

皮革行业承压前行 出口首次突破千亿美元

——2022年中国皮革行业经济运行分析及2023年展望

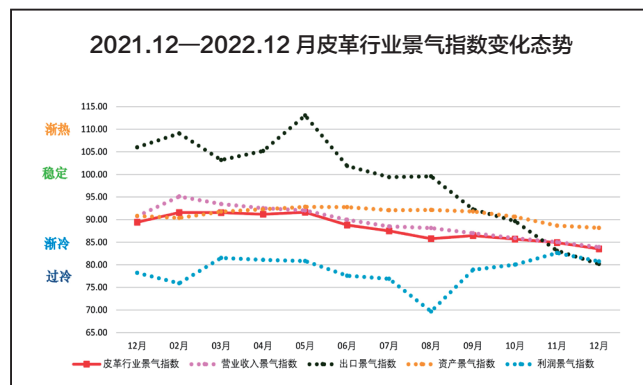
文 / 樊永红 图 / 雒霞

2022年以来，国际地缘政治冲突和国内疫情多发散发等超预期因素相互交织，对经济发展的不利影响明显加大，我国皮革行业面临的发展环境更为复杂严峻。在国内经济下行压力加大的形势下，皮革行业承压前行，展现了较强的发展韧性和抗风险能力。

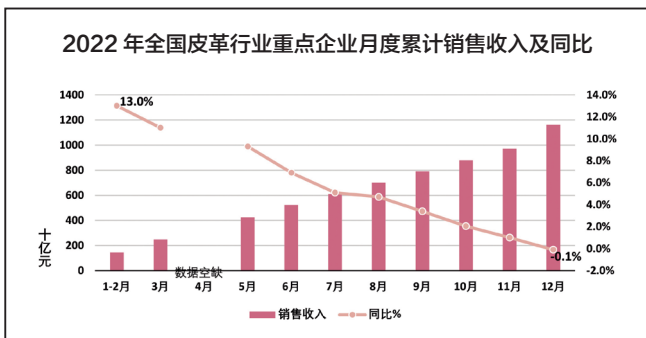
销售收入与上年基本持平 利润增长近3%

中轻皮革景气指数显示，2022年1—12月基本呈现逐月下行趋势，6月后回落至稳定线下，进入渐冷区间，一直持续到12月。从全年的细分景气指数来看，主营业务收入景气指数同中轻皮革景气指数基本一致，呈逐月下滑态势，6月后回落入渐冷区间；资产景气指数11月后滑落至渐冷区间；出口景气指数8月后开始快速回落，10月后进入渐冷区间；利润景气指数全年徘徊在渐冷和过冷区间，8月一度跌出过冷区间。景气指数表现反映了皮革行业企业在2022年整体受疫情扰动、消费疲软、订单不足等多重因素影响较大，特别是盈利能力受到更大的抑制。

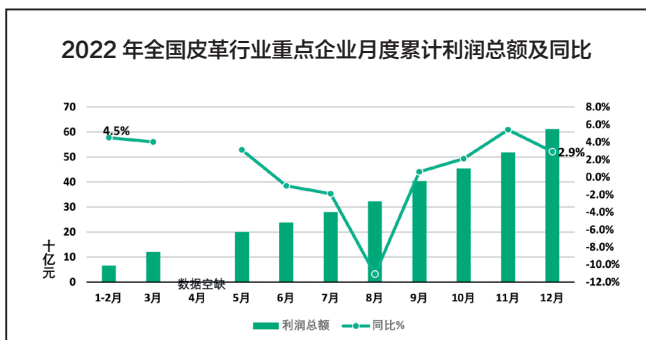
中国皮革协会掌握数据显示，2022年，我国皮革主体行业重点企业完成销售收入约1.16万亿元，与上年基本持平。从增速看逐月回落，可见支撑产业持续增长的动力明显不足。从细分行业销售收入看，制鞋行业



重点企业完成销售收入约7,100亿元，同比增长5.1%；箱包行业重点企业完成销售收入约1,400亿元，同比微降0.1%；毛皮及制品行业重点企业完成销售收入近400亿元，同比增长2.4%。而制革行业重点企业完成销售收入约1,000亿元，同比下降12.7%，皮革服装行业重点企业完成销售收入约340亿元，同比下降39.8%。



2022年，全国皮革主体行业重点企业利润总额约610亿元，同比增长2.9%，销售收入利润率为5.3%，与上年同期相比基本持平。从细分行业利润来看，制鞋行业重点企业利润总额近440亿元，同比增长14.0%，利润率约为6.2%，比上年同期提高约0.5个百分点；制革行业重点企业利润总额近40亿元，同比下降27.7%，利润率约为3.9%，比上年同期下降0.8个百分点；箱包行业重点企业利润总额约58亿元，同比下降5.3%，利润率为4.2%，比上年同期下降0.2个百分点；皮革服装行业重点企业利润总额17亿元，同比下降44.3%，利润率为5.1%，比上年同期下降0.4个百分点；毛皮及制品行业重点企业近11亿元，同比增长6.4%，利润率约为2.7%，比上年同期提高0.1个百分点。可以看出，制鞋行业利润占到行业利润的72%，其两位数的增长拉高了行业整体利润，而其他细分行业利润率大多出现下降。



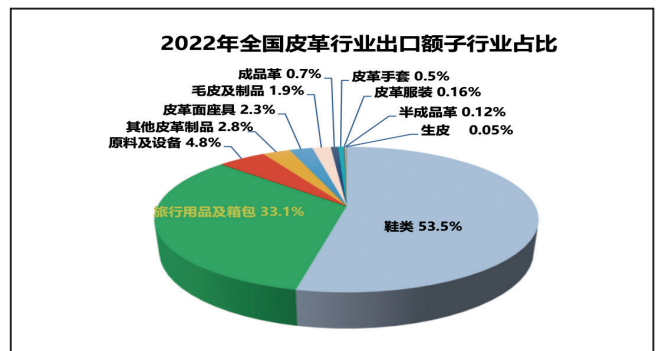
主体行业大类产品产量普遍下跌。2022年，重点企业中轻革产量约4.8亿平方米，同比下降20.2%；皮鞋产量约36亿双，同比下降0.6%；皮革服装产量

约3,500万件，同比下降28.7%；天然毛皮服装产量约260万件，同比下降23.8%。

出口额首次突破千亿美元 快速增长中显隐忧

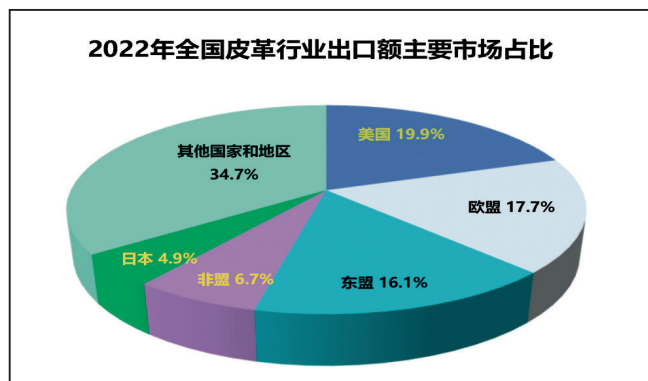
2022年，在国际市场需求稳定恢复及我国稳外贸政策落地显效等积极因素的推动下，我国皮革行业出口在2021年高基数的基础上继续保持较快速增长，首次实现出口突破千亿美元大关，达到1,075.3亿美元，同比增长19.3%，占全国出口总额的2.99%。在国内外形势错综复杂，叠加上年高基数的影响下，2022年皮革出口仍保持大幅增长，实属不易。充分体现了我国皮革行业在国际市场上韧性大、潜力足、竞争力强的特点。但同时，我们必须看到出口较快增长下存在着隐忧，出口增速在7月达到29.6%的年内高位后，逐月下行，形成了明显的下滑趋势，未来出口形势难言乐观。

从细分行业来看，2022年，我国鞋类、旅行用品及箱包等制成品在皮革行业出口额中贡献最大，二者出口金额合计达到931.5亿美元，占出口总额的86.6%。其中，鞋类产品出口92.9亿双，575.8亿美元，同比分别增长6.6%和20.4%；旅行用品及箱包出口169.0亿件，355.7亿美元，同比分别增长55.2%和28.1%。相对于量的增长，鞋的出口金额增长更快，这是由于原材料、运费等涨价，鞋的平均单价提高，在很大程度上推高了出口金额的增长。据统计，2021年1—12月的鞋类平均单价为5.5美元/双，2022年1—12月则上升至6.2美元/双，单价平均增幅达12.9%。



从出口市场来看，美国、欧盟、东盟、非盟、日本为皮革行业出口的前五大目标市场，2022年这五大市场出口额合计占我国皮革行业总出口额的65.3%，占比进一步扩大。美国仍是我国出口第一大市场，2022年中国皮革行业对美出口额同比增长6.8%，占比达19.9%。此外，我国对欧盟、东盟、非盟、日本出口额同比分别增长23.9%、62.4%、8.0%、11.2%。

同时，我国对“一带一路”国家出口继续保持较好的势头，贸易规模持续扩大。2022年，中国皮革行业对“一带一路”沿线国家的出口总额达382.2亿美元，同比增长35.0%，占皮革业出口总额的35.5%。占比较上年同期提高4.1个百分点。



2022年，在我国鞋类出口量值占比排名前四的国家和地区中，欧盟和东盟较上年同期占比均有提高，欧盟量值占比分别为17.5%和18.9%，已超过美国成为我国鞋类产品出口量的最大目的地；东盟占比分别为14.8%和12.7%。美国和非盟占比均下滑，美国占比分别为16.4%和22.7%，是我国鞋类产品出口额的最大目的国；非盟占比分别为14.4%和8.2%。出口到上述国家和地区鞋类量值合计分别占到我国鞋类出口量值的63.1%、62.5%。

美国仍然是我国旅行用品及箱包出口量的最大的目的地，2022年在我国旅行用品及箱包出口量值中，美国占比分别为40.0%和17.1%；欧盟仍然是我国旅行用品及箱包出口额的最目的地，欧盟的量值占比分别为16.6%和19.4%，排在第三位的东盟占比分别

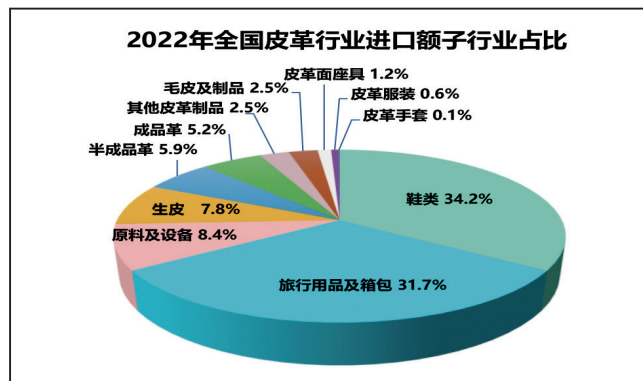
为9.5%和16.9%。出口到上述三个国家和地区的旅行用品及箱包量值合计占比分别达到66.1%和53.4%。

内需市场承压 进口出现双位数下降

2022年，受国内疫情多地散发、需求减弱等因素影响，我国内销市场明显下滑。全国限额以上单位服装、鞋帽、针纺织品类商品零售额同比减少6.5%。

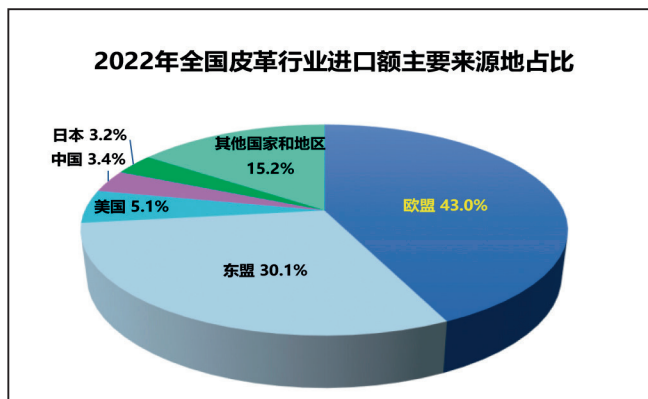
2022年，我国皮革行业进口总额172.7亿美元，同比下降12.3%。我国皮革行业的进口以制成品为主，2022年皮革制品进口占比为70.7%，较上年同期提高2.4个百分点。其中，鞋类进口量1.88亿双，进口额59.0亿美元，同比分别下降10.3%和3.7%；旅行用品及箱包进口量0.95亿件，进口额54.7亿美元，同比分别下降19.1%和14.0%。这主要是受国内新冠疫情多点散发影响，居民收入增速放缓，部分线下门店关闭，导致销售收缩；同时，国潮品牌产品更多地获得了国内消费者的认同，也一定程度上降低了对国际品牌的需求。

原材料进口方面，2022年进口生皮120.7万吨、13.5亿美元，同比分别下降3.1%和6.9%；进口半成品革50.2万吨、10.2亿美元，同比分别下降15.8%和18.3%；进口成品革4.9万吨、9.0亿美元，同比分别下降24.0%和18.3%。



2022年，我国皮革行业产品自欧盟进口额同比下降14.6%，占比为43.0%，较去年同期占比下降1.2个百分点，欧盟仍是我国皮革行业进口第一大来源地，

其中，自欧盟进口的毛皮及制品进口额占我国毛皮及制品进口总额的 18.9%，自欧盟进口的皮革及制品进口额占我国皮革及制品进口总额的 56.5%，自欧盟进口的鞋进口额占我国鞋进口总额的 27.6%。



东盟是我国皮革行业进口第二大来源地，2022 年自东盟进口额同比下降 10.2%，占比 30.1%，同比提高 0.7 个百分点。其中，自东盟进口鞋的金额占我国鞋进口总额的 62.8%，同比基本持平。自东盟进口的鞋主要来自越南和印度尼西亚，自越南进口鞋占鞋进口总额的 40.6%，较去年同期提高 1.2 个百分点；自印度尼西亚进口鞋占鞋进口总额的 18.2%，较去年同期下降 1.5 个百分点。

2022 年，我国进口生皮的主要来源地为美国、澳大利亚、欧盟、加拿大和新西兰，自这五个国家和地区进口的生皮占我国生皮进口总额的 85.8%；我国进口半成品革的主要来源地为巴西、美国、东盟、欧盟和孟加拉国，自这五个国家和地区进口的半成品革占我国半成品革进口总额的 69.4%；我国进口成品革的主要来源地为欧盟、东盟、韩国、巴西和印度，自这五个国家和地区进口的成品革占我国成品革进口总额的 73.3%。

我国皮革行业进口来源国家中，意大利、越南和法国依然位居前三，进口额占比分别为 26.5%、17.1%、10.4%，进口额同比分别下降 12.9%、1.8%、11.0%。

未来发展形势依然复杂 恢复基础仍需巩固

总体来看，2022 年行业经济承压前行，展现了较强的发展韧性和抗风险能力。展望未来，行业面临的发展形势依然复杂，企业生产经营压力较为突出，行业实现平稳运行仍面临考验。

从国内来看，虽然新冠疫情已经基本结束，生产生活回归常态，但疫情对人们消费心理、消费行为的影响依然存在，内销市场完全复苏尚需时日。党的二十大提出坚持以推动高质量发展为主题，把实施扩大内需战略同深化供给侧结构性改革有机结合起来，增强国内大循环内生动力和可靠性。随着国家和各级政府加大宏观政策调控力度，坚定实施扩大内需战略，中国经济增速将会持续回升，经济活动的恢复也将逐步推动居民收入的回升与消费信心的回暖。工信部发布的《数字化助力消费品工业“三品”行动方案（2022—2025 年）》进入大力推进阶段，将持续推动新业态、新场景、新产品、新品牌蓬勃发展，从供需两端助力行业内销市场发展。

从国际来看，美欧等主要经济体通货膨胀居高不下，加息、收紧货币政策的变化，不可避免地将拖累自身的经济复苏，陷入滞胀概率明显升高，同时国际地缘政治风险持续，全球经济复苏因此面临较大压力。在国际经济复苏疲软、市场需求不足、海外订单转移、贸易保护主义等因素的影响下，2023 年我国皮革行业出口增长面临较大的压力，利润空间也将越来越小。当然也要看到，“一带一路”和 RCEP 等贸易合作协定持续推进，新型营销方式促进跨境电商加速发展，将进一步推动行业出口实现高质量发展。

展望未来，中国经济稳中向好、转型升级、高质量发展的大势没有改变。我国皮革行业具有完整的产业链、较强的发展韧性，随着科技与产业的加速融合，皮革行业要主动适应变局，围绕“科技、时尚、绿色”的产业发展定位，以创新驱动发展，大力实施消费品工业“三品”战略，以设计赋能、让品牌制胜，努力提升智能制造水平，不断提高产业竞争力，切实推动行业高质量发展。