北京皮革

BEIJING LEATHER

1976 年创刊

NOV 2019 ★ 9 月号

主办单位：中国皮革协会

封面人物
石碧
中国工程院院士

对皮革产业
创新发展的思考

毛皮行业何时
能够走出低谷？

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

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 | informamarkets

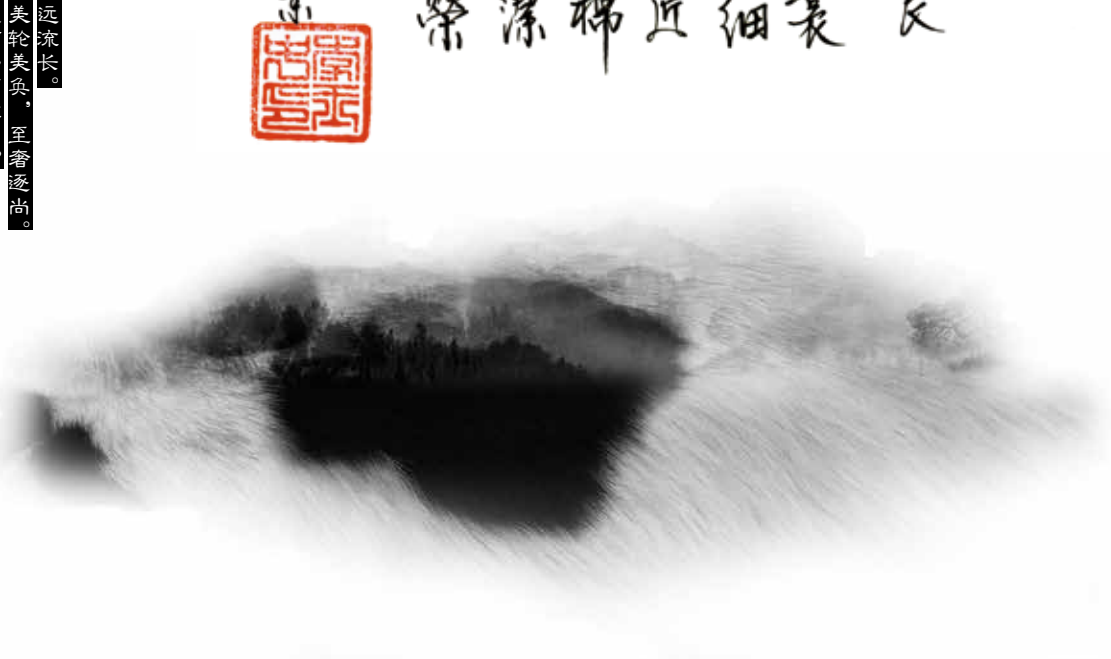
Authorised by 批准单位：
Ministry of Commerce of the People's Republic of China 中华人民共和国商务部

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

沁园春·皮革

万年历史，千载文化，源远流长。
叹食之余物，鞣后重生，美轮美奂，至奢逐尚。
裳裘华履，靓包豪座，无皮何物可胜当？
细探究，融科技智慧，天然健康。
精工巧匠雕琢，为美好生活勇击浪。
析化纤难媲，棉泉略输，丝绸稍逊，它材不伉。
环境友善，质洁还去，鞠躬尽瘁不思量。
纵寰宇，扬韦行荣光，当仁不让。

李玉中



沁园春·皮革

萬年曆史千載文化源遠流長歎食之餘物鞣後重生美輪美奐至奢逐尚裳裘華履靚包豪座無皮何物可勝當細探究融科技智慧天然健康精工巧匠雕琢為美好生活勇擊浪析化纖難媲棉帛略輸絲綢稍逊它材不伉环境友善質潔還去鞠躬盡瘁不思量縱寰宇揚韋行榮光當仁不讓

玉中已亥相月書於京

CONTENTS

目 录

06 焦点 · 关注

6 高新技术产业和传统产业并重是中国强盛的重要策略
——兼述对皮革产业创新发展的思考
9 加征进口关税对中国皮革行业影响分析
13 美加征进口关税 中国皮革行业企业反应强烈
16 专访美国原皮皮革协会总裁
18 庞大的中国内销市场潜在红利与中国鞋业缘深几何?
22 动物福利与动物权利：失之毫厘 谬以千里
24 毛皮行业何时能够走出低谷?

29 科技 · 生态

29 第 37 届 IULTCS 大会将于 2023 年在中国成都召开
29 第 12 届亚洲皮革科学与技术会议将于 2022 年在新西兰举办
30 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（一）
36 推行绿色制造技术是制革行业绿色升级必由之路

40 创新 · 企业

40 设计驱动产业升级 智能推进模式创新
46 加强科技创新 破解鞋业困境
50 跨界融合——毛皮产业发展的新驱动力

53 市场 · 展会

53 皮革行业上半年承压前行 稳中有降
56 上海十二时辰之中国国际皮革展
62 “问道原创”推动专业市场新发展
66 国内皮化行业现状及发展趋势
69 2018 年中国水貂、狐、貉取皮数量统计分析

72 政策 · 产业

72 中国制革机械发展历程及未来

P9 加征进口关税对中国皮革行业影响分析

中美皮革贸易你中有我，我中有你，是一个上下游联动的关系，所以中美贸易摩擦升级必将产生多米诺骨牌效应，对全球的皮革贸易格局产生深远影响。随着中美贸易摩擦升级，中国皮革业在其中受到的影响是巨大的，除了企业订单下滑、市场份额丢失、产业竞争力减弱、企业加速外移，还有对就业的影响等等。

75 中国制鞋产业基地·睢县华丽蝶变
78 新疆和田吹响建设“丝路鞋都”号角
80 百万人口大县——上蔡 做大做强制鞋产业助力扶贫
82 河南平舆县发挥皮革产业新优势 打好脱贫攻坚战

102 设计·潮流

102 我国鞋类设计教育现状、问题及建议
106 皮革裘皮服装产业向时尚化升级

109 智能·网络

109 皮革行业如何抓住产业互联网机遇?
112 5G 变“革”

116 国际前沿

116 2018 年美国鞋类销售及采购报告
118 2019 上半年巴西生皮及皮革出口概况

119 资讯·数据

119 国家发改委对中国皮革协会在“2019 中国品牌日”活动中工作突出给予表扬
120 探讨行业发展热点和难点 寻求未来可持续发展之路——第九届全国毛皮产业联席会议在宁夏吴忠市胜利召开
122 第十二期全国制革专业研究生动手能力学习班顺利结业
122 环保部就《排污许可证申请与核发技术规范 制鞋工业（征求意见稿）》征求意见
123 《制革实用技术问答与经验分享》新书面世
124 已鞣制皮革和毛皮进境时不再需要检疫证书

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　SEP 2019 ★ 9 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**	杨国宇　骆国民
Editors in Charge **责任编辑**	杨国宇　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 Person **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
	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、出版物及其他平台转载，并不再单独支付稿费。

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

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

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.
珠海市华贸皮革制品有限公司
Joinland Leather Products 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.
浙江富邦集团有限公司
Zhejiang Fubang Group 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.

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

封面人物

石碧

博士
博士生导师
中国工程院院士
长江学者特聘教授、杰青
现任四川大学制革清洁技术国家工程实验室主任
教育部高等学校轻工类教学指导委员会主任
全国政协常委
中国轻工业联合会特邀副会长
中国皮革协会特邀副理事长

主要从事制革化学、制革清洁技术、制革废弃物资源化利用、植物单宁深加工利用等方向的研究工作。

研究成果获国家技术发明二等奖 2 项、国家科技进步二等奖 1 项、部省级一、二等奖 5 项；发表论文 443 篇（其中 SCI 收录 170 篇，EI 收录 39 篇）；出版专著 / 教材 4 本；授权国家发明专利 35 项。

被评选为全国先进工作者、全国优秀留学回国人员，获国际皮革化学家及工艺师协会联合会杰出贡献奖（IULTCS Merit Award）。

高新技术产业和传统产业并重是中国强盛的重要策略

——兼述对皮革产业创新发展的思考

传统产业竞争力强、关键高新技术较弱是目前我国产业技术的特征，中美贸易争端中的诸多细节更是淋漓尽致地体现了这一特征。针对这一问题，国家相关部委在系统梳理“卡脖子”技术的基础上，正制订一系列攻克关键技术的举措，大力支持高新技术产业的发展。

面临困局，我们应该保持清醒的头脑：要高新技术产业和传统产业并重，即两条腿走路，这是未来中国经济强盛甚至全面超越其他经济强国的重要策略。这是因为：

1. 无论从国内还是从全球看，传统产业及其产品，将在劳动力就业、商品市场占有率、GDP 贡献等方面长期处于规模优势地位，这对于拥有 14 亿人口的中国至关重要。

2. 在党和国家的领导下，通过 20~30 年或更长一点时间的努力，我国的高新技术产业完全可能与欧美发达国家持平，具备同等竞争力（这也是必须完成的任务）。那时，传统产业的强弱可能成为大国经济竞争力和整体实力的决定性因素。

3. 与欧美等发达国家相比，目前我国的许多传统产业（如纺织、轻工等）已经具有明显的产业技术和规模优势。持续保持并扩大这种优势，对我国不算太难，而这将为我国超越其他经济大国埋下坚实的“伏笔”。实际上，目前欧美强国之所以竭力限制我国的高技术产业发展，可是有这方面的担忧。一旦中国的高技术产业与他们持平，凭借传统产业的优势，中国必然胜出。

4. 欧美等发达国家的软肋在于长期未重视或已经丢失了许多传统产业，一旦失去就很难复兴。例如，美国曾经是国际皮革产业和科技强国，随着虚拟经济的兴起，这个产业在美国逐渐没落。10 多年前，在振兴实体经济的理念下，美国人极力重塑皮革产业，但几经努力，最后不得不放弃。因为在激烈的国际竞争中，要重建一个产业链、要找到数以万计的工程技术人员和熟练工人，谈何容易。

实际上，我国高层对这一问题的认识非常清楚、决策十分明确。在 2019 年初的政府工作报告中，李克强总理在论述“坚持创新引领发展，培育壮大新动能”时，将“推动传统产业改造提升”放在了首要位置。因此，我国相关职能部门和地方政府应该旗帜鲜明地支持传统产业的发展，在产业政策、科学研究、技术改造等方面大力支持传统产业技术提升、转型升级和绿色发展，保持并扩大我国传统产业的优势，高新技术产业和传统产业两条腿走路。特别要注意的是，必须纠正某些地方政府盲目打压传统产业的短期行为。

当然，传统产业本身也需要深刻认识创新发展、改造提升、绿色发展的必要性，并付诸于实际，对皮革产业而言更是如此。目前，我国皮革产业仍然面临着一系列问题，例如：制革工业的某些环保问题尚未彻底解决，固废特别是含铬固废的处置问题、盐排放问题、节水问题；来自其他新材料（如纺织品、合成纤维）的竞争问题；品牌问题等等。这些问题不解决，我们会不逼自退。

值得提出的是，这些问题解决的关键往往不是技术问题，实际上我国多个行业的技术发展已经为解决这些问题提供了条件。其制约的关键是发展理念问题、是行业长期形成的不当发展模式问题。其中最致命的问题是：

1. 漫无边际的比拼价格低廉——这是企业丧失技术创新能力、无法在环保上下功夫的关键所在。期望未来行业协会在这方面更好地发挥作用，例如定期发布主要企业产品价格指数，至少让行业和社会知道哪些是好产品企业，哪些是差产品企业（资源浪费企业）。

2. 技术创新意识不足——并未真正意识到技术创新对企业未来发展的重要性，特别是在拓展皮革的功能性及应用范围、强化皮革独有的特色、增强产品竞争力方面的创新工作开展不足。体现在行业技术创新投入低、多数企业缺乏有一定实力的研发团队，更疏于在人才培养上下功夫。这方面，建议行业协会也多作一些统计和信息发布工作，为国家和地方政府了解行业情况、明确重点支持企业创造条件。

3. 乐于制造，不敢创造——乐于成就别人的品牌，不敢创造自己的品牌。对于这一问题我国皮革行业呼吁了多年，但成效不大，急需皮革行业协会组织企业家在总结过去经验的基础上，认真研讨应对策略和行动方案。

总而言之，传统产业的持续发展是国家的战略需求，而传统产业全方位改造提升是其得以持续发展的必要条件，这迫切需要从事传统产业的企业家们树立全新的创新意识、在绿色发展上下足功夫。

美国加征进口关税
砥砺前行的皮革业面临严峻挑战

策划 / 周富春

事件回放：

2018 年 7 月 11 日美国政府宣布对从中国进口的 2000 亿美元商品加征 10% 关税；2019 年 5 月 10 日起，美国对从中国进口的 2000 亿美元清单商品加征的关税税率由 10% 提高到 25%。

此后，美国多次扬言将对剩下的 3250 亿美元中国输美商品加征 25% 关税。

2018 年 9 月 18 日，中国国务院关税税则委员会决定对原产于美国的 5207 个税目、约 600 亿美元商品，加征 5% 或 10% 的关税，自 2018 年 9 月 24 日实施。

自 2019 年 6 月 1 日 0 时起，中国对已实施加征关税的 600 亿美元清单美国商品中的部分，提高加征关税税率，分别实施 25%、20% 或 10% 加征关税。对之前加征 5% 关税的税目商品，税率不变。中方表示，如果美方执意进一步提高加征关税税率，中方将给予相应回应。

中美贸易摩擦，以**加征关税**为主要手段，导致原材料价格上涨、终端产品价格上调、企业订单转移不利因素叠加，传导效应持续发酵，最终必将波及整个产业链。

中美贸易摩擦，扑朔迷离。目前，皮革行业发展受到严重影响，企业生存面临严峻挑战。

加征进口关税
对中国皮革行业影响分析

文 / 梁 玮 杨国宇

中美皮革贸易**你中有我，我中有你**，是一个上下游联动的关系，所以中美贸易摩擦升级必将产生多米诺骨牌效应，对全球的皮革贸易格局产生深远影响。随着中美贸易摩擦升级，中国皮革业在其中受到的影响是巨大的，除了企业订单下滑、市场份额丢失、产业竞争力减弱、企业加速外移，还有对就业的影响等等。

一、美国提高加征关税税率对皮革行业的影响分析

2018 年 7 月 11 日，在美国公布 2000 亿加征关税清单中，涉及皮革行业的税号有 107 个，按 6 位海关税码来看，主要涉及成品革、半成品革、旅行用品及箱包、皮革手套、其他皮革制品、毛皮服装、已鞣毛皮、其他毛皮制品、皮革化工等 9 个行业。自 2018 年 9 月 24 日起，加征 10% 的关税开始生效。上述皮革行业涉案税号产品 2018 年中国对美国的出口金额为 88.3 亿美元，占中国对美出口总额的 42.2%，其中箱包涉案产品出口额占对美涉案产品出口总额的 70.2%。

2019 年 5 月 9 日，美国政府宣布，自 2019 年 5

月 10 日起，对从中国进口的 2000 亿美元清单商品加征的关税税率由 10% 提高到 25%。

从 2018 年年底开始，加征关税对皮革行业的影响逐渐显现。2019 年 5 月 10 日之前，中美企业双方大多通过合同约定各自承担 5% 的加征关税税率，来共担 10% 的加征关税对双方的影响，压力勉强能够承受，但是企业利润极其微薄，很多皮革企业甚至是在无利经营，维持生产，这主要是与皮革行业的经营和生产环境有关：

1. 从国际市场来看，近年来因为消费者生活习惯发生变化，运动休闲风盛行，真皮市场受到冲击，全球皮革业整体运行低迷。

2. 从国内环境来看，皮革行业成本高企已呈常态化，用工、原料、能源等要素价格居高不下，融资难、融资贵问题悬而未决，“营改增”对于皮革企业税收减负不及预期。另一方面，国家环保法规日趋严格，皮革行业长期承压，部分地方执法手段简单划一，仅以停产为单一监管手段，企业生产、投资活动受限，行业维持平稳运行难度很大。特别是制革企业受环保整改等因素影响，企业投入巨大成本在环保整改和设备升级上，经营压力巨大，运行艰难。

根据海关的数据显示，2019 年 1~6 月，中国对美出口涉案税号产品出口金额为 31.43 亿美金，同比下降 22.1%。自 5 月 10 号以来，由于加征关税幅度提高，中国制革企业特别是家具革生产企业频繁向中国皮革协会反映，已经无法承受关税剧增所带来的成本压力，订单急剧下滑，且很多企业都是在亏本生产完成订单，形势十分严峻。

根据海关的数据显示，2019 年 1~6 月中国出口美国涉案税号皮面座具出口额 6.1 亿美金，占该产品全部出口额的 43.6%，同比下降 22.6%，国内几家大型的家具革企业受到明显影响。

美国是中国箱包最大的出口国，2018 年出口占比为 22.88%。2000 亿美金清单中的皮革行业涉案税号产品，对箱包的影响最大。而且由于中国箱包行业自身的特点，企业集中度不高，比较分散，大部分是中小企业，但是企业数量众多，议价能力和承受力相对较弱，寻找替代国的能力弱，受到的冲击也比较大。

根据海关数据，2019 年 1~6 月中国出口美国涉案税号箱

包（皮面）1954.4 万个，同比下降 14.3%，涉案金额 1.6 亿美金，同比下降 42.17%；2019 年 1~6 月中国出口美国涉案税号箱包（非皮面）10.9 亿个，同比下降 12.6%，涉案金额 21.7 亿美金，同比下降 19.5%。

从中国皮革协会调研情况来看，出口美国市场的箱包企业订单流失较多，且随着成本上涨订单流失，企业正在加速外移，部分企业在考察或已经在国外东南亚等地设厂，有的企业将产能向东南亚转移。目前大部分箱包企业通过控制成本、减产、机器换人（意味着裁员）、寻找替代国、东南亚设厂、转产或者停产等来应对加征关税，这些举措大多会带来对就业的冲击和影响。

二、中国反制措施对皮革行业的影响分析

因为美国于 2019 年 5 月 10 日起对从中国进口的 2000 亿美元清单商品提高加征关税税率，国务院关税税则委员会决定，自 2019 年 6 月 1 日 0 时起，对已实施加征关税的 600 亿美元清单美国商品中的部分，提高加征关税税率，分别实施 25%、20% 或 10% 加征关税，对之前加征 5% 关税的税目商品，税率不变。

皮革产品共有 110 个税号被列入加征关税清单，涵盖了皮革行业对美进口的大部分商品，加征关税税率分别为 5%、10%、20%、25%，影响面较大。涉及相关税号的中国从美国进口的产品 2018 年进口总额为 11.8 亿美元，其中，被列入加征关税清单的生皮 2018 年自美国进口总额为 6.6 亿美金，占涉案产品自美国进口总额的 56.3%，被列入加征关税清单的半成品革 2018 年自美国进口总额为 1.96 亿美金，占涉案产品自美国进口总额的 16.6%。所涉量值最大的税号为 41015019（重量 > 16 公斤的整张生牛皮），2018 年从美国进口额 6.4 亿美元。

加征 5% 税率的产品进口额占从美国进口涉案总额的 72.6%，其中，所涉生皮有三个税号 41015019、410330000、41039090，2018 年自美国进口额在加征 5% 税率的产品自美国进口额中占比为 76%，在所有涉案税号产品 2018 年自美国进口额中的占比为 55.1%；所涉半成品革税号为 41041111、41041119，2018 年自美国进口额在加征 5% 税率的产品自美国进口额中占比为 22.5%，在所有涉案

税号产品 2018 年自美国进口额中的占比为 16.3%。

加征 10% 的税号的产品进口额占从美国进口涉案总额的 8.6%，其中没有生皮和半成品革，几乎全部是鞋靴零件。

加征 20% 的税号的产品进口额占从美国进口涉案总额的 3.6%，其中，生皮仅有 41019019 这一个税号，2018 年自美国进口额在所有加征 5% 税率的产品自美国进口额中占比仅为 1.58%，在所有涉案税号产品 2018 年自美国进口额中的占 0.06%。

加征 25% 的税号的产品进口额占从美国进口涉案总额的 15.2%，其中所涉生皮税号为 41012019、410210000，2018 年自美国进口额在所有加征 5% 税率的产品自美国进口额中占比为 7.3%，在所有 110 个涉案税号产品自美国进口额中的占比为 1.1%；加征 25% 关税税率的半成品革税号为 41041911、41044100、41044990、41063110，2018 年自美国进口额在加征 5% 税率的产品自美国进口额中占比为 1.96%，在所有涉案税号产品 2018 年自美国进口额中的占比为 0.3%。

因此，从进口金额来看，皮革行业受到中国反制美国加征关税措施影响最大的是生皮进口，目前加征税率主要集中在 5% 这一档，尽管 5% 的税率看似不多，但是对制革企业的影响却是巨大的。

因为近几年全球皮革市场整体运行较为低迷，中国制革企业受到环保治理、市场因素和消费需求因素等影响，生存艰难，利润微薄，运行已经十分困难，尤其是沙发革和沙发家具企业，因为进口和出口都要被加征关税，所以两头受影响（企业需从美国进口原料皮，受反制措施被加征 5%，之后加工成沙发革，若继续做成沙发家具出口到美国，再次被加征 25% 的关税）。

根据海关的数据显示，2019 年 1~6 月，41015019、41033000、41039090 三个生皮涉案税号自美国进口数量同比下降 7.7%，金额同比下降 38.8%，中美贸易摩擦升级对中国制革行业的影响已经十分明显。

三、美国 3000 亿清单对制鞋行业可能产生的影响

中国是世界第一大鞋业制造国和出口国，美国是中国非常重要的出口市场，2018 年出口到美国市场的鞋产品数量占据中国总出口量约 20% 的份额。美国 2018 年进口了 24 亿双鞋，其中 71.4% 都是从中国进口。中国是许多知名鞋业品牌的重要供应商，比如 NIKE 26% 的鞋产品由中国供应；布朗鞋业 2018 年有 66% 的鞋产品由中国供应商提供。

目前，3000 亿清单中几乎涵盖了所有的鞋产品，虽然中美贸易磋商还在进行中，但是　美国时间 8 月 1 日下午，在双方第十二轮贸易磋商结束之后的第二天，美国总统特朗普在推特宣布，将于 9 月 1 日起实施这一份 3000 亿加征关税清单，税率为 10%；已实施的 2500 亿美元加征 25% 的政策则继续执行。

一旦 9 月 1 日 3000 亿清单加征关税开始实施，中国和美国制鞋产业都将从这场升级的贸易战中受损。

首先，美国消费者将不得不为额外增加的成本买单，其次，美国很难找到鞋产品的供应国来填补中国目前提供的七成的份额。同时，中国将会不可避免地丢失在美国市场的份额，尽管可以开拓或是继续挖掘东南亚、欧洲等市场，但是对于生产企业来说尤其是长期为美国品牌代工的企业来说，其打击仍然是很严重的。

美加征进口关税
中国皮革行业企业反应强烈

文 / 周富春

对于美国加征2000亿美元产品进口关税，中国许多皮革企业已经不同程度受到了影响，有的甚至因此而陷入困境。对于3000亿美元产品出口关税的可能提高，中国皮革企业忧虑重重。

现实情况究竟如何？企业有什么对策，为此，本刊采访了国内的一些相关企业和有关人士。

河北耿氏同盈裘革制品股份有限公司董事长耿振华

面对美国进口关税的提高，大约1年前，与合作伙伴UGG、劳恩斯坦等商议，在原来价格的基础上，我们公司让利给客户5%，当时订单大幅增加了。

如果关税提高到25%，我们就没有办法承担了。随着中美贸易摩擦的不确定性增加，最近，订单受到了明显影响。应对25%关税的挑战，我们公司与一些客户约定，在9月份的中国国际皮革展期间，商谈应对策略及协商双方分担可能提高的关税问题。

中美贸易之间的相互依赖，决定了美国不可能完全绕开中国市场。我们公司的产品虽然还出口欧洲的西班牙、丹麦，亚洲的韩国、日本、菲律宾等国，多年来有稳定的客户，但与美国客户的贸易不可或缺。

宁夏毛皮皮革协会秘书长马明军

宁夏滩羊毛皮产品，不论是直接出口美国的，还是出口到欧洲的，最终大部分产品都到了美国消费。美国加征关税，对以出口为主的宁夏滩羊毛皮行业影响很大。今年1~7月份，已经有了非常明显的影响，不完全统计，销量同比下降了50%。

宁夏目前出口滩羊毛皮产品的企业有6家，2018年出口金额为4000多万美元，主要产品是滩羊毛皮抱枕、床垫、床毯、沙发套、皮型毛皮等。滩羊毛皮产品出口美国和欧洲，执行进口国的相关标准。

为了应对美国加征关税，我们要把产品做精，把稀有资源利用好，提高产品质量，做精产品，要改善鞣制工艺和提高鞣制技术，重点把一级产品、特级产品做到极致。

今年，滩羊皮原料皮价格有所下降，但受美国加征关税的影响，

美加征进口关税 中国皮革行业企业反应强烈

外销明显受阻。目前。宁夏毛皮皮革协会组织当地企业实施开拓国内市场的策略，去浙江桐乡、海宁寻找市场，调查研究他们生产的服装需要哪些种类、风格的滩羊毛皮革，以便我们开发适合于国内需求的产品。

温州长泽进出口有限公司**总裁谢新苗**

2009 年起，公司开始从事鞋类产品向美国出口业务，主要产品包括女鞋、运动鞋、拖鞋等。2018 年出口 1000 多万双，金额 4000 多万美元。

美国加征进口关税（虽然 3000 亿美元的加征关税还未定论），已经对中国的鞋类企业产生了巨大影响，尤其是对于单价比较高的鞋类产品，因为利润空间本身就很低，加征关税后，利润空间就没有了。

去年以来，为了规避风险，非常明显的一个现象是，美国客户把部分订单已经转移到了越南等东南亚国家。一双同样的鞋，美国客户宁可提高 10% 的价格，也愿意去越南采购下单。

目前，越南的很多鞋企，原料和半成品都在中国采购，然后加工成成品出口到美国。这样虽然避开了关税问题，但令美国进口商头疼的，一是付款周期太短的问题：越南鞋厂要求的付款周期是 1 个月，而中国的鞋厂一般则放宽到 3~4 个月；二是越南鞋厂小单不接的问题，也同样令美国进口商无所适从：在中国，几千双的小订单，绝大多数鞋厂会抢着去做，而越南不接小订单却成为一个普遍现象。

加征关税影响的不仅仅是中国企业，同样，对美国鞋类进口商也带来很大的障碍。

福建美明达鞋业表示，公司订单减少将会引起一连串反应，如下游企业订单同步缩水（公司下游企业涉及 200 余家），大量工人失业下岗（公司及相关联企业工人不低于 8000 人），甚至引起个别下游企业资金链问题等。

本刊采访了浙江一家专业从事牛皮沙发革生产的大型龙头企业，该企业 2018 年与美国直接贸易额 774.34 万美元。目前由于中美贸易摩擦升级对企业影响巨大，2019 年 6 月公司订单数量减少 60% 左右。根据该公司测算，2019 年短期订单数量会急剧下降，原因是沙发厂在观望；中期缓慢回升，原因是因转移生产还需时间和人员培训，必须从国内出口到东南亚国家；长期是缓慢下降，原因是制革厂随着家具厂转移到东南亚国家，国内制革厂成本高，失去竞争力，订单会逐渐减少。

浙江另一家从美国进口生牛皮，加工制造沙发出口美国的大型企业，2018 年全年对美出口额（家具沙发）近 6 亿元人民币，同比下降 13%。由于美国将从中国进口的 2000 亿美元清单商品加征的关税税率由 10% 提高到 25%，企业订单额预计将下滑 20%。

而山东的一家沙发套生产企业，2018 年对美出口真皮沙发套金额 200 万美元，受到加征关税影响，预计企业订单额下滑 50%。

同样，山东一家进口生牛皮加工为成品革出口的大型企业，2018 年从美国进口生牛皮进口金额为 1700 万美元，预计受到加征关税影响（进口加征关税和出口加征关税），企业每年要多承担 450 万美元的关税成本。

中国服装协会侯亮

目前，中国服装行业原材料出口占比较大。中美贸易摩擦对服装行业造成的影响主要是订单减少了，尤其是美国在中国产地的企业客户，订单明显减少。为了应对美国提高关税对企业造成的重大影响，也有一些中国的企业去东南亚建厂，然后出口美国，避免了关税提高的影响和不确定性，皮革企业与服装企业可能也有相似的应对措施。

专访美国原皮皮革协会总裁

文 / 周富春

作为中国皮革业的第一大贸易伙伴，美国不仅是中国皮革制品和制鞋产品最大的出口市场，也是中国原料皮最大的供应国。近日，就中美贸易摩擦，《北京皮革》书面采访了美国原皮皮革协会总裁 **Stephen Sothmann** 先生。

美国原皮皮革协会总裁
Stephen Sothmann 先生

《北京皮革》： 请您介绍一下近年来中美皮革贸易的一些基本情况，两国原皮贸易彼此之间的依赖性和重要性。

Stephen Sothmann: 中美两国在皮革、皮革制品方面的贸易关系是全球工业中最重要的关系之一。中美两国皮革行业相辅相成，互相依赖。每年，美国出口超过 10 亿美元的盐渍牛皮、猪皮以及蓝湿皮和皮革制品。美国是世界上向中国出口盐渍牛皮最多的国家。这些产品出口到中国，变成皮革成品、鞋类、家具内饰和其他产品，再出口到美国，价值数十亿美元。

《北京皮革》： 2018 年 7 月和 2019 年 5 月，美国政府宣布开始实施的两次加征关税，对中美原皮、皮革成品消费品贸易已经和正在产生哪些影响？

Stephen Sothmann: 美国的关税显然对中国向美国出口关税所涵盖的成品产生了负面影响，同样，中国对美国产品（如盐渍牛皮和蓝湿皮）征收的报复性关税，也对美国的出口产生了负面影响。关税对中美两国皮革行业的影响都是负面的，而且很明显，只要关税继续存在，就会继续产生非常负面的影响。此外，未来可能增加关税，导致市场不确定性，也同样影响了太平洋两岸未来的产业规划。

《北京皮革》： 中美原皮贸易市场最近发生了哪些新的变化？

Stephen Sothmann: 关税形势显然是最近市场上最引人注目的焦点。然而，我认为从长远来看，中美市场的皮革行业都开始认识到，皮革作为一个整体需要向世界各地的新消费者进行自我推销。业界不能坐视皮革（原皮）自我行销，现在，中美两大行业都在积极主动地向我们产品的消费者、品牌和其他终端用户投放广告。这是行业几十年来经营方式的根本性转变，而且这仅仅是开始。

《北京皮革》： 美方供货商、贸易商反应如何？他们采取了哪些应对措施？加征关税，中国客户反应如何？对他们的影响如何？

Stephen Sothmann: 我认为，关税对市场的最大影响是双方发动的关税战争会造成市场不确定性。由于贸易战和关键的最后期限越来越近，并且目前尚不清楚关税是否会提高，因此美国供应商和中国买家都不愿进行任何交易，除非他们知道关税走向。这导致了市场销售的降温效应，因为没有人想在大量航运原皮或皮革时却发现这种产品的关税已经大幅上涨。因此，我认为太平洋两岸的反应是一样的——只要关税形势动荡，公司就不愿意采取行动、进行销售或发货。 尽管关税仍在加征，但前述情况至少目前已有所缓解。因为

关税不会突然改变，所以大多数公司还是可以放心地进行销售。

《北京皮革》： 加征关税，对制革的下游产业，如中国的制鞋、汽车革、皮具等会带来哪些影响和困难？上面谈到的加征关税对制革下游产业产生的影响，一定会间接传导到中美原皮贸易，对皮革行业造成的负面连锁反应是什么？

Stephen Sothmann: 在所有国家，对供应链任何部分加征关税都将导致同样的结果——最终消费价格上涨。关税是供应链必须吸收并且最终传递给消费者的额外成本，因此只要关税保持不变，消费者就不会付出更高不必要的成本。这些关税在供应链中所起作用较低，但将增加终端消费者的支出。

《北京皮革》： 对于加征关税，据了解，美国原皮皮革协会也多次向美国政府提出了建议和诉求，能否透露主要做了哪些工作？美国政府是否考虑或采纳？

Stephen Sothmann: 美国原料皮协会多次通过官方渠道向美国有关政府机构提出意见，反对对中国进口商品加征关税。尽管我们只是成千上万个发表相同意见的小型行业协会中的一个（有些人赞成，有些人反对），可是美国政府会重视这些意见。但在最终关税结果中美国原料皮协会的意见是否会被采纳到何种程度，目前尚不明确。美国原料皮协会非常公开地反对将关税作为一种变革机制，因为这种策略会产生大量意想不到的后果。

《北京皮革》： 对于美国近两次加征关税造成的影响，美国原皮皮革协会采取了哪些应对措施？

Stephen Sothmann: 美国原料皮协会本身并没有采取任何应对措施，我们仍与中国皮革协会密切沟通，反对对我们的产品加征关税。在某种程度上，我相信这两个行业协会已经有效地向双方政府传达了一个统一的信息，即关税将对我们行业产生负面影响。

《北京皮革》： 美国提出，可能还会启动对剩下的 3250 亿美元中国输美商品加征 25% 关税，可能性有多大？如果真的有一天宣布实施，直接或间接对中美原皮贸易会造成哪些继发的影响？对此，美国原皮皮革协会有没有应对措施？

Stephen Sothmann: 值得庆幸的是，至少目前看来，似乎已经避免了这种关税升级，两国政府正重新开始休战谈判。我认为谈判是非常积极有效的手段，希望继续加征，谈判将产生解决这一问题的某种办法。与其他几轮关税一样，如果这一轮关税继续下去，它将对美中原皮和皮革产品的贸易产生严重而有害的影响。

《北京皮革》： 对于中美贸易摩擦，美国原皮皮革协会未来还有哪些方面的担心？

Stephen Sothmann: 我担心的是，我们已进入美中之间新动态，这种动态——关税和贸易封锁——成为“新常态”，在可预见的未来，我们将继续面临这些关税问题。我希望这种情况能够尽快得到解决，并使这两个行业恢复“正常”，但我担心这些问题可能会长期存在。

《北京皮革》： 美国原皮皮革协会对中国原皮贸易商、制革企业有哪些建议或对策？

Stephen Sothmann: 继续与贵国政府代表沟通美中贸易对贵国企业的重要性，以及它创造的就业机会和相关人民的经济福祉。我认为我们有责任向两国政府提出这一观点，以确保两国政府了解其决定将如何影响人们的日常生活。

《北京皮革》： 其他相关问题，也请谈谈看法和观点。

Stephen Sothmann: 虽然中美关税和贸易问题最近在皮革行业受到了很多关注，但我认为我们需要继续提醒自己，皮革行业面临的真正威胁是什么。真正的威胁是全球对皮革产品的需求减少。关税的确令人头痛，但这个行业面临的最大问题是，我们在面向新消费者销售皮革方面做得不好。我们必须在这个单一的目标上采取积极主动的态度，不要让自己在相对较小的问题（在大计划中）上分散注意力。

庞大的中国内销市场 潜在红利与中国鞋业缘深几何？

SHOES

文 / 路 华

在分析中国鞋业竞争力时，毫无疑问，大家都会说中国鞋业背靠全球最大的鞋类消费市场，内销市场是中国鞋业的天然巨大红利。随着中国经济的发展，人均收入的增长，人均鞋类消费数量和金额将快速增长，潜在增长空间巨大。同时由于中国面临的国际贸易环境越来越严峻，更多企业开始关注国内市场，内销有望成为支撑中国鞋业新一轮发展的主要推动力。

中国鞋业内销市场潜力巨大，这一观点毋庸置疑。但潜在增长市场的红利，中国鞋业是否已经享受到近水楼台之利？

1. 中国鞋业发展进入新的发展阶段

中国是世界鞋业生产大国、出口大国和消费大国，2018 年全国鞋业产量约为 135 亿双，出口 95.3 亿双（444.6 亿美元），进口约 1.7 亿双（41.4 亿美元），内销市场消费量约 41 亿双（4700 亿元）。鞋靴零件及类似品出口 30.9 万吨，24.5 亿美元，鞋类产量、出口量和消费量分别占全球的接近 60%、70% 和 20%。这一成绩的取得，是历经几十年发展积累的结果。

从中国鞋业过去数十年的发展历程看，大致经历了改革开放初期的发展起步期，90 年代的规模成长期，本世纪前十年左右的高速冲刺期和随后的增速换挡期，以及 2010 年后的增长动力转化期，或称新周期。从具体年份看，上世纪 90 年代至 2001 年，鞋业产量的年均增速约为 6.0%；2001 年底，中国加入 WTO，从此中国鞋业将全球化红利发挥到极致，中国鞋业也因此获得了绝无仅有的高速发展机遇。在出口的拉动下，2001 年至 2007 年中国鞋业产量年均增速约为 9.6%，出口数量年均增速达到 12.8%，这一阶段成为中国鞋业增速最高的时期，也成为中国鞋业发展史上的增速绝唱。此后，由于全球金融危机爆发，2007 年至 2014 年鞋类产量年均增速有所下降，达到 4.0%，考虑到基数巨大，仍然是比较令人满意的数值。

但从随后几年回望来看，2014 年成为中国鞋业发展的里程碑式的年份。2014 至 2018 年，鞋类产量年均增速为 - 1.7%，由此，2014 年成为中国鞋业短时间再也难以企及的历史高度，这一年也成为中国鞋业发展的分水岭。不同发展阶段对应的鞋类产量年均增速（%）见图 1。

从新周期全球市场占有率角度看，2014 年中国鞋类产量全球占比约为 64.1%，而 2017 年下滑到 57.5%；2014 年中国鞋类出口全球占比约为 74.1%，2015、2016 年鞋业出口数量和金额连续两年出现负增长，这在鞋业几十年崛起的进程中前所未有。2017 年全球市场份额下降到 67.5%，产量和出口量的全球占比 3 年下降 7 个百分点，下降速度非常之快。但与此同时，消费和进口占全球的比重仍然在快速上升。2014 年与 2017 年中国鞋类产量国际市场占有率（%）等指标见图 2（进口份额由于数值较小此处放大 20 倍）。

表 1 节点年份鞋类内销中国内供给情况

节点年份	1992	2001	2014	2018
出口数量占产量比例 %	45.7	62.5	74.4	70.7
消费量与产量比例 %	54.4	37.6	26.1	30.6
内销数量自给率 %	99.8	99.8	98.1	95.9
内销金额自给率 %	99	99	90	85

图 1 不同发展阶段对应的年均增速变化情况

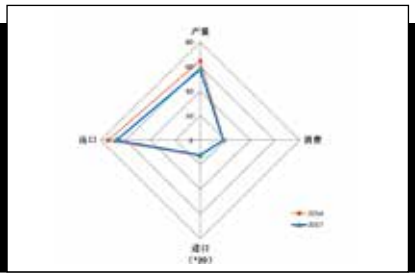


图 2 中国鞋业国际市场占有率对比

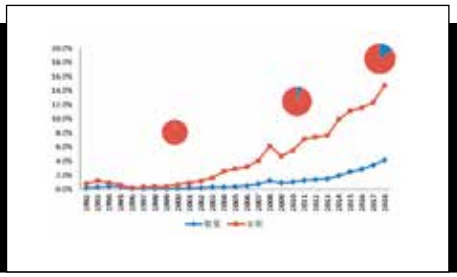


图 3 进口鞋类占国内消费的比重变化情况

2. 鞋业内销市场供给结构加速变化

2014 年，中国鞋类出口数量占产量的比例达到顶峰，为 74.4%。此后，由于出口持续下降，到 2018 年下降到 70.7%，出口对中国鞋业产量增速的拉动贡献已经由正转负。在此背景下，为推动鞋业长期可持续发展，需要将国内因为出口受挫多余的产能，更多通过内销市场消化。如果从鞋类国内消费量与产量相对比例看，该数值在 2014 年处在较低水平，但 2018 年该数值大幅提升，见表 1。

国内消费的鞋类，包括国内生产用于内销的部分和进口部分，还需要对其组成结构进行分析。从国内消费中国内供给数量占比看，直到 2018 年，每年 40 多亿双的内销市场中，进口只占 1.7 亿双左右，95.9% 的鞋类数量依然由国内产业供给。从对应的金额角度估算，虽然国内供给占比逐渐下降，但直到 2018 年高达 85% 的鞋类消费金额由国内企业贡献（进口比重如图 3 所示），中国鞋业内销市场的供应主体依然是中国企业。

在新周期，虽然出口大幅下滑，产量因此也下行压力增大，但鞋类消费金额仍然保持 8% 左右的速度，其中进口鞋类金额年均增速逆势达到 19.2%。随着国内鞋类消费升级的不断推进，国内消费者对于个性化、时尚化、品质化、品牌化的产品需求越来越旺盛，而国内鞋类传统供给与国内鞋类的消费，尤其是消费升级带来的新需求不匹配的矛盾越来越凸显，人民群众日益增长的鞋类消费新需求和不平衡不充分的鞋类供给之间的矛盾越来越凸显。

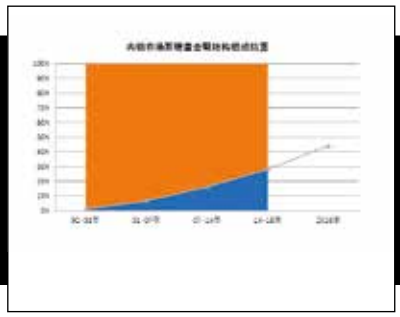


图 4 内销市场新增量金额结构组成估算

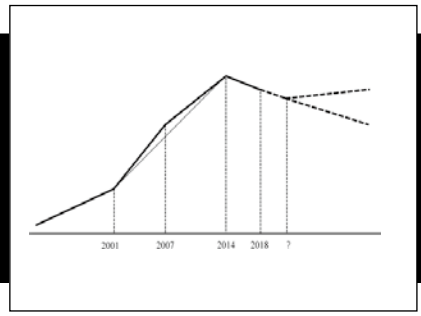


图 5 不同发展阶段时间节点对应的鞋类产量绝对值情况

3. 内销新增量的供给结构变化成为面向未来的最大关注

中国鞋业未来发展要提升附加值，实现高质量发展，更加需要依赖国内市场的拉动。目前中国鞋业内销市场每年 4000 多亿元消费总额，每年市场新增量三四百亿元。从新增量的结构组成动态组成看，在上世纪末的规模成长期，进口消费约占国内消费的 1%；在 21 世纪的发展冲刺期，其占比也仅为 6% 左右。但由于国内有效供给长期不足，鞋类进口增速在本世纪以来（2000~2018 年）年均增速高达 32%（与 2000 年相比，2018 年鞋类进口金额是其 148 倍，而同期引以为傲的中国鞋业出口金额仅为其 4.7 倍）。受此影响，在增速换挡期，鞋类消费中进口占比为 16%，在新周期中占比高达 28%，其中 2018 年占比更是达到 44%。进口对鞋业新增量已经形成有效挤占，中国内销市场的快速壮大为全球鞋业提供了巨大的市场，但家门口的中国鞋业在其中的角色在弱化。具体见图 4。

如果新增量中进口产品占比继续长期快速攀升，在未来较短的时间内，内销大市场中本国供给的新增量将可能逐渐趋于停滞，每年新增量的绝大部分将完全被进口产品占据，届时内销市场仍将持续保持较快增长，但驱动力将主要来自于进口产品。

中国作为世界上最大的鞋类消费市场，内销市场为全世界所关注，目前中国的人均鞋类消费量仍然不及美国的一半，中国将在 2022 年前后跨越中等收入陷阱迈入高收入国家行列，鞋类内销市场的新增量有望成为拉动全球鞋业增长的重要引擎。

如果在此进程中，中国鞋业因为新的有效供给能力不足，而被排挤出参与新竞争的过程，不能抢占中国鞋业大市场的新增量，中国鞋业的国际竞争格局将发生重大变化。

4. 展望

如前所述，上世纪 90 年代以来，中国鞋业已经经历了多个不同发展阶段。从年度产量绝对值曲线变化看，同样阶段性发展的特征明显。未来数年，出口持续下行压力大，内销稳步增长，同时由于内销中进口所占比重快速上升，内销的增长尤其是内销中国内供给的增长尚不足以抵消出口下行带来的负面效应，中国鞋业未来仍可能承受下行压力，如图 5 所示。

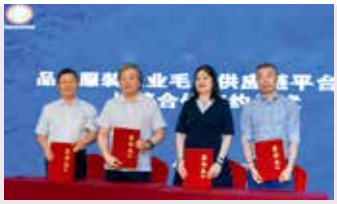
过去鞋业内销市场主要靠本国供给满足，但从发展历程看，本国供给所占比重持续下降，尤其是在新增量中被挤占的速度更快。由此看来，中国鞋业急需瞄准内需市场新增量的需求方向，不断提升满足市场的能力，把近水楼台的内销市场存量用足，更重要的是用好内销市场的优质新增量。

未来，如果中国鞋业结构调整能够取得积极突破，满足国内新增消费升级的能力得到有效提升，中国鞋业的发展将更加得益于家门口最熟悉的内销市场新增量带来的发展红利，届时中国鞋业将在巩固原有内销市场份额的基础上，在内销高质量增长的拉动下，掉头向上，实现中国鞋业的再次腾飞。

反之，如果结构调整不能实现突破，中国鞋业将长期只能满足部分国内传统需求，对于消费升级和新的消费趋势变化催生的新的优质市场增量空间的有效供给能力不足，同时由于新增量更快被进口替代，将导致中国鞋业内销市场份额的下降，错失新一轮发展的机遇。

目前来看，形势较为严峻，业界应当警醒。中国鞋业可持续升级发展依然任重道远，内销市场潜在红利与中国鞋业自身供给缘深缘浅尚取决于全体鞋业人的共同努力。

协企共建品牌服装毛皮供应链平台



文 / 王宵宵

8 月 4 日，中国皮革协会、中国服装协会、哥本哈根皮草（北京）有限公司和芬兰世家皮草公司北京代表处签约，携手共同打造品牌服装企业毛皮供应链平台，为毛皮产业注入新的强劲动能。

中国皮革协会理事长李玉中介绍说：“此举是我国毛皮行业转型升级新的典范，涵盖了品牌合作、研发设计、市场营销以及宣传推广等诸多方面。平台的建立，大大增强了企业的信心，未来我们的毛皮产业会结合已有资源，同时不断对接新的资源，对于整个毛皮产业乃至中国的服装行业来说都是非常有利的。”

随着消费升级，国内 90、00 后消费群体崛起，服装行业个性化、差异化的诉求将会更加强烈，年轻化、高端化将成为行业转型升级的主流趋势。我国的服装行业和毛皮行业都是传统产业，同时也都在世界上有着举足轻重的地位。两个行业具有相通性、互补性，发展路径也有着相似性。随着消费者对产品质量和品牌的要求越来越高，服装所体现的个性化创意更加被注重，毛皮作为一种高端面料，能够为传统服装设计增添更多设计元素，也将赋予服装新的时尚内涵。

品牌服装企业毛皮供应链平台定位于服装行业和毛皮行业跨界融合、开放合作的创新型平台。本着互联互通、协同共享，优势互补的原则，以合作共赢，共同发展为目标，推进服饰创新，优化行业资源配置，提高产品附加值和市场竞争力，加大毛皮产品在服饰行业的推广应用。

中国皮革协会每三年依据严格的标准在全行业中评选出毛皮行业的排头品牌，平台将以此为基础和高知名度的服装企业进行对接，接受有优质销售渠道和品牌形象的企业订单，国际拍卖会将提供优质的原料保证。

可以预见，该平台会极大促进毛皮产业链优势资源的汇聚，促进毛皮产业信息流、技术流、设计流、资金流的交集、聚变，共同分享、相互启发、深入对接，推动毛皮行业与服装行业深度融合，共创行业发展新篇章。

动物福利与动物权利：失之毫厘谬以千里

文 / 国际毛皮协会

动物福利和动物权利，表面上只有一字之差，但其内涵及外延却千差万别，正所谓失之毫厘，谬以千里。**动物福利**是指动物应该从痛苦中解脱出来，由人类来履行这一责任。动物福利意味着，动物得到良好的照顾，并获得清洁的水、营养丰富的食物、住所以及兽医护理等等。养殖户或动物所有者需要确保他们的动物根据最新的科学知识和最佳实践得到了负责任的照顾。

动物权利是指动物拥有完全独立于人类的权利，而人类无权将其用作食物或衣物。这意味着，人们不能出于任何原因使用动物。而动物福利在很大程度上认为，只要没有可避免的痛苦，并且尽了一切努力使动物保持舒适和健康，使用动物是可以接受的。

无论是出于法规的他律还是行业的自律，毛皮行业都十分尊重动物福利，养殖场都希望提高销售产品的质量，这将促使他们精心照顾农场动物，以生产高质量的皮毛。近年来，这个行业变得越来越透明，许多欧洲国家，如丹麦，正在实行“开放农场”政策，邀请公众参观农场，让大家亲眼看看现行的福利标准，以消除公众在动物待遇、所处环境、农场运营方式等方面的误解。

但反毛皮组织对此充耳不闻，视而不见，他们的所作所为不是为了改善福利，仅是出于意识形态的考虑要废除毛皮贸易。

己所不欲　勿施于人

众所周知，人们有权做出影响自己生活的选择，没有人会妄想迫使素食者吃肉，因为那是他们的选择，应该得到尊重。但许多动物权利分子却不懂得这个原则，不尊重他人作出自己选择的权利，有时还要求政府“禁止”包括毛皮在内的许多动物产品的生产和贸易。动物权利组织经常发起运动，要求停止使用肉类、皮革、羊毛、乳制品、丝绸、医疗动物研究、导盲犬、赛马甚至是宠物。

当毛皮的反对者在媒体发言时，他们经常呼吁对皮草颁布“禁令”，无论是贸易、人工养殖还是用狩猎的方式控制野生种群过度泛滥。当有人看到他们不喜欢的东西时就立即要求禁止，也不许别人喜欢，这种非此即彼、唯我独尊的世界观是不成熟的，是不宽容的，也是不受社会所欢迎的。

与之相反，毛皮行业非常尊重自主选择，尊重人们决定如何生活时所享有的自由，在这方面，每个人都应该有作出自己的决定的自由：想跟谁见面、要去哪里、想穿什么。毛皮作为奢侈品，历史悠久，存在至今，依赖于公众的主动选择，而非被动强加。事实上，所有人都要坚决反对那些限制或禁止人们作出自己决定的行为。

取之有道　用之有度

毛皮养殖是一个现代化、高效的过程，通过使用其他行业的废弃物（例如鸡骨架、动物内脏等）为行业提供优良饲料。而在产业链的末端，包括动物粪便、动物脂肪等废料可用于制造生物燃料、水泥、药品和化肥。因此，现代毛皮动物养殖是一个环境友好型的行业。

至于野生毛皮，那些来自北美和俄罗斯各地经过精心管理且丰富的野生皮毛动物种群，可以每年提供稳定的供给，而不会对种群产生负面影响。当地政府对这种可持续发展严加看管，需要持许可证的狩猎者在规定季节，使用规定的及认证的捕兽器猎取。

当毛皮被保存处理（称为鞣制和染色）时，就像任何使用化学的工艺一样，它受到严格的监管。这个过程需要用盐（从排放物中过滤出来）来保存，需要锯末来清洁表皮。在此之后，锯末可以重复使用，为拉伸等机械加工提供动力。现代毛皮硝染加工、毛皮裁缝的技术足够先进，以保证流程更具可持续性，可以通过独立评估机构认证，而经常性的政府检查确保了产品的输出和排放符合最高标准。

毛皮行业在全世界雇佣着约 100 万人，每年与毛皮直接相关的经济活动高达数百亿美元，为农户收入和地方税收做出巨大贡献。毛皮企业通常是家族企业，因为这些技能代代相传。毛皮也使许多土著社区得以延续他们传统的生活方式（如因纽特海豹猎人），能够在地球上最恶劣的气候条件下养活他们的家人。

毛皮行业已经很好地证明了它为什么应该获得“经营许可证”，将来，行业要进一步审查和改进福利标准，提高流程效率，生产更优质的产品，向消费者和公众展示环境和社会的可持续性，这些都是确保毛皮贸易在未来很长一段时间内获得经营许可证的关键。

耳听为虚　眼见为实

反毛皮活动人士宣称饲养的毛皮动物不可能过上舒适健康的生活。为此，国际毛皮协会录制视频在其网站上展示了水貂是如何真实地生活的，而非动物权利组织想让人们所相信的那样。

国际毛皮协会首席执行官马克 · 欧顿（Mark Oaten）表示：“关于毛皮养殖，存在很多错误信息，所以我们想向您展示它的真实情况。这就是为什么我们 24 小时把相机放在水貂笼中，这样你就可以自己判断发生了什么。水貂的生存环境，受到许多规章制度的约束，这些是由科学家和兽医建立的。正如你从影片中所看到的那样，水貂有时间玩耍，并能彼此互动。我们相信，我们的农场在以最高标准运作，并且在许多国家，我们提供农场参观”。

世界各地的养殖户为他们的动物提供优质的营养和照顾，饲养在围栏里的水貂得到了很好的照顾，它们的生活质量与许多家庭宠物一样好，甚至更好。

与它们的野生表亲们相比，饲养的水貂可以轻松获得持续不断的营养食物和清洁的水，享受着精湛的兽医护理，并免受捕食者和极端天气的侵害。

毛皮养殖户和毛皮行业的工作人员把自己的一生都奉献给了照顾动物，他们不间断地研究动物福利问题，并总是努力做得更好。如今，全球 50% 的毛皮供给源于欧洲，欧盟也制定了一系列适用于毛皮动物养殖的立法，包括严格的杀戮方法、诱捕、国际贸易和动物福利。通过实施最先进的动物福利评估项目 WelFur，世界毛皮行业希望能创造动物福利方面的最高标准，并提高所生产毛皮质量。

毛皮行业何时能够走出低谷？

毛皮行业从2013年年底开始步入低谷，一直持续到现在。迄今为止，已有不少企业转行、倒闭，但仍有企业坚守并探索脱困之路。国内外行业同仁都对这轮低谷期如此之长感到震惊，同时也对行业复苏翘首以盼。那么如何看待这轮行业调整，企业如何在低谷中保存自身并可持续发展？

文/如 云

行业低谷是宏观经济影响使然

行业发展受宏观经济态势的影响，毛皮制品价值较高、非生活必需品等特性决定其受到的影响首当其冲。对于毛皮行业来说，中国是第一大市场，俄罗斯是第二大市场，而中国、俄罗斯以及欧美、日韩等经济发达地区都身处全球经济大势之中不可能独善其身。

1. 全球金融危机的后遗症仍在持续

在金融一体化、资本全球化的当今世界，金融和实体本应是相互共生和依存的关系，实体经济依靠金融资本的支持加快发展，金融依靠实体经济的发展获得投资收益。实体经济是基础，金融是工具和推手，金融不能脱离实体经济盲目发展。然而，2008年以前金融的能量被无限放大，金融杠杆越来越大，造成了金融对实体经济的挤出，金融对于人才的挤出。实体经济和金融之间，天平过多地偏向了金融。

随着金融风险不断地增加，泡沫越吹越大，泡沫破灭后，各国政府也只能用量化宽松这种极端的货币政策

来救市。经济恢复依然是资产价格上涨式的经济恢复，这种恢复是没有经济根基的，也就是说虽然表面上数字好看，但对于普通民众来说，难有切身感受。

所以，其实最核心的问题并没有解决，即实体经济对全球经济的支撑，全球急需实体经济的回暖，人民购买力的切实提高。而实际上并非如此，反映在消费领域就是老百姓对未来收入增加的预期降低，消费市场不振。

2. 中国经济进入新时期

据国家统计局统计，我国 2008 年的人均 GDP 为 3414 美元，发展到 2018 年我国的人均 GDP 达到 9481 美元。世界银行《东亚经济发展报告（2006）》提出了“中等收入陷阱”的概念：一个国家发展到中等收入阶段（人均国内生产总值 3000 美元左右）后，既无法在人力成本方面与低收入国家竞争，又无法在尖端技术研制方面与富裕国家竞争，很容易出现经济增长的停滞和徘徊，人均国民收入难以突破 1 万美元。从中等收入国家跨入高收入国家，日本花了大约 12 年时间，韩国则用了 8 年。我国需要多长时间完成这个转变？

相信在党和政府的正确领导下，我国迈过中等收入陷阱的速度会比其他国家快，很多经济专家认为还需要 3 年。另一方面，低端制造转向高端制造，需要靠高科技解决，需要大量人力、物力、时间的投入，因此我们需要有心理准备，也需要耐心。现在的中国经济正在孕育新的增长动能，在这个过程中，我们也必然面临消费疲软的问题。

> 对于毛皮行业来说，中国是第一大市场，俄罗斯是第二大市场，而中国、俄罗斯以及欧美、日韩等经济发达地区都身处全球经济大势之中不可能独善其身。

3. 中美贸易摩擦影响

2018 年 7 月 11 日，在美国公布 2000 亿加征关税清单中，涉及皮革行业的税号有 107 个，主要涉及成品革、半成品革、旅行用品及箱包、皮革手套、其他皮革制品、毛皮服装、已鞣毛皮、其他毛皮制品、皮革化工等 9 个行业。自 2018 年 9 月 24 日起，加征 10% 的关税开始生效。上述皮革行业涉案税号产品 2018 年中国对美国的出口金额为 88.3 亿美元，占中国对美出口总额的 42.2%。2019 年 5 月 9 日，美国政府宣布，自 2019 年 5 月 10 日起，对从中国进口的 2000 亿美元清单商品加征的关税税率由 10% 提高到 25%。从去年

年底开始，加征关税对皮革行业的影响逐渐显现。根据海关的数据显示，2019 年 1~3 月，中国对美出口涉案税号皮革产品出口金额为 13.6 亿美金，同比下降 23.1%。

另一方面，国务院关税税则委员会决定，自 2019 年 6 月 1 日起，对已实施加征关税的 600 亿美元清单美国商品中的部分，提高加征关税税率，皮革产品共有 110 个税号被列入加征关税清单，涵盖了皮革行业对美进口的大部分商品，加征关税税率分别为 5%、10%、20%、25%，影响面较大。涉及相关税号的中国从美国进口的产品 2018 年进口总额为 11.8 亿美元，其中对 43018090 整张的其他生毛皮加征税率 5%；对 65069920 毛皮制帽类加征税率 10%；对 43011000 整张生水貂皮和 43031020 毛皮衣着附件加征税率 20%，对 41021000 带毛的绵羊或羔羊生皮，43019090 适合加工皮货用的其他未鞣头、尾、爪，43021100 已鞣未缝制的整张水貂皮，43021910 已鞣未缝制的贵重毛皮（貂皮、狐皮、水獭及旱獭等），43021990 已鞣未缝制的其他毛皮，43022000 已鞣未缝制的头、尾、爪及其他块片，43031010 毛皮衣服和 43039000 毛皮制其他物品等加征税率 25%。

以上仅是贸易摩擦对我国皮革行业的影响，中美贸易摩擦对我国经济的影响的确不容小觑。现在来看，贸易摩擦已经对市场产生了持续影响，表现在商业信心不足、风险防控谨慎、企业订单减少、市场预期趋弱等多个方面。例如，去年到今年人民币受到贸易摩擦的影响出现了一轮的贬值，之后贸易摩擦缓和后人民币出现了升值，最近贸易摩擦进一步升级，人民币汇率又承受较大的贬值压力。另外，贸易摩擦对我国很多行业的影响也在逐步显现，包括机械设备、纺织品、金属制品、家具、服装、玩具、塑料等多个行业的从业者、投资者对此感受很深。而且这种影响还会传导到每个普通老百姓的日常生活，涉及到衣食住行方方面面。

> 短期之内俄罗斯经济形势比较困难。西方的制裁仍然在继续，俄罗斯经济结构中能源经济、资源经济占比过大的问题依然存在。

4. 俄罗斯经济

俄罗斯市场不论对于全球还是我国的毛皮行业来说都具有举足轻重的作用，我国对俄毛皮服装出口金额和数量都占到了我国出口毛皮服装总数的 90% 以上。

俄罗斯从 2014 年“乌克兰危机”之后，一直受到美国为首的西方世界的制裁。占俄罗斯经济比重很大的原油贸易受到极大影响，原油价格从 140 多美金 / 桶骤降到 30 多美金 / 桶，卢布大幅度贬值，对美元的汇率遭遇腰斩 ,2015 年和 2016 年 GDP 一度负增长。2018 年俄罗斯的 GDP 仅为 1.68 万亿美元，排在全球第十一位，仅与韩国基本相当，人口和国土面积却远超韩国。俄罗斯统计局数据显示，2019 年一季度 GDP 的增长速度仅为 0.7 %。俄罗斯轻工联合会会长 2018 年曾表示，俄罗斯领低保的人明显增加，老百姓消费能力和购买意愿显著减弱。

俄罗斯由于其广袤的国土、丰富的自然资源、强大的军事实力等因素仍然屹立于世界强国之林，虽然 GDP 不能完全反映一个国家的全部实力，但是短期之内俄罗斯经济形势比较困难。西方的制裁仍然在继续，俄罗斯经济结构中能源经济、资源经济占比过大的问题依然存在，俄罗斯高等经济学院发展中心预测，俄罗斯 2019 的 GDP 增长率大约为 1.3%，低于 2018 年的 2.3%。俄罗斯市场毛皮服装及制品的消费规模可能仅能勉强维持现在的规模，甚至萎缩。

供需失衡是导致低谷的直接原因

1. 热钱涌入致使行业盲目发展

众所周知，这轮毛皮行业低谷直接的原因在于盲目过速发展，没有及时理性控制规模而使供过于求。2008 年全球金融危机之后，世界各国都采取量化宽松刺激经济，各国也包括我国的毛皮行业都流入热钱，推动了养殖规模以每年 20%~40% 的速度增长，加工企业的数量翻倍，毛皮专业市场和专卖店的数量都成倍增长，一时间 4、5 线城市甚至乡镇都尽是毛皮服装的叫卖声，而市场消费却无法以这样的速度增长。

泡沫最终在 2013 年破灭，随之而来的，就是服装滞销、抛售，原料价格大幅下跌，企业资产缩水、拖欠贷款、倒闭。水貂皮是毛皮原料中最具代表性的品种，水貂皮价格引导着其他种类皮张的价格。2013 年 9 月哥本哈根毛皮拍卖会的水貂皮成交均价大约 700 元人民币，刚刚结束的 2019 年 6 月拍卖会，水貂皮的成交均价已不到 200 元人民币，下跌超过 70%，其他种类的原料皮价格也都有大幅度的下跌。

2. 养殖数量大起大落

当下的皮张价格水平已远远低于毛皮动物养殖成本，毛皮动物养殖数量大幅度减少。

我国是毛皮动物养殖大国，水貂、狐、貉总产量占全球份额的一半左右。近 5 年来，由于市场价格走低以及环保要求的加严，很多毛皮动物养殖企业、农场倒闭或者关停。据不完全统计，我国去年的水貂取皮数量为 2073 万张，比 2017 年同期下降 0.63%，比产量最高峰 2014 年时下降超过 70%。同时，2019 年的水貂留种数量比 2018 年又降低 43.05%。估计 2019 年我国水貂取皮数量将会处在 1200~1400 万的区间之内。狐、貉主要作为配饰与其他面料搭配使用，受流行趋势影响每年呈现波动，不具有代表性，在此不作详细分析。

全球的水貂供应情况和国内情况类似。据不完全统计，2016 年全球除中国外水貂皮产量约为 5352 万张；2017 年约为 4653 万张，比上年同期下降幅度 13%；2018 年约为 3200 万张，比上年同期下降幅度 31%；2019 年，根据中国皮革协会的调研，预计年末全球除中国以外地区的水貂皮产量将降至 2500 万张左右，比 2018 年进一步下降 22% 左右。2020 年新上市的水貂皮张供应量预计将在 3700~3900 万张区间之内。

3. 市场需求短期之内不容乐观

就当下而言，中国大陆、俄罗斯以及其他国家和地区是水貂皮服装消费的三大块市场，其中中国大陆、俄罗斯占到了全球水貂皮消费的 85% 以上。而水貂皮服装是最具代表性的毛皮产品，通过对水貂皮的市场需求情况的分析可以了解毛皮行业市场需求的基本情况。

从生产端来看，我国 2017 年进口生水貂皮 2648.7 吨，同比下降 29.2%；2018 年进口生水貂皮 2284.8 吨，同比下降 13.7%；2019 年 1~3 月，我国进口生水貂皮 107 吨，同比下降 48.1%。我国 2017 年进口

> 众所周知，这轮毛皮行业低谷直接的原因在于盲目过速发展，没有及时理性控制规模而使供过于求。
> 供大于求、库存问题导致主要市场的销售利润持续走低，已经到了崩溃的边缘。

已鞣水貂皮 1435.5 吨；2018 年进口已鞣水貂皮 1586.2 吨；2019 年 1-3 月，我国进口已鞣水貂皮 32.2 吨，同比下降 26.2%。从以上数据可以看出，生水貂皮进口近三年持续下降，生水貂皮和熟水貂皮的进口总量也略有下降，国内生产需求下滑明显。

从销售端来看，我国出口俄罗斯的毛皮服装平均单价从 2017 年的 740 美金 / 件降低到 2018 年的 532 美金 / 件。根据国家统计局数据，我国规上毛皮鞣制及制品行业销售利润率也从 2017 年的 6% 降低到 2018 年的 5.92%。供大于求、库存问题导致主要市场的销售利润持续走低，已经到了崩溃的边缘。

解决供大于求问题尚需时日

据行业调研和测算，我国大陆地区 2018 年的水貂皮服装消费大约 150~170 万件，考虑到近几年来水貂皮还大量地用于尼克服、派克服和双面呢等产品以及水貂皮服装的电商销售，折算为水貂皮服装加和总销量在 180~200 万件。据俄罗斯毛皮协会统计，2018 年俄罗斯市场水貂皮服装的消费量在 100 万件左右。因此，2018 年的中国大陆和俄罗斯两大市场需求大约为 300 万件水貂皮服装，全球需求量大约为 350 万件，折算为皮张大约 5200 万张。

依此推算，如果 2019 年的市场销售基本持平的话，今年水貂皮将达到产销平衡。然而，把视野放大到近五年，库存是不能忽略的一大因素。2015、2016 和 2017 年西方皮张的年平均产量达到 5000 万张，2018 年为 3200 万张，我国这四年的产量分别为 4450 万张、2616 万张、2060 万张和 2073 万张。根据近四年的市场销售情况，我国所有与水貂皮相关产品的销售基本持平，俄罗斯从 2014 年的峰值约 150 万件开始萎缩，如果按照每年全球销售 400 万件水貂皮服装计算，那么近四年的水貂皮总供应量超出了市场销售量，全球的库存皮张大约 5500 万张，足够全球一年的用量。考虑到 2014 年后仍然有部分毛皮专业市场进行扩张，企业铺货消耗掉一部分皮张，库存的数字可能略小于这个数字。

按照行业调研的情况，明年全球水貂皮的供应量大约为 3700~3900 万张，如果市场不发生重大变化，水貂皮库存水平近五年来首次迎来降低，但是加上原有库存，市场的总供应量仍然大于市场的销售量。同时随着行业低谷期的持续，企业撤店、专业市场转变主营业务或者闲置的情况也越来越多，那么这部分铺货的服装转变为库存的数量也不容小觑。另一方面，由于市场销售价格已经低于农户的养殖成本，因此 2020 年的供应量预计还会进一步减少。

结合以上两个方面的因素，可以对未来市场作出合理预测，如果全球经济不发生重大波动或者不可抗力事件，保守估计市场将用 2020 和 2021 年两年时间消化掉五年来的库存，供需关系将回到可持续发展的轨道上来，2022 年皮张价格将迎来稳步上扬。

当然，在这个过程中，行业还会面临非常困难的情况，防范资金链风险、做强产品和拓展销售渠道将会是未来两年的重中之重。

如果全球经济不发生重大波动或者不可抗力事件，保守估计市场将用 2020 和 2021 年两年时间消化掉五年来的库存，供需关系将回到可持续发展的轨道上来，2022 年皮张价格将迎来稳步上扬。

第 37 届 IULTCS 大会将于 2023 年在中国成都召开

文 / 梁 玮

陈占光秘书长发言

2019 年 6 月 29 日，在第 35 届 IULTCS 大会的闭幕式上，大会主办方正式宣布，中国获得第 37 届 IULTCS 大会主办权，2023 年第 37 届 IULTCS 大会将在中国成都举办。

今年上半年，中国皮革协会代表中国皮革行业正式向 IULTCS 提出第 37 届 IULTCS 大会在中国四川成都举办，并做了一系列申办大会的准备工作。6 月 25 日召开了第 35 届 IULTCS 大会执委会会议，会议的重要内容之一是讨论并确定了第 37 届 IULTCS 大会的主办权归属。中国皮革协会秘书长陈占光、四川大学教授陈武勇代表中国参加了此次执委会会议，陈述了中国皮革行业的发展情况以及科技对行业的重要性，并介绍了成都以及四川大学的相关情况。经过表决，执委会委员一致同意第 37 届 IULTCS 大会在中国成都举办。在大会闭幕式上，中国皮革协会秘书长代表第 37 届 IULTCS 大会承办国发言，他表示：“首先衷心地感谢 IULTCS 各会员对我们的支持，一致同意将这个全球皮革行业最重要的会议放到中国成都举办。这也是继 2009 年会议在中国北京召开以来，第二次在中国举办。在随后的几年时间里，中国皮革协会将联合四川大学、其他科研院校，以及整个中国皮革行业，竭尽所能保证该会议成功举办并富有成果。最后，我代表中国皮革行业衷心欢迎全球皮革行业同仁届时莅临中国成都——中国最美丽、最时尚的城市之一，交流科技发展，感受中国文化，享受成都美食。”

让我们共同期待，2023 年，全球皮革科技最高级别的盛会——IULTCS 大会再次来到中国；让我们共同期待，2023 年，相聚成都，见证科技带给皮革产业的力量和改变！

第 12 届亚洲皮革科学与技术会议将于 2022 年在新西兰举办

文 / 梁 玮

亚洲国际皮革科学与技术会议作为亚洲皮革科技界的重要活动，已发展成为 IULTCS 重要的地区会议，为全球皮革科技的进步贡献着重要力量。

在 6 月 26~28 日德国德累斯顿举办的第 34 届 IULTCS 大会期间，经过会议讨论，确定第 12 届亚洲皮革科学与技术会议将在新西兰举办，这也是亚洲皮革科技会议自举办以来又产生一个新的举办方。此前，会议已经在中国、韩国、印度、中国台湾举办。

据主办方介绍，新西兰非常郑重地向 IULTCS 大会组委会提出，申请作为第 12 届亚洲皮革科学与技术会议承办国，并做好了充分的准备，当地政府对此也十分支持。新西兰皮革和制鞋协会将承办此次会议，他们对此充满信心，并且热忱地邀请全球皮革科技精英和业界人士 2022 年在新西兰相聚。

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（一）

文/赵立国　图/梁 玮

作为全球皮革行业最高层级的皮革科技大会——第35届国际皮革工艺师与化学家协会联合会（IULTCS）大会的举办受到全球皮革行业的瞩目。2019年6月25-28日，大会在德国德累斯顿召开。在此次会议上，口头演讲、快速演讲、海报张贴论文、装备技术论坛受到关注，其丰富的内容和新颖活泼的形式让大家在这场皮革科技的盛宴中收获颇丰。大会主要涵盖了皮革基础理论研究、新材料、新技术、新工艺、安全健康、先进机械装备、未来可持续发展理念和思路等方面的课题，经过梳理，本刊特别从口头演讲、快速演讲、装备技术论坛中摘编了一些精华内容，以飨读者。

1 基础理论研究

1.1 从宏观到纳米的尺度看胶原蛋白的稳定性

由动物皮鞣制加工制成的皮革具有较好的柔软度和耐用性，被广泛用于制作家居和个人用品。然而，受环境、使用等因素的影响导致产品受到不同程度的磨损，成为普通消费者越来越关注的主要问题。

动物生皮由柔软的胶原结缔组织构成，胶原最重要的功能是力学性能——承受作用于皮革材料上的负荷。来自新加坡纽卡斯尔研究与创新学院的K.L.Goh关于结缔组织中胶原力学的最新研究结果有助于帮助结构生物学家对其功能意义的充分理解。

现阶段，在人体中已经鉴定出28种不同类型的胶原蛋白，其中约90%是Ⅰ型胶原蛋白。大多数类型的胶原蛋白参与高阶组装，如网状纤维、单纤维、微纤维、原纤维、纤维/纤维束等，共同形成了从分子水平到宏观水平的层次结构。充分了解胶原蛋白在结缔组织中的功能意义可以指导新技术的发展，例如皮革的设计和生产。对结缔组织中的胶原纤维状结构（像嵌入水合基质）的传统认识类似于工程纤维增强复合材料，如碳纤维增强聚合物复合材料。作用于结缔组织外部载荷的宏观应力应变响应与纤维复合行为一致。K.L.Goh的研究提出了支撑结缔组织的层次结构的结构－力学框架，来解释结缔组织的这种机械响应。通过整合特定结缔组织的不同层次的模型，以便更好地理解结缔组织的宏观性质。该框架作为一种实际的表征，用于指导进一步的研究，特别是探索缺少（或没有）数据的假设，并使揭示其特性成为可能。K.L.Goh还介绍了未来研究结缔组织中胶原蛋白的前景和挑战。

1.2 美国牛皮中的细绒毛问题

细绒毛是美国牛皮产品最大的季节性挑战。细绒毛问题的源头、发生的时间和严重程度很难被预料，而且每年变化多端。当秋天过渡到冬天的时候，更低的温度会引发毛生长周期的季节性变化。相应的，牛毛的数量会变多，长度及厚度会变大。这是个历史久远的问题，并且由于皮革生产工艺流程和养牛条件的变化及牛品种的多样性使这个问题变得更加严重。同时，毛被的厚度和脂肪的数量也起着非常重要的作用。这个问题的严重

程度还没有被记录在案，学术界也没有很充分地了解这个问题。蓝湿革和成品革上出现细绒毛，也就是残留的毛被是皮革等级降低的原因之一。如果蓝湿革上出现细绒毛，那么在后序工序涂饰或坯革整饰中细绒毛是不能被去除的。不过某些类型的皮革可以存在部分的细绒毛。

美国的 L. A. Zugno 等人通过横切切片、染色及光学电子显微镜的观察，测定了毛的长度和皮板中毛的深度，对美国牛皮的原料皮、蓝湿皮和成品革上的细绒毛进行了科学评估，比较了冬季原料皮的碱法脱毛和氧化法脱毛，通过横切切片表征并展现了细毛的细节，并且给最小化问题提供了指导性措施。

来自美国最大的蓝湿革制造商和四家皮革厂的信息给细绒毛的季节性，牛的品种类型及牛活动的温度范围提供了参考，并探讨了“冬季”时间控制细绒毛所需的适应性变化。

1.3 用于环境友好型皮革制品生产的生物技术

皮革行业一直面临着降低环境污染的挑战，例如使用污染性较小的化学品生产具有生物降解性的环保产品。传统的脱毛工艺会消耗大量的石灰和硫化钠，这会带来严重的废物处理问题。与此同时，残留在皮革制品中的挥发性有机硫化合物会产生令人不快的气味并且导致室内空气质量恶化。此外，传统的皮革生产也产生鞣制污染物，且不易被微生物降解。

新西兰皮革和鞋业研究协会（LASRA）的 J. Y. Liu 介绍了 LASRA 进行的一项研究，将生物技术应用于帮助新西兰皮革工业开发环境可持续的皮革工艺，用微生物酶替代危险化学品进行生产。通过使用 16S rRNA 基因测序技术，从皮革工业环境中分离和鉴定了许多本土细菌，并用于开发良性皮革加工技术。研究发现一种短食单胞菌属的菌株在制革污泥中具有显著且有益的蛋白水解活性。该菌株不仅显示胶原酶活性，而且还具有将六价铬还原为三价铬的能力，使其成为鞣制废物生物降解的理想候选物。研究人员还分离并鉴定了几种来自皮革厂使用过的生物过滤器中的芽孢杆菌属的菌株，其表现出硫化物氧化活性，适用于皮革产品排放的挥发性有机硫化合物的生物降解。近期，研究人员重新审视了未经处理的毛皮降解的天然自溶过程，以指导开发自然脱毛无需额外化学处理的方法。表征结果显示，毛皮上的细菌表现出的碱性蛋白酶活性致使毛皮发生降解。研究发现，在对照实验中，羊毛可以在 2 天后从毛囊中完全除去，并且对皮板没有明显的损伤。与常规工艺加工的对照样相比，皮革的感官和机械性能相当。通过揭示的机理表明——可以控制自然脱毛，并且在一定范围内变得更加可靠和可重复。目前的工作重点是开发固态发酵方法，使用皮料和皮革废料作为培养基，生产所需的酶，使生物制革生产实用和可重复。

1.4 对盐腌牛皮“红斑”缺陷的微生物鉴别

“红斑”是一个专业术语，用于描述盐腌皮上由微生物形成的大面积红色 / 粉红色的菌落。受到红斑影响的皮坯有明显的缺陷，很难再用于生产。但是，这种污染为什么只发生在皮张表面的原因仍然不清楚。以前的研究工作主要集中于从腌制盐中分离出的色素嗜盐菌（喜盐微生物），并把这种菌作为主要元凶。然而，仍未指明致病因子具体是什么。

新西兰梅西大学基础科学学院的 S. Grace 介绍了相关研究情况，为了可以更好地了解无色素微生物、原生态微生物对生皮的作用，通过研究生长在未经处理的牛皮、腌制盐、未受影响的盐腌牛皮和受到红斑影响的盐腌皮上的微生物菌落，来发现与红斑缺陷相关的微生物因素。该项目旨在同时用依赖培养基和不依赖培养基的方法确定这些微生物菌落。微生物鉴定方法侧重于标记基因的扩增和测序，这与仅限于表型分析的早期工作形成对比。16S 核糖体 RNA 基因标记用于鉴定细菌和古生菌的成员，真菌核糖体 RNA 操纵子的 18S 和 ITS2 区域用于检测真菌。因美纳（Illumina）公司 MiSeq 平台的宏基因组扩增子测序使用这些相同的标记来确定分类组成和相对丰度。经过筛选的腌制盐培养基供微生物生长，培养的初步结果确定了优势菌株。与早期的细菌培养研究相一致，这些菌株主要是通过标记基因测序确定，主要是嗜盐古生菌家族有色的、高度耐盐的嗜盐古菌成员。然而，与最近在食品保鲜技术方面的工作相一致，极端嗜盐古菌属中嗜盐古菌的无色素分离株和色盐杆菌属的

无色素分离株也被发现了。还发现无色素的、生长快的、耐盐的、能水解蛋白的微生物很容易在受到红斑影响的生皮中培养出来，大多数分离物通过标记基因测序鉴定为细菌嗜盐假单胞菌或 Salicola。为了确定引起红斑的微生物，未来的工作将重点筛选最可能造成红斑相关损害的、具有胞外酶活性的菌株。无菌盐腌皮样品将接种选定的单个菌种和多种菌种组合，然后使用共聚焦显微镜检查红斑相关损伤的重现性。

1.5 取代度对双醛羧甲基纤维素钠的结构与鞣制性能的影响

以可再生生物质为原料开发新型鞣剂，是实现可持续的皮革工业的有效途径。四川大学制革清洁技术国家工程实验室、教育部皮革化学与工程重点实验室的易玉丹等人对取代度对双醛羧甲基纤维素钠的结构与鞣制性能的影响进行了研究。采用高碘酸钠对取代度（DS）分别为 0.7、0.9、1.2 的羧甲基纤维素钠（CMC）进行氧化，制备了一系列双醛羧甲基纤维素钠（DCMC），并对其结构进行了分析。尺寸排阻色谱测定结果表明，CMC 在高碘酸盐氧化过程中发生了剧烈的降解反应，重均相对分子质量从 250000 g/mol 下降到 13000 g/mol 左右。核磁共振氢谱和红外光谱分析证实了 DCMC 中含有醛基。当 DS 从 0.7 升高至 1.2 时，DCMC 的醛基含量由 8.38mmol/g 下降到 2.95mmol/g。值得注意的是，DCMC 中含有甲醛，当 DS 分别为 0.7、0.9 和 1.2 时，DCMC 中甲醛含量分别为 3.45 mg/g、2.99 mg/g 和 2.18 mg/g。高效液相色谱分析证实，CMC 在氧化降解过程中生成了葡萄糖和果糖，它们随后氧化产生了甲醛。鞣制试验结果显示，DCMC 鞣革的收缩温度和增厚率随 DS 的增大而降低，其原因应是 DCMC 醛基含量的差异。DCMC- 0.7（DS 为 0.7）鞣革收缩温度最高，为 81℃，增厚率为 76%。该研究可为新型鞣制材料和工艺的开发提供参考。

1.6 利用平菇（PLEUROTUS OSTREATUS）降低皮革工业含铬废料中铬含量的研究

在皮革工业中，蓝湿革加工过程中经过削匀产生的含铬废屑是皮革工业造成环境污染的物质之一。大多数时候，这些废物可能被填埋，从而造成严重的环境污染。

土耳其爱琴海大学皮革工程系 E. E. E. Bayramoglu 介绍了一项研究成果，通过对平菇（Pleurotus ostreatus）的利用来降解含铬废屑中的 Cr，防止蓝湿革削匀屑中的铬被氧化成 Cr (VI)。将蓝湿革削匀屑按照 0.5%、1%、1.5%和 2%剂量比加入到平菇生长培养基中。在平菇长成以后，用实验室内部方法（ICP- MS 法）测试了培养基中 Cr 的消耗量和被平菇吸收的 Cr 的总量。

2 新技术

2.1 对硫化物脱毛机理的再思考

在制革工艺中，通常将原料皮或生皮浸泡于石灰和硫化物中进行脱毛。在以往的文献报道中指出，不同的 pH 条件下，硫化物可能以 H_2S（pH<6）、HS-（6<pH<12）或者 S^{2-}（pH>12）三种形式存在于水中。

硫化物脱毛的基本机理是硫化物能够使角蛋白中的胱氨酸双硫键发生断裂。并且，只有在 pH 大于 12 时，存在有 S^{2-}，脱毛过程才能够有效地发生。

英国北安普敦大学皮革技术创新学院的 W. R. Wise 等人对硫化物脱毛机理提出了新的见解，这对皮革科学与工业的发展具有十分重要的意义。

最近研究表明，在任何的 pH 条件下水溶液中都不可能产生 S^{2-}。研究人员往 Na_2S 溶液中加入高浓度的 NaOH 和 CsOH，在拉曼光谱中却没有观察到 S^{2-} 的存在。并且经估算得到脱去第二个氢的解离常数为 19，此时的 S^{2-} 的浓度低到可以忽略不计。

由于现有的硫化物脱毛机理与实际证实的水中硫化物的存在形式有着明显的矛盾，针对现阶段硫化物脱毛过程的重要性，W. R. Wise 结合现有的研究成果提出了可能的替代机制。

2.2 现代脱毛技术有效控制准备工段中硫化氢的释放

硫化氢 (H_2S) 气体具有难闻的气味和一定的毒性，硫化氢的释放一直是制革工业中亟待解决的问题，目前仅仅得以减少其释放，但并没有得到彻底的消除。在保持制革工艺的实用性和经济可行性的同时，彻底消除制革厂产生的 H_2S 仍然是一个巨大挑战。目前，基于选择性浸水和特定酶浸灰助剂的低硫化物脱毛体系的研究，已经取得了重大进展。这些体系

使硫化钠的用量从皮重的 2.5% 减少到 1%。这些低含量硫化物能够减少硫化氢从浸灰液和后续皮革加工过程中的硫化物释放到环境中。总体而言，H_2S 的释放问题虽然并未被完全消除，但这些技术可显著减少 H_2S 的释放量。瑞士 TFL 皮革技术公司的 C.Gabagnou 介绍了如何通过结合使用低还原剂含量的更高效脱毛技术、有机硫化物代替无机硫化物技术和加入 H_2S 清除剂技术，进而有效地控制在鞣前准备工段中硫化氢的释放。

在该技术的进一步发展中，利用有机硫化物部分或完全替代那些已有的低含量硫化物，这样在操作过程中，就可以使硫化物含量远低于皮重的 1%，甚至完全不含无机硫化物，有利于废水的处理。

单独使用 H_2S 清除剂或与有机硫化合物结合使用，可减少或消除硫化氢从浸灰液中释放。目前 H_2S 清除剂种类较多，但由于技术和经济原因的限制，用于制革工业中的 H_2S 清除剂种类可选择的范围不广。

2.3 可持续皮革加工中的新型防腐－脱毛工艺

防腐保存是防止生皮在运输和储存过程中变质的重要步骤。常规的防腐工艺大多是通过使用盐 (NaCl) 来降低生皮的含水量实现的。在防腐过程中，盐的使用导致大量污染盐及总溶解固体 (TDS) 的产生，并且消耗了大量后续回水所需的水。另一方面，石灰－硫化钠还原法是生皮脱毛的常用方法。该过程产生了大量的石灰污泥，而且可能生成有毒的硫化氢气体，这使得工作环境变得更加危险。为了替代盐和硫化物，已分别开发出几种防腐和脱毛工艺的替代技术。然而，在中性 pH 条件下，具有双重功能（如防腐和脱毛作用）的单一化合物目前还未被研究。

印度中央皮革研究所的 R. R. Jonnalagadda 介绍了一种既有防腐性又具有脱毛潜力的新型工艺，将其用于生皮，结果发现该工艺可使生皮在周围环境中保存长达 6 个月而不脱水。在碱性材料松散纤维的过程中，加入低浓度的硫化物使生皮脱毛更完全，其强度和感官特性与盐腌皮相当。新型工艺完全消除了盐的使用并减少了 75%硫化物的使用，并且减少了浸水所需的水量和浸水时间。此外，新型工艺体系还降低了从浸水和脱毛过程中产生的 85%污染负荷。

2.4 使用 KCl 和 LiBr/[AMIm]Cl 辅助中性蛋白酶脱毛及打开胶原纤维束

目前，制革污染问题引起了世界各国的普遍关注，特别是采用硫化钠 / 氢氧化钙体系脱毛及浸灰。郑州大学材料科学与工程学院的刘辉等人用中性蛋白酶与 KCl、LiBr/[AMIm]Cl 联用来代替传统硫化钠/氢氧化钙体系，用于脱毛及分散裸皮胶原纤维束。中性蛋白酶脱毛过程中，加入适量氯化钾，可加快脱毛速率，同时减缓中性蛋白酶对裸皮粒面层的破坏。研究人员设计了四种脱毛及打开皮胶原纤维束的工艺：①用 KCl/ 中性蛋白酶脱毛，然后用 LiBr/[AMIm]Cl 打开胶原纤维束；②用中性蛋白酶脱毛，然后用 LiBr/[AMIm]Cl 打开胶原纤维束；③用中性蛋白酶脱毛，并加入 LiBr/[AMIm]Cl 打开胶原纤维束；④用中性蛋白酶 /KCl 脱毛，并加入溴化锂 / [AMIm]Cl打开胶原纤维束。结果表明，从脱毛和打开胶原纤维束的效果上看，以上方法均优于传统打开胶原纤维束工艺，特别是采用工艺①打开胶原纤维束的效果最好。

2.5 采用 Mg-Al 和 Zn-Al 层状双氢氧化物吸附去除水溶液中的硫酸根、磷酸根和氯离子的研究

南巴西联邦大学化学工程系皮革与环境研究实验室的 M. Gutterres 等人研究了制革废水的不同处理工艺，研究了 Mg-Al 和 Zn-Al 层状双氢氧化物对氯离子、硫酸根和磷酸根的吸附性能。研究采用可变 pH 共沉淀法在半间歇体系中合成 Mg-Al 和 Zn-Al 层状双氢氧化物，采用 XRD、BET、TGDTA 和 FTIR 对制备的材料进行了表征。

研究人员分别在 100mg / L 的 NaCl、K_2SO_4 和 KH_2PO_4 中进行了氯离子、硫酸根和磷酸根的吸附实验。通过将 10mL 溶液与 1g / L 吸附剂混合 5 小时，对每种阴离子物质分别进行实验。在恒温振荡器上以 200rpm 和室温 25℃进行吸附实验。研究还分析了共存阴离子对吸附容量的影响。离子吸附后，通过离子色谱法测量氯离子、硫酸根和磷酸根的浓度。结果显示，对于硫酸根和磷酸根，Mg- Al 层状双氢氧化物的去除率分别为 24% 和 51%，而氯离子未从溶液中除去。对于吸附剂 Zn- Al 层状双氢氧化物，

硫酸根、磷酸根和氯离子的去除率分别达到12.76%、69.07%和6.34%。

通过批量研究发现，吸附法具有选择性强、操作简单、再生动力快、吸附能力强等优点，是一种很有前途的吸附技术。两种吸附剂对磷酸根的去除率均较好。因此，Mg-Al 和 Zn-Al LDHs（层状双氢氧化物）可作为工业废水中去除磷酸根的有效吸附剂。

2.6 微波辐照对铬鞣过程和铬鞣革性能的影响

在制革过程中，微波辐照的热效应和非热效应，尤其是非热效应会增强皮革化工材料与胶原蛋白的结合。已有研究表明，在微波辐照下完成鞣制的皮革具有更好的热稳定性，然而还缺乏微波辐照对鞣制过程和皮革性能影响的研究。

为了说明微波辐照对铬鞣过程的影响，四川大学制革清洁技术国家工程实验室的张金伟博士介绍了相关研究情况。浸酸裸皮经过 6h 鞣制作为渗透过程，再进行 4h 提碱作为固定过程，在微波辐照下进行的鞣制作为实验样（MW），相同条件下在水浴加热中进行的鞣制为对照样（WB）。通过使用 UV- Vis、ICP- OES 和 pH 计测定鞣制过程中鞣液的变化，同时，收缩温度仪、DSC、TG、FT-IR、SEM、XRD 和 XPS 用于表征鞣制后微波实验样和水浴对照样皮革结构和性质的差异。研究结果表明，微波辐照加快了铬鞣剂的渗透速度，并进一步促进了铬配合物的水解和配聚。微波辐照增强了鞣制效果，使皮革具有更好的热稳定性和耐热分解能力，然而皮革的胶原层级结构，包括三股螺旋结构，以及胶原与铬的结合机理均未发生变化。总之，微波辐照对加速铬鞣过程和提高鞣制效果具有积极作用，并且不会破坏皮革结构。因此，微波辐照可以加快鞣制速度、提高鞣制效果，在实现铬鞣清洁化和可持续化方面具有潜在的应用价值。

2.7 树枝状－线性聚合物 PAMAM-Si 的合成及在皮革加脂中的应用

由皮革加工制造引起的环境污染问题是皮革工业发展中亟需解决的问题。使用生态、高效、多功能的皮革化学品可减少制革操作工序、提高化学品利用率、降低制革消耗能源、减小环境压力并提升革制品品质。陕西科技大学孙思薇等人将聚硅氧烷改性树枝状聚合物（PAMAM）的产物树枝状－线性聚合物 PAMAM- Si 1G 和 PAMAM- Si 2G 应用于皮革加脂过程，之后通过 EDS、SEM、XRD、TG 和水洗实验对产物的乳液性能、加脂性能以及加脂机理进行了研究。结果表明，树枝状－线性聚合物（PAMAM- Si）为弱碱性物质，且具有较高的乳液稳定性。PAMAM-Si 1G 和 PAMAM-Si 2G 的平均粒径分别为 35.78 nm 和 26.73 nm。它们能显著提高皮革的柔软度、收缩温度和物理机械性能。其中，PAMAM-Si 1G 和 PAMAM-Si 2G 加脂后革的柔软度分别提高了 115.6% 和 104.7%。PAMAM- Si 2G 加脂后革的收缩温度提高了 2.9 ℃。PAMAM- Si 1G 和 PAMAM-Si 2G 加脂后革的断裂伸长率分别提高了 38.6% 和 32.4%。同时，PAMAM-Si 不仅可以增加胶原纤维间距和无序度，还可以与胶原纤维以氢键、离子键、少量的物理吸附和共价键的形式结合。

3.1 生物质基聚合物：一种可持续的皮革化工材料

来自意大利的 V. Beghetto 介绍了 LIFE BIOPOL 欧洲项目中开发的一种新型生物质基聚合物，LIFE BIOPOL 项目的目的是加强对皮革和工农业不同生物质基衍生副产品的回收和再利用，用以生产具有高复鞣和加脂特性的环保可再生生物基聚合物，旨在取代传统的复鞣和加脂产品，减少对环境的影响，提高皮革的安全性。

LIFE BIOPOL 项目旨在制造生物质基聚合物，以减少复鞣阶段的污染因素：20%~30% 的 COD、50%~60% 的无机盐（硫酸盐以及氯化物）、90% 的 Cr（Ⅲ）盐、20% 的皮革加工用水。

LIFE BIOPOL 项目的其他重要目标是：

——与传统的皮革应用技术相比，减少 70%~90% 常规化学品中的环境污染物质，增加 30%~40% 的生物质基聚合物在皮革中的应用；

——减少 70%~80% 与最新技术相关的新生物质基聚合物的产品环境足迹。

研究人员设计了几种方案来实现生物质基聚合物的合成，并进行了试

验。通过对植物生物组分和鞣革副产物进行预处理，获得适合于生物质基聚合物生产的基础产物，并取得了这些生物质基聚合物的分子量和化学组成等重要参数，给出了生物质基聚合物特征描述，这些特征参数对生物质基聚合物的合成方法和实际应用具有指导意义。通过在不同类型皮革上的应用，研究人员考察了新型生物质基聚合物的性能，并与传统制革材料进行了比较。通过复鞣和加脂的对比分析，评估了制革过程中新产品的效益。

升级后的生物质基聚合物生产将在一个新设计的样板工厂内进行，该工厂是为大规模生产生物质基聚合物而专门设计和建造的。

3.2 木质素改性酚醛树脂——生物质产品发展的先驱者

为了推进皮革制造工艺流程的可持续发展以及促进皮革产业链的价值提升，荷兰的 Smit & zoon 公司在 2016 年通过生物质创新平台开始了自己的新产品设计，Smit & zoon 公司的马玉洁小姐介绍了相关情况。在开始这个项目前，人们一直在寻找几个关键问题的答案：什么是生物质？什么是可再生？用什么词汇和方式来定义生物质平台中的生物质？什么是可生物降解？目前已有产品在这些方面表现如何？人们对未来产品的愿景是什么？在回答这些问题的过程中，Smit & zoon 公司以“可持续发展”（C2C) 产品认证标准为指导，利用材料资源化评价（MRS）这一理念来深入了解皮革化学品的配方和对环境的影响，并将其作为新一代生物质化学品设计的基础。以下三个方面奠定了生物质平台当前研发的基调：①增加现有产品可再生组分的比例；②从材料的生物来源实现工业化的智能增值；③提高皮革化学品的可生物降解性。与此同时，还需要在成本、可持续性和性能之间找到适当的平衡点。此外，废弃皮革制品的处理也需要得到关注。这个策略的首批成果之一就是多酚合成鞣剂，其中工业木质素部分替代了用于传统多酚复鞣剂生产的苯酚（40~50 w/w%），100% 替代了复鞣剂中的石油基多酚。这项创新性的技术对于大多数不同来源（软/硬木、草、秸秆）的工业木质素（纤维、小苏打、溶剂、水解）都有较好的兼容性。制备所得的多酚产品具有较好的鞣制能力并且可用于各种类型皮革的复鞣，可赋予皮革良好的手感。通过增加生物质组分含量这一措施提高了产品的附加值和可生物降解性，因此产品具有更高的 MRS 分值。这些产品所提高的可生物降解性有助于降低制革废水处理的负荷。此外，这些产品还可以进行定制，以满足低排放（低游离苯酚、低游离甲醛）的要求。除了基于木质素的聚合物之外，生物质平台还有许多快速发展的项目组合。面向 2025 年，Smit & zoon 公司正迈着稳健的步伐迎接可持续发展的皮革产业链。

3.3 丙烯酸树脂在白湿皮中的应用研究

在复鞣阶段，由于丙烯酸树脂对铬有很高的结合配位能力使得皮革具有优异的性能，因此，丙烯酸树脂得到了大量的应用，正是由于这种羧基与铬的强配位相互作用，当丙烯酸树脂用在铬鞣阶段，可以赋予皮革很高的丰满度。

丙烯酸树脂在蓝湿革中的应用已有大量的研究，其中一项研究是丙烯酸树脂单体种类和分子量的不同对皮革性能带来的影响。然而，在白湿皮加工过程中的浸酸鞣制阶段添加丙烯酸树脂会对皮革性能产生怎样的影响？在这方面的研究则很少。

德国克罗莫公司（CROMOGENIA UNITS）皮革应用实验室的 O. Ballus 等人选择了 9 种不同单体和分子量的合成树脂进行了研究。

选用经过剖层的 3.5mm 厚的西班牙裸皮，将皮沿着背脊线剪开，左半侧皮采用标准工艺，右半侧皮采用相同的工艺并添加丙烯酸树脂，树脂的添加次序在浴液加盐之后以及加酸之前。

加入甲酸、硫酸之前和之后分别测定化学需氧量（COD）和收缩温度，并且对鞣制之后皮革的洁白度进行评估。通过标准工艺对皮进行复鞣和加脂，评估其柔软度、厚度、色牢度及感官性能（蓬松度、紧实度、粒面紧实度），评估其收缩温度，通过电子显微镜（SEM）对皮革切片进行观察。

虽然丙烯酸树脂不能提高收缩温度，但是它可以填充在皮胶原纤维之间；浸酸之后可以大幅度降低 COD 值。该研究表明，均聚丙烯酸树脂使皮革更加的丰满和蓬松，而其他树脂并没有改善皮革的物理和感官性能。

推行绿色制造技术是制革行业绿色升级必由之路

Promoting green manufacturing technology is the only way to the green upgrading of the tanning industry

李闻欣[1]，强西怀[1]，章川波[1]， 张壮斗[2]
（1. 陕西科技大学轻工科学与工程学院，陕西西安 710021；2. 宝斯卡化工有限公司，河南商丘 476000）
(1.College of Bioresources Chemical and Materials Engineering, Shaanxi University of Science and Technology, Xi’an 710021, China; 2.BIOSK Chemicals Co., Ltd., Shangqiu 476000 , China)

摘要： 日趋严格的环保要求倒逼制革业寻求转型和突围之路，在“路线图”的方向引导下，通过分析废液封闭循环利用技术与传统生产技术的投入与产出数据，废液封闭循环技术具有明显的节能减排优势，是制革企业在新形势下生存和持续发展的必由之路。

Abstract: Increasengly stringent environmental requirements reversed transmission tanning industry to seek road of the transformation and breakthrough.Under the direction of "road map", through the analysis of waste liquor close recycle technology and the traditional production technology of input and output data,waste liquor close recycle technology has the outstanding advantages of energy conservation and emissions reduction, is a leather enterprise under the new situation the only way for survival and sustainable development.

关键词： 绿色制造 制革行业 转型升级

Keywords: Green manufacturing, Leather industry, Transformation and upgrading

收稿日期：2019-08-16
第一作者简介：李闻欣（1968-），女，博士，副教授，liwx@sust.edu.cn，主要从事制革清洁生产与环保技术研究

绿色发展是国际大趋势，日趋严格的环境与资源的约束，使绿色制造技术显得越来越重要。当前，一股“绿色浪潮”已经在世界掀起，绿色制造技术水平直接影响、甚至在某些阶段直接决定着生态文明建设的成效。我国 2018 年 6 月 16 日出台《中共中央国务院关于全面加强生态环境保护坚决打好污染防治攻坚战的意见》中指出:“必须坚持和贯彻绿色发展理念，平衡和处理好发展与保护的关系，推动形成绿色发展方式，坚定不移走生产发展、生活富裕、生态良好的文明发展道路。”推行绿色制造技术，已成为一个国家可持续发展的必由之路。

随着我国社会经济的快速发展以及国家环保力度的不断加大，我国制革行业的环保意识不断增强，行业治污水平和清洁生产较强，行业治污水平和清洁生产水平得到显著提高[1]，制革作为皮革产业链的基础，其工艺过程能否进行绿色化加工，将污染消除在生产过程中，对皮革行业的健康发展起到重要的支撑作用，已经成为制革工业能否持续发展的决定因素。

1. 环保增压带来新机遇，制革企业寻求突围之路

在绿色发展的大背景下，环保政策始终保持高压态势，传统皮革加工业自然首当其冲成为整治对象。特别是新《环境保护法》正式施行，很多中小皮革企业因环保不达标被淘汰出局。越来越严格的环保问题，给皮革行业带来压力,《水污染防治行动计划》出台后，2016 年底全部取缔不符合国家产业政策的小型造纸、制革、印染、燃料等严重污染水环境的生产项目。治污成本高涨，让以牺牲环境换取经济效益的发展模式不再可行。业内人士指出，皮革产业要实现转型升级，要“换脑袋”和“换内容”。所谓“换脑袋”是指转变行业发展的理念；“换内容”则包含了整个产业链的重新整合和提升。环保政策高压，正可以倒逼产业寻求转型，寻求突围之路，实现可持续、高质量增长。

2.“路线图”引导产业发展方向

改革开放以来，我国制革行业迅速发展，已成为世界公认的制革大国，并且正在努力向皮革强国迈进，但就我国制革行业现状而言，仍处于技术更新和产品升级阶段，与日益严格的环保要求相比，节水减排的工艺水平和装备水平显得比较滞后[2]。因此，制革行业迫切需要制定一个从操作层面上可前瞻性引导行业节水减排的系统文件，“路线图”全称为《制革行业节水减排技术路线图》，由中国工程院院士、四川大学石碧教授担任编制组组长，中国皮革协会技术专业委员会主任、陕西科技大学校长马建中教授担任副组长，集全行业之力，从推动我国从制革大国向制革强国迈进的战略高度，在广泛调研国内外制革行业技术发展状况的基础上，甄选符合行业实际需求、可操作性强的技术工艺；在科学分析的基础上，明确行业未来 5~10 年的节水减排目标，以及配套的技术路线图，同时描绘出了配套的技术路线图。据了解，为了保证及时反映不同时期我国制革行业的发展水平，“路线图”原则上每 3 年修订一次。

“路线图”首先明确了 3 大支撑技术，分别从源头控制、节水、末端治理等 3 大方面入手，实现节水减排目标，每一大支撑技术里面又包含了多项具体的技术。《制革行业节水减排技术发展路线图》的发布，为我国制革行业由大变强起到重要作用，也是指引制革行业发展的一盏明灯。

3. 废液封闭循环利用技术节能减排的各项指标分析

我国制革业面临环境保护和节能减排的巨大挑战。制革工业的污染主要产生于制革过程。我国现有规模以上制革企业 600 多家，每年排放污水 1.2 亿吨（约为全国工业排放废水的 0.5%），其中含 COD2 万吨（约为全国工业排放 COD 的 5%），硫化物 1 万吨，悬浮物 15 万吨。制革废水几乎全部来自制革湿加工过程，废水污染物种类多、成分复杂、浓度高、色度高，水污染问题成为制约制革工业发展的瓶颈。随着环保法规愈加严格，标准要求不断提高，制革企业面对环保压力举步维艰，其中制革加工过程中鞣前处理以及鞣制工序，特别是制革浸灰和铬鞣操作的废液污染程度在制革加工全程首当其冲，被列为重点监控对象，一般企业基本都是对这两个过程污染采取分流分隔单独处理，而且难度和成本相对较高。就处理水平来说，与国际先进水平还有一

定差距。

对于这一严峻的环境问题，“宝斯卡”公司开发了制革废液的封闭循环利用技术，制革废液循环利用技术与传统的清洁生产技术不同，该技术不需要对制革废液进行复杂的处理，经过粗虑后可直接进行循环利用，这一技术可以从源头降低制革过程污染程度，减少制革废水治理难度与成本。废液再用，惠及行业，可以大量节约水资源，节约各种化料，从而降低制革成本，减少污染物排放，提高成品革的经济效益以及环境效益[3,4]。其工艺流程示意图如图 1-1、1-2。

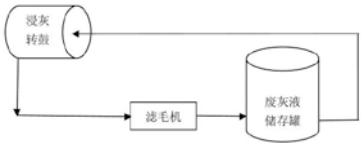


图 1-1 浸灰工序废液循环工艺示意图

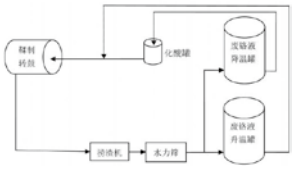


图 1-2 铬鞣工序废液循环工艺示意图

经过多次研究，循环工艺可以从几个方面节能减排，且循环次数不低于 30 次。

以实际应用循环工艺技术的国内一制革厂为例，对常规工艺与循环工艺进行多方面对比分析。

3.1 脱毛浸灰工序单次加工基本材料的理论用量对比（表 1）

3.2 浸酸铬鞣工序单次加工基本材料的理论用量对比（表 2）

表 1 脱毛浸灰工艺基本材料用量对比

浸灰工艺	硫化钠	硫氢化钠	石灰	膨胀剂	处理剂 L	水
常规工艺	1.2%	1.0%	4%	0.7%	-	200%
循环工艺	0.7%	0.7%	2.5%	0.4%	0.3%	40%（补水）

表 2 浸酸铬鞣工艺基本材料用量对比

铬鞣工艺	工业食盐	硫酸（96%）	甲酸（85%）	铬粉	提碱剂	防霉剂	处理剂 D	水
常规工艺	10%	1.1%	0.5%	6.5%	0.45%	0.2%	-	100%
循环工艺	3%	1.2%	0.5%	5.5%	0.45%	0.2%	0.16%	0

说明：（1）循环工艺开始用的铬鞣废液进行浸酸，铬鞣后期扩液也用废铬鞣液。浸酸结束时常规工艺查 pH2.8~3.0，循环工艺查 pH2.4~2.6；铬鞣结束时常规工艺查 pH3.8~4.0，循环工艺查 pH3.4~3.6。

（2）现在皮革厂基本都是采用节水工艺，正常工艺都是浸酸开始液比控制在 0.4 左右（不含软化皮以及鼓中残余水），在后期补水 60% 左右。

3.3 宝斯卡循环工艺体系节水总量推算

节水量按照日加工牛盐湿皮 1 吨计：

浸灰工序中常规工艺耗水 2000kg/ 日，循环工艺耗水 400kg/ 日，节水 1600kg/ 日；

铬鞣工序中常规工艺耗水 1000kg/ 日，循环工艺耗水 0，节水约 1000kg/ 日；

两项工序合计节水 2600kg/ 日，一个月节水总计 30×2600kg（78 吨）；一年（生产按 300 天，10 个月计）加工盐湿皮量为：300 吨；一年节水：10×78 吨 =780 吨。

3.4 循环工艺减排水处理费用节资分析

（1）浸灰废液处理单月经济成本估算

图 2 典型制革企业污水处理工艺流程图

以图 2 典型制革企业污水处理工艺为例，排放标准执行《GB30486-2013 制革及毛皮加工工业水污染物排放标准》。污水厂综合废水处理运行过程中产生的费用主要为动力设备电费、药剂费、污泥处置费等，平均处理成本为 8.5 元 /t。灰液占全流程制革产生废水中 TN 和 COD 的负荷分别为 30% 和 50%，使用保毛脱毛灰液循环后可降低风机和提升泵耗电量约 34.7%，药剂费用（PAC、PAM 等）降低约 50%~70%。综上所述，可以节省成本约 1.5 元 / 吨。同时，循环

工艺减少外排废水每吨缴纳排放费用为 1 元。合计吨水减少水处理费用 2.5 元 / 吨。

制革综合废水中悬浮物约 25% 来自浸灰工段，其中主要成分为碳酸钙和硫化物加药沉淀，使用循环浸灰技术后可降低污泥量约 25%，脱水污泥处置费用为 300 元 /t。

（2）铬鞣废液单月经济成本估算

常规铬鞣废水采用加碱沉淀处理，处理药剂费用为 8 元 /t，废铬液产生铬泥处理费用为 3000 元 /t。单月产生废铬液 21t，常规处理费用为 168 元，每 200t 废铬液产生铬泥约 1t，常规工艺产生 105kg 铬泥处理费用为 315 元；循环工艺单月产废铬液 0.7t，废液处置药剂费为 5.6 元，铬泥产量为 3.5kg，处置费用为 10.5 元。

综合案例水厂单月废铬液处理处置及废水处理厂减排后运行中每吨湿牛皮成本减量见表 3。

表 3　1000kg 盐湿牛皮综合结余（其灰皮头层 700Kg）

项目	费用明细	常规	循环	单价	结余 / 元
综合水处理	用电	9375kW · h	6123kW · h	0.8 元 /kW · h	2601.6
	药剂	1065kg	321kg	1200 元 /t	892.8
	污泥处置	7500kg	5625kg	300 元 /t	562.5
	排水	2250t	2190t	1 元 /t	60
含铬水处理	药剂	1.12kg	0.037kg	5 元 /kg	162.5
	铬泥处置	3.5kg	0.117kg	3000 元 /t	304.5
总计					4583.9

说明：按日投 1000Kg 盐湿牛皮计，其浸水去肉后 1000Kg，其灰皮头层 700Kg，按照浸灰和铬鞣废液循环一个周期（30d）估计，制革综合废水处理处置和含铬水处理处置成本合计减少约 4583.9 元。

4. 废液封闭循环利用技术可支撑制革行业绿色转型升级

皮革工业在产生巨大经济、社会效益的同时，也对环境造成了一定的污染，皮革工业的污染主要产生于制革过程，其制革过程的污染物主要是污水。制革污水几乎全部来自制革湿加工过程，在浸水、脱脂、浸灰、脱灰、软化、浸酸、鞣制、复鞣、染色、加油等湿加工工序中，水中污染程度主要表现在盐、氨氮、硫化物、COD、BOD 含量以及色度，同时还有大量的制革污泥。由于废液循环工艺生产过程中主浸水废液、废灰液、废铬液几乎全部收集利用，所以该技术在减少废固物排放、降低污水处理成本、减少环保设施投资等方面效益显著，评估该技术带来的环境经济效益具体情况如下：

污染物种类减少排放比例：

灰污泥（牛毛、石灰、硫化物等）80% 左右；

铬污泥（铬渣、皮屑、铬化物等）70% 左右；

污水中 COD、BOD 大幅度降低；

污水中氯离子大幅度降低；

污水中酸类、盐类大幅度降低。

（由于水场车间废灰液和废铬液的回收利用，后序水处理车间需要处理的污水总量大幅减少，污水有害物质浓度大幅降低，所以污水处理成本大幅降低，包括环保设备运行成本、污水处理药剂、人工成本等。）

宝斯卡废液循环利用技术生产过程简便，与传统工艺技术相比仅仅配套几种工序专用的化工材料，由于节约了大量化料及减少了废液的排放量，其生产过程费用较低，也减少了污泥的产生量。推广应用和投产对原生产设备及生产环境无特殊要求，推广应用的条件很容易达到。

在国家已经十分重视环境污染问题的大环境下，该技术也引起了制革行业的重视。该技术可以从源头上直接减少废废液和污泥的排放量，节约化料成本，对产品质量和环境都有很大的益处，完全符合“路线图”中支撑技术的要求。

目前，大力提倡、推广清洁化制革工艺的呼声越来越高，节能减排，实施少污、低污染的废液循环制革工艺，是制革企业在新形势下生存和持续发展的必由之路。

参考文献

[1] 邵立军 . 引导产业发展方向支撑产业转型升级 [J]. 中国皮革，2015，44（21）：68-70.

[2] 张正洁 . 依托《制革行业节水减排技术路线图》全面推进行业绿色制造发展进程 [J]. 皮革科学与工程，2015，（6）：77.

[3] 李闻欣，刘晨茜，强西怀等 . 铬鞣废液封闭循环工艺操作液特征分析及效益评估 [J]. 中国皮革 ,2017,46（11）：1-6.

[4] 李闻欣，惠田甜，韩茜等 . 宝斯卡铬鞣废液循环鞣制的牛蓝湿革特征研究 [J]. 中国皮革 ,2018,47（6）：40-46.

设计驱动产业升级 智能推进模式创新

文 / 陈启贤

提及制鞋产业，时常被非业界人士认定为即将被淘汰的传统产业。实际上，我们可以这么理解：制鞋产业，乃是传统到了人们离不开的经典产业，更是无时无刻需要去创新的时尚产业。当前的制鞋产业需要转型发展，正面临着亟需设计升级、技术迭代和营销模式创新的挑战。对于产业转型发展而言，存在的主要问题是品牌价值不高、原创设计匮乏、研发投入不足、自动化（智能化）改造信心不足、供应链信用不断恶化、综合成本居高不下。

面对存在的问题，制鞋企业如何快速实现转型升级，笔者认为有两条必经之路要走，一是实行**“设计驱动”**，提高产品附加值，提升品牌价值；二是要落实**“智能制造”**，用信息化、自动化和智能化来提高效能效率，同时解决 90 后不下传统车间的问题。

为此，**我们需要建立生态体系与人才的双重保障。**融合全产业链，再造制鞋产业生态系统，推进供给侧结构性改革，实现供求关系新的动态均衡，是实现“设计驱动”和“智能制造”的重要支撑。另一个重点的保障，是围绕新时代制鞋产业人才需求特点进行全面培养，实现环环相扣，全面达到共赢。

1 设计驱动：赢得消费认可 重视顶层设计

新消费需求已经把产品颜值放在首位。美味佳肴讲究“色、香、味”，视觉、嗅觉、触觉依次排列，任何产品都不例外，颜值（视觉感观）排在第一位。近些年，颜值差的鞋类产品越来越没有市场了，很多鞋企也因产品颜值差，导致附加值低而业绩急剧下滑。但有的企业却没有发现自己的产品有问题，总是在抱怨消费市场不给力，或说是自己渠道存在问题。相反，近几年 ZARA、H&M 等国外的快时尚品牌的产品，就是凭借产品颜值、时尚度和主题文化，逐渐占领了我国中低价位主流鞋类市场，国产鞋类品牌的中低价位产品在一二线市场没有优势，值得业界深思。

国家自信带来“国潮”品牌自信。首先肯定，国潮“爆款”一定是原创产品。自改革开放 40 年以来，大多数企业还一直在临摹、抄袭，连演变的能力都很弱，行业创新能力裹足不前。有的鞋企开发产品，楦头是鞋楦厂设计的，鞋底是鞋底厂设计的，鞋面的皮革、材料是哪儿便宜去哪儿买的，鞋款是按买来的样品或图片，聘请几个板师翻出来的。这种简单的组装，缺少品牌风格的产品，到市场上打价格战是必然，高附加值是不可能的。我们不反对临摹，学习书法也是要从临摹、演变，再到自成一格逐渐成熟。但是，一个行业做了 30 多年仍停留于临摹阶段，甚至演变能力还是显弱，就必须要做出变革了。

原创产品被消费者认可的奥秘在于文化的力量。自 2016 年以来，阿迪达斯与美国歌手侃爷合作推出的 YEEZY（椰子鞋）系列鞋子风靡全球。2017 年，巴黎世家、袜子鞋、老爹鞋，爆款。2018 年 2 月 7 日，纽约时装周 2018 秋冬秀场，李宁公司以“悟道”为主题，爆款。2018 年底，匹克公司推出“匹克态极”，爆款。洋品牌风行，国货如今也能被国人高度认可，充分说明：其一，在 90 后新生代成为消费主力军的今天，他们对产品文化的热情，更替了上一代消费者盲目追求奢侈品的狂热；其二，是对原创产品的认可，对具有科技感、设计感、工匠精神和有颜值产品的高度认可；其三，对国家自信，新生代消费者不崇洋媚外。

对于企业而言，产品设计研发要用“技术 + 艺术”的思维，鞋类产品，不怕拿工艺品、艺术品的标准去做，有这样的情怀，必然有一片蓝海，不断开发出具有新时代特色的创新产品，才能搭上新一轮发展的班车。

“设计驱动”应纳入企业一把手工程。国内鞋企老板们尚未真正意义上重视产品的设计研发，许多老板认为设计研发投入是增加成本，拿来高仿投入少、效率高。事实上，他们只讲对了一半，原因在于，一味拼价格的时代已成过去，接下来的时代，品牌之间较量的重点是产品文化。过去讲究产品使用寿命，而现在，保证产品品质的同时，开始讲个性化，讲时尚度，讲文化，讲主题，讲创意。“设计驱动”一定是围绕产品为核心竞争力，首先要从设计、研发模式创新上入手，要从企业内部利益链重组开始。技术革命，是要“革”（淘汰）掉一部分人的“命”（岗位），关键是要用真正意义上的鞋类设计师替代过去的“翻版师”，才能实现与国际品牌接轨。

品牌企业设计研发（设计研究 + 设计开发）模式三大基本功能：一是创意设计——产品规划制定、主题定位策划、文化艺术呈现、完成作品创意。二是结构设计——实物造型与创意结合、文化艺术与工艺技术融合、材料特质与成品效果融合、完成样板制作。三是技术转移——技术标准的制定，作品、样品与产品、商品的转化，材料创新应用与生产技术，成本核算与商业对接，实现产品、商品价值。以上是“设计”的规范步骤，不“偷工”，每一步都深入做下去，才可能有比肩国际水准的设计。遗憾的是，我们很多老板总是推诿说，我们开发部都已经做了，我主要抓营销。

植入文化才有真正的高层次产品，艺术、文化和工匠精神的融入才是高质量发展的核心。众多奢侈品品牌以

创始人自己的名字命名，比如香奈尔、路易斯威登、菲拉格幕等奢侈品品牌企业，老板自己就是设计师，或是技术总监，这是百年企业的核心竞争力。

2 智能制造：推进技术标准完善系统工程

零部件技术标准化是实现智能化生产的根本。自动化帮脚打粗机、上胶机在意大利已经使用 40 多年了，这个设备工艺非常成熟。国内有少数企业也曾经购置过，最终多流到废品市场，几乎完全用不起来。原因何在？制鞋企业缺少技术标准要求，完全依靠市场采购的鞋楦、面料和辅料，技术标准过于简单，产品的大小、厚薄、软硬度等规格与自动化设备的规定动作无法匹配，完全满足不了设备技术标准体系的要求。结论是，制鞋业智能制造推广乏力，卡在缺乏鞋类产品零部件技术标准化的配套。

智能化技术标准体系，不仅是智能机器人的制造标准，还应包括产品零部件的配套标准，只有双方技术标准互相融合才能实现自动化、智能化生产。没有制鞋企业主体参与，设备厂很难单方面制定应用化标准，因此鞋业应当争取主动，先人一步，利用模块化设计技术，鞋楦、中底、大底、鞋跟、面料、辅料都应配合其工艺、技术，纳入制定鞋类产品零部件技术

标准化内容。制定零部件技术标准化，迎合自动化、智能化装备需求，是实现智能制造的绕不开的技术路径。

标准化是智能化的基础，信息化是智能化的灵魂。如何利用自动化基础去实现高度智能化，以循序渐进、环环相扣的形式，最终实现制鞋行业全产业链智能制造，需要鞋业同仁共同努力。

智能制造是一项循序渐进自我修正的大工程。葡萄牙、西班牙、意大利等国的规模制鞋企业，购买的单机可能是同一个品牌，但是生产线的软件系统是鞋企自己研发的。比如说生产爱步品牌的制鞋企业，设备用的是德仕玛、满誉品牌的硬件，而软件是按照自己鞋子的工艺、技术和生产条件而进行再设计研发的，这才是一家企业真正具备的核心竞争力，这才是企业装备改造的思维逻辑。

制鞋产业自动化、智能化设备配套齐全、品类丰富，是技术先进、工艺成熟的行业之一。从 3D 设计软件、3D 打印、电脑针车、罗拉车、震动刀自动切割，激光打标、划线、切割设备，到智能化单机几乎样样齐备，再到多种自动化、智能化全套生产线装备逐步成熟，与其他行业相比，制鞋产业是当今时代最有朝气的工业行业之一。

制鞋企业转型发展，重点工作是如何做好自己的功课。划分技术工艺、分阶段进行逐步改造是首选，通过不断磨合再把各个改造成熟的阶段依次连接起来，循序渐进不断自我修正整厂技术体系，才能稳步发展，千万别让拿来主义的思维阻碍了智能制造改造的进程。

搭建技术示范平台，推动全产业链智能化改造。实体企业面临招工难，60 后面临退休，70 后和少数 80 后成为车间主要劳动力，他们离退休时间也并不遥远，年轻的90后不下车间，企业技术工人断层怎么办？这是近两年实体企业老板最为担忧的事情。实体企业没有工人可用了，人们一起想到的是如何实现机器换人，利用自动化、智能化去替换工人。

世界各地的皮革、鞋材和鞋机展会上，不断有自动化、智能化制鞋新设备的推出，数量上也逐年在快速增长，每次全新装备出现，都会让一批“技术控”们兴奋不已、围观探究，事后也自然成为行业朋友聚会的热门话题。很多老板想买，但又不敢下手，最为担心的是缺少懂操作的技术人员。

处在进退两难的转型时期，打造鞋业智能制造公共服务平台，致力于为中小企业解决自动化、智能化技术改造提供全方位方案支持迫在眉睫。大型鞋企自有协调和解决问题的能力和办法，而面对广大中小企业，地方政府、行业机构更需承担起这份责任，遵循“专业事情让专业的人去做”，找准目标任务。设置的内容应该包括智能装备演示、智能化系统解决方案、模块化生产辅导、共性技术研发、智能化操作人才培训等。可通过截取制鞋产业多个技术环节，解决共性问题，实行技术共享、资源共享。同时，搭建制鞋产业智能制造示范平台，创建机器换人创新服务中心，提供若干个制鞋帮面解决方案、成型段智能制造解决方案，个性化为制鞋企业提供一站式全方位的服务，推动制鞋全产业链智能化改造。

3 平台建设：打造产业互联 培养多元人才

整合生产性服务业优质资源，打造产业互联网平台。产业互联网平台不同于消费互联网，又有人称之为供应链平台，它贯穿于企业生产的上游、中游和下游诸多环节，整合具有行业属性的优质资源，围绕“互联网 + 生产性服务业”，将人力资本、知识资本、金融资本融合到各个关键技术环节（包括设计研发、新材料应用、生产技术、品牌发布等），贯穿信息、金融、节能、环保、商务、人资、培训、仓储、物流等环节，做好行业的后勤服务。由地方政府、行业机构整合各自优质资源，补齐全产业链各个环节，鼓励第三方去打造产业互联网平台服务行业，必定是促进制鞋产业转型发展的科学方法。

建设地方性制鞋产业创新服务综

合体。纵观全国各大制鞋产业集聚区，为了促进新时代制鞋产业转型需求，为符合传统业态的模式创新发展，纷纷打造地方制鞋产业创新服务综合体，促进行业转型发展。针对浙江省块状经济、现代产业集群特点，浙江各地的传统产业创新服务综合体建设按照“立足产业、政府引导、补链强链、协同创新、打造生态、服务企业”的要求而创造了各不相同的建设模式，为推动传统产业改造提升进行了一系列探索和实践。现已建设省、市、县三级产业创新服务综合体 168 家，其中省级产业创新服务综合体 65 家，效果明显。根据行业特点，利用互联网技术，打造集时尚化、专业化和智能化为一体的制鞋产业创新服务综合体，建设由企业、高校、科研、中介服务等协同互动的开放、共享、协作、共赢的产业生态体系，应提到制鞋行业转型发展的议事日程上来。

为职业功能重新定位，着力培养新时代制鞋产业人才。90 后不下车间，不是中国独有的事情，而是全球性的问题。不是谁的错，而是互联网惹的祸，用了鼠标、触摸屏的年轻人，不愿意拿着锤子去敲敲打打，不愿做传统的体力活儿了。

我国职场已经改变过去“管理者”和“劳动者”的二元结构，正按着知识层次、职业特点、职务高低、职场地位和薪酬厚薄进行新的划分，呈现出多元化的格局。职场各个阶层人员的生存状态迥异和生活方式不同，工作各有特点，经济收入悬殊，形成了职场“五领”，即：金领、白领、粉领、灰领、蓝领。

金领——除董事长、总经理外包括部分高级白领，这个称谓是社会对这些人的知识结构、团队协调能力、管理经营能力、社会关系资源等综合素质的认可。

白领——受过良好教育，因一技之长被老板聘用为管理层或做一些文职工作。按美国标准，白领年薪在 8 万美元以上从事纯粹脑力劳动者。

粉领——多指自由职业者，从事自由撰稿人、广告、服饰、珠宝及各类工艺品设计，还包括产品营销、管理咨询等工作。

灰领——一般是高职学院毕业的大专生，既掌握较高的现代科学知识，又具有较高的操作技能的复合型人才。多指电子工程师、软件开发工程师、绘图工程师及可熟练操作自动化设备的技术工人。

蓝领——主要指产业工人，靠付出自己体力来获取报酬，如技术工人、推销员、汽车司机等等。

根据以上职业定位新划分，再对照我们行业的职业特点，新时代人才培养的课程需要更多的人去研究、去设计、去实践，不断开发贴合企业实务的应用性课程，致力于提升从业者职业素质，培养鞋业多方面人才，为鞋业在设计和智能制造驱动时代注入智慧源泉与创新活力！

竞

一张好皮
万千匠心
追求卓越
无止境

2019年中国技能大赛

“达威杯”第三届全国皮革加工工职业技能大赛

2019年10月　河北·无极

主办单位：中国轻工业联合会
中国皮革协会
中国就业培训技术指导中心
中国财贸轻纺烟草工会全国委员会

协办单位：河北省石家庄市无极县人民政府

承办单位：河北省石家庄市无极县经济开发区管委会

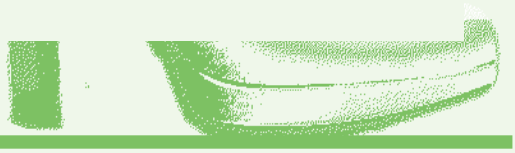
赞助单位：四川达威科技股份有限公司

达威股份 DOWELL

SHOES

加强科技创新 破解鞋业困境

品牌企业领导的思想观念、素质能力、眼光格局、经营管理能力要保持领先，懂得拥有自主核心技术的企业才有生存价值和生存空间，才能立于不败之地。



文 / 陈国学

2019 年是复杂艰难的一年，全球市场变向、中美贸易摩擦、出口关税增加、制造成本提高，直接影响我国鞋类产品出口和利润。金融风险压力的加大，互联网技术的挑战，数字化带来的价值重构，核心科技的竞争，市场信心的不足，使得制造业的压力越来越大。

今年部分鞋企销售下滑，各种成本压力的叠加导致利润空间缩小，不少中小鞋企由于环保不合格而关厂，定制鞋的低产量难以抵消设计制造的高成本，甚至一些较大的品牌鞋企也面临倒闭关厂的风险。而要突破重重困境，行业需从两个方面发力：观念变革和科技创新。

一、认清外部形势　认识自身问题

中国是制鞋大国，但并非制鞋强国。改革开放以来，依靠低工资的劳动力和低成本的制造优势、依靠引进外资、依靠中国自身巨大的内销市场，我国制鞋企业不断扩大生产规模，增加流水线，不断开店、拓展代理商，依靠快速模仿和低成本优势，经过30多年的努力，成为世界制鞋大国。但随着中美贸易摩擦与中国经济的新变化，行业自身积累的很多问题凸显。

现在依靠多开店增加销售额的做法已经失灵。原本依靠大商场和百货公司来销售鞋子的柜台只有周六、周日做点生意，平时顾客很少。原本在二三四线城市开街头门店做中低档品牌产品的鞋企，受到互联网的低价竞争和开店成本的增加，街头店也越来越困难。原本依靠批发市场做低端鞋的中小鞋企，由于制造成本增加，销售受到低价的恶性竞争，企业利润微薄。主要销售渠道的不景气，直接造成鞋企销售业绩的下滑，接大厂加工订单和批发订单的中小鞋企，由于春节后没有订单，很多加工鞋企停产等单，要等到下半年才打样接单开工，生存非常艰难。

除却客观的外部形势，行业更要反思造成这一局面的内在问题。

其一是品牌设计问题。在追求GDP的指导思想下，鞋企拼命扩大生产、销售及规模，追求企业上市，追求开店量，追求多品牌经营。鞋企轻人才、轻管理、轻技术，产品开发以模仿抄袭为主，根本不重视集成创新，更不重视原创。多年来习惯用模仿开发产品，造成很多鞋企没有高水平的设计师，没有高技能的技师。所谓的开发经理，只是负责买样品鞋回来复制，所谓的设计师只会画画效果图，其实是没有实操经验和能力的画稿师，不会设计制鞋工程技术图纸。鞋企不重视鞋的设计造型和具体的技术数据，款式搞得很多，结果合脚舒适、高品质的鞋子却很少。

鞋企老板急功近利、唯利是图，开发走模仿捷径，结果开发的产品严重同质化、款式同样化，鞋款、鞋型严重雷同。同样的产品到市场你有我有大家有，最终拼价格，拼促销手段，造成产品生命周期短，产品形象差，产品档次低，缺乏自主特色，没有差异化优势，最终靠降价促销，陷入恶性循环。

如果销售产品大同小异，就会造成企业规模越大风险越大，品类越多库存越多，开店越多压力越大。企业只有先做优产品，做精管理，做强品牌，才会有生命力，否则就是在吹气泡，破灭只是迟早之事。

其二是供应商、供应链管理问题。国际名牌鞋企非常重视和供应厂商的合作关系，着力打造品牌命运共同体。日本的品牌找供应商，首先由社长亲自去考察供应商，然后由总经理详谈签订合作协议，他们认为鞋企是一个组装企业，只有供应厂商提供优质材料，才能组装出优质的产品，产品质量才会有保障。但有的鞋企老板根本不关心这最重要的工作，把注意力放在销售上，品质不过硬，销售肯定难以提升。

其三是技术进步和管理问题。不仅是中小企业，甚至有些大型鞋企都没有健全的企业产品质量标准、产品设计技术标准和相应的管理制度体系。如果企业没有高于国家标准的企业产品质量标准，怎么可能生产出高品质的产品？如果企业没有自主的产品设计技术标准，怎么可能提升企业的产品设计技术？如果企业没有完善的技术管理制度和体系，怎么可能把企业的产品开发管理好？

二、变革思想观念　理清发展思路

品牌企业领导的思想观念、素质能力、眼光格局、经营管理能力要保持领先，要懂得拥有自主核心技术的企业才有生存价值和生存空间，才能立于不败之地。

观点一：企业要立足竞争的市场之中，不能依靠虚张声势和做秀，必须具备真正的底气和实力，拥有创新设计、制造技能的优秀员工和高品质的产品。企业要健康发展，一定要具备真正的实力，在经受暴风雨袭来时，才有能力去抗衡，才会有胜出的机会。

观点二：制鞋品牌企业一定要拥有领先于行业的核心技术，才能引领企业的发展，为消费者创造出高品质的新优产品，创造更多美观新颖、合脚舒适、符合流行趋势的鞋类产品，满足品牌消费群体对美好生活的向

往，这是企业稳健立足于市场的利器。

鞋企要想稳健地立足于竞争市场中，就一定要坚持科技强企，拥有核心技术和设计创新能力。例如：有完备的鞋楦数据库、鞋样数据库、鞋底数据库、鞋跟鞋材的相关技术数据库，要有关键性技术，档案文件资料留存，要有工艺技术标准和具体资料、样本。企业要有好鞋型、好楦型、好样板的实样存档和产品技术说明书，建立、完善设计图纸、数据表、样板等存档资料库，依此开发的产品就能优于同行，鞋企生产能力就能强于同行。

现代制鞋企业经营要有前瞻性的思路，才能在新一轮的发展中勇立潮头，为此鞋企需在终端关注消费变化，并以此优化前端的技术升级。随着市场销售方式的变化，很多鞋企的生产方式、经营模式已经不太适应市场销售了，现代生产应该以市场为导向。例如很多鞋厂生产还是用100多米长的大流水线生产，而现在线上线下的销售都是小批量、多品种，特别是量脚定制，要根据顾客脚的长短肥瘦提供舒适鞋子，就要实行分型制来设计制造鞋子，小流水线才能满足这些生产要求。一条小的流水线上生产一种型号的鞋，几条小的流水线就可以生产不同型号的鞋子了。个性化需求使得设计制造难度增加，生产过程会变得复杂，对于特殊脚型，企业可以按用户脚型做鞋楦，采用柔性化小流水生产线。未来的生产线必须高效、灵活、机动、快速反应，才能满足多样的消费需求。

制鞋业将经历前所未有的技术变革，世界各国制鞋业都意识到了先进技术对行业的重要意义，德国、日本、美国的制鞋企业都在推进4.0战略，希望利用信息物理系统提升制造水平，通过互联设备洞察市场新机遇，大规模的机器换人，大力推动智能制造的制鞋技术升级，向互联网+制造的全新模式迈进。

我国的一些领先鞋企如百丽、天创，已经布局了智能化、柔性化的现代生产线，为中国鞋业发展做出了榜样和示范。未来制鞋业的竞争是一场制造技术的竞争，工厂的生产从原材料的供应到产品设计制造、检测试用过程，都将通过网络和虚拟计算连接，采用灵活的手段实现市场所需产品的设计、制造，快速满足用户需求的同时，将制造成本降到最低。未来制鞋企业将结合人工智能、物联网、大数据等新技术，优化生产计划和实时决，智能物联网将工厂里所有人、产品和设备连接起来，使人和机器协同工作，从而创建更高效、更具成本效益的业务流程。

三、弘扬工匠精神　加强科技创新

做强企业，首先要创建优秀的企业文化。企业文化是一个企业的灵魂，一个企业的基因。一个优秀的企业要弘扬和传承优秀的传统文化，丰富自己的企业文化，使全体员工树立创新精神、树立工匠精神。优秀的企业文化，就是企业干部员工对自己从事的工作具有高度的责任心，热爱自己的企业，热爱自己的工作，做事严谨认真，做人诚实守信，追求精益求精，崇尚工匠精神。

企业文化的内涵是培养人的社会责任心，要为人类社会制造优质好产品，设计制造能满足人们对美好生活追求所需的新产品。创造优秀的企业文化是我们丰富社会精神文明的奉献，而工匠精神是企业文化的具体展现，是一种社会责任心，是一份民族担当，是我们对事业的信仰。

工匠精神是精耕细作，工匠精神是精益求精，工匠精神是认真用心，工匠精神是追求完美，工匠精神是追求卓越。行业要用工匠精神，击退急功近利的短期行为；用工匠精神，对抗唯利是图的贪婪之心；用工匠精神，战胜投机取巧的奸商之心。

除却工匠精神的内核，鞋企还要注重“创新战略”的外延，走集成创新之路：

1. 在以人工智能为核心的科技创新方面取得突破；2. 加强研发设计制造核心技术，争取领先地位；3. 重视科技创新，关注三维设计、3D设计、智能制造等新兴技术；4. 从互联网走向物联网，线上线下深度融合，在互联网创新及以互联网为基础的数字创新方面有所突破；5. 整合鞋业创新模式，打造鞋业生态，开放融入全球鞋业。

展望未来，鞋企要坚持创新发展，这是中国鞋业发展的方向。依靠科技创新，做强中国鞋业，是行业全体同仁共同的追求和目标。

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
真皮标志生态皮革
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

跨界融合——毛皮产业发展的新驱动力

文、图 / 周富春

在 2013 年之前，毛皮行业“闭着眼睛也能赚钱”。但自 2013 年年底开始，无论是毛皮原料还是成品服装，价格呈现断崖式下跌，一直持续到现在。养殖企业、毛皮服装加工企业倒闭、转行成为常态，大量库存让企业积重难返。

如何扭转这样的局面，遏制颓势，业内人士无不为之寻求“灵丹妙药”。8 月 4 日，在宁夏吴忠市举行的**“跨界融合·共创共赢”**中国毛皮行业高峰论坛上，嘉宾就此各抒己见，分享智慧，共同探讨跨界融合的新思维、新举措。

跨界融合

毛皮行业与服装行业跨界融合创新的思路

中国服装协会副会长周一奇指出，服装行业的发展历程，也是皮革行业发展的历程，也包括产品、渠道和市场，目前都处于消费者时代。智慧门店，过去是厂、货、人，现在是人、货、厂。30 年的高速发展中，行业存在一些问题：野蛮发展、无序竞争、同质化严重。但今天，产业发展尘埃落定，产生了一些优秀的品牌、制造企业。完善产业链、建造一个良好的产业生态，是现在发展需要解决的问题。

服装和皮革行业有共同的语言。服装产业是一个大产业，产业链长，敏感度高，创新性需要始终保持，才能在市场中生存。毛皮产业也需要创新，需要不断思考，只有不断改变自己才能有发展。产品、设计、模式、创新是其中的几个核心竞争力，设计模式

需开辟新路径。目前，服装企业向高端定制迈进，深耕不同领域，一批定制企业快速响应市场。有的企业推出潮流品牌，走时尚化个性路线。有的企业潜心精细制作，有的企业实现了终端销售的智能化。在新时代，企业要有发展的方向，需找准定位，树立品牌。这些举措

■服装和皮革行业有共同的语言。
■毛皮消费的受众，还是以中年女性为主。
■需要服装生产企业与设计公司合作。
■在平衡线上线下关系的同时，毛皮行业的设计师、厂家、渠道三者的紧密结合也很重要。
■稀缺资源滩羊毛皮能否率先带动产业突破瓶颈？

也适合毛皮企业。

哥本哈根皮草中国区总裁崔溢云分析说，毛皮消费的受众，还是以中年女性为主，但年轻消费群体是未来的潜在力量。皮草如何创新，皮草拍卖行也面临着同业的挑战。经过快速发展，毛皮拍卖需求不再单一，日益复杂化。目前，公司团队进行了战略调整。作为服务传统的毛皮行业，要帮助客户拓展新领域，不但卖产品，还要给下游客户赋能，让国内企业做得更好。继丹麦设计中心之后，哥本哈根皮草拍卖行正在北京建立设计中心，为的是更好地服务中国客户。她指出，天猫平台，现在推出了线上专业培训的团队，他们也希望电商领域的服务更加细化、专业化。产业决定了从事行业要强调专业，但经验主义要打破。服装行业的成熟发展历程，毛皮行业需要借鉴。跨界融合，就是要与服装品牌企业、家具行业合作，其他行业也希望毛皮行业能给他们带来品牌价值。促进产业向新领域发展，需要抓住他们的痛点，了解他们的真正需求。当然，跨界结合、融合，不是压利润空间，为了获取订单，更重要的是要一起努力，把行业带到更美好的时代。

共创共赢

传统毛皮行业跨界的方向

世家皮草中国区传播总监方新宇说，服装学校开展皮草教育有点困难，因为需要有皮草缝制机器设备，即使购买了这类设备，还需要经常维护保养，所以目前服装院校开展皮草教育课程，一直有这个困扰。前些年，SAGA 皮草与北京服装学院设立了“北服创新园”，对学生进行皮草方面的知识培训，原料和技术由 SAGA 提供，短短几年已经培养

了100多名具有皮草设计技能的学生。设计师对皮草知识有了了解，从事行业设计，就不会是零基础。下一步，将与更多的企业合作，让这些学生有实操机会，进入企业实操训练，把所学的知识融入实践中。

对此，宝鼎设计总监王涛表示，中国设计师有很多“通病”，对皮草的功能（原材料）不甚了解，这就需要服装生产企业与设计公司合作。

毛皮行业需与国内外品牌商合作

中辉集团董事长胡建中说，最早在1998年，他从事毛皮生意，就是从滩羊皮开始的。当时一张成品滩羊毛皮革售价150元，30年后的今天，也就200多元一张，这种产品价格波动一直不大，有稳定的产量。

既然是稀缺资源，那就有其特别的价值。目前，要靠设计、创新来提高它的附加值，推动产业发展。1998年，出口滩羊毛皮革产品，主要是围巾，现在品种很多。从饰品转为服装用料，更需工匠们把滩羊毛皮原材料做好，才能吸引更多的服装使用这个原料。同时，皮草行业的再发展，需要通过与更多的国内外品牌合作，才能大幅提高其价值。

线上线下营销渠道的互补

黑龙江毛皮商会会长、金夫人皮草总经理潘志军指出，目前，线下实体店遇到了网络、快手等线上的挑战，但线上渠道模式不能完全代替线下的门店。线上和实体店是互补的销售方式。线下门店备货多、直观、产品质量相对较高。而线上产品单一，价格竞争已经到了白热化阶段，对行业发展有很大影响。

另外，在平衡线上线下关系的同时，毛皮行业的设计师、厂家、渠道三者的紧密结合也很重要。中国真正的设计师还是屈指可数，一些生产厂家懂技术，零售商有销售渠道，设计师、厂家、渠道三者结合起来，才能推动行业发展。

稀缺资源滩羊毛皮能否率先带动产业突破瓶颈

滩羊皮是宁夏五宝之“白宝”。主要产自于吴忠市的盐池县、同心县等地，在世界裘皮中独树一帜。2018年，宁夏“二毛皮”产量仅有340万张。

宁夏毛皮皮革协会副会长、成丰农业董事长丁生国说，滩羊皮是小产业，目前国内知名度不是很高，产品主要是出口。建国初期，主要产品是“皮筒子”、围巾、马甲，后来，以原材料形式出口，上世纪八九十年代，宁夏“滩羊人”对标生产，得到了国际市场的认可，家具服饰产品应用较多。2000年，大公司、大品牌形成了大量出口，家居家装领域发力，宁夏滩羊毛皮制品执行欧美“白皮书”标准，产品80%出口。目前，滩羊毛皮在玩具领域也得到了拓展，产品受到国内服装品牌公司的认可，“二毛皮”在国内市场的销售在逐步打开。

跨界融合，共创共赢，在消费升级的市场氛围下，需不断提升，不断创新，与更多行业合作，突出个性，呈现品牌特质，毛皮行业才能有转势的希望。

皮革行业上半年承压前行 稳中有降

今年以来，国际环境复杂多变，国内深层次矛盾凸显，改革转型艰巨繁重。皮革行业面临的外部形势愈发严峻，市场增长动力偏弱，受原料及成本价格的双重挤压，企业负担没有实质性减轻，产业结构继续调整。我国皮革行业上半年总体运行平稳，维系缓增长的态势，在稳增长、稳外贸、稳投资、稳预期中发挥了积极作用。

文 / 杨国宇

景气指数走低　利润区间过冷

根据中轻皮革景气指数显示，行业 2017 年的回暖态势在去年终止，今年以来更是整体下行，景气指数在春节过后一路走低，未来预期并不明朗。

今年 1~6 月，我国规上（年销售收入 2000 万元以上）皮革行业（皮革、毛皮及制品和制鞋业）的景气指数处于渐冷区间（80~90），月度均值 87.58。

其中，销售指数月度均值 87.47，整体波动幅度不大，一直紧靠渐冷区间的上限运行；利润指数月度均值 83.39，并在 6 月份跌破渐冷区间的下限（80）至过冷区间；而处于稳定区间（90~110）的出口指数月度均值为 95.59，今年以来总体走低，并滑向稳定区间下半区，对于外向型的皮革行业而言，其未来走势值得关注。

轻革产量大跌　制品小幅波动

受政策及产业调整的影响，上游制革产量近三年呈现明显的下降趋势。今年上半年，我国规上轻革产量 2.77 亿平方米，而 2018 年同期的数值为 3.11 亿平方米，2017 年的同期数值为 3.46 亿平方米。值得关注的是，产量第一的河北省出现剧烈震荡，相比去年的回暖大幅下滑 28.47%，制革大省的环保整治工作仍在深入推进。

在下游制品行业中，与轻革存在密切关联的皮革服装产量同步下滑，全国规上皮革服装产量 3,414.84 万件，同比下降 2.13%。其中，排名前三的省份中，排名首位的福建取得了 19.61% 的高速增长，产量超过排名其后的浙江、河北二省的总和，而后两者的降幅分别为 22.95%、9.07%。另一方面，皮鞋的增速也不理想，全国规上皮鞋产量仅微增 0.13%，为 18.83 亿双。排名前三的福建、浙江、广东三省总体保持增长，而分列四五位的河南、湖南大幅下滑，降幅分别为 25.92% 和 41.06%，从而拉低了整体的增速。

相比较而言，毛皮服装的销售略有增长，全国规上天然毛皮服装产量 134.82 万件，同比增

长 2.64%。中部的湖南、湖北、宁夏近来快速崛起，分别跃居第一、第二、第四位，而河北大幅下降 26.1%，跌至第五位。

销售增速放缓　盈利水平下降

今年 1- 6 月，全国规上皮革行业主销售收入 5,426.63 亿元，同比增长 3.35%，增速放缓 0.93 个百分点，累计增速逐步下降。细分行业中，制鞋、箱包合计占比 75.9%，同比分别增长 4.72% 和 6.19%，维持了行业整体的稳定局面；受减产的影响，制革业的销售收入同比下降 2.23%；得益于出口增长的拉动，毛皮行业的销售增长了 14.22%，同期的毛皮服装出口交货值取得了 22.13% 的增长；而像皮手套、皮饰品等其他皮革制品类则有明显下滑。

同期，全国皮革行业利润总额 300.22 亿元，同比增长 1.78%，增速放缓 2.2 个百分点。行业总体利润增速放缓主要是受鞋类利润下滑的影响，其占行业利润总额的 63.01%，但同比出现 0.93% 的下降，其中的皮面皮鞋利润占行业总利润的 41.8%，但同比下降 6.38%。除此之外，其他主要子行业利润均有不同程度的增长。受利润增速放缓的影响，行业销售利润率下降 0.09 个百分点至 5.53%，其中，箱包、毛皮服装等子行业的利润率明显低于行业平均水平，需引起业界关注。

出口同比微降　对美下滑明显

今年上半年，我国皮革行业出口 368.84 亿美元，同比下降 0.2%，行业顺差 311.21 亿美元，同比下降 1.41%。行业出口在 2 月份出现下降，5 月短暂回正后又掉头转负。我国皮革行业出口以制品为主，占 98.84%，原料（成品革、半成品革、已鞣毛皮）所占出口份额微乎其微。制品出口又以鞋包为主，二者占行业出口总额的 92.31%。但鞋包出口同比均有微幅下跌，而随着中美贸易摩擦的升级，皮革行业受到全面冲击，出口下降的局势将更加明显。

除了出口额的下降，更值得引起注意的是产品出口单价的下降。以皮鞋为例，自 2016 年 2 月起，鞋类出口单价出现同比下滑，并持续至今，今年上半年比去年同期下降 1.35%，降至 13.2 美元。一方面要面对生产成本上升的事实，另一方还要应对出口单价下滑的局面，行业出口利润受到双向挤压，考虑到汇率变动、订单转移的影响，行业出口压力空前。

从出口市场来看，对欧美出口之势一增一减，二者地位发生对调，欧盟成为我国皮革行业出口的最大市场，占比 23.55%，同比增长 1.5%；而受贸易摩擦的影响，行业对美出口则有 8.29% 的显著下降，其所占份额也降至 22.33%。除此之外，行业其他主要出口市场中，除对东盟取得 12.15% 的增长外，对非、俄、日的出口数据均不理想，呈现微增或缓降的态势。

中美贸易摩擦对行业的影响已经开始显现，具体到产品来看，箱包行业受美国加征关税的影响最大，对其出口下降 21.57%，箱包占我国皮革行业对美出口的 29.3%，因而影响了行业整体对美出口的情况。美国曾是我国箱包出口的大市场，占比超过 1/4，2018 年降至 1/5，而现在是略高于1/6，未来的比重将会进一步降低。

行业对美出口的另一主要产品是鞋类，所占份额为 67.88%，受规避风险、订单转移的影响，鞋类对美出口也有 0.66% 的微降，而随着鞋类产品被美国列入最新一轮加征关税的清单，行业对美出口料将进一步下降。

随着全球产业格局深度调整，产业和订单转出加快，以及国内配套产业链的完善，国内采购料件比例上升，行业的加工贸易出口连年下降，同比下降 9.55%，占比为 12.51%；此外，边贸近年来也不复繁华，同比下降 18.54%；而行业一般贸易出口持续增长，增幅 3.43%，占比提高至 70.62%。

从国内地区出口来看，行业出口主要集中在广东、福建、浙江三省，三地合计占比 65.74%，其余省市占比均低于 6%。出口前三的省份中，除福建同比增长 6.53% 外，广东、浙江出现不同程度的下滑。值得关注的是，位列行业出口额第五的湖南省取得了 46.52% 的超高速增长，其主要是受毛皮、鞋类产品出口激增的影响，湖南占我国毛皮行业出口总额的 38.89%，同比大幅增长 68.29%，而同期的鞋类产品出口同比激增 37.2%。这与湖南全省外贸的数据增长趋势相吻合，湖南上半年出口劳动密集型产品 315 亿元，增长 91.8%，占同期湖南省出口总值的 24.6%。而与皮革行业相近的服装出口额 108 亿元，同比增速高达 96.7%。

原料进口普降　制品进口激增

今年上半年，我国皮革行业进口 57.63 亿美元，同比增长 7.24%。行业进口以一般贸易为主，占比为 74.97%，同比增长 15.3%；加工贸易占比 16.34%，同比下降 15.24%。

从产品进口类别来看，原料进口占比为 27.42%，所占份额持续减少。值得注意的是，成品革、半成品革等原料进口额分别下降 18.4% 和 15%，而未被列入行业统计范畴之内的生皮、生毛皮等原料的进口金额更是大幅下降，降幅分别为 32.7% 和 26%，原料进口的减少也从侧面反映了行业下行压力加大的趋势。其中，受加征关税影响，上半年自美国生皮进口额同比下降 39.26%，进口份额占比下降至 37.48%。

与此同时，鞋包等制品的进口额持续高速增长，鞋类进口占比 39.76%，同比增长 23.38%；箱包进口占比 29.18%，同比增长 18.7%。2016 年底，行业制品进口首次实现对原料进口所占份额的逆转，此后差距日趋扩大，优势得以巩固，因此可以说，行业的进口消费转型已经完成。

上半年，东盟是行业进口第一大来源地，占比 36.67%，同比增长 15.4%。我国鞋类进口额的 63.47% 来自东盟，同比增长了 17.23%。鞋自东盟的进口主要来自越南和印尼，分别占我国鞋类进口总额的的 45.97% 和 14.47%， 同比分别增长 22% 和 3.0.2%，越南成为我国鞋业进口第一大国。而行业自越南进口总额同比增长 18.42%，与行业进口的首要来源国意大利的差距日益缩小，预计年底会超越后者成为行业进口第一大国。

欧盟是行业进口第二大来源地，占比 35.75%，同比增长 15.4%。其中，行业自欧盟进口总额的 64.1% 来自意大利，17.92% 来自法国，8.44% 来自西班牙，三者合计占比 90.44%，同比分别增长了 6.93%、24.57% 和 28.38%。欧盟依然是我国成品革进口的第一大来源地，占比 27.08%，但同比有 24.17% 的大幅下滑，反之，我国自东盟进口成品革的比重已经增加到 17.37%，并逆势增长了 3.72%。

行业的主要进口国中，巴西排名第四，位于意大利、越南、法国之后，进口大幅下降 22.35%，主要是因为我国自巴西进口原料出现明显下滑。巴西是我半成品革进口的第一大国，但上半年的半成品革同比下降了 28.06%。

展望下半年贸易形势，全球增长疲弱，美联储降息应对低通胀形势，欧元区的脱欧风波悬而未决，经济数据不佳并面临贸易战升级风险，亚洲的日韩卷入贸易战漩涡，并有多国存在政治动荡，行业面临的外部形势更为复杂，不确定因素较多，行业需密切关注基本面及外围变化。而随着中美贸易摩擦升级，对于国际采购订单和全球供应链布局的直接影响将逐步显现，皮革行业出口压力将有增无减。外需低迷、内需趋缓的市场大环境难有明显改善，行业增长的传统压力仍然不轻，人民币贬值某种程度上会对冲加征关税的影响，但利好仍需要时间来消化，预计行业全年的销售将维持低个位数增速，出口将小幅下降。

时值桂月，序为仲秋，佳期盛典，沪上相候。

癸卯至乙巳日，每日巳至申时，中国皮展，精彩上演，十二时辰，不容错失。九万厅馆，千商参展，共商百年未有之变局；卅国来访，万众观览，彰显世界盛会之气象。

风云际会之时，中国皮展举世瞩目，融全球之资源，汇渠道之精华，揽前瞻之思维，聚海量之买家。展商繁华竞逐，希冀满载而归；观众博观约取，定可不虚此行；而业界正可借此观产业之动态，谋未来之发展。

上海十二时辰之 中国国际皮革展

文 / 杨国宇

9 月 3 日至 5 日，集皮革行业之大成的 2019 年中国国际皮革展（ACLE2019）亮相上海新国际展览中心，9.2 万平米的规模彰显世界一流皮革盛会的风范，为期三天的展会，36 个国家和地区的 1200 家展商同显风采，涵盖皮革、超纤、皮化、鞋材、配饰、机械、商贸、服务等全产业链条，将吸引超过 2 万名专业买家共襄盛举。

此次盛会召开，面临更为复杂而深刻的时代背景，因而展会的意义也非比寻常。作为世界最大的皮革生产与贸易国，中国皮革行业发展总体放缓，中美贸易摩擦悬而未决，产业升级加速更迭，全球产业布局调整……多重充满挑战的维度叠加，注定了汇集国际皮革元素的中国国际皮革展，将成为全球业界探视皮革未来发展的独特平台与窗口。

环保提升：行业发展必由路径

巳时：隅中，9~11 时。食时刚过，适迎访客。“至于衡阳，是谓隅中”——《淮南子 · 天文训》

今年上半年，我国规上轻革产量 2.77 亿平方米，而 2018 年同期的这一数值为 3.11 亿平方米，2017 年的同期数值为 3.46 亿平方米，近三年呈现明显的下降趋势。值得关注的是，产量第一的河北省出现剧烈震荡，相比去年的回暖大幅下滑 28.47%。制革大省的环保整治工作仍在深入推进，制革产业结构和区域布局不断优化。中国皮革皮衣之都 · 辛集加强企业环保和安全生产的技术服务支持力度，引导企业加大科技投入，加大新产品研发力度，将制革区打造成清洁、生态、绿色的制革产业园区。目前，辛集市制革工业区通过兼并改造，由最初的 108 家企业，整合提升为 36 家规模较大、科技含量较高的企业，降低了污染物排放总量。通过这几年的努力，地处辛集的东明集团建成了日处理 5000 吨的污水处理系统以及浆雾除尘系统、除臭设施等，全方位控制了制革对水及大气的污染，生产采用灰液、铬液循环利用的清洁工艺，并注重使用环保化料，超载转鼓等高效节能设备。多措并举推进清洁生产，这让东明皮革与河北另外三家企业（东贞、宏四海、凌爵）得以入选工信部第四批绿色制造绿色工厂名单之中。

东明作为“生态皮革”群体中的优秀企业，将与部分代表企业在 E4 馆专区集中亮相，展示最先进的理念、最新颖的工艺、最前沿的技术和最具前景的产品。兴业、东明、开元、耿氏同盈等生态皮革企业，不断进行工艺革新和产品创新，在满足日益严格的法规标准和市场需求之时，赋予皮

巳时

革以优异的产品性能，全面展示“生态、诚信、品质、时尚”的新内涵。

除了政策的压力，市场的变化也对皮革业提出了新的要求。“北有辛集，南有海宁”，两个皮都遥相呼应，各有千秋。中国皮革之都 · 海宁近来由皮装向大时装扩容和升级，突破以往皮革、皮草、裘皮种类，融入四季时装，涵盖全季产品，特别是羊绒大衣、派克服、羽绒服、卫衣、牛仔服等，色彩的大胆碰撞，不同面料的拼接融合，成为皮革裘皮新一季的流行趋势。

制品市场流行趋势正从商务风格向运动休闲、快时尚、轻奢等风格转换，产品的体验性、功能性、时尚性、个性化成为消费者选择的关注点。而在商务休闲、轻奢、快时尚、童鞋等消费领域，真皮因其独特的时尚特性和物理性能依然大有可为。为此，企业需从消费终端着手，借助技术进步推动新产品研发，适应消费需求新变化，丰富产品品类，提升产品品质，颠覆原有产品理念，打造个性化产品。兴业科技此次参展依然坚持着力牛头层皮革产品的设计和研发，以当下需求较多的经典色系和风格产品为主，包含平面 NP 系列、细花摔系列、压摔系列、无铬鞣系列、3D 打印系列等，涉及鞋、包带、沙发等皮材领域。

环保高压的常态化，给皮革行业带来了前所未有的压力和挑战，也倒逼企业加快采用清洁化生产工艺减少污染排放，以实现制革行业的绿色生产。宝斯卡（商丘）化工有限公司一直秉承“以善为本，回报社会”的经营理念，近年来致力于制革废液循环利用技术的研发与推广。该技术具有以下几个特点：一是技术成熟，并有支撑该项技术的关键配套材料；二是成品革质量稳定并有所提高；三是减排效果明显，尤其是污泥减量 80% 以上，污水减排 80% 以上，环境和经济效益显著；四是通过有效管理，有望实现铬的“零排放”。瑞森皮革是第一家采用宝斯卡废液循环利用技术的企业，在使用废液循环利用技术的 8 年中，企业废液排放量不但明显减少，同时各项环保治理成本也明显下降。

达威股份一直注重环境保护，近年来大力发展清洁生产工艺和循环经济，保证“三废”排放符合环境质量标准和排放标准，并且通过生产环保型皮革化学品，向下游制革行业推广“保毛脱毛、无氨浸灰、生态鞣制等”清洁生产技术，取得了良好的经济效益和社会效益。公司表示，虽然市场对真皮产品的总体需求有一定下降，但基于环保绿色的皮革化工产品的需求增长对公司来说是个契机。该公司清洁制革化工材料及高性能皮革化学品的新建项目投产将有利于提升公司产品的生产能力和产品品质，保障公司在技术、产品和服务方面的行业领先地位。

智能制造：助推产业升级提速

午时：日中，11 ～ 13 时。“日中为市，致天下之民，聚天下之货，交易而退，各得其所。”——《易 · 系辞下》

新一轮科技革命正引发产业深度变革，智能化、自动化、数据化是行业由规模扩张向效益增长转变的有力推手。皮革企业亦紧跟时代步伐，大力推进两化融合，加快应用先进装备，

午时

提升企业智能化水平。爱玛、安泽、海峰、台威、博顿等机械名企展示了前沿的生产装备和制造技术，助力企业通过技术改造、设备升级来引入新动能，提高生产效率。东莞市安泽自动化设备有限公司是一家以技术立业

的高新企业，公司主营高速下料机，振动刀切割机、数码冲孔机、模具式冲孔机和打钉机等设备，广泛应用于皮革材料的下料、冲孔和打钉加工。此次展出的高速下料机每分钟 250 刀，在线双刀极大提高材料利用率，能够替代 16 台油压下料机（裁断机）。除了省地、省电外，对应用人员要求较低，普工即可操作，一台设备节省 12 人。

随着我国将“聚氯乙烯普通人造革生产线”列入限制类发展项目，且欧美日等国的“绿色壁垒”又限制了 PVC 的消费，无溶剂聚氨酯合成革成为传统 PVC 的良好替代品。浙江海峰制鞋设备有限公司自主研发和生产的无溶剂自动上料机是以异氰酸酯与多元醇反应合成聚氨酯发泡工艺，结合合成革生产线的特性和需求而设计的新型合成革制造设备，可用于无溶剂类合成革的实验和连续生产。各个模块相互独立便于操作，却又有很强的兼容性和适配性：系统架设不影响原有的干法工艺生产，可与原有干法流水线结合；每组分原材料采用双罐设计，完美适应大规模量产的需求。

皮革行业的转型升级为配套产业带来了新一轮商机，促使他们积极参展，展示最新最优的产品和生产解决方案。

推陈出新：培育产业新增长点

未时：日昳，13～15 时。“诸客奔走市买，至日皆会。”——《汉书·游侠传》

毛皮行业步入低谷已达六年之久，未来可能还将持续两到三年。宁夏滩羊皮因为独有的稀缺性，销售相对稳定，但面对中美贸易摩擦的冲击，当地企业也开始加快走出去的步伐。祥云皮草、成丰农业、精艺裘皮此次联袂参展，发力多元市场的开拓。滩羊皮是宁夏五宝之一的“白宝”，产品板面柔软轻盈，毛质细润光泽如玉，毛穗自然成绺，纹似波浪且顺次自然下垂，俗称“九道弯”，是世上独一无二的宝贵皮种，深受国内外客商青睐。

当前鞋企的前端设计与鞋材的技术研发十分迫切，需要产业链上下游加强交流合作，提供科技与设计的完美融合。新材料不仅要提高产品的性能指标，也要迎合鞋子外观设计的需求，以提升顾客的消费体验。德州市鑫华润科技股份有限公司着力瞄准未来市场需求，从原材料的开发生产、鞋底模具的设计制造、功能性复合鞋底的生产工艺整个过程进行研究与探索。公司此次展出的新品——小米 3 鞋底，采用多元素一体成型工艺，ETPU+RB+ 闪能 EVA 等六种材料模内一体成型。公司负责人介绍说：“新材料的选用以及新材料的结合工艺，目前在国内只有我们一家可以生产，此工艺在行业内是具有极大挑战性的课题。”

2018 年中国汽车市场出现拐点，经历了整体产销量下滑、市场消费信心走低的持续震荡。2019 上半年中国的汽车市场仍然面临高库存、低需求的压力，外加前期基数相对较高，销量继续承压。中国汽车工业协会认为，上半年销售低于预期，预计全年将出现负增长。各种新型材质纷纷加入汽车内饰领域中，如超纤、TPO 聚烯烃合成革、TPU 合成革、无溶剂聚氨酯合成革等，其表现出来的优异特性成为整车厂家广为关注的问题。

在其他皮革市场需求下滑的情况下，汽车革被认为是为数不多的健康发展的皮革消费市场之一。但目前为止，2019 年对汽车革生产商来说是更具挑战性的一年。为快速适应市场发展，车企在座椅内饰不断进行创新和技术升级，开拓更多高端功能性产品，如阻燃、抗菌、防霉、恒温等。同时皮革的颜色与风格更加多样化，拼接、压痕等制作工艺更加精湛，以满足更多场合需求，提升产品附加值。

振静、世联、兴豪等汽车革龙头企业均携新品亮相展会。四川振静股份有限公司获得了 TS16949 汽车质量管理体系认证，将汽车革领域作为未来重要的业务发展方向，紧跟国内乘用车市场发展趋势，不断提升汽车革的技术工艺、产品设计，与广汽集团、比亚迪等汽车企业形成了稳定的合作关系，是其部分车型的汽车革主要供应商。河北世联拥有国内先进的一贯化生产体制工厂，其最大的优势在于降本提效、产品可追溯。目前已与丰田、本田等合资品牌及部分自主品牌合作，为其提供汽车内饰材料、安全气囊袋。

事实上，在鞋面革发展放缓之时，家具革已成为不少制革企业的重点关注方向。一套全皮的沙发约需 8~10 张牛皮，价格不菲，但真皮家具具有很好的透气性和环保性，而经过特殊

未时

申时

鞣制和染色工艺后的沙发革，具备防污、易清洁特性，日常打理轻松无负担，在消费升级的浪潮中备受青睐。

河北无极是我国重要的牛皮革产地，据不完全统计，当地 60% 以上的家具革销往东莞、顺德和海宁等国内重要的家具生产基地。优质的原料供给与优质的产品输出，产地合作是提高产品竞争力的有效途径，而展会恰恰是促进产业带深入对接企业的有效平台。无极皮革已经连续多年组团参加中国国际皮革展，每次都收获颇丰。

预见未来：重新设计　再造机遇

申时：晡时，15~17 时。“晡时申，衙鼓冬冬妙意新“——《宋·十二时歌》

零售市场正在经历重大变革，面对商业、市场与设计之间的矛盾，设计师该如何选择？设计将如何与产品结合？未来，皮革行业又会迎来怎样的一轮潮流？

时代在变，用户在变，产品在变，原料也在变。今年“上海震撼会议”的主题是“为皮革重新设计未来”，将讨论皮革厂如何转变角色，设计师如何重新爱上皮革。传统皮革光彩不在，皮革厂必须有所改变，开发创新的材质，迅速响应买家需求。虽然生皮价格目前处于低位，但鞋面革、服装革、汽车革的销量并不乐观，曾受设计师青睐有加的皮革能否重现辉煌？此次会议将对这些疑问做出释疑、解答。而备受欢迎的 Leather Naturally 天然皮革区将再度亮相，将通过各个潮流趋势展示区、工作坊、讲座和推广活动，向设计师、创作者和消费者推广天然皮革的美感、时尚、品质和应用。

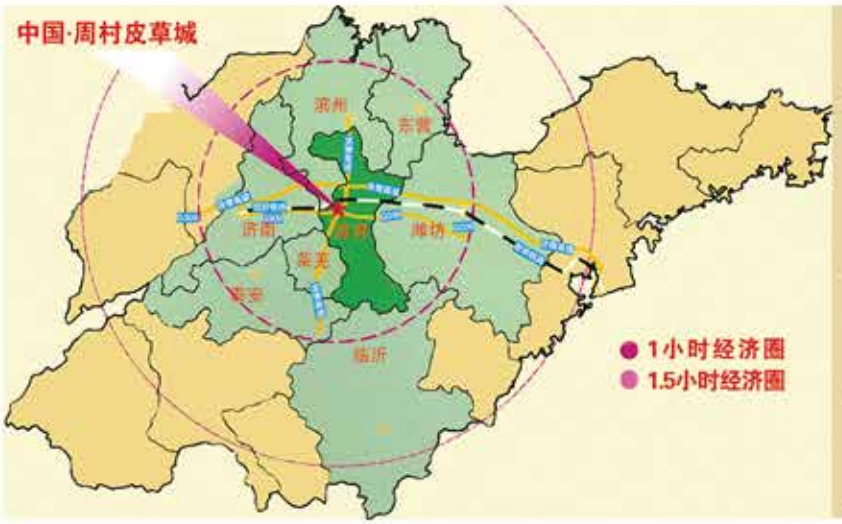
为了满足鞋履和时尚买家的采购需要，主办方首次将时尚物料展从香港引进到上海（位于 E3 馆），将展示各项技术创新，包括先进的制造过程、技术和原料，特别是可以看到鞋子和皮革的完美融合。中国皮革协会设立了时尚趋势展示区（位于 E4 馆），汇集真皮标志杯鞋类、箱包、皮革服装、面料大赛金奖作品，并与中国美术学院合作举办 2019/20 中国秋冬皮革裘皮时装面料流行趋势展，还和美国原皮协会联手打造了“真皮时尚 · 潮流之巅”时尚大秀，相信一定能让观众大饱眼福。业界同仁在参展、观展之余，可在 E4 馆特别设立的“手工皮艺区”驻足观赏，并可在老师的指导下现场制作小皮件，亲身体验手工皮艺的独特魅力。

流行之外，中国国际皮革展还邀请皮革及相关行业的专家、讲者，举办一系列高质量的演讲、论坛，探讨行业的热点痛点，寻找皮革业发展的创新方向。

2019 年，中国皮革行业承压前行，贸易战又让行业发展面临太多的不确定性。面临变局，皮革行业上下游的企业当借此携手并进，共同探索融合发展的共生之道，培育新的经济增长点，切实推进产业优化升级，促进产品迭代，满足消费需求，维系产业平稳发展。

雄踞鲁中，辐射山东

交通便利，购买力强



中国•周村皮草城地处山东省的中心城市—淄博市，交通便利、区位优势突出，1 小时商圈可辐射淄博、济南、滨州、潍坊、东营、泰安、莱芜 7 个地市，覆盖山东省近 50% 的人口，1 个半小时可到达青岛、日照、临沂、枣庄、聊城、德州。经过 10 年运营，已经成为山东省内人气旺、业户盈利能力强的四星级专业市场。

自然车流，高端消费人群

商户获利丰厚的专业市场之一

中国•周村皮草城在北济青高速、胶济铁路、309 国道和京沪高速及 205 国道的交叉处，距离京沪高速出入口仅 700 米，胶济动车周村东站 1500 米，是山东省内区域位置优越、交通便利、辐射区域广、消费者购买能力强的全国四星级专业皮革市场。

四星级皮革专业市场

10年运营，是规模大、档次高、品牌全、人气旺的秋冬时装之都

战略合作品牌榜

助力企业快速发展

如果您是真皮标志、驰名商标、知名品牌、国际品牌
如果您的品牌想进入山东市场，请毫不犹豫地加入我们！
欢迎联系：郑梅 18653395766

我国皮革行业专业市场发展较快，但部分皮革行业专业市场千城一面，经营的产品类别、品质、品牌相近，提供的服务也大多局限于物业服务，而且毗邻的市场消费半径接近，客户定位相似，未形成差异化经营。这其中暴露的最主要问题就是专业市场的同质发展现象严重，处于低水平竞争，不利于长远发展。

过去几年，专业市场盲目建设，商铺价格飙升，导致供大于求，透支了市场消费潜力，后续发展存在较大隐患。专业市场的发展正面临着前所未有之变局，专业市场该怎么改变，该从何而变，已成为近年来行业内多番讨论的问题。去同存异，“原创”引领，成为专业市场发展的未来方向。

“问道原创”
推动专业市场新发展

文 / 黄秋权

专业市场的演变与待变

许多人认为专业市场与原创没有联系，因为以往并没有这样的先例，原创与专业市场看似也不甚匹配，在专业市场中推行原创的确是路漫漫其修远兮。那么，原创与专业市场的距离到底有多远呢？这要从专业市场的前世今生说起……

专业市场是我国一种非常特别的商业业态，它存在已久，不断迭代，但活力依旧，生机勃勃，韧性十足。上世纪 70 年代末 80 初代的专业市场其实就是简易的市场摊位，其存在于广州的街巷当中，就如越秀区西湖路，曾以西湖夜市闻名，而西湖夜市正是马路大棚式专业市场的雏形。90 年代初，独立现代商厦开始出现，一批专业批发市场如雨后春笋般开始生长发展，逐渐形成一批功能清晰、颇具规模的专业批发市场群。以广州为例，目前大约有专业批发市场1000个，总建筑面积达 900 多万平方米，涵盖了 40 多个品类，形成了齐全的批发市场体系，仅三元里商圈皮具箱包市场就有 30 多个。

现在，专业市场已经发展成为了一个个功能清晰、区域性强、产品集中的商业集群，比如三元里皮具批发市场集群、流花服装批发市场集群、站西路 – 广园西路鞋业集群等。专业市场的转型升级步伐一直在演变，目前在向创意园、产业园、产业小镇、产业综合体等方向发展，比如安华灯饰城现升级改造为 30 万平方米大体量的大型片区综合体安华汇；由纺织机械厂改造而来的 TIT 创意园；拥有多个服装专业市场资源、主攻服装为主的时尚产业，打造“互联网 + 产业”规模惊人的杭州艺尚小镇，都是专业市场未来的发展方向。

专业市场的形态在变化，交易模式也在变更。上世纪 80 年代到 90 年代初期的专业市场基本都是“三现”模式（即现场、现金、现货）。90 年代末到 21 世纪初，国内品牌开始快速成长，订货、代理、加盟、专卖等模式发展迅速，逐渐成为主流。随后，电商大潮汹涌而至，特别是 2009 年第一届淘宝“双十一”后，专业市场受到巨大的冲击，到后来开始接受 O2O 模式。随后微信微店、网红直播带货等模式层出不穷，不断冲击专业市场传统的交易模式。互联网时代变化莫测，新零售及新批发的浪潮在鞭策行业做出更多的改变，更加注重场景、更加注重便捷、更加注重服务，采购去中心化、社群化、交易智能化及渠道多元化，去迎接“体验 + 智能 + 全渠道”的时代。

这是一个变化莫测的时代，而“岁数渐长”的专业市场似乎还未能完全跟得上时代发展的步伐。

专业市场转型升级步伐落后于城市更新发展。城市发展翻天覆地，现代化、产业化跨越式发展，专业市场却似乎依旧原地踏步，其商业形象等给消费者留下了“散、乱、差”的印象，老旧的硬件甚至还存在诸多安全隐患。

专业市场的品牌升级速度落后于消费升级速度。消费升级及品牌老化之间存在剪刀差，90 后、95 后、00 后大步登上消费舞台成为主角，而传统的产品无法满足消费者多元化、个性化需求。

专业市场经营模式未能满足产业升级的要求。传统收租金的模式，令专业市场收入来源颇为单一，行业应该提供更多的产业服务，积极推进产业升级。行业时常想着改变，但专业

上世纪 80 年代到 90 年代初期的专业市场基本都是“三现”模式（即现场、现金、现货）。90 年代末到 21 世纪初，国内品牌开始逐渐快速成长，订货、代理、加盟、专卖等模式发展迅速，逐渐成为主流。随后，电商大潮汹涌而至，特别是 2009 年第一届淘宝“双十一”后，专业市场受到巨大的冲击，到后来开始接受 O2O 模式。随后微信微店、网红直播带货等模式层出不穷，不断冲击专业市场传统的交易模式。

市场的痛点无法忽略，并且只有解决了这些问题，行业才能更好地发展。

专业市场的赋能与可能

令专业市场焕发生机，需要为它注入年轻时尚的灵魂，需要原创为专业市场赋能。

原创已经上升到国家战略。2015年，《中国制造2025》战略明确提出，我国需要提高创新设计能力，加强质量品牌建设；2016年的国家“三品”专项行动中，明确提出要提升产品附加值和软实力，推动中国产品向中国品牌转变；2017年中共十九大报告中指出，我们要倡导创新文化，强化知识产权创造、保护以及运用；2019年发布的《粤港澳大湾区发展规划纲要》中还提到，要开展知识产权保护规范化市场培育和“正版正货”承诺活动；《商务部等12部门关于推进商品交易市场发展平台经济的指导意见》中提到，要推动具有示范效应的电商功能区、展贸平台、创意中心和品牌专区建设，汇聚高端品牌和设计师资源，统一市场营销，更好发挥实体市场的渠道、展会和品牌等优势。

除了国家战略上的引导，行业也在支持及推动原创力量。中国纺织工业联合会会长孙瑞哲在2019年纺织行业两会代表委员座谈会上发言说到，如今中国本土品牌时尚崛起与设计能力的提升，有力支撑了服饰时尚化、个性化、多元化的发展，使本土品牌拥有了较强的竞争力。同时根据数据指出，支持国产品牌是00后关心国家的一种方式，53%的消费者不再偏好国外品牌，文化自信提升，使创新原创拥有了能量源。而中国皮革协会也明确提出，未来几年将会加大力度支持原创设计研发。在广州市2019年度重点工作报告中，强化知识产权已经列入了重点工作。这是一个从国家到人民都支持原创的时代，原创是专业市场转型升级的一条必经之路，它将会是现在以及未来专业市场的核心竞争力。

专业市场不缺原创的基因，专业市场是原创品牌的孵化基地。广州白马服装市场孵化出凯撒、哥弟、歌莉娅、朵以等一批批优质服装品牌，中国著名服装设计师张肇达在白马服装市场开业之初就大力推动一批原创设计品牌进驻白马，为白马奠定原创根基。无独有偶，中港皮具城作为三元里商圈的原创标杆，也走出了金利来、万里马、爱华仕、弗里欧、老船长、威尔逊等原创品牌，同时更是云集了一批新兴的原创设计师品牌。2018年，中港皮具城的潮黛品牌获得真皮标志杯箱包皮具设计大赛女包金奖，鸟牌、莱夫等也获得银奖。放眼全国，杭州意法服饰城、深圳南油片区等地的原创服装市场自2014年开设以来，一直蓬勃发展，践行原创之力。

通过对皮具采购商数据调研分析，年轻群体已逐渐成为采购商的主要群体，他们的观念正在慢慢改变采购商群体的采购习惯。调查表明，品质以及款式已经成为他们采购皮具的前两位主要考虑因素，价格因素退至第三。采购商对产品的质量及个性化要求大大提升。推行原创设计，生产独特产品，才是品牌的生存之本。

原创与专业市场有着千丝万缕的关系，但是要在专业市场推行原创，还需要进一步加大力度。据中国皮革协会数据，全行业的研发费用仅为0.26%。以中港皮具城为例，其在2017年的原创产品研发投入比重约为0.67%，在同行业中算是略高的数据。但我们同时也要看到巨大的差距存在，根据《中国制造2025》规划，2025年中国制造业原创产品研发投入的比重将为1.68%，与华为等高科技行业每年10%以上的研发投入仍相去甚远，专业市场应进一步加大原创产品的研发，才能提升竞争力。

（女性：占64%，年龄：21-40占84%，品质及款式占据前两位首选）
数据来源：中港皮具城采购商2018年度调研报报告

综上所述，伴随国家政策的引导以及善于学习创造的专业市场基因文化，专业市场迎来了原创品牌快速发展的历史机遇。为了让原创品牌能够更好地在专业市场中发展，专业市场也要打造适应原创品牌发展的良好生态链。借鉴国内广州白马服装市场、中港皮具城、杭州意法及深圳南油等

标杆市场的做法，打造原创品牌市场需要从硬件及软件两方面为原创提供支持，同时呼吁在国家政策层面上给予必要的支持。

在市场层面上，要有打造原创品牌市场的匠心。首先，要明确市场的原创定位并坚定走下去。不是所有市场都具备原创的基因，龙头市场具有良好的基础，具备先发优势，建议先行，但必须要有自我革命的精神。第二，要舍得投入，完善硬件及配套设施。围绕原创的定位，在硬件上打造适合原创定位及文创的经营氛围，在配套设施上针对设计师完善配套，如增加文创摄影及品牌推广。第三，在管理上，必须建立起相关的服务体系，特别是品牌准入及孵化体系、知识产权保护制度等。

2017 年中港皮具城成为国内皮具专业市场中首个提出打造原创品牌基地的皮具专业市场。2018 年，中港皮具城设立国内第一个设立原创设计师品牌示范基地，全新改造的原创设计师品牌基地汇聚了一批拥有超强实力的原创设计师品牌。除此之外，中港皮具城将会把 11 楼改造成为中港时尚供应链创新服务平台，整合政府、行业、产业链上下游资源，设置品牌孵化、双创基地、原创设计师联盟、电商服务中心、知识产权快速保护及维权中心等功能，平台将成为新时尚供应链服务专家，为原创品牌赋能。

在政府层面上，呼吁完善支持原创的配套政策。首先，要加快知识产权的快速保护及快速维权中心的推广应用，解决维权成本高、维权速度慢等问题。目前，广州仅有花都等区域能享受快维服务，没有覆盖广州中心城区市场，全国其他地方也有类似的情况，建议推广应用。第二，建立原创设计师的组织体系。在纺织服装行业，设计师的组织比较完备，但在箱包行业相对匮乏，没有权威的协会去引导皮具设计师的发展，不利于设计师的成长，也不利于行业的发展。第三，实实在在支持原创品牌的发展。中国不缺箱包设计师，但缺乏出名的箱包品牌。盲目追求世界大牌的时代已经过去，小众品牌时代即将来临，相信国家对原创品牌的支持将大大促进行业发展。

类别	指标	2013年	2015年	2020年	2025年
创新能力	规模以上制造业研发经费内部支出占主营业务收入比重（%）	0.88	0.95	1.26	1.68
	规模以上制造业每亿元主营业务收入有效发明专利数（件）	0.36	0.44	0.70	1.10

2020 年和 2025 年制造业主要指标

> 专业市场的原创精神是行业最宝贵的精神财富及发展动力，诚然，原创路上不会一帆风顺，需要坚定的信心，长期的坚持，不懈的努力，需要匠人精神。纵使前路漫漫，只要在原创之路上坚持走下去，原创梦将不会只是一个梦，行业一定能迎来属于专业市场的原创。

中国皮革协会监测的数据显示，2019 年 1-6 月，全国规上轻革产量 2.77 亿平方米，同比下降 10.93%。同期，我国规上制革行业累计主营业务收入 557.44 亿元，同比下降 2.23%。皮革产量萎缩，除受经济环境影响外，人造革及其他纺织品的替代也是一个主要因素，其次，皮革行业本身存在的问题也是影响皮革行业发展的重要原因，例如，皮革生产过程中的效率问题、污染问题、皮革存在的环保健康问题，皮革的功能品种开发、时尚化开发不足等。

国内皮化行业 现状及发展趋势

文 / 杨斯盛

制革行业逐步萎缩，导致皮化市场竞争日趋激烈，而皮化行业在历史上一直扮演着带动下游企业发展的重要角色，如何在目前困境下以新技术新产品为突破口，促进下游企业发展，是皮化企业既迫切又艰巨的课题。

一、皮革化学品发展现状

我国皮革化学品行业目前竞争主要存在两个层面：

第一层面：主要是具备自主研发能力的综合型皮化服务商，特征是能够根据行业存在问题和发展趋势研究开发适应市场需求的新型皮化产品，拥有核心合成技术及复配技术，如国外的斯塔尔集团（收购了科莱恩和巴斯夫的皮革服务业务）、朗盛集

团、德瑞集团等跨国企业，国内的达威股份等专业皮化企业，其产品线完善，能够提供覆盖制革全过程的高品质皮革化学品，具有强大的技术服务能力，是集研发、生产、销售及技术服务为一体的综合型皮化服务商，占据了我国皮革化学品市场近 50% 的份额。

第二层面：主要是具有一定规模，能够提供部分工段优质皮革化学品的皮化供应商。例如德国汤普勒、司马、希伦塞勒赫，意大利的沙米亚、斯密特等国外著名皮化供应商；国内如德赛尔、亭江新材等。近年来，随着管理水平的不断提升和质量意识的提高，国内皮革化学品生产企业的产品品质、稳定性、可选择性等方面都有很大提升，部分产品完全可替代进口，目前在中高档皮革化学品市场，业已形成一定的竞争优势。这一层面的企业在细分领域占有较高的市场份额。

当然，我们也可以说还有第三层面，但这一层面的企业主要是其他为数众多的国内中小皮革化学品生产厂商。受到规模的限制，这部分企业普遍设备老旧、自控水平低、产品性能不稳定，其产品主要面向低端市场，竞争主要通过价格策略。

二、皮革化学品发展趋势

皮革行业的发展越来越趋向于以下几个方面：生态化发展、功能化发展、时尚化发展。皮化行业的发展方向也必须顺应下游企业的发展方向，同时通过新材料的研究开发促进下游企业的发展。

1. 研究开发清洁化材料及生产技术满足生态型皮革需要

生态型皮革的概念包含了以下几个方面：首先，生态型皮革在生产制造过程中不会给环境带来新的污染；第二、将其加工成皮革制品的过程中无害；第三、使用过程中对人体无害，对环境友好；第四、可以被生物降解，且降解产物不会对环境产生新的污染。

基于生态型皮革的要求，皮化材料需要从以下方面解决问题：

（1）利用生物酶制剂高效专一的特性，研究开发用于替代或减少酸、碱和表面活性剂的技术，例如浸水、脱脂、纤维分散，乃至保毛脱毛。目前浸水、脱脂和纤维分散方面技术相对成熟，例如基于四川大学石碧院士、彭必雨教授领衔开展的《基于酶作用的制革污染物源头控制技术及关键酶制剂创制》项目形成的关键技术，四川达威转化形成的浸水酶 S2/CMS/FSC，浸灰酶 LS/LM，脂肪酶 HK/ADE 等系列酶制剂。但此类产品下游企业应用普及率仍需提高。酶脱毛技术尚处于实验室研究阶段，将是今后研究开发的重点方向，通过酶脱毛可以大幅度降低石灰和硫化物带来的污染问题。

（2）研究开发无铬无甲醛鞣剂是解决含铬废弃物污染的必由之路。据不完全统计，国内市场每年产生的含铬废屑多达 30 万吨，是制革行业主要的一种固废。国内外很多皮化企业都推出了无铬鞣剂产品，代表性的有科莱恩公司 F-90，亭江新材 TWLZ，四川达威 ZAT 等，但性能方面与铬鞣剂仍存在一定差距。

（3）甲醛问题是目前皮革及革制品中对人体健康影响较大的一类物

质，主要来源于三聚氰胺、双氰胺类氨基树脂复鞣剂，酚类萘类合成鞣剂等，尤其是氨基树脂类复鞣剂，大量的氮羟甲基在皮革存放或使用过程中不断释放甲醛，因此研究开发非甲醛缩合的替代型氨基树脂是当务之急。而作为制革工作者，采用其他类材料通过工艺平衡替代传统的氨基树脂也是解决问题的一种方案。

（4）在皮革生产过程中 VOC 排放是影响环境及人体健康的重要问题，主要来源于皮化材料中采用的一些溶剂。例如，水性 PUD 中的助溶剂丙酮、N,N- 二甲基甲酰胺和 N- 甲基吡咯烷酮等，硝化棉光亮剂采用的醋酸丁酯、醋酸异辛酯等，因此研究无溶剂水性聚氨酯及硝化棉替代品将是降低 VOC 污染的主要方向。

（5）随着人们生活水平的提高和健康意识的增强，皮革气味问题越来越受到消费者的关注。气味主要来源于三个方面：一是皮革储存、加工过程中的防腐不当导致的异味或降解的低分子产物；二是皮化材料中所携带的低分子化合物；三是材料不耐氧化导致的异味，尤其是加脂剂产品。

从皮化角度而言，开发研究低气味和耐光耐热稳定的新材料是一个重要的发展方向。

2. 开发高性能材料满足功能皮革开发需要

为适应消费者的需要，在保持天然皮革的优秀性能外，开发达到与人造材料的某些性能相媲美的功能性皮革是保证天然皮革可持续发展的必然要求，例如防水革、防油革、防污革、阻燃革、水洗革、芳香性皮革、抗菌皮革等。

功能皮革的开发离不开各类功能材料的开发，例如防水革、防油革和防污革主要采用含硅、氟元素的加脂、表面处理剂产品以及配套的其他材料，目前该类技术主要为国外公司掌握。

3. 研究开发色彩、效应类助剂满足时尚化皮革开发需要

目前市场较为成熟的经典风格皮革品种主要有龟裂效应革、摔纹革、擦色效应革、消光革、珠光革、荧光效应革、珠光擦色效应革、仿旧效应革、水晶革（仿打光）、磨砂效应革、变色革、绒面革等等。近年来，也出现了一些新的品种，例如热敏变色、透明皮革等，但时尚风格远远落后于时尚的需要，并且部分时尚风格在质量上存在较大问题，例如诸多效应涂饰效果中，采用了金属络合染料，该类染料颜色鲜艳，但耐光性差，尤其是耐迁移性能差，导致革制品颜色不能持久稳定，失去特殊的美观效果，采用透明颜料膏体系替代金属络合染料是一种发展趋势。

纺织行业以及人造材料行业等时尚化发展远远优于皮革行业，因此借鉴其他行业新技术开发皮化时尚新材料是解决目前皮革行业时尚度不足的重要方法。

三、皮革化学品生产的智能化

中国工程院院士谭建荣认为，包括化工行业在内，发展智能制造的基础和目标就是精益生产。精益生产的核心是零库存和快速反应市场变化，也就是多批次、少批量生产。“精益生产和质量工程是智能制造的前提和基础。首先要精益生产，通过机器人技术、人工智能技术实现精益生产。智能制造的目标就是使生产更精益。”

皮革化学品属于精细化学品，精细化工生产过程中的单元操作多、过程差异大、工艺流程长，且大都为间歇或半连续小批量生产，并涉及高温、高压、强放热反应，对品质稳定及安全生产方面都有更高的要求。

目前国内多数皮化企业建厂较早，生产装备自动化及智能化水平较低，因而在品质稳定性方面存在不确定性，而下游企业对国产皮化反映问题较多的就是品质的稳定性，因此建立自动化、智能化的生产方式是国内皮化行业提高竞争力的有效途径。目前国内部分致力于皮化行业发展的企业家已意识到智能制造的必要性，例如四川达威在成都新津新建的产能达到 5 万吨 / 年的智能化制造工厂，智能化水平达到国际同行业先进水平，将极大促进产品质量稳定性和提升对市场的快速响应性。

总而言之，皮革及皮化行业在目前形势下，需要更多的研发投入，从清洁化生产技术及配套材料、功能化材料和时尚材料助剂等方面，提升行业清洁化生产水平，赋予皮革更多适应人们需求的功能，紧跟社会时尚化的步伐；在生产方面，追随智能制造的发展趋势，提高生产智能化水平，提高产品质量稳定性，提升市场响应能力。只有这样才能突破目前的困境，实现行业的可持续高水平发展。

2018年中国水貂狐貉取皮数量统计分析

文 / 王殿华

中国皮革协会2011年开始每年对我国水貂、狐、貉的数量（留种数量、存栏数量、取皮数量）进行统计。统计工作主要由中国皮革协会毛皮经济动物养殖专业委员会负责，采用实地调研统计为主，疫苗和饲料使用量反算进行验证的统计方法，统计地区涵盖了辽宁、吉林、黑龙江、山东、河北等毛皮经济动物养殖集中省份和其它部分地区。2018年12月中旬，中国皮革协会毛皮经济动物养殖专业委员会开始对我国2018年度水貂、狐、貉取皮数量进行统计，直至今年年初完成初步统计分析工作，5月正式对外发布。

2018年，我国水貂、狐、貉取皮数量有所波动，水貂取皮数量约2073万张，同比微增0.63%；狐狸取皮数量约1739万张，同比增加23.33%；貉子取皮数量约1233万张，同比下降0.56%。

图1

图2

图3

一、统计分析

(一)2018 年我国水貂、狐、貉取皮数量分析

1. 水貂取皮数量分析

2018 年我国水貂取皮数量 2073 万张左右，与 2017 年统计数量相比增加了 0.63%。从 2010 年到 2018 年取皮数量看，2014 年水貂取皮数量达到峰值，然后连续三年出现大幅度下滑，2018 年水貂取皮数量略有增加（见图 1）。

2. 狐取皮数量分析

2018 年我国狐取皮数量 1739 万张左右，与 2017 年统计数量相比增长了 23.33%。从 2010 年到 2018 年取皮数量情况看，呈起伏状态（见图 2）。

3. 貉取皮数量分析

2018 年我国貉取皮数量 1233 万张左右，与 2017 年统计数量相比降低了 0.56%。从 2010 年到 2018 年取皮数量情况看，2015 年貉取皮量达到峰值，然后出现大幅下滑，2018 年略有增加（见图 3）。

（二）2018 年我国水貂、狐、貉取皮数量全国分布情况

1. 水貂取皮数量分布

2018 年我国水貂取皮数量最大省份为山东省，约占全国水貂取皮总量的 77.24%；辽宁省位居第二位，约占 15.22%；黑龙江省位居第三位，约占 3.28%。三个省份的水貂取皮数量约占全国水貂取皮总量的 95.74%（见图 4）。

2018 年我国水貂取皮数量排名前十位的城市分别为：潍坊、威海、大连、临沂、烟台、青岛、哈尔滨、菏泽、秦皇岛和丹东。

2. 狐取皮数量分布

2018 年我国狐取皮数量最大省份为山东省，约占全国狐取皮总量的 43.37%；河北省位居第二位，约占 21.27%；黑

图 4

图 5

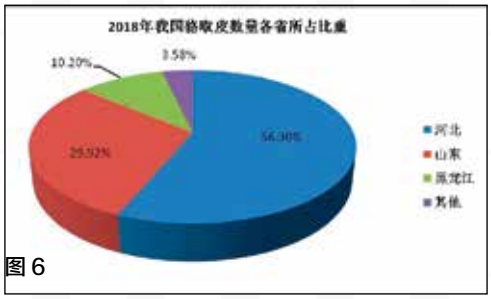


图 6

龙江省位居第三位，约占 16.20%。三个省份的狐取皮数量约占全国狐取皮总量的 80.84%（见图 5）。

2018 年我国狐取皮数量排名前十位的城市分别为：潍坊、大庆、秦皇岛、锦州、威海、沧州、临沂、聊城、唐山和鞍山。

3. 貉取皮数量分布

2018 年我国貉取皮数量最大省份为河北省，约占全国貉取皮总量的 56.30%；山东省位居第二位，约占 29.92%；黑龙江省位居第三位，约占 10.20%。三个省份的貉取皮数量约占全国貉取皮总量的 96.42%（见图 6）。

2018 年我国貉取皮数量排名前十位的城市分别为：秦皇岛、威海、潍坊、唐山、大庆、沧州、聊城、哈尔滨、石家庄和临沂。

二、预判及建议

1.2018 年水貂春季留种数量与 2017 年持平，全国水貂产子率较差，但是由于受环保和市场因素的影响，很多水貂养殖户关闭农场或改养狐貉，大量种兽被取皮，两种因素叠加，造成了近两年我国水貂取皮数量基本持平，预计 2019 年国内水貂皮产量将会明显减少；另一方面，2019 年全球水貂皮供应量预计比 2018 年下降 15%-20%，但是由于国内外市场疲软，皮张和服装库存较多，预测 2019 年水貂皮价格依然在低谷徘徊。建议养殖户控制种群数量，加快转型，以提高种群和皮张质量为重点。

2. 近几年随着派克类服装的流行，狐皮和貉皮用量出现增长，派克服已经流行五年左右，虽然 2019 年流行趋势尚在持续，但老款服装库存在增加，同时设计款式、材料选用方面在不断更新，流行趋势变幻莫测，预计 2019 年狐皮和貉皮价格在现有基础上小幅波动。因此，养殖户不宜增加狐和貉的种兽数量，以支撑市场合理的需求和平稳的价格。

3. 通过近几年的市场洗牌，我国毛皮动物养殖品种和皮张质量有明显提升，但与欧美养殖行业相比仍存在一定的差距，还需要继续加大优良品种改良和培育，同时树立现代化的养殖理念和建立与新品种相配套的养殖管理体系。

中国皮革协会将继续做好我国水貂、狐、貉取皮数量统计工作，为行业提供预警信息；同时，2019 年中国皮革协会将继续开展国际动物福利示范场认定工作，引导国内养殖企业提升动物福利水平。

中国制革机械发展历程及未来

文/王 丹

制革机械是为制革工业提供生产装备的基础行业，保证了制革工业的自动化大规模生产，是制革工业的重要组成部分。制革机械的质量和性能直接影响皮革产品的质量、产量和成本，制革机械的优劣是衡量制革工业技术水平的重要标志之一。

改革开放40年来，我国制革机械行业经过技术引进和消化吸收，取得了长足的进步，在种类、规模、质量等方面都有了很大的发展和提高，部分产品已达到了国际先进水平。但与意大利等欧洲生产的同类产品相比，还有一定的差距。中国要从制革大国变成制革强国，其中一项重要任务就是把制革机械行业做大做强。

当前，中国皮革协会正组织编制**《制革装备行业技术发展路线图》**，今年9月份正式对外发布。“路线图”在广泛调研国内外制革行业技术发展状况的基础上，甄选符合行业实际需求、可操作性强的技术工艺；在科学分析的基础上，明确制革装备行业未来5~10年的设备制造及关键技术提升目标和实现路径，为制革装备行业技术创新与技术投资提供科学依据，同时为政府管理部门提供政策制定依据。

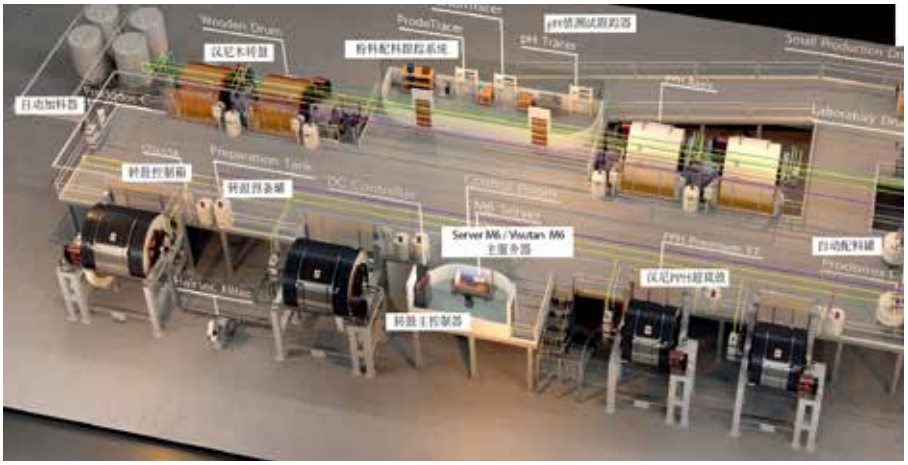
一、 中国制革机械行业的发展历程

二十世纪五、六十年代初，尽管国内制革厂和硝皮厂已是星罗棋布，遍地开花，但我国专业生产制革机械的企业几乎没有，只有 2~3 家作为制革厂配套的厂家，生产力量十分薄弱，产品单一，还没有形成一个行业。烟台皮机 1952 年建厂，湖州二轻机械 1962 年建厂，但除了沈阳皮机、天津皮机外，几乎都不是专业的制革机械生产企业。很多企业还要生产农用器具、通用机床等。

二十世纪七十年代初期，皮革作为轻工行业中重要的消费品，计划经济下大多省份以及部分市县成立了皮革公司，皮革产业迅速发展。轻工业部在扶持皮革工业的同时，把制革机械生产提上了日程。首先由轻工业部机械局（后来的中国轻工业机械总公司）组织对国内制革机械进行了一次全面选型、定型调查，制定了制革机械产品型号编制办法；其次在行业内部设立了定点生产厂；随即又开展制定产品标准工作。随着沈阳、烟台、湖州、天津、上海、扬州、江门等地一批轻工业部定点皮革机械生产企业的建立，制革机械开始走上了专业生产的道路，并逐步发展为一个完整的行业。

二十世纪八十年代，国家重点支持装备产品国产化并替代进口，皮革机械作为重点轻工装备重点行业，有很多产品列入国家重点攻关和引进技术项目之中，如去肉机、剖层机、抛光机、削匀机、辊涂机、板式熨平压花机、真空干燥机、震荡拉软机、电子量革机、电脑控制喷浆机和自动绷平干燥机等被列入国家“七五”、“八五”产品开发计划，通过科技攻关以及技术引进，使我国的制革机械在品种、规格、数量和质量上，均有很大的提高和发展，为制革机械行业的快速发展奠定了基础。江门电子设备厂的喷浆机、大连红旗的系列剖层机，都是在引进国外技术的基础上得以生产面市的。

进入二十世纪九十年，随着世界制革产业向中国大陆的转移，中国皮革制品迅速增长，为皮革机械的发展提供了良好契机。一批年轻的技术和销售骨干纷纷下海，在江苏、浙江、河北、广东等地创办民营制革机械厂，并在日后发展成为国内制革机械行业的中坚力量。



新世纪以来，随着企业的改制，烟台龙益、湖州二轻、扬州扬宝等一批老企业经历了资产重组、机制转换的变革，在产品开发及市场开拓方面再创辉煌。与此同时，南通斯瑞、盐城世标、江门泰立、江苏连港、如皋东兴、保定北江、湖州华飞、无锡新达等为代表的一批新兴民营企业也建立了现代化厂房，完善了加工装备手段，创建了各自的品牌产品，成长为制革机械行业的排头骨干企业。

二、 中国制革机械行业的发展现状

我国制革机械厂家主要集中在江苏、浙江、广东、河北四省，其中，湖州、如皋、无锡、扬州、海安、连云港、辛集、南海等地集中了近六成的厂家。而几乎每个地方都带着鲜明的产品特色，比如无锡的不锈钢实验转鼓、海安的干燥设备等。目前，全国共有制革机械设备整机生产工厂不到百家，生产的设备类型和机械性能基本满足了国内猪皮、牛皮、羊皮制革的需要，占有国内市场 80% 以上的份额。

2018 年全国制革机械销售收入接近 10 亿元，出口 5161.8 万美元，占销售收入的 30% 以上，进口制革机械 2867.1 万美元。从进出口数据可

以看出，国内制革机械行业的飞速发展，不但基本满足了国内市场的需要，而且大步迈向了国际市场，为国际制革工业做出贡献！

印度、孟加拉、越南、泰国、巴基斯坦等亚洲国家是行业快速增长的地区，而埃塞俄比亚、埃及等非洲国家，吉尔吉斯、哈萨克斯坦等中亚国家，也将是新兴发展的市场。巴西、阿根廷等南美国家，以及欧洲传统制革强国，都有越来越多国产制革机械。而随着全球制革产业格局的不断转变，中国制革机械的产品、技术、价格、服务等优势将会逐渐显现。

三、中国制革机械行业面临的挑战

当前制革机械行业进入发展拐点。科技进步和消费的多元化，新兴材料大量涌现，给真皮消费带来极大的冲击，国内外的制革企业普遍面临着需求下滑的局面。机械与制革行业可谓唇亡齿寒，制革行业一旦萧条，机械必然受到影响。在机械需求总量逐渐下降的同时，制革行业对设备的品种、质量和服务要求却在不断提高。尤其是 2019 年，在环保政策、中美贸易摩擦以及人们的消费观念转变等多种因素叠加作用下，制革企业的生存压力加大，产能被进一步压缩，制革设备内销市场趋于饱和，大批二手设备进入市场，行业面临前所未有的困难局面。

外部环境的恶化暴露了制革机械行业本身的问题。我国制革机械行业缺少核心技术，缺乏自主创新。行业科研人员缺少，同时又缺乏必要的制革工艺专业知识，更没有建立起本学科的设计理论体系。国内生产的水平较高的机械设备一般都是仿造国外的，设计时缺乏理论根据及设计主动性，难以做到自主创新。新品开发主要通过仿制，对国外的技术，采用解剖仿制的手段，对于国内同行的产品，也采取相同的手段。产品同质化导致行业陷入低价竞争模式，制约了行业发展进步 .

四、中国制革机械行业的创新发展

当前看来，国产制革设备的整体水平和国外同类设备仍存在一定的差距，虽然部分设备可以替代进口设备，如：超载木转鼓、普通木转鼓、八角摔软转鼓等，但一些关键设备，如剖层机、削匀机，国外产品仍占据国内市场的一定份额。

随着国内制革装备企业和国际先进企业交流的进一步深入，制革装备的设计水平和加工能力明显增强，从消化吸收到自主创新，国产制革装备正不断提升自主加工水平，制革设备在整体质量、自动化、智能化等方面有了很大的进步。为了保证产品的加工质量和精度，有些制革机械企业购买了加工中心，并加强与科研院校合作，很多制革机械企业都与陕西科技大学、四川大学、中国皮革制鞋工业研究院等科研机构建立了密切合作关系。除此之外，企业加强知识产权保护，积极申请专利，主动参与行业标准的起草和修订，营造行业健康发展的制度体系。

皮革强国，装备先行。跨入新世纪，国家对装备行业出台了系列政策和指导性意见，而制革设备生产行业尚缺乏相关的系统性文件。在此背景下，中国皮革协会把编制《制革装备行业技术发展路线图》作为今年必须完成的重点工作，希望通过“路线图”的发布，推动制革设备行业走自主化、智能化、自动化的可持续发展之路，为实现我国的“皮革强国”梦奠定坚实的基础。

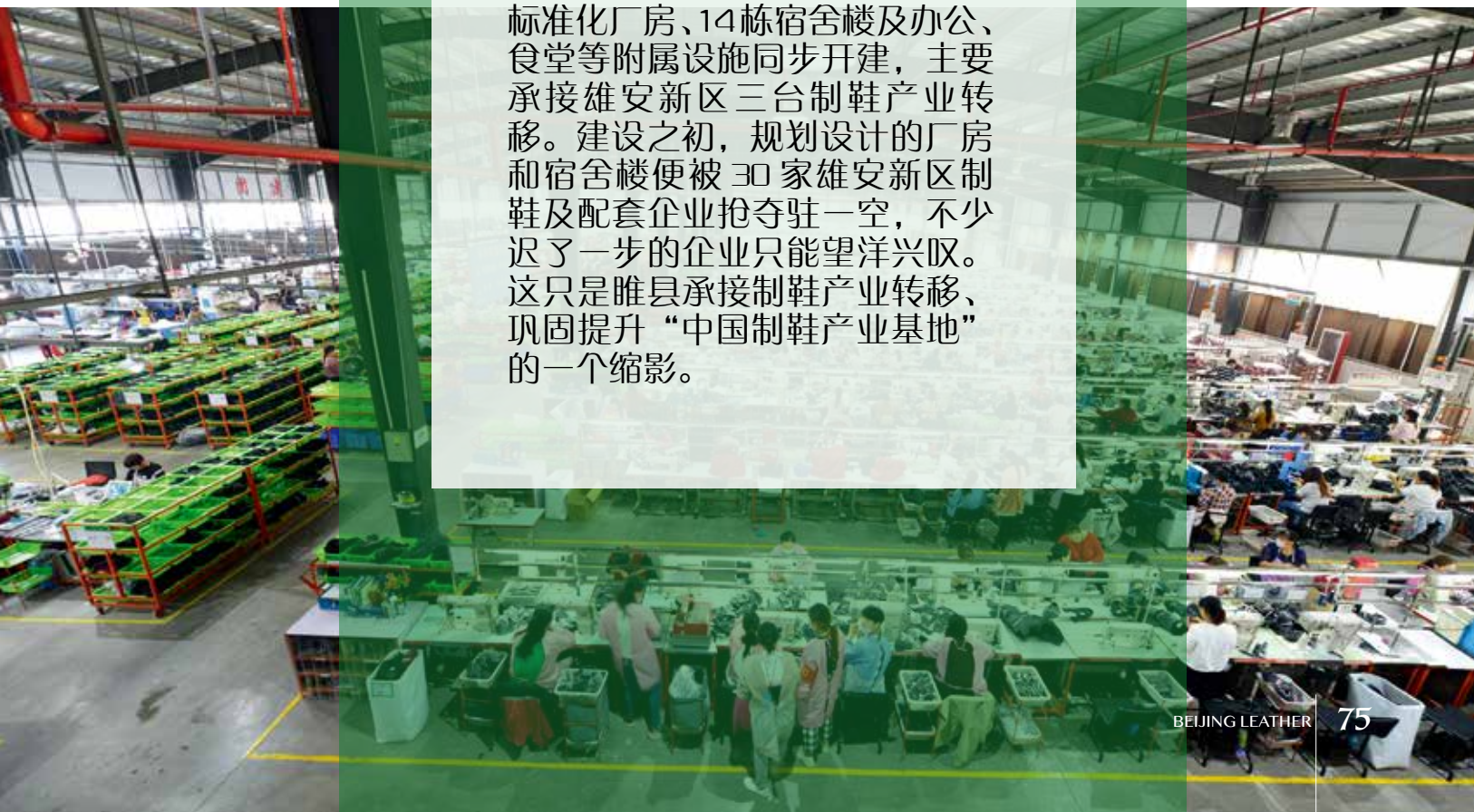
皮革强国，装备先行

中国制鞋产业基地·雎县
华丽蝶变

文/徐瑞丽　图/黄业波

“再过几个月，我们厂就能搬进三台制鞋产业园了，雎县跑出了加速度，选择雎县作为我们厂的落脚地，相信到时一定能够在这片投资沃土留得住、活得好。”雄安新区路神体育用品总经理杨永超望着在建的厂房，喜悦之情溢于言表。

2018年7月，雎县三台制鞋产业园开工建设，14栋4层标准化厂房、14栋宿舍楼及办公、食堂等附属设施同步开建，主要承接雄安新区三台制鞋产业转移。建设之初，规划设计的厂房和宿舍楼便被30家雄安新区制鞋及配套企业抢夺驻一空，不少迟了一步的企业只能望洋兴叹。这只是雎县承接制鞋产业转移、巩固提升“中国制鞋产业基地”的一个缩影。



选准对的产业　开辟新的道路

睢县是典型传统农业县、国家扶贫开发工作重点县，县里缺矿产、少资源，工业基础差、底子薄。县域内仅有几家纸制品及加工、农产品加工的传统企业，经济总量较小，人均水平较低，农民收入主要靠外出务工。

面对中原制鞋产业空白，福建、浙江等地集中度较高的制鞋业用工成本逐年上涨，“东鞋西进”势在必行的难得机遇，睢县县委、政府突破依托农区资源发展产业的禁锢，进一步解放思想、更新观念，研究全国经济结构调整和产业转移的规律，通过多次外出学习考察、调研论证，最终把制鞋产业确定为主导产业来培育。

产业选准了，路该如何走？2012 年，睢县印发了《关于加快建设中原制鞋基地的思考与建议》，提出了十年的发展目标。2015 年，睢县制定了《睢县承接产业转移建设中原鞋都纲要》，明确了到 2020 年的具体实施目标和步骤。

2019 年是睢县被中国轻工业联合会、中国皮革协会联合授予“中国制鞋产业基地”荣誉称号的第五个年头。五年的岁月轮回，睢县制鞋产业已破茧成蝶，实现华丽转身，走上了加快转型发展的新征程。

抓住机遇招商　完善产业链条

方向对了，再远的路也能到达。睢县稳抓沿海产业转移机遇，以优化招商、安商、兴商环境为根本，坚持开放招商一举求多效，围绕制鞋，明确定位、定向、定点、定大、定责的“五定”原则，实施以商招商，锁定行业龙头企业、品牌十强企业、上市企业，开展驻地招商；大力推进协会招商、委托招商和产业招商；大力招引与主导产业关联度较高的上下游企业落地睢县，突出大小并举，奋力实施链式招商、多元引进、抱团入驻、集群发展，引进一批企业和配套企业入驻。

睢县抢抓雄安新区制鞋产业转移机遇，迅速成立招商队伍奔赴雄安新区开展落地招商和集中招商，全面走访对接企业，落实跟踪服务，雄安新区排名最靠前的几家知名制鞋企业悉数与睢县签约并落地，实现了雄安速度与睢县效率的完美结合。

2017 年当年入驻制鞋及鞋材企业 46 家，鞋材经销商 30 余家，安装成型线 40 条。2018 年，入驻制鞋及配套企业 30 余家，在建三台制鞋产业园和雄安新区制鞋产业园两个，项目建成后可一次性入驻企业 80 家，成型线 100 条，产能将达到 1 亿双。

睢县紧抓制鞋大牌足力健鞋业布局全国生产基地机遇，紧盯关键环节和关键人员，实施大员上前线，采取贴心服务，实现了足力健项目当年对接、当年签约、当年落地。目前，投资 60 亿元的足力健幸福小镇产业园项目进展顺利，1200 亩全产业链制鞋产业园宿舍和厂房都正在紧张施工，今年第一季度实现税收 2054 万元。

睢县狠抓制鞋产业配套，将建链、延链、补链、强链作为培育产业的重中之重，坚持全产业链谋划，按照图谱招商，突出专业化配套，支持、鼓励和引导制鞋、鞋材龙头企业、物流企业整体转移，全力补齐链条，目前基本实现了本地配套，鞋材配套能力从 65% 直接提升达到 90% 以上。

经过多年的努力打拼，包括耐克、安踏、李宁、361° 等国内外知名品牌在内，一个集生产加工、商贸物流、研发设计、教育培训、品牌展示为一体的鞋业基地初具雏形。睢县制鞋及鞋材配套企业从 2015 年的 59 家跃升至 107 家，成型线 40 条增至 110 余条，3 亿元以上制鞋企业由 16 家增加到 35 家，产能由 3000 万双达到 1 亿双，年产值突破百亿元，睢县制鞋产业工业总产值占全县工业总产值达 65% 以上。

优化营商环境 打造承接平台

让客商引得来，留得住，从“一枝独秀”到“遍地开花”，睢县制鞋业形成规模效应，得益于营商软环境不断优化，靠的是服务质量连年提升。

近年来，睢县营造“你投资我欢迎、你赚钱我保护、你困难我帮助、你发财我发展”的浓厚氛围，促使企业不仅落得下，而且留得住、能发展。睢县对落地项目实行“五个一”推进机制和“两个不接触”服务机制，即一个重点项目、一名县级领导分包服务、一个单位整体负责协调、一名首席服务官跟踪服务、一套项目建设推进方案；项目建设方在征地拆迁过程

中不与村民接触、在办理相关证照和有关手续时不与职能部门接触。

对重点项目实施“挂图作战”和“挂牌督办”，月调度、季通报、半年观摩、年终考核，营造招商责任单位开放招商工作比学赶超的良好氛围。建立了客商投诉受理和权益保护机制，对客商投诉案件实行专案查处、限时解决，严肃整治行政不作为、乱作为、慢作为，严厉打击欺行霸市、强揽工程等违法行为，提升外来客商的决心和信心。

睢县始终牵住资金这一企业发展的“牛鼻子”，每年定期开展银企对接活动，组织多家金融机构深入产业集聚区企业开展直接服务，协调金融部门增加贷款。同时，建立企业“白名单”，推动金融机构对列入“白名单”的企业制定专项支持政策。2018 年，县财政和企业各投资 1000 万元作为担保资金，为支持三台转移制鞋项目发展直接融资 2 亿元。

每当订单爆满，招工难就成为企业最为头痛的大事。睢县坚持“招工就是招商”理念，积极开展用工对接，将招工任务层层分解，定期通报任务完成进度，并严格核实认定，切实兑现奖惩，2019 以来已累计为企业招工完成 1.4 万人（次）。

2017 年 4 月，雄安新区成立，当年睢县招商引资硕果累累，产业集聚区变得一房难求。为此，睢县迅速对产业集聚区闲置土地、存量厂房和宿舍开展清理整顿，实施“腾笼换鸟”，60 天时间清理出僵尸企业 20 家，获得可以利用的土地 360 亩、厂房 25 万平方米。

基础设施及配套服务设施不断完善、承载能力逐步提升，为招商引资和企业入驻提供了保障。2 万平米的鞋材市场，目前已入驻皮革、模具加工、飞织、鞋机、鞋胶、网布销售等加工、贸易零售商户 60 余家。日处理污水 2 万吨的污水处理厂已于 2018 年扩容升级改造，污水处理率达到 100%。投资 1.5 亿元的冀鲁豫物流园全面建成后，日吞吐货运流量 12000 吨，物流辐射广东、福建、浙江等鞋业基地，填补了产业集聚区专业制鞋物流园区的空白。

实施创新驱动 引领转型升级

创新是引领发展的第一动力。睢县加强与郑州大学、商丘职业技术学院、郑州轻工业学院等高校和科研院所对接和沟通，充分发挥产业集聚区科技创新孵化平台、知识产权权益保护站的作用，在产业集聚区设立双创中心，全力支持企业创新创造，集聚区制鞋研发中心和工程技术中心从 0 发展到 7 家。

睢县创新出台《支持智能制造和工业互联网发展若干政策》等多项优惠政策，鼓励支持制鞋企业实施智能化改造，河南嘉鸿鞋业率先引进全省第一条智能化成型生产线。县财政每年投入 3000 万元，为制鞋企业实施智能化改造备足改造引导资金。部分企业实施智能化改造后，产量提高 30% ~ 50%，效率提高 28.5% 以上，能耗降低 10%~15%，部分设备节省人工 60% 以上。2019 年，县财政列支预算 5000 万元，对 30 家开展智能化改造的企业进行奖补，助推制鞋等产业高质量发展。

围绕打造中国制鞋产业基地，睢县投资 2800 万元的河南省鞋类产品质量监督检验中心已建成并投入使用，具备独力承担省级产品质量检验检测资质，可对皮鞋、纺织面料、塑料鞋、橡胶鞋等 4 大类 34 项产品质量指标进行检测。中心辐射周边区域制鞋企业，每年可以为 200 家规模以上企业提供技术创新、质量纠纷仲裁、产业发展引导等创新性、驱动性的综合服务，累计为企业节约检测成本 1000 万元以上。

当前，睢县鞋企智能化改造正在如火如荼地推进。制造业智能化改造成为睢县制鞋业迅速发展的强大动力，以设备换芯、生产换线、机器换人为主的智能化改造迅速推进，制造业高端化、绿色化、数字化水平持续提升，睢县制鞋产业高质量发展迈出坚实步伐。

在新的历史阶段，睢县将主动适应新常态，抢抓新机遇，促进高质量发展，力争到 2020 年，全县落地制鞋及配套企业达到 300 家以上，初步建成制鞋产业优势突出、链条完整、特色明显的制鞋基地。

清晨，旭日东升，睢县制鞋产业园展示中心门前广场上，矗立着一只巨大的金色的“鞋子”，“在路上”三个大字闪烁着别样的光芒。

一双鞋是否合适，只有脚踏实地才知道；一双鞋到底能够走多远，也许从睢县制鞋的发展路径可见一斑。

新疆和田吹响建设“丝路鞋都”号角

7月23-28日，“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新疆和田地区成功举办。此次大会以“承接产业转移 共建丝路鞋都”为主题，由中国皮革协会、广东鞋业厂商会主办，迎来了全国各地鞋革行业40多家商协会组织和300余名企业代表共约400人参会。此次大会旨在探讨中国制鞋业如何转移至和田落地发展，谋求在“一带一路”战略架构中为承接东部鞋产业转移创造条件，共建新疆和田鞋业基地。

文 / 和田地区商务局

近几年，和田地区紧紧抓住“一带一路”战略机遇，把发展劳动密集型产业作为脱贫攻坚的一项重大措施。地委、行署把制鞋业作为重要产业高度关注，努力打造中国西部“丝路鞋都”。

和田鞋业集群初具雏形

为贯彻落实以习近平同志为核心的党中央治疆方略、特别是社会稳定和长治久安总目标，打赢打好脱贫攻坚战，实施乡村振兴战略，近年来新疆出台了多项文件和政策，支持和田发展鞋业等劳动密集型产业，以实现产业援疆战略。

自2017年和田地区引进鞋业等劳动密集型产业以来，制鞋企业如雨后春笋般蓬勃发展，从2017年的仅3家手工作坊，猛增到2019年的67家工厂。和田地区鞋业已成规模，产业集群初具雏形，产业集聚效应正在形成。目前，全地区建成生产线537条，用工达2.2万余人，2018年全地区鞋业出口创汇2284.9万元，预计2019年成品半成品鞋类生产能力将超过8000万双，出口创汇1亿元。

和田地区按照“大中鞋厂向园区集中、小型加工鞋企向乡村延伸、配套产业向园区周围集聚”的发展方向，推动鞋业规模化、集约化、全产业链发展。和田县鞋业产业园占地150亩，投资3.7亿元，建有标准化厂房10栋，入驻企业27家，建成生产线167条。2018年累计生产销售140余万双，主要出口至俄罗斯和中亚各国，销售额突破7000万元。

墨玉县鞋业产业园采取“园中园”的发展格局，分产业发展区、配套生活区、商业开发区，同步建成医院、学校等服务设施，打造集生产基地、研发基地、鞋材基地、仓储物流基地、材料和成品贸易中心为一体的综合性园区。园区占地373亩，规划27万平方米，建设标准化厂房24栋，已建成9.6万平方米，入驻企业9家，建成生产线28条，全年累计生产50余万双，销售额达2000万元，用工3000余人，主要出口至欧洲诸国。

于田县按照“规模化、集约化、产业化”的发展思路，建成温州鞋业产业园、中心片区、加依片区、托格日尕孜片区“一园三区”。总投资5.8亿元，建有标准化厂房33栋，

面积 8.8 万平方米，生产线 48 条，入驻企业 8 家，成为集产品研发、生产、销售与展示、仓储物流为一体的综合性产业区。2018 年累计生产销售 100 余万双，主要出口欧洲、俄罗斯等市场，销售额突破 4500 万元。2019 年辐射带动多个乡镇工厂发展，实现就业 6000 人。

和田鞋业发展优势明显

作为古丝绸之路陆路南道的重镇，国家“一带一路”倡议的实施，“丝绸之路经济带”和“中巴经济走廊”的建设，将为和田带来全新的发展机遇，对基础设施建设、城市化进程、新型工业化、商贸物流等起到巨大拉动作用。

今天的和田，海关、口岸业务、保税物流、陆路联运等平台正积极打造，公路、铁路、航空“三位一体”的立体交通网络已经形成，区位优势开始显现。航班数每天已达 26 班次，喀和铁路东延将构筑第二条出疆铁路通道，经阿拉山口开往欧洲和莫斯科的专列即将开通，特别是巴基斯坦瓜达尔港建成后，和田将开通到瓜达尔港的专列和客运大巴，鞋产品经印度洋销往欧洲将更为便捷，在和田设立鞋厂是理想之地。

和田地区大规模发展制鞋产业具备一定优势和前提条件。和田地域辽阔，富余劳动力近 60 万人，拥有充足的劳动力资源市场，用工稳定，成本可控，为制鞋产业发展铺平了道路。

和田地区始终坚持优惠政策、优质服务，努力营造亲商、富商、惠商、安商的社会环境。自治区支持和田地区发展，制定了多方面的优惠政策，在水、电、天然气、土地、厂房等方面给予倾斜。如今，新一轮中央对口援疆、南疆发展战略、丝绸之路经济带核心区建设等机遇打开了和田前所未有的发展空间。不久的将来，和田将成为向中亚、西亚和欧洲开放的桥头堡，也将成为“中巴经济走廊”、“孟中印缅经济带”最为重要的连接点。

和田鞋业迎来时代机遇

自改革开放承接国际产业转移以来，经过 30 余年的发展，中国已成为全球鞋业生产大国、出口大国和消费大国，其产量接近全球的 60%。2018 年中国鞋业产量约为 135 亿双，出口 95.3 亿双，金额 444.6 亿美元，内销市场消费量约 41 亿双，消费总额约 4700 亿元。

近年来，受市场、成本、环保、贸易争端等多重因素影响，我国制鞋业遭遇了前所未有的挑战。特别是沿海地区人口红利不再，人工成本高企，“招工难”普遍化。整体来看，当前，我国鞋业正处在增长速度变化、产业结构调整、发展动力转换的关键期，发展面临着多方面的困难和压力，突出表现在以下几方面：1. 市场的冰山，2. 成本的高山，3. 转型的火山——产业转移和产品结构调整，4. 环保的刀山。国内鞋企必须直面选择转移或转型，顺势而为，才能实现可持续发展。事实上，东部地区鞋业已经出现了产业转移态势。

国家“一带一路”战略，党中央治疆方略，在这样的大背景和历史性机遇下，加上全球贸易争端、产业转移、一带一路、中国西部“丝路鞋都”，这几个充满机遇与挑战的关键词碰撞在一起，全国各地鞋业人四面八方汇聚和田，召开这届中国鞋业发展大会，时代赋予了这次大会更多的意义。扩大开放、优化环境、共谋发展已成为和田人民的共识。2019 年 7 月中旬，第四次中央对口援疆工作会议在和田召开，为和田承接产业转移、寻找第二次发展突破提供了新的舞台。

抢抓“一带一路”发展机遇，聚焦西部丝路鞋都建设。未来将有更多的制鞋企业参与中国西部“丝路鞋都”的建设，和田鞋业未来的发展，将会优化中国制鞋业空间布局，推动产业长期可持续发展。

上蔡县位于河南省东南部、驻马店市东北部，古为蔡国，是中国重阳文化之乡，人口 153 万，是一个平原农业大县、人口大县、国家扶贫开发工作重点县。

上蔡县近年来在我国皮革行业中的知名度逐年上升，主要是因为其产业集聚区承接鞋业产业转移迅速发展。上蔡产业聚集区规划面积16.88平方公里，截止 2018 年底，建成区面积 12 平方公里，入驻项目 156 个，其中，规模以上工业企业 119 个。先后被评为“一星级产业集聚区”、“知名品牌创建示范产业集聚区”、“中国制鞋产业基地”。

百万人口大县——上蔡
做大做强制鞋产业助力扶贫

文 / 蔡 成　**图** / 周富春

制鞋产业是上蔡县的主导产业，围绕打造百亿级制鞋产业集群的目标，近年来，其积极承接制鞋产业转移，着力引进龙头型、基地型项目，不断拉长产业链，制鞋集群日趋完善。截止目前，县产业集聚区已入驻制鞋及配套企业60家，年产各类鞋 2.5 亿双，年产值近百亿元。形成了以荣光鞋业、澳祥皮业、稳步鞋业、帅威鞋业、金陆鞋业、傲步鞋业、康质斯鞋业、帅佰伦鞋业、上合惠鞋业产业园、雄安制鞋产业园为代表的制鞋产业集群，培育出了荣光、锐卡、澳祥、登选耐克、岁登堡、傲步、骆驼、尚亿和兴、步路娃、富士猫、帅佰伦等一批知名品牌，形成了制鞋、鞋材、织布、纺织、制箱、彩印等较为完备产业链。从业人员达到 18000 人，贫困人口转移就业 2000 余人，占比超过 10%。其中，仅荣光鞋业就有员工 3600 人，该企业年产各类布胶鞋 5000 万双，年产值达 16 亿元，年创利税 1.2 亿元，产品畅销国内市场并出口美国、欧洲、中东、拉美等 30 多个国家和地区，是国内大型布胶鞋生产企业之一。2017 年 8 月上蔡被中国轻工业联合会、中国皮革协会授予“中国制鞋产业基地”荣誉称号。

完善产业链条，积极承接东南沿

海地区制鞋产业转移，并取得丰硕成果。总投资 36 亿元的惠州制鞋产业园项目目前正在加快建设；积极承接雄安制鞋产业转移机遇，以标准化厂房为依托，建设了雄安制鞋产业园；投资 10 亿元的焦作隆丰皮草有限公司入驻上蔡并已生产；规划建设占地 237 亩的制鞋产业园，其中一期占地 70 亩、投资 10 亿元的 24 栋标准化厂房孵化园已投入使用，目前 19 家制鞋及配套企业已经入驻。

立足打造“中国制鞋产业基地”的目标，为更好适应制鞋产业发展需要，上蔡县筹建河南省鞋类产品质量监督检验中心，主要检测范围为皮鞋、旅游鞋、轻便胶鞋、普通运动鞋、布面童胶鞋、棉胶鞋、休闲鞋、皮凉鞋 8 种产品，共计 141 项检测参数通过资质认证。相继建立了博士后创新实践基地、大学生创业就业实践基地、上蔡县产业集聚区科技创新创业服务中心，为企业科技创新、人才引进、品牌建设提供智力支持和服务保障。另外，依托县人力资源培训中心和职业中专，对企业员工进行培训。

目前，园区拥有国家高新技术企业 3 家、省市级工程技术研发中心 6 个、园区企业拥有国家级知名品牌 2 个、中国驰名商标 1 个、河南省著名商标 15 个、国家授权专利 136 项。

一个宏伟的鞋业产业的基地在上蔡县已经生根发芽，为扶贫脱贫发挥着重要力量。

上蔡县紧紧围绕减贫增收这个核心，以贫困户脱贫为总目标，以贫困乡村为主战场，以产业扶贫和转移就业为总抓手，凝全民之志、举全县之力，持续实施脱贫攻坚战略，为全面建成小康社会奠定坚实基础。依托全县服装、制鞋等特色产业发展，充分发挥在产业扶贫中的带动作用，将有劳力的贫困人口全部整合到产业扶贫中，实现贫困户脱贫，帮扶企业享受优惠政策，实现整体脱贫目标。截止目前，全县已建小型企业加工点和扶贫车间 197 个，其中制鞋及配套车间 56 个。

按照集群化、规模化的要求，上蔡县正在积极发展皮革制品和鞋材生产、交易市场以及相关纺织服装产业，着力推进产业集群发展和产业链条完善，加快扩大中高档皮鞋和鞋材的生产规模，着力形成区域配套、上下游衔接、多点支撑的制鞋产业链。预计到 2025 年，入驻上蔡县产业集聚区的制鞋及链条企业将达到 330 家以上，制鞋企业完成投资 200 亿元，实现年产值 300 亿元，制鞋产业将占据上蔡县产业集聚区的“半壁江山”，年产值为产业集聚区生产总值的 50% 以上，年销售收入超亿元的制鞋骨干企业 100 家以上，可吸纳富裕劳动力 30000 人左右。

SHANG CAI

河南平舆县发挥皮革产业新优势 打好脱贫攻坚战

PINGYU

文/平 革

人口 102 万的平舆县，是国家扶贫开发工作重点县、中国车舆文化之乡。当地皮革产业发展具有十分悠久的历史，是江淮流域著名的皮革产地。近年来，平舆县立足传统优势，在产业集聚区专门规划建设皮革工业园区，入驻毛皮、成品革和皮具加工企业，通过集中生产、集中治污，推进皮革皮具产业集聚发展，初步形成了产业集群优势，在中原地区同行业内占有重要地位，显露出了较强的竞争优势和后续发展势头。

脱贫攻坚战打响以来，县委、县政府引导和鼓励皮革企业在做大做强的同时，积极履行社会责任，积极参与精准扶贫行动，广大皮革企业踊跃投身脱贫攻坚主战场，通过吸纳贫困户务工就业、支持贫困村基础设施建设、资助贫困家庭学子、开展公益慈善捐赠等方式和途径，为打赢脱贫攻坚战贡献力量。

平舆县专门成立了皮革产业发展领导小组，下设办公室，将服务和引导皮革企业参与脱贫攻坚事业作为一项重要任务，加强与扶贫部门的沟通对接，帮助企业对接产业扶贫项目。同时，发挥皮革行业协会的作用，号召广大会员企业积极投身到精准扶贫、精准脱贫的帮扶活动中去。

皮革皮具作为当地五大主导产业之一，平舆县政府围绕做大做强主导产业

的目标，不断强化服务意识，提升工作水平，引导皮革皮具企业通过不断加强生产管理，加大创新力度，积极开拓市场，保持了稳定发展态势。为了给皮革园区环境容量及规划空间创造条件，平舆将皮革皮具产业园区由1.33平方公里调整到2.96平方公里。目前园区共入驻皮革皮具企业50家，产品以鞋面革、箱包革、沙发革、服装革为主。其长期可靠的产品质量赢得了良好的行业口碑，园区内企业与众多国内知名企业结成了长期合作伙伴关系，是国内皮具一线品牌的重要战略供应商，成为豫南地区知名的毛皮及轻革加工基地，在国内成皮革加工市场占有一席之地。中原生态皮革转型发展示范园项目，总投资34亿元，全部建成后，可提供就业岗位1万余个，帮助有劳动力的贫困户就业增收。

通过转移就业扶贫，切实帮扶贫困家庭脱贫致富，开展多种形式的就业帮扶活动，增加贫困群众收入。产业园区入驻的河南中牛集团、弘康皮业、帕加尼皮业、凯歌皮业、大亚皮业等企业，吸纳500多名贫困户就业。引导帕加尼等龙头企业，在乡镇设立箱包加工点。其中帕加尼在16个乡镇设立箱包加工点95个，并签约家庭加工户770户，创造了就业岗位2500多个，带动贫困户就业200多人。通过技能培训扶贫，重点向建档立卡贫困家庭有劳动能力的人员倾斜，强化技能培训，开展技能鉴定，增强了贫困家庭劳动力转移就业的信心，提升了就业水平和工资收入。为推动脱贫攻坚、改善民生做出积极贡献。

近年来，皮革企业爱心人士主动投身家乡建设，奉献爱心，已捐款600多万元，捐资助学、修路建桥、改善农村人居环境等。在今年召开的企业家助力脱贫攻坚行动大会上，全县皮革企业围绕贫困村产业发展、基础设施、公共服务、爱心超市、美丽庭院等项目，认筹资金1000多万元，有力助推了全县脱贫攻坚工作。

崇福皮毛市场
笑迎天下客商

中国崇福皮毛市场占地200亩，市场主要经营水貂、狐子、狐皮、兔皮（毯）、滩羊皮、调羊皮、各种珍皮毛毯等国内外各类毛皮原料和辅料，其产品除销售本地外，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“三星级工商联系市场”；被国家工商总局评为“2011年年度全国诚信市场”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、裘皮制衣为主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。

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:chongfuprimao@yahoo.cn

®
雪 雄
XUEXIONG
中国裘皮衣王
浙江省著名商标

雪球皮草 生活馆

XUEXIONG

地址：浙江省桐乡市崇福皮革大世界旁裘皮路201号
电话：0573-88382555
Http//xuexiong.tmall.com

QSZI.1975
千顺子
中国裘皮衣王
中国真皮标志产品
千顺子皮草服饰有限公司
地址：辽宁省辽阳市佟二堡新城工业园区1号
电话：0419-8663999
中国皮草之 都 · 佟二堡

QSZI.1975
千顺子
中国裘皮衣王
中国真皮标志产品
时尚皮草新概念
中国•佟二堡
时尚热线：400 0419 400

Vindaier®
薇黛儿
中国裘皮衣王
辽阳市名牌产品
辽宁省著名商标
中国真皮标志产品
荣誉
1.2010年12月被辽阳市工商行政管理局誉为“户户讲卖、家家无假货”示范户
2.2011年2月获得“薇黛儿商标注册证”
3.2011年8月被辽阳市工商行政管理局誉为“辽阳市著名商标”
4.2013年2月被中共灯塔个体劳动者协会党委誉为“共产党员先锋岗”
5.2013年获得雷潜时代广场销售冠军奖
6.2014年10月获得“质量管理体系认证证书”
7.2014年12月被辽阳市工商行政管理局誉为“光彩之星”
8.2014年获得雷潜时代广场颁发的“2014年度最佳畅销品牌奖”
9.2015年被共青团辽阳委员会誉为“青年文明号”
10.2015年2月被中国皮革协颁发“真皮标志使用资格证书”
11.2015年4月被辽阳市工商行政管理局誉为辽阳市“守合同重信用”企业
12.2015年获得中国皮革协会颁发“皮革协会会员单位”证书
13.2015年11月被辽宁华信信用评估有限公司评为“AAA级信用企业”
14.2015年12月被中国皮革协会誉为“中国裘皮名装”
15.2015年12月被辽宁省工商行政管理局誉为“辽宁省著名商标”
16.2016年获得“共产党员示范店”
17.2016年获得“年度最佳畅销品牌”
18.2016年6月获得“年度开拓合作奖”
19.2016年9月被辽阳市人民政府誉为“辽阳名牌产品”
20.2016年11月被辽阳市工商行政管理局誉为“放心消费创建示范店”
21.2017年1月获得“2016中国辽宁皮革裘皮百姓最喜爱十大品牌”之一
22.2017年1月获得“2016年度皮革裘皮品牌卓越品牌奖”
23.2017年9月获得“中国皮革协会”颁发的“AA”证书
24.2017年[illegible]中国[illegible]皮革裘皮年度行业领军品牌奖
25.2017年获得“[illegible]共产党员[illegible]经营店”
26.2018年4月获得中国[illegible]学会批发市场发展委员会颁发的“2017年度全国商品交易市场系统，文明诚信经营示范户”
27.2018年4月被辽宁华信信用评估有限公司评为“AAA信用企业”
28.2018年4月获得“环境管理体系认证证书”

辽宁薇黛儿服饰有限公司

辽宁省辽阳市灯塔市佟二堡镇风尚工业园三巷2号

2011年，灯塔薇黛儿服装厂成立，其坐落于中国皮革裘皮服装基地佟二堡。在2016年3月3日，因发展需求由原“灯塔市薇黛儿服装厂”升级为“辽宁薇黛儿服饰有限公司”，法人不变。现公司总部占地面积5000平方米，建筑面积4000平方米，专业设备20余套，员工60余人。薇黛儿产品通过ISO9001:2008质量管理体系认证，注册商标被评为辽阳市著名商标，同时也得到中国皮革协会的认可，享有“真皮标志”的荣誉称号。

“薇黛儿”是一家以时尚女士裘皮为主导，高级男士裘皮系列为配套的服装厂，集设计、生产、销售于一体，专业生产高档次裘皮大衣，年生产能力10000余件。其产品均由资深设计师和形象师与客与客户的亲密接触和有效互动，经设计师精心设计、精选原料和精湛的手工艺相融合，打造完成了适合于客户独有气质的原创设计作品。每件作品都会将传统精湛的手工艺发挥到极致，演绎传统文化与现代文化的多重交融。

“薇黛儿”产品自始至终由手工艺精湛高超的专业技师精心打造完成，包括皮料、辅料的选择，缝制用线的张力和皮张的适应等，服装能够最大幅度地附着于人体并修饰人体结构，自然流畅且完美无瑕，保证了皮草设计的高贵品质。服装时尚靓丽、彰显自我神采和个性，同时又保持了皮草名贵奢侈品的经典，兼具时代感的内敛优雅和内涵，是每一位尊贵的客人穿上薇黛儿皮草服装后的共同特征。因为下设产品不断的更新换代，工艺日益精湛与成熟，因此“薇黛儿”这个品牌深受广大客户所喜爱。

辽宁薇黛儿服饰有限公司有着一套完善的售后服务体系，为售出的商品终身免费清洗，终身维护，为消费者解除皮草存储、保养、维护的后顾之忧。公司本着“品质第一、诚信经营、精益求精、共同发展”的宗旨服务于广大人民群众，遵循“质量为先，顾客至上”的经营理念，因而多年保持着“重信用、守合同”的荣誉称号。公司自成立以来，着重于企业内部人员团体的建设和人才的选拔，不断引进一流的人才，现如今拥有一支专业、高效、热情的运营团队，形成了一支具备高素质的设计、生产、经营和管理的队伍。在其他方面，“薇黛儿”也为客户提供了系统的服务，例如：店面选址、装修设计、商品支持、系统培训、营销支持、品牌推广等。帮助客户轻松开店，健康运营，走上品牌致富之路。“薇黛儿”将以新理念、新格局、新模式的全新面貌站在时尚的舞台上，让更多的人了解裘皮，爱上裘皮。

服务热线：400 0419 616

ENTERPRISE INTRODUCTION
金泰龍男装

金泰龍(GTLOON)一个年轻的国际时尚男装品牌，公司建立于中国皮草之都——辽宁·佟二堡。公司创建于2000年，经过多年的发展，金泰龍(GTLOON)已发展成为一家集品牌资源、设计资源、生产管理资源、销售市场资源、全产业链于一体的专业皮装企业。公司秉承质量决定企业的生存、品牌决定企业发展的观念，并采GB/T19001-2016/ISO9001:2015标准质量管理体系认证，“中国真皮衣王”“真皮标志”认证，通过精湛制造工艺与前沿设计理念为核心，为目标群体不断创造着装时尚尖端体验。

ORIGINAL DESIGN

金泰龍是一个融合东西方文化，彰显都会精英气质和生活方式的男装品牌。以新奇而经典的设计手法，打破固有的商务男装风格，为现代都市男人展现个性而不浮夸、奢华而不张扬的品位典范，也让他们在对时尚的颠覆与反思中，寻找新的和谐，感悟时尚与干练。

INTEGRATED MANAGEMENT

金泰龍采用国际化的设计理念，精选高品质的材料，运用先进的服装生产技术，确保每针每线的完美。每一道工序都传递着品牌的内涵，以精湛的工艺展现传统人文。正是始终秉承不忽视任何一个细节的服务理念，认真把关产品、服务、设计、经营、管理的每一个环节，从而给市场和消费者带来产品以外的品牌价值，使得金泰龍在短短这十八年的发展过程中取得骄人成绩。

INTEGRATION OF INTERNATIONAL PRODUCTION TECHNOLOGY

CREATI
FASHIO
WITH A
CROWD

GTLOON
TEL:400-0419-007
WEB:WWW.GTLOON.COM

TING A
ION F
A G
VD
GTLOON
金泰龍
中国真皮衣王

FC IMAGE ALL RIGHTS RESERVED

阳原县北域日升皮草有限公司
公司地址:阳原皮毛大市场
销售热线:13932395052

北域日升
BEI YU RI SHENG

•中国裘皮名装•
•中国真皮标志产品•

阳原县北域日升皮草有限公司前身为日升皮草，成立于2003年，经过十几年的努力经营，发展成为阳原皮草行业的带头人，业内的佼佼者。公司以“品质保证、服务专业、顾客满意”为经营宗旨，以“诚信第一、薄利多销”为经营理念，销售的产品覆盖华北大部分省市地区，得到了广大消费者的认可，多次受到省市县领导的表扬和肯定。被中国皮革协会授予“中国真皮标志企业”、“中国排头品牌企业”，被河北省毛皮产业协会评为“河北皮业放心品牌企业”、“河北皮业50强”，通过质量管理体系认证符合GB／T19001-2016/ISO9001：2015标准。

目前企业拥有员工近千人，在河北、山西等地开设分店10多个，营业面积近5000平米，经营范围不断扩大，除了经营欧美进口水貂加工制作的裘皮服装，还经营北京、广州等地工厂生产的品牌皮衣、尼克服等。

公司现在已注册了“北域日升”商标，未来几年将在总经理张廷日的带领下，不断完善自身、适应市场变化，为打造更加强大的阳原毛皮产业做出贡献！

MM·TIFFANY

突破 理念 原创 设计

美美·蒂芙妮

•中国裘皮衣王•

中国真皮标志

品牌运营中心：南京市江宁区禄口镇信诚大道47号B区三层产学园

联系电话：135-5020-1188

品牌展示中心：余姚中国裘皮产业园三期390号

联系电话：138-0801-7208

工厂地址：余姚市朗霞永和东路228号意达皮草广场E栋

鹏亚®

好·皮·草 鹏·亚·造

中国驰名商标

中国真皮标志产品

中国真皮名装

“款款深情，鹏亚皮衣”，是公司对消费者的真情流露。“鹏亚”皮草款式简洁大方、穿着优雅舒适，经过巧妙的设计，精确的打板，流畅的裁剪，精心的缝制及严格的检验，加上热心周到的售前、售中、售后服务，使“鹏亚”成为消费者心目中的知名品牌。在内蒙古家喻户晓，而公司已成为行业内皮革服装品牌中的知名企业。

内蒙古集宁鹏亚皮件有限责任公司

【厂区地址】：内蒙古乌兰察布市集宁区皮件园区10栋。

【店面地址】：内蒙古乌兰察布市集宁国际皮革城，一店：二号楼二楼鹏亚皮衣店；
二店：二号楼三楼鹏亚貂皮店；三店：二号楼一楼鹏亚生活馆；
四店：一号楼一楼鹏亚集成店；五店：一号楼三楼鹏亚貂皮店。

【联系电话】：15048445177　18647488860

【服务热线】：400-004-3330

河北东明实业集团有限公司

河北东明实业集团有限公司创建于1996年现拥有职工2000余名。集团下属河北省皮革研究院、院士专家工作站应用技术发展中心、河北东明皮革有限公司、河北东明牛皮制革有限公司、河北东明制衣有限公司、河北中皮东明环境科技有限公司、东明大酒店等多个子公司。集团公司以高起点高标准严要求科技先导的理念管理企业，与多家具有皮革、化工、环保的知名高等院校研发机构合作，申请承担多项科研项目，并获得了中华全国总工会五一劳动奖及部省市级多个奖励。

集团公司主要产业是具有辛集地方特色的皮革产品，其产量与质量均在全国同行业名居前列。

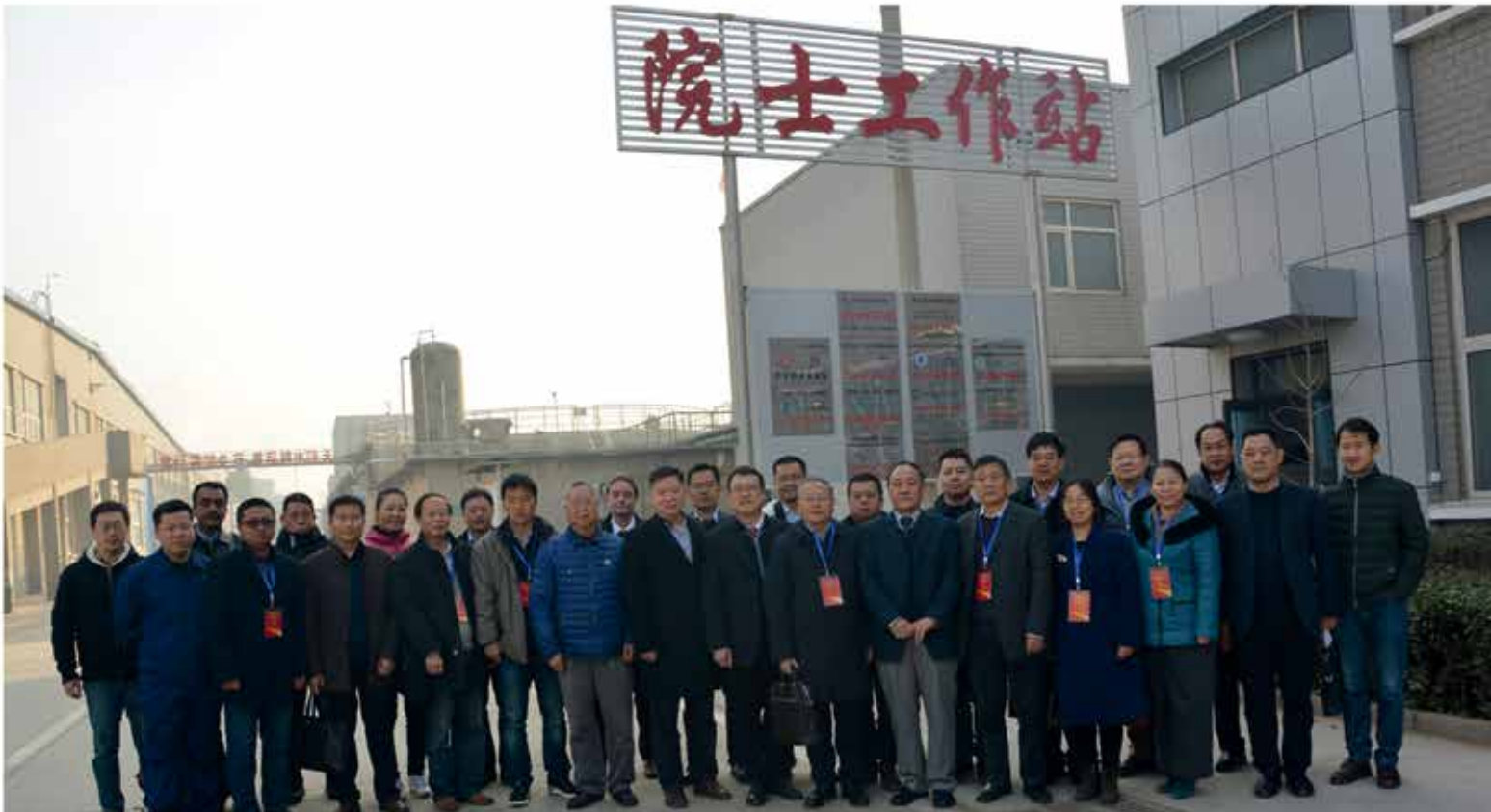
2013年在石碧院士全面指导下，东明集团公司承担，并由四所高等院校和四家企业协作，共同研究完成了国家高技术研究发展计划（863计划）课题“制革行业铬污染全程控制技术”的研究，于2017年6月通过国家级验收。

东明集团公司利用（863计划）项目技术“以白湿皮为基础，逆转工艺为主导”生产的成品革均达到和超越了铬鞣革的性能，制造的皮革制品得到客户的好评。利用本技术实现了无盐鞣制（减少鞣制用盐100%），少用铬粉75-80%，削匀革屑不含铬，从源头控制了污染的目标。

公司地址：河北省辛集市锚营制革区
联系人：谢胜虎
联系电话：0311-83208908

Dong Ming

东明实业集团



我国鞋类设计教育现状、问题及建议

李运河（教育部高等学校轻工类专业教指委委员，温州时尚学院院长，国家二级教授）

关键词：鞋类设计 设计教育 设计思维

摘要：

本文从分析我国制鞋行业设计现状入手，结合国内鞋类设计教育现状调查，从行业发展和国际视野角度，剖析了我国鞋类设计教育存在的问题。同时，结合前期对鞋类设计人才培养模式的研究成果，以及 30 多年从事鞋类设计教育与管理的实践，提出了需要重点改进与完善的三方面意见与建议。

在中国制鞋产业从大国走向强国的征程中，面对经济新常态，提升内涵、创新驱动，进一步开放、提升国际化和市场化水平是必要的路径选择。面对行业发展和转型升级，需要鞋业教育和人才培养与之适应并给予强有力的支持，因为人才是关键，尤其是创新型设计人才，其中具有国际水平和市场能力的高素质设计人才更加紧缺。这就要求我们必须认真梳理我国鞋业设计人才培养以及鞋业教育的现状和水平，探索如何培养创新型设计人才，如何提高鞋业设计人才的国际化水平和市场化能力。

作为从事鞋业教育 33 年的一名教师，结合鞋业教育

和管理，以及多年对行业和企业的服务，谈谈我国鞋类设计人才的培养，以及问题与建议。同时，也得益于前期主持的 2 项浙江省教学成果二等奖的实践探索和 1 项浙江省新世纪教改项目的研究成果，特别是项目研究过程中，对我国鞋业教育现状的问卷调查和行业设计人才的调研，得到了人才培养和需求两方面的资料和数据，发挥了很好的支撑作用。

一、行业设计现状与水平

谈教育和人才培养，尤其是行业需要的应用型人才离不开行业现状和需求分析。我国作为制鞋大国是指生产量大而非强国，究其原因有很多，但设计创新能力弱、设计研发水平低是主要原因，而背后是设计研发人才的缺乏，所以我国制鞋行业基本上还是在模仿和跟随世界鞋业强国意大利、西班牙等。

从国内市场看，高档鞋市场多被国际一线品牌垄断，中档鞋市场大部分也被国际知名品牌占领，只有少部分国产品牌可以与之竞争。事实上，在我国一二线城市高端市场，国产鞋品牌难觅踪迹，大部分国产鞋类品牌都被挤到了三四线城市及农村市场。从国际市场看，我国鞋类产品几乎都是以地摊货、超市货的面孔出现，靠廉价占领市场，价格只是发达国家的三分之一左右，没有一个真正的国际知名品牌。

1. 行业设计人员构成

随着我国制鞋行业的发展，设计研发队伍逐渐壮大，目前主要由以下三类人员组成。

一是鞋企有经验的技师经过培训转岗为设计人员。他们工艺娴熟，了解材料，与这部分人才类似的还有一批是经过社会民办鞋样设计短期学习（3~5 个月）走上设计岗位的，他们大多是高中毕业生，或者是高初中毕业后在鞋厂工作过几年的缝帮工等。这两类设计从业者都没有接受过专业制鞋技术和鞋类设计学习，主要是依靠经验和对流行信息的借鉴而完成鞋款设计开发的。实际上，因为不懂专业美学和设计理论，他们的设计主要是模仿或直接抄袭国外和市场流行鞋款。但这些人员因为资格老，经验丰富，在许多鞋企尤其是中小型鞋企中还有不少，甚至还主导着设计研发部门。

二是大专院校制鞋专业毕业生成长起来的设计师。他们通过高考进入大学本科或高职大专，经过 3~4 年的制鞋专业系统理论知识以及专业实践的学习与训练，是现在和未来我国鞋业设计师的主力和希望。他们由本科艺术类和工科类毕业生，以及高职毕业生成长而来，经过几年企业的刻苦学习与实践，有些已经成为鞋类设计行业的骨干力量和领头羊。

三是相关专业大学生转行从事鞋类设计。一般是服装设计或工业设计等专业转行而来，这部分设计师的特点是熟悉设计规律，有艺术禀赋，缺点是不熟悉制鞋原理、技术工艺与材料等。他们往往从绘图和创意设计开始进入鞋类设计，经过几年企业实践逐渐成长起来，有些也已成为行业的骨干力量。

2. 行业设计水平与问题

目前我国制鞋行业设计水平明显落后于发达国家，一是设计力量不足，二是设计理念和方法问题，这与整个国家设计水平息息相关，相比之下鞋业设计又滞后于服装设计和工业设计等其他设计行业。

一是人才数量不足。相比意大利等制鞋强国，我国鞋类专业数量明显不足，鞋企设计师占比很低。意大利 6000 多万人口，有 5 所较大的制鞋设计培训中心，20 余所一般的培训学校，学制一般为 3 年，都是专业化鞋业设计与技术的教育与培训，所以学生毕业即可从事鞋业设计工作。而我国，仅制鞋行业从业人员就超过 500 多万，正规开设鞋类专业的院校 20 所左右（含本科、高职、中专），按每个院校每年毕业 2 个班 80 人计算，全国年毕业生 1600 人，占比从业人员 0.032%，与制鞋大国的地位极不相称。

二是对鞋类设计认识偏颇。什么是鞋类设计？不仅仅是创意设计和绘图，也不仅仅是样板设计与制作，而应该包括创意设计、效果图绘制、样板设计与制作、鞋底设计、鞋跟设计、材料选用、工艺设计等等，同时作为一个好的鞋类设计师，还应该懂得鞋楦设计，并熟悉人脚的基本构造与脚型规律。而现实中，我国很多鞋企和行业都或多或少地存在认识上的偏颇。

三是设计理念和方法有待提高。设计人员首先需要准确理解品牌定位和目标客户群，通过对客户的认真调研，真正从客户的实际需要出发，为

客户提供优质产品和服务。现实中，我们很多鞋企和设计人员很难做到，或者根本没有认真去做，许多情况下都是盲目开发，拿来国外鞋款信息或者市场上卖得好的产品模仿改进。从方法层面来看，设计是解决问题的，是满足客户需求的，所以首先需要界定问题是不是伪命题，准确界定客户的需求是什么。而现实中，我们很多鞋企的设计人员并不能准确回答，就开始了设计，因此如何找准问题和客户需求是设计方法学的基础，既是设计的起点也是设计的终点。

二、鞋类设计教育与人才培养

我国鞋类设计教育始于 20 世纪 80 年代，从初期的中专技校为主、大专为辅的单一技术教育，发展到今天的大学本科和高职大专主导、职业培训为辅，取得了很大进步与发展。按照历史沿革，可划分为起步阶段（80 年代初期—90 年代中期）、变革阶段（90 年代中期—21 世纪前 10 年）、繁荣阶段（2010 年以后至今）3 个发展时期。变革阶段以高职兴起为代表，繁荣阶段以本科高职、艺术工科、服饰鞋类等种类齐全为主要特征。

据统计，中国共有近 20 所高校、高职和中专学校开设鞋类专业，笔者曾对 18 所专业院校进行了调查。数据显示，18 所鞋类专业院校分为本科工程类、本科艺术类、高职技能类、中专技工类等 4 大类，其中本科 6 所（四川大学、陕西科技大学、温州大学、北京服装学院、福州大学厦门工艺美术学院、扬州大学广陵学院），高职 10 所（邢台职业技术学院、湖南科技职业学院、黎明职业大学、广东轻工职业技术学院、浙江工贸职业技术学院、温州职业技术学院、浙江纺织服装学院、成都纺织高等专科学校、烟台职业学院、天津轻工职业技术学院），中专 2 所（福建第二轻工业学校、河南省工业设计学校）。四川大学、陕西科技大学和温州大学 3 所学校有鞋类方向的研究生教育。从院校的地域分布来看，除了传统的轻工类院校以外，主要集中在我国制鞋产业集聚区，以广东、福建、浙江为主，这也符合产业发展和人才需求规律。

结合鞋类设计专业发展历史，可分为五种类型。一是传统工科皮革专业下设“皮革制品设计”专业方向，以四川大学和陕西科技大学为代表；二是艺术设计或产品设计专业下设“鞋履与饰品设计”专业方向，以温州大学为代表；三是服装专业下设“鞋品设计”专业方向，以北京服装学院为代表；四是伴随国家高职教育发展新设专业“鞋类设计与工艺”，这部分鞋类专业有些是随着高职院校新办的，有些是随着学校升级而来的，数量比较多；五是坚守中专技工类的制鞋专业，以福建第二轻工业学校和河南省工业设计学校为代表。

专业的历史轨迹在很大程度上也影响了办学定位与人才培养特点，所以目前我国鞋类专业大致上也形成了以上五种类型的专业定位和人才培养特点。但为了适应制鞋行业发展和设计人才培养的需求，工科类专业会逐渐增加艺术类课程，艺术类专业会增加技术类课程，走“艺工结合”之路；本科鞋类专业会增加高职技能属性的实训环节，以满足鞋类专业应用型人才需要。

三、更新观念，创新教育模式，培养高素质鞋类设计人才

目前我国鞋类专业教育与人才培养本科高职两个层次、艺术工科两种类别，再加高职技能类、中专中职技工类，可谓一片繁荣。但还不能称为“成熟”，因为与世界发达国家相比还存在不小差距，除了加大人才培养总量（这取决于政策层面），提高对鞋类设计的准确认识，以及树立先进的设计理念以外，从鞋类设计教育存在的问题来看，总结起来，笔者认为主要有以下三个方面的不足需要改进与完善。

一是要有国际设计教育思维。我国是世界第一大鞋类出口国，要创建国际鞋业品牌，成为世界鞋业强国，鞋业教育必须要有国际视野，洞悉国际鞋业流行趋势，掌握最新鞋类设计资讯，具有国际设计教育思维，才能培养出国际水平的鞋类设计人才。

意大利、英国等世界先进鞋履设计教育，多以产品技术为先导，然后通过对历史文化的研习，第三步学习产品创新与交流，第四步进入产品设计与研发，第五步深入企业完成行业内项目，最后创意研发完成毕业作品系列并自我推广。其中技术先导让学生掌握鞋的工艺技术、产品结构、材料性能等，历史文化给予学生文化和设计底蕴，产品创新与交流教会学生

寻找设计灵感并学会与人交流，在此基础上再开始鞋的设计与研发，符合设计师培养规律，又紧扣鞋履设计专业。比较之下，我国的鞋类设计专业，大多还是沿袭通识课、基础课、专业课的三段式教学模式，而这种教学系统多适用于学科型人才培养。同时我国的教学内容缺少对历史文化的研习和设计思维的交流训练，使学习设计的学生缺失了对创新源泉和设计灵感的研习，以及激发设计思维的训练与表达。

二是要落地市场意识与实践能力的培养。相比世界发达国家鞋类设计人才培养，在设计符合生产实际、满足市场及消费者需要方面，我们做得很不够，所以需要加强市场意识和实践能力的培养，而关键是要落地不是走形式。教育部《普通高等学校本科专业目录》中没有鞋类设计专业，因此我国本科鞋类专业都是依附于相关专业下设的方向而生存，其结果是或多或少受到限制和影响，使得我国鞋类设计的专业性不够明确。从课程设置来看，理论课占用课时过多，实践课和实践训练环节比较薄弱，尤其缺乏与市场接轨。高职鞋类专业，有目录内专业“鞋类设计与工艺”，有明确的技能型人才培养目标和定位，实践环节课时较多，但缺乏企业真实项目。现在推行的“学徒制”是条不错的路径，但还在探索当中，从实际看，企业方面的积极性不是很高、投入不足，效果有待评估。高职教育与本科存在同样的问题——缺乏与市场接轨，而鞋类产品是直接面对消费者的生活用品，脱离了市场的设计人才培养一定是有严重缺陷的。这正是我国鞋类设计人才培养需要重点解决的问题，一是需要国家层面出台应用型人才培养的校企融合政策予以驱动；二是需要学校和专业自身积极探索，大胆突破，跨出校门，引入企业，共同培养有市场意识和实践能力的高素质鞋类设计人才。

三是设计教育离不开新技术应用。随着智能时代的到来，新科技、新技术不断涌现，已在许多领域颠覆了人们的思维和传统。设计作为制造的前端，既要满足市场和用户需求，又承担着引导消费的职责，因此鞋类设计和教育要积极拥抱新技术，助力设计创新和设计教育。比如，大数据有助于我们对用户需求的深刻洞察；物联网技术可以帮助我们更好地增强智能化的用户体验；3D 打印更是设计师所爱，因为 3D 打印使设计师减少了制造工艺带来的约束，使不可能变为现实——即“所想即所得”；智能工厂、智能制造，增加了制造的柔性，提供了定制化制造的基础平台，使得定制化在制造业领域可以普及，能满足众多消费者的个性化需求，创造了更多的设计机遇。这些新技术在我国鞋业设计领域还应用不多，一方面是认识和观念问题；另一方面是因为鞋的品牌价值还不足以支撑对这些新技术新设备和人力资源的投入。而在国内鞋类设计教育领域，尽管老师们大多有这种意识，但因为教育投入不够，使得学校的新技术、新设备滞后于行业企业。

四、结语

鞋类教育要培养应用型人才，鞋类设计教育要培养行业需要的高素质设计人才，需要以引领行业发展为目标，以激发学生专业兴趣、激活学生创新意识、训练学生实践能力为导向。对照世界发达国家先进教育理念和人才培养模式，分析现状，剖析问题，以开阔学生视野、增强市场意识、积极拥抱新技术为突破口。更新观念，创新教育模式，培养高素质鞋类设计人才，助力我国制鞋行业发展，实现鞋业强国梦。

参考文献：

[1] 李运河，我国鞋类专业发展历史及人才培养现状的调查研究 [J]，中国皮革 2009 年 01 期，第 55-58 页；中国皮革 2009 年 02 期，第 44-49 页

[2] 刘梦汐，中英高等艺术院校鞋类设计人才培养比较研究——以伦敦时装学院和北京服装学院为例 [J]，设计 2015 年 19 期，第 100-101 页

[3] 谢金楼，万祥华，抓设计、重研发、创品牌，努力实现中国鞋业发展新突破，中国皮革 2005 年 10 期，第 23-25 页

[4] 陈国学，重视创新设计，走出发展误区——鞋业设计现状的剖析及创新之路，中外鞋业 2001 年 04 期，第 34-35 页

[5] 刘红，中国鞋类设计人才培养现状调查，中外鞋苑 2017 年 02 期，第 22-28 页

皮革裘皮服装产业向时尚化升级

文 / 霓 裳

近年来，随着人们生活水平的提高和生活需求的多样化，皮革裘皮行业开始寻求新的机遇，市场上派克服、羊绒大衣、毛革一体等设计新潮、款式新颖的服装广受欢迎，向时尚化升级是行业发展的主要趋势。纵览大江南北，细观我国皮革毛皮服装主要产业基地，其在设计与研发方面可谓动作频频，行业时尚化进程得到快速推进。

SU NING 中国裘皮之都 肃 宁

匠心设计 筑梦未来

裘皮服装是肃宁重要的特色产业之一，“肃宁裘皮”被认定为“国家地理标志保护产品”。2017 年，肃宁县被国家质检总局批准筹建“全国裘皮服装产业知名品牌创建示范区”，被中国轻工业联合会评为“中国轻工业特色区域和产业集群创新升级示范区”。

为加快产业转型升级，围绕做大做强裘皮产业，肃宁充分发挥“中国裘皮之都”品牌优势，引进国内外先进技术和业内高端企业，不断提升研发技术水平。同时加强与知名专业院校和顶尖设计师的联系，建立长期合作，提升了裘皮服装设计水平。

为进一步提升肃宁产业的设计能力与时尚氛围，肃宁在 8 月底举办 2019“裘都杯”中国裘皮服装创意设计大赛，围绕“中国裘皮之都 · 肃宁”特色小镇的文化元素，融合传统文化和现代时尚，通过设计大赛将创新的毛皮设计理念、设计模式引入肃宁，促进肃宁与国内更多知名品牌服装设计院校的合作，加强毛皮产品的新形态、新功能等各方面的创意设计。

TONG ER PU 中国皮草之都 佟二堡

借力时尚产品 链接电商新生态

佟二堡积极探索皮草行业转型升级之路，经过一轮轮的摸索与重新定位，将焦点锁定在互联网上。当地皮革裘皮服装网络销售以生产双面呢、颗粒绒等秋冬服装为主。目前已有 10 余家皮装裘皮生产企业开始转型生产双面呢、颗粒绒等秋冬服装，以皮装裘皮为主的产业结构正在发生着悄然变化，由电商引领的第三次转型升级正在形成。

7 月 4~6 日，皮草之都佟二堡以“时尚佟二堡 魅力电商城”为主题举办了 2019 佟二堡第二届皮装裘皮国际博览会。

借力于淘宝、抖音、快手等直播平台的快速兴起，电商之风迅速席卷佟二堡。据了解，目前全镇从事直播的商户已达 2000 余户，其中以海宁电商直播中心为代表的大型电商直播中心已有 6 处，面积达 8.1 万平方米，2019 年上半年营业额实现 15 亿元。

HAINING 中国皮革之都 海 宁

向时尚潮城迈进 原创设计熠熠生辉

海宁是皮革皮草行业向时尚化转变的先行者之一。为了打开海宁皮革服装产业的新局面，自 2014 年以来，海宁就先后出台了众多帮扶政策，并制定了一系列发展规划，加快皮革等传统产业向时尚化转型。

6 月 28 日，海宁皮博会开幕。期间，共举办了 26 场具有引领性、前瞻性、实效性的时装发布秀，在持续有效地为行业设计创新和发展注入新动力的同时，也助推了行业向时尚化迈进的步伐。借助海宁潮博会的平台，海宁举办了海宁中国国际皮革裘皮时装展、海宁中国国际时装周、“真皮标志杯”中国国际皮革裘皮时装设计大赛、中国国际皮革裘皮服装流行趋势发布、网络模特大赛等众多活动，充分提升了海宁的形象，丰富了海宁品牌文化的内涵，增强了海宁皮革品牌的核心竞争力。

与此同时，海宁还着力推进大专院校时尚产业相关学科的建设，加强与海外高校和研究机构的交流与合作，建设时尚产业人才培养基地。在此战略下，海宁皮革毛皮企业积极响应，也大幅度提升了海宁对北、上、广、深、杭等地服装市场、面料基地的吸引力，一大批企业、设计人才向海宁转移。目前，海宁已经聚集了设计企业（工作室）300 多家，专职设计人员 2000 余名。

本届时装周发布秀中，有一半原创设计企业及设计师品牌得到了展示。发展较早的有宝鼎、尚谷传祺、赢嘉，还有王燕、久号、如月等新生品牌也在悄然崛起。纵览时装周整体发布的服装，精湛工艺的皮装精彩绝伦，叠加皮毛元素的时装大行其道，设计师联名款、潮流服饰、潮牌服装争妍斗艳。海宁设计开始呈现百花齐放、百家争鸣的盛景，带来的服装款式与风格更是大胆新颖，独具一格：创新仿龟裂皮纹理羽绒服，千禧粉廓形风衣搭粗纺材质大口袋；通过线条立裁、极简风格展现城市白领的知性、优雅之美；织带、宽肩、超大廓形等运动休闲元素的融合等等。

拥有先进的管理生产水平、卓越的原创设计能力、精良的工艺技术和完整的产业链上下游资源集聚优势，海宁无疑是时尚产业蓬勃发展的沃土。

YUYAO 中国水貂皮服装产业基地 余 姚

把握时尚发展新机遇 无畏向前

裘皮服装是余姚市重要的特色产业之一，已有近 40 年的发展历史。目前，余姚市裘皮服装服饰交易量占全球的七分之一，是国内专业水貂皮服饰交易集散地之一。

本着坚持“专业化、时尚化、品牌化、国际化”的发展目标，向世界全面展示余姚朗霞裘皮产业风采，余姚于 2019 年 8 月 18 日 ~20 日举办了 2019 中国（余姚）裘皮博览会。为凸显余姚水貂皮服装产业基地优势，提升余姚企业的设计与研发能力，在市委、市政府的大力扶持下，余姚曾在 2017 年举办了首届裘皮服装设计大赛，本届裘博会期间继续举办第三届设计大赛活动。同时，还举办了品牌发布秀、“百鸟朝凤——哥本哈根皮草之夜”、2019/20 国际皮草流行色彩及设计趋势、2019 中国裘皮服装节等系列活动，向外界展示余姚裘皮业的新品牌、新设计、新材料、新技术和新工艺。

XIN JI 中国皮革皮衣之都 辛 集

注入设计本源 讲好辛集故事

辛集身处燕赵大地，毗邻材料原产地，在皮革皮草这门古老而尊贵的服装艺术中有 3000 多年悠久历史，至今已发展为从生产到加工、制造、内销、出口的产业链一条龙领军先锋，是我国著名的制革、制衣和皮具的生产基地，可以说，皮革皮草，就是这座城市的代言。

回顾近些年的行业发展趋势，辛集敏锐感知到产业分工日渐精细的变化和皮革皮草时尚化发展的趋势。为适应新形势、新变化，7 月 8 日，辛集以“辛冬装，集时尚”为主题，举办了 2019 中国 (辛集) 国际皮革皮草时装周系列活动。本届时装周期间，共举办了 8 场新品发布，从原料选择、工艺设计、色彩搭配和主题风格等方面都完美体现了“辛冬装”的概念。尤其是新推出的“盛迪派克”专场、皮衣专场，构思奇特，特色鲜明，在今年的交易市场上大放异彩。

为突出本届时装周的主题，辛集还举办了首届“中国皮都杯”“辛冬装”时尚服装设计大赛。作为时装周的启幕之作，大赛汇聚了行业优秀皮革制衣企业、知名艺术院校及独立设计师上千件充满生命力的灵感之作，并以此广泛挖掘产业人才，洞察潮流趋势。另外，2019 秋冬服装时尚趋势论坛也成为本届时装周的“重头戏”。众多院校导师带来冬装设计态势的精准观察和分析，让从业者更具底气地把握国际动向，实现创意与市场的完美对接。

ZAO QIANG 中国裘皮服装服饰名城 枣 强

赋能设计 带动产业新发展

河北枣强县大营镇是中国裘皮文化发祥地，悠久的裘皮文化孕育出了代代优秀的裘皮经营者，奠定了雄厚的产业基础，发展了遍布世界的营销网络。大营裘皮涵盖了生皮、熟皮、半成品、裘皮服装、裘皮饰品、剪绒以及工艺品等七大系列 2000 多个品种。

2019 年新出台的《枣强县毛皮产业优化升级行动方案》明确了毛皮产业优化升级目标：到 2021 年，枣强县大营镇毛皮产业完成从卖毛皮原料向卖毛皮终端产品的转变，从毛皮制品的代加工向做毛皮制品品牌的转变，最终完成向做毛皮制品知名品牌的转变。

为保证方案的落地实施，加快产业的转型升级。枣强县 2019“裘都杯”中国裘皮服装创意设计大赛围绕“中国裘皮文化之都”特色小镇的文化元素，融合传统文化和现代时尚，将创新的毛皮设计理念、设计模式通过设计大赛引入大营，促进大营与国内知名服装院校的合作，为大营裘皮产业带来创造性转化、创新性发展。

皮革行业如何抓住产业互联网机遇？

文 / 刘兵

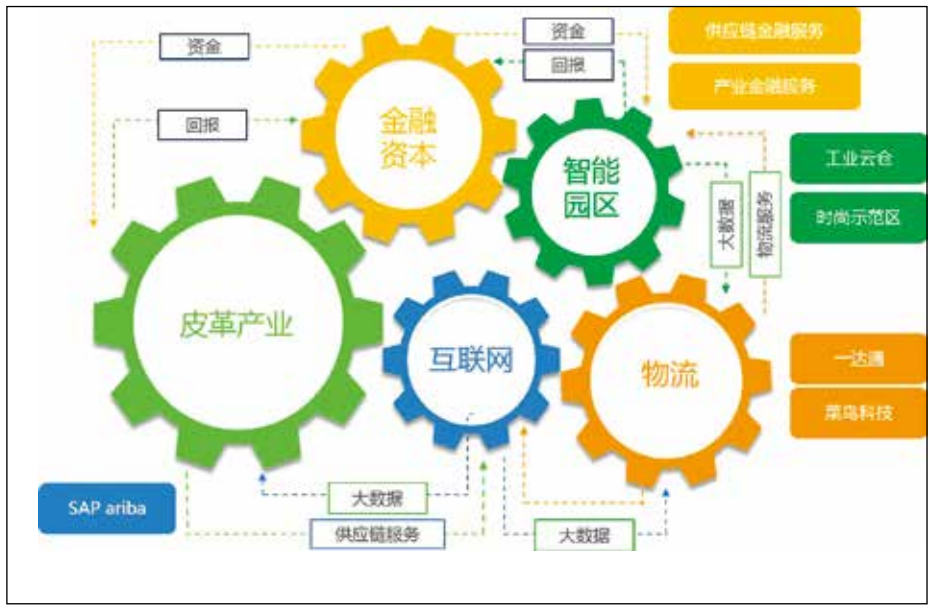
7 月 17 日，国务院总理李克强主持召开国务院常务会议，确定支持平台经济健康发展的措施，壮大优结构促升级增就业的新动能。会议肯定了互联网平台经济对经济发展的助推作用，提出互联网平台经济是生产力新的组织方式，是经济发展新动能，对优化资源配置、促进跨界融通发展和“双创”、推动产业升级、拓展消费市场，尤其是增加就业，都有重要作用。

会议强调，要遵循规律、顺势而为，支持推动平台经济健康发展。要发展平台经济新业态，顺应群众需要发展“互联网 + 服务业”，支持社会资本进入医疗健康、教育、养老家政、旅游、体育等服务领域，提供更多优质高效的便民服务。适应产业升级需要加快工业互联网平台建设及应用，推进制造资源、数据等集成共享，发展智能制造和服务型制造。

近年来我国平台经济蓬勃兴起，对我国经济发展产生强大的推动作用，以互联网延伸出的产业互联网和消费互联网等都在各自领域为传统产业营造新的发展机遇，带给传统产业新的生机和活力。

此前，腾讯董事局主席马化腾表示：“伴随数字化进程，移动互联网的主战场，正在从上半场的消费互联网，向下半场的产业互联网方向发展”。传统产业转型升级，势必离不开产业互联网的助推，为适应产业升级需要，必须加快产业互联网平台建设及应用。

传奇扎堆的互联网上半场已悄然过去，消费市场红利逐渐到顶，互联网的下半场——产业互联网已然开启。什么是产业互联网？我们该如何适应这个趋势？它又会与皮革皮具产业发生怎样奇妙的化学反应？在此，我们尝试梳理了一些有关产业互联网的特征、关键点，希望能带给行业同仁一些思考与启发。



什么是产业互联网？

产业互联网是近几年来的市场热词，也被很多互联网名人挂在嘴边，但很多人对它还是一知半解。其实，产业互联网是从消费互联网引申出的概念，是指传统产业借力大数据、云计算、智能终端以及网络优势，提升内部效率和对外服务能力，是传统产业通过“互联网 +”实现转型升级的重要路径之一。简单来说，就是用互联网作为工具，与传统产业结合，解决传统产业的信息闭塞、生产落后等困境，最终实现产业转型升级。

消费互联网面向大众消费者，无论是卖手机、卖生鲜还是卖家具，终端都具有一致性，就是产品到达消费者即可。而产业互联网面向的不是大众消费者，而是企业，而且只能是垂直行业的企业。比如钢铁行业和皮革皮具行业，两个行业的供应链条完全不同，同一个产业互联网平台是不可能同时服务好这两种类别的行业，所以做产业互联网，要精准到单个产业纵深发展，不能贪心跨界。所以我们现在看到的很多产业互联网平台，都是只专注在某个产业领域，难以提供除此产业外的其他产业服务。

除此之外，产业互联网涉及的发展要素非常多，需要信息、技术、数据、资本等要素的支撑配合，产业互联网领域的创业公司可能很难有消费互联网里面那种纯草根的创业者，他们需要在某个领域里有一定的积累，除了垂直领域必须有一定的专业性，还要拥有硬科技。所以腾讯、阿里等互联网巨头选择入局产业互联网，首先是因为他们具有这样的资源资金实力，其次是消费市场红利几乎已达天花板，互联网的下半场是仍未爆发的产业互联网，一个正待开发的万亿级市场。产业发展是市场经济的根，转型升级更是势在必行，“产业 + 互联网”就是中国未来十年经济飞升的关键支点。

谁在做产业互联网？

“All in AI”，百度是最先高调宣称全面进军人工智能的互联网巨头。而百度在产业互联网的布局也是从 AI 切入的。相比其他巨头，百度更早表现出了对产业互联网的兴趣，并率先发布 AI to B 平台，希望借 AI 打一个翻身仗。

在 2016 年的云栖大会上，马云

提出了以“新零售”为代表的“五新”战略，其中包括新制造，这标志着，阿里云在产业互联网领域的布局已经开始了。阿里云在 2017 年就正式发布了面向特定行业的智能化解决方案——ET 大脑，目前已广泛应用到工业、城市、农业等多个领域。

为了扎根消费互联网，拥抱产业互联网，腾讯将原有的七大事业群重组整合为六大事业群。其中最受关注的当数新成立的云与智慧产业事业群，这意味着腾讯董事会主席兼首席执行官马化腾屡次对外透露的腾讯对产业互联网的野心有了新进展，它将成为腾讯 to B 业务的主阵地。

除了 BAT 等互联网巨头，钢铁全产业链电商平台找钢网、产业互联网综合服务提供商星河集团、国内 B2B 电子商务服务提供商慧聪网，及近几年出现的各产业整合服务平台，如家居行业的众家联、陶瓷行业的众陶联、服饰行业的众衣联，都是目前市场上有突出表现的产业互联网平台。无独有偶，在皮革皮具行业，也出现了这样一个产业服务平台——众皮联。

产业互联网如何赋能皮革产业

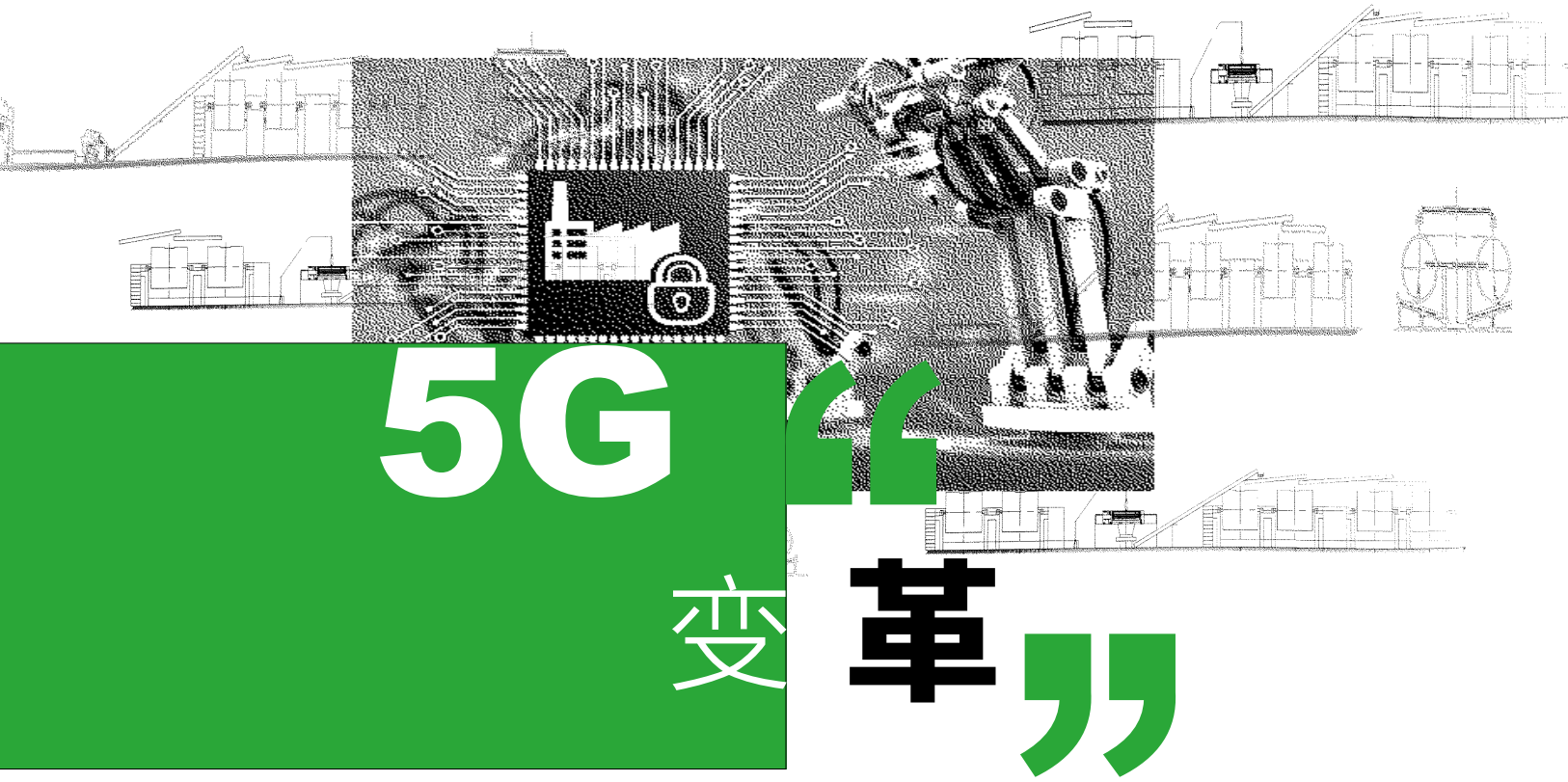
目前，我国是世界上最大的皮革生产国，但不是皮革强国。近年来，受到严峻的国内外形势影响，中国皮革皮具产业发展不容乐观，产业转型升级迫在眉睫，但具体如何利用互联网引领产业发展，业内却没有太多可供借鉴的范例，正当每个企业都战战兢兢摸着石头过河时，众皮联率先走出了一条关于皮革皮具产业互联网的特色发展之路。

众皮联是目前国内领先的皮革皮具智慧产业服务平台，由中国皮革协会和中尚控股联合中国皮革皮具产业联盟、清控科创资本共同投资发起，是业内难得一见的“豪华阵容”，极具公信力。同时，众皮联以“产业 + 互联网 + 金融 + 智能园区 + 物流”五位一体为策略，这个定位也决定了它的服务体量十分巨大，且涉猎的产业服务范围十分广阔。

从原辅料采购到成品交易，从设计研发到品牌运营，从传统工厂到智慧园区，众皮联求真务实，稳扎稳打，用自身发展经验探索出皮革品质溯源体系、B2B 面辅料交易平台、成品智营、智慧产业园、众皮联 O2O 全球直采中心、供应链金融、行业新媒体七大产业服务版块，经过市场检验和实践均取得不俗的发展成果，得到业内的广泛认可：截止 2019 年 7 月，众皮联平台交易额突破 18 亿元，注册用户 3.2 万，订单逾 40 万单；与天猫达成战略合作，共建皮革品质溯源体系，成为产业带招商伙伴，共推优质品牌、进行趋势运营合作等；承接国家产业转移升级需求，在全国布局皮革皮具产业智能质造园区，目前与湖南省蓝山县人民政府联手打造了蓝山皮革皮具生态智慧产业园，总投资 60 亿元，占地 2400 多亩，多家业内知名企业已入驻；众皮联 O2O 全球直采中心选址广州狮岭联合广场，基于源头工厂直供的模式，为皮革皮具工厂和品牌公司提供最高性价比的创新面辅料采购服务；众皮联已获中国建设银行金融授信，对皮革皮具在内的时尚产业上下游企业提供专业金融服务解决方案；众皮联拥有公众号、行业论坛、行业群及短视频平台在内的具有行业 IP 内容特色及公信力的新媒体宣传矩阵，为企业提供品牌营销与个性化推广服务的宣传载体。

从成立到落地市场，短短两年时间，众皮联快速适应产业互联网发展节奏，迅速完成了基础产业布局，赋能效果明显，但对于中国 12 万亿元的产业互联网市场来说，众皮联虽成绩亮眼，但撬动的还只是市场的冰山一角。皮革皮具产业如此，其他产业亦如此，产业互联网的更多潜力正待市场努力发掘。

现在看来，产业 + 互联网代表了市场的另外一种力量，且这种力量势能非常强，包括众皮联在内崛起的产业互联网平台充分体现了这个新力量带来的发展机遇，但宏观来看，产业互联网在中国还处于刚起步阶段，且其涉及节点、环节众多，行业壁垒高，市场集中度低，这意味着产业互联网的发展需要多方助力、多措并举。中国的产业互联网之路任重道远，但也是大势所趋，期待未来在更多的优秀企业带领下，中国产业互联网能逐步实现跨越式发展，最终引领重构传统产业，优化产业资源配置，提高产业效率，真正实现助力产业转型升级，形成创新活跃、繁荣共生的产业发展新格局。



5G“变革”

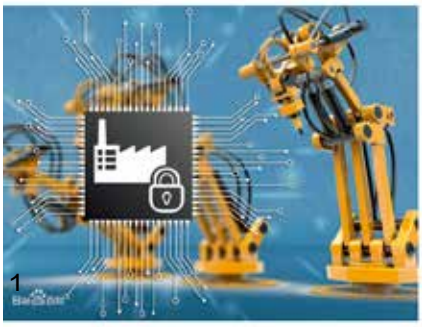
文 / 张明发

步入5G商用元年，产业互联成为行业触手可及的未来。所谓5G就是第五代移动通信技术（5th generation mobile networks），是最新一代蜂窝移动通信技术。5G的性能目标是增强移动宽带高数据速率、高可靠性、低延迟、节能、降低成本、提高系统容量和大规模设备连接。5G商用将对社会、产业、经济和生活各个方面产生极其深刻的影响，其核心的功能可以实现移动互联，云计算和物联网。5G满足高清视频，虚拟现实，云计算等大数据量传输；满足自动驾驶，远程医疗等实时应用；超大网络容量，提供千亿设备的连接能力，满足物联网通信，实现产业互联网。

伴随5G商用时代的来临，我国制革业将怎样进行技术升级改造，去拥抱5G这一变革的时代呢？我们可以从以下三个方面进行探索思考：生产重构、数据应用、移动互联。

生产重构

由于我国制革生产制造水平还比较传统落后，很多生产工序处于孤岛状态，有的工序机械化程度很低，其生产组织缺乏信息技术的应用和管理。创新升级就是把现有落后的生产技术，通过技术改造，实现机械化、自动化的生产线；创新升级就是应用电子信息化技术、传感器、电子元器件等在线检测系统把生产过程中形成的数据信息、产品物料、各种资源和人相互关联的“物联信息系统(CPS)”集成起来连接到控制系统，消灭生



1

产孤岛和信息孤岛，使生产过程信息数据化、生产智能化，使制革工业水平转型升级向工业3.0乃至工业4.0发展。

所谓工业 4.0（Industry4.0），是基于工业发展的不同阶段作出的划分：工业 1.0 是水力和蒸汽机时代，工业 2.0 是电气化时代，工业 3.0 是电子与信息化时代，工业 4.0 则是利用信息化通讯技术和网络空间虚拟系统促进产业变革的时代，也就是智能化时代。

创新升级就是实现机械化、自动化的生产线；把生产过程中形成的数据信息、产品物料、各种资源和人相互关联的“物联信息系统(CPS)”集成起来连接到控制系统。

工业 4.0 的核心理念是深度应用信息通信技术，推动实体物理世界和虚拟网络世界的融合，建立“物联信息系统(Cyber—Physical System)”，推进制造业向智能化转型。它主要应用在：自动化的物流系统、数字化车间管理、生产数据分析、管理视图系统、自动化智能化生产、柔性生产等。

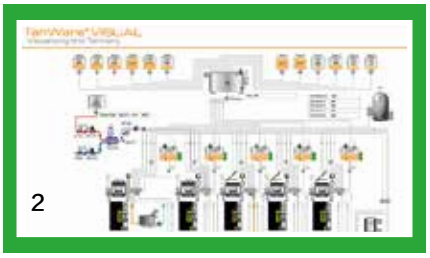
在创新升级的具体实践中，可从以下几个方面去推进：

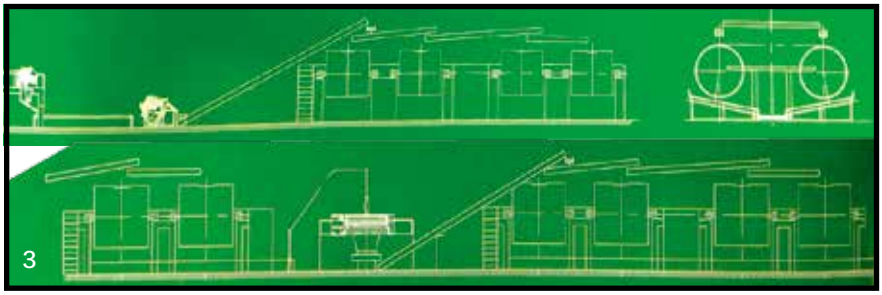
1. 准备－鞣制生产流水线

制革的水场生产是整个制革生产最重要的生产过程，而且也是机械化、连续化程度最低的工段。我们完全可以把水场投料浸水－去肉－浸灰－片皮－鞣制等工序组成机械化、连续化、半自动化或自动化的生产线，其工业化先进的程度取决于在线自动原辅料计量称重、自动加料、自动输送和自动实时检测以及自动运行的程度。

2. 自动加料和自动鞣制系统

在自动化料泵送系统（自动加料）和自动鞣制系统中，系统根据预设置的工艺流程和工艺配方，将封闭储存在容器里的液体化料通过计量泵自动在线加入；固体化料使用电脑辅助计量和贴上条形码进行半自动加入，加入前用 RFID 识别操作工、批次和转鼓号；转鼓通过系统软件自动运行、过滤、排水、停位等操作，系统自动检测监控转鼓内的温度，PH 等参数并记录（便于数据积累和追溯）运行参数，这些参数通过传感器无线发送到控制面板，整个系统可连接到 PC 端和移动端进行遥控。自动化料泵送和自动鞣制系统使制革生产高效整洁，计量准确，安全可靠，杜绝浪费和原始信息正确完善。


2


3

4

5

6

1. 智能机械手
2. 化料泵送和自动鞣制系统
3. 半自动生产线
4. 智能水场试样系统
5. 蓝皮挤水－分级－面积计量－厚度检测－堆码连续性生产组合
6. 环保高效自动喷浆机

7. 片皮操作和厚度检测数据显示

8. 自动鞣制视频操控室

3. 制革智能在线水场试样系统

在试样设备（转鼓）中装备分析检测设备（配有传感器）和连接实时更新限制性化学物质、产品标准和客户标准的数据库，智能的试样系统会根据数据库里的理化指标等信息数据要求进行实时预警打样产品潜在的失败风险，从而提供最佳的机会进行人工干预调整化料和工艺，以实现快速有效的打样成功率。试样的配方和工艺参数会自动按比例扩大直接连接到大生产系统。

4. 工序集成

一方面是生产设备硬件的集成，把前后分散的、孤岛状态的生产工序整合成生产组合（Group），把一些难以机械化操作的工序（如：手工擦色）通过生产工具或装备的革新，或工艺技术创新使生产流程再造，从而做到生产连续化、机械化或自动化，最大限度地减少工序，以提高生产效能。

另一方面是工艺信息参数的集成，在生产线上配置实时计量（面积、厚度、称重等）和工艺参数（温度、PH、速度等）实时检测等先进装备系统，并用电子信息技术把生产过程中所有实时数据信息等资源动态地视图化、数字化输出，以便生产过程高效可靠和可控。

5. 工序自动化

要建立制革生产自动化、智能化生产线，首先要实现各个工序自动化、智能化。意大利等欧洲企业近几年不断推出自动化的先进设备和先进生产线，把难以自动化的或软件还不能编码的工序，通过技术创新、工艺流程再造，开发出自动绷板机、自动喷浆机、通过式真空干燥机和连续性涂饰生产线（如：意大利开发的“Top Leather Line”涂饰生产线）。

国内外已有企业正在开发智能皮革质量分等系统，系统通过摄像扫描皮面的情况对比历年人工分等的大数据而进行识别判断，同时系统具有自我学习和记忆能力。

数据应用

数据是企业资源计划管理和实现工业自动智能制造非常重要的基础。制革生产过程中所有工艺标准、日常重复工艺操作和生产过程中的工艺技术调整的数据都可以用来在相同的条件下作为工艺技术要求而重复执行操作，把这些大数据归纳成算法，把算法编码，这些算法连接到大数据中心（云数据），让机器（系统）根据后台大数据进行自主判断决策，自主调整工艺，从而使生产自动智能运行。

数据是企业资源计划管理和实现工业自动智能制造非常重要的基础。

智能生产线的聪明和效能程度取决于它积累技术诀窍的程度和数据库

的规模以及大数据运行的算法，有限的数据库可能只解决一般的问题，或者建立不起来智能生产线。

然而目前我国制革企业的生产技术管理比较粗放，缺乏信息技术的运用，没有摆脱传统的所谓“看皮做皮”的思维，有的工序操作工艺参数要求不明确，缺乏量化指标，生产过程的管控不够严谨，工艺操作数据记录大多由人工填写且原始数据的真实性低。

部分企业在生产经营管理过程中的数据也是缺乏完整性，甚至有的环节还是空白，企业通常采用人工抽查、抽检、估算等方法进行数据收集，其数据的准确率低，企业的管理效能低下。

我们一定要改变传统粗放的观念，现代企业对数据的管理要求是百分百的真实。企业完全可以通过技术改造采用在线计量、在线检测以及 RFID 射频、BARCODE 条形码等先进手段进行实时数据的完整收集，并且自动记录生成的数据也可以连接到 ERP 系统，从而准确、高效地实施企业资源计划管理。

如图 7，在片皮机的皮革输出装置上装备自动轮式厚度检测器进行逐张厚度检测，并采用信息视频技术进行实时管控。

移动互联

5G 的核心功能之一是“移动互联”，它提供的大规模设备连接能力可以推进工业 4.0 的实现，用信息技术把深度学习的机器、电子器件、辅助设备等硬件和工艺技术参数等软件组成聪明智能的、高效稳定的生产线，从而实现物联网通信、工业移动互联网。

5G 的核心功能之一是“移动互联”，它提供的大规模设备连接能力可以推进工业 4.0 的实现，用信息技术把深度学习的机器、电子器件、辅助设备等硬件和工艺技术参数等软件组成聪明智能的、高效稳定的生产线，从而实现物联网通信、工业移动互联网。

把工业移动互联的革命性优势特点应用到现代的制革企业，就是把硬件、软件按制革工艺流程组成聪明智能的工厂，每台设备相互连接到 Internet，用信息电子技术操控这些设备；传感器，摄像机等数据传送到处理中心，机器接受和执行来自处理中心的指令，由软件自动智能地安排生产制造，制革工人只需操作电脑键盘或屏幕。企业同时可采用先进的信息技术工具将整个制革生产动态过程实现视图化 SCADA(supervisory control and data acquisition)，每个参数实时数据化（温度、PH、浓度、排放量等），整个生产实时信息和动态进展一目了然。

总而言之，未来的制革可实现自动智能生产和工业移动互联，智能生产系统可以自己优化操作（制革条件和工序），制革转鼓等机器设备所装备的在线传感器和各种在线检测器具都和化料数据、产品标准、客户要求等云数据库连接，系统自动地实时检测和预警限制性物质、品质标准的合格率，从而实现“零缺陷”生产，保证稳定地生产合格品。5G 商用时代，图视化 SCADA 系统可以被连接到 PC 端和移动手机终端上进行监控和操作，同时被连接到 ERP 资源管理系统，从而实现实时移动操控和有效管理。

总之，各行各业及整个零售业在 ABCD 多种技术（人工智能，区块链，云计算，大数据等技术的简称）和数字化浪潮的冲击下，发生了翻天覆地的变革，消费者的消费方式也发生了巨大的变革，传统的鞋业能否在这一次数字化浪潮中得到重生，值得大家期待。

2018 年美国鞋类销售及采购报告

文 /Peter T. Mangione

2018 年特朗普实施大规模减税和财政刺激，并撤回奥巴马在财政、劳动和环境方面所制定的繁琐法规。当年美国 GDP 增长 2.9%，全年鞋类销售强劲，顶级鞋类零售商可比同店业绩增长强劲，反映出为其供货的批发商销售势头强劲。

DSW 和嘉年华鞋业等女性时尚鞋类零售商在可比同店业绩方面脱颖而出，鞋类品牌均取得出色增长，特别是女性时尚界品牌，如 Steve Madden 和 Caleres。

近年来，以运动休闲为主的鞋类市场大幅增长。耐克公司凭借其强大的产品创新能力，在 2018 年取得了难以置信的业绩，全年销售额实现近两位数增长，而中国市场增幅最大。阿迪达斯和安德玛 2018 年呈现低单位数增长率。Skechers（运动休闲领导者）全年实现两位数的强劲增长。

在百货公司中，折扣店 TJ Maxx 以近两位数的同比同店业绩领跑。沃尔玛和塔吉特等其他公司本年度的可比同店业绩略逊一筹，但互联网业务大幅增长。而梅西百货和诺德斯特龙百货等传统百货公司在整个 2018 年都处于挣扎之中，业绩几乎没有增长。

2018 年美国鞋类总进口量小幅增长，增幅接近 3%，好于 2017 年的 1.8%。中国的市场份额为 69.4%，略低于 2017 年的 71.4%，仍是美国最大的鞋类供应国。作为第二大供应国，越南的市场份额从 2017 年的 17.0%增至 2018 年的 18.8%。其他市场份额增长的国家包括柬埔寨、意大利、墨西哥、孟加拉国和缅甸，总进口量约占美国鞋类消费量的 99%。

时尚女鞋的复苏推动了美国皮鞋行业的增长，2018 年美国的皮革鞋类进口量增长 1.8%，这是自 2013 年以来的首次增长，也是过去十年中该类别第三次实现年度增长。相比 2017 年皮革鞋类进口量 8.2%的下降，2018 年的增长是一巨大进步。从中国进口的皮革鞋类市场份额为 52.3%，越南的市场份额为 22.8%。

皮革制品进口量 2018 年小幅增长，较 2017 年增长 1.8%。停滞不前的整体皮革市场继续反映出美国消费者对运动休闲型服装和鞋类的偏好。

2018 年美国皮革制品进口金额

	美国进口金额（百万美元）			美国从中国进口金额（百万美元）		
类别	2018 年	2017 年	同比（%）	2018 年	2017 年	同比（%）
鞋类	10699.0	10404.9	3.0	4777.0(44.6%)	4996.2(48.0%)	－4.3%
服装	376.7	385.3	－2.2	118.9(31.6%)	136.1(35.3%)	－12.6%
手套	409.8	354.3	15.7	264.0(64.5%)	228.1(64.4%)	15.8%
其他	740.0	692.2	6.9	436.9(59.1%)	398.4(57.6%)	9.7%
成品革	1703.9	1845.8	－7.7	45.8(2.7%)	44.2(2.4%)	3.6%
总计	13929.4	13683.2	1.8	5642.6(40.5%)	5803.2(42.4%)	－2.8%

2018 年美国鞋类进口情况

国家、进口份额（2017 年 /2018 年）	数量（百万双）	同比（%）	金额（百万美元）	同比（%）	单价（美元）	同比（%）
中国（71.4%）/（69.4%）	1697.6	- 0.1	13894.2	- 0.9	8.19	- 0.7
越南 (17%) /(18.8%)	460.7	14.0	6164.2	13.9	13.38	0.0
印度尼西亚 (4.4%) /(4.3%)	106.1	1.6	1548.9	4.5	14.59	2.9
柬埔寨 (1.2%) /(1.3%)	32.3	14.1	328.3	24.8	10.20	9.7
印度 (1.1%) /(1.0%)	25.3	- 1.9	433.2	- 3.3	17.11	- 1.5
意大利 (0.8%) /(0.85%)	20.7	13.4	1536.3	12.8	74.20	1.3
墨西哥 (0.8%) /(0.84%)	20.5	10.0	462.1	23.9	22.54	10.2
巴西 (0.5%) /(0.5%)	12.3	2.7	192.5	- 5.6	15.65	- 8.0
多米尼加共和国 (0.4%) /(0.4%)	9.9	- 5.2	213.7	- 0.8	21.59	4.2
泰国 (0.4%) /(0.3%)	8.5	2.0	99.9	- 3.9	11.75	- 5.2
孟加拉国 (0.2%) /(0.21%)	5.1	24.8	133.3	17.7	26.14	- 5.5
西班牙 (0.2%) /(0.18%)	4.5	- 3.9	241.2	3.9	53.56	8.2
葡萄牙 (0.1%) /(0.1%)	3.1	- 1.9	136.2	4.9	43.94	8.1
缅甸 (0.1%) /(0.1%)	2.7	42.7	37.4	47.2	13.85	3.6
埃塞俄比亚 (0.1%) /(0.11%)	2.6	6.8	34.8	30.8	13.38	11.9
世界总计	2446.2	2.8	26223.51	4.4	10.72	4.1

2018 年美国皮鞋进口情况

国家（2017 年 /2018 年）	数量（百万双）	同比(%)	金额（百万美元）	同比（%）	单价（美元）	同比（%）
中国 (55.6%) /(52.3%)	251.4	- 3.6	4777.0	- 4.3	19.00	- 0.7
越南 (20.2%) /(22.8%)	109.4	14.2	2077.0	14.3	18.98	- 0.4
印度尼西亚 (7.7%) /(7.2%)	34.6	- 5.5	569.7	12	16.47	7.1
印度 ((3.8%) /(3.7%)	17.8	- 0.5	362.7	- 0.7	20.38	- 0.2
意大利 (2.2%) /(2.4%)	11.3	7.8	1140.2	9.1	100.88	1.3
柬埔寨 (1.4%) /(1.8%)	8.8	37.1	155.0	42.5	17.61	3.6
墨西哥 (1.5%) /(1.7%)	8.3	17.5	337.3	21.9	40.64	2.8
多米尼加共和国 (1.3%) /(1.2%)	5.6	- 6.7	173.3	- 1.7	30.95	5.4
巴西 (1.3%) /(1.0%)	5.1	- 10.9	142.6	- 10.1	27.84	- 3.0
孟加拉国 (0.6%) /(0.9%)	4.3	21.3	126.2	16.3	29.35	- 5.3
泰国 (0.7%) /(0.8%)	3.8	5.8	72.4	6.5	19.05	- 2.0
西班牙 (0.7%) /(0.7%)	3.5	0.0	2012	4.6	57.49	4.5
葡萄牙 (0.5%) /(0.5%)	2.6	- 1.3	1213	7.1	46.65	7.0
埃塞俄比亚 (0.4%) /(0.4%)	2.1	13.2	30.0	27.1	14.29	15.5
缅甸 (0.2%) /(0.2%)	0.9	1.8	19.0	25.0	21.11	35.9
世界总计	480.4	1.8	10699.1	3.0	22.27	1.3

2019 上半年巴西生皮及皮革出口概况

文 /SECEX 巴西对外贸易秘书处——CICB 巴西制革工业中心

巴西 2019 年 6 月生皮及皮革出口额为 8740 万美元，相较去年 6 月出口额 1.34 亿美元，同比下降 34.8%。同时，相较 2019 年 5 月总出口额 1 亿美元，6 月生皮及皮革出口额下降 18.4%。2019 年 6 月生皮及皮革累计出口量为 1310 万平方米，相较去年 6 月出口量 1700 万平方米同比下降 23.3%。

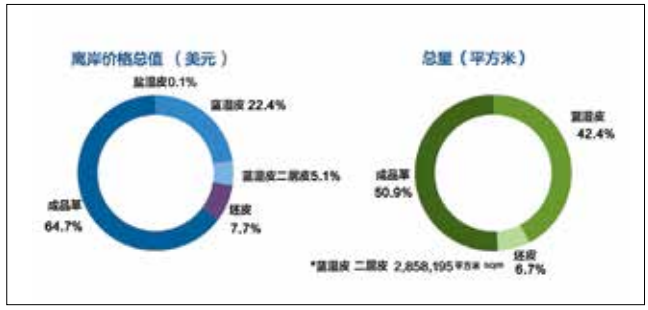
2019 上半年，巴西总体生皮及皮革出口同比下降 1.2%，整体仍算平稳。皮革和低质量生皮价格明显下跌，直接影响了全国的出货数量。盐湿皮（重量）和蓝湿皮（面积）总量上涨，6 月份的报告显示成品革市场也有所回升，与 2018 年同比基本持平。蓝湿皮二层皮和坯皮出口总量和总值均持续下滑。

中国大陆占比 23.8%，出口总量增长 0.2%（去年 +7.8%），但总值下降 30.0%(去年 – 26.6%);

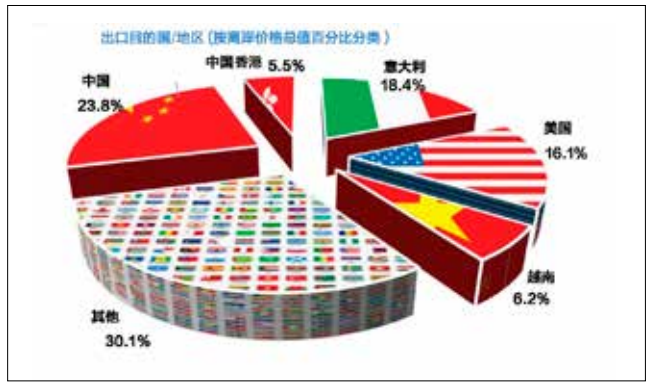
意大利占比 18.4%，出口总量增长 2.3%(去年 +4.1%)，但总值下降 13.4%(去年 – 10.9%);

美国占比 16.1%，出口总量下降 13.0%(去年 –10.3%)，同时总值下降 23.9%(去年 – 21.7%);

从其他巴西出口目的国（地区）的市场表现来看，中国香港的增长值得关注，出口总量增长 52.0%，但总值减少 11.6%；德国总值增加 67.8%，出口总量增加 109.8%；印度总值增加 30.6%，出口总量增加 86.5%; 韩国总值增长 12.8%，出口总量增加 43.6%; 西班牙总值增加 6.0%，出口总量减少 0.1%；2019 年上半年，以上市场均有良好表现。法国表现依旧抢眼，延续了 2018 年大幅增长的势头，2019 上半年巴西对法国出口总值增加 423.2%，总量增加 332.5%。



2019 年 6 月生皮及皮革出口概况



出口目的国（地区）市场份额分析

巴西生皮及皮革出口目的国(地区)

2019 年上半年巴西生皮及皮革出口目的国（地区）概况

国家发改委对中国皮革协会在“2019 中国品牌日”活动中工作突出给予表扬

文 / 周富春

近日，中国皮革协会收到了国家发改委发来的一份特殊专函。专函对中国皮革协会在“2019 中国品牌日”活动期间，重点策划、积极组织、成效显著等工作给予肯定和表扬。

国家发改委在专函中指出：“在活动筹备和组织中，中国皮革协会领导高度重视，部门通力协作，高质量、高水平、高效率完成了各项筹办工作。正是得益于贵单位的大力支持和工作人员的辛勤付出，2019 中国品牌日系列活动办得成功、办得精彩。发改委将于贵协会一道，以此为契机，结合工作实际，加快推动品牌建设，不断培育发展壮大更多享誉世界的中国品牌，引领经济高质量发展。”

2019 中国品牌日系列活动于 5 月 10~12 日在上海举行。由国家发展和改革委员会、中共中央宣传部等联合主办，活动为皮革行业提供了一个展示行业自主品牌、展现皮革行业优质精品、宣传皮革行业，以及与广大消费者进行现场互动体验的良好平台。

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。

李宁、奥康、雪豹、金圣斯 4 家知名自主品牌企业参加，展示了皮革行业鞋、包、服装等自主品牌带来的科技品质和时尚生活，开展了皮革及其制品知识讲解、答疑等特色活动，同时设置了小皮具制作体验活动，让消费者亲身体验和感受了工匠精神和高品质皮革制品的魅力。

第十九届“真皮标志杯”中国国际箱包皮具设计大赛成功举办

8 月 5 日，第十九届“真皮标志杯”中国国际箱包皮具设计大赛决赛在广州狮岭举行。该大赛历时 19 年，作为皮具箱包行业唯一的国家级赛事，是我国箱包皮具行业最权威、最具影响力的设计赛事。

本届大赛 2018 年 10 月启动，收到全国各地 573 组企业个人参赛作品，收到全国 57 家高等院校 1055 件效果图、109 件参赛作品。大赛现场评选出了专业组金奖 6 名、银奖 11 名、铜奖 13 名，院校组金奖 1 名、银奖 3 名、铜奖 5 名，单项奖 25 名等多个奖项。

本次大赛的主题是“跨界 · 新生”，鼓励参赛者大胆创新，跨界整合，凝为灿然一新的存在，总体来看，本次大赛设计水平较高，范围广泛，亮点突出，体现了时尚创意的箱包设计理念，代表了较高的设计理念及水平，作品风格各异，丰富多彩，既反映到当今及未来的时尚趋势，又具有较强的实践性。

大赛专家评选委员会主任——教育部教职委秘书长张来源张表示，今年是最接地气的一届比赛，无论是制作工艺，材料选择，实用性，还是元素运用都达到了一定的水准，做到了多元化产品，多角度创新，多品种材料。

（来源：中国皮具文化园）

李玉中理事长

辛仁周巡视员

探讨行业发展热点和难点 寻求未来可持续发展之路

——第九届全国毛皮产业联席会议在宁夏吴忠市胜利召开

文/图 周富春 王霄霄

8月4日，以滩羊皮生产、出口著称的宁夏吴忠市，迎来了第九届全国毛皮产业联席会议暨中国皮革协会毛皮专业委员会和毛皮经济动物养殖专业委员会2019年会的胜利召开。

本次会议的主题是**“裘变 新时代 新思路 新跨越”**，重点探讨了行业发展的热点和难点问题，研讨了行业未来可持续发展的举措，并举行了主题为：**“跨界融合 共创共赢”**的中国毛皮行业高峰论坛。共有来自政府部门、商协会、科研院所、检测单位及产业链各环节的企业代表260余人参会。中国皮革协会秘书长陈占光、中国皮革协会毛皮专业委员会执行主席李庆元分别主持了会议。

会议期间，还进行了两项重要的项目签约：中国皮革协会与吴忠市人民政府就共同培育**“中国滩羊皮产业基地”**的目标签署了共建协议；中国皮革协会、中国服装协会、哥本哈根皮草有限公司、芬兰世家皮草公司四方签署了**“品牌服装企业毛皮供应链平台建设战略合作”**协议。会后，与会代表参观考察了宁夏吴忠市毛皮生产加工企业、伊利集团吴忠分公司以及正在兴建的污水处理中心等项目。

讲话致辞——解读政策，厚爱产业

中国轻工业联合会党委常委、中国皮革协会理事长李玉中在致辞中指出，我国已是世界毛皮动物养殖大国、毛皮服装及制品消费大国，最大的毛皮贸易国及深加工国。历经多年发展，我国的毛皮行业已形成了庞大的产业集群和完整的生态圈，取得的成就有目共睹。与此同时，毛皮行业在加工制造、产品质量、品牌培育、动物福利、环境保护等方面成绩斐然。但我国毛皮行业总体呈现产业大、企业小、库存高、价格低、利润少、品牌弱的局面，未来发展仍面临诸多挑战。

国家工业和信息化部产业政策司巡视员辛仁周指出，近期中央经济工作会议强调，我国制造业要实现高质量发展，要从制度上形成政策体系、评价体系、指标体系；加大科技创新力度、抓好核心技术；继续抓好结构调整，积极培育新型产业，对传统产业进行改造；加大培育一些优质企业；继续落实开放政策，促进改革发展。

他对行业企业发展提出 4 点建议：一是要领会中央经济工作会议精神，结合毛皮产业的实际情况，实现毛皮制造业的高质量发展。二是加快智能创新。近些年全国毛皮市场价格波动很大，而宁夏滩羊皮革市场稳定，宁夏滩羊皮加工企业把利润的 50% 投入科研、开发产品，值得学习。三是实施国家“三品”战略，发挥当地资源优势。四是采用智能化、大数据，实现智能化制造，改造传统行业，对节约成本，提高产品质量大有裨益。

专题演讲——分析现状，预测未来

李玉中理事长对毛皮行业的现状和供需进行了深度分析。他指出，毛皮行业从 2013 年年底开始步入全球性行业低谷，一直持续到现在。行业步入低谷是受全球宏观经济影响使然，供需失衡是直接导致低谷的原因，解决供大于求问题尚需时日。李玉中理事长预测，如果全球经济不发生重大波动或者不可抗力事件，保守估计，毛皮市场将需要在 2020 年和 2021 年两年，继续消化近五年来的库存，供需关系才可能回到可持续发展的轨道上来。

2022 年毛皮皮张价格将迎来稳步上扬，在这个过程中，我们还会面临非常困难的情况，需防范资金链风险，产品创新、工艺创新、做好产品和拓展销售渠道将会是未来两年的重中之重。

国际毛皮协会中国区公关总监陈墨就全球毛皮可追溯体系（FURMARK）进行了介绍，并现场播放了纪录片“还毛皮行业一个真相”，为行业正名。FURMARK 是一项全新的全球计划，将于 2020 年推出。

中国皮革协会产业部主任黄彦杰介绍了毛皮产业特点、行业情况、企业状况，以及《排污许可证申请与核发技术规范 · 制革及毛皮加工工业—毛皮加工工业》的详细情况。6 月 19 日已经召开了该标准的专家评审会，不久将发布实施。

浙江宝鼎服装设计有限公司执行总裁王飞在专题演讲中说，设计可以助力小微企业蓬勃发展，能够驱动产业生态链发展。当前我国小微企业需要解决的问题是，设计师资源稀缺，与产业发展不匹配，产品单一，抄版、盗版现象严重，供应链信息不对称，采购难，不了解行业发展大数据，企业发展迷茫。

KC 皮草副总经理李汝梅女士在专题演讲中分享了企业的探索和经验。行业转型升级需要精耕细作，用高科技的手段，深化管理、提高品质和效率，需要对人、货、场进行精细化分析和掌握。我国皮草产业发展已经进入新常态，由高速增长转向高质量发展。消费者更加注重品质，讲究品牌消费，追求个性化、多样化、高端化、体验式的消费。中国皮草产业要实现高质量发展，必须要从产业链源头开始，坚持科技、时尚、绿色的发展道路，打造优秀品牌。

中国皮革协会毛皮经济动物养殖专业委员会主任王殿华介绍了打造国际动物福利（水貂 / 狐 / 貉）示范场的有关工作。目前，我国已有 13 家企业通过认定，在国际上得到了认可。2019 年申报工作将于 9 月发出正式通知，可以登陆中国皮革网（www.chinaleather.org）下载申请资料，进行示范场的申报工作。

在专题发言中，宁夏吴忠金积工业园区党工委副书记马鹏飞介绍了园区及产业情况，宁夏银川综合保税区管委会经贸发展招商处处长蒋忠平介绍了宁夏银川综合保税区的情况，欢迎毛皮业界代表到宁夏投资兴业，发展壮大我国的毛皮行业。

第十二期全国制革专业研究生动手能力学习班顺利结业

文 / 秦 静

8 月 12 日，第十二期全国制革专业研究生动手能力学习班在兴业皮革科技股份有限公司顺利结业。来自四川大学、陕西科技大学、齐鲁工业大学、西南民族大学、烟台大学等高校的 25 位制革专业博士、硕士研究生在经过为期 4 周的学习和动手能力训练后，圆满完成了各项课程，顺利结业。学习班发起人王全杰教授回顾了十二期学习班的风雨历程，对十余年来一直支持和赞助学习班的各界人士表示感谢，而学习班将会一直办下去。

学习班是由国家制革技术研究推广中心主办、中国皮革协会全程支持的公益性学习班，旨在为皮革行业培养合格的专业技术人才，至今已成功开办了 12 期。本期学习班于 7 月 15 日在烟台大学开班，第一阶段为动手实验环节，在烟台大学皮革与蛋白质中试实验室内进行，听取国内知名专家讲座，在实验室实践制革技术。第二阶段自 8 月 1 日开始，在兴业科技的生产车间内进行为期 12 天的实地学习，在生产车间亲自参与动手实践操作。经过 4 周的紧张学习，学员不仅学到了制革知识，更锻炼了动手能力，加深了对自己专业知识的理解和掌握。

环保部就《排污许可证申请与核发技术规范 制鞋工业（征求意见稿）》征求意见

《排污许可证申请与核发技术规范 制鞋工业》已完成标准的征求意见稿。根据国家环境保护标准制修订工作管理规定，环保部就该标准向有关单位征求意见，需要相关单位研究并提出书面意见，于 2019 年 9 月 9 日前通过信函或电子邮件的方式将意见反馈环保部，逾期未反馈的将按无意见处理。具体内容见：http://hbepb.hebei.gov.cn/gzhd/yjzj/201908/t20190810_81112.html

联系人：环境影响评价与排放管理司 潘英姿
地址：北京市西城区西直门南小街 115 号
电话：（010）66556430
传真：（010）66556428
邮箱：mee.permit@mee.gov.cn
联系人：中国皮革协会 路 华
地址：北京市西城区西直门外大街 18 号金贸大厦 C2 座 701
电话：（010）65226009
传真：（010）65231698
邮箱：luhua@chinaleather.org

NEW BOOK 《制革实用技术问答与经验分享》新书面世

由中国工程院院士石碧老师作序，中国皮革协会理事长李玉中先生题写书名，经徐洪营、李彦春、于志淼、靳丽强编辑，集百余位制革一线技术精英经验于一体的《制革实用技术问答与经验分享》由中国轻工业出版社正式出版发行，并在中国国际皮革展举行首发仪式，活动方将在黎宁科技(E5B15a) 展台华东皮革技术探讨群专台向群内活跃成员及中国国皮革协会会员单位进行公益赠书。

本书内容实用，语言朴实，观点鲜明，能解决诸多实际技术问题，是一本特别值得向读者推荐的好书。制革是一门实践性很强的科学工程，科学理论用来指导实践并被实践所证实，同时实践经验又不断地丰富科学理论。实践经验对科学理论的补充和完善是实时的、变化的，这在制革工艺这门学科上体现得尤为突出。

创建“华东皮革技术探讨群”即时进行技术讨论，就是为了方便制革技术人员在线交流，发现问题，提出问题，解决问题， 而这一过程更需要记录下来给广大制革工作者以参考，避免走弯路，甚至走错路。此次编辑的《制革实用技术问答与经验分享》主要是把华东皮革技术群讨论的技术内容以及生产一线技术工作者的亲身实践、体会心得集结成册，供行业内参考，后续还将不断更新和再版，以做到与时俱进。

浩淼行无极，扬帆但信风。皮革技术同仁要本着兼容并蓄，交流互鉴的精神，互相学习，互通有无，才能不断完善自我，共谋发展，促进皮革行业的进步和发展。

全国皮具创意设计及成品转化和鞋类后整饰培训在广州市白云工商技师学院举办

2019 年 7 月 10 日 ~16 日，中国皮革协会与全国轻工职业教育教学指导委员会皮革毛皮及其制品专业指导委员会共同主办了全国皮具创意设计及成品转化和鞋类后整饰两个培训班。来自全国 19 家高等院校和知名皮革企业的受训学员共 30 多人参加了本次培训。中国皮革协会名誉理事长苏超英出席了开班仪式并致辞。

本次培训邀请了东华大学俞英教授、广州红谷皮具有限公司定制事业部总经理郑杨、肯迪凯尼（广州）鞋业科技有限公司董事长彭等行业知名专家授课并示范，30 余位学员不仅完成了各自的理论学习，而且还进行现场实践，切实提高了专业技术水平，培训期间还参观了红谷等知名品牌公司。（段娜 单燕玲）

全国鞋类创意设计及成品转化培训班在金猴集团举办

2019 年 8 月 9 日 ~16 日，中国皮革协会与全国轻工职业教育教学指导委员会皮革毛皮及其制品专业指导委员会共同举办了全国鞋类创意设计及成品转化培训班，来自全国 12 家高等院校和知名皮革企业的 20 多名受训学员参加了本次培训。

温州大学李运河教授对鞋类设计理论进行了深入浅出、内容丰富的精彩讲解，中国皮革和制鞋研究院温州研究所所长陈启贤带领学员对设计转化进行案例实操，20 余位学员既收获了先进的理论知识，也提升了设计作品物化的能力。（段娜 单燕玲）

已鞣制皮革和毛皮进境时不再需要检疫证书

依据海关总署目前正在执行的《进境非食用动物产品风险级别及检验检疫监管措施清单》的规定，对“已鞣制动物皮毛”的检验检疫监管措施为“进境时实施检验检疫”，与调整之前“输出国家或地区监管体系评估、进境时查验检疫证书并实施检验检疫”的规定相比，监管措施进一步简化。因此相关企业在办理蓝湿皮、皮坯等已鞣制皮革和毛皮的进境手续时，无需再要求供应商提供输出国家或地区的检疫证书。（来源：中国皮革协会）

类别	产品	风险级别	检验检疫监管措施
皮张	原皮（鲜、干、盐湿、盐渍、盐干皮张，不含两栖、爬行类动物）	I 级	输出国家或地区监管体系评估，境外生产加工存放企业注册登记；进境前须办理《进境动植物检疫许可证》；进境时查验检疫证书并实施检验检疫；进境后在指定企业存放、加工并接受检验检疫监督。
	两栖和爬行类动物原皮，灰皮（PH 值不低于 14 的环境中处理至少 2 小时）、浸酸皮（PH 值不高于 2 的环境中处理至少 1 小时）和其他等效方法加工处理的未经鞣制的动物皮张	II 级	输出国家或地区监管体系评估，境外生产加工存放企业注册登记；进境前须办理《进境动植物检疫许可证》；进境时查验检疫证书并实施检验检疫。
	已鞣制动物皮毛	IV 级	进境时实施检验检疫。
毛类和纤维	原毛，原绒，未水洗的羽毛羽绒，未经加工的动物鬃、尾	I 级	输出国家或地区监管体系评估，境外生产加工存放企业注册登记；进境前须办理《进境动植物检疫许可证》；进境时查验检疫证书并实施检验检疫；进境后在指定企业存放、加工并接受检验检疫监督。
	洗净毛、绒，水洗羽毛羽绒，水洗马（鬃）尾毛，水煮猪鬃，羊毛落毛	III 级	输出国家或地区监管体系评估，境外生产加工存放企业注册登记；进境时查验检疫证书并实施检验检疫。
	已脱脂或染色的装饰羽毛羽绒，炭化毛，已梳毛，毛条；羽毛类掸子；生丝	IV 级	进境时实施检验检疫。

哈萨克斯坦启动鞋类商品强制标签管理试点

哈萨克斯坦工业和基础设施发展部称，根据《欧亚经济联盟商品标签协定》，哈萨克斯坦工业和基础设施发展部拟对鞋类商品启动强制标签和可追溯体系管理试点，这对于减少鞋类商品非法进口、生产和流通具有重要意义。试点项目旨在测试强制标签管理和市场参与者之间的互动关系。试点项目采取自愿原则，任何企业经工业和基础设施发展部同意后可随时加入。试点实施期限 2019 年 7 月 30 日至 2020 年 3 月 31 日。截至目前已有 11 家鞋类生产商和进口商加入试点项目。（来源：商务部）

加征关税 鞋业受重创

美国总统特朗普近期宣布 9 月 1 日起对尚未征收关税的 3000 亿美元中国进口商品加征 10% 的关税，新的关税将影响服装、床上用品和鞋子等消费品，特别是制鞋企业将遭受重大打击。

据美国官方 (U.S. Census Bureau) 数据统计显示，去年美国从中国进口了价值 114 亿美元的鞋类产品。据美国鞋业分销商和零售商协会的数据，在美国销售的鞋子中，多达 70% 来自中国。美国鞋业分销商和零售商协会行业组织拥有 500 多名成员，其中包括沃尔玛 (walmart)、耐克 (Nike)、卡骆驰和史蒂夫 · 马登。美国鞋业分销商和零售商协会主席兼首席执行官马特 · 普里斯特说，从中国进口的鞋类已经被征收 67% 以上的关税，消费者将无力承担新增加的关税。新的关税意味着一些美国工薪家庭将为他们购买的鞋子支付几乎 100% 的关税。

根据 FDRA 计算，加收 10% 的关税后，一款广受欢迎的帆布“溜冰”运动鞋的价格将从 49.99 美元上涨至 58.69 美元，一双普通猎靴的价格将从 190 美元跃升至 222.27 美元，一款高性能跑鞋可能从 150 美元涨到 187.50 美元。（来源：中国皮革协会）

美国上半年生牛皮出口大幅下降

2019年上半年，美国生牛皮出口总额为6.236亿美元，出口量略高于 1200 万张。与去年同期相比，牛皮出口额下降了 28.1%，出口量减少了 18.7%。对美国制革商和贸易商来说，也有两条好消息，一是越南进口蓝湿皮量增加了 22%，今年上半年达到近 53 万张。二是 2019 年上半年蓝湿皮的价格从 2018 年上半年的 100.39 美元 / 张上升到 105.96 美元 / 张。（来源：中国皮革协会）

2019 年 1-6 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- 6 月		2018 年 1- 6 月		同比（%）	
		数量	金额	数量	金额	数量	金额
皮面皮鞋	万双	32846.1	4334386.1	30951.6	4139909.6	6.1	4.7
旅行用品及箱包	万件	576618.3	12986258.7	562467.9	12986353.4	2.5	0
皮革服装	万件	192.2	60985.2	203.5	76772.6	- 5.5	- 20.6
毛皮服装	万件	192.8	1239132.8	185.5	1137557.4	3.9	8.9
皮革手套	万双	11657.3	255390.8	12982.7	280712.7	- 10.2	- 9
足篮排球	万个	11818.7	225535.9	13189.5	268950.6	- 10.4	- 16.1
生皮	千吨	6.1	6216.4	8.4	7140.2	- 27.5	- 12.9
成品及半成品革	千吨	36.1	353976.8	27.3	312427.3	32.2	13.3
靴鞋零件及类似品	千吨	155.5	1239796.9	148.1	1156375.3	5	7.2
制革及制鞋机械	台	88431.0	218475.0	113044.0	127543.8	- 21.8	71.3
机器零件	吨	2109.2	17925.2	1577.4	24166.3	33.7	- 25.8
总计			20938079.9		20517909.3		2.0

2019 年 1-6 月全国皮鞋类出口量值

金额单位：千美元

商品名称	数量单位	2019 年 1- 6 月		2018 年 1- 6 月		同比（%）	
		数量	金额	数量	金额	数量	金额
皮面皮鞋	万双	32846.1	4334386.1	30951.6	4139909.6	6.1	4.7
橡塑鞋靴	万双	283747.1	9989022.8	285882.2	10154453.3	- 0.7	- 1.6
纺织鞋靴	万双	140057.1	6421717.3	143370.1	6597876.6	- 2.3	- 2.7
其他鞋靴	万双	17219.1	316339.4	16340.3	301279.2	5.4	5
鞋类总计	万双	473869.5	21061465.7	476544.2	21193518.7	- 0.6	- 0.6

2019 年 1-6 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- 6 月		2018 年 1- 6 月		同比（%）	
		数量	金额	数量	金额	数量	金额
皮面皮鞋	万双	2627.9	944457.8	1834.7	711447.9	43.2	32.8
旅行用品及箱包	万件	6665.7	1681613.4	6277.9	1417006.9	6.2	18.7
皮革服装	万件	10.6	35204.6	13.8	43018.0	- 23.6	- 18.2
毛皮服装	万件	0.8	10514.2	0.8	9440.6	- 3.1	11.4
皮革手套	万双	157.1	6856.3	107.3	4104.0	46.5	67.1
足篮排球	万个	434.6	16244.1	264.1	12466.0	64.6	30.3
生皮	千吨	583.6	637874.8	592.3	947328.2	- 1.5	- 32.7
成品及半成品革	千吨	388.0	1361545.9	403.3	1639775.2	- 3.8	- 17
靴鞋零件及类似品	千吨	10.6	277371.0	9.2	246983.1	14.9	12.3
制革及制鞋机械	台	1091.0	16958.4	937.0	28368.2	16.4	- 40.2
机器零件	吨	141.9	2978.4	114.9	3127.1	23.5	- 4.8
总计			4991619.0		5063065.2		- 1.4

2019 年 1-6 月全国皮鞋类进口量值

金额单位：千美元

商品名称	数量单位	2019 年 1- 6 月		2018 年 1- 6 月		同比（%）	
		数量	金额	数量	金额	数量	金额
皮面皮鞋	万双	2627.9	944457.8	1834.7	711447.9	43.2	32.8
橡塑鞋靴	万双	2084.2	289006.0	1726.1	200662.0	20.7	44
纺织鞋靴	万双	4958.2	996932.3	5041.7	942301.0	- 1.7	5.8
其他鞋靴	万双	130.9	61198.6	527.5	46052.0	- 75.2	32.9
鞋类总计	万双	9801.2	2291594.7	9130.1	1900471.8	7.4	20.6

DOWELL 达威股份

秉承智能和绿色生态的
创新理念，
为客户提供优质产品和
最佳解决方案。

在乘风破浪的路上，

达威始终伴您左右！

专注研发，不断革新，

只为提供优质产品和解决方案！

四川达威科技股份有限公司

www.dowellchem.cn

电话：+86-028-85136056

E-mail：dowell@dowellchem.cn

承蒙指教　还望赐稿

秋水无边，长空万里，信风乍起，远航之机。

新刊改版，任重道远，既已重挂云帆，自当直济沧海。

然纸媒势微，网行其道，既繁且疾，远胜往昔，唯另辟蹊径，谋定而后动，求深以致远。但凭数人之力，虽知庙堂之高，却难抵江湖之远。

故望业界群贤，尽涵潘江，各倾陆海，记述皮革百态，洞悉产业未来。热点、观点、技术、新品，凡是种种，可谓“杂”，唯有成文，是为“志”。

以梦为马，诗书年华。唯愿不负众望，能付所托，成就业界传播旗舰，在新媒体浪潮中笑看风云。

侠情一往，云可赠人；佳思忽来，书能下酒。恰巧你有故事，我有美酒，同为行业举杯，何乐不为？

刊为行业传播之喉舌，尚需行业同仁共襄。文，刊之所欲；图，亦为刊之所欲。锱铢之力皆为新刊发展之需，仰冀行业人士关注、关心、关爱。

联系人：杨国宇
座　机：010-85118053
手　机：18911295126
电　邮：BJ-LEATHER@chinaleather.org

北京皮革

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、市场 · 展会、设计 · 新潮、智能 · 网络、资讯 · 数据、企业 · 创新、业界动态、独家专访、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”

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