

新闻
撒捺
撒捺
捺出故事
捺出态度

从云南乡土到世界舞台—— 一把刻刀，让皂胚生花

■记者 周佩佳 通讯员 郭鸿杰 吕姚炜 图片由受访者提供

根脉：基因里的雕刻种子

每一次下刀，刀刃与皂胚接触时的手感，都能将李云奎的记忆拉回遥远的故乡云南。

他的父亲是一名木雕手艺人，家里摆满了雕刻工具和各种半成品，李云奎的童年就是与这些东西为伴。他的第一把“刻刀”，是父亲对木雕的执着和坚守，在儿时李云奎心里留下深深烙印。当别的孩子还在追逐打闹，他已经开始在

坚硬木料的“对话”，感受从掌心传来的、家族手艺的脉动。

但由于年少手部力量欠缺，发力不准，“经常会戳破手指，但是依然很喜欢”，他回忆时语气平静。然而，现实的贫瘠往往能扼杀最蓬勃的理想。2007年，高中毕业的他，像无数农村青年一样，将梦想装进简单的行囊，踏上自封为“独立”的道路，“一方面觉得自己长大

了，想要出去闯闯，另一方面也因为家乡山村贫穷，希望能改善一家人的生活。”

投奔在嘉兴打工的老乡后，本以为能凭借雕刻技艺找到工作，但现实却屡屡碰壁，“这类手艺活儿都需要明确的师承或者高学历，否则很难进这类工厂。”迫于生计，李云奎只得先接受秀洲区一家机械厂的叉车工一职。

所幸的是，李云奎的雕刻梦没有被

现实掐灭，“休息的时候，依然习惯拿出刻刀来摆弄”。逼仄的宿舍无法打磨木雕，他便转向石膏雕刻。这份源于乡土的手艺传承，成了他在异乡漂泊寻梦的精神力量。

他后来开过饭店，想将雕刻手艺用在菜品装饰上；做过水果生意，尝试在西瓜上雕花来提高售价，结果均未成功。命运的脚步，似乎总在将他引向别处。

破局：皂胚上的“革命”

转机，往往藏在意想不到的转角处。

2015年，一次云南丽江的行程，改变了他的命运。在古城的某个摊位前，李云奎第一次见到从泰国进口的“肥皂花”。那不是笨重木讷的木雕，也不是厨房里的果蔬雕，而像被凝固定格的艺术品，精致而芬芳。当同行者都在惊叹于肥皂花表面的精致时，他看到的却是背后乡土手工艺与现代市场相结合的巨大商机。

回到嘉兴后，他脑海里还在久久“播放”丽江古城摊位前排长队的场景。为什么手掌大小的肥皂花有如此吸引力？反复琢磨后，他意识到，那些排队购买的游客，渴望的并非高不可攀的艺术品，而

是带有温度、源于自然的生活美学。这与他记忆中父亲雕刻的木器一样，本质都是将自然之物，化为日用之美。

那一刻，他恍然大悟：其实真正的瓶颈并非技艺高低，而在于“方法”。“并非我的技术不行，而是方法和路径出现了问题。”他感慨道，“家里能摆龙、凤的很少，或者说不会常买，一旦买了就会摆放很久，但小花却不同，很日常，大家都能消费得起。”这次艺术与日常的相遇，如一道闪电，劈开了李云奎眼前的迷雾，自己苦苦追寻的成功路径，或许不在模仿大工厂的体系，而在于回归自己最熟悉的领域——手艺本身。

为此，他毅然放弃了没有起色的生意，开启了一场艰苦的“皂胚革命”。由于日常使用的皂胚有易碎、易开裂的致命缺陷，无法用于雕刻，解决原材料问题是雕刻皂胚的头等大事。

2015至2017年，可以说是他和团队的“蛰伏期”。他们像苦行僧般，租用金华一家工厂门口的保安室，一“窝”就是两年多。他们采购泰国进口的原料肥皂进行成分分析，得出纯植物油+象牙果粉+香精的配料表，但如何搭配比例成了一大坎：精油太多就偏软，形态难塑；果粉太多就偏硬，不易雕刻且开裂。他们像炼丹师一样，反复调配、反复试验，终

于，一种可以保存多年不开裂且能在雨天凝结水珠的独家配方诞生了。2017年，他们成功申请发明专利，为这场“革命”筑起了坚实的技术壁垒。

2018年，李云奎正式开办独立工作室，在嘉兴市区同乐大厦租用50平方米的办公室起步，凭借完全国产化带来的价格与供应链优势，让他们的产品如潮水般涌入市场。此后两年，订单量疯涨，高峰时达到150万件/年，团队也扩充至50多人，同时搬迁了工作室，并把面积扩大到500多平方米。“经常出现订单来不及做的情况，有的客户会直接来我们工作室等着取现货。”李云奎说起彼时的情形，依然心潮澎湃。

回归：转身与匠心相见

从入行无门，到成为行业规则的制定者，他只用了十年时间。照此发展下去，他本以为前景美好，然而，困境再次摆在眼前。

2020年初，由于新冠疫情突如其来，严重依赖旅游景区销售的商业模式被瞬间冰封，原材料如山积压，重资产运营的弊端暴露无遗。他不甘心，押上全部身家到南京夫子庙连开3个门店，试图力证市场活力依旧，最终血本无归收场。“近300万积蓄都打了水漂。”这次惨败经历让他深刻反思，“当时太过于自信，认知不够。”

苦心人，天不负。就在旅游、实体店等市场“山穷水尽”之际，网络东风却悄然

吹起，为李云奎开启“柳暗花明”之窗。

“网店2015年就申请了，但是一直没重视，直到2021年网络直播开始流行，我们也跟风开始了第一场直播，没想到有意外收获。”李云奎当时暗自庆幸。

经过反复测试，深夜10点至12点，是观众最沉浸的“解压”时段。于是，一方小小的操作台，几盏明亮的补光灯，成了他们与世界对话的新舞台。淘宝、抖音、快手……全网粉丝达到160万，“但是我们每天限量只接100个订单，尽量满足直播时让大家看雕刻全过程。”李云奎说。这种陪伴式、亲眼看作品诞生的销售模式，既覆盖了以往市场上质疑机器批量生产的声音，还增加了与客户的

黏性。

玫瑰、睡莲、蝴蝶兰、蒲公英、牡丹……据粗略统计，430多种造型、700多个品种的香皂“永生花”，在他手下诞生。

在直播间，李云奎只需一双手曝光在镜头下，用简单的语言与网友对话即可。镜头下，刀锋旋转，皂屑纷飞，一朵花从无到有的生命历程，在1至2分钟内就能完整呈现。通过淘宝跨境服务，他的作品开始飞向新加坡、越南、肯尼亚、澳大利亚等地，曾经遥不可及的“走向世界”，如今成为现实。

2025年7月，受桐乡屠甸镇邀请，李云奎将工作室转移到了这里，不仅在屠甸村开设了一间可对外开放展示的工作室，

还在附近其他村租了整套民房作为宿舍，将自己和员工的工作和生活融合起来。

“由于市场变幻莫测，不能盲目凭感觉做事，要根据顾客的需求来，而我则坚持做纯粹的手艺人，负责把花雕好就行。”李云奎说，每天限量100单，不为饥饿营销，只为匠心，只为热爱。

从曾经炫耀技法的“雕龙刻凤”，到服务日常的“皂上生花”；从盲目扩张的惨痛教训，到回归手工艺的内心平静。李云奎的创业故事，最终沉淀为一个朴素的道理：锋利的刀，不是用来劈开世界，而是用来雕刻生活。当匠心与日常相遇，即便是一方皂胚，也能绽放出跨越山海的芬芳。

【捺出态度】

将香皂雕刻成花，李云奎并不是全国第一人。他的故事，也不是一个简单的创业故事，更多的是一场关于手工艺、坚守与回归的实践。

当“逃离乡土”仍是许多年轻人潜意识里的选择时，他的经历为我们提供了一种可贵的“反向思考”——青年与乡村之间，并非只有“离开”与“回归”的二元

对立，而是可以借助时代契机，开创一条双向赋能的新路。

他的选择，颠覆了传统“成功学”的叙事。从农村到城市，从叉车司机到创业者，这条路径看似符合人们对“向上流动”的期待，但真正具有启示性的，是他事业成熟后，从城市退居乡村的“战略转移”。

这并非退缩，而是一种基于数字

经济的清醒判断。在屠甸，他获得了城市难以提供的低成本创作空间与宁静心态，而网络则助他与全球市场无缝对接。

这种“身在乡村，对接世界”的模式，精准诠释了何为“在地全球化”。他的成功案例证明，数字技术能有效消弭城乡之间的地理鸿沟，使乡村从发展的末端

变为创新的节点。

时下，当乡村能提供不亚于城市的创业机会与生活品质时，“回乡”正成为青年人主动、自爱的选择。

李云奎刀下开得正艳的肥皂花，也是对“何处是吾乡”这一永恒命题的当代回答——心之所安，身之所往，皆可乡。



【撒出故事】

从云南楚雄的偏远乡土，到嘉兴工厂的轰鸣车间，再到丽江古城的一次偶然驻足，他的人生轨迹因一把小小的雕刻刀彻底改变；他能在一块仅手掌大小的香皂上雕刻出鲜艳的花朵，巅峰时跌入谷底的经历让他幡然醒悟：匠心手工艺才是最坚实的壁垒。

他就是今年38岁的李云奎。采访时，他坐在桐乡屠甸镇荣星村一间工作室里，正用刻刀在香皂上雕刻一朵牡丹花，只见他左手转动香皂，右手持刻刀缓慢却坚定地游走，仅1分半钟，一朵娇艳的牡丹皂花赫然展现在眼前，花瓣层层堆叠，精油香味扑鼻而来。他用作品“说话”，不仅赢得了国内市场，更因“触网”闯开新天地，作品远销海外。

