

如何让世界爱上中国丝绸？

——万事利的坚守与突破

新华社记者 商意盈 张璇

丝绸，从千年驼铃的环佩叮当中走来，从唐诗宋词的
古雅风韵中走来，充满古老东方的华美与神秘。让世界爱
上中国丝绸，对于杭州丝绸企业万事利来说，是初衷，也是
不懈追求。

北京奥运会“青花瓷”颁奖礼服、G20 杭州峰会丝绸国
礼、杭州亚运会真丝奖牌绶带……万事利在世界舞台一次
次亮相，助力让中国丝绸成为典雅和时尚的象征。在坚守
中突破，在求索中成长，万事利这样一路走来。

► 4月24日在万事利科创中心拍摄的丝绸艺术
家装场景。

新华社发



“创新是我们的基因”

走进杭州市上城区的万事利科创中心，可以看到一楼大厅里立着一台方方正正的活性免水洗印染一体机。消费者在前端 AIGC 大模型里完成个性化丝巾的设计，最快仅需半小时，原本投入的一块白色坯布，便能化为一方印花精美的丝巾面料。

“一台机器就是一个印染工厂”，万事利这项创新让“印染厂开进门店或者写字楼”成为可能。但是行业的创新，从来都是不易的——

“到底能不能让纺织印染告别污染？”“能不能让活性染料和面料纤维达到接近百分百的结合？”“10 多道印染工序能合到一台机器吗？”……

项目牵头人、杭州万事利丝绸文化股份有限公司副总经理马廷方回忆，活性免水洗印染一体机的研发已推进数年，但作为最核心的关键指标——染料附着率一直卡在 95 % 左右。不少团队核心成员曾自我怀疑过。

马廷方坦言，行业平均的染料附着率仅为 60 % 多，项目团队想要达到接近 100 %，难度可想而知。

为了提升这 5 % 的染料附着率，他们尝试了上万次的配方调整。“因为染料在染布后达不到‘净水’的标准，就不能再重复使用，更不用说后续能研发成功没有污水排放的一体机了。”马廷方说。

行业的创新，充满未知数。前行的道路，唯有坚持。

一次不行，就试第二次；第二次不行就试第三次……“这台机器的研发，耗时长达十年、投入近百人的研究力量、历经上万次实验。”马廷方回想起多个夜晚和团队加班，仍然历历在目。

“现在想想当时设立这个项目，胆子真大。”团队技术负责人徐兆梅说，“因为此前，国外的机器也做不到如此。我们只能摸着石头过河。”

最后一版本的配方处理过的染液，随着搅拌棒不断搅动，水变清了……“真的成功了！”徐兆梅回忆那一刻仍难掩激动，“有了这项核心技术，通过我们自研的工程设计方案，活性免水洗印染一体机终于做成了。”

“2023 年，这款机器投入生产。”马廷方说，这次行业技术的突破，不仅让千

年传承的丝绸技艺彻底甩掉污染的帽子，让“印染”和“污染”两个词彻底脱了钩，也给整个纺织业的印染提供了很好的解决方案。除了印染丝绸，还可应用于棉、麻、毛等全纺织面料的印染生产。

“从来没有因为暂时的挫折怀疑或者想放弃，因为创新从来就不是一道选择题，而是必答题。”万事利集团董事长屠红燕说，无论是她的母亲、集团创始人沈爱琴，还是她自己，她们始终认为用污染环境换发展的方式不可持续，两代人一直勇于创新，把万事利引入了良性发展轨道。

“丝绸，从来不是过时的产业，而是活力无限的经典产业。”屠红燕说，“丝绸能够历经千年仍不衰，是一代代丝绸人在关键节点不断传承和突破。对万事利来说也是如此，发展不能故步自封，而应不断突破舒适区。”

“传承，必须坚持文化赋能”

今年 2 月举行的 2025 年哈尔滨亚洲冬季运动会上，“一抹红”吸引了大家目光。这款名为“瑞雪报捷”颁奖礼服的面料正是出自万事利，设计构思以冰雪文化元素与国旗红色调为主，丝绸和冰雪韵味互为表里、相互融合。

从古老的印花工具到精美的丝绸服饰，从传统的织造技艺到现代的数码印花……在万事利科创中心丝绸艺术展示馆，一件件展品，诉说着中国丝绸的辉煌与传承。

展厅里的一袭白底蓝色花纹的旗袍式长裙淡雅素净，这是 2008 年北京奥运会上的“青花瓷”颁奖礼服。

“这件衣服需要经过 125 套程序，采用的刺绣技法，细腻到完全看不到一个针脚。”屠红燕的丈夫、杭州万事利丝绸文化股份有限公司董事长李建华说，“当年，为了寻找掌握这门技法的绣娘，我们的员工在浙江、江苏等地的绣乡挨家挨户拜访，最终组建起了一支 80 多位顶尖绣娘的‘奥运刺绣团队’。”

“古代的绣法，现如今很多都濒临失传。”李建华指着展品说，万事利这些年来不断推动与宋锦、苏绣、云锦、缂丝等国家级非物质文化遗产代表性传承人的深度合作，进一步拓展丝绸的文化艺术、商业价值。

如果说“青花瓷”礼服是踏遍千山

万水的寻觅，那“雀金裘”就是“无中生有”的挖掘。“金翠辉煌，碧彩闪烁”的“雀金裘”是《红楼梦》中贾母赠给贾宝玉的一件大氅，却也只存在于书中。

经过潜心研究，按照书中的记载，以黄金制成“轻如蝉翼”的金箔片，再切割成微米级的金丝线，加入孔雀的羽毛捻线，织出锦缎罗纱，终于让它从书中“走”了出来。

“‘雀金裘’承载的是中国人对于‘锦衣华服’的想象，是我国古代丝绸工艺臻于化境的代表，也是这个原因，促使我一直在研究、在尝试。”李建华说。

在他看来，丝绸是中华文化的一个符号、一张名片。传统工艺里，有勤劳，有智慧，更有中华优秀传统文化理念。“丝绸之所以能够传承千年，最重要的一个特点就是，不管在历史的什么时期，丝绸都在满足当时人们对美好生活的向往与追求。”

如今，追求更环保、更好用、更高质量，是丝绸产业的蜕变升级，也是对中华文化理念一以贯之的传播与表达。

为了让丝绸的花纹表达更加丰富，万事利走访了世界各地的丝绸工厂、展览馆，搜集了全球上万种花型，博采众长。

“我们始终坚持文化赋能，信念就是做最好的产品。”屠红燕说，万事利多年来科研投入占销售额 6 % 以上，组建 AIGC 实验室自主研发 AIGC 设计大模型，建立超过 70 万个花型数据库。跨界故宫文化、西泠印社等 IP 开发的文创产品，成功“种草”年轻消费者。

“让万事利走向全世界”

在杭州市钱塘区万事利丝绸工业园区里，一台活性免水洗印染一体机正在进行封装，这台设备将漂洋过海，“落户”到法国巴黎的工厂里。

“40 多年之前，我们学习西方国家的技术，引进西方国家的设备到中国生产。现在他们也有值得我们学习的产品和技术。”李建华说，如今这些设备正在销往西班牙、意大利、泰国等。

万事利深知，一家本土企业走向国际市场，如若没有核心竞争力，没有品牌影响力，很难在海外站稳脚跟。

几年前的一次经历让屠红燕至今记忆犹新。她说，之前万事利跟某国际品牌战略合作，运用万事利自主研发的

双面数码印花技术生产的丝巾，印着双方的 Logo，售价高达 4500 元，而用同样技术生产却只有万事利 Logo 的丝巾，卖 1500 元已是高价。

“3000 元的差距在哪里？我认为在品牌附加值，但首先，我们要让世界看见。”屠红燕说。

依靠灵敏的商业嗅觉，屠红燕认为国际赛事是万事利的重大机遇。以文化创意和产品服务脱颖而出，万事利参与 2008 年北京奥运会、2016 年 G20 杭州峰会、2022 年杭州亚运会、2024 年巴黎奥运会等，为多个国际场合提供丝绸礼服、丝绸文创纪念品等定制服务，在世界舞台上展示着中国丝绸之美。

2022 年杭州亚运会上，乌兹别克斯坦体操名将丘索维金娜收到了一份特别的礼物，一块记录着她“追梦时刻”的万事利定制丝巾，让她欣喜地翘起大拇指表示感谢。

为了打造品牌，曾经“为人作嫁衣”的万事利多年前就在欧洲寻求合作，但过程却曲折、艰辛。对方一听是中国企业，连面都不见，他们觉得中国人创新力不足，制造的都是廉价品。

为了扭转这一印象，万事利策划了一场“杭州丝绸之旅”，邀请法国百年丝绸品牌企业来杭州参观，了解万事利的技术、产品、理念。此前从没踏足过中国的企业主，因为一场杭州之行，彻底改变了对中国丝绸的观感。

“没想到中国有这么多精美的丝绸产品，和中国相比，法国的一些产品已经落后了。”这位企业主动提出和万事利合作，希望自己的品牌可以到中国来，也让中国的民族品牌通过它的设计和制造走向世界。

后来，万事利与这家法国百年丝绸企业实现合作，并聘请前爱马仕高管加盟，将国际化管理思路带入企业。

如今的万事利，不仅有丝巾和服饰，还设计了大量融合中国文化元素的丝绸产品，并借助艺术品、墙纸、窗帘、桌椅等载体，打造出各种丝绸应用新场景。

在屠红燕心中，丝绸不再只是一种面料，它是人们的一种生活方式。她指着万事利的商标说，两个 W 通过丝带连接到一起，第一个 W 是万事利拼音的首字母，第二个 W 就是英文单词“世界”的首字母。“万事利，从来都向往着世界。”

新华社杭州 4 月 27 日电