

本刊指导单位: 商务部国家茧丝办 中国丝绸协会

协办单位: 丝绸之路控股集团有限公司

产业与文化并举 做大丝绸业助推民族复兴

拥有 5000 年悠久历史文化底蕴的丝绸产业是中华民族的国粹遗产,振兴丝绸产业是民族复兴的见证。

近年来,尽管我国茧丝绸行业较“十一五”期间各项指标都有增长,但由于全球经济影响和内部问题积累,实际上整个行业正处在发展与衰退的十字路口,面临的形势十分严峻。

■ 丝绸之路控股集团有限公司
董事长凌兰芳

丝绸是人类的瑰宝,人们赞誉丝绸为“纤维皇后”;中国是丝绸的故乡,外国人称中国为 serer(产丝的国家)丝国。

勤劳智慧的中华民族是丝绸的首创者,广袤富饶的神州大地是丝绸的发祥地,发明丝绸是中华民族对人类文明重大贡献之一。千百年来,民族丝绸伴随民族兴亡几经起落。旧中国的民族丝绸业遭受帝国主义殖民主义的掠夺剥削,奄奄一息;新中国成立以后,国家大力发展丝绸,创造外汇支援建设;到上世纪 70 年代末期,丝绸生产出口总量超过日本,成为第一丝绸大国。

丝绸具备开发出 几十倍高附加值的潜力

改革开放 30 多年,茧丝绸产业成为民营经济创业发展的重要领域,在支持三农、技术改造、创建品牌、美化生活、弘扬文化等方面成就巨大。

新世纪以来,中国特色社会主义事业全面推进,人民生活水平提高,综合国力增强,丝绸不断满足人们对绿色、保健、高雅的生活质量的追求,在服装服饰、家纺家装、医疗保健等方面开始广泛应用。

同时,丝绸也成为传播华夏文化,象征民族复兴的重要元素。在 2008 年奥运会、2010 年世博会、2011 年亚运会等庆典活动中亮丽展示,在与世界各国的文化交流和时尚互动中传递友谊,展示了中国富强而让世界更加美好的民族自信。

民族兴,丝绸兴。丝绸产业链涉及种、养、加、贸、工、农,横跨第一产业、第二产业和第三产业,它一头连接千变万化的国际外贸市场,一头连接千家万户的小农经济,是牵动着几千万蚕农和几百万丝绸工人利益的民生产业。

近年来,随着丝绸内需的逐渐扩大,丝绸开始进入家纺家装领域,国际奢侈品牌爱马仕、普拉达等等的丝绸制品畅销国内外,说明丝绸具备开发出几十倍高附加值的潜力,民族丝绸的前景不可低估。

发展丝绸产业、弘扬丝绸文化是提升国家文化软实力、增强创新硬实力的需要;是文化大发展大繁荣的需要;是华夏民族屹立于世界的补充。

国家“十二五”期间部署的从纺织大国转为纺织强国的发展战略以及不久前分别发布的《纺织工业“十二五”发展规划》、《茧丝绸行业“十二五”发展纲要》,是我国丝绸产业转型升级的重大契机,是国家自主创新发展的新起点。

为实现《规划》与《纲要》的宏伟目标,我们必须实事求是分析行业现状,找出存在的问题与发展瓶颈,切实解决当前的重大困难,推进行业健康发展。

遭遇双面夹攻 丝绸业面临困境

双面夹攻,瓶颈凸显。随着行业如外贸红利(出口获利)、人口红利(劳动力低成本)、制度红利(创汇鼓励)、工农产品剪刀差红利(蚕茧价格便宜,而丝绸成品价高)等利好逐渐消失,市场瓶颈(近年内需内需均不足)、成本瓶颈(原材料、劳动力、物流等上涨过快)、产业地位瓶颈(劳动密集型,低端制造业,利润行业苦)以及环境瓶颈(东部缺蚕桑,西部缺技术,排放成本也加大)等日渐凸现。

东西部发展失衡,需强化互补。近几年国家“东桑西移”工程取得重大成果,中西部省份蚕桑园面积扩张很快,例如广西茧业从无到有,目



绿荫欢歌

前桑园面积已占全国 1/3,蚕茧产量占全国 1/3,但却存在有丝无绸,后道加工始终追不上东部发达地区。

而东部地区如浙江、江苏等后道加工发达地区,却面临桑园面积和蚕茧产量每年 20% 以上的速度锐减。浙江原本是全国第一大丝绸大省,从拥有 400 多家缫丝企业到现在仅剩 86 家,缫丝能力从 110 万绪减至 19 万绪。湖州市的缫丝企业也大幅缩水,从 37 家缩减为不足 10 家,且能正常生产的仅 1—2 家。

西部茧丝扩张迅猛与东部丝绸快速缩减,造成粗加工与深加工严重的不平衡,东部地区拥有的人才、技术、市场、信息等资源闲置放空,西部产业链一时无法健全,整体创新能力下降。

国家有关统计部门计算出我国茧丝绸行业“十一五”期末的有关数据与行业现实存在较大差距,真切希望有关部门去伪存真,摒除那些利益驱使而虚报的水分数字,掌握真实情况。

地方政府不重视,疏于管理。在许多地方政府看来,茧丝绸行业经济意义不大,劳动密集型,工业“亩产”低,原料季节性强,产业链长,投入多产出少,因此被地方政府当做包袱,长期疏于管理。

这就造成了一、二、三产业青黄不接的尴尬现状。“一产”不能形成桑蚕产业化生产,无法提供优良品种和保证原料质量;“二产”不能形成以品牌为龙头的大型丝绸产业联合型企业集团,无法实现资源共享和优势互补;“三产”无法创建品牌,企业压价倾销,同质化竞争严重,国内高端市场进不去,国外地摊市场齐压价。

涨跌无常,挫伤行业积极性,东部弃桑严重,西部看天吃饭。最近 10 年以来,茧丝价格大起大落,暴涨暴跌愈演愈烈,每三年一次大震荡,每年一次小震荡。

2011 年,全国春茧平均价格 24 元/斤,而秋茧跌至 16 元/斤,跌幅高达 33%;厂丝从 44 万元/吨跌到 32 万元/吨,跌幅 27%。

茧价涨时,贩贩子蜂拥而来,不问质量哄抢,掺水分的毛脚蚕都是香饽饽;茧价跌时,蚕农弃桑毁林,优质茧都无人问津。整个产业链没有一个环节获利挣钱,蚕农穷,企业苦,行业弱,全行业叫苦不迭。

粗放种养,爆发原料危机。全国

65 万吨蚕茧,能够缫制 5A 以上等级的原料寥寥无几;能够缫制国际品牌爱马仕用丝的蚕茧,全国不到 5000 吨。

目前,就优质生丝需要的蚕茧原料来说,我国远不如日本、法国、巴西,连不被看好的印度国家,近年也在蚕茧质量的管理上赶了上来。我国大量的蚕茧只能缫制 3A 级生丝和粗丝出口印度,进行低价倾销。无法织就高品位的绸缎,更无法做成制品牌服装和家纺。我们丝绸之路集团下属企业浙丝二厂,是国内数一数二的龙头品牌企业,其原料的 90% 要千里迢迢从四川、云南采购而来,因为湖州的蚕茧质量太差。

创新研发不足,工艺装备落后。可以说,目前的缫丝机械陈旧落后,20 年几乎没有突破性改进,效率低下,因此造成制丝企业劳动强度大,劳动环境差,劳动收入低,招工特别难。

装备落后严重制约了丝绸行业的发展。目前,我国的缫丝机械大都是上世纪七八十年代借鉴日本机型而研制改进的“自动缫”,必须由人工技能完成,束缚性很强。

而其它纺织业的装备几乎都实现了数字化、智能化,确保优质高产低消耗。如果 5 年内不能攻克缫丝数字化、智能化,那么丝绸行业员工流失将会更快,效率差距会愈加悬殊,丝绸产业翻身更难。

一个讽刺的事实是国内一些高档家纺商,宁可到欧洲去买高价丝绸面料,也不用国产丝绸面料,原因是国内工艺以及后整理比欧洲差一截。

人才缺乏,后继无人。上世纪下半叶,我国拥有一大批国际领先的茧丝绸人才,随着这一代人逐渐老去,茧丝绸行业人才奇缺。以前有专业院校和骨干企业共同培养,现在这一机制已经废弃,由于行业前景不明,学校已不设专业,企业内也无人愿意钻研技术。

尽管企业提高待遇高薪吸引年轻人,但多数人因为行业太苦,前景不明,干不满两年就走人改行。因此,造成茧丝绸行业各个环节都缺专业技术人才,研、产、供、销各个价值链都缺专业经营人才,如果长此以往,我国茧丝绸行业将陷入人才枯竭境地,此为大忧。

品牌缺失,劣币驱逐良币。国际十大品牌都有高档丝绸产品,我国

丝绸产品却无一个国际公认的品牌。

我国丝绸产业与欧洲、日本等国最大的竞争力差距是文化创意和工艺后整理,近年来又出现一个新的情况,就是外观模仿越来越接近,内在品质越来越差。

在意大利,有许多丝绸企业家用半个多世纪时间专注一个品牌的创新维护,但是我国倾力于丝绸事业、把丝绸事业作为终身使命的企业家则越来越少。

由于政府有关部门对市场监管不力,国内许多商家不讲诚信,常用偷工减料,掺杂使假来降低成本,压价竞争,造成劣币驱逐良币。

三荒三高,企业在微亏和微利的夹缝中斡旋。当前,整个丝绸行业都处于“资金荒、员工荒、订单荒;高税负,高成本,高风险”的三荒三高困境之中。

不转型升级和自主创新是等死,想转型升级和自主创新是找死。不足 2% 的平均利润,让企业在微亏与微利之间挣扎。

2008 年以来,全球经济低迷,外贸出口持续减少,内需不足,外销不畅,订单骤减。“高征低扣”的税负以及免农业税、增工业税,让缫丝企业不堪重负,倒闭歇业的企业逐渐增多。

内销渠道缺失,政府有责。近年来,在产品的研发和质量上个别企业已经达到国际品牌水平,但是在商业推广、品牌传播方面遇到的阻力特别大。

一些大型品牌商业渠道对民族品牌要求苛刻,百般挑剔,盛行的商业潜规则阻碍了民族品牌的成长。但这不能全怪商业企业,政府在这方面其实是可有可为的。一个引以为傲的民族产业在国人心中并无大好感,政府是有责任的。

后起国家穷追猛打,国际竞争加剧。由于各项成本推高我国丝绸产业的价格比较优势不复存在,国际丝绸格局发生了变化,突出表现是印度、泰国、越南、罗马尼亚、巴西、朝鲜以及中亚等国丝绸产业发展迅猛,在质量和数量上提升很快,我国丝绸将面临 40 年来没有过的国际竞争新局面。

一方面,我们在品牌、质量、工艺、技术等方面逊于品牌强国如法国、意大利、日本;另一方面我们在原料、劳动力等资源要素方面逊于后起国家。

凌兰芳建言

在中华民族走向复兴的历史机遇期,要把振兴发展茧丝绸产业提高到增强国家创新硬实力,提升国家文化软实力的层面来认识;要深入贯彻落实科学发展观,详尽制定全面、协调、可持续、统筹兼顾的总体发展规则以及振兴发展路线图和时间表。

通过转变增长方式,转变发展内容,实现“两化融合”(工业化与信息化的融合)以及“两业结合”(先进制造业与现代服务业的结合)。

形成一产(种植养殖)、二产(加工制造)、三产(流通服务)以及四产(信息服务)四轮齐动,集结官、产、学、研合力攻坚,以改革开放、合作共赢的思路来统领、协调各利益主体的积极性,优化整合价值链和产业链的各个环节。

中央和各级地方政府应起着主导作用,具有改革积极性和创新能力的茧丝绸企业起着主体作用,市场和竞争机制对资源和要素起着支配作用。

制定长远规划 调整产业结构

国家要制定一个中长期的行业发展规划,并细化具体实施方案。要注重发展质量,控制总量规模,首先要建立优质蚕茧基地,提高原料质量,调减缫丝总量,提高生丝品位。把蚕茧产量保持在 60 万吨左右,生丝 8—10 万吨左右,重点发展高品位生丝,高品质绸缎,高品质服装家纺;开发丝绸在高科技领域运用,如医药、保健、生物技术、航空航天、军用等;拓展丝绸在文化创意领域运用,如丝绸出版物、丝绸装饰画、丝绸工业旅游、丝绸故事影视化、丝绸对外交流等。真正做好三大丝绸,即品牌丝绸、科技丝绸、文化丝绸。

实现东强西稳 平衡全国布局

东部丝绸企业在与优质蚕桑资源基地对接基础上,强化加工后整理、设计研发等方面优势,在资本结构优化、技术结构优化的同时,走高技术、高附加值的创新发展,品牌化发展道路;

中西部在稳固规模化、产能、新机制基础上加强新技术、新设备的普及应用,加大生态保护和节能减排力度,使桑蚕业综合效益不断提高,惠及农民和农村建设,达到强西稳、良性互动的目标。

此外,应鼓励大型企业跨区域建立联合企业,完善产业链,并培育打造全国 10 家左右各有特色、各具核心竞争力的大型企业集团,你追我赶,领先世界。

实施三大措施 解决产业矛盾

加快发展“一产”,实现蚕桑产业化经营。稳步提高蚕茧收购价格,以质论价,优质优价,增加蚕农收入,提高蚕农积极性;同时,培育大企业从事蚕桑生产,逐步以蚕桑产业化龙头企业精益化经营来取代整合千家万户粗放散养的局面;改革收购体制,一个区域的原料资源通过投资、合作、联营、农工商一体化等市场化操作来配置给优质丝绸企业;提倡订单农业,价格由蚕桑产业化组织、丝绸生产企业、政府三方共同商定,随行就市,事先协议,以质论价,事后微调;政府参与,做好娘舅。

扶优扶强“二产”,促进企业转型升级。我国是世界上丝绸同业中税负最高的,许多国家对丝绸施行零税负,且享受遗产工业待遇。因此,我们国家税务部门应该取消不合理的高征低扣,并返还高征的 4 个百分点。

对从事研发创新技改提升的重大项目,政府应给予贴息扶持、融资扶持、免税扶持以及在研发创意、融资筹资等方面搭建专业服务平台,并鼓励官、学、研对丝绸企业提供滴灌式服务。

鼓励拓展“三产”渠道 做大国内市场

通过鼓励民族品牌全国各地开设加盟连锁店,扩大丝绸消费群体,提高丝绸品牌美誉度。同时,要鼓励丝绸各企业走出国门,在境外建立商业渠道以及开展电子商务,开办丝绸体验馆销售。

国家对丝绸产成品的采购,要做到公平公开,杜绝潜规则采购、关系采购、人情采购。此外,还可以尝试让丝绸进入医疗保健领域和部队军用领域。

攻克两大行业难题 提高产品质量

原料退化和装备落后是行业两大难题,两者之间有关联,如果缫丝机械达到数字化、智能化,势必对原料有较高要求,可以倒逼原料质量提升。

缫丝机械数字化、智能化方向,一是提高产品质量,工艺上能够实时监控、实时纠错,而现在的机械水平是事后纠错;二是实现高效高质量低消耗低成本,力争达到 3 倍以上的效率,5A 级以上的品位;三是提高附加值,直接成筒,并掉汤返和准备两大工序;四是可以改善劳动环境,减轻劳动强度,减少或取消手工操作,实现完全自动化。

在织造方面,大力提倡无梭织造和数码织造,提高产品质量和图案逼真;在印染方面要注注重后整理改进和零排放改造;在服装服饰、家纺家装方面,通过引进先进工艺技术,进一步缩小与国际品牌之间的差距。

加强人才培育 注重文化传播

国家应该重视茧丝绸行业的人才培养。一是保护好老专家老骨干,二是培养出新专家新人才。有关院校应该恢复茧丝绸专业。

丝绸文化是中华文化之一,随着中华民族走向复兴,丝绸的文化内涵更被发掘和重视。

胡锦涛总书记访美的国礼是一本丝绸版的《孙子兵法》,在中国举行的奥运、世博、亚运都以丝绸为文化象征,丝绸之路跨国申遗已成为举世瞩目的世界文化大项目,以丝绸和丝绸之路为题材的文化艺术创作新世纪以来如雨后春笋般涌现,这一切都与祖国强盛、民族复兴相关联。

如果我们把丝绸做成世界第一,产业复兴势必佐证民族复兴。

期待国家在对外形象上不忘丝绸,不弃丝绸,不负丝绸。我们常常为一亿条牛仔褲换一架波音飞机而内心纠结,我们完全可以做到只要 100 万条真丝绸巾就可换来一架波音飞机。