

开栏语

汉服正在“出圈”。
 无论你理解与否,这是一个不争的事实。据第三方数据分析机构艾媒咨询发布的数据显示,2019年中国汉服爱好者达356.1万人;2016年至2019年间,中国汉服爱好者数量连续4年保持70%以上的高增长。2020年8月,天猫服饰等机构发布的数据显示,近三年以来,汉服市场呈爆发式增长,2019年淘宝平台上汉服成交金额首次突破了20亿元。
 近年来,我国汉服文化和汉服产业发展不断加速,尤其是在汉服产业方面,配饰、租赁、摄影等周边服务也迅速发展,实现了全产业链融合。谁在创立汉服品牌,他们有怎样的发展故事,从小众到“出圈”,这个市场面临着何种机遇和挑战?
 1月1日起,封面新闻正式推出《国潮人·新时裳》系列策划报道,走近汉服行业品牌创业故事。

华西都市报-封面新闻
 记者 谢燃岸 邱静静 实习生 杨霁月

四川、重庆、北京、天津、山东、江苏……打开“重回汉唐”全国实体店分布图,你能看到,它基本上覆盖了全国大多数省份。它是线下实体店最多的汉服品牌之一,也是国内最早的汉服实体店。

2006年,“重回汉唐”在成都文殊坊开业,第二天即以“开业不开张”的标题登上了媒体。当时,这个“新物种”是如此小众、沉寂。

14年后,当蓦然回首,“重回汉唐”创始人孙异和吕晓玮惊讶发现,“同袍”的数量已经数不胜数,穿汉服甚至成为年轻人追逐潮流的生活方式。

“我和孙异曾经以为,要花上30年甚至50年的时间才能普及汉服,没想到速度会这么快。”吕晓玮说。

“误入”汉服深处

不同于成都文殊坊、锦里、春熙路等地的实体店,“重回汉唐”的公司藏在成都市成华区建设路9号的一幢写字楼里。

冬日里的一天下午4点过,“重回汉唐”公司里,吕晓玮和设计师们一起选新一期的汉服设计稿。这几年,随着汉服越来越热,她也越来越忙。除了是公司的创始人和文化总监,她还是四川传统文化促进会汉服文化专委会副会长、中国传统文化促进会会员和西安工程大学新文创与文化价值观研究中心研究员。

她和丈夫孙异“入圈”时,从未想过汉服会发展得如此繁荣,受到如此多人的喜爱。

2003年11月22日,汉服爱好者、电力工人王乐天第一次穿上汉服走在河南郑州街头,引起了媒体的关注。彼时,毕业于四川大学生物工程系的孙异,已辞职成为自由音乐人,歌曲《小三和弦》和《胭脂扣》火遍网络,他开始“混迹”于一个名为“汉网”的论坛,对汉民族的历史

“重回汉唐”的汉服。



和服饰文化产生了浓厚兴趣。2004年,孙异创作了一首名叫《重回汉唐》的歌曲,后来这首歌后来成为了汉服复兴主题曲。
 “学校请他来唱歌,他是我的偶像。”同为川大毕业生的吕晓玮是在孙异的影响下接触了汉服圈。
 “华夏复兴,衣冠先行”,自小喜爱古典文化的吕晓玮,很快被这个网站的理念所俘虏。她决定为自己定制一套汉服,这套汉服花费700多元,从下订到拿到衣服用了半年多。当她穿上汉服和孙异出门时,异样的眼光紧盯不放。

国潮人·新时裳

创业14年

重回汉唐创始人吕晓玮

用商业方式复兴汉服、普及汉服

商业方式复兴汉服

2006年夏天,吕晓玮和孙异穿着汉服去民政局领了结婚证,其后他们又穿着汉服举办了婚礼。

“身着汉服,让整个婚礼特别庄重,特别有仪式感。”吕晓玮说,也是在那时,汉服的圈子开始慢慢扩大,但购买渠道依然不多。

吕晓玮和孙异商量后,决定开一家汉服店。商业化与复兴传统文化看似相悖,但在她看来,实则殊途同归,质量好的平价商品,会有更多受众,这就意味着有更多的人能穿上汉服。“我们用商业的方式去复兴汉服、普及汉服。”她说。

2006年12月,名字取自孙异歌曲《重回汉唐》的回回汉唐汉服店在成都文殊坊开业。第二天,媒体用“全国首家汉服实体店,开业不开张”的标题,进行了报道。

为了吸引顾客,吕晓玮穿汉服到景区晃悠,打印宣传单,甚至还做起了出租业务,十块钱租半小时,提供拍照服务每张收费2元。

小众,依然小众。漫长的蛰伏期过后,在诸多因素的共同作用下,汉服文化和汉服产业的发展迎来了转折。

2015年,吕晓玮和孙异正式注册了公司,从个人经营转入公司化运作。汉服爱好者的基数不断扩大,汉服市场消费也开始逐年上涨,直到2018年迎来爆发。

让汉服更加普及

回首来时路,无数偶然和必然的瞬间造就了颇具规模的汉服热和汉服文化、汉服产业的兴盛。

“重回汉唐”是风口幸运者之一,这个当初开业第一天无人问津的汉服店,如今已成为汉服产业头部品牌之一。它成了国内最大的汉服连锁店,拥有30家门店和5家线上网店,一个月上新约30款汉服,一年上新300多款,和网络游戏、食品饮料甚至声卡产品等都进行了跨界合作。

吕晓玮严格考核设计师,也对储备力量进行培养。目前,国内的高校没有汉服设计专业,招聘新人后,他们会对设计师进行至少半年的培训。

重回汉唐旗下有四个品牌,顾客能在这里买到不同场合、不同年龄所需要的汉服。尽管现在年轻人把穿汉服看作一种潮流,但吕晓玮想要的是汉服的进一步普及,她的理想是,“让每个汉族人一生至少拥有一套汉服。”

掌门说

记者:如何在保持传统的基础上对汉服进行创新?

吕晓玮:服装设计和我们的汉服复兴理念是紧密相关的。我们是复兴,不是复古。复兴是有继承传统,但也要有创新。如果没有创新的话,我们就不可能有那么丰富的文化,也不可能每个时代不同的审美。我会要求设计部门不管怎么创新,都要保证有传统的纹样,正宗的传统审美款式必须要有。

记者:成都在汉服方面有哪些发展空间?

吕晓玮:要实现面料、印染、加工等全产业链的本土化,我认为目前是有困难的,它需要多年的沉淀和培养。我建议成都可以打造与汉服产业相关的文化产业链。比如我们和影院、游戏行业等都进行了跨界合作,很多联合是超出了服装产业范围的。

记者:关于汉服产业发展的建议?

吕晓玮:现在,汉服市场不是特别规范,甚至还有一些乱象,包括山寨侵权等,所以希望有关部门能够进行一些指导、规范,让商家有公平的竞争环境。

