

# 福建省出口鞋类检测市场展望

陈绍华,唐素英,陈国联,唐振华,王宇

(莆田海关综合技术服务中心,福建莆田 351100)

**摘 要:** 研究福建省出口鞋类检测市场,整理收集各主要出口市场国家及区域的技术法规要求、主要出口鞋类欧美买家测试要求及其认可的检测机构,摸清福建鞋类出口检测市场规模,为稳外贸、促发展,指导国内检测机构在出口鞋类检测业务领域打破外资第三方检测机构贸易垄断,增强国际市场话语权起到积极的指导作用。

**关键词:** 福建;出口;鞋类;检测

中图分类号 TS 94 文献标识码 A DOI:10.13536/j.cnki.issn1001-6813.2021-004-012

## Outlook of export footwear inspection market in Fujian province

*CHEN Shaohua, TANG Suying, CHEN Guolian, TANG Zhenhua, WANG Yu*

(Comprehensive Technology Center of Putian Customs, Putian 351100, China)

**Abstract:** The export footwear testing market of Fujian Province was studied, the technical regulations and requirements of the main export market countries and regions, and the testing requirements of the main export footwear buyers in Europe and the United States and their recognized testing institutions were collected. It was aimed to find out the scale of Fujian footwear export testing market, and guide the domestic testing institutions to break the foreign third-party testing institutions in the field of export footwear testing business. And consequently to stabilize foreign trade and promote development and play a positive guiding role in strengthening the discourse power in the international market.

**Key words:** Fujian; exports; footwear; testing

### 引 言

福建省是鞋类出口大省,是中国的制鞋基地之一。鞋类作为福建省的传统优势产业,在出口创汇,促进地方经济发展方面起着举足轻重的重要作用。其产业经过多年的发展已经形成品种齐全的产业格局,省内形成福州、泉州、莆田三大产业集群区。其中福州地区产品类型主要为运动鞋和拖鞋,泉州则以运动鞋、休闲鞋为主,莆田地区以运动鞋、硫化鞋为主。据统计,近几年鞋类的出口额在福建省出口产品的年度总金额中呈现逐年上升的趋势。2019年中国鞋类出口额约480亿美元,福建省出口额约占全国五分之一,鞋类出口额近100亿美元。我省鞋类出口主要市

场以欧美发达国家为主,中东市场、北美市场以及亚洲和非洲市场占据小部分,出口鞋类检测市场主要被国外大型第三方检测公司牢牢把控,如瑞士的SGS、法国的BV、英国的Intertek、德国的TUV以及美国的UL等。按照检测费为出口额的0.3%估算,预计目前福建出口鞋类检测市场规模在2.0亿元左右。

### 1 各主要出口市场国家及区域的技术法规要求

我省鞋类主要出口市场为美国和欧盟,小部分出口至中东、日本和韩国等国家,不同国家对鞋类产品进口有相应的技术法规要求,这些技术法规制约着鞋类贸易出口,构成贸易技术壁垒。

### 1.1 美国消费品安全改进法案(CPSIA)

美国消费品安全改进法案(CPSIA)即2008年8月14日由美国总统布什签署生效的安全改进法案。该法令是自1972年消费品安全委员会(CPSC)成立以来最严厉的消费者保护法案。新法案除了对12岁及以下儿童产品中铅含量的要求更为严格外,还对用品中的有害物质邻苯二甲酸酯的含量做出新的规定<sup>[1]</sup>。此外,该法案还要求建立消费品安全公共数据库。对儿童产品所有部件的铅含量实行分阶段限制,要求在3年期限内,最终将产品任何可接触部分总铅含量的限值由不得超过质量的600 mg/kg(0.06%),降至不得超过质量的100 mg/kg(0.01%)。法规生效180 d后起(2009年2月10日),任何人提供以下产品属违法行为。

生产和销售任何含有浓度高于0.1%的邻苯二甲酸二(2-乙基)己酯(DEHP)、邻苯二甲酸二丁酯(DBP)或邻苯二甲酸丁苄酯(BBP)的儿童玩具或儿童保育物品均为违法行为;在一个过渡期内禁止生产或销售含有浓度高于0.1%的邻苯二甲酸二异壬酯(DINP)、邻苯二甲酸二异癸酯(DIDP)或邻苯二甲酸二辛酯(DnOP)的可被放入口中的儿童玩具和儿童护理产品。

### 1.2 欧盟 REACH 法规

REACH 法规是欧盟对进入其市场的所有化学品进行预防性管理的法规,其主要内容包括注册、评估、授权(许可)和限制,取其英文名称的第1个字母组合而成,即“Registration, Evaluation, Authorization and Restriction of Chemicals”,中文名称是“化学品注册、评估、许可和限制”,该法规于2007年6月1日正式实施<sup>[2]</sup>。欧盟《关于化学品注册、评估、许可和限制的法规》(简称“REACH”)已正式实施。根据该法规要求,欧盟委员会将建立统一的化学品监控管理体系,并于2012年前完成所有相关化学品的管理。与近年来欧盟实施的各项指令相比,REACH 法规的影响范围更广,它将欧盟市场上约3万种化学产品及其下游的纺织、轻工、制药等产品分别纳入注册、评估、许可3个管理监控系统,未纳入该管理系统的产品不能在欧盟市场上销售,REACH 是欧盟对进入其市场的所有化学品进行预防性管理的法规。

### 1.3 日本第112号法令

1973年10月12日,日本第71次特别国会通过第112号法规—《含有害物质家庭用品控制法》,第2届田中内阁也批准了该法规。该法规涉及11个方面,共12条。在此后的30多年中,该法规以法律和政令的方式几经修改,内容也得以不断充实和完善。其中有关对甲醛含量的控制要求已经被世界各国的相关法规所广泛引用,而有关甲醛含量测定方法的日本标准也已成了国际标准和世界各国标准的“蓝本”。这个法规就是著名的第112号日本法规。目前根据该法案要求,针对鞋类产品,婴儿鞋甲醛含量 $\leq 20$  mg/kg,其他鞋类甲醛含量 $\leq 75$  mg/kg。

### 1.4 韩国 KC-MARK 认证

韩国知识经济部(MKE)于2008年8月25日宣布,国家标准委员会将在2009年7月至2010年12月实行一个新的国家统一认证标志,名为“KC Mark”标志,代表Korea Certification。现行的13种强制标志将被最终统一到这个新标志下。此举措带来的一个结果是,减少供应商在认证费用方面的支出,使韩国KC Mark逐步成为一个世界品牌的认证。但是有个缺点,最近刚刚颁布的KCC标志,将只能实行几年,最终将被统一到这个新的KC标志下。针对3岁以下儿童产品,包括鞋类采取强制性认证。

### 1.5 沙特阿拉伯 SASO 认证(中东)

SASO 是英文 Saudi Arabian Standards Organization 的缩写,即沙特阿拉伯标准组织。SASO 负责为所有的日用品及产品制定国家标准,标准中还涉及度量制度、标识等。沙特阿拉伯工业及商务部及 SASO 要求所有 SASO 认证标准包含的产品在进入沙特海关时有 SASO 认证证书。没有 SASO 证书的产品会被沙特港口海关拒绝入境。针对鞋类和服装纺织产品 SASO 要求测试项目主要集中在物理测试方面。企业需要先和 SASO 沟通,SASO 会给出测试项目,测试要求在 SASO 认可的实验室完成。

## 2 主要出口市场买家情况

### 2.1 美国市场主要买家

美国是福建鞋出口的第一大市场,美国各大超

市、百货公司及鞋子品牌等主要买家均有下单给福建出口鞋类工厂,尤其集中在福建莆田地区,像鞋类品牌耐克(Nike)、安德玛(Under Armour)、斯凯奇(Skechers)、沃尔玛超市(Wal-mart)、好市多超市(Costco)、塔吉特超市(Target)、多来店超市(Dollar General)、梅西百货公司(Macy's)、科尔士百货公司(Kohl's)、西尔斯百货(Sears)、彭尼百货(J. C. Penney)、家庭美元百货公司(Family Dollar Stores)等买家均有下单给福建出口鞋类工厂。其中订单数排名及指定测试买家如表1所示。

表1 美国市场主要买家排名及指定测试机构

Table 1 The ranking of major buyers in US market and approved testing companies

序号	买家名称	指定测试机构
1	耐克	通标 SGS、必维 BV、天祥 ITS
2	沃尔玛	UL 认证
3	塔吉特超市	通标 SGS、必维 BV、天祥 ITS
4	多来店超市	通标 SGS、必维 BV、天祥 ITS
5	斯凯奇	通标 SGS、必维 BV、天祥 ITS
6	科尔士百货	通标 SGS、必维 BV
7	好市多超市	通标 SGS、必维 BV、现代 MTS
8	西尔斯百货	通标 SGS、必维 BV、天祥 ITS
9	家庭美元百货	通标 SGS、必维 BV、天祥 ITS
10	梅西百货	通标 SGS、必维 BV、天祥 ITS
11	安德玛	通标 SGS、必维 BV、天祥 ITS
12	彭尼百货	通标 SGS、必维 BV、天祥 ITS、南德 TUV

## 2.2 欧盟市场主要买家

欧盟是福建鞋出口的第二大市场,欧盟各大超市、百货公司及鞋子品牌等主要买家均有下单给福建出口鞋类工厂,尤其集中在福建泉州地区,像鞋类品牌阿迪达斯(Adidas)、彪马(Puma)、爱步(Ecoo)、健乐士(Geox)和其乐(Clarks)、迪卡依超市(Decathlon)、戴希曼鞋服超市(Deichmann)、乐购超市(Testco)、奥乐齐超市(Aldi)、LIDL 超市、ZARA 鞋服连锁店、H&M 鞋服连锁店、玛莎百货公司(Marks&Spencer)等买家均有下单给福建出口鞋类工厂。其中订单数排名及指定测试买家如表2所示。

表2 欧盟市场主要买家排名及指定测试机构

Table 2 The ranking of major buyers in EU market and approved testing companies

序号	买家名称	指定测试机构
1	戴希曼鞋服超市	通标 SGS、必维 BV、天祥 ITS、南德 TUV
2	阿迪达斯	通标 SGS、必维 BV、天祥 ITS、南德 TUV
3	乐购超市	通标 SGS、必维 BV、天祥 ITS
4	奥乐齐超市	通标 SGS、必维 BV、天祥 ITS、南德 TUV
5	LIDL 超市	通标 SGS、必维 BV、天祥 ITS、南德 TUV
6	ZARA	通标 SGS、天祥 ITS
7	H&M	通标 SGS、必维 BV、天祥 ITS
8	彪马	通标 SGS、必维 BV、天祥 ITS
9	迪卡依超市	通标 SGS、南德 TUV、天祥 ITS
10	玛莎百货	通标 SGS、必维 BV、天祥 ITS
11	健乐士	通标 SGS、南德 TUV、天祥 ITS
12	其乐	通标 SGS、必维 BV、天祥 ITS、南德 TUV
13	爱步	通标 SGS、必维 BV、天祥 ITS、南德 TUV

## 2.3 其他市场主要买家

美国和欧盟是福建鞋类出口的第一大和第二大市场,两者约占75%,其余一些中东市场、日本、韩国等国家总计约占25%,中东地区主要买家有零售巨头Landmark,日本优衣库、韩国乐天玛特超市等。其指定的检测机构大部分为通标 SGS、必维 BV、天祥 ITS 等几家大型外资检测公司。

## 3 讨论与建议

综上,不难看出,福建省出口鞋类检测市场基本上被外资检测机构垄断。随着经济社会的发展,检验检测行业作为服务行业也得到了前所未有的发展,世界知名检测机构瑞士 SGS、法国 BV、英国 ITS、德国 TUV、美国 UL 等大批国外检测机构都早已经进入了国内。经过20多年发展,已完成在国内检测、认证、检验等领域的业务布局。同时新增的民资检测机构也大量涌现。截至2020年6月底,全国各类第三方检测机构数量突破4.4万家,目前检测市场资源已充分配置,行业竞争激烈,恶性竞争加剧,价格战、周期战此起彼伏,检测机构的盈利空间被极度压榨。近几年随着沿海制造业因为经营成本抬高及中美贸易战

等因素影响,很多劳动密集型产业转移至东南亚国家,第三方检测机构对中国检测市场的发展已不再那么看好。尤其是2020年受突如其来的新冠肺炎疫情影响,全球经济陷入停顿或大萧条,第三方检测机构影响尤为突出,在公布的2020年半年财务报表中,瑞士SGS运营利润同比下降32.5%,法国BV利润同比下降43.3%,英国Intertek利润同比下降32.4%<sup>[3]</sup>。大型外资检测机构开始在中国裁员或撤掉部分办公室,很多检测机构安排员工强制休假或停止人员招聘计划。

疫情过后,行业面临重新洗牌,大部分小微检测机构面临倒闭或被兼并的可能。未来,随着疫情结束,鞋类出口订单恢复,鞋类出口检测市场逐渐好转,当下培育国内检测机构品牌尤其重要,检验检测服务业作为技术密集型产业,信誉和品牌是其主要的进入壁垒,也是行业内企业发展的关键因素。与国际和国内知名的第三方检测机构相比,国内检验检测机构整体品牌影响力较小,市场份额少,百姓总体认知度不高。国际很多大型检测机构特别注重品牌培养,形成独有的企业文化和品牌影响力,并配有专门的品牌运营和维护团队。通过广告、新闻媒体及互联网等多种途径,进行品牌宣传和推广,扩大品牌影响力。为此,笔者认为,培育属于我国的民族品牌至关重要。

综上,提出以下几方面建议:一是扶持一批龙头民族第三方检测企业,以龙头企业为抓手,对标国际知名第三方检测机构,在市场营销、品牌战略、信息化

管理、流程管控、质量管理体系建设方面与国际接轨,通过5~10年的努力,缩小与国际同行业间的差距,增强国际知名度。二是通过兼并整合,形成合力,构建集团化经营,按产品线管理,增强整体市场竞争力。我国第三方检测机构现状是多而不精,事业单位、国营、民营企业良莠不齐,小、散、弱居多。通过同行业、跨领域间的机构整合与兼并,形成集团化管理和经营,配合现代企业管理制度,聘请职业经理人管理,激发市场活力。三是为国内检测机构提供融资平台。通过培育一批上市企业来树立品牌,降低融资与交易成本,迅速做大做强,使其走向国门,增强国际市场开拓能力。如今,在市场经济的大潮中,国内也涌现出了一批具有代表性的民族品牌,像华测检测、中国检验认证集团、谱尼检测等一批上市公司和知名企业,它们正在检测市场上书写着中国故事,期待未来有更多的民族品牌,走向国门,享誉世界。

### 参考文献

- [1] 陈斌,毛树禄,黄秋兰.鞋类产品中有毒有害物质的国外技术法规[J].皮革科学与工程,2009,19:54-58.
- [2] 戴金兰,尹洪雷,陈学灿.出口鞋类产品技术法规及应对措施[J].中国皮革,2014,43(4):97-99.
- [3] 张圣斌.SGS、必维、欧陆等四大国际检测巨头2020年上半年财报营收PK! [DB/OL]. <https://www.woyaoce.cn/news/476356.html>, 2020-08-20/2020-09-21.
- [25] Olaso J, González J C, Alemany S, et al. Study of the influence of fitting and walking condition in foot dorsal pressure [C]. Proceedings of the 8th Footwear Biomechanics Symposium - Taipei (2007) Editors: E C Frederick & Sai Wei Yang ISBN: 978-0-9660722-3-5, F, 2007.
- [26] Hennig E M, Valiant G A, Liu Q H, et al. Biomechanical variables and the perception of cushioning for running in various types of footwear [J]. Journal of Applied Biomechanics, 1996, 12(2):143-150.
- [27] Mündermann A, Nigg B M, Stefanyshyn D J, et al. Development of a reliable method to assess footwear comfort during running [J]. Gait & Posture, 2002, 16(1):38-45.
- [28] Melvin J M A, Price C, Preece S, et al. An investigation into the effects of, and interaction between, heel height and shoe upper stiffness on plantar pressure and comfort [J]. Footwear Science, 2019, 11(1):25-34.
- [29] Che H, Nigg B M, Koning J D C, et al. Relationship between plantar pressure distribution under the foot and insole comfort [J]. Clinical Biomechanics, 1994, 9(6):335-341.
- [30] Milani T L, Schnabel G, Hennig E M. Rearfoot motion and pressure distribution patterns during running in shoes with varus and valgus wedges [J]. Journal of Applied Biomechanics, 1995, 11(2):177-187.
- [31] De Looze M P, Kuijt-Evers L F M, Van Dieën J. Sitting comfort and discomfort and the relationships with objective measures [J]. Ergonomics, 2003, 46(10):985-997.
- [32] Puigcerver S A, Olaso J, González J C, et al. Analysis of foot dorsum pressure patterns in soccer full instep kick [J]. Footwear Science, 2011, 3(sup1):S128-S130.
- [33] Grouios G. Corns and calluses in athletes' feet: a cause for concern [J]. The Foot, 2004, 14(4):175-184.
- [34] Sterzing T, Hennig E M. The influence of soccer shoes on kicking velocity in full-instep kicks [J]. Exercise & Sport Sciences Reviews, 2008, 36(2):91-97.

(上接第55页)