



绿色科技创新 成就“永业云水山”健康农产品

□郑新田

1月19日，来自全国各地百余位魅力农产品的生产、经营和销售精英们，汇聚北京CCTV魅力农产品嘉年华现场，与权威农业专家一起交流经验、沟通信息、解读中国农产品技术创新和品牌营销的难题。在嘉年华现场，专家评委们通过对CCTV7《每日农经》节目中近三年来推介的3000多个优秀农产品进行回顾盘点，最终推介出16个优秀农产品，分别荣获最佳创新、创意、潜力、人气奖项，并现场颁奖。永业公司旗下“永业云水山有机鸡蛋”，凭借种养结合、低碳生产、安全健康、效益显著四大亮点，被组委会评选为最佳创新魅力农产品。

CCTV7《每日农经》栏目曾在2010年专题播出“永业云水山有机鸡蛋”的专题节目——《住生态别墅的散养鸡》，该片一经播出即引起业内广泛关注。

“永业云水山有机鸡蛋”，以“生态农业、健康绿色”为出发点，建立了统一品种、统一育苗、统一防疫、统一饲料、统一销售的五统一生产体系，对养殖区、种植区进行科学合理布局，创造性地把现代化鸡舍建设和设施农业相结合，在保障蛋鸡健康和环境安全的前提下，实现了有机鸡蛋的现代化、规模化、可持续生产。由于鸡舍和蔬菜种植大棚毗邻，鸡粪可以经过腐熟就地还田，避免了鸡粪运输和处理所造成的能耗

中国首开文化艺术品份额交易

□倪元锦

中国首批艺术品份额于2011年1月26日在天津文化艺术品交易所（以下简称“文交所”）上市交易。文交所称，这一创新，改变了文化艺术品投资周期长、“只能竞买不能竞卖”的局面，为中国普通投资者参与高端艺术品投资提供新渠道。所谓“份额交易”，是指艺术品被拆分成每份价值1元的若干份，通过等额拆分后的艺术品按照份额享有所有权，并通过文交所电子交易平台进行公开上市交易。投资者以1000份或1000份的整数倍进行申购，从而持有艺术品份额，也可通过二级市场买卖艺术品份额。天津市人民政府副秘书长陈宗胜在交易首日接受采访时表示，开创艺术品份额上市交易意义重大，不仅完善了中国的要素市场、资本市场体系，也为中国的法人投资人、自然人投资人提供了新的投资领域。26日首批上市的两只艺术品份额出于中国著名画家白庚延的两部经典画作：长606米、宽218米的《黄河西来决昆仑咆哮万里触龙门》，上市总价600万元人民币；长503米、高192米的《燕塞秋》，上市总价500万元人民币。艺术品份额交易竞价按照价格优先、时间优先的原则撮合成交。竞价方式分为集合竞价和连续竞价。集合竞价是指在规定时间内接受的买卖申报一次性集中撮合的竞价方式。在参与首批艺术品份额认购的投资人白先生看来，艺术品份额是具有潜力的新兴投资方

和环境污染，同时又满足了蔬菜生产对有机肥的需求，降低了生产成本，提高了蔬菜品质；另一方面，蔬菜种植所产生的废弃物和经济价值不高的蔬菜，又成为蛋鸡的优质青绿饲料，蛋鸡采食青绿饲料后，可以减轻对化学添加剂和药物的依赖，使鸡群更加健康、鸡蛋品质更加优异。

“永业云水山有机鸡蛋”的生产体系，通过网上平养和林下放养的巧妙结合，实现了现代科学技术和自然生态放养的完美对接，使鸡群既能享受现代化鸡舍的舒适，又不失林下草从自由觅食的天性，尽管饲养密度相对笼养降低了60%，但由于有机生产，蔬菜和鸡蛋的产品质量得到了持续提高，获得了数以万计的忠诚客户，实现了每亩增收1600元、每只鸡盈利50元的经营业绩，实现了有机鸡蛋的现代化、规模化、可持续生产，化解了农业生产中绿色有机和经济效益的矛盾，为都市有机高效农业的发展，建立了一套标准化、可复制的经营模式。

通过生态绿色科技创新，永业云水山有机鸡蛋的饲养流程形成了一个健康的生态循环系统，其背后体现的是科技创新的真正魅力。永业丰分公司总经理王申福表示，希望这一套成熟的创新技术和模式不仅能够让更多的养殖农户实现增产增收效益，还能让更多的消费者食用到“有机、安全、放心”的健康农产品。

式，艺术品升值空间大，因此参与投资非常值得。

投资人张先生说：“我相信艺术品份额未来会有很大涨幅空间。”根据文交所对艺术品份额投资者设定的入市门槛，投资者必须是年满20周岁具有两年或两年以上高风险投资领域经验，且居住在中国大陆境内的中华人民共和国公民。

文交所副董事长、总经理柳红卫说：“我们希望吸引一些有一定风险承受能力的人进入这个市场。”

天津文化艺术品交易所于2009年9月17日经天津市人民政府批准发起设立，注册资本为135亿元人民币。目前，天津市正在实施建设国际性港口城市与中国北方经济中心的发展战略，并享有金融体制改革“先行先试”的政策优势。根据《天津文化艺术品交易所暂行规则》，可在文交所发行上市的艺术品包括书法、绘画雕塑、工艺美术品、玉器珠宝、金属器、陶瓷、古代家具、综合艺术品及其他艺术品，总计9大类，上市艺术品价值要高于500万元人民币。目前，参与文交所网上艺术品征集的数量已经超过1000件。

艺术品投资与金融、房地产是世界投资者公认的三大投资产业项目。全球艺术价格网发布的《艺术品市场趋势年鉴》指出，当代艺术市场已经成为全球投资者最为关注的投资领域，2001年到2007年全球经济增长152%，当代艺术的价格指数在此期间则增长了233%。

责编：邓梅 编辑：林荫
版式：张彤 校对：梁英
2011年2月1日 星期二

JINGYINGCHUANGXIN

经营创新

传统 + 创新 “世界超市”义乌春节商品热销

编者按

春节临近，年味日渐浓郁。今年的春节商品市场处处呈现出一派繁荣景象。在全球最大的小商品市场——浙江义乌国际商贸城，汇集了各式各样的春节用品，让人目不暇接。

□陈宇

根据中国传统历法，从公历2月3日春节起就进入了兔年。因此，今年特色兔年生肖产品在义乌的销量大幅增长。

产品上了互联网

王许雪，在义乌国际商贸城经营毛绒玩具已经有10年的时间，拥有自己的设计团队和加工工厂。她说：“因为兔子可爱嘛，大人小孩都喜欢，所以需求量比较大。今年的兔子比去年的老虎卖得好，销量更大，大概增长了30%。我们推出的兔子形象的产品款式很多，适合不同的消费者。卖得最好的是那个抱着礼包的兔子，我们今年已经做了200多万



个。”

董贤敏在义乌经营春节生肖产品多年，他们的兔年生肖产品销量也大幅增长。她说：“今年是兔年，兔子产品的销量是比较大的。比如，这些喜庆颜色的兔子，还有带绣福字的兔子，销量都比较好。今年我们的销量增长了50%左右。”

这些形态可掬的兔子形象产品，不仅在中国国内市场热销，也远销海外市场。王许雪说：“在华人比较多的国家，比如马来西亚，兔子的销量也很好。他们一下订单就是十几万个。我们有20%的产品销往国外市场。”

由于需求量的增加，义乌国际商贸城的商户计划开设网店。陆丽萍经营着一家毛绒玩具和工艺品挂件商铺。她说：“我明年准备自己做一个网站，因为

很多客户都提出了这样的要求。像刚才我做的那批单子，就是直接通过网络跟我采购的，我会把样品寄过去。”

传统产品“变脸”更俏

除了兔年生肖产品外，今年传统的春节用品也有很多创新。为迎接春节，陆丽萍聘请大学生作设计师，和她的制作团队一起，从去年的5月份就开始设计制作新产品。目前，她的店里新式的春节用品有20多种，比如由串在一起的中国结组成的对联，上面的汉字则采用特制的亮面布料，既有立体感，又很温馨，受到不少客户的追捧。

此外，今年的传统春节用品不仅样式新颖，更突出中国特色，比如百福灯，红色的灯笼上可以找到100个不同字体

浙商共谋产业结构“新裂变”

□尚启庄 黄子秋

经历过国际金融危机的洗礼，作为中国最具活力的浙商群体正反思自己的经营模式。作为生产和经营的主体，企业如何转型升级，如何提高研发能力，推进技术创新，提高经营管理能力，推进管理创新？今年浙江两会期间，浙江省工商界人大代表、政协委员汇聚省城杭州，共谋发展大计。

四大建设：“十二五”突破口

2011年是“十二五”规划的开局之年。浙江省委、省政府提出了建设“大平台、大产业、大项目、大企业”的战略，一场全新的发展模式变革和战略思路创新，让浙江产业结构萌动新裂变，这也

将成为浙商“十二五”期间的主突破口。

浪莎控股董事局主席翁荣金说，浙江经济的主体及特色是民营经济，中小企业占了大部分，如何从民营经济占主导这一基本省情出发，积极支持和鼓励民营企业融入“四大建设”之中，既是推进“四大建设”题中之义，也将是浙江“四大建设”的亮点。

温州中小企业协会会长周德文则表示，浙江的民营企业大部分处于“低、小、散”的状态，经不起大风大浪冲击。政府应根据这一特点，引导企业整合，加快由块状经济向现代产业集群转化，形成合力。

人才战略：转型升级重中之重

“浙江不缺创业者和商人，但我们

缺乏企业家队伍，尤其缺乏具备现代经营理念 and 战略思维、能领导企业不断创新发展的企业家队伍。”浙江省工商联主席、传化集团董事长徐冠巨代表浙江省工商联在浙江省政协十届四次会议大会发言时如是说。

徐冠巨认为，浙江省民营企业正面临极为严峻的人才短缺瓶颈，人才队伍的结构优化已经成为企业转型发展的重要前提，人才战略已经成为浙江民营企业十分紧迫的战略性课题。当前最迫切的是进一步打造民营企业人才竞争优势，争取在短期内形成“企业集聚人才，人才引领产业”的态势。

“走出去”：未来发展必由之路

浙江有150多万侨胞，他们遍布全

金色福字。这些带有浓郁中国元素的春节用品连外国人也喜欢。黄芳就是这家专门制作各类灯饰用品的商铺老板。

黄芳告诉记者：“我们店里春节用的灯饰90%都是销往国外的。以前大多是卖给在国外的华人，现在一些外国人也开始流行过中国传统的节日。我的客户里回头客比较多，10年前的客户到现在还在和我做生意，这里面，东南亚的客户比较多。像这些红色绸布的灯笼主要是销往东南亚，比如菲律宾、印尼、马来西亚。”

除了自行设计、生产形式多样的春节用品，义乌国际商贸城里的商户还会按照客户的要求，制作特别的春节用品。在黄芳的店里，就挂着带有外语字母的红灯笼。

黄芳指着灯笼：“上面有外语字母的灯笼是销往印度和巴基斯坦的。除了字母，这上面还有图案。这个图案就相当于我们这边的财神。这些字母和图案是客户提供的，是他们到我们这里来订制的。这种图案的灯笼在我这里的量已经很多了，不过，他们还和商城里其他商铺定制了样子类似、但成本更低的灯笼，那个订单量就更大了，要装满一个集装箱。”

面对原材料涨价和劳动力成本增高，义乌的春节商品市场依然保持了连续几年来的销售量上涨态势。随着中国元素的日益流行和中国创新产品的增多，兔年春节商品市场整体持续升温。小兔子、中国结、红灯笼、长对联……正在把中国人的新春祝福传递给世界。

球170多个国家和地区。改革开放30多年来，400多万浙商跳出浙江，到省外乃至境外办企业、建市场，形成了闻名海内外的“浙江人经济”。目前，浙商已在30多个国家和地区创办了50余个规模的专业市场，形成了一支海外建市场的“联合舰队”。

浙江省工商联副主席、华立集团董事局主席汪力成表示，尽管现在的国际市场技术壁垒、贸易摩擦越来越多，“中国制造”直接进入国际市场也日趋艰难，但“走出去”依然是浙商未来发展的必由之路，也是浙江企业追赶世界先进企业的必由之路。

参加浙江两会的越美集团董事长徐志明对此非常认同。他认为，金融危机之后是中国企业境外投资的最佳时机。要抓住时机，看准了就果断出手。

签约“布鲁斯南” 欧琳启动品牌提升战略

□杨宏辉

近日，著名厨具企业欧琳携手皮尔斯·布鲁斯南品牌代言发布会在上海半岛酒店举行。好莱坞巨星皮尔斯·布鲁斯南与欧琳厨具正式签约，成为该公司品牌代言。这是欧琳厨具成为2010世博会唯一一家厨具项目赞助商后的又一大手笔，也是中国企业率先启用国际级著名影星做品牌代言。

据悉，这是欧琳首次启动明星代言。自创立以来，欧琳一直坚持欧式、高端、国际化的品牌定位，由德国设计师、生产管控专家领衔的国际化团队，将高贵典雅、时尚浪漫的欧式厨房与中国家庭融合，倡导“新欧洲生活美学”的生活方式。16年来，欧琳品牌已被众多消费者视为“身份的象征”。

布鲁斯南先生是一位国际级的表演艺术家，他塑造的多个银幕形象在全球范围内都有着极高的知名度和影响力，曾被英国女王伊丽莎白二世授予大英帝国勋章、荣获金球奖组委会颁发的终身成就奖。同时，他还是一位画家和环保主义者，有着卓尔不群的风度和与生俱来的贵族气质，布鲁斯南的睿智、严谨、顾家，与欧琳倡导新欧洲生活美



学的品牌内涵有着极高的契合度。

欧琳集团负责人在接受媒体采访时表示：企业要转型升级，首先要对自己进行品牌提升，进行影响力提升，才有可能带来整个市场关注度的提升。欧琳签约布鲁斯南不但注重他在事业上取得的成就和知名度，同时看重他在生活中的形象，这些特质与欧琳“精工品质、经典美学、未来科技”的品牌内涵和缔造经典生活方式的企业愿景一致。他

不单单是偶像，还是我们生活中的朋友，希望在给消费者一个世界的、科技的、经典的欧琳的同时，给用户传递一份浓浓的生活情调和一种经典的生活方式。

布鲁斯南在接受媒体专访时说：“通过世博，了解了中国，也了解了欧琳。特别是欧琳全球工业设计界顶级设计大奖‘红点奖’、‘iF奖’的获得，使我对欧琳更为看好。我希望能跟欧琳一起

成为生活方式的推动者和倡导者，让我们都成为一个会生活、热爱生活、享受生活的人。”

签约仪式结束后，与会嘉宾就“生活方式”进行了深入的探讨，一致认为，当今世界经济全球化，人们更强调生活方式的重要性，生活方式也越来越国际化，生活方式对人们的消费以及社会的时尚有着巨大的影响。

业内专家表示，启用国际级明星做代言，是很多国际品牌的习惯做法。例如欧米茄曾邀请布鲁斯南、好莱坞女星妮可·基德曼等顶级大腕做代言；LV曾邀请首任007扮演者、78岁的好莱坞明星肖恩·康纳利代言，体现LV150年来崇尚的精致、品质、舒适的“旅行哲学”；格力也牵手成龙力推“中国创造”，通过其健康积极的形象和国际影响力推进其国际战略部署。对于欧琳品牌来讲，选用代言人要兼顾历史、国际、生活以及未来。布鲁斯南在塑造银幕形象时闪现的想象力、科技感、未来感，与此十分扣合。欧琳此举将开启一个新的产品创新时代，包括带动其销售模式和销售方式，提升其国际化品牌形象，它所传递和倡导的生活方式，或将引发人们生活方式的革命。