在传承中创新 在创新中超越

——专访培罗蒙西服公司董事长金建华

■ 何秀芳 刘宇

金建华

“培罗蒙”是20世纪初形成于上海的奉帮裁缝的杰出代表。奉帮裁缝以制作精工男服(西装、中山装、大衣等)著称,改变了中国传统男服宽衣博带的形式,在功能和审美上都更贴近都市生活,是海派服饰文化的组成部分,在中国近代服饰史上占有重要的地位。

杰出“海派西服” 国家级“非遗”

起初,奉帮裁缝是在码头、外轮专为洋人服务的,为区别于做传统中式服装的“本帮裁缝”,人们称之为“红帮裁缝”。其中,以宁波奉化籍人居多,故又称之为“奉帮裁缝”。到了20世纪三四十年代,奉帮裁缝开设的服装店遍布上海,他们专做精工男服,成了上海成衣业的支柱,而“培罗蒙”就是奉帮的杰出代表。

培罗蒙服装店创始人许达昌为浙江舟山人,20世纪初来上海学徒,满师后于1919年在南京路开设许达昌西服店,1928年注册“培罗蒙”商标,1934年迁址并更名为培罗蒙西服店。上世纪三四十年代,年轻的培罗蒙曾与亨生、启发、德昌并称西服“四大名旦”而闻名中外。

据公司董事长金建华介绍,培罗蒙以质量上乘的面料、精湛的手工工艺和敏锐的设计触感引领了经典优雅的海派男装风尚。经过数十年经验的积累,培罗蒙逐步形成富有特色的工艺体系,即刀功、手功、车功、烫功“四个功”,肋势、胖势、窝势、凹势、翘势、剩势、圆势、弯势、戬势“九个势”,平、服、顺、直、圆、登、挺、满、薄、松、匀、软、活、轻、窝、戬“十六个字”的规格标准。144道制造工序让老师傅手中的种种裁缝工具“活了”起来,达到精美绝伦的效果,培罗蒙因此奉帮裁缝技艺在量、算、试、设、裁、缝等各道工艺都形成特色,在业内首屈一指,成为精工男服的龙头和杰出代表。培罗蒙成为“海派西服”的代名词,其几代技师创出的传统绝艺成为中国西服行业的骄傲。

在培罗蒙西服公司的会议室墙壁上,悬挂着过去数十年里金建华和海内外多名精英、政要的合影。最令人瞩目的,却是他们身上穿着的笔挺而合体的西装。那都出自一代又一代培罗蒙工匠精巧的双手。

“剪裁工巧,瞻视端严”,这是原佛教协会会长赵朴初对培罗蒙的亲笔题词。培罗蒙经典与时尚并重的工艺设计和制作堪为中华民族一份可贵的非物质文化遗产。2011年,83岁的培罗蒙西服制作技艺被认定为国家级非物质文化遗产。并因其深厚的历史积淀,成为第一批“中华老字号”企业。

创新工艺技术 与“老乡”竞争更胜一筹

新中国成立以后,上海逐渐形成三大主力服装公司,以及数百家和培罗蒙经营模式类似的服装厂,市场繁荣兴盛。可随着改革开放的洪流和民营服装企业的发展壮大,不少服装品牌由于技术老化或经营困难,在市场竞争中悄然退场,培罗蒙也面临着前所未有的压力。

上世纪90年代初,培罗蒙一度也出现了500多万的库存,衣服卖不出去,陷入困境。

经过市场调查,金建华发现,这有三方面的原因,一是计划经济“等客上门”的营销模式没有改变;二是老的、陈旧款式没有更新和改进;三是生产与销售分离,生产只管生产,计划管生产,计划与生产脱节。

为此,培罗蒙逆境中求生存。在秉承原有西服传统制作特色的基础上,大刀阔斧地实施了工艺改革,提出了T+N=BRM(即传统工艺+现代工艺=培罗蒙新型西服工艺),并与中国纺织大学(现东华大学)共建培罗蒙西服研究所,通过校企合作,开发服装智能化制作。以博采众长、兼容并蓄的科学态度,既保留传统工艺的精华,又吸收现代工业技术的先进元素,使新的工艺更加符合现代人的穿着理念和时尚要求。在大胆实施工艺改革的同时,培罗蒙坚持走“科技兴企”之路,不仅很好地继承了皮尺、熨斗、剪刀等传统工艺“三件宝”,更主动发掘、添加了“电脑”这新的一宝。相继成立了培罗蒙西服定制中心,自主开发出CAD电脑辅助设计系统,集数据采集、面料选择、出样于一体,可辅助高级技师进行设计,在电脑输入定制客人的人体尺寸后,电脑就像变魔术似地更换面料、款式和颜色,直到取得一个最佳效果。该系统获上海市科技进步奖。同时,CAD系统还能提高打样裁剪效率,使得过去72小时以上的制衣程序,最快可以缩减至22小时。2000年,培罗蒙又开发人体测量储存系统,在培罗蒙定制过服装的顾客,其身材数据全部输入电脑存档。对高端客户还定期做复核,顾客本人不用亲临现场,只需报告哪个部位胖了瘦了,由后台调整尺寸,裁衣定制。2005年至2007年,培罗蒙自动裁剪、自动设计和自动试样系统接连问世,将服装的144道工序改到99个细节,成衣最快可缩减至22小时。“明晚穿衣撑场面,今早量体来得及”。

与此同时,随着市场竞争的加剧和消费需求呈现出多元化,市场进一步细分,培罗蒙的产品线也不断进行延伸,以满足不同消费者的需求,形成能满足消费群体不同需要的产品系列。在产品系列的延伸上,培罗蒙相继推出了T恤、西裤、风衣、领带、内衣、衬衫、皮件、袜品、羽绒服等男装服饰。培罗蒙推出了高级定级——高端品牌金标培罗蒙,并将成衣产品定位为银标培罗蒙,此后又相继推出休闲系列铜标培罗蒙。

用最高超的服装技艺竭诚为顾客服务是“培罗蒙”这三个字的意味所在。培罗蒙坚持以品牌为核心,抓住机遇,改革工艺,转变经营策略,拓宽经营渠道,销售网点遍布全国各大中城市,建立了良好的品牌效益和规模效应。

“尽管前路艰难,培罗蒙还是凭借及时的策略,在与‘老乡’的竞争中胜出一筹。”金建华说。

活出“老字号”的沉稳 洋溢“90后”的青春

2018年12月25日,黄浦江畔,培罗蒙首开高级定制创意中心,业内人称它为服装领域的“4S店”,目前定名为“中华服工作室”。

新开放的培罗蒙高级定制创意中心又承载了培罗蒙在新一轮发展中的重要使命——金建华说,“老牌”培罗蒙想更上一层楼,成为具有国际话语权的“大牌”。“中国的服装制作水平在技艺上丝毫不比国外品牌差,可为啥还是‘缺一口气’?问题出在细节上。我们希望在创意中心里,实践老工匠与精密机器的优势结合,诚心打造一件又一件艺术品般的服装,让顾客愿意把代表时尚的培罗蒙穿在身上。”

在培罗蒙高级定制创意中心里,目之所及的一切都是“新”的。店门口迎接客人的智能机器人“家宝”,可以实现导航、运动、人脸检测、人机交互等功能,如同一个无所不知的向导。

进入自动测量区,除了琳琅满目的进口面料外,还摆放着两台造型奇特的机器。三维服装培罗蒙智能测体系统(BMS),由培罗蒙和沪上高校共同研制,只要站在机器上,便可以实时显示顾客的三维数据。另一台进口自美国的3D全息人体扫描测量系统就更神了。检测箱体内16个红外线摄像头,可以在几秒内完成对顾客的全身扫描。测量数据不仅会准确录入西服定制系统,还能形成立体的量身图片。顾客只要在电脑屏幕上点击喜爱的面料和款式,就能自动换装,直观地看到成衣的样式。

顾客完成数据测量后,可以到中心二楼的休闲区喝上一杯咖啡等一等,或是进入影视空间,看上一场时尚主题的电影。因为两小时后,他选定的西装就可以从一块布料变成一件可试穿的西服试样。这样的速度在服装定制史上几乎是不可想象的。

之所以能把一件西服的制作时间从过去的72小时,缩短到现在的2小时出试样,6小时出成衣,与中心内的快速成衣系统密不可分。传输的三维人体扫描数据,通过样板自动生成设计软件,配以法国力克CAD智能打版系统及高精度裁剪设备,全面提供从服装量身定制到成衣尺寸获取、裁剪样片自动生成的一体化解决方案,快速实现服装个性化定制。

此外,中心还引进了国内外许多先进的服装机械设备。诸如德国杜克普自洁平缝机、拖轮针送布同步机、自动勾省机、德国士多宝边机、日本重机平缝机、四线包缝机等,相比原有的机器设备性能更加强大,更加自动化,大大提高了精确度,缩短了人工制造时间。特别是国内首次亮相的兄弟牌单针六线电脑绣花机,不仅具有结构简单、工作稳定、功能多、自动化程度高、操作简便及噪声小等特点,还设有高速、低速空走功能,使补绣、定位都十分快捷、灵便。原本人工要绣半小时的花样,交给它,5秒钟便能完成。

据金建华介绍,“老字号+文化+技术+新场景体验”是其最大的亮点。培罗蒙“培”是加倍努力,提高技艺;“罗”即罗纱,意喻布料;“蒙”含多蒙光顾之义,“培罗蒙”意为用最高超的服装技艺竭诚为顾客服务。

依赖科技进步、管理创新、品牌经营、连锁发展,培罗蒙在探索中发展,在传承中创新,创造了一个又一个骄人的业绩:先后被国务院、上海市政府评为国家级、市级非物质文化遗产,中国服装行业第一个中国驰名商标、首批国家级“中华老字号”“中国纺织服装老字号品牌文化传承奖”“上海市卓越质量管理先进企业”“上海西服高级定制企业”、首批“上海品牌”等。

如今,91岁的培罗蒙不仅活出了“老字号”的沉稳,也洋溢着“90后”的青春气息。

让锁进衣柜的记忆成为穿在身上的时尚

进入新世纪,中国对外开放的步伐愈来愈快,培罗蒙的竞争者也从“老乡”变成了“老外”。据金建华介绍,一时间,消费者认识了意大利的杰尼亚、英国的登喜路,反而把培罗蒙“锁进衣柜了”。

近百年间,培罗蒙历经浮浮沉沉,终于成了消费者耳熟能详的国货西服品牌。而今,它却陷入新的“困境”——如何变成老百姓穿在身上的“时尚”,而不是锁进大衣柜里的“记忆”,这让培罗蒙人绞尽脑汁。

首先是要顺应消费变革,提供更加符合市场需求和消费潮流的新产品、新服务,更加注重产品创新度、消费体验度,更好地满足需求、创造需求、引领需求。其次是跨界融合,探索更多新的商业模式,提升品牌的吸引力,特别是在中青年消费主力群体中的影响力和号召力。三是打造国际品牌,瞄准国际一线高级服装定制品牌,把握业界潮流趋势,加大产品研发投入,推动制衣技术革新。

培罗蒙毫不迟疑,先是在瑞士注册公司,因为培罗蒙迫切需要在欧洲建立一个面料分销中心。这些年,培罗蒙定制西服内侧往往有两个品牌,左边是培罗蒙,右边是杰尼亚。这是因为料子是杰尼亚的,手艺是培罗蒙的。过去,培罗蒙大量面料通过伦敦代理,而今培罗蒙在上海自贸区内成立培罗蒙国际,利用自贸区政策,直通新注册的瑞士公司。今后,培罗蒙把进口羊毛业务交由瑞士公司操作,价格便宜、税率又低。

与此同时,与意大利顶级奢侈品牌Loro Piana以及澳大利亚国际羊毛局开展战略合作。Loro Piana的顶级程度可以这样描述:用Loro Piana面料定制一件大衣,光面料就需1万元,而成衣后的价格在6万元左右。而培罗蒙与澳大利亚国际羊毛局的合作始于上世纪90年代,今后将在羊毛采购、羊毛检测、羊毛制品工艺推广、羊毛产品开发等方面深度牵手。

“蛰伏”多年的培罗蒙英文名牌BAROMON系列产品,也在中国香港全面开售。事实上,这个不带一个中文字的品牌,早在上世纪90年代就被上海培罗蒙注册,如今一朝绽放,其所代表的产品范围和能级已不同以往,除了西服,更有羊毛衫、高档T恤、高档风衣等。为了这个国际化战略,培罗蒙连一个外包装都不敢放过,光是一个领带盒子,设计稿改了六七遍,包装品质与阿玛尼、杰尼亚等品牌别无二致。原则就一条:不能自降身份。好领带就得有好包装,高端货必须有高端范。

更大的手笔即将出现。对于中国品牌而言,“走出去”卖产品不稀奇,收购欧洲工厂让欧洲工匠为我所用,才更有国际范。瑞士一家老牌男装定制工厂,与培罗蒙相识多年,中欧工匠间经常切磋。由于二代无意再做裁缝,出于信任,老板有意将工厂和50位工匠托付给上海培罗蒙。他表示,“这是我一生心血,能在培罗蒙手中传承,我放心。”据透露,相关收购事宜已在稳妥推进中,今后,培罗蒙高端定制部分将完全实现中西“混合团队”出品,即头脑在上海,面料采购、设计、裁剪、制作全部在欧洲当地完成,销售则面向全球。

培罗蒙已在布局世界地图,金建华始终在思考这样一个问题:“国际风浪都没经历过,谈何要成国际品牌?”

多年来,培罗蒙始终与最好的比,向最好的学,与意大利杰尼亚、阿玛尼的同行们有过无数次的切磋,彼此间多心知肚明——培罗蒙的工艺、品质跟这些世界级大牌相比毫不逊色。

这种自信也来自于为美国前总统、日本前首相、法国前议长、国际奥委会主席等国外政要、贵宾制作中华服。1994年,日本首相羽田孜来沪,提出要定制2套西服,但必须48小时内交货。当高级技师如期将西服交由羽田孜试穿时,对方连夸“中国手艺好”,并要求“double(加倍)”付款。这是日本首相心目中上海培罗蒙应有的价值。

这些年,世界的风向和目光也渐渐东移。培罗蒙多次受邀参加G20峰会和金砖会议、达沃斯论坛。当金建华穿着中华西服,在国外嘉宾的眼神中无数次收获他们对于中华元素、精湛手艺的赞叹与追捧时,他再也无法淡定了。“最大的紧迫感,就是赶紧带头走出去。国外顶级服饰,哪个不靠中国代加工?既然中国有这个水平,何不自己走出去?”

又是一次审时度势下的变革:2014年,培罗蒙与瑞士著名男装品牌卡比森全面战略合作,并在各方的帮助下于次年成立了培罗蒙(瑞士)有限公司;2015年,培罗蒙参加了意大利米兰世博会,作为唯一一家受邀参展的中国男装品牌,培罗蒙与杰尼亚等国际品牌同台交流技艺;在此基础上,2016年,品牌成立了培罗蒙国际服装(上海)有限公司,成为一家专门从事西装定制,高端英文品名为baromon,集高端设计、产品研发、智能制造、互联网+营销于一体化的国际化公司,香港设点、欧洲布局、中澳合作。

本文图片由培罗蒙西服公司提供