

# 原材价格上涨 家具市场走向何方

□□ 听海

今年以来,红木出口大国纷纷加强了红木原材料的出口禁令。截至目前,紫檀属的紫檀木类、花梨木类中的刺猬紫檀,以及整个黄檀属都被列入了濒危管制。在这种情况下,红木价格将迎来新一轮上涨潮。红木材料涨价对红木家具企业将会产生什么影响?红木家具的未来走势如何?

## 红木家具掀起新一轮上涨潮

2016年还未过完,大红酸枝原材料平均涨幅已达40%;巴里黄檀原材料涨幅达50%;缅甸花梨小料涨幅高达65%;而之前最不受重视的非洲花梨原材料涨幅竟然接近100%。鉴于此,目前国内各大红木商家纷纷发出涨价3%至10%的通知,原先购买的红木家具在企业规定时间内未付清全款的,重新下单均按照调整后的价格执行。

CITES大会,将多种常用红木材种也列入“拒绝入境”门槛。在没有第十七届CITES缔约方大会CITES进出口许可证的情况下,中国作为CITES的成员国,中国海关都必须履行公约拒绝入境。

出入境运输成本的上涨,其实早在今年7月初就有了苗头。自7月1日开始,由于过磅改由码头方面负责,对于重量的限制更加严格,变相地增加了运输费用。同时,全球的货柜运输费用上调,各大航线运输费用也在上涨,这两方面因素所产生的费用大约上涨了10%。

而9月21日起,新的运输政策通过这一周的实施,给商家带来的负担也逐渐显露:十三米半挂车减吨,总重不得超49吨,总高不得超4米。运费

总金额不变,但是实际载重减少了约25%,运费单价上调约33%,再加相应增加的税金,运输成本或涨35%。

不论是濒危管制、各国严查走私、还是运输成本增加,都难以阻止原材料的价格一涨再涨。目前,东南亚红木“封关”的影响已逐渐在红木家具的价格上体现出来,而濒危管制的影响将持续发酵至半年甚至更长。可以说,这一场红木价格的上涨,是2016年红木家具进入“牛市”的标志。

## 硕果仅存的红木界“遗老们”

CITES大会过后,硕果仅存的15种红木为:花梨木类的越柬紫檀、安达曼紫檀、印度紫檀、大果紫檀、囊状紫檀、乌足紫檀、鸡翅木类的非洲崖豆木、白花崖豆木、铁刀木;乌木类的乌木、厚瓣乌木、毛药乌木、蓬塞乌木;条纹乌木类的苏拉威西乌木和菲律宾乌木。

鸡翅木类多有紫褐色深浅相间的蟹爪纹,酷似鸡翅膀,“鸡翅木”之名也由此而来。和乌木类相似,目前红木家具市场上鸡翅木类和乌木类家具所占比重并不多,更多的家具则是花梨木类和酸枝木类。

红木管制的加强,或许是鸡翅木类和乌木类的机遇,也许会让花梨木类一跃而上“独占鳌头”。替代材种的出现必不可少,但是作为最“正统”的“遗老”们,旧有红木的地位依然会是许多人眼中的权威。

“被剩下”的红木也并非存量巨大。例如,CITES东盟专家组计划在缔约国大会上提交将大果紫檀、乌足紫檀列入濒危附录二的提案一事,因产地国政府的原因而未形成正式提案提交大会审议。

从之前的市场上,可以看出大果

紫檀逐渐成为红木家具的风向标。它一入市,便以清晰温润的木纹、悠远醇厚的梨香味以及亲民的价格广受好评。大果紫檀坚韧的稳定性和明显的草皮纹,也被称为“最接近海黄的黄花梨”。

乌足紫檀因其木材纹理极像乌足而得名,主要产于东南亚中南半岛老挝。由于2016年以来,老挝本土的木材禁令,造成乌足紫檀的价格有所波动,但是相对来说,大果紫檀的价格波动或许更能代表家具市场的行情。

## 红木原材价格上涨25%

多种红木原材价格的持续上涨已经引起了业内关注:非洲花梨木从九月份的4600元/吨上涨到了5500元/吨,且近期市场到货量极少;大红酸枝更是一路攀升,常规料的价格在半个月从15万元/吨升至近20万元/吨,涨幅已超过33%;缅甸花梨统货价格也从1.6万元/吨涨到了2万元/吨,涨幅已超过25%。

红木原材价格飞涨的原因,一个是资源的枯竭,一个是国际上对于红木出口的重视。现存的红木数量远不如人们想象的多。珍贵的红木树种在自然界成活生长需要一个漫长的时间,结合近年来我国进口的红木类木材惊人数量,这些巨大红木库存量背后是原产地逐渐枯竭的自然资源,所以才出现了濒危管制的不断强化。

当这些因素反应到市场上,就是今年红木原木价格的逐步上升和近期的快速上涨。红木家具市场已初现涨价潮,缅甸家具近期已普遍上涨8%至10%,并且不付定金不定价。

刺猬紫檀和大果紫檀无疑是近期市场表现最为亮眼的材种,虽然价格

指数已经停止上涨,但市场成交却十分活跃。在各类材种中,家具厂积极备货性价比高的材种,这也是近期红木行情冲高的主要原因。10月以来,红木市场出现了预期反弹,这让不少木材商对于后市行情充满期待。广州鱼珠、上海福人等市场在刺猬紫檀、大果紫檀、阔叶黄檀、交趾黄檀等材种的力挺之下,市场销量依旧保持增幅态势,给了大盘较大支撑。

## 精细化发展还是“百花齐放”

虽然市场涨势汹涌,但热点集中、品种单一、成交次数多、数量少的特点却让人不容忽视,但随着厂家补仓动作的完成,市场量能的持续性还有待进一步观察确认。

在各代表材种中,刺猬紫檀对大盘的影响力举足轻重,但在厂家谨慎、台风侵袭等因素的影响下,刺猬紫檀日销量和价格涨幅收窄。市场人士表示,从市场形态来说,红木市场仍具有上行的动力,但由于量能放大有限,可以预见,近期红木大盘将以震荡调整为主,呈现出慢攻态势。

事实上,因生产周期的问题,近期红木原木的快速上涨尚未真正传导到家具成品的价格上,目前红木家具市场的成品价格小幅上涨仅反映了前期的成本增加。红木材料涨价对红木家具企业影响很大,但就目前行情形势来看,红木企业首要任务仍然是去库存。

红木原材市场大涨,红木家具必然跟随。在价格占主导的市场,木材的价格最终还是由供需关系所决定的,红木家具的未来走向,可能会向更精细化发展,也可能会出现更多“百花齐放”的替代材种,这一切都有待于观察。

# 文旺阁木作文化主题展 成北京文博会一大亮点

□ 本报记者 裴秋菊

10月27日,第11届中国北京国际文化创意产业博览会(以下简称“文博会”)在北京国际展览中心拉开帷幕,精彩纷呈的文物与博物馆相关文化创意产品成为本届文博会的最大特点。

其中,来自北京文旺阁木作艺术馆(以下简称“文旺阁艺术馆”)的主题展区,以其目不暇接的木作文物、鲜活生动的木作场景、极富创意的展陈设计成为文博会中的一大亮点,来这里的参观者络绎不绝。

文旺阁艺术馆木作文化主题展分为传统家具木工工具系列、古代建筑五脊六兽系列、市井风情系列等,几乎每个系列都是一部中华木作文明的发展史。

文旺阁艺术馆馆长、中国文物学会专家委员、北京收藏家协会木工组主任王文旺表示,工匠排在360行里的第一位,中华木作文化源远流长数千



以木雕的手法展现传统家具制作技艺



夹头枋

年,而维系这条历史长河的原动力不仅仅是技艺,更重要的是一种精神,这种精神正是我们国家现在倡导的“工匠精神”。

文旺阁艺术馆木作文化专题展受到观众的追捧。据了解,该专题展曾受各地政府、文博单位以及各机构组织的邀请参展,所到之处引起极大反响,其原因一方面是被文旺阁大量木作文物所吸引,更重要的是通过这些实物让人感到一种震撼,产生对中华传统文化的敬仰之情。

在记者看来,文旺阁所展出的展品,看似独立成章,实则一脉相承,从五脊六兽所代表的中国木结构建筑元素,开启了中华木作初始的功能形态,再到数百种形色各异的木工工具,所展示的则是中华木作技艺的流派繁盛与工艺传承,而那一幅幅生动的作业场景、市井风情,更向世人再现出木工作为一个行业的存在状态与社会意义。王文旺用其富于创意的展陈设计,向人们勾勒出中华木作文化的发展渊源与传承形态,他也凭借一己之力向人们展示着中华文明中的璀璨文化——木作的魅力。

## 企业看台

# 嘉乾阁:做东阳木雕文化的推广者

□□ 严格

近日,第十九届北京中国古玩艺术品博览会(以下简称“古博会”)在北京落下帷幕,但其给整个行业带来的正能量与影响力仍在持续发酵。在国家提倡“工匠精神”的新形势下,本届古博会有何特色? 全民民间文物木雕专业委员会(以下简称“木雕专委会”)代表企业北京嘉乾阁红木家具有限公司(以下简称“嘉乾阁”)参展作品有何惊艳表现?在弘扬中国红木木雕文化,助推其走出国门这一壮举上,木雕专委会有哪些实际行动?木雕专委会会长、嘉乾阁董事长胡钢对此进行了解答。

## 嘉乾阁扛鼎之作引众瞩目

本届古博会包括3个主题:一是古玩文化研究成果展示,二是中国传统工艺大师评选、绝技竞争“云工奖”,三是首届鉴定评估师藏品展示,并免费



嘉乾阁古博会参展作品《雨荷探戈》

为消费者鉴定。为期3天的展会,汇集了来自全国各地古玩、红木木雕等方面做出成就的精英。

已参加过第十八届古博会的木雕专委会应邀再次参加。嘉乾阁带来的其历时一年制作的扛鼎之作——金丝楠木《雨荷探戈》与《硕果累累》,成为本届古博会上的一抹亮丽风景。

这两件作品将东阳木雕鬼斧神工的技法表现得淋漓尽致,作为绝技竞争“云工奖”的作品,它格外引人注目原因何在?胡钢新表示,一方面在于这两件木雕充分展示了东阳木雕高超的雕工制作技法;另一方面则是通过丰富的主题传神地表达出意味深长的文化内涵。

《雨荷探戈》通过荷花、小河、人、探戈舞等元素寓意风调雨顺、和谐和睦。《硕果累累》则将金丝楠木雕刻成葡萄、竹子等元素,表达出丰收的喜悦,一年更比一年好的祥和寓意。

## 多个奖项揭晓

本届古博会的重中之重是,与中国传统工艺大师主题相关的活动项目——中国传统工艺作品奖《云工奖》现场评选、中国传统工艺大师资格证书颁发、中国民间文物艺术品最高荣誉奖作品颁奖。早在2015年就已荣获“中国传统工艺大师”的胡钢新应邀作为评委出席上述系列活动。

据悉,木雕专委会副会长、不凡木业董事长付团忠,木雕专委会秘书长、明威堂红木董事长吴金伟,嘉乾阁设计总监吕武江、浙江东阳新明红木家具有限公司董事长张新民荣登奖项榜单,荣获2016中国传统工艺大师。与此同时,吕武江的木雕作品《雨荷探戈》还斩获了中国传统工艺“云工奖”。

胡钢新表示,这将促使我们进一步把业务做好,把古典家具和传统木

雕做好,把中式装修做好。

自木雕专委会成立以来,先后参加了第十八届古博会,举办了中国传统工艺大师评选等项目,承接了2014北京APEC会议与2016杭州G20峰会的部分中式装修工程,出席了在北京雁栖湖举办的2016第二届全球社会企业家生态论坛,今年国庆节前夕,木雕专委会还举办了高碑店第十一届文化艺术节——国家非遗文化传承(东阳木雕)艺术节,在京城高碑店宝地弘扬东阳木雕文化。

据了解,以后木雕专委会将在北京长期举办或参与相关推广活动,充分利用京城资源优势,合力推广东阳木雕红木文化。

## 力推中国红木文化走向世界

木雕专委会及会员企业陆续亮相国际性盛会,并不断举办或参与各种推广活动,展现的是一种“文化自信”。为进一步响应当前国家“文化走出去”大战略,把红木家具行业“工匠精神”发扬光大,向国际主流社会宣传推广我国博大精深的传统家具木雕文化。2017年1月,木雕专委会会员企业嘉乾阁、太行木业、明威堂以及部分中国传统工艺大师还将远赴太平洋彼岸参加第7轮中美人文交流高层磋商成果清单文化领域22项中的第18项——第22届美国洛杉矶艺术博览会中国国展。

在当前低迷的经济大背景下,在红木家具行业处于调整的大环境下,敢于组团赴美参展,充分说明了全民民间文物艺术品商会、木雕专委会的实力,以及会员企业在经营销售上的“景气”。以嘉乾阁为例,近年来,率先在业内提出中式生活全案,将别墅、豪宅中式装修与古典家具配置进行有机结合,打造中式生活全案产业链,延伸出新的价值,上演了逆市飘红的精彩篇章。

# 青木堂:东方人生活方式的传播者

□□ 卢曦

在刚刚结束的杭州文博会上,设有一个台湾工艺展,约有10余家台湾家具品牌参展,其中青木堂家具(上海)有限公司(以下简称“青木堂”)的展位前人头攒动,其展品及文创礼品大受欢迎。台湾永兴家具事业(以下简称“永兴家具”)执行长、青木堂创办人、CEO叶武东表示,参加这次活动的初衷是希望以家具为载体,通过这种有温度的情感交流,带动两岸文化交流。

## 历史传承 挖掘家具的文化内涵

青木堂是拥有50多年历史的永兴家具旗下的连锁品牌,擅长制作具有东方理念风格的实木家具产品。其经营理念为延续传统优质家具的工艺技巧,建构现代东方美学的生活空间,自2001年进驻大陆以来,现已在两岸主要城市开设了30多家连锁店,成为两岸文化创意产业的典型代表。

在今年红木家具市场普遍清冷的大环境下,青木堂却在台湾、上海、杭州等全国各大文博会、家具博览会上出现。据了解,青木堂于11月4日参加厦门文博会,还将参加2017年1月由中国文化传媒集团主办的中国国展·2017洛杉矶艺术博览会,以一套琴瑟和鸣对椅入驻中国国展非遗展区。

通过青木堂频频亮相文博会,可以看出其将文化已经植根到企业品牌和产品中。叶武东表示,希望用永兴家具近60年的基础,把对文化事业的做法强调出来。尤其是在市场相对低迷时期,让人们把目光从对材料和工艺的追求中,放到更深层的文化内涵上,通过挖掘家具的文化内涵来体现价值。

据悉,记录永兴家具旗下台南家具产业博物馆、鲁班学堂创立10年的新书

《拾载》已出版首发。

叶武东介绍,青木堂旗下的鲁班学堂、《青风现代东方人文生活荟刊》已经坚持了10年的时间。鲁班学堂在台湾的开班经验已有10年,2013年在大陆浙江开设嘉善校区,2016年开设上海鲁班学堂,作为木工爱好者聚集地,鲁班学堂聚集了工艺高超的匠人和优秀的家具设计师。

## 和而不同 体现东方人文特色

据叶武东介绍,此次参加中国国展·2017洛杉矶艺术博览会,是青木堂首次以艺术博览会的形式走出国门,将中国的现代东方家具展示到世界主流的艺术平台。他介绍,此次参展的琴瑟和鸣对椅展品的设计和名字,都在着力体现东方人文的美好与善念。

“琴”“瑟”分别代表两种乐器,合奏演绎出动听和美的音乐,“琴瑟和鸣”是这件作品的名称,更是创作者赋予其良善美好的愿景。“琴瑟和鸣”对椅,在其设计创作中,以文化的潜移形态进行表现,突破东方家具在表意形式的可能。从“头”开始,以轮廓化的头靠,在空间中带出敏锐的视觉焦点;就“座”舒适,以缓冲性的座垫,在空间中留下充裕的乘坐处所;顺“腰”神气,以神性的曲度,在空间顺势带来精神与气息。

“琴瑟”对椅是形象合和的一对座椅,设计上有所区别,“和而不同”,用设计的语言诠释出男性外放、气魄的胸怀,女性婉约、内敛的性格特点。在实体形式上充分暴露人文意象的“情景交融”,并隐喻当代多元的价值论与美学取向。

而此次去美国参展,也象征着中美艺术的求同存异,共同成长。同时,也可以理解为企业在追求利润的同时,应该承担相对的社会责任,将文化贯穿其中。

## 打造复合店概念 进行跨界整合

近年的红木家具市场相对低迷,在不断创新和寻求突破的叶武东看来,红木家具市场已进行了两级分化:一部分是看中材料和工艺,另一部分是收藏级别的。对于材料部分,又包括了生活体验和形式创新等。而消费市场对此并不排斥,现在的趋势是家庭在选购红木家具时,不会全部选用红木家具,而是追求形式上的美感,强化家具风格。消费者会选用部分红木家具,以及与家庭装修风格和谐搭配的其他家具。所以,青木堂下一步的目标是以“复合店”的概念将生活化、体验式的产品进行跨界整合。

据悉,青木堂将于年底入驻上海麦可文创园区。该园区是由旧工厂改造而成,青木堂选择入驻这里,是希望将传统文化与现代创新进行很好的结合。

而其在浙江的工厂,将会实现青风会馆、国际艺术家驻厂概念,将台湾木工精神,现代东方人文生活分享给消费者。



琴瑟对椅其一