

中国设计的大城之春

当我说中国设计的时候,总是一些零散的碎屑在记忆中飘零。这里有一个青花古瓷的纽扣,那儿有一个白蛇传说的袍子。可就是这些自成一家的原创设计,慢慢集结成一个庞大的体系,往更精粹的设计道路远去。国货,不仅仅是指产自中国,更偏向“一眼就看出出自中国”的眼缘。有些国货,在国内市场不见踪影,却在海外备受推崇。或许,它们终究要攒足了力量回来。
 孙婷/文



◀ Babyghost 是一个山东姑娘在美国下城区成立的品牌。它新一季的棒球小马甲,是不是和梅花牌的运动衫(见左上角图)有几分相似?

海魂衫、健美裤、梅花牌卫衣已重生

那个唱民谣的万晓利,在他的第三张专辑《北方的北方》封面上,就用了一张烧毁了的黑白条纹衫图片,袖口和领口有黑色的卷边,单凭这一封面,就勾起了很多80后的回忆,它叫秋衫,还有个洋气的名字,叫海魂衫。而正儿八经的海魂衫,是水兵们穿的蓝白条纹的。如今在各种欧美街拍中,你都可以看到这种T恤,或打底或外穿,处处皆是,防不胜防。

至于健美弹力裤更不用说,那种踩脚的贴身弹力裤,可以勾勒出女性的腿部线条,不足的是,完美的线条和不美的线条都会被一览无遗。打底裤被吐槽也不是一两回了,虽然“究竟是谁发明了这么难看的玩意儿”、“为什么现在都流行内衣外穿!”但不可否认,健美裤强势回归,成为女性必备神器。

至于梅花牌拉链衫,曾在近几年也起死回生过。曾经采访演员李东学,就穿着天津梅花牌运动衫,其实它的款式与现在的修身小夹克并无差别。



飞跃成为球鞋新宠

有人说,如果“回力”是中国的耐克(Nike),那么“飞跃”则可对位阿迪达斯(Adidas)。而在国内现今的市场上,这两个老品牌早已没落。二三十年前让中国少年心驰神往的“回力”球鞋,如今只有在城镇小市场或劳保用品商店里,才偶得一见。然而,“飞跃”的命运却是另一个版本。

上海胶鞋“飞跃”:30岁以上的中国人都很熟悉它,极其舒适而又价廉物美,当时的价格是15元。

如今,在地球的另一边,世界时尚之都巴黎,“飞跃”完成了漂亮的“转身”。几年前,法国人帕特里斯在上海的街头第一次见到“飞跃鞋”,经过一番谈判,他获得了“飞跃鞋”原厂的信任,开始着手将这个拥有浓郁中国历史与文化特点的品牌推向国外。技术与设计均经过改良的“飞跃鞋”以 Feiyue 品牌在欧洲市场上推出一年多来,反响良好。

帕特里斯为其描绘了一个很酷的故事。Feiyue 网站上如此介绍:它受到中国各个社会阶层的喜爱,从农民到政客,从国家足球队员到著名的少林武僧;是7000年的中国历史和现代碰撞的产物;Feiyue 的工厂自1905年起就保持了这种古老的制鞋工艺,并且一直在那里生产这种复古款式至今。

截至目前,Feiyue 在法国、英国、荷兰、比利时、加拿大、日本等国家销售,价格为50欧元到85欧元不等。产品系列的命名大多来自中国武术,比如经典款 Shaolin Soul(少林精神),还有 Mantis style(螳螂)、Dragon Dust(龙尘)、Monkey Claw(猴爪)等,据称还有高帮的少林系列。

这样丰富的可供炒作的“猛料”当然不会被时尚界错过。在《ELLE》、《25ans》、《WAD》等时尚媒体的竞相报道之后,Feiyue 已然成为球鞋一族的新宠。

◀ EMMA ZHANG 的这一身设计是不是颇具江湖风?设计师所秉承的理念是“生活即修行”。



怀旧风家居崭露头角



铁皮水壶、双喜暖水瓶、宽口搪瓷杯,无不是上世纪五六十年代家庭常用用品的象征和代表,我们关于五六十年代的探索和拾忆,便从这里展开。这个在暖岛网有售的双喜瓶,是“物舍”品牌的招牌设计,洋溢着浓浓的怀旧风。



老牌护肤品受追捧

还记得这样一个铁盒吗?扁扁的深蓝色圆盒上,绘满各种五彩的鸟,里面是银白铝箔盖着的白色膏体,不用凑近就可以闻到一股浓厚的甜香。对,它叫百雀羚。

在上世纪七八十年代的人的记忆中,百雀羚是难以忘怀的。而与之齐名的,还有友谊雪花膏、奥琪增白粉蜜、少女之春、美加净等等,这些产品被统称为“香香”。

早在很多人的童年里,这些牌子就已经开始式微了。而如今,它们不仅卷土重来,更因为其“国货”和“安全”的卖点,成为时尚女性的新宠。

许多人正是一边用着一些国外大牌护肤品,一边忠心耿耿地使用着老牌化妆品,将怀旧与时尚相结合。某外企的白领刘小姐说:“我的同事中有不少人是一边用着兰蔻、雅诗兰黛,一边用雪花膏、用郁美净护手,这样的混搭很流行,一点也不掉价。”

事实上,近一两年来,在各种美容论坛里,支持国货的声音一直不断,各种国产品牌的试用报告受到热烈追捧。一些冷门的品牌,如蛤蚧油、紫罗兰沉香粉、谢馥春鸭蛋粉这一类的,也都重新浮出水面,被一些网友频繁推荐。