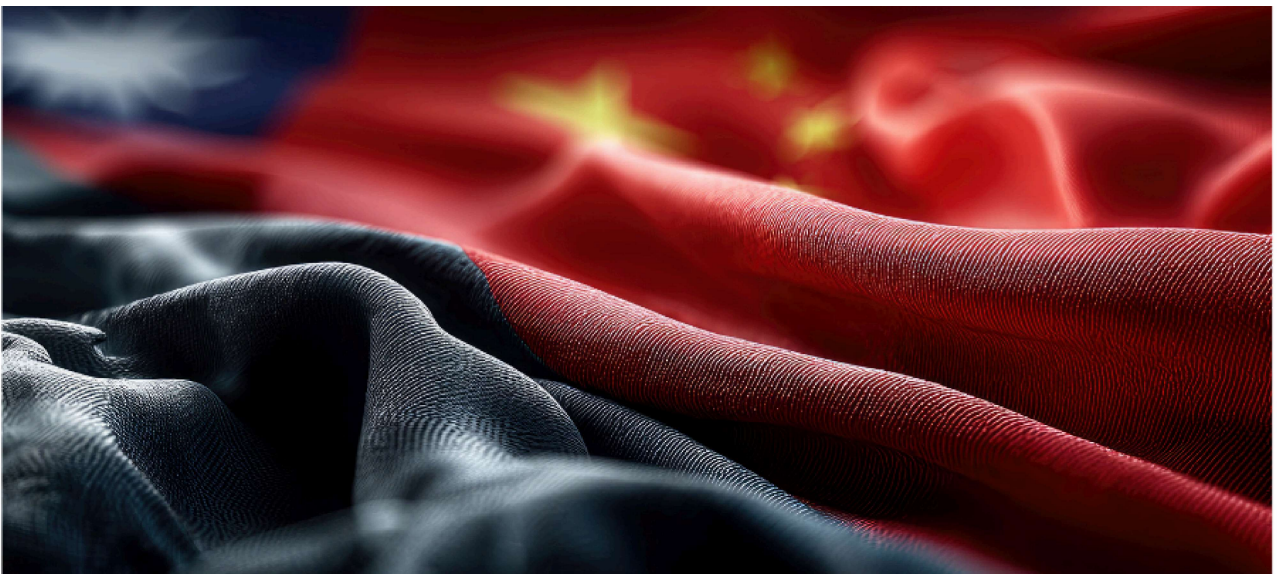
進入 2026 年中旬，全球紡織供應鏈的競爭邏輯已明顯改變。過去以成本、產能與交期為核心的比拚，正逐步轉向以關稅風險、供應鏈韌性、產品透明度與永續合規為主的新賽局。如歐盟《永續與循環紡織策略》(Sustainable and Circular Textiles Strategy) 已將耐用、可重複使用、可維修及可回收作為紡織產業的長期方向；而 2025 年 10 月生效的修訂版《廢棄物架構指令》(Revised Waste Framework Directive)，也正式把紡織廢棄物管理與各會員國的延伸生產者責任 (EPR) 納入法制。對紡織業者而言，這不只是法規變化，而是國際品牌採購標準的重寫。

全球紡織供應鏈正在改寫競爭規則

中國大陸：從成衣大國轉向上游整合強權

從主要競爭國來看，中國大陸依然是全球供應鏈的核心樞紐，但其角色正由「成衣出口中心」進一步轉向「上游原料與中間財核心」。2026 年 1-3 月，中國大陸紗線與布料出口合計 199.9 億美元，其中布料出口 161.8 億美元、紗線出口 38.1 億美元，顯示其在上游供應端仍具明顯優勢與規模競爭力；相較之下，對美出口表現則持續承壓。2025 年 1-8 月，中國大陸紡織服裝對美出口年減 9%；到了 2026 年 1-3 月，對美出口金額為 72.5 億美元，年減幅收斂至 2.5%。雖跌勢已有所趨緩，但也反映出美國市場對中國大陸紡織服裝的依賴正逐步下降，供應鏈分散與轉單效應仍持續進行。

整體而言，關稅政策與供應鏈重組正在改寫全球訂單流向。對臺灣業者而言，中國大陸帶來的競爭壓力，也已不再只是低價優勢，而是結合規模化生產、自動化效率與材料整合能力的全面競爭。



越南：不只是轉單受惠，更開始搶攻高值供應鏈

越南則仍是近年最受國際品牌青睞的**替代供應基地之一**，但其成長邏輯已不再只是承接轉單，而是朝**高值化與綠色供應鏈**加速前進。越南工貿部在 2026 年 4 月公開表示，2025 年越南紡織與成衣出口估計約達 460 億美元，並維持全球前三大出口國的地位；當地產業也正透過整合式紡織園區與更完整的供應鏈配置，拉高本地附加價值。這意味著，越南對臺灣中階機能布與成衣供應商的壓力，已從價格面延伸到交期、配套與永續能力。



印尼：產業調整期中的下一個布局機會

相較於越南持續展現出口成長動能，印尼紡織業在 2025 年則呈現「**短期承壓、長期補位**」的發展格局。整體出口表現雖較前一年度略有下滑，全年出口規模約落在 110 至 120 億美元區間，其中前 9 個月出口約 90 億美元、年減約 5.4%，反映產業仍處於調整階段。不過，印尼工業部資料亦指出，2025 年印尼紡織業仍維持約 3.55% 的產業成長，並創造約 34.5 億美元貿易順差，顯示政府正積極透過政策手段穩定市場信心並推動產業升級。另一方面，不同產品別與統計口徑之間也呈現明顯差異，例如部分印尼媒體統計的紡織及紡織製品出口規模約為 40 億美元，反映產業內部結構分化仍然存在。

目前，印尼政府一方面透過保障關稅（Safeguard Tariffs）與進口管制穩定國內市場，另一方面則加速推動「**2035 紡織業復興路徑圖**」，引導產業進行設備更新與供應鏈升級。對臺灣紡織業者而言，這樣的結構性調整反而形成具策略意義的布局窗口。印尼不僅擁有龐大內需市場與年輕勞動力優勢，其產業升級過程也仍保有大量透過合資、設備更新與技術導入來重整產線的空間。若能結合臺廠在中高階製程、機能布料與供應鏈管理上的優勢，透過在地投資或合作模式導入新設備與生產技術，將有機會在印尼產業升級過程中取得先行者優勢，並同步卡位東協市場的長期成長動能。

日本與韓國：高階材料競爭力持續深化

日本與韓國則持續往高階材料與利基應用集中。全球貿易數據平臺 (The Observatory of Economic Complexity, OEC) 2025 年資料顯示，日本出口紡織品約 63.5 億美元，韓國則約 92.9 億美元。兩國雖不以大宗量產見長，但在高機能材料、工業用紡織品與複合應用領域仍具深厚技術底盤，對臺灣而言，真正的競爭焦點已不只是誰的價格更低，而是誰能在應用端、驗證端與材料創新端提供更完整的解決方案。

主要消費市場趨勢分析

美國市場：「中國大陸+1」已從趨勢轉為實際採購行動

美國市場的變化，已不再只是景氣循環，而是供應鏈結構的重整。根據美國經濟分析局 (BEA) 2026 年 3 月最新資料，美國當月進口總額達 3,812 億美元，顯示品牌端補貨需求仍在持續；然而，採購來源卻正在快速分散。

其中最具代表性的訊號，來自中國大陸成衣輸美規模的明顯下滑。Reuters 指出，2025 年 5 月美國自中國進口服裝金額降至約 5.56 億美元，創下 22 年來最低單月紀錄，顯示高關稅、地緣政治風險與品牌分散供應來源，已開始實際改變全球訂單流向。

另一方面，近岸外包 (Nearshoring) 也正從概念轉為實際採購行動。除了越南與印度持續受惠外，墨西哥與中南美供應鏈的重要性亦同步提升。美國品牌在降低對中國大陸供應鏈依賴的同時，也更重視交期彈性、供應穩定與快速補單能力。對臺灣業者而言，這代表傳統大量標準品的競爭空間雖持續壓縮，但高機能、高附加價值與小量彈性供應的產品，反而更容易取得品牌青睞。

歐盟市場：永續法規成為新的市場門票

歐盟市場則已不再只是終端消費市場，而是規則制定中心。歐盟的紡織策略明確指出，未來紡織品必須朝耐用、可回收、降低有害物質與提升循環性發展；修訂後的《廢棄物架構指令》也已正式把紡織廢棄物與 EPR 納入法制。換言之，未來要打進歐盟市場，賣的不只是布料與成衣，更是材料資訊、供應鏈資料與可驗證的永續表現。對長期投入綠色製程、回收材料與數據透明化的臺灣業者而言，這正是把既有投入轉化為接單優勢的關鍵窗口。

臺灣紡織業：下一波競爭關鍵在「產品力 + 資料力」

綜合來看，2026 年的臺灣紡織業，真正面對的已不是單一國家的價格競爭，而是全球供應鏈遊戲規則的重寫。中國大陸強在規模與整合，越南強在轉單與升級，印尼仍有重整與補位空間，日韓持續深耕高階材料，而美國與歐盟則分別以關稅與法規，將市場門檻往更高處推升。臺灣的機會，不在於跟著低價競賽，而在於把機能布、特殊材料、製程穩定度與 ESG 數據能力，整合成國際品牌真正需要的合規方案。未來能勝出的，往往不是產能最大者，而是最能把「產品力」與「資料力」一起交付的供應商。■





熱門文章

[國際貿易一站式服務 克服出口外貿高風險](#)

[四十週年再啟新章！2026 時裝設計新人獎全球徵件啟動](#)

[介紹由 iF 趨勢論壇框架出的專欄三區塊「好・品・味」](#)

[2026 CHINAPLAS 觀展紀實：在全球橡塑浪潮中，看見紡織產業的下一步](#)

[速度與連結：Techtextil 2026 與 Texprocess 展現產業新韌性](#)

[◀ 回上頁](#)

訂閱電子報

輸入您的e-mail



我要取消訂閱

100 台北市中正區愛國東路22號5樓

信箱：textilemonthly@textiles.org.tw

電話：02-2341-7251