

葡萄牙制鞋业在中国寻找销路 PDF转换可能丢失图片或格式  
，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/148/2021\\_2022\\_\\_E8\\_91\\_A1\\_E8\\_90\\_84\\_E7\\_89\\_99\\_E5\\_c105\\_148582.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/148/2021_2022__E8_91_A1_E8_90_84_E7_89_99_E5_c105_148582.htm) 据业内人士指出，葡萄牙制鞋业近年来在欧洲的出口迅速下降，但他们打算利用中国市场的新机遇。葡萄牙制鞋业协会APICCAPS负责人冈萨尔夫解释，“我们应当超越中国经济咄咄逼人的威胁去看中国。这是一场我们可能输掉的游戏，但也是可以大赚其钱的游戏。”另一位负责人强调：“这个市场比葡萄牙的传统市场，如德国、法国、英国都大得多。”协会估计，约有5%的中国人，即约6500万人的收入可以购买进口中高档产品。葡萄牙是继意大利、西班牙和比利时之后欧洲第四大鞋类出口国。它瞄准了中国新兴中产阶级日益增长的需求。近年来，葡萄牙制造的鞋类出口量不断下降，从1999年的9600万双，下降到2004年的7300万双。其中95%是针对欧洲市场的。像其它欧洲国家一样，葡萄牙制鞋业受到竞争的激烈冲击，特别是中国鞋的竞争。据葡萄牙制鞋协会的一项调查显示，中国生产一双鞋的平均成本是4欧元，而葡萄牙的生产成本高达18欧元。中国市场对葡萄牙制鞋集团是一个挑战。他们对亚洲的实际情况缺乏经验。对设法想打入中国市场的葡萄牙公司来说，主要有两大障碍，一是市场分散，二是销售网有限。葡萄牙基雅雅（Kyaia）制鞋公司力图跳过这些重大困难，与一家中国公司合作，销售明星品牌鞋Fly London。公司销售经理洛普指出，“中国市场有着巨大的潜力。中国的城市非常发达，这是一些名副其实的大都市，它们对时尚鞋类的胃口很大。”除了中国以外，葡萄牙制鞋商还设法为的产品寻找

新的销路。他们今年在国外促销行动中创下了投资近1000万欧元的纪录。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)