

反制清单“绵里藏针”，直指美国中期选举关键选区 加拿大三档反制关税“硬刚”美国

几天前因关税争端对美国“掀桌子”之后，加拿大的反击如期而至。加方8月25日宣布，将对价值约200亿美元的700多种美国商品加征反制关税，与美国对其加征的50%关税所涉商品价值相当，反制措施将于9月8日生效。

加拿大的反击，表面声势不及美方凌厉，但反制清单直指美国中期选举关键选区，可谓“绵里藏针”。两国接下来是各退一步以谈破局，还是翻开贸易战“痛苦的新篇章”？一切将在博弈中见分晓。

文/《解放日报》、新华社 图/新华社



反击有没有“手软”？

美国总统特朗普上月签署多项公告，对从加拿大进口的红酒、曲棍球棒和水泥等数百项特定商品加征50%关税。几周以来美加谈判未果，均指责对方在最后关头“反水”。

“谈崩”之后，双方贸易紧张关系升级。美国的征税措施于8月22日生效。加拿大总理卡尼在一句“美国变了”的叹息声中，预告“等额、对等”反制。

从体量上看，加拿大拟征报复性关税所涉商品额约占加拿大从美国进口商品额的6%。从征税对象上看，集中在钢铝制品、乳制品、家电、农业设备等领域，税率分为15%、25%和50%三档。其中，大多数从美国进口的钢铝制品关税将从25%提高到50%；奶酪、家电和部分海产品将被征收25%关税；电子产品等将被征收15%的关税。

其他现有的反制关税，包括针对美国汽车的关税，将继续维持。

外界注意到，相比美国8月22日起加征关税，加拿大加征关税的落地时间要晚两周；相比美国对加方特定商品“清一色”加征50%关税，加拿大分了三档税率予以回击……

这是不是意味着，加方出手还是有顾忌？

广东外语外贸大学区域国别研究院加拿大研究中心研究员刘丹认为，加拿大的反击看似留出缓冲期，并不意味着软弱，更多的是一种精准且克制的政治表态。

“三档税率”和9月8日生效的安排，一方面显示出加方不想被外界视作主动升级冲突，另一方面也是坚定表明不愿就核心利益让步。更重要的是，加方同步推出5亿加元的企业和工人援助计划，反映其充分评估反击可能带来的经济代价，试图通过内部纾困对冲关税影响。

这种兼顾对内团结与对外施压的组合拳，凸显卡尼政府在舆论和政治层面做了充分准备，并非简单的贸易报复。

直击中期选举“战场”

值得注意的是，加拿大的反击，并非随机挑选征税品类，而是紧扣美国政治地图精准施策。其目标直指美国中期选举的关键选区，意在向特定州施压。

美国最依赖加拿大作为出口市场的州，通常集中在北部，包括缅因州、密歇根州、明尼苏达州、威斯康星州等。以缅因州为例，该地区的参议员选举是全美最受关注的选举之一。该州标志性的龙虾产业，可能因关税提高至25%而受到冲击。此外，威斯康星州的奶酪、乳制品和农用设备，

俄亥俄州的家电产业，

密歇根州的汽车

及工业供应链，多多少少会因“关税战”受到波及。这些地区在美国中期选举中都有重要意义。

在美国舆论看来，虽然美国的经济抗压能力强于加方，但“关税战”如果真的打响，将增加美国家庭和企业经营成本、加剧通胀，且后果将随着“关税战”升级而分步显现。例如，如果加拿大未来限制对美钾肥出口，或者准备切断对美电力出口，那么美国消费者财务状况将雪上加霜。

根据7月消费者价格指数，天然气和电力指数分别同比上涨4.3%和4.2%。

还有回旋余地吗？

如果说加拿大虽“愤懑”但“克制”，那么特朗普则正在气头上。他已经把加拿大形容为“最难搞，最不讲道理”的国家。

特朗普8月24日称，将从2027年1月1日起，把对加拿大汽车、汽车零部件和钢铁等产品的进口关税提高至50%。27日，他又签署一项行政令，将安大略湖更名为“美国湖”，并称该命令“立即生效”。有舆论披露，这是因为安大略省省长道格·福特在反抗特朗普贸易霸凌的队伍中走在前列。在美加谈判最后阶段，正是福特在电话中直截了当告诉卡尼：不要接受这份协议。

刘丹认为，特朗普最近的言行，是他一贯偏好的“表演性施压”，主要为凝聚国内基本盘，展示强硬形象，同时也隐含逼迫加拿大尽早回到谈判桌的意图。

眼下，共和党正面临中期选举压力，特朗普对加拿大发动贸易战、对伊朗进行“经济绞杀”，这种四面出击式的经济战已经招致媒体和部分共和党人的批评，因此需辩证看待其升级美加矛盾的决心。

至于两国后续博弈，很可能进入边“打”边谈的拉锯阶段。尽管在经济体量上加拿大不敌美国，但从政治层面看，反倒是特朗普政府的压力可能更大。

刘丹指出，加拿大三位省长力挺反制美国关税，国内共识度较高，这种政治团结可能是美方没有预料到的变量。加拿大在政治博弈上，主要想借助凝聚国内共识和美国内部分裂争取谈判空间。

接下来，紧张局势升级或恢复贸易谈判的可能性均存在。

如果明年1月1日美国正式对加拿大汽车和钢铁加征50%关税，加拿大相关行业将受较大冲击，但由于预留了近半年缓冲期，双方仍有回旋余地。而特朗普也给出了“在美国生产相关产品则‘零关税’”的选项，其实是在用极限施压迫使对方让步。

对“中等强国”有何启示？

此次面对华盛顿的打压甚至羞辱，加拿大没有“认怂”而是奋起抵抗，成为美国去年推出大规模关税政策以来唯一准备对美采取实质性贸易反制的发达国家。其对待美国贸易姿态正在全球引起广泛讨论。

瑞典前首相卡尔·比尔特表示，加拿大“正在展示其能够在贸易谈判中与美国抗衡”。他预计这一做法将引发欧盟与日本反思，是否应该改变之前对美国“服软”的态度。

加拿大“揭竿而起”，是否会成为卡尼口中的其他“中等强国”形成示范效应？

刘丹认为，加拿大的抵抗正在向其他“中等强国”传递一个明确信号，即“依附”并非唯一选项。这种示范效应更多体现在战略认知层面，而非直接可复制的行动模板。

沙特、土耳其、印尼等“中等强国”已经在不同轨道上推进战略自主，加拿大的做法或将进一步激励它们在面对美国施压时采取更坚定的立场。

不过，每个国家面临的地缘环境和安全压力不同，对美依赖程度各异。加拿大身处美国后院，其反制既有被迫应对的成分，也有主动突破的考量，对其他“中等强国”而言并不具有直接可复制性。更重要且可以预见的是，会有越来越多的国家在维持对美必要合作的同时，通过多元化布局增强自身战略的回旋空间。

相关链接

加拿大“抵制美货”声势再起

加拿大和美国的贸易谈判日前在最后一刻宣告破裂后，加拿大民众对美国的负面情绪升温，加国内消费者“抵制美货”声势再起。

加拿大民调机构安格斯·里德研究所8月25日发布的最新调查结果显示，受访者在描述对加美贸易争端的感受时，沮丧、失望、愤怒、焦虑等成为高频词。

从以往经验看，加拿大对美国关税的不满情绪往往会转化为“抵制美货、力挺加拿大制造”的购物习惯。统计显示，2025年初加美第一轮贸易争端时，美国酒在加销量出现暴跌。

安格斯·里德研究所一项调查显示，美国政府7月发出关税威胁后，加拿大人就已减少购买美国货。40%的食品杂货消费者和39%的酒类消费者表示会主动查看商品产地，且大多数时候会主动选择加拿大或其他非美国商品；52%的加拿大人表示“可能或肯定不会”买美国汽车，60%的人表示不会买美国酒；超过七成的人表示不会买美国鸡蛋和乳制品。

加拿大规模最大的零售与食品分销商洛布劳表示，公司将在货架标签上重启“T”符号，以此表明因关税而价格上涨

的产品，并将继续使用枫叶标识来推广本地产品。

“顾客希望支持加拿大农民、生产商、企业家和企业。我们希望让这一切变得更容易，”这家企业的声明说，“支持加拿大供应商可以进一步加强国内供应链，降低我们受到某些国际干扰的影响。”

加拿大第二大零售与食品分销商贝斯也表示将重点推广本地产品，在包装上标明哪些产品为“加拿大制造”。

加拿大萨斯喀彻温省8月26日宣布，自9月8日起对进入该省的美国酒征收50%的对等关税。眼下，该省美国酒销量已下降约40%。

加拿大独立商业联合会全国事务副总裁贾斯明·盖内特表示，尽管美国新关税给加拿大企业带来不确定性和影响，但消费者正展现出团结精神，选择支持加拿大产品、帮助本土企业渡过难关。



8月25日，顾客在加拿大温哥华一家超市购物。



8月25日，一艘集装箱船停靠在加拿大温哥华港。