

中国运动鞋服产业集群研究报告（2026）

——以晋江为样本

项目	内容
报告名称	《中国运动鞋服产业集群研究报告（2026）——以晋江为样本》
报告编号	TJRI-WP-2026-001
版本	v1.0（出版定稿）
出版时间	2026年9月
研究编制（出品）	天机研究院（Tianji Research Institute, TJRI）——华聚国际文化交流中心有限公司内设研究机构
出版	中国记录通讯社（China Record News Agency, 《中国记录》ISSN 2310-9181 出版体系；联合国教科文组织媒体与信息素养联盟 UNESCO MIL Alliance 成员机构；联合国《全球数字契约》Global Digital Compact 首批背书机构，2024-12-31 联合国官方名单在册）
联合国数字合作门户登记	联合国数字合作门户（UN Digital Cooperation Portal, 联合国数字与新兴技术办公室 ODET 建设, UNCTAD/UNIDO 支持）：①出版方中国记录通讯社（China Record News Agency）为该门户登记入驻机构，机构页编号1643（undigitalcooperation.org/organization/details?id=1643）；②天机排行榜（Tianji Ranking）以"天机全球数字可信性与文化遗产主权框架"（Tianji Global Digital Credibility & Cultural Heritage Sovereignty Framework）为登记名称在该门户完成项目公示。门户登记与《全球数字契约》背书机构名单为两项相互独立的联合国平台登记
首发平台	TJRI静态文库（ https://tjri.unic.org.cn/WP-2026-001 ）
产品层级	TJRI五层出版产品线·L3行业白皮书（首号）
获取方式	免费公开（Open Access）

使用声明：本报告永久免费公开，任何机构与个人可在注明出处的前提下自由引用、转载用于新闻报道、学术研究与公共讨论。**本报告禁止用于任何形式的付费排名定制、企业背书收费服务或变相营销用途。** 本

报告不构成投资建议。

摘要

本报告以福建省泉州晋江市运动鞋服产业集群为样本，研究全球最大运动鞋制造基地在品牌全球化、存量竞争与国际合规规则重构三重变量下的产业现状与演进方向。研究基于上市公司年报、政府公开发布、行业研究机构及主流财经媒体等公开信息，并纳入2025—2026年欧盟可持续产品法规的最新进展。核心判断是：晋江鞋业正处于"头部企业全球化扩张、中小企业加速分化出清"的深度调整期，增长动力由产能驱动转向"品牌+科技+全球化"协同驱动。

五个可独立引用的结论单元：

- 一镇占全球两成产量。** 晋江陈埭镇面积38.4平方公里，集聚鞋纺配套企业超7000家，年产运动鞋超10亿双，约占全球产量20%、中国产量40%，成品鞋年产值超500亿元（晋江市人民政府，2026-06）。
- 单家龙头份额超过两大国际品牌在华之和。** 安踏集团2025年营收802.19亿元、同比增长13.3%，以21.8%的中国市场份额连续四年位居行业第一（上海证券报，2026-03）。
- 国产品牌合计份额首次过半。** 2025年国产品牌在中国运动鞋服市场合计份额突破52%，首次超过耐克、阿迪达斯两大国际品牌总和（中金公司相关测算经新浪财经报道，2026-03）。
- 库存压力升至五年高位。** 国内运动品行业平均库存周转天数由2020年约90天升至约145天，行业由增量扩张转入存量竞争（东方财富，2026-04）。
- 对美直接出口通道承受高关税挤压。** 2026年美国对中国鞋类产品综合关税约50%，与越南约25%的税率形成25个百分点差距（TariffsTool，2026-08）。

此外，欧盟《可持续产品生态设计法规》（ESPR, Regulation (EU) 2024/1781）框架下的数字产品护照（DPP）制度已于2026年进入注册基础设施落地阶段，纺织服装授权法案预计2027年出台、2028年前后分阶段适用，鞋类产品处于专项研究阶段但已纳入未售商品销毁禁令覆盖范围。本报告提出行业DPP就绪度六维观察框架，仅作维度描述，不对任何企业打分或排名。

关键词：运动鞋服；产业集群；晋江；数字产品护照；供应链合规；存量竞争

目录

- 第一章 研究背景与样本选择
- 第二章 产业集群现状：全球最大运动鞋制造基地
- 第三章 核心企业：梯队分化的经营图景
- 第四章 竞争格局：国产替代的下半场
- 第五章 挑战：关税、库存、成本与中小企业挤压
- 第六章 趋势与机遇：五大结构性力量
- 第七章 数字化与国际合规新变量
- 第八章 前景展望：市场空间、集中度与演进路径
- 第九章 方法学说明
- 第十章 数据来源与参考文献
- 第十一章 利益冲突披露
- 第十二章 勘误记录
- 标准引文

第一章 研究背景与样本选择

1.1 研究背景

中国是全球最大的鞋服生产国与消费国之一。在全球运动鞋服产业分工中，福建泉州—晋江产业带长期承担制造中心角色，并在近二十年中完成了从代工生产向品牌运营的局部跃迁。2025—2026年，该产业同时面对三重重构：其一，国内运动鞋服市场增速放缓，行业平均库存周转走高，竞争由增量扩张转为存量博弈；其二，头部企业通过多品牌运营与跨境并购进入全球市场，中小企业则承受订单转移与渠道利润分配变化的双重压力；其三，以欧盟数字产品护照、企业可持续尽职调查、强迫劳动产品禁令为代表的国际规则体系，正在将合规要求从“成品检验”延伸至供应链全链条数据治理。

1.2 为何选择晋江作为样本

晋江样本同时具备“规模代表性”与“路径典型性”：

- 规模代表性：**晋江陈埭镇年产运动鞋超10亿双，约占全球产量20%；泉州市运动鞋产量占全国40%、全球20%，运动服产量占全国三分之一，已获批国家先进制造业集群。
- 路径典型性：**晋江孕育了安踏、特步、361度、匹克等一批从本地制造体系成长起来的品牌企业，完整呈现了“代工—品牌—多品牌集团—全球品牌操盘”的演进路径；同时，区域内仍存在大量中小代工与配套企业，头部与中小层的分化过程具有观察价值。
- 外溢参考性：**晋江在产业链配套效率、专业市场出海、智能制造改造、绿色合规转型方面的经验与压力，对中国其他轻工消费品集群具有可对照的参考意义。

1.3 研究范围与时间边界

- 时间范围：**现状数据以2025年年度与2026年上半年为主，展望覆盖未来3—5年（至2030年前后）。
- 空间范围：**以福建泉州晋江为核心，辐射泉州市域、全国市场及全球贸易与规则环境。
- 对象范围：**运动鞋服制造、品牌运营、原辅材料与专业市场、智能制造与合规服务等集群构成环节。
- 内容边界：**本报告为产业研究，不含任何企业排名打分，不提供证券买卖的方向性判断或证券价格预测；对企业的描述均基于公开信息，对非上市企业数据有限处明确标注不确定性。

第二章 产业集群现状：全球最大运动鞋制造基地

2.1 产业规模：数据全景

晋江鞋业的核心腹地陈埭镇，面积仅38.4平方公里，集聚了超7000家鞋纺配套企业，年产运动鞋超10亿双，**约占全球产量的20%、中国产量的40%**，成品鞋年产值超500亿元（晋江市人民政府，2026-06-29）。从更大范围看，晋江全市地区生产总值2025年达3861亿元，工业底盘超8000亿元，其中纺织鞋服产业总产值突破4000亿元（新华社，2026-03-25）。

泉州市域拥有1.6万家体育企业、3087家规模以上企业、29个国家级和省级体育产业基地，运动鞋产量占全国40%、全球20%，运动服产量占全国三分之一，其现代体育产品集群已获批国家先进制造业集群（福建省人民政府，2026-06-11）。

表2-1 晋江鞋业产业集群核心指标

指标	数据	时间
陈埭镇鞋企数量	7,000+家（其中规上420家）	2025
陈埭镇运动鞋年产量	10亿+双	2025
全球产量份额	约20%	2025
全国产量份额	约40%	2025
陈埭镇成品鞋产值	500亿+元	2025
陈埭镇工业总产值	767.63亿元	2024
运动鞋原辅材料产业集群产值	300亿+元	2025
晋江国际鞋纺城交易额	498亿元（外贸占60.4%）	2025
鞋纺城累计出口货值	880亿+元（覆盖187个国家和地区）	截至2025
陈埭镇出口企业	371家，出口额47.91亿元	2025

数据来源：晋江市人民政府（2026-06-29）、泉州晚报（2026-01-26）、人民网福建频道（2026-05-12）。

2.2 产业链完整度："一公里生态圈"

晋江最核心的竞争优势并非单纯产能规模，而是**全球最完整的鞋材供应链生态之一**。在陈埭镇约5公里半径内，可以配齐一双运动鞋所需的全部原辅材料——从合成革、网布、鞋底、五金扣件到包装，"半小时配齐鞋材"的响应效率在国内产业带中具有独特性（人民日报，2026-03-26）。

晋江国际鞋纺城是全球规模领先的运动鞋原辅材料交易中心，一期入驻商户超千家，2025年交易额约498亿元，对外贸易占比约60.4%，累计出口货值超880亿元、覆盖187个国家和地区，已获评为全国内外贸融合发展示范市场。鞋纺城已在越南、马来西亚、印度尼西亚设立海外鞋材展示中心，并推动在孟加拉国、土耳其等国布局；二期项目总投资约13.5亿元，已于2025年11月全面开工（人民网福建频道，2026-05-12）。

产业集群内已培育专精特新"小巨人"企业2家、工业和信息化部单项冠军企业3家、国家级高新技术企业52家、国家级智能制造示范企业4家，形成龙头引领与中小企业协同的多层次生态（泉州晚报，2026-01-26）。

研究观察：该配套效率意味着，即使晋江用工成本高于内陆部分地区，但计入物流、配套与响应时间后，单鞋综合制造成本仍具竞争力。这一优势在短期内难以被单纯的产能转移完全替代，但其可持续性取决于集群数字化与绿色化升级速度。

2.3 专业市场与外贸基础设施

鞋纺城已构建"市场采购+跨境电商+产业带"结合的外贸生态，鞋都电商园抖音选品中心启动，推动"源头好货+平台赋能+全球市场"的链路（晋江新闻网，2025-12-17）。专业市场由"场内交易"向"展贸+海外节点+数字外贸"演进，是中小企业接入全球市场的重要基础设施。

第三章 核心企业：梯队分化的经营图景

3.1 企业全景

表3-1 晋江主要运动鞋服企业经营概览（2025年年度，市值为2026年9月时点）

企业	2025营收	同比增速	市值（2026.9）	净利润	库存周转	关键战略
安踏集团	802.19亿元	+13.3%	约2,026亿港元	135.9亿元	137天	多品牌+全球化
特步国际	141.51亿元	+4.2%	约98亿港元	13.72亿元	约131天	跑步专家+索康尼
361度	111亿元	+10.6%	约115亿港元	13亿元	约138天	大众运动+电商
匹克体育	约62.9亿元	未披露	已私有化退市	直营板块亏损	约149天	国际化+篮球

注：匹克为非上市公司，营收数据来自福建省工商联相关榜单公开报道，财务数据完整性有限；库存周转等指标来自第三方行业研究估算，置信度低于上市公司年报数据。数据来源：各公司年报、上海证券报、证券日报网、36氪（2026年3—9月）。

（配图：核心企业2025年营收对比图，文件见 `晋江鞋业产业前景分析_assets/revenue_comparison.png`）

3.2 安踏集团：多品牌生态与全球化提速

安踏集团2025年营收802.19亿元，同比增长13.3%，在中国运动鞋服市场份额提升至21.8%（不含亚玛芬），**连续四年位居中国市场第一**（上海证券报，2026-03-26）。集团已形成安踏品牌（347.54亿元）、FILA（284.69亿元）、"其他品牌"（169.96亿元，含迪桑特、可隆、狼爪等）三足鼎立的品牌矩阵；迪桑特流水首次突破100亿元，成为第三个百亿级品牌。

2026年上半年，集团收入435.07亿元，同比增长12.9%，毛利率提升0.5个百分点至63.9%，股东应占溢利94.87亿元、同比增长34.9%。全球化进程明显提速：中国以外地区的单品牌门店由240余家增至500余家，东南亚"千店计划"推进中，2026年初北美首家旗舰店于洛杉矶比弗利山庄开业；2026年1月宣布以15.06亿欧元收购PUMA SE（彪马）29.06%股权、成为其最大股东（搜狐财经，2026-09；证券时报，2026年）。

其可复制的能力内核是**"松绑型管控"的多品牌运营**：保留被收购品牌的独立性与全球团队，同时注入中国市场的零售运营能力与供应链资源。从FILA到亚玛芬旗下品牌再到彪马，"收购—独立运营—价值释放"的路径已多次验证，但跨国并购整合的执行效果仍是影响其中期表现的关键变量。

3.3 361度：质效双升的稳健样本

361度2025年营收111亿元（+10.6%），净利润13亿元（+14%），**连续五年保持双位数增长**；净资产收益率13.5%并连续五年走高，销售费用率20.24%处于行业较低水平，经营性现金流8亿元（同比增长1067%）（证券日报网，2026-03-24；泉州晚报，2026-03-25）。

差异化路径体现为大众市场定位与电商高增长：电商业务同比增长25.9%至33亿元，并接入即时零售实现"30分钟送达"；儿童品牌营收26亿元、增长10.4%。市值跨越百亿港元关口（泉州晚报，2026-03-25）。

3.4 特步：承压转型中的"跑步专家"

特步2025年营收141.51亿元，同比增长4.2%，毛利率42.8%，净利润13.72亿元、增长10.8%（中国经济网，2026-03-26）。2026年上半年营收67.95亿元、同比微降0.6%，主品牌零售销售额同比低双位数下跌，市值约98亿港元（36氪，2026-09-10）。

结构亮点是专业运动分部：索康尼（Saucony）等专业品牌收入增长，专业运动分部收入占比提升至12.9%。主品牌在头部企业夹击下面临增长空间受限的压力，第二增长曲线的培育进度是其中期观察重点。

3.5 匹克与贵人鸟：掉队与离场

匹克体育已明显脱离第一梯队。据福建省工商联相关榜单公开报道，匹克集团2025年营收约62.9亿元；2025年1—7月直营公司亏损1.3亿元，并出现欠薪、欠赞助费相关争议报道；第三方调研称其品牌认知度约12%（对比安踏45%、李宁38%），该数据来自媒体引述、非企业披露，使用时需注意口径（新浪财经，2025-10-23；搜狐财经）。匹克为私有化退市企业，财务信息不公开，本报告对其判断保留更高不确定性。

贵人鸟已退出鞋业竞争主战场。经破产重整后，上市公司更名为金鹤农业，"贵人鸟"相关商标、专利、版权以3500万元转让，主业转向医药中间体等方向，2025年营收8.14亿元、净亏损约8589.70万元（上海证券报，2026-04-30）。

研究观察：梯队分化表明，规模与低价已不足以支撑存量竞争中的独立品牌生存；品牌运营能力、产品科技投入、渠道效率与全球化组织能力构成新的分化轴。

第四章 竞争格局：国产替代的下半场

4.1 份额再分配：国产品牌合计突破52%

2025年中国运动鞋服市场出现标志性变化：国产品牌合计市场份额突破52%，首次超过耐克、阿迪达斯两大国际品牌总和；安踏集团以21.8%的份额连续四年居首，单家份额已超过耐克中国（14.6%）与阿迪达斯中国之和（新浪财经引述中金公司测算，2026-03-25）。

表4-1 主要品牌中国市场份额（2025年）

品牌	服装份额	鞋类份额	趋势
安踏集团	22.3%	19.8%	↑ 连续四年第一
李宁	14.1%	13.5%	→ 相对稳定
耐克	15.9%	14.4%	↓ 持续下滑
阿迪达斯	11.7%	10.9%	↓ 份额收缩
361度	6.8%	7.2%	↑ 稳步提升
特步	5.4%	6.1%	→ 基本持平

数据来源：博研咨询行业研究（2026-05）、新浪财经（2026-03）。该表为第三方机构口径，不同研究机构统计口径存在差异，引用时建议注明来源。

耐克大中华区自2025财年第一季度起连续八个季度营收同比下滑，2026财年大中华区全年营收58.47亿美元、同比下降11%，为其全球各大区中降幅较深的市场（大象新闻引述，2026-09-07）。

（配图：中国运动鞋服市场份额对比图，文件见 晋江鞋业产业前景分析_assets/market_share.png）

4.2 下沉市场：结构性渠道壁垒

国产品牌在三线及以下城市形成渠道密度优势。2025年国产品牌在三线及以下城市门店合计约24,860家，占其总门店数63.7%；耐克、阿迪达斯对应比例分别约为41.2%和38.9%。安踏县域门店年均流水约327万元，高于耐克县域门店约218万元（博研咨询，2026-05；第三方研究口径）。

下沉优势来自三方面：更密的门店网络、更强的本地化运营、更匹配的价格带。2025年运动鞋主流成交价格集中于299—499元区间，占销量份额约41.3%，恰为头部国产品牌核心定价带。

4.3 国潮：从情绪消费到能力兑现

国产品牌份额提升的底层不只是文化情绪，更是产品力与供应链响应速度的实质变化。据第三方研究，安踏氮科技中底材料搭载率约86.4%，李宁䨻科技相关产品覆盖率约79.2%；国产品牌新品从设计到上架平均周期约42天，国际品牌约218天（博研咨询，2026-05；该数据为行业研究估算）。文化联名款可带动价格带上浮15%—30%，年轻消费群体将国产品牌纳入社交表达的一部分。

4.4 线上渠道重构

2025年运动鞋线上渠道销售占比约46.8%，其中抖音电商贡献同期增长增量的约41.5%（博研咨询，2026-03；第三方口径）。2025年四大电商平台体育用品销售额4493.94亿元、同比增长15.89%（新华网，2026-05-20）。直播电商与即时零售正在重塑"货一场一人"的匹配效率，也改变了制造端的订单节奏。

第五章 挑战：关税、库存、成本与中小企业挤压

5.1 关税壁垒：对美直接出口承压

(配图：美国对主要鞋类来源国综合关税对比图，文件见 晋江鞋业产业前景分析_assets/tariff_comparison.png)

2026年，美国对中国鞋类产品的综合关税约50%（约12.5%最惠国基础税率+25%"301条款"关税+约12.5%涉强迫劳动相关加征），越南约25%，德国、意大利约15%（TariffsTool, 2026-08-24）。约25个百分点的税率差，使中国产鞋类对美直接出口价格竞争力显著削弱。美国鞋类企业年度关税支出升至50亿美元以上，较此前约30亿美元的水平增长约67%（纺织网引述）。

对晋江而言，直接对美出口通道收窄，应对路径主要包括：东南亚产能协同、品牌溢价消化、市场多元化转向非美市场。需要指出，转口安排须以真实产能与原产地规则为基础，规避性安排存在合规风险，本报告不对此类安排作可行性评价。

5.2 库存压力：行业性"堰塞湖"

国内运动品行业平均库存周转天数已从2020年约90天升至约145天，部分品牌季末库存占比突破35%的内部警戒线。安踏存货金额121.5亿元（同比+13%），平均存货周转日数从2024年123天增至137天（东方财富，2026-04-01）。价格竞争加剧，大促期间部分国产碳板跑鞋折扣超过40%。

2026年上半年压力延续：安踏主品牌增速降至其上市以来较低水平（4.8%），特步中报营收首次下滑。行业整体已由增量扩张转入存量竞争，库存去化与店效提升取代门店数量扩张，成为运营核心命题。

5.3 成本攀升与劳动力结构变化

据引用国家统计局、海关总署数据的行业研究，中国制造业城镇单位就业人员平均工资2018—2023年累计增长38.7%，2023年达10.1万元/年；同期鞋类出口平均单价仅由约11.2美元/双微增至12.5美元/双。合成革、EVA发泡材料等核心鞋材价格累计上涨约18%—22%。制鞋一线工人平均年龄约42.3岁，35岁以下从业者占比不足28%（豆丁网行业研究，2026-03；二手引用口径，置信度中等）。"招工难、留工难"推动自动化与智能化改造从可选项变为必选项。

5.4 中小企业的"三重挤压"

晋江中小鞋厂同时承受三重压力：

- 品牌端压价**：部分代工订单出厂单价由三四十元降至二十元出头；
- 订单外流**：国际品牌代工订单占比由约2019年的40%降至2025年不足20%，中小代工企业订单较高峰期下降20%以上（搜狐财经，2026-08-12；媒体调研口径）；
- 渠道利润分配变化**：平台与服务机构在电商链路中分走较多利润，工厂主要赚取加工费。

多数中小企业仍维持"什么都自己干"的重资产模式，差异化与合规数据能力薄弱，是本轮调整中风险最集中的群体。

第六章 趋势与机遇：五大结构性力量

6.1 全球化：从产品出口到品牌出海

头部企业的全球化由"卖货"转向"开店+并购+本地运营"。安踏品牌海外门店由240余家增至500余家，2025年上半年海外业务流水同比增长超150%，东南亚"千店计划"目标在2028年前开设1000家零售网点；叠加收购彪马29.06%股权，其全球化进入品牌资本运作阶段（搜狐财经，2026-09；新浪财经，2026-03）。中小企业则更多依托跨境电商、市场采购与鞋纺城海外节点"抱团出海"。

6.2 DTC与渠道效率革命

安踏DTC渠道（含直营与加盟）收入占比升至53.8%，电商占比35.8%；2025年净开门店为负（开店971家、关店1264家），同时改造门店约1300家，渠道策略由数量扩张转向精细化运营；新型大店融合运动体验与零售，并接入即时零售覆盖174个城市超1000家门店（湖北日报，2026-08-11）。行业共同方向是"店效驱动+数据驱动补货"。

6.3 智能制造：从自动化到智能化

金属3D打印鞋模技术使模具生产周期缩短50%以上、个性化定制成本降低约30%；具身智能机器人经示教即可自主完成刷胶、压底等工序，据企业与地方发布信息可降低约50%的自动化改造成本（中国日报，2026-04-20；晋江市市政府，2026-04-11）。晋江2025年发布超5亿元产业扶持政策，并以千万元补贴计划为约2000家企业提供AI设计工具支持（晋江新闻网，2025-12-17）。361度5G智慧工厂实现全链条数据管理，安踏智慧物流系统年处理2亿双运动鞋和3亿件运动服（新华网，2025-12-22）。

对政府政策与扶持资金，本报告仅作客观事实引用，不对政策绩效作评价。

6.4 绿色转型：碳足迹成为新的准入变量

安踏获得全国纺织品行业首张产品碳足迹标识证书（该表述为企业获颁的具体证书名称，属对既有事实的引用），2025年范围一和范围二温室气体排放同比减少63.3%，可持续产品占比突破38%，7个品牌11款近43万件产品完成全生命周期碳足迹评估（碳排放交易网，2026-09-11）。特步提出2030年温室气体绝对排放量削减42%的目标，361度首次完成范围三全维度核算。

五部门发布的《纺织服装卓越品牌培育行动方案（2026—2028年）》提出：规模以上外贸鞋企2026年底前完成首版碳足迹核算；2027年AI辅助设计覆盖率不低于40%；2028年智能柔性产线占比达65%以上，并提出培育不少于25个纺织服装领域卓越品牌的目标（豆丁网公开文件，2026-05）。绿色数据能力正从"加分项"转变为大型采购商的准入条件，对中小鞋企构成新一轮能力筛选。

6.5 并购整合：从"中国制造"到"全球品牌操盘"

截至"十四五"末，晋江企业累计并购46个国际品牌，覆盖FILA、彪马、索康尼、迈乐、狼爪等；卡尔美等企业出现由代理商反向收购全球股权的案例（泉州晚报，2025-12-22；证券时报）。晋江对并购国外高端品牌或技术平台且总部注册落地晋江的企业，设有最高500万元奖励（地方政策，客观引用）。制鞋行业CR10

由2020年32.4%升至2024年41.7%，行业研究预计2029年达48.3%（豆丁网行业研究，2025-12；预测值，非既成事实）。

第七章 数字化与国际合规新变量

本章聚焦2025—2026年欧盟可持续产品规则体系对鞋服出口的影响。所引法规条文以欧盟官方公报与欧盟委员会发布为准；时间安排在授权法案落地前具有指示性，企业应以最终生效文本为准。

7.1 数字产品护照（DPP）：制度框架与时间表

（1）基础法规。 欧盟《可持续产品生态设计法规》（Ecodesign for Sustainable Products Regulation, ESPR, Regulation (EU) 2024/1781）于2024年7月18日生效，是数字产品护照（Digital Product Passport, DPP）的法律基础。ESPR为框架性法规，具体产品的数据项、数据载体与合规期限由各产品组“授权法案”（delegated acts）逐一规定；授权法案通过后，经济运营商通常享有不少于18个月的过渡期（欧盟委员会单一市场总司DPP官方页面，访问日期2026-09-15）。

（2）工作计划优先级。 欧盟委员会2025年4月15日通过《2025—2030年ESPR工作计划》，纺织服装（尤其成衣）被列为首批优先产品组；鞋类未列入首批工作计划，其专项准备研究预计于2027年底前完成，但鞋类与纺织服装已共同受未售商品销毁禁令约束（EUDPP Foundation授权法案追踪表，访问日期2026-09-15）。

（3）销毁禁令先行。 欧盟委员会于2026年2月9日通过纺织服装、配饰与鞋类未售商品销毁禁令，自2026年7月19日起适用于大型企业，中型企业自2030年7月19日起适用，小微企业豁免但需履行相应报告义务（欧盟ESPR框架；EUDPP Foundation，访问日期2026-09-15）。

（4）注册基础设施落地。 依据ESPR第13条，欧盟数字产品护照注册中心（DPP Registry）于2026年7月19日按期投入运行，配套《委员会实施条例（EU）2026/1778》于2026年7月16日发布，规定注册方式、“经核验经济运营商”（Verified Economic Operator）身份管理（有效期最长三年）、版本留痕与海关接入机制；欧盟成员国市场监管机构与海关将接入该系统（商务部WTO咨询网站转载，2026-07-22；欧盟委员会，访问日期2026-09-15）。

（5）纺织授权法案节奏。 欧盟联合研究中心（JRC）于2026年5月13/15日发布《ESPR框架下纺织服装产品DPP内容研究》，为授权法案提供技术建议；纺织服装授权法案预计于2027年（欧盟委员会页面列示为2027年第二至第三季度）通过，DPP义务预计在2028年前后分阶段适用（欧盟委员会；商务部WTO咨询网站，2026-06-23，访问日期2026-09-15）。

（6）标准体系。 2026年6—7月，CEN-CENELEC JTC 24制定的EN 18xxx系列横向标准中已有6项被《委员会实施决定（EU）2026/1736》列入官方公报援引，在ESPR下产生符合性推定；两项安全相关标准尚在程序中。ISO/IEC JTC 5（数字产品护照国际技术委员会）于2026年第三季度启动工作（EUDPP Foundation，2026-09-08，访问日期2026-09-15）。

7.2 纺织服装DPP的内容结构：JRC研究要点

JRC研究报告虽非授权法案本身，但系统呈现了监管设计方向，对出口企业具有前瞻参考价值（中国皮革协会《皮革行业贸易环境月度信息》2026年5月；Intertek经广东省检测服务平台发布解读，2026-06-02，访

问日期2026-09-15):

- **适用范围：**拟适用于投放欧盟市场、按重量计纺织纤维含量不低于80%的最终纺织服装产品；中间产品（纤维、纱线、织物）、智能/电子纺织品、个人防护装备、医疗器械及作为玩具的纺织产品暂不在范围内。鞋类在鞋类专项研究完成前，先适用销毁禁令等横向义务。
- **责任主体：**由将产品投放欧盟市场的经济运营商承担DPP注册与数据准确性责任；制造商位于欧盟境外的，通常由欧盟进口商承担。
- **四大数据模块：**①识别与分类（GTIN等全球贸易项目代码、设施位置编码GLN、HS/TARIC海关编码、EORI号）；②产品信息（纤维成分、再生成分比例、关注物质SoC、耐用性与可修复性指标、保养说明）；③环境足迹（依产品环境足迹类别规则PEFCR核算的碳足迹与水足迹等）；④合规文件（欧盟符合性声明、技术规范、测试结果）。
- **三级数据粒度：**型号级（基准信息）、批次级（受生产波动影响的参数）、单品级（自愿先行机制，采用序列化标识SGTIN，支撑二手转售与维修追踪）。
- **分级访问权限：**公众层（产品与生产者识别、纤维成分、耐用性评分、保养说明）；合法利益方层（回收处理与维修方获取材料纯度与拆解指引）；监管层（监管机构与海关获取完整合规文件与底层核算参数）。该设计兼顾商业机密保护与监管需要。
- **存储架构：**欧盟集中注册系统只存唯一标识与注册元数据（索引而非数据库），完整护照数据由制造商或其委托的DPP服务商分散存储，通过二维码等数据载体与GS1 Digital Link等标准解析。

7.3 供应链尽职调查与强迫劳动规则

(1) CSDDD（企业可持续发展尽职调查指令）。《企业可持续发展尽职调查指令》（Directive (EU) 2024/1760, CSDDD/CS3D）2024年7月25日生效，后经"Omnibus I"一揽子简化措施修订：《指令（EU）2025/794》延后适用日期，《指令（EU）2026/470》于2026年2月26日在官方公报公布、2026年3月18日生效。修订后的核心变化包括：适用门槛提高至欧盟内雇员5000人以上且全球净营业额15亿欧元以上（非欧盟企业为欧盟境内净营业额15亿欧元以上）；系统性尽职调查原则上聚焦直接商业伙伴，仅在有可信信息表明存在不利影响时延伸至间接伙伴；取消独立的气候转型计划强制义务；罚款上限统一为全球净营业额3%；成员国转置期限为2028年7月26日，统一适用日期为2029年7月26日，年度报告义务自2030年1月1日及以后开始的财年适用（欧盟委员会官网；Kinstellar；LSFI，访问日期2026-09-15）。

对鞋服集群的传导路径在于：即使中国供应商自身不落入适用门槛，其作为在欧大型品牌客户的"链条上企业"，仍会被要求提供人权与环境影响相关数据，且欧盟要求大型企业限制对中小伙伴的信息请求范围、提供示范合同条款，客观上提高了供应链数据交换的标准化程度。

(2) 强迫劳动产品条例（FLR）。《禁止强迫劳动产品条例》（Regulation (EU) 2024/3015）于2024年12月12日在官方公报公布、2024年12月13日生效，自2027年12月14日起整体适用，覆盖所有行业与供应链各阶段，禁止在欧盟市场销售、从欧盟进出口使用强迫劳动（含强迫童工）制造的商品；认定中引用国际劳工组织11项指标（含过度加班、扣留身份证件、扣押工资等）。成员国主管机构与欧盟委员会分别负责境内外调查，违规产品可被禁止上市、从线上市场移除甚至销毁（国家市场监督管理总局转载，2024-12-19；浙江省国际贸易促进委员会，2025-03-23，访问日期2026-09-15）。

(3) **规则叠加效应。** DPP解决"产品数据可机读、可追溯", CSDDD解决"企业尽调义务", FLR解决"强迫劳动产品市场禁入", 再叠加碳边境与绿色采购规则, 欧盟市场的进入逻辑正由"关税+检验"扩展为"数据+尽调+责任"的复合门槛。对以欧盟为重要市场的鞋服企业而言, 合规动作的共同底座是**供应链主数据治理**。

7.4 对晋江鞋服产业的影响路径

- 1. **时间窗口明确但紧迫：** 纺织服装义务预计2028年前后落地, 鞋类专项研究2027年底前完成; 为欧盟品牌代工或自有品牌入欧的企业, 实际数据准备需提前18—24个月启动, 即2026—2027年为能力建设期。
- 2. **责任沿采购链上移：** 欧盟进口商承担法定责任后, 将以合同与数据接口方式向上游鞋材、化工、包装企业传导数据要求; 集群内中小企业即使不直接出口欧盟, 也会被纳入数据请求范围。
- 3. **碳足迹核算与DPP合流：** 国内政策要求外贸鞋企2026年底前完成首版碳足迹核算, 与欧盟环境足迹数据要求在底层方法上存在对接空间, 先行完成核算的企业可降低重复建设成本。
- 4. **差距集中在数据而非硬件：** CIRPASS-2项目2026年4月发布的就绪度调查显示, 受访主体普遍认为公开监管信息不充分、不易获取, 就绪度问题"超出单纯的信息缺口", 数字化基础与服务商生态同样构成约束 (CIRPASS-2, 2026-04-10, 访问日期2026-09-15)。该调查样本以欧盟相关方为主, 结论外推至中国产业集群需谨慎, 但"数据治理能力是核心短板"的判断具有共性。
- 5. **集群机会：** 陈埭"半小时配齐"的物理供应链优势, 若能叠加统一编码、批量级数据采集与共享的数字供应链能力, 有条件从"成本最低的集群"升级为"数据最透明的集群", 将合规压力转化为对国际采购商的吸引力。

7.5 行业DPP就绪度观察框架（只描述维度，不做企业打分）

天机研究院提出用于行业层面持续观察的六维框架。本框架仅用于描述观察维度与可核查的证据类型, 不设权重、不打分数、不产生企业排名, 亦不构成对任何企业合规状态的评定结论。

表7-1 鞋服行业DPP就绪度观察框架

观察维度	维度含义	可观察的证据类型（示例）
一、法规图谱能力	对ESPR授权法案节奏、适用范围、责任主体变化的跟踪与内部映射	是否建立目标市场法规清单与更新机制; 产品HS/TARIC编码与义务对照关系
二、数据粒度治理	型号级、批次级、单品级数据的定义、采集与维护能力	物料清单 (BOM) 数字化程度; 批次记录完整率; 是否具备序列化标识管理
三、供应链数据协同	向上游鞋材、化工企业获取成分、再生含量、关注物质信息的链路	供应商数据接口或标准表单; 监管链 (Chain of Custody) 文件; 数据更新频率
四、标识与注册基础设施	全球唯一标识、二维码载体、注册主体身份管理等技术准备	GTIN/GLN等GS1标识应用情况; 与欧盟注册体系对接的技术预案; 数据托管方案
五、环境足迹核算	碳足迹、水足迹等生命周期指标的核算范围与方法一致性	是否完成范围一/二/三核算; 核算所依标准; 产品级碳足迹数据覆盖比例

观察维度	维度含义	可观察的证据类型（示例）
六、组织与资源保障	合规职责、预算、人员与外部协作生态	是否明确跨部门责任人；中小企业获得公共服务或行业组织支持的渠道

使用说明：六维之间相互关联（例如环境足迹核算依赖供应链数据协同），不可简单加总；框架将随欧盟授权法案正式文本、JRC技术文件与国际标准进展进行版本更新；后续TJRI可基于公开信息发布**行业整体**就绪度的描述性观察，但不发布针对单个企业的评分或榜单。

第八章 前景展望：市场空间、集中度与演进路径

8.1 市场空间

中国运动鞋服市场2025年规模约5986亿元，艾媒咨询预计2026年达6472亿元（约+8.1%），2030年增长至8963亿元（艾媒咨询，2026-07-23；机构预测值，存在口径与假设差异）。支撑因素包括：全民健身政策深化（体育产业2030年总规模目标超5万亿元的政策表述见诸多项国家级文件）、马拉松与户外运动等细分市场扩容、科技材料驱动的价格带上移。

8.2 集中度与分化趋势

制鞋行业CR10预计由2024年41.7%升至2029年48.3%（行业研究预测值）。头部企业凭借品牌矩阵、全球布局与数据运营扩大份额，中小企业面临"专业化升级或退出整合"的分化。

未来3—5年的产业演进路径（基于公开信息的趋势研判，非企业评级）：

- **头部集团**：向千亿级营收与全球品牌管理平台演进，跨境并购整合执行效果为关键变量；
- **稳健型品牌**：电商、儿童、专业细分等板块提供持续动力；
- **承压型品牌**：专业品牌能否成长为第二曲线决定中期空间；
- **掉队主体**：品牌力与直营效率问题若未改善，边缘化风险上升；
- **中小企业**：掌握核心材料技术（如ETPU发泡、碳板、环保材料）的"专精特新"供应链企业更可能进入大品牌生态；纯代工、低差异化产能加速调整。

8.3 产业资源配置的方向性观察（非投资建议）

以下内容为产业要素流向的结构性描述，不构成任何证券投资建议、企业推荐或合作背书：

- 头部集团供应链生态中的鞋材、物流、智能制造环节，将更多分享全球化扩张的订单红利；
- 掌握发泡材料、碳板、再生与生物基材料技术的材料企业，受绿色规则与产品升级双重驱动；
- 跨境电商与产业带数字外贸服务商，为中小企业提供"合规出海"基础设施；
- 智能制造装备与工业软件企业（3D打印鞋模、具身智能产线、工厂数据管理）受益于劳动力结构变化；
- 相对承压的环节：低附加值纯代工产能、依赖价格战的中尾部品牌、高度依赖单一高关税市场的贸易型业务。

8.4 结论成立的前提与关键不确定性

前提条件：①中美贸易摩擦维持当前烈度、不出现大规模关税减免；②国内消费环境不发生系统性衰退；③头部企业全球化战略执行不出现重大失误。

可能改变判断的变量：①美国对华关税政策变化；②东南亚制造基地产能替代速度；③国内消费复苏力度；④重大跨境并购的整合效果；⑤欧盟授权法案最终文本与执行尺度（含鞋类纳入DPP的时间与数据深度）。

第九章 方法学说明

9.1 数据来源类型

本报告采用四类公开来源：①上市公司年报、业绩公告与交易所披露；②各级政府部门官方网站与新华社、人民日报等官方媒体发布；③行业研究机构报告（艾媒咨询、博研咨询等）与行业协会刊物；④主流财经媒体报道与专业关税数据平台。全部关键数据在正文中标注来源机构与时间，完整URL见第十章。

9.2 研究方法

- **产业集群分析法**：以"规模—结构—配套—主体—规则"框架刻画集群全貌；
- **多案例比较**：对安踏、特步、361度、匹克等公开主体作横向对照，优先采用经审计的上市公司数据；
- **证据分级**：证据分高置信度（官方统计、企业法定披露）、中置信度（第三方研究、媒体调研）两级，正文对中置信度数据显式标注口径；
- **规则文本研读**：第七章以欧盟法规原文、欧盟委员会发布页面、JRC研究文件与中国官方WTO咨询渠道转载信息交叉核对；
- **趋势研判**：预测性内容均标注为机构预测或研究观察，与既成事实严格区分。

9.3 边界与局限

1. 非上市企业（匹克等）财务数据不完整，部分指标依赖媒体与第三方口径；
2. 不同市场研究机构对市场份额、线上占比等指标的统计口径存在差异，本报告保留来源标注，未作强行归一；
3. 2026年上半年数据为期中披露，全年表现可能变化；
4. 欧盟鞋类DPP专项授权法案尚未出台，第七章时间安排以欧盟委员会公布的指示性时间表与工作计划为准，存在调整可能；
5. 本报告不含一手企业访谈与海关微观数据，结论反映公开信息截止2026年9月15日的状态；
6. 本报告不提供任何投资建议、企业排名或商业背书。

9.4 版本管理

v1.0为出版定稿。后续如发现数据更正、法规更新或读者勘误，将按勘误记录表登记并发布新版本，版本号递增并保留修改留痕。

第十章 数据来源与参考文献

10.1 产业与企业类来源（原研究证据）

1. 晋江市人民政府：陈埭镇鞋业产业相关发布，2026-06-29，https://www.jinjiang.gov.cn/xxgk/jjyw/202606/t20260629_3304589.htm
2. 晋江市人民政府：产业经济相关发布，2026-06，https://www.jinjiang.gov.cn/xxgk/jjyw/202606/t29_3304589.htm
3. 新华社/中国经济网：晋江经济与纺织鞋服产业报道，2026-03-25，<https://www.news.cn/20260325/c8ef756080104a5d9070f2d29d0a6c41/c.html>
4. 福建省人民政府门户网站：泉州体育产业集群相关发布，2026-06-11，https://www.fujian.gov.cn/zwgk/ztzl/sxzygwzxsgzx/flsxkmh/202606/t20260611_7161719.htm
5. 人民网福建频道：晋江国际鞋纺城相关报道，2026-05-12，<http://fj.people.com.cn/n2/2026/0512/c181466-41577971.html>
6. 泉州晚报：运动鞋原辅材料产业集群报道，2026-01-26，https://szb.qzwb.com/qzwb/pad/cons/202601/26/content_170905.html
7. 泉州晚报：361度相关报道，2026-03-25，https://szb.qzwb.com/dnzb/pad/cons/202603/25/content_177869.html
8. 人民日报：晋江鞋业产业链报道，2026-03-26，http://paper.people.com.cn/rmrb/pc/content/202603/26/content_30147462.html
9. 上海证券报：安踏集团2025年业绩报道，2026-03-26，<http://www.cnstock.com/commonDetail/656659>
10. 上海证券报：安踏集团2026年上半年业绩相关报道，2026-08-26，<http://m.toutiao.com/group/7678262991376138792/>
11. etnet经济通：安踏体育（2020.HK）行情数据，2026-09-14，https://202.62.215.19/www/sc/stocks/realtime/quote_ci_basicdata.php?code=2020
12. 中国经济网：特步国际2025年业绩报道，2026-03-26，http://www.ce.cn/xwzx/gnsz/gdxw/202603/t20260326_2859228.shtml
13. 36氪：特步国际经营分析，2026-09-10，<https://36kr.com/p/3977334538039812>
14. 证券日报网：361度2025年业绩报道，2026-03-24，<http://www.zqrb.cn/gscy/gongsi/2026-03-24/A1774350569567.html>
15. 新浪财经：匹克体育相关报道，2025-10-23，<https://finance.sina.com.cn/tech/roll/2025-10-23/doc-infuwsqi6881104.shtml>
16. 上海证券报：贵人鸟（金鹤农业）破产重整与商标转让报道，2026-04-30，https://paper.cnstock.com/html/2026-04/30/content_2212022.htm

17. 新浪财经（引述中金公司测算）：中国运动鞋服市场份额分析，2026-03-25，<https://t.cj.sina.cn/articles/view/5787187353/158f17899020022sqa>
18. 大象新闻/东方财富：耐克大中华区业绩报道，2026-09-07，<http://m.toutiao.com/group/7682708662321742371/>
19. 艾媒咨询：中国运动鞋服市场规模研究，2026-07-23，<https://tech.iimedia.cn/c400/113334.html>
20. 博研咨询（豆丁网公开文档）：运动鞋服行业研究（渠道、份额、库存等），2026-05-09，https://www.docin.com/touch_new/preview_new.do?id=4990387786
21. 博研咨询：运动鞋线上渠道研究，2026-03-26，https://www.docin.com/touch_new/preview_new.do?id=4963540758
22. 博研咨询：制造成本与劳动力研究，2026-03-07，https://www.docin.com/touch_new/preview_new.do?id=4949461932
23. 博研咨询：行业集中度研究，2025-12-15，https://www.docin.com/touch_new/preview_new.do?id=4924288460
24. 《纺织服装卓越品牌培育行动方案（2026—2028年）》公开文本，2026-05-26，https://www.docin.com/touch_new/preview_new.do?id=5005214755
25. 搜狐财经：安踏全球化相关报道，2026-09-09，https://m.sohu.com/a/1073957608_122962174/
26. 证券时报：安踏收购彪马相关报道，2026年，<https://www.stcn.com/article/detail/3698078.html>
27. 网易：安踏多品牌运营分析，<http://m.163.com/dy/article/L4DF2LQU0531UMBC.html>
28. 湖北日报（蓝鲨消费）：安踏DTC渠道分析，2026-08-11，https://news.hubeidaily.net/mobile/c_5853055.html
29. 新华网：四大电商平台体育用品销售数据，2026-05-20，<https://www.news.cn/sports/20260520/0fe8734dde434f3e9daed312a9fb8d3d/c.html>
30. 新华网：晋江智能制造相关报道，2025-12-22，<https://www.news.cn/digital/20251222/6803750ef8574ade99397a4ff4fb63ea/c.html>
31. 中国日报：3D打印鞋模与具身智能报道，2026-04-20，<http://caijing.chinadaily.com.cn/a/202604/20/WS69e591aaa310942cc49a8512.html>
32. 晋江市人民政府：智能制造相关发布，2026-04-11，https://www.jinjiang.gov.cn/xxgk/jjyw/202604/t20260411_3282689.htm
33. 晋江新闻网：产业扶持政策与鞋都电商园报道，2025-12-17，<http://news.ijnews.com/jjxw/cycj/2025/12/17/462131.shtml>
34. 碳排放交易网：安踏碳足迹相关报道，2026-09-11，<http://www.tanpaifang.com/tanzuji/2026/0911/120942.html>
35. 泉州晚报：晋江企业并购国际品牌报道，2025-12-22，https://szb.qzwb.com/qzwb/pad/cons/202512/22/content_166167.html

36. TariffsTool: Footwear tariffs from China, 2026-08-24, <https://www.tariffstool.com/tariffs-on-footwear-from-china>
37. 纺织网: 美国鞋类关税相关报道, <http://m.texnet.com.cn/news/detail-1081623.html>
38. 东方财富: 运动品行业库存分析, 2026-04-01, <https://caifuhao.eastmoney.com/news/20260401095452698175600>
39. 36氪: 行业库存与价格竞争分析, <https://m.36kr.com/p/3741098055876870>
40. 36氪 (国际版): 2026年上半年行业分析, <https://eu.36kr.com/zh/p/3972426730304005>
41. 搜狐财经: 晋江中小鞋厂经营调研, 2026-08-12, https://m.sohu.com/a/1062005720_121495697/
42. 新浪财经: 安踏全球化相关报道, 2026-03-26, <https://finance.sina.com.cn/tech/roll/2026-03-26/doc-inhsikav8959165.shtml>

10.2 数字化与国际合规类来源 (本次研究新增, 访问日期均为2026-09-15)

43. Regulation (EU) 2024/1781 (ESPR, 可持续产品生态设计法规), EUR-Lex (法规编号经欧盟委员会官网核对)。
44. 欧盟委员会: Digital Product Passport官方页面 (含DPP注册中心时间表: 2026-07-20注册中心运行; 纺织授权法案2027年; 电池DPP自2027-02-18强制), https://single-market-economy.ec.europa.eu/single-market/digital-product-passport_en
45. 欧盟委员会: Corporate sustainability due diligence (CSDDD官方页面, 含Omnibus I修订与2028/2029时间安排), https://commission.europa.eu/topics/business-and-industry/doing-business-eu/sustainability-due-diligence-responsible-business/corporate-sustainability-due-diligence_en
46. EUDPP Foundation: Textiles and apparel digital product passport (销毁禁令2026-02-09通过、2026-07-19对大企业适用; 纺织授权法案预计2027年初), <https://www.eudigitalproductpassport.org/sectors/textiles>
47. EUDPP Foundation: Delegated acts tracker (鞋类专项研究预计2027年底), <https://www.eudigitalproductpassport.org/regulations/delegated-acts>
48. EUDPP Foundation: DPP news and regulatory digest (注册中心实施条例(EU) 2026/1778、EN 18xxx标准援引决定(EU) 2026/1736、JRC纺织研究2026-05-13), 2026-09-08, <https://www.eudigitalproductpassport.org/updates>
49. 商务部WTO咨询网站 (中国): 《欧盟数字产品护照DPP进入"强制注册时代"》, 2026-07-22, <http://chinawto.mofcom.gov.cn/article/jsbl/zszc/202607/20260703636803.shtml>
50. 商务部WTO咨询网站 (中国): 《欧盟发布纺织服装产品数字产品护照内容研究报告》, 2026-06-23, <http://chinawto.mofcom.gov.cn/article/jsbl/dtxx/202606/20260603633135.shtml>
51. 商务部WTO咨询网站 (中国): 《一文读懂ESPR和数字产品护照(DPP)》, 2026-03-30, <https://chinawto.mofcom.gov.cn/article/jsbl/zszc/202603/20260303623184.shtml>

52. 中国皮革协会：《皮革行业贸易环境月度信息》（2026年5月，收录JRC纺织DPP内容研究要点），2026-05，<https://www.chinaleather.org/upload/2026/07/01/%E6%9C%88%E5%BA%A6%E8%B4%B8%E6%98%93%E7%8E%AF%E5%A2%83%E4%BF%A1%E6%81%AF2026.5%E6%9C%88.pdf>
53. 广东省检验检测服务内外贸一体化发展平台（gdtbt.org.cn，转载Intertek解读）：《为纺织服装行业的欧盟数字产品护照（DPP）做好准备》，2026-06-02，<https://gdtbt.org.cn/nwm/zxdt.aspx?mod=dtzx¬eid=452958>
54. 国家市场监督管理总局（转载）：《欧盟强迫劳动产品条例将生效，中国企业需警惕！》，2024-12-19，https://www.samr.gov.cn/gjhzs/jsxmycs/dt/art/2024/art_77077ab8e2ac43109f394794e7320ed8.html
55. 浙江国际贸易促进委员会：《过度加班等于强迫劳动？中国企业需警惕欧盟强迫劳动法规》（Regulation (EU) 2024/3015，2024-12-13生效、2027-12-14适用），2025-03-23，https://www.ccpitzj.gov.cn/art/2025/3/23/art_1229557691_48045.html
56. Kinstellar: EU CSRD and CSDDD – Significance of the postponement, 2026-09-09, <https://kinstellar.com/news-and-insights/detail/3383/>
57. LSFI: Corporate Sustainability Due Diligence Directive (CSDDD) (Omnibus I Directive (EU) 2026/470解读), <https://lsfi.lu/regulations/corporate-sustainability-due-diligence-directive/>
58. 商务部WTO咨询网站（中国）：《欧洲议会和理事会通过可持续报告指令修订草案》，2026-03-18，<https://chinawto.mofcom.gov.cn/article/jsbl/dtxx/202603/20260303621510.shtml>
59. CIRPASS-2（欧盟资助项目）：Project Results（DPP就绪度调查2026-04-10；纺织粒度调查2026-07-03；参考架构D4.1，2026-06-10），<https://cirpass2.eu/project-results/>
60. CIRPASS-2项目官网，<https://cirpass2.eu/>

注：第49—51、58项为中国官方WTO咨询渠道的转载/编译信息，用于中文语境交叉核对；法规适用以欧盟官方公报文本为准。网页访问日期统一为2026年9月15日。

第十一章 利益冲突披露

天机研究院系华聚国际文化交流中心有限公司内设研究机构，天机排行榜平台由该公司运营；本报告由天机研究院自主立项、独立编制，由中国记录通讯社出版。研究编制与该公司商业业务相互隔离，该公司未参与本报告选题、资料取舍、评定与结论形成。研究院不接受被评企业付费，本报告无赞助方；报告不构成投资建议。

补充说明：

1. 本报告为天机研究院自主立项的公共研究，研究全过程未接受任何运动鞋服企业、地方政府或第三方机构的经费资助或数据定向提供。
2. 报告中涉及的全部企业均为公开信息分析对象，天机研究院与上述企业不存在报告付费、排名定制或成果交换关系。
3. 天机研究院所属企业华聚国际文化交流中心有限公司同时运营天机排行榜平台，并从事数字产品护照（DPP）等技术服务；上述商业业务与本报告的研究编制相互隔离，业务部门未参与本报告选题、资料取舍、结论形成与审核。第七章观察框架仅作行业公共知识产品发布，不用于该公司商业推广，文中未对其服务作任何推荐。
4. 本报告由中国记录通讯社（China Record News Agency）依据《中国记录》（ISSN 2310-9181）出版体系出版。出版方为联合国教科文组织媒体与信息素养联盟（UNESCO MIL Alliance）成员机构、联合国《全球数字契约》（Global Digital Compact）首批背书机构（2024-12-31 联合国官方公示名单在册），并为联合国数字合作门户（UN Digital Cooperation Portal）登记入驻机构（机构页编号 1643）；天机排行榜以"Tianji Global Digital Credibility & Cultural Heritage Sovereignty Framework（天机全球数字可信性与文化遗产主权框架）"为登记名称在该门户完成项目公示。
5. 报告引用的政府文件与政策内容仅作客观事实陈述，不构成对任何地区、部门或政策绩效的评价。
6. 报告中的预测性内容来自公开机构或本研究院研究判断，存在不确定性；任何机构或个人据此作出的商业或投资决策，由决策者自行承担后果。

第十二章 勘误记录

日期	位置（章节/页码）	原文表述	更正表述	更正人

勘误提交方式：通过TJRI文库页面反馈邮箱提交，经研究团队核对后于次版本更新并永久留痕。

标准引文

GB/T 7714格式：

天机研究院. 中国运动鞋服产业集群研究报告（2026）——以晋江为样本[R/OL]. TJRI-WP-2026-001. 2026. <https://tjri.unic.org.cn/WP-2026-001>.

APA格式（第7版，中文文献）：

天机研究院. (2026). 中国运动鞋服产业集群研究报告（2026）——以晋江为样本（TJRI-WP-2026-001）[研究报告]. <https://tjri.unic.org.cn/WP-2026-001>

天机研究院（Tianji Research Institute, TJRI）为华聚国际文化交流中心有限公司内设研究机构，由中国记录通讯社依据《中国记录》（ISSN 2310-9181）出版体系出版；研究院坚持公共研究永久免费、不向被研究对象收费、不承接排名定制，以独立研究服务产业认知与公共讨论。

本报告以知识共享署名4.0国际许可协议（CC BY 4.0）方式开放发布，转载引用请注明出处。