北京皮革

BEIJING LEATHER

1976 年创刊　第 48 卷

2023 年 2-3 月
（总第 551 期）

主办单位：中国皮革协会

封面人物
陈文祥

江苏新森达鞋业
有限公司总经理

中国皮革协会设计师工作委员会成立会议
暨中国皮革行业设计师高峰论坛举行

石碧院士荣获何梁何利基金
科学与技术创新奖

2023年中国皮革行业产品
进出口关税新动态

特色区域系列报道之十三

千年裘都　续写华章
——枣强大营皮毛产业高质量
发展探索与实践

定价 300 元 / 年 零售价 25 元 / 本
ISSN 1002-7947
CN 11-2260/TS
《北京皮革》编辑部出版

ISSN 1002-7947

扫描二维码
关注我们的官方微信

中国国际皮革展

ALL CHINA LEATHER EXHIBITION 中國國際皮革展

ALL CHINA LEATHER EXHIBITION

29-31.8.2023

上海·SHANGHAI

www.aclechina.com

APLF

SIC | informa markets

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

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

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

广告

第37届国际皮革工艺师和化学家协会联合会大会

主办单位: 国际皮革工艺师和化学家协会联合会(IULTCS)
中国皮革协会(CLIA)

创新使皮革不可替代

会议专题:

1. 皮革科学基础研究进展
2. 皮革生产的可持续技术
3. 高效智能皮革加工技术的新策略
4. 皮革化学品创新
5. 皮革废弃物综合利用
6. 皮革及皮革制品的分析和测试方法
7. 皮革行业可持续发展
8. 鞋及皮革制品设计智能化和生产效率提升

重要时间:

- 2023年6月15日之前　提交论文摘要
- 2023年7月15日之前　论文摘要录取通知，确认论文口头演讲/壁报展示类型
- 2023年9月15日之前　已录取论文提交全文，确定为壁报展示的还须提交壁报电子文件

广告

大会报名及其他详情请登录https://www.iultcs2023.org/

https://www.iultcs2023.org/　IULTCS2023@outlook.com

华坚国际轻工业城简介

埃塞俄比亚 - 华坚国际轻工业城位于埃塞俄比亚首都亚的斯亚贝巴，由中国华坚集团投资建设，是以轻工业制造为主，集出口加工、 商贸、 服务等功能于一体的产城融合智慧园区。

该项目总投资20亿美元，占地总面积137.8公顷，建筑面积150万平方米，每年可创汇20亿美元，提供5-6万个就业岗位。该项目是华坚集团参与国家 “一带一路” 建设、实施国际化战略的重要平台，是华坚集团 “ 为社会而生存，为行业而努力 ” 的重大实践，成为中国制造走进非洲的成功典范。

埃塞俄比亚中国华坚集团轻工业城招商

招商热线 +86 156 2291 8888

智 能 / 智 造 / 高 效 / 文 明 / 和 谐

广告

DECISION 德赛尔
材 料 链 接 美 好 生 活

四川德赛尔新材料科技有限公司
www.decision.cn
电话:+86-838-3680715 E-mail: info@decision.cn

CONTENTS 目次

08 **焦点 · 关注**

08 2023 中国皮革协会重点工作计划
10 中国皮革协会设计师工作委员会成立会议
暨中国皮革行业设计师高峰论坛举行
14 石碧院士荣获何梁何利基金科学与技术创新奖
15 新森达和江苏皮革华丽蜕变的践行者
—— 记江苏新森达鞋业有限公司总经理陈文祥
20 首届中国皮革协会科技成果应用奖获奖项目介绍（二）

24 **创新 · 企业**

24 皮革行业高质量发展系列之九：
新能源车需求潜力进一步释放 汽车革生产企业强化产品研发
26 抓机遇 促发展 鞋包企业复工忙

28 **市场 · 展会**

28 上海近代制革史话（五）
34 千年裘都 续写华章
——枣强大营皮毛产业高质量发展探索与实践

39 **质量 · 标准**

39 皮革化学品中的重金属元素来源及污染控制

44 **科技 · 生态**

44 无铬皮革专题：脚踏实地 行稳致远
——市刊专访珍寿实业（商丘）有限公司总经理姚寿江

Chrome -free Leather

无铬皮革
Chrome-free Leather

联办单位：四川亭江新材料股份有限公司
电话：0838-8520024
邮箱：1991000198@qq.com

本期广告目次

第 37 届 IULTCS 大会	封二
华坚国际轻工业城	封三
中国国际皮革展	封底
德赛尔新材料	扉页
新濠畔集团	5
真皮标志	6
台威精机	7
生态皮革	65
公益广告	99
源泰皮革	100
兴业皮革	101
木林森鞋业	102
名郎鞋业	103
春江鞋业	104
百诺箱包	105
龙益机械	106
思瑞机械	107
哈工博视	109
爱玛数控	110
扬宝机械	112

CONTENTS

48

设计 · 潮流

48 “真皮星尚我做主”微视频公益大赛交流会感言（一）
55 中国鞋靴产业转型升级过程中所面临的设计研发困境（二）
60 设计思维驱动鞋业原创设计
66 设计手稿：错综
67 设计手稿：真丝皮草短靴

68

资讯 · 数据

68 2022 年中国水貂、狐、貉取皮数量统计及市场分析
71 2022 年中国进口原料皮及半成品革和已鞣毛皮数据分析
76 2023 年中国皮革行业产品进出口关税新动态
80 2022 年 1—11 月全国皮革行业进出口量值分析
84 中国皮革行业部分上市公司及行情（2023 年 2 月）
86 “中国毛皮碎料加工基地 · 阳原”通过专家组复评
87 “中国制鞋基地 · 沂南”通过专家组复评
88 第 37 届 IULTCS 大会（成都）报名注册和论文提交通道正式开通
89 《制革行业节水减排技术路线图（2022 年）》完成修订并发布
90 李宁集团向巴基斯坦灾区捐赠百万元物资
92 红蜻蜓、双驰入选 2022 年工业互联网平台创新领航应用案例名单
93 兴业、匹克上榜 2022 年度智能制造示范工厂揭榜单位和优秀场景名单

顾　问

石　碧　马建中　苏超英

编　委（按姓氏笔画为序）

丁水波　刁　梅　于百计　万祥华
弓太生　王　丹　王　敏　王　强
王吉万　王马良　王国权　王全杰
王建新　王振滔　邓佑才　申子广
冯忠河　冯春海　艾英利　吕　斌
朱　岩　仲济德　任有法　刘　昊
刘穗龙　许志华　许连来　庄君新
江锡毅　严建林　严慈亮　李　臣
李　军　李开华　李伟娟　李运河
李孟梁　李彦春　李雪梅　吴海燕
吴华春　何有节　宋晓武　张月明
张壮斗　张志彤　张继国　陈　飞
陈占光　陈文祥　陈启贤　陈国学
陈念慧　陈荣辉　杨　正　林永刚
范子坤　罗建勋　岳国威　郑莱毅
周　骅　周文明　姜德云　胡建中
段力民　俞　英　施荣川　施纪鸿
贺素成　徐建国　徐树峰　钱金波
郭建英　黄　杰　曹向禹　章川波
梁志新　彭必雨　彭先成　彭殿礼
曾小平　董新志　温祖谋　谢胜虎
樊　利　潘建中

北京皮革

刊名题字：李玉中

北京皮革

BEIJING LEATHER　1976 年创刊　第 48 卷
2023 年 3 月 8 日出版（总第 551 期）

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**	樊永红　朱　晔　骆国民
Editors in Charge **责任编辑**	朱　晔　樊永红
Editors **编辑**	毕　波
Art Director **美术总监**	李　霞
国际标准连续出版物号	ISSN 1002-7947
国内统一连续出版物号	CN 11-2260/TS
Publication Date **刊期**	月刊　每月 8 日出版
Distribution **发行**	公开发行　本刊发行部
Price **定价**	每本人民币 25 元，300 元 / 年
Design **设计**	《北京皮革》设计制作中心
Printing **印刷**	北京博海升彩色印刷有限公司
Address **本刊地址**	北京市西城区西直门外大街 18 号 金贸大厦 C2 座 708 室
E- mail **邮箱**	bj-leather@chinaleather.org
Post Code **邮编**	100044
Contact **联系人**	朱　晔　毕　波
Tel **电话**	010-85118053　85117751

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	赵朝刚	电话：13808055680
	广州	王宝才	电话：13672467586
		陈万日	电话：13640678748
		谢泉锦	电话：13631426317
	桐乡	安春叶	电话：13857322686
	温州	郑　君	电话：13705774922
	南京	段广涛	电话：13819313189
	余姚	张　辉	电话：15888361116
	海宁	李书波	电话：13586332719
		李冬超	电话：13736817368
	惠州	张志华	电话：13691863303

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

长期办理订阅

收款单位：中国皮革协会

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

世界制鞋产业服务商

SERVICE PROVIDERS OF WORLD FOOTWEAR INDUSTRY

新濠畔®
XINHAOPAN

新鞋材 新濠畔 鞋的一半在新濠畔

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

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

广告

Genuine Leather Mark
真皮标志
Genuine Leather Mark
天然皮革
优质精品
良好服务
有一种美丽 本是自然赐予
有一种沉淀 来自时光洗礼
有一种质感 名曰天然皮革
有一种精彩 从真皮标志开始
认准真皮标志 享受高品质生活
ECO-LEATHER MARK
真皮标志生态皮革
中国皮革协会品牌部
电 话：010-65265089；65270932
传 真：010-65231698
E-mail：liuchun@chinaleather.org
广告

臺威精機 TAIWEI MACHINERY

中德合作－为制鞋业提供智能裁断技术与方案

智·能精裁 质·赢未来

高速智能裁断装备是用户降本的利器，增效的明星，曾荣获中国轻工业联合会科学技术进步一等奖，其产能是同类普通机的2～3倍、震动刀切割机的3～4倍，能耗却低30%～40%；材料利用率比同类普通机型再提高1%～3%。省工、省料、低耗，降低成本从此机开始。台威精机是浙江省机器换人工程服务公司。

台威集研发、生产和销售于一体，主要生产和出口五大液压裁断机系列产品，分别为摇臂系列、压头移动系列、精密四柱系列、上板后移系列、高速智能数控系列，涉及100余个规格品种。

中国浙江 衢州台威精工机械有限公司
QUZHOU TAIWEI PRECISE MACHINERY CO., LTD.

地址: 浙江省衢州市东港一路8号　电话: 0570-3832388(总机) 3832366 3832811 13505707243
传真: 0570-3832698　邮编: 32400
邮箱: sales@twcdj.com　网址: www.twcdj.com

广告

中国皮革协会2023重点工作计划

序号	项目名称	时间/地点
1	加快落实《皮革行业“十四五”高质量发展指导意见》	全年
2	强化防疫政策开放后行业恢复情况调研工作，关注行业在新形势下的热点、难点问题，加强同相关政府部门的沟通，积极反映会员诉求和行业建议，争取有利于皮革行业可持续发展的政策支持，及时向企业传达国家相关政策信息	全年
3	继续向国家有关部门争取部分生毛皮、生皮进口关税的下调，争取恢复成品革和部分皮革化工材料的出口退税，继续争取扩大生皮加工贸易范围等	全年
4	继续以皮革行业环保自律行动小组为抓手，做好制革和毛皮加工行业环保核查工作，做好行业环保信息咨询以及行业节能减排新技术的推广工作，引导全行业进一步做好污水、固废和废气的防治工作，全面提升行业绿色发展水平	全年
5	利用《含铬皮革废碎料环境风险评估及管理政策研究》和《含铬皮革废料污染控制技术规范》等成果，推动行业含铬皮革废料科学管理水平提升，保障皮革行业健康可持续发展	全年
6	开展《制鞋行业装备升级路线图》《制革装备行业技术发展路线图》修订工作;做好《制革及毛皮加工工业水污染物排放标准修改单》《含铬皮革废料污染控制技术规范》《制革行业节水技术规范》《制革用聚丙烯酸树脂复鞣剂测试方法》等国家标准、行业标准以及一批团体标准的编制、发布及宣贯工作	全年
7	承接政府项目与任务，协助政府做好相关产业政策的制定及宣贯	全年
8	积极落实“三品”战略和高质量发展指导意见，制定并出台《皮革行业品牌评价指标体系》团体标准，按照国家有关部门的要求做好行业品牌评价及提升工作，推动行业品牌建设	全年
9	编制发布《中国皮革行业经济运行年度报告》和“中轻皮革景气指数”；利用相关国内外统计数据，围绕国际地缘政治冲突、新冠疫情影响以及 RCEP 等热点和焦点问题，做好行业数据汇总、分析，及时发布皮革行业经济运行信息，并开展行业预警和引导工作	全年
10	召开中国皮革协会各专业委员会年会	全年
11	依托“真皮标志”和“生态皮革”合作联盟，推动“真皮标志”标牌改版工作，开展“生态皮革”技术规范修订工作，启动“真皮标志”与“生态皮革”追本溯源平台建设方案制定及开发工作;积极推进“天然毛皮标志”工作	全年
12	主办“真皮标志杯”设计大赛（鞋类/皮革和裘皮服装/箱包皮具/皮革裘皮面料），组织参加国际鞋类设计大赛（IFDC）	全年
13	组织行业企业及相关组织机构，全面开展真皮消费教育系列活动，搭建并推广行业与消费者有效沟通交流的平台体系	全年
14	加强应对伪动物保护组织恶意攻击皮革和毛皮产业的措施力度	全年
15	开展专业市场（店）等级认定、企业信用评价及宣传推广	全年
16	提升《北京皮革》杂志和“中国皮革网”自身建设，强化协会官微、视频公众号全媒体联动宣传	全年
17	开展皮革行业特色区域培育、评价工作，引导产业集群高质量发展；召开特色区域 2023 年度工作会议	全年

2023 中国皮革协会重点工作计划

序号	项 目 名 称	时间 / 地点
18	积极推进职业技能等级评价，开展行业技术技能培训和职业技能竞赛	全年
19	整合行业资源，探索全毛皮行业参与的毛皮原料交易新模式	全年
20	筹备“中国国际皮革时尚日”系列项目	全年
21	举办中国皮革协会 35 周年庆系列活动	全年
22	加强协会党支部建设，开展常规活动和特色活动，提升党建工作整体水平	全年
23	开发并推出“中皮秀”云展商贸平台，促进国内外行业企业间跨时空、跨地域的即时信息交流与商业交易	1 月—5 月
24	召开 2023 年度中国皮革协会年度工作会议及进行内部培训	2 月 13—15 日 / 北京
25	召开中国皮革协会设计师工作委员会成立大会	3 月 2—4 日 / 广州
26	参与主办 2023 年北京国际裘皮革皮制品交易会	3 月 21—23 日 / 北京
27	开展 2023 年“真皮星尚我做主”微视频公益大赛	3 月—6 月 / 北京
28	召开中国皮革协会九届三次常务理事会暨 2023 年全国皮革行业协会工作会议	4 月—5 月
29	组织参加第 12 届国际鞋类设计大赛（IFDC）	7 月 12—13 日 / 胡志明
30	召开中国皮革协会九届四次常务理事会	8 月 27 日 / 上海
31	召开中国皮革协会九届三次理事扩大会	8 月 27—29 日 / 上海
32	主办第十四届皮业论坛	8 月 28 日 / 上海
33	主办 2023 中国国际皮革展	8 月 29—31 日 / 上海
34	举办第三届中美皮革行业圆桌会议	8 月 29 日 / 上海
35	开展 2023 年国际动物（水貂 / 狐 / 貉）福利示范场认定活动	9 月—12 月
36	参加第 21 届国际鞋业技术大会（UITIC)	9 月 20—22 日 / 米兰
37	颁发 2023 年度中国皮革协会奖学金；配合开展中国皮革工匠助长基金等公益项目	9 月—12 月
38	主办第 37 届国际皮革工艺师和化学家协会联合会 (IULTCS) 大会	10 月 18—20 日 / 成都
39	参加第 7 届世界鞋业大会 (WFC)	11 月 / 伊斯坦布尔
40	参加第 40 届国际鞋业会议 (IFC)	时间待定 / 印度尼西亚
41	组织召开中国皮革协会监事会九届三次、四次工作会议	时间待定
42	召开全国皮革工业标准化技术委员会箱包分技术委员会换届会议	时间待定
43	召开全国毛皮和皮革服装产业联席会	时间待定
44	参加国际制革委员会 (ICT)、国际皮业贸易委员会（ICHSLTA）、国际毛皮协会 (IFF) 及其亚洲区董事会等国际组织的相关会议	时间待定

设计赋能　谋变未来

中国皮革协会设计师工作委员会成立会议暨中国皮革行业设计师高峰论坛举行

文/毕 波

2023年3月3日，中国皮革协会设计师工作委员会成立会议暨中国皮革行业设计师高峰论坛在广州成功举办。本次会议及论坛由中国皮革协会主办，广东新濠畔集团有限公司承办。国家工业和信息化部二级巡视员谢立安，中国轻工业联合会副会长、中国皮革协会理事长李玉中，广东省工业和信息化厅三级调研员许建成，中国皮革协会副理事长、广东新濠畔集团有限公司董事长刘穗龙，中国皮革协会秘书长张燕等领导，以及来自全国的知名设计师、高校老师等嘉宾共计100余人出席了成立大会和论坛。

中国皮革协会设计师工作委员会成立会议

3月3日上午，中国皮革协会设计师工作委员会成立会议召开，与会领导分别致辞，会上举行了设计师工作委员会名誉主席、轮值主席、副主席及主任、副主任就职仪式，并进行了专题演讲。会议由中国皮革协会副理事长、广东省皮革协会会长郭忠杰主持。

谢立安在致辞中对会议的召开给予了充分肯定，他表示，探讨并谋划设计如何赋能产业，对新时期皮革行业的高质量发展具有重要作用。围绕主题，他提了四点想法：1、设计对产业结构升级等方面具有重要作用，设计师要充分认识工作的重要性；2、要积极落实“三品”战略，并以“三品”战略引领设计工作开展；3、设计师要坚持绿色设计理念，并将这种理念拓展到整个产品的生命过程；4、设计要把握好模仿与创新、共性与个性和实用与美观三方面关系，满足人们使用与心理双方面需求。

李玉中在致辞中表示，当前是一个不断创新，持续变革的时代，成立设计师工作委员会，是行业发展的需要，更是时代发展的需要。希望设计师们借助平台，增进设计共识、交流创新设计成果，促进设计转化，并培养、推出一批优秀的行业知名设计师，为皮革时尚产业的发展提供更强有力的支撑。

会上，与会领导为设计师工作委员会名誉主席、轮值主席、副主席及主任、副主任颁发了证书。上海国学鞋楦设计有限公司陈国学和

谢立安致辞

李玉中致辞

北京服装学院服饰艺术与工程学院于百计被聘为名誉主席；中国美术学院设计艺术学院吴海燕，广州番禺职业技术学院张来源，北服海宁时尚产业园刁梅，温州大学李运河，安踏（中国）有限公司郑飞5人担任第一届设计师委员会轮值主席。据悉，工作委员会还特邀了来自波兰、荷兰的2名国际知名设计师为国际顾问，以加强中国与国际设计师的交流与合作。

许建成在致辞中对广东省皮革行业2022年经济运行情况做了简要介绍，并表示皮革产业是广东省传统优势产业，本次大会在广州召开，对于提升广东皮革行业设计能力，树立广东皮革设计品牌，引领广州行业企业向智能化、品牌化、绿色化等方面发展都将起到积极的促进作用。

刘穗龙在致辞中表示，设计师工作委员会的成立，有助于增进政产学研之间的协同合作，也为产业发展注入了更多活力，希望广东行业企业借助设计师工作委员会的平台，加强与设计师之间的交流互动，进一步夯实并提高设计研发水平，推动广东行业市场继续引领亚洲皮革发展。

面对未来数字化、智能化高质量发展的新要求，设计师该如何运用数字化提升设计水平？第一届设计师工作委员会首任主席吴海燕以“现代服装时尚产业数字化新基建”为主题，通过高度凝练的思想，海量的数据与信息，进行了专题解析与分享。她指出，在科技创新引领的作用下，世界正处于深度变化中。面对复杂多变的外部环境，设计师需要多元多维思考，以满足消费者的切实生活需求为出发点，对所有资源进行整合，并充分借助数字化集成处理，为消费者提供精准的个性化设计服务。

许建成致辞

刘穗龙致辞

郭忠杰主持

吴海燕演讲

张燕演讲

梁晓鸥发言

张燕以“设计赋能，谋变未来”为主题，分享了中皮协建立设计师工作委员会的目的、作用，以及未来5年的工作规划。她表示，市场竞争日趋激烈，商业模式与消费行为不断变化，设计师在推动提升自主品牌核心竞争力、满足人民美好生活需求等方面的作用愈加凸显。中国皮革行业迎来了“无设计不皮革”的新时代，设计师也迎来了快速发展的春天，并将逐渐走向行业发展的前台。目前，工作委员会已有190多名委员，涵盖了服装、鞋、箱包、皮雕艺术等多品类领域。她希望未来能有更多热爱皮革行业的设计师加盟，中皮协将利用自身强有力的资源，为大家搭建国内外设计师间业务与文化交流、能力培训、企业与设计师间的需求对接、国际品牌推广、设计作品展示、数字化引领等服务平台。

最后，长期热衷于推动中国皮革行业设计领域发展的新濠畔集团策划总监梁晓鸥，以“设计师梦想实现的地方”为题，向与会人员介绍了新时期新濠畔致力于推动行业专业市场升级的理念和定位，并就具体措施做了阐述。

1 谢立安、李玉中分别为名誉主席和轮值主席颁发证书
2 刘穗龙、许建成分别为副主席颁发证书，吴海燕为主任、副主任颁发证书

中国皮革行业设计师高峰论坛

2023 年 3 月 3 日下午，中国皮革行业设计师高峰论坛隆重举办，论坛的主题为“设计赋能，谋变未来”。张燕主持了论坛。

在本次高峰论坛上，温州大学二级教授李运河与安踏（中国）有限公司高级总监郑飞分别做了专题演讲。

李运河在**“设计思维驱动鞋业原创设计”**专题演讲中指出，从设计上看，当前我国鞋业排头的一批链主企业，经过几十年的发展积淀，已经具备了突破原创设计的实力，如今需要实现原创设计的突破，以进入国际品牌序列中。为此，他从设计思维、鞋业设计再定义、鞋业原创设计方法与实践以及鞋业原创设计路径探索四个方面进行了详细阐述，对鞋业原创设计的底层逻辑、问题所在进行了梳理与剖析，同时就解决和实现原创设计的办法和路径提出了见解。

李运河演讲

郑飞演讲

“大浪淘沙　不进则退”，郑飞以此为主题，分析了当下消费需求的变化，并通过众多案例，强调了设计与消费之间的密切关系。他表示，中国市场仍具有极大潜力，中国居民的收入与消费能力也在不断提高，这为行业企业发展提供了广阔的空间。但与此同时，80、90 后成为消费主体，他们的消费习惯、消费需求与以往有了明显变化。他们更注重产品体验，不再过度“迷恋”品牌。由此在设计上就需要根据不同人群，进行不同内容或概念的针对性设计，以满足市场的多元化、个性化消费需求。

以**“设计师：新时代　新使命”**为核心话题的圆桌论坛，就皮革行业当下的热点、焦点话题进行了深入的交流与探讨。

吴海燕、刘穗龙、DHD LONDON 创始人谢镰光、三六一度（中国）有限公司研创中心总监魏书涛、广州红谷皮具有限公司企业定制事业部总经理郑杨、广东智汇智造供应链科技有限公司董事长郭斌文等 6 位嘉宾分别从基础研究与传承、产业服务、新材料应用、文化与创新、设计服务管理体系等方面发表了自己的真知灼见，并与参会代表们热烈互动、交流，畅谈了设计与发展问题，将本次设计师论坛活动推向高潮。广州番禺职业技术学院二级教授张来源主持了圆桌论坛。

加强研究才会有好的传承。吴海燕首先就有关基础研究与传承问题进行了发言，她表示，做好传承的首要是去研究，去熟悉与理解传统，她以一段与刺绣匠人的故事，强调了研究的重要性。只有全身心投入其中，通过心脑手眼的全方位感受，才能切实理解传统。然后她又结合亲身教学经历指出，做好传承还需要去研究当下的需求。传统中有精华的部分，也有不足的地方，将传统精华的部分与当下的需求相融合，进行升华，就形成了好的传承。

打造产业服务中心推动产业链发展。刘穗龙在发言中，就新形势、新方向谈了自己的看法与感受。他表示，随着产业变革、转移等多方面情况变化，传统专业市场已不能满足产业发展的需求，面对新形势，新濠畔在对产业进行了深入调查研究，决定打造“产业服务中心”，依托广州的设计优势和材料优势，以设计创新为引领，为行业企业提供更深层次的、综合性、专业性服务，从而推动行业产业链的提升与发展。

新材料引领新型产品设计。对于新材料如何引领新型产品设计，谢镰光现场给出了他的答案。他表

示，经过数十年快速发展，中国的设计已进入了新的发展阶段。材料越来越受到设计师的关注，市场上具备环保、轻便、弹性等多种功能的材料越来越多，尤其是物理发泡技术的使用，必将带动产品设计的变化。设计师需要第一时间了解新材料的特殊性，以走在设计的前沿。

依托设计服务管理体系把握未来产品的设计。针对设计师如何把握未来产品的设计问题，广东智汇智造供应链科技有限公司董事长郭斌文表示，其一是设计师自身要不断学习提升，既包括设计创意的专业能力，也包括设计创意之外的对材料、工艺、甚至是设计工具的熟悉与掌握。但更为重要的是，设计师需要依托于设计服务管理体系，掌握更多的资源，以将自己与客户链接在同一频道，使设计产品的市场价值得以实现。

要追求底层逻辑的创新。“所谓设计，是用未来的技术解决当下的问题。”魏书涛认为把握未来产品的设计，有三点值得关注：首先是消费者需求已经在发生变化，这种变化对于产品层面的需求是“好产品”，设计师如何设计出“好产品”，是未来发展的一个趋势；二是企业的驱动模式也已发生变化，由市场驱动逐步向创新驱动转变，如今设计逐渐上升为战略高度的问题，需要设计师从底层逻辑出发，进行设计创新，设计出“好产品”来支撑；三是设计师不再只进行设计创意，更需要整合资源，以满足“大设计的

要求”，这也是未来设计师发展的方向。

设计不是概念和符号，设计是文化与科技。郑杨就“面对新市场、新业态，如何继承与提升传统的优秀产品设计”话题表达了自己的观点。他表示，传统与创新是一线之隔。我国文化源远流长且富有当代活力，无论人文历史还是景观风貌，都是向设计师敞开的宝库，都可以融汇到当代产品设计中去。作为优秀的设计师，要深入到中华民族优秀传统文化中去，以当代视野提炼中华美学精神和设计理念，再以国际通行的设计语言加以呈现。通过优秀文化设计作品的传递，就能使我们的传统文化得到继承与提升。

嘉宾主旨发言后，现场参会委员进行了热烈互动，陈国学、广州俊锜皮包实业有限公司林俊亿、广州薇菱皮具有限公司程诚等分享了自己的设计观点。

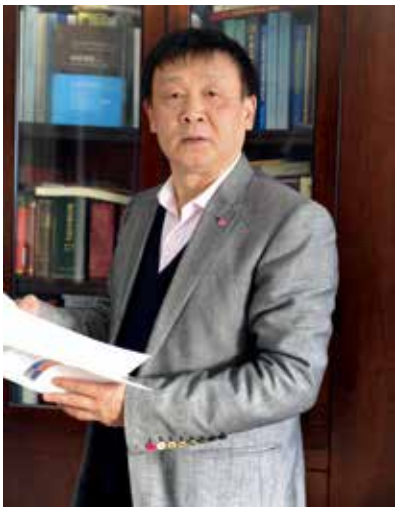
李玉中做了会议总结。他强调，这是消费变革的新时代，这是设计驱动的新时期，大家要拓宽思维，谋变求新。此次中国皮革行业设计师高峰论坛的成功举办，使行业设计师之间得到了密切交流，后续设计师工作委员将开展更多务实工作，强化企业与设计师间的交流合作，以进一步提升皮革行业整体设计创新水平，从而推动中国皮革行业高质量发展的步伐。

论坛结束后的第二天，与会领导、嘉宾和代表一行还走进广东当地有代表性的企业广州市迪如服装有限公司、广州罗尔纳莉贸易有限公司、广州红谷皮具有限公司参观和考察。

（本文图片由广东新濠畔集团提供）

石碧院士荣获何梁何利基金科学与技术创新奖

文/大川



2023年2月17日，何梁何利基金2021和2022年度颁奖大会在北京钓鱼台国宾馆隆重举行。国务院副总理刘鹤出席大会并讲话，全国人大常委会副委员长吉炳轩，全国政协副主席、中国科协主席万钢出席大会。

2021和2022年度共有112位杰出科技工作者获奖，其中，两位院士获科学与技术成就奖，66位优秀科技工作者获科学与技术进步奖，44位优秀科技工作者获科学与技术创新奖。四川大学轻工科学与工程学院石碧院士因其在生物质加工利用、制革化学、制革清洁技术领域的杰出成就和贡献，荣获2022年度何梁何利基金科学与技术创新奖。

石碧院士带领团队，研究开发了一系列制革清洁生产平台技术，并在我国多个制革企业实现了这些平台技术的优化集成，形成了牛皮、猪皮、绵羊皮制革清洁生产线；使传统皮革生产过程的硫化物、石灰、铬、固体废弃物等污染问题得到控制，加强了环境保护，并增加了企业新的产值和出口，对制革行业的科技进步做出了突出贡献。他前瞻性地组织编写了《制革行业集中生产发展模式调研报告》《皮革行业无铬化研究报告》《制革行业节水减排技术路线图》等，对促进我国制革行业绿色发展发挥了重要作用。研究成果在国内外该领域产生了较大的影响，获国家技术发明二等奖2项，国家科技进步二等奖1项，获国际皮革科技界最高荣誉奖IULTCS Merit Award（2015年）。

何梁何利基金由香港爱国金融家何善衡、梁銶琚、何添、利国伟于1994年创立，是目前国内规模最大的公益性科技奖励基金。何梁何利基金的宗旨是通过对我国取得杰出成就的科技工作者进行奖励，营造全社会尊重知识、重视人才、崇尚科学的社会风尚，激励科技工作者勇攀科学技术高峰，促进祖国科学技术进步与创新。基金设“科学与技术成就奖”“科学与技术进步奖”和“科学与技术创新奖”，每年评选一次，科学与技术成就奖不超过5名，科学与技术进步奖、科学与技术创新奖总数不超过65名。

COVER 封面人物 PEOPLE

中国皮革协会副理事长
江苏省皮革协会第六届理事长
全国制鞋标准化技术委员会委员
盐城市人大代表
盐城市优秀企业家
丽荣鞋业（深圳）有限公司生产系统助理总经理
江苏新森达鞋业有限公司总经理

传承匠心 精益求变

新森达和江苏皮革华丽蜕变的践行者

——记江苏新森达鞋业有限公司总经理陈文祥

文/孙家珏 王 伟

陈文祥，祖籍浙江绍兴，1992 年进入新百丽鞋业（深圳）有限公司，历任生产系统技术员、主任、副厂长，制造部助理总监、副总监、总监及生产系统管理部助理总经理。2016 年 10 月，他兼任江苏新森达鞋业有限公司总经理。2018 年 10 月，他当选江苏省皮革协会理事长。

全国工业设计职业技能大赛（鞋类设计师）江苏省选拔赛在江苏新森达鞋业有限公司举行

江苏森达鞋业有限公司荣获“中国皮革行业杰出单位”荣誉称号

陈文祥陪同中国轻工联副会长、中皮协理事长李玉中（右二）考察镇江高桥雪地靴企业

江苏省人社厅领导参观新森达鞋业有限公司

陈文祥与扬州大学广陵学院凌云志（前右）院长一同考察企业

精益制造，引领创新

2016 年 10 月，陈文祥由百丽国际集团任命，兼任江苏新森达鞋业有限公司总经理。在这期间，陈文祥以企业家的雄才伟略、气魄和胆识，独特的经营管理模式，创新思维，带领他的团队克服重重困难，坚守新森达创业初心，接力公司高质量发展使命，砥砺前行，为盐城建湖地方经济发展作出了重要贡献。

江苏新森达鞋业有限公司，位于盐城市建湖县高新产业园区，始创于 1977 年，从鱼米之乡江苏建湖崛起，是中国制鞋行业一颗璀璨的明珠。四十余载的奋斗历程，是森达人致力于品牌创造与提升的历程，是专注于产品舒适与时尚的历程，更是不断追求卓越品质的历程，历史积累与沉淀，依托庞大的生产规模和精湛的技术团队，建立起引领全国男鞋发展的市场地位，也成为了消费者心中永恒的经典。

自创建至今，森达几乎囊括了中国制鞋行业所有最高荣誉，各项经济指标连续多年位居全国同行前列。1997 年，森达皮鞋品牌成为中国皮鞋行业第一个驰名商标；2002 年，森达牌皮鞋被国家质量

陈文祥考察开心苹果、凯森、爽足、伊贝等公司

陈文祥组织江苏制鞋企业赴江苏菱光、宿州百丽、淮安九龙等公司参观考察

检验检疫总局评为“中国名牌产品”；2004 年被中国皮革协会授予“中国真皮标志名牌产品”称号。

一个企业有高峰就有低谷，因当时扩张过速，加之受到 2008 年全球金融危机的冲击，此时的老森达深陷泥潭不能自拔，一时间被乌云笼罩，太阳失去了光芒。就在森达这艘巨轮遭遇飓浪侵袭，经营难以为继之时，百丽国际集团公司审时度势施以援手，对森达所有鞋类项目实施全资并购重组。森达，往日制鞋行业中的翘楚在百丽的新鲜血液与先进管理模式的注入下重获新生，焕发出新的活力。

在重组后的新森达鞋业成立之初，公司管理层就制定出了品牌与效益双轨同步提升的发展战略，提出“一年稳定经营、二年调整恢复、三年提速发展、四年实现翻番”的战略目标。经过重组初期几年的不懈努力，森达品牌重塑形象与口碑，并重新得到了市场的认可。江苏新森达鞋业有限公司 2018 年荣获江苏省轻工业优秀品牌企业，2018—2019 年荣获中国轻工业专项能力百强企业的称号，2015 和 2018 年度森达牌皮鞋又两夺“中国真皮领先鞋王”的殊荣。

能否不断解决问题，贯施新举措，胜引新境界，攸关企业兴旺、事业成败和长远发展。制鞋是劳动密集型产业，用工需求量大，而在新森达不但用工量大，对用工的素质要求较其他企业更高，因此，前几年招工难、用工难，一直是困扰着他们的难题。陈文祥总经理接手企业管理任务后，未雨绸缪，亲自带团队到各制鞋设备单位考察、调研，精准定位，淘汰陈旧落后设备，快速向智能化转变，不但解决部分用工难的问题，也极大地提升了劳动生产率。同时，陈文祥总经理还积极参与到公司的智能制造的研究过程中，提升产品的智能制造水平，目前其参与研制的底部自动化产线已正式上线大货生产，并取得了多项发明和实用新型专利（专利号：2021112849086，2021225591468，2021226488394，2021229521553，2021231675846 等），这一自动化产线将会逐步应用至生产系统的各个厂区。

陈文祥总经理认为：“成就事业者，不可能一帆风顺，遇到问题，我们要抢占高地，创造条件，解决问题；我们是制鞋企业，更具有精益求精的追求、专业专注的作风、追求极致的使命和一丝不苟的境界的工匠精神。追求卓越、同铸精品、共创辉煌，是我们每一个新森达人为之奋斗的目标。”

创新无止境、挑战不止息。面

对当前国际纷繁复杂的竞争环境，陈文祥总经理在到建湖上任之初，就确立了“品牌向品质转变，规模型向创新型、效益型转变”的双转变战略。

针对经济下行压力巨大，鞋履行业面临重新洗牌的大环境，公司提出了“聚焦客户，创新驱动立时尚、舒适定位赢市场；制作设备更新换代，推行数字化、智能化应用，工效提升步入快车道；盘活存量，降本节流，谋取效益增长点；实施精益生产，推进 6S 管理、标准化等规范管理上水平；弘扬工匠精神，崇尚卓越品质，确保长盛不衰”五驾马车同步前行的措施方略。在全公司倡导“新使命、新愿景、新价值观”，坚持以人为本，注重人文关怀，重塑新森达、新形象、新辉煌。

自上任以来，他始终牢记自己是一个企业的带头人，职责就是让企业生存发展，让职工有班上、有饭吃。他带领公司干部及广大职工，不断完善内部管理，转换经营机制，挖掘内部潜力，企业营业额稳步上升，职工工资及待遇得到提高，使公司进入了健康发展的轨道，公司为员工购买了五险一金，成为全县首家购买五险一金的单位。

公司在政府及集团的正确领导和支持下，坚持稳中求进工作总基调，以“传承工匠精神、实施精益管理、力创高品质企业”为己任，全面贯彻创新发展理念，紧紧围绕年度既定目标、实施“精细化管理”，扎实做好品质效益提升、工艺技术提升、组织管理提升、运行效率提升等活动，较好地完成了各项任务目标。公司践行“聚焦客户、成就奋斗者，正直诚信、专业高效、开放合作、创新超越”的企业价值观，以实施精益管理战略部署为基础，紧紧围绕提升产品质量、优化管理流程、改进工艺技术、协同供应商管理，实施精益生产。2009—2017 年产、销、利、税等各项指标在建湖县工业企业单一企业排名中均位列第一名。2016—2022 年终端销售收入平均在 16.5 亿元以上，工厂销售收入平均在 4.5 亿元以上，这是向公司所有干部员工和地方社会所承担和践行的一份责任与承诺。

陈文祥主持 2021 江苏省皮革行业年度产业发展论坛

陈文祥参加中国轻工联、中皮协联合专家组复评高桥特色区域

至臻的品质，骄人的业绩也给陈文祥带来了实至名归的荣誉。陈文祥总经理 2017—2021 年度分别获得盐城市政府颁发的“杰出企业家”和“优秀企业家”荣誉证书，2016—2021 年度被建湖县委、县政府授予“经济发展功臣”和“县杰出（优秀）工业企业家”荣誉称号。同时，新森达鞋业在 2017—2022 年度被市、县政府授予三星以上星级企业和工业企业争星创优“规模贡献奖”。

服务行业，成效显著

陈文祥总经理在成就企业高质量发展的同时，没有忘记服务行业的责任。2018 年 10 月，在江苏省皮革协会六届会员大会上，陈文祥当选江苏省皮革协会理事长。几年来，他积极倡导以新森达、丽荣鞋业和扬州大学等企业、院校资源为主体，实施“工商学”联动，全面推进江苏皮革产业转型发展。

作为江苏省皮革协会理事长，他多次组织协会会员单位到制鞋大省广东和浙江参观先进生产流水线，

引进精益管理新理念，交流发展经验，做到资源优先互通，产业互帮互促。同时做好与企业、与政府部门的协调服务，共打江苏牌，共创新业绩，为江苏皮革行业转型发展、华丽蜕变作出了应有的贡献。

江苏是传统皮革大省，江苏省皮革协会成立于 2005 年 11 月，业务范围包含技术交流、业务培训、咨询服务等项目，至今已历六届理事会。江苏省皮革协会前身溯源于上世纪 80 年代末，时经原江苏省计经委批准于 1988 年 10 月成立，挂靠在江苏省皮革工业公司，原名

称“江苏省皮革工业协会”。会员主要来自于江苏省皮革行业改制隶属重点企业，履职两届，不足十年。后因世事变迁及江苏省皮革工业公司淡化职能乃至解体，省协会工作也被搁置。

2005 年下半年，在热心于江苏皮革产业事业发展的仁人志士倡导下，联合商业、院校、产品检测机构等相关皮革行业产业经营管理的盟者知音共议重新启动省皮革行业协会，助动江苏皮革行业的发展。由于会员结构成分宽于工业企业，而且协会活动乃功能性注入新的内

涵，故在协会恢复工作的同时，将协会改名为“江苏省皮革协会”，并于 2005 年 11 月 23 日在南京召开了以“江苏省皮革协会”为名称的“江苏省皮革协会三届一次理事会议”，正式恢复并重新启动省行业协会工作。重新修订了协会章程，并按章程规定程序选举当时的江苏森达集团董事长朱相桂为新一届理事会理事长（法人代表）。

后因故，朱相桂及续任的理事长董为民辞换为南京万里集团有限公司董事长李青，2018 年李青理事长两届任期期满，协会经六届理事会换届选举产生现任理事长—江苏新森达鞋业有限公司总经理陈文祥为法人代表。现协会秘书处地址：南京市秦淮区白下路 9 号。

陈文祥接任理事长以来，协会工作成效显著。2018 年度江苏省皮革协会荣获中国皮革行业杰出单位，协会副理事长陈国学获中国皮革行业功勋人物；2019 年度协会副理事长陈国学获“中国轻工大国工匠”荣誉称号，同年被授予上海市松江区“五一劳动奖章”；2020 年度江苏省皮革协会荣获全国皮革行业先进协会表彰，协会秘书长孙家珏获全国皮革行业先进工作者和全国制鞋标准化技术委员会优秀观察员荣誉称号。

展望未来，不忘初心

面对传统品牌，陈文祥总经理坚信：克服足迹效应，坚持消费者至上，新森达一定会走得更远。“昨天的太阳晒不干今天的衣服”，很多传统的企业，特别是成功的传统企业，大家的思维惯性和既得，使得很多的企业很难跨越到新的通道或者说新的模式。精益管理将是新森达实现蜕变的成功法宝。

面对行业发展，陈文祥理事长寄语：“成就事业者，不可能一帆风顺，遇到问题，我们要抢占高地，创造条件，解决问题；我们是制鞋企业，更要具有精益求精的追求、专业专注的作风、追求极致的使命和一丝不苟的境界的工匠精神，追求卓越、同铸精品、共创辉煌，是我们每一个江苏皮革人为之奋斗的目标。”

以科技创新为引领
推动皮革行业可持续高质量发展
——首届中国皮革协会科技成果应用奖获奖项目介绍（二）

项目名称：皮革服装全链路工业互联网管理平台的开发与应用

完成单位：浙江格莱美服装有限公司

一、开发项目的原因及背景

随着劳动力成本的提高和移动互联网的渗透，伴随着大数据和云计算时代的到来，皮革服装行业面临成本优势削弱的竞争态势。同时，招工难，劳动生产率低，导致生产成本高，企业经营需要精细化、智能化管理，提高生产效率、提升整体管理水平。因此，格莱美服装急需建立了一套符合自身发展需求的信息化管理系统。公司从以下几个方面进行了考虑：完善 ERP 生产管理系统的应用，新增 PLM 模块、ERP 数据接口、关键业务数据智能推送，同时导入 MES 系统，对车

间现有关键工序生产点上的设备进行合理的联网管理（与 ERP 系统打通），做到可以对数据做出及时处理分析，直观地表现在 ERP 系统内，为生产决策提供有效数据。

为此，公司需进一步优化资源配置，通过加大资金投入，加强生产管控、产品研发、品牌营销、采购协同等，打造行业内领先的可持续生产管控优势、可持续产品研发竞争优势、可持续品牌营销竞争优势和持续采购协同优势，增强企业创新活力和市场竞争力，实现企业持续稳定发展，通过完善的信息化管理系统将公司打造为一个工业化与信息化深度融合的生产制造企业。

二、项目的特点及亮点

格莱美服装全链路工业互联网管理平台实现了服装制造从设计样稿到终端销售全生命周期链路数字化。设计样稿从手绘稿到电脑 CAD 到 3D 仿真展示，缩短研发上市周期，通过 3D 仿真设计减少打样数据修改次数，降低研发打样成本，通过数字化研发，积累了大量的版型数据库和部件数据库，结合自营门店、线上渠道、经销加盟渠道反馈的销量大数据，实现快速精准研发。

数字化设计形成的工艺指导文件在 ERP 系统中进行打样请求，打样过程中的数据和进度实时共享给设计、业务、商品部门，记录产品研发过程中的每一个修改请求和修改版本，实时管控样品研发进度和样品研发成本，予以数据化沉淀。样品设计完成后，业务部门通过订货会客户选样下单形成大货订单，订货单转到 ERP 系统订单模块进行订单的生成，订单生成后可在系统中根据订单交期对订单款式进行归类、计划配置、物料 MRP 计划采购，产能和产线计划配置。工艺工程部门根据下单款式完善工艺单、工序信息，形成工艺技转包，同时对订单成本和毛利率进行目标预测。订单物料计划同时下达到采购、供应商予以采购动作执行。

根据订单物料排期计划和生产现场能力，在平台系统的 APS 计划管理模块对订单进行订单生产上线计划安排，产能允许的条件下我们进行自有车间生产、产能饱和时进行整单外包生产或部分工序外包生产模式。

工厂生产通过生产领料、接触式 RFID 单件流绑定每一件半成品，形成从原材料到成衣的全过程数据产量、质量透明化。通过智能吊挂传输线实现工位和工位之间的半成品点对点传输，员工通过缝制工位上安装的作业指导平板电脑，可快速查看当前流转到该工位的订单款式信息，并给予作业指导工序列表配置，告知质量要求和作业流程，员工可快速掌握当前作业工序的做法，在发现半成品有质量问题时，可追溯至该工序作业人员，实现质量问题实时发现实时处理，不把问题留到最后，人人都是 QC，员工在工位平板电脑上实时查看当日产量、当日计件薪资数据，同时车间大屏数据予以展示当日车间各组人员产量排行榜、质量排行榜、效率排行榜。采集商品全过程数据，在商品生产过程中植入超高频 RFID 芯片技术，在生产缝制过程中将芯片予以植入到成衣的洗水标中，用于成品的供应链流转和终端试衣数据的采集，通过低频 RFID 和高频 RFID 进行互相关联绑定，实现了产品唯一性追溯和防伪验真。

成品下线后通过超高频 RFID 通道设备实现了自动入库，无需人工操作，系统接收到销售出库指令后，分拣人员根据出库单进行货品分拣，交通道设备进行出库复核，到货仓库通过 RFID 手持扫描枪对货品进行不拆箱校验入库。RFID 技术还实现了门店与门店之间货品调拨、门店的日常盘点、货品上柜的试衣数据采集、门店的防盗应用。

三、项目的应用情况及前景

格莱美服装通过实施皮革服装全链路工业互联网管理平台项目为 3 ~ 5 年的战略目标提供了全链路管理体系，在此基础上，全面提升了格莱美全链路工业互联网管理平台集成创新。通过平台的建设和实施，格莱美整体运营效率提升 10% ~ 25%，运营成本降低 30%，人均产量由 1.2 件 / 天提升到 1.4 件 / 天，截至 2021 年底，新增利润 400 多万元，节省人工成本 200 万元以上。

在传统皮革服装行业中，生产

与供应链相对落后，格莱美服装全链路工业互联网管理平台在皮革服装行业建立了一个行业新高度的样板企业，引进了诸多新技术，用于提升生产制造效率和优化供应链能力，该项目被浙江省经信厅评为省级工业互联网平台，被嘉兴市经信局评为工业技术软件化示范企业，对于中国皮革服装行业，工业信息化服装互联网工业项目有助民族服装品牌腾飞，值得制造业企业参考和借鉴。

项目名称：高性能黄牛鞋面革绿色设计与制造的关键核心技术
完成单位：兴业皮革科技股份有限公司、四川大学

一、开发项目的原因及背景

制革工业存在着诸如脱毛废液中的硫化物、石灰和氨氮等污染物含量居高不下，无铬 / 少铬鞣革的某些性能无法达标且难以全面满足市场需求等问题和不足；而制革工业环保要求则比较严格，《制革及毛皮加工工业水污染物排放标准》（GB 30486—2013）对制革废水中各项污染物做出严格的直接排放限量规定，同时欧盟及其他西方国家对进口成革中六价铬含量进行严格管控，必须低于 3mg/kg，传统制革工艺则难以满足。因此，兴业科技与四川大学积极开展产学研合作，最终形成了一系列具有独立自主知识产权的、具有国际领先水平的、适合各种市场需求的环保型高性能黄牛鞋面革绿色制造的新工艺、新技术。

二、项目的特点及亮点

1、绿色设计与优化

首先，确定高性能黄牛鞋面革绿色制造的“基础工艺”，然后，应用“制革工艺板块模式”，将高性能黄牛鞋面革绿色制造的基础工艺划分为鞣前准备工艺板块、鞣制工艺板块、湿态染整及赋性工艺板块、干态整理工艺板块、水性涂饰及赋性工艺板块等重点工艺板块。接着，运用层次分析法逐一对上述重点工艺板块进行分析，科学地确定其主要影响因素和水平，再应用正交试验法逐一对重点工艺板块进行优化，得到优化工艺板块。最后，将所有优化工艺板块通过优化组合组装成适合于不同市场需求的高性能黄牛鞋面革的一系列绿色制造工艺，分别进行试运行并微调后，形成一系列定型工艺。

2、清洁型鞣前准备工艺技术的研发

（1）建立了酸碱酶与机械处理皮胶原纤维的协同作用理论，揭示了皮胶原纤维分离和松散的基本规律。

（2）建立了“生物酶脱毛作用模型”。模型的要点是：①根据组织学观察分析，毛根被毛根鞘粘附，毛球和毛乳头紧密相连，此处组成物质的成分至关重要；②脱毛液组成复杂，难以判断此处组成物质在脱毛过程被水解并与脱毛过程相联系；③所处位置的特殊性，很难对其进行提取鉴定；④基于前人的大量研究，推测此处的主要组成物质是胶原蛋白、角蛋白、糖蛋白，它们之间有一定的比例。

（3）鞣前处理过程源头减排技术的研发。技术要点是面向快速脱毛的高 pH 值浸水技术、低量氢氧化钙可控护毛技术、基于酸碱酶协同处理技术、基于固定化酶制剂的少灰少碱保毛脱毛技术等系列绿色制造的关键核心技术的集成应用。

3、系列无铬 / 少铬鞣革技术研发

研究开发出无铬金属配合鞣剂鞣革技术、植物鞣剂快速鞣革技术、非金属鞣剂鞣革技术、少铬鞣革技术以及多种鞣剂结合的少铬 / 无铬鞣革技术等。采用这些技术，可以应用于制革的预鞣、主鞣和复鞣工序，突破了无铬鞣革技术不能全面应用于皮革鞣制的“卡脖子”关键核心技术，构建了绿色化万能无铬 / 少铬鞣革技术体系。

4、无铬湿态染整技术研发

采用无铬金属配合鞣剂和植物鞣剂进行复鞣，采用两性化合物和聚羧酸盐进行填充，采用无铬金属配合鞣剂进行固色，以及废液分别经过滤、分离、电解处理后仍回用于该工序的循环利用技术。

5、水性涂饰技术的研发与应用

优化“补伤－烘干－压板－抛光－机械发泡－转鼓摔软－绷板干燥－顶层涂饰－压砂板－振荡拉软”工艺板块，采用层次分析法、正交设计法和 TRIZ 理论，设计优化各层次涂饰配方，开发出油蜡水染技术、抛光打蜡技术、纳帕软革涂饰技术和效应涂饰技术等在内的低 VOCs、多风格协同水性涂饰技术体系，大幅度提升了坏革的等级，获得档次高、质量好的成革。

6、高性能黄牛鞋面革绿色制造标准化体系的构建

为确保高性能黄牛鞋面革制造过程的绿色化，研究制订出高性能黄牛鞋面革制造过程中的重点工艺板块的绿色制造标准化生产工艺规程、各工序的质量标准、产品企业标准，成功地构建了高性能黄牛鞋面革绿色制造的标准化体系。

三、项目的应用情况及前景

本项目整体技术于 2018 年在完成单位导入大生产应用，尤其是在“NP 系列”和“中小牛系列”的黄牛鞋面革上取得了非常好的应用效果。自 2018 年起应用至今，累计销售 16918.51 万平英尺，销售收入达到 232060.39 万元，利润为 19760.38 万元。该项目技术分别在 4 家制革企业全部或部分地进行了推广应用，2018—2021 年累计实现销售收入 92904.52 万元、利税 7477.76 万元。采用本项科技成果所生产的皮革产品也深得制鞋企业的好评。

应用项目技术，不仅可以有效地降低制革生产过程中的各项污染排放负荷，而且实现无铬制革，革屑、边角料的固体废弃物可以资源化利用，大大降低制革行业对环境的污染，可以有效地改变制革行业目前高污染、高消耗的现状，从而推动制革行业的可持续发展。

专题

皮革行业高质量发展
系列报道之九

新能源车需求潜力进一步释放
汽车革生产企业强化产品研发

文/毕 波

近几年，随着国产品牌汽车企业的崛起，尤其是在新能源车市场领域，国内自主品牌汽车销量持续走高，由此带动国内汽车内饰皮革的需求不断上升。

数据显示，2022年1—9月，兴业皮革科技股份有限公司子公司宏兴汽车皮革（福建）发展有限公司实现销售收入2.66亿元，比2021年全年收入增长109.45%，实现净利润2069万元，比2021年全年利润增长173.68%，净利率为7.9%，比2021全年高2个百分点；以汽车皮革生产为主的明新旭腾新材料股份有限公司2022年第三季度实现收入2.54亿元，同比上升26.08%，单季度归母净利润4182.63万元，同比上升2.68%。

业内人士分析，虽然车辆购置税优惠政策在2022年底退出，但在国内疫情形势好转以及国内消费需求回暖的加持下，仍看好消费市场对于汽车皮革的需求，汽车革生产企业应继续加大创新研发力度，在充分发挥汽车皮革特殊性能的基础上，加强汽车皮革的宣传，抓住产业发展机遇。

新能源车潜力不断释放 下游汽车革需求旺盛

2022年，我国乘用车产销分别完成2383.6万辆和2356.3万辆，同比增长11.2%和9.5%。其中，国内新能源乘用车销量达到650万辆。而据乘联会预计，2023年新能源汽车销量可能突破850万辆，到2023年底，新能源汽车保有量有望突破2000万辆，占汽车保有总量的7%。

作为高端汽车内饰材料，汽车革一直以来备受消费者青睐。当下，消费者对内饰的需求更加关注，也就决定了汽车革在市场中有着更多的需求。宏兴公司总经理徐家宽就表示，消费者对汽车升级换代需求强劲，真皮配置符合消费者需求，

看好汽车革市场会逐步增长至2025年，中高端汽车销量及真皮内饰占比将持续增加。另外，出口整车市场具备潜在的重大利好，将进一步推高国产汽车市场份额，由此带动汽车革的销售同步增长。

据介绍，宏兴是蔚来汽车、理想汽车、赛力斯问界系列、合众汽车（哪吒）、吉利汽车、长安马自达及马自达出口项目等多家汽车品牌的核心供应商。2022年，企业快速增长的主要原因之一，是给主流汽车品牌的热门车型供货。此外，股东投资决心及力度的加大，团队技术水平的显著提升，都将对宏兴汽车革的快速发展提供有力支撑。

得益于新增客户的订单，派致汽车皮革（嘉兴）有限公司在2022年的销量也得到了稳步提高。派致商务经理唐立君表示，虽然一些合资品牌对皮革的使用量有所减少，但新能源汽车对皮革有很大的需求，皮革的用量在快速提升。而在双碳政策、可持续发展理念和终端消费者对皮革制品的喜爱等因素的叠加影响下，汽车皮革的使用量势必会进一步上升。

2023年1月30日明新旭腾发布公告称，公司与国内某知名新能源主机厂达成了定点开发协议，成为其新项目的真皮材料供应商。根据规划，该项目预计于2024年初开始量产，生命周期总金额约为人民币5.3亿元。一直以来，明新旭腾专注于汽车革市场，与众多国内、国际汽车内饰供应商都建有长期的合作关系。尤其是企业进入了以奥迪品牌为代表的豪华车供应商体系，成为德国大众供货商，进一步提升了品牌的国内和国际形象、知名度。明新旭腾表示，公司将积极布局新客户、新车型的市场开发，致力于将优质和高性价比的产品服务于更为广泛的客户。

据中国皮革协会制革专委会统计，2021年我国汽车革产量已达3.88亿平方英尺，占2021年我国重点企业轻革总产量的6.03%。

产品持续更新换代 推进汽车革站稳市场

目前常用的汽车内饰材料有塑料、皮革、纺织纤维等，其中皮革具有透气、耐用、易保养等优良特性，还具有抗菌、散热等诸多性能，是中高档汽车内饰的理想材料，与当下消费者的需求非常吻合。有业内专家指出，皮革的性能优势是汽车革在电动车市场的核心竞争力。

“皮革内饰体验感是其他材料无法比拟的。去年，我们加强了研发，先后研发了多种皮革，尤其是对功能的开发，得到了极大的进步，收获了市场好评”。兴业科技表示，企业进行组织系统整合，从汽车革市场的实际需求出发，研发高端产品，成功地大批量生产NAPPA真皮，NAPPA产品占比超过85%，符合汽车内饰精致化需求；同时，公司储备了大量的专业技术以应对潜在的市场新需求。

明新旭腾相关负责人表示，企业2022年在新产品研发方面做了大量投入，包括全植鞣真皮的研发、无铬鞣真皮的欧标婴幼儿真皮等级认证、真皮抗菌革的研发等，其中一些新产品在国内一些新能源热门车型上成功应用。据介绍，通过多年与国内外主流整车厂的技术交流和不断加大在无铬鞣制、低VOC排放等行业前沿生产技术领域的投入，明新积累了大量研发经验和成果，成功掌握了多项汽车内饰真皮制造的核心技术。截至2022年底，明新旭腾及其下属子公司已获得各类专利140项。凭借强大的研发优势，企业能够及时、准确满足国内外整车厂研发设计部门的要求并做到与整车厂研发总部同步开发新产品。

“去年公司研发了多种具备环保性能的新款皮革产品，对企业汽车革的销售起到了极大的促进作用。”派致研发总监王剑表示，皮革是天然可降解的环保面料，未来几年，企业的主要精力仍将放在产品的可持续发展研究上。只有加强研发，体现皮革的性能与优势，提供更有竞争力的产品，让客户有更多更好的选择，才能站稳市场。

新能源车时代，随着人们消费水平的不断提高，消费者对汽车内饰在功能、美观、环保、舒适等方面都提出了更高要求。汽车革的生产企业需为他们提供具备多种功能的天然环保的皮革内饰，使消费者拥有更加舒适的用车体验，从而提升汽车革在中高端市场中的份额。

皮革行业是我国重要民生产业之一，在新冠疫情流行的三年时间里，行业企业遵照国家和地方的防疫要求，采取切实有效生产管理措施，生产保持平稳运行。据了解，2022 年 1—12 月，我国皮革行业重点企业销售收入约为 1.16 万亿元，与上年基本持平。但行业活力始终得不到完全释放。如今随着疫情防控政策优化，人们生活渐入正轨，我国消费市场呈现复苏态势，皮革行业企业尤其是鞋包企业也陆续全面恢复开工，生产节奏渐渐向疫情前看齐。

春节刚过，鞋包企业立即投入到了紧张的复工复产中，大家鼓足干劲、奋勇争先，抢抓机遇促发展。

抓机遇　促发展
鞋包企业复工忙

文 / 毕 波

市场复苏 企业复工复产忙

在广州金圣斯皮具制品有限公司箱包车间，机器在不停运转，工人紧张忙碌着，大家全力以赴赶制着客户订单，现场一派繁忙景象。“春节前我们就已经接到了不少订单，交货期排到了 3 月底；春节期间，公司通过过年接单的激励方法，让业务员利用中国年的喜庆气氛，向海外客户传递喜悦，同时进行新的一年合作订单的沟通，和主要的大客户达成合作订单，基本完成上半年订单需求。”公司总裁黄辉古介绍说，“企业大年初九就已开工，当天到岗率就达到了 92%，现在生产已经完全恢复。”

“这是我们节后接下的首批军用鞋订单，共计 28 万双，交期定在 1 月底。”金猴鞋业有限公司副总经理高明在 1 月中旬接受采访时说，自农历正月初七开工后，企业数十条生产线满负荷运转，每天产量维持在 2 万双左右。

在邦尼鞋材，企业各项生产也在有条不紊地进行着，企业相关负责人表示，虽然目前订单量并没有

增加，但企业看好今年的市场前景，1月29日企业就全员到岗开工复产。据介绍，今年以来，邦尼海外客户数量不断增长，尤其是优质客户数占比在持续提升，订单有了更好的保证，这坚定了企业对未来市场的信心。

节后，郑州市双凤鞋业有限公司也感受到了市场的回暖。“现在零售端反映春季产品销售恢复超出预期，春节销售回暖迅速，到农历正月十五销售已明显好于疫情前的同期，陆续开始要求补单。同期销售比2019年增长20%左右。”总经理周纲表示，企业现已全部复工，全力补单。

“正月十五之后，平湖大部分企业已正常复工复产。”平湖市箱包行业协会秘书长顾月勤表示，目前企业复工复产情况良好，在手订单与新签订单较上年同期均有小幅上涨。

“一年之计在于春，一日之计在于晨。”为实现第一季度“开门红”，行业企业已掀起了新一轮的生产热潮。

前景看好 苦练内功抓机遇

与前几年相比，鞋包等行业企业纷纷加快复工复产的进程，是因订单的回暖，更是对未来经济的看好。随着优化疫情防控政策，以及国家对企业扶持力度的加大，行业市场势必会快速复苏。

据花旗银行分析师预测，中国2023年社会消费品零售总额将增长11%，达到50万亿元人民币。出于对国内行业市场快速复苏的预期，行业企业在加快复工复产的同时，也针对性地进行布局，以期在复苏后的市场中，抢占一席之地。

浙江卡拉扬集团有限公司总裁沈自洪就表示，“市场回归在即，谁具备更快速的市场反应能力和更扎实的产品研发能力，谁就能抓住机遇，占领市场。”

据了解，近三年多来，卡拉扬迅速适应了消费者需求和习惯的改变，并熟练掌握短视频+直播+线上化的新营销体系，全渠道种草视频曝光量突破7亿人次。公司构建了箱包行业的人才梯队与知识产权资料库，携手华为、苹果等顶级科技公司，做好智能和时尚的跨界结合。正是这种敢于求变、敢于创新、敢于挑战的勇气和生命力，使得卡拉扬能够在拉杆箱市场呈现复苏迹象的初期就取得了较好成绩。据介绍，企业2023年1月销售收入同比上涨20%左右。

百丽时尚生产系统管控中心

国内具有极大的市场消费潜力，若疫情不再反复，预计下半年消费市场会明显好转。丽荣鞋业(深圳)有限公司相关负责人坦言，对企业销售市场看好的底气来源于公司自2017年就开始持续落实的数字化和自动化在企业的应用。据了解，丽荣自2019年起自研发的正装鞋底部自动化产线目前已正式投入使用，在显著降低人力成本同时，产品品质也进一步得到了保障。此外，丽荣研发的面部自动化产线也已取得阶段性成果。

疫情防控政策优化后，外贸出口的机会也大大提高。黄辉古表示，企业在继续保持线上营销的基础上，将全面启动全球展会营销，争取更多的订单资源。据介绍，企业今年将考察韩国、日本、印度、印尼和越南等国，并将参加8场全球性展会。

爱华仕箱包相关负责人也表示，箱包市场强势回暖在预期中，企业已在新品研发和供应链整合上提前布局，以创新和品质作为双引擎，驱动复工复产，“今年的生产任务预计将恢复至2019年的90%。”

“不谋全局者，不足谋一域”。在复工复产忙的同时，面对新形势新要求，作为市场主体，行业企业要以技术、标准、品牌、质量、服务等为核心力，推动企业高质量发展。

上海近代制革史话（五）

文/温祖谋

（接上期）

四、名企掠影

上海市皮革工业研究所

上海市皮革工业研究所成立于1978年8月，座落在上海市斜土路747号，其前身是上海沪光制革厂皮革研究室。

其实，该所可溯源到早年的“上海皮革工业公司试验室”，该“试验室”始建于1956年5月，位于曹家渡。创建初期，编制20人左右，设有皮革实验工场和皮革分析测试职能，隶属于上海市皮革工业公司。1958年，上海市轻工业局成立“上海市轻工业研究所”时将该皮革试验室划为属下，地址在胶州路343号。另有实验工场设在苏家角（中山公园附近），曾经承担“丙烯酸树脂”“美化猪革”“次皮做好革”“国产栲胶利用”等研究项目。

1966年初，上海市轻工业局决定，原上海市轻工业研究所所属的皮革试验室回归上海市皮革工业公司管理，遂定名为“上海市皮革工业公司皮革研究室”，编制定为30人。1969年公司决定解散该“皮革研究室”。1972年沪光制革厂将原“皮革研究室”中部分人员和新增技术人员组建成“上海沪光制革厂皮革研究室”，地址在南塘浜路116号制革车间内。1978年8月，沪光制革厂南塘浜路车间与上海皮革塑料厂合并正式成立“上海市皮革工业研究所”，行政隶属于上海皮革工业公司。

该所占地面积3127平方米，建筑面积6577平方米。设有皮革工艺室、皮革化工室、图书情报资料室、皮件实验工场、基建设备部门和皮革质量检测站。1990年有职工133名，其中工程技术人员63名，占全所职工的47%左右。

1981年，联合国工业发展组织（UNIDO）援助我国的皮革首期项目，经轻工业部与联合国（北京）开发计划署商定，在上海市皮革工业研究所皮革检测室的基础上，建立了一个运用国际标准（ISO）的皮革质量监控实验室。继而，UNIDO援助的二期项目旨在建设“上海皮革技术中心”，1984年正式定名为“轻工业部上海皮革技术中

上海市皮革工业研究所科研大楼

心”。考虑到项目的承前继后，该中心设立在上海市皮革工业研究所所在地，并新建一幢科研大楼，在行政管理上成为“两块牌子、一套班子”。

上海市皮革工业研究所以诚信建所、改革立所、科技兴所、以德治所为宗旨，致力于应用科学和新产品开发研究，主要从事自研开发皮革化工产品，为企业提供技术咨询、技术服务和培训专业技术人才。该所先后通过 ISO9001 质量认证、荣获“上海市高新技术企业”和“上海市 A 类财务会计信用单位”称号。

该所的主要任务是：对制革、皮革化工产品和制革工艺及制革设备进行研究；进行皮鞋新产品设计，合成材料代用的研究及胶粘剂与鞋楦的研究；开发设计皮件新品种、合成材料代用、配件材料和造型的研究。同时，该所还负责上海皮革行业产品的物理、化学性能测试分析，标准、计量的制订和管理；履行科技情报的搜集分析、期刊的编译出版、专刊资料提供等职能工作。

该所曾承担完成或参与合作的科研项目有：“花冠”牌皮革专用金属络合染料，六工位高频模塑机、SUR 光亮剂及新近开发的 SSD 喷色剂、聚氨酯鞋底涂饰剂、多功能高效削抛车、温控皮鞋熨烫器、“六五”国家科技攻关“高档猪正面革生产工艺技术研究等 58 个项目，其中，包括重大科研项目 30 项和攻关项目 10 项。获奖项目（包括国家、部、市、局四级）共有 42 项，其中，国家科技进步奖 1 项、轻工部颁奖的 17 项、上海市颁奖的有 13 项。

上海皮革公司改制成上海皮革有限公司后，该所也由事业单位转为企业。

总后军需系统 3516 工厂

上海 3516 工厂（全称是中国人民解放军第 3516 工厂），位于上海市虹口区北宝兴路 105 号，其前身是创始于 1911 年的精益皮革厂。1937 年该厂被日军占领，为日军生产军队装备。1945 年抗战胜利后，该厂成为国民党联勤总部上海被服总厂所属上海皮革总厂。生产轻革、重革以及少量的高帮皮鞋、皮腰带、皮公文背包及各种枪套，供国民党军队使用。

1949 年上海解放后，该厂由中国人民解放军华东军区后方勤务军需部接管，曾改名为“一〇六厂”。工人有近 200 人，生产军需皮革、皮鞋及马鞍革等军需品。

3516 工厂是一个具备制革、制鞋、橡胶制品、鞋楦，以及制革制鞋橡胶机械设备设计制造生产能力的大型国有企业。

在国家“一五”建设期间，该厂通过对外技术交流、引进先进生产设备和自主设计创新，组建成新型制革、制鞋生产流水线，成为全国皮革行业第一家实现机械化生产的厂家，机械化程度大大提高，制革、制鞋的生产能力大幅度增长。

该厂所属的制革厂涵盖轻革生产和重革生产两大单元。轻革单元，以生产军用牛皮鞋面革、服装革为

1952 年，华东军区后方勤务军需部制革厂重革部（上海 3516 工厂制革厂的前身）

主;重革单元,则以生产军需鞋底革、武装带为主。形成自主配套、为自身加工各式军需靴鞋、军用装备提供优质皮革原材料的能力。

20 世纪 50 年代后期，笔者在校攻读制革专业时，曾得缘前往该厂参观、实习，有幸拜见了陈永杰老先生，也曾聆听时任总工程师何骏高工关于该厂制革生产情况介绍与军需制革的专题讲课，大开眼界，受益匪浅。

在全国皮革行业粗放发展时期，该厂也积极参与全行业的技术革新、酶法脱毛、工艺改革、以及国内外技术交流等活动，进一步提高自身的生产能力和产品质量水平。

20 世纪 80 年代，在上海皮革行业处于工、商、军三足鼎立时期，上海市皮革技术协会成立后，旨在向本市皮革行业工程技术人员提供学习交流平台，构筑皮革技术工作者之家，以参与全国皮革行业的各项活动，广泛开展对外技术交流。时任该厂制革总工陈定国高工、以及王建平高工先后积极参与协会活动，且曾先后出任协会理事长。

在深化改革的过程中，该厂大力加强基础工作，推行全面质量管理，健全技术责任制，产品质量不断提高，被命名为“大庆式企业”。1986 年该厂通过扩大投资、引进先进设备、赴外技术培训等举措，实现了当年引进、当年投产、当年见效的目标，产品更新率达到 60% 以上。同年被中国人民解放军总后勤部命名为“全军先进企业”。1989 年被评定为“国家二级企业”。

上海皮革公司所属制革厂

上海皮革公司所属的制革行业拥有猪革（红光制革厂、新兴制革厂）、牛革（益民制革厂、红卫制革厂）、羊革（新艺制革厂、久新制革厂）、重革（沪光制革厂、上海重革厂）共八家制革企业。

这八家制革企业，有的在新中国建立前后就已名震南北，有的在大力发展猪皮制革中英姿飒爽，有的在利用国产羊皮进行精加工中有所创新，有的在改革工艺、缩短生产周期中卓有成效。这“八大金刚”经历过 20 世纪 80 年代完成迁建改造、成立制革总厂的辉煌，也经历过 90 年代深化改革、企业转制、参与中外合资的无奈。往事历历在目，记忆犹新。如今，尽管这些企业的实体已不复存在，然其当年为上海制革行业的蓬勃发展所作出的贡献却不可磨灭，弥久垂青。兹“掠影”二例如下。

上海红光制革厂

上海红光制革厂位于宝山区南大路 170 号(后改成制革路 84 号)，占地面积 5.6299 万平方米，建筑面积 3.7417 万平方米；拥有固定资产原值 13436 万元，固定资产净值 5938 万元。主要生产各类猪皮轻革产品及部分牛、羊革加工。

上海红光制革厂创建于 1958 年 6 月，由原建华制革生产合作社，上海第二、第三、第五制革生产合作社，闸北制革生产合作小组，益民制革厂重革工场，三友制革厂，同丰制革厂，手工一厂、二厂，手工三联、五联制革厂，双山制革厂等合并而成，有职工 414 名，年工业总产值达 561 万元。

1960 年，上海胜利制革厂、上海制革厂相继并入该厂，职工人数增至 622 人，工业总产值达 2063.9 万元。为了进一步扩大生产规模，调整产品结构，1965 年国家投资 48 万元用于技术改造，使制革机械化程度由原 20% 提高到 40%，企业开始专业生产猪皮鞋面革、箱包革、夹里革、劳保手套革及少量底革，日产量达1000张左右。1966 年创造利润 103.85 万元，比 1960 年增长 10 倍。

20 世纪 70 年代，随着制革工艺的进步及设备的更新，红光制革厂自主开发了猪皮服装手套革及绒面运动鞋革等产品，机械化程度达 60%，1975 年达到日产猪皮革 3450 张。

改革开放以后，随着人们的物质生活水平逐渐提高，消费者开始倾向于细致、美观、轻软、舒适的牛、羊皮革产品，猪皮革面临被淘汰的困境。该厂摸索出一套克服猪皮毛孔粗、身骨硬等缺陷的新工艺，开发了“猪代牛”“猪代羊”、软包袋革、涂饰服装革等一系列产品，经济效益显著上升。

“六五”和“七五”期间，该厂

上海红光制革厂全景鸟瞰

20 世纪 80 年代在上海人民广场画廊中一幅有关上海红光制革厂的报道（右上红光厂大门、左上时任厂长朱建海、下方系产品展示）

先后参与完成了“高档猪正面革生产工艺技术研究”及“南方低次猪皮制革新技术研究”两项国家科技攻关项目，产品档次和质量得到大幅度提升，经济效益显著。

例如，低次猪皮的利用率提高 20%，中高档产品的比例由 1987 年的 48% 上升到 1989 年的 75%。制革机械化程度达到 75%，日产猪皮革 4000 张以上。项目获得“上海市科技进步一等奖”和“国家科技进步二等奖”。

1988 年 9 月，红光制革厂成为上海制革行业首家国家二级企业。据 1990 年统计，该厂年产猪轻革 165.65 万平方米，折合牛皮 58.31 万张；品种达 45 种，近 120 种花色；完成工业总产值 2633 万元，税利 480.2 万元，各项经济指标位居全国同行之首。该厂生产的“飞轮牌”铬鞣猪正面革，1982、1986 年两次荣获轻工业部优质产品奖；“飞轮牌”猪绒面服装革，1982 年获轻工业部优质产品奖，1984、1988 年两次蝉联国家质量银质奖。

1991 年在行业迁建改造时，位于泰康路的原上海新兴制革厂并入该厂，职工人数达 1144 人。产品品种在原有基础上增加了轧花球革、胶粘球革、绒面球革、球拍革、运动鞋革、纳帕革和沙发革。

20 世纪 90 年代中后期，国家全部取消了猪皮财政补贴后，生产资金严重紧缺。该厂及时调整生产经营模式，开始承接澳大利亚、韩国的牛、羊皮外加工生产，不断调整设备和生产工艺，以满足加工单位对产品质量的要求，所生产的牛、羊皮服装革全部出口欧美国家。

上海益民制革厂

上海益民制革厂可溯源至 1910 年上海人顾氏改建的“华益硝皮厂”（生产牛皮底革）。后经演变，1927 年改厂名为“祥生制革厂”（生产牛外底革、牛皮面革），日寇侵占上海时改厂名为“华中制革厂”（生产军需用革）。抗战胜利后，国民党政府接管该厂，定名为“经济部中央工业试验所制革鞣料示范实验工厂”（简称“中工制革厂”），以生产军需用革、工业用革、民用重革为主。同时还致力于制革鞣料等皮革化工材料的研究和试制，并创办了《皮革化学工业》季刊，从而扩大了“中工牌”牛皮底革的影响，

位于上海市杨浦区平凉路 2535 号的益民制革厂大门外景

生产规模进一步扩展，职工增至 80 多人。新中国成立后，“中工制革厂”被军管，改名为“华东工业部益民工业公司第一制革厂”。1950 年，年产黄牛底革 2.73 万张，保证了军需供给。1952 年 10 月，益民工业

公司制革一厂、二厂合并为“益民制革厂”（注：厂名前一直未冠“上海”二字）。

20 世纪 50 年代初，该厂率先研制成功了猪皮正鞋面革及绒鞋面革，缓解了当时牛皮原料紧缺的状况。60 年代起，该厂牛皮轻革产品的生产比重逐渐增大。

1958 年，针对国产原料皮伤残较多，产革率低的症结，益民制革厂率先改革工艺，采用磨革、涂饰等手段研制黄牛修饰面革获得成功，全国首创黄牛修饰面革工艺，使皮革利用率提高 15%。该生产工艺在全国制革行业得到推广。60 年代起，该厂牛皮轻革产品的生产比重逐渐增大。

20 世纪 70 年代，益民制革厂又采用氧化脱毛新工艺，进一步提高了黄牛修饰面革的质量。

1975 年轻工业部、上海市科委联合下达《合成皮革（湿法）工艺及设备》（中间试验）重点科研项目，项目旨在益民制革厂形成日产 100 平方米合成鞋面革生产线。该项目由益民制革厂、上海纺织科学研究院、上海合成纤维研究所共同承担，上海塑料研究所协作，由益民制革厂陈有文高级工程师出任项目研制组组长。

该项目完成后，于 1980 年 2 月通过轻工业部组织的技术鉴定。该项目所产出的合成面革，其质量当时处于国内领先水平，获轻工业部科技进步二等奖。在项目成果推广期间，适逢山东烟台引进日本的合成革生产线，且其生产的合成面革的质量和成本，无法与烟台产品相媲美，故未能全面投产。于是，益民制革厂因势利导，因地制宜，根据市场需要，利用现有的设备和工艺，重点转向开发生产了合成内底革和合成主跟包头革，以及手风琴音簧革、节能传送皮带材料等产品，并组建了一个有 100 多人的合成革生产车间。

20 世纪 80 年代，益民制革厂率先采用国外先进的皮革复鞣剂和金属铬合染料，辅以性能优良的聚氨酯涂饰材料、多功能加脂剂等，开发出牛皮全粒面系列产品，进一步提高牛皮面革的档次和质量。80 年代中期，为满足中高层次消费者的需要，该厂又开发了黄牛全粒面和半粒面革等系列产品，达 20 多种新产品，经济效益稳步提高。

1981—1986 年，该厂科研人员先后研制成功了“单层结构抛光材料”和“双层结构抛光材料”，用于硅片、煤片、锗酸铋、磷化铟、蓝宝石、水晶、玻璃等材料的抛光，填补了国内空白，成果获奖。其中，单层结构抛光材料持续生产了 30 多年。

1990 年，上海益民制革厂拥有职工 701 人。其中各类工程技术人员 41 人，占地面积 2.98 万平方米，建筑面积 2.75 万平方米。固定资产原值 14529 万元，净值 944.5 万元，年产牛皮鞋面革 15 万张，合成革 20 万平方米，完成工业总产值 2389.6 万元，实现税利 451.88 万元。“雄狮牌”黄牛修饰面革，1979 年和 1986 年 2 次获轻工业部优质产品称号。

在 1991 年行业迁建改造时，益民制革厂（制革部分）从杨浦区平凉路 2535 号迁移至宝山区南大路 65 号，该厂合成革部分仍保留在原址。考虑到保留“中华老字号”，公司决定将东方制革厂（原红卫制革厂）并入该厂，沿用益民制革厂厂名。

上海富国皮革有限公司

上海富国皮革有限公司（Shanghai Richina Leather Limited Company，简称：SRL），成立于 1995 年 11 月 20 日，是一家中国、新西兰、美国的三方合资企业，座落在宝山区南大路原上海六联制革厂旧址（注册地点为上海市宝山区南大路 800 弄 10 号）。投资总额 2990 万美元，注册资本 2100 万美元。

其中，中方由上海皮革公司（Shanghai Leather Corporation，简称：SLC）牵头组合（由其下属上海六联制革厂的红光、益民、新艺——猪、牛、羊三个制革厂联合以新建厂房和全部配套设施折价出资投入），投资比例占 45%；外方由新西兰梅勒爱斯丽股份有限公司（Mair Astley Holdings Limited）、美国富国企业集团有限公司

（Richina Enterprise Holdings Limited，注册地英属维尔京群岛）合作组成（以美元现汇投入），投资比例占 55%。

该公司主要生产和销售皮革、皮革制品及皮革相关的原辅材料。拥有牛皮鞋面革、羊皮服装革和牛皮汽车革为主的三条制革生产线。牛皮鞋面革主要供应生产汀普伦（Timberland））、耐克（Nike）、其乐 (Clarks) 等世界一流品牌厂家，年生产量在 2500 万平方英尺左右，在全国制革行业内位居第二。羊皮服装革年产量在 1800 万平方英尺左右，在全国业内排名前五位，产品 90%以上销往欧美市场。牛皮汽车革年产量在 3000 万尺左右，主要用于国内的合资汽车生产厂商本田、丰田和通用等公司的汽车坐垫和内装饰。

该公司注重科技创新和开发，设有研发中心，公司的皮革工艺研发能力在国内甚至亚洲地区首屈一指。公司还拥有一个日处理制革废水设计能力达 9700 立方米的制革污水处理厂。在中国皮革协会的支持下，该公司曾承担联合国工业发展组织（UNIDO）援助的制革污染控制项目（编号 :US\RAS\92)。在该项目实施过程中，公司所属各厂的制革生产，基本上改为以蓝湿革和坯革为原料，在源头控制污染，初步实现了无污染的制革加工工艺。该项目完成后，顺利通过三方验收，该公司被 UNIDO 授予制革环境保护示范单位。

上海富国皮革有限公司（SRL）

在公司董事会的主持下，该公司总裁人选先后更迭为杜乃杰（Nigel Dobson 新西兰籍）、何耿（Ernir Hagen 德国籍）、谭丹尼（Dennis Thams 澳大利亚籍），副总裁兼中方代表为温祖谋。若干年后，该公司曾经历合资各方投资比例的调整，但公司生产经营与运作管理一切如常，还扩建了一幢具有机械化、现代化水准兼具办公楼的新工厂。

富国皮革工业股份有限公司新建办公楼

该公司成立十几年以来，规模不断扩大、技术不断进步、市场不断拓展。2007 年，上海富国皮革有限公司的总资产已达到近 5 亿元，销售总额达 15 亿元，产品远销美国、南美、欧洲、东南亚、日本、澳洲等国家和地区，成为中国乃至亚太地区一家最具规模的皮革出口生产型企业之一。

2009 年 8 月，上海富国皮革有限公司经过调整重组，更名为富国皮革工业股份有限公司（Richina Leather Industrial Co., Ltd.）。投资总额 2992 万美元，由中方上海皮革有限公司、外方新西兰富国太平洋投资集团公司下属的富国太平洋（中国）投资有限公司和新西兰富国皮革有限公司合资，分别拥有 5%、10% 和 85% 的股权。

专题 中国皮革行业特色区域系列报道之十三

千年裘都 续写华章

——枣强大营皮毛产业高质量发展探索与实践

文、图/高 雷 申美婧

河北省衡水市枣强县大营镇镇域面积136平方公里，常住人口8.7万人，是国内外著名的裘皮加工、生产集散基地。作为京津冀协同发展承接区、河北雄安新区辐射带动区和功能服务区，大营镇抢抓机遇、顺势而为，凭借独特的区位优势和坚实的产业基础，以全新的姿态开创高质量发展新局面。

历史悠久 文化传承

营皮，起源于商末，兴盛于明清，繁荣于当代，素有“一品窝道、二品貂”的美誉。大营是中国裘皮业和裘皮文化的发源地，也是世界上熟皮技艺传播最早的地方，被誉为“天下裘都”。

千年的历史积淀孕育了底蕴深厚的裘祖文化，大营镇定位中国裘皮文化之都，深挖裘祖文化内涵，进一步加强对非物质文化遗产和优秀传统文化的传承与保护，不断增强传统文化的凝聚力、创新力和支撑力。大营裘皮被国家质检总局列入国家地理标志保护产品名录，“裘祖比干的传说”“大营裘皮传统制作技艺”被列入河北省非物质文化遗产名录，中国食品土畜进出口商会授予大营镇“中国裘皮根祖”荣誉称号，每一份沉甸甸的荣誉都是前行的印证。

大营镇党委、政府高度重视裘祖文化传承与创新，借助得天独厚的人文资源优势，积极推动历史文脉、城市生活、皮毛产业有机融合，探索以文促商、以商兴城、文旅商融合发展新路径。建设中国裘都非遗传习所和大营裘皮文化博览馆，改造提升裘祖文化园，全景式展现裘皮发展演变历程，打造研究裘皮发展历史、保存裘皮文物资料、弘扬裘祖文化、推动裘皮行业发展的重要平台。20 世纪 90 年代至今，成功举办三十一届中国大营国际皮草交易会、十届营皮文化节；举办裘皮文化汇演，以大型古装舞台情景剧的形式演绎比干制裘、秦皇封都、郑和下西洋等营皮文化传承；完成《皮毛志》修编工作；组织开展“天下裘都赋”征文活动；举办裘祖文化企业家联谊会……推动裘祖文化在传承中与经济社会的交融互促，构建“大旅游、大市场、大产业”的新格局。

河北（大营）国际皮草博览会首批项目签约仪式

产业集聚 基础雄厚

大营裘皮产业链条完备、市场占有率高、市场体系完整。全镇拥有皮毛加工摊点 1.8 万家，其中规模以上企业 30 家，省级科技型企业 185 家，一般纳税人企业 1300 余家，从业人员 8 万余人。以裘皮服装出口基地为支点，大营镇进一步延伸产业链条，形成了从养殖、鞣制、硝染、印花到服装服饰生产、检验、销售的完备产业链条。产品涵盖裘皮服装、服饰、工艺品、半成品等十大系列 4000 多个品种，畅销世界 60 多个国家和地区，并已辐射到周边 5 市县 500 多个村庄，部分产品已占据市场主导地位。统计显示，大营皮毛褥子、编织产品占全球市场份额 70% 以上，毛领帽条产销量占全国 80% 市场份额，裘皮服装出口占俄罗斯市场份额 60% 以上。裘皮服装服饰产业被列入河北省县域特色产业振兴计划和衡水市“9+5”特色产业集群，商务部授予大营镇国家外贸转型升级专业型示范基地称号。

伴随着国际皮草交易中心、国际裘皮城、裘都世贸城、西亚皮草新城等一批专业裘皮市场的运营，大营镇商业营业面积已超过 90 万平方米，并与国内 20 余个大中城

枣强大营西亚皮草新城

市建立了旅游购物专线，结合大营西亚皮草商城电商基地、大营西亚裘皮商贸风情街等项目，打造集文化、旅游、商贸为一体的休闲旅游购物小镇。同时，高标准建设大营镇皮毛工业园区，并获批为省级经济开发区，规划面积 13.5 平方公里，实现水、电、路、讯等“九通一平”，进区企业 276 家，主营业务收入突破百亿规模。国家检验检疫局在大营镇设立办事处，并建有全国唯一一家裘皮产品质量检测重点实验室，检测覆盖生皮、裘皮制品及辅料等产品的外观、物理性能、化学性能、有害物质含量等，是国内第一家以“裘皮检测中心”命名的国家级重点实验室，对提升产品竞争力、方便产品出口、行业标准化发展起到巨大的推动作用。大营镇建有全省第一家镇级污水处理厂，日处理能力 3 万吨，并配套完成了园区企业中水回用工程、园区雨污分流工程，为皮毛产业健康、可持续发展提供了良好的环境保障。

为进一步发挥大营裘皮产业集群优势，枣强县和数亮科技合作，通过“大数据 + 指数 + 产业”的方式，编制发布“中国 · 大营裘皮产业指数”。该指数包括产品价格指数、产业发展指数和产业景气指数三大体系，借此建立价格参考标准，反映裘皮价格的变化情况、市场发展态势以及产业景气度，着力打造裘皮产业的全球“风向标”，助力大营裘皮产业高质量发展。

设计引领 创新驱动

受到产业下行、出口受阻、产能过剩、环保压力等因素的影响，大营裘皮遇到了发展瓶颈。在这个关键时期，只有创新求变，在品牌上求突破、在技艺上求提升、在市场上求拓展，才能点燃裘皮发展的新引擎。近年来，大营镇以“轻奢服装、高端定制”作为对接时尚前沿的主攻方向，通过鼓励创新、人才培养、提升工艺、树立品牌等方式为产业发展创造新契机。

设立新型企业扶持基金，调动企业加大研发投入的积极性，引导企业瞄准高端需求，提高产品创新能力，重点打造品牌，多培育附加值高、竞争力强的名优产品。以“设计 + 工艺 + 品质”为产品定位，达盛源、兴宏、硕豪等企业组建研发团队，共同研发多元化、轻奢化裘皮新品，推动裘皮与针纺、皮革、毛呢等服装、服饰面料的时尚化搭配和创意设计，成功申请服装设计专利 10 项，提升营皮设计水平。

完善产学研相结合的设计人才培训模式，积极与北京服装学院、河北美术学院、河北科技大学等高校对接，建立设计实习基地，组织实施创新设计技术人才培育计划；推动县职教中心增设裘皮设计、剪裁专业，加强专业设计人才培养，提升企业设计创新能力；积极培养领军企业家、经营管理人才、技术人才，为皮毛产业发展提供人才支撑。举办“裘都杯”中国裘皮服装创意设计大赛，把握国际前沿流行

派克服展示

裘皮服装展示

2022 年“裘都杯”中国裘皮服装创意设计大赛模特走秀

趋势，进一步提升“裘皮 +”服装和饰品的创意创新研发能力，吸引全国各地裘皮设计人才走向大营，融入时尚设计新力量，赋能大营裘皮产业创新发展。

加强与国家级行业协会深度对接，建立大营皮毛产业发展智库，以国家级裘皮实验室、裘皮工业设计中心为载体，推动产品设计创新，引导设计机构与生产企业深入对接，实现设计成果由“样品”转化为“产品”。通过产品创新、技术创新、工艺创新，大营皮毛产业摆脱了过去低端低效的产销模式，正逐步向着毛皮产业品牌化、定制化、时尚化发展。

抢抓机遇 电商赋能

近年来，随着电商直播带货的兴起，大营镇紧抓机遇，主动求变，把电商产业发展作为推动经济高质量发展的重要突破口，积极引导皮草商户触网求变，打造“电商 + 实体”的深度融合，培育电商店铺 2000 余家，线上交易额突破 20 亿元，获评河北省电子商务示范基地，实现了产业发展和电商销售的“互促”良性循环。为拓宽电商销售渠道，大营镇成立电子商务领导小组及电商人才协会，引进硕士以上学历、高级职称电商人才 11 人；依托大营西亚皮草新城、太和皮草交易中心、世贸城等三大商城，建设了集内容制造、视频技术、直播场景等为一体的“一站式”直播基地，吸引直播精英入驻；与优质 MCN 机构建立长期合作关系，对接各大网络平台，培育电商直播人才，提升本土直播运营能力，发挥皮毛产业优势，助力大营裘皮产品畅销全国。

为推动电商直播产业健康快速发展，大营镇积极引导各商城、企业定期举办网红经济专题讲座、直播电商基础知识培训，并邀请河北金融学院等高校团队开展电商直播

培训，不断优化课程设置与教学方式，搭建政府、企业、学校等多方人才培训体系，发掘、培育理论知识和实践能力相结合的复合型本地电商主播人才，进一步提高电商直播从业人员技能水平。

如今，在枣强县大营镇各大商城及皮草门店，一部手机、一个支架、四五个人就能形成一套“直播——运营——售后”的电商直播产业链闭环，传统皮草产业与电商新业态已实现完美对接，大营镇各电商经营主体与淘宝、京东、抖音、快手等线上电商平台和视频平台开展广泛合作，网络促销、线上引流等活动不断，年交易额超 10 亿元。

品牌培育 影响彰显

大营镇坚持将培育品牌作为特色产业发展的重要举措，重点引导企业增强品牌意识，鼓励企业制定中长期品牌发展规划，培育一批叫得响的行业品牌，助力企业规范经营，提高产品品质，鼓励企业申报省名牌产品、著名商标和中国驰名商标。同时，集中力量推广“大营裘皮”区域品牌，全力打造市场信赖的知名品牌，提升大营裘皮的知名度和影响力。

大营皮毛企业通过创新转型，采用新技术、新工艺，设计研发轻奢服装，申请注册品牌，基本摆脱了粗放的“小作坊式”生产方式，为皮毛产业的可持续发展增添了新动能。经过不断地创新与发展，营皮产品日益丰富，工艺日益先进，已经实现了裘皮产品、羊绒产品、尼克服、派克服等众多品种的荟萃。亚洲貂、南极公主、雪图蒂纳、北极皇后、弗兰妮等 20 多种裘服已经成为国内外知名品牌，16 家企业配挂真皮标志。营皮注册商标达 270 余个，研发创新新技术、新工艺 30 余项，吸引了皮尔卡丹等国际一线品牌和一些国内知名品牌入驻大营。大营的不断探索和突破，使得营皮在新时代重新进入世界视野，又把世界目光引向大营。

如今，大营镇被列入国家地理标志保护产品名录、第二批全国特色小镇、国家级裘皮产品质量安全示范区、省级经济发达试点镇，中国最具影响力的裘皮交易市场、中国皮草文化旅游名镇、中国裘皮文化传承示范基地、国际毛皮协会 FURMARK 中国基地等荣誉称号。大营傲名皮，九州遍芳声。

政策扶持 护航发展

近年来，为推动大营裘皮产业高质量发展，枣强县出台一系列扶持政策加快产业升级，积极融入国际国内“双循环”。先后出台自助式、菜单式优惠政策，集中政府可控资源要素向重点项目倾斜，内容涉及土地、税收、规费、服务等多个环节，全面推行领导分包制、上门代办制、现场办结制等一站式办公、全程化服务模式，全面优化营商环境，激发市场活力，形成了亲商、重商、富商、安商、聚商的浓厚氛围。

对《关于对全县重点工业企业扶优扶强实现倍增发展的支持意见》《关于促进民营经济高质量发展的实施意见》《关于推动外贸高质量发展的实施意见》等政策进行完善提升，加大对设计研发、技术创新等领域政策研究制定，进一步加大资金支持，同时积极落实核定扣除税收政策，减轻企业负担。大力宣传国家、省支持科技型中小企业发展的各项政策和支持措施，帮助企业了解中小企业发展专项资金、省科技型中小企业技术创新资金支持方向。积极搭建科技人才创新创业平台，着力培养青年科技创新英才，提升人才创新创业能力。

发挥社会组织和行业协会职责和作用，在引导行业发展、开展对外交流、国内外企业对接、市场信息、人员培训等方面为企业提供服务，促进行业交流合作，加强行业自律，引导企业诚信守法经营；加强知识产权保护，打击商标侵权违法行为，规范电子商务发展；加强价格监督管理，有效制止恶性“价格战”，营造健康有序的市场环境。

悠悠三千载，辉煌贯古今。枣强大营，这座兼具传统文化与现代魅力的特色城镇，将奋力打造中国裘皮设计研发、生产加工、展示交易、检疫检验和旅游购物中心，再造“天下裘都”新优势，向着中国裘皮文化之都、国际裘皮时尚服装服饰产业基地的目标迈进！

栏目协办：浙江方圆检测集团股份有限公司 / 国家皮革质量监督检验中心（浙江） 电话 0573-87238113

皮革化学品中的重金属元素来源及污染控制

沈 云，黄新霞，陈 燕，陈 萌，俞梦婷
（浙江方圆皮革轻纺检测认证有限公司，浙江 海宁 314400）

摘　要：通过对鞣剂、染料、颜料膏等 8 种皮革化学品样品中重金属含量进行检测统计，分析研究皮革化学品中的重金属来源、限量，提出了皮革行业重金属污染控制及解决方案，为助推皮革行业实现绿色可持续发展提供帮助。

关键词：皮革化学品；重金属；来源；限量

Source and pollution control of heavy metals in leather chemicals

SHEN Yun, HUANG Xinxia, CHEN Yan, CHEN Meng, YU Mengting
(Zhejiang Fangyuan Leather Textile Testing and Certification Co., Ltd., Haining 314400, China)

Abstract: Through the detection and statistics of the content of heavy metals in eight kinds of leather chemicals, such as tanning agents, dyes, pigment pastes and etc., the sources and limits of heavy metals in leather chemicals are analyzed and studied, and the control and solution of heavy metal pollution in leather industry are proposed, which provides help to promote the green and sustainable development of leather industry.

Keywords: leather chemicals; heavy metals; source; limit content

第一作者简介：沈 云（1986—），男，工学学士，高级工程师，593503508@qq.com，主要从事皮革、毛皮、皮革化工检测和标准化工作

前 言

皮革行业是中国的传统产业之一，目前已经形成了“皮革化学品—制革工业—皮革产品”完整的皮革工业产业链。随着国际竞争加剧，劳动力成本上升，原材料价格上涨，消费结构不断升级，皮革行业已经告别了“高投入、产能扩张等外延式增长”发展的时代，进入到“追求品质、精益生产、创新求变”的新时代。中国的皮革产业一直致力于质量提升，而质量提升的重要一环就是建立绿色环保的生态皮革产业。制革行业的环保需求刺激着产业链的源头——皮革化学品企业不断求新求变，以推动整个行业实现清洁化生产。

中国皮革协会相关数据显示：2021 年我国皮革行业销售收入 10,425.1 亿元，同比增长 7.8%。其中，规上鞋企销售收入 6552.9 亿元，同比增长 8.9%。轻革产量 6.0 亿平方米，同比增长 4.6%，占全球产量 30% 以上；皮面皮鞋产量 35.2 亿双，皮革服装产量 5178 万件，毛皮服装产量 314 万件，均居世界首位。2021 年我国出口旅行用品及箱包 109.1 亿件、金额 278.6 亿美元，皮鞋 6.7 亿双、金额 99.8 亿美元，成品革 6.4 万吨、金额 8.8 亿美元，皮革服装 877 万件、金额 1.5 亿美元等，皮革行业实现出口额 903.3 亿美元，同比增长 32.7%，进口额 196.9 亿美元，同比增长 29.2%，进出口贸易顺差 706.4 亿美元，占全国进出口贸易总顺差的 10.4%。鞋和箱包出口额约占全球鞋和箱包出口总额的 35% 以上；皮革原料皮进口额约占全球原料皮进口总额的 30% 以上 [1-2]。

制革是皮革产业的基础，为皮革箱包、皮鞋、皮革服装等企业提供其所需要的皮革原料。制革是指将动物皮加工成坚牢、耐用的皮革或毛皮成品原料，整个过程会使用到各种化学品，如鞣剂、加脂剂、染料、涂饰剂等，以更好地满足制革加工工艺及提升皮革产品使用性能的要求，这使得含有金属元素的鞣剂、染料、颜料和助剂等皮革化学品在生产加工中被广泛使用。

含有金属化合物或金属离子的皮革化学品的应用，在促进制革工业快速发展的同时，也带来了一定的问题。汞、砷、铅等金属本身对人体就具有巨大的危害，而铜、锌、硒等虽然是人体必需的微量元素，但过量摄取，亦会引起中毒 [3]。

由于金属类物质存在着较大的生物毒性及危害，针对皮革化学品和皮革中的有害金属限量，欧美国家颁布了相关指令或制定了相关法规，对其限量要求日趋严格，由此形成的技术性贸易壁垒严重限制了我国皮革产业的整体发展 [4]。

1 皮革化学品的分类

从传统的制革工艺来划分，制革主要分为准备工段、鞣制工段、整理工段。每个工段又可细分为不同工序。准备工段主要包括浸水、脱脂、浸灰、脱灰、软化、浸酸、去酸等工序，鞣制工段主要包括鞣制、水洗、复鞣、染色、加脂、水洗等工序，整理工段主要包括刷浆、喷涂等工序 [5]。制革过程中的常用化学品，见表 1。

2 皮革化学品中重金属的来源

由于重金属及其化合物具有某些良好的性能，被广泛应用到工业

表 1 制革过程中的常用化学品

工段	工序	皮革化学品
准备工段	浸水	表面活性剂、酶制剂、杀菌剂、渗透剂、防腐剂、工业盐等
	脱脂	表面活性剂、脂肪酶、脱脂剂、纯碱等
	浸灰、脱毛	碱性蛋白酶、硫化碱、石灰、烧碱等
	脱灰	有机酸、无机酸、铵盐等
	软化	酸性蛋白酶、脱脂剂、铵盐等
	浸酸	有机酸、无机酸、盐、助剂等
鞣制工段	鞣制、水洗	有机鞣剂、无机鞣剂、防霉剂、助剂等
	复鞣	复鞣剂、助剂等
	染色	染料、分散剂、匀染剂、有机酸等
	加脂、中和	加脂剂、复鞣剂、小苏打等
整理工段	刷底浆	颜料膏、金属络合染料、丙烯酸树脂、聚氨酯树脂等
	喷中层、喷顶层	丙烯酸树脂、聚氨酯树脂、增稠剂、交联剂、手感剂、阻燃剂等

生产中。制革行业中，重金属化合物被添加到鞣剂、抗菌剂、防霉剂、金属络合染料、颜料、阻燃剂等化学品中。

2.1 鞣剂

鞣制是制革工艺中特有的工序，鞣剂分子向皮内渗透并与生皮胶原分子活性基团结合而发生性质改变，从而使生皮变成皮革。鞣制中应用最广泛的就是金属鞣剂，主要包括铬鞣剂、铝鞣剂、钛鞣剂、锆鞣剂、铁鞣剂等。目前大部分皮革是使用铬鞣工艺鞣制而成，铬鞣革在世界皮革制品中大概占据 80%，而铬鞣剂是最主要的一种金属络合鞣剂，其中铬含量占 10% ~ 25%。铬鞣工艺中，以碱式硫酸铬为鞣料，可以不破坏皮革中胶原蛋白纤维的组织结构，并使它们相互交联，制成的皮革柔软轻薄、富有弹性与延伸性、不易拉断，耐撕裂，更耐折。同时铬鞣坯革具有很好的着色性能，成革色泽饱满、鲜艳，具有良好耐干湿擦与耐光性能。

2.2 抗菌剂、防霉剂

皮革的主要成分是胶原蛋白，其加工工序多、时间长，大多是在具有一定温度的水浴条件下进行，为避免因霉菌滋生，造成皮坯光泽暗淡、粒面脆裂和霉烂而影响成革外观、手感、物理机械性能，需要在鞣制等工序的加工浴液中加入抗菌剂、防霉剂。如金属离子抗菌剂是一种将具有抗菌能力的银、锌、铜等过渡族金属离子负载在介质上，制作成具有抗菌能力的产品，具有杀死细菌或使细胞失去活力的作用。

2.3 金属络合染料

在皮革染色工序中，应用最为广泛的是金属络合染料。金属络合染料颜色鲜艳、色谱范围广，染色后的皮革具有较好的耐水洗、耐干洗和耐晒牢度。金属络合染料是分子中含有配位金属原子的染料，所含的金属以铬为主，常见的还有钴、铁、铜、镍等 [6]。

2.4 颜料膏

颜料膏是一种皮革涂饰用着色剂，主要成分为无机颜料，包括铬酸钡、铬酸铅、硫化镉、氧化锌、氧化铬、氰化铅、硫化汞、氧化铁等 100 余种 [7]，大多为受到限制使用的有害重金属颜料。但由于无机颜料制作工艺简单，且具有优良的耐气候性和热稳定性，同时应用到皮革上还有较高的遮盖力以及抗有机溶剂迁移性，因此被广泛应用于皮革涂饰。

2.5 阻燃剂

皮革本身不易燃，但是由于制革过程中添加了较多的化学品，致使皮革具有一定的燃烧性能，为了赋予皮革一定的阻燃性能，一般在整理工段会在涂饰剂中添加一定量的阻燃剂。阻燃剂中的一大类无机阻燃剂主要有氢氧化铝、氢氧化镁、三氧化二锑等以阻燃金属元素为基础的化合物。

3 重金属的危害

重金属进入生态环境中，会污染河流、湖泊、海洋和土壤，使得这些水体和土壤受到污染。由于重金属具有不能被生物降解的特性，一旦进入水体和土壤，往往难以清除，并且会通过食物链在生物体内富集，最后进入人体。金属在人体内能和蛋白质及酶等发生强烈的相互作用，使它们失去活性，也可能在人体的某些器官中累积，造成慢性中毒 [8]。主要金属元素的生物毒性，见表 2。

4 相关限量法规、标准

由于金属类物质存在着很大的生物毒性及危害，国内外均对化学品中的有害金属含量制定了相关法规或标准，特别对于染料中的重金属限量。1974 年，美国染料制造业生态和毒理研究协会（ETAD）对各类染料中重金属的限量做出规定；美国染料商制造协会（ADMI）对 1298 种染料进行分析研究，并对部分染料中重金属限量进行规定。欧盟 REACH 法规中将重金属列入高关注物质（SVHC），要求化学品中的重金属含量≤ 0.1 %；有害化学品零排放（ZDHC）联盟对皮革化学品中重金属的限量为：汞≤ 4 ppm，镉、硒 ≤ 20 ppm，砷、锑 ≤ 50 ppm，铅、铬、钡≤ 100 ppm，镍、铜 ≤ 250 ppm，钴 ≤ 500 ppm[9]。国家标准 GB 20814—2014《染料产品中重金属元素的限量及测定》规定染料中的重金属限量要求为：镉≤ 20 mg/kg，钴≤ 500 mg/kg，铬≤ 20 mg/kg，铜≤ 250 mg/kg，铁≤ 2500 mg/kg，汞≤ 4 mg/kg，

表 2 主要金属元素的生物毒性

元素	危　　害
汞	主要危害中枢神经系统，使脑部受损，造成汞中毒脑症引起的四肢麻痹，运动失调、视野变窄、听力困难等症状，重者心力衰竭而死亡。
镉	人体中积累引起急、慢性中毒，急性中毒可使人呕血、腹痛、最后导致死亡，慢性中毒能使肾功能损伤，破坏骨胳、致使骨痛、骨质软化、瘫痪。
铬	对皮肤、粘膜、消化道有刺激和腐蚀性，致使皮肤充血、糜烂、溃疡、鼻穿孔，患皮肤癌。可在肝、肾、肺积聚。
砷	慢性中毒可引起皮肤病变及神经系统、消化和心血管系统功能障碍，有积累性毒性作用，破坏人体细胞的代谢系统。
铅	主要对神经、造血系统和肾脏产生危害，损害骨胳造血系统而引起贫血，导致脑缺氧、脑水肿而出现运动和感觉异常。
铝	损坏人的脑细胞，造成记忆力、智力下降；造成体内钙质大量流失，形成骨质疏松及骨骺“假性闭合”。
钡	钡盐除硫酸钡外都有剧毒，主要表现为胃肠道刺激症状和低钾症候群，如恶心、呕吐、腹痛、腹泻、四肢软瘫、心肌受累、呼吸肌麻痹等。
钴	钴可引起过敏性或刺激性皮炎，导致手、腕、前臂等外露部位和皮肤皱折处出现红斑或轻微瘙痒。
铜	铜离子会使蛋白质变性，可造成严重肾损害和溶血，出现黄疸、贫血、肝大、血红蛋白尿。铜离子对眼和皮肤有刺激性，长期接触可发生接触性皮炎和鼻、眼黏膜过敏反应，并出现胃肠道症状。
镍	易引起皮肤过敏发炎，同时对肺和呼吸道有刺激和损害作用。
锑	对生物体产生损害作用，主要表现为肺功能改变、慢性支气管炎、肺气肿、早期肺结核、胸膜粘连和尘肺病。此外，心血管系统和肾脏也会受到损害。
硒	过量的硒可引起中毒，表现为头发变干变脆、易脱落，指甲变脆、有白斑及纵纹、易脱落，皮肤损伤及神经系统异常，严重者死亡。
锌	锌摄入量过多，可致中毒，慢性锌中毒可有贫血及肝、肾功能、免疫力受损等症状。

锰≤1000 mg/kg，镍≤200 mg/kg，铅≤100 mg/kg，锑≤50 mg/kg，锌≤1500 mg/kg[10]。

制革加工工艺过程非常复杂，影响成品皮革中重金属含量的最主要因素是这其中所使用的含重金属元素的皮革化学品，如铬鞣剂、含铬金属络合染料、含铅颜料等。国内外针对皮革中的重金属均出台了严格法规、标准。LEATHER STANDARD by OEKO-TEX 对皮革中的各类可萃取重金属和重金属总含量的限量进行规定[11]；欧盟 REACH 指令也对皮革中的铅、镉、汞等重金属限量作出明确限量规定。国内标准中，QB/T 5573—2021《绿色设计产品评价技术规范 皮革》、QB/T 5574—2021《绿色设计产品评价技术规范 毛皮》、HJ 507—2009《环境标志产品技术要求 皮革和合成革》均对皮革或毛皮产品中各类可萃取重金属含量进行限定[12-14]。其他产品标准，如 GB/T 16799—2018《家具用皮革》、QB/T 5498—2020《皮艺装饰品通用技术要求》规定产品中的可萃取重金属铅≤90 mg/kg、镉≤75 mg/kg；QB/T 2703—2020《汽车装饰用皮革》规定，产品中的重金属总量铅≤1000 mg/kg、汞≤1000 mg/kg、镉≤100 mg/kg；GB 30585—2014《儿童鞋安全技术规范》规定，皮革材料中的六价铬含量≤10 mg/kg，鞋类产品中的重金属总量铅 100 mg/kg、镉 100 mg/kg、砷≤100 mg/kg[15-19]。

5 皮革化学品样品重金属含量检测

对收集的 150 批次的各类皮革化学品样品进行分析测定，共有 42 份样品检出了目标物重金属，检出率为 28 %，说明皮革化学品中重金属含量的残留问题较为严重，应当引起相关企业及机构的高度重视，见表 3。

6 重金属污染控制及解决方案

对现有的重金属含量超标的皮革化学品，应做到早发现、早停产、早淘汰、早处理。严格控制好污染源，妥善处置，合规排放。政府监管部门要积极推进重金属污染防治工作，加强科普教育和新闻宣传，加大对相关企业内部环境的监管。

首先，政府相关部门、行业协会应在建立、健全监管、指导和协调机制的同时，促进我国技术性标准、法规体系建设，推动国内标准与国际标准接轨，为企业有效应对技术性贸易壁垒提供支持。其次，皮革化学品生产企业应践行绿色可持续发展理念，在研发设计产品时，以人为本，将环保、安全、健康放在首位，并加强与制革企业的技术协作，建立命运共同体，共同提高，共同发展[20]；最后，要加强产学研合作，充分发挥大专院校、科研机构、企业研发团队的作用，增加研发和创新能力，攻坚克难，研究开发更多新型环保的可替代皮革化品。

7 结束语

金属化合物以其优异的性能，被广泛应用到染料、颜料膏、鞣剂、抗菌剂等皮革化学品中，在提高了皮革产品的各方面性能同时，也对生态环境和人类健康造成了一定的危害，同时也使我国的皮革产品出口遭遇国外技术性贸易壁垒的影响，限制了我国皮革产业的整体发展。因此，如何控制解决目前皮革化学品重金属含量超标的问题，以及如何建立绿色化学品研发、生产、供应链体系，从源头上彻底解决重金属等污染问题，将是政府、行业协会、企业等需要共同面对的课题和挑战。

参考文献

[1] 樊永红，雒霞．2021 年皮革行业经济运行分析和发展预测 [J]. 北京皮革 ,2022,47(4):16-20.

[2] 雒霞．2021 年 1—12 月全国皮革行业进出口量值分析 [J]. 北京皮革 ,2022,47(3):93-95.

[3] 赵洋．皮革及其制品中的重金属元素研究 [J]. 中国皮革 ,2009,38(9):33-37.

[4] 余鹏飞，李正军．绿色壁垒全分析 生态皮革求发展 [J]. 西部皮革 ,2009,31(3):36-42.

[5] 廖隆理．制革工艺学 [M]. 北京：科学出版社 ,2001.

[6] 王燕燕．印染废水中重金属来源及清洁生产方式探讨 [J]. 资源节约与环保 ,2019(8):88-89.

[7] 周春隆，穆振义．有机颜料索引卡 [M]. 北京：中国石化出版社 ,2004, 55-521.

[8] 贾广宁．重金属污染的危害与防治 [J]. 有色矿冶 ,2004,20(1):39-42.

[9] ZDHC Manufacturing Restricted Substances List Version 2.0[S].

[10] GB20814—2014 染料产品中重金属元素的限量及测定 [S].

[11] LEATHER STANDARD by OEKO-TEX[S].

[12] QB/T 5573—2021 绿色设计产品评价技术规范 皮革 [S].

[13] QB/T 5574—2021 绿色设计产品评价技术规范 毛皮 [S].

[14] HJ 507—2009 环境标志产品技术要求 皮革和合成革 [S].

[15] GB/T 16799—2018 家具用皮革 [S].

[16] QB/T 5498—2020 皮艺装饰品通用技术要求 [S].

[17] QB/T 2703—2020 汽车装饰用皮革 [S].

[18] GB 30585—2014 儿童鞋安全技术规范 [S].

[19] 陈加德，孙霞，沈云，等．皮革中有害物质限量及相关检测标准解析（下）[J]. 北京皮革 ,2021,46(6):32-38.

[20] 无铬皮革专题：推动绿色发展无铬鞣制势在必行 [J]. 北京皮革 ,2022,47(12):38-41.

表 3 皮革化学品样品中重金属含量的测试结果

样品种类	检出元素	检出批次 / 检测批次	重金属含量（mg/kg）
鞣剂类	铝、铬	16/30	10000~300000
染料类	铬、钴、铜、镍	7/30	50~2000
颜料膏	钡、镍、铜、钴、铅、镉、铅	6/20	10~500
抗菌剂	铜、锌、镉	3/10	30~500
加脂剂	镉、铅、铝	5/30	10~100
防霉剂	砷	1/10	15
媒染剂	钡、铬	2/10	10~500
涂饰剂	锑	2/10	30~500
合计		42/150	

专题

无铬皮革
Chrome-free Leather

联办单位：四川亨江新材料股份有限公司 / 电话：0838-8520024/ 邮箱：1991000198@qq.com

编者按：

近年来，国家环保政策日趋严厉，老百姓对美好生活的向往更多体现在低碳健康方面。为此，在市场的千呼万唤中，皮革行业无铬鞣制技术得以应用，并且成为一种趋势，关系到企业的生存和行业的未来。

为了了解更多相关信息，本刊专访了无铬鞣制方面具有代表性的企业——珍寿实业（商丘）有限公司董事长姚寿江。

珍寿实业（商丘）有限公司
董事长姚寿江

脚踏实地 行稳致远

——本刊专访珍寿实业（商丘）有限公司董事长姚寿江

珍寿实业（商丘）有限公司位于河南省商丘市，公司分别在内蒙古、宁夏、新疆建设有原料供应基地，在广州、温州、成都设有销售办事处。产品销量稳居国内市场前列，出口欧洲、美国等国际市场，是古驰、普拉达、香奈儿等奢侈品牌的首选原料供应商。公司一直致力于节能、减碳、环保的管理理念，已经多次通过 LWG 金牌审计，并且在最严格的国际皮革管理体系认证中，其溯源可追查为 100%，为获取欧美订单、扩展国际市场奠定了坚实基础。

公司董事长姚寿江为人低调，行事稳重。在他的带领下，珍寿实业与国内知名高校开展深度合作，共建国家级和省级研发平台，目前羊皮产品研发已达到国际先进水平。珍寿实业还与意大利皮革企业密切协作，吸取了国际时尚流行元素，引领皮革市场流行趋势。

行业领军者的国际化之路

《北京皮革》：请您介绍一下公司规模、产品、技术、经营等方面的情况？

姚寿江：公司是原河南省外贸皮张厂改制企业，目前有员工200余人，各类技术人员20余人，固定资产2.5亿元，拥有多台先进的进口设备。产品以羊皮鞋面革为主，兼营牛皮鞋面革、牛皮沙发革，生产规模年产羊皮1200万平方英尺、牛皮家具革3000万平方英尺，年销售收入6.3亿元。

《北京皮革》：贵公司产品现在主要针对出口市场，对于产品质量要求就更高，请您分享一下这方面的成功经验。

姚寿江：公司从2017年开始转型，由生产贸易型转为研发贸易型，由内销为主转为外销为主。按照公司布局，成立了外贸部，负责欧洲、美国等市场拓展。出口产品对于质量要求更高，必须严格把关，并保证产品品质长期稳定，我们坚决做到产品不合格不出厂，只有确保公司信誉度，才能占领市场。

《北京皮革》：从2020年美国特朗普政府对中国产品加征关税开始，到后来的拜登政府继续打压以及三年疫情对全球经济的影响，在这种背景下，对您们公司影响大吗？具体体现在哪些方面？

姚寿江：三年疫情及加征关税对我们的出口影响不大，在此期间公司出口额仍增长1倍以上。对内销影响很大，由于封控，实体店断续营业，靠互联网销售有限，内销订单下滑50%以上。

《北京皮革》：为了克服以上这些不利因素对中国皮革行业的影响，您针对我国皮革行业的全球化发展、国际化思维有何好的建议？

姚寿江：我认为只要有好的产品质量，符合欧盟标准的产品，如无金属、无铬鞣等环保产品，致力服务于高端品牌，未来市场前景还是很好的。

珍寿实业与亭江新材技术团队进行交流

姚寿江（右1）与亭江新材副总经理、皮化事业部总经理任世军（右2）等查看出口皮革情况

无铬皮革是未来发展方向

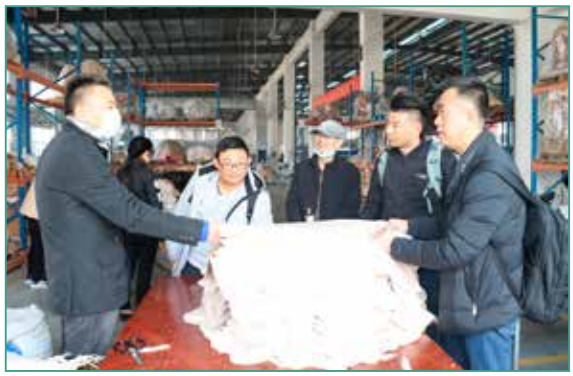
《北京皮革》：国家政策对重金属管控越来越严以及产品出口对六价铬的限制，都对铬鞣皮革构成了不小的压力，您们企业怎样应对的？

姚寿江：既是压力更是动力，公司从2008年开始为H&M生产第一批无铬鞣产品，直到现在一直都在做无铬皮革产品的出口。公司一直坚持走绿色环保之路，并于2020年1月首度获得LWG金牌审计认证。下一步我们将严格按照环保政策要求，生产出环保达标的产品。

《北京皮革》：您认为无铬鞣材料应该是什么样子？现在市面上的无铬鞣材料还存在哪些问题？

姚寿江：无铬鞣材料应该真正推进行业的绿色环保，为行业可持续发展起到促进作用。目前，无铬鞣化工材料还主要依赖于国外进口，价格高，质量不稳定，如成革存在

珍寿实业通过 LWG 认证



姚寿江（左 1）与任世军（右 1）等在车间了解无铬皮革生产情况

耐黄变差、紧实度差、容易松面等问题，从而影响了产品的质量。

《北京皮革》：公司试用过哪些无铬鞣材料，怎么评价这些材料？

姚寿江：公司曾试用过几家皮化企业的无铬鞣材料，但多数产品还存在质量不稳定情况，导致推广有困难。

《北京皮革》：您了解的信息，哪种无铬鞣材料比较好？

姚寿江：亭江新材与四川大学合作推出无铬鞣以来，我公司就与亭江新材合作进行了大批量生产，并得到了市场认可，其优点是皮身紧实度好，类似铬鞣产品，这是难得的突破。

《北京皮革》：您看好铬鞣市场前景吗？从铬鞣到无铬鞣转型还需要多长时间？

姚寿江：我认为铬鞣将逐步减少；从铬鞣到无铬鞣转型还需要一定时间，现在国内外对皮革中的铬及金属限量的管控越来越严格，未来 2 ~ 3 年，无铬鞣、无金属鞣产品一定是发展的方向。

《北京皮革》：目前市场上无铬皮革订单不多的主要原因是什么？而从产业链的角度，各相关方应该做些什么工作？

姚寿江：市场对无铬皮革的认可度还不强，国家有关部门对皮革产品没有更高的环保执行标准；同时无铬皮革的成本还较高，加上目前市场低迷，以上种种原因造成无铬皮革订单不多。后续还需加大宣传，降低无铬皮革的成本，同时有关部门对皮革产品应该有更高的环保标准，我认为做好这些工作，市场会对无铬皮革有更多的需求。

《北京皮革》：现在贵公司在处理“三废”方面的费用大约有多少？如果真的全部采用无铬鞣，会节省哪些环保处理费用，按现在的产量一年可以节省多少费用？

姚寿江：我们目前用于处理铬鞣废液和综合废水的费用每年大约在 400 余万元，如果全部采用无铬鞣，可节约 50% 以上的三废处理费用，经济效益和社会效益均非常可观。

2023 年将无铬产品比例做到 70%

《北京皮革》：听说贵公司曾经是全国山羊反绒革做得最大的企业，销量一直不错，为何还要去尝试做无铬鞣革？

姚寿江：珍寿实业在 2000 年前后，引进上海新艺制革厂技术生产羊反绒革，曾经领先国内市场，后来因意大利品牌诺贝达的需要，我们又研发用于鞋面革的彩色羊反绒革。秉持敢于研发投入、提前谋划市场的理念，在投入大量研发费用后，以高质量产品赢得市场认可，才迎来大批订单。2007 年公司又研发绵羊半植鞣产品，创造日产 3 万平方英尺、客户排队等货、产品供不应求的热销局面，行业内流传至今。在发展的同时，我们居安思危，企业要可持续发展就必须走绿色发

展道路，就应该推广无铬鞣技术。

《北京皮革》：贵公司是什么时候开始探索无铬鞣工艺的？目前发展如何？

姚寿江：珍寿实业探索无铬鞣已有10余年，在推广无铬鞣领域是领头羊，目前仍然走在行业前面，并且将无铬鞣产品推广到国际市场，让国际奢侈品牌将我们的无铬鞣产品作为采购首选，目前国外订单持续增加，今年会陆续增加产量。

《北京皮革》：在探索无铬鞣的过程中，有哪些印象非常深刻的人或事，可以共同分享？

姚寿江：在探索无铬鞣的过程中，我对亭江的晏岚总监、周厚刚工程师与我们的程昕晖总工在工艺探讨上的执着专注、精益求精、一丝不苟的工匠精神表示钦佩。特别是我们的西班牙客户提出新的环保要求时，及时反馈给亭江能够得到迅速回应的态度，让我印象非常深刻。同时我们也积极把亭江的TWS推广到西班牙，对国内的皮化企业进军国际市场非常有信心。

珍寿实业生产的皮革产品

《北京皮革》：听说贵公司已将无铬鞣作为下一步转型的新方向，请问有什么具体计划？

姚寿江：珍寿实业2022年的皮革产品比例为铬鞣革70%、无铬鞣革30%；2023年转型后比例调整为无铬鞣革70%、铬鞣革30%。目前，大部分无铬鞣皮革供应外贸出口企业，但内销企业也正在加大无铬鞣皮革的采购量。

《北京皮革》：目前消费者对于无铬皮革的了解还很少，您认为怎样才能让消费者充分了解无铬皮革的环保性，选择无铬皮革产品，从而推动无铬皮革的量产？

姚寿江：随着人们环保意识的提高，特别是欧洲国家奢侈品牌对国内的冲击，越来越多的人对无铬鞣产品有了新的认识，这些都为国内环保产品的推广提供了有利条件。此外，我们还应该加强宣传，强化推广，从而使国内无铬鞣产品的产量有大的提高。

《北京皮革》：您接触过不少国内外推广无铬鞣材料的公司，亭江的无铬鞣剂在市场中处于什么位置？

姚寿江：珍寿实业每年有两季去欧洲参加展会、考察市场、拜访客户，接触到一些国外无铬、无金属鞣制材料，并对欧盟新的检测标准有了更多的了解。通过对比，亭江的TWS材料在综合性能和价格方面，是很有竞争力的。

对国内皮革化学品企业的希望

《北京皮革》：请您对中国皮化行业的发展做一个客观评价？并对国产皮化发展提出您的希望与要求？

姚寿江：国内皮化行业竞争很激烈，特别是国外进口皮化的冲击很大，意大利一个小小的公司都可能生产皮化材料，依靠大品牌影响力，并经由国内小公司的代理，为国内制革企业提供皮化产品及其服务。我希望国产皮化企业能够在研发方面加大投入，一定能占领更多国内市场，走向国际市场。

《北京皮革》：您希望亭江新材在哪些方面多加努力以更好地为行业服务？

姚寿江：希望亭江新材在无铬鞣系列材料稳定方面继续提高，同时在研发无金属鞣剂方向有新突破。在对制革厂提供技术服务方面加大力度，形成生命共同体，共同研发，共同推广，定期、不定期与企业技术人员交流，只有通过技术交流，才能发现问题，解决问题，为国内制革企业研发更多无铬皮革产品，提供有力的技术支持。

《北京皮革》：感谢您接受我们的专访，祝珍寿公司兴旺发达。

真皮星尚我做主
微视频公益大赛交流会感言（一）

编者按：

由中国皮革协会、北京《瑞丽》杂志社有限公司、兴业皮革科技股份有限公司、宏兴汽车皮革（福建）发展有限公司共同主办的“真皮星尚我做主”微视频公益大赛已于2022年11月结束，并于2022年12月16日举行了获奖选手线上交流会。主办单位负责人、获奖个人和单位代表、大赛最佳组织奖单位代表在交流会上总结经验，交流感悟，探讨不足，展望未来，对大赛给予充分肯定。为了更好地宣传真皮，激励更多消费者认识真皮、使用真皮，本刊将分两期刊发主办单位负责人的致辞、获奖个人和单位代表的获奖感言、大赛最佳组织奖单位代表的感悟。

LEATHER MY ATTITUDE

LEATHER 领导致辞 MY ATTITUDE

中国皮革协会副理事长陈占光

皮革是一个古老而又现代、传统而又时尚的行业，同时也是一个典型的符合循环经济发展特点的行业，把畜牧行业的副产品变废为宝，做成时尚又富有品质和品味的产品，不但增加了畜牧行业的收入，同时避免了因生皮腐败变质引起的环境污染。

根据国际制革委员会（ICT）数据显示，如果生皮不加以利用而经过填埋处理，每吨生皮会产生0.9 吨温室气体和大量恶臭。据此计算，我国每年如果将国产原料皮填埋处理，便会产生近 170 万吨温室气体。

近年来，皮革作为制作中高端产品的一类重要材料，其发展受到诸多挑战，比如长期以来伪动物保护组织的攻击，还有其他代用材料的冲击等等，特别是代用材料的冲击近年来表现得越来越突出，这一方面需要我们皮革行业在科技研发、功能创新方面不断与时俱进满足市场的需求，另一方面也需要我们在宣传推广方面跟上新时代的步伐，比如微视频时代的新型推广模式。

今年开展的“真皮星尚我做主”的微视频公益大赛就是这样一项重要的针对皮革的宣传推广活动。其主导目的就是通过视频比赛的方式，将皮革的天然、生态、舒适、时尚、耐用等属性更好地展示给社会和消费者，顺应可持续性发展趋势，倡导崇尚自然，追求品质，享受慢生活的时尚态度，更好地满足社会更加绿色化生态化的消费需求。

我们非常欣喜地看到，参赛作品有展现匠人精神的精雕细刻，也有展现皮革为日常生活带来的小确幸；有展现现代工业中皮革的科技创新，也有展现亲情和友情的皮革情感温度；有展现皮革废弃物资源再利用的可持续理念，也有展现皮革设计与现代艺术的哲学思考；有让人捧腹而笑的幽默片段，也有让人沉醉其中的感动瞬间。

大赛作品和参赛主体的多元化，使得皮革天然、生态、舒适、时尚、耐用等属性从不同维度得到展现，皮革之美也从艺术性、生活化等角度得到充分彰显。

本届大赛已经圆满结束，中国皮革协会将以此次大赛为起点，继续策划、举办各种宣传活动，推动皮革更加贴近消费者的生活。希望在座的同仁、同学、老师、设计师、手工爱好者、社会人士共同加入皮革的推广事业，成为这项事业的参与者、践行者，让真皮之美为更多人所认知，让皮革更好地满足人民美好生活的需要，让皮革产业的明天更美好！

作为皮革行业的代表企业，兴业科技非常荣幸成为“真皮星尚我做主”微视频公益大赛的主办方之一。皮革行业很多成熟、成功的赛事，包括设计大赛、技能大赛等等，都为行业的发展做出了重要贡献。“真皮星尚我做主”微视频公益大赛的成功举办，使行业的赛事体系更加丰富和完整，也为皮革行业在这个视频时代赢得更多话语权创造了条件。作为皮革行业乃至全国全行业首次以真皮为主题举办的微视频大赛，“真皮星尚我做主”微视频公益大赛收获了超过 44 万人的参与，确实让人感到激动和振奋；参赛选手在作品中展现出的真皮制品的艺术美感、科技感和时尚感，以及成熟的跨界驾驭能力、饱满的创作激情都令人惊叹，消费者在这个赛事中的参与和互动真实、自然，也让我们看到了真皮的魅力和感染力。希望通过赛事的成功举办，越来越多的人能够了解真皮、认识真皮、热爱真皮，享受真皮带来的高品质的美好生活！

兴业皮革科技股份有限公司副总裁兼董事会秘书吴美莉

宏兴汽车皮革（福建）发展有限公司
总工程师徐家宽

宏兴汽车皮革由兴业科技控股，是一家汽车皮革研发、生产的专业公司，宏兴和兴业分别在产品细分领域占据靠前的位置，对行业举办的此类活动积极支持，也愿意持续地赞助。

2014 年以来，真皮面料被合成面料大量替代，真皮从业者和公司也在进行反思，一方面是宣传不够，另一方面是在市场拓展和设计上有所欠缺。赞助此次活动的初衷之一就是希望通过赞助此类活动，在市场端发现更多的优秀人才和作品，来扩大真皮面料在市场的影响力，初衷之二是发现更多热爱真皮面料的人才加入到真皮行列中。

在作品评审过程中，通过对每个参赛作品的审看感触很深，作品都很优秀，充满奇思妙想，有许多精彩构思，评委很慎重地探讨了所有作品的特点，评选出了获奖作品。当然，无论获奖与否，都要感谢参赛代表的积极参与，希望参赛代表积极宣传，以便今后的大赛有更多人的积极参与。

我还有个期待，期待下届大赛有更多车用领域作品参与进来，并涌现出更多优秀作品和构思。

LEATHER 获奖感言（社会组）：MY ATTITUDE

作品名称：李米田皮雕
作　　者：谢铭钊

很高兴荣获一等奖，但这并不代表我们团队有多优秀，只不过是我们更幸运，很幸运遇到这么大的平台，遇到优秀导演，更幸运的是遇到这个伟大时代，给了我们实现梦想的机会，让我们的人生从此不同。作为新媒体从业者，我要坚守中华传统文化，用我们的心、用摄像头讲好中国的皮革故事，传播皮革声音。最后一句话送给大家：路漫漫其修远兮，吾将上下而求索。

作品名称：轻姿守护
作　　者：丽荣鞋业（深圳）有限公司

发言代表：百思图市场总监　樊　雨

本次活动让我们看到了行业的不断进步，一个好的短视频要传达出行业的坚韧性和坚强的理念。我们的作品是聚焦医护，作品来自真实的故事。2020 年，我们向武汉捐赠了一批护士鞋，此后又陆续捐赠了部分产品，在这个过程中，通过与医护人员交流，我们知道，一个好的产品要从客户体验出发，一个护士每天要走 3 万步，对舒适性要求较高，特殊产品有特殊功能要求；只有跟消费者深入沟通后，才能在材料、工艺、外观设计上更高要求产品提升。

好的产品不只是好看的、舒适的，更重要的是体现轻盈姿态，我们用守护的方式来保护特定人群，她们在这三年里为社会做出了很大贡献，同时也希望我们的行为能继续下去。

作品名称：**顽皮十年**
作　　者：**姜雯婷**

首先非常感谢中国皮革协会组织了这样一次意义非凡的活动，作为参赛者和获奖者我感到非常荣幸与感谢。

从进入这个领域到后来逗留日久，我会不断遇到同一个问题：为什么最开始选择这样一个领域作为爱好，并坚持了这么长时间。

我想是出于宿命与缘分吧，如果冥冥中也有个皮具之神的话，我想我是收到了他的感召。我是一个自小热衷于各种手工工作的人，做过纸艺、布艺、刻章、滴胶、刺绣等等，但最终被皮革的魅力所折服。一个人或一件物，你之所以会选择他并与他终老，大概率不是因为他是最好的，而是因为他是最适合你的。皮革是一种让人上瘾的特殊材质，他柔软又坚韧，具有极高的可塑性与包容性，可以同时体现复古的稳重与时尚的悸动。阴阳相与，软硬兼容，这何尝不是我们每个人想要在这世界上饰演的形象呢？虽不能至，心向往之，我们本人呈现不出的面目，也许就寄望于手下的作品来体现吧。

我觉得每一个在这个行业的伙伴都一定是一个矛盾的人：我们在思想上天马行空，不然不足以为创造；我们在实践上如履薄冰，不然不足以成作品。挥洒与收敛，拓土与守成，永远都会是我们需要平衡的关系，与此同时，也会激荡我们的思想，塑造我们多元化的人格，从而与这个多变的世界达成妥协与共存。

希望协会能组织更多更大规模不同形式的活动，让更多的人感受到皮革制品的温度以及手工皮具的魅力。

特别感谢中国皮革协会提供了这个平台，给予我们作品的肯定和鼓励。我们是中国驰名商标“塔山”牛皮席生产企业。我们的产品面向的是 C 端，近两年 C 端对短视频的需求非常大，我们的经销商、销售团队需要短视频去广泛传播，短视频能快速让消费者有共鸣。本次我们选送了三个作品，都是围绕牛皮席与传统的麻将席、竹席的优势。目前，我们加大了对短视频的投入力度。随着经济复苏，皮具产品还是有市场的，我们对这个行业充满信心。

发言代表：行政总监 汪 展

作品名称：**颜值守护神**
作　　者：**重庆隆发皮革制品有限责任公司**

作品名称：手作与生活
作　　者：胡成阳

很偶然的机会接到了邀请，并参加了这次由中国皮革协会主办的比赛，非常荣幸获得了二等奖，在这里由衷感谢组委会以及各位评委老师的肯定和鼓励。

自从 2017 年开始，我将手工皮具作为职业，开了一间手工工坊，目前主要业务分为两部分，一部分是全手工表带，目前已经制作了 1.6 万条。一部分是全手工箱包定制，目前正在向定制业务逐渐转变和调整。

在日常的工作中，我们坚持全手缝的传统，这无疑是最耐用的皮具制作方法，虽然优质的手工缝制产品需要更长的制作时间，但是他们美观、独特且经久耐用。

就在这样的工艺坚持以及顾客的多样化定制需求的催生下，我们看到了市场的积极反馈，也了解到了更多有同样追求和想法的同业人员，尤其是近几年，良好的交流氛围，短视频平台流量的爆发，更多新中产阶层顾客对高质量皮具的需求，都让这个行业焕发生机，我相信随着疫情的结束以及经济的复苏，之后的行业发展会越来越好。

作品名称：皮衣不惧冬，轻薄任我行
作　　者：浙江雪豹服饰有限公司

发言代表：研发总监 胡丽琴

首先感谢“真皮星尚我做主”微视频公益大赛，让我们公司的超超薄系列皮衣能有机会展示自己。这次能获得奖项，我们倍感荣幸与自豪。

我们这次的参赛作品是《皮衣不惧冬，轻薄任我行》，又称风行者系列，是从希腊神话风神的故事中启迪的灵感，经过反复修正而生。

此款服装从国际品牌常用的 A 级皮革里甄选 30% 优质面料，采用数控高精密仪器将皮革削薄至 0.1mm 的非常规厚度后复合基布，以确保重量为普通皮革服装的 40% 左右，让皮料轻盈而富有骨感；再由英国 COATS 高士缝纫线进行缝制，再以压胶工艺增加牢度而成。风行者系列巧妙的抽绳设计，让穿着者无惧风寒的侵袭；开合顺畅的 YKK 拉链，使整体着装更具质感；休闲的连帽设计，更添活力感与时尚度。独具匠心的全手工定型、轻度防水的面料带来了全新的穿着体验。

最后我要感谢大赛组委会搭建了一个跟优秀同仁交流和切磋的平台，我们雪豹也将持续不断提升产品质量、完善服务体系，促进皮革行业发展，继续为消费者提供更好的购物体验。

感谢协会的平台给了我们展示的机会，感谢大家对我们的认可。我是上海无为皮革工作室主理人，从事手工皮具定制服务15年之久，作为皮革设计手工艺人，我们的作品以真皮绑带拖鞋为题材，就是手工艺的日常分享，做了3双不同的产品进行宣传，希望通过这次宣传有更多像我这样喜欢手工艺的人有更好的成长环境，我们的工作室有更长远的发展。

手工艺作品有机器无法代替的温度，可以注入我们手作人独特的人情味，我们也可以在创作中注入当下的思考，融入我们的设计理念。每一次的产出都是全新的产品，真正实现皮革的价值，可以最大限度满足客户的需求。

作品名称：手作人的夏日收音器
作　　者：耿倩楠

作品名称：皮雕围棋盒
作　　者：韩海茹

我是一名皮具工艺美术设计师，从事手工皮具设计制作近20年。在一次机缘巧合中进入手工皮具这个领域，随后便深深爱上了这个行业。

首先非常感谢中国皮革协会组织了这样一次意义非凡的活动，给了我这样一次机会。作为参赛者和获奖者我感到非常荣幸与感激。这是一份荣誉，更是一份激励。这仅仅是进步的起点，也将是我今后工作的鞭策和动力。在往后的创作生涯中，我一定继续努力拼搏，在有限的时间下无限的功夫，把艺术的根基打得更厚实，为弘扬工艺美术文化不懈追求，为中华民族的艺术宝库增添更好更美的作品。

再次感谢皮革协会组织的这次活动，祝愿这个行业越来越好，祝愿我们的同伴在这个行业都能收获满满。

发言代表：
电子商务部运营经理　段　莹

作品名称：强人质造
作　　者：际华三五一五皮革皮鞋有限公司

首先感谢各位老师对作品的认可，本作品来源于3515的制鞋历史。际华3515作为军工企业有71年的制鞋历史，在制鞋特别是皮鞋制作方面有丰富的经验和较高造诣。视频呈现了手工布洛克皮鞋的制作过程，诚邀了具有30年制鞋经验的老师傅拍摄，从皮料选择到后期制作，精工细作，精益求精，展示了我国大国工匠精神。手工制鞋是对匠人精神的致敬，是对制鞋工艺的坚守，做的不仅是一双鞋，更是灵魂的升华。感谢中国皮革协会组织的这次活动，见识了各界对皮革的理解，希望今后多办一些此类大赛，让更多皮革故事传递给消费者。

主持：陈念慧（河北科技工程职业技术大学教授）

中国鞋靴产业转型升级过程中所面临的设计研发困境（二）

文 / 陈念慧

（接上期）

2 国内鞋靴设计研发困境何来

当前，我国鞋靴企业设计研发困境由来，可从供需主要矛盾和产品主要属性两个角度分析得出。一个角度是目前国内鞋靴企业运用传统设计方式、方法和手段无法解决企业产品与市场需求不匹配这一主要矛盾所表现出的设计研发困境。另一角度是我国很多鞋靴企业没有看清当前鞋靴产品的主要属性究竟是什么，以及这些主要属性引发的传统鞋靴设计嬗变为现代鞋靴设计这一重要规律现象，以至于我国很多鞋靴企业始终固守和沿用传统鞋靴设计（鞋靴结构设计）技术及手段，无法有效实现产品供给结构优化与附加值提升。

2.1 鞋靴产品属性

服装、鞋靴、包袋等同为人类穿用品或生活随身常用品，它们同属服饰产品，具有相同或相近的产品属性及功能，这类产品设计研发的主要内容、运用元素、目标与要求、方式、方法、运行套路等基本相同。

产品属性包括多个方面，其中产品主要属性决定了设计研发的主要方向和内容。不同大类产品有不同的属性，如：房产的主要属性是居住功能和资产功能，机床的主要

属性是金属件加工功能。当然，有的产品主要属性会随着不同使用者、时间、环境、条件等因素的改变而发生变化。

随着我国经济的发展和人民生活水平的提高，鞋靴产品主要功能也在发生变化，当经济发展落后，人们温饱尚未解决时，鞋靴的主要属性是具有保护功能和穿着舒适功能，这是当时条件下鞋靴的两种主要功能，但当社会经济发展和人们生活水平达到一定高度后，人们的鞋靴消费自然开始升级，并带动鞋靴主要属性及主要功能发生变化，主要体现在鞋靴的主要功能由过去的保护、穿着舒适功能转变为可以满足消费者“新需求”的一些功能。另外，消费者对鞋靴各种新实用功能也会产生愈来愈强的期待。进入到消费升级新时期后，鞋靴保护和穿着舒适由原主要属性开始转变为一种基本属性和次要属性。产品具有基本属性是其存在的前提，次要属性则指不是人们关注和购买考虑的主要因素。鞋靴这种主要属性及功能转变已被市场一再证明，这是鞋靴产品消费升级客观规律的反映。人们从注重追求鞋靴实用性能的满足，到更在意追求精神层面满足的消费升级，其实也是马斯洛“需求层次论”在鞋靴消费领域里的再次验证。

2.2 传统鞋靴设计

传统鞋靴设计是指可以赋予传统意义上鞋靴主要属性以满足消费者对鞋靴保护和穿着舒适主要功能需求的一种设计，也是适合和满足传统市场供给的一种设计。

我国传统鞋靴设计主要经历了两个阶段，分别对应两种做法。

第一阶段为 20 世纪 50 年代至 80 年代，做法一，几乎将鞋靴结构设计作为企业设计研发工作全部内容，由此，鞋靴结构设计成为传统鞋靴设计的核心意涵。鞋靴结构设计也称鞋靴（类）结构设计与

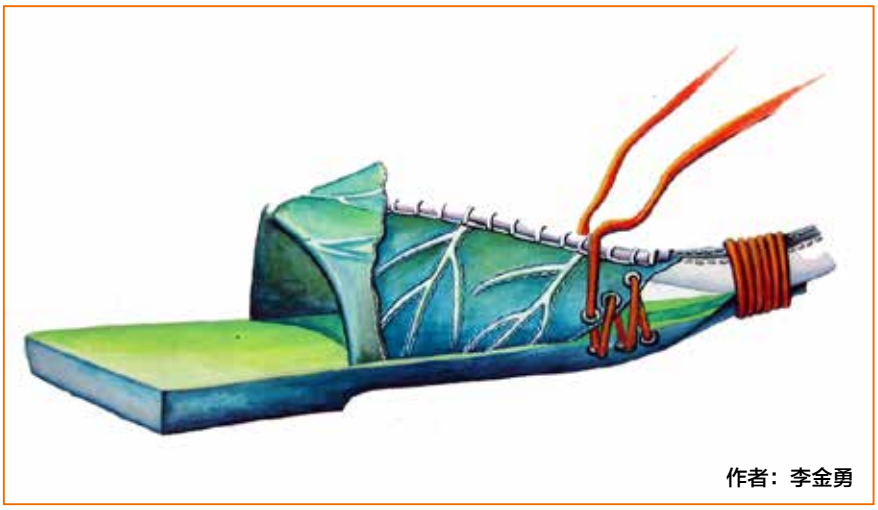
作者：张帅

制版（样版）或鞋靴（类）帮样设计、鞋靴（类）样板（纸样）设计等，实际交流中常简称为“打版”或“开版”“制版”“出格”“打样”“出板”等。鞋靴结构设计、鞋靴制作工艺、鞋楦设计等同属鞋靴生产技术范畴。

由于对真正鞋靴设计研发缺乏认知，目前，我国鞋靴产业界还普遍将鞋靴结构设计这种传统设计错认为是当下鞋靴设计研发主要意涵及主要工作内容，把鞋靴（类）样版师或打版师、开版师、制版师、出格师等误认为是鞋靴（类）设计师，将两者混为一谈。其实两者各有自己需要具备、掌握的专业知识与技术体系，并由此构成两者明确不同的专业技术能力和职业分工，正可谓技有专长、术有专攻。

同属服饰领域的服装行业，无论是产业界还是教育界早已将设计师和样版师（打版师、开版师等）及这两种不同类型人才的培养定位区分得清清楚楚。因为，人类社会活动和生产分工愈细，效率愈高，这早已被证明是符合客观规律的。况且，人类大脑思维本身就有抽象思维（逻辑思维）和形象思维（感性思维）两大类型区分，而多数人一般只能在其中一种思维能力上有所特长。同属服饰领域的鞋靴行业自然也概莫能外。

然而，国内鞋靴行业却对设计师与样版师角色不明、分工不清，明显违背了事物发展规律和大脑思维科学基本常识。目前，由于行业中鞋靴（类）样版师普遍一厢情愿地误认为自己是现代意义鞋靴（类）设计师，结果是伪设计总监、伪设计经理、伪设计师普遍充斥在国内鞋靴企业中，并由此导致国内很多企业设计研发工作时常陷入困境不能自拔且不自知。



作者：李金勇

当然，一名合格的鞋靴（类）设计师应是“艺术＋技术（生产）＋市场”复合应用型人才，即除了应具备较高的艺术素养，还需严格系统地学习和掌握鞋靴造型设计相关的各种知识与技术，同时还需扎实系统地掌握必要的鞋靴打版、制鞋工艺、鞋楦设计等鞋靴生产技术，以及常用鞋靴主辅材料、制鞋设备等应用知识，另外，丰富的鞋靴商业和企业实战设计研发经验也是必不可少的。

第二阶段为20世纪90年代至今，做法二，随着鞋靴消费升级，市场销售及订单越来越依赖鞋靴造型变化，越来越多的鞋靴企业在注重鞋靴结构设计的同时，开始将鞋靴造型变化引入到设计研发工作中。其设计变化手法主要有三种，第一种是样版师在本企业跟踪品牌产品造型的基础上，进行简单模仿变化，这样做的好处是，一方面新产品风格和造型在紧跟时尚和市场走向的基础上，仍然保留之前的主要造型特点（维持“脸熟好认”），因而较易获得订单，另一方面在别人鞋款基础上做简单模仿变化也较为容易；第二种是样版师将市场上现成的鞋楦、大底、鞋跟、各种花色鞋面材料、鞋靴配件（配饰、饰件、饰扣）、图案等材料或元素组合成一个新产品，这种组合设计法或拼凑法是目前国内样版师较常用的一种，此方法也相对容易掌握，新产品组合设计效果主要取决于样版师的审美眼

作者：方正伟

光；第三种是样版师将不同品牌或同一品牌但不同造型产品上的各种花色主辅材料或元素重新组合拼凑成一款新产品，与第二种方法相比，此设计变化方法同样较为简单，其变化效果也取决于样版师在审美方面是否有天赋。

由于鞋靴样版师大多没有进行过严格系统的现代鞋靴设计专业训练，且有审美天赋的样版师毕竟很少，他们运用以上设计手法推出的新产品，虽然时常也能获得一些订单，偶尔甚至还能成为热款、爆款，但总体上不能较好满足当今社会人们对鞋靴消费的“新需求”，无法有效化解消费者消费升级后“新需求”与企业间形成的主要矛盾，即满足不了鞋靴产品主要属性转换后消费者对其主要功能上的“新需求”。

面对消费者“新需求”，企业仍将鞋靴结构设计这种传统鞋靴设计作为鞋靴新产品设计研发主要技术类型或手段，已缺乏市场现实需求的支撑，因为，这些企业罔顾市场和消费升级客观规律及“新需求”客观现实。如此，许多鞋靴企业推出的“新产品”无法获得良好的市场反响也在情理之中。而且，国内鞋靴行业这种将传统鞋靴设计当做现代鞋靴（服饰）设计，也与国际服饰时尚行业和国内服装界现代服饰设计理念、内容、方式、方法、规则、套路等格格不入。

在国际服饰时尚创意设计“游戏内容、方式、方法、规则、套路”早已成熟的今天，国内外服饰同行们恐难于想象国内鞋靴行业对现代服饰设计及时尚创意的理解竟还如此外行懵懂 。

如此情况下，我们怎能与国内外真正的服饰时尚设计大咖深入广泛地说创意、谈风格、聊时尚！？当他人早已在服饰时尚创意设计的大江大河中自如游弋几十载而深得其味时，我们却还在岸上观望徘徊，甚至没有意识到去亲自“试水”以一探究竟，由此，我们又怎能领略人家时尚创意的内涵与深谙玩法背后的真正成因和原理。这或许就是我们与国内外服饰同行在设计研发及时尚创意方面的差距何止是一二个断层与代差的真正原因！

如果我们仍将鞋靴结构设计视为当今设计研发工作的主要内容和技术类型及手段，我们就难以解释以下诸多现象：为什么近一二十年很多拥有较强鞋靴结构设计与制版实力且管理能力不差的企业其经营经常陷入困境，甚至不断倒下；为什么企业推出的新产品在市场上总是缺乏竞争力；为什么企业在新产品定价上总是掌握不了话语权；为什么订货会上代理商或经销商们很少关心新产品结构设计，而总是更多关注新产品外观造型是否新颖（个性）、美观、时尚，并以此作为下单订货的主要考虑因素；为什么同为服饰产品设计研发，我们企业的“设计研发”主要内容及做法与国际服饰同行却不在一个“频道”上；为什么全国成千上万的鞋靴企业年复一年推出不计其数的新产品，却始终无法消除产品严重同质化这个困扰业界多年的问题。

2.3 现代鞋靴设计

笔者认为：现代鞋靴设计中的“现代”一词既表示现代鞋靴设计与传统鞋靴设计在理念、方法、设计

等方面有所不同，同时在程序、方式、工具上，也表现出现代鞋靴设计所具有的现代性。

“设计”在产业和企业中多叫“设计研发”“设计开发”，或简称“研发”“开发”；在服饰时尚界也常叫“创意”；在政府和职能部门行文或文宣中，通常叫“创新”。时下各界对设计另一个较流行的说词是“原创设计”，强调企业和设计师要追求独创、独有的设计研发。

现代鞋靴设计本质特征是一种实用艺术设计，属艺术学范畴下一个细分设计领域，也属于“技术”广义内涵中的一种类型，其突出特点是“艺术性＋实用性＋生产性＋市场性”缺一不可。此外，工作成果具有相对确定性也是它的重要特点之一。

现代鞋靴设计注重人的形象思维创造力和形式美感受力与掌控力，在基于鞋靴穿着舒适、材料供给、生产技术、成本控制、品牌独特理念、特定消费人群审美偏好及程度、产品原有风格和档次定位、流行主题、流行风格、流行元素等因素充分考虑和满足的基础上，强调对鞋靴造型（款式）及美感形式、风格等方面的卓越创造力和敏锐感受力与掌控力。

当然，对多数鞋靴企业来说，产品研发设计并非无节制的任意夸张变化，而必须根据定位消费人群审美接受度进行一种适度创新，同时，还需与市场同品类、同档次、同风格产品造型特点高度相符，否则其设计研发出的新产品不会得到市场的认可。

传统鞋靴设计本质特征是一种工程设计技术，属工学范畴下一个细分技术领域，强调人的逻辑思维能力和事物发展变化与形成原理的科学性、逻辑性，主要通过鞋靴结构合理设计与制版以及材料、工艺方面的合理运用，来满足消费者对足部保护、穿着舒适的需求及适应和生产企业对产品物化成型、成本控制、批量生产加工等要求。因此，现代鞋靴设计与传统鞋靴设计这二者之间既有本质不同，又相辅相成。

当今鞋靴企业提升经营效益和获取利润增长源泉所依靠的技术手段早已发生变化，作为基础性的鞋靴结构设计技术，与企业经营效益和利润增长直接关联度很小（专做制式鞋、经典鞋、贴牌加工鞋、抄袭模仿鞋的企业除外），已非支持和驱动企业发展的核心技术。现代鞋靴设计技术与企业经营效益和利润增长有着最大和最直接的关联度，是驱动和支持企业发展的一种核心技术，这早已成为国内外许多优秀服饰企业的共识。

现代鞋靴设计主要是解决消费升级后如何满足人们在情感体验与价值、文化认同方面的“新需求”，即如何为消费者提供既舒适合脚，又可以满足其对美观、个性、时尚、风格、价值观象征等方面的“新需求”。由于这种更具普遍市场价值和意义的“新需求”只能由设计师通过对鞋靴造型（款式）设计来实现和满足，因此，鞋靴造型设计构成了现代鞋靴设计的核心意涵。

有关市场调研显示，目前越来越多的消费者购买鞋靴的愿望和动机是“新需求”能够得到满足。因此，国际服饰时尚界和国内服装界无不是将服饰产品造型（款式）作为设计研发及时尚创意的重点进行研究与把握。曾几何时，“NIKE”运动鞋在国内运动鞋市场上犹如神一般的存在，除了因为 NIKE 是国际大牌，一些产品造型够酷、够潮、够炫也是其受国内消费者狂热追捧的重要原因。引发和引领国内市场“国潮”风的李宁“悟道”系列运动鞋，同样是依靠造型上的原创设计，引爆了国内市场，震撼和吸引了国内众多“Z 世代”年轻消费者。

当今社会，随着鞋靴消费不断升级，一方面人们愈来愈看重精神层面的“新需求”，另一方面随着现代社会不断开放和新事物的不断涌现，鞋靴消费呈现出多元化的追求，人们开始对鞋靴各种新实用功能也有了更多需求，现代鞋靴设计对此也应给予关注。当然，鞋靴新功能设计研发主要是靠科技人员和工程技术人员借助和运用科技元素对其新功能原理、新结构、新材料、新工艺等方面的不断突破来完成。（文中配图指导老师：陈念慧）

陈念慧：《鞋靴设计》国家级精品课和精品共享课主持人，出版《鞋靴设计学》等多部填补国内空白专著，初步构建起我国现代鞋靴设计理论体系和教学体系。

设计思维驱动鞋业原创设计

李运河（中国皮革协会设计师工作委员会轮值主席）

中国设计从改革开放初期的学习跟随西方，经过了教育界的改革和产业界的探索，随着国家发展和文化自信的回归，以2008年奥运会为节点，中国设计开始了基于民族文化的设计实践与探索，近几年的国潮、国风大有占据设计主流之趋势。同样中国鞋业设计也走过了类似的道路，从改革开放之始的模仿西方鞋款（以意大利为代表），大街上千鞋一面；到新世纪前10年，以皮鞋为主的鞋样款式变化；再到2010年后，休闲、运动等鞋品类的增加，从鞋面款式的变化到鞋材色彩、底跟的变化愈加丰富。如今，中国已经全面建成小康社会，消费升级和中产阶级对品质要求的提高，从品类消费到场景消费，促使鞋类设计不再局限于鞋面样板的设计，而是扩展为“鞋业设计”，造型、材质、技术、色彩、企划、创意等都成为鞋业设计的内容。

新形势下，面对消费者和市场的更高要求，鞋业设计如何发展、原创设计如何突破成为行业必须解决的关键问题。同时鞋业作为时尚消费品行业，一方面设计驱动是发展的重要路径选择；另一方面设计创新是品牌升级的重要基础，对于时尚行业和消费品而言，品牌的重要性又远胜于其它行业和品类。而鞋业设计要摒弃模仿、突破原创，首先是思维转变。起源于上世纪80—90年代美国IDEO和斯坦福大学D.school的设计思维（design thinking），将人的需求（human desirable）、技术可行性（technology feasible）和商业的成功（business viable）整合在一起，是一种以人为本的创新方法论（见图1）。无论是在理论上，还是实践中，对我国鞋业设计升级以及原创设计突破，都具有非常强的指导意义。

图1　设计思维的三要素

一、设计思维

目前，有关设计思维的权威定义来自于 IDEO 总裁蒂莫西·布朗（Timothy Brown）：“可以描述成这样的一种方法，运用设计师的感性和手段来满足人们的需求，技术可实现，通过可行商业战略可将其（结果）转化成消费者价值和市场机会。”（2008 年 6 月《哈佛商业评论》）。所以设计思维很好地解决了设计师要面对的四个维度的问题，即两个目标和两种手段。第一个目标是满足消费者（用户），也是设计的终极目标；第二个目标是商业成功，可以说是设计的直接目标。两种手段分别是技术手段和艺术手段。同时设计思维把两个目标和两种手段很好地融合为一体，适合于解决设计中的复杂问题，可以说是设计创新的底层思维逻辑，也是突破鞋业原创设计的基础思维。

设计思维“五步法”：共情（empathize）、定义问题（define）、创意（ideate）、原型（prototype）、测试（test）（见图 2）。所以，设计思维也是设计的一种流程和方法，一套发现问题解决问题的设计方法论，核心逻辑是发现问题解决问题，在创新创业领域，包括工作和生活中都可以应用。

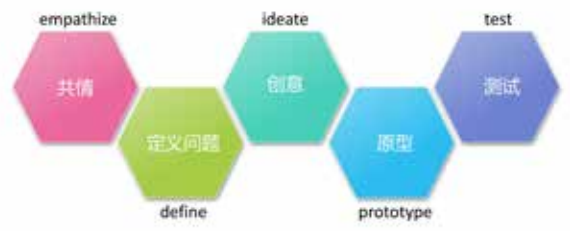


图 2　设计思维“五步法”

“五步法”中的“共情”，不再单纯依赖市场调研所得出的结论，而是提供了多视角的换位思考方式，即第一人称视角的扮演和沉浸式体验；第二人称视角的深度采访和焦点小组；第三人称视角的全方位观察。“定义问题”不单指发现问题本身，而要聚焦问题背后的“事”，看到事和问题背后的“人”，人的动机、目的、情感、价值等才是问题的本因。而“原型”，又可以链接起设计、生产、材料、技术、销售等各个部门及其人员共同完成设计任务。最后的“测试”，强调真实用户和消费者实测，通过测试可以对前面的问题定义、创意方案、原型等迭代完善。因此，设计思维是一种更加立体的、综合的、全面的思维。

二、鞋业设计再定义

伴随人类一路走来并将陪伴我们永远走下去的鞋子，从低端的满足使用要求的“能用”，到让人陶醉其中“享用”的文化价值，鞋类消费升级可以用“能用、好用、享用”三个层级来概括。

鞋类的设计定位和概念，从鞋样（帮样）→鞋类（产品）→鞋靴 / 鞋履（加入了品类、艺术内涵）→?，也在逐步拓宽和深化，鞋类的设计手段也从手工到电脑、再到未来可期的数智化。发展到今天，面对消费升级、技术蝶变，产业链和创新链的融合成为制鞋行业发展的必选路径。因此，今天的鞋类设计，不能局限于传统意义的鞋类设计，而应该是“鞋业设计群”的概念，包括：产品企划、创意设计、楦型设计、底跟设计、鞋面设计、配色设计、样板设计、工艺设计、配饰设计、面料再造等。核心是设计要从“产品”转向“产业”，就是要以鞋业设计群为工作内容和主要任务，并嵌入鞋业产业链和创新链，进而服务于产业链和创新链。

鞋业产业链除了主体的生产制造环节以外，还包括上游的原材料制造、下游的产品销售和使用等，现在的全产业链都是鞋业设计中要涉及的范围和内容（见图 3）。

图 3　鞋业产业链

鞋业创新链的主体是企业，目标是满足需求（消费者和市场），创新要素除了主体企业的研发人才和技术成果以外，主要是高校和科研院所的专业人才、知识产权和科研成果等，支持创新的保障要素则包括金融机构的资金和政府政策等。

从鞋业创新链来看，也可以用“0→1的科技创新、1→100的设计创新和100→1000的商业创新”三段式递进层级来概括，这其中设计起到关键链接作用。因此，面向未来，今天的鞋设计应该定义为鞋业设计（footwear industry design，鞋类产业设计），是以满足用户和市场需求为目的，创新性地系统解决鞋类产品全流程中的设计问题的方法和策略。

三、鞋业原创设计方法与实践

以设计思维为逻辑指导，鞋业设计新概念为基础，结合百丽鲸鱼系列原创鞋设计实践，突破鞋业原创设计需要做好主题策划、产品定位、创意设计、模具与样品试制、技术突破与创新等五个步骤的工作。

1. 主题策划。原创设计首先需要一个主题，这个主题应该根植于品牌，来源于产品企划，最终以主题策划案ppt的形式表达，是整个原创设计工作的指导文件。主题就是名字，如鲸鱼一代“鲸嬉”、二代“鲸跃”、三代“飞鲸”。

2. 产品定位。以品类为基础，结合主题，深刻洞悉消费对象的消费心理和需求，使用场景及文化功能等。准确找到消费痛点，定义问题，以此转化为市场兴奋点。鲸鱼系列老爹鞋以“轻软弹”为产品定位，既契合主题，又抓住了市场消费痛点。

3. 创意设计。创意设计阶段对于原创设计而言，难点在于既要源于主题，不是自由创作；又要完全创新，不能有别人的影子。

原创鞋要求视觉锤形象、底跟形体造型、鞋面款式线条等都是原创的，并统一在主题之下，与产品定位相得益彰。以二代“鲸跃鱼”鞋为例，其创意设计包括视觉锤形象创意、侧墙故事创意、底花创意设计、鞋面设计、配色设计等五步。

（1）视觉锤形象创意设计。就是将设计主题进行高辨识度的视觉化形象凝练，相当于点题，就是原创鞋符号化的视觉中心形象。多次头脑风暴和多个创意方案否定之后的“高高跃起的鲸鱼尾巴”，会让消费者和市场牢牢记住原创鞋的设计主题（见图4）。

（2）侧墙故事创意设计。首先，围绕视觉锤的故事创意是侧墙原创设计的基础，以礁石和海浪的故事呼应视觉锤跃起的尾巴；其次，就是故事的视觉化设计，既要符合鞋底结构和功能，又要呼应产品定位（见图4）。

（3）底花创意设计。在视觉锤、侧墙故事创意设

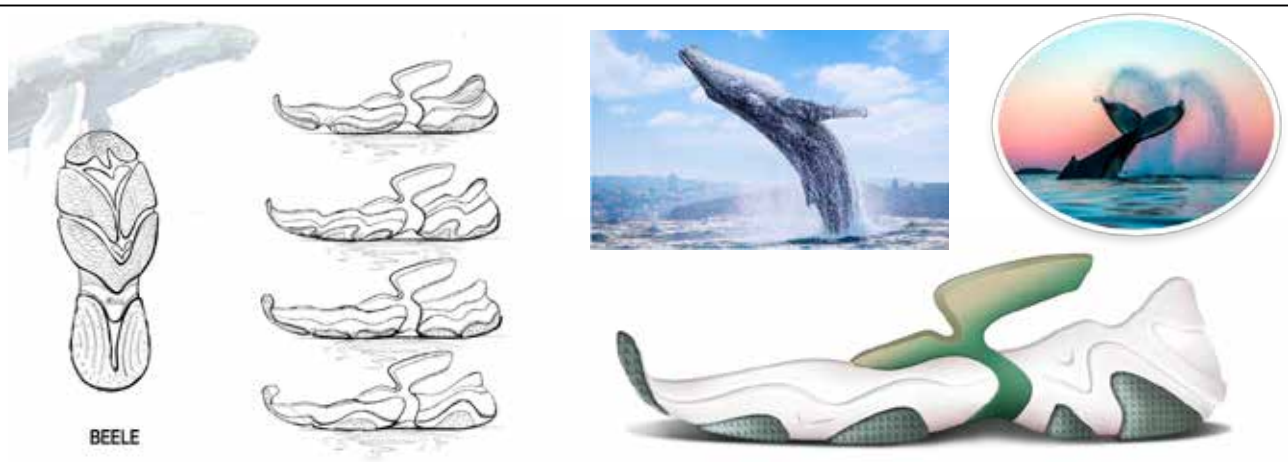


图4　二代“鲸跃”视觉锤“跃起的尾巴”

计的基础上，进一步寻找创意元素，进行故事化诠释和视觉化设计，以世界地图为故事元素，创意设计出鞋底的块面和花纹图案（见图 5）。

前三步都是围绕鞋底的设计，是原创设计的核心和难点，占整个鞋款设计成本的 60% ~ 70%。这是由于鞋底的模具成本和价值比重大，且原创系列的代际也是以鞋底的迭代来划分的，如对于二代鞋底之上的鞋面迭代称之为 2.1、2.2、2.3……

（4）鞋面结构设计。以鞋底设计为基础，在设计主题的统领下，针对消费群体及年龄段，符合流行时尚和趋势，进行鞋面结构的创意设计。同时，鞋（帮）面各部件尺寸设计应符合目标消费群体的脚型结构，并注重对线条和细节的打磨。

（5）配色设计。考虑潮流趋势、消费群体喜好、品类属性、使用场景与用途等因素，进行系列鞋产品的配色设计。

4. 模具与样品试制。原创设计从图纸到样品，需要各相关部门在设计师的指导下，紧密合作完成。在反复试制中，最为重要的是务必遵从设计稿，其中材料和技术在遵循设计的前提下，可以反向对设计进一步修缮和增色。以二代“鲸跃”为例，此阶段由品牌方、设计方、生产方共同参与，鞋底模具制作采用先开木模底，经过与设计师团队沟通及修改确定后，再开鞋底金属模具的分步法。既保证原创设计，又控制了成本。最后，针对样品鞋适脚试穿反馈意见改进完善，也是必须的环节。

5. 技术突破与创新。原创设计除了主题和设计上的原创性以外，追求技术上的突破和创新也是原创设计不可分割的重要组成部分。因为设计要产品化从来都离不开技术的相伴，设计和技术犹如一枚硬币的两面，一体而不可分割。

以“二代“鲸跃”系列设计为例，首先采用百丽灵动科技 ELAST-LSE，采用高弹性高分子材料，制成独有的全新高弹大底，且耐磨抓地力强；二代“鲸跃”的视觉锤，从底部延伸至鞋面腰部的 TPU 材质的鲸鱼尾巴，打破了底和面的界线，增加了第二道技术门槛；侧面尾鳍造型与 KPU 复合技术的协调，以及底部的橡塑发泡、橡胶贴片和 TPU 贴合的多材质技术等工艺细节，增加了技术难度（见图 6）。

经过以上的深入剖析，可以看出，前面的主题策划和产品定位就是围绕消费者所做的“共情”和“找准问题定义问题”的设计思维的前二步，而这二步在设计中是至关重要的，决定着设计的方向和目标。

四、鞋业原创设计路径探索

1. 以设计思维为底层逻辑指导设计工作。以共情为基础准确定义问题，找准设计方向，以原型速做融合

图 5　二代“鲸跃”世界地图元素鞋底块面和花纹设计

图 6　二代“鲸跃”的主要技术创新点

创新链各相关方共同完成原创设计，最终达到融合人（消费者）的需求、技术可行和商业成功一体化的目标。

2. 重塑“鞋业设计”概念，建立系统全流程设计理念。摒弃局限于鞋类款式设计的传统概念，适应当前及未来鞋业设计要求，明确鞋业设计群内容，服务于鞋业产业链和创新链。在鞋业设计中，坚持以满足用户和市场需求为目的，创新性地系统解决鞋类产品全流程中的设计问题，实现原创设计在鞋业中的突破。

3. 设计创新和技术创新的融合是提升原创设计能力的有效途径。符合市场消费趋势、契合品牌 IP 和产品品类属性的主题创意是原创设计的开端和统领；其次对主题进行故事化诠释；第三是故事诠释的视觉设计转化和视觉锤形象的提炼，是突破原创设计的难点之一。原创设计的另一个突破难点是技术创新，以及技术创新与设计造型、主题创意的融合协调。

推而广之，就是说原创设计不仅要有艺术和文化内涵，也要有技术创新的支持，即“原创设计 = 艺术 + 技术 + 文化”。

4. 创新链和产业链的多元合作模式是实现原创设计的有效机制。实现鞋业原创设计需要贯通鞋业产业链上下游，调动创新链上的优质创新要素，围绕设计主题和产品定位实现突破与创新。

结合我国制鞋行业设计偏弱，技术有待进一步提高的实际，突破鞋业原创设计可采取“品牌方、院校方、产业方”协作配合、融合创新的模式。其中，一是组建形成多元设计团队（品牌方、设计公司、高校师生设计团队等），二是采用数字化设计手段和线上线下混合的远程设计方式，三是探索建立优势互补、利益共享、密切配合的保障机制。

随着《质量强国建设纲要》发布和消费升级的拉动，“高质量发展”将成为中国经济的主旋律，要实现我国鞋业由大向强的转变，助力产品质量的提升、原创设计的突破和品牌的升级，作为时尚消费品的鞋类，设计和品牌尤显重要，这其中设计又是品牌的基础。目前，我国鞋业排头的一批链主企业，经过几十年的发展积淀，已经具备了突破原创设计瓶颈的实力，需要的是：树立信心、找准路径、用对方法、激活团队，实现原创设计突破，争创国际品牌。

李运河：温州大学二级教授，教育部轻工类专业教指委委员，浙江省鞋业产业首席专家，温州时尚学院院长。国家精品课程和精品资源共享课《鞋靴结构设计》主持人，出版《皮鞋设计学》等多部著作，发表论文 56 篇。领衔百丽鲸鱼系列 2.0—3.0 原创设计；自主研发鞋类设计软件 Shoeworks，获国家软件著作权。

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

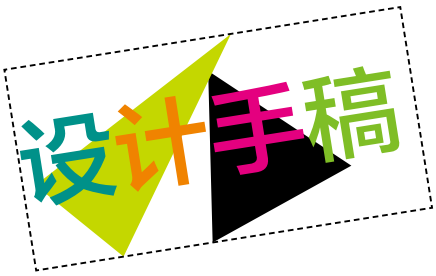
重庆隆发皮革制品有限责任公司
Chongqing Longfa Leather Co., Ltd.
乐山巨星农牧股份有限公司
Leshan Giantstar Farming & Husbandry Corporation Limited
辛集市凌爵皮革有限责任公司
Xinji Lingjue Leather Co., Ltd.
济南鲁日钧达皮革有限公司
Jinan Lun NOVda Leather Co., Ltd.
柏德皮革（中国）有限公司
Bader China Ltd.
湖南立得皮革有限公司
Hunan Lead Leather Co., Ltd.
河北耿氏同盈裘革制品股份有限公司
Hebei Peter geng Double Face Leather Co., Ltd.
中牛集团有限公司
Zhongniu Group Co., Ltd.
明新旭腾新材料股份有限公司
Mingxin Automotive Leather Co., Ltd.
峰安皮业股份有限公司
Fengan Leather Co., Ltd.
福建冠兴皮革有限公司
Fujian Guanxing Leather Co., Ltd.
晋江源泰皮革有限公司
Jinjiang Yuantai Leather Co., Ltd.
晋江市安海恒泰制革有限公司
Hengtai Tannery Co., Ltd.
珍寿实业（商丘）有限公司
Zhenshou Industries (Shangqiu) Co., Ltd.
河南三和皮革制品有限公司
Henan Sanhe Leather Products Co., Ltd.
黄骅德富皮革制品有限公司
Huanghua Defu Leather Products Co., Ltd.
徐州南海皮厂有限公司
Xuzhou Nanhai Leather Factory Co., Ltd.
辛集市梅花皮业有限公司
Xinji City Meihua Leather Co., Ltd.
浙江祥隆皮革有限公司
Zhejiang Xianglong Leather Co., Ltd.
北海东红制革有限公司
Beihai Tong Hong Tannery Co., Ltd.
东莞裕祥鞋材有限公司
PrimeAsia China Leather Co., Ltd.
海宁市富升裘革有限公司
Haining Fusheng Fur and Leather Co., Ltd.
甘肃宏良皮业股份有限公司
Gansu Hongliang Leather 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.

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.
浙江富卡科技有限公司
Zhejiang AFC Technology Co., Ltd.
福建泰庆制革有限公司
Fujian Tyche Leather Industry Co., Ltd.
玉林市富英制革有限公司
Yulin City Fuying Leather Co., Ltd.
浙江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
Yata Tannery Co., Ltd.
新裕发皮业有限公司
New Yufa 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.
辛集市宏西海皮革有限公司
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

广告

作品名称：错综
作者：李娟、周婷
单位：广州番禺职业技术学院
设计说明：“错综”系列设计主要营造的是简约又个性的设计风格，运用了几何美学，展现质感简约的玩味之举，单柄的手提方式是这款包的特色所在。对皮革进行了染色处理，木质手柄与饰扣相呼应，简约中带有一丝沉稳的视觉感受。



作品名称：真丝皮草短靴

作者：刘科江、董衡乡

单位：广州番禺职业技术学院

设计说明：灵感来源于孔雀开屏时的覆羽，并结合未来流行趋势设计而成。多种饱和度偏灰的流行色，传递充满灵动的感受。孔雀开屏时的扇形流线造型表达人们心中对自由的探寻与追求。银色五金配饰，增添一抹亮色。真丝皮草做搭配，使鞋内湿度降低百分之七十，温度稳定在人体适宜温度，同时拥有透气性，吸湿性，保暖性。毛被光滑的触感和充满光泽的视觉效果，同时兼具动物皮草和化纤皮草的优点，打造出一款适宜通勤的个性实用短靴。

中国皮革协会（以下简称“中皮协”）2011 年开始每年对中国水貂、狐、貉的数量进行统计。统计工作主要由中皮协毛皮经济动物养殖专业委员会（以下简称“中皮协养殖委”）负责，以实地调研统计为主，统计地区涵盖了辽宁、吉林、黑龙江、河北、山东等重点毛皮动物养殖省份。

2022 年 中国水貂、狐、貉 取皮数量统计及市场分析

文、图 / 王殿华

一、统计结果

2022 年中国水貂、狐、貉取皮数量统计结果见表 1。

表 1　2022 年中国水貂、狐、貉取皮数量　　单位：万张

种类 / 时间	水貂		狐		貉	
2022 年	数量	同比	数量	同比	数量	同比
	579	-15.61%	836	-23.95%	791	-13.88%

二、统计分析

（一）2022 年中国水貂、狐、貉取皮数量分析

1. 水貂取皮数量分析

2022 年中国水貂取皮数量约 579 万张，与 2021 年统计数量相比减少了 15.61%。从 2010 年到 2022 年取皮数量看，2014 年水貂取皮数量达到峰值，之后取皮数量呈明显下降趋势。2010—2022 年中国水貂取皮数量对比，见图 1。

图 1

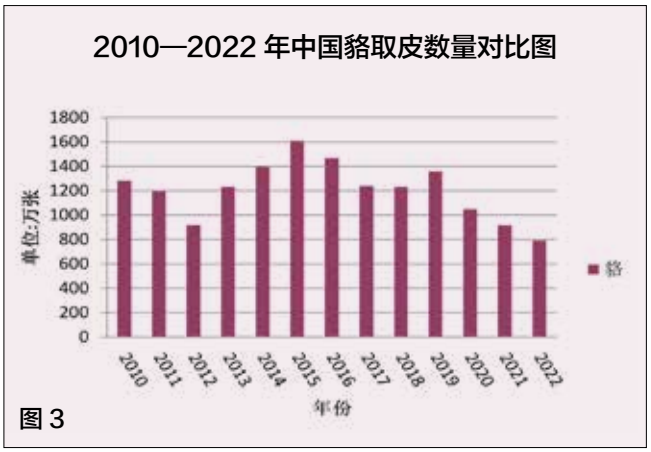


图 3

2. 狐取皮数量分析

2022 年中国狐取皮数量约 836 万张，与 2021 年统计数量相比减少了 23.95%。从 2010 年到 2022 年取皮数量情况看，2018 年以前整体呈起伏状态，2018 年取皮数量达到顶峰，2018 年以后呈持续下滑态势。2010—2022 年中国狐取皮数量对比，见图 2。

图 2

3. 貉取皮数量分析

2022 年中国貉取皮数量约 791 万张，与 2021 年统计数量相比减少了 13.88%。从 2010 年到 2022 年取皮数量情况看，整体呈现起伏状态，已经连续三年出现下滑。2010—2022 年中国貉取皮数量对比，见图 3。

（二）2022 年中国水貂、狐、貉取皮数量分布情况

1. 水貂取皮数量分布

2022 年中国水貂取皮数量最大省份为山东省，占全国水貂取皮总量的 58.58%；辽宁省位居第二位，占 28.49%；黑龙江省位居第三位，占 6.04%。以上三个省份的水貂取皮数量占全国水貂取皮总量的 93.11%。2022 年中国水貂取皮数量各省份所占比重，见图 4。

图 4

2022 年中国水貂取皮数量排名前十位的城市分别为：大连、潍坊、威海、烟台、临沂、青岛、哈尔滨、秦皇岛、菏泽和日照。

2. 狐取皮数量分布

2022 年中国狐取皮数量最大省份为山东省，占全国狐取皮总量的 46.30%；辽宁省位居第二位，占 22.95%；河北省位居第三位，占 20.32%。以上三个省份的狐取皮数量占全国狐取皮总量的 89.57%。2022 年中国狐取皮数量各省份所占比重，见图 5。

图 5

2022 年中国狐取皮数量排名前十位的城市分别为：潍坊、秦皇岛、锦州、辽阳、哈尔滨、唐山、大庆、威海、大连和鞍山。

3. 貉取皮数量分布

2022 年中国貉取皮数量最大省份为河北省，占全国貉取皮总量的 69.27%；山东省位居第二位，占 18.66%；黑龙江省位居第三位，占 7.58%。以上三个省份的貉取皮数量占全国貉取皮总量的 95.51%。2022 年中国貉取皮数量各省份所占比重，见图 6。

2022 年中国貉取皮数量排名前十位的城市分别为：秦皇岛、唐山、沧州、潍坊、衡水、哈尔滨、威海、石家庄、大庆和聊城。

三、总结和建议

（一）2022 年毛皮服装及制品总体销量情况不容乐观。12 月下旬疫情防控等级降级之后，国内市场虽

图 6

然出现了销售小高峰，但是销售期短暂且多以库存服装为主；国际市场毛皮服装需求疲软，全年出口数量出现明显下滑，特别是出口俄罗斯数量锐减，毛皮行业总体运行依然承压前行。从全球皮张供求关系看，近几年生产的皮张数量持续减少，毛皮服装及制品销售也呈下滑趋势，特别是去年国内皮张库存有所增加，预计 2023 年上半年皮张价格受春节前后制品销售旺盛刺激影响可能出现小幅上扬，但行业发展仍然没有走出低谷期，建议国内养殖企业谨慎扩群。

（二）近几年在全球养殖数量锐减的情况下，优良种源和优质原料皮将成为养殖企业的核心竞争要素，建议养殖单位立足科学和安全性养殖生产，特别是要重视饲料营养配比，以提高种源质量和产子成活率为重点，同时鼓励有条件的养殖企业联合科研单位对毛皮动物主要常见疾病进行攻关，促进行业高质量发展。

（三）中皮协也将继续做好中国水貂、狐、貉取皮数量统计工作，为行业提供预警信息，中皮协将继续开展国际动物福利示范场认定及复评工作，引导国内养殖企业提升科学养殖水平。

（注：相关媒体、单位及个人如引用本文内容、数据，注明来源：中国皮革协会。）

2022年中国进口原料皮及半成品革和已鞣毛皮数据分析

文、图/雒 霞

2022年，中国共进口原料皮及半成品革和已鞣毛皮172.3万吨，合计金额27.4亿美元，比上年分别下降7.6%和22.5%，较2019年分别下降5.8%和14.3%。

一、生皮

2022年，中国进口生皮120.7万吨，货值总计13.5亿美元，比上年分别下降3.1%和6.9%，较2019年分别增长4.5%和16.9%。进口产品平均单价1.12美元/千克，同比下降3.5%。从进口生皮种类来看，以牛皮和绵羊皮为主，二者分别占生皮进口货值的84.1%和15.4%，合计占比99.5%。

2022年中国进口生皮量值

分类	数量（吨）	金额（万美元）	量同比%	额同比%
牛皮	950975	113280	-4.6	-7.5
绵羊皮	251937	20773	6.5	-0.4
山羊皮	658	63	-14.6	-20.9
猪皮	1155	73	-83.5	-83
其他生皮	2419	484	-46.5	-39.3

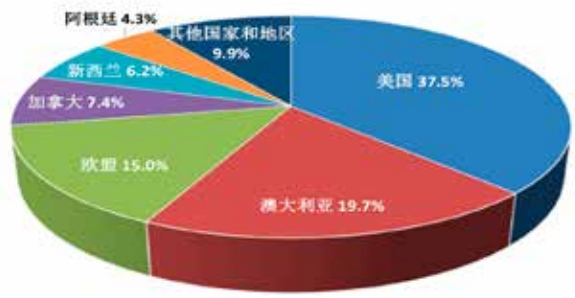
1. 以进口额为基准，生皮进口来源地分析

2022年，中国进口生皮以进口额为基准，排名前六的来源地有美国、澳大利亚、欧盟、加拿大、新西兰和阿根廷，其合计占比90.1%。从进口额同比来看，占比排名前三的美国、澳大利亚和欧盟均为下降。

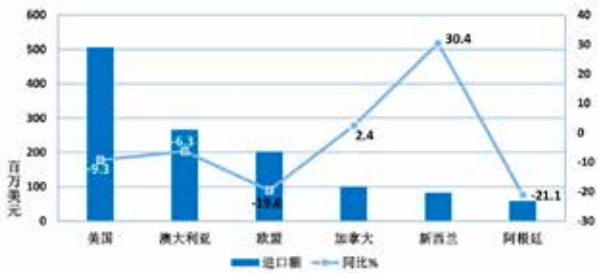
2. 以进口量为基准，生皮进口来源地分析

2022年，中国进口生皮以进口量为基准，排名前六的来源地有美国、澳大利亚、欧盟、加拿大、新西兰和阿根廷，其合计占比92.1%。从进口量同比来看，澳大利亚、加拿大和新西兰为增长，其他来源地均为下降。

2022年中国以金额为准进口生皮主要来源地占比



2022年中国以金额为准进口生皮主要来源地同比



3. 生皮进口量前六来源地的产品单价分析

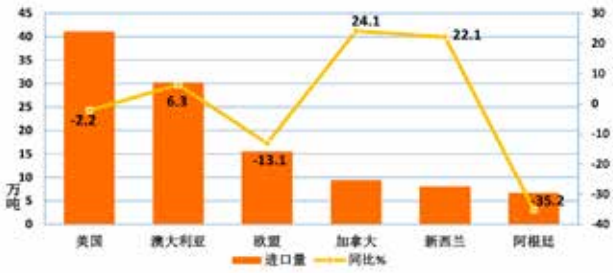
2022年，从生皮进口量前六来源地的产品单价来

看，欧盟、美国、加拿大和新西兰的产品单价在 1.0~1.3 美元 / 千克之间，其他两地不足 1 美元 / 千克。

2022 年，中国进口生皮主要集中在河北、福建、天津、山东、河南等省市，其进口贸易方式以一般贸易为主，加工贸易为辅。

2022 年中国以数量为准进口生皮主要来源地占比

2022 年中国以数量为准进口生皮主要来源地同比



2022 年中国以数量为准进口生皮主要来源地单价同比

二、半成品革

2022 年，中国进口半成品革 50.1 万吨，货值总计 10.2 亿美元，比上年分别下降 15.8% 和 18.3%，较 2019 年分别下降 22.5% 和 6.2%。进口产品平均单价 2.02 美元 / 千克，同比下降 3.4%。从进口半成品革种类来看，以牛皮半成品革为主，占半成品革进口货值的 93.4%。

2022 年中国进口半成品革量值表

分类	数量（吨）	金额（万美元）	量同比 %	额同比 %
牛	467996	94759	-15.9	-18.1
绵羊	6953	935	-21.0	-42.0
山羊	3448	708	-13.0	-13.6
猪	22326	4482	-15.0	-21.1
其他半成品革	897	617	27.3	46.2

1. 以进口额为基准，半成品革进口来源地分析

2022 年，中国进口半成品革以进口额为基准，排名前六的来源地有巴西、美国、东盟、欧盟、孟加拉国和阿根廷，其合计占比 76.0%。从进口额同比来看，仅孟加拉国有 9.0% 的增长，其他来源地均为下降。

2. 以进口量为基准，半成品革进口来源地分析

2022 年，中国进口半成品革以进口量为基准，排名前六的来源地有巴西、东盟、欧盟、美国、阿根廷和孟加拉国，其合计占比 78.9%。从进口量同比来看，仅东盟有 2.1% 的增长，其他来源地均为下降。

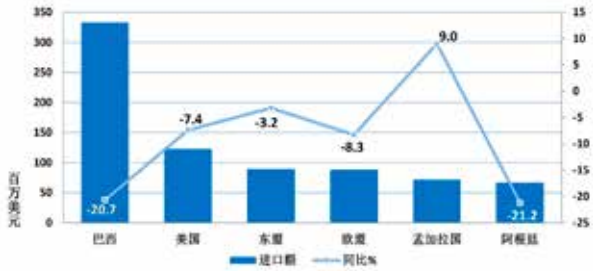
3. 半成品革进口量前六来源地的产品单价分析

2022 年，从半成品革进口量前六来源地的产品单价来看，孟加拉国产品单价最高，为 4.83 美元 / 千克；其次阿根廷的产品单价为 3.19 美元 / 千克；再次，美国和巴西的产品单价在 2.2~2.5 美元 / 千克之间；东盟、欧盟两个市场的产品单价 1.0~1.2 美元 / 千克。

2022 年，中国进口半成品革主要集中在广东、福建、浙江、山东和上海等省市，其进口贸易方式主要为一般贸易、加工贸易和保税仓。

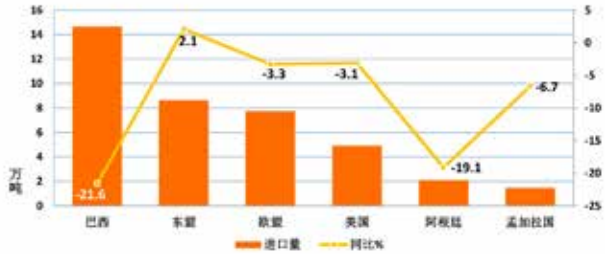
2022 年中国以金额为准进口半成品革主要来源地**占比**

2022 年中国以金额为准进口半成品革主要来源地**同比**

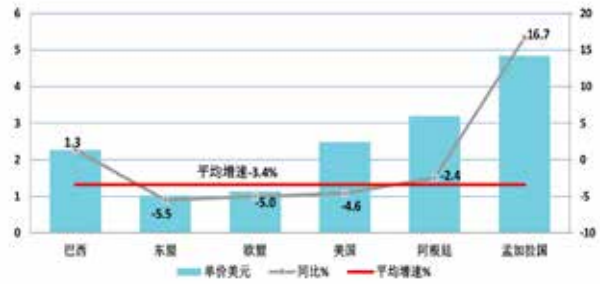


2022 年中国以数量为准进口半成品革主要来源地**占比**

2022 年中国以数量为准进口半成品革主要来源地**同比**



2022 年中国以数量为准进口半成品革主要来源地单价**同比**



三、生毛皮

2022 年，中国进口生毛皮 1.19 万吨，货值总计 3516.9 万美元，比上年分别下降 37.9% 和 72.6%，较 2019 年分别下降 43.8% 和 90.2%。进口产品平均单价 2.95 美元 / 千克，同比下降 56.0%。从进口生毛皮种类来看，主要以狐狸皮和兔皮为主。

2022 年中国进口生毛皮量值表

分类	数量（吨）	金额（万美元）	量同比 %	额同比 %
狐狸皮	425	2953	-65.8	-74.3
兔皮	11370	526	-36.0	-52.5
其他生皮	107	37	-19.8	-83.6

1. 以进口额为基准，生毛皮进口来源地分析

2022 年，中国进口生毛皮以进口额为基准的来源地集中在欧盟地区，占比 99.4%。从欧盟地区来看，又集中在芬兰、西班牙、意大利、法国和比利时五国，其合计占比是中国生毛皮进口总量的 99.0%。从进口额同比来看，主要来源地均为下降。

2. 以进口量为基准，生毛皮进口来源地分析

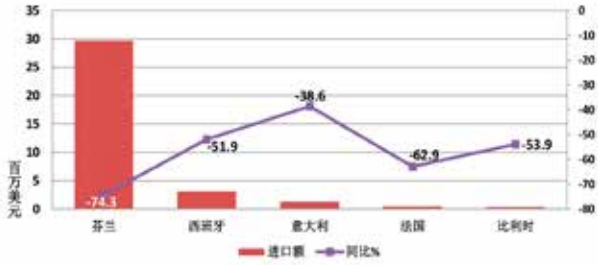
2022 年，中国进口生毛皮以进口量为基准的来源地同样集中在欧盟地区，合计占比为 99.9%，其同比也均为下降。

3. 生毛皮进口量主要来源地的产品单价分析

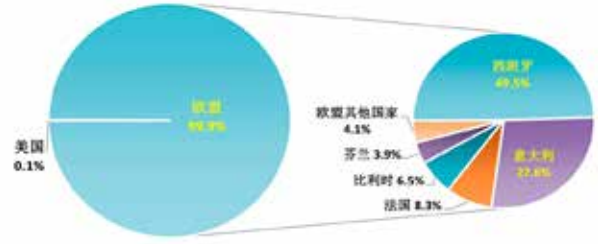
2022 年，从生毛皮进口量主要来源地的产品单价来看，芬兰的产品单价最高，为 63.73 美元 / 千克，其他四地的产品单价均不足 1 美元 / 千克。

2022 年中国以金额为准进口生毛皮主要来源地**占比**

2022 年中国以金额为准进口生毛皮主要来源地**同比**



2022 年中国以数量为准进口生毛皮主要来源地**占比**



2022 年中国以数量为准进口生毛皮主要来源地**同比**

2022 年中国以数量为准进口生毛皮主要来源地单价**同比**

2022 年，中国进口生毛皮主要集中在浙江、北京、天津、河北和山东五省市，其进口贸易方式比较单一，仅为一般贸易。

四、已鞣毛皮

2022 年，中国进口已鞣毛皮 2128.1 吨，货值总计 3.5 亿美元，比上年分别下降 33.9% 和 51.9%，较 2019 年分别下降 58.2% 和 42.8%。进口产品平均单价 163.1 美元 / 千克，同比下降 27.3%。从进口已鞣毛皮种类来看，主要以已鞣水貂皮为主，占已鞣毛皮进口货值的 92.1%。

2022 年中国进口已鞣毛皮量值表

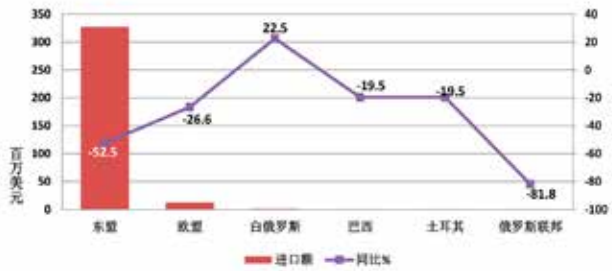
分类	数量（吨）	金额（万美元）	量同比 %	额同比 %
水貂皮	1322	31954	-37.0	-51.8
羔羊皮	26	150	-24.2	-24.6
兔皮	22	3.7	-25.4	-81.1
其他已鞣毛皮	758	2599	-28.4	-54.5

1. 以进口额为基准，已鞣毛皮进口来源地分析

2022 年，中国进口已鞣毛皮以进口额为基准，排名前六的来源地有东盟、欧盟、白俄罗斯、巴西、土耳其和俄罗斯，其合计占比 99.4%。从进口额同比来看，仅白俄罗斯有 22.5% 的增长，其他来源地均为下降。

2022 年中国以金额为准进口已鞣毛皮主要来源地**占比**

2022 年中国以金额为准进口已鞣毛皮主要来源地**同比**



2. 以进口量为基准，已鞣毛皮进口来源地分析

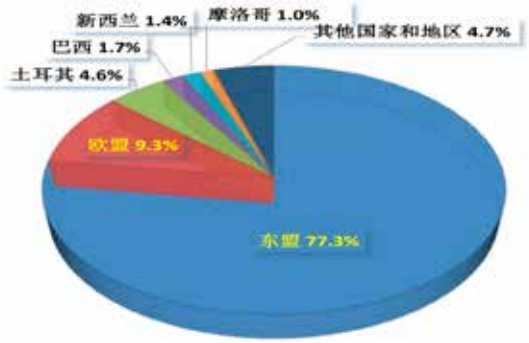
2022 年，中国进口已鞣毛皮以进口量为基准，排名前六的来源地有东盟、欧盟、土耳其、巴西、新西兰和摩洛哥，其合计占比 95.3%。从进口量同比来看，摩洛哥和土耳其两地分别有 131.6% 和 18.8% 的增长，其他来源地均为下降。

3. 已鞣毛皮进口量前六来源地的产品单价分析

2022 年，从已鞣毛皮进口量前六来源地的产品单价来看，量占比最大的东盟，其产品单价也最高，为 198.92 美元 / 千克；其次欧盟的产品单价为 65.35 美元 / 千克；而来源地排名第六的摩洛哥产品单价最低，仅为 1.64 美元 / 千克；其他三个来源地的产品单价在 11.0~31.8 美元 / 千克之间。

2022 年，中国进口已鞣毛皮主要集中在浙江、河北、北京和广东等省市，其进口贸易方式主要以一般贸易为主，加工贸易和保税仓为辅。

2022 年中国以数量为准进口已鞣毛皮主要来源地**占比**



2022 年中国以数量为准进口已鞣毛皮主要来源地**同比**

2022 年中国以数量为准进口已鞣毛皮主要来源地单价**同比**

2023年中国皮革行业产品进出口关税新动态

文/雒 霞

2023年中华人民共和国海关进出口税则已于1月1日生效实施，其中皮革行业产品进出口关税情况如下：

一、最惠国进口税率保持不变

2023年皮革行业产品合计289个税号（8位码税号和10位码税号）的最惠国平均进口税率为8.58%，保持不变。

二、自贸区协定进口税率变化注①

2023年中国与有关国家或地区已签署并生效的自贸协定和优惠贸易安排（双边或多边自贸区）共计19个，分别是《区域全面经济伙伴关系协定》（RCEP）、亚太贸易协定，中国与东盟、冰岛、格鲁吉亚、巴基斯坦、韩国、瑞士、哥斯达黎加、秘鲁、柬埔寨、澳大利亚、毛里求斯、新西兰、新加坡、智利、中国香港、中国澳门和中国台湾的自贸协定或优惠贸易安排。

2023年按照《区域全面经济伙伴关系协定》（RCEP）进一步降税，根据RCEP有关规定以及协定对印度尼西亚生效情况，自2023年1月2日起，对原产于印度尼西亚的部分进口货物实施RCEP东盟成员国2023年所适用的协定税率。

1、七个自贸区协定进口税率进一步下调

自2023年1月1起，中国自冰岛、巴基斯坦、韩国、瑞士、毛里求斯、新加坡和中国台湾共7个自贸区进口的皮革行业产品协定进口关税

税率进一步降低，具体情况如下。

（1）冰岛

2023 年中国从冰岛进口的皮革行业产品平均进口关税税率为 0.55%，在上年基础上下调了 0.28 个百分点，比最惠国平均进口关税税率低 8.03 个百分点，下调范围主要涵盖成品革和皮革手套两个类别的产品。其中：皮革手套产品平均进口关税税率为 3.33%，在上年基础上下调了 6.67 个百分点；成品革产品进口关税税率在上年基础上全部下调至零关税；其他皮革制品、已鞣毛皮、毛皮服装、其他毛皮制品等 4 类产品的进口关税税率保持不变；其他皮革行业产品的进口关税税率继续为 0。

（2）巴基斯坦

2023 年中国从巴基斯坦进口的皮革行业产品平均进口关税税率为 4.42%，在上年基础上下调了 0.2 个百分点，比最惠国平均进口关税税率低 4.16 个百分点，下调范围基本涵盖了皮革行业的主要产品。其中：皮革化工材料、生皮、其他皮革制品、已鞣毛皮、其他毛皮制品、鞋类和机器零件共 7 类产品的平均进口关税税率下调范围在 0.1 ~ 0.6 个百分点之间，在上年的基础上，分别下调了 0.25 个百分点、0.26 个百分点、0.12 个百分点、0.17 个百分点、0.33 个百分点、0.24 个百分点、0.50 个百分点；成品革产品平均进口关税税率为 2.74%，在上年基础上下调了 1.24 个百分点；皮革机械产品平均进口关税税率为 1.0%，在上年基础上下调了 1.0 个百分点；箱包产品平均进口关税税率为 5.16%，在上年基础上下调了 0.05 个百分点；皮革服装、皮革手套、足篮排球 3 类产品进口关税税率继续为 0；其他皮革行业产品的进口关税税率保持不变。

（3）韩国

2023 年中国从韩国进口的皮革行业产品平均进口关税税率为 3.09%，在上年基础上下调了 0.82 个百分点，比最惠国平均进口关税税率低 5.49 个百分点，下调范围基本涵盖了皮革行业的主要产品。其中：皮革化工材料、生皮、半成品革、成品革、其他皮革制品、皮革机械、机器零件、皮面坐具共 8 类产品的平均进口关税税率下调范围在 0.1~0.9 个百分点之间，在上年的基础上分别下调了 0.13 个百分点、0.16 个百分点、0.69 个百分点、0.70 个百分点、0.89 个百分点、0.80 个百分点、0.80 个百分点、0.10 个百分点；箱包、皮革手套、生毛皮、毛皮服装、其他毛皮制品、鞋类、鞋靴零件、足篮排球共 8 类产品平均进口关税税率下调范围在 1.0~1.8 个百分点之间，在上年的基础上分别下调了 1.24 个百分点、1.30 个百分点、1.32 个百分点、1.20 个百分点、1.53 个百分点、1.14 个百分点、1.06 个百分点、1.20 个百分点；已鞣毛皮产品平均进口关税税率为 3.35%，在上年基础上下调了 2.09 个百分点；皮革服装产品进口关税税率继续为 0。

（4）瑞士

2023 年中国从瑞士进口的皮革行业产品平均进口关税税率为 0.09%，在上年基础上下调了 0.86 个百分点，比最惠国平均进口关税税率低 8.49 个百分点，下调范围基本涵盖皮革行业主要产品。其中：皮革化工材料产品平均进口关税税率为 0.50%，在上年基础上下调了 0.09 个百分点；其他皮革制品产品平均进口关税税率为 0.38%，在上年基础上下调了 0.85 个百分点；生皮、半成品革、成品革、箱包、皮革手套、生毛皮、已鞣毛皮、毛皮服装、其他毛皮制品、鞋类、鞋靴零件、足篮排球共 12 类产品进口关税税率在上年基础上全部下调至零关税；其他皮革行业产品进口关税税率继续为 0。

（5）毛里求斯

2023 年中国从毛里求斯进口

的皮革行业产品平均进口关税税率为1.18%，在上年基础上下调了0.59个百分点，比最惠国平均进口关税税率低7.40个百分点，下调范围主要涵盖成品革、箱包、其他皮革制品、毛皮服装、鞋类等5类产品。其中：成品革、箱包、其他皮革制品等3类产品的平均进口关税税率下调范围在0.1~0.8个百分点之间，在上年的基础上分别下调了0.09个百分点、0.74个百分点、0.42个百分点；鞋类产品平均进口关税税率为5.10%，在上年基础上下调了2.55个百分点；毛皮服装产品平均进口关税税率为9.20%，在上年基础上下调了4.60个百分点；其他皮革行业产品进口关税税率继续为0。

（6）新加坡

2023年中国从新加坡进口的皮革行业产品平均进口关税税率为3.13%，在上年基础上下调了0.08个百分点，比最惠国平均进口关税税率低5.45个百分点，下调范围主要涵盖皮革化工材料、生皮和半成品革等3个类别的产品。其中：皮革化工材料产品平均进口关税税率为4.87%，在上年基础上下调了0.40个百分点；生皮产品平均进口关税税率为5.80%，在上年基础上下调了0.11个百分点；半成品革产品平均进口关税税率为2.78%，在上年基础上下调了0.17个百分点；皮革手套、生毛皮、毛皮服装、鞋靴零件、足篮排球5类产品进口关税税率继续为0；其他皮革行业产品的进口关税税率保持不变。

（7）中国台湾

2023中国大陆从中国台湾进口的皮革行业产品平均进口关税税率为8.04%，在上年基础上下调了0.08个百分点，比最惠国平均进口关税税率低0.54分点，下调范围主要涵盖皮革化工材料、生皮、半成品革和鞋类共4个类别的产品。其中：皮革化工材料产品平均进口关税税率为4.51%，在上年基础上下调了0.19个百分点；生皮产品平均进口关税税率为7.40%，在上年基础上下调了0.11个百分点；半成品革产品平均进口关税税率为8.56%，在上年基础上下调了0.17个百分点；鞋类产品平均进口关税税率为8.96%，在上年基础上下调了0.11个百分点；其他皮革行业产品进口关税税率保持不变。

2、三个自贸区协定进口税率保持不变

2023年中国自东盟、秘鲁和亚太贸易协定国家的皮革行业产品协定进口关税税率保持不变，其中亚太贸易协定国家和秘鲁2个自贸区的协定进口平均关税税率分别是7.55%和0.42%；东盟自贸区的协定进口平均关税税率为0.02%，仅皮面机动车辆用坐具（税号：94012010）有5%的进口关税税率，其他皮革行业产品进口关税税率均为0。

3、八个自贸区协定进口税率为零

2023年在中国19个双边或多边自贸区中，皮革行业产品全部税号进口关税税率为零的国家和地区共有8个，分别为格鲁吉亚、哥斯达黎加、澳大利亚、柬埔寨、新西兰、智利、中国香港、中国澳门。

三、12个皮革行业产品的暂定下调进口税率保持不变

2023年中国涉及皮革行业主要产品的进口关税暂定税率税号共有12个，涉及皮革行业主要产品的有皮革化工材料2个税号、半成品革6个税号、生毛皮3个税号、鞋类1个税号（详见表1）。

四、继续实施特惠税率

2023年继续给予44个与我国建交并完成换文手续的最不发达国家的皮革行业产品零关税待遇，实施特惠税率适用商品范围和税率保持不变。

五、出口关税税率

2023年继续对4103目录下的2项商品征收出口关税（详见表2）。

欲了解2023年中国皮革行业产品进出口关税的详细税率，请访问中国皮革网：http://www.chinaleather.org（行业数据频道）。

注①：当最惠国税率低于或等于协定税率时，协定有规定的，按相关协定的规定执行；协定无规定的，二者从低使用。

表 1 2023 年中国涉及皮革行业主要产品的进口关税暂定税率税号

海关税税率号 Tariff Line	商品名称 Description of Goods	最惠国进口关税税率 % M.F.N.(%)	暂定进口关税税率 % Interim Duty (%)
32029000 10	无铬鞣剂（不论是否含有天然鞣料，包括预鞣用酶制剂）Chrome free Tanning(whether or not containing natural substances, including enzyme preparation for pretanning)	6.5	3
32041700 10	彩色光刻胶用光刻胶颜料分散液 Pigments dispersion of preparations for color preparations	6.5	3
41041111	全粒面未剖层，粒面剖层蓝湿牛皮 Full grains, unsplit; grain splits bovine of wet-blue	6	3
41041911	其他蓝湿牛皮 Other bovine leather of wet-blue	6	3
41044100	全粒面未剖层、粒面剖层革的牛干革（坯革）Bovine or equine leather, without hair on, dry state(crust), full grains, unsplit, or grain splits, not further prepared	5	3
41051010	蓝湿绵羊或羔羊皮 Sheep or lambs of wet-blue	14	10
41062100 01	蓝湿山羊皮（经鞣制不带毛）Tanned or crust hides and skins of goats in wet-blue, without hair on,in the wet state	14	10
41063110	蓝湿猪皮 Wet-blue swine leather,without hair on,but not further prepared, whether or not split	14	10
43011000	整张水貂皮 Raw furskins of mink ,whole, with or without head, tail or paws	15	10
43016000	整张生狐狸皮 Raw furskins of fox, whole, with or without head, tail or paws	20	10
43018090	整张其他毛皮，不论是否带头、尾或爪 Other animals furskins, whole, with or without head, tail or paws	20	10
64031200	滑雪靴、越野滑雪鞋靴及滑雪板靴 Ski-boots, cross-country ski footwear and snowboard boots	14	4

表 2 2023 年中国涉及皮革行业主要产品的出口关税税率税号

海关税税率号 Tariff Line	商品名称 Description of Goods	出口关税税率 % Export Duty Rate (%)
41.03	其他生皮（鲜、盐渍、干的、石灰浸渍的、浸酸的或以其他方法保藏，但未鞣制，未经羊皮纸化处理或进一步加工的）不论是否去毛或剖层 Other raw hides and skins (fresh, or salted, dried, limed, pickled or otherwise preserved, but not tanned, parchment-dressed or further prepared), whether or not dehaired or split	—
41039011	经逆鞣处理的山羊板皮 Have undergone a reversible tanning process	20
41039019	未经逆鞣处理的山羊板皮 Other	20

JANUARY —NOVEMBER

2022 年 1—11 月 全国皮革行业进出口量值分析

文、图 / 雒 霞

1、全国皮革行业出口增速持续放缓 进口降幅继续加大

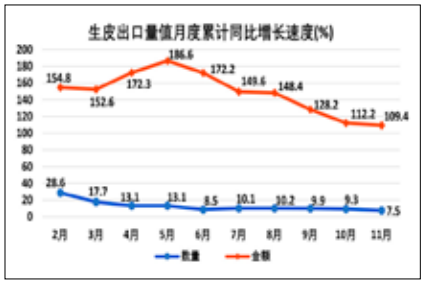
2022 年 1—11 月，全国皮革行业产品出口总额 975.0 亿美元，同比增长 21.1%，占全国出口总额的 2.96%；进口总额 160.0 亿美元，同比下降 11.6%，占全国进口总额的 0.64%。

2022 年 1—11 月，全国皮革行业产品进出口贸易顺差 815.4 亿美元，同比增长 30.6%，占全国进出口贸易总顺差的 10.17%。

2、全国皮革行业主要产品进出口量值分析

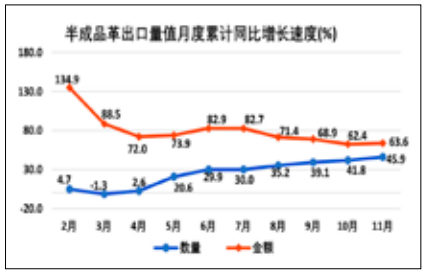
（1）生皮出口额增速持续放缓 进口额降幅加大

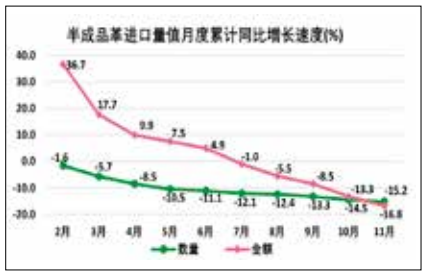
1—11 月，全国出口生皮 1.6 万吨，出口额 0.45 亿美元；进口生皮 111.4 万吨，进口额 12.5 亿美元。



（2）半成品革出口额增速加快 进口额降幅持续加大

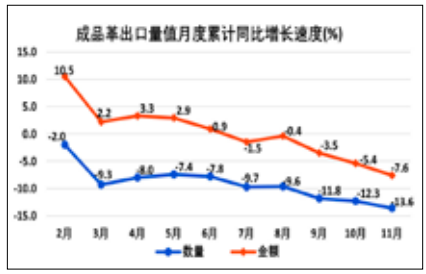
1—11 月，全国出口半成品革 1.9 万吨，出口额 1.19 亿美元；进口半成品革 46.4 万吨，进口额 9.4 亿美元。

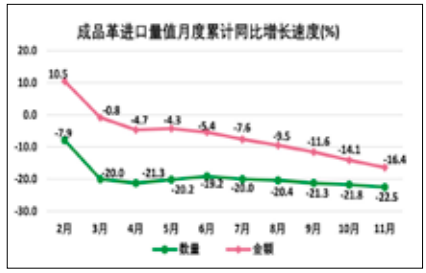




（3）成品革进出口量值降幅继续加大

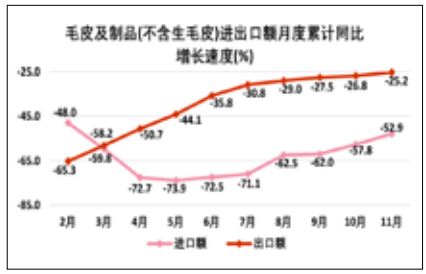
1—11 月，全国出口成品革 5.0 万吨，出口额 7.4 亿美元；进口成品革 4.6 万吨，进口额 8.4 亿美元。





（4）毛皮及制品进出口额降幅齐收窄

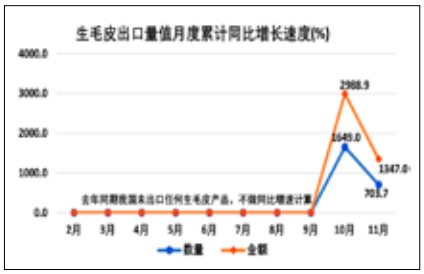
1—11 月，全国毛皮及制品（不



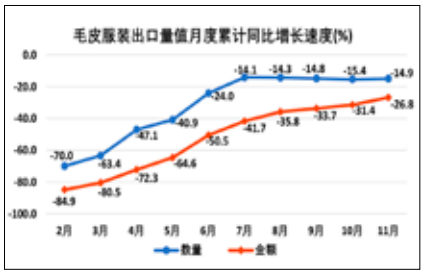
含生毛皮）出口额 17.7 亿美元，进口额 3.6 亿美元。

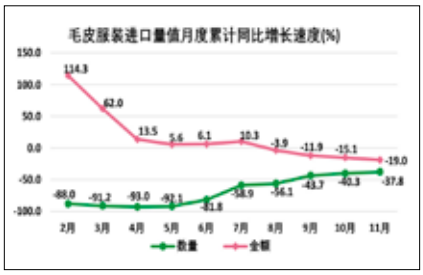
（5）生毛皮出口额增幅放缓 进口额降幅收窄

1—11 月，全国出口生毛皮 256.3 吨，出口额 41.0 万美元；进口生毛皮 1.1 万吨，进口额 3,479.8 万美元。



（6）毛皮服装出口额降幅持续收窄 进口额降幅继续加大

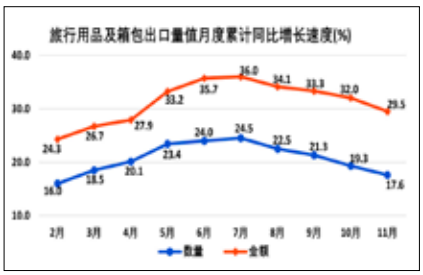




1—11 月，全国出口毛皮服装 223.4 万件，出口额 10.7 亿美元；进口毛皮服装 5.6 万件，进口额 5520.7 万美元。

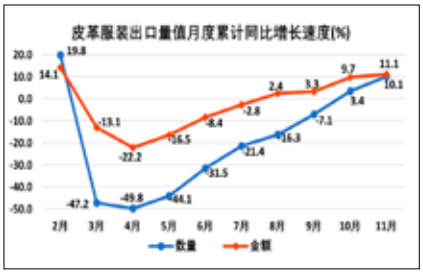
（7）旅行用品及箱包出口额增速继续放缓 进口额降幅继续加大

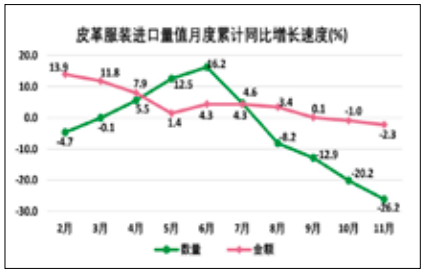
1—11 月，全国出口旅行用品及箱包 115.8 亿件，出口额 322.0 亿美元；进口旅行用品及箱包 0.87 亿件，进口额 50.8 亿美元。



（8）皮革服装出口额增速继续加快 进口额降幅加大

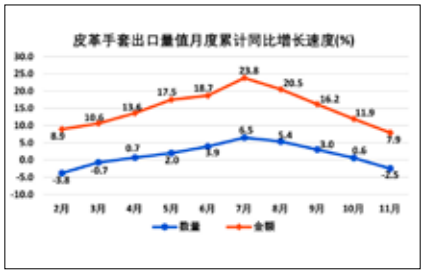
1—11 月，全国出口皮革服装 869.3 万件，出口额 1.5 亿美元；进口皮革服装 31.5 万件，进口额 1.0 亿美元。



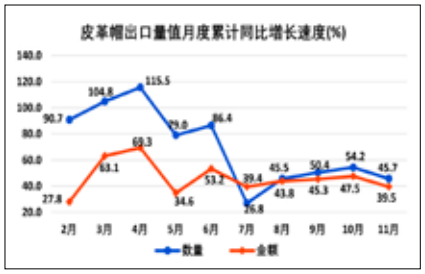


（9）皮革手套进出口额增速均放缓

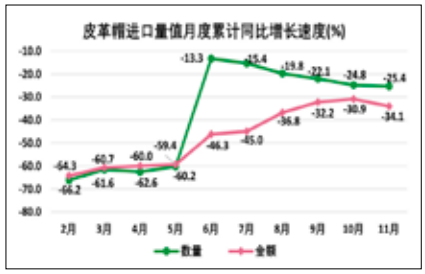
1—11 月，全国出口皮革手套 1.7 亿双，出口额 5.3 亿美元；进口皮革手套 313.7 万双，进口额 1282.4 万美元。



（10）皮革帽出口额增速放缓 进口额降幅加大

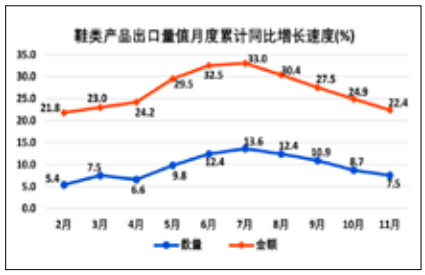


1—11 月，全国出口皮革帽 42.9 万顶，出口额 235.1 万美元；进口皮革帽 1.2 万顶，进口额 118.5 万美元。



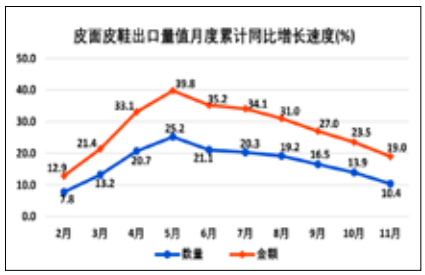
（11）鞋类出口量值增速继续放缓 进口量值降幅收窄

1—11 月，全国出口鞋类产品 84.4 亿双，出口额 521.3 亿美元；进口鞋类产品 1.7 亿双，进口额 54.3 亿美元。



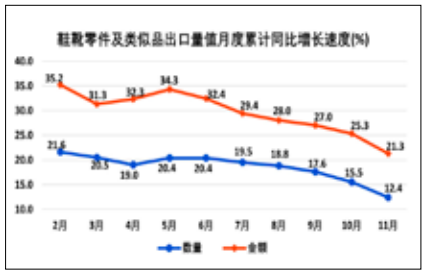
（12）皮面皮鞋出口量值增速继续放缓 进口量值增速再次回归正增长

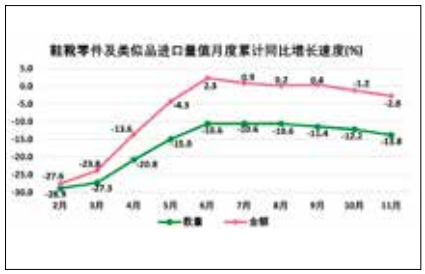
1—11 月，全国出口皮面皮鞋 6.6 亿双，出口额 105.5 亿美元；进口皮面皮鞋 0.65 亿双，进口额 25.8 亿美元。



（13）靴鞋零件及类似品出口量值增速持续放缓 进口量值降幅加大

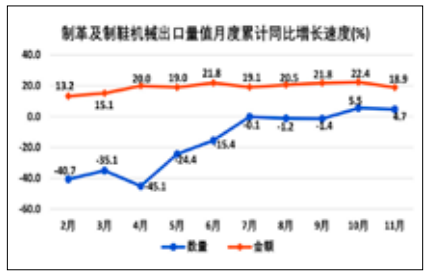
1—11 月，全国出口靴鞋零件及类似品 35.5 万吨，出口额 40.9 亿美元；进口靴鞋零件及类似品 1.0 万吨，进口额 3.0 亿美元。





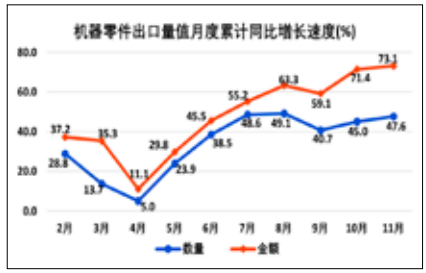
（14）制革及制鞋机械出口额增速放缓 进口额降幅加大

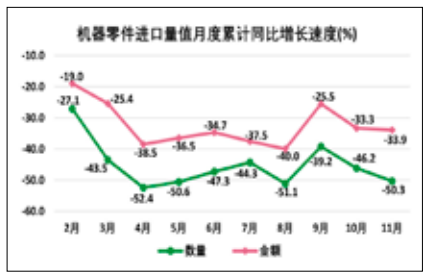
1—11 月，全国出口制革及制鞋机械 18.0 万台，出口额 4.6 亿美元；进口制革及制鞋机械 641 台，进口额 2459.2 万美元。



（15）机器零件出口额增速继续加快 进口额降幅继续加大

1—11 月，全国出口机器零件 4574.1 吨，出口额 6367.4 万美元；进口机器零件 87.8 吨，进口额 377.5 万美元。





2022 年 1—11 月全国皮革行业主要商品出口量值

金额单位：千美元

商品名称	数量单位	2022 年 1—11 月		2021 年 1—11 月		同比（%）	
		数量	金额	数量	金额	数量	金额
皮面皮鞋	万双	66,041.51	10,554,364.95	59,817.18	8,865,924.79	10.4	19.0
旅行用品及箱包	万件	1,157,822.34	32,201,047.91	984,357.75	24,864,683.70	17.6	29.5
皮革服装	万件	869.34	146,960.02	789.35	132,324.28	10.1	11.1
毛皮服装	万件	223.37	1,067,581.58	262.62	1,458,924.95	-14.9	-26.8
皮革手套	万双	16,944.99	527,703.80	17,377.32	489,133.00	-2.5	7.9
足篮排球	万个	22,810.11	549,072.32	15,818.03	344,267.21	44.2	59.5
生皮	千吨	16.40	45,409.74	15.26	21,681.12	7.5	109.4
成品及半成品革	千吨	69.27	863,443.66	71.12	878,523.43	-2.6	-1.7
靴鞋零件及类似品	千吨	355.24	4,090,988.14	315.93	3,373,129.79	12.4	21.3
皮革帽	千顶	428.93	2,350.94	294.49	1,685.78	45.7	39.5
制革及制鞋机械	台	180,148.00	457,997.50	172,126.00	385,305.95	4.7	18.9
机器零件	吨	4,574.14	63,674.23	3,099.46	36,785.98	47.6	73.1
总计		—	50,570,594.76	—	40,852,369.96	—	23.8

2022 年 1—11 月全国鞋类出口量值

金额单位：千美元

商品名称	数量单位	2022 年 1—11 月		2021 年 1—11 月		同比（%）	
		数量	金额	数量	金额	数量	金额
皮面皮鞋	万双	66,041.51	10,554,364.95	59,817.18	8,865,924.79	10.4	19.0
橡塑鞋靴	万双	484,652.45	26,317,498.27	460,111.74	20,916,872.71	5.3	25.8
纺织鞋靴	万双	252,560.52	14,276,888.75	227,268.38	11,838,662.61	11.1	20.6
其他鞋靴	万双	40,259.91	982,924.15	37,571.38	961,336.78	7.2	2.2
鞋类总计	万双	843,514.39	52,131,676.12	784,768.68	42,582,796.89	7.5	22.4

2022 年 1—11 月全国皮革行业主要商品进口量值

金额单位：千美元

商品名称	数量单位	2022 年 1—11 月		2021 年 1—11 月		同比（%）	
		数量	金额	数量	金额	数量	金额
皮面皮鞋	万双	6,516.40	2,575,601.79	6,451.28	2,551,468.42	1.0	0.9
旅行用品及箱包	万件	8,683.43	5,077,593.02	10,785.29	5,859,565.17	-19.5	-13.3
皮革服装	万件	31.53	102,289.52	42.73	104,669.20	-26.2	-2.3
毛皮服装	万件	5.62	55,207.21	9.03	68,134.77	-37.8	-19.0
皮革手套	万双	313.70	12,823.85	187.33	11,239.26	67.5	14.1
足篮排球	万个	329.64	20,624.56	313.51	23,502.69	5.1	-12.2
生皮	千吨	1,113.51	1,252,282.37	1,151.92	1,309,566.45	-3.3	-4.4
成品及半成品革	千吨	510.35	1,783,071.52	607.24	2,137,488.94	-16.0	-16.6
靴鞋零件及类似品	千吨	10.05	298,691.57	11.66	307,229.40	-13.8	-2.8
皮革帽	千顶	12.42	1,185.05	16.66	1,797.83	-25.4	-34.1
制革及制鞋机械	台	641.00	24,592.48	742.00	28,097.06	-13.6	-12.5
机器零件	吨	87.78	3,774.98	176.57	5,712.67	-50.3	-33.9
总计		—	11,207,737.91	—	12,408,471.85	—	-9.7

2022 年 1—11 月全国鞋类进口量值

金额单位：千美元

商品名称	数量单位	2022 年 1—11 月		2021 年 1—11 月		同比（%）	
		数量	金额	数量	金额	数量	金额
皮面皮鞋	万双	6,516.40	2,575,601.79	6,451.28	2,551,468.42	1.0	0.9
橡塑鞋靴	万双	3,976.21	803,424.46	4,129.31	721,548.93	-3.7	11.3
纺织鞋靴	万双	6,665.02	1,940,292.89	8,626.85	2,208,411.54	-22.7	-12.1
其他鞋靴	万双	85.62	108,553.38	114.71	112,553.47	-25.4	-3.6
鞋类总计	万双	17,243.25	5,427,872.53	19,322.15	5,593,982.35	-10.8	-3.0

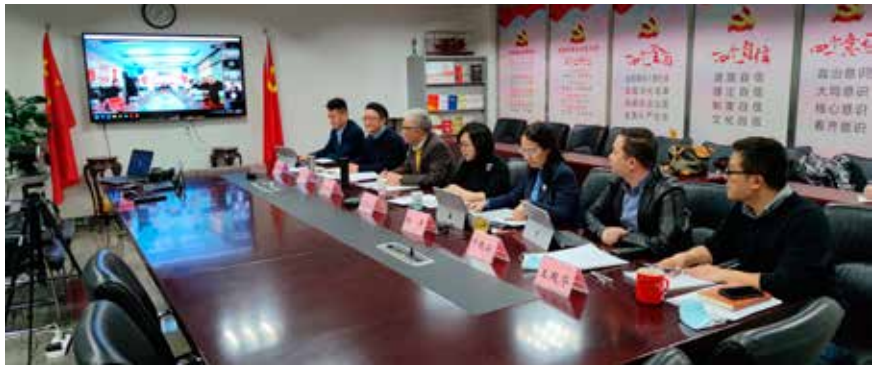
中国皮革行业部分上市公司及行情（2023 年 2 月）

序号	证券简称	证券代码	公司名称	主营业务	市场类型
1	李宁	02331.HK	李宁有限公司	鞋服	港股
2	安踏体育	02020.HK	安踏体育用品有限公司	鞋服	港股
3	361 度	01361.HK	361 度国际有限公司	鞋服	港股
4	特步国际	01368.HK	特步国际控股有限公司	鞋服	港股
5	千百度	01028.HK	千百度国际控股有限公司	鞋	港股
6	中国动向	03818.HK	中国动向（集团）有限公司	鞋	港股
7	达芙妮国际	00210.HK	达芙妮国际控股有限公司	鞋	港股
8	九兴控股	01836.HK	九兴控股有限公司	鞋	港股
9	信星集团	01170.HK	信星鞋业集团有限公司	鞋	港股
10	莱尔斯丹	00738.HK	莱尔斯丹控股有限公司	鞋	港股
11	裕元集团	00551.HK	裕元工业（集团）有限公司	鞋	港股
12	宝胜国际	03813.HK	宝胜国际（控股）有限公司	鞋服	港股
13	积木集团	08187.HK	积木集团有限公司	鞋	港股
14	际华集团	601718	际华集团股份有限公司	鞋服等	沪深
15	奥康国际	603001	浙江奥康鞋业股份有限公司	鞋	沪深
16	红蜻蜓	603116	浙江红蜻蜓鞋业股份有限公司	鞋	沪深
17	天创时尚	603608	天创时尚股份有限公司	鞋	沪深
18	哈森股份	603958	哈森商贸（中国）股份有限公司	鞋	沪深
19	贵人鸟	603555	贵人鸟股份有限公司	鞋服	沪深
20	ST 起步	603557	起步股份有限公司	童鞋	沪深
21	遥望科技	002291	佛山遥望科技股份有限公司	鞋、电商	沪深
22	探路者	300005	探路者控股集团股份有限公司	鞋服	沪深
23	万里马	300591	广东万里马实业股份有限公司	鞋、皮具	沪深
24	中胤时尚	300901	浙江中胤时尚股份有限公司	鞋服	沪深
25	华利集团	300979	中山华利实业集团股份有限公司	鞋	沪深
26	兴业科技	002674	兴业皮革科技股份有限公司	制革	沪深
27	巨星农牧	603477	乐山巨星农牧股份有限公司	制革	沪深
28	明新旭腾	605068	明新旭腾新材料股份有限公司	制革	沪深
29	南粤控股	01058.HK	南粤控股有限公司	制革	港股
30	兄弟科技	002562	兄弟科技股份有限公司	化工	沪深
31	达威股份	300535	四川达威科技股份有限公司	化工	沪深
32	德美化工	002054	广东德美精细化工集团股份有限公司	化工	沪深
33	振华股份	603067	湖北振华化学股份有限公司	化工	沪深
34	海宁皮城	002344	海宁中国皮革城股份有限公司	市场	沪深
35	百福控股	01488.HK	百福控股有限公司	手袋	港股
36	华新手袋国际控股	02683.HK	华新手袋国际控股有限公司	手袋	港股
37	时代集团控股	01023.HK	时代集团控股有限公司	手袋	港股
38	森浩集团	08285.HK	森浩集团股份有限公司	手袋	港股
39	开润股份	300577	安徽开润股份有限公司	包袋	沪深
40	华斯股份	002494	华斯控股股份有限公司	皮草	沪深
41	卡森国际	00496.HK	卡森国际控股有限公司	皮革家具等	港股

中国皮革行业部分上市公司及行情 (2023 年 2 月)

序号	总市值 亿元，人民币 ¥/ 港币 HK$			股价 元，人民币 ¥/ 港币 HK$		
	2022 年 12 月 14 日	2023 年 2 月 14 日	环比 %	2022 年 12 月 14 日	2023 年 2 月 14 日	环比 %
1	HK$1,657.170	HK$1,915.080	15.56	HK$63.050	HK$72.650	15.23
2	HK$2,648.500	HK$3,003.980	13.42	HK$97.600	HK$110.700	13.42
3	HK$69.880	HK$78.780	12.74	HK$3.380	HK$3.810	12.72
4	HK$255.500	HK$248.380	-2.79	HK$9.690	HK$9.420	-2.79
5	HK$4.050	HK$3.410	-15.80	HK$0.195	HK$0.164	-15.90
6	HK$19.130	HK$20.610	7.74	HK$0.325	HK$0.350	7.69
7	HK$2.540	HK$2.500	-1.57	HK$0.140	HK$0.138	-1.43
8	HK$57.170	HK$65.270	14.17	HK$7.200	HK$8.220	14.17
9	HK$6.530	HK$6.330	-3.06	HK$0.960	HK$0.930	-3.12
10	HK$3.110	HK$3.180	2.25	HK$0.440	HK$0.450	2.27
11	HK$179.270	HK$211.520	17.99	HK$11.120	HK$13.120	17.99
12	HK$41.540	HK$47.400	14.11	HK$0.780	HK$0.890	14.10
13	HK$0.132	HK$0.152	14.50	HK$0.022	HK$0.021	-4.55
14	¥134.820	¥136.580	1.31	¥3.070	¥3.110	1.30
15	¥28.230	¥27.190	-3.68	¥7.040	¥6.780	-3.69
16	¥32.090	¥31.170	-2.87	¥5.570	¥5.410	-2.87
17	¥19.730	¥19.260	-2.38	¥4.700	¥4.590	-2.34
18	¥15.500	¥15.250	-1.61	¥7.000	¥6.890	-1.57
19	¥62.390	¥56.730	-9.07	¥3.970	¥3.610	-9.07
20	¥18.730	¥16.060	-14.26	¥3.790	¥3.250	-14.25
21	¥134.410	¥134.960	0.41	¥14.750	¥14.810	0.41
22	¥70.080	¥69.020	-1.51	¥7.930	¥7.810	-1.51
23	¥21.340	¥21.380	0.19	¥5.260	¥5.270	0.19
24	¥22.970	¥23.090	0.52	¥9.570	¥9.620	0.52
25	¥641.030	¥727.620	13.51	¥54.930	¥62.350	13.51
26	¥33.560	¥34.970	4.20	¥11.500	¥11.980	4.17
27	¥122.270	¥130.270	6.54	¥24.160	¥25.740	6.54
28	¥48.650	¥53.400	9.76	¥29.200	¥32.050	9.76
29	HK$3.340	HK$3.390	1.50	HK$0.620	HK$0.630	1.61
30	¥56.440	¥62.390	10.54	¥5.310	¥5.870	10.55
31	¥15.590	¥15.500	-0.58	¥14.910	¥14.820	-0.60
32	¥37.990	¥38.180	0.50	¥7.880	¥7.920	0.51
33	¥73.960	¥78.340	5.92	¥14.530	¥15.390	5.92
34	¥60.280	¥58.870	-2.34	¥4.700	¥4.590	-2.34
35	HK$12.630	HK$13.100	3.72	HK$0.800	HK$0.830	3.75
36	HK$1.350	HK$1.430	5.93	HK$0.330	HK$0.350	6.06
37	HK$5.890	HK$9.750	65.53	HK$0.610	HK$1.010	65.57
38	HK$0.381	HK$0.403	5.88	HK$0.068	HK$0.072	5.88
39	¥40.880	¥39.880	-2.45	¥17.050	¥16.630	-2.46
40	¥18.150	¥19.580	7.88	¥4.810	¥5.190	7.90
41	HK$6.710	HK$6.210	-7.45	HK$0.465	HK$0.430	-7.53

阳原会议现场


中国皮革协会会议现场

徐树峰

刘天星

“中国毛皮碎料加工基地·阳原”通过专家组复评

文 / 王殿华　**图** / 潘 飞

2023 年 2 月 9 日，中国轻工业联合会和中国皮革协会共同组织专家对“中国毛皮碎料加工基地·阳原”开展了复评工作，复评工作以线上形式进行。复评专家组由中国轻工业联合会党建人事部副主任庞黎鑫、北京元隆皮草皮革有限公司董事长李庆元、乌兰察布市集宁国际皮革城有限公司总经理徐树峰、焦作隆丰皮草企业有限公司环保主管刘天星及中国皮革协会秘书长张燕、副秘书长卞晓云、副秘书长黄彦杰组成。

专家听取了阳原县人民政府副县长武永杰关于阳原县经济社会发展的总体介绍，听取了阳原毛皮文化博物馆馆长刘峻峰关于“中国毛皮碎料加工基地·阳原”特色区域发展情况的汇报，与阳原国际裘皮城、维依皮草、北域日升皮草、李佳皮草等重点企业负责人进行了交流，观看了当地毛皮产业发展视频，就相关问题进行了详细地质询，并针对阳原毛皮产业发展过程中存在的不足也提出了中肯的建议和意见。

阳原县毛皮产业历史悠久，注重文化挖掘，投资兴建的国内首家展示毛皮文化的专业博物馆，扩大了阳原毛皮文化的影响力，见证了阳原毛皮文化的厚重内涵；阳原县政府重视毛皮产业发展，积极支持地方企业开拓市场、抢抓发展机遇，帮助毛皮产业高质量发展；阳原毛皮产业特色地位和富民作用突出，促进了农民增收和社会就业，已经成为农民脱贫致富的第一产业；阳原县以碎毛皮加工闻名，产品特点明显，市场占有率高，用碎毛皮缝制的服装和褥子远销国内外；阳原国际裘皮城汇集了上下游产业链的资源，有效拉动了当地毛皮产业以及配套产业的发展，市场辐射和拉动效应明显；国家皮革质量监督检验中心从张家口市区迁址到阳原，有力提高了当地产业的标准、检测技术水平，进一步完善了阳原县公共服务平台建设，保障了阳原毛皮服装及其制品的质量。

专家组认为，“中国毛皮碎料加工基地·阳原”基本符合《中国轻工业特色区域和产业集群共建管理办法》和《中国皮革行业特色区域和产业集群共建授名的行业规范》的要求，同意通过复评，建议中国轻工业联合会和中国皮革协会继续授予阳原县“中国毛皮碎料加工基地·阳原”称号。

“中国制鞋基地·沂南”通过专家组复评

文、图/梁 玮

2023年2月23—25日，由中国皮革协会副理事长陈占光担任组长，中国轻工业联合会办公室副主任吴雨、河南省皮革行业协会理事长朱岩、山东省皮革行业协会会长梁志新、山东凤墩皮革制品有限公司董事长隋金森、中国皮革协会副秘书长路华、中国皮革协会品牌部主任梁玮等专家组成的复评组一行赴山东省沂南县，开展“中国制鞋基地·沂南”复评工作。

2月24日上午，首先，沂南制鞋玩具（体育用品）产业链链长、县委党校二级调研员孙爱军对专家组的到来致欢迎词，随后，沂南县工信局党组成员、县中小企业发展服务中心主任李湘军就近几年来沂南鞋革行业的发展情况进行了汇报。

听取完汇报后，复评组专家一行在沂南县县委、县政府相关领导的陪同下，先后实地考察了山东春江鞋业集团、山东新汇丽鞋帽股份有限公司、临沂鲁昊鞋业有限公司、山东百华鞋业有限公司、临沂宏升鞋业有限公司、沂南鞋材市场、临沂吉埔埃安全防护用品有限公司、山东宏锦鞋业有限公司、沂南县泰和鞋业有限公司、临沂足贝力鞋业有限公司、界湖街道小微产业园、临沂三环体育用品有限公司、临沂恒信鞋业有限公司、沂南县顺峰鞋业有限公司、众兴泽辉体育产业园、山东众兴泽辉体育科技有限公司，山东众兴泽辉新材料股份有限公司、临沂星泰体育用品有限公司等沂南制鞋产业链各环节的相关企业、园区以及在建市场。

2月25日上午，“中国制鞋基地·沂南”复评反馈会在沂南县人民政府举办。复评组专家与沂南县委副书记、县长冉凡亚，沂南县政府党组成员李宁，沂南县界湖街道党工委书记刘向元，沂南县政府办公室党组成员、县政务保障促进中心主任高全德，沂南县工信局党组成员、县中小企业发展服务中心主任李湘军，沂南经济开发区党工委委员、管委会副主任陆纪奎，沂南县中小企业发展服务中心一级主任科员陈月俊以及当地制鞋企业代表进行了交流。

专家们充分肯定了沂南制鞋产业四年来发展取得的成绩，并就如何突破目前的发展瓶颈以及沂南鞋革产业未来的发展路径提出了宝贵的建议。

陈占光表示，经过充分的考察和交流，专家组认为沂南县政府高度重视制鞋产业，产业基础扎实，集群优势凸显，产业发展前景好，符合《中国轻工业特色区域和产业集群共建管理办法（2022年版）》和《中国皮革行业特色区域和产业集群共建授名的行业规范》的要求，同意通过复评。建议中国轻工业联合会和中国皮革协会继续授予山东省沂南县“中国制鞋基地·沂南”称号。

复评反馈会结束后，举行了中国皮革协会与沂南县人民政府战略合作协议签约仪式。双方希望通过深度合作，在推动产业基地建设、促进沂南制鞋玩具（体育用品）产业链提升等方面共同发力，共谋发展。

第37届IULTCS大会（成都）报名注册和论文提交通道正式开通

第37届国际皮革工艺师和化学家协会联合会（IULTCS）大会将于2023年10月18—20日在中国成都召开。本届大会以“创新使皮革不可替代”为主题，将从皮革行业相关的科学基础研究、可持续技术、高效智能加工技术、化学品的创新、废弃物的综合利用、分析和试验方法、行业可持续发展展望、设计智能和生产力提升等8个方面开展探讨和交流。会议由IULTCS和中国皮革协会联合主办。针对可能持续的疫情的影响，本届会议考虑到可能有部分代表特别是海外代表无法参加线下会议，特别准备了“线上+线下”的会议召开方案。

大会官方网站（https://www.iultcs2023.org）已经开通，参会代表可前往该网站注册通道（https://www.iultcs2023.org/h-col-156.html）报名参会。大会组委会提醒有意向参会的代表，本次会议只通过网络注册方式报名，并设立了注册费“早鸟”价格，在2023年8月15之前注册报名的代表可享受优惠。

另外，为帮助全球皮革行业科技工作者更便捷地提交会议论文，会议还专门在大会官方网站上开通了论文提交通道（https://www.iultcs2023.org/h-col-104.html），论文格式要求在注册后可以下载（https://iultcs2023.scievent.com/download/material/209/）。根据大会组委会和技术委员会的要求，提交论文摘要的截止时间是2023年6月15日；论文提交者将于2023年7月15日前收到论文是否被大会收纳以及论文是以口头演讲或者海报方式展示的通知；提交论文全文的截止时间为2023年9月15日。欢迎各位皮革科技工作者按照时间要求及论文提交要求，踊跃投稿。

大会组委会诚邀国内外宾朋积极参会，充分利用本次会议平台，推动皮革行业最新研究成果互通共享，共同助力皮革行业高质量、可持续发展。期待我们2023年10月齐聚中国成都，共襄大会盛况、共享成都美食、共赏成都美景。

《制革行业节水减排技术路线图（2022 年）》完成修订并发布

文 / 周 诚

《制革行业节水减排技术路线图》（以下简称“路线图”）自 2015 年发布以来，前瞻性地引导了制革行业的技术革新与技术投资，对推动制革行业节水减排起到了积极的引领作用，并为政府管理部门制定相关产业政策提供了重要依据。根据我国制革行业发展变化以及新的发展需求，中国皮革协会于 2022 年 3 月组织行业专家正式启动“路线图”修订工作，这也是继 2018 年第一次修订后开展的第二次修订工作。2022 年 12 月，在中国皮革协会以通讯方式召开的九届二次理事扩大会暨常务理事会上，已完成修订的“路线图”2022 年版正式发布。

进入“十四五”以来，“路线图”首次编制时提出的第一阶段（即至 2020 年）已经结束，因此本次修订在更新行业经济及环保数据的基础上，总结了 2020 年节水减排数据。经统计核算对比，“路线图”中 2020 年目标已基本实现。本次修订也强调了节水减排工作对于制革行业贯彻落实“双碳”战略的重要意义；更新了 2025 年节水减排目标，明确了 2030 年节水减排目标；依据行业技术发展变化，对部分节水减排技术进行了调整和补充，并更新了制革行业节水减排关键技术研发及重点发展方向。此外，还对 2018 年版本中部分文字表述不够准确、清晰的地方作了修改完善。

生态文明建设功在当代、利在千秋。中国皮革协会希望通过“路线图”的修订，巩固制革行业废水、废气、固体废物减排成效，落实减排目标，持续推动制革行业走资源节约型、环境友好型的高质量可持续发展之路，引导我国由“制革大国”早日迈向“制革强国”，最终形成行业与自然和谐发展的新格局！

欲了解详细内容，请访问中国皮革网：http://www.chinaleather.org（节能环保频道）。

穿上中国鞋，重建新家园

“穿上中国鞋，重建新家园”
——李宁集团向巴基斯坦灾区捐赠百万元物资

文、图/钟　宁

2023年2月8日，李宁集团向巴基斯坦水灾灾区捐赠物资仪式在李宁集团深圳总部举行。巴基斯坦驻华大使莫因·哈克、商务参赞古拉姆·卡迪尔，中国皮革协会副理事长陈占光以及李宁集团工会主席黄杰出席本次捐赠仪式。李宁品牌创始人、李宁集团董事长李宁通过视频发表致辞。

2022年6月以来，巴基斯坦多省份遭遇多轮暴雨侵袭，引发严重洪涝灾害，数千万人无家可归。2022年12月，巴基斯坦驻华大使馆商务处致函中国皮革协会，希望中国制鞋企业能够支持巴基斯坦人民抗击自然灾害，协助巴基斯坦灾后重建。中国皮革协会于2023年1月在制鞋行业发起“穿上中国鞋，重建新家园”爱心捐助倡议。李宁公司作为中国运动用品标杆企业，对此倡议积极响应、快速落实，在

李宁集团工会主席黄杰与巴基斯坦驻华大使莫因·哈克交接捐赠牌

李宁通过视频致辞

莫因·哈克发言

陈占光发言

第一时间采取行动，以实际行动表达对巴基斯坦受灾人民的关爱。

捐赠仪式中，李宁公司与巴基斯坦驻华大使馆交接了捐赠牌。此次李宁公司捐赠零售价值100万元的运动休闲鞋。李宁品牌创始人李宁在致辞中表示，巴基斯坦是中国的友好邻邦，中巴是铁杆朋友，是全天候战略合作伙伴，两国一直有互帮互助的传统。希望通过此次捐赠，用李宁公司的产品切实帮助受到灾情影响的民众。愿巴基斯坦人民尽快重建家园，过上安定幸福的生活。

莫因·哈克在捐赠仪式上对中国皮革协会、李宁公司对巴基斯坦受灾人民给予的帮助与慷慨捐赠表示衷心感谢，并对李宁品牌在专业运动领域的行业前沿表现给出了高度肯定。他表示，此次捐赠让他再次感受到了中国人民对巴基斯坦人民的温暖。

陈占光表示，中国皮革制鞋业同仁不仅有积极向上的进取精神，也有无私付出的奉献精神。此次捐赠是一个良好的开始，希望更多的制鞋企业参与到向巴基斯坦受灾人民捐赠的行动中来，开启中国皮革制鞋行业诠释国际社会责任的新篇章。

红蜻蜓、双驰入选 2022 年工业互联网平台创新领航应用案例名单

文 / 毕 波

近日，国家工业和信息化部信息技术发展司在工信部网站对2022年工业互联网平台创新领航应用案例名单进行了公示。

皮革行业中，中国皮革协会报送的浙江红蜻蜓鞋业股份有限公司的“鞋革智造工业互联网平台创新应用”案例，以及双驰实业股份有限公司的“双驰大批量个性化定制模式创新应用”案例入围，通过公示。

据了解，红蜻蜓“鞋革智造工业互联网平台创新应用”旨在将鞋革零售网络进行全面链接，打通分析、企划、设计、批发、材料、生产等各个环节，以解决鞋革行业“规模小、业务散、链路长、补货难、费效低、成本高、不透明”等痛点和发展瓶颈。

“双驰大批量个性化定制模式创新应用”目的是以差异化的定制鞋品类商品，孵化“舒识定制”业务渠道，聚合自创、联创、代理品牌，向消费者提供与成品鞋定价相当的定制鞋、鞋垫产品，探索C2B2M“先下单、后生产”的大规模个性化定制商业模式，树立行业标杆。

2022 年工业互联网平台创新领航应用案例入围名单（皮革行业）

序号	申报方向	案例名称	应用企业	服务商企业
1	平台化设计	鞋革智造工业互联网平台创新应用	浙江红蜻蜓鞋业股份有限公司	浙江惠利玛产业互联网公司
2	个性化定制	双驰大批量个性化定制模式创新应用	双驰实业股份有限公司	中电望辰科技有限公司

晋江市、广州花都区入选 2022 年度中小企业特色产业集群

文 / 毕 波

2023 年 1 月 11 日，国家工业和信息化部发布了 2022 年度中小企业特色产业集群名单，全国共有 100 个特色产业集群入选。其中，福建省晋江市运动鞋原辅材料产业集群、广东省广州市花都区箱包皮具产业集群位列其中。

据了解，中小企业特色产业集群定位在县级区划范围内，以新发展理念为引领，以中小企业为主体，主导产业聚焦、优势特色突出、资源要素汇聚、协作网络高效、治理服务完善，具有较强核心竞争力的中小企业产业集群。

此次两个皮革行业产业集群的入选，将有力推进两地中小企业的核心竞争力，提升地方产业链供应链韧性，从而带动行业的进一步发展。

兴业、匹克上榜
2022 年度智能制造示范工厂揭榜单位和优秀场景名单

文 / 毕　波

2023 年 1 月 3 日，国家工业和信息化部、国家发展和改革委员会、财政部和国家市场监督管理总局发布公告，公布了 2022 年度智能制造示范工厂揭榜单位和优秀场景名单。皮革行业的兴业皮革科技股份有限公司上榜 2022 年度智能制造示范工厂揭榜单位，匹克（中国）有限公司上榜 2022 年度智能制造优秀场景名单。

2022 年度智能制造示范工厂揭榜单位名单（皮革行业）

地区	企业名称	揭榜任务名称	典型场景名称
福建省	兴业皮革科技股份有限公司	高端制革智能制造示范工厂	1. 先进过程控制；2. 能耗数据监测；3. 智能在线监测；4. 智能仓储；5. 污染监测与管控；6. 危险作业自动化；7. 工艺数字化设计；8. 设备运行优化。

2022 年度智能制造优秀场景名单（皮革行业）

地区	企业名称	典型场景名称
福建省	匹克（中国）有限公司	资源动态配置

宁波市皮革行业协会
新年第一会走进奉化“两岸交流”委员会客厅

文 / 宁波市皮革行业协会

2023 年 1 月 31 日，在会长丁忠荣、秘书长俞万丰的带领下，宁波市皮革行业协会十余位企业家代表来到奉化“两岸交流”委员会客厅进行交流。宁波市政协委员、“两岸交流”委员会客厅牵头人陈超萍，奉化台办副主任胡银儿热情接待了协会一行，并陪同参观了会客厅。

在座谈会上，大家就 2023 年国际国内经济的发展趋势进行了深入交流，对当前皮革行业发展方向进行了探讨。同时在会上还学习了党的二十大精神。陈超萍委员对协会一行的到来表示欢迎，希望今后奉化“两岸交流”委员会客厅与宁波市皮革行业协会间的交流能持续开展，通过交流让大家学习优秀经验，分享最新行业信息，一同抱团取暖。在座的企业家们对新的一年充满了期待。他们表示，要抓住开春各个国际重点展会的参展机会，获取更多的客户资源，了解全球皮革行业发展的新动向；要努力保持传统市场份额，积极开拓新兴市场贸易。

丁忠荣表示，传统产业更要时刻保持创新发展的意识，在皮革行业不断时尚化发展的同时，要积极推动品质提升和品牌建设，在商标、专利、标准等方面做好布局，抓住后疫情时代发展新机遇。

海宁中国皮革城将开辟仿真毛类服装专属经营区

文 / 李书波

近日，为了向全国各地客商提供更加良好、专业的经营环境，海宁中国皮革城拟在批发区块试点设立仿真毛类服装专属经营区（具体试点区域及管控措施后期另行出台），通过规范化经营引导市场持续向好发展。

据了解，自 2023 年新一租赁年度起，除了即将试点的仿真毛类服装专属经营区以外，其余区块不得经营任何混淆视听的人造皮毛、仿真皮毛类产品（仿水貂、仿狐狸、仿貉毛皮，PU 革、移膜革等）。

仿真毛类服装专属经营区的招商对象主要面向仿真毛类服装生产企业、实力组货商，经营业态仅限经营仿真毛类服装产品（仿水貂裘皮服装、仿貉毛皮服装、仿狐狸裘皮服装及其它仿毛皮类新型面料服装），海宁中国皮革城将对该区域进行专区化管控。

2022 年西班牙制鞋行业进出口金额和数量攀升

编译 / 冉福林

据西班牙制鞋联合会（FICE）发布的数据显示，欧盟作为西班牙鞋类产品的最大买家，占西班牙鞋类出口金额、数量的 71% 和 76.7%。在欧盟成员国中，法国、意大利和德国的份额占比最高。美国是西班牙鞋类产品的最大非欧盟国家买家，其次是英国，英国在脱欧后成为欧盟以外的第二大市场。

2022 年西班牙对欧盟国家的鞋类产品出口金额达到 16.45 亿欧元，同比 2021 年增长 26%，出口量达 9600 万双。对非欧盟国家的出口金额超过 6.7 亿欧元，出口量为 2900 万双，分别占西班牙鞋类出口总额、总量的 29%、23.3%。

与 2021 年同期相比，2022 年西班牙鞋类出口美国的量价分别增长 16% 和 34.5%，美国位居西班牙出口目的国第五位。出口英国量价同比分别增长 26.8%（与 2019 年相比，增长 35.5%）和 7.6%；出口量增长超过 30% 的国家有波兰、土耳其、希腊、加拿大、爱尔兰、瑞典和奥地利，但出口俄罗斯的鞋类数量出现 75.5% 的最大降幅。

2022 年前 9 个月，西班牙进口鞋类达到 3.249 亿欧元，超过去年同期的 2.83 亿欧元。受通货膨胀影响，每双鞋的进口平均价格同比 2019 年上涨 27%。与 2019 年的数据相比，尽管进口数量几乎保持不变，但进口额增加 26.6%。

来自中国的鞋类占西班牙鞋类进口总量的 62.5%，此外，意大利已经取代法国，成为西班牙鞋类产品的欧洲最大供应国，在西班牙的进口鞋类数量来源国排名中，位居第二。

欧洲启动鞋业 5.0 项目

编译 / 冉福林

一项名为 Erasmus+ 鞋业 5.0 的欧洲鞋业未来工厂项目于 2022 年 12 月 14 日正式启动，参与项目的合作方有 Capital Humano Edit Value（葡萄牙）、欧洲制鞋联合会 - CEC（比利时）、葡萄牙鞋类技术中心（CTCP）和罗马尼亚根河朝日工业大学等。

Erasmus+ 鞋业 5.0 项目借鉴了社会 5.0 和工业 5.0 的概念。社会 5.0 概念是日本政府首先提出的，它把技术发展中心放在整个社会而不只是局限在产业。

鞋业 5.0 项目旨在为欧洲制鞋行业输送掌握最新技术的新一代熟练劳动力，推动行业企业向可持续的、有竞争力的方向转型。

Erasmus+ 鞋业 5.0 项目要达到三个主要目标：首先为员工提供学习专业知识的机会，使最新技术得到快速应用，为企业带来最大效益，以实现高效可持续发展，并达到改善员工工作体验的目的。其次，为实现可持续发展、以人为本、增强适应力以及提升生产效率，并使企业的经营符合纺织（textile）、服装（clothing）、皮革（leather）和鞋类（footwear）行业组织联盟（TCLF）协议要求，为社会、行业、工人带来利益。最后，制定多层次、个性化的数字化培训计划，以促进制鞋行业的绿色化和数字化转型，使之成为一个吸引有创造力和有才华的年轻人的行业。

项目的实施分为三个阶段：第一阶段，撰写鞋业 5.0 技术应用状况调查报告，重点是关注如何培养制鞋行业需要的人才；第二阶段，数字化创新技术（虚拟现实和增强现实）人才能力提升、评测和评估；第三阶段，探索多元主体跨界合作模式，确保项目成果可以被其他行业复制、借鉴，并在项目结束后持续发挥作用。

韩国是意大利皮革制品的第一大出口目的国

编译 / 冉福林

据意大利国际贸易促进局（ITA, International Trade Administration）消息，2022 年前 9 个月，意大利皮革制品出口额为 20 亿欧元，韩国是意大利皮革制品的第一出口目的国，占意大利皮革制品出口金额的 21%，在意大利出口韩国的商品中，位居第一。

与 2021 年相比，预计 2022 年意大利皮革制品对韩国的出口额将增长 4.4%，对亚洲国家出口额将增长 5.5%。

2023 年 1 月份巴西鞋类出口量值同比分别增长 4.5% 和 16.6%

编译 / 冉福林

据巴西鞋业协会（Abicalcados）数据显示，2023 年 1 月，巴西共出口鞋类产品 1463 万双，出口额达 1.179 亿美元，与去年同期相比分别增长了 4.5% 和 16.6%。

美国和阿根廷是巴西鞋类产品的主要出口目的国，但 2023 年 1 月，巴西出口到这两个国家的鞋类产品均有所下降。同期，巴西对欧盟的鞋类产品出口量和出口额却分别增长了 29% 和 27.9%，弥补了巴西鞋类产品对美国和阿根廷出口的下降。

巴西鞋业协会执行总裁哈罗多·费雷拉（Haroldo Ferreira）表示：通胀放缓以及国际货币基金组织将 2023 年欧元区的经济增长预期从 0.5% 上调至 0.7%，将有利于鞋类等非生活必需品的消费。

尽管巴西鞋类产品对美国的出口量出现下降，但美国仍然是巴西最大的出口目的国。2023 年 1 月，巴西出口美国的鞋类产品为 126 万双，出口额达 2340 万美元。

玻利维亚超过阿根廷，成为巴西鞋类产品的第二大出口目的国，但阿根廷仍然是巴西鞋类产品的主要买家，位居巴西鞋类产品的第三大出口目的国。

2022 年巴西皮革化工及鞋材辅件出口增长 12%

编译 / 冉福林

据巴西皮革鞋类及皮革制品辅料协会（Assintecal）发布的数据显示，2022 年巴西皮革化工及鞋材辅件的出口额为 4.212 亿美元，同比增长了 12%。2022 年巴西共出口 150 多种皮革和鞋类相关辅件，出口目的地遍布全球 77 个国家和地区。

2022 年，巴西皮革化工及鞋材辅件主要出口目的地是阿根廷，出口金额为 8350 万美元，同比 2021 增长了 28%。巴西此类产品的第二大出口目的地是中国，出口额为 8160 万美元，同比上年减少 5%；其次是葡萄牙，出口额为 4450 万美元，同比 2021 年增长 23%。巴西皮革化工及鞋材辅件对美国的出口额达 1050 万美元，同比 2021 年增长 54%。

从产品类别来看，巴西出口最多的是皮革化工产品，出口额为 1.9678 亿美元，同比 2021 年增长 8%；其次是鞋面革，达 1.116 亿美元，同比 2021 年增长 5%；用于鞋类生产的化学品或粘合剂产品出口额为 5000 万美元，同比 2021 年增长 29%；鞋底出口额为 2520 万美元，同比 2021 年增长 35%。

2023 年 1 月份巴西蓝湿革对中国出口额同比大幅增加 137%

编译 / 冉福林

来自巴西工业和对外贸易部对外贸易秘书处（SECEX）的数据显示，2023 年 1 月，巴西出口牛原皮 1450 万平方米，环比 2022 年 12 月的 1094 万平方米增长 32.6%，同比 2022 年 1 月的 1210 万平方米增长 19.9%。中国仍然是巴西牛原皮的最大买家，占其出口总额 33%，按面积计算占 44.3%。与上年同期相比，中国的购买金额增加 21.6%，面积增加 41.7%。美国的购买金额占巴西牛原皮出口金额 16.3%，位居第二。蓝湿革是巴西皮革行业对中国出口的主要产品，2023 年 1 月，巴西对中国的蓝湿革出口金额同比大幅增加 137%。此外，除成品革出口金额同比略有增长 1.1% 以外，其他种类皮革产品对中国的出口金额均出现下滑。

澳大利亚与印度就皮革行业职业技术技能培训开展合作

编译 / 冉福林

近日，印度一位高级官员表示，澳大利亚贸易和投资委员会（Austrade）与印度皮革行业技能委员会（Leather Sector Skill Council）签署了一份职业技术技能培训合作协议。在合作协议中，双方将针对推动 3D 打印、产品设计、数控缝纫机技术在皮革行业应用等开展职业技术技能培训合作，并就澳大利亚皮革行业在开展可持续、零排放、工业 4.0 等前沿技术研发及应用推广方面的经验，重点与学员进行分享。

本财政年度印度皮革和鞋类出口将达到 60 亿美元

编译 / 冉福林

据印度皮革出口委员会主席 Sanjay Leekha 称，印度皮革和鞋类产品出口保持良好增长势头，预计本财年（2022 年 4 月—2023 年 3 月）出口额将达到 60 亿美元。印度上财年皮革和鞋类产品出口额为 50 亿美元，政府为皮革和制鞋行业制定的 2030 年出口目标为年出口金额达到 140 亿美元。2022 年 4 月—12 月，印度皮革和鞋类出口额达 42.5 亿美元。其中，皮鞋和皮革制品出口额同比分别增长 30% 和 11.9%。

2025 年印度皮革制品出口金额有望增加三倍

编译 / 冉福林

近日，印度成品皮革制造商和出口商协会（IFLMEA）主席 K R Vijayan 称，随着欧美品牌商开始在印度探索建立皮具生产企业，预计 2025 年印度皮革制品出口金额将增长三倍。目前，印度皮革制品的生产规模估计为每年 100 亿美元，其中约有 50 亿美元的皮革制品出口到国际市场。鞋类产品是印度皮革行业的主要出口商品，其中大部分出口到欧洲和美国。

美元短缺将导致巴基斯坦制革厂停产或关闭

编译 / 冉福林

近日，由于巴基斯坦企业无法从商业银行得到足够的美元信贷支持而无力支付货款，导致大量化学品等原料货物被滞留在卡拉奇港。为此，巴基斯坦制革厂协会主席阿格哈·萨丹发表声明称，进口化学品等原料滞留港口将导致制革厂及相关皮革制品企业停产或关闭，进而威胁到多达 100 万人的工作。萨丹呼吁财政部为解决皮革行业面临的美元短缺问题提出可行方案。

孟加拉国工商联合会呼吁建立符合国际标准的制革污水处理厂

编译 / 冉福林

孟加拉国工商联合会（FBCCI）呼吁建立一个符合国际标准的高效制革污水集中处理厂（CETP），以促进皮革行业的发展。联合会主席 Md Jashim Uddin 表示，皮革行业是孟加拉国最有发展潜力的行业之一，迫切需要在萨瓦尔制革区建设一个符合国际标准的现代化高效污水集中处理厂。他还建议，在孟加拉国的每个地区建立一个配备有原料皮冷藏设施的现代化屠宰场，以保障本国原料皮的品质，并可在一年中任何时候都能为制革厂提供所需要的高品质原料皮。目前，孟加拉国制革企业所需的生皮 60% 来自本国，但由于对原料皮的开剥和储存缺乏适当管理，导致本国原料皮质量不高。建立现代化的屠宰场和配置足够的冷藏设施，对保证国产原料皮的品质和减少对进口原料皮的依赖至关重要。

创新引领行业高质量发展
公益广告

源泰皮革
YUANTAI LEATHER
黄牛 / 水牛磨砂
水染 / 栲胶
油蜡皮革及箱包革
/绿色环保成就未来/
\ 时 \ 尚 \ 经 \ 典 \ 质 \ 感 \ 天 \ 然 \
福建省晋江市源泰皮革有限公司
FUJIAN JINJINAG YUANTAI LEATHER CO.,LTD.
地址：福建省晋江市环城苏厝工业区 Tel：86-595-85685062 / 85659062 / 85656299
Fax：86-595-85685062 E-mali:yuantai@yuantai-cn.com Http://www.yuantai-cn.com
广告

30
XINGYE TECHNOLOGY
1992-2022
XINGYE
TECHNOLOGY
兴业科技
30
耕心·耕新
ADD:福建省晋江市安海镇第二工业区兴业路1号
HTTP://www.xingyeleather.com
TEL:0595-68580817
广告

森 木林森 MULINSEN

舒适·自然·品质

COMPANY PROFILE

一木参天，二木成林，三木成森。

创建于1998年的木林森，是一家集设计、生产、销售为一体的综合型集团企业。秉承"以人为本、诚信经营"的经营理念，先后荣获"中国驰名商标""中国真皮鞋王"等荣誉称号，并连续多年荣获《全国百佳质量检验诚信标杆企业》《全国质量信用优秀企业》《全国产品和服务质量诚信示范企业》《全国质量诚信标杆企业》等多项殊荣。二十四年来，木林森始终坚持以消费者为导向，在长期的发展过程中不断探索，形成了"爱自己、爱家庭、爱事业"的"三爱文化"及以"心、口、行合一"为行为准则的独特的企业文化。经权威评估，"木林森"品牌价值达56.8亿元人民币。

2022年，木林森品牌战略升级，提倡"舒适、自然、品质"的品牌内涵，围绕成人鞋品、成人服装、内衣、家纺、童品以及皮具"六架马车"的品牌生态战略规划，致力于为大众创造高品质的舒适生活体验，共创美好"森活"。

广告

多元化商品

精准品牌定位 · 优越市场竞争力

以自然、舒适、品质的休闲皮鞋定位品牌核心产品，以传承的匠心品质坚守初心，二十多年始终如一。木林森还将产品多元化丰富到服装、童品、家纺、内衣、户外用品、箱包皮具等四十五大类商标，全方位满足消费者群体各种生活场景的切换，为经销商立足市场创造有利条件。

门店终端

SI系统全新升级 · 终端形象全面提升

木林森集团

地址：福建省石狮市福辉路木林森集团总部
全国24小时免费服务热线：400-6336-979
邮箱：mulinsen@mulinsen.com
邮编：362700
网址：www.mulinsen.com

荣誉证书

56.8亿元

木林森官方微信公众号

央视7套
展播品牌

MELLEN
名郎

轻

PLAY WITH
PERSONALITY FASHION

玩转专属潮型

时尚与潮流并存，轻便透气而又
散发着潮流气息。

VENTILATE MESH FOR FREE BREATHING

透气网格 自由呼吸

舒适包裹，轻薄透气，感受来自足部的深呼吸

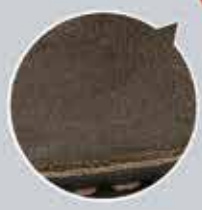
COMFORTABLE PACKING, THIN AND VENTILATE, FEELING THE DEEP BREATH FROM THE FOOT

SHOE TONGUE EMBOSSED WITH LOGO BY HIGH-FREQUENCY

鞋舌高频空压LOGO

精致空压LOGO工艺
视觉拉长腿部线条，彰显品牌气质

EXQUISITE TECHNIQUE OF EMBOSSED LOGO, STRETCHING LEG OUTLINE IN VISUAL EFFECT, SHOWING BRAND TEMPERAMENT.



TOP LAYER LEATHER

优质头层牛皮

优质头层牛皮，细腻质感，柔韧软弹透气舒适，
外形简约大方，自带气场

HIGH QUALITY COW LEATHER, SMOOTH TEXTURE FEELING, FLEXIBLE, SOFT, ELASTIC, VENTILATE, COMFORTABLE, SIMPLE AND GENEROUS APPEARANCE, WITH ITS OWN AURA.

LIGHT AND WEARABLE. WALKING STABLY.

轻质耐磨 稳健行走

多重EVA发泡冷压，吸能减震，持久耐磨，
强抓地力，行走迈步更轻松

MULTI EVA FOAM COLD PRESSING, ENERGY ABSORPTION AND SHOCK ABSORPTION, DURABLE AND WEARABLE, GRIPPING THE GROUND STRONGLY, WALKING EASILY.

强效缓震　着力保护　防滑耐磨　缓冲减压

广告

名郎（中国）有限公司
地址：福建省泉州台商投资区名郎工业园
电话：0086-595-27308999　27309999

全国招商热线：138 0592 9999
免费服务热线：400-660-6599
http：//www.mellen.com.cn

名郎微信公众号二维码　名郎官网二维码

HIGUARD® 捍足者

春江集团

为守足而战

山东春江鞋业集团有限公司

ABOUT US
关于我们

山东春江鞋业有限公司创始于2004年，是一家专业研发和生产安全鞋、工作鞋和户外鞋的公司，具备多年为国际一线品牌OEM代工经验。目前，是我国江北大型的劳保鞋注册生产厂家。公司通过了世界上最严苛的欧盟BSCI及美国沃尔玛验厂，拥有世界一流的安全鞋生产工艺。

2022年，春江鞋业集团重装上阵，推出全新劳保鞋品牌"捍足者"，以技术驱动，打造更舒适的劳保鞋。

100+
国内外认证证书

200W+双
年产能

60000+m²
企业占地面积

HONORARY CERTIFICATE
荣誉资质

微信小程序　官方网站　微信公众号

广告

电话：400-687-5989 / 0539-3619668
地址：山东省沂南县北外环路东段南侧
网址：www.chunjiangshoes.com.cn

TENBA®
Since 1977 New York

天霸·永不妥协

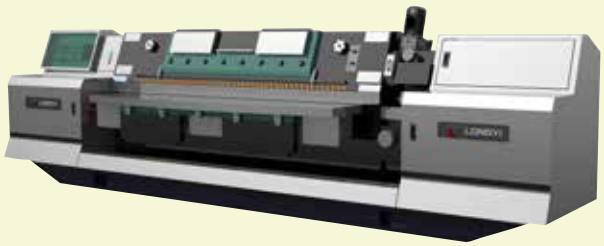
中国区总代理

北京铂诺世纪投资有限公司

北京市朝阳区太阳宫中路12号冠城大厦1801
周先生 18666186091 010-84298120

广告

烟台龙益机械有限公司
China Yantai Long Yi Machinery Co., Ltd.



GPC-3000B 精密剖层机
Precision splitting machine

GXYY 系列削匀机
Shaving machine

GJ2A9 系列剖层机
Splitting machine

GJ1B6 系列去肉机
Fleshing machine

联系方式：

地　址：山东省烟台市福山区龙益路 9 号
电　话：0535-2138077　0535-2138008
网　址：https://www.yantailm.com

邮　箱：longyi@yantailm.com
联系人：总 经 理　齐登武　手机：13210918786
销售经理　王永茂　手机：13808903253

广告

南通思瑞机器制造有限公司
NANTONG SIRUI ENGINEERING CO.,LTD.

地址：江苏省如皋市东陈镇小康路86号
Add：No.86,Xiaokang Road, Dongchen Town,Rugao City, Jiangsu Province,China
电话(Tel)：+86-513-87273218 87277345 87275795
传真(Fax)：+86-513-87275595
E-mail：info@springmake.com Http://www.springmake.com

GLRZ EIGHT HEADS VIBRATION STAKING MACHINE
八排(头)振荡拉软机

GJST 5-ROLLER THROUGH FEED SAMMING MACHINE
通过式双刀辊五辊挤水机
GSZT THROUGH FEED SETTING-OUT MACHINE
通过式四辊挤水伸展机

GFJZ-3200A WET-BLUE SORTER
蓝湿革分级机

GYYG-3200 SUPER PRESS IRONING & EMBOSSING MACHINE
GYYG-3200高压熨光压花机

GMDH STACKING MACHINE
皮革自动码垛机

GQRY2 HYDRAULIC FLESHING MACHINE
液压去肉机

广告

BEIJING LEATHER

欢迎订阅《北京皮革》杂志

全新精美改版
全面深度报道
权威信息资讯
优质服务读者

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

《北京皮革》杂志征订单

订阅客户信息			
订阅份数		总金额（人民币元）	
订阅时间	从　　年　　月　　日起至　　年　　月　　日止		
单位名称 / 个人姓名			
收件人姓名		收件人电话	
收件地址（邮编）			
开具发票信息			
备注			
《北京皮革》杂志信息			
收款单位	中国皮革协会		
开户行	中国工商银行股份有限公司北京东四支行		
账号	0200004109014450660		
地址	北京市西城区西直门外大街 18 号金贸大厦 C2 座 708 室		
联系人	朱　晔　毕　波	电　话：010- 85118053　85117751	
邮箱 E-mail	bj-leather@chinaleather.org		

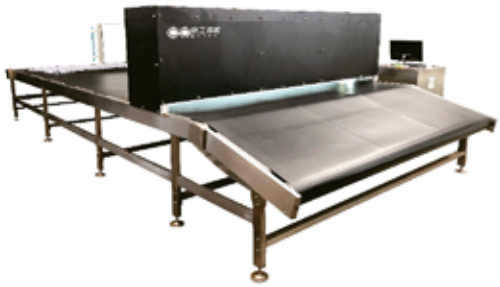
扬州哈工博视科技有限公司

Yangzhou Bosight Technology Co., Ltd.

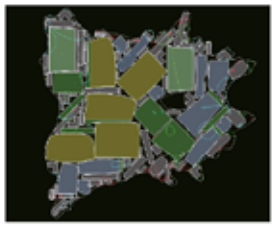
AI赋能皮革行业

扬州哈工博视科技有限公司，成立于2018年，是一家以博士、硕士为核心团队的高科技成长企业。以深度学习机器视觉检测技术、遗传退火迭代排版技术为载体，哈工博视致力于为皮革生产、汽车座椅及内饰、软体家具、制鞋、手袋等行业提供专业的真皮智能裁剪设备、优化排版软件、多元化服务及综合解决方案。

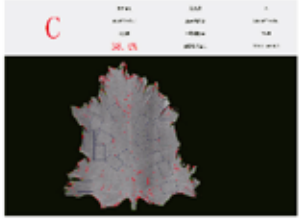
AI智能成品皮革照排系统



AI智能蓝湿革检测分级系统



汽车沙发行业显著提高皮革利用率



有效减少人工，皮源质量可追溯

广告

联系方式：耿先生 15366913123 0514-82091299

www.hgbsai.com 扬州生态科技新城哈工大机器人(扬州）科创中心3楼

G2-1606
智能裁切机
Smart cutting machine

规材量产
PRODUCTION
SYNTHETIC MATERIAL

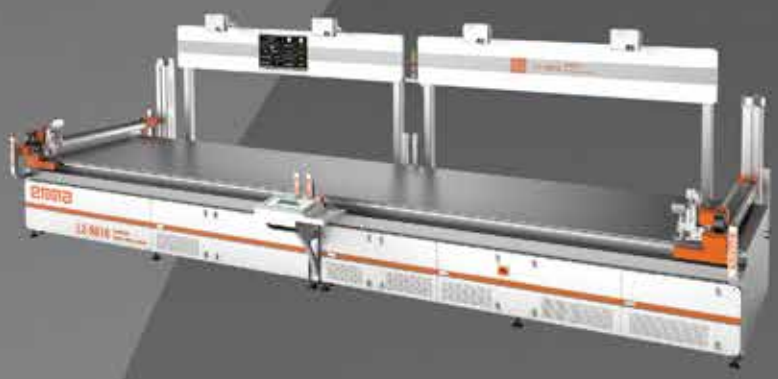
S2-5616-P
智能裁切机
Smart cutting machine

服务鞋包类国际品牌及工厂

adidas,puma,ecco,new balance,under armour, skechers, asics ,rieker ,coach,Michael Kors, lloyd, clarks, crocs, zara,salomon,vans,fila,columbia,brooks,reebok,converse, Timberland,mizuno,decathlon,Dr.Martens,On,merrell,saucony.....

服务鞋包类国内品牌及企业

安踏、李宁、特步、乔丹、匹克、江博士、回力、飞跃、天创、哈森、际华3515工厂、意尔康、大东、金帝、巨一、卓诗尼、德赛、希玛、盾王、飞鹤、赛纳, 健步、安赛、蜘蛛王、固瑞德、天宇、金萨克、金猴、菲安妮……



L2-6816
智能裁切机
Smart cutting machine

真皮量产
PRODUCTION
LEATHER

PN-3216-E
数控皮革排版机
CNC leather nesting machine

WWW
企业网站

WeChat
公众平台

东莞市爱玛数控科技有限公司
DONGGUAN EMMA CNC TECHNOLOGY CO.,LTD.
地址：广东省东莞市厚街镇港口大道厚街段8号
Address:NO.8 Gangkou Boulevard(Houjie Section), Houjie Town, Dongguan City,Guangdong Province, China
电话Tel: +86 769-28638868　传真Fax: +86 769-22400279　邮编P.C:523080
Http://www.emmagroup.com.cn　E-mail:info@emmagroup.com.cn

广告

180+人	6%	1000+台	40+	100+	63+	20+	25+	450+	10+
在职员工 EMPLOYEES	研发投入 R&D INVESTMENT	年产能 SETS PER YEAR THE OUTPUT	销售国家与地区 COUNTRIES /REGIONS SOLD	产品型号 MODELS	专利 PATENTS	核心技术 CORE TECHNOLOGIES	软件著作权 COPY RIGHT	世界级客户 WORLD FAMOUS CUSTOMERS	直营中心 FACILITIES

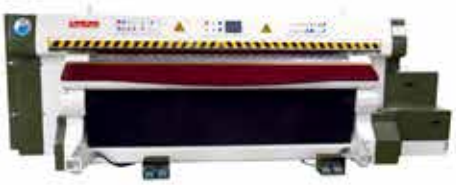
高新技术企业　江苏省技术密集型企业
率先在全国同行业中通过了 ISO9002 质量体系认证

YP 扬州扬宝机械有限公司

YANGZHOU YOUNG-PEARL MACHINERY CO., LTD.

重型液压去肉机

PM 平板熨平压花机



FBR 系列程控重型液压削匀机

GQR2 系列液压去肉机

GJST1 通过式液压挤水机

国际先进制革设备　中意友好合作结晶

...sino-italian cooperation brings you advanced tanning machines...

联系方式：
地址：江苏省扬州市广陵产业园董庄路 8 号　邮编：225008
电话：0514-87233712　80972785
传真：0514-87233089

网址：http://www.young-pearl.com
e-mail : yp@young-pearl.com
联系人：总经理　徐欣五　手机：13905273575
销售经理　张　斌　手机：15952767733

广告