

从设计、面料到成衣制作,传统服饰产区搭起新中式产业链 新中式的风,吹进了浙江小镇

本报记者 肖淙文 徐添城 金晨 沈烨婷

锦缎背心叠穿帽衫,刺绣外套搭配牛仔,白色T恤下是飒爽的马面裙……这个春夏,无论是出游、逛街甚至上班,常常见穿着盘扣、斜襟、立领等中式元素服饰的年轻人。新中式已成为新一代服饰穿搭的流行密码。

所谓新中式,目前并无明确定义,可以理解为“将中国传统元素与当下审美潮流相结合的服装”,主打一个典雅而不厚重,独特又不浮夸。

站在这波国潮风口,浙江一些传统服饰产业重镇频频出圈:从窗帘布、墙布起家的海宁许村,生产的新中式面料占全国比重约30%;全国三分之一的新中式面料,都在绍兴柯桥的中国轻纺城集散交易;临海涌泉的旗袍,撑起了苏州旗袍城60%以上的商铺……

走进浙江小镇,我们看到了新中式的春天。

一个跨越十年的答案

2013年,大洋彼岸,23岁的海宁留学生王超在美国迎来了自己的毕业典礼。按学校传统,学生可以穿着自己国家的特色服饰参加典礼,但翻遍了华人商铺和电商平台,王超最终只找到了舞台上穿的古装戏服。“老外觉得很有意思,照片还上了校刊。”但这番大海捞针让他发现,汉服爱好者这一小群体的需求远没有被满足。回国后,王超接班了父辈的家纺企业,国风面料成了他研发的新方向。

2014年,涌泉镇,继承了母亲的缝纫机,80后旗袍设计师尹晓波想做点不一样的。看完一场时装秀,他把自己关在房间重新设计、打板。高领改低,裙长截短,小小的改动让传统旗袍有了现代时装的灵动,“看着精神多了。”改良旗袍的路,迈出了第一步。

2021年,嵊州,施秀华和亲戚合办的领带厂面临倒闭,传统赛道在紧缩,这些年她总觉得自己没怎么赶上行业风口。表弟建议:年轻人的想法变了,不如做做“有中国文化特色”的马面裙面料。重启织机,施秀华带着妍锦纺织这个新品牌来到柯桥,在中国轻纺城租下了铺面。

一点苗头,一步探索,在“新中式”的说法还未流行时,先行的人内心都藏着一个问号:做改良版的中国传统服装生意,有未来吗?

时间回到当下,在织机的“哒哒”声中,答案逐渐明晰。

和众多海宁许村镇的纺织企业主一样,每天清晨,王超几乎都在催订单的微信和电话声中醒来,最忙时,手机通话的间隔不超过两分钟。他所在的海宁天龙布业有限责任公司,60台提花剑杆机24小时运转,每天能产6000米提花面料。从最初转型时,国风面料生产占比只有5%,到眼下升至80%成为主营业务,天龙的订单已经排到了7月。

一年前,许村这个家纺小镇还是以生产窗帘布、沙发布和墙布为主。如今,众多传统家纺企业随风而上,全镇100多家纺织企业投身新中式服装面料生产,日产面料20万余米,可制成近7000条马面裙。

50多公里外,绍兴柯桥的中国轻纺城,这个被公认为全球规模最大、经营品种最多的纺织品集散中心,正为全国约30%的新中式成衣制作提供面料。施秀华在这里见证了行业风口,去年下半年开始,顾客下单的速度远高于生产速度,平均每隔5分钟就有客商拿着巴掌大的布料进店询价。“每款都是畅销款,只要是提花面料都抢着要。”她的店铺位于联合市场A区,近两年这里自发聚集了上百家新中式面料商铺,市场特意设置了“汉服面料、提花专区”标志牌,为上门的客商指路。

复古大袖改良版旗袍、俏皮时装款少女风旗袍、蕾丝薄纱的春夏新款旗袍……如今,尹晓波的改良旗袍进化出了多种样式。今年3月,涌泉镇旗袍美学文化市集热闹开市,近百家旗袍商家赶回涌泉老家,带着新品、爆款“赶集”。“以前我们工厂一出货,就往苏州、杭州的专业市场跑。”临海市西姿服饰有限公司负责人王群感叹,国风真的火了,没想到第一次在家门口推新品,半天就卖出两万多。

抓住风口,乘风而上,这些浙江小镇的出圈并非偶然。从10年前的探索,到更早奠定的产业基础,有资源、有想法、敢投入,成为小镇快速抢抓机遇的关键。

“杭州临平、绍兴嵊州、海宁许村等是服装制造的重要基地,一些纺织厂、领带厂等相继向服装产业转型,再加上柯桥这个服装贸易集散地,已初步串联起了一条国潮产业链。”海宁家纺协会会长曹咬强说,以许村为例,当地有着40余年的产业发展史,掌握了织造核心技术和物流网络体系,马面裙正是原有家纺产业的延伸。

新中式风刮过后,带火的不只是服饰成衣,也让更多上下游产业迎来春天。涌泉镇隔壁的沿江镇是手工盘扣之乡,今年当地共富工坊的盘扣订单量翻了2倍,琵琶扣、燕尾扣等供不应求,工坊在固定的20位工人基础上,还吸纳了附近村庄近300名手工匠人;今年1至2月,“中国纽扣之都”永嘉县桥头镇生产的盘珠扣订单量接近3亿颗;每天都有新型提花机进场,浙江奇汇电子提花机公司是许村的主要供应商之一,近两月他们共接到了400台订单,已有300台陆续进场。“我们全省的客户估计还有近5000台的需求量,综合其他供应商这一数字会更大。”企业销售经理来诚告诉记者。

马面裙成为年轻人新宠。中国轻纺城建管委供图



位于海宁许村的嘉兴裁月织雪服饰有限公司直播间内,主播正在展示马面裙。

本报记者 王志杰 摄

“新”字背后



临海涌泉镇国潮旗袍美学文化市集现场,顾客正在挑选。

本报记者 朱梦成 摄

尹晓波记忆中,新中式的逐渐盛行经历了多次风口。北京奥运会的次年,他发现上海街头雨后春笋般开出了不少旗袍店,这势头以前从未见过。彼时,尹晓波设计的旗袍多出口海外,这一转变让他重新将目光投向国内市场;近年来,在北京冬奥会、成都大运会、杭州亚运会等国际性赛事里频繁亮相的中式服装、中式元素,抓住了国内外观众的眼球,也让中国设计、中国品牌走入大众视野。

某种程度上,新中式的“新”,是理念的新。“新中式的流行,与我们的文化认同感提升紧密相连,对传统文化的吸收和创新,是当代年轻人文化自信的表现。”曹咬强说,曾经中国消费者多以进口面料、进口品牌为追求,随着经济发展和国家实力增强,更多人开始重新审视传统文化。生活方式、审美观念和消费观念的转变,让国潮成了当下新的消费突破口。

而作为消费者感知最明显的,是设计、创新的新。尹晓波向记者展示一件新打版的旗袍样衣,白色雪纺面料上,墨色花朵优雅绽放,两条纱质半

袖替代了原本的无袖形制,既能“遮肉”又显得灵动飘逸。“还可以自己动手,把袖子绕成丝巾或者披肩。”尹晓波说,从老中式到新中式,最大的区别,就是把传统面料和元素,与时装元素相结合。如今制作新中式的面料越来越多样化,传统真丝、锦缎、棉类之外,还加入了蕾丝、雪纺、羊绒、牛仔甚至皮草。面料、做工、辅料的整体混搭,带来了不一样的视觉体验。

施秀华更关注马面裙的日常化趋势——将其从繁复厚重的正装,改良为衣橱里一件不用太在意穿着场合、妆造搭配,就能轻松穿出门的小裙子。近日,一场汉服新品面料发布秀在中国轻纺城联合市场举行,施秀华走在模特队前,向观众介绍每款花型的创意与内涵:故事感的亭台楼阁花型替代了传统龙凤图,低饱和度的镂空拼纱夏款降低了厚重感……20余款热门款,都在努力降低消费者的穿着门槛。

将视角拉大,你还会发现新中式将产业链上的多个环节紧密串联,社交平台、电商直播的数据高效反馈到生产端,小镇的纺织、服装产业正经历着一场由传统批量生产转向柔性制造的新变革。

汉服资深爱好者、00后汉服设计师刘雯悦的小红书粉丝数已经达到了23.9万。她用短视频记录自己的灵感来源、设计过程等,水母、烟花,极光等看似与传统服饰格格不入的花样,都被她融入了马面裙设计中。去年7月,刘雯悦所在的裁月织雪服饰有限公司搬到了海宁许村,得益于当地完善的家纺产业链,曾经半个月才能完成一次的服装打样修改,如今只要步行10分钟到工厂就能搞定。一件新款从设计构思到打包出厂,最快只要30天。

“什么时候送?”“等等马上送。”“来不及了现在就送!”这一年,中国轻纺城利森纺织负责人徐水霞不断与客户重复着上述话语。徐水霞发现,目前公司的客户群体,近半是来自杭州、广州等地的抖音直播公司。这些公司大多先采购样布制成样品服饰,由主播通过直播平台展示,再根据预售订单情况来柯桥抢面料下单。争分夺秒的网络大单,让她直观感受到了电商之都流量效应。

让风口成为风向

“国风”劲吹,眼下,仍有不少圈外人前赴后继入局。一位到访过我国汉服主要生产销售基地之一山东曹县的布商感慨:“街上送快递、做外卖的人都赶着来做马面裙了。”听起来夸张,但走访中记者发现,在浙江相关产业重镇,从各行各业转型而来的人也越来越多。

“一些想赚快钱的人想要加入面料采购大军,他们对产品质量的关注甚少,更关心价格能否一低再低。”不少商户坦言,如何把好新中式服饰的品质关,延长爆火的风口期,使之成为四季风向,是新中式服装产业的新课题。

摆在涌泉人面前的,改善“墙内开花墙外香”的局面,打出新中式的“涌泉IP”。涌泉镇镇域内登记在册的旗袍类企业约有60余家,本地家庭作坊式制衣点约有800个,带动就业人口8000余人。体量的同时,当地也面临产品质量参差不齐、高端旗袍品牌少、总体产品知名度低等问题,“只知苏杭,不识涌泉”的现状,限制了当地的盈利空间。

“年轻人来了,只见民房不见厂,就觉得不靠谱。”尹晓波说,家庭小作坊式生产,零散加工的状态、长期依赖人工作业等“小、散、乱”的环境,为日后发展留下了隐患。

为了打破僵局,涌泉镇要谋划建设绣衣旗袍产业专业市场。眼下,占地28亩的旗袍产业园正在加紧施工,预计今年8月开园运营。建成后,这个集设计研发、体验定制、线上线下销售到产业孵化一体化的聚集平台,将推动家庭作坊生产向现代智慧化工厂转型。依托产业园平台,周边章安街道的睡

衣产业、桃渚镇绣衣、妈妈衫产业等,也有机会“化零为整”。

而在许村看来,马面裙的爆火,为当地产业转型加了一把火。“中国国风高端时尚面料的风口期到了。”曹咬强说,国内国外市场萎缩,加上海宁本地产量的不断增长,传统装饰布产业几乎触及天花板,许村的转型早已在酝酿。“我们从原有的装饰布专业市场,增加了国潮高端面料这个新赛道。”

3年前,海宁和浙江理工大学合作,在许村成立了海宁家纺时尚面料创新中心,科研人员、博硕士团队入驻许村,探索传统面料的时尚化、生活化之路。如今,中心已联动中国美术学院、北京服装学院等高校资源,打造许村自有设计平台;此前在本地建立的时尚产业学院,通过四方合作办学,专为人才“留许村”服务,首批280多名学员即将在明年毕业,成为许村产业转型升级的复合型人才。

也有人质疑,新中式仍旧是小众品类,许村的全力投入是否稳妥?对此,许村人的答案是,眼光向外,瞄准国内国际双循环,打造小众行业的天花板。

眼下不少许村纺织企业,已经在研究符合国外审美的色系和花样,以国际展会为契机,沿着“一带一路”走出去。王超经营的海宁天龙布业,已与快时尚跨境电商龙头企业希音(SHEIN)达成合作意向,企业每月提供20款新中式服饰,试水跨境电商。“这样的款式更新速度,说实话对我们的设计团队还是很有挑战性的。”王超说,但这也说明海外市场有需求,未来,这或许是一片新蓝海。



中国轻纺城商铺内展出的新中式面料款式多样。

中国轻纺城建管委供图

链接

让古老与现代产生“化学反应”

刘雯悦

这段时间,我们的汉服工作室里来了一波又一波的新闻媒体,大家都很好奇地问我:“你怎么会从学前教育专业,转行设计马面裙呢?”

我的回答永远都是两个字——热爱。上大学时我就很喜欢汉服,在网上看到别人晒汉服设计图,我就试着画了第一件设计作品。没想到的是,后来还有一位商家花300元购买了这件作品,打那时起,我就有了个念头,把这份热爱当做自己的事业。

2019年,我和同为汉服爱好者的合伙人开设了汉服工作室,那时候汉服还是小众爱好。我常常想,怎么能让更多人喜欢传统服饰,愿意穿传统服饰呢?我就在设计里融入现代人的审美,同时又叠加了许多非遗、中草药、古画等

传统元素,让古老与现代产生“化学反应”。

这两年,国风这把热潮吹到了服饰上,汉服发展成大众审美。我们工作室也有了新的转变,把马面裙作为主推品,更方便日常穿搭,也不受年龄的限制。如今,我的粉丝群体上至80岁的老奶奶,下至10多岁的小学生,还常常收到来自海外的订单。

我身边的同行中,年轻人也越来越多,大家的设计风格 and 理念都各具特色,但是我们都希望能把传统服饰文化接续传承下去,传递出中国文化的审美与自信。而在我设计的马面裙上,每一条都编织着“中国创造马面裙”七个字。

(作者系00后汉服设计师)

