

2026 金屬製品產業年鑑 - 水五金篇

MIRDC-115-T10J

作者：莊沛芸



中華民國 115 年 8 月

財團法人金屬工業研究發展中心

文 目 錄

水五金篇

重點摘要

第一章 緒 論	4-1
第一節 產品定義與產業結構	4-1
第二節 產品與技術概述	4-4
第二章 市場供需現況	4-6
第一節 全球市場供需現況	4-6
第二節 臺灣市場供需現況	4-15
第三章 重大議題剖析：AI 智慧製造導入下的水五金產業 數位轉型與供應鏈韌性分析	4-21
第一節 全球競爭環境變化與臺灣水五金產業韌性挑戰	4-21
第二節 水五金產業 AI 智慧製造導入需求與國際案例分析	4-26
第三節 臺灣水五金產業智慧化導入與高值化轉型方向	4-32
第四節 小 結	4-36
第四章 結論與建議	4-37
第一節 結 論	4-37
第二節 策略建議	4-39

附錄：產業統計	4-42
參考資料	4-70



圖 目 錄

水五金篇

圖 4-1-1	臺灣水五金產業關聯圖	4-3
圖 4-2-1	2021 ~ 2025 年臺灣水五金生產趨勢	4-15
圖 4-2-2	2021 ~ 2025 年臺灣水五金進口變化	4-16
圖 4-2-3	2021 ~ 2025 年臺灣水五金出口變化	4-18

表目錄

水五金篇

表 4-1-1	臺灣水五金分類及產品項目	4-1
表 4-1-2	臺灣水五金產品與技術發展概述	4-5
表 4-2-1	2021 ~ 2025 年全球前 10 大水五金進口國家	4-7
表 4-2-2	2021 ~ 2025 年全球前 10 大水五金出口國家	4-8
表 4-2-3	2021 ~ 2025 年美國水五金產業貿易概況	4-10
表 4-2-4	2021 ~ 2025 年中國大陸水五金產業貿易概況	4-12
表 4-2-5	2021 ~ 2025 年德國水五金產業貿易概況	4-14
表 4-2-6	2025 年臺灣水五金產業前 10 大進口國家概況	4-17
表 4-2-7	2025 年臺灣水五金產業前 10 大出口國家概況	4-20
表 4-3-1	2025 年標竿水五金國家出口單價、市占變化與 CAGR	4-22
表 4-3-2	2025 年水五金產品臺美進出口占比	4-24
表 4-3-3	TOTO、Kohler 與九牧智慧工廠作法對照表	4-31
附表 4-1-1	2021 ~ 2025 年臺灣水五金產業進出口貿易統計	4-42
附表 4-1-2	2024 ~ 2025 年臺灣水五金產品進口變化分析	4-43
附表 4-1-3	2024 ~ 2025 年臺灣水五金產品出口變化分析	4-44
附表 4-1-4	2024 ~ 2025 年臺灣水五金產品進口前 20 大國家	4-45
附表 4-1-5	2024 ~ 2025 年臺灣水五金產品出口前 20 大國家	4-46
附表 4-1-6	2021 ~ 2025 年美國水五金產業進出口貿易統計	4-47

附表 4-1-7	2024 ~ 2025 年美國水五金產品進口變化分析	4-48
附表 4-1-8	2024 ~ 2025 年美國水五金產品出口變化分析	4-49
附表 4-1-9	2024 ~ 2025 年美國水五金產品進口前 20 大國家	4-50
附表 4-1-10	2024 ~ 2025 年美國水五金產品出口前 20 大國家	4-51
附表 4-1-11	2021 ~ 2025 年中國大陸水五金產業進出口貿易統計	4-52
附表 4-1-12	2024 ~ 2025 年中國大陸水五金產品進口變化分析	4-53
附表 4-1-13	2024 ~ 2025 年中國大陸水五金產品出口變化分析	4-54
附表 4-1-14	2024 ~ 2025 年中國大陸水五金產品進口前 20 大國家	4-55
附表 4-1-15	2024 ~ 2025 年中國大陸水五金產品出口前 20 大國家	4-56
附表 4-1-16	2021 ~ 2025 年德國水五金產業進出口貿易統計	4-57
附表 4-1-17	2024 ~ 2025 年德國水五金產品進口變化分析	4-58
附表 4-1-18	2024 ~ 2025 年德國水五金產品進口前 20 大國家	4-59
附表 4-1-19	2024 ~ 2025 年德國水五金產品出口前 20 大國家	4-60
附表 4-1-20	2021 ~ 2025 年日本水五金產業進出口貿易統計	4-61
附表 4-1-21	2024 ~ 2025 年日本水五金產品進口變化分析	4-62
附表 4-1-22	2024 ~ 2025 年日本水五金產品出口變化分析	4-63
附表 4-1-23	2024 ~ 2025 年日本水五金產品進口前 20 大國家	4-64
附表 4-1-24	2024 ~ 2025 年日本水五金產品出口前 20 大國家	4-65
附表 4-2-1	2025 年國內外水五金產業大事記與影響剖析	4-66

水五金篇重點摘要

一、產業動態分析

2025 年全球水五金市場延續成長趨勢，主要國家進出口表現維持正向。在進口方面，前三大進口國進口值均較 2024 年成長，其中美國成長 1.6%、中國大陸成長 5.4%、德國大幅成長 16.2%。出口方面，前三大出口國亦維持成長，中國大陸成長 3.2%、德國成長 8.9%、美國成長 3.9%。整體成長動能主要來自美國住宅修繕及基礎建設需求持續、歐洲綠建築與智慧家居市場擴張，以及中國大陸政策支持下房地產市場逐步回穩。相較全球市場復甦，臺灣水五金產業則呈現穩中偏保守的發展態勢。2025 年全年產值與 2024 年大致持平，產量年增 1.2%，惟產品平均單價下跌 1.0%，反映市場價格競爭仍然激烈。另一方面，受民間消費回溫、住宅翻修及建築需求改善帶動，進口值成長 14.7%，惟原物料價格上漲及採購結構調整亦推升進口金額。

二、重大議題剖析

近年全球水五金產業受到美中貿易摩擦、關稅政策調整、地緣政治風險及供應鏈重組等因素影響，國際市場競爭態勢快速變化，東南亞國家憑藉成本優勢持續承接製造轉移，中國大陸則因內需市場疲弱與產能外溢，加劇全球中低價產品價格競爭，使臺灣水五金產業面臨出口市場集中、價格競爭升溫及供應鏈韌性等多重挑戰。在此背景下，AI 智慧製造已成為提升營運韌性的重要工具之一。國際標竿企業如 Kohler、TOTO 及九牧，透過建置智慧工廠，整合 AI、物聯網(IoT)與機器人等技術，串聯設備、製程與生產數據以提升跨廠區協同及生產透明度，藉此強化設備穩定性與交期管理，進一步提升跨區域供應鏈的調度韌性。國內水五金產業智慧化發展則以製程監控、AI 視覺檢測及研磨拋光等重複性作業自動化為主要導入方向，並逐步整合設備聯網、MES 及 AI 排程等智慧製造技術，以提升生產效率、良率及減緩缺工問題。另一方面，面對低價競爭持續加劇，產業亦朝向高值化發展，透過布局特殊規格產品、發展少量多樣客製化生產、深化技術研

發及品牌經營等策略，提升產品附加價值與市場差異化。未來臺灣水五金產業宜持續朝智慧化、高值化發展及供應鏈韌性布局，以強化國際市場競爭力。

三、結 論

臺灣水五金產業以外銷為導向，美國為主要出口市場。2025 年受美國關稅新制不確定性、美中貿易摩擦及終端庫存去化緩慢影響，全年訂單動能偏弱。2025 下半年隨美國關稅政策持續調整，客戶採購決策不確定性升高，海外買家轉趨觀望，市場復甦有限，產值雖大致穩定，但整體產銷仍持續承壓。近年全球經濟雖逐步回溫，住宅修繕、公共建設及基礎設施需求仍支撐市場成長，惟地緣政治風險、貿易政策調整及供應鏈區域化發展，持續為產業帶來高度不確定性。臺灣水五金業者同時面臨低成本國家競爭與歐美品質、法規及永續要求提升等多重壓力，顯示產業需加速升級轉型，同時有賴政府與業者協力推動相關因應措施。

展望 2026 年經濟情勢，關稅壁壘、中東衝突及中美關係等變數仍將持續牽動國際市場波動，臺灣水五金產業亦難以置身事外。面對外部需求起伏、政策風險升高及供應鏈重組趨勢持續發展，業者若要維持出口穩定與經營韌性，仍須從市場布局、製造管理與產品發展三方面同步著手。

首先，出口市場多元化有助於分散關稅、政策與需求變化風險。然而，海外市場拓展涉及各國法規認證、技術標準及通路建立等高門檻，實務推動不易。因此，建議業者宜先發揮既有的 OEM/ODM 代工基礎，逐步切入歐美及新興市場，透過參展、代理商合作與在地通路經營，累積客戶關係與品牌能見度，以降低對單一市場的依賴。其次，考量產業以少量多樣與客製化生產為主，智慧化轉型宜採局部導入、分階段推進，先從重複性高、標準化程度較高之製程切入，逐步累積數據與管理能力，再延伸至品質檢測、排程優化與能耗管理，以提升製造效率與營運彈性。最後，在產品發展方面，強化多元產品布局並深耕利基應用市場，將是提升產業附加價值的重要途徑。臺灣水五金業者在少量多樣、快速客製與彈性製造方面具備一定基礎，較適合發展特規產品、功能性零組件及需符合嚴格法規標準的應用市場，透過差異化與高附加價值產品強化競爭優勢。

Plumbing Hardware Industry Key Summary

I. Industry Trend Analysis

The global plumbing hardware market continued to grow in 2025. Import values rose across all three leading importing markets compared with 2024: the United States by 1.6%, Mainland China by 5.4%, and Germany by a substantial 16.2%. Export values also increased among the three leading exporters – Mainland China by 3.2%, Germany by 8.9%, and the United States by 3.9%. Growth was driven mainly by sustained U.S. demand for home renovation and infrastructure, the expansion of green-building and smart-home markets in Europe, and a gradual stabilization of China's property market under policy support. Against this global recovery, Taiwan's plumbing hardware industry remained stable but subdued. Full-year 2025 output value was broadly flat versus 2024, with volume up 1.2% but the average unit price down 1.0% – a reflection of still-fierce price competition. Meanwhile, import value rose 14.7%, supported by recovering private consumption, home remodeling, and improving construction demand, while rising raw material prices and adjustments in sourcing structures also contributed to the increase.

II. Key Issue Analysis

In recent years the global plumbing hardware industry has been shaped by U.S.–China trade friction, tariff changes, geopolitical risk, and supply-chain realignment, and the competitive landscape is shifting rapidly. Southeast Asian countries continue to attract relocated production thanks to their cost advantages, while weak domestic demand and capacity spillover in Mainland China intensify global price competition in low- and mid-priced products – leaving Taiwan's plumbing hardware industry to grapple with concentrated export markets, intensifying price competition, and the need to strengthen supply-chain resilience. Against this backdrop, AI-driven smart manufacturing has emerged as an important tool for strengthening operational resilience. Industry leaders such as Kohler, TOTO, and JOMOO have built smart factories that integrate AI, the Internet of Things (IoT), and robotics, linking equipment, process, and production data to improve cross-site coordination and production transparency – improving equipment reliability and delivery performance while enhancing operational flexibility across their regional supply chains.

Domestically, smart-manufacturing efforts have focused mainly on automating repetitive tasks – process monitoring, AI-based visual inspection, and grinding and polishing – while gradually integrating technologies such as equipment connectivity, MES, and AI scheduling to raise efficiency and yield and to ease labor shortages. At the same time, as low-priced competition keeps intensifying, the industry is also

moving upmarket by developing specialty products, expanding high-mix, low-volume customization, deepening R&D, and strengthening brand development to raise product value and differentiation. Going forward, Taiwan's plumbing hardware industry should continue advancing smart manufacturing, higher-value products and applications, and supply-chain resilience to strengthen its standing in international markets.

III.Conclusion

Taiwan's plumbing hardware industry is export-oriented, with the United States its main market. In 2025, uncertainty over new U.S. tariff rules, U.S.–China trade friction, and slow inventory destocking among end customers left order momentum weak through the year. In the second half of 2025, as U.S. tariff policies continued to adjust, customers' purchasing decisions became more uncertain, overseas buyers turned cautious, and the recovery stayed limited; output value held roughly stable, but production and sales overall remained under pressure. Although the global economy has gradually recovered, and demand from home renovation, public works, and infrastructure still supports market growth, geopolitical risk, shifting trade policy, and the regionalization of supply chains continue to inject considerable uncertainty. Taiwan's producers face pressure on multiple fronts – competition from low-cost countries alongside rising quality, regulatory, and sustainability requirements in Europe and the United States – pointing to a need to accelerate upgrading and transformation, as well as coordinated response measures from both government and industry.

Turning to the 2026 outlook, variables such as tariff barriers, Middle East conflict, and U.S.–China relations will keep driving volatility in international markets, and Taiwan's plumbing hardware industry will not be immune to these pressures. Amid fluctuating external demand, rising policy risk, and continued supply-chain realignment, producers seeking to keep exports stable and operations resilient will need to work on three fronts at once: market positioning, manufacturing management, and product development.

First, diversifying export markets helps spread the risks of tariffs, policy, and demand swings. That said, expanding abroad involves high barriers – each country's certification, technical standards, and channel-building – and is not easy in practice. Firms should therefore build on their existing OEM/ODM capabilities first, gradually expanding into European markets, the United States, and other emerging markets and building customer relationships and brand visibility through trade shows, distributor partnerships, and local channels to reduce dependence on any single market. Second, given the industry's high-mix, low-volume, and highly customized production model, smart transformation should be introduced in targeted areas and in phases: start with the most repetitive, standardized processes, build up data and management capability

over time, then extend into quality inspection, scheduling optimization, and energy management to improve efficiency and operational flexibility. Finally, on product development, strengthening a diversified portfolio and cultivating niche application markets will be an important route to higher value. Taiwan's producers have a solid grounding in high-mix, low-volume work, rapid customization, and flexible manufacturing, which makes them well suited to specialty products, functional components, and applications that must meet strict regulatory standards – thereby strengthening their competitive edge through differentiated, higher-value offerings.



第一章 緒 論

第一節 產品定義與產業結構

水五金產業意指水用五金相關產業，以從事水五金產品生產製造或其他鑄造、鍛造、銲接、表面處理等二次加工行業為主。臺灣水五金產業涵蓋廣泛的產品類別，包含水龍頭、灑水器、管道、止回閥、減壓閥、衛生設備及衛浴五金零件等，材質多為銅、鋅、不銹鋼等金屬，部分使用陶瓷、玻璃、塑膠等材質。依據當前經濟部工業產品分類來看，水五金產品可歸類至泵、壓縮機、活栓及活閥製造業。根據財政部關務署海關進出口商品分類，水五金歸類為鋼鐵製、銅製、鋁製衛生設備及零件、水五金相關閥類製品與水龍頭產品項目。依據北美產業分類系統(North American Industry Classification System, NAICS)，分類為黃銅配件、水龍頭、花灑及分流器等項目。水五金分類及產品項目詳見【表 4-1-1】所示。

表 4-1-1 臺灣水五金分類及產品項目

分 類	產 品 項 目
水 龍 頭	廚用/衛浴龍頭、單把/雙把手龍頭、抽拉式設計水龍頭、多重水路設計水龍頭、感應式水龍頭、防燙溫控水龍頭、智慧多工水龍頭等
灑 水 器	固定式、手持式、雨淋式、智慧控制型花灑與淋浴系統、灑水系統
管 道	不銹鋼軟管、彎管等金屬製管道件
減 壓 閥	銅水錘吸收器、不銹鋼水錘吸收器、水用減壓閥
止 回 閥	角閥、逆止閥、回流閥、底閥或單向閥
衛生設備	污水槽、洗面盆、浴盆
衛浴五金配件	恆溫控制配件、噴嘴、分水器、節水器、浴盆配件、淋浴花灑支架、金屬置物架、毛巾架、衛生紙巾架

資料來源：金屬中心 MII-ITIS 研究團隊整理(2026/03)

第二章 市場供需現況

第一節 全球市場供需現況

一、全球進出口分析

(一)主要進口國家

從全球水五金進口情況觀察，美國為全球最大進口國，2025 年進口值達 126.9 億美元，較 2024 年成長 1.6%。美國市場方面，隨通膨壓力逐步趨緩，以及聯準會降息帶動貸款利率回穩，有助住宅修繕與部分新建需求逐步回升；此外，美國醫療院所、飯店及長照機構等商用設施持續擴建，亦支撐水五金產品需求。另一方面，美國《基礎設施投資與就業法案》(Infrastructure Investment and Jobs Act, IIJA)相關水資源與城市更新計畫持續推進，帶動公共工程與基礎設施更新需求，進一步支撐水五金產品於公共建設市場之表現。排名第二為中國大陸，2025 年進口值為 64.9 億美元，年增 5.4%。2025 年中國大陸房地產市場在政策支持下，市場跌勢趨緩，部分城市交易與建案活動逐步回穩，庫存壓力亦有所改善，帶動水五金需求溫和回升。排名第三為德國，2025 年進口值達 54.5 億美元，較 2024 年成長 16.2%。德國水五金市場成長，除受住宅與商業建築修繕需求回升帶動外，亦受到歐洲節能減碳政策、綠建築趨勢，以及智慧家居應用普及影響，推升智慧水龍頭、節水設備等產品需求。2021~2025 年全球前 10 大水五金進口國家如【表 4-2-1】所示。

第三章 重大議題剖析：AI 智慧製造導入下的 水五金產業數位轉型與供應鏈韌性分析

第一節 全球競爭環境變化與臺灣水五金產業韌性挑戰

AI 智慧製造之所以成為當前水五金產業的重要課題，關鍵在於其有助即時掌握產線狀況，優化排程、良率與交期管理，提升業者對急單與成本波動的應變能力。近年國際貿易環境快速變化，包含美國關稅新制與中東衝突等不確定因素，使出口成本結構與接單風險同步攀升，以彰化鹿港為核心的水五金聚落首當其衝。此外，東南亞製造能量持續擴張，侵蝕臺灣水五金在歐美市場的價格競爭力，產業承受雙重壓力。此時，若能藉由智慧製造技術強化良率管理、縮短交期並提升少量多樣生產彈性，將有助於業者穩定接單、鞏固高附加價值市場定位，也使供應鏈韌性成為產業競爭力的核心指標。本節依序就供應鏈重組、出口結構風險與全球價格壓力等關鍵議題展開剖析。

一、全球供應鏈重組與區域化生產趨勢

全球水五金供應鏈過去多以中國大陸為核心，近年則逐步往泰國、馬來西亞及越南等地分散布局。2025 標竿水五金國家之出口單價、市占變化與年複合成長率(CAGR)如【表 4-3-1】所示。整體觀察，受美中貿易戰、關稅調整與地緣風險等因素影響，國際採購配置從高度集中於中國大陸，逐步轉向越南、泰國、馬來西亞同樣以量制價且具成本優勢的東南亞國家分散布局。

第四章 結論與建議

第一節 結 論

一、全球水五金市場規模維持成長，然臺灣出口動能轉弱且市場集中風險攀升

受全球通貨膨脹趨緩，以及舊屋翻新修繕、公共工程等主要需求持續增溫影響，2025 年全球水五金市場消費力道維持穩健成長。就進口市場觀察，第一進口大國為美國，進口值較 2024 年成長 1.6%。中國大陸位居第二，進口值較 2024 年成長 5.4%。德國排名第三，進口值年增 16.2%，可見主要市場需求擴張帶動水五金產業產銷規模成長。出口方面，中國大陸仍為全球最大出口國，2025 年出口值較 2024 年成長 3.2%，主要出口成長地區來自中東、歐洲及東南亞，顯示中國大陸持續受惠於與東協及中東等新興市場的經貿往來，以及當地基礎建設需求帶動。第二大出口國為德國，出口值較 2024 年成長 8.9%，主要成長動能來自西班牙、義大利等歐洲市場。第三大出口國為美國，出口值年增加 3.9%，顯示美國出口維持穩定成長態勢。

臺灣水五金產業長期以外銷為導向，且對美依賴程度極高，2025 年整體出口金額高達 57.9%銷往美國，在對美市場高度集中下，美國關稅新制除影響出口成本，更進一步牽動供應鏈配置與產業競爭態勢，臺灣水五金產業面臨之市場集中風險亦隨之升高。綜觀，臺灣 2025 年產值與 2024 年大致持平，產量微增 1.2%，每公斤生產單價下跌 1.0%，但受美國關稅新制不確定性、美中貿易摩擦及終端市場庫存去化遲緩影響，客戶採購決策不確定性升高，海外買家轉趨觀望，市場復甦力道有限，致使產值雖維持穩定，但整體產銷表現持續承壓。

國家圖書館出版品預行編目(CIP)資料

金屬製品產業年鑑. 2026 · 水五金篇/莊沛芸作. -- 初版. --

高雄市：財團法人金屬工業研究發展中心出版；

臺北市：經濟部發行，民 115.08

面；公分

ISBN：978-626-7550-47-2 (平裝)

eISBN：978-626-7550-42-7 (PDF)

1.金屬製品工業 2.五金業 3.年鑑

487.2058

115012330

2026 金屬製品產業年鑑 - 水五金篇

紙本定價：1,300 元/數位版定價：1,800 元

作 者：莊 沛 芸

發行人：經 濟 部

臺北市福州街 15 號

<http://www.moea.gov.tw>

(02)2321-2200

出版單位：財團法人金屬工業研究發展中心

高雄市楠梓區高楠公路 1001 號

(07)351-3121 轉 2331

出版年月：115 年 8 月

版 次：初 版

其他類型版本說明：本書同時登載於 ITIS 智網網站

網址為 <http://www.itis.org.tw/>

展 售 處：ITIS 出版品銷售中心/105 臺北市八德路三段 2 號 5 樓/(02)2577-3808

五南文化廣場臺中總店/400 臺中市中山路 6 號/(04)2226-0330

ISBN：978-626-7550-47-2

eISBN：978-626-7550-42-7

著作權利管理資訊：財團法人金屬工業研究發展中心(MIRDC)保有所有權利，欲利用本書全部或部分內容者，須徵求財團法人金屬工業研究發展中心同意或書面授權，未經授權任意拷貝、引用、翻印，均屬違法。

聯絡資訊：(07)351-3121 轉 2374 李小姐