

欧盟项目推动 四川竹产业多种模式发展

■ 记者 王萍 成都报道

吴德奎是民营企业四川省邛崃市天台山竹业有限公司的负责人。他之前的生意是做胶合板,后来转向做竹加工。2008 年,竹加工刚刚开始起步,林业推广站的工作人员找到他,将他的企业作为欧盟援助项目的 8 个示范点之一。从此,他与竹加工产业正式结缘,事业也越做越大。现在,吴德奎的企业通过技术加工,为丰田等汽车品牌生产竹制车厢底板,年产值上亿元,是四川省唯一一家生产高档车辆车厢底板的生产企业。

12 月 6 日下午,欧盟援助汶川地震灾后重建生计恢复项目——促进环保型竹产业链建设项目总结暨成果展示大会在成都举行。记者正是在这个会上认识了吴德奎。

“通过 4 年的实施,我很高兴看到项目取得了预期的效果。”欧盟驻华大使艾德和先生在大会致辞中说,“过去的 4 年也正是地震灾区恢复和重建的时期。项目旨在建立可持续的、环保型竹子建材产业链,通过对当地竹资源的有效利用,为受灾地区提供就业和收入。”项目同时帮助了当地灾民重建家园。在项目实施的 4 年中,有 8 个受灾县市的超过 2 万家农户直接通过项目建立竹子生产合作社受益。吴德奎便是其中之一。

项目为四川竹产业添翼

据四川省林业厅厅长尧斯丹介绍,1998 年以来,四川先后在全国率先实施了天然林保护、退耕还林等重点生态工程,全省森林资源持续增长,生态环境显著改善,2012 年林业生态服务价值达到 162 万亿。近年来,四川省林业厅积极参与国际交流合作,相继开展了欧洲投资银行紧急贷款生态恢复、德国政府贷款森林可持续经营、诺华碳汇造林、竹产业链加工等项目建设,在促进生态修复和农民生计恢复等方面发挥了积极作用。四川省林业厅作为欧盟项目的主要合作方和受益方,认为该项目在四川的实施对四川竹产业的良性发展起到了良好的推动作用。

国际竹藤组织总干事古珍博士表示,国际竹藤组织是一家致力于提高竹藤资源的社会、经济及环境等多重效益的政府间国际组织,在汶川地震后,第一时间便组建了工作组,奔赴震区,运用机构十几年来在竹藤资源可持续利用、促进经济发展等领域所取得的宝贵经验,帮助灾区群众。

作为中国竹资源大省的四川,竹林面积占全国的 17%,拥有超过全国 1/3 的竹种资源,地震中竹子资源损失较小,资源总量非常可观。结合竹材相较于木材、混凝土等建筑材料所具有的可更新、可再生的环境优势,以及它快速更新的特性,国际竹藤组织决定,以促进竹建筑材料的应用及加强可持续竹产业链建设为突破口。

4 年来,项目与有关科研部门合作,开发了《四川省工程竹结构技术规范》(草案)。在

2011 年由世界银行、全球减灾与恢复基金以及联合国降低灾害国际战略共同组织的“世界灾后重建大会”上,该项目荣获联合国“世界灾后恢复重建新途径”创新奖。欧洲理事会主席赫尔曼·范龙佩(Herman Van Rompuy)对中国进行国事访问的第一站就是赴川视察本项目。在了解了项目开发的产业技术、政策和投资模式等方面后,他表示项目成果值得大力推广。

欧盟驻华代表处项目官员黄雪菊在项目总结会上表示,项目覆盖 8 个受灾县市,直接带动 2.3 万多家农户,实现有利于灾后生态环境恢复的竹林资源管理和对竹资源的高效利用,帮助当地政府官员、企业、农户以及普通消费群体转变对竹产业的传统观念,提高了人们对低碳环保建材、可持续加工利用和环保消费理念的认知;真正实现了整个竹产业发展环境,从政策决策到经济、社会、环境方面的实践的全面改善。其中,211 家中小型竹子企业纳入项目环境监管机制;有 16 万平方米的竹子板材代替了木质板材;协议投资项目 8000 万元;超过 50 万名普通消费者提高了对低碳环保竹产品的认知;竹子企业环境监管办法纳入四川省林业产品质量监管体系;四川省工程竹结构标准被四川省建设厅审核认为符合四川省竹子工程结构材生产向环境可持续和经济高增长的目标发展的需求。

同时,此次援川项目是将传统的输血型援助模式向造血型进行转变。所以,项目重在产业提升,设法引导恢复与增强灾区竹产业中小企业的造血机制。在可持续竹产业链建设过程中,特别强调竹产业链各环节参与主体,尤其是中小型竹加工企业的能力建设。青神云华竹业有限公司,在项目支持下,培养了一批高素质的竹编教师。在今年“4·20”芦山地震灾后,该公司利用项目培养的这批竹编教师对受灾地区的近 300 名左右合作社社员举办了三期为期三个月的竹编培训,共培训学员近 300 人。

四川省林业厅骆建国总工程师认为,项目对四川竹产业的可持续发展起到了良好的推动作用。2011 年以来,四川省林业厅结合四川竹加工企业对生产标准的现实需求,积极鼓励省内科研院所、高校的专家加强对四川各类主栽竹种丰产栽培、竹加工工艺、竹产品质量标准的编制修订工作,并通过四川省质量技术监督局成功发布了 13 项标准。对推动四川竹产业快速发展、促进全省竹产业现代化建设发挥了积极的作用。

多种因素制约四川竹产业发展

据四川省林业厅编制的《项目示范总结报告汇编》显示,四川竹产业的发展受到多种因素不同程度的制约。

受国际国内市场影响,桉板价格一直下滑,导致原料降价,影响林农采伐出售竹材的积极性。在沐川县,竹农采伐运输竹材的直接成本较高,经营竹林的比较效益低,特



●沐川金石竹型材邮箱公司展台一角。

别是运输距离达到 1 公里以上的竹林,即使是绵竹和吊丝求竹每亩能产 2-3 吨,竹农扣除采伐运输成本,几乎没有收益,因此林农新发展竹林的积极性不高。邛崃也面临同样的问题。由于竹浆行情下滑,导致中冶峨山纸业生产不正常。竹材销售渠道不畅,加上邛崃市竹加工产品较为单一,抵抗市场风险能力差,山区竹农生产积极性受到影响。

低效竹林面积大,竹林经营能力需要提高。沐川县森林覆盖率达到了 77%,竹类品种多、面积大,但示范企业金石竹型材公司经常由于没有充足的原料供应导致生产不饱和,这和当地竹林生产力低下,竹农丰产栽培和经营管理能力差有直接关系。

林区基础设施建设滞后,林产品生产成本低增高。林区劳动力缺乏,林竹产品采集困难也是制约竹产业发展的重要因素。在邛崃,由于山区青壮年大部分都外出打工,留守的多数是老弱病残和妇女儿童,劳动力缺乏使很多地块的原材料无法进行采集销售。同时,由于山区竹林面积大,但交通条件差,主产品运输成本高,导致原材料生产成本大幅增加,部分地区甚至运输成本高于销售价格,平乐、大同部分地段即使送人也没有人愿意去采伐销售,原材料白白浪费,同时也增加了原材料收购的成本。在竹林面积达 79 万亩的泸州市合江县,同样存在基础设施建设滞后的问题。竹区交通等基础设施与现代产业的发展不相适应,导致竹资源优势不能充分发挥,严重影响社会投资的积极性和竹业经济的规模发展。

在竹林覆盖面较广,竹产业发展较为成熟的地区,又存在不同的问题。竹产业链不完善,竹产业发展平台不健全的问题首当其冲。宜宾的长宁县是中国竹子之乡,竹林面积 6945 万亩,全县竹加工企业和个体户 265 家,由于企业规模小,龙头企业少,多属作坊式生产,生产设备大部分是早期购进,加工设备落后,缺乏上下游配套企业,尚未形成企业集群,产品科技含量低,竹原材料消耗大,产品附加值不高,生产竞争能力弱,二产加工对整个竹产业发展的拉动作用不明显。目前没有相关部门、竹加工企业、合作社、造林大户等组成的组织平台,不能统筹

抓好竹产业产品品牌的创建、媒体、组织、中介机构与企业对接、中小企业整合等,文化交流、科技服务、林权流转交易平台建设尚在组建中,举办国际交流活动、创意创作大赛、学术研讨会少,与科研院校之间建立长期合作关系的还不多。

眉山市的青神县被国家文化部命名为“中国主编艺术之乡”,被国际竹藤组织确定为培训基地,竹编产业是青神竹产业的核心,也是该县的主支柱产业。这里竹农的经营意识依然薄弱,管理技术缺乏。长期以来,由于农村劳动力的转移,大部分的竹农没有经营意识,对竹林缺乏管理,导致竹林林分质量低、效益低下。

竹编产业是一项劳动力密集型的产业,对从业人员的技能要求很高,所以竹编人才的培养是竹编产业可持续发展的关键一环,而竹编教师的缺乏是制约青神主编产业发展的瓶颈。

此外,由于设备限制,产能受限也制约着竹产业的发展。云华竹旅公司是青神的竹编龙头企业,由于设备限制,其新产品“彩色竹编”的发展受到限制。

探索多种模式 做大做强四川竹产业

四川主要的竹加工企业出于对竹资源的占有要求和直接控制生产过程的需要,对原材料、半成品等生产环节采取自建或控股兼并的“纵向一体化”管理模式。在市场相对稳定的条件下,这种模式是有效的。但随着市场竞争的日益激烈,这种模式的弊端开始显现:一是增加企业资金负担,二是在项目建设周期中承担丧失市场时机的风险,三是增加企业的管理成本。所以,据骆建国介绍,项目在实施过程中,积极推进区域产业链建设,让企业把精力放在核心竞争力打造上,其他非核心业务采取外包给合作的前端半成品加工者或竹业合作社,充分利用外部资源快速响应市场需求,形成一条从供应商到制造商再到销售终端贯穿所有企业的产业链。长宁蜀泰林业专业合作社和合江福禄竹木产业协会的筹建,形成了农户—合作社—

企业的发展模式:企业以竹业合作社为桥梁,通过优质竹材加价收购原料、利润部分返还等途径,与农户建立起紧密的利益联结关系,竹材质量提高使企业废品率明显降低,达到互利共赢。

引进先进技术与设备,帮助企业实现产业升级,提高劳动生产率和资源利用率。

四川省竹加工企业以作坊式小微企业为主,竹产业结构单一。虽从业人员多,但技术、设备落后,加工工艺差。从事粗加工的企业占了绝大多数,竹精加工、附加值较高,市场前景好的竹生产加工企业寥寥无几,导致竹产业链不长,产品同质化严重,竹原材料市场无序竞争较突出,整体经营效益不高,发展受到制约。针对这种情况,项目通过支持示范企业引进新技术和新设备,来展示各种资源利用率高的现代化技术和先进的生产模式,示范并带动竹加工技术的转型升级。

据合江县百林竹业有限公司负责人邓龙木介绍,企业由于存在生产效率低,生产工艺水平落后,生产车间的除尘设备不完善,废水排放不达标,边角余料的利用率低及工人加工技术水平低等问题。在合江县林业局推广站工作人员曾勇的帮助下,项目专家与企业反复讨论沟通,决定通过购置多片锯提高生产效率,购置印花机提高加工工艺水平,购置除尘设备改善生产环境,整治污水排放系统使污水排放达到环保要求,开发新产品提高资源综合利用率及对工人和竹农进行加工技术培训,到目前公司劳动生产率提高 60%、资源利用率提高 25%。

在项目的帮助下,青神的沙溪河中段也组建了青龙竹业合作社,将河坝子镇安坝坝村、杨店村、白果乡的罗湾村、福泉坝村的农民集中起来,通过参加项目举办的竹资源丰产栽培技术管理培训,使社员掌握了慈竹高产、复壮更新、优质主编用竹挑选及种植等技术,竹林产量从原来不足 0.5T/亩提高到现在 1.5T/亩,社员经营竹林直接获得了效益,经营竹林的意识增强。同时,合作社成立后,农村剩余劳动力找到了用武之地,除了竹材的采伐需要壮劳力外,加工生产由妇女、老人或残疾人就可以完成。随着合作社的发展,大量的妇女、老人以及残疾人因此有了自食其力的机会和能力。截止 2012 年,青神拥有特级竹编大师 3 人,高级竹编技师 20 多人,中级技术人员 200 多人,专业竹编技工 6000 多人。青神通过“农户+合作社+公司+基地+商场+旅游”模式,带动农村万人从事竹编、竹制品加工业和竹生态旅游。2012 年,竹产业年总产值 8.3 亿元,占全县 GDP 的 19.9%;竹编产品年销售收入接近 3 亿元,带动农民增收 2.5 亿元,合作社农户人均收入超过 3 万元。青神竹编已成为促进农民增收致富的重要支撑。

吴德奎告诉记者,在邛崃,油樟乡驰鑫竹业专业合作社和他的天台山竹业共同组建了初加工合作社,平乐、水口、火井等镇乡也在逐步组建竹产业合作社,竹农组织化程度不断增强,抗市场风险的能力正在不断提升。

发力布局移动终端 三大运营商力图打破弱势格局

■ 韦夏怡 报道

艾瑞咨询最新数据显示,今年三季度,中国第三方移动支付市场交易规模达到 29651 亿元。综合此前数据,今年前三季度,移动支付市场累计交易规模已近 5000 亿元。其中,远程移动互联网支付交易规模高速扩张,占整体市场比重超过 92%,仅支付宝就占据了逾六成的份额,处于绝对优势。相比之下,以三大运营商为代表的近场支付份额持续受到挤压。随着 4G 时代的到来,运营商们也将发力移动终端布局,力图打破现有的弱势格局。混战之中,格局仍未有定数。

差异化竞争格局初现

今年以来,移动支付市场呈现出爆发式增长。面对这“诱人”的市场,巨头们围绕移动“钱包”的争夺愈演愈烈。

8 月,微信 5.0 版本推出微信支付,短短两个月,就实现了易迅、当当、优酷、蘑菇街、友宝、大众点评等众多企业接入,应用场景日趋丰富。紧接着,支付宝在今年 11 月宣布将移动端的“支付宝钱包”作为独立品牌发展。按照支付宝公布的最新数据,“支付宝钱包”用户数近 1 亿,支付宝手机支付用户已破亿。微信则在 11 月的合作伙伴沟通会上进一步强化微信支付,表示今后微信支付将分为扫码支付、APP 内支付和公众号支付三种模式,并加速线下布局。

随着微信的强势加入,其与支付宝的争夺亦逐步升温,各种明战、暗战、口水战“纷

至沓来”。

记者近日了解到,支付宝钱包又将在下一个 8.0 版本中加速渗透线下。这一版本为打通线上线下增加了会员卡功能,还将推出针对社交支付场景的“一起 AA”功能。此外,支付宝方面专门为“余额宝”及其后续的理财产品开辟了“财富”板块,并且在 APP 的一级页面显示,重要性得到强化。

百度也推出“百度钱包 SDK”,以应用和游戏内支付为切入点进入移动支付领域,并且还在近日与格瓦拉等企业合作推出了“1 分钱看电影”活动展开宣传。

近几年的积极布局,产品创新和业务模式探索,各移动支付核心运营企业已基本形成较为成熟的产品模式,差异化竞争格局初现。

艾瑞咨询指出,目前移动支付核心运营企业大致分为,以支付宝、财付通为代表的企业发展远程移动支付客户端;以拉卡拉、钱袋宝为代表的企业发展手机刷卡器;以联动优势、上海捷银为代表的企业继续其传统短信支付;以移动、联通和电信三大运营商为代表的企业主攻移动近场支付。而最引起市场关注的当属以阿里、腾讯为代表的互联网企业在远程移动支付端的混战。

电信巨头借力 NFC

面对持续乏力的市场份额,包括移动、联通和电信三大运营商以及银联在内的传统巨头们也不甘示弱,对移动近场支付“志在必得”,各家也都在近期相继推出了“手机钱包”并展开大规模的推广活动。而更重要

的是,三家运营商的相关负责人表示,在未来的 4G 时代,将在手机终端发力布局,NFC 近场支付将成为标配的功能。

“从终端来看,我们今年就在市场上发布了一款支持 NFC 的手机终端。另外,2014 年新上市的手机也将逐步默认具备 NFC 功能。国内客户换机平均周期为 23 个月左右,所以预计未来 2-3 年,NFC 手机将成为手机的默认标配。”中国移动中移电子商务总经理范金桥在出席“2013 第四届移动支付产业年会”时指出,未来 2 至 3 年,绝大多数用户也将更换成带有 NFC 的 SIM 卡。

中国银联移动支付部副总经理单长胜此前表示,如果支持 NFC 的 SIM 卡到达 1000 万,那么 NFC 近场支付就会出现转折。

“NFC 的产业链比较长,我们需要快速推出产品,抢占市场,而手机钱包的定位就是移动互联网的入口。随着 NFC 终端、SIM 卡、受理环境的不断成熟,我们有望在未来 3 至 4 年突破 3 亿的规模。”范金桥表示。

为运营商们提供移动支付产业基础平台的银联,也在积极“合力”布局中。中国银联移动支付总工程师徐晋福说,目前银联、移动运营商、金融机构也完成了 TSM 平台上线以及互联互通,实现了从传统的“柜面发卡”到“空中发卡”的转变。

相关人士指出,如果三大运营商全部接入中国银联 TSM(移动支付可信服务管理)平台,未来支持 NFC 近场支付的手机终端和 SIM 卡或 UIM 卡将会出现爆发式增长。

不过,运营商们在“抱团”普及 NFC 终端之外,在更为重要的应用场景以及用户习惯培养方面依然面临挑战,腾讯、阿里巴巴等

互联网企业似乎走在了前面。中国联通沃支付产品部总经理狄亚认为,未来移动终端 O2O 的闭环竞争会越来越激烈。O2O 的闭环是电子商务的闭环,所以未来针对线下 O2O 的电子商务企业会越来越被重视。而范金桥也表示未来将引入更多的优质应用场景。

“运营商现在都在发手机钱包,但如果不把应用场景设计好,不把能刷卡的区域设计好,未来在规模和份额上还是很难突破的。”一位移动支付提供商说。

移动金融“硝烟四起”

金融行业与互联网行业作为距离互联网最近的两大行业,都在纷纷选择移动支付作为切入互联网金融的一个重要途径。而以移动支付为切入点,无论是互联网企业还是运营商等众多企业,都将目光瞄准“移动金融”。

“互联网金融将来会带来三大变化:一个就是更好的透明度、更便捷的操作,更加的移动化。这些都是突破或者基于现有金融进行创新的,这也是央行鼓励的创新方式。另外两个变化是电商化和自金融。”中国电信有关负责人说。

上述负责人表示,中国电信未来将通过大数据、引进资源为企业提供融资业务“我们未来会引入银行和各方面资金,为用户提供资金,更快地把资金给代理商,通过我们对他们资金的监管,取得放贷方的信任。另外,有的商户在我们这儿开了便利账户,他的闲钱就放在我们这个账户中,我们将在近期推出类似于余额宝这样的产品,把他的闲钱利用起来,还可以开展担保、分账

等业务。”

上述负责人说,与其他支付公司一样,中国电信也试图在小额贷款领域有所作为,互联网金融将以第三方支付为基础,向众筹、小贷方式转型。

徐晋福在谈到移动支付未来的发展趋势时指出,P2P 的转账模式不断创新,会成为重要的金融应用;众筹或点对点转账,可以实现 IC 卡和手机、手机和手机、电子现金和现金之间,实现便捷、安全转账的模式,方便持卡人更快速地进行资金交换,今后可能会有比较大的增长空间。

“面向个人的金融服务将持续深化,移动支付作为互联网金融的形式,可以预见,将来手机将会是购买基金等金融产品的一个重要渠道。”徐晋福说。

艾瑞咨询认为,在现有的市场发展环境下,就移动支付市场机遇来看,类似支付宝等远程支付模式依然大于近端支付,而通过移动互联网技术所实现的支付方案也将将在技术环境逐步发展的过程中得到优化,线下将成为包括支付巨头、运营商、银行、银联未来争夺的核心市场。而线下领域的争夺也正不断升温,无论是微信、支付宝这样的互联网企业,还是诸如银联等传统金融机构都在巩固和拓展该领域。

据透露,过去的一个月,支付宝开始全方位接入商户,大商户方面开始与银泰百货和 I2306 合作,小商家方面与一线城市自动售货机、7-11 等便利店进行合作,并迅速向出租车市场铺开;微信也迅速在上品折扣店、哈哈镜等多处布局;而运营商等传统机构也在积极地向线下拓展。