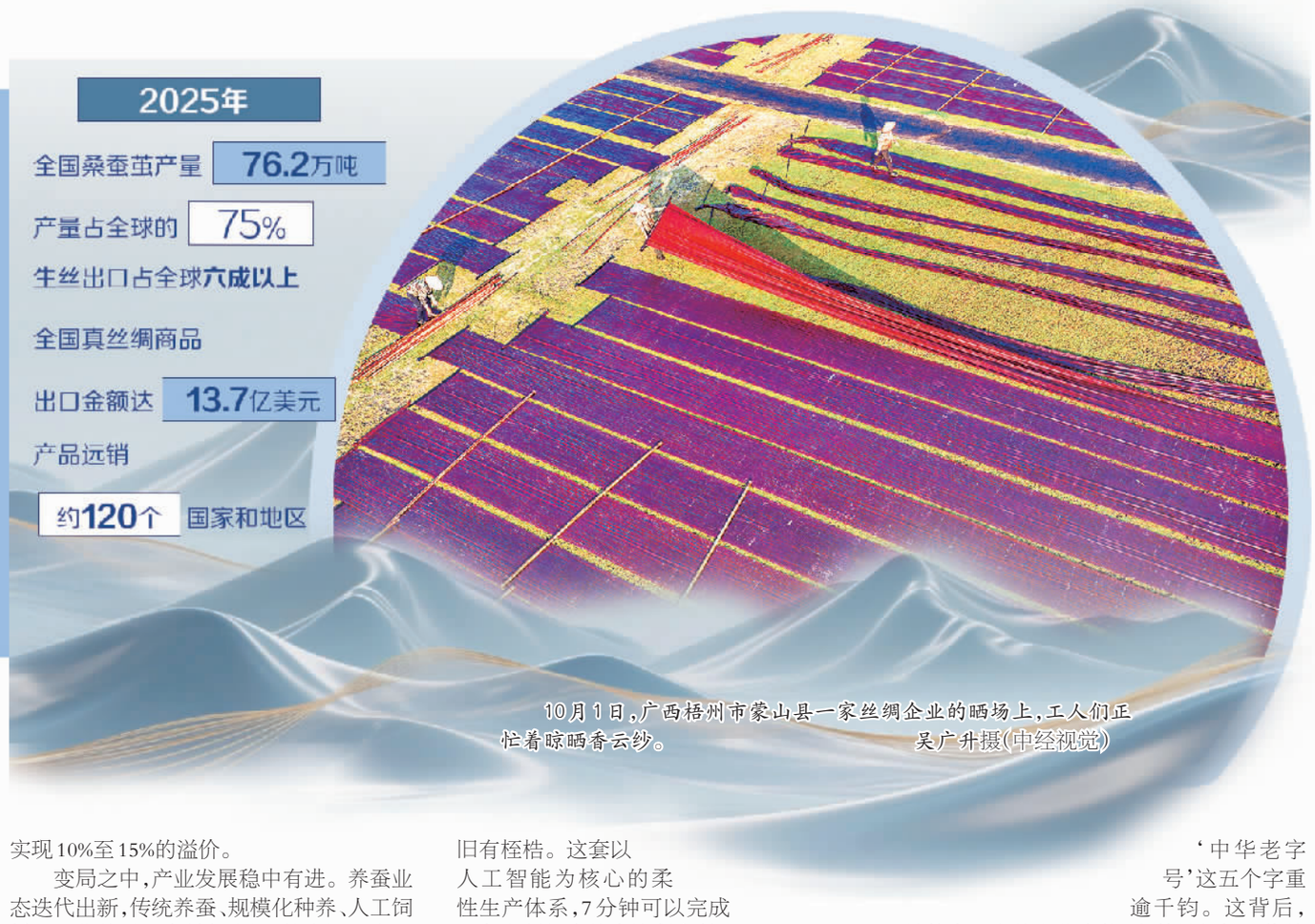
经典正年轻

丝绸产业重现青春活力

□ 本报记者 刘 瑾

工业和信息化部等六部门联合印发《关于推动历史经典产业高质量发展的意见》，提出到2028年，培育50家百亿规模龙头企业，塑造100个中国消费名品。历史底蕴深厚的丝绸、茶叶、瓷器等中华传统特色产业，如何穿过岁月的经纬焕发青春活力，如何重新进入现代人的生活场景，如何从大产业走向强品牌？近期，本报记者走进产业发展一线，探访其最新进展。



10月1日，广西梧州市蒙山县一家丝绸企业的晒场上，工人们正忙着晾晒香云纱。 吴广升摄（中经视觉）

丝绸，跨越五千年文明长河，是镌刻在中华文明基因里的鲜明标识。

工业和信息化部等六部门近期联合印发《关于推动历史经典产业高质量发展的意见》（以下简称《意见》），这是国家层面首次为历史经典产业出台专门政策文件，丝绸被置于这份文件的首要位置。

“这不是简单贴上一块文化标签，而是对产业价值定位、发展逻辑的一次系统性重塑。”中国丝绸协会会长唐琳表示，政策背后的深层指向，是推动丝绸产业跳出单纯制造与贸易的传统定位，成长为承载中华文脉的重要载体。产业发展的底层逻辑正在发生本质转变：不是单一追逐经济产出，而是追求经济价值、民生价值、文化价值三者协同共生、互促共进。

稳固原料底盘

江苏省海安市南莫镇姜刘村，蚕农于长干18岁开始养蚕，与蚕桑打了50年交道，今年依旧饲养10张蚕种。在鑫缘茧丝绸集团推行的“龙头企业+基地（蚕业农场/蚕业合作社）+农户”生产服务模式下，他与鑫缘茧丝绸集团建立技术服务、保护价收购等联结机制，日子过得愈发踏实安稳。

“集团构建起全球最为完整的茧丝绸全产业链。”鑫缘集团党委副书记、研究员级高级工程师陈忠立介绍，企业攻克经济型可复制家蚕饲料育关键技术，探索形成“有桑期间饲料蚕适龄转桑”“无桑期间大龄饲料蚕分户育”“工厂化全龄饲料育”三类可落地模式，实现投资、成本、效益可控，推动土地资源集约高效利用，带动农民收入实现翻番。

茧丝价格，牵系蚕农生计、企业经营与行业兴衰。中国是世界丝绸的“第一车间”，但曾经很长一段时期，行业深陷“卖茧、卖丝、卖坯绸”的低端循环，利润微薄、议价能力不足，自主品牌建设步履维艰。

改变，始于定价权的回归。中国茧丝绸交易市场总经理刘卓明回忆，2004年生丝指数正式对外发布，就此打破日本横滨交易所延续百年的定价垄断。市场搭建“线下超市+线上平台”双轨运行体系，辐射广西、四川、浙江各大主产区，把供应链金融、质量溯源、行业信息发布等服务贯通产业链条。关键环节持续攻坚突破，市场搭建36家高品位生丝企业认证池，依托下游企业反向评价实施动态考评管理。部分获评企业产品已经对标国际一线品牌水准，较行业平均价格实现10%至15%的溢价。

变局之中，产业发展稳中有进。养蚕业态迭代出新，传统养蚕、规模化种养、人工饲料工厂化养蚕三者并行发展，筑牢民生产业根基，持续带动蚕农增收致富。缫丝织造向着智能化大步迈进，绿色生产、品牌培育、技术创新多点开花。

唐琳给出一组数据：2025年，全国桑蚕茧产量76.2万吨，较“十三五”末增长13.7万吨，产量占全球的75%；生丝出口占全球六成以上；全国真丝绸商品出口金额达13.7亿美元，较“十三五”末提升27.8%，产品远销约120个国家和地区。

产业格局也迎来深刻重塑。长三角地区聚力高端织造、印染加工、品牌打造与要素交易；广西、四川、云南、重庆、陕西夯实原料基本盘，同时不断向产业链中下游延伸拓展。两大集群错位互补，落实商务部等部门提出的“东绸西固”产业布局。同时，丝绸产业告别过去“栽桑—缫丝—出口”简单线性发展模式，加快建设“上游掌握定价话语权、中游布局人工智能与绿色制造、下游拥抱新消费浪潮与老字号焕新、地域上东西分工协同”的复合型产业体系。

科技创新赋能

完整的全产业链、稳固的原料基础，赋予中国丝绸迈向全球价值链中高端的底气。同时，挑战客观存在：原料优势稳固，但终端自主品牌偏弱、产品应用场景不够丰富，文化表达多囿于传统范式。

创新，是破局的钥匙。“十四五”时期，丝绸行业专利总量较“十三五”增长45.2%。智能生产流水线在行业广泛落地，丝绸材料跨界走进生物医药、柔性电子等新兴赛道，科技附加值持续提升。

“AI+印染”正在改写古老工艺。万事利打造全球首个丝绸花型AI设计大模型，坐拥70万级花型数据库。过去设计师数日方能完成的花型创作，人工智能短短3秒即可产出。生产端，企业自研活性免水洗印染一体机，在精密控制染料用量的同时，使染料附着率近乎达到百分之百，污水减排99%，让流传千年的印染工艺摆脱高耗水的旧有桎梏。这套以人工智能为核心的柔性生产体系，7分钟可以完成一条定制丝巾的全流程交付。

技术攻关，让丝绸告别“娇弱”，兼具温暖与坚韧。嘉欣丝绸副总经理兼金三塔丝绸服饰董事长章洁介绍，大众固有印象里真丝只适合清凉时节，企业反向攻关，发力保暖功能丝绸产品。依托首创丝针织技术，开发无感内衣、瑜伽服等新品；攻克可机洗真丝技术，丝绸家居服历经50次严苛测试，依旧保持鲜亮光泽。

抗皱改良、可机洗技术落地，丝绸产品走向四季化、运动化；应用场景从服装家纺，延伸至蚕丝蛋白护肤、医美等领域。一根蚕丝的边界，被不断拓宽拉伸。鑫缘集团携手中国科学院，研发蚕丝生物型接骨空心螺钉，实现国际首次注册临床应用。

“丝绸的出路在于科技创新。”唐琳表示，要培育壮大丝绸消费名品，活化非遗传统技艺，把沉淀千年的文化底蕴转化为当代市场的消费价值，推动产业从输出原料、半成品，转向输出优质产品、知名品牌与深厚文化，向着全球价值链更高处攀登。

生产工艺迭代、产品形态革新、跨界赛道拓展，三重创新叠加共振，丝绸产业的科技含量正以前所未有的速度跃升。

走入现代生活

10月13日，上海时装周的T台上，金三塔带来百年品牌大秀。秀场循着丝绸生长蝶变的自然脉络，铺展“茧、丝、韵、蝶”四大篇章。设计团队撷取中国丝绸博物馆馆藏恩泽锦、唐代翼马纹等千年古纹，让沉睡于文物典籍之中的传统纹饰，重新走到聚光灯下，鲜活地呈现在当代产品中。

“这场大秀不只是产品的展示，更是一次品牌的自我革新。”章洁说。企业想要打破市场对于老字号的刻板印象，向外界证明，百年老品牌同样可以充满时尚活力。

深耕丝绸行业30余载，纵使历经风雨，章洁从未萌生退意。“曾经，有商场运营方直言金三塔风格老旧，建议改换洋名字。如今，‘中华老字号’这五个字重逾千钧。这背后，是整个国家的文化自信，尤其是年轻一代的文化认同感正在不断觉醒。”谈及变化，她的眼中闪着光。

丝绸消费正在发生深刻转变。万事利集团董事长屠红燕表示，《意见》提出，到2028年，培育50家百亿规模龙头企业，塑造100个中国消费名品。这意味着，国家推动历史经典产业发展，不是将老手艺封存于博物馆，而是要把这份历史积淀转化为新质生产力，在全球价值链中争取更有利位置。

“过去丝绸大多用于礼服、丝巾的制作，更多作为节庆礼品。如今丝绸延伸到日常服饰、家居家纺、墙面装饰、防护过滤材料、文创伴手礼，跨界布局蚕丝蛋白护肤、健康衍生品。”陈忠立有感于市场变迁。跳出礼品的窄圈，面向大众日常生活开发产品，国潮审美深度融入新品研发，消费边界就这样打开。

放眼长远，丝绸产业的奋斗目标指向国际话语权提升与全链条整体升级。刘卓明介绍，一方面，积极打造自主可信、争取国际采信的可持续丝绸评价体系，补齐规则短板；另一方面，做强两端，在前端深耕蚕种改良，在终端积极培育自主品牌、原创设计和直达海外的销售渠道，努力把更多终端附加值留在国内，推动产业实现从原料优势向品牌优势、文化输出的跨越。同时，依托工信部组建的国际丝绸组织，推动跨国产业对话，从单一市场定价走向全球产业共治，夯实我国在全球茧丝绸产业的核心地位。

唐琳研判，产业未来增长空间蕴藏在深加工、品牌消费、蚕丝新材料等高附加值环节。要坚持科技创新驱动，做强丝绸消费名品，活化非物质文化遗产资源，把千年文脉转化为实实在在的现代消费价值，完成从输出原料半成品到输出产品、品牌、文化的转型。

破茧，方能成蝶。当丝绸走出典籍文物，走入现代生活，古老技艺便拥有了鲜活的时代温度。历史经典产业不再只是遥远的过往，而是可触摸、可消费、可传播的鲜活文化符号，成为激活消费市场、厚植文化自信的生动载体。

业界点睛

锂要

陶 珩

长期以来，锂产业的重心集中在资源开采和冶炼加工两个环节，下游材料应用和回收利用则长期被忽视。锂产业要走出“过山车”行情，必须从单点突进转向全链条均衡布局，资源、冶炼、材料、回收各环节协同发力。

今年碳酸锂市场走出冲高回落的“倒V”走势，年中锂价上行带动市场情绪升温，部分锂资源项目重启，扩产苗头有所抬头；受远期供给预期、库存变化等因素影响，随后价格快速回调。锂产业仿佛总在“短缺—扩产—过剩—收缩”的循环里打转。

问题出在哪？表面看是价格周期，根源则是产业布局的“偏科”。长期以来，锂产业的重心集中在资源开采和冶炼加工两个环节，上游“有矿就是王”，中游“有产能就赚”，下游材料应用和回收利用则长期被忽视。这样的产业链格局，在需求高速增长时皆大欢喜，一旦增速放缓，上游产能过剩、中游利润受挤、下游议价乏力的矛盾便集中爆发。一荣俱荣、一损俱损的产业生态，终究禁不起周期轮回的反复考验。

锂产业要走出“过山车”行情，必须从单点突进转向全链条均衡布局，资源、冶炼、材料、回收各环节协同发力。资源端筑牢“够不够”，保障产业源头供给；冶炼端把控“稳不稳”，守住原料品质底线；材料端定义“优不优”，决定产品价值空间；回收端支撑“久不久”，拉长产业生命周期。

资源端要稳，不能再走“一哄而上”的老路。锂资源保障不能只靠海外买矿，也不能只靠一两个矿区撑着。我国锂资源储量全球占比已从6%提升至16.5%，“亚洲锂腰带”横贯2800公里，资源家底并不薄。问题在于开发节奏——既要有序释放国内产能，又要多元化布局海外权益矿，更要加快再生锂回收体系建设。多点支撑，才能端稳锂资源的饭碗。

中游要精，不能再靠拼产能过日子。我国锂盐加工产能全球领先，但产品同质化严重，氢氧化锂、高纯碳酸锂等高端品种仍存短板。拼产能如同垒沙丘，堆得越高，塌得越快；提品质则如同挖深井，越挖越实。锂盐企业要把精力从“堆产能”转向“提品质”，从“卖产品”转向“做材料”，在电池级、高纯级产品上构建真正的技术壁垒。

下游要强，不能再当价格的被动接受者。我国锂电产业全球领先，龙头企业在全球市场举足轻重，但产业链利润分配仍向上游倾斜，下游材料企业议价能力有限。改变这一格局，需要下游企业向材料端延伸，通过长协锁价、参股矿山、自建回收体系增强供应链掌控力。储能、固态电池等新兴领域崛起，也为下游提供了重新定义话语权的机会。

回收端要通，不能再让“城市矿山”沉睡。动力电池退役潮到来，退役电池中的锂、钴、镍回收价值可观。但回收渠道分散、经济性不足、标准缺失，大量废旧电池流入小作坊，正规企业反而“吃不饱”。要加快建立全生命周期数字化管理体系，推动回收标准与国际对接，让“城市矿山”真正成为锂资源的“第二矿山”。

锂被誉为新能源产业的“白色石油”，其产业根基不在于一时的价格，而在于均衡的布局。让发展的重心从资源一端落到全链条上，锂产业方能既吃得了行情回暖的“顺风饭”，也扛得住价格回落的“逆风浪”，在价格起伏中行稳致远。

本版编辑 潘卓然 美 编 倪梦婷



9月29日，辽宁大连，工人在恒力重工产业园内的船坞中建造集装箱船。 新华社记者 潘昱龙摄

前三季度海洋船舶工业快速增长

本报记者 黄晓芳

自然资源部近日发布信息称，前三季度，我国海洋船舶工业保持快速增长。以修正总吨计，我国海洋船舶工业新承接订单量、完工量和手持订单量同比分别增长98.5%、35%、41.9%，国际市场份额持续保持全球领先。

特别值得注意的是，前三季度我国新接绿色动力船舶订单国际市场份额达74.1%，比上半年提高5.7个百分点。“绿能川”号等一批绿色动力船相继完工交付。

初步核算，前三季度海洋生产总值8.5万亿元，同比增长4.9%。国家海洋信息中心主任石绥祥表示，这些数据显示我国海洋经济实现平稳增长，结构不断优化，韧性继续显现，向新向优发展势头不断巩固。

海洋新兴产业成为亮点。数据显示，前三季度海洋工程装备制造业增势明显。海洋工程装备新接订单金额同比增长123.3%，占全球市场份额超八成。海水淡化与综合利用取得新进展。今年新开工的海水淡化工程规模超52万吨/日，我国首台（套）热耦合海水制氢联产战略元素系统装置连续稳定运行超过1000小时。

海洋资源开发利用备受关注。前三季度，海洋原油产量同比增长3.5%，我国首个百米水深油气原位扩容平台正式投用。同时，我国海洋能加快规模化开发。10千瓦振荡水柱式波浪能发电装置“东波一号”成功获得首个市场订单，实现从单机样机验证到风电场融合示范的关键跨越。

海洋传统产业基础夯实。海洋水产品保持稳定供给。国内海水产品产量同比增长4.6%，其中海水养殖产量同比增长5.8%。深远海养殖加速推进，“风光渔”一体化半潜式海洋牧场平台“国能黄海1号”投用，深远海新型柔性网箱“蓝海一号”开展养殖示范运营。

海洋交通运输业稳步发展。沿海港口货物吞吐量、集装箱吞吐量同比分别增长1.6%、4.7%。国内通航等级最高的平陆运河在广西建成通航。同时海洋旅游业发展平稳。渤海湾黄金水道旅游联盟正式启动，推动环渤海交通、文体、旅游跨域协同发展。全国首个“周末海上微度假”邮轮产品推出。

海洋信息服务业加速发展。全国首个面向海洋产业的专属智能要素供给平台——海洋Token（词元）工厂正式发布。海域海岛要素保障效能提升。全国新增批准用海用岛面积21.9万公顷，涉及投资额超6700亿元。

涉海企业生产经营总体向好。问卷调研的1200余家涉海企业中，前三季度营业收入与上年同期相比增长、持平的企业数量占比分别为39.4%、35.1%；平均用工人数与上年同期相比增长、持平的企业数量占比分别为25.4%、62.8%。对全年经济环境持乐观、中性态度的企业数量占比分别为43.5%、48.3%。

石绥祥表示，前三季度海洋科技创新成效显著，推动海洋新质生产力加快发展。

其中，海洋科技创新平台和机制建设持续完善。我国首个南极磷虾高值化利用重点实验室落户大连，国内最大海水淡化试验场在天津投运。海南省深海科技创新积分上线，探索深海科技管理数字化、金融服务创新化。

同时，海洋领域关键技术装备再获新进展。系列大尺寸深水隔水导管实现首次工程化应用，为深水油气资源开发提供了更加稳定的技术支撑。