



2026年1月9日 星期五

■ E-Mail: 402986994@qq.com
 ■ 电话: 0851-86817231
 ■ 责编: 杨益棋
 ■ 二审: 李冰
 ■ 美编: 田安琦

□ 贵州民族报全媒体记者 杨文静
 缪富霞

1

走出大山，“逆行”归来创业

舞水云台的故事，始于一河、一座山，更始于一人。

黔东南州施秉县，溱阳河蜿蜒，云台山耸立。公司名“舞水云台”便取自于此，寓意依山傍水，守望乡土，发展民族文化，带动乡亲就业增收。创始人龙禄颖，这位苗族绣娘出身的省级非遗传承人，人生前半程却与故乡远隔山海。

1968年，龙禄颖出生于施秉县双井镇。因家境贫寒，她早早下定决心为家分忧。1985年，龙禄颖的父亲南下到广州探望亲戚，听到这个消息的她眼前一亮，想跟着他一起去找工作。父亲明白她的心思，但不放心她一个人到外地打工，便拒绝了。

拒绝并没有让龙禄颖放弃这个念头，相反，她查好火车信息，瞒着家人，用身上仅有的钱买了和父亲同班次的列车，为避开父亲，她特意选择了不同乘车地点。

当时的钱不够买到广州，所以只买了短途。到镇远时，龙禄颖和父亲在火车上打上了照面，父亲看到女儿的第一反应是惊讶，然后满眼泪花。“我快18岁了，想为家里分担一点负担，让我外出打工吧。”看着龙禄颖坚定的眼神，即便不忍心，父亲还是替女儿补了车票，同时还为女儿借了回来的车票钱。

没有座位，20多个小时的火车，龙禄颖蹲在两节列车连接处，听着火车向前行驶发出的“咣当”声，山峦渐退，城市渐近，一切都是未知数。

她打工，学计算机、会计、管理。十几年拼搏，攒下一笔积蓄。可每次回乡，故土依旧沉寂。“离开家乡十几年，外面发展日新月异，而老家唯一的变化就是多了盏电灯。”这种巨大的落差使龙禄颖下定决心，为自己的家乡做出改变。2000年，她带着全部积蓄，毅然返乡。

“苗家姑娘们会走路就会跳舞，会拿针就会刺绣，苗绣对于苗族妇女来说就像写字一样。”龙禄颖重拾母亲传授的技艺，组织起绣娘小作坊。初心很朴素：让姐妹们靠手艺增收，留住人，留住根。

然而，创业光有决心是不够的。在创业初期，公司尝试过随机发放订单，但问题显而易见，随机选取的绣娘水平参差不齐，质量不稳，不能按期交货。同时，人员也流失严重，因为零散收入难抵外出打工的吸引力。

破釜沉舟。龙禄颖将自己家改成了作坊，组织绣娘集中培训、集中生产，并装上风扇、暖气，提供餐食。环境变了，人心稳了。2006年，她正式成立公司，从刺绣领带做起，逐步拓展至披巾、服饰等。

一针一线，时光流转。小作坊变成了规模以上企业，如今带动上千名绣娘增收。那条回乡的路，被她“绣”成了希望的路。



在2025年米兰时装周上，龙禄颖（左）与国际友人交流苗绣技艺。（资料图片）



舞水云台苗绣产品数字化生产平台。（新华社供图）

全球首个苗绣专业AI大模型赋能传统工艺数字新生——

一针一线 “智”绣未来

2

解构传统，建立自有品牌



坐标贵阳市，国家大数据（贵州）综合试验区交流体验中心。每天，来自世界各地的访客络绎不绝，这里呈现着一个数字技术赋能的现代贵州。

在众多展项中，一个聚焦苗绣的AI大模型格外引人注目——这是全球首个苗绣专业AI创意大模型，出自贵州省黔东南苗族侗族自治州施秉县舞水云台旅游商品开发有限公司（以下简称“舞水云台”）。

从2006年创立至今20年，舞水云台从8人作坊起步，成长为带动上千名绣娘增收的规模以上企业，更在数字浪潮中踏上坚定一步：将传统苗绣与前沿人工智能深度融合。

2025年11月，在全国非遗品牌推广周上，舞水云台发布了新品《四时共生》系列。该系列提取了苗族吉祥纹样，并结合“生命树”或“蝴蝶妈妈”等传说概念，以现代设计语言重构传统符号。

“好的设计不是简单的复刻老花样，而是用老花书写今天的故事。”发布会现场，这套系列不仅收获了专业认可，更当场签下多家品牌采购与渠道合作意向。

从代加工到发布自己的品牌，在同质化严重的文创市场，舞水云台如何持续突围？答案的核心是：以设计为引擎，推动品牌化转型。

早年寻求外部设计合作时，龙禄颖没少碰壁。一位她十分欣赏的

设计师曾婉转拒绝：“阿姨，我是您请不起的。”山区、传统、小众……外界顾虑重重。

为什么一直要做碰壁的事？龙禄颖明白，舞水云台最核心的竞争力是强大的代工能力，通过十余年来的努力，培训培育了千余名绣娘，如何把这一部分优势进一步放大？那就必须建立自有品牌，提升整体价值。

2016年，舞水云台成立了民族工艺品设计中心，设计团队有海外归国设计师作为设计总监、省内外高校毕业生作为设计新生力量，致力于打造民族文化创意品牌，运用设计与创新为民族产业创造更多价值。随后，“蝴蝶妈妈”“舞水云台”

商标注册落地。

合作之路自此拓宽：与清华大学合作开发“如旧”男装系列；携手意大利设计师创作黔纹围饰。作品多次亮相米兰时装周、北京国际时装周，与茅台、小罐茶等品牌跨界合作，荣获多项创新大奖。依托文旅融合、研学体验、线上线下等多元渠道，让苗绣从民族服饰走向生活美学，从贵州大山走向全球舞台。

“我们当前的设计团队更大了，有三个系列的设计主创，包括服装、饰品、室内软装等。”舞水云台运营总监龙宇介绍，截至目前，舞水云台已开发出了700多款产品，年产值达3000多万元。



舞水云台重构的动物纹样。

记者手记>>>

五年后再访舞水云台，这里的变化清晰可触。

苗绣自动化、数字化、全球首个苗绣专业AI大模型……一连串技术跃迁的背后，是公司年产值已突破三千万元。

数字会“说话”，但更打动人的，是数字之下那份始终不变的温度——让乡亲们不必远走他乡，在家门口就能过上好日子。

这些年来，舞水云台一直在印证一个道理：科技与传统，并非此消彼长。当初推动刺绣产业化时，不乏质疑：机器会不会取代绣娘，减少就业岗位？现实给出了不一样的答案。

以舞水云台一款经典香包为例，十年前纯手工制作，成本居高不下，售价约150元，每周仅能售出一两百件。如今，通过“机绣打底、手工点睛”的融合模式，八成工序由机器高效完成，关键处仍保留手作温度。成本降至一半，售价亲民，周销量跃升至一两千件。

在龙宇看来，科技没有碾碎生计，它拓宽了就业道路。规模做大了，岗位反而更多，机器承担了重复劳动，绣娘们更专注于设计、品控与那些机器无法替代的精细工艺。

正因为不断突破、自我革新，才让舞水云台的创业初衷一步一步得以实现。目前，舞水云台在册绣娘已达上千人。而这份额事业带来的，远不止经济收益。

将传统纹样融入日常服饰、家居美物甚至科技产品，让苗绣自然地出现在茶席间、书案上、旅途中。当传统技艺以当代审美重新演绎，进入更广阔的生活场景，对当地群众而言，这更是一份踏实可见的文化自信——自己的根与魂，不仅能守护，更能滋养今天，创造价值。

离开时，厂房里的机器还在高速运转，它连接过去与未来，而最珍贵的，是她始终连接着这片土地上的人。



舞水云台新品《四时共生》系列。（资料图片）

3

人工智能，生成无限可能

2025年，舞水云台携“全球首个苗绣专业AI大模型”亮相，引发广泛关注。一家根植于手工艺的企业，为何主动拥抱人工智能？

在龙宇看来，这不是转型，而是进化。是过去近二十年积累的必然延伸。

早在2017年，挑战就已出现。随着订单增长，纯手工生产在效率和规模上遇到瓶颈。这时舞水云台引入电脑绣花机，推动刺绣自动化。龙宇介绍，人工刺绣每人每天在5万到8万针，而一个机头接近几十万针，效率高10倍，成效显而易见。

2020年，舞水云台发现只是把苗绣做成自动化还远远不够，因为很多时候，手工是一种绣花，机绣是一种绣法。如何能让机器识别不同的苗绣技法，同时还能有更多的数据反馈？在自动化的基础上，舞水云台实现了信息化。

时间来到2025年，随着AI技术成熟，加上前期的数据积累，舞水云

台联合贵州大学等高校和科研单位，共同研发了全球首个苗绣专业AI大模型。该模型围绕“苗绣+AI”的融合创新，依托大数据、人工智能、图像处理等前沿技术，建设涵盖苗绣图案采集、数字化处理、智能生成、工业化生产及多场景应用的完整体系，打通“AI设计、智能生产、全球传播”产业链。

“只需一分钟，AI能生成30到50款苗绣纹样，经过设计师优化，两天就能出设计初稿。”龙宇说，过去，完成一件苗绣服饰的设计需耗时14天，如今效率提升，成本大幅降低。

机器会取代手工艺人吗？面对这些疑问，龙宇表示，这两者不是对立的关系，实际情况恰恰相反。

“不管是机器刺绣还是AI，都没有取代设计师，更没有取代绣娘。”龙宇总结道，“它更像一个精通苗绣文化与现代设计的超级助理，弥合了创意与工艺、传统与现代之间的知识鸿沟。”

他曾接到某牛奶品牌订单，设计师想用苗绣元素，却不了解针法、色彩、纹样等内涵。大模型迅速生成符合苗绣美学的设计方案，顺利推进合作。

对于绣娘来说，AI同样赋能。一位传承人绣工精湛，却不擅电脑。客户想将图案用于不同面料，需调整形状和色彩。通过大模型“图生图”功能，传统纹样得以变形、焕新，拓展了应用可能。

“未来，想把大模型做成一个工业互联网平台，供更多国内外设计师、手工艺人，以及对非遗感兴趣的群体使用。我想，只有让技艺活在当下，扩展更多的使用场景，才能获得永不枯竭的‘生命力’。”龙宇展望。

在国家大数据（贵州）交流体验中心的展台上，舞水云台的AI模型静静运行。屏幕上，古老纹样与智能算法交融，生成无限可能。这里展现的，不仅是贵州的多彩，更是一个传统手工艺在数字时代的新生。