

■他是京城著名传统工艺外贸老字号“懋隆”的擎旗手；  
■他曾力挽狂澜卖房救厂，开创“懋隆”品牌发展新路径；  
■他重塑了国内多个传统手工艺产业链抢滩国际市场；  
■他就是北京市工艺美术行业工会联合会副主席、北京工艺艺嘉贸易有限责任公司总经理石卫东

# “要让中国传统工艺魅力绽放 to 全世界面前”

## ——记中华老字号品牌“懋隆”传承人石卫东

□本报记者 李睦/文 彭程/摄



石卫东在公益活动中为广大藏友义务鉴宝



石卫东给记者介绍中国传统工艺



石卫东正在检查瓷碗胎胎的情况



石卫东检查瓷瓶的胎体做工

“懋隆依诚信，隆昌仰宾朋”。提起京城老字号“懋隆”，它既是北京最早的工艺品洋行之一，又是最早专营珠宝首饰的老字号之一，百年来以“卖的明白，买的放心”的口碑享誉收藏圈。新中国成立后，懋隆成为了接待各国政要提供“国礼”的珍品馆。改革开放至今，懋隆又作为北京外贸系统的代表，相继成为名扬海外的工艺精品店和荟萃中国高端艺术品的交易展示中心，被评为中国十大最具历史文化价值品牌。2000年，同为兄弟单位的北京市圣雅诗进出口有限责任公司接手懋隆品牌的经营，石卫东带领这家百年老店进入新的发展阶段。

在观众眼中，石卫东是北京电视台《拍宝》中的鉴定专家，但大多数人并不知道他在首饰玉器行业已经耕耘了近30年，一路走来，他始终相信做难事必有收获的人生信条，不断汲取中国传统文化的时代力量，他和懋隆在传统工艺产业链创新之路上也越走越坚定。

### 从小受工艺美术浸润

石卫东成长于革命家庭，父亲参加过抗日战争，新中国成立后，父亲从华北局转业到北京特艺公司担任管理干部。1969年石卫东在北京降生。四五岁的时候，石卫东就经常随着父亲到王府井大街上的懋隆收购门市部参观。“我们家就住王府井，父亲那一代人的责任心强，每天下班吃完晚饭，总要到门市部看看情况，我也就一起过去开开眼界。”幼年的石卫东从那时起对玉石有了感性认识。

石卫东从小就非常喜欢琢磨各种有点难度的事情，无师自通地学会了泥塑，还自创在鹅卵石、鸡蛋壳画画……所谓“少成若天性，习惯成自然”，好琢磨、不服输的性格，让石卫东总能收获一些高于同龄人的艺术成绩。

有时父亲会拿回一些画册，上面玉器展品的照片就成了石卫东临摹的对象。直到小学三年级在班上当着区少年宫老师的面前临摹一个搪瓷缸，被东城区少年宫特招，师从刘松原先生，从此开始了他十年的绘画研习之旅。

青少年时期的石卫东对绘画投入了极大的热情。

“那时家里给点零花钱从来不花，攒着买两种东西，一是小儿书，一种就是美术专业杂志。”到了每年10月故宫书画馆晒画的时候，石卫东总是背着干粮袋，早早地到故宫门口排队，一看就一天。什么《万里江山图》、《游春图》等一大批珍贵的藏品都可以细细地观摩。他还经常去听一些美术讲座，尤其是西方美术史，石卫东听得如痴如醉，他立下一个心愿，有机会一定要亲眼去看看这些巨匠的作品。

初二开始，石卫东每年利用暑假为中国书店画贺年片。“我们直接用毛笔在贺年片上手绘，画一张两毛。一个暑假得画个百十张，挣出一二十块钱，那会儿可是一笔不小的收入。”每次回忆起当年凭手艺挣零花钱的故事，石卫东还是很开心。

十年的绘画生涯，直到高二面临高考压力才结束。又因为家里的反对，石卫东没能继续从事绘画相关工作，他多少觉得有些遗憾。

不过，在大学专业选择时，他还是自主选择了经济地理与城市规划专业。因为他觉得建筑设计课也需要画图，而画图是他的优势。不过有一点他当时没想到，这还是一个综合学科，一张图纸的绘就，背后要涉及到土地承载力、地下水、气候、交通、环境、大农业等等因素。而这种综合思考问题的方式，对他未来事业的成长才真正起到了决定性的作用。

### 发现小首饰里藏着大学问

毕业后，石卫东顺利考入北京首饰进出口公司，被分配到东坝仓库的储运岗，负责货品打包、发运等基础工作。

一年后又被分配到金饰部，这也是公司最主要的业务科室之一。当时正赶上公司内部的小“交会”（上世纪90年代，购买贵金属需要指标，“小交会”就是把公司上下游的有合作关系的工厂和商店都聚合在一起洽商货品合同）。金饰部人员负责做进货单，需要套上税率公式再进行计算。可那时候没有计算机，都是用算盘或手工，师傅们学历普遍不高，再加上岁数大，算账一直是个难题。石卫东的到来，让师傅们大喜过望。于是，由他做单子，两个师傅负责

核账，一个小时不到账目都算完了，没错一厘钱。师傅们交口称赞，说这小子不错，比我们这五六个人都管事。从此，石卫东在科里专门负责做单子了。

光做单子无法满足一名刚入职的年轻人在业务上的追求，他想学些专业上的本领，可正所谓“教会徒弟饿死师傅”，客户一来，师傅们就让石卫东沏茶倒水做单据，等他回来，关键的东西都谈完了，啥也没听着。

没人教，石卫东就自己想办法。那时他经常有机会跟老师傅跑工厂、盯生产。到了工厂，老师傅就看不住石卫东了，管生产的技术厂长、车间主任、生产线上的工人，石卫东一个劲地找人请教，不到半年就把情况摸了个八九不离十。“当时周大福、周生生、谢瑞麟的首饰工艺品，全部经过我们的手。技术员的眼力、经验都很重要。”石卫东介绍，当时焊接工艺中最核心的就是焊料的使用，如果每个焊点使用的焊料过多，那么加在一起，一件金饰品的纯度很可能不达标。有经验的师傅会非常注意这些细节。

1994年年初，公司和新加坡成立合资工厂。合资工厂采用当时世界上最先进的意大利的离心浇铸机，相较于国内的纯手工技术，效率大为提高。只是万事开头难，工厂全部资料都是英文的，外聘翻译不掌握首饰行业的专业英文弄不出来。年轻、英文又好的石卫东脱颖而出，担任技师助手，同时，负责编写合资工厂的技术手册、员工手册。此后整整9个月，从编写资料、招聘工人，配合技师为工人进行培训，石卫东全程参与，一座崭新的工厂也初具规模，这段经历成为他专业的跃升阶段。

### 三年没与家人共度春节

1995年春节，刚刚结婚4个月的石卫东，受公司委派赴比利时分拨中心工作。一到比利时，整个分拨中心所有中国人都回国了，几千平米的一个大库房，只有石卫东一个新人和一个比利时员工看护。坚持到大年初四，分拨中心回来第一个中国人，石卫东眼泪都快下来了。此后的两个春节，为了其他伙伴能过个团圆年，石卫东始终没回国过年。

在比利时，石卫东第一次接触到国际市场和销售渠道。“那时候中国的手工艺品在国外很畅销，是创汇的大户。我们在比利时的分拨中心的业务辐射整个欧洲，客户要货随时给人家送过去。”一次圣诞节前，石卫东和司机顶着漫天大雪开车去德国送货。到了卢森堡的山间公路突遇下雨，货车刚一提速，就失控打滑差点掉到山下，石卫东现在想起来都有些后怕。

常驻欧洲的时候，陪代表团去巴黎卢浮宫，他说这是圆梦之旅。伫立在一幅幅历代名画前，石卫东仿佛又回到了学生时代，他说，“我最喜欢《提香自画像》，把提香本人坚毅富有的画家形象展现在世人面前，他的眼神充满了思想，你跟他对视的时候能感觉到特别的气场。此外，我还喜欢莫奈的作品。”

### 逆势抢占国际市场

1997年，随着改革开放的步伐加快，外贸首饰行业向民资放开，原有的行业政策调整，经营形势严峻。石卫东被急调回国，临危受命担任银饰部负责人。

石卫东首先从恢复生产、开发客源入手。不久，银饰部就迎来了一个国外客户的饰品大单，是与景泰蓝非常像的卡通图工艺品，石卫东喜出望外。不过国内工厂在烧造时，总是出现烧蓝效果不佳的问题。客户提出要用奥地利或日本的釉料，相比国产釉料，奥地利釉料每克卖两个德国马克，日本的更贵。

眼看着好好的大单就要丢了。石卫东心有不甘，他来到位于通县梨园的首饰厂，想找技术工人一起琢磨着技术攻关。然而正值夏日，不少工人都回乡务农去了，石卫东只找到一个厂里的年轻业务员。

那会儿车间里没空调，室外30多度，炉膛里的温度得有800度到1000度，他们俩冒着高温，拿着国外样品对比着烧。热得实在受不了了，他们就屋外凉凉快快。经过反复试验，他们发现卡通图与景泰蓝看起来非常相似，但其实从掐丝工艺，到烧制流程都有着巨大的差别。尤其从烧制来看，卡通图的烧蓝工艺比景泰蓝更为繁复，每一件作品至少要烧制7遍以上……

就这样整整两个月，他们把这项原本专属俄罗斯的技术彻底破译了。不仅顺利完成了大单，更在不到

一年的时间，把除俄国本地市场以外的国际市场都给抢了。用石卫东的话说，“订单根本做不过来。”

1999年，石卫东接到美国最大的电视购物公司QVC的订单，做一款花丝镶嵌的胸针。原来国内厂商一次接活也就百十来件饰品，这次QVC的订单第一批就要2000个，要求还极高，每一个胸针重量差正负不超过0.1克，尺寸差不超过两毫米。石卫东把几位厂长请来研究，没人敢接单。原因很简单，花丝镶嵌是纯手工艺，谁也不敢保证质量如此统一。

石卫东不服输的劲头又上来了，他找了几个厂子一起研究花丝镶嵌的工序分解和质量标准化管控，然后又与美方反复协调。就这样直到2001年，第一张十万美元的订单来了。石卫东带着工人一个多月连日加班。等到美方来北京验货，却测量出胸针的一个小零件多了0.2毫米，虽然根本不影响使用 and 美观，但美方就是不认同。

石卫东没有气馁，他马上召集人员开会研究改进方式，又用了四天左右时间赶工抢修，最终按期出货。石卫东也在国内第一次实现了花丝镶嵌工艺的标准化生产。

这批胸针产品到了美国电视购物频道，一分钟的销量是2万多美元，创造了QVC电视台首饰类销售的一个纪录，后台工作人员全体起立为中国团队鼓掌。此后，石卫东带领团队接连制作了几个爆款，销售额屡创新高，产品也多次进入QVC的明星产品荣誉室。

### 风云几变换 初心终不易

2008年，国际金融危机愈演愈烈，整体外贸形势不利，上下游产业链都弥漫着一种焦虑迷茫的情绪。石卫东非常清醒，不能单纯指望国际市场的复苏，必须进一步打开国内市场。

石卫东坚信收藏是社会文化发展到一定程度的刚性需求，改革开放三十多年，社会积累了大量的财富，收藏的长期趋势不会轻易改变。

只是扩大内销渠道得拿真金白银砸，公司缺乏流动资金怎么办？时间不等人，石卫东一咬牙一瞪眼，把家里房产证拿到银行押了200万，不仅解决了公司的

资金缺口，更让全体员工有了破釜沉舟的决心，市场意识不断增强，经营状况也一点一点好了起来。2009年，在北京市商委推出的外贸产品赶大集活动中，懋隆百年纪念活动成为深受百姓欢迎的活动之一。

在国内市场逐渐恢复的同时，石卫东并没有安于现状，他一方面通过参加《拍宝》等卫视节目扩大懋隆的社会影响力，一方面他认定作为外贸企业，横跨东西方两个市场是企业的资源优势，做好平台搭建才是最大的机会。

从2011年开始，石卫东把泰国BG珠宝公司、香港亚洲设计、香港莱斯珠宝等国际著名珠宝品牌引入国内。2014年底，乘着中央“一带一路”倡议的东风，懋隆利用位于朝阳区三间房地区的原库区，在京城同业中率先建立了保税仓库。

剪彩仪式上，石卫东当着公司全体员工的流泪了，百感交集。“这是一个金字塔型的行业，最基层的供应原材料和负责加工，中间层是提供服务，最高层是标准制定。懋隆转型完成了关键一步，进入了服务贸易领域，实现了价值链升级。”目前，保税仓库每年为懋隆贡献1000万元的纯利，给北京市贡献一个多亿的税收。

2016年10月，他被评为北京市优秀企业家称号。2016年、2017年连续两年荣获北京市企业管理现代化创新成果一等奖。

在石卫东他的设想中，未来“懋隆”将由三大业务板块组成：一个是中国传统珠宝翠钻家具等，第二个板块就是打造文创园，实现资源共享。第三个板块就是参与“一带一路”建设，未来懋隆不会只在国内建立保税，还将考虑在一带一路沿线国家建立保税仓，形成联动效应。

“绳锯木断，水滴石穿”是宋代《鹤林玉露》中的名句。明代胡居仁自勉联：“苟有恒，何必三更眠五更起；最无益，莫过一日曝十日寒。”说得都是坚持的重要性。二十多年来，石卫东始终坚守在传统手工艺行业第一线，以匠心精神传递人文情感；以产业发展帮助传统手工艺守护者维系“匠人尊严”；屹立百年的老字号懋隆，更将以全新的姿态焕发出勃勃生机。