

当人们挑选服装时，抛开款式、颜色、风格等常规选项，品牌是决定其是否购买的重要因素。大牌就一定好吗？人们更看重的是品牌背后所传递出的文化价值。值得一提的是，当下国潮品牌受到越来越多消费者的喜爱，但不得不说，国内品牌在国际市场上的影响力还远远不够。值得庆幸的是，在努力讲好品牌创新故事的路上，“湘派品牌”始终散发着熠熠星光。

## “湘派”华服为什么如此华丽

今日女报 / 凤网记者 冯晓雅 罗雅洁 供图：受访者（除署名外）

半个世纪前，美国人大卫·奥格威第一次阐述“品牌”概念，国内学界对于“品牌”的探讨，则从20世纪90年代才开始。若从广义角度溯源，杂糅了物品属性、名称、包装、历史等要素的“品牌”并非是“舶来词”，有“衣冠上国”之称的华夏，更是早早形成了属于自己的服饰品牌印记。

从某种角度来讲，华服也可定义为“中华民族服饰品牌”。

《周易·系辞下》记载：黄帝、尧舜垂衣裳而天下治。作为“中国服装设计师第一人”，炎帝将人们从堪堪遮体的“兽皮草叶”中解放，自此有了沿袭4000年的“上衣下裳”服装品牌形制。直到受工业革命影响，19世纪末，官督商办的上海机器织布局在沪建成，民国轻工纺织业开始萌芽，逐步涌现出“鹅”牌针织衫、“司麦脱”牌衬衫等早期民族服装品牌。纵观上下五千年，服饰虽未言品牌，但品牌印象几乎无处不在。

华夏服饰品牌文化逐渐凸显的每一步，在湖湘地区都能找到伏笔。往前追溯，可以是西汉时期享誉全国的“素纱禅衣”，翻开《民国长沙市指南》，新坡子街的“何顺记”、府正街的“楚新”、红牌楼街的“同升泰”……都曾红极一时。1929年4月《民国服制条例》出台，将“长身旗袍”与“短上衣单裙”定为女子礼服，催生出一系列以家庭作坊为基础的“湘派私定”品牌。

新中国成立后，经济逐步繁荣，民族品牌意识觉醒，湖湘服饰品牌也迎来了自我觉醒和发展，涌现出圣得西、忘不了、派意特等一系列驰名商标。迈入21世纪，网络飞速发展也催生了一系列新的湘派服饰品牌，它们或取旗袍之美，或承汉服之光，或融非遗之秀，又或“披荆斩棘”，在服装市场领域一马当先。

### 出奇制胜：专注年轻人喜爱的“私人订制”



“如果汉服街有品牌的话，那么都正街绝对是‘长沙汉服一条街’。”作为长沙较早接触汉服文化的汉服店主理人之一，星汉庭汉服体验店店主理人曾晓武认为，近年来兴起的汉服可以说直击年轻人所爱。

2021年4月，汉服国风品牌十三余完成过亿元人民币A轮融资，也让汉服品牌化在圈内越来越被认同。“湖

南也有很多做得不错的原创品牌，比如洞庭汉风、南橘、暮雪阁等。”星汉庭汉服体验店店长丽雅虽才正式入职半年，但在汉服圈也可谓是“三朝元老”。事实上，仅湖南的汉服品牌而言，它们注重的款式和风格，以及所对应的客户群体各不相同，比如洞庭汉风偏向于男装，在剪裁方面更讲究复原，南橘则主打汉服女装，也包含汉元素

设计的日常服装。

现在，“汉服私人定制”品牌开始崭露头角，湖南汉服爱好者熊猫，也是汉服品牌逸众居、锦廷织造的品牌商务经理，他介绍道：“锦廷织造以中国传统的丝织工艺、世界非物质文化遗产‘南京云锦’为主题制作中国传统服饰及客户高级定制服饰。高定服务可陪同客户一同游览南京云锦博物馆了解云锦历史，并且根据客户自己心仪的文物图案及材质和颜色，定制属于他们独一无二的汉服。”

除汉服外，一直以“老字号”自居的旗袍也逐渐贴上“私人

订制”的标签，红庄、铎服等湖南本土旗袍定制品牌正向“年轻化”转型，且随着青年设计师的入场，“年轻化”“个性化”开始主宰湖湘旗袍品牌市场。

2017年世界旅游小姐湖南总决赛现场，佳丽们身着以湖南14个市州花卉文化为设计思路的新中式旗袍惊艳四座，而将该系列旗袍命名为“芙蓉·朝晖”系列的创作者、LIGHT·亮中国传统文化服饰手工定制主理人王亮便是新式旗袍的探索者之一。

2018年，她位于长沙的工作室迎来了一位“90后”准新娘柳

儿，为了打造柳儿心目中“时尚温婉的中式敬酒服”，在距离婚期只有十天的工期里，王亮提出了摒弃传统婚服的“龙凤”“五福”等常用元素，大胆运用“凤尾花”的图腾元素，并将其分布在服饰肩部，制成了一件个性化的“柳儿专属”新中式旗袍。

汉服、旗袍，看起来传统，但却是打造本土服饰品牌的“窗口”。正所谓民族的才是世界的，以“汉服”为主的传统服饰不是没有走向国际舞台的机会，缺乏的还是能拿得出手的品牌，随着服装市场越来越规范，打响自主品牌可以说是不可或缺的一步。

