

從數字看鞋業

Source ● World Footwear Yearbook(2024 統計資料)

2015 年至 2024 年期間，全球鞋類出口量僅小幅成長 1.2%，但出口額卻從 1,292 億美元大幅增加到近 1,700 億美元，成長 31.4%。2020 年受疫情影響出口量與出口額明顯下滑，2021 年強力反彈，並在 2022 年達到出口額高峰。2023 至 2024 年間，出口量成長 4.6%，但出口額僅微增 0.1%，幾乎呈現持平狀態，顯示經歷前兩年的快速成長後，價格水準已趨於穩定。

整體來看，這十年間全球鞋類需求維持穩定，出口額的增長主要來自於價格及產品組合提升，而非出口量的擴張。

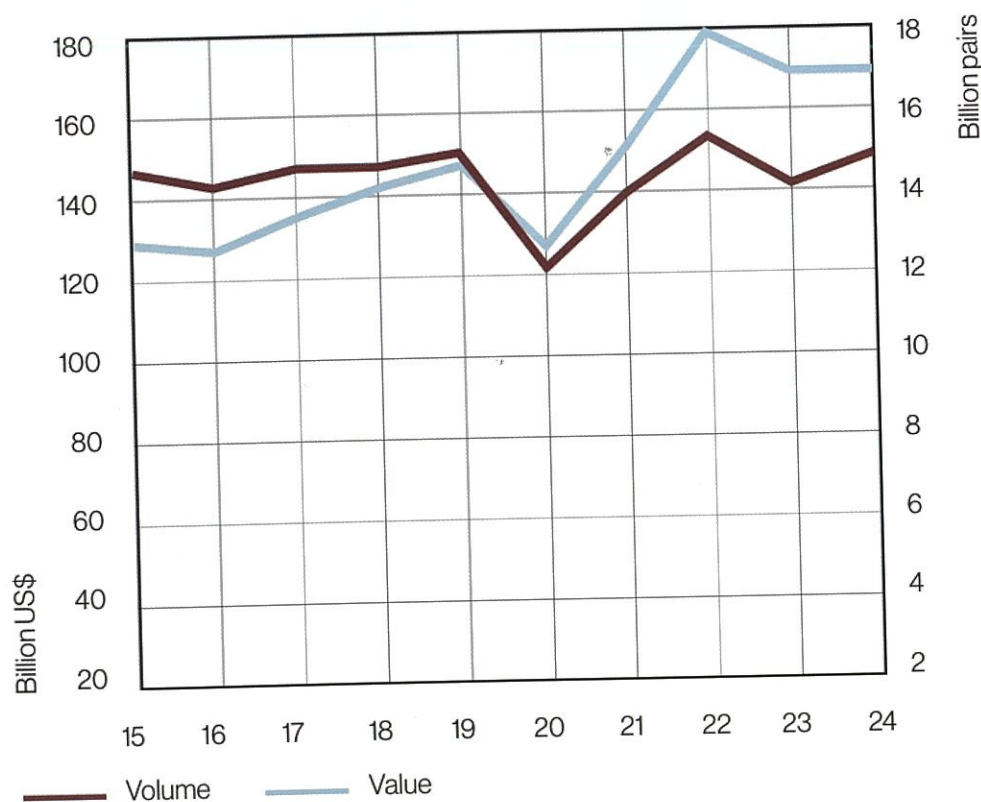


Chart 5 — World Footwear Exports 2015–2024



過去十年間，鞋類的平均出口單價大幅上升，從 2015 年每雙 8.83 美元提高到 2023 年的高點 11.99 美元，增幅達 36%。這項上升趨勢反映了生產成本上升、產品結構朝高價值品項移動，以及全球供應鏈的通膨壓力。

唯一明顯的逆轉出現在 2024 年：平均出口單價下降至 11.47 美元，儘管同期出口量增加了 4.6%。這顯示在連續兩年出口額快速成長後，品牌或製造商可能調整了產品組合或定價策略。整體而言，這十年間出口值的成長主要由價格上升推動，而非出口量增加。

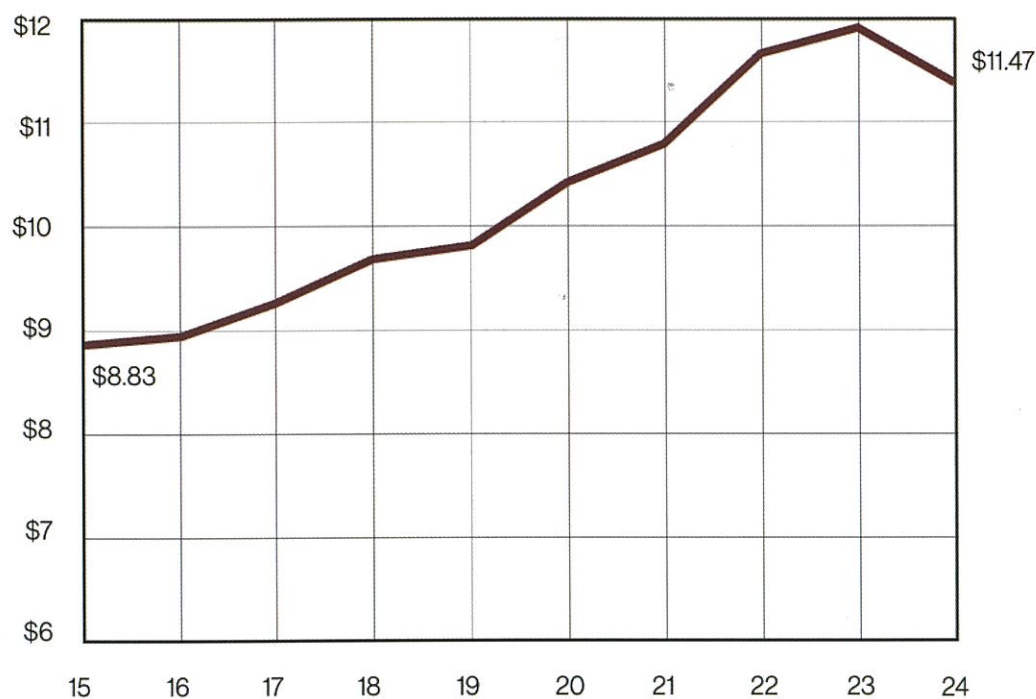


Chart 6 — World Average Export Price 2015–2024

在過去十年間，亞洲在全球鞋類出口量上始終占據主導地位，市場占比始終高於 82%，並在 2024 年達到 85.1%。然而，亞洲在全球鞋類出口額的占比卻從 2015 年的 64.7% 下滑至 2024 年的 59.7%，顯示其出口產品多集中於較低單價的品項。

相較之下，歐洲在出口量的占比一直不高，從 12.5% 小幅上升至 12.6%，但其出口額占比卻大幅提升，從 31.7% 增至 37.3%。這凸顯歐洲在高價值鞋類領域有強烈的專精能力。

這些差異反映了全球鞋業的結構性分工：亞洲仍是全球生產基地，而歐洲則以品牌力、設計能力與市場對品質的高認知，專注於高端鞋類市場。

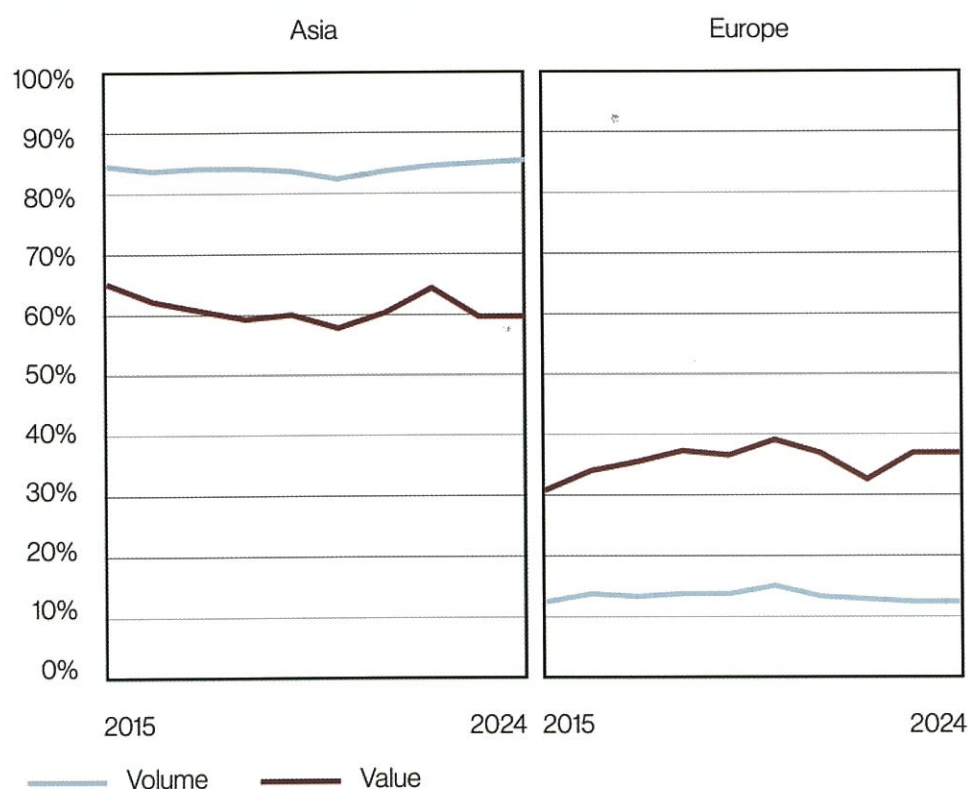
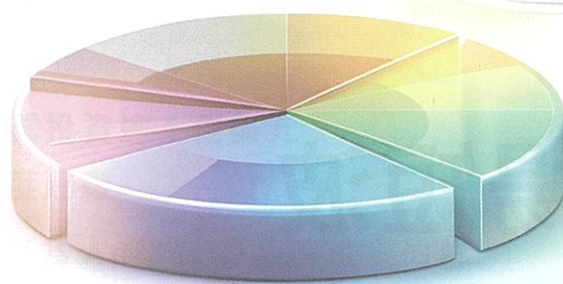


Chart 7 — Share of World Exports (Asia & Europe)
2015–2024



雖然亞洲與歐洲主導全球鞋類出口，但其他洲別仍維持著低量但穩定的出口角色。2024 年，北美僅占全球鞋類出口量的 1.0% 與出口額的 1.6%，且這些數據在過去十年間大致保持穩定。南美在出口量與出口額的占比均略有下降，分別降至 0.7% 與 0.6%。非洲的出口量同樣下降至 0.6%，但其出口額占比小幅上升至 0.7%，顯示產品有朝向較高單價品項的趨勢。大洋洲的貢獻則依然極低，在出口額中僅占 0.1%。

整體而言，這些地區在全球鞋類供應鏈中的角色有限，反映了生產結構、製造能力與產業規模上的制約。👟

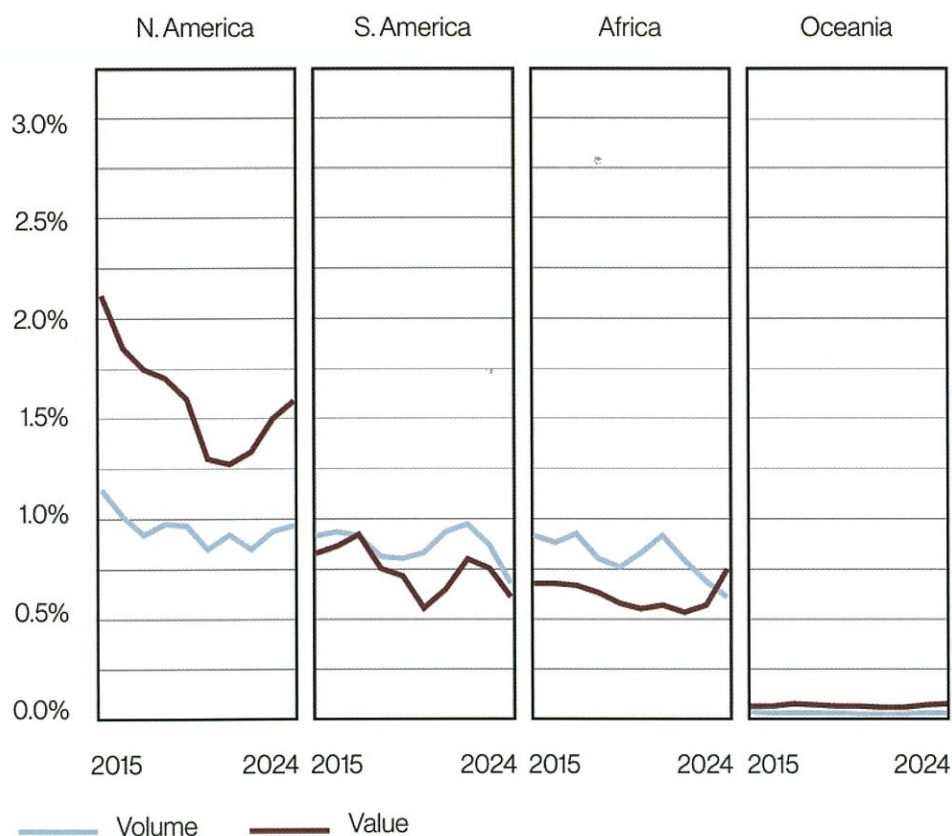


Chart 8 — Share of World Exports (Other Continents)
2015–2024