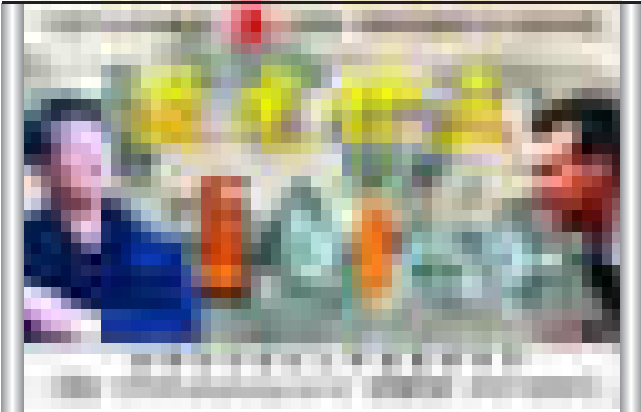




阳光集团：科技创新绽放明媚“阳光”

□ 钟小灵

作为一家传统的毛纺企业，阳光集团不仅是全球最大的毛纺生产企业和高档服装生产基地，还是毛纺织行业唯一的国家级创新型企业。

打造世界毛纺领域的“硅谷”

将酱油、食醋等各类污渍倒在一款用澳大利亚美丽诺天然纤维制成的西服表面，在无需添加任何洗涤剂的情况下，使用普通的淋浴水流冲洗几分钟，就能将西服上的各类污渍完全去除，再将这件西服晾晒3小时，无需熨烫，又能重新穿着，且照旧笔挺、洋气。这款由阳光人自主开发的“可喷淋西服”让记者大开眼界。由于其在面料结构、面料整理技术和服装整烫技术等3个方面实现创新，先后获得3项国家专利技术，还获得了2009年度中国纺织工业协会科学技术进步二等奖，并成功入选2010年度“国家火炬计划”项目。

“可喷淋西服”是阳光集团诸多新产品的代表。秉承“生产一代、开发一代、研制一代”的创新战略，阳光纺织、服装产业每年投入的研发费用，不低于销售收入的5%；集团内10余位国家级、省市级专家，率领2500人组成的研发团队，建立了“一站三中心”，即博士后工作站、国家级技术中心、国家级工程中心、省级开发中心，保持着平均每天开发50多个新产品的研发能力。

至今，阳光集团已承担了39个国家科研项目的科研攻关，完成国家重点新产品项目26项，国家火炬项目16项，国家重点技术创新项目7项，国家863项目4项，国家科技支撑计划项目1项。截至2011年底，累计申请各类专利512项，获授权专利315项。

把服装当作精密仪器来做

在阳光集团科技大厦8楼展厅里琳琅满目的各种荣誉奖杯中，一块“国际标准化组织/纺织品技术委员会（ISO/TC38）国际秘书处”的牌子格外引人注目。记者了解到，国际标准化组织/纺织品技术委员会（ISO/TC38）国际秘书处2007年正式落户阳光集团以来，该集团积极开展标准化工作，截至目前已成功培育6家企业（5家纺织企业）成为国际标准秘书处、分秘书处，工作组的承担单位，并在ISO网站上发布了197个文件，组织了45项国际标准项目投票，发表了10个ISO国际标准，完成了53项ISO标准复审，工作范围涵盖了与纺织品有关的所有技术内容，阳光集团由此被国家标准化管理委员会誉为中国企业参与国际标准的“黄埔军校”。

“把服装当作精密仪器来做”，阳光集团已建立起一套标准化技术开发体系，同时，在生产各个环节中，严格质量管理，制订了“前道指导后道”制度：从羊毛到服装，生产过程中的每一个环节，都要经过检测中心进行对应的产品检测，检测数据供后道工序参考，并在实际操作过程中调整相应的工艺手段，确保每道工序的产品质量符合标准要求。

“产品走高端，市场建终端”。在原有高档服装品牌“威尼帝”和“庞贝”职业装的基础上，阳光集团又成功推出了“阳光时尚”中高档商务时装，形成了三大服装品牌并驾齐驱的格局。目前，“阳光时尚”已呈现出快速扩张的发展局面，已进入到北京、上海、南京、杭州等20多个省会城市，受到了广泛的认可和好评。

小企业创新闯出大市场

□ 何清平

15年前，邓家四父子在自家院子里，捣鼓着风箱，一锤一锤锻打，一人一天能产4把刀。

15年后，大足龙水邓氏厨具制造有限公司的厂房内，机器轰鸣，有了专利技术的“邓家刀”，一天产量几千把。

“邓家刀”发展是大足五金产业的缩影。到2011年底，大足五金产业实现总产值200亿元，从业人员超过15万人，已成为当地重要支柱产业。

产业振兴 老五金焕发新活力

“北有王麻子，南有张小泉，西南有龙水小五金”，大足龙水“小五金”久负盛名。

但由于生产工艺原始、产品更

组织/纺织品技术委员会（ISO/TC38）国际秘书处”的牌子格外引人注目。记者了解到，国际标准化组织/纺织品技术委员会（ISO/TC38）国际秘书处2007年正式落户阳光集团以来，该集团积极开展标准化工作，截至目前已成功培育6家企业（5家纺织企业）成为国际标准秘书处、分秘书处，工作组的承担单位，并在ISO网站上发布了197个文件，组织了45项国际标准项目投票，发表了10个ISO国际标准，完成了53项ISO标准复审，工作范围涵盖了与纺织品有关的所有技术内容，阳光集团由此被国家标准化管理委员会誉为中国企业参与国际标准的“黄埔军校”。

“把服装当作精密仪器来做”，阳光集团已建立起一套标准化技术开发体系，同时，在生产各个环节中，严格质量管理，制订了“前道指导后道”制度：从羊毛到服装，生产过程中的每一个环节，都要经过检测中心进行对应的产品检测，检测数据供后道工序参考，并在实际操作过程中调整相应的工艺手段，确保每道工序的产品质量符合标准要求。

产品走高端，市场建终端

“我们过去为51个国家的100个品牌贴牌生产服装，只拿到15%的零售价”。集团董事长陈丽芬坦言，产业链高低区段的巨大落差，以无形之手推动着阳光的转型发展。“阳光一定要有属于自己的自主品牌，才能使企业持续发展。”

“产品走高端，市场建终端”。在原有高档服装品牌“威尼帝”和“庞贝”职业装的基础上，阳光集团又成功推出了“阳光时尚”中高档商务时装，形成了三大服装品牌并驾齐驱的格局。目前，“阳光时尚”已呈现出快速扩张的发展局面，已进入到北京、上海、南京、杭州等20多个省会城市，受到了广泛的认可和好评。

责编：邓梅 编辑：林萌
版式：张彤 校对：阳红
2012年6月12日 星期二

CHUANGXINRENWU

创新人物

东阿阿胶技艺传承人秦玉峰：保护非遗文化离不开创新

如何让非遗项目薪火相传、流芳百世？作为全国首批“中华非物质文化遗产传承人薪传奖”获得者，国家级非物质文化遗产东阿阿胶制作技艺代表性传承人秦玉峰认为，生产性保护不等于简单的产业化，而是通过不断创新，给非物质文化遗产注入活力。

□ 王志

6月9日是我国第七个“文化遗产日”，作为全国首批“中华非物质文化遗产传承人薪传奖”获得者，国家级非物质文化遗产东阿阿胶制作技艺代表性传承人秦玉峰认为，生产性保护不等于简单的产业化，而是在保证非遗项目本真特性和核心技艺的前提下，给非物质文化遗产注入新的活力。

非物质文化遗产不仅是一门手艺

阿胶被誉为国药瑰宝。东阿阿胶具有三千年的历史，《本草纲目》载：“阿胶，本经上品，弘景曰：‘出东阿，故名阿胶’”。汉唐至明清，东阿阿胶一直是皇家贡品。

今年1月，东阿阿胶被文化部授予“首批国家级非物质文化遗产生产性保护示范基地”。秦玉峰介绍，生产性保

护是在遵循非物质文化遗产自身发展规律的前提下，通过生产、流通、销售等方式，促进非遗和现代社会的互动融合。

“九朝贡胶”的制胶技艺代表着东阿阿胶制作技艺最高水平，它融入传统医学制药、丹药炼制方法，体现了深厚的中医养生文化内涵，其生产曾中断百年之久。

为遵循和恢复古法生产，自2007年起，每年冬至这一天，山东东阿县都会举办开启九朝贡胶炼制的仪式，金锅、银铲、桑木材、乌驴皮等炼制阿胶最为上等的材料和器具，都呈现在人们面前。从东阿井中取出“至阴之水”，倒入金锅后，点燃桑柴，经9天9夜99道工序纯手工炼制“九朝贡胶”。

秦玉峰说，恢复九朝贡胶的古法生产，不仅是传承技艺，也是对阿胶文化的守护、对中医药文化的敬仰、对中华文化的追思。“非物质文化遗产传承人不仅要传授一种手艺，更要传承一种信念和文化，这才能激发非物质文化遗产薪火相传的内在动力。”秦玉峰说。

阿胶传人的传承与创新

从1974年进入东阿阿胶，2006年执掌师印，秦玉峰带领东阿阿胶人走出了一第传承与创新的发展之路。

新中国成立后，东阿阿胶厂于1952年在东阿县成立。东阿阿胶前任董事长刘维志成为现代阿胶奠基人。作为刘维志时代成长起来的阿胶人，秦玉峰成为现代阿胶的发扬光大者。

秦玉峰说，作为我国中药传统生产工艺的典型代表，东阿阿胶传统制作工艺流程复杂，包括洗皮、化皮、熬汁、浓

缩、凝胶、晾胶等50多道工序，其中挂旗、砸油、吊猴、醒酒等关键技术全部由手工完成。

他17岁起即师从第七代传人刘绪香老药师钻研阿胶传统炼制技艺，凭着不怕苦、不怕脏，认真求学的劲头，掌握了阿胶传统生产各个工序的操作，并一跃成为刘绪香的得意徒弟。

秦玉峰也没有想到，自己从临时工到学徒、班长、再到科长、副总经理，在进入工厂的32年之后，最终成为了东阿阿胶股份公司总经理。

秦玉峰至今从事阿胶行当已达35年，成为创于清代嘉庆五年、历史上颇具影响的东阿阿胶制售堂坊——同兴堂第八代传人，也是有完整传承记载的第八代阿胶传人。

在传承的同时，秦玉峰也倡导企业创新，近年来，由他主持完成的生物药重组人白介素-11（商品名：白杰依）和重组人组织型纤溶酶原激酶衍生物（商品名：瑞通立）获山东省科技进步一等奖，主要创造的《以弘扬中医药文化为依托的企业营销战略的实施》获第十五届国家级企业管理现代化创新成果一等奖，先后获得发明专利20多项。

用生命呵护阿胶

6月6日，中国非物质文化遗产保护中心主办的“中华非物质文化遗产传承人薪传奖”（简称“薪传奖”）颁奖仪式在京举行。秦玉峰、梅葆玖、文乾刚等60名做出杰出贡献的传承人成为该奖项的首批获奖者。

获得此项殊荣，秦玉峰认为这对他

心价值”。

售后服务对电商更重要

然而，在激烈的行业竞争中，是不是资金雄厚、赢得了价格战的企业就能够成为最终的强者？“电子商务发展的突出问题是如何突破价格层面竞争。”复旦大学副教授朱春阳认为，只有营造相比于实体模式更好的体验和价格优势，才能形成消费信赖，降低目前高企的营销成本。细心的消费者会发现，几乎每家B2C商家都会以低价吸引客户。与此同时，完备的物流及配套服务也是电商平台胜出的关键。中国电子商会副秘书长陆刃波认为，电商发展的物流、派送及售后服务仍不成熟，这些都是制约电商发展的“短板”，亟待加强。也有业内人士认为，价格战是抢夺市场份额和提高关注度的重要手段，最终依赖的是产品和服务的质量和创新能力。目前，电商普遍存在的问题是竞争手段的单一化和核心价值的缺失。（莹悦）

□ 莹悦

新一轮的战火正在电商巨头之间点燃，继苏宁易购宣布计划投入特价货源将超20亿元，让利额度4亿元；紧接着，国内B2C交易量第一的淘宝天猫电器城声称将投入2亿元，并直接拿现金补贴低价战中亏损的商家，号称价格突破底线。专家表示，价格战本质是创新不足，长期同质竞争可能导致电商和供应商两败俱伤。

B2C 网站出现倒闭潮

尽管有种种原因推动电商进行价格战，但“价格战不是持久之道，其本质是电商创新不足，缺乏核心竞争力，无法差异化竞争。”业内人士说。

一边是家电卖场纷纷转型，热火朝天投身B2C网站大潮，一边又是B2C网站因资金问题倒闭，先前千万投资付诸东流。业内人士认为，冰火两重天的境况预示着，规模效应很可能逼迫还未来得及壮大的小公司提前出局。

对此，高街网CEO李云称，当很多机构巨额融资进入之后，部分电商企业过于高举高打，以大规模的营销投入来换取规模的增长。“这不是良性的成长路径，当你的营销成本降下来了用户是否还来，这才是电商的核

心价值”。

价格战是烧钱换市场

整个5月，几大电商掀起的价格战在线上烧得沸沸扬扬，被媒体称为电商“史上最强价格战”。6月1日起，这场战斗再度升级。苏宁易购投入10亿元促销后再度发力，易付宝由充100返100，改为充100变200；国美电器推出“6月1日—30日年中底价震惊大促”；京东开展“诺曼底史上最强店庆月，全场0利”。

此次价格战先由苏宁易购发起，苏宁和国美投入都颇为可观，似乎要



◎大足新巧精美的五金产品。 罗国家 摄

去了，不划算。”该区科委负责人说，为鼓励技术创新，政府出台了一系列鼓励办法，帮助企业制定出了《菜刀》、《民用剪刀》、《手板锯》等产品标准文本，成为重庆市地方标准。

与此支撑的，是大足五金市场的发展壮大。

目前，大足已形成了包括花市

街市场、龙水五金市场、龙水五金旅游城、龙水废金属市场和西部金属交易城5个专业市场在内，物流配送企业达180家的五金市场群，是西部最大的五金商品交易集散地。2011年，交易额达180亿元，产品畅销欧美、东南亚等40个国家和地区。



本人和东阿阿胶都是莫大的鼓励和鞭策。据秦玉峰介绍，熬制阿胶最好的原料是德州驴品种中的乌头驴。但随着农业机械化的普及，乌头驴在世界范围内的数量急剧减少，在不少国家甚至绝种。为此，东阿阿胶在山东无棣、辽宁阜新、云南大理等地区建立了13个养殖基地，保证了阿胶的原料的品质。

2010年10月14日，在上海世博会联合国国际信息发展网馆，东阿阿胶等国内老字号品牌企业喜获由数家国内外组织联合评选的“千年金奖”。

面对国家的信任和历史的重托，作为东阿阿胶制作技艺代表性传承人，秦玉峰深感责任重大。因为，东阿阿胶的制作条件和技艺是无法复制的。

相关链接：

秦玉峰，应用研究员，执业药师，山东中医药大学兼职教授。国家级非物质文化遗产东阿阿胶制作技艺代表性传承人，山东省劳模，山东省十一届人大代表，山东省优秀企业家，山东省十大杰出工程师，全国医药行业质量管理卓越领导者。

寻找伊利的创新基因

□ 石实

2011年销量3745亿的伊利集团继续领军中国乳品行业。伊利能创新、敢创新，那么他的改革创新精神源自何处？日前，记者走进伊利，从老伊利人的口中寻找伊利的创新基因。

“伊利从起步之初就灵活，就有敢于尝试的新鲜基因在里面。”一位伊利老员工这样告诉记者，她给记者讲了这个故事。

1992年对于中国是重要的一年，那一年邓小平同志发表南巡讲话，改革开放得以深化，市场经济得以确立。陈东升、冯仑、易小迪等为代表的企业家均起步于1992年，“92派”们成为中国现代企业制度的试水者和市场经济的实践者。伊利老员工讲的故事，也是从1992年讲起的。

在1992年以前，伊利叫呼市回民奶食品加工厂，当时的职工是国营工，所谓的铁饭碗、铁交椅。1992年，呼和浩特市拟从全市选择数家试点企业进行股份制改组，作为改革的试验田，其中当选的11家都是当时的地方大厂，和他们相比，回民奶食品厂是个街道小厂，根本排不上号。但当其他企业犹疑不定的时候，回民奶食品厂却主动要求参与股份制改革。用伊利老员工的话讲：“市领导去哪儿做改革动员，我们就骑上板车，跟着领导后面说，我们要改革！‘哭着喊着’要改革！”

“当时我们回民奶食品厂作为一个小企业，想生存发展，必须要打破现状才可以。”这位伊利老员工这样感叹，“就是这种状况带来了伊利从骨子里敢于去突破固有的东西，敢于创新。”

领导们被打动了，说这个企业挺有意思的，虽然小，但是态度非常积极，于是给了回民奶食品厂一个尝试的机会。1993年，回民奶食品厂进行了股份制改制，企业更名为“内蒙古伊利实业股份有限公司”。

这位老员工回忆道：“当时的职工是一人一块钱一股，大家都入股了。普通职工3000块钱，中层5000块钱，场级领导是7000块钱。在当时，拿出3000、5000、7000元绝对是一个挑战。我们把家里多年的积蓄都拿出来了，自己积蓄不够的就找亲戚、朋友借。这样总算把企业凑起来了。当时的大家干工作，想的是整个家庭的生存问题。从现在伊利人身上也能感受到勤俭节约、艰苦奋斗的传统。”