

# 北京皮革

BEIJING  
LEATHER

1976年创刊 第49卷

2024年2-3月

(总第562期)

主办单位：中国皮革协会

封面人物  
**王强**

上海皮革行业协会会长

2024中国皮革协会  
主要活动及工作计划

浅析 皮革产品中部分潜在  
有毒有害物质及其检测方法

现代鞋靴设计(类)  
专业知识与技术体系构建及探索

2024年皮革行业进出口关税新动态

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



特色区域系列报道之二十四

聚焦高质量发展 丹阳鞋业再出发  
——中国鞋业基地·丹阳



扫描二维码  
关注我们的官方微信

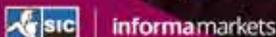
中国  
国际

# 皮革展



**ALL CHINA  
LEATHER  
EXHIBITION**  
**3-5.9.2024**  
上海·SHANGHAI

[www.aclechina.com](http://www.aclechina.com)



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

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

Happy New Year

# 开卷2024

东红制革标杆新篇章 开启



联系方式

[www.tong-hong.com](http://www.tong-hong.com)

电话: +86-769-88861475

Email: [info@tong-hong.com](mailto:info@tong-hong.com)



广告



集宁国际皮革城  
JINING INTERNATIONAL LEATHER MARKET

# 集宁国际皮革城 旺铺招商

## 全国邀约 火爆招商

共创·共赢·新格局

皮衣 | 裘皮 | 箱包 | 皮鞋 | 毛绒制品



— PREFERENTIAL POLICY —

对入驻商家按照不同品牌、面积大小给予招商优惠政策

招商电话：(白经理)18204744540 (郝经理)18247476664

地址：内蒙古乌兰察布市集宁区集宁国际皮革城

美的意义  
是由内生发的力量  
是永久安心的陪伴

## GO-Tan 无铬鞣系统

GO-Tan Chrome-Free Tanning System

无铬、无醛、无金属鞣

将鞣性释放到极致

广告



# CONTENTS

目录

08

## 焦点·关注

- 08 2024年中国皮革协会主要活动及工作计划
- 10 《产业结构调整指导目录(2024年本)》发布
- 11 皮革行业9人荣获“全国技术能手”称号
- 12 长风破浪会有时 齐心协力谋发展  
——记上海皮革行业协会会长、上海皮革有限公司总经理王强

18

## 市场·展会

- 18 聚焦高质量发展 丹阳鞋业再出发  
——中国鞋业基地·丹阳
- 23 2024“小交会”举办 毛皮企业抢抓外贸机遇
- 26 中国皮革协会率团参加意大利加达国际鞋展及箱包展
- 30 中国皮革协会代表团参加2024香港国际毛皮时装展览会
- 32 五星级专业市场  
——佳豪国际皮具皮革城
- 33 五星级专业市场  
——招远皮革城

34

## 科技·生态

- 34 第37届国际皮革工艺师和化学家协会联合会(IULTCS)大会技术报告摘要汇总(三)
- 36 山羊蓝湿革皮形变长原因分析及经验总结
- 41 苹果两款手机套测试结果证实皮革材质具有明显优势

42

## 质量·标准

- 42 高标准助推皮革行业高质量发展
- 46 浅析皮革产品中部分潜在有毒有害物质及其检测方法
- 50 GB/T 43293—2022《鞋号》标准解读
- 54 《鞋类 生物降解性能评价》团体标准正式发布



## 本期广告目录

东红制革	封二
集宁皮革城	封三
中国国际皮革展览会	封底
德赛尔新材料	扉页
生态皮革	5
真皮标志	6
台威精机	7
公益广告	91
杂志征订	98
征稿启事	99
木林森鞋业	100
名郎鞋业	101
海宇鞋业	102
新森达鞋业	103
金鑫皮革	104
晋江源泰	106
华宝智能	107
龙益机械	108
思瑞机械	109
爱玛数控	110
扬宝机械	112



## 55

### 设计·潮流

- 55 现代鞋靴设计(类)专业知识与技术体系构建与探索(一)
- 58 2023 真皮星尚我做主微视频公益大赛交流会感言(二)
- 62 基于教赛融合的大学生创新设计思维能力培养  
——以“真皮标志杯”中国国际箱包皮具设计大赛参赛作品设计流程为例
- 67 乐福女鞋品类细分与设计  
——以莎莎苏品牌为例
- 72 设计手稿

## 73

### 资讯·数据

- 73 专家组对“中国旅行箱包之都·平湖”开展复评
- 74 河南省皮革行业协会第八次会员大会暨八届一次理事会召开
- 76 2024 年皮革行业进出口关税新动态
- 80 2023 年中国出口旅行用品及箱包和鞋类产品数据分析
- 86 2023 年中国进口原料皮及半成品革和已鞣毛皮数据分析
- 92 2023 年 1—11 月全国皮革行业进出口量值分析
- 96 中国皮革行业部分上市公司及行情(2024 年 2 月)

# 北京皮革

BEIJING LEATHER 1976年创刊 第49卷  
2024年3月8日出版(总第562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 骆国民  
Editors in Charge **责任编辑** 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@china-leather.org  
Post Code **邮编** 100044  
Contact **联系人** 毕波  
Tel **电话** 010-85117751

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



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	王海涛	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	范长华	罗建勋
岳国威	郑菜毅	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	黄劲煌
黄杰	黄祖平	曹向禹	章川波
梁志新	彭必雨	彭先成	彭殿礼
曾小平	曾智明	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



## 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

晋江市安海华峰皮塑有限公司  
Jinjiang Anhai Huafeng Leather & Plastic Co., Ltd.  
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 Luni 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.  
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  
Yafai 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.  
温州大自然皮业有限公司  
Wenzhou Nature 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.  
浙江鑫鑫皮革有限公司  
Zhejiang Jinxin Leather Co., Ltd.  
河北东明皮革有限公司  
Dongming Leather Co., Ltd.  
辛集市宏四海皮革有限公司  
Xinji Hongsihai Leather Co., Ltd.  
烟台制革有限责任公司  
Yantai Tannery Co., Ltd.  
河南省方圆有限公司  
Henan Fangyuan Co., Ltd.

### 中国皮革协会产业部

Industry Department of China Leather Industry Association  
地址(Address): 北京市西城区西直门外大街18号金贸大厦C2座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

Genuine Leather Mark



真皮标志  
Genuine Leather Mark

天然皮革  
优质精品  
良好服务

认准真皮标志 享受高品质生活

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



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



**壹威精機**  
TAIWEI MACHINERY

中德合作—为制鞋业提供智能裁断技术与方案

浙江制造“品字标”认证企业

世界品质



浙江制造



高速智能裁断加工中心

- 产量是类似机的2倍，震动刀切割机的4倍
- 能耗不到类似机的70%，切割机的60%
- 高速：冲裁速度40~93次/分钟
- 精准：自动识别，精准裁切
- 省工：1台抵6~8台常规裁断机
- 省料：无缝冲裁，比类似机再提高1%~3%

智·能精裁，质·赢未来

液压裁断机国家标准和行业标准主起草单位  
中国轻工业联合会科学技术进步一等奖获得单位  
中国皮革协会科技成果应用二等奖获得单位

省工，省料，省时，节约成本从此开始！

台威集研发、生产和销售于一体，主要生产和出口六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、智能数控系列、视觉智能系列等120余个品种。属全球液压裁断机行业系列全、品种多的企业。



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：324000  
电子邮件：sales@twcdj.com 网址：www.twcdj.com



广告

2024

中国皮革协会

2024

主要活动及工作计划

序号	项目名称	时间/地点
1	不断提升协会党建工作水平,按计划开展相关学习活动,完成协会党支部换届,强化党建和业务工作相融合,创新开展党建活动	全年
2	加快落实《皮革行业“十四五”高质量发展指导意见》	全年
3	主动发挥参谋助手作用,做好政府有关部门委托的项目任务,协助做好相关政策的制定及宣贯	全年
4	做好行业恢复及消费市场变化情况调研工作,关注行业在新形势下的热点、难点问题,加强与政府部门的沟通,积极反映会员诉求和行业建议,继续争取有利于皮革行业可持续发展的政策支持	全年
5	在相关评估研究成果的基础上,继续争取含铬皮革碎料的运输和利用环节的豁免,探索、推动含铬皮革碎料作为工业明胶、工业蛋白等生产原料的“点对点”定向利用方案,并持续申请不将成品革列入“双高”名录,以保障皮革行业健康可持续发展	全年
6	继续争取生毛皮、生皮进口关税进一步下调;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	全年
7	以皮革行业环保自律行动小组为抓手,继续开展制革和毛皮加工行业环保核查、行业节能减排和污染防治新技术推广以及行业环保信息咨询工作,开展皮革碳排放核算相关工作,全面提升行业绿色发展水平	全年
8	做好《制革及毛皮加工工业水污染物排放标准(修改单)》《制革行业节水技术规范》《胶粘鞋智能生产线》《女式舌式鞋设计指南》《健步鞋设计指南》《商务健步鞋(男士)设计指南》《制式鞋靴产能定额标准》等国家标准、行业标准及团体标准的编制、发布及宣贯工作	全年
9	编制发布《2023中国皮革行业经济运行年度报告》和“中轻皮革景气指数”;利用相关国内外数据统计,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	有效应对伪动物保护组织活动,加大向消费者宣传皮革行业正面形象的力度,为行业可持续发展营造良好环境	全年
11	整合国内外行业资源,推进实施毛皮原料交易新模式	全年
12	完成“真皮标志”标牌改版工作,推进“真皮标志”与“生态皮革”的追本溯源;开展证明商标“真皮标志”实施30周年系列活动;加大真皮标志对消费者的宣传力度	全年
13	完成生态皮革认定标准修订工作,推进生态皮革认定工作的国际化,进一步推动生态皮革品牌企业与真皮标志品牌企业的联动合作	全年
14	主办“真皮标志杯”设计大赛(鞋类/皮革裘皮服装/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
15	开展皮革行业特色区域培育、考评和复评工作,引导产业集群高质量发展,适时召开特色区域工作会议	全年
16	开展专业市场(店)的调研、等级认定工作,推进企业信用评价及宣传推广	全年

# 2024

## 中国皮革协会

# 2024

## 主要活动及工作计划

序号	项目名称	时间/地点
17	上线并全面推广“中皮秀”云展商贸平台，促进国内外行业企业间跨时空、跨地域限制的即时信息交流与商业交易	全年
18	积极开展职业技能等级评价和行业技术培训工作，主办2024年全国行业职业技能竞赛——制鞋工职业技能竞赛	全年
19	开展“中国皮革协会设计大师”推荐工作，带动行业企业更加重视设计研发工作，加速提升皮革行业设计水平	全年
20	组团参加香港亚太皮革展、意大利琳琅佩丽展、意大利加达展等国际专业展会	全年
21	举办中国皮革协会各专业委员会年会、联席会或论坛	全年
22	筹备2025“摩登中国”国际鞋包服饰时尚展览会暨真皮时尚日系列活动	全年
23	提升《北京皮革》杂志和“中国皮革网”自身建设，强化协会官微、视频公众号等全媒体联动宣传	全年
24	继续做好全国皮革工业重点企业季报工作，推出上一年度皮革行业重点企业季报工作优秀统计员	全年
25	参与主办2024北京国际裘皮革皮制品交易会暨北京冬季服装服饰展	1月16—18日 / 北京
26	编制出版《2024中国皮革协会会员名录》	1—5月
27	举办2023年度中国皮革协会年度工作总结及2024年工作计划会议及内部培训	2月 / 北京
28	参加民政部2024年度全国性社会团体年度检查工作	2—5月
29	开展第二届中国皮革协会科技成果应用奖评选工作	2—9月
30	开展2024真皮星尚我做主微视频公益大赛及推广工作	2—9月
31	召开中国皮革协会九届五次常务理事会暨2024年全国皮革行业协会工作会议	4月 / 地点待定
32	召开中国皮革协会监事会九届五次、六次工作会议	4月、9月
33	开展2024年度中国皮革协会及中国皮革协会·杨正奖学金工作，配合开展中国皮革工匠助长基金等公益项目	6—12月
34	召开中国皮革协会九届四次理事扩大会议、九届六次常务理事会议	9月1—2日 / 上海
35	举办第十五届皮业论坛	9月2日 / 上海
36	举办2024中国国际皮革展览会（ACLE）及系列活动	9月3—5日 / 上海
37	开展2024年国际动物（水貂/狐/貉）福利示范场认定活动	9—12月
38	参加第41届国际鞋业会议（IFC）	时间待定 / 越南
39	参加国际制革委员会（ICT）、国际皮业贸易委员会（ICHSLTA）、国际皮革工艺师和化学家协会联合会（IULTCS）、国际毛皮协会（IFF）、国际鞋业技师联合会（UITIC）等国际组织的相关会议	时间地点待定

## 《产业结构调整指导目录（2024 年本）》发布 皮革行业清洁生产、功能性产品、智能化设备等受到鼓励

文 / 毕波

日前，国家发展改革委发布 2023 年第 7 号命令：《产业结构调整指导目录（2024 年本）》自 2024 年 2 月 1 日起施行。《产业结构调整指导目录（2019 年本）》同时废止。

目录主要由鼓励类、限制类和淘汰类三部分组成。

**皮革行业鼓励类的有：**制革和毛皮加工清洁生产、皮革后整饰新技术开发及关键设备制造，含铬皮革固体废弃物和铬污泥综合利用，皮革及毛皮加工废液循环利用，无灰膨胀（助）剂、无氨脱灰（助）剂、无盐浸酸（助）剂、高吸收铬鞣（助）剂、天然植物鞣剂、水性涂饰（助）剂等功能性皮革化工产品开发、生产与应用，制革、毛皮加工、制鞋自动化智能化设备和系统的开发、生产。

**限制类的有：**年加工能力 30 万标张牛皮以下的生产线。

**淘汰类有：**年加工生皮能力 5 万标张牛皮、年加工蓝湿革能力 3 万标张牛皮以下的制革生产线。

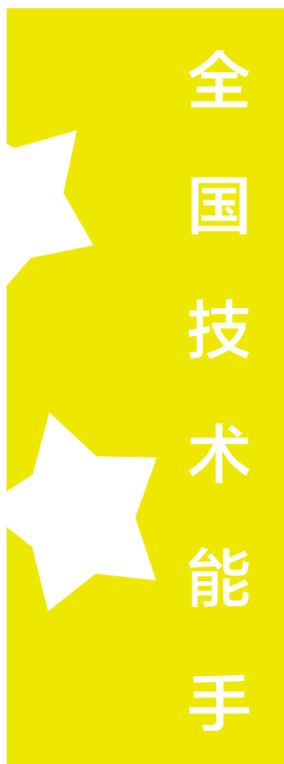
据了解，鼓励类主要是对经济社会发展有重要促进作用的技术、装备及产品；限制类主要是工艺技术落后，不符合行业准入条件和有关规定，不利于安全生产，不利于实现碳达峰碳中和目标，需要督促改造和禁止新建的生产能力、工艺技术、装备及产品；淘汰类主要是不符合有关法律法规规定，严重浪费资源、污染环境，安全生产隐患严重，阻碍实现碳达峰碳中和目标，需要淘汰的落后工艺技术、装备及产品。鼓励类、限制类和淘汰类之外的，且符合国家有关法律、法规和政策规定的属于允许类。

# 皮革行业 9 人荣获“全国技术能手”称号 (2021—2022 年度竞赛)

文 / 樊永红

日前，人力资源和社会保障部根据职业技能竞赛管理有关规定，经审核，决定向 1132 名在 2022 年世界技能大赛特别赛、全国乡村振兴职业技能大赛、全国养老护理职业技能大赛、2021—2022 年度全国行业职业技能竞赛及因受疫情影响延期举办的 2020 年度全国行业职业技能竞赛中取得优异成绩的选手授予“全国技术能手”称号，颁发奖章、奖牌和荣誉证书。其中获得 2021 年全国工业设计职业技能大赛鞋类设计师赛项一等奖的六名皮革行业选手和获得第三届全国皮具设计师职业技能竞赛前三名的皮革行业选手获此殊荣。

希望受表彰的选手以获得的奖励为新起点，戒骄戒躁，大力弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，不断学习新知识、掌握新技能、创造新业绩，继续发挥示范引领作用。希望广大劳动者向受表彰的“全国技术能手”学习，立足工作岗位，刻苦钻研技术，努力提高技能水平，走技能成才、技能报国之路。



## 皮革行业获“全国技术能手”称号人员名单

### 2021 年全国工业设计职业技能大赛 (6 名)

- 李 琴 丽荣鞋业 (深圳) 有限公司
- 崇 钢 丽荣鞋业 (深圳) 有限公司
- 许 颖 丽荣鞋业 (深圳) 有限公司
- 何成林 意尔康股份有限公司
- 冷银惠 意尔康股份有限公司
- 王 辉 意尔康股份有限公司

### 第三届全国皮具设计师职业技能竞赛 (3 名)

- 叶诗婷 丽荣鞋业 (深圳) 有限公司
- 鲁 瑶 丽荣鞋业 (深圳) 有限公司
- 林钰喆 丽荣鞋业 (深圳) 有限公司

# COVER

## 封面人物 PEOPLE



上海皮革行业协会会长  
上海皮革有限公司总经理  
上海市皮革工业研究所所长  
中国皮革协会副理事长

### 长风破浪会有时 齐心协力谋发展

——记上海皮革行业协会会长、  
上海皮革有限公司总经理王强

文 / 李书波



上海制球联合公司生产的足、篮、排球



王强（右一）和安徽省池州市领导参加上海皮革（池州）有限公司建设项目奠基仪式活动

上海皮革有限公司脱胎于国有企业，是国有皮革公司改制的成功典范。公司掌门人王强总经理一直以来勤勤恳恳，兢兢业业，专注于事业，不显山不露水。2023年8月28日在上海举办的中国皮革协会九届三次理事扩大会上，当王总以主持人身份亮相时，笔者还是被他那低沉的男中音所吸引。他稳重大气的主持风格给我留下深刻印象。近日，在办公室和他面对面时，他的谦逊、睿智以及风趣拉近了我们之间的距离，话匣子一下子也就打开了。



王强在上海皮革有限公司第三次党代会上投票

### 毕生追求皮革事业

人们常说：一生只做一件事，可是说起来容易做起来难。王强做到了！王强说从学校毕业到现在，他一直在皮革行业摸爬滚打，从来没有离开过，也没想离开过，他已经把皮革作为他的终生事业。

1980年王强进入上海皮鞋厂技校学习皮鞋制作。技校毕业后进入皮革公司下属上海亚洲皮鞋厂，当起了一名“皮匠”。作为一名刚毕

业的学生，王强虚心好学，不惜力，毫不保留地把在学校学习到的所有皮革方面的工艺技术、专业知识运用到实际工作中，把理论和实践紧密地结合在一起。王强说起当时的情景还是蛮有感触，他说，起初他感到无所适从，但坚持经常跟在厂长和技术人员身边询问生产工艺流程，他们讲一遍他听一遍，他记一遍然后他们再讲一遍。三个月后他就基本摸清整个皮鞋生产的几十道



王强在锦凯职工活动中心观看公司历史展



2019年11月28日，上海皮革（池州）有限公司建设项目举行奠基仪式

工序，熟练掌握核心工艺，深受厂领导和工人师傅的称赞。

经过四年的工作，他深感自己的知识的缺乏，不能使工作更好地开展，因此他在1984年考进大学进行深造。四年大学生活结束后，对于是否再回到原来的企业，他曾经犹豫过：因为“皮匠”这行在当时社会上被人瞧不起的。但王强考虑许久，还是全身心投入到皮鞋行业，并逐步适应了这份工作。白天，他跟工人们一起在车间，学习各种机器设备的使用；晚上，他钻研技术资料，理解皮鞋加工的原理。同时，他严格要求自己，以身作则，优化车间的生产流程，确保产品质量。王强说他们第一次技改就取得了显著效果。在皮鞋准备车间，他大胆尝试新工艺，一改传统剪刀裁料为国际流行的刀划面料工艺，使得料片裁剪的生产效率提高25%~30%。后来，在连续多年的努力

下，车间的产量和质量指标稳居全厂第一。因他勇挑重担，调到销售科任科长，当时上海亚洲皮鞋厂皮鞋全部是外销，国内知名度较小，但王强不畏艰苦，走南闯北，为“亚洲牌”“美申牌”女皮鞋打开销路，走进千家万户到后来畅销全国作出了重大贡献。

上世纪90年代初期，上海皮革公司下属几十家企业与全国大多数国有企业一样饱受计划经济转制为市场经济的阵痛。市场放开初期，市场竞争无序，国有企业饱受不公平待遇且负担过大，一时造成企业资不抵债、工人工资拖欠、生产经营难以正常开展，皮革有限公司班子发挥团队合作精神，面对困难临危不惧，以坚强的毅力克服想象不到的困难，带领干群艰难地度过这段时期，使企业走出困境，为后面整个公司实施股份制改造打下了良好基础。王强当时已是皮革有限公

司的副总经理，整个过程他全程参与。

职位高了，责任也更大了，他一方面把握机遇，对原来管理的企业积极推行技改，淘汰了老旧的机器设备，引进了国内最先进的全自动化生产线。同时，挖掘内部潜力，打造高效的研发团队，在保留原有传统生产工艺基础上开发新品种，打造固特异皮鞋，深受欧美客户欢迎。现在生产的产品全部销售欧美。2023年企业克服疫情影响，35人人均产值超百万。另一方面他勇挑重担，先后到上海皮革化工厂、上海市皮革工业研究所、上海新华皮革化工厂担任厂长、所长，对皮革化工三个企业进行整合，收拢原已涣散的人心，调整产品布局，避免内部倾轧，聚集科研力量开发新产品，集中销售力量拓展市场，借动迁的力量在安徽池州购买了125亩



在上海皮革有限公司安全工作会议上，王强总经理与下属企业有关负责人签订安全工作责任书



王强主持中国皮革协会九届三次理事扩大会议



在上海皮革有限公司 2023 年工作会议上，王强作工作报告

土地，新成立了上海皮革（池州）有限公司，作为研发、生产基地。

自上世纪 90 年代担任亚洲皮鞋厂厂长起一直到现在，王强始终保持着几乎全年无休的情形。正是因为他的刻苦肯干，业绩越来越突出，因此也慢慢走上了领导岗位，车间主任、厂长、所长等等很多重要岗位他都担任过。

俗话说宝剑锋从磨砺出，梅花香自苦寒来。正是在王强等领导的带领下，公司不断取得了不菲的业绩。

作为我国目前唯一保留“整建制”的上海皮革有限公司，2023 年公司下属 28 家企业全部实现盈利，完成利税近 10.7 亿元。

### 体改转型开辟新天地

交谈中，王强感慨最深的莫过于 20 世纪 80 年代后期企业改造过程中的痛苦经历，一方面是面临企业何去何从的生存大问题，另一个

更是迫在眉睫的下岗职工的安置问题，那个时候还没有国家统筹的退休金制度，一切都要靠原来的企业，因此大量的退休职工的退休金、工人工资及医药费报销就成为压在企业领导班子身上的一块大石头，王强作为领头雁，压力之大可想而知。怎么办？只有变！俗话说得好：变则通，通则达。

人人都知道要改变，可是怎么变？方向在哪里？这成为摆在皮革有限公司领导班子面前的大难题。为此，他们领导班子一群人分头下基层经过大量走访调查，大胆决定：转型。他们决定两个方面转型：一是所有制的转型，二是经营机制转型。因为当时的情形是，不变肯定没有出路，变则有机会。经过充分调研，他们积极响应国家的战略方针即所有制的改革以及适应上海城市的定位功能等，从内部产品、人员结构等方方面面，提出不在上海生产劳动密集型产品，改做现代服

务型产品，没想到一炮打响。

2004 年整个集团进行了体制改革，目前该集团已发展成为一家以服务、生产、科研、营销、投资管理为主的中外合资企业。公司拥有皮化生产、高档皮鞋生产、皮革生产、高档体育用品生产及众多皮革产品知名品牌，公司通过“退二进三”建立了一批园区、市场、商务、贸易等企业，公司按照“创新发展、持续盈利、齐心协力、和谐共享”的规划取得了较好的业绩。

### 科技创新助力企业可持续发展

一个企业要想获得可持续发展，必须紧跟国家的大战略目标。对于皮革行业来说，也必须推动皮革行业向智能化、绿色化方向发展。因为新型工业化的主攻方向是高端化、智能化、绿色化发展，扩大新品精品名品供给，更好满足人民美好生活需要。



上海皮革有限公司外销欧美高档皮鞋

上海皮革有限公司也是这么做的。王强告诉笔者，制革企业一直以来被认为是污染大户，在制革过程中，不仅工序繁多，而且还产生大量的污水和污泥，处理起来非常不容易。为此，他们加大科研投入力度，并且在安徽池州的自家工厂内，研究开发一种无溶剂水性多功能两性聚合物，通过这个产品可把原来需要的四道工序（复鞣、加脂、填充、中和和助染等）合并简化为一道工序，做到一次排放，不仅减

少了用水，还能减少排放，并大大减少工作时间，提高工作效率，那些重金属污染也得到大大减轻，这一产品现已进入中试，效果明显。

面对市场上皮鞋的异常激烈竞争，他们没有随大流做低端品类，而是通过和国外公司合作的方式，采用独特传统工艺和纯手工制作，大大提高产品的附加值和出口创汇能力，成为该高档皮鞋领域的“隐形冠军”。交谈中，王强还对公司的另外一个产品青睐有加，那就是——

皮制三球。皮制三球也是公司“生产大户”。据王强说，皮制的“篮、排、足”三大运动球有手缝、胶粘两大系列产品，其中 S32S 牛皮手缝足球，被国际足联批准为国际比赛用球，其他球均被体育总局认定为国内体育赛事比赛用球，产品销售到美国、日本、西欧等经济发达国家和地区。

## 以人为本 情系员工

王强总经理凭借敏锐的市场洞

察力、有效的市场开拓力、先进的企业管理能力使公司越做越强。可他并没有忘记一个公司要想有坚强的凝聚力，还必须要有先进的企业文化做支撑。他十分重视企业文化的经营，始终坚持以人为本的经营理念。他深知人才的重要，针对目前公司人员老化现象。近两年面向社会选拔青年人才，充实各科室完善梯队结构，为公司长远发展补充新鲜血液；并把着力点放在培养中青年业务骨干上，压担子磨练加快青年人成长；在员工中，他注意引进激励机制，通过岗位练兵挖掘自身的潜能，让员工迅速掌握技术，提高员工的实际工作能力。

为了丰富员工的业余生活，他要求公司每年都要投资添置文化娱乐用品，举办公司周年庆典、组织旅游，开展文娱活动，体育比赛等有意义的活动，极大地调动了员工的积极性。正是由于采取了切实可行的人才战略，才使公司的发展走入上升通道。

以人为本，不仅表现在王强对待公司硬件设施的设置改造，也表现在对公司困难群体给予的人文关怀。当他看到有些退休工人生活上遇到艰难困境时，尤其是对那些因为家庭贫困即将辍学的学生，总是倾注极大的同情，经常施以援手、慷慨解囊相助。他做事不张扬，保持低调，做好事不愿留名。他说，当一个企业的财富积累到一定程度、有能力回报社会和员工时，就应该把价值取向偏向于公益事业。从他

平凡的话语里，不难看出他的爱心。一个心中深藏爱心的人，生活总是愉快的。乐观、开朗的他，始终保持着了一颗年轻、向上的心。

王强告诉笔者，2010年上海皮革有限公司提出了“三年盈利计划”目标，准备用三年时间消灭亏损户。改革要“迈小步，不停步”循序渐进。2023年是“五·三盈利计划”第一年，全公司下属企业虽然早已实现了个个盈利，但是他依然未雨绸缪，思考未来的发展之路，把选择优质客户优质合作伙伴作为企业走上良性发展之路的重要措施。

## 加快资源集聚整合 增强协会发展活力

作为上海皮革行业协会的会长，王强告诉笔者，协会不仅仅是一个助力会员单位成长的“温暖之家”，更是一个加快人才、资本、技术、市场等资源集聚整合的产业链平台。上海皮革行业的发展，经过不断整合，产业规模快速扩大，行业竞争力不断增强。目前上海皮革行业协会已经拥有在册会员50家，汇聚了一大批上海优秀的皮革行业精英。为此，王强会长和协会核心成员深入了解会员企业，加强会员之间的横向联系，争取多碰撞出一些火花来，为会员企业内部的资源整合牵线搭桥。

除了协会内部的资源整合，协会还发挥桥梁纽带作用，牵头协调兄弟协会之间、协会与政府部门之间开展各种经济交流、对接活动，

搭建起一个信息交流、资源共享、优势互补、抱团发展的平台，通过这个平台，为企业提供有效的信息通道。

协会虽然是一个社会组织团体，可是要管理好同样不容易，首当其冲的就是要增强协会的发展活力。怎么办呢？首先就要在内部治理上下功夫。据了解，目前上海皮革协会已经建立健全了会议制度、财务制度、培训制度、调研制度等，同时设立了定期走访制度，加强协会主要成员的责任感和使命感，努力当好企业的“娘家人”和“代言人”，不断提高协会的凝聚力与亲和力。

长风破浪会有时，齐心协力谋发展。王强总经理和他的团队目标更为高远，2024年是他们集团提出的“五·三盈利计划”第二年，全公司下属企业虽然早已实现了个个盈利，但是他依然考虑以后更要“芝麻开花节节高”。

上海皮革有限公司已发展成为一家以服务、生产、科研、营销、投资管理为主的中外合资企业。公司拥有皮化生产、高档皮鞋生产、皮革生产、高档体育用品生产及众多皮革产品知名品牌，公司通过“退二进三”建立了一批园区、市场及商务、贸易等企业，公司按照“创新发展、持续盈利、齐心协力、和谐共享”的规划取得了较好的业绩。

(图 / 上海皮革行业协会)

**专题**中国皮革行业**特色区域**系列报道之二十四**聚焦高质量发展  
丹阳鞋业再出发**

## ——中国鞋业基地·丹阳

文、图 / 蒋国华

皮鞋产业是丹阳的传统支柱产业之一，也是一张靓丽的城市名片。其较完善的社会化分工，规模化配套、上下衔接的产业链体系，已形成突出的行业优势，鲜明的产业特色。经过几十年的发展，丹阳鞋业的企业规模已从当初的小作坊、小规模作业生产模式，发展成如今的大规模、流水线、半自动化的生产模式，并形成了供、产、学、研、开发、销售为一体的完整产业链。尤其是近几年来，一栋栋新厂房拔地而起，一批批规模企业应运而生，丹阳鞋业呈现生机盎然、朝气蓬勃景象。

丹阳形成了以陵口镇皮鞋工业园为主板块，以开发区和周边乡镇为两翼，以生产真皮女鞋为主，生产男鞋、劳保鞋、童鞋、休闲鞋为辅的具有丹阳鲜明特色的产业集群。全市拥有制鞋企业 300 余家，制鞋辅材配套生产企业近 300 家，皮革加工制作及配套产品、销售企业 400 余家。全行业从业人员 3 万余人，年产各式皮鞋达 6500 万双，工业总产值突破 55 亿元，产值超 2000 万元以上的规模骨干企业已达 50 多家，皮鞋产业已成为推动丹阳市经济发展的重要力量。



## 强化特色区域创建 产业规模持续扩大

自 2011 年开展创建特色区域工作以来，丹阳市政府始终践行新发展理念，坚持“做强皮鞋产业，壮大特色板块，放大品牌效应，致富一方百姓”的工作思路，不断加大对皮鞋产业的扶持力度。在项目审批、基础建设、土地征用、投资、外经贸、品牌创建、人才引进和培养等方面出台了一系列政策文件。尤其近几年来，加大对皮鞋产业基础建设的投入力度，基础设施和企

业规模发生了显著变化，尤其是皮鞋产业重镇陵口镇，在政府引导扶持下，重点加强对皮鞋产业园区的建设力度。先后进行皮鞋产业园区一期、二期、三期建设。皮鞋产业园形成了高度集中、蓬勃发展的良好势头。

原先进入园区的鞋企，普遍进行二期扩建，厂房面积和生产规模成倍增长。随着一批鞋企新厂房落户园区，皮鞋工业园区生机盎然。此外丹阳城区、开发区、访仙、窦庄等区域的鞋业也呈现出升级换代，

迅猛扩大的态势。市政府还划拨土地 800 多亩，用于丹阳城区、开发区、司徒镇、访仙、窦庄等区域的鞋业基础建设。

同时制鞋辅料企业不断加大投入扩建增产，达到鞋业主辅产业同步提档升级的发展需求。产值 2000 万元以上的规模企业达到 50 多家，名雪、爽足、周士达、三九玫瑰、华翔、开鑫苹果等鞋企工业总产值已分别达亿元以上。丹阳鞋业的区域特色已突显，产业集群优势明显，发展态势良好并持续保持强劲态势。



丹阳鞋业已形成了以陵口镇为主板块，开发区和周边乡镇为两翼的特色区域模式。

### 强化产品质量提升 增强国内外市场竞争力

随着生活水平的提高，消费者对产品质量和服务质量的需求越来越高。为此，丹阳市政府和丹阳市皮革鞋业商会始终把提升鞋业产品质量作为行业发展的命脉来抓，积极引导和鼓励鞋企在扩大规模、提高产能的同时，不断创新驱动，积极引进先进装备换挡升级，加大新品开发力度，强化企业管理，全面提升企业从业人员的整体素质，推动皮鞋行业向高品质化、专业化、个性化、市场化、绿色化方向转变，积极探索丹阳制鞋产业高质量可持续发展之路。

一是转变发展理念，逐步引领

企业从以往的速度规模型向现在的质量效益型转变，走以质取胜之路，坚持做精品、创特色。

二是淘汰落后的生产工艺和方式，不断加大技改投入，引进先进的生产设备。绝大部分企业普遍采用了流水线生产作业，生产环境，生产工艺，生产效率，产品质量得到了显著提高。

三是强化人才队伍建设，以满足女式皮鞋款式多、工艺需求高、更新换代快的设计需求。企业普遍重视自身人才的培养，采取送出去学习培训，高薪聘请人才进来相结合的模式不断加强技术人才队伍建设。

四是提高企业管理水平，严把质量管控关。全面落实市质量振兴纲要，引导鞋企走“向质量要效益，以质量求生存”的健康发展之路，很多企业通过了ISO9001:2000质量管理体系认证。丹阳皮鞋已从过去的低

端逐步走向中、高档层次发展。

丹阳皮鞋的产品开发，制作工艺，产品质量在行业内众口皆碑，丹阳皮鞋以其时尚、休闲、舒适、价位适中的特色深得国内外客户和消费者的青睐。国内一线的知名品牌企业，到丹阳贴牌加工，寻求合作的络绎不绝。

### 以品牌创建为依托 提升丹阳鞋业形象

品牌建设，既是落实丹阳市质量振兴纲要的重要环节，也是企业做大做强，立足长远发展的根本之策。多年来，丹阳始终把品牌创建工作放在首要位置来抓，市政府还专门出台了《全市质量振兴纲要》，并推出了创建品牌的一系列奖励政策。先后组织和鼓励企业参与中国驰名商标、中国真皮名鞋、中国真皮标志、中国消费者引领品牌、

江苏省著名商标、江苏省名牌等创建工作。

目前，丹阳鞋企共有 30 多家鞋企获得真皮标志佩挂资格，获中国驰名商标 7 家，中国真皮名鞋 1 家，中国皮革行业消费引领品牌 1 家，获江苏省名牌 7 家，江苏省著名商标 11 家，江苏省标准良好行业 4A 级企业 1 家。

同时，丹阳制鞋行业还被镇江市授予“鞋业集群品牌培育基地”称号。在参加中国皮革行业特色区域共建活动中，成功获得了“中国鞋业基地·丹阳”荣誉称号，目前正在积极准备，以迎接中国轻工业联合会和中国皮革协会专家组的第二次复评验收。

## 加强合作交流 扩大丹阳鞋业影响力

多年来，丹阳始终保持与中国皮革协会、江苏省皮革协会的密切联系，积极争取中皮协和省皮协对丹阳鞋业发展的支持，并借助他们的力量大力推介和宣传丹阳鞋业，扩大影响力，提高美誉度。丹阳还经常保持与温州市鞋业商会、东莞市鞋业协会、江都区鞋业协会、桐乡市鞋业协会、高桥鞋业协会、永嘉鞋业商会、泉州市鞋业商会等地方商协会的联系沟通，交流合作，从不同层面支持和助推丹阳鞋业的健康发展。

2023 年 11 月 19 日成功举办了“中国鞋业基地·丹阳”2024 春季真皮女鞋订货会，吸引了来自

全国各地的 700 多位客户来丹阳订货采购，参展企业普遍反馈良好，订单远超预期，订货会期间的第一批订单就超 100 万双，后续的订单还接连不断。来丹阳参加订货的客户一致对活动给予了高度评价，共同反映此次活动，组织有力，程序严谨，规模盛况，效果良好，在全国鞋业中的蝴蝶效应明显。

丹阳市皮革鞋业商会还紧密加强与新闻媒体的合作联系，利用电视台、报纸、微信公众号、短视频等宣传平台，大力宣传丹阳鞋业的行业资讯、政策法规、预警信息、标准法规、法律知识、安全生产等各类信息，及时向皮鞋行业企业、社会公众宣传丹阳鞋业的新趋势、

的影响力和知名度。

## 加强鞋业辅助产业建设 主辅产业相得益彰

多年来，丹阳市政府在全方位扶持鞋业主产业发展壮大的同时，也积极强化鞋业上下游链等辅助产业的建设力度。先后投资一亿多元，在开发区建成了占地 107 亩的东方皮革商城，400 多家皮革、辅料、加工生产、销售的企业入驻，使皮鞋生产企业不出丹阳就能采购到所需的各类辅材。同时，丹阳市政府还积极扶持物流业的发展壮大，目前，丹阳拥有大小物流公司近 500 家，站点线路遍布全国各地，给丹阳鞋业的货运带来了极大便捷，为



新思路、新成果、新业绩、新亮点。当好鞋业发展代言人，提高丹阳鞋业透明度和公信力，扩大丹阳鞋业

进入全国市场奠定了坚实基础。丹阳还积极引导和鼓励企业在全国各大、中城市设立专门销售网点和专



生产车间

柜、专卖店，从而形成了覆盖全国的销售网络。

近年来，丹阳市还加大电商产业的扶持力度，全面落实省、市电子商务有关政策要求，深入推进电子商务进农村综合示范项目，以电子商务服务站为抓手，融合资源，加快县—乡—村物流配送体系建设。并加大电商扶贫助力乡村物流服务站+网货供应企业+贫困户的工作模式。

目前已建成的市级商务公共服务中心、市级电子商务公共服务站及50个村级电商服务点均已高效运营。2023年，丹阳市电商交易达309.48亿元。从而使全市鞋业形成了富有丹阳特色的“供、产、学、研、开发、销售”为一体的完整产业链。

丹阳市制鞋业取得的成绩有目共睹，但存在的问题也亟需解决。单体实力较弱、整体规模偏小、创新能力不足、竞争实力不强，尤其是在当前国内经济发展步入“新常态”形势下，身处苏南发达地区的传统劳动密集型产业，如何调整结构、转型升级，是摆在丹阳制鞋业同仁面前的重要课题。未来，丹阳市政府将强化“四个引领”，推动制鞋业高质量发展。一是引领企业树立创新思想。要以市场为导向，以客户需求为中心，坚持创新思维，不断创新品牌、创新产品、创新模式、创新管理、不断实现自我超越，保持持续健康发展。二是要加强人才培养，引领打造一支高水平的鞋

业从业人员队伍。要建立人才育成机制，培养一批懂业务、精技术、能研发、善经营、会管理的优秀队伍，为鞋业发展提供核心保障。三是唱响高质量发展的主旋律，引领企业由“制造”向“智造”转变。引领企业向绿色化、智能化、高端化转型升级，提高企业生产运营效率，加强迭代核心竞争力。四是坚持“贴牌”和“创牌”两条腿走路，引领企业内创外联，谋划丹阳鞋业走高端制造之路。引导企业摒弃以往靠量取胜、靠价格竞争的粗放模式。要在产品的研发、设计、创新上下功夫，要在传承匠心、精益求精上下功夫，谱写丹阳鞋业高质量发展新篇章。

“

## 小交会” 举办

## 毛皮企业抢抓外贸机遇

文/毕波 图/李霞

2024  
BIFE  
BWFS

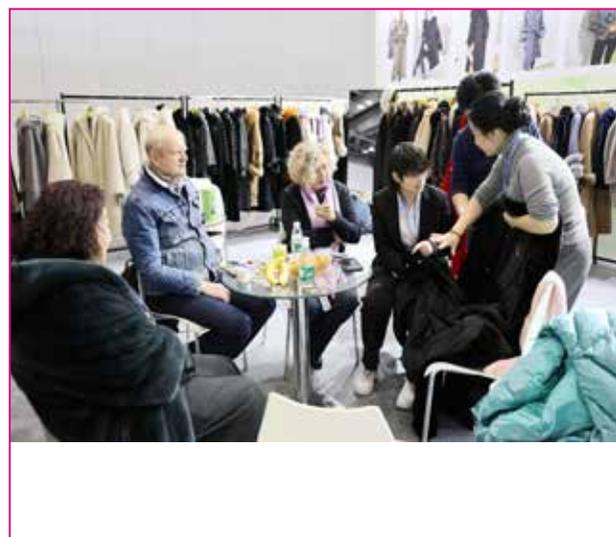
随着中国经济的回升向好，尤其是中俄贸易额的不断扩大，面向国际毛皮市场的展会得到了毛皮企业更多关注。1月16日上午，为期3天的2024北京国际裘皮革皮制品交易会（BIFE，也称“小交会”）暨北京冬季服装服饰展（BWFS）在北京国家会议中心开幕。包括海宁、桐乡、阳原、肃宁、故城、禄口等皮革、毛皮生产基地的一批企业参加了展会，抢抓外贸机遇。



“小交会一直以来都是公司重点的展会。” 华斯控股股份有限公司有关负责人表示，本次展会是企业今年的第一站。“为全力获取订单，公司专门研发设计了系列轻奢秋冬新品，这些新品在款式与风格上更加时尚，审美上也趋向于国际消费者的需求。”



多次参展的隆丰革乐美时尚有限公司为本次展会也做了充分准备。企业现场展示了各种风格样式的传统鞋包服用皮革、毛皮和企业最新研发的床毯、座垫产品，并有十余位销售人员做现场介绍。其毛皮经过特殊工艺与技术处理，具有柔软弹性的手感、独特的毛型自然花纹及图案设计。



# 2024 BIFE

“往年参加展会的效果不错，所以很早就计划参加本次展会。”桐乡市诺普裘皮服饰有限公司相关负责人表示，企业以外贸为主，因新冠疫情的影响，企业欧美与日韩的订单有所下滑。为此，企业准备了多种羊绒、牛绒和毛革一体新品，以寻求更多的国际合作伙伴。



浙江春风集团有限公司的展品以各类夹克、中短外套轻奢系列服装为主。该公司相关负责人表示，上午接待了一些境外客户，预计下午境外订货商将会陆续增多。

禄口皮草是南京禄口的特色产业，以“串刀”技艺闻名。展会期间，南京市江宁区权冉毛皮厂、南京市江宁区冉启皮草服装厂和南京市江宁区瑞丰皮草行共同参展，向境外客商展示了禄口的毛皮服装，宣传推广禄口皮草产业。

展会上还有许多由毛革、兔毛皮、獭兔裘皮、貂裘皮制作而成的裘皮鞋帽、围脖、披肩等产品。这些产品价格适中，受到了许多观众、买家的青睐。

据悉，为促进参展商签约订单，组委会组织了包括 60 余位俄罗斯买家团及来自美国、意大利、法国、西班牙、黎巴嫩、秘鲁、日本、韩国和中国香港等地的参展商及买家。

# B W F S

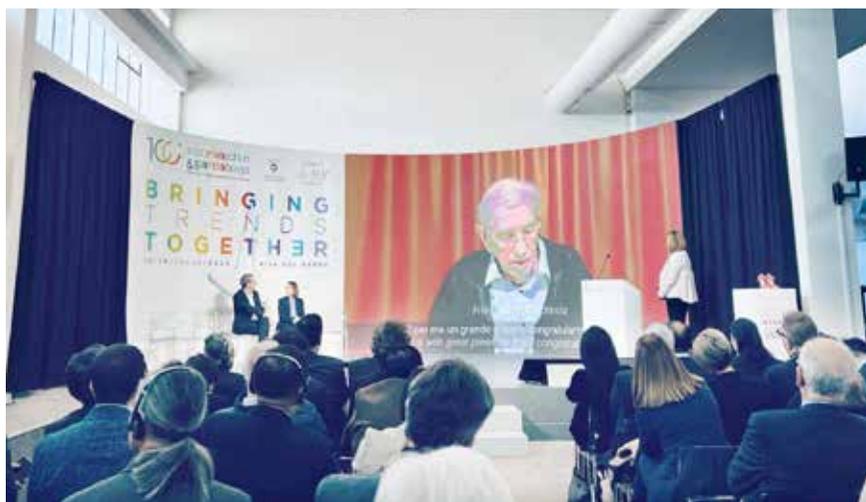


## 中国皮革协会率团参加 意大利加达国际鞋展及箱包展

文、图 / 马瑞华

意大利时间 2024 年 1 月 13 日，意大利加达国际鞋展及箱包展在加尔达湖畔开幕。本届展会共吸引了 39 个国家和地区的 1300 多家企业参展，9000 多名买家参观采购。与上年同期相比，本届展会展商数量增长了 15%，特别是来自中国大陆的展商达到了 318 家，实现了大幅增长。买家 80% 来自欧洲，值得注意的是来自意大利、英国和波兰的买家数量显著增加，但来自德国和法国的买家数量有所下降。买家的构成比例为：30.4% 来自零售业，19.3% 来自批发业，5.2% 来自电子商务，还有 15.5% 为制造商。在买家中，58.9% 的人是公司老板或首席买家。本届展会适逢鞋展第 100 届、箱包展第 10 届，因此展会举办了盛大的百届庆典，并围绕着“未来的创新和趋势”举办了“创新零售村：挑战零售业的未来”和流行趋势讲座等一系列活动。

应展会主办方 Riva del Garda Fierecongressi S.p.A. 邀请，中国皮革协会率鸿民国际、佛山忻盛泰、温州华轩、温州宏顺等企业参展。中国皮革协会一行出席了开幕式，陪同中国驻米兰总领事馆商务参赞耿协威先生、展会主办方总经理 Alessandra Albarelli 女士、高级顾问 Enrico Ciett 先生等分别调研了重点展商，组织召开了“如何开拓中国市场”座谈会，参加了展会百届庆典活动，并与主办单位座谈讨论如何更有效地举办箱包展等系列问题。



## 一、出席开幕式及展会百届庆典，并调研重点参展商

1月13日上午，中国皮革协会秘书长张燕、市场与展览部主任马瑞华、外事专员王渐瀑，中国驻米兰总领事馆商务参赞耿协威先生等受邀出席开幕式。

开幕式由展会主办方总经理 Alessandra Albarelli 主持。里瓦德尔加尔达市长 Cristina Santi、特伦托省议员 Roberto Failoni 分别作了致辞，意大利对外贸易委员会消费品部主任 Matteo Masini 和展会创始人 Karl Friedrich Eichholz 进行视频致辞，展会主办方董事长 Roberto Pellegrini 回顾了展会百届历史，展望了未来发展规划，并为多年合作伙伴颁发了“优秀团组”奖杯。



开幕式结束后，中皮协一行陪同耿协威参赞调研了温州华轩国际贸易有限公司和广州罗尔纳莉贸易有限公司等重点展商。耿参赞分别与杨成蔚总经理、钟应标总经理进行了详细沟通，了解企业经营情况和遇到的问题，并鼓励企业大胆“走



印象深刻，他们回顾了展览辉煌过去，并展望了未来的发展。

展会期间，中皮协一行专门走访了意大利、西班牙、葡萄牙、巴西等拥有自有品牌的50多家国际展商，深入了解产品定位、市场拓展等方面的情况，并与计划或初步启动开拓中国市场的展商沟通中国市场及品牌营销渠道，给予合理化建议。特别介绍了中国皮革协会如何帮助国际品牌寻找品牌代理、品牌购买、产品代工、设计合作等。

出去”，到欧洲开拓市场。同时，耿参赞也与温州华轩的一名国外客户详细了解中国供应商情况以及贸易中存在的问题，并鼓励其与中国品牌企业合作，加强经贸往来。

14日上午，中皮协一行陪同主办单位总经理 Alessandra Albarelli，高级顾问 Enrico Cietta 先生调研了广州市鸿峥实业有限公司和温州华轩国际贸易有限公司，向唐志坚总经理和杨成蔚总经理详细了解订单情况，征询对加达鞋包展的意见和建议，并真诚希望持久地支持加达鞋展。

同时展会主办方也安排了专业团队，对重点展商进行了视频采访，重点了解展商近年来的出口情况，本届展会带来的新产品以及对百届加达展变化的感受。

14日晚，第100届展会庆典活动在加尔达会议中心举行。主办方邀请了为展会作出突出贡献的展商和买家参加了活动。现场通过短



片回顾了展会如何从50年前的意大利特伦托省的里瓦德尔加尔达的小镇逐步走向全世界，从而成为国际著名鞋包展之一的历史。Riva del Garda Fierecongressi 主席 Roberto Pellegrini 和总经理 Alessandra Albarelli 以及 Expo Riva Schuh & Gardabags 展览经理 GianPaola Pedretti 的致辞令人

展会结束后，ROSSONAPOLI 品牌委托中皮协与其中国运营商上海巍而好公司沟通开拓中国市场事宜，中皮协联系了广东万里马实业有限公司和广州卡地爵士实业有限公司帮助其拓展中国市场。同时，中皮协一行也走访了隆丰皮革、台州宝利特、镇江旺达等诸多国内知名企业。

## 二、召开“如何开拓中国市场”座谈会

1月13日下午，展会主推的重要活动之一“如何开拓中国市场”座谈会在商务俱乐部召开。

张燕介绍了中国当前的政治经济发展形势、中国制鞋产业发展情况与趋势、中国消费者的变化和消费趋势，重点讲解了如何通过品牌代理、跨境电商、OEM/ODM等方式开拓中国市场，并表示中国皮革协会愿意通过对接活动、参加

## 三、参加流行趋势及零售创新讲座

本届展会活动重点关注零售业创新和对2025年秋冬流行趋势的预测，并为此举办了一系列活动。

“创新零售村”是本次展会的一项重要活动，主题是挑战零售业的未来。展会现场举办了5场讲座，分别为“收集零售和批发数据，实现数字分销的智能化设计”“零售业的产品创新”“创新村投入1：电子商务工具”“创新村投入2：数据管

大量不必要的浪费和污染，同时使零售商损失数十亿美元。Ifreturns公司有效提高了退货分类和跟踪效率。流行趋势讲座是本次展会的另一项重要活动。为纪念展会100周年，意大利加达国际鞋展及意大利加达国际箱包展（Expo Riva Schuh & Gardabags）推出了一个前所未有的元素：亮点展区。该展区与fotoshoe出版社和Arsutoria学校合作，通过分析当前诸多欧美奢侈品牌最新商品，探讨最新的消



Moda China 时尚展等方式协助国外品牌进入中国。巴西鞋业联盟的 Fabio、Peaks Partners 的 Luca 和 Assomac 的 Andrea Favazzi 等参与了座谈，并就进入中国市场的相关问题进行了热烈的讨论。会后，展会主办方对张燕进行了专访，重点探讨了中国当前的经济情况及鞋业发展趋势。

理工具”“创新村投入3：可持续的未来”。同时还举办了初创企业竞赛，来自意大利、西班牙、法国、瑞士、波兰和加拿大的7家初创企业角逐鞋类和时尚行业最具创新精神的年轻企业称号。最终 Ifreturns 公司成为获胜者，他们的创新技术旨在解决退货问题。退货占电子商务销售额的30%~40%，这不仅会导致

费趋势。六场深入浅出的演讲为新兴趋势提供了重要参考和借鉴。此外，在今年夏季展会上，观众还将有机会近距离观察潮流鞋包样品，并与展会时尚委员会一起分析他们的独特之处。



# FUR HK 2024

## 中国皮革协会代表团参加 2024 香港国际毛皮时装展览会

文、图 / 王殿华



2024年2月22—25日，2024香港国际毛皮时装展览会在香港国际会展中心举行。中国皮革协会副理事长、毛皮专业委员会主席、浙江中辉皮草有限公司董事长胡建中，中国皮革协会毛皮专业委员会副主席、余姚市创丰毛皮制品有限公司董事长杨帆，中国皮革协会毛皮专业委员会副主席、龙津服装（深圳）有限公司董事刘培杰，中国皮革协会副秘书长黄彦杰和毛皮专业委员会主任王殿华参加了展览会。

展会期间，中国皮革协会代表团分别与国际毛皮协会、香港毛皮业协会、世家皮草、俄罗斯纺织服装企业家联盟等机构代表，就全球毛皮行业运行情况、加大合作应对行业突出问题、团结一致维护行业可持续发展等议题进行了深入探讨。另外，中国皮革协会代表团还专门拜访了主要参展企业，黄彦杰详细介绍了中国皮革协会即将在上海举办的2025年Moda中国皮革和毛皮成品展览会，并诚挚邀请香港以及全球的毛皮企业参展，共同探索和分享中国市场的潜力。

作为全球最具影响力的国际毛皮时装展会之一，2024香港国际毛皮时装展览共有来自中国大陆、中国香港、美国、希腊、芬兰等国家和地区的50多家企业和行业组织参展。本次展会主办方专门邀请了俄罗斯、韩国等国的买家，助力参展企业获取订单。





# FUR HK 2024



展览会期间，主办方还举办了“FUR GALA 2024”香港皮革之夜时装秀以及“毛皮未来：全球视野与市场动态”研讨会，中国皮革协会代表团参加了系列活动。论坛上，嘉宾们就“一带一路”及全球的毛皮贸易现状、全球毛皮供求关系情况、毛皮行业的未来发展展望、香港在国际毛皮贸易中的未来地位等热点话题展开了头脑风暴，黄彦杰受邀作为论坛嘉宾介绍了我国毛皮行业的发展概况，肯定了香港在国际毛皮贸易以及行业中的重要地位，并鼓励行业同仁对未来发展保持谨慎乐观的态度。

## 五星级专业市场 ——佳豪国际皮具皮革城

佳豪国际皮具皮革城成立于2004年，毗邻广州火车站，雄踞解放北路与三元里大道、新机场高速公路、环城高速公路、地铁三元里出入口交汇处，是新濠畔集团成功开发新濠畔鞋材皮革五金批发广场后的又一力作。皮革城主营中高端皮料、五金配件、拉链、布料、编织等皮具箱包材料，是广州较大的中高端皮具箱包配料集散地，也是全球规模较大的中高端皮具箱包原材料交易市场。

佳豪国际皮具皮革城拥有一批具有专业素养的服务团队和物管团队，在管理服务中始终坚持“商户至上、服务第一”的服务宗旨和“生意你做，服务我做”的服务理念，不断提升服务质量、运营和管理能力，实现与客户的共赢。

“送货直达梓元岗，采购配料在

佳豪。”佳豪国际皮具皮革城填补了三元里皮具商圈只做成品贸易、缺少配料市场的空白，实现了皮具配料及相关产品的“一站式”经营与采购，对完善中国皮具商贸之都·白云三元里皮具商圈配套、提升广州皮具批发综合竞争力起到重要推动作用。

完善的配套建设、高素质的管理队伍，贴心智能化的服务，使得佳豪国际皮具皮革城迅速发展并处于业界领先地位，受到业界的广泛赞誉，先后获得“广州市白云区先进集体”“白云区十佳诚信商贸流通单位”“守合同重信用企业”“中国皮革行业五星级市场”“中国皮革行业3A级信用企业”等荣誉称号。

未来，佳豪国际皮具皮革城将打造研发设计、展贸、检测认证、知识产权、投融资、人才服务、企

业和品牌孵化推广、电商、产业互联网平台、产业综合服务等功能，成为专业服务于皮具商圈的一体化公共服务平台，为客户和生产厂家提供专业服务，成为以皮具为核心的新型展贸经济综合体。

### 运营机构简介：

#### 广东新濠畔集团有限公司

广东新濠畔集团有限公司是集开发、管理专业市场，打造鞋业全产业链服务平台，经营领域涉及专业市场、产业服务和物业管理等。

1991年，刘穗龙董事长创办广东第一家鞋业市场——“广东鞋业城”，经过近30年诚信经营，集团成功创办了新濠畔鞋材皮革五金批发广场、佳豪皮具皮革城、万豪鞋材广场等商场，面积达20万平方米。



刘穗龙，现任广东新濠畔集团有限公司董事长、中国皮革协会副理事长、广东省鞋材行业协会会长、广东鞋业厂商会主席、广东省商业联合会执行会长。



## 五星级专业市场 ——招远皮革城

招远皮革城地处招远市新崛起的政治、金融、商贸、通讯中心，是目前山东省唯一的五星级专业皮革城。

招远皮革城于2013年10月投入使用，项目总投资30亿元，总建筑面积33万平方米，配套有超五星级酒店、欧式商业街区、超大地地下停车场。致力于打造舒适化、智能化的现代顶级时尚休闲购物商场，有来自浙江、安徽、河北、黑龙江等地300多家企业入驻，汇集了芭而妮、威尔诺、博路丹琪、宝马服饰、凯撒、都彭、啄木鸟、稻草人、安迪新世界等国内外知名品牌。2014年，以“打造中国第一皮草名城，建设中国皮草NO·1”为目标，招远皮革城投资20亿元建设“皮草小镇”，集设计、加工、展示、销售

为一体，作为皮革城配套产业投入使用。招远皮革城作为山东省级重点项目，是目前山东省内规模较大、较专业、配套设施较完善的皮革城，先后荣获“全国商业服务业先进企业”“‘品牌山东’最具特色旅游商品”“全市商务系统诚信经营示范单位”“消费者满意单位”等荣誉称号。

2023年，招远皮革城再次被中国皮革协会授予“五星级专业市场”荣誉称号。从无到有、从有到兴。招远皮革城引领了城市时尚，带动了旅游业、商贸业、流通业的发展。为了进一步提升档次，皮革城争创“五个第一”：1、争创精细化管理第一，2、争创中国皮革行业单位面积销量第一，3、争创皮革城建筑风格、装修档次全国第一，4、争创市场名优品牌第一，5、争创消费者年增长

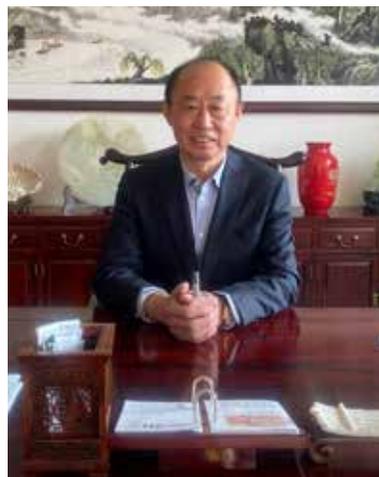
率全国第一。

### 运营机构简介：

#### 山东金都对外供应有限公司

公司创建于2002年，注册资金1088万元，陆续创建了招远皮革城有限公司、招远皮革加工区有限公司、招远市金晖房地产开发有限公司、招远市金晖家居有限公司等9家公司，现有资产40.6亿元，开发资质等级为3级，是招远市同行业资金和技术力量最雄厚的企业之一。公司近年来一直把调结构、转方式作为工作的出发点，自2000年以来，公司以大力发展第三产业为宗旨，以引领胶东商业发展为己任，从开发理念、项目定位、规划设计、招商模式到运营管理，融会贯通现代商业运营思想和模式，坚持市场化运作、商场化服务、品牌化经营、规范化管理。

招远皮革城有限公司  
董事长 彭殿礼



MAR 2024

北京皮革 科技·生态

IULTCS

第37

届国际皮革工艺师  
和化学家协会联合会

大会技术报告摘要汇总（三）

汇编 / 王宵宵 图 / 李霞

(接上期)

## 3 高效智能皮革加工技术的新策略

### 3.1 基于机电一体化的智能激光皮革切割技术

激光切割在皮革切割方面获得了相当大的关注，因为它可以减少人工操作。激光技术用于皮革切割的特点包括适应性强、可批量生产、切割复杂图案的能力强、易于生产定制部件以及减少皮革材料浪费。由于传统激光切割过程产生热量的影响，皮革的切割边缘会发生轻微的碳化。在这项研究中，设计和开发了一个可自动调谐的激光二极管辅助加工系统，利用机电一体化方法分析激光切割机参数控制对皮革碳化程度、截面形状、碎渣和废气排放量的影响。据了解，在如何减少激光二极管辅助LBM工艺切割皮革时皮革的碳化程度和粉尘产生量方面所做的研究并不多。本研究激光切割机具有更宽范围的脉宽调制(PWM)控制、自调谐距离(SOD)控制、有效的发射滤波器，以及带有触摸显示器的图形用户界面(GUI)。适用于铬鞣和植鞣牛皮的激光切割加工。通过对机器成像、切缝宽度、材料去除率(MRR)和废气排放量及碳化切割皮革的过程分析和记录，优化皮革激光切割方法和获得最优的控制参数数据，不仅可以减少皮革切面碳化程度和废气排放，还有利于保护工人身体健康。

### 3.2 皮革表面原位构建水凝胶涂层用于柔性可穿戴设备

在皮革制造中，一般通过涂饰赋予坯革耐久性和功能性。但现有的涂饰剂中，生物基涂饰剂的成膜缺陷明显，如酪蛋白作为应用最

广泛的涂饰剂之一，存在不耐微生物的缺点。同时，为进一步提高坯革的稳定性、智能性以及涂饰工艺的简易性，本研究在前期研究的基础上，进一步采用双溶剂体系，引入导电离子及纳米粒子，探索在坯革表面原位生长生物基多功能水凝胶涂层的一般方法，旨在为皮革表面构建水凝胶涂层提供参考，也为实现皮革等柔性产品的高值化应用提供重要思路。研究发现，在“酪蛋白胶束-纳米粒子双交联”涂层厚度可控制在 $10 \sim 500 \mu\text{m}$ ，可以赋予皮革优异的传感和机械性能，如皮革拉伸强度达 $210 \text{ kPa}$ ，涂层粘附性优异。此外，该水凝胶涂层各项机械性能在 $-20^\circ\text{C}$ 至 $50^\circ\text{C}$ 的较宽温度范围保持稳定，而作为应变(智能)传感材料，其具有较高的拉伸回复应变和电传导稳定性。

### 3.3 胶原纤维热形变分析仪的研制

有效实现 $3\text{g}$ 恒定张力的检测条件和进一步提高检测精度一直是皮革收缩温度( $T_s$ )检测装置改进的重要方向。依托高校皮革专业科研优势，在MSW-YD4一代机型基础上，经过10多年的探索研究，终于研制成功通过基于视觉技术的非接触式位移传感器并结合自然配重法的胶原纤维热形变分析仪TMAF-YD4二代机型。该机型不但首次从理论与实际应用角度完全满足了QB/T2713—2005等国内外相关 $T_s$ 检测标准要求，并且位移检测精度得到大幅度提高( $0.01\text{mm}$ )。通过优化温度采集点位置、增加搅拌操作以提高加热介质温度场均匀性、规范试样挂孔固定方式及配套相应的标准取样器等

优化改进措施，有效提高了检测数据的准确性和可靠性。大量数据在主屏界面以多种方式实时显示输出等现代处理手段，为进一步专业研究分析提供了有力的技术支持。二代与一代机型组合，可以满足包括高校院所及企业等不同层次用户对 $T_s$ 检测的需求。二代样机试用一年效果良好，且其应用已经扩展到心脏瓣膜等生物医学工程领域。

### 3.4 基于定向水分输送的吸湿排汗双梯度结构设计皮革

皮革因其高档品质、持久耐用而广泛用于制作人们的日常生活用品，但因排汗能力不足，降低了其穿着舒适性，限制了其进一步发展。研究表明，具有表面能梯度或孔径梯度的多孔膜，可实现水分的定向浸透与扩散，有效促进汗液排出，从而提升人体湿热舒适性。因此，本研究设计了一种兼具表面能梯度和孔径梯度的皮革(双梯度皮革)。由于两种不同润湿性材料在皮革两侧分布赋予了其润湿梯度，而孔径梯度归因于所制备多孔膜与皮革天然孔径梯度的有效结合。

在双梯度的协同作用下，皮革可以实现定向水分运输特性，即水分可在毛细力的驱动下从具有大孔隙的疏水一侧传输到具有小孔隙的亲水一侧，反之则无法传输。同时，双梯度皮革通过定向水分运输作用可有效减弱汗液在皮肤上粘附，促进汗液排出，避免皮肤感觉过凉。由于所设计的双梯度结构仍为多孔结构，其透水汽性、透气性和柔软度均较为优异。本研究为设计可高效排汗，提升舒适性的功能型皮革提供了一种新策略。



## 山羊蓝湿革 皮形变长原因分析及经验总结

文/高孝忠 图/李霞

所谓皮形拉长，是指所制得山羊蓝湿革沿脊线方向（纵向）的长度比正常蓝湿革略长，而横向宽度却明显窄于正常蓝湿革，整个皮形显得十分狭长，呈长条形。

实际上，山羊蓝湿革皮形拉长并不是一个孤立的质量问题，而是山羊皮粒面层没有做“开”做“活”的一种极端表现形式。可以说，凡是皮形被拉长的坏革，往往有一系列质量缺陷相伴而生，如粒面粗糙，柔软性、丰满性差，脊线纹和竖向条绒纹明显，得革率低等。因此，为了将山羊轻革的皮纹做开、皮形做宽、皮面做平做细、面积做大，制革厂技术人员都会千方百计在生产加工中避免此类事件或现象发生。

然而，笔者在从事制革技术工作过程中，曾遇到过一起山羊蓝湿革皮形被严重拉长的质量事故。为了从这起事故中吸取教训，通过调查了解，以及对相关信息的收集整理，对导致山羊蓝湿革皮形被拉长及其相关质量问题的原因进行了分析。

## 一、问题情况简介

发现皮形被拉长是在铬鞣结束后,蓝湿革出鼓搭马的时候。经清点,在皮形被拉长的生产批(以下简称“事故批”)总共1000张皮中,有700多张蓝湿革皮形呈长条形。伴随皮形被拉长的同时,还存在以下严重质量问题:(1)松面严重;(2)多数皮张上有严重的竖向“条绒纹”,即沿脊线方向形成的类似于条绒布状的竖纹;(3)丰满性、柔软性差;(4)皮面不洁净,皮垢严重;(5)出鼓时,多数皮张粒面对粒面纵向叠起,打开后形成双脊线,即在背脊线附近又增添了一条新的类似于脊线痕的折叠痕。

## 二、问题原因调查

### 1、没有“看皮做皮”

#### (1) 原皮超大超厚

制革厂平时收购的山羊原料皮大多是半干盐湿皮,除个别超大皮以外,单张重量大多在800~1400g/张之间,一般按大(1200~1400g/张)、中(1000~1200g/张)、小(800~1000g/张)分类。而“事故批”共投皮1000张,总重量达1800kg,平均单张重量达1800g/张,很明显属超大、超厚皮。

#### (2) 日投皮重量过大

制革厂平时日投皮一般在1000~1500张,大皮按下限,小皮按上限,每批皮重量大都在1200~1400kg之间,而“事故批”日投皮1800kg,与平时相比明显

超重,造成浸水、浸灰工序转鼓明显超载。

山羊皮的胶原纤维束较细,纤维编织也比较疏松,山羊皮毛被稠密,成簇分布,毛囊两侧有发达的脂腺,油脂含量较大。在制革水场工序中,操作液对皮张的浸润和渗透需要一个过程,这个过程的长短与皮张的厚度密切相关,皮张薄,操作液渗透的行程就短,皮张厚,操作液渗透的行程就长。简单地讲,若想使操作液分别浸透一张厚度3mm或厚度1.5mm的皮,前者所花时间必然要大于后者。因此,若按常规的加工时间及工艺条件来加工超厚山羊皮,则浸水及其它工序的操作液就很难均匀地渗透到皮张组织结构的各个部位,尤其是紧实部位和皮张的深层。

“看皮做皮”是制革加工中必须遵循的一项基本原则,遗憾的是在加工“事故批”山羊皮过程中,由于生产周期的限制和“看皮做皮”的意识较差,准备工段并未考虑山羊原料皮厚度大、气温低等因素而适当控制转鼓装载量及延长浸水、包灰堆置、浸灰时间或采取其它补救措施。

### 2、浸水严重不足

通过调查分析得出“事故批”皮张浸水后的充水度大幅下降,进而判断其浸水严重不足。一般情况下,在完成对山羊原料皮的浸水、控水、包灰、推毛加工后,裸皮重量与浸水前的原料皮重量应该相差无几或略重一些。在这里假设这批

皮经充分浸水,再经包灰、推毛后称重应为1800kg,且这时其含水率与盐湿皮含水率(约65%)相当,则每张皮的正常含水量应为1170g/张( $1800\text{g/张} \times 65\% = 1170\text{g/张}$ ),而实际情况是“事故批”山羊原料皮重量1800kg,浸水、包灰、推毛后裸皮重量为1500kg(1500g/张),比正常批此类裸皮的含水量少300g/张,即含水率减少25%左右( $300\text{g/张} \div 1170\text{g/张} = 25.6\%$ ),因此判断“事故批”皮张浸水严重不足毫不为过。

通常发生皮张浸水不足时,并不表明皮张的每个部位都充水不足,因为在浸水过程中,操作液对皮张的浸润和渗透作用是由外层到内层逐步完成的。首先是皮张的最外层被水浸润,并最先达到充水饱和,然后逐步向深层渗透扩散,随着时间的推移,最终达到内外层充水度一致。因此,浸水不足主要表现在皮张的内层尤其是纤维编织紧实的部位,容易出现浸水不足。

浸水严重不足时,皮的内层会存在一层完全未被水浸润到的“黄心”,这种现象通过切口观察是很容易看到的。

浸水严重不足的原因除了上述提到的由于原料皮过厚造成操作液渗透行程被延长以外,还有以下两个原因。

#### (1) 浸水温度偏低

制革厂的工艺规定是预浸水和主浸水的后期一律使用常温水,而“事故批”的投皮日期正值当年1月

7日,是该厂所在地区最寒冷的季节,即浸水温度与平常相比,相对较低。由于浸水温度低,水分子运动速度变慢,向皮内的渗透速度也相应变慢,同时也会影响纤维间质、油脂等的溶出速度。

## (2) 转鼓严重超载

制革厂用于山羊皮浸水、浸灰的转鼓型号为直径2.5 m、鼓宽2.2 m,有效容积约4.3 m<sup>3</sup>。浸水时,一般是将原料皮投入转鼓后,再注水至轴孔向外溢水为止,因此,浸水工序的液比将随投皮重量的变化而变化,即装皮越多,则可容纳的水量越少。平常每鼓皮投皮都控制在1200~1400 kg,假如皮重为1300 kg,转鼓可容纳水量约3000 kg,其液比约为2.3(3000 kg÷1300 kg=2.3)。而“事故批”投皮达1800 kg,属严重超载,在这种情况下,转鼓只能再容纳水量约2500 kg,其液比大约只有1.4(2500 kg÷1800 kg=1.4),该液比比正常情况小得多。液比偏小,影响皮张各部位与浸水液的均匀接触,使浸水液不易渗入皮内,皮内的纤维间质等不易被溶出皮外。

## 3、包灰不到位

包灰工序的加工要求除能较好松动毛根、清除皮垢及回收羊毛以外,还要对山羊皮乳头层的胶原纤维起到初步松散作用,并使其发达的弹性纤维遭到一定程度破坏。但“事故批”的包灰液因为下面所述的几个原因,无法足够多地渗透到“事故批”皮张的乳头层及毛根周围,

也没达到包灰工序的加工要求。分析原因主要有三点:(1)因皮厚使得包灰液的渗透行程加长,而包灰后的堆置时间未作相应延长;(2)气温低,影响包灰液的渗透速度和作用效果;(3)因浸水效果差,皮内纤维松散程度不够而带“黄心”,也影响包灰液的渗透速度和作用效果。

## 4、浸灰作用不够

除了皮厚、气温低(冬天鼓内温度降温快)等因素影响浸灰工序中灰碱液向皮内的渗透速度和作用效果以外,以下因素对浸灰效果的影响也非常大:一是生皮浸水不透,存在“黄心”;二是生皮充水度不够。以上述“事故批”为例,与正常批相比,“事故批”皮张浸水、包灰、推毛后的充水量减少约300 kg,而以此重量作为浸灰工序的用料依据时,则用料量比正常批减少16%左右(300 kg÷1800 kg=16.7%);三是因包灰效果差,致使皮的内层遭受包灰浆的“攻击”较轻,而且还因为包灰效果差,皮张上带有较多羊毛,而这部分未脱落的羊毛随着皮张一起进入浸灰转鼓,会消耗较多的灰碱材料。这样一来,可用于分解皮胶原纤维的灰碱材料量就更少了。

## 5、软化不均匀

因前工序尤其是浸水、浸灰工序未能将皮胶原纤维结构深处的通道打开,酶制剂无法进入深层,致使多数酶制剂只能作用于表层,即表层容易酶软过度。当皮张表层酶软过度时,相关人员在检查酶软化

程度时,会感觉皮内有“硬芯”,如果将裸皮裹气挤压检查,往往也不冒气泡,于是就希望通过延长软化时间的手段来获得好的软化效果。实际上,延长软化时间对打开胶原纤维的内层通道作用甚微,反而导致表层因为接触的软化剂浓度相对较大、受到的机械力作用时间较长而变得更加松弛,进一步加剧裸皮外松内紧不一致的情况。

## 三、质量问题分析

### 1、皮形被拉长

(1)由于浸水不透引发裸皮内层出现“黄心”等加工缺陷,导致在后续加工中操作液中的碱、酶、酸等无法充分浸透到皮纤维的内层而发挥作用,造成粘结在胶原纤维之间的纤维间质溶解不够,胶原蛋白分子内、分子之间的氢键、离子键等没有得到适度的破坏,使纤维处于极度的粘结状态。这种粘结状态又因为胶原纤维组织结构和走向方面的原因更趋向于束缚皮张的横向扩展,从而使山羊蓝湿革皮形变得狭长。

(2)山羊皮的弹性纤维非常发达,而且几乎全部分布于相对较厚、纤维编织相对紧密的乳头层中。有文献指出,若在加工中对山羊皮的弹性纤维结构削弱不够,就会产生皮形拉长的质量问题。同样道理,前面所提到的“事故批”山羊蓝湿革皮形被拉长的加工缺陷,也是因为浸水过程中其乳头层最紧密部分的胶原纤维松散不够,继而极大影

响了包灰、浸灰、软化等关键工序对其弹性纤维的削弱作用而引发的。

(3) 山羊皮的部位差大, 尤其是颈脊部最厚, 且该部位胶原纤维编织最紧, 弹性纤维分布最多, 因而上述浸水、包灰脱毛、浸灰、软化等工序的加工缺陷在颈脊部表现得更为突出, 造成皮张沿脊线方向好似被捆绑住一样, 无法沿横向展开, 使得山羊蓝湿革皮形变得狭长。

(4) 由于准备阶段处理不够, 在鞣制阶段试图补救, 于是在软化工序为了消除“硬芯”、浸酸工序为了浸透、铬鞣工序为了鞣透而有意识地延长转鼓转动时间, 这种较长时间的转动, 也会加剧山羊蓝湿革皮形被拉长的趋势。

## 2、松面

“事故批”革坯出现大量松面的原因主要有以下两点:

(1) 由于鞣前加工阶段用于分散胶原纤维的各种含碱、酶、酸的操作液无法进入皮张的“黄心”部位, 这样势必会加重对容易被浸润的粒面(表)层的作用。

(2) 因为“事故批”的皮张存在“黄心”, 在软化中为了消除“硬芯”、在浸酸中为了浸透、在铬鞣中为了鞣透, 常常以增加转鼓转动时间来进行补救, 结果对“硬芯”“生心”等问题没有多大改善, 却导致粒面(表)层因过强的机械作用而变得更加松弛。

## 3、出现条绒纹

由于“事故批”的皮张粒面(表)层松弛或松散过度, 内外松散不一



致, 导致皮张表面产生堆拥, 这种堆拥又会因为皮形横向扩张受限制、纵向被拉长而形成较有规律的条状松弛纹, 即“条绒纹”。

## 4、丰满性、柔软性差

因“事故批”皮张内层纤维松散不够、铬鞣不透等原因, 出现坯

革丰满性和柔软性差是必然的。

## 5、皮垢

前文在事故原因调查中已经提到: 一方面因包灰不到位, 包灰浆由肉面向粒面渗透不够, 含碱的灰浆对表皮的作用不够; 另一方面, 在浸灰中因包灰后的裸皮带毛较多

而灰碱用料的计量反而偏少（以充水不足的生皮作为计算灰碱用料的依据），灰碱用量不足，其对表皮的作用不够，使得部分表皮没有脱落，形成较多的皮垢。

## 6、双脊线

对于浸水严重不透的“事故批”皮张来说，相对于其乳头层，其网状层由于厚度较薄（占真皮层厚度的30%~50%），纤维编织较疏松、脂肪等拒水性物质含量较少（脂腺分布较少）、基本不含弹性纤维等原因，相对容易被水浸润，浸灰、软化、浸酸等操作液也更容易浸透其中而发挥作用，其胶原纤维更容易被松散，甚至可能被过度松散，而松散后的网状层在各种操作液的作用下会产生一种向外扩张的应力；相反，其乳头层因内层存在黄心，纤维处于粘结状态或松散不够，加之在浸灰和软化中没有被破坏的弹性纤维所产生的束缚力，使得乳头层的扩张受到限制。由此可见，这种情况下，网状层的扩张应力势必大于乳头层，而这种扩张力度的不一致，使皮张形成一种粒面朝内、肉面朝外卷翘的趋势，这种卷翘趋势在机械力的作用下不断加重，直至粒面与粒面完全相对叠起，最终形成一条新的类似于脊线的折痕。

## 四、经验总结

通过对导致山羊蓝湿革皮形被拉长及其相关质量问题的事故调查和原因分析，笔者认为，以下两点教训值得深刻铭记。



（1）要想避免山羊蓝湿革皮形被拉长，关键是准备阶段加工必须到位，尤其要保证浸水充分而均匀，这样才能将乳头层做“活”做“开”，使其中的胶原纤维结构得到适度而均匀的松散，使弹性纤维结构得到一定的破坏和削弱，从而为后续的包灰、浸灰、软化、浸酸、鞣制工序打下良好的基础。

（2）尽管准备工段加工到位是避免山羊蓝湿革皮形被拉长及后续一系列质量问题的技术关键，但本次事故发生的诱因毕竟是由原料皮的状态较为特殊，属超大、超厚皮，且投皮量明显超重，而工艺上却没

有针对原料皮的特殊状态进行合适的调整。这就告诉我们，“看皮做皮”这一重要原则始终都不能忘记。假若将这批皮的投皮量控制在1400kg以内，并针对较低气温的情况，将浸水时间延长一天，再将包灰堆置时间适当延长，估计这次事故完全是可以避免的。

## 参考文献

- [1] 魏世林, 韩玉香, 章川波, 等. 中国山羊皮革组织学图谱 [M]. 北京: 轻工业出版社, 1990.
- [2] 白坚. 皮革工业手册—制革分册 [M]. 北京: 中国轻工业出版社, 2000.

## 苹果两款手机套测试结果证实 皮革材质具有明显优势

文 / 周富春 冉福林

2022年9月，在 iPhone 15 新款手机发布的同时，苹果表示此款手机的外套不再使用皮革，而是采用了一种名为 FineWoven 的合成材料，并宣称这种材料环境友好，可提高其产品的可持续性。国际制革委员会 (ICT) 对此举动高度重视，多次组织会员讨论应对策略。

为此，意大利皮革协会 (UNIC) 将苹果之前配售的皮革手机套所用皮革及 FineWoven 合成材料，送给了专门从事材料分析测试的独立机构 ARS Tinctoria 实验室进行了专业检测，检测结果表明，皮革材质在各方面的性能优势明显，对环境友好，苹果公司拒绝使用皮革材质作为手机外套的言论存在偏见。

ARS Tinctoria 实验室对苹果手机套皮革样品和 FineWoven 合成材料从显微结构、生物基含量、碳氮含量、焚烧后产生的温室气体、耐磨损测试等多方面进行了对比测试分析。测试研究结果毫无疑问地证实，FineWoven 是一种化石衍生材料，是一种塑料，只含 1% 的“生物基”，废弃后回收降解很难，在自然界中存在时间可能达数千年；而皮革具有紧

实的纤维结构，几乎没有纤维间聚合物，99% 是“生物基”成分，这意味着皮革是一种天然的、可回收的、基于生物的环保材料，在其产品使用寿命结束时，它将以合理的方式“回归”自然。在耐磨性能方面，被测试的皮革经受了 51200 次摩擦而几乎没有任何变化（颜色和材料表面），而 Fineowen 只承受了 1600 次摩擦便有明显的颜色变化和表面磨损。FineWoven 材料无论从环境友好方面还是从产品性能方面均完全不能与皮革相比，也不能替代皮革。

第三方独立测试机构的测试结果是意料之中的，皮革的天然材质属性具有不可替代的明显优势。此举是国际制革委员会 (ICT) 及其成员共同应对皮革被恶意攻击联合行动的重要体现。

作为 ICT 的重要成员，中国皮革协会坚持和崇尚客观、公正的科学事实，反对任何不客观、不公正、歪曲事实对天然皮革材料及行业的攻击，大力宣传倡导、积极引导全社会使用对环境友好的天然真皮材料，并同全球各皮革行业组织保持着紧密联系和合作，共同推动全球皮革行业的健康持续发展。

# 专题

## 皮革行业高质量发展

系列报道之十四

## 高标准

## 助推皮革行业高质量发展

文/毕波 图/青籽

今天，人们在购买鞋包等用品时，不管是去到热闹的步行街，还是进入便捷的商城网，各类产品，一应俱全：从色彩到款式，从尺码到用料，从生态到科技，凡是人们有所要求的，都几乎能找到与他们需求相匹配的产品。产品丰富多样，选择众多，自是为人们所乐见，但同时也带来了新问题——匹配这些新需求的新产品，其品质如何保障？固然人们都有自己的选购秘诀，但显然相关产品标准的出台与修订变得更加重要且迫切。面对消费市场对皮革及其制品需求的变化，皮革行业近年来持续适时推进优化相关标准的供给，制修订了多项行业重要标准。

## 响应市场需求 多项行业相关标准适时出台

——2024年1月1日，GB/T 42167—2022《服装用皮革》国家标准正式实施。

“春江水暖鸭先知”，服装企业对消费市场的变化极为敏感，为满足消费潮流及产品特色的需求，服装企业不断创新产品种类，更多地突出“轻、薄、软”的特点。随着主流产品的变化，面料的需求也同步发生转变。因此，原QB/T 1872《服装用皮革》行业标准在转化国家标准时，重点考虑了撕裂力与崩破强度两项指标的有机结合，在保证消费时尚化和个性化需求的基础上保证了产品的耐用性。

——2024年2月1日，QB/T 4204—2023《皮凉席》、QB/T 2536—2023《毛革》和QB/T 1286—2023《羊剪绒毛皮》行业标准正式实施。

同《服装用皮革》标准一样，《毛革》与《羊剪绒毛皮》两项标准在修订时也更多考虑了消费市场的个性化与时尚化需求，两项标准均考虑了当下数码喷绘、丝网印刷、一毛多色、毛面烧花、毛面镭射等特殊风格或工艺的产品特色，有针对

性地对色牢度要求进行了调整。《皮凉席》新标准修订时则充分考虑了目前彩绘产品的盛行现状，豁免了色差的要求。

——2023年11月1日，QB/T 5796—2023《无铬鞣鞋面用皮革》行业标准正式实施。

相较于消费的个性化与时尚化需求，消费的绿色与健康需求愈来愈突出。无铬鞣皮革的研发主要就是基于这一需求。目前无铬鞣技术已使用较广，大部分产品已能够满足市场的基本使用需求。在此基础上，我国首个无铬鞣皮革产品行业标准——《无铬鞣鞋面用皮革》推出并实施。标准在规定的产品基本使用性能的基础上，重点对其生态性、环保性指标（如甲醛、含氯苯酚、六价铬等）进行了规定，并综合考虑了产品的穿用舒适性，规定了透水汽性的指标要求。

——2024年7月1日，GB/T 43587—2023《老人鞋》国家标准将生效实施。

随着人们特殊消费需求的不断提升，近年来，皮革行业还适时出台了多项细分产品标准。《老人鞋》标准就是其中重要一项。即将实施的老人鞋标准除对“老人鞋”耐穿

用提出要求外，还对“老人鞋”款式设计和特殊的舒适卫生性能技术指标（防滑性能、整鞋缓震性能、保温性能、抗菌性能等）均进行了规定，以满足老年人对鞋类产品的易穿脱、宽松、防滑、抗疲劳等多方面的需求。

据统计，“十四五”以来，皮革行业累计发布国家标准20项（制定13项，修订7项），行业标准17项（制定6项，修订11项）。

## 高标准助推皮革行业高质量发展

“提高用户满意度，保护消费者权益是标准制修订的一项重要作用。除此之外，标准的制修订在推动行业技术进步、促进企业发展、引领产业升级等方面的作用也越来越凸显。”中国皮革协会标准工作组赵立国副主任表示，当下，我国皮革产业正处于由大向强转变的发展新阶段，我国皮革行业标准国际化程度越来越高，但与欧盟等发达国家相比，我国标准在理化性能指标、化学物质限量和标准类型等方面还存在一定差异，这些差异往往使得皮革外贸出口型企业在竞争中受制于人，因此企业要从相关标准入手，

推动自主创新，实现跨越式发展。

全国皮革工业标准化技术委员会秘书长桑军也指出，标准作为经济活动和社会发展的技术支撑，是国家基础性制度的重要方面。对于企业而言，掌握标准制定权就是掌握行业发展话语权，更意味着在竞争中抢占了先机。

长期的市场经验，也让越来越多的企业对于标准的引领作用有了更深的理解。“标准是企业市场竞争中的‘敲门砖’，是企业进入市场的‘通行证’。”卡拉扬公司董事长沈自洪认为，公司近年来在市场取得较好发展与企业重视标准建设密不可分。据介绍，为充分发挥标准对产品质量的提升作用，依照国家和行业有关标准，卡拉扬结合自身的产品特性，制定了背提包、学生包和旅行箱包等产品企业标准。同时通过标准的落地执行，贯穿指导企业的设计、采购、生产及管理各环节，既提升了生产效率，也进一步控制了产品的差异化，确保了产品的质量。

“执行标准在保证产品质量的同时，还推动着企业技术的不断进步。”对于标准的促推作用，际华三五五公司执行董事周素静也有较深体会，企业近期向市场推出的女空乘平底鞋等产品，就得益于标准的研究推动技术的进步。据介绍，针对消费市场近年来不断提升的防滑需求，三五五公司研发团队对鞋类产品的防滑性能进行了重点研究。结合国家安全鞋标准，通过对



“卡拉扬”生产车间，工人按照旅行箱包标准组织生产

相关材料及工艺的反复深入研发，企业的防滑技术研发水平得到快速提升，产品的防滑指标数据均可达到安全鞋标准。在此基础上，公司研发的女空乘平底鞋等产品，得到了市场的广泛认可。“如今公司很多产品，是根据客户的需求开发或者研制的，他们在产品的品质或者特殊功能上都有一定的要求，许多产品与现行的鞋类标准不完全一致，那么就需要去深入研究和优化相关标准，指导企业生产，满足客户对产品的要求。”

2月1日，德赛尔公司参与起草的国内首个制革用酶制剂的行业标准QB/T 5905—2023《制革用软化酶制剂》已经实施。对此，德

赛尔相关负责人表示，通过建立科学、可靠、先进的产品标准，能够更好地了解客户对产品的质量期望，同时也有助于体现产品的价值，进而推动企业的市场拓展，促进行业健康良性竞争和发展。据介绍，德赛尔在过去一年还积极参与了包括《铬鞣鞋面坯革》《皮革 撕裂力的测定》《皮革和毛皮 化学试验 乙二醇醚类物质含量的测定》等多项标准的意见征集和审核。

在不断强化国内皮革有关标准建设，引领皮革行业企业质量提升的基础上，皮革行业还适时推进标准的国际化工作。据了解，由中国牵头制定的包括《家居用皮革制品分类和性能指南》等相关国际标准

正在紧锣密鼓地推进。

## 团体标准建设如火如荼

在高标准引领行业高质量发展的道路上，团体标准的作用不容忽视。结合产业发展需要与团体标准定制周期短、见效快的特点，其能够灵活地吸纳、扩容行业内优质的新产品、新技术，也能更及时地反映行业特点，满足市场的需求。因此，近年来行业团体标准建设如火如荼。

2023年9月1日，由中国皮革协会发布的聚（甲基）丙烯酸树脂复鞣剂、氨基树脂复鞣剂、中和剂、脱灰剂等四类皮革化学品方法团体标准正式实施。“四项团标的发布，有效填补了国内外皮化市场缺少统一产品质量标准的空白。”中国皮革协会产业部主任周诚表示，皮革化学品与皮革质量密切相关，四项标准的实施，为皮革化工生产企业和制革企业的生产管理、质量检验、推进制革行业高质量发展提供了必要的技术支撑。

东莞市鞋材行业协会发布的T/DGSMA 002—2022《休闲鞋用鞋底技术规范》团体标准，对企业在技术及产品标准上起到了很好的规范作用。标准第一起草人广州番禺职业技术学院副院长刘科江表示，随着鞋用材料的不断丰富，建立相关标准对地方产业持续发展具有重要引领作用。据介绍，标准对RB、TPR、PU或EVA材料提出了明确的指标、性能要求，并强化了有关安全性能方面的技术指标。

宁波是我国重要的箱包生产基地，摄影包近年来在当地发展较为快速。为促进当地企业标准化意识和质量意识的提升，增强摄影包产品的品质，提升产品竞争能力，宁波市皮革行业协会制定了《摄影包》团体标准。“摄影包标准重点对产品的物理机械性能、防护性能、结构要求及有害物质限量四方面做了严格规范。”宁波市皮革协会秘书长俞万丰表示，经过协会宣贯培训、专家实地指导等方式，推动了《摄影包》团体标准在企业中的落实。

据统计，团体标准工作开展以来，皮革行业已制定百余项团体标准，涉及产品、材料、检测、技术、管理等众多方面。

## 先进标准建设刻不容缓

随着消费市场加速向专业化、个性化、时尚化、品质化、绿色化转变，皮革行业亟需生产出匹配这些需求的产品。而产品要满足消费市场的需求，离不开先进标准的引导与推动。为持续推进行业先进标准体系建设，赋能产业高质量发展。桑军表示下一步皮标委将从六个方面推进相关标准的制修订工作。

一是加强皮革绿色低碳标准体系建设。以低能耗、低排放、低污染为目标，加强行业清洁生产、污染防治、绿色低碳等相关标准的制修订工作，通过标准制定倒逼生产企业加速工艺创新，积极推进新型的节水、节能、绿色等制革工艺，优化整个产业链生产活动，实现行

业绿色化发展。

二是主动适应市场和消费变化，加强标准引导。针对现阶段市场开发推出的超薄、保温、加温、防水、阻燃、抗菌、驱蚊等新型功能性产品，及时制定相关产品标准，规范产品技术要求，引导行业健康发展。

三是发展个性化定制化标准，提升品牌价值。针对工装、户外、军工等方面需求，以及老人、婴童等特殊人群或特定职业人群、特定场景等细分领域的产品，开展个性化定制化标准工作，适应个性化消费、品质消费、品牌消费的发展需求。

四是开展重要产品质量分级，创造良性市场环境。重视产品质量分级工作，加强皮革行业重点产品质量分级标准的制定，引导消费者接受“优质优品优价”，避免不同品牌之间的恶性竞争，创造良性市场环境。

五是完善顶层设计，落实强制性国家标准的修订工作。全面开展并落实GB 20400的修订工作，以借助“强制性国家标准”改变“行业规则”的作用，促进皮革行业的健康可持续发展。

六是深度参与国际标准化工作，努力拓展国际标准化工作。充分发挥我国皮革生产和消费大国的优势，积极主动地参与国际标准化工作，在主导首个国际标准的工作基础上，集中行业内各方面力量力争主导或参与更多国际标准的制修订工作，占据产业制高点，提升国际标准化话语权。

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

# 浅析皮革产品中 部分潜在有毒有害物质及其检测方法

裴超, 沈云, 葛佳涛, 吴婷婷, 陈婧, 金宁雅  
(浙江方圆皮革轻纺检测认证有限公司, 浙江 海宁 314400)

**摘要:**皮革产品工艺复杂, 使用化工助剂种类多, 致使皮革产品中潜在的有毒有害物质较多。根据我国现有标准体系, 归纳了部分有毒有害物质的检测方法。

**关键词:** 皮革产品; 有毒有害物质; 检测方法

## Analysis of Some Potential Toxic and Harmful Substances in Leather Products and the Detection Methods

PEI Chao, SHEN Yun, GEI Jiatao, WU Tingting, CHEN Jing, JIN Ningya  
(Zhejiang Fangyuan Leather Textile Testing and Certification Co., Ltd., Haining 314400, China)

**Abstract:** The process of leather products is complex, and there are many types of chemical additives used, which leads to a high potential of toxic and harmful substances in leather products. Based on the standard system of China, this article summarizes the detection methods for some toxic and harmful substances.

**Keywords:** leather products; toxic and harmful substances; test method

---

第一作者简介: 裴超(1992—), 男, 工程师, 工学学士, 2858410328@qq.com, 主要从事皮革及相关产品的检测及研究工作

## 前言

随着生活水平的提高，人们对皮革产品的安全性要求也日益增长，国内外对皮革产品中有毒有害物质的管控也日益严格。

皮革因其制革工序较为复杂，在多道加工步骤中，必不可少需要加入一些化学物质，用以改善皮革的物理性能和化学性能，如鞣剂、防霉剂、染料、手感剂等。这些化学品可能本身就含有有害物质或者在仓储、运输、使用的过程中会产生有害物质，使皮革及其制品中残留的有害物质超标，如甲醛、偶氮染料、六价铬、重金属、含氯苯酚等<sup>[1]</sup>。

皮革产品中的有毒有害物质会在人们穿着和使用过程中缓慢地释放出来，在一定条件下，可能产生对人体有害的物质。皮革产品中有毒有害物质的危害性可能并不像食品或药品那样快速，但可能会在较长时间接触后产生较为严重的后果。

## 1 国内现行强制标准对皮革产品中有毒有害物质的限量

目前，国内皮革产品现行国家强制性标准是 GB 20400—2006《皮革和毛皮有害物质限量》<sup>[2]</sup>，主要涉及甲醛与 23 种禁用偶氮染料的检测方法和限量要求。

此外，GB 30585—2014《儿童鞋安全技术规范》<sup>[3]</sup>是鞋类产品中应用最广泛的强制性标准，对于皮革有更严苛的要求，除了 GB 20400—2006 中的要求外，增加了皮革和毛皮中对六价铬、重金属、富马酸二甲酯，邻苯二甲酸酯及禁用偶氮染料中 4-氨基偶氮苯的要求。

两项强制性标准实施时间已久，且上述有害物质国内监管手段日益成熟，其危害性相关企业都有所了解，一般都能通过工艺手段规避风险。具体检测标准见表 1。

## 2 国内外皮革领域重点关注的其它部分有毒有害物质

较之纺织产品，皮革加工工序繁杂，考虑色彩、性能、强度、储存等，不得已加入化学助剂，这些化学助剂常常会引入潜在的有毒有害化学物质。除了现有国家强制标准对几种有毒有害物质的限制之外，因健康、贸易、环境等因素，以下几种物质也受到国内外皮革领域的重点关注。

### 2.1 含氯苯酚（CP）

五氯苯酚（PCP）和 2,3,5,6-四氯苯酚（TeCP）是限制较多的两种物质，欧盟官方对此有限制。在其他领域，GB/T 18885—2020《生态纺织品技术要求》<sup>[4]</sup>、GB 25038—2010《胶鞋安全技术规范》<sup>[5]</sup>也都对纺织产品中的五氯苯酚（PCP）和 2,3,5,6-四氯苯酚（TeCP）含量做出了限制。此外

表 1 两项强制性标准对应皮革项目的检测依据标准

强制性标准	项目	检测依据标准
GB 20400—2006	甲醛	GB/T 19941.1—2019、GB/T 19941.2—2019
	可分解禁用偶氮染料	GB/T 19942—2019
GB 30585—2014	甲醛	GB/T 19941.1—2019、GB/T 19941.2—2019
	可分解禁用偶氮染料	GB/T 19942—2019
	富马酸二甲酯	GB/T 26713—2011
	六价铬	GB/T 22807—2019
	重金属总量	QB/T 4340—2012
	邻苯二甲酸酯	ISO 16181:2021

2,4,6-三氯苯酚因其在皮革中的检出率较高也受到了较高关注。

含氯苯酚类化合物的用途广泛,如杀虫、杀菌、消毒、除草领域都有涉及,在皮革领域常常做为防腐杀虫剂而引入。

现有国内皮革行业含氯苯酚的检测标准是 GB/T 22808—2019《皮革和毛皮 化学试验 五氯苯酚含量的测定》<sup>[6]</sup>,通过水蒸气蒸馏萃取,萃取液经乙酰化后进样 GC-MS 分析。此方法除了五氯苯酚外,同时也对其他含氯苯酚及所有同分异构体适用。

## 2.2 壬基酚 (AP) 和壬基酚聚氧乙烯醚 (APEO n)

壬基酚 (AP) 和壬基酚聚氧乙烯醚 (简称 APEO n, n 为环氧乙烷单元数) 是广泛用于皮革、纺织、日用化工、农药等行业中的表面活性剂<sup>[7]</sup>,其包括所有异构体可用作或发现于洗涤剂、柔软剂、染料和印刷配方的乳化剂、分散剂、浸渍剂等。

APEO n 被国外生态标签及法规列为皮革、纺织品及其生产过程中的限制物质,如《Okeo - Tex 100》、欧盟 2003 /53 /EC 指令及 2009 /563 /EC 指令。APEO n 国内主要检测标准是 GB/T 33285—2016《皮革和毛皮 化学试验 壬基酚及壬基酚聚氧乙烯醚含量的测定》<sup>[8]</sup>,AP 通过乙腈萃取,液液萃取后进样 GC-MS 分析,而 APEO n 则通过还原裂解成 AP 后进行检测。

## 2.3 短链氯化石蜡 (SCCPs)

短链氯化石蜡因“毒书包”事

件被人们所熟知,也受到国家市场监督管理总局、工业和信息化部等各大部委的普遍关注。

皮革中的短链氯化石蜡主要由加脂剂与阻燃剂引入。

轻质液体石蜡是最重要的一种以烃类化合物为基础的加脂材料,但由于其属于非极性化合物,与皮革结合不牢,加脂效果差,通常需要在分子中引入极性基团,典型的有氯原子 (-Cl),即 CPs<sup>[9]</sup>。

而皮革涂饰阶段也可能因为功能需要而引入短链氯化石蜡,一是短链氯化石蜡作为阻燃剂,含有短链氯化石蜡的涂层可以使皮革拥有良好的阻燃性能,二是短链氯化石蜡因其分子特性可以使皮革拥有更好的防水性和韧性。

近年来,随着对氯化石蜡化合物环境、生物毒性的研究,中链氯化石蜡 (MCCPs) 也逐步被列入限制使用名录。

国标 GB/T 38405—2019《皮革和毛皮 化学试验 短链氯化石蜡的测定》<sup>[10]</sup>采用正己烷萃取,经正相硅胶萃取柱净化后,进样 GC-NCI 分析,内标法定量。

## 2.4 邻苯基苯酚 (OPP)

邻苯基苯酚是一种皮革中常用的防霉剂,皮革生产过程所使用的防霉剂,以 4-氯-3-甲氧基苯酚 (PCMC)、邻苯基苯酚 (OPP)、N-辛基异噻唑啉酮 (OIT) 以及苯噻氧 (TCMTB) 4 种物质为有效成分的商品最多,其中以 TCMTB 为有效成分的防霉剂商品用途最广,其已

被美国、新西兰等多个国家列为皮革防霉剂的标准添加剂<sup>[11]</sup>。

相较于其他几种防霉剂,OPP 因其生物毒性受到国内外皮革重点关注与限制,所以皮革在添加防霉剂时,不但要关注防霉剂的添加含量和效力,也应重点关注防霉剂的种类。国标 GB/T 38403—2019《皮革和毛皮 化学试验 防霉剂 (TCMTB、PCMC、OPP、OIT) 的测定:液相色谱法》<sup>[12]</sup>采用乙腈萃取,HPLC 分析,能同时检测上述四种防霉剂含量。

## 3 其他需要关注的物质

### 3.1 卤化溶剂与有机溶剂残留

卤化溶剂主要包括二氯甲烷、1,2-二氯乙烷、三氯乙烷、四氯乙烯、氯化苯等。皮革中可能用到的有机溶剂种类繁多,包括甲酚、N-N-二甲基甲酰胺、N-N-二甲基乙酰胺、N-甲基吡咯烷酮、N-乙基吡咯烷酮、氯苯、氯化甲苯、苯、甲苯、二甲苯等。

卤化溶剂与有机溶剂在皮革产品中常常被用于整理剂、清洗剂,对于溶解油和粘合剂或者脱脂有良好的效果,同时也有部分有机溶剂也会以杂质的形式存在于其他皮革助剂中。对于卤化溶剂与有机溶剂,因个别物质在皮革行业内使用的普遍性,国内外一般仅对挥发性有机物总量做出限制,但随着水基溶剂的蓬勃发展,卤化溶剂与有机溶剂势必也会受到关注。

在皮革领域,卤化溶剂与有机

溶剂种类较多,主要的检测方法有 GB/T 38409—2019《皮革 化学试验 N-甲基吡咯烷酮(NMP)和 N-乙基吡咯烷酮(NEP)的测定》<sup>[13]</sup>、GB/T 38401—2019《皮革和毛皮 化学试验 二甲基甲酰胺含量的测定》<sup>[14]</sup>等,其他物质还没有非常适用的国标,但可以参照其他产品,通过气相色谱顶空进样或 GC-MS 进行检测。

### 3.2 游离苯胺

苯胺主要通过以下两个方面引入皮革产品中:1、染料合成过程中苯胺作为中间体未反应完全,染色时残留在皮革产品中,2、部分皮革用偶氮染料可在皮革中通过偶氮还原裂解形成苯胺<sup>[15]</sup>。

使用 GC-MS 能很好地检测皮革中的游离苯胺,但是需要注意的是前处理过程如果加入还原性物质,皮革用偶氮染料可能会经过还原裂解产生苯胺,从而出现假阳性。

### 3.3 双酚类化合物

皮革中含有的双酚类物质主要以双酚 F 和双酚 S 为主,在鞣制皮革时,使用酚类合成鞣剂会残留小分子的双酚类化合物。

现有皮革领域对双酚类化合物的检测主要依靠 HPLC 进行。如田姝<sup>[16]</sup>等,通过甲醇萃取、HPLC-FLD 检测,得到了比较满意的检出限、回收率及精密度。

### 3.4 其他

此外,包括阻燃剂引入的磷系阻燃剂、溴系阻燃剂,杀菌剂、加脂剂引入的有机锡化合物,各类杀

虫剂等等也是皮革生产企业需要注意的问题。

## 4 结语

皮革产品中潜在的有毒有害物质较多,建议国家尽快出台皮革领域特别是皮革化工领域受关注物质的检测标准及限量要求,以减少有毒有害物质的引入,更好地帮助企业对产品进行监管,提升产品质量,保障广大消费者的健康安全。

同时,我国作为皮革产品出口大国,面对皮革产品进口国以保护环境为借口,实则保护本国贸易制定的绿色贸易壁垒制度,我国企业不但要对皮革产品中有毒有害物质进行检测,更要对皮革产品全产业链所涉及的原料及助剂进行安全评估,使皮革产品出口企业具有更大的创新潜能,也利于企业完成技术革新与产业优化,做好有毒有害物质的管控,防患于未然。

## 参考文献

- [1] 陈家德,孙霞,沈云等.皮革中有害物质限量及相关检测标准解析[J].北京皮革.2021,46(05).
- [2] GB 20400—2006《皮革和毛皮有害物质限量》[S].
- [3] GB 30585—2014《儿童鞋安全技术规范》[S].
- [4] GB/T 18885—2020《生态纺织品技术要求》[S].
- [5] GB 25038—2010《胶鞋安全技术规范》[S].
- [6] GB/T 22808—2021《皮革和毛皮化学试验 五氯苯酚含量的测定》[S].
- [7] 陈荣圻.烷基酚聚氧乙烯醚(APEO)的禁用和代用[J].印染,2006,32(12):45—49.
- [8] GB/T 33285—2016《皮革和毛皮化学试验 壬基酚及壬基酚聚氧乙烯醚含量的测定》[S].
- [9] 周华龙,何有节.皮革化工材料学[M].北京:科学出版社,2010.
- [10] GB/T 38405—2019《皮革和毛

皮 化学试验 短链氯化石蜡的测定》[S].

[11] Elaine S M, Maria Lara P M A, Jos é P H A. Electroreduction of the antifouling agent TCMTB and its electroanalytical determination in tannery wastewaters[J]. Talanta, 2005, 67(4): 682—685.

[12] GB/T 38403—2019《皮革和毛皮 化学试验 防霉剂(TCMTB、PCMC、OPP、OIT)的测定:液相色谱法》[S].

[13] GB/T 38409—2019《皮革 化学试验 N-甲基吡咯烷酮(NMP)》[S].

[14] GB/T 38401—2019《皮革和毛皮 化学试验 二甲基甲酰胺含量的测定》[S].

[15] 肖远航,任可帅,王春华等.皮革产品中苯胺的风险分析[J].皮革科学与工程,2020(30):24—29.

[16] 田姝,李海,蒋洁蓉等.皮革中双酚 A 的含量测定—高效液相色谱法[J].皮革与化工.2022,39(06).

# GB/T 43293—2022 《鞋号》标准解读

杨素彬, 王佳, 王亚南, 韩军  
(北京市产品质量监督检验研究院, 北京 100025)

**摘要:** 从适用范围、术语和定义、世界鞋号和中国鞋号体系的基本特性、鞋号标识方法、鞋号标识格式、中国鞋号与其他鞋号的转换等, 对 GB/T 43293—2022《鞋号》与 GB/T 3293.1—1998《鞋号》进行比较, 并提出相关企业在实施新标准时需要注意的事项。

**关键词:** 鞋号标识; 鞋号转换; 标准

## Interpretation on GB/T 43293—2022 Shoe Size standard

YANG Subin, WANG Jia, WANG Yanan, HAN Jun  
(Beijing Products Quality Supervision and Inspection Institute, Beijing 100025, China)

**Abstract:** Compare the standard GB/T 43293—2022 Shoe Size with the standard GB/T 3293.1—1998 Shoe Size from the scope of application, terminology and definitions, basic characteristics of the world shoe size and Chinese shoe size systems, shoe size marking methods, shoe size marking formats, and shoe size conversion between Chinese shoe size and other shoe sizes. It also puts forward the matters that the relevant enterprises need to pay attention to when implementing the new standard.

**Keywords:** shoe size marking; shoe sizes conversion; standards

---

第一作者简介: 杨素彬(1986—), 女, 本科, 工程师, weinixiong0527@163.com, 主要从事鞋类产品检验工作



配图 / 青籽

## 前言

鞋号是表示鞋子大小、肥瘦的一种标志，是企业组织鞋类生产的重要参数，更是消费者选购鞋类产品的重要参考信息。鞋号的作用在于准确地反映鞋与脚的适合度，从而更好地发挥鞋的舒适性和保护性。因此《鞋号》标准作为重要的基础标准，对整个制鞋标准体系、贸易生产都发挥着重要的作用，同时，《鞋号》标准也是企业产品质量评估及市场抽检评估的重要参考文件。

目前世界范围内常用的鞋号主要根据脚长或楦底样长作为基础，我国于1956年和1957年、1965年至1967年开展了2次国内大规模脚型调研，整理、分析、研究了大量的调查数据、资料，掌握了我国人群脚型规律，并了解了相关职业人群的鞋类产品选购与穿着习惯。依据这些研究成果，于1982年制定发布

了国家标准 GB 3293—1982《中国鞋号及鞋楦系列》，完成了中国鞋号的统一，明确了中国鞋号是以脚长为基础而制定的。

该标准奠定了我国鞋号、鞋楦标准化的基础。1998年，为更好地与国际鞋号标准接轨，我国对 GB 3293—1982 中的鞋号部分进行修订，等同采用了国际标准 ISO 9407:1991 Shoes sizes — Mondopoint system of sizing and marking<sup>[1]</sup>。

因 GB/T 3293.1—1998《鞋号》<sup>[2]</sup>（以下简称“旧标准”）已应用20余年，标龄较长，为更好地与其他鞋类标准相适用，并解决标准实施过程中遇到的问题，2022年10月12日我国发布了《鞋号》新标准，修改采用了我国主导修订的国际标准 ISO 9407:2019 Footwear sizing— Mondopoint system of sizing

and marking<sup>[3]</sup>, 而标准的编号则由 GB/T 3293.1—1998 调整为 GB/T 43293—2022《鞋号》<sup>[4]</sup> (以下简称“新标准”)。

## 1 新、旧标准对比

### 1.1 适用范围

新标准对适用范围做了较大调整, 因中国鞋号和世界鞋号是同一鞋号体系, 为了便于我国相关群体使用该标准, 新版标准在适用范围内加入了中国鞋号。新标准还明确了世界鞋号及中国鞋号的尺寸特征和标识方法是基于足部轮廓测量值。

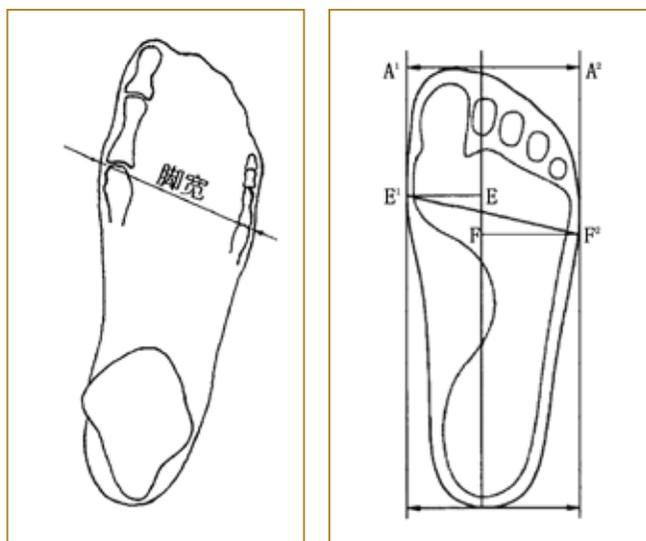
### 1.2 规范性引用文件

新、旧标准都没有规范性引用文件。

### 1.3 术语和定义

为了使新标准既可以与国际标准接轨, 又与我国现行鞋类标准协调配套, 新标准对鞋的定义采用 GB/T 2703—2017《鞋类术语》<sup>[5]</sup> 中的相关定义, 对鞋号、脚长、脚宽和趾围定义采用国家标准 GB/T 36936—2018《鞋类鞋号术语》<sup>[6]</sup> 中的相关定义。

与旧标准相比, 新标准更改了脚宽示意图, 见图 1。



a 旧标准

b 新标准

图 1 脚宽测量方法示意图

从图 1a 可以看出, 旧标准的脚宽测量采用脚的斜宽 (与欧洲鞋号、美国鞋号、英国鞋号标准基本相同, 即通常用脚的斜宽或脚的肉体宽) 表示, 脚宽为脚围在水平面的投影 (第 1 和第 5 跖趾关节接触的两条垂直线之间的水平距离)。从图 1b 可以看出, 新标准的脚宽测量方法通常采用脚的直宽表示, 脚宽或脚的前掌宽度 (A1A2) = 第 1 跖趾部位宽度 (E1E) + 第 5 跖趾部位宽度 (FF2)。生产企业在进行国际贸易时多加注意上述区别。

新标准趾围定义与旧标准中脚围概念近似。中国鞋号是新标准中新增加的术语, 中国鞋号和世界鞋号是同一鞋号体系, 要求末尾数字应为 0 或 5。新标准明确在中国销售的进口鞋转化为中国鞋号之后, 鞋号的末尾可以不是 0 或 5, 例如以下几种形式都是正确的: 237, 237/82, 237-82, 237(1.5)。

### 1.4 世界鞋号和中国鞋号体系的基本特性

新版标准与旧版标准“鞋号制的基本特征”相比, 内容基本一致。明确了世界鞋号和中国鞋号的基础为脚长和脚宽, 两者均以“mm”毫米整数表示, 但不同的是, 世界鞋号数字前边有英文字母“MP”或“Mondo”。

### 1.5 鞋号标识方法

新标准与旧标准“鞋号测量值的表示方法”基本一致, 但新标准明确了中国鞋号至少由脚长示值表示, 可以不用标注单位“mm”, 企业可根据需要自主决定鞋号里是否标注脚宽示值。

在旧标准实施过程中, 很多企业对于鞋号是否必须标注脚宽或者型号, 存在一定的争论。

在日常检验和监督抽查过程中也发现, 国内大部分企业生产的鞋, 同一款式基本不会分型, 而是只有一个型号, 而且国外标准中脚宽示值也不是强制性标注项目, 所以综合考虑, 新标准不要求必须标注脚宽, 这一部分的变更也是平息了旧标准使用过程中的争论, 同时也与国际标准接轨。

### 1.6 鞋号标识格式

与旧标准相比, 新标准增加了对世界鞋号的标注格式要求。删除了鞋号标识所用字体高度 (至少 3 mm)

的要求。

生产企业在执行 QB/T 2673—2013《鞋类产品标识》<sup>[7]</sup> 标准时，鞋号标识的字体高度只需满足其要求即可，即字体高度不应小于 1.8 mm。新标准中明确了中国鞋号应包括脚长，企业可根据需要在后面加上脚宽或鞋型号标注。

新标准中，中国鞋号可以选择三种方式标识：第一种只以脚长标识，第二种是以脚长和脚宽标识，第三种是以脚长和鞋的型号标识。新标准要求标识位置在每只鞋、鞋盒或其他包装材料上标注鞋号。

由于国内销售的鞋类产品，基本上标识都是执行现行行业标准 QB/T 2673—2013，结合新标准，可以理解为每只鞋、鞋盒（含吊牌）都应标注鞋号，生产企业要理解上述变化内容。

针对具体标识位置上，新标准和旧标准的要求基本一致，即鞋号可印在衬里上，可贴在鞋盒上，以及可缝在鞋上，只要鞋号标识保持尽可能长时间清晰可见，企业可自主选择冲压、印刷、贴/缝标签等方法，这些都是符合标准要求的。

### 1.7 中国鞋号与其他鞋号体系的转换

对于中国鞋号与其他鞋号体系的转换，新标准较旧标准给出了更为明确的方法：按照国家标准 GB/T 36935—2015《鞋类 鞋号对照表》<sup>[8]</sup>，实现中国鞋号、英国鞋号、美国鞋号和欧洲鞋号之间的转换，而这对消费者选购鞋类产品也提供了有效的指导。

综上所述，新标准仅规定了脚长示值为强制要求，脚宽和鞋的型号可根据需要标识，并且新标准对字体高度不做要求，但增加了对世界鞋号标注格式的要求。对于中国鞋号与其他鞋号体系的转换，新标准明确规定按照 GB/T 36935—2015<sup>[8]</sup> 要求执行。

## 2 注意事项

目前我国鞋类标准体系中与鞋号相关的标准有：国家标准 GB/T 36936—2018、GB/T 43293—2022、GB/T 36935—2015 及行业标准 QB/T 2673—2013。在参照上述标准进行鞋号标注时，需要

注意以下事项：

（1）按照标准的要求，在鞋、鞋盒或其他包装材料上正确标注中国鞋号；

（2）中国鞋号应以脚长示值的毫米整数表示，可以不标注单位“mm”，企业可根据需要加脚宽示值或型号，特别是当企业生产的鞋存在分型情况，为了方便消费者选择，企业可自主决定标注型号；

（3）在中国销售的鞋类产品，执行 QB/T 2673—2013 行业标准的，应在鞋上和鞋盒（含吊牌）上都标注中国鞋号；

（4）自 2023 年 5 月 1 日，新标准开始实施，尽管其对鞋号标识所用字体没有要求，但对于执行 QB/T 2673—2013 标准的鞋类产品，鞋号标识仍需要满足使用的汉字、数字和字母进行标注，且其字体高度不应小于 1.8 mm 的要求。

## 3 结束语

相比于 GB/T 3293.1—1998《鞋号》，GB/T 43293—2022《鞋号》的各项要求更为宽松和灵活，鞋号标注只要符合前者的要求，便可以符合后者的要求，企业无需担心鞋号标准的更新会增加鞋产品标识不合格的风险，但仍需要时刻关注标准的变化，及时调整质控方案，以便更好地适应市场需求。

## 参考文献

- [1] ISO 9407:1991 Shoes sizes—Mondopoint system of sizing and marking [S].
- [2] GB/T 3293.1—1998 鞋号 [S].
- [3] ISO 9407:2019 Footwear sizing — Mondopoint system of sizing and marking [S].
- [4] GB/T 43293—2022 鞋号 [S].
- [5] GB/T 2703—2017 鞋类术语 [S].
- [6] GB/T 36936—2018 鞋类 鞋号术语 [S].
- [7] QB/T 2673—2013 鞋类产品标识 [S].
- [8] GB/T 36935—2015 鞋类 鞋号对照表 [S].

## 《鞋类 生物降解性能评价》 团体标准正式发布

文 / 刘 春 图 / 赵立国



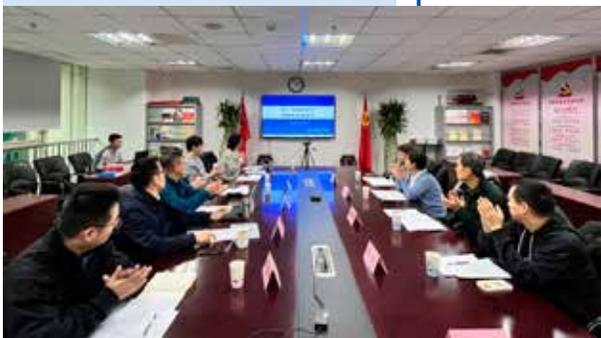
2024年1月30日,《鞋类 生物降解性能评价》团体标准正式发布,标准号 T/CLIAS 012—2024。该标准规定了鞋类生物降解性能的术语和定义、要求、试验方法、标识及判定规则,适用于成品鞋的生物降解性能的评价,鞋用材料的生物降解性能评价可参照执行。

鞋类产品使用的材料主要包括天然材料和合成材料。天然材料如皮革、木材、棉、麻、蚕丝等主要用于鞋面,而合成材料如橡胶/弹性体(鞋底)、合成纤维(鞋面及内里,鞋带)、塑料(辅件)等则大量应用于鞋底等部件。然而,合成材料制成的鞋品废弃后难以降解,对生态环境造成一定的污染和影响。

为了减轻制鞋行业对环境的影响,制鞋行业科技人员一直在探索和研究如何采用回收塑料纺丝制成再生鞋面或回收废弃鞋的部分材料等方式来减少污染。尽管这些方法在一定程度上缓解了废弃鞋的污染问题,但并未从根本上解决环境问题。因此,为了实现废旧鞋品的完全降解,从根本上解决环境问题,制定可降解鞋的相关标准显得尤为重要。

近年来,制鞋行业已经研制出满足使用需求的可降解中底、大底、鞋面材料,市场上也陆续推出了可降解鞋产品。然而,目前国内外尚无鞋类产品降解性能的测试及评价标准,因此急需制定相关标准来规范可降解鞋的开发和生产。通过制定《鞋类 生物降解性能评价》团体标准,将有助于推动制鞋行业实现绿色发展,保护生态环境,并为消费者提供更加可持续的鞋类产品选择。随着全球消费者对可持续性的关注日益加强,可降解的绿色生态型鞋产品具有巨大的市场潜力。通过制定相关标准,可以进一步推动制鞋行业的创新和可持续发展,满足市场需求,并为行业的长期发展奠定坚实的基础。

中国皮革协会于2023年12月14日组织召开了《鞋类 生物降解性能评价》团体标准审查会。此次会议汇集了来自行业协会、专业院校、检测机构、制鞋企业、鞋材生产企业等13家单位的代表,其中审查专家9人,由黄新霞教授级高工担任标准审查专家组组长,共同探讨和审查了关于鞋类产品生物降解性能的评价标准,专家们一致同意《鞋类 生物降解性能评价》团体标准通过审查。



《鞋类 生物降解性能评价》审查会



主持：陈念慧（河北科技工程职业技术大学教授）

## 现代鞋靴设计（类）

### 专业知识与技术体系构建及探索（一）

文 / 陈念慧

#### 前言

自2001年加入世贸组织，我国鞋靴产业又获得了一次难得发展机遇，产业规模世界第一的位置愈加稳固。与此同时，我国鞋靴高等教育也步入发展快车道。2010年后，在鞋靴产业集聚的浙江、广东、福建等省份，在较短的时间里，一些高校陆续开始设置鞋靴（鞋类、革制品、皮具等）设计（与工艺）专业或专业方向，其中多数为高等职业技术学院。

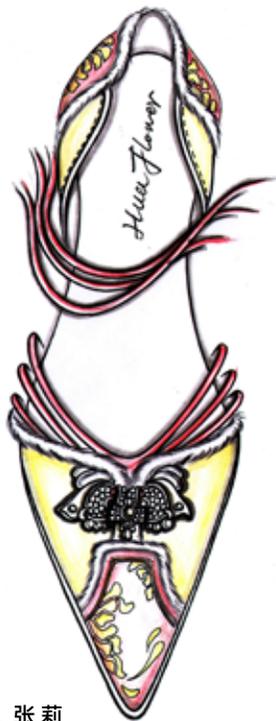
鞋靴专业人才，尤其是创新人才无疑是推动我国鞋靴产业发展壮大的根本保证。从20世纪80年代中期至今，我国鞋靴高等教育已走过近40年的历程。在这不算很短

的专业办学过程中，从专科层次到本科层次再到研究生层次，从普通高等教育到高等职业技术教育，我国鞋靴高等教育层次和类型布局基本完成。

目前，我国鞋靴专业人才培养水平和数量虽然达到一定高度和规模，但与我国鞋靴产业转型升级和高质量发展所需真正创新人才培养要求尚有着较大距离。突出表现为，目前我国绝大多数设置鞋靴专业的高校所培养的鞋靴（类）设计人才（创新人才）及鞋靴（类）设计师实为从事鞋靴结构设计方面的样版师（简称“版师”，也叫“打版师、开版师、制版师、出格师”等），而非现代意义的真正鞋靴设计人

才。

国内鞋靴教育界多数人尚没有意识到这两种人才的本质不同，错误认为，重点教授学生一些鞋靴结构设计及制版、制鞋工艺、鞋楦设计等技能与知识，再配合讲授一些简单的素描、色彩、图案、视觉传达设计（平面构成）等造型艺术（美术）基础知识与技术，就是在培养鞋靴设计人才，或者说在培养鞋靴（类）设计师。很少有人去追究面对鞋靴消费升级后的“新需求”、鞋靴设计人才或者说创新人才所应具备的主体知识与核心能力究竟是什么。也少有人注意，为何我国鞋靴教育界对鞋靴设计人才或设计师的认知与国际服饰时尚界（包括我



作者：张莉



作者：马喜悦

国服装界)设计人才或设计师的主流认知存有巨大差异,这种与国际通行服饰设计人才观相悖的认知,无论是理论层面,还是市场现实层面都缺乏坚实可信的支撑。由于国内鞋靴教育界对现代鞋靴设计及其专业和设计人才核心意涵认知普遍存在不足与偏颇,导致我国现代鞋靴设计(类)专业(“类”指与现代鞋靴设计有相同核心意涵但命名不同的本领域和方向设计类专业)教育及真正的设计人才培养长期缺位,进而造成国内众多鞋靴企业产品设计研发及创新长期深陷困顿,并成为当下阻碍我国鞋靴产业持续健康发展的一个突出战略问题与最大瓶颈。

## 1 我国鞋靴专业人才培养存在的主要问题与症结

我国普通高等教育鞋靴(鞋类、革制品、皮具等)专业建设始于20世纪80年代中期,高等职业技术教育鞋靴专业建设始于20世纪90年代初。经过近40年的建设与探索,我国鞋靴专业人才培养质量和数量都得到了明显提高,为我国鞋靴产业和企业的发展提供了较好支撑。然而,在我国鞋靴专业人才培养取得较大成绩的同时,在专业建设及人才培养方面也面临着诸多问题和挑战。

我国鞋靴高等教育开办至今,开办鞋靴类专业的绝大多数高校的人才培养定位及专业教学体系构建都是围绕鞋靴生产技术人才来制定

和开展的,这其中又多以培养鞋靴(类)结构设计及制版人才为主。

随着鞋靴产品主要属性发生重大转变,愈来愈多的消费者不再将舒适、耐穿、价廉作为选择和购买鞋靴产品时的主要考虑因素,而是将鞋靴造型(款式或鞋款)个性化、美感、时尚性、价值观象征及认同是否契合自己的需求作为选择和购买时的主要考虑因素。

为适应和满足以上鞋靴消费升级“新需求”,我国应加快设置和开办现代鞋靴设计(类)专业,着力培养我国鞋靴产业高质量发展急需的真正鞋靴(类)设计人才及设计师,以推动我国鞋靴产业可持续发展与高质量发展。

较长时期以来,我国鞋靴高等教育以培养鞋靴结构设计、制鞋工艺等生产技术人才为主,然而随着时代发展,仅重点培养以上生产技术人才已明显无法适应我国鞋靴产业转型升级和高质量发展要求。我们急需补齐现代真正意义的鞋靴设计人才或曰创新人才培养的短板,这种人才培养的质量和数量决定了中国鞋靴产业的未来发展。此外,对学生应用性和实战性专业能力的培养重视不够、不同相关技术领域科研与资源配置不平衡、主要专业技术领域原创研究成果少、专业教师实践动手能力弱、专业教材体系和课程体系构建不够完善、部分专业知识与技术教学内容与市场和企业实际脱节、人才培养方式和手段无法适应培养目标要求等问题也都



作者：李青

亟需改进、提高、变革，有些方面甚至需要重塑。尤其是在现代鞋靴设计（类）专业内涵与定位、现代鞋靴设计（类）专业教育教学基本特点与模式、现代鞋靴设计人才培养方式与成长路径、现代鞋靴设计（类）专业知识与技术体系构建等方面，亟待进一步深入研究与探索。惟其如此，我国现代鞋靴设计及相关专业人才培养才能更好地对接我国鞋靴行业高质量发展战略需求。

当今鞋靴市场与消费需求条件下，将鞋靴结构设计及制版视为鞋靴设计研发或创新既没有理论支撑，更没有市场依据，同时也不符合设计的底层逻辑，即设计手段（技术类型）与设计目标脱节。持有这

种鞋靴设计思维和认知的人，还停留在传统鞋靴设计思维的窠臼中，他们在面对“新需求”时，多数人并不知目前鞋靴企业设计工作面临的真正问题和主要问题所在。因此，这些人常常不是基于“问题”解决去进行设计，其结果自然是无法实现设计工作目标，我国鞋靴产业始终难以从贴牌加工或抄袭模仿的低端发展模式向设计研发或创新突破的高端发展模式转型，鞋靴企业始终难以从高资源消耗、低附加值产品生产发展模式向质量效益型、高附加值产品（在造型与时尚、新功能、新材料等方面有所创新）生产发展模式转变。

当传统鞋靴设计技术或手段（鞋靴结构设计及制版）根本无法满足鞋靴消费升级后的“新需求”时，而我们仍将其视作鞋靴企业设计研发的主要技术或手段无疑是误人误己和自欺欺人。在国内外鞋靴市场竞争日趋激烈和企业经营压力不断增大以及寻求产业高质量发展的今天，我国鞋靴产业和企业发展迫切需要探寻和建立新的与企业产

品设计研发工作目标相适应的新设计技术类型。

鞋靴设计新技术类型创建首先要明确鞋靴企业产品设计研发工作的主要目标是什么，这对创建新的鞋靴设计技术类型非常关键，如果“主要目标”设定的不对，后面所做一切事情皆将枉然。这个“主要目标”其实也就是要解决目前鞋靴企业所用设计技术或手段推出的产品无法满足消费者主要需求所导致的主要问题。如此，我们才知需要创建何种新的鞋靴设计技术类型来解决这一主要问题。消费者对鞋靴产品的主要需求一般包括以下内容：造型（款式）个性并有美感和时尚感、良好舒适性、新实用功能、企业和品牌较高知名度、结实耐用、较高性价比、精湛工艺等。针对消费者以上不同主要需求，企业需用不同或综合的技术与方法来解决和满足。

虽然不同的消费者购买鞋靴时会有不同的主要需求和首要关注因素，但各种相关市场调研数据显示，国内主体消费人群多将鞋靴造型（款式）个性及新颖性、美感、时尚感等作为自己购买鞋靴的主要需求和首要关注因素。尽管鞋靴实用功能提升或突破也可成为消费者的主要需求，但从实际情况看，这方面取得突破难具有经常性和普遍性。另外，还有一部分消费者会将鞋靴良好舒适性或企业和品牌较高知名度等列为自己的主要需求。

（未完待续）



# 2023 真皮星尚我做主 微视频公益大赛交流会感言(二)



## 王灿（院校组一等奖获奖代表） 泉州师范学院

我们的创作思路是结合闽南文化，展现原创设计的女包作品。我们从闽南特色的建筑中提取出元素，在女包的廓形、色彩与工艺上进行设计。拍摄上加入了一些效果，包括白天与黑夜的光影对比等，突出作品。视频基本上达到了给观众以不一样的体验效果。在视频制作过程中，我们也收获了很多，思考能力与设计能力均得到了锻炼，对传统文化与大众生活的结合有了更多的思考；我们对皮革及其制品的设计有了更多理解；我们对拍摄方式，视频宣传呈现也有了更深的体会。最后，希望大赛越办越好，有更多的学生通过平台展现自我。

### 院校组



## 张施彤（院校组二等奖获奖者） 陕西科技大学

皮与革的区分，对于很多消费者来说都是一个困惑。我在步入皮革专业之前，也分不清什么是皮，什么是革。现在我们知道革是经过鞣制的皮，并不是合成材料。此次参赛，我也是想向更多消费者普及一些皮革小知识。经过考虑，我选择了以动画的形式呈现介绍，这样既生动有趣，也便于消费者更好的理解。非常高兴作品得到了许多人的认可。因此，我想今后大家可以用更多的方式向消费者传递皮革相关知识，以消除大家的一些刻板印象，包括制革企业现代化的生产车间环境展示，高效的、合理的污染物降解与排放过程呈现等等。皮革是天然环保的材料，具有许多卓越的性能，希望能得到更好的推广与使用。

## 院校组



### 杨苗婧（院校组二等奖获得者） 中国传媒大学

穿上舞鞋摇摆，是当下一些年轻人或者这一类群体的生活方式。我们采用纪录片的视角，将皮革制成的舞鞋与这些人及这些人的生活紧密联系起来，使皮革元素与他们绑定，成为了他们生活中不可或缺的一部分。通过赋予皮革材料以很多的情感，更好地宣传推广皮革这一天然材料。在视频的创作过程中，我深刻地体会到，产品需要与情感融合才具有穿透力——一个真实的故事，引起共鸣，就会有更多的人参与进来。另外，建议大赛可以设立更多的奖，包括最佳摄影奖和最佳文案奖、最佳创意奖等，以推动大赛成长。

### 孙思琦（院校组二等奖获奖代表） 北京服装学院



我就读于北京服装学院，非常喜欢设计。进入大学后，我渐渐接触了许多设计元素，皮革就是其中一种。在平时进行服装设计时，我总会留意对于皮革元素的使用。第一次参加宣传皮革这样一种天然材料，我感觉很有意义。作品是我和北京服装学院的一群小伙伴一起制作完成的。灵感主要源于我们对于皮革的喜爱——我们都觉得皮革是一种充满质感、历久弥新的材料；同时皮革具有外在柔软松弛，内核却又坚韧不拔的特点，这与我们想表达的女性力量的主题高度契合。围绕这一主题，我们制作了《绽放》视频，希望将这种“向内生长 向外绽放”的精神与大家分享。

## 最佳组织奖

### 顾任飞（最佳组织奖获奖代表） 温州大学美术与设计学院副院长

从社会角度看，大赛对于消费者认识真皮、了解真皮及区分真皮与非真皮起到了非常好的效果。作为院校老师，从教学的角度看，比赛也使我们的教学模式得到了改观。原因在于，大赛对院校学生从商品角度进行设计能力的锻炼。当下，院校在学生的作品与产品设计环节有许多教学经验。但在商品的制作上，许多院校还是弱项。我们把比赛跟教学结合起来后，学生在进行比赛作品设计时，就会从设计师和客户双向的思维切入到设计当中。他们在思考如何把产品做好的同时，还会想如何卖得好。通过两次大赛的参与，我们已经初步取得了很好的效果。最后，建议在条件合适的情况下，主办方可以拓宽赛道，更充分地发挥学生的天赋与热情，更好地宣传皮革。



## 最佳组织奖



### 黄永超（最佳组织奖获奖代表） 泉州职业技术大学教授

我来自泉州职业技术大学，现在也在做自媒体。短视频未来会是企业发展必不可少的一种销售路径，企业对这方面的人才需求也会不断增多。因此，对于大学生来说，学习与锻炼这方面的能力非常必要。另外，短视频也是如今很多年轻人自我表达的一种方式。中国皮革协会组织开展的这个大赛，对于企业和行业发展非常有意义。整个大赛的组织与推广做得都很好，专业性也很强。这次大赛的时间紧，我们是以作业的形式，安排学生自愿参加。从教学角度看，我同样认为，大赛对我们教学起到了很好的帮助。另外也希望大赛加强与企业的合作，让学生能更加深入地参与，在策划设计拍摄视频的同时，还能尝试做视频的运营等。这样赛事或许能更好地帮助企业，也使学生收获更多。



### 周永香（最佳组织奖获奖代表） 陕西科技大学轻工科学与工程学院 皮革工程系副主任

本次大赛给学生展示才华和拓展眼界提供了一个非常好的平台。学生的创造能力和思维能力是非常活跃的，他们有许多天马行空的想法，能为大赛提供广阔的宣传素材。同时，学生通过制作作品的过程，也丰富了他们对皮革材料和皮革专业的认识。在参与赛事的过程中，我有三点体会：一是我们学院领导非常重视大赛，第一时间就做了安排，组织院校学生参赛；二是赛事非常重视宣传，活动期间不断地发布赛事海报、赛事通知、赛事安排和赛事进展等；三是大赛激发了学生的热情，大家做了许多创意与设计。下一届大赛，我们将尝试在更多专业之间开展，比如将皮革系与服装设计系结合，大家共同合作完成作品。

## 最佳组织奖



### 张凯（最佳组织奖获奖代表） 扬州大学广陵学院数字媒体工作室主任

我们是第二次参加比赛，对此非常重视。在组织策划这次活动时，首先就要求要把同学们在学习过程中的优秀作品做充分展现。另外，我们对于视频制作主题进行了长时间的思考，并和大家一起讨论如何从文化遗产、环保理念、人文关怀等多个角度去挖掘视频的制作主题，让视频更有温度，更具深度。最终我们也取得了较好的成绩，六件作品入围，两件作品获奖。这次大赛整体参与下来，我也发现了一些问题：一是我们对短视频的时长把控有误，短视频的时长应做到短小精悍，生动形象；二是我们在选题创意和角度上还有很大提升空间，包括拍摄的技巧、剪辑的方式我们都可以和相关专业做个融合，组建团队，让更多的人参与进来，使作品得到更好的呈现。微视频的创作是一个不断探索的过程，感谢中国皮革协会及各方提供这样的平台，让我们一起学习，不断创新，共同探讨更好地宣传推广皮革及其制品。

## 非遗传承

### 胡海平 “皮雕”非遗传承代表



从事文化推广是我现在的工作，所以个人对传统文化与工艺美术一直都很关注。首先我想强调一点，大家要突出皮革的生态、绿色与环保特性。因为消除质疑的声音，对行业发展非常重要。就作品看，我们这次参赛作品主要是对皮雕文化的展示与宣传：皮雕是一种皮革装饰品。它是在皮张上进行刻画，通过染色、镂空、镶嵌、按绕等工艺制作而成的皮革制品，是一种皮革的中式艺术，也叫皮革工艺美术。这中间，通过我们多年的努力，皮雕正式加入到了工艺美术领域，因此我们也希望宣传皮雕文化。作品之外，如今我们也在筹备做一个与皮革有关的博物馆，里面有 1000 多件类似皮雕的老物。后期有机会，我们还将通过大赛展示更多这样的作品。

皮  
雕

# 基于教赛融合的 大学生创新设计思维能力培养

——以“真皮标志杯”中国国际箱包皮具设计大赛参赛作品设计流程为例

俞英, 徐成锐  
(上海立达学院, 上海 201609)

**摘要:** 以近3年的“真皮标志杯”中国国际箱包皮具设计大赛参赛作品设计流程为例, 介绍了作品形态构成、内涵语意、实用性的具体含义, 分析了创新设计思维的4个层级关系及其对应的直接表达法、修饰表达法、提炼精简法、精髓夸张法4种方法。结合实际设计作品案例的解读, 提出设计者可针对自己的作品进行对照, 以提升、完善作品的后期成形效果与质量, 同时, 教师也可通过加强对学生的实操训练和示范教学, 实现人才培养与行业发展同频共振。

**关键词:** 皮革箱包; 创新设计; 思维能力; 人才培养

## Training of innovative design thinking ability of college student based on integration of teaching and competition ——Taking design flow of participative works of GLM Award China International Bags and Accessories Design Competition for example

YU Ying, XU Chengrui  
(Shanghai Lida University, Shanghai 201609, China)

**Abstract:** Taking the design process of participative works from the Genuine Leather Mark Award China International Bags and Accessories Design Competition in the past three years as examples, this paper introduces the specific meaning of morphological composition, connotative semantics, and practicality of the works, and analyzes the four-level relationship of innovative design thinking and its corresponding four methods of direct expression, modified expression, refinement and simplification, and essence exaggeration. Based on the interpretation of actual design work cases, it proposed that designers can compare their own works to improve the later shaping effect and quality of the work. At the same time, teachers can also strengthen practical training and demonstration teaching for students, and resonance can be achieved between talents cultivation and industry development.

**Keywords:** leather luggage; innovative design; thinking ability; talent cultivation

第一作者简介: 俞英(1960—), 女, 教授, 113383532@qq.com, 主要从事设计专业教学与科研工作

## 前言

赛事，不仅是技能的竞技场，更是行业交流的多维平台。它聚集了独立设计师以及来自企业、院校等各类机构的设计人员，共同分享、交流经验，并携手推动行业的创新与发展。

对参赛者而言，组织者为他们提供了一个磨砺、检验、提升设计能力的机会和展现自我才能的舞台。除了技能提升，参赛者更能接触到业界的领袖人物、同行专家及资源与信息，为未来职业生涯打下坚实基础<sup>[1]</sup>，企业、院校等各类机构也可以通过系列活动识别人才、选拔人才。

如今，我国箱包行业已经积累了组织各类具有影响力的设计赛事的经验，其中最为引人注目的是已经成功举办二十三届的“中国国际箱包皮具设计大赛”（以下简称“真皮标志杯”大赛）。

这些比赛多由行业协会、地方政府、知名企业以及高等教育机构主办、相关单位协办，从而确保了其专业性和权威性。随着经济的蓬勃发展，社会大众对消费产品的个性化、时尚性和多样化需求日益增长。

这一趋势进一步刺激了各类设计比赛数量的增长，使得更多的综合性设计比赛纷纷设立了专门针对箱包等时尚产品的赛道。目前，这类赛事还存在一定的发展空间，一方面是比赛最终的成果缺乏市场化转化，另一方面是赛事的前瞻度不够，缺乏从创新的角度去挖掘新的设计点。

## 1 以赛促教与以赛促学

### 1.1 权威性的设计竞赛平台

“真皮标志杯”大赛是国内具有权威性的箱包类设计竞技平台。每年的比赛围绕一个主题，吸引广大设计师前来一展身手。

赛程分为初赛和总决赛。在初赛中，新媒体的加入更为这个传统的赛事注入了现代活力。例如，设计师需要通过短视频展示自己的设计理念。此外，对于入围决赛的作品，除了需要有高度的创意性，其市场应用性也被高度重视。这也是为什么在初赛评选标准中，“市场

转化”占了相当的比重。在此背景下，设计师不仅要追求设计的创新性，更要确保其作品的实用性和市场价值，而这些能够在大赛中胜出的设计师，必定具有较强的创新思维能力。

### 1.2 严谨规范的评选流程

相对一般的箱包商品开发流程，参赛作品更需要突出设计师的创新构思，从“收集灵感图/灵感版制作”至“效果图绘制”，构成了箱包造型创意生成的关键步骤，无不需要设计师充分展现自己的创新思维能力。“真皮标志杯”大赛参赛作品设计流程，见图1。

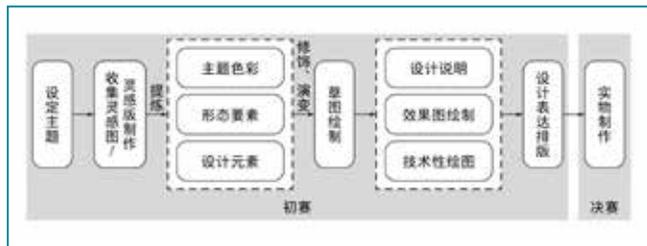


图1 “真皮标志杯”大赛参赛作品设计流程

每一届“真皮标志杯”大赛的参赛指南中，都会发布一个设计主题，如近3年的主题分别为“无限共生”“进化”“迁徙”。

在初赛阶段，设计师首先需要根据对主题的解读与分析，收集灵感图片以及意象描述的文字，可以将其剪切、拼贴，转化为灵感版，形成对抽象主题的语意理解，辅助创意生成。其次，设计师需要从中解析、提取与主题相关的形态要素、设计元素和配色方案。其中，形态要素作为基本造型，是可以和箱包的廓形进行融合的“骨架”，设计元素来源于语意的延伸，可以作为“符号”体现在箱包的细节中。接下来，运用创意思维表现方法，对形态要素进行不断的修饰、演变，最后完成效果图的绘制。当然这个过程中也要根据整体的效果，结合设计师的经验，融入材质、工艺、细节的表达。

为了帮助参赛者认识和理解评审团关注的重点，本文作者结合设计价值的分类——包括有形价值和无形价值，以及评判基点——包括基本构成、创新、表现、适

时、时代<sup>[2]</sup>，凭借多年的评审经验，提出了针对参赛作品的评价指标：

(1) 形态构成：探讨作品的元素和造型的原创性，并分析其与主题相关的形态要素经过了哪种程度的修饰与演变。

(2) 内涵语意：评估作品所能传达的深层含义，包括设计师的创作意图、设计元素所象征的社会背景与文化含义，以及预期用户在精神层面对设计的感知与解读<sup>[3]</sup>。

(3) 实用性：强调作品在造型、功能和结构上的和谐统一，同时考虑其实际应用场景和市场落地可能性。在当前的竞赛环境中，特别是鉴于更多比赛正在积极强调产学研的深度结合，不能忘记设计大赛的核心目的：将原创的设计创意与实际产业需求、教育培养以及科研创新紧密结合。因此，权衡创新与实用性，确保二者的和谐共存十分重要。

## 2 箱包设计创意思维层级关系

结合对近3年（2021—2023年）“真皮标志杯”大赛参赛作品的一般设计流程的深入分析，我们探索了各类参赛作品的设计特点及创意思维应用模式。这些作品中的优秀作品，更是设计师围绕设计主题，精心筛选与设计主题紧密相关的形态要素，再经由特征提炼、修饰和演变，最终将成熟的设计效果图完美呈现于实物制作。

根据完成这一流程设计者所应具备的思维深度与广度，及其与之对应的设计者应掌握的直接表达法、修饰美化法、提炼精简法、精髓夸张法4种方法，得出创新设计思维的层级关系，见图2。

### 2.1 直接表达法

设计初学者较多使用直接表达法。设计者在汲取灵感、选择形态要素之后，往往直接将其置入产品的轮廓或细节设计之中，缺乏对形态进行高度的提炼与创新，从而导致最终设计与原始形态过于相近。这类作品或过于“天马行空”，忽视提炼应用；或过于“生搬硬套”，创意不足，因而难以触发观者的审美感受。此外，这些

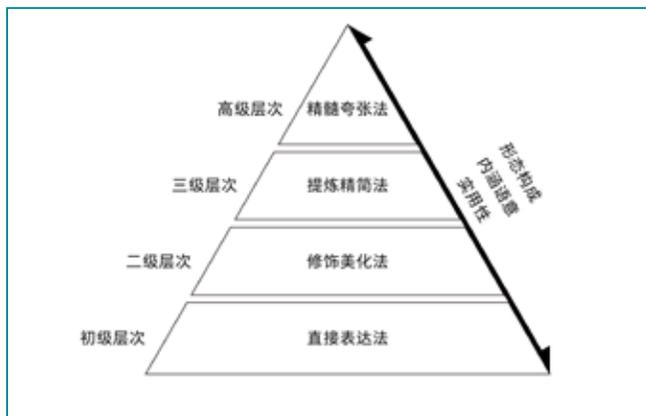


图2 创新设计思维的层级关系

作品常常因缺乏形态与功能有机结合的综合考虑，盲目追求外观的独特性，导致产品缺乏必要的使用功能，而未能凸显设计的真正价值。

如图3所示的学生作品（作者：张潇文），这组包袋的灵感来源于作者对童年时期的家用电器的记忆，搭配儿童视角下的缤纷色彩，表达了对童年美好的追忆。这组设计对于物象——电视机、电话机、磁带音响的提炼较为浅显，造型表达过于直接生硬，难以使消费者产生较深层次的解读和共鸣。



图3 “童意盎然”包袋系列作品

### 2.2 修饰美化法

这种表达层面的作品是各类比赛评选中数量最多的一类，同时也是在教学环境中学生们普遍提交的作业类型。与之前所述的方案相比，这类设计在物象的表达

上做了适度的修饰,显露出某种原创性,其造型与功能基本可以满足实际应用需求。但这类设计的短板是其语意层面的传递较为受限,很少能深入触及文化与时代背景的更深层次,用户对设计的感知与解读往往停留在表面。此外,这类设计还有造型要素堆砌的问题,即同一个单品上重复的元素过多,尽管做了修饰与美化,但仍缺少精简与提炼。

如图4所示的学生作品(作者:刘志雄),即为这一层次的典型代表。这组包袋的灵感来源于自然界中的3种昆虫——蜘蛛、蝴蝶和七星瓢虫。以这3种昆虫身上的形态、颜色和纹理等要素作为灵感来源,运用到产品造型设计中,结合TPU、皮革和金属等材质特性,为设计增添层次和质感。尽管这3款包袋的设计已经做到设计元素和包袋造型的有机融合,但设计元素的表现仍然比较具象,还有待于局部和整体、对比与协调的优化提升。



图4“昆虫语”包袋系列作品

### 2.3 提炼精简法

本级层次的设计相较于前者更进一步,这类设计案例不仅在形态要素的修饰与演变上实现了恰当的精简,其所传达的设计意涵也愈发丰富明确。观者不仅能够欣赏到作品的独特审美魅力,更能洞察设计师的创作思考,感知其背后所隐含的社会文化含义和价值观,以及它们与大赛主题的紧密关联性。作品的造型与功能和谐统一,展现出强烈的原创风格,且在实际应用场景中也表现得游刃有余。

如图5所示的“M”趣十足系列获奖作品(作者:陈丹萍),用可爱的“小怪兽”元素来象征儿童内心的无限活力和奇思妙想,与儿童书包进行结合。在造型结

构上,“萌”系设计和高饱和度鲜艳配色也十分符合孩子审美需求,其传递的“多彩童年”与“快乐教育”的理念也是当代的社会共识,在面辅料的定制、结构功能的表达上,既保留了趣味性,也十分具有落地性。



图5第三届“汇创青春”上海大学生文化创意作品一等奖作品

### 2.4 精髓夸张法

此类是高级层次的设计作品,通过深刻捕捉主题灵感中的核心形态要素,再以精湛的技艺放大、夸张地展现这一特征,并与箱包功能实现完美融合,在产品造型与实用功能间寻得微妙的平衡,从而展露出浓厚的原创精神。这种设计风格与观者的审美和思维产生强烈的共鸣,真正地表达了视觉美的“语言”。即便摒弃设计说明,观者仍能直观地领会其设计理念,并多层次解读设计作品的内涵,从而引发对当下社会、经济、文化和技术发展的深入思考。

此外,这类设计不仅具有高度的艺术价值,更具有明显的商业潜力。这类作品在各种大赛中非常少见,是真正的经典之作。设计者从自然界和科学幻想等不同领域中汲取灵感,巧妙地将其融入产品设计中,既展现出独特的视觉吸引力,又确保了实用性,同时完美贴合设计主题。

图6所示“藏龙”系列获奖作品(作者:田雪),从作品角度评定,它们是介于三级层次到高级层次之间的优秀作品。包袋的视觉中心是象征着华夏文明的中国龙刺绣。在材质上,创新地将木片运用到包袋设计中,

配合拉链形成了可“变形”的结构——拉链合上时，是一款相对低调小巧的包袋；拉链打开时，是一只“霸气外露”、容量放大的包袋，传递了“拨开云雾现祥云”的动态意境。

这个系列作品不仅实物精美，体现了“一包多用”的环保消费理念，更传递了强烈的“文化自信”，宣扬了非物质文化遗产的价值，顺应时下市场浓浓的“国潮”风情，将传统文化与现代科技、经典纹样与时尚元素完美融合的同时，还兼具了美学价值与市场潜质。

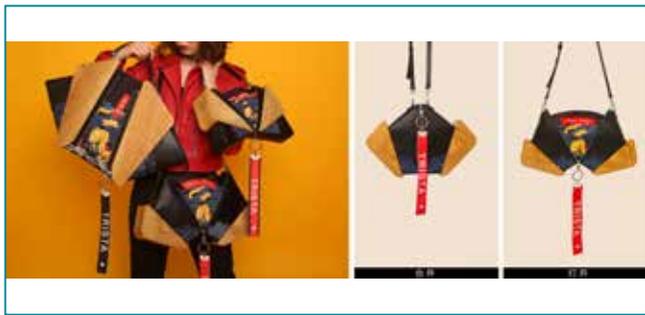


图6 第十八届（2018）“真皮标志杯”中国国际箱包皮具设计大赛金奖作品

### 3 箱包创意设计表现效果

随着时代进步，各类箱包设计大赛层出不穷，涉及的领域日趋细化，涵盖的范围更为广泛。这些大赛不仅为整个行业树立了卓越的社会形象，也为众多设计师提供了一展才华和证明自己实力的平台。

为增加参赛作品的创意设计表现效果，提倡采纳“提炼精简法”与“精髓夸张法”。设计者应制定一套既个性化又科学的设计流程，并融合各种时尚产品的设计思维技巧，如“快速构思演变法”“细节分离法”与“立构法”<sup>[5]</sup>。此外，设计者需要不断探索形态的本质，追求在创新与实用性之间的完美平衡。更为关键的是，在设计中融入“统一与变化”“节奏与韵律”“尺度与比例”“对比与调和”的造型原则<sup>[6]</sup>，进一步深化作品的语意层次，使其更具文化内涵和吸引力。

在后期实物制作中，还可以不断深化应用各种思维方法，提升作品的表现效果，尤其在“实用性”方面。

箱包创新设计需要设计者融汇运用多学科的新理念、新技术、新方法，而本文仅涉及了其中的一部分，即通过在色彩、材料、工艺等多个维度上进行全方位的考量与实践，持续优化图纸，以设计出真正优秀的作品。

### 4 结束语

经过对众多参赛作品的细致观察与分析，特别关注到其在形态构成、内涵语意及实用性方面的创新及差异化表现，总结出直接表达法、修饰美化法、提炼精简法、精髓夸张法对应4种创意设计思维的4种表达方法。对于设计师、学生以及有意向的参赛者而言，应从评审角度出发，指导设计思路拓展，助力提升投稿作品的整体质量。

此外，在当前的教赛融合趋势之下，高校教师也应开阔教学视角与思路，通过组织更多学生参与大赛，进一步促进大赛评价标准统一与专业化，助力更多的创意设计孵化落地，从而助力我国箱包行业整体设计的提升。

### 参考文献

- [1] 王珺. 从服装设计比赛看学生设计创新能力的培养[J]. 文教资料, 2015(31):46-47.
- [2] 俞英. 设计价值论[J]. 东华大学学报(自然科学版), 2001(5):40-42.
- [3] 刘鑫, 李志榕. 迪士尼动漫衍生品的设计语意表现研究[J]. 创意设计源, 2022(2):48-53.
- [4] 马志军. 语意在产品使用方式设计中的表现与运用[J]. 包装世界, 2011(3):76-77.
- [5] 田玉晶, 俞英. 时尚产品设计[M]. 青岛: 中国海洋大学出版社, 2016.
- [6] 孙颖莹, 熊文湖. 产品基础设计——造型文法[M]. 北京: 高等教育出版社, 2009.
- [7] 俞英, 杨露, 袁惠芬. 平面、立体形态创意[M]. 上海: 东方出版中心, 2004.
- [8] 俞英, 徐成锐, 黄展姮. 时尚产品配色原理[M]. 上海: 东华大学出版社, 2022.

# 乐福女鞋品类细分与设计

## ——以莎莎苏品牌为例

欧阳楚楚 (天创时尚股份有限公司, 广东 广州 511400)

**摘要:** 简要叙述了乐福鞋的起源。按照穿搭场景、底跟形状、头型、装饰元素的不同, 对不同细分品类乐福女鞋的设计风格与设计思路进行分析。以莎莎苏品牌中跟成型厚底乐福女鞋为例, 介绍其具体设计方法, 为设计师及品牌生产商设计与研发提供借鉴。

**关键词:** 女鞋品牌; 乐福鞋; 品类细分; 设计应用

## Category subdivision and design on women's loafers

### ——Taking the example of the ZSAZSAZSU brand

OUYANG Chuchu (Top Score Fashion Co., Ltd., Guangzhou 511400, China)

**Abstract:** This article provides a brief description of the origins of loafers. It analyzes the design styles and ideas of different categories for women's loafers based on various dressing scenes, heel shapes, toe shapes and decorative elements. Taking the example of the women's loafers with mid-heel molded thick sole of ZSAZSAZSU brand, it introduces the design method and provide guidance for designers and brand manufacturers in designing and developing.

**Keywords:** women's shoes brand; loafers; category subdivision; design application

### 前言

我国经济社会的发展, 推动着人们的生活方式、思维习惯和价值观念发生变化, 人们对衣食住行也提出了更高的、多样化和多元化的需求。在此背景下, 服装设计的理念也随之改变, 更重视功能设计、时尚设计、流行元素设计和品牌设计。也就是说, 需要在服装以及配

饰的设计过程中, 科学合理地融入一些流行和时尚的元素, 更好地展现和突出品牌服装的特色与个性, 提高服装设计的文化内涵和整体价值<sup>[1]</sup>。

近几年, 越来越多的中国原创女鞋品牌诞生, 市场竞争更加激烈, 消费者的选择也更多样, 对很大一部分传统企业和成熟品牌造成了不

小的影响和压力, 因此从一个商业设计师的角度来看, 定位品牌的风格调性, 做好市场细分, 明确赛道, 变得尤为重要。

现在国内的女鞋市场由于同类产品缺乏差异, 就要在产品设计中凸显品牌个性, 借助创新设计提升产品外形识别度, 使之与企业原有品类产品, 尤其是竞争品牌同品类

作者简介: 欧阳楚楚 (1990—), 女, 大学本科, 工程师, chuchu913@163.com, 主要从事女鞋产品设计与企划

产品区隔开来。把产品分类细致化是产品设计过程中的重要组成部分，就是为了通过打造差异化品牌产品，以彰显品牌鲜明个性。

在 2022 年 2 月女鞋大数据分析中显示，女鞋单品乐福鞋占比 17%，是仅次于老爹鞋的时下最受年轻人欢迎的品类之一，不仅穿脱方便，而且相较于老爹鞋更显时尚<sup>[2]</sup>。

## 1 乐福鞋来源

乐福鞋 (Loafer) 代表着一群拥有闲适自在生活态度人的穿着，因为“Loaf”本意指的是一种闲散的生活方式<sup>[3]</sup>。

乐福鞋是一种无鞋带的低帮休闲皮鞋，其特点是舒适、便捷、摩登。且风格较为多变，能轻松切换慵懒、雅痞、随性等多种风格。

乐福鞋诞生之初是男性专属鞋，在 20 世纪初被认作是进入上流社会最基本的身份标签，早先在乐福鞋表面上是没有装饰的，也没

有时髦的样式。当 Gucci 第一次将金属马衔扣装饰到乐福鞋表面，这双别致的鞋很快就摇身变成时髦精凹造型的必备神器，越来越多的款式也就迸发出现<sup>[3]</sup>。

随着 20 世纪 50 年代乐福鞋在美国的逐渐流行，中性风潮的兴起，再经历了一系列的改良之后，也将乐福鞋带入了女性的世界，经典舒适的乐福鞋加入精致的女性化流行元素之后，开始展现出新的时髦风貌。乐福鞋盛行的背后，是人们生活方式的改变，同时也是对生活态度转变的直观输出。

## 2 乐福女鞋分类

### 2.1 按穿搭场景分类

女性穿着乐福鞋，主要考虑与其他服饰如何进行完美搭配。如珍珠元素、华丽钻饰、鞋面刺绣、大流苏等多样装饰的乐福鞋，可以完美契合阔腿裤、长裙、短裙甚至西装，不管是休闲风还是职业风全能

轻松驾驭。因此，了解女性在不同场景下的穿搭方式并形成用户画像，是按穿搭场景对乐福鞋进行分类的前提。将穿搭分为以下七种场景，针对女性对乐福鞋的共性需求和不同场景配装的差异化需求进行分析，见表 1。

从表 1 可以看出，不同穿搭场景适合匹配不同设计风格的乐福鞋：职场、通勤，与正装裤、西服套装等搭配，适合简约、正式乐福鞋品类，如中跟素版乐福鞋，面料为较为硬挺的牛皮材料，造型干练经典，提升气场；聚会，适合搭配用具有精致感、优雅感的水晶、珍珠进行装饰的乐福鞋品类；度假，与舒适、时尚的休闲装、便装等搭配，适合轻便、耐磨、防滑的乐福鞋品类，整体装扮给人轻松自在感觉，如轻软成型厚底、羊皮鞋面的乐福鞋；居家，与舒适、时尚的休闲装搭配，适合便于穿脱、随意舒适的乐福鞋品类；逛街和日常休闲，常

表 1 按穿搭场景对乐福女鞋分类

场景	职场	通勤	聚会	度假	居家	逛街	日常休闲
配装							
参考鞋型							

常会出入一些展馆、咖啡店等场景，适合穿着较为个性、设计感强的服饰，可以搭配异形底、轮胎底等乐福鞋品类。

## 2.2 按底跟形状与结构分类

按照底跟形状及结构，市场上的大多数乐福鞋主要可分为七种类型：低平片底、成型片底、低平组合底、带跟片底、带跟组合底、厚底成型底、水台厚底。

近两年受到服装整体造型变化趋势的影响，偏厚重底型的女式乐福鞋比较盛行，因其从视觉上看，令穿着者身材更加显瘦显高、腿部更加显长。针对各类高跟厚底乐福鞋，如何对鞋底进行轻量化，成为目前的研发重点，而针对各类低跟平底乐福鞋，则更注重对提升鞋底造型精致度和柔软舒适度的研发。

从表 2 可以看出，不同底跟形状与结构设计，带来不同风格的感受：前两款的低跟乐福鞋用轻薄的底片与柔软亲肤的羊皮革材质相结合，从视觉上就能让人们感受到这

两款鞋的舒适感、轻松感；中间的三款组合底，尽管跟高不同，但呈现出来的风格基本一致，都是偏正装硬朗、型格立体的，然而在这三款之中也有着细微的风格区分，中跟组合底适穿的场景会相对更多，中跟成型底会相对柔和，更偏女性化等，高跟的组合底则显得气场更为强大，是很多职场精英的选择；最后两款体量较大的乐福鞋在小众设计师品牌出现的频率会更高，底型的面积更大，对于设计师的发挥空间也就更大，风格更为张扬，凸显时髦个性，这也是现在很多年轻人的首选。

## 2.3 按头型分类

市场上大部分乐福鞋的头型分类相较于浅口单鞋来看就简化很多，但其头型特征均会与整体造型气质相契合。

乐福鞋的头型大致分为六种：杏仁头、圆头、方圆头、方头、尖头和鸭嘴头，见表 3。

从表 3 可以看出，尖头造型秀

气小巧，贵气优雅；圆头造型百搭显瘦，舒适休闲，给予脚掌足够空间；方头造型利落偏硬朗，气质有范儿；方圆头造型相较于圆头，更加时髦，但相较于方头，则更加柔和而具有淑女气质。

## 2.4 按装饰元素分类

乐福鞋经过不同时期的流行演变，沉淀下来比较经典的有流苏乐福鞋、马衔扣乐福鞋、便士乐福鞋等类型。在其加入了女性化风格之后，装饰元素也变得更为丰富，渐渐出现了珍珠、钻石、蝴蝶结装饰等类型乐福鞋，这些女性化的元素应用与服装中的流行元素相呼应，丰富了传统经典的乐福鞋形态，使其风格更多样化，开始受到更多消费者的喜爱。

结合近两年的趋势变化，可以按装饰元素将女式乐福鞋分为九种，见表 4。

从表 4 可以看出，前三种装饰元素（流苏、马衔扣、便士）乐福鞋因其历史悠久并为男女通用的款

表 2 按底跟形状及结构对乐福女鞋分类

分类	低平片底	成型片底	低平组合底	带跟片底	带跟组合底	厚底成型底	水台厚底
参考鞋型							

表 3 按头型对乐福女鞋分类

分类	杏仁头	圆头	方圆头	方头	尖头	鸭嘴头
参考鞋型						

表 4 按装饰元素对乐福女鞋分类

分类	流苏	马衔扣	便士	链条	珍珠	钻饰	搭扣	蝴蝶结	立体饰花
风格标签	休闲	复古	内敛	精致	优雅	华丽	通勤	少女	小众
参考鞋型									

式,成为乐福鞋类的经典装饰。此外,链条、珍珠、钻饰、搭扣、蝴蝶结等装饰元素乐福鞋也在时尚的角逐中沉淀下来,形成一些国际品牌对于乐福鞋的差异化特征的表现。

乐福鞋作为与服装搭配的一大类鞋产品,设计师在对其进行款式设计时,首先要明确品牌风格定位和输出客群,在此基础上,可以利用品类细分,选择其中一种或多种分类方式来进行款式的组合设计。

### 3 乐福鞋设计实践

就品类细分而言,首先需要了解产品的第一性,是否满足用户需求,其次打造差异化内容<sup>[4]</sup>。例如在乐福鞋这个大赛道中,找到自己产品的立足点,同时给客户提供更好的服务,让客户感受到被重视,加强与客户之间的粘性。

设计师在每个新季度进行鞋产品设计开发的时候,一方面会通过各大网站资讯平台进行流行趋势资讯的搜集和筛选工作,根据现阶段的流行趋势再结合品牌自身调性,准确定位产品的设计风格、色彩、

元素、材质等。另一方面,还需要依托品牌近期的销售数据表现和品牌用户画像的购买习惯对流行趋势进行筛选和分类,从而得出适合本季品牌产品的各类趋势并加以运用。将流行要素进行提取之后,应用到鞋产品设计的实际构成要素中。此外,还需要透过表象观察事物的本质,从社会意识形态以及社会文化发展的规律看待问题,从流行的根本进行探析,这样的设计才能具备较强的准确性<sup>[5]</sup>。

以上方式是利用全品类服饰产品趋势变化和品牌自身的大数据来制定鞋产品设计方案,从而对产品起到帮助和指引作用。此外,还可以利用上文中列举的品类细分方式,从不同维度的细分图表中摘取设计所需的元素,在设计时加入配装及场景意识,进行跟、底、头型和各类装饰元素等的选择组合,从而更加精准地为消费者搭建合适穿着场景的鞋产品,提高产品购买率。

品类细分其实就像是一份菜单,各种维度的分类则是这份菜单

中的不同菜品,设计师们通过主菜和配菜的选择配搭,呈现出来的产品便是之后进入市场供消费者选购的成品。

以莎莎苏品牌产品为例:首先要明确莎莎苏品牌整体产品的风格是偏甜飒的感觉,酷飒中带有女性化的柔和甜美,主力客群的风格也不会太过于个性化,线条柔和的低中跟高成型底和粗跟片底以及秀气的圆头和方圆头更为合适。莎莎苏的多数消费者更偏好珍珠、链条、钻饰等装饰元素,倾向于在符合大众主流审美需求的基础上,增加一点时髦和个性的元素,从而体现时尚感,并且对于鞋品的视觉增高效果及舒适性,也成为现在更多消费者的重要需求。

再来看当下流行的乐福鞋风格,是体量感较大的厚底乐福鞋,大底呈廓形和鞋面夸张的装饰,棱角分明,整体风格更加个性硬朗。另外受到运动鞋兴起的影响,舒适、轻软的鞋品更受消费者们的青睐。因此,在底型的分类中,就可以直接锁定在低中跟成型厚底上,见图

1.此款乐福鞋选用了前掌约2 cm厚度的大底,橡胶发泡的材质也更为轻便,鞋跟总高度约为4 cm,前后落差小,见图1a;在鞋垫设计上采用了4 mm厚度的全脚掌乳胶鞋垫,使其穿着更舒适,还起到了视觉增高的效果;而在头型分类上,则选择大小适中的圆头,外形娇憨可爱,曲线柔和,也给予脚足够的空间,适穿人群更广泛,见图1b。

在大的形态方向确定之后,再依据当季流行的链条、珍珠、金属扣件装饰等的元素和品牌风格,并参考往季同类产品的销售数据,进行装饰件的配搭组合,最终选用了珍珠链条与金属装饰相结合的原创装饰设计。具有女性化特质的珍珠串链元素和重工感的金属钱币扣饰的组合,凸显了鞋品的高品质和高价值感,不同材质的碰撞独特又吸睛,帅气又甜美,很符合品牌整体的甜飒气质。见图1c。



a 侧视图 b 俯视图 c 鞋头局部

图1 中跟成型厚底乐福女鞋

鞋品的外貌廓形确定之后,适合的穿搭场景也更加明晰,裙装、裤装轻松搭配,在度假、休闲、聚会、逛街等多场景中自由切换。多风格、多场景的高适配度也是衡量一款好的鞋品的重要指标,惟其如此,受众群体才会更多,才能更好



图2 度假场景鞋服搭配

地提升鞋品的购买率,为品牌带来盈利。见图2、图3。

针对鞋品的品类进行细分,可以帮助设计师对所设计鞋品进行明确的市场定位,快速响应和匹配市场的变化和 demand,更有针对性地进行新产品设计开发,也能够帮助工作经验较少的年轻设计师更快地找准设计方向,做到有效开发,降低试错成本。

此外,还应充分利用流行趋势和品牌产品市场数据,在细分品类中提取时尚元素以优化设计,使所设计的鞋品更符合品牌用户的审美,同时也满足了潜在客户的需求。

## 4 结束语

以需求细分为前提条件是设计定位的原则之一,不进行需求细分,品牌设计的目标必定是盲目混淆与不清晰的,不深入分析各个细分市场的需求特点,就不能进行有针对性的产品设计。由此亦可见,现在的商业品牌设计师,对用户画像的洞察力和同理共情能力的要求也越



图3 休闲场景鞋服搭配

来越高,绝不是单纯的完成设计图纸绘制与产品输出,重要的是通过对市场和消费者的深入了解,根据用户需求,深化设计内容输出,保证产品内容深度,及时关注反馈产品销售情况,并及时采取对应措施,这些都是设计师需要关注的问题,只有充分了解市场需求和客户需求,才能为市场输出最优品牌商品,占领用户心智,从而实现盈利并不断提升品牌持续盈利的能力。

## 参考文献

- [1] 陈汉东. 服装流行要素识别与品牌服装设计 [J]. 轻纺工业与技术, 2021, 50(9): 1.
- [2] 2022年2月女鞋大数据分析 [J]. 鞋类工艺与设计, 2022, 2(5): 1.
- [3] EUNICE. 乐福鞋还不就是慵懒又时尚 [J]. 时尚北京, 2018(5): 1-2.
- [4] 孙艳南. 国内服装品牌设计定位探析 [J]. 艺术科技, 2014(6): 1.
- [5] 谭凯. 服装流行要素识别与品牌服装设计研究 [J]. 皮革制作与环保科技, 2021, 2(22): 22-24.

**作品名称：幽·情绪**

**作者：**陈钰珊、李国丽

**单位：**广州番禺职业技术学院

**设计说明：**本系列鞋款采用的是质感擦色皮面料，擦色位置在鞋头和鞋后跟，给鞋款带来层次感和立体感。鞋款以暖橘色和维多利亚蓝的色彩碰撞搭配，带有一种复古怀旧感。鞋底采用气囊底，注入运动元素。经典的质感擦色皮搭配气囊底，自然优雅，漂亮时尚，运动感强，诠释了经典与舒适的完美结合。





## 专家组对 “中国旅行箱包之都·平湖” 开展复评

文、图 / 赵立国



2023年12月20—22日，中国轻工业联合会和中国皮革协会共同组织专家组对“中国旅行箱包之都·平湖”进行了实地复评。

专家组听取了平湖市人民政府副市长杨金平对当地经济发展总体情况的汇报，与平湖市经信局、商务局等相关职能部门以及平湖市新宇箱包股份有限公司、浙江银座箱包有限公司、新秀集团有限公司、嘉兴卡玛乔箱包有限公司、平湖箱包产业园区、平湖市箱包行业协会的负责人进行了充分交流，并实地考察了平湖市电子商务公共服务中心、新秀集团有限公司、浙江银座箱包有限公司、嘉兴市怡丰锁业有限公司、嘉兴卡玛乔箱包有限公司、平湖箱包产业园区，从原辅材料供应、研发设计、加工制造、产品检测、商品销售、物流运输、公共服务平台建设等方面了解了当地箱包产业的发展情况。



通过现场听、看、查、议，专家组对平湖箱包产业在科技创新、品牌建设、市场开拓等方面作出的努力和取得的成绩表示肯定。专家组认为，平湖市人民政府高度重视箱包产业发展，平湖箱包产业已形成规模大、外向度高、具有一定国际竞争力的特色产业集群，是平湖经济发展的重要支柱产业之一，并成为我国以旅行箱包为主要产品的箱包制造、出口产业基地，在全国箱包产业中具有较强的示范带动效应。专家组对平湖箱包产业发展中存在的短板弱项和在实地考察中发现的问题，也提出了意见与建议。



专家组认为，平湖箱包产业基础扎实，特色优势凸显，产业发展前景良好，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，一致同意“中国旅行箱包之都·平湖”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浙江省平湖市“中国旅行箱包之都·平湖”称号。

凝  
心  
聚  
力  
谋  
发  
展  
,  
砥  
砺  
奋  
进  
新  
征  
程



## 河南省皮革行业协会第八次会员大会暨八届一次理事会召开

文、图 / 河南省皮革行业协会

2023年12月21日，河南省皮革行业协会第八次会员大会暨八届一次理事会在漯河市龙湾商务酒店召开，会议的中心议题是“凝心聚力谋发展，砥砺奋进新征程”。中国皮革协会副理事长陈占光，河南省工业和信息化厅二级巡视员寇守峰、消费品处处长仝宝琛，河南省财贸轻纺烟草工会委员会杨世超主任，漯河市工信局副局长吕弘鹏，周口市商务局副局长尹程起，睢县高新区管委会副主任刘赫，上蔡县产业集聚区管委会副主任徐凯峰，鄢陵县先进制造业开发区党政办主任李俊伟，漯河市召陵区先进制造业开发区管委会副主任李凌以及来自全省各地的协会正副理事长、常务理事、理事和会员220余人参加了会议。



陈占光



寇守峰



朱岩



范子坤



申子广



陈东升

会议由河南省皮革行业协会副理事长、河南博奥皮业有限公司董事长申子广主持。际华皮鞋销售公司总经理周素静致欢迎辞。

陈占光代表中国皮革协会对大会召开表示祝贺，充分肯定了河南省皮革行业协会多年来的工作和河南省皮革行业在全国皮革行业的重要地位，分析了当前国内外皮革行业形势，希望河南省皮革行业协会在新一届理事会带领下，引领河南省皮革行业开创更加辉煌的未来。

寇守峰在致辞中肯定了河南省皮革行业协会在行业发展中起到的积极作用。希望河南省皮革行业协会新一届理事会，与行业企业一起把握机遇，主动作为，紧紧抓住国家推动制造业数字化转型改造的良好机遇，带动全省皮革产业的高端化、智能化、绿色化升级，推动产品向高端跃进，努力实现全省皮

革行业的健康发展。

河南省皮革行业协会理事长朱岩做了题为“聚焦高质量发展，推动我省皮革行业稳步前进”的第七届理事会工作报告。报告分析了河南省皮革行业过去五年发展状况，回顾了第七届理事会的主要工作，介绍了行业平稳运行，综合实力持续提升以及行业绿色发展、创新能力增强、产业结构优化、数字化水平提高、品牌建设等方面取得的显著成绩，同时提出了第八届理事会的主要任务建议。

会议审议通过了《河南省皮革行业协会第七届理事会工作报告》《河南省皮革行业协会第七届理事会财务收支报告》《河南省皮革行业协会章程》《河南省皮革行业协会第七届理事会换届选举办法》《河南省皮革行业协会会费收取标准及管理辦法》《2023年度工作总结》和《2024年度工作计划》。

会议邀请中国制鞋产业基地·睢县、中国布鞋之都·偃师、中国箱包产业基地·鄢陵以及漯河市召陵区分别介绍了当地皮革行业发展情况，交流了项目建设、招商引资、基地建设、服务行业、促进行业发展等方面的先进经验。

大会选举产生了河南省皮革行业协会第八届理事会、监事会。范子坤当选理事长，朱岩当选执行理事长，陈东升当选秘书长，刘诚当选监事长。新当选的第八届协会负责人进行了集体宣誓。新任理事长范子坤做了会议总结。

大会表彰了2022年河南省行业职业技能竞赛“中国皮革产业基地·平舆杯”第五届河南省皮革加工职业技能竞赛决赛暨第四届全国皮革加工职业技能竞赛河南赛区预赛“优秀组织奖”单位和“突出贡献奖”单位、河南省皮革行业第七届“诚信示范”单位。



## 2024 年中国皮革行业产品 进出口关税新动态

文 / 雒霞

2024 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、最惠国进口关税税率保持不变

2024 年皮革行业产品合计 291 个税号（8 位码税号、10 位码税号）的最惠国平均进口关税税率为 8.52%，保持不变。

### 二、协定进口关税税率变化<sup>注①</sup>

2024 年中国与有关国家或地区已签署并生效的自由贸易协定、优惠贸易安排（双边或多边自贸区）共计 20 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、瑞士、冰岛、格鲁吉亚、巴基斯坦、韩国、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、尼加拉瓜<sup>注②</sup>、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。

### 1、三个自贸区协定进口关税税率进一步下调

自2024年1月1日起，中国自巴基斯坦、韩国和毛里求斯共3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) 巴基斯坦

2024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4.34%，在上年基础上下调了0.16个百分点，比最惠国平均进口关税税率低4.18个百分点，下调范围主要涵盖了皮革行业的皮革化工材料、生皮、旅行用品及箱包、其他皮革制品、已鞣毛皮、其他毛皮制品、鞋类、机器零件和皮革机械等9类产品，其平均进口关税税率下调范围在0.05~1.0个百分点之间，在上年的基础上，分别下调了0.21个百分点、0.49个百分点、0.05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、1.0个百分点（皮革机械产品进口关税税率下调至0）；皮革服装、皮革手套和足篮排球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。

#### (2) 韩国

2024年中国从韩国进口的皮革行业产品平均进口关税税率为2.33%，在上年基础上下调了0.78个百分点，比最惠国平均进口关税税率低5.16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、半成品革、成品革、其他皮革制品、皮革机械、机器零件、皮面坐具等8类产品的平均进口关税税率下调范围在0.07~0.92个百分点之间，在上年的基础上分别下调了0.14个百分点、0.16个百分点、0.7个百分点、0.72个百分点、0.92个百分点、0.80个百分点、0.80个百分点、0.07个百分点；旅行用品及箱包、已鞣毛皮、皮革手套、生毛皮、毛皮服装、其他毛皮制品、鞋类、鞋靴零件、足篮排球等9类产品平均进口关税税率下调范围在1.0~1.53个百分点之间，在上年的基础上分别下调了1.26个百分点、1.20个百分点、1.40个百分点、1.41个百分点、1.10个百分点、1.53个百分点、1.14个百分点、1.0个百分点、1.20个百分点；皮革服

装产品进口关税税率继续为0。

#### (3) 毛里求斯

2024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0.59%，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3.75个百分点，下调范围主要集中在成品革、旅行用品及箱包、其他皮革制品、毛皮服装和鞋类，上述5类产品的进口关税税率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、4.60个百分点和2.55个百分点。其他皮革行业产品进口关税税率继续为0。

### 2、RCEP 协定进口关税税率进一步下调

2024年中国从RCEP成员国进口的皮革产品平均进口关税税率为：东盟4.88%、澳大利亚5.33%、韩国6.51%、日本8.12%、新西兰4.95%，在上年的基础上分别下调了0.43个百分点、0.47个百分点、0.67个百分点、0.77个百分点和0.36个百分点，下调范围基本涵盖了皮革行业的主要产品。

### 3、七个自贸区协定进口关税税率保持不变

2024年中国自东盟、瑞士、冰岛、秘鲁、新加坡、中国台湾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，其中东盟自贸区的协定进口关税税率为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。

### 4、八个自贸区协定进口关税税率为零

2024年在中国20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、中国香港和中国澳门。

## 三、12个皮革行业产品的暂定下调进口税率保持不变

2024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，分别为：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）。

表 1 2024 年中国涉及皮革行业主要产品的进口关税最惠国税率及暂定税率

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



#### 四、继续实施特惠税率

2024 年继续给予 43 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，不再给予瓦努阿图零关税待遇。

#### 五、出口关税税率

2024 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 2024 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）。

表 2 2024 年中国涉及皮革行业主要产品的出口关税税率

海关税率号 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、浸酸的或以其他方式保藏，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

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。

注②：根据《中华人民共和国政府和尼加拉瓜共和国政府自由贸易协定》（简称全面协定），对原产于尼加拉瓜的部分进口货物实施协定第 1 年税率。中国与尼加拉瓜自由贸易协定早期收获关税减让并入全面协定一同实施。

# 2023 年中国出口旅行用品及箱包和鞋类产品数据分析

文、图/ 雒霞

2023年，中国出口旅行用品及箱包和鞋类产品共计850.6亿美元，同比下降6.4%，占皮革行业出口总额的87.7%。

## 一、旅行用品及箱包

2023年，中国出口旅行用品及箱包合计134.3亿件，同比下降19.7%；出口额达357.3亿美元，同比增长3.9%；产品出口平均单价2.7美元/件，同比增长29.1%。从出口细分产品来看，主要以包袋和其他容器为主，出口额分别占中国旅行用品及箱包出口总额的60.3%和29.6%。

2023年中国出口旅行用品及箱包细分产品量值表

分类	数量(百万件)	金额(百万美元)	产品单价(美元)	量同比%	额同比%	单价同比%
皮面箱	2.2	31.9	14.7	109.4	90.2	-9.2
非皮面箱	49.0	656.8	13.4	32.8	23.4	-7.1
<b>箱</b>	<b>51.2</b>	<b>688.7</b>	<b>13.5</b>	<b>34.9</b>	<b>25.5</b>	<b>-7.0</b>
皮面包袋	87.7	1,292.9	14.7	-28.2	-28.2	0.03
非皮面包袋	4,578.1	20,261.2	4.4	14.0	11.6	-2.2
<b>包袋</b>	<b>4,665.8</b>	<b>21,554.1</b>	<b>4.6</b>	<b>12.8</b>	<b>8.0</b>	<b>-4.3</b>
皮面票夹	82.3	375.0	4.6	-3.9	-10.6	-6.9
非皮面票夹	2,368.8	2,548.7	1.1	6.1	4.4	-1.6
<b>票夹</b>	<b>2,451.1</b>	<b>2,923.7</b>	<b>1.2</b>	<b>5.7</b>	<b>2.2</b>	<b>-3.3</b>
皮面其他容器	23.2	211.0	9.1	-55.7	-70.7	-33.7
非皮面其他容器	6,240.5	10,349.7	1.7	-38.7	0.4	63.8
<b>其他容器</b>	<b>6,263.6</b>	<b>10,560.7</b>	<b>1.7</b>	<b>-38.8</b>	<b>-4.2</b>	<b>56.5</b>

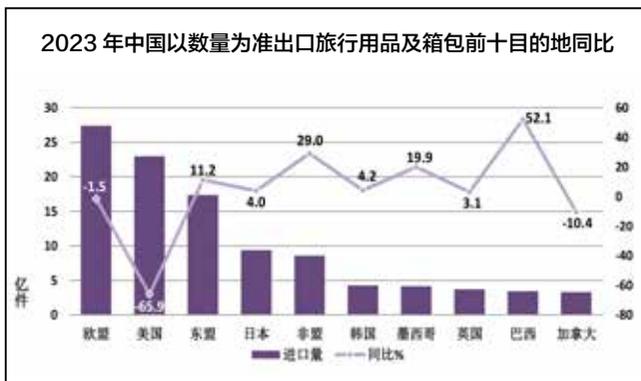
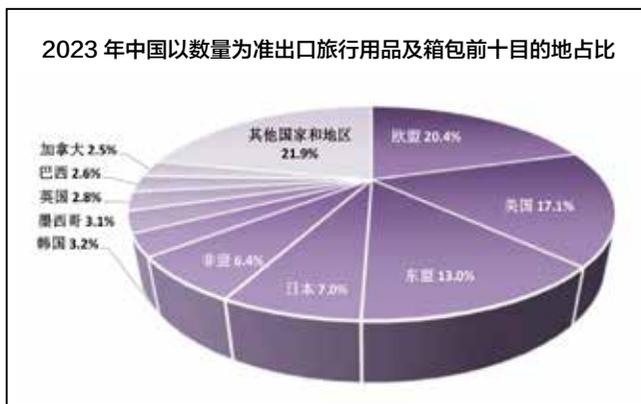
### 1. 以出口额为基准，排名前十的目的地分析

2023年，中国旅行用品及箱包以出口额为基准，出口前十目的地为欧盟、美国、东盟、日本、非盟、韩国、英国、澳大利亚、俄罗斯和墨西哥，其合计占比78.1%。从出口额同比来看，除欧盟、日本和韩国分别有5.5%、11.8%和0.9%的下降外，其他七个目的地的同比均为增长，其中非盟、澳大利亚和俄罗斯的涨幅最大。



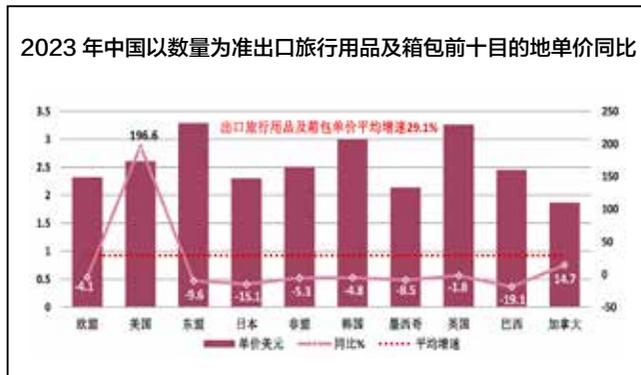
### 2. 以出口量为基准，排名前十的目的地分析

2023年，中国出口旅行用品及箱包以出口量为基准，出口前十目的地为欧盟、美国、东盟、日本、非盟、韩国、墨西哥、英国、巴西和加拿大，其合计占比78.1%。从出口量同比来看，量占比排名第一、二和第十的欧盟、美国、加拿大分别有1.5%、65.9%和10.4%的下降，其他七个目的地的同比均为增长，其中巴西和非盟的涨幅最大。



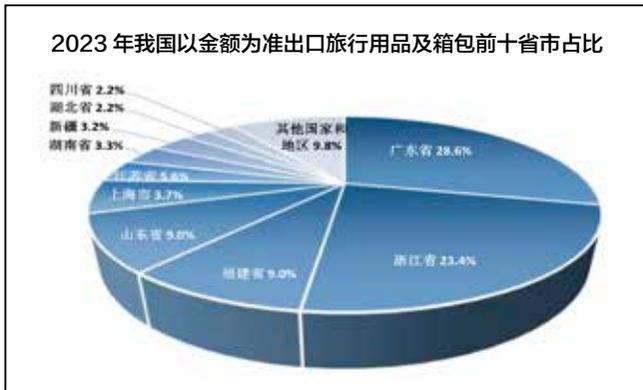
### 3. 出口量排名前十目的地产品单价分析

2023年，中国出口旅行用品及箱包量排名前十目的地产品单价中，出口至东盟和英国的产品单价最高，在3.2美元/件左右；出口至其他八个目的地的产品单价在1.8~2.7美元/件之间。从出口产品单价同比来看，仅出口至美国和加拿大两个目的地的同比有2.0倍和14.7%的增长。



#### 4. 以出口额为基准，出口排名前十的省市分析

2023年，中国旅行用品及箱包以出口额为基准，排名前十的省市为广东、浙江、福建、山东、江苏、上海、湖南、新疆、湖北和四川，其合计占比90.2%。从额同比来看，除山东和湖南有2.1%和55.4%的下降外，其他省市均为增长，其中新疆、湖北和四川的涨幅最大。

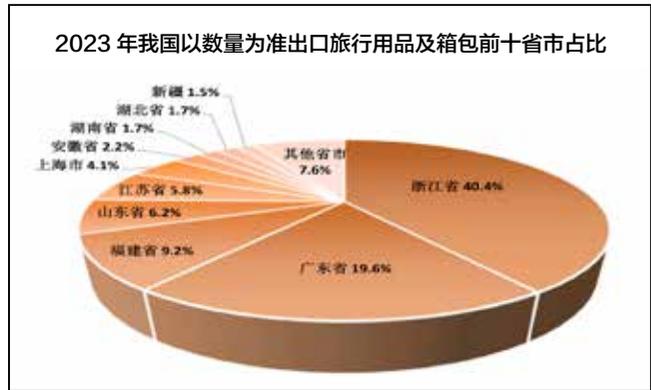


#### 5. 以出口量为基准，出口排名前十的省市分析

2023年，中国旅行用品及箱包以出口量为基准，排名前十的省市为浙江、广东、福建、山东、江苏、上海、安徽、湖南、湖北和新疆，其合计占比92.4%。从量同比来看，除广东、上海和湖南分别有0.1%、88.3%和32.0%的下降外，其他省市均为增长，其中新疆和湖北两地涨幅最大。

#### 6. 出口量前十省市的产品单价分析

2023年，中国旅行用品及箱包出口量排名前十的省市中，新疆和湖南的产品单价最高，在5.0~5.8美



元/件之间；广东、山东和湖北的产品单价在3.6~3.9美元/件之间；福建、江苏、上海和安徽的产品单价在2.2~2.7美元/件之间；出口量排第一的浙江，产品单价最低，仅1.54美元/件。从产品单价同比来看，山东、安徽、湖南和新疆四地分别有6.7%、6.6%、34.4%和13.4%的下降，其他六省市均为增长，其中上海激增7.7倍。

## 7. 出口旅行用品及箱包产品的贸易方式

贸易方式	数量 (百万件)	金额 (百万美元)	量占 %	额占 %	量同比 %	额同比 %
一般贸易	9,824.2	26,812.2	73.2	75.1	4.7	2.6
其他	2,556.7	5,135.0	19.1	14.4	-60.0	6.4
边境小额贸易	265.8	1,322.8	2.0	3.7	63.8	55.3
海关特殊监管区域物流货物	248.5	1,049.0	1.9	2.9	8.3	8.1
进料加工贸易	138.0	704.9	1.0	2.0	-23.7	-20.0
保税监管场所进出境货物	354.2	570.9	2.6	1.6	0.0	-5.0
来料加工贸易	14.7	106.2	0.1	0.3	-24.4	-14.9
其他捐赠物资	0.4	1.1	略	略	51.8	56.7
国家间、国际组织 无偿援助和赠送	9,322( 件 )	0.08	略	略	314.9	95.3
对外承包工程出口货物	0.01	0.07	略	略	42.8	7.8
出料加工贸易	18.4	0.02	0.1	略	1435.9	-0.6
租赁贸易	40( 件 )	68( 美元 )	略	略	—	—

## 二、鞋

2023 年，中国出口鞋类产品合计 89.1 亿双，出口额 493.4 亿美元，同比分别下降 2.5% 和 12.6%；出口产品平均单价 5.5 美元 / 双，同比下降 10.4%。从出口细分产品来看，橡塑鞋靴占比最大，为 54.6%，纺织面鞋次之，占比为 25.3%。

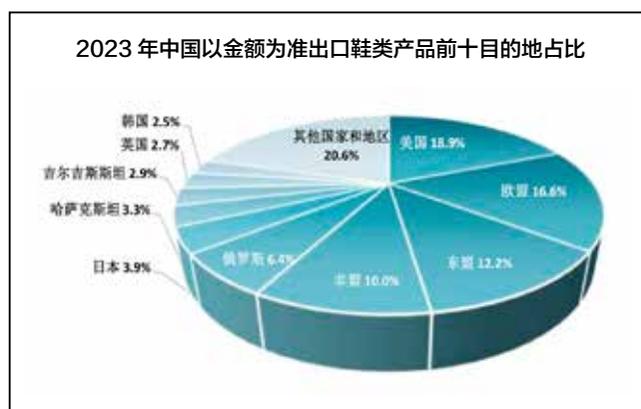
分类	数量 (百万双)	金额 (百万美元)	产品单价 (美元)	量同比 %	额同比 %	单价同比 %
皮面皮鞋	584.2	8,924.6	15.3	-18.3	-21.6	-4.0
纺织面鞋	5,466.2	26,921.6	4.9	3.9	-5.7	-9.0
橡塑鞋	2,466.9	12,483.0	5.1	-10.0	-19.4	-10.4
其他鞋靴	396.9	1,007.3	2.5	-6.9	-4.0	3.3

### 1. 以出口额为基准，排名前十的目的地分析

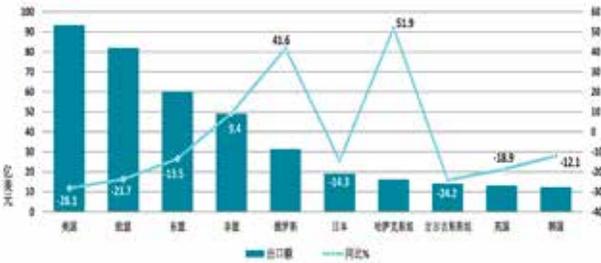
2023 年，中国出口鞋类产品以出口额为基准，出口前十目的地为美国、欧盟、东盟、非盟、俄罗斯、日本、哈萨克斯坦、吉尔吉斯斯坦、英国和韩国，其合计占比 79.4%。从出口额同比来看，出口至非盟、俄罗斯和哈萨克斯坦的同比分别有 9.4%、41.6% 和 51.9% 的增长，其他七个目的地同比均为下降。

### 2. 以出口量为基准，排名前十的目的地分析

2023 年，中国出口鞋类产品以出口量为基准，出口前十目的地为非盟、欧盟、东盟、美国、日本、俄



2023年中国以金额为准出口鞋类产品前十目的地同比

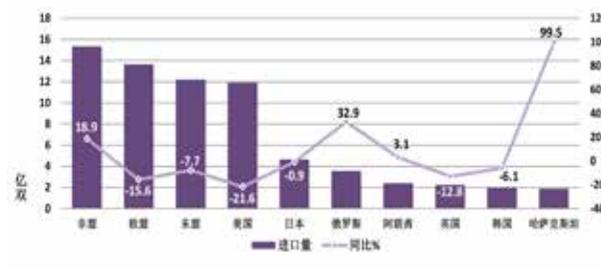


俄罗斯、阿联酋、英国、韩国和哈萨克斯坦，其合计占比78.5%。从出口量同比来看，出口至非盟、俄罗斯、阿联酋和哈萨克斯坦同比增长，其中俄罗斯和哈萨克斯坦涨幅最大，其他六个目的地同比均为下降。

2023年中国以数量为准出口鞋类产品前十目的地占比



2023年中国以数量为准出口鞋类产品前十目的地同比

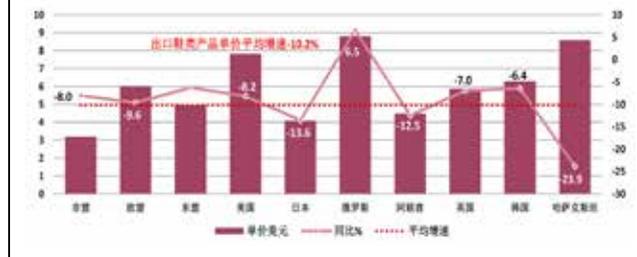


### 3. 出口量排名前十目的地产品单价分析

2023年，从中国出口鞋类产品量排名前十目的地的产品单价来看，出口至俄罗斯和哈萨克斯坦的产品单价最高，在8.5~8.9美元/双之间；出口至美国的产品单价为7.83美元/双；出口至欧盟和韩国的产品单

价在6.0~6.3美元/双之间；出口至英国的产品单价为5.88美元/双；出口至东盟、日本和阿联酋的产品单价在4.0~4.9美元之间；出口至非盟的量占比最大，但产品单价最低，仅为3.2美元/双。从出口产品单价同比来看，仅出口至俄罗斯的同比有6.5%的增长。

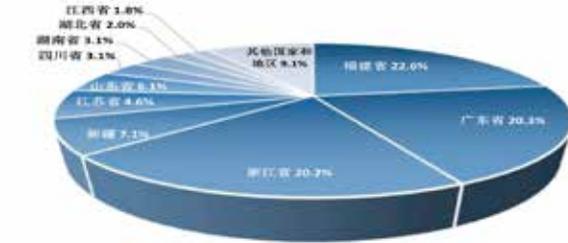
2023年中国以数量为准出口鞋类产品前十目的地单价同比



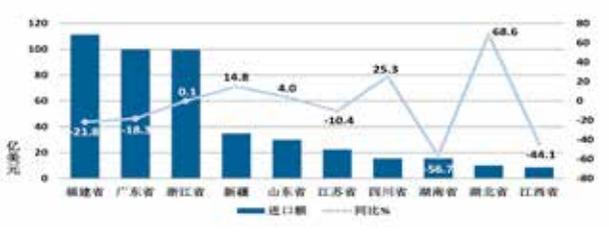
### 4. 以出口额为基准，出口排名前十的省市分析

2023年，中国鞋类产品以出口额为基准，出口前十的省市为福建、广东、浙江、新疆、山东、江苏、四川、湖南、湖北和江西，其合计占比90.9%。从出口额同比来看，浙江、新疆、山东、四川和湖北同比增长，其中湖北增幅最大，其他五省市均为下降。

2023年我国以金额为准出口鞋类产品前十省市占比

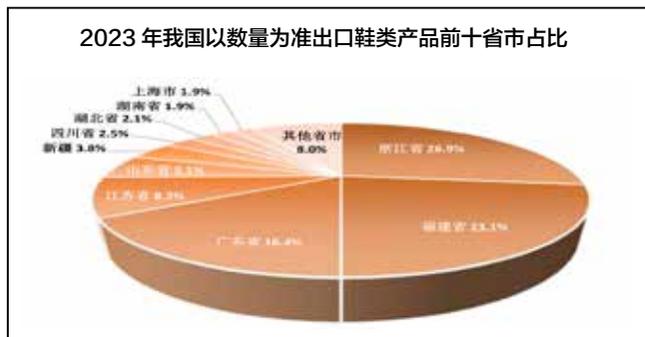


2023年我国以金额为准出口鞋类产品前十省市同比



### 5. 以出口量为基准，出口排名前十的省市分析

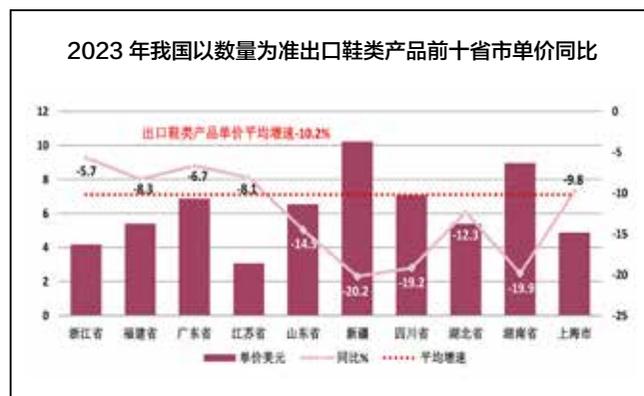
2023年，中国鞋类产品以出口量为基准，出口前十的省市为浙江、福建、广东、江苏、山东、新疆、四川、湖北、湖南和上海，其合计占比92.0%。从出口



额同比来看，额占比第一的浙江和额占比第五至第八的山东、新疆、四川和湖北五地增长，其中湖北、四川和新疆的涨幅最大。

### 6. 出口量前十省市的产品单价分析

2023年，中国鞋类产品以出口量排名前十的省市中，新疆产品单价最高，为10.22美元/双；其次，湖南8.96美元/双，四川7.08美元/双；再次，广东和山东的产品单价在6.5~6.9美元/双之间；福建和湖北的产品单价在5.4美元/双左右；出口量占比第一和第四的浙江与江苏，产品单价分别为4.17美元/双和3.06美元/双。从产品单价同比来看，出口排名前十的省市同比全部下降。



### 7. 出口鞋类产品的贸易方式

贸易方式	数量 (百万双)	金额 (百万美元)	量占 %	额占 %	量同比 %	额同比 %
一般贸易	6,470.8	32,527.3	72.8	66.0	-3.8	-14.1
其他	1,466.1	5,973.9	16.5	12.1	-1.7	-9.8
边境小额贸易	462.8	4,149.9	5.2	8.4	31.2	14.8
进料加工贸易	172.6	3,145.9	1.9	6.4	-33.6	-35.2
海关特殊监管区域物流货物	168.9	1,949.3	1.9	4.0	8.4	16.0
保税监管场所进出境货物	136.2	1,237.2	1.5	2.5	0.4	-12.2
来料加工贸易	15.2	288.0	0.2	0.6	-29.3	-31.4
对外承包工程出口货物	0.2	1.8	略	略	-3.2	-15.9
国家间、国际组织 无偿援助和赠送	6,752(双)	0.05	略	略	-56.7	-79.6
其他捐赠物资	1,800(双)	3,844(美元)	略	略	4400.0	224.1
租赁贸易	65(双)	186(美元)	略	略	—	—

# 2023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

2023年，中国皮革行业进口原料皮及半成品革和已鞣毛皮合计193.2万吨、29.7亿美元，比上年增长12.1%和8.1%。

## 一、生皮

2023年，中国进口生皮141.0万吨，同比增长16.8%；货值总计13.3亿美元，同比下降1.2%；产品进口平均单价0.94美元/千克，同比下降16.1%。从中国进口生皮种类来看，主要以牛皮和绵羊皮为主，二者分别占生皮进口货值的88.4%和10.7%，合计占比99.1%。

2023年中国进口生皮细分产品量值表  
(数量：吨 金额：万美元)

分类	数量	金额	量同比%	额同比%
牛皮	1145091	117621	20.4	3.9
绵羊皮	253728	14254	0.7	-31.4
山羊皮	534	54	-18.8	-15.3
猪皮	7101	379	514.7	419.7
其他生皮	3410	704	41.0	45.3

### 1. 以进口额为基准，生皮进口来源地分析

2023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、阿根廷和新西兰，其合计占比91.3%。从进口额同比来看，美国和阿根廷分别有8.1%和33.7%的增长，其他四个来源地同比下降。

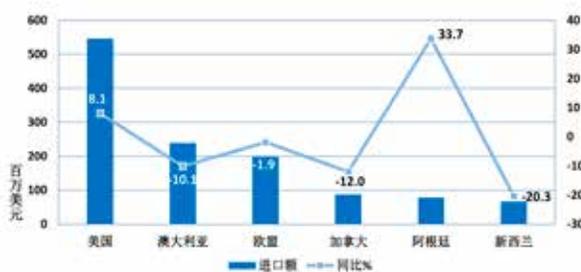
### 2. 以进口量为基准，生皮进口来源地分析

2023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、阿根廷、加拿大和

2023年中国以金额为准进口生皮主要来源地占比



2023年中国以金额为准进口生皮主要来源地同比



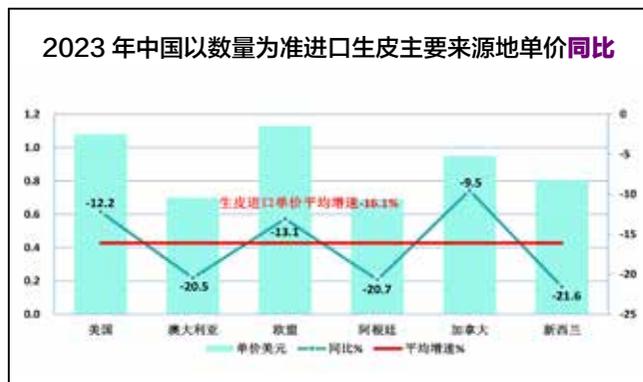
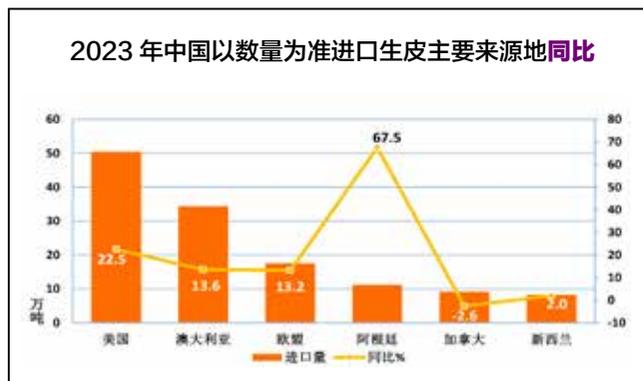
新西兰，其合计占比93.0%。从进口量同比来看，除加拿大有2.6%的下降外，其他五个来源地的同比均增长。

### 3. 生皮进口量前六来源地产品单价分析

2023年，从生皮进口量前六来源地的产品单价来

看，欧盟和美国的产品单价在 1.0~1.2 美元 / 千克之间，其他四地产品单价均不足 1 美元 / 千克。

2023 年，中国进口生皮主要集中在河北、福建、山东、天津、浙江、河南等六省市，其进口货值合计占生皮进口总货值的 87.8%。中国进口生皮的贸易方式以一般贸易为主（进口货值占生皮进口总货值的 94.5%），加工贸易、保税仓和边境小额贸易为辅。



## 二、半成品革

2023 年，中国进口半成品革 51.1 万吨，同比增长 1.8%；货值总计 9.0 亿美元，同比下降 11.4%；产品进口平均单价 1.76 美元 / 千克，同比下降 12.9%。从中国进口半成品革种类来看，主要以牛半成品革为主，占半成品革进口货值的 91.8%。

2023 年中国进口半成品革细分产品量值表 (数量: 吨 金额: 万美元)				
分类	数量	金额	量同比 %	额同比 %
牛	474875	82523	1.5	-12.9
绵羊	3592	583	-48.3	-37.6
山羊	6767	1104	96.6	58.0
猪	24633	4983	10.3	11.2
其他	771	745	-14.0	21.1

### 1. 以进口额为基准，半成品革进口来源地分析

2023 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、东盟、美国、阿根廷、孟加拉国和欧盟，其合计占比 78.1%。从进口额同比来看，额排名第一和第二的巴西与东盟分别有 1.2% 和 10.7% 的增长，其他四地均下降。

### 2. 以进口量为基准，半成品革进口来源地分析

2023 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 83.4%。从进口量同比来看，巴西和阿根廷分别有 39.7% 和 2.5% 的增长，其他四个来源地均下降。

### 3. 半成品革进口量前六来源地产品单价分析

2023 年，从半成品革进口量前六来源地的产品单价来看，孟加拉国的产品单价最高，为 4.49 美元 / 千克；其次，阿根廷的产品单价为 3.11 美元 / 千克、美国的产品单价为 2.17 美元 / 千克；再次，巴西和东盟的产品单价在 1.2~1.7 美元 / 千克之间；量排名第三的欧盟，产品单价最低，为 0.86 美元 / 千克。从单价同比看，仅东盟有 18.4% 的增长，其他五个来源地均下降。

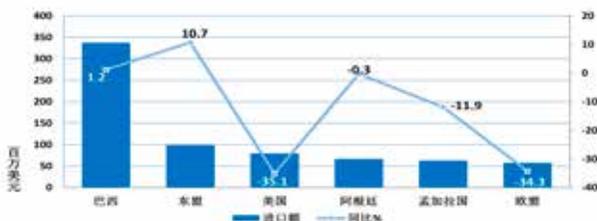
2023 年，中国进口半成品革主要集中在广东、浙

江、福建、山东、上海和广西等六省市，其进口货值合计占半成品革进口总货值的 89.8%。中国进口半成品革的贸易方式主要以一般贸易和加工贸易为主（进口货值合计占半成品革进口总货值的 90.8%），保税仓、海关特殊监管区域和边境小额贸易为辅。

2023 年中国以金额为准进口半成品革主要来源地占比



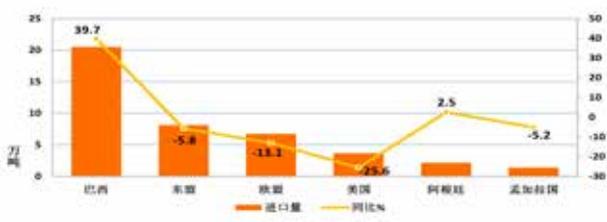
2023 年中国以金额为准进口半成品革主要来源地同比



2023 年中国以数量为准进口半成品革主要来源地占比



2023 年中国以数量为准进口半成品革主要来源地同比



2023 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

2023 年，中国进口生毛皮 7,649.4 吨，同比下降 35.7%；货值总计 4,643.3 万美元，同比增长 32.0%；产品进口平均单价 6.07 美元 / 千克，同比增长 105.8%。从中国进口生毛皮种类来看，主要以狐狸皮和兔皮为主，二者分别占生毛皮进口货值的 91.5% 和 8.1%，合计占比 99.6%。

2023 年中国进口生毛皮细分产品量值表  
(数量：吨 金额：万美元)

分类	数量	金额	量同比 %	额同比 %
狐狸皮	667	4249	56.8	43.9
兔皮	6958	376	-38.8	-28.6
其他生皮	25	19	-76.5	-49.6

#### 1. 以进口额为基准，生毛皮进口来源地分析

2023 年，中国进口生毛皮以进口额为基准的来源地集中在欧盟和美国。从欧盟地区来看，又集中在芬兰、西班牙、意大利、丹麦和比利时五国，五国合计占中国生毛皮进口总货值的 99.3%。从进口额同比来看，除丹麦外（上年未从该国进口同类产品），芬兰和美国分别有 42.9% 和 12.7% 的增长，其他三个来源地均为下降。

#### 2. 以进口量为基准，生毛皮进口来源地分析

2023 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和美国。从进口量同比来看，美国大幅增长 2.7 倍，芬兰有 45.8% 的增长，其他来源地均下降。

#### 3. 生毛皮进口量主要来源地产品单价分析

2023 年，从生毛皮进口量主要来源地的产品单价

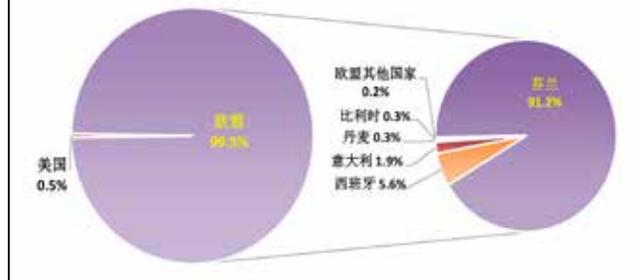
来看，芬兰的产品单价最高，为 62.48 美元/千克（产品为狐狸皮）；其次，美国的产品单价为 4.93 美元/千克（产品为兔皮），其他四个来源地的产品单价均不足 1 美元/千克。

2023 年，中国进口生毛皮的前六省市为浙江、河北、北京、天津、山东和海南。中国进口生毛皮的贸易方式以一般贸易为主（进口货值占生毛皮进口总货值的 98.4%），加工贸易为辅。

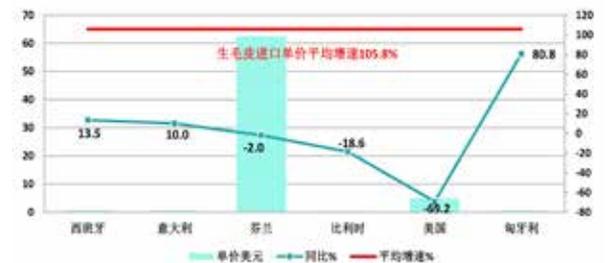
2023 年中国以数量为准进口生毛皮主要来源地同比



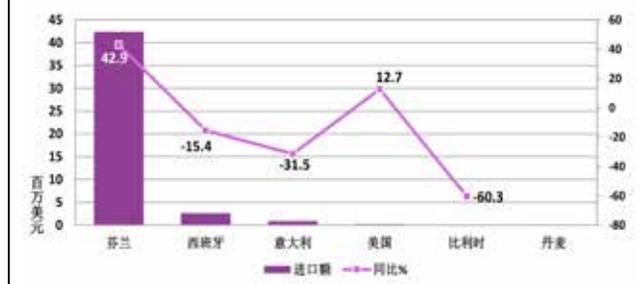
2023 年中国以金额为准进口生毛皮主要来源地占比



2023 年中国以数量为准进口生毛皮主要来源地单价同比



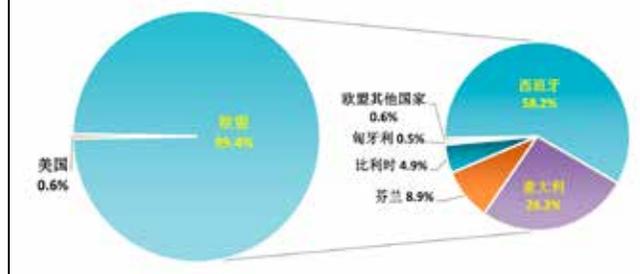
2023 年中国以金额为准进口生毛皮主要来源地同比



#### 四、已鞣毛皮

2023 年，中国进口已鞣毛皮 4,003.4 吨，货值总计 6.9 亿美元，同比分别增长 88.1% 和 98.5%；产品进口平均单价 172.13 美元/千克，同比增长 5.5%。从中国进口已鞣毛皮种类来看，主要以已鞣水貂皮为主，占已鞣毛皮进口总货值的 93.6%。

2023 年中国以数量为准进口生毛皮主要来源地占比



2023 年中国进口已鞣毛皮细分产品量值表  
(数量: 吨 金额: 万美元)

分类	数量	金额	量同比 %	额同比 %
水貂皮	2531	64493	91.4	101.8
羔羊皮	21	92	-21.6	-38.9
兔皮	0.2	0.8	-98.9	-79.3
其他	1452	4324	91.5	66.3

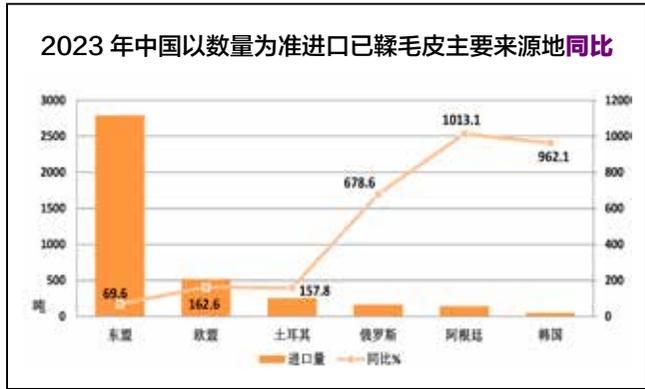
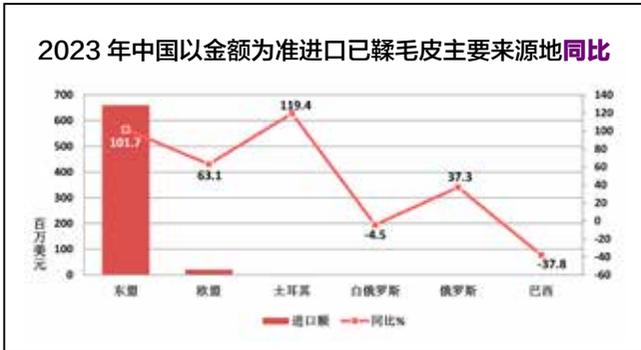
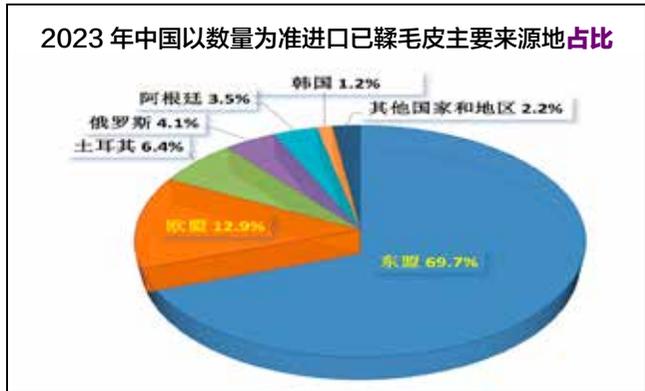
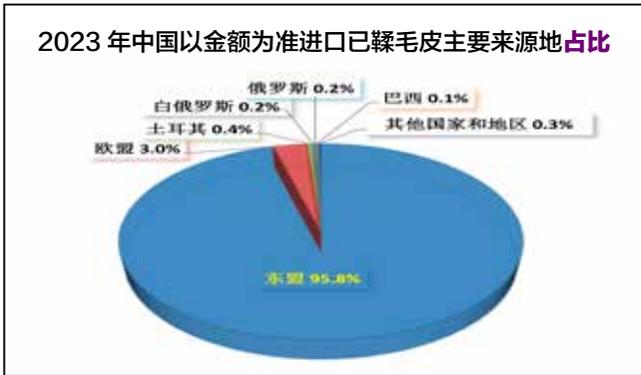
#### 1. 以进口额为基准，已鞣毛皮进口来源地分析

2023 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、土耳其、白俄罗斯、俄罗斯和巴西，其合计占比 99.7%。从进口额同比来看，额排名前三的东盟、欧盟和土耳其有较大幅度的增长，分别为 101.7%、63.1% 和 119.4%，其次俄罗斯也有 37.3% 的增长，其余两个来源地均下降。

从单价同比来看，仅产品单价最高的东盟有 18.9% 的增长。

2023 年，中国进口已鞣毛皮主要集中在浙江、河北、北京、广东、黑龙江和新疆等六省市，六省市的进口货值合计占进口已鞣毛皮总货值的 98.1%。中国进口已鞣毛皮的贸易方式主要以一般贸易为主（进口货值占已鞣毛皮进口总货值的 96.4%），加工贸易、保税仓和海关特殊监管区域为辅。



## 2. 以进口量为基准，已鞣毛皮进口来源地分析

2023 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、俄罗斯、阿根廷和韩国，其合计占比 97.8%。从进口量同比来看，六个来源地均为增长，其中阿根廷、韩国和俄罗斯涨幅最大，分别有 10.1 倍、9.6 倍和 6.8 倍的增长。

## 3. 已鞣毛皮进口量前六来源地的产品单价分析

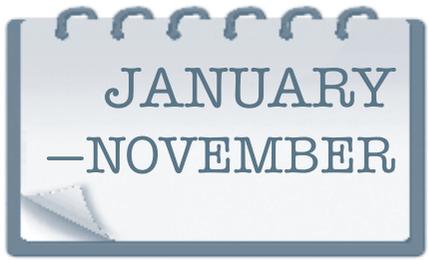
2023 年，从已鞣毛皮进口量前六来源地的产品单价来看，量占比第一的东盟产品单价最高，为 236.6 美元/千克；其次，欧盟的产品单价为 40.58 美元/千克，土耳其和俄罗斯的产品单价在 9.5~9.9 美元/千克之间；阿根廷和韩国的产品单价在 1.6~2.0 美元/千克之间。





创新引领  
皮革行业  
高质量发展

公益广告



# 2023年1—11月 全国皮革行业进出口量值分析

文、图/ 雒霞

## 1、全国皮革行业出口总额降幅继续加大 进口总额增速加快

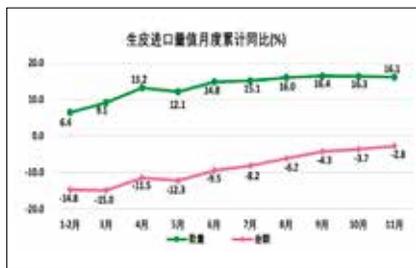
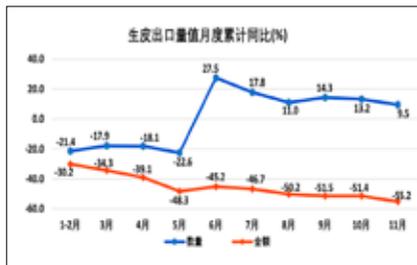
2023年1—11月，全国皮革行业产品出口总额合计878.4亿美元，同比下降8.0%，降幅比1—10月加大0.6个百分点；进口总额合计162.0亿美元，同比增长1.6%，增速比1—10月加快0.9个百分点。

2023年1—11月，全国皮革行业产品进出口贸易顺差716.4亿美元，同比下降10.0%，占全国进出口贸易顺差总额的9.6%。

## 2、全国皮革行业主要产品进出口量值分析

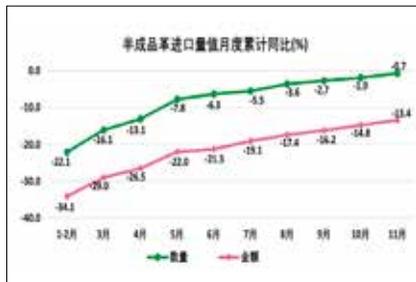
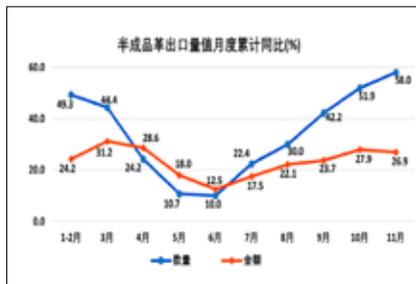
### (1) 生皮出口额降幅加大 进口额降幅持续收窄

1—11月，全国出口生皮1.2万吨，出口额1,929.1万美元；进口生皮129.3万吨，进口额12.2亿美元。



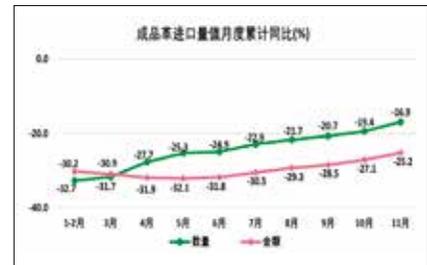
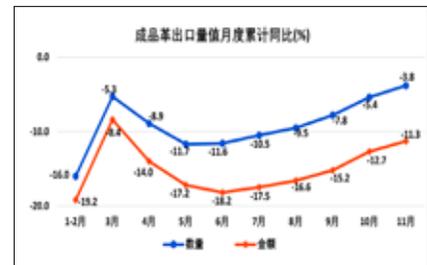
### (2) 半成品革出口额增速放缓 进口额降幅持续收窄

1—11月，全国出口半成品革3.0万吨，出口额1.5亿美元；进口半成品革46.1万吨，进口额8.2亿美元。



### (3) 成品革进出口额降幅持续收窄

1—11月，全国出口成品革4.8万吨，出口额6.6亿美元；进口成品革3.8万吨，进口额6.3亿美元。



### (4) 毛皮及制品出口额降幅持续加大 进口额增速持续放缓

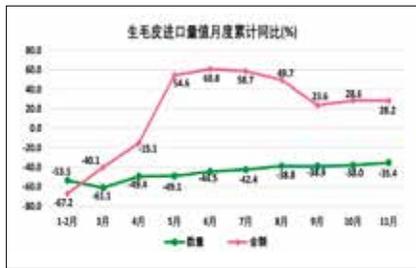
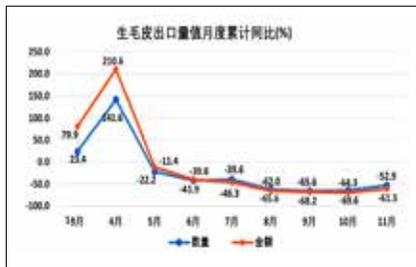
1—11月，全国毛皮及制品（不



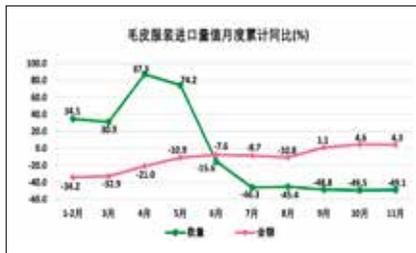
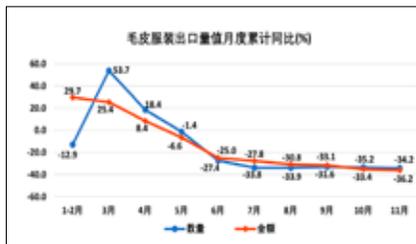
含生毛皮) 出口额 11.7 亿美元; 进口额 7.1 亿美元。

**(5) 生毛皮出口额降幅收窄 进口额增速放缓**

1—11月, 全国出口生毛皮 120.7 吨, 出口额 15.9 万美元; 进口生毛皮 7,281.7 吨, 进口额 4,462.5 万美元。



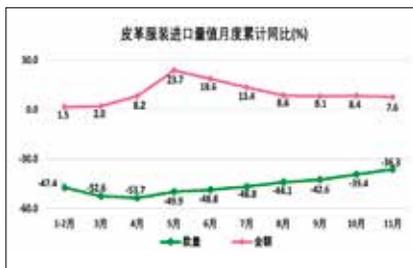
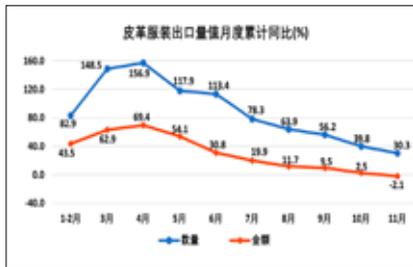
**(6) 毛皮服装出口额降幅持续加大 进口额增速放缓**



1—11月, 全国出口毛皮服装 150.3 万件, 出口额 6.9 亿美元; 进口毛皮服装 2.9 万件, 进口额 5,759.8 万美元。

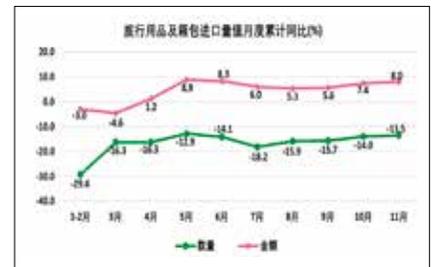
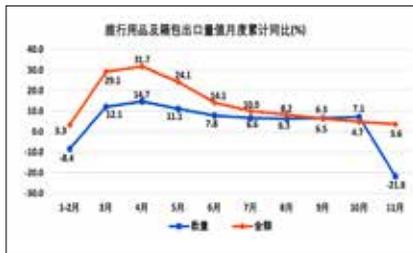
**(7) 皮革服装出口额增速年内首次转负 进口额增速放缓**

1—11月, 全国出口皮革服装 1,077.9 万件, 出口额 1.4 亿美元; 进口皮革服装 20.1 万件, 进口额 1.1 亿美元。



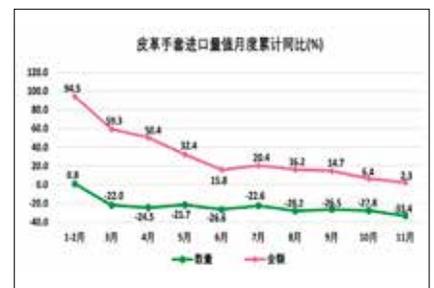
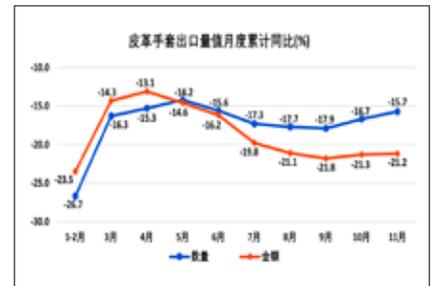
**(8) 旅行用品及箱包出口额增速持续放缓 进口额增速继续加快**

1—11月, 全国出口旅行用品及箱包 122.7 亿件, 出口额 323.8 亿美元; 进口旅行用品及箱包 7,510.0 万件, 进口额 54.7 亿美元。

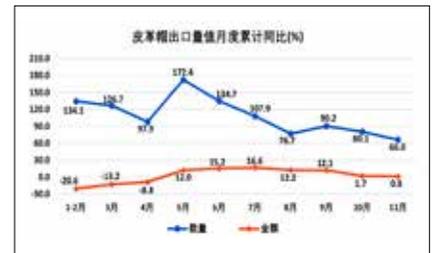


**(9) 皮革手套出口额降幅继续收窄 进口额增速继续放缓**

1—11月, 全国出口皮革手套 1.4 亿双, 出口额 4.1 亿美元; 进口皮革手套 209.0 万双, 进口额 1,312.3 万美元。



**(10) 皮革帽进出口额增速继续放缓**

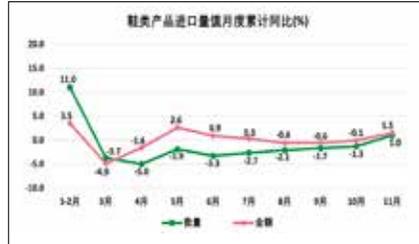
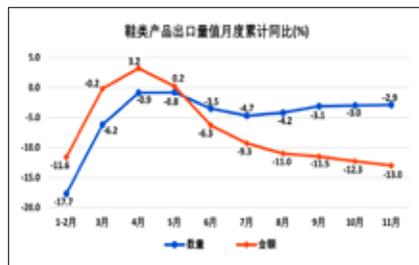


1—11月，全国出口皮革帽79.0万顶，出口额245.9万美元；进口皮革帽8,284顶，进口额151.9万美元。



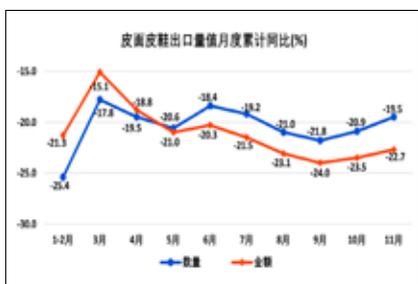
**(11) 鞋类出口额降幅继续加大 进口额增速再次转正**

1—11月，全国出口鞋类产品80.7亿双，出口额446.2亿美元；进口鞋类产品1.7亿双，进口额55.0亿美元。



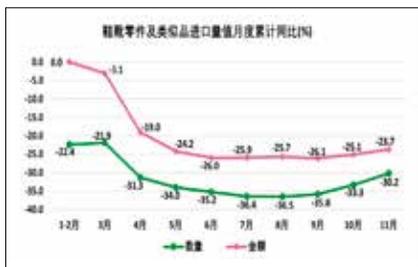
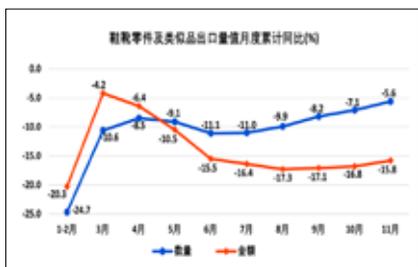
**(12) 皮面皮鞋出口额降幅继续收窄 进口额增速继续加快**

1—11月，全国出口皮面皮鞋5.3亿双，出口额81.2亿美元；进口皮面皮鞋6,819.3万双，进口额27.4亿美元。



**(13) 靴鞋零件及类似品进出口额降幅继续收窄**

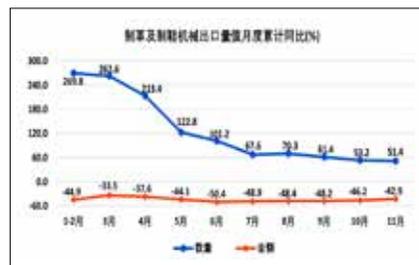
1—11月，全国出口靴鞋零件及类似品33.0万吨，出口额33.7亿美元；进口靴鞋零件及类似品7,017.5吨，进口额2.3亿美元。



**(14) 制革及制鞋机械出口额降幅继续收窄 进口额降幅加大**

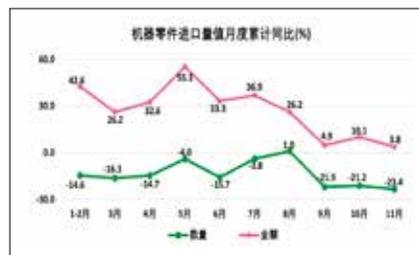
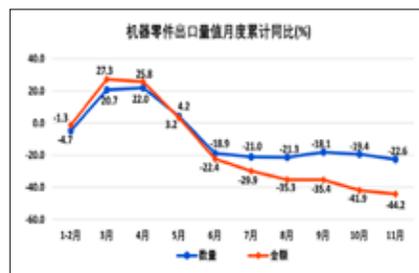
1—11月，全国出口制革及制

鞋机械25.6万台，出口额2.4亿美元；进口制革及制鞋机械1417台，进口额1,875.8万美元。



**(15) 机器零件出口额降幅持续加大 进口额增速放缓**

1—11月，全国出口机器零件3,380.1吨，出口额3,418.9万美元；进口机器零件67.2吨，进口额391.7万美元。



## 2023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	2023年1—11月		2022年1—11月		同比(%)	
		数量	金额	数量	金额	数量	金额
皮面皮鞋	万双	53,061.99	8,124,825.70	65,896.49	10,516,338.14	-19.5	-22.7
旅行用品及箱包	万件	1,226,962.91	32,380,911.02	1,569,016.35	31,262,245.97	-21.8	3.6
皮革服装	万件	1,077.88	144,700.42	827.16	147,737.27	30.3	-2.1
毛皮服装	万件	150.25	692,306.00	228.36	1,084,921.48	-34.2	-36.2
皮革手套	万双	14,242.19	413,540.25	16,903.53	524,521.31	-15.7	-21.2
足篮排球	万个	31,845.23	680,056.13	22,726.47	544,048.74	40.1	25.0
生皮	千吨	12.09	19,291.30	11.04	43,024.54	9.5	-55.2
成品及半成品革	千吨	77.82	805,763.19	68.70	857,315.61	13.3	-6.0
靴鞋零件及类似品	千吨	330.23	3,366,707.06	349.94	3,997,916.21	-5.6	-15.8
皮革帽	千顶	790.04	2,459.30	476.00	2,439.23	66.0	0.8
制革及制鞋机械	台	256,398.00	242,812.48	169,381.00	425,013.86	51.4	-42.9
机器零件	吨	3,380.13	34,188.67	4,368.67	61,322.50	-22.6	-44.2
总计		—	46,907,561.51	—	49,466,844.85	—	-5.2

## 2023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	2023年1—11月		2022年1—11月		同比(%)	
		数量	金额	数量	金额	数量	金额
皮面皮鞋	万双	53,061.99	8,124,825.70	65,896.49	10,516,338.14	-19.5	-22.7
橡塑鞋靴	万双	493,649.47	24,289,381.15	475,121.78	25,674,804.15	3.9	-5.4
纺织鞋靴	万双	223,626.89	11,278,421.70	250,508.45	14,111,052.30	-10.7	-20.1
其他鞋靴	万双	36,674.44	924,499.45	40,004.48	973,703.04	-8.3	-5.1
鞋类总计	万双	807,012.79	44,617,128.00	831,531.20	51,275,897.63	-2.9	-13.0

## 2023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	2023年1—11月		2022年1—11月		同比(%)	
		数量	金额	数量	金额	数量	金额
皮面皮鞋	万双	6,819.32	2,740,164.94	6,516.19	2,567,786.28	4.7	6.7
旅行用品及箱包	万件	7,510.04	5,470,690.43	8,682.52	5,066,883.01	-13.5	8.0
皮革服装	万件	20.08	110,026.28	31.53	102,289.41	-36.3	7.6
毛皮服装	万件	2.86	57,598.25	5.62	55,205.91	-49.1	4.3
皮革手套	万双	209.01	13,122.80	313.68	12,826.09	-33.4	2.3
足篮排球	万个	356.80	24,071.99	329.64	20,639.59	8.2	16.6
生皮	千吨	1,292.52	1,216,942.98	1,113.51	1,252,156.40	16.1	-2.8
成品及半成品革	千吨	499.32	1,445,296.74	510.22	1,782,962.08	-2.1	-18.9
靴鞋零件及类似品	千吨	7.02	228,044.21	10.05	298,697.92	-30.2	-23.7
皮革帽	千顶	8.28	1,519.31	12.44	1,187.55	-33.4	27.9
制革及制鞋机械	台	1,417.00	18,758.29	638.00	24,465.23	122.1	-23.3
机器零件	吨	67.22	3,917.06	87.77	3,772.08	-23.4	3.8
总计		—	11,330,153.27	—	11,188,871.54	—	1.3

## 2023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	2023年1—11月		2022年1—11月		同比(%)	
		数量	金额	数量	金额	数量	金额
皮面皮鞋	万双	6,819.32	2,740,164.94	6,516.19	2,567,786.28	4.7	6.7
橡塑鞋靴	万双	4,149.95	882,305.56	3,976.28	803,627.76	4.4	9.8
纺织鞋靴	万双	6,323.41	1,755,431.19	6,665.11	1,940,496.37	-5.1	-9.5
其他鞋靴	万双	126.63	123,019.40	87.63	108,589.03	44.5	13.3
鞋类总计	万双	17,419.31	5,500,921.08	17,245.21	5,420,499.44	1.0	1.5

## 中国皮革行业部分上市公司及行情 (2024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	ST奥康	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	ST贵人	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	电商、鞋	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 (2024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\$		
	2023年12月15日	2024年2月8日	变化%	2023年12月15日	2024年2月8日	变化%
1	HK\$498.810	HK\$549.200	10.10	HK\$19.000	HK\$21.250	11.84
2	HK\$2,121.630	HK\$2,220.780	4.67	HK\$74.900	HK\$78.400	4.67
3	HK\$69.680	HK\$78.780	13.06	HK\$3.370	HK\$3.810	13.06
4	HK\$117.020	HK\$113.850	-2.71	HK\$4.430	HK\$4.310	-2.71
5	HK\$3.070	HK\$3.320	8.14	HK\$0.148	HK\$0.160	8.11
6	HK\$13.840	HK\$17.960	29.77	HK\$0.235	HK\$0.305	29.79
7	HK\$4.000	HK\$3.660	-8.50	HK\$0.202	HK\$0.185	-8.42
8	HK\$78.390	HK\$85.680	9.30	HK\$9.860	HK\$10.760	9.13
9	HK\$5.450	HK\$5.450	0.00	HK\$0.800	HK\$0.800	0.00
10	HK\$2.930	HK\$3.040	3.75	HK\$0.415	HK\$0.430	3.61
11	HK\$145.260	HK\$124.780	-14.10	HK\$9.010	HK\$7.740	-14.10
12	HK\$35.150	HK\$31.420	-10.61	HK\$0.660	HK\$0.590	-10.61
13	HK\$0.127	HK\$0.228	79.95	HK\$0.117	HK\$0.210	79.49
14	¥129.990	¥123.400	-5.07	¥2.960	¥2.810	-5.07
15	¥23.260	¥15.880	-31.73	¥5.800	¥3.960	-31.72
16	¥37.860	¥25.010	-33.94	¥6.570	¥4.340	-33.94
17	¥23.800	¥14.480	-39.16	¥5.670	¥3.450	-39.15
18	¥20.410	¥33.520	64.23	¥9.230	¥15.160	64.25
19	¥25.770	¥11.630	-54.87	¥1.640	¥0.740	-54.88
20	¥10.720	¥7.060	-34.14	¥2.170	¥1.310	-39.63
21	¥99.670	¥56.390	-43.42	¥10.710	¥6.060	-43.42
22	¥61.150	¥39.240	-35.83	¥6.920	¥4.440	-35.84
23	¥25.960	¥14.160	-45.45	¥6.400	¥3.490	-45.47
24	¥24.190	¥14.710	-39.19	¥10.080	¥6.130	-39.19
25	¥607.540	¥670.440	10.35	¥52.060	¥57.450	10.35
26	¥36.600	¥29.300	-19.95	¥12.540	¥10.040	-19.94
27	¥179.160	¥177.140	-1.13	¥35.400	¥34.770	-1.78
28	¥37.870	¥25.190	-33.48	¥23.300	¥15.500	-33.48
29	HK\$2.690	HK\$2.260	-15.99	HK\$0.500	HK\$0.420	-16.00
30	¥42.340	¥29.570	-30.16	¥3.980	¥2.780	-30.15
31	¥17.820	¥10.290	-42.26	¥17.000	¥9.810	-42.29
32	¥33.310	¥22.800	-31.55	¥6.910	¥4.730	-31.55
33	¥49.830	¥42.450	-14.81	¥9.790	¥8.340	-14.81
34	¥56.690	¥43.870	-22.61	¥4.420	¥3.420	-22.62
35	HK\$16.100	HK\$15.790	-1.93	HK\$1.020	HK\$1.000	-1.96
36	HK\$1.550	HK\$1.350	-12.90	HK\$0.380	HK\$0.330	-13.16
37	HK\$8.010	HK\$6.370	-20.47	HK\$0.830	HK\$0.660	-20.48
38	HK\$0.224	HK\$0.185	-17.50	HK\$0.040	HK\$0.033	-17.50
39	¥35.420	¥27.260	-23.04	¥14.770	¥11.370	-23.02
40	¥21.580	¥10.750	-50.19	¥5.720	¥2.850	-50.17
41	HK\$3.820	HK\$4.330	13.35	HK\$0.265	HK\$0.300	13.21

# 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	毕波	电话：010-85117751	
邮箱 E-mail	bj-leather@chinaleather.org		

# 《北京皮革》杂志 征稿启事



《北京皮革》创刊于上世纪70年代，2019年7月经国家新闻出版署批准，由中国皮革协会主办，是面向国内外公开发行的连续出版物，月刊，每月8日出版发行。

**目前主要开设的栏目有：**焦点·关注、政策·产业、科技·生态、质量·标准、品牌·企业、展会·市场、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。

## 投稿要求

- 1、涉及制革、制鞋、皮革服装、皮件、毛皮及制品、皮革化工、皮革机械、皮革五金、材料、市场等与皮革行业相关领域的质量控制与管理、工艺技术、生态环保、标准检测、创新设计、信息资讯等内容的稿件均可投稿。
- 2、文稿应资料可靠、数据准确、文字精炼；图片提供原图。
- 3、如果来稿为论文类稿件，应以应用技术、质量标准、综述、市场、管理类等内容为主，并按照科技论文的格式撰写。
- 4、严禁一稿多投，文责自负，严禁抄袭。
- 5、为适应我国信息化建设，扩大本刊及作者知识信息交流渠道，本刊已被《中国学术期刊网络出版总库》及CNKI系列数据库收录，其作者文章著作权使用费与本刊稿酬一次性给付。免费提供作者文章引用统计分析资料。如作者不同意文章被收录，请在来稿时向本刊声明，本刊将做适当处理。

## 其他注意事项

- 1、投稿时，请将作者姓名和联系人、单位、详细地址及邮政编码、电话、邮箱等务必写清楚。
- 2、投稿后，若3个月内未接到录用通知，作者可自行处理稿件。
- 3、文章刊发后，按照《北京皮革》杂志稿费支付办法发放稿费并赠阅刊物。

## 联系方式

《北京皮革》编辑部

联系人：朱 晔 毕 波

地 址：北京市西城区西直门外大街18号

金贸大厦C2座708室

电 话：010-85118053 85117751

邮 箱：bj-leather@china-leather.org

森木林森  
MULINSEN

精致森活·即刻解锁

EXQUISITE FOREST ACTIVITY  
CAN BE UNLOCKED

ALL THINGS SHARE THE SAME FOREST  
HEADING TOWARDS THE  
SUN TO AWAKEN A  
COMFORTABLE LIFE

舒适生活

享舒适生活，就穿木林森

广告



木林森官方微信公众号



2010年8月品牌  
价格L156.86元



休闲鞋标准



休闲鞋标准

COMFORTABLE  
NATURAL QUALITY



MELLEN

# DESIGN CONCEPT



广告

## ***SOFT+COMFORTABLE***

柔软+舒适

柔软牛皮的标准选材加上超轻耐磨的原生手工造鞋工艺，是名郎舒适鞋的最佳保障！



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>



名郎微信公众账号二维码



名郎官网二维码



# 海宇股份有限公司



海宇股份主要从事高端职业防护鞋、特种功能防护鞋、军警鞋的设计、研发、生产和销售，是中国江北最大的特种功能防护鞋生产企业之一。主要与沃尔玛、中石油、中石化、中船重工、国家电网等世界 500 强企业常年合作。海宇股份是公安部、国家应急管理部、司法部等国家机构和部委优质供应商。

“海宇”自主品牌荣获“中国驰名商标”“山东省著名商标”“山东名牌”等称号，是“真皮标志”使用资格品牌。

近年来海宇股份有限公司特别注重创新研发，提升企业向高科技、创新、智能制造转型。2017 年被认定为国家级高新技术企业；2020 年被工信部认定为“中国隐形独角兽 500 强企业”。海宇股份先后被认定为：山东省企业技术中心、山东省首批单项制造业隐形冠军、山东省“专精特新”企业、潍坊市重点实验室、潍坊市工业设计中心、潍坊市一企一技术研究中心、潍坊市“专精特新”企业，是潍坊市功能防护鞋技术战略联盟会长单位、高密市鞋业协会会长单位、高密市制鞋行业龙头企业。

地址：山东省高密市朝阳街道梓潼路南首海宇产业园

业务联系电话：0536-5826906 5826905

企业网址：[www.haiyu.cc](http://www.haiyu.cc)

企业邮箱：[hyhr@haiyu.cc](mailto:hyhr@haiyu.cc)

广告

# 森达

SENDA



森达, 引领中国职场时尚【新国货】皮鞋标杆品牌。秉承“率性有为、向上而生”的品牌理念, 为30~40岁“率性”职场男女提供率性百搭, 高颜性价比又行动自如的鞋履。

创立于1977年, 森达专注为每一代中国有为青年做好鞋, 助力成长之履。



## 门店终端

<2024年最新品牌形象店>



江苏新森达鞋业有限公司地址: 江苏省建湖县建宝路888号电话:0515-86290088服务热线:400-8878-668

广告



# 浙江鑫鑫皮革



ISO9001 质量管理体系认证通过单位  
浙江省高新技术企业  
浙江名牌产品  
浙江省著名商标

目前公司的主要产品有：



## 山羊皮服装革

采用国产汉口路山羊皮作为主要原材料，采用铬鞣和结合鞣等特殊工艺方案，满足市场对山羊服装革平细度、软度、均匀一致等多种要求。



## 进口山羊皮手套革

采用进口山羊羔皮作为主要原料，成品轻薄软，肌肤感极强，产品 90% 出口俄罗斯、欧盟，是 H&M, C&A, ZARA 等品牌的主力供应商。

山羊皮事业部 王先生 15824366668

浙江鑫鑫皮革有限公司坐落于享有“菊花之乡”“皮草之都”美誉的桐乡市崇福镇，公司是一家社会福利性企业，主要生产山羊、胎牛鞋面革和服装革。“金鑫牌”山羊软面革曾荣获“浙江省名牌产品”和“浙江省著名商标”。服装用山羊革（结合鞣、铬鞣）2022 年还通过了浙江省“品字标”认证。公司秉持“至善至诚，创业创新”理念，注重企业文化建设。



### 胎牛鞋面革、服装革

全国为数不多的生产厂家之一，胎牛皮是牛皮中最高档的皮料，皮质细腻，柔韧性特别强。胎牛鞋面革、服装革采用新西兰胎牛皮为主要原料，抗撕裂强度高，有多种风格满足顶级鞋材、服装革市场的需求。



### 进口鹿皮

原料选用新西兰进口原皮，鹿皮质地柔软、低温下不变硬，耐干裂，延展性好。

胎牛皮、鹿皮事业部 朱先生 13705837122

浙江金鑫实业有限公司

地址：中国浙江省桐乡市崇福镇开发区杭福路 358 号  
电话：0573-88628051

Http://jinxinindustrial.com.cn  
E-mail:info@jinxinindustrial.com.cn

广告



YUAN TAI

# 源泰皮革

## YUANTAI LEATHER

主要产品：黄牛 / 水牛磨砂、水染 / 栲胶

油蜡皮革及沙发箱包革等。

—— / 绿色环保成就未来 / ——

时 · 尚 · 经 · 典

质 · 感 · 天 · 然



广告

福建省晋江市源泰皮革有限公司 FUJIAN JINJIANG 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-mail:yuantai@yuantai-cn.com Http://www.yuantai-cn.com



冷粘鞋智能成型生产线——双线



冷粘鞋智能成型生产线——单线



硫化鞋智能成型生产线

## 一、企业简介

福建省华宝智能科技有限公司——鞋业智能智造服务商。

华宝科技是一家专注于研发制鞋全产业链的智能装备集成商，打造数字化柔性智能生产线，以智能制造赋能传统产业转型升级，为传统制鞋业提供机器换工，实现降本提质增效，以科技的力量登顶人工智能高峰的高新技术企业。华宝科技自2016年起研发“休闲鞋智能化成型生产线”，该产线是目前全球首套智能程度高、机器换工多、全国产化的柔性制鞋智能成型生产线，拥有自主知识产权超80件。

## 二、公司产品

- 1、硫化鞋智能成型生产线；
- 2、冷粘鞋智能成型生产线。

## 三、产品优势

- 1、鞋面施胶轨迹工作站：业内首家针对制鞋柔性应用，开发采用机器视觉方式实现混款混码柔性生产；
- 2、智能鞋底施胶站：通过机器视觉实时提取鞋底喷胶轨迹，采用动态跟踪的喷胶作业，保证提高精度、效率；
- 3、制鞋数字化管理系统：可实现采集、分析、可视化显示制鞋成型生产数据，并且系统可扩展成制鞋全流程数字化管理系统；
- 4、鞋楦：普通鞋楦即可满足自动化喷胶的要求，无需五轴加工高精度鞋楦。

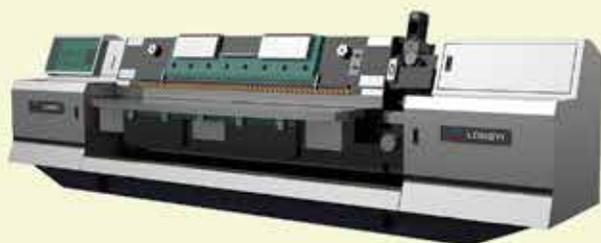


邮箱：huabaoservice@163.com  
地址：福建省泉州市晋江市西滨镇拥军路12号



# 烟台龙益机械有限公司

China Yantai Long Yi Machinery Co., Ltd.



GPC-3000B 精密剖层机  
PreciSiO2n 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](mailto: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

# 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

GSZA-4 低温干燥箱  
 WARM DRYER  
 低温烘箱(低温干燥箱)



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 &  
 EMBOSING MACHINE  
 GYYG-3200 高压压光压花机



GMDH STACKING MACHINE  
 皮革自动码垛机



GORY2 HYDRAULIC  
 FLESHING MACHINE  
 液压去肉机

广告





G2-1606

智能裁切机  
Smart cutting machine



S2-5616-P

智能裁切机  
Smart cutting machine

规材量产  
PRODUCTION  
SYNTHETIC MATERIAL



**emma** 愛瑪  
— emma cutting 4.0 —

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3515/3513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



**emma** 愛瑪  
— emma cutting 4.0 —



**180<sup>+</sup>**

在职员工  
EMPLOYEES

**6%**

研发投入  
R&D INVESTMENT

**1500<sup>+</sup>**

年产能  
SETS PER YEAR  
THE OUTPUT

**40<sup>+</sup>**

销售国家与地区  
COUNTRIES  
/REGIONS SOLD

**100<sup>+</sup>**

产品型号  
MODELS

**104<sup>+</sup>**

专利  
PATENTS

**25<sup>+</sup>**

核心技术  
CORE TECHNOLOGIES

**25<sup>+</sup>**

软件著作权  
COPY RIGHT

**450<sup>+</sup>**

世界级客户  
WORLD FAMOUS  
CUSTOMERS

**10<sup>+</sup>**

直营中心  
FACILITIES

2022年度国家级专精特新“重点小巨人”企业



创建全球最具规模的柔性材料智能裁切系统生产基地

Create the world's largest production base for soft material smart cutting system

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



GQR2 系列液压去肉机



PM 平板熨平压花机



FBR 系列程控重型液压削匀机



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](mailto: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