

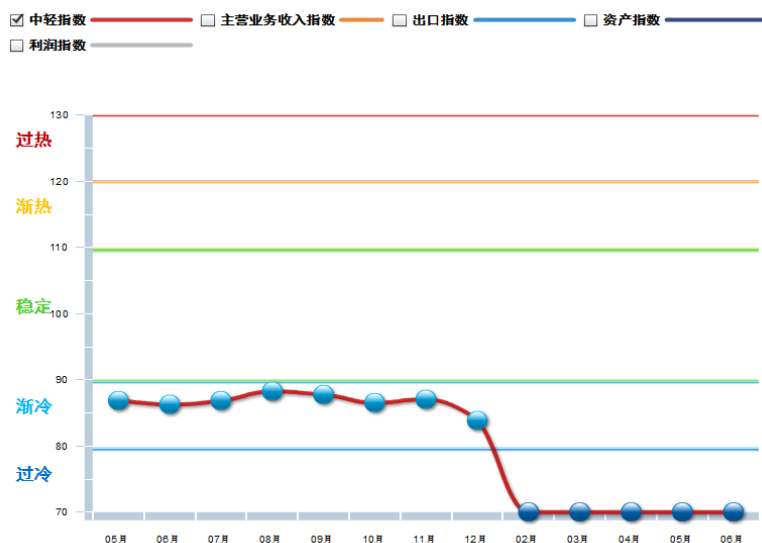
中国皮革行业 2020 年上半年 经济运行情况及分析报告

2020 年以来，伴随新冠肺炎疫情在国内外的爆发，全球经济经历大萧条以来的最严重危机。全球经济贸易大幅跌落，美欧日等主要发达经济体经济增速均有大幅度下滑，中国虽然有效控制了疫情形势但经济仍然受到较大冲击。在此大环境下，中国皮革行业亦无法独善其身，行业整体下行压力加大，承压前行。面对疫情所带来的全新发展环境，全行业努力克服困难，组织抗击疫情，稳步复工复产，取得了阶段性的成效。二季度以来，全行业景气指数逐月回升，规上企业销售收入、利润总额和主要产品产量降幅收窄，行业经济运行呈现向好的态势。但受到国际疫情持续蔓延和急剧爆发的影响，皮革行业出口仍然呈现双位数下滑，由于国外疫情形势仍不明朗，预计下半年出口形势仍然不容乐观。

一、上半年经济运行形势分析

1、行业景气指数逐月回升 销售收入和利润总额降幅收窄

2019.6—2020.6 月皮革行业景气指数变化态势



根据中轻皮革景气指数，受疫情冲击影响，今年2月中轻皮革景气指数跌至历史最低值63.45，跌破过冷区间，之后随着疫情防控形势逐步好转，企业生产和销售持续恢复，中轻皮革景气指数也逐月回升，3月回升至67.25，6月份达到69.72，尽管仍然低于去年同期水平，但产业向好的态势已初步显现。从6月的细分景气指数来看，主营业务收入景气指数70.33、出口景气指数67.34、利润景气指数56.27、资产景气指数88.68，前三项均较上月有所回升。

2020年全国规上皮革主体行业月度累计销售收入及同比



今年上半年，我国规上皮革主体行业销售收入完成销售收入4,380.47亿元，同比下降16.43%，降幅较一季度收窄5.24个百分点。细分行业中，制鞋、箱包合计占比75.2%，占比较上年同期提高0.32个百分点，其中，规上制鞋企业完成销售收入2,756.74亿元，同比下降15.20%；规上箱包企业完成销售收入535.91亿元，同比下降20.54%。排名第三的规上制革企业占比10.7%，占比较上年同期提高0.16个百分点，完成销售收入467.90亿元，同比下降17.83%。除此之外，皮革服装、毛皮服装销售收入也都不同程度下滑。

2020 年全国规上皮革主体行业月度累计利润总额及同比



同期,全国规上皮革主体行业利润总额 207.42 亿元,同比下降 28.22%,降幅较一季度收窄 5.71 个百分点。从细分行业来看,制鞋占全行业利润总额的 60.4%,对行业利润总额贡献最大,但是同比下降 30.28%。而制革、箱包、毛皮服装的利润额也都呈现双位数下降。

2020 年全国规上轻革行业月度产量及同比



行业主要大类产品产量普遍下降。今年上半年,全国规上轻革产量 2.59 亿平方米,同比下降 9.79%,但降幅较一季度收窄 5.18 个百分点。

产量前十省份中，河北份额最大，河南与浙江次之。除四川、安徽、河南和甘肃增长，其它省份产量均呈现不同程度的下滑，广东省降幅最大，下滑 73.12%。

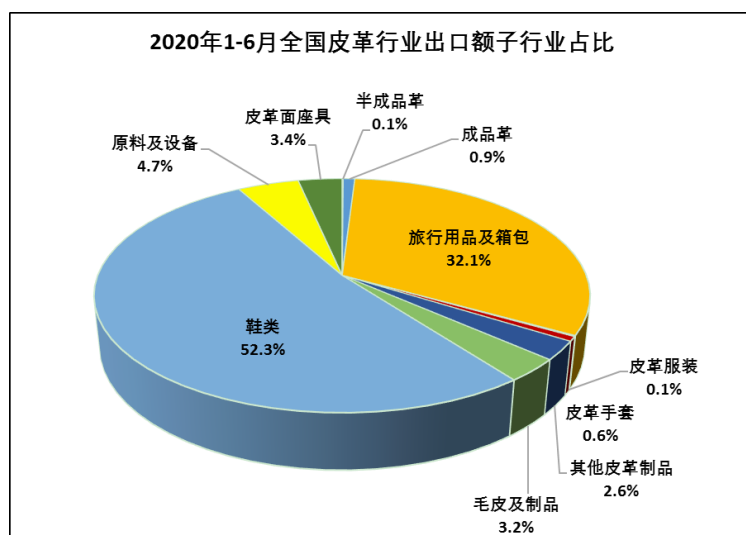
与上游轻革产量相比，下游制品产量下滑更加明显。今年上半年，规上皮鞋的产量 16.85 亿双，同比下降 14.96%，降幅较一季度收窄 5.23 个百分点；规上皮革服装的产量 2,056.13 万件，同比下降 85.08%；规上天然毛皮服装行业产量 153.41 万件，同比下降 24.77%。

2、内需市场持续复苏 但出口形势不容乐观

随着国内疫情控制形势的好转，居民出行及消费活动逐渐正常化，皮革产品内需市场正在恢复。根据国家统计局数据，2020 年上半年，全国限额以上服装鞋帽、针纺织品类商品零售额同比减少 19.6%，降幅较一季度收窄 12.6 个百分点。因为疫情原因，新型消费发展加速，网络销售态势相对较好。1—7 月份，全国实物穿类商品网上零售额同比下降 0.9%，降幅较一季度收窄 14.2 个百分点。下一阶段，随着扩大内需战略实施，“六稳”工作扎实推进，“六保”任务不断落实，促消费政策效果进一步显现，皮革产品消费市场有望继续改善。

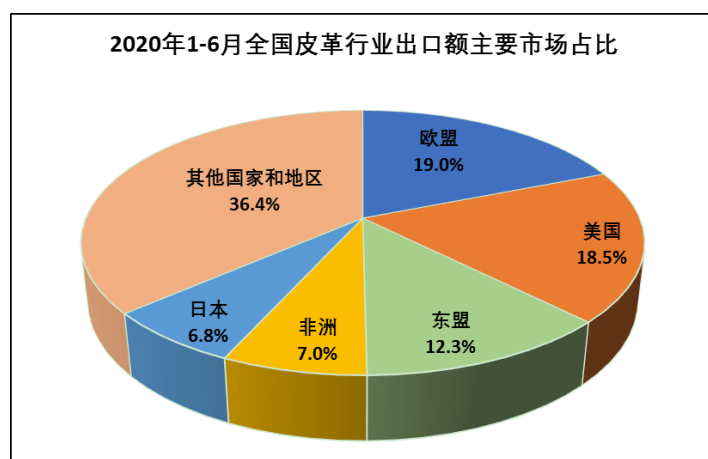
今年上半年，我国皮革行业出口 280.56 亿美元，同比下降 29.7%。占轻工行业出口总额 19.9%，居轻工首位，占全国出口总额的 2.55%。全行业上半年实现顺差 219.13 亿美元，同比下降 32.5%，占全国进出口贸易总顺差的 13.06%。行业出口自 2 月份出现双位数下滑，3 月以后降幅逐渐加大，这主要是因为国际疫情蔓延加剧影响终端市场。

从细分行业来看，今年上半年，我国箱包、鞋类等制成品在皮革行业出口额中贡献最大，二者出口金额合计达到 236.8 亿美元，占出口总额的 84.4%。其中，鞋类产品出口 32 亿双，146.7 亿美元，同比分别下降 32.4%和 30.2%；旅行用品及箱包出口金额为 90.1 亿美元，同比下降 30.1%。



3、前五大出口市场均受冲击 对美国出口下滑幅度最大

从出口市场来看，欧盟、美国、东盟、非洲、日本为皮革行业出口的前五大目标市场，2020年1-6月这五大市场出口额合计占我国皮革行业总出口额占比63.6%。受中美贸易摩擦和新冠肺炎疫情的叠加影响，2020年1-6月中国皮革产品对美出口额同比下滑41.9%。与此同时，对欧盟、东盟、非洲、日本出口额同比分别下滑29.8%、14%、15.8%、10.6%。



今年上半年，在我国鞋类出口量值中，美国占比分别为15.2%和21.1%，尽管这两个数值较上年同期占比均有下滑，但美国仍是我国鞋类产品出口的最大目的国；欧盟分别为17.9%和19.5%，是另一个重要的出

口目的地；东盟占比则分别达到 12.7%和 10.0%；排在其后的是日本，占比分别为 6.3%和 5.8%。出口到上述国家和地区鞋类量值合计分别占到我国鞋类出口量值的 52.1%和 56.4%。

欧盟仍然是我国最大的箱包出口目的地，今年上半年在我国箱包出口量值中，欧盟的量值占比相同，均为 22.6%，美国次之，占比分别达到 18.5%和 15.8%；排在第三位的是东盟，占比分别为 10.3%和 11.5%。出口到上述三个国家和地区的箱包量值合计占比分别达到 51.4%和 49.9%。

4、进口结构向消费拉动型转变趋势明显 上海继续领跑各省市进口

今年上半年，我国皮革行业进口总额 61.43 亿美元，同比下降 17.7%，占全国进口总额的 0.66%。我国皮革行业进口以一般贸易为主，占比为 79.5%，同比下降 13.3%。

我国皮革行业的进口结构由生产型向消费型转变的趋势日趋明显，自 2016 年起我国皮革主体行业原料进口占比持续下降，制品进口占比逐步提高，今年上半年延续了这一势头，原料进口占比已下滑至 33.27%，制品进口占比提升至 66.73%，较之去年同期提升 9.22 个百分点。其中，进口生皮 60.2 万吨，同比增长 3.2%，进口额 4.9 亿美元，同比下降 23.1%，量增额降主要是受单价下滑影响，单价同比下降 25.69%；进口半成品革 23.9 万吨，进口额 3.8 亿美元，同比分别下降 30.3%和 36.9%；进口成品革 2.7 万吨，进口额 4.5 亿美元，同比分别下降 38.8%和 41.4%。

另一方面，消费导向型的上海继续领跑省市进口，占比 36.5%，占比较去年同期提高 3.2 个百分点。上半年江苏省进口表现抢眼，占比 22.8%，同比增长 23.1%。排名第三的广东省占比 12.9%，但是下滑十分明显，同比下降 39.6%。

5、东盟仍然是进口首要来源地 进口前十国仅三国实现增长

今年上半年，东盟仍然是我国皮革行业进口第一大来源地，占比 36.2%，较去年同期占比提高 6.0 个百分点，同比下降 1.0%。其中，自东

盟进口鞋的进口额占我国鞋进口总额的 73.2%，同比增长 18.4%。自东盟的进口主要来自越南和印尼，占鞋进口总额的占比分别为 50.7%和 19.2%，同比分别增长 13.2%和 36.3%。自东盟进口已鞣毛皮的进口额占我国已鞣毛皮进口总额的 73.2%，其中，自东盟进口主要来自柬埔寨、泰国，占已鞣毛皮进口总额的占比分别为 42.1%、24.2%。

欧盟是我国皮革行业进口第二大来源地，占比 34.9%，同比下降 16.6%。其中，自欧盟进口的毛皮及制品进口额占我国毛皮及制品进口总额的 26.1%，自欧盟进口的皮革及制品进口额占我国皮革及制品进口总额的 48.1%，自欧盟进口的鞋进口额占我国鞋进口总额的 17.2%

我国皮革行业进口主要国家中，进口前十国除越南、印尼和法国实现增长，其它国家均下滑。越南、意大利和印尼分列前三，进口额占比分别为 23.8%、20%、8.1%，越南和印尼同比分别增长 2.7%、28.1%，意大利下降 15.3%。

二、皮革行业发展面临的主要问题

1、受新冠肺炎疫情蔓延影响，国际皮革市场持续低迷，内需市场提振乏力

自 2020 年以来，伴随新冠疫情的蔓延，全球皮革产业遭受冲击。从国际来看，由于全球贸易大幅跌落，经济严重衰退，失业率上升，收入及就业压力增大导致消费者用于鞋包等非生活必需品的支出意愿下降。加之 NBA、欧冠等重要国际赛事一度中断或延期，部分国家实行管制令，导致国际皮革市场持续低迷，实体零售终端承受巨大压力，国际知名鞋服品牌如 Nike、Adidas 销售均受到较大影响。今年 4 月，阿迪达斯全球 70%的门店都不得不关闭。5 月开始陆续开业，截至 6 月底，83%的门店已经开始运营，部分缩短了营业时间。根据阿迪达斯公布的 2020 财年第二季度财报显示，不计汇率因素，第二季度阿迪达斯营收下降 35%至 35.79 亿欧元。其中阿迪达斯品牌下降 33%，锐步品牌下降 42%。耐克集团最新财报显示，2020 财年 NIKE 营收为 374.03 亿美元，同比下降 4%。

截至5月底，2020财年第四财季营收为63.13亿美元，亏损7.9亿美元。Clarks, Vida Shoes等传统制鞋品牌也销售受挫，为缓解经营压力，纷纷宣布裁员或降薪；奢侈品品牌同样遭遇重创，7月28日，开云集团发布了2020上半年的财务数据。报告显示，受疫情影响，2020上半年开云集团总收入为53.783亿欧元，同比下降29.6%，营业利润为9.52亿欧元，同比下降57.7%。LVMH集团2020上半年销售额下跌28%。贝恩咨询公司预计，全年来看，全球个人奢侈品市场可能会收缩约20%至40%。

在全球皮革贸易中，中国是NIKE, ADIDAS等国际鞋服品牌重要的加工基地，是皮革制品、鞋类产品出口大国，出口额约占全球皮革行业出口总值的1/3，也是最重要的原料皮、半成品革、成品皮革及制品进口国之一，中国皮革业与全球皮革业是你中有我，我中有你的关系，因此，尽管中国疫情已经得到全面控制，但在国际疫情持续蔓延的大环境下，中国皮革业也很难独善其身，从行业经济运行的主要指标来看，1-6月规模以上皮革企业的销售收入、利润总额和主要产品产量降幅都有所收窄，但是出口额降幅仍在持续，可见国际市场低迷的传导效应不容小觑。

从内销市场来看，尽管生产生活秩序正在有序恢复，但是受全球经济下行预期和居民可支配收入下滑等因素影响，消费者对皮革产品的购买意愿恢复情况并不理想。根据国家统计局数据，上半年，全国居民人均可支配收入15666元，比上年同期名义增长2.4%，扣除价格因素，实际下降1.3%。其中人均衣着消费支出为611元，同比下滑16.4%，占人均消费支出的比重为6.3%，占比较之一季度下降1个百分点。

内销品牌以鞋品类为例，今年上半年，非运动品牌数据大幅下滑。如：奥康营业收入同比下滑25%，红蜻蜓营业收入同比下滑30%，童鞋企业起步收入下滑22%。但比收入下降幅度更大的是企业利润，以上三家企业利润下降分别达到80%、65%、33%。运动品牌受到的影响相对较小，领先品牌的收入基本复苏到去年同期水平。今年上半年，安踏集团营业收入同比下降1%，李宁营业收入同比增长1.2%，特步增长9.6%；

但从利润角度看，在行业中领跑的运动品牌也呈现较大幅度下滑，其中安踏下滑 29%、李宁下滑 14%、特步下滑 45%。疫情期间，线上渠道的作用至关重要，虽然受到众多因素影响，线上增速同比也出现较大幅度下滑，但 1-6 月，线上服装鞋帽零售已经基本恢复到去年同期水平，同比增速-2.9%。

2020 年 1-7 月，全国限额以上服装鞋帽、针纺织品类商品零售额同比减少 17.5%，这一数据进一步印证了“皮革内需市场恢复仍然有待时日”的观点。

2、招工难用工难问题困扰企业

皮革行业作为劳动密集型产业，生产和用工是一个密不可分的关系。没有充足的劳动力，即使有订单也无法完成。此次疫情爆发正值春节，通常春节后正是招工的关键时期，一旦错过此次春节后的招工时间，之后就很难招到合适的工人。尤其是对于广东和深圳地区，这两个地区很多外来务工人员来自湖北和湖南，正是此次疫情爆发初期的重灾区，所以疫情的爆发对这两个地区的企业招工影响很大。根据中国皮革协会在河北和山东调研发现，在 2-4 月期间，部分皮革企业因接不到订单或是订单取消，为缓解经营压力，被迫裁员或是安排工人在老家不再返回工厂，然而，到 5 月订单逐步恢复时，招工更加困难，很多工人宁愿待在老家也不再愿意返回工厂。

皮革行业招工难用工难主要是几方面原因造成，一是劳动环境相对比较恶劣，劳动强度大，这个原因占有决定性影响；二是企业效益一般，工资在劳动市场吸引力不够；三是现在很多年青人家庭有一定经济基础，对进入传统行业或有排斥心理或是存在误解，企业也没有及时准确把握年轻一代的就业心理，做出相应调整；四是民营企业招工渠道比较有限。

3、库存积压严重，低价竞争造成恶性循环

春节原本是皮革行业的销售旺季，尤其是毛皮、箱包、鞋等产品。正常情况下，春节假期和假期前后的鞋、箱包销售占全年销售的 10%-15%

左右；毛皮产品由于其应季性的特征，主要靠春节期间和春节前后的销售拉动，几乎占全年销售的 30%以上。然而，今年受到疫情影响，全国专业市场和终端零售门店在春节假期期间和之后的黄金销售期都处于关闭阶段，在 2 月底-5 月陆续恢复开店营业的店铺也只有微薄的营业额。某品牌鞋企在全国关店停业的店铺就有几千家，其它鞋、皮革服装、皮具等制品企业店铺关店停业也都是常态。疫情期间虽然不能营业，但是土地使用税、银行贷款利息、人员工资等成本仍然需要企业支出。同时，疫情期间和疫情过后，对皮革产品需求并没有出现报复性消费反弹。零售终端销售受挫给皮革企业带来了大量的库存积压，为了清库存，企业陷入价格战的泥潭，直播带货等网销新模式加剧了价格战的激烈程度，整个市场进入了一个“高品质产品找不到市场，低价产品互相倾轧价格无底线”的恶性循环，严重扰乱了正常的市场节奏。根据国家统计局和中国报告大厅数据显示，2020 年 1-7 月，服装、鞋帽类商品零售价格指数逐月下行，从 1 月的价格指数 100.47 跌至 7 月的价格指数 99.22，7 月价格指数同比下降 0.78%。

三、面临的挑战和机遇

（一）面临的挑战

1、新冠肺炎疫情给皮革行业全产业链带来重大冲击

新冠肺炎疫情蔓延在深刻影响人们安全观、发展观、国际观以及政治观的同时，也对国际秩序、国际格局、全球治理体系以及国际力量对比产生了深刻影响。一方面,疫情恐使全球经历“大萧条”以来最严重的经济衰退,过去美欧为世界经贸提供市场和技术,疫情使其购买力大幅萎缩、关键零部件中断,全球贸易急剧萎缩，国际经贸格局可能出现重大调整，皮革业亦不能独善其身;另一方面,疫情冲击正加剧国家间的结构性洗牌,加速中美“脱钩”及供应链、产业链本地化、区域化、分散化趋势。

伴随疫情的长期化和持续性，我国经济发展的外部环境复杂严峻的形势将持续，国际环境具有不稳定性、不确定性，世界经济深度衰

退、国际贸易和投资大幅萎缩、国际金融市场动荡、国际交往受限、经济全球化遭遇逆流、一些国家保护主义和单边主义盛行、地缘政治风险上升等多重不利因素将影响产业发展，我国皮革贸易发展的外部环境较为不利。

疫情期间和疫情后市场资源将成为“稀缺资源”，在海外市场“蛋糕”逐步缩小的背景下，将进一步加剧国际引资之间的竞争，皮革产业“走出去”和“引进来”都受到负面影响，阻力增大；由于西方国家加速“国产替代”和“制造业回流”，我国皮革业在全球皮革业中所占份额受到挤压；供应链、产业链本地化、区域化、分散化趋势延续，中国对美欧市场的依赖度将进一步降低，更加注重多元化市场的培养；亚洲区域皮革业的合作关系和竞争关系长期并存，如何保持平衡成为重大挑战；由于经济持续低迷抑制消费需求，皮革企业产量下滑，库存积压，销售受挫，这些困难将在很长时间困扰行业。

2、环保高压常态化仍将持续

近几年来，国家重拳出击，治理环境污染，企业面临前所未有的环保压力。环境保护税法于2018年起实施，采取“税负平移”的方式，从排污费平移到环保税，征收对象包括大气污染、水污染等等，对VOCs的管控更加严格。而中央各地方环保督察组常态化开展的环保督察，从31个省份“全覆盖”到对20个省份开展“回头看”，生态环保督察制度不断完善，相关工作不断深入。2019年中旬，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《中央生态环境保护督察工作规定》，以党内法规的形式来规范督察工作，进一步明确了督察工作的顶层设计和纪律责任，使得环保政策和措施的执行能力大大提升。

国家对皮革行业污染控制的范围在不断扩大，从水污染物、固体废物的控制扩大到大气污染物的控制和管理（恶臭、VOCs），治理的行业也从制革扩展到制鞋、毛皮、皮具箱包等制品行业。《排污许可证申请与核发技术规范 制革和毛皮加工工业-制革工业》、《排污许可证申请与核

发技术规范 制革和毛皮加工工业-毛皮加工工业》、《排污许可证申请与核发技术规范 制鞋行业》等相继发布并实施，使得制革、毛皮、制鞋三个重点行业被纳入排污许可证管理范畴，管理日益规范化和系统化。未来一段时间，环保高压常态化仍将持续，国家对污染物减排的标准要求将会不断提升，企业必须与时俱进，未雨绸缪，变被动为主动，才能经受住不断加压的环保挑战的洗礼。

3、产业转型升级面临较大困难

产业转型升级是一个以创新为基本动力，以适应竞争环境、提高经济附加值水平和竞争力为目标的产业演进和变迁过程。近年来，皮革行业围绕供给侧结构性改革的发展主线，以技术改造、进步和创新为突破口，加快新旧动能转换，在转向高质量发展方面取得积极成效，但是仍面临着诸多问题的困扰与挑战。这些困难包括产业发展环境亟待完善，民营企业税费负担较重，融资难融资贵的境况短期难以改变；由于皮革行业目前技术、工艺、产品、市场相对成熟，企业经营者思维易固化，短期逐利的行为仍然存在，难以潜心钻研核心技术和产品；行业关键性的共性技术供给严重不足给产业发展带来羁绊；对高素质人才的吸引力较弱，人才缺乏与企业转型升级的意愿形成反差；侵犯知识产权的违法成本太低，企业打假维权成本较高，严重挫伤企业创新的积极性。

（二）面临的机遇

1、“中国经济潜力足、韧性强、回旋空间大”的基本特点没变，内外双循环的新格局支撑产业发展

习近平总书记指出：“我国经济潜力足、韧性强、回旋空间大、政策工具多的基本特点没有变。”在人口规模上，我国有 14 亿人口、约 9 亿劳动力、有 1.7 亿受过高等教育和拥有专业技能的人才，人力资源极为丰富；在空间结构上，我国幅员辽阔、区域差异明显、区域互补性强，中心城市和城市群正成为承载发展要素的主要空间形式，有利于形成规模经济和梯度效应；在资本积累上，我国储蓄率长期保持在 45%

左右的高位，能为经济发展提供雄厚资本支撑。所有这些，都是我们的发展优势。

我国除了财政政策和货币政策，还有产业政策、区域政策等，政策维度更多；我国宏观政策空间更大，每一项政策工具都有较强的纵深度。此外，政府宏观调控的手段比西方国家更多，特别是在面对风险挑战和突发性事件重大冲击下，政府政策工具丰富，调控更从容。仅就财政政策和货币政策而言，我国宏观调控的工具箱就十分丰富。比如，在财政政策方面，可以从收入和支出两端同时发力；财政政策提质增效仍有很大空间，赤字率与其他国家相比仍处于较低水平；财政工具可以精准施策，比如，对防疫物资生产主体进行贴息支持，对一些受疫情冲击严重的行业企业进行税收减免等。在货币政策方面，可以降准降息，保证市场流动性的合理充沛。

面对较为复杂的国内外形势，党中央、国务院及时提出了供给侧结构性改革的新方略，提出构建“加快形成内循环为主、国内国际双循环相互促进的新格局”。目前，在一系列结构性改革措施的作用下，中国经济的内生增长动力持续释放，以供给结构动态适应人民日益增长的美好生活需要为特征的内循环体系正在逐步成型，中国皮革行业亟待依托内外双循环，拓展国际市场，深耕国内市场，谋求更加广阔的发展空间。

2、信息技术与产业的深度融合加速，科技创新重构产业结构和业态

新冠疫情加速了数字变革，以人工智能技术为标志的第四次工业革命的大幕已经拉开。在新一轮科技革命背景下，技术已成为重塑产业结构的关键力量，科技创新将重构皮革产业的结构和形态。在疫情的影响和推动下，以5G、大数据、云平台、物联网、区块链为标志，信息技术与皮革产业的深度融合加速，皮革行业的设计、生产、营销等关键环节将加速向数字化、网络化转变；智能设计、智能制造、柔性生产等新的生产模式将颠覆传统模式，智能化车间、智能化工厂、智能化基地将引领产业发展，智能制造将成为产业升级的重要方向。皮革行业能否

在疫后市场的竞争中抢占蓝海，很大程度上取决于对这些新技术的有效应用、融合，以及对新工业革命的重要窗口期的把控。

3、疫情带来消费趋势变化，亟待依托新消费崛起开拓新的发展天地

随着中国居民可支配收入的攀升和数字化带来的消费推动力，中国正迎来一个消费全面升级的新时代，消费由“量的增长”转变为“质的增长”的趋势愈发明显。伴随中国经济的恢复，尤其是随着小康社会的全面建成和市场需求层次的提升，作为美化人们生活的时尚产业和居民消费的重要组成部分，疫情期间和疫情结束后，消费者对产品和服务提出更高要求，表现为追求品质和健康，追求绿色生态和透明消费，讲究品牌，寻求商品的情感价值，呈现出个性化、多样化、高端化、体验化的新消费特点。

与此同时，面对疫情防控的常态化环境下，消费端用户习惯改变将催生网络基础设施、物流与供应链体系大变革，加速供给端企业的数字化转型。数字化的发展带来多元消费力的提升，不同年龄阶段的消费者又因为对数字技术不同程度的掌握，推动着新的消费模式和消费力量的演变成型，整个过程持续处于嬗变当中。在这个嬗变的过程中，皮革行业品牌亟须主动出击，在提升产品质量的同时，积极适应这些新的消费特点，必将依托新消费崛起这一新趋势开创新的发展天地。

4、自贸区建设将有利于外贸稳定发展

到目前为止，中国已经和 25 个国家或地区签署了 17 个自由贸易协定，这 17 个自由贸易协定可以说是立足周边、辐射“一带一路”、面向全球，既有我们周边国家包括东盟的成员，也有“一带一路”沿线，比如巴基斯坦、格鲁齐亚，还有世界上其他国家比如拉美的秘鲁、智利。这个自贸区网络既包括澳大利亚等发达国家，也包括一些发展中国家。自贸协定为我们国家开展国际贸易、投资合作提供了一个广阔的空间，为我们的对外贸易投资关系的发展发挥了重要的推动作用。

东盟、澳大利亚、韩国、新西兰等都是中国皮革进出口贸易的活跃国家或区域，随着中国-东盟自贸区、中澳、中韩、中新自贸区建设的推进和自贸协定的生效，必将给我国皮革贸易带来更加广阔的发展空间。

四、未来形势和趋势判断

今年上半年，我国皮革行业积极推动复工复产，着力化解疫情带来的不利影响，不断提升发展韧性和抗风险能力，部分经济运行指标出现回升迹象。然而，当前全球疫情依然在蔓延扩散，未来存在诸多不确定因素，对全球供应链运转和经济运行造成的冲击将继续发展演变。下半年，皮革行业面临的外部风险挑战仍然较多，全年保持平稳运行压力仍然较大。尤其是因为国外疫情未能得到有效控制，国际市场持续低迷，皮革行业出口下行的态势并未得到快速缓解，全年出口形势仍不容乐观。

当前，我国经济正处在转变发展方式、优化经济结构、转换增长动力的攻关期，经济发展前景向好，但也面临着结构性、体制性、周期性问题相互交织所带来的困难和挑战，加上新冠肺炎疫情冲击，目前经济运行面临较大压力。我们还要面对世界经济深度衰退、国际贸易和投资大幅萎缩、国际金融市场动荡、国际交往受限、经济全球化遭遇逆流、一些国家保护主义和单边主义盛行、地缘政治风险上升等不利局面，必须在一个更加不稳定不确定的世界中谋求我国发展。在这样的大环境下，皮革行业发展面临巨大挑战和危机，但是危机之中蕴藏机遇。

在国内外较为复杂的形势下，党中央、国务院及时提出了供给侧结构性改革的新方略，提出构建“加快形成内循环为主、国内国际双循环相互促进的新格局”。目前，在一系列结构性改革措施的作用下，中国经济的内生增长动力持续释放，以供给结构动态适应人民日益增长的美好生活需要为特征的内循环体系正在逐步成型，中国皮革行业亟待依托内外双循环，拓展国际市场，深耕国内市场，谋求更加广阔的发展空间。

疫情的考验提升了产业优胜劣汰的速度，行业资源整合加速，两极分化日趋严重，产业迎来新一轮的大洗牌，也给产业向追求高质量、高

效益转变提供了广阔空间。从未来的发展趋势来看，基于消费端需求的变化，个性化、差异化、健康化、触及消费者痛点的产品，以及能够进一步提升用户情感和穿着体验的皮革产品将成为市场增长的主要动力；伴随新一轮科技革命，技术已经成为重塑产业结构的关键力量，科技创新将重构产业的结构和形态，智能制造、数字化生产、柔性生产将成为产业的下一个风口所在；全球皮革产业格局在阵痛中调整，进一步提升产业链和供应链的完整性、安全性，构筑更加绿色、透明、可持续发展的产业链和供应链成为未来方向。我们坚信，“阳光总在风雨后”，只要全体皮革行业同仁凝心聚力、直面挑战、革故鼎新、开拓创新，一定能够共度难关，迎来风雨过后的艳阳天。

中国皮革协会

2020年9月