

# 中国鞋类产品出口欧美

## 遭遇贸易壁垒的成因及应对策略

■ 王 曼 河北大学

**摘要:**近年中国鞋类产品出口欧美遭遇召回通报次数较多,其中涉及窒息和伤害的通报成为重灾区。面对欧美贸易壁垒,鞋类产品出口企业应及时把控精确的国际生态、环保、安全认证标准,实时掌握国际前沿动态信息,增强国际核心竞争力;“内外兼修”拓宽准入渠道,借力国家级鞋类质检中心谋求创新“蝶变”,以差异化定位欧美市场,提升产业内部国际化标准;注重国际品牌宣传推广力度,焕发“中华优秀传统文化”IP活力同时,持续增强中国鞋品对外贸易能力。

**关键词:**欧美贸易壁垒;鞋类产品;环保标准;安全认证

伴随区域性或双边自由贸易协定的不断增多,鞋类产品贸易发展迅猛。基于贸易协定在关税方面的范围限制,欧美发达国家对鞋类产品贸易的保护手段逐渐转移到环境保护、技术认证等领域。若出口的鞋产品不符合欧美等国设定的环保、技术等标准,很可能被扣留或召回,对中国鞋企产生较大损失。例如,意大利“毒鞋风波”、西班牙焚鞋事件以及俄罗斯扣押温州鞋事件,均因技术、环保等标准提升,使我方制鞋企业出口蒙受损失。据中商情报网数据显示,2014-2019年国内出口欧美的鞋产品无论数量还是金额均在持续下滑,下滑幅度分别为7.6%和15.2%。面对欧美贸易壁垒,探讨和分析其成因有利于中国鞋企更好地采取应对之策。

### 一、中国鞋类产品出口欧美遭遇贸易壁垒的特点

#### (一)通报批次较多

近几年,为限制中国鞋类产品出口份额,欧美地区持续加强鞋类产品贸易规范,导致国内鞋类产品出口频频遭受通报。2013年、2014年欧洲对中国鞋品通报召回次数均为101次。此后,虽然欧洲国家发布通报与召回的批次持续下降,但有关数据显示中国仍是通报次数最多的国家。美国虽然通报批次较少,但中国出口的鞋品却一直是重点监测对象。2017年、2019年美国分别发布8次和5次

鞋类召回通报,其中6次和2次就是中国的鞋类产品,2018年美国没有发布数据,故并未进行相关统计,详细数据如表1所示。

#### (二)涉及窒息和伤害因素居多

GRS项目研讨中心数据显示,窒息与伤害类风险是欧美国家对中国鞋产品开展召回通报的主要原因(如表2所示)。2018年欧洲国家对中国鞋品26例召回通报中,窒息与伤害类风险类型通报各11例。涉及窒息风险的鞋产品

表1 2011-2019中国鞋类产品出口欧美遭遇通报次数

年份	总通报次数	通报国家(欧洲)	通报国家(美国)
2011	42	36	6
2012	38	38	0
2013	109	101	8
2014	106	101	5
2015	67	64	3
2016	60	56	4
2017	56	50	6
2018	26	26	0
2019	12	10	2

数据来源:中国皮革协会数据统计

[作者简介]王曼(1980—),女,河北大学世界经济博士在读;研究方向:对外经济、世界经济。

均为童鞋,具体风险描述为容易出现零部件装饰品脱落,儿童易误食导致窒息。据伤害类风险召回通报描述,中国鞋产品材质存在设计缺陷、抗压性不足、产品功能不符等问题,容易使穿着对象遭到伤害。据悉,11例通报案例中有7例涉及消费者受伤情况,最严重1例更涉及27人损伤。2019年欧美国家对我国鞋品的12次召回通报中,也有9次涉及窒息和伤害风险。可以看出,窒息和伤害因素导致被召回通报比例超过80%,是中国鞋类产品遭受贸易壁垒的关键。

表2 中国被通报鞋类产品原因

通报原因	2018年通报数量	涉及产品	2019年通报数量	涉及产品
窒息:装饰类部件脱落	11	童鞋	4	童鞋
伤害:化学成分超标、抗冲击和抗撕裂性不足、勾心(硬度、长度、刚度)不符、内衬牢度不符	11	男士鞋品(单鞋、皮鞋)、女士鞋品(皮鞋、雪地靴)、安全鞋	5	浅口皮鞋、儿童休闲鞋、女士雪地靴

数据来源:中国皮革协会数据统计

## 二、中国鞋类产品出口欧美遭遇贸易壁垒的成因分析

### (一) 欧美设置高难度贸易壁垒门槛

1. 环保标签门槛严格。ISO14000国际环境管理标准是国际标准化组织环境管理委员会制定的一套对于预防污染、环境管理一体化与持续发展改进的管理标准。理论上,ISO14000是企业自愿遵循的标准。而实际国际贸易中,发达国家一直强制要求执行。中国鞋类企业就在此强制标准体系行列中,甚至欧美国家只针对中

国出口鞋品在成分方面进一步细分。具体而言:(1)成分含量限制方面。欧美国家基于ISO14000明确要求中国出口的鞋类面料中所含化学成分偶氮染料、五氯苯酚、有机氯残留量、重金属含量等不得超过30ppm。德国沿用此标准基础上进一步严卡化学成分含量,规定不得进口中国含五氯苯酚、六价铬的皮革类鞋品。(2)成分含量禁用方面。欧美国家针对中国鞋类产品就铅、砷、镉浓度含量不超过10ppm的规定,改为禁止含有铅、砷、镉等元素。

2. 生态认证打击面广。生态认证注重从产品使用到废弃的整体生命周期性能。对鞋类产品而言,原材料生产、成品加工以及使用后的废弃处理都需重点考察。欧美国家针对鞋类产品的生态认证主要包括染色芳香胺、耐水浸色牢度、多氯苯酚、耐磨色牢度、耐汗色牢度。所以,中国鞋品想要获得欧美方面生态标签,需要对原料(毛皮、人造纤维、皮革、棉等)来源、挥发性有机污染物质、生产过程污水排放、限制物质清单、劳工权利条件、产品外包等方面逐一进行生态认证。不仅如此,国内鞋企还需提供测试报告、技术文件、

产品申明。另外,“蓝染料”是国内鞋品生产的重要着色剂,但其他国家并不使用。欧美测评机构针对“蓝染料”进行生态评估后表示,该染料不易分解对环境污染严重,且含有多种芳香胺,故而不准含有该染料的鞋品流入。事实上,欧美权威生态认证标准2016/1349/EU中禁用的22种芳香胺,“蓝染料”并没有涉及任何一种。而著名的西班牙焚鞋事件就是该国单方面以“蓝染料”含有多种芳香胺为由引发的。此事件后续更直接导致114个鞋柜被扣押,相关企业损失达上千万美元。由此可以看到,欧美生态认证单方面严格是国内鞋类产品遭遇贸易壁垒重要原因之一。

3. 安全认证标准高。欧美国家相关规定表明,进口产品只要涉及人身安全均需取得安全认证。由于中国鞋类产品被召回通报次数较多,欧美对中国出口鞋品的鞋扣、鞋面、鞋跟、鞋底以及里衬均设置严格的安全认证规制。欧盟PPE(个人保护装置)明确规定,鞋类产品进入欧洲市场需取得CE认证并通过安全项目测试。然而,中国鞋类产品进入时却会被区别对待,除上述安全认证外,还需要GMP认证。若国内鞋产品想要进入德国市场更需获得GS安全认证。同理,美国关于鞋类产品也有安全规定,皮鞋包头承受35公斤压力测试即可取得安全认证,但这一规定对中国却被提升到了40公斤。

4. 社会责任审核严苛。一直以来,中国鞋产品出口欧美受到极为严苛的社会责任审核限制。社会责任审核是为保障劳动者生存权利

与劳动环境而设置的贸易限制措施。劳工标准是企业社会责任的来由，是国际公约中关于社会保障、劳动者待遇、劳工权利、劳动标准等规定总称。到2020年初，欧美方面对中国鞋类企业强制推广的社会责任标准包括BSCI、SA8000、ISO26000、Sedex。这意味国内鞋品出口欧美国家必须全部通过BSCI、SA8000、ISO26000、Sedex标准审核，否则会被联合抵制。据不完全统计，中国有超过5000家鞋类出口企业受到过欧美进口企业的社会责任审核，其中约10%订单因社会责任表现差被取消。

## （二）鞋标委质量标准落实度低

目前，中国鞋产品遭遇欧美贸易壁垒重要原因在于相关企业未能很好落实鞋标委质量标准。甚至，整个制鞋产业链对鞋标委质量标准均知之甚少。鞋标委自成立以来，在鞋楦、物理机械性能、化学元素含量、微生物含量、五金器件等方面详细制定138项标准。但国内制鞋企业却与鞋标委标准存在严重脱节情况。例如，规定详细注明，销往欧美的鞋履不能含有苯并芘。事实上，2019年美国2次对中国鞋品的召回通报中均是由于苯并芘含量问题；欧盟方面对中国鞋品10次的召回通告中也有4次涉及。进一步而言，因苯并芘问题出现的产品召回所造成经济损失也不容忽视。2019年消费者委员会测试的28款出口儿童胶鞋中，3款含有苯并芘。为此，所有涉及的出口企业被要求紧急撤回并销毁上述3款鞋品。据统计，此次召回相关企业损失高达上千万美元。另外，中国出口鞋品采用《鞋

类检验规程》新版标准，相较旧版标准的抽样统一检验，将物理机械性与有毒化学物质抽样予以分离，但至今还未能切实落实到鞋品生产企业中。

## （三）中国鞋产品品牌创新能力不足

中国凭借劳动优势、低成本优势，迅速发展为世界最大鞋品生产和出口大国。但国内鞋类生产一直都以批量模仿为主，新款式、新产品方面的投入较低。据国泰君安团队调研称，中国鞋企出口出现颓势关键在于整体产业品牌创新能力不足，不仅品牌建设力度微弱，而且更新速度也难以企及国外品牌。以知名鞋企百丽为例，早前该企业为适应国际商场中心化经营转型打造“集团品牌集合店”。事实上，这样的集合仅在店铺形式方面进行了改变，产品设计、款式更新上并无很大改变。另外，多数鞋企一味模仿大牌鞋品的现象也屡见不鲜。自上世纪80年代，福建莆田成为知名大牌阿迪达斯、耐克、PUMA的代工厂，以此积累大量顶级的制鞋经验与工艺。借此经验，众多鞋企开始模仿大牌鞋品，并不着力研制新品。如2019年阿迪达斯推出的联名款Stan Smith白鞋售出3000多万双。百丽趁此机会也推出了相似的仿款，且由于售价相对较低，半年时间卖出上百万双。诸如此类情况并不少见，众多鞋企本着投入低、收益高的理念纷纷走上大牌仿制道路。新品研发方面人力、物力、财力方面投入不足，再加上模仿大牌鞋品无需过多成本投入，均成为品牌创新发展的阻滞因素。

## 三、应对策略

### （一）严卡各项鞋类生产性标签框架指令

1. 加强绿色原料循环使用率，提升鞋品环保通检力。目前，中国鞋企多生产石油基材质合成的橡胶制品鞋，不可循环利用。且石油原料还存在大量化学成分超标问题，给欧美检测机构提供召回通报口实。为此，相关鞋企可在原材料方面加强可循环材质的使用率。一方面，鞋品中底制造可采用“坑状泡棉”材料，借助生物油PU如节能性非食用植物源性蓖麻油取代石油基PU，增强中国鞋品在欧美环保标准方面的通检能力。另一方面，广泛挖掘工厂原料边角料或生活型废弃物可利用潜力，并将之应用于新品研发方面。当然，在废弃物回收利用中需要注意铅、砷、镉超标以及染料不合格等问题，从源头严卡化学成分。

2. 积极进行生态标准认证，增强鞋品生命周期性能。欧美国家实施贸易壁垒一方面关注产品本身，另一方面关注产品对环境的污染程度。为更好应对欧美贸易壁垒，国内鞋企应积极申请生态环保认证。首先，提供必要信息测试结果，证明产品符合生态和质量标准，取得认证机构提供的技术和金融状况分析。其次，加强生产设备标准率，通过国家认证机构对于企业方面的生态和性能标准检测。针对政府及相关机构以“生态”为主要标准发行的“真皮标志生态皮革”，一定要从生产源头对皮类材质中含有的铬、五氯苯酚、各式染料等进行严格限定。最后，国内

鞋企可在通过国家相关标准认证后，积极申请欧美生态标签使用权限，如 OHSAS18001 证书或者 ISO14001 证书认证。需要注意的是，上述证书使用下所申请产品一定不能含有破坏环境以及对人体产生危害的化学成分或物质。

3. 获取国际安全 CE 证书认证，注重鞋品质量需求。中国鞋类产品出口应达到欧美国家要求的鞋类零部件及鞋头承重要求，因国际 CE 证书标准通过了国际安全标准审核最严格的欧盟审查要求。所以，应对欧美质量安全方面的贸易壁垒，国内鞋企可积极获取国际安全 CE 证书认证。具体而言，一是国内鞋企应自主签发欧盟格式的《符合性声明书》；二是相关鞋企邀请第三方机构颁发技术资料 TCF 的符合性声明；三是积极申请欧盟公告机构签发 CE 声明。以此步骤获取国际安全 CE 证书认证，从生产源头把控鞋品质量。

## （二）“内外兼修”拓宽准入渠道

1. 借力国家级鞋类质检中心谋求创新“蝶变”。国内鞋品质量以及创新设计方面不足是其遭遇欧美贸易壁垒的重要因素。因此，相关鞋企转变粗放型发展为精细化生产是应对欧美贸易壁垒的“蝶变”之策。具体而言，借力国家级鞋类质检中心的把控能力，各制鞋企业可积极寻求“专精特新”之路。相关单位引导鞋企入驻大型国际电商平台，拓宽外贸市场。对于诸如福建莆田、广东惠东集聚型制鞋小镇，可打造电商外贸生态圈，形成一套网络管理、政府引导、企业运作的出口模式。另外，中小型鞋企也可借力国家级鞋类质检

中心形成企业集聚，并通过筹建区域性综合创新服务中心为各企业提供高质量创意设计、技术培训、知识产权保护、质量检测等服务，以此方法实现头部企业高精尖技术向中小企业的转让和优化，全产业共同谋求创新设计的“蝶变”。

2. 差异化定位欧美市场。实施差异化运营策略关键在于赋能知名鞋品结合不同国家地区的消费需求，实行差异化补品。一是鞋品突破。立足突破品类和堡垒品类鞋产品，在生产源头提升产品丰富性与品质感。寻求轻奢大牌代工，增加快时尚鞋履新品，推动国内鞋品摆脱盲目价格战的竞争发展方式。二是卖家优化。通过树立行业标杆方式，建立长尾卖家、实力工厂卖家、品牌卖家组建的鞋品卖家梯队，吸引更多具有供应链优势的海外买家和卖家。三是差异化国家运营。根据不同国家市场需求售卖不同鞋品，如针对俄罗斯寒冷季较长特性可主推过膝靴、雪地靴等保暖鞋品；针对欧美市场则可紧扣时尚潮流、社交网络的趋势，反向定制早于市场上新节奏的潜力爆款。四是升级客户体验。持续推动海外仓和无忧退货的服务，确保每位海外买家都可享受到当地退回的及时退换体验，提升海外消费满意率。

## （三）注重国际品牌宣传推广力度

具体而言：一是挖掘中国特色民族文化，积极融入鞋品设计或品牌名称中。通过焕发“中华传统文化”IP 活力，借力于国内鞋类产品完成“中国制造”的国际名品打造。二是学习欧美品牌营销方式，

建立专业化外销团队。例如，中国鞋类品牌可学习美国、德国鞋品营销模式。一方面，实力较为强劲的鞋企可邀请当红球星或明星代言品牌，提升国际知名度。与此同时，企业还可通过广播电视、时尚杂志、商业活动进行宣传，扩大自身品牌知名度。另一方面，积极参加国际性时尚走秀或展览会提高国际知名度，如参加芝加哥鞋展和美国曼哈顿时尚鞋品展览。另外，提升品牌国际知名度还可通过人才引进方式。通常邀请国际知名设计师能够极大提升品牌知名度和品牌价值。所以，国内有实力鞋企可加大设计方面的资金投入，吸引国际高端设计人才加入，接轨国际潮流设计理念的同时，提升品牌知名度。▲

### 参考文献：

- [1] 林亮, 黄文荣, 林明辉. 浅谈出口鞋类产品富马酸二甲酯超标问题[J]. 对外经贸实务, 2010(12): 56-57.
- [2] 曹慧. 2014 中国鞋类海关进出口数据一览——我国四大分类鞋进出口量值及国别总体情况分析[J]. 中国皮革, 2015(8): 31-39.
- [3] 沈晓岚. 中国鞋类产品出口贸易面临的反倾销及应对措施思考[J]. 现代营销: 学苑版, 2018(3): 16-17.
- [4] 张海泉, 冀咏梅. 鞋类商品调出法检目录出口鞋类企业更需自律[J]. 中国皮革, 2014(4): 23-24.
- [5] 于智勇, 刘琳. HACCP 原理在出口制鞋行业中的运用[J]. 对外经贸实务, 2012(9): 59-61.
- [6] 涂晓玲, 徐正华. 我国鞋类出口企业应对欧盟征收反倾销税对策[J]. 企业经济, 2011(7): 104-106.