

温州市鞋业产业提升发展规划

(2014-2020)

2014 年 12 月

目 录

引言

一、产业发展现状与环境分析.....	1
（一）国内外产业现状与发展趋势.....	1
（二）温州鞋业发展概况.....	5
（三）温州鞋业的产业基础及优势.....	10
（四）温州鞋业存在关键问题.....	13
（五）温州鞋业产业所面临的历史机遇和未来挑战.....	15
二、指导思想、战略思路与主要目标.....	17
（一）指导思想.....	17
（二）战略思路.....	18
（三）主要目标.....	20
三、主要任务和重点项目.....	22
（一）优化空间布局，促进时尚鞋业集聚.....	22
（二）强化项目推进，提升时尚发展能级.....	23
（三）深化技术改造，提升时尚智造水平.....	24
（四）加强人才培育，夯实时尚人力资本.....	26
（五）扶持做大做强，优化时尚制鞋结构.....	26
（六）推进平台建设，加强时尚配套能力.....	27
（七）加快品牌培育，凝聚产业时尚元素.....	29
四、保障措施.....	30
（一）建立健全组织领导协调机制.....	30
（二）建立健全项目资金保障机制.....	31
（三）建立健全要素资源保障机制.....	31

（四）建立健全专项考核工作机制.....	31
附件：1、温州市鞋业产业规划空间布局图.....	33
2、鞋业产业新增承接平台总体规划图.....	34
专栏：1、东莞鞋业产业发展前景.....	38
2、晋江鞋业产业发展前景.....	43
3、西部鞋业产业发展前景.....	48

引 言

鞋业产业是温州市工业经济发展的支柱产业之一。2013 年，全市拥有制鞋企业 2761 家，其中规模以上企业 732 家，亿元以上企业 80 多家，超十亿元 6 家，高新技术企业 13 家，上市 1 家。2013 年，全行业实现工业总产值约 852 亿元，同比增长 2.34%，占全市工业生产总值 11.74%；全市鞋类出口总值为 51.56 亿美元，占全市外贸出口总值 28.41%；鞋类占全国市场的 12.78%。产业链结构完整，鞋机、鞋材、皮革、合成革、皮革化工等企业近 2000 家，从业人员近百万。此外，全行业拥有 7 个中国名牌产品、82 枚中国驰名商标、3 个中国出口名牌以及 196 家中国真皮标志企业，占据着全国鞋革行业品牌榜的半壁江山，被评为“中国鞋都”，是浙江省省级现代产业集群示范区建设试点之一。

作为传统的劳动密集型行业，随着全球经济一体化进程的不断加速，在行业的长期发展过程中已累积的一些素质性、结构性矛盾，尤其是产品附加值不高、生产成本逐年上涨、贸易壁垒、平台支撑不力等各类问题也逐渐显现，开始制约温州鞋业的品牌发展之路。

在当前国内外经济形势下，推进鞋业产业向现代产业集群转变不仅是产业自身发展的内在规律，也是区域经济可持续发展的战略保障。根据《中共温州市委温州市人民政府关于进一步加快实体经济发展的意见》、《关于实施“五一〇产业培育提升工程”的指导意见》和《中共温州市委关于发展时尚产业建设时尚之都的决定》等政策文件要求，加快温州鞋业产业转型升级，特制订本发展规划。

一、产业发展现状与环境分析

（一）国内外产业现状与发展趋势

1. 产业现状

（1）国际现状

从全球范围来看，当前制鞋业集中分布在几个主要国家，其中出口额前 10 名的国家占有 80% 以上的份额。亚洲的中国、印度、越南、印度尼西亚和泰国；欧洲的意大利、西班牙和葡萄牙以及南美洲的巴西等是世界上几个主要制鞋大国。中国是全球最大的产鞋国和出口国，出口量占世界出口总量的一半以上。印度是仅次于中国的全球第二大鞋类生产国，依托低成本优势，主要为国际品牌加工。巴西是全球第三大产鞋大国，其女鞋品质和价格使其女鞋销量在世界上占有重要的份额。越南是全球第四大制鞋国。近几年来，越南和印尼在美国鞋类市场的占有率呈现快速增加趋势。意大利是欧洲乃至全球最主要的老牌制鞋大国，一半以上的产品定位在中高端市场。西班牙是欧盟国家中第二大鞋类生产国家，由于亚洲国家与拉美国家的竞争，使西班牙鞋业彻底改变了商业策略，将产品定位从主要以中档为主转向具有设计项目的、高品质的高档产品上，并成为全球中端及高端鞋类生产地之一。葡萄牙也是欧洲重要的鞋类生产国，主要为意大利等国的鞋商生产，产品以中低档为主。随着国际市场竞争的不断加剧以及产业的转移升级，葡萄牙的制鞋业在经历一段不景气时期之后，开始重新定位，走向以中

高档产品为主，崇尚自我设计，创建自有品牌，有效开发国际市场的道路。

在鞋类消费市场方面，目前全球鞋类产品主要消费市场集中在两类地区：一类是经济发达的国家及地区，如美国、欧盟、日本、加拿大等；另一类是人口众多的国家及地区，如中国、印度等。经济发达的国家及地区市场繁荣，人均鞋类产品消费量大，且一般国内劳动力成本昂贵，制鞋业近年一直呈萎缩的趋势，因此鞋类产品一般依靠进口，形成了巨大的进口市场。但是，其消费市场在经过多年的发展之后已成熟稳定，市场需求也呈现出饱和的状态，后续发展的潜力不大。亚洲和中南美洲等发展中国家，如中国、印度、印尼、巴西等，人口众多且近年经济发展良好，目前人均鞋产品消费量低，应该是未来全球鞋类产品最具潜力的消费市场之一。

表 1 世界主要鞋业集聚区

国家	主要产鞋基地
中国	温州、鹤山、东莞、佛山、晋江、青岛、成都、重庆、香港、台湾
巴西	希诺斯鞋谷
印度	泰米尔那度、孟买、阿哥拉、坎普勒、德尔黑、加兰德哈拉
墨西哥	里昂、瓜达拉加拉
越南	胡志明市
西班牙	瓦伦西亚、卡斯梯乐拉曼查
意大利	隆巴地、维涅托、马彻、艾米丽亚-罗马格纳、塔斯克尼、坎普尼亚和波戈里亚
泰国	班戈考克
韩国	釜山

（2）国内现状

中国制鞋业凭借优质的投资环境以及相对低廉劳动力资源优势，已经建立起较为完善的上下游产业链，形成了各种鞋类生产的产业集群，建立了完善的鞋业成品和鞋材市场以及鞋类等研发中心和资讯中心。当前，我国鞋业生产、出口主要集中在东部沿海省市，已形成了广东、浙江、福建三个重要的鞋业主产区，3省合计年产量占全国总量的70%以上。以广州、东莞等地为代表的广东鞋业基地，集聚了世界鞋类品牌耐克、阿迪达斯、锐步、彪马、克拉克等，具有较强的品牌优势和技术优势；以温州、台州等地为代表的浙江鞋业基地，主要生产真皮男女鞋、外贸安全鞋、休闲、注塑鞋，集聚了一批国产知名品牌，而且整个制鞋的产业链也较为完善；以福建泉州、晋江等地为代表的福建鞋业生产基地，主要生产运动鞋，营销策略比较灵活，具有一定品牌优势。此外，成都、重庆为代表的西部鞋业产地和以河北、河南为代表中部鞋业产地正在逐渐成长。

目前，中国制鞋业面临着国内外政策因素和劳动力成本上涨影响尤为明显。从2003年到2013年，中国制鞋工人工资增长了3.5倍，尤其是金融危机爆发后劳动力成本上升迅速，而人民币对美元汇率中间价已经累计升值超过30%，再加上其他成本上涨，利润空间受到严重挤压。目前，中国鞋子价格优势开始逐步丧失，整个产业面临较大的发展困境，广东、浙江、江苏、山东等传统的鞋革产业大省，现阶段都出现了从业人数较

大下滑现象；东莞等制鞋基地工人锐减，三成订单已转移到东南亚国家。温州鞋革行业从业人员数量也呈现逐年下降的趋势，“机器换人”也已是迫在眉睫。

此外，在中低端鞋类方面，中国制鞋业受到来自印度、巴西、越南、印度尼西亚等国家的竞争更加激烈；在高档鞋方面，仍难以与意大利、西班牙、葡萄牙等国家匹敌。因此，如何应对劳动力成本上涨和国际市场变化，把握好市场的发展机遇，实现产业转型升级，是业界和政府必须面对的问题。

表 2 国内主要鞋业集聚区

主要集聚区	主营产品	主要优势
温州	真皮男女鞋、PU 女鞋、外贸安全鞋、休闲、注塑鞋、胶鞋	产业配套相对完善、具有一定品牌优势
四川	皮质女鞋	廉价劳动力、资源、原材料等
福建	运动鞋、皮鞋	具有一定品牌优势，营销策略灵活
广东	男女皮鞋	研发优势和信息优势突出
河北、山东	皮鞋、劳保鞋	廉价劳动力、资源、原材料等

2. 发展趋势

产品档次提升。今后中国制鞋业的发展必然要从低端市场走向中高端市场，要从数量型向品质型和效益型转变，产业升级换代是必走之路，因而，从数量上看，中国鞋业的生产量和出口量或许今后将有所下降，但品质将得到提升，产品价格和出口总值将会不断增长。

产业转型加快。一部分有创新能力和规范性较强的企业，将走品牌化、高端化的产业转型升级之路；另一部分依靠生产成本取胜的企业将转到内地，甚至东南亚等更具生产成本优势的地方，如广东珠三角制鞋业已开始向东西两翼相对较欠发达地区转移，温州部分制鞋企业已向西部地区转移。

内销市场扩大。世界发达经济体复苏缓慢，国际贸易保护主义抬头，从外向型经济逐步转为内需型是未来中国经济转型的必然选择。制鞋企业应提高产品的设计及自主创新能力，在国内市场建立、培育和发展自己的品牌和建立市场营销管道，更好地拓展国内市场。

品牌战略突显。中国鞋已在国际市场占有重要的市场份额，但品牌却不属于中国企业，绝大部分是加工贴牌，随着产业结构调整和市场竞争力加剧，中国必然要加快在国际市场创立自己的品牌和行销渠道，获取更大的利润空间，创造更大的产业优势。

（二）温州鞋业发展概况

1. 发展历程

制鞋业是温州传统的特色产业。在全球制鞋产业格局不断的调整与变动中，温州顺时应势，抓住行业发展的市场契机，发挥自身特点与优势，至今已经历了五个发展阶段。

萌芽阶段（1978 年以前）。温州制鞋业可追溯到南宋年间，据记载，当时温州城区已有皮鞋生产“专业户”。明成化年间，

温州制造的靴鞋曾作为贡品送入皇宫。到 20 世纪 20 年代，温州城区出现了制革街、皮鞋街、皮件街，手工制鞋和制革产业体系初具雏形。30 年代开始，温州鞋革产品开始遍及国内，并与新加坡、菲律宾、印尼等东南亚国家建立了制革贸易关系。这段时期，家庭作坊制鞋模式已成为温州鞋业的基本形态。

崛起阶段（1978 年至 1987 年）。改革开放迎来了经济发展的春天，生产要素不断丰富和消费市场繁荣创造了巨大的市场空间。温州紧抓这一历史机遇，以农村地区家庭作坊为基础，按照“一户带动一村，一村带动一乡”的成长模式，制鞋业快速在本地区复制、扩散，形成了集群的雏形。制鞋企业数量从 1978 年的 19 家增加到 1987 年的 6000 余家。这一时期，鞋业同质集群特征明显，即企业规模较小，生产设备落后、产品档次低、差异化程度小。

成长阶段（1987 年至 1999 年）。1987 年，杭州武林广场火烧劣质温州鞋事件，是温州制鞋产业成长的一个重要转折点。为了提高产品质量，温州市鹿城鞋业协会、鞋革工业协会等鞋业协会相继成立，引导鞋企实施质量管理，开展有序生产。1993 年温州市制定“358”质量工程，1994 年颁布《温州市质量立市实施办法》。部分鞋企从生产工艺流程中分离出来，从事专业工艺或工序的“配套”。鞋业产业链逐步形成，出现如乐清白石鞋底生产基地、永嘉黄田鞋饰生产基地等鞋业配套产业区。这一时期，主要表现为“小规模、大协作”的竞争与协作特征。

成熟阶段（1999 年至 2008 年）。1999 年温商杭州武林广场火烧假冒温州品牌鞋事件，是温州制鞋产业走向成熟的重要标志。2001 年，温州被轻工业联合会和皮革联合会命名为“中国鞋都”。温州制鞋品牌日益得到国内消费者的认可，奥康、康奈、红蜻蜓等品牌备受市场青睐。温州鞋业在国际市场的份额也在不断扩大。廉价的制鞋原材料，可靠的产品品质，与美国、欧盟的大量标准订单建立稳定的关系。2008 年温州鞋业产业内拥有规模以上制鞋企业 770 家，鹿城、龙湾、瓯海、永嘉、瑞安等产业发展较为成熟的地区，形成了制鞋机械、皮革五金、皮革化工、皮革辅料等较为完善的产业体系，但同时也形成了产业链低端锁定。

转型阶段（2008 年至今）。2008 年国际金融危机产生以来，全球经济复苏放缓、贸易保护主义不断出现、劳动力成本逐年上涨、中小企业融资困难等多重不利因素给对温州制鞋业带来了巨大冲击，产业转型升级迫在眉睫。为了应对新的形势，2010 年以来，温州市政府相继通过了《温州市鞋革产业转型升级行动方案》、《温州市鞋业产业集群转型升级示范区实施方案》，加快实施产业升级，培育自主品牌。鞋业龙头企业开始在国内外优化产业链布局，生产制造环节向中西部转移，营销渠道向欧美发达国家拓展，设计研发力量在不断壮大，但产业转型的阵痛仍将持续。

2. 成因及类型分析

温州鞋业产业在形成过程中并不拥有丰富的自然要素禀赋的优势，相对贫瘠的自然禀赋和较差地理区位一度制约着温州鞋业产业的形成和发展，但温州却有很深厚的制鞋历史基础。在传统制鞋基础上，融入温州地区所特有的重商文化，为温州鞋业的产业集聚提供了丰厚的发展土壤。改革开放释放了巨大的国内和国际市场需求，温州商人紧紧抓住这一历史机遇，并得到各级政府的大力扶持，逐渐完善和壮大鞋业产业体系，形成了国内外较有影响力的产业。

从生成模式上看，温州鞋业产业发源于农村工业化，在自然条件下形成并抓住市场机遇不断发展壮大，属于自发成长型产业；从空间形成上看，温州鞋业产业主要分布在鹿城、永嘉、龙湾、瓯海、瑞安等地，属于典型的县市型块状经济；从组织形态上看，温州鞋业产业属于产业、市场及城市互动提升型产业。

3. 产业地位分析

中国是世界制鞋大国，目前已在广东、福建、温州、成都、重庆等地形成了五大鞋类生产基地。以广州、东莞等地为代表的广东鞋业基地，其女鞋最为知名，同时也集聚了耐克、阿迪达斯等世界鞋类品牌，具有较强的品牌优势和技术优势。以泉州、晋江等地为代表的福建鞋业生产基地，主要生产旅游运动鞋，拥有安踏、特步、361°等国内知名运动品牌，具有一定品

牌优势。温州鞋业基地则是皮鞋业的佼佼者，主要生产真皮男女鞋、外贸安全鞋、休闲、注塑鞋，集聚了一批国产知名品牌，而且整个制鞋的产业链也较为完善。成都鞋业基地也主打女鞋品牌，出现了一批如艾民儿鞋业、卡美多鞋业、依兰鞋业、圣妮娅鞋业等知名企业，女鞋产量位居全国第三位。重庆璧山鞋业基地，与温州鞋业有着密切联系，将是未来我国皮鞋业的重要生产基地之一。

4. 价值链分析

从价值链角度来讲，鞋业产业的高附加值主要集中在样式设计和市场开拓、品牌营销等环节；生产制造环节则处于价值链的低端。意大利、西班牙、美国等发达国家凭借现代化、个性化、柔性生产体系和强大的销售系统等优势牢牢占据这两大战略环节。温州市和东莞、晋江等我国沿海地区的鞋业产业主要以 OEM 形式的生产制造为主，凭借廉价的劳动力、丰富的原辅材料占据市场。然而，随着我国沿海地区劳动力成本不断上涨，生产制造进一步向我国中西部地区转移，印度、巴西、越南、印度尼西亚等国家在中低端鞋类方面的竞争也更加激烈。

由此可见，生产制造环节仍是温州鞋业产业的比较优势所在，企业在产业链两端环节获利能力较差，当前产业面临价值链低端锁定的风险。因此，温州鞋业产业转型升级的关键突破口有以下几个主要方面：一是提升研发设计和生产工艺能力，增添创意时尚元素；二是加强渠道管理，创新销售网络，注重

电子商务平台建设；三是拓展内销市场，内外贸市场并举；四是持续实施品牌战略，加强品牌运营能力，提升品牌影响力；五是推广智能化制造。

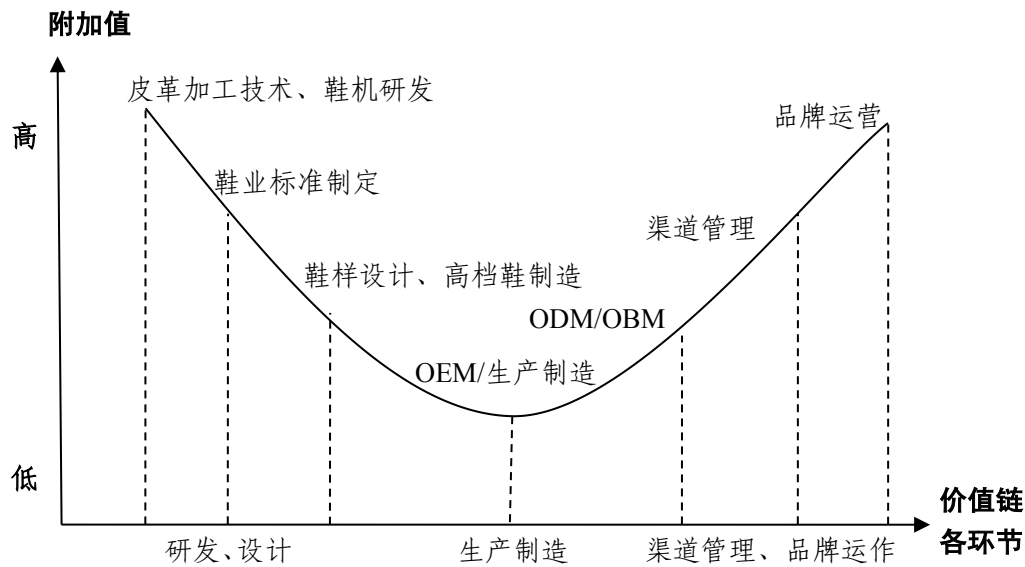


图 1 全球鞋业价值链分布图

（三）温州鞋业的产业基础及优势

温州鞋业产业颇具规模，结构体系较为完整，先发优势明显。在政府高度重视和扶持下，产业核心竞争力不断提升，服务平台更加完善，当前已经处于成熟型产业向现代创新型产业转型的新阶段。

1. 产业颇具规模，结构体系完整

鞋业产业是温州市工业经济发展的支柱产业之一。近年来，我市鞋业产业总产值持续增加，产业规模优势突出。2013 年，

全市拥有制鞋企业 2761 家，其中规模以上企业 732 家，亿元以上企业 80 多家；2013 年，全行业实现工业总产值约 852 亿元，占全市工业生产总产值 11.75%；全市鞋类出口总值为 51.56 亿美元，占全市外贸出口总值 28.41%；鞋类销售额占全国市场份额为 12.78%。另外，制鞋业相关的鞋机、鞋材、鞋饰、皮革、合成革、皮革化工等企业近 2000 家，从业人员近百万。已形成了各种发达的专业市场，专业化分工协作明确，配套设施完善。

2. 产业集聚显著，集群特征明显

温州鞋业企业主要集中在鹿城、永嘉、龙湾、瓯海、瑞安等地，鞋业发展独具特色。鹿城在制鞋方面起步早，鞋业产值约占温州鞋业总产值的 40%，随着世界鞋业格局的不断变化，鹿城部分以外销为主的鞋业企业也开始逐步转向内销为主。永嘉的鞋业发展速度较快，涌现了一批有代表性的企业，无论是品牌知名度还是市场占有率均已处于全国领先地位。龙湾是温州市快速崛起的女鞋基地，并获得了“浙江省女鞋专业商标品牌基地”等称号，正逐渐成长为温州鞋业市场的新亮点。瑞安市则是全国著名的休闲、注塑鞋加工生产基地。

3. 龙头企业渐强，品牌初具影响

温州拥有“中国鞋都”美誉，是省级现代产业集群示范区建设试点之一，拥有 7 个中国名牌产品、82 枚中国驰名商标、3 个中国出口名牌以及 196 家中国真皮标志企业，占据着全国鞋革行业品牌榜的半壁江山。出现了以康奈、奥康、红蜻蜓为代

表的内销为主的企业，以东艺、巨一、金帝为代表的外销为主的企业，以中国巨日鞋业、浙江皇家鞋业、浙江大自然鞋业为代表的女鞋企业，以塞纳集团、荣光集团为代表的外贸安全鞋企业。鞋业龙头企业不断通过技术改进和营销模式创新，在国内外形成了一定影响力。

4. 研发创新增强，平台日益完善

目前，全行业拥有国家知识产权专利 250 余个，7 家企业入选“中国皮革和制鞋行业科技示范企业”。为制鞋企业提供技术支撑和服务的培训中心、技术中心、研发中心、鞋业实验室等机构不断增多，参与行业标准化制定和标准化工程装配项目也日益增多。积极搭建公共服务平台，成立了集科研、开发、标准制订、培训为一体的“国家鞋类质量监督检验中心”；搭建了温州海西国家级鞋类研发设计平台、中国皮革和制鞋工业研究院温州研究所（浙江省科技创新服务平台、温州鞋类科技研发平台）、温州大学制鞋研究所、浙江工贸学院鞋类设计实验班、温州职业技术学院鞋类技术设计公共服务平台。具有国际贸易、国际物流的服务功能的“东艺保税仓库”和“奥康保税仓库”先后投入运营，改善了鞋类进出口企业的经营环境。

5. 政府高度重视，政策引领发展

温州市政府不断加强对鞋业产业的引导支持，先后成立了以市领导为组长的温州市鞋业产业工作领导小组、温州市鞋革行业协会等组织机构，建立领导挂钩联系制度，定期分析研究

产业发展情况、存在问题，及时解决落实产业发展重大问题，制定产业准入规范。出台了《温州市人民政府办公室关于印发温州市皮鞋和打火机行业名牌培育质量提升工程实施方案的通知》、《温州市质量技术监督局与温州市鞋革行业协会创业创新结对帮扶工作方案》等一系列产业扶持方案，制定了《温州市鞋业产业集群转型升级示范区实施方案》等产业转型升级扶持政策，实施“五一〇产业培育提升工程”，落实“发展时尚产业建设时尚之都”前瞻性战略，为温州鞋业产业发展营造良好的基础。

（四）温州鞋业存在关键问题

温州鞋业产业经过多年自由生长，外表成熟而内在虚弱，随着全球经济一体化进程的加速，行业长期发展过程中累积的一些素质性、结构性矛盾难以在短期消除，尤其是劳动力成本上升、价值链环节薄弱、创新型人才缺乏、平台支撑乏力等问题已成为制约温州鞋业的进一步发展的关键因素。

1. 劳动力成本上涨显著，“机器换人”迫在眉睫

在 2013 年经济回暖的环境下，企业加大了招工需求，使得“招工难”问题比过往几年更加严峻。普工和技术工都难以满足企业实际需求，特别是技术类工种尤为紧缺。另外，员工管理问题更加显著。80、90 后逐渐成为产业劳动力的主力军，他们对企业不仅要求较高的薪水待遇，而且更注重情感、社会、精神等多元需求。而作为劳动密集型产业，温州鞋革企业可能

承受的提提高员工待遇、改善工作环境的空间和能力都非常有限。为此，鞋业企业普遍感到这些员工难以管理。劳动力问题是温州鞋业产业当前面临的最直接难题。

2. 价值链关键环节薄弱，温州品牌有待提升加强

温州制鞋企业多以模仿设计为主，产品设计开发能力弱、研发投入意识不强，营销模式单一、雷同。从产品层次看，目前温州制鞋企业出口的鞋类产品绝大部分仍是PU材料中低档鞋品种为主，产品差异性弱、价格和利润低、同质化竞争明显，与意大利、西班牙等国家品牌相差甚远。出口高档及自有品牌鞋所占比例甚小，且多以OEM方式进行，全球价值链中的大部分利润被全球采购商拿去，以接二手单为主。温州的内销企业，近些年虽然已出现了“康奈”、“奥康”、“红蜻蜓”等国内知名鞋业品牌，品牌企业虽然有一定的数量，但企业普遍缺乏操作高端品牌能力，多数大中型企业仍主要集中于中低档产品生产，停留在三四线市场进行销售，产品层次缺乏差异化，同质化严重，价格竞争激烈，高库存问题愈发突出。

3. 创新型人才缺乏，产业“智造”遭遇人才瓶颈

鞋产品外观设计需要在时尚性、经典性、大众性等方面进行精雕细琢，使各个企业有自己的特点，以充分体现企业文化。但是温州目前的状况是企业虽然比较多，而各个企业的特色不明显，大多是跟随市场流行趋势。从而出现市场上的产品尽管生产企业不同，但外观几无差别，更谈不上各个企业的经典款

式和文化特色。主要原因是缺乏自主设计人才，包括外观设计创新和内在品质技术创新人才。此外，温州鞋企目前的主要培育方式仍是依靠传统的师傅带徒弟，既懂专业又懂管理的复合型人才严重不足。人才的匮乏使得温州设计师队伍能力偏弱、仿冒多于自行开发，不能适应新形势的发展要求。

4. 公共服务平台不健全，集群效应难以充分发挥

温州的鞋业虽然已有相当规模，但考察其内部结构，其配套服务体系仍较为薄弱，整体行业企业孵化体系尚不完善。主要原因是体制机制不健全、政策落实不到位。科技创新服务公共平台多年缺乏持续支持机制，专业市场缺乏整体规划和专业服务机构。鞋业原料生产、专业市场及营销渠道间缺乏整体性布局，有些也仅仅建立了单向传递过程，对市场的反应程度还不够灵敏。与制鞋业相关的信息中介、物流平台、金融平台、创新平台等也存在信息不对称的问题，信息化基础薄弱，不利于产业内信息和知识的传递。此外，温州鞋都与河通桥、浙南两大鞋材物流市场相隔两地，距离较远，现代物流系统尚未完善，新型的中国鞋都、鞋革城还未真正形成市场，整个产业链配套市场亟待整合，体制、机制有待健全，产业集群效应急需进一步提升。

（五）温州鞋业产业所面临的历史机遇和未来挑战

1. 历史机遇

改革释放巨大红利。改革是我们发展最大的“红利”。党的

十八届三中全会对全面深化改革作出了重要部署，在行政审批、财税、金融等领域出台了一系列改革措施，进一步深化市场经济体制改革，更加注重民营经济的发展环境，必将为温州鞋业产业转型升级注入新动力。

城镇化开拓巨大市场。国家把有序推进城镇化作为我国现代化建设的重要任务，不断提高农村人口生活水平，挖掘农村消费的新增长点，释放巨大的内需潜能，有利于拓空间、增需求、扩市场，促进鞋类产品的国内市场需求，是温州鞋业产业发展的重大机遇。

消费升级提供强劲动力。随着人民生活质量的持续提高和审美观念日益改变，对高档鞋子的需求逐步增加，更加注重鞋子的品相和品位的要求。消费者观念的变化，改变了产品消费结构，提高了产品在研发、设计方面的要求，客观上促进了鞋类产品结构升级，这同样也是温州鞋业产业转型升级的强劲动力。

2. 未来挑战

资源要素供给约束。首先，皮革等原材料资源价格不断攀升，大幅提高了生产成本。其次，“人口红利”已经结束，未来低用工成本的时代将率先在东部沿海地区结束，“用工荒”现象将呈常态化发展，制鞋等劳动密集型产业必将首当其冲。再次，温州地属丘陵地带的特殊地理环境制约着工业建设用地的扩张，土地资源供需矛盾将进一步加剧。此外，电力供给、水资

源环境等因素影响也更加显著。

贸易保护主义抬头。近年来，不仅欧盟和美国等发达国家频繁对中国鞋类进口设置贸易壁垒，连一些发展中国家也开始对中国鞋类产品进口采取限制和一般特保措施。例如，巴西从2010年3月开始对中国所有鞋类征收为期5年的反倾销税；阿根廷也于2010年3月对中国鞋类产品设定最低参考价格，使我国鞋产品贸易在国际多边场合处于不利地位。

区域竞争压力加大。广东、福建、四川等制鞋产业纷纷实施产业升级战略，给温州鞋业产业带来了巨大的竞争压力，部分企业已经选择外迁。此外，经历了20余年的市场竞争，一二线城市的市场已基本被现有品牌瓜分，大部分优质的商业网点也已被占据，而且未来这一现象将会更加凸显。而随着一二线城市的市场格局基本清晰化，鞋业竞争的市场重心将会迅速转移到三四线城市，市场的争夺权将会更加激烈。

二、指导思想、战略思路与主要目标

（一）指导思想

根据温州市委第十一届四次、五次、六次全会和全市振兴实体经济大会的总体部署，结合温州发展时尚产业、建设时尚之都的战略部署，以提升温州鞋业产业竞争力和价值链为目标，以产业特色化、设计时尚化、生产智能化、平台高效化、渠道多元化、品牌高端化为主要思路，推进鹿城“中国鞋都”时尚

智造区、永嘉县时尚品牌鞋业产业园、瑞安时尚休闲鞋（胶鞋）产业园、龙湾时尚女鞋产业园等园区建设，实施一批重点项目，培育一批龙头骨干企业，搭建创意设计、科技创新、现代营销和物流配套等公共服务平台，促进温州传统鞋业产业向时尚型鞋业产业的全面升级，着力将温州鞋业产业打造提升为“中国时尚鞋都”。

（二）战略思路

1. 产业特色化

积极培育技术型、研发型的鞋业龙头企业，发挥其产品优势、技术示范、信息化健全的“领头羊”作用。鼓励鞋业龙头企业向上游的技术方向延伸，摆脱简易组装式生产，营销向下游的服务方向拓展，探索营销创新，改善企业素质，带动成长型中小企业围绕产品开展专业化、特色化、优质化方向分工协作发展，形成企业研发自主化、生产标准化、营销多元化的现代产业模式。

2. 设计时尚化

注重挖掘产品的文化和艺术元素，发挥时尚文化元素对鞋业产业升级的引领作用，整合优质科技资源，促进创意设计产业与鞋业产业互动发展，提高鞋业产品的品质合格率，提升产品的时尚感和文化附加值，增强技术和艺术的融合。强化鞋业科技创新、设计创意机构的引进和培育机制，加强鞋类设计及新产品研发，积极举办鞋业创意设计大赛、时尚流行趋势发布

和新产品展示发布等系列活动，以时尚设计、科技创新为重点提升温州鞋业在全球的产业链位置。

3. 生产智能化

大力推进鞋业企业开展技术改造，加快“机器换人”步伐，提升装备水平，着力突破一批关键和共性技术难题，解决行业技术瓶颈问题，扎实推进企业的技术内涵发展。结合信息化带动工业化的总体要求，将数字化、网络化、智能化、自动化等信息元素渗透、融入鞋类产品设计、生产、销售等各个环节，提升个性化定制服务，实现劳动生产率和增加值率双提升。

4. 平台高效化

加快政府引进、主导的公共服务平台建设进程，鼓励以企业为主体的服务平台的搭建。要重点构建创意设计、科技创新、市场营销合作、产品配套协作、现代物流配送以及金融、教育培训、中介服务和行业协会管理等体系，特别是平台负责人员的配置要遵循高学历、高职称、年轻化方向，迎合国际化人才需求。加快企业总部经济建设，推进科技服务、营销服务、招商服务等发展，形成功能强、效率高、体制机制灵活的鞋业产业服务平台体系。

5. 渠道多元化

拓展产品销售渠道，力争温州鞋业品牌顺利进入国内一、二线城市的商场、卖场和建立独立的专卖体系，加强销售网点终端建设。充分发挥在外温州商会、世界温州人大会等平台作

用，在国内及境外设立营销分中心、办事处等形式拓展海内外消费市场。积极运用现代信息技术，做精做强电子商务销售渠道，推动线下市场和线上市场联动，多形式、多方位拓展境外电商贸易，全面提升温州鞋业产业产品营销网络，打响温州鞋业产品品牌和区域品牌。

6. 品牌高端化

积极推广应用新材料、新技术、新工艺，提高产品品质和品相。支持新型鞋材、鞋类创新设计、制鞋新工艺、产品数据化管理等开发应用，提高设备的先进水平，特别支持共性技术的推广和应用。树立品牌经营理念，充分认识品牌运作是以产品优势为核心内容，引导和支持企业积极进行技术改造和加大研发投入，鼓励企业注册国际商标、申请专利和进行知识产权备案，遏制本地企业持续打价格战的恶劣现象。加大区域品牌的推介力度，通过鼓励皮鞋高级定制、品牌时尚化和品牌国际化建设，逐步摆脱温州只生产中低端产品的不良形象，进一步带动和提升温州鞋业的区域知名度和美誉度。

（三）主要目标

集聚规模持续扩大。到 2016 年，全市鞋业产业实现工业总产值达到 1100 亿元，年均增长 8%左右，出口额达到 60 亿美元。到 2020 年，全市鞋业产业实现工业总产值达到 1500 亿元，年均增长 8%左右，出口额达到 80 亿美元。

产业结构日趋合理。到 2016 年，中高档产品比重超过 60%，

培育形成年产值超 50 亿的企业 3 家，超 10 亿的企业 10 家，规模以上企业总产值占行业总产值比重超过 80%。到 2020 年，中高档产品比重超过 65%，培育形成年产值超 50 亿的企业 4 家，超 10 亿的企业 15 家，规模以上企业总产值占行业总产值比重超过 85%。

产品核心竞争力明显增强。力争到 2016 年，规模以上企业 R&D 经费支出占主营业务收入比重 1.5%以上，新产品产值率达到 20%以上，新增省级以上企业技术中心 8 家以上、公共研发平台 2 个以上，新增专利授权 60 项以上。到 2020 年，规模以上企业 R&D 经费支出占主营业务收入比重 2%以上，新产品产值率达到 30%以上，新增省级以上企业技术中心 12 家以上，新增专利授权 100 项左右。每年重点支持 3-5 项重大技术改造项目，每年新增技术改造投资 20 亿元以上，争取技改投资增长率和技改投资占工业投资比重在全市各行业中位居前列。

时尚品牌知名度逐渐树立。到 2016 年，新增中国驰名商标 3 个以上，鞋革创意设计产业增加值年均增长 10%左右，自有品牌出口量占有率提升 5 个百分点。争取引进 1-2 家国内知名的鞋类设计创意企业（机构）。到 2020 年，新增中国驰名商标 6 个以上，鞋革创意设计产业增加值年均增长保持 10%左右，争取引进 3-5 家国内知名的设计创意企业（机构），1-2 家国际知名鞋类设计创意企业。

鞋业生产环境更加友好型。以整治低端落后企业（作坊）为

重点推进“五水共治”，高质量完成省市要求的落后产能淘汰任务，废弃物排放量明显下降。到 2016 年，建成 1 个比较成熟完善的“绿色”制革集中生产基地，全面推进清洁化生产技术应用。

三、主要任务和重点项目

（一）优化空间布局，引导时尚鞋业集聚

以中国鞋都向时尚鞋都转型为重点，打造以鹿城区“中国鞋都”时尚智造区为中心，加快多园驱动，推进永嘉时尚品牌鞋业产业园、瑞安时尚休闲鞋业产业园和龙湾时尚女鞋产业园的提升发展，形成“一区三园”的发展格局。改变园区建设管理理念，注重产城融合发展，重点发展高级定制、高端商务、时尚休闲、健康舒适、功能专用等鞋类产品，以及创意设计、品牌发布、产品研发等关联性产业，将传统制造产业园向时尚智造产业园演进，实现“温州制造”向“温州智造”的全面转变，不断提升区域内的鞋业产业集聚水平。（空间布局见附件 1）

1. 鹿城区“中国鞋都”时尚智造区。按照中心区和产业新城的要求，进一步优化产业基地的产业定位和布局规划，深入推进低效工业用地二次开发工作试点，大力拓展原有产业集聚区发展空间。重点布局发展总部经济，引进国内外权威的研发设计、机器换人、电子商务等鞋业全产业链生产服务性机构、平台项目。力争到 2016 年，“中心区”新增 800 亩以上产业发

展空间；到 2020 年，全力打造实现温州时尚智造产业区，在鹿城集中打造“皮鞋高级定制”品牌汇聚区。

2. 永嘉县时尚品牌鞋业产业园。通过实施“品牌提升”战略，把握时尚潮流，打造科技创新、创意设计平台，加大技术创新、品质提升，提高产品附加值，整合一批既有的低端品牌，提升发展一批中端品牌，全力打造一批高端品牌并成为温州传统鞋业产业的中坚力量。

3. 瑞安市时尚休闲鞋业产业园。通过瑞安鞋革总部大楼等综合服务平台建设，打造科技创新、创意设计平台，做精做强主打产品，着力打造成为中国安全鞋、胶鞋总部型产业基地，鼓励有条件的企业争创品牌。力争到 2016 年，新增 500 亩以上产业发展空间，努力实现休闲时尚鞋业的转型发展。

4. 龙湾区时尚女鞋产业园。依托空港新区鞋业特色产业园后发优势，科学规划，择优入园，主动承接中心区产业转移，打造科技创新、创意设计平台，着力提升“中国鞋都女鞋基地”的科技含量和时尚化设计的能力。力争到 2016 年，新增 500 亩以上产业发展空间，打造温州时尚女鞋产业发展的新样板。

（二）强化项目推进，提升时尚发展能级

把大项目建设作为提升壮大产业、加快产业聚集发展的突破口，通过实施重点项目建设，激活和带动存量优化调整 and 产业链的延伸，集聚高端时尚要素，提升鞋业产业竞争力。

1. 推进一批重点项目落地。瞄准具有行业特色和影响力的

国际知名企业，做好引进工作，深入推进温商回归工程。按照“补链”、“强链”的要求和转型发展的需要，着力引进和培育一批符合产业导向、市场前景好、对区域发展和产业升级带动力强的重大项目。力争到 2016 年，新增亿元以上鞋业项目 20 个，其中重大投资项目 5 个以上；到 2020 年，新增亿元以上鞋业项目 30 个以上，其中重大投资项目 10 个以上。

2. 加快承接平台建设。按照小微企业创业园建设规划的要求，在“一区三园”四大主要鞋业产业集聚区内，推进建设一批鞋业小微企业创业园；成立专业的技术、管理、营销、金融为主导的专家团队，对小微企业进行孵化培育、扶持。加快企业“空间换地”步伐，鼓励企业进行技术改造和厂房“改、扩、建”。争取到 2016 年，新增发展空间 200 万平方米，引导鞋业小微企业入园集聚发展。

（三）深化技术改造，提升时尚智造水平

根据时尚产品新特点，大力推进鞋业企业开展技术改造，加快“机器换人”步伐，扎实推进企业内涵式发展，实现劳动生产率和增加值率双提升。

1. 积极组织实施一批技术改造项目。鼓励企业加大技改投入，通过“低端换高端、机械换数码、单台换成套、人工换智能”等形式，推动企业开展以“智能化、自动化、集成化、生态化”为重点的技术改造和设备升级，实现减员增效，争取在更多产品、技术、管理达到行业领先水平。衔接全市技术改造

工程，加强对不同企业的分类指导，罗列可替换的先进机器清单，突出重点对设备进行分类指导，灵活配置。着力突破一批关键和共性技术，每年实施一批“机器换人”产学研、技术创新等项目，解决行业技术瓶颈问题。争取金融机构降低融资租赁门槛和购置先进装备分期付款政策。力争到 2020 年，每年重点支持 3-5 项重大技术改造项目，每年新增技术改造投资 20 亿元以上，争取技改投资增长率和技改投资占工业投资比重在全市各行业中位居前列。

2. 引导企业积极引进信息化技术。结合信息化带动工业化的总体要求，研究、推动计算机集成制造系统（CIMS）、管理信息系统（MIS）、工业过程控制（DCS）、计算机辅助设计（CAD）、计算机辅助制造（CAM）、企业资源计划（ERP）以及电子商务、物联网等先进手段应用。大力推广电脑数控切割机、电脑自动上胶前帮机、电脑针车机、无车缝数控设备、自动涂胶机、自动跑台网印刷设备、自动洗板机等适用型制鞋设备。积极引进 3D 鞋样打印、3D 脚型扫描、3D 鞋面编织、EVA 鞋底一次成型等新型技术。将数字化、网络化、智能化等信息元素渗透、融入鞋类产品设计、生产、销售等各个环节，掌握产品生产、交货、库存等信息数据，使得产品有更好的品质和快速的反应。探索设立鞋革企业信息技术信贷基金，优先用于企业信息化技术投入更新项目贷款转贷使用。争取每年选择认定 1-2 家示范应用企业。

（四）加强人才培育，夯实时尚人力资本

1. 加强创新型人才培养。依托“580 海外精英引进计划”，支持鞋业企业在全球范围内引进行业顶尖人才、领军人才、创新人才及其团队，解决鞋业产业关键技术难题和工艺的操作性难题，切实营造具有竞争力的人才环境。充分发挥温州高校力量，依托温州大学、浙江工贸职业技术学院、温州职业技术学院等院校力量，有目标、有计划、有步骤地为不同企业定向培养设计创新人才、技术创新人才和既懂专业又懂管理的复合型人才。

2. 加强产业基础人才培养。鼓励鞋业龙头企业设立内训机构，推动中小企业与职业院校、各级培训中心、社会培训机构建立合作培训关系，更加重视产业基础人才的培训教育、社会保障、子女就学等服务，形成鞋业产业基础人才培养体系，提升鞋业产业整体人力资本水平，解决当前企业招工困境。

（五）扶持做大做强，优化时尚制鞋结构

充分发挥技术型龙头企业带动作用，注重发展上下游配套，努力延伸产业链。在集中要素支持龙头骨干企业做精做强的同时，鼓励和支持中小企业发展，充分发挥中小企业的配套作用，形成合理的时尚产业组织结构。

1. 大力扶持技术型龙头优势企业。积极引导优质要素资源向龙头企业和技术优势企业集中，重点抓好奥康、康奈、红蜻蜓等 20 家龙头企业的发展，发挥其在产业辐射、技术示范和销

售网络中的引领作用，引导其通过联合、并购和品牌经营、虚拟经营等方式整合中小微企业，并纳入到整体上市计划，培育本地时尚龙头企业。力争到 2016 年，培育形成超 50 亿的企业 3 家，超 10 亿的企业 10 家，产值超亿元企业 100 家，新增上市企业 2 家；到 2020 年，培育形成超 50 亿的企业 4 家，超 10 亿的企业 15 家，产值超亿元企业 150 家，新增上市企业 4 家。

2. 积极培育中小微企业。实施中小微企业提升计划，积极引导和支持中小微企业向“专、精、特、新”方向发展，全面推进“三转一市”工作。力争到 2016 年，培育形成皮鞋高级定制企业 20 家以上，高端时尚鞋业企业 50 家以上，规下转规上企业 400 家以上，全市规模以上鞋业企业达到 1000 家以上；到 2020 年，完成鞋业企业规下转规上企业 600 家以上，全市规模以上鞋业企业达到 1300 家左右。鼓励中小微企业围绕龙头企业开展专业化协作配套，拓展和延伸产业链、配套链、服务链，建立稳定的供应、生产、销售等协作关系。力争到 2016 年，培育专为龙头企业配套生产的中小微企业 500 家，年配套能力达到 100 亿元以上；到 2020 年基本形成“龙头+配套”的时尚鞋业发展模式。

（六）推进平台建设，强化时尚配套能力

1. 创意设计平台。依托浙江创意园温州工业设计基地、中国皮革和制鞋工业研究院温州研究所、温州大学美术与设计学院，着力打造温州市鞋业创意设计专区，通过举办中国鞋类设

计大赛，进一步提升温州鞋业原创设计在国内的影响力和知名度，不断塑造中国时尚、流行趋势发布中心的地位。力争到 2016 年，新建形成 2 个以上行业创意设计平台，引进 1-2 家国内知名的鞋类设计创意企业或机构；到 2020 年，形成 3 个以上行业创意设计平台，引进 3-5 家国内知名的设计创意企业或机构，1-2 家国际知名鞋类设计创意企业。

2. 科技创新平台。加强与国内外高等院校、设计科研机构的对接，加强中国皮革和制鞋工业研究院温州研究所、国家鞋类质量监督检验中心（温州）、温州大学美术与设计学院、温州职业技术学院等平台建设，加大政府对科技项目的立项支持，鼓励企业加大科技创新投入力度，使新产品、新技术、新工艺的推出和使用成为企业加快发展的助推器；鼓励企业加大技术改造力度，通过数字化制鞋、企业信息化管理、电子商务信息系统，提升鞋类产品的品质、档次和时尚度，使其逐步与国际接轨。力争到 2016 年，新增省级以上企业技术中心 8 家以上，新增专利授权 60 项以上；到 2020 年，新增省级以上企业技术中心 12 家以上，新增专利授权 100 项左右。

3. 现代营销平台。加强传统营销模式创新，突破在一级市场的占有率。大力发展 B2B、B2C、O2O 等电子商务营销模式，加快推进跨境电子商务发展，改变流通方式，提高营销能力。积极推行虚拟经营，降低和减少生产环节的重复建设和经营成本，做大中国鞋都的总部经济和温州营销网络经济。重点支持

2-3 个重点项目实施。力争到 2016 年，培育形成专业从事鞋业电商 500 家以上，发展温州鞋业的电商营销平台。

4. 物流配套平台。支持与发展“中国鞋都鞋革城”等鞋材物流市场，运用现代物流的信息功能与配送、分装功能，把产业园区内的各生产要素有机串联起来，提升整个中国鞋都产业园的优势与形象。在鞋革行业积极推广保税物流，构筑进口物流配送中心，降低企业开展加工贸易的风险，使企业能够利用国外优质原料，提高出口产品品质及国际市场竞争力。力争到 2016 年，“中国鞋都鞋革城”等物流市场初步形成；到 2020 年，形成较为成熟的现代鞋业物流系统。

（七）加快品牌提升，凝聚产业时尚元素

1. 加快品牌提升。以优势企业争创知名品牌为重点，以培育区域品牌为抓手，形成企业主体、市场导向、政府推动、社会支持参与的品牌培育机制，争取在取得浙江省区域名牌的基础上再创国家优质产品生产基地。加快皮鞋高级定制品牌企业建设，推进康奈、奥康、红蜻蜓创建世界知名品牌步伐。力争到 2016 年，全市制鞋行业名牌产品的销售比例占行业销售比例的 40%以上；到 2020 年，全市鞋业行业高级定制品牌 2 家以上全国知名，名牌产品的销售比例占行业销售比例的一半以上。

2. 加强品牌展示。以“设计和创新”为主题，举办温州中国鞋业博览会，温州中国国际鞋业论坛及鞋业专业类会展，展示温州鞋业独有的产业文化特色。每年组织“温州军团”赴外

参加北京展、德国 GDS 展、意大利米兰展、香港展等国内外各大展会，不断提升温州鞋业品牌的知名度。

3. 加速品牌时尚。以“大力发展时尚产业、加快建设时尚之都”为契机，对接国内外大牌设计师，以引进来和走出去的方式，通过学习、交流、签约等多形式进行消化吸收，以时尚设计、品牌运作、展示展览、信息传媒、标准检测等手段，加快艺术设计、时尚元素和传统制鞋工艺的相互融合，形成具有温州特色的时尚鞋业产业的发展。引导制鞋龙头企业加大新技术、新工艺、新款型的研发，鼓励制鞋龙头企业加强商品策划、流行预测、产品设计，加速自身品牌的时尚化，创建一批具有一定知名度的时尚制鞋品牌。

四、保障措施

（一）建立健全组织领导协调机制

温州市鞋业产业培育发展专项行动工作组要具体负责规划制订、政策出台及重大问题的协调解决。对于产业转型升级重点项目，建立由市政府主要领导或分管领导挂钩联系，由鹿城区政府、龙湾区政府、瓯海区政府、瑞安市政府、永嘉县政府、温州经济技术开发区管委会、市经信委牵头，市发改委、市财政局、市国土局、市规划局、市人才办、市金融办、市经合办、市科技局、市商务局、市质监局、温州海关等有关部门共同参与，充分落实各部门责任分解和协调工作，扶持行业协会建设，

着力帮助解决企业发展和项目建设过程中的各类问题和困难。

（二）建立健全项目资金保障机制

加大对温州市鞋业产业转型升级的资金保障，加快制定出台鞋业提升发展专项扶持资金政策。市、县（市、区）政府要将推进“鞋业产业转型升级”专项工作经费和先进典型奖励经费列入政府财政预算，实行专款专用，确保公共财政保障及时有力。切实落实国家有关技术开发、技术改造、设备引进等方面的优惠政策。进一步整合现有扶持资金，充分发挥财政资金的导向作用，对鞋革行业重点企业和项目实行优先支持和重点倾斜。各地要同步加大政策扶持力度，为鞋革现代产业发展创造良好的环境。

（三）建立健全要素资源保障机制

加大对鞋业企业“退二优二”、“退二进三”政策支持力度，积极向上争取土地指标，确保鞋业企业新增用地需求，优先保障龙头企业提升和产业重大项目的用地需求；保障融资供给，确保重点提升企业和重点项目建设的信贷需求，鼓励、引导龙头企业充分利用资本市场，积极探索企业股权融资形式，拓宽直接融资渠道，推动上市发展；加快引进和培养产业高端创新型人才、高层次管理人才和高技能人才，为产业升级提供人才保障。

（四）建立健全专项考核工作机制

加快出台《温州市鞋业产业转型升级工作考核办法》，明确具体工作考核指标和机制，将打造“鞋业产业转型升级项目推

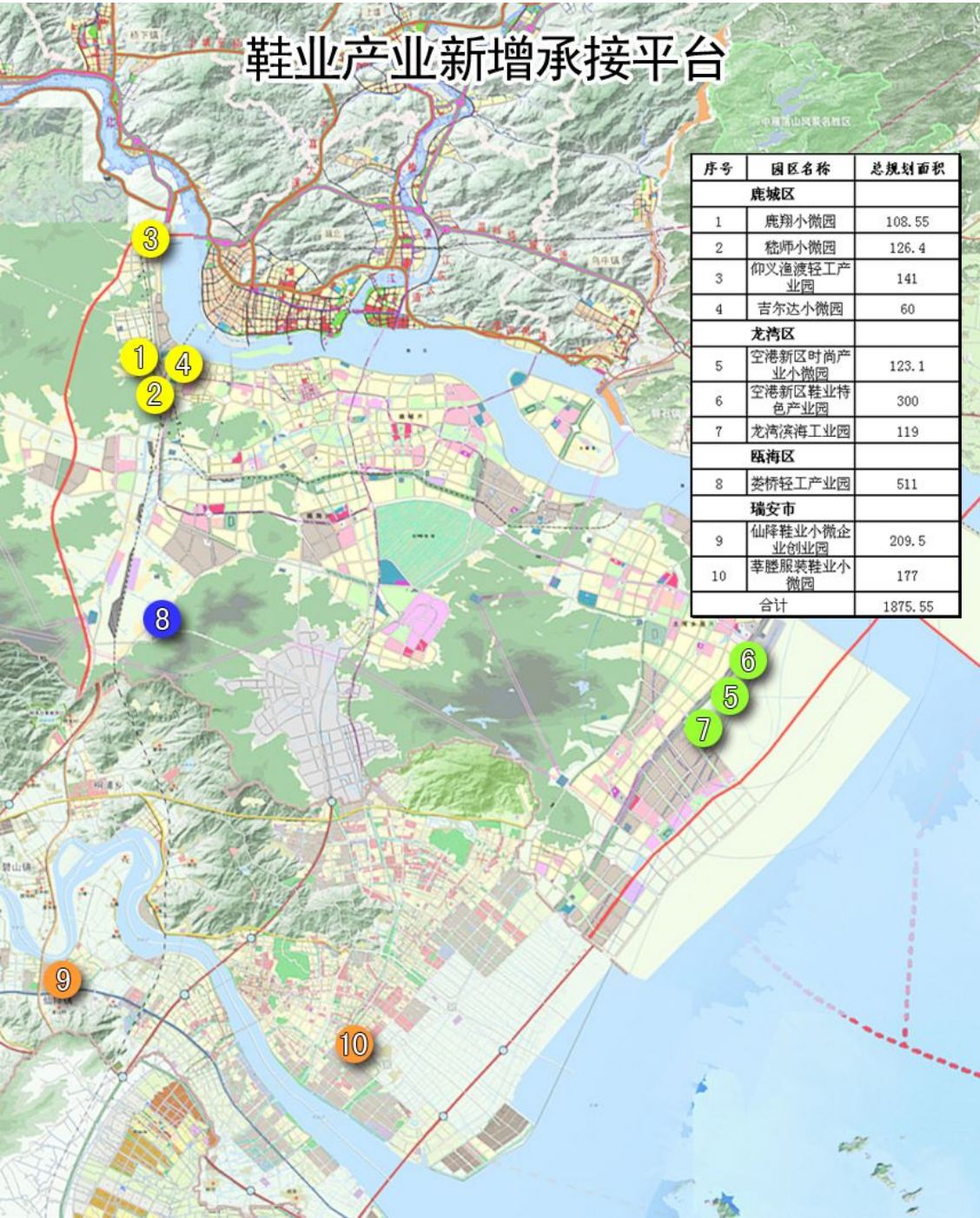
进”工作纳入各级党政班子和相关市直部门领导年度目标责任制考核和市直机关、区县市综合考评。实行行政问责制，对在项目推进工作中不履行职责造成恶劣影响和严重后果的政府职能部门领导和相关工作人员进行行政责任追究，促进各项工作的有效落实。

温州市鞋业产业规划空间布局图

温州市鞋业产业规划空间布局图



鞋业产业新增承接平台布局图



附件 2-1

鹿城/瓯海片区规划示意图



龙湾片区规划示意图



瑞安片区规划示意图



专栏 1：东莞鞋业产业发展前景

东莞制鞋业历史悠久，产业基础雄厚，与温州制鞋业并驾齐驱，是中国鞋业产业的重要代表。2008 年国际金融危机后，国内劳动力成本日益上升、人民币升值以及国际反倾销压力之下，东莞鞋业产业逐步受到挑战，产业发展遭遇瓶颈，转型升级迫在眉睫。

一、东莞制鞋业发展的优势

1.地理优势。广东东莞地处珠江三角洲的中心，海、陆、空交通四通八达，深圳机场、广州机场一个小时即可到达，虎门港、盐田港等可通往世界的港口也相距不远。京九铁路、广深高速、莞深高速以及在建的沿海高速等，将东莞与中国大陆各地、与世界各地紧紧的连接在一起。

2.人才优势。广东制鞋业经过 20 多年的高速发展后，不仅汇聚了世界许多知名制鞋企业、贸易商、采购商，同时也汇聚了世界许多制鞋专业人才。其中，来自意大利、西班牙、法国以及中国台湾地区的制鞋专业人才，为东莞和广东鞋业的发展起到了重要的作用。同时，东莞还吸引了温州、福建、上海等中国本土专业人才前往发展。

3.信息优势。东莞作为世界制鞋业生产制造设计研发、采购贸易、人才资讯的集散中心，每年来自世界各地的品牌商、代理商、经销商都会定期聚集到这里。这样一来，在东莞几乎

可以在最短的时间内获得世界制鞋的最新潮流趋势；可以与世界顶级鞋产品设计大师交流设计心得；可以学习到世界顶级制鞋业企业管理模式与流程。此外，东莞每年春秋两次的鞋展鞋机展，展现全球最新的鞋的资讯和流行趋势。

4.产业链优势。东莞的制鞋业经过 20 多年的发展，形成了完整的产业链，上下游配套很方便，这是东莞最大的优势。东莞鞋材、鞋机配套完整，从面料、鞋底、鞋跟、鞋楦、胶水到鞋表面处理、五金饰扣等辅料配件到特殊材料配套完整。因此，在东莞开鞋厂，用不了一个星期就可以完成设备、原材料以及工人的准备工作，中低端的原材料全部可以在厚街买到。

5.品牌优势。东莞是世界很多品牌的生产的基地已众所周知，如世界鞋类品牌耐克、阿迪达斯、锐步、彪马、克拉克等。据有关资料显示，世界主要知名鞋类品牌年产量的 60%由广东制鞋企业生产。目前，东莞的鞋业市场发展趋向高档次和规范化，配套功能日趋完善，鞋业内销外销的“窗口”功能日益明显，越来越多省外和国外品牌进军广州鞋业市场。

二、东莞制鞋业发展的劣势

1.资源紧张不足。广东地区主要以制鞋、家电、家具等劳动密集型产业为主，劳动力需求旺盛。油荒、电荒、用工荒以及原材料、油价的上涨给东莞制鞋业提出了严峻挑战。制鞋所需的化工产品价格大幅飙升，鞋子的利润大幅减少。由于这些材料已经被消费者所接受，用替代品不仅关系产品性能、质量、

档次,而且直接影响消费市场,因此鞋企不敢轻易使用替代品。

2.创新能力偏低。东莞鞋业虽然上下游生产规模很大,但由于部分企业过度依赖加工贸易的出口拉动,导致纺织工业渐渐缺乏自主创新能力。东莞鞋类产业竞争力存在“区域持续创新体系”不健全的问题。比如产品附加值低和产品市场规模大之间的不相适应;企业研发实力弱和企业市场能力强之间的不相适应;产业根植性弱和产业规模经济实力强之间的不相适应等。

3.空洞化危机。东莞靠外商投资“来料加工”起家,已经成为世界最大的加工业基地之一。但面对电荒、油荒、用工荒,东莞大量鞋企外迁,出现产业空洞化的危机。业内人士认为,东莞鞋业如果没有足够的企业把总部留在这里,没有足够的企业实现产业转型升级,东莞将会出现空心化。这对东莞制鞋业来说是个严峻的挑战。

4.产业升级仍需努力。自从东莞鞋业进入洗牌年,产业升级对东莞鞋企来说是必须面对的问题。但产业升级对东莞鞋企来说是个艰难的问题,仍需要做很多的努力。早些年港台资的大量进驻,快速推动了东莞的工业化和城市化,但同时也使东莞基本上被“固化”在低成本的 OEM 上,在国有和集体企业比重很低、民营企业没有充分成长起来的情况下,产业升级仍十分困难。

5.鞋企陷入生存困境。东莞的制鞋业一直以来都是为国外

品牌加工，承接外单成了众多鞋企主要的商贸方式，这种模式受到出口退税下调与加工贸易调整的挑战。而这种低价竞争的产品容易成为反倾销和保障措施的对象。近年来，人民币对美元汇率不断攀升，让鞋企大为头痛。由于外商通常以美元下单，而东莞鞋企无论在支付工人工资还是材料采购方面均用人民币支付。由此，美元对人民币汇率的不断下滑，直接削减了鞋类产品的利润。

三、东莞鞋业产业发展前景

人民币升值、原材料价格上涨以及劳动力短缺等诸多因素的制约，中国制鞋业面临着严峻的挑战。广州制鞋基地东莞作为我国最早的制鞋产业基地之一，无疑成为了最先面对危机的一个地区。面对如此严酷的环境，为保持全球鞋业供求的平衡，当地制鞋企业龙头开始了从中低端市场走向中高端市场，从数量型向品质型、效益型转变。

东莞的制鞋业曾令世界瞩目，但自有知名品牌的缺失正日益成为制鞋业发展的症结。在制鞋行业的竞争力中，最重要的便是自有技术和品牌。如果不加大品牌打造力度，那么在世界鞋业产业链上，东莞未来势必被替代。

东莞作为一个加工制造业大市，其中鞋、纺织品和玩具占的比重很大，但东莞的制鞋企业多为以“三来一补”的加工贸易为主，当地政府从制鞋上获得的税收也不高。东莞的鞋业主要是做 OEM，加工费很低，从鞋子整个的产业链来说，能够留

在东莞的利润并不多。提升产品附加值是东莞鞋企打破这种局面的必要手段。

为了在当前处境紧张的状况下继续发展下去。当前，东莞正大力推进产业调整与升级，提倡企业的科技创新，产业发展也正以创新和精巧代替模仿和粗放。因此，制鞋业由“东莞制造”向“东莞创造”迫在眉睫。当然，品牌的提升与打造需要政府、科技部门、科研院所和制鞋企业紧密联动，从科技投入、税收激励、金融支持、引进消化吸收再创新、人才队伍建设、科技创新基地与平台建设等方面全力推进。

在品牌化的征途中，东莞首先发挥行业大型骨干企业的龙头作用，创办自主创新和名牌论坛大会，总结推广大型骨干企业创名牌的先进经验；其次是政府有关部门与行业协会合作，推动主要产鞋区域品牌建设和水平的提高；第三是持续保持技术创新，鼓励民营企业设立制鞋的研究机构，借助相关部门的技术力量，跟在一些大品牌后面先做中低端品牌,慢慢朝一流品牌进军。

在新形势下，东莞鞋企根据自己的实际情况，不断地往价值链的上端走。事实上，凭借东莞制鞋业的先进工艺水平和完善的产业配套基础，只要在技术创新、营销方式和追赶潮流方面向国内外大品牌看齐，那么东莞鞋类在全国乃至全球都将具备强劲的竞争力。

专栏 2：晋江鞋业产业发展前景

经过 20 多年的发展，晋江制鞋企业规模不断扩大，技术更新速度不断加快，产品档次得到较快的提高，晋江制鞋业已逐渐达到规模化、规范化、集团化、科技化的发展水平，是华东地区规模最大鞋材市场之一，与东莞、温州并称为全国三大制鞋业原辅材料市场。

一、晋江制鞋业发展优势

1.地理优势。泉州濒临东海，大陆海岸线蜿蜒曲折、多海湾良港，主要有湄洲湾、大港湾、泉州湾、深沪湾、围头湾、安海湾。在这些海湾内有适宜建大、中、小型码头泊位的十多个港口。从唐代至元朝，泉州“刺桐港”一直是中国主要对外贸易港口，是古代“海上丝绸之路”的起点，享有“东方第一大港”的盛誉。泉州港口的货物吞吐量连续两年居全国沿海港口第 16 位，集装箱运输量则列入全国港口第 12 位，有着优越的运输条件。

2.人文优势。泉州自古就是有名的侨乡，当地人民不仅吃苦耐劳，而且接受新鲜事物能力强，经济眼光独到。作为沿海侨乡，晋江在引进侨资及获取海外市场信息方面得天独厚，大可通过外援资金建厂及接受外单加工，这使得晋江体育企业在短期内就完成了资本的原始积累。

3.产业优势。 晋江拥有独特而齐全的体育运动产品产业基地。单从国内市场来看，晋江已占据了国内运动鞋类的 75 % 的市场，占世界运动鞋、旅游鞋生产量近 1/5，产品远销欧洲、美洲、亚洲及中东地区。除此，晋江从皮革、鞋材、化工原料、鞋机直至数字模在区域内都有专业厂家为成品鞋企业从事配套生产。每年举办的鞋博会也是晋江制鞋业的一大亮点。

4.品牌优势。 晋江是体育用品生产大市，不仅拥有体育城市的美称，也被评为品牌之都。拥有中国驰名商标 79 个、中国名牌产品 24 个，安踏、特步、361°、亚礼得、德尔惠、金莱克、乔丹、美克等 37 项体育产业国家级品牌。“品牌资本，双翼齐飞”是晋江产业经济发展的亮点，也是晋江打造体育城市的强力支撑。同时晋江品牌产品在中央五套展示，其全天候滚动播放的广告节目，一半以上来自晋江，体育明星成了晋江的常客，“明星 + 广告”的创牌模式在晋江风生水起。

5.科技优势。 制鞋一直被认为是低附加值的简单加工。提升鞋的含金量是制鞋业亟待解决的问题。晋江运动鞋生产中，已越来越普遍重视提高鞋的科技含量。喜得龙拥有一百多名研发与技术人员、数十员中高级工程师，至今开发的新品获专利达 20 多项。亚礼得研发出纳米抗菌运动鞋；安踏的至氢跑鞋；鸿星尔克将“科技领跑”作为发展战略，研发出优爽科技、冰爽科技、超强避震系统等。科技研发已经在晋江鞋企中占有越来越重要的地位，这为晋江鞋业创立国际品牌也奠定了坚实的

基础。

6.政策优势。晋江制鞋业能得到如此快速的发展，与晋江政府的大力支持是密不可分的。2006 年，晋江在中国鞋都建立了占地面积 192 亩，总建筑面积 19 万平方米，标准店面 2162 间的“中国鞋业城”。为了能促进晋江鞋业继续很好的发展，晋江政府出台扶持发展陈埭鞋材市场的一系列优惠政策，以帮助鞋材市场的融市。具体措施是晋江政府安排资金对鞋业城内的闲置店面进行回租，再以低价返租给企业。

二、晋江鞋业发展的劣势

1.先天不足，制约发展。福建省本来就是多山少地，三面环山，一面背海。空运航线方面，福建省内只有三个机场，即：福州机场、厦门机场、泉州（晋江）机场，晋江地区的货物外运极少采用这个渠道。铁路交通方面，福建仅有两条出省路线，即：鹰厦铁路与全国铁路联网；福建南平——江西横峰已建成投入使用。公路交通方面则有国道 5 条，出省口为 4 条。因此，晋江地区产品外运，运输时间、运输成本均不易控制。

2.人才匮乏，缺乏活力。当晋江从一个加工型基地向品牌化基地发展、从单一鞋业向综合的体育产业发展时，人才匮乏的瓶颈日趋严峻。体育产业企业中生产工人初中及初中以下文化程度的占整个员工总数的 70% 左右；中层管理人员和高层管理人员大多数为高中文化水平，受过高等教育的仅占 1/3。同时，晋江鞋企大部分从家族企业发展起来，所以企业的高层管

理都是自己的亲戚或朋友,对外来的人才信任度低而不予接纳。许多企业的中层管理干部主要是从熟练工人中直接提拔,对生产环节相当熟悉但对现代企业经营管理和现代营销理论缺乏了解 and 认识。

3.竞争无序,资源浪费。晋江地区的运动鞋生产企业在中央电视台五套“体育频道”做了大量的广告,但是,市场销售却没有预期的增长。据调查,整个晋江体育企业约有30%的企业没有自己的品牌,而另外70%拥有自己品牌的企业中,大部分也是按照客户的要求进行生产,部分企业甚至假冒其它知名品牌。而对品牌营销甚是关键的营销网络其实是共享的,因为在本地发展起来的大代理商非常少,部分一线城市的营销网络全由代理商控制,而企业对于代理商的控制相对显得无力,这也部分导致了近来晋江鞋子大量积压等严重问题。

4.模仿过多,产权难保。晋江鞋企密度大、重复建设不断,到处都充满竞争的“火药味儿”。哪一家鞋厂开发出新产品,大家就纷纷仿冒,知识产权保护很难。近几年来,晋江有数百家鞋厂被注销或倒闭,又有数百家新的鞋厂加入竞争行列。一些不具备规模化生产又无品牌的企业,或倒闭或退而帮别人加工,只能搞一些配套生产。

5.竞争力低难抵风险。长期以来,由于产品市场和金融市场相对封闭,加上关税保护,国内长期短缺经济所形成的卖方市场,使得晋江鞋企还有80%的企业尚未真正上规模,管理水

平和经济效益都没有上台阶。守着“宁为鸡头，不做凤尾”的传统意识，很多鞋企还存在“先天不足”，产品严重单一的缺陷，由此产生的后果是晋江鞋业抗风险的能力非常低。

三、晋江制鞋产业的发展前景

晋江这一面积不到 650 平方公里的县级市，一大批制鞋企业品牌的崛起不禁让人可喜欣慰。但可惜的是，一大批制鞋民营企业尚在摸索中前进，对品牌的要领没有时代化定位和创新性运用，对品牌战略也没有整体规划和长期规划。晋江众多鞋类企业在竞争中迷失了方向，被轰轰烈烈的广告战、概念战等浅层次竞争蒙蔽了眼睛，甚至不惜以牺牲核心竞争力来赢取短期的利润、暂时的辉煌。

在全球经济一体化的今天，随着越来越多的国外品牌涌入中国，并顺势强占市场份额，中国鞋业目前正处在蓄势整理的阶段，今后比拼的将是核心竞争力。所以提高自身核心竞争力才是晋江鞋业品牌正确而及时的抉择。

专栏 3：西部鞋业产业发展前景

近几年来，随着沿海经济的快速发展以及制鞋成本不断上涨，鞋业中心正向我国中西部转移，西部的低成本优势如同一块巨大洼地，吸引东部资本流入。对于西部鞋业来说，成都和重庆璧山是西部鞋业两大生产基地。

一、西部鞋业的发展优势

1.成本优势。制鞋业是劳动密集型产业，从各种生产要素来看，西部在水、电、气、劳动力等生产要素的价格都低于沿海。首先，具有劳动力优势。四川具有丰富劳动力资源，是全国劳动力输出大省，全国各地川籍制鞋工人约占全国制鞋工人的 1/3。其次，具有原材料优势。西部畜牧业发达，牛皮、羊皮、猪皮等原材料来源丰富，为皮鞋的生产提供了充足的上游产品。四川是畜牧大省，皮革产量列全国前茅，制鞋的其他重要材料如纸板、塑料、橡胶等等也都完全可以满足制鞋业的需求。此外，从各种生产要素来看，西部在水、电、气等能源要素的价格都低于沿海。最后，西部土地幅员辽阔、土地价格成本相对低廉。

2.政策优势。“西部大开发”战略优惠政策是西部产业发展的重大利好。一是外商投资政策。西部开发加大力度鼓励外商向中西部地区投资，对限制类和限定外商股权比例项目的设立条件和市场开放程度，可比东部地区适当放宽，同时享受税收

优惠；鼓励东部地区的外商投资企业到中西部地区再投资。二是信贷倾斜政策。国家开发银行在今后一段时间将支持西部大开发将作为信贷工作的重点。三是投资倾斜政策。交通部一方面将继续加快西部地区国道主干线和高铁项目的建设，另一方面将重点实施西部开发通道工程。

二、西部鞋业的发展劣势

目前，随着“东鞋西移”的步伐不断加快，西部鞋业也获得更多的发展空间，但西部经济基础薄弱，鞋业自主创新能力弱，严重制约着西部鞋业的发展。

1.经济基础较弱。由于各种原因，我国西部的整体发展水平落后于东部沿海城市等发达地区。虽然随着西部大开发战略的实施，西部经济有了较快的发展，但是与东、中部地区之间仍然存在差距。西部城镇化水平不仅落后于工业化水平，而且也远远滞后于地区经济发展水平。从经济总量和增速来看，增速虽快于中、东部地区，总量上则差距很大。从人均收入来看，东西部地区的人均收入差距明显扩大，且西部公共服务整体水平较弱。其次，中西部地区企业结构不合理的主要表现是企业规模不经济，大型企业少、小型企业多，缺乏具有强劲竞争力的集团企业，与东部地区相比有较大差距。鞋业企业规模较小，应对风险能力低。

2.产品层次较低。西部鞋业的发展面临的另一个问题是缺少科技人才，设计研究机构落后，产品层次较低，普遍缺乏品

牌意识。西部鞋业外销业务多数是加工单型，其中以来样模仿、来样加工、复制仿冒为主。部分有技术实力的企业，来样后再根据客户要求加以改进，客户确认后再下单生产。很少有企业通过专业设计，主动将产品推向国际市场。而内销企业多数以模仿、抄袭国外产品款式为主。这种低层的加工贸易依靠的是廉价的劳动力、生产数量和生产规模，处于价值链的最低端，竞争能力较弱。

三、西部鞋业发展前景

随着制鞋成本不断上升，鞋业行业面临着大洗牌的局面。大量东部沿海的鞋业企业为了节约成本纷纷向中西部迁移。同时，由于我国“西部大开发”政策的实施，政府的优惠政策及扶持等也为中西部鞋业发展带来了新的发展机遇，发展前景十分广阔。

1.形成产业集群。未来西部鞋业的发展将继续突出女鞋特色，发展壮大男鞋、运动鞋等鞋产品，以做大生产企业为基础，大力发展高端企业，培育龙头企业，全面提升产业竞争力，全力推进鞋都工业园建设，强大的一线产业工人、完善的配套设施，大力发展周边地区的鞋业生产基地，形成特色鲜明的鞋业产业集群。同时通过理清发展思路，理顺管理体制，调整完善规划，建设服务中心，调整布局结构，将鞋都发展成为布局合理、功能完善、市场繁荣、品质优良、环境优美、文化发达、服务一流的中国西部最大、最具影响力的鞋业开发、生产、销

售配套基地。

2.促成产业联盟。西部鞋业竞争越是激烈，就越需要有头脑、有战略眼光的企业家来改变传统的竞争理念，一部分企业会结成同盟，整合营销和采购环节，改善人才无序竞争、高成本流动的混乱局面。同时，实现大中小型企业形成互补，小企业仍旧是成都鞋业的一支不可忽视的生力军。正确的做法是加强大、中、小企业的整合，包括垂直整合和水平整合。通过整合，大企业凭借其规模优势，能够承担品牌建设的大量投入，可以进一步加大品牌运作和研发力度，逐渐向生产高端和高附加值产品转移，避免与中小企业在同一层次上竞争，而小企业则利用其机制灵活、善于模仿和能够快速适应市场的优势，占据中、低端市场，满足不同层次的市场需求，成为产业的有效补充。

3.流水与手工争分天下。纵观国内外鞋业产业发展趋势，流水作业终将在成都鞋业占据主流。相对于手工来讲，流水作业在技术、成本、管理等方面占据明显优势，而成都鞋业重新洗牌必将造成部分企业规模化，这就要求企业具备完善的管理体制以及更模式化的运作体制，来保持人员配置的稳定性。而从目前成都鞋业发展趋势来看，要在这三个方面做好准备，还需要一个相当长的过程，因此，从整体上讲，流水与手工的鼎足而立仍将持续一段时间。在这个过渡时期内，将会有部分企业会加快内部人员素质提升、管理体制革新以及战略方向探索三方面的准备。