

私人订制：从产品到艺术的升华

随着人们追求个性化意识的日益增强，越来越多的人喜欢寻求独特的品味、不随大流。随之而来的就是各种各样的“私人订制”服务，让你从衣食住行各个方面体会到与众不同的感受。而相关的产业，通过精准化服务、个性化设计和私人化体验等方式，在竞争激烈的大环境下力争脱颖而出，打响自己的品牌。

第十期的周二沙龙，众多来自婚庆、服装、汽车、家具等行业的私人订制行家，共同探讨这一特定领域的发展方向和未来前景。

记者 毛雷君 通讯员 沈炜



美媛定制坊展示的精美手工旗袍。

通讯员 霍丁魁 摄

服装定制从产品变艺术

慧芳是“清”旗袍美媛定制坊的创始人，她告诉记者，自己对于旗袍的情有独衷，来自于外婆年轻时的一张黑白照片。“照片上的外婆，身穿订制的旗袍，身段婀娜，神情自然，充分体现了东方女性温婉柔美的气质。”

后来，她拜访名师，学习制作旗袍。随着越来越多的女性朋友喜欢上了旗袍，大家对于制作属于自己的独一无二的旗袍也有了更多的要求。“所以，我把个人爱好和大众需求结合起来，开创了‘清’旗袍美媛定制坊，希望把美丽带给更多人。”经过多方的考察和调研，慧芳认为海派旗袍最能体现精髓，于是和上海龙凤旗袍制作大师徐永良合作，进行私人订制。由于每个客户的要求不一样，他们在材质的选用，配饰的组合上都不一样。“如果采用手工绣制的话，可以达到工艺品的水平，这样的旗袍除了自己穿着，还可以作为传家宝留给后人。”慧芳认为，随着市场的培育，以旗袍为代表的服装私人订制将会越来越受到大家的欢迎，从纯粹的产品上升到艺术的层面。

婚庆订制市场巨大

相对于服装订制，婚庆的私人订制市场显得更加巨大。据婚庆协会秘书长许立群介绍，与婚庆产业相关的行业和

产品有数十个，其中绝大多数都可以进行私人订制服务。

“从婚纱订制到戒指订制，还有喜糖盒、婚礼蛋糕以及场地的布置等，都需要个性化。”许立群说，现在很多新人都要求举办主题婚礼，打破之前模式化、流程化的婚礼仪式。每对新人都属于他们自己的爱情故事和感情经历，而一场独特的婚礼就是见证爱情结果的最好体现。

目前，私人订制的旅拍婚纱照成为业内的热点。新人们可以去泰国、马尔代夫、迪拜、巴厘岛等地方开展婚纱旅拍，将爱情、旅行乃至微电影等多种元素结合在一起。另外，婚礼上的喜糖也开始被各种富有创意的伴手礼慢慢取代，很多礼品还印有新人的照片、爱情宣言等独特的内容，融入了文创等新鲜元素。

“随着新人个性化要求的不断提升，婚庆的创意也从单向变成了多向的交流，当技术和创意相结合的时候，不但会出现成功的私人订制案例，也会催生诸如婚礼统筹师这样的新兴职业。”许立群对这个市场非常看好。

可以实现校企对接

来自宁波特殊教育中心学校的石青老师认为，应该开拓视野，把学校能提供的“订单式教育”也纳入私人订制的大范围之内。

“我们学校的学生，虽然很多语言和听力上有障碍，但是从事手工艺等方面的工作一点没有问题，有时候反而更加专心细致，具有一定的优势。”石青老师本身

就是工艺美术大师，她带出来的学生在陶瓷、金银彩绣、刺绣等行业都成为抢手的人才。她介绍说，很多毕业的学生在相关企业工作了一段时间之后，又开始带动更多的学生前去就业。而学校也积极和企业对接，通过设立实习基地等方式，积极地配合企业的生产需求，达到校企之间的无缝对接。还有的学生从事非遗方面的创作，慢慢向传承人的方向发展。

“其实，对于企业来说，我们提供的也可以算是一种私人订制了。”石青老师坦言，他们和手工艺协会建立了良好的合作关系，每年培养的人才数量并不多，这就更加要求能学有所用，符合企业的需求，用精细化个性化的培养方式，更好地实现学生就业和企业生产的双向结合。

此外，来自宁波甬上花文化传播有限公司等代表，从文化产业发展的角度探讨了私人订制的前景和意义。他们认为，从广义范围来看，私人订制可以有巨大的发展空间。让私人订制的风气随着科技的进步发展和生活水平的提高，逐步走进每个人的生活，创造属于自己的独特风景。

私人订制要紧贴当前的消费热点，在传统产品大开发设计中一定要结合新的元素和特点。丰和院在北仑小港开建瓷器加工中心，“以前烧制瓷器都要跑去景德镇，一半的时间都浪费在了路上，这个工作室的建立，等于给我市的瓷器爱好者和瓷器艺术家在家门口建了一个工作室，我们已经聘请了景德镇的烧窑师傅，和几个国内资深艺术家谈好了长期合作，以后定期在宁波举办各类瓷器艺术培训”。负责人许敏健计划用3~5年的时间打造浙江省内最具影响的瓷器烧制中心。

■创富会

杨牡丹：为女性主义代言

美娘科技旗下移动互联网产品“美娘”，致力于打造聚焦“女性主义”的移动社交和移动电商品牌。美娘致力于让女人成为一个彻彻底底的、原原本本的、解放了的、自由了的、真正的、大写的人。

2008年暑假，还在读大学的杨牡丹来到名典咖啡应聘服务员，却被老板质疑不会吃苦而婉拒。要强的她提出实习不合格可以不拿报酬，硬是在三天内背下两本菜单。

2009年，大学毕业后的杨牡丹和朋友一起合伙创业开了一家服装外贸公司，由于缺乏社会经验，公司管理不规范，被人骗走了10万元。这次失败的创业经历，让杨牡丹认识到了自己的不足。

2010年11月，杨牡丹到一家汽车4S店任市场部负责人一职，负责汽车线上销售渠道，销量提升了30%，而这也是杨牡丹第一次触网，从中积累了可贵的电商经验。

2011年开始，杨牡丹和朋友一起再次创业，成立服饰电子商务公司，并拥有了自己的服装品牌。

经过三年的积累，杨牡丹感觉到PC端的电子商务已处于日渐饱和状态，而移动互联网正在蓬勃发展，形势良好，昭示着移动互联时代已经到来。2014年6月，杨牡丹和几位好友一起创立了宁波美娘网络科技有限公司。

美娘（APP）是美娘科技旗下移动互联网品牌，是一款主要针对女性用户群体的，集社交和电商于一体的移动平台。

和所有的创业公司一样，美娘的团队非常年轻，大部分员工都是90后，工作氛围轻松活泼，还不考勤，用人不问学历年龄性别，只看能力。这大概就是传说中的“别人家的公司”吧。

在杨牡丹看来，公司内90后的工作状态非常有激情，把这份工作当作自己的事业在打拼，且都个性鲜明，独立张杨。

在发展自身的同时，美娘还做了很多公益活动。

通讯员 丁洁青

2016第四届宁波职业婚礼主持人大赛圆满落幕

“薇拉官邸杯”2016第四届宁波职业婚礼主持人大赛于4月17日在梁祝文化小镇圆满落幕。

本届大赛由宁波市婚庆行业协会、宁波公益红娘81890鹊桥会、薇拉官邸婚礼私人会所和梁祝文化小镇联合主办。

宁波婚礼主持人大赛走过了四年的历程，已发展成为宁波婚礼服务行业最具权威性、标志性和影响力的市级婚礼文化赛事。较前几届比赛而言，本届比赛有了全方位的提高和进步。本次大赛的模特通过一个月的征集，优选了10对准新人来参与；参赛选手由宁波七大司仪团队推荐。经过两个小时的紧张比赛，梦飞扬团队宇晖、思无瑕团队云阳、点将合团队陶然摘得金、银、铜牌，另外有7名选手荣获“十佳”称号，9位选手荣获优秀奖称号，现场为获奖选手颁发了宁波市婚庆行业主持人执业资格证书。81890公益鹊桥会的红娘们也从新人的形象，相互情感交流及与主持人的配合默契度评选出了“薇拉女神”。

通过比赛，展现了宁波婚礼主持人全新风尚，发现了一批极具潜质的婚礼主持新秀，为宁波婚礼服务行业输入新鲜和健康的血液，也为婚礼服务市场人才的培养以及促进全市婚礼服务市场良性发展起到了巨大作用。

通讯员 许立群

IP裂变 打造全娱乐产业

近年来，围绕着IP所展开的各种娱乐产业层出不穷，从游戏到影视剧，从各种周边到文化出版，在实现连接人与人、人与生态的移动互联世界中，内容生产空前地与粉丝产生无间断、无边界的黏性与互动，这一根本上的裂变正在改变原有的娱乐产业格局。

4月20日，莱彼特战略合作盛典暨《天师伏魔》系列电影首映发布会“裂变·霸屏2016”，展现了一场泛娱乐脑洞大开的盛宴，玩转文学、影视、音乐、游戏……开发IP、打造生态链。

莱彼特股份创始人兼董事长朱俊澎在发布会上正式公布莱彼特未来影视

IP跨界启发整合运营计划。同时，朱俊澎还正式宣布，莱彼特股份参投了以新媒体娱乐营销为主营的狮门传媒、以网红经纪和艺人培训等为主营的星瀚经纪、以VR内容研发制作的麦片科技，加速打造泛娱乐产业链，实现从技术服务商向泛娱乐内容提供商的转型。

“未来我们还会并购一些游戏公司、音乐公司等，整合整个产业链，我们会让整个IP运营过程更完善。有些IP会做成网络剧，也会做成电视剧或者电影，这其实是一个融通过程，也是未来IP运营发展的趋势。”莱彼特朱俊澎如此描述他的融通世界。近期将上映的

《天师伏魔》、《德扑女王》都呈现未播先火的强势IP特征，年初上映的《再见美人鱼》截至目前的总点击量也非常可观。

发布会上，莱彼特携手新三板泛娱乐IP养成第一股博易创为宣布，将正式启动《大唐游侠传》影视剧项目。

全民娱乐时代，泛娱乐不再只是巨头们的游戏，资本对业界的青睐也坚定了信心，莱彼特拟挂牌新三板，有了资本的加持，相信莱彼特在打通泛娱乐产业链的“最后一公里”上会更有效发力。

通讯员 许冉