

《深圳礼品通讯》2015年4期 总第69期（2015.07—08）

深圳市工艺礼品行业协会秘书处主办

编委会主任：王亮标

副主任：吴雅琴

编委：（以姓氏笔画为序）王安群、王欢来、王海辰、王世通、王琛、李锋、李祖前、张宝庆、林戈、孙晓钢、杨怀宇、徐靖云、姚春雨、姚建辉、简明宏、蒋承文、董辉、蔡廷祥、詹培明

主编：吴雅琴

责任编辑：陈忱、金泳灵

展览推广部：伍治华、彭凤玉、刘晓斌

会员发展部：陈忱

综合信息

保持战略定力求新求变求突破

习近平总书记在吉林调研时强调，适应和把握我国经济发展进入新常态的趋势性特征，保持战略定力，增强发展自信，坚持变中求新、变中求进、变中突破，走出一条质量更高、效益更好、结构更优、优势充分释放的发展新路，推动我国经济向形态更高级、分工更优化、结构更合理的阶段演进。习总书记的这一重要讲话，对于我们深刻把握经济发展新常态下的趋势性特征，心无旁骛地继续扎实推进经济结构转型升级，具有重要指导意义。

习总书记强调的“保持战略定力，增强发展自信”与“坚持变中求新、变中求进、变中突破”，两者相辅相成，不可或缺。有自信才能有定力，也只有保持定力才能更加从容自信。保持战略定力，增强发展自信，这是确保我们走出一条经济发展新路的思想基础和战略保障。坚持变中求新、变中求进、变中突破，则是在战略定力和发展自信的前提下，打通道路的重要方法和实现路径。

所谓战略定力，是在把握大势前提下为实现战略意图和战略目标而应具备的宽阔视野、战略睿智和坚定沉着的行动能力，是基于全局性根本性和长久性的稳定优势和实力。习总书记反复指出，“实现我们确立的奋斗目标，我们既要有‘乱云飞渡仍从容’的战略定力，又要有‘不到长城非好汉’的进取精神。”“我国

国家治理体系需要改进和完善，但怎么改、怎么完善，我们要有主张、有定力。”

“我国经济发展已经进入新常态，如何适应和引领新常态，我们的认识和实践刚刚起步，有的方面还没有破题，需要广泛探索。关键是要保持战略定力，应势而谋，深入研究管用的措施和办法。”在经济新常态下，唯有保持战略定力，增强发展自信，我们才能做到不为任何风险所惧，不被任何干扰所惑；才能在“乱花渐欲迷人眼”时保持沉着冷静，在“千磨万击”和“东西南北风”中“咬定青山不放松”，向着实现两个一百年奋斗目标和中华民族伟大复兴的中国梦协力奋进。

习总书记强调保持战略定力，首先在于对国内外大势的尖锐洞察和敏锐判断。当前，我们面临着错综复杂的国内外环境，利益多元思想多样，新的矛盾和问题层出不穷。要从纷繁复杂的事物表象中把准改革脉搏，在众说纷纭中开出改革良方，就必须保持清醒的洞察力和判断力，按照中央的战略部署，蹄疾而步稳地推进各项改革。同时，作为各级领导干部，必须具备贯彻落实中央各项决策的坚定执行力和决策力。特别是涉及我国经济、政治、文化、社会、生态、外交国防和党的建设等全局性的重大问题，领导干部要善于“踱方步”，善于从战略上作谋划和决断；凡是涉及改革发展稳定工作中的各种重大问题，也要从战略层面来考量，既治标更治本。对中央已经确定的各项改革举措，要坚定不移地贯彻落实，决不容许搞选择性改革，合意的就执行不合意的不执行，更不容许搞变通、“软抵制”。坚决执行中央的大政方针，不仅考验领导干部的战略定力，也是对讲规矩、守纪律的直接检验。各级领导干部对此要旗帜鲜明、毫不含糊。

保持战略定力，增强发展自信，落脚点要体现在变中求新、变中求进、变中突破，走出一条质量更高、效益更好、结构更优、优势充分释放的发展新路上来。

“人只有在变中求不变。”新常态下，从国内外大势分析，我国仍处于重要战略机遇期的大格局没有变，新常态蕴含新机遇，必须以变应变，抓住机遇、创造机遇。对此，习总书记深刻指出，“我们面临的机遇，不再是简单纳入全球分工体系、扩大出口、加快投资的传统机遇，而是倒逼我们扩大内需、提高创新能力、促进经济发展方式转变的新机遇。我们必须深刻理解、紧紧抓住、切实用好这样的新机遇，因势利导，顺势而为，努力在风云变幻的国际环境中谋求更大的国家利益。”

变中求新、变中求进、变中突破，核心在于变。应对经济新问题，落实求变

新路径，在求新、求进、求突破中推动经济向形态更高级、分工更优化、结构更合理的阶段演进。我国经济发展新常态的大逻辑告诉我们，当前我国经济运行仍处于合理区间，经济发展的基本面是好的。同时，经济运行中一些积极变化正在不断累积，经济结构调整稳步推进，转型升级势头良好，经济发展质量进一步提高。因此，面对经济下行压力，我们不必计较一日之短长，更不要心猿意马、患得患失，而是要从新常态视角认清发展大局，保持定力、正视困难、主动作为。尤其是要把握好稳增长、调结构、控风险三者之间的平衡点，确保经济运行在合理区间，直面变化，变中求新，在变化中发现新机遇、寻求新突破，努力闯出一条新路。

深圳推进建设制造业区域创新中心

工信部来深调研制造业创新体系建设

2015年8月23日，制造业创新体系建设座谈会在五洲宾馆举行。工信部调研组围绕中国制造2025、实现制造业强国这一战略目标，听取深圳市经贸信息委、发改委、科创委的汇报，及华为、比亚迪、大族激光等企业的意见和建议。工信部副部长怀进鹏、深圳市副市长陈彪出席了会议。

怀进鹏表示，深圳制造业发达，机制创新极度活跃，企业创新能力强，拥有建设制造业创新体系的良好基础。制造业创新中心不同于过去的企业技术中心，也不是建设若干个国家重点实验室或工程中心，而是一个全新的课题。进行国家创新体系及制造业创新中心建设，建立以制造业创新中心为核心载体，公共服务平台、工程技术中心为重要技术支撑的创新网络，就是要助力中国从“制造大国”迈向“制造强国”。

经过35年的创新发展，深圳已形成以先进制造业、战略性新兴产业、未来产业和优势传统产业为主体的制造业基础。去年，深圳全口径工业增加值6357亿元，先进制造业增加值占规模以上工业增加值的比重是73.1%。目前，深圳正积极落实中国制造2025，研究中国制造2025深圳行动计划，实施“智能制造”专项行动，积极培育机器人、可穿戴设备等产业，市区联动打造智能装备产业集聚基地，加强与“一带一路”沿线国家在智能装备领域的经贸交流和技术合作。

深圳在建设国家创新中心方面拥有良好基础，已经形成以企业为主体的创新

体系。2014年，深圳全社会研发与发展经费占GDP比重达到4%以上，提前两年完成“十二五”规划目标，PCT国际专利申请量达到11646件，连续11年居全国大中城市之首。新型研发机构探索新的创新机制，培育了45家聚焦于源头创新、研发与产业化一体推进的新型研发机构。

据了解，深圳正聚焦重点领域，创新运作模式，进行制造业创新中心建设，并将“制造业区域创新中心”建设工程纳入正在制定的中国制造2025深圳行动计划，提出要在基础性、战略性科技领域建设符合国家规划布局、具备先进水平的创新基础设施，支持制造业区域创新中心的迅速发展，同时积极争取国家制造业创新中心能够落户深圳，形成一批制造业区域创新中心。

源头创新不能走引进模仿老路

专家建议通过顶层设计完善创新体制机制

当长期在原始创新领域打拼的专家、学者和企业家坐在一起，会碰撞出怎样的火花？在2015年7月28日的源头创新百人会成立大会暨“源头创新与产业升级”研讨会上，不少专家针对目前中国转型升级中存在的问题提出，源头创新不能走引进、模仿的老路，要从顶层设计上对创新体制机制进行改革，形成自己的竞争优势。

源头创新被公认为国家创新体系的基石。长期以来，这一类研发主要靠国家研究机构一条腿走路，投入和产出有限，成为我国高科技领域的一个薄弱项。近年来，这个局面悄然发生着改变。一些地方陆续出现了产学研一体化的新型民办科研机构，并逐渐成为我国源头创新的一支重要力量，最典型的如深圳的华大基因和光启高等理工研究院。

国务院发展研究中心原党组书记、副主任陈清泰介绍，这些新兴的民办科研机构与传统研究院和企业有着显著的差异。首先，他们不走引进、模仿的老路，科研创新从源头起步。“这样虽然研发周期长、风险大，但是一旦实现突破，就会迅速裂变出多种多样的技术。”

源头创新是从0到1的发展，有时会 and 现有的科研体制相冲突。对于此，华夏基石管理咨询集团彭剑锋表示，今天中国企业再简单走模仿创新的道路是没有前途的。“只有突破人才机制、组织架构、流程管理等传统企业的体制障碍，自

主创新才会有实现的可能。”

此外，彭剑锋认为，对创新评价体系的界定也至关重要。“目前约束中国创新最大的问题就是评价体系。”比如，现在大学里评价体系是论文发表的指标，所以全部人都在围着核心期刊转，严重脱离现实。“如果这种评价体系继续搞下去，以后大学老师课都没法讲了。”他建议，中国需要真正建立第三方的源头创新评价体系，对自主创新和源头创新设计评价指标体系。

我国究竟需要什么样的创新政策？北京大学政府管理学院政治经济学系教授路风举例说，如果中国的人均 GDP 达到韩国的水平，那么中国的 GDP 总量就必须是美国的 2 倍多，这几乎不可能完成。“战略不是追赶已有的状态，而应该发展出自己的竞争优势。”他指出，中国必须以技术进步抵销劳动力成本上涨，保持低成本灵活性和产业链完整的优势。

他建议，中国的产业转型升级，应该从中国的产业基础出发，识别出阻碍创造和提升价值的瓶颈。“产业升级的动力是能力的成长，自主创新是能力成长的唯一途径。政府的政策重点，是把握住中国产业升级的‘架构’。”

行业论点

礼品行业摆脱价格战需提升产品心理价值

价格战已是礼品行业竞争的一个不争的事实，频繁的促销大战在让消费者陷入审美疲劳的同时，也损害了众礼品公司的品牌形象。礼品经营者需明白这样一个道理：一件礼品的价值不完全是由其物理属性决定的，更多的是由消费者的心理因素决定的，不管这个商品实际价值是多少，关键要看消费者心中对这个商品的价值认知是多少。

当一件商品的物理属性价值无法提升时，礼品公司可以增加顾客对商品的心理价值筹码，使交易天平向商品价值一方倾斜，从而提高成交率。提高产品心理价值的方法很多，以下介绍几种基本方法。

塑造品牌文化

文化是一件商品、一个品牌的灵魂，可以为商品创造出心理价值超过物理价值几倍，甚至几十倍的奇迹。星巴克、哈雷、香奈儿等品牌都是在用品牌与文化等感性价值因素赚着超过其他品牌几倍的溢价。

一瓶矿泉水卖到几十元，你是不是会皱起眉头？因为，就算是娃哈哈这样的名牌矿泉水也不过 1.5 元一瓶。进口矿泉水也仅 3—5 元而已。但依云矿泉水就是这个例外，主要原因就是其丰富并吸引人的品牌文化：依云矿泉水来自高山融雪和山地雨水常年聚集的阿尔卑斯山脉腹地，经过长达 15 年的天然过滤和冰川砂层的层层矿化与自然净化，形成了依云水……1789 年的一天，一位患有肾结石的法国贵族散步到附近的一个小镇，无意间饮用了当地的泉水，觉得口感甜美滑润，于是取了一些当地的水坚持饮用，一段时间后他惊奇地发现自己的病奇迹般的痊愈了。这件奇闻迅速传开，专家们就此专门做了分析研究并且证明了依云水的疗效，此后，大量的人们涌到了依云小镇，亲自体验依云水的神奇，医生们更是将它列入药方。拿破仑三世与皇后对依云镇的矿泉水更是情有独钟，1864 年正式赐名该地为依云镇，依云矿泉水也随之走向了全世界。怎么样？听完这个故事再喝依云矿泉水，是不是感觉味道有些不同了？是否觉得贵一些的价格也就可以接受了呢？

提升产品品位

很多商品除物理属性功能外，还有一些其他的功能，尤其是奢侈品或价格昂贵的商品，比如名车、珠宝、手表等，他们已经不仅仅是代步工具、装饰品或计时工具那么简单，更具有表达，甚至张扬拥有者个性品位与身份地位的作用，对于这样的商品，强调品位就十分重要。劳斯莱斯汽车曾经就用高昂的价格来突出其品位与价值，不仅售价昂贵，而且对购买者的身份还有严格要求，不符合要求的顾客即使出双倍的价格厂家也不会出售。这样一来有效地控制了拥有者的数量，让产品成为极少数人才有资格拥有的高品位奢侈品。这种通过提高价格与购买门槛来提升商品价值的逆行策略，不仅赚足了暴利，还使消费者对劳斯莱斯汽车趋之若鹜。可见，商品价值的提升并非一定要靠降低价格来实现，提高商品的品位便是一个提升价值的有效办法。

因此，在礼品行业具有个性化的礼品往往能受到对品位、时尚敏感消费族群的青睐。

注入自身感情

当一件商品具有了感性的因素，就可以打破价格的桎梏，让感情来为商品加分，比如，为商品起一个带有情感内涵的名字、背后有一个感人的故事等。钻石

的化学成分是碳，钻石最早的名字叫“石碳”，但这样的名字怎么也无法同他的稀有与尊贵联系起来，更没有哪个女孩会愿意挂一块“碳”出门。后来这种矿石商品化后，起了一个还算好听的名字——金刚石，但是这个名字又太阳光坚硬了，而佩戴者多为女性，并以此来体现柔美高贵，后来，作为珠宝饰品的金刚石就叫做钻石了，这个感性美丽的名字为女性所喜爱与接受。商家又在感性上大做文章，如“钻石恒久远，一颗永流传”等经典广告语开始出现。一种用“相思草”制作的书签，成本只有几分钱，可是在一段凄婉美丽的故事衬托下却可以卖十几元，消费者愿意购买这种物理属性价值并不高的书签，背后的原因就是它具有情感与生命。

巧设终端

为商品融入了文化、品位与情感内涵后，接下来则要把这些进行表达并传递给消费者，第一步就是终端环境的塑造。一件商品摆放在不同场所，其价值便会不同，比如，同样一件衣服，在地摊卖 50 元，而摆在精品店里，则可以卖到 500 元。在两个不同的地方销售同一件衣服，为什么价格差距会高达十倍？因为，前者是以牺牲利润来体现商品的相对价值，而后者则是通过环境提高了商品的心理价值。

同样的咖啡，却能泡出不同的味道与感受，你相信吗？浪漫甜美的法国海滨咖啡、轻松时尚的星巴克咖啡、安静柔和的居家下午茶咖啡……一样的材料，却可以泡出各种的口味与感觉，那完全是因为环境因素所影响。如果有兴趣，可以做一个生活试验：在安静的下午，靠在躺椅上，一面翻着杂志，一面品尝着一杯咖啡，记住这种味道，这种感觉，而后换一个场所，在热闹的歌厅要上一杯同样的咖啡，感受一下，和在家中悠闲地喝下的那杯咖啡是否有所不同？

礼品行业恰当的终端布置可以有效提高产品价值，因此，礼品经销商应该根据自己的特点来设计终端，但切忌单纯将终端设计的非常华丽，以为这样便可以提高商品的价值，其实，这样可能会造成环境与商品脱节的情况，反衬出商品的低档。只有商品与环境巧妙融合，才能起到使环境为商品加分的作用。

以上几点仅仅只是一个大概的操作模型，礼品经营者具体的操作时间需结合行业及自身特点进行来设计有效的解决方案。如此，才能让礼品行业从低端的价格泥沼中摆脱出来。

创客时代：“互联网+”与文化创意产业

如果说前一阶段我们特别关注第三次工业革命，强调互联网思维、3D打印，那么现在风靡全国的“互联网+”就是历史的里程碑，变化非常之大。

3月4号，在十二届人大三次会议上，李克强总理在《政府工作报告》中提到“创客”和“互联网+”及其一系列理念和行动计划。也就是说，创客时代和创客实业，以及“互联网+”已经成为重要的社会发展方向。同时，大数据条件下的数据发展、工业4.0都体现着未来发展的趋势，代表了文化产业发展方向。

国务院办公厅印发了《关于发展众创空间，推进大众创新创业的指导意见》，提出“双创”是“大众创业、万众创新”的浪潮。“双创”作为我国经济转型和保增长双引擎之一，将推动和形成继20世纪80年代的两个创业潮——个体户创业潮、90年代网络精英创业潮之后的第三次创业潮。这次创业潮和以往的“下海”有所不同，文化科技的创新、创意与创业在此轮高潮中具有举轻若重的作用，成为“双创”战略的一个引擎。

极客和创客

什么叫“极客”？“极客”这个词来自于美国的俚语 Geek，随着互联网文化的兴起，这个词含有智力超群和努力的语意，被用于形容对计算机和网络技术有狂热兴趣、投入大量时间钻研的人。2015年“极客”公园创新大会上，百度的创始人、董事长兼CEO李彦宏自认是一名“极客”。

什么是“创客”？“创客”来自于安德森提出的《创客：新工业革命》这本书。

安德森预测，接下来的十年，人们会将网络的智慧用于现实世界之中；未来不仅属于建立在虚拟原则上的网络公司，也属于深深扎根于现实世界的产业。也就是说，安德森所谓创客运动是把虚拟世界中对于互联网特别加以探讨的“极客”和线下层次的实际经济和现实产业结合起来。

“创客”让数字世界真正颠覆现实世界，成为一个助推器，掀起新一轮的工业革命，在全球实现“全民创造”。我们不再需要集聚在一个固定地方工作，在任何地方，只需要借助互联网、3D打印的方式，就可实现设计梦想。

在当下中国，“创客”在《政府工作报告》中李克强提出“双创”概念，实

际上是中国式的“创客”，就是要激发全民族的创造性力量，这在长远意义上非常重要。中国式“创客”实际是所有的具有“创意、创业、创新”意识的一些人，这样一些处在文化经济前沿的具有创新意识的一代人。

“互联网+”就是要融合跨界

2015年的《政府工作报告》中首次提到了“互联网+”行动计划，要推动移动互联网、云计算、大数据、物联网等与现代制造业结合，促进电子商务、工业互联网和互联网金融的发展，引导互联网企业拓展国际市场。

如今我们谈到的“互联网+”绝不是过去的互联网思维的概念，“互联网+”就是由一种观念、理论进入到实践成为一种行动的纲领和行动的计画。

“互联网+”的“+”，概括起来应当是突破时间和空间的连接，核心概念就是“全连接”和“零距离”，移动是唯一增加的媒介时间。以后的互联网就跟生活中的电一样，时刻都不能缺少，这是未来发展的趋势。

“互联网+”，应该是信息化促进工业化的升级版，文化促进硬实力条件下的软实力提升。它在内涵上根本区别于传统意义上的信息化，是重新定义后跨越式发展的新的互联网概念和文化创意产业概念。概括起来讲，“互联网+”是创新2.0下的，也就是新的创新概念之下的互联网发展的新形态、新业态，是知识社会创新2.0推动下的互联网形态的演进。它推动了我国文化科技、文化经济的发展，进入到实质的发展之中。我们过去做了很多的事情很显然是准备阶段的工作，文化创意产业的“新常态”的重要特点，就是过去相当长时间里的非产业形态的东西进入到产业，并进入到融合的新时代。

以前在文化产业领域里，就“文化产业到底包含哪些”争论了很多年。官方倾向于把互联网圈定在某个范围，按照科层和整体的条块分隔的管理方式，不能越界。但是，今天“互联网+”带来的是跨界融合。去年国务院10号文件明确提出，文化创意与设计服务要为装备业、轻工业、信息业服务，整体还要为旅游业、农业、甚至包括体育产业服务。既然要为这么多产业服务，互联网就是要与各产业融合在一起。我们不再需要去争论互联网中的某些企业是不是文化创意企业。文化产业发展到一定阶段一定要进入到创意产业和创意经济的新阶段，这是顺应国际整体发展的必然趋势。

文化科技与“互联网+”最为密切的应该是新技术，改变社会、经济、文化、

生态，改变人类生存方式，我把它概括为“大、智、云、移、自，小、微、新、特、融”。

所谓社会发展的“大、智、云、移、自”，就是大数据、智慧城市、云计算、移动网、自媒体。所谓生存方式的“小、微、新、特、融”，就是小企业、微方式、新业态、酷特色、融思维。

文化重要的是巧实力

文化的软实力加上科技的硬实力等于文化的巧实力。文化的巧实力来自于文化的创造。首先，文化的软实力必须有两个根本的支撑力：一个是科技，一个是经济，必须发展到相当水平。必须清楚的看到在科技硬实力和高经济发展的基础上，文化软实力才是真正能够实现的软实力。因此，未来我们的文化理念不一定是文化走出去、文化输出，而是在文化多样性的全球思路下相互沟通、交往，达到国家自信、民族自信。

与互联网相关的文化创意产业，已经成为我国文化创意产业甚至是整体产业发展中的一个领军产业，它是一种高端产业形态，是核心产业、领军产业、先导产业，也是支柱性的产业。

如果说美国是一个强大的苹果的舰队，那么阿里巴巴、腾讯、百度、京东、联想、360、携程，加上优酷、土豆、新浪等等就是中国的准航母舰队，全世界也只有中国拥有一些重要的企业可以和美国的互联网舰队群媲美。正因为有这样一批崛起中的企业，或者文化创意产业的企业，我国文化创意产业才具有更好的发展前景。

未来，在推动中国经济向上过程中必须具备文化科技和文化经济这样的属性。如果是拿纳税人的钱去补贴，我觉得这是不可持续的文化创意。因此，文化创意产业如何成为中国经济中真正的支柱性企业、领军性企业、主导性或者引擎性的产业，需要在更高的文化发展层次上、更高的经济运营水平上重新思考。

玻璃家居引领潮流新风尚

如果说光是魔法师，为居室带来无限明亮与灵气，那么纯净透亮的玻璃无疑是魔法师最好的道具，折射出光线的曼妙曲线与动感魅力。

随着生活水平的提高，越来越多的人开始注重家居装饰。在家居潮流不断翻

新的当下，又有更多的人开始追求时尚，不断在家居装饰中融入新的元素，而玻璃元素就是非常受用户喜爱的家居装饰品之一。现如今，玻璃已经在家居装饰中扮演了越来越重要的角色，那么玻璃家居有什么特点呢？

放大空间冰莹清凉

玻璃的通透性可减少空间的压迫感，视觉上放大空间面积。此外，气温较高的春季和夏季，如果在家居空间中巧妙地布置一些玻璃家具，还能够带来不一样的清凉感受。

艺术感实用性俱佳

随着技术的进步，玻璃材料不仅在厚度、透明度上得到了突破，并且在制作中注入了艺术工艺，使玻璃家居在发挥实用性的同时，还兼具美化居室的效果。玻璃家居能够营造出晶莹剔透、典雅脱俗的家居氛围，因此有不少人喜欢买一些比如玻璃花瓶、杯盘、工艺品、玻璃酒杯等，摆放在家中任何一个需要点缀的地方，将房间点缀得清新宜人、个性时尚。

随着玻璃制品家居渐渐闯入我们的视线，玻璃灯也越来越成为各个家庭的时尚选择。玻璃的反射性能比较好，再配合灯光和玻璃自身的颜色，能够打造出室内的斑斓“星空”，营造唯美浪漫的氛围。

中国元素成圣诞产品设计主题

现在还是炎炎夏日，但按照国际惯例，外贸市场的圣诞节产品已经进入设计期。如何才能抓住国际流行潮流，加快出口方式的转变呢？日前，福建省轻工工艺品进出口商会、泉州市工业设计协会、福建省陶瓷树脂工艺品出口基地商会主办的“2016-2017 秋冬潮流解析及应用”活动在泉州举行。数百位外贸企业相关负责人参会，倾听来自国际一线设计销售市场专家的解析。

材质应用刮“自然风”

“国际流行设计趋势正在加强跨界应用。”泉州合创文化及 CA9 工艺资源网相关负责人周建洪说，经过组织多次的国际学习交流他们发现，中国元素特别是“海上丝绸之路”的元素正在成为国际设计领域的新宠。

“自然元素的应用依然是未来两年工艺品设计的潮流。”来自荷兰的权威流行趋势机构的顾问 AJ Schep 说，近年来很多设计都十分喜欢采用木质纹路的感

觉，装饰领域里的各种产品也大多喜欢采用棉麻材质的感觉。这些材质在圣诞节的时候也会被广泛采用，特别是在一些具有装饰效果的圣诞树上，人们不再停留在传统的大红大艳具只有圣诞节才能摆放的圣诞树产品上，他们将这些具有大自然感观的产品融入圣诞的意识形态产品中，令其具有日常的装饰美观效果。

“自然材质也并非只局限在亚麻、木材纹路上，将灰暗的色彩融入金属感观的产品，由此产生类似大自然纯朴甚至锈迹的视觉效果也同样深受市场喜欢。”他说，另外还有一些石头的自然纹路也十分受到欧美市场的欢迎。企业在设计新一季产品时，需要注意这方面感观的应用。

灰暗与艳丽色调并存

形成自然感观的外在表现感之后，市场对于色彩又有怎样的需求呢？专家认为，依然受到国际时装流行趋势的影响，市场上对于艳丽的色彩依然偏爱，不过有趣的是，近年来纯粹的艳丽并不讨好，艳丽总是与灰暗的色彩相逢，产生灰暗夜色中艳丽的色彩需求，由此产生别致的灰色观感。“灰色依然是流行色，但是未来一两年里，市场更加喜欢的是有层次的灰色。”专家说，比如红与灰的结合，产生一些亚红的效果也是新的流行。“变态灰”的应用无处不在，只能靠各家企业的设计人才依据企业的产品自行琢磨其中的变幻效果。

“中国蓝十分受终端市场的喜爱。”专家提到，有些买家可能以为中国蓝，即有青花瓷感觉的产品没有市场，可是实践证明，这类当年通过“海上丝绸之路”走向欧美市场的蓝很受欧美消费者追捧。他们喜欢这样的蓝，兼具了灰色的淡雅还有花朵的形态，显露出的自然感很强烈。另外在一些产品上，如今的欧美消费者也喜欢那些印有中国文字符号的产品，一如当年一些印有英文字样的T恤流行于中国市场一样。“泉州是海上丝绸之路的起点，对于中国蓝及其他中国元素的应用将更加得心应手。”相关外贸界人士说。

粗糙与精美对比碰撞

在提到中国元素的同时，中国美院陈设研究中心主任王笑野也提到，中国元素不只在色彩上受到国际买家的喜爱，在陈列领域里同样可以发挥不小的作用，比如一件时尚产品放置在一个中国式的桌面上，具有中国风的背景墙等等，这种中西的碰撞和融合必将是大趋势。

“看似粗糙的木柜子旁边是一个制作精致的桌子，桌子上放置着纯朴的毫无

釉色的中国陶制茶具。”荷兰设计专家说，这样的融合应用越来越普遍。把经典的英伦贵族风与自然纯朴的乡村感觉嫁接，将东方的传统元素加注上灰暗的色彩对比，把大红大艳的花纹与古旧的家具结合……设计领域里已经不满足单纯的材质跨界，讲究的是应用领域里不同风格的跨界嫁接。需要提醒的是，在一些小挂件上，结合对自然的偏爱，简单且具萌态的小猫小狗挂件也很容易打动买家。

邮市火热 生肖邮票成为收藏首选

在申奥成功的带动下，邮市当中的奥运题材邮票纷纷大涨，甚至达到一票难求的局面，而生肖邮票也因其丰富的色彩寓意，吉祥、祝福、和谐的文化底蕴，成为不少投资者的首选。

我国是生肖的国度，中华民族是生肖的民族。生肖文化，已传承了两千多年，自1980年金猴邮票以来，三轮生肖邮票在艺术风格上各有千秋，留下了非常强烈的时代印记，展现了我国改革开放新时期的艺术审美取向，特别是第二轮生肖邮票设计，给人们带来了一种浓厚的文化气息。

“第二轮生肖鸡”是既第一轮生肖票后，又推出的一款邮票界的旷世著作。中国邮政定于1993年1月5日发行《癸酉年》鸡票，全套2枚。邮票由蔡兰英设计，阎炳武、呼振源、李庆发、姜伟杰雕刻。邮票图像图案为身上花叶招展，身形昂首挺胸的一个雄鸡造型。邮票字样图案为剪纸工艺而成的花纹边里一个古文“鸡”字。古代计时器尚未发明，早晨的鸡鸣一声，向人们报告新的一天开始。它不仅是庄户人家的时钟，也是公共生活的时钟。战国时期，著名的函谷关，开关时间就以鸡鸣为准。落魄而逃的孟尝君，面对大门紧闭的关口，担心后面追兵到，食客中有会口技者，学鸡鸣，一啼而群鸡尽鸣，骗开关门。这个故事被司马迁写入《史记》传为熟典。

“第二轮生肖鸡”以中国第二轮生肖邮票及生肖文化的渊源为主线，意在品味古老生肖对人类命运的影响，反映出历代民间艺人热情、饱满的创作精神和对美好生活的向往。十二生肖版票版张小巧、设计新颖、所含信息量大，收藏亦方便，极具馈赠意义和珍藏价值。

中国邮票史上最伟大的神话——“猴票”是其后发行的生肖票的龙头。从1980年诞生至今，短短20余年已升值4万多倍，整版猴票市价高达30万，刷新了邮

票溢价倍数的历史最高纪录。而且现在的上涨势头仍然强劲。1992年，随着“猴二世”发行，永恒的经典邮票题材——生肖第二轮拉开大幕。与当年“猴票”历经“被认知、慢热、井喷”的升值过程一样，第二轮生肖鸡在慢热期后，正处于快速升值的过程，短短一年时间上涨了近一倍，而且升值空间不可限量。

据统计，目前我国邮迷已经扩展至1亿人之多，邮票鉴赏与收藏俨然成为一项全民时尚。在这个方兴未艾的庞大市场，有“风向标”之称的生肖邮票无疑是投资收藏的不二选择。而作为中华民族文化的优秀载体，生肖邮票也正被越来越多的海外收藏家所青睐，成为推动生肖文化全球发展的“中国符号”。

政策指引

广东省经济和信息化委办公室

关于开展2015年全省企业情况综合数据采集工作的通知

各地级以上市经济和信息化主管部门、佛山市顺德区经济和科技促进局：

为深入推进省委、省政府关于全省企业情况综合工作部署，我委决定继续开展2015年全省企业情况综合数据采集工作。现将有关事项通知如下。

一、工作目标

健全全省企业情况综合数据采集工作机制，建立完善全省企业情况综合数据平台，掌握和分析企业生产经营情况，为各级党委政府相关决策服务。

二、采集对象

采集对象：各地辖区内从事第一、二、三产业且规模（限额）以下的企业法人单位或分支机构。

各地要结合经信工作业务特点，重点采集与工业园区、技术改造、智能制造、软件和信息服务、节能降耗、生产性服务业等业务密切联系的企业数据。

2015年的采集对象应尽量与上一年度的采集对象保持一致，同时也可将在当地有代表性的企业作为新增采集对象。

三、采集内容

每一个企业需填报3张调查表，即基本情况表、主要经济指标情况表、专项调查表（问卷）。其中，基本情况表、主要经济指标情况表适用于所有企业；专项调查表（问卷）分行业设置7张报表，企业根据自身行业性质选填其中1张。

调查表由“调查表式”和“调查表填报规定及指标解释”两部分构成（详见附件 1、2，比上年略有精简）。

调查时点为 2015 年 6 月 30 日，调查时期为 2015 年上半年和 2014 年全年。

四、采集方法

企业使用电脑、手机等设备，上网登录全省企业情况综合数据采集系统（网址：qyzh.gdds.j.gov.cn），注册后自行填报、修改报表数据。

不具备网报条件的企业，可填写纸质报表，交由当地经信部门代录上报，并配合审核改错。

五、采集数量

全省采集 11 万家企业数据。依照各地市企业总量及上年任务完成情况统筹考虑，下达 2015 年各地市采集任务数量（附件 3）。

六、采集时间

1. 数据采集自 8 月 1 日开始，于 9 月 30 日结束。

2. 各地市于 10 月 30 日前完成数据审核。

七、工作要求

（一）加强企业宣传动员。各级经信部门根据本地区实际，采取多种多样的宣传手段，向企业做好解释说明工作，帮助企业打消顾虑，促使企业主动支持配合数据采集工作。

（二）加强业务培训指导。各级经信部门切实负起业务培训和指导职责，认真开展面向下级工作机构和企业的业务培训，加大指导力度，确保工作机构和人员全面、准确理解和落实数据采集业务要求。

（三）加强数据质量控制。各地经信部门要明确各岗位（用户）的任务、职责，对采集实施全过程质量管理，认真做好数据审核工作。对带有共性的问题，及时向上级请示汇报，防止出现大范围的系统性误差。

（四）加强数据安全。各级工作机构不得对外提供、泄露采集所取得的能够识别或推断单一企业情况的资料；采取有效措施，防止采集、存储、处理等过程中丢失、泄露、被窃数据。

（五）加强工作经费管理。各级经信部门须严格按照国家、省的财政、审计、监察等有关规定，认真执行《广东省省级企业情况综合工作专项经费管理办法》

(粤财工〔2014〕394号文印发)及《省级企业情况综合工作专项经费使用实施细则》(粤经信数据〔2015〕84号文印发),合法合规使用经费。

八、其他事项

(一)我委定于6月中旬召开会议,动员部署2015年全省企业情况综合工作;6月下旬至7月上旬分片区对各地市经信部门业务骨干进行业务培训和技术培训。具体安排另行通知。

(二)省直通车重点企业信息采集工作另行通知(由我委运行监测处负责)。

附件:1. 全省企业情况综合调查表目录和表式

2. 全省企业情况综合调查表填报规定及指标解释

3. 2015年各地市企业情况综合数据采集任务表

广东省经济和信息化委办公室

2015年5月6日

企业国际化拓展奖励申请指南

一、支持领域及方向

支持领域:支持服装(皮革、内衣)、家具、钟表、黄金珠宝、眼镜等优势产业。

支持方向:支持企业引进国际一流设计或运营团队(人才),并购国际品牌,引进、合作开发国际先进适用技术等。

二、设定依据

(一)《深圳市人民政府关于加快产业转型升级的指导意见》(深府〔2011〕165号)

(二)《深圳市人民政府关于印发深圳市加快产业转型升级配套政策的通知》(深府〔2012〕90号)

(三)《深圳市产业转型升级专项资金暂行管理办法》(深财规〔2014〕21号)

三、奖励标准和方式

奖励标准:单个项目奖励额度不超过上一年度项目单位项目投入金额的30%,最高不超过300万元。

奖励方式：项目采用事后奖励方式。申报单位自愿申报、专家评审、专项审计、社会公示、奖励机关审定。

四、申报条件

申报企业国际化拓展奖励项目的单位应具备以下条件：

- （一）申报单位需在深圳市依法注册、具有独立法人资格；
- （二）申报单位成立运行一年以上，建立了规范的财务会计管理制度；
- （三）申报单位守法经营，最近3年内没有重大违法、违规行为；

（四）申报单位经营状况良好，上年度已开展引进国际一流设计或运营团队（人才），并购国际品牌，引进、合作开发国际先进适用技术等，并具有一定的实际资金支出；

（五）同一项目不得在市政府多个部门申请；已获得市级政府财政资金资助的同一项目不得再重复申请资助。

五、申请材料

（一）登录深圳市经济贸易和信息化委员会财政专项资金管理系统（<http://zj.szjmxw.gov.cn/sfwweb/>）在线填报《深圳市产业转型升级专项资金企业国际化拓展奖励申请书》，提供通过该系统打印的申请书纸质文件原件；

- （二）营业执照复印件（验原件）；
- （三）组织机构代码证复印件；
- （四）税务部门提供的单位上年度完税证明复印件（验原件）；
- （五）上年度财务审计报告复印件（验原件）；
- （六）企业国际化拓展项目开展的合作协议，获奖和知识产权证书等；

（七）提供企业开展国际化拓展项目的经费支出明细表（参照附件4模板编写），时间范围为2014年度，以发票时间为准。

以上材料均需加盖申报单位印章，多页的还需加盖骑缝印章；一式两份，A4纸正反面打印/复印，非空白页（含封面）需连续编写页码，装订成册（胶装）。

六、申请表格

本指南规定提交的表格，申请人登录深圳市经济贸易和信息化委员会财政专项资金管理系统（<http://zj.szjmxw.gov.cn/sfwweb/>）在线填报。

七、申请受理机关

(一) 受理机关: 深圳市经济贸易和信息化委员会。

(二) 受理时间:

1. 网络填报受理时间: 8月20日-9月15日 17:00时。

2. 书面材料受理时间: 9月1日-9月22日 17:30时。

3. 咨询电话: 82101987; 82107982。

(三) 受理地点: 市民中心行政服务东大厅8号窗口。

八、申请决定机关

深圳市经济贸易和信息化委员会会同深圳市财政委员会。

九、办理流程

深圳市经济贸易和信息化委员会发布指南——申请人网上申报——申请人向深圳市经济贸易和信息化委员会收文窗口提交申请材料——深圳市经济贸易和信息化委员会对申请材料进行初审——专家评审及专项审计——深圳市经济贸易和信息化委员会根据年度总额核定奖励金额——深圳市财政委员会复核——社会公示——深圳市经济贸易和信息化委员会会同深圳市财政委员会共同下达项目资金奖励计划——深圳市经济贸易和信息化委员会拨付资金。

十、办理时限

分批处理。

十一、证件及有效期限

证件: 批准文件。

有效期限: 申请单位应当在收到批准文件之日起30日内, 到深圳市经济贸易和信息化委员会办理资金拨付手续。

十二、证件的法律效力

申请人凭批准文件获得深圳市产业转型升级专项资金奖励。

十三、收费

无。

十四、年审或年检

无。

十五、其它

(一) 同一单位建设内容相同或部分相同的项目不得向市有关部门多头申

报。经核实属多头申报的项目，将取消申报资格并追究申报单位责任；

（二）项目单位提交的工业总产值、营业收入等经营指标数据，应确保与报送市统计部门的数据一致。经市统计部门认定超出误差的，将取消项目申报资格；多次超出误差的，将列为“不诚信企业”，且三年内不得申报相关专项。

深圳市电子商务发展专项资金

中小微企业电子商务普及应用项目扶持计划申请指南（2015年）

一、审批内容

为减少传统企业借助第三方电子商务平台开展经营活动的成本，对经认定的深圳第三方电子商务平台上本地企业会员所缴纳的基本服务费给予一定补贴。

二、设定依据

（一）《深圳市关于进一步促电子商务发展的若干措施》（深府[2013]119号）

（二）《深圳市电子商务发展专项资金管理办法》（深财规[2015]8号）

三、审批数量及方式

资助数量：根据年度资金计划和审核结果确定。

资助方式：事后补贴。

四、审批条件

（一）资助标准：

针对2014年1月1日至2015年6月30日，首次通过认定的第三方电子商务平台开展经营活动，且与该平台签订服务协议，并已支付基本服务年费的深圳法人企业，一次性给予不超过所交年费50%的补贴，每家企业补贴上限为1万元。

（二）资助方式：

直接补贴给第三方电子商务平台，再由该平台逐一返还给收费会员企业。

五、申请材料

（一）经认定的深圳第三方电子商务平台登录深圳市经济贸易和信息化委员会财政专项资金系统网站（<http://zj.szjmxw.gov.cn/sfwweb>）在线填报申请书，提供通过该系统打印的申请书纸质文件原件；

（二）经认定的深圳第三方电子商务平台还需提供如下材料：

1、2014年1月1日至2015年6月30日，成功发展我市中小微企业成为收费会员的企业列表（会员企业名称、组织机构代码、所开网店/网站名称、所收基本服务费金额、收费时间、联系人、联系固话、联系手机、邮箱、）；

2、上述会员企业的收费凭证复印件；

3、为上述收费会员企业提供网上营销推广服务的凭证（网站为服务对象提供运营推广服务的截图）。

以上材料均需加盖申请单位公章，多页的还需加盖骑缝印章，一式两份，A4纸正反面打印/复印，非空白页（含封面）需连续编写页码，装订成册（胶装）。

六、申请表格

申请人须登录深圳市经济贸易和信息化委员会财政专项资金系统网站（<http://zj.szjmxw.gov.cn/sfwweb>），按表格要求在线填报。

七、审批受理机关

受理机关：市经济贸易和信息化委员会

联系人：毛小姐、王先生 电话：82107117、82002785

受理地点：市民中心行政服务东大厅8号窗口。

八、审批决定机关

市经济贸易和信息化委员会会同市财政委审议通过。

九、审批程序

市经济贸易和信息化委员会发布指南——申请人网上申请——向市经济贸易和信息化委员会收文窗口提交申请材料——市经济贸易和信息化委员会对申请材料进行初审——组织由第三方服务机构进行核查——专项审计——市经济贸易和信息化委员会核定资助金额——市财政委复核——社会公示——市经济贸易和信息化委员会会同市财政委共同下达项目资金资助计划——申请人提交拨付资金有关资料——市财政委员会拨付资助经费。

十、审批时限

受理时间：常年接受申请，按申请顺序分批集中办理，资金分配完毕截止。（深圳经贸信息委办理时限，自办理时起不超过60个工作日）。

十一、审批证件及有效期限

证件：批准文件。

有效期限：申请人应当在收到批准文件之日起1个月内，与市经济贸易和信息化委员会办理相关手续。

十二、审批的法律效力

申请人凭批准文件获得深圳市电子商务发展专项资金资助。

十三、收费

无。

十四、年审或年检

无年审。

十五、其它

（一）根据《深圳市政府办公厅关于印发进一步规范政府涉企数据管理的通知》（深办〔2014〕92号）要求，凡在深圳经贸信息委资金管理系统中填报企业总产值、营业收入（营业额）、商品销售额、应交增值税和从业总人数等生产经营指标，均需与报送市统计部门的数据保持一致。经市统计部门认定超出误差的，将取消项目申报资格；多次超出误差的，将列为“不诚信企业”，且三年内不得申报相关专项。

（二）深圳经贸信息委从未委托任何单位或个人代办项目申请事宜，请项目建设单位自主申请，无须缴纳任何费用，如有假借深圳经贸信息委工作人员名义向企业收取费用的，欢迎举报。

协会大事记

协会展开第四届理事会理事、常务理事、副会长候选人的推荐工作

8月10日，我协会展开第四届理事会理事、常务理事、副会长候选人的推荐工作。

深圳市工艺礼品行业协会第三届理事会任期已满，根据《社会团体登记管理条例》和《深圳市工艺礼品行业协会章程》的有关规定，我协会拟于12月在深圳召开第四次会员代表大会，选举产生深圳市工艺礼品行业协会第四届理事会。

理事会候选人由会员企业自荐或推荐产生，协会将根据前会员的组成情况，根据《换届选举办法》的要求，拟定第四届理事会成员人数和构成，报四届一次代表大会审议通过。

米奥兰特章敏卿副总经理来访我协会

8月18日，米奥兰特章敏卿副总经理一行来访协会，与协会会长王亮标进行工作交流。双方表示，要继续加强合作，为企业提供更加细致的服务，并对如何切实帮助企业拓展国外贸易提供有效服务的问题进行了探讨。

王亮标会长肯定了双方利用各自的资源优势为企业服务取得的成绩。他建议协会将收集到的企业需求及时与米奥兰特沟通；米奥兰特表示，他们将根据展会举办地当地市场情况，落实推荐当地的经销商、买家与企业对接，并在展会期间的对接和展会后的业务拓展中给予企业帮助。

米奥兰特公司一直致力于打造全球营销平台，其服务区域现已延伸至“一带一路”沿线中的9个国家，并与阿里巴巴达成了展览线路的合作，力争使买家和参展商实现365天交易。

王亮标会长获选担任广东省工美第七届理事会副会长

8月25日，广东省工艺美术协会在广州市三寓宾馆会议中心召开了“广东省工艺美术协会第七届会员代表大会”。广东省内的行业重点企业、行业协会、工艺美术大师等300多人参会。我协会王亮标会长、吴雅琴副会长出席了本次会议。

会议选举出新一届的广东省工艺美术协会理事会成员，我协会王亮标会长获选担任广东省工美第七届理事会副会长，吴雅琴副会长获选担任广东省工美第七届理事会理事。

本次会议重点审议通过第六届理事会工作报告、财务报告、监事报告以及广东省工艺美术协会章程。舒海波会长阐述了第六届理事会工作报告，其中重点介绍了广东省工艺美术行业发展概况，以及对于未来工美行业发展的布局，并且也指出了协会工作中的问题和改革方向。