

# 北京皮革

BEIJING  
LEATHER

1976年创刊 第45卷

2020年10月

主办单位：中国皮革协会

封面人物  
**胡建中**

中辉集团董事长

皮革箱包产品标准的  
选用和标注要求

皮革行业运行向好态势初显  
疫情常态化形势下危中有机

鞋类设计师  
应具备的知识与能力

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



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 上海皮革皮具展有限公司  
China Leather Industry Association 中国皮革协会



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



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)



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

- 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

# CONTENTS

目次

06

## 焦点·关注

- 06 促进中埃两国皮革行业共商共享  
——埃塞俄比亚驻华使馆公使一行拜访中国皮革协会
- 09 皮革行业运行向好态势初显 疫情常态化形势下危中有机
- 14 中皮协理事长李玉中一行考察贵阳清镇箱包产业园
- 16 高举环保大旗 胸怀责任担当——记一代儒商中辉集团董事长胡建中

24

## 科技·生态

- 24 奶牛鞋面革生产工艺
- 26 从手工绗鞋、机器制鞋到自动化制鞋  
——简述我国制鞋工艺技术进步和发展

30

## 质量·标准

- 30 皮革箱包产品标准的选用和标注要求

34

## 教育·培训

- 34 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（二）
- 36 鞋类设计师应具备的知识与能力

38

## 创新·企业

- 38 隆生服饰：内外双循环齐头并进 构建发展新格局
- 40 漫谈箱包企业的差异化营销



## 本期广告目录

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
海宁市富升裘革有限公司	23
穿温岭鞋 行万里路	48
中辉皮草	56
雪球皮草	58
崇福毛皮市场	60
睢县杯皮革行业职业技能竞赛	77
生态皮革	83
木林森鞋业	94
名郎鞋业	95
足佳鞋业市场	96



46

### 设计·潮流

- 46 走进中国轻工“大国工匠”陈国学手工制作坊
- 50 紫草在皮革染色中的应用研究与创新实践
- 62 黄金分割尺度与时尚产品的验证关系
- 68 简约鳄鱼皮女包
- 69 长手腕鳄鱼皮印花时尚包
- 70 中华鞋文化的主流文化特征

72

### 资讯·数据

- 72 谋篇布局 筹划皮业未来  
——中皮协牵头赴河北、山东开展“十四五”调研
- 74 做好做足“四篇文章” 推动制鞋产业高质量发展
- 78 多元化突围 助力温岭鞋业升级
- 80 中国食品土畜进出口商会裘皮分会二届三次理事会在崇福举行
- 81 黑龙江皮草流通行业协会召开第三届理事会
- 82 皮革行业技能竞赛优秀选手喜获“全国轻工技术能手”荣誉称号
- 84 中国皮革行业部分上市公司及行情（9月）
- 86 2020年1-7月全国皮革行业进出口量值分析
- 89 皮革有望重新获得近年来失去的市场份额
- 91 白俄罗斯皮革和制鞋行业表现出积极复苏活力
- 93 南非政府“承诺”复兴皮革和制鞋行业

CONTENTS

# 北京皮革

BEIJING LEATHER 1976年创刊 第45卷 2020年10月8日出版

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

国际标准连续出版物号 ISSN 1002-7947  
国内统一连续出版物号 CN 11-2260/TS  
Publication Date **刊期** 月刊 每月8日出版  
Distribution **发行** 公开发行 本刊发行部  
Price **定价** 每本人民币25元, 300元/年  
Design **设计** 《北京皮革》设计制作中心  
Printing **印刷** 北京博海升彩色印刷有限公司

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

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

**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。

本期封面人物摄影: 段广涛

**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

刁 梅	于百计	万祥华
弓太生	王 敏	王吉万
王金杰	王振滔	邓佑才
冯春海	艾英利	朱 岩
任有法	刘穗龙	许志华
严 平	严建林	严慈亮
李 军	李开华	李伟娟
李彦春	李雪梅	吴海燕
何有节	汪 海	宋晓武
张壮斗	张继国	陈小云
陈玉珍	陈启贤	陈国学
范子坤	罗建勋	岳国威
郑秀康	周 骅	胡建中
俞 英	施荣川	施纪鸿
贺素成	徐树峰	郭建英
曹浩强	章川波	梁志新
尉乐根	彭先成	董新志
谢胜虎	谢榕芳	霍建国

# 北京皮革

刊名题字: 李玉中





世界制鞋产业服务商

SERVICE PROVIDERS OF WORLD FOOTWEAR INDUSTRY



新濠畔®  
XINHAOPAN

新鞋材 新濠畔 鞋的一半在新濠畔

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

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

广告



2020年9月9日上午,埃塞俄比亚驻华使馆全权公使埃佛恩·布兹外尤、一等秘书西蒙及商务专员黄茁到访中国皮革协会。中国皮革协会理事长李玉中、名誉理事长苏超英、副理事长严平和秘书长陈占光等接待了埃塞俄比亚驻华使馆公使一行。李玉中理事长与公使先生分别介绍了中埃两国皮革行业的发展现状,并就两国产业合作、技术培训、贸易投资、信息互换等重点问题进行了广泛的探讨与交流。

## 促进中埃两国皮革行业共商共享 ——埃塞俄比亚驻华使馆公使一行拜访中国皮革协会

文/王渐瀑 图/周诚



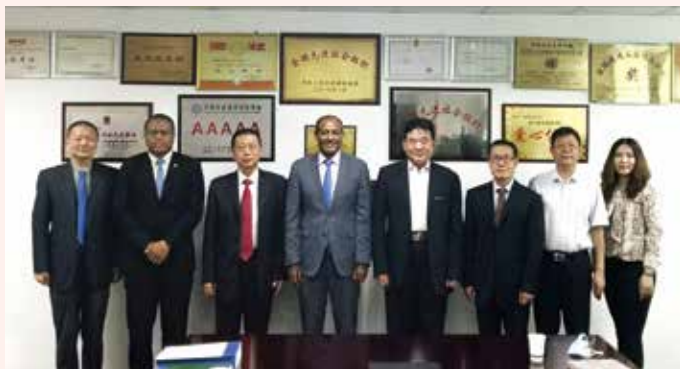
埃塞俄比亚拥有丰富的畜牧资源，出产的羊皮是制作高档皮衣、皮手套、皮包等产品的上好原料。埃塞俄比亚也是我国皮革业在非洲的最大贸易伙伴之一。我国对埃塞俄比亚出口以鞋、包袋、鞋靴零件等制成品为主，也包括少部分成品革及半成品革，进口主要为皮革和原料皮。

2019年我国皮革业对埃塞俄比亚出口总值达5176.2万美元，其中鞋占出口总值比重达61.5%，鞋靴零件和箱包占比分别为14.7%和11%。

同年，我国出口埃塞俄比亚成品革总金额近139万美元，在中国出口非洲同类产品中占比40.61%；出口埃塞俄比亚半成品革总金额达21.5万美元，在中国出口非洲同类产品中占比88.45%。

2019年我国从埃塞俄比亚进口皮革及制品金额达5327.5万美元，占我国从非洲进口皮革及制品总额的33%，其中半成品革进口总金额达699万美元，成品革进口额达4139万美元，合计占比达91%。

2020年上半年，受全球新冠病毒疫情影响，中埃两国进出口贸易有所下滑，中国对埃塞俄比亚皮革行业进口与出口总金额分别下降了63.1%和44.5%。这是在特殊时期的阶段性现象，相信在“一带一路”合作倡议推动下，中国与埃塞俄比亚皮革行业有着广泛的合作空间和潜力，双方会持续交流与合



作，努力实现共商、共建、共享。

皮革制鞋业是埃塞俄比亚政府优先发展的领域之一。目前已有10余家中国制革、制鞋企业在埃塞俄比亚投资，成为我国皮革业对外投资的主要目的国。

2021年10月，国际皮革工艺师与化学家协会联合会(IULTCS)、国际制革委员会(ICT)年会、世界皮革大会(WLC)、非洲皮革展将同期在埃塞俄比亚举行，这也是我国皮革业走进埃塞俄比亚的又一

良好契机，有助于进一步增进中埃皮革企业相互了解，促进双方的投资合作与贸易交流。

2020年是中埃正式建立外交关系50周年，埃佛恩公使诚挚邀请李玉中理事长参加将于12月举办的中埃建交纪念活动。李玉中理事长表示感谢，并代表中国皮革协会表达了与埃塞俄比亚皮革行业长期合作的愿望，同时向公使先生赠送了《2020中国皮革协会会员名录》及相关资料。

## 2019年中国出口埃塞俄比亚皮革产品

金额：美元

名称	埃塞尔比亚	同比 /%	非洲	埃塞俄比亚在非洲中占比 /%
全行业	51761996	0.6	5304036402	0.98
半成品革	214598	-6.2	242610	88.45
成品革	1389605	-20.8	3421778	40.61
箱包	5673264	9.6	1400037161	0.41
鞋类	31828486	-5.0	3503460670	0.91
鞋靴零件	7583317	45.4	219119197	3.46

## 2019年中国进口埃塞俄比亚皮革产品

金额：美元

名称	埃塞尔比亚	同比 /%	非洲	埃塞俄比亚在非洲中占比 /%
全行业	53275142	-21.0	162119188	32.86
半成品革	6993368	-8.9	53471697	13.08
成品革	41388758	-18.5	52642008	78.62
箱包	19382	-75.3	4855793	0.40
鞋类	3774579	-53.1	7905137	47.75
鞋靴零件	325371	171.9	820421	39.66

## 2020年1-6月中国出口埃塞俄比亚皮革产品

金额：美元

名称	埃塞尔比亚	同比 /%	非洲	埃塞俄比亚在非洲中占比 /%
全行业	13313200	-44.5	1950967655	0.68
半成品革	—	—	—	—
成品革	430955	-54.1	767479	56.15
箱包	1131977	-55.1	476025112	0.24
鞋类	8673141	-37.0	1316079873	0.66
鞋靴零件	1705198	-58.4	102377800	1.67

## 2020年1-6月中国进口埃塞俄比亚皮革产品

金额：美元

名称	埃塞尔比亚	同比 /%	非洲	埃塞俄比亚在非洲中占比 /%
全行业	9647742	-63.1	46926134	20.56
半成品革	308004	-94.0	12169879	2.53
成品革	9010762	-51.5	11771373	76.55
箱包	13996	2073.3	1602044	0.87
鞋类	110877	-94.2	1477669	7.50
鞋靴零件	—	—	—	—

## 皮革行业运行向好态势初显 疫情常态化形势下危中有机

文/梁 玮

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

## 行业景气指数逐月回升 销售收入和利润总额降幅收窄

受疫情冲击影响，今年2月中轻皮革景气指数跌至历史最低值63.45，跌破过冷区间，之后随着疫情防控形势逐步好转，企业生产和销售持续恢复，中轻皮革景气指数也逐月回升，3月回升至67.25，6月份达到69.72，尽管仍然低于去年同期水平，但产业向好的态势已初步显现。见图1。

从6月的细分景气指数来看，主营业务收入景气指数70.33、出口景气指数67.34、利润景气指数56.27、资产景气指数88.68，前三项均较上月有所回升。

2020年上半年，我国规上皮革主体行业完成销售收入4,380.47亿元，同比下降16.43%，降幅较一季度收窄5.24个百分点。细分行业中，制鞋、箱包合计占比75.2%，较上年同期提高0.32个百分点，其中，规上制鞋企业完成销售收入2,756.74亿元，同比下降15.20%；规上箱包企业完成销售收入535.91亿元，同比下降20.54%。排名第三的规上制革企业占比10.7%，较上年同期提高0.16个百分点；完成销售收入467.90亿元，同比下降17.83%。除此之外，皮革服装、毛皮服装销售收入也都不同程度下滑。见图2。

同期，全国规上皮革主体行业实现利润总额207.42亿元，同比下降28.22%，降幅较一季度收窄

5.71个百分点。从细分行业来看，制鞋占全行业利润总额的60.4%，对行业利润总额贡献最大，但是同比下降30.28%。而制革、箱包、毛皮服装的利润额也都呈现双位数下降。见图3。

行业主要大类产品产量普遍下降。今年上半年，全国规上轻革产量2.59亿平方米，同比下降9.79%，但降幅较一季度收窄5.18个百分点。见图4。产量前十位省份中，河北份额最大，河南与浙江次之。除四川、安徽、河南和甘肃实现增长外，其它省份产量均出现不同程度的下滑，广东降幅最大，下降73.12%。

与上游轻革产量相比，下游制品产量下滑更加明显。2020年上半年，规上企业皮鞋产量16.85亿双，同比下降14.96%，降幅较一季度收窄5.23个百分点；规上企业皮革服装产量2,056.13万件，同比下降85.08%；规上企业天然毛皮服装产量153.41万件，同比下降24.77%。

## 内需市场持续复苏 但出口形势不容乐观

随着国内疫情控制形势的好转，居民出行及消费活动逐渐正常化，皮革产品内需市场正在恢复。根据国家统计局数据，2020年上半年，全国限额以上服装鞋帽、针纺织品类商品零售额同比减少19.6%，降幅较一季度收窄12.6个百分点。

因为疫情原因，新型消费发展加速，网络销售态势相对较好。1-7月份，全国实物穿着类商品网上零售额同比下降0.9%，降幅较一季度收窄14.2个百分点。

下一阶段，随着经济内循环为主战略的实施，“六稳”工作扎实推进，“六保”任务不断落实，促消费政策效果将进一步显现，皮革产品消费市场有望继续改善。

2020年上半年，我国皮革行业出口280.56亿美元，同比下降29.7%。占轻工行业出口总额19.9%，居轻工首位，占全国出口总额的2.55%。

全行业上半年实现顺差219.13亿美元，同比下降32.5%，占全国进出口贸易总顺差的13.06%。行业出口自2月份出现双位数下滑，3月以后降幅逐渐加大，这主要是因为国际疫情蔓延加剧，影响终端市场。

从细分行业来看，2020年上半年，我国箱包、鞋类等制成品在皮革行业出口额中贡献最大，二者出口金额合计达到236.8亿美元，占出口总额的84.4%。其中，鞋类产品出口32亿双，146.7亿美元，同比分别下降32.4%和30.2%；旅行用品及箱包出口金额为90.1亿美元，同比下降30.1%。见图5。

## 前五大出口市场均受冲击 对美国出口下滑幅度最大

从出口市场来看，欧盟、美国、东盟、非洲、日本是我国皮革行业

出口的前五大目标市场，2020年1-6月这五大市场出口额合计占我国皮革行业总出口额的63.6%。见图6。

受中美贸易摩擦和新冠肺炎疫情的叠加影响，2020年1-6月中国皮革产品对美出口额同比下滑41.9%。同时，对欧盟、东盟、非洲、日本出口额同比分别下滑29.8%、14%、15.8%、10.6%。

2020年上半年，在我国鞋类出口量值中，美国占比分别为15.2%和21.1%，尽管较上年同期占比均有下滑，但美国仍是我国鞋类产品出口的最大目的国；欧盟分别为17.9%和19.5%，是另一个重要的出口目的地；东盟占比则分别达到12.7%和10.0%；其后是日本，占比分别为6.3%和5.8%。出口到上述国家和地区的鞋类量值合计分别占我国鞋类出口量值的52.1%和56.4%。

欧盟仍然是我国最大的箱包出口目的地，2020年上半年，在我国箱包出口量值中，欧盟的量值占比相同，均为22.6%，美国次之，占比分别达到18.5%和15.8%；排在第三位的是东盟，占比分别为10.3%和11.5%。出口到上述三个市场的箱包量值合计占比分别达到51.4%和49.9%。

### 进口结构向消费拉动型转变趋势明显 上海继续领跑各省市进口

2020年上半年，我国皮革行

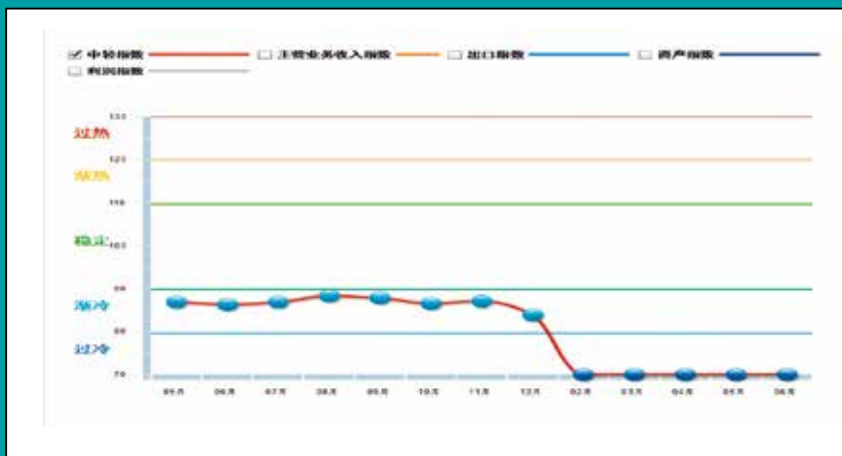


图1 2019年6月—2020年6月皮革行业景气指数变化态势



图2 2020年1-6月全国规上皮革主体行业月度累计销售收入及同比



图3 2020年1-6月全国规上皮革主体行业月度累计利润总额及同比

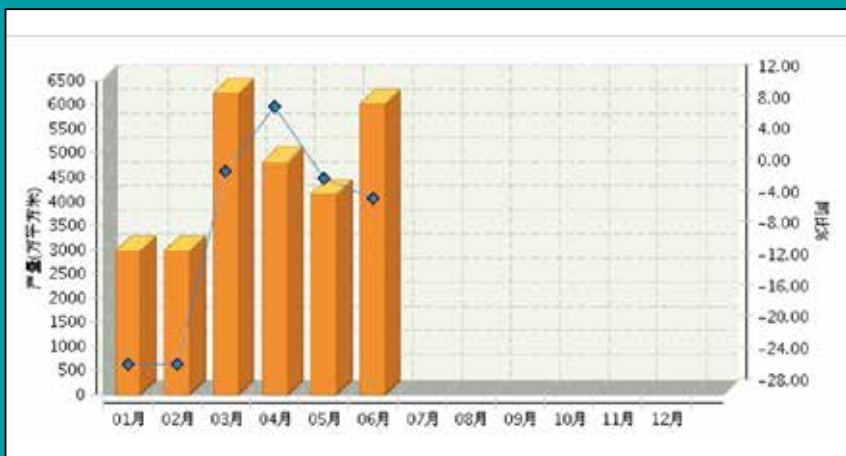


图4 2020年1-6月全国规上轻革行业月度产量及同比

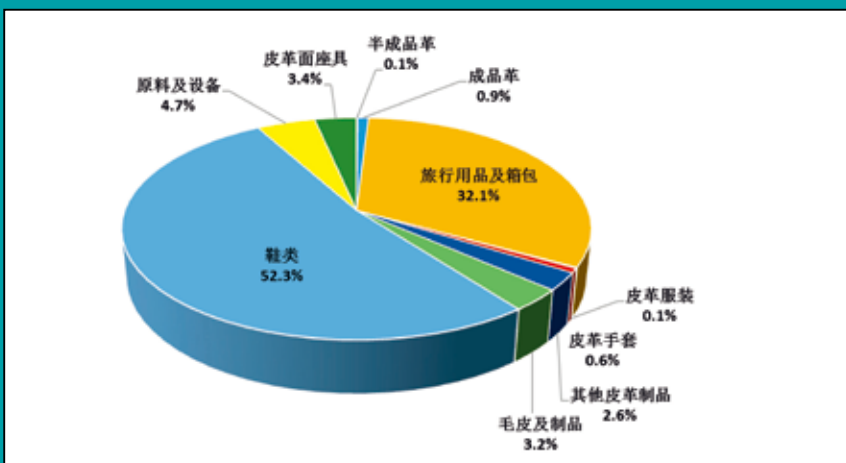


图5 2020年1-6月全国皮革行业出口额子行业占比

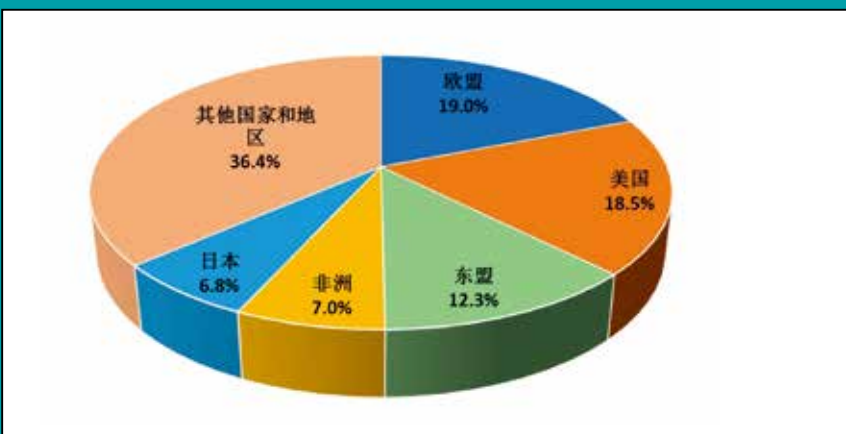


图6 2020年1-6月全国皮革行业出口额主要市场占比

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

我国皮革行业的进口结构由生产型向消费型转变的趋势日趋明显，自 2016 年起，我国皮革主体行业原料进口占比持续下降，制品进口占比逐步提高，2020 年上半年延续了这一势头，原料进口占比已下滑至 33.27%，制品进口占比提升至 66.73%，较去年同期提升 9.22 个百分点。其中，进口生皮 60.2 万吨，同比增长 3.2%，进口额 4.9 亿美元，同比下降 23.1%，量增额降主要是受单价下滑影响，单价同比下降 25.69%；进口半成品革 23.9 万吨，进口额 3.8 亿美元，同比分别下降 30.3% 和 36.9%；进口成品革 2.7 万吨，进口额 4.5 亿美元，同比分别下降 38.8% 和 41.4%。

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

### 东盟仍然是进口首要来源地 进口前十国仅三国实现增长

2020 年上半年，东盟仍然是我国皮革行业进口第一大来源地，



占比 36.2%，较上年同期提高 6 个百分点，同比下降 1.0%。其中，自东盟进口鞋的金额占我国鞋进口总额的 73.2%，同比增长 18.4%；自东盟的进口主要来自越南和印尼，在鞋进口总额中的占比分别为 50.7% 和 19.2%，同比分别增长 13.2% 和 36.3%。自东盟进口已鞣毛皮的金额占我国已鞣毛皮进口总额的 73.2%，其中，自东盟进口主要来自柬埔寨、泰国，在已鞣毛皮进口总额中的占比分别为 42.1%、24.2%。

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

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

## 保持平稳运行压力仍然较大 未来发展危机中蕴藏机遇

2020 年上半年，我国皮革行业积极推动复工复产，着力化解疫

情带来的不利影响，不断提升发展韧性和抗风险能力，部分经济运行指标出现回升迹象。但是，当前全球疫情依然在蔓延扩散，未来尚存在诸多不确定因素，对全球供应链和经济运行造成的冲击将继续发展演变。

下半年，皮革行业面临的外部风险挑战仍然较多，全年保持平稳运行压力仍然较大。尤其是因为国外疫情未能得到有效控制，国际市场持续低迷，皮革行业出口下行的态势并未得到缓解，全年出口形势仍然不容乐观。

当前，我国经济正处在转变发展方式、优化经济结构、转换增长动能的攻关期，经济发展前景向好，但也面临着结构性、体制性、周期性问题相互交织所带来的困难和挑战，加上新冠肺炎疫情冲击，目前经济运行面临较大压力。

同时，我们还要面对世界经济深度衰退、国际贸易和投资大幅萎缩、国际金融市场动荡、国际交往受限、经济全球化遭遇逆流、一些国家保护主义和单边主义盛行、地缘政治风险上升等诸多不利局面，我们必须在更加不稳定和不确定的世界中谋求自身发展。在这样的大环境下，皮革行业发展面临巨大挑战和危机，但是危机之中蕴藏机遇。

在国内外较为复杂的形势下，党中央、国务院及时提出了构建“加快形成内循环为主、国内国际双循

环相互促进的新格局”。

目前，在一系列结构性改革措施的作用下，中国经济的内生增长动力持续释放，以供给结构动态适应人民日益增长的美好生活需要为特征的内循环体系正在逐步成型，中国皮革行业亟待依托内外双循环，拓展国际市场，深耕国内市场，谋求更加广阔的发展空间。

疫情的考验提升了产业优胜劣汰的速度，行业资源整合加速，两极分化日趋严重，产业迎来新一轮的大洗牌，也给产业向高质量、高效益转变提供了广阔空间。

从未来的发展趋势来看，基于消费端需求的变化，个性化、差异化、健康化、触及消费者痛点的产品，以及能够进一步提升用户情感和穿着体验的皮革产品，将成为市场增长的主要动力。伴随新一轮科技革命，技术已经成为重塑产业结构的关键力量，科技创新将重构产业的结构和形态，智能制造、数字化生产、柔性生产将成为产业的下一个风口所在。

全球皮革产业格局将在阵痛中不断调整，进一步提升产业链和供应链的完整性、安全性，构筑更加绿色、透明、可持续发展的产业链和供应链，成为未来发展方向。

我们坚信，“阳光总在风雨后”，只要全体皮革行业同仁凝心聚力、直面挑战、革故鼎新、开拓创新，一定能够共渡难关，迎来风雨过后的艳阳天。

# 中皮协理事长李玉中一行 考察贵阳清镇箱包产业园

文、图 / 张 燕

8月28日，中国轻工业联合会党委常委、副会长，中国皮革协会理事长李玉中及中国皮革协会副理事长、新秀集团董事局主席施纪鸿等一行到贵阳清镇市进行了考察，受到了贵州省委常委、贵阳市委书记赵德明，贵阳常务副市长徐昊、市委秘书长刘本立，以及清镇市委书记孙绍雪、市长王鸣明、市委常委张涛等领导的热情接待。考察团参观了正在建设中的清镇市箱包产业园、站街镇扶贫车间和贵州华仁新材料有限公司等项目及企业，并与清镇市相关领导进行了座谈与深入交流。

座谈会上，李玉中理事长充分肯定了清镇市箱包产业园的发展速度及发展理念。他说，清镇的地貌是山多，清镇市建园区可谓是劈山建园，仅箱包产业园就占地2261亩，总投资需要近40亿元，可见清镇市政府的决心。清镇市围绕“铝”为核心，推出的“一品一业，百业富贵”的定位非常清晰准确，发挥好铝土矿资源丰富的优势，运用好境内铝工业企业的产品，做好延伸产业发展，做强铝制旅行箱包产业的发展思路值得其他地区学习。李玉中理事长还建议说，清镇市的产业定位就是一张全新的蓝图，未被束手束脚，在转型升级中一定要高起点，可通过与高校合作等多种形式加强研发平台的建设，开发出更多的高端铝制材料。在做好箱

包产业的同时，也可把消费产品延伸到自行车、家具、五金、小家电等更多产业，希望清镇市能用先进的经营理念和专业技术，培育打造一批铝制消费品产业集群，充分做好“铝”文章，从而推进贵州在整个内陆地区铝制消费品制造业的长远发展。

王鸣明市长对李玉中理事长一行到清镇市考察交流表示欢迎和感谢。他说，清镇市将围绕“一品一业、百业富贵”发展愿景，积极谋划和制定好“十四五”发展规划，科学布局，分析研判，全力推进“一百双千”工程，探索、实践并走出一条融合发展的创新之路，实现政企“双赢”。

王鸣明市长总结说，会后，相关部门要认真整理、组织学习各位专家的意见和建议。要提高思想认识，坚定信心和决心，应用新发展理念，搭建发展平台，加快工作进度。要以申报中国铝制箱包之都为工作抓手，做好做实做细各项工作，促进箱包产业发展。要以高端化、专业化、特色化为标准，强化品牌效应，找出差距，对标对表，丰富产业集群，拓展发展模式，做精做优产品，抢占销售市场。要重视技术培训，建强人才队伍，创新体制机制，完善基础设施，强化要素保障，建立国内国外“双循环”体系，实现发展新目标。

中国皮革协会及企业代表  
与贵阳清镇市领导座谈



李玉中理事长、施纪鸿  
董事长一行参观铝制  
箱包产业基地



李玉中理事长、施纪鸿董事长一行  
参观华仁新材料有限公司



封面人物



## 胡建中

中辉集团创始人、董事长  
中国皮革协会副理事长  
浙江省皮革行业协会副理事长  
桐乡市崇福皮草协会会长  
2006-2007年，荣获“桐乡市十佳优秀经营者”  
2011-2012年，荣获行业高峰论坛“十大风云人物”  
2013-2014年，荣获行业品牌盛会“十大风云人物”  
2018年3月，  
荣获浙江省皮革协会“浙江省皮草智慧贡献奖”  
2018年8月，  
被中国皮革协会授予“中国皮革行业功勋人物”



高举环保大旗  
胸怀责任担当

——记一代儒商  
中辉集团董事长胡建中

文 / 安春叶 谈正南 施海平 图 / 段广涛



胡建中荣获“功勋人物”称号, 中国轻工业联合会会长张崇和(左六)等为获奖者颁奖



时任中国轻工业联合会副会长兼秘书长王世成(左)为中辉董事长胡建中颁奖

## 不忘初心 艰苦创业

中辉起步于1993年, 胡建中从做毛领、毛条起步。由于之前他一直从事木材生意, 对毛皮不是很懂行, 起步阶段很艰难, 但他硬是凭着一股不服输、肯吃苦的精神和“我有业务做”的信念, 埋头苦干, 打造出了中国毛皮行业的标杆企业——中辉集团。

27年来, 在胡建中的带领下, 企业实现了从家庭作坊到现代化、规模化、品牌化、集团化的飞越; 完成了从单一的内贸到内外贸并举的跨越, 集团旗下现拥有浙江中辉皮草有限公司、浙江中辉裘革科技有限公司、浙江中铭医疗科技有限公司、桐乡市中盛皮草制衣有限公司等6家子公司。

或许是因为经历了艰苦创业的历程, 胡建中一直保持着生活节俭和吃苦耐劳的作风。正是有了他这样的表率, 中辉集团形成了一种艰苦创业、勤俭持家的企业精神。在谈话中, 胡建中深有感触地说, “在创业的这些年里, 遇到企业不景气时, 很多人向我叹气, 缺乏信心, 但作为一个公司老总又能向谁叹气、向谁叫苦呢? 对我来说, 让大家吃上饭, 是我的责任! 对于任何一家优秀的企业来说, 在发展到一定规模, 取得一定业绩之后, 其存在的意义便会从基本的生存赢利上升为对社会的责任与回报, 中辉也是如此。对行业成长的关爱呵护, 对皮草文化潮流及清洁生产技术的传播与引领, 对社会的责任, 都是我们深切正视的发展主题!”

## 遵循可持续发展战略 推进清洁生产

身为企业的掌舵人, 多年来, 胡建中一直遵循和贯彻国家倡导的可持续发展战略, 积极践行循环经济理念, 持续推进清洁生产, 不仅使企业自身得到了长足的发展, 还为曾经有高污染之名的皮草行业吹来了阵阵绿色





中辉“木转鼓结构”获国家发明专利



中辉皮草五星级专卖店

之风，推进了我国毛皮行业的升级进程。

### 实施“中德政府合作有效益的环境成本管理项目（EoCM）”

毛皮生产过程中，工艺复杂，污染比较严重，水资源消耗较大，粗放管理也造成较大能耗。胡建中清醒地认识到，行业要发展，集团要发展，做好环境保护节能减排工作是关键。为此，中辉皮草在2004



胡建中接受中央电视台新闻联播记者采访

年开始进行节能减排技术改造，虽解决了一些问题，但受当时条件的限制，还不能实现整体技术上的革新。

2005年，恰逢中德政府组织实施“有效益的环境成本管理项目（简称EoCM）”，胡建中敏锐地察觉到这是一次难得的机遇，在他的带领下，中辉皮草积极与德方签署项目，经过2年的努力，EoCM项目在中辉成功实施，并取得了很好的成效：企业每年的废水排放量下降25%，化学品使用量减少26%，单位能耗下降20%。

EoCM项目在中辉的成功实施为皮革行业环保树立了典范。2007年3月，在PREMA-有效益的环境管理评估研讨会上，中辉皮草成为13家实施该项目的中方企业中的唯一代表赴北京作了主题发言，与国内外专家进行了成果交流。

2007年5月6日，中央电视台新闻联播对中辉皮草EoCM项目的成功实施进行了长达3分钟的专

题报道。

### 自主研发节水节能高效转鼓

EoCM的成功实施，更加坚定了胡建中向环境管理要效益，向清洁生产、节能减排要效益的决心。2007年公司再接再厉，成立技术攻关小组，攻克了毛皮湿加工划槽需大量的操作液、搅拌能效较差、容易结毛、毛皮在加工中对化学品吸收效果差等难题，自主研发出节水、节能、高效的新型转鼓。新型转鼓不仅机械搅拌效果好，化学材料渗透性好，皮纤维对化学材料的吸收率高，而且还可以有效防止毛皮缠绕，有利于废水回收利用。

事实证明，采用新型转鼓生产的毛皮成品质量明显提高，优品率提高了20%以上，对化学品的吸收率提高了25%，更为关键的是用水量节约50%以上。此设备已获国家发明专利，并在公司整合提升迁建项目中全面应用。

### 承担清洁生产国家级项目

2011年，中辉皮草申报的“年



胡建中在“2012中国毛皮产业发展论坛”上作“清洁生产——中辉可持续发展之路”的主题报告



中辉公司提升迁建项目

产 300 万张毛皮加工废水循环使用系统技术集成示范项目”获得工信部、财政部的批准和支持，并在行业中推广，这是 2011 年度皮革行业唯一获得批准的清洁生产国家级项目。在项目实施和建设中，集团技术团队从设备改造、设施建设和工艺条件优化入手，反复进行生产试验，对产品质量精打细磨，认真总结失败教训，虚心请教专业技术人员，不断尝试新型材料的应用。经过半年多的艰苦工作，示范项目顺利完成。该项目的实施可以节约大量化工材料，经济效益、环境效益显著，验收专家组一致认为“项目技术达到国际领先水平”。

### 注重产学研相结合，建立院士专家工作站

为完善集团科技创新体系，培养造就高水平的科技创新人才和高层次管理人才，增强集团核心竞争力与持续快速发展的能力，具有远见卓识的胡建中一直十分注重产学研相结合，在他的主导下，中辉集团先后与陕西科技大学、中国皮革和制鞋工业研究院、四川大学、嘉兴学院等高等院校和科研院所建立了产学研相结合的体系，中辉成为大学生、研究生的技术实践基地。

2013 年 4 月，胡建中与中国工程院院士石碧在成都签订了建立院士工作站的协议，同年 9 月，中

辉集团院士专家工作站正式启动。该站拥有创新团队成员 18 名，专业涵盖轻化工程、高分子材料与应用、机械设计、皮革工程、生物技术等，是一支高水平、高素质的创新研发团队。为给工作站提供更好的科研条件，中辉特别设立了专业设备完善的“毛皮工业工程技术研发中心”，引进各类试验和分析设备 300 多台套。在项目合作方面，工作站现已完成浅色毛皮无铬鞣工艺研究、毛皮结合鞣新技术研究、毛皮污水处理中污泥高效减量化新技术、毛皮染色水脱铬处理技术等项目开发。院士专家工作站为中辉的发展提出了重要的战略决策建议，使中辉集团在发展循环经济、实施清洁生产、推进节能减排方面取得了积极成效，在行业内起到了示范和标杆作用。

中辉是国内皮草行业首家设立院士专家工作站的企业，该站 2013 年被认定为市级院士专家工作站，



院士工作站成立



中辉公司迁建项目开业仪式



中辉荣获“功勋单位”荣誉称号

2015年被认定为省级院士专家工作站。产学研相结合这一举措，不仅使企业的循环经济和清洁生产技术水平得到了快速提高，也使许多专家的科研成果找到了最有实战价值的“演练场所”，真正实现了合作共赢。2017年，集团还参与了由石碧院士牵头，四川大学、陕西科技大学及上下游企业等10家单位共同实施的生态皮革鞣制染整关键材料及技术项目，该项目被科技部列入国家重点研发计划重点专项。

### 完成整合提升迁建项目

胡建中积极践行“绿水青山就是金山银山”的理念和国家有关产业、环保政策，结合桐乡市制革行业整治提升的有关要求和崇福镇小城市建设的总体规划，他决定将浙

江中辉皮革有限公司的确染项目与浙江中辉裘革科技有限公司进行整合，在公司承担的国家级清洁生产示范项目基础上，实施“浙江中辉裘革科技有限公司整合提升迁建项目”，按照应用示范项目的高标准、严要求进行规划和建设，设计了半自动化、高效能、节能减排的生产流水线，提升了毛皮行业清洁生产整体技术水平，引领毛皮产业健康发展。该项目规划用地74亩，建筑面积12万平方米，总投资3亿元，被列为2016年浙江省重大工业项目，并被国家发改委列入“2017年度重点地区污染治理工程——长江经济带水污染治理项目”，获国家资金重点支持。

该项目已于2018年12月完成

主体建设，2019年9月投入试生产，2020年7月正式投产。项目通过实施无铬鞣技术、铬液循环利用，节约了大量化工材料；通过多道工序工艺水循环、中水回用，实现水资源循环利用率达到79%；通过新型设备引入、新工艺研发，减少了各类化工材料用量36%，节盐量达到48%；通过提高自动控制和装备改造，单位能耗下降25%，劳动生产率提高35%以上。

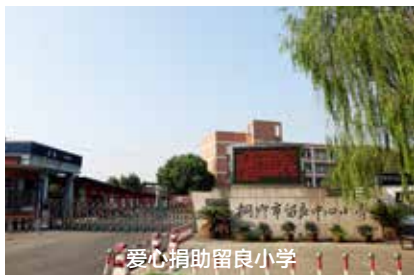
### 以人为本 勇担社会责任

多年来，中辉集团一直坚持“以人为本，勇担社会责任”的理念，在关爱员工，注重集团自身发展的同时，一直心系行业与社会。

#### 以人为本，关爱员工

胡建中在用人方面从不排外，唯才是用，不分年龄、背景、学历、籍贯。公司定期召开员工代表座谈会，及时解决员工关心的问题；保障员工薪酬增长，改善伙食；逐步降低一线员工劳动强度，奖惩公开透明，遏制不公；为来自五湖四海的外地员工提供良好的免费住宿环境；对困难员工给予温暖和人性关怀。关爱员工的种种举措，极大增强了员工对公司的认同感和归属感。用胡建中的话说“这是对劳动者的尊重和认可”。为弘扬中华民族扶危济困的传统美德，发扬团结友爱和互帮互助的优良传统，提升集团





爱心捐助留良小学



心系疫情



爱心捐助语溪小学



标准制定

### 心系疫情，研发抗病毒服装

2020年2月份，在全民防控新冠肺炎疫情的关键时期，胡建中决定紧急启动疫情支援行动。2月10日，他率先代表企业向崇福镇红十字会捐款人民币30万元，用于支持疫情防控工作，并号召公司党支部、工会、团支部联合发起“凝聚爱心·共抗疫情”募捐活动，号召集团全体员工积极参与到疫情防控中来。胡建中一直在为防控疫情而努力着。2020年6月，抗病毒领域权威专家联合行业知名设计师孙海涛和胡建中一拍即合，共同研发抗病毒裘革服装原料，为人类的生命安全保驾护航。此系列服装在2020年8月举办的2020海宁中国国际时装周上已对外公开发布。

### 心系行业，为行业发展献力

中辉集团在行业可持续发展上一直尽力尽责，积极支持中国皮革协会与中国轻工业联合会的各项调研工作，为行业发展提供了宝贵的一线数据资料。

中辉集团也为我国毛皮行业

凝聚力，2013年，集团建立了员工爱心互助基金会，以便更好地帮助困难职工。

### 爱心捐助，回报社会

多年来，在胡建中的带领下，中辉集团开展了多种形式的公益活动。坚持每年向慈善机构、当地困难家庭、寒门学子捐款捐物，从2010年开始，每年定向向桐乡慈善总会捐助3万元。同时，与桐乡市特殊学校开展“结对助学”活动，并形成长效帮扶机制。每年“六·一”为特殊学校儿童准备学习用品礼包、电脑等物资，和小朋友进行互动交流，使特殊学校的学生们感受到来自社会的温暖和关怀；只要有一心

求学的（包含大学、研究生深造）学生，公司都将一路资助学费。

2020年，为减轻疫情对家庭生活 and 孩子们学习造成的影响，中辉集团为孩子们创造了更好的学习条件和环境，8月2日，中辉集团向桐乡市崇德小学教育集团语溪小学捐赠了一批价值4.5万元的电教设备。此前，为了弘扬本地名人吕留良的精神与文化，集团已累计向留良小学捐款20余万元。

截至目前，集团已经累计向社会捐款捐物800多万元。集团多次被评为“光彩事业”先进单位，而集团的一系列善举与担当，也得到了当地政府和社会的肯定与好评。



中辉生活馆

标准的制定与毛皮行业技术进步起到了示范带头作用。多年来，中辉集团参与制定了《清洁生产审核指南——制革工业》《制革及毛皮加工工业水污染物排放标准》《制革及毛皮加工行业现场环境监察指南》等一系列国家标准、行业标准；主导和参与制定了《獭子皮》国家标准、《毛皮领子》《貉子毛皮》行业标准和《水貂服装》《毛革服装》《貉子毛皮领子》三项浙江制造标准；主导修订了《毛皮 物理和机械试验 收缩温度的测定》行业标准。正在组织制定《绿色设计产品评价技术规范 毛皮》清洁生产行业标准和修订《取水定额 第56部分：毛皮》国家标准。

## “思路决定出路，产品体现实力；做事要切合实际，做人要有更高的追求！”

### 树民族品牌 创百年中辉

做好内销市场，树民族品牌，创百年中辉，一直是胡建中的人生目标。1993年刚起步时，中辉皮草主要为海宁皮革城的商户做配套，后来又逐步开拓国际市场，内销一直没涉足，所以做稳外销，发展内销一直是胡建中所渴望实现的目标。为此，他高瞻远瞩，在2001年就注册了品牌“依奴珈”，2008年金融危机后，胡建中审时度势，决定把“依奴珈”皮草服装推向国内市场。

此时的“依奴珈”品牌已在全世界40多个国家和地区进行了商标注册。事实证明，胡建中的选择是正确的，2012年中辉皮草出口额达到1500万美金，而内贸的销售则已达到了近2亿元，企业成功实现了两条腿走路。

目前，“依奴珈”在全国各大中城市已开设连锁门店、生活体验馆、商场专柜等40余家。为了让消费者买得放心，真正做到售后无

忧，“依奴珈”品牌实行全国连锁、线上线下一体化的营销体系。

随着“新零售”业态突飞猛进的发展，“依奴珈”品牌定位逐步转向年轻化、时尚化、个性化，以充分利用当前的社交平台和信息化渠道，保持与客户的良好沟通，从而发展核心客户群体，不断扩大品牌影响力。谈及企业发展及未来追求，胡建中精辟地概括为：“思路决定出路，产品体现实力；做事要切合实际，做人要有更高的追求！”短短几句话，却让我们看到了一个有远见、有梦想，求精务实、勇于探索、永不止步的胡建中。

创业至今，不觉间已有27年，从家庭作坊开始起步的胡建中，把对毛皮行业的满腔热情与无限眷恋付诸于行动，他坚守初心，乐于奉献，胸怀大局，勇于担当，带领集团一步一个台阶稳步发展，充分展现了新时代企业家的胸怀与担当。他的这种精神与作风将激励和影响更多的皮革人不畏艰险，砥砺前行！



**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

# 奶牛鞋面革 生产工艺

文 / 高孝忠

皮革是动物皮经脱毛和鞣制等物理、化学加工得到的已经变性的不易腐烂的、能够满足人们不同使用性能的天然高分子生物材料。牛皮革是以牛皮为原料制成的皮革，皮张厚薄均匀，粒面细致光滑，纤维束粗壮，组织紧密，坚韧结实，主要用作鞋面革，也用作箱包革、鞋底革、服装革、沙发革、汽车座垫革等。牛皮按品种分类有黄牛皮、水牛皮、牦牛皮、犏牛皮和野牛皮。其中黄牛皮按性别、畜龄等分为公牛皮、母牛皮、阉牛皮、奶牛皮、犊牛皮、胎牛皮等。

受到我国人民生活水平不断提高和健康观念转变的影响，喝牛奶的人越来越多，进而推动了我国奶业的持续发展，奶牛皮资源也越来越丰富。

## 一、重点工序工艺参数设置

奶牛皮因奶牛品种的不断改良与优化，且圈养条件好，饲料精细，因而其特点是皮板薄而油润，张幅大，粒面细致光滑，生长痕和原皮伤残少。奶牛皮的腹胶纤维组织特别疏松，加工鞋面革很容易产生大面积松面，因此，有些以鞋面革为主要产品品种的制革厂不愿意或不敢收购奶牛皮。

为了妥善解决上述矛盾，充分利用好奶牛皮这一丰富而宝贵的资源，笔者根据自己在使用奶牛皮为原料皮加工生产合格的鞋面革方面

的体会和经验，提出针对重点工序工艺参数设定与控制的技术要点。

### (1) 浸水

要做好奶牛鞋面革，准备工段的操作是关键，其中浸水是关键的关键。要求浸水既要浸透，但时间又不宜过长，以防止皮质流失。

浸水宜采用低温、少转、短时间的工艺方法：温度控制在18~22℃，总浸水时间控制在9~11h，其中总转动时间控制在80~100min；普通黄牛皮浸水一般是上午进鼓，次日早上出鼓，而奶牛皮浸水则是晚上10点左右进鼓，次日早上出鼓，浸水时间减少1/2，转动时间则减少约2/3。

### (2) 浸灰

①液比一步到位，这样可防止碱性材料过快地向皮内渗透，可使成革更紧实，防止边腹空松。

②使用中碱、低温浸灰，以减少皮质损失。

③减少石灰用量，因为石灰的膨胀作用会增加裸皮松面的危险。石灰粉的用量可控制在皮重的2.5%~3.0%。

④因奶牛皮较薄，机械转动时间可适当少于普通黄牛皮。

### (3) 铬鞣

①采用低温、低酶、短时间软化。

②铬鞣前适当使用铝鞣剂进行预鞣。

③铬鞣转鼓转速不宜太快，转动时间不宜过长，铬鞣提碱前的pH值不宜太高（控制在2.7~2.8较

为适宜),铬鞣的蒙圈程度不要太强,铬粉用量宜大。

#### (4) 中和

中和程度要轻, pH 值可控制在 4.2 ~ 4.4。

#### (5) 复鞣

复鞣时, 聚合物鞣剂宜在中和前使用, 以防止复鞣材料渗透过深,

起不到紧实粒面的作用; 或者在填充中增加栲胶用量, 不过在栲胶用量较大时, 应配合使用萘类合成鞣剂, 以降低栲胶的收敛性; 也可以将中和与填充结合进行, 即在中和前先用醛鞣剂和耐电解质型加脂剂进行预处理, 然后在加中和剂的同时, 添加聚合物鞣剂和栲胶, 用这

种方法复鞣填充时, 中和的 pH 值应大于 5.5。

#### (6) 加脂

在加脂过程中, 适当减少渗透性强的合成油及亚硫酸化油的比例, 适当增加填充性强的油脂, 如羊毛脂、磷脂加脂剂、防水性加脂剂等

## 二、工艺举例

### 1、奶牛皮加工准备工段工艺举例

#### (1) 称重

盐腌皮称重, 作为水洗、浸水工序用料依据。

#### (2) 水洗

液比 3, 常温 (18 ~ 22 °C), 转 10min、停 20min、转 10min, 弃液。

#### (3) 浸水

液比 2, 常温 (18 ~ 22 °C)

0.2% 脱脂剂 DEG

0.2% 防腐剂 K 转 20min、停 40min

0.4% 纯碱 转 10min、停 30min

0.3% 纯碱 转 10min、停 30min, pH9.0 ~ 8.5

以后每小时转 3min、共 6 次, 停鼓过夜, 次日排液出鼓, 总浸水时间约 10h。

#### (4) 去肉

一般采用两刀法, 头尾各去一刀, 要求肉膜去净。

#### (5) 称重

称重作为浸灰工序的用料依据。

#### (6) 浸灰

液比 2, 22 °C

0.2% 脱脂剂 DEG

1.0% NaHS

0.4% 浸灰助剂 AW 转 20min、停 30min

0.5% Na<sub>2</sub>S

0.5% 石灰粉 转 20min、停 30min

0.5% Na<sub>2</sub>S

1.0% 石灰粉 转 20min、停 40min

0.5% Na<sub>2</sub>S

1.0% 石灰粉 转 20min、停 40min、转 20min、停 40min

以后每小时转 3 ~ 5min, 总浸灰时间 18 ~ 20h。

### 2、奶牛皮加工中和、复鞣、填充工艺举例

奶牛皮中和、复鞣、填充工艺举例参照德国司马公司推荐黄牛黑色鞋面革工艺。

#### (1) 称重

削匀革称重作为以下工序用料依据。

#### (2) 回软

液比 2, 38 ~ 40 °C

0.2% SUPRALAN 80 (脱脂剂)

0.4% 甲酸 转 30min, pH3.6 ~ 3.8, 弃液、水洗。

#### (3) 中和与填充

液比 1, 38 ~ 40 °C

3.0% NOVALTAN PF (脂肪醛)

3.0% PROVOL BA (含磷脂加脂剂) 转 30min

4.0% WEIBULL (栲胶)

2.0% 甲酸钠

2.0% 小苏打 转 60min, pH6.1 ~ 6.2, 弃液、水洗。

#### (4) 染色与填充

液比 0.5, 30 °C

3% 利鞣丹 D (巴斯夫树脂鞣剂) 转 20min

1% SINCAL MS (匀染剂)

1% 氨水

3% 黑染料

0.02% 大红染料 转 40min, 要求染透。

后加工参照德国司马公司黄牛黑色鞋面革工艺进行加油、固定、顶染。

### 参考文献

[1] 梁永贤, 温会涛, 牛泽, 等. 仿中小牛鞋面革绿色生产关键工艺技术 [J]. 皮革与化工, 2018, 35(4): 19-28; 33.

[2] 高孝忠, 高凌云. 制革技术问答 500 题 [M]. 西安: 西安地图出版社, 2013.

# 从手工纳鞋、机器制鞋到自动化制鞋

## ——简述我国制鞋工艺技术进步和发展

文 / 于百计 (北京服装学院)

鞋是人类最早的文明产物之一，衣衫鞋履伴随着人类文明的进步一步步走到现今，印证了人类文明发展史。制鞋工艺技术由原始到现代经历了从简单到复杂、从粗糙到精致的演进过程。鞋作为工业产品，它的生产与消费是国民经济发展、人民生活水平提升、社会文明和科学技术进步的重要标志之一。

建国以来，我国鞋业发展从手工制鞋，到简单的机械做鞋，再到形成机械化、组装化、自动化制鞋，制鞋工艺技术不断进步。尤其是经过改革开放 40 多年的快速发展，我国已成为世界瞩目的鞋类生产大国、贸易大国和消费大国。

## 一、古今制鞋工艺技术的演进

人类的第一双鞋是什么样子的、是怎么做出来的已无从考究。但是鞋作为人们生活必需品，它过去的式样、制作的方法、使用的材料，我们还是能够从浩瀚的历史长河里找到些许身影，循着先人留下的足迹，可以探寻到制鞋技术演进的踪迹。

据考证，在旧石器时代我们的祖先山顶洞人就已经知道用石锥、木锥、骨针等简陋工具将兽皮包裹住脚，即形成皮质鞋。距今三千多年前，我国商周时代已经出现了草鞋。到了公元17世纪，欧洲资本主义国家的生产力得到一定的发展，尤其是轻工业，随之出现了家庭作坊制革，皮革首先被制鞋所利用。为使皮革成型，做鞋时开始制作鞋楦，缝制用绳子和钉子为连接物的近代皮鞋。公元18世纪以前的欧美国家，把鞋匠、裁缝、木匠、铁匠统视为手艺人。美国的一些家庭全家一齐动手，男人裁皮子纳鞋底，女人缝鞋帮和沿边。

中外这些古老而传统的手工制鞋技术延续了一代又一代。大约公元18到19世纪，资本主义国家中的机械制造业快速发展，制鞋业不甘落后，也陆续发明出多种简单的制鞋机械，替代个别工序上笨拙的手工操作，并陆续出现了使用机械制鞋的方法。

1755年英国人维森塔尔发明第一台制鞋缝纫机，缝纫机的发明和使用创造了机器制鞋的条件，逐渐冲击并改变手工式作坊，开始出现制做鞋帮与制做鞋底的分工，使制鞋生产效率和质量大大提高，这对当时的手工制鞋工艺产生了直接的影响。

其后，1887年小查尔斯·固特异发明了用沿条工艺固定外底的缝鞋机，给鞋帮和鞋底结合的缝条工艺带来了一场革命。做鞋需要鞋楦支撑，在1815年制作鞋楦的刻楦机问世。线缝工艺的出现和制作鞋楦机器的发明促进了手工制鞋向机器制鞋方向的发展，奠定了工业制鞋的基础。

19世纪20~30年代，相继出现多种鞋用材料。在制鞋材料中，以鞋底材料发展最快，皮革材料约占95%左右，后来各种天然及合成橡胶陆续出现，直接推动了制鞋工艺的演变和发展，出现了新型的鞋帮和鞋底组合装配方法。

19世纪中后期出现注射工艺。20世纪二三十年代，硫化工艺在橡胶工业的基础上发展起来。1938年模压工艺用于皮鞋生产。

到20世纪70年代，几乎所有制鞋工序都有相应的机械和设备，液压与气动技术、电子技术、自动控制等先进技术在制鞋机械中普遍应用，帮工和底工生产线在制鞋生产中普遍使用。

## 二、我国制鞋工艺技术的演进

解放前，我国生产力落后，没有自己的制鞋工厂。后来国外皮鞋传入中国，外商在上海、北京、广州、天津、青岛、哈尔滨等地建立鞋厂。1930年以后，皮鞋小作坊在各地相继出现，生产皮鞋和布鞋。当时在北京王府井、前门、西单等商铺林立的街面，开了许多前店后厂式的鞋店。

中华人民共和国成立后，在中国共产党的领导下，在全国经济发展的同时，制鞋产业也得到发展。各省市开始建立有一定规模各类鞋厂和制鞋研究所，技术工艺水平不断提高，生产量不断增加，各地鞋厂陆续创出很多名牌产品，受到市场欢迎。工艺技术基础研究受到行业重视，从制定中国自己的鞋号到提高制鞋机械化程度，工艺的技术及装备水平不断进步和发展。

### 1. 制定中国鞋号和扩大技术交流

在中国鞋号制定标准前，不管从形式上还是实质上，中国作为一个大国没有自己的统一鞋号。为制订我国自己的鞋号，在当时的轻工业部和化学工业部统一规划和领导下，有关部门于1956年和1968年两次深入各行各业，对数十万消费者开展了大规模脚型调查，掌握了大量的第一手资料，经过统计，反复试验研究，结合各地区、各行业男女老少的脚型特点和规律，根

据胶、皮、布、塑料鞋的各自特性，制订了四鞋统一鞋号及其鞋楦尺寸系列，并从1971年起在全国范围内逐步推广应用。

全国有数千家鞋厂和鞋楦厂先后采用了新鞋号和新楦型，他们所生产的鞋占我国当时制鞋总量的90%以上，这对加速制鞋工业的改造，促进生产发展，更好地满足日益增长的广大消费者的需求，起了积极的作用。为实现制鞋标准化，生产工艺装配化，工艺加工机械化、自动化打下了基础。

1980年以来，原轻工业部制鞋工业科学研究所对此项工作进行了认真总结，结合当时制鞋工业发展的需要和国内外消费市场的新变化，对四鞋统一鞋号进一步作了修订和补充，并以“中国鞋号及其鞋楦尺寸系列”的新名称正式列入了国家标准。从此全国各地皮鞋品牌的鞋都统一标注中国鞋号。

在生产技术等方面与国际进行交流，如与当时的捷克斯洛伐克、罗马尼亚、民主德国等国家进行交流，促进了中国制鞋业的快速发展。与此同时，还引进了一些制鞋的机械设备、先进工艺，并采用国产新材料，促使中国制鞋工艺不断革新，逐渐由线缝工艺向橡胶模压工艺、注射工艺、胶粘工艺及硫化工艺发展。

## 2. 制鞋机械化水平大幅提升

20世纪50年代初期，我国首

先在少数几个军用机制皮鞋厂进口了当时先进的捷克斯洛伐克线缝工艺制鞋成套设备，并依靠原有机修车间中的工程技术人员及技术工人，成功仿造了一些种类的皮鞋机械，这是我国制造皮鞋机械的开端。

20世纪60-80年代，我国制鞋业有了较大发展，对普及制鞋工艺技术有重要意义的几种主要工艺（胶粘、注塑、模压、硫化）在国内一些大中城市的皮鞋厂及革制品厂开始推广，并得到普遍应用。

这些制鞋厂的机修车间开始自行制造几种主要工艺使用的主要类型的皮鞋机械，如1962-1964年北京和西安的制鞋机械厂仿造成功捷克外线机，同时依靠解放后培养的大中专生为主的技术力量组织了一些会战，如20世纪60年代中期的模压机会战、60年代末的全国注胶机会战、70年代末的进口绷帮机会战等。

随着生产发展，各厂还进口了一些国外的先进制鞋设备，同时进行了仿制。1975年原轻工业部下达并在北京市皮鞋厂进行“胶粘鞋制帮制底连续化生产工艺和设备”科研项目，其中24项课题涉及主要类型的现代制鞋设备及制鞋生产线，这是我国制鞋行业开始自行研制的有益尝试。通过这些实战，培养和锻炼了我国制鞋机械方面的一批技术人才。随着制鞋工艺技术水平的不断提升，行业进一步发展，产品

品种不断增加，各地纷纷培育出名牌产品，如北京八达岭牌皮鞋、百花牌皮鞋等，这些产品在当时已具备相当高的品质。

## 3. 制鞋工艺及装备水平不断进步和发展

1978年党的十一届三中全会提出了“全党工作重点转移到经济建设上来”，开启了改革开放历史新时期，经过四十多年创新实践，中国经济发展取得了辉煌成就。在这大好形势下，制鞋产业在原有的基础上得到了长足发展。

工欲善其事，必先利其器。提高技术装备水平始终是制鞋产业发展的重要工作。20世纪70-80年代，世界各国鞋机制造厂家围绕开发高效率制鞋机械展开了激烈竞争，液压和各项自动控制技术在制鞋机械上得到广泛应用，使制鞋机械的性能变得可靠和高效。

进入20世纪90年代，随着中国成为世界制鞋产业的中心，制鞋装备水平有了长足进步，并在此阶段完成了大规模设备引进工作，我国制鞋产业进入机械化生产阶段。近年来，随着市场竞争焦点的变化，制鞋机械厂家为适应当前鞋类生产批量小、款式变化快的特点，对生产线进行了柔性化功能改造，制鞋设备正向自动化、高智能化方向发展。电脑绣花机、电脑控制缝纫机等微电子控制设备已在企业普及应用，帮面缝制效率和质量显著提高。



从总的态势看,微电子技术的应用将成为制鞋设备制造的主流。设备的转型使得产品加工的精细度大幅提升,胶粘、硫化、注塑等工艺质量稳定,其工艺水平达到国际中档以上的加工水平,就产品的工艺质量而言,已经达到国外品牌鞋类的水平。

在广东、浙江、福建及四川成都等几个重要的鞋类主产区,逐渐创出许多中国知名品牌:百丽、康奈、星期六、接吻猫、哈森、以及金猴、奥康、吉尔达、亨达、森达、好人缘、蜘蛛王、红蜻蜓、卡美多、双凤、东艺等。当时鞋类市场上一度响起“蓝天、白云、红蜻蜓,走过四季都是情”“穿上双星鞋,潇洒走世界”“穿森达鞋,走成功路”“康奈皮鞋、步步精彩”“穿奥康 走四方”“安踏,永不止步”等,朗朗上口的品牌广告语成为鞋企骄傲。

进入 21 世纪以来,制鞋产业广泛采用新材料、新工艺,生产规模不断扩大,年产量、出口量均位居世界第一。在国际市场上,中国鞋具有一定的竞争力及品牌效应。

### 三、亟需培养大批创新型人才

改革开放 40 多年来,我国制鞋业持续快速发展,工艺技术水平不断提升,建成了门类齐全、独立完整的产业体系,已发展成为全球制鞋大国。但是在取得巨大成绩的

同时,我们清醒地看到,与国际制鞋强国的先进水平相比,差距明显,多数制鞋企业虽工艺技术设备设施水平很高,但产品品牌特色黯淡,以跟踪模仿国际品牌风格为主,自主创新设计能力不足,这制约着制鞋业转型升级和自主创新能力的跃升。从企业现状看,中小型鞋企吸纳的知识型人才较少,基本靠企业自身培养,学历水平不高。

每年专业院校的本科、专科、中职毕业生也不过千人,远远不能满足企业需要。中小鞋企的设计人才主要靠师傅带徒弟培养,如果设计人才自身的文化修养不高,就很难有高水平的产品面世,他们基本靠模仿和抄袭完成设计过程。因此导致产品缺少设计风格,很难在技术创新方面做出成绩,带来的效益也非常低。

人才是创新设计之本,是提升企业竞争力的第一要素。教育培养是育才成才之源,培养富于创新精神和思维观念的创新设计人才,是提升制鞋业创新设计能力的必由之路。目前,我国有十余所高校设立皮革类相关专业,每年培养设计制造人才总量和实际需求缺口很大,懂设计、市场、营销的复合型高端设计人才尤其缺乏。

另外,设计教育未能与社会和行业需求同步,艺术与技术融合不够,理论与实践结合薄弱,艺术设计人才对科学和工程技术知识掌握

不足,工程技术人员对艺术设计和商业文化缺少认识,在培养与国际接轨的高素质设计人才方面缺乏成功经验。

现有高校鞋类专业要逐步吸纳具有一定艺术修养的人才学习鞋类设计专业,工科学生要加强对艺术设计领域的学习,培育学生的原创能力,开阔设计思路,积极将国外先进的设计理念和最新的研究成果补充到专业课程中。

加大对创新设计人才的培养力度,探索建立有利于设计人才成长的教育体系和培养模式,形成尊重和热爱创新设计的社会文化氛围,培养大批既具有工程技术基础又具有艺术创意设计能力的复合型创新创业人才,打造一批富有创造力,敢于创新,有较大影响力的设计领军团队,成为制鞋业创新设计发展急需而紧迫的任务。

此论文为 2018 年立项的北京市社科基金基地项目:《1876-1990 年京津冀地区本土皮革制品品牌研究》阶段性成果(项目编号 18JDYTB009)。

### 参考文献

- [1] 金绍文. 制鞋机械 [M]. 北京:中国轻工业出版社,2012.
- [2] 轻工业部制鞋工业科学研究所. 中国鞋号及鞋楦设计 [M]. 北京:中国轻工业出版社,1988.

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

## 皮革箱包产品标准的选用和标注要求

许乔烽，吴谦，王晓琴，杜茜妮

（浙江方圆皮革轻纺检测认证有限公司，浙江 海宁 314400）

**摘要：**随着现代化工业的发展，皮具生产工艺发展迅速，皮革箱包产品的种类日渐繁多。根据不同皮革箱包产品的类型和特点，需选用合适的产品标准，并严格执行，才能有效地保障产品的质量。本文对皮革箱包产品的标准进行了分析，为皮具生产企业和经销商提供参考，也为消费者选购箱包产品提供指导。

**关键词：**皮革箱包；产品标准；标注

## Selection and marking requirements of leather cases and bags

Xu Qiaofeng, Wu Qian, WANG Xiaoqin, Du Xini

(Zhejiang Fangyuan Leather Textile Testing and Certification Co.,Ltd., Haining 314400, China)

**Abstract:** With the development of modern industry, leather production technology is developing rapidly, and the variety of leather cases and bags is increasing. According to the types and characteristics of different leather cases and bags, it is necessary to select appropriate product standards and strictly implement them in order to effectively guarantee the quality of products. This paper analyzes the standards of leather cases and bags, which can provide reference for leather manufacturers and sellers, and also provide some guidance for consumers.

**Keywords:** leather cases and bags; product standard; labeling

---

第一作者简介：许乔烽（1992-），男，助理工程师，工学学士，E-mail: 593923638@qq.com，主要从事质量检验工作

## 1 引言

箱包是用来装东西的各种包具的统称,常见款式有购物袋、手提包、手拿包、钱包、背包、单肩包、挎包、腰包和拉杆箱等。

中国箱包产业经过 30 年的高速发展,至今已占据全球 70% 以上的份额<sup>[1]</sup>。中国箱包业在全球已占重要地位,不仅是全球的制造中心,更是全球最大消费市场。随着人们生活和消费水平的不断提高,各种各样的箱包已经成为人们身边不可或缺的饰品。人们要求箱包产品不仅在实用性上有所加强,装饰性也已成为主要拓展方向。

天然皮革在使用性能上具备独特的优良品质,手感丰满柔软,制成成品后风格高贵独特,是箱包生产中必不可少的重要材料。经过几十年的快速发展,皮具产品数量巨大,种类繁多。

然而,不同款式的箱包因制作工艺的不同,形成了各自的产品特点,所以具备的性能也不一样。因此,生产企业设计各类款式箱包的同时,也应关注其是否达到相关标准的质量要求,尽量避免生产出质量不达标的箱包。

目前,我国皮革箱包产品标准有 QB/T 1333-2018《背提包》<sup>[2]</sup>、QB/T 1619-2018《票夹》<sup>[3]</sup>、QB/T 2155-2018《旅行箱包》<sup>[4]</sup>等。不同类型的产品,应该选用哪个产品标准进行质量检测和标注,是许多生产企业和经销商十分关心的问题。

## 2 我国皮革箱包标准基本概况

### 2.1 产品标准

一个标准的适用范围是判断能否选用这个标准的重要依据。我国大多数箱包标准近几年都进行了修订,对标准内容进行了适当调整,使其更贴合实际<sup>[5-10]</sup>。我国皮革箱包常见款式及相关产品标准适用范围,如图 1-图 14(图片来源于百度)、表 1 所示。

从表 1 可以看出,标准 QB/T 1332-1991《公文箱》仍旧为 1991 年版本,并未对其进行修订,概因市面上该类产品较少,标准使用频率较低<sup>[5]</sup>。对于一些特殊风格的箱包,尤其是装饰包,若没有适合的标准,可以标注:GB/T 38412-2019《皮革制品 通用技术规范》<sup>[6]</sup>。

### 2.2 强制性标准

皮革箱包除了必须符合相应产品标准要求之外,其皮革原料还应符合国家强制性标准 GB 20400-2006《皮革和毛皮 有害物质限量》<sup>[11]</sup>。该标准包含可分解有害芳香胺染料、游离甲醛两个项目,具体指标如表 2 所示。随着信息技术的发展,人们对产品安全性越来越重视。皮革原料因其制革工艺限制,可分解有害芳香胺染料、游离甲醛、重金属等项目检出率往往高于纺织、人造革等材料。企业在选择皮革材料时,建议选择注重品质的原材料加工企业,避免有害物质超标。

## 3 标志标签标注要求

在皮革箱包产品的吊牌等标志

标签上,一般应标明:单位名称(生产单位)、单位地址、联系电话、产品名称、产品标准编号、商标、货号(型号)、主体材质、合格(检验)标识;进口产品标注产地;必要时,应附产品使用(维护保养)说明。

标注材质时,应注意:单一产品使用的某类面层材料超过产品使用面层材料总面积的 20%,应标注;面层材料 90% 以上使用头层牛皮(头层移膜皮革除外),可标注“真皮”;主体面层材料使用剖层皮革材质的,宜标注“剖层”字样;皮革基体的涂层厚度或覆膜厚度大于皮革厚度,不宜单独标注“皮革”,可标注为“复合材料”。

## 4 结束语

皮革箱包产品种类繁多,但合适的标准数量较少,尤其是装饰性等特殊风格产品,生产企业应尽可能选择合适的产品标准进行检测,同时需要熟悉标准的各项测试指标,准确标注产品标志标签,同时建议选择有资质检测机构进行产品质量监控,以提高产品质量,降低出现不合格产品的风险。检验机构更应严把质量关,对生产企业送检的产品做好全面的检验,并及时反馈企业有待改进的项目,同时还应定期对企业提供技术指导,及时告知企业相关标准的变更,避免企业在生产时因标准变更而产生相关质量问题。消费者在购买皮革箱包时,除了注重物品外观和价格外,应优先选择已经通过质检并有质检合格报告的产品。



图 1 公文箱



图 2 手提包



图 3 手提、单肩背两用包



图 4 双肩背包



图 5 长款票夹



图 6 男款票夹



图 7 轮式拉杆旅行箱



图 8 手提、轮式拉杆旅行包



图 9 野餐包



图 10 高尔夫球包



图 11 手提电脑包



图 12 可折叠平板电脑套



图 13 女款搭扣式手包



图 14 双拉链式手包

表 1 各类皮革箱包相关产品标准适用范围、实施日期和示例图片

标准编号及名称	适用范围	实施日期	示例图片
GB/T 38412-2019 《皮革制品 通用技术规范》	适用于各种日用皮革制品。不适用于已有产品标准的皮革制品。不适用于特种工业用皮革制品。	2020.07.01	/
QB/T 1332-1991《公文箱》	适用于以各种天然革、工程塑料（ABS）、人造革、其他材料胶合板配以五金件配件、采用粘缝、真空成型、注塑、缝制工艺的，具有装放公文、小件物品功能的公文箱。	1992.08.01	图 1
QB/T 1333-2018《背提包》	适用于各种日常生活用的背提包。具有特殊用途的背提包可参照使用。	2018.09.01	图 2、图 3、图 4
QB/T 1619-2018《票夹》	适用于以皮革、毛皮、再生革、人造革/合成革、织物及其他材料制成的各种票夹。手机套可参照使用。	2018.09.01	图 5、图 6
QB/T 2155-2018《旅行箱包》	适用于各种具有携带衣物功能，配有走轮、拉杆的旅行箱、旅行包。	2018.09.01	图 7、图 8
QB/T 4582-2013《野餐包》	适用于各种日常生活用的野餐包。	2014.07.01	图 9
QB/T 4586-2013《高尔夫球包》	适用于各种材料制成的高尔夫球包。	2014.07.01	图 10
QB/T 5082-2017《电脑包》	适用于以存放笔记本电脑、平板电脑及配件为主要用途的包、袋、套制品。	2017.07.01	图 11、图 12
QB/T 5243-2018《手包》	适用于各种日常生活用的手包。腰包可参照使用。	2018.07.01	图 13、图 14

表 2 标准 GB 20400-2006《皮革和毛皮 有害物质限量》技术指标

项目	技术要求		
	A类	B类	C类
可分解有害芳香胺染料 (mg/kg)		≤ 30	
游离甲醛 (mg/kg)	≤ 20	≤ 75	≤ 300 (白羊剪绒 ≤ 600)

注：A类：婴幼儿用品，B类：直接接触皮肤的产品，C类：非直接接触皮肤的产品。

## 参考文献

- [1] 贺艳丽, 李世奇. 浅析箱包用皮革质量的考核标准及检测项目差异 [J]. 西部皮革, 2020(5):42-43.
- [2] QB/T 1333-2018《背提包》[S].
- [3] QB/T 1619-2018《票夹》[S].
- [4] QB/T 2155-2018《旅行箱包》[S].
- [5] QB/T 1332-1991《公文箱》[S].
- [6] GB/T 38412-2019《皮革制品 通用技术规范》[S].
- [7] QB/T 4582-2013《野餐包》[S].
- [8] QB/T 4586-2013《高尔夫球包》[S].
- [9] QB/T 5082-2017《电脑包》[S].
- [10] QB/T 5243-2018《手包》[S].
- [11] GB 20400-2006《皮革和毛皮 有害物质限量》[S].

## 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二

#### 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。

截至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。

## 观行业现状 谈发展之路

文/李帅



2018年6月，我从齐齐哈尔大学轻工与纺织学院皮革工程专业毕业，随后进入了皮革行业，奋战在皮革行业的一线。两年的工作经历，使我对皮革行业有了一些认识和理解。

皮革行业属于轻工业的一个分支，具有悠久的历史，它满足了人们的生活需求，提高了人们的生活幸福感，是国民经济必不可少的一个行业。目前，由于社会经济的不断发展，人们对于生活品质的要求也越来越高，而皮革制品对提高生活品质具有不可或缺的作用。但同时世界经济不断向绿色、生态、可持续的发展模式转变，而皮革行业是传统的资源消耗型行业，正在经历生产模式的变化所带来的阵痛。

就目前来说，各大皮革企业正在积极转型，“清洁皮革”已基本可以达到要求，相信这段阵痛期很快就会过去。

对于皮革行业的未来，我认为应该会朝着高端化、专业化方向发展。皮革作为天然材料，目前主要应用在箱包、沙发、鞋面、汽车内饰等方面。由于近年来合成材料产品的异军突起，皮革行业受到了极大的冲击。但是作为天然材料，皮革所具有的极佳的透气气性等卫生

性能是合成材料所达不到的，而这些特性只有在高端市场才能凸显其价值。在低端市场，由于皮革的成本较高，加上低端市场对于性能以及舒适度的要求较低，皮革的竞争力远不如合成和纺织材料产品。所以，皮革行业未来只有高端化，打

造精品，才能在市场上拥有一席之地。

对于皮革企业来说，之前都是以传统的作坊为主，但目前对环保的要求越来越严，同时对于技术的创新升级要求显著提升，传统的作坊生产难以承担骤然提升的成本，

所以打造现代化皮革企业是发展必然，这样既可以实现污染的集中处理和整合技术开发，同时又可以提升管理水平，创造更多的效益。

（李帅：2018届齐齐哈尔大学轻化工程专业本科毕业，现就职于明新旭腾新材料股份有限公司）

## 传承制革技术 用绿色拥抱未来

文 / 孙亮亮



首先非常感谢中国皮革协会设立的专业奖学金，奖学金的设立激励了我们对专业学习的热情，也增加了我们与中皮协及企业之间的沟通。在校期间，我也非常荣幸获得了中国皮革协会奖学金，获奖对我来说更多的是激励了对未来工作的期望。2018年毕业后，我进入了制革企业工作，通过理论与实践相结合，不断地总结经验，自己对制革企业的实际生产有了更加深刻的理解，多样化的产品也开拓

了我的视野。

2019年9月，我有幸获得了皮革工匠助长基金，并在2019年参加了中国皮革协会在上海举办的皮业论坛和中国国际皮革展，通过聆听各位前辈对行业现状和未来前景的分析，我对皮革行业有了更清晰的认识。皮革行业正在转型走可持续绿色发展道路，无铬鞣是制革的未来发展趋势，虽然无铬鞣革在性能方面与铬鞣革还有差距，但相信在皮革人的不断探索下，一定会将清洁化无铬鞣革做得越来越好。

中国国际皮革展对于制革人来说是一个非常好的交流学习机会，展览几乎聚集了产业链上的化料、设备、制革、裁切缝纫、研究机构、检测机构等各类单位，各种各样的新产品给我们提供了更多的开发理

念，也刷新了我们对传统皮革的认知。通过参观展览，我充分认识到皮革行业是充满希望的，对年轻人来说，一定要沉淀下来好好学习技术，从刚开始的生疏到后来的熟练是需要时间和实践去磨练的，作为新一代制革人的我们需要传承并向新的未来发展。

从初始的毛皮到涂饰成品，再到后来裁切缝纫做成成品的汽车座椅、沙发、包袋、鞋等漂亮的产品，生皮经过了一个完美的蜕变过程，这个过程充满变化，也带给我们更多挑战。

衷心希望在制革人的不断努力下，皮革行业会发展得越来越好。

（孙亮亮：2018届齐齐哈尔大学轻化工程专业本科毕业，现就职于富国（辽宁）汽车内饰有限公司）



文 / 陈国学 图 / 章成

- 鞋底鞋跟设计。
- 帮样设计制作。
- 鞋楦设计。
- 效果图绘画或图纸设计。
- 鞋的设计构思。

常言道“衣不差寸、鞋不差分”，其实是衣不差厘米，鞋不差毫米，这充分说明了对鞋子设计的要求是非常高的。要成为一名合格的鞋类设计师，不仅要掌握鞋类设计师的专业知识，还需要具有鞋类产品设计的能力。

无论是设计皮鞋还是运动鞋、休闲鞋、布鞋、胶鞋、飞织鞋等鞋类产品，鞋类设计师首先要知道设计的内容和设计的工作范围和职能、技能，了解鞋的整体结构，在此基础上还需要设计师具有自主创新的设计能力。一名合格的鞋类设计师需要具备五个方面的知识和能力。

**1、鞋的设计构思。**也就是准备设计什么品类款式的鞋子，确定是皮鞋还是运动鞋、布鞋等品类；同时要明确设计的是追求流行时尚的年轻人需求的产品，还是追求经

典精致、现代新绅士的正装鞋款，是提供给现代时尚淑女的正装中高跟时装鞋，还是时尚运动鞋。

首先要明确产品定位，构思中要思考设计什么样子的款式，什么样造型的鞋楦，要选定鞋楦的型号尺码。包括鞋楦的头型式样、鞋楦的后跷高度，配什么样跟型、底型，配什么样的中底、半托底，配什么样的鞋垫等等。此外还要确定设计的帮面样板、所用面料的材质和颜色，及衬里材料和颜色。设计师设想构思好款式后，开始绘效果图或



设计鞋款图纸, 设定鞋楦的具体数据尺寸, 设定鞋楦数据表, 设计楦底样板的数据尺寸。这些设计构思具体到位, 后面的设计制作就可以顺利开展。

## 2、效果图绘画或图纸设计。

根据设计构思绘画出与实际鞋款相近的效果图, 所谓效果就是追求和实际鞋子一样的效果, 不能太虚拟、太概念化, 脱离实际的效果图会影响后面设计帮面样板的工作, 因此最好要有具体的设计图纸, 也就是施工图。要明确鞋子后跟高度、鞋底厚度、鞋的着地部位、鞋的前跷高度、鞋帮的后帮高度、后帮里外高度、口门深度、鞋面前帮长度, 注明鞋结构的具体数据尺寸, 注明鞋楦底样的长度、鞋楦底样各部位宽度, 注明鞋楦的跖围、跗围、头厚等数据尺寸, 这些都是设计的基本要求。最重要的是设计中要明确这些制作鞋的关键性技术数据, 为后面的设计工作打下良好的基础。

**3、鞋楦设计。**鞋楦设计是鞋子造型设计的具体化工作, 鞋楦是设计制作鞋子的模具, 是鞋的母样, 它决定着鞋的外观造型是否美观新颖, 决定着鞋子是否合脚舒适, 决定着鞋子内在的三维空间尺寸, 决定着鞋内容量长度、宽度、高度, 决定着鞋内底部的造型。鞋类设计师一定要知道“有好楦才能设计制作出好鞋”。在鞋楦设计中楦底样板设计是一项非常重要的设计工作, 楦底样是鞋楦设计的基础, 它决定着鞋楦的造型。楦底样板设计的数

据是否符合穿着要求, 底样造型是否美观新颖, 是否线条流畅直接关系到鞋的美观。

**4、帮样设计制作。**设计师应根据自己设计的效果图或设计图纸进行帮面样板设计制作, 在自己选择的鞋楦上, 开展鞋帮设计工作。首先是测量鞋楦的数据尺寸, 审定鞋楦是否符合设计要求, 测量楦底样长度、鞋楦前掌宽度、腰窝部位宽度、踵心部位的楦体宽度、跖围、跗围、后跷高度、前跷高度、鞋楦头厚度等设计技术参数。

在鞋楦上绘画楦底样中心轴线, 绘画鞋楦背中中线、后身中心线, 然后开始贴楦。贴好楦后绘画帮面样, 精准绘画好帮面样的结构图后, 从鞋楦上取下帮样贴纸, 复贴到样板纸上, 然后进行样板制作设计, 包括样板取跷处理, 帮样板分割处理等。制作好帮面样板后, 要制作鞋衬里样板、划料样板、主跟内包头样板、楦底样板、半面板等各个样板的设计, 设计要精细, 数据尺寸要精准, 样板要伏楦, 帮样要符合穿着的要求。就是鞋口门设计要符合穿着方便的要求, 鞋后身高度、鞋帮两侧高度都符合穿着合脚舒适的要求, 前帮的结构设计要合理, 前帮口门设计要便于穿着。同时造型要美观, 线条要流畅, 帮与帮结合部位要注意不能接在小趾部位、拇趾部位, 帮面接合要平整, 要确保鞋子的合脚舒适性。帮面结构要合理, 就是设计的帮面样板不仅要美观新颖, 同时要合脚舒适。符合

制作工艺要求, 符合实用性要求的帮面样板是体现设计师技能的一项关键性工作。

**5、鞋底鞋跟设计。**鞋底的设计关系到鞋子整体造型。什么样的楦型、帮样, 配什么样的鞋底, 相配合是鞋子设计中的关键性工作之一。鞋类产品的设计, 离不开鞋底、鞋跟的设计。这也是设计师的基本能力, 能够绘画鞋底、鞋跟图纸, 标注鞋底、鞋跟设计的具体要求和数据尺寸, 制作鞋底、鞋跟样板。如鞋底内里面样板、大底侧面样板、大底外底面样板及底纹底花样板图纸的设计。

因为鞋底、鞋跟设计及技术数据尺寸直接关系着鞋子的结构。例如运动鞋底的设计, 鞋底后身高度、大底前掌厚度、大底着地部位的准备设定、前跷的设定, 直接关系到运动鞋的合脚舒适性, 关系到鞋子在行走、运动中是否轻便。

现代鞋类设计师必须具备设计综合能力, 能完整地设计一款或多款鞋类产品的设计师, 才能称得上鞋类产品设计师。或者说只有具备上述五方面综合设计能力和设计实操技能的设计师才是一名名副其实的合格的鞋类设计师。如果只有单方面的设计能力, 都不能称之为鞋类产品设计师。只会绘画效果图的我们称之为画稿师, 只会按鞋仿制鞋楦的我们称之为鞋楦复样师傅, 只会按鞋样开样版的我们称之为开版师傅, 只会按底样、鞋跟开模的我们称之为开模师傅。



## 隆生服饰： 内外循环齐头并进 构建发展新格局

文/伯通 图/隆生

近年来，皮革服装行业遇到了诸多困难，从生产端到销售端，从外销到内销，从同质化产品激烈竞争到其他类新型替代产品带来的冲击等等，都对传统皮革服装企业的抗压能力和创新升级能力提出了极高的要求。而2020年年初突如其来的新冠肺炎疫情，更是加剧了皮革服装行业市场的新一轮洗牌。面对市场的挑战，企业到底该怎么应对？

“挑战就是机遇，市场的每一次变动，对志存高远的品质企业来

说，都是一次检验与洗礼。”2020年8月23日上午，大连隆生服饰有限公司全体员工在云端相聚，共同为公司成立21周年庆生。公司总经理吴琦在发言时说的这句话，就是隆生人对当前企业所处环境的认识和对今后发展的思考。

大连隆生服饰有限公司是国内较大的皮衣制造商之一，也是欧盟市场的几大皮衣供应商之一。面对新的国内外市场环境，隆生一方面与客户保持密切沟通，逐步恢复OEM订单，另一方面将目光拉回

到了内销市场上。吴琦表示，后疫情时代，隆生将进一步调整优化内销网络、提高创新能力，以构建新的销售环境，实现内外双循环齐头并进。

### 智能定制 + 线上平台 打通内循环

与大多转内销的企业不同，隆生在数年前布局内销市场时，就将市场定位于中高端的皮衣定制。谈起当初的这一决定，吴琦接受采访时说：“国内有巨大的皮革服装消费市场，布局内销市场，一方面，

可以拓展企业发展空间,另一方面,也是出于打造民族品牌的想法,因为在高端的皮革服装市场,鲜有自主品牌的影子。”带着对市场的准确判断和一份赤子热情,隆生通过整合公司拥有的国内外众多优质时尚资源,正式推出了高端定制品牌 Long-Sailing。在随后几年的发展中,隆生不断加大内销的宣传投入,通过举办时装秀、参加展会、异业联盟、冠名大型时尚论坛等多种宣传途径,使隆生的品牌在大连乃至全国范围内拥有了一定知名度。

随着 80 后、90 后消费者成为服装消费主体,消费群体越来越追求独立的思想和独特的品位,个性化定制已成为服装消费新趋势。传统的生产模式已经不能满足不同消费者的需求,企业必须建立与打造自身的信息化、数字化、智能化系统。依托公司积累的全球数百万人体版型数据、技术实力和工匠团队,2017 年隆生成功打造出皮衣和皮革制品大数据智能制造平台,实现从传统的服装制造企业向“智能制造”的转型升级。

通过大数据驱动的柔性生产系统,不论是品牌商还是消费端客户,只需花费极少时间自主选择面料辅料、款式、工艺要求以及录入尺码,就能实现从下单到成品,全部过程最快仅需 7 个工作日。智能制造平台的建设,为隆生迅速布局国内线上市场提供了强有力的保障。“打造垂直供应链、提升快速反应能力、减少库存、为客户创造价值,是企

业未来发展的必经之路。”吴琦表示,目前,公司正在进一步完善供应链端的数字化生产,包括选皮、配皮、裁皮等工序。

在线上布局方面,2018 年开始,隆生与考拉海购、网易严选、衣邦人等平台签订了合作协议。“高端定制的精髓是捕捉到每个消费者对不同衣着的细腻心思,通过大数据,能更加精准地触达消费者。”吴琦表示,今年上半年,隆生与合作平台达成了深度合作协议,近日还在与两家国内知名平台洽谈上线销售业务。借助线上平台,隆生现已服务于全国上百家定制店,并在美国、加拿大、澳大利亚、德国、法国等地签约了国际代理商,为全球客户提供快捷、个性化的皮衣定制。

根据艾瑞咨询发布的《2020 年中国直播电商生态研究报告》显示,2019 年直播电商整体成交额达 4512.9 亿元,同比增长 200.4%。而 2020 年直播更是成为企业内销市场的重要突破口,隆生自然也紧握手握机遇。2020 年 4 月,隆生组建了专门的直播团队,并先后通过抖音、快手、微信视频号等进行了数十次直播。“现在我们每周至少会有一次在不同平台的直播,直播团队已经积累了丰富的经验,并且完成了分销平台的搭建,实现了二级分销模式。”吴琦认为,直播并不是疫情之下短期的替代渠道,而是未来企业发展的有力平台。因此当前维护好核心群体、广泛宣传品牌、为产品“种草”是重中之重。

除了直播,隆生还通过微信公众号、小红书、微博等自媒体平台,与知名形象机构等合作,优化品牌小程序购物体验等多种方式宣传和扩大品牌影响。“依托数字化,探索建立更有效的多渠道线上合作模式,是企业下一步的重点方向。”吴琦说,直播电商在重构“人货场”的同时,进一步激活和打通了整个生产链条,各大机构的入驻,也对产业带在设计研发、生产制造、物流仓储、售后服务等领域提出新的要求,反向推动企业各个环节升级。

## 降本增效 + 品类扩展 稳定外循环

外销方面,隆生的订单较去年同期有一定减少,吴琦介绍,由于疫情的原因,外销市场面临着价格下降、应付款周期延长的压力。自隆生成立以来,外销一直是企业的销售重点。在新冠肺炎疫情爆发后,外贸企业的不确定因素增多。虽然政府给予了免交、缓交税费等方面的政策支持,但更多的还是需要企业“自救”,寻找应对方法。隆生也从多方面进行了调整:对外,与客户和供应链积极沟通,恢复订单,减少费用预算,协商应付条款,加强风险管控。对内,提高工作效率,培养多技能员工,有效降低成本,从而有效控制风险。“最有效的还是扩充了我们的产品品类,如设计、生产防护服等,提高各类产品的开发和设计能力,积极链接各种资源。”吴琦表示,通过相关的有效措施,目前企业销售市场已经恢复 8 成。

# 漫谈箱包企业的 差异化营销

文 / 赵艳丰  
图 / 青籽

近年来，随着我国经济的快速增长和居民消费能力的日益提高，居民的出行要求以及服饰搭配的需求也不断升级，使箱包产品的市场需求量不断扩大，箱包市场持续保持高速增长态势。随着各路资本争相进入箱包制造领域，业内的竞争变得越发激烈，箱包产品日渐同质化，价格竞争日趋白热化，顾客也越来越挑剔，很多业内企业急需找到营销的突破口。



世界著名管理学家迈克尔·波特认为，任何企业想要在残酷的市场竞争中生存发展，要么具有成本优势，要么实施差异化战略以在细分市场上取得竞争优势。纵观当下的箱包行业，产品的同质化以及竞争的白热化催生了营销手段的差异化。但面对经常出现的失败案例，广大箱包企业至少要规避三大误区，才能提升差异化营销的成功概率。

## 一、规避策划误区

### 1. 策划误区的主要表现

策划误区的主要表现是智力以及时间投入不足。所谓智力投入不足，是指箱包企业大多是一些中小型制造企业，这些中小型企业常常把差异化营销的策划局限在中高层

领导及相应部门的少数人之中，以至于领导者和小部分人的创新能力在很大程度上决定了营销效果的好坏；所谓时间投入不足，是指很多箱包企业并没有长期的差异化营销方面的积累，包括经常性的市场信息沟通、竞争对手营销战略分析讨论、营销方案策划和竞赛、营销知识培训、营销工作总结等，往往是企业在市场上碰到问题时，就临时组队调人“即兴”策划，仓促执行。这种急于实现差异化营销的心理和行为，实际上就是一种营销投机。

### 2. 策划误区的规避思路与方法

锁定营销工作的重心。首先，箱包企业应该把一半以上的精力投入在营销方面。我国箱包行业起步比较早，经过多年的高速发展，现

在的箱包消费市场早已形成供大于求的局面，90%的箱包企业不能满负荷生产。在这种背景下，营销自然成为箱包企业的重要工作。箱包企业只有敏锐地发现市场、准确把握消费需求、生产优质产品、打通分销渠道、不断提高市场占有率，才能赢得利润、促进发展。其次，广大箱包企业应该把主要精力用于



差异化营销。差异化营销的本质是创新营销，面对同质化日趋严重的市场竞争，没有创新就意味着将被淹没在同类商品的海洋中，没有创新就意味着丧失了发展的动力和机会，没有创新就意味着停滞不前直至死亡。

建设全员营销的企业。箱包企业的营销一般分为三个阶段，即创建营销、维持营销和创新营销。三个阶段都离不开全员的努力和支持，创新阶段尤甚。美国著名的国务活动家韦伯斯特曾经说过：人们在一起可以做出单独一个人所不能做出的事业，智慧、双手、力量结合在一起，几乎是万能的。所以，差异化营销要突破小团体，集中大智慧。

首先，要培育企业的营销文化。要经常向员工介绍市场的竞争态势，强调创新和满足消费者需求是每个部门和全体成员的重要职责，使他们逐渐形成营销观念和责任意识。其次，要开展合理化建议活动，调动广大员工的积极性。自从阿尔佛莱德·克虏伯先生1872年在德国最早提出合理化建议的管理概念以来，中外无数企业的实践和成功证明了员工当中蕴藏着巨大的创造力，员工永远是企业发展的动力。比如1952年，日本东芝电气公司将积压的电扇进行色彩差异化营销的建议，

就来自一个普普通通的小职员。

再次，用头脑风暴法激发员工的潜能。管理学理论认为，在没有激励的环境中，人一生的潜能只能发挥4%左右。所以，合理而适度的激励弥足珍贵。水击产生涟漪，石击产生火花，思想碰撞激发新的观点，智慧碰撞引发新的思维。只要引导得当，就可解放思想，放飞思维，解决企业的各种难题。

建设长期营销的企业。首先，员工营销创新能力的培养是一个循序渐进的过程，需要长期的学习和思考。无论是哪种程度的差异化营销，都不可能一蹴而就，为差异而差异，鲜见成功之例。其次，成功的差异化营销是营销工作长期沉淀和积累的结果。箱包企业只有长期研究消费需求、关注消费需求、研究竞争对手、研究新工艺新技术，才可能在营销的某一领域形成优势，突破传统。

再次，企业进行差异化营销的外部条件并不经常出现。例如当年火爆全国的蒙牛和“超女”的结合，就是天时、地利与企业差异化营销的完美结合。可见，差异化营销是可遇而不可求的市场机缘。只要天时未到，箱包企业就必须耐得住“寂寞”，修炼不止。成功的差异化营销是坚守的结果。



## 二、规避操作误区

### 1. 操作误区的主要表现

笔者考察发现，很多箱包企业由于差异化营销的策划工作不到位，仓促上阵，导致实际操作中价格差异化和促销差异化往往变成主干或全部。企业和零售终端不厌其烦地重复着价格游戏和促销游戏，并把他们当作扩大市场份额的法宝，使差异化营销走向了单一、边缘和粗俗。对箱包企业而言，价格差异化

是一个两难选择。选择真正让利，既“增产不增收”，又被利润空间框住了差异化的舞台空间。选择削减成本，则可能埋下降低产品质量、服务质量的隐患。对消费者而言，如果企业选择了前者，那得到的仅仅是本质上的不经济，甚至会受到某些损害。对同行而言，它还可能引起连锁反应，大大降低行业利润率，或导致产品品质下降，最终影响整个产业的健康发展。以价格差异化和促销差异化为主的差异化营

销，与社会营销理念所倡导的有利企业、有利顾客和有利社会的原则完全相反。

### 2. 操作误区的规避思路与方法

确立差异化营销的正确方向。第一，差异化营销是营销的变化、升级和创新，其根基还是营销。差异化营销的变化、升级、创新应该在营销知识中寻找。第二，营销策略以营销战略为指导，营销策略服从于营销战略并通过具体的方法来逐步实现。所以，要想获得差异化



营销的成功，首先，必须以科学、缜密的市场调查、市场细分、市场优选和市场定位为基础，做到市场差异化，以此确定出战略目标。其次，才是具体策略的差异化，即产品差异化、分销差异化、促销差异化和价格差异化。最后，还必须增加管理差异化。其中，排在第一梯级的三项是市场、产品和管理。市场差异化是基础、产品差异化是原点、管理差异化是保证。排在第二梯级的两项是分销和促销。排在第三梯级的才是价格。

进行营销知识和技能的全员培训。在我国，市场营销知识的引进与改革开放几乎同步，至今已有

四十多年。但是在我国箱包制造行业，特别是以中小型企业为代表的箱包企业中，大多营销人员没有经过系统的学习和培训。同时，营销知识的完善和创新速度之快非常惊人，短短几年，从4P营销到4C营销，再到4R营销，从知识营销、政治营销到整体营销、信息营销，从关系营销、绿色营销到定制营销、网络营销，若间断地学习就会马上落伍。我国差异化营销之所以会走向单一、边缘和粗俗，忽视战略和产品的差异化，与营销人员的营销知识欠缺有密切关系。笔者经过市场调研发现，很多箱包企业的营销人员总认为价格差异化最好用，而

不知价格是营销之重器和凶器，巧用则利，乱用则伤。产品生命周期定价、产品线定价、产品组合定价、选择品定价等属于巧用，而不顾成本的降价促销则伤人伤己。营销中有句名言：销售者用价格销售，而营销者将价格销售出去。只会使用价格策略，往往是黔驴技穷。相比之下，一些知名的业内巨头要谨慎得多，它们喜欢运用差异化战略而不是价格差异化来获取竞争优势，非常值得中小型箱包企业好好研究。

把单一竞争升级为模式竞争。在市场竞争日益激烈的背景下，依靠某一方面的优势取得差异化突破越来越难，成功的案例都是营销组



合模式的结果。例如，产品差异化虽然占有营销差异化的原点优势，但在科学技术高度发展的今天，产品的有形部分很容易被复制，需要用无形部分来保卫。

无形部分包括构成产品整体的品牌、服务等，也包括营销战略中的市场定位和促销中的卖点传播。诸多要素的精心策划和巧妙组合就形成一种独特的模式。要素越丰富、模式越复杂，就越难模仿。再如，价格差异化使用起来最方便，也可以建立短期的竞争优势，但最容易被克隆。所以，精明的企业从来不单独使用价格要素，而是用其他要素把它巧妙地包藏起来。同时，模式竞争增加了难度，对手在短时间内不易复制，还可以起到市场区隔的作用。

### 三、规避管理误区

#### 1. 管理误区的主要表现

管理误区主要表现在忽视对差异化营销实施过程中的动态管理。差异化营销与一般的营销活动一样，也是一个动态过程。但笔者发现，很多箱包企业往往只注重策划阶段的动态管理，忽略实施过程的动态管理。面对运动着和变化着的顾客、需求、市场、对手和环境，不能及时跟进和优化，导致差异化效果沦为一般或昙花一现。同时，传统职

能机构和执行模式也制约了差异化的顺利实施，以至差异化的失败案例经常发生。当然，我们不排除差异化实施之前的调查、策划、目标确立等环节也有出现偏差的可能，但管理是企业运营的基本保证，也是营销活动的基本保证，管理不当，后果可想而知。

#### 2. 管理误区的规避思路与方法

建立并完善差异化营销的信息情报服务体系。要加强对差异化营销全过程的动态管理和控制，最重要的是及时听取顾客的意见和建议。因为任何营销活动成功与否，最终裁决的都是顾客。如果说顾客对原有产品和服务的评价，企业都已经了如指掌，那么后续对产品如何改进和提升也会胸有成竹。所以，箱包企业需要建立高效的信息情报服务体系，包括信息收集、信息分类、信息筛选、信息递送、信息检索、信息储存等。依靠快速和准确的信息情报不断制造更加“新鲜”的差异，适应顾客的变化，才能甩掉对手的跟进。

调整和完善差异化营销的职能机构和执行模式。市场营销理论是一个环环相扣的体系，市场营销执行则是一个庞大的系统工程。任意一个营销环节的创新，都可能引发职能机构和执行模式的相应变化，只是变化的幅度不同而已。所谓“牵

一发而动全身”。通常来说，需要箱包企业对原有的营销职能机构和执行模式进行调整，包括人、财、物，也包括职能重新划分、程序重新设计、上岗转岗培训、管理制度更新等。只有职能机构和执行模式随着创新变化，才能保证差异化营销的执行和运作。

建立差异化营销的评估体系。任何一种差异化营销活动的实施都要付出一定的代价，例如发现和培育新市场需要增加调研和宣传成本，改变产品包装需要增加生产成本，丰富售后服务需要增加销售成本。问题在于，差异化营销的新鲜和活力往往带给大家过多的喜悦，陌生和紧张又往往使大家过于专注，这种情况容易使人只盯着业绩而忽略成本，只朝前方冲而不向后面看，只报告产出而不计算投入，最后，导致投入与产出持平，甚至投入大于产出的情况经常发生。所以实施差异化营销，特别需要效益评估。而且，差异化营销的要素越多，评估越复杂，甚至需要建设一套新的评估体系，以保证动态监管，及时发现问题，及时总结经验。

总之，有差异化才能有市场。广大箱包企业应积极研究差异化营销策略，独辟蹊径地找到市场突破口，最终才能傲立于强手如林的箱包市场之中。

# 不仅是一种热情 更是一份带着温度的执着

## ——走进中国轻工“大国工匠”陈国学手工制作坊

文、图 / 真皮个性派

一切手工技艺，皆由口传心授。

每一块皮革都有其独一无二的斑印和褶皱，每一款皮具都有与众不同的标记和特点。皮革成为匠人手中的素材，皮革的品质和匠人的匠心互相糅合，共同打造出个性化的真皮产品。



陈国学的桌面上陈列着各式鞋楦模子和手工皮鞋样品



细端详，只为一双合脚的鞋

## 真皮永恒

2020年9月，“Real Leather Stay Different”（真皮个性派）走进中国轻工“大国工匠”、享有“中国鞋楦第一人”美誉的中国著名鞋楦设计师陈国学位于上海的手工作坊，通过近距离观察设计师制作手工鞋楦的过程，感受匠人对皮革的情感，以及皮革赋予他的创作生命，倾听他对皮革制品“高品质、经久耐用、永不过时”的看法。以走进陈国学老师的手工作坊为第一站，美国原皮皮革委员会联合中国皮革协会、意大利皮革协会等，将陆续邀请全球的知名设计师和时尚界人士，讲述他们与皮革的故事，畅谈皮革的现代应用，系列活动的目的在于带领年轻一代领略皮革产品永不过时的独特魅力。

## 工匠精神邂逅经典皮革

当摄制组进入面积不大的工作室时，陈国学正在灯光下仔细观察皮革的纹理，桌面上陈列着各式鞋楦模子和手工皮鞋样品，堆积的设计图纸上画满了他最新的创意。接受采访时的陈国学带着眼镜，穿着工作服，凝视剪裁着手中的皮革，俨然一副全神贯注投入工作的状态。

这一刻，给在场的工作人员都留下了深刻的印象：近距离站在陈国学老师身边，老师抚摸牛皮的动作非常温柔，好像在慢慢感受皮革的纹理和褶皱。陈国学



传世经典，皮革之美



镜头下，全神贯注的陈国学老师

老师异常专注，非常沉浸，即使拍摄现场的工作人员非常多，老师仍能完全进入到他自己的皮革设计世界。这不仅是一种热情，更变成了一种执着。

## 真皮制品的时代变革和多样演绎

近年来，国家开始重视技能型人才的培养，为此，中国皮革协会举办了不止一次皮革技能大赛，优秀的年轻皮革艺人不断涌现，这让陈国学老师嗅到了皮革市场生生不息的活力。他谈到，皮革工艺正在经历时代流变，皮革的生产与制作将逐渐与新技术、新潮流结合起来，未来皮革的应用将遍及生活的方方面面，在很多新奇有趣的物件上，如挂饰、手机壳、雪茄壳等都将见到皮革的身影。

据了解，除了与设计师的对话，“Real Leather Stay Different”的其他活动将陆续展开，多角度让人们体会真皮制品的多样魅力。



(86) 576-86477388



(86) 576-86477158

# 穿温岭鞋



(86) 576-86958898



(86) 576-86935709



(86) 576-86565200

# 行万里路



(86) 576-86418809



(86) 576-86938888



(86) 576-86482661



(86) 576-86925555



(86) 576-89978888

(排名不分先后)

栏目协办：中国美术学院纺织服装研究院 电话：0571-87200239

# 紫草在皮革染色中的应用研究与创新实践

文 / 夏欣露 (中国美术学院染织与服装设计系)

通过使用天然中草药紫草对皮革进行染色实践，研究总结皮革紫草染色工艺及染色方法。在此基础上，对紫草染色的皮革进行扎染工艺的纹样创新，从而为更环保、更健康的皮革生产方式提供一个设计创新、工艺革新的新思路。

## 1 紫草染料

紫草 (*Lithospermum erythrorhizon*) 植物的根部富含紫色色素，作为我国传统中草药的同时，也是我国传统直接染紫的珍贵天然染料。紫草科植物种类繁多，根据《中国植物志》紫草科、紫草亚科 (Subfam. Boraginoideae) 的分类。紫草归紫草属，多年生草本植物，根含紫草素，可入药，治麻疹不透、斑疹、便秘、腮腺炎等，外科用于治疗烧烫伤。软紫草 (*Arnebia euchroma*) 也称新疆紫草或黄花软紫草 (*Arnebia guttata*)，又称内蒙古紫草，归属于紫草科软紫草属植物。

我国最早的紫草染色记录是距今两千四百多年前的《管子》，其中记载古代莱国所染的紫色丝绸的价格堪比黄金。或许是因为莱国人擅长染紫以及山东地界内紫草产量丰富的关系，在此工艺基础上，有了后来齐国著名的“齐紫”，并引发了后世不小的争议，其中就包括了孔子的“恶紫夺朱”。这说明先秦时期丝帛染紫的技术已十分成熟，而关于皮革染紫的记载则是在相对偏后期的《南齐书·高帝纪》中，文中提及“宫人著紫皮履”。

使用天然染料染色于皮革的记载在我国可追溯到西周，那时染色工艺技术已十分成熟。如1975年陕西岐山县董家村挖掘出土的《九年卫鼎》，鼎上铭文记载“东臣羔裘、颜下皮二”。还有众多出土文物也可说明先秦时期皮革染色水平，如1954年湖南长沙左家公山M15出土的战国中晚期髹漆皮甲，1979年河南浙川下寺M2出土的颜色为棕黑色表面绘有朱色几何纹样的春秋晚期的皮马甲残片等。

1856年威廉·亨利·珀金发现人类第一个合成染料苯胺紫之前，人们一直使用从富含色素的天然植物、动物组织及矿物中提取制作的染色材料，并在长期实践和经验累积中不断发展和创新。虽然合成染料色谱齐全、制备工艺简单，便于实现工业化和规模化生产，但在使用部分合成染料对皮革进行染色的生产过程中，污染物排放问题和皮革产品内致癌物超标倾向也多少会

令人担忧。考虑寻找危害较小、便于回收降解的染色方法，成为现代皮革生产环节中重要研究课题。紫草是染色得色率、染色效果、染色方法都相对优秀的一类天然染料。

## 2 染色实践

### 2.1 试验设计

紫草根萘醌类成分是紫草的色素成分，干燥之后不易溶于水。但可通过乙醇、植物油溶出色素，在古代则是使用新鲜的紫草根经过反复揉搓后得出染液。参考现代紫草的染色方法，使用乙醇提取色素，利用乙醇的强渗透性和挥发性浸染皮革并对其进行媒染，从而得到不同色彩的皮革染色效果。

### 2.2 试验材料与设备

染色材料：新疆软紫草根、95%医用乙醇、明矾、蓝矾、皂矾、貂油。

染色皮革：植鞣牛皮革。见图1。

染色工具：破壁机、玻璃缸、量筒、温度计、搅拌棍、pH试纸、无纺布过滤袋、电子秤、不锈钢锅、皮革染色用羊毛球。

### 2.3 染色步骤

(1) 破壁粉碎后的新疆紫草根放置玻璃缸中，倒入95%乙醇，3~7日色素溶出完全后，使用无纺布过滤袋过滤紫草残渣，得到紫草乙醇溶出液。

(2) 植鞣皮革完全浸入紫草乙醇溶出液中，待皮革毛孔中的气泡完全排出后，取出染色样品，浸染时间为5分钟。阴干后得到纯乙



图1 植鞣牛皮革（上）与铬鞣羊皮革（下）样品

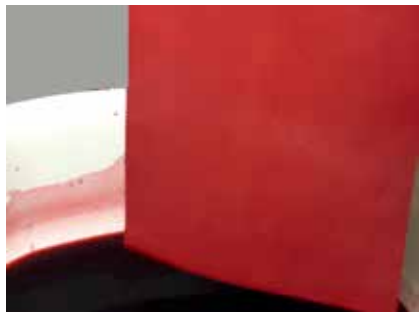


图2 乙醇溶液浸染植鞣皮革

醇紫草溶液无媒染植鞣皮革样品。见图2、图3。

(3) 明矾、蓝矾、皂矾三种媒染剂分别加入水中得到三种媒染液，并将半干状态的紫草染色植鞣革放入三种媒染剂中进行20分钟的媒染。阴干后获得纯乙醇紫草溶液染色植鞣革的铝媒染（明矾）、铜媒染（蓝矾）、铁媒染（皂矾）样品。见图4。

(4) 将与乙醇重量相等的蒸馏水加入乙醇紫草溶出液，待乙醇挥发后得到无乙醇的紫草染液。按照蒸馏水：染液=1：1的比例稀释紫草染液。

(5) 同上步骤(2)~步骤(3)，对植鞣革进行染液浓度较低的紫草



图3 紫草无媒染色样品



图4 紫草媒染染色样品



图5 二次低浓度紫草媒染植鞣革样品(未干)



图6 低浓度紫草染色植鞣样品日晒前后效果对比

媒染。为了便于比较染色效果，对低浓度染色后的植鞣革进行第二次复染，得到二次低浓度紫苏媒染植鞣皮革样品。见图5。

(6)待低浓度紫苏无媒、铝媒、铜媒、铁媒染色植鞣革染色样品完全干透后，使用羊毛球蘸取少量貂油均匀涂抹皮革表面。为了观察色差，将样品分为两类，其中一类放在日光下进行2日的日晒，日均2小时。见图6。

## 2.4 试验结果

依据以上紫草对植鞣牛皮革染色实践，将染色结果用表格进行梳理。见表1。

从表1可以看出，采用不同紫草染色液与不同媒染剂组合，在不同染色温度、染色时间、媒染温度、媒染时间等试验条件下，染色得到

植鞣革样品呈现的颜色各不相同。

## 3 创新实践

### 3.1 试验设计

近年来，扎染纹样因其自然随性的浪漫风格时常出现在人们视野中，也一度成为时尚热点。为了探索紫草染色皮革在设计创新上的更多可能性，结合扎染工艺，尝试出不同的染色效果和纹样肌理。由于植鞣革较硬、可塑性强，能够得出立体的肌理效果；而铬鞣革较软，能够得到柔和晕染的肌理效果。

### 3.2 试验材料与设备

染色材料：新疆软紫草根、95% 医用乙醇、明矾。

染色皮革：植鞣牛皮革、铬鞣羊皮革。见图1。

染色工具：同2.2。

### 3.3 试验步骤

(1)对两种皮革进行云染、手蜘蛛绞、筋绞、岚绞等扎纹捆绑。见图7、图8。

(2)扎好的皮革分别浸入紫草乙醇溶出液中，待皮革毛孔中的气泡完全排出后，取出染色样品，浸染时间为10分钟。见图9。

(3)明矾、皂矾分别溶解于水中得到媒染剂，并将部分半干状态的扎染皮革放入其中进行20分钟的媒染。

(4)待扎染样品完全干透后，拆解开捆扎的绳子展平皮革，得到紫草扎染皮革纹样。见图10、图11。

### 3.4 试验结果

依据紫草在皮革上的扎染实践，将染色纹样梳理成表格。见表2。



表 1 紫草染植鞣革色样对比

染液	染色温度	染色时间	媒染时间	媒染温度	媒染剂			
					无媒	铝媒	铜媒	铁媒
乙醇浸出液	室温	5分钟	20分钟	室温				
	室温	5分钟	20分钟	室温				
蒸馏水:乙醇浸出液 = 1:1	其他条件	貂油涂抹后曝晒2天, 日均曝晒2小时						
	室温	5分钟 2遍	20分钟 2遍	室温				
	其他条件	貂油涂抹后曝晒2天, 日均曝晒2小时						



图 7 蜘蛛纹铬鞣羊皮革



图 8 捆扎植鞣牛皮革



图 9 紫草染液浸染










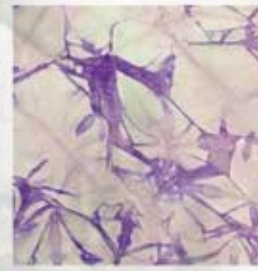


图 10 拆线



图 11 展平后紫草扎染皮革纹样

表 2 紫草扎染皮革纹样

皮革种类	植鞣牛皮革			
染色时间	10 分钟			
媒染时间	20 分钟			
媒染剂	无媒	明矾	皂矾	
扎染纹样				
工艺名称	云染绞	岚绞	豆绞	
皮革种类	铬鞣羊皮革			
染色时间	10 分钟			
媒染时间	20 分钟			
媒染剂	无媒			
扎染纹样				
工艺名称	柳绞	手蜘蛛绞	入柳蜘蛛绞	二次岚绞
媒染剂	明矾			
扎染纹样				
工艺名称	筋绞	手蜘蛛绞	云染绞	

从表2中可以看出,紫草乙醇溶出液对植鞣皮革和铬鞣羊皮革的上染效果显著,染色色相随媒染剂发生改变,且经过扎染后的染色纹样清晰立体,随着绳子捆扎的松紧程度能够产生丰富多变的随机晕染效果和肌理纹样。

从染色角度来看,捆扎后的皮革与未捆扎处理的皮革媒染工艺没有太大区别,上染速度快且染色效果好。从扎染纹样的角度看,由于皮革较厚,捆扎的时候比其他织物的捆扎要吃力,但因此也使得纹样效果比其他织物明显清晰,可以很容易地通过双手对绳子捆扎的力度把控,调整纹样的晕染效果。

综上可以看出,扎染工艺在皮革紫草染色中的运用,能呈现出紫草染温柔的色彩气质和纹样随性率真的设计效果,是较便利、易操作、易出彩的创新染色方式。

## 4 结束语

作为常用的皮肤外科中草药,紫草染料有着良好的凉血抑菌作用,同时紫草所染色的织物在古代也被用于治疗顽疾。

皮革的染色过程中使用紫草染料,可以减少致癌风险和有毒物质的排放,也能因紫草自身的药物作用对人体起到健康守护的作用。

虽然目前紫草染色的工业化依然存在不少问题,使得紫草染料未被大量开发利用,但在人们对传统健康生活方式、绿色设计、绿色消费概念的推崇下,紫草这类符合设计生产和使用需求的植物染料将在不久的将来大放异彩。

(夏欣露:中国美术学院,主要从事服装设计 with 教学助理工作, E-mail: 278479057@qq.com)

## 参考文献

- [1] 中国科学院中国植物志编辑委员会. 中国植物志 [M]. 北京: 科学出版社, 1989: 42-43.
- [2] 国家药典委员会. 中华人民共和国药典 [M]. 北京: 中国医药科技出版社, 2015.
- [3] 杜燕孙. 国产植物染料染色法 [M]. 北京: 商务印书馆, 1950: 196-197.
- [4] 王越平. 回归自然——植物染料染色设计与工艺 [M]. 北京: 中国纺织出版社, 2014.
- [5] 王艺璇. 紫色系中国传统服用色文化、染色及应用研究 [D]. 杭州: 中国美术学院, 2017.
- [6] 郑媒予. 紫草染的色彩研究及在女装设计中的创新应用 [D]. 北京: 北京服装学院, 2017.
- [7] 路振翔, 杨勇, 赵亚楠, 等. 紫草染料的提取及在真丝染色中的应用 [J]. 成都纺织高等专科学校学报, 2016, 33(2): 115-118.
- [8] 宓伟, 王志强, 邱世翠, 等. 紫草体外抑菌作用研究 [J]. 时珍国医国药, 2007(9): 2217.
- [9] 张红鸣. 皮革染色用天然染料 [J]. 染料与染色, 2019, 56(6): 13-20; 8.
- [10] 王应红, 李晓燕, 刘志昌, 等. 植物染料姜黄对皮革的染色研究 [J]. 皮革科学与工, 2007(6): 23-25.
- [11] 任方萍, 王全杰. 植物染料及其应用进展 [J]. 中国皮革, 2011, 40(23): 46-49.



# 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



广告

# 黄金分割尺度 与时尚产品的验证关系

文 / 徐成锐 田玉晶 俞英（东华大学）

无论是强调创意设计的院校师生，还是希望产品热销的品牌设计从业者，在推出新作时，大部分还是在设计意象的辅助或爆款单品的参考下，进行主观发挥，并完成具体产品的设计流程。这样的设计流程普遍、实用，但是在主观发挥的同时，应遵从“美”的客观衡量标准。经过长时间时尚产品创意设计的实战，笔者对黄金比例带来的美感有一些新的体验。

黄金分割作为一个美学概念以及一个数学、几何概念，被认为是一条关于形式美的黄金法则，常常出现在我们的生活中，同时在无数的艺术作品与自然现象中，也能找到它的存在及规律，甚至还被视为创作时的一项必要参考。

在当今快速发展的商品经济领域，时尚产业作为当代审美文化的载体之一，蕴含了当代美学发展的动能，黄金比例作为审美价值尺度的标准之一，在具体的单品中持续有所体现，印证了其合理性与可参考性。本文总结常见的黄金分割构图尺度，以单个时尚产品设计为例，印证其中“隐藏”的黄金分割，从而带来一些关于“美”的思考。

## 1 黄金比例定义

现代数学家们推断,在公元前5世纪毕达哥拉斯学派已经触及甚至掌握了黄金分割。

在约公元前300年,数学家欧几里德在他的著作《几何原本》中用“中末比(Extreme and mean ratio)”这一词汇即是首次在文本上表达了今天的“黄金比例”,使《几何原本》成为世界上第一本关于“黄金分割”的著作。在数学的定义中,如图2将一条线段AB分割为两个部分,当分割点C处在一个恰当的位置时,可以使得短线段AC与长线段BC的比值恰好等于长线段BC与整个线段AB的比值。

到近现代,德国数学家阿道夫·蔡辛(Adolf Zeising)认为:“宇宙之万物,不论花草树木,还是飞禽走兽,凡是符合黄金律的总是最美的形体。”至此,黄金分割开始与艺术审美挂钩,成为人们衡量事物是否具有美感的尺度之一。

## 2 黄金比例尺度汇总与分析方法

在实际生活中,黄金分割所带来的视觉美感随处可见,黄金分割作为一种衡量的标准经过反复的实践,被验证出现在许多自然产物与人工物中。这其中,自然产物包括了自然界的天然形态与数学、几何、音乐等抽象规律;人工物以艺术作品、工业产品与建筑等为主。对于大部分人而言,实体在视觉层面带给人们对于“黄金分割”的认知更

加直观、具体,于是在时代发展与理论完善的过程中,人们总结了许多基于“黄金分割”理论的构图尺度,从而快速地发现“隐藏”在实体中的视觉规律。

### 2.1 尺度总结

#### (1) 黄金矩形

将一条线段按照黄金分割点的位置分为两段,以较长的一段为边长,绘制一个正方形,再以较短的一段作为边长绘制一个较小的正方形,随后再用长边与短边的差值作为边长绘制一个更小的正方形,以此类推,不断的绘制下去,得到如图4的黄金矩形。黄金矩形是基本的黄金分割构图尺度,在此基础上可以发展出多种新的尺度。

#### (2) 黄金螺旋线

在上述黄金矩形的基础上,可以发展出黄金螺旋线的构图尺度。如图5-1,以黄金矩形中的每一个正方形边长为半径,以每个黄金矩形的被分割点作为圆心,依次进行四分之一圆的绘制,将所得的曲线进行一次连接,得到图5-2中的弧线,便是黄金螺旋线。

#### (3) 黄金对角线

如图6,在黄金矩形的基础上,连接对角两端点可以得到第一条对角线,在此基础上再连接第二大的黄金矩形的对角端点,得到第二条黄金对角线,通过将第二条黄金线以最大的黄金矩形的中心点为轴旋转180°,得到第三条黄金对角线,组合完成“黄金对角线”的构图尺度。

#### (4) 黄金正圆

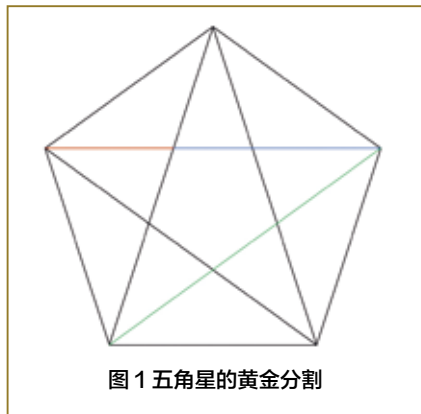


图1 五角星的黄金分割

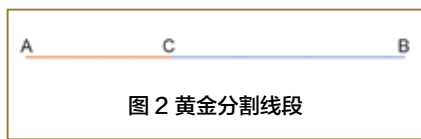


图2 黄金分割线段

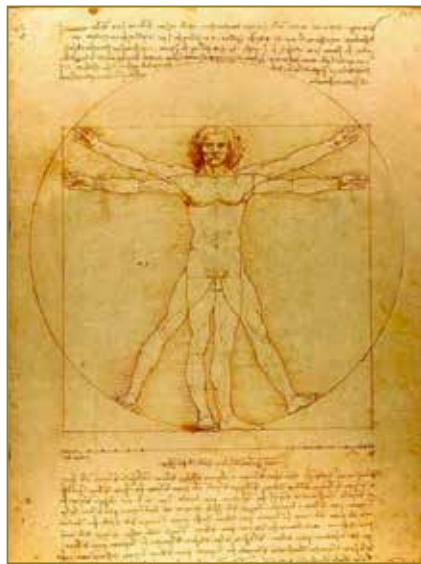


图3 达芬奇《维特鲁威人》

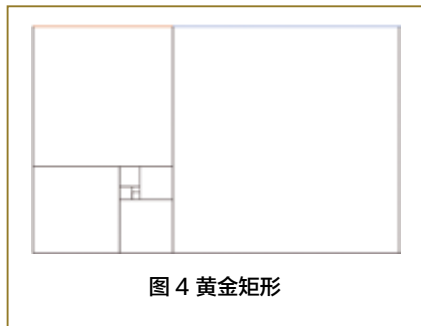


图4 黄金矩形

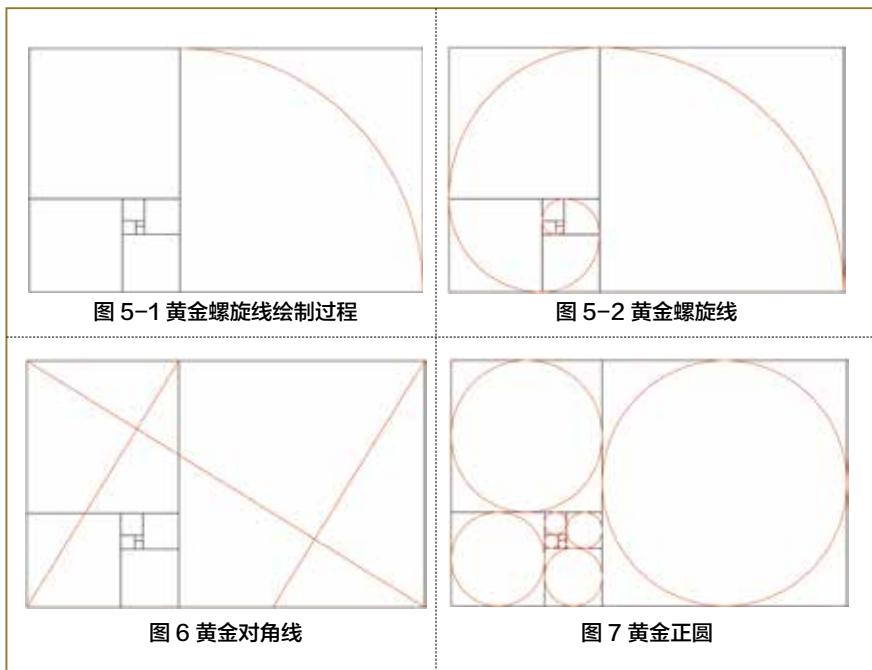


图 5-1 黄金螺旋线绘制过程

图 5-2 黄金螺旋线

图 6 黄金对角线

图 7 黄金正圆

如图 7, 在黄金矩形的基础上, 以每一个正方形的边长为直径, 以正方形的中心点为圆心, 绘制完整的圆, 则得到的圆形的大小比例关系也随着直径的变化存在黄金分割的奥妙。

### (5) 黄金三分法

同样是在黄金矩形的基础上进行发展, 将黄金矩形从大到小依次排序, 再将现有的黄金矩形进行调整, 将第五次分割开始得到的正方形通过平移翻转得到如图 8-1 的效果。在此基础上, 如图 8-2, 选择最大矩形的分割线, 同时延长第二大矩形的分割线贯穿矩形, 再如图 8-3, 双向延长第五和第六个黄金矩形的分割线贯穿最大的黄金矩形, 最后将现有的四条风格线按照如图 8-4 所示, 以最大矩形的对角线交

点为轴旋转  $180^\circ$ , 得到黄金三分法尺度。上述的尺度中, 大部分被较为普遍地应用于艺术创作的构图

中, 通常的使用方法为在已有的尺度基础上, 通过压点、压线或分格来进行构图, 从而创作出符合黄金比例关系的绘画、摄影与其他领域的艺术作品或人造物。相反, 通过将上述的尺度套用到客观事物上, 可以在审美层面受到好评的事物上发现存在诸多黄金比例的关系。

### 2.2 自然形态中的黄金分割

黄金分割在自然界有许多实际的案例, 小到一棵宝塔花菜的分支, 大到宇宙中的星系, 都有黄金分割蕴含于其中。看似简单的规律却保证了植物、动物生长以及自然宇宙运行的均衡性与稳定性。

### 2.3 人造物中的黄金分割

在艺术、设计作品中, 黄金分割的运用是最为广泛的, 无论是创作者有意为之抑或是无心插柳, 许多优秀的人造物都有黄金分割的影

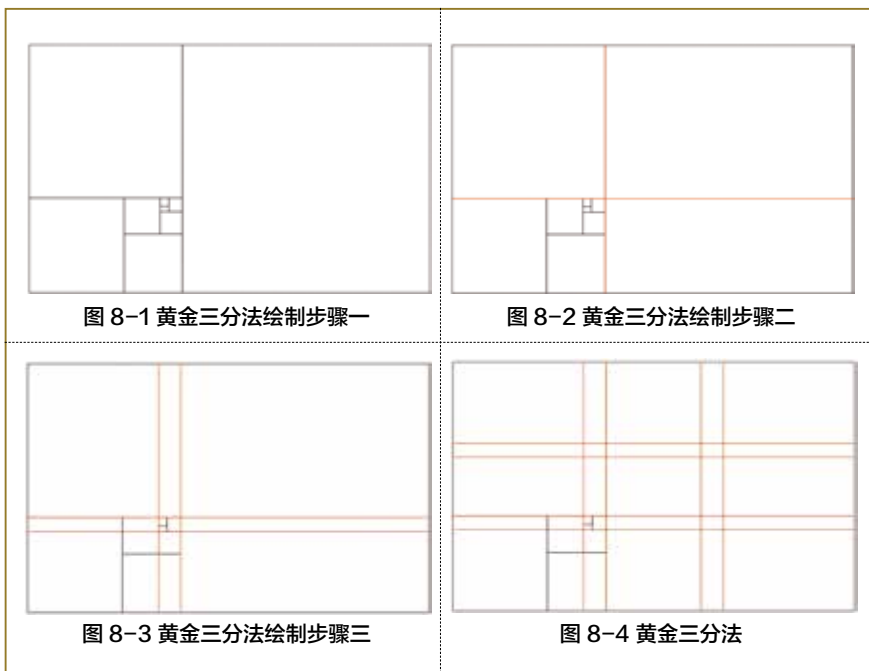


图 8-1 黄金三分法绘制步骤一

图 8-2 黄金三分法绘制步骤二

图 8-3 黄金三分法绘制步骤三

图 8-4 黄金三分法

子。而这些人造物不仅见证了人类在创造过程中的进步与发展,也印证了黄金分割的发展。

#### 2.4 其他

除了上述领域,黄金分割在许多方面都有独特的体现,不仅存在于具象的艺术或设计作品中,也存在于抽象的事物中,比如音乐。

### 3 黄金分割与时尚产品设计

正如前文所言,黄金比例可以在一定程度上作为验证一事物审美价值的来源,当这种验证机制应用到时尚产品中,便可以得到产品具有时尚感或审美价值的参考依据,进而使其成为设计师在针对无论是比赛作品还是商业时尚产品设计过程中,有意识地参考黄金比例尺度,在一定程度上优化设计,达到更好的设计效果,实现更高的商业价值。

#### 3.1 分析步骤

除了传统的黄金分割分析尺度与在一般客观事物中的实际分析案例,本文还创新地提出了验证的步骤,除了整体构图的研究,还包括了局部线条的曲率,以及设计要素点、线、面在黄金分割框架下的位置关系。

##### (1) 整体构图

将合适的尺度套用在时尚产品已有的某一视图中,观察对象的长、宽、高的比例关系是否接近黄金分割,并观察视觉走向是否符合上述列举中任一尺度关系。

##### (2) 局部曲率

时尚产品中,为了一般的审美需求,同时也为了满足人体工学,通常会包含大量的曲线,优美的曲线弧度会影响到时尚产品给人带来的视觉感受。通过“黄金螺旋线”来对比时尚产品的局部线条构成的曲率,可以验证该部分的线条是否符合黄金分割比例的关系。

##### (3) 局部与整体的位置关系

设计要素点、线、面与时尚产品设计整体的位置关系往往比较抽象,通过利用合适的黄金分割尺度在时尚产品某一视图中的缩放、旋转、移动,可以化抽象为具体,直观地看到设计局部元素与整体之间的位置关系,从而验证时尚产品设计中的细节安排所具有的黄金分割。

#### 3.2 时尚产品高跟鞋与黄金分割的渊源

人类社会在不断发展进步的过程中,已经将黄金分割的理论充分运用到许多维度。高跟鞋的产生本身也是符合“黄金分割”客观规律的。断臂维纳斯肚脐的位置大致是人体的黄金分割点,以肚脐为黄金分割线,由于大部分的人肚脐以下的长度与身高的比值不能完全达到理想的黄金分割比例,于是穿着高跟鞋,就可以有效拉长肚脐以下身体的长度,使其趋近于黄金分割比例,达到近似完美的身高比例。

#### 3.3 实例分析

时尚产品的内涵十分广阔,包含了鞋、帽、箱包和首饰等不同的时尚配饰。本文选取了两种概念性的时尚高跟鞋作为样本进行研究,



图 9-1 鹦鹉螺贝壳



图 9-2 星系螺旋

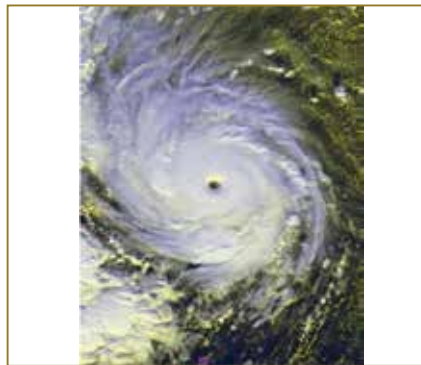


图 9-3 台风云图



图 9-4 宝塔花菜



图 10-1 埃菲尔铁塔

图 10-2  
米洛的维纳斯

图 10-3 达利《最后晚餐的圣礼》

其中一双来自大牌的秀场，另外一双来自笔者在 IFDC（国际鞋款设计比赛）的获奖作品。

### （1）犰狳（qiu yu）鞋

Armadillo Shoes，中文翻译为犰狳鞋，是由英国设计师 Alexander McQueen 创作的经典鞋款。跟高约 30 厘米的犰狳鞋在品牌 2010 春夏的秀场“Plato's Atlantis”上一经展示，便引起了广泛的轰动。犰狳鞋的设计风格遵循了这次秀场的主题：在后世界末日的未来中，自然和有机力量的结合所带来的人类变革。

过于前卫的造型与结构，使得犰狳鞋在首秀时一方面受到了鞋履

爱好者的追捧，另一方面也遭到了几位秀场超模的抵制。即使 10 年过去了，犰狳鞋依然是先锋的代名词，也依旧是 McQueen 最负盛名的作品之一。通过交叉使用前文总结的黄金分割尺度与分析步骤，可以得到图 11 的验证结果。如图 11-1，从整体看，犰狳鞋侧视图的长宽比例基本符合黄金分割，且视觉走向与黄金螺旋线基本吻合；鞋口前沿与整体的重心分别落在两条黄金三分线上。如图 11-2 和图 11-3，可以看到犰狳鞋局部线条的曲率也是符合黄金分割的；从图 11-3 也可

包含一双高跟短靴，一双高跟袜靴以及一双中跟短靴。

设计元素包括抽象的鱼骨以及鱼鳍，以构成因为核辐射而发生突变、增生的形态特征。旨在提醒人们不要忘记过去惨痛的教训，要与自然和谐共处。图 12 是该系列的其中一款，这款鞋履设计的结构包括靴筒、视觉错位效果的支撑骨架与鳞片状的装饰皮片。

如图 12-1，通过将侧视图代入尺度，可以发现这款鞋的设计整体基本符合黄金分割比例关系，视觉中心也符合黄金螺旋线的动态走向，

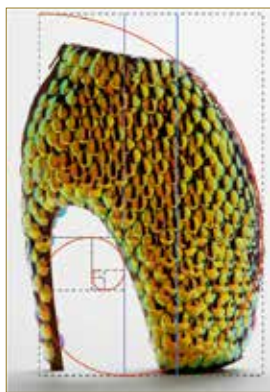


图 11-1 整体分析



图 11-2 局部曲率

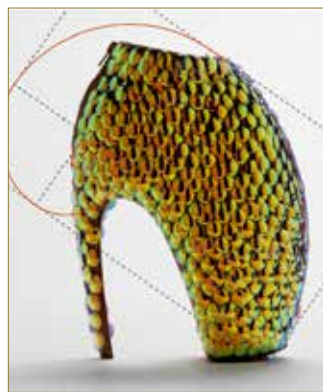


图 11-3 局部与整体位置关系

以看到，沿着犰狳鞋前端弧线的曲率无限延长，螺旋线可以与鞋跟的前后两端产生交点，位置关系符合黄金分割。

### （2）Mutation（突变）

这是一个名为“Mutation（突变）”的女鞋设计系列，灵感来源于切尔诺贝利核事故之后当地因为核辐射而发生突变的鱼类。此系列

靴筒开口前沿同样落在一条三分线上，而支撑骨架的前端也在一个黄金矩形的分割线上。如图 12-2，将支撑骨架代入尺度，可以发现其整体符合黄金分割比例关系，且支撑骨架底部弯折的位置恰好在黄金矩形的分割线上。

如图 12-3 和图 12-4，这款鞋履的设计中部分线条符合黄金螺旋

线的曲率，且通过将黄金螺旋线与黄金对角线交叉，得到的曲线段正好与鞋底弧度吻合。如图 12-5 ~ 图 12-7，可以看到在这款鞋履中，黄金分割贯穿局部与整体的位置关系。

#### 4 总结

在实际的商品开发生产流程中，大部分设计师在设计初期并没有把黄金分割作为选择参考的指标，只是在设计完成之后把它作为审视作品的一个参数，为设计提供修正的思路。黄金分割作为被广泛认知的一项美学规律，探寻其与作品的关系，在一定程度上可以作为设计美观评价的一个参考理论依据。

无论是概念性的时尚产品设计，还是商业语境下的走量款，好的产品造型与设计要素都可以作为黄金分割的验证对象。将黄金分割应用于时尚产品设计的验证，对这一研究的历史并不长久，如何通过大量的实践来论证时尚产品受欢迎程度与其关系，还需进一步研究。

(项目基金: 本文项目由海派时尚设计及价值创造协同创新中心、中央高校基本科研业务费专项资金资助)

#### 参考文献

- [1] 单雯琪. 黄金比例在服装款式图绘制中的美感探究 [J]. 大众文艺, 2012(17):101-102.
- [2] 王丽岩, 胡水莹. “视觉比例美”标志图形设计中的黄金比例 [J]. 美术大观, 2018(11):104-105.
- [3] 脑壳知识. 自然界中不可思议的 10 种黄金比例. [EB/OL]. <https://kknews.cc/zh-tw/news/bqnzgq6.html>, 2017-08-15/2020-06-19.

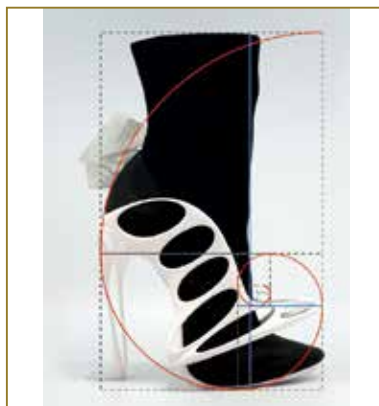


图 12-1 整体分析



图 12-2 整体分析



图 12-3 局部曲率



图 12-4 局部曲率



图 12-5  
局部与整体位置关系

图 12-6  
局部与整体位置关系

图 12-7  
局部与整体位置关系

## 设计手稿



**作品名：简约鳄鱼皮女包**

**作者：刘科江、张家梁**

**单位：广州番禺职业技术学院**

**设计说明：**该时尚女包采用仿鳄鱼皮做主要材料，色彩搭配上采用黑红经典配色，包体主要采用正方形、三角形和椭圆形作为造型，简洁、稳重、时尚。





**作品名：长手腕鳄鱼皮印花时尚包****作者：**刘科江、张家梁**单位：**广州番禺职业技术学院**设计说明：**该时尚女包采用仿鳄鱼皮印花牛皮材料，以沉稳的深蓝色和黑色为主色调，利用盖头和前幅的不同肌理产生“和而不同”的统一美感，盖头造型精致独特，为凸显包体的庄重特质，特采用鳄鱼纹材料做手腕，并夸张手腕尺寸和造型，形成独特的视觉美感。**设计手稿**

# Shoes

## 中华鞋文化的主流文化特征

文、图 / 钟漫天



鞋文化的主流性和导向力主要是由群体认同的伦理关系、道德准则和思维方式等因素构成。在华夏漫长的封建社会中，鞋文化始终承担着中华民族伦理教化的作用，指导个体的身心共长和社会的君臣秩序。它不仅满足了人们物质生活的需要，更满足了人们精神生活的需求。鞋履文化从多方面体现了华夏主流文化的功能特征。

我国早在商周时期就确立了鞋的精神教化作用，自命为天子的帝王冕服为脚踏朝天鞋，鞋头挽青布十二条，缠扎出朝天鞋翘，象征每岁十二个月“取法乎天”。上翘朝天的鞋头和接地气的鞋底，提醒穿着者“仰观象于天，俯观法于地”，上朝时行为要谨慎，不能左顾右盼。朝廷命官的鞋履更为严肃，一是在鞋头正中部位缀缝“紬”，旨在约束穿着者的行为。鞋“紬”随时告诫穿着者：每迈一步，鞋“紬”都要端正朝前，行动步步要规范，防止走邪和偏歪。二是在鞋底和鞋帮的连接处加一道鞋“縿”。鞋“縿”的颜色用来识别穿着者的官位级别，时刻警示穿着者，其行为必须符合自己的官阶地位。朝中官员只能循规蹈矩，不允许越俎代庖，以免乱了君臣有别的封建制度。《周礼·天官》所载“屨人掌王及后之服屨，为赤舄、黑舄、赤縿、黄縿”。清朝嘉庆年间规定，只有军机大臣才能穿绿色鞋“縿”的官靴。（图1）。

清代文人沈德潜选编的《古诗源》全面评估了唐朝以前的诗歌及其社会价值。其所选录的诗作记录了社会风尚的流变，是后人认知唐代以前社会的形象史料。《古诗源》从古典经籍中摘出了“行必履正”的警句，把先人鞋“紬”和鞋“縿”的精神教化机制，升华为“行必履正、无怀侥幸”的伦理道德标准。警示朝廷官员“做官先做人”，要遵

照老祖宗对鞋履的伦理导向，时刻提醒规范自己。在人的一生中，穿鞋上路必须“行得正、站得直”。靠投机取巧、行贿奉承往上爬是违背伦理道德的。“行必履正”的忠告成为封建社会朝廷官吏齐身治国、精神教化的典范（图2）。

清乾隆七年，北京设立“先蚕坛”（与先农坛呼应），这是后妃们每年祭祀先蚕的神殿，主妃着鞠衣（即黄桑服色如鞠尘似桑叶始生）作为告桑之服，脚上必须穿屨（葛制单底鞋），屨的黄色与鞠衣颜色相同。王后用此祭礼来教民养蚕、纺织、制衣等女红。在亲蚕殿内悬挂乾隆皇帝御书对联：“视履六宫基化本，授衣万国佐皇猷”。表达了“宫内鞋道规范视为基本，百姓有衣穿才助王安邦”的意蕴。对联包含了两层意思：一是要以鞋履精神教化的“上层建筑”来督查“男耕女织、丰衣足食”的经济基础；二是基本道德规范的执行必须有一定的物质条件，即仓廩实知礼仪，衣食足而知荣辱（图3）。

历朝皇室对鞋的尊礼和威严促使官员们把鞋之福相《福履》刻在官邸门楼之上，标榜本官的“福与禄”来自正道，强调“严内外、辨尊卑”的作用（图4）。古代政治思想家提出的鞋履教化作用被统治阶级利用并强制推行，在获得民众的广泛接受与认可的同时，鞋文化也逐渐走进主流文化。

习近平总书记对国家“十四五”规划编制工作作出重要指示，强调要开门问策、集思广益，把加强顶层设计和坚持问计于民统一起来，鼓励广大人民群众和社会各界以各种方式为“十四五”规划建言献策，切实把社会期盼、群众智慧、专家意见、基层经验充分吸收到“十四五”规划编制中来，齐心协力把“十四五”规划编制好。

## 谋篇布局 筹划皮业未来 ——中皮协牵头赴河北、山东开展“十四五”调研

文、图/梁玮

2020年8月12-14日，中国皮革协会理事长助理张燕、市场与展览部主任马瑞华、信息部主任梁玮、产业部副主任周诚，以及河北省皮革行业协会名誉会长夏家清、副秘书长何海宁一行六人组成“十四五”专项调研组，赴河北无极、辛集、黄骅开展《皮革行业发展指导意见（2021-2025年）》（下文简称《指导意见》）实地调研，打响了中国皮革协会针对“十四五”发展指导意见实地调研的“第一炮”；8月18-21日，中国皮革协会秘书长陈占光、理事长助理张燕、信息部主任梁玮、产业部副主任周诚，与山东省皮革行业协会会长梁志新，赴山东德州、阳信、沾化开展“十四五”专项调研。

在河北、山东调研期间，

“十四五”专项调研组与当地政府召开了座谈会，参观了制革园区、制革企业，以及生产皮革手套、皮革凉席的企业，并与地方政府相关负责人、企业家就皮革业“十三五”期间取得的成绩、遇到的主要问题和困惑，以及“十四五”的发展方向，进行了探讨和交流。

座谈会上，陈占光秘书长介绍了《指导意见》制定的背景和编制进度。他强调，《指导意见》是指导皮革行业未来五年发展的纲领性文件，是引导行业实现高质量发展的主线和规划，既有一定的前瞻性，又要符合行业发展的实际情况。《指导意见》的编制有助于企业对未来发展做出提前预判，并为应对未来的变化和挑战做好相应的布局 and 准备。陈占光秘书长还对最新的行业

政策和团体标准《原料皮进出口贸易规范 生牛皮》进行了宣贯，呼吁制革企业在国际原料皮贸易中积极采用该团体标准，保障企业在国际贸易中的合法利益。调研组重点了解了新冠肺炎疫情对制革企业的影响和目前的生产情况、企业面临的困难和迫切需要解决的问题，未来五年产业的发展重点和方向等。

在考察和座谈的过程中，地方政府和企业反映的主要问题包括专业人才流失和劳动力短缺带来的制约、企业自主创新能力不足、含铬皮革废碎料处理面临的困难、代用材料对真皮材料造成的冲击、低价同质化竞争带来的市场混乱等等。对于未来五年的发展方向，大家提出了一些很好的建议，比如提升自动化水平以减少人工，大力开展职

## 第一阶段 函调

## 第二阶段 实地调研

业教育培养技术人才，加大对新产品和技术的研发创新，呼吁国家对含铬皮革碎料处理制定科学合理的政策，加大对真皮材料的消费者教育和对生产商的引导，引导企业向高品质发展并进行产品质量分级来有序规范市场秩序等等。

《指导意见》是皮革行业“十四五”发展的重要指引，受到全行业同仁的热切关注和期盼。为了更好地为皮革行业“十四五”期间的发展提出方向、目标和建议，中国皮革协会于2020年3月成立编制领导小组，李玉中理事长任组长、陈占光秘书长任执行组长，正式启动《指导意见》编制工作。5月，《指导意见》开启编制前期调研，第一阶段是函调，持续了三个月，主要采用发放调研问卷进行统计分



析的方式，共有近300家单位和专家参与函调；第二阶段是实地调研，以河北为起始站，从8月开始，计划围绕制革、制鞋、箱包等产业，针对环保、人才、科技、设计等课题，开展专项调研。

据悉，《指导意见》已经在第

一轮函调的基础上完成了初稿，并召开了专业委员会沟通会，下一步将在实地调研基础上形成《指导意见》（讨论稿），在行业内外充分征求意见，择机召开专家论证会进一步讨论修改，计划于2021年下半年正式发布。

## 做好做足“四篇文章” 推动制鞋产业高质量发展

文 / 徐瑞丽 图 / 徐泽源



近年来，睢县坚持新发展理念，坚持高质量发展的根本方向，以狠抓项目引进和建设为总抓手，夯实中原鞋都建设，以开放招商、创新驱动为突破口，实施“强基”“壮骨”工程，持续推进营商环境优化和精准招商，加快“三大改造”步伐，不断完善提升制鞋产业承载能力，做大做强龙头企业，切实增强发展后劲，聚力打好高质量发展主动仗。

目前，睢县制鞋产业已形成产业规模突出、专业分工配套完善、品牌集聚效应明显、龙头企业带动性较强等优势，成为全国极具竞争力的规模休闲运动鞋生产基地。睢县现有制鞋及鞋材配套企业217家，产能达3亿双，占全国休闲运动鞋总产量的30%以上，在全国制鞋版图烙上了耀眼的“睢县印记”。耐克、阿迪达斯、斯凯奇、安踏、特步、足力健等100多个国内外知名品牌落地睢县，专业羽毛球鞋尤尼克斯、专业休闲运动鞋斐乐、自行车比赛专用鞋禧玛诺等国内外知名专业运动鞋制造商常年保持订单授权，产业集聚效应凸显。



帮面缝制

## 一、坚持延链强链，壮大产业集群

全力建链延链补链强链，降低企业综合生产成本，加速企业链式发展。

对制鞋、电子信息等产业链实行链长制，集中实施供应链协同推进、项目攻坚、创新提升、融合发展、开放合作、企业梯次转移、集聚集约发展、要素保障等八项重点行动。

坚持全产业链谋划，按照生产环节制作产业图谱，积极解决企业原材料配套“痛点”，打通货运物流、市场“堵点”，延伸产业链。先后招商引资鞋材配套企业 70 多家，本地配套率达 90% 以上。如嘉鸿鞋业等依托睢县产业集聚区工厂，延伸进村入户，带动建成 23 个制鞋扶贫车间，激发产业链内生动力。

招商引资龙头企业，关联配套企业，降低企业综合生产成本，加速企业链式发展。足力健鞋业 2018 年在睢县开工建设的足力健老人鞋

幸福小镇产业园，预计总投资超过 60 亿元，全部建成后将成为二三产融合发展的大型全产业链制鞋企业。强力推进开放招商，紧盯福建晋江、广东东莞、河北雄安等区域，着力招大引强。河北亿兆鞋业、十只狼鞋业等 60 余家企业整体转移、集中入驻，实现了由单个企业生产到全链条配套、由单纯鞋业加工到自主品牌研发创新的重大转变，制鞋产业呈现出快速发展的强劲势头。预计到 2025 年，睢县制鞋产能将突破 5 亿双，总产值超过 500 亿元，实现“中原鞋都”向“中国鞋都”的嬗变。

## 二、突出创新驱动，着力转型升级

深入实施创新驱动发展战略，加快产业转型升级，努力推动高质量发展。

积极实施产业集群转型升级行动。以嘉鸿鞋业、足力健鞋业、腾

润鞋业为龙头的制鞋企业，率先开展智能化改造，推进研发、生产、接单、物流、配送等工贸一体化的高端智能制造，实现裁断、刷胶、包装生产等工序的智能化操控，推动制鞋业从传统制造向现代智造的转变。

全球著名体育用品制造商美国耐克公司战略合作伙伴广硕集团在睢县投资的嘉鸿鞋业，被评为河南省智能化改造优秀项目企业。足力健鞋业与国际顶尖的意大利鞋服机械设计制造商罗伯特公司合作，研发设计出全球先进的制鞋生产线，相比传统生产线节省人工 80% 以上。

落户睢县的首家河南省鞋类产品质量监督检验中心于 2017 年 2 月建成并投入使用，采用国家和国际标准开展产品质量检测、质量纠纷仲裁、产业发展引导等，使“中原鞋都”拥有了国际化竞争的基础条件。在此基础上，建成了以服务制鞋产业为主的集商务中心、研发

中心、检测中心、培训中心、公共服务中心于一体的公共服务平台，提升了睢县制鞋产业的话语权。

### 三、打通堵点痛点，纾解企业难题

2020年以来，面对新冠肺炎疫情影响，睢县积极帮助企业复工复产。疫情初期，组织县级干部分别与企业积极沟通，了解企业困难、需求，帮助解决问题，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2月底前全部复工复产。足力健、河北十只狼、亿兆鞋业3家企业疫情期间顺利投产，新增制鞋产能2000万双。

企业的复工复产为当地提供了大量就业岗位，目前，全县有意愿就业的群众都可以在产业集聚区找到就业岗位。

面对制鞋产业外贸订单减少、企业产能没有完全恢复等情况，睢县尝试发展新业态，以新业态赋予产业发展新动能。如着力推动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，赢得广泛好评；助力外贸制鞋企业开拓内销市场，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，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



鞋帮划线

单回升，产销两旺。上半年，全县进出口总额同比增长6.7%。

### 四、优化营商环境，积蓄发展动能

坚持发展需求导向，着力放权搞活、优化服务。把企业的“麻烦事”当成政府的“份内事”。始终秉承“企业的小事就是睢县的大事”的服务理念，大力弘扬“有呼必应、无事不扰”的“店小二”精神，实行“一窗受理，首问负责，集成服务”，确保产业集聚区项目和企业“只进一扇门、最多跑一次”。

对重点项目设立绿色通道，联审联批、限时办结。积极践行“马上办、抓落实”，落实“项目直通车”制度、“两不接触”工作法和“一线工作法”。大力实行“一个项目

一名县级领导牵头、一个单位负责、一套班子推进、一站式办公、一抓到底”的“五个一”工作推进机制。项目在土地征用、拆迁时与群众零接触，在办理手续时与职能部门零接触，得到了企业老板的点赞和欢迎。

为了解决企业用工难问题，睢县坚持“招工即是招商”的理念，举全县之力为企业用工服务。同时，出台政策为企业员工提供社会保障、卫生健康、房产购置、子女入学等共36项政府“红利”。

通过一系列扎实有效的措施，睢县坚定了企业的投资信心，调动了企业的积极性，形成了“引进一个、建好一个、带来一批”的环境虹吸效应，吸引了更多客商到睢县投资兴业、共谋发展。



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

## 多元化突围 助力温岭鞋业升级

文、图 / 段广涛

为积极引导多方协同发展，同步创新，提升产业链整体水平，助力温岭鞋业高质量发展，擦亮温岭鞋这张宝贵的“金名片”，在温岭市政府等有关方面的共同努力下，2020年8月27日，“第三届中国温岭·曙光狮杯”鞋靴设计创作大奖赛评审会及汇富春天鞋业供应链平台采购云系统上线启动仪式相继举行，共同助力温岭鞋业升级。

### “第三届中国温岭·曙光狮杯”鞋靴设计大赛 举行评审

2020年8月27日，由中国皮革协会、全国纺织服装职业教育教学指导委员会鞋服饰品及箱包专业指导委员会指导，浙江省皮革行业协会、温岭市人民政府主办，中共温岭市委宣传部、温岭市经济和信息化局承办，温岭市商务局、城东街道、城北街道、横峰街道、泽国镇政府、大溪镇政府、温峤镇政府、温岭市鞋革业商会支持，以及全国各相关大专院校、企业和社会各界参与的“第三届中国温岭·曙光狮杯”鞋靴设计创作大奖赛评审在温岭耀达国际大酒店举行。

本次大赛评审组由全国纺织服装职业教育教学指导委员会鞋服饰品及箱包专业指导委员会施凯主任、浙江传媒大学陈凌广教授、温州大学李运河教授、温州职业技术学院崔同占副教授、上海纳凡科技有限公司杜寒菲高级工艺师、中国皮革和制鞋工业研究院温州研究所陈启贤所长、浙江省皮革行业协会官敏健秘书长等七位专家组成。

本次大赛从4月份开始筹备，历时5个月，大赛设计作品主要来自四川大学、陕西科技大学、扬州大学、温州大学、天津美术学院、温州职业技术学院、浙江纺织服装职业技术学院、浙江工贸职业技术学院、台州第一技师学院、惠州学院、三明学院、邢台职业技术学院、温岭市太平高级职业中学等近20所大专院校、职高及鞋企，共有200多组效果图作品参赛。



温岭市经信局副局长周辉兵讲话



### 获奖名单

奖项	作品名称	参赛人
金奖	中国醒狮	黄小虹
银奖	远离近视	梁远祥
银奖	国之曙光	叶诗婷
银奖	狮在必行	夏旭虹、林珍
银奖	BABY KING	张丽娴
银奖	秘密口袋	陈雅婷
铜奖	喜狮连连	朱宇宁
铜奖	Lovely Lion	夏嘉、陈诗宁
铜奖	we are family	颜凌波
铜奖	曙光	潘仙容
铜奖	日出	林可欣

评审组根据大奖赛评审要求，对参赛作品和实样从设计理念、结构图、效果图、文字说明等方面，进行了严格评判，最终评选出金奖1名，银奖、铜奖各5名。

“中国温岭·曙光狮杯”鞋靴设计创作大奖赛至今已成功举办三届，不仅提高了温岭鞋业品牌的声誉，同时也为行业挖掘人才、培养人才、激励人才搭建了一个很好的平台，潜移默化地助推了国内鞋业的整体水平和创新能力。

### 汇富春天供应链平台上游采购云系统正式上线

8月27日下午，温岭汇富春天供应链平台上游采购云系统正式上线。该云平台由浙江汇富春天鞋业制造服务有限公司同中国工商银行联合打造，不仅能为制鞋产业链企业提供快捷方便的工业电商服务，还可以提供理财、融资等金融服务，是台州首家该类采购云平台。

制鞋业是温岭市传统支柱产业之一，经过粗放发展阶段后，面临着转型升级的挑战，如何打破制约仍是当务之急。转型提升，危中寻机，这是温岭鞋业给出的态度。“要想走出‘多元化’的突围之路，人才、资源、技术这三方面的创新缺一不可。”温岭市经济与信息化局副局长周辉兵表示。

位于温岭市泽国镇的浙江汇富春天电商产业园里有许多新型外贸公司，陆正国际贸易有限公司是最早入驻的一批，他们在此设立了跨境电商运营中心。得知上游采购云平台上线后，该公司总经理陆景亮高兴地说：“我们以后下订单更方便，更有保障了！”有了该平台后，外贸公司可以在线向制鞋企业发布采购订单，而制鞋企业接单后可也在线向上游材料供应商下单，实现采购、发货、入库、开票、支付等全产业链线上操作。

浙江汇富春天鞋业制造服务有限公司总经理苏力表示，在工商银行工银聚的集成作用下，待该平台形成交易规模后，企业可以线上申请融资，银行可以轻松了解到企业真实贸易背景、信誉状况等非财务指标因素，一些传统融资模式下财务指标不达标难以融资的中小企业，就可轻松获得贷款，切实解决中小企业融资难、融资贵等问题，推动资金流通。

2020年受新冠肺炎疫情影响，外贸订单有所下降，但陆景亮还是持乐观态度：“有了这个平台，我们可以更大胆地去尝试新产品，我们的鞋子在国外超市的订单反而还略有上升。”

## 中国食品土畜进出口商会 裘皮分会二届三次理事会在崇福举行

文、图 / 段广涛



9月12日，中国食品土畜进出口商会裘皮分会二届三次理事会在桐乡崇福举行，近50家理事单位参加了会议。

会议由裘皮分会理事长冯宝兴主持。会上，秘书长田泓向各位理事报告了近3年来裘皮分会的工作，从举办展会、组织行业活动、对外交流、行业服务以及市场探索等五个方面回顾了3年来的主要工作，包括：举办2018年BEIJING FUR，召开2018、2019年中国国际裘皮年会，组织企业参加米兰国际皮草时装展（The One Milano）、俄罗斯高端时尚成衣展（CPM）、哈萨克斯坦“2019中亚国际时尚展”及乌兹别克斯坦参观考察等。特别是在2020年新冠肺炎爆发初期，针对“水貂可能是新冠病毒中间宿主”的言论以及有些地方出台禁止野生动物交易流通的条例，裘皮分会紧急应对、积极协调。

此外，裘皮分会还与海关京津税管中心保持密切联系，最大限度降低疫情对毛皮贸易的影响，以确保毛皮贸易正常进行。

为解答目前行业关注的直播带货等热点话题，此次会议还特别邀请了北京服装学院海宁时尚产业园企业战略咨询顾问岳昭群，他结合行业实际，从人、货、场三个方面为大家做了一场精彩演讲，获得了与会代表的一致好评。

会上，与会理事就当前行业状况、市场前景进行了深入交流，分享了各自面对的问题及正在做或准备做的尝试和调整，并结合产区情况对未来市场做出了预测。

会后，与会代表在桐乡市崇福皮草协会会长胡建中、秘书长姚夏其、副秘书长周建平陪同下，先后参观了崇福毛皮市场、崇福皮草大世界、中辉裘革科技有限公司。

# 黑龙江皮草流通行业协会 召开第三届理事会

文 / 黄彦杰 图 / 黑龙江皮草流通行业协会

2020年9月3日，黑龙江皮草流通行业协会第三届理事会在哈尔滨召开，中国皮革协会产业部主任黄彦杰受邀出席会议。参加会议的还有中国食品土畜产进出口商会裘皮分会、东北林业大学、黑龙江大学、黑龙江省艺术设计协会服饰设计分会、哈尔滨海宁皮革城、哥本哈根皮草拍卖行的有关负责人以及黑龙江皮草流通行业协会的会员单位代表共计40余人。哥本哈根皮草拍卖行、SAGA皮草拍卖行、国际毛皮协会分别向大会发来贺电。

会上，黑龙江皮草流通行业协会第二届理事会会长潘志军做了第二届理事会的工作报告，总结了第二届理事会工作业绩和经验。在过去的三年里，黑龙江皮草流通行业协会先后组织会员单位开展了包括精准助学、精准扶贫、春蕾班、赈灾捐款、修桥等大量公益活动，宣传和推广了毛皮行业在公众中的良好形象，提升了黑龙江毛皮行业的知名度与美誉度。随后举行了爱心奉献会员单位表彰活动。

会议选举产生了第三届理事会，KC集团总裁张勉当选为第三届理事会会长。张勉会长在就职演讲中表示，作为新一届理事会会长，

将把自己公司发展的经验透明地与行业同仁分享。他号召所有会员单位团结起来，遵守行业规范，不抢客、不恶性竞争、不打价格战，并表示会率先垂范。他还介绍了KC设计、研发工作的计划，建议大家提高设计能力。

理事会结束后举行了皮草高峰论坛。座谈会上各位代表分别发言，分析行业形势、交流经营心得。黄彦杰在发言中指出，国内外供需关系最新情况表明，本轮行业低谷还将持续一段时间，建议现有企业保存实力、深耕细作、苦练内功，注意差异化发展，为行业下一轮发展积蓄力量。座谈会上，中国食品土畜进出口商会裘皮分会会长冯宝兴、KC集团总裁张勉、长春好望角皮草城董事长梁振和、金夫人皮草广场总经理潘志军、辽宁佟二堡青年商会会长张铎、哈尔滨贵夫人皮草广场总经理于泽、哈尔滨海宁皮革城总经理孙军、广东奥吉丽斯皮草董事长付吉生、初晓皮草总经



理郎世明等代表还讨论了皮草电商发展的形势、线下市场和线上市场的融合、皮草设计人才培养等方面的内容。

会议结束后，黑龙江皮草流通行业协会组织参会代表参观KC集团，听取了张勉总裁关于马蹄铁项目的介绍。KC集团通过IT技术进行数据管理，提升了企业的管理能力，能够更加精准定位，减轻导购工作强度，实时精确跟进销售进度。

黑龙江一直以来都是我国毛皮服装及制品销售的“前沿阵地”，黑龙江的销售情况可以说是我国毛皮行业零售的“晴雨表”。黑龙江皮草流通行业协会将当地上下游的代表性企业团结、聚集在一起，探讨行业发展大计，为当地乃至全国毛皮行业的发展起到了积极的作用。

## 皮革行业技能竞赛优秀选手 喜获“全国轻工技术能手”荣誉称号

文 / 王宵宵

8月18日上午，中国轻工业联合会在内蒙古呼和浩特市举办了2020全国行业职业技能竞赛——轻工大赛动员大会暨国家级裁判员培训，并表彰了2018-2019年“全国轻工技术能手”。顾新锋等十二名同志凭借在2019年中国技能大赛——“达威杯”第三届全国皮革加工工职业技能竞赛中的出色表现，获得“全国轻工技术能手”荣誉称号（名单见下表）。本次竞赛赞助单位四川达威科技股份有限公司获得中国技能竞赛——轻工大赛突出贡献奖。

为了展示皮革行业职工的职业技能和良好的精神风貌，展现新时期产业工人的时代风采，激发行业职工学技术、练本领、比技能、创一流的热情，

培养造就知识型、技能型、创新型高素质职工队伍，促进我国制革行业的技术交流和技术创新，加快培养高技能人才，全面提高职工队伍的技术技能水平，中国皮革协会、中国财贸轻纺烟草工会、中国就业培训技术指导中心、中国轻工业职业技能鉴定指导中心从2013年开始共同举办全国皮革行业职业技能竞赛活动。赛事为国家级二类竞赛，包括皮革加工工、

皮革行业荣获 2018-2019 年“轻工行业技术能手”名单

序号	姓名	工作单位
1	顾新锋	海宁兄弟皮革有限公司
2	刘远海	明新旭腾新材料股份有限公司
3	马惠勤	河南博奥皮业有限公司
4	李福东	德州兴隆皮革制品有限公司
5	韩治军	无极县富创皮革有限公司
6	张成王	明新旭腾新材料股份有限公司
7	朱红伟	石家庄嘉泰皮革制品有限公司
8	田忠	石家庄庞博商贸有限公司
9	林明伟	石家庄新望皮革有限公司
10	卢文军	湖南立得科技股份有限公司
11	赵留法	中山市华升皮革厂
12	贺章全	河北恒锐皮革制品有限公司

鞋类设计师、皮具设计师等工种。其中皮革加工工职业技能竞赛已举办三届，得到了全行业的认同及广大企业和职工的大力支持、积极参与，在全行业乃至全社会产生了积极而深远的影响。



## 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

## 中国皮革行业部分上市公司及行情(9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(9月)

序号	总市值 亿元, 人民币 ¥/ 港币 HK\$			股价 元, 人民币 ¥/ 港币 HK\$		
	8月20日	9月18日	同比 %	8月20日	9月18日	同比 %
1	HK\$786.810	HK\$920.870	17.04	HK\$31.750	HK\$37.050	16.69
2	HK\$2,238.100	HK\$2,179.980	-2.60	HK\$82.800	HK\$80.650	-2.60
3	HK\$22.950	HK\$20.470	-10.81	HK\$1.110	HK\$0.990	-10.81
4	HK\$61.730	HK\$59.960	-2.87	HK\$2.450	HK\$2.380	-2.86
5	HK\$4.360	HK\$4.980	14.22	HK\$0.210	HK\$0.240	14.29
6	HK\$57.160	HK\$58.860	2.97	HK\$0.970	HK\$1.000	3.09
7	HK\$3.310	HK\$3.300	-0.30	HK\$0.201	HK\$0.200	-0.50
8	HK\$58.340	HK\$58.100	-0.41	HK\$7.340	HK\$7.310	-0.41
9	HK\$5.650	HK\$6.240	10.44	HK\$0.380	HK\$0.420	10.53
10	HK\$4.590	HK\$4.520	-1.53	HK\$0.670	HK\$0.660	-1.49
11	HK\$5.010	HK\$4.590	-8.38	HK\$0.710	HK\$0.650	-8.45
12	HK\$194.430	HK\$202.170	3.98	HK\$12.060	HK\$12.540	3.98
13	HK\$92.670	HK\$107.670	16.19	HK\$1.730	HK\$2.010	16.18
14	HK\$1.920	HK\$1.780	-7.29	HK\$0.400	HK\$0.370	-7.50
15	¥166.440	¥150.190	-9.76	¥3.790	¥3.420	-9.76
16	¥34.400	¥33.240	-3.37	¥8.580	¥8.290	-3.38
17	¥43.500	¥41.830	-3.84	¥7.550	¥7.260	-3.84
18	¥41.630	¥38.320	-7.95	¥9.680	¥8.910	-7.95
19	¥16.130	¥16.150	0.12	¥7.420	¥7.430	0.13
20	¥11.820	¥14.270	20.73	¥1.880	¥2.270	20.74
21	¥49.650	¥59.990	20.83	¥10.520	¥12.710	20.82
22	¥143.340	¥132.190	-7.78	¥19.410	¥17.900	-7.78
23	¥44.980	¥56.910	26.52	¥5.090	¥6.440	26.52
24	¥23.030	¥26.010	12.94	¥7.380	¥8.160	10.57
25	¥40.780	¥37.500	-8.04	¥4.960	¥4.560	-8.06
26	¥42.030	¥40.390	-3.90	¥14.400	¥13.840	-3.89
27	¥64.100	¥62.610	-2.32	¥13.700	¥13.380	-2.34
28	¥2.040	¥2.040	0.00	¥1.590	¥1.590	0.00
29	HK\$1.720	HK\$1.450	-15.70	HK\$0.320	HK\$0.270	-15.63
30	¥62.420	¥54.840	-12.14	¥6.920	¥6.080	-12.14
31	¥13.690	¥16.590	21.18	¥13.160	¥15.950	21.20
32	¥35.720	¥31.860	-10.81	¥8.520	¥7.600	-10.80
33	¥57.720	¥57.720	0.00	¥4.500	¥4.500	0.00
34	HK\$10.260	HK\$8.680	-15.40	HK\$0.650	HK\$0.550	-15.38
35	HK\$1.020	HK\$0.944	-7.45	HK\$0.249	HK\$0.231	-7.23
36	HK\$3.570	HK\$3.480	-2.52	HK\$0.370	HK\$0.360	-2.70
37	HK\$0.325	HK\$0.308	-5.17	HK\$0.058	HK\$0.055	-5.17
38	¥65.820	¥65.480	-0.52	¥30.280	¥30.120	-0.53
39	¥104.810	¥89.920	-14.21	¥12.880	¥11.050	-14.21
40	¥19.860	¥20.320	2.32	¥5.150	¥5.270	2.33
41	HK\$13.740	HK\$13.290	-3.28	HK\$0.920	HK\$0.890	-3.26
42	¥120.800	¥135.450	12.13	¥7.090	¥7.950	12.13

JANUARY  
—JULY

## 2020年1-7月 全国皮革行业进出口量值分析

文/ 雒霞

2020年1-7月,全国规上皮革主体行业销售收入5,163.43亿元,同比下降16.98%;利润总额279.65亿元,同比下降20.92%。

2020年1-7月,全国皮革行业进出口顺差270.2亿美元,同比下降31.4%,占全国进出口贸易总顺差的14.99%。

### 1、全国皮革行业进出口总额降幅收窄

2020年1-7月,全国皮革行业产品出口总额345.0亿美元,同比下降28.7%,降幅比1-6月份收窄1.0个百分点。2020年1-7月,全国皮革行业产品进口总额74.8亿美元,同比下降16.5%,降幅比1-6月份收窄1.2个百分点。

### 2、全国皮革行业主要产品进出口量值分析

#### (1) 生皮出口额增速回落 进口额降幅收窄

2020年1-7月,全国出口生皮1.1万吨,出口额1038万美元,同比分别增长59.9%和42.3%,增速比1-6月份分别回落16.2个百分点和14.1个百分点,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。

2020年1-7月,全国进口生皮71.8万吨,同比增长5.3%,增速比1-6月份提高2.1个百分点;进口额5.7亿美元,同比下降22.3%,降幅比1-6月份收窄0.8个百分点。

#### (2) 半成品革进出口量值降幅加大 成品革进出口量值降幅收窄

2020年1-7月,全国出口半成品革0.7万吨,出口额2615万美元,同比分别下降37.6%和27.0%,降幅比1-6月份分别加大6.6个百分点和5.1个百分点;进口半成品革27.3万吨,进口额4.2亿美元,同比分别下降31.7%和38.3%,降幅比1-6月份分别加大1.4个百分点。

2020年1-7月,全国出口成品革2.4万吨,出口额3.0亿美元,同比分别下降22.2%和19.2%,降幅比1-6月份分别收窄2.7个百分点和3.2个百分点;进口成品革3.2万吨,进口额5.2亿美元,同比分别下降37.9%和40.8%,降幅比1-6月份分别收窄0.9个百分点和0.6个百分点。

#### (3) 毛皮及其制品进出口额降幅加大

2020年1-7月,全国毛皮及制品(不含生毛皮)出口额11.3亿美元,同比下降45.4%,降幅比1-6月份加大3.0个百分点;全国毛皮及制品(不含生毛皮)进口额8434万美元,同比下降75.4%,降幅比1-6月份加大0.1个百分点。

2020年1-7月,全国毛皮及制品出口额11.3亿美元(含生毛皮,生毛皮出口额为25.9万美元),同比下降45.4%,降幅比1-6月份加大2.9个百分点;全国毛皮及制品进口额1.3亿美元(含生毛皮,生毛皮进口额为4676万美元),同比下降77.4%,降幅比1-6月份加大0.9个百分点。

#### (4) 旅行用品及箱包进出口额降幅收窄

2020年1-7月,全国出口旅行用品及箱包50.4亿件,同比下降26.2%,降幅比1-6月份加大0.3个百分点;出口额108.9亿美元,同比下降29.0%,降幅比1-6月份收窄1.1个百分点。

2020年1-7月,全国进口旅行用品及箱包0.6亿件,进口额18.9亿美元,同比分别下降22.7%和6.5%,降幅比1-6月份分别收

窄 5.5 个百分点和 3.2 个百分点。

#### **(5) 皮革服装出口额降幅加大 进口额降幅收窄**

2020 年 1-7 月, 全国出口皮革服装 146.9 万件, 同比下降 37.8%, 降幅比 1-6 月份收窄 3.7 个百分点; 出口额 4868 万美元, 同比下降 39.5%, 降幅比 1-6 月份加大 1.4 个百分点。2020 年 1-7 月, 全国进口皮革服装 9.9 万件, 同比下降 34.2%, 降幅比 1-6 月份加大 11.7 个百分点; 进口额 3142 万美元, 同比下降 31.5%, 降幅比 1-6 月份收窄 0.9 个百分点。

#### **(6) 毛皮服装出口量值降幅加大 进口量值降幅收窄**

2020 年 1-7 月, 全国出口毛皮服装 131.1 万件, 出口额 7.9 亿美元, 同比分别下降 49.6%、52.3%, 降幅比 1-6 月份分别加大 1.9 个百分点和 3.7 个百分点。

2020 年 1-7 月, 全国进口毛皮服装 8252 件, 进口额 1157 万美元, 同比分别下降 42.8%、35.5%, 降幅比 1-6 月份分别收窄 17.8 个百分点和 1.1 个百分点。

#### **(7) 皮革手套出口额降幅加大 进口额降幅收窄**

2020 年 1-7 月, 全国出口皮革手套 9959.3 万双, 同比下降 29.9%, 降幅比 1-6 月份收窄 0.3 个百分点; 出口额 2.3 亿美元, 同比下降 30.2%, 降幅比 1-6 月份加大 0.5 个百分点。2020 年 1-7 月, 全国进口皮革手套 151.9 万双, 进口额 606 万美元, 同比分别下降

15.4%、28.9%, 降幅比 1-6 月份分别收窄 0.3 个百分点和 2.4 百分点。

#### **(8) 鞋类出口量值降幅收窄 进口量值增速提高**

2020 年 1-7 月, 全国出口鞋类 39.0 亿双, 出口额 182.3 亿美元, 同比分别下降 31.0% 和 28.9%, 降幅比 1-6 月份分别收窄 1.4 个百分点和 1.3 个百分点。

2020 年 1-7 月, 全国进口鞋类 1.3 亿双, 进口额 29.2 亿美元, 同比分别增长 11.2% 和 6.5%, 增速比 1-6 月份分别提高 4.0 个百分点和 3.8 个百分点。

2020 年 1-7 月, 全国鞋类产品平均出口单价 4.7 美元/双, 同比增长 3.1%; 鞋类产品平均进口单价 22.8 美元/双, 同比下降 4.2%。

#### **(9) 皮面皮鞋进出口额降幅收窄**

2020 年 1-7 月, 全国出口皮面皮鞋 3.0 亿双, 出口额 40.7 亿美元, 同比分别下降 24.0% 和 24.6%, 降幅比 1-6 月份分别收窄 1.6 个百分点和 0.9 个百分点。2020 年 1-7 月, 全国进口皮面皮鞋 3585.3 万双, 同比增长 11.2%, 增速比 1-6 月份提高 3.1 个百分点; 进口额 11.2 亿美元, 同比下降 3.2%, 降幅比 1-6 月份收窄 3.3 个百分点。

2020 年 1-7 月, 皮面皮鞋平均出口单价 13.4 美元/双, 同比下降 0.9%; 皮面皮鞋平均进口单价 31.3 美元/双, 同比下降 13.0%。

#### **(10) 靴鞋零件及类似品出口量值降幅收窄 进口量值降幅加大**

2020 年 1-7 月, 全国出口靴鞋零件及类似品 14.4 万吨, 出口额 13.0 亿美元, 同比分别下降 21.1% 和 11.0%, 降幅比 1-6 月份分别收窄 0.6 个百分点和 1.4 个百分点。

2020 年 1-7 月, 全国进口靴鞋零件及类似品 0.8 万吨, 进口额 2.2 亿美元, 同比分别下降 36.2%、33.6%, 降幅比 1-6 月份分别加大 3.6 个百分点和 3.1 个百分点。

#### **(11) 制革及制鞋机械进出口量值降幅加大**

2020 年 1-7 月, 全国出口制革及制鞋机械 9.1 万台, 出口额 1.7 亿美元, 同比分别下降 10.2% 和 35.8%, 降幅比 1-6 月份分别加大 2.1 个百分点和 3.8 个百分点。

2020 年 1-7 月, 全国进口制革及制鞋机械 411 台, 进口额 1447 万美元, 同比分别下降 47.0% 和 29.5%, 降幅比 1-6 月份分别加大 2.4 个百分点和 7.1 个百分点。

#### **(12) 机器零件出口额微增 进口额降幅收窄**

2020 年 1-7 月, 全国出口机器零件 2001 吨, 同比下降 15.3%, 降幅比 1-6 月份加大 3.2 个百分点; 出口额 2171 万美元, 同比微增 0.03%, 增速比 1-6 月份回落 8.3 个百分点。

2020 年 1-7 月, 全国进口机器零件 84 吨, 进口额 277 万美元, 同比分别下降 48.6% 和 19.1%, 降幅比 1-6 月份分别收窄 4.5 个百分点和 4.2 个百分点。

## 2020年1-7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1-7月		2019年1-7月		同比(%)	
		数量	金额	数量	金额	数量	金额
皮面皮鞋	万双	30,374.76	4,068,686.36	39,943.43	5,395,332.07	-24.0	-24.6
旅行用品及箱包	万件	504,323.83	10,890,048.07	683,434.39	15,341,055.30	-26.2	-29.0
皮革服装	万件	146.93	48,681.67	236.29	80,472.94	-37.8	-39.5
毛皮服装	万件	131.07	794,542.15	260.09	1,665,103.94	-49.6	-52.3
皮革手套	万双	9,959.34	227,847.53	14,201.30	326,336.73	-29.9	-30.2
足篮排球	万个	10,852.40	213,644.50	13,981.70	262,820.11	-22.4	-18.7
生皮	千吨	11.32	10,382.06	7.08	7,297.08	59.9	42.3
成品及半成品革	千吨	31.34	329,153.89	42.60	410,949.63	-26.4	-19.9
靴鞋零件及类似品	千吨	144.19	1,303,006.42	182.84	1,464,439.66	-21.1	-11.0
制革及制鞋机械	台	91,148.00	166,371.53	101,456.00	259,065.46	-10.2	-35.8
机器零件	吨	2,001.17	21,707.31	2,361.96	21,701.40	-15.3	0.03
总计		—	18,074,071.49	—	25,234,574.32	—	-28.4

## 2020年1-7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1-7月		2019年1-7月		同比(%)	
		数量	金额	数量	金额	数量	金额
皮面皮鞋	万双	30,374.76	4,068,686.36	39,943.43	5,395,332.07	-24.0	-24.6
橡塑鞋靴	万双	238,551.15	8,821,130.67	334,871.11	12,146,808.48	-28.8	-27.4
纺织鞋靴	万双	106,754.47	5,069,752.04	167,777.62	7,686,405.07	-36.4	-34.0
其他鞋靴	万双	14,190.21	267,517.59	22,464.23	421,360.51	-36.8	-36.5
鞋类总计	万双	389,870.59	18,227,086.66	565,056.39	25,649,906.13	-31.0	-28.9

## 2020年1-7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1-7月		2019年1-7月		同比(%)	
		数量	金额	数量	金额	数量	金额
皮面皮鞋	万双	3,585.32	1,121,207.70	3,223.63	1,158,196.15	11.2	-3.2
旅行用品及箱包	万件	6,083.87	1,886,645.76	7,867.00	2,018,628.35	-22.7	-6.5
皮革服装	万件	9.93	31,419.34	15.09	45,897.26	-34.2	-31.5
毛皮服装	万件	0.83	11,565.73	1.44	17,926.31	-42.8	-35.5
皮革手套	万双	151.88	6,057.64	179.43	8,515.39	-15.4	-28.9
足篮排球	万个	227.91	15,909.97	493.51	17,827.68	-53.8	-10.8
生皮	千吨	718.42	567,439.85	682.54	730,157.51	5.3	-22.3
成品及半成品革	千吨	305.25	946,897.06	451.60	1,570,792.68	-32.4	-39.7
靴鞋零件及类似品	千吨	8.18	224,672.08	12.81	338,501.77	-36.2	-33.6
制革及制鞋机械	台	411.00	14,471.26	776.00	20,533.37	-47.0	-29.5
机器零件	吨	83.95	2,771.18	163.47	3,426.12	-48.6	-19.1
总计		—	4,829,057.57	—	5,930,402.58	—	-18.6

## 2020年1-7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1-7月		2019年1-7月		同比(%)	
		数量	金额	数量	金额	数量	金额
皮面皮鞋	万双	3,585.32	1,121,207.70	3,223.63	1,158,196.15	11.2	-3.2
橡塑鞋靴	万双	3,308.51	461,940.84	2,356.06	330,654.81	40.4	39.7
纺织鞋靴	万双	5,847.84	1,289,582.42	5,790.52	1,178,457.12	1.0	9.4
其他鞋靴	万双	75.67	47,338.20	161.37	75,309.78	-53.1	-37.1
鞋类总计	万双	12,817.34	2,920,069.16	11,531.58	2,742,617.85	11.2	6.5

## INFO

## 皮革有望重新获得近年来失去的市场份额

编译 / 冉福林

《世界皮革》杂志在 2020 年 8-9 月推出了一篇专题报道，分析了意大利颁布的新皮革法在应对合成替代品竞争中的重要作用，其中大部分合成材料是由塑料制成的。

文章强调了皮革和合成替代材料之间的区别，并赞扬意大利新的皮革法在阻止替代材料混淆皮革一词方面发挥了重要的作用。此外，文章分析称，未来皮革材料将有望从替代材料中重新获得近年来失去的市场份额。

根据一篇名为“阻止塑料浪潮”的最新报告，如果不采取紧急行动，到 2040 年，全球每年流入海洋的塑料垃圾将增加近两倍，达到每年 2900 万吨，目前，海洋中的塑料垃圾估计为 1.5 亿吨。报告称，回收的塑料垃圾比我们产生的更多“极其重要”，但是据估计，每年产生的 3.35 亿吨塑料垃圾，回收利用的不超过 40%。

另外，报告还指出，消费者可以通过两种方式减少塑料垃圾流入海洋做出贡献。首先，是减少对塑料制品的消费。同时，应当购买由替代材料制成的产品时，消费者可以选择皮革等非塑料材料制成的产品。文章称，每年非塑料材料的需求可达 500 万吨。皮革行业将无法全部满足全部的需求，但必须争取更多的市场份额。意大利新皮革法对皮革和塑料之间的区别做出了明确的定义，帮助消费者通过制革厂商、设计师和品牌制造商获得更多的皮革真实信息，也有助于扩大皮革产品市场份额。

## IULTCS 与天然皮革组织 将在皮革教育领域加强合作

编译 / 冉福林

全球皮革组织国际皮革工艺师和化学家协会联合会(IULTCS)和天然皮革组织宣布，将在皮革教育领域加强合作。国际皮革工艺师和化学家协会联合会将针对皮革实际生产以及有关化学品和技术问题，为天然皮革组织教育团队提供科学技术解答。天然皮革组织将借助其新建网站和社交媒体渠道，继续开展皮革专业知识的教育和推广。

国际皮革工艺师和化学家协会联合会主席、天然皮革组织管理委员会成员 Luis Zugno 博士评论称：“我们很高兴看到 IULTCS 和 Leather Naturally 达成务实的合作，这意味着双方将共同努力，用科学和实际行动来促进皮革行业的发展，并诚挚地邀请其他机构组织加入我们的行动行列。”天然皮革组织主席 Egbert Dijkers 补充道：“国际皮革工艺师和化学家协会联合会被公认为是皮革行业的科学技术机构，通过合作，我们将获得更多的专业人士的支持，向品牌商、知名制造商和消费者传达正确的皮革信息。”

## INFO

## 英国皮革行业将成为对日自贸协定的最大受益行业之一

编译 / 冉福林

英国和日本宣布原则上达成一项新的自由贸易协定。这是英国自今年1月脱离欧盟以来达成的首个重大贸易协议。该协议有望将英国对日本贸易额提高到152亿英镑。

英国政府表示，英国皮革行业将成为自由贸易协定的最大受益行业之一。另外，英日自贸协议也将有助于促进英国牛肉对日出口。

英国国际贸易大臣利兹·特拉斯(Liz Truss)表示，该协议是英国向着加入《全面跨太平洋伙伴关系协定》(CPTPP)迈出的重要一步，并有助于英国与跨太平洋伙伴建立多边贸易关系。

CPTPP是《跨太平洋伙伴关系协定》的替代协议。《跨太平洋伙伴关系协定》是由包括日本、美国、加拿大、澳大利亚、越南和墨西哥在内的12个成员国于2016年签署的贸易协定。然而，特朗普当选美国总统后，2017年退出该协议，导致《跨太平洋伙伴关系协定》未能生效。

7个《全面跨太平洋伙伴关系协定》成员国已签署协议，开始降低跨境贸易关税。

## 2020年上半年俄罗斯鞋服进口额大幅下降

编译 / 冉福林

根据俄罗斯联邦海关总署的统计，2020年1-6月，俄罗斯进口皮鞋2630万双，同比下降8%。皮鞋进口总值为5.888亿美元，较上年同期下降16.9%。

2020年1-6个月，俄罗斯服装进口下降了9.7%，降至29.6亿美元。棉织品进口同比下降2.7%，为1.411亿平方米。从进口额来看，下降了6%，为7610万美元。棉织物出口同比下降5.4%，为482万平方米，出口额为258万美元，同比增长6.2%。

6月份，俄罗斯皮鞋进口数量同比下降24.3%，但环比上升86.7%，共280万双，价值5920万美元，同比下降43.3%，环比上升80.5%。

6月份，俄罗斯服装进口额同比下降17.8%，环比上升13.8%，至5.161亿美元。棉织品进口同比增长11%，环比增长22.6%，达2480多万平方米。就价值而言，进口额为1090万美元，同比下降17.4%，环比下降1.8%。

6月份棉织物出口同比下降8.8%，环比增长66.4%，达到850万平方米。实现出口额480万美元，同比增长41.2%，环比增长41.2%。

## INFO

## 白俄罗斯皮革和制鞋行业表现出积极复苏活力

编译 / 冉福林

据 BelTA 8 月 24 日报道, 白俄罗斯国家轻工业公司 (Bellegprom) 称赞其皮革和制鞋行业表现出了积极复苏活力。Bellegprom 公司与皮革及制鞋企业举行了视频会议, 总结了上半年皮革行业经济运营情况, 并讨论了未来六个月的计划。

Bellegprom 公司负责人 Tatyana Lugina 说, 皮革行业受疫情极大影响。由于零售商店的关闭和消费需求减少, 销售收入下降了 20% 以上, 同时, 出口也减少了近三分之一。2020 年上半年, 皮革行业生产指数 (IPI) 为 78.3%, 销售利润率 -5.5%。从 7 月份开始, 市场开始复苏。8 月份皮革行业已看到了积极的变化, 所有企业都已投入正常运行。预计 8 月份皮革行业生产指数 (IPI) 将达到 88%, 回升势头强劲。

Tatyana 女士强调说, 皮革行业企业面临着诸多严峻挑战。首先, 要降低原材料价格和生产成本, 使鞋类和服装产品更具国际竞争力以及生产消费者可承受的鞋服产品。其次, 她建议鞋服企业加强与国内的制革企业密切合作, 积极开发更多的时尚鞋款和新产品。第三, 寻找包括欧盟、中国和其他国家在内的新市场。

白俄罗斯国家轻工业公司 Bellegprom 由 96 家机构组成, 其中包括 76 家工业公司 (纺织、缝纫、针织和皮革制鞋行业) 的产品产量占白俄罗斯同类产品总产量的 60%。

## 新冠疫情发生后, 美国牛皮价格加剧下降

编译 / 冉福林

据 One 4 Leather 报道, 随着全球新冠肺炎疫情迅速蔓延, 几乎所有市场都受到了严重的冲击。美国原皮皮革委员报告了疫情对生皮和皮革行业以及农业造成的惊人影响。疫情之下, 皮革供应链已陷入市场需求低迷和价格下跌困境, 原料皮作为动物养殖的副产品, 其价格现已跌至历史低点。

今年原皮价格下跌的主要原因是疫情带来的不确定性。随着皮革相关行业需求的下降, 市场前景变得更加难以预测, 这将加剧人们的不安。

即使对目前市场而言, 原料皮价格的实际下跌也是极为罕见的。1 月份, 牛皮每英担的价格 (英担 cwt 以 100 磅为计量单位) 高达 9.00 美元, 4 月时已降至 6.50 美元, 下降了 30%。

在过去的三十年里, 生皮的价格一直持续走低。2014 年至 2018 年期间, 牛皮的平均价格达到 12.50 美元 /cwt。现在, 牛皮的价格只占牛的总价值的 1%。作为比较, 2000 年牛皮价格占了牛的副产品总价值的 67%。

## INFO

## 7 月份美国鞋类产品销售总额同比下降 16%

编译 / 冉福林

根据 NPD 集团数据显示, 7 月美国鞋类产品销售总额为 23 亿美元, 同比下降 16%, 其中, 功能鞋销售额下降了 16%, 休闲鞋类下降了 3%, 时尚类鞋下降了 35%。

NPD 集团的资深行业顾问马特·鲍威尔表示: “在 6 月份销售额实现两位数增长后, 7 月份运动鞋销售再次出现下滑, 其原因是开学季的推迟影响了销售。大规模失业也是导致销售减少的原因之一。我们预期, 运动鞋销量将进一步下降。”

NPD 集团时尚鞋类和配饰分析师贝丝·戈德斯坦称: “尽管 6 月销售有所改善, 但对时尚类鞋类来说, 7 月份销售又遇到了巨大挑战。7 月最后一周, 鞋类产品销售明显受到返校季推迟的影响。但是, 洞洞鞋、拖鞋等销售额依然不减, 旅行鞋销售额有所增加”。

## 萨瓦尔制革工业园建设历经 17 年尚未完工

编译 / 冉福林

皮革和皮革制品是孟加拉国第二大出口商品, 然而, 2020 年 7-8 月, 其出口收入下降 16.54%, 至 1.5474 亿美元, 去年同期为 1.8541 亿美元。其中皮鞋出口下降 11.89%, 至 1.05 亿美元, 其他皮革产品出口 3400 万美元, 跌幅 22.94%。

占地 200 英亩的萨瓦尔制革工业园始建于 2003 年, 目前其中央污水处理厂 (CETP) 尚未完工, 园区内的制革企业尚未获得土地使用证, 该工程计划已延期八次, 中央污水处理厂新的完工期限定于 2020 年 12 月。考虑到工程进度, 制革企业对按时完工仍持怀疑态度。孟加拉国制革协会 (BTA) 秘书长 Md Shakhawat Ullah 对《新国家报》记者说, “最近政府全力投入工业园区开发建设, 希望工程很快完成。”

孟加拉国小型家庭工业公司 (BSCIC) 主席 Md Moshtaq Hasan 说, 尽管该项目在 2003 年就开始了, 但征用土地的时间却很长。由于业园区的环保问题, 知名外国品牌不会购买孟加拉皮革。另外, 像 Apex 这样的当地制鞋企业也使用进口皮革来生产鞋类产品。Apex 公司副总经理阿卜杜勒·莫门·布惠扬说: 如果我们生产的皮革符合环保标准, 就可以出口到欧美。我们的皮革制品生产商也可以使用国产皮革。莫门补充说, 四年前我们还曾向欧洲市场出口皮革产品, 但某国际非政府组织 (INGO) 给买家写了一封信, 声称我们的产品存在环境污染问题, 导致国产皮革产品难以出口。

政府启动萨瓦尔制革产业园项目时, 预计建设成本为 17.6 亿塔卡。后来, 提高到 107.9 亿塔卡。在高等法院指令下, 共有 158 家制革厂从达卡的哈扎里巴格迁移到萨瓦尔, 其中 124 家企业已经投入生产。



## INFO

## 南非政府“承诺”复兴皮革和制鞋行业

编译 / 冉福林

据 Leatherbiz 报道，南非政府已将皮革和鞋类产品列为在新冠疫情期间特别支持的行业。贸易、工业和竞争部副部长马约拉 (Fikile Majola) 称，零售、服装、纺织、鞋类和皮革是推动南非经济发展的关键行业。

马约拉表示：“政府致力于重振制鞋和皮革行业，目前的重点是重建皮革行业，并使其能够扩大产能，努力减少皮革产品的非法进口，消除对当地零售商和制造商的不公平竞争。”

有关支持皮革行业发展的措施包括确保遵守采购规定、及时发出订单、满足供需，并确保制鞋和皮革行业的原材料供应。制鞋和皮革行业价值链对国内生产总值的贡献为 740 亿兰特 (33 亿英镑)。零售、服装、纺织、鞋类和皮革行业总体规划于 2019 年 11 月签署，其中包括 7 个承诺措施，如：扩大本地市场、推动本地采购、终止非法进口和价值链转型等。

## 前 8 个月越南鞋产品出口额下降 9.46%

编译 / 冉福林

越南商务部数据显示，今年 8 月份鞋类产品出口额约为 13.05 亿美元，同比下降 17.29%。1-8 个月，鞋产品出口总额达 108 亿美元，同比下降 9.46%，两个最大市场美国和欧盟订单均出现减少。尽管 7 月份越南鞋类产品对美国出口额同比增长 13.41%，但 1-7 个月同比下降 8.58%，占越南总出口额 36.1%。

欧盟作为越南第二大鞋类出口市场，7 月份越南对欧盟出口额仅为 3.03 亿美元。1-7 月份，越南对欧盟出口额为 22.13 亿美元，同比下降 32.54%。其中，出口比利时和德国总额均为 5 亿美元，分别下降 17.25% 和 10.36%。1-7 个月，越南出口日本鞋类达 5.52 亿美元，同比下降 2.05%。

中国是越南第三大鞋类产品出口市场，7 月份，出口额超过 1.989 亿美元，同比增长 29.39%，而 1-7 个月出口额达到 11.4 亿美元，同比增长 18.85%。另外，1-7 个月，越南鞋类产品对土耳其、波兰、瑞典、瑞士和斯洛伐克的出口金额也呈现出不同程度增长，分别为 36.07%、61.51%、9.09%、2.35% 和 1.02%。

越南鞋类产品出口总额的 70% 来自外商投资企业，1-7 月出口额达到 72.4 亿美元，同比下降 8.45%。



2010年木林森品牌品牌价值已达56.8亿元



休闲鞋标准



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



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