

# 乐山金丝楠 旅游市场新动力

■ 陈兴鑫

金丝楠木,昔日在市场上炒出“天价”,虽然今年行情略有降温,但其发展势头依然强势。

盘点国内金丝楠木资源,四川乐山、雅安两地原材料品质上乘。在乐峨路两侧、乐自高速五通桥出口、省道103线等地,仿如一夜之间,涌现出大量收购金丝楠木的店面。仿古家具、玲珑摆件,每一件都光彩夺目。

“乐山金丝楠木,保守估计年交易额在1亿元以上。”业内人士认为,金丝楠成材所需时间长,因为资源的稀缺,其价值有望继续走高。

身处旅游城市,乐山金丝楠木产业能否借助首届旅博会东风扶摇直上,占稳市场?作为旅游文化产业,乐山能否打造独一无二的金丝楠木交易市场,做大做强?记者日前进行了相关走访。

## “最好金丝楠”就在乐山雅安

据乐山日报报道,清晨的苏杨路,在乐山名小吃“周老三”的对面,一间标注着“雅乐金丝楠”几个大字的普通店面打开店门。很难想象,在国内金丝楠木家具市场上,从这里走出的产品能占据一席之地。

从外观上看,这里与临近的店面并没有什么差别,唯一的不同大约是,摆在店前的几块木头。大个头,有长有短,扭曲着斑驳着,苍老而沉默的样子。

当店主打开小店,记者看到的却仿佛是另一个世界:古色古香的青色砖墙,硕骨临风的竹帘,精致的木椅纤而不瘦,坐在那里,让人心感安宁;典雅的木柜,低暗的铜扣与泛金的木色相映成趣,层层相叠,隽永溢华;硕大的木盘,直直地嵌在托座上,那纹路似水如风,引人伸手去触那沁人心脾的滋味——这都是金丝楠木制品。

《博物要览》载:“楠木有三种,一曰香楠,又名紫楠;二曰金丝楠;三曰水楠。金丝者出川涧中,木纹有金丝。楠木之至美者,向阳处或结成人物山水之纹。今内官及殿宇多选楠材坚大者为柱梁,亦可制各种器具,质理细腻可爱,为群木之长。”

乐山区域广泛生长小叶桢楠,因此早些年间,成都以及南方城市的淘客都到乐山来采购原材料,乐山的金丝楠木大量外流。

“最好的金丝楠在四川,四川最好的金丝楠在乐山和雅安,在我们这里,所以店名叫‘雅乐金丝楠’。”店主易敏锐说这话的时候带着满满的自豪,“咱们最大的优势就是本地化。”

易敏锐之前曾做过红木生意,因为红木的主要原料产地在国外,进口到国内再加工,加上运费和关税,成本很高;而金丝楠的产地就在四川,其利润远高于红木,这才改行卖起金丝楠木制品。易敏锐从业的背后,还有一段有些传奇的故事:他原本就读于四川师范大学经济学专业,念到大二,对金丝楠木的热爱也使他升起自主创业的欲望。于是,他毅然退学,从零开始,一步一步做到现在。

“别看这个小,得卖一万多元。”易先生从柜子上拿来了一个精致的金丝楠木盘,一束束金丝均匀的布满盘底,呈现出天然而柔和的颜色。他虽然只有26岁,但多年经验积累,对金丝楠木制品研究颇深。他说,金丝楠木生长缓慢,大器晚成,成为栋梁材要上百年。而价值最高的乌木成材则更加困难,要在地下经过两三千年的黑暗沉淀。从古代起,金丝楠木在市场上就供不应求。

“金丝楠木制作家具,剩下的边角余料,可以用来打磨成串珠,在风景区或是珠宝店里,可是暴利。”易敏锐说。

真正好的金丝楠木工艺品,如行云流水、雨点纹、石头纹,制作时工艺不能复杂,要根据金丝的纹理进行打磨。真正的行家,对金丝楠木制品的要求是不上漆,保持最原始、最天然的状态。

## “宝贝”曾被当柴烧

在业内人士看来,金丝楠木大体上分为三大种:一种是新料,一种是老料,而最珍贵的则是乌木金丝楠木。

家住通江街道办事处的鲍家平,在乌木这个领域摸爬打滚10多年。他出资近百万收藏几间屋子的乌木,成为他最值钱的家当。“今年的收购价较低,估计过两年肯定会上升。”

鲍家平介绍,目前市场上流转的金丝楠木大都是之前收购的拆房老料、挖地下车库挖出的老料,存量已经不多,越来越难找到。但是,像乌木这样的宝贝,不识货的人就算摆在眼前也认不出来。几年前乐山一个楼盘挖地基,挖出来的黑色的木头被工人扔掉,识宝的鲍家平将这些疙瘩全都捡了回来,仔细一看全是乌木。

给鲍家平看管乌木的老人介绍说,上世纪70年代,乐山人都把乌木当柴烧掉,那时候的人哪里知道乌木的价值。二十多年后,大量的成都人、福建人到乐山收购,人们才发现这是个宝贝。

金丝楠的加工可是一个精细活儿。据易敏锐介绍,要把金丝楠木加工成家具,几乎是纯手工作业,机械只用于初期的打磨,这对工匠的手艺要求非常高。而为了尽可能地降低原



● 金丝楠木越来越受人们重视



● 在乐山市峨眉山、大瓦山、黑竹沟、大风顶等高山区,桢楠树随处可见



● 金丝楠木产品

料的损耗,也为了成品的更高质量,易敏锐通常都会从福建一带请来最好的工匠进行加工。

身为金丝楠木的狂热爱好者,鲍家平的家中摆满了金丝楠摆件。摆件相较于家具,对工匠的要求更高——要依木塑形,根据木料的样态在心中勾勒出合适的造型;要一丝不苟,每一处,每一刀,都要恰到好处;要心有灵气,这样成品才会生动,才能与金丝楠的俊雅相匹配。

一个“八仙过海”金丝楠摆件市场标价四五万元,而一名从福建请过来的优秀工匠一个月的工资就要3万元。“但

人家确实值得起那个价钱。从外面请过来的工匠做的东西就是跟本地工匠不一样,损头少不说,比本地做的精致得多,漂亮得多。”鲍家平说,“他们30出头的小伙子,就已经有十七八年的工艺经验了。”仅去年一年,鲍家平工费支出就达30多万元。

## 金丝楠:要做乐山旅游市场的“奇葩”

在乐山,金丝楠木没有形成与资源优势匹配的规模化市场,人们认可度也远不及红木和紫檀。这未免有些令人遗憾。这是为什么呢?

业内玩家认为,金丝楠并不是一种树种的名称,而只是对具有金丝花纹楠木的一个通称。在市场上,金丝楠制品价格的关键在于木料中“金丝”的多少。但其中究竟达到什么样的比例就可以称之为“金丝楠”,国家并没有相关的标准和规定。由于标准缺失,金丝楠家具市场较混乱。金丝楠木的价格除了与金丝的多少有关,木材年限不同、花纹不同,价格也会有差别。而这些都没有一个较为明确地界别,缺乏一个足够权威的鉴定机构对行业加以梳理和引导。

其次,金丝楠木制品的制作工艺困难,本地工匠很难做出精美绝伦的楠木艺术精品,其工艺粗制滥造很难赢得消费者认可,蕴藏着巨大的投资风险。乐山本地的厂家依赖于沿海地区的工匠,内部难以形成一条完整的产业链。

其三,乐山的金丝楠木制造商对自己的产品过于信任,再加上一些客观条件的限制,乐山的金丝楠木市场几乎处于“零宣传”的状态。易敏锐说,他目前的销售渠道主要集中在京沪、福建一带,没有进行任何宣传,完全依靠一传十、十传百来进行销售。鲍家平表示,他也没有进行过任何宣传,是沿海一带经销商自己找上门来的。酒香也怕巷子深,这种原始的销售方式,使乐山本土的金丝楠木业处于整个行业食物链的低端,许多利润被沿海一带经销商攫取了。

其四,年销售额上亿元的乐山金丝楠木,至今没有一个专业的市场。如果能够在乐峨旅游黄金线上,打造一个专门的金丝楠木专业批发销售市场,不仅能够增加乐山旅游的景点,增添游购的元素,同时也能够促进金丝楠木市场的规范和壮大。据悉,市中区已与嘉州工业博览城业主协商,准备在博览城打造一个板块,为乐山金丝楠木提供展示销售的平台。

其五,金丝楠木没为旅游产品进行量身打造。作为旅游城市,乐山有哪些拿得出手的旅游产品?记者认为,金丝楠木摆件、串珠、家具,都具有开发的价值。虽然目前已经有乌木博物馆在做这件事,但其作品仅限于乌木制品,并没有打响金丝楠木的招牌。业内人士认为,乐山优质的金丝楠木原料大量外流,政府应该引导市场,创造良好环境,开发更多品种,将金丝楠木摆件、家具、串珠推向旅游市场,使其成为乐山旅游产品的“奇葩”。

金丝楠木要切上一刀才能显现出漂亮的纹路和高贵的色泽,嘉州的金丝楠木产业也需要锋利的一刀,规范化市场,完善产业链。相信在那一天,金丝楠木会给乐山旅游产业带来强劲的动力。

## “川字号”农企抱团出击

■ 罗之屹 李森

现场成交金额超过10亿元人民币,达成意向金额近30亿元人民币,均创下四川省历届农企境外展会纪录——继8月下旬抢滩港澳,签下2.5亿元人民币合作大单后,9月,四川省57家农企带着蔬果、肉禽、茶叶、粮油等特色农产品,赴俄罗斯、波兰、匈牙利3国开展农业经贸活动,短短10天便拿回一张亮眼的成绩单。“川字号”农企俄罗斯行,缘何签下创历史大单?这释放出何种信号?

### 新的机遇

### 180亿美元的市场空缺

据四川日报报道,尽管本次农业经贸活动已过去了20多天,面对俄市场这块“大蛋糕”,四川省贸促会主任赵晓阳依然难掩兴奋,“仅农产品这块,俄罗斯一年就有180亿美元市场空缺!我省农产品每年进出口总额仅10亿美元。”赵晓阳介绍,这次活动对四川农企来说是一个十分难得的机遇。

在这次经贸活动的重头戏——第二十三届莫斯科国际食品及饮料展上,四川省农企成了“香饽饽”。四川华业鼎兴农业有限公司、西林贸易进出口公司、米仓山茶业集团等11家企业紧抓新机遇,与很多家企业现场签订17个合作协议,实际成交金额达10亿元人民币以上,是2013年首次参展成交金额的5倍,仅西林公司一家就与俄方现场签订价值6000万美元的猪肉供货协议。

利好信号凸显。“中俄双边贸易一向较好,合作关系一经建立,川俄今后长期合作将非常顺利。”赵晓阳表示,目前川产农产品在俄罗斯市场上的占有额非常少,如果抓住俄罗斯市场空缺带来的机遇,抢占先机,在俄市场发展空间巨大。

### 抱团出击

### 高一倍的产品身价

农企抱团出击成为本次活动一大亮点。展会上,四川华业鼎兴农业有限公司牵头联合川红茶业集团等9家参展企业,抱团与俄罗斯远东国际公司等俄企签订总额数亿美元的双边贸易协议,旺苍4家茶企抱团则与俄罗斯出口贸易公司签订5000万美元的茶叶销售协议。

为何抱团?对此,华业鼎兴农业董事长张强感受最为强烈,“以企业联合体形式谈判签约,像茶叶等产品,身价能高一倍。”张强举例,猕猴桃纳入集团公司系列产品亮相时,价格也从9元/斤涨到16元/斤。

抱团还增强了企业的话语权,“签约时,我们要求必须先交20%—30%的预付款,这在过去很难做到。”张强表示,企业营销成本也至少下降一半,市场份额抗风险能力也极大增强。

而在米仓山茶业集团董事长何旭伦看来,抱团出击,产品品种更加丰富,外商选择空间大了,机会也就大大增加,今后,还能根据客户要求及时调整产品结构。

抱团出击,不仅让企业本身受益,同时,完整的产品体系和专业的营销模式,也塑造了“川字号”农企在国际市场上的整体形象。

### 政府搭台

### 早一步的细致谋划

相较于东北等地区,四川省对俄等国农业贸易区位优势并不突出。此次赢得骄人战绩,与政府精心搭台和细致服务密不可分。

省农厅国际合作处处长蔡军军介绍,为支持川企“走出去”,开拓农产品境外市场,省贸促会和农厅在总结去年参展经验基础上,紧抓俄罗斯市场空缺这张“新牌”,提早谋划,指导企业做好产品推介、客户招揽等工作。“政府的鼓励,极大地提高了参展企业赴俄罗斯掘金的热情和信心。”蔡军军表示,此次四川省农企一改以往“坐、等、靠”的思想,参与意识大大提高。

据介绍,对于参展企业,四川省除了免去参展展位费外,还为每个参展人员提供经费补助。此外,相关部门在展前信息收集、企业征集培训及现场后勤等方面也下了大功夫。“企业签约时提建议,帮助企业规避风险;签约后期,协助跟踪落实,可以说提供的是一条龙服务。”蔡军军告诉记者,展会期间,看到茶企与外商接洽忙得热火朝天,我们还帮忙泡茶送水,当好“服务员”。“不仅是俄罗斯,下一步,省农厅将与省贸促会等部门合作,进一步开拓海外市场,组织更多四川农企走出国门。”

## 韩企在川投资机遇大

2014韩中未来合作论坛成都举行,四川仅有200多家韩企

■ 刘秋凤

10月21日,2014韩中未来合作论坛在蓉举行。据华西都市报消息,韩国驻成都总领事馆总领事安成国在会上表示,在川投资的韩国企业数量不足在中国投资韩国企业总数的1%,未来还有很大的发展空间。

安成国表示,目前有约3万家韩国企业在中国投资,但在四川仅有约200多家韩国企业,不到总量的1%,市场空间还有待开辟,未来将有更多的韩国企业会进驻四川。

他认为,导致这一现象最主要的原因是,虽然韩国企业家对四川等中国西部市场越来越关注,但是缺乏对四川政策优势、物流现状等具体情况的了解,这一现状在未来将慢慢得到改善。他还透露,目前正在资阳规划中韩中小企业配套产业园。

## 易门泡红椒走俏成都酱菜市场

■ 张志云

随着泡椒鱿鱼、泡椒牛肉、泡椒腰花等这几道爽口的川菜向更多更广的消费者推广开来,其主配料泡红椒的销量也越来越大。近日,记者获悉,云南省玉溪市易门县的泡红椒在成都酱菜市场走俏,并占有一席之地。

“我们主要加工泡红椒,销往成都、重庆……”“我们家生产的泡红椒是成都的订单……”这是近日记者在易门县的农产品加工企业采访时听企业主介绍得最多的话。在易门山里香食品有限责任公司、易门山源食品开发有限公司,记者看到农户自种或收购的大量红辣椒正一车车运进厂区,工人们正忙着分拣、清洗,整个车间全是红辣椒。

易门山源食品开发有限公司负责人李学春介绍,公司



● 易门山里香公司员工正在加工泡红椒

步伐更显稳健。易门县的六街、十街,峨山的大龙潭和双柏县的部分乡镇都种上了辣椒,为农民增收开辟了一条新渠道。