

МРНТИ 64.41.14

Ф.А. Бобоев¹ – основной автор, | ©
Ш. Мирзаев², Д.Д. Зуфарова³



¹PhD-исследователь, ²Магистр, ³Инженер



^{1,2,3}Ассоциация UZCHARMSANOAT



г. Ташкент, Узбекистан



¹malokhat_69_86@mail.ru

<https://doi.org/10.55956/GNMG7673>

ОБУВНАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ КИТАЯ И ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ ЕЁ РАЗВИТИЯ

Аннотация. В статье приводятся сведения об обувной промышленности Китая. В ней содержатся сведения устойчивого развития производства обуви в Китае, а также установлены наиболее важные факторы развития китайской обувной промышленности. Также представлен прогноз направлений развития обувной отрасли Китая на ближайшие 5 лет.

Ключевые слова: обувная промышленность, факторы развития, производители обуви, обувные бренды, производственная мощность, устойчивое развитие.



Бобоев, Ф.А. Обувная промышленность Китая и основные факторы её развития [Текст] / Ф.А. Бобоев, Ш. Мирзаев, Д.Д. Зуфарова // Механика и технологии / Научный журнал. – 2024. – №2(84). – С.338-344. <https://doi.org/10.55956/GNMG7673>

Введение. Обувная промышленность мира является ведущей отраслью промышленного комплекса. На ее долю приходится до 3% мирового валового продукта, более 5% занятых в промышленных производствах. Отрасль характеризуется постоянным экономическим ростом, обусловленным увеличением населения, повышением его благосостояния и покупательной способности [1]. Обувная индустрия – это постоянно развивающаяся отрасль, которая сочетает в себе моду и повседневные функции и продолжает привлекать потребителей по всему миру. С каждым сезоном появляются новые тенденции, которые в последствии выражают наш личный стиль.

Сегодня производство обуви и продажа растут в огромных масштабах, и одна из причин этого заключается в том, что обувные бренды тратят много денег на рекламу. Кроме того, спрос на спортивную обувь стремительно растет во всем мире. Мировой обувной рынок достиг 409,5 миллиардов в 2022 году. По оценкам в долларах США, к 2032 году эта цифра достигнет 725,1 миллиарда (рис. 1) [2].

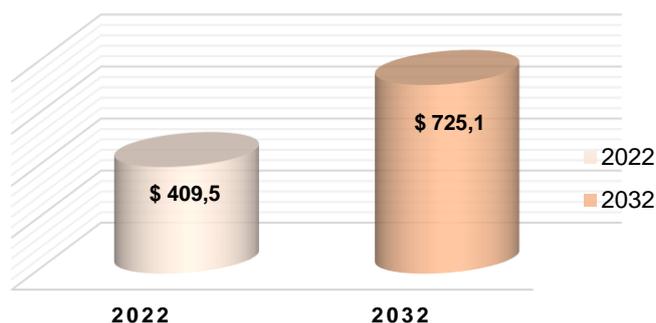


Рис. 1. Прогноз динамики роста стоимости мирового обувного рынка 2022 и 2032 годах.

Обсуждение научных результатов. Китай в настоящее время является самой мощной промышленно развитой страной в мире с развитой обувной промышленностью. Постоянно растущий спрос на качество продукции со стороны потребителей на этом рынке стимулирует производство более совершенной современной обуви. Рост современного китайского производства и рост электронной коммерции являются одними из основных факторов, способствующих этим изменениям. Обувная промышленность Китая, одного из крупнейших и наиболее перспективных обувных рынков мира, играет важную роль в мировой торговле.

После столетий «доминирования» обувной промышленности в Европе и Америке китайская обувная промышленность наконец завоевала свою основную долю, особенно в последние годы. Этот «скачок» объясняется ростом благосостояния среднего класса, изменением тенденций среди потребителей и необходимостью улучшения условий труда. Истоки производства обуви в Китае восходят к древним временам, когда для изготовления обуви использовались традиционные ремесла и ремесленные навыки. Однако промышленная модернизация, которая началась на рубеже веков, когда Китай начал экономические реформы и открыл свои двери для иностранных инвестиций и торговли. В этот период Китай превратился в крупный центр производства, захвативший значительную часть мирового рынка, опираясь на свою большую рабочую силу и низкие производственные затраты.

На сегодняшний день лидерами в обувной промышленности являются Китай, страны Юго-Восточной и Средней Азии, а также бурно развивающиеся в последнее время страны Южной Америки. В этих странах обувная промышленность является приоритетной для развития национальной экономики [1]. Сегодня Китай производит более половины всей мировой обуви (54,6% мирового производства) [3]. Но к выгоде других азиатских стран, объем производства в Китае неуклонно падает: спад составил более 6% за последние 10 лет. В таблице 1 представлены страны, занимающие лидирующие позиции в мировом производстве обуви

Сегодня Китай занимает очень большую долю в сфере спортивной обуви, которая становится все более популярной на мировых рынках. По данным Statista, рынок спортивной обуви в Китае к 2023 году достиг 15,84 миллиарда долларов США и достиг 10,85 долларов США на душу населения. Большая численность населения Китая способствует прибыльности рынка

спортивной обуви, который на протяжении многих лет продолжает последовательно расти.

Таблица 1

ТОП-10 стран-производителей обуви, 2022 г

№	Страна	Пара (миллионов)	Его доля в мировом производстве, %
1	Китай	13 047	54,6
2	Индия	2 600	10,9
3	Вьетнам	1 500	6,3
4	Индонезия	1 026	4,3
5	Бразилия	849	3,5
6	Турция	582	2,4
7	Пакистан	519	2,2
8	Бангладеш	467	2,0
9	Мексика	205	0,9
10	Камбоджа	202	0,8

Несмотря на отрицательный рост в 2021 году из-за пандемии Covid-19, войны между Россией и Украиной, рынок спортивной обуви демонстрирует общую тенденцию роста. Ожидается, что совокупный годовой темп роста (CAGR) на период 2023-2028 годов составит 7,07% в год (что означает стабильный рост). По прогнозам, к 2028 году в сегменте кроссовок будет продано более 300 миллионов пар [4], что сделает его крупным и прибыльным рынком как с точки зрения общего количества проданной обуви, так и с точки зрения количества проданной обуви на душу населения.

По данным Statista, в августе 2023 года китайский сегмент рынка кроссовок принес доход в размере 15,84 миллиарда долларов. Продолжающееся покровительство китайских потребителей иностранным и отечественным брендам позволило отрасли вырасти с ожидаемым среднегодовым темпом роста (CAGR) на уровне 7,07% в течение 2023-2028 годов [5].

В целом бурное развитие рынка спортивной обуви обусловлено, прежде всего, ростом среднего класса и ростом интереса отечественных потребителей к люксовым брендам. Эта тенденция позволила местным брендам, таким как Li's, воспользоваться симпатией китайцев к спортивной обуви [6].

В качестве примера можно привести следующие несколько важных факторов развития китайской обувной промышленности:

1. Экономические реформы и глобализация. Либерализация китайской экономики и ее интеграция в мировой рынок сыграли важную роль в развитии обувной промышленности. Прямые иностранные инвестиции, передача технологий и доступ к международным рынкам позволили китайским производителям обуви расширить свою деятельность и укрепить свои производственные возможности.

2. Производственная мощность. Высококвалифицированная рабочая сила Китая, крупные производственные мощности и эффективные цепочки поставок сделали страну промышленным центром. Возможность массового производства обуви по конкурентоспособным ценам стала важным фактором развития и успеха отрасли.

3. Технический прогресс. Достижения в области производственных технологий, таких как автоматизация, робототехника и цифровые производственные процессы, привели к беспрецедентной «революции» в обувной промышленности Китая. Эти инновации повысили эффективность, качество и возможности индивидуальной настройки, помогая повысить конкурентоспособность отрасли и удовлетворить растущие потребности потребителей.

4. Переход к дизайну и инновациям. В последние годы в китайской обувной промышленности произошел значительный сдвиг в сторону инноваций в дизайне, дифференциации продукции и брендинге. Китайские компании все больше внимания уделяют производству высококачественной обуви с добавленной стоимостью, уникальным дизайном и расширенной функциональностью для удовлетворения потребностей внутреннего и мирового рынков.

5. Внутренний потребительский рынок. Рост среднего класса Китая и повышение покупательной способности потребителей оказали значительное влияние на развитие обувной промышленности. Внутренний спрос на широкий ассортимент обувной продукции, включая спортивную, повседневную и модную обувь, побудил представителей отрасли к инновациям и диверсификации своего ассортимента.

Китай крупнейшая страна-производитель обуви в мире, а также крупнейший потребитель и экспортер обуви. В частности, только в 2022 году в Китае были приобретены 3,930 млн. пары обуви, опередив занявшие 2-е место США (2 683 млн пар) и 3-е место Индию (2 526 млн пар), и на их долю пришлось 17,9 процента мирового потребления обуви [7]. Экспорт в 2022 году составил 20 миллион долларов США, мировая доля 61,3%. На рисунке 2 показано соотношение экспорта и импорта обуви в ведущих странах производителей обуви.

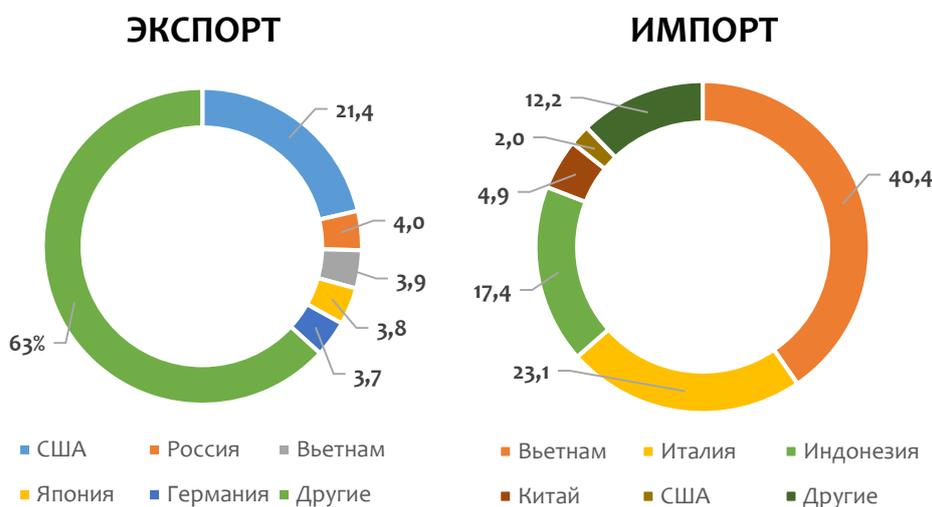


Рис. 2. Соотношение экспорта и импорта обуви в ведущих странах производителей обуви

Известно, что мировые обувные бренды в последние 30 лет выбрали Китай для производства своей продукции. Примеры: Nike, Adidas, Puma, Vans,

Under Armour, New Balance, Converse, UGG и др. Также можно упомянуть Ли Нин, Анта, ХТЕР, РЕАК, 361 градус и т.д. Одной из основных причин, по которой мировые бренды выбирают Китай в том, что Китай умело управляет цепочкой поставок.

Успешная стратегия цепочки поставок должна обеспечивать конкурентное преимущество компании путем достижения следующих целей:

- снижение затрат;
- повышение эффективности;
- улучшение сервиса выдачи разрешений.

Цепочка поставок Китая, включающая эффективные, гибкие, недорогие производственные и логистические услуги, обеспечивает качественную и своевременную доставку обувной продукции. Цифровая трансформация цепочки поставок Китая, интеллектуальная модернизация и защита окружающей среды. Обладая огромным потенциалом и преимуществами в области соблюдения требований, он может предложить еще больше преимуществ и возможностей своим партнерам по всему миру.

Китай имеет самую большую и полную систему цепочки поставок в мире, охватывающую множество предприятий во всех аспектах: сырье, комплектующие, сборка, упаковка, хранение, транспортировка, распределение и т.д., образуя огромный промышленный кластер и «эко сферу». В то же время китайские компании предоставляют клиентам комплексные услуги, отвечают различным потребностям и стандартам, реализуют крупномасштабное производство и операции, сокращают затраты и риски, повышают эффективность и имеют потенциал для улучшения качества.

Китайские компании, занимающиеся цепочками поставок, внедряют новые технологии и модели, такие как цифровизация, искусственный интеллект и экология, а также продолжают увеличивать инвестиции для реализации трансформации цепочки поставок за счет повышения гибкости и синергии (эффективности). Примером тому являются услуги, предоставляемые такими платформами, как Huawei и Alibaba, имеющими крупнейшую в мире базу данных.

Кроме того, компании не только добились цифровой и умной трансформации, но и установили партнерские отношения с государственными учреждениями, отраслевыми ассоциациями, исследовательскими институтами и т.д. для продвижения инноваций и защиты окружающей среды для обеспечения устойчивости. Многие производители обуви инвестируют в экологически чистые материалы и методы производства, они берут на себя инициативу по улучшению условий труда и повышению социальной ответственности.

Китай уже давно стал одной из крупнейших стран производителей в мире, но он до сих пор не достиг цели стать «мощной страной-производителем». Причина в том, что китайские производители по-прежнему занимаются OEM-производством – то есть выпуском продукции для других брендов. Однако некоторые компании имеют большие возможности для продвижения вверх по отраслевой цепочке. Например, Бренды Jinjiang Sports, представленные Dagree, Anta и Peak, выходят на мировые рынки и сотрудничают с крупнейшими компаниями мира. Belle International – ведущая китайская компания по производству женской обуви, занимающая третье место в мировой обувной индустрии после Nike и Adidas по доле рынка.

Вышеупомянутые бренды имеют потенциал стать известными международными брендами.

Стоит отметить, что в современных глобальных экономических и политических конфликтах китайская обувная промышленность сталкивается с различными трудностями. Ряд мировых брендов переносят свои производства из Китая в другие быстрорастущие индустриальные страны, в частности в Индию, Индонезию, Вьетнам и Бангладеш. Как пример, крупная тайваньская компания Pou Chen Group, производящая обувную продукцию под немецкими брендами Adidas и Puma, планирует инвестировать 278 миллионов долларов и создать более 20 000 рабочих мест для размещения производства в Индии [8]. Для информации, группа Pou Chen производит более 200 миллионов обуви в год под вышеуказанными брендами.

Заключение. В заключение можно сказать, что китайскую обувную промышленность ждут дальнейший рост и изменения. Ожидается, что отрасль продолжит двигаться в сторону инноваций, устойчивого развития и цифровизации по мере изменения потребительских предпочтений, экологических проблем и технологических достижений.

Также в ближайшие 5 лет китайское правительство намерено создать специальные промышленные зоны в самом Китае и предоставить в них множество возможностей для китайских производителей обуви, которые вынуждены покинуть страну в другие промышленно развитые страны и сотрудничать со всемирно известными брендами. В качестве одной из таких возможностей можно привести пример мега проекта – крупного промышленного комплекса – в Международном городе обуви и текстиля Цзиньцзян. Поскольку Китай продолжает играть важную роль на мировом рынке, развитие отрасли характеризуется постоянными инновациями, диверсификацией и адаптацией к меняющимся требованиям мирового рынка.

Список литературы

1. Тихонова, Н.В. Производство обуви из натуральной кожи с модифицированной структурой [Текст] / Н.В. Тихонова // Вестник Казанского технологического университета. – 2013. – С. 78-79.
2. Joana Vaz Teixeira World Footwear Yearbook President of APICCAPS // APICCAPS Studies Office, 2023. P. 9-11. [?].
3. Current situation of footwear industry 2021. Analysis, future development [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.linkedin.com/pulse/current-situation-footwear-industry-2021-analysis-future-development>.
4. Trade map [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.trademap.org/Country_SelProductCountry.
5. China's sneaker market thrives as middle class grows and consumer preferences evolve [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://daxueconsulting.com/chinas-sneaker-market/>.
6. Allied market research [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.alliedmarketresearch.com/footwear>.
7. Taiwan shoemakers' steps away from China offer path for Foxconn [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://asia.nikkei.com/Spotlight/Supply-Chain/Taiwan-shoemakers-steps-away-from-China-offer-path-for-Foxconn>.
8. Should you manufacture shoes in China? As insider's guide [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.morphomfg.com/manufacture-shoes-china>.

Материал поступил в редакцию 10.05.24

Ф.А. Бобоев¹, Ш. Мирзаев¹, Д.Д. Зуфарова¹

¹UZCHARMSANOAT Қауымдастығы, Ташкент қ., Өзбекстан

ҚЫТАЙДЫҢ АЯҚ КИИМ САЛАСЫ ЖӘНЕ ДАМУЫНЫҢ НЕГІЗГІ ФАКТОРЛАРЫ

Аңдатпа. Мақалада Қытайдың аяқ киім өнеркәсібі туралы мәліметтер келтірілген. Онда Қытайдағы аяқ киім өндірісінің тұрақты дамуы туралы ақпарат бар, сонымен қатар қытай аяқ киім өнеркәсібінің дамуының маңызды факторлары анықталған. Сондай-ақ, алдағы 5 жылға арналған Қытайдың аяқ киім саласын дамыту бағыттарының болжамы ұсынылған.

Тірек сөздер: аяқ киім өнеркәсібі, даму факторлары, аяқ киім өндірушілері, аяқ киім брендтері, өндіріс қуаты, тұрақты даму.

F.A. Boboyev¹, SH. Mirzayev¹, D.D. Zufarova¹

¹UZCHARMSANOAT Association, Tashkent, Uzbekistan

CHINA'S FOOTWEAR INDUSTRY AND MAIN FACTORS OF ITS DEVELOPMENT

Abstract. The article provides information about the shoe industry in China. It contains information on the sustainable development of shoe production in China, and also identifies the most important factors in the development of the Chinese shoe industry. The forecast of the directions of development of the shoe industry in China for the next 5 years is also presented.

Keywords: shoe industry, development factors, shoe manufacturers, shoe brands, production capacity, sustainable development.

References

1. Tihonova N.V. Proizvodstvo obuvi iz natural'noy kozhi s modifitsirovannoy strukturoi [Production of shoes made of genuine leather with a modified structure] // Vestnik Kazanskogo technologicheskogo universiteta [Bulletin of the Kazan Technological University], 2013. P. 78-79, [in Russian].
2. Joana Vaz Teixeira World Footwear Yearbook President of APICCAPS // APICCAPS Studies Office, 2023. P. 9-11. [?].
3. Current situation of footwear industry 2021. Analysis, future development [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.linkedin.com/pulse/current-situation-footwear-industry-2021-analysis-future-development>.
4. Trade map [Electronic resource]. – Access mode: www.trademap.org/Country_SelProductCountry.
5. China's sneaker market thrives as middle class grows and consumer preferences evolve [Electronic resource]. – Access mode: <https://daxueconsulting.com/chinas-sneaker-market/>.
6. Allied market research [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.alliedmarketresearch.com/footwear>.
7. Taiwan shoemakers' steps away from China offer path for Foxconn [Electronic resource]. – Access mode: <https://asia.nikkei.com/Spotlight/Supply-Chain/Taiwan-shoemakers-steps-away-from-China-offer-path-for-Foxconn>.
8. Should you manufacture shoes in China? As insider's guide [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.morphomfg.com/manufacture-shoes-china>.