

# 北京皮革

BEIJING  
LEATHER

1976年创刊 第45卷

SEP 2020 ★ 9月号

主办单位：中国皮革协会

封面人物

**吴华春**

兴业皮革科技股份  
有限公司董事长

2019年度  
轻工业百强企业名单揭晓

第二十三届(2020)“真皮标志杯”  
中国国际皮革裘皮  
时装设计大赛圆满落幕

消除山羊皮  
部位差的技术要点

定价300元/年 零售价25元/本

刊号 ISSN1002-7947

CN11-2260/TS

出版《北京皮革》杂志编辑部

ISSN 1002-7947



9 771002 794204



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

上海浦东新国际博览中心  
Shanghai New  
International Expo Centre  
Pudong, Shanghai, China

**31-8—2-9-2021**

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

Organizers 主办单位:  
APLE 2019 中国皮革展有限公司  
China Leather Industry Association 中国皮革协会

APLE 

 SIC | [informamarkets](http://informamarkets.com)

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

Support by 支持单位:  
China National Light Industry Council 中国轻工总会

非常特殊的分子量分布,大量使用亦不会有塑感  
均匀快速地渗透到皮革内部,得到舒展而又细致清晰的粒面,特别适合高等级皮革的生产  
搭配使用可以帮助大分子聚合物的均匀渗透  
优秀的耐酸碱和金属离子的能力,可以应用在各个工序  
适用于白湿革的生产

## DESOATEN®LP

微分子丙烯酸聚合物  
赋予皮革平整而又紧实细致的粒面

广告



四川德赛尔化工实业有限公司  
www.decision.cn  
电话:+86-838-3680715 E-mail: info@decision.cn

  
DECISION

06

## 焦点·关注

- 06 2020 全国行业职业技能竞赛轻工行业大赛动员大会在呼和浩特召开
- 08 2019 年度轻工业百强企业名单揭晓 22 家皮革企业榜上有名
- 10 河北省第八届毛皮动物产业发展论坛在昌黎召开
- 12 吴华春：科技创新支撑“百年兴业”

20

## 质量·标准

- 20 我国首个原料皮贸易规范标准《原料皮进出口贸易规范 生牛皮》9月1日正式实施
- 24 两种邻苯二甲酸酯检测标准比对分析

28

## 科技·生态

- 28 消除山羊皮部位差的技术要点

30

## 教育·培训

- 30 新时代鞋业需要真才实能的人才
- 38 扎根皮革行业 绽放青春光芒  
—中国皮革协会奖学金获得者感受与体会系列报道(一)

40

## 智能·网络

- 40 康奈品牌直播日揭秘舒适鞋黑科技
- 44 制鞋业加快数字化转型

46

## 创新·企业

- 46 德瑞 (TFL) 收购朗盛 (LANXESS) 皮革化学品业务
- 48 雪豹：超薄皮革服装深受客户青睐
- 49 富升公司：裘革一体面料专业制造商



## 本期广告索引

2021 中国国际皮革展	封二
宝斯卡化工	封底
真皮标志	封三
四川德赛尔化工	扉页
新濠畔集团	5
金鑫皮革	27
足佳鞋业市场	37
生态皮革	43
海宁市富升裘革有限公司	53
睢县杯皮革行业职业技能竞赛	55
中辉皮革	66
雪球皮革	68
崇福毛皮市场	70
公益广告	84
木林森鞋业	94
名郎鞋业	95



50

### 市场·展会

- 50 疫情之下 雅宝路皮草的坚守
- 54 打好“六稳”“六保”组合拳 助力睢县经济稳中求进
- 56 第二十七届海宁中国皮革博览会弄潮产业“赋新”之路

60

### 设计·潮流

- 60 以“梦”为马 化茧成“蝶” 2020/21 秋冬中国国际皮革裘皮时装流行趋势发布
- 62 第二十三届（2020）“真皮标志杯”中国国际皮革裘皮时装设计大赛圆满落幕
- 72 皮拖鞋的历史考证
- 75 浙江省时尚大会暨 2020 金领奖浙江省时装十佳设计师发布会在杭州华丽上演
- 80 植鞣革服饰品设计方法研究——以日晒变色实践为例

85

### 资讯·数据

- 85 2020 年 1-6 月皮革行业进出口量值分析
- 88 中国皮革行业部分上市公司及行情（8 月）
- 90 美国鞋类产品 10 大采购国
- 91 数字平台加速印度皮革行业从疫情中复苏
- 93 德瑞（TFL）皮化发布色彩趋势 展示高性能休闲皮革材料



# 北京皮革

BEIJING LEATHER 1976年创刊 第45卷 SEP 2020 ★ 9月号

Administrator **主管单位** 中国轻工业联合会  
Sponsor **主办单位** 中国皮革协会  
Publish **出版单位** 《北京皮革》编辑部

President **总裁** 李玉中

Chief Editor **主编** 周富春  
Deputy Chief Editor **副主编** 朱 晔 骆国民  
Editors in Charge **责任编辑** 朱 晔 樊永红  
Art Director **美术总监** 李 霞

**国际标准刊号** ISSN1002-7947  
**国内统一刊号** CN11-2260/TS  
**Publication Date 刊期** 月刊 每月 8 日出版  
**Distribution 发行** 公开发行  
**Price 定价** 每期 RMB25 元, 300 元 / 年  
**Design 设计** 《北京皮革》设计制作中心  
**Printing 印刷** 北京博海升彩色印刷有限公司

**Address 本刊地址** 北京市西城区西直门外大街 18 号  
金贸大厦 C2 座 708 室

**E-mail 邮箱** bj-leather@chinaleather.org  
**Post Code 邮编** 100044  
**Contact 联系人** 朱 晔 毕 波  
**Tel 电话** 010-85118053 65265089

**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

**顾问**  
石 碧 马建中 苏超英

**编委**

丁水波	刁 梅	于百计	万祥华
弓太生	王 丹	王 敏	王吉万
王金杰	王建新	王振滔	邓佑才
冯春海	艾英利	朱 岩	仲济德
任有法	刘穗龙	许志华	许建新
严 平	严建林	严慈亮	李 臣
李 军	李开华	李伟娟	李运河
李彦春	李雪梅	吴海燕	吴华春
何有节	汪 海	宋晓武	张月明
张壮斗	张继国	陈小云	陈文祥
陈玉珍	陈启贤	陈国学	陈荣辉
范子坤	罗建勋	岳国威	郑合明
郑秀康	周 骅	胡建中	段力民
俞 英	施荣川	施纪鸿	姜 华
贺素成	徐树峰	郭建英	曹向禹
曹浩强	章川波	梁志新	梁国申
尉乐根	彭先成	董新志	温祖谋
谢胜虎	谢榕芳	霍建国	

# 北京皮革

刊名题字: 李玉中

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

## 长期办理订阅

收款单位: 中国皮革协会

开户行: 中国工商银行股份有限公司北京东四支行 0200004109014450660



世界制鞋产业服务商

SERVICE PROVIDERS OF WORLD FOOTWEAR INDUSTRY



新濠畔®  
XINHAOPAN

新鞋材 新濠畔 鞋的一半在新濠畔

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

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

广告



## 2020 全国行业职业技能竞赛 轻工行业大赛动员大会在呼和浩特召开

文 / 胥晨 图 / 李同喜 张永利

8月18日上午,由中国轻工联合会主办的2020全国行业职业技能竞赛轻工行业大赛动员大会在呼和浩特召开。中国轻工业联合会会长张崇和、人力资源社会保障部职业能力建设司副巡视员刘新昌、中国财贸轻纺烟草工会主席郭振友出席会议并致辞。中国轻工业联合会党委副书记王世成,中国轻工业联合会副会长何焯,中国轻工业联合会常委刘江毅、李玉中出席会议。大会由中国轻工业联合会党委副书记徐祥楠主持。中国轻工业联合会部室负责人,各轻工行业协会有关负责人,历届轻工大赛承办单位代表,2018-2019年度全国轻工技术能手,2020年大赛裁判员等近500人参加大会。中国皮革协会常务副秘书长聂玉梅,广州市花都区狮岭镇镇长谢英俊、副镇长陈璋恒,河南省睢县产业集聚区管理委员会主任王静洲、副主任孔杰,中国皮革协会品牌部主任路华、品牌部胥晨,以及2020年全国职业技能竞赛——“睢县杯”全国皮革行业职业技能竞赛全体裁判、皮革行业全国轻工技术能手代表等参加了会议。





大会主席台（左4 中国轻工业联合会会长张崇和）



中国皮革协会等9家单位荣获中国技能大赛—轻工大赛优秀组织奖（左2 中国皮革协会常务副秘书长聂玉梅领奖）



广州市花都区狮岭镇人民政府等14家单位荣获中国技能大赛—轻工大赛突出贡献奖



全国轻工行业技术能手代表领取奖励证书（左7 中国皮革协会理事长李玉中为获奖代表颁奖）

首先，由中国轻工业联合会会长张崇和与人力资源社会保障部职业能力建设司副巡视员刘新昌为中国皮革协会等9家单位颁发2018-2019年度中国技能大赛——轻工大赛优秀组织奖。

随后，由中国轻工业联合会会长张崇和与中国财贸轻纺烟草工会副主席郭振友为广州市花都区狮岭镇人民政府、河南省睢县产业集聚区管理委员会、四川达威科技股份有限公司等14家单位颁发中国技能大赛——轻工大赛突出贡献奖。

最后，由中国轻工业联合会党常委、副会长，中国皮革协会理事长李玉中与中国焙烤食品糖制品工业协会副理事长兼秘书长张帅为全国轻工行业技术能手代表颁奖。

中国皮革和制鞋工业研究院温州研究所所长

陈启贤代表轻工行业大赛裁判员发言。

8月18日下午，进行了2020全国行业职业技能竞赛轻工行业裁判员培训和考试，2020年全国职业技能竞赛——“睢县杯”全国皮革行业职业技能竞赛全体裁判员顺利通过考试，取得裁判证，为竞赛后续工作的顺利开展提供了重要保证。

大会还对历届皮革行业职业技能竞赛进行了宣传。



中国皮革和制鞋工业研究院温州研究所所长陈启贤代表大赛裁判员发言

# 2019 年度轻工业百强企业名单揭晓

## 22 家皮革企业榜上有名

文/梁玮 图/李霞

近日，中国轻工业联合会正式发布 2019 年度轻工业二百强企业、轻工业科技百强企业、轻工业食品行业五十强企业、轻工业装备制造行业五十强企业名单。据悉，今年是中国轻工业联合会第九次评选轻工百强企业、第二次评选轻工科技百强企业、第十一次评选各行业十强企业。

2019 年度皮革行业企业稳步发展，竞争力优势明显，在此次百强评选中表现抢眼，共有 22 家皮革企业榜上有名。其中，10 家企业进入中国轻工业二百强企业榜单，3 家企业进入 2019 年度中国轻工业科技百强企业榜单，10 家企业进入 2019 年度中国皮革行业十强企业榜单，10 家企业进入 2019 年度中国制鞋行业十强企业榜单。

轻工业二百强企业是依据轻工企业 2019 年度的营业收入、利润、科研投入、营业收入增长速度、营业收入利润率及税收占利税总额比重六项指标进行量化打分评出。这些企业分布在全国 24 个省、市、自治区，涉及皮革、家电、食品、酿酒、

造纸等 41 个轻工行业。轻工业前 100 家企业的营业收入总额 3.14 万亿元，占轻工业规模以上企业营业收入的 15.87%；实现利润总额 3144 亿元，占轻工业规模以上企业利润的 24.27%。轻工业前 100 家企业营业收入利润率达到 10%，是高质量发展的先进典范。

轻工业科技百强企业是依据轻工企业 2019 年度研发投入、研发投入占营业收入比重、重点实验室和研发中心数量、科技成果数量、科技奖项数量、发明专利数量六项指标进行量化评分评出。轻工科技百强企业平均研发投入占营业收入比重达到 2.86%，是引领行业科技创新、迈向高端价值链的骨干力量。

轻工优势企业是落实国家“六稳”“六保”任务的骨干力量，是引领中国轻工从大国向强国迈进的产业先锋。希望皮革行业企业向先进企业学习，增强科技创新支撑能力，瞄准消费升级趋势，大力实施“三品”战略，为皮革行业高质量发展和满足人民美好生活需要作出更大贡献。

## 2019 年度中国皮革行业十强企业

浙江通天星集团股份有限公司  
 广州红谷皮具有限公司  
 山东恒泰皮革制品有限公司  
 海宁森德皮革有限公司  
 四川达威科技股份有限公司  
 浙江中辉皮革有限公司  
 杭州兽王实业有限公司  
 东莞市爱玛数控科技有限公司  
 德州市鑫华润科技股份有限公司  
 浙江雪豹服饰有限公司

## 2019 年度中国轻工业二百强之皮革企业

安踏（中国）有限公司  
 新百丽鞋业（深圳）有限公司  
 特步（中国）有限公司  
 金猴集团有限公司  
 奥康集团有限公司  
 天创时尚股份有限公司  
 浙江红蜻蜓鞋业有限公司  
 康奈集团有限公司  
 意尔康股份有限公司  
 淄博大桓九宝恩皮革集团有限公司

## 2019 年度中国制鞋行业十强企业

安踏（中国）有限公司  
 新百丽鞋业（深圳）有限公司  
 特步（中国）有限公司  
 金猴集团有限公司  
 奥康集团有限公司  
 李宁（中国）体育用品有限公司  
 天创时尚股份有限公司  
 浙江红蜻蜓鞋业股份有限公司  
 康奈集团有限公司  
 意尔康股份有限公司

## 2019 年度中国轻工业科技百强之皮革企业

四川达威科技股份有限公司  
 李宁（中国）体育用品有限公司  
 明新旭腾新材料股份有限公司

论  
坛  
以  
一  
创  
新  
·  
逆  
行  
一  
为  
主  
题



## 河北省 第八届毛皮动物产业发展论坛 在昌黎召开

文/如云 图/张燕 张国利

2020年7月29日，河北省第八届毛皮动物产业发展论坛在河北省昌黎县佳鹏集团召开。论坛由河北省毛皮产业协会主办，中国皮革协会、中国畜产品流通协会、山东省特种经济动物创新团队、山东省畜牧协会特养分会和山东省畜牧学会特种经济动物专业委员会支持。昌黎县农业农村局有关领导，来自中国畜产品流通协会，东北林业大学、山东农业大学、河北省科技师范大学等院校，河北省、山东省、山西省和东北地区的养殖企业以及

兽药、饲料企业的代表共60余人参加了会议。论坛以“创新·逆行”为主题，由河北省毛皮产业协会党支部书记靳国庆主持。

会上，主办方播放了中国轻工业联合会党委书记、副会长，中国皮革协会理事长李玉中的致辞，李理事长通过视频表示了对论坛的祝愿以及对河北省毛皮行业事业发展的充分肯定。中国皮革协会毛皮专业委员会主任黄彦杰受邀出席论坛。

昌黎县农业农村局局长郭毅介绍了《秦皇岛市毛皮动物管理暂行

办法》，这是当地政府针对毛皮动物列入《国家畜禽遗传资源目录》后，加强毛皮动物养殖行业管理和规范的重要举措，也给当地的产业标准化、规模化和规范化发展指出了清晰的方向。

佳鹏集团总经理蒋鹏介绍了昌黎县精品养殖示范基地项目，该



项目计划年底建成，将形成占地70余亩、存栏数量近万只的高标准貉养殖基地。

论坛环节，参会专家就行业发展中遇到的焦点、难点问题，行业拓展新思路，共谋联动发展新举措，后疫情时代自行育种的重要性等议题分别发表了自己的看法。黄彦杰在发言中指出，由于行业供需矛盾尚未解决，加上疫情的叠加影响，行业复苏还需要比较长的时间，他提醒行业同仁要做好克服困难的准备，同时加强育种工作，提高产

品质量，为市场回暖做好准备。

论坛期间，还举办了宝格国际裘皮城综合体的项目推荐会，该项目是昌黎县规划的扶持当地毛皮产业发展的重点项目，由佳鹏集团牵头投资建设，立足秦皇岛市丰富的旅游资源，集综合商城、高端毛皮产品私人定制中心，

温泉度假村、配套商业街、数字商务中心、文化展览中心、旅游风情街和农业生态园为一体的综合项目。同时，该项目欢迎毛皮

行业的同仁共同参与投资建设，深度挖掘当地旅游资源优势，把该项目打造成为秦皇岛的一张新名片。

本次论坛的成功召开，是新冠肺炎疫情以来河北省毛皮产业的第一次线下活动，在疫情和市场低迷的形势下，对于行业信心是一次有力的提振，同时通过论坛专家的建言献策，梳理了存在的问题和发展的方向，对于河北毛皮产业的发展大有裨益。

## 海宁市服装协会服装设计师联合会成立

文、图/张辉 李书波 李冬超

为推动海宁服装产业健康发展，进一步提升海宁市服装设计水准，扩大海宁设计的影响力，吸引国内外优秀设计师入驻海宁，2020年8月5日下午，海宁市服装协会服装设计师联合会成立大会在海宁会展中心召开。

海宁市宏伟时装设计咨询有限公司史宏伟当选为服装设计师联合会会长。



封面人物



## 吴华春

中国皮革协会副理事长

中国光彩事业促进会理事

福建省政协委员

福建省工商业联合会（总商会）副会长

泉州市人民代表大会代表

晋江市慈善总会副会长

兴业皮革科技股份有限公司董事长



吴华春：

# 科技创新支撑

# “百年兴业”

文 / 晋江经济报记者 方锦枞 柯雅雅 董严军 图 / 兴业科技





的皮革行业中脱颖而出。”

为何是“港湾”？在吴华春看来，同行中的每一家企业都有自身的优势，“你的优势可以和我的劣势互补，生产、技术、产品在内的各种资源双方可以进行整合，进行点对点链接，基于这样的发展模式，整个行业发展才会更加和谐、健康。”

不断推陈出新，兴业科技迈向了“资源节约型、环境友好型”的新型皮革工业发展道路——着重加强推动智能自动化工作进程，着重加强绿色生态产品的设计与开发进程——这是当下兴业科技的重心。

在兴业科技的战略蓝图里，“科技”占据了更重要的位置。2016年年初，兴业科技便实行兴业科技工业智能化技改项目，先后与富士康、四川大学、哈工大等国内外企业、科研院校、研究机构建立合作关系，签订各类智能制造专项战略合作协议。

“在我们的技改中，我们想要打造一个兴业科技工业互联网平台，在和哈工大合作中，我们打造了皮革视觉识别系统，给每张牛皮一张‘身份证’，这张‘身份证’对内记录了生产的主要流程指标，对外它告诉客户每张牛皮的主要属性，客户可以通过这些‘身份证’完成订货。”吴华春告诉记者，最为重要的是这张“身份证”所记录的产品属性将统一由智能化设备进行鉴

定，“这套智能化流程如能运行成功，将改变我们客户协同端的运行模式。”

现如今，在吴华春的带领下，兴业科技不仅拥有一支由国内顶尖皮革技术专家、学者组成的研发团队，还聘请了世界前沿的国际皮革技术协作团队，技术团队专注产品研发创新，助力兴业天然皮革生产技术保持在行业领先的水平。兴业科技多次被认定为“高新技术企业”，被皮革和制鞋行业生产力促进中心评为“中国制革行业科技示范企业”，成为福建省技术创新工程创新型试点企业、福建省科技重大专项实施单位。

拥有自意大利等国家引进的世界先进皮革研发生产设备和高端检测设备的兴业科技技术中心被认定为“国家认定企业技术中心”。2006年起兴业科技成为了世界制革技术权威组织 SATRA 的正式成员。兴业科技主导起草了皮革行业多项标准，如《环境标志产品技术要求 皮革和合成革》（2010）、《皮革机械 板面移动式机械 安全要求》（2013）、《皮革机械 辊式往复运动机械 安全要求》（2013）、《家具用皮革》（2008）等；先后承担“清洁生产过程与绿色产业链技术的应用开发”“中国皮革绿色生产技术应用开发”等国家科技支撑计划课题和国家级星火计划科研项目。





## “市场变，我们变，才有百年兴业。”

给予兴业科技实力的肯定，荣誉便是其中的一种方式。兴业科技荣膺《世界皮革》“全球最佳制革企业中国区金奖”（2011年和2018年两度获奖）、“皮革行业标准化工作功勋单位”“中国皮革和制鞋行业科技示范企业”“产业创新先进企业”“企业现代化管理创新成果奖”等荣誉。多年来，先后有50余项新技术获得国家专利。

在吴华春看来，“科技”更多是赋能，不仅新产品研发需要科技的支撑，优化企业内部管理也需要科技的助力。

“兴业科技发展到一定规模

后，我们一度觉得它像大象一样比较笨拙，我们想要通过平台化，让大化为小，用一种小而健全、小而灵活的管理模式逐步去升级、突破。”做出这样的改变，是因为市场需求端的改变，“市场变，我们变，才有百年兴业。”

吴华春坦言，市场是一只无形的手，不知道什么时候，它就会洗一次牌，一些企业不见了，而另外一些企业又诞生了，“如何让企业可持续发展和传承，不仅仅是机器设备、资金、厂房，更为重要的，那就是完善的经营理念和管理模式。”



企业荣誉墙



兴业科技厦门大学 EDP 定制研修班



企业品牌文化

## 传承：人才是“百年兴业”的根本

从财富积累的逻辑分析，市场经济发展初期，一些胆子大、敢行动的人，因为成功赚到了第一桶金，而走上了经商创业的道路。紧接着，大量的商人开始消失，但是总有部分企业，开始依靠优质的人力资源禀赋，掌控特定产业领域的技术创新，并持之以恒地坚持以创新手段，构筑企业的产业竞争优势，从而进入到财富平稳扩张的战略格局中。

吴华春的兴业科技便是进入后者的企业。

**“我想让兴业科技一直传承下去，坚守实业，把主业做深做强，但是靠一个人，靠一个家族是远远不够的。”**在吴华春的眼里，人才才是“百年兴业”的根本，核心在于通过强化专业化的骨干人才在企业发挥作用，由骨干人才主持承担开拓、创新产品和服务，以提升产品和服务的质量以及社会的认同程度。

选对人、用对人、培养人、信任人、成就人——这是吴华春所坚持的人才管理基本策略，在这一基础上，制定并实施一系列的人才计划。如今，在兴业科技工作十年、十五年甚至二十年以上的老员工，已不是少数，他们中很多人目前已成为了公司各部门的核心



抗击新冠肺炎疫情捐款



捐资安海养正中学

**“是社会成就了我们，  
当我们有能力的时候就应该回报社会。”**

骨干。“兴业科技能够不断突破，解决行业棘手的环保问题，能够成功A股上市，能够在众多技术领域取得创新成果，能够获得众多社会荣誉……这里面是所有‘兴业人’的功劳。”吴华春坦言，没有他们，就没有今天的兴业，更没有未来的百年兴业。“我们要创建高素质人才团队，形成并保持企业长期的核心价值，打造具有国际化水准和公司治理变革精神的企业。”

2018年开始，兴业科技去“集权化”，全面实行事业部总经理负责制的管理，对各事业部总经理充分授权，减少管理层级，提高管理效率。同时，兴业科技去“内部产品同质化”，各事业部根据产品风格划分，形成各自主打产品，以多

品类产品精准对接、渗透市场，以满足不同市场与品牌商的需求。“我们放权，他们用权，激发他们的活力，在岗位上做出更好成绩。”吴华春表示。

一家企业的核心价值脱离不了它的文化、精神。“安海建镇八百多年，晋江商人下南洋用的便是安海码头，做生意，讨生活，跃然纸上的是晋江人敢创、敢冲的晋江精神。”吴华春坦言，创业之初，一穷二白，唯有不懈努力。

于吴华春而言，在吸取中国传统文化、结合自身经营特质和实践经验的基础上，从犀牛、黄牛、斗牛、奶牛身上提炼出“执着、勤劳、爱拼、奉献”的企业精神，更像是兴业科技创业奋斗、坚守实业的一种写实，

是兴业科技做好“一张皮”的不竭动力。这样的精神已经烙印在兴业科技和所有“兴业人”身上。

**“兴业科技扎根在晋江，扎根在安海，我们传承企业开创者所凝聚的精气神，也要在不断前行的过程中融入更多我们的晋江精神、晋江经验，让这些与时俱进的精神一代一代在兴业科技中传承。”**吴华春表示。

这样的精神给予吴华春的还有他的慈善之心。镌刻着“慈善世家”的牌匾挂在吴华春的办公室，这是晋江市政府给予吴华春的荣誉。

参天之本，必有其根，环山之水，必有起源。吴华春众多慈善之举都围绕着晋江。让人印象颇为深刻的一次是，2018年12月18日



绿  
色  
皮  
革  
  
百  
年  
兴  
业

这份善带到了制革行业，许下他的毕生，和他的兴业科技，一起坚守、践行着绿色环保理念。“绿色皮革、百年兴业”或不再是一个愿景，而将是一个必然。

## 匠心：这辈子只跟这张牛皮打交道

与皮革行业的结缘，吴华春说是因为“穷则思变，变则思通”。

“90年代初，百姓生活水平不断提高，穿皮鞋、拎皮包的人越来越多，皮革制品在国内特别走俏，然而当时国内高端皮革产品还很紧缺，需要从意大利、日本和中国台湾等进口，皮革行业在中国很有发展潜力。”看到了市场空白的吴华春跑到国外，潜心钻研，进行市场调研，将国外的设备、人才、技术、原材料引进国内，开启了一条探索企业成长与发展之路。

当年的果断与思变，让吴华春一手创立的兴业科技做得风生水起，也让吴华春坚信这张牛皮大有可为。因此，不管在公司发展的过程中碰到何种问题，他都没有动摇过离开这张牛皮的念头，即使是十年前兴业科技面对内忧外患的时候——而这也是吴华春至今觉得最刻骨铭心的一次。

“2009-2010年间，那时候可以说是内忧外患。一方面，我们正筹备企业上市，企业内部进行规

范化管理，‘换血’过程中有各种棘手的问题需要解决；另一方面，兴业皮革与行业内的企业共同面临着皮革产品的绿色生产难题。”当时的困境，吴华春如今回忆起来依然很清晰，关键时刻，兴业科技依靠科技力量成功研发出“五水分流、分离分治”的技术，对制革废水进行综合治理。这种技术既能提升治理效率，还能实现水资源循环利用。

这次科技所发挥的作用，让吴华春更加坚信“没有夕阳的产业，只有夕阳的技术”，“只要我们舍得在这张牛皮上投入，运用科技，专注自己的核心竞争能力，而不去轻易分散自己的精力和资源，没有什么迈不过去的坎。”

现如今，兴业科技拥有丰富多样的产品线与产品风格，以满足不同市场与品牌商的需求，并且可以用最专业的皮革设计理念以及快速反应的产品开发能力，为客户提供量身定制的解决方案。**兴业科技在创新研发、绿色制造、时尚设计、智能制造等方面表现出了崭新的活力，让兴业科技从传统的皮革行业中脱颖而出，发展成为了一家创新型企业。**百丽、森达、红蜻蜓、奥康、普拉达、巴利等国内外知名品牌都已经成了兴业科技的战略合作伙伴。

2020年是兴业科技第六个五年战略规划的第三年，也是兴业科技打造四位一体战略的关键一年。

“晋江慈善日”，吴华春在当晚“晋江慈善之夜”暨“世中运”倒计时活动现场开设的线上捐款活动中，毫不犹豫地捐出了现金120万，本是低调之举，却也引来了众多关注，吴华春说，“**晋江的事，也是我们兴业科技的事。**”

参与扶贫工作、修路、捐赠医院、支援地震灾区、捐助学校……至今逾5000多万元个人捐款，吴华春从“商行天下”到“善行天下”，他说的最多的一句便是，“是社会成就了我们，当我们有能力的时候就应该回报社会。”

这位拥有慈善之心之人，也将



国内外品牌客户



生产车间



生产车间



## 注重技术“硬”创新

## 探索管理“软”创新

新冠肺炎疫情使企业复工复产面临人员短缺、物资短缺、防疫工作困难等一系列严峻的挑战，兴业科技做了一个“最坏的打算”——即使2020年全年无经营收入，但仍需保障全体员工基本工资。

如此有魄力的决定，让“兴业人”更有了底气。得益于年前周密的经营计划、企业智能化设备的改造和人事行政部门对复工防疫工作的有效跟进，2020年2月底，各生产车间相继快速进入了生产状态。在3月国外疫情形势加剧，国内外订单锐减的情况下，兴业科技各职能中心、各事业部、各技术团队坚守在自己的岗位，随时为市场复苏做好准备。

“兴业科技今年上半年没有因为疫情受到太大影响，这来自于兴业科技每一位员工一点一滴的付出。”吴华春告诉记者，2020年下半年销售计划目标相较于年初制定计划目标需上调15%，“我相信，兴业科技的平台有这样的实力，兴业科技的职工也有这样的能力。”

今年，吴华春已是花甲之年，原本应是“含饴弄孙，颐养天年”的年纪，可以“退休”享福，但他每天仍忙碌在公司里。他说，虽然如今身上的担子少了一些，培养了一代年轻的企业核心人物，但他还是要和一群“兴业人”继续书写兴业科技的辉煌。

经过近三十年的发展，早已成

为国内行业龙头企业的兴业科技，打造出了属于自己的核心竞争力。但吴华春仍觉得这还远远不够，“察势者智，驭势者赢”，当下新一轮科技革命和产业变革蓬勃兴起，兴业科技还需不断夯实、不断提升，要用科技去赋能，要做行业里还没有人做的事情，要将市场、客户的价值与制造商、供应商融为一体，要在竞争激烈的国内外市场占据一席之地。

在吴华春看来，当下，无论是百尺竿头、更进一步的跨越，还是审视自我、寻求变革的豪迈，既要注重技术“硬”创新，也要探索管理“软”创新，用科技创新支撑“百年兴业”的宏图伟业。

# 我国首个原料皮贸易规范标准 9月1日正式实施

## 《原料皮进出口贸易规范 生牛皮》

文/周 诚

我国皮革行业原料皮进口量大，但缺少原料皮贸易规范标准。根据原料皮国际贸易发展趋势以及我国皮革行业发展需要，受中国皮革协会（以下简称“中皮协”）会员企业委托，由中皮协牵头编制了团体标准《原料皮进出口贸易规范 生牛皮》，该标准的制定填补了我国原料皮贸易规范标准的空白。

我国是世界上重要的皮革生产大国，皮革产量约占世界皮革产量的四分之一。尽管我国是畜牧业养殖大国，猪、牛、羊存栏量均居世界前列，但我国原料皮供应仍不能满足我国制革行业需求，约50%左右需要进口。以生牛皮为例，我国畜牧业每年可为制革行业提供3000多万张生牛皮，而我国制革行业每年加工生牛皮约8000万张。因此大量的生牛皮需要从国外进口。同时，我国养殖和屠宰企业数量多，分布广，企业销售渠道多样，少量原料皮会出口到其他国家。然而，在本标准制定发布之前，我国尚没有制定原料皮贸易规范的相关标准，企业在开展原料皮贸易活动时通常依据《国际合同第六号 生皮》

（中、英文版相关文件，可以登录国际皮业贸易委员会 ICHSLTA 的网站 <http://www.ichslta.com/>，进行下载）或《北美牛皮销售标准》（中、英文版相关文件，可以登录网站 <http://www.ushsia.org>，进行下载）。

随着我国制革行业的不断发展，生产规模、产品研发和产品品质都有了极大的提升，在国际皮革贸易活动中的地位更加重要。世界各原料皮供应国加大了对中国的出口，中国制革企业对原料皮来源有了更多选择。由于《国际合同第六号 生皮》或《北美牛皮销售标准》中一些条款与当前原料皮贸易双方的实际需求不符，贸易双方的合理合法利益难以得到充分保障，贸易纠纷时有发生。中国制革企业和进口原料皮供应商多次向中皮协投诉，中皮协在协调过程中也深感制定原料皮贸易规范的重要性。为满足国际原料皮贸易形势需要和响应行业诉求，中皮协牵头编制团体标准《原料皮进出口贸易规范》，并首先编制最容易引起纠纷且进口量最大的生牛皮贸易规范。

本标准参考了《国际合同第六号 生皮》和《北美牛皮销售标准》，并依据我国皮革行业参与原料皮国际贸易的实际情况，对国际贸易中常见生牛皮种类做了定义，制定了去肉和修边、分级、检验、交易规则、违约及争议处理等规定，对当前应用的贸易合同中与贸易双方实际需求不符、极易引起贸易纠纷的条款做了修改，新增维护贸易双方合理合法利益的交易规则及违约赔偿和争议解决方案。与现有国际相关合同、标准相比，本标准技术内容更加完善，可操作性更强，更有利于维护原料皮买卖双方的合理合法利益、保障原料皮国际贸易更加规范。

企业在开展生牛皮国际贸易活动中，应增强保护意识，坚持使用本标准作为进口或出口生牛皮的贸易规范依据，维护自身合理合法利益，提高中国皮革企业在生牛皮国际贸易中的话语权。同时，也应该积极遵守标准要求，更好地维护我国皮革行业的国际形象。

发生贸易纠纷时，企业应及时向中皮协反映，并提交相关材料，妥善解决贸易纠纷。

《原料皮进出口贸易规范 **生牛皮**》

*Fifteen*

Q & A

十五问十五答

中国皮革协会

## 01 问：标准的制定经历了哪些主要工作过程？

**答：**依据中皮协会会员企业提出的诉求，中皮协制革专业委员会自2019年1月成立标准起草小组以来，历经调研起草、草案讨论、征求意见、审查4个阶段，于2020年7月20日经中国皮革协会批准正式发布本标准。

## 02 问：标准起草小组进行了哪些调研？

**答：**标准起草小组自2019年1月成立以来，调研了河北、山东、河南、江苏、福建等地区的60余家制革企业，并在国内外调研工作的基础上，广泛收集贸易纠纷等信息资料，对引起贸易纠纷的原因和解决方案进行了分析，对现有相关贸易条款进行了研究，历时9个月，于2019年9月完成标准草案起草工作。

## 03 问：标准征求意见稿是如何形成的？

**答：**2019年10月24日及12月28日，中皮协团体标准工作组先后两次组织制革企业代表和专家在四川成都、福建晋江，对草案内容逐条讨论，对定义、分类和分级、贸易规范、违约等提出修改意见，并最终确定标准范围为原料皮中的生牛皮贸易规范，标准名称定为《原料皮进出口贸易规范 生牛皮》。2020年1月22日及3月10日，中皮协团体标准工作组先后两次邀请标准化专家和行业专家对标准格式和内容进行讨论、审查，并于3月10日形成征求意见稿。

## 04 问：标准报批稿是如何形成的？

**答：**2020年4-5月，中皮协团体标准工作组发出征求意见稿，广泛征求相关行业协会、皮革标委会制革分技术委员会秘书处、制革企业、生牛皮进口企业等31家单位的意见后，形成标

准送审稿。2020年6-7月，中皮协团体标准工作组组织全国皮革标准化技术委员会秘书处、皮革标委会制革分技术委员会秘书处、制革企业、地方海关、科研院校等9家单位的9位专家，对标准送审稿进行严格审查，并获得一致通过，形成标准报批稿。7月20日，标准报批稿经中国皮革协会批准，正式发布。

## 05 问：标准的适用范围有哪些？

**答：**本标准适用范围：（1）规定了生牛皮的术语和定义、去肉和修边、分级、交易规则、违约及争议处理等；（2）适用于未经处理或经过盐腌、冷冻冷藏、干燥以及其他适当保藏等一种或多种方法处理的，用于皮革加工的生牛皮进出口贸易。

## 06 问：标准的规范性引用文件有哪些？

**答：**下列文件对于本文件的应用是必不可少的，凡是注日期的引用文件，仅注日期的版本适用于本文件。凡是不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修订单）适用本文件。《国际合同第六号 生皮》（International Contract No.6 Hides & Skins）（1998年版）；《北美牛皮销售标准》（Standards Governing the Sale of North American Cattle Hides）（2014年版）。

## 07 问：涉及生牛皮交易的术语有哪些？

**答：**本标准对涉及生牛皮交易的下列术语进行了明确定义，包括：原料皮（raw material）、牛皮（cattle hides）、大公牛皮（bull hides）、阉公牛皮（steer hides, ox hides）、阉公奶牛皮（dairy steer hides）、未育母牛皮（heifer hides）、已育母牛皮（cow hides）、育肥母牛皮（feedlot cow hides）、母奶牛皮（dairy cow



hides)、小牛皮 (kip skins, calf skins)、饮奶小牛皮 (veal skins, milk-fed calf skins)、胎牛皮 (slink skins, baby calf skins)。

## 08 问：对生牛皮等级的交易规则是如何规定的？

**答：**本标准与《北美牛皮销售标准》基本一致，将生牛皮分为四个等级，但本标准的交易规则进一步完善了生牛皮的等级分类，如在 5.3 三级皮中增加了“有直径超过 15cm 的洞或切口（不包括从完整皮形边缘向里 10cm 以内的区域）”、5.4 “等外皮”等描述。

## 09 问：对皮张数量、重量损失、单张皮重量偏差的交易规则是如何规定的？

**答：**本标准在交易规则中，将《北美牛皮销售标准》中国际贸易交易中“张数”允许 1% 的误差，修改为“皮张实际数量应与装箱单标明的数量一致”；将“重量损失”允许 5% 的误差修改为“以集装箱开箱去积水和明显的固体废物后的称重为准，重量损失不得超过装箱单标明重量的 3%”；增加了“单张皮重量不得超过合同约定重量中间值的  $\pm 15\%$ ”；增加了“开箱去除水和明显的杂物后称重”。

## 10 问：对皮张外观、皮张种类的交易规则是如何规定的？

**答：**在《北美牛皮销售标准》的基础上，本标准在交易规则中增加了对生牛皮外观的要求，生牛皮无皮张腐烂、掉毛、溜毛现象；增加皮张种类不得出现与合同约定不一致的皮种、皮源的生牛皮的交易规则。

## 11 问：对收货时检验规则有哪些规定？

**答：**本标准规定，在货物入库卸货时，对单

批次生牛皮订单总货物数量的 20% 进行抽检。

## 12 问：对违约及争议处理规则有哪些规定？

**答：**本标准在违约及争议处理总则中规定，买方验货时，如发现有重量、皮张数量不足，或发现腐烂、掉毛、等级及皮张种类不符现象的，及时通知供应商进行现场验货、处理。供应商未按约定进行现场核对处理的，以皮张投产时所检验的实际数量、外观、等级、皮张种类等统计数据为准，并结合拍照、录像之相关证据作为处理和索赔的依据。

## 13 问：对违约赔偿有哪些规定？

**答：**本标准对数量低于装箱单数量、重量低于装箱单重量 3%、单张皮重量低于或高于合同约定重量中间值的 15%、生牛皮皮张种类或等级不符情况、外观问题（溜毛、烂面等）影响皮革质量，规定由卖方对相关部分损失予以赔偿、对差价进行补偿、协商退款，或在双方约定期限内由卖方予以补齐。过程中产生的全部税、费等，由卖方承担。

## 14 问：对第三方介入解决贸易争议有哪些规定？

**答：**（1）双方协商解决未果的，可在 30 个自然日内向各自所在地国家或地区皮革行业协会申请调解，并提供相关材料；（2）行业协会调解未果的，涉事双方可申请仲裁，或向法院提起诉讼；（3）仲裁机构作出裁决或法院作出判决后，对应当履行而拒不履行裁决或判决的当事方，行业协会可以向会员通报相关情况，并提出风险警示。

## 15 问：何时正式实施？

**答：**本标准于 2020 年 9 月 1 日正式实施，相关文件（中、英文版）可以登录中国皮革协会官网中国皮革网 <http://www.chinaleather.org>，进行下载。

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

## 两种邻苯二甲酸酯检测标准比对分析

裴超，沈云，陈萌，巩仕星，俞梦婷，孙冬

（浙江方圆皮革轻纺检测认证有限公司，浙江 海宁 314400）

**摘要：**从邻苯二甲酸酯的检测方法着手，对涉及皮革及鞋类产品的两种检测方法中的检测范围、萃取方式、定量方法进行了比对。同时，比对分析了其他相关产品检测标准方法，对今后皮革及鞋类产品中邻苯二甲酸酯含量的测定方法标准的修订与限量指标要求的设定提出建议。

**关键词：**皮革；邻苯二甲酸酯；标准比对

## Comparison and analysis of two phthalate esters detection standards

PEI Chao, SHEN Yun, CHEN Meng, GONG Shixing, YU Mengting, SUN Dong  
(Zhejiang Fangyuan Leather Textile Testing and Certification Co., Ltd., Haining 314400, China)

**Abstract:** Starting from the detection methods of phthalates, the detection range, extraction method and quantitative method of the two detection methods involving leather and footwear were compared. At the same time, the testing standard methods of other related products were compared and analyzed. Suggestions were put forward on the revision of the determination method standard of phthalate content in leather products and footwear and the setting of limit index requirements in the future.

**Keywords:** leather; phthalate ester; standard comparison

邻苯二甲酸酯作为增塑剂，广泛使用于各类消费品中。研究表明邻苯二甲酸酯作为一种类雌激素，可通过皮肤、消化系统、呼吸系统进入人体<sup>[1]</sup>，对婴幼儿发育健康、成人生殖健康产生不利影响。

---

第一作者简介：裴超（1992-），男，大学本科，Email：18815287163@163.com

## 1 皮革及鞋类产品标准

涉及皮革及鞋类产品中邻苯二甲酸酯含量测定方法的两个国标方法为 GB/T 22931-2008《皮革和毛皮化学试验 增塑剂的测定》<sup>[2]</sup>、GB/T 32440-2015《鞋类 鞋类和鞋类部件中存在的限量物质 邻苯二甲酸酯的测定》<sup>[3]</sup>。

### 1.1 检测范围

GB/T 22931-2008 规定了 DBP BBP DEHP DNOP DINP DIDP 6 种邻苯二甲酸酯含量的测定方法,适用于皮革、毛皮及其制品。

GB/T 32440-2015 列出了 DIBP DBP BBP DEHP DNOP DINP DIDP 7 种邻苯二甲酸酯含量的测定方法,但说明了也可用于检测其他种类邻苯二甲酸酯,不仅限于以上 7 种,适用于各种鞋材,如:皮革、纺织品、高聚物、涂层材料等。

相对于 GB/T 22931, GB/T 32440 可检测的邻苯二甲酸酯种类更多,适用范围上两个标准互有交叉,但 GB/T 32440 所需的检测材质更为复杂、覆盖面更广。

### 1.2 萃取方式

GB/T 22931 和 GB/T 32440 标准方法都采用超声萃取的方式,只是萃取溶剂不同。GB/T 22931 采用三氯甲烷作为萃取溶剂,而 GB/T 32440 使用了正己烷/丙酮的混合溶液。因为对于同一样品,采用不同的萃取技术和不同的萃取溶剂时,萃取效果相差极大。而丙酮、正己烷、三氯甲烷则是几种回收效果最好的溶剂<sup>[4]</sup>。

考虑到鞋材种类复杂,如皮革、纺织、高聚物等都有可能在一双鞋中涉及,单一萃取溶剂与萃取方法无法适应所有材料的萃取要求,所以 GB/T 32440 规定,在采用超声方法萃取时,以正己烷加丙酮(体积比 80:20)作为萃取溶剂。

有文献表明,使用正己烷作为萃取溶剂时,萃取溶液相较于其他溶剂萃取更为干净,杂质明显较少。此外 GB/T 32440 还采用了微波萃取的方式。超声萃取、微波萃取、索式萃取作为 3 种化学试验最为常见的萃取方式,虽然索式萃取的效果最好,但相较于标准采用的其他两种萃取方式,操作过于繁琐,因此 GB/T 32440 采用了超声萃取和微波萃取。GB/T 22931 标准以三氯甲烷作为萃取溶剂,采用超声萃取方法。虽然三氯甲烷对于皮革中邻苯二甲酸酯的萃取效果更好,但也更易萃取出其他杂质。所以萃取液需要进一步经过铝层析柱净化。

相较于 GB/T 22931, GB/T 32440 萃取溶剂选择的覆盖范围更广,且不用进行净化,操作更简便,试验流程短,更适用于企业和实验室进行大批量的实验。

GB/T 22931 对于皮革产品而言,专业性与针对性更强,对于需要更为精准试验结果的皮革样品和从保护试验仪器角度考虑,无疑 GB/T 22931 更为合适。

### 1.3 定量方法

GB/T 22931 为外标法定量, GB/T 32440 为内标法定量,相对

而言两种定量方式各有优缺点。

外标法要求仪器有较高的定量重复性,对于大批量的、不同时间分析的样品,因为仪器可能对邻苯二甲酸酯的响应强度会有所变化,因此需要定期进行曲线校正。

企业在使用 GB/T 22931 外标法定量时,因需要进行标准曲线的验证,受 GC-MS 电子倍增器的影响,很容易在大批量检测样品时发生响应强度的变异,所以检测过程中需要通过采取不同标准方法的方式,来验证标准曲线的准确性,同时要严格控制试验条件。

内标法定量则是将一定量与被测物性质相近,且相对稳定的内标物(如同分异构体或同位素原子)加入到被分析样品中,内标法的优点是仪器的稳定性对样品定量的影响小,且定量准确,对进样量和试验条件及操作方法的控制不需要很严格,特别是对于 GC-MS 来说,是一种更为适合的定量方法。但是内标法必须将内标物与被测组分完全分离,且内标物的加入量必须精确,否则很容易影响最终定量结果。

GB/T 32440 虽然使用内标法定量,但是并非从试验一开始就加入内标物,而是进样前向进样瓶中加入一定量的内标物,这其实一定程度上削弱了内标法的优点,且作为内标物的 DCHP 与待测的邻苯二甲酸酯 DEHP,在使用标准推荐的 GC-MS 分析条件时,出峰时间较为接近,可能会影响定量。

企业在试验时可灵活运用两种

定量方法,对于大批量不需精确定量,或者只需简单定性的皮革样品,可使用 GB/T 22931 外标法定量,而针对需要精准定量的,建议使用内标法。

## 2 相关产品标准

针对产品中邻苯二甲酸酯含量的检测方法,相关行业的现行测试方法和标准已有不少,并形成了较为统一的测定方法。不同测试方法的原理基本相同,但具体的萃取和分析条件会有一些差异,而采用不同测试方法所得出的测试结果之间也没有严格的可比性。

GB/T 22931-2008《皮革和毛皮 化学试验 增塑剂的测定》、GB/T 32440-2015《鞋类 鞋类和鞋类部件中存在的限量物质 邻苯二甲酸酯的测定》这两个涉及皮革及鞋类产品中邻苯二甲酸酯含量的检测方法,目前并没有被其他产品标准引用。

国内涉及几种邻苯二甲酸酯限量

的相关产品标准见表 1<sup>[5-8]</sup>。

从表 1 可以看出,国内相关行业对产品中邻苯二甲酸酯的限量要求一般为 DBP BBP DEHP DNOP DINP DIDP 六种,且大多数是对婴幼儿、儿童产品做出的规范。GB/T 22931-2008 和 GB/T 32440-2015 两种标准都有覆盖以上邻苯二甲酸酯,且二者检出限都远小于相关标准限量要求。GB/T 22931-2008 作为国内等同采用 ISO/TS 16181 的国标,将来势必会被其他鞋类标准采用。而皮革行业现在还没有相关标准对产品中的邻苯二甲酸酯做出限量要求,GB 20400-2006 仅对甲醛、偶氮染料做出限量要求<sup>[9]</sup>。

## 3 结束语

邻苯二甲酸酯作为一种越来越被国内外关注的有害物质,特别是对儿童生长发育有重大健康影响,参照制鞋、纺织行业,皮革行业势必也应在相关产品标准中对邻苯二

甲酸类物质做出限量要求。

## 参考文献

- [1] 刘晨光,许俊,罗菊芬.家具中邻苯二甲酸酯国内外检测标准比对[J].标准科学,2020(5):97-100.
- [2] GB/T 22931-2008《皮革和毛皮 化学试验 增塑剂的测定》[S].
- [3] GB/T 32440-2015《鞋类 鞋类和鞋类部件中存在的限量物质 邻苯二甲酸酯的测定》[S].
- [4] 王成云,褚乃清,吴透明,等.皮革制品中邻苯二甲酸酯检测方法比较分析[J].中国皮革,2013,42(21):1-5.
- [5] GB 30585-2014《儿童鞋安全技术规范》[S].2014.
- [6] GB 31701-2015《婴幼儿及儿童纺织产品安全技术规范》[S].
- [7] GB 28007-2011《儿童家具通用技术条件》[S].
- [8] GB/T 18885-2009《生态纺织品技术要求》[S].
- [9] GB 20400-2006 皮革和毛皮有害物质限量 [S].

表 1 国内涉及几种邻苯二甲酸酯限量的相关产品标准

标准	邻苯二甲酸酯种类	限量指标 (质量分数, %)	适用范围	引用方法标准	备注
GB 30585	DBP BBP DEHP	前三种 ≤ 0.1, 后三种 ≤ 0.1	儿童鞋	SO/TS 16181	婴幼儿鞋 大童鞋
	DNOP DINP DIDP	前三种 ≤ 0.1			
GB 31701	DBP BBP DEHP	前三种 ≤ 0.1	婴幼儿 纺织产品	GB/T 20388	
	DNOP DINP DIDP	后三种 ≤ 0.1			
GB 28007	DBP BBP DEHP DNOP DINP DIDP	六种 ≤ 0.1	儿童家具	GB/T 22048	
GB/T 18885	DBP BBP DEHP DNOP DINP DIDP	六种 ≤ 0.1 前三种 ≤ 0.1	纺织产品	GB/T 20388	婴幼儿 直接接触皮肤



浙江金鑫皮革有限公司  
ZHEJIANG JINXIN LEATHER CO.,LTD.



- 真皮标志生态皮革
- 浙江名牌产品

浙江金鑫皮革

至善至诚 创业创新

地址：中国浙江桐乡市崇福南门

Add: South of Chongfu Town Tongxiang City  
Zhejiang Province China

电话 (Tel) : 86-573-88351277 88355555

传真 (Fax) : 86-573-88352977

网址 (Website) : <http://www.jinxinleather.com>

E-mail: [jinxin@jinxinleather.com](mailto:jinxin@jinxinleather.com)

广告

# 消除山羊皮部位差的技术要点

文 / 高孝忠

**中国是世界上山羊皮的主要出产地，产量仅次于印度。我国出产的山羊板皮路可分为：四川路、汉口路、华北路、济宁路、云贵路、新疆路和内蒙路等。**

我国出产的各路山羊板皮中唯有四川路质量最好，四川路皮张的特点是张幅大小适中，通身厚薄均匀，组织纤维紧密，柔韧且拉力好，粒面细致，为优质原料皮。汉口路山羊皮毛较短，粒面细致，弹性好，张幅中等，皮板肥厚，纤维紧密。因此，四川路、汉口路山羊原料皮是生产山羊皮革理想的原料皮。

对于山羊皮制革而言，品种主要是鞋面革、服装革、票夹革、擦拭革等，且大多为全粒面革，一部分为绒面革。

由于山羊皮革的纤维编织紧密，坚牢度好，粒面毛孔细致，粒纹清晰美观，且具备良好的柔软性、丰满性、弹性，深受消费者喜爱，是制造高档皮鞋、皮革服装和其它皮革制品的主要原料之一，特别适合作为女式皮鞋的原料。

山羊皮部位差大一直是制革生产中的一大难题。与黄牛皮相比，山羊皮各部位的组织结构差别较大，其颈肩部又厚又硬，纤维编织紧密，弹性纤维特别发达，而边腹部则又薄又软，纤维编织疏松；特别是山羊皮的背脊线显得更硬更厚。上述部位差若不在加工中克服，将会对成革的品质带来严重的影响。常见的质量问题是颈纹、脊线纹严重，皮型狭长，面积得率低；各部位软硬不一致，其中背部、颈部僵硬，严重时用手摸会感觉整条背脊线就像一条长长的硬线，而边腹部疲软空松。

减小山羊皮革部位差的主要方法有以下几种：

## 1. 加强去肉

(1) 当去肉机刀辊与送料辊间隙一定时，皮张越厚硬的部位受到的机械挤压及刀辊的浆刮作用越强，越有利于厚硬部位的纤维松散；反之，越薄软的部位受到的机械挤压及浆刮作用越小，从而对边腹部位的纤维起到保护作用。

(2) 采取三刀法或五刀法去肉，加强对厚硬的头颈部的处理。所谓三刀法，即横向（背脊线与刀轴平行）两边各刮一刀，以及纵向对上半身（头颈部）刮一刀。所谓五刀法，即纵向上半身刮两刀，其它方向各刮一刀。有时为了保护边腹，在浸水皮去肉时，只进行纵向去肉，横向不去肉，保留边腹内膜，以便浸灰中减轻对边腹的作用。

(3) 加强对背脊线的浆刮, 即进行横向去肉时, 每次喂皮都需将皮张的大部分喂入, 使皮张的脊线部位得到重复浆刮。

## 2. 针对山羊皮部位差调整灰浆的碱浓度

这项措施的关键是, 用碱含量较高的灰浆液对山羊皮硬、厚的脖颈、脊背进行较强的化学处理, 以便较好地打开这些部位的纤维组织, 使整张皮各部位的纤维松散更加均匀一致。

从传统意义上讲, 包灰的主要目的是回收羊毛, 提高产品附加值; 减少毛的消解物对水质的污染, 同时可减少浸灰中  $\text{Na}_2\text{S}$  的用量。因此, 对包灰浆中  $\text{Na}_2\text{S}$  含量的控制是以尽量将皮身上的毛推净为准。一般掌握在 20 ~ 40g/L 之间。有的企业虽然也使用碱含量高低不同的两种灰浆包灰, 高碱灰浆用于颈背部, 低碱灰浆用于边腹部, 但其目的仍然是为获得好的脱毛效果。因此, 两种碱含量的差距并不大, 一般高碱灰浆的碱含量比低碱灰浆的碱含量高 10% ~ 20%。如脖颈、脊背部常用 30 ~ 35g/L 的灰浆, 边腹部常用 20 ~ 25g/L 的灰浆。

然而, 现代意义上的包灰, 除了实现上述目的以外, 正好可以利用包灰属于手工操作这一特点, 将包灰用作消除山羊革部位差的重要手段。对纤维编织紧密、弹性纤维发达, 且又厚又硬的颈脊部, 刻意用碱含量特别高的灰浆包灰,

使该部位的纤维编织得到较好疏松, 灰浆的  $\text{Na}_2\text{S}$  含量一般可用到 60 ~ 80g/L, 甚至可以更高; 相反, 为了保护较空松的边腹部, 使用碱含量特别低的灰浆包灰, 灰浆的  $\text{Na}_2\text{S}$  含量可低到 10 ~ 15g/L。

另外, 灰浆中  $\text{Na}_2\text{S}$  的含量还须随皮张的大小、路分及生产季节进行调整。在灰浆碱含量的控制上, 应做到大皮、厚皮从高, 小皮、薄皮从低; 云贵路皮张从高, 华北路皮张从低; 冬季产皮张从高, 夏季产皮张从低。

除了对不同部位使用碱含量不同的灰浆以外, 在包灰操作中, 不同部位涂布的灰浆量也应有所区别, 如尽管颈肩部、背脊线、臀背部用的都是高碱灰浆, 但颈肩部、背脊线涂布的灰浆量应大于臀背部。

## 3. 片灰皮

从山羊灰裸皮上片下的二层灰皮的制革价值并不大, 但通过片皮, 片去较厚的部分, 有利于紧实部位的纤维松散。

## 4. 对灰裸皮用削匀机削脖头与背脊线部位

实践证明, 对灰裸皮的脖头与背脊线部位进行削匀, 是消除脖头粗纹、脊线纹, 将皮革做软、面积做大的又一项有效举措。

## 5. 浸酸浸透后先去酸再铬鞣

先去酸再铬鞣, 有利于提高疏松部位的丰满性和紧实性。

对裸皮进行浸酸时, 酸液会最先、最快地进入裸皮的疏松部位,

在浸酸未达平衡前, 边腹等疏松部位含酸最多, pH 值相对较低, 如果不去酸直接铬鞣, 则因疏松部位的 pH 值偏低而使得该部位的纤维与铬盐结合较差, 这将会使部位差进一步扩大。相反, 如果对浸酸裸皮先去酸再铬鞣, 则去酸液(即碱液)也会最先、最快地进入疏松部位, 中和其中的酸液, 使疏松部位的 pH 值相对较高, 这样就有利于该部位的纤维与铬盐结合, 使疏松部位显得更丰满、更紧实, 部位差得以缩小。

## 6. 严格控制蓝湿革各部位的削匀厚度

对于山羊蓝湿革来说, 最好使用小型削匀机削匀, 因为小型削匀机操作灵活, 更容易控制各部位的厚度。

在操作中, 要求紧实部位的削匀厚度控制得薄一点, 而松软的边腹部位的削匀厚度控制得厚一点, 这样更有利于紧实部位的纤维松散, 而对边腹部位则能起到一定的保护作用。这种削匀中产生的薄厚之间的差距, 经过复鞣、染色、加油后会被消除, 而皮坯手感则会更加均匀一致。

## 参考文献

- [1] 李继顺. 铬鞣山羊水染抛光软鞋面革的湿加工 [J]. 中国皮革, 2012, 41(7): 3-5.
- [2] 马兴元, 易宗俊, 王瑞, 等. 特殊风格山羊革加工工艺要点述评 [J]. 西部皮革, 2008, 30(4): 3-6; 9.

# 新时代鞋业 需要真才实能的

# 人才

文、图 / 陈国学



随着信息技术的发展，数字化成为企业未来发展之路。中国制鞋行业应高度重视数字化技术，因为传统产品也离不开数字化技术。现在很多鞋企都在使用数控设备，数控设备就是依靠数据来实施设计制造工作。设计使用的软件，无论是二维设计、三维设计、3D设计都是数字化技术，从鞋楦设计到鞋样设计、鞋底设计、鞋跟设计，再到生产制造都需要数字化技术的支撑，特别是产品设计技术中必须高度重视数字化技术，要用数据来指导产品设计工作。比如设计图纸上必须要有具体的数据尺寸，才能正确指导生产。

鞋类产品设计的关键性技术主要包括两个方面：第一就是要有具体的数据尺寸。有具体的数据尺寸才能量化技术要求和质量要求，才能进行技术管理和技术指导。鞋类产品设计不能是单纯的概念性说辞，一定要有量化的数据尺寸，才是靠谱的技术要求和质量要求，才是切实有用的技术管理措施。因为在工

业化生产组合装配过程中要有标准化技术支撑，而标准化技术必须要有具体的数据尺寸，才能得到具体落实，才能正确地指导设计制造。第二是造型设计。造型设计是技术加艺术，技术是造型设计的能力，艺术是设计师的工艺功底、审美眼光。心灵手巧的技艺技能等综合能力的融合运用，才能设计出造型新颖美观、符合国内外流行趋势、引领时尚、领先行业的优秀产品成果。

具备以上技术技能的鞋类设计师才是具有真才实能的鞋类设计师。只会讲不会做的最多称其为讲师，还不是设计师人才；只会制作不精通基本知识和技术理论的最多称其为技师或技工，也不能称其为高级鞋类设计师。因为新时代需要的鞋类设计师，必须掌握鞋类设计制造的技术技能、精通基础理论知识。未来鞋业需要的设计师和鞋企技术管理人才，必须重视数字化技术，重视鞋类设计制造技术标准，重视鞋类产品设计技术技能，重视鞋企设计制造技术管理、技术指导，有





一位优秀的鞋类产品设计师应该具备以下综合设计能力：

- 1、具备设计绘画和制作设计工艺图纸的动手能力；
- 2、具备造型设计制作实操的高技能动手能力；
- 3、具备指导设计制作及制造中需要的技术、技能；
- 4、精通技术管理、具有设计工作管理能力；
- 5、精通设计制造中的数字化技术和标准化技术。

技术、技能、培训能力的人是企业最需要的关键性人才，只有这样的人才才能帮助企业设计制造出高品质优质好鞋。只有培养造就一批高素质高技能人才，中国鞋企才能健康发展。

国家标准 GB/T 3293-2017《中国鞋楦系列》中有着具体的鞋楦标准数据，鞋企可以根据消费群体和品牌的定位选择鞋楦的鞋号、型号等数据尺寸。鞋楦款式品种、鞋楦造型设计、鞋楦头型式样可以

自主创新设计，在选择适合自己用户数据尺寸后，再设计鞋楦的造型。然后充分发挥自己在设计制造中的技术、技能，把鞋楦设计制造得款式新颖美观、鞋楦数据尺寸合脚舒适，使产品符合流行趋势。

当今世界经济的竞争是科学技术的竞争，在激烈的竞争中，中国制鞋行业必须高度重视制鞋科技，必须高度重视数字化技术，必须高度重视鞋类产品制造标准化技术，重视鞋类产品的造型设计，重

视制造技术的进步和制鞋工艺的不断提升，为智造中国好鞋迈向高质量发展而努力奋斗。

文后表 1- 表 5 数据引自参考文献 [1]，成人鞋鞋号对照数据（略）详见参考文献 [2]。

#### 参考文献

[1] 陈国学. 鞋楦设计 [M]. 北京：中国轻工业出版社，2005.

[2] GB/T 36935-2018 鞋类 鞋号对照表 [S].

表 1 中国女系带式鞋楦长、围、宽尺寸系列表

号型	鞋号	21	21.5	22	22.5	23	23.5	24	24.5	25	等差
	楦底样长	222	227	232	237	242	247	252	257	262	
半型	跖围	197.5	201	204.5	208	211.5	215	218.5	222	225.5	±3.5
	跗围	196.5	200	203.5	207	210.5	214	217.5	221	224.5	±3.5
	基本宽度	70.4	71.6	72.8	74	75.2	76.4	77.6	78.8	80	±1.2
	踵心宽度	46.9	47.7	48.5	49.3	50.1	50.9	51.7	52.5	53.3	±0.8
一型	跖围	201	204.5	208	211.5	215	218.5	222	225.5	229	±3.5
	跗围	200	203.5	207	210.5	214	217.5	221	224.5	228	±3.5
	基本宽度	71.6	72.8	74	75.2	76.4	77.6	78.8	80	81.2	±1.2
	踵心宽度	47.7	48.5	49.3	50.1	50.9	51.7	52.5	53.3	54.1	±0.8
一型半	跖围	204.5	208	211.5	215	218.5	222	225.5	229	232.5	±3.5
	跗围	203.5	207	210.5	214	217.5	221	224.5	228	231.5	±3.5
	基本宽度	72.8	74	75.2	76.4	77.6	78.8	80	81.2	82.4	±1.2
	踵心宽度	48.5	49.3	50.1	50.9	51.7	52.5	53.3	54.1	54.9	±0.8
二型	跖围	208	211.5	215	218.5	222	225.5	229	232.5	236	±3.5
	跗围	207	210.5	214	217.5	221	224.5	228	231.5	235	±3.5
	基本宽度	74	75.2	76.4	77.6	78.8	80	81.2	82.4	83.6	±1.2
	踵心宽度	49.3	50.1	50.9	51.7	52.5	53.3	54.1	54.9	55.7	±0.8
二型半	跖围	211.5	215	218.5	222	225.5	229	232.5	236	239.5	±3.5
	跗围	210.5	214	217.5	221	224.5	228	231.5	235	238.5	±3.5
	基本宽度	75.2	76.4	77.6	78.8	80	81.2	82.4	83.6	84.8	±1.2
	踵心宽度	50.1	50.9	51.7	52.5	53.3	54.1	54.9	55.7	56.5	±0.8
三型	跖围	215	218.5	222	225.5	229	232.5	236	239.5	243	±3.5
	跗围	214	217.5	221	224.5	228	231.5	235	238.5	242	±3.5
	基本宽度	76.4	77.6	78.8	80	81.2	82.4	83.6	84.8	86	±1.2
	踵心宽度	50.9	51.7	52.5	53.3	54.1	54.9	55.7	56.5	57.3	±0.8
三型半	跖围	218.5	222	225.5	229	232.5	236	239.5	243	246.5	±3.5
	跗围	217.5	221	224.5	228	231.5	235	238.5	242	245.5	±3.5
	基本宽度	77.6	78.8	80	81.2	82.4	83.6	84.8	86	87.2	±1.2
	踵心宽度	51.7	52.5	53.3	54.1	54.9	55.7	56.5	57.3	58.1	±0.8

注：浅口式比一般系带式跖围、跗围小半个型号的等差数据。

表2 中国男系带式皮鞋楦长、围、宽尺寸系列表

号型	鞋号	23.5	24	24.5	25	25.5	26	26.5	等差
	楦底样长	250	255	260	265	270	275	280	
一型	跖围	218.5	222	225.5	229	232.5	236	239.5	±3.5
	跗围	221.9	225.5	229.1	232.7	236.3	239.9	243.5	±3.6
	基本宽度	80.2	81.5	82.8	84.1	85.4	86.7	88	±1.3
	踵心宽度	54.3	55.2	56.1	57	57.8	58.7	59.6	±0.88
一型半	跖围	222	225.5	229	232.5	236	239.5	243	±3.5
	跗围	225.5	229.1	232.7	236.3	239.9	243.5	247.1	±3.6
	基本宽度	81.5	82.8	84.1	85.4	86.7	88	89.3	±1.3
	踵心宽度	55.2	56.1	57	57.8	58.7	59.6	60.5	±0.88
二型	跖围	225.5	229	232.5	236	239.5	243	246.5	±3.5
	跗围	229.1	232.7	236.3	239.9	243.5	247.1	250.7	±3.6
	基本宽度	82.8	84.1	85.4	86.7	88	89.3	90.6	±1.3
	踵心宽度	56.1	57	57.8	58.7	59.6	60.5	61.4	±0.88
二型半	跖围	229	232.5	236	239.5	243	246.5	250	±3.5
	跗围	232.7	236.3	239.9	243.5	247.1	250.7	254.3	±3.6
	基本宽度	84.1	85.4	86.7	88	89.3	90.6	91.9	±1.3
	踵心宽度	57	57.8	58.7	59.6	60.5	61.4	62.2	±0.88
三型	跖围	232.5	236	239.5	243	246.5	250	253.5	±3.5
	跗围	236.3	239.9	243.5	247.1	250.7	254.3	257.9	±3.6
	基本宽度	85.4	86.7	88	89.3	90.6	91.9	93.2	±1.3
	踵心宽度	57.8	58.7	59.6	60.5	61.4	62.2	63.1	±0.88
三型半	跖围	236	239.5	243	246.5	250	253.5	257	±3.5
	跗围	239.9	243.5	247.1	250.7	254.3	257.9	261.5	±3.6
	基本宽度	86.7	88	89.3	90.6	91.9	93.2	94.5	±1.3
	踵心宽度	58.7	59.6	60.5	61.4	62.2	63.1	64	±0.88
四型	跖围	239.5	243	246.5	250	253.5	257	260.5	±3.5
	跗围	243.5	247.1	250.7	254.3	257.9	261.5	265.1	±3.6
	基本宽度	88	89.3	90.6	91.9	93.2	94.5	95.8	±1.3
	踵心宽度	59.6	60.5	61.4	62.2	63.1	64	64.9	±0.88

表3 英国女鞋尺寸对照表

鞋号		长度			肥度						
		凉鞋	满帮鞋、运动鞋		0	1	2	3	4	5	6
					AA	A	B	C	D	E	EE
2	in	8 4/5	9	9 1/5	6 3/4	7	7 1/4	7 1/2	7 3/4	8	8 1/4
	mm	223.5	228.50	233.5	171.45	177.80	184.15	190.50	196.85	203.20	209.55
3	in	9 1/7	9 1/3	9 1/2	7	7 1/4	7 1/2	7 3/4	8	8 1/4	8 1/2
	mm	232	237	242	177.80	184.15	190.50	196.85	203.20	209.55	215.90
4	in	9 1/2	9 2/3	9 6/7	7 1/4	7 1/2	7 3/4	8	8 1/4	8 1/2	8 3/4
	mm	240.5	245.5	250.5	184.15	190.50	196.85	203.20	209.55	215.90	222.25
5	in	9 4/5	10	10 1/5	7 1/2	7 3/4	8	8 1/4	8 1/2	8 3/4	9
	mm	249	254.00	259	190.50	196.85	203.20	209.55	215.90	222.25	228.60
6	in	10 1/7	10 1/3	10 1/2	7 3/4	8	8 1/4	8 1/2	8 3/4	9	9 1/4
	mm	257.5	262.5	267.5	196.85	203.20	209.55	215.90	222.25	228.60	234.95
7	in	10 1/2	10 2/3	10 6/7	8	8 1/4	8 1/2	8 3/4	9	9 1/4	9 1/2
	mm	266	271	276	203.20	209.55	215.90	222.25	228.60	234.95	241.30
8	in	10 4/5	11	11 1/6	8 1/4	8 1/2	8 3/4	9	9 1/4	9 1/2	9 3/4
	mm	274	279	284	209.55	215.90	222.25	228.60	234.95	241.30	247.65
9	in	11 1/7	11 1/3	11 1/2	8 1/2	8 3/4	9	9 1/4	9 1/2	9 3/4	10
	mm	283	288	293	215.90	222.25	228.60	234.95	241.30	247.65	254.00
10	in	11 1/2	11 2/3	11 6/7	8 3/4	9	9 1/4	9 1/2	9 3/4	10	10 1/4
	mm	291	296	301	222.25	228.60	234.95	241.30	247.65	254.00	260.35
11	in	11 4/5	12	12 1/5	9	9 1/4	9 1/2	9 3/4	10	10 1/4	10 1/2
	mm	300	305	310	228.60	234.95	241.30	247.65	254.00	260.35	266.70
12	in	12 1/8	12 1/3	12 1/2	9 1/4	9 1/2	9 3/4	10	10 1/4	10 1/2	10 3/4
	mm	308	313	318	234.95	241.30	247.65	254.00	260.35	266.70	273.05

注：英国鞋号长度号差 8.46mm，半号 4.23mm，型差（肥瘦度差）6.35mm，半号型差 3.175mm。

表 4 法国鞋号长度、围度数据对照表

鞋号	跖围									长度			
	1	A2	B3	C4	D5	E6	F7	G8	H9				
48	239	244	249	254	259	264	269	274	279	320	男 士		
47	235	240	245	250	255	260	265	270	275	313			
46	231	236	241	246	251	256	261	266	271	307			
45	227	232	237	242	247	252	257	262	267	300			
44	223	228	233	238	243	248	253	258	263	293			
43	219	224	229	234	239	244	249	254	259	287			
42	215	220	225	230	235	240	245	250	255	280			
41	211	216	221	226	231	236	241	246	251	273			
40	207	212	217	222	227	232	237	242	247	267			
39	203	208	213	218	223	228	233	238	243	260			
38	199	204	209	214	219	224	229	234	239	253	女 士		
37	195	200	205	210	215	220	225	230	235	247			大 童
36	191	196	201	206	211	216	221	226	231	240			
35	187	192	197	202	207	212	217	222	227	233			
34	183	188	193	198	203	208	213	218	223	227			
33	179	184	189	194	199	204	205	214	219	220			中 童
32	175	180	185	190	195	200	250	210	215	213			
31	171	176	181	186	191	196	201	206	211	207			
30	167	172	177	182	187	192	197	202	207	200			
29	163	168	173	178	183	188	193	198	203	193		小 童	
28	159	164	169	174	179	184	189	194	199	187			
27	155	160	165	170	175	180	185	190	195	180			
26	151	156	161	166	171	176	181	186	191	173			
25	147	152	157	162	167	172	177	182	187	167			
24	143	148	153	158	163	168	173	178	183	160			
23	139	144	149	154	159	164	169	174	179	153			
22	135	140	145	150	155	160	165	170	175	147			
21	131	136	141	146	151	156	161	166	171	140	婴 儿		
20	127	132	137	142	147	152	157	162	167	133			
19	123	128	133	138	143	148	153	158	163	127			
18	119	124	129	134	139	144	149	154	159	120			
17	115	120	125	130	135	140	145	150	155	113			
16	111	116	121	126	131	136	141	146	151	107			

注：法国鞋号长度级差分别以 6mm 和 7mm 交替上升，标准长度级差为 6.67mm，半号 3.335mm，围度型差是 5mm，号与号之间围度号差 4mm，半号为 2mm。

表5 美国鞋号长度、围度数据对照表

尺寸	中底长度					跖围										
	凉鞋	满帮鞋、运动鞋				AAAA	AAA	AA	A	B	C	D	E	EE	EEE	
男青年	3 1/2	231	232	236	237	241				187.33	193.68	200.03	206.38	212.73	219.08	
	4	235	236	240	241	245				190.5	196.85	203.2	209.55	215.9	222.25	
	4 1/2	239	240	244	245	249				193.68	200.3	206.38	212.73	219.08	225.43	
	5	243	244	248	249	253				196.85	203.2	209.55	215.9	222.25	228.6	
	5 1/2	247	248	252	253	257				200.03	206.38	212.73	219.08	225.43	231.78	
	6	252	253	257	258	262				203.2	209.55	215.9	222.25	228.6	234.95	
女鞋	3	214	215	219	220	224	163.51	168.28	173.04	179.39	185.74	192.09	198.44	203.2	207.96	
	3 1/2	218	219	223	224	228	166.69	171.45	176.21	182.56	188.91	195.26	201.61	206.38	211.14	
	4	222	223	227	228	232	169.86	174.63	179.39	185.74	192.09	198.44	204.79	209.55	214.31	
	4 1/2	226	227	231	232	236	173.04	177.8	182.56	188.91	195.26	201.61	207.96	212.73	217.49	
	5	231	232	236	237	241	176.21	180.98	185.74	192.09	198.44	204.79	211.14	215.9	220.66	
	5 1/2	235	236	240	241	245	179.39	184.15	188.91	195.26	201.61	207.96	214.31	219.08	223.84	
	6	239	240	244	245	249	182.56	187.33	192.09	198.44	204.79	211.14	217.49	222.25	227.01	
	6 1/2	243	244	248	249	253	185.74	190.5	195.26	201.61	207.96	214.31	220.66	225.43	230.19	
	7	247	248	252	253	257	188.91	193.68	198.44	204.79	211.14	217.49	223.84	228.6	233.36	
	7 1/2	252	253	257	258	262	192.09	196.85	201.61	207.96	214.31	220.66	227.01	231.78	236.54	
	8	256	257	261	262	266	195.26	200.03	204.79	211.14	217.49	223.84	230.19	234.95	239.71	
	8 1/2	260	261	265	266	270	198.44	203.2	207.96	214.31	220.66	227.01	233.36	238.13	242.89	
	9	264	265	269	270	274	201.61	206.38	211.14	217.49	223.84	230.19	236.54	241.3	246.06	
	9 1/2	269	270	274	275	279	204.79	209.55	214.31	220.66	227.01	233.36	239.71	244.48	249.24	
10	273	274	278	279	283	207.96	212.73	217.49	223.84	230.19	236.54	242.89	247.65	252.41		
男鞋	6	251	253	256	257	261			196.85	203.2	209.55	215.9	222.25	227.01	231.78	
	6 1/2	255	257	260	261	265			200.03	206.38	212.73	219.08	225.43	230.19	234.95	
	7	260	262	265	266	270			203.2	209.55	215.9	222.25	228.6	233.36	238.13	
	7 1/2	264	266	269	270	274			206.38	212.73	219.08	225.43	231.78	236.54	241.3	
	8	268	270	273	274	278			209.55	215.9	222.25	228.6	234.95	239.71	244.48	
	8 1/2	272	274	277	278	282			212.73	219.08	225.43	231.78	238.13	242.89	247.65	
	9	276	278	281	287	286			215.9	222.25	228.6	234.95	241.3	246.06	250.83	
	9 1/2	281	283	286	287	291			219.08	225.43	231.78	238.13	244.48	249.24	254	
	10	285	287	290	291	295			222.25	228.6	234.95	241.3	247.65	252.41	257.18	
	10 1/2	289	291	294	295	299			225.43	231.78	238.13	244.48	250.83	255.59	260.35	
	11	293	295	298	299	303			228.6	234.95	241.3	247.65	254	258.76	263.53	
	11 1/2	298	300	303	304	308			231.78	238.13	244.48	250.83	257.18	261.94	266.7	
	12	302	304	307	308	312			234.95	241.3	247.65	254	260.35	265.11	269.88	
	12 1/2	306	308	311	312	316			238.13	244.48	250.83	257.18	263.53	268.29	273.05	
13	310	312	315	316	320			241.3	247.65	254	260.35	266.7	271.46	276.23		

注：号差为 8.46mm，半号差为 4.23mm。



足佳鞋业市场位于闻名遐迩的鞋业特色村——东田村。整个鞋业生产基地为98万多平方米，足佳鞋业市场为13万多平方米，足佳鞋业四期皮鞋电商市场为3.3万多平方米。皮鞋电商市场拥有400多个专销皮鞋的电商经营户，每天的销售量达2万多双，高峰期每天的销量高达6万多双。



## 足佳鞋业市场

是浙北现代化和专业化的鞋材交易与皮鞋电商市场，欢迎前来参观、加盟！

地址：浙江省桐乡市洲泉镇

<http://WWW.zjzujia.com>

服务热线：0573-88598858 88596777

## 扎根皮革行业 绽放青春光芒 ——中国皮革协会奖学金获得者感受与体会系列报道之一

### 编者按：

为贯彻科教兴国战略，提高我国皮革行业的技术水平，助推人才培养战略落地，1995年中国皮革协会设立了奖学金，每年对高校皮革及相关专业品学兼优的学生和班级进行奖励。25年来，该奖学金激励了许多学生对皮革科技事业的热爱与追求，促进了皮革人才的培养，推动了皮革行业的发展。

截止2020年8月31日，中国皮革协会在四川大学、陕西科技大学、齐鲁工业大学、北京服装学院、齐齐哈尔大学、嘉兴学院、温州大学等7所院校设立了奖学金，对皮革专业2945名品学兼优的学生和132个班级进行了奖励，累计奖励金额231万元。奖学金是高校激励体制中重要的组成部分，在引导和鼓励学生刻苦学习、奋发向上，促进学生全面素质提高等方面发挥着重要作用。奖学金事业使一批批皮革学子在激励下学有所成、学有所用，坚定了他们毕业后在皮革行业工作和发展事业的决心。如今，许多当年获得中国皮革协会奖学金的同学奋战在皮革行业第一线，成为产业发展的中坚力量。

受益奖励，躬耕皮业，他们有颇多感受与体会。

## 让真皮产品成为更多人的选择

文/刘跃



非常荣幸在大学期间获得中国皮革协会在四川大学设置的专业奖学金，让当时还在校园的我感受到皮革行业的温暖，也让我相信行业的蓬勃活力，坚定了毕业后加入皮革行业大家庭的信念。

不仅如此，刚刚毕业参加工作的我也得到了行业前辈的很多帮助。无论毕业于哪所院校，进入同一公司的皮革人都能团结在一起，形成温暖的皮革大家庭，互帮互助，让刚参加工作的新皮革人倍感亲切，

更快地融入公司、融入行业。我工作的李尔（上海）汽车部件技术有限公司，集中了几乎国内外所有皮革院校的毕业生，大家团结一致，为汽车皮革的开发努力协作。

汽车材料的特殊性对真皮材料提出了巨大的挑战，众多严苛的测试和来自主机厂商的诸多要求，让汽车皮革形成了一种独特的风格。

汽车内饰材料主要分合成革、织物和真皮，织物主要作为辅料和合成革或者真皮搭配使用。近些年，汽车内饰用真皮一直受到来自合成革的竞争压力，虽然合成革的整体性能目前还不能超过真皮，但合成

革价格低廉，具有更好的稳定性。真皮材料的天然属性使之能与人的肌肤贴合，应用在座椅上，给人以极佳的乘坐舒适感。在一些关键的特性上，真皮更是具有极大的优势：极佳的透气性能、结合特定的防污化料可以让真皮具有杰出的防污性能，易于清洁。这些都是目前合成革材料无法达到的，也是众多主机厂选择真皮材料为中高端车型增加奢华感的原因。

现在我们依然可以感受到，大多数汽车车主对于真皮座椅是期待和喜爱的，因为他们相信真皮的高级和奢华，愿意为了真皮而买单。



我们皮革人一直努力在复杂的汽车市场环境下，坚持开发具有舒适、时尚的汽车内饰真皮材料，让顾客真切体会到真皮座椅的优势。

希望汽车真皮行业的从业者团

结一致，共同努力，开发和生产高级的汽车真皮，让顾客感受到来自真皮的美，从而让汽车主机厂商相信真皮材料是物有所值的，形成一个正向的循环，让汽车真皮行业健

康蓬勃发展。

（刘跃：2015届四川大学轻化工程专业本科毕业，现就职李尔（上海）汽车部件技术有限公司）

## 不忘初心 继续皮业

文 / 杨艳峰



有句话说得好：“不会时常想起，但却无处不在”。这不，前几天刚接到中国皮革协会约稿的通知，有点受宠若惊，掩饰不住内心那一丝丝的喜悦和激动，原来组织一直在身边，不论是在校还是工作，她从未离我们远去。

我与中国皮革协会的相识，始于2015年9月即将步入大三时获得的中国皮革协会二等奖学金。时光荏苒，我已在皮革行业工作3年。现在想来，当年获奖的精神激励远高于物质支持，它解决的不仅是我生活中的部分困难，更重要的是提振了我从事皮革行业的信心，那更是一种至高无上的荣誉，毕竟没有几个行业协会在高校设立奖学金。这足以体现出皮革协会对人才培养的高度重视，同时也切实增强高校和行业之间的互动交流，更好地发挥了桥梁作用，帮助在校学生客

观公正全面地认识和了解行业。如果可以，协会可以专门针对已签约皮革行业的应届生实施奖励，最大限度地发挥协会的影响力，实时激励刚入社会的皮革人，肯定其选择，坚定其信心，鼓舞其斗志。

我毕业选择皮革行业，一是因为自己没有特别想从事的行业，二是也想发挥所学专业之长。进入社会工作后，对比身边同一届工作的同学或朋友，这才发现，经济下行的大环境下，各行各业都不容易。圈子广有圈子广的难处，圈子小也有圈子小的好处，比如圈子小的皮革行业，身边的同行多数毕业于皮革专业，算得上同门师兄弟，彼此间的距离瞬间被拉近，工作氛围较为融洽和谐，自然也就少了些勾心斗角。可以静心做技术搞生产，做出成绩，也很容易得到领导的肯定和赏识。如今环保趋严，外贸疲软，皮革行业的发展遇到了困难，很多人都在寻找机会离开这个行业。但至今，我仍然记得四川大学何有节院长说过的一句话：“飞出去的是凤凰，留下来的也是金子”。是的，三年入行，十年懂行。每个人的选

择都没有对错，关键是自己内心渴望追寻什么样的生活，不论是哪一行，只要深耕，总会发光发热。

在我看来，皮革行业仍有机会，特别是细分领域，比如我现在从事的汽车皮革，在国内疫情稳定、经济复苏的背景下，在汽车消费需求稳步增长的带动下，汽车皮革订单量急剧增加，有点供不应求。同时，一个传承了数千年的传统产业有足够的韧性，穿越周期，迎来产业转型的新未来。

在环保日趋严格和客户质量要求不断提高的双重压力下，行业企业呈现马太效应，强者越强，弱者淘汰出局。当下的每一个皮革人，都必须时刻绷紧神经，树立危机意识，环保是生命线，如若不达标，明天可能就关门了；皮革气味不合格，订单可能就丢了。

在2020年这个特殊的年份里，让我们一起努力靠近理想中的生活，为皮革行业更辉煌的明天而奋斗。

（杨艳峰：2017届四川大学轻化工程专业本科毕业，现就职美多绿汽车皮革（广州）有限公司珠江事务所）

用  
创  
新  
科  
技  
为  
人  
们  
带  
来  
极  
致  
舒  
适  
的  
体  
验  
是  
康  
奈  
的  
使  
命

## 康奈品牌直播日 揭秘舒适鞋黑科技

文、图/小康



郑莱毅总经理（右）空降直播间解码康奈舒适黑科技

2020年5月28日中午12点整，致力于打造中国第一舒适鞋履品牌的康奈上线淘宝直播，拉开了康奈集团 & 淘宝直播强强联合打造的品牌直播日的帷幕。

温州市妇联主席何莉平、鹿城区妇联主席黄西堤做客康奈总裁会客厅直播间；郑莱毅总经理空降直播间解码康奈舒适黑科技；郑莱莉副董事长亲临直播现场尖峰带货；品牌好友、著名节目主持人左岩惊喜连麦；坐拥百万粉丝的淘宝TOP级时尚主播祖艾妈，以及heika、demi、小丫momo、仙女小洋洋等众多直播达人在线分享康奈舒适鞋；两份价值4999元一年12双爆款舒适鞋免费送，巨额红包雨抢不停；更有超千名门店主播云上PK。

### 妇联主席做客总裁会客厅变身“网红主播”

直播过程中，何莉平、黄西堤、郑莱莉共同参与直播秀，变身“网红

主播”，为温州中国鞋都和中国真皮领先鞋王康奈带货。

何莉平在同直播间的网友互动时表示：“3月初的时候，我到康奈集团调研，那时还是刚复工时期，康奈作为温州市领军企业和鹿城区最大的品牌制造企业，在疫情面前，一方面积极开展复工复产，一方面积极捐款捐物，展现了新时代温州企业的风采。在疫情之下扛住压力，复工复产，给其他企业做了很好的榜样。今天再次来到康奈，并在直播间带货，希望通过直播带货的形式，可以发挥自己最大的力量，帮助康奈‘卖爆’”。为了给网友带来更多福利，何莉平现场抽取了其中一份“一年12双爆款舒适鞋免费送”的锦鲤大奖，赢得直播间粉丝



们满屏点赞。

黄西堤一边体验康奈的时尚舒适鞋，一边和直播间的粉丝们分享着亲身体会感受，助力网友云购

鞋。她说：“现在最热的词就是直播和直播带货，今天来到康奈直播间，一方面为温州皮鞋在新时期升级发展助力，另一方面也为像郑莱莉这样的优秀温州女企业家创新创业助威。温州是中国鞋都，康奈是在改革开放的浪潮下发展起来的温州鞋业领军企业，其创新创业精神也是新时代温州人精神写照。”

### 郑莱莉总经理空降直播间 解码康奈舒适黑科技

“这款商务舒适皮鞋采用了与运动鞋同类的鞋底材料，相同的鞋底功能以及整鞋的制作工艺，既有商务鞋的外观，又有运动鞋的脚感，所以我称之为一款可以跑步的皮鞋！”郑莱莉总经理幽默风趣地同



康奈副董事长郑莱莉（左）陪同温州市妇联主席何莉平（中）做客康奈品牌直播间

直播间网友互动交流着。

在康奈直播间“康奈品牌直播日”的时尚背景墙前，一张现代办公桌上依次陈列着：康奈商务舒适

一代、二代、三代和康奈云步舒适一代、二代、三代鞋底，生动地诠释着康奈鞋履的“舒适进化”。康奈定制升级鞋款和康奈商务舒适鞋小视频展示，也让网友更直观地了解康奈的“舒适黑科技”。

“用创新科技为人们带来极致舒适的体验是我们的使命，因此，康奈一直致力鞋的舒适技术研究与创新，成立了省级鞋类技术研究院，在产品创新、工艺创新、技术创新方面都取得新突破，现在让我们连线康奈的科研中心，希望能带大家去探秘我们研究第一线现场，也让大家知道康奈如何运用高科技打造最舒适的鞋子。”郑莱莉在直播间连线康奈研究院时，同网友热情互动。

在直播连线另一端，康奈省级鞋类技术研究院的同事正在进行鞋面散热性和足底压力分布的试验，这是鞋类舒适度的两个关键指标。在鞋面散热性试验中，网友们透过屏幕，亲临现场般地感受到电脑显示屏上显示的两只鞋的鞋面散热水平以及足表温度的区别；在回答网友关于康奈商务舒适鞋压力测试情况时，试验人员让模特在现场左脚穿上刚才与

别的运动品牌比较中胜出的康奈云步舒适运动鞋，右脚穿着康奈商务舒适皮鞋，通过测试，指标显示康奈商务舒适产品的舒适性和云步舒

适产品的舒适性相当，康奈商务舒适鞋有着和运动鞋一样的舒适体验，让观看直播的粉丝们不断刷屏“康奈黑科技”。

## 郑莱莉副董事长连麦康奈品牌好友、著名主持人左岩

康奈品牌好友、著名节目主持人左岩惊喜连麦，为粉丝种草本次康奈舒适黑科技鞋品。左岩一边分享穿着康奈鞋的舒适体验，一边热情地推荐着康奈品牌，“大家一定要穿康奈的鞋，这么舒服，不能错过，赶紧去下单。祝康奈大卖大卖！”

在线连麦左岩期间，郑莱莉也出现在直播现场带货。“夏天到了，我们每一位女生都会把自己打扮得美美的，这个季节正是我们露出脚趾的时候，所以，凉鞋就是我们宝宝们必备之选，要把美丽武装到脚趾……”“我带来了一双女凉鞋，它特别优雅，采用今年流行的撞色设计，看起来会比较活泼。牛油果绿的配色，今年特别流行。宝宝可以现在就点击屏幕购物袋下单购买体验哦。”“我们内心的美丽，也需要通过外貌来表达和表现出来，所以美丽的衣服配上美美的鞋子，才能体现出个人的风格。”在回答网友们互动问题时，郑莱莉与直播间的宝宝们打开了#不美不上街#的话题。

郑莱莉表示，时代变化非常快，企业和消费者的链接方式越来越直接，直播就是一种新时尚，康奈始



直播连线康奈省级鞋类技术研究院试验现场

**直播就是一种新时尚，康奈始终：**

**走在时尚前沿，**

**走在科技前沿，**

**走在创新前沿。**

终走在时尚前沿，走在科技前沿，走在创新前沿。在每一双鞋的背后，都有康奈人对工匠精神的坚持，对时尚的追求，以及创新黑科技的运用。康奈的目标是成为中国第一舒适鞋履品牌公司，也希望通过直播能给消费者带来更多舒适产品和体验。

## 千名康奈门店主播云上PK

今年以来，康奈线下门店全面开启直播模式，与消费者建立了更加直接的链接。淘宝直播 & 康奈品牌直播日期间，全国千名康奈线下

门店主播上线，并在云上举行直播带货PK，来自全国各地的康奈“主播”“云”聚一堂，开启了紧张刺激的带货“角逐战”，各家康奈门店各显神通，“东北二人转”“新疆民族舞”“角色真人秀”和特色歌舞轮番上演，一分钟快嘴挑战和方言带货等精彩纷呈。

最后的锦鲤大奖抽取时刻，直播间的粉丝们按捺不住激动的心情，纷纷刷屏留言，希望成为价值4999元、一年12双爆款康奈舒适鞋的锦鲤大奖幸运得主……郑莱莉副董事长亲自为观看直播的“康奈粉”抽取了锦鲤大奖。



## 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

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 Luri Junda Leather Co.,Ltd.  
柏德皮革（中国）有限公司  
Bader China Ltd.  
湖南立得皮革有限公司  
Hunan Lead Leather Co., Ltd.  
河北耿氏同盈裘革有限公司  
Hebei Petergeng Double Face Co., Ltd.  
中牛集团有限公司  
Zhongniu Group Co., Ltd.  
明新旭腾新材料股份有限公司  
Mingxin Automotive Leather Co.Ltd.  
峰安皮业股份有限公司  
Fengan Leather Co., Ltd.  
福建冠兴皮革有限公司  
Fujian Guanxing Leather Co., Ltd.  
晋江源泰皮革有限公司  
Jinjiang Yuantai Leather Co., Ltd.  
晋江市安海恒泰制革有限公司  
Hengtai Tannery Co., Ltd.  
珍寿实业（商丘）有限公司  
Zhenshou Industries (Shangqiu) Co., Ltd.  
河南三和皮革制品有限公司  
Henan Sanhe Leather Products Co., Ltd.  
黄骅德富皮革制品有限公司  
Huanghua Defu Leather Products Co., Ltd.  
徐州南海皮厂有限公司  
Xuzhou Nanhai Leather Factory Co., Ltd.  
珠海市华贸皮革制品有限公司  
Joinland Leather Products Co., Ltd.  
辛集市梅花皮业有限公司  
Xinji City Meihua Leather Co., Ltd.  
浙江祥隆皮革有限公司  
Zhejiang Xianglong Leather Co., Ltd.  
北海东红制革有限公司  
Beihai Tong Hong Tannery Co., Ltd.  
东莞裕祥鞋材有限公司  
PrimeAsia China Leather CO., Ltd.  
海宁市富升裘革有限公司  
Haining Fusheng Fur and Leather Co., Ltd.  
甘肃宏良皮业股份有限公司  
Gansu Hongliang Leather Limited  
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.  
浙江富邦汽车内饰科技有限公司  
Zhejiang Fubang Automotive Interior 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.  
浙江奇达皮业有限公司  
Zhejiang Qida Leather Co.,Ltd.  
浙江湖州达多皮革有限公司  
Huzhou Dhatr Leather Co., Ltd.  
淄博大桓九宝恩皮革集团有限公司  
Zibo Dahuanjiu Polygrace Tannery Group Co., Ltd.  
亚泰制革有限公司  
Yatai Tannery Co., Ltd.  
新裕发皮业有限公司  
New Yufa Leather Co., Ltd.  
鹤山市洪萍皮业有限公司  
Hong Ping Leather Co., Ltd.  
德清升大皮革有限公司  
Deqing Shengda Leather Co., Ltd.  
广西中港皮业有限公司  
China-H.K. Leather Co., Ltd.  
兴业皮革科技股份有限公司  
Xingye Leather Technology Co., Ltd.  
成都岚牌实业有限责任公司  
Chengdu Lanpai Industrial Co., Ltd.  
浙江卡森实业集团有限公司  
Zhejiang Kasen Industrial Group Co., Ltd.  
浙江金鑫皮革有限公司  
Zhejiang Jinxin Leather Co., Ltd.  
河北东明皮革有限公司  
Dongming Leather Co.,Ltd.  
河北东明牛皮制革有限公司  
Dongming Bright Leather Co., Ltd.  
辛集市宏四海皮革有限公司  
Xinji Hongsihai Leather Co., Ltd.  
烟台制革有限责任公司  
Yantai Tannery Co., Ltd.  
河南省方圆有限公司  
Henan Fangyuan Co., Ltd.  
山东恒泰皮革制品有限公司  
Shandong Hengtai Fur Products 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

## 制鞋业加快数字化转型

文/一清 图/百丽 红蜻蜓 天创

日前,中国信通院正式发布《中国数字经济发展白皮书(2020年)》,报告显示,2019年,我国数字经济增加值规模达到35.8万亿元,占GDP比重达到36.2%,数字经济在国民经济中的地位进一步凸显。面对数字经济主导下消费行为和消费需求的全新变化,传统制鞋品牌企业也纷纷加快了向数字化转型的步伐。

鞋企的数字化早期主要集中在研发、零售等环节,脚型数据是鞋业数字化早期启动的亮点之一。伴随着信息技术不断升级,制鞋企业的数字化建设也在逐步健全。尤其是在“十二五”时期,传统市场饱和,消费向需求方过渡,制鞋企业加快了在研发、生产、销售等方面的数字化管理。然而这一时期,企业处于“数据孤岛”中,不仅企业数据与外部数据是一个分离的状态,内部各管理系统之间也存在彼此毫无联系的情况。

近些年,互联网消费走向成熟,线上业务占比越来越大,线上线下不断融合,零售数据实时反馈到供应链和决策体系,推动了少量多样、快速响应的新的供应链模式的兴起,推动了决策科学化水平不断提升,

库存的产品不断优化,生产研发的盲目性不断降低。这一系列的变化,都使鞋企的数字化建设得到了进一步提升,开始向2.0过渡。

### 百丽“全流程数字化”

百丽国际是国内知名的鞋企领军者,是一家大型时尚产业集团,旗下品牌30多个,业务覆盖300座城市,拥有近20000家门店。



2017年,面对新商业环境的巨大考验,在私有化后百丽对自身与市场进行了重新评估。“之前我们的数据是分散而割裂的。主要体现在三方面:底层数据割裂,商场数据无法及时反馈品牌和商家;不同区域、不同渠道和不同门店的数据并不相通,无法形成有效的‘数据对齐’;宏观数据和微观决策也是割裂的,无法快速帮助一线销售人员解答顾客提出的疑问咨询,无法指导供应链及时调整。”

百丽国际执行董事李良表示,快速变化的消费市场,直接冲击了原有的产品开发和销售体系。而百丽自营门店有两万家,能够直接获得大量有效数据,具有明显的优势,如果能实现线上线下的融合,将会形成更强有力的核心竞争力。

为此，百丽改造的目标就是借助大数据和互联网工具，打造一条覆盖从生产到销售的大动脉。

经过 600 天的“低头做，闷头干”，2019 年，百丽实现了“全流程化的数字改造”。李良介绍说，在全流程数字化改造后，一双鞋从设计到消费者手中，加起来要被标注成百上千个标签，这就是百丽建立算法和完善机制的基础。

凭借全流程的数字化改造优势，百丽在线上渠道频频发力，2020 年 6.18 期间，百丽国际时尚鞋服业务线上销售额 1 小时破亿元，最终以 8.4 亿收官，同比增长 45%。难得的是，百丽线下渠道销售额也同比增长 10.5%。

## 红蜻蜓“智慧新零售”

对于数字化赋能的效果，红蜻蜓深有体会。今年年初，因疫情影响，



鞋革行业陷入困境，红蜻蜓借助企业前瞻性的信息化、数字化系统升级，在第一时间对公司战略进行了调整——加速向“智慧新零售”转型。

仅仅 7 天，在红蜻蜓做出全员进行线上服务与营销的决定后，其

员工就通过“钉钉”建立了 500 多个群，覆盖数十万群粉，实现日销售额过百万的业绩。

红蜻蜓的信息化系统升级始于 2016 年，通过与 IBM 公司合作，红蜻蜓开发了具有公司基因的 SAP 系统，并以此为核心，辅以智能制造 PMES、分销管理 DRP、门店零售 POS、线上订单 OMS、智能仓储 WMS、供应商关系管理 SRM 和客户关系管理 CRM 以及基础 IDC 等系统平台和设施，构建了红蜻蜓特色的数字化支撑体系。

“数字化一直是我来主导的，以前大家都觉得在原有这条路上走得挺好的，没那么急迫，但是面对新的消费趋势，你会发现，原来的运营模式完全跟不上了，组织模式和组织效率不够用了，你不改，这么大的费用在这里，不改不行啊！”

作为“后浪”，钱帆比父亲钱金波更加敏锐地感知到消费趋势的变化。在 2018 年升任集团副总裁后，钱帆加快了红蜻蜓的数字化建设脚步——与阿里巴巴进行了深度战略合作，推进“数智化营销”。借助钉钉系统，红蜻蜓 2018 年积累了粉丝 160 余万。正是凭借前期的大数据平台布局，在疫情期间，红蜻蜓走出了一片营销新天地。

## 天创“云鞋数仓”

2019 年 10 月，天创时尚启动了“云鞋数仓”数字化项目，受到了行业的广泛关注。

据天创时尚 CEO 倪兼明介绍，“云鞋数仓”项目围绕商业模式和



商业价值的打造，以 C2M 和 D2C 模式为导向，利用数字化工具，使产品和消费者两端都能细致地标签化和数字化，中间再通过人工智能、云计算等技术将两端的数据进行连接和匹配，最终能提升内部效率、实现产销协同。这是天创数字化转型的又一重要举措。

早在 2015 年，天创时尚就开始与 IBM 合作，进行了基于品牌全渠道的数字化布局。2017 年，天创时尚构建的“全渠道新零售消费者运营交易平台”及“全渠道产品全生命周期运营平台”取得阶段性成果，实现从单渠道、多渠道商业模式向全渠道商业模式转型，开启全新的数字化零售商业旅程。

2018 年，天创时尚首条规模化智能生产线实现投产。通过数字化实现信息集成自动化、数据分析系统化和执行改进快捷化，通过智能化实现智能匹配数据、记忆存储、自动化高效处理，产销率达 90% 以上。经过数字化建设，2018 年，天创的数字营销利润贡献已超过总利润 40%。

## 德瑞 (TFL) 收购 朗盛 (LANXESS) 皮革化学品业务

文 / 周富春 图 / TFL 朗盛

2020年8月13日,本刊从德瑞(TFL)公司和朗盛(LANXESS)公司获悉,德瑞与朗盛已达成协议,朗盛公司旗下的全部有机皮革化学品业务将出售给德瑞公司。该交易尚需相关部门的批准,预计将于2021年年中完成交易。

TFL集团首席执行官 Peter Amann 博士说:“我们很高兴宣布此项收购,并且期待着两个全球领先皮革助剂业务单位的合体。这种合体将为皮革行业提供无与伦比的高性能系列助剂和创新性而且具有可持续性的解决方案。扩张后的规模将配合我们实现构建全球顶级皮革助剂公司的目标,并且大幅度加强我们的整饰产品系列,提升我们在汽车行业中的地位。”

“我们确信将业务移交给德瑞皮化将为该业务开辟新的成长与发展前景。”朗盛集团管理董事会主席常牧天(Matthias Zachert)表示,“同时,我们正使朗盛更独立于汽车行业之外,这也是皮革产品的主要目标行业。”

据了解,该项皮革化学品板块业务收购的交易金额为1.95亿欧元(约合16亿元人民币),其中收购金额包括了8000万欧元的固定金额及最高达1.15亿欧元的绩效奖金。此外,德瑞皮化将负担业务相关负债,接管朗盛有机皮革化学品业务线的所有业务及约460名员工。

早在2014年,朗盛公司实施大幅战略调整,其中最大的一笔交易,是将合成橡胶业务转卖给了沙特阿美石油公司。朗盛出售资产获得的资金被用于接连购入科聚亚(Chemtura)、科慕(Chemours)消毒杀菌剂业务等多项化工资产,让朗盛彻底转型为特殊化学品公司。在这之前,朗盛是全球最大的合成橡胶生产商之一,该公司约四成的销售收入由合成橡胶业务贡献。在出售合成橡胶业务后,朗盛又着手清理不再符合其特殊化学品公司定位的业务,其中包括了皮革化学品。朗盛目前拥有高品质中间体、特殊添加剂、消费者保护和工程材料四大板块,在此基础上划分为11个具体单元,皮革化学品业务属于其中之一。

此前朗盛已宣布其皮革业务部自2019年底起归为非持续性经营业务。此次交易标志着朗盛将完全退出皮革化学品产业。朗盛的铬化学品业务在南非拥有两座生产基地,每年营业额约为1亿欧元(约合8.2亿元人民币),但在2020年1月,兄弟科技有限公司收购了朗盛南非铬板块业务,交易金额达6.6亿元





人民币。据悉，朗盛在其位于德国勒沃库森（Leverkusen）、意大利菲拉戈（Filago）和中国常州的工厂生产各种皮革化学品，并拥有面向应用的实验室和销售办事处的全球网络。德瑞（TFL）公司是全球领先的皮革行业专用化学品供应商，是美国黑钻石资本管理有限责任公司（Black Diamond Capital Management, L.L.C.）的投资组合公司。TFL 和 LANXESS 的皮革业务合并后，将在全球拥有约 1200 名员工。合并后，TFL 公司在德国、意大利、法国、巴西、印度和中国拥有生产设施，并在 90 多个国家设有办事机构，业务基本覆盖全球皮革行业，按基本测算，年营业额约为 4.5 亿欧元。

## 资料链接

### 德瑞 (TFL) 公司

德瑞皮化是全球跨国皮革化学品专业公司，成立于 1996 年 1 月 1 日，总部设在德国，为全球最顶尖的皮革化学品公司之一。目前，在三大洲有 15 家分公司，1,000 多名员工。TFL 的服务覆盖 90 个国家和地区，包括 50 多家代理商及其分销商。

公司可以向全球的皮革业提供从水场、复鞣染色到涂饰的全套产品和技术解决方案，尤其是高档家具革、汽车座垫革等在耐老化、耐冷冻、阻燃及雾化值等方面都有相当要求的皮革产品。德瑞皮化与德国大众、BMW 等汽车生产商均有良好的合作关系，同时，在时尚流行方面，德瑞皮化先后收购了意大利 DEACOLOR 公司、NOVARIA 公司，一直是全球皮革花色新潮流的领头羊。目前公司的产品共有几十大类、2000 多个品种。在欧洲、美洲及亚洲均设有生产工厂。

目前，德瑞在青岛高科园有以高科技为导向的独资企业—德瑞皮革科技（青岛）有限公司，是其在亚太地区的重要生产基地。德瑞公司除了在青岛的生产基地以外，还在上海、广州设立了分公司。2004 年 10 月，大型德瑞皮革技术服务中心在浙江桐乡正式开业。

### 朗盛 (LANXESS) 公司

朗盛是全球领先的特殊化学品供应商，2019 年销售总额为 68 亿欧元，在全球拥有约 14,300 名员工，分布在 33 个国家。朗盛的核心业务包括开发、生产及销售化学中间产品、添加剂、特殊化学品与塑料。皮革化学品业务部门是朗盛中国公司的 11 个业务部门之一。

公司产品种类丰富，专注于高端业务领域。此外，朗盛还帮助客户开发、实施定制的系统解决方案。在这些化工行业的核心领域，朗盛所拥有的核心专业知识涵盖了化学品和应用技术、灵活的资产管理及客户化服务等多个方面。朗盛是领先的皮革化工品供应商，在欧洲、美洲与亚洲均设有生产基地。朗盛的产品系列包括无机和合成鞣剂、防腐剂、助剂、加脂剂和染料等。朗盛能为皮革加工的所有环节提供皮革助剂和现场技术支持，是全球皮革助剂的领先供应商之一。

朗盛大中华区总部位于上海，拥有 15 家下属企业、7 个研发中心以及 8 个生产基地，员工约 1,500 名，在上海、北京、广州、无锡、青岛、溧阳、南通、常州、宁波、南京和台湾地区、香港地区有分公司和办事处。2013 年上半年，朗盛在中国最大的皮革化学品工厂在江苏省常州建成投产，这座投资额达 4000 万美元的工厂设计年产能可为 5 万吨，常州工厂设有皮革化学品研发中心。

## 雪豹： 超薄皮革服装深受客户青睐

文/李书波 图/张辉



8月9日，为期4天的2020海宁中国国际皮革裘皮时装展圆满落下帷幕，演绎了一场“秋冬服装大赏”。浙江雪豹服饰有限公司展出的弹力皮革系列、双面皮革系列、“超薄”皮革系列产品深受客户的推崇。

8月6日开展第一天，在雪豹展位现场挤满了客户和参观者，雪豹公司的工作人员忙得不亦乐乎，他们有的在帮客户试穿新款，有的在和客户洽谈订购事宜，有的则介绍新款新品……公司总经理朱伟祥告诉笔者，一直以来，雪豹立足海宁浙江省特色工业设计示范基地，加大投入，积极研发新产品、新工艺，推出了弹力皮革系列、双面皮革系列、“超薄”皮革系列等产品，他们推出的超薄皮革服装重量不足500克，时尚又轻巧。

据了解，雪豹公司自1984年创立以来，一直深耕皮革、裘皮服装领域，始终坚持创新，不断提升研发生产能力。近年来，为满足客户多样化消费需求，公司向纺织服装领域积极拓展。在本届时装展上，雪豹彰显了深厚的品牌文化底蕴，传递了纯粹、优雅的美学服装理念。

乘风破浪正当时。雪豹将以此为契机，不忘初心，依托皮装产业和纺织服装产业的深度融合，辐射更广泛的时尚产业，打造时尚化、个性化、定制化的生活方式，持续满足、美化人们的生活。

# 富升公司： 裘革一体面料专业制造商

文 / 李书波 图 / 张辉



在8月6-9日举办的2020第二十七届海宁中国皮革博览会暨2020海宁中国国际皮革裘皮时装展上，海宁富升裘革有限公司的主打产品托斯卡纳、美丽奴裘革深受服装厂家以及经销商的青睐。

在展会现场，前去选购裘革一体的服装企业负责人络绎不绝，他们对今年流行的新品和颜色非常感兴趣。专业生产裘革一体服装的企业老板吴忠明告诉笔者，富升公司的裘革一体产品低碳环保，质地非常好，做出的服装也很有版型。

据了解，海宁市富升裘革有限公司是一家专业生产、销售各类中高档毛革两用服装革、各类光面手套革及服装革的民营企业。公司成立于1998年3

月，位于“中国皮革之都”浙江省海宁市，优美的自然风光孕育了具有和谐文化底蕴和极具创新精神的富升裘革公司。公司现有员工380余人，其中各类专业技术人才60余人。厂区占地面积48000平方米，拥有办公楼、厂房建筑面积3万余平方米。现有裘革和光面皮革两条生产线，拥有各类设备共计250余台（套），其中进口先进设备40余台（套）。

富升公司自成立以来，坚持技术创新、产品创新和管理创新，致力于不断推动制革行业的发展，该公司的山羊毛革两用服装革、绵羊毛革两用服装革、超薄型丝绸感山羊革、绵羊幻彩服装裘革、山羊仿鹿皮五项产品被评为国家级、省级新产品。

在加强经营发展的同时，富升公司也不断加强环境保护工作，自成立以来环境保护硬件投入不断增加：污水站建设、雨污分离系统建设、在线检测系统运行及中水回用工程、锅炉脱硫设施等项目工程陆续上马并全部建成运行正常。和谐快乐的企业氛围、积极创新的高效运作、优美舒适的企业环境必将促使富升公司不断发展！

现在已不是关乎发展的问题，而是关乎生存的考验。



## 疫情之下 雅宝路皮草的坚守

文/毕波 图/汐帛

俄罗斯2020年7月10日宣布，从7月15日开始逐步恢复国际航班，并取消对入境人员采取14天强制隔离。看到这则消息，河北汐帛进出口贸易有限公司总经理郭瑞华第一时间在朋友圈进行了转发，并在评论里附上了一个大大的赞。

受新冠肺炎疫情影响，今年上半年，中俄贸易出现明显下滑，数据显示，2020年1-6月，俄中贸易额同比下降5.6%，而毛皮服装出口额同比大幅下降48.6%。

雅宝路作为中国出口俄罗斯服装贸易的重要市场，毫无疑问，受到了疫情的强烈冲击。尤其是对以每年三月份作为春季集中时间段进行外贸订货的商户来说，受到的影

响更为突出。

“现在已不是关乎发展的问题，而是关乎生存的考验。”面对国内外毛皮行业市场环境转变的多重压力，郭瑞华表示，经营了20余年的皮草生意在今年或许会中断。

### 繁华期 产品为王

2006年，经朋友介绍，郭瑞华在雅宝路租了一个摊位。“之前



我已经做了几年的俄罗斯毛皮生意，相对来说，雅宝路市场比较成熟，在这里有了固定摊位，经营风险要小。”

这一时期，萌芽于20世纪80年代的雅宝路市场经过20余年的发展，已经是中国对俄罗斯、土耳其等东欧国家贸易最为重要的窗口之一。特别是前苏联解体后，俄罗斯各种商品奇缺，皮毛作为刚需，被大量的输出，雅宝路皮毛市场规模因此得到迅速提升。凭借流利的俄语，很快郭瑞华就获得了一些订单，也了解到市场面临的问题——同质化产品太多。

为区别于其他市场产品，郭瑞华将眼光投向了意大利。“主要是从那里了解最新的流行趋势，并且采购一些符合俄罗斯市场需求的样衣，回来再稍作调整，进行打版。”在原料上，郭瑞华开始往返于国

外各大拍卖场，采购优质的毛皮原料。同时，郭瑞华也陆续跑遍了广州、深圳、上海、海宁等国内的各大辅料市场。在原辅料备齐后，郭瑞华与辛集、海宁、深圳等地的数家公司达成了生产协议。

就这样，到2010年，郭瑞华已经在雅宝路最火的天雅大厦和国雅大厦有了4个属于自己的商铺，并在2012年成立了河北汐帛进出口贸易公司。

### 过渡期 内外并重

2013年，我国皮草产品最主要的两个出口目的国——俄罗斯和乌克兰之间的能源危机加剧，雅宝路市场销售随之下滑。到2014年，卢布大跌，俄罗斯经济危机爆发，雅宝路市场形势急转直下，开始走入低谷期。

“这两个阶段，对我国毛皮制品出口的影响并不明显，影响较大的是随后俄罗斯开始对毛皮制品实行强制电子标签管理。”郭瑞华说，在俄罗斯加强对进口毛皮制品管理后，原来



订货的客户少了三分之一。雅宝路市场也开始陆续出现毛皮服装企业撤摊关店的情况。

随着京津冀协同发展提升为国家战略，北京非首都功能疏解，大部分皮草企业将彻底告别雅宝路市场。

“国雅和天雅并不在清退之列，而且考虑到我们的客户都在



北京雅宝路国雅大厦



汐帛参加哈萨克斯坦服装展会

在市场环境发生很大变化的情况下，对雅宝路皮草企业来说，目前能做的或许只有等待！

这里，雅宝路市场相对于其他地方，还是更被东欧的商家认可，所以，我还是决定留在雅宝路。”郭瑞华说。

据了解，这一时期，雅宝路约七成皮草企业先后转移到了内蒙古乌兰察布、河北永清、河北辛集、河北肃宁等地区，原来的十五个市场，目前只保留了四个。而选择留守雅宝路市场的部分皮草企业则开始了转型升级之路，内销与外贸两手抓。得益于公司在产品上的优势，郭瑞华也调整了经营思路，试图打造属于自己的品牌。2016年，汐帛加强了对品牌的管理，以适应内销的生产销售模式，并且申请了“真皮标志”，为品牌注入了品质保证。同时，郭瑞华不断拓宽内销市场。一方面积极参加海宁、辛集等地举

办的订货会，另一方面加强对线上销售市场的拓展。

### 消退期 静待再起

三年时间，汐帛的内销市场得到了一定的拓展，品牌也开始逐渐被一些客户所熟悉，但因突然爆发的疫情影响，今年汐帛的内销业绩非常不理想。

“这几年，凭借从乌克兰进口的原料，我们皮毛一体服装在市场上具有一定优势，但今年参加了几场订货会，市场都不好，订单很少。”面对行业市场的不景气，郭瑞华表示国内市场竞争越来越激烈，不仅是线下市场，线上市场也困难重重。

“2018年底，我们进行了直播销售，有什么卖什么，还不错。但现在不

一样了，都是依靠流量主播，需要根据主播的风格去搭配产品。”

一场疫情，让原本已经失去了往日繁华的雅宝路皮草市场面临更大的挑战。“现在全球气候变暖，俄罗斯市场需求也发生了变化，年轻人的穿衣观念都是追求轻便，毛皮不再是刚需。”郭瑞华表示，这几年的外贸订货产品中，不仅传统毛皮服装的订单在急剧减少，部分毛皮服装产品中的皮草元素所占比例也逐渐下降。

笔者8月初实地了解发现，仍在经营皮草的三个雅宝路市场里，约70%的店铺处于歇业状态。在市场环境发生很大变化的情况下，对雅宝路皮草企业来说，目前能做的或许只有等待！



FUSHENG  
FUR&LEATHER  
富升裘革

海宁市富升裘革有限公司  
毛革一体面料专业制造商



地址：海宁市周王庙镇油车路338号

电话：0573-87539811 传真：0573-87533308

联系人：崔兴达 13806704199

李峰 13757397217



睢县县委书记吴海燕（左二）调研企业复工复产情况

## 打好“六稳”“六保”组合拳 助力睢县经济稳中求进

文 / 徐瑞丽

2020年以来，面对疫情防控对生产、投资等带来的挑战，睢县把握稳中求进工作总基调，扎实做好“六稳”工作，落实“六保”任务，立足发挥投资关键作用，紧盯重点领域发展，强化投资，增强基础支撑，多措并举助力企业复工复产，纾解企业实际困难，聚力打好高质量发展主动仗，努力实现全年经济社会发展目标任务。

**网上零售异军突起。**随着“互联网+”快速发展，网络购物、信用消费、协同消费等新兴消费模式正成为人们的主要生活方式。面对制鞋产业外贸订单减少、产业链没有完全恢复等情况，睢县众多企业越来越重视拓展网上业务，尝试发展新业态，以新业态赋予产业发展新动能。同时，外贸制鞋企业加

快转型升级，拓展内销市场，吸引36家电商等新业态入驻，12家网络直播带货工作室线上销售，涌现出“特步-少林”联名系列产品等。特步体育与少林寺跨界合作，融合千年国粹精神，演绎现代运动时尚，联合打造特步-少林联名系列产品品牌，赢得广泛好评，实现产业规模化、多业态同步发展。新业态带来发展新动能，重点外贸企业5月以来订单回升，产销两旺。上半年，全县进出口总额同比增长6.7%。

**落实政策精准帮扶。**睢县全力帮助企业复工复产，成立由工信局、卫健委、产业集聚区等相关职能部门组成的复工复产专班，落实“五个一”工作机制，统筹疫情防控和经济发展。同时，认真落实“两个零接触”“保姆式服务”，

主动回应企业需求，真心实意为企业排忧解难，真正让企业轻装上阵、加快发展，坚定企业复工复产信心，出台15条扶持企业措施，帮助企业招工7000余人，为企业融资1.2亿元，减免各种税费5000余万元，全县100家规上工业企业在2020年2月底前已全部复工复产。足力健、河北十只狼、亿兆鞋业3家新近落户睢县的企业疫情期间顺利投产，新增制鞋产能2000万双。

**转型升级持续推进。**按照“六保”要求，突出稳定制鞋产业供应链，围绕资金、用工、用能、运输、原材料供应等，梳理重点支撑企业和核心配套企业，分级分类做好“链式服务”，同时，纵深推进智能化改造提效扩面、绿色改造提标示范、技术改造提速升级，引领带动制鞋产业优化升级，全县制鞋产业呈现蓬勃发展态势。全县工业用电量从3月底起实现正增长，1-6月增速14.2%，位居商丘市第一。

**投资扩量提质增效。**强力推进重点项目建设，顶住疫情防控压力，全力推动年度重点项目开工建设。对立项、环评、工地等前期工作倒排工作进度，为项目按计划开工建设提供保障。为重点项目建设敞开“方便之门”、开辟“绿色通道”，对三台制鞋产业园、雄安制鞋产业园、亚新科技、鸿大光电科技等重点项目，项目服务单位全程跟踪服务，以推进重点项目的落地建设，为经济发展增加固定资产投资额度。



河南睢县  
2020.11

# 睢县杯

2020年全国皮革行业职业技能竞赛(鞋类设计)

PROFESSIONAL SKILL COMPETITION  
IN LEATHER INDUSTRY

做有思想的设计

独家冠名：睢县产业集聚区管理委员会

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

承办单位：河南省睢县人民政府  
河南省皮革行业协会  
河南省财贸金融轻纺烟草工会

# 坚持高端品质 高举创新大旗 第二十七届海宁中国皮革博览会 弄潮产业 “赋新”之路

文、图 / 张 辉 李书波 李冬超



浙江省市场协会会长张志益致辞



海宁市委常委、常务副市长濮新达致辞



海宁中国皮革城股份有限公司董事长张月明致辞





8月6日，第二十七届海宁中国皮革博览会暨2020海宁中国国际皮革裘皮时装展在海宁会展中心隆重启幕。

浙江省市场协会会长张志益，浙江省贸促会二级巡视员吴莉芬，浙江省经信厅生产服务业处处长陈海江，中国食品土畜进出口商会兼职副会长、裘皮分会理事长冯宝兴，浙江省皮革行业协会理事长李伟娟，海宁市委常委、常务副市长濮新达，海宁市人大常委会副主任许建明，海宁市政协副主席郑进良，海宁市皮革行业协会理事长、海宁中国皮革城股份有限公司名誉董事长任有法，海宁中国皮革城股份有限公司董事长张月明出席开幕式。

浙江省商贸业联合会、浙江省会展行业协会等领导，海宁市级相关部门代表，中国美术学院、浙江理工大学等设计院校代表，成都、郑州、株洲、西安、重庆、合肥、常熟、青岛等国内重要批发市场的代表到场参加。

这是一场全行业翘首以盼、期待已久的盛会。“海宁皮博会来了，我们就对市场有信心了。”皮革时尚行业资深买手王女士说。“这么多年，行业的风向标还是要看海宁！”

信心源自27年苦心经营，海

宁皮博会层次高、影响广、参与人数多。尤其是近年来，在公司“巩固和提升发展皮革裘皮主业，叠加发展时装产业”战略指引下，皮博会积极转型升级，产品范围向秋冬时装品类扩容，为海宁着力打造的“千亿时尚行业”打开了一扇通向更广阔市场的大门。

本次皮博会期间，2020海宁中国国际皮革裘皮时装展、2020海宁中国国际皮革裘皮时装云展会都同步启动，众多行业中坚品牌以高端品质集中展现引领性、前瞻性、

实效性。在后疫情时代，海宁率先打响发令枪，领跑皮革时尚产业升级之路。

## “海宁品牌”掀起行业新风潮

一个产业，何以几十年坚持高速奔跑，甚至成为城市的名片、行业的标杆？

走进第二十七届海宁中国皮革博览会现场，在流光溢彩的时装周T台、百花争艳的时装展展位上，那些琳琅满目的海宁品牌会告诉你

答案。单是走上时装展的企业品牌中，就有雪豹、NG、华雁等批发商、消费者耳熟能详的知名品牌强势出击，领衔海宁皮革时尚品牌大军闪耀展会。

“我们的品牌生在海宁、长在海宁，经过几十年积淀获得了市场的认可。以这次皮博会为契机，我们要通过服装展呈现新面貌、发挥新优势。”雪豹品牌相关负责人说。

皮博会上，有的品牌久经考验、厚积薄发，也有的选择趁势而上、全面崛起。“市场面临挑战之时，也是品牌树立形象、占领商机的最好风口。”尚谷传祺原创设计品牌负责人卢薪羽说。本次皮博会上，该公司主打创新运用天然环保、具有抗菌抗病毒功能的高科技面料，一经预告推出就在业内引起了极大关注。

近30年的发展史上，海宁皮革时尚产业从不缺乏优质领军品牌。在每一个产业升级的关键节点，海宁品牌都是支撑产业发展的脊梁；在每一个创新突破的风口，它们是一马当先的领跑者。“8月的皮博会是一个大好机会，我们期待通过展会为品牌、为海宁皮革行业吸引更多关注，帮助更多同行和产业上下游企业提振信心。”雪豹品牌相关负责人表示。

这就是海宁皮革时尚行业逆风前行的秘诀所在。合理的产业结构、强大的产业底蕴、给力的专业市场平台支持，支撑着众多海宁品牌拧成一股绳，勇往直前、乘风破浪。

## “海宁品质”打造强势新引擎

后疫情时代，海宁皮革产业何以有底气持续加速、一马当先？发展的动力，来自对高端品质的坚持。

走进本次皮博会的展区与秀场，最尖端的面料、最精细的工艺、最大胆的设计都烙着“海宁制造”的印记。简一 & 司启设计带上秀场的45套时装，集中展示了毛型独特的羊毛与提花面料、海狸托卡、羊格图等新面料，加上独特的表面锂芯纸工艺，视觉效果一鸣惊人。赢嘉、花谷里、如月等多家企业使用了今年秋冬最为新潮的多种面料拼块设计，以传统的羊毛、真皮、双面呢与撞色边油、手工刺绣、印花、镶嵌等复杂工艺相碰撞，作品绚丽多彩、令人拍案叫绝。在设计理念上，宝鼎今年主打中性风与科技感；紫貂夫人、圣马丁等企业和设计机构则以独特的廓形设计取胜；尚谷传祺等品牌的产品结构不再单纯主打秋冬产品，春夏衬衫裙、西装、风衣系列的融入，让T台焕发满园春色。

只有健康的产业生态，才能孕育出对高端品质的不懈追求。作为浙江省首批特色工业设计示范基地，海宁中国皮革城目前已经入驻设计企业（中心）、制版工作室140余家，专职从事工业设计的人员达到782人。迄今基地已培育2家省级优秀工业设计企业，16家嘉兴市、海宁市级工业设计企业（中心），拥有授权专利75项。数字背后，

是海宁对品质建设的更高追求。为进一步加强海宁皮革行业监管力度，提升海宁皮革产业品质，海宁已在全市层面开展皮革质量管控工作，维护海宁皮革品牌的高端品质形象。目前，海宁皮革城原辅料区块已完成首次标识标签督查工作，通过源头管控，严格把控劣质有害皮革等流入市场，以此提升海宁皮革服装的整体质量。以海宁中国皮革城三

大产业园为重点管控对象的

进本次皮博会的展区与秀场，最尖端的面料、最精细的工艺、最大胆的设计都烙着“海宁制造”的印记。

专项抽查与整治行动、成衣销售方面的监督管控工作也已全面启动。

“品兴潮乡，质创皮城是我们一直以来的坚持，品质过硬，我们皮革城的金字招牌才能过硬。”海宁中国皮革城股份有限公司相关负责人表示。朝着时尚化、高端化、国际化的方向，海宁皮革时尚产业坚守初心，风正扬帆踏上复兴新征程。

## “数字时尚”领航直播时代新征程

新时代迎接新浪潮，新形势催生新跑道，当商品市场进入互联网



时代，技术革命日新月异之时，海宁皮革时尚产业何以依然在潮头手把红旗？

第二十七届皮博会打破时空限制带给人们更多惊喜。2020 海宁中国皮革云博览会同步上线，云博会集纳了参展商及海宁皮革城批发区块档口的企业、产品信息上云，

形成了一场时尚企业规模超 500 家、展示产品数量超 10000 款的云展会，实现了科技与时尚碰撞融合。同时，海宁皮革城通过官方抖音平台“海宁中国皮革城”等渠道对流行趋势、时装周、时装展、热门品类讲解等各项活动进行线上直播、展示发布等，赋予云博会千万级曝光流量加持。

数字经济给海宁皮革时尚行业插上了一双崭新的翅膀。

全程数字化运作的展会，让海宁产业活动在整个行业内实现了海量曝光，全球的同行客商都可以更加直观地进入云博会中来。皮博会期间，海宁皮革城官方企业电子商务平台——“皮城云批”也同步上线，作为一个 B2B 平台，它既有线上直播、展示发布功能，为海宁中国皮革城的入驻商户提供了一个展示自身优质产品、拓宽销售渠道的重要窗口，也有效降低了广大采购商的采购成本，实现了海宁皮革城入驻

商户和广大采购商之间的无缝对接。只要一键登录，全国客商不仅能云端看展，还能同步云端与商户对接洽谈。

B2B 平台的会员体系搭建，实现了对市场需求点的精准抓取，为行业趋势提供更科学、更可靠的风向指引，并为下阶段批发采购节做流量蓄能。

从电商配送中心、电商供货直播中心到“皮城云批”电子商务平台，海宁中国皮革城在数字时代乘风破浪、奋楫向前，为产业提档升级探寻更多可能性。

能力越大、责任越大。坚持高站位，主打高品质，为市场全面赋能，为产品开辟道路，为行业提振信心，这就是海宁在产业价值链中的新坐标。作为全球时尚产业的重要集聚地，海宁牢记新使命，肩负新担当，正以国际化的视野打造产业样板，提供中国方案。



## 以“梦”为马 化茧成“蝶”



## 2020/21 秋冬 中国国际皮革裘皮时装 流行趋势发布

文、图 / 海宁皮革城

2020年8月5日，2020/21秋冬中国国际皮革裘皮时装流行趋势发布会在海宁会展中心举行。

本次发布以“梦蝶”为主题，以高站位、高水平、大格局为宗旨，由海宁皮革城联手知名服装品牌费雷梵萨 (Felefasa) 共同为行业打造。60余套服装全新演绎虚实、幻化、希冀、彻悟四个篇章，全面展示了2020/21国际秋冬服装流行趋势。400多名业内人士、企业代表、时尚买手、新闻媒体代表来到现场观秀，还有数万服装生产、批发采购商及品牌代理商，通过直播观看了本次发布会。

### 对话经典，建构时尚坐标

当厚重的秋冬服装遇到空灵的“庄生梦蝶”，当时尚对话中国古典哲学，会迸发出怎样的火花？

“梦蝶”大秀一开场，就通过“虚实”主题的演绎，将观众引入了梦境之中。天然皮革材质上拼接的蕾丝面料，性感而神秘，营造了“虚”的意境，行步之间，若往若还，仿若有蝴蝶从衣袖间翩跹而起。焕发着光泽与质感的羔羊毛皮则负责“实”的表达，传递秋冬时尚特有的温暖感。

Felefasa

“虚实”之间，千变万化。第二章“幻化”从自然中获得灵感，从神话中撷取灵性。出产于托斯卡纳艳阳下的羊羔毛，原始粗犷的皮毛产业经过工业化革命与动物福利观念的洗礼，形成了创新的理念。现代性赋予了皮草服装更深的文化内涵，大胆的造型中蕴藏着以自然为基调的皮毛一体、羊绒特性，从艺术、生活中激发设计灵感，将多重材质跨界融合，精工细作之下点缀亮色。无论是充满活力的时尚“战袍”，还是舒适宽松的居家便服，都饱含着对优质生活的“希冀”。

庄子曾道：且有大觉而后知其大梦也。大秀的高潮部分演绎大彻大悟的通透。以高端水貂化繁为简、突出整体结构与造型，设计上讲求平衡、细节与创意，强调鲜明的自我风格，有着“清风拂山岗、明月照大江”的肆意洒脱，还原产品本质，从而到达“看山还是山”的境界。

## 对话潮流，聚焦关注热点

从首届秋冬中国国际皮革裘皮时装流行趋势发布至今，已有15年。多年积累的底蕴，让这一发布会的专业、权威、前瞻等特质受到了业内公认，被誉为“中国秋冬时装最值得关注的发布”。

受疫情影响，秋冬服饰领域面临库存压力、新品研发方向、拓展渠道等多方面的困扰。下半年生产什么？采购什么？是品牌和批发采购商最为关注的问题。行业人士不约而同地将目光与期许投向了中

秋冬服装产业基地海宁，炎炎夏日尚未结束，新一季秋冬趋势发布已经炙手可热。

据悉，株洲、郑州、成都等我国重点服装批发市场的客商对海宁的这场大秀期待已久，郑州客商代表李先生表示：“我们都在等海宁，近两月我们把几个产业基地都跑了一遍，要了解趋势、找新款，还得看海宁。”无独有偶，株洲市芦淞区服饰市场经理谢春力表示，海宁是主导市场行情的风向标，很多会员单位一直关注着海宁的动向，这场流行趋势发布可以说是及时雨，给大家订货方向，也给了我们商户信心。

对于秋冬服装行业来说，流行趋势发布不仅仅是一场动态走秀。“内行看门道”，品类、原料、设计、工艺、市场价格、客群画像等都浓缩在了这短短的30分钟之内，为行业上下游生产、设计、研发、采购企业提供了重要信息，引领秋冬服装趋势。

为满足全国各地行业人士的观秀需求，海宁皮革城方面采取了“云发布”形式，通过皮革城官方抖音、小程序“皮城云批”，对本次发布进行网络直播。与此同时，发布会前海宁皮革城还与哈尔滨、成都、重庆等全国十个专业服装市场进行了实时连线，各地客商在云端与海宁皮革城主播互动，为本次发布送上祝福。

## 对话未来，解析行业趋势

近年来，行业人士对于服装行业整体趋势的探索越来越深入，越来越多的企业与经销商在呼唤生动、专业、权威的趋势解析。这场备受瞩目的现场趋势发布之后，海宁皮革城还携手费雷梵萨，将2020/21秋冬流行趋势研究成果通过官方抖音直播间，向全行业进行分享与解析。

一方面，是自然风格讲求回归生活、贴近自然理念。皮草荷叶边、蕾丝荷叶边、皮革棒球领设计、连帽设计、不规则下摆等大量自然元素、运动元素，引领秋冬风潮。雾霾蓝、雾灰、粉蜡、烧砖啡、琥珀光橘、森巴红、薄荷绿等取自自然的颜色，登上2020/21流行色榜单。

另一方面，是多维度下的高品质产品更受欢迎。伴随着经济水平的提升，全社会对于品质的理解更加复杂而多元，在秋冬服装领域，高端的原材料（水貂皮、斯瓦卡拉羔羊皮、托斯卡纳皮革等）、精湛的工艺（嵌花、印花、油边等）、独特的设计感、全新的流行色，各种多维度的高品质产品成为市场的主力产品，这一点在海宁市场上尤为普遍。

对市场行情的精准把握，对设计趋势的清晰判断，对行业方向的权威引领，十多年的坚持奠定了流行趋势发布突出的行业地位。伴随着高端供应链的打造和优化，流行趋势发布带给全行业时尚引领的同时，也将从业供应生态层面，给予从业者更多的启迪。

# 第二十三届（2020）“真皮标志杯” 中国国际皮革裘皮时装设计大赛 圆满落幕

文、图 / 海宁中国皮革城

8月5日，第二十三届（2020）“真皮标志杯”中国国际皮革裘皮时装设计大赛决赛在海宁会展中心举行。大赛决出了金奖1名、银奖2名、铜奖3名。

大赛由中国皮革协会主办，海宁市人民政府、海宁中国皮革城承办，得到了中国服装协会的大力支持。

本次大赛邀请到了中国美术学院设计艺术学院染织与服装设计系主任、纺织服装研究院副院长陶音，浙江理工大学服装学院副院长胡迅，中国著名设计师武学凯，浙江雅莹集团有限公司品牌设计总监陈曦，安正时尚集团股份有限公司供应链总经理曾云榜以及高级时尚买手（主理人）陈容担任专家评委，同时还邀请了多名业内知名设计师及媒体人担任大众评委。







金奖作品——蓝脉



## 兼容并包 参赛作品百花齐放

本届大赛不分赛区，调整了面料分配比例，让更多选手参与大赛，并充分给予选手设计空间。大赛以“潮·悦”为主题，自2019年10月启动报名以来，共计收到来自清华大学、东华大学、四川美术学院等116所院校以及自由设计师1445幅参赛作品。经过紧张激烈的初赛评比及公示之后，最终有28幅作品入围决赛。

经过激烈的角逐，最终赵浩丞联合制作企业桐乡中莹皮草有限公司的参赛作品“蓝脉”获得金奖，屈靖凡、游鸿森联合制作企业海宁辛格维拉服饰有限公司的参赛作品“碳酸危机”和“Chasing the lights”获得银奖，王冬联合制作企业河北枣强县硕豪毛皮服饰有限公司的参赛作品“The beauty of nature”、高啟阳、陆奕帆联合制作企业海宁辛格维拉服饰有限公司的参赛作品“蒸汽波”以及王思睿的参赛作品“穿越边界”获得铜奖。

组委会负责人表示，尽管今年将皮革裘皮组和时装组合并，但参赛选手依旧众多，参赛作品更是百花齐放，各自展现独特风格。



## 银奖作品—Chasing the lights

决赛中，选手们的参赛作品各具特色：有的在材质上大作文章，将时装与皮革、时装与裘皮进行拼合，利用服装面料的不同，来实现材质对比，为整体服装带来层次感；有的则是在版型、工艺手法上大秀风采，大面积采用不同的面料再造肌理图案，将皮草的抽刀、染色、拼接、缉条



## 银奖作品—碳酸危机

等多种工艺巧妙结合到一起，这种多层次、多肌理穿插方式，很大程度上增加了服装的丰富性。

本次比赛评委会主席陶音表示：此次设计大赛最大的亮点之一就是传扬“中国文化”，讲好“中国故事”，将传统工艺与现代设计相结合，将理想转化为现实。

## 铜奖作品—The beauty of nature

### 创意无限 参赛作品各具特色

在优秀的参赛作品中，专业评委和观众看到了参赛者的创意亮点。从初赛的选拔到决赛作品入围公示，整个过程中都不难发现，今年的时装设计大赛在创意上有了更大提升。

SAGA 世家皮草传播经理方新宇评价道：“这届参赛选手整体创意度很好，设计作品十分吸引眼球。从原料方面看，很多作品上都运用原料毛的长短混搭、组合，展现了服装一定的层次感。”





铜奖作品—蒸汽波

铜奖作品—穿越边界



## 夯实力量 助推行业发展

“真皮标志杯”中国国际皮革裘皮时装设计大赛一直以提高皮革、裘皮服装设计的整体水平和创新能力，促进皮革产业的可持续发展为宗旨，助推行业稳健发展，培养新生设计力量，为设计领域源源不断地挖掘和输送优质创新型设计人才，进一步推动皮革时尚产业发展，不断夯实我国的设计力量。

本次大赛得到了 11 家制作合作企业和 5 家面料合作企业的支持。

海宁中国皮革城股份有限公司副总经理章伟强、副总经理王红晖、调研员查加林和海宁皮革行业协会秘书长龚慧红为制作合作企业海宁市爱依达裘皮服饰厂、海宁艺派服饰有限公司、嘉兴疯老头服装设计有限公司、海宁辛格维拉服饰有限

公司、海宁市赢嘉时尚设计有限公司、海宁怡语原创服装设计有限公司、河北枣强县硕豪毛皮服饰有限公司、桐乡中莹皮草有限公司、海宁安可服饰有限公司、浙江尚谷传祺服饰设计有限公司、海宁豹旗服装设计有限公司授牌。

海宁市服装协会秘书长钱娟萍、海宁中国皮革城股份有限公司常务副总经理徐侃煦为面料合作企业 SAGA FURS 世家皮草、浙江中辉裘革科技有限公司、辛集市凌爵皮革有限责任公司、海宁市创思奇服饰有限公司、海宁菲玛阁服饰有限公司授牌。

### 面料合作单位

SAGA FURS 世家皮草

浙江中辉裘革科技有限公司

辛集市凌爵皮革有限责任公司

海宁市创思奇服饰有限公司

海宁菲玛阁服饰有限公司

(以上排名不分先后)

### 制作合作单位

海宁艺派服饰有限公司

桐乡中莹皮草有限公司

海宁辛格维拉服饰有限公司

海宁安可服饰有限公司

海宁市赢嘉时尚设计有限公司

浙江尚谷传祺服饰设计有限公司

海宁怡语原创服装设计有限公司

海宁豹旗服饰设计有限公司

海宁传爱依达裘皮服饰厂

嘉兴疯老头服装设计有限公司

河北枣强县硕豪毛皮服饰有限公司

(以上排名不分先后)



# 依奴珈 enaga

● 中国领先裘皮衣王



浙江中辉皮草有限公司  
ZHEJIANG ZHONGHUI FUR & LEATHER CO., LTD.  
中国·浙江·桐乡·崇福中辉大道1号  
电话: 0573-88352211 [www.enaga.cn](http://www.enaga.cn)



雪 雄

XUEXIONG

中国裘皮衣王  
浙江省著名商标



# 雪球皮草

# XUEXIONG

地址：浙江省桐乡市崇福镇经济开发区中山东路211号

电话：0573-88383955

[Http://xuexiong.tmall.com](http://xuexiong.tmall.com)

Fashion furs 时尚皮草 崇福制造  
CHONGFU MADE

# 崇福皮毛市场 笑迎天下客商

中国崇福皮毛市场占地250亩，市场主要经营水貂、貉子、狐皮、兔皮（毯）、滩羊皮、湖羊皮、各种拼皮毛毯等国内外各类毛皮原料和辅料，其产品除销往本地外，还辐射到杭州、江苏、上海等华东地区，市场先后被浙江省政府评为“省区域性重点市场”；被浙江省工商局评为“五星级文明规范市场”；被国家工商总局评为“2011年年度全国诚信示范市场”等荣誉，2013年度市场毛皮交易额超过50亿元。

崇福皮毛市场欢迎您





# 中国皮草名城 — 崇福

## 裘皮服装设计制造基地

崇福自清末以来，素以裘皮制造加工业闻名，现已成为一个以毛皮鞣制、裘皮制衣为龙头的皮草加工制造业基地。崇福皮草在国内外已享有盛誉，它沿袭了千年传统精湛的制作工艺，加上崇福人独特的构思与创作，赢得国内外客户的青睐，产品销往北京、上海、广东、江苏等地，并出口到日本、美国、韩国、意大利、中国香港等十几个国家和地区，其出口量在国内同行业中处于领先地位。

**董事长兼总经理吴新江热忱欢迎大家的光临!**

电话: 0573-88380238 88380097 (传真)

地址: 浙江省桐乡市崇福镇南门 <http://www.furschina.com> Email: [chongfupimao@yahoo.cn](mailto:chongfupimao@yahoo.cn)



广告



图1

“食其肉而用其皮”  
 “妇女不织，  
 禽兽之皮足衣也”  
 “用革造屨、用皮造履”



图3



图4



图6



图5

## 皮拖鞋的历史考证

文、图 / 钟漫天



图2

在人类茹毛饮血的远古时期，华夏大地上以狩猎为生的先人们首先学会了“食其肉而用其皮”的生存技能，兽皮成为古人类保护双足随手可取的鞋材。正如战国时期哲学家韩非子在《韩非子·五蠹篇》中的考证：“妇女不织，禽兽之皮足衣也”，证实在人类还没有发明纺纱织布之前的原始社会，皮革已经成为人们的重要制鞋材料。

专门记载黄帝史事的《世本》指出：黄帝的臣子于则“用革造屣、用皮造履”。这是我国皮革用于鞋履的最早记载。到了商周时期，皮革制鞋技艺已趋成熟，大量西周铜器的铭文中都有制备鞋用皮革的文字。据载，商朝宰相伊尹善于“用革做履”，唐代刘存在《事始》卷十中解释“履”：“鞋，古人以草为屨，皮为履”。仅以商代算起，华夏民族的原创革鞋——“履”的生产技艺至少也有3000多年的历史。

用皮革制成拖鞋的形制——皮拖，在中国鞋文化史中，有其专用词汇。如唐朝以前多用跣履、鞞履、革鞞和躡履，而唐后常用皮屨、革屨、跣子等等。最早有关皮拖的文字在秦汉古籍中出现，比如先秦文献《庄子·让王》中：“原宪华冠跣履，杖藜而应门”；在西汉《急就篇卷二》中，启蒙儿童时列举的生活用品“鞞鞞印角褐袜巾”中首先提出“鞞”，其中“跣履”和“鞞”皆指皮拖鞋，其具体的形制和款式可以在唐代的文献中获得印证。唐代陆德明在《经

典释文》卷二十八释为：“跣履，谓履无跟也”。唐代儒家学者，语言文字学家颜师古定义“鞞”为“鞞谓韦履，头深而兑，平底者也”，即“以熟皮为鞋材的深脸、尖头，平底、无跟之拖鞋”（见图1）。

在汉代，皮拖成了时尚的家居用品，如汉时的司马相如在《长门赋》中吟道：“舒息悒而增歎兮，跣履起而彷徨”，描写了陈皇后阿娇在长夜里蓦然惊醒，着皮拖下床后又惶惶若所茫的情境。汉代的《伤歌行》中：“微风吹闺闼，罗帷自飘扬。揽衣曳长带，屣履下高堂”，记叙了一位女子的床头罗帷被微风吹飘，使她心绪不宁，干脆披衣结带，穿着皮拖到堂屋里徘徊的场景。

在社会安定、经济繁荣的大环境中，汉代皮拖的家用功能逐步延伸为豪门的舞蹈用鞋。如在《史记·货



殖列传》中的“今夫赵女郑姬，设形容，揄鸣琴，揄长袖，蹀利屣”（赵地和郑地的女子，打扮得妖娆美丽，弹着琴瑟，舞动长袖，脚上踩着尖头的皮拖鞋）。汉代皮拖广泛流

行于各诸侯享乐歌舞的深宫后院，如《汉书·地理志八下》中的名句：

“女子弹弦跣躡，游媚富贵，遍诸侯之后宫”。歌舞升平的时代促使皮拖一度上升为炫耀富丽和华贵的汉代奢侈品。皮拖的华贵表现在两个层面：一是皮拖本身的材质，如东汉末年的经学大师郑玄定位“葛屨贱，皮屨贵”，《文献通考·四裔八》中的“贵者著革履，贱者跣行，自林邑扶南诸国皆然也”，都强调了皮拖在鞋履中的贵气和时尚。二是皮拖穿着者的富贵身份，如东汉班固的《汉书·东方朔传》中记载：“贵为天子，富有四海，身衣弋绌，足履革屣”，马端临《通考》中的“足履革屣，耳悬金珰”。在《汉书·扬雄传》中明确指出：“（雄）躬服节俭，绌衣不敝，革鞞不穿”，也反映了穿皮拖者皆是汉代豪富贵族，



躬服节俭者是不穿皮拖的。

汉代以后的文人又进一步考证了皮拖与舞鞋的相关性，如南朝宋裴骅在《史记集解》里解释：“徐广曰：屣音山耳反，舞屣也”。晋



图 9



图 10

代左思在《娇女诗》中释为：“从容好赵舞，屣履任之适”。甚至鲁迅先生于1933年3月在《论语》刊物著文称：“汉朝就确已有一种‘利屣’，头是尖尖的，平常大约未必穿罢，舞的时候却非此不可”。

穿皮拖跳舞不仅提高了舞女身价，也保障了汉代舞蹈中的“跕躡”与“蹀躞”的舞姿。普通鞋的鞋底在鞋帮的约束下无法实现“悬起”“升旋”中踮脚的体态，而皮拖却完美地表现了飘逸、节奏和舒展的汉代舞蹈语言。皮拖鞋的鞋底挺而薄，其和脚底与地面皆可形成节拍器的作用。木屐虽然也能拍打出声音，但我国古代木屐形制基本都是带双齿的，犹如东汉末年东吴出土的连齿木屐，不适合做舞鞋（见图2）。汉代的帛鞋（纺织物为鞋材的鞋）以麻鞋为主，其鞋底软而不挺，且不耐磨，也不易当舞鞋（见图3）。

在皮拖的一合一开中，皮底既能与脚底打出节奏，也能和地面发出节拍的声响。如唐代范摅在《云溪友议》卷五中所叙：“更著一双皮屣子，纒梯纒榻出门前”。

正当人们在文山史海中寻觅皮

拖文化的遗产时，有幸在四川出土的两块汉代画像砖中发现了皮拖的具体形象资料。四川画像砖在国内是最具浓郁地方特色的图像资料，特别在市井内容与图像题材上，再现与弥补了颇多社会生活史料。

汉画砖中服饰与鞋履具体的形制和应用，在中国服饰史上也占有“举足轻重”的地位。描绘皮拖穿着形象的一块汉画砖是1972年在四川大邑县安仁镇出土的“丸剑宴舞”画像砖。考古认定为东汉时期作品，该砖尺寸为高38厘米，宽44.7厘米，收藏于四川省博物馆（见图4）。另一块汉画砖是由成都市文管处1975年在成都市郊金牛区曾家包出土的东汉“丸剑起舞”画像砖，该画像砖尺寸为40厘米×48厘米，收藏于成都市博物馆（见图5）。这两块汉代画像砖出土地点不同，尺寸有差别，但其刻画的内容惊人的相似，在右下方均塑造了一位脚踏皮拖鞋翩翩甩袖的舞女形象。画像砖图案构思古雅，人物雍容大度，皮拖形制生动，堪称汉代艺术文化精品（见图6）。

川蜀地区出土两千年前皮拖具

实画像，在中国鞋文化史上实属奇观，且在蜀地不同地点重复出现皮拖画像更属罕见，无可争议地证明了汉代川蜀地区的靴鞋业集群已初具规模，靴鞋业中的皮拖鞋处于华夏领先地位，且将川蜀地区皮拖非物质文化遗产至少追溯到2000年以前。究史鉴今，弥足珍贵的皮拖鞋历史遗产对于今天繁荣与传播鞋文化，推动华服文化建设，具有重要价值。

2017年，在上海《鞋履：苦与乐展览》上，笔者曾拍摄了几张古今中外皮革拖鞋照片（见图7-图11）。



图 11

# 浙江省时尚大会暨 2020 金领奖

## 浙江省时装十佳设计师发布会在杭州华丽上演

文、图/张辉



### 首届金领奖时装设计师

金领奖时装设计师——傅素琴

### 浙江省时装十佳设计师

(排名不分先后)

卢薪羽(浙江尚谷传祺服饰设计有限公司)

岳岱(怡语原创服装设计有限公司)

郑微(杭州柒构服饰有限公司)

朱林燕(杭州森雅莉服饰有限公司)

张倩雅(Y' MIN 品牌主理人)

麻惠叶(杭州庄信服饰有限公司)

余乐乐(杭州索野服饰有限公司)

张洁晨(绍兴市上虞金凤凰针织有限公司)

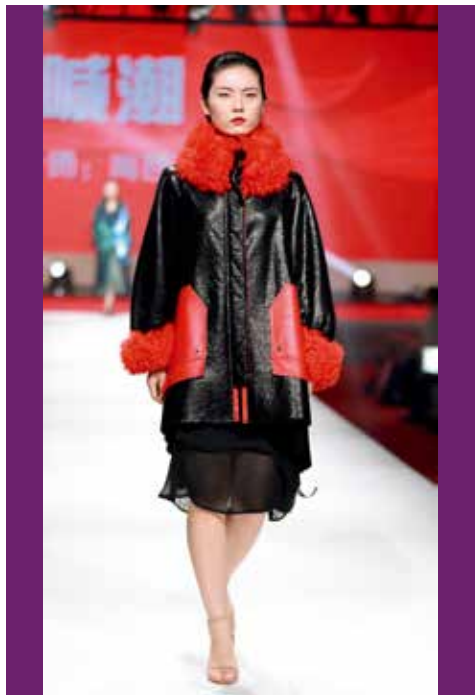
许梦瑶(IUIU A-JING 品牌主理人)

朱建龙(浙江理工大学服装学院教师,杭州迦然服饰有限公司团队成员)

2020年7月22日下午,由浙江省服饰创意协会、嘉兴市纺织服装服饰行业协会主办的浙江省时尚大会暨2020金领奖浙江省时装十佳设计师发布会在杭州之江饭店千人会议厅华丽上演。两位来自海宁的设计师——浙江尚谷传祺服饰设计有限公司卢薪羽、怡语原创服装设计有限公司岳岱,荣膺浙江省十佳时装设计师称号。

此次大会上,两位新晋十佳时装设计师展演了自己的最新作品。他们从材料、色彩、工艺、文化理念等方面诠释时装的新锐设计,以独特的视角重塑自己对于时尚的理解,力求创新创意与精巧构思的完美融合,不仅向业界展现了海宁时装设计师的风采,也充分彰显出海宁时尚产业的巨大能量。

浙江省时尚大会的成功举办,预示着浙江省时尚产业发展将进入一个新的阶段,通过重点实施“1+6”行动方案,围绕打造“时尚之都”中心目标,实施时尚消费升级、创新设计能力提升、自主品牌培育、数字化转型、人才集聚高地建设、时尚文化培育六大行动计划,推动时尚产业成为浙江省现代经济体系的重要组成部分,着力打造浙江省成为全国时尚产业示范区、标杆省,形成“一核两带多点”协同发展的产业空间格局。











栏目协办：中国美术学院纺织服装研究院 电话：0571-87200239

# 植鞣革服饰品设计方法研究 ——以日晒变色实践为例

文、图 / 于熹喆 (中国美术学院)

植鞣革在太阳紫外线日晒暴露的过程中，会出现变色现象，通过对植鞣革日晒现象的研究，寻找到一种纯天然的无化学加工的图案创新设计方式。

从**材料角度**出发，强调人与自然，人与事物之间的关系，探索具有人文情感价值的设计途径。对植鞣革的材料特性进行剖析，将各种植鞣革服饰品设计方法进行整理归纳，着重对日晒变色部分进行实践分析，探讨日晒变色在服饰品设计中的应用范围，利用材料特性表达时间记忆与温度情感，将人与材料之间的互动性进行人文演绎。

从**研究角度**出发，将植鞣革服饰品设计方法进行系统的归纳，重点对日晒变色法进行专题探究，提高大众对植鞣革变色设计作品的接受度，普及植鞣革日晒设计方法。

从**应用角度**出发，对日晒遮光方式与助晒媒介进行多样化的尝试。

## 一、研究背景

### (一) 社会环境

铬鞣革生产成本相对低廉且性能优异,因此,全世界约有90%的皮革是以铬鞣法鞣制而成的,由此不免产生各类含铬废弃物,而如果不能有效处理这些含铬废弃物,必然对环境造成一定影响。

植物鞣剂种类繁多、资源丰富、价廉易得,使用植物鞣剂鞣制而成的植物鞣革,是无铬鞣革中的一种,具有成革组织紧密、坚实饱满、填充性好、压花定型好、吸汗透气、抛光和打光效果好等特点,且其废弃物可以降解,对环境友好,具有不可替代的价值<sup>[1]</sup>。

### (二) 行业环境

意大利托斯卡纳地区植鞣革具有独特的可持续生产链,传统鞣制方法与先进的科学技术相结合,使得意大利植鞣革生产技术一直处于世界前列。世界各地存在多种形式的传统皮革鞣制、染色方式,继承与创新是制革领域特色发展的重要组成部分。

### (三) 人文领域

可持续设计是近年来备受关注的课题,设计师在可持续设计中扮演着非常重要的角色,材料是设计语言的重要表达,植鞣革的日晒实验是具有偶发性的手工过程,是人、时间和材料进行互动的一种表达,具有一定的教育意义和实践意义。

## 二、研究目的与意义

### (一) 产业发展

全球对污染问题的关注正在转变皮革行业的非清洁生产方式,植鞣革具有较高的环保性、自然性与舒适性,传统植鞣生态产业链的拓展可以对我国皮革产业发展起到推动作用。植物单宁等天然产品正在重新获得重视,传统皮革鞣制方式复兴具有重大意义。

### (二) 设计方法

植鞣革日晒变色设计方法充分尊重人类和环境,无任何染料污染,经过时间的洗礼后,皮革光泽、颜色和质感都会有明显的变化,从自然中获得灵感,并在完全和谐的基础上回归自然。目前,植鞣革的独特性被忽视,大众对植鞣革的变色特点略有所知,设计师也没有着重发掘其深层次的独特性,在设计方法上也鲜少创新。图案染色设计方法较为传统,有待于在此基础上,深入挖掘、创新更多可持续发展的设计方法。

### (三) 人文价值

真正能够打动人的设计可以传递情感并勾起回忆。植鞣革的变色过程记录了时光和岁月的痕迹,是一种自然和真理的真实表达。

植鞣革颜色的成熟老化并不会影响它的性能,设计师可以寻求到一种能够为设计项目增加价值的材料,消费者可以获得一种随着时间推移而价值不断提升的产品<sup>[2]</sup>。

## 三、植鞣革作品设计方法剖析

植鞣革因其由纯植物鞣剂鞣制



图1 植鞣革成品(2018年,笔者拍摄于意大利植鞣革工厂)



a 插件式头饰作品“Tick Away”



b 不同日晒色度插片“Tick Away”



c 遮光日晒制作过程“Tick Away”

图2 头饰产品“Tick Away”(2019年,笔者设计)



图3 多种类植鞣革日晒变色准备过程  
(2019年, 笔者拍摄于杭州)



a 日期字符日晒变色



b 时辰字符日晒变色



c 艺术图案日晒变色

图4 多种类植鞣革日晒变色实验过程  
(2019年, 笔者拍摄于杭州)



图5 植鞣革日晒实验 (2018年, 笔者拍摄于杭州)

的自然独特性, 拥有许多其他皮革不具备的天然优势, 多个领域的设计师与艺术家们利用植鞣革为材料, 融入自己独特的设计理念, 创作了许多优秀的皮革作品。植鞣革的设计方法千变万化, 从皮革的表面处理方式、工艺结构与造型, 再至缝合的距离大小, 都影响着皮革设计的效果与质感。除了百年流传下来的传统植鞣工艺, 在现代工业科技和美学的影响下, 植鞣革作品的设计、制作也进行了升级。笔者对具有代表性的植鞣革设计作品进行分析归类, 将植鞣革设计方法主要分为激光切割法、浸水塑形法、皮革雕刻法、插片法、编织法、涂层法与日晒法七大类别。

在植鞣革设计领域, 日晒法的应用较为少见, 目前仅有的案例中大多使用防晒油或遮光的方式进行简单的图形日晒。日晒法是仅适用于植鞣革的设计方法, 因为植物鞣剂鞣制的天然皮革, 容易发生氧化反应, 产生变色效果。变色的本质是植物单宁氧化, 原色植鞣革由浅至深, 从米白到黄棕, 再到最后的深棕, 变色的过程还可以让原本在浅色植鞣革上留下的污渍和瑕疵, 与皮革逐日融为一体, 甚至成为其独有的时光印记。

大部分消费者观念里认为变色是一种“变质”, 是带有贬义地对商品质量或品质进行否定的评价, 但在植鞣革领域, 物品的变色是带有个人化倾向且具有情感价值的使用过程的印记, 真正的植鞣皮革不

惧时间留下的痕迹, 反而只有时间才会赋予植鞣革独特的印记。另外, 综合材料的使用可增加皮革肌理, 丰富材料语言, 多领域合作方式为皮革设计带来全新的感官体验, 用跳脱框架的思维, 推动植鞣革设计多样化发展, 拓宽设计的可能性。

#### 四、植鞣革人文价值研究

在人文领域中, 可持续设计是近年来不可忽视的话题, 设计师在可持续设计中扮演着非常重要的角色, 维克多·帕帕纳克在《为真实的世界设计》中提到一个设计师应尽的社会责任与设计伦理的观念。现代的设计师无可避免的加入这场对有限资源的破坏与利用中, 设计应该为保护我们居住的地球的有限资源服务<sup>[3]</sup>。近年来环保设计思潮的影响愈加深入人心, 设计引领市场并引导消费者, 平衡设计师对环境的影响, 有利于推动循环经济向前发展。当前在“快时尚”的背景下, 鼓励消费者不断地更换服装和配饰, 这些所谓的“时尚”对环境产生的影响是无法估量的。要从根本上消除问题, 仅对制造商施行严格的法规限制是不够的, 改变消费者心态将是必不可少的一部分, 引导大众重新发现耐用物品的价值具有一定的现实意义。“情感可持续设计”是设计师乔纳森·查普曼(Jonathan Chapman)对可持续设计提出的新理念。该理念试图通过在使用者和产品之间建立长久的稳定关系, 来减少消耗与浪费, 探索如何随着

时间流逝和使用次数的增加让产品与使用者的关系更加深厚,并且使产品更具价值的设计<sup>[4]</sup>。

选择植鞣革产品的消费者不仅在寻找其质量和价值,而且还伴随着使用过程中的一种情感体验。原色植鞣革产品经过时间洗礼后,光泽、颜色和质感都会有明显的变化,与此同时,植鞣革产品还会对周围的环境做出反应,每一次手的触摸和时间的流逝,都会在它们身上留下痕迹。选择用这种皮革制成的产品,意味着在不久的将来使用者将拥有一件独特且不可复制的专属产品,一种特殊而微妙的魅力从植鞣皮革产品传递到使用者身上,可以将其与记事簿或手帐本进行类比,在其中翻阅,会勾起从前的回忆,也许这就是“唯一性”一词的真实含义。无论身处何处,它默默记录着我们生活中的故事,被一场突如其来大雨淋过的植鞣革包,被家猫抓挠过的肩带,在阳光下一起走过大街小巷,或与摩托车的行李架一起疾驰了数千英里,随着时间的推移,使用者会赋予植鞣革产品不同的含义,它温暖而深沉<sup>[5-7]</sup>。

要传播一种独特而有价值的产品文化是艰难的,因为坚持自己的风格和个性要比追随潮流更加困难,但是相信会有越来越多的人懂得植鞣革产品的独特性,将“人”置于中心,留存每个人每件物的价值。

(于熹喆:中国美术学院,主要从事服装设计 with 理论研究, E-mail: 569578769@qq.com)

## 参考文献

- [1] 张越荣,温会涛,但卫华,等. 基于植物鞣剂的无金属鞣黄牛鞋面革生产工艺探讨 [J]. 中国皮革, 2016, 45(10): 1-7.
- [2] 乔纳森·查普曼. 情感永续设计: 产品, 体验和移情作用 [M]. 南京: 东南大学出版社, 2014年.
- [3] 唐纳德·A·诺曼. 情感化设计 [M]. 北京: 电子工业出版社, 2005.
- [4] 维克多·帕帕纳克. 为真实的世界设计 [M]. 北京: 中信出版社, 2012.
- [5] 陶音. 以“日常生活记忆”重建当代设计的价值理性 [M]. 杭州: 中国美术学院出版社, 2018.
- [6] 李立新. 设计艺术学研究方法 [M]. 南京: 江苏美术出版社, 2010.
- [7] 高桥矩彦. 皮革工艺 [M]. 台北: 枫书坊文化出版社, 2011.



a “日光经年”作品(正面)



b “日光经年”作品(背面)

图7 服装系列作品“白光经年”(2020年,笔者设计)



a 日晒变色文字细节



b 方型手包



c 桶型手包




d 双肩包



e “说文造物”系列作品

图6 服饰品作品“说文造物”系列(2018年,笔者设计)



关注环保

面向未来

公益广告

JANUARY  
—JUNE

## 2020年1-6月 全国皮革行业进出口量值分析

文/ 雒 霞

2020年1-6月,全国规上皮革主体行业销售收入4,380.5亿元,同比下降16.4%;利润总额207.4亿元,同比下降28.2%。

2020年1-6月,全国皮革行业进出口顺差219.1亿美元,同比下降32.5%,占全国进出口贸易总顺差的13.1%。

### 1、全国皮革行业进出口总额持续下滑

2020年1-6月,全国皮革行业产品出口总额280.6亿美元,同比下降29.7%。2020年1-6月,全国皮革行业产品进口总额61.4亿美元,同比下降17.7%。

### 2、全国皮革行业主要产品进出口量值分析

#### (1) 生皮出口量值持续上涨,半成品革和成品革进出口量值持续齐降

2020年1-6月,全国出口生皮1.1万吨,出口额972.0万美元,同比分别增长76.1%和56.4%,依然是全国皮革行业主要出口产品类别中,出口量值增速最大的产品。进口生皮60.2万吨,同比增长3.2%,进口额4.9亿美元,同比下

降23.1%。

2020年1-6月,全国出口半成品革0.7万吨,出口额2331万美元,同比分别下降31.0%和21.9%;进口半成品革23.9万吨,进口额3.8亿美元,同比分别下降30.3%和36.9%。

2020年1-6月,全国出口成品革2.0万吨,出口额2.5亿美元,同比分别下降24.9%和22.4%;进口成品革2.7万吨,进口额4.5亿美元,同比分别下降38.8%和41.4%。

#### (2) 毛皮及制品进出口量值齐降

2020年1-6月,全国毛皮及制品(不含生毛皮)出口额8.9亿美元,同比下降42.4%;全国毛皮及制品(不含生毛皮)进口额5781万美元,同比下降75.3%。

2020年1-6月,全国毛皮及制品出口额9.0亿美元(含生毛皮,生毛皮出口额为25.9万美元),同比下降42.5%;全国毛皮及制品进口额1.0亿美元(含生毛皮,生毛皮进口额为3717万美元),同比下降76.5%。

#### (3) 旅行用品及箱包进出口量值齐降

2020年1-6月,全国出口旅行用品及箱包42.6亿件,出口额90.1亿美元,同比分别下降25.9%、30.1%。

2020年1-6月,全国进口旅行用品及箱包0.5亿件,进口额15.2亿美元,同比分别下降28.2%、9.7%。

#### (4) 皮革服装进出口量值齐降

2020年1-6月,全国出口皮革服装109.6万件,出口额3742万美元,同比分别下降41.5%和38.1%。

2020年1-6月,全国进口皮革服装8.2万件,进口额2381万美元,同比分别为下降22.5%和32.4%。

#### (5) 毛皮服装进出口量值齐降

2020年1-6月,全国出口毛皮服装100万件,出口额6.4亿美元,同比分别下降47.7%、48.6%。

2020年1-6月,全国进口毛皮服装3117万件,进口额666万美元,同比分别下降60.6%、36.6%。

#### (6) 皮革手套进出口量值齐降

2020年1-6月,全国出口皮革手套8119万双,出口额1.8亿美元,同比分别下降30.2%和

29.7%。

2020年1-6月,全国进口皮革手套132万双,进口额470万美元,同比分别下降15.7%、31.7%。

#### (7) 鞋类出口量值双降,进口量值齐涨

2020年1-6月,全国出口鞋类32.0亿双,出口额146.7亿美元,同比分别下降32.4%和30.2%。

2020年1-6月,全国进口鞋类1.1亿双,进口额23.5亿美元,同比分别增长7.2%和2.7%。

2020年1-6月,全国鞋类产品平均出口单价4.6美元/双,同比增长3.2%;鞋类产品平均进口单价22.4美元/双,同比下降4.3%。

#### (8) 皮面皮鞋出口量值双降,出口单价持续微涨

2020年1-6月,全国出口皮面皮鞋2.4亿双,出口额32.3亿美元,同比分别下降25.6%和25.5%。

2020年1-6月,全国进口皮面皮鞋2841万双,同比增长8.1%;进口额8.8亿美元,同比下降6.5%。

2020年1-6月,皮面皮鞋平均出口单价13.2美元/双,同比微增0.2%;皮面皮鞋平均进口单价

31.1美元/双,同比下降13.5%。

#### (9) 靴鞋零件及类似品进出口量值齐降

2020年1-6月,全国出口靴鞋零件及类似品12.2万吨,出口额10.8亿美元,同比分别下降21.7%和12.4%。

2020年1-6月,全国进口靴鞋零件及类似品0.7万吨,进口额1.9亿美元,同比分别下降32.6%、30.5%。

#### (10) 制革及制鞋机械进出口量值持续下降

2020年1-6月,全国出口制革及制鞋机械8.1万台,出口额1.5亿美元,同比分别下降8.1%和32.0%。

2020年1-6月,全国进口制革及制鞋机械378台,进口额1314万美元,同比分别下降44.6%和22.4%。

#### (11) 机器零件出口额继续上涨,进口量值双降

2020年1-6月,全国出口机器零件1746吨,同比下降12.1%;出口额1825万美元,同比增长8.3%。

2020年1-6月,全国进口机器零件66吨,进口额229万美元,同比分别下降53.1%和23.3%。



## 2020年1-6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	2020年1-6月		2019年1-6月		同比(%)	
		数量	金额	数量	金额	数量	金额
皮面皮鞋	万双	24,414.54	3,226,969.80	32,817.70	4,329,257.38	-25.6	-25.5
旅行用品及箱包	万件	425,869.27	9,010,799.38	574,798.40	12,900,155.94	-25.9	-30.1
皮革服装	万件	109.59	37,422.30	187.39	60,489.38	-41.5	-38.1
毛皮服装	万件	100.31	636,717.40	191.84	1,239,680.57	-47.7	-48.6
皮革手套	万双	8,119.21	178,970.96	11,633.00	254,748.52	-30.2	-29.7
足篮排球	万个	9,319.70	182,273.43	11,803.63	224,588.41	-21.0	-18.8
生皮	千吨	10.78	9,720.21	6.12	6,216.43	76.1	56.4
成品及半成品革	千吨	26.42	273,886.93	35.95	352,866.55	-26.5	-22.4
靴鞋零件及类似品	千吨	121.51	1,082,382.56	155.18	1,236,171.94	-21.7	-12.4
制革及制鞋机械	台	80,944.00	147,173.15	88,117.00	216,365.29	-8.1	-32.0
机器零件	吨	1,746.37	18,249.23	1,985.97	16,847.56	-12.1	8.3
总计		—	14,804,565.35	—	20,837,387.96	—	-29.0

## 2020年1-6月全国鞋类出口量值

金额单位：千美元

商品名称	数量单位	2020年1-6月		2019年1-6月		同比(%)	
		数量	金额	数量	金额	数量	金额
皮面皮鞋	万双	24,414.54	3,226,969.80	32,817.70	4,329,257.38	-25.6	-25.5
橡塑鞋靴	万双	195,991.25	7,086,118.69	283,375.42	9,963,425.12	-30.8	-28.9
纺织鞋靴	万双	89,125.10	4,175,548.88	139,906.93	6,408,558.31	-36.3	-34.8
其他鞋靴	万双	10,521.61	178,454.38	17,202.81	315,957.22	-38.8	-43.5
鞋类总计	万双	320,052.50	14,667,091.74	473,302.86	21,017,198.03	-32.4	-30.2

## 2020年1-6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	2020年1-6月		2019年1-6月		同比(%)	
		数量	金额	数量	金额	数量	金额
皮面皮鞋	万双	2,840.73	883,458.59	2,627.83	944,452.31	8.1	-6.5
旅行用品及箱包	万件	4,789.53	1,517,929.73	6,668.02	1,681,836.29	-28.2	-9.7
皮革服装	万件	8.19	23,813.65	10.57	35,204.71	-22.5	-32.4
毛皮服装	万件	0.31	6,662.99	0.79	10,514.19	-60.6	-36.6
皮革手套	万双	132.36	4,697.86	156.99	6,834.33	-15.7	-31.3
足篮排球	万个	205.93	13,641.22	434.60	16,240.19	-52.6	-16.0
生皮	千吨	602.07	490,205.75	583.59	637,851.52	3.2	-23.1
成品及半成品革	千吨	266.76	824,816.19	388.01	1,361,858.84	-31.2	-39.4
靴鞋零件及类似品	千吨	7.15	192,714.09	10.61	277,443.10	-32.6	-30.5
制革及制鞋机械	台	378.00	13,139.10	682.00	16,938.07	-44.6	-22.4
机器零件	吨	66.48	2,285.91	141.90	2,978.43	-53.1	-23.3
总计		—	3,973,365.09	—	4,992,151.99	—	-20.4

## 2020年1-6月全国鞋类进口量值

金额单位：千美元

商品名称	数量单位	2020年1-6月		2019年1-6月		同比(%)	
		数量	金额	数量	金额	数量	金额
皮面皮鞋	万双	2,840.73	883,458.59	2,627.83	944,452.31	8.1	-6.5
橡塑鞋靴	万双	2,750.74	373,253.72	2,083.94	289,018.90	32.0	29.1
纺织鞋靴	万双	4,856.05	1,059,392.23	4,958.02	996,899.86	-2.1	6.3
其他鞋靴	万双	63.01	36,669.07	130.90	61,193.22	-51.9	-40.1
鞋类总计	万双	10,510.53	2,352,773.60	9,800.69	2,291,564.30	7.2	2.7

## 中国皮革行业部分上市公司及行情 (8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	宝峰时尚	01121.HK	宝峰时尚国际控股有限公司	鞋	港股
10	信星集团	01170.HK	信星鞋业集团有限公司	鞋	港股
11	莱尔斯丹	00738.HK	莱尔斯丹控股有限公司	鞋	港股
12	裕元集团	00551.HK	裕元工业(集团)有限公司	鞋	港股
13	宝胜国际	03813.HK	宝胜国际(控股)有限公司	鞋服	港股
14	积木集团	08187.HK	积木集团有限公司	鞋	港股
15	际华集团	601718	际华集团股份有限公司	鞋服等	沪深
16	奥康国际	603001	浙江奥康鞋业股份有限公司	鞋	沪深
17	红蜻蜓	603116	浙江红蜻蜓鞋业股份有限公司	鞋	沪深
18	天创时尚	603608	天创时尚股份有限公司	鞋	沪深
19	哈森股份	603958	哈森商贸(中国)股份有限公司	鞋	沪深
20	*ST贵人鸟	603555	贵人鸟股份有限公司	鞋服	沪深
21	起步股份	603557	起步股份有限公司	童鞋	沪深
22	星期六	002291	星期六股份有限公司	鞋	沪深
23	探路者	300005	探路者控股集团股份有限公司	鞋服	沪深
24	万里马	300591	广东万里马实业股份有限公司	鞋、皮具	沪深
25	青岛双星	000599	青岛双星股份有限公司	鞋、橡胶	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	振静股份	603477	四川振静股份有限公司	制革	沪深
28	立得科技	838210	湖南立得科技股份有限公司	制革	沪深
29	粤海制革	01058.HK	粤海制革有限公司	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	海宁皮城	002344	海宁中国皮革城股份有限公司	市场	沪深
34	百福控股	01488.HK	百福控股有限公司	手袋	港股
35	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
36	时代集团控股	01023.HK	时代集团控股有限公司	手袋	港股
37	森浩集团	08285.HK	森浩集团股份有限公司	手袋	港股
38	开润股份	300577	安徽开润股份有限公司	包袋	沪深
39	凯撒文化	002425	凯撒(中国)文化股份有限公司	皮革制品	沪深
40	华斯股份	002494	华斯控股股份有限公司	皮革	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
42	华峰超纤	300180	上海华峰超纤材料股份有限公司	超纤	沪深

## 中国皮革行业部分上市公司及行情(8月)

序号	总市值 亿元, 人民币 ¥/ 港币 HK\$			股价 元, 人民币 ¥/ 港币 HK\$		
	7月20日	8月20日	同比 %	7月20日	8月20日	同比 %
1	HK\$603.740	HK\$786.810	30.32	HK\$24.400	HK\$31.750	30.12
2	HK\$1,905.490	HK\$2,238.100	17.46	HK\$70.500	HK\$82.800	17.45
3	HK\$24.810	HK\$22.950	-7.50	HK\$1.200	HK\$1.110	-7.50
4	HK\$58.200	HK\$61.730	6.07	HK\$2.310	HK\$2.450	6.06
5	HK\$3.490	HK\$4.360	24.93	HK\$0.168	HK\$0.210	25.00
6	HK\$50.030	HK\$57.160	14.25	HK\$0.850	HK\$0.970	14.12
7	HK\$2.520	HK\$3.310	31.35	HK\$0.153	HK\$0.201	31.37
8	HK\$57.140	HK\$58.340	2.10	HK\$7.190	HK\$7.340	2.09
9	HK\$4.530	HK\$5.650	24.72	HK\$0.305	HK\$0.380	24.59
10	HK\$4.520	HK\$4.590	1.55	HK\$0.660	HK\$0.670	1.52
11	HK\$4.660	HK\$5.010	7.51	HK\$0.660	HK\$0.710	7.58
12	HK\$198.620	HK\$194.430	-2.11	HK\$12.320	HK\$12.060	-2.11
13	HK\$92.140	HK\$92.670	0.58	HK\$1.720	HK\$1.730	0.58
14	HK\$2.060	HK\$1.920	-6.80	HK\$0.430	HK\$0.400	-6.98
15	¥165.560	¥166.440	0.53	¥3.770	¥3.790	0.53
16	¥33.880	¥34.400	1.53	¥8.450	¥8.580	1.54
17	¥48.400	¥43.500	-10.12	¥8.400	¥7.550	-10.12
18	¥42.400	¥41.630	-1.82	¥9.860	¥9.680	-1.83
19	¥16.430	¥16.130	-1.83	¥7.560	¥7.420	-1.85
20	¥11.250	¥11.820	5.07	¥1.790	¥1.880	5.03
21	¥44.010	¥49.650	12.82	¥9.280	¥10.520	13.36
22	¥164.680	¥143.340	-12.96	¥22.300	¥19.410	-12.96
23	¥36.500	¥44.980	23.23	¥4.130	¥5.090	23.24
24	¥21.620	¥23.030	6.52	¥6.930	¥7.380	6.49
25	¥46.460	¥40.780	-12.23	¥5.650	¥4.960	-12.21
26	¥33.110	¥42.030	26.94	¥10.960	¥14.400	31.39
27	¥34.250	¥64.100	87.15	¥14.270	¥13.700	-3.99
28	¥2.040	¥2.040	0.00	¥1.590	¥1.590	0.00
29	HK\$1.640	HK\$1.720	4.88	HK\$0.305	HK\$0.320	4.92
30	¥62.330	¥62.420	0.14	¥6.910	¥6.920	0.14
31	¥13.710	¥13.690	-0.15	¥13.150	¥13.160	0.08
32	¥30.770	¥35.720	16.09	¥7.340	¥8.520	16.08
33	¥59.390	¥57.720	-2.81	¥4.630	¥4.500	-2.81
34	HK\$10.580	HK\$10.260	-3.02	HK\$0.670	HK\$0.650	-2.99
35	HK\$1.080	HK\$1.020	-5.56	HK\$0.265	HK\$0.249	-6.04
36	HK\$4.250	HK\$3.570	-16.00	HK\$0.440	HK\$0.370	-15.91
37	HK\$0.302	HK\$0.325	7.41	HK\$0.054	HK\$0.058	7.41
38	¥61.750	¥65.820	6.59	¥28.410	¥30.280	6.58
39	¥116.850	¥104.810	-10.30	¥14.360	¥12.880	-10.31
40	¥19.160	¥19.860	3.65	¥4.970	¥5.150	3.62
41	HK\$16.280	HK\$13.740	-15.60	HK\$1.090	HK\$0.920	-15.60
42	¥155.550	¥120.800	-22.34	¥9.130	¥7.090	-22.34

## INFO

## 美国鞋类产品 10 大采购国

编译 / 冉福林

据美国鞋类分销商和零售商协会 (FDRA) 2019 年数据显示, 目前, 中国对美国鞋类出口仍然是第二大供应国越南的三倍。虽然中国在美国的市场份额持续下滑, 但中国在某些鞋类和零部件供应能力和产能方面, 无人能及, 这就意味着一些品牌商除了承担关税之外别无选择。

以下为美国 2019 年鞋类进口量排名前十位的国家及其进口数量。

**中国:** 2019 年中国仍然占美国鞋类总进口的 69.2%, 但却是 2016 年来中国出口美国鞋类产品最差的一年, 同时, 也创 24 年来市场份额最低记录。2019 年, 美国从中国进口了 16 亿双鞋类产品, 平均到岸价每双 8.09 美元。

**越南:** 越南向美国出口了 5.02 亿双鞋, 保持连续 19 年增长, 目前占美国鞋类总进口的 20.4%。出口美国的平均价格 (13.75 美元 / 双) 远远高于世界其他地区的 10.87 美元 / 双, 更不用说中国的 8.09 美元 / 双。

**印度尼西亚:** 印尼向美国出口了 1.14 亿双鞋, 连续 12 年保持增长。

**柬埔寨:** 柬埔寨向美国出口了 4,600 万双鞋, 平均价格为每双 10.41 美元。在过去 6 年里, 柬埔寨出口美国的鞋类产品数量增长了 683%。

**印度:** 印度向美国出口了 2,800 万双鞋类产品, 创出历年来的纪录。由于印度卢比贬值, 其鞋类产品出口的平均价格降至 9 年来的最低水平。

**意大利:** 长期以来, 意大利一直是高档鞋类产品生产的领头羊, 为高端客户提供定制产品。意大利出口美国的鞋类产品平均价格为每双 68.64 美元, 是中国 8.09 美元的八倍多, 数量 2300 万双, 创 12 年来的最高纪录。

**墨西哥:** 墨西哥对美出口量降至 1800 万双, 为 8 年以来的最低水平。其平均价格攀升至每双 22.80 美元, 为 4 年来的最高水平, 远高于世界平均价格。

**巴西:** 巴西向美国出口 1300 万双鞋, 其出口数量在过去 8 年里基本没有变化。

**多米尼加共和国:** 多米尼加共和国向美国出口 1,000 万双鞋。

**泰国:** 排在第 10 位的是泰国, 向美国出口 800 万双鞋。

## INFO

## 尼泊尔鞋类出口前景不明 目标难以实现

编译 / 冉福林

由于国际市场价格竞争激烈、缺乏技术和熟练劳动力，尼泊尔鞋类出口在过去 5 年里下降了 67.51%，2019-2020 财政年度鞋类出口下降到 7.67 亿卢比。虽然鞋类出口被列入尼泊尔贸易一体化战略，该贸易战略是政府 2016 年为发展全国贸易而制定的，但由于诸多因素，鞋类出口始终未能实现增长目标。

尼泊尔鞋类制造商协会 (Footwear Manufacturers' Association of Nepal) 主席克里希纳解释说：“由于鞋类制造商更加关注国内市场需求，未能把出口作为当前首要任务。”作为尼泊尔贸易一体化战略的一部分，制鞋行业的目标是到 2020 年将鞋类的年产量提高到 4500 万双，年出口量超过 1200 万双，本国鞋类产品将占国内市场的 80%。克里希纳称，本国鞋类产量已实现 4050 万到 5000 万双的生产目标，并占国内市场份额的 65%。本国鞋类制造商面临的困难是来自国外的进口廉价鞋类产品的竞争。2019-2020 财年，尼泊尔鞋类出口额为 7.67 亿卢比，与 2018-2019 财年的 9.05 亿卢比相比，下降 15.19%。克里希纳称，出口下降的一个原因是印度政府提出促进本国鞋类品牌发展战略，阻止了尼泊尔鞋类产品进入印度市场。另外，随着冠状病毒的传播，来自中国的鞋材短缺，不仅影响了国内制鞋行业生产和销售，也影响了出口。目前，制鞋行业只有 5% ~ 15% 的企业正常生产，如果近期情况不能得到改善，尼泊尔整个制鞋行业运营将陷入困境。

目前尼泊尔共有 1500 家鞋厂，提供 5 万个工作岗位。除了出口印度，尼泊尔的鞋类产品还出口美国、英国、丹麦、瑞士、德国、日本、澳大利亚和不丹等国家。

## 数字平台加速印度皮革行业从疫情中复苏

编译 / 冉福林

据印度快报新闻社在金奈报道，新冠疫情爆发后，云展会已成为流行词，由于贸易活动受限和出口订单取消，印度皮革行业受到严重影响，只能利用在线平台来吸引全球客户。2020 年 6 月份，印度皮革出口已经有显著的复苏迹象，云展会在促进进出口方面发挥了重要作用。印度皮革出口委员会 (CLE) 在印度驻外大使馆的支持下，正在不同国家组织线上皮革交易会、展览会和 B2B 会议。线上皮革博览会已经在韩国和越南举办，计划还将在俄罗斯和秘鲁举行。印度皮革出口委员会主席阿基尔·艾哈迈德·帕纳鲁那 (Aqeel Ahmed Panaruna) 表示，皮革行业出口正显示出良好的复苏迹象，线上博览会将帮助印度皮革企业拓展新的出口市场。他称：“截至 6 月份，皮革、皮革制品和鞋类产品的出口量已占 2019 年总出口量的 60%。这是一个重大的好消息。由于疫情封锁，4、5 月份皮革行业出口量仅是 2019 年同期出口量的 17%。”

帕纳鲁那表示，预计 9 月份印度皮革行业出口量将恢复正常。

## INFO

## 孟加拉国皮革行业 有能力获取可观的国际市场份额

编译 / 冉福林

皮革行业是孟加拉国第二大出口行业。在过去 10 ~ 12 年里，孟加拉国的皮革制品生产取得了令人鼓舞的增长。在此期间，鞋类和其他皮革制品生产企业的数量超过 3000 家，成品革的生产能力逐年增加。近 5 年的数据显示，坯革和成品革的出口量在下降，而皮革制品的出口收入不断增加。

目前，孟加拉国皮革产品出口到亚洲、欧洲、北美、非洲和南美的许多国家和地区。但挑战无处不在，孟加拉国皮革制品在国际市场上遇到了来自发达国家和发展中国家同类产品的激烈竞争，目前在全球皮革和皮革制品市场所占的份额微不足道（不到 0.01%）。

缺少国际品牌是孟加拉国皮革行业面临的另一个挑战。另外，国际环保组织对孟加拉国皮革行业提出指控，称其污染环境、使用童工、侵犯劳工权利，并阻止国际著名品牌商购买孟加拉国的皮革及皮革产品。

在过去的 2 ~ 3 年里，生皮的市场价格急剧下降。造成这种情况的原因很多，比如出口市场对皮革和成品皮革的需求减少，中央制革污水集中处理厂 (CETP) 经常发生故障。如果这些问题得不到解决，将加剧生皮走私活动，最终将导致制革企业的生皮短缺。

尽管面临国际市场需求减少等诸多不利因素，但孟加拉国皮革行业前景依然光明。由于环境问题，发达国家制革业都已转移，但皮革制品生产和时尚产品的生产依然不断增长，他们使用的主要皮革材料仍依赖孟加拉国等国家提供。

近期，孟加拉国的制革企业已搬迁到萨瓦尔新的工业园区，并建立了现代化的中央污水处理厂。一旦项目达到标准，孟加拉国制革企业即可摆脱长期污染的生产状况。

孟加拉国拥有世界 2% 畜牧养殖数量，而且养殖气候和环境适宜，肉类消费量大，原料皮质量高。如果能充分利用这些优势，孟加拉国皮革行业将有能力参与国际竞争，而且能在国际市场上获取可观的份额。

## INFO

## 德瑞 (TFL) 皮化发布色彩趋势 展示高性能休闲皮革材料

编译 / 冉福林

德瑞 (TFL) 皮革化工发布了 2022 年春夏新的色彩趋势产品目录, 展示了德瑞 (TFL) 皮革化工对皮革服装、鞋类产品、配饰和室内装潢材料和色彩趋势的诠释。

德瑞 (TFL) 皮革化工表示: “制革企业应该生产一种高性能皮革材料, 并带有一丝休闲冒险感觉。其特点在牛帕革中得到最好的体现, 特别是使用了高度透明色调染色的牛帕革。其他类似的材料还包括超细全粒面小牛皮和羔羊皮, 以及颜色明亮、手感柔软的防水牛皮。其制成的产品防水性能好, 不易褶皱, 便于携带。”

根据德瑞发布的流行趋势, 旅行用品流行趋势将包括由全粒面小牛皮制成的双色手提包, 由粗犷风格的皮革制成的旅行提包和由超柔软的小羊皮革制成的可以折叠或卷起的挎包; 鞋类产品包括由光面小山羊皮革制成的舒适细高跟鞋以及由光面和亮面、紧实和细致粒面的软羊皮革制成的凉鞋, 由小牛绒面皮革搭配创新配件制成的运动鞋。

## 受疫情影响巴基斯坦原料皮价格下跌 50%

编译 / 冉福林

由于新冠疫情的持续蔓延, 加上潮湿多雨的天气, 不利于动物皮的存储, 2020 年古尔邦节期间的生皮价格跌到了历史最低点。巴基斯坦各地的牛皮平均售价为 600 卢比 / 每张 (合 3.60 美元)。根据不同市场, 每张牛皮的价格在 400 卢比至 800 卢比之间, 而 2019 年古尔邦节期间的平均价格约为 1400 卢比。

山羊皮交易价格为 100-120 卢比 / 每张, 去年同期的平均价格为 200 卢比 / 每张。绵羊皮价格仅为 50 卢比 / 每张, 去年的平均价格为 120-150 卢比 / 每张。

巴基斯坦制革协会 (PTA) 前主席 Agha Saidan 表示, 新冠疫情导致了全球经济衰退、皮革产品采购需求减少、制革产量下降、原料皮价格下跌、皮革产品出口受阻, 迫使许多制革厂停止或暂时关闭生产。Agha 称: “制革企业还面临着库存和流动性的压力。今年原料皮交易额约为 17.5 亿卢比, 比去年 51.5 亿卢比减少了 34 亿卢比, 下跌 66%。” 据巴基斯坦制革协会估计, 受新冠疫情影响, 2020 年屠宰数量下降了近 28% ~ 30%。2020 年古尔邦节期间, 巴基斯坦肉类价格上涨了 20% ~ 30%, 也影响了总的屠宰量。2019 年在古尔邦节期间, 巴基斯坦屠宰了 810 万头牲畜, 其中包括近 300 万头牛、400 万只山羊、100 万只绵羊和 100 万只骆驼。但是, 2020 年牛的宰杀量减少了 100 万头, 山羊减少 100 万只, 绵羊和骆驼分别减少 80 万只和 6 万只。



2010年木林森品牌品牌价值  
56.8  
亿元  
2010 MULINSEN BRAND PROPERTY



休闲鞋标准  
QB  
QB/T 2815-2011



木林森服务号



木林森订阅号

地址：福建省石狮市福辉路木林森集团大厦

电话：0595-85218888 网址：www.mulinsen.com

广告





名郎舒适鞋强势打造国际知名品牌

# 火爆招商中

“鞋”手共进 共创辉煌

格调与品质，时刻彰显绅士风度  
以匠人之心 为你造好鞋



舒适



透气



光泽



品质



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

广告

# BEIJING LEATHER

欢迎订阅《北京皮革》杂志

全新精美改版  
全面深度报道  
权威信息资讯  
优质服务读者

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

## 《北京皮革》杂志征订单

订阅客户信息							
订阅份数		总金额（人民币元）					
订阅时间	从	年	月	日起至	年	月	日止
单位名称 / 个人姓名							
收件人姓名		收件人电话					
收件地址（邮编）							
开具发票信息							
备注							
《北京皮革》杂志信息							
收款单位	中国皮革协会						
开户行	中国工商银行股份有限公司北京东四支行						
账号	0200004109014450660						
地址	北京市西城区西直门外大街18号金贸大厦C2座708室						
联系人	朱 晔 毕 波	电 话：	010-85118053 65265089				
邮箱 E-mail	bj-leather@chinaleather.org						



真皮标志  
Genuine Leather Mark

天然皮革  
Natural Leather

优质精品  
Excellent Products

良好服务  
Good Service



“

源自天然 享受经典  
精彩从真皮标志开始

”

中国皮革协会品牌部

Brand 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 701 室

Room 701, 7/F, Building C2, Finance Fortune Tower, No.18,

Xizhimen wai Ave, Beijing

邮编 (PC): 100044

电话 (Tel): 010-65265089 65140984

传真 (Fax): 010-65231698

E-mail: liuchun@chinaleather.org

广告



寶斯卡化工®

35年的执著，  
从不言弃的精神，  
孜孜不倦的科研！

*35 Years' Persistence,  
Never-give-up Spirit,  
Unwearied Scientific Research.*

**Recycling  
Benefit Everyone**

废液再用 人人受益



Tel: +86-370-386-1600 Fax: +86-370-386-1608  
Web: [www.biosk.cn](http://www.biosk.cn) Email: [support@biosk.cn](mailto:support@biosk.cn)