

2012 丝博会

林文漪出席第12届丝博会并致开幕词

■ 本报记者 何芳 王莹

日前,由商务部、杭州市人民政府主办,中国丝绸协会、中国商业联合会、浙江汇面俱到轻纺商务信息股份有限公司联合协办的“2012中国国际丝绸博览会暨中国国际女装展览会”(以下简称丝博会)在浙江杭州隆重举行。

全国政协副主席林文漪,商务部市场运行司副司长、国家茧丝办副主任李朝胜,中国商业联合会副会长兼秘书长姜明,中国丝绸协会会长杨永元、名誉会长刁辉,商务部市场运行司处长刘斌、副处长李晓辉以及中国丝绸协会副会长兼秘书长钱有清等领导出席活动开幕式。

开幕式结束后,林文漪在李朝胜等一行人的陪同下,先后来到中国·丝绸之路、广东丝纺集团、绿冬丝科、达利丝绸、万事利以及金富春等数十家丝绸企业展馆参观。

据了解,丝博会每年一届,至今已成功举办12届。今年呈现百花争艳的特点,记者发现一楼展厅里,丝绸之路雍容华贵的丝绸家纺产品十分抢眼,而来到万事利展馆,顿感文化气息浓郁,各种做工精湛的

丝绸文化创意产品层出不穷,移步到达利丝绸展馆时,一种家的温馨感油然而生,这里展示的是今年秋冬冬季丝绸流行趋势(包括颜色、织物、文化及未来科技)的静态发布,进入凯喜雅、绿冬丝科等展馆后,映入眼帘的是款式新颖各异的丝绸内衣、睡袍。

而在二楼展厅记者发现,这里展台虽小,但也各具特色。据鼎盛丝绸董事长吴建华介绍,他们此次主要展示的是其新开发的宋锦系列产品,从时尚的女提包到商务出行的旅行箱以及居家用的拖鞋和名片夹等小物品一应俱全,全都采用宋锦面料打造。

浙江汇面俱到展台展示了丝绸、高级化纤、棉麻、天丝、针织提花等各种色彩斑斓的时尚面料,花样百出,抢眼眼球。

此外,还有各种茧丝绸综合利用产品也争相亮相,不甘示弱。据陕西丝绸协会秘书长刘洋介绍,此次他带队组织的陕西省境内几家丝绸企业,其中圣桑品牌展示了药食同源的圣桑紫酒、圣桑果汁以及圣桑保健品,鲁桑展台陈列的是各种桑



李朝胜(左一)等一行人陪同林文漪(右二)参观视察各展台 刘建男摄

果酒、桑果茶和桑果醋等产品,安康市易成生物科技则推出了圣力雄蛾王酒,而唐御锦、华丽丝丹丝绸展示的则是各自款式、风格迥异的丝巾

论道

加强丝绸文化建设 开创产业发展新局



国家茧丝办副主任李朝胜在杭州丝博会期间发表重要讲话

■ 李朝胜

党的十七届六中全会作出了深化文化体制改革的重大决定,开启了中国文化事业的新篇章,中国丝绸文化复兴迎来了历史性的发展机遇。作为行业主管部门,商务部国家茧丝绸协调办公室(以下简称“国家茧丝办”)在推动全产业链发展的同时,一直致力于推动丝绸文化建设。根据商务部关于茧丝绸业“调结构、创品牌、促升级”的工作指导方针,近年来国家茧丝办积极组织参与了一系列有关丝绸文化建设的研讨活动,如中国丝绸行业发展战略研讨会、中国(重庆)丝绸品牌高峰论坛、海宁蚕桑丝绸生态园规划论证会、苏州茧丝绸产业发展战略研讨会等,与各界专家学者们就丝绸文化建设进行了深入交流探讨。

我们重视丝绸文化建设,既出于传承中华民族光辉文化遗产的历史责任,更因为我们普遍意识到文化对于行业发展与国家强盛的重要战略意义。英国前首相撒切尔夫人曾经说过,“中国永远成不了世界强国。因为中国没有那种可以用来推进自己的权力,进而削弱我们西方国家的具有‘传染性’的学说。今天中国出口的是电视机,而不是思想观念。”这一观点是短浅狭隘片面的。早在千百年前,博大精深的中华文明已通过丝绸之路、茶叶之路、瓷器之路等,深刻地影响了世界文明发展进程,中国作为文明国度的崇高地位举世公认;但是,这一观点又十分发人深省。当今中国是世界文化强国的人并不多,包括丝绸在内的许多“中国制造”产品因缺乏文化内涵、创意和品牌而处于全球价值链低端。如何依托丝绸深厚的历史文化底蕴结合科技进步,振兴丝绸产业、建设丝绸文化,增强国家综合竞争优势,成为了亟待破解的重要课题。

中国丝绸文化底蕴深厚

丝绸业根在中国,已经具有数千年的发展历史。中国的丝绸文化也同样源远流长,具有深厚的底蕴和丰富的内涵。

丝绸业对中华文明的发展进程有着重大影响。在甲骨文中,“蚕”、“桑”、“丝”、

由不能成为国家软实力提升的重要因素。丝绸文化中蕴涵的文明理念、普世价值、礼仪传统,对推动和谐世界的构建、科学发展观的贯彻、国民素质的提高具有重要积极意义。传承与弘扬传统丝绸文化,就是在增强民族凝聚力、扩大文化影响力、提升国家软实力。

丝绸文化内涵是产业竞争力提升的关键因素。

在经济领域,一个国家的国际竞争力主要看其产业竞争力,产业竞争力的根基在于企业竞争力,企业间的竞争又越来越变成品牌、创意之争。随着技术进步和市场发展,在产品价值构成中,原材料和劳动成本所占的分量越来越小,而产品因个性需求所承载的文化内涵如创意、设计、品牌等要素所占的分量越来越重,由此形成的合力构成了国家软实力的重要内容之一。从这个角度来看,依托深厚的历史文化底蕴和独特品质,中国丝绸业拥有将文化内涵转化为产业竞争优势的巨大潜力。

提升中国丝绸产品文化内涵,必须通过产业集群建设。当前,产业集群有助于形成外部规模经济,创新产业模式、降低交易成本、促进知识和经济的创新与扩展。美国硅谷将当地企业资源和教育资源、科研资源充分整合,通过投融资平台形成产学研研联合体,增强了区域技术创新能力与相关产业的竞争力。通过产业集群建设,加快推动产业与文化融合发展,整合科研、设计、文化、纺织工业等多方资源,实现在继承传统基础上创新,将改造和提升中国丝绸产品的影响力和附加值,稳步增强中国丝绸产业的国际竞争力。

开创丝绸产业发展新局面

“十二五”时期是全面建设小康社会的关键时期,也是促进文化又好又快发展的关键阶段。国家提出了推动文化产业成为国民经济支柱性产业的战略目标,并积极实施“十二五”时期文化产业倍增计划,复兴丝绸文化,机遇当前。另一方面,丝绸产业当前的发展困境引起了国家的高度重视,温家宝总理最近在浙江调研时明确指出,要重点支持丝绸纺织等劳动密集型行业,加大技术改造,促进转型升级、创新发展。我们必须紧紧抓住契机,充分发挥丝绸文化作为国家软实力与丝绸产业竞争力提升的重要原动力作用,多策并举,形成合力,推动丝绸纺织行业转变经济发展方式,把丝绸科技做强,把丝绸产品做精,把丝绸文化做大,把丝绸产业做好。团结一致,从五个方面开展谋划与努力,实现创新发展。

丝绸文化建设的战略意义

随着世界多极化、经济全球化的深入发展,围绕综合国力的全方位竞争更趋激烈。在文化领域,国际竞争体现为软实力的交锋;在经济领域,国际竞争体现为产业竞争力的比拼。丝绸文化凭借其丰富的内涵成为了国家软实力与丝绸产业竞争力提升的重要动力源泉。

丝绸文化底蕴是国家软实力提升的重要基础。

软实力建设,文化底蕴是重要的资源基础。在历史上,日本文化受中国影响颇深,但时至今日,日本文化的国际影响力却丝毫不逊色于我国。其中很重要一个原因在于,在经济进步基础上,对传统文化的传承与弘扬,日本武道、茶道、和服等等,至今长盛不衰,后继有人,成为了国家名片,推动日本软实力的增强。由此看来,底蕴深厚的中国丝绸文化没有理

调整,充分利用现有资源,促进技术、人才、资金等要素向优势区域集聚,建设一批产业链完善、辐射带动力强、具有国际竞争力的丝绸文化与产业建设示范基地,培育丝绸产业新的增长点。

创新体制机制,加大政策扶持。

积极引导和实现现有政策资源整合,充分利用现有资源渠道,着力加大对丝绸品牌建设、文化创意成果产业化、文化创新能力建设等的支持力度;结合丝绸文化建设特点,研究出台鼓励创新、引导投资和消费的税收支持政策;打造投融资公共服务平台,发挥投融资平台在整合研发创意资源与商业运营资源方面的杠杆作用,加快科技成果和文化创意实现产业化;鼓励兼并重组,支持有实力和基础的丝绸文化企业做大做强。

发挥协会作用,调动民间力量。

进一步发挥丝绸行业相关协会的协调带动服务作用,大力宣传丝绸文化,培育丝绸消费忠诚度,搭建丝绸文化建设与品牌建设公共服务平台,为企业投资运营等方面提供信息支持等服务;通过网络等新型平台,充分调动民间力量参与方式和参与热情,积极参与国家丝绸文化品牌塑造,完善并延伸丝绸服务体系和功能,把社会的文化建成弘扬中华文明、服务社会的有生力量。

健全法律法规,强化人才培养。

丝绸产业和文化建设必须在法律法规体系下,规范发展。当前要加强知识产权和标准化体系建设,提升丝绸行业标准化能力和水平;加强对丝绸文化创意产业著作权、商标权、专利权等的申请、注册和保护,为民族自主品牌建设提供良好外部发展环境。加强丝绸纺织与丝绸文化创意等领域的人才队伍建设。加强高校和中等职业学校有关丝绸纺织与创意设计等学科专业建设,改革创新人才培养模式,建立“企业+学校”联合培养人才的新机制,促进创新型、应用型 and 复合型人才的培养。

加强国际交流,开拓海外市场。

通过展览、影视制作、数字多媒体等形式加大国际宣传推广力度,提升中国丝绸品牌文化在海外市场的认知度。加强国际交流,积极了解国际丝绸品牌与文化发展趋势,认真学习借鉴国际先进经验,根据国际市场需求,融入文化和创意等要素改造和提升产品价值,开拓海外高端市场。

在新的形势和机遇面前,国家茧丝办将结合自身职能,进一步与行业共同努力,开拓前进。加强丝绸文化建设,推动行业转型升级创新发展,提升中国丝绸文化软实力与丝绸产业竞争力,增强国家综合竞争力,需要我们政府、行业协会、企业、民众共同努力。只要我们牢牢把握当前重要发展契机,群策群力,协同共进,就一定能够开创中国丝绸业跨越式发展的新局面。

(作者系商务部市场运行司副司长、国家茧丝办副主任)

“帛”以及大量以丝为偏旁的文字就已经出现,反映了丝绸织造活动在远古即已兴起并影响了汉字的形成。“思缙”、“纷繁”、“经纶”等抽象性词汇,反映了丝绸文化对人们认识世界及逻辑方式的深刻影响。此外,还有民间“祭蚕娘娘”的习俗、将父母安居之地称为“桑梓”的称谓习惯以及“牛郎织女”的传说等等,这些与丝绸有关的传统与典故构成了中华文明的丰富内涵。

蚕桑生产蕴含和谐共生的真正普世理念。

在《农书·农桑通诀》中,“人与天合,物乘气至”作为一个重要思想被提出,与“人与自然和谐发展”这一当代普世价值核心理念脉理相通。著名的“桑基鱼塘”生产方式所形成的桑、蚕、鱼、泥互相依存的良好循环,体现了“生态平衡”的现代思想和发展方向。

丝绸制品象征高端华美的生活品质。

丝绸制品因其材质独特宜人、工艺华美、表现力超群,自古以来便与穿着礼仪等紧密相关。所谓“穿丝戴绸”、“锦衣玉食”,丝绸制品作为高端华美生活品质的象征由来已久。丝绸制品在欧洲也受到了皇室、贵族和富商的青睐,造就了丝绸之路的文化魅力和经久不衰的东西方贸易交流。

在达利“丝路传情”动态流行趋势发布活动结束后,《中国企业报》记者专访了中国丝绸协会会长杨永元,在全程观赏完这场丝绸时装秀后,杨永元对其给出了很高的评价。

“我认为达利这三组女装秀(指丝路传情开场旗袍秀、axellelesoie 和 as cluny 品牌秀)基本上代表了中国丝绸服装的领先水平。”杨永元充分肯定了达利作为中国丝绸的一分子,为创建中国民族丝绸的国际知名品牌所付出的努力,“达利这些年花了不少功夫,是兼顾内外销市场的典范企业,我对其开创的 High fashion silk 的理念非常认同和赞赏。”杨永元这样说。

与此同时,杨永元还强调,国内万事利、广东丝纺、金富春以及丝绸之路等一批优秀企业也为中国丝绸的复兴和创建具有自主知识产权的民族丝绸品牌做了突出贡献。“不断涌现出的优秀自主品牌,也从根本上说明了中国丝绸已从世界丝绸产业链的前端逐步向品牌终端递进。”杨永元如是说。

不置可否,中国丝绸自 20 世纪末后经过 15 年的奋斗,发生了可喜的变化。“中国丝绸的发展已处在一个崭新的台阶上,主要体现在党和国家政府自上而下对丝绸产业的高度重视。”杨永元指出,国务院温家宝总理近期对丝绸产业的发展做了重要批示,工信部、国家发改委、商务部以及广西壮族自治区、杭州、苏州、南充等丝绸主产区的地方党政领导也都对发展丝绸产业给予高度关注,且有具体实施措施和扶持计划,为丝绸产业营造了一个很好的发展氛围,也提振了全行业的发展信心。

“虽然目前整体上我们尚处在‘跟着走’的位置,但我看到了中国丝绸再次腾飞的希望,丝绸企业家应紧紧抓住这一历史机遇,引领世界丝绸消费潮流递进。”

达利动静态流行趋势发布 传递最 IN 流行时尚

■ 本报记者 王莹

丝博会开幕式当天,达利丝绸推出了两场主题分别为“丝路传情”和“丝·索”的动静态 2013/14 流行趋势发布活动。

商务部市场运行司副司长、国家茧丝办副主任李朝胜,中国纺织品进出口商会副会长张新民,中国丝绸协会会长杨永元、副会长兼秘书长钱有清等领导出席并观摩了达利“丝路传情”流行趋势动态发布暨达利国际 axellelesoie 及 as cluny 品牌秀晚会现场。

在一组具有浓郁东方女性典雅韵味的中国红丝绸旗袍秀开场后,紧接着亮相的是兼具东西方时尚和融汇中西方服饰文化的 axellelesoie 品牌秀。最后压轴的 as cluny 品牌秀,则打破常规理念,沿用复古潮流,将荧光色推向 2013 春夏系列流行趋势主线。亮粉、橘色、绿色……简约大气的纯色、独到鲜明的色块拼接、万花筒般的超现实景观热烈印花,活力四射,横扫 T 台。

而在达利·索·静·态体验馆里,你会不由感慨,原来丝绸可以出现在生活的每一个角落,丝绸的创意竟可以如此丰富多彩,丝绸的设计竟可以如此耳目一新,科技与丝绸竟能以如此梦幻的方式得以融合,丝绸甚至可以将杭州这座美丽的城市、西湖这一迷人的景色以如此创新的方式呈现出来。

达利(中国)有限公司副总经理张芸在接受《中国企业报》记者采访时表示,在静态流行趋势发布上,达利为广大丝绸爱好者展示了其公司对丝绸孜孜不倦地“探索”,从面料变革到家居装饰,从创意设计到高科技,旨在激发观摩者对丝绸产生一种全新的“思索”和感悟。

通过现代家居的摆设,丝绸的床品、丝绸的壁画、丝绸的艺术品、丝绸的墙纸等等,体现人与环境、人与自然、人与人的和谐共处。

通过将杭州西湖十景与丝绸的创意完美搭配,搭建外形酷似“六和塔”的展区,唤起人们对生活、对环境、对人类自身的重新认识。

此外,张芸还告诉记者,流行趋势发布不单指颜色的发布,还包括织物、文化和未来科技等几大内容。

“2013/14 最新流行颜色主要以海军色、墨蓝色和靛青色组合为主,织物以光滑、柔软和轻薄的面料为主,文化以结合杭州西湖旅游景点为主,天然彩色茧和天然植物染料将成为丝绸未来科技的发展方向。”达利丝绸设计研发部经理赵丽璇在接受《中国企业报》记者采访时这样说。

杨永元:达利女装 代表行业领先水平



中国丝绸协会会长杨永元

■ 本报记者 何芳

在达利“丝路传情”动态流行趋势发布活动结束后,《中国企业报》记者专访了中国丝绸协会会长杨永元,在全程观赏完这场丝绸时装秀后,杨永元对其给出了很高的评价。

“我认为达利这三组女装秀(指丝路传情开场旗袍秀、axellelesoie 和 as cluny 品牌秀)基本上代表了中国丝绸服装的领先水平。”杨永元充分肯定了达利作为中国丝绸的一分子,为创建中国民族丝绸的国际知名品牌所付出的努力,“达利这些年花了不少功夫,是兼顾内外销市场的典范企业,我对其开创的 High fashion silk 的理念非常认同和赞赏。”杨永元这样说。

与此同时,杨永元还强调,国内万事利、广东丝纺、金富春以及丝绸之路等一批优秀企业也为中国丝绸的复兴和创建具有自主知识产权的民族丝绸品牌做了突出贡献。“不断涌现出的优秀自主品牌,也从根本上说明了中国丝绸已从世界丝绸产业链的前端逐步向品牌终端递进。”杨永元如是说。

不置可否,中国丝绸自 20 世纪末后经过 15 年的奋斗,发生了可喜的变化。“中国丝绸的发展已处在一个崭新的台阶上,主要体现在党和国家政府自上而下对丝绸产业的高度重视。”杨永元指出,国务院温家宝总理近期对丝绸产业的发展做了重要批示,工信部、国家发改委、商务部以及广西壮族自治区、杭州、苏州、南充等丝绸主产区的地方党政领导也都对发展丝绸产业给予高度关注,且有具体实施措施和扶持计划,为丝绸产业营造了一个很好的发展氛围,也提振了全行业的发展信心。

“虽然目前整体上我们尚处在‘跟着走’的位置,但我看到了中国丝绸再次腾飞的希望,丝绸企业家应紧紧抓住这一历史机遇,引领世界丝绸消费潮流递进。”

第二届“金富春杯”中华嫁衣 创意大赛颁奖落下帷幕

■ 本报记者 王莹

《中国企业报》记者从刚刚结束的第二届“金富春杯”中华嫁衣创意大赛颁奖晚会现场获悉,金奖作品出自武汉纺织大学服装学院参赛选手胡婷参选的《连枝裳》。中国丝绸协会会长杨永元为其颁发 5 万元奖金。

在谈及举办该项大赛的背景和意义时,中国丝绸协会副会长兼秘书长钱有清表示,“丝绸行业要创品牌,要发展必须提升软实力,而设计水平是软实力的重要体现。但设计水平的提升并非一日之功,需要长期的培养才能与国际尖端设计水平接轨,这就需要培养和壮大人才队伍,于是就有了这项大赛。”

“这个大赛今年是第二届,给我的感受是中国元素日益突出,丝绸在设计中用材日趋明显。看得出来,每位选手都非常用心,作品都是经过精雕细琢,充分体现了丝绸的独有特性和特点。”钱有清这样说。

此外,钱有清还透露,连续两年冠名该项大赛的金富春集团有限公司是国内丝绸行业最早生产丝绸面料的企业之一;也是最早进行丝绸面料规模化生产的企业,其主要产品有:真丝弹力面料、包覆丝、服装等。

“他们十年前就利用丝绸与氨纶的结合开发出了真丝弹力面料,克服了丝绸的易皱弱点,开创了整个丝绸面料的新天地,是目前国内生产弹力丝绸面料规模最大的企业。”钱有清这样说。

本刊主编:何芳