



定义国服

国服及其品牌想象空间

■ 沛杉 雨薇

彭丽媛去年3月陪国家主席习近平出访俄罗斯时穿着的服装与皮包备受关注,“例外”品牌因此成为了大众皆知的服装品牌。“第一夫人”的财富效应也传导至A股,导致概念股大杨创世(600233,股吧)连续三涨停。

同样,美国第一夫人米歇尔·奥巴马在奥巴马总统就职典礼上穿了华裔设计师吴季刚设计的长裙,不仅捧红了这个品牌,也让更多的人关注“米歇尔效应”。这种效应不仅代表时尚的示范,同时代表一种金融的影响力。据英国媒体统计,担任美国第一夫人以来,奥巴马夫人钟爱的19家服装公司平均市值上升2.3%,远远超过明星带来的0.5%升幅。

“例外”的成功并不例外

目前国内服装企业的现状普遍多为“扒版抄款”的现象,在设计上并没有真正的建树,在技术上也同样需要更深的钻研。多数服装企业通过营销手段、公司上市等资本运作方式来获得市场份额。中国消费者“从众”心理使得企业短时期内会有获利。国人穿衣多为追随“爆款”,许多服装企业没有自主创新精神,而多在片面追逐利益最大化,或是为了在市场上先存活下来。这种现象使得设计成为一些中小服装企业最不受重视的环节,设计师变相成为“出图工具”。很多企业宁愿在市场上“扒版抄款”,赶上“好卖”的风头,在追逐利益的同时丢失了形成自己的品牌文化与品牌内涵的机会。市场“同质化”的现象严重——随便拿出一件衣服剪去标签,你不知道她是谁牌子的。他们只是因为好卖而被生产出来,而非发挥设计师的主导力。这种服装产品既不来源于生活感悟,也不来自设计师的创造力,更多是来自国外网站或同行市场上的模仿与山寨。这种情况造成企业容易被市场数据牵着鼻子走,形成一种“什么好卖、卖什么的普遍局面。”从而无法引领消费者,为其创造好的穿衣文化。

事实上,“例外”的成功并不例外。马可的“无用”以及“例外”对设计的钻研与重视,将其作为企业长远发展的核心与关键。事实上,设计的力量在这个市场上才刚刚凸显。好的设计毕竟凝聚了设计师更多的心血与智慧。这与直接采用贵面料与材料,花费大量人工与时间这种表面成本的高消耗完成的所谓“高级定制”的服装”不同,它更强调通过设计关涉一

种生活的态度以及向往的生活方式。例如乔布斯所做的,通过设计来提供一种新的生活方式,是人与人的沟通更方便的时候,可以在市场上建立一种新的游戏规则时,才能做到引领消费者。

服饰企业亟须“设计”拉动

事实上,目前中国并不缺乏好的设计师,而是企业需要重视设计,为设计敢于拿出相应的研究经费、培养和发展设计人才,并重视这一环节。民族传统服饰的现代化与国服的设计之道还有很长的路要走,真正有价值的设计物品才能做到真正的为大众的穿衣考虑,为国民的大众着装的穿衣理念来考量。只有真正将传统的“卖衣盈利”的目的性转化服务的态度与理念,服装产业才能由粗放型经济转向第三产业的精耕细作。事实上,本土那些具有良好的设计师品牌在这种市场情况下并不占优。没有强势的推动力,大众很难具有鉴别能力。这是那些具有自己设计风格及设计内涵的设计师品牌的良好机遇。好的东西终将会被留下,而那些并不打动人的商业制品终将会作为库存而被淘汰。一旦这个公司一开始就使用金融策略进行风险规避的时候,他就没有为他的企业做长远的打算。

而且某些企业跟风现象,追着政策做表面文章,并不能真正地为企业带来长远的利益和价值。所谓的国服并不会让消费者买账。除非这件衣服背后有政治的需求。比如政府人员的夹克装。当然这并不是生活中的服装,而是为了工作需求。

对于服装造型技术上仍需要相应的完善。我们应该认识到在衣服的挺阔制衣技术上同西方立体结构的制衣工艺相比仍有差距。虽然在中世纪之前,中西都是采用平面技术。但是西方之后利用省道进行立体裁剪,使衣服更合身。一方面,西方的工业化进程促进了工作需要衣服向个人、理性的方向发展;另一方面,资本主义大生产使得衣服的生产从过去手工作坊的形式发展到成衣系列的出现,制版的技术将二维三维的转化更加频繁。其次,由于中国自古以来对面料的使用(上层社会绛罗绸缎,下层老百姓多用粗麻棉布)使得传统工艺并没有里衬的概念也有一定的关系。



“国服”成了热词,令市场敏感人士看到了商机,令“例外”成为大众皆知的服装品牌……“国服”要复兴吗,国服文化的春天是不是来了……面对巨大商机,众多国内服饰企业必须自问:你准备好了吗?你的品牌,你的例外在哪里?你的“设计”能力咋样、技术如何突破?

国服的复兴关乎大众的审美观念是否有可能统一的问题,就目前的状况来看,“汉服的复兴”基本上是具有相应文化爱好者的一种的打扮方式,并不具备普遍性。而“汉服”的宽袍大袖在功能上不能符合今天的生活节奏。

建立相应的服饰穿着规范

近几年来,国内消费者以“暴发户”的形象洗劫了国外奢侈品的时尚专区。但是中国消费者普遍并不了解国外时尚品牌背后所宣传文化理念与生活方式以及设计精妙之处,其购买行为多是“炫富”心理体现。设计师王受之走访斯堪的纳维亚时不由感叹:“看看我们那些爆发的张三李四王二麻子,穿件阿玛尼、嘴上叼根红塔山香烟、开辆宝马横冲直撞,还以为自己不得了了……”而这种观念在北欧国家并不常见。孩子从小就被教育不要以自己的财富和社会地位来炫耀,因为那是具有陈旧的贵族社会、封建社会、早期资本主义中的陋习的指向性。

服装设计对于个人乃至整个国

家都可将其视为一件塑造形象的“外套”。这件外套既可以体现个人品位与审美判断力,也可以塑造一个民族的形象,还可以作为政治经济手段来重塑国家身份,体现国力综合水平与文化素养。二战结束后,很多国家通过国家的工业化与设计的发展重新进行了国家的形象认定。德国、意大利和日本都将现代设计作为摆脱与战前法西斯称号的手段,力图重新打造战后身份,并以严谨、理性的态度以及具有本国文化的设计理念重获世界的认可。通过日本的汽车、电子设备、精密仪器不断地对外出口,其优良的性能使世界对于日本有了新的认识:节约资源、严谨、理性、对事情一丝不苟。

习近平和彭丽媛无疑是最有力的推动者以及中国最有力的设计代言人。虽然中国设计、中国品牌和中国服装还没有达到理想的高度,但这不代表不能达到,仍需要相关机构,尤其是企业、设计师加倍努力。这既关系国人向世界展示新的文化认同,提升我国的大国形象,更是相关企业百年不遇、不可不抓的巨大的商业机会。

一周史记



(4月30日—5月6日)

企业大事

- 1872年4月30日 中国第一张近代报纸《申报》创刊。
- 1958年5月1日 中央电视台的前身,北京电视台成立。
- 1980年5月1日 中国第一家合资企业正式营业。
- 1995年5月1日 我国在全国范围内正式开始实行一周双休制。
- 1995年5月1日 东方明珠广播电视塔发射开播。
- 1927年5月3日 美国华纳制片公司推出了电影史上第一部有声片。
- 1989年5月3日 美国卡内基·梅伦大学研制出无人驾驶汽车。
- 2004年5月3日 秦山核电二期工程2号机组正式投入商业运行。
- 1978年5月4日《中国青年》杂志、《中国青年报》复刊。
- 1994年5月6日 广东大亚湾核电站正式投入商业运行。
- 1998年5月6日 奔驰汽车公司与克莱斯勒公司合并。

行业大事

- 2005年4月30日 润扬长江大桥建成通车。
- 1963年5月1日 我国第一艘远洋货轮“跃进号”沉没。
- 1997年5月1日 我国虎门大桥通车。
- 2008年5月1日 我国杭州湾跨海大桥试运营通车。
- 1980年5月2日 我国绵羊冷冻胚胎移植成功。
- 1994年5月2日 中国银行开始正式发行港币。
- 1994年5月3日 世界首创转基因水稻在安徽合肥市问世。
- 1997年5月5日 我国第一台医用机器人主刀手术台。

相关大事

- 1979年4月30日 邓小平提出创建经济特区。
- 1999年4月30日 中国'99昆明世界园艺博览会开幕。
- 1949年5月4日 中华全国青年联合会成立。
- 2003年5月6日 国家发展和改革委员会正式挂牌。

江湖



宋林



黄小虎



贺禹

宋林涉嫌严重违纪违法,被中纪委调查。招商局集团原董事长傅育宁空降华润出任董事长。乔世波担任总经理。

任辉任中国冶金地质总局副局长。

曹江林任中国建筑材料集团有限公司总经理;姚燕任副董事长;许金华退休,不再担任党委常委、副总经理。

单忠德为机械科学研究总院副院长。

贺禹任中国广核集团有限公司董事长,张善明为党组副书记董事长,张炜清为副董事长。

安徽军工集团原董事长黄小虎受贿巨大两性关系混乱,被开除党籍并按规定办理解除劳动合同手续。

国资委换帅四个月:央企掀反腐风暴多名高官落马。

