

复盘 2018 国际秀场

带着宁波品牌 闯入伦敦时装周

记者 王心怡 见习记者 谢斌

9月13日，时尚买手Kitty赶往伦敦时装周进行明年春夏款的订货工作，行程表上，每天都是满的，最多的时候一天可以跑六七场秀。

她必须在匆忙之中记住看过的不同品牌、不同风格、不同款式的时装，有了大致的印象和判断后，才能便于更好地订货。“一个品牌一季可以出60~80个款，每个品牌我基本都要拿10~20个款。”算下来，Kitty一天要记住几百款衣服，有时在行程中就要迅速做出取舍。

这一次的2019春夏伦敦时装周，她察觉到有些不太一样——品牌秀场不再只是欧美大牌的主场，国潮风俨然席卷时尚圈，中国品牌以及华人设计师让人眼前一亮。

“我甚至在秀场上看到了宁波女装品牌！”

征战时装周

Kitty口中所言的宁波女装品牌，叫白鹿语。

在今年9月的2019春夏伦敦时装周上，白鹿语作为开场秀的品牌之一，完成了她的第一次国际亮相。

短短20分钟，设计师傅文洁带领团队用新颖独特的设计展现了“宁波元素”。传统刺绣工艺、水墨山水图案的丝绸服装……白鹿语以“鹿”为灵感来源，选用纱、真丝、麻等具有代表性的东方面料，以及刺绣工艺，用一抹“亮”色，为观众演绎了中国时尚的无限可能。

“去伦敦发布时装，一直是我的梦想，但自己也有焦虑，时间上太赶。”傅文洁说，从接到邀请，到人员集结，只留给她短短几天时间。

从早上7点闹钟响起，她的精神时刻处于高度紧绷状态，微信和电话轮番来，一会儿没看手机，未读消息的数量就激增至几百条，讨论的全是“设计、讨论、制作、修改、再制作”的事。

“我们那次的主题是‘C-POP 国潮出征’，打造国潮风暴，将带有中国文化的设计理念引向世界潮流舞台。”傅文洁表示，配合主题，设计组确定了一些有意思的造型点子，比如图案的设计采用了中国传统纹样图案作为设计亮点。

首次出征世界四大时装周之一的伦敦时装周，白鹿语是“初生牛犊不怕虎”。

从主题设定、模特选择，到秀场布置、造型搭配都下足功夫，边学边做。走秀是品牌扩大知名度的重要手段之一，不少人正是因为这场秀，才重新认识了白鹿语。

“这次的秀比较特殊。”傅文洁说，“这一次是伦敦时尚大秀，而且还是多方合作，又是第一次，很多事情都需要大家相互理解和配合。”为了实现理想的走秀效果，她在面料、版型、尺码、搭配上足足下了功夫，有时为了一个小细节不断推翻原有的设计，加班加点。

“赶”的气氛下，傅文洁完成了此次时装周的全部设计，在镁光灯的照耀下，带着作品亮相，“不管最后结果怎样，我们都已经迈出了勇敢的第一步，这个尝试意义非凡。”

据宁波市服装协会秘书长毛屹华介绍，纺织服装产业一直以来都是宁波的重点优势产业，从原材料到成品已经形成了比较完整的产业链。目前，全大市共有1万多家纺织服装企业，规模以上企业870家，其中服装服饰规模以上企业549家，2017年工业生产总值在1500亿元左右（服装服饰完成产值636.2亿元），是宁波制造业领域的八大千亿级产业之一。

近年来，随着整个消费市场的细分化，产业呈现多元化品牌发展趋势，男装品牌、时尚品牌、童装品牌、女装品牌均占有一席之地。其中，男装上有雅戈尔、杉杉、罗蒙、培罗成、洛兹、爱伊美等，女装上有白鹿语、斐戈、ESBACK、麦中林、SV、ONE MORE、汉译、暇逸等叫得响的品牌。

即使如此，后劲乏力也是不争的事实。仅从走上国际舞台这一维度来看，至今也就只有两家企业参与了国际四大时装周的盛会——今年2月，太平鸟亮相纽约时装周。

对此，傅文洁给出了自己的解读：“宁波纺织服装产业虽然众多，但跟广州等地相比，产业链不够完善，很多原材料、配饰等没有得到相应的配套。”

毛屹华表示，宁波服装要发展，还需进一步对红帮精神进行传承，并提出新红帮的概念：“以科技创新为核心，加快产业转型升级步伐，面对产业转型升级中的新制造、新零售、智能供应链、人才孵化培育等方面要多推广与交流。”

2018年末尾，傅文洁为自己定下一个小目标，她希望能带着自己的宁波原创女装品牌走遍世界四大时装周。



白鹿语品牌设计师傅文洁(右)



勇闯女装圈

“进入这行，当初只是为了做出适合自己的漂亮衣服。”傅文洁说。

不久前，记者来到傅文洁位于江北的工作室，那里正在部分重新装修调整，“人员多了，地方实在不够用，需要重新布局增加工作空间。”

长在红帮裁缝的发源地，又是地地道道的宁波人，傅文洁可谓是占据了先天优势。其实，她是半路出家，早年是某化工企业的一名化验员。

“女孩子都喜欢美，我也一样。”高中时期的傅文洁就表现出喜爱一切美好事物的本质，课余时间喜欢观察美的事物并把它们画下来，哪怕毕业后，她依旧如此。

“工作之余喜欢看各种时装书，看到自己喜欢的样式就去请裁缝做，但做出的衣服总是差强人意，跟想象的相差甚远。”傅文洁说，既然衣服不合适，她就试着自己改，腰身收一点，袖子短一点。

一次偶然机会，傅文洁在书店看到一本日本设计书，“当时我一月工资就100元，而那本书要20多元，咬咬牙还是买了下来。”如获至宝的她，干脆照着时装书后面的裁剪图自己给自己做衣服。

1998年，企业改制，傅文洁干脆下海开定制店。她一边开店，一边利用各种机会学习服装设计和裁剪知识，去各地学习，还拜日本造型大师佐木为老师。2004年开始，傅文洁推出自己的高定女装品牌EXOEN，参与设计线上女装品牌。

某种意义上，能把事业做到极致，正是红帮精神的另一种外化。

历史上，宁波的一代代红帮裁缝漂洋过海，来到上海开设裁缝铺。几样颜色不同的线团、一个熨斗、一把尺子、一把剪刀、几枚针，他们凭着精湛的技艺，逐渐赢得上海各界的好评，经过在实践中探索，结合当时各国的裁缝技艺，他们提炼总结出了“四个功，九个势，十六字标准”的红帮裁缝技艺，并使手工定做西服在十里洋场上盛行。

时代在变，随着劳动成本、生产成本不断增加，宁波整个服装产业的优势在弱化，特别是中小型服装企业，存在着人才、政策、资源、资金等诸多问题，阻碍着企业的转型发展。

在这种背景下，傅文洁另辟蹊径。白鹿语一出生就选择与电商平台合作，大力发展线上模式。

2016年，傅文洁成为原创女装品牌白鹿语的设计总监，并与韩都衣舍合作，这一个从诞生之初就一直在线上销售的女装品牌，主打简约欧美风，定位是25岁-35岁的时尚女性。

“记得第一次试水电商平台，大家心里很紧张，并没有想过一炮而红。”傅文洁说，2016年9月6日，“白鹿语”首次登陆唯品会，第一天就创唯品会销售和售罄率的历史新高。

“欧美对于时尚产业的理解和在资源整合上的能力的确高我们很多，但中国的传统工艺有着独特的魅力，我将中国元素加入到服装之中，肯定能吸引消费者的眼球。”傅文洁坦言，只有颠覆大家对时尚的理解，才能获得更大的发展空间。

“在设计中，我们运用了一些有特殊肌理感的面料，包括丝、麻、醋酸等，通过时尚的手法对面料进行特殊处理，达到面料再造效果。在工艺上，我们在白描的基础上加入刺绣珠绣等传统工艺，还运用了传统折纸技巧，宁波的非遗工艺金银彩绣也是亮点。”

白鹿语，这个创立才2年多的女装品牌，今年前9个月销售额7.1亿元，全年销售额预计能达到10亿元，凭借“全年4000款以上的设计研发，7天-10天的快速产品供应周期”的优势一拳一脚打入了女装市场。

2018年 宁波服装行业大事件

(排名不分先后)

1. 杉杉牌男西装市场综合占有率荣膺连续21年销售领先，杉杉服装荣膺2017年同类商品市场综合占有率销售领先品牌。
2. 太平鸟集团连续七年入围宁波市“纳税50强”企业。
3. 博洋集团打造的创客157园区被国家工信部列入第二批纺织服装创意设计试点园区。
4. “白鹿语”2019春夏新品伦敦首发。
5. 宁波法涵诗服饰有限公司亮相2018春季上海国际CHIC展。
6. 工信部印发《重点跟踪培育纺织服装品牌企业名单》，我市罗蒙集团股份有限公司、宁波博洋服饰集团有限公司、宁波博洋家纺集团有限公司、宁波培罗成集团有限公司、宁波太平鸟时尚服饰股份有限公司、宁波中哲慕尚控股有限公司、雅戈尔集团股份有限公司、宁波申洲针织有限公司、维科控股集团股份有限公司共9家企业上榜。
7. 第四届中国男装高峰论坛在宁波举办。
8. 2018年全国服装行业统计工作会议在宁波召开。
9. 2018中国民企制造业500强，我市雅戈尔集团股份有限公司、宁波申洲针织有限公司、罗蒙集团股份有限公司上榜。
10. 中国上市企业500强，申洲国际集团控股有限公司上榜。
11. 杉杉品牌运营股份公司登陆香港联交所，正式挂牌上市。
12. 宁波太平鸟登陆纽约时装周。
13. 中国国家纺织面料馆分馆落户宁波海曙。