

华东周刊

EAST CHINA WEEKLY

A1 特稿 Feature

 总第060期 2020年11月30日 星期一 主编:马晓才 执行主编:李洁 董国荣 美编:楼燕红 新闻热线:0571-85068763 战略合作: **杭商传媒**

以张骞为镜， 万事利丝绸走出了“新丝路”

【编者按】万事利集团创始人沈爱琴在缔造万事利丝绸的时候有一本经，就是要让万事利丝绸成为行业领跑者，成为中国对外开放的一张金名片，在她的带领下万事利走过了市场鼎盛时期的辉煌；作为二代传承人的屠红燕和李建华“念”着这本经，让中国丝绸作为中国文化的代表真正走向了世界，在新的丝绸之路上亮出更锦绣的色泽，交出更辉煌的成绩。正是因为万事利人有着张骞这样的家国情怀，有着对中国文化的尊崇，有对国家法治的尊重，有对商道深刻的理解，才会念好产业报国、实业报国、文化为国、科技兴国这本经，这样的民营企业才是国家需要、人民需要、市场需要、世界需要的企业。

华东周刊特约撰稿 李 斌 张 渊 / 文

丝绸行业从古至今都不乏让国人引以为豪的故事。2000多年前，一阵驼铃从西安带出繁华，一代名商张骞和他的骆驼成就了丝绸之路的故事。2000多年后，杭州万事利丝绸文化股份有限公司以精湛的技法，成就让世界惊叹的故事。

在国内丝绸行业领域，万事利集团是一家老牌企业，前身为杭州笕桥绸厂，创办于1975年。万事利丝绸是万事利集团的全资子公司，成立于2007年，从2017年起变更为股份公司，从事将中国传统丝绸文化与创意设计、数码印花生产工艺相结合，研发设计、生产与销售丝绸相关产品的业务。

万事利丝绸董事长李建华对丝绸企业经营、丝绸文创产业等领域都有着独到的见解。万事利人的故事、丝绸的文化，在李建华看来，这一切所得都归结于“对丝绸的一种爱，对丝绸传承的一种责任，对丝绸在我们这个时代应该保存下来的一种精神”。

技术变革， 一条丝巾背后的数字创新

笔者在万事利丝绸位于杭州下沙的数码印花车间内看到，一台台经过改造升级的双面数码印花机正高速运转。

公司在2010年左右即开始布局数码印花生产工艺，经过多年研发与生产经验积累，目前已总结形成了数码印花数字化色彩图库，实现成品呈现的颜色与输入颜色基本一致，形成了公司数码印花色彩管理核心技术，做到“所见即所得”。

通过大量的研究和应用，万事利丝绸形成了前处理、精准定位喷印和印后处理环节的关键工艺，开发出双面同花同色、同花异色、异花异色等双面数码印花新产品，解决了丝绸面料的弹性和渗透问题。该技术融入了大数据、云计算等智能化手段，高效解决了业界普遍存在的色彩正反面透色不均匀问题，有效克服了手绘等复杂图案无法精细呈现在面料上的技术难关，使产品类型得到

更为个性化、多样化的高品质呈现。

简而言之，万事利丝绸的这项“独门绝技”能轻松让丝巾的正反面出现同花同色或者同花异色。看似简单的技术，即便是一线奢侈品牌，也无法完全实现真正意义上的双面印花，在世界范围内都属行业领先。

李建华说，从最初只靠引进国外技术、设备为国外品牌做廉价贴牌加工到如今反向输出新技术、新品牌，这是中国丝绸时尚产业崛起的一个标志性开局。

事实上，在由传统制造业向文化创造转型的过程中，万事利丝绸充分意识到数字化带来的推动力。从2010年起，企业深耕智能技术、移动互联、大数据分析等信息化领域与传统丝绸的结合，把数据思维贯穿于运营管理、生产、设计、营销等方面。

2020年4月，李建华被微软(亚洲)互联网工程院选为人工智能创造实验室专家顾问，他在丝巾设计计算构图算法、元素的工程呈现和颜色心理学等方面都有很深的研究和认知，万事利丝绸也已开始依托人工智能技术，研发定制化专属丝巾设计及新零售生态链。

未来丝绸的设计是完全智能化的，AI与人类设计师协作，更能洞悉消费者的需求，从而满足个性化定制。在今年万事利丝绸打造的一款名为“西湖一号”的人工智能丝巾设计平台的支持下，每一条丝巾都可以有专属纹样，为丝巾赋诗、加载歌曲，并专属定制、专属生产，而且效率也大大提高，消费者很快就能拿到量身设计打造的专属产品。

万事利一向重视研发投入，其中年末，万事利丝绸专利数量达124项，其中发明专利26项，万事利丝绸系全国丝绸标准化技术委员会及全国服装标准化技术委员会委员单位，截至2019年末，万事利丝绸主持和参与制定的国家、行业、团体标准合计27项，均为丝绸相关领域，体现了公司在丝绸行业内的领先地位。

李建华说，未来，万事利将通过核心技术研发、新零售模式创新、产业互连等举措，不断探索丝绸产业的无限可能，让丝绸真正融入生活的方方面面。



● 万事利集团董事局主席屠红燕



● 李建华先后两次登上央视《百家讲坛》栏目传播丝绸文化

民族品牌， 不缺席国家每一场世界盛会

作为丝绸文化的传承人，李建华在丝绸文化的传播上不遗余力。

他曾作为首位登上中央电视台《百家讲坛》的企业家，主讲了红楼梦与丝绸的文化基因；他还通过新媒体《丝路密码》，讲述丝绸之路上不一样的故事；他作为主编出版了丝绸文化系列丛书，成为丝绸业界的宝典。

“我们每个中国人都有丝绸的基因，有对丝绸的情结，所以我潜心研究丝绸，不断写书、上节目。我们有这个愿望，要把丝绸做成中国的文化，要成为杭州的标志，要成为走向国际的品牌。”李建华的话，让人感受到一种特有的冲击力，充满激情，直逼人心。

“在中国的每一场盛会，万事利都没有缺席。”万事利集团董事局主席屠红燕每次都十分自豪地向大家介绍公司情况。确实，从APEC会议、到北京奥运会、上海世博会、广州亚运会、南京青奥会，再到杭州G20峰会……万事利丝绸一次又一次在世界舞台上展示了丝绸文化的唯美内涵，成为一个向全世界传播中国文化的窗口。

2016年在杭州召开的G20峰会上，处处都可以看到丝绸的作品和万事利的影子，“直播现场、会议现场后面的背景画是丝绸，峰会招待客人的桌上用的产品也是丝绸”。据屠红燕介绍，G20峰会他们开发了8000多件丝绸产品，包括给各个国家的邀请函、国家元首寝具和生活用品、送给各个国家元首的国礼等，万事利把中国丝绸代表性产品一一展现在了G20峰会上。

“这是我们丝绸人的一种自豪感的流露。”李建华会心一笑，“我们在讲盛会上的万事利的时候，其实我们更想说的是我们对丝绸的一种爱，对丝绸的一种责任和对丝绸在我们这个时代应该保存下来的一种精神，那是中国5000年文化留给我们的特有的精神”。

“这件事跟钱、商业没有一点关系，因为

▶▶▶ [紧转 A2]