

FORCHN 富春

让生意更简单 让生活更美好 / www.forchn.com.cn

2021 VOL. 38



热烈祝贺
张小泉成功上市

张小泉

股票简称：张小泉
股票代码：301055

张小泉
Zhang Xiao Quan
Since 1628

张小泉股份有限公司
热烈祝贺成功上市
股票代码：301055
张小泉

FORCHN 富春

上海

上海黄浦区中山东二路 600 号 BFC 外滩金融中心南区 S1 幢 27 层 01-02 单元
Tel: 021-6879 5788
Fax: 021-6879 6878

浙江

浙江省杭州市拱墅区庆春路 200 号
Tel: 0571-8707 8590

新加坡

6 SHENTON WAY, QUE DOWNTOWN
1 #41-03, SINGAPORE 068809
(珊顿大道 6 号 #41-03, 华联城第 1 栋, 新加坡 邮区 068809)
Tel: +65 6221 9018
Fax: +65 6221 9338

香港

香港中环花园道三号中国工商银行大厦 5 楼 504 室 (Suite 504, 5/F, ICBC Tower, Three Garden Road, Central, Hong Kong)
Tel: +852-2116 3283
Fax: +852-3585 0610

unlogix 网营物联

网营物联

国内领先的智能化供应链生态平台

RUYEE 如意仓

如意仓

数字化仓配物流引领者



运通网城 (EC World)

物流资产管理专家

中国物流地产 REIT 海外上市“第一企”

Hengde 恒德物流

恒德物流

专业领域烟草物流运营专家

FORCHN 富春
崇 贤 港

崇贤港

浙江省重点建设工程, 国家 AAAAA 级物流企业

张小泉
Zhang Xiaoquan
Zhou Xiaoquan

张小泉

393 年著名中华老字号, A 股“刀剪第一股”

HGA 杭加

杭加新材

绿色建筑行家

FORCHN 富春
富 盛 浙 工

富盛浙工

浦东城市建设的见证者与守护者



FUCHUN RESORT

富春山居康养谷

高端度假型康养谷

富春山居

高端养生度假村, 拥有江南丘陵地形、

以龙井茶园为主题的高尔夫球场



浙江大学康复医院

民营康复旗舰



公望健康

私享健康管理平台



东方茂

富阳人民的“市民中心”



富阳东方茂开元名都大酒店

五星标准高端商务酒店

FORCHN 富春国际
INTERNATIONAL

富春国际

富春控股集团海外旗舰

FORCHN 富春瑞资

富春瑞资

专业资产管理平台



2021年9月6日，张小泉股份有限公司在深圳证券交易所成功上市，成为A股“刀剪第一股”。“张小泉”股票开盘价29.80元/股，涨幅331.88%。张小泉股份有限公司董事长张国标表示，张小泉秉持393年老字号二次创业的积极心态，将新技术、新业态和新模式与传统刀剪产业深度融合，与时俱进，不断开拓，把这块金字招牌继续发扬光大。



张小泉上市仪式现场





CONTENTS 目录



编委会

主任 张国标
 副主任 周军福 张樟生 张新程
 编委 耿帅 汪韧 詹关平
 崔思维 张凯锋 赵双双
 吴军旗 夏乾良 李克宽
 张岩

编辑部

主编 赵双双
 执行主编 谢洁梅
 责编 刘灵渊 吴云天 朱俊杰
 美编 陈倩莹
 发行 富春控股集团



富春控股官微

国标家话 VIEWPOINT

06 张国标：
争取良钢精作一万年，小泉赞誉遍世界

特别策划 SPECIAL SCHEMES

10 “刀剪第一股”成功上市
百年品牌张小泉再现新生魅力

14 张新程：
张小泉要成为民族、国家、世界需要的品牌

16 夏乾良：
消费场景和事业部战略是张小泉多元化发展的根本逻辑

品牌故事

18 回望 400 年，张小泉的十个“第一”

24 从张小泉维权行动谈企业知识产权保护

30 三个地点背后的“起承转合”

创新发展

36 近 400 岁的张小泉缘何深受年轻人的喜爱

40 顺势乘风，张小泉拓展电商新玩法

44 探索工业游新模式 赋予老品牌新动能

社会责任

48 来源于百姓，服务于百姓

50 传承红色基因文化 擦亮老字号金招牌

泉泉匠心

52 匠心筑梦，承以惟精
那些张小泉人的“泉泉匠心”

富春焦点 FOCUS

62 富春控股集团成立 29 周年
“张国标急救公益基金”为爱出发

66 喜迎建党百年
牢记初心使命，创造美好未来

72 《富春山居图》合璧十周年：缘起山居 寄情未来



FUCHUN
resort

山水 知秋 套餐

[秋暖有味是清欢]

高尔夫练习场体验

秋季草坪下午茶 / 花艺课堂

秋季葡萄采摘 / 果酒酿制

SPA秋养颂钵体验 / 当季限定宾客活动

时间：2021年9月1日至10月31日

地点：富春山居高尔夫度假村

预约电话：（0571）6346 1111

僕泊富春山居



扫一扫立即购买



张国标： 争取良钢精作一万年 小泉赞誉遍世界

9月5日，张小泉股份有限公司首次公开发行A股上市揭幕仪式在杭州富阳东方茂开元名都大酒店举行。富春控股集团董事长、张小泉股份董事长张国标出席仪式并讲话。

尊敬的各位领导、各位朋友，亲爱的兄弟姐妹，女士们、先生们：

大家晚上好！

今晚，贵宾盈门，高朋满座。非常感谢大家百忙之中莅临张小泉的上市仪式。在此，我谨代表张小泉股份有限公司，向莅临现场的各位领导、各位合作伙伴、各界朋友、亲爱的同学以及富春和张小泉的兄弟姐妹们，表示热烈的欢迎和诚挚的感谢！

明天，393岁的“张小泉”将在深交所挂牌上市。它标志着“张小泉”经历了393年的薪火相传，即将登上当今时代市场的主流舞台，到聚光灯下释放新的生命活力。

此时此刻，我百感交集，满怀感恩。这些年来，在“张小泉”经营发展和上市的过程中，我们得到了浙江省各级政府，特别是杭州市、富阳区两级政府的高度关心和大力支持，得到了中国证监会、深圳证券交易所的热情指导和亲力帮助，得到了保荐人、主承销商中信证券等各家中介机构的努力付出和辛勤奉献，得到了各位亲密合作伙伴、各界朋友的高度认同和积极协作。在这里，请允许我代表“张小泉”的全体同仁，向所有给予“张小泉”支持和帮助的各位领导、各界朋友和亲密的合作伙伴，致以诚挚的感谢和崇高的敬意！

393岁，对于一个普通人来说，是不可企及的超载人生，对于一个企业来说，却是十几代人无数个体的人生凝炼。在十几代张小泉人的努力和守护下，“张小泉”能够跨越人类社会的各种环境形态，薪火相传，延续至今，在中华民族企业发展史上就是一个奇迹。

“张小泉”的前身，是从中国商业史中一个渺小的身影开始的。明代中期，正值中国传统的农业社会向工商业社会转变之际，也是中国古代第二次商业革命的浪潮期。明·万历年间，徽州黟县人张思佳凭借一手精制剪刀的技艺开了一家剪刀店铺，最初名号“张大隆”。后于1610年前后，

迁至杭州大井巷，谋求新的发展。由于“张大隆”在制作剪刀时，选用浙江龙泉、云和的好钢，制作精良，经久耐用，因此声名鹊起，远近闻名。于是一个渺小的身影拥有了“姓名”。

“张小泉”的历史，可以说是中国商业品牌史的重要注释。1628年，也就是明·崇祯元年，为了摆脱因声名鹊起而随之仿冒众多的困境，张小泉从其父手中接管店务之时，毅然将“张大隆”改成了自己的名字“张小泉”，并在每把剪刀上打上“张小泉”的字样。张小泉品牌的历史从此开始。几年后，“张小泉”已经超过当年的“张大隆”，成为杭州响当当的名号，后来在其子张近高手上，更一度呈现“青山映碧湖，小泉满街巷”的盛况。张近高还在“张小泉”原有的招牌后面加上“近记”二字，以示正宗嫡传。乾隆年间，张小泉剪刀成为御用宫剪，并逐步从区域性的



品牌变成全国性的品牌，誉满华夏。

随着产品销量的增加，供不应求，当时的传人张载勋便开始制定标准，委托合作，这成为我国工业史上“OEM”的最早开端。

跟“张小泉”的名号响亮呈正比的，是仿冒的盛行。光绪十六年（1890年），“张小泉”终获官府批准，在招牌上加上“泉近”二字，并出布告，明示“永禁冒用”，刻石碑立于张小泉店门，开创了我国品牌专用及知识产权保护的先河。

清·光绪三十年（1904年），我国历史上第一部商标法颁行，“张小泉”成为第一批注册商标。自注册至今已经117年。

“张小泉”的历史，也是中国制造业匠心精神的立体写照，更是近现代民族工业发展的一个缩影。在长期的制剪实践中，“张小泉”既师承传统，又不断完善改进，首创镶钢锻制技艺，把铁的柔软与钢的坚硬有机结合在一起，很好地解决了单纯用铁偏软不耐用，只用钢则易崩的难题，真正达到了刚柔相济的绝妙效果，开创了好钢用在刀刃上的技艺。“张小泉”在世时立下了“良钢精作”的店训，这就是张小泉企业文化的源头。

张小泉家族的最后一位掌门人张祖盈老前辈，自1909年至1956年执掌“张小泉”，跨越了清朝、民国、中华人民共和国三个时代，在工艺创新、品牌塑造、技术引进、产品开发等各个方面，为我国民族工业做出了特殊贡献。1917年，张祖盈从进口理发剪镀镍得到启发，试用自产普通剪刀的镀镍抛光技术，开创了中国传统民用剪刀表面防腐处理的先河。其后，张祖盈把当时用于银器和铜器表面装饰的凿花工艺应用到铁制剪刀。自此，张小泉剪刀凿花工艺问世。1919年，张祖盈研制医用的剪刀、镊子和解剖

器具，为医用刀剪的国产化迈出了坚实的第一步。“张小泉”也因上述创新而屡屡荣获国际大奖：

1910年获南洋劝业会一等奖

1915年获国货品评会二等奖、巴拿马万国博览会大奖

1919年获北洋政府农工商部68号褒奖

1926年获美国费城世博会大奖

1929年获首届西湖博览会特等奖

作为民族工业品牌的杰出代表之一，半个多世纪以来，“张小泉”一直受到了党和国家领导人的重视、肯定和鼓励。1956年，毛主席在加快手工业社会主义改造的座谈会上，掷地有声地教导：“张小泉的刀剪一万年也不要搞掉。我们民族好的东西，搞掉了的，一定都要来一个恢复，而且要搞得更好一些。”2004年6月，时任浙江省委书记的习近平亲自到张小泉剪刀厂调研，并谆谆告诫我们：“毛





主席说“张小泉剪刀一万年也不要搞掉”，“张小泉”至今还只有三百多年，张小泉员工要再加一把劲，努力做大做强企业，老字号我们一定会支持的。”

领导人的亲切关怀，对张小泉人是莫大的鼓舞。在“张小泉”看来，“老字号”的另一层意思，则是永不改变的坚守与承诺。迄今为止，“张小泉”留下的箴言依然规范、指导着我们现代企业的经营发展。诸如“镶钢锻打、良钢

精作、委托合作、永禁冒用……”等等。其中“张小泉”“良钢精作”的祖训，经过历代传承恪守，业已成为“张小泉”特有的工匠精神，提起“良钢精作”，就意味着精雕细琢，意味着千锤百炼。

明天，“张小泉”就要登陆资本市场了，这是一个继往开来的历史时刻。在座各位的面前都放了一本《小泉故事》，书中记录了“张小泉”400年来绵延发展的历史奇迹，从中也折射出中国近现代社会文化的巨大变迁。这是“张小泉”为历史贡献的一份史料参考。而它当下和未来的历史，将由我们这代人继续创造和书写。

记得当年在接过张小泉品牌传承与创新的接力棒时，我内心激荡的情感可总结为八个字：责无旁贷，与有荣焉。现在，我把这八个字再赠与全体张小泉人。我们要清楚地认识到所从事的工作，不仅仅是简单的企业商业活动，我们肩负着民族工业振兴的重要使命，我们必须有强烈的责任感扛起“张小泉”这面有将近400年历史的中华老字号的大旗，我们必须与时俱进，不断开拓，把这块金字招牌发扬光大，以无愧于先辈、无愧于国家、无愧于民族、无愧于我们自身。所以说，我希望所有张小泉人怀着“雄关漫道真如铁，而今迈步从头越”的雄心，胸有民族情怀，肩负家国责任，按照习总书记的教导，把“张小泉”做大做强。

我也恳请今天到场的各位领导、各界朋友和各位亲密的合作伙伴，一如既往地继续关心、支持、呵护、帮助“张小泉”。未来，在“张小泉”受挫时，希望你们能够给它一点鼓励；在它迷茫时，给它一点指引；在它浮躁时，给它一点警醒。因为“张小泉”是我们中华民族的“张小泉”，是我们大家的“张小泉”，是我们子孙后代的“张小泉”！让我们共同努力，争取良钢精作一万年，小泉赞誉遍世界！



“刀剪第一股” 成功上市 百年品牌张小泉再现新生魅力

9月6日，张小泉股份有限公司（以下简称“张小泉”）在深圳证券交易所成功上市，股票简称：张小泉；股票代码：301055。公司股票开盘价 29.80 元 / 股，涨幅 331.88%。

“张小泉”的历史可以追溯到明朝万历年间，其前身是剪刀匠人张思佳在徽州黟县开设的一家叫“张大隆”的剪刀铺。而后，张思佳的儿子张小泉接过家业，张小泉品牌由此确立，直至今日拥有近 400 年的历史。



毛泽东主席曾说：“张小泉的刀剪一万年也不要搞掉。”可见张小泉名号受认可程度之高。值得一提的是，“张小泉”被商务部认定为第一批中华老字号，其产品标识更是被国家工商总局认定为我国刀剪行业驰名商标，产品获得多个荣誉奖项。这个百年老字号品牌如今发展成为一家集设计、研发、生产、销售和服务于一体的现代生活五金用品制造企业。主要产品可分为四类，包括剪具、刀具、套刀剪组合及其他生活家居用品。

张小泉登陆创业板，裁剪品牌新故事

9月6日上午，“张小泉”在东方茂开元名都大酒店举行了一场隆重的云敲钟上市仪式。

浙江省、杭州市、富阳区有关部门领导，富春控股，

张小泉与其他兄弟单位，中介机构、股东代表、媒体朋友等嘉宾参加仪式。

富阳区委书记吴玉凤在致辞中表示，“张小泉”成功挂牌上市，既是老字号企业传承创新的印证，也是富阳发展良好态势的缩影。区委、区政府将继续支持鼓励“张小泉”这样的优秀企业，积极开展股改上市，也真诚希望今后能有更多企业在富阳茁壮成长。吴玉凤表示，上市是一个崭新的里程碑，不仅为企业提供了广阔的市场发展空间，也对企业的规范经营、现代管理提出了更高要求。希望“张小泉”永葆初心、乘势而上、再创辉煌，不断增强核心竞争力，以优质的产品、优异的业绩回报社会和股东。也希望各家金融机构和广大投资者，一如既往地关心、支持“张小泉”的发展。

杭州市政府副市长柯吉欣表示，一直以来，杭州市委、市政府高度重视实体经济发展，打造数字经济和制造业高质量发展“双引擎”。其中一个重要抓手就是实施“凤凰行动”，把推进企业上市作为抓产业升级、优化经济结构的一个重要载体。杭州市陆续出台各项扶持政策，助推企业利用资本市场做大做强，上市工作取得了显著的成效，到目前为止上市公司数量已达到247家。“张小泉”此次A股上市对杭州企业，尤其是对中华老字号企业具有较大的示范和促进作用。希望“张小泉”登陆资本市场后，继续严格遵守法律法规，不断完善公司治理结构，进一步发扬开拓进取精神，乘势而上，以更加骄人的业绩回报广大投资者，以更加昂扬的风貌彰显中华老字号新气象。杭州也将始终如一为企业发展创造更加优良的发展环境。

中信证券全球投行委消费行业行政负责人、董事总经理张秀杰致辞时表示，“张小泉”已经发展成为一家现代一流的生活五金用品制造企业。其产品占有率及覆盖率不仅仅在国内市场居于同行之首，更是远销海外，在国内国外都享有高知名度，深受消费者的信赖。今天，“张小泉”



成功登陆国内资本市场，我们相信这对于“张小泉”来说是一个重要的里程碑，同时，也将会给投资者带来新的投资机会，为中国市场增添新的血液，为社会发展带来更大的贡献。“张小泉”成功上市后，中信证券将切实履行保荐义务，履行自己的职责，做好“张小泉”的持续督导工作。希望在未来也与各位携手共进，陪伴“张小泉”不断前行，开启发展的新篇章。

张小泉股份有限公司董事长张国标在致辞中表示，“张小泉”能在深交所正式挂牌上市，得益于各级党政领导、各级政府职能部门和各界朋友长期以来的关心、指导与帮助；得益于各中介机构、合作伙伴，以及公司全体员工的共同努力。在此，向长期以来关心和支持的各位领导、各

界朋友和亲密的合作伙伴表示最诚挚的谢意！

张国标董事长提到“不忘初心，方得始终”。他说，“张小泉”作为拥有近400年发展历史，具有特别民族烙印的中华老字号企业，数百年来一直坚守“良钢精作”的祖训，不断在传承中创新发展。近年以来，“张小泉”通过与新科技的结合，与新平台的交融，把传统精华技艺消化吸收，并不断完善提升，实现了生产经营模式的变革创新。产品质量和企业信誉有了新的飞跃。“张小泉”也在市场中形成了广泛的影响力，得到了行业 and 客户的认可和喜爱。

此次成功上市，是张小泉发展史上的重要里程碑。“张小泉”将以此为契机，持续努力将数字化技术融入产品的研发生产，提高产品性能、丰富产品结构，延伸产业链，提升价值链，不断升级管理模式及企业信息化水平，构建更加深厚的综合竞争力，进一步做大做强主业，实现更快的发展。

上午9点25分，张小泉股份有限公司董事长张国标，杭州市政府党组成员、副市长柯吉欣，杭州市富阳区委书记吴玉凤，杭实集团党委书记、董事长沈立，中信证券全球投行委消费行业行政负责人、董事总经理张秀杰，股东代表金燕，张小泉股份有限公司总经理夏乾良，国家级非物质文化遗产传承人张忠尧登台，共同为“张小泉”敲响开市宝钟。

随着一声声钟响，“张小泉”在深圳证券交易所创业板正式挂牌上市。亮相资本舞台的“张小泉”，将如何裁剪出新的品牌故事？张国标董事长表示，张小泉人深知肩负百年品牌传承的责任与使命，深感国人对“张小泉”的厚爱与期许。“张小泉”将牢记毛主席和习总书记的教导，不负众望，创造出更加优良的经营业绩，回报投资者，回报社会。



阅读量百万+!

393年中华老字号“张小泉”的成功上市，引发业界广泛关注，众多媒体竞相报道，共计带来百万+的阅读量。



据不完全统计，包括中国国际电视台、新华社、人民日报、中国证券报、每日经济新闻、证券时报、浙江卫视、浙江经视、浙江日报、杭州日报、钱江晚报、都市快报、文汇报、新浪、网易、腾讯、搜狐、澎湃新闻等在内的百余家媒体平台纷纷发布报道。

其中，新华社发布的《“刀剪第一股”今日上市，百年品牌张小泉再现新生魅力》浏览量**26万+**。



部分媒体报道



张新程：
张小泉要成为
民族、国家、世界需要的品牌

在张小泉 2021 半年度工作会议上，张小泉股份董事张新程从个人经验和感受出发，就张小泉的使命和目标等发展方向作了重要讲话：

从我自身而言，一直从事资本方面的工作，而资本运作很多时候只能“锦上添花”，很难做到“雪中送炭”，因而大家在工作中遇到的困难和波折我感同身受。在此，我向这些年为“张小泉”拼搏奋斗，以及在上市工作中奉献自我的所有张小泉人，表示诚挚的感谢。

我们“张小泉”要思考这样一个问题：什么是最有效的保护自己、避免陷入竞争泥潭的方式？我想到了一个词——“抬高领地”。当你把自己的领地抬高、提升了以后，那么你的竞争优势就会大大增加，你的护城河才会大大拓宽。而工艺技术、材料应用、品牌形象便是我们的“篱笆墙”“护城河”。所以，掌握核心技术，并不断创新、研发，正是我们“抬高领地”的核心举措。

说到“张小泉”的材料应用，我们可以参考、借鉴国外知名企业在这方面的极致追求，就如最近举办的东京奥运会，运动员们在追求更快、更高、更强的奥林匹克精神。不断挑战极限、勇攀高峰是存在于人类骨子里的基因，是人类社会发展的内在动力。这种追求精神国外的企业有，我们中国企业同样要有，中国人更要有。

很多时候，“张小泉”做出的决策判断，并不是完全从纯商业的角度出发，而是秉持一种精神：即我们怎么去评判所做决策的价值。现如今，这个社会、民族、国家都值得拥有更好的品牌产品，甚至可以说，中国人值得拥有全世界最好的产品。作为一个中国人，我很幸运能身处如今这个时代——一个祖国正在全力赶超西方国家的时代。

对“张小泉”而言，传承历史，把握住新时期机遇与挑战，成为民族的、国家的、甚至世界的品牌，是我们的目标和方向。如何做呢？这让我想到之前看过的一部励志体育电影《面对巨人》，有四点内容我想和大家分享：

一是成功必须具备明确、远大的目标。

一支球队要取得优异的成就，除了日复一日的苦练外，还要具备一颗夺冠之心，企业亦是如此。我们要放眼全球，朝着“做世界的张小泉”的目标不断前进。

二是为广大消费者提供优质的产品与服务。

一支球队会拼尽全力，为自己的球迷奉献精彩的比赛。“张小泉”作为民族品牌，要积极践行“良钢精作，创艺生活”

的品牌理念，为消费者特别是中国消费者提供优质的产品和服务。

三是保持自信，发挥自己最大的潜能。

电影里的队员在进行一项“死亡爬行”的训练，他以为自己最多只能坚持50码，结果最终完成了100码。人的潜力是无限的，我们“张小泉”要充满自信，相信自己能打造出精品，相信中国的产品能在世界上有立足之地。

四是一支成功的团队离不开一位优秀的“教练”。

一支球队想要赢得比赛，成为王者之师，离不开教练的运筹帷幄。同样，要成为一家伟大的企业，离不开优秀的领袖和管理团队，“张小泉”只有管理者发挥带头作用，整个团队才会愈发所向披靡。

毋庸置疑地说，我们张小泉品牌形象的塑造和推广已经做得比较完善，但是摆在眼前的重点任务之一，是如何将材料应用和工艺技术做到最强？因为只有将品牌、材料和工艺这三点结合在一起，把我们的产品做到极致，并持续不断地提供优质服务，“张小泉”才能称得上是一家伟大的公司。

成就伟大的目标，任重而道远，我们“张小泉”要传承历史，在时代的浪潮中把握机会，不断发展创新，成为民族需要的、社会需要的、国家需要的、世界需要的品牌。



张小泉



夏乾良：
消费场景和事业部战略是
张小泉多元化发展的根本逻辑

近400岁的老字号“张小泉”登陆创业板，成为A股市场上的“刀剪第一股”，这家百年企业未来的发展，成为众人议论的焦点。张小泉股份总经理夏乾良，近期在接受媒体采访时，就“张小泉”的发展理念，阐述了自己的观点与看法：

在“张小泉”有一句流传很广的话：“张小泉不做中国的双立人，而要做世界的张小泉”。这里面蕴含着一个讨论：“张小泉”最大的“敌人”是谁？



从“张小泉”自身的定位来说，如果我们在竞争上有“敌人”的话，那就是我们“张小泉”自己。我们能不能继承“张小泉”百年历史留下的经验传承，能不能在继承遗产的同时，摒弃历史留给我们的不良弊病或不适应时代发展的东西？这些都是“张小泉”能不能顺利走出下一个百年的关键所在。

“张小泉”希望引领中国刀剪行业的发展，也希望代表中国五金刀剪行业走出国门、参与国际竞争，成为世界性的品牌。在实现这些目标的过程当中，我们会去做许多关于张小泉产品年轻化的思考，时尚化的思考，或者贴近于现代生活方式的思考。这种策略也渐渐地被年轻消费者所接受，所以未来的“张小泉”，它是一艘老字号集成项下的航空母舰，它是各类生活场景、各个行业场景中使用工具的旗舰集合。我们以五金工具——刀剪为主轴，去匹配各类场景，来展现“张小泉”赋能美好生活的新时代理念与展望。

如今很多稀松平常的刀剪品类，都凝聚着“张小泉”当初开创性的创意理念，比如张小泉“厨房剪”就是一个颇有说服力的案例。从产品创新角度来讲，5-8年前国内大部分消费者还不知道什么是“厨房剪”，那时一把剪刀同时用来“拆快递、杀鱼、剪指甲”的情况还是很普遍。为了弄清楚什么样的剪刀适用于厨房，张小泉研发团队经过无数实验得出结论：一把能剪断鸡翅的剪刀。围绕这个目标，团队打磨出一把一边光刃用来切割，一边锯齿用来固定食材的剪刀。后经改良，这把剪刀甚至可以拆卸为两片独立刀片，光刃的一片用做开瓶器，锯齿片用来刮鱼鳞，这便

是如今风靡市场的张小泉“厨房剪”。

再比如开始适合剪皮革、纸板，后来被延伸至园林场景的张小泉“电剪刀”。这款产品使用效率高且续航时间长，一经面市就迅速占领市场。我们通过使用场景实现的产品创新，体现了张小泉产品的科技含量，即便是在世界范围内，做电剪刀的厂家也是凤毛麟角的，这就是技术上的突破。

还有围绕梳妆台开发的张小泉粉刺针，它在价格比同类产品高出许多的前提下，依然能在电商平台销量过万，远高于很多美妆品牌。

举这些例子，我是想说明，“场景”是张小泉产品多元化发展的根本逻辑。以前我们一直在考虑刀怎么磨才能更快，但当一把锋利度为60的刀已经可以应对大多数需求的时候，再把锋利度提升到100没有任何意义。后来我们就提出了消费场景研究战略，让“场景”成了挣脱固有框架的突破口，为“张小泉”圈定了厨房、客厅、阳台、梳妆台等相对重要的消费场景。

正因如此，“张小泉”目前已成为一家集设计、研发、生产、销售和服务于一体的现代生活五金用品制造企业，并不断向由新人群、新场景构成的新消费市场迅速延伸。

谈了这么多，回到企业本身。“张小泉”作为老字号企业，老树开新花的战略不变，继承发扬传统的观念不变，科技创新的路径不变。我们从古至今的企业使命就是来自于消费者，服务于消费者。我们从前被消费者喜欢，今后希望继续被大家喜欢。

回望 400 年 张小泉的十个“第一”

文 | 张小泉股份 王艳

张小泉，一家有着 400 多年企业史、390 余年品牌史的著名中华老字号。其品牌创始人张小泉被业内奉为祖师，往事被编成故事甚至神话广为流传，其制作的技艺被认定为国家级非物质文化遗产，自身长期以来所形成的企业文化被公认为地域城市文化的重要元素，邀登博物馆，跻身地方志。

400 年来，“张小泉”走过了不平凡的发展历程，在市场经济秩序形成过程中做出了突出贡献和成就，荣膺了许多“第一”与“之最”，书写了一段段的佳话与美谈。

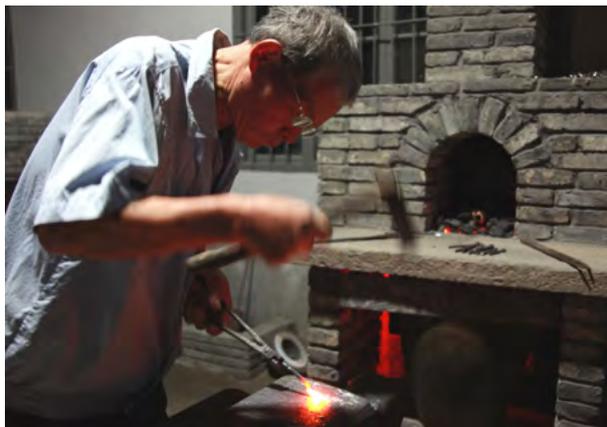




第一把 刃口镶嵌钢的剪刀

1628年，张小泉品牌的创始人张小泉首创镶钢锻制技艺，他在刀口镶上一层钢，使其锋利耐用，而剪体仍用全铁，则易于弯曲造型。所出产品剪刀锋利，剪体柔美，达到了名副其实的“钢柔相济”的极妙效果。

张小泉剪刀锻制技艺，由试钢、试铁、嵌钢、出头、锉里口、锉外口、淬火、粗磨、细磨、检验、凿花等七十二道工序组成，其锋利度和牢固度可剪切断开128层白布。基于如此“镶钢锻制”，“张小泉”遂成著名品牌，得以长足发展，历数百年而不衰。



“非遗”传承人施金水表演张小泉剪刀锻制技艺



第一批 注册商标



带有六角商标的张小泉近记剪号招贴

我国的第一部商标法制订于清·光绪三十年(1904年)。当时的掌门人张永年在此法一经颁行，即以六角图案内篆“张小泉”三字作为产品标识，报呈清政府农商部注册，于当年第一批获准使用。

六角图案内篆“张小泉”三字作为商标获准使用后，因“同业以五角式或七角式、八角式，内篆与‘张小泉’三字相仿之商标希图混充”。1909年，张祖盈不得不呈请农商部注销原用六角旧标，改用“海云浴日”新标，并获准批准。



张祖盈变更商标后使用的产品新包装，其下方为变更六角旧标，使用“海云浴日”新标的详细说明

第一批 走出国门 拿到世博会 大奖

早在 20 世纪初，“张小泉”就走出国门，亮相世界，参加各类国际赛事，赢得了世界瞩目，收获多项荣誉。

1915 年，张小泉近记剪刀在巴拿马“万国博览会”上获奖，从此剪刀远销南洋、欧美一带。1926 年，张小泉近记剪刀又获得美国费城世博会大奖，张小泉产品的影响力进一步远播海外。



1915 年“张小泉”所获巴拿马



张小泉近记早期招贴写真影件，载有参加 1915 年巴拿马万国博览会、1926 年费城世博会等国际会展赛事并获大奖记录



一万年不能倒

1956 年 3 月 5 日，为了在社会主义改造中更好地保护民族传统工业，毛泽东在题为《加快速度，发展手工业的社会主义改造》的讲话中特别指出：“提醒你们，手工业中许多好东西，不要搞掉了。王麻子、张小泉的刀剪一万年也不要搞掉。我们民族好的东西，搞掉了的，一定都要来一个恢复，而且要搞得更好一些。”

习近平总书记在视察“张小泉”时指出：毛主席说“张小泉一万年也不要搞掉”。你们现在“张小泉”只有三百多年，今后的路还长。他表示，老字号我们一定会全力支持。



《毛选》第五卷中记录的
的有关张小泉的讲话



习近平视察车间生产

全国剪刀质量评比 五次第一



自1965年到1988年的23年间，国家共组织了五次全国剪刀质量评比大赛，“张小泉”每次都名列第一，荣膺“五连冠”殊荣。

在评比大赛中，有一个项目是剪切棉布，即将布香成一叠，看一次能剪下多少层。如果剪刀锋利度、强度不过关，就无法夺魁。张小泉剪刀最多可剪下120层棉布。



第一批 中华老字号

1991年，国家国内贸易部认定全国1600余家中国大陆的老牌企业为第一批中华老字号，“张小泉”名列其中。

2006年，国家商务部发布《中华老字号认定规范》，并在三年内重新认定了1000家中华老字号，并以国家商务部名义授予牌匾和证书。“张小泉”又成为2006年获首批重新认定的中华老字号。



第一批 国家非物质文化遗产



2006年，张小泉剪刀锻制技艺被国务院列为第一批国家级非物质文化遗产。张小泉手工锻造技师施金水、徐祖兴被认定为“国家级非物质文化遗产项目代表性传承人”。

一把把锻打成型的张小泉剪刀，以人工来把握火候和精细度，通过拔坯、嵌钢、锻打、淬火、磨剪刀、凿眼、上油等七十二道工序千锤百炼而成，体现了“张小泉”的拳拳匠心。

入选费顿经典设计列为 001 号

英国 "PHAIDON" 出版社 2006 年出版的《费顿经典设计》一书，将杭州张小泉剪刀收录其中。该书汇集全球经典产品 999 款，时间跨度自 1600 年至 2006 年，计四百零六年。几乎涵盖了所有人类社会的优秀发明和成功设计。

《费顿经典设计》是一部世界上第一次最全面、最权威记录人类设计的历史，也是一部设计理念史。内容按时间顺序介绍，首篇即是中国的张小泉剪刀，被编入第一卷的 001 号。且为该书选自中国的唯一产品，有评论者称，这“最值得中华民族思考”。



逾 200 年历史留存最久的 5 家中国企业之一



日本调查公司东京商工研究机构数据显示：在中国，最古老的企业是成立于 1538 年的六必居，之后是剪刀老字号张小泉，再加上陈李济、同仁堂以及王老吉三家企业，中国现存的超过 200 年历史的老店仅此 5 家。

且经过计划经济时期的变异，其字号的传承性其实已大打折扣，而“张小泉”系无缝传承，从未中断。



老字号 刀剪第一股

2018年5月20日，张小泉股份有限公司成立，标志着具有390年品牌史的“张小泉”向资本化、证券化迈出重要一步。

2021年2月2日，张小泉股份有限公司首发申请获创业板上市委员会通过。这意味着具有近400年历史的中华老字号——张小泉即将登陆资本市场，冲刺“A股刀剪第一股”。以本次IPO为契机，通过募投项目的建设，张小泉有望进一步提升生产能力及综合实力，扩大市场占有率，为投资者带来更多惊喜，为刀剪行业贡献更大力量。

2021年9月6日，张小泉股份有限公司在深圳证券交易所成功上市，成为A股“刀剪第一股”。



从张小泉维权行动 谈企业知识产权保护

文 | 张小泉股份 王艳

知识产权是指人们就其智力劳动成果所依法享有的专有权利，通常是国家赋予创造者对其智力成果在一定时期内享有的专有权或独占权。知识产权是企业的无形资产，它的创造和运用无疑会给企业带来巨大的财富和丰厚的利润。企业只有重视对知识产权的保护，才能在激烈的市场竞争中立于不败之地。

张小泉企业自 1580 年发展至今，从一家只生产经营剪刀的店铺逐渐发展成为集生产刀剪制品并扩大为日常生活居家产品的企业，其中对于维权及知识产权的保护一直从未间断。可以说，“张小泉”的发展史，就是一部知识产权保护史。

“张小泉”知识产权保护之路

三易店号：超前的品牌意识

“张小泉”自“张大隆”到现在的400余年间，备受假冒困扰。因此，维护自己的正当权益，以保持品牌的纯正性的努力，亦就贯串始终。

“张小泉”的前身名“张大隆”，于1618年前后从安徽黟县迁至杭州，落户商贾云集的大井巷。由于“张大隆”剪刀制作精良，经久耐用，生意红火，当时就有人打着“张大隆”招牌生产冒牌剪刀出售。

为避冒牌，张小泉于1628年从其父手中接管店务时，不得已将“张大隆”改成了自己的名字“张小泉”，以为姓名各不相同别人就无法冒用。其间，张小泉立下“良钢精作”的店训，且大胆创新，首创镶钢锻制技艺，所制剪刀刃口特别锋利，且牢固耐用，从此声名鹊起。但是，与张小泉当时以自己的姓名为产品牌子的初衷相悖，假冒并未因此绝迹，各种同音异字的冒牌五花八门，大行其道。

张小泉谢世以后，其子张近高恪守“良钢精作”的家训，工善其事。1663年，为区别冒牌，又在“张小泉”三字之后加上“近记”二字，以示正宗嫡传。

拦轿告状：鲜明的维权意识

由于“张小泉”“生意兴隆，利市十倍”致“同行冒牌，几乎遍市”。当时在杭州城中就出现了“老张小泉”、“真张小泉”，或“张小淙”、“张小全”；或在“张小泉”三字下加“琴记”、“井记”、“谨记”、“静记”等剪刀店铺，都自称百年老店。时有诗云：“青山映碧湖，小泉满街巷。”足见市井中冠“张小泉”名的剪刀铺之众多。

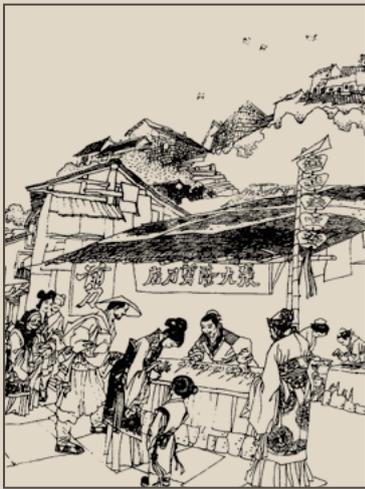


清·钱塘知县束允泰为“张小泉”所立“永禁冒用”石碑

光绪二年（1876年），张利川去世，子永年尚幼，店铺由其母孙氏掌管。为维护张小泉牌子，孙氏趁钱塘知县束允泰上城隍山进香回府之机（时值光绪十六年1890年）拦轿告状，痛陈饱受冒牌之苦。官府为维护名牌产品的正当权益，同时为维持杭州制剪业的繁荣，提出了解决问题的办法，“白水”泉字，只有“近记”一家独享，他店一律永禁冒用，并立石刻碑，以禁乱象。从此，得官府允准，在招牌上加“泉近”二字，以示区别；并出布告，明示“永禁冒用”，刻石立于店门。

注册商标：有效的商标保护

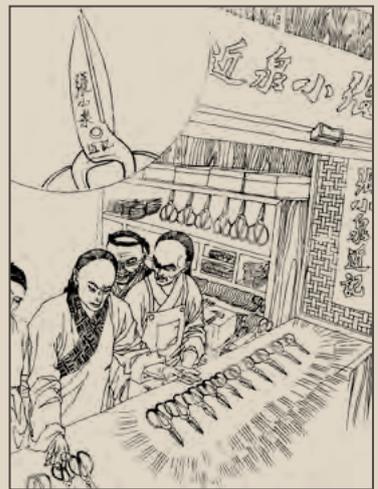
1904年，中国第一部商标法颁布实施。当时的掌门人张永年即以六角图形内篆“张小泉”三字作为产品标识报呈清政府农商部注册并获准使用。由于这第一个商标图形结构比较简单，易于仿冒混淆。在张小泉六角商标使用后，当时市面上就陆续出现了五角、七角、八角内篆与“张小泉”三字相仿的仿冒标识。



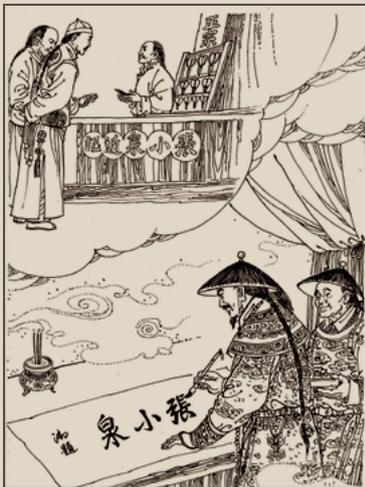
始创“张大隆”



改号“张小泉”



张小泉近记



御赐官剪



拦轿告状与永禁冒用



中国最早的商标



因此，仅五年后的 1909 年，当时的掌门人张祖盈，专门请人设计了“海云浴日”图形新商标，并向农商部提出了“注销六角旧标，改用‘海云浴日’新标”的变更申请，获得批准。“海云浴日”商标一直沿用至“文革”“破旧”而暂时中止。改革开放之后，张小泉企业重新将其激活，至今仍在使用。

品牌统一：长远的品牌传承

上世纪五十年代，经过生产资料所有制的社会主义改造，中国大陆全面进入计划经济时代。实行了公有制和指令型经济体制的企业，日渐淡化了对自己品牌的保护意识。在政府制度监管缺失，行业自行监管缺位的情况下，“张小泉”这个中国的著名品牌，再次被同行随意侵占使用，重新又回到了只要做刀剪，就可称“张小泉”的混乱局面。在各地以“张小泉”或近似“张小泉”为字号与产品标识的刀剪企业中，尤以“南京张小泉剪刀厂”和“上海张小泉刀剪总店”的影响为甚。

“张小泉”在 2007 年二次改制成功后，随着企业的转型升级、创新发展，于 2012 年完成了对上海张小泉刀剪总店的控股合并。2014 年，“张小泉”结束了品牌历史遗留的纷争难题，杭州张小泉与上海张小泉成为了名副其实的一家人，促使张小泉品牌统一。

可以说，“张小泉”从品牌创立之初就将保护品牌作为企业经营的第一要务，这不仅是为了彰显“张小泉”制

剪技艺的精良，更是为了将祖辈创立的金字招牌一代代地传承下去。

由于老字号品牌的吸引力大，加上刀剪和五金商品的仿制门槛低，到了 21 世纪，侵权队伍不断壮大，所生产的假冒商品几乎遍布全国各地。张小泉企业积极采取多种有效措施，对于制假、首家厂商绝不姑息，知识产权保护取得了一定的成效。

企业知识产权保护任重道远

侵权者为了牟取更大的利益，偷工减料，所生产的假冒产品十分劣质；或是以次充好，企图蒙混过关。从 300 多年前到市场经济时代，各种案例屡见不鲜。种种侵权行为，不仅会造成消费者在购买假冒产品后误以为正牌企业产品质量下降，引起消费者对企业失去信心，更严重的是，历代张小泉人良钢精作、诚信经营所建立起来的 400 年老字号基业，很有可能毁于一旦。所以，对于知名企业而言，保护好其注册的商标、商号、产品专利、产品包装在内的知识产权十分必要，有助于维护企业良好形象，增强公信力。

大量假冒产品投进市场后，若是消费者难辨真假购买了这些假冒产品，将直接减少正牌产品的交易机会，挤占正牌企业的市场份额。一边是假冒产品大行其道，另一边不少吃尽冒牌产品苦头的企业甚至出现亏损。2010 年 9 月，“张小泉”在广东省阳江市阳东县开展的维权行动中，通过和公安部门的配合，成功地端掉了一个生产假冒“张小泉”



1904年中国第一部商标法颁行后即注册使用的第一个张小泉商标



1909年张祖盈申请变更注册后使用的“海云浴日”商标



上世纪中叶起使用至今的商标

牌不锈钢家用剪、强力剪的生产厂，案件标的额达到48万元。这些民用剪刀单价本来就不高，利润也很薄，一旦冒牌剪刀流进市场，且不说有多少个消费者的权益受损害，单单这48万元要卖多少把剪刀才能赚得回来，又会蚕食企业多少利润。所以，企业主动进行知识产权保护，有助于企业扩大市场份额，提升效益。

知识产权是一种具有商业价值的智力产品，尤其是在当下这个时代，企业的无形资产所占的比重越来越大。无形资产代表的是企业的竞争力，对企业具有重要的作用，是企业未来持续发展的动力。特别是在经济全球化的大环境中，知识产权保护对保障企业在国际贸易中获得主动权



具有重要的意义。“张小泉”在发展的400年间，因着过硬的质量使其国内外的美誉度和知名度日益提高，随之而来的商标侵权现象也越来越多。但是，企业维权行动从未停止过。企业在全国范围

内开展的维权行动，有效遏制了市场上假冒张小泉品牌的现象。企业懂得运用法律保护自己，在不断发展中积累一批固定用户，形成良好的口碑，才能有更广阔的市场，有助于企业增加无形资产，最终实现可持续发展。

新时期的企业知识产权保护

一方面，假冒伪劣产品让企业防不胜防，市场上鱼目混珠的现象给企业和消费者都带来了难以想象的危害；另一方面，许多假冒伪劣产品在外观上几乎让人难以区分，导致打假维权难度日益增大。这就促使企业要培养一支精通知识产权法律和政策、熟悉企业产品的专业的知识产权法律人才队伍。为了有效遏制市场上的侵权行为，2001年，张小泉企业在全厂范围内选拔了几位对产品非常了解的资深员工，进行打假知识和技巧的专业培训，随后打假队成立，在全国范围内全面出击，开展维权行动。经过长达10多年坚持不懈的维权和严厉打击，市场情况大大好转，假冒势头得到了遏制，取得了很大成效。据统计，再2001到2015年的14年间，公司打假队的足迹遍布全国二十多个省、市、地区，在当地执法部门的积极配合下，共查处假冒张小泉品牌剪刀491226把，半成品剪刀70637把，假冒包装物品391268套，查处钢印、模具49件。在广东、武汉依法查处地下加工厂7家，依法追究刑事责任3人，依法受到工商部门行政处罚1284家，假冒案值总计达到



7230580.4 元。

知识产权保护是一项复杂的系统工程，它涉及到企业工作的各个环节，因此企业必须建立健全知识产权管理和保护的规章制度，使知识产权管理保护工作有章可循。要建立严格的企业知识产权档案管理制度，谨防因技术人员离职而丢失技术资料；要建立职务技术成果的管理制度，避免技术人员在发表论文、申报成果或进行技术转让中公开企业的技术成果及商业秘密；要建立关键技术人员保密制度，签订保密合同，防止因调动、离职、私下转让等途径造成的企业知识产权的流失；要建立企业知识产权保护的激励机制，对开发新品并成功申请专利的研发人员要按贡献大小予以奖励。由于张小泉企业不断完善知识产权保护规章制度，严格执行员工借阅制度，对不同级别的员工设置不同的阅读权限，鼓励技术人员大胆创新。近年来，企业从未发生一起因技术人员流动而造成知识产权流失的事件，并且在积极研发新品的同时，每年都向国家知识产权局提交专利申请，目前企业已有 137 件专利产品。

随着互联网的快速发展，老字号“张小泉”也积极转型，开拓电商渠道，但随之而来的网上销售假冒商品的侵权行为也层出不穷。由于我国现阶段还未有一部涵盖网络领域专利权保护的成文法律，企业只能通过其他手段保护品牌。在销售源头上，企业对品牌授权书进行了更为严格的管理，消费者也可以通过售后服务部门获取相关信息查询授权书

真假。为了帮助消费者在购买张小泉产品时能鉴别其真伪，企业在产品包装上贴有激光防伪码。随着信息技术的推进和防伪技术的发展，2014 年 10 月，企业又开始采用新的二维码防伪标签。相比较原来的激光防伪标签，二维码防伪标签有编码唯一性、查询方式多、反馈速度快、宣传效果好、制作成本低等众多优点，是目前最先进的产品防伪技术。通过二维码防伪系统，消费者不仅可以轻松识别产品的真伪，还可以起到监督打假的作用。

纵观“张小泉”的企业发展史，包括“张小泉”的祖辈们，对品牌意识的保护和维权行动是非常强烈，并一以贯之的。这也是“张小泉”得以长足发展，历数百年而不衰的根本原因之一。企业知识产权保护最终给企业带来的经济价值和社会价值是不可估量的。“张小泉”的一系列举措不仅体现了企业在知识产权保护方面成熟的应对策略，同时也反映了“张小泉”对于消费者合法权益的重视与保护。“张小泉”的维权经验表明，企业必须强化思想意识，把握政策依据，掌握有效方法，进行企业、政府、用户三方联合，主动保护知识产权。尽管侵权行为仍在持续不断的发生，但是张小泉企业打假维权，保护民族品牌的决心和行动不会减少丝毫，并会坚定不移地朝着“打造具有自主知识产权的国际著名品牌”这个目标不断迈进。

三个地点背后的“起承转合”

文 | 富春控股集团 谢洁梅

漫漫岁月长河中，但凡故事发生，总有对应之所。无法让人忘却的，也总是连同记忆一起被捆绑住的地点。

从“张小泉”开启机器造剪的 1950 年代至今，有三个地点之于这个历经几百年风雨的老字号至关重要：一个是杭州的大关路，一个是杭州富阳东洲，一个是广东阳江，它们分别经历并见证了“张小泉”一步步走过建设发展期、转型升级期，继而进入智能化跨越期。

悠悠历史流淌而过，这三个地点已远远超出了地理上的意义，更多的承载了一个老字号顺应时代潮流，务实创新、开拓进取的精神，以及两代甚至三代人关于工匠的记忆，也同步反映出当下社会中人、事、物的更迭变迁。



1960 年的杭州张小泉剪刀厂

杭州·大关 建设发展期： 开启机器造剪时代，建立行业领军地位



20 世纪 60 年代生产场景

1956 年 3 月 5 日，毛泽东在题为《加快速度，实现社会主义改造》中指出“张小泉的刀剪一万年也不要搞掉”。根据这一讲话精神，中央政府很快作出决定：在杭州建设一家具有一定规模的张小泉剪刀厂。

新建项目厂址选定在杭州大关路 33 号，1956 年 10 月动工，1957 年 10 月竣工，用地 5 万多平方米，建有 10 座生产车间及食堂、仓库等完整的配套设施，这在当时全国刀剪行业中处于绝对领先的地位。1958 年 8 月 1 日，杭州市政府正式授牌命名为“地方国营杭州张小泉剪刀厂”。

新建成的张小泉剪刀厂，几乎集中了杭州制剪业的全部能工巧匠。当时的张小泉人提出，要告别“一只风箱一把锤，一块泥砖一只盆，一把榔头一条凳”的历史，用机器制造剪刀。从 1958 年开始，经过反复试验、实践，试制成功了代替手工锻打的第一台跳板锤和第一台弹簧锤，用于磨削的第一台磨砂机，用于凿制产品标识的第一台电磁振动式凿花机。机器生产的成果，使“张小泉”的生产水平和技术质量出现了质的飞跃。

随着产品品质大幅提升，产量快速增长。“张小泉”又一次进入了一个历史的辉煌期，产品享誉海内外，在业内取得了无可争辩的领军地位。自 1965 年至 1988 年，国家共组织了五次全国剪刀质量评比大赛，“张小泉”每次都名列第一，荣膺“五连冠”殊荣。评比大赛有一个项目是剪切棉布，即将布叠一叠，看一次能剪下多少层，当时的张小泉剪刀已最多可剪下 120 层棉布。

从 1980 年代开始，为适应日益增长的市场需求，“张小泉”在浙江省内多个地县以及江苏、吉林、广东、安徽、湖南、江西等省和深圳特区，陆续建立起分厂与代工工厂 20 多家。在当时的国内生产力水平条件下，其生产规模已达到年产各类刀剪近 6000 万把（套），职工人数本部 1600 余人，分厂及代工工厂 2500 余人，总数在 4000 人以上，足见其在改革开放后发展之快速。鉴于“张小泉”在业内的影响和地位，20 世纪 80 年代末 90 年代初，受国家轻工业部委托，“张小泉”担当起我国刀剪产品行业标准的起草重任。

在改革开放的过程中，“张小泉”历史悠久但并不保守，她顺应潮流，审时度势，敢为人先。2000 年 12 月 29 日，在新千年来临之际，“张小泉”毅然整体转制，大胆迈出了国有企业向投资主体多元化有限责任公司转变的关键一步。为在市场经济条件下，老字号企业的可持续发展争取了机会，赢得了时间。



当时的张小泉剪刀厂东大门

整体搬迁前的大关路厂区南大门

📍 杭州·富阳
转型升级期：
改变单一生产制造，逐步实现品牌化、现代化发展



2007年11月21日，富春控股集团与当时的张小泉集团签订增资扩股协议，标志着“张小泉”二次改制的成功。二次改制有效解决了“张小泉”股权分散、决策困难、资金短缺、市场反应慢等诸多问题，提高了“张小泉”的综合实力，增强了经营活力，全面提升了核心竞争力。

二次改制后，股东们对“张小泉”的经营和发展进行了详尽的规划，这也是推进老字号转型升级发展所必须做出的改变，最终决定投资近20亿元人民币，在杭州富阳东洲工业园区内建设用地271亩的集研发、生产、物流、展示等功能于一体的张小泉现代化五金科技园，并确定了从单一的生产制造商向生产制造与品牌运营并重转型的经营战略。

2011年5月，同步为了配合杭州城市建设，“张小泉”完成了企业从杭州大关路到富阳东洲的整体搬迁。基于大关路厂区在“张小泉”发展历史中所作出的巨大贡献，杭州市政府于2016年G20峰会前夕的城市环境提升改造中，

专门在张小泉大关路厂区旧址附近树立起体现张小泉文化的城市雕塑。

搬迁至富阳东洲之后，企业生产规模、技术装备等都逐步迈上了一个新的台阶。从2017年起，“张小泉”逐步淘汰落后产能，调整产品结构，布局自动化生产线，开展大规模技术改造升级。企业引进剪刀自动落料生产线、注塑机械手、机器人开锋自动化工作站，还有国内五金刀剪业少有的数控加工中心、理化实验室等等。指挥中心24块大屏上，实时跳动着车间动态、设备运行状况、能耗分析、生产计划执行情况等数据，通过数字化改革，“张小泉”推进信息化和工业化的深度融合，发展智能制造，促进产业转型升级。

在坚持“良钢精作”祖训的基础上，产品的设计、生产也朝着更多元化、年轻化的方向发展，逐步形成了家居厨房、个人护理、园林农艺、酒店厨具系列用品等一千多种优质产品。在牢牢抓住国内市场覆盖率和占有率的同时，



这些产品畅销于澳大利亚、英国、美国、日本、韩国、马来西亚、印度尼西亚、泰国等海外市场。

2018年初，“张小泉”正式参加“天猫出海”项目，海外的消费者通过天猫海外旗舰店下单到收货，通过菜鸟转运，只需要短短7天。互联网和老字号的结合，更让“张小泉”可以接触到海外消费者，迭代产品研发思路。

在品牌逐步实现年轻化、现代化发展的同时，植根于老字号骨子里的东西却未曾改变。正如集团董事长张国标所说：“一种叫做工匠精神的东西，经过390多年的不熄炉火和十几代工匠坚守的72道传统手工锻造技艺，一起熔炼进了良钢之中，刻画出刀背上‘张小泉’的字样。”用

古老的元素诠释年轻的产品，引进自动化设备和数字化管理方式的同时也保留着古老的技艺和非遗的文化。传统和现代交错，古老与年轻融合，已经成为老字号新生发展的主要脉络。

“张小泉”基于富阳东洲的发展阶段，更有一个可喜的“收获”。2014年，富春控股集团以收购上海张小泉全部股份的形式。这一举措，对“张小泉”这个品牌来说，可谓意义非凡。它彻底结束了浙沪两地长达几十年的张小泉品牌之争，促使品牌合而为一，也为其走向资本市场奠定了良好基础。

广东·阳江
智能化跨越期：
树立行业智能标杆工厂，真正步入“智造”与“创造”时代



近年来，“张小泉”在生产自动化、管理信息化方面大投入、大升级，突破了业内多个机器人生产自动化工艺方面的空白。“智能制造这件事在刀剪行业尚处于起步阶段，张小泉在这方面的投入，可能让很多人觉得‘不值’，但经过这三年来持续不断的投入，经东洲基地的实验，这些机器已能达到稳定输出。”张小泉股份总经理夏乾良这样介绍。

随着富阳东洲生产基地智能化机器的稳定输出，另一个应用项目的时机已然成熟。2019年7月，张小泉阳江刀剪智能制造中心项目开工建设。该项目位于广东阳江市江城区银岭科技产业园，系阳江市重点建设项目之一，占地面积8.6万平方米，总投资超过3.5亿元。项目主要建设高档刀剪的生产车间、仓库、研发中心、检测中心、综合办公楼及配套员工宿舍，并安装智能化、全新的先进生产设备，主要生产工业用剪、园林用剪、家庭用剪、刀具及塑料制品，投产后将实现年产超3000万件。

阳江项目立足自动化智能生产，在生产线上引入物联网、智能机器人等自动化数控设备，打破刀剪行业传统手工制造的局限，同时还将在供应链中心打造智能立体化无人仓库，实现智能化生产、自动化码垛运输，大幅度提高生产效率，实现真正的“智造”。

项目将通过“一体两翼”的运营模式，即以实现产业智能转型的智能化制造中心为核心模块、产品试制研发的高科技实验中心为驱动、数据依据的高标准检测中心为主要载体，引领刀剪生产模式创新升级，树立行业智能标杆工厂，推动企业改革，助力当地经济又好又快发展。而“张小泉”这个中华老字号落地阳江，也无疑将给阳江传统五金刀剪行业注入新的活力，进一步擦亮“中国刀剪之都”的品牌。

张小泉阳江刀剪智能制造中心的建成，标志着这个传承四百年的老字号真正步入“智造”时代，持续向着打造具有自主知识产权的国际知名品牌的目标积极进取。



进入竞合时代，步入新的赛道，“张小泉”的全新未来，我们拭目以待



富阳东洲、广东阳江

老字号注入新活力，积极谋求转型升级，杭州富阳、广东阳江“两地驱动”，步入智能时代，开辟了新的发展篇章。



杭州大井巷

为防冒充，“张小泉”品牌成名历史就此开始



杭州大关路

机器造剪的划时代变革，传承的是永不过时的工匠精神



杭州大关、杭州富阳、广东阳江，这三个地点，
连同杭州大井巷一起，
串联起“张小泉”的“起”“承”“转”“合”。

近 400 岁的张小泉 缘何深受年轻人的喜爱 高颜值,玩跨界,满足不同消费场景……

文 | 富春控股集团 刘灵渊

百年老字号企业文化底蕴深厚,历经岁月变迁。有的历久弥新,有的惨淡经营,为何竟有如此天壤之别?

与时俱进,密切关注年轻消费群体,创新营销方式,产品不断创新迭代,是老字号永葆青春的秘诀之一。

张小泉积极扩展产品品类,创造出千余种丰富产品,同时积极融入国潮、创新文创产品,与知名 IP 联名合作,彰显出老字号符合当下年轻潮流的新特点。



变形金刚大黄蜂系列厨房剪



与良渚联名的紫韵·神徽铜壶

与经典联名，玩转国潮

这些年，国潮已经成为中国消费市场的关键词。它从一种品牌风格元素，伴随消费认知的不断深化，今天国潮的外延被不断拓宽，已经成为老字号品牌焕新乃至新国货崛起的指代。“张小泉”通过与各类经典 IP 联名，充分展现了刚柔并济的现代国潮美学，诠释了钢艺之美、国潮之尚、国货之耀。

变形金刚是风靡全球的玩具，以它为原型创作的动画，更是一代人中国人的儿时回忆。“张小泉”与美国孩之宝公司的“变形金刚”达成合作，使张小泉的刀具和五金制品，

与变形金刚的“钢铁”精神完美匹配，成为传统消费业态向年轻化、潮流化转型的重要引擎。“张小泉”陆续推出套装刀具组合、单刀系列、剪具系列、餐具系列等产品，以“动漫 IP+ 品牌”的营销方式释放消费潜力。

《狐妖小红娘》作为近年来享誉动漫业界，并深受广大年轻人喜爱的国产动漫 IP，其漫画原作登陆腾讯动漫平台以来，累计点击量已经超过 151 亿，同名改编动画四年来全网累计播放量突破 55 亿。

“张小泉”与《狐妖小红娘》与合作打造的“相思同心龙凤剪”，沿用传统龙凤纹饰，配以寓意富贵吉祥的金色，镶铜均匀，磨工精细，开闭自如，专为婚嫁、剪彩、家居场合打造，与漫画作品中“牵红线、结姻缘”的浪漫故事完美契合。

除了与当红 IP 合作联名外，“张小泉”也积极与中华优秀传统文化强强联合。

良渚遗址是实证中华五千多年文明史的圣地，是中华文化的瑰宝；“张小泉”是百年老字号企业，其剪刀产品是中国传统工业的一面旗帜。两大品牌强强联合，创新地在剪刀、厨刀、指甲钳、铜壶、餐具、杯筷等多款产品的



与国漫《狐妖小红娘》联名的相思同心龙凤剪

设计上，融入神徽、玉琮、玉鸟、刻画符号等良渚文化经典元素，赋予产品源远流长的文化底蕴的同时，不断激发古老文明依托现代产品焕发新活力，让良渚文化之美真正走入寻常百姓家，为民众创造一个与众不同的国潮厨房，进一步提升民众生活的品质感和体验感。

张小泉的剪子与山西的剪子面两大非遗项目遇见了彼此，“张小泉”特邀山西剪子面非遗传承人刘宣萍参与“泉叔喊你来吃面”公益活动，号召全体员工及社会各界关心关爱劳动群体和特殊人群。这场公益活动不仅是两大非物质文化遗产的一次合作和交流，也是“张小泉”为积极推进企业品牌温度建设而开展的一项社会公益活动。工欲善其事，必先利器，刘宣萍能剪出一手好面，得益于一把小小的张小泉红柄家用剪，使用张小泉的剪刀剪面轻松，开合和顺，咬合度高，手感舒适。用这把最普通的张小泉家用剪刀，凭借着精湛的剪面功夫，将传统的剪子面技艺传承至今，扩大山西面食文化的影响力。

高颜值产品吸粉年轻消费群体

精准触及消费者，对话年轻人，是老字号们的必经之路。作为老字号如何获得年轻人的芳心？“张小泉”通过用户画像、数据分析、消费趋势等多重信息整合，意识到当前消费群体趋向年轻化、颜值化、品质化的特点，于是选择通过微博、抖音、小红书等自媒体平台，搭建与年轻消费者沟通的桥梁，深入年轻代消费者语境，聆听年轻消费者意见。

为了打破国货在年轻人心中款式旧、价格低、质量差的传统形象，“张小泉”开发出了首款以高颜值、高品质为基础的刀具套装——淳木。在京东平台上线以来表现突



张小泉鬼冢系列刀具

出，快速晋升为店铺 TOP3 单品，并在双 11 当天实现了销售同比 300% 的增长。

张小泉鬼冢系列刀具，同样瞄准的是一群充满激情、追求个性、追赶时尚的年轻消费群体。其切片刀、小厨刀精准定位，精密分割，斩切刀前切后斩，斩切两用。其超长刀弧线的外观设计，美妙绝伦，产品一经上市，3 秒售罄 3 万把。

此外，张小泉不正系列刀具从刀具到刀座的设计，就打破方正的陈规，在统一中寻求新的变化；在厨房刀具的款式和设计上，“张小泉”也下了功夫，比如厨房剪换上

五彩手柄，还是时尚的马卡龙色；年轻人不喜欢沉重的刀具，“张小泉”就把刀具做得轻便；年轻人喜欢方便快捷，一刀搞定，“张小泉”就生产又能宰又能切的通用刀。

除了在颜值上更符合年轻人的审美，“张小泉”还通过科技手段成功“吸粉”。

“张小泉”第一款电动剪全新上市，首批 1500 把全部售罄。这是“张小泉”在电动工具领域新的尝试和探索，也是在剪刀生产技术上的重大革新。产品成功推出的背后，倾注了研发团队无数的心血。从传统的手动剪刀到电动剪刀，开发人员从市场调研出发，历经竞品分析、产品设计和开发、试生产，再到改良、升级、投产，每一步都小心求证，力争制作出最精良的、能代表张小泉品牌的产品。

就这样，“张小泉”在保持着传统老字号优势的同时，不断突破，为广大消费者提供更多优质贴心的产品。

满足不同消费场景，品类不断细分

俗话说“一剪在手，万事不愁”，说的就是一些人习惯一把剪刀解决家里的很多问题。拆快递、做针线活、剪



张小泉电动剪

鱼肉……往往都是使用一把剪刀。

打开张小泉京东自营旗舰店的页面，“厨房剪”是所有商品中一个单独的品类，适用于在厨房剪切肉粒、菜、鸡骨等食物。这个在今天看来非常普通的品类，是“张小泉”发展过程中一个标志性产品。从厨房剪开始，张小泉开启了从研究剪刀向“研究人”的转变。

消费者希望在不同场景使用不同的剪刀？通过市场调研，“张小泉”得出这样的结论：越来越多的消费者认为，厨房是一个特别的地方，应该有一把特定的剪刀放在厨房用。这样的需求反馈到生产线，一个产品新品类就出现了。就这样，“张小泉”把“场景”变成突破口，瞄准消费者多样化的需求，更多细分功能的产品诞生了：同时具备斩和切两种功能的斩切刀、带有开瓶器功能的厨房剪、刀座自带磨刀器的刀具套装……

由此，“张小泉”提出了消费场景研究战略，圈定了厨房、客厅、阳台、梳妆台等相对重要的消费场景。其中，典型案例是围绕梳妆台开发的张小泉粉刺针，它在价格比同类高出许多的前提下，依然能在电商平台销量过万，远高于很多美妆品牌。

顺着这个思路，从几十元一把的家用菜刀，到数千元一套的精工礼品，张小泉的产品品类不断丰富，从刀剪单一品类发展到 1000 多种相关商品。

曾经的“张小泉”，技术人员大多是在工厂车间里、在生产线上搞研究，不断地把剪刀的质量、性能做改良提升。这种研究是非常必要的，但随着消费不断升级，人们的需求也在变化，“张小泉”瞄准消费者多样化、个性化、年轻化的需求，研发出了更多细分功能的产品。



顺势乘风

张小泉拓展电商新玩法

文 | 富春控股集团 刘灵渊

据 商务部统计，在现存的 1128 家中华老字号中，平均每家有 160 多年的历史，仅 10% 的企业蓬勃发展，40% 的老字号勉强实现盈亏平衡，而近一半都是持续亏损状态。

时代瞬息万变，面对互联网经济的大潮，如何在历史传承中寻求发展，如何拥抱变化适应市场，是老字号们需要面对的难题。

传承近 400 年历史的“张小泉”，在经历岁月沉淀与数代工匠的千锤百炼后，通过打造电商平台，拓展电商销售渠道，打造了一条老字号电商发展之路。

发展特色电商之路，产品火到好莱坞

老字号要想在新时代生存，就必须掌握符合时代特色的生存法则。在电商这条路上，“张小泉”发展出了属于自己的特色。

2007年，富春控股将“张小泉”收归旗下，开始对整体团队、技术研发、营销渠道到底层管理制度进行全面革新，在这个过程中“张小泉”成也为了最早一批试水电商的老字号品牌。

2011年，“张小泉”组建了自己的电商部，虽然当时的线上营收数据并不理想，但是企业却非常看好电商的发展潜力，持续进行投入，电商渠道遍布淘宝、天猫、京东、唯品会等主流平台。

2015年，热门美剧《汉尼拔》中出现让人惊呼的一幕：汉尼拔手持菜刀上赫然写着三个篆体汉字：张小泉。年轻人们纷纷涌现电商平台，抢购“张小泉汉尼拔同款”……

2016年，“张小泉”的线上销售规模已达1.2亿，仅天猫旗舰店销售收入就多达5000万元。电商已成为“张小泉”离不开的销售阵地。

2017年，“张小泉”积极参与京东平台针对品牌提出



《汉尼拔》第三季中主角所用的张小泉剪刀

“百万单品”计划，并通过6月“中国品牌盛典”和京东618年中大促活动，成为了京东厨具销量快速提升TOP10品牌之一。

2017年9月，“张小泉”入围天猫“天字号计划”。2018年1月，“张小泉”参加“天猫出海”，通过淘宝天猫平台将刀剪销售到全球。同时，天猫反馈的消费者数据也有力支持了“张小泉”的产品创新。

2018年开始，“张小泉”联手京东、天猫、亚马逊、东南亚电商lazada国货平台等，正式打开了跟随电商平台出海的路子，由此，“张小泉”的海外市场获得新生，海外在线销售额迅速攀升。

2019年，张小泉品牌在京东平台销售额同比增长超过20%，2020年“618”大促期间在京东平台销售额更是同比翻了一番。

老字号与新平台的交融，为“张小泉”提供了全新的思路，在复兴发扬老字号的道路上，“张小泉”通过电商平台不断发挥着积极的作用。

探寻线上新模式，撬动年轻市场

“张小泉”一方面保持老字号的底蕴和精髓；另一方面不断打破外界对老字号的刻板印象，努力贴近年轻群体。通过这些年在电商领域的发力，

“张小泉”拥有了更多的消费数据，根据客户画像做精准的产品投放和研发。

正是本着这样的原则，“张小泉”在2017年推出了自己的品牌IP形象——戴着墨镜、穿着中式马褂长衫的卡通形象“泉



叔”，并迅速推出“泉叔发红包”、“泉叔说RAP”活动，继而推出泉叔形象的手机壳、文创袋、冰箱贴、红包袋、门神画等衍生产品，彻底与潮流接轨，吸引了大批年轻粉丝的喜爱。



“张小泉”运用用户画像、消费趋势等多重大数据信息分析，发现张小泉官方天猫官方旗舰店现有的消费群体是以女性占多数（60%多），85后到90后年龄段占比更高（40%多），以白领居多。根据这样的数据，“张小泉”在产品开发中就会添加这些群体所青睐的元素，去做一些年轻人更喜欢的产品。比如，针对年轻人比较喜欢黑科技的特点，“张小泉”开发了银麟系列套装刀具，采用的是年轻人喜欢的、有时尚感的色系，不锈钢手柄，红色刀座，给厨房增添了一抹亮色。顾客喜欢什么颜色，也可以通过数据分析来发现。比如，同样一把剪刀，“张小泉”设计出三款颜色的手柄：红黑、绿黄和灰蓝双色，以一样的价格同时在天猫上卖。这样就知道哪一款剪刀销量最高、哪个区域和年龄层更喜欢什么颜色的产品，通过沉淀下来的数据就可以分析产品未来的开发方向。从天猫后台数据来看，这些年园艺剪品类增速每年不低于44%。这跟现在人们更追求品质生活，喜欢插花有关。“张小泉”也针对插花场景，开发出了美轮美奂的整枝修剪和花艺剪。

在淘宝聚划算99划算节上，“张小泉”与“刘一刀”（明星刘涛的花名）推出首款联名刀具礼盒，名为“钱要



张小泉与刘一刀的联名礼盒

花在刀刃上”，内含张小泉菜刀与砍价九式秘籍，同时“砍价九式”中雷鸣砍、穿云砍、暖心砍、暴风砍、破浪砍等形象又富有武侠特色名字，让其背后暗含的砍到最低价、优选好物、公益助农、给到真实惠等优惠信息可以更具趣味性的被表现出来，在审美与文化层面很好地抓住了年轻人的胃口，在首场直播里，产品上线5秒便全部售罄。

此次联名，不仅让消费者从“张小泉”身上看到“刘一刀”砍价力度的真实，也让消费者从“刘一刀”身上感受到张小泉刀具的坚韧和锋利，为“张小泉”带来了一波高流量的热度，可谓是互利共赢。

此外，“张小泉”通过微博、视频号、抖音、小红书等平台，持续与年轻人进行深度沟通，聆听年轻人的消费意见。

打开张小泉视频号，你能看见讲述张小泉百年历史对谈节目：张小泉股份总经理夏乾良亲自“参演”，并邀请到了著名演员卢勇助力对谈；有介绍新产品的创意短片：有张小泉产品背后的有趣故事，使一件产品更具新生活力；有分享工作生活点滴的温情故事：直击当下年轻人内心的故事带来了感动；还有分享美食烹饪的美食节目：用张小

泉厨具解锁那些舌尖上的美食，让烹饪成为了一种享受与创作。

正是通过这些媒介平台的打造，不断扩大张小泉产品的品牌知名度，为张小泉电商平台引流。

疫情之下逆势增长，吸引大批新粉丝

2020年初，突如其来的疫情对全国人民和各地企业都造成了不小的影响，“张小泉”也不例外。在传统的实体零售渠道受到了较大冲击，“张小泉”不断寻求新的方式破解难题。

疫情期间，利用电商平台的优势，“张小泉”与京东紧密合作，快速盘点入仓商品库存深度，积极整合采购资源，结合疫情期间群众居家生活场景，针对磨刀器、美发剪进行了重点宣传推广，磨刀器自营侧销售同比增长近300%，美发剪也一度被售罄。经统计，张小泉品牌京东平台在



2020年3月整体销售同比增长超过90%。

此外，因为居家隔离，一些从来不做饭的年轻人走进了厨房，而且在疫情好转后，下厨的习惯也被一定程度的保留。张小泉团队发现在疫情期间，一些多功能的厨房小工具最受欢迎。在此驱动下，开发了适合厨房小白使用的



“多用刀”等产品。除了在功能设计上贴近用户需求，“张小泉”还在颜值外观上浮获年轻人的心，例如将深受年轻人喜爱的马卡龙色运用到新品开发中。正因如此。这些厨房新人也成为了“张小泉”的客源。

疫情期间，为了最大限度地发挥电商平台的优势，“张小泉”不仅与薇娅、雪梨、烈儿宝贝、林依轮、李响等网红及明星主播进行合作；还大力培养自己的带货主播，借助当下流行的直播形式进行销售，寻找新业态下的新机会。

通过这种直播新零售模式，“张小泉”让销售场景化，将产品细节展现得更加全面细致，不仅让消费者充分了解商品，且不再受地域范围的约束，在线上即可体验“到店”的感觉，更有利于流量转化，吸引并维系一群忠实的粉丝群体。“直播+零售”是老字号“张小泉”在未来较长一段时间内打开新市场的不断探索和尝试的新模式。

在互联网新时代背景下，新老品牌在台前竞技。伴随消费认知的不断深化，新的电商渠道，是老字号品牌的外延被不断拓宽乃至焕新崛起的关键之一。

基于此，“张小泉”主动求变，洞悉当下需求，通过电商平台，以品牌年轻化成为创新亮点，在生长和变革中枝繁叶茂，顺势乘风踏上新征程。

探索工业游新模式 赋予老品牌新动能

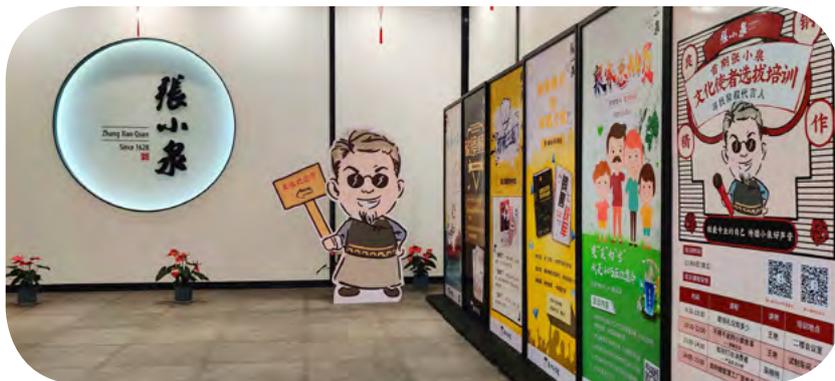
文 | 张小泉股份 王艳

近些年来，“张小泉”不断挖掘剪刀产品的文化内涵，探索“工业+旅游”的契合点，积极推进跨界融合，推出剪刀文化学习、传统“非遗”体验、现代工艺制造等工业之旅，使“张小泉”这个民族品牌不断被人们认识、感知、认同，不断得到增值、拓展和升级。2020年，“张小泉”入选杭州市民体验日最具品质体验点。

“张小泉”依靠自身的品牌优势、文化优势、区位优势和独特工艺，将工业和旅游结合，主动吸引游客走进工厂参观体验，既满足了游客观光、休闲、体验、科普、购物等多元化需求，同时打破传统营销模式，用文化旅游带动消费为老品牌发展注入新动能。

打造示范基地，来智慧工厂观摩机器人做刀剪

试制车间是张小泉刀剪制造核心的研发、制造工厂，是企业积极贯彻



浙江省委省政府加快“两化融合”政策的先锋阵地，成为杭州市工厂物联网和工业互联网示范基地。推开仿古造型的试制车间大门，正前方“良钢精作”四个大字赫然醒目，这是一代又一代张小泉人恪守奉尊的祖训，用好的原料、好的工艺，制作出优质精品，正是张小泉人承载的使命和责任。

这座现代化的智慧工厂是2018年公司腾出3000平米用地、投入近千万元投资新建的试制车间。试制车间集中了制坯、热处理、抛光、磨削、注塑、总装、包装等刀剪制造的全过程，有助于游客了解一把刀剪的生产工艺。

在这里，你可以看到自动落料生产线、注塑机械臂、加工中心、开刃机器人、焊接机器人、水磨机器人等自动化生产设备；你可以看到指挥中心24块大屏上，实时跳动着车间动态、设备运行状况、能耗分析、生产计划





执行情况等数据; 你可以看到“张小泉”是如何通过数字化改革, 推进信息化和工业化的深度融合, 发展智能制造, 促进产业转型升级。

涨知识, 学历史, 科教基地讲述小泉故事

自 2017 年起, 公司启动张小泉刀剪科教基地项目。三年多来, 公司结合原有剪刀博物馆藏品, 在东洲园区内新建集品牌文化、科普教育、名人字画、产品展销等于一体的张小泉刀剪科教基地, 真正将参观、教育、游览、

体验、购物串联起来, 通过丰富特色工业旅游点, 进一步促进老字号的创新发展。

张小泉刀剪科教基地位于富阳东洲张小泉股份有限公司内, 共分为形象展示中心、活态演示区域、产品陈列中心三大区域, 用地面积近 1000 平方米。

形象展示中心通过空间和时间的变化, 利用声光电营造氛围, 通过科技化、现代化、信息化手段, 使人们虽置身于展示中心, 却仿佛通过时光隧道, 穿越回古代, 又由古及今, 在一步一景的参观意境中, 深深感受到

中国传统手工业的典型代表的辉煌, 以及中国民族品牌的不断超越的发展态势。形象展示中心由序厅、百年工匠、世界的张小泉三大区域组成。序厅以张小泉祖训“良钢精作”为展示核心, 辅以“国礼剪”、“列为经典设计 001 号”、“五连冠”、“田汉赋诗”等侧重张小泉品牌地位的故事相印证, 采用雕刻字工艺加以表现。“百年工匠”再现百年来张小泉制剪工艺的传承与发展, 通过“小泉故事”、“经营之道”、“创新发展”等单元, 在视觉上打造自古通今的时间跨越感, 将展示中心的视觉氛围从仿古意境逐步过渡到具



有简约现代的中式风格。“小泉故事”用典型的故事进行串联，勾勒出400年来张小泉品牌的发展和变迁；以及在历史长河中，书画名家和社会名流与“张小泉”的文化交流……

活态演示区域，除了有张小泉剪刀锻制技艺传承人现场表演制剪技艺外，“手痒痒”的朋友们还可以撸起袖子，亲自上阵，在一敲一打中体验制剪的趣味，或是请凿花技师在自己喜爱的刀剪产品上凿上湖光山色，刻上美好祝福。有了匠人们的指导，再加上亲身体验，这种寓教于乐的方式，更能让参与者切身感受到百年品牌的“匠心”。

产品陈列中心是一个开放式的各

类产品的集中展示区域，陈列有家居厨房用品、个人护理用品、园林农艺用品、酒店厨具用品等一千多种优质产品。尤其是企业新品精品，如砍柴轻松、持久耐磨的厨师刀，有千锤百炼、式样精美的高端精品大马士革刀，有寓意百年好合、适合婚嫁的红妆套刀，有阳刚大气、别致儒雅的雅仕套刀，有绚丽多姿、劲道十足的厨房新贵渔工剪，也有各种泉叔文创产品……都可以先睹为快，绝对让游客大饱眼福。

“张小泉”作为第一批中华老字号企业、第一批国家级非物质文化遗产代表性项目，始终坚持保护与发展并举的原则，深耕优秀传统文化，不

断发展创新升级，充分发挥引领示范作用。“张小泉”始终以优秀的品牌设计为切入口，通过非遗活态演示、校企博共建等活动形式，对青少年普及中华优秀传统文化和爱国主义教育有着不可替代的作用，既是各大院校接受社会教育实践的重要场所，又是世界认识和了解杭州历史文化名城、认识和了解“张小泉”的一个重要窗口。

通过“工业+旅游”这种新型的营销模式，“张小泉”将“锁在深闺”的优秀文化、精良工艺广而告之，让人们民族品牌的认知不断得到认同和增值，真正推进民族品牌的复兴。

張小泉

Zhang Xiao Quan

Since 1628



我行我素 玩转美厨

Carry 厨房样样行。

不正·墨系列刀具五件套 



玩转百味食材
一套就够



扫码关注 更多惊喜

来源于百姓，服务于百姓

张小泉积极践行企业社会责任

文 | 张小泉股份 王艳

“来源于百姓，服务于百姓”是“张小泉”一以贯之的使命和价值观。一直以来，“张小泉”始终秉持民族品牌的担当，切实履行社会责任，传递爱与温暖。

发挥技术优势，全力服务疫情防控大局

面对2020年初突如其来的新冠疫情，公司发挥行业技术和优势，积极抗疫，全面做好疫情防控各项工作。虽不能像医护人员一样冲在一线，但张小泉人以自己的方式在为疫



情防控出力。张国标董事长第一时间就调动集团所有力量，从世界各地共计采购了最紧俏、最急需的防护物资64000余件，捐赠给防疫一线。夏乾良总经理在得知部分口罩生产厂家紧缺切割口罩的刀头时，旋即成立专项小组，重点突破攻关，成功开发出口罩剪，投入战“疫”生产一线。公司员工积极投身战“疫”工作，在社区村社值班站岗、宣传动员，为居家隔离人员做好服务，筑起疫情群防群控的第一道防线。公司在自身防疫物资紧张的情况下，仍向当时疫情严重的湖北武汉的供应商提供口罩、洗手液等紧缺的防疫物资，同心携手共克时艰。

注重节能减排，强化创新驱动

作为中国刀剪五金行业的领军企业之一，公司顺应未来低碳经济发展方向，努力打造绿色生产链，提升自动化水平，打造智能工厂。公司引进循环水系统，使磨削生产中的用水循



水磨自动化生产线

环再利用，循环水得到有效过滤、净化，不仅大大节省了水资源，且保护了水环境。积极推进生产管理体系的自动化、信息化改造，引入焊接、水磨、开锋等多台套机器人装备，提升生产环节的自动化水平。圈定厨房、客厅、花园等生活场景，开拓个人护理用品、园林五金工具等功能产品，不断拓宽现有产品矩阵，赋能美好生活。

加强安全生产，营造健康作业环境

公司对安全生产保障工作有着深刻的认识，始终坚持“安全就是生产力”的理念，确保设备安全运行、生产安



全运行、职工安全上下岗。严格执行《劳动法》、《安全生产法》等法律法规，建立质量管理体系、环境管理体系、职业健康安全管理体系。组织开展对危险源、环境因素及关键场所的识别，采取一系列预防措施：改造设施、发放劳保用品和定期职业健康体检等。坚持“安全第一、预防为主、综合治理”方针，落实安全生产责任制，制定应急预案，不断提升6S管理，改善员工工作环境。



积极投身公益，履行社会责任

公司自觉地把社会责任纳入企业文化建设之中，使社会公益思想融贯于企业文化之中，倡导“来源于百姓，服务于百姓”的企业社会价值观。“张小泉”于1983年成立修磨服务队，在街道社区、雷锋广场等地坚持为民提供刀剪修磨服务，至今已历38年，修磨刀剪总量达40万把，受惠群众超13万人。这支长年致力于“服务市民，方便群众”的志愿者服务队，牢记企业使命，勇于担当负责，积极主动作为，真情为民服务，深受市民群众的欢迎，为打造“张小泉”优秀企业文化、品牌美誉度和影响力发挥了积极的作用。2020年，张小泉与东洲街道联合，建立起张小泉东洲修磨志愿者服务队，并在街道党群服务中心成立修磨服务基地，继续为当地百姓服务。

另外，公司倡导工分考核机制，

鼓励全员参与社会公益活动，形成了争做好人好事、捐书捐物、低碳环保等弘扬正能量的社会主义价值观氛围。

由于企业在自身发展的过程中，始终敢于担当，履行社会责任，积极参与公益事业，企业的精神文明建设不断加强，并渗透到企业管理的各个环节，进而推动企业管理及各项工作的顺利开展，促进企业和谐健康稳定持续发展，“张小泉”被评为上海市文明单位、杭州市文明单位。

张小泉将继续秉承百姓品牌的理念，开发更符合市场与未来的产品，构建更系统专业的服务体系，加强和完善企业社会责任建设，实现企业与员工、企业与社会、企业与环境的和谐共生，为行业及社会发展创造更多价值！

传承红色基因文化 擦亮老字号金招牌

党建工作助力“张小泉”新发展

文 | 张小泉股份 王艳

近几年来，“张小泉”经营业绩、工艺技术、产品研发、渠道建设、管理水平等各方面都有所突破，永攀新高，取得了骄人业绩，其中一个很重要的原因就是党建工作为企业发展提供了强大的助推动力与思想政治保障。



平比肩国际一流企业；智慧工厂上“云”，实现信息互联和数据共享，跻身杭州市工厂物联网示范企业，开创行业先河；张小泉国际五金智能化制造项目落户广东阳江，提升中国刀剪五金行业的国际影响力……成绩的

在快速发展的过程中，“张小泉”愈发感受到紧紧围绕企业的生产经营开展各项党建工作，真抓实干，做实做细，有助于促使百年老字号充满活力，基业长青。

取得，无不彰显着张小泉人不忘初心、牢记使命、砥砺前行的决心和勇气，丰富和赋予了“张小泉”红色基因的时代意义和新的历史内涵。

挖掘红色基因，继承优秀传统文化

多年以来，党和政府的关怀，给了“张小泉”长足发展的强劲动力，激励着一代又一代的张小泉人爱岗敬业，努力钻研，构造出“张小泉”红色基因文化，又以红色文化为引领，大力推进企业改革发展创新。

“张小泉”将党建工作和企业改革发展相结合，通过开展党员示范岗、质量红旗-徽章评比、我为小泉献一计等各项活动，鼓励党员群众创先争优。于是，67层进口材料大马士革小厨刀成功问世，力证“张小泉”最高制刀水平；升级五金检测实验室，“张小泉”的刀剪具检测和研发水

吸收红色教育，创建学习型组织

张小泉股份有限公司党总支现有正式党员51人，约占公司全员的10%，覆盖了高、中、基主要管理人员及生产技术骨干等，是企业发展的核心团队，为打造一支助推老字号转型发展的企业员工队伍起到了非常关键的作用。在上级党委的领导下，这支核心团队积极开展各项学习教育活动，形式多样，内容丰富，牢牢将思想建设放在首位。

党总支打造党建工作室，悬挂党旗和党章党规，陈列各种企业内刊及党建史料、书籍，党员有了学习和活动的固定场所。党总支积极组织开展“两学一做”学习教

育活动，学习党章党规，学习习近平总书记系列重要讲话精神，通过接受党的教育，坚定共产党人的信念，进一步增强政治意识、大局意识、核心意识、看齐意识。党总支部还充分利用企业报、微信群、OA系统、邮件等多渠道、多载体，及时发布中央最新的政策文件，让党员第一时间了解中央精神。同时，党总支部书记讲好党课，将党中央和国家的政策宣传到位，并要求各支部认真召开民主生活会，对于党课精神展开讨论、吸收和消化。自从“学习强国”平台搭建后，张小泉党员们的学习热情高涨，形成了你追我赶的强劲势头。

通过学习，公司党组织的领导核心和政治核心作用得到加强，党员队伍素质不断提高，战斗力明显增强，为普通员工群众树立了榜样，形成了企业发展的红色引擎。

裂变红色因子，凝聚品牌温度

“张小泉”的长足发展，离不开广张小泉人的齐心协力。坚持做有温度的品牌，企业内部互帮互助，弘扬丰富多彩的企业文化，党组织通过一次次活动不断展现党建凝聚力。

由党组织牵头，企业建立了爱心基金，形成帮扶机制，解困难员工家庭的燃眉之急；遇到员工突发状况，工会迅速反应，发起捐款活动，泉家人形成合力，以“小爱”聚“大爱”，仅2018年就为两位员工捐助10万余元爱心款；在新春团拜会、读书征文、唱歌比赛、朗诵比赛、篮球赛、乒乓球赛等各项企业文化活动中，共青团组织充分发挥党的助手和后备军作用，积极组织年轻人加入到企业家文化的建设中。党工团形成合力，为打造优秀企业文化助力。

在党组织的引领下，越来越多的员工群众也深受感染，



纷纷以实际行动加入到企业价值观的践行队伍：扶老敬老、拥军爱民、义务献血、关爱儿童、绿色环保、服务进博会等各类公益活动中，处处都有我们张小泉人的身影。

传承，从未停止；创新，永不停步。“张小泉”的党员们将继承和发扬红色基因，深耕党建工作，履行社会责任，推动老字号转型升级。未来，相信在党和政府的领导下，全体小泉人团结一致，共同努力，把“张小泉”这块金字招牌必将越擦越亮，持续绽放光芒。

匠心筑梦，承以惟精

那些张小泉人的“泉泉匠心”

文 | 王艳、刘灵渊、吴云天



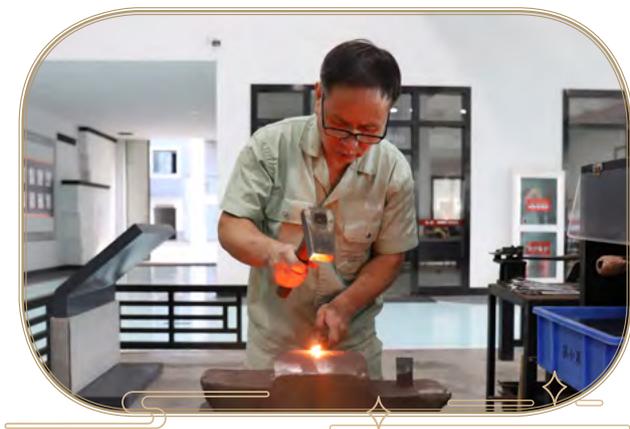
“张小泉”近400年的发展历史中，“工匠精神”贯彻始终。张小泉剪刀经历了数代工匠的千锤百炼，展现出钢铁分明、磨工精细、开合和顺等特点，一直为人所称道。

作为这些年张小泉匠人的代表人物，从张小泉剪刀锻制技艺国家级代表性传承人施金水、张忠尧，到张小泉剪刀锻制技艺杭州市级代表性传承人陈标、陈伟明、丁纪灿，无不是把这种孜孜不倦、精益求精的匠人精神传承了下来。

随着时代的演进，工业技术不断突破演化，审美被迭代，产品的使用场景也发生了根本性的变化。面对这个瞬息万变的时代，张小泉的团队正变得越来越年轻，产品也变得越来越丰富，而唯一不变的，是张小泉人一直恪守“良钢精作”的祖训。



陈伟明：要对得起“张小泉”三个字



59岁的陈伟明，作为张小泉剪刀锻制技艺杭州市级代表性传承人，在刀剪行业已经扎根了40多个年头，在他心里做剪刀锻制是一件的体现坚持与责任心的事。

陈伟明是萧山人，13岁就进入一家私人剪刀作坊当学徒，跟着老师傅学技术。那时候，他经常半夜2、3点就起床干活，一天工作超过10个小时。艰苦的学徒生涯铸就了陈伟明坚持、不怕苦的性格。1984年，已是成年小伙子的他进了张小泉，跟着师傅施金水开始学习剪刀锻制。

“我师父很了不起，他锻打出来的剪刀，获过全国冠军，还被中国革命历史博物馆收藏。”陈伟明自豪地说。他的师父，正是杭州张小泉剪刀厂组建时的第一批工人施金水，是张小泉剪刀锻制技艺的国家级代表性传承人。

“师傅一直教导我们，做事要心存责任感，不能半途而废，他要我们要把这门手艺传承下去。”师傅的教诲陈伟明一直记在心里，后来自己带徒弟了，也常这么教导他们。如今他的大徒弟张良已经是张小泉剪刀锻制技艺的拱墅区

级代表传承人。

一把把锻打成型的张小泉剪刀，无时不刻地体现了陈伟明这样一代代工匠们的拳拳匠心。陈伟明说，锻制剪刀不仅仅是一项体力活儿，还蕴含着许多技巧和心思。张小泉剪刀的锻制有拔坯、嵌钢、锻打、淬火、磨剪刀、凿眼、上油等七十二道工序，仅从铁坯到雏形就要经历千锤百炼，一步都需要人工来把握火候和精细度。

张小泉剪刀一大特点是“镶钢锻制”，陈伟明举起一把剪刀，只见刀刃和刀身之间有一道白线。与传统的生铁锻打剪刀不同，它用易于弯曲造型的熟铁做剪体，将硬度更好的钢片镶嵌在剪刀上，利用钢与铁的特性，达到锋利和坚硬兼顾的效果。

在陈伟明看来，锻制剪刀是一个坚持和修炼的过程，在“张小泉”的30多年时间里，他经历过了“张小泉”从国营到收购改制，也经历了离开后再度返聘。

刀剪行业经过近些年的发展，机械化生产逐渐代替了手工锻打。面对日渐式微的锻打技艺以及掌握锻制工艺的人数下降，陈伟明并不担心。在他看来，老工匠的手艺在此时仍旧有用武之地，手工锻打的剪刀是流水线产品所无法替代的。同时，他们的技术修养与积累，能及时、准确地辨别出那些从流水线上淘汰下来的产品在哪里出了问题，是否需要返工或者报废。

过去，一把顺手的剪刀，可以使用二十年，经过老师傅重新打磨，可以一用再用。“我师傅那一辈的老手艺人现在已经不多了，年纪都七、八十岁了，他们为张小泉一辈子练就的手艺精华，我要学习和传承下去。”

解国治：甘当“螺丝钉”，发挥大作用



自 1993 年 10 月 7 日进入公司到现在，解国治一直从事装配拷油工作。一张工作台、一把椅子组成的一平方米空间，是他的工作场地；一把榔头、一只墩头、一个砂轮，是他的作业用具。他是总装车间几十名拷油工的其中一个，每天都默默地在工作台前，手握榔头，拷油装配。没有人测算过他这一辈子究竟装配了多少把剪刀，敲坏了多少把榔头，似乎只有手里握着的那把变了形的榔头柄才是他辛勤劳作的最好的见证。

剪刀的拷油装配工艺看似简单，却十分考验拷油工人的技术。如何用最短的时间装配完成一把剪刀，装配后的剪刀是否能做到缝道一致、外观对称、剪切锋利、松紧适度……没有三五年的功夫，恐怕是摸索不到其中的奥秘的。解国治每天就是重复着拷油装配的动作，不断学习本领，研究工艺，摸索门道，熟能生巧，在 28 年的时间里，已经从一个毛头小伙成长为一名车间骨干。

由于技术过硬、经验丰富，解国治常常被领导派去协

助特定产品和新品的试样及生产，而这在一定程度上会影响到计件收入，可他毫无怨言，顾全大局，积极配合车间完成任务。“这些技术活总得有人干，硬骨头总要有啃，如果新产品能经我的手研发成功，我会感到非常开心。更何况我是一名共产党员，就应该发扬共产党员的先锋模范作用，冲锋在前，攻坚克难，做好表率。”解国治面露笑容，目光坚定地说道。

解国治就是这么一个在平凡工作岗位上默默奉献的制剪工人，他将自己比作“螺丝钉”，就是那颗固定剪刀的螺丝钉，也是那颗连结机器部件的螺丝钉，虽小，其作用却不可小视。无论是小小的剪刀，还是庞大的机器，往往都是由螺丝钉连结和固定起来的，只有各个部件状态正常，剪刀才能剪切轻松，机器才能运转自如。他之于企业而言，就如同剪刀和机器上的螺丝钉。作为车间的生产骨干，解国治充分发挥老党员、老员工的技术优势，传、帮、带了 20 余位新员工，对他们悉心指导，耐心讲解技术难点，为公司培养出了多名技术能手。

工作中，解国治兢兢业业，一丝不苟；生活中，他发挥所长，热情助人。他牢记张小泉“来源于百姓，服务于百姓”的企业价值观，主动加入党员义务修磨服务队，与许多志同道合的伙伴一起，不管寒冬还是酷暑，利用休息时间走街串巷，为老百姓提供刀剪修磨服务。解国治说：“我只是尽了一点绵薄之力，希望我能够帮助到更多的人。”语言虽质朴，却最是令人动容。

解国治就像一颗螺丝钉，默默付出，从不言功，用最质朴的劳动践行着一名普通制剪匠人的初心和责任。

吴晓明：用行动证明，一切皆有可能



39岁的吴晓明，从业18年，现任技术研发中心总监，管理着产品研发、技术研发及试制车间三个重要部门40余人。很难想象18年前，他仅仅是个生产剪刀的车间一线工人。他的工作成长经历就像是一个励志故事。

毕业后，吴晓明进入“张小泉”，从事高档服装剪的生产。一年后，他进入张小泉研究所，开始进行产品开发工作。

“我还记得我第一个产品开发项目是礼品剪刀，那个时候市场上的剪刀主要就是日常生活使用之需，礼品剪的概念在当时是非常新颖的，但因为没有经验，所以我们整个研发小组心里是没有底气的。”吴晓明说道。尽管团队里有人发出质疑的声音，但年轻的吴晓明哪有一个“怕”字！他常常跟老师傅讨论工艺，通过不断尝试不同材料和结构，反复试验，最终成功开发出“福慧剪”。

在剪刀新品的开发过程中，吴晓明不仅仅关注外观和结构上的创新，更关注剪刀最核心的“剪切力”。他在调研时得知客户很希望在厨房里有一把“大力剪”，能剪切

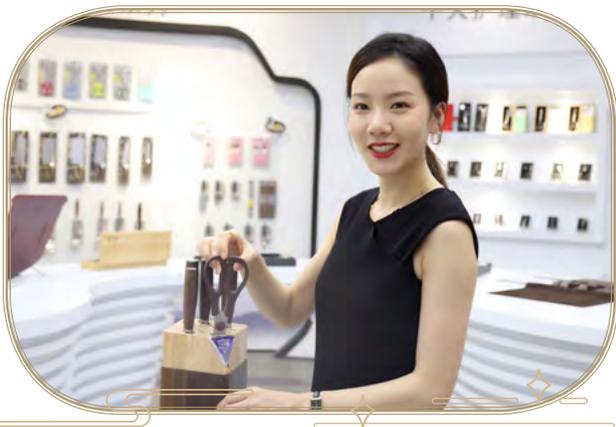
鸡鸭、鱼肉，便提出要开发一款能剪切甲鱼的剪刀。项目立项后，他开始研究不同人群剪切使用的手势，研究力学杠杆原理，研究不同材料、热处理工艺、磨削丝纹的粗糙度等，最终开发出剪切强劲的厨房剪刀。这把“大力剪”一度成为张小泉剪刀中的爆款产品，销售额达到数千万元。

在产品开发过程中，吴晓明也在不断钻研新材料和新工艺。他在出差日本、德国、美国调研剪刀市场、厂家过程中发现，国外高端刀具上使用“大马士革”不锈钢材料，当时在国内属于小众材料，国内也无稳定的材料供应商，工艺也掌握在外国人手中。于是，他通过中国台湾客户从日本引进大马士革钢材，先组织实验室小批量测试大马士革花纹显形工艺，又通过不同配方测试酸化工艺，获得成功。但出于对消费者负责的态度，考虑到可能会有残留化学物质，他又重新组织和参与测试磨削过程中花纹显形工艺，反复测试，终于成功开发大马士革刀。此项技术的研究开发，使得“张小泉”成功突破了大马士革材料在刀具上的应用，成为高端刀具的代表。

近年来，吴晓明带领的团队队伍越来越壮大，每年的新品开发数从历年40款发展到如今的200款以上，极大地丰富了张小泉产品线。尤其是厨房剪系列、鬼冢系列、不正系列产品，还拓展至个人护理、园林五金、厨房杂件及酒店用品等门类，产品品相超过2000款。

吴晓明的故事还在继续。尽管他已是技术研发中心总监，但他并未骄傲，而是感受到更大的压力和责任。从一线到总监，吴晓明用行动证明：一切皆有可能！

彭家丽：学会观察、汲取转化，是创新的第一步



2018年加入张小泉股份的彭家丽是张小泉研发中心产品研发部的一名工业设计师。老家在安徽的她，与“张小泉”确实有着很深的缘分。在此之前，彭家丽就职于设计公司，主要负责小家电的设计。虽然对“张小泉”早有耳闻，但在加入后彭家丽发现，印象中只做剪刀的“张小泉”竟然有这么多品类的产品，对此她颇感意外。

在过去的2020年里，彭家丽出色地完成了各大项目，且均取得了广泛好评，也因此她成功获评富春控股集团2020年度“杰出员工”称号。其中，“变形金刚IP项目”是她在这一年里最有分量的收获，也是压力最大的一次挑战。在面对拥有广泛粉丝基础的“变形金刚”面前，“张小泉”如何发扬优势、突出闪光点，这是非常重要的关键点。彭家丽与她的团队观察了其他联动品牌的相关案例，深入研究了“变形金刚”与“张小泉”的契合点，从系列化角度统一了整体产品的视觉设计，将二者元素充分融合在一起。不但增加了产品的趣味性与美观感，更充分彰显了张小泉

品牌的年轻化。

“不要小看一把小小的剪刀。怎么样从同质化的产品中跳跃出来，博得年轻人喜欢，这并不是一件简单的事情。我要做的就是不断创新产品形象，以便更快地融入年轻人的市场。”彭家丽说道，“现在的市场上同类产品太多，我认为，从用户角度出发，改变外观、使用方式与使用感受，建立‘张小泉’自身的品牌语言在现阶段以及未来很长一段时间内都会是张小泉所力求的。”

作为一名工业设计师，彭家丽拥有丰富且专业的设计经验，她不但善于统观全局，也非常留心观察生活中每一件小事，并熟练地将其运用到工作中去。“学会观察、汲取转化，是创新的第一步。”彭家丽举着一款“张小泉”最新推出的“熊熊剪”说道，“在办公桌上摆着这样一款可爱的剪刀，工作的心情也会变得很好吧，这就是从用户感受出发的一种创新，有所借鉴，也有所改变。”

这位90后的设计师对老字号有自己理解，彭家丽说：“老字号代表的是一种传承，传承的是刻在小泉人骨子里的工匠精神，而我们新一代的小泉人要做的是融入创新，将其发扬。我们竭力在做的是能让更多的年轻人知道张小泉，知道张小泉的剪刀，知道张小泉始于剪刀却又不止于剪刀。打破刻板印象，跳出同质化、形成差异化，也是我们这一群‘产品背后的人’义不容辞的责任。”

王超：不断尝试、反复实验，是对工艺设计最基本的尊重



“快似风走润如油，钢铁分明品种稠，裁剪江山成锦绣，杭州何止如并州。”这是著名剧作家田汉在1966年走访张小泉剪刀厂时写下的一首赞美诗。张小泉剪刀锻制技艺，72道工序素来为人所叹服。如果说工业设计师是创造梦想的人，那工艺设计便是将梦想化身为现实的过程。张小泉研发中心技术研发部的王超就担任了这样一个角色。

王超是富阳人，他在2016年正式成为了“张小泉”的一员，主要负责开发产品性能、提升产品品质以及控制生产成本等工作。早年从业电子行业的王超转行投身五金行业，这其中遇到的困难可想而知。“万变不离其中，我的本职工作还是工艺设计，得益于过往丰富的工作经验，面对跨行业的挑战我还是很有信心。”王超表示。

作为一名工艺设计，王超更多时候是在试制车间埋头搞研发，与手工艺老师傅、车间同事沟通交流。“不断尝试、反复实验，是对工艺设计最基本的尊重。不同工序、不同环节，或许换个顺序就会有新的发现。”谈起工艺，王超这样说，“技术是一件很严谨的事情，对于细节的把握非

常讲究。从某种方面而言，我们所负责的工艺加工，代表了张小泉的产品质量，代表了公司的口碑，我们必须严肃以待。”

“虽然工艺设计工作承受的压力不小，但是成功完成项目时的喜悦，那种心情无法言说。”王超依旧清晰记得自己负责的第一个项目，最终完成的结果大大超出预期，“所有失败的尝试、不成功的实验，辛苦的付出都值了。”对此，王超也特别感谢公司总经理夏乾良对于研发工作的支持，他曾说过：“不要怕错，大胆尝试，学费公司出。”这不外乎是对所有研发人员最大的精神激励了。

“知其然，知其所以然。除了虚心向前辈请教取经，向外汲取更多新知识也非常重要。这是工艺设计创新来源的途径之一。知识水平跟不上，又谈何脱颖而出呢。”王超这样认为，“真理和实践对我们而言缺一不可。所以，时刻保持大脑的思考和运作对工艺设计者来说尤为重要。”

访问结束后，看着王超直奔试制车间的身影，不禁让人感慨，“张小泉”特有的工匠精神，正在这群造梦者的身上以另一种方式展现着，发着光。

张国标董事长曾说：“企业无论做什么产品、提供什么服务，都需要一颗匠人之心，秉持工匠精神。”

做一事，终一生。历代“张小泉”的匠人们，守得住寂寞，沉下心来坚守己任，花费时间与精力不断专研。如今，越来越年轻的张小泉人，以现代化的技术和手段，坚守初心、传承匠心、融以创新，给“张小泉”源源不断地注入新鲜血液与新生活力。



1956年，毛泽东在《加快速工业的社会主义改造》中指出：“提醒你们，手工业中许多好东西，不要搞掉了。王麻子、张小泉的刀剪一万年也不要搞掉。我们民族好的东西，搞掉了的，一定都要来一个恢复，而且要搞得更好一些。”



2004年，时任浙江省委书记的习近平在视察“张小泉”时指出：毛主席说“张小泉剪刀一万年也不要搞掉”，“张小泉”至今只有三百多年，张小泉员工要再加一把劲，努力做大做强企业，老字号我们一定会支持的。

领导关怀

自上世纪50年代至今的半个多世纪，“张小泉”受到了从毛泽东主席至习近平总书记在内的历届党和政府主要领导的特别关注。

国家财政部、文化部、商业部，原冶金部、轻工部、国家文物局等部委主要领导也都曾亲临“张小泉”视察。

政府的重视和用户的信赖，给了“张小泉”长足发展的强劲动力。

1980年，时任中共中央主席的华国锋在北京展参观张小泉展位。



1980年，时任中共中央总书记的胡耀邦批示下，中央政府提出了“张小泉剪刀享受产销自主权”等意见，使得“张小泉”率先实行开放式经营，走向市场。



1982年，时任国务院总理赵紫阳亲临“张小泉”视察。



1986年，全国人大副委员长严济慈视察“张小泉”。



1986年，全国政协副主席王首道视察“张小泉”。



1976年，时任国务院副总理李先念的直接过问下，“杭州剪刀厂”恢复原名为“杭州张小泉剪刀厂”。





2007年，国务院副总理曾培炎视察“张小泉”，勉励“张小泉”要发扬“中华老字号”文化精髓，为企业注入新的生命力。



2007年，时任浙江省省长吕祖善“张小泉”调研。



2009年，全国人大副委员长路甬祥在北京“非遗”展视察“张小泉”展位。



2009年，全国政协副主席白立忱在北京“非遗”展视察“张小泉”展位。



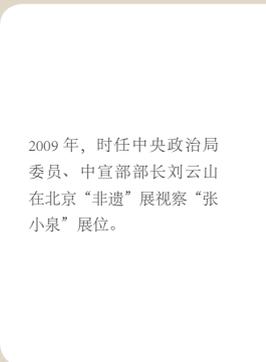
2009年，全国政协副主席黄孟复在北京“非遗”展视察“张小泉”展位。



2009年，中共中央政治局常委李长春在北京“非遗”展视察“张小泉”展位。



2009年，时任中央政治局委员、国务委员刘延东在北京“非遗”展视察“张小泉”展位。



2009年，时任中央政治局委员、中宣部部长刘云山在北京“非遗”展视察“张小泉”展位。



2010年，时任浙江省副省长龚正在老字号澳门展上参观张小泉展位。



2010年，时任浙江省委书记赵洪祝在老字号澳门展张小泉展位参观。



2011年，联合国教科文组织世界遗产中心文化助理总干事班德林一行在手工活态展示馆张小泉剪刀锻制区考察。



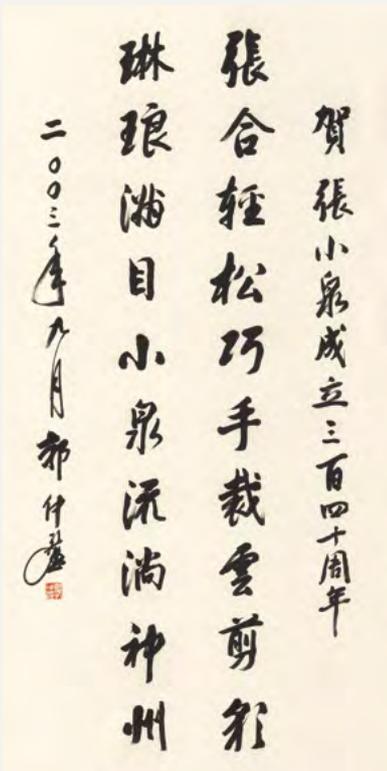
2012年，全国人大教科文卫委员会副主任李树文，率全国人大常委会文物保护执法检查组来杭检查指导“非遗”传承、保护工作。



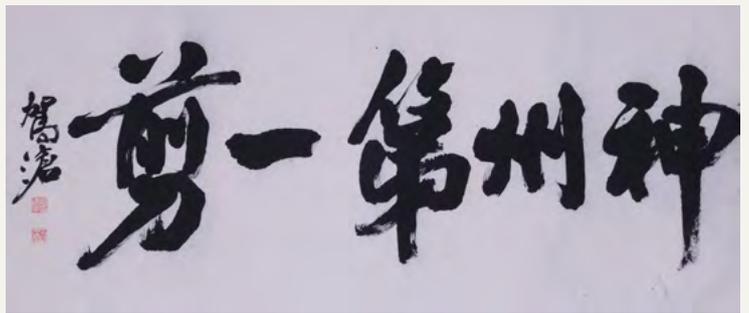
2012年，中国台湾海基会副董事长兼秘书长高孔廉参观考察张小泉剪刀锻制技艺。



2019年，上海市委书记李强考察张小泉上海南京东路店勉励老字号“好好干”。



▲ 作者：郭仲选



▲ 作者：驾沧



▲ 作者：潘飞伦



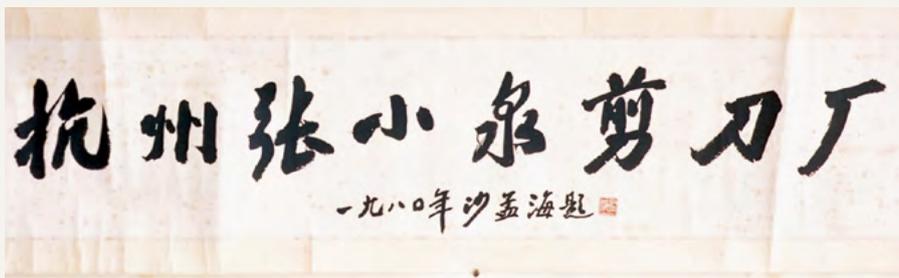
▲ 作者：吴山明



▲ 作者：朱颖人

书画张小泉

长期以来，张小泉受到了书画艺术界朋友的特别青睐与厚爱，不少大家名流均与张小泉结下特殊的情缘，他们或在书斋中为张小泉精心创作，或在活动现场即兴挥毫，几十年中，陆续为张小泉留下诸多精品墨宝，兹选取部分，以飨读者。



▲ 作者：沙孟海



▲ 作者：刘江



▲ 作者：丁茂鲁



▲ 作者：诸涵

为急救助力 为生命护航

张国标急救公益基金，由富春控股集团董事长张国标发起，
以“助力急救 护航生命”为宗旨，通过专注捐赠智能信息化的救护车辆，
致力于打造服务全社会生命急救公益平台，投身公共医疗急救公益事业，拓宽生命急救通道。



“心怀苍生，善行天下。希望越来越多的人
投身并推动社会急救公益事业发展。”

张国标



将完成上千台

中高端救护车的捐赠和投放

以浙江大学康大医院急救中心为载体

形成院前公益急救智能化管理体系和

公益急救志愿者服务培训体系



让我们共同关注生命健康 积极投身急救公益

富春控股集团成立 29 周年

“张国标急救公益基金”为爱出发

29年前的今天，沐浴着改革开放的春风，富春控股集团创始人张国标先生带领着四五人的小团队，在上海浦东乳山路90号成立了富春贸易公司（富春控股集团前身）。黄浦江畔开疆拓土，我们勇立潮头、奋楫争先，肩负起时代的使命，扬帆起航。经历岁月更迭磨砺，我们从曾经的一家贸易公司，逐步发展成为产业涵盖供应链、智能制造、医疗康养和金融等领域的综合型企业集团。

回望这29年，在时代的浪潮里，我们不断突破自我：从上海到浙江、从国内到海外，借助自身优势，紧扣经济发展特点，由点到面，布局全国，走向世界。面对暴雨、洪水、疫情等灾难的重重考验，全体富春人团结一心、迎难而上，克服了一个又一个难关。百折不挠、同舟共济的富春精神，熔炼于富春血液，生生不息。

在这29年里，我们坚持公益担当，坚守社会责任：成立“富春爱心基金”，为家庭困难、急需救助的富春家人在第一时间送上切实的关心和帮助。面对突然爆发的疫情，即使困难重重，在张国标董事长的带领下，我们开启了全球防护物资的采购工作，从世界各地共计采购了防护物资64000余件，有效支援了国内浙江省和新加坡抗疫一线。

随着这些年持续深耕医疗康养产业，我们走上了一条具有富春特色的公益之路：2016年，在收购富春山居度假村之后，我们正式开启大健康产业，以浙江大学、浙大一院等品牌资源为背书，结合旗下医疗康养资源，以及2017年向杭州富阳区捐赠10辆医疗救护车的起点事件，逐步明



确了“急救公益”方向。

经过多年的摸索、总结、改善，我们成立了以“为急救助力 为生命护航”为宗旨的“张国标急救公益基金”：充分发挥张国标董事长投身急救公益的核心力量和引领作用，通过专注捐赠智能信息化救护车辆，打造服务全社会的生命急救公益平台，投身公共医疗急救公益事业，拓宽生命急救通道，让生命在危机中抓住救助的力量。

2020年7月，在“重振经济 浙商力量”全国浙商驰援湖北行活动的过程中，张国标急救公益基金向孝感汉川市、鄂州鄂城区捐赠10辆救护车，为湖北疫后重振助力；2020年10月，在“问海借力 沪丽同行”上海市浙江商会走进丽水活动中，向丽水缙云、景宁两县共捐赠6辆救护车；同年12月，在网营物联（海宁）智慧经编创新示范园竣工投产仪式上，向海宁捐赠5辆救护车；2021年3月，在浙江大学康复医院开工仪式上，向杭州余杭区捐赠10辆救护车……经过多次公益捐赠，近百辆专业救护车已然带着希



望与关怀，奔行于祖国大地。

对于这些奔走在祖国大地的捐赠救护车辆，张国标急救公益基金通过数据平台进行实施监测。借助智能信息化平台，实时了解每辆救护车的运行状态与轨迹、车辆行驶里程数、车辆救治人数等信息，以此提升车辆分配的合理性，提高车辆的利用效率，为更多需要医疗急救的地区与病人提供切实的帮助。同时，以富春控股集团所投资建设的浙江大学康复医院为背书资源，形成院前公益急救智能化管理体系和公益急救志愿者服务培训体系。

通过“富春公望健康日”这一平台，富春控股集团内部急救培训体系日趋完善。

“富春公望健康日”成立于2020年，由集团旗下公望仁雅健康管理中心提供支持，旨在为富春家人带来健康讲座、专项义诊等健康管理服务，传达健康的生活方式与良好的生活习惯。

目前，“富春公望健康日”已经陆续开展急救培训十余次，内容涉及创伤急救四大技术、心肺复苏、海姆立克急救法等急救知识。经过老师的教学和现场指导，进行实操演练的富春家人们收获满满，不仅掌握了应急救护的基



本知识和动作要领，更进一步增强了爱惜生命、关爱他人的意识和责任感，提高了自救、互救的能力。

29年漫漫征途，伴随着发展脚步，富春产业布局于不同国家和地区逐步落地。与此同时，公益之心愈发坚定，心怀苍生，善行天下。

29年漫漫征途，感恩每一位富春人，感恩每一位关心与支持富春的人，我们一直在路上，更希望始终与您携手同行。

急救 TIPS

● 创伤急救四大技术

指止血、包扎、骨折固定、伤员搬运四项基本技术。常见止血术有指压止血、加压包扎止血、止血带止血、填塞止血。

主要包扎方法有三角巾包扎法和绷带包扎法。

常用的固定方法有：小夹板、石膏绷带、外固定支架、牵引制动固定等，这些固定方法称外固定。

伤员搬运：徒手搬运法用于伤势较轻且运送距离较近者；担架搬运适用于伤势较重，不宜徒手搬运，且需转运距离较远的伤者。



● 心肺复苏

指针对心脏、呼吸骤停者所采取的急救措施以挽救其生命。即胸外按压形成暂时的人工循环，电击除颤转复心室颤动，促使心脏恢复自主搏动，人工呼吸纠正缺氧，并努力恢复自主呼吸。

主要步骤包括：现场环境评估；判断意识、呼吸、动脉搏动；呼救并拨打 120；摆放体位（仰卧位）；胸外心脏按压；开放气道；人工呼吸；使用 AED 电除颤。



● 海姆立克急救法

把双手放在患者的上腹部，然后用向上、向内的冲击力挤压，使得腹腔的压力增加，膈肌上抬，肺部残余的气体就会产生向上的气流，利用气流把异物冲出气道。

施救者要站在患者的后方，一般采取弓步，前腿放在患者的两腿之间，可以避免患者的位置左右挪动，也可以防止患者因窒息时间过长，导致昏迷、倒地。施救者的双臂从患者的腋下伸到身体前方，右手（利手）握拳，大拇指侧的拳眼，对着患者肚脐向上两横指以上的位置，左手（不利手）抱拳，用向上、向内的力量冲击患者的上腹部。





喜迎建党百年 牢记初心使命，创造美好未来

文 | 富春控股集团 朱俊杰

今年是中国共产党的百年诞辰，从石库门到天安门，从兴业路到复兴路，走过不凡的历程，造就不凡的伟业。值此盛事，每一名共产党员乃至每一名中华儿女都为之感到激动和自豪。富春控股集团党委以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，以庆祝建党100周年为契机，结合党史学习教育，开展了一系列丰富多彩的活动，教育广大员工听党话、跟党走、感党恩，以党建为企业发展赋能，发挥党支部的战斗堡垒作用和党员的先锋模范作用，悟思想、办实事、开新局，以优异的经营成果为党的生日献礼，在中华民族的伟大复兴的道路上贡献一份浙商力量。



提高站位，强化意识，在看齐中自觉对标

集团党委为增强“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”，自觉在思想上、行动上向党中央看齐，组织所属的12个基层党组织在7月1日当天，观看庆祝中国共产党成立100周年大会直播，学习中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平在大会上的重要讲话。

各支部党员怀着激动的心情，认真观看大会，领会讲话精神。观看结束后，中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平的重要讲话在富春党员中引起热议。大家纷纷表示，总书记的讲话令人震撼，发人深省，催人奋进。中国共产党百年初心不改，取得了翻天覆地的历史性成就，带领中华民族不断走向伟大复兴，作为企业党员，要立足自身岗位，发扬“精诚铸辉煌”的富春精神，建功新时代。

张国标董事长分享了他的学习体会：百岁峥嵘岁月，恰是风华正茂。立足当下，回顾这段波澜壮阔的历史，尤

觉内心澎湃，久久无法平静。中国共产党在民族危难之际登上历史舞台，百年初心不改，取得了翻天覆地的历史性成就，带领中华民族不断走向伟大复兴。更重要的是，风雨同舟、同甘共苦的精神贯彻于党的百年岁月，且于新的时代环境持续发挥积极作用。企业的发展得益于党和国家的关怀，得益于时代机遇，以史为鉴，我们必须知所从来，从而思所将往，勇担浙商新使命，为第二个一百年贡献浙商应有的力量。

礼赞华诞，常感党恩，在时代中昂扬前进

张国标董事长作为一名民营企业家，一名老兵，心怀对党的感恩，在建党百年的特殊时刻，他与其他浙商代表人士一道，以诚挚的感情为党送上祝福。张国标、宗庆后、南存辉、徐冠巨等百名浙商群体代表人士，每人为党的诞辰送上一句祝福，视频发布于浙商党建成果展开幕式上，讴歌新时代。

在浙商博物馆组织的“丹心绘锦绣，使命载商道”活动中，百名浙商还将各自的颂词集中书写在一幅4.6米的特制的丝绸长卷上，由浙商博物馆永久收藏。张国标董事长在长卷上题写了“鲜活百年，仍初心未变；光辉前程，恰风华正茂”的颂词，表达了对于党的深情。

集团党委还积极响应上级党委、工会的号召，组织各支部参与建党百年主题作品征集，各支部党员纷纷以文章、摄影、视频等作品形式，分享入党故事回忆和党史学习体会，赞美党的发展历程、取得的光辉业绩。在上海市浦东新区非公综合党委“百年荣光、初心不改”作品征集中，集团机关党支部谢洁梅获摄影二等奖，张小泉党总支王艳、运通网城党支部潘璐姣获征文三等奖；在上海市浦东新区三林镇总工会职工征文比赛中，集团机关支部朱俊杰获一等奖。



各支部组织观看庆祝中国共产党成立100周年大会



明理增信，崇德力行，在党史中汲取能量

党史学习教育是建党百年系列活动中的重要组成部分。学史明理、学史增信、学史崇德、学史力行，集团各级党组织从党史学习中汲取奋进的力量，悟思想、办实事、开新局。

6月30日，集团党委在富阳东方茂开元名都大酒店隆重举办“学党史，守初心，践行动”庆祝建党100周年党史专题学习活动，全体党员、中层以上管理人员参加。全体党员重温入党誓词仪式，坚定理想信念，不忘入党初心，常记使命在肩。回望百年党史，是一部不懈奋斗的历史、思想探索的历史、自身建设的历史，要从党史中汲取精神营养，强化理想信念，牢记使命担当，坚持“四个自信”，爱岗位、爱企业，在本职工作中体现党员本色。

上半年，各支部结合“三会一课”，分别专题学《论中国共产党历史》《毛泽东、邓小平、江泽民、胡锦涛关



各支部党史指定书目集中学习

于中国共产党历史论述摘编》《习近平新时代中国特色社会主义思想学习问答》《中国共产党简史》四本“指定书目”，集团图书角也收录了四本书目，供广大员工自学。还与富春读书会活动相结合，在世界读书日等时间节点，举办两期红色读书会，以社会主义核心价值观引领学习型企业建设。



重走初心，瞻仰故址，在脚步中丈量百年

我党走过的百年光辉历程，留下了许多红色资源。参观革命纪念馆和爱国主义教育基地，是缅怀革命先烈、传承红色基因的重要形式，与党史学习教育相辅相成。重走初心路，脚步量百年，在庆祝建党 100 周年之际，各党支部组织党员重走红色故址，让革命传统教育入脑入心。

五一国际劳动节、五四青年节前夕，集团党委组织党员、团员、工会干部赴杭州工运史资料陈列室、杭州青年运动史馆参观，学习党领导下的工运史、青运史。通过对工运史、青运史的参观学习，大家对于“精诚铸辉煌”的企业核心价值观也有了更深的领悟，以劳动精神、劳模精神、工匠精神为指引，续写“进行时”的青春奋斗诗篇，薪火相传，永葆活力。

6月26日，为展现富春人在党的领导下拼搏进取的精神面貌，从红色文化中汲取奋进的力量，结合富春的毅行活动传统，集团党委组织了“重走初心路，脚步量百年”红色毅行活动。来自 10 个基层党组织的代表队齐聚一堂，从集团“出征”，途径杭州党小组成立旧址、抗美援朝志愿军雕像、中国共产党杭州历史馆、五四宪法历史资料陈列馆、梅家坞周总理纪念室，全程超过 14 公里。

各支部代表队来到沿途每个红色故址打卡点，缅怀革命先烈，与鲜红的党旗合影。大家边走边学，迎来终点的“胜利会师”。通过“走读”的形式，寓教育意义于生动的体育活动中，党员体会到了奋斗不息的革命精神和顽强拼搏的毅行精神，并表示要将次转化为立足本岗位再创佳绩的精神动力，发扬攻坚克难的精神，拼搏奋进，一路前行。

榜样作用，党员本色，在岗位中诠释先锋

为表彰先进、树立榜样、弘扬正气，集团党委开展了优秀共产党员、优秀党务工作者、先进基层党组织的评选。经过支部讨论、推荐上报、审核评定，上一年度涌现出一批工作与生活中表现优异、充分发挥了先进力量和榜样作用的党员和基层党组织被授予了荣誉称号。党史专题学习大会上，特地为 14 名优秀共产党员、2 名优秀党务工作者、4 个先进基层党组织举行了表彰仪式。



在企业的日常生产经营中，广大富春党员起到了先锋模范作用，他们守初心、承匠心，重执行、谋新篇，为企业的可持续发展贡献了自己的力量。富盛浙工总经理孙建平、张小泉股份总装车间拷油工解国治、富春山居保安部经理潘雷军、乐山杭加常务副总经理曹先海作为党员中的优秀代表，在党史专题学习大会上分享自己的心得，让榜样的事迹广为传扬，榜样的力量广为发挥。

在上级党委的党员先锋岗评选中，张小泉党总支鲍康、裘玉飞，富港供应链党支部李卡、恒悦投资党支部许剑华分别被评为管理先锋岗、服务先锋岗、工匠先锋岗，这是他们个人的光荣，更是富春党组织的光荣，在更高的层次、

更广的范围发挥富春党员的先锋模范作用，凸显共产党员的先进性。

奉献热血，点亮希望，在公益中服务社会

为了在履行企业社会责任、弘扬公益精神的过程中更好地发挥党员的先锋模范作用，8月4日，集团党委联合杭州市拱墅区武林街道红十字会组织了无偿献血活动。

无偿献血出于利己主义的动机，是社会文明进步的体现，献血者是当之无愧的英雄。前期，集团党委通过微信群等形式发布了动员号召，普及无偿献血对健康的益处和

可享受的相关政策，号召党员干部带头，鼓励广大员工积极参与，在自愿的基础上，用无偿献血的形式为社会献上一片爱心，为陷入疾病和意外的人们带去一份生命和健康的希望。杭州区域富春员工积极响应，报名响应。集团党委还发出温馨提示，叮嘱献血者清淡饮食、多喝水、保证充足睡眠，为献血做好身体状态的调整。

献血当天，无偿献血大巴车来到集团门口，参与献血的员工在一楼大厅集合集团领导在现场带头献血，并向大家表达了亲切的问候和衷心的感谢。大家按照当前疫情防控的要求，统一佩戴口罩，怀着一份奉献的热心，排起了长队。红十字会工作人员询问了献血者的身体状况和活动轨迹等，按照献血的操作规程，进行信息登记和检测，待检测合格后前往献血车中抽取血液，并观察片刻后离开。

本次无偿献血活动发挥党员先锋模范作用，结合“学党史，办实事、开新局”，将党史学习教育的精神收获转化为服务大众、奉献社会的公益之心，转化为对富春企业价值观的践行上来。大家纷纷表示，作为一名共产党员，一名富春人，对公益事业责无旁贷，为社会尽一份力量，献出一片爱心，日后将继续在公益之路上展现党员风采，践行富春精神。

探索规律，总结经验，在研究中不断深化

建党百年之际，也是富春党建工作更上一个台阶的发展契机。除了日常工作的开展，富春党委还进行了更加深入的思考，探索党建和思政工作的规律，配合学术机构的研究，提炼成为学理化的成果。

6月29日，由浙江省工商联、浙报集团指导，浙江工商大学主办，浙商博物馆、浙商研究院等承办的致敬建党100周年浙商党建成果展在浙商博物馆举办。此次展览中，



各个浙商企业的党建工作成果集中展示，来自富春控股集团党委的展品赫然在列。富春报等材料，展现了建军节退伍军人座谈会、参观上海中共一大会址等富春党建工作的点滴瞬间。通过成果展览的形式，各浙商企业相互交流借鉴，有助于进一步提升党建工作，并借此推进业务发展。

今年，浙江工商大学案例研究中心也针对民营企业开展了民企党建案例的研究，选取包含富春控股集团在内的代表性标杆民营企业，通过调研分析，研究党建在企业经营发展中所起到的作用，并将形成学术成果，出书发行。富春控股集团作为研究案例之一，积极配合，如实提供材料，接洽现场采访，进行座谈调研，为研究的顺利开展提供了生动详实客观真实的信息，并借此机会梳理自身党建工作，探索企业党建规律。

浙商心向党，建功新时代。富春控股集团将扎实开展好党史学习教育，坚持底线思维，坚持问题导向，强化责任意识，知责于心、担责于身、履责于行，把务实落实做体现在行动上，把负责守责尽责体现在执行中。继续在中国共产党的领导下，承担新时代的浙商使命，开拓进取，锐意创新，深耕实业，续写辉煌新篇。



《富春山居图》合璧十周年： 缘起山居 寄情未来

文 | 富春控股集团 吴云天

富春合璧，两岸团圆。6月1日，《富春山居图》合璧十周年纪念活动在浙江省人民大会堂盛大启幕，两岸知名人士、专家学者和青年一同重温合璧历史瞬间，同心共绘现代版“富春山居图”。

距离合璧已过去十年之久，流逝的岁月不曾带走的是那片秀美山水，更是隐藏在这片青山绿水背后的“富春情思”。

《富春山居图》：传承于世的哲与思

600多年前，入世失意之后的黄公望结伴无用师弟，云游至富春江畔，瞬间入定富春山水的神妙之中。当时年已七旬的黄公望，仿若发现了生命中的另一扇门，历时数载将富春江景色浅降纸上，在82岁高龄绘就长达约7米的《富春山居图》。

为了画好这幅画，黄公望曾多次奔波于富春江两岸，观察烟云变幻，领略江山水滩之胜，不仅形象地再现了富春江的秀美景观，更从本质上赋予了作品气象万千的哲学思想。

超然于世外、豁达洒脱、淡泊宁和……这种隐逸的人生态度和情怀吸引了无数人向往之。历代书画家、收藏家、鉴赏家，乃至富商权贵、帝王皇亲都对《富春山居图》推崇备至，并以能亲眼目睹真迹为荣幸，使得这卷宝图既备受赞颂，也历尽沧桑。

“源”起富春山居：传世名画的山水合璧

明末，《富春山居图》为宜兴收藏家吴之矩所有，后再传其子吴洪裕。清顺治七年，吴洪裕病危，竟以此图投火为殉，幸被其侄从炉火中抢出，可惜前段数尺已焚毁。被焚后的《富春山居图》一分为二，前段被后人命名为《剩山图》，现藏于浙江省博物馆，成为浙江省博物馆镇馆之宝之一；后段世称《无用师卷》，现藏于台北故宫博物院。旷世名迹就此分隔两地。

2010年初，温家宝总理在“两会”记者招待会上谈到《富春山居图》分藏两岸，并表达希望两幅画能早日合成一幅画的愿望后，进一步激发了两岸同胞祈盼名画合璧的热情和愿望，浙江方面也加快了努力的步伐。次年，合璧的愿



富春山居度假村，是中国第一座以现代建筑艺术来阐释中国江南建筑风格的顶级度假村，拥有江南丘陵地形，龙井茶园为主题的高尔夫球场。由设计师 Jean Michel Gathy 和 Jaya Ibrahim 共同设计，彰显了富春山居 Modern Chinese 的独特文化气质。



2011年1月16日，“山水合璧——黄公望与《富春山居图》特展”备忘录签署仪式在杭州富春山居度假村酒店宴会厅举行



2016年10月，富春控股集团收购杭州富春山居度假村



望终于正式踏出了第一步。

2011年1月16日，备受期待的“山水合璧——黄公望与《富春山居图》特展”备忘录签署仪式在杭州富春山居度假村酒店宴会厅举行，来自大陆、香港、台湾等三十多家新闻媒体以及社会各界来宾共同见证了这一历史性的时刻。备忘录中双方达成一致，浙江省博物馆愿意先将馆藏文物《富春山居图》（剩山图）送到台湾，与台北故宫博物院所藏《富春山居图》（无用师卷）联合展出。

这一天，富春山居度假村见证了《富春山居图》开启合璧之路的重要一步，在黄公望笔下的富春山水中，在无数人热情的期盼之下，阔别数百年的名画终将迎来“会面”。

同年的6月1日，黄公望与《富春山居图》特展在台北故宫博物院拉开序幕。在成画660多年后，被分开360多年后，分藏于海峡两岸60多年后，《富春山居图》终于实现历史性的合璧，首次以完整的面貌展现在世人的面前。

十年回眸盼梦圆，情更浓、意更深。今年是《富春山居图》合璧的十周年，这让我们有了更多的期待。

“富春”缘：富春山居度假村的诞生

在《富春山居图》原址地上，富春山居度假村孕育而生。

说起“富春山居”这个名字，其中还有个插曲。在度假村规划之初，策划团队一直围绕着“宁静”“安详”的理念设计命名，但久久未能找到中意的名字。就在团队苦思冥想的当下，位于台北的办公室收到了一份传真，发送者是一位来自于中国美术学院国画系的老教授。他听闻有一家台商企业将在富阳投资开发休闲度假项目，选址恰好在黄公望的《富春山居图》原址，他建议度假村取名为“富春山居”。乍闻之下，团队不禁感慨还有此种缘分，便立马投身故事的考究，经过反复研究与查询对比，团队最终带着无限欢喜敲定了“富春山居”这一名字。

由此，“富春山居度假村”正式诞生。

富春山居度假村完全遵循《富春山居图》中所传达的生命哲学理念：出世、仆归、入定、合一，臣服于山水自然。远离尘嚣，返璞归真。富春山居度假村在其中追索生命延续的奥妙，打通人与自然之间的感知屏障，并处处展现着黄公望笔下的灵秀、隐逸之风。这无疑是对黄公望在画下《富



春山居图》时的那一份淡然洒脱、悠闲自在最真实的诠释和写实，对其中蕴含的哲与思最深刻的传承。

赋予新意：打造现代版富春山居图

一卷山水，十年相传。2016年10月，富春控股集团从台湾荣成纸业手中收购杭州富春山居度假村，由此正式开启大健康事业。《富春山居图》合璧的十年间，富春控股积极布局医疗康养产业，致力于打造出具有富春特色的“医养结合”的医疗康养生态。

2019年11月，富春控股集团正式组建富春康旅集团，依托自身优势，整合外部优质资源，合力打造集健康、医疗、康养、购物、休闲、文化、旅游于一体的大健康产业集团。

2020年1月，毗邻黄公望国家森林公园的富春山居康养谷项目正式开工建设，借富春山居的区域特色文化为基础，结合运动、医疗、休闲、娱乐、文化等方式，打造一个集生态宜养、科学医养、运动康养、文化闲养的国际一流康养谷，构建富春高端度假型康养品牌。

2021年3月，浙江大学康复医院正式开工建设，标志



富春山居康养谷

着富春控股医疗康养产业迈上了一个新的阶段。步履不停，稳步向前，为实现“现代版富春山居图”，富春控股正不断发力。

正如张国标董事长所说：“我们一定要高起点规划、高标准投入、高质量建设，把项目打造成实至名归的现代版富春山居图，为示范区建设起好步、开好局，树立标杆，创出样板。”富春控股用实际行动，赋予了富春山居度假村新的意义，更进一步诠释着“让生意更简单 让生活更美好”的企业使命。



▲ 4月9日，鄂州市鄂城区委书记刘厚文率队考察富春控股集团。富春控股集团董事长张国标、市场品牌中心总经理赵双双，网营物联总裁吴军旗、投资总监何浩等领导陪同，并进行座谈。



▲ 4月15日，丽水市委副书记、市长吴晓东率队考察富春控股集团，参观了集团旗下富春山居度假村。富春控股集团董事长张国标、党委书记周军福、市场品牌中心总经理赵双双等领导陪同，双方进行座谈。



▲ 5月14日，来沪考察的浙江省党政代表团看望了在沪浙商代表。中共中央政治局委员、上海市委书记李强，浙江省委书记、省人大常委会主任袁家军，省委副书记、省长郑栅洁等沪浙两地领导出席会见。上海市浙江商会执行副会长、富春控股集团董事长张国标参加会见。



▲ 5月19日，上海三林镇党委书记蔡忠民一行访问富春控股集团。富春控股集团董事长张国标、党委书记周军福、总裁张樟生、董办主任崔思维等领导陪同。



- 6月23日，杭州市委常委、组织部长毛溪浩一行走访调研张小泉股份。富阳区委书记、区长王华等区领导，富春控股集团董事长张国标、党委书记周军福，张小泉股份人事行政总监崔俊等领导陪同。



- 7月13日，中信银行杭州分行副行长杨毅率队考察富春控股集团。富春控股集团董事长张国标，总裁张樟生，董办主任崔思维等领导陪同，双方进行座谈。



- 7月8日，中国银行浙江省分行行长吴敏率队考察富春控股集团。富春控股集团董事长张国标，总裁张樟生、董办主任崔思维等领导陪同。



- 9月16日，杭州市政协党组副书记、副主席张仲灿一行莅临富春控股集团崇贤港基地，开展“走亲连心三服务”活动。临平区委书记陈如根，浙江大学医学院附属第一医院副院长陈作兵，富春控股集团董事长张国标、党委书记周军福等领导陪同。



- 7月12日，富春控股集团董事长张国标率队到访中国农业发展银行浙江省分行。中国农业发展银行浙江省分行党委书记、行长胡世财领导陪同，双方就银企合作进行了深入交流。

張小泉

Zhang Xiao Quan

Since 1628



年度主推 「不正」系列



张小泉品牌官方微信

不正系列产品全线上市

- ☑ 不正·谷韵系列
- ☑ 不正·倾韵系列
- ☑ 不正·墨系列
- ☑ 不正·曲系列