■ 本版撰文 本报记者 杨 颖 霍玉菡 徐 淼

# 高级定制的魅惑

**编者按:**那厢,国外的高级定制市场发展得如火如荼,这边,国内高级定制市场跟风起步。在不久前举行的2013秋冬巴黎高级定制时装周上,"中国力量"横扫T台,再一次引起了业界对高级定制的关注。

早在数年前,高级定制概念已经在国内各大城市间兴起,并且已经培养起相应的受众群。在迅速发展的过程中,中国高级定制产业也饱受质疑。

如今,随着中国经济的迅猛发展,高级定制已在中国市场上呈现出越来越迅猛的发展姿态,并在不同的细分行业演绎出了各种类型的消费模式。无论是从时尚产业角度,还是社会文化角度,定制已悄然成为中国财富阶层的主流消费方式。

但是如此就可以认定,中国的高级定制市场已经成熟了吗?

### 抹去浮华 重唤个性

高级定制一词从时装产业诞生之初,就是一根可以点石成金的魔杖。在服装业,高级定制原名为"Haute Couture",直译就是"至高无上的定制",它之所以能以一针一线叫板工业化的成衣体系,法宝就是在世界上找不出第二套与它完全一模一样的衣服或箱包。

以往,大家都会认为,高级定制业务针对的客户群要么来自欧美宫廷,要么来自阿拉伯的超级富豪,不然,那些珍品的命运可能就是留存在几个顶级奢侈品牌的保险柜中,供人们远远瞻仰。然而,这些年,业内人士日渐感受到,中国的高端消费者在经历了对大牌的"LOGO崇拜"之后,已经有不少人厌倦了千人一面的浮华,开始崇尚独树一帜的个人风格。

其实,中国早有高级定制,清朝就有专为皇室提供丝织品的"江南织造"以及"故宫造办",老上海的旗袍定制业务也曾吸引无数国内外名媛。《财富圈》杂志出品人张东辉告诉《中国贸易报》记者,在中国,高级定制的再度复兴已是一种趋势。"高级定制产品就像一个血统象征,其意义之于消费者远大于产品本身。"他说。

### 门类甚多 广受青睐

据了解,现在,在中国市场上,高级定制基本上涉足了各个消费品细分行业。

据张东辉介绍,除了消费者所熟知的服装、珠宝高级定制,市场上还有许多让人意想不到的高级定制服务,比如为别墅客户量身定制专用电梯,根据消费者喜好制作艺术画作,为高级服装展示橱窗定制LED霓虹灯,甚至连高端饮用水也能进行定制。"在我们此前举办的高级定制展会上,就出现了售价上万元的高级定制饮用水。"他说。

有数字显示,中国每1400人中就有一个是千万富豪;中国约有96万个千万富豪和6万个亿万富豪,4000个10亿富豪和200个百亿富豪,这些人掌握了中国80%的财富。而他们就是高级定制行业发展的沃土。

中投顾问高级研究员薛胜文告诉记者,在中国,通常是大企业家和大牌明星为定制服务买单,他们的消费诉求主要是展现自己的独特特点,扩大自己的影响力。企业家代表着公司的形象,良好的形象有助于公司品牌建设。据他介绍,大牌明星青睐高级定制,定制自己的专属风格,并且要夺人眼球搏出位,才能够不断提高知名度,从而获得更丰厚的报酬。

### 不惧质疑 执着发展

就在高级定制在中国被"炒"得风生水起的时候,有不少业内人士尖锐地指出,中国的高级定制有被滥用的现象,并质疑中国的高级定制够火候吗?

电影《蒂凡尼的早餐》有个经典场景:赫本站在蒂凡尼店外,脸和手贴着橱窗"饥渴"地看着店内。奢华珍品近在咫尺,似乎伸手可及,但中间还是隔着一层玻璃。国内著名设计师刘洋就曾用这个场景来形容中国本土的高级定制。

"中国的高级定制市场正在逐渐形成中,但整体水平仍然偏低。"张东辉说,"国外的高级定制行业源于法国、意大利、英国等对皇族文化的传承,而中国在这方面的文化传承是有断层的。定制产品因为大多为手工制作,产品本身包含着时间、感情,甚至是创造力的沉淀,是对人高度尊重的一个体现。而中国当下时兴的高级定制产业可以算是这几年新兴起的,产业发展还存在缺陷,比如产品做工不精细,行业没有文化传承只是一味创新。"

薛胜文表示,首先,高级定制的产品必须是高档次的,包含了高含金量的生产工艺和原材料;其次,高级定制是特殊服务,满足顾客的高要求和高标准,它的价格才会更高。他认为,中国高级定制市场发展得并不成熟,主要原因是中国缺少具有国际影响力的品牌。"中国高级定制的经营模式更多偏向工作室模式与品牌定制,与国外的高级定制还存在较大差距。国外的高级定制是受认可的,不论是品牌、产品、设计以及生产工艺等,都是国际上一流的,而且国外高级定制有高端人群愿意高价买单。"他说。

不过,中国不仅拥有5000年的悠久历史文化积淀,还拥有精湛的传统手工工艺以及优秀本土设计师。更重要的是,中国还拥有国外不能匹及的消费市场。"现在,国内对高级定制有需求的消费者不在少数,未来,中国高级定制市场必将迎来更好的发展。"张东辉说。

## ◯ 业内风云

国外刮了多年的高级定制风,现今也刮到了中国。随着人们生活水平的提高,追求生活品味、独享唯一的尊荣感,成为富裕阶层的追求。在国内,一些行业也顺应潮流,开拓高端定制服务和产品,以满足国人对于精致生活的追求。

### 服装定制

进入现代社会,成衣发展迅猛,一度统领江湖。很多国内高级服装定制品牌,如红都制衣、玫瑰坊、无用等,已越来越被消费者所熟知,而且在于巴黎举办的高级定制时装周上,中国明星、定制服装正不断崭露头角,甚至开始引领潮流。

以服装为载体,制作者们力图为顾客提供合体、合心意、高品质、有灵魂的服装,创作出不少凸显中国特色、兼具国际时尚元素的服饰。裁剪得当的服饰使穿着者行动自如,消费体验感提升。但是,从设计师与客人进行沟通到设计师提出制衣备选方案、制作白胚,从顾客试白胚、确认面料到顾客拿到多次修改的成衣,这一过程中繁复的制作流程、漫长的等待时间、高昂的制作费用也让不少消费者望而却步。

在国内,高级服装定制被接受、认同不过五六年的时间,如何体现中国传统文化、发扬传统制造工艺、摆脱抄袭设计的指责,仍是从业者要做好的功课。

追捧程度:★★★★☆

### 珠宝定制

灿烂的宝石人人喜爱,与高级定制也有着极高的契合度,很多宝石爱好者借此发展事业。高端珠宝投资理财顾问山蛟进入高端珠宝裸石批发行业两年多了。他的顾客主要是高收入群体,以企业家居多。他们对私密性、价格、品质、款式、货品价值以及个性化服务等要求较多。

据他介绍,定制一件珠宝的费用一般包括,裸石本身的价格、金工费、设计服务费等等。至于价格,则完全取决于客户的需求和眼光。就国内的市场情况而言,高端投资才刚刚起步,70%的单笔支出在10万元以内。

现在,钻石、和田玉和翡翠依然是国内消费者最主要的珠宝玉石投资项目。但未来哪些宝石会更受追捧还是要看消费者的现实需要。山蛟指出,所有的优势最终都会被趋势所取代。相信,随着时间的推移,他们主营的彩钻、祖母绿、猫眼石和红蓝宝石等高端彩宝将会成为高净值人群进行"另类投资"的必选项。

追捧程度:★★★★☆

### 茗茶定制

茶叶定制,是从茶叶选料、品质等级和包装形象设计着手为消费者量身打造出具有浓郁个人专属风格的茶叶礼品,是一种"一对一"式的高品质服务。茗茶业的私人定制,基于对茶叶的质量以及原生古树的品种沿袭,对茶具的使用也很讲究。

从茶叶的选料来说,高级定制的茶叶一般来自海拔1500米以上的原生态深山,没有任何农药残留。甚至一些特殊茶品,只会采摘最精华的芽头,只选用每年的第一季茶。

茶叶定制也催生茶具定制服务随之发展。毓鹭台高级定制会所,主营从台湾引进的私人窑的茶器。由于要体现高级定制的精髓,所有茶具都根据客人的不同喜好而特别设计,手工制作没有一模一样的产品。而在茶叶选取方面,个性定制则通过对茶种、茶叶产区、茶叶口味的选择呈现。

另外,一些提供高级定制的公司还会将客人的落款印在包装上,当然,这些从选料到包装的用心,也体现在了价值上。比如,一盒顶级"金骏眉",含茶叶100克,售价在8800元左右,每喝一口都犹如在品味黄金。

追捧程度:★★★☆☆

### 私宴定制

提及私宴,就不能不提会所。高端、小众的宴会早已成为一些人士的选择。

说起全国的顶级会所,其中不少人们早已耳熟能详,如君顶会、长安俱乐部和江南会等。这些会所从选址到装潢都下了一番功夫,当然,菜品也是多种多样。

其中,许多菜式的传承颇有意思,多是搜罗古籍记载、遍访民间流传和老厨师口口相传,通过加工整理而制成的。这对于吃惯当下流行菜系的客人来说,可谓耳目一新。

菜品分为几种:应季水果、应季开胃菜、应季当家菜、应季主食、应季甜品等。当然,高档酒水也是不可或缺的。

会所的私宴,好处就体现在一个"私"字上,没有喧闹的环境,甚至一家会所一晚只为一桌服务,这让宴会主人和客人都颇有面子。

一般来说,私宴的花费较高,依据会所的级别不同,私宴的价位也有差别。

追捧程度:★★★☆☆

◯ 业界声音

## 毓鹭台:专注小众需求 打造私享生活

毓鹭台高级私人定制会所创始于2012年10月1日,否定名牌崇尚式的粗放型消费观,提倡为精英消费人群提供一站式定制服务体验。会所创始人姜云鹭告诉《中国贸易报》记者,目前,毓鹭台立足东三省市场,将目标客户锁定为辽沈地区的100多位精英人士。

提及涉足私人定制业务的初始,姜云鹭表示,她一直非常喜欢中国传统文化,比如传统的家具、珠宝、茶器等,觉得这些传统用品中有着特别而美丽的设计、花纹和图案。因为有这个爱好,姜云鹭经常特意请有专业技能的朋友制作一些日常生活所需的物品,例如衣服、首饰、茶具、家具等。没想到这些物品深受她周围朋友的喜爱,以至于不断有朋友找上门来想要定制同类产品。可以说,姜云鹭是从自己私人定制物品,到时不时地帮朋友定制物品,而逐渐地走上提供私人专属定制服务道路的。目前,姜云鹭经营的毓鹭台高级私人定制会所可以提供茶叶、茶器、珠宝、新中式服装、生日派对、婚礼、私人聚会等定制服务。这些服务或产品都是为顾客量身定制的,区别于市场上的大众产品,有留存价值和特殊意义。

姜云鹭表示,在提供服务和制作产品的过程中,毓鹭台会根据客人的要求,由专业的设计师和策划人员提供专属定制方案,力求呈现的每一件精品、每一项服务都有设计感、有故事、有感情。例如,曾经有一位客人想送给太太一份生日礼物,就在毓鹭台收获了一份惊喜——用上等的蜜蜡串成108颗佛珠,配以客户姓名做的藏头诗,并将其用红酸枝材质的盒子进行包装。这个具有纪念意义的礼物,让客人很是喜欢。

谈及对高级定制的看法,姜云鹭表示:"我们做的都是小众的东西,谈不上市场有多大。私人定制产业对于合作伙伴的要求也较高。因为私人定制产品需求量小但要求质量精益求精,甚至,我们有可能会为选一对杯子而烧一窑杯子,成本之高也就可想而知。所以,私人定制产品的制作周期相对较长,而国内能接受这些条件的人,目前还不是很多。"

"不过,毓鹭台一直在努力,希望能脱去私人定制的奢华外衣,带客户回归生活,领悟真性情。"姜云鹭对中国私人定制行业的美好未来也报以极大的信心,她说,"精英人士越来越多,喜爱传统文化的人也越来越多,市场需求的上升空间还是极大的。"

◯ 记者手记

## 理想照进现实

现代社会已经发展到一个消费者导向的商业阶段,越是高端消费者越期待产品个性与个人特性的匹配。近年来,随着人们消费水平的不断提升,很多海外奢侈品品牌陆续登陆中国,高端定制服务也开始越来越受到中国新财富阶层的青睐。同时,不少国内高级定制品牌趁势涉足高端定制产业,觉得这是一片有潜力的蓝海。

不过,理想很丰满,现实太骨感。事实上,很多高级定制品牌的第一个订单都来自朋友的友情支持,收费也是友情价。但要达成完美的定制并非易事,有其辛苦和繁琐的一面。同时,纯手工工艺业是高级定制的另一个附加条件,正因为此,定制品才更具价值和独特性。只可惜,在国内,一些技术工种的水平似乎并不被看好,很多国外消费者还无法信任依赖流水线生产扬名的"中国制造"的水准。所以,高级定制产业的成长并不算成熟。

更何况,在时尚领域,中国高级定制起步较晚,一直被质疑"伪高定",支持声与指责抄袭声共存。这其中,有中国传统元素与国际时尚元素结合不顺畅的原因,也有从业者对中国传统元素把握不足的事实。

不过,中国的高级定制仍处于成长阶段。毕竟,中国的高级定制与法国、意大利不同。中国服装设计师协会副主席苏葆燕就曾指出,每个国家都有不同的国情,国内高级定制和国外大牌并不能简单地横向比较。国内的高级定制是根据中国的经济发展状况,根据每一家品牌相对稳定的客户群需求来发展的。这些高级定制品牌都有自己的风格,然后再根据客户的个性需求做出服务,这也是高级定制的精髓所在。长期来看,中国定制服务的发展必将与中国传统工艺的传承和发扬融合在一起。届时,越来越多精湛的传统技艺也将重现大众面前。