



国货的春天

随着中国“第一夫人”彭丽媛近期出访所穿的一身国产品牌的走红，“国货”从没受到过如此多的关注，似乎在一夜之间扬眉吐气起来。不是所有的私人定制只能出现在那些国际一线品牌之中，一些中国品牌也能提供如此高端的服务，以及品质一流的产品。

我们知道为自己选择衣服时，会进入一些日常的分类属性，比如欧美系的街头风，日韩系的小清新，你很少能听到或看到一件颇具中国风的服饰和设计。“中国风”反映在日常服饰上，究竟该是什么模样？难不成就是长衫和绣花、中山领和麻布？吉祥如意和龙凤呈祥几个大字？还是泼墨山水的意象印花？我们很难觉得真正洋溢着中国风的服饰。说起日常生活用品的设计，更是被各种外来文化所侵吞。你能常常看到印着玛丽莲·梦露的T恤或帆布包，说不定还是安迪·沃霍尔的丝网印刷版的梦露头像；你也能随处可见切·格瓦拉的头像，在某个绿色帆布包上或笔记本上，可你会随处可见印着鲁迅或孔子头像的日常生活用品吗？是的，我们经常看到一些手机壳上印着五角星或“团结就是力量”的字样，可这不起眼的小物只能说是中国风设计的皮毛吧。

也难怪我们的日常生活里缺乏中国风设计，因为中国风服饰实在太不实用了。美国人发明了牛仔裤和卫衣，美国匡威公司发明了第一双篮球鞋，德国人发明了足球鞋，意大利人发明了高跟鞋，美国人发明了拉链，伊朗人发明了纽扣，加拿大人发明了秋裤，中国人发明了旗袍。可有一样如今每位女性人手一件的东西是中国人发明的，那就是打底裤。虽然英国人发明了丝袜，但打底裤，我坚信是由上世纪八九十年代风靡全中国的弹力裤演变而来的。不过大家对高中历史书上拿破仑的那张戎装照片一定很有印象，他所穿的裤子倒很像是打底裤外穿。

常听到一句口号——“国货当自强”，提到的无非是回力球鞋或是国产护肤品一类，然而，如果产品本身的质量不跟进，设计不新颖，又如何“自强”呢？倒是见过一些国内原创设计品牌，挂着国际一线品牌的价格，却只有三流的品质，这是用来坑谁呢？

真正的自强品牌，能牛气哄哄地把“Made in China”卖到国外去，而且价格还比国内售价贵，这样，外国人也会在购物网站上找中国代购了吧。

孙婷/文