

青年人物

随着《花样年华》的重映，旗袍的绰约风姿也随之再次回到大众视野。在上海这座时尚与传统交融的城市，一位年轻的创业者怀揣着对旗袍的热爱与创新的勇气，将海派文化与东方审美融入一针一线，助力新中式旗袍在年轻人中“出圈”。她就是“槿爷东方”品牌主理人诸晶。

从2016年至今，“槿爷东方”原创款式2000多款，目前全网有100多万粉丝。“新中式的流行，与我们文化认同感的提升紧密相连。希望通过原创新中式设计，既保留海派旗袍的韵味，又设计出让年轻人喜爱的旗袍。”接受青年报记者采访时，诸晶说道。

青年报记者 陈泳均

她为年轻人打造专属“礼服”，让传统与潮流共绽光芒

在针线经纬间让新中式旗袍“出圈”

逐梦 打造年轻人喜欢的旗袍

诸晶的创业故事，始于一回与母亲参加旗袍聚会的经历。2014年，从东华大学服装设计与工程专业毕业后，诸晶在一家瑞典奢侈品公司工作，稳定而光鲜。一次，为参加旗袍聚会，她特意前往长乐路上的老裁缝店定制了一身粉红色的真丝旗袍，为了加急制作，花费了近6000元。尽管裁缝师傅手艺精湛，可旗袍款式传统，不够日常，在参加完这次聚会后，就被诸晶束之高阁。

但这一经历，似星星之火，点燃了诸晶心中对设计新中式旗袍的热情。在她儿时的记忆中，母亲每次穿旗袍前，总会把旗袍细致地熨烫平整，将指甲修剪得干干净净，头发也会精心挽起。母亲还常常教导她：“做人既不要艳羡更好的，也不要看不起更差的，在自己经济能力范围内做到得体精致就好了。”

“为何不为年轻人打造专属旗袍，让传统与潮流共绽光芒？”这个念头在诸晶的心中一经萌发，便迅速生长。于是，诸晶毅然辞职，与东华大学校友携手，联手打造一个属于年轻人的旗袍品牌——“槿爷东方”。她们的初心很简单，就是要做“让年轻人看得上、买得起的旗袍”。“槿爷东方”的名字取自白居易的诗：“松树千年终是朽，槿花一日自为荣。”因为诸晶对“槿”字念念不忘，在申请店铺名字多次失败后，最终“槿爷东方”这个名称通过申请。

创业之初，没有资金，父母也不支持，诸晶在长宁写字楼里租了间办公室。“人手不够，忙到经常睡在办公室。最初做新中式旗袍，招不到年轻设计师，因为大家觉得看不到做旗袍的前景。于是我和合伙人就亲自操刀，开启了新中式旗袍的探索之路。”



诸晶与东华大学校友携手，打造一个属于年轻人的旗袍品牌。

本版摄影 青年报记者 施培琦



在诸晶眼中，新中式旗袍，不仅是设计的革新，更是理念的重塑。



创新 突破束缚融入现代生活

2016年，在创业初期，面对产品、运营、供应链、客服等各种不确定性，诸晶都要一一操心。有段时间公司遇到危机，她还亲自上阵直播带货，每晚播到喉咙沙哑。即便如此困难，她依然怀着让更多年轻人了解和喜爱旗袍的初衷。那时，为了让大家安心工作，她和合伙人没有裁员，也没有降薪。“有些困难可以逐一解决，坚持下来慢慢就好了；有些困难一直都在，只要我们还走在创业这条路上。”诸晶说。

在诸晶眼中，新中式旗袍，不仅是设计的革新，更是理念的重塑。她希望旗袍既能融入现代快节奏生活，又能在一针一线间，展现传统手工艺“从前慢”的匠心与温度。手工盘扣，是她眼中旗袍的关键之一。

淡雅清新的花卉纹理，在精

致的手工盘扣中得以完美呈现，更彰显了旗袍的温婉柔美。一根根看似平淡无奇的布条，通过创意设计，在手中蜕变为一枚枚精致的“花朵”，绽放在旗袍上。

诸晶轻抚着旗袍上的盘扣，眼中满是深情。她说，“制作盘扣工序繁杂，从描线稿、做拓引，到刮浆、穿铁丝、编织花型、添芯，再到颜色晕染，每一步都凝聚着设计师的心血。盘扣不仅是装饰，更是古老中国结的故事诉说者。旗袍嵌条都是手工制作，看似简单的线条，要做到边缘服帖、前后一致，都需要一针一针手工制作。”

为了让旗袍在年轻人中流行起来，诸晶打破传统的束缚，对传统旗袍进行了改良，既要有旗袍元素，又能融入日常生活。谈及设计和剪裁上的创新，在款

式设计上，诸晶和设计师们将国风元素与流行趋势巧妙融合，增加了荷叶边、珍珠、蝴蝶结等时髦的廓形设计，将法式优雅与中式元素完美结合，打造出了独特的“仙女国风”风格。这种创新的设计，让旗袍既有复古的精致感，又不失现代的时尚气息，成功吸引了众多年轻消费者的目光。

在剪裁上，她们将传统旗袍6-8公分的立领，改成了2-3公分，甚至有些款式直接设计成无领，让穿着更加舒适自在。原本两边双开叉的设计，调整为单边低开叉，解决了弯腰时容易走光的情况。盘扣作为旗袍的标志性元素，虽然保留，但更多成为了装饰，实际穿着则采用拉链，更方便更符合年轻人的穿衣习惯。

展望 让海派旗袍绽耀世界

要打造“年轻人的旗袍”，就要了解年轻人的需求。谈及年轻人对旗袍文化的兴趣点，诸晶也有过深入地思考。影视剧的影响是其一，比如看了《花样年华》《繁花》和《司藤》等影视剧，观众就会想体验年代的氛围感，如何体验那个年代，服饰是最直接的媒介。其次，是圈层文化，当小红书、抖音等社交媒体博主推出二次元、新中式的创新穿搭，会给以前不穿旗袍的消费者很多不一样的穿搭灵感。

此外，随着民族和文化自信的不断增强，很多留学生或者旅居海外的华人，每次回国就会定制十几套甚至二十多套，还有律师、医生和老师会用旗袍替代西装参加正式场合的活动，寓意“旗开得胜”。所以，在线下门店中，“槿爷东方”会根据不同使用场景去做系列设计。

为了让更多年轻人了解和喜爱旗袍文化，诸晶在旗袍传播方面也下足了功夫。飘逸的衣袂、灵动的盘扣，当传统元素遇上虚拟世界，反差感拉满。考虑到喜欢二次元的年轻人，诸晶换装成动漫和游戏角色，穿上新中式旗袍等服饰。中式韵味与虚拟场景无缝融合，原本只存在于想象中的二次元形象，此刻因新中式旗袍有了别样风情。

谈及创意来源，诸晶说，“我们推出二次元人物穿搭，让喜欢二次元的年轻人能够直接照着穿，也通过年轻人喜闻乐见的方式，拉近年轻人和新中式旗袍的

距离，精准触达不同年龄层、圈层的消费者。”该系列视频一经发布，就在TikTok和小红书等社交媒体掀起热潮，其中一个新中式视频全网播放量达百万次。外国观众也被东方美学的创意融合吸引，纷纷点赞留言道，“我喜欢这个视频，这个系列应该得到更多的支持。”“你的内容太好了，希望这个内容被更多人看到。”

“当我坚持做原创做好产品的时候，真心会吸引到同频的人，这个力量不是走捷径可以得来的。让我很感动的是，印象中有一位老顾客打破了我对旗袍的复购率低这件事情的固有印象，这位顾客是一位律师，陆陆续续买了“槿爷东方”二十多件旗袍，然后把买的旗袍都手绘了出来，装订成册送给了我。”诸晶回忆道。

从最初写字楼里的办公室，到如今在上海和全国各地都有门店，“槿爷东方”逐渐受到了市场的认可和消费者的喜爱。“很多像北京、西安等北方城市的消费者，听说我们是上海的品牌，对我们会很信赖。”诸晶告诉记者，从2016年品牌创立至今，“槿爷东方”在全国一线城市开设了多家直营门店，将海派新中式旗袍也带到北方城市。

谈及未来计划，诸晶说，“我们有一部分用户买旗袍是因为出国演出、留学等，一买就是十几件，经常让我们快递到国外。未来，我们考虑通过海外市场，在纽约、伦敦、新加坡、东京等城市开设体验空间，将新式旗袍传递给世界。”