

一座城的红木理想

——访台山红木艺术展览城总经理张小文

□□ 本报记者 卢曦

在品鉴会上，不但有20余家来自全国的文化内涵和产品质量上乘的红木家具企业，同时，一些建设中的红木家具城也来到展会，希望更多的红木买家及爱好者了解他们关于红木的信念和理想，广东省台山市大江镇正在建设的台山红木艺术展览城(以下简称“展览城”)就是其中之一。展览城总经理张小文表示，台山拥有30多年的红木生产历史和传统工艺传承，是中国鉴藏级高端红木品牌原产地，展览城建成后，必将有效带动台山红木经济的发展。

近年来，很多红木产业后起之秀或是传统基础较好的地区都在建设能代表当地产业特色的家具展示馆，抢占红木产业转型升级的制高点。在全国众多以红木文化冠名的展示馆中，如何做出地方特色和品牌影响力，一直是各地

政府和建设者较关心的问题。张小文说，展览城属于“江山多骄”项目中的一个子项目，是重点打造的文化品牌之一。展览城首期规划占地约100亩，定位为传统红木家具展示综合销售区和独立销售区，二、三期将延伸发展的有玉石陶瓷古玩街、台山旅游集散中心、特色餐饮名店手信街、台山特色产品一条街等。

大江的红木理想

据介绍，木材加工业是大江镇的传统产业。上世纪70年代，大江镇的传统家具业开始起步，很多大江镇人从翻新旧家具开始，逐渐发现了其中的商机，并开始进入仿古制作，慢慢形成传统家具制造业。

经过30多年的发展，红木已成为大江镇较为成熟的支柱产业之一。据大江镇镇长李智勇介绍，目前大江镇的红木古典家具企业已达100多家，较大规模的有20多家，从业人员达2万多

人，目前已形成木材选材、设计、加工、流通这一比较完整的产业链。同时，大江镇的红木产品已经远销到美国、加拿大、意大利、韩国、日本等国。

大江的红木产业发展到今天，已形成一定规模，但与其他红木产业聚集区相比，仍有较大的发展和成长空间，加之近年来，中国红木市场面临原材料上涨，成本不断攀升的困局，而产品价格却长期低迷，市场呈现出有价无市的尴尬局面，红木企业面临着巨大压力。不少业内人士认为，红木行业已经到了发展的瓶颈期，必须进行转型升级。张小文非常赞同这种观点，他表示，台山红木艺术展览城就是在这样的市场背景下兴建的。“建设展览城有两个好处，一是顺应行业的潮流，形成高端红木文化聚集地，给红木爱好者及客商提供一个交流展示的平台；同时，展览城的兴建，对大江镇及台山市的红木品牌起到提升作用，能够整合当地的红木资源，强化台山市和大江镇的红木产业基地集聚效应。”

试水红木与金融对接

在国内，艺术品和贵金属行业，都已形成了较为成熟的金融市场对接平台。但对红木家具来说，与金融市场还是一个新的领域。而在展览城，张小文就要将其变为现实。

据介绍，展览城建起后，将在周边配套一个面积约为1000亩的艺术产业园。产业园中将规划建设木材交易市场、仓储物流区和第三方金融机构，用以服务展览城的入驻企业。对于红木企业来说，通过权威的第三方评估机构对其红木木料进行合理估值后，作为资产证明及抵押，由展览城担保，企业可以申请银行贷款，用于扩大再生产。而对消费者和投资者来说，如果红木金融能推行，也可以拉动消费，增强市场活力。消费者可将通过分期付款的形式，提前享受到红木家具，这需要消费者对红木家具企业有所了解，选择熟悉的品牌，以及对家具材质、款型、售后等方面都有保证的企业。

张小文说：“红木金融毕竟是新生事物，目前金融行业还没有相关的评估标准，不过我们认为这是盘活红木资本的一个方向，对红木行业的长远发展有益，值得尝试。”

差异化带来的商机

面对全国各地都在兴建红木文化展示馆的情况，张小文有自己的思考，他说，兴建于2013年12月的台山红木艺术展览城，是在当地政府的支持下，并详细研究了大江红木产业发展状况后的结果。

谈到展览城的定位和特色，张小文表示，展览城要走红木文化及艺术品的高端路线。“在市场原材料价格和成本上涨时，高端红木艺术品或收藏品不仅未受到冲击，需求量反而在增加。传统红木家具除了本身的实用功能以外，还兼有审美价值、历史价值和收藏价值，而要让红木家具的其他价值更好地展现出来，需要更加专业的机构和平台来

推动。展览城的出现，将形成辐射珠三角、港澳地区的红木展销平台。展览城建成后，周边将继续建设配套生活设施，有效推动当地的城镇化进程。”

据了解，展览城一期用地102亩，将于2015年12月试营业。展览城毗邻当地知名企业伍氏兴隆兴建的黄花梨艺术博物馆，并将在全国范围内吸纳100余家优质的红木生产经营企业，形成品牌聚集区，推动整个台山市的红木产业发展。对于展览城的招商，张小文表示，展览城已于6月启动全国招商，通过红木专业协会、地方政府和当地企业的共同推进，目前势头良好，一些业内大品牌如航管、国盛已表示入驻意向。



台山红木艺术展览城将建设为高端红木文化聚集地

业态扫描

河北涞水：“京作”红木产区展翅待飞

□□ 北岳

时下，有着“北方红木雕刻之乡”美名的河北省保定市涞水县正致力于传统家具文化及产业的复兴。作为“京作”家具的重要产区之一，相较于其他红木产业基地，涞水有哪些优势？涞水需要解决的瓶颈和问题又有哪些？要进一步发展当地的红木产业，涞水应如何做？在品鉴会期间，涞水县县长于舒心、县委副书记陈河在与企业家座谈时给出了答案。

优势:根基深厚 人才辈出

作为“京作”家具的重要基地，涞水具备天时地利人和的优势。首先，涞水有着深厚的京作宫廷家具文化底蕴。于舒心介绍，早在清代康熙年间，宫廷成立造办处，从全国各地选拔能工巧匠时，涞水人就被征召入京，如东文山乡上车亭村的王继贵、石亭镇板城村的刘仲春等，“京作”的宫廷技艺也在当地代代传承下来。

其次，涞水曾是国家红木制品外贸出口制作基地。涞水工匠们曾多次为来华外商制作宝座、屏风、多宝格等宫廷款式红木家具，并参与了故宫太和殿、乾清宫等处所用雕云龙纹宫宴家具重器的制作与修复。许多藏家看到涞水人制作的家具后，都以为是是从故宫借出来的原物。

第三，涞水始终坚持手工雕刻。涞水人把祖辈传承下来的工艺视为“京作”灵魂。新中国成立后，几位涞水老师傅先后返乡，在家乡做起了红木雕刻。特别是仿宫廷的屏风、宝座、大柜等产品工艺精湛，独具特色。

第四，涞水传统工艺人才辈出，实力雄厚。据陈河介绍，上世纪60年代至90年代，上车亭村的老工艺厂就相当于“工

艺培训学校”，1993年，北京紫檀博物馆一次就从该厂招收了30多人。而河北省廊坊市大城县红木产业起步时，也从涞水陆续招聘了400个能工巧匠——他们后来成了大城红木产业的支柱。与此同时，涞水还走出了一批闻名全国的红木企业家，如元亨利创始人杨波、皇林苑董事长杨燕等。

瓶颈:产业粗放 营销欠缺

近年来，涞水积极发展红木家具产业，产品以仿明清式古家具为主，有屏风、桌椅、衣柜、宫灯、笔架、笔筒等40余种，木料以名贵的花梨、紫檀、红木等为主，附以果木和常用木材，镶嵌用料有象牙、玉石等，产品高贵典雅，工艺精美。但面对快速发展的红木市场，涞水也面临着亟待解决的瓶颈。

首先，涞水品牌知名度不高。不少消费者在品鉴会现场看到来自涞水产区的家具，都赞不绝口，但到目前为止，涞水还没有出现在行业中有影响力的旗舰品牌。

其次，涞水红木产业“为他人作嫁衣”的现象较为严重。涞水人大多专注于家具制作，而缺少专业的营销队伍，很多产品被拥有自主品牌的商家低价收购，贴牌后高价出售，使涞水很多厂家沦为他们的生产车间，自己只能赚取加工费。

再次，涞水红木产业链模式有待创新。在前10年的发展中，涞水得益于红木家具批发商创造的市场环境，形成了以生产加工、订货制作为主的粗放式批发销售的产业模式。这种模式导致产业创新能力不足，并与终端市场脱节，产品盈利只是赚取加工费，工艺与品牌附加值都没能得到很好的发挥，甚至会由于经济大环境的波动而带来较高风险。尤其是如今名贵木材价格飞

涨，产品成本提高，大大限制了企业的进一步发展。

出路:强化品牌 转型升级

涞水县委、县政府当地红木产业面临的问题有着清醒的认识，这也体现了他们的自省精神和着眼于长远的发展眼光。于舒心认为，涞水厚重的京作文化底蕴藏着强大的生命力，涞水的红木工艺既要融合现代元素，跟上时代发展的趋势，同时，还要从传统文化中寻找创作的灵魂与本质。在此基础上，涞水县委、县政府提出，要打造“涞水京作家具”品牌，组成“涞水红木”军团，从4个方面扩大“涞水红木家具”的影响力：

一是要在涞水培育出有影响力的红木品牌企业，重点扶持3至5家已形成较大销售规模、具备较强的生产与研发能力的企业作为标杆。此外，要培育涞水红木家具行业新的经济增长点，逐步形成集群经济效益。

二是要进一步规范涞水红木产业市场，完善行业与市场管理条例，加强企业自律，规范行业市场管理，维护商家与消费者的权益。

三是要加强涞水产区的品牌宣传，如在关键性高速路口竖起涞水红木产区的广告牌，利用电视、报刊、网络等媒介为涞水造势等。与此同时，要加强与外埠有影响力媒体的合作，大力推广涞水企业，同时举办红木文化节、研讨会、论坛峰会、组团参展等文化活动，扩大品牌传播力。

四是要在基于“红木家具前店后厂一条街”与“涞水县红木家具园区”基础上，进一步从原料采购、生产加工、产品展示、人才培养、销售与物流、收藏与拍卖、博览与展销等全方位角度，对传统的特色工艺门类进行创新、升级。

□□ 邓华

来自海南国盛古典家具有限公司(以下简称“海南国盛”)的展位，作为品鉴会重点项目“红木小件精品品鉴专场”，吸引了众多海南黄花梨爱好者的目光。

黄花梨的优势得天独厚

海南黄花梨如此受追捧，与其稀缺的资源、深厚的文化底蕴、华美的质地分不开。

关于黄花梨的产地，曾形成过较大的争议。目前，对海南黄花梨的产地已形成的共识是：只有产自海南本土的降香黄檀才是真正意义上的海南黄花梨。据中国林业科学院红木专家杨家驹介绍，海南黄花梨产自海南岛，与檀香紫檀产自印度有异曲同工之妙。也就是说，在没有科学公示之前，无论其他木材与海南黄花梨在木性上如何接近，两者也不能等同看待。海南黄花梨的这种排他性，杨家驹认为是由海南岛独特的土壤条件和气候决定的，这直接导致了即使是同纬度的其他地带，也无复制的可能性。

由于海南黄花梨成材缓慢、大料难得，在明末清初就已接近绝迹。新中国成立后，绝大多数国人并不知道黄花梨为何物。海南黄花梨重新出现在人们视野中时，可追溯到1963年上海博览会海南代表团的药材展。改革开放后，黄花梨重获重视，但黄花梨文化真正回归则是在近十几年，其价格一路攀高，从当初每斤约36元涨到现在每斤约2万元，飙升约500倍，掀起了国人抢购黄花梨家具的热潮。

除此之外，黄花梨更有着不可比拟的文化底蕴。黄花梨被誉为“明清宫廷三大贡木”之首，著名作家海岩曾在《满城尽带黄花梨》一文中这样写

道：“明代是中国家具艺术出现飞跃式发展的历史时期，家具的形式与功能日趋完美统一，明代黄花梨家具更将中国家具艺术带入化境。今天人们所谓的中国古典家具，实际上指的就是中国明清家具。元代之前的家具大多取材于杂木，易损难存，传世甚少。在工艺、造型、用材上皆达到让今人都难以企及的水准并可传之万代的，应以明代的黄花梨家具为始。”

海南黄花梨珍品吸人气

此次海南国盛参展的海南黄花梨工艺品琳琅满目，如《龙壶》、《金鱼壶》、《福壶》、十八罗汉大型系列根雕等，这些难得一见的海黄艺术珍品甫一亮相就吸引了众多人气。

以价值超过680万元的十八罗汉大型系列根雕作品为例，海南国盛董事长吴名光坦言，海南黄花梨大料罕见，收集这么多有一定分量和天然造型的原材料用于创作，非常不易。笔者在海南国盛展位上看到，短短几分钟内就成交了3件海黄精品：有位先生花10万元购买了一件精美的海黄工艺品，一位女士看中一件雅致的海黄手链后也迅速出手。来自北京的张

先生说，在海黄爱好者心目中，海南国盛久负盛名，去年第一届精品品鉴会，他们就从国盛展位购买了海黄工艺品，一年来升值不错。今天他们又看中一件直径3厘米的海黄手串精品，当即收入囊中。

2010年，世界小姐机构主席莫里夫人在上海世博会上看到海南国盛展出的海黄工艺品时，曾由衷地称赞说：“它像世界小姐一样美丽。”

吴名光认为，莫里夫人的评价，体现了海南黄花梨秀外慧中之美：

首先，海南黄花梨是中国明代和清代早期最受推崇的木料之一，它色泽柔和、纹路行云流水、华美而且绚烂；空灵飘逸，与世界小姐的高雅气质异曲同工。其次，世界小姐的美不仅在于外形，更体现在智慧上。而海南黄花梨不仅是制作硬木古典家具的上乘材料，还能够用作药材，海南黄花梨的心材就是中药降香，有疗折伤金疮、止血定痛、消肿生肌的功效。第三，世界小姐本身就是对获得者的一种至高荣誉。而海南黄花梨曾被海外人士称为“被上帝亲吻过的木头”，其制作的家具，更是以气味馨香迷人、手感光洁丝滑、纹理妙不可言、色泽晶莹剔透，越来越受到藏家的喜爱和追捧。



海南国盛蝙蝠茶壶