

近期全球市場短波

文 ● 編輯室整理

全球鞋類貿易：中國下滑，美國進口額上升

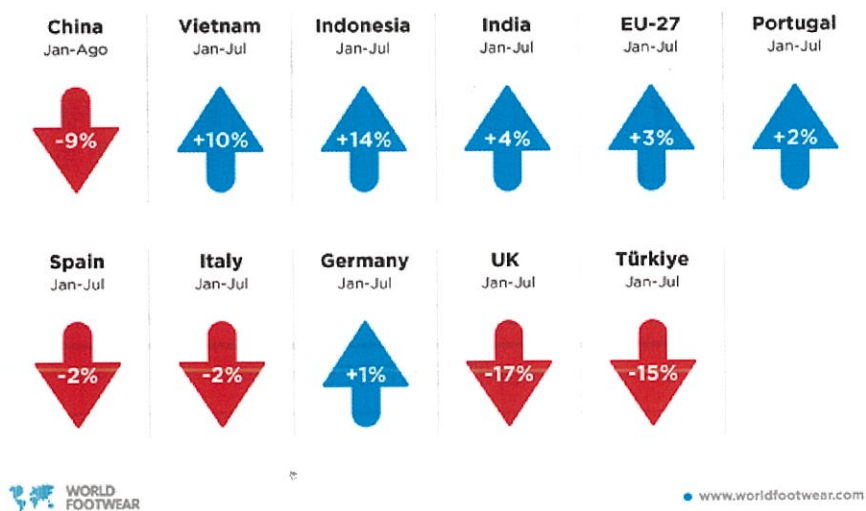
根據 APICCAPS 彙編的最新數據顯示，中國鞋類出口一直呈下降趨勢，這一趨勢自 2024 年以來加劇。2025 年 1 月至 8 月，與去年同期相比，出口量下降 2.0% 至 60.5 億雙，出口額下降 8.8% 至 289 億美元。此趨勢反映了中國經濟結構的演變，也反映了與美國持續的貿易緊張關係。歐盟內部的一些發展值得關注。儘管今年前七個月歐盟整體出口額與 2024 年同期相比成長了 3.2%，達到 293 億歐元，但有些國家的表現優於其他國家。

今年迄今，中國鞋類出口下降，而越南和印尼則有所成長。歐盟出口小幅成長，其中葡萄牙表現

優於西班牙和義大利。美國進口額增加，顯示鞋類價格上漲。這與亞洲其他主要生產國（如越南、印尼以及增速稍慢的印度）的持續成長形成對比。今年 1 月至 7 月，這些國家的出口額年增率分別為 9.5% 至 141 億美元、13.6% 至 42 億歐元和 3.7% 至 14 億歐元。

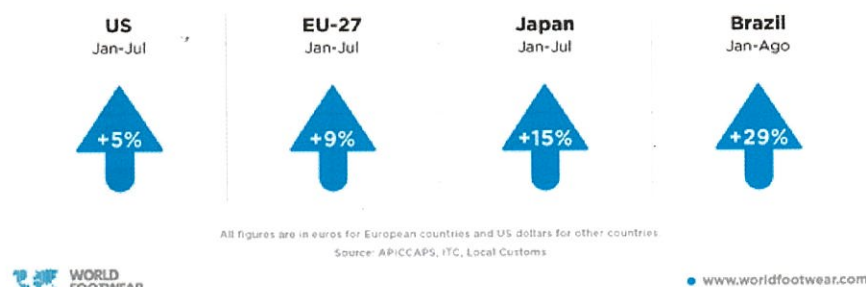
Footwear Exports, USD

Growth rate, for the indicated period, 2024-2025



Footwear Imports, value

Growth rate, for the indicated period, 2024-2025



鞋價上漲減緩美國消費者購買率

根據 Deloitte 預測，美國今年假期零售額將成長 2.9% 至 3.4%，11 月至 1 月期間的總額將達到 1.61 至 1.62 兆美元，但鞋價上漲預計將減緩鞋類消費。相比之下，2024 年同期的假期銷售額成長率為 4.2%。9 月初，PwC 公佈了其 2025 年美國假期季節調查結果，預測由於價格上漲，今年假日季鞋類消費將年減 7% 至 10%。

從 Competitor 情報平台的數據顯示，截至 9 月 5 日的一年中，鞋類平均價格較去年同期上漲了 15%。美國鞋類分銷商和零售商協會（FDRA）的數據顯示，75% 的消費者在過去一年中注意到鞋價上漲，76% 的受訪者預計未來幾個月價格將進一步上漲。年收入低於 5 萬美元的人，對此的擔憂尤其強烈，其中 80% 的 50 歲及以上人，認為關稅是通膨的主要原因。

Nike 收入溫和成長但利潤下降

本季度，Nike 透過『贏在當下』（Win Now）行動，在北美、批發和跑步等重點領域取得了進展，該公司總裁兼首席執行官 Elliott Hill 表示：在應對不斷變化的營運環境的同

時，我們仍需繼續努力，確保所有運動項目、地區和通路都走上相同的發展道路。截至 8 月 31 日，Nike 總營收達 117 億美元。與上一財年同期相比，報告期間營收成長 1%，但經匯率調整後營收下降 1%。不過，相較上一季分別下降 12% 和 11% 的水平，這一數字有所改善。

Nike 品牌為第一季總營收貢獻了 114 億美元，按報告計算年增 2%，此成長主要得益於北美地區剔除匯率因素後的成長，但被大中華區收入的下降所抵銷。從通路角度來看，Nike 品牌的直接收入下降了 4%，同時，批發收入年增了 7%。Converse 的困境更為明顯，今年第一季度，其營收總計 3.66 億美元，與 2025 同期相比，以報告基礎計算下降了 27%，這是由於所有地區的營收均出現下滑。

Nike 公佈第一季毛利率下降 320 個基點至 42.2%，主要原因是折扣增加、產品組合不同導致平均售價下降，以及北美關稅提高。在此期間，該公司削減了成本，銷售和管理費用下降 1% 至 40 億美元。需求創造費用下降 3% 至 12 億美元，原因是賽事支出減少，但體育贊助增加部分抵消了這一影響；由於工資壓力，管理費用保持不變，為 28 億美元。