



中國皮革特色區域



主 编 徐 永
副主编 李玉中 樊永红

机械工业出版社



中国皮革特色区域

主 编 徐 永
副主编 李玉中 樊永红



机械工业出版社

内 容 简 介

本书通过全面介绍国内皮革行业发展、皮革生产基地和重点企业概况以及世界皮革产业分布及发展的详细情况，配以相关国际国内统计数据，图文并茂，给读者绘制了一幅最新中国皮革产业分布与发展地图，为国内外从事皮革产品生产、投资的人士，皮革行业管理人员，皮革产业集群研究人员等提供权威、翔实的参考资料。

图书在版编目 (CIP) 数据

中国皮革特色区域/徐永主编. —北京: 机械工业出版社, 2009. 12

ISBN 978 - 7 - 111 - 28150 - 4

I. 中… II. 徐… III. 皮革工业 - 工业企业 - 简介 - 中国 IV. F426. 85

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 149800 号

机械工业出版社 (北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

责任编辑: 赵奉杰

北京金特印刷有限责任公司印刷·机械工业出版社发行

2009 年 12 月第 1 版·第 1 次印刷

185mm × 260mm · 20 印张 · 443 千字

定价: 45.00 元

为《中国皮革特色区域》题

培育特色区域

中国皮革

促进行业发展

己丑夏

陳士能



《中国皮革特色区域》 编委会

主 任：张淑华

副主任：苏超英

委 员：（以姓氏笔画为序）

王成林	王瑜才	艾兴一	白 明	冯春海	孙 华
刘晓海	任有法	许 岷	许俊益	全泰源	刘文学
李卓鹏	李建林	张庆国	张建国	林书云	陈清勤
陈 敏	施继红	段艳玲	唐帝佑	彭 军	董文杰
蒋雨江	谢榕芳	蔡燕炯	潘克诚		

序一

产业集群是现代经济的一种重要生产组织方式，其具有的群体竞争优势和集聚发展的规模效益是其他形式无法比拟的，培育发展特色区域和产业集群是一种有效的经济发展战略。近年来，我国各类产业集群开始蓬勃兴起，正呈方兴未艾之势。不仅壮大了产业发展、提升了产业竞争力，而且极大地推动了地方经济发展。

皮革行业是我国轻工业的重要产业之一，改革开放以来，皮革业广大从业者抓住机遇、锐意进取，取得了跨越式发展，实现了我国成为皮革大国的梦想。

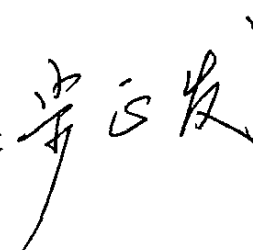
皮革业的发展，离不开产业集群的培育。20 世纪 90 年代初，在我国一些地区出现了专业化分工明确的皮革企业高度聚集的发展趋势，中国皮革协会因势利导，开始培育具有集群生产的皮革特色区域（也称之为皮革产业集群），并于 2001 年在轻工行业中率先推出了《关于授予中国皮革行业特色区域荣誉称号的行业规范》，并对温州、海宁、辛集三个皮革特色区域授予了荣誉称号，在其带动下形成了资源整合、优势互补、错落有序、竞相差异发展的产业新格局，使皮革特色区域成为引领行业发展的中流砥柱。

今天，中国皮革协会授牌或共建的皮革特色区域已经达到 19 个，覆盖了制革、制鞋、皮革裘皮服装、箱包皮件等领域，其产值相当于皮革工业总产值的一半以上。对我国皮革行业的发展起到了良好的示范和引领作用。

中国皮革协会组织编写《中国皮革特色区域》一书，是对皮革行业各个特色区域的一次集体亮相与展示，对主要的特色区域作了详细的介绍，既有基本情况，又有战略规划，还有发展措施。既是对各地特色区域发展的系统总结，也是不同区域之间的沟通交流，为行业发展提供了可资借鉴的宝贵经验。

我相信《中国皮革特色区域》一书的出版，有助于落实《轻工业调整和振兴规划》，有助于推动轻工行业产业集群的有序建设，有助于推动皮革行业持续、健康发展，实现我国由皮革大国向皮革强国的历史跨越。

中国轻工业联合会会长



序二

《中国产业集群》自2005年4月第一辑出版以来，一直以内容丰富、学术前沿、案例多样、可读性强为主要特点而深受读者喜爱和好评。《中国皮革特色区域》是《中国产业集群》系列中的行业专辑，是深入研究反映专门领域产业集群发展的积极有益的探索。

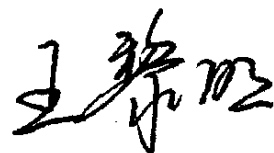
皮革业作为与百姓生活息息相关的产业，发展历史源远流长。在皮革产业发展进程中，绝大多数企业都是中小企业，行业生产特点决定了皮革产业很早便以集群方式发展。改革开放以来，我国皮革产业发展迅速，变化巨大，发展中逐步形成了研发、生产骨干企业带动和专业小企业协作配套的产业链，不断积累行业比较优势，已在全国形成相对集中的皮革产业基地布局。生产工艺的特殊性也决定了产业的劳动密集性，皮革业是创造就业的重要产业。集群的发展吸纳了大量农村劳动力就业，增加了农民收入，也大大推动了城镇化和工业化进程。从目前看，皮革行业的技术装备、工艺水平和产品质量大大提高，有些皮革产业基地区域品牌已经享誉海内外。

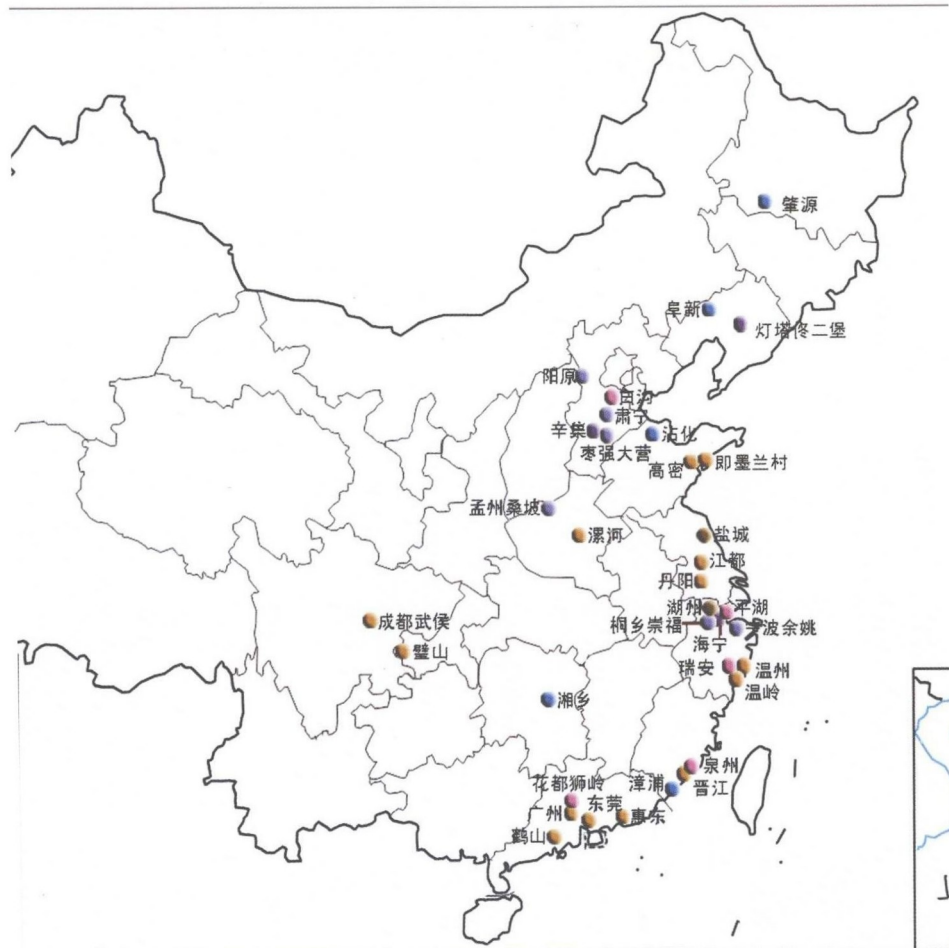
按照深入学习实践科学发展观的要求，皮革产业集群的发展方向也要向资源节约型、环境友好型转变，加强科学规划，提高可持续发展能力，这需要政府、协会、企业乃至全社会的共同努力。《中国皮革特色区域》正是基于这样的考虑，在皮革产业发展的关键时期，及时对皮革产业集群的发展经验和存在问题进行总结，有针对性地提出相应对策，促进皮革产业科学发展。

《中国皮革特色区域》由业内众多专家把脉问诊，从制革、制鞋、皮衣、毛皮、皮件、专业市场、制革机械等若干细分领域逐一加以论述，着重展现国内典型皮革产业基地发展情况，并对世界其他国家皮革产业基地、皮革产业发展进行分析，给读者展开世界主要皮革生产国皮革产业的发展画卷，有利于企业更好地掌握世界皮革产业发展趋势。相信通过本书专业知识解读、市场分析预测把握、集群发展优势比较，使更多行业内中小企业开阔发展视野，寻求发展机遇，明确发展思路 and 方向，提高产业集群能力和水平，为中国皮革产业健康发展做出贡献。

希望社会各界共同关注皮革产业集群进步，协力促进该行业又好又快发展。

工业和信息化部中小企业司司长





中国皮革特色区域分布图【审图号：GS（2009）1609号】



目 录

序一

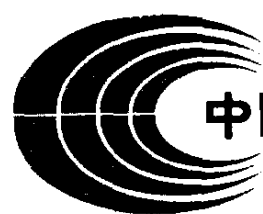
序二

国内皮革行业篇

加强自主创新 提升皮革特色区域的竞争力	徐 永	2
2008 年制革工业分析报告	陈占光	10
中国制鞋产业发展情况及展望	卫亚非	14
我国皮革服装行业的发展情况	李燕萍	22
2008 年毛皮行业分析	杨寒雪	24
中国皮件行业概况	叶香菊	28
中国皮革行业专业市场的发展与未来	马瑞华	31
中国制鞋机械行业的发展及集群概况	王 丹	35

皮革基地和重点企业篇

中国鞋都——温州	叶新棣	40
中国皮革之都——海宁	范克伟 李永和	50
中国皮革皮衣之都——辛集	许 岷	59
中国鞋都——晋江	陈清勤	69
中国皮具之都——狮岭	郭庆学	77
中国皮草名镇——崇福	汤新江	87
中国裘皮之都——肃宁	刘晓海	94
中国女鞋之都——武侯	魏海刚	103
中国西部鞋都——璧山	曾 红	113
中国女鞋生产基地——惠东	秦飞帆	121
中国箱包之都——白沟	董文杰	126
节能减排,产业升级鞋业基地——中国鞋业名城·温岭	王丽惠	135
环境友好型毛皮基地——中国毛皮之都·孟州桑坡	白 明	145
中国皮草科学发展示范基地——枣强	孙平华	153
中国皮衣裘皮基地——佟二堡	李尚俊	158
产业升级——中国旅行箱包之都·平湖	施继红	166
产业升级——中国男鞋生产基地·鹤山	伍景良	172



中国皮革特色区域

承接转移——中国制革示范基地·阜新	周 明	179
产业升级——中国箱包名城·瑞安	谢恭旺	184
浙江温州龙湾中国鞋都女鞋基地	蔡燕炯	189
浙江余姚裘皮产业集群	曹光辉	197
江苏江都鞋业产业集群	高世新	206
江苏丹阳鞋业产业集群	林书云	214
河北阳原皮毛产业集群	张建国	219
黑龙江肇源皮革工业园区	王连和	230
湖南湘乡皮革产业集群	李志光	237
山东高密鞋业产业集群	李作洲	248
河北昌黎皮毛产业集群	张晋阁	254

世界皮革发展篇

世界主要皮革生产基地	石 勇[编译]	258
欧洲皮革工业	鞠恩民[编译]	263
意大利皮革工业	杜慧婵[编译]	269
西班牙皮革工业	牛江蓉[编译]	271
印度皮革工业	赵奉杰[编译]	275
2008 年越南皮革出口概况	王峰丽[编译]	281
2006 ~ 2008 年美国鞋类进口统计	汪奇锋[编译]	285
欧盟和美国皮革产业加入 WTO 谈判的联合声明	胡端阳[编译]	291
阿根廷鞋类及皮革业		292
日本皮革和皮毛业		295
迪拜皮革市场		296
皮革产业技术发展动态与趋势		297
欧美鞋类商品经销渠道		305
后记		307

国内皮革行业篇

加强自主创新 提升皮革特色区域的竞争力

中国轻工业联合会副会长 中国皮革协会名誉会长 徐 永

20 世纪 90 年代初，在主管部门原中国轻工总会、原国家轻工业局、中国轻工业联合会的关心、指导下，中国皮革协会开始有意识地引导和培育皮革特色区域的发展，并把这项工作作为协会的重要服务内容，与当地政府一道，不断加大工作力度。经过近 20 年的历程，形成了一批错落有序、特色鲜明的皮革区域，在为其服务的实践中我们有以下认识和感悟。

一、皮革特色区域的涵义

皮革特色区域是中国皮革行业发展新的增长点，是转变发展方式的基础和主战场，也是中国皮革协会工作的三大重点之一。

皮革特色区域是指，形成以 1~2 个皮革企业为龙头，企业高度聚集，上、中、下游产品相互配套，专业化分工明确，特色鲜明突出，拉动当地经济的产业集群地区，我们就称之为皮革特色区域（有时也称之为皮革生产基地或产业集群）。

二、皮革特色区域的分布

经过近 20 年的发展历程，如今各皮革生产基地不断开拓进取，形成了一批皮革行业的特色区域，主要有：

广州、温州、晋江、成都武侯、重庆璧山、广东惠东、广东鹤山、扬州江都、镇江丹阳等制鞋生产基地；

海宁、辛集、灯塔佟二堡等皮革皮衣生产基地；

孟州桑坡、河北肃宁、枣强大营、张家口阳原、桐乡崇福、宁波余姚等毛皮生产基地；

广州花都狮岭、河北白沟、浙江平湖、福建泉州、温州瑞安等皮具、箱包生产基地；

还有为承接产业有序转移，刚刚形成的大庆肇源、辽宁阜新、山东沾化等制革生产基地。

为了促进皮革生产基地的结构调整、市场开拓和品牌建设，提升竞争力，中国皮革协会于 1999 年开始提出创建皮革特色区域的计划；2001 年，全行业首次推出了《关于授予中国皮革行业特色区域荣誉称号的行业规范》（简称《规范》）。依据《规范》，严格考核，不收取任何费用，报请中国轻工业联合会批准，先后对 11 个皮革生产基地授予了荣誉称号。



温州——“中国鞋都” 2001
 海宁——“中国皮革之都” 2001
 辛集——“中国皮革皮衣之都” 2001
 晋江——“中国鞋都” 2001
 花都狮岭——“中国皮具之都” 2002
 桐乡崇福——“中国皮革名镇” 2005
 河北肃宁——“中国裘皮之都” 2005
 成都武侯——“中国女鞋之都” 2005
 重庆璧山——“中国西部鞋都” 2005
 广东惠东——“中国女鞋生产基地” 2006
 河北白沟——“中国箱包之都” 2007

中国皮革行业荣誉称号的授予，已成为打造皮革生产基地区域品牌，推动全行业“二次创业”的重要举措，社会反响很大，被业内人士称之为推动皮革特色区域经济发展的“生产力”。

三、皮革特色区域的六大优势

为什么皮革特色区域能成为当地经济的支柱产业或亮点呢？优势在哪里？我们总结皮革特色区域的优势主要在于6个方面：

(1) 信息优势。获取信息的成本低，这种信息主要来自国内外会展、国际交流；来源于供应商、采购商的云集和同行之间近距离的传播，信息十分灵通。

(2) 专业配套的优势。原辅材料、设备配件供应便捷，配套齐全，服务到位，企业的经营成本低，竞争力强。

(3) 人才优势。专业人才和产业工人相对集中，人力资源条件优越，劳动力素质较高。

(4) 共享优势。共同建设、使用公共设施和资源的优势，有利于生态环境的保护和改善，有利于资源的充分利用。

(5) 宣传优势。产业集群经济社会的关注度高的优势，使广告宣传的整体效益良好。

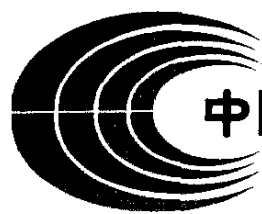
(6) 便捷优势。政府相关部门一站式受理、一条龙服务的优势，提高了工作效率和管理水平。

在2004年我们对皮革特色区域的调研中，曾归纳了其优势的6大效应，即“聚集合力化效应”、“分工协作化效应”、“竞争自强化效应”、“服务网络化效应”、“区域品牌化效应”、“发展持续化效应”。

四、皮革特色区域发展的六条经验

回顾、总结近20年培育发展皮革特色区域的工作经验，我们简要概括为以下6句话：完整的产业链是基础，不落幕的专业市场是条件，在骨干企业中实施名牌战略是关





键，良好的环境措施是保证，不断创新的机制是动力，当地政府持续不断地抓是根本。

1. 完整的特色产业链是皮革特色区域发展的基础

市场经济条件下，皮革特色区域的发展越来越依赖于优势产业的培育和发展，依赖于特色产业链的配套与完整。没有产业链的生产基地是没有根基、没有生命力的。我们所说的完整产业链并不是求大、求全，而是在优势产业中求特、求专、求精，形成特色产业集群。在区域之间、基地之间遵循差别化发展的原则，有特点才有亮点，有亮点才有卖点，以特色求生存，以优势求发展，使全国皮革行业形成各具特色的区域和生产基地，形成错落有序、各有所长、竞相发展的产业格局。

2. 不落幕的专业市场是皮革特色区域发展的条件

在皮革行业主要特色区域中，多年来都在以不同形式培育着不落幕的专业市场，以市场拉动产业的发展。比如设立专业材料交易中心或展销大厅，建立皮革城、皮衣城、皮具城、鞋城等，这些都是不落幕的专业市场。在当地政府的大力支持以及中国轻工业联合会的指导下，中国皮革协会在 10 个皮革特色区域连续主办交易会或展销会，旨在为一年一度皮革特色区域的商品在黄金季节拉开交易的序幕，为不落幕的专业市场造势，提升知名度，扩大影响力，从而拉动特色区域的快速成长。中国皮革协会作为主办单位之一的海宁全国皮革服装展销会暨皮革博览会，已经成功举办了 15 届，如今的海宁中国皮革城年交易额近百亿元，成为时尚、高档皮革制品的交易和品牌运作及管理先进的现代化皮革城。另外，辛集皮革交易会已连续举办了 15 届，花都狮岭皮具节已连续举办了 8 届，等等。

3. 在骨干企业中实施名牌战略，是皮革特色区域发展的关键

实践证明，皮革特色区域的培育与发展，绝不是靠生产能力的扩张，也不是靠企业单纯“扎堆”，更不是走低水平重复建设的老路，而是通过在骨干企业中实施名牌战略，促进皮革特色区域产品结构调整和资源优化配置，壮企业、优产业、强品牌，以质取胜，要群山中有高峰，大产业中有大企业、大品牌，有领跑者。

4. 良好的环境措施是皮革特色区域发展的保证

21 世纪，经济的主旋律是绿色生态经济。皮革行业中的制革业是一个有污染、消耗水资源比较多的行业。虽然皮革行业的污水排放总量只占全国污水总量的 0.47%，但我们不能因此而掉以轻心。皮革特色区域的发展必须坚持以人为本，处理好发展与环境、发展与资源的相互关系，严格遵守国家法令、法规，遵守《皮革工业环境保护行业政策、技术政策和污染防治对策》，强化环境和生态保护，构建环境友好型皮革产业。良好的环境措施包括良好的生态环境、法制环境、投资创业环境、市场环境等，这不仅是皮革特色区域发展的保证，更是生存的保证。哪个地区保证有力，哪个地区发展就有力。

中国皮革协会为了营造特色区域良好的竞争环境，先后出台了 6 项行业自律措施：

1994 年推出了国家首例证明商标——“真皮标志”；

2001 年推出了《关于授予中国皮革行业特色区域荣誉称号的行业规范》；

2002 年推出了《中国皮革行业诚信公约》；

2002 年推出了“真皮标志生态皮革”——倡导绿色、环保皮革；

2006 年推出了《中国皮革行业品牌宣言》、《中国皮革行业社会责任指南》等。



这些自律措施的推出，为构建和谐皮革产业发挥着作用。

5. 不断创新的机制是皮革特色区域发展的动力

皮革特色区域的发展过程就是创新的过程。在实践中创新，在创新中发展，探索了不少新形式，积累了许多新经验。比如，“中国皮革之都”海宁，走出海宁建城，发展海宁的做法；“中国皮革皮衣之都”辛集，把制革工业区周边5个村纳入园区管委会，采取以农促工、以工稳农的做法；“中国女鞋之都”武侯，采取在武侯建都、周边建园的做法；“中国鞋都”温州，发挥区域品牌辐射功能，扬长补短，向内培育创建了中国鞋都龙湾女鞋基地，向外由领军企业康奈在俄罗斯乌苏里斯克建设经济贸易合作区，带动企业“集群式”走出去，实现由产品走出去到资本走出去的跨越等。这些都是皮革特色区域的机制创新，体现了党的十七大提出的“由主要依靠第二产业带动向依靠第一、第二、第三产业协同带动转变”。

6. 当地政府一贯重视，持续不断地抓是发展的根本

皮革业作为当地的支柱产业，其培育和发展有一个成长和提升的过程，就像长跑的接力赛一样，需要几届政府的努力，持续不断地把皮革业当作支柱产业抓下去，才能实现特色区域的优化和升级。

五、提升皮革特色区域竞争力的着力点

1. 提升皮革特色区域竞争力是全行业转变发展方式的需要

在皮革行业“二次创业”发展战略实施进入第8年的关键时刻，在中国皮革行业在世界上确立皮革生产大国、皮革贸易大国、皮革消费大国地位的新形势下，我们既面临着世界皮革产业新一轮调整和生产要素重组的有利时机，又面对着一个重要关口，这个关口就是保持持续较快发展的难度加大，资源、环境制约趋紧，产品既要“走出去”，又要“引进来”，国内外市场竞争更加激烈，国际贸易摩擦频发，自主研发滞后，品牌竞争力不强。突出的困难和问题是：

(1) 低水平产能过剩，供大于求，产品档次低，附加值低。

(2) 欧盟反倾销对我国出口皮鞋增加了临时反倾销税，加大了企业成本，使订单减少。

(3) 一些国家和地区以健康环保为由，行技术壁垒、贸易壁垒之实，对我国出口产品进行限制，“打压中国制造”，“打击中国制造”。

(4) 国内对皮革加工贸易、出口退税政策的调整。

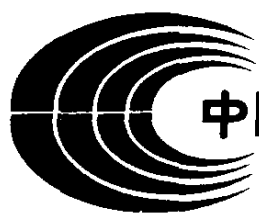
(5) 人民币升值、原材料涨价、劳动力成本提高，新劳动法出台，终端产品价位上不去。

(6) 节能减排，环境保护的任务加重。

(7) 暖冬的影响。

这些诸多因素正在冲击着粗放的生产方式和传统观念，警示我们转变发展方式已势在必行；国际金融危机的迅速扩散和蔓延又给出口型的皮革行业带来了极大压力和前所未有的困难。处在转型期的皮革行业如何应对这些困难和挑战，我认为最主要的就是花





大力气，变压力为动力，化粗放发展之危为科学发展之机，加强自主创新，注重知识产权，走创新产品、创新技术、创新需求的品牌带动之路，不断扩大内需，开拓多元化国际市场，推动皮革产业的转型升级。

2. 提升皮革特色区域竞争力的着力点

(1) 提升竞争理念，从低层次竞争向高层次竞争优势转变

皮革材料是天然的宝贵资源，是时尚的资源，我们要站在建设资源节约型、环境友好型产业的历史新高度思考这个问题。如何保持行业的长远协调发展，我认为必须更新竞争观念，跳出以量取胜的老路，从根本上抛弃数量堆积、低价取胜的竞争策略，从低层次竞争向高层次竞争优势提升。

低层次竞争主要依靠的是低价位的竞争，其结果是导致生产方式粗放、低水平重复、浪费资源、污染环境，扰乱了和谐有序的市场秩序。总之一句话，资源环境代价过大。而高层次竞争是以核心技术、知识产权、产品品牌、质量、标准为核心，体现源于企业内部的创新能力、获得先进技术的能力、与客户保持密切联系的能力，以及创造出更符合客户需要的差异型产品的能力。因此，为保持行业的可持续发展，必须由低层次向高层次竞争优势提升。

(2) 加强自主创新

皮革产业是一个流行的产业，是一个引领时尚的产业，其消费群多为年轻人，而年轻人特征是追求挑战、个性独特、消费超前、推崇时尚。创新是时尚之源，创新才能带来飞跃。对这一点，企业家感受颇深，常常说：“做流行的产业，要用心去做，用力去做，满怀激情地去做。”有激情才有创新，有创新才有市场。因此，要敏锐地应对迅速变化的市场需求，就必须加大自主创新力度，实现超前开发，领先一步、技高一筹，超越自我，求新、求变、求突破，创造需求。具体来讲，即通过自主创新实现由“中国制造”走向“中国创造”，通过自主创新实现由“适应市场”到“引领市场”；区域之间、企业之间不再竞相压价，而是比产品个性、比特色、比专长；不再相互比产量，而是比产品质量、比技术含量、比手工艺含量；不再单纯比速度，而是比自主创新力度、比品牌知名度、比对用户的忠诚度，让消费者在使用民族皮革商品的过程中感受到时尚、享受到舒适，增加对民族品牌的信心。

(3) 努力实施品牌战略

品牌是科技力，是竞争力。没有品牌的竞争是无力的竞争，只有自主知识产权和品牌，才是提升竞争力的关键。

①要坚持一个目标，即中国皮革行业“二次创业”，创出3~5个世界知名品牌的大目标。

早在1998年，中国皮革协会集中全行业的意志和智慧，提出了“二次创业”的发展战略，其内涵就是走品牌之路，创出3~5个国际知名品牌，争取用10~15年时间，使中国由皮革大国步入皮革强国的行列。

②建立“企业创、政府帮、协会推”的联动创牌机制。企业是创牌的主体，企业不同，创牌的方式也不同；政府帮，政府制定鼓励政策，帮助营造创牌的良好氛围；协会推，协会采取多项措施推动创牌工作。三者相互配合，步调一致，形成合力。



③要从五个层面切入：

第一个层面，创行业优秀品牌群体。通过佩挂“真皮标志”、“真皮标志生态皮革”等证明商标，提升企业产品品牌，创行业优秀品牌群体。真皮标志被称之为品牌提升孵化器，消费者购物的领路标。这项工作始于1994年，现已收到很好成效。

第二个层面，创行业品牌。以真皮标志企业定期动态考核的方式，从1996年开始连续10个春秋推出中国皮革行业的排头兵，即真皮衣王、名装、真皮领先鞋王、鞋王、名鞋、裘皮衣王、箱包十二强等70个品牌，成为社会认可的行业品牌。

第三个层面，创特色区域品牌。创建皮革特色区域荣誉称号的工作没有终点，只有新起点，已授牌的10个生产基地，正在丰富和提升荣誉称号的内涵，力争成为“品牌之都”、“时尚之都”；正在创建的生产基地，正以此作为全面提升竞争力的“驱动器”。

第四个层面，创中国名牌、中国驰名商标。政府部门积极搭建创牌平台：2002年，皮鞋、旅游鞋列入中国名牌评价目录，2004年皮衣列入评价目录，2007年箱包列入评价目录。中国皮革协会积极参与配合，先后有47个中国名牌诞生（其中皮鞋、旅游鞋29个，皮革服装、裘皮服装11个，箱包7个）。

第五个层面，创世界名牌。这是我们的最高目标。目前，已经有2家企业步入向世界名牌进军的实力企业的行列。

这五个层面相互融合，相互提升，为皮革特色区域创牌提供了多种平台和渠道。

④加强人才队伍的建设。人力资源是第一资源，人才的优势是最大的优势。当今和未来的竞争，说到底人才的竞争，谁拥有更多的人才，谁就能在竞争中赢得主动，赢得未来。所以，有人说21世纪是人才差距导致发展差距的年代。

皮革特色区域的发展和提升要紧紧抓住培养、吸引、用好人才这三个重要环节，以能够充分发挥聪明才智的良好环境吸引人才；以创造有利于人才成长的环境培训人才；以不断创新的激励机制留住人才；站在世界皮革行业的高度和角度整合人才。加快培养一批掌握精湛技艺和高超技能的高水平人才和高素质的职工队伍，使皮革特色区域成为各类人才的汇聚地，成为孕育设计大师、营销大师、策划大师、生产制造大师的摇篮，使“名人”、“名企”、“名牌”、“名品”、“名地”聚焦，产生更大辐射力，在激烈的国际竞争中创造新的竞争优势。

六、注入新元素，打造服务基地工作的新模式

2007年下半年，中国皮革协会在深入学习党的十七大精神，总结皮革特色区域创建工作的基础上，认真贯彻落实科学发展观，坚持与时俱进，对皮革特色区域的工作进行了创新，其创新点是：

1. 创新内容

除按照授予皮革特色区域荣誉称号行业规范的基本条件外，增加了节能减排、建设资源节约型、环境友好型行业等内容。

2. 创新方式

变以往企业的创建模式为中国皮革协会和地方人民政府共建模式，省、市行业协会