

北京工美集团:专业化和差异化战略并重

打造研发和经营竞争力,推动自主品牌公司上市,实现产融互动

■ 蓝箭 本报记者 朱晨辉

本着“工业本业、精益求精”的追求,北京工美集团如今已发展成为集工艺美术设计开发、国礼造办、商业经营、国际贸易、检测鉴定、职业教育、文化交流、基金投资、会展博览等于一体的多元化综合性企业集团,是北京乃至全国工艺美术行业的龙头企业。

“十二五”末,集团在顺利实现“百亿集团”奋斗目标的同时,还取得了弘扬中华优秀传统文化的新成果。记者日前在王府井商业步行街南口的工美大厦9层,专访了北京工美集团有限责任公司常务副总经理、高级经济师王健。



2017年春节,北京工美集团有限责任公司常务副总经理、高级经济师王健在地坛庙会现场慰问职工。

传承工美文化

每个时代遗存下来的最鲜活、最直观文化物品都是手工艺品。我国领导人向国宾回礼或出访时向所在国领导人赠礼,通常选用有中国传统文化特色的工艺美术品,如景泰蓝、瓷器、刺绣、纺织品等,手工艺品最能体现人与自然的对话,是传统文化的结晶。

北京工美集团的前身是特种工艺品公司、抽纱公司、地毯公司、首饰公司,公司成立时招聘的一些民间艺人都曾是皇宫造办处遗留下来的匠人师徒,这些艺人都拥有精湛的宫廷技艺。

王健在接受《中国企业报》记者的专访时介绍:北京工美集团有限责任公司1980年成立,规模最大的时候曾有三万多职员,曾是北京市出口创汇的大户。1999年,随着集团一些工业企业被下放到区县,只留下一些进出口公司、学校、合资企业等,为

此,集团领导也曾彷徨困惑了两年。工业企业没有了,工美还有什么?还能做什么?经过一段时间的思考和探索,集团领导班子认为工艺美术文化是支撑工美集团走下去的力量和源泉,工艺美术不仅是工美集团的,还是北京市和全中国的。

2000年,北京市经济和信息化委员会领导下的北京工艺美术行业协会成立。北京工美集团在扶持行业协会发展的同时,借助行业协会的各家制造企业,并依托自身的品牌优势、设计优势华丽转身。

工艺美术可以对其他经典的艺术作品进行二度创作,使这些经典作品能在新的历史时期以新的面貌得以再现。在北京2008年奥运会期间,工美集团紧抓奥运机遇,以设计研发优势脱颖而出,不仅获得了北京2008年奥运会特许生产商、零售商“双特许”资质,而且成功设计制作

了北京奥运会会徽载体印章“中国印——北京奥运徽宝”,还参与了北京2008年奥运会“金镶玉”奖牌的方案设计、打样、试制工作。

“哑铃型”发展模式

借助北京奥运会和上海世博会的舞台,北京工美集团逐步形成以设计研发与经营销售为核心竞争力的“哑铃型”发展模式。

继奥运会和世博会之后,北京工美集团又在2014年APEC会议国礼项目中再次展现强大的设计研发优势。最终入选的《四海升平》景泰蓝赏瓶、《繁花》手包套装、《和美》纯银丝巾果盘三件国礼均出自北京工美集团。

2015年,北京工美集团为中国政府制作的景泰蓝“和平尊”被作为国礼赠送给联合国,该“和平尊”被陈列在联合国总部,这充分展现了集团公司在工艺

美术行业的领航实力。

在工艺美术产业发展方面,王健有自己的看法,他说:“集团要取得更长远的发展,应致力于优化产品研发设计模式,充分挖掘利用中华民族特有的文化特点,在产品的设计、营销推广等关键环节进行创新,不断满足日益增长的少数民族的需要。面向市场积极打造传世珍品工程,整合以国家级工艺美术大师为代表的优秀工艺美术大师资源,设计创作一批代表当代中国工艺美术最高成就、表现当代中国工艺美术独特风格和高超技艺的传世珍品。积极寻求与体育、航天、旅游、传媒等产业的嫁接融合,拓展工艺美术产业发展空间。”

实现良好产融互动

北京工美集团“十三五”产业规划将根据集团产业特性和

未来发展需要,对集团产业进行管理和引导,并进一步梳理产业结构,调整产业方向,将原工业板块调整为文创板块。据了解,该板块主要承担集团自主品牌产品的研发、设计、生产和销售管理,是集团的核心业务板块之一,是集团“十三五”重点发展的业务单元。

王健表示,“十三五”期间将着力落实专业化战略和差异化战略,以“共享经济的观念”和“开拓创新的观念”为指导,对集团内外部研发、生产和销售资源进行整合与重组,通过优化产品结构,提高产品创新能力、研发设计能力、加工资源整合能力和营销能力,打造差异化竞争优势,扩大经营规模等方式,提高自主品牌产品销售收入和利润。在此基础上,还将落实产融互动战略,进一步整合内部产业资源,调整内部产业格局,打造一个强有力的自主品牌产品经营公司,积极推动在证券交易市场上市,实现良好的产融互动,快速提升经营实力,做大做强自主品牌。

就“十三五”发展战略,王健强调,为在产品研发设计工作中做到“传统继承与开拓创新并举”,赋予产品深厚的文化内涵并提高产品文化价值,集团不久前还特意成立了北京工美艺术研究院。另外,为积极推动自主品牌产品经营公司在国内证券市场上市,增强资金实力,集团将以“工美”品牌为依托,采用并购、合资、品牌授权等方式,整合京津冀地区的研发、生产、营销网络、商业渠道等生产性资源及商业性资源,提升集团品牌影响力。并将在“一带一路”倡议下,开展跨境电商业务,加大自主品牌产品出口。

深度

工艺美术亟待做好传承保护与发展

■ 朱晨辉

工艺美术作品是文化与科技融合的创新成果。从古至今,工艺美术作品始终与时俱进,反映时代的高科技发展水平及文化消费需求。工艺美术既有传承传统的一面,更有发展成长的一面。不久前,工业和信息化部、财政部联合发布了《关于推进工业文化发展的指导意见》(下称《意见》),《意见》强调了传承创新原则,要求充分吸收中华优秀传统文化元素,广泛借鉴世界工业文化精髓,在保护中发展、在传承中创新,推动新时期我国工业文化的全面发展。该《意见》还提出了要支持工业文化新业态发展,利用数字技术、网络技术、虚拟现实技术等现代技术手段,推动工业文化创新发展,催

生一批新技术、新工艺、新产品、新业态。

但是工艺美术在今天却面临生存与发展的两难境地,一方面是传承与保护,另一方面是继承与发展。这些年来在工艺美术的发展上,各方面总想合二为一,两者兼得。上世纪80年代,中国工艺美术传统作品景泰蓝销遍全球,但随之而来的是景泰蓝变成了“景太滥”,遍地开花、库存上升、产品积压、市场萎缩,数十年在低谷徘徊与挣扎,无法从泥潭中脱身。其根本问题就是没有解决好传承与保护、继承与发展的矛盾。从上层决策来讲,管理部门未能将这一矛盾区分开来解决。现实情况是相关部门之间存在交叉管理,这种多头交叉管理造成的是相互纠结。这些问题都需要从根本上重

新认识和分工布局,核心是解决好传承与保护和继承与发展的矛盾问题。对此,北京市人大常委会、民盟北京市委专职副主委、中国工业设计协会副秘书长宋慰祖告诉笔者五点破解之道:一是工艺美术的发展要两条腿走路,一条是传承保护,坚守传统;另一条是继承发展,跨界设计。两者一定要从经营上截然分开,从管理上合二为一。二是政府要认真落实《中华人民共和国非物质文化遗产法》并营造传承环境,让传承人从制作者向传承者转换,注重技艺的总结归纳和理论研究,并做好著书立说的工作。运用现代科技、信息化手段,应用录影、录音、录像等技术,记录留存传承人的技艺和经验,实现工艺美术技艺的永久存留,防止“人亡艺绝”。三是建立

大师经纪人制度,与艺术品拍卖、专业化销售相结合,规范工艺美术品的营销市场;市场体系实行授权专卖制度,维护非遗作品的价值和传承人的合法权益与利益。四是建立和完善人才认定制度,以德艺双馨、传统继承、制作精湛、技艺正宗、原汁原味等标准来评判认定。转变传统的师傅带徒弟,靠家族式、封闭式的技术继承方式,形成传承人、高校协作的人才培养制度。

最后一点,宋慰祖认为需要通过运用工艺美术的传统技艺、材料和科学原理,依托科学技术的进步,弘扬民族文化、紧抓社会需求,跨界集成创新,设计可用、易用、能用之新产品,以满足新时代人们对工艺美术品消费的需求。构建扩品种、提品质、创品牌的工艺美术制造业的产

业链。

由此可见,大力发展工艺美术等工业文化,同时重视文化创意元素在工艺美术作品中的内涵和外延的拓展,无疑是提升中国工业综合竞争力的重要手段,也是塑造中国工业新形象的战略选择,更是推动“中国制造”向“中国创造”转变的有力支撑。在这方面,北京工美集团可谓优势尽显,条件和资源得天独厚。其是工美领域里唯一的一家大型国企,很多弥足珍贵的国礼也都是从工美“造办处”源源不断走向了世界,既很好地宣传了中国传统文化,也展示了工美强劲的科技研发能力。工美还为此斥资成立了自己的研究院,把宫廷和民间的优秀技法通过现代手段和工美大师的辛勤劳动弘扬和发展下去。