



国潮人·新时裳

诗词入梦汉服

月怀玉打造汉服界“网红”品牌

白

汉服品牌界的“网红”——如梦霓裳，从来不缺乏热度和话题。它为周杰伦MV《天涯过客》设计多套汉服，参展第三届西博会进出口展暨国际投资大会，服装出现在《奔跑吧兄弟》等多个综艺节目里，每年还会举办多场线下活动……不仅是制作和售卖汉服，事实上，它已经是一个文化传媒公司了。

它是首个在某购物平台突破皇冠交易额的汉服店铺，参加了由方文山发起的多届浙江西塘汉服文化周，也是汉服文化周组委会的主要成员之一。

2月底，成都，如梦霓裳的创始人月怀玉接受了封面新闻记者专访，讲述她的创业故事和品牌特色。

“汉服文化的传播边界正在不断被拓宽，我们也希望越来越多的人能穿上汉服，体验中华传统文化的服饰之美。”对于汉服发展的未来，月怀玉充满期待。



汉服融入古诗词韵味。

“词人”遇见汉服

十四年后，蓦然回首，月怀玉从未想过自己会成为一名汉服设计者，更不曾想到自己因爱好而创立的如梦霓裳，如今已成为了头部汉服品牌。

她出生于四川成都，小时候因父母工作调动，一家人到北京定居。在这里她完成了初中、高中学业，并在大学毕业后进入了一家公司做旗袍设计。

彼时，自幼便喜爱古诗词和古代文化的月怀玉，已在古体诗词圈内小有名气，担任着网络论坛天涯社区诗词比兴板块的版主，并在《中华诗词》《当代诗词年鉴》等刊物上发表了作品。

也正是在网络论坛上，她邂逅了汉服。

那是2007年3月的一个夜晚，和往常一样，她在论坛上传了自己的诗集，电脑屏幕弹出来一个窗口，是北京大观园的一次汉服活动。

“我当时第一反应是，汉服？是古装电视剧里的衣服吗？这衣服很少有人穿，怎么还会有活动？”很少浏览除古诗词以外其他板块的她，点进了汉服版块，自此，开启了自己人生的另一段旅程。

“当时抱着尝鲜的心态去了现场，但是主办方提供的汉服，我并不是很喜欢。”此时距离2003年“汉服”一词因爱好者王乐天穿上街头而首次受到大众关注仅仅过去了四年，汉服爱好者爱好者的数量并不多，生产和售卖汉服的商家也不多。月怀玉决定自己动手来设计汉服。

很多女孩子小时候都有披着床单扮仙女的举动，她也不例外，在汉服这里，仙女的幻想、古诗词的韵味和传统文化融合起来，达到了一个近乎完美的呈现。

月怀玉浏览了各种中国古代服饰文化和历史的书籍，凭借着自己的设计功底，花了一周的时间设计了一套汉服。她开始穿着自己设计的衣服去参加汉服活动，素雅的颜色，大方端正的款式和柔软的穿着感，很快便有人来问这衣服是在哪里买的。也是在活动中，她结识了很多来自全国各地喜爱汉服的朋友，正式成为了“同袍”。



唯美汉服。

辞职创立汉服品牌

那次活动结束后，很多人来找月怀玉，请她帮忙设计汉服、制作汉服。

白天，她在公司正常上班，设计旗袍，到了晚上，时常熬夜帮“同袍”们做汉服，“太累了，身体实在吃不消。”

和朋友聊过以后，这位自小就有主意的姑娘不顾家人的反对，辞掉了旗袍设计师的工作，开始一心一意做汉服。

2007年7月，她创立了“如梦霓裳”汉服品牌，名字取自自己创作的诗词“如梦如幻，云霓为裳”，“如梦霓裳”网店也于同月上线。此时，距离她与汉服“初接触”仅仅过去4个月。

当时，汉服的受众极小，网购的消费方式也刚刚兴起，不少与月怀玉同期开汉服网店的商家因为销量太低，很快就关闭了店铺，而她坚持了下来，另辟了一条与活动同步推进的营销道路。

“微量的消费人群支撑不了自主设计汉服的量产，设计汉服的成本也很高。”而月怀玉在开汉服店之前，在各类诗词论坛上已经积累了大批粉丝。“衣冠上国，礼仪之邦”，中华传统服饰体现着中华传统文化，喜欢诗词的人大部分都对汉服感兴趣，月怀玉在设计汉服时融入了古诗词等古代文学的元素，同时，也一直在线下组织开展汉服文化活动。穿“如梦霓裳”的汉服爱好者也越来越多。

“衣冠上国，礼仪之邦”，中华传统服饰体现着中华传统文化，喜欢诗词的人大部分都对汉服感兴趣，月怀玉在设计汉服时融入了古诗词等古代文学的元素，同时，也一直在线下组织开展汉服文化活动。最终打造了汉服界“网红”品牌。

2013年，如梦霓裳参加并协办了由作词人、导演方文山发起的首届浙江西塘汉服文化周，并成为汉服文化周组委会的主要成员之一。这也是国内首个大型汉服文化活动，此后七年，如梦霓裳协办了每一届的西塘汉服文化周，今年也将参加第九届。

“推广汉服最好的办法就是以大型活动的方式呈现，知名人士举办这样的活动可以通过它的影响力凝聚全国各地的汉服同袍。”月怀玉爱古诗词，也对汉服情有独钟，不过性格并非如人们意识里的古典女子那般沉静婉约，她爱笑，直爽大方，擅长交际，处事得体，在活动期间认识了很多朋友，这也使品牌发展得越来越好。

“进击”的如梦霓裳

诸多明星，包括演员徐娇、刘涛、邓超、迪丽热巴，古风歌手HITA、董贞，音乐家吉娜、时尚美妆博主张沫凡等都穿过如梦霓裳的汉服。

“周杰伦的那首《天涯过客》里的汉服百分之九十都是我设计的，他身上那件皮质的汉服也是我设计的。”说到这里，月怀玉笑了起来，眉眼弯弯，和追星的小姑娘一样满是欢喜。

2014年，方文山执导的周杰伦单曲《天涯过客》MV在西塘拍摄，月怀玉得知周杰伦需要量身定制的汉服。“那时候我还在出差，赶紧去做了功课，看他的穿衣风格喜好等，花了一周多的时间制作了样衣。”

当时有十多家汉服品牌都设计了样衣，幸运的是月怀玉设计的衣服中选了。“很多品牌方都用布料设计衣服，我当时用了羊皮。”古风中夹杂着时尚的元素，月怀玉觉得这是自己的设计能够突围的原因。

2015年，她在北京成立了如梦霓裳文化传媒有限公司，第二年，如梦霓裳北京首家汉服实体店开业。2018年，她将分公司开在了成都，制衣工厂定在彭州，同时在成都开了汉服实体店。

彼时，成都的“汉服”已颇有名气，汉服商家多，爱好者多，活动也多。虽然有竞争压力，但在这样浓厚的汉服文化氛围里，如梦霓裳也在迅速发展。

如今，她有三家直营实体店，分别在北京、成都和杭州，近90家代理门店，分布在全国各地。线上店铺粉丝数量144万左右，在售的有200多款汉服。特色的款式包括根据网易手游《神都夜行录》中妖灵们神秘唯美的背景故事并结合《山海经》等书籍中描绘的妖怪神兽创作而成的神都系列，来源于书籍记载的神秘故事或民间佳话传说的神话系列，将生肖元素与汉服进行融合的十二生肖系列等。

与此同时，如梦霓裳也在不断地组织或承办各种汉服活动。仅2021年元旦春节，就参与了六场汉服活动，其中两场在北京，四场在成都。而3月6日在河南举办的第三届云台山花朝节，如梦霓裳也是汉服合作品牌之一。

如今，无论是在景区，还是在商场，看到身着汉服的人已经不是什么稀奇的事了，汉服文化的传播边界还在不断拓宽，越来越多的人开始穿上汉服体验，甚至有不少外国人也穿上汉服体验中华传统文化。

“我觉得汉服活动已经发展成为了一种新的社交形式，加入汉服圈的同袍们，大家聚在一起能够获得内心的满足和认同感，拉近彼此的距离。”月怀玉表示接下来自己还会坚持设计汉服的初心，举办更多的汉服文化活动，让世界各地的人喜欢汉服。

封面新闻记者 谢燃岸 实习生 邹阿江 (图片由受访者提供)



汉服刚柔相济。