

白鹤于烟雨中振翅，杏花成簇绽放。石桥流水下，一对鸳鸯正在悠然嬉戏——这些取自苏州古典园林狮子林的灵动纹样，在一件新中式马甲上活了起来。在长宁区茅台路上的MT567上服品牌生活美学空间里，一排新中式服装静静陈列在店铺中央，吸引着往来目光。

临近年关，购置一件新中式外套，成了不少市民的选择。数据显示，2024年，以新中式服饰为核心的国潮市场已突破2200亿元规模，且仍在快速增长。在这场文化复兴浪潮中，拥有70余年历史的上服集团，正以青年设计师为核心力量，用当代设计语言重构传统美学。衣袖翻飞，经纬交织，中式审美正跨越年龄与地域，释放出悠长而崭新的魅力。

新中式不只是衣服 更是一种“说话”的方式

【文/青年报记者 陈嘉音 图/青年报记者 施剑平】



的绝佳载体。

后来，托纳多雷在社交平台上晒出照片，并称赞：“中国影人用错落有致的语言制作电影，而这件衣服同样以独特的语言传递文化魅力。”

最动人的反馈来自那位印度女导演基兰·饶。璐昕回忆道：“她太喜欢了，说颜色非常衬肤色，而且面料干爽舒适，一点都不黏身。”上海六月的闷热里，香云纱的爽滑透气的确成了最佳选择。

出乎设计师意料的是，评委还自发佩戴了设计团队为礼服搭配的玉兰花胸针——那是用丝绸纱线手工搓制的绒花，上海市花的造型。“他们觉得这枚胸针有中国特色，很感兴趣。”璐昕说。

这次成功带来了后续合作。克罗地亚旅游大使安娜为“草地音乐节”定制演出服时，特别找到上服智尚设计团队。“那是芭比主题，她选了玫红色真丝。”团队用传统“透孔罗”制作连衣裙，罗料上的纹样让安娜爱不释手。“本来她只打算穿裙子上台，后来觉得外套太好看了，索性整套穿着表演了一会儿。”璐昕说。

文化觉醒在经纬之间

“不好意思，桌子有点乱。”设计师周翠华站在办公桌旁，收拾着桌上的材料。记者看到，她的桌子上放着上千种色卡和材料的样品。春日游园纹锦、金鱼水藻

数据显示，2024年以新中式服装为代表的国潮服饰市场规模超2200亿元，2025年有望达到2500亿元。新中式服装核心消费人群在25~34岁，主力价格在500~2000元区间。而从2025年1月1日至4月29日，以新中式为代表的国潮服饰成交额同比增长则超120%。

而另一件蓝色马甲，在灯光下泛着细腻的光泽——那是真丝的特有质感，下摆处是一幅名为《春日游园》的风景刺绣。春日游园纹锦的灵感来自苏州园林——狮子林，以狮子林的亭为主体，围绕着假山、松树、祥云、飞鹤、杏花、鸳鸯、水仙等。流水和石桥，在晨暮烟雨之中，形成雅致、静谧的水墨画卷。

“它特殊的地方在于造型设计。”周翠华介绍，“看起来简单直接的拼接，实际上需要先激光切割出造型，再进行包针绣和锁链绣两种工艺。我们之前做了一版，毛边露在外面不好看。加工费贵些，但值得。”

这道工序，也是她的设计哲学：在传统与现代之间，需要精准切割，再细细缝合。

不愿停留于复刻

新中式越来越火，当面料和风格逐渐趋同，真正构成差异的，是谁能真正读懂不同市场背后的需求。

“我们不想做得太传统。”周翠华强调，“核心是版型，灵魂是非遗面料。我们要用当代语言讲述东方故事。”

什么是“太传统”？周翠华举了个例子：“全身汉服，或者完全复刻的古装。”她坦言自己买过汉服，但仅

限于公司年会，“还没穿出去逛过园子”。

盘发、妆造、搭配……整套汉服行头的要求太多，门槛太高。而与之相比，新中式则更有包容度，成为很多人“尝试一下”的首选。

因此，周翠华的设计总在寻找那个微妙的平衡点：既要保留中式神韵，又要融入现代生活。

她展示了那件“爆款”绿色马甲。“颜色浓烈，一上线就卖得特别好。尤其是在内蒙古、鄂尔多斯那边特别受欢迎。”分析原因，她认为可能是“纹样精美复古，款式新颖”。

版型上的巧思随处可见。一件新中式马甲，中式对领结合西式斜襟裁剪，版型宽松不挑人，口袋采用西装嵌条工艺，“适合日常通勤”。在给5E海派商务风旗袍项目设计的旗袍中，也打破了传统的紧身版型，运用不对称的裁剪手法，打造出适合日常穿着的轻中式旗袍。

当新中式飞入寻常百姓家后，后续的打理是否麻烦？“香云纱产品其实没有网上说的那么矫情。”她笑道，“手洗晾干就行。喜欢的人很多，社交平台上很多博主夏天穿香云纱无袖裙，很舒服。”

但她也认识到局限，“想法和实物的落地常有差异”。她提起“中华杯”获奖作品：“袖子想做得立体，改了三四版，还是没完全达到预期。面料偏软，裁剪方式也需要继续探索。”

当然，有些底线必须坚守。“门襟一般是右衽，扣子要做单数。”周翠华说，“我们研究了中国传统服饰文化，从秦汉到民国。像中山装就是中西融合的成功范例——每一处设计都有它的实用价值和寓意。”

面料之上的时代思考

在二楼展厅中央，一套“天沁兰香”礼盒静静陈列。这是入选“上海金榜伴手礼”的伴手礼；两用的宋

锦收纳包、蝴蝶胸针、与雷允上联名的车载香薰。T恤上装饰着玉兰花贴袋。

“在面料上，我们用了‘黑科技’索罗娜面料，比棉混织更舒爽。”周翠华解释，“我们想推广非遗文化，入选上海礼物对品牌意义重大。”

她建议对新中式感兴趣的年轻人从小物件入手。“文创产品门槛低，可以先体验。然后是马甲，版型包容度高。”她顿了顿，“其实这是一种‘润物细无声’式的文化传播，我们想通过小物件告诉消费者，这是我们的传统纹样、传统工艺。”

“愉悦穿着，雅致生活”是我们天嘉爱品牌始终坚持的理念，产品以新中式风格为主，希望满足现代高知女性的多元穿着场景需求。但她随即补充：“其实客户的年龄跨度很大，银发一族也会来定制。作为近30年的本土品牌，我们也在努力紧跟‘银龄经济’和‘繁花雅集’趋势。”在她看来，新中式的魅力正在于这种跨代际的共鸣。

记者在线下店注意到，新中式面料本身就是一部东方织物史：挺括华贵的宋锦、质感独特的香云纱、富有浮雕感的漳缎、轻薄透气的非遗花罗，以及各类真丝提花面料，在秋冬时节焕发着温润的光泽。

“汉服复兴是对传统文化的溯源和保护。”她最后说，“新中式则是用当下语言讲述的东方故事。它是一种进化，但根脉从未断绝。”

面对未来，上服的设计师很看好AI。“我们会用AI软件生成衣效果，以节约打样成本。”但她认为AI不会取代设计师，“它需要你输入关键词、不断磨合调整。我们计划把畅销款模型输入，匹配品牌风格的面料和细节，让AI生成新款式，不过最终还是得靠设计师把关。”

传统从未远去，它只是换了一种方式，与当代温柔相拥。



璐昕

