

# 新老审美观的碰撞

【文化】现在的老字号，在老百姓的眼中，不够流行、不够时尚、不够精致、不够现代、不够亲切、也不够有以改变其老旧的面貌。也就是说老百姓的审美观已经发生变化，老字号遇到了新问题。这就需要向老字号注入新的文化元素，比如外在形象上可以稍作改变，产品包装也可以更加精致等等。



内联升的徐文浩正在制鞋



红都集团的王金龙为顾客量尺寸

## 小字辈说要适合线条美

现在人们的穿衣理念跟过去有很大的不同，从王金龙进入北京红都集团公司到现在有着深刻的体会。王金龙刚进公司时，一位老师傅叮嘱他“宁长一尺，不小一寸”，“那时人们做衣服时总是想着我要是胖了怎么办，孩子还正在长身体要做的大一点，整体说来就是人们更倾向于宽松版。但是现在可不一样了，人们更多的是在乎现在是否合适、舒服，现在我们公司的老师傅们衣服也是越做越体现合体修身的线条美。”这就是让王金龙感受最深的地方。

记得有一次，一位经常到红都定制服装的年轻人到店里定制结婚穿的西服，并提出一个要求“我就想我的结婚礼服特别点、要与众不同。”考虑到是结婚礼服，又是中西结合的婚礼，在色调、式样等方面都要有创新，王金龙和师傅一道看着服装图样进行选择，经过反复修改，设计出一套适合这位客人婚礼上穿的礼服图纸交给了车间。“我记得，当时负责制作这件衣服的老师傅给我打了两三个电话，问我确定要这样做吗？我说是。当时他们感到意外，衣服可以这样做。”王金龙笑着说。原来他把衣服设计成了“拼色的形式”，就是整套结婚礼服用暗红色和米白色两个颜色组成，上衣左边做成米白色，右边做成暗红色，裤子正好相反，左边做成暗红色，右边做成米白色，给人耳目一新和喜庆的感觉。

“当时制作衣服的老师傅们都很吃惊，但是后来顾客还是挺喜欢的，还专门送来了喜糖，后来还给我们带来了好几个客户

呢。”王金龙有点兴奋地说。像这种大胆的设计也只有王金龙这样的年轻人能想出来，也正好符合现代年轻人的需求。

高师傅说：“创新是必须的，但是首先要脚踏实地的把传统技艺学好，在传统技艺的基础上加入一些自己的想法，融入一些现代的时尚元素，这样才能让技艺传承，让企业的精神跟着老字号一起传承。”

## 师傅领进门 创新在个人

在首都照相馆里，李艳明正在给一对年轻人照结婚照。他指挥着这对年轻人。“脑袋靠近一点，笑一笑，不要拘谨。”说着一按快门，照相结束了。他对记者说：“现在的全家福、大头像和结婚照都比以前发生了很多变化，不能向一本正经。”首都照相馆在北京市的照相行业里以照全家福、大头像、儿童照著称。4年前，李艳明到这里工作后，全家福、大头像、儿童照的造型有了新的追求。但是，他也表示，我在这里跟老师傅学到了很多以前没有学到的知识。我将这些知识与现代人的审美需求相结合，受到了顾客的欢迎。

盛锡福第四代传承人陈江山说：“师父领进门修行在个人。”近些年，陈江山开始了盛锡福帽子款式的推陈与出新。“现在顾客的要求越来越多，我们不仅要随着顾客的需求走，而且还不能太过夸张，因此创新还得慢慢来。最近我和工友们一起推出了一顶帽子，放在了东四店的柜台上，看看顾客的反应，如果大家能接受，我们将会大面积生产。”除此之外，为了让年轻人也喜欢盛锡福的帽子，陈江山和他的工友们陆陆续续推出了几款叫好又叫做

的款式，在柜台上受到了顾客的欢迎，在价钱方面，也更加亲民。冬季女式的毛线帽，男士的皮质鸭舌帽都有很好的销量，在与顾客交流的过程中发现，大部分顾客不仅看重的是盛锡福老字号的称号，而且对设计同样青睐有加。

## 老品牌也需年轻味

在内联升的鞋店里，记者看到布凉鞋等很多新品种。徐文浩对记者说：“为了迎合顾客新的审美要求，我们依靠传统技艺开发时尚布鞋、休闲皮鞋市场，也让这个曾经被人误认为款式老旧的布鞋品牌，慢慢散发出年轻、潮流的气息。”如果现在走近内联升的门店，丰富的布鞋种类会让人感觉不出这是一家已有百余年历史的老字号鞋店。除了款式与材质新颖之外，店里还有非常新颖的时尚布鞋和休闲皮鞋。据介绍，现在内联升售卖的产品20%为时尚布鞋和休闲皮鞋。现在一天大约就可以卖出1000双，仅手工布鞋部分产值就达十几万元。从“朝靴”到如今的“高端布鞋”，“中国第一布鞋店”之称的内联升，也在用不断的创新，让这个极具民族特色的商品越来越具有国际范。

徐文浩说：“内联升鞋审美观在北京奥运会上达到顶点。”内联升为奥运会、残奥会提供了传统缎面颁奖用鞋。传统布鞋是没有后跟的，起不到增高的视觉效果。如何突破这个局限性，成为考验设计师们的一个难题。内联升的新款时装布鞋不同于传统布鞋，在鞋面大胆的选用了颜色亮丽的真丝缎面给人以华贵典雅的感觉，为了更好的体现东方传统美，内联升制作了系列舒适美观的高跟缎面布鞋。

