

# 六安谱写当代“咏鹅曲” 鹅产业成功出圈



■ 张俊 张强 储玮玮

中国十大名茶之一“六安瓜片”，产自安徽省六安市大别山一带，是家喻户晓的中华传统历史名茶，圈粉无数。而近年来，地处安徽省西部，大别山北麓的六安市因宝藏“鹅”成功“出圈”。这里的劳动人民通过发展鹅产业，走上了勤劳致富的道路，谱写出一首当代的“咏鹅曲”。

法式鹅肝、鹅绒加工、鹅肉制品……六安不仅是中国最大的鹅肝产地，还是中国四大羽绒集散地之一。当地经过长期人工选育和自然驯化的皖西白鹅，具有生长速度快、肉质细嫩鲜美的特点，其羽绒更是朵大绒长、蓬松度好。六安也因此有“白鹅之乡”“羽绒之都”美誉。

## “国家级”保护品种皖西白鹅

说起养鹅，皖西白鹅的品种远近闻名，早在明代嘉靖年间即有文字记载，距今已有四百余年历史。

好山好水出好鹅，皖西白鹅品种的形成与

当地自然环境和社会条件息息相关。

在六安市金安区木厂镇的安徽省飞翔皖西白鹅遗传资源保护中心，从事皖西白鹅保种育种工作30多年的袁绍友介绍，皖西白鹅早期生长速度快，肉质细嫩鲜美，特别是羽绒产量高且品质优。因此，皖西白鹅也是安徽唯一被列入《国家级畜禽遗传资源保护名录》的家禽（水禽）地方保护品种。

如今，袁绍友的工作就是优选皖西白鹅品种，避免皖西白鹅品种基因缺失。经过多年努力，如今养殖的皖西白鹅年产蛋达到30枚，繁育能力极大增强。

六安市是皖西白鹅的原产地和主产区，该市共有省级皖西白鹅保种场4家、其中国家级保种场1家，种鹅生产经营企业9家。

## 法式鹅肝走向国际餐桌

鹅肝与鱼子酱、松露被称为西餐界的“三大美食”。然而绝大多数人不知道的是，中国最大的鹅肝产地就在安徽省六安市霍邱县。

今年春节期间，霍邱县的鹅肝产品销售

火爆，销量同比增长了30%以上。鹅肝产品不仅销往北京、上海、广州、长三角、珠三角地区，霍邱鹅肝还走出国门，销往日本、韩国以及东南亚等国际市场，高峰时年出口超过500吨。

制作“法式鹅肝”的朗德鹅原产于法国西南部朗德省，其鹅肝质地鲜嫩、脂香醇厚、营养丰富，是世界上著名的鹅肝专用品种。

2003年，以胡建远为代表的当地养殖户敏锐地察觉到鹅肝产业的巨大潜力，加之六安地理环境与气候适宜，便率先从法国引进朗德鹅品种，探索养殖和加工技术。

霍邱县是农业大县，得益于其良好的自然生态环境，朗德鹅在当地得到了快速发展。如今，胡建远还有一个身份，那就是中国畜牧业协会水禽分会会长。他表示，当地企业通过农业合作社，在村里建立朗德鹅养殖基地，每年能为村集体增加经济收入，同时带动了当地村民就业。

截至目前，霍邱县拥有140多家鹅肥肝生产企业，全县年屠宰朗德鹅500万只以上，生产鹅肥肝5000吨以上，鹅肉等副产品22500吨以上，年产值达20亿元人民币。

## 一鹅多吃 延伸美味产业链

皖西白鹅全身都是宝，要想实现其价值最大化，就得一鹅多吃，延伸美味产业链。

在六安市胜缘食品有限公司的生产车间，自动化的流水线上，一袋袋鹅肉、鹅掌、鹅头等特色食品正在打包对外发货。

2008年，该公司负责人夏俭胜回乡创业，从皖西白鹅标准化养殖，到鹅类食品、预制菜的研发、生产、销售，延伸出一条主打鹅食品加工的产业链。

夏俭胜介绍，大概在2017年，皖西白鹅的鹅肉制品开发较少、产品单一，为把皖西白鹅产品推到全国市场，该公司创新研发，推出了酱卤皖西白鹅等系列产品。

目前，该公司除了食品加工，还计划开设连锁卤鹅坊，到2027年将卤鹅坊连锁店开到100家以上。预计到2025年，皖西白鹅年食用量可达100万只，实现年销售额1亿元以上。

除了鹅肉，鹅毛、鹅绒带来的经济效益也

不容小觑。

分级、裁剪、插球、扎线、刷胶……多道工序环环相扣，一簇簇鹅毛被加工成一个个羽毛球。“六安产”羽毛球已占全国训练用球的40%。

奥安康工贸有限公司是六安本土企业，自1994年办厂以来，经过20多年潜心经营，逐渐形成了以羽毛球为主的运动系列产品和羽毛球制品两大类产品，并享有多个自主品牌和专利。

去年冬天，六安生产的鹅绒成为“抢手货”，从这里生产的鹅绒可以买到一斤400元以上，并供应给国内外知名的服装和家纺品牌。

作为全国羽绒四大集散地之一，六安市拥有24个羽毛（绒）交易市场、142个羽毛（绒）收购站和数以万计的羽毛（绒）商贩，全市羽毛绒及制品企业超千家，年产值超亿元企业18家，年总产值超百亿元，出口超1亿美元。

## 提升鹅产业 打好“鹅品牌”

在安徽，皖西白鹅被大众所熟知，但放眼全国，怎么能让这只白鹅叫得更响、叫声传得更远，是当地政府亟待解决的课题。

近年来，六安市立足地方特色优势，大力发展战略性新兴产业，已形成以皖西白鹅、朗德鹅为主导，多鹅并举的发展格局。2023年白鹅饲养量1122.88万只，综合产值约41.81亿元；朗德鹅饲养量421万只，综合产值17.1亿元。

六安市全面布局，推进实施“2233”鹅产业高质量发展行动计划。2023年，六安相继制定和印发了《六安市加快鹅产业跃升式发展实施方案》《六安市鹅产业发展规划（2023—2027年）》，围绕鹅保种育种、规模化标准化养殖、鹅产品精深加工、品牌创建等重点工作着力推进，提出实施“2233”鹅产业高质量发展行动计划。

未来，六安市将布局建设功能体系完善的鹅产品生产加工产业园和鹅肥肝加工产业园“2个产业园”，建设皖西白鹅保种育种场和朗德鹅育种场“2个育种场”，到2027年全市鹅饲养量超过“3000万只”，全市鹅产业综合产值超过“300亿元”。

# 浙江海宁中国皮革城向全品类、大时装全面迈进

日前举行的2024海宁中国国际皮革毛皮时装面料展暨中国·马桥经编时尚面料展（以下简称“2024海宁面料展”）上，海宁皮革、马桥经编、许村纺织面料三大产业联袂亮相，在全面彰显强大产业链效应的同时，融合聚势推动时尚海宁影响力的持续“破圈”。

时尚“潮”宁看。国货“潮品”之风也吹到了2024海宁面料展，诸如国风面料展区、国潮星势力展区等国风主题面料区的人气高涨，多家国风面料企业在此集结，向观众们展现新中式面料的纷繁选择。

不仅是面料展区，汇聚众多本土优质原创设计力量的设计展区也同样是国风潮流。

为助力企业抢抓国风热潮商机，引导产

业链资源的精准对接，本届展会还特别组织了2024海宁中国皮革城城市产业联盟国风面料对接会，由海宁中国皮革城邀请优质国风面料企业与设计企业、成衣企业面对面深度交流，实现精准高效对接，成为不少企业引流客户的重要渠道。

擦亮品质招牌。2024海宁面料展上，多种创新工艺打造的皮革皮草新品，展示了海宁产业高端化品质化发展的新风采，也展现了其从传统保暖功能向时装装饰的变迁。

作为业内高端品质产品的代表，西班牙、土耳其、意大利等国家企业带来具有国际特色的毛皮类产品，展出了进口美利奴、拉贡、托斯卡纳等毛皮原料。

2024海宁面料展在设计展区新增数字时尚区，先锋设计企业展示了从服装设计到面料匹配，再到打版制样、模特展示的AI智能化服务。

加速向大时装迈进。海宁面料展继2023年推动海宁皮革和马桥经编两大专业展会历史性“牵手”后，2024年联袂海宁皮革、马桥经编、许村纺织面料三大产业强势亮相，并推出有史以来规模最大的经编智能制造设备展区，以产业链优势打造品类更全的面料料专业展会。

海宁中国皮革城相关负责人表示，“随着海宁向大面料、大时装扩容，这意味着我们将不再局限于做‘皮’的文章，也不是简单地把

时装和皮装拼接起来，而是要达到融合和提升的新高度。”

海宁中国皮革城已逐渐将产业辐射力延伸至面料供应、时尚创业园、设计研发、时尚发布、时装批发、会展外贸、电子商务等多领域，如今，一个以皮革皮草为主导、面向四季全品类服装延伸的品牌集群已经初具规模。

据了解，面对新市场形势变化，海宁中国皮革城将积极向全品类、大时装全面迈进，推动建设产业链更完善，工艺品质、设计研发引领全国，国际影响力不断提升的四季服装品牌集群。

（江海宁）

# 44岁的康佳，到底怎么了？

■ 杨鹏岳

4月1日，康佳集团发布2023年度业绩报告，报告期内，营收178.49亿元，同比下降39.71%；归母净利润亏损21.64亿元，同比下降47.15%；归母扣非净利润亏损29.14亿元，同比下降9.38%。这是康佳自2011年以来，公司扣非净利润连续13年为负数，也是自2019年公司总营收突破550亿元后，开始逐年下滑，2023年则跌破200亿元。

2024年，康佳宣布要“立足主业，倡导长期价值”。这家44岁的老牌家电企业在“一轴两轮三驱动”的新发展框架下，能否重新找准航向，找回昔日荣光？

## “彩电大王”掉队

近期家电企业2023年度财报纷纷出炉，当多个领军企业宣称经营收获历史新高之际，昔日“彩电大王”康佳集团的年报引发关注。

彩电圈里，康佳、创维、TCL三家企业颇有缘分，其创始元老均毕业于同一所大学，被业内称为“华南理工三剑客”。在行业飞速前进的年代，三家企业的彩电产量之和曾占到了全国总产量的40%。

其中，成立于1980年的康佳集团是我国改革开放后诞生的第一家中外合资电子企业，1998年康佳彩电国内市场占有率跃升第一，1999年研制出中国第一台高清晰数字电视。从2003年至2007年，康佳连续五年夺得彩电市场销量冠军。

早在21世纪之初，康佳已经成为“百亿产值”的企业，但20多年后，业绩仍在百亿元上徘徊。

康佳这些年表现令人唏嘘，完全没有



地位、品牌形象，还是股市表现，都与预期有很大落差。”家电行业资深观察人士刘步尘向記者说道。

## 康佳的“摇摆”与“慢拍”

21世纪初，彩电行业开始进入“微利时代”。2018年之后，彩电大盘逐渐稳定在一个区间，行业步入存量市场竞争的阶段。

此时，彩电企业纷纷通过多元化布局进行转型升级，积极寻找第二乃至第三增长曲线，这样的发展路径对于家电企业而言并不陌生，如今创维的光伏业务以及TCL的半导体显示业务都已成为各自业务版图中的亮点。

事实上，康佳的危机意识并不弱，很早就开始展开了相应的行动。

在主营业务彩电领域，康佳积极向中上游拓展，以求赢得更多主动权：2000年研制出中国彩电行业第一块微控制器芯片，2004年在安徽建成长三角地区最大的高清彩电生产基地，2009年昆山液晶模组基地建成投产，完成其在液晶电视产业上的战略性布局。

另一方面，康佳也在探索多元化业务，力求在全球家电产业转型升级中获得更多砝码。在白电领域，2007年，康佳第一座白电工业园在安徽滁州落成投产；2018年，斥资4.55亿元收购国内老牌冰箱企业新飞；2023年，康佳西安

洗碗机生产线正式投产。与此同时，康佳还瞄准了一些热门赛道，甚至显得有些激进。手机领域，在功能机时代，康佳是中国第一批自主开发手机的企业，当年曾以高昂代言费请到周润发、张曼玉等明星作为品牌代言人，2003年康佳手机年销量达500万部，在国产手机中位列第三。甚至在2022年，康佳还推出了其新款5G智能手机。当然，除消费电子领域之外，康佳还在地产、半导体光电等更多领域进行了投入。

2018年，康佳发布了转型升级战略，确定“一个核心、两条发展主线、三项发展策略、四大业务群组”的核心战略，并首次剑指千亿元目标，计划到2022年要实现营收1000亿元。当时，其产业已经涉及家电、互联网运营、供应链管理、金融投资、产业园区五大领域。当年康佳又新成立了半导体科技和环保科技两个事业部，正式进入环保和半导体产业。

继2018年新战略发布，康佳又于2023年表示将以“一轴两轮三驱动”的电子科技业务新发展框架为战略指引。业内人士指出，在家电行业格局发生剧变的十多年间，康佳让人印象最深的是其经营战略的摇摆不定。对于一家公司而言，企业战略事关企业发展的整体性、长期性和基本性问题。然而从这些年康佳战略的频繁变化可以看出，企业的发展目标显然有些“漂移”，战略定力不够。

## 能否重新迎接增长？

针对2023年净利润亏损的主要原因，康佳集团提到，受产品策略调整和供应链持续波动等因素影响，公司彩电业务产生了一定程度的亏损；集团坚持“园区服务保障战略主业”的原则，持续收缩园区业务。2023年基本无新增大型产业园区项目；半导体业务仍处于产业化初期，研发投入持续增长，未能实现

规模化及效益化产出。

“康佳过去五六年虽然做了种种努力，市场地位并没有提升反而持续下滑，确实值得管理层深刻反思。”刘步尘表示。

“对于企业转型探索之举，我认为很有必要，也非常赞赏其谋变的态度，但面对市场的快速变化和技术进步，企业要采取实际行动。”艾媒咨询CEO兼首席分析师张毅向记者强调，以康佳为代表的老牌家电企业，如何通过自我革新和转型来保持竞争力，这非常重要。

目前，在康佳的最新战略规划中，“一轴”是以电子科技为发展主轴；“两轮”则是以消费电子、半导体为发展支撑。

目前，康佳家电业务板块已覆盖彩电、空调、冰箱、洗衣机等四大家电。在业内人士看来，康佳消费电子业务当务之急是要做大规模。康佳的彩电业务2023年实现营业收入47.1亿元，同比减少6.26%，已经被对手远远甩在身后，相比之下，TCL、创维、海信等企业在Mini LED电视、壁纸电视、激光电视方面表现出色，已经勾勒出新的增长曲线。而作为2023年年报中各业务线唯一亮点的白电业务，市场竞争更为激烈，能否把握产业智能升级趋势成为关键。面对强敌环伺的市场环境，康佳想要实现增长目标，接下来的挑战着实不小。

此外，不得不提的事实是，今天的康佳在品牌影响力终不抵从前。“康佳的品牌形象在过去五六年不仅没有年轻化，还存在持续老化的情况。这对市场销售非常不利，但康佳方面对此似乎并未察觉，或者说虽有所觉察但未有实质性行动。”刘步尘说道。

今年以来，新一轮家电大升级“以旧换新”已在路上，Micro LED半导体显示步入关键的产业化阶段……当康佳逐步重新回归主业，能否在业绩上迎来峰回路转，需要时间来回答。

# 七匹狼以品牌焕新 助力国货高质量发展

纺织工业是消费品工业重要组成部分，是传统支柱产业、重要民生产业和国际优势产业，在美化人民生活、服务经济发展、实现共同富裕、增强文化自信等方面发挥重要作用。作为行业领军的时尚男装企业，福建七匹狼实业股份有限公司（简称“七匹狼”）秉承工匠精神，深耕男装领域，不断进行技术升级与时尚创新，致力于打造高品质服装。

4月13日，七匹狼在上海东方绿舟航母公园举办以“新夹克新七匹狼”为主题的2024春夏新品发布会，活动围绕“甲板英豪”“风雨征程”“飞向和平”三大环节讲述品牌发展历史，科技商旅双面夹克等春夏新品悉数亮相。七匹狼首次以航海科技为灵感来源，以夹克为载体，展现时尚力量。

本次发布会上，重点产品科技商旅双面夹克尤其引人瞩目。七匹狼从航海等复杂环境的应对中汲取设计灵感，让产品具备更多功能性，使其具有透气、防水、耐磨、可拆卸等特点，同时航海元素的应用，增加产品的时尚表达力，让科技与时尚更好融合。

不仅如此，七匹狼此次推出的商旅夹克、温变夹克、短袖夹克等产品，皆从顾客需求出发，将科技属性与时尚元素深度融合，尤其是特色产品双面夹克，可适用于不同场合，展现穿着者的个性魅力，体现出七匹狼对科技创新的执着追求。

## 专注设计研发 提升产品品质

创新是七匹狼保持高质量发展的原动力。从品牌创建之初，七匹狼就积极推进科技研发，以功能科技面料、领先科技制作工艺打造主要产品。2001年，七匹狼成立七匹狼科技功能夹克研究中心，组建一流的设计、研发、检测和技术管理团队，引进先进的研发、实验设备，致力于服装产品设计研发、品质管理、知识产权管理、标准化建设等专业化管理，并将知识产权管理工作作为重要环节。

作为一家致力于产品创新的企业，七匹狼深知掌握自主知识产权的重要性，多年来始终坚持以创新驱动发展，成立至今，累计申请各种专利、著作权、版权上千件，充分发挥行业龙头企业作用，推动行业不断取得新突破。与此同时，七匹狼不断加大在知识产权方面的投入，建立完善的知识产权管理应用体系，加强知识产权教育培训，通过壮大研发力量不断提高自主知识产权的数量与质量。2023年，七匹狼被认定为“国家知识产权优势企业”，被评为“2023年全国质量标杆”。

除了专注自身产品的科技研发，七匹狼还积极助力推动行业发展。参与制定夹克行业标准，联合中国服装设计师协会开展夹克流行趋势研究，连续两年发布《中国时尚夹克流行趋势白皮书》。2024年3月25日，七匹狼联合广东省标准化协会发布团体标准《高端功能夹克》，通过对产品技术质量指标的优化、统一、规范，推动产品和产业提质升级。

## 实施数智化管理 打造质量标杆

七匹狼服装生产工厂配备100条现代智能流水生产线，通过“高品质、高效率、低成本、零库存、快速反应”的精益生产模式，致力于为客户提供集商品企划、研发设计、生产制造、贸易接单、物流配送为一体的高品质服装生产解决方案。