

CHINA FOREIGN TRADE REPORT OF CONSUMER GOODS

中国日用消费品对外贸易报告

2008



中国轻工工艺品进出口商会 编

China Chamber of Commerce for Import and Export of Light Industrial Products and Arts-Crafts

2008

中国日用消费品对外贸易报告

CHINA FOREIGN TRADE REPORT OF
CONSUMER GOODS

中国轻工工艺品进出口商会 编

本书编委会

主 编：曹 红

副 主 编：眭昌培

编 委：	王粉荣	王 健	王 颖	孙奕兵	刘 武	刘 凌	朱学博
	汤 晖	李少甫	李长缨	李北北	陈永军	邵 红	吴国宗
	严京华	张艳青	张新生	杨永泽	胡维桥	曹春生	崔 雁
	崔 颖	黄大琪	焦 辉	薛 萌			
编 辑：	辛 炜	宋秀敏	关爱霞	刘丽敏	管 军	刘 诚	周佳佳
	曹 峥	郭 莹					

前 言

《中国日用消费品对外贸易报告 2008》(以下简称《报告》)依托唯一和权威的数据资源,对 2008 年日用消费品全球贸易以及我国日用消费品行业发展情况和运行数据进行了全面分析,并连续 5 年对鞋类等 19 个传统大宗出口商品情况进行监测分析。

《报告》披露的大量数据表明,2008 年全球日用消费品贸易与往年相比发生了较大变化。近年来,尽管我国日用消费品出口遇到过各种国内外不利因素,但仍保持了年均 20% 左右的增速。然而,此次全球金融危机对全球日用消费品贸易的影响是巨大的。由于我国日用消费品中的鞋、家具、箱包等传统大宗出口商品占全球市场份额很大,因此,在国外需求整体萎缩的情况下,这些商品出口受阻,出口增速回落。

本《报告》汇集的最新第一手数据和资料,为日用消费品行业企业、各级政府及相关研究部门准确了解 2008 年全球日用消费品贸易及我国日用消费品行业发展动态、把握日用消费品发展方向、制定经营策略提供了重要决策依据。

为进一步丰富《报告》内容,2008 年增加了商品出口基地的产业发展及对外贸易情况。2006 年以来,我会先后与 10 个地区市县签署了 11 个共建商品出口基地协议,通过携手共建,促进当地有优势特色产品出口,增加地区和企业知名度,促进地域经济发展。《报告》收编了鞋类等 8 个出口基地 2008 年产业发展和对外贸易概况。从这些数据可以看出,地域性特点很强的商品作为支柱产业为地方经济作出了积极的贡献。

2008 年是我会成立 20 周年纪念,在党中央、国务院和商务部党组的正确领导下,20 年来,我会全体职工以提升我国日用消费品行业整体水平为目标,以为会员企业服务为己任,不断丰富服务内容和创新服务方式。在当前我国对外贸易遇到来自国内外的挑战和困难时,我会要密切关注全球日用消费品贸易运行中的新情况、新问题,及时为各级政府、会员企业提供服务。

中国轻工工艺品进出口商会

2009 年 7 月

目 录

2008年中国日用消费品对外贸易概况	6
2008年中国日用消费品贸易摩擦回顾	8
浙江温岭——中国鞋类出口基地2008年鞋类出口概况	10
福建莆田——鞋类出口基地2008年产业及贸易概况	15
江苏丹阳——“眼镜”“桅灯”出口基地发展并举	17
河南许昌——中国发制品出口基地	18
浙江武义——本土化旅游休闲用品快速发展	20
福建安溪——藤铁工艺品的摇篮	23
浙江安吉——中国椅业出口基地	25
浙江上虞——中国伞具出口基地	26
2008年中国鞋类产品对外贸易概况	27
2008年家具对外贸易概况	40
2008年箱包对外贸易概况	57
2008年玩具对外贸易概况	91
2008年纸制品对外贸易概况	108
2008年玻璃器皿对外贸易概况	114
2008年玻璃容器对外贸易概况	124

2008年陶瓷对外贸易概况	132
2008年珠宝首饰对外贸易概况	147
2008年抽纱制品对外贸易概况	158
2008年眼镜对外贸易概况	164
2008年帽类制品对外贸易概况	176
2008年草制品对外贸易概况	181
2008年笔类产品对外贸易概况	191
2008年伞类制品对外贸易概况	196
2008年乐器对外贸易概况	203
2008年发制品对外贸易概况	210
2008年保温瓶对外贸易概况	216
2008年帐篷对外贸易概况	224
统计数据	232
市场统计	238
省市排名	258
企业排名	278

2008年中国日用消费品对外贸易概况

一、2008年中国日用消费品进出口总体情况

据中国海关统计,2008年我国日用消费品进出口总额4213.8亿美元,同比增长11.3%,增幅比2007年回落9.1个百分点,其中出口3346.5亿美元,增长12.1%,增幅比2007年回落9.3个百分点,进口867.3亿美元,增长8.3%,增幅比上年同期下降8.6个百分点。2008年主要日用消费品出口额虽然较上年有所回落,但仍保持了一定的增长。进口商品中,进口额最大为纸张、纸浆166.3亿美元,其次是珠宝首饰38.8亿美元。

(一) 部分日用消费品出口增幅高于上年。2008年,箱包出口额为139.4亿美元,同比增长29%,比2007年增幅上涨3个百分点;陶瓷出口额为80.3亿美元,同比增长20.9%,比上年同期增幅上涨15.3个百分点;鞋及鞋材出口296.6亿美元,同比增长17.19%,比上年同期增幅上涨1.2个百分点;塑料原材料及制品出口总额为173.8亿美元,同比增长11%,增幅较上年同期上涨2.4个百分点。

(二) 部分日用消费品出口增幅有所下降。2008年,家具出口272.1亿美元,同比增长17%,比上年同期增幅下降18个百分点;玩具出口86.3亿美元,同比增长1.9%,增幅较上年同期下降18.3个百分点;玻璃制品出口89亿美元,同比增长24.4%,增幅较上年同期回落2.7个百分点。

(三) 出口单价上涨趋势明显。2008年,

箱包出口单价上涨18.7%,陶瓷出口单价上涨9%,鞋及鞋材出口单价上涨16.8%,家具出口单价上涨8.8%,玩具出口单价上涨20%。从几大类商品的价格走势可以看出,除家具与2007年相比先抑后扬外,鞋类、箱包、玩具单价都呈稳步增长,其中箱包出口单价增长比较明显。

(四) 民营和外资企业构成出口主体。2008年日用消费品出口企业12.6万家,其中中国企业5399家,占出口企业数量4.3%,出口金额485亿美元,占日用消费品出口总额的14.5%;外资企业47776家,占出口企业数量37.9%,出口金额1636.51亿美元,占日用消费品出口总额的48.9%;私营企业69012家,占出口企业数量54.8%,出口金额1078.3亿美元,占日用消费品出口总额的32.2%。

(五) 一般贸易出口保持较快增势。2008年日用消费品一般贸易出口1732.2亿美元,同比增加14.9%,占日用消费品出口总额的51.8%;加工贸易1379.2亿美元,同比增加5.5%,占日用消费品出口总额的41.2%。

(六) 美国、欧盟和日本仍是主要出口市场。2008年,我国日用消费品对美国出口845.1亿美元,同比增长3.7%,占日用消费品全部出口的25.3%;欧盟为第二大市场,出口726.58亿美元,同比增长14.0%,占日用消费品全部出口的21.7%;对日本出口250.1亿美元,同比增长13.9%,占日用消费品全部出口的7.5%。

二、日用消费品进出口存在的主要问题

（一）市场环境恶化，出口前景不容乐观。

金融危机爆发后，全球经济逐步陷入衰退，消费需求也大幅萎缩。影响出口成交因素中，74.3%的企业认为是国际需求下降。一些企业的订单较往年减少一半至三分之二。此外，由于不确定因素增加，企业不敢接长期订单，只能做短期订单。

（二）企业负担较重，停产限产现象突出。

国家先后多次调高出口退税率，但提高鞋类、玩具、家具等日用消费品出口退税率还有空间。企业融资、通关、质检等管理费用支出较多，许多企业因此成本高企。在此环境下，许多企业选择限产、停产、转产，有的被迫关闭、破产。

（三）国际汇率市场波动剧烈，企业收汇风险加大。2008年，欧元大幅贬值使用欧元结汇的企业蒙受了损失。目前大多数企业控制收汇风险，宁失定单，也不愿冒险。对信用证的使用也比较谨慎。

（四）针对我日用消费品的贸易保护措施有所增加。受金融危机影响，出于保护本国经济的需要，一些国家尤其是发展中国家加强了对我部分日用消费品进口的限制措施。2008年，国外针对我国日用消费品实施反倾销的案件共4起，一般保障措施2起，其中印度、澳大利亚、巴西分别对我出口尼龙扎带、卫生纸和圆珠笔立案调查；厄瓜多尔和俄罗斯分别对我出口陶瓷餐具和不锈钢餐具采取贸易保障措施。

三、应对危机的主要措施

2008年以来，企业成本持续攀升，外部

需求萎缩，劳动密集型企业面临前所未有的挑战，针对此，我会积极为企业营造环境，打造平台，提振信心，并积极协助企业采取以下措施：一是调整结构，降低成本，提高企业竞争力。日用消费品出口企业大多是中小企业，利润空间有限。一些中小企业可以通过调整内部结构，以获得新的生机。二是利用新工艺改造传统商品，以保住市场份额。三是引进国外先进设备，以提升产品档次和质量。受金融危机的影响，国外市场疲软，可以引进、收购一些国外先进设备和技术，实现产品升级换代，并购国外商标和营销渠道。四是联手国外采购商，以共渡难关。

展望2009年，我会将在科学发展观指导下，围绕促进日用消费品行业扩大出口，帮助企业走出困境开展以下工作：

（一）做好行业出口促进工作。由于全球对日用消费品的刚性需求，目前日用消费品出口逐步抑制下滑势头，部分产品保持小幅增长。2009年，我会将继续做好扩大出口工作，争取保持传统市场出口份额，同时做好新兴市场的开拓和服务工作。我会将密切跟踪国外市场发展趋势，开展多种渠道的贸促活动，参加或主办展览，配合政府搞好贸促出访活动，协助企业收购海外资产。

（二）做好行业调研，为政府建言献策。通过充分的行业调研，结合目前全球经济形势，分析行业的优势与劣势，在应对危机，促进行业可持续发展等方面为政府提出切实可行的建议。

（三）做好各种风险的预警及应对工作。密切关注国际贸易保护主义发展趋势，充分

利用 WTO 规则,做好“两反两保”工作;建立健全行业出口风险评估、预警及信息发布等机制。

(四) 加强同行业间的国际交流。继续密切同国外有关机构及同行业组织的交流,通过

交流达到化解矛盾、获取信息、扩大出口的目的。同时,加强同有关国际行业组织的交流,争取在国际行业组织中发挥更大作用,增加话语权。

2008年中国日用消费品贸易摩擦回顾

中国轻工工艺品进出口商会公平贸易部

2008 年我国对外贸易整体呈现平稳增长趋势,但由于世界经济危机的影响进一步加深,我国面临的贸易摩擦形势也较为严峻。我会作为行业中介组织,积极发挥作用,通过我国反倾销应诉的“四体联动”机制,较好地完成了组织涉案企业应诉的任务。

一、组织应诉

2008 年,我国日用消费品遭受国外反倾销立案调查 4 起,一般保障措施调查 2 起,涉及 5 个国家,6 种出口商品,涉案金额约 1.4 亿美元。案件涉及产品包括尼龙扎带、卫生纸、圆珠笔、鞋、陶瓷餐具、不锈钢餐具,发起调查的国家为巴西、俄罗斯、印度、厄瓜多尔、澳大利亚,其中巴西发起了 2 起调查。

我会认真做好每一起贸易救济措施案件的应诉组织工作。这些案件,无论大小,我们都认真对待,一丝不苟做好每一个环节。立案之初,及时发布应诉通知、统计海关数据、联系企业、组织应诉协调会、协调各种关系。应诉会上,详细向企业介绍各国的调查程序及各国在调查实践中的特点,向企业推荐有经验的

律师事务所,帮助企业根据各自自身情况制定应诉策略。应诉之后,及时跟踪应诉的进展情况,向案件发起国的调查机构提交抗辩意见,与商务部及时沟通案件进展及企业应诉情况。

应诉的组织工作是每一起贸易救济措施案件的关键部分,将案件的信息在最快的时间内传达给所有的涉案企业,并且全面准确和客观真实地告知涉案企业案件的具体情况,使企业在最短的时间内做出是否应诉和如何应诉的决定,从而使企业的利益得到最大程度的保护。在每一起贸易救济措施案件中,我们都严格按照《出口商品反倾销应诉规定》,以“协调与服务”为我会组织应诉的宗旨和立足点,及时高效做好每一环节的工作,以争取最大限度维护企业利益。

1、严格遵循“四体联动”应诉机制,接到立案通知,及时通知各相关地方主管机构和企业,协调各应诉企业间关系;必要时,协调与各商、协会间关系。

2、及时在国际商报、商会网站发布反倾销立案通知、延期通知、初裁裁决、终裁裁决

等与案件有关的重大事项，在国际商报上发布信息 26 条，在商会网站发布 55 条；同时，将多起重大事件作为政务信息上报有关部门。

3、及时协调企业和律师的关系，为企业提供法律咨询服务。

4、与商务部保持沟通，提供有关行业的数据及相关情况，并协助政府对外进行交涉。

二、行业抗辩

行业无损害抗辩是应诉工作中的重要组成部分。针对一些国家的不公平做法，我会代表行业提出抗辩意见，并在各大媒体发出行业的呼声，加强商会作为行业代表在应诉工作中的声音，加大舆论攻势，有力地配合了应诉工作，对案件最终取得良好结果起到了促进作用。

在俄罗斯对我提起的不锈钢餐具保障措施调查中，我们在充分考虑了涉案金额不大、涉案企业不多、律师费用却不菲等各种不利因素后，一方面和主产地商务部门一道努力动员企业应诉；另一方面，在帮助企业减轻应诉负担方面积极开动脑筋。最终促成了企业统一聘请律师进行全行业应诉。

2005 年 7 月，欧盟对我皮鞋发起反倾销调查，2006 年 10 月决定对我皮鞋征收为期两年的反倾销税。这是欧盟迄今为止对我国发起涉案金额最大、涉及企业最多的反倾销案。2008 年 10 月 2 日，欧盟在两年期限将要到期时决定对从中国进口的皮鞋进行反倾销复审，以决定是否延长反倾销措施。12 月 16 日至 21 日，以我会王汉江会长为团长，由我会、商务部公平贸易局和有关省市外经贸局代表、企业代表组成的代表团，赴比利时布鲁塞尔出席欧盟对我皮鞋反倾销案复审听证会。听证会上，

我方代表从各个不同方面表达了对此案的关注和立场，我方律师也就法律抗辩点进行了阐述。欧委会主管该案的官员表示，欧委会在复审过程中将对中方提出的问题认真分析，并在裁决时给予充分考虑。

2008 年 12 月 31 日，巴西对我向其出口的鞋类发起反倾销调查。该案涉及产品的出口金额达 1.1 亿美元（为调查期内出口金额），企业 400 多家。我会得到消息后立即召开了此案的应诉协调会。通过与会企业对应诉方案的深入探讨和我会的协调，最终决定由我会牵头统一进行行业无损害抗辩。

三、产业预警

日用消费品和生产企业的特点决定了组织应诉的难度。因此，建立预警机制，尽力防患于未然是我会的主要措施之一。我会密切关注国外有关的政策信息、国外市场信息，了解商品的价格走势、市场容量，建立多渠道、多领域、多层次的信息交流机制，对在一段时期内价格波动异常的商品和对某一市场出口相对集中、出口数量激增的商品进行调查分析，及时通报会员企业采取预防措施，对国外有迹象表明拟对我采取贸易救济调查的情况，利用我会网站、会刊等媒介通知企业，未雨绸缪，以起到预警作用。

四、加强服务

2008 年以来，由于国际金融危机的影响，我出口企业在应对贸易摩擦时出现了很大的困难。鉴此，我会加大服务力度，通过提高协调与服务的能力，在充分利用海内外律师资源和政府资源的基础上，全力协助会员企业抵御全球金融危机带来的不利影响，把应对国外贸易救济措施的工作提高到一个新的水平。

浙江温岭——中国鞋类出口基地

2008年鞋类出口概况

温岭市对外贸易经济合作局

2008年，温岭市鞋行业总产值约170亿元人民币，比2007年增长5.1%。其中规模以上鞋企业有348家，实现工业产值89.8亿元人民币，比2007年增长10.9%，实现利税7.1亿元人民币，比2007年下降7.3%，就业人数4.97万人，比2007年下降10.4%，员工工资8.1亿元，比2007年增长0.4%。

据中国海关统计，167家企业实现鞋类自营出口6.2亿美元，出口2.53亿双，占全市出口总额的29.4%，一般贸易出口占99.4%。

一、鞋类出口特点

(一) 出口增长明显趋缓

从整个趋势来看，鞋类出口增幅在经历

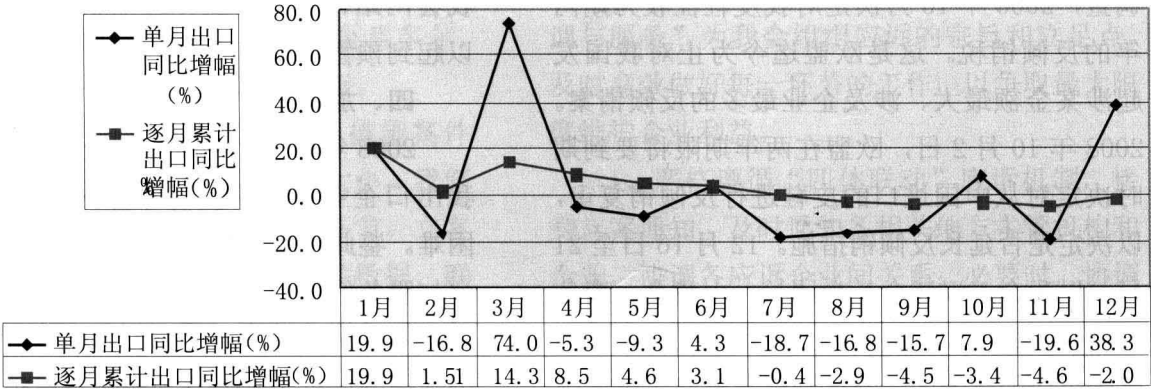
了2002年的93.9%、2003年的85.5%的高速增长后，保持了连续四年的平稳增长，2004年为33.64%、2005年为29.11%、2006年为20.6%、2007年为22.8%，2008年首次出现“负增长”，为-2.0%。

从2008年各月增幅来看，有7个月环比下降，逐月累计出口增幅不断趋降。

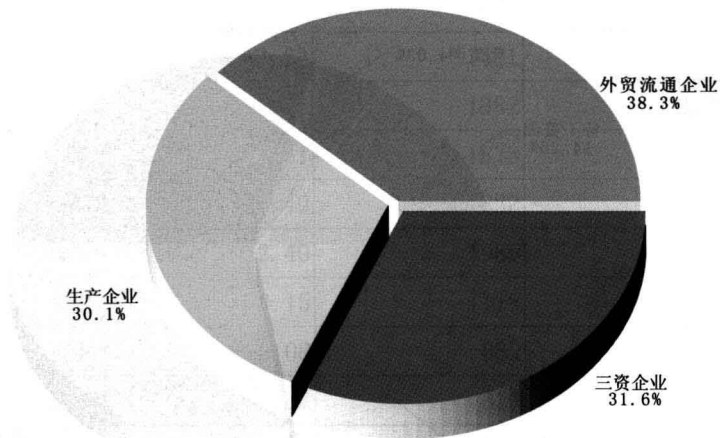
(二) 生产企业出口保持较快增长

生产企业出口额1.88亿美元，占全市比重30.1%，比2007年增长19.9%。外贸流通企业和三资企业的出口下降明显，出口额分别为2.39亿美元和1.97亿美元，占全市比重38.3%和31.6%，比2007年下降10.1%和8.1%。按企业性质分三者占比基本持平。

2008年温岭市鞋类产品出口增幅



2008年温岭市鞋类产品出口按企业性质分类所占比重



（三）规模出口企业仍然是出口主力军，出口主体不断扩大

2008 年有 167 家企业实现鞋类自营出口，其中外贸流通企业 29 家、三资企业 28 家、生产企业 110 家。有 29 家为新增出口企业，87 家出现出口同比下降，另有 14 家鞋类企业 2008 年停止自营出口。

鞋类自营出口超 3000 万美元的企业 5 家；1000-3000 万美元的企业 9 家；500-1000 万美元的企业 18 家。全市鞋类自营出口额前 10 位的企业合计出口达 28490 万美元，占全市鞋类

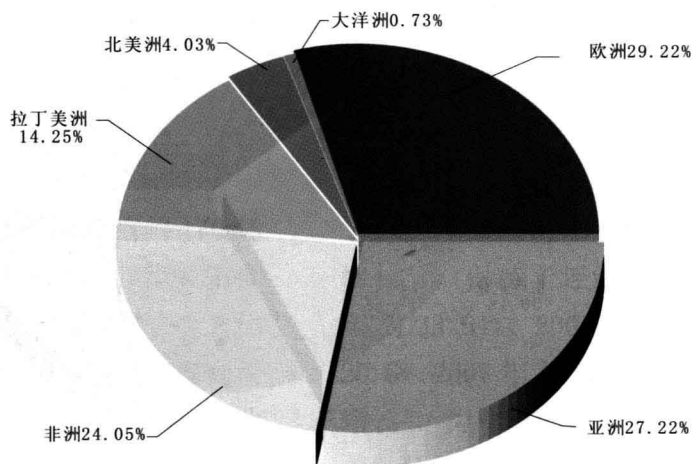
自营出口总额的 45.6%。

鞋业出口龙头的生产企业台州宝利特鞋业有限公司和台州浙诺尔鞋业有限公司均保持了增长，增幅分别为 7.3%、14.8%。

（四）传统市场份额收缩、欧美市场不断拓展

温岭市鞋类自营出口销往 129 个国家和地区，对欧洲出口独占鳌头，其他地区依次为亚洲、非洲、拉丁美洲、北美洲、大洋洲，对以上地区出口额同比分别为 1.9%、-6.0%、3.2%、-18.7%、45.5%、140.0%。

2008年温岭市鞋类产品出口各大洲所占比重



欧美市场不断拓展，如对美国、俄罗斯出口较 2007 年增长分别高达 51.8%、89.5%。而对传统市场出口出现较大幅度的负增长，如传统的第一大出口市场阿联酋、第二大出口市场

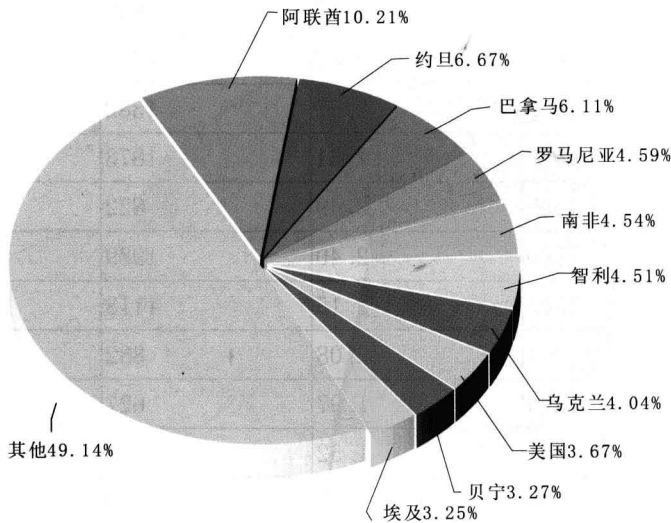
约旦和第三大出口市场巴拿马分别出口 6379 万美元、4167 万美元和 3815 万美元，同比下降 14.0%、3.9% 和 38.0%。对十大重点出口市场出口 3.2 亿美元，占全市出口的 50.9%。

温岭市鞋类产品主要出口市场情况表

国别/地区	2008年		2007年		同比（%）
	出口额	占全市（%）	出口额	占全市（%）	
	62467	100.00	63752	100.00	-2.02
阿联酋	6379	10.21	7419	11.64	-14.02
约旦	4167	6.67	4336	6.80	-3.89
巴拿马	3815	6.11	6151	9.65	-37.97
罗马尼亚	2870	4.59	3253	5.10	-11.76
南非	2835	4.54	2402	3.77	18.04
智利	2815	4.51	2770	4.34	1.63
乌克兰	2525	4.04	3448	5.41	-26.76
美国	2292	3.67	1510	2.37	51.82
贝宁	2043	3.27	2131	3.34	-4.09

埃及	2033	3.25	1590	2.49	27.81
乌干达	1671	2.67	1803	2.83	-7.35
沙特阿拉伯	1641	2.63	1481	2.32	10.86
德国	1603	2.57	1382	2.17	16.01
波兰	1571	2.51	1873	2.94	-16.14
俄罗斯	1558	2.49	822	1.29	89.51
加纳	1500	2.40	1989	3.12	-24.56
英国	1343	2.15	1118	1.75	20.10
日本	1301	2.08	882	1.38	47.46
尼日利亚	1229	1.97	627	0.98	96.08
法国	951	1.52	862	1.35	10.31
比利时	845	1.35	310	0.49	172.63
韩国	808	1.29	1320	2.07	-38.78
西班牙	701	1.12	702	1.10	-0.17
几内亚	635	1.02	718	1.13	-11.66
肯尼亚	516	0.83	545	0.86	-5.32
捷克共和国	504	0.81	646	1.01	-22.05
利比亚	491	0.79	347	0.54	41.32
希腊	484	0.78	472	0.74	2.57
巴基斯坦	439	0.70	265	0.42	65.81
意大利	400	0.64	450	0.71	-11.21
印度	384	0.61	314	0.49	22.37
荷兰	378	0.61	356	0.56	6.28
斯洛伐克	360	0.58	418	0.66	-13.88
以色列	335	0.54	289	0.45	15.75
克罗地亚	334	0.53	387	0.61	-13.72
委内瑞拉	331	0.53	263	0.41	25.94
坦桑尼亚	327	0.52	278	0.44	17.69
澳大利亚	318	0.51	136	0.21	133.93
乌拉圭	312	0.50	316	0.50	-1.15
多哥	309	0.49	478	0.75	-35.33

2008年温岭市鞋类产品出口前十大市场所占比重



二、存在的主要问题

（一）外贸市场萎缩。美国次贷危机引发大规模的国际金融动荡，以美国为主的世界性经济增长减速、外部需求减弱，致使全年外贸订单减少，鞋出口数量比 2007 年减少 0.6 亿双。

（二）原材料价格等成本上升降低竞争力。温岭市鞋类产品以 PU 革为主，物美价廉，但产品的附加值低，利润空间有限。由于皮革等原材料价格上半年上涨以及 2007 年 7 月对鞋出口的出口退税率由原来的 13% 下调为 11%，提高了企业成本，收缩了企业的利润空间，降低了产品的竞争力。

（三）主要市场采取贸易保护措施。从 2005 年开始，欧盟几乎每年对我国鞋类出口设置各种各样的贸易壁垒和障碍。从 2006 年 4 月 7 日起的 6 个月内，对中国产皮鞋征收的反倾销税从 4.8% 过渡到 19.4%（皮革儿童鞋和高科技运动鞋除外），最后裁定对中国的皮鞋征收 16.5% 的反倾销关税。目前，原定执行两年的反倾销措施于 2008 年 11 月到期，

欧盟宣布就是否将制裁措施至少延长 1 年进行调查，同时暂时维持对中国皮鞋采取的反倾销措施，预计欧盟的有关调查通常耗时约 12 至 15 个月。

（四）人民币升值。2008 年度，人民币对美元平均汇率 6.945，比 2007 年度的 7.604 升值了 9.5%。经温岭市企业测算，人民币每升值 1%，鞋行业利润就下降 3%—5%，直接影响企业的竞争力和经济效益。下半年人民币对美元汇率变动幅度不大，但其他主要市场货币下半年大幅度贬值，如欧元、卢布等，影响已开始显现。

三、发展趋势

当前及今后一个时期，外贸发展面临严峻形势，但也存在贷款利率下调、2008 年 11 月鞋类出口退税率上调恢复到 13% 等积极因素，因此我们在看到困难和问题的同时清醒地认识到，皮鞋毕竟是生活的必需品，具有刚性的需求，欧美等国消费者因金融危机影响收入下降，转而消费物美价廉的产品，这为温岭市鞋类出口保持增长提供了机会。

福建莆田——鞋类出口基地

2008年产业及贸易概况

莆田市经济贸易委员会

制鞋业是莆田市的传统优势产业，也是支柱产业。现有企业近 2000 家，2008 年全市规模企业 238 家，完成产值 210.2 亿元人民币，占总规模企业 26.14%，产值达亿元的企业 68 家，占全市亿元企业数的 32.4%，纳税 500 万元以上的制鞋企业 24 家，占全市纳税 500 万元以上企业的 46.15%。

莆田市制鞋业以出口贸易为主，世界名牌旅游鞋都在莆田落户生产，其出口量占鞋类出口总量的 85% 以上，是世界名牌旅游鞋生产出口的主要基地之一。

据中国海关统计，2008 年莆田市共出口鞋 1.93 亿双，出口金额 8.49 亿美元，分别占福建省同类产品出口的 11.29% 和 16.22%，占全国同类产品出口的 2.26% 和 2.86%。

2008 年莆田市鞋类出口呈现如下特点：

一、塑胶鞋出口价格下降，皮鞋、纺织面鞋价格增长

塑胶鞋出口 1.02 亿双，出口金额 3.77 亿美元，出口金额所占比重最大，为 44.43%，平均单价 3.68 美元 / 双，与 2007 年相比下降 10.56%。塑胶鞋出口价格下降主要受三资企业加工贸易生产下降影响较大。皮鞋出口 3900 万双，出口金额 3.11 亿美元，出口金额所占比重为 36.65%，平均单价 7.98 美元 / 双，与 2007 年相比增长 18.96%。纺织面鞋出口 5072 万双，出口金额 1.56 亿美元，出口金额

所占比重为 18.40%，平均单价 3.08 美元 / 双，与 2007 年相比增长 22.97%。

国有企业鞋类出口总体平均价格增长 41.64%；集体企业和私营企业出口平均价格增长分别为 12.17% 和 11.37%；三资企业仅微增 1.50%，其中外商独资企业出口鞋平均价格下降 4.43%。

二、国有企业出口数量下降幅度较大，私营企业出口数量增幅明显

国有企业出口仅 787 万双，比 2007 年下降 35.95%，出口金额 2370 万美元，由于价格增幅较大，同比下降相对幅度较小，为 9.30%；三资企业出口 9198 万双，比 2007 年微降 0.78%，出口金额 4.77 亿美元，同比增幅 0.71%，三资企业出口占据主体地位，所占比重达 56.21%；值得一提的是私营企业出口增幅明显，出口数量为 8905 万双，同比增长 33.71%，出口金额为 3.35 亿美元，同比增长 39.42%。

三、一般贸易出口增加，加工贸易出口下降

一般贸易出口数量为 1.32 亿双，同比增长 25.92%，出口金额为 4.5 亿美元，同比增长 34.42%；加工贸易出口数量为 6032 万双，同比下降 14.28%，出口金额为 3.99 亿美元，同比下降 0.79%。

四、对英、法等欧洲市场出口增幅较大，对美洲市场出口平稳增长

出口市场排在第一位的是美国，出口数量为 1.21 亿双，同比增长 3.18%，出口金额为 5.49 亿美元，同比增长 12.15%；其次为智利，出口数量为 672 万双，同比增长 8.47%，出口金额为 3783 万美元，同比增长 13.67%；第三位是英国，出口数量为 543 万双，同比增长 75.48%，出口金额为 2705 万美元，同比增长 79.56%；第四位是加拿大，出口数量为 541 万双，同比下降 1.71%，出口金额为 2456 万美元，同比增长 13.06%；第五位是法国，出口数量为 347 万双，同比增长 77.89%，出口金额为 1632 万美元，同比增长 85.65%。

2008 年莆田市政府加大对鞋类出口基地建设的资金投入，建立规范企业经营行为的全市制鞋行业发展活动方案、莆田市制鞋产业集群提升方案，引导企业规范经营、行业自律和诚信建设，重点放在积极拓展国内外市场方面，主要做以下几项工作：

一、组织并扶持企业参加国内外主要鞋类专业展览，以“中国鞋类出口基地”区域品牌为主题，统一形象设计，整体参展策划，营造区域的整体规模效应和展会亮点，吸引重要客商，承接优质订单。

国内主要参加由中国轻工工艺品进出口商会联合德国 GDS 和香港雅式举办的东莞国

际鞋展。国外主要参加德国杜塞尔多夫（GDS）鞋展和美国拉斯维加斯（WSA）鞋展，以保持已有出口优势和进一步拓展国际市场。

二、利用商会的进出口信息资源和官方平台，邀请国际重要买家进行各类商务活动，以获取更大的市场空间，同时争取世界主要鞋类商贸中心的地方政府支持和保护，组织成员企业共同建立贸易基地和展销中心，逐步构建国际贸易渠道网络。

三、拓展边贸市场，开拓邻邦国家的鞋类市场。以全市鞋企为整体，在主要边贸口岸设立营销机构，重点为东北、西南、内蒙、新疆的边贸。

四、在促进内销市场方面，以“中国鞋类出口基地”和“中国鞋城”区域品牌为主题，组建内销公司，以直营大型专业专场模式打造专场品牌，统一形象设计，整体营销策划和服务规范，通过区域品牌和专场品牌联动，进而建设企业品牌和产品品牌，以质量、品种、款式、服务和高性价比的产品及其丰富多样化引导消费。根据国内市场的实际情况和自身的资源配备情况，以好学为先，逐步拓展内销市场，建立内销网络，目前已初见成效。以鞋业协会牵头整合近 20 家规模以上企业，在东北和西南市场有了突破。这些企业形成了内外销两个市场走路的良性发展模式。