

烟云涧：续写中国青铜文化新传奇

——写在“烟云涧”商标被评为河南省著名商标之际

2009 世界邮展期间，洛阳烟云涧青铜器有限公司制作的河图洛书得到国际集邮联合会主席约瑟夫·沃尔夫(右一)的赞扬，当场欣然题词：“中国 2009 世界集邮展览纪念鼎非常漂亮！衷心地问候并佩服你们精湛的工艺。”(左为省级非物质文化遗产、烟云涧青铜器制作工艺传承人、工艺大师方长站)

■ 本报记者 罗红耀

日前，记者从河南省工商行政管理局获悉，洛阳烟云涧有限公司使用的“烟云涧”牌商标，被评为河南省著名商标。

烟云涧，一个富有诗意的名字；烟云涧，一个古老神秘的村落。这个位于古都洛阳南 30 公里伊河东岸的烟云涧村，早在夏商周时期就是古人用青铜器祭祀天神的宝地，附近曾出土有商代的“子申父己”铜鼎和铜罍、铜爵、青铜车等文物，佐证着烟云涧作为青铜源头的历史印记。

往事越千年，换了人间。依然是炎黄传人，拨开千年历史的云雾，在同一块土地上，在当年湮没的遗址上，勤劳智慧的烟云涧人，以发扬广大中华民族瑰宝为己任，使之以微妙传神、栩栩如生的“天子驾六”、“马踏飞燕”等形象，再现了那段曾被沉淀了的故事。如今的烟云涧村，人人都是能工巧匠，个个都是烧制师表，烟云涧青铜器，正焕发着新时代的熠熠光辉，走进人们的视野。

诞生于上个世纪的洛阳烟云涧青铜器有限公司，秉承历史的接力，注册商标时选用了这个充满神奇色彩的名字——“烟云涧”。公司集科研、开发、生产、销售为一体，以推动青铜器生产经营的规模化、产业化、科技化、市场化进程为目标，以全新的发展理念和运作机制，集中所有青铜器艺人的智慧，仿古而不泥古，求新而不固新，重现了“炉火映天地、红星透紫烟”的壮观场景。

烟云涧青铜器被海内外百余家博物馆收藏或展出，并先后获得“洛阳市旅游商品展销暨设计大赛优秀奖”、“河南省农村科技博览会金奖”、“全国首届民间藏品展交会和全国民间工艺大赛一等奖”，自主设计研发的“莲鹤方壶”被河南省旅游局评为“河南旅游商品



银奖”，洛阳烟云涧青铜器有限公司先后参加了“中原文化澳门行暨豫澳投资贸易洽谈会”和“中原文化天津行”活动；参加了中国北方旅游交易会以及在广州举办的文化产业博览会、在青岛举办的“扬帆奥运”中国民族民间艺术巡展、郑州第十届中国科学年会和河南省旅游商品设计大赛暨博览会等活动。2009 年 3 月，烟云涧青铜器代表洛阳市参加了在北京举办的“河南省农民工风采展”；2010 年 11 月，在浙江义乌国际旅游商品博览会上，烟云涧青铜器成为最受欢迎的旅游商品之一，广受各国朋友青睐。“河图洛书鼎”获得首届中国北方旅游商品创新设计大赛金奖，并在首届全球大学生华文书信大赛中被做为金奖奖品。

2009 世界集邮展览在洛阳举办，洛阳烟云涧青铜器有限公司技术人员会同北京大学资源管理学院、中国策划院、河南省经济发展战略研究院、洛阳市藏品文化交流学会的专家学者，研制开发了以厚重洛阳历史文化为原创动因的纪念品——河图洛书鼎。由于该鼎独特的造型和规整的设计，通过层层评审后被邮展执委会指定为邮展礼品、纪念品。邮展期间，国际集邮联合会主席约瑟夫·沃尔夫欣然为河图洛书鼎题词：“中国 2009 世界集邮展览纪念鼎非常漂亮！衷心地问候并佩服你们精湛的工艺。”

为了推进青铜器产业更大更强发展，公司借《河南省旅游立省三年发展纲要》将烟云涧村列为特色旅游村和国家实施土地修编的

机遇，在村北建设烟云涧青铜文化旅游市场，积极探索产业经济型旅游发展模式，该市场属河南省重点文化产业项目，总投资 6300 万元，其中一期工程投资 1900 万元。2010 年 12 月 8 日竣工，河南省旅游局副局长张风有、省文化产业研究院院长戴松成、省工艺美术学院会长张玉淼、省旅游局规划处处长李延庆、副处长田太平、省财政厅行政政法处处长秦有庆、洛阳市财政局副局长魏建民、旅游局局长孙小峰以及伊川县四大班子领导出席竣工典礼仪式。随着烟云涧青铜文化旅游市场的开门迎宾，标志着烟云涧由全国最大的青铜器生产加工基地，变为全国最大的青铜器集散地，一个充满活力的青铜文化旅游购物市场正式形成。

2011 年，在北宋时期著名的哲学家、思想家、数学家和文学家邵雍诞辰 1000 周年盛大庆典活动之际，中华全国新闻工作者协会名誉主席、人民日报社原社长、解放军中将邵华泽等亲临现场，为烟云涧青铜器企业所塑造的邵雍铜像揭幕，铜像的精美和传神引发来自海内外专家学者和与会者的赞叹不已。

烟云涧青铜器有限公司拥有独立的自主知识产权和进出口自营权，“烟云涧”青铜器系列产品被评为“中国著名品牌”，烟云涧青铜器制作技艺被列入“河南省非物质文化遗产”名录。

2012 年 9 月，在北京召开的世界旅游城市联合会成立大会暨世界旅游城市博览会上，洛阳烟云涧青铜器有限公司研发设计的青铜洛阳鼎作为洛阳城市标识，被评定为世界旅游城市博览会标识物在联合会总部北京永久收藏展示。“古朴大方、做工考究的青铜洛阳鼎不仅代表了洛阳，她的文化元素也彰显了华夏古老文明的灿烂荣耀。”世界旅游城市联合会秘书长、北京市旅游发展委员会主任任勇如此评价烟云涧青铜洛阳鼎。

洛阳市旅游局局长魏立峰说：“烟云涧是个很好的青铜器品牌，很受游客欢迎，把这个民族的传统工艺与现代的旅游市场、旅游产品开发结合起来，既满足了市场的需求，发展了旅游产业和服务业，同时也增加了农民的收入。”

在中国烟云涧青铜器博物馆，记者看到“天子驾六”、“四羊方尊”、“莲鹤方壶”、“河图洛书鼎”等历代仿古青铜器精品都陈列其中，透过每件青铜器可以看到，在制作中技术人员都对它的历史背景进行了认真研究，准确把握了其内在的艺术精髓，还原了其厚重的历史文化元素，富有神韵。

乘风破浪会有时，直挂云帆济沧海。借十八大东风，烟云涧人信心百倍，将继续加大烟云涧青铜文化旅游市场建设，抓好烟云涧青铜博物馆形象提升工程，完善烟云涧生态环境、休闲度假、农业观光、旅游购物、餐饮养生等系列服务设施多功能配套工程，积极探索产业经济型旅游发展模式，推动“烟云涧”青铜器品牌向更高层次迈进。

永远的青铜器，永远的烟云涧！

我国“走出去”投资方式不断创新 跨国并购成新亮点

■ 王希

商务部对外投资和经济合作司商务参赞陈润云 21 日说，近年来我国企业“走出去”步伐加快的同时，投资方式不断创新，跨国并购成为对外投资新亮点。

陈润云在商务部此间举行的记者通气会上介绍说，2008 年至 2011 年，我国企业以跨国并购方式实现的对外直接投资合计 1063 亿美元，年均增长 44%。2011 年，以并购方式实现的直接投资为 272 亿美元，占当年对外投资总额的 37%。并购领域以采矿业、制造业、电力生产等为主。

据他介绍，在欧债危机的背景下，我国对欧投资比较活跃。2011 年，我国对欧投资流量 75.6 亿美元，约占当年对外投资流量总额的 10%。到 2011 年末，我国共在欧盟设立直接投资企业 1600 多家，累计存量 203 亿美元。

他介绍说，我国企业对外投资合作由单个项目建设逐步向区域化、集群式模式稳步发展，如境外经贸合作区建设取得阶段性进展。截至目前我国共在 13 个国家建设 16 个合作区，累计实际投资 35 亿美元，实现总产值 70 亿美元。

陈润云说，我国企业通过“走出去”，实现了中外双方的互利共赢。来自商务部的数据显示，2011 年我国企业境外纳税合计超过 220 亿美元，雇佣当地员工 89 万人，员工本地化率 73%。

值得注意的是，我国企业“走出去”尚处于起步阶段，2011 年末，我国对外直接投资存量仅占全球存量的 2%，存在着“走出去”企业国际经营经验不足、风险意识不强等问题，也面临着传统与非传统安全事件频发、国际市场竞争加剧等挑战。

陈润云说，为指导企业有序开展对外投资合作，下一步商务部将着力在完善政策支撑体系、继续完善对外投资合作的公共信息服务平台以及不断完善“走出去”风险防控体系三个方面做好工作。

双星环保设备逆境中借力借势创新发展

■ 本报记者 何沙洲
特约记者 王开良 王立品

日前，记者来到双星环保设备公司车间采访。

站在庞大的除尘设备旁，双星环保设备总经理肖焕清介绍道：“像这样的大型环保设备订单的接进，靠的就是双星‘三名’效应、规模优势、创新提质举措。”

2012 年，该公司订单额较上年增加达 1200 多万元。

在经济发展放缓，内需降低的凛冽“寒风”中，双星环保设备缘何逆势发展，交出了一份较为出色的答卷。

不畏难 借力“三名”创市场

两年前的双星环保设备处在蹒跚起步阶段，面对产品单一、技术含量低、销路囿于小厂家、产能不足等诸多困难。双星集团总裁汪海超前决策，强调环保设备市场前景广阔，应在逆境中奋进。双星机械总公司领导协同研究，将眼光投向了高技术、高难度、高利润产品。

“市场是企业的龙头”，双星环保设备遵照汪海要求，抓生产更跑市场，从总经理开始，每位厂级领导至少挂靠一个项目，并加强对重点地区、重点企业、重点项目的挂靠，与片区销售人员一起拜访重要客户，积

顶级企业家集结资源“空降”重庆寻找服务创新项目

■ 丛桑

你的创业项目有可能得到俞敏洪、江南春的亲自指点。12 月 19 日，中国首家创业项目专业管理支持机构飞马旅的互动品牌“飞马连营 36 城”来到重庆，寻找合适的创新服务项目进行投资和帮助。

新东方俞敏洪、分众传媒江南春、携程范敏、乐百氏何伯权、汉庭季琦……“飞马旅”是由我国顶级服务业企业家共同发起的首家创业项目专业管理支持机构，遴选具有快速成长潜力的创业企业，以微股份置换的方式，帮助创业型企业。19 日，飞马旅 CEO、零点研究咨询集团董事长袁岳带领团队来到母校西南大学演讲，并寻找合适的创业项目。

这群成功企业家组成的服务机构能干什么？“看你差什么就补什么。如果缺钱，可以投资，如果缺管理，可以帮助组建优良的

极借力总裁名人、双星名牌、名企“三名”优势，争取大宗订单。

2012 年 3 月份，为争取河南一拖拉机厂的订单，双星环保设备力邀对方来企业考察，对方业务领导回去后，双星环保设备领导顾不上歇息，第二天立即与分管销售的副总经理及技术员，带上《双星企业文化手册》及技术方案，驱车前往河南这家拖拉机厂。双星人的真诚和完善的技术方案，深深打动对方，在竞标中成功胜出。拖拉机厂领导感慨地说：“我们考察了众多企业，还是感到与双星这样的名牌大企业合作踏实。”

借力“三名”赢订单，公司有了订单，领导骨干信心倍增，员工有活干，热情高涨，企业渐现生机。

勇进取 巧搭“规模”顺风车

汪海要求，各单位要发挥好集团规模优势抢市场。双星环保设备领导骨干提高执行力，谱写了勇进取，巧搭“规模”顺风车的新篇章。

在双星机械总公司领导协调指挥下，双星环保设备加强与双星铸机、双星橡胶机、双星中原机械、青岛轮胎总公司等单位的携手合作，通过便捷“通道”，破除了一道道横亘在市场门口的无形之墙。如，双星轮胎硫化设备得到市场认可，双星环保设备公司便

管理团队，缺营销，就帮助疏通营销渠道。”袁岳告诉记者，飞马旅目前在全国已帮助了 30 多个项目，但还没有一个来自重庆。“其实重庆江湖文化氛围浓，对创业者来说是一大优势，能放得开。但目前看到的项目普遍缺少新意，大多仍按传统思维，难以实现突破。”他认为，重庆服务业模式的创新性相对薄弱，服务业建设有待加强。

他表示，入选企业的标准通常需要两年以上，且要看企业的财务报表；同时，自己有什么优势，需要什么资源，必须很清楚。袁岳说，服务业是目前创业主流，而服务业创业的本质在于愿意服务，为他人提供满意的服务。

19 日，一些本土创业者也带来了自己的项目。一重庆女孩经营夏布饰品，让这一传统非遗遗产项目变身时尚的汽车坐垫等，并和旅游景点合作，但目前起色不大。

通过双星橡胶业务员推介，将双星环保设备打入轮胎厂家；东北某大型锅炉厂使用双星铸机公司生产的清理设备，双星环保设备便借力双星铸机公司领导的“牵线”，赢得了该企业一燃煤锅炉除尘器订单；山东临朐一炭黑生产厂家与双星轮胎是长期战略合作伙伴关系，双星环保设备巧借“友谊之桥”，主动和对方联系，赢得了袋式炭黑过滤收集器设备订单。

夯实力 创新提质铸引擎

要将公司发展成为“小巨人”，要想不落人后，只有靠科技创新助力、靠质量提升夯实基础。双星环保设备依靠创新驱动，用先进技术和过硬质量力拓市场。

该公司综合处领导介绍说，原先公司质量标准不高，总认为设备好用就行。有一次，汪海总裁检查发现一台除尘器“流挂”，当场给予严厉批评。我们意识到市场的高要求才是标准，于是迅速修改和完善了设计标准、制造标准，并对领导骨干实行“质量挂靠制”，对员工实行“质保金”等措施，推动了质量提升。

在车间宣传栏，记者看到 32 个精细化质量先进操作法。车间内自动焊机更是引人注目。技术难题揭榜攻关，质量能手示范奖励。随着一个个质量和技术难题的攻克，双星环保设备市场形象得到逐步提升。

袁岳建议，这样的传统工艺项目有特色，关键在于渠道开发。他举例说，网上有家店孔明灯卖了 4000 多万，源于做出了两个重要改变——原本孔明灯飞走了就回不来，但这家店的产品是用线拴住；同时用太阳能芯片代替明火，能发光还杜绝了安全隐患。

他认为，服务渠道的突破对于传统产品很关键，而且要自己掌控，可以考虑做垂直电子商务。而通过旅游部门销售低附加值较低，并不是最适合的。

袁岳建议，如果想创业，不要去大公司工作，这只会让你熟知某一领域的工作，“阉割”创业思想。

“营销自己，首先要‘不要脸’。”他建议大学生创业者要学习乞丐，“乞丐一般会有三个举动，第一个是要钱，然后阐述要钱的理由，要钱的特点是三次以上。乞丐掌握了关键，即目标、途径和坚持。”



为了“世界”的明天

胸怀良心讲真诚
供求世界逞豪情
生活培育新行业
步步为营事业兴

为大学生求职、为下岗职工再就业，免费刊登广告，我们说到做到！

这是吉林省正进《供求世界》广告四平分公司全体员工庄严的承诺。

“用诚信培育市场”，带着这样的自信，吉林省正进供求世界广告有限公司四平分公司的全体员工，经过 7 年的拼搏，如今，她们的团队已成了远近闻名的、领跑广告业的先锋组合。杜经理在回顾 7 年的创业经历时，感慨地说：我们能今天的成功，是用两个字换来的，那就是良心。其实，人生价值，就在脚下。

(赵长远)

