

中国工艺：根植文化沃土 挺起工美脊梁

——访中国工艺集团董事长周郑生

■ 本报记者 张博 鲁扬

当《中国企业报》记者采访公司董事长周郑生时，正好是中国工艺（集团）公司（以下简称中国工艺）重组第7个年头的第一天。经历了由原中国工艺品进出口总公司和原中国工艺美术（集团）公司两家央企联合重组，确立了“从工艺美术贸易型企业向工艺美术文化产业经营型企业转型”的战略目标。经过几年的风风雨雨，周郑生带领中国工艺推动了由传统的贸易型向工艺美术上下游中高端产业链发展的企业转型升级，结出了硕果累累。在国务院国资委的考核中，中国工艺由C级快速跃升至B级。作为世界手工艺理事会中国代表，为表彰中国为世界手工艺行业做出的突出贡献以及在理事会成为成员国中的影响力，2013年中国工艺当选世界手工艺理事会主席国代表。

根植五千年中华文明，把中国工艺打造成为世界瞩目的“产业国家队”

古老的中华文化文明，丰厚的珍贵矿产资源，千年传承的工艺制作……让中国工艺深根沃土，受益匪浅。中国工艺美术源远流长，凝聚着中华民族的智慧、气质和素养，是世界文化宝库中的一枚瑰宝。作为国务院国资委直管的唯一一家立足工艺美术文化产业发展的中央企业，被誉为“产业国家队”的中国工艺，在中国工艺美术产业繁荣发展的今天，发挥着重要的引领作用。周郑生回忆道，2009年国务院国资委任命他担任中国工艺董事长兼总经理，当时的中国工艺正经历着重组后的阵痛，头绪多，历史遗留问题复杂，不是一朝一夕可以解决的，他深感压力重重。



在南安中工艺石材物流园奠基仪式上中国工艺集团董事长周郑生（左）为工程奠基。

“

2012年中国企业500强第245位；2012年中国服务业企业500强第78位；商务部2012年中国对外贸易企业500强第69位；2012年度全国工艺美术行业10强企业中排名第一；2012年度中国轻工业百强企业排名第14位。

“既来之，则安之”、“没有过不去的火焰山”。周郑生与集团领导班子在充分考察、调研、论证的基础上，制定实施了以转型与创新为核心的3年发展战略，按照从工艺美术贸易型企业向工艺美术文化产业经营型企业转型的战略目标，加速向产业上下游价值链中高端布局。中国工艺五大战略布局的实施，最终使企业完成了质的飞越。周郑生介绍说，集团开发了工艺美术稀缺资源以及替代性新型原材料；发起建立工艺艺术品交易所；强化研发设计；实施品牌营销，包括4个“中国”字头的品牌；大力发展了现代商贸物流。

周郑生欣喜地对记者说，2012年中国工艺实现主营业务收入415.39亿元、利润总额6.5亿元，资产总额115.63亿元……与2009年相比主营业务收入翻一番，国有资本及权益增长了247.5%；3年上缴国有资本收益6871万元，上缴税费13.36亿元。中国工艺位列2012年中国企业500强第245位；2012年中国服务业企业500强第78位；商务部2012年中国

对外贸易企业500强第69位；2012年度全国工艺美术行业10强企业中排名第一；2012年度中国轻工业百强企业排名第14位。

一系列亮丽的数据背后，是中国工艺全面实施转型升级战略，构建工艺美术产业经营体系，实现3年新跨越的努力和修练。

工艺美术行业作为代表性的文化产业，她是中华民族文化的重要组成部分，是民族历史的艺术凝聚和形象再现

周郑生对记者介绍说，本着稳中求进、好中求快、居安思危、科学发展的原则，中国工艺以原材料开发、新产品研发与设计 and 品牌营销为核心，全力构建产业上下游中高端价值链。

中国工艺以新寨锡矿、马关银铅锌矿、普洱多金属探矿3个贵金属矿项目为基础，以贵州紫袍玉、浙江叶蜡石、新疆碧玉3个非金属宝玉石矿为支撑，同时以资源带动地方产

业集群发展，配套建设宝玉石工艺美术产业园，与现有高端产品研发生产、文化服务、大宗商品贸易结合，实现具有产业集群特色的资源、产品、贸易、服务一体化经营，实现以资源为基础的产业提升。特别值得一提的是，中国工艺下属的二级企业——中国抽纱广东进出口公司积极开拓业务转型，在已经完工的广东抽纱工业物流园项目中，通过转让，在短时间内迅速获得了近1亿元的项目效益，为广东抽纱业务转型奠定了基础，创造了一个新的盈利模式。

周郑生还告诉记者，中国工艺建立了产品研发设计中心和以超过400名中国工艺美术大师、省级工艺美术大师为核心的研发、创意团队，拥有象牙加工制作基地、玉石雕刻中国工艺美术大师工作室等高端工艺品的加工生产能力，进一步提升了工艺美术原材料的文化价值和经济价值。

中国工艺实施“中国工美·珍宝馆”、“中国珠宝”首饰、“中国工艺”黄金饰品、“中艺”高端礼品等品牌连锁经营战略。通过布局中高端工艺美术产品、珠宝首饰产品品牌连锁经营渠道，形成收藏艺术品、高端商务礼品及家居用品和珠宝首饰饰品等多样化产品组合，形成品牌、设计、营销渠道较为完整的营销体系，实现以品牌为核心的产业提升。

政府把文化发展作为提升国家软实力的重要国家战略，工艺美术作为文化创意产业，已经成为国家文化产业的重要组成部分

周郑生介绍说，当前，发展迅猛的工艺美术产业已被国家统计局新修订的《文化及相关产业分类（2012年）》提升到第七大类。党的十六大以来，党中央、国务院高度

重视文化建设，把文化发展作为提升国家软实力的重要国家战略。尤其是十七届六中全会和2011年政府工作报告均明确提出：推动文化产业成为国民经济支柱性产业，推动社会主义文化大发展大繁荣。2012年工艺美术产业成为《文化部“十二五”时期文化产业倍增计划》中确定的重点子产业门类之一。

周郑生告诉记者，按照国务院国资委提出的“要充分利用国际、国内两个市场、两种资源，发挥集团整体优势，提升我国工艺美术行业国际竞争力”的重组要求，通过调整业务结构，整合业务资源，优化资源配置，完善产业链条，3年多来，中国工艺在发展战略上将转型升级与创新经营相结合，在转变发展方式上将传统贸易与实业开发相结合，在商业模式创新上将产品经营与综合服务相结合，形成了工艺美术原材料、产品、文化服务互为支撑的业务体系，工艺美术主业协同互补效应明显。其中，工艺美术珍贵原材料实业开发所占比例增大，潜力开始显现，该项业务已经巩固发展成为中国工艺重要的业务支柱；工艺美术文化产品经营业务大幅增长，连锁营销体系已经初步形成，业务规模进一步扩大，利润所占比例有较大幅度提高；工艺美术文化服务业务发展潜力初现，品牌价值大幅提升，后续发展潜力巨大。中国工艺通过转型升级战略的实施，已经从过去以原材料、传统工艺品贸易为主的贸易规模型企业，发展成为掌控资源、夯实实业、研发设计、经营品牌、渠道营销等价值创造型企业，盈利能力明显提升。

周郑生动情地说，在历史机遇面前，身为央企的中国工艺不能迟疑、等待和满足现状，要百尺竿头更进一步，奋力挺起中国工美文化产业之脊梁。

2013央视《我要上春晚》联手阳光保险 走基层全国选拔活动正式启动

2013年5月-10月，全国10个赛区，陆续启动。
全国统一报名电话：95510
我们期待怀揣梦想、有才艺的你，从这里走上春晚舞台！
央视导演亲临现场选拔。敬请关注。

扫描二维码参与有奖互动

扫描二维码关注我要上春晚官方微信

扫描二维码登录阳光官网

我要上春晚

CCTV 阳光保险

本活动由阳光保险集团独家冠名承办。
新浪微博：@CCTV我要上春晚 @阳光保险我要上春晚
播出时间：CCTV-3每周日晚19:30 官方网站：cctv.cntv.cn/woyaoshangchunwan/
全国统一客服专线：95510 阳光电话车险：4000-000-000 阳光电话寿险：400-88-95510