



■ 本版撰文 本报记者 栾鹤

编者按:据国际毛皮协会统计,中国毛皮行业从业人员近700万,居全球之首,惠泽2000万人的生活。但经历了2013年暖冬的中国毛皮产业,受传统市场乌克兰局势不稳、俄罗斯需求不振等因素影响,今年形势仍不容乐观,毛皮价格持续走低,行业面临大洗牌。

貂皮价格遭“腰斩” 毛皮业面临大洗牌

自2013年入冬以来,国际毛皮市场风云突变,毛皮原料市场价格大跌,许多中国养殖户捂货惜售。时至今日,行情仍不看好,毛皮价格持续走低,貂皮价格甚至被“腰斩”。

“2011年的貂皮行情是最好的,每只水貂的利润比2010年多200多元。但今年开春,貂皮的收购价格与2007年低谷时期的价格基本持平,而养殖成本却比2007年上涨了不少,因此,养殖户的收入跌幅很大。”山东省诸城市大森林特种动物养殖专业合作社理事长孙万红表示。

在孙万红看来,当下,部分中国毛皮从业者心态非常浮躁,过分地抬高了市场运作的地位。殊不知,养殖才是毛皮行业的源头,抓住了源头才能保证毛皮产业的可持续发展。

据了解,诸城已有几十年水貂养殖的传统,近几年规模和养殖数量更是迅猛增加,已发展成为中国重要的水貂等特种动物养殖基地。

内外需不振 深度调整期已至

孙万红指出,毛皮市场不振的原因之一是出口订单减少。如诸城市貂皮的主要出口市场乌克兰和俄罗斯;乌克兰政局动荡,毛皮订单锐减;而去年,俄罗斯举行索契冬奥会时,为防止恐怖分子袭击,关闭了貂皮交易市场,致使诸城市貂皮出口订单大量减少,而今年俄罗斯需求又不振,短时难以恢复。

据记者了解,诸城市水貂养殖行业起初是自发形成的,大部分养殖户属于散户,规模较小,而且各自为战,自负盈亏。同时,由于信息的相对闭塞,农户对市场的预判不足,对风险有一种未知的恐惧感。他们往往在行情好的时候惜售、行情差时抛售,结果只能与收购价

格高点“擦肩而过”。

其实,整个诸城市乃至山东半岛地区裘皮加工企业大多处在产业链低端,只能作为河北等地裘皮深加工的原料供应基地。受此影响,皮张收购交易价格一直掌握在来自外地的皮草收购商手中。

中国青年企业家毛皮委员会秘书长孙凯说:“从某种程度上来说,貂皮行情下滑对于整个市场的健康发展不失为一件好事,前几年,貂皮价格高企,盲目进入该行业及扩大规模的养殖户很多。貂皮市场的此番变数为不少养殖户敲响了警钟,行业或将进入一个深度整合期。”

据孙凯介绍,1956年,中国才引进了第一批用于养殖的毛皮动物。与国外相比,中国的毛皮动物养殖仅仅是经历了养殖发展过程的1/3。总体来看,毛皮动物养殖业是由非常零散的小规模操作,向规范化饲养发展、养殖设备趋于现代化的集约型模式发展。

转变基因 内涵式发展

“我们认为,养殖环节的内涵式发展才是毛皮行业最终的价值来源,而不是薄利多销。”孙万红在接受采访时强调。

孙万红坦陈,国产水貂皮质量确实达不到国际水准。在高档皮草制作中,只有腋下部分才会采用中国水貂皮。因为近亲繁殖和管理滞后,国产水貂个头小,貂皮质量和国际水平的差距在加大,貂皮价格也一直上不去。

在哥本哈根的一次皮毛展览会上,几个老外指着孙万红的水貂皮说:“These mice furs are very well.”翻译正好不在,孙万红隐约知道“very well”是夸人的话,很高兴,就一再用仅会的“Thank you”表示感谢。翻译回来一听,气坏了:他们骂你呢,说你的水貂和老鼠一样大——那句



英文翻译成中文,意思是“这些大老鼠皮非常好”啊!

孙万红告诉记者,自2011年起,大森林特种动物养殖专业合作社多次从丹麦引进良种水貂,以改良基因。

2013年年底,销售市场不振,但大森林特种动物养殖专业合作社仍花重金从丹麦哥本哈根包机引进1.5万只良种水貂。在孙万红看来,外面的价格越低对他们越有利,因为水貂饲料的价格也会随之降下来,他们更会利用价格低的时间段彻底实现水貂的换种。

除了从丹麦雇水貂养殖专家驻场指导、聘请青岛农业大学苏振宇等知名专家加强对养殖户技术培训外,大森林特种动物养殖专业合作社还特别提倡“一家一个大学生”战略。

进口水貂品种的引进扭转了合作社毛皮的“基因问题”。2013年,市场形势虽差,合作社出栏水貂仍达956万只,占全国水貂出栏量的四分之一,实现销售收入19亿元。户均年收入达到35万元,许多养殖户都是开着奥迪去貂场上班的。

国际毛皮协会中国代表处媒体总监朱晓琳指出:“由于毛皮动物的饲料配料主要来自于鸡肉和鱼肉加工

的下脚料,一只水貂一生可以消耗约50公斤这样的下脚料,既经济又环保。”

而与普通衣服相比,皮草才是真正环保的一种选择,因为从成分上来看,皮草的化学成份主要是水、蛋白质和碳水化合物,一件皮草大衣埋藏在地下之后,在温度合适的条件下,仅仅需要几个月就自然全部降解掉,比牛仔裤子要快5倍。而有些化纤类的服饰埋在地下几十年都难以分解。

在朱晓琳看来,每个产业、每个企业都有自己成长发展的内在规律,而这个发展过程则并非直线式的,中国毛皮行业短期业绩的波动并不足为奇。实际情况是,在产业成长过程中,需要调整节奏,从外部来看,就是产业发展脚步放缓,但这种放缓,是为了更好地加速进入下一轮的高速成长。

据国际毛皮行业2014年的最新数据显示,全球的毛皮贸易价值已经超过400亿美元,雇佣了成千上万的人口。2010至2011年度,全球毛皮制品零售总额为150亿美元,其中中国占了总额的四分之一。根据目前的相关数据推算,2015年,中国有可能成为世界最大的毛皮服装消费国。

青春盛宴:中国新锐设计师的皮草之旅

中国服装设计师协会副秘书长黄萍认为,目前,中国的许多青年设计师虽然对皮草感兴趣,但不知如何将皮草更好地融入时装设计中。

皮草的作用不是保暖和炫富,而在于时尚与设计感。华裔设计师布兰登·孙(Brandon Sun)是纽约新势力的一员,这位以皮草设计著称的年轻人最新的灵感来源是挪威童话故事《太阳的东边与月亮的西边》,他从装饰主义(Art Deco)风格插画大师凯·尼尔森(Kay Nielsen)的绘本中得到启示,显然不对称的解构主义成为他阐释坚韧女主角的最贴切方法。

从新艺术运动到装饰主义都深深受到现代主义风格的影响,那些对曲线和放射线条的运用,那些神秘的东方风情,布兰登·孙说:“我被故事中女主角那种击败一切阻挡的坚韧和决心打动了,这正是现代女性给我的感觉。”于是各种挣脱出均衡感的棱角、解放了的线条,都在他的设计中展现力量。

朱晓琳说,许多中国皮草企业虽然制作工艺卓越但设计理念过于陈旧;相反,各大设计学院的年轻设计师们拥有丰富的创意,但缺少渠道和生产能力。

如何让皮草穿着者更显年轻感?很简单,减小皮草

原料的分量,侧重款式的时装感,拼接或打破原本柔顺肌理的再组合,你得承认,这些毛茸茸的点缀效果或重新拼接比一整件皮草大衣来的美妙得多。或是在小配饰上出彩,从帽子、披肩、皮草包等大件配饰,到皮草头饰,皮草项链甚至是皮草耳环等细节配饰。当然,这样的皮草分量减少,而且对原料的要求并不高,而皮草是以大块无瑕疵为定价标准的,因此,青春感的皮草价位也会更接近年轻人。

她提到,皮草未来计划(Fur Futures)是国际毛皮协会新推出的一项国际性的人才培养计划,旨在向毛皮行业的年轻从业人员提供支持,创造与来自世界其他国家的年轻毛皮业同行交流互动的机会,并推出一些切实的支持服务,包括向设计师提供用于时装设计的皮草材料,以及协会会员参加国际性皮草展会或时装周等。6月起,国际毛皮协会组织欧洲的青年皮草设计师在北京的几所高校推出皮草沙龙活动;9月还将在北京举办“亚洲REMIX青年皮草设计大赛”,让中国的顶尖青年设计师了解毛皮行业的现状、规模、品牌、如何利用皮草提高时装附加值以及如何提高皮草服饰的创意,促进皮草界与时尚行业的融合。

警惕动物福利壁垒:不是善心是陷阱

“没有买卖,就没有杀害”。这句曾广为流传的公益广告语,现在成为环保人士号召大家抵制皮草的理由。

专业人士的意见是,那句公益宣传语针对的是野生濒危动物,而非养殖场中的猪牛鸡鸭,也并非作为经济物种的水貂等动物,“环保人士”混淆了概念。

在中国,野生貂类是濒危野生动物,名列国家林业局保护司的中国濒危珍稀动物名录。但现在养殖场中以万计量的水貂是经济动物,同猪牛鸡鸭一样,归属农业部门管理。

在一个吃肉、穿皮鞋、拎皮包的世界里,单单反对皮草不仅是一种道德上的虚伪,甚至是别有用心。

2013年12月15日,香港《苹果日报》以《动物炼狱 山东屠宰场活剥狐狸皮》为题刊发文章称,这里“每天残杀动物的情景在不同角落上演”。之前,一些不明身份的组织在网络上发布的长毛兔养兔户“活拔兔毛”、《惨绝人寰的时尚,每件皮草都残酷》等视频也广为流传。

国际毛皮协会及中国青年企业家毛皮委员会等组织进行了多次联合调查证明,这些均为不实报道,谣言一次次被击破。

某极端动物组织发布的帖

子《穿着尸体真的很美吗?》称,“工人先用刀从动物尾部划一个开口,拿斧头剁下动物的脚,然后将动物倒挂在挂勾上开始剥皮,过程中动物不断哀嚎、挣扎,影片中记录动物直到全身毛皮被剥光,血肉模糊之后还有呼吸、心跳,眼睛不断眨动。更令人不忍的是——动物还挣扎着抬起头来看着自己的身体!”

事实上,用常理推断也知道,这是不可能的事情:这样一张鲜血淋漓的毛皮还卖得出去吗?毛皮质量的微小瑕疵体现在皮张的质量,对价格的影响是非常巨大的,就是行业内人称的“毛差一线,钱差一万”。一只狐狸重10公斤左右,不可能轻而易举地被折断脖颈;水貂个体虽小,性子凶猛,平时打防疫针,工作人员都要带上厚手套防止被咬伤。再说,被活剥皮的小动物一定会拼死相搏,一场血战下来,人会受伤,毛皮也被污染破坏了,谁会用这么笨的方法取皮呢?

至于活拔兔毛就更不可能了,剪兔毛跟剪羊毛一样简单,根本没有必要去拔毛。况且没有毛的兔子会因受伤或感冒死去,一只母兔价格为500元到1000元,谁会去做这种得不偿失的事情呢?

国际上通行的取皮办法是用电击或无痛一氧化碳。电击成本最低,一套简易设备不足10元。但电击毕竟给动物带来5秒至10秒的痛苦,动物生前所有的情绪

都会在毛皮上印现,电击取的毛皮毛孔瞬间扩张,容易掉毛。经验丰富的毛皮买家能通过毛皮的外表来判断取皮的方法。

因此,中国大型养殖场多采用无感的一氧化碳法,整个过程放舒缓音乐,且是全封闭的,不会让小动物的同伴看见受惊吓。

事实上,由于养殖水貂、狐狸的经济回报率高,所以其在动物福利方面享受的待遇远高于猪牛鸡鸭。

如同打地鼠一样,前年是活拔兔毛,去年是活剥狐狸皮,今年又是活剥兔皮。对中国毛皮产业的污蔑性报道从未间断的背后原因是利益驱动。

在动物保护和人道主义温情的背后,动物福利的贸易壁垒作用已经显现。“活拔兔毛”一出,欧洲部分国家随之宣称不再使用中国兔毛,致使不少欧美兔毛经销商威胁要停止从中国进货。无奈之下,中国的养殖农户只得无奈压低收购价,甚至入不敷出。

动物福利壁垒可以说是绿色贸易壁垒的扩展和深化——借动物保护之名,行贸易保护之实。

与其它贸易壁垒相比,动物福利壁垒更容易获得社会舆论支持,更具隐蔽性和歧视性。动物福利标准都是发达国家根据其经济发展水平和技术水平制定的,强者制定标准,对弱者显然是不公平的。许多发展中国家连温

饱问题都还没解决,如何讲“动物福利支出”。

在人类的基本需求没有得到满足之前,优先考虑满足动物的基本需求乃至“精神需求”的做法,对发展中国家而言不仅不公正,而且这种变相的贸易保护,可能会造成人道主义的灾难。

中国毛皮产业从业者达700万人,惠泽2000万人。在这700万人中,一大部分是养殖户,这意味着,这些农民不用背井离乡,不用在工地风吹日晒挣血汗钱,就能在家乡过上富裕而有尊严的生活;他们的孩子也不再是留守儿童,产业带来的丰厚回报,让这些孩子可以受到良好的教育。

拒绝皮草,以爱心的名义已成为一种时尚,多名艺人争相担任西方大小动物保护组织的亚洲地区代言人,甚至有知名女艺人全裸出镜,“为公益献身”,全然不顾所代言的组织目的何在。至于茹素吃斋,也只是宗教选择,或健康需求,绝不能是一种道德绑架,一种居高临下的优越感。

不轻易赞同,不轻易否定,是理性思维的基本体现。不能仅凭一段视频、一条微信、一个帖子去轻易诋毁一个产业,更不能无意识地帮贸易壁垒国家盘剥中国农户。至于那些所谓的动物保护者,为拍摄这些视频,如此虐杀动物,才真正令人发指。