

若干年前，满大街的年轻人都穿着印有各种文字或者图案的T恤衫招摇过市，充分展现自己的个性。那个时候，这样的衣服有一个名称叫做“文化衫”，它体现的是当时的社会流行元素或者热点话题，成为很多年轻人的心头好。

随着时光的流逝，这种文化衫已逐渐退出人们的视野。在追求个性的时代，如果在大街上和别人撞衫，会是一件很尴尬的事情。于是，有这样一群人，开始进行服装个性印制，把自己的想法印制在衣服上，不但能彰显个性，有时候还有很好的广告效果——告诉别人自己是一个怎样的人。



印制红双喜的布袋。

艺术和商业尚难兼顾

“红富士”一直认为，现在的生活节奏太快，人们需要做一些事情让自己沉静下来，过安静的慢生活。当然方法有很多种，有人喜欢写字画画，有人喜欢下棋钓鱼，还有人喜欢跑步运动。而“红富士”的爱好就是把看到的有趣的事情画下来，然后印制到衣服上，成为独特的风景。

“红富士”介绍，现在市面上主要有两种服装印制的方法，一种是丝网印制，一种是热转印。一般来说，丝网印制适合大批量的服装，而热转印则更加适合印制小规模物品，从服装到袋子及各种不规则表面都可以。

虽然印制技术没有什么秘密，但是如何将图案转换到衣服上却是有很大学问的。“之前大家还记得优衣库和知名艺术家KWA S推出的联名服装被炒到了天价，这就是艺术家的知名度加持的结果。我的想法就是可以使每个热爱艺术的人，都可以拥有自己的独特服饰。”“红富士”强调，他的图案都是自己手绘的，所以具有独创性，也更加好玩。他会根据不同的社会热点进行创作，比如之前王思聪吃热狗的事件成为网络爆点，很多人做了类似的周边衍生产品，他也尝试绘制了图案，但是最终由于版权问题没有印制到衣服上。

“我的手绘图案都是以线条为主，很少有大面积的色块等。”“红富士”说，这关系到热转印的特点，其本质就是胶质物附着在衣服上，如果有大面积的图案，就会很闷热，虽然好看，但是穿着不舒服。没有一定的服装产业经验，可能很多细节都注意不到。

当然每个创新的背后都需要强大经济基础的支撑。“红富士”告诉记者，他之所以可以追求自己的理想，归功于父亲的支持。他父亲的丝网印刷厂主要业务是给各个工厂印制团体服，有稳定的盈利来源。目前他的个性服装印制，只是很小一部分业务量，每批只有十几件，甚至只有几件，但是该有的工艺流程却一样也不能少，所以光靠这些还是无法达成收支平衡。

“红富士”的工作室已经运营了1年多，很少做广告，都是靠朋友们之间的口碑营销。

个性文创产品渐受青睐

其实，目前宁波市场上也出现了不少类似的个性文创产品。对此现象，宁波市滨海城市文化研究院副院长朱友君认为，面对商品同质化和配送即时化的消费市场，不少市民想摆脱常规，开始对一些“慢生活”元素的产品和服务表现出极强的消费意愿，从而带动了宁波文创细分市场的纵向创新和品类生长。

无论是国潮文创手办、头像印制文化衫，再到私家厨房菜、闺蜜旅游新线等订制服务，追求个性理念显现与精益求精品质体验，已经成为都市消费圈的新兴增长点。这类商品的产销者和购买者，一般有着共同的兴趣范畴和对话体系，逐渐形成了较为固定的消费社群，进而构建出一处处不同的社交小平台。

这种个性产品不等同于简单随意，往往是精品品质标准的集聚，也更加体现出坚守的匠心与旺盛的创意能力的重要性。

记者 毛雷君 被采访者供图

个性张扬的时代 来个服装印制DIY如何？

自己印制“好玩的衣服”

邱宇是个90后，是地道宁波人，也是一个奶爸。他的网名叫做“红富士”，因为当时他的女朋友（现在的老婆）很喜欢吃苹果，于是就起了这样一个网名。“年纪大了，不愿意折腾，就一直用这个网名混网络了，慢慢地大家都知道了我的网名，反而忘记了我的本名。”邱宇开玩笑说。

“红富士”大学期间学的是广告和市场营销专业，毕业后从事服装辅料和配件的销售工作。“我给知名拉链品牌YKK做了好几年的销售。因为这个，我认识了很多圈内的朋友，也对制作服装的流程有了深入的了解。”

干了几年销售之后，“红富士”开始思考自己的未来。因为父亲开了一家丝网印刷厂，所以他一直在接触从原料制作到印制的全过程产业链。去年“红富士”的一个学长，也是一个导演，因为工作需要找到他，希望能定制一批团体服装，需要一些特殊的LOGO和图案。经过几天的磨合，“红富士”如期交付了服装，导演很满意，也算为电影增色不少。正是这样一个机缘，让“红富士”决定干一些自己真正喜欢的事情。他和几个志同道合的朋友一起，开辟了一个专门从事服装个性印制的工作室，自己担当主理人。

因为之前是广告专业出身，拥有一定的绘画基础，所以绘制图案对“红富士”来说不是什么大问题，但是如何能更好地贴合实际，达到艺术和商业的完美结合，这就需要好好探索了。

匠心独具且数量有限

“红富士”坦言自己是一个喜欢玩的人，除了工作，他还画画、摄影，因此结交了很多有意思的人。这些人里有美食专家、运动达人、涂鸦圣手、丹青高手，以及一些对新鲜事务充满热情的人。

“很多时候，是朋友们给我提供了灵感，让我可以印制出好玩的衣服来。”“红富士”说，之前有一个朋友是专门做美食的，他特意为他设计了一个图案，用朋友的头像作为主图案，再配上“试吃专员”的文字，夸张又逗趣，而且采用了荧光材料，在晚上或者光线比较暗的地方特别显眼。朋友戏称，有了这样的衣服，他走到哪里都是焦点。但是这样的衣服，他只印制了十几件，不但突出个性，而且不会撞衫，只为特定人群印制特定的服装，这样的定位显得另类而有品味。

还有人因为各种活动向“红富士”定制服装。比如之前有人举行吃“魔鬼辣椒”的挑战赛，成功吃完“魔鬼辣椒”的人可获得一件特制T恤衫。这个任务交给了“红富士”，他特意绘制了充满异域风情的夸张图案，配以红彤彤的颜色，让人一看就觉得火辣辣的，也算是为活动增添了一抹亮色。

“这个衣服，我们也就印制了十几件，发完了就没了。以后你穿着这个衣服上街，大家一眼就看出来，你是吃过世界上最辣辣椒的人，还是很自豪的啊！”说起自己的作品，“红富士”满脸笑意。



“红富士”的创意作品。