

因喜欢历史与汉服结缘 水滋木涵创立粉丝数百万的成都品牌

打开各

类网络平台，你会发现“钟灵记”是一个绝对的粉丝型品牌，它的淘宝店拥有244万粉丝、抖音100万粉丝、微博13万粉丝……凭借着精湛的手艺、精美的设计以及特色的短视频创作，“钟灵记”揽获了一大批忠实的粉丝，让它在2019年冲上了汉服商家销售榜第四名。

这家创建于2016年的成都本土品牌，名字源自“钟灵毓秀”，推崇古典、空灵、轻盈之美，短短几年时间势如破竹般从一个不起眼的小透明发展成为汉服圈知名品牌。

“钟灵记”创始人水滋木涵说，如今杭州、广州、成都汉服各有特色。但成都人骨子里的悠闲闲适，让“钟灵记”等成都本土汉服品牌得以坚持以工匠精神制作每一件汉服，这是快节奏大城市不能比拟的，这是一种成都精神，只要把这种精神融入到汉服的制作中，“成都一派”汉服定能站稳脚跟。

国潮人·新时裳



汉服也讲究意境优美。

因喜爱历史而结缘汉服

成都成华区羊子山路一座写字楼里，和煦的阳光照进“钟灵记”工作室，在地板上留下一圈圈温暖的光晕，水滋木涵将过去的经历娓娓道来。

水滋木涵是四川宜宾人，蜀南竹海叶影婆娑，古法醇酒凛冽劲爽，这座2000多年的历史文化名城曾哺育出一代又一代中华文学巨子、烈士忠臣，也让水滋木涵从小对中华历史产生了浓厚的兴趣，“考古学、哲学、军事学我都很喜欢。”

喜欢中国历史的水滋木涵发现，每个朝代流行服装的样式与当时的社会背景息息相关，所以形成了汉之古朴，唐之飘逸，宋之淡雅，明之端庄等多种多样的汉服形式。

“因为喜欢研究历史，所以觉得中华传统服饰也是一门相当有趣的学问，由此与汉服结缘。”水滋木涵微笑道。

在和朋友首次穿汉服出门游玩时，“那个时候我们去一个景区，保安都对我们投来了异样的眼光，质问我们是来做什么的，还有人以为我们是去拍戏的。”水滋木涵无奈道，“在那时，一颗不甘的种子悄悄地种在了心里，为什么在自己的土地上穿着我们的传统衣服会遭到如此异样的眼光？”水滋木涵告诉封面新闻记者，因为当时网络不发达，为复兴汉服而努力的年轻人，最初在一个叫“汉网”的网站聚集。在那个穿上汉服走在大街上会被当成异类的年代，他们坚持办汉服社、穿汉服参加集会，通过查阅古代资料总结出古人的礼仪、衣冠制度等，“不像现在大多数年轻人穿汉服只是为了美和追随潮流，当时那批年轻人一腔热血要传承发扬我们华夏民族自己的东西，我非常尊敬他们，今天汉服如此普及，他们是最初的开拓者。”水滋木涵说。



“钟灵记”汉服飘逸唯美。



成都汉服追求精致工艺。



“钟灵记”认真做好每一套汉服。

成都文化氛围适合汉服发展

2016年，水滋木涵创立了“钟灵记”品牌，此时汉服市场潜力初现，在街上看见身着汉服的年轻人已不是稀奇事。但是“钟灵记”在刚开业初期仍困难重重，首先，尽管水滋木涵团队有专业的服装设计师，但是没有学习过专门的汉服设计。于是他们只能通过夜以继日地研究各种记载汉服的古籍来学习汉服设计的知识。

“那个时候我们虽然有各自的分工，但是其实所有的工作都在做，我又是接待、又是负责人，还是淘宝店铺客服，有的时候还会在设计服饰的问题上和大家一起想点子。”然而一开始，汉服爱好者的思路完全猜不透，水滋木涵团队耗费大量心血设计，有信心大卖的汉服，销售量却让人大跌眼镜。“所以我们花了很长时间来研究汉服爱好者的偏好，这中间有多曲折可想而知。”

“钟灵记”在成立初期，水滋木涵便强调要认真做好每一套汉服，认真的代价往往就是耗时，周期长，一套汉服一般需要两个月才能做好。很多时候，卖家会因为不愿意等更长时间而取消订单。就连供应布料的工厂也会因为“钟灵记”的规模小而怠慢，“他们（工厂）都去接大店的订单了，我们很多时候被忽略，本来制作过程就很费时，供货周期又被这样拉长，对我们无疑是雪上加霜。”水滋木涵苦笑。不过好在随着短视频的兴起，汉服越来越被年轻人喜爱，尤其是2019年席卷成都的国风热潮让水滋木涵团队看到了希望，随着销售量的增加，“钟灵记”的规模也逐渐扩大，蒸蒸日上。

但随着市场的扩大，竞争也日趋激烈，对比江浙一带，成都的劣势逐渐出现。作为成熟的电商大城，杭州具有得天独厚发展线上汉服销售的优势。作为纺织业发达大省，整个江浙地区在汉服生产线上的优势也不容小觑。

但是水滋木涵扎根成都，做本土汉服品牌的信念从未动摇。快节奏高效率的江浙沿海地区固然有它们的优势，但是成都的汉服同袍数量位居全国第一，这是一个巨大的市场。尽管生活节奏相对慢一点，但是转变思路，这将成为“成都一派”汉服的亮点所在。

“一开始我们不占上风，因为爱好者大多在网上购买汉服，他们看见同样的款式会疑惑为什么我们家就会贵那么多？但是只要穿在身上，他们就能通过精致的绣花、舒适的面料知道我们家汉服值这个价。”成都汉服追求精致工艺，让更多人感受到这一点，需要时间。“钟灵记”持续上涨的销售量和粉丝数就是最好的见证。

汉服传承离不开创新

“汉服的爆发期一直在我的意料之中，我对成都充满信心。”水滋木涵说，现在汉服已经成了成都最新的标志，官袍带履广袖流云的年轻男女早已成为了成都街头最靓丽的风景线。

“钟灵记”一直坚持在汉服设计上进行创新，体现现代元素，比如女孩子喜欢可爱，一些汉服款式会适当加入蕾丝边、卡通挂饰等。“创新是可以的，面料可以变，设计可以调整，但是最本质的，汉服古朴飘逸的风韵不能变，这是原则。”

与此同时，在短视频直播及推广上，“钟灵记”的视频别具一格，有人物角色设定和故事情节，有些甚至演绎了四川本土的文化特色，诙谐有趣。

对于“钟灵记”接下来的发展，水滋木涵表示仍然会和以前一样坚定不移地走精品汉服的路线，同时也希望汉服产业能得到成都市相关政府部门的大力支持。“希望以后可以出现汉服文化节之类的由政府组织的大型活动，那将会大大促进成都的汉服产业，更好地宣传成都汉服。”

对话

希望汉服圈同行多交流沟通

封面新闻：在市场上汉服专业人才仍占少数的情况下，如何选择自己的汉服设计师？

水滋木涵：他的审美和理念要和我们相似，而且需要有追求更高质量生活的年轻人。现在市面上的专业汉服设计师太少了，但是我愿意培养年轻人，只要他愿意学，热爱传统文化，我很愿意带领他们了解汉服，走进国潮世界。

封面新闻：如何看待曹县火爆现象？

水滋木涵：曹县生产的汉服卖得太便宜了，在价格上给我们的压力很大。但是它对于汉服的普及有一定的作用，现在有很多从没买过汉服的人群，曹县生产的汉服能很快把汉服推广到这部分群体中，在某种程度上也是为汉服宣传起到了作用。

封面新闻：对于汉服发展有什么建议？

水滋木涵：希望能有更多汉服相关活动，文化节等，可以得到政府的参与支持。目前汉服圈同行之间的交流不够，希望大家可以经常聚在一起多沟通。

封面新闻见习记者 杨芮雯 记者 谢燃岸 受访者供图