

ข้อมูลสินค้าตลาดเชิงลึก

สินค้ารองเท้าอื่นๆ ที่มีพื้นรองเท้าด้านนอกและส่วนบนของรองเท้าทำด้วยยาง

(Footwear with outer soles and uppers of rubber or plastics) พิกัดอัตราศุลกากร 640299

1. บทสรุปภาพรวมตลาด

ตลาดรองเท้าของไนจีเรียกำลังเติบโตอย่างมีนัยสำคัญ ด้วยประชากรที่มากกว่า 200 ล้านคน ความต้องการรองเท้าที่ทนทานและมีสไตล์จึงเพิ่มสูงขึ้น ในปี 2023 ตลาดรองเท้าของไนจีเรียมีมูลค่าประมาณ 800 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยรองเท้าหนังครองส่วนแบ่งตลาดถึง 40% ซึ่งอุตสาหกรรมนี้ขับเคลื่อนโดยการขยายตัวของเมือง ชนชั้นกลางที่กำลังเติบโต วัตถุดิบ (หนังสัตว์) ที่อุดมสมบูรณ์ จากความต้องการของผู้บริโภคภายในประเทศ เพิ่มขึ้นสำหรับแบรนด์ท้องถิ่น และโอกาสผ่านทาง AfCFTA อุตสาหกรรมนี้มีการผลิตทั้งแบบดั้งเดิม (Aba) และการผลิตแบบสมัยใหม่ โดยมีการจ้างงานหลายแสนคนและมีศักยภาพในการส่งออก โดยแนวโน้มสำคัญมุ่งเน้นไปที่ คุณภาพ ความสะดวกสบาย และการใช้เทคโนโลยีเพื่อการเติบโตของอีคอมเมิร์ซ

1.1 ลักษณะสำคัญและแนวโน้ม

1. ขนาดตลาดและการเติบโต ตลาดขนาดใหญ่ที่กำลังเติบโต โดยมีปริมาณการนำเข้าจำนวนมาก ซึ่งบ่งชี้ถึงศักยภาพในการทดแทนภายในประเทศ และกำลังการผลิตที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว
2. การผลิตในประเทศ มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญไปสู่รองเท้า "Made in Nigeria" โดยมีปริมาณการผลิตที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในรองเท้าหนัง
3. แบบดั้งเดิมเทียบกับแบบสมัยใหม่ การผลิตมีรากฐานแบบดั้งเดิมที่แข็งแกร่ง (โดยเฉพาะในภาคเหนือและ Aba) ผลิตสินค้าทำมือควบคู่ไปกับผู้ผลิตสมัยใหม่ที่กำลังเกิดขึ้น
4. วัตถุดิบ หนังสัตว์และหนังฟอกหนังในท้องถิ่นที่อุดมสมบูรณ์เป็นรากฐานสำคัญ แม้ว่ากระบวนการแปรรูปบางอย่าง (การฟอกหนัง) ยังคงต้องการการขยายขนาด
5. การจ้างงาน เป็นแหล่งสร้างงานที่สำคัญ โดยมีผู้ทำงานมากกว่า 500,000 คน
6. เทคโนโลยีและอีคอมเมิร์ซ มีการนำแพลตฟอร์มดิจิทัลมาใช้ในการขายและการสั่งซื้อแบบกำหนดเองเพิ่มมากขึ้น
7. การส่งออก การส่งออกรองเท้าหนังเติบโตขึ้น โดยมีศักยภาพในการเจาะตลาด ECOWAS และ AfCFTA

1.2 ผู้เล่นหลักและกลุ่มตลาด

1. ผู้ผลิตรายใหญ่ บริษัทต่างๆ เช่น Vitavisco (พื้นรองเท้า) และ APIN (รองเท้าแตะ EVA) แสดงให้เห็นถึงความแข็งแกร่งในการผลิตในประเทศ

2. สินค้าหรูหราและสิ่งทำพิเศษ การเกิดขึ้นของแบรนด์ระดับพรีเมียมที่ทำด้วยมือ เช่น Shoegame Africa และ Titi Adesa ซึ่งเน้นความสวยงามและวัสดุในท้องถิ่น

3. กลุ่มตลาด ครอบครัวสไตล์กีฬา ลำลอง ทางกร และแบบดั้งเดิมสำหรับผู้ชาย ผู้หญิง และเด็ก โดยมีความต้องการความสะดวกสบายและคุณภาพเพิ่มขึ้น

1.3 ความท้าทายและโอกาส

1. ความท้าทาย จำเป็นต้องขยายการผลิต ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานของโรงฟอกหนัง ดึงดูดเงินทุน และสร้างแบรนด์ระดับโลก

2. โอกาส ความต้องการภายในประเทศสูง การทดแทนการนำเข้า การเข้าถึงเขตการค้าเสรีแอฟริกา (AfCFTA) และชนชั้นกลางที่กำลังเติบโตซึ่งขับเคลื่อนการบริโภคสินค้าแฟชั่น

2. กรณีศึกษา: กลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องหนังอาบา

อาบา ในรัฐอาเปีย เป็นศูนย์กลางการผลิตรองเท้าที่โดดเด่น โดยเฉพาะกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องหนังอาบา ซึ่งประกอบด้วยช่างทำรองเท้ากว่า 70,000 คน ผลิตรองเท้าประมาณหนึ่งล้านคู่ต่อเดือน กลุ่มนี้ได้รับประโยชน์จากการแทรกแซงของรัฐบาล เช่น การจัดหาอุปกรณ์ที่ทันสมัยและโครงการฝึกอบรมที่มุ่งปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์และความสามารถในการแข่งขัน อุตสาหกรรมรองเท้าของไนจีเรียมีศักยภาพทางการตลาดสูง (โดยเฉพาะในกลุ่มอุตสาหกรรมรองเท้าในเมืองอาบา) แต่ก็ถูกจำกัดด้วยการนำเข้า โครงสร้างพื้นฐานที่ไม่ดี (เช่น ไฟฟ้า) และนวัตกรรมที่จำกัด ทำให้เกิดช่องว่างที่สำคัญระหว่างกำลังการผลิตในประเทศและความต้องการ แม้ว่า จะมีทรัพยากรหนึ่งที่อุดมสมบูรณ์ก็ตาม ความท้าทายที่สำคัญ ได้แก่ การลักลอบนำเข้า ต้นทุนการผลิตสูง และการเพิ่มมูลค่าที่ไม่เพียงพอ ทำให้ต้องพึ่งพาแบรนด์ต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม ยังมีโอกาสในการเพิ่มการผลิตในประเทศสำหรับตลาดภายในประเทศและตลาดส่งออก โดยได้รับการสนับสนุนจากนโยบายด้านการวิจัย เครื่องจักรที่ทันสมัย และการอุปถัมภ์จากภาครัฐ ซึ่งมีศักยภาพในการเติบโตอย่างมหาศาลในภาคอุตสาหกรรมหนังที่กำลังเติบโต

2.1 ประเด็นสำคัญและความท้าทาย

1. ขนาดและศักยภาพของตลาด กลุ่มอุตสาหกรรมรองเท้าในเมืองอาบาเพียงแห่งเดียวมีมูลค่าประมาณ 144 พันล้านไนรา มีศักยภาพในการส่งออกไปยังแอฟริกาตะวันตก/กลางอย่างมาก แต่การผลิตในประเทศยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ โดยการนำเข้าเป็นส่วนสำคัญ

2. วัตถุดิบ ไนจีเรียผลิตหนังดิบและหนังสัตว์ได้มากมาย แต่ส่งออกส่วนใหญ่เป็นสินค้าสำเร็จรูป ทำให้สูญเสียมูลค่าให้กับผู้แปรรูปในต่างประเทศ

3. นวัตกรรมและคุณภาพ ความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมและการตอบสนองต่อเทรนด์แฟชั่นระดับโลกมีจำกัด ประกอบกับต้นทุนที่สูง (โดยเฉพาะค่าไฟฟ้า) ทำให้ผลิตภัณฑ์ในประเทศมีความสามารถในการแข่งขันน้อยลง

4. สินค้านำเข้าเทียบกับสินค้าในประเทศ การนำเข้าจำนวนมาก (มากกว่า 90% ของตลาด) และการลักลอบนำเข้าบั่นทอนผู้ผลิตในประเทศ ส่งผลให้กำลังการผลิตไม่เต็มที่และเกิดความขบเซา

2.2 โอกาสและข้อเสนอแนะ

1. การสนับสนุนด้านนโยบาย การควบคุมการนำเข้า สนับสนุนผลิตภัณฑ์ในประเทศ (เช่น สำหรับหน่วยงานรักษาความปลอดภัย) และจัดหาเงินทุนสำหรับการวิจัยและเครื่องจักร

2. การเพิ่มมูลค่า ลงทุนในการฟอกหนังและการแปรรูปเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์เครื่องหนังสำเร็จรูปในประเทศ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างมีนัยสำคัญ

3. การพัฒนาคลัสเตอร์ ใช้ประโยชน์และสนับสนุนคลัสเตอร์อุตสาหกรรม เช่น อาบา สำหรับการผลิตจำนวนมากและการส่งออก หรือการกำหนดตลาดเฉพาะกลุ่ม มุ่งเน้นการผลิตรองเท้าคุณภาพดีราคาไม่แพงสำหรับกลุ่มผู้มีรายได้น้อย และใช้ประโยชน์จากการออกแบบ/การตลาดเพื่อการเติบโต

4. ศักยภาพการส่งออก รองเท้าหนังของไนจีเรียกำลังได้รับความนิยมมากขึ้นในเขตการค้าเสรีทวีปแอฟริกา (AfCFTA) โดยมีการส่งออกไปยังประเทศต่างๆ เช่น กานา เคนยา และแอฟริกาใต้ AfCFTA เป็นประตูสู่ตลาดแอฟริกาที่กว้างขึ้น ซึ่งนำเสนอโอกาสในการเติบโตอย่างมหาศาล

5. ความต้องการในประเทศ การเติบโตของชนชั้นกลางและการขยายตัวของเมืองได้กระตุ้นความต้องการรองเท้าที่ทันสมัยและทนทานในประเทศอย่างมีนัยสำคัญ ผู้บริโภคชาวไนจีเรียนิยมแบรนด์ในประเทศมากขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากมีคุณภาพและสไตล์

6. การสนับสนุนจากรัฐบาล โครงการริเริ่มของรัฐบาล รวมถึงโครงการจากสภาส่งเสริมการส่งออกแห่งไนจีเรีย (NEPC) ให้ความช่วยเหลือทางการเงินและการฝึกอบรมแก่ผู้ผลิตรองเท้าในประเทศ ส่งเสริมการเติบโตของอุตสาหกรรม

2.3 ความท้าทาย

1. การจัดหาวัตถุดิบ แม้ว่าไนจีเรียจะเป็นผู้ผลิตหนังสัตว์รายใหญ่ แต่ก็เผชิญกับความท้าทายในการแปรรูปวัสดุเหล่านี้ให้เป็นหนังคุณภาพสูง ผู้ผลิตหลายรายต้องพึ่งพาหนังนำเข้า ซึ่งเพิ่มต้นทุนการผลิต

2. การขาดแคลนโครงสร้างพื้นฐาน การจ่ายกระแสไฟฟ้าที่ไม่สม่ำเสมอและเครือข่ายการขนส่งที่ไม่เพียงพอ ขัดขวางประสิทธิภาพการผลิตและเพิ่มค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

3. การแข่งขัน การไหลเข้าของสินค้านำเข้าที่ราคาถูกลงและคุณภาพต่ำกว่าจากประเทศต่างๆ เช่น จีน ทำให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรงสำหรับผู้ผลิตในประเทศ

3. ภาพรวมสถิติ

3.1 ปริมาณการผลิต: ไนจีเรียผลิตรองเท้าประมาณ 50 ล้านคู่ต่อปี โดยรองเท้าหนึ่งคิดเป็นประมาณ 20 ล้านคู่

3.2 การจ้างงาน อุตสาหกรรมรองเท้าจ้างงานมากกว่า 500,000 คน ซึ่งมีส่วนสำคัญต่อเศรษฐกิจ

3.3 การเติบโตของการส่งออก ในปี 2023 การส่งออกรองเท้าหนึ่งเพิ่มขึ้น 15% สะท้อนให้เห็นถึงการยอมรับในระดับนานาชาติที่เพิ่มขึ้นของฝีมือช่างชาวไนจีเรีย

3.4 ปริมาณการนำเข้าสินค้า

Tab 2 Quarterly Imports By Section (N'Million) Q1, 2025											
	2020	2021	2022	2023	2024	Jan-Mar 2020	Jan-Mar 2021	Jan-Mar 2022	Jan-Mar 2023	Jan-Mar 2024	Jan-Mar 2025
I. Value (cif N'million)											
1Live animals: animal products	454,519.50	551,225.96	549,643.09	597,473.38	1,491,496.78	196,660.74	110,083.95	119,889.12	122,470.78	240,559.65	392,993.61
2Vegetable products	749,386.85	1,351,466.42	1,313,469.36	1,629,759.27	2,306,069.19	170,274.60	250,784.39	336,873.19	343,952.15	690,331.72	664,103.97
3Animal and vegetable fats and oils and other cleavage	119,809.03	262,284.39	165,868.28	214,600.12	363,264.13	30,016.04	86,208.23	29,108.13	42,363.73	66,764.48	102,472.06
4Prepared foodstuffs: beverages, spirits and vinegar	594,083.17	903,476.96	976,579.82	1,514,538.96	2,794,111.02	129,263.90	179,901.08	231,572.98	253,102.05	683,483.10	668,347.15
5Mineral products	2,965,201.74	6,563,003.47	10,319,786.00	12,191,990.82	23,389,538.58	1,184,546.39	1,720,912.07	3,540,637.30	3,042,527.49	6,820,476.84	5,086,500.08
6Products of the chemical and allied industries	1,456,617.90	1,799,433.24	2,215,190.64	2,333,441.80	5,333,454.79	277,873.74	493,766.93	517,590.72	430,462.52	1,177,318.58	1,420,860.50
7Plastic, rubber and articles thereof	609,211.15	1,161,272.64	1,186,872.71	1,299,377.83	3,456,317.14	133,796.89	183,263.96	322,037.90	228,069.85	700,252.91	1,003,737.80
8Raw hides and skins, leather, furskins etc.: saddles	29,692.97	36,099.36	59,555.08	89,686.81	157,239.57	6,852.36	7,680.58	11,824.21	21,337.74	36,948.69	109,742.80
9Wood and articles of wood, wood charcoal and articles	51,499.73	59,338.88	105,609.78	175,120.89	516,939.52	6,166.84	13,244.81	29,224.85	23,646.58	104,805.12	133,281.92
10Paper making material, paper and paperboard, articles	180,638.80	328,923.40	412,234.11	573,113.14	948,163.79	51,787.24	49,059.64	110,899.66	76,454.89	172,414.73	227,950.75
11Textiles and textile articles	182,534.16	278,767.27	365,463.12	377,467.54	726,175.56	38,954.86	87,796.85	92,618.45	70,478.84	178,447.87	228,833.91
12Footwear, headgear, umbrellas, sunshades, whips etc.	23,479.48	25,845.56	25,233.65	27,694.97	64,665.79	6,343.47	6,525.57	6,302.73	4,033.93	14,363.77	26,844.55
13Articles of stone, plaster, cement, asbestos, mica,	71,439.65	100,988.29	117,187.16	185,552.87	301,244.68	18,988.45	18,486.87	26,397.38	30,108.79	59,277.43	83,911.07
14Pearls, precious and semi-precious stones, precious	1,296.49	1,287.98	274,533.66	233,359.04	458,446.98	261.11	311.29	58,816.32	40,073.46	66,317.41	171,069.87
15Base metals and articles of base metals	872,496.87	1,080,164.24	851,393.90	968,014.50	2,458,453.94	202,799.11	216,826.96	201,081.29	193,911.65	590,198.89	725,737.12
16Boilers, machinery and appliances: parts thereof	3,029,165.92	4,195,174.56	4,336,996.37	5,043,325.43	9,723,746.25	792,643.41	955,189.63	1,223,791.94	891,361.50	2,290,932.19	2,867,528.91
17Vehicles, aircraft and parts thereof: vessels etc.	1,149,412.32	1,555,881.21	1,680,757.48	2,746,286.11	4,488,801.96	317,066.88	330,728.76	456,320.22	396,992.36	850,627.39	1,218,253.78
18Optical, photographic, cinematographic, measuring ap	263,963.31	446,706.80	522,958.24	363,906.06	837,374.45	59,580.67	108,061.09	138,860.24	108,389.54	122,240.41	205,264.28
19Arms and ammunition, parts thereof	28,236.39	72,487.14	28,239.04	127,162.18	520,015.18	26,730.42	37,693.89	4,897.33	114,989.86	10,710.53	22,077.46
20Miscellaneous manufactured articles	59,157.38	89,967.33	151,408.92	167,307.92	389,292.22	13,652.37	19,308.68	35,019.25	28,639.68	72,654.70	91,573.82
21Works of art, collectors' pieces and antiques	101.05	218.85	19.57	3,686.08	8,737.32	26.35	42.65	0.31	814.99	389.72	1,089.36
22Special items not classified according to kind	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	12,700,943.81	20,843,964.95	25,658,999.97	30,863,065.54	60,590,548.84	3,576,567.85	4,875,187.85	7,495,673.52	6,466,102.38	14,749,524.15	15,426,174.75

3.5 ปริมาณการส่งออก

Tab3: Quarterly Exports By Section (N'Million) Q1, 2025											
	2020	2021	2022	2023	2024	Jan-Mar 2020	Jan-Mar 2021	Jan-Mar 2022	Jan-Mar 2023	Jan-Mar 2024	Jan-Mar 2025
I. Value (fob N'million)											
1Live animals: animal products	14,439.20	21,924.07	24,884.69	39,456.47	98,439.50	5,135.61	2,898.17	7,066.72	5,737.13	18,550.82	22,449.52
2Vegetable products	189,913.74	259,305.35	316,549.60	786,963.69	1,586,093.15	63,945.35	82,734.71	104,497.90	164,489.95	589,565.43	350,011.76
3Animal and vegetable fats and oils and other cleavage pro	6,053.52	8,841.11	9,177.66	11,794.37	40,462.38	597.97	1,577.12	1,194.29	5,842.34	5,491.25	8,191.25
4Prepared foodstuffs: beverages, spirits and vinegar, toba	189,269.29	345,301.61	405,750.74	612,153.30	3,060,552.77	73,524.16	56,555.69	128,404.14	138,737.68	472,817.01	1,420,514.03
5Mineral products	11,120,886.13	16,910,118.79	24,389,951.39	33,075,147.44	68,869,042.21	3,492,203.43	2,650,087.73	6,421,794.91	5,876,365.66	17,519,809.69	17,555,120.19
6Products of the chemical and allied industries	78,969.11	405,879.49	844,368.25	631,768.24	1,334,649.30	33,357.30	20,580.35	216,109.88	155,029.90	254,854.67	869,498.81
7Plastic, rubber and articles thereof	10,603.82	44,635.11	54,487.43	53,170.16	186,438.53	5,238.80	3,018.02	17,654.04	8,886.12	30,455.24	55,055.46
8Raw hides and skins, leather, furskins etc.: saddlery	23,533.98	37,216.48	36,706.92	47,201.60	47,332.24	5,534.39	14,295.13	4,838.57	10,033.77	9,168.86	7,416.74
9Wood and articles of wood, wood charcoal and articles	545.24	4,554.33	167.23	204.27	3,220.51	171.33	1,766.42	1,766.42	3.46	386.33	418.87
10Paper making material, paper and paperboard, articles	1,076.51	2,165.64	2,620.05	3,963.24	9,762.95	483.00	74.28	618.85	583.45	1,293.09	1,905.27
11Textiles and textile articles	6,022.89	12,292.47	10,267.73	18,755.27	36,981.15	2,920.65	3,022.88	2,083.80	2,657.25	9,493.59	3,104.92
12Footwear, headgear, umbrellas, sunshades, whips etc.	1,818.92	4,280.92	5,349.31	5,976.24	15,262.17	592.51	751.17	853.96	1,483.19	2,304.83	6,398.69
13Articles of stone, plaster, cement, asbestos, mica, cera	1,089.00	22,072.84	75,177.27	100,120.02	244,831.53	410.14	1,716.69	14,064.81	18,957.37	53,536.50	92,376.39
14Pearls, precious and semi-precious stones, precious metal	779.29	3,560.78	1,812.09	1,073.21	2,323.91	58.10	15.83	511.68	-	94.51	-
15Base metals and articles of base metals	35,616.94	152,238.25	244,617.97	389,856.62	834,644.56	13,334.37	16,248.67	58,551.32	63,771.94	182,574.15	128,605.08
16Boilers, machinery and chemical appliances: parts thereof	17,867.09	19,298.42	8,804.42	60,791.91	108,317.83	5,910.22	16,051.84	1,291.28	5,389.13	16,998.36	15,207.87
17Vehicles, aircraft and parts thereof: vessels etc.	841,996.85	654,167.00	364,783.15	116,508.51	948,675.47	406,285.75	109,749.24	122,101.70	32,302.87	7,846.47	45,211.84
18Optical, photographic, cinematographic, measuring applia	2,079.53	1,077.37	771.64	1,983.71	12,972.51	73.58	144.67	-	952.95	1,844.28	956.33
19Arms and ammunition, parts thereof	-	182.64	-	-	-	-	-	-	-	-	-
20Miscellaneous manufactured articles	25.59	685.82	510.35	3,514.16	5,066.29	5.28	108.49	91.92	482.56	445.73	1,059.74
21Works of art, collectors' pieces and antiques	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
22Special items not classified according to kind	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	12,522,684.44	16,907,788.71	26,796,754.86	35,962,392.44	77,442,098.95	4,109,769.94	2,984,931.95	7,102,113.63	6,487,038.88	19,176,193.80	20,598,480.75

3. มาตรการนำเข้าและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง

การนำเข้ารองเท้าเข้าประเทศไนจีเรียจำเป็นต้องปฏิบัติตามขั้นตอนและเอกสารทางกฎหมายอย่างเคร่งครัด เนื่องจากรองเท้าบางประเภทอยู่ในรายการสินค้าต้องห้ามนำเข้า คุณจะต้องขอใบรับรองผลิตภัณฑ์และใบรับรอง SONCAP จากองค์การมาตรฐานแห่งไนจีเรีย (SON) และดำเนินการกรอกแบบฟอร์มอิเล็กทรอนิกส์ "M" ผ่านธนาคารตัวแทนจำหน่ายที่ได้รับอนุญาต

3.1 ข้อกำหนดและข้อห้ามทางกฎหมาย

รองเท้าส่วนใหญ่อยู่ในรายการสินค้าต้องห้ามนำเข้าของไนจีเรีย อย่างไรก็ตาม มีข้อยกเว้นบางประการ เช่น สินค้าที่ได้รับการยกเว้น ได้แก่ รองเท้าเซฟตี้สำหรับใช้ในอุตสาหกรรม (น้ำมันและก๊าซ) รองเท้ากีฬา รองเท้าผ้าใบ และชิ้นส่วนและส่วนประกอบแบบแยกชิ้น (CKD) ทั้งหมดได้รับอนุญาตให้นำเข้า ในส่วนสินค้าที่ห้ามนำเข้า ได้แก่ รองเท้า กระเป๋า และกระเป๋าเดินทางประเภทอื่นๆ ทั้งหมด (รหัส HS 6401.1000.11 – 6405.9000.99) โดยทั่วไปแล้วห้ามนำเข้าเพื่อการค้าในไนจีเรีย All types of Foot Wears, Bags and Suitcases HS Codes 6401.1000.11 – 6405.9000.99 and 4202.1100.10 – 4202.9900.99 [but excluding Safety Shoes used in oil industries, Sports Shoes, canvas shoes all Completely Knocked Down (CKD) blanks and parts]

3.2 ขั้นตอนการนำเข้าที่จำเป็น

หากรองเท้าประเภทเฉพาะของคุณได้รับอนุญาต กระบวนการนำเข้าทั่วไปจะประกอบด้วยหลายขั้นตอนดังนี้

1. การจดทะเบียนบริษัท บริษัทผู้นำเข้าต้องจดทะเบียนในประเทศไนจีเรียและมีหมายเลขประจำตัวผู้เสียภาษี (TIN) ที่ลงทะเบียนกับกรมสรรพากรกลาง (FIRS) ในฐานะผู้นำเข้า
2. ขอใบรับรองผลิตภัณฑ์ (PC) ผู้ส่งออกต้องขอใบรับรองผลิตภัณฑ์จากบริษัทที่ได้รับการรับรองจาก SON (เช่น SGS หรือ Cotecna) ในประเทศที่จัดส่งสินค้า ใบรับรองนี้รับรองว่าสินค้าเป็นไปตามมาตรฐานของไนจีเรีย
3. ดำเนินการแบบฟอร์มอิเล็กทรอนิกส์ "M" โดยการส่งแบบฟอร์มอิเล็กทรอนิกส์ "M" ที่กรอกข้อมูลครบถ้วนทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านธนาคารตัวแทนจำหน่ายที่ได้รับอนุญาตในไนจีเรีย แบบฟอร์มนี้ต้องมีรายละเอียดของสินค้าอย่างละเอียด รวมถึงชื่อแบรนด์ รุ่น ข้อมูลจำเพาะ และปริมาณ และต้องแนบเอกสาร เช่น ใบแจ้งหนี้ เบื้องต้นและใบรับรองการประกันภัย

4. ขอใบรับรอง SONCAP (SC) เป็นใบรับรองโครงการประเมินความสอดคล้องของ SON (SONCAP) เป็นเอกสารบังคับสำหรับการผ่านพิธีการศุลกากร บริษัทที่ได้รับการรับรองจะออกเอกสารนี้หลังจากตรวจสอบและทดสอบก่อนการจัดส่ง จากนั้น SC จะถูกส่งไปยังกรมศุลกากรไนจีเรีย (NCS) ผ่านทางพอร์ทัล SON

5. รับรายงานการประเมินก่อนการมาถึง (PAAR) ธนาคารของตัวแทนจำหน่ายที่ได้รับอนุญาตจะส่งเอกสารขั้นสุดท้าย (ใบแจ้งหนี้การค้า รายการบรรจุภัณฑ์ ใบตราส่งสินค้า PC แบบฟอร์มอิเล็กทรอนิกส์ M) ไปยัง NCS ซึ่งจะสร้าง PAAR ขึ้นมา PAAR มีความสำคัญสำหรับการคำนวณภาษีนำเข้าและการผ่านพิธีการศุลกากรเมื่อสินค้านำมาถึง

6. การผ่านพิธีการศุลกากรและการชำระภาษี เมื่อสินค้านำมาถึง คุณหรือตัวแทนของคุณจะยื่นแบบฟอร์มการประกาศสินค้าแบบรวม (SGD) และชำระภาษีนำเข้าและภาษีอื่นๆ ที่ประเมินทั้งหมด (ซึ่งโดยทั่วไปจะรวมถึงภาษีนำเข้า ภาษีมูลค่าเพิ่ม ค่าธรรมเนียมเพิ่มเติม และค่าธรรมเนียมอื่นๆ) ไปยังธนาคารที่กำหนด

3.3 ขนาดรองเท้า

สำหรับการค้าปลีก ระบบขนาดมาตรฐานสากล (UK, US, EU) มักใช้กันทั่วไป แต่ขนาดของแต่ละแบรนด์อาจแตกต่างกัน คุณอาจต้องจัดทำแผนภูมิการแปลงขนาดที่ชัดเจนสำหรับผู้บริโภคในท้องถิ่นหากขายสินค้าในไนจีเรีย

3.4 อัตราภาษีขาเข้า

มีการกำหนดอัตราภาษีขาเข้า (Import Duty) ที่ร้อยละ 20 และ 10 และภาษีมูลค่าเพิ่ม 7.5%

64.02	Other footwear with outer soles and uppers of rubber or plastics.					
	- Sports footwear :					
	-- Ski-boots, cross-country ski footwear and snowboard boots:					
6402.12.10.00	--- Presented completely knocked down (CKD) or unassembled for the assembly industry	2u	20	7.5	0	0
6402.12.90.00	--- Other	2u	20	7.5	0	0
	-- Other:					
6402.19.10.00	--- Presented completely knocked down (CKD) or unassembled for the assembly industry	2u	10	7.5	0	0
6402.19.90.00	--- Other	2u	20	7.5	0	0
	- Footwear with upper straps or thongs assembled to the sole by means of plugs:					
6402.20.10.00	-- Presented completely knocked down (CKD) or unassembled for the assembly industry	2u	10	7.5	0	0
6402.20.90.00	-- Other	2u	20	7.5	0	0
	- Other footwear :					
	-- Covering the ankle:					
6402.91.10.00	--- Presented completely knocked down (CKD) or unassembled for the assembly industry	2u	10	7.5	0	0
6402.91.90.00	--- Other	2u	20	7.5	0	0
	-- Other:					
6402.99.10.00	--- Presented completely knocked down (CKD) or unassembled for the assembly industry	2u	10	7.5	0	0
6402.99.20.00	--- Beach sandals	2u	20	7.5	0	0
6402.99.90.00	--- Other	2u	20	7.5	0	0

4. ช่องทางการจำหน่ายสินค้า

ผู้จัดจำหน่ายรองเท้าในไนจีเรีย ได้แก่ ผู้ผลิตอย่าง Famad PLC, Yikodeen Footwear และ Nibiru Industrial รวมถึงแพลตฟอร์มออนไลน์และผู้ค้าส่ง เช่น Shoelayers.com, Obeezi.com และตลาดต่างๆ เช่น Aba และ Balogun นอกจากนี้ยังมีแบรนด์เฉพาะทาง เช่น Ethnik, Gionnys และผู้จัดจำหน่ายสินค้าเครื่องหนัง เช่น Leatherworld Ltd และ Tennards Nigeria ศูนย์กลางการค้าส่งและค้าปลีกที่สำคัญ ได้แก่ ลากอส (Ojota, Ikeja) และโอไนตชา โดยบริษัทต่างๆ มุ่งเน้นการผลิตในประเทศ การนำเข้า และกลุ่มเฉพาะต่างๆ เช่น รองเท้าเซฟตี้หรือรองเท้าแพทย์

4.1 ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย (ในประเทศและแบรนด์)

- Famad PLC ผลิตและจำหน่ายรองเท้าที่ผลิตในประเทศ (รองเท้านักเรียน รองเท้าแตะ รองเท้าบูท)
- Yikodeen Footwear (YFL) เชี่ยวชาญด้านรองเท้าบูทเซฟตี้ รองเท้าบูททหาร รองเท้าทางการ และรองเท้าแพทย์
- Nibiru Industrial Company Ltd มุ่งเน้นรองเท้าเซฟตี้และรองเท้านักเรียนคุณภาพสูงสำหรับอุตสาหกรรมต่างๆ
- Lennards Nigeria PLC ผลิต ทำการตลาด และจัดจำหน่ายรองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง
- Ethnik by Tunde Owolabi แบรนด์รองเท้าท้องถิ่นที่มีชื่อเสียง
- Gionnys เป็นที่รู้จักในด้านรองเท้าที่มีสไตล์
- Comfi Footwear Nigeria Ltd ผู้ผลิตรองเท้าท้องถิ่นอีกราย

4.2 ผู้ค้าส่งและแพลตฟอร์มออนไลน์

- Shoelayers.com (Atris Global Concepts) ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายรองเท้าหลากหลายแบรนด์
- Obeezi.com ผู้ค้าปลีกออนไลน์ในเมืองอาบูจา
- KM e-Stores ผู้จำหน่ายสินค้าส่งในเมืองอาบูจา
- Ajebomarket ตลาดออนไลน์สำหรับสินค้าต่างๆ รวมถึงรองเท้า
- Shoepify ผู้ค้าปลีกที่นำเสนอรองเท้าที่มีสไตล์และคัดสรรมาอย่างดี

4.3 ตลาดและผู้ค้าปลีกรายใหญ่

- ตลาดรองเท้าอาบา มีชื่อเสียงในด้านการผลิตและการจำหน่ายรองเท้าอย่างกว้างขวาง

- ตลาดบาโลกัน (ลากอส) ศูนย์กลางขนาดใหญ่สำหรับสินค้าหลากหลายประเภท รวมถึงรองเท้า
- Adam & Eve ห้างสรรพสินค้าหรูที่จำหน่ายรองเท้า กระเป๋า และเครื่องประดับ
- Bevista & Company Ltd: นำเสนอแฟชั่น รองเท้า และเครื่องประดับดีไซน์เนอร์

5. ข้อมูลกิจกรรมส่งเสริมตลาดในต่างประเทศ

5.1 งาน Made in Nigeria Shoe Expo (MINSE) เป็นงานแสดงสินค้าเกี่ยวกับรองเท้าที่สำคัญที่สุดในไนจีเรียคือ งาน Made in Nigeria Shoe Expo (MINSE) ซึ่งเป็นงานแสดงสินค้าแบบ B2B ประจำปีที่จัดขึ้นในกรุงอาบูจา โดยจัดแสดงห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้าทั้งหมด ตั้งแต่วัตถุดิบและเครื่องจักรไปจนถึงผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป เชื่อมโยงผู้ผลิตในท้องถิ่นกับตลาดโลก และส่งเสริมงานฝีมือของไนจีเรีย งานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ งาน Lagos Leather Fair และงานเทศกาลแฟชั่น/สิ่งทอต่างๆ ซึ่งทั้งหมดนี้เน้นย้ำถึงอุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้าที่กำลังเติบโตของไนจีเรีย ดึงดูดรัฐบาล นักลงทุน นักออกแบบ และผู้เล่นระดับนานาชาติ

5.2 งานแสดงสินค้าเครื่องหนังลากอส อีกหนึ่งงานสำคัญที่เน้นความคิดสร้างสรรค์และคุณภาพของเครื่องหนังและการออกแบบของแอฟริกา

5.3 เทศกาลแฟชั่นและสิ่งทอ งานอีเวนต์ขนาดใหญ่ที่มีกรรมถึงเครื่องหนังและรองเท้า เพื่อเฉลิมฉลองสไตล์ไนจีเรีย

6. ข้อมูลเพิ่มเติมและความเห็นของสำนักงานฯ

โดยสรุปแล้ว อุตสาหกรรมรองเท้าของไนจีเรียกำลังอยู่ในช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อน่าสนใจและมีศักยภาพในการเติบโต โดยกำลังเปลี่ยนจากการพึ่งพาการนำเข้าไปสู่การผลิตในประเทศที่แข็งแกร่ง ซึ่งขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม ช่างฝีมือที่มีทักษะ และศักยภาพทางการตลาดที่สำคัญ

7. แหล่งข้อมูลอ้างอิง

[Rise of Nigeria's leather shoe industry: A step forward for men and women - Businessday NG](#)

<https://customs.gov.ng/>

ประมวลโดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงอาบูจา

มกราคม 2569