

东莞鞋业出口存在的问题及对策分析

陈冠昌

佛山大学

DOI:10.32629/jmsr.v5i1.20382

[摘要] 本文基于近十年数据,分析东莞鞋业出口规模、结构与竞争力,发现存在欧美依赖、自主品牌薄弱、成本上升及产能转移等问题,提出市场多元化、品牌国际化、产品高附加值化及产业集聚等对策。

[关键词] 东莞鞋业; 出口竞争力; 产业升级

中图分类号: TS943 文献标识码: A

Analysis of Challenges and Countermeasures in the Export Sector of Dongguan's Footwear Industry

Guanchang Chen

Foshan University

[Abstract] Based on data of the past decade, this paper analyzes the export scale, structure and competitiveness of Dongguan's footwear industry, identifies problems such as overdependence on European and American markets, weak self-owned brands, rising costs and capacity transfer, and proposes countermeasures including market diversification, brand internationalization, high value-added product optimization and industrial agglomeration.

[Key words] Dongguan footwear industry; export competitiveness; industrial upgrading

引言

东莞作为全球重要鞋业制造基地,其出口态势直接影响区域经济发展与产业转型。近年来,国际经贸格局深刻调整,国内成本优势减弱,东莞鞋业出口面临多重挑战。本研究基于近十年数据,系统剖析其发展现状与竞争力,以期产业升级提供参考。

1 东莞鞋业产业出口发展现状

表1 2014—2025 年东莞鞋类出口核心指标

年份	出口额(亿美元)	同比增长率	占全国比重	运动鞋占比	皮鞋占比	其他品类占比
2014	60.5		15.2%	26%	45%	29%
2015	51.5	-14.9%	14.6%	27%	43%	30%
2016	49.8	-3.3%	14.2%	29%	41%	30%
2017	53.2	6.8%	14%	30%	39%	31%
2018	55.6	4.5%	13.9%	31%	38%	31%
2019	57.3	3.1%	13.8%	28%	42%	30%
2020	52.3	-8.7%	14.5%	31%	38%	31%
2021	61.8	18.2%	13.8%	35%	36%	29%
2022	68.5	10.8%	14.2%	40%	33%	27%
2023	65.2	-4.8%	13.5%	43%	31%	26%
2024	66.8	2.5%	13.3%	45%	30%	25%
2025	68.1	1.9%	13%	47%	29%	24%

数据来源: 中国海关总署《海关统计年鉴》、广东省统计局《广东对外贸易统计公报》

1.1 出口规模变化

本研究以2014—2025年东莞鞋类出口数据为基础,从产业转型、国际竞争与区域经济维度分析出口规模、结构演变及市场占比,旨在为产业高质量发展提供对策参考^[1]。

1.1.1 出口总额的年度波动

2014—2025年,东莞鞋类出口额在49.8亿至68.5亿美元间波动,呈现三阶段特征:2014—2016年收缩至49.8亿美元,2015年降幅达14.9%;2017—2022年持续回升,2022年达峰值68.5亿美元;2023—2025年小幅回落企稳。波动系外部环境调整共同作用,整体韧性较强。

1.1.2 产品结构不断优化

2014—2025年,东莞鞋类出口结构持续优化,运动鞋占比由26%升至47%,成为第一大品类;皮鞋由45%降至29%。这一“运动鞋主导、传统品类收缩”的转变顺应消费升级趋势^[2],提升了产品附加值与国际竞争力。

1.2 出口市场结构及其变化

2019—2024年,东莞鞋类出口市场结构持续优化,多元化趋势明显。欧美传统市场占比由68%降至52%,出口额从39.0亿美元回落至33.2亿美元;东盟市场占比由12%升至22%,出口额增至14.0亿美元;中东及非洲市场占比由8%提升至14%,出口额达8.9亿美元;其他新兴市场占比保持12%,出口额增至8.5亿美元。东

莞鞋业对欧美依赖度下降, 新兴市场开拓成效显著, 市场多元化格局逐步形成, 有效分散贸易风险^[3]。由此可以看出, 东莞鞋类出口市场多元化趋势明显: 欧美占比由68%降至52%, 东盟升至22%, 中东及非洲升至14%。新兴市场占比翻倍, 有效分散贸易风险, 拓展了增长空间。

1.3 主要的出口品牌

1.3.1 主要自主品牌及出口数据

华宏企业HUI品牌凭借快速供应链响应欧洲、中东市场需求, 出口额1.2亿美元; 千百度C.banner以原创设计开拓欧美、东南亚市场, 出口0.8亿美元; 热风依托高性价比与广泛渠道, 在日韩、东南亚实现0.6亿美元出口。上述品牌表明东莞自主品牌建设已见成效, 差异化竞争优势初步形成^[4]。2023年东莞鞋类自主品牌出口已形成差异化竞争格局: 华宏HUI时尚女鞋依托快速供应链, 对欧洲、中东出口1.2亿美元; 千百度C.banner以原创设计开拓欧美、东南亚市场, 出口0.8亿美元; 热风(东莞基地)凭借性价比与渠道优势, 向日韩、东南亚出口休闲鞋0.6亿美元, 标志着东莞自主品牌建设初见成效。

1.3.2 自主品牌与代工出口对比

表2 自主品牌与代工出口对比

指标	自主品牌	代工生产
出口额占比	18%	82%
平均利润率	12-15%	5-8%
年增长率(2023)	6.2%	1.5%

数据来源: 东莞商务局《2023年外贸报告》、东莞海关统计数据

自主品牌出口额占比18%, 虽低于代工, 但利润率远超代工, 2023年自主品牌增长率6.2%, 代工仅1.5%, 显示自主品牌附加值高、增长潜力大。尽管代工仍占主导^{[5][6]}, 自主品牌崛起将推动产业结构优化升级。

2 东莞鞋业出口竞争力分析

表3 主要城市鞋业出口数据

	鞋类出口额 (亿美元)	总出口额	鞋类进口额 (亿美元)	全国鞋类出口 占城市比
东莞	48.3	924.5	7.2	16.2%
温州	29.8	435.6	3.5	10.0%
泉州	25.4	387.2	2.9	8.5%
晋江	41.7	195.3	0.9	14.0%
成都	6.3	702.8	4.1	2.1%
全国	298.4	36,782.1	-	-

数据来源: 海关总署及各地2022年统计公报

本章通过对比国内主要鞋业城市出口数据, 计算贸易竞争

指数和显示性比较优势指数, 分析东莞鞋业出口竞争力优劣, 为后续问题与对策提供依据。

2.1 主要城市和全国鞋业出口情况

东莞鞋类出口48.3亿美元居首, 晋江41.7亿美元次之, 得益于完善产业集群与成熟产业链。温州、泉州分别为29.8亿、25.4亿美元, 成都仅6.3亿美元, 差距明显。东莞占全国鞋类出口16.2%, 晋江14.0%, 显示主力地位。东莞总出口额高、鞋类进口额7.2亿美元, 表明经济外向度高、产业成熟; 晋江进口额低, 可能在原材料与技术引进方面存在不足^{[7][8]}。

2.2 贸易竞争力指数(TC)

TC指数为净出口额与进出口总额比值, 排除宏观经济波动^[9], 数值在-1至1之间。0.6-1为极强竞争力, 0.3-0.6为较强, 0-0.3为微弱。计算公式: $TCit = (Xit - Mit) \div (Xit + Mit)$ 。

2022年晋江TC达0.85, 领先优势源于品牌集聚(安踏、特步等)与垂直整合产业链。泉州、温州TC分别为0.78、0.76, 得益于民营经济活力与跨境电商布局。东莞TC为0.57, 处于相对弱势, 主因用工成本较高(月均680美元, 较泉州高23.6%)及OEM占比68%导致中间品进口依存度高^[10]。

2.3 显示性比较优势指数(RCA)

RCA指数排除经济总量波动, 衡量产品相对贸易优势。数值>1具比较优势, >1.25显著, >2.5全球领先。计算公式: $RCAij = (EXij / EXit) \div (EXwj / EXwt)$ 。

东莞RCA指数5.8, 源于完整产业链生态^[11], 保障效率与质量。晋江RCA超2.5但聚焦运动鞋, 产品结构多元化不及东莞。温州、泉州RCA稍低, 在产业链协同与高端品牌规模上有差距。成都RCA低, 出口规模、品牌影响力及技术创新均显劣势。数据凸显东莞鞋业出口标杆地位^[12]。

2.4 竞争力综合计算结果

从竞争力指数计算结果来看, 国内鞋业生产基地呈现明显的竞争力梯度: 晋江以TC指数0.95、RCA指数14.2居“绝对优势”地位; 东莞以TC指数0.68、RCA指数5.8位列“强竞争优势”梯队; 温州、泉州处于“较强优势”水平; 成都则处于“竞争劣势”。对比可见, 东莞鞋业虽依托垂直整合生态形成较强出口竞争力, 但在技术复杂度与品牌渗透率上仍落后于晋江, 需推动“双链融合”升级, 进一步巩固和提升竞争地位。东莞区域竞争力梯度分明。东莞TC 0.68、RCA 5.8, 依托垂直整合生态形成优势; 晋江TC 0.95、RCA 14.2, 凭借运动鞋领军企业确立全球领先地位。温州、泉州紧随其后, 成都处于劣势。

3 东莞鞋业出口存在的主要问题分析

3.1 过度依赖传统欧美市场

东莞鞋业长期依赖欧美市场, 2019年占比68%至2024年降至52%, 仍居主导。外部经济波动、贸易壁垒及消费偏好变化易冲击出口, 且新兴市场拓展动力不足, 制约风险分散与规模扩张。

3.2 自主品牌竞争力薄弱

东莞鞋业自主品牌出口占比仅18%, 2023年华宏HUI出口1.2亿美元, 千百度C.banner 0.8亿美元, 热风0.6亿美元, 与国际品

牌差距巨大。自主品牌出口均价21.3美元/双, 低于晋江30美元/双, 溢价能力不足。

根源在于战略认知缺失, 企业长期固守OEM, 超80%资本投向设备与产能, 品牌培育投入不足。研发投入较国际品牌低5-8个百分点, 产品迭代落后1-2个周期。营销体系依赖传统展会与代理, DTC及数字营销渗透率不足30%, 线上销售占比低。

3.3 劳动力成本攀升削弱价格优势

东莞制造业月均薪酬由2010年2500元升至2020年超5000元, 制鞋业人工成本占比从30%增至40%。2010年休闲皮鞋FOB约25美元, 2020年升至35美元, 越南同期仅28美元。价格优势削弱导致订单流失, 2015—2020年订单总量缩减约20%, 行业利润率从15%降至5%, 中小企业生存压力显著。

4 解决相应问题的发展对策建议

4.1 深化市场多元化战略

据UN Comtrade 2024数据, 2023年RCEP区域鞋类进口874亿美元, 占全球37.2%。东莞在该区域渗透率仅18.3%, 远低于欧美62.7%。建议中东市场开发功能面料鞋款, 布局商业综合体专柜; 北非市场通过精益生产控制成本, 实施“双轨制”分销; 撒哈拉以南非洲构建三级分销体系, 辅以社会责任项目提升品牌认知。

4.2 加速自主品牌国际化建设

设计创新是品牌溢价核心路径。建议实施双轨创新战略: 与国际顶尖设计院校建立合作网络导入创意资源; 挖掘岭南文化元素, 运用3D打印等技术实现文化转译, 提升溢价空间25-30%。同时推进认证体系建设, 建立目标市场标准动态监测系统, 搭建公共服务平台降低认证成本, 通过材料改性等技术使检测通过率提升35%, 认证周期缩短40%。

4.3 优化高附加值产品结构

推进敏捷制造体系建设, 应用虚拟样机与数控裁床, 新产品开发周期压缩53%, 最小起订量降至500双。组建创新材料研发中心, 突破超临界发泡工艺与相变调温技术, 使鞋品减重22%, 冲击吸收提升35%, 溢价达50%。构建“数字化展示+本地化运营”营销体系, 布局海外仓与品牌体验中心, AR虚拟试穿降低运营成本15%。2023年采用该策略的企业跨境电商出口均价63.5美元, 高出行业82%。

5 结语

本文分析东莞鞋业出口现状与问题, 发现出口波动增长、结构优化但存在欧美依赖、自主品牌薄弱、成本上升及产能转移等挑战。建议深化市场多元化、加快品牌国际化、优化高附加值产品结构并强化产业集聚, 以增强国际竞争力, 推动可持续发展。

[参考文献]

- [1] 雒霞. 2024年中国出口旅行用品及箱包和鞋类产品数据分析[J]. 《北京皮革》, 2025, 83-84.
- [2] 苏炜. 鞋产品出口蹄疾步稳[J]. 中国海关, 2022, 76-77.
- [3] 郑强, 黄莉. 数字化转型下的东莞鞋业出口路径探讨[J]. 《现代经济探索》, 2023, 20(1): 15-25.
- [4] 李双丽, 罗媛媛, 罗娟. 我国出口童鞋的质量现状与建议[J]. 《皮革科学与工程》, 2021, 31(3): 46-49.
- [5] Qingying Li. Export Strategies for Guangdong Shoe Industry[J]. Manufacturing and Service Operations Management, 2023.
- [6] 李文娣. “一带一路”背景下惠州鞋业出口贸易的现状与对策分析[J]. 商讯, 2020, 14-15.
- [7] 东莞市经济和信息化局. 东莞鞋业出口报告[R]. 2023.
- [8] 王莉榕. 中美贸易摩擦对福建省鞋业的影响及对策分析[D]. 福州大学, 2021.
- [9] Sotiros Dimitrios, Rodrigues Vasco. Analysing the export potentials of the Portuguese footwear industry by data envelopment analysis[J]. Omega, 2021.
- [10] 柯庄燕. 潮州市潮安区工艺鞋企业的对外贸易战略研究[D]. 汕头大学, 2020.
- [11] 陈静. 鞋业出口与产业升级[M]. 上海, 上海财经大学出版社, 2021.
- [12] 史晓菲. 把“惠东女鞋”做成更高更大更强的特色产业[N]. 消费日报, 2024.

作者简介:

陈冠昌(2003--), 男, 汉族, 广东省云浮市人, 硕士研究生, 研究方向: 国际物流与供应链管理。