



南京路上的雅戈尔大楼。

一批宁波“范总”浮出水面 背后有多少人的影子？

1

拥有《南京路情结》的雅戈尔

《繁花》大结局，范总与汪小姐的一句“江湖再见”意外催泪。

没有阿宝的时代，只有时代的阿宝、范总与汪小姐。他们所代表的，正是改革开放后躬身入局的一批奋斗者，展露勇立潮头姿态，张扬永不言弃的精神。

很多宁波人说，在范总与汪小姐身上看到了自己的影子。比如雅戈尔，就像剧情中表现的一样，他们确实曾邀请费翔当代言人，为能在上海南京路拥有柜台，打响品牌孜孜矻矻。

品牌意识强，觉醒早、行动快，引进一流设备，打造一流品质，加上“名人效应”，是众多宁波服装品牌逐梦上海滩并获得成功的不二密码。



宁波青春服装厂旧影。
资料图片

范总带着“三羊牌”服装勇闯上海滩的身影，触动了许多宁波人的神经。

剧集播放时，一段对宁波雅戈尔原上海市场负责人陆萍的采访很快走红。找商场、要柜台、签费翔，都是雅戈尔闯市场的真实经历。“没想到反响这么大。”近日陆萍在宁波接受了记者的回访。

上世纪八九十年代，上海是全国商品市场的制高点。谁能抢占上海滩，谁就掌握了先机。对雅戈尔来说，其前身“青春服装厂”与上海结缘更早一些。

当时上海名牌名厂“开开”衬衫公司要寻找加工点，不过质量标准不是一般厂家所能达到的。雅戈尔创始人，当时的宁波青春服装厂厂长李如成得知，随即赶赴上海与“开开”谈判。凭借人格魅力与诚意，最终打动了同是回城知青的“开开”公司的总经理，由“开开”公司提供商标和技术，青春服装厂作为分厂自行生产和销售服装。1985年，青春服装厂的利润便超过200万元。

横向联营“借梯上楼”的同时，李如成还于1986年悄然推出自己的第一个品牌“北仑港”衬衫，也销售到了上海。

1990年8月，在品牌经营中获取经验的“雅戈尔 YOUNGOR”应运而生。

“《繁花》里有一句话，中国时尚看上海，上海要看南京路。我们董事长也有一个‘南京路情结’。”陆萍告诉记者，当年第一批雅戈尔服装在南京路上的华联商厦、上海第一百货商店、上海时装公司等都有柜台，当然还有徐家汇的第六百货商店、四川路的第七百货商店……

“新世界百货的男装部董经理提出建议，想要提高雅戈尔衬衫的知名度，不如联合搞个营销活动。邀请当时的代言人费翔出席签售。其间，整个新世界百货一楼被围得水泄不通，销售额更是创下新高。也是在那之后，各大商场纷纷抛出橄榄枝，打开了雅戈尔的市场。”陆萍说。

2005年，雅戈尔花1.52亿元在南京路买了一栋楼。“从此在南京路拥有了自己的地盘，也算是圆了董事长的一个梦。”陆萍表示，“南京路是市场风向标，进去以后地位就不一样了。”至今，这栋大楼仍保持不错的业绩。

2

品质+名人效应，走出宁波服装品牌之路

在改革开放的浪潮中，浙江服装品牌一直走在前沿。宁波的雅戈尔、杉杉、罗蒙、洛兹、太平鸟等品牌又走在浙江的前列。

超前的品牌意识，形成名牌群落是宁波服装“群星闪耀”的一大原因。

早在1992年前后，宁波服装企业就开始着手品牌推广和品牌形象设计。以雅戈尔为例，公司从1991年起，曾先后三次更新企业与品牌标志，不断完善和提升品牌内涵。同一时间，杉杉、太平鸟、罗蒙等也都开始品牌视觉设计，赋予品牌标志以更新的意义。这一点不仅领先浙江，也领先国内服装界，而被后人仿效。

品牌经营须以产品质量为基础。在《繁花》剧集里，范总一次次摸出打火机，验证“火烧丝光棉”的质量让人印象深刻。

这种做法，早年杉杉也曾经使用过。为了证明自己生产的西装“薄、轻、柔、挺”，杉杉曾在上海商场的门口放了几台洗衣机，把西装丢进去洗，现场晾干，果然笔挺，从而说服了消费者。一时买的人多，队伍排得老长，供不应求。一开始一套西装卖120元，很快加价到240元一套，还是不够卖。一度，杉杉西装的全国市场占有率超过37.3%。

保证产品质量需要有基础，比如采用优质的面料，重视设计，引进一流的生产设备。这些投入，浙江服装品牌全不吝惜。“人无我有，人有我优”向来是甬商勇立潮头的密码。

除此，还有名人效应的助推。浙江服装企业用名人做品牌形象代言人，最早亦在宁波。除了雅戈尔签了费翔，还有洛兹签了胡兵，罗蒙签了濮存昕。

杉杉品牌创始人郑永刚早年拿着3万元去中央电视台打广告的故事，也是一段传奇。过去，从没有服装企业在中央台打过广告，“杉杉西服，不要太潇洒”的广告语一夜之间家喻户晓，杉杉也因此一炮而红。



杉杉做的广告。

3

上世纪九十年代初，宁波的服装厂就很有影响力

《繁花》中还有一个角色，是喻恩泰饰演的“小宁波”。其角色定位是宁波针织一厂厂长，因为外商没履约，300多人的厂发不出工资，急得他要跳黄浦江。胡歌饰演的宝总，紧跟着跳下去救人，这是全剧中充满喜剧效果的一段剧情。

上世纪九十年代初的宁波，拥有300人的纺织服装厂，并不奇怪。当时，纺织服装企业大致可分为工业系统管理的国营企业和如雨后春笋般成长起来的乡镇企业两条线。

国营企业中，影响力较大的有浙东针织厂，1984年底职工数就近500人，生产的拉舍尔毛毯，非常有名，在国内外都打出了影响力。该厂还主打腈纶做的针织内衣、棉毛衫等，上世纪八十年代的“双鹊牌”棉毛衫也出自浙东针织厂。

还有一家宁波针织厂，也属国营，专业生产涤棉、全棉、腈纶原料的绒布、棉毛布、单面布、弹力布4大类200余个品种的针织服装。至1992年，全厂有职工700余人，年产针织衫裤300多万件。1992年，该厂曾在《宁波日报》发表一则新闻，为活跃职工生活，决定成立铜管乐队，这也是当时鄞县（今宁波）第一支青年铜管乐队。

乡镇企业则以雅戈尔、罗蒙、培罗成等为代表，经营方式灵活，产品、销售也有竞争力，成立后很快占领市场。1991年当年，雅戈尔实现产值5236万元，销售5100万元，创外汇807万元，税利600万元，是浙江省最大的衬衫生产厂家，规模不可小觑。

故而有观众评价：“一个‘小宁波’背后，其实能看到郑永刚、李如成的影子。他们构成了上世纪九十年代奋进中的甬商的缩影，‘繁花’盛放的背后有百花盛开。” 记者 顾嘉懿 乐晓立