

五、子產業差異化應對 成衣與機能性布料的應對比較

臺灣紡織業鏈條長，從上游原絲、中游布料到下游成衣，各子產業受匯率變動的影響程度和因應方式有所不同。特別針對成衣代工與機能性布料兩個主要細分領域，分析其差異。

下游成衣代工業者：成衣代工屬於勞動密集、淨利率偏低（常見僅3%~5%）的行業，因利潤薄，新臺幣匯率每變動1%，都可能對獲利帶來達兩位數百分比的影響，在臺幣升值時成衣業首當其衝，不過在臺幣貶值時則相對受惠。因此，成衣業者在策略上可趁匯率有利時積極爭取國際品牌釋出的訂單，同時保持報價彈性以迅速反映成本變動。然而，由於成衣代工利潤率低、匯率敏感度高，更需謹慎風險管理：建議維持高比例自然避險（如上下游同幣別計價），並配置一定比例的遠期或期權避險部位來防範臺幣匯率逆轉。此外，成衣廠多在海外（如東南亞）設廠，工資等成本以當地貨幣計價，這種全球布局本身也形成了一種分散風險的機制——當新臺幣貶值時，海外營運換算回本國帳的收益增加；反之亦然。因此跨國布局的成衣代工企業應統籌管理各地收支幣別，將匯率有利因素轉化為集團整體獲利，同時降低匯率不利時對單一區域的衝擊。

中上游機能性布料業者：臺灣機能性纖維及布料在國際上享有盛名，全球市占率高達50%以上，相較成衣，機能性布料業者產品技術含量高、毛利率較佳，對匯率變動的承受力也略強。當臺幣貶值時，布料出口商同樣可受惠匯率帶來的報價競爭優勢和換匯收益，但需注意其上游原料成本（如石化原料、功能助劑等）多半以美元計價，匯率走貶時原料成本墊高往往壓縮部分利潤。因此，機能性布料廠應特別著重原料端的避險與成本轉嫁：透過期貨/遠期鎖定主要原料價格，或在對客合約中約定當原料或匯率波動超過一定範圍時得調整售價，把一部分匯率風險轉嫁給客戶。

幸而，由於機能性產品差異化程度高，品牌對價格變動的容忍度較高。遠東新世紀副董事長席家宜曾指出，關稅議題對訂單的影響已不大，反倒是匯率升值曾對紡織業造成直接衝擊，但遠東新超過33%的營收來自綠色環保等高附加價值產品，需求大於供給，因此訂單所受影響相對有限。這反映機能性布料廠透過開發獨特產品、提升附加價值，可降低對匯率的敏感度。當產品足具差異化和不可取代性時，適度的提價市場仍能接受，企業就有空間消化匯率造成的成本上漲。事實上，不少紡織中游大廠早已調整產品結構來提高抗風險能力。例如集盛公司專攻環保紗等外銷市場，今年下半年接單動能增強，預期臺幣貶值產生的匯兌利益，將可彌補上半年本業衰退並為下半年獲利加分。

再如得力公司主力是機能布料，受惠秋冬旺季和臺幣轉弱，加上中國大陸產線補貼等利多，下半年營運明顯優於上半年，這些案例顯示，機能性布料業者傾向以研發創新、提高產品毛利的方式來對沖匯率與景氣變動，並靈活運用政府補貼、跨國產能配置等手段降低成本，提高整體競爭力。



三家龍頭企業的實戰啟示：儒鴻、聚陽、新合織

一、儒鴻企業：機能布料與全球產能布局的雙保險

作為臺灣成衣代工龍頭企業，儒鴻在新臺幣升值背景下的財務表現格外受到關注，儒鴻的核心策略在於：建立高附加價值產品線+全球產能對沖機制，其主力產品為高階機能布料，客戶涵蓋 NIKE、lululemon、adidas 等品牌，憑藉吸濕排汗、防紫外線，以及無縫成型等差異化技術，獲得穩定溢價與議價能力。

在升值風險控管方面，儒鴻採行「自然避險」策略：收入與成本幣別對應，採購原料與支出多為美元計價，對沖部分收入壓力，此外，公司近年積極拓展印尼與越南生產基地，2025 年新增產能將使東南亞廠區月產量提升約 20%。由於海外產能支出多以當地貨幣或美元為主，可有效對沖本國升值風險。

2025 年第二季，儒鴻在匯率與美國關稅政策雙重壓力下，仍創下同期第三高營收紀錄，顯示其產品力與市場韌性，其法說會指出，平均售價已調整至可抵消部分升值壓力，並已展開部分長約重談，爭取與客戶共同吸收成本變動。儒鴻的經

驗告訴我們，不應將升值視為短期財務風險，而應從技術與產能戰略兩方面，建立可長期調節的營運結構，產品價值高者，有能力定價與轉價；產能全球分布者，有能力調度與壓低平均成本，進而緩衝金融變動。

二、聚陽實業：彈性接單與避險操作兼備

聚陽為臺灣另一大型成衣製造商，其營收約 70% 來自美國市場，在匯率升值壓力下特別強調「財務避險」與「接單彈性」兩項策略。公司每年預算編列時即採保守匯率假設，並積極運用遠期外匯契約，維持淨曝險部位在 20% 以下。根據公開資料顯示，聚陽對臺幣升值 1% 的營業利益影響不到 0.2%，顯示其風險控管成熟。

聚陽另一項優勢在於其高度彈性的生產管理系統。2025 年在美國關稅與匯率同步升值背景下，聚陽以短單急單快速出貨穩住接單動能，並對美系客戶適度調整售價，平均調幅約 3%，有效維持獲利水位。同時，公司也正強化亞洲日系客戶、歐洲通路合作，以降低對單一市場與單一貨幣的依賴。

此外，聚陽長期投資智慧工廠與資訊系統，使其可精準排程與即時應變。例如在 2025 年上半年，其智慧 MES 系統就協助應對突如其來的美國新關稅變動，將高價產品與長單延後出貨、優先完成免稅區域訂單，體現出「財務風控與營運彈性並重」的實務功力。

三、新光合纖：化纖上游的財務與品牌雙轉型

與儒鴻、聚陽的下游成衣導向不同，新光合纖為臺灣少數具備垂直整合與原料開發能力的上游大廠。面對臺幣升值，其挑戰來自美元帳款回收損失，以及對日本市場日圓貶值的連動衝擊。新光合纖董事長吳東昇公開表示，匯率波動的影響往往大於關稅，並呼籲央行以匯率穩定為產業保護機制之一，實務上，公司透過快速帳款兌回、調整美元部位，並減少中長期美元債券曝險，以降低匯損壓力。

在營運面，新光合纖近年聚焦再生聚酯（R-PET）與循環經濟，如投資 Ambercycle 與攜手 Celanese 推出 NEOLAST™ 可回收彈性酯纖維，即使匯率不利，也能靠產品差異化維持毛利穩定。近年也重視新事業投資，透過旗下新昕資本建立多元布局平臺，投資範圍涵蓋百貨零售、電子與新興科技、材料、生技醫療及綠能環保等領域，形成「本業穩健、非本業支援」的雙引擎策略。此舉對傳統化纖業者而言，屬具開創性的中長期布局，也展現出公司在面對匯率波動與全球市場變化時的彈性與前瞻視野。

新臺幣升值，對於仰賴出口的紡織業而言，無疑是一場現金流與價格結構的壓力測試，每一次匯率波動，都是對企業的一次篩選與升級。升值削弱了價格競爭力，但同時也倒逼企業重新思考產品價值、經營彈性與市場布局。真正能穿越升值衝擊的，不是單純依賴價格換單的製造者，而是那些具備全球競爭策略、財務治理能力與產品差異化的「價值創造者」。



從本研究案例觀察可知，具備三項特質的企業，在強勢新臺幣時代，反而更具「逆勢操作」的能力。第一是價值升級導向：無論是儒鴻的高機能布料、聚陽的ODM設計整合，或新光合纖的永續化纖開發，均說明「產品不可替代性」是對抗匯損的根本武器，第二是全球佈局彈性：設廠於越南、印尼等地的佈局，讓生產成本得以對沖新臺幣升值，同時為企業爭取市場與政治風險的緩衝區。第三是財務風控成熟：透過遠期避險、現金流配對與資產結構調整，企業能有效平滑匯損衝擊，維持獲利穩定。

而對整體產業而言，「升值」不僅是財務課題，更是競爭邏輯轉變的信號。全球供應鏈正在從「最低成本優先」轉向「可預測、可控、可擴展」的韌性布局，臺灣紡織產業若能乘勢完成轉型，未來不僅能在代工鏈中升級角色，更有機會

成為區域設計、研發與品牌輸出的樞紐。

值得一提的是，政府在此波轉型過程中的角色不容忽視。除協助企業建立金融避險能力外，更應推動三項中長期制度工程：第一，產業智慧化升級支持機制，透過稅賦抵減與資本補助，鼓勵企業導入工業4.0、自動化生產與智慧接單系統；第二，出口市場多元化與品牌孵化支持計畫，整合外貿協會、文化部與經濟部資源，協助業者進軍東協、印度與中東等成長型市場，並扶持有潛力的自有品牌走向國際；第三，建立「匯率情境壓力模擬平臺」，結合央行、財政部與學研機構，針對升值、貶值、資本流動與政策變數進行模擬分析，作為政策與企業風控參考依據。■

分享這篇文章



熱門文章

[2025 年 yarnexpo 秋季紗線展成功舉行：以豐富產品促進全球互動與永續發展](#)

[OEKO-TEX® 2024/25 年度報告：認證增長凸顯全球市場透明化需求](#)

[RECODE 2050 時尚秀 展現臺灣紡織永續與創新](#)

[OEKO-TEX® 成為聯合國時尚與生活方式網路成員：以認證與數據驅動，加速紡織業達成可持續發展目標](#)

[AI 賦能智慧製造：紡織業自動化轉型的全球趨勢](#)

[◀ 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