

兩岸鞋業動態

文 ● 編輯室整理

台商製鞋業預估

第4季至明年上半年普遍成長

第3季為製鞋傳統出貨淡季，加上品牌轉嫁關稅成本，使得製鞋廠單季營運趨緩。台商製鞋業渡過低基期後，將在旺季出貨、品牌擴產與國際賽事題材三項利多帶動下，今年第4季進入製鞋業傳統旺季，由於美國關稅政策陸續塵埃落定，除了中國、印度市場仍未明朗之外，以目前接單的狀況研判，整體接單出貨將優於第3季。尤其，今年第4季適逢2026世足賽的拉貨潮啟動，進一步帶動足球相關產品與機能性運動鞋、服飾、包袋及配件的需求，製鞋及鞋材、服飾廠都將受惠，營運可望逐月升溫，預期熱度將持續到明年上半年。

來億受惠 HOKA、Adidas 等品牌出貨加溫，本季旺季效應明顯，累計前十月營收 327.61 億元、年增 7.6%，續創同期新高。據傳來億有機會再迎來國際新客戶，法人預估 2026 年營收上看 450 億元，獲利可望維持雙位數成長。ON 從 2024 年起已成為鈺齊第二大客戶，營收佔比達 10-15%，2025 年預計將超越現

有客戶成為最大品牌。鈺齊目前已有兩座越南廠為 ON 生產鞋款，並規劃將湖北廠與印尼新廠（預計 2026 年底投產）納入供應鏈體系，隨著 ON 在中國門市從 58 家擴張至 80 家，將帶動中國地區產能稼動率提升。鈺齊近期在 ON 的亮眼表現帶動下，累計前 10 月營收 141.38 億元，較去年同期增加 22.90%。

全球足球鞋製造主力廠志強公布前三季自結損益，前三季合併營收 154.25 億元、年增 16.5%，營業毛利 31.36 億元、年增 12.1%，稅前淨利 14.61 億元、年增 0.7%。志強近期宣布，印尼新廠將落成啟用主要生產 Brooks 跑鞋，規劃年產能 600 萬雙，明年預計開出 200 萬雙。此外，志強針對 ASICS 也積極佈建新產能，目前正於越南蓋新廠，預計明年底完工，後年進入招工量產，規劃滿載產能要達到 600 萬雙。此外，志強營收增長得益於明年 6 月即將舉行的世界盃足球賽，如 adidas 和 Nike 已經啟動大規模拉貨計畫，志強作為主要供應商之一，產能被全面預訂。

相較之下，豐泰、寶成 10 月營收則呈現年減態勢。豐泰 10 月營收 68.99 億元，年減 2.26%，累計 1-10 月達 696.88 億元；寶成 10 月營收 215.66 億元，年減 9.91%，累計前 10 月 2,102.09 億元，年減 4.17%。兩家公司主要客戶為 Nike 與 adidas 等傳統運動品牌，面臨品牌客戶下單趨於保守的挑戰，與 ON 的強勁成長形成對比。中傑則透過優化生產效率與改善產品組合來，以及海內外新品牌客戶持續耕耘中，2026 年毛利率可望逐漸改善。中傑今年第三季營收 53.91 億元，毛利率 9.78%，季減 1.94 個百分點，年減 3.95 個百分點。今、明兩年的推進重點在印尼，其東爪哇新廠已於 10 月底開工，未來四大生產基地布局，可更靈活調度產能。

UA 任命新中國區總經理 拓展國際業務

Under Armour 截至 9 月 30 日的財報資料顯示，品牌該季度營收達 13.3 億美元，雖同比下降 5%，但表現優於市場普遍預期；毛利率維持在 47.3%，庫存水準持續優化，同比下降 6%，運營效率穩步提升，交出超出市場預期的業績。

從地區業務表現來看，北美市場仍為核心營收來源，該季度貢獻營收 7.92 億美元，同比下降 8%；國際業務則逆勢增長，營收達 5.51 億美元，

同比增長 2%。其中，中國市場所在的亞太地區營收取得 1.79 億美元，成為國際業務增長的重要支撐。Under Armour 表示，未來將通過強化戰略聚焦與創新投入，持續強化長期成長動能。

為進一步推動中國市場的長期發展，Under Armour 宣佈一項新人事任命，自 11 月 9 日起，陳嘉寧（Carol Chen）將正式出任中國區副總裁、總經理，全面統籌中國市場的戰略規劃與業務運營。藉由此次人事調整，品牌將繼續深耕中國本土化戰略，通過優化體育生態建設、貼近本土消費者需求等方式，挖掘市場增長潛力。

同時，Under Armour 亦公布了其 2026 年營收預期，預計將下降 4% 至 5%。該公司正在加速其轉型進程。執行長 Kevin Plank 在財報電話會議中宣布，Reza Taleghani 將於 2026 年 2 月加入公司，擔任執行副總裁兼財務長。Reza 擁有超過 25 年的全球財務領導經驗，能有效推動品牌和業務的進一步發展。面對來自供應鏈挑戰，尤其是美國關稅的影響，毛利率仍為主要挑戰。鞋類業務面臨 16% 的下降，公司表示目前的結果「不可接受」，但已制定策略重建該品類。 