全球鞋類生產集中 應重塑供應價值鏈！

圖▪文／編輯室整理報導

全球製鞋業在經歷後疫情時代的劇烈波動與庫存調整後，正式進入高位平穩與存量博弈的新階段。從全球宏觀供應鏈視角觀察，「製造高度集中化」已成為當前鞋業最顯著的結構性特徵，同時也是全球品牌商與代工巨頭在進行全球產能布局與地緣政治風險管理時的核心戰略變數。根據最新產業數據，2025 年全球鞋類總產量達 246 億雙，相較於修正後的 2024 年 245 億雙僅微幅增長 0.41%。

此外，更值得注意的是 2024 年的全球產量數據經最新數據向上修正後，顯示該年度相較於 2023 年強勁增長了近 10%。這表明全球製鞋供應鏈在 2024 年經歷了強勁的補庫存拉貨潮，基期顯著拉高，進而使 2025 年的產量呈現在高水位上下起伏的態勢。在洲際生產分布上，亞洲以 88.7% 的全球產量市佔率繼續鞏固其絕對霸權，可見全球製造重心的地理傾斜現象極為劇烈。

前十大生產國的霸權與梯隊轉移

製造集中度是評估全球鞋業供應鏈韌性、物流穩定性及地緣政治抗風險能力的關鍵指標。2025 年的最新數據進一步證實，全球鞋類製造權力高度收攏於少數亞洲國家手中，並呈現出清晰的梯隊分工與消長動態。

RANK	COUNTRY	PAIRS (MILLIONS)	WORLD SHARE
1	CHINA	13660	55.6%
2	INDIA	3000	12.2%
3	VIETNAM	1658	6.7%
4	BRAZIL	848	3.4%
5	INDONESIA	782	3.2%
6	PAKISTAN	627	2.6%
7	BANGLADESH	554	2.3%
8	TÜRKIYE	391	1.6%
9	CAMBODIA	264	1.1%
10	MEXICO	215	0.9%
	TOP 10 TOTAL	21998	89.5%

▲ 2025 年全球前十大鞋類生產國市占率

亞洲規模 vs. 歐洲溢價的結構性鴻溝

透過數據可評估全球鞋業的產業競爭力，不能僅停留於「數量」的比拼，更是「價值」與「平均單價」的策略佈局競爭，該行動可直接揭示全球鞋業製造的雙軌化發展模式。2025 年全球鞋類出口市場展現出「量平價揚」的特徵。全球出口總量微幅下降 0.1%，但出口總值卻增長 1.6% 至近 1,720 億美元，高於 2016 年的 1,266 億美元，十年成長達 35.7%，帶動全球平均出口單價由 2016 年的 8.87 美元提升至 2025 年的 11.65 美元。然而，在這層成長背後，亞洲與歐洲之間卻存在著極端的量價分離鴻溝。

亞洲代工規模模式：貢獻全球 84.3% 的出口數量，卻僅取得 58.1% 的出口價值，平均出口單價僅為 8.02 美元。

歐洲高附加價值模式：出口數量僅佔全球 13.1%，卻豪攬全球 39.1% 的出口價值，平均出口單價高達 34.76 美元。

此外，透過平均出口價格一表則可進一步凸顯歐洲與亞洲高達 26.74 美元的出口單價差距，佐證了歐亞兩洲在品牌溢價與產品定位上的結構性鴻溝。這項數據深刻揭示了「亞洲代工模式」的瓶頸。亞洲雖然掌控了全球近九成的製造規模，但在價值鏈上長期承擔低單價、高勞力密集與薄利的生產風險；歐洲則透過強大的品牌溢價、高端皮革工藝與密集的區域內貿易網絡，掌握了產業的利潤核心。面對全球製造高度集中於亞洲、但價值分配嚴重傾斜歐洲的雙重挑戰，台灣鞋業供應鏈必須重新定位其戰略角色。

TFN 觀點

對台灣鞋業產業鏈而言，目前全球鞋業「製造極致集中」且呈現「價值高度傾斜」的情形，因此 TFN 提供台灣鞋業三項核心戰略啟示：

1. 精準應對集中度風險與梯隊布局:

全球 Top10 生產國佔據 89.5% 的產量，顯示製造端極度集中。隨著印度、孟加拉與柬埔寨等南亞與東南亞國家的快速崛起，台商應加速深化「非單一國家」的跨國產能配置，發揮調度彈性，以降低單一區域的地緣政治與貿易壁壘風險。

2. 打破「代工量化陷阱」，升級高單價產品線：

全球平均出口單價已升至 11.65 美元，而歐洲高達 34.76 美元的單價壁壘證明了高端市場的獲利空間。純粹追求規模與低成本的傳統代工模式難以為繼，台商應發揮精實管理與材料研發優勢，跨足高機能運動鞋、高端戶外鞋及複合材料靴鞋，提升產品附加價值。

3. 對接歐美永續法規，翻轉供應鏈角色：

呼應葡萄牙鞋業所宣揚的「用心創作與永續」理念，以及歐盟即將實施的嚴格 ESG 法規（如碳足跡追蹤、可回收材料規範），台灣製鞋巨頭與材料商應加速導入數位化製造、水性膠粘劑、生物基 TPU 及循環材料技術。

在極致集中的全球格局中，台灣鞋業必須從傳統的「規模製造者」，轉型升級為全球品牌不可或缺的「高價值與綠色永續供應鏈整合者」，方能在下一個十年的全球競爭中穩操勝券。

資料&圖片來源：2026 WORLD FOOTWEAR YEARBOOK