

指导单位:商务部国家茧丝办、中国丝绸协会 联办单位:达利(中国)有限公司、丝绸之路控股集团有限公司 支持单位:广东丝绸纺织集团有限公司、湖北怡莲阳光丝绸纺织有限公司、鑫缘茧丝绸集团股份有限公司、吴江鼎盛丝绸有限公司

凌兰芳八大建言获工信部领导认可

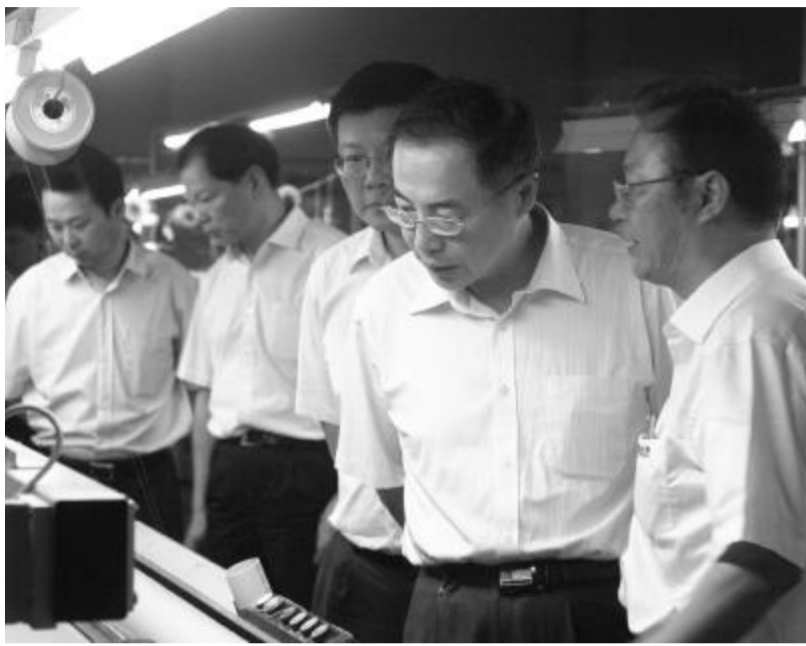
■ 本报记者 何芳

2012年中国纺织行业面临着复杂的国内外发展环境,国际市场低迷,国内市场不振,各种生产要素成本上涨。丝绸纺织这一具有中国传统特色的民族产业遭遇寒流,面对生存与发展,是退缩还是大胆革新?丝绸之路集团董事长凌兰芳提议要大胆革新,加快设备升级改造,并希望能获得国家相关部门重视和支持。

8月中旬,中共中央政治局常委、国务院总理温家宝一行在浙江杭州、嘉兴、湖州等地考察经济运行情况时听取了凌兰芳关于丝绸纺织行业发展现状的工作汇报后强调,要支持丝绸纺织行业转型升级创新发展。温家宝指出,丝绸纺织都是劳动密集型行业,吸纳劳动力最多,受国际经济走势的不确定性影响和国内经济形势的变化,目前存在一些困难,要引起相关部门重视并加以解决。

8月25日,国家工信部党组成员、总工程师朱宏任率国家工信部消费品工业司副司长王伟及中国丝绸协会会长杨永元、中国丝绸协会副会长兼秘书长钱有清等一行亲赴浙江省丝绸之路集团开展专题调研指导。

研讨会上,凌兰芳向朱宏任等领导汇报了丝绸纺织行业当前面临的困境和瓶颈,并指出丝绸行业属于我国纺织业中的弱势产业,主要表现在



国家工信部党组成员、总工程师朱宏任等领导在丝绸之路工业园调研

人才弱势、装备弱势、原料弱势、市场弱势。当前应尽快解决好装备革新和原料稳定两件大事。

在各行各业都加紧提升效益的背景下,唯独丝绸行业设备仍是简单机械,还停留在80年代日本的改进版。“如果这个瓶颈不突破,丝绸无出路。”凌兰芳这样说。

对此,他向与会领导提出八大建议。一、建议工信部牵头,组建丝绸行业工业化与信息化结合攻关小组,重点解决缫丝智能机,突破瓶颈,提高行业效率;二、建议工信部与农业部等部门会商,一产与二产联手,推进农业产业化,改革目前不合理的收烘体制,在蚕桑生产实行丝绸制造企业

与农业生产单位、生产区域的订单化合作,促进发展。三、建议工信部与金融部门会商,支持蚕桑丝绸产业技改发展的资金保障。四、建议工信部与商务部等部门会商,为丝绸民族品牌的内需外向给予全力支持。五、建议工信部与国家财税部门会商,取消缫丝高征抵扣的不合理税收。六、建议工信部与国家教育部门会商,在蚕桑丝绸发展较快或产业集中地开办或重新恢复蚕桑丝绸教育专业,培养人才,让民族丝绸产业后继有人。七、建议工信部专门召开一次振兴丝绸专题会议,提振企业家信心。八、建议工信部严格控制产能,制止重复建设,保持总量平衡。鼓励兼并重组,支持大型企业集团跨区域重组企业,在全国形成5—10家龙头企业创新竞争,并表示这比“撒胡椒面”的小政策支持更为有效。

八大建议受到了朱宏任等工信部领导的初步认同。“很高兴,国家相关部门对丝绸产业的重视。”凌兰芳表示其倡议政府给予扶持帮助攻克丝绸行业缫丝智能机,主要是要解决员工劳动强度大(五项手工操作加站立)、员工劳动环境差(高温高湿)、员工劳动收入低(不足月薪2500元)三大现状。“因为现实情况下没有4000元月薪,员工留不住;发了4000元月薪,企业保不住,所以必须加快设备升级改造”。

今年国家已下拨1.2亿元用于扶持茧丝绸产业发展。对此,商务部市场运行司副司长、国家茧丝办副巡视员李朝胜强调:

专项资金使用不能顾“面子”失“里子”



为确保专项资金更能集中有效地发挥作用,商务部市场运行司副司长、国家茧丝办副巡视员李朝胜透露,今年茧丝绸专项资金总的扶持方向和去年大体相同,他建议各省商务主管部门要严防出现“顾面子”而“失里子”的顾此失彼错误,反对资金投入“撒胡椒面”方式,要坚持与发展规划相结合,抓住重点,做出实效。

■ 本报记者 何芳

本报记者于近期召开的全国茧丝绸综合利用交流会上获悉,今年国家已拨付1.2亿元用于扶持茧丝绸产业发展。了解到诸多丝绸企业、相关科研单位对国家专项扶持资金、扶持方向、扶持内容和标准以及申报应具备的条件等事项的关注,日前本报记者专访了商务部市场运行司副司长、国家茧丝办副巡视员李朝胜。

据李朝胜介绍,为保证专项资金使用范围更符合各省市发展规划要求以及提高资金引导作用,自2009年开始茧丝绸发展专项资金具体投放权力已由国家茧丝办转交到各省商务主管部门,由各省商务主管部门根据当地发展规划安排使用,国家茧丝办负责定期巡视和抽查。

为确保专项资金更能集中有效地发挥作用,李朝胜建议各省商务主管部门要严防出现“顾面子”而“失里子”的顾此失彼错误,反对资金投入“撒胡椒面”方式,要坚持与发展规划相结合,抓住重点,做出实效。

《中国企业家报》:今年1.2亿元茧丝绸专项资金支持哪些方面?

李朝胜:专项扶持资金分外贸发展专项资金和外贸发展专项资金两大块。总体原则是扶优扶强,集中使用。由于去年所投项目不能立竿见影马上收效,需要政府持续关注,因此,今年支持的方向与去年总体一致,主要有六大方向。分别是茧丝绸基础性软课题研究、蚕桑主要病虫害防治、蚕桑资源综合利用开发、丝绸清洁生产和节能减排、丝绸印染后整理加工升级和创新丝绸营销模式。

《中国企业家报》:茧丝绸企业申报该笔专项资金需要达到哪些条件?

李朝胜:茧丝绸企业应连续稳定经营3年以上(含3年),银行贷款信用等级在AA级以上;东部企业2010年茧丝绸业务销售额在8000万元以上,中西部企业2010年茧丝绸业务销售额在4000万元以上;未拖欠应缴还的财政性资金,且过去5年内无违反法律法规、政策规定等不良记录。

《中国企业家报》:茧丝绸相关科研应符合哪些要求?

李朝胜:茧丝绸科技研发机构应属于茧丝绸国家工程实验室、国家工程中心,或国家有关部门批准的省级以上技术及服务机构且在茧丝绸行业信誉良好,具有较强认可度。此外,未拖欠应缴还的财政性资金,且过去5年内无违反法律法规、政策规定等不良记录。

《中国企业家报》:茧丝绸社会团体应符合哪些要求?

李朝胜:茧丝绸社会团体需要在中华人民共和国境内依法注册的法人单位,具有组织茧丝绸行业企业参加或举行大型展会资质;且在茧丝绸行业信誉良好,具有较强认可度。此外,未拖欠应缴还的财政性资金,且过去5年内无违反法律法规、政策规定等不良记录。

《中国企业家报》:支持的内容、方式和标准分别是什么?

李朝胜:支持内容为2012年1月1日至2012年12月31日,为实施符合支持方向的研发、推广和产业化项目,开展研究、服务及购置技术、设备、软件、资料和信息等。

支持方式是通过财政部会同商务部将专项资金切块分配到各省(自治区、直辖市,下同),并拨付至省级财政部门。各省财政、商务(茧丝绸,下同)主管部门结合本地区实际情况,研究确定具体支持项目和支持金额。

支持标准开展调查比较、规范分析、系统研究等活动的软课题项目,项目资助金额最高不超过20万元;开展实验研究、新品研制、技术发明、设备创新研发等活动的研发性项目,开展宣传、营销、培训等活动的推广性项目,可按照不超过支持内容所需资金的70%支持,项目资助金额最高不超过100万元;开展设备升级、技术改造且项目支出不低于1000万元的产业化项目,可按照不超过项目支持内容所需资金的20%支持,项目资助金额最高不超过300万元。

《中国企业家报》:项目申报条件有哪些?

李朝胜:首先,项目必须符合结构优化和产业提升要求,具有前瞻性、科学性、创新性,对茧丝绸行业发展具有示范引导意义;其次,项目申请单位具备开展项目所需的资金、场所、设备和人员,且在相关领域有较强的研究、实验或技术生产或组织基础;最后,项目还应具有一定成熟度,可在或已在行业中推广,由多家单位联合开展的优先考虑。

《中国企业家报》:项目完成的标准是什么?

李朝胜:软课题研究项目完成后,需通过相关专家的书面认证;研发性、推广性项目完成后,需取得相关专家关于项目完成预期目标的书面认证;产业化项目完成后,需取得相关行政主管部门出具的专业认证,或相关专家关于主要指标达到项目可行性报告要求的书面认证。

蚕丝蛋白:食品保健品的营养添加剂

■ 本报记者 何芳 王莹

“国内对蚕丝蛋白功效的研究已有几十年了,蚕丝蛋白比市面上的安利纽崔莱的蛋白粉要好很多,市场潜在价值巨大。”浙江湖州新天丝生物技术有限公司总经理徐国文在接受《中国企业家报》记者采访时这样说。

安全有效的营养添加剂

日本东京农工大学平林浩教授在长期研究中证实蚕丝蛋白对人体的长期研究证实蚕丝蛋白对人体的营养保健功能。此外,台湾中央研究院农业生物研究所陈惠民博士的研究报告中也验证了蚕丝蛋白所含的多种氨基酸,对人体有效。

据陕西省丝绸进出口公司黄先智介绍,作为食品和保健品添加物的蚕丝蛋白,其成品主要有两种,一是丝素粉,二是丝素经水解后得到的丝肽。

陕西省农校等单位曾对含有蚕丝蛋白的食品进行过毒理学试验,试验结果为按食品安全性毒理学评价程序的急性毒性分级标准,蚕丝蛋白属无毒级。这证明蚕丝蛋白在食品、保健品领域的应用是安全无毒的。

业内相关专家介绍,蚕丝蛋白作为一种天然蛋白质,如能制成便于食

用的具有营养、保健和医药功能的食品等加以利用,无疑是补充人体营养、增强体质的一种理想食品。

据了解,在蚕丝蛋白中占丝素氨基酸总量45%的甘氨酸和占12%的丝氨酸有降低血液中胆固醇浓度的作用,如果经常食用丝素食品,可预防高血压和脑血栓的发生。此外,占30%的丙氨酸能够促进酒精代谢,对酒精中毒有解毒效果,具有解酒醒酒功能,从而有保肝、护肝的作用;占6%的酪氨酸有防治老年性痴呆症的功能等。同时,蚕丝蛋白还可以促进胰岛素的分泌,降低血糖值,从而对糖尿病有防治作用。

蚕丝蛋白的营养性能毋庸置疑,但能否被人体有效吸收是制约其能否被作为添加剂应用于保健食品领域的关键性问题。

“蚕丝保健食品的制成,必须将蚕丝蛋白经过多次的提炼提纯以降低其分子量,达到比保养品更低的范围内,才能被人体所吸收。”徐国文表示,丝素分子量越低,越容易被消化。

市场开发应用潜力巨大

蚕丝蛋白在食品和保健品应用方面具有优良特性,其可食用性、保

健性在国外市场得到了充分验证。

相关资料显示,日本早在上个世纪80年代初就已制成了具有柠檬味、咖啡味的丝素果冻,从而迈出蚕丝食品开发的第一步。如今,日本已设立了专产食用丝素粉和丝素食品的工厂,生产有丝素酱油、丝素饮料、丝素饼干、糖果等。

据徐国文介绍,其公司生产的蚕丝系列产品有蚕丝混合氨基酸(丝精)、肽粉、丝胶粉、丝粉(丝素粉)等,产品90%以上出口,主要销往日本、韩国、美国、欧盟等国家和我国香港、台湾地区。“这些国家或地区用蚕丝蛋白制成面条、糖果、牛奶或固体饮料等在其市场上具有稳定的销量,市场认可度较高”。

另外,在开发丝蛋白荞麦面的试验中,黄先智指出添加蚕丝蛋白的荞麦面成型性好,荞麦面成率比普通荞麦面的不足80%上升到90%,色泽鲜亮,口感清爽,品质大为提高,市场认可度高。

业界呼吁将其纳入食品领域

国际上,蚕丝蛋白早已作为一种营养添加剂被广泛应用于食品、保健品中。然而,由于国人认识不够,国内企业和机构在蚕丝蛋白方面的开发

应用并不乐观,呈现生产规模小、结构分散、市场占有率低的特点,淹没了巨大的市场商机。

“国内还没有一家食品、保健品企业用蚕丝蛋白作为原料。”徐国文不无惋惜地说。

为何蚕丝蛋白这一高营养保健原料没能在国内市场得到推广应用?究其原因在于国家相关食品监管机构相对过于保守,对这一新物质缺乏足够认识。

“国家现在不允许把蚕丝蛋白列为添加原料,这需要长期复杂的过程。”徐国文表示,对于企业而言,如果就其申请“新资源食品”,需要企业投入巨大资金投入临床试验,因为试验也确保不了万无一失的风险,所以很少有企业愿意投资重资去尝试,没有人敢当第一个吃螃蟹的人。

如何打开国内食品市场之门,让蚕丝蛋白在激烈的食品和保健品市场竞争中立足,变产品优势为市场优势?

徐国文认为有两条途径。“一是通过行业协会呼吁,希望国家尽快把蚕丝蛋白纳入国家食品保健品添加原料之列;如果这个方式耗时费力的话,那么可以组织龙头企业申报‘新资源食品’,共同开发,共同利用。”

都大力倾注心血策划参展,目的就是向观众展示企业最好的形象、最好的产品,从展会中提升品牌形象。

江苏紫罗兰家纺的董事长陈永兵认为展会是提高国际客户对其品牌认知度的最佳平台。“通过展会,我们的产品不仅在中国国内大受欢迎,而且远销意大利、美国、法国、加拿大、德国、土耳其、中东等地区。”他这样说。浙江汉帛家居有限公司销售总监何文成表示,去年仅在展会第二天就已达到预期目标,他希望今年仍能取得同样效果。

看趋势: 创新设计汲取灵感

2012中国国际家纺设计大赛以“时尚”为主题,全程赛制历时1个月。至今,该项大赛已经走过10年的历程。在这里,可以看到中国家纺设计的原创性以及中国家纺设计艺术的未来。在今年的比赛中,评委提出家纺设计师要拥有更广阔的视角,要跳出家纺而设计家纺,言外之意就是要打开眼界,在更多相关领域学习设计知识,激发设计灵感。

今年的中国国际家纺展正契合这样的呼吁,组织国际家居趋势讲解和室内设计论坛活动,让家纺设计师从“大家居”的角度更为深入地思考如何提高家纺设计水平。

杨兆华表示,要从战略的高度认识设计的重要性,设计是中国家纺“微笑曲线”的重要一端,没有设计就没有丰富的家纺品类,更谈不上琳琅满目的时尚床品。设计大赛的本意就是从流行、时尚的角度推动家纺经济,从倡导生活方式的角度提升幸福指数。

第18届中国国际家用纺织品及辅料(秋冬)博览会启幕

中国国际家纺展规模创新高

■ 本报记者 王莹

日前,以“信心比黄金更重要”为主题的第18届中国国际家用纺织品及辅料(秋冬)博览会(以下简称“中国国际家纺展”)在上海浦东新国际博览中心盛大开幕。

正是源自信心,出自信心,本届家纺展逆势增长,共有来自全球29个国家和地区的1326家企业(国内996家、海外330家)参展,占据了浦东新国际博览中心W1—W5, E1—E7共12个展馆,展出面积达到138000平方米,无论是参展面积、参展商数还是国际地区来源均比上届同比增长9%左右,基于企业对市场的信心以及对展会的厚爱,展会规模创出历史新高。

看新品: 实力展商有备而来

与以往不同的是,今年很多企业除了希望展示自己的产品外,更迫切地想了解行业的整体信息以及同行的发展状况。由于今年整个纺织行业形势并不乐观,众多家纺企业手足无措,都希望能从本届展会中找到答案。“展会不仅是一个贸易平台,更是一个交流平台;展会需要对企业起到引导和帮助整合资源的作用。今年举办展会的目的就是帮助企业恢复信心,找到市场需求。”中国家用纺织品行业协会会长杨兆华这样表示。

相关负责人介绍,今年国际展区面积扩大,覆盖两个展馆——W1和W2馆。在W1馆会聚了八大展团,其中比利时国家展团今年是首次亮相,其他国家、地区的展团还包

括土耳其、希腊、韩国、意大利、巴基斯坦、欧盟以及中国台湾等。他们将带来代表着各个国家和地区最高设计水平和工艺水平的家纺产品。W2馆为国际床品展区与国际知名布艺展区,宽庭等国际品牌将在此华丽亮相。

W3馆为国内知名床品展区。

W4馆集中展示了如高阳毛巾、浦江绗缝、桐乡蚕丝被等专业性强的,并形成产业集群的家纺产品。

W5馆被设置为遮阳窗饰配件、墙纸壁布、家居饰品、静电植绒展区。

E1—E7馆都为装饰布展区,海宁、余杭、桐乡、绍兴等布艺产业集群将以整体形象进行展示。

看科技: 产业升级从这里开始

从一开始倡导的“大家纺”,到“生活家居馆”,再到“跨界合作”,每一个理念都引领着行业的前行,帮助企业降低经营风险。创新一直是中国国际家纺展的核心理念,而科技又是家纺产业升级的核心动力。

今年,众多国内外知名创新床品企业以及功能性家纺品牌积极参与本届博览会,营造了科技家纺、品质生活的氛围。如愉悦家纺将推出芳香整理系列产品,同时带给消费者触觉与嗅觉的双重感受;水星家纺也将推出最新研发的时尚床品;世安达借助科技力量更新了产品,致力为消费者提供更安心的睡眠。科技家纺已成为越来越多的品牌追逐的目标,同时科技力量将为家纺行业摆脱低门槛的形象,赋予家纺产品更高的附加值。

看活动: 营销渠道有效拓展

今年的纺织行情有目共睹,为了帮助企业恢复经营,扭转现有局面,中国国际家纺展主办方在展会期间特别安排了众多商贸、宣传以及国际交流活动,希望企业能够从中有所收获、有所启发,再次树立起信心。开展当日,两个重点商贸活动将举办,一是海外特邀买家商务配对,二是中国百货商业协会对接会。这两个活动一直深受参展企业的欢迎,尤其是很多新生企业,一直苦于无力拓展渠道。做外贸的企业最希望结交重量级海外买家,在中国国际家纺展上不出国门就能实现,省却了很多力气和时间;而做内销的企业最渴望接触的就是百货商业相关负责人,因为百货一直是中国市场上最为主流的销售渠道,参展企业一致表示,只要带着好产品来到展会,就不需要再去费力拓展渠道,因为中国最著名的渠道商都会聚于此。

看品牌: 形象文化扬名内外

如今中国国内的生产商也提高了产品品质,希望能与国际进口产品相媲美,并在展会中树立积极良好的品牌形象,向前来观展的买家、经销商、代理商传播自己的品牌文化和品牌实力。

内蒙古阿拉善善联纺织与荷兰丰拓作为展会的新成员,都专注于高端产品领域,前者生产极为珍贵的驼羔绒被芯,后者制造专业超静音窗轨,为窗帘企业做配套服务。他们非常重视在中国国际家纺展展示的机会,每次