

我国鞋类产品市场需求和发展建议

陈宾华

(中国橡胶工业协会胶鞋分会 青岛 266002)

胶鞋作为与人类生活息息相关和反映社会文明进步的产品,在我国生产已有90多年的历史。经过近百年的变迁,尤其近20多年的改革开放,我国胶鞋行业得到快速发展,现已成为世界首屈一指的生产和出口大国。随着人们生活水平的提高和需求多样化,胶鞋产品现已经突破了原“四鞋”(胶鞋、塑料鞋、皮鞋、布鞋)传统的、结构单一的分类范畴,由过去狭义的“胶鞋”(布面胶鞋、胶面胶鞋)已发展为以橡胶、橡塑并用、热塑性弹性体及各种织物(棉、人造纤维、合成纤维)、天然皮革、合成皮革等为底材和帮材,采用热硫化、冷粘、注射、注压、浇注等工艺技术制造的、交叉复合型的休闲、运动、劳动及各种特殊用途、广义的“胶鞋类”产品,这一变化体现了产品的技术进步,也符合了海关在进出口贸易中的统计口径规范。

1 胶鞋行业概况

1.1 胶鞋行业规模及企业分布情况

我国胶鞋行业是个典型的劳动密集型产业,据统计每亿双产品需配置三万个劳动力(其中生产企业2万,配套企业1万)。由于我国拥有得天独厚的人力资源和原料资源优势,再加上改革开放以来,国有企业在改革中发展,民营企业异军突起以及国际经济结构调整,外资企业的大量涌入,对我国胶鞋行业的发展和提高起到了巨大的推动作用。据统计,我国当前从事胶鞋类生产的企业约1万家,从业人员100万人左右,胶鞋类产量约42亿双。我国胶鞋类生产企业遍布全国各省、市、自治区,但相对集中于沿海地区,广东(以东莞、惠州为中心)、福建(以泉州为中心)、浙江(以温州为中心)、山东(以青岛、鲁西南为中心)以及西南(成都、重庆为中心)等地,鞋类的产量及出口

量占全国80%以上。

我国胶鞋类企业绝大多数为中小型企业,经过市场经济的洗礼,通过体制、机制改革,资产重组等,行业构成发生了巨大变化,目前个体、私营、股份合作等非公有制企业已成为行业主体,仅有军工和少数大型企业仍为国有,但企业内部运行机制也通过改革,按照市场规则运行,与市场经济接轨。改革开放后,外资企业进入我国,主要是港、台、韩资企业,产品多为定牌加工出口,外资企业的进入为制鞋行业新技术、新材料的应用和制鞋业的发展起到了推动作用。

1.2 胶鞋类产品出口市场及价位情况

我国制鞋业在世界占有举足轻重的地位,据统计2001年我国共生产各类鞋近65亿双,占世界总产量50%以上;出口40.72亿双,出口额100.96亿美元;分别占世界鞋类贸易的40%、25%,占我国出口产品总值的5.1%。另据统计,2000年列入胶鞋类(含橡塑、塑料鞋)产品出口27.78亿双,出口额47.38亿美元;2001年出口28.37亿双,出口额50.25亿美元,分别增长2.12%、6.06%。2002年出口30.9亿双,出口额54.54亿美元,比上年分别增长了6.09%和8.5%。胶鞋类产品已成为我国不可小觑的重要出口创汇商品,在我国化工及橡胶工业产品出口中独领风骚,占有重要地位,无疑是行业一大亮点。我国胶鞋类产品主要出口到美国,其次为日本、欧盟、俄罗斯等,上述国家和地区占我国胶鞋类出口量近80%,详见表1、表2。

2000年皮鞋出口8.29亿双,出口额43.69亿美元;2001年皮鞋出口8.68亿双,出口额43.4亿元。2002年皮鞋出口9.57亿双,出口额48.15亿美元,分别比上年增长10.2%和10.9%。以

表 1 2001 和 2002 年我国胶鞋类产品进出口及价位情况

产 品 名 称	2001				2002				2002 年 出口平 均价格 (美元/双)
	进口		出口		进口		出口		
	数量 万双	金额 万美元	数量 万双	金额 万美元	数量 万双	金额 万美元	数量 万双	金额 万美元	
橡胶或塑料外底及鞋面装有金属防护头的 防水胶靴	1.6596	13.9355	17.4870	71.4563	1.2932	10.07	20.6443	121.36	5.88
橡胶或塑料外底及鞋面高统防水靴(过膝)	0.0342	0.6358	134.0015	1219.625	0.3773	1.27	146.5256	1073.3	7.32
橡胶或塑料外底及鞋面的中、短统防水靴 (过踝但未到膝)	2.1736	5.3961	2704.7456	8893.8452	1.7122	5.12	2799.8537	8164.59	3.02
其它橡胶塑料外底及鞋面的防水鞋靴	0.6117	2.2167	651.2719	3127.2587	2.3394	12.4	618.1907	2654.37	4.10
滑雪靴越野滑雪鞋靴及滑雪板靴	0.4699	5.5187	135.6115	1586.2061	1.4162	15.84	154.9435	1907.72	12.31
橡胶或塑料外底及鞋面的其它运动鞋靴	4.1782	68.5761	25587.9252	84528.6285	24.6884	322.67	30993.1212	98746.21	3.19
橡胶或塑料外底及鞋面的用栓塞方法将 鞋面条带装配在鞋底上的鞋	116.6089	31.004	56426.740	27956.433	150.2759	52.08	56865.9	3040.35	0.53
其它橡胶或塑料外底及鞋面的装有金属 防护鞋头的鞋靴	0.0227	1.0437	95.7786	706.6916	0.1068	3.18	76.48	416.21	5.44
其它橡胶或塑料外底及鞋面的短统靴(过踝)	0.3076	6.0867	3759.4441	1769.001	0.148	3.36	4113.2131	13520.24	3.29
未列名橡胶或塑料外底及鞋面的鞋	42.0641	142.3163	121290.439	61.4103	435.81	132464.41	24729.36	1.87	
橡胶或塑料外底、纺织材料制鞋面的运动 鞋靴;网球、篮球鞋等	14.6329	118.2807	8997.5864	50707.108	24.4344	295.93	10367.619	56026.59	5.40
其它橡胶或塑料外底、纺织材料鞋面的鞋	99.0389	602.9125	63920.623	87664.468	3613.42	556.37	62277.518	84612.48	1.36
合计	281.7933	997.9228	283721.455	502500	304.3363	1714.1	300928.219	545445.78	1.81

资料来源:中国海关统计

上统计资料显示,我国已成为世界胶鞋类产品生产和销售中心,而且产品出口市场相对集中,仅美国就达 50% 以上的份额。在国际市场上,我国胶鞋类产品具有强劲的竞争力,一些传统制鞋和出口强国如意大利、西班牙等也难抵我国中、低档鞋的涌入。

统计还显示,我国鞋类出口价格低廉,胶鞋类综合平均价每双不足 2 美元;皮鞋平均每双 5 美元多(意大利皮鞋在美市场平均每双价格 23.8 美元,导致出口数量虽占世界“半壁江山”,而贸易额仅占 25%,逊于欧盟而居世界第二位。

外资企业在我国鞋类出口中占有重要的地位,出口额占 60% 以上。

1.3 胶鞋类产品国内市场及价格情况

我国鞋类产品国内消费 24 亿双左右。约占总量的 40% 强,推算胶鞋类国内消费应为 14 亿双左右,其余为其它鞋类。

由于胶鞋行业市场准入门槛低,投资少易上马,导致近年重复建设严重,产品过剩;市场运作不规范,相互低价倾销;再加上开发、创新能力不强,品种雷同,结构落后,国内胶鞋类产品市场长期被产品档次低、价位低、供求矛盾突出、竞争激烈的格局所困扰。

胶鞋分会对行业内 30 户企业产品档次和出厂价格调查情况见表 3、表 4 和表 5。

表 2 我国胶鞋类产品主要出口市场及份额

地区和国家	2000 年		2001 年 1~10 月份	
	出口额 万美元	比例 %	出口额 万美元	比例 %
香港	19747.0	5	28586.7	3.4
俄罗斯	314846.6	3.5	29201.8	3.5
日本	94608.7	9.6	84600.1	10.0
欧盟	107460.6	10.9	85857.9	10.2
美国	488612.7	49.6	431262.1	51.2
合计	774913.6	78.6	659508.6	78.3

资料来源:中国海关统计

表 3 鞋类按价位(出厂价)档次分类 元/双

鞋类	低档	中档	高档
布面胶鞋	<10	11~20	>21
胶面胶鞋	<15	16~30	>31
冷粘鞋	<40	41~60	>61
注塑鞋	<30	31~50	>50
皮鞋	<50	51~80	>81

表 4 胶鞋行业 30 户企业分档及产量统计

鞋类	低档	中档	高档	小计
布面胶鞋 万双	11808.02	6047.76	738.81	18594.59
胶面胶鞋 万双	509.05	466.16	269.75	1244.98
冷粘鞋 万双	344.73	328.36	149.29	822.38
注射鞋 万双	67.00	57.37	24.19	148.56
皮鞋 万双	88.95	28.50	14.00	131.45
合计 万双	12817.75	6928.17	1196.04	20941.96
占总产量比例 %	61.21	33.08	5.71	100%

表 5 各类鞋档次比例 %

鞋类	低档	中档	高档
布面胶鞋	63.5	32.5	4.0
胶面胶鞋	40.9	37.4	21.7
冷粘鞋	42.0	40.0	18.0
注射鞋	45.1	36.6	16.3
皮鞋	67.7	21.6	10.7

调查结果显示,在统计企业中综合各类产品中、低档次鞋占绝大多数,其中冷粘鞋和胶面胶鞋类产品的中、高档比例稍高,基本反映了国内市场的价格和产品水平。

1.4 胶鞋行业技术状况

经过长期的实践积累和近年来与国际同行业的相互交流、借鉴,我国胶鞋行业生产技术水平得到长足发展和提高。行业拥有国家级技术中心(双星集团技术开发中心),上海胶鞋研究所和化工行业胶鞋质量检验监督中心等科研技术情报、技术标准、质量检验机构,承担行业的科研开发、标准管理、技术培训,经国家质量监督检验检疫总局授权对全国鞋类产品质量检验监督等,推动了行业技术水平的提高。胶鞋类产品花色品种已达3000种左右,中高档产品比例较前有所提高,达35%左右,基本满足了国内外市场的消费需求,一些中高档产品如专业运动鞋、皮帮CVO、气垫运动鞋、纳米防臭运动鞋、高档工作鞋、森工鞋及一些特殊用鞋等,已达到国际水平,2001年行业内双星等6个品牌的旅游鞋被授予“中国名牌”称号。

在工艺技术创新方面,如橡胶加工检测、橡塑共混、缝帮套楦、新型胶粘工艺,大底围条复合压出工艺、多色大底模压工艺、新型橡塑微孔大底制造等,均具世界制鞋技术先进水平。

在材料应用上,帮面材料由单纯棉织物已发展为各种天然革、合成革、合成纤维织物及复合织物等多种材质;天然橡胶、合成橡胶(丁苯、顺丁、PU等)、EVA、PVC等在底材上都得到了广泛应用,赋予各种不同用途胶鞋类产品以舒适、轻便、美观及特殊功能。

在大中型企业中,微机CAD/CAM已应用于产品设计及裁断、缝纫、炼胶、硫化等工艺控制领域,提高了工作效率和质量水平。

随着市场需求的多样化,单纯生产“胶鞋”品种的格局及概念已被打破,为满足人们日益增长的需要,原胶鞋企业在生产和产品材质应用、品种结构上突破了“四鞋”分类的界限,形成各类鞋可同时生产的局面,极大丰富了市场需求。

2 当前胶鞋行业经济形势及浅析

近年来,由于我国经济处于转型时期。胶鞋行业经历了艰苦的改革发展历程,尤其1996年后国有企业在市场经济的冲击下,关停、破产情况增多,整个行业生产经营状况恶化,经济效益大幅下滑,胶鞋分会统计企业1998年出现行业性亏损,滑入历史低谷。由于国家宏观经济政策调控和加大企业改革脱困措施力度,再加上行业内企业改革、改制阶段性效果开始显现和民营企业的崛起,至2001年底终于扭转了行业性亏损局面,各项经济指标也有较大增长,尤其是2002年的经济效益,继续大幅攀升。分析主要原因如下:

1. 国有企业加快了体制改革和向民营方向发展的速度,运行机制上进行了承包、租赁、买卖等多种形式的改革,加速了现代企业制度建设的步伐,提高了企业适应市场、驾驭市场的能力,促进了行业整体良性发展;

2. 个体、私营、股份合作等非国有企业近年发展迅速,已成为行业主体,是行业内最具活力的部分。由于其经营灵活,企业行为按市场规则运行,整体效益要好于国有企业,为行业扭亏、发展做出了贡献;

3. 大型企业、军工及民营企业对行业效益拉动效果明显。如双星集团有限责任公司、荣光集团有限公司、雅加实业有限公司、徐昌骆驼鞋业有限公司、解放军3537厂、3539厂、沈阳橡胶厂、上海回力鞋业有限公司、国星鞋业有限公司及大华鞋业有限公司等成为提升行业效益的主力军;

4. 胶鞋类产品作为我国传统的出口产品,在国家出口退税政策的支持下,降低了出口成本,提高了在国际市场的竞争力,力争多出口、多创汇,减轻了国内市场压力,促进了行业效益的提高;

5. 企业产品对市场时尚需求的适应性较前有了提高,销售收入和效益双双增加。

3 生产与需求发展预测

鞋是人们日常生活的必需品,随着人们生活水平的提高,对鞋的需求量和花色品种将逐年增加,目前世界经济发达国家人均每年鞋的消费量远高于我国。

如美国人均每年消费 5~6 双鞋,以色列每年人均消费 4 双多,而我国每年人均消费尚不足 2 双。随着我国经济的长期繁荣,人民生活水平不断提高,人均消费鞋量势必有较大增长,同时将会继续保持鞋类的出口优势,在可预见的将来,主宰国际鞋类市场的格局也不会改变,因此我国鞋类生产和需求的发展空间很大,到 2005 年我国人口将达到 13 亿,胶鞋类产品人均每年消费按 1.5 双(现在 1.2),出口量按年增 2% 计,预计 2005 年我国胶鞋类产品总需求量将不会低于 50 亿双。

4 存在的问题

我国胶鞋行业虽已发展成为世界生产和出口大国,但仍存在着以下不可忽视的问题。

1. 科研开发落后。据有关资料统计,我国每年用于制鞋行业的科研经费不足制鞋发达国家意大利、西班牙的 1/15,科技进步贡献率仅为 35%,造成总体创新和开发设计水平不高;产品开发多以模仿为主,品种雷同,质量相近,造成国内市场的恶性竞争,整体效益不高;在产品出口方面多为中低档产品,产品附加值低,在穿着舒适、性能、功能上与国外产品比较仍有差距;由于出口价格低,又导致国外反倾销的恶果,如欧盟从 1997 年 10 月 30 日起 5 年内,对我国出口到其成员国的布面料鞋除征 16~17% 的关税外,还要征 49.2% 的反倾销税;据统计自 1979 年加拿大对我国防水鞋提出反倾销指控以来,我国已遭 12 起鞋的反倾销案,其中 1994~1998 年最为集中,涉及 22 个国家和地区。

2. 近年来胶鞋行业由于重复建设,过度投资,造成生产能力过剩而开工不足。据统计,1999 年制鞋企业开工率不足 70%,生产能力却比上年增长约 40%;此外行业内企业良莠不齐,在胶鞋分会统计的企业内仍有 45% 的企业在亏损经营,一些中小企业管理、技术、质量水平低下,这些急需在市场竞争和深化改革中进行整合,优胜劣汰,提高行业整体水平。

3. 产品缺乏世界级品牌。鞋类市场已逐步进入品牌竞争时代,虽然我国胶鞋行业已拥有双星、回力等几个驰名商标和“中国名牌”,但被国际认可尚需一个过程,目前,尚不具备“耐

克”、“阿迪达斯”等国际名牌所具有的实力和影响力,在加入 WTO 后,随着国际鞋业巨头的涌入,我国鞋业在品牌和综合质量上,将处于不利的境地。

4. 在新材料开发应用和鞋用材料质量上与世界先进水平存在差距,如国外对鞋用面料、配套材料的开发和应用层出不穷,赋予各种鞋以不同性能和功能,近年来还十分重视制鞋材料的“绿色”、“环保”性能。对于制鞋材料含偶氮染料,含铅、铬等有害重金属,在一些国家已被禁止进口,这方面我国还重视不够。

5 投资建议

为使胶鞋行业今后持续发展,满足人民生活需要和尽快向出口强国转化,提出以下建议:

1. 要坚持发扬“发展要有新思路,改革要有新突破,开放要有新局面”的创新思想,继续大力进行企业体制、机制改革创新,建立和完善现代企业制度,使行业尽快在市场经济中迈上新台阶、新水平,提高产品竞争力,积极应对加入 WTO 后的新形势、新要求。

2. 积极打造、培育我国胶鞋行业世界级民族品牌,要依托名牌战略走出国门参与竞争。全球经济一体化的市场竞争是名牌竞争的市场,品牌领导市场潮流。国外名牌不惜成本,动辄上亿美元进行广告宣传,挖空心思花样翻新,积极大胆应用新技术、新材料,在投资和发展上都值得我们借鉴。要改变现在以他人品牌加工出口、创汇低、“为他人做嫁衣”的状况,抓紧时机培育自己的世界级名牌。

3. 加大科技投入,积极培育人才,推动行业技术进步,提高行业科研开发水平;要加强设计理论研究,提高行业开发、设计人员队伍整体水平,改变当前行业档次不高,以仿为主、缺乏创新的“瓶颈”;要积极应用高新技术嫁接、改造行业传统工艺技术,提高制鞋专用设备质量水平,要积极进行鞋用新型、环保材料的开发应用等,以适应行业的发展形势。

4. 加快产品结构调整,改变当前产品相近、过度竞争、效益低下的现状;逐步依托品牌扩大附加值大、科技含量高的高档产品出口比例,改善我国胶鞋类产品出口大而不强的现状。