



新中式不只有马面裙 新电商的国风热不只是一阵风



蔡晓彤为新中式服饰画设计草图



玉桃灵竹方领半袖

圆梦

大部分女生对传统服装的启蒙都来自热门古装剧女主们，蔡晓彤也不例外。

“绢花发带、弧形袖摆、缎带束腰、百褶裙摆，女主衣服上的每一个细节都很精致。”在蔡晓彤的记忆里，那些服装穿上身就带一种仙气。

上高中后，蔡晓彤学业繁忙，少有时间再看电视剧，但对传统服饰的喜爱不减反增。当时没有新中式概念，汉服也不流行，只有少数人会在重要节假日或是活动时穿。

“我有天放学回家，看到一位与我差不多年纪的女生穿着汉服走在街上，想都没想就冲上去加了联系方式，想着以后有活动一起参加。”时隔10多年再回忆那段场景，蔡晓彤已经记不起是被衣服上的哪些细节打动了，却对当时的心情记忆犹新。

大学选专业，她没有一丝犹豫，直接选了服装设计与工程。“我就想穿上自己设计的衣服，也能让更多人穿上。”从最开始三五人的小群体，到后来的汉服文化节，蔡晓彤经常拉上朋友参加校内外的汉服交流活动。

对传统服饰的偏爱，让蔡晓彤临近毕业时接触到了一次实现梦想的机会。

在朋友的介绍下，她关注到了一家新锐汉服设计品牌公司。这家成立于厦门的公司于2020年入局汉服赛道，以款式多变、色彩鲜艳、价格亲民快速走红网络。在拼多多上，其不仅销售飞机袖、马面裙、旋裙等传统改良服饰，就连全套明制婚服也有在销售，款式齐全，价格从几十元到几千元不等，充分满足了各类消费群体的需求。

蔡晓彤抱着试一试的想法顺利进入该公司，成为一名新中式设计师。自己设计的服饰被人穿在身上的场景，她至今历历在目。

在广州地铁站里，她一眼见到了那款名叫“工作日”的汉服套装，“蓝黑的配色在下班人潮里并不显眼，看到时，我非常惊讶。”蔡晓彤瞬间有了圆梦的感觉，用一张合照记录下了宝贵的时刻。

普通女生如何一秒穿出高级感？不少女生大概都能从配色、面料、款式等方面讲出一套自己的穿衣心得。1999年出生的服装设计师蔡晓彤答案很简单：只要一件“新中式”。

“华贵的式样、精巧的针脚、有质感的面料和诗意的名字，让新中式服饰尽显东方美学。”作为新锐汉服设计品牌的设计师，蔡晓彤平均每周都要设计出一款新中式服装，才能满足激增的市场需求。

新电商平台拼多多数据显示，近半年来，新中式服饰成交量和活跃商家迎来爆发式增长，尤其自今年3月举行的春季服饰上新活动开始，越来越多消费者被新中式魅力吸引，不少布局新中式的商家收获了“泼天流量”，对比两年前同期，唐装、汉服品类成交翻了几番。

试错

成功并非一蹴而就。从进入公司到第一件成品出炉，中间经历的磨难只有蔡晓彤自己知道。

找灵感、画图样、印花纹、绣纹样、定坯样、模特试穿、大货生产，一件新中式服饰的产生需要经历多个环节。没有新中式设计基础的蔡晓彤，只能走一步看一步，在实践中摸索。

玉桃灵竹是受消费者喜爱的一款服饰，其主图案以仿宋官窑冰裂片纹打底，上附枝梅的装饰纹样。蔡晓彤透露，整个纹样设计周期非常短，但后期改动、出样衣的过程就没那么容易了。

在这家公司，一件衣服多的时候要经过十几、二十次改版，最终才能投入生产。而蔡晓彤在这样的环境里工作了近4年，平均每个月要产出4个款才能满足爆发的需求。有行业设计师透露，新中式服装对面料的要求较高，自己当前既干着设计师的工作，又干着面料师的活。“随着这类服饰持续热销，行业可能催生更多新职业，比如专门采买、研制原料的面料师”。

随着越来越多明星穿新中式出街，隐藏的消费热情被彻底点燃。在拼多多

传承

让传统日常化、经典流行化，是蔡晓彤和同事们一直在做的事情。

设计时，她们将盘扣、立领、云肩、斜襟等传统服饰元素融入日常的连衣裙、外套、长裙中；生产时，将当代纺织科技运用到传统服饰的制造上，在传承和复原中国非遗织造工艺锦、绣、罗的同时，实现了工业化生产，让消费者200元就能买到一条马面裙，极大降低了新中式的推广门槛。

“我们的产品设计制造中有很多创新，从面料到版式都融入了自己的灵感创意，其他家都没有。”李孟远表示，当初为了离供应链更近，公司就从厦门搬到了虎门，只为寻找合适的服饰面料，从而实现在前端源头把控面料、中端从面料到成品制造形成标准化流程，以保障

平台，除了唐装、汉服等传统中式品类，新中式的热潮已经覆盖女装所有品类，从吊带、衬衫、连衣裙，到外套、毛呢、羽绒服，均可以看到中式元素、中式风格。

“中式”“国风”等也成为拼多多核心热门关键词。其中，平台“马面裙”“中式外套”相关搜索量较上年同期增长近10倍，成为新中式入门代表商品，而“新中式连衣裙”“新中式套装”“中式马夹”等商品也是消费者重点关注的商品类型。

目前，该公司在拼多多平台店铺SKU数已经突破3200个，基本能覆盖消费者在不同场景下对新中式的穿着需求，销量也持续攀升，问鼎女士汉服店铺畅销榜。

爆发的平台需求，一定程度填补了品牌的消费人群空白。入驻拼多多以前，该品牌主要客户人群为20~30岁的女性，以城市白领、宝妈和大学生为主，“没想到开店后发现，消费群不止90后、00后，30岁以上高知女性群体也非常喜欢，她们在店铺的马面裙购买占比已经快达到50%了。”公司联合创始人李孟远透露，现在甚至有六七十岁的阿姨也会来店铺买新中式。

出货品质一致、速度可控。“早期行业里，一条裙子下单后60天甚至更久才能发货，而我们现在可以做到48小时发货率达70%。”李孟远说。

“非标商品千差万别，我们一直致力于挖掘源头实力工厂和商家，为消费者提供质价比好物，实现消费者与优秀制造的双向奔赴。”拼多多相关负责人表示，在品牌发展过程中，平台不仅在知识产权保护上给予帮助，还通过国货推广计划，助力新中式服饰被更多人熟悉和喜爱。

蔡晓彤所在的公司只是成千上万搭上新中式风潮商家的一个缩影。坚持弘扬中国文化、助力国风复兴、专注汉服古装重回汉唐……各式各样风格迥异的牌总能在拼多多建起自己的领地，找到属于自己的文化拥趸。目前，拼多多已经成为山东曹县、江苏常熟等擅长做新中式服饰商家的必选线上经营平台。

在消费趋势带动和平台政策引导下，拼多多平台新中式服饰的成交和活跃商家均在2023年12月至2024年5月迎来爆发式增长，尤其是在服饰行业春季上新资源加持下，有布局新中式的商家体验到了“泼天的流量”。对比两年前，目前拼多多上主力销售唐装或汉服的商家均取得了高速增长。

为了传承中华文化、助力国货发展，2024年初拼多多团队还先后走进江苏、广东、山东等多个服装产业带，在宣导春夏趋势之际让商家熟知新中式热潮，引导商家设计生产更多新颖的款式，并向新中式商品倾斜扶持资源，帮助产业带商家快速冷启动，获得更多在消费者面前展现的机会。

“下半年是中式汉服套装的销售旺季，平台还将为商家开拓更细分的类目，给到新中式服饰更多专属流量，助力更多消费者买到优质实惠的国风商品，让5000年文明在每个人的身上流动起来。”该负责人表示。记者 安文



在拼多多平台，马面裙广受欢迎，成为新中式入门代表商品 本版图片 陈财