

全球鞋业通讯(简版)

第六期

(2005年11月)



中国轻工工艺品进出口商会

内 容

- ◇ 中国鞋类产品出口分析
- ◇ 鞋类产品主要贸易国进出口统计分析
 - 上半年欧盟主要国家鞋类产品进口市场
 - 前三季美国鞋类产品进口市场
 - 前三季日本鞋类产品进口市场
 - 前三季澳大利亚鞋类产品进口市场
 - 前三季韩国鞋类产品进口市场
 - 前三季俄罗斯鞋类产品进口市场
 - 前三季加拿大鞋类产品进口市场
- ◇ 最新国际鞋业动态

中国鞋类产品出口分析

2005年1-9月鞋类产品出口情况

（一）总体情况

据我国海关统计，2005年1-9月，我国鞋类产品（成品鞋加鞋材）出口53.8亿双或千克，金额141.9亿美元。其中成品鞋52.6亿双，金额137.3亿美元，出口平均单价2.61美元/双，同比增长分别为18.5%、26.6%、7.0%。

其中，塑胶鞋出口29.4亿双，51.8亿美元，出口平均单价1.76美元/双，同比分别增长17.1%，21.9%，4.1%；皮鞋出口10.3亿双，60.4亿美元，出口平均单价5.88美元/双，同比分别增长18.7%，29.1%和8.8%。

（二）欧盟市场

我国鞋类产品出口主要集中在美国、欧盟、日本、香港等传统市场，其中欧盟是我鞋类

出口的第二大市场。2005年1-9月，对欧盟出口成品鞋7.5亿双，同比增长17.8%，24亿美元，同比增长46.6%，出口占鞋类对全球出口总额的17.5%；出口平均单价3.19美元/双，同比增长24.1%。

其中，塑胶鞋对欧盟出口3.4亿双，同比增长5.4%，出口9.3亿美元，同比增长30%，出口平均单价2.75美元/双，同比增长23.3%；皮鞋出口1.4亿双，同比增长87.5%，出口9.3亿美元，同比增长92.3%，出口平均单价6.67美元/双，同比增长2.5%。

2005年1-9月，对原受欧盟进口配额限制鞋类（7个税号）出口欧盟4.5亿双，同比增长30.9%，14.4亿美元，同比增长60.9%，占对欧盟鞋类产品出口总额的60%；出口平均单价3.19美元/双，同比增长22.7%。

鞋类产品主要贸易国进出口统计分析

上半年欧盟主要国家鞋类产品进口市场

据欧盟官方统计，今年上半年欧盟鞋产品主要进口国包括德国、法国、意大利、英国、荷兰、比利时和西班牙，其进口额分别为27.4亿美元、24.6亿美元、23.1亿美元、22.3亿美元、13.4亿美元、9.9亿美元和8.4亿美元，分别比去年同期增长了9.5%、6.46%、10.39%、4.09%、21.59%、6.99%和14.43%。荷兰口岸的进口增长较快，而西班牙的进口继去年增长24.91%后，继续保持两位数增长。捷克鞋产品的进口额为2亿美元，比去年同期增长了43.85%，而去年全年捷克鞋产品的进口额为3.14亿美元，比2003年增长了35.41%，捷克是欧盟国家中鞋产品进口市场增长最快的国家。

今年上半年欧盟从中国进口鞋产品的国家依次为德国、英国、意大利、荷兰、法国、西班牙和比利时，其从中国的进口额分别为4.87亿美元、4.82亿美元、3.36亿美元、3.28亿美元、2.98亿美元、2.06亿美元和1.95亿美元，分别比去年同期增长了112.75%、58.9%、58.13%、19.05%、78.49%、71.47%和8.41%。在其他国家中，从中国鞋产品进口额增长较快的国家是希腊和丹麦，与去年相比分别增长了166.84%和115.5%。值得注意的是，新入盟的10个国家上半年与去年同期相比，从中国的鞋产品进口额均出现不同程度的下降。

在市场份额方面，从中国进口成品鞋的数量占其成品鞋进口总量比例最高的是西班牙，今年上半年达 64.74%，另外该比例超过 50% 的国家还有捷克、荷兰、立陶宛、波兰和希腊，在 50% 至 40% 之间的国家有拉脱维亚、意大利、塞浦路斯、瑞典、德国、英国和芬兰。

前三季美国鞋类产品进口市场

今年前三季美国鞋产品进口额 137.63 亿美元，与去年同期相比增长了 8.68%。主要的产品供应国依然是中国、意大利、巴西、越南和印尼。从中国的进口额为 97.66 亿美元，占到前三季美国鞋产品进口总额的 70.96%，与 2004 年年终的 68.75% 相比，市场份额进一步扩大，与去年同期相比增长了 11.97%。另外，前三季美国从越南鞋产品进口额为 5.43 亿美元，占到前三季美国鞋产品进口总额的 3.94%，与去年同期相比增长了 50.91%。前三季美国从意大利和巴西的鞋产品进口额分别为 8.86 亿美元和 7.96 亿美元，分别比去年同期下降 7.6% 和 4.4%。

前三季日本鞋类产品进口市场

今年前三季日本鞋产品进口额为 27.7 亿美元，与去年同期相比增长了 11.84%。主要的产品供应国依次是中国、意大利、越南、印尼和柬埔寨，前三季日本从上述五国的进口额分别为 18.94 亿美元、2.73 亿美元、1.04 亿美元、8861.2 万美元和 7428.5 万美元。与去年同期相比从中国、越南、印尼和柬埔寨的进口额分别增长了 13.44%、18.56%、12.29% 和 15.47%，从意大利的进口则下降了 0.28%。从中国的进口额占到当期日本鞋类产品进口总额的 68.36%。

前三季澳大利亚鞋类产品进口市场

今年前三季澳大利亚鞋类产品进口额为 6.06 亿美元，比去年同期增长了 15.27%，从主要进口国中国、意大利、越南和印尼的进口额分别为 3.89 亿美元、5191.3 万美元、2493 万美元和 1680.7 万美元，分别比去年同期增长了 17.29%、9.25%、17.34% 和 34.82%。其中从中国的进口额占其鞋类产品进口总额的 64.24%。

前三季韩国鞋类产品进口市场

今年前三季韩国鞋类产品进口额为 5.04 亿美元，与去年同期相比增长了 20.89%，主要产品供应国有中国、意大利、越南和印尼，前三季韩国从上述四国鞋产品的进口额分别为 3.52 亿美元、4939.8 万美元、3363.8 万美元和 1988 万美元，分别比去年同期增长了 24.44%、

12%、10.66%和9.71%。其中从中国的进口已占到其总进口额的69.84%。

前三季俄罗斯鞋类产品进口市场

据俄罗斯官方统计，今年前三季俄罗斯鞋产品进口额达4亿美元，与去年同期相比增长了73.66%。当期俄罗斯从中国进口的鞋类产品为2.67亿美元，占到同期其鞋产品进口总额的66.77%，与去年同期相比增长了94.01%。同期俄罗斯从另外主要进口国意大利和越南的鞋产品进口额分别为2193.4万美元和2082.4万美元，分别比去年同期增长了41.72%和104.08%。

前三季加拿大鞋类产品进口市场

据加拿大海关统计，今年前三季加拿大鞋类产品进口额为10.98亿美元，比去年同期增长11.09%。从主要的产品供应国中国、越南、意大利、巴西和美国的进口额分别为6.58亿美元、8412.7万美元、7594.1万美元、6182.9万美元和3312.2万美元，分别占到同期加拿大鞋产品进口总额的59.96%、7.66%、6.92%、5.63%和3.02%。与去年同期相比，从中国和越南的进口增长了15.9%和40.45%，从意大利的进口额则下降了6.13%。

最新国际鞋业动态

“中欧鞋业合作论坛”在京举行

11月9日，我会在北京举办了“中欧鞋业合作论坛”。应邀出席论坛的有：商务部黄海部长助理、西班牙鞋业协会（FICE）主席，同时兼任欧盟鞋业联合会主席的卡尔沃先生、意大利鞋业零售商协会主席唐达先生、西班牙鞋业及相关产业研究院院长塞萨先生、西班牙华人鞋业协会主席刘光中先生、西班牙巴里亚里群岛主管外贸的官员及旅游协会会长、意大利制革联合会中国代表处首席代表吴克先生、商务部相关司局及主产区商务主管部门的官员、西班牙、意大利驻华商务机构人员、中国制鞋研究院等相关研究机构代表等业界相关人员。16家西班牙企业和40家中方企业共约130余人参加了论坛。

论坛首先由商务部黄海部长助理致辞，接着轻工工艺品进出口商会霍晓虹会长以“交流合作、互利共赢”为题全面系统地介绍了近年中国鞋类贸易发展的状况，表达了希望通过与国外同行互利合作，减少摩擦，达到共同发展的愿望。论坛上商务部相关司局领导，欧盟

鞋业联合会主席、意大利鞋业零售商协会主席及相关行业组织及企业的代表从不同角度介绍了中国和欧盟鞋业的情况。论坛还组织了中、欧企业对口洽谈，洽谈包括贸易、科研、生产不同领域，会上有的当场下单，有的达成了合作意向。

通过本届论坛使中、欧鞋类企业、行业组织更进一步地增进了了解，就化解双方贸易摩擦，加强互利合作，实现共赢达成了共识，受到双方企业、欧盟鞋业组织的好评。

欧盟表示要客观调查越南鞋类出口

来自河内 Asia Pulse 的报道——一位欧盟外交人员称，正在进行的针对越南鞋类出口的反倾销调查将是客观而透明的。

欧洲委员会对外关系负责人 Eneko Landaburu 10 月 5 日在河内举行的欧盟-越南联合委员会第五次会议结束时，在一份新闻简报中做出了上述承诺。另外据他讲，欧盟贸易委员彼得·曼德尔森近期在比利时布鲁塞尔告知越南贸易部长 Truong Dinh Tuyen，欧盟将在做出最后决定之前与越南讨论反倾销调查的结果。

Landaburu 还表示欧洲委员会正在根据欧盟的市场经济状况对越南的请求进行认真的调查。双方将于 10 月会面，在该问题上继续进行讨论。

Landaburu 表示，欧盟非常重视越南制定的 2006-2010 阶段社会 and 经济发展计划草案。欧洲委员会还承诺要支持越南尽早加入 WTO，并希望看到其在东南亚国家联盟(东盟)区域一体化进程中发挥主动作用。

欧盟-越南联合委员会的第五次会议是一次特殊的会议，以纪念欧洲委员会与越南建交（10 月 22 日）15 周年以及欧洲委员会与越南合作协议签订 10 周年。

越南鞋类制造商接受欧洲委员会的反倾销调查

越南皮革与鞋类协会（Lefaso）表示，包括 4 家外资公司在内的所有 8 家公司已于最后期限 9 月 12 日向欧洲委员会提交了他们的行业调查问卷。接下来，欧洲委员会从 9 月 20 日至 10 月 14 日对选中公司进行鞋模型调查。

Lefaso 副主席 Nguyen Duc Thuan 表示，4 家外资公司（Kainan, Pou Yuen Vietnam, Pou Chen Vietnam 和 Taekwang Vina）与欧洲委员会合作得非常好。同时，4 家国内公司雇佣了欧洲律师就问题进行充分的准备。Nguyen Duc Thuan 说：“律师们了解欧盟的语言和法

律。公司希望在该调查中获得安全感。”

四家被选中的国内公司之一—Footwear32 的一位官员表示：“我们已做好了充分的准备，以满足欧盟委员会的要求。”他说他的公司经常向律师们请教，以便对有关的问题有一个彻底的了解。

西班牙制鞋业加强推广

在中国鞋产品在全球被公认具有价格上的竞争优势的同时，西班牙鞋产品制造商却认为中国国内的消费者在逐渐关注产品的质量及款式的新颖。西班牙的皮鞋（从长统靴到高跟鞋）传承悠久的历史及传统，这主要得益于其发达的相关产业及高质量的生皮。

西班牙制鞋业的市场专家已把香港作为其向中国大陆和澳大利亚市场发起推广促销活动的合适地点。去年 4 月在香港举办的 Fashion Access 贸易展览会上，香港模特 Eunice Chan 被选为 2006 年在中国大陆进行西班牙鞋产品推广活动的代言人，在该展览会上有 25 个西班牙品牌展示了他们的流行时尚。西班牙制造商还把香港作为大陆市场的一个试验地，并为香港人对每双售价大约 37 欧元的高档产品所表现出来的兴趣所鼓舞，此类高档产品在 2004 年实现了 1500 万欧元的销售额，比 2003 年增长了 17%。

西班牙制造商及供应商得到了西班牙鞋类行业协会（FICE）及西班牙外贸协会（ICEX）的支持，两个机构发起了一些大规模的推广活动并组织了高级别的代表团。

为了满足欧洲消费者对环境友好型产品及服务的需求，FICE 是欧盟中首先发起要在鞋类产品上附有生态标签的主要倡导者。欧盟规定，附有生态标签的鞋产品在整个产品生命周期中（从生产的原材料到最后丢弃的废弃物）要保证其对环境的影响在最小限度。行业人士希望向中国引入这一观念，将进一步使中国鞋类生产商意识到全球对“绿色”产品需求的增长，同时还要使更多的大陆消费者拥有这样的价值观。

在纺织品之后鞋类产品可能成为欧盟与中国间的下一个贸易问题

来自欧盟的消息，欧洲委员会与中国之间达成的协议于 9 月 7 日获得了成员国的批准，其涵盖 2006 年—2007 年阶段。一些成员国希望该协议能延续到 2008 年底，届时中国协议中的 WTO 保护性条款将期满，该条款是中国加入 WTO 的一项纺织品特保条款，使欧盟有权在 2008 年前采用安全保护措施。

不过，针对纺织品方面的条款不适用于鞋类，鞋类将成为欧盟与中国关系中另一个危

机。理论上讲，欧盟可以在 WTO 安全保护条款的基础上给鞋类规定配额，但令人担心的是这将会导致由于采取针锋相对的行动而损害欧盟与中国之间的长期关系。

意大利对欧盟市场上的鞋类产品倾销忧心忡忡，欧盟委员会已在几个地区，特别是中国、印度和俄罗斯开展了反倾销行动。但反倾销是个独立的问题，涉及到不公正的贸易行为，因此不在欧盟和中国所达成的协议范围内。

欧洲改革中心的政策分析专家 Katinka Barysch 对 EurActiv 表示：“中国是欧盟反倾销行动的最大目标。如果发现中国发送到欧洲市场上的货物比在亚洲市场上的卖价低而在鞋类产品上采取任何行动的话，那也将是在反倾销规则的基础上。

阿帕奇公司准备在印度建厂

据印度 Chennai 的报道，台湾的运动鞋生产商 Apache 公司计划在 Chennai 附近建立一家 6 千万美元的鞋厂。公司正在与州政府商讨要在 Chennai 以西大约 35 公里处的 Sriperumbudur 附近获得一块超过 250 英亩土地的事宜。

Apache 公司是 Adidas 运动鞋的第一生产商和供应商。这里的工厂将成为 Apache 台湾公司的子公司。

印度的鞋类行业对这一举动表现出极大的热情，因为这一投资对于更多这样的冒险行为就像是一剂催化剂。这预示着台湾和中国大陆的鞋类产品生产商趋向于要在生产场地方面进行多渠道的投资，计划扩展他们的生产基地。欧盟正在考虑通过反倾销行动打击中国和越南的生产商。这甚至将会影响已在那里设厂的欧洲和美国公司。许多公司正在寻找新的投资机会，印度恰好要成为这种投资的目标地。

美国鞋产品代表团访问印度

来自印度 Chennai 的报道，一行 13 人的美国服饰与鞋类产品协会 (AAFA) 代表团于 10 月 22 日在 Chennai 结束了他们对印度为期一周的访问，他们认为印度的鞋产品有打入美国市场的巨大潜力，特别是休闲鞋。

印度出生的代表团团长 Killick Datta 是 AAFA 鞋产品部门的负责人，全球品牌营销公司 (M/S Global Brand Marketing Inc) 的创始人兼 CEO，该公司目前是美国发展速度最快的鞋公司之一。代表团成员中有 AAFA 的副总裁 Fawn Evenson，他极力促成此次出访。代表团成员中还有许多美国知名品牌公司的代表，如：Timberland、New Balance、Wolverine

Worldwide 及 Paramont Asia。此外还有美国鞋类零售商协会主席及来自 FOOTWEAR NEWS 的 Natalie Zmuda。

印度皮革出口理事会 (CLE) 是此次访问的接待方，他们在 Delhi 和 Agra 分别进行了一次贸易演讲，另外在 Delhi、Agra 和 Chennai 还举办了产品展览。

Datta 表示，该代表团一行的主要目的是访问印度的一些主要鞋类产品生产公司，并希望寻找一些产品供应商以增加印美间鞋类产品的贸易量。代表团除访问了 Tamil Nadu 的一些地方外，还访问了 Delhi 和 Agra。这些地方的鞋类行业所展示出的生产技艺给代表团留下了深刻的印象。Datta 还表示，印度在鞋类产品贸易方面有很大的潜力，而且印度必须要利用美国目前的形势。他说：“我们正在寻找鞋类产品的替代厂家，因为美国公司已负担不起中国和越南的产品了。代表团来印度就是要看一看如何进行多元化的投资。”

Datta 表示，印度要像中国一样，政府应该通过简化文件、证明手续及改善其它基础设施来帮助皮革行业。中国公司对于从美国几家公司接受“小订单”不感兴趣，因为他们的生产线很庞大，不像印度的生产线都是小规模。他补充说：“印度公司除了能满足我们的具体要求外，还能满足我们的需求。”

协会副总裁 Fawn Evenson 表示，印度公司有更多的东西可提供，美国公司已做好了下订单的准备。

就全球而言，美国是皮革及皮革产品的巨大市场，占整个世界市场的 24%。美国进口鞋、皮衣及皮革配件产品。仅鞋类产品就占到全部皮革进口的 76%（皮鞋产品占 52%，非皮鞋产品占 24%）。印度联合商务部皮革出口理事会主席 Rafeeq Ahmed 表示，2004 年美国从全世界进口了 21 亿 2 千 4 百万双鞋。印度主要向欧洲国家出口皮革和皮革产品，而美国只进口了印度 12% 的出口产品。目前出口到美国的印度皮革和皮革产品总值为 23 亿 8 千万美元，包括价值 8 亿 5 千 6 百万美元的鞋类产品。目前这一贸易量有望在 2010 年增长 3 倍，达到 25 亿 1 千 1 百万美元。皮革及皮革产品的出口目标包括把目前的鞋类产品出口额从 38 亿美元提高到 2010 年的 52 亿美元。

产自印度的一些产品中有世界知名品牌：Florsheim、Salamander、Cole Hann、Marks & Spencer、Nautica、Hugo Boss、DKNY、Tomy Hilfiger、Pierre Cardin、Kenneth Cole、Coach、Guess 及 Next。

印度出口皮革及皮革产品的前五个国家分别为德国（14%）、英国（13%）、美国（12%）、意大利（10%）和西班牙（7%）。尽管美国是德国和英国之后的第三大印度皮革及皮革产品进口国，但印美贸易在 2004-2005 年间的贸易额较之 2003-2004 年增长了 11.18%。仅鞋类产品就比前一年增长了 15%。

2003 年印度在美国皮衣领域中占有 3.23% 的份额，同年，皮革制品占 4.27%，马具占到 4.4%。鞋类产品只占到 1%。因此，CLE 主席 Rafeeqe Ahmed 表示，印度的鞋类产品在美国市场有巨大的发展潜力。

2003 年世界皮革及皮革产品市场规模约 880 亿美元，其中鞋类产品 530 亿美元（60%），其余的是皮衣和配件。2003 年美国鞋产品的市场规模为 160.83 亿美元，接近全球鞋产品市场规模的一半。印度的鞋类产品公司正瞄准了美国市场，增加他们对美国的出口。

印度商务部已将美国看作目标市场之一，并且在帮助 CLE 和个体出口商向美国鞋类产品市场进军。CLE 已于 2002 年与一家鞋类咨询集团合作，设计出了进入美国市场的营销策略。作为该策略的一部分，CLE 从 2002 年开始一直在参加在拉斯维加斯举办的 WSA 展览会，展示印度的产品。在 WSA 展览会期间，CLE 还组织了几次买方/卖方见面会。美国最大的零售店沃尔玛(Wal-Mart)的代表团于 2003 年 11 月访问了印度，并从那时开始从印度公司订购产品。现在沃尔玛正在从至少 5 家印度公司购买产品，沃尔玛在印度的订货有望在 2006 年达到 8 千万到 1 亿美元。

在此次访问中，代表团还参观了位于 Karnal, Agra, Chennai and Ambur 的几家工厂，以加深他们对印度制鞋业的印象。Killick Datta 表示：“我们对印度南部工厂生产的产品印象很深刻，特别是 Tamil Nadu 生产的产品。他们的产品很时尚，包括女鞋。他们必须利用好目前的世界形势，当所有主要的市场，特别是美国市场将要转向印度寻求大规模鞋类产品生产的时候，印度必须为抓住这一机遇做好准备。中国已达到了饱和状态，而且中国只专注在一类鞋产品。印度不仅有成本上的优势，而且还有一些高技能的工人和设计师。一个巨大的市场在等待着印度。”

中国轻工工艺品进出口商会鞋类分会

联系方式：

电话：010-67732705、87789548

传真：010-67732698、67732689

网址：www.cccla.org.cn

E-mail：xinwei@cccla.org.cn

地址：北京市朝阳区潘家园南里 12 号楼，潘家园大厦 10 层

邮编：100021