北京皮革

BEIJING LEATHER

1976 年创刊
NOV 2019 ★ 12 月号
主办单位：中国皮革协会

封面人物
刘穗龙
中国皮革协会副理事长
广东新濠畔集团董事长

直面“变局” 创新发展
面对新变化 中国制鞋业需重塑新竞争优势

环境友好型
无铬鞣绵羊服装革生产关键技术

定价 300 元 / 年 零售价 25 元 / 本
刊号 ISSN1002-7947 CN11-2260/TS
出版《北京皮革》杂志编辑部
ISSN 1002-7947
12
9 771002 794198

扫描二维码
关注我们的官方微信

ALL CHINA LEATHER EXHIBITION 中國國際皮革展

中国国际皮革展

ALL CHINA LEATHER EXHIBITION

上海浦东新国际博览中心
Shanghai New International Expo Centre
Pudong, Shanghai, China

1-3·9·2020

www.aclechina.com

Organisers 主办单位：
APLF Ltd 亚太区皮革展有限公司
China Leather Industry Association 中国皮革协会

APLF

SIC | informa markets

Authorised by 批准单位：
Ministry of Commerce of the People's Republic of China 中华人民共和国商务部

Support by 支持单位：
China National Light Industry Council 中国轻工业联合会

四川德赛尔化工实业有限公司
www.decision.cn
电话:+86-838-3680715 E-mail: info@decision.cn

DECISION

CONTENTS
目录

06 **焦点 · 关注**

6 参加“2019 国家制造强国建设专家论坛”的领导嘉宾参观考察华宝智能科技有限公司
8 皮革手工艺推崇工匠精神 展现艺术韵味
12 刘穗龙：30 年“五心”服务，打造“全球鞋业市场”标杆
18 直面“变局” 创新发展——面对新变化 中国制鞋业需重塑新竞争优势
22 把鞋圈当成“韭菜园” 价格飙涨背后谁在炒作

24 **科技 · 生态**

24 科技成果为皮革产业可持续发展注入新动力——第 35 届国际皮革工艺师与化学家协会联合会（IULTCS）大会技术报告汇总（四）
30 环境友好型无铬鞣绵羊服装革生产关键技术
36 皮革染色及相关知识问答

42 **企业 · 创新**

42 芬兰世家皮草 Saga Furs 总裁 Pertti Fallenius 一行走访崇福皮草行业
45 温州鞋业以产品设计和智能制造逆势突围
46 箱包企业渠道创新有妙招

52 **设计 · 潮流**

52 树立人性化的设计理念，智造护足保健康的好鞋
54 儿童鞋与成人鞋设计的异同
58 2019 肃宁针纺与皮草时尚休闲服装设计大赛精彩纷呈
62 优雅兼具休闲 余姚皮草服饰引领时尚新潮流

82 **智能 · 网络**

82 流行趋势预测及用户行为洞察的可视化决策平台构建

本期广告索引

封二	2020 中国国际皮革展
封底	宝斯卡化工
封三	“真皮真自我”皮革设计大赛
扉页	德赛尔化工
P5	新濠畔集团
P72-73	崇福皮毛市场
P74	浙江祥隆皮草
P75	源泰皮革
P76	2020“真皮标志杯”面料大赛
P77	“真皮标志”证明商标
P78-79	桐乡足佳鞋材市场
P80	生态皮革
P81	华日轮橡塑制品

资讯 · 数据

88 浙江省委常委、温州市委书记陈伟俊一行到康奈集团公司考察
89 2019 中国（温岭）童鞋产业论坛成功举办
90 2019 中国皮革鞋业发展论坛暨第二届世界真皮大会瞿溪峰会举办
92 首届中国（莆田）国际鞋服产业博览会暨鞋业创新智造峰会隆重举行
94 第十届“崇福杯”裘（革）皮服装设计大奖赛评审结束
96 第十九届中国 · 尚村国际皮草交易会成功举办
97 广州大都市鞋城举行成立二十周年暨新址盛大开业庆典
100 “第三届国际动物福利（水貂 / 狐 / 貉）示范场”认定进行实地考评
101 2019 年 1-9 月全国皮革工业主要商品出口量值等
102 汽车革为皮革行业树立了可持续发展的典范
106 英国鞋类品牌如何保持其领先水平
108 为什么美国皮革工业陷入艰难困境
112 “真皮真自我”全球设计大赛在中国拉开帷幕

CONTENTS

顾　问

石　碧　马建中　苏超英

编　委

丁水波　刁　梅　于百计　万祥华
弓太生　王　丹　王　敏　王吉万
王全杰　王建新　王振滔　邓佑才
冯春海　朱　岩　仲济德　任有法
刘穗龙　许志华　许建新　严　平
严建林　严慈亮　李　臣　李　军
李开华　李伟娟　李运河　李彦春
李雪梅　吴海燕　何有节　汪　海
宋晓武　张月明　张壮斗　张继国
陈小云　陈文祥　陈玉珍　陈启贤
陈国学　陈荣辉　范子坤　罗建勋
岳国威　郑合明　郑秀康　胡建中
段力民　俞　英　施荣川　施纪鸿
姜　华　贺素成　徐树峰　郭建英
曹向禹　章川波　梁志新　梁国申
尉乐根　彭先成　董新志　温祖谋
谢胜虎　谢榕芳　霍建国

北京皮革

刊名题字：李玉中

北京皮革

BeiJing Leather　1976 年创刊　DEC 2019 ★ 12 月号

Administrator **主管单位**　中国轻工业联合会
Sponsor **主办单位**　中国皮革协会
Publish **出版单位**　《北京皮革》编辑部

President **总裁**　李玉中

Chief Editor **主　编**　周富春
Deputy Chief Editor **副主编**　骆国民
Editors in Charge **责任编辑**　樊永红
Art Director **美术总监**　李　霞

国际标准刊号　ISSN1002- 7947
国内统一刊号　CN11- 2260/TS
Publication Date **刊期**　月刊 每月 8 日出版
Distribution **发行**　公开发行
Price **定价**　每期 RMB25 元，300 元 / 年
Design **设计**　《北京皮革》设计制作中心
Printing **印刷**　北京博海升彩色印刷有限公司

Address **本刊地址**　北京市西城区西直门外大街 18 号
金贸大厦 C2 座 708 室
E- mail **邮箱**　bj- leather@chinaleather.org
Post Code **邮编**　100044
Contact **联系人**　雒　霞
Tel **电话**　010- 88334955

Regional **区域负责人**

华北　东北	骆巍巍	电话：13033921977
福建	苏添财	电话：13505065432
川渝	赵建华	电话：13808055680
广州	王宝才	电话：13672467586
	陈万日	电话：13640678748
桐乡	安春叶	电话：13857322686
温州	郑　君	电话：13705774922
南京	段广涛	电话：13819313189
余姚	张　辉	电话：15888361116
海宁	李书波	电话：13586332719
	李冬超	电话：13736817368
惠州	张志华	电话：13691863303

版权申明： 版权所有，未经本刊许可不得转载。凡向本刊所投稿件，视为作者同意可在本刊主办单位的网站、出版物及其他合作平台转载，不再单独支付稿费。为适应我国信息化建设，扩大本刊及作者知识信息交流渠道，本刊已被《中国学术期刊网络出版总库》及 CNKI 系列数据库收录，其作者文章著作权使用费与本刊稿酬一次性给付。免费提供作者文章引用统计分析资料。如作者不同意文章被收录，请在来稿时向本刊声明，本刊将做适当处理。

长期办理订阅

收款单位：中国皮革协会

开　户　行：中国工商银行股份有限公司北京东四支行 0200004109014450660

世界制鞋产业服务商

SERVICE PROVIDERS OF WORLD FOOTWEAR INDUSTRY

新濠畔®
XINHAOPAN

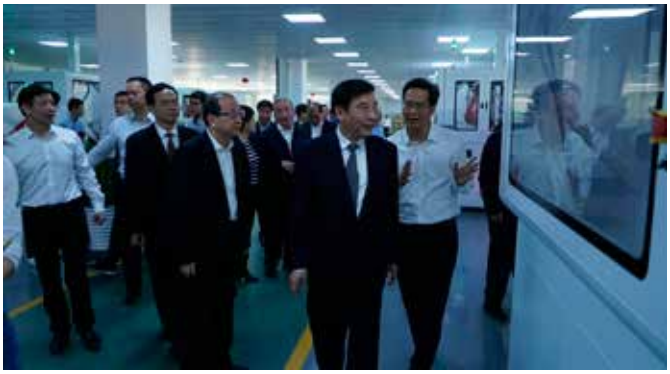
新鞋材 新濠畔 鞋的一半在新濠畔

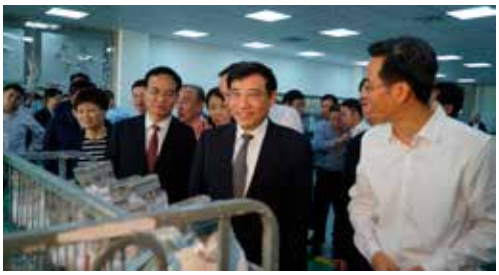
THE LATEST AND THE MOST COMPLETE SHOE MATERIALS ARE GATHERING AT XIN HAO PAN

Add:广州市越秀区广园西路21号万豪鞋材广场7楼2701
Room 2701,7th Floor Wanhao Palza,NO.21 Guangyuan West Road,
Yuexiu District,Guangzhou,China
Tel:+86-20-36126073

2019国家制造强国建设专家论坛

智能制造提升传统产业竞争力





参加“2019 国家制造强国建设专家论坛”的 领导嘉宾参观考察华宝智能科技有限公司

11 月 18 日，以“智能制造提升传统产业竞争力”为主题的“2019 国家制造强国建设专家论坛”在泉州举办。全国各地工业和信息化主管部门、智能制造试点示范企业、相关制造业企业、智能制造解决方案单位、工业互联网企业等代表，中国工程院等有关科研机构、高校专家齐聚一堂，围绕智能制造发展趋势、传统企业智能化改造和数字化升级、企业核心竞争力提升等议题，开展了前瞻性、专业性讨论与交流。

同日，国家工业和信息化部部长苗圩、国家制造强国建设战略咨询委主任周济、福建省人民政府副省长林宝金、泉州市人民政府市长王永礼、晋江市委书记刘文儒，全国各地工业和信息化主管部门代表，智能制造试点示范企业、相关制造业企业、智能制造解决方案单位、工业互联网企业代表，中国工程院等有关科研机构、高校专家等百余人，来到华宝智能科技有限公司晋江基地的制鞋智能生产线项目应用现场参观考察 。

工业和信息化部部长苗圩指出，制造业是实体经济的主体，是推动经济长期稳定增长的核心引擎。在调研期间，苗部长提到加快传统产业改造提升是一项重要而紧迫的战略任务，必须坚持新兴产业培育发展和传统产业改造提升并重，把传统产业改造提升作为推动制造业高质量发展的重要支撑，并对该公司的制鞋智能应用车间给予了高度评价和肯定。

泉州市是国家制造强国建设试点示范城市，更是“爱拼敢赢”的“晋江经验”的诞生地，近年来泉州认真贯彻落实制造强国战略，在推动传统制造业智能化转型升级上做了大量卓有成效的工作，取得了显著成绩，为全国做出了很好的示范。

华宝科技正是在这片沃土的滋养中茁壮成长起来的优秀企业，秉承“让全球的制鞋业实现智能化”的使命，一路前行，它将成为推动中国鞋企转型升级的核心力量，是鞋企从低端产业转变为高端产业的助推器。

中国轻工业联合会会长张崇和：通过强化接续传承、跨界融合创新、深挖文化内涵、引导普及消费四个层面，赋能工艺美术的发展。要以更多人喜爱、更有效需求、更普遍消费，赋予工艺美术发展新生动力。

皮革手工艺
推崇工匠精神 展现艺术韵味

文、图 / 周富春 雒霞

中国轻工业联合会会长张崇和（左）体验皮具手工制作

11 月 7 日，中国工艺美术传承与发展论坛在南京举行，中国轻工业联合会会长、中国工艺美术大师工作委员会主任张崇和作了主旨发言。他指出，中国工艺美术历史悠久，底蕴深厚，品类繁多，内涵丰富，浓缩着中华民族的劳动智慧，凝聚着华夏儿女的创造伟力，以饱含的文化承载力和经济推动力，为满足人民美好生活发挥着重要作用，为推动国民经济发展作出了积极贡献。据不完全统计，我国目前工艺美术年产值超过 2.5 万亿元，直接从业人员超过 600 万人，加上相关从业人员超过 1200 万人，行业规模前所未有，市场发展兴旺蓬勃。

张会长说，面对新形势，工艺美术行业需要扬长避短、乘势而上，积极探寻更加有效、更加强大的发展动力来发展工艺美术事业。为此，就探寻新生动力，他提出：可通过强化接续传承、跨界融合创新、深挖文化内涵、引导普及消费四个层面，赋能工艺美术的发展。

近年来，为落实党中央作出的振兴传统工艺产业的重大决策工作部署，中国皮革协会结合行业特点，在推动皮革传统工艺发展道路上，不断实践和探索，推出了行业工匠楷模，并开展了一系列贴合实际、富有成效的特色皮革手工艺活动。

2019 年 9 月 2 日，皮革行业“轻工大国工匠”颁奖仪式在上海举行，备受全行业瞩目。国家一级鞋类设计师、中国鞋业专家陈国学，四川省民间艺术优秀传承人、四川省民间艺术大师孙泽慧两位大师获此殊荣。“轻工大国工匠”评选由中国轻工业联合会、中国财贸轻纺烟草工会共同组织，经地方产业工会审核、全国性轻工相关行业协会推荐、专家组投票推荐等环节，最终共有 42 人当选。

手工软包绣花皮拖鞋、手工皮丝编织画……这些快要失传的百年手工制作技艺，在孙泽慧的手中点亮光彩。她倾心于手工皮艺的传承、保护、开发及弘扬，在传承百年技艺——

全手工工艺软包皮拖鞋制作技艺基础上将其创新发扬，融合刺绣工艺、手绘工艺、掐丝工艺、镂雕工艺等多种手工技艺，把皮艺制品与四川特色文化结合起来，使产品更具巴蜀地域文化特色、更具艺术价值。由她钻研创作的世界唯一皮丝画，将皮艺的手工技巧展现得淋漓尽致，这也使她成为“中国皮丝编织画第一人”。

国学鞋楦坚持自主创新、科学发展的经营理念，重视技术创新、新品研发，是亚太地区行业内首家引进意大利数控制楦技术和成套数控制楦设备的企业，中国鞋楦行业首家通过国际《质量管理体系要求》(GB/T9001:2008)“鞋楦的设计和生产”两项认证的企业。陈国学是我国国家标准 GB/T3293-2007、GB/T3293-2017《中国鞋楦系列》主要起草人，全国制鞋标准化技术委员会专家委员，国际制鞋标准化委员会 ISO/TC137 会议中国首席专家代表，《鞋楦设计》一书作者，曾在 2008 年获上海市产业创意贡献奖。

“工艺美术强调传承与发展。社会认知、大众需求是工艺美术赖以生存的土壤。要普及推广工艺美术文化知识，增强全社会传统工艺认知，培养更多的工艺美术爱好者。要拓展手工艺制品推介渠道，搭建展览展示平台，传递艺术魅力，推动工艺美术走进百姓生活。要以更多人喜爱、更有效需求、更普遍消费，赋予工艺美术发展新生动力。”张崇和会长指出。

2018 年 6 月 1 日，中国皮革协会在皮革手工艺文化交流季开展期间，借助六一儿童节的特殊节日氛围，在北京特别举办了一场“皮革手工艺亲子体验课”活动。

为了使孩子与父母在这次亲子活动中能近距离了解皮革，了解皮革手工艺，组委会特别安排了让小朋友们自己动手在皮革上作画的同时，让家长们动手缝制了小鸟零钱包。活动中，皮革手工艺老师还对一些皮革小知识、皮革

手工艺的制作工具、工艺、工序等相关问题对大家作了讲解，使小朋友们在寓教于乐中度过了一个难忘的儿童节。

活动期间，活动主办方还特别邀请到了中国关心下一代工作委员会健康体育发展中心的吴以平院长前来体验，并就皮革手工艺基础课程在中小学生中的推广作了初步的交流。

2018-2019 年，在上海一年一度的中国国际皮革展举办期间，中国皮革协会在展馆内专门设立了“手工皮艺区”，在专业老师的指导下，现场指导观众进行皮具制作体验。为期三天的活动，前来体验的观众络绎不绝。

2019 年 5 月举行的中国品牌日活动期间，中国皮革协会围绕“科技、品质、时尚”主题，设置了皮革行业自主品牌消费体验区，营造了“匠心品质、科技创新、时尚潮流、亲密接触”4 个场景体验，其中小皮具制作，手工匠心技艺体验是其中最耀眼的一道风景线。皮革行业特邀东华大学皮具专业师生、师傅 18 人到体验区现场，全程为消费者指导制作小皮具，两天半的时间里，共有 97 位消费者亲手制作完成了自己心爱的小皮具，并附带“真皮标志”标牌赠送给了制作者，受到消费者的青睐。

张崇和会长认为，吸引年轻后备力量，补足行业人才空缺，逐步形成结构合理、代代接续的手工艺传承人才队伍。要普及推广工艺美术文化知识，增强全社会传统工艺认知，培养更多的工艺美术爱好者。要创造社会大众走近工艺美术的便利条件，开放大师制作室、手工艺工场、传承基地、工艺园区，让广大群众体验工艺流程，感受绝技绝艺。

正如工匠大师孙泽慧所言：“只要有延续，传统手工艺必将有温度。”皮革行业是古老的传统产业，皮革手工艺在皮鞋、皮衣、皮包、皮件等皮革制品上体现出的特别艺术韵味，一定会在广大工匠和艺术家的手中传承、创新，并不断散发出更加灿烂的光芒。

封面人物

刘穗龙

广州市第十二、十三届人大代表

第九届广州市白云区政协常委

中国皮革协会副理事长

中国皮革协会鞋材专业委员会会长

中国－东盟鞋业行业合作委员会中方秘书长

广东省商业联合会执行会长

广东鞋业厂商会会长

广东省鞋材行业协会主席

广州市白云区皮具产业促进会会长

广东新濠畔集团有限公司董事长

30年“五心”服务，打造“全球鞋业市场”标杆

文 / 张满丰

刘穗龙先后被广州市白云区政府评为“优秀中国特色社会主义事业建设者”；中国物流与采购联合会授予其“中国商品交易市场改革开放30年杰出企业家”称号；广州市人民政府授予“优秀中国特色社会主义事业建设者暨民营企业抗灾救灾先进个人”称号；2010年，在人民大会堂召开的第二届民营企业家发展高层论坛上被评为“十佳民营企业家”；2011年6月，获得广州市慈善会颁发的“羊城慈善先进个人—慈善之星”；2011年12月，获得广东省经济学家企业家联谊会、广东企业家理事会共同颁发的“广东省优秀企业家”称号；2014年4月，荣获《皮具商报》颁发的“2013年度中国皮具鞋业领军人物”称号；2010-2015年，连续5年被慧聪鞋网评为“行业十大风云人物”；2016年被环球鞋网评为“中国鞋业领军人物”；2018年被中国皮革协会评为中国皮革行业30年“功勋人物”。

新濠畔集团拥有一批富有专业素养的服务团队和物管团队，在管理服务中始终坚持“商户至上、服务第一”的服务宗旨和“生意你做，服务我做”的服务理念，与商户建立公正合理、相互尊重、相互信任的平等合作关系，并努力提升新濠畔的服务细节、运营能力和市场竞争力，使商户获得价值最大化，实现与商户的共赢共乐！

服务商户——竭心
安全防范——用心
环境卫生——精心
设备维护——细心
人性化导购——贴心

五“心”服务，不断创造辉煌

1991年7月，刘穗龙创办广东第一家鞋业专业市场——“广东鞋业城”，即后来的“九龙鞋城”。1992年，蒂豪鞋业城成立，初步奠定了广州站西在广东乃至中国鞋业界的地位。1998年，广州第一家专业鞋材批发广场“新濠畔鞋材皮革五金批发广场”成立，标志着刘穗龙的事业重点开始转向制鞋原材料，经营范围面向全中国及世界各地制鞋基地。刘穗龙被行业尊称为广州站西鞋业商圈的缔造者，他所创办的新濠畔也成为中国鞋材市场的标杆和风向标。

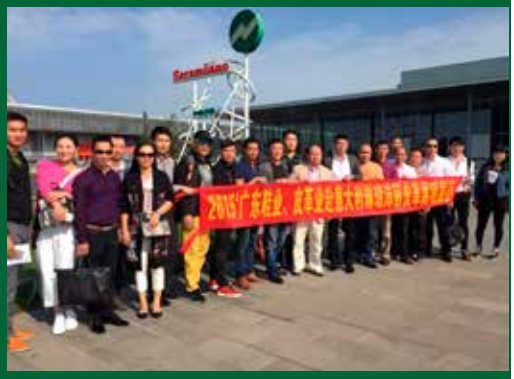
目前，新濠畔集团旗下拥有新濠畔鞋材皮革五金批发广场、佳豪皮具皮革城、新濠畔万豪鞋材广场、新濠畔瑶台广场四大商场，其主营的专业市场面积达20万平方米，场内常驻来自海内外的商户达6000余家，经营范围包括：真皮、五金配件、鞋底材料、鞋面材料、布料、编织材料、特殊材料、PU（合成革）等。占据国内制鞋材料市场份额的20%、出口市场的25%。市场网点呈多城市、多区域，营销网络辐射全国各地和欧洲、非洲、亚洲的多个国家和地区，在国内外享有极高的知名度。

新濠畔集团率先开拓的广州站西鞋业专业市场，对中国现代制鞋产业的飞速发展做出了巨大贡献。广州既是中国鞋业的心脏，也是鞋材最集中的地区。行业有句话叫“世界鞋业看中国，中国鞋业看广州”，从中可以看出广州鞋业的地位和作用。30年来，仅“新濠畔集团”旗下市场，就解决了数万人的就业。目前，受各种因素的影响，中国鞋业的发展遇到前所未有的困境，业内已经形成了共识——要想在竞争激烈的市场生存、发展，创新求变是唯一的出路。

在刘穗龙的带领下，新濠畔集团不断开拓创新，助力鞋业产业的转型升级。在目前世界制鞋产业发展格局下，需整合产业链、凝聚产业核心竞争力。多年来新濠畔考察调研世界各地，与意大利、西班牙、美国、印度及东南亚等世界鞋业组织保持密切合作，建立了深入、全面的合作关系，同时富集数十载鞋业专业市场运营经验，践行“全球制鞋产业服务一体化中心”构想，整合行业内外资源，加强跨界合作，利用互联网平台，全面实现制鞋产业链上下游无缝对接，最大限度降低采购和销售成本，为行业提供最优质、时尚的制鞋原材料，降低企业成本。

2013年，新濠畔鞋材皮革五金批发广场被中国皮革协会评定为“五星级专业市场”，2018年，新濠畔鞋材皮革五金批发广场、广州佳豪皮具皮革城被中国皮革协会评定为“五星级专业市场”，这是对新濠畔广场及刘穗龙为广州乃至全国鞋材、皮革行业做出贡献的肯定，也是对新濠畔广场提升市场服务质量、完善市场硬件设施、创新市场管理模式的认可。

2014 年 12 月，“新濠畔”被广州市工商行政管理局评定为“广州市著名商标”。2019 年，新濠畔鞋材皮革五金批发广场被广州市工商行政管理局授予“连续十八年（2001-2019）广东省守合同重信用企业”称号 。



筑梦 30 年，成就全球鞋业标杆

经过近 30 年的发展，广东已是全国鞋类出口最大的省份。2018 年，广东鞋类出口数量 31.07 亿双，占全国出口总量的 31.46%，同比增长 32%，出口均价为每双 5.84 美元，上涨了 17.5%。

对此，刘穗龙认为：“鞋业是一个永远的朝阳行业，生意永远有得做。”目前商家们所感受到的“困境”，主要缘于长期以来鞋业企业在生产制造、市场营销、品牌创新等环节上，很大程度被西方发达国家所支配，所以中国鞋业“制造”在全球鞋类创新价值链上的份额较低；同时，供给体系的质量和效率不高，无法满足不断升级的消费需求，这也被视为鞋业市场最大的“短板”。传统专业市场的服务模式单一，市场倒逼从业者要进行商业模式创新，再造新市场。

面对当前的市场形势，加速转型升级与品牌集群发展，无疑是中国鞋业由“制造”转向“创造”的关键所在。刘穗龙在多种场合指出，对于当前中国鞋业“制造”而言，积极转向中国鞋业“创造”发展，已成为鞋企产业优化升级、解决当下窘境、实现中国鞋业飞跃与发展的必由之路。

“未来中国鞋业市场，是继续在‘制造’上漫步，还是在‘创造’上奔跑，品牌创新与产业升级的成败，既是摆脱产业困局的通关密码，也是开启行业新篇的关键所在。” 刘穗龙说。

在刘穗龙看来，依托“质量提升战略”“一带一路”“粤港澳大湾区”等国家战略，积极推动供给侧结构性改革，充分利用移动互联网、云计算、大数据、物联网等方面的技术手段和优势，进行商业模式再造和升级服务，打通全产业链，构建全新和健康的制鞋产业生态圈，是中国鞋业未来发展的必然趋势和必然选择。

产业链低端产能严重过剩，同质化竞争严重，是传统商业模式导致的必然结果。要彻底扭转这种结果，最有效的方法就是进行创新，而创新既有产品技术层面的，更有商业模式层面的，二者缺一不可。这是中国鞋业面临的现实问题，困难不仅来自于要自我颠覆，还要彻底改变过去熟悉的思维定式和商业模式，围绕用户决策去重构与市场新模式相适应的业态流程与新生态体系。基于大数据和信息化的全产业链服务模式，让个性化、多品种与低成本、高效率不再矛盾。创新商业模式后的全新一代鞋业市场时代已经到来。在经济转型大背景下，从量变到质变飞跃的鞋业转型大考

拐点，已近在眼前。刘穗龙认为，中国鞋业当前正处于转型升级的历史关口。

从 1990 年的站西商圈第一家鞋类专业市场——广东鞋业城，到 1998 年站西商圈第一家鞋材专业市场——新濠畔鞋材皮革五金批发广场，再到万豪超纤大世界等 4 大专业市场集群，深耕中国鞋业市场长达 30 年的刘穗龙，无疑更能感受到市场变革带来的冲击和寒意。30 年来，站西商圈孕育出无数亿万富豪和商界精英，作为投身中国鞋业市场的第一批企业家，他深谙重塑站西商圈的辉煌，和夯实广东作为引领中国现代鞋业发展龙头地区的重要意义。

“这 30 年来，我们这些鞋业人，不仅通过奋斗实现了自己的人生目标，还创造了广州现代鞋业的繁荣！是鞋业给了我财富，给了我快乐，我愿意为这个行业服务一生！”刘穗龙告诉笔者。

“我们立足在中国鞋业市场发源地的站西商圈，重构基于全新模式的鞋业产业链，抓住研发设计、新材料、智能制造、时尚发布、互联网 + 产业服务等 5 个核心环节，创建行业科技创新公共服务平台、新材料应用展贸平台、制鞋智能制造服务平台、鞋类品牌时尚发布平台、互联网 + 产业服务平台，打造一个全新产业链平台，激发中国鞋业市场产业新的生命力。”

作为当代中国鞋材市场的第一城，长期以来，新濠畔集团以模式创新作为出发点，贯穿产业链上下游，围绕鞋业市场整体转型升级、实现信息化生产、管理和服务新模式等方面，进行了不遗余力的探索和改革创新。“让鞋企的生意更加容易，是我们不变的初心。”刘穗龙说。长期以来，中国鞋业市场并不缺技术，而是缺技术体系。正是基于利用自身优势，鼓励商户开展个性化定制、柔性化生产，培育精益求精的工匠精神，增品种、提品质、创品牌，使广东新濠畔集团成为中国乃至世界专业市场行业中的佼佼者。在全球鞋业界，“新濠畔”品牌已成为中国鞋材行业的代名词和风向标，也是中国最大的鞋材集散地之一，在亚太区乃至全球市场都具有举足轻重的地位。

未来，模式双创 财富双赢

刘穗龙介绍，为达到提高效益和效率，降低成本和节省时间的商业模式升级改革诉求，新濠畔将重点着力于商业模式和服务模式的双重创新。在商业模式创新方面，全产业链平台有力支撑了项目创建制鞋全产业链服务综合体的定位。 而在服务模式创新方面，为促进市场的持续兴旺发展和形成国际化的业态氛围，新濠畔和广东鞋业厂商会每年开展各类主题营销活动和行业盛事。多年成功承办新濠畔 · 真皮标志杯中国国际鞋类设计大赛、国际鞋业技术大会、国际鞋业大会等重大活动。

未来，新濠畔公司还将主办一系列主题活动，如国际鞋业采购节与订货会，积极推动和促进市场交易的增长；举办鞋业“奥斯卡”评选，表彰业内杰出人士；举行鞋业流行潮流发布会，打造全球鞋业时尚潮流标签；连通市场和工厂，实现零距离业务流通；举办行业峰会，借助头脑风暴洞悉市场潮流；打造互联网信息中心，提供专业信息咨询服务等，全面支撑新濠畔“模式双创，财富双赢”的核心经营理念。

刘穗龙表示，新濠畔将继续秉承“生意你做，服务我做”的“五星服务”标准，将市场与互联网完美结合，融合全产业链关键技术，重构中国制鞋产业生态圈。 他认为，全产业链平台融合国际鞋业研发设计中心，立足创建国际鞋业新材料、新科技、新创意的孵化基地，为产业升级提供了想象空间；而国际鞋业全渠道采购中心则实现了线上线下采购平台高度融合、生产供应商与采购商智能化管理的高度融合、采购服务平台运营与产业资本及金融对接的高度融合，解决了鞋业市场行业最大的“痛点”。

坚持服务，奉献行业与社会

刘穗龙始终坚持“生意你做，服务我做”的服务理念，培养了一批富有专业素养的业务服务团队，并不断在提高服务质量、提升运营能力和增强市场竞争力上做最大的努力，实现与客户的共赢。

在做大做强企业的同时，刘穗龙也不忘回报社会，和会员企业共同发展。他赞助或承办国际鞋业技术大会、“新濠畔·真皮标志杯”中国国际鞋类设计大赛、IFC 国际鞋款设计大赛等活动；大力支持广东省鞋类皮具设计师职称培训申报工作；举办鞋革行业抗震救灾座谈会等多项公益活动。

作为广东鞋业厂商会会长，刘穗龙倡导立足行业发展，团结会员企业，着力为会员发展搭建平台。在工作中不辜负大家的期望，认真履行职责，努力把商会办成大家信赖的商会，办成全心全意为会员服务的商会，办成为实现“制鞋强国”目标作出自己应有贡献的商会。

刘穗龙积极组织会员企业参加 IFC 国际鞋业大会等国际性会议；组织企业参加中国国际皮革展、广州鞋材技术展览会等；2019 年 5 月和 7 月，由中国皮革协会和广东鞋业厂商会共同主办的第 38 届国际鞋业大会、“一带一路”中国鞋业发展大会暨新疆和田鞋革产业投资洽谈会，在规模和层次上，刷新多项记录，受到国内外业界人士高度评价。

作为企业和企业家，新濠畔集团和刘穗龙承载着诸多荣誉和重任。刘穗龙深知责任如山，任重道远。多年来，广东新濠畔集团积极参与公益慈善和光彩事业，积极开展帮扶济困、捐资助学、关爱老人等公益慈善活动，先后出资近 1400 万元回报社会公益事业。

刘穗龙多次赈济灾难、为建设“绿色白云”和建立“广东省叶剑英基金会”捐资。多次捐款资助湖南韶山，广东梅州、英德等地学校的修建和教学活动的开展。积极参加广东扶贫济困、广东省公益事业促进会、广州市慈善会、街道、商（协）会、有关团体发动的扶贫公益赞助及对口乡镇扶贫、支持贫困地区小学建设、振兴广东粤剧、慰问街道低保户特困户和孤寡老人、救助白血病人、发展文化艺术等公益事业……

加强党建，为事业保驾护航

在刘穗龙董事长的带领下，新濠畔集团管理团队和全体员工坚决拥护中国共产党的领导，在思想上、行动上与党中央保持高度一致。始终把加强思想政治和业务学习放在自身建设的首位，自觉抓学习、强素质、讲党性，着力提高政治敏锐性和政治鉴别力，模范践行习近平新时代中国特色社会主义思想和正确的社会公德、职业道德、家庭美德、个人品德。遵守宪法及法律、法规，严格遵守中央八项规定精神。2003 年，新濠畔聘请了一位有党建经验的退休校长组建了公司党支部，成为白云区私营企业中最早建立的党组织，公司对党支部的各项活动均给予支持。另外，公司十分重视建立保障广大员工权益的机制，于 2008 年 10 月正式成立了工会。

20 多年来，公司坚持做到守法经营、按章纳税，并教育和督促市场内的商户做到不偷税、不漏税、不瞒报、不弄虚作假。刘穗龙经营的公司，每年向国家缴税 1000 多万元，其中 2015 年缴税 1600 万元。刘穗龙除了担任广东鞋业厂商会会长一职外，还担任多个行业商会、协会主要负责人，他利用这种特殊的身份向其他企业大力宣传有关法律法规，倡导他们开展“做文明守法经营户，构建诚信守法企业”的活动，为推动私营企业的法治建设努力工作。

新濠畔集团公司认真执行劳动法，维护员工的合法权益。凡进入公司的员工全部签订劳动合同，实行全员购买社保、医保；坚决执行国家关于法定节假日加倍发放工资的规定；不克扣员工工资，不拖欠员工薪酬，年终对表现突出的员工予以奖励。完善的公司制度融洽了劳资关系，促进了企业和谐发展。公司先后被评为“广州市优秀中国特色社会主义事业建设者”、“中国十佳民营企业家”、“中国民营经济领袖人物”、“广东省优秀企业家”等。

刘穗龙董事长说，新濠畔集团将以崭新的商业模式和创新的服务方式，助力实现制鞋行业全产业链发展，以回报社会、回报行业。刘穗龙希望，通过与行业同仁一起努力，再创我国皮革行业灿烂的明天！

一起来，更精彩！

直面“变局”创新发展

——面对新变化 中国制鞋业需重塑新竞争优势

文 / 苏超英　图 / 章景

11月15日，首届中国(莆田)国际鞋服产业博览会暨鞋业创新智造峰会隆重举行。中国皮革协会名誉理事长苏超英在峰会上，就我国制鞋行业面临的新境况，鞋类消费出现的新变化，以及在新形势下如何促使我国制鞋业重塑新的竞争优势做了主旨演讲。

作为高度国际化的产业，国际市场的任何变化，都会在我国制鞋产业链上产生连锁反应。

中国制鞋业有深厚的产业基础，强大的制造能力，完善的产业链条和丰富的技能型人才。几十年间，我国制鞋业不断创造着奇迹，目前，制鞋业面临诸多“新变化”，行业正迈向高质量发展的新时期，相信，未来还会创造新的奇迹。

面对新变化，中国制鞋业在波折中承压前行

今年以来，国内外环境发生了许多深刻变化，这些变化深刻影响着我国制鞋业的发展，全行业面临前所未有的复杂局面。在新的形势下，我国制鞋业承压前行，在波折中保持了基本稳定的发展局面。

据中国皮革协会统计，2018 年，全国鞋业产量达到 135 亿双，占全球总产量比重高达 57%，外贸出口达 95 亿双，444 亿美元，进口 1.7 亿双，41 亿美元，出口量占世界鞋业出口总量的 67%。另据美国 gfp 咨询公司公布的数据，近年来尽管中国鞋类产品在美国的进口比重有所下降，但去年仍高达 69%，高于第二位的越南近 51 个百分点。中国制鞋业在全球鞋业价值链中仍牢牢占据最重要的位置。

据葡萄牙鞋业协会发布的 2017 国际鞋业统计年鉴和中国皮革协会制鞋专委会的资料显示，去年我国鞋类消费量达到 41 亿双，占全球消费总量的比重达到 18%，是世界第一消费大国。

这一基本稳定的发展局面，得益于中国制鞋业几十年发展所形成的完整产业链、优良的配套环境、高效的生产能力、良好的劳动力素质和巨大的市场，这些要素，构筑了中国制鞋业的独特优势。

新变化带给中国制鞋业多重新压力

我国制鞋业要实现高质量发展，需要面对种种新变化，以及这些变化所带来的压力与挑战。更多地表现在以下三个方面：

1、全球经济增长放缓带来的压力

近年来，全球经济增长动力明显减弱，“去全球化”趋势加剧，一些热点地区形势紧张、主要经济体之间的经贸关系日趋复杂多变，这些因素使全球经济发展的不确定性显著增加，一个重要表现就是总需求不足。有关资料显示，今年 10 月，国际货币基金组织将 2019 年全球经济增长预期下调至 3%，而贸易壁垒的增加，更进一步削弱了全球经济增长预期。

作为高度国际化的产业，国际市场的任何变化，都会在我国制鞋产业链上产生连锁反应。据中国皮革协会制鞋专业委员会统计，2014 年，中国鞋类产量全球占比约为 64%，而目前已下滑到 57%；2014 年中国鞋类出口全球占比约为 74%，而目前在全球的市场份额已下降到 67%，在近四年的时间内，我国鞋产量和出口量全球占比都下降了约 7 个百分点。这其中既有全球产业链转移的因素，也反映出世界经济增长动力减弱对中国制鞋产业带来的连锁反应。

2、国内经济下行压力增大带来的冲击

中国皮革协会对制革和制鞋业重点企业统计数据显示，今年 1-8 月，全行业经济效益与上年相比呈下降趋势，亏损企业数和亏损额均有所上升。另据今年 1-9 月行业经济运行分析显示，全国 4360 多家规模以上制鞋企业主营业务收入为 5160 亿元，同比增长 4.8%，增速回落 0.3 个百分点。

其中，2300 多家规模以上皮鞋生产企业累计完成主营业务收入 3080 亿元，同比增长 3.5%，增速回落 1.73 个百分点，利润总额 222.7 亿元，同比增长 8.1%，增速回落 0.25 个百分点。

由此可见，整个制鞋业仍面临着较大的下行压力。一段时期以来，人力资源等各项要素成本的不断上升、税负较重、市场的低价竞争、低水平产能扩张、库存高企等，也是造成包括制鞋业在内的整个中国皮革行业利润堪忧的重要因素。

3、国内外市场需求变化带来的压力

今年以来，得益于大规模减税降费，我国消费保持了稳定增长，消费结构持续优化升级，消费方式不断创新发展，据国家统计局发布的数据，前八个月的社会消费品零售总额增速达到 8.2%，远高于投资增速的 5.5% 和出口增速的 0.4%，成为拉动经济的主要力量。而去年，我国鞋帽服饰类零售总额达到 13700 亿元，同比增长 8%。巨大而有潜力的国内消费市场，成为拉动制鞋业增长的重要引擎。但需注意两方面的变化：

一是鞋业内销市场的供给结构正在发生迅速变化。据统计，在我国 40 多亿双的鞋类内销市场中，消费金额约 4000 多亿元，每年市场新增量约 400 亿元。进口虽只有 1.7 亿双左右，但进口金额却连续数年保持两位数增长，2018 年较 2017 年增长 30%。另据中国皮革协会制鞋专业委员会发布的报告显示，2000-2018 年间，鞋类进口年均增速高达 32%，在 2018 年新增鞋类消费金额中，进口占比达到 44%，进口对鞋业新增量已形成有效挤占。

这些情况表明，国产鞋的供给与消费新需求的矛盾日益凸显，进口产品对本土品牌的影响开始显现，内销市场的供给结构和竞争格局正在发生变化。

二是消费结构和模式发生了迅速变化。由消费升级和千禧一代引发的消费结构变化正在深刻影响着制鞋产业。中国皮革协会制鞋专委会提供的数据表明，在运动休闲类产品继续保持快速增长的同时，老年鞋市场的盲目跟风，已使产业风险有所显现，淘汰洗牌势在必行；消费趋向和模式的变化，使皮鞋产品的市场份额继续受到挤压。这一趋势在国际市场同样有所反应。去年召开的国际制革者委员会（ICT）会议发布的一组数据显示，用于制作皮面皮鞋的鞋面革在全球市场上的占有率已由 2009 年的 63% 下降到 2015 年的 55%， 2017 年继续下降到 50% 左右，预计未来这一变化还将持续。而千禧一代对产品个性化、时尚化、独特性、高品质、环保性以及对移动购物和体验性的追求，也使传统供给和营销模式难以满足市场新需求。

国内外市场消费结构和需求的变化，要求企业快速反应，迅速调整产品结构和细分市场布局，开发新的营销模式。这给隶属传统制造业的制鞋产业发展带来了新的压力。

新变化促使我国制鞋业重塑新的竞争优势

种种新变化，引发了对产业升级的倒逼与推动，主要表现在三个方面：

1、消费结构的持续优化升级，特别

是 90 后、00 后消费取向和消费模式的变化，将促使企业加快渠道创新、产品创新、营销方式的创新；加快对产品表达和传播语境的变革和品质提升；加快使产品朝向个性化、时尚化方向发展。

2、经济下行压力的加大、要素成本的上升和国内消费市场竞争格局的变化，将促使企业加快技术创新、科技驱动的步伐。作为传统制造业，制鞋业亟需通过自动化、数字化、网络化、智能化制造加以改造和提升，打造以顾客为中心的柔性价值链，进而实现供应链的高度协同和快速反应，增强整个供应链的竞争优势。当然，对于大多数中小企业而言，智能制造不能一蹴而就，应找到符合自身特点、承受能力和发展水平的低成本解决方案，分阶段、渐进式地实现数字化、智能化生产。

3、制鞋产业与国际市场的高度融合，将促使企业以更加开放、包容的精神和长远眼光制定发展战略。在今年 9 月巴黎召开的首届皮革业可持续发展论坛上，来自 LV、爱马仕等国际品牌特别强调了生产过程和产品供应链的可持续性和绿色发展；强调了产品的耐久性、重复使用和可再利用性。这也反映出未来全球制鞋业发展的方向。作为高度依存国际市场的中国制鞋业，需要密切关注这些变化，在构建全产业链的可持续发展、产品的可循环使用和透明化的可追溯体系建设方面，采取务实行动，努力寻求与国际业界相一致的共同价值观，以国际视野和务实精神重塑我国制鞋业在全球市场的竞争优势。

应该看到，无论面临怎样的变局，市场还存在着许多发展空间，从长远来看，中国的制鞋产业仍有着巨大的潜在机会。在这方面，有两个情况值得注意：

一是巨大且发展不均衡的国内市场，为制鞋业发展带来新空间。据来自国家统计局等有关部门的资料显示，在中国 14 亿人口中，有着 3 亿新崛起的中产阶层，体量全球第一，而我国税前月薪在 8000 元以上的群体在整个城镇居民中所占比例不到 20%，至少尚有 2 亿人没有实现城镇化。一个快速发展且不同地区、不同群体间发展极不均衡的市场，也为制鞋产业提供了巨大的潜在机会和发展空间。

二是细分市场的高度分化和品牌聚集，为中小企业发展带来新机会。从制鞋业情况看，在细分市场中，龙头企业优势地位越来越凸显，优质资源正在向龙头企业高度聚集，强者越强的趋势在运动鞋系列中表现尤为突出。这虽然会淘汰一批产品质量不高、缺乏渠道和发展潜能、抗风险能力低的中小企业，但也为那些质量好、品质高的中小鞋企带来生机，可能会有更多机会进入为龙头企业贴牌加工的行列。

中国制鞋业是我国现代化产业体系中的重要组成部分；是推动国家经济发展，扩大消费需求，提升消费品质的重要引擎；是全球产业链上的重要支撑。相信，通过每一位从业者的不懈努力，通过整个产业链的协同，通过持续的科技投入和创新，我国制鞋业的规模化优势必将转变为价值优势，从而在市场的深刻变局中实现我国制鞋产业的新跨越。

未来，
等待我们去创造。

把鞋圈当成“韭菜园”
价格飙涨背后谁在炒作

文 / 记者 黄安琪 袁全（经济参考报）

中国人民银行上海分行于日前发布《警惕“炒鞋”热潮 防范金融风险》的金融简报。简报指出，近期国内球鞋转卖出现“炒鞋热”，“炒鞋”平台实为击鼓传花式资市游戏，各义务机构应高度关注，采取有效措施，切实防范此类风险。

有关鞋交易平台截屏

“兴趣爱好，顺便还能赚钱。”在上海上学的 20 岁男生黄宇过手了几十双潮鞋，流水也达到十几万元。他说：“以前原价 1500 元以内的鞋子，两三千元就可以买到，现在经典款不少都要五千一万元了。”

黄宇回忆曾因“运气好”抽中了限量版鞋子而开始入行“炒鞋”。第一笔生意，他以原价 1899 元的价格买了 6 双“椰子”，随后都以 2700 元左右的价格出手。但他也曾以 3000 多元买了“椰子”，后面跌到 2000 多元。

“还是有风险的，但目前学生理财的渠道很少，鞋卖不掉还可以自己穿。况且，目前靠转卖鞋子已可负担自己的日常开销。大学生里十个男生有八九个都喜欢鞋，需求量挺大的，价格应该会下来一些，但也许不会大幅下跌。”黄宇说。

根据“毒 APP”6 月发布的相关分析报告，5 月发售的鞋款，最受关注的 Air Jordan 与歌手 Travis Scott 的联名款深棕倒钩，溢价高达 430%，而此前单价更是突破了 1 万元大关。

“如今，球鞋已经成了‘发横财’的代名词。”北京联合大学学生祁兵表示，因为它不需要你投入成本和精力，只需要在家躺着动动手指就可以得到一笔非常可观的收入。现在大部分人只关注球鞋贵不贵而不关注球鞋背后的故事，这使不少真正的球鞋爱好者“很受伤”，大部分球鞋爱好者已经无能为力，只能“望鞋兴叹”。

有业内人士表示，“炒鞋”行为实际上是将币圈的浮躁、割韭菜之风引入心智尚未成熟、缺乏金融风控意识的 95、00 后群体之中，把鞋圈当成“韭菜园”，这种“竭泽而渔”的做法不利于行业长期发展。

鉴鞋师是鞋圈交易中的一环，他们中不少人认为，很多原先在炒房、炒币行业的人也开始进到炒鞋领域，成为上游的大鞋贩子。资金盘越大就越能接触到更上游的经销商直接拿货，利润也越高。他们可以通过大量囤货、形成垄断、哄抬价格、“割韭菜”的方式形成“杀猪盘”，小贩子或者散户就成了“活韭菜”，而其中不乏还得从家里拿零花钱的学生群体。

而在这些环节中也想分一杯羹、给“韭菜”更沉重打击的还有制假商家。5 元的鉴定费让不少鉴鞋师觉得这个职业“很卑微”，但鉴真责任却

2019 年以来，炒鞋已经开始“出圈”，不仅衍生出 K 线图、“云炒鞋”以及“鞋期货”，而且因为可观的转手利润，成为不少大学生的谋财之道。

> 如今，球鞋已经成了‘发横财’的代名词。

很大。“在一次鉴定过程中，有一款鞋做工简直以假乱真，差点就看错了。”鉴鞋师陈洋表示，“过程中也发现部分仿冒鞋，所以我认为把鞋子作为投资物还需谨慎。”

记者调查发现，一些球鞋交易平台也起了推波助澜的作用。有业内人士表示，一些平台用 K 线图、“云炒鞋”等炒作手法推出一些类金融产品引爆市场，以争夺卖家资源刷数据，进而为进一步融资做准备。此外，部分媒体过于关注炒鞋“暴富”的极端个案报道更是起到“火上浇油”的作用。

中国人民银行上海分行的简报显示，“炒鞋”行业背后可能存在的非法集资、非法吸收公众存款、金融诈骗、非法传销等涉众型经济金融违法问题值得警惕。

值得关注的问题包括，一是“炒鞋”交易呈现证券化趋势，日交易量巨大。上海市律师协会金融工具业务研究委员会副主任朱峰表示，交易平台进行“炒鞋”的行为模式已经和证券市场的交易模式极其类似。目前各“炒鞋”平台还游走在黑与白的边缘，尚待监管部门给予更明确的规范与指引。

二是部分第三方支付机构为炒鞋平台提供分期付款等加杠杆服务，杠杆资金入场助长了金融风险。“在逐利的贪婪下，部分消费者使用消费贷越来越不理智，一旦‘炒鞋’失利，贷款逾期归还，最终可能会影响个人征信记录。对金融机构来说也会产生很多不必要的坏账，需要引起足够重视。”朱峰说。

三是操作黑箱化，平台或个人一旦“跑路”，容易引发群体性事件。成都鞋圈绰号“刘饼干”的“大佬”鞋商在 2019 年 7 月轰然倒下，被警方刑拘，涉案上千万元。不少交了钱等待从“刘饼干”处拿货的鞋贩，都曾想凭借炒鞋“一夜暴富”，却最终竹篮打水一场空。

“某些平台的运作模式类似于期权交易，而这类金融业务需要批准，可能涉嫌非法经营。”华东政法大学教授刘宪权表示，此类行为也可能为某些违法犯罪行为（比如洗钱）创造条件。

“应该回归到潮流文化的初心，通过打造良性的产业生态链，来促进潮流经济的进一步繁荣。”朱峰表示，“鞋穿不炒”仍然任重而道远，相关监管部门和行业协会应对一些“炒鞋”的投机行为进行监管。

有关鞋交易平台截屏

科技成果IULTCS

为皮革产业可持续发展注入新动力

——第35届国际皮革工艺师与化学家协会联合会（IULTCS）大会技术报告汇总（四）

文 / 赵立国　图 / 章景

（接上期）

8 先进机械装备

8.1 制革自动化——更清洁的生产方法

大多数制革厂，在鞣制转鼓中，水和化学物质都是手动添加的，用来调节浴液和皮革的 pH 值。为了更好地处理原料皮，减少资源浪费，控制污染物的排放，选择和使用正确的工艺配方是非常必要的。然而，生产过程和排水管中逸出的排放物中含有氨、硫化氢和其它挥发性有机化合物，这些化合物在制革厂以及废水处理厂会产生难闻的气味，从而对工人的职业健康和安全造成影响。当地制革厂和监管部门都致力于监控和准确管理生产的运行。印度中央皮革研究所的 J. Kanagaraj 介绍了相关情况，通过自动加料和除臭系统，生产出品质一致的皮革，并提供一个健康的环境。因此，将整个过程的控制操作集成到 PLCs 系统中，并通过以下五个模块进行操作：

1、加水模块；

2、化学品准备和加料系统；

3、pH 监测和料液回收系统；

4、转鼓运转控制模块；

5、除臭模块。

在集成系统中，关键的和大宗的化学品存储于大容量储罐中，并按照工艺顺序或配方，经过稳重传感器 (LC)，被吸入到辅助储罐后加入到转鼓中。料液回收系统有助于重新混合和加热料液，并放置 pH 电极在线监测 pH 值。pH 监测系统可调整关键化学品的添加量并显示自动终点。

制革厂内被污染的空气被吸入鼓风机，然后通过生物过滤器排放。过滤的机理是：挥发性有机化合物 VOCs（浓度在 50-200ppm 之间）

和气味通过天然微生物进行生物处理。监控的控制参数为：温床的湿度和介质（受污染的空气或生产废液）的均匀性。控制入口介质的湿度和温度，与微生物的接触时间为10-30秒。控制湿度以保持微生物的数量。

基于过程变量在二维空间分布的特点，开发了一种实验室规模的过程变量（PV）测量方法。原料皮内（横截面）过程变量的空间分布可以通过使用人工智能工具重建图像和数据驱动模型来提供精确的测量。研究人员开发了计算智能，用于更新模型的参数，而且可以用来直接估计PV。

8.2 钢与皮革相遇－切割参数对皮革剖层过程的影响

皮革生产的剖层工序具有多样化的质量要求，生产中使用的带刀对产品质量有较大影响。德国Rudolf Alber公司的G. E. Hank介绍了相关的研究工作。第一部分简单介绍了不同阶段、不同类型的皮革以及皮革制品领域（比如在鞋类、皮革制品和汽车零件生产中的不同用途），并讨论了影响质量和成本的因素。第二部分详细分析了皮革剖层的一些主要要求和问题，如厚度公差、抗张强度、曲挠性、光滑的剖层表面等剖层要求，以及铬斑块、硬水、较差的原料、进料速度、皮革耐磨性等因素对剖层的影响。第三部分介绍了剖层过程中物理特性的描述。如基础术语“剖层能力”、“刀刃强度”、“牵引与挤压切割”。由此我们得到了关于带式刀片的重要参数：如钢的特性（硬度、柔韧性、可磨削性、切削点的微观结构、刀具斜面的几何形状、焊接性等）。研究人员提出了现代带式刀片生产的可能影响因素，例如：基于CNC传感器的公差测量、预磨刀、表面粗糙度变化。通过一个短视频看到剖层加工的其他组成部分，如剖层机（锐度测量点）、磨刀石（粗糙度－精确度线性图）。第四部分和最后一部分将两个视角放在一起：针对特定皮革材料优化的带式刀片特性，针对新特性而产生的替代钢种可满足新的要求。

8.3 对削匀工序的新研究

削匀工序是皮革生产中最重要的工序之一，然而，削匀工序的基本原理和机理尚未被完全理解。一般来说，高质量的削匀操作依赖于长期经验的积累，制革厂宁愿优化以前的加工步骤也不愿改变削匀的参数。德国好使公司（Heusch）的P. Kuchler介绍了现阶段对削匀工序的研究情况，研究项目合作伙伴Heusch公司、德累斯顿工业大学（TU Dresden）和德国皮革塑料所（FILK））结合他们各自的专业知识，以了解削匀刀片和半成品皮革（蓝湿革或白湿革）之间的相互作用。该项目是更深入地了解削匀的物理特性并建立一个知识储备，成为开发新型和更有效的削匀刀片的技术基础。

P. Kuchler展示了一种新型锯齿状削匀刀片的优点。与标准设计相比，锯齿状刀片能产生更高的削匀精度和均匀的皮革厚度，减小了沿皮革背脊线方向的拉伸力，避免了结构的损伤。减少了皮革边缘区域的损伤和磨损，因此增加了可使用面积。削匀屑尺寸小，形状紧凑，有利于回收和处理。利用这些优点，结合优化的削匀工艺，用户可以延长锯齿状刀片的使用寿命。基于这些经验，迫切需要彻底了解削匀工序中发生的物理切削过程。

研究人员设计了一个实验测试模型，以简单的设置模拟刀片切削皮革表面的削匀过程。该测试装置可改变刀片的材料、几何形状和构造，测量切削过程中在刀片和皮革表面产生的力。所用的数据可提供有关切削力如何依赖于刀片的材料、几何形状、构造、切削速度、皮革湿度或鞣制方法等工艺参数信息。

基于这些新的知识关系，可以开发出更有效的削匀刀片。在另一种方法中，在微观上模拟真实的皮革纤维的切削过程，目的是了解移动金属刀片与柔性的皮革纤维束之间的相互作用。该模拟的目的是，获得切削速度和纤维性能的数据，这些数据在传统实验上很难获得。

8.4 新的前沿 – 将削匀过程提升到新的水平

在当今激烈的市场竞争中，制革企业受到了较大的压力，包括要求降低成本、提高皮革质量，并改善其环保责任。德国 HEUSCH 公司的 P. Küchler 介绍了该公司的相关情况。为了满足制革企业的这些挑战性要求，HEUSCH 公司在原有的基础上进行了升级，将当前的高品质刀片提升到新的水平，下一代刀片将进一步优化削匀过程。对于这个研究项目，HEUSCH 公司 与 TU DRESDEN 和 FILK 合作，利用合作单位的综合能力和专业知识，充分了解皮革削匀过程的深层机理。这种基于新型锯齿刀片的综合方法将帮助制革企业获得更好的削匀效果。HEUSCH 的皮革应用团队已经加入到其研究项目中，并负责以后在制革厂的推广和支持。新型刀片通过剃刀式的切割和平衡拉伸力的组合将提高削匀精度。同时锯齿状刀片有助于避免沿背线方向的组织结构损坏。因此，经过削匀以后，制革企业将使每张皮革的面积使用率最大化。另一方面，对边肷部位的磨损会减少，有助于增加可使用的表面积。新型的锯齿状切削刃将产生更小的皮革屑，削匀屑越小，在随后的回收或处理操作中越容易，从而帮助制革企业满足全球客户的生态和经济要求。研究人员将项目研究结果以及 HEUSCH 公司充分的实际测试与制革行业的用户需求相结合，开发了突破性的新型削匀刀片，以提高削匀过程的质量和性能。

8.5 摔软操作中对温度 / 湿度的创新控制

空气温度和湿度是摔软操作中的重要影响因素。空气条件与皮革水分之间存在着复杂的相关性，在工业化生产中是不可预测的。许多重要的特性，如柔软性、粒面、压花、面积等与皮革中的水分有很大关系。意大利 Erretre 公司的 A. Peruzzi 介绍了一种专利技术。这一专利系统是摔软转鼓技术的最新改进，可以让皮革冷却，并可以进行精确和最佳的湿度控制。新系统的操作条件适用范围更宽，为柔软、粒面紧实的皮革而设计，特别是有机鞣剂鞣制的皮革，这对于传统设备是不可能的。这种创新性的新设计使摔软转鼓完全独立于外部环境，具有许多优点：不同季节的一致性，较短的过度时间，节省能源。这项创新设计取得了国际专利。

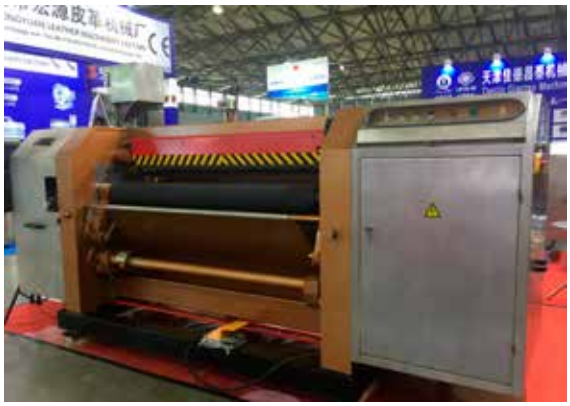
8.6 制革厂的自动化 Tanware® – 连续的数据控制不连续的工艺步骤

TanWare® 自动化和测量系统已在全球应用了 30 年。德国 INCOTEC 公司的 L.Sauer 介绍了 TanWare® 系统的相关情况。TanWare® 自动化通过系统的程序控制涵盖了所有水场工艺的自动化，包括转鼓的控制、水和化学品供应系统以及其他辅助系统。TanWare® 测量系统提供面积、厚度的自动在线测量，以及分类、排序、连续标记、选择、自动堆垛、质量报告和照片文档。这个系统可以提供从开始到结束的大量数据，并可以将数据导出供客户进一步处理。但制革企业需要更多的其他有用数据，需要系统地收集和评估。INCOTEC 准备开发 TanWare®i4，用于合并和分析所有这些信息。来自制革厂的全部数据实时集中收集，包括来自生皮和机器的测量数据以及皮革化学品、水和能源消耗。TanWare® 系统不仅可以控制机器的设置和使用效

率，还可以像人工操作一样控制机器。早在 1994 年，INCOTEC 就在德国最大的制革厂安装了一套系统（MachineWare）。每台机器和手动工作场所都有网络终端，用于工作人员统计生皮数据，测量生皮的各种属性。所有终端都使用数据库连接到中央服务器。除了正常处理外，还创建了各种数据评估，该系统与制革厂特定的 ERP 系统完全集成，具有复杂的生产计划和控制性。它有一个工作流程的优化，可从收集的数据中获取大量有用信息。2019 年，TanWare®i4 将发展为更强大的系统，将工业 4.0 应用于制革厂。它通过结合供应商数字和非数字数据的所有模块，实现了皮革的完全可追溯性和预防性，实现自动化和数字化生产。

8.7 用于颜色质量控制的在线系统

当表述同一个颜色时，不同的人有不同的感受，并且会用不同的单词来描述。由于这种多样的表达方式，导致传达特定的颜色是困难和模糊的。当我们进入一个必须重现颜色或产生彩色物体的生产系统时，难度会变得更大。事实上，任何对颜色感兴趣的人都知道，无论是染色机还是打印机，在处理颜色时仍需要依靠相当的经验。如果我们考虑到鞣制化学中染色的特殊性，就能明白在获得足够的经验来处理染色配方之前，需要长时间专业技术培训。此外，在染色的过程中，第一次的配方很少令人满意，在达到满意之前仍需要两到三次的调整，在转鼓中染色和涂饰加工中的着色都是如此。荷兰的 M.Oomens 介绍了相关方面的研究情况。通过模拟人眼对可见光谱的电磁辐射的感知，现代科学帮助我们更深入地分析颜色并赋予不同的含义。1931 年，国际照明委员会（CIE）开发了 xyY 比色系统，该系统根据色度（x 和 y 轴）及其亮度（Y 轴）表示颜色。然而，这种纯数学表示的形式没有考虑人眼对颜色感知的心理因素，由此导致色度图留下太宽的绿色空间。因此，在 1976 年，CIE 详细阐述了 L * a * b 比色模型（也称为 CIE Lab），其中颜色由三个值识别：L，亮度，以百分比表示（0 表示黑色，100 表示白色）；a 和 b 两种颜色范围，从绿色到红色，从蓝色到黄色，值从 -120 到 +120。因此，Lab 模式覆盖了人眼的整个可见光谱。从这个假设开始，我们可以用比色计或分光光度计测量颜色。分光光度计是一种物理分析工具，它通过光谱分析提供波长、反射波长和 / 或物体特性的透射率，而无需人类的干预。色度计是一种心理 - 物理分析工具，可提供与人眼 - 大脑感知相关的测量值。因此，色度计非常适合制革行业的应用，其主要功能包括：直接从皮革读取数据，与类似的颜色程序配合使用，并在给定条件下调整小的色差，尤其是它在质量控制方面具有重要的功能。IRIS 是由 GER Elettronica 开发的在线颜色质量控制系统，除了突出的显示功能外，还可以连续监控颜色质量，直接安装在生产线上。



8.8 迈向数字化：加速皮革裁剪行业的工业 4.0

汽车行业的贴牌设备制造商 (OEMs) 作为具有苛刻要求的客户方，他们坚持要求所有供应商具有高运营效率并且能够节省成本。他们鼓励精益的思维和卓越的供应链，并坚持要求包括制革厂在内的供应商积极获得和共享重要数据。

德国 Lectra 公司的 H. Max-Lang 介绍了自动化切割系统在皮革行业的应用情况。先进的自动化切割系统可以帮助制革厂实现整体效率的提高，从而更全面地满足客户的要求，即使他们在切割上只有很少的利润，也可以加强其核心业务，使贴牌设备制造商 (OEMs) 在其设计中更愿意使用皮革。例如，与传统的冲压机下料相比，自动排料软件配合高精度扫描和切割工具可以提高得革率。由于自动输送机的先进性，简化的工作流程提高了生产能力，使供应商能够向客户提供他们想要的高质量产品。

因为 OEMs 需要根据世界各地客户的不同需求来定制产品，这些技术可以更快地适应 OEMs 产品需求的变化。对制革工人来说，由计算机控制的切割机将使他们进行自动切割操作成为可能。而另一方面，这项技术所带来的更高的收益率和更低的废物产出量更有利于进军高端市场，并生产出更高质量的皮革制品。

这项技术也是一个重要的数据来源，使贴牌设备制造商不仅能够掌握更多的生产数据而且对皮革生产操作会有更深入的了解，此外，如果 OEMs 与供应商发生纠纷，比如说座椅供应商，这项技术也提供了潜在的关键证据。

改革总是困难的，因此设备制造商的目标是提供物有所值的资金和承诺，以帮助制革厂完成组织制度和企业文化的调整，需要使用好技术。在 21 世纪的数字经济时代，数字技术将使皮革制造商变得更加全能。

9 未来可持续发展理念和思路

9.1 优质皮革 – 从鞣制、压花至打孔

制革工业在西方国家受到了严格的法律束缚，主要针对各种污染物，碳足迹、铬、有毒废水、动物保护和工作环境等多个方面。因此，对于西方国家的制革厂来说，试图依靠生产廉价皮革在全球范围内取胜意义不大。但是，如何创造一个顶级的制革企业呢？德国 Ring Maschinenbau 公司的 J. P. Hildebrand 为大家描绘出一幅画面，用来展示出如何成为顶级制革企业，如何生产高品质的皮革，以及如何转变人们对制革厂这个作为世界上最古老的资源回收利用行业所固有的脏乱差的印象。

J. P. Hildebrand 从制革的角度提出了解决办法，可以将皮革分级、压花、打孔。此外，还想说明的是，制革工业并不是一个脏、臭的行业，而是世界上最古老的资源回收再利用行业，能够通过不断的创新，生产出众多的、新颖的产品。

制革工业具有世界上最完整的工业链——制革工业并不会因为生产皮革去杀死动物。制革企业应积极开展市场营销，以展示现代制革企业的创新能力，并应持续不断地提供能够吸引顾客的新产品。

9.2 “Zirkeltraining” —— 关于皮革回收、改造和升级的案例

有些想法只需要 15 分钟，有些能持续数十年。在 2007 年，当 Turnvater Bernd D®rr 开始用旧的运动器材和运动垫制作包、配件和家具时，他就喜欢其中的某些细节和其所代表的奉献精神。但他从未想过，仅仅十年后，他就成了品牌管理、创意质量、包装或公平贸易设计等国际奖项的连续获得者。

“Zirkeltraining”回收运动器材中的皮革和橡胶，使之成为专业

和私人使用的漂亮包袋。独特的设计与实用性和怀旧感紧密结合。最新发明是一款高端商务包，其灵活性与用户需求相匹配。谁都不会忘记那些在体育馆里挥汗如雨的时光，也不会忘记从鞍马上一跃而下时皮革的气味，以及在做运动时手指下橡胶垫的触觉。圆形训练袋具有相同的触觉，以其独特的设计，将人们带回童年记忆、胜利和失败的经历。这也许就是“Zirkeltraining”产品被广泛认可的原因。

“Zirkeltraining”品牌已度过十年春秋。从一开始，这家公司就深受那些对伟大设计和创新有敏锐眼光的人的欢迎。它独特的外观和设计理念，与体育紧密结合，并不是鼓励人们参加奥运会，而是为了健康，特别是在自然环境中进行户外活动。

9.3 可持续发展 4.0—我们未来的通行证

可持续发展 4.0 将千年发展目标和社会责任作为主要议题。联合国可持续发展目标（Sustainable Development Goals）包括一系列新的发展目标，将在千年发展目标到期之后继续指导 2015-2030 年的全球发展。

在可持续发展 4.0 时代，制革工业应逐渐摒弃高污染、高消耗的模式。其中，制革工业产生的残留物有可能再次进入技术材料环节，表现出新的发展趋势，例如皮革废弃物再利用。制革工业 4.0 应该聚焦于在制革废料回收利用的技术流程中，以及将它们重新加工后用于鞣制、复鞣、涂饰等制革生产过程。循环经济对整个制革工业来说是一个巨大的机会，其中可以使 80%-90% 的蛋白质再利用，减少 70%-90% 的有害物质，减少 20%-30% 的化学需氧量，降低 50%-60% 的无机盐用量，90% 的铬被替代，减少 20% 用水量等。

可持续发展 4.0 中将线性经济转变为循环经济，利用清洁能源生产正在成为未来十年重要的工业趋势。制革工业应把握这一发展趋势，创造行业新的可持续发展模式。

9.4 天然皮革形象宣传

天然皮革是一种生物可降解、可持续性的材料，在观赏性、舒适度和实用性方面有相当优异的特性，主要来源于不同种类的兽皮以及肉类和乳制品工业的副产品。由于原料皮种类繁多，性能各异，并且随着时间的推移，动物皮也会受温度、湿度、微生物降解等环境因素而产生性能上的变化，因此皮革产品具有多样性，已有越来越多性能和外观各不相同的产品出现。

但是，由于传统皮革行业对环境的影响，目前皮革材料正面临性能与结构相似的合成革等代替材料的激烈竞争。同时，天然皮革行业也受到拥有巨额资产的非政府组织 (NGO)—善待动物组织 (PETA) 的压力。然而，合成革仍不具备天然皮革所拥有的优良特性，因此无法完全替代天然皮革。为了面对各种代替材料的冲击，突出天然皮革的自然美特性，皮革行业须大力加强公众对天然皮革的了解，鼓励公众多购买天然皮革制品。虽然历史上制革对环境有负面的影响，但现代制革工厂，如果管理得当，完全可以实现皮革的清洁生产。另外，设计行业也需要优秀的设计师采用更加环保、清洁和功能多样性的皮革材料。所有皮革产业链上的企业也要积极宣传天然皮革材料的优势，如优异的舒适性、实用性和自然美观等特性。Leather Naturally 愿意与大家一起，为天然皮革材料的设计、生产和宣传贡献一份力量。（完）

我们的宣传非常简单：“看到我、感受我、触摸我、嗅闻我”。

环境友好型 无铬鞣绵羊服装革生产关键技术

朱秦新（徐州鸿丰高分子材料有限公司，江苏 徐州 221200）

摘要：对环保型绵羊服装革制作工艺中各工序的关键技术进行了探讨，重点介绍了如何控制工艺操作，优选化工原料，使无铬鞣绵羊皮服装革柔软度、丰满度与铬鞣革相近，同时降低部位差，增加手感舒适度，提高皮革档次和利用率，使撕裂强度等关键指标满足服装用皮革标准的要求。

关键词：绵羊皮；无铬鞣绵羊服装革；工艺技术

中图分类号 Ts54 文献标识码 B

朱秦新，男，1979 年 6 月生，皮革专业学士学位，工程师。
Email：frank@cromogenia.com.cn

1. 前言

近几年来，受全球金融危机影响，国内羊皮革生产企业生产能力过剩，消费者对中低端皮衣制品的审美疲劳，致使常规羊皮革的价格跌到历史最低点。随着国家对制革企业环保管控日趋严格，有实力的企业通过自我整改，升级设备，符合国家环保要求。实力弱小的制革企业只能外出加工，或淘汰出局。经过这几年行业的重新整合洗牌，能生存下来的都是有实力的大型企业。此类企业规模较大，技术力量雄厚，设备先进，管理规范，环保设施较为齐全。但综观市场，常规型服装革的价格已无利润可寻，制革企业只有不断开发出新产品，才能长期生存。目前透明皮革、环保型无铬鞣风格皮革、无涂饰或轻涂水洗服装革、轻薄软的半植鞣风格皮革还是具有一定市场潜力。本文从生产工艺控制方面，重点介绍环保型无铬鞣绵羊服装革的工艺关键技术。

The Technology of Environment Friendly Chrome-free Sheepskin Garment Leather

Zhu Qinxin
（XUZHOU HOFFENG CHEMICALS Co.,Ltd. Xuzhou, 221200 China）

Abstract: The key technique technology was discussed about the operation process for the chrome- free sheep garment leather. The key point is introduced that how to control the process, optimize the chemical, reduce difference and limitation and improve uniform and softness of the whole sheep leather, upgrade low-end similar to chrome leather, meet the standard of export sheep garment leather.

Keywords: Sheepskin; Chrome-free garment leather; Key technology

2. 白湿皮生产

制作无铬鞣绵羊服装革，水场前期处理与普通铬鞣绵羊服装革工艺基本接近，但是由于成品革要求不含游离甲醛，不含欧盟禁用化学品材料，同时制革废水容易处理排放。因此凡是可能影响成革化学指标和物理性能的工序步骤，都要严格控制，选择高吸收、可生物降解的环境友好型化料，使成革达到出口服装革标准的要求。

2.1 浸水

浸水前原料皮一定要挑选，合理组批。与普通绵羊服装革不同，无铬鞣绵羊服装革一般涂饰很轻，因此对于生皮的粒面质量要求比较高，要选择张幅中等、毛被整洁、伤残较少的原料皮。浸水工序是湿加工工段的前提，浸水质量直接影响到后工序的加工效果和成品革的质量。

无铬鞣绵羊服装革浸水很关键，浸水不足，原皮就不能完全恢复到鲜皮状态，从而会影响后工序

灰碱等化料的渗透。化料渗透不均，灰碱对皮纤维的松散程度就不够理想，成革手感会板硬或者空松。柔软度不均匀，部位差大，很难达到铬鞣服装革的柔软度和手感。因此浸水需要分两步进行，而且预浸水后应轻轻刮油去肉一次，去除残留的肉膜，伸展折皱，以利于后序化料均匀渗透，加速浸水。主浸水浸透即可，浸水过度，沿背脊线方向容易出现竖纹和皮形变长，甚至严重掉毛、粒面模糊，而且这种情况容易导致成革松面，撕裂强度降低。该过程中，机械作用要缓和，采用多停少转来达到最佳效果。

参考工艺：（盐湿皮）

预浸水：	25℃水	400%
	CELESAL K-3	0.3%
	纯碱	0.2%
	杀菌剂	0.15%，转 10 分钟停 110 分钟，重复 2 次
		控水，轻轻去肉
主浸水：	25℃水	400%
	CELESAL K-3	0.3%
	杀菌剂	0.15%
	VERDITAN CONC	0.5%
	纯碱	0.8%

转 20 分钟停 40 分钟，转 15 分钟停 45 分钟，转 10 分钟停 50 分钟，检查 pH9.5 左右，以后每 2 小时转 5 分钟过夜，总时间 22-24 小时。次日转 30 分钟水洗，出鼓，控水，去肉刮油。

CELESAL K-3 是一种不含壬基苯酚，易生物降解的非离子脱脂剂，VERDITAN CONC 是一种高效浸水助剂，能有效缩短浸水工序时间。

2.2 涂灰碱 推毛

绵羊皮脱毛基本上采用涂灰碱脱毛，RIBERZYM ECOC 是一种可替代硫化碱的酶脱毛制剂，其用于牛皮浸灰工序可替代硫化碱，减少环境污染，羊皮应用上目前还在完善工艺阶段。常规的涂灰碱脱毛也是解决羊皮部位差的关键工序。为减小背脊部位与边肷部位的厚度、柔软度差异，使整张皮手感均匀一致，就必须加强背脊部位和脖颈部位的化学处理。一般采用两种不同浓度的碱液分别处理，背脊部位和脖颈部位涂用较高浓度的碱液，硫化钠浓度约 60~80g/L；边肷部位涂用较低浓度的碱液，硫化钠浓度约 20~30g/L。灰碱液最好提前配置过夜，次日使用前，加入 5~10 克 / 升的 RIBERSAL IF-1 浸灰助剂，有利于灰碱的悬浮溶解，加入约 5 克 / 升脱脂剂 CELESAL K-3 有利于灰碱液的均匀渗透。灰碱液均匀刷涂于皮的肉面，堆置 4 小时左右，夏季堆置时间稍短一些，冬季房间需要适当保温，然后手工推毛，称重作为以下工序的用料依据。

2.3 浸灰 碱膨胀

浸灰碱膨胀是制革过程中的关键工序，若膨胀不足，胶原纤维松散不够，成革手感会板硬，不丰满；若膨胀过度，胶原蛋白损失过多，成革会空松，强度会变差。由于灰碱会给环境带来危害，为减少废水处理难度，在达到浸灰效果的前提下，尽可能减少灰碱用量，或者用少量烧碱代替石灰。

参考工艺：

浸灰：	25℃水	100%
	RIBERSAL IF-1	0.6%
	CELESAL K-3	0.5%

硫氢化钠　　0.5%，转 20 分钟停 40 分钟，转 15 分钟停 45 分钟

硫化钠　　0.6%，转 20 分钟停 40 分钟，转 10 分钟停 50 分钟，

毛根全部烂掉

补常温水　　100%

石灰　　2%

CELESAL K-3　0.3%，转 10 分钟停 50 分钟，以后每 1 小时转 5 分钟，总时间 26 小时左右，次日不水洗，出鼓去肉，重削脊背，或者片灰皮称重。

2.4 脱灰 软化

脱灰同样要求均匀而缓和，脱灰前最好大液比闷水洗，流水洗容易造成皮表面与皮心脱灰不一致。传统使用的硫酸铵和氯化铵脱灰会增加废水的氨氮量，现在基本上都采用无氨脱灰剂进行分步脱灰，缓慢降低 pH。DESENCALANTE SE-02 是一种有机酸化合物，能彻底完全的洗去皮纤维重的灰碱。DECALIM SS 是一种特殊的浸灰助剂，用于浸灰结束阶段，可以去除浸灰废液中的硫化物，减少废水和皮革因硫化物产生的气味。

参考工艺：

脱灰：　30℃ 水　80%

CELESAL K-3　　0.3%

DESENCALANTE SE-02　　1 .3%

硫酸铵　　0.5%，转 40-60 分钟，

pH8.3±，水洗，调温。

软化：　38℃水　　150%

PA 酶　　0.3%，转 10 分钟

DESENCALANTE SE-02 0.2%

转 20-40 分钟，pH8.0±，检查，水洗

脱脂：　35℃水　　60%

CELESAL K-3　3.0%，转 60 分钟，水洗，降温

服装革软化控制很关键，软化对于成革的软度和风格起关键作用，如果软化不足，成革身骨扁薄僵硬，粒面过于紧实，脖颈部位皱纹打不开；软化过度，成革空松，强度会变差，延伸性过大，定型性不好，因此软化要恰到好处。脱灰时控制 pH 值稍高于酶的最佳活力范围，等酶完全渗透后，加入适量的脱灰剂能调节浴液 pH 值达到酶的最佳活力范围，使裸皮得到均匀而缓和的软化。

2.5 浸酸 鞣制

浸酸时一般是有机酸与硫酸搭配使用，这样有利于皮纤维的适度分散，粒面更平细，有机酸渗透好可提高浸酸的速度，缩短浸酸的时间。如果对成革气味有特殊要求，可以全部使用有机酸。RETANAL SCT 是一种芳香族磺酸，代替硫酸用于浸酸时可以减少盐的用量，易稀释，使用方便，减少成革的 VOC。食盐用量要适当，过多会使裸皮脱水反而不利于浸酸鞣制。如果白湿皮要长期放置，浸酸时应加入少量防霉剂。鞣制前加入少量阳离子加脂剂 UNIX P-48，可使成革更柔软，同时可以使鞣剂 RETANAL CX90 分散吸收更均匀，加入甲酸钠小苏打调整 pH 值，有利于砜类鞣剂 RETANAL XD liq 的均匀渗透，缓慢结合。

参考工艺：

浸酸：　常温水　　80%

食盐　　3%，转 10 分钟

甲酸　　0.6%，稀释后分 2 次加入，每次间隔 20 分钟

RETANAL SCT 1.0%，
稀释后分 2 次加入，每次间隔 20 分钟，
之后转 120 分钟，pH3.0±

鞣制： UNIX P-48 1%，转 20 分钟
RETANAL CX90 4%，转 120 分钟
甲酸钠 1%，转 30 分钟
小苏打 1.2%，分 3 次加入，间隔 15 分钟，
pH4.0
UNIX F-850 1.0%，转 20 分钟
RETANAL XD liq 4%，转 60 分钟
RETANAL XD liq 4%，转 120 分钟
补加 40℃热水 100%，转 30 分钟，过夜，次日转 60 分钟，检查收缩温度（~75℃），静置 3-5 天，挤水，转淀粉削匀。

RETANAL CX90 是一种聚合物白湿皮鞣剂，本身不含甲醛，鞣性较强，对 pH 值不敏感，使用简单方便，用法类似铬粉，但是可以不提碱。RETANAL XD liq 是砜类替代型合成鞣剂，耐光耐热性能稳定，可单独作为白湿皮鞣制使用。

3. 复鞣 加脂

复鞣前白湿皮可以适当挑选分级，白湿皮染色时通常比铬鞣革颜色鲜艳，特别适合染彩色浅色革。无铬鞣革一般都是轻涂饰，保持皮革天然的触感，因此皮面太差会影响皮革等级，若皮面质量差，可以再进行铬复鞣，并采用常规铬鞣革涂饰工艺进行涂饰。

白湿皮削匀厚度控制在 0.5mm 左右，复鞣染色后再干削匀或者磨肉面，以达到成品革要求的厚度，因为白湿皮削匀太薄，复鞣染色很难做出泡感和丰满度。无铬鞣产品的复鞣染色工序也很关键，不同于蓝湿革，白湿皮复鞣时对常规的阴离子复鞣剂吸收结合相对要差。另外，复鞣前要彻底去除白湿皮中的天然油脂及多余的盐类化合物，因为天然油脂不稳定，容易造成成品革出油霜和污染等问题。因此，复鞣前要加强漂洗脱脂，一般要漂洗两次。

参考工艺：

漂洗： 40℃ 水 150%
草酸 0.3%
除铁剂 0.5%
CELESAL K-3 1.0%，转 60 分钟，
水洗

漂洗： 40℃ 水 150%
甲酸 0.2%
BH-1101 1%
CELESAL K-3 0.5%，转 60 分钟，水洗

白湿皮颜色米白，比蓝湿革容易受到污染，生产过程中要千万注意，不能与铁器长时间接触，以防产生铁锈。水硬度较大时需要加软水剂，避免革面受到污染，鸿丰公司生产的多功能助剂 BH-1101，用于白湿皮漂洗时，可以避免水中金属离子的污染。

参考工艺：

复鞣： 45℃ 水 100%
RETANAL A-4 2%
NEUTRAGENT NT 1%，转 30 分钟
RETANAL XD liq 5%，转 120 分钟

UNIX QM 2%，转 20 分钟

RETANAL CLE 2%，转 40 分钟

RETANAL MEL 3%

RETANAL SF 2%

RETANAL BN 3%，转 60 分钟

甲酸 1.0%，60 分钟，pH=3.8，停鼓过夜，次日转 30 分钟，排液，水洗。

无铬鞣绵羊服装革，复鞣剂及加脂剂的选择很关键。NEUTRAGENT NT 是中和鞣剂，能平衡白湿皮表面电荷，便于复鞣剂渗透。RETANAL A-4 是分散单宁，协助复鞣剂深入到皮纤维之间，分散皮纤维，增加成革绵泡感。RETANAL MEL 是一种不含游离甲醛的三聚氰胺复鞣剂，能有效填充白湿皮的空松部位。RETANAL SF 是分散类合成鞣剂，收敛性很小，粒面平细。RETANAL BN 是酚类置换单宁，赋予皮革丰满和泡感。UNIX QM 是合成加脂剂，增加成革柔软度。RETANAL CLE 是一种含有活性基的小分子丙烯酸，成革柔软舒适。RETANAL PR165 是复鞣加脂剂，不仅有复鞣填充效果，同时对皮纤维有固定润滑作用，因此，不会降低皮革撕裂强度。FOSFOL AUT09 是一种高含量加脂剂，可以明显提高成革撕裂强度，特别适合软革主加脂。UNIX F850 是磷酸酯加脂剂，可赋予皮革轻软的性能。REPELAN WR-10 是具有防水效果的加脂剂，赋予成革表面良好的绵软感，同时具备一定防污效果。REPELAN MA-30 是阳离子加脂剂，使皮革表面具有舒适的油蜡感。无铬鞣服装革一般都是轻涂饰的，因此颜色和手感在水场工段必须控制好。

染色加脂：水 40℃ 150%

小苏打 1%

NEUTRAGENT NT 1%, 转 40 分钟

染料 x% 转 30 分钟

RETANAL PR-165 4%

REPELAN WR-10 3%

FOSFOL AUT09 3%

UNIX F850 3%

甲酸 1.5% 分两次加，转 90 分钟

REPELAN MA-30 1.0%，转 30 分钟，水洗，出鼓搭马，次日挂凉，自然干燥，回潮静置 4 小时，转鼓摔软 6 小时，修边、轻绷板，准备涂饰。

4. 涂饰

无铬鞣绵羊服装革根据客户要求可以不涂饰，也可以简单喷涂一些手感剂和光油轻烫一下，尽量保持天然皮革自然的触感。

参考文献：

1. 魏世林 . 实用制革工艺学 . 北京 . 中国轻工业出版社，1999

2. 魏世林 . 制革工艺学 . 北京 . 中国轻工业出版社，2001

3. 制革工艺学 . 成都科技大学，西北轻工业学院 . 北京 . 中国轻工业出版社，1985

4. 西北轻工业学院皮革教研室 . 皮革理化分析 . 北京 . 中国轻工业出版社，2000

皮革染色及相关知识问答

文 / 高孝忠　图 / 章成

leather dyeing and coloring

一、染色的基本操作步骤有哪些?

染色的基本操作步骤如下:

（1）工序设置　除用少量染料作表面预染外，主要染色一般在中和后进行，中和必须符合染色要求。

（2）水洗 染色前（特别是染浅色革）需对中和后的皮革进行彻底水洗，一般用 3 倍左右常温水闷洗 2-3 次，每次转 10 分钟左右。染色初始温度较高时，最后一次水洗应采用接近染浴的温度，以便对革坯进行预热。

（3）液比与温度 按工艺配方进行调配。液比最好不要一次调到位，先比规定液比小一点，经测定温度后再补水，温度偏高补冷水，温度偏低补热水，可避免能源浪费。

（4）匀染 染色中一般都加匀染剂，匀染剂加入后，转 5 分钟左右再加染料。染深色、黑色皮革宜用 0.5%-1.0% 氨水匀染，加入前以 10 倍水稀释；染浅色皮革宜用辅助性合成鞣剂或匀染剂。

（5）加染料 染料一般需按规定事先进行溶化，从轴孔加入，低温小液比染深色时，可从鼓口粉状加入。

（6）检查 染至规定时间需检查染透情况，一般取较厚的皮张，将臀部边沿的水挤掉，切口查染透情况，应该透而未透者，视情况延长时间或补加匀染剂。

（7）升温 目前许多产品都流行先小液比较低温度染色，并且填充与染色同浴，当填充染色结束后，无论是同浴加油还是换浴加油，都应该补热水升温，目的是在较高温度下加强染料的固定，并为加油固色创造条件。

（8）固色 染色结束均需固色，阴离子染料染铬鞣革，常用甲酸降低 PH 值进行固色。染色加油同浴，可在加油后固色固油，末期 PH 值控制在 3.5-3.8；若染色后换浴加油，染色末期PH值可降至4.5左右。

（9）对色 对不涂饰的绒面革、水染革和透明涂饰的苯胺革，加酸后需与样板进行对色，一般取两张革坯分别从臀部割下 100cm^2 左右的皮革样，用吹风机吹干，在标准灯光下与样板比对，判定是否需要调色。

（10）顶染 对深色革、黑色革一般都需进行顶染（或称表染），顶染一般都要在染色加油固色后换浴进行，液比一般 1.5-2.0，温度 60℃ 左右，可以直接加染料，也可以先加少量阳离子固色剂或甲酸（0.3%-0.5%）转 10-15 分钟再加染料，加入染料转动时间不宜太长，一般 15-20 分钟即可，接着还须甲酸固色，有时还需按工艺要求加阳离子固色剂、阳离子树脂、阳离子油、铬粉、铝鞣剂、稀土等材料作进一步固色。

（11）水洗　一定要用常温水将湿革降温，浮色洗净方可出鼓，防止压折和色花。

二、如何正确使用染色转鼓?

正确使用染色转鼓的方法是:

（1）最好做到专鼓专用，并与其它工序有一定间隔,避免交叉污染。

（2）染色前要用碱性材料清洗转鼓。

（3）刚加入染料的 10-15 分钟内要经常倒换转鼓的转动方向，以免染料或染液裹在皮中搅拌不匀。

（4）加染液前或加粉状染料后应一次性将鼓门盖严,切忌严重漏液，应避免刚加入染料就停鼓重新盖鼓门或堵漏。

（5）染色革出鼓前先将地面和运输工具冲洗干净。

（6）有条件的单位可使用专门转鼓染浅色革。

三、固色不良的主要表现有哪些?

染色和加油结束后，需要进行固色。用阴离子染料染铬鞣革，通常用甲酸固色。加酸使浴液 PH 值降低，一方面可促使阴离子染料聚合并形成色素酸沉淀，另一方面使革表面阳电荷增加，提高与染料的亲和力，达到固色目的，同时，PH 值的降低也促使了阴离子油脂与革纤维的结合，达到固油的目的。除甲酸固色外，也常用阳离子固色剂固色。这些固色剂主要为阳离子氨基树脂、阳离子表面活性剂、阳离子稀土化合物等。用量一般为 0.3%-0.5%。它们与阴离子染料作用后可在革纤维上形成不溶性沉淀，起到固色作用。

精心固色可保证批与批之间颜色一致以及减少色花的发生,固色不良，则效果相反。

固色不良的主要表现如下:

（1)染色加油的转动时间不够，染浴中剩余染料较多就过早地加酸固色。

（2）对铬鞣革中和过度或者使用过多栲胶、合成鞣剂等阴离子复鞣剂复鞣，造成革表面电荷阴离子化太强，与阴离子染料的亲和力太弱，染料上染率低,剩余在浴液中染料太多，在这种情况下加酸固色时，容易使染料在革表面不均匀沉积，形成色花。

（3）加酸时染浴的液比太小，或甲酸稀释倍数不够,分加次数太少，分加间隔时间太短等造成加酸太快太急，造成染浴中的剩余染料不均匀地固定在革面，形成色花。

（4）甲酸用量太少，固色转动时间不够，致使固色不牢。染料固定不牢的皮革，染料将会随同干燥时，尤其是真空干燥蒸发的水分一同迁移，迁移的染料在蒸发量较大的革坯处积聚起来导致色花。

（5）为了加强对阴离子染料所染皮革的固色，常常用阳离子固色剂固色。但是阳离子材料（包括铬盐、铝盐等无机鞣剂）加入方法不对，也会引起色花。如:

阳离子材料加入后转动时间太短或浴液中温度太高，会使阳离子材料吸收不均匀，易引起色花。尤其是加入阳离子材料转动时间比较短的情况下，再次加染料顶染，这时可能有一部分阳离子材料在浴液中与染料反应产生沉淀，而不均匀地沉积于革面。

leather dyeing and coloring

染色末期染浴中未吸收的染料和油脂太多，在不换浴的情况下加入阳离子材料，此时阳离子材料迅速与浴液中的染料和油脂反应生成沉淀，不均匀地沉积在革面上引起色花，而且颜色耐擦坚牢度也会大大降低。

如何进行正确固色?

正确固色的方法主要有以下几点:

（1）应该待染浴中的染料和油脂基本被吸净后，才能加酸固定。

（2）如果因中和或复鞣不当造成染料与革纤维的亲和力太弱，染浴中剩余染料太多，应采取继续转动，延长染色时间或适当升温等措施增加上染率；或小心使用少量甲酸将浴液PH值作一次预调。

（3）加酸固色时，染浴液比不宜太小，必要时可扩大液比；甲酸用不少于5倍的水稀释，并分次加入，间隔时间一般不少于10分钟，总转动时间不少于30分钟，染色结束PH值控制在3.5-3.8。

（4）阳离子固色剂要求在加酸固色后换浴使用，达到匀染最好使用低温，也可以用中温而不要用高温。固色后应该水洗。

（5）加入阳离子固色剂需转动10-20分钟后，再补加顶染的染料，顶染后需要继续加酸固色。

（6）固色后应将湿革水洗降温至常温，方可出鼓搭马或直接挂晾。

四、对于染深色革或透心革的酸固定，为什么更要强调分次加酸，逐步固定?

因为深色革和透心革使用阴离子染料较多（对于铬鞣革而言），革纤维的结合点较多地被染料占据，这样一来，除了有较多染料与皮纤维结合不牢或完全没有被结合以外，还会造成后加入的油脂不易被结合，而大部分仍分散在浴液中，这时如果过快过急地加酸，不仅会产生固色不良的严重后果，还会使浴液内的油脂迅速破乳而沉积于皮革表面，造成表面油腻，内层加脂不够，这种现象在加脂量较大的软革类产品（如猪皮反绒服装革）上表现得更加突出。因此，对于深色革和透心革的酸固定，宜要求将酸的稀释倍数加大，并分多次加酸，逐步固定，并且固酸时间应长一点，一般掌握在60分钟左右。

五、与浅色革相比，染深色革时为什么固色的PH值往往掌握偏低?

因为深色革使用的染料量比较大，染色后其中与皮纤维结合不牢或完全没有被结合的染料相对较多。为了增加染料的固定，用较多染料染深色革时，在不影响其它性能的条件下，酸固定的用酸量应适当多一点，PH值需控制低一点，一般控制在3.5-3.7。

六、用阴离子染料染铬鞣革时，控制染料渗透与上染的基本方法有哪些?

染料的渗透性、匀染性与上染率、饱满度是一对矛盾，在染色操作中必须合理平衡上述矛盾，不能片面强调

一个方面而忽略另一个方面。为了保证染色既能做到良好渗透、着色均匀，又能使染料结合好、上染率高、颜色饱满，染色工程师必须熟练掌握提高染料的渗透性和上染率的基本方法。经归纳，用阴离子染料染铬鞣革时，控制染料渗透与上染的基本方法如表所列。

表 控制阴离子染料渗透与上染的基本方法

染浴温度	低	高
染浴 PH 值	较高	较低
中和程度	较重	较轻
蒙囿作用	较强	较弱
染前阴离子鞣剂复鞣	较强	较弱
酸碱调节	（初期）用氨水等	（末期）用甲酸等
使用助剂	非离子性、阴离子性	阳离子性
染色与加油	同浴	先染色后加油

根据上述染料渗透与上染的控制方法，铬鞣革的染色初期，为了让阴离子染料更好地渗透和染色均匀，需要通过中和或复鞣等手段，以减少革的表面正电荷，或在加染料前先加氨水助染；在染色末期，为了促进染料与革纤维的结合及色调浓厚，需要通过加酸或用阳离子助剂处理，以增加革的表面正电荷。另外染色初期用低温，染透后扩液升温，同样起到先渗透匀染后固色的作用。

七、如何根据样板要求染出符合质量要求的皮革?

接到样板后，大致应按如下步骤组织生产：

（1）确认样板

接到样板后，先在自然光或配有标准光源的灯箱中辨认样板的色相。

（2）拟定试染配方

将样板与平时打样积累的染色配方及样卡进行比对，从中选择相同或相近的配方。如果所选配方与样板一致，此配方即可作为试染配方；如果所选配方与样板相近，则参照配色图进行调整，拟定出试染配方。

（3）小样试染（此步骤一般被省略）

按上面确定的试染配方，先在三角瓶中模仿大生产条件，试染小块皮样。一次不成功，可以调整配方，重新试染，直至符合样板为止。实际上，三角瓶是很难模仿转鼓的机械作用的，因此，染出的色样也只是近似结果。

（4）试验室转鼓试染

用小样试染成功的配方作为试验室小转鼓试染的配方。在实际生产中，接到订单，往往交货期要求都比较紧张，很少有企业在三角瓶中进行试染的。一般都是根据客户提供的样板，按照拟定的试染配方，直接在试验室自动控温转鼓中进行 1-2 张皮革的

leather dyeing and coloring

试染，经过几次试染，获得成功后，即可向大生产下达染色配方。

（5）大鼓验证配方

车间接到染色配方后，第一次只染1-2大鼓，经染色加油固色后，从每鼓中取2-3张皮革，从臀部各剪下100cm^{2}左右的皮革块，用吹风机吹干，用手搓软，在标准灯光下与样板比对，颜色与样板符合，即可水洗出鼓，若与样板有出入，则按配色图核对，调色成功后水洗出鼓。

（6）批量生产

经过大鼓试染成功后的配方，即可投入批量生产。

八、对染色过程中或染色后已经形成的色差色花应如何纠正?

对已形成的色差色花的纠正办法大致归纳如下：

（1）色调相符，但不够饱满或鲜艳。说明染料总量不够，可按配方补加适量染料进行增浓。

（2）色调相符，但颜色深于样板。可用1%-2%扩散剂N或Tamol NNOL(BASF中和剂）进行褪色，或用具中和匀染作用的辅助性合成鞣剂配合氨水褪色（如0.5%Deacitan D+2%氨水），也可以用白单宁（如Basyntan DLE）进行漂白处理。经过褪色或漂白，色调会有些变化，一般应换浴后再作适当调色。

（3）色调相符，但已经轻微染花。可按上法先褪色，再进行调色，但褪色程度应加强，必要时可加少量氨水，帮助褪色。

（4）色调不符。应该对照配色图，按缺色补相应的染料。

（5）色调不符，且颜色深于样板，参照上述第（2）条方法返修。

（6）已经染花的干坯革返修方法。先回软，再用氨水和萘类中和合成鞣剂褪色，在原浴中加酸固色，最后进行对色和调色。如果干坯革的色调比样板偏深，则褪色后应换浴固色并调色。

（7）猪皮脱脂不净引起的染花或毛孔露底的返修方法。按上法先回软，再褪色，但褪色应结合脱脂；褪色后需要进行水洗；接下来根据褪色程度进行中和和补充染色及加油；最后进行固色、对色与调色。

（8）颜色比样板深过多或染花严重。对于全粒面苯胺革，可改成全粒面涂饰革；对于绒面革，可用保险粉褪色后再调色或改黑色与深色革。

（参考资料：蒋儒林，浅谈猪皮反绒服装革的染色加脂。）

九、为什么要强调染色后的革坯必须洗净降温?

染色后的革坯若不洗干净，不通过水洗将温度降至常温，容易产生以下问题：

（1）在堆置中容易产生色花。

（2）会降低绒面革的颜色耐擦牢度。

（3）温热的革坯容易压出死折。

（4）成革在存放过程中容易泛盐霜。

（5）在绒面革表面容易产生鸡爪印或水花印。

芬兰世家皮草 Saga Furs 总裁 Pertti Fallenius 一行走访崇福皮草行业

图、文 / 安春叶

11 月 20 日下午，芬兰世家皮草 Saga Furs 总裁 Pertti Fallenius、亚洲区商务总监朱静珊、中国华东华中负责人李雪莲女士在桐乡市崇福皮毛协会会长、浙江中辉集团董事长胡建中，桐乡市崇福皮毛协会秘书长姚夏其、副秘书长周建平的陪同下，走访崇福皮草行业，调研中国市场。

据悉，此次芬兰世家皮草公司总裁 Pertti Fallenius 一行赴崇福的目的一方面是为了准确了解中国皮草企业对毛皮原材料的需求状况与销售情况，另一方面是为了了解中国皮草企业毛皮制作的技术、工艺水平与发展状况，同时也拜访久违多年的老朋友。

Pertti Fallenius 一行，首先走访了桐乡市崇福皮毛协会，在会长胡建中、秘书长姚夏其、副秘书长周建平的陪同下，参观了协会二楼关于崇福皮草业近 20 年发展历程的展示，并就当前国内外皮草业的发展现状与所存在的问题进行了沟通与交流。

随后，在胡建中的陪同下，Pertti Fallenius 一行到浙江中辉集团旗下中辉裘革科技有限公司，先后参观了硝皮、染色、制革等车间，在听完胡建中对当前公司生产能力及生产量等情况介绍后，看着干净整洁、宽敞明亮的硝皮和染色车间，世家皮草 Saga Furs 的三位领导对中辉雄厚的实力与规模表示赞叹。

在原皮车间，Pertti Fallenius 一行看着一件件刚硝染鞣制烘干后的蓬松

皮草可持续、可追溯、可信赖

柔软、色泽自然的狐狸皮、水貂皮和貉子皮等，听着胡建中董事长关于公司在环保技术及清洁生产等方面的良好现状，以及在新技术、新工艺及高标准方面的解说，都频频点头赞同，因为这些都和世家皮草 Saga Furs 一直所坚持的“皮草是可持续、可追溯、可信赖”的理念有很多契合之处。

当 Pertti Fallenius 一行看到公司新开发研制生产的托斯卡娜产品时，不由得停下了脚步，拿起皮张，细细察看起来。这是当前国际上特别流行的一种皮草原料，分外受各服装公司和设计师们的追捧，中辉裘革科技有限公司研发的这款原料，无论是手感还是色泽都处理得特别好，难怪世家皮草 Saga Furs 的领导们会慧眼独具，对此如此感兴趣。

中国市场是世界重要的皮草市场，多年来，世家皮草 Saga Furs 和中国的优秀皮草企业及设计师们一直都有着密切的合作。据胡董介绍，他与世家皮草 Saga Furs 相识于 1996 年，真正结缘于 1998 年。1998 年，世家皮草 Saga Furs 来中国市场后双方开始了真正的合作，可以说中辉集团是国内最早与世家皮草 Saga Furs 开展合作的企业之一，如此推算起来，双方已有二十多年的友谊，彼此已是互助互惠的好朋友。

关于世家皮草 Saga Furs

世家皮草 Saga Furs 是一家国际皮草拍卖行，核心优势包括严格监控的皮草生产链、行业内覆盖面广泛的顶级皮草供应以及高质量运营效率。

世家皮草拍卖行以毛皮质量上乘，种类齐全而驰名，毛皮主要来自于监管严格的欧洲国家。注重支持欧洲毛皮饲养业的发展，在每年 4 次的拍卖会上销售源自欧洲的毛皮原料，并在全球推广世家狐狸、水貂皮和芬兰貉子皮。世家皮草 Saga Furs 是全球唯一一家上市皮草拍卖行，因为毛皮业和时尚界的合作所作出的贡献，赢得举足轻重的地位。世家皮草 Saga Furs 在毛皮饲养方面最先推崇有责任饲养，并因此享誉业界。其客户遍及毛皮和时装各个行业，不仅包括毛皮饲养商及其它毛皮供应商，还有生产商及时装公司。

温州素有“中国鞋都”之美誉，2019年的温州鞋业在内外销市场低迷的形势下，以自己独有的优势，加速了中国鞋革产业向温州集聚，温州鞋革业不仅在“中国鞋都”这张金名片上发展，更具备了成为世界鞋都的潜质。

温州

温州鞋业
以产品设计和智能制造逆势突围

鞋业

逆势

突围

文 / 郑君　图 / 李霞

温州的鞋业外销以巨一、金帝鞋业等为主，他们不断引入智能制造和生产管控系统来压缩成本，在产品开发设计上投入资金，广泛应用新型鞋材。吸引外销国际品牌鞋订单落地温州，世界各国的快时尚品牌、鞋连锁超市也以温州作为生产加工基地。温州外销鞋业以品质、产能、科学化管理、开发设计综合实力吸引世界各国的订单，坚定了未来世界鞋都的地位！

今年以来，温州鞋业成为中国鞋业发展的一匹黑马，以运动时尚休闲鞋吸引全国各地销售商及服装企业，特别是温州贴牌协会和百佳真皮联盟组织的订货会客商云集。广州、成都两大鞋业基地的客商纷纷下单给温州鞋企。随着 90 后、00 后逐渐成为消费中坚力量，消费者对鞋产品的需求多元化，运动休闲鞋品增量大。温州品牌鞋企加大运动休闲产品的生产以满足不同的消费者需求，特别是百丽等商场品牌改变以往以广州、成都为订单生产基地的格局，纷纷把运动休闲、时尚休闲产品订单改以温州做为加工基地。目前温州男女运动时尚休闲鞋以款式开发快、优质优价引领中国内销鞋的发展趋势。

温州鞋企逆势突围的优势之一：随着消费者层次变化，准确抓住消费者的需求。80 后、90 后、00 后在一线城市以消费耐克、阿迪达斯、匡威、爱步、斯凯奔为主流，随着李宁、安踏民族品牌的崛起，温州生产销售的运动休闲产品以大众化消费为主，吸引二、三线城市及农村地区年轻人，特别是淘宝直播、快手、抖音等平台的出现，大众消费对流行趋势的捕捉更为快捷。

优势之二：温州鞋业特别是新生代鞋企对时尚潮流敏感，在鞋品设计研发上具有一定的优势，款式设计开发力度大，爆款不断。新近推出了政府支持的快时尚创意园，围绕“鞋类原创设计中心”和“鞋业品牌孵化中心”，发布产品，吸引内外销客商。温州鞋业协会新生代企业家分会已推出新生代城市科创园，打造集原创设计知名品牌采购运营等为一体的都市鞋业综合体。温州国际真皮大世界也建立了全市首家鞋样设计众创园区，将进一步推动温州原创设计发展。这些产业园的发展不断为温州鞋业制造赋能，推动温州鞋设计研发升级。

优势之三：温州鞋革业产业链完整，集聚鞋革产业上游、中游与下游，形成产业循环，鞋材、鞋机、化工产品丰富，温州鞋业快时尚产品生产具有一定优势。

优势之四：温州鞋企营销模式多元化，中小型企业以贴牌为主，吸引全国各地客商，网络营销也占有一定份额，前店后厂以温州鞋都三期鞋企销售效果最为明显，由中小企业组成的贴牌协会和百家真皮联盟的订货会更是满足不同客商的订货需求。温州品牌鞋企在营销方面产品变化力度不大，由于电商影响，下滑趋势明显。

未来的温州鞋企要走得更远，成为中国从制鞋大国走向制鞋强国的中坚力量，尚需在设计研发上下功夫，向“爱步”学习大底技术，加大新材料开发应用力度，突出款式设计原创风格，个人订制随着数据化的发展更加亲民，智能制造方面大胆引进先进设备。鞋品销售向大数据化转型，品牌鞋企线上线下齐动，开启智慧零售变革，满足不同年龄层次的需求，不断提升产品文化，增加品牌鞋文化消费更多的新鲜满足感。温州要以鞋文化的因，寻找创意设计的源泉，让温州鞋业的品牌和产品走向新的高度。

箱包企业渠道创新有妙招

文 / 赵艳丰　图 / 章成

近年来，随着人们旅游、商务出差、户外出行的频率增加，箱包行业获得了快速发展，有更多的企业和资金开始进入箱包制造领域，大家在技术研发、企业管理、产品质量等各方面都开始趋于行业的平均水平，不可避免地出现产品和服务同质化严重的问题。在这个时候，唯有渠道创新才能产生差异化的竞争优势。渠道创新俨然成为当今箱包企业关注的重心，并日渐成为它们克敌制胜的终极武器。本文以案例的形式，来谈谈箱包企业的渠道创新方案，希望给业内人士带来启示。

K 公司的渠道现状

K 箱包皮具有限公司是一家集加工贸易、专业开发、自主品牌于一体的现代化箱包产销企业。近两年随着公司业务的快速增长，其销售渠道的管理难度变得越来越大，一些渠道管理问题俨然成为公司获得更大发展机遇的一个拦路虎，具体分析如下：

对渠道管控不力

如果箱包企业对于渠道的管控不力，很容易造成对渠道商所负责区域的真实情况不能有效掌握，仿佛盲人摸象，根本做不到全面的终端信息收集，更不要说依托这些信息对公司整体的产品和营销方向作参考。如果用这些错误的信息来做方案，结果就可想而知了。

在 K 公司，就存在着渠道商对于终端客户的信息不上报或者随意报的情况（尤其是对一些大客户），最根本的原因是渠道商或者销售人员怕这些终端客户的信息被公司知道以后，公司主动和这些大客户联系，将来这些大客户有什么问题或者再次采购的时候就会直接从公司指定的其它渠道或销售人员来购买，影响到了他们的利益。所以虽然有 CRM 系统，但他们在系统输入上也是遮遮掩掩，并没有完整地将公司需要的终端客户信息录入到 CRM 系统中，最终的结果就是公司对于终端客户的信息掌握不充分甚至是错误信息，以至于不能进行有效的调研和大客户拜访，如果只是听渠道商的一面之词，企业很难做到全面、准确地对公司整套研发和服务体系策略进行验证，这就对企业未来发展埋下了很大的隐患。

同时，因为渠道对终端客户的信息不上报或者随意报，目前已经出现渠道商虽然代理的是 K 公司的产品，但可能将其他竞争对手公司的产品销售给了终端客户，这些问题已经被公司查出来并确认，对公司每年造成至少上百万的销售额损失。

渠道间恶意窜货严重

窜货的危害很大，其不仅仅会破坏公司整体的销售体系和渠道间的价格体系，更会破坏公司赖以生存的经销商网络。

在我国，东部区域相对发达，西部区域相对落后，K 公司根据各个省份的不同情况，在销售相同产品时，就会对这两个不同区域渠道商有所区别对待，在产品价格上也会对西部省份有一定比例的折扣。在这种情况下，就会有一些东部区域的渠道商在西部区域建立渠道公司，用西部的区域渠道公司从 K 公司买产品，并由 K 公司出物流费用运送到东部区域渠道的客户手上，从而

***K 公司的渠道现状

** 对渠道管控不力

** 渠道间恶意窜货严重

** 对渠道激励不合理

*** 渠道创新方案

** 渠道的管控创新

** 创新技术应用

** 激励政策创新

获得差价，赚取窜货的非法利润。

这种做法不但会造成东部区域渠道间的恶意压价，更会导致整个分销渠道价格体系的崩盘。也就是说，东部的区域渠道拿到西部区域相对价格低廉的产品，其在东部区域销售的时候，为了尽快出手，会以远低于东部渠道正常价格的价格进行出售，这样东部省份本身的那些区域渠道就会受到低价的冲击，导致劣币驱逐良币，想购买相同产品的客户在产品品质和服务相同的情况下，肯定会选择低价产品。如果任由这种情况发生，假以时日，东部区域渠道就会源源不断地从西部区域渠道拿货，东部区域渠道就会纷纷效仿。而对于 K 公司来说，西部区域渠道商拿到越来越多的订单，就会让公司认为西部市场已经打开，继而对公司在西部省份的整体策略和营销都会造成很严重的错觉。

同时，因为东部区域渠道的低价冲击，会让客户对 K 公司的渠道和产品产生不信任，甚至认为价格随意调整，没有任何的价格保护。窜货的这种行为，只对参于窜货的渠道商短期内有利，对 K 公司、对整个东部区域渠道以及最终使用客户都造成了不可挽回的损失；而长期来看，对参于窜货的渠道商来说也是不利的，因为他们失去了赖以生存的信任，所以这种行为要坚决杜绝。

对渠道激励不合理

对于 K 公司这样的箱包制造商来说，激励渠道商是一项很重要的工作。因为牵涉到整个公司销售业绩能否完成的生存问题，如果激励过高会造成企业销售成本增加甚至造成亏损，如果对渠道激励过低则会影响渠道的积极性。如何制定一个合理的激励政策，让渠道商既有积极性为公司完成各项考核，同时又能提升公司的利润和资金链，取得双赢的局面，这是目前对 K 公司来说很紧要的工作。当前，K 公司确实存在一些考核不合理、激励不完善的地方，甚至在某些方面存在错误激励的情况。

例如，K 公司目前过分看重销售额，不看销售额背后的订单质量如何，这样对于渠道激励来说，不只是会有失公允，更有可能造成公司亏损了还不知道的情况。

渠道创新方案

上述渠道问题已经严重影响到了 K 公司的整体利润率，为了更好地服务客户，争取更多的市场份额，提升企业盈利水平，笔者建议该公司从以下几方面加以渠道创新。

渠道的管控创新

正所谓“没有规矩不成方圆”，只有不断地创新管控方案，才能更好地约束渠道商和 K 公司之间的责任和权利，公司通过渠道才能更好地将产品和服务传递到最终用户，渠道商通过公司的支持和激励也能获得相应的回报，相得益彰。

1、IT 系统创新解决终端客户信息不对称问题

K 公司一定要重视渠道商对于最终客户信息上报的制度，因为只有掌握了这些准确的信息才能依托这些信息，制定出更好的产品策略和销售策略，具体创新方案如下：

渠道商每月订单的认定需要和CRM系统中录入的信息来进行核对，比如一个大客户有订单但是无法和CRM系统中录入的客户信息匹配上，则不能认定该笔订单有效。当一个订单有两个渠道商或两个销售都宣称该笔订单是自己的话，判定原则就是以谁最早在 CRM 系统中报备这个大客户为准。假设在同一区域渠道 A 公司和渠道 B 公司，可能因为销售以不同的方式都接触到了最终客户，如果假设 A 公司很早就在 CRM 系统中报备了最终客户的信息并在 CRM 系统上录入了每次和客户交流沟通的跟踪信息，而如果最终订单是由 B 公司和最终客户签约的，那么，在双方没有任何疑问的情况下，该销售额的至少一半归到 A 公司，另一半归 B 公司。如果有异议就需要双方出具相关的证明文件，但总的还是要倾向于在 CRM 系统中做了报备的渠道商，目的就是为了让渠道商在和客户接触初期，就要报备详尽的客户信息，公司核准以后，认为信息有效，那么就认定你渠道公司已经开始和客户做了初期的交流沟通，起到了一定的积极作用，即使后期不和你签约，只要你做了该做的工作，都能获得一定比例的销售额。

当然，如果最终 B 公司能证明渠道 A 公司在整个销售过程中仅仅是接触了这个大客户而没有继续跟踪和服务这个客户，那么，最终的订单金额的占比 A 公司会不超过 20%，而 B 公司最多只能是 80%。因为 B 公司也有失误，你并没有按照公司的规定，在项目接触初期就将客户信息如实上报公司并报备，所以此订单你最多能拿到 80% 的份额占比。这样的目的就是要让所有的渠道在和客户接触的初期、中期、后期都要

渠道是一个箱包企业最有价值的资产，

可以为企业带来持久的行业优势，

而这是无论怎样削减成本和提升产品质量都无法做到的。

在市场营销环境不断严峻的今天，

希望广大箱包企业能重视渠道的创新工作，

借助渠道创新建立差异化的竞争优势，

使企业获得长久发展。

将信息如实地填报到 CRM 系统中，做到信息准确详实、订单有跟踪、产品有保障，并对客户做最大限度的优质售后服务，这样才能体现公司的专业化管理水平，客户才会更加信赖公司和为之服务的渠道团队。

2、定期回访重要客户制度

对于渠道上报的客户信息，K 公司必须安排专人对渠道上报的客户进行分析和汇总，并定期抽查，特别是一些重要的大客户，公司高层要定期对这些大客户进行回访，倾听这些重要客户对于公司产品的反馈情况、服务的满意度以及对公司未来产品的期望。

另外，对重要客户的回访也是为客户提供优质服务的一个很重要的体现。客户购买了你的产品后，公司派出高管定期对重要客户进行沟通和回访，特别是一些商务上的互动，比如送一些有纪念意义的小礼品，既体现了对客户的重视又增进了公司与客户之间的感情，对渠道商下一步与客户做进一步的沟通也打下了良好的基础。

通过这种方式，还可以及时发现一些渠道商服务不足的情况，因为渠道商本身在和客户接触的时候，即使客户有什么不满，因为碍于情面，可能也不会和渠道商当面提出来，特别是一些小细节上的工作失误。但如果是公司出面的话，通过公司管理层的耐心沟通，可以直接或间接地看到这个客户对渠道的满意程度。鉴于此，也可以对渠道商的工作进行评估，并适时地给渠道商提出整改意见。如果能够发现某些渠道商在客户服务方面有一些值得推广和借鉴的地方，也可以很快作为推广样板，在其他渠道进行复制，这些都是可迭代升级的服务体验。

创新技术应用

窜货的行为由来已久，产生的原因也是多种多样的，无非是利益驱使和公司制度不合理造成的。过去业内对于恶意窜货行为就是加强道德宣传，增加品牌认知度甚至于采用直销的模式来预防，后来，随着条形码的普及，开始有针对性地通过扫描条形码来杜绝恶意窜货，但是这些都是比较老旧的办法，都是被动地解决窜货问题。K 公司也存在这样的问题，我们应该创新地运用物联网技术来解决

恶意窜货的问题。

1、应用物联网技术对产品直接使用地区进行监管

通过物联网技术，可以很好地解决公司已经售出产品的物流定位和渠道监管等问题，目前K公司正着手开发这套系统。主要的功能就是将物联网芯片嵌入到所售产品的外包装上，通过物联网芯片的植入，就具备了自动上报产品所处位置的功能，并将这些信息上传到公司的服务器上。服务器接收到数据以后，会和CRM系统中的客户地址等信息进行匹配，如果发现这些产品不在指定的区域，就会立即报警，并将这些报警信息传到公司产品部，由产品部出面核实相关信息。通过这种方式可以有效防止渠道间的恶意窜货，为解决窜货问题提供了一套行之有效的技术保障手段。

2、应用物联网技术解决物流信息追溯问题

通过物联网技术还可以将产品的物流信息完整地保存下来，从给客户发货开始，中间经过了哪些地区、在哪些地方放了多长时间都会在公司的后台系统中查阅到。这些重要的物流信息，将会为客户提供更为精确化的物流状态管理服务，客户可以看到产品从公司发出到客户手里的所有物流信息，而且不光可以追溯还可以实时查阅。这些信息的采集都是主动式的监管，用户只需要通过微信关注公司公众号进行物流信息的查询就可以，这也是对客户提升服务的一个很好方法。

激励政策创新

对于K公司的销售区域划分来说，区域渠道存在发展不均衡的问题。东部省份经济发达，相对来说销售额容易完成；而西部省份经济欠发达，销售额完成难度较大。在这种情况下，若还依赖于过去单纯按照销售额进行激励，显然是不合理的，需要根据不同的区域，细化激励政策。不光要结合当年和往年的销售额，还要依托市场份额的占比、利润率、回款率等指标来细化激励政策，以达到对每一个渠道商来说既有积极性去完成任务，同时又有压力，需要一定的努力才可以完成。

总之，渠道是一个箱包企业最有价值的资产，可以为企业带来持久的行业优势，而这是无论怎样削减成本和提升产品质量都无法做到的。在市场营销环境不断严峻的今天，希望广大箱包企业能重视渠道的创新工作，借助渠道创新建立差异化的竞争优势，使企业获得长久发展。

树立人性化的设计理念
智造护足保健康的好鞋

文 / 陈国学

你注意观察过自己的足底吗？它承担着你站立、行走、运动的人体重量、磨擦力、冲击力等，因此，鞋楦的底部造型非常重要，底部的后跷高、楦底部腰窝弧形及弧度、鞋楦的前掌着地部位的设定、鞋楦前跷高度、鞋底部的形状、鞋跟高度、鞋底底面上的形态设计都要为人站立、行走、运动时的合脚舒适和脚的健康着想。

鞋底的软硬要有度，要为人行走、运动过程中的压力、受力及稳定性等着想。特别是儿童鞋和老人鞋的鞋底不能设计得过软，过软的鞋不利于儿童脚的健康成长和老年人脚的护足保健康，因为过软的鞋底使脚在行走和运动中产生左右扭动，使脚在行走过程中步态不稳定，特别容易使脚向外扭动，有损脚的骨骼和关节，这种不稳定因素会扭伤人的脚。真正高品质的好鞋一定是稳定性、合脚性、适穿性非常好的鞋。现在有些商家过份宣传自己品牌鞋的柔软舒适性，为了让消费者购买时感到鞋子很舒服，把鞋底做得过软，这是为了销售量而不对消费者健康负责任的行为。制鞋工作者的社会责任就是要为广大消费者提供护足保健康的好鞋，对哪些只顾自己销售利益不顾消费者健康的品牌经营者要给予批判。

为了设计制造高品质好鞋，我们在设计时要考虑减少鞋底在行走、运动中与地面的摩擦力和阻力，鞋楦和鞋底设计中要着重考虑如何才能使脚在行走和运动中获得行走轻松和步态平稳的体验，这些和鞋楦底部造型设计相关，和鞋底、鞋跟设计师是否具备这方面专业知识、专业技术技能相关。我们在鞋类产品的设计制造中要着力提升鞋的内在质量，确实要为用

户提供优质好鞋。

每个人脚的外观形态是各不相同的，就是同样的脚长度、同样的脚宽度和脚高度也不会是相同的脚形轮廓形态，所以我们要研究脚型规律，找到脚型规律，以科学依据来设计鞋楦才能满足广大消费者的需求。为什么我国要用几十年的时间来研究制订国家鞋楦标准，并不断修订完善，目的就是用科学的观念和方法来设计符合中国人脚型的鞋子。我们要向先进设计制造学习，抛弃落后不科学的做法，掌握专业知识，着力提升鞋子设计制造的能力水平，从而迈向世界制鞋先进制造业的行列。

为什么有的鞋很好看但穿着行走后感到很累和不舒服？这都是设计制造者缺乏专业知识、专业技术、专业技能的结果。鞋业中不少人还停留在模仿抄袭的地步，不精通设计的专业技术、技能，没有科学的设计技术数据，停留在单一依靠两三个试穿员个人的感觉来判断鞋楦的好坏、鞋子的合脚舒适性，这是一种较落后的做法。这种依据少数试穿员的脚来判断鞋是否好穿、没有具体的数据尺寸来评定鞋楦的方法是不科学的。这种没有明确的“中间值数据尺寸，”单凭少数人的感受，无法用数据量化的做法，不能作为制鞋企业制造中唯一的方法。特别是那些坚持一味模仿制造的鞋企，买来的样品鞋瘦，制造出的鞋子就瘦；买来的样品鞋肥，仿制的鞋子就肥。最终是在制造库存积压产品。现在有些企业销售在不断下滑，已在不断关店，还不肯静下心来学习改进，提升自己的专业知识和专业技术，还在坚持一味模仿抄袭的习惯，设计制造没有一点新方法、新措施，继续用老一套习惯的方式在开发产品，这种企业非常危险，在市场竞争中出局也只是时间问题。

我们为什么要提倡企业重视制鞋标准化技术的创建，因为实施制鞋标准化技术就一定要有能量化的数据作为依据。当今社会已进入大数据的新时代，但不少做鞋的人还不能静下心来学习专业知识和专业技术、技能，有些鞋厂开发设计人员不精通专业技术知识，不懂得掌握脚型规律和标准化数据的重要性，单凭经验和模仿在做鞋。那些依靠跑量和规模制鞋的工厂，未来必将步入困境。可以说国内真正理解掌握标准化技术做好鞋的技术人员还很少，这是我们没有高品质品牌产品的主要原因。

人足底部真正着地的面积只占有人体约 1% 的面积，却要承担 100% 人的重量！这里汇聚着人体工程学的精华。例如脚跟腱具有强大的收缩能力，它可以在迈步过程中提供 50% 的力量，然后蹬地动作会沿着足弓传递到脚掌。脚印形状可以反映支撑人体重量的着地面积，鞋底部后身脚腰窝部位的设计要起到保护足弓的作用，脚底后身腰窝部位分别有内侧纵弓、外侧纵弓和横弓，这是鞋楦设计的最关键性的部位。需要鞋楦设计师具备高技术和高技能来解决该部位的造型设计，从而解决该部位的合脚舒适性问题。买台脚型测量仪，单一测量脚的外观形态是完全不够的。要设计好鞋楦，必须深入了解脚型规律、脚的行走和运动规律、穿鞋的需求和要求，研究制订出符合以上科学规律的鞋楦数据作为设计依据。

很多年轻父母经常担心孩子出现“扁平足”等脚的病变，其实与步态异常相比，足部疼痛与畸形更需引起高度重视。以科学为依据的鞋楦设计技术属于护足保障脚健康的专业技术领域。例如，研究好鞋楦后身腰窝部位底面的造型设计是保护足弓的核心技术，脚底足弓作用如同桥拱，能够合理分配好受力，使人体落在脚底的重量和行走过程中不聚集在脚底的某一部位，使人体重量在脚底得到均衡的分布，从而减少脚底局部的压力，使重力不会聚焦在某部位，这样就能减少脚在行走和运动状态下的疲劳感。如果一个鞋类设计师在鞋楦和制鞋设计中缺少专业知识、专业技术、技能，其设计制造出的鞋楦、制造的鞋子，就很难使脚足底部的支撑重力得到很好的平衡，行走中人体的重量、压力和运动中对脚的冲击力，就很难得到化解，这样的鞋子外观再好看，其实是不符合脚行走和运动规律的鞋子，鞋子的合脚舒适性一定不会很好，可以说是一双穿着价值不高的鞋子。因为人们对美好生活的需求，不仅要鞋子能美化自己的生活，更重要的作用是要起到护足保健康的作用，这才是真正好鞋的价值，才是一个制鞋品牌企业的社会价值观和制鞋人的使命！

儿童鞋与成人鞋设计的异同

文 / 于百计 图 / 章景

儿童鞋的市场十分巨大，业内称作是最后一块蛋糕。**消费者对儿童鞋特别是婴幼儿鞋的需求越来越旺盛，对儿童鞋质量的要求也越来越严格。**目前，儿童鞋产量大、款式多，但同时也存在着很多不尽人意的问题，很多儿童鞋由于缺少儿童特点元素，缺少童真、童趣，被说成是成人鞋的翻版，是小大人鞋。

儿童脚是儿童鞋楦的**基础**，
儿童鞋楦是儿童鞋的**灵魂**，
儿童鞋是儿童脚的**保护神**。

童鞋“不同”

对于儿童鞋是成人鞋的翻版这个问题，应当一分为二地看。儿童鞋与成人鞋相比，研发和生产的起步比较晚，上个世纪 70-80 年代，在儿童布鞋、儿童胶鞋基础上，儿童皮鞋、儿童旅游鞋的生产和销量逐渐加大。后来随着改革开放后消费市场对鞋类商品需求量上升，儿童鞋的产量、销售量也呈上升趋势。但是儿童鞋与成人鞋相比，还没有形成完整的自有体系。在设计和生产上模仿成人鞋的模式，在使用材料、生产工艺等方面，儿童鞋照搬成人鞋。虽然在产品外观上，在考虑其合脚性、适脚性、安全性方面，有儿童特点，但是面对消费者不断增长的消费需求，儿童鞋的舒适性有待深入研究。如何进一步满足穿着者生理上的需求，达到适合（甚至是一对一的适合）；如何满足穿着者心理上的需求，达到舒适（儿童及家长的感觉），是儿童鞋设计师应当细细研究的。

满足生理上的需求，有合脚性问题，符合儿童脚型规律（能穿）；有适脚性问题，适应儿童个性化脚型需要，有助于儿童脚正常发挥作用，保证脚在站立和运动时动作舒适自如（能动）；有卫生性问题，透气排湿抑菌，或有助于恢复脚本来已经受到不良影响的功能（有矫形功能，不捂脚）；还有保护功能问题，保护儿童脚不受物理、化学和生物环境的不利作用（不受伤）。满足心理上的需求，服装整体搭配，适应个性化需求。

如何达到适合穿着和穿着舒适的目标，应该在儿童鞋的主要性能上深入研究。儿童鞋的主要性能，有受脚的形状制约的性能，有受脚的功能制约的性能，有鞋类卫生性能，有鞋类的保护性能，有鞋类摩擦性能，有鞋类美学性能。

在结构上儿童鞋不能照搬成人鞋，要考虑儿童生长发育特点、从儿童脚型特点出发，设计出“不同”来。儿童鞋的特点不同于成人鞋的特点，表现在脚、楦、鞋的关系上。儿童脚是儿童鞋楦的基础，儿童鞋楦是儿童鞋的灵魂，儿童鞋是儿童脚的保护神。

儿童脚型特点

儿童脚型在不同年龄段有着不同的成长规律，其动态、静态下变化都不同。体现在脚趾、脚跟、脚弓、肉体等方面。

脚趾。幼童脚趾呈散状排列，像个扇形，脚底最宽的部位在脚趾，这是为了能增加脚掌的支撑平衡作用。成年人的脚趾是收拢的，脚底最宽的部位在跖趾关节处。幼童的五个脚趾几乎是平头的，脂肪多。儿童脚趾的特点，决定了儿童鞋楦的头形与成人鞋楦的头形有区别。

脚跟。幼童的脚后跟显得很瘦小，这是因为脚骨的骨化还没有完成。儿童站立时，脚后跟要承受 68%的体重，因此在幼儿阶段，儿童会出现站立不稳、容易向后跌倒现象。在行走

儿童脚型在不同年龄段有着不同的成长规律，其动态、静态下变化都不同。体现在脚趾、脚跟、脚弓、肉体等方面。

时重心向前，移动困难，迈腿的时间比站立的时间长，看上去步履蹒跚、摇摇晃晃。成人的脚后跟骨已发育成熟，粗壮有力。

脚弓。成年人正常的脚弓是健全的，支撑力度大，弹性好。儿童的脚比较柔软，脚弓比较低，而且年龄越小脚弓越低，再加上骨结构的强度有限、肌肉筋腱的收缩力度不足，所以走路时会有“平脚着地”现象发生。保护儿童的脚弓，是加强对脚肌肉的收缩力度，可以促进脚弓的正常发育。如果对儿童的脚弓不注意，将来极会造成平足。

儿童的脚不仅脚弓低，而且脚趾的自然前跷角也低，这对楦底的凹凸度造型、前跷与后跷的配合都有着极大的关系。

幼童的脚骨细小、脂肪多，脚背的厚度比较大。所以儿童的楦型不能太瘦，不能把脚紧紧围住，否则会影响脚的发育，当然也不能过肥。儿童年龄越小，男女脚型的差别越小，脚型变化也越快。幼童 1-4 岁时，脚长年增长量为 10mm 左右，跖围年增长量为 9mm 左右；4 岁以后，脚长与跖围长的增长量逐年减少；到 12-13 岁前，脚的年增长量约为 7mm，跖围年增长量约为 6mm，这种变化一直持续到成年人时才基本稳定。

幼儿有其自身生长发育期的步态特点。儿童在不同的生长时期有自己的行走规律，这些规律应是儿童鞋设计师研发时的重要依据。据有关专家研究，从形态学角度看，不同年龄段的儿童一般具有如下特点：婴幼儿在 12-14 个月的生长过程中，他们的步子迈得很小，腿抬得很高，脚重重着地，脚尖先着地；大约 2 岁的时候，可以大步行走，已经出现从脚跟到脚尖的着地动作，没有明显脚尖着地的现象；在 4-5 岁时，腿部动作连贯，每步只有轻微的颠簸，能够较稳定地进行从脚跟到脚尖的着地动作。约 7 岁以后，行走模式已成熟，有节奏且流畅，步长保持一定，两脚的间距小，只有很少的脚尖点地的动作。所以童鞋（尤其是小童鞋）应有一定的明显的前跷，以防止脚在行走中戳地。

但这个前跷应随着年龄增大而降低到合理高度。而且童鞋的鞋跟不能过高，鞋底不能过厚和过硬，以免影响儿童的行走和脚的发育。

儿童脚与成人脚的部位系数比较

比较部位	小童	中童	大童	成人	变化规律
小趾端点	84.50	83.63	83.50	83.73	小童第五趾略长、脚趾平齐
第一跖趾	73.27	73.13	72.59	72.17	拇指逐渐长大、前掌加大
第五跖趾	63.75	63.74	63.59	63.02	前掌逐渐加大
前跗骨围长	101.37	100.43	101.01	100.29	儿童期跗围大于成人
脚兜围长	128.47	132.84	134.12	132.00	俗话说“小孩没有脚后跟”
跖趾斜宽	40.65	41.0	41.06	41.65	跖趾斜宽逐渐加大
踵心宽度	70.21	68.82	68.29	68.20	小童的宽度大是因脂肪较多
第一跖趾高度	14.62	13.94	13.85	13.62	虽逐渐降低、但变化不大
拇趾高度	8.22	7.51	7.75	7.95	儿童成人相差不大
前跗骨高	24.27	23.36	23.73	23.95	儿童期跗骨较高
外踝骨高度	18.84	19.10	19.58	19.60	外踝骨逐渐增高

儿童鞋的设计要“多一点”和“少一点”

简洁： 造型设计上多一点“减法”，
少一点“加法”。

童趣： 多一点儿童情趣，
少一点“成人”色彩。

舒适： 多研究儿童脚型动态静态变化规律，
少一点“闭门造车想当然”做法。

环保： 多用“绿色”材料，
少一点“不透气”材料。

儿童鞋楦特点

儿童鞋楦的特点，体现在长度、围度、跷度、楦底凸凹度等方面。

(1) 楦底样的长度。幼童脚年平均增长量约为 8mm。儿童满帮鞋采用加放基本放余量 10mm 的办法处理。

(2) 鞋楦的跖围。儿童的脚越小，围度越大，楦的跖围相应加大。在接近成年人鞋号时，便参照成人楦型规律变化。同时，受到不同品种的影响，鞋楦的跖围有变化。

(3) 楦体的前后跷。楦体的前后跷与楦体的造型有关系。儿童脚趾自然跷度角在 7° 以下，年龄越小，角度也越小。后跟过高，会破坏脚受力的平衡，造成前掌受力加大、引起脚弓下塌。

对于成年人鞋来说，鞋子要适应脚，不能让脚去适应鞋，这是常识。对于儿童鞋来说，更要强调鞋子对发育中脚的保护作用，这是共识。从事儿童鞋设计的人员应当去掉浮躁心理，静下来认真钻研儿童鞋这一特殊产品，使其科学合理。

2019 肃宁 针纺与皮草时尚休闲服装设计大赛 精彩纷呈

文、图 / 刁梅

为选拔培养优秀的裘皮、针纺服装专业设计人才，提高裘皮、针纺服装的设计创新能力和整体水平，提升“中国裘皮之都”、“中国针纺服装名城” 产业知名度和影响力。11 月 10 日，由中国畜产品流通协会、中国纺织品商业协会主办，肃宁县人民政府、肃宁县裘革行业协会、肃宁县针纺商会承办的 “ 2019 肃宁针纺与皮草时尚休闲服装设计大赛 ” 在华斯国际裘皮城一楼北展厅圆满落幕。

中国畜产品流通协会会长潘种树、常务副会长倪静，中国皮革协会秘书长陈占光、产业部主任黄彦杰，河北省毛皮产业协会常务副会长白江松，河北省纺织与服装行业协会会长刘连红，河北省纺织与服装行业协会秘书长赵建刚，肃宁县领导颜世东、耿树凯、王西久、齐艳庄等出席大赛活动。

为确保大赛的学术性、权威性、公正性，大赛评委会成员由国内裘皮和服装行业专家、国内著名设计师、知名专业院校专家及时尚届权威人士组成。

本届大赛分别评选出裘皮类和针纺类金、银、铜奖各 1 名，最佳创意奖、最具市场潜力奖、最佳工艺奖各 1 名，以及若干优秀奖。

此次参赛作品，在贴近市场时尚的定位基础上，更加突出了皮草的工艺性和各类材质的混搭设计，既表现出整体系列的独特风格，又具相当的实穿性；既是今年各类大赛的压轴赛，又是其中最为亮眼悦目的光束。

此外，这次大赛还邀请了行业知名品牌和十佳设计师参与助演，其成熟优质的皮草作品和充满情趣的童装皮草，以及场景的独到设计，将大赛推向了欢乐愉悦的高潮！

祝福所有设计师们和企业的投入和不懈努力，更期待共同为之奋斗的产业再创新高！

裘皮组金奖《优雅女人》
作者：卢沙沙

裘皮组铜奖《年少情趣》
作者：徐凤祥

裘皮组银奖《盛世霓裳》
作者：刁 炜

最佳创意奖《无界》
作者：井苗苗

最佳工艺奖《清墨流彩》
作者：张仁燕

最具市场潜力奖《空而旷之》
作者：虞镇中

针纺组金奖《柔雀》
作者：陈博洋

针纺组银奖《西域风情》
作者：张仁燕

针纺组铜奖《诚信》
作者：李子剑、洪美娟

优雅兼具休闲
余姚皮草服饰引领时尚新潮流

文 / 一青　图 / 张辉　李冬超

作为 2019 中国（余姚）国际裘皮博览会的重要环节——**“百鸟朝凤”余姚皮草梦幻之夜服饰发布会上**，多个国内 / 国际知名裘皮品牌联手打造了一场裘皮时尚饕餮盛宴。从各品牌设计师不同风格的作品中，皮草服装的流行重点也都一一展现。

啊拉泰

啊拉泰品牌的设计首先给人强烈视觉冲击的是其五彩缤纷的色彩，粉色、豆沙色、蓝色、紫色、红色等五彩斑斓的色块拼接犹如彩虹般耀眼，直线、曲线或者折线的拼接手法展现了工艺师的高超技术。高频次出现的心形图案或挂饰、偶尔在墨镜上出现的猫咪耳朵、破洞牛仔裤外裤线边缘点缀的彩色皮毛，以及将心形图案设计成破碎样子等细节，则将年轻女孩调皮、甜美的个性塑造得淋漓尽致。

除了不同色彩之间的拼接变化，在服装的廓形设计上也是不拘一格的，比如箱型、圆弧形搭配不对称下摆或喇叭式袖口等。值得一说的是，设计师还借助皮毛的长短塑造整体设计的节奏感，比如在袖口或者领口采用长皮毛，特意塑造出很粗壮的感觉，与其他用短毛设计的轻薄感形成一种对比。

东方贵族妇人

东方贵族妇人在女装的设计上追求优雅、端庄，设计师将皮草与其他肌理的面料融合在一起，在整体上突出质感的变化。由于颜色上比较统一，所以并没有带来很强的视觉反差，并且整体设计非常轻薄，可谓满足了现代女性既要风度又要温度的双重需求。不同于两件女装的优雅端庄范儿，在亲子系列设计中，东方贵族妇人走的是街头风，无论是彩色的朋克式图案，还是可爱的小猪佩奇和星星，抑或是全身装饰着斑斓小色块的风衣，都显得幽默而风趣，同时也充满了温馨和爱。尤其是两款短夹克，款式设计简洁利落，易于搭配，穿着的机会非常多。值得一提的是，女装设计中的胸花、鲜艳的红色颈带和腰带等配饰与亲子系列在色彩上形成呼应，让本系列设计更为整体。

范诗卡在设计上擅长以时尚的欧洲贵族文化为内涵，并完美融合精致的意大利手工工艺，结合来自于丹麦、芬兰等欧洲国家的优质原材料，打造出富有优雅、浪漫气息的服装。不过，在本次发布会中，范诗卡在优雅中融入了更多的休闲细节，比如将品牌标识的全拼或简写作为装点，与灵感来自休闲装的牛仔袋盖、搭扣等细节相映成趣。当然，牛仔还出现在包袋、皮草大衣的内门襟上，令兼具优雅与休闲风格的设计多了一份不羁的味道。在色彩的搭配上比较低调，大多是同色系之间深浅不同色彩之间的搭配，即便是采用了不同颜色的配搭，也都选用了灰色调。其他设计上的小心思，诸如细碎的褶皱、浅淡的皮毛纹理、蝴蝶结以及圆滚的腰带等，则把女孩们的小调皮显露了出来。

范诗卡

鸿驰皮草具有多年欧美服装生产经验，在工艺制作上始终传承着香港老皮草艺人的传统工艺，所以每一款皮草都匠心独具，这一点从拼接的细节及内衬的缝制上都可以显露出来。在本次发布会中，鸿驰将色彩之间的对撞作为重点，设计师以黑色、灰色作为主色调，然后辅以棕色、橙黄色、果绿色、橙红色等跳跃的色彩，不仅给服装平添了设计感，还让男人的世界也变得花哨起来。

在工艺上，编织、镶嵌工艺是出现较多的，大多出现在袖子、前襟上，结合拉链细节，让整体服装看起来更加粗犷、有力。需要指出的是，多次出现的拉链兜不仅具有装饰作用，还是一个较为实用的细节，可以为男士收纳一些小零碎。

鸿池

卡莎娅

皮草拥有多面性，它不仅仅能以主角身份高调亮相，还能以辅助的身份默默地温暖人们的身心。比如在卡莎娅的设计中，皮草就是以服装内搭的身份出现的。在普通的夹克或者长外套的设计中，或许设计师会选用美丽绸作为里衬，而卡莎娅设计师是把奢华的水貂设计成内胆，起到里衬的作用，也让夹克或长外套拥有了华丽变身的机会。据了解，该品牌每年能生产几万件高档皮草内胆，且大多内胆都是可以外穿的。一件衣服可以两面穿着，而且呈现出的是完全两种不同的风格，让现代女性花一份钱就可展现两种不同的气质。值得一提的是，卡莎娅在设计中大多采用了皮毛的本色，皮草天然原色丰富多变，无论是腹部到背部的横向变化，还是从毛针到底绒的纵深颜色变化，都能呈现出灵动的效果。

聖·梵雅

聖·梵雅皮草服饰设计的亮点在于豹纹印花上，以红色为底、蓝黑色为花纹的印花图案装饰在皮草服装的不同部位，而且都是以不对称的效果出现，使得黑色的皮草设计不再显得呆板。值得一提的是，有两件皮草外套的设计在细节上给人出其不意的感觉。其中一件的图案是人物肖像画，而豹纹印花是装饰在肖像女郎的衣服和耳环上；还有一件在前胸两侧的印花之间出现了一个黑色的婀娜女人剪影，这种独树一帜的设计不仅让聖·梵雅的皮草服饰显得与众不同，还将其不断创新与进步，走在时尚前沿的品牌创造力充分显现出来。为了整体造型更加出彩，设计师还为之搭配了闪亮的元素，令现代女性无论是参加朋友聚会，还是参加酒会，都能成为最为耀眼的那一个。

香港天富国际

秉承敢于打破传统，致力于打造独一无二时尚潮牌的理念，香港天富国际皮草的设计处处透着时尚潮人的我行我素：马赛克灵感的短夹克采用了皮草和牛仔拼接，品牌的标识就放在大翻领的边缘；皮草外套上随意装饰上毛线，随着模特的走动释放出一种凌乱感；本就有些厚度的外套再装点上厚实的皮草，塑造出壮硕的外形；腰间的红黑色珠子装饰由于搭配巧妙，远远望去以为是嵌花工艺造就……在廓形上设计师也没有追求合体效果，而是以宽松舒适为主。的确，现在不少年轻人不拘泥于形式，不受条条框框的限制，而这些无疑就是香港天富国际皮草的主流消费群体。正是由于抓住了他们的心思，所以品牌的产品能够得到美国、俄罗斯、欧洲、日韩等地年轻潮人的青睐。

雪姿妮

率性十足的派克服造型集帅气和舒适于一身，成为如今流行舞台上的新宠。雪姿妮显然抓住了这一潮流趋势，其原创设计团队与国内外行业资深设计大师紧密合作，在本次发布中推出了一系列派克服。在设计中，设计师将欧洲的豪放张扬融入到亚洲的高贵典雅之中，通过不同颜色的条纹或色块的变化让派克服拥有了变化多端的“面孔”。最为关键的是，设计师在派克服上的领口、前胸、门襟或者内胆加入皮草元素，其毛茸茸的质感让人心生欢喜。其实，对于皮草人们可以有更多的选择。初冬不太冷的时候，可以选择带有皮草饰边的派克服，用它很容易突出不同风格的造型；而在寒冷的深冬，配有剪羊绒内胆的派克服则是不错的选择，既保暖又丝毫不会感觉臃肿。

作品名：再生纤维与环保皮草的融合
作者：谭丽娟、钟少霞
指导教师：刘科江
单位：广州番禺职业技术学院
设计说明：本系列“再生纤维与环保皮草的融合”作品为绿色设计。灵感来源于现代环保技术，将传统工艺和环保科技结合，通过植物纤维再加工技术形成环保材料，结合丝绸环保皮草材料，炭灰色植物纹理皮革材料和暗红色三维丝绸皮草拼接，形成特有的环保皮革皮草服装，既散发复古韵味，又彰显现代时尚，还反映环保时代精神。

再生纤维与环保皮革的融合

崇福皮毛市场 笑迎天下客商

中国崇福皮毛市场占地250亩，市场主要经营水貂、貉子、狐皮、兔皮（毯）、滩羊皮、湖羊皮、各种拼皮毛毯等国内外各类毛皮原料和辅料，其产品除销往本地外，还辐射到杭州、江苏、上海等华东地区，市场先后被浙江省政府评为“省区域性重点市场”；被浙江省工商局评为“三星级文明规范市场”；被国家工商总局评为“2011年年度全国诚信示范市场”等荣誉，2013年度市场毛皮交易额超过50亿元。

中国皮草名城 — 崇福

裘皮服装设计制造基地

崇福自清末以来，素以裘皮制造加工业闻名，现已成为一个以毛皮鞣制、裘皮制衣为龙头的皮草加工制造业基地。崇福皮草在国内外已享有盛誉，它沿袭了千年传统精湛的制作工艺，加上崇福人独特的构思与创作，赢得国内外客户的青睐，产品销往北京、上海、广东、江苏等地，并出口到日本、美国、韩国、意大利、香港等十几个国家和地区，其出口量在国内同行业中处于领先地位。

董事长兼总经理吴新江热忱欢迎大家的光临！

电话：0573-88380238 88380097（传真）

地址：浙江省桐乡市崇福镇南门 http：//www.furschina.com Email:chongfupimao@yahoo.cn

一舟

Xianglong Leather

浙江祥隆皮革

引领行业时尚 打造经典产品

GENUINE LEATHER MARK ECO-LEATHER
E33 003(革)
中国真皮标志生态皮革

本公司专业生产高档优质绵羊皮
各系列服装革 鞋面革

The company produces professionally various series of leather, ie. high quality cotton, sheep skin.

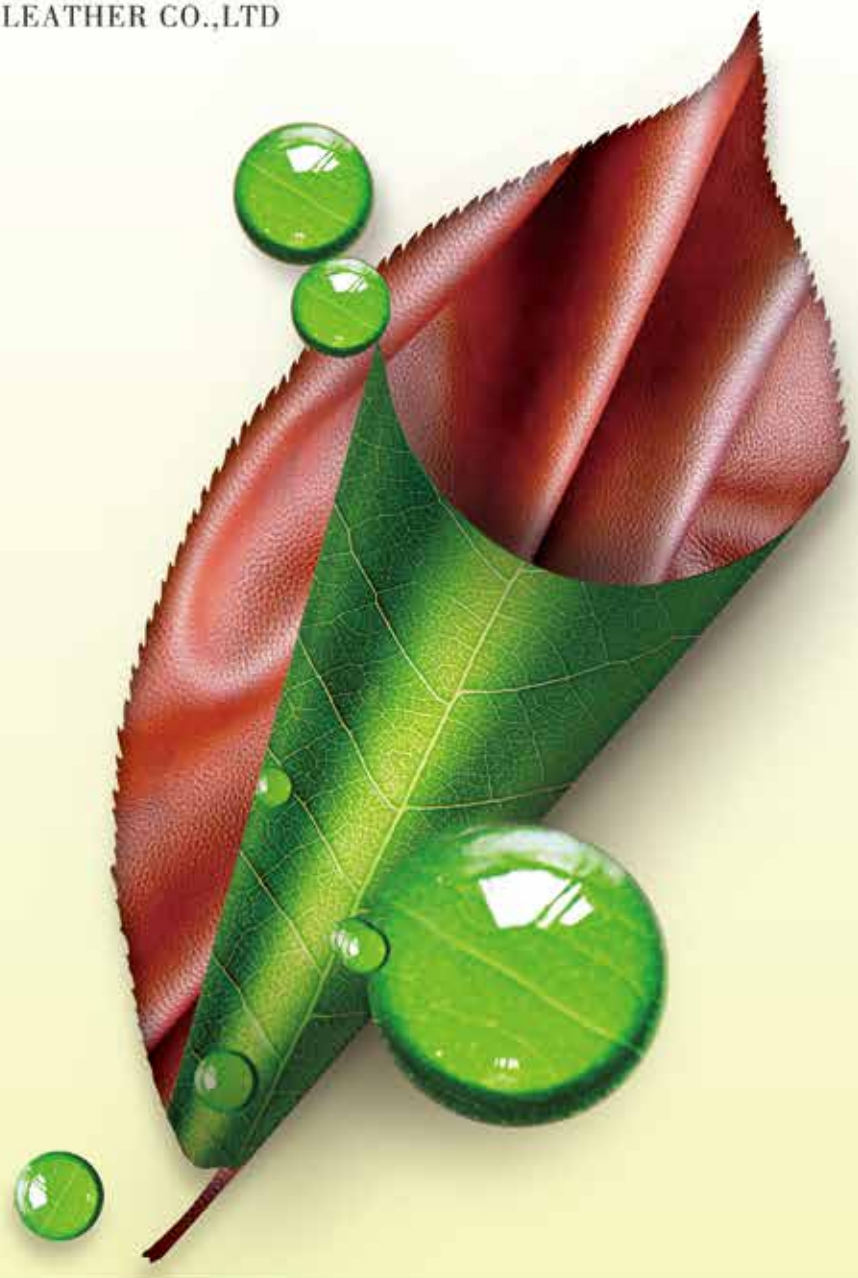
地址：中国浙江省桐乡市高桥镇迎宾大道3488号
ADD: Yingbin Road No.3488 Gaoqiao Town
电话（Tel）：86-0573-88915699
89395877
传真（Fax）：86-0573-88911055
E-mail: xlpg@mail.jxptt.zj.cn
邮编（P.C）：314515

源泰 YUANTAI LEAIHER 皮革

黄牛 / 水牛磨砂　水染 / 栲胶　油蜡皮及箱包革

福建省晋江市源泰皮革有限公司
FUJIAN JINJIANG YUANTAI LEATHER CO.,LTD

绿色环保 成就未来



地址：福建省晋江市环城苏厝工业区 Tel：86-595-85685062 / 85659062 / 85656299
Fax：86-595-85685062 E-mali:yuantai@yuantai-cn.com Http://www.yuantai-cn.com

第六届(2020)

真皮标志杯

中国国际皮革裘皮面料时尚设计大赛

The 6th GLM Award

China International
Leather/Fur Fashion Design Competition

报名及作品提交
截止日期
▼
2019/12/31

主办单位：中国皮革协会
承办单位：海宁市人民政府 海宁中国皮革城
协办单位：国家皮革质量监督检验中心（浙江）
支持单位：中国美术学院纺织服装研究院
海宁皮革研究院
POP全球时尚网络机构

指定网站：中国皮革网
http://www.chinaleather.org
海宁中国皮革城官网
http://www.zgpgc.com
组委会电话：010-65265089
0573-87219911

hclc 海宁中国皮革城
中国美术学院 China Academy of Art
POP服装趋势

真皮标志
Genuine Leather Mark
天然皮革
Natural Leather
优质精品
Excellent Products
良好服务
Good Service
“源自天然　享受经典
精彩从真皮标志开始”

中国皮革协会品牌部
Brand Department of China Leather Industry Association
地址 (Address): 北京市西城区西直门外大街 18 号金贸大厦 C2 座 701 室
Room 701, 7/F, Building C2, Finance Fortune Tower, No.18,
Xizhimen wai Ave, Beijing
邮编 (PC):100044
电话 (Tel): 010-65265089　65140984
传真 (Fax): 010-65231698
E-mail: bibo@chinaleather.org

浙江足佳鞋材市场位于中国几大皮鞋产业生产基地之一，闻名遐迩的鞋业特色村——东田村。整个鞋城生产基地为98万多平方米，桐乡重点专业足佳鞋材市场为13万多平方米，年营业额为50多亿元，其中鞋材四期市场为3.3万多平方米。

桐乡洲泉
足佳鞋材市场
ZUJIA SHOE MARKET

政府重点专业市场

中国长三角鞋革辅料中心

地址 | 浙江省桐乡市洲泉镇 | http://www.zjzujia.com

市场热线 | 0573-88599966|88599977　　服务热线 | 0573-88598858|88596777

环保的，健康的，
我们追求的……

That is healthy, Environmental friendly,
and having overall appeal to the general public.....

真皮标志生态皮革企业

Tanneries Honored Eco-leather Mark in China

辛集市凌爵皮革有限责任公司
Xinji Lingjue Leather Co.ltd.
济南鲁日钧达皮革有限公司
Jinan Luri Junda Leather Co.,Ltd.
柏德皮革（中国）有限公司
Bader China Ltd.
湖南立得皮革有限公司
Hunan Lead Leather Co., Ltd.
河北耿氏同盈裘革有限公司
Hebei Petergeng Double Face Co., Ltd.
中牛集团有限公司
Zhongniu Group Co., Ltd.
明新旭腾新材料股份有限公司
Mingxin Automotive Leather Co,Ltd.
峰安皮业股份有限公司
Fengan Leather Co., Ltd.
福建冠兴皮革有限公司
Fujian Guanxing Leather Co., Ltd.
晋江源泰皮革有限公司
Jinjiang Yuantai Leather Co., Ltd.
晋江市安海恒泰制革有限公司
Hengtai Tannery Co., Ltd.
珍寿实业（商丘）有限公司
Zhenshou Industries (Shangqiu) Co., Ltd.
河南三和皮革制品有限公司
Henan Sanhe Leather Products Co., Ltd.
黄骅德富皮革制品有限公司
Huanghua Defu Leather Products Co., Ltd.
徐州南海皮厂有限公司
Xuzhou Nanhai Leather Factory Co., Ltd.
辛集市梅花皮业有限公司
Xinji City Meihua Leather Co., Ltd.
浙江祥隆皮革有限公司
Zhejiang Xianglong Leather Co., Ltd.
北海东红制革有限公司
Beihai Tong Hong Tannery Co., Ltd.
东莞裕祥鞋材有限公司
PrimeAsia China Leather CO., Ltd.
海宁市富升裘革有限公司
Haining Fusheng Fur and Leather Co., Ltd.
甘肃宏良皮业股份有限公司
Gansu Hongliang Leather Limited
浙江大众皮业有限公司
Zhejiang Dazhong Leather Industrial Co., Ltd.
辛集市海洋皮革有限公司
Xinji Haiyang Leather Co., Ltd.
海宁瑞星皮革有限公司
Haining Leather Star Co., Ltd.
海宁兄弟皮革有限公司
Haining Brother Leather Co., Ltd.
兴昂制革（惠州）有限公司
Simona Tanning（Huizhou）Co., Ltd.
泉州锦兴皮业有限公司
Quanzhou Jinxing Leather Industry Co., Ltd.
鹰革沃特华汽车皮革（中国）有限公司
Eagle Ottawa China Ltd.
浙江通天星集团股份有限公司
Zhejiang Tongtianxing Group Joint-Stock Co., Ltd.
浙江开元皮革有限公司
Zhejiang Kaiyuan Leather Co., Ltd.
浙江富邦汽车内饰科技有限公司
Zhejiang Fubang Automotive Interior Technology Co.Ltd.
福建泰庆制革有限公司
FuJian Tyche Leather Industry Co., Ltd.
玉林市富英制革有限公司
Yulin City Fuying Leather Co., Ltd.
浙江奇达皮业有限公司
Zhejiang Qida Leather Co.,Ltd.
浙江湖州达多皮革有限公司
Huzhou Dhatr Leather Co., Ltd.
淄博大桓九宝恩皮革集团有限公司
Zibo Dahuanjiu Polygrace Tannery Group Co., Ltd.
亚泰制革有限公司
Yatai Tannery Co., Ltd.
新裕发皮业有限公司
New Yufa Leather Co., Ltd.
鹤山市洪萍皮业有限公司
Hong Ping Leather Co., Ltd.
德清升大皮革有限公司
Deqing Shengda Leather Co., Ltd.
广西中港皮业有限公司
China-H.K. Leather Co., Ltd.
兴业皮革科技股份有限公司
Xingye Leather Technology Co., Ltd.
成都岚牌实业有限责任公司
Chengdu Lanpai Industrial Co., Ltd.
浙江卡森实业集团有限公司
Zhejiang Kasen Industrial Group Co., Ltd.
浙江金鑫皮革有限公司
Zhejiang Jinxin Leather Co., Ltd.
河北东明皮革有限公司
Dongming Leather Co.,Ltd.
河北东明牛皮制革有限公司
Dongming Bright Leather Co., Ltd.
辛集市宏四海皮革有限公司
Xinji Hongsihai Leather Co., Ltd.
烟台制革有限责任公司
Yantai Tannery Co., Ltd.
河南省方圆有限公司
Henan Fangyuan Co., Ltd.
山东恒泰皮草制品有限公司
Shandong Hengtai Fur Products Co., Ltd.

中国皮革协会产业部
Industry Department of China Leather Industy Association
地址 (Address): 北京市西城区西直门外大街 18 号金贸大厦 C2 座 709 室
Room 709, 7/F, Building C2, Finance Fortune Tower, No.18, Xizhimenwai Ave, Beijing
邮编 (PC): 100044
电话 (Tel): 010-65225150
E-mail: wxx@chinaleather.org

浙江华日轮橡塑制品有限公司
桐乡健飞鞋业有限公司

专利说明：公司先后获得高耐磨、轻高弹、超轻型、耐高温、减震、高弹性等专利，并于2018年荣获“浙江高新技术企业”称号。

Ki鞋跟材料（积层跟）

特点：线条明显、清晰、美观，有回观大自然的感觉，不受碰撞而损坏，解决了包皮跟的脱胶和塑料跟脱胶现象，适用于高档男女鞋跟。规格：1600×1000×10-60，颜色、硬度、线条密度可根据客户需要而定。

主要产品：

1、中高档橡胶、橡胶发泡、橡塑发泡、TPR、TR、PU各种鞋材和鞋底；

2、为出口日本和国内知名企业配套固特异皮鞋用底；

3、中高档男女各种皮鞋。

地址：浙江省桐乡市洲泉镇东田杨家木桥　　手机号码：13957370018　13905837311

传真：0573-88595796　　邮箱：huarilun@vip.163.com

流行趋势预测及用户行为洞察的可视化决策平台构建

The Construction of Visual Cognitive Decision-making Platform with The Fashion Trend Prediction and User behavior Insight

田玉晶[1] 俞英[1]，黄惠寅[2]，郑杨[3]
（1. 东华大学服装与艺术设计学院，上海 200051）（2. 上海天昊信息技术有限公司，上海 200120）（3. 广州红谷皮具有限公司，广州 510800）

摘要：随着互联网的飞速发展，大数据为精准时尚产品研发带来了更好的工具和视角。针对时尚设计行业，按照交互式的运行原理，围绕消费者需求，集成相关数据，利用创新技术架构，构建数据可视化的决策系统，准确描述流行趋势预测、市场销售、消费者行为之间的结构化问题，实现更加精准的时尚趋势预测和用户行为洞察，协助品牌精准时尚趋势预测，完成对消费者快速认知和设计战略调整。

关键词：流行趋势预测；用户行为洞察；大数据；可视化；决策系统

Abstract: With the rapid development of the Internet, big data have brought better tools and perspectives for the research and development of precise fashion products.In this paper, based on the fashion design industry, interactive operation principle and consumer demand, the relevant data are integrated and the inDECative technology architecture is utilized, a decision-making system for data visualization is constructed, and the structural problems among fashion trend prediction, market sales and consumer behavior are accurately described so as to realize accurate fashion trend prediction and user behavior insight, help to predict the precise fashion trend of the brand and complete the rapid recognition of consumers and the adjustment of design strategy.

Key words: fashion trend prediction; user behavior insight; big data; data visualizatio; decision- making system

项目基金：由海派时尚设计及价值创造协同创新中心、中央高校基本科研业务费专项资金资助

第一作者简介：田玉晶（1987-），女，讲师／博士研究生在读，主要从事时尚产品（鞋包帽）精准策略和系统设计研究。邮箱：tyj_2005@163.com。

1. 概述

在我国时尚行业创新转型背景驱动下，大多数时尚企业的趋势预测仍倾向于决策者的感性判断，使得决策工作在客观性、科学性、准确性上存在较大随机性。产品开发没有准确的导向、科学的产品决策和预警机制，严重割裂流行趋势、产品策略以及消费者诉求之间的内在关系，从而造成产品开发和市场投放行为盲目无序，产生大量库存。然而新消费的本质是以消费者体验为中心的数据驱动的商业形态，围绕消费者需求，集成预测、市场、用户的相关数据，创新技术架构，构建从趋势预测到产品、市场、消费者行为的时尚趋势大数据闭环和可视化平台，协助企业完成对流行趋势的判断、消费者的快速认知和设计战略调整，有效减少时尚行业库存。

2. 时尚趋势及消费者行为洞察的可视化体系研究

基于数据可视化的时尚趋势及消费者行为洞察决策平台的核心，是将设计开发过程中产生的各类实时销售数据、消费者数据、时尚趋势数据进行全面采集和针对性提取，利用成熟的数学模型对趋势预测的状况和消费者行为进行精确计算和真实的描述，并将计算结果通过可视化软件平台系统全面地展示给品牌或设计决策者，是一项较为复杂的系统工程。在其他领域可视化运用较为成熟，但在时尚行业还未普及运用，涉及计算机信息技术、数据可视化软件平台技术、时尚预测技术。

2.1 基础数据体系的构建

数据可视化的前提是对时尚趋势、用户画像及市场销售数据的采集、分析、运用，可将其分为三大类：一是宏观市场的销售数据，主要包括销量、色彩、渠道、款式、促销、区域、价位等；二是消费者描述的数据，主要包括基本特征、社交、行为、兴趣、心理、收入等；三是面向时尚趋势的数据，主要包括事件、材料、色彩、款式、流行元素等。通过海量数据的收集、整理、归纳、分析、预测，从复杂的数据中挖掘出各类数据背后所蕴含的因果关系，运用各类成熟的建模技术，促使这些基础数据从量变到质变，实现对海量基础数据的深度应用，及时呈现数据并支撑品牌或设计者做出科学决策，如图 1 所示。

2.2 可视化研究的内涵与实质

数据可视化不是简单地将时尚趋势和销售系统运行大数据体系通过数据可视化软件平台整体展示给品牌或设计管理决策者，而是通过复杂的数据计算、分析、拟合将基础数据体系进行重新组合、统计分析、深度挖掘，从而真实地反映出数据的价值。其业

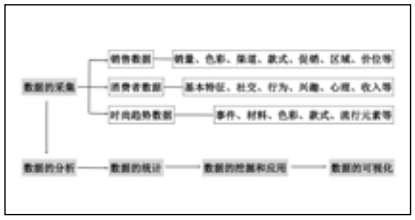


图 1 基础数据的运用
Figure 1 Application of Basic Data

图 2 系统的业务模型
Figure 2 Business Model of the System

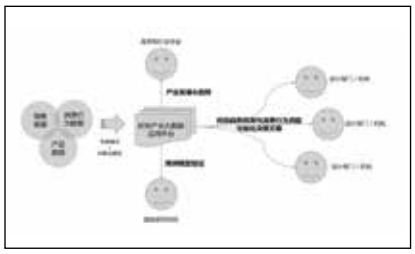


图 3 系统的服务模式
Figure 3 Service Model of the System

务模型如图 2 所示，可将时尚趋势及消费者行为洞察数据可视化的内涵和实质分为如下几个层次：

首先是重点市场销售数据的呈现，主要体现市场销售的整体情况、产品各属性（款式、色彩）的趋势预测及销售情况、消费者的分布与布局，通过多样性的数据呈现，为品牌或设计管理决策者提供直观决策依据。

其次是各类数据的深度关联，将市场、产品、趋势、消费者行为的四类数据进行深度融合关联，利用多源数据的整合，挖掘各类数据之间的深层次关系，形成时尚趋势大数据闭环，找到潜在规律。

再次是各类重点数据和规律的运用，将各类重点数据与规律进行汇总，为品牌或设计管理决策者归纳出可供选择的思路，为最终的管理决策提供辅助决策的支撑。

最后是实现品牌或设计管理决策者、数据呈现者、时尚趋势及消费者行为洞察可视化平台之间的交互式体验，形成三者之间顺畅、实时的信息共享渠道，从数据层面打通壁垒，实现全产业链的数据闭环，建立高效的品牌或设计决策循环机制。

2.3 可视化平台的服务模式

该系统的主要用户包括品牌的趋势研究部门、品牌产品设计决策部门、政府和行业协会，通过用户访谈调研总结，他们希望该可视化决策平台协助他们实时地、更加直观地向高层级的决策者展示他们的预测结果，其需求主要表现在以下三个方面：第一，对趋势研究部门或机构而言，希望通过预测模型协助他们提供预测结果的数据验证，提升趋势研究的精准度，从而影响其他关联部门特别是设计研

表 1　和销售情况相关的主要指标

Table 1. Key indicators related to sales

主要指标	指标的界定	具体描述举例
累积销售额及同比情况	品牌的累积销售额以及同比情况分析	XX 万元，同比上涨 / 下降 XX%
累积销售量及同比情况	品牌的累积销量以及同比情况分析	XX 个，同比上涨 / 下降 XX%
年度指标及完成情况	品牌年度指标以及完成情况分析	XX 万元，完成 XX%
平均销售单价	品牌已售产品的平均销售单价	XX 元，同比上涨 / 下降 XX%
价位销售占比	各销售价格范围段的占比及分布	350 以下、350-450、450-550、550-650、650-750、750-850、850-950、950 以上及各部分所占比例。（单位：元）
月销量	近两年的每月销量	2017 年 1-12 月的每月销量、2018 年 1-12 月的每月销量
最畅销色彩	已售产品排名前十的产品色彩	黑色、棕色、红色、白色、橘色、驼色、粉橘色等色彩及占比
最畅销款式	已售产品主要款式及占比	单肩包、单件斜挎包、拎包、手拎斜挎包、斜挎包、胸包、双肩包、晚餐包、手拎单肩包等款式及占比
城市销量占比	品牌主要销售城市及销量占比	广州、上海、北京、成都、深圳等地及销售占比

表 2 某流行色预测与现状对比的主要指标

Table 2. Main indexes for comparing the current situation with the prediction of a popular color

一级指标	二级指标	指标的界定	具体描述举例
某流行色彩（以黄色为例）	黄色箱包畅销款式 TOP1 至 TOP5	累积销售额和同比情况	预测用蓝色标注 实际用黄色标注 进行对比分析
		累积销售量和同比情况	
		年龄对比	
		收入对比	
		月销量对比	
		城市销量占比及分布	

发部门的设计策略；第二，对企业或品牌方而言，希望实时全程监控趋势预测和销售结果，指导完成对消费者的快速认知和行为洞察，以便调整趋势预测和产品方向间的误差，明确设计战略，提升产品的销量；第三，对政府和行业协会而言，希望时尚产业大数据应用平台提供产业发展方向和趋势引导。

综合以上的需求分析，该可视化平台需要集成销售数据、产品数据、消费者行为数据，通过专家模式和 AI 算法模型构建时尚产业大数据应用平台，准确描述与解决品牌产品设计与流行趋势预测之间、设计定位与消费者诉求之间、购买行为与流行趋势研究之间的结构化问题，其系统的服务模式如图 3 所示。

3. 基于时尚趋势及消费者行为洞察的决策平台设计

以某时尚箱包品牌提供的真实数据为例，利用分布式处理平台完成对访问数据的预处理和分布式存储，按照决策平台的功能定位列出基于时尚行业需求的关键性决策指标数据，展开时尚趋势及用户洞察的可视化认知决策平台设计。

3.1 系统的功能设定和关键性指标提取

3.1.1 销售情况的实时状态描述功能

动态描述和展现品牌产品的实时销售数据，准确描述整体运行态势，经过筛选主要包括累积销售额及同比情况、累积销售量及同比情况、年度指标及完成情况、平均销售单价、价位销售占比、月销量、最畅销色彩、最畅销款式、城市销量占比等方面，具体见表 1。

3.1.2 时尚趋势预测和销售现状的对比分析功能

动态关注产品款式、色彩、城市销量占比等销售数据，对比趋势预测内容和实际销售之间的差异，实时时尚预测偏差预警功能，并引导发现和预测有出入的地方，追踪到问题点下某个款式（SKU）、某个颜色背后的相关数据，主要包括该款式下销售基本情况（累积销售额和同比情况、累积销售量和同比情况）、该款式趋势预测与现状的对比分析（消费者的年龄对比、收入对比、月销量对比、城市销量占比及分布）以及类似产品的销售数据链接，具体如表 2 所示。通过用不同颜色的指标数据值标注对某流行色预测结果与销售现状进行对比。

3.1.3 消费者行为及多维度动态画像功能

实时跟踪每一个款式（SKU）、每一个系列（Collection）的销售数据，并实时更新链接销售数据背后的

表 3 用户画像的关键性指标

Table 3. Key Indicators of User Portrait

一级指标	二级指标	指标的界定	具体描述举例
消费者的基本信息	用户性别	用户的性别构成	男性、女性、未知
	年龄	用户的年龄及构成	18-25、26-30、31-35、36-40、41-50、50 以上、未知
	收入情况	用户的收入情况及占比	3-5、5-8、8-10、10-20、20 以上。（单位：千元）
	新老客户	用户的新老客户数量及占比	新客户、老客户
消费行为习惯	折扣敏感度	消费者对折扣的敏感度，可以协助制定的相应价格策略	高、中、低、未知
	浏览偏好	消费者浏览偏好，帮助在相关的偏好门类中配置推广或跨界合作	箱包皮具 / 热销女包 / 男包、女装 / 女士精品、女鞋、女士内衣 / 男士内衣 / 家居服、美妆护肤 / 美体 / 精油等
	购买偏好	消费者购买偏好，便于参考性调整产品线的宽度和深度	女士包袋、低帮鞋、连衣裙、T 恤、裤子、手机配件、钱包、毛针织衫、中国移动充值卡、衬衫等
	搜索字词	消费者搜索的字词，帮助在相关的词下匹配相关的商品	包包女、帆布包、女包、小包包女、包包女 2019、手提包女、斜挎包、2019 新、单肩包女、女斜挎包等

消费者，最终成型动态的可视化的用户画像。画像内容包括消费者的基本信息（主要包括用户性别结构、年龄构成、收入情况、新老客户）和消费行为习惯（主要包括折扣敏感度、浏览偏好、购买偏好、搜索形容词等），如表 3 所示。

3.2 系统的技术架构

传统的可视化数据分析是由 A、B、C、D……系统之下而采集数据，通过数据的储存及分布式储存数据（Hadoop），再通过定制程序与 Mahout 进行数据挖掘，最终呈现出可视化的界面。

本技术构架，基于数据可视化的决策系统按照交互式的运行原理，利用各个系统功能标准化模型库，准确描述与解决品牌产品设计与流行趋势预测之间、设计定位与消费者诉求之间、购买行为与流行趋势研究之间的结构化问题。

从决策管理目标分析入手，深入布局业务模型后，通过 ELT 或 Pentaho 等数据模型完成来自 A、B、C、D……系统不同数据接口的元数据采集，并通过软件进行数据清洗，转换为前端框架提供规范和稳定的数据支持，利用分布式处理平台完成对访问数据的预处理和分布式存储，获得基于时尚行业需求的关键性决策指标数据，并通过业务场景设计和决策模型导入成型可视化的前端，如图 4 所示。

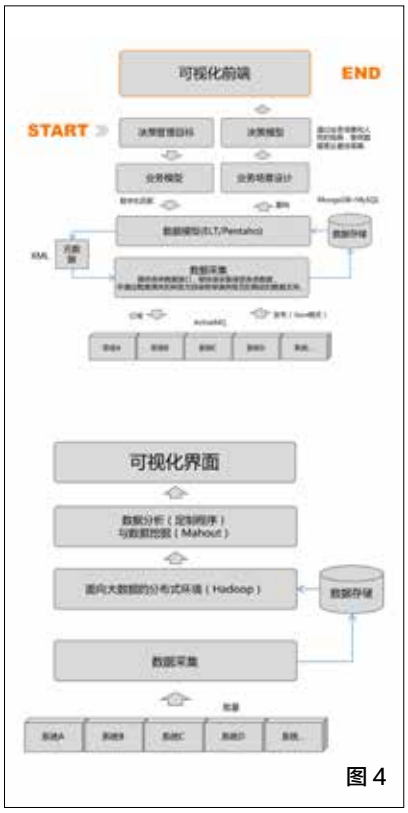


图 4

图 5

图 6

图 7

图 4 传统可视化数据分析系统与创新的技术构架对比
Figure 4 Comparison of InDECative Technical Architecture and Traditional Visual Data Analysis System
图 5 实时销售数据的可视化呈现
Figure 5 Visual presentation illustrations of real-time sales situation
图 6 用户行为洞察的可视化呈现
Figure 6 Visual presentation illustrations of consumer behavior insight
图 7 基于销售情况的时尚趋势对比可视化呈现
Figure 7 Visual presentation illustrations of fashion trends comparative analysis of sales status

3.3 系统的可视化呈现

待决策平台所有数据呈现、数据关联、数据运用完成后，最后一步就是实现平台的可视化呈现，基于参考时尚箱包品牌的数据，形成如图 5~7 所示的时尚趋势与消费者行为洞察可视化平台，实现销售情况的实时状态描述、时尚趋势预测和销售现状的对比分析和消费者行为及多维度动态画像。

4. 结论

基于大数据的时尚趋势校准、用户行为洞察和可视化决策平台构建，是一项结合多项新技术的复杂系统，通过时尚趋势预测数据、用户基础数据、实时销售数据，结合决策管理目标，形成从数据层面打通壁垒实现全产业链数据闭环，有效利用海量数据，并视觉化呈现用户画像、消费者行为偏好、时尚趋势误差，为品牌或设计决策者提供了极大便利。

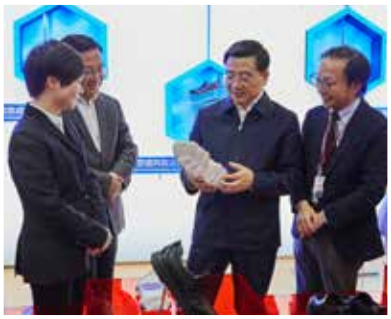
参考文献

[1] 胡丽莎 . 快时尚品牌背后的大数据时代 [J]. 纺织导报 ,2015(09):78-80.
[2] 段然 . 基于云计算的服装设计供应链协同策略与应用研究 [D]. 东华大学 ,2017.
[3] 傅白璐 . 基于数据挖掘的女装廓形流行趋势智能分析预测系统研究 [D]. 东华大学 ,2018.
[4] 陈于依澜 , 厉莉 , 阮艳雯 , 刘晓刚 . 基于云计算的服装流行趋势预测方法 [J]. 上海纺织科技 ,2017,45(06):19-22.
[5] 许微微 , 袁剑斐 , 胡国松 . 浅析大数据下服装流行趋势的预测 [J]. 现代营销 (下旬刊),2017(05):246.

浙江省委常委、温州市委书记陈伟俊一行看望慰问康奈集团郑莱毅、郑莱莉

希望年轻一代企业家健康成长

文、图 / 林圣颖



10 月 30 日下午，正值习近平总书记“11 · 1”重要讲话发表一周年和首个温州民营企业家节来临之际，浙江省委常委、温州市委书记陈伟俊一行莅临康奈集团，看望慰问郑莱毅总经理和郑莱莉副董事长。

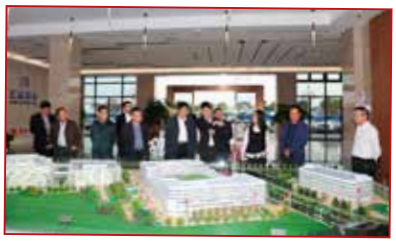
在康奈办公大楼一楼大厅，陈伟俊书记亲切慰问郑莱毅、郑莱莉，并与康奈员工代表一一握手问候。随后，陈伟俊书记向郑莱毅、郑莱莉送上鲜花、贺信、政策口袋书和“首日封”，并合影留念。

陈伟俊书记一行先后参观了康奈互动体验馆、定制馆和制造车间。

在康奈互动体验馆，郑莱毅、郑莱莉汇报了康奈近年来在科技创新、产品研发、智能制造、市场营销等方面所取得的成果。听取汇报后，陈伟俊书记充分肯定了康奈集团多年来坚持立足实业，守正创新，为温州实体经济发展所作出的贡献。

在康奈定制馆，陈伟俊书记一行仔细观看了康奈智能脚型测量仪，详细了解了从量脚到研发，再到生产的全过程。当了解到康奈依托数字化的支撑，自主开发了云定制商城，构筑了以数字技术支撑的康奈定制模式后，陈伟俊书记表示，定制是消费升级的必然趋势，为康奈定制取得的成果点赞。在制造车间，陈伟俊书记一行现场调研了鞋业制造升级情况，对康奈运用信息化手段，将传统制鞋方式向智能化制造转型升级的做法表示赞赏。

陈伟俊书记在讲话中，代表市委、市人大、市政府、市政协向郑秀康等老一辈企业家致敬，并寄语郑莱毅、郑莱莉：希望年轻一代健康成长！他指出，今年是温州首届民营企业家节，要让民营企业家在全社会有地位、受尊重。当前，温州正打造“两个健康”先行区，市委、市政府正通过各种措施营造良好的营商环境，促进企业健康高质量发展，促进企业家健康成长。



2019 中国（温岭）童鞋产业论坛成功举办

文 / 菜青

11 月 2 日，2019 中国（温岭）童鞋产业高峰论坛在浙江温岭开幕。**本次论坛以“新零售·新智造·新平台”为主题**，由中国皮革协会、浙江省皮革行业协会、温岭市人民政府主办，温岭市经信局、温岭市鞋业整治提升办公室、温岭市城北街道办事处、温岭日报社等共同承办，来自全国各地的行业专家和本地企业共同参会。中国轻工业联合会党委常委、中国皮革协会理事长李玉中出席论坛并致辞，中国皮革协会常务副秘书长聂玉梅、鞋业专委会主任路华参会。

在论坛开幕式上，温岭鞋业智库正式成立，温岭市长王宗明现场为李玉中等 9 位特聘专家颁发了聘书，由特聘专家组成的温岭鞋业智库团队将在今后共同为温岭鞋业的发展提供智力支持。中国皮革协会鞋业专委会主任路华、温岭市鞋革业商会会长盛建勇、浙江汇富春天电商产业园有限公司总经理苏力、杭师大阿里巴巴商学院执行院长章剑林、温岭市鞋业整治提升办公室常务副主任陈华初等分别进行了演讲。此次高峰论坛上，评选出了第二届“中国温岭·曙光狮杯”鞋靴设计创作大奖赛的获奖作品。参赛设计作品共有来自陕西科技大学、四川大学、扬州大学、温州大学等全国 20 余所大专院校的 400 件效果图作品，以及来自温岭 23 家生产企业的 40 多款实物作品。

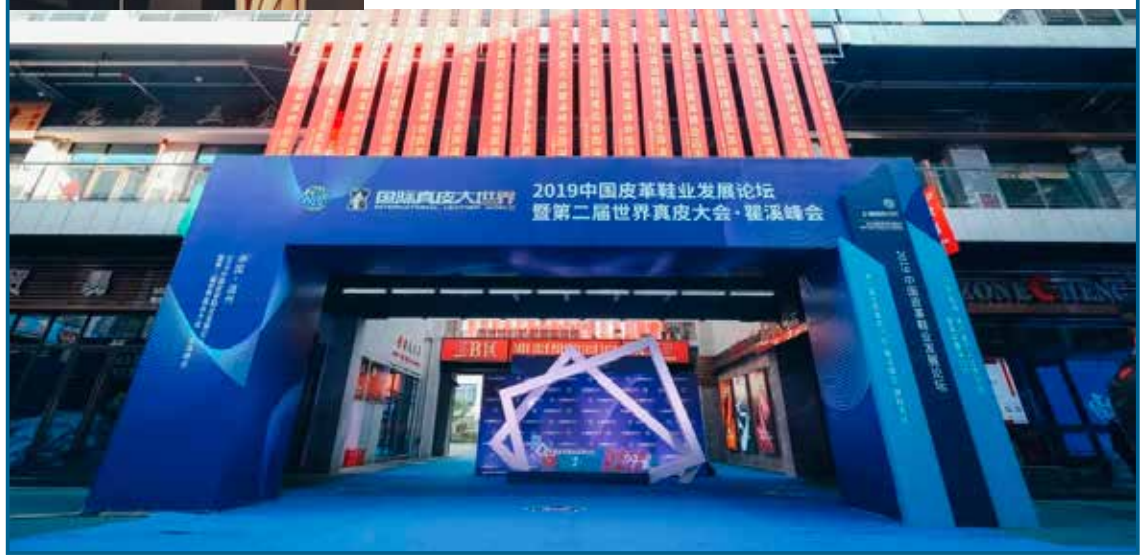
当下，温岭传统制鞋行业挑战与机遇并存，新销售模式正重塑市场业态，新市场环境倒逼企业加快转型。对于温岭鞋业来说，今年是整治成果的巩固之年，也是产业转型提升的深化之年。这一年来，温岭加强了全领域管控，严防反弹回潮，严把安全关口，严打违法行为，坚定不移做“减法”。这一年来，温岭注重全产业提升，在产业前端加快补齐原材料供应链短板和鞋业产业园短板，在生产过程中大力推行智能制造和精益管理，在产品销售上加快打造新型外贸公司和推行 5G 背景下“新零售”模式，有的放矢做“加法”。这一年来，温岭确保了全环节保障，平台建设纵深推进，政策引领红利显现，高效服务提振信心，持之以恒做“乘法”。温岭鞋业优势突出，当下的整治提升成效显著，同时外部环境不断优化，新技术供给毫无疑问是新增长的发力点。因此，外部新供给加上温岭的自身优势，就构成了新周期下的温岭鞋业发展。

论坛结束后，中国皮革协会理事长李玉中等一行考察了耐奇鞋业、横峰全域改造项目及汇富春天电商产业园。

2019 中国皮革鞋业发展论坛
暨第二届世界真皮大会瞿溪峰会举办

文 / 郑君　图 / 真皮大世界

11 月 18 日，2019 中国皮革鞋业发展论坛暨第二届世界真皮大会瞿溪峰会圆满落幕。会议邀约了全球鞋革行业精英齐聚一堂，共享资源共谋发展。作为云集全球名企商贸洽谈、渠道拓展、资源整合、跨界合作、资本对接的集聚平台，大会带动温州鞋革产业走向世界，展示温州鞋革产业的品牌质造。



中国轻工业联合会党委常委、中国皮革协会理事长李玉中，温州市瓯海区区长、区委副书记曾瑞华，中国皮革制鞋研究院有限公司总经理段力民，国际真皮大世界董事长徐三豹等领导和嘉宾出席真皮大会瞿溪峰会开幕仪式。

论坛大会以**“探寻突围”**为主题，邀请了国家相关部委领导，行业专家以及各产业集散地重要皮革和制鞋企业近 300 余人参加会议，共同为“突破重围，探寻企业发展之路”建言献策。论坛为皮革制鞋行业打造对话、沟通、交流的重要平台和年度盛会的理念，立足行业，放眼全国，与中国皮革制鞋行业的各位同仁一起，以前瞻性的视角，专业性的话题，探寻了中国皮革鞋业未来发展走向，推动了皮革鞋业改革创新稳定发展。

在为期三天的峰会中，国内外多个地区数十家知名皮革、化工、鞋机参展商与市场内千余家商户共同参与此次行业盛会。温州各地区知名鞋厂、鞋企到场观展，峰会集聚鞋革行业的上游、中游、下游，形成产业链循环，以资源共享、多有收获为初心，让参展、观展者在本届展会都有所收获。

据了解，瓯海区去年已成功举办了首届世界真皮大会瞿溪峰会暨国际真皮鞋材博览会，汇聚了来自全球的百余家参展商和上万人次观众参加。**瞿溪正在打造“皮艺古镇”，是全球盛名的真皮重镇、全国闻名的皮革之乡，拥有 130 多年的产业发展历史，从这里走出的皮革贸易商，其占据全国 60%-70% 的真皮类贸易额。**

温州瞿溪国际真皮大世界是由一批瞿溪籍真皮贸易商投资 15.7 亿元建设的专业市场，集真皮鞋材贸易、展会展示、研发设计、电子商务、保税仓储等于一体，是浙江省重大产业项目、温商回归重点工程、瓯海百亿重大工程，项目总建筑面积约24万平方米，一期市场部分已于2018年3月开业，配套的溢香厅大酒店等星级酒店、高层写字楼也于今年正式营业。

科技创新　智造未来
首届中国（莆田）国际鞋服产业博览会暨鞋业创新智造峰会隆重举行

文、图 / 苏添财　马瑞华

11 月 15，由福建省鞋机商会和莆田市鞋业协会主办、广州鸿宇展览有限公司莆田分公司承办的首届中国（莆田）国际鞋服产业博览会暨鞋业创新智造峰会在莆田市会展中心举行。

胡国防

苏超英

中国皮革协会名誉理事长苏超英、莆田市政府副市长胡国防、中国轻工工艺品进出口商会鞋类分会副秘书长焦辉、中国皮革协会制鞋机械专委会主任王丹、广东省鞋材行业协会会长叶志成、香港鞋业商会会长林吉星、福建省鞋业行业协会秘书长李军、福建省鞋机商会会长洪志坚、莆田市鞋业协会会长陈文彪等领导和嘉宾出席开幕式并剪彩。

本届博览会以“科技创新、智造未来”为主题，来自德国、意大利、日本、中国台湾和香港地区，以及国内主要鞋机、鞋材、模具、成品鞋等 200 多家厂商参展，展位 600 个。展会吸引了众多“一带一路”沿线国家等海外采购商、

国内鞋企和行业专业人士莅临观展。

莆田素有“中国鞋城”之称，是“中国鞋类出口基地”、“中国鞋业创新示范基地”、国家“出口产品质量安全示范区”。制鞋业是莆田传统优势产业和支柱产业，是中国乃至世界主要的鞋类生产制造、出口基地和国内外著名品牌的定点生产基地，莆田鞋业现有4000多家制鞋企业，形成超千亿规模的产业集群。近年来，在莆田市政府积极产业引导和大力政策支持下，莆田鞋业正谋求创新发展，加快转型升级，展现出更强的发展动力和更好发展前景。

展会同期举办了鞋业创新智造峰会，峰会围绕产业发展现状与趋势、鞋业智能制造、鞋业电商机遇挑战、新型鞋用材料开发应用、产业链融合发展、鞋类产品创新设计、鞋业信息化升级的价值、新市场环境下的品牌营销等主题，邀请行业专家进行专题分享，全方位解读鞋业发展方向和方案，让与会者在尽享博览会巨大商机的同时畅享行业峰会的饕餮盛宴。

中国皮革协会名誉理事长苏超英作了题为“直面‘变局’，创新发展”的主题演讲，分析了制鞋业面临的新变化带来的压力，并强调行业应创新发展重塑新的竞争优势。

无极县皮革产业推介会在温州召开

文 / 吴洪伟

11月15日下午，由无极县人民政府举办的中国皮革鞋业发展论坛－无极皮革产业推介会在温州瞿溪举行。中国轻工业联合会党委常委、中国皮革协会理事长李玉中，中国皮革制鞋研究院有限公司总经理段力民等领导致辞，无极县常务副县长高敏介绍了无极的整体情况以及皮革产业发展规划。

据悉，中信无极皮革后整循环经济产业园规划建设用地1853亩，项目以“绿色、科技、智慧、共享、开放”为理念，针对园区外皮革后整饰产业升级改造，解决入园企业的环保问题而规划兴建。园区建成后，区内企业产生的废气、废水等将实施统一综合治理，固体废弃物也将进行有效的资源化利用。

无极县政府希望以此为契机，全力打造国内一流的皮革后整循环经济产业园，引入更多的制革企业。通过集中管理、统一治污，实现产业集群化、生产标准化，将有效解决目前制约无极皮革产业发展的环保问题，从根本上解决无极皮革后整行业污染问题，并进一步改善区域环境质量，推动传统产业规模化、集约化经营，促进产业升级，打造生态绿色皮革产业。除此之外，无极县政府还出台了相应的招商引资优惠政策。

生态皮革、绿色制造是皮革产业长远发展的必然选择，中信环境技术与无极县联手打造“中信无极皮革后整循环经济产业园”项目意义重大，必将为无极县皮革产业健康持续发展注入更加强大的动力。

为了扩大裘（革）皮特色区域中国皮草名城——崇福在全行业的影响，进一步提升裘（革）皮服装的整体水平和创新能力，11月19日下午，精心筹备已久的第十届“崇福杯”裘（革）皮服装设计大奖赛作品评审工作在桐乡市崇福皮草协会二楼举行。

第十届“崇福杯”裘（革）皮服装设计大奖赛评审结束

文、图 / 安春叶

浙江省皮革行业协会理事长李伟娟、秘书长官敏健，浙江传媒学院教授陈凌广，浙江科技学院教授谭晓燕，浙江纺织服务职业技术学院副教授侯玉凤，上海布艺科技发展有限公司总经理杜寒菲，浙江省产品质量安全检测研究院高工张丹云，温州职业技术学院高级技师张衡，桐乡市崇福皮草协会会长胡建中、秘书长姚夏其、副秘书长周建平等领导及专家们参加了此次评审会。

本届大赛由浙江省皮革行业协会、桐乡市经济和信息化局、桐乡市崇福镇人民政府主办，桐乡市崇福皮毛协会承办，大赛的宗旨是面向社会，鼓励各专业院校大学生、生产企业、裘（革）皮服装设计师及设计爱好者参赛。

此次大赛分为初评和复评两个过程，评委们依据严格的评选办法和程序，本着公正、公开、公平的评选原则，对参赛作品的设计构思、创作理念、效果图进行了严格的评选，并对作品的文字说明及整体效果进行了认真细致的评定。

据悉，此次参赛的作品主要来自江苏服装学院、四川大学、沈阳师范大学、辽宁工艺美术职业技术学院、温州职业技术学院、浙江理工大学、浙江科技学院、浙江工贸职业技术学院、河南工程学院、厦门工艺美术学院、扬州大学广陵学院、东北电力大学艺术学院等全国各地的大专院校及崇福皮草企业等，共收到 300 多件皮草设计作品。

大赛设金奖 1 名，奖金 5000 元；银奖 5 名，奖金 2000 元；铜奖 8 名，奖金 600 元。最佳设计创意奖 3 名，奖金 800 元。指导老师奖若干名，优秀奖若干名。评选结果近期在浙江省皮革行业协会网站和《浙江皮革》刊物上公布，大赛作品及个人资料将存入档案，按有关企业需求择优推荐。

“崇福杯”裘（革）皮服装设计大奖赛至今已坚持并走过了十个年头，已成为全国有关院校莘莘学子们每年甚为关注的一件盛事。大赛的举办不仅仅提高了崇福皮草的声誉，同时也为行业挖掘人才、培养人才、鼓励人才搭建了一个平台，潜移默化间也助推了裘（革）皮服装的整体水平和创新能力提高。

第十九届中国·尚村国际皮草交易会成功举办

文、图 / 黄彦杰

时尚裘都

活力肃宁

2019 年 11 月 11 日，第十九届中国·尚村国际皮草交易会在“中国裘皮之都”沧州肃宁拉开帷幕。本届交易会以“时尚裘都、活力肃宁”为主题，由中国皮革协会、中国畜产品流通协会主办，肃宁县人民政府、肃宁县裘革行业协会承办。中国皮革协会秘书长陈占光和产业部主任黄彦杰受邀出席了开幕式及相关活动，陈占光秘书长为开幕式致辞。

陈秘书长在致辞中指出，经过多年发展，肃宁县业已成为世界最重要的毛皮加工生产和交易中心之一，他肯定了中国·尚村国际皮草交易会在促进销售、拓展市场、扩大交流、加强合作等方面发挥的巨大作用以及提高肃宁毛皮知名度、美誉度，宣传肃宁和肃宁毛皮行业的重大意义。另一方面，在全球性行业低谷的背景下，他对肃宁毛皮产业提出了转型升级和创新发展的新要求。

交易会期间还举行了毛皮动物产业发展高层论坛、裘皮服装设计大赛、裘皮服装品牌发布会、裘皮服装购物节等系列活动。通过交易会的举办，凝聚了人气，推动了当地毛皮服装及制品的销售，在毛皮行业的寒冬时节为行业发展注入了积极的力量。

广州大都市鞋城举行成立二十周年
暨新址盛大开业庆典

文、图 / 王宝才

11 月 19 日，广州大都市鞋城成立二十周年暨新址盛大开业庆典在广州大都市鞋城新址——广州三元里大道 165 号粤侨大厦广场隆重举办。

广州大都市鞋城王蕴总经理在致辞中说：“对于我们大都市人，今年是不同寻常的一年。我们告别了珠江之畔的解放南路，来到了白云山麓的三元里。我们告别了奋斗过 20 年的地方来到这里，准备迎接新的挑战。新的时代，新的挑战，新的市场，新的环境，一切都是新的，但我们依旧是那个奋斗着的、不屈不挠的、英勇顽强的我们。”

在庆典大会上，总经理王蕴女士、副总经理刘鹏飞携手多位嘉宾为广州大都市鞋城开业剪彩。

剪彩仪式过后，准备已久的醒狮队带来精彩热烈的表演，锣鼓喧天，声声炮响迎来了广州大都市鞋城新址盛大开业庆典的喜庆。

王蕴总经理、刘鹏飞副总经理，广州粤侨皮具商场有限公司董事长李志斌，广州粤侨皮具商场有限公司董事林尧瑞，广州市越秀区鞋业商会会长邝卫宇，广州市越秀区鞋业商会主席叶志成，杰豪鞋业徐建生先生，雅阁琳娜鞋业陈丽芳女士，喜合鞋业欧阳军先生，魅力花鞋业李学玲先生等多位嘉宾出席醒狮点睛仪式，共同见证了这喜庆难忘的时刻，这将是大都市人一个新的历史篇章，一个新的起点，一段新的征程。

当晚，二十周年暨新址盛大开业庆典晚宴在东方宾馆举行。

邝卫宇会长在晚宴致辞中热烈祝贺广州大都市鞋城重新开业，并表示，广州大都市鞋城的择地重新开业，不仅是大都市鞋城发展历程中的一个新的起点，更是大都市鞋城转型升级的一座丰碑。他对广州大都市鞋城再创新辉煌给予热切期待。

广东鞋业厂商会会长刘穗龙在晚宴上发表了热情洋溢的庆典致辞，他表示，大都市鞋城迎来了里程碑式的时刻——20 周年生日及成功整体搬迁开业的喜庆日子。新环境，新形象，也是各商户企业未来的新起点。未来，新濠畔集团、商协会将和鞋城进一步携手合作，响应粤港澳大湾区优势和“一带一路”国家政策，发挥广州鞋业鞋材研发、设计、贸易中心的集群优势，共同努力把广东打造成为世界鞋业发展的新引擎，为把广东建设成为亚洲鞋业中心而作出更大贡献。

广州大都市鞋城是珠三角地区最大的鞋业现货“一站式”批发市场，是中国鞋业品牌建设的优选渠道，是中国品牌成长的优秀孵化器。承载二十年来的专业积淀，依托众多优秀鞋业商户和经验丰富的服务团队，致力打造成集批发、展贸、办公、电子商务于一体的特大型现代商贸中心。

产教融合，特色发展
嘉兴学院轻化工程系举行皮革技术交流周

文、图 / 罗建勋

为进一步加强专业内涵建设，提高学生的实践能力，培养行业需要的应用型人才，嘉兴学院轻化工程系特邀请荷兰 STAHL 公司李艳经理、王利根高工、王毅工程师和 Smit&Zoon 公司徐建平经理、Fabriozio Ugolini 博士、Luca Matteucci 先生和吴旭锦经理于 10 月 26 日至 11 月 8 日在轻化工程专业智慧实验室分别举行了“STAHL 设备捐赠、奖学金续签仪式及皮革水场技术交流周”、“Smit&Zoon 皮革涂饰技术交流周”等活动。

罗建勋主任代表轻化工程系感谢 STAHL 公司、Smit&Zoon 公司多年来对轻化工程专业教育事业的大力支持，同时，介绍了近年来轻化工程系在专业建设、人才培养、教学科研及实验室建设等方面的情况。

STAHL 设备捐赠、奖学金续签仪式及皮革水场技术交流周

王利根给师生们简要介绍了公司的情况及对同学们的希望。罗建勋和王利根分别代表双方在设备捐赠协议、奖学金续签协议上签字。本次皮革水场技术交流周的主要内容为当前市场流行的成品革之黄牛皮缩纹革的生产。校内外导师共同先后指导学生们解读市场的要求、分析原料皮的特点、设计生产工艺及其控制，生产出了满意的少铬鞣、无铬鞣及不同缩纹风格的成品革。

Smit&Zoon 皮革涂饰技术交流周

交流周主要内容为当前市场流行的油蜡变革、纳帕风格革、双色效应革的涂饰。Fabriozio Ugolini 博士给师生全英文讲解“LEATHER FINISHING COURSE：Meet Technology and Art”。校内外导师共同先后讲解皮革涂饰中革坯、涂饰材料的成分和结构及其优缺点等相关知识，指导学生们涂饰实践的基本功、分析革坯的特点及设计涂饰工艺及其操作，并采用分组比赛之方式进行皮革涂饰。最后均得到了爱不释手的油蜡变、纳帕、双色效应的成品革。

本次皮革技术交流周采用“走出去，请进来”的开放型教学思路和校企联合办学、校内外导师联合指导的模式，旨在提高学生的实践能力、拓宽学生视野，助推专业特色发展。

通过本次皮革技术交流周，提升了学生们对皮革市场流行风格的认知、分析，皮革水场及涂饰工艺的设计与实践能力，师生们均受益匪浅。

资料链接：

嘉兴学院轻化工程专业设立于 2007 年，并于次年开始招生，为校级重点建设专业、校级特色专业。为了精准服务行业、实现特色发展，自 2016 年起主攻皮革方向，因此，轻化工程专业确定了“做实、做特、做优”的目标。以“皮革文化节”、“汤谱勒皮革实验班”、“皮革讲堂”、“皮革加工技能竞赛”等四大品牌和活动，引领专业在新工科背景下的内涵建设和外延发展。

“第三届国际动物福利（水貂/狐/貉）示范场”认定进行实地考评

文/王殿华

11月17-23日，中国皮革协会和国际毛皮协会陪同行业专家对哈尔滨华强皮草开发有限责任公司、长春市九台区正和种貂有限公司、海阳福瑞山水貂养殖有限公司、蓬莱市魁钦水貂养殖专业合作社、蓬莱市刘家沟镇市基迟家水貂场5家企业进行了考评。

中国皮革协会高度重视这项工作，严平副理事长和陈占光秘书长参加了有关实地考评。经过严格的形式审查，最终有5家养殖企业获得实地认定的资格。

考评过程包括听取企业负责人对公司的详细介绍，专家对企业硬件设施、动物福利情况和种源质量三方面现场考评，并按照评分细则进行数据测量和现场查看等操作。现场考评结束后，专家根据考评标准和评分细则进行了打分，并向企业提出存在的问题及改进建议。

为持续推动行业规范发展，树立行业良好形象，中国皮革协会与国际毛皮协会于2019年继续开展该认定工作并于10月份正式启动。该项工作首先通过地方主管部门和协会组织推荐，优秀毛皮经济动物养殖场对照标准自查并积极申报，然后进行实地考评。

2017年中国皮革协会与国际毛皮协会在行业内首次推出了“国际动物福利（水貂/狐/貉）示范场”，该工作对中国毛皮经济动物养殖场提高生产管理能力，实现毛皮经济动物养殖行业规范化、标准化和现代化以及养殖水平的提高发挥了重要推动作用。国际动物福利示范场认定项目的开展，按照国际参照转化标准持续推出我国达到国际动物福利和养殖先进水平的养殖场，为提高我国养殖水平、推动中国毛皮行业融入全球毛皮生态系统起到积极作用。

2019 年 1-9 月全国皮革工业主要商品出口量值

金额单位：千美元

商品名称	数量单位	2019 年 1- 9 月		2018 年 1- 9 月		同比（%）	
		数量	金额	数量	金额	数量	金额
皮面皮鞋	万双	52,177.01	7,181,597.61	50,694.72	6,964,100.36	2.9	3.1
旅行用品及箱包	万件	882,525.40	19,878,869.15	887,555.93	20,005,911.40	-0.6	-0.6
皮革服装	万件	336.34	112,561.88	438.30	161,654.77	-23.3	-30.4
毛皮服装	万件	392.72	2,426,173.08	398.44	2,266,520.83	-1.4	7
皮革手套	万双	18,952.17	466,797.90	21,660.80	518,109.33	-12.5	-9.9
足篮排球	万个	17,679.89	334,547.16	18,227.46	367,074.62	-3	-8.9
生皮	千吨	9.28	9,776.28	12.50	10,603.71	-25.7	-7.8
成品及半成品革	千吨	53.87	518,141.66	41.54	458,796.89	29.7	12.9
靴鞋零件及类似品	千吨	239.49	1,927,808.01	226.96	1,761,575.63	5.5	9.4
制革及制鞋机械	台	127,306.00	343,065.23	163,524.00	187,760.75	-22.1	82.7
机器零件	吨	3,122.22	26,374.77	2,416.33	29,507.92	29.2	-10.6
总计		-	33,225,712.74	-	32,731,616.18	-	1.5

2019 年 1-9 月全国鞋类出口量值

金额单位：千美元

商品名称	数量单位	2019 年 1- 9 月		2018 年 1- 9 月		同比（%）	
		数量	金额	数量	金额	数量	金额
皮面皮鞋	万双	52,177.01	7,181,597.61	50,694.72	6,964,100.36	2.9	3.1
橡塑鞋靴	万双	420,031.36	15,781,026.50	420,602.84	15,745,678.95	-0.1	0.2
纺织鞋靴	万双	214,637.93	9,920,616.07	222,404.14	10,258,772.88	-3.5	-3.3
其他鞋靴	万双	34,097.37	662,075.86	33,411.94	701,593.94	2.1	-5.6
鞋类总计	万双	720,943.67	33,545,316.03	727,113.64	33,670,146.13	-0.8	-0.4

2019 年 1-9 月全国皮革工业主要商品进口量值

金额单位：千美元

商品名称	数量单位	2019 年 1- 9 月		2018 年 1- 9 月		同比（%）	
		数量	金额	数量	金额	数量	金额
皮面皮鞋	万双	4,851.60	1,629,768.03	3,722.41	1,313,839.65	30.3	24
旅行用品及箱包	万件	10,124.96	2,594,518.38	10,308.85	2,176,766.57	-1.8	19.2
皮革服装	万件	27.46	66,598.80	29.36	76,945.91	-6.5	-13.4
毛皮服装	万件	2.41	27,756.11	2.88	28,971.70	-16.5	-4.2
皮革手套	万双	244.79	11,094.26	162.20	7,594.99	50.9	46.1
足篮排球	万个	660.08	24,498.74	376.26	18,221.58	75.4	34.4
生皮	千吨	857.80	888,503.14	857.74	1,313,430.29	-	-32.4
成品及半成品革	千吨	558.68	1,937,169.80	595.95	2,425,746.56	-6.3	-20.1
靴鞋零件及类似品	千吨	16.46	438,280.76	14.43	384,397.31	14.1	14
制革及制鞋机械	台	957.00	24,990.91	1,409.00	39,650.47	-32.1	-37
机器零件	吨	204.44	4,573.64	169.97	5,250.21	20.3	-12.9
总计		-	7,647,752.58	-	7,790,815.23	-	-1.8

2019 年 1-9 月全国鞋类进口量值

金额单位：千美元

商品名称	数量单位	2019 年 1- 9 月		2018 年 1- 9 月		同比（%）	
		数量	金额	数量	金额	数量	金额
皮面皮鞋	万双	4,851.60	1,629,768.03	3,722.41	1,313,839.65	30.3	24
橡塑鞋靴	万双	3,025.90	435,456.29	2,552.62	321,867.16	18.5	35.3
纺织鞋靴	万双	7,419.29	1,523,467.65	7,144.91	1,379,503.19	3.8	10.4
其他鞋靴	万双	188.78	90,480.36	593.93	73,092.47	-68.2	23.8
鞋类总计	万双	15,485.57	3,679,172.33	14,013.87	3,088,302.46	10.5	19.1

汽车革为皮革行业树立了可持续发展的典范

编译 / 冉福林

人们越来越意识到我们的行为、消费习惯和生活方式对我们的生活环境有着长期影响。减少环境碳足迹、改善人类福利和争取长期经济增长是人类未来生存环境更加美好的关键。汽车革完全符合可持续发展的未来。欧洲汽车革生产商利用肉食品行业产生的副产品，并将其转化为可再生材料。皮革生产提供可持续的经济价值，进而衍生出更多的副产品，刺激其他行业的发展。

汽车革生产本身是在最严格的健康和安全标准下进行的，并由第三方机构定期对制革厂进行审计。汽车革生产商在可持续生产方法和减少对环境影响方面处于领先地位，因为真正的改变是从内部开始的。汽车革生产商将他们的努力延伸到整个供应链，通过与客户、供应商和其他相关行业密切合作，为其产品及副产品的整个生命周期寻找整体解决方案。因此，许多现代欧洲汽车革生产商通过诸多创新，保持他们在皮革行业的领先优势。

首先，利用先进的污水处理设施使制革污水可直接回归自然，不含任何有害物质。

其次，可持续发展科技研发部门为确保有害物质最小化以及推广更加环保的化学品，在不影响产品性能的情况下，优先推荐使用可持续的水溶或生物化学替代品。

使用创新技术和先进设备，提高生产效率，更多利用可靠的能源（如风能或太阳能板），努力减少制革加工的环境碳足迹。使汽车革行业的未来继续朝着可持续发展道路迈进。

从农场到商店：DNA 可追溯技术在皮革行业成功得到应用

编译 / 冉福林

应用 DNA 科技公司近日表示，他们已成功地在世界最大的一家亚洲制革厂进行了皮革 DNA 标签实验。这是继英国这项研究项目成功之后，该公司将 DNA 标签可追溯技术应用到从农场养殖到皮革产品销售的成功案例。

英国应用 DNA 科技公司将其 DNA 标签技术在一家制革厂进行商业应用，探索其技术在皮革供应链中使用的实际方法。该公司称，他们根据制革工艺的特点，找到应用 DNA 标签的最有效和最经济的方法。最近在亚洲制革厂进行实验重点是针对绒面革和不同颜色聚氨酯涂饰的光面皮革。

应用 DNA 科技公司总裁兼首席执行官詹姆斯·海沃德博士说：“实验结果证明了我们之前工作是成功的，我们期待有机会将我们的技术应用到整个皮革行业，为皮革行业提供急需的可追溯性服务。我们很高兴看到整个皮革行业期待着我们 DNA 可追溯技术投入应用。”

孟加拉国政府鼓励皮革行业出口

编译 / 冉福林

孟加拉国总理谢赫·哈西娜表示，未来 5 年，政府将继续向皮革制品和鞋类出口商提供现金鼓励。哈西娜总理是在“孟加拉国鞋类和皮革制品国际采购展”开幕式上宣布这一消息的。

哈西娜总理在强调政府发展皮革行业的举措时表示，“我们将确保所有出口行业享有平等的机会和政策支持，消除任何差距或障碍。政府应该在协助生产商开发新产品和新市场方面发挥积极作用。”

她对皮革商界人士表示：“我可以向你们保证，政府将提供一切必要的帮助。”

萨瓦尔制革工业区的出口商将从政府获得 5% 的现金补贴，同时，再加上 0.6% 的税收减免。在政府今年出台的新政策中，还列出了其他促进皮革行业发展的激励措施。

总理还表示，孟加拉国已启动经济外交，加强本国皮革制品生产商与世界各地买家的贸易往来。

目前，孟加拉国皮革制品和制鞋业超过了黄麻产业，成为本国第二大出口创收行业，上一财年的收入为 10.2 亿塔卡。

哈西娜说：“如果能够将我们的所有生皮加工成成品革并出口，到 2022 年，我们的皮革行业将能够实现 50 亿美元的出口收入。”

印度关闭贾兰德哈尔制革区所有制革厂

编译 / 冉福林

旁遮普邦和哈里亚纳邦高等法院下令关闭贾兰德哈尔制革区的所有制革厂。法院明确表示，除非发布新的取消令或达到环境（保护）标准和水（防止和控制污染）法案，否则，关闭令将持续有效。

最高法院法官拉吉夫·夏尔马和法官哈林德·辛格·西杜任命贾兰德哈尔警察局长亲自负责执行该法令。

最高法院法官表示，“事实上，无论是制革厂还是污水处理厂排出的废水均不符合排放标准。制革区排放的污水不符合 1986 年《环境（保护）规则》第 1(16) 条条款以及制革厂和 CETP 的排放规定，造成了 Kala Sanghian 河流进一步的污染。”

在法庭上，夏尔马法官指出，制革厂的污水排放不符合 1974 年《环境（保护）法》和《水（防止和控制污染）法》规定的规范 / 准则。污水处理厂的排放也不符合法律规定。夏尔马法官还提到了一份由邦政府记录在案的报告，制革厂尚未达到报告中规定的标准要求。”

为了继续治理贾兰德哈尔 Kala Sanghian 河流的污染，法院曾召开了一次联合会议，会议由污水处理委员会、PSIEC 总工程师和贾兰德哈尔市政委员会联合专员共同参与。会议要求制定一项最终排放管理机制，以便使工业废水和制革厂污水在经过初级处理后可以排入污水管道。

使用“素皮革”标签是否误导消费者？

编译 / 冉福林

德国汉诺威地方法院在 2019 年 9 月 10 日的判决中裁定，当手袋制造商在其产品上使用“纯素皮革”或“苹果皮革”标签时，不会误导消费者。这种说法合理吗？

纯素皮革一词是矛盾说法

每个人都熟悉“素食香肠”、“豆奶”和“素食皮革”等术语，很明显素食香肠不含肉，豆奶不含奶。纯素皮革也是如此，它不是由动物皮制成的，因此永远不可能是皮革。

然而，很多人不赞成这种相互矛盾的术语。2017 年，一家法院判决禁止牛奶替代品制造商在其产品名称中使用“牛奶”一词。因此，“豆奶”改成了“豆制饮品”。长时间以来，德国皮革协会(VDL)也一直主张停止将“苹果皮革”或“蘑菇皮革”称为素皮革，因为它们不是皮革。在与德国素皮手袋制造商 Nuuwai 的法律纠纷中，汉诺威地方法院裁定，素皮革词语允许使用。德国皮革协会辩称，素皮革词语将误导消费者，而却不利于市场公平竞争。

Nuuwai 并不是唯一一家因为使用素皮革一词收到德国皮革协会警告的企业，德国品牌 Zvnder 也收到德国皮革协会的信函，要求他们在产品中不要使用真菌皮革和蘑菇皮革词语，应该使用更加确切的词语。

德国皮革协会的理由是，根据当前的定义来看，用于销售目的，出现皮革、天然皮革或带有皮革的词语，如：箱包皮革、纳帕革、牛巴革、摩洛哥皮革等，必须由动物皮或毛皮经鞣制，并保留其自然生长交织纤维的材料制成，才能被称作皮革。

为什么会出现争议？德国皮革协会副主席托马斯表示：简而言之，每个产品都应该说明它的成分，因为这样一来，对所有的消费者来说，他们能清楚地知道在为什么付钱，可以用它来做什么，不可以用它来做什么。这样，消费者就不会被一个与内容无关的名字所误导。还有一种皮革是植物鞣皮革，人们可能会把它误认为苹果皮制作的皮革。

素皮革意味着它不是皮革

德国皮革协会的目的是确保皮革不会与皮革无关的产品联系在一起。皮革具有独特的手感、感官以及优良性能。几个世纪以来，一直受到人们的追捧。现在，皮革的形象正在被淡化，素食者不太可能对皮革有同样的热情，问题是他们为什么要给自己的产品冠以皮革一词呢？尽管没有消费者会把纯素皮革误认为真皮——也没有人被误导（正如法院所辩称的那样）——但它确实模糊了皮革术语的实际含义。

素皮革意味着它不是皮革，但它是什么？在 Nuuwai 案例中，苹果皮革一半是由苹果废料，一半是由聚氨酯制成的。而 Zvnder 的蘑菇皮革是由 100% 的真菌制成的。通常情况下，素皮革实际上是聚氨酯或由其他合成材料制成的。

提出并使用新术语是一种更诚实做法，比如 Pinatex，一种由菠萝皮制成的类似“皮革”的材料。也许“皮革”这个词只是出于需要才使用的，因为还没有其他的术语来表示纯素皮革。但鉴于纯素食主义的日益流行，这种说法应该很快就会改变。在这方面，不是纯素皮革生产商的问题。Zvnder 的创始人尼娜·法贝尔特说：“我并不在乎我们的材料是否被称为皮革。”他们正在考虑为他们的产品命名新的术语。

政策不利导致非洲皮革行业陷入困境

编译 / 冉福林

埃塞俄比亚一位皮革专家表示，由于糟糕的工业化政策和薄弱的产业链，非洲国家的皮革产品销售每年将损失数十亿美元的收入。

来自亚的斯亚贝巴皮革研究所的梅孔嫩·海尔马里亚姆（Mekonnen Hailemariam）在非洲联盟媒体宣传活动上就加快非洲工业发展 (Aida) 框架以及相关战略和产业政策制定发表了讲话。

他告诉在场的记者，非洲大陆原料皮占全球的16%，但非洲国家从皮革行业获得的利润微不足道。海尔马里亚姆称："我们需要强有力的工业化政策，因为非洲拥有全球近四分之一的牲畜资源 (25%)，全球原料皮资源的 16% 来自非洲，以价值链来衡量非洲皮革行业，其利润收入与原料皮资源相比不成正比。"

"其结果是皮革行业错失了发展机会，实际上非洲从欧洲和亚洲国家大量进口鞋类产品，并向这些国家出口原料皮。"

在非洲皮革行业，制鞋业贸易占 60%，其他皮革产品占 26%，原料皮占 6%。

海尔马里亚姆表示，由于附加值低，皮革行业的收入在非洲出口中所占比率微不足道，其中，原料皮收入占非洲出口收入的 3%，制鞋行业不足 1%。非洲有必要实现工业化，并增加产品附加值，一旦皮革被加工成皮革产品，其价值会增长 12 倍。

海尔马里亚姆还表示，如果非洲重视皮革行业发展，扩大产业链以及促进皮革行业多样化发展，它将为非洲数百万家庭带来财富。

IULTCS 宣布将颁发 2020 年皮革科学家奖

编译 / 冉福林

国际皮革工艺师和化学家协会联合会 (IULTCS) 公布了其 2020 年科学家颁奖计划的细节说明。

至 2020 年，皮革科学家奖作为 IULTCS 颁奖的一部分，已开展了 6 届。国际皮革工艺师和化学家协会联合会 (IULTCS) 计划向 35 岁以下的三名皮革科学家提供资助。本次皮革科学家共设三个奖项，候选人将分别来自皮革基础研究、皮革机械或设备以及皮革可持续性研究三个领域。

国际皮革工艺师和化学家协会联合会将为皮革基础研究的获奖者提供 1500 欧元的奖金，意大利皮革技术制造商 Erretre 将再次为机械和设备研究获奖者提供 1000 欧元奖金。天然皮革组织将提供 1000 欧元的赞助，用于颁发可持续性或环境研究项目获奖者奖金。

申请皮革科学家奖者必须在 12 月 16 日前提交申请材料。更多详细说明可登录 IULTCS 网站查询。

英国鞋类品牌如何保持其领先水平

编译 / 冉福林

近期，英国时尚周刊记者前往英国鞋类制造业的中心北安普顿郡，了解“英国制造”的鞋类品牌是如何在未来的道路上继续前行。

由于其丰富的原材料供应，橡树皮、制革用水和当地的牛皮资源及优越的地理位置，近九个世纪以来，北安普顿郡一直是鞋类制造业的代名词（就连他们的足球队也被称为“鞋匠”）。

尽管英国的制鞋行业今非昔比，从 20 世纪中期开始许多零售商将其生产转移到海外以降低生产成本，由于具有丰富传统生产工艺、坚定不移地对高质量材料的追求和久经考验的生产方式，北安普顿郡依然是英国鞋类产品制造业中心。

如今，英国制鞋业面对未来艰难时刻，包括最新的英国脱欧难题、可持续性发展要求以及满足新一代消费者需要，许多鞋类制造商对未来越来越感到迷茫。对此， 记者 draper 与英国鞋业协会 (BFA) 一起前往鞋类制造业故乡，参观了一些英国制造的鞋类产品品牌，并了解到他们是如何应对未来的。

记者 Drapers 的北安普顿郡之旅第一站是约翰·洛布制鞋公司，自 1849 年起，约翰·洛布就开始生产和销售高档男女鞋和靴子。约翰·洛布的技术经理保罗·布罗格登表示：“我们今天生产的产品是数百年制鞋历史的象征。但是，我们未来的目标是吸引年轻人。一般来说，我们的核心客户都是成功的商人，年龄在 45 岁到 50 岁之间，他们喜欢一些非常正式和精致类型的产品。”

“但是，资金现在正在流向更年轻的群体，所以我们希望把我们的系列产品更加倾向年轻消费群体。2014 年 6 月，公司任命了首位艺术总监宝拉·格贝斯，以帮助吸引这些新的消费群体。”布罗格登介绍说，“很显然，我们正在了解这个消费群体，我们对这个市场还缺乏认识。格贝斯很年轻，对年轻人的消费趋势有更多的理解。”

公司经理李·伍德解释说："我们仍然希望保留品牌的特性。但是，我们必须和其他人生产的产品有所不同，要不忘初心，适应未来。"

1866 年，约翰·洛布鞋类品牌在伦敦摄政街296号开设了工作室，1899 年在巴黎开设了工作室，之后于 1976 年被爱马仕集团收购。

伦敦的约翰·洛布 (John Lobb) 定制工作室仍在家族的掌控之中，并继续独立于位于圣詹姆斯街 9 号的工作室进行运营。巴黎的定制工作室以及 25 家约翰·洛布零售店和特许经营店，现在都属于爱马仕公司。

1994 年，在爱马仕旗下，约翰·洛布开设了北安普顿工作室 (Northampton workshop)，这里的产品系列均由手工设计和制作。其零售价格从 585 英镑 (凉鞋) 到 1520 英镑不等 (一种完全由一整块皮革制成的鞋)。

接下来采访的是"摇滚"鞋类品牌杰佛利 - 韦斯特 (Jeffery-West)，其产品特点是华丽的印花、大胆的色彩组合和高质量的制鞋工艺。该品牌由马克·杰弗瑞 (Mark Jeffery) 和盖伊·韦斯特 (Guy West) 于 1987 年创立，主要生产男女靴子、布洛克鞋、乐福鞋和配饰。杰佛利·韦斯特在英国有 5 家独立门店，在纽约有一家门店，并通过 Asos 和 Zalando 以及 Flannels 等第三方平台销售产品。其产品的零售价从每双运动鞋 235 英镑到每双皮靴 595 英镑不等。与其他传统品牌不同，杰佛瑞·韦斯特产品并不是在自己的工厂里生产。其产品由北安普顿的 Barkers 和 Cheaney 鞋类品牌生产，也有部分是由意大利和西班牙企业生产的。由于产品在海外生产，公司所有者和联合创始人韦斯特表示，他非常担心英国脱欧问题，但他们已制定了各种方案来应对潜在的挑战。这些措施包括增加库存、在欧洲设立杰富瑞西 (Jeffery West) 子公司，以抵消额外的关税成本。

"自 2016 年 6 月以来，经营变得更加困难。"韦斯特说。"我们不得不做更多的准备，以应对市场变化。例如，我们计划在欧洲建立一个杰佛利·韦斯特的子公司，但考虑到成本和形势发展的不确定性，目前我们的计划尚未实施。"

"此外，一旦我们计划出了问题，我们的鞋类产品第一年不需要缴纳关税。我们还有一年的时间来补救，所以我们非常清楚我们必须做什么。"然而，最大的担忧是出口："我们的鞋类产品许多都出口到欧洲，这将取决于英国脱欧结果，由于关税的原因，我们的客户不得不在每件商品上都标上他们的增值税号码。"韦斯特表示，尽管目前存在英国脱欧的不确定性，但他希望"一旦一切尘埃落定，情况会有所改善"，消费者将会购买更多"英国制造"的产品。

为什么美国皮革工业陷入艰难困境

编译 / 冉福林

据NPR新闻每日经济的《指标报告》节目报道，美国皮革业正处于艰难时期，因为越来越多的消费者购买合成材料替代产品，与中国的贸易战对美国皮革行业造成了沉重打击。另外，皮革价格的下跌可能与美国人对汉堡包的喜爱有很大关系。

在“美国”这个名字诞生之前，皮革就一直是美国的一个主要产业。美国第一个制革厂于1616年在詹姆斯敦建立。20世纪50年代，美国皮革行业从业人员多达3万多名。如今，只剩下2.5万工人，而且还在逐年减少。

根据美国原皮和皮革协会的数据，5年前每张牛皮的售价为120美元，现在只卖33美元左右。其主要原因是成品革价格大幅下跌。那么，皮革行业是如何陷入目前的困境？这要从2014年说起，由于美国遭遇多年来创纪录的干旱，2014年美国牛养殖存栏量跌至60年来的最低水平，牛肉价格飞涨，因此人们开始从吃汉堡包和牛排转向吃猪排和鸡肉。这意味着牛的屠宰量减少，牛皮市场出现供不应求。

皮革是牛肉工业的副产品，当牛肉消费减少了，牛皮供应也就随之减少。最终，皮革价格在2014年创出历史新高。这对制革商来说是件好事，尽管购买生皮的花费增加了，但制革商可以提高成品革的销售价，然而，产生了意想不到的后果。设计师们在产品设计中放弃了皮革材料，使用便宜的合成替代品。五年后的今天，皮革失去了其应有的市场份额。

随着养牛业的逐步兴旺，今天美国人消费的牛肉比以往任何时候都多，这意味着为市场提供了大量的牛皮。但不幸的是，皮革市场需求并没有同步增长。尽管皮革的价格跌至谷底，但使用真皮的生产商还是越来越少。

更糟糕的是去年皮革行业也陷入了中美贸易战中。去年被征收关税的商品涉及到生皮和皮革。生皮对华出口下降了35%。这对于马特这样的制革厂来说不是个好消息，他们不得不继续降低价格来吸引买家，这将进一步削减本已微薄的利润。他们担心皮革行业的复苏遥遥无期，更担心他们在过去三十年里所从事的皮革生产工艺，可能正在消亡。

ICLT 称当前六价铬测试方法无法达到新规要求

编译 / 冉福林

北安普顿大学创新皮革技术研究所 (ICLT) 的研究负责人威尔·怀斯博士 (Dr. Will Wise) 发表了他和同事对六价铬的最新研究成果，并在 2019 年 10 月份举办的琳琅沛丽皮革展上发表了关于六价铬检测的讲话。

今年 4 月，欧洲化学品管理局 (ECA) 提议，将皮革六价铬的允许值从目前的 3ppm 提高到 1ppm，与纺织工业规定相一致，有关皮革行业六价铬的争论变得越来越引人关注。怀斯博士指出，纺织业几乎不使用铬，而皮革却是在浓度为 20000 至 4000ppm 的三价铬溶液中鞣制的，其六价铬的检测标准与纺织行业相一致，均为 1ppm。2016 年初，北安普顿大学创意皮革技术研究所启动了一项皮革铬 (VI) 分析现状的研究项目，该项目由英国皮革制造商 Worshipful 公司和英国皮革协会共同资助。

当项目团队 Stefan Davies 博士和怀斯博士在测定铬 (VI) 含量的比色法 (ISO 17075-1) 中找出了可能的误差来源时，项目的研究范围缩小了。怀斯博士说，将皮革六价铬的检测浓度限制降到 3ppm 以下，这使比色法检测变得毫无意义。

该研究团队指出，尽管分析技术有更高的灵敏度，更精确的色谱法也无法检测到低至百万分之一的浓度值。北安普顿大学创意皮革技术研究所的项目团队已经确定了几种改进方法，减少样品和测试间的差异。例如，在完全反应发生之前，更严格的时间限制对于减少不成熟的测试可能性是很重要的。此外，规定分析溶液的保质期可以最大限度地减少溶液中的沉淀和氧化作用，确保测试结果。

所有的修改提议将提交给欧洲标准化委员会 (CEN)，作为未来标准更新的参考。如果它们被采用，将提高检测结果的可靠性，但比色法不可能继续作为测量低于百万分之一限值的可行方法。

北安普顿大学创意皮革技术研究所将就拟议的法规修订咨询作出了回应，并解释说，当前测试方法“基本”无法达到要求的检测值水平。本次提交的提议得到了英国皮革协会支持，英国皮革协会还将单独审查提议对皮革制造业产生的影响。所有相关方须在 12 月 19 日之前就拟议的修改提议提出各自建议。

《北京皮革》杂志
征稿启事

《北京皮革》杂志主办单位为中国皮革协会，是中国皮革协会内设机构，是国内外公开发行的连续出版物，月刊，每月 8 日出版发行。

目前主要开设的栏目有：焦点 · 关注、政策 · 产业、科技 · 生态、质量 · 标准、企业 · 创新、市场 · 展会、设计 · 潮流、智能 · 网络、资讯 · 数据、业界 · 动态、人物 · 专访、国际 · 前沿等。

欢迎投稿。

投稿要求

1、制革、制鞋、皮革服装、皮件、毛皮及制品、皮革化工、皮革机械、皮革五金、材料、市场等，以及与皮革行业有关的研究、管理、创新、资讯等内容均可投稿。

2、文稿应资料可靠、数据准确、文字精炼；图片应提供原图。

3、论文字数一般不超过 6000 字，严格按照科技论文的格式撰写。

4、严禁一稿多投，严禁抄袭，文责自负。

5、为适应我国信息化建设，扩大本刊及作者知识信息交流渠道，本刊已被《中国学术期刊网络出版总库》及 CNKI 系列数据库收录，其作者文章著作权使用费与本刊稿酬一次性给付。免费提供作者文章引用统计分析资料。如作者不同意文章被收录，请在来稿时向本刊声明，本刊将做适当处理。

其他注意事项

1、投稿时，请务必将作者姓名和联系人、单位、详细地址及邮政编码、电话、邮箱等写清楚。

2、截稿日期：每月 18 日。

3、投稿后，若 3 个月内未接到录用通知，作者可自行处理稿件。

4、文章刊发后，按照《北京皮革》杂志稿费支付办法发放稿费并赠阅刊物。

联系方式

《北京皮革》编辑部
联系人：周富春
地址：北京市西城区西直门外大街 18 号
金贸大厦 C2 座 708 室
电话：010-88335443
邮箱：bj-leather@chinaleather.org

BEIJING LEATHER

欢迎订阅《北京皮革》杂志

全新精美改版
全面深度报道
权威信息资讯
优质服务读者

主管单位：中国轻工业联合会
主办单位：中国皮革协会
国际标准刊号：ISSN1002- 7947
国内统一刊号：CN11- 2260/TS
公开发行
月刊，每月 8 日出版
定价：每期 RMB25 元，300 元 / 年
主要栏目设置：焦点 · 关注、政策 · 产业、科技 · 生态、质量 · 标准、企业 · 创新、市场 · 展会、设计 · 潮流、智能 · 网络、资讯 · 数据、业界 · 动态、人物 · 专访、国际 · 前沿等。

《北京皮革》杂志征订单

订阅客户信息			
订阅份数		总金额（人民币元）	
订阅时间	从　　年　　月　　日起至　　年　　月　　日止		
单位名称 / 个人姓名			
收件人姓名		收件人电话	
收件地址（邮编）			
开具发票信息			
备注			
《北京皮革》杂志信息			
收款单位	中国皮革协会		
开户行	中国工商银行股份有限公司北京东四支行		
账号	0200004109014450660		
地址	北京市西城区西直门外大街 18 号金贸大厦 C2 座 708 室		
联系人	雒　霞	电　话：010- 88334955	
邮箱 E-mail	bj-leather@chinaleather.org		

真皮真自我

全球设计大赛在中国拉开帷幕

用设计带你玩转真皮

全球设计竞赛领略真皮的多样性、时尚性和可持续特性

2019 年 11 月 17 日，“真皮真自我”全球设计大赛中国区赛事正式拉开帷幕，该赛事旨在通过年轻一代的时尚设计产品和理念，全方位展现真皮的多样性、时尚性和可持续特性。

中国区赛事由中国皮革协会（CLIA）和美国原皮皮革协会（USHSLA）联合举办，大赛为来自中国各大院校设计专业的学生提供了一个自由开放的交流展示平台。参赛学生可以自由选择设计品类，包括服装、箱包、鞋类和时尚配饰等。

真皮是本次比赛的主要设计用料，参赛者也可以自由融合其他的天然材料，但最终的设计作品必须突出真皮这一主设计原料的特色。大赛积极鼓励参赛选手发挥创意，用设计和作品彰显个性，玩出百变风格，引领消费者走向全新的潮流趋势。

来自皮革生产集中区和活跃在皮革设计领域的七所院校将参加本次竞赛，他们是：清华大学美术学院、北京服装学院、浙江工贸职业技术学院、浙江科技学院、温州大学、扬州大学广陵学院、广州番禺职业技术学院。比赛将分两个阶段进行。第一阶段为 2019 年 11 月中旬至 2019 年 12 月底，参赛选手提交设计草图，由中国皮革协会组织皮革专家和时装设计师评审团选出 45 名入围者。第二阶段比赛将于 2020 年 2 月至 4 月举行，参赛选手按设计方案制成真皮样品，进行决赛评选。

2020 年 5 月，中国皮革协会和美国原皮皮革协会将在北京举办颁奖典礼，公布最终的获奖名单。获奖者不仅将获得由中美两家协会共同颁发的获奖证书以及由中国皮革协会提供的奖金，还将获得由美国原皮皮革协会赞助的、于 2020 年 7 月至 8 月间在美国参加独家培训的机会。

本届大赛得到了兴业皮革科技股份有限公司和焦作隆丰皮草企业有限公司的鼎力支持。学生采用的皮革面料将由上述两家企业提供。此外，企业还将给予大赛部分资金支持。

大赛主办方将聘请专业团队全程记录比赛过程，赛事照片、视频和采访等都将在中国皮革协会官方网站和官方微信、中美两国皮革协会共同运营的微信公众号、美国原皮皮革协会官方网站以及该协会推出的全球皮革推广网站同步发布。

中国皮革协会官方网站：http://www.chinaleather.org
美国原皮皮革协会真皮全球推广网站：https://chooserealleather.com
美国原皮皮革协会官方网站： http://www.ushsla.org

2019

真皮真自我

皮革设计大赛

REAL LEATHER. STAY DIFFERENT.

主办单位：

中国皮革协会
China Leather Industry Association

美国原皮皮革协会
The U.S.Hide,Skin&Leather Association

赞助单位：

兴业皮革科技股份有限公司

焦作隆丰皮革企业有限公司

支持单位及院校：

全国轻工教育教学指导委员会皮革专业指导委员会
清华大学美术学院
北京服装学院
温州大学
浙江科技学院
扬州大学广陵学院
浙江工贸职业技术学院
广州番禺职业技术学院

中国皮革协会　真皮个性派

BIOSK®

寶斯卡化工®

34年的执著，
从不言弃的精神，
孜孜不倦的科研！

34 Years' Persistence,
Never-give-up Spirit,
Unwearied Scientific Research.

Recycling
Benefit Everyone
废液再用 人人受益

Tel: +86-370-386-1600 Fax: +86-370-386-1608
Web: www.biosk.cn Email: support@biosk.cn