

丝绸早已不只是种面料 它更是文化载体 走过40年的万事利要上市了！ 首轮融资2亿元 首批战略投资者都有谁？

记者 王潇潇

做了40年丝绸的杭州老牌丝绸企业万事利要上市了。

11月10日,万事利集团旗下专注丝绸文化创意产业的杭州万事利丝绸文化有限公司召开发布会,宣布引入浙江浙商产业投资基金、万向三农集团、浙江国俊、杭州盈思投资、浙江华媒投资、深圳卓元晋嘉投资、张家林、陈曙华、杭州乐世利投资等多家战略投资者,正式启动境内上市计划,首轮融资规模逾2亿元人民币。这是万事利引进的首批战略投资者。



万事利集团董事长屠红燕与公司设计团队

后G20时代 品牌效应充分释放

杭州万事利丝绸文化有限公司董事长李建华说,万事利上市的计划早在三四年前就萌生了。

1975年由沈爱琴创办的杭州笕桥绸厂(万事利前身),只是一家乡镇企业,前期布局多元化经营战略,巅峰时期旗下有30多家纺织类子公司。

这些企业,有些是传统制造型的企业,不盈利反倒亏钱,有些是伴随着高污染的印染企业,有些做纯贸易的,和丝绸产业没有任何关系。三四年前痛下决心,通过改制、关停、转让等方式,对这些非丝绸类的企业进行剥离。“这是一个非常复杂的过程,花了我们2年多时间。”李建华说。

此后,万事利一直在转型升级,再造丝绸商业模式、探索新的丝绸之路,直到近两年才慢慢成熟,形成了以团购为主,零售为辅,线上线下联动的商业模式。

“后G20时代,万事利的品牌效应得到了充分释放。万事利推出的相关丝巾、手包等产品,一个多月时间销量超过10万件,平时随买随提的产品开始供不应求。我们认为,时机到了!”李建华说。

丝绸生产转型丝绸文化创意

在昨天发布会上,万事利集团董事长屠红燕说,她十分注重金融与资本的创新力量在企业发展过程中的强劲推动力,并期望这股力量能够为传统丝绸产业注入全新活力。她认为,传统企业用金融概念去思考发展方向要成为新常态。未来万事利将与战略投资者着眼于丝绸文化创意产业转型发展趋势,在渠道拓展、市场挖掘、产品研发、技术创新和人力资源开发等多方面开展深入且广泛合作。

“丝绸早已不只是一种面料,更是文化的载体。万事利迄今走过40年,近10年一直在谋求转型升级——从传统的丝绸生产到丝绸文化创意的突破。”李建华说。

此前,万事利进行产业结构调整,将更多精力投入到丝绸主业上,并不断地挖掘、传承和弘扬中华丝绸文化,将丝绸与文化创意、高科技相结合,在传统丝绸面料、丝绸服饰产业基础上,拓展研发出丝绸文化礼品、丝绸艺术装饰及丝绸艺术品三大创新领域。

“用一句话总结——‘传统丝绸+移动互联+文化创意+高科技=丝绸经典产业’的转型升级‘新丝路’。”李建华说。

目前万事利汇集了来自香港、法国及自主设计师团队100多人,涉及十多个丝绸文化创意产品门类开发,依托丝绸行业国家级企业技术中心的研发实力,每年个性化新产品设计量达3000多项,成功为北京奥运会、上海世博会、北京APEC峰会、G20杭州峰会等多个世界级盛会提供过丝绸文化创意产品的设计生产服务。

现在,万事利的高端丝织品被陆续摆上杭州大厦、北京翠微百货等国内高端商场,与奢侈品为邻,并卖出了和奢侈品一样的价格。

去年,在全国丝绸行业深陷低迷的情况下,万事利交出了一份令业内震惊的成绩单:2015年销售同比增长11%,其中丝绸板块销售同比增长12%,利润同比增长26%。

推进丝绸产业品牌化国际化

除了恢复和打造传统丝绸文化创意,近几年,万事利集团积极布局全球市场,并开始撼动丝绸的世界品牌秩序和丝绸版图。

2013年,万事利收购了法国120多年历史的老牌丝绸企业MARC ROZIER(马克·罗茜)。位于全球丝绸中心里昂的这家古老丝绸企业,曾为世界上包括爱马仕在内的40多个高端女装品牌,提供丝绸服装面料及丝巾。2014年,聘请前爱马仕纺织板块CEO巴黎特出任高管,助推万事利集团在全球范围内的品牌扩张;2015年,组建跨国设计团队;2016年,在巴黎开设中国丝绸文化产品传播中心……

在屠红燕看来,企业只有具备了国际化视野,再融入中国的传统文化、世界一流设计、高端制造品质等元素,才能做出与众不同的产品。这才是属于中国走出去的世界品牌。

昨天,万事利集团还与中国银行、中银投资浙商产业基金管理(浙江)有限公司分别签署银企战略合作协议,建立面向未来的全面战略合作伙伴关系,合力探索金融与产业的良性发展新模式。

根据银企合作协议,中国银行将为万事利的丝绸产业发展提供20亿元人民币授信融资额度。此外,中国银行、中银投资浙商产业基金管理(浙江)有限公司将从战略高度出发,牵头联系中银国际、中银香港、中银保险、中银基金、中银租赁和相关涉外分行组成金融业务服务团,充分发挥他们在信息、技术、人才等方面的优势,重点在助推上市、资源整合以及对外投资并购等方面为万事利提供优质、高效、安全、便捷的全方位、专业化金融服务。

“未来万事利还将继续对国内外的丝绸企业进行收购兼并。”李建华透露,目前已经有几家意向企业,这个月底还有一家知名奢侈品品牌总裁来访。

“进入资本市场是企业成长的一个重大标志,是企业转型跨越发展的战略步骤,更是万事利品牌提升的重大举措。”李建华说,万事利已迈出改革创新发展的关键一步,将借助成功引进战略投资的东风,继续以丝绸文化创意为引领,国际化品牌发展为目标,通过进一步优化产业结构、加大技术创新、强化市场开发和营销网络建设、加强队伍建设和完善公司治理等措施,将公司打造成受人尊敬的中国丝绸领导品牌。

万事利大事记

1975年3月 30岁的沈爱琴带领22位刚放下锄头的农民,在几间破旧的平房里,从17台原始铁木织机起步,创办了万事利集团的前身——杭州笕桥丝绸厂;

1991年5月 沈爱琴投资5000万元引进中国第一台也是当时世界最先进的喷水织机项目,积极接轨领先的技术水平;

1993年3月 以杭州笕桥绸厂为核心,联合生产、金融、科研等31家单位组成的浙江万事利轻纺工贸集团公司成立,万事利品牌开始在丝绸界扎根;

2000年9月 作为中国丝绸行业唯一“赴美大使”随当时的国家领导人出访美国,“黄河之梦”丝绸时装展示在纽约贾维茨展览中心上演,轰动全美;

2001年5月 上海APEC峰会,万事利为参会的各国元首、政要定制的“唐装内衣”再掀唐装风潮;

2008年8月 北京奥运会,万事利在礼服设计中采用宫廷的革针绣及盘金绣等工艺,“青花瓷”“粉红”系列颁奖礼服惊艳世界;

2010年4月 为联合国国际交流合作委员会定制的《2010上海世博会参展国家和地区元首金石印象》丝绸印谱,被赠予195个国家元首;

2010年11月 作为第16届广州亚运会的唯一丝绸类产品特许经营商,创造的“志愿彩”开创中国“彩”文化;

2011年7月 与清华大学合作成立“丝绸艺术与应用研究院”,产学研相结合,致力于高端丝绸领域的开发应用,开辟万事利丝绸软装和丝绸艺术的新天地;

2013年12月 收购法国里昂百年丝绸名企MARC ROIZER,为万事利走向国际奠定基础;

2014年3月 集丝绸工业生产、创意设计、技术研发、现代物流、工业旅游于一体的万事利丝绸文化创意产业园正式落成,建成以“织造,印染,印花,服装”等具有国际先进水平的全产业链工厂;

2014年7月 聘请爱马仕纺织控股集团原CEO巴黎特加盟,全面负责万事利集团丝绸板块的人才培养、品牌架构及丝绸品牌国际化发展战略的研究与实施,提速品牌国际化步伐;

2014年11月 参与2014北京APEC领导人服装的设计工作,非遗宋锦工艺、水波纹等多项设计创意首次亮相;

2015年1月 集丝绸时尚发布、创意设计、文化教育、艺术陈列、丝织技艺传承于一体的万事利国际丝绸汇暨万事利丝绸文化博物馆启幕;

2015年1月 与中国社会科学院合作筹建该院在浙江省的首个“新丝路博士后工作站”,重点研究浙江省以丝绸为核心的传统产业、优势产业,如何从“产品走出去”,向“企业走出去”“集群走出去”转型;

2016年3月 成为首批参会2016年B20峰会的企业之一,作为中国企业代表与来自全球工商界代表共同研讨全球经济发展中的重大问题;

2016年9月 举世瞩目的G20杭州峰会上,万事利集团为B20峰会、G20峰会提供丝绸国礼、丝绸艺术品、丝绸礼服、丝绸新材料等数十个项目的定制服务。