



在球鞋上原创作画 每一双都独一无二

球鞋定制师
三白 本报记者
陶磊 摄

摩登新职业 Vlog

【职业小档案】球鞋定制师:根据客户需求,通过手绘涂鸦、更换皮质、添加配饰等方式,制作出个性化球鞋的人员。

明亮的大色块、精巧的创意图案,配上古诗词《虞美人》,再换上彩虹鞋带,在球鞋定制师三白的打造下,一双普通的常规款品牌球鞋成了最有个性的时尚单品,仅把照片发给外国客户,对方已赞不绝口,催着赶快发货。

初见三白,这个瘦高的上海姑娘给人酷酷的感觉,但很快你就会被她随性、爽朗的性格所感染。中文系毕业,却在机缘巧合之下改

行成为一名自由插画师,“三白”就是她作为自由插画师使用的名字。4年前,她开始接触球鞋定制,更准确地说,是手绘定制球鞋。

球鞋定制在国内兴起不久,从业者少之又少。“不少人对球鞋定制的认识还停留在‘你给我画一个灌篮高手吧’,对这种要求,我会直接拒绝。”在三白看来,球鞋定制绝不简单等同于在球鞋上画画,图案的原创性和独一无二,才是“定制”的精髓所在,她给自己立了“规矩”——只画原创作品。天马行空的创意画作、随手涂鸦记录生活的写实小品,都有了“上脚”行走的机会。

画出设计稿平面图,在球鞋上打底稿、上色、勾线……画每双球鞋,三白必须十分专

注,从配色到下笔,再三思量,“毕竟无论哪个环节出了问题,一双球鞋就可能废了”。所以哪怕有时每只鞋只需要画巴掌大小的一块,完成一双鞋也要花上一天时间,而一双全鞋面手绘球鞋则需要一周或更长时间来完成。

手绘球鞋和平面作画在很多方面有着不小的区别。三白举例说,球鞋是曲面的,并且有接缝,构图要考虑完整性,不能被接缝割裂,平面构图到了球鞋上常常被“乾坤大挪移”。颜料使用防水的丙烯颜料,为了更醒目的视觉效果,经常用到荧光色。荧光色亮眼,三白上色时会戴上墨镜,奇特的造型经常把她自己也逗笑了。

经过几年摸索,三白的原创手绘球鞋越来越受到青睐,经常有外国人慕名找她来一双“私人定制”,国潮品牌也与其合作,定期推出基于她原创作品的手绘球鞋。

手绘定制球鞋让年轻人展示个性,一双球鞋的价格也因此翻倍甚至更多,而有时它则承载了更多价值。考虑到卫生等问题,三白

不做旧球鞋的手绘定制。有一次,一个男孩来求助,他特别珍视的篮球鞋意外磨花,那是父亲多年前送他的中考礼物。看到男孩闷闷不乐,三白决定试一试,专门设计了一款图案,画在破损的部位。旧球鞋“新生”了,也延续了父子回忆。

“4年画了上百双鞋子,我想没有两双是完全一模一样的。”三白说,每双球鞋都留有她创作时的心情印记,这正是定制球鞋的“灵魂”所在。兴之所至,三白还会用特殊颜料留下专属标识或一句话,“哪天穿球鞋的人发现了,也是一种小惊喜。”

本报记者 李若楠 刘慧琴
向袁媛 董怡虹



扫描二维码
看定制潮鞋
如何诞生

上千根电线,没有图纸辅助,怎么维修?面对新车型,巴士三公司技师们用实际行动给出答案——

三年画出“新能源车故障线路图”

细心的市民一定注意到,申城街头的新能源车公交车越来越多,传统的柴油车越来越少。当你乘坐它时,你可能不会想到,车身的上千根电线让维修难度骤然加大,那么抛锚问题该如何解决?带着问题,记者一睹巴士三公司一体化服务中心的真相。

维修:解决80%问题

记者日前从久事公交集团获悉,上海将在2020年实现新能源车占整体车辆数的80%,巴士三公司现有公交车1690辆,其中新能源车900辆,年内将再更新280辆纯电动,届时新能源车占比将达到70%。

然而,新能源车电路上出现的大量电子控制元件,带来了维修新问题。为此,巴士三公司成立了“技师创新工作室”。

高级技师宋奇焱回忆道:上海真正意义上的第一辆纯电动车引入是在2016年,由于公交生产公司的技术壁垒,他们并不愿意提供图纸,导致巴士公司的维修工人无法维修,只能送修。2018年,宋奇焱开始带领技师工作室共24人攻克新能源车维修难题。“以前的柴油车是机械构造,只要拆解开就能慢慢研究,而电动车涉及上千根电线,没有图纸辅助,维修难度很大。其实一开始的想法没有成立工作室这么高大上,只是想如果我们有



■ 首个“新能源车电控故障模拟维修系统”亮相 特约通讯员 黄罗成 记者 陈梦泽 摄

学不会新技术,可能就要饭碗不保。”他笑言。

没有图纸怎么办?技师工作室用实际行动给出答案,用3年时间一点一点测量、一点一点完善,搭建起上海公交行业第一个“新能源车电控故障模拟维修系统”。宋奇焱用手比画出手机大小的方块,“一开始就这么小的一块,是我们工人每天利用下班时间在纸上的一笔笔画出线路图和故障点。”提到这张图,他的自豪感满满,从2018年刚开始的10个故障,到2019年录入18个,如今图纸上赫然在列25个故障难题,可以说80%的问题都

能解决,非典型故障一年难得碰到一个。用三年时间攻坚克难,他们做到了。

监控:化被动为主动

维修车间1楼的监控室,一块数字模块化的大屏幕吸引了记者的注意。“Z5A-0004在延安西路近瑞金一路,出现三级警报。”随着播报声响起,工作人员立即点开查看车辆信息,要求驾驶员在就近公交站点靠边停车,切断整车电源。

记者看到,在8平方米显示屏上,公司所有公交车行驶状态正通过GPS定位动态更新,电机温度、空调状态、车内温度等重要参数悉数囊括,实现了对车辆的全方位监控。

据悉,监控系统目前已录入1016辆新能源车信息,这也意味着能更高效地处理突发故障。拿乘客最头疼的抛锚来说,以往车辆抛锚后只能联系就近的所属公司停车场,往往路程较远,等待时间较长。一工作人员告诉记者:“以前处置起来花费几个小时都有可能。现在接报后,维修人员会在3分钟内响应、10分钟内出车,确保及时检测并修复故障车辆。”

未来,新能源车将全面取代传统柴油车,如何应对新的技术难题,在宋奇焱看来,只能通过不断学习跟上时代的步伐。

本报记者 任天宝

新民随笔

“江小白”的尴尬

晏秋秋

在早已成红海的国内白酒市场,“江小白”的脱颖而出,曾经是一个神话。

靠着外包装上“我是解药、不是毒药”“走过一些弯路、也好过原地踏步”这样的文青文案,江小白一度抓住了年轻人的眼光。80后不管喝不喝酒,都知道有个“江小白”。

然而,过去两年,“江小白”的成绩单,却有点尴尬。一方面,它在年轻人中的品牌知晓度,仅次于茅台、五粮液;另一方面,它在2019年的销售额,只有20多亿,不但无法挑战茅台这种千亿级别的“大咖”,更被其他许多白酒品牌远远抛到了身后。

有专家认为,“江小白”的故事虽然讲得好,但产品拖了后腿。换句话说,它的瓶子做得棒,口感却没有跟上。年轻人喜欢你的文案,不代表喜欢喝白酒,更不代表喜欢喝“江小白”。纵然,在某个特殊的环境中,年轻人被文案打动,买了一瓶尝尝,但归根到底,要和客户地久天长,还是要有能留住客户的口感。

现实生活中,“江小白”式的尴尬,也蛮多的。

比如,一家企业要改革,到底是寻求几个新名词、玩转几个新概念,还是静下心来仔细研究生产销售的各个环节,进而找到突破口?前者简单、见效快,后者需下大力气,但能治本,效果持久。无需讳言,现实中,玩转概念的企业,不在少数。

再比如,直播带货。是聚焦货品的自身质量,还是聚焦直播渠道?有的直播带货,吹得天花乱坠,用户一拿到产品就大呼上当,这样的生意能持久吗?有的直播带货,动辄吹嘘“几十亿成交”,而其中水分多多,虚火上升。单问一句,有意义吗?

最后,还可以探讨一下,写文章到底是“内容为王”,还是“渠道为王”?这个原来不是问题的问题,如今也被拿出来一再讨论。说到底,渠道固然重要,也能在短期内赋予品牌影响力。但是,如果不能沉下心来,一句话一句话探究、一个字一个字敲打,如果不能赋予文字传播的魅力,那么渠道再好、流传再广,大概也只是锤子买卖吧。

不能留住客户的产品,不是好产品。不能打动人的文字,不是好文字。不把客户当“小白”,那才是“江小白”的出路。

十分钟 邂逅《十分上海》·岁月特辑

零拷店:哪怕一勺酱也照卖

在淮海中路雁荡路口有这样一方柜台,任何分量的酱菜酱料都可以称斤论两,“零拷”回家。本期《十分上海》,我们来到全国特产食品商场的酱菜酱料专柜,“打卡”老字号,打探“生活经”。

上午9时,转角的柜台刚开门,已有市民排起队来。“味道正宗,品质有保证,想吃多少就买多少。”市民大多因此而来。

老顾客都会自带容器,田老伯特地从宝山赶来,手里的搪瓷杯、搪瓷碗已装满酱菜酱料。他喜欢把馒头蘸着辣酱吃,40多年来口味已经养成。“现在这种‘零拷’店越来越少,

喜欢吃只能大老远来买。”

“零拷”的人群中也不乏年轻人。黄先生想和家人再吃一次冷面,买了花生酱和芝麻酱。“我也是跟着老一辈来才知道这里的。从小接受的教育就是不能浪费,平时买菜会在前一天想好所需的量再去买。”现在他将这种生活方式言传身教给下一代,“以后我也会带我的孩子来这里,让他了解‘零拷’的魅力。”

戴阿婆独创了一套“混搭”法。“牛肉酱里放点瑶柱、葱,炒一下,比外面卖的海鲜酱更好吃,还很实惠。”改良后的酱料分送给亲朋好友,获得一致好评,戴阿婆心满意足。

天色渐暗,酱料柜台前人气不减。值班组长周彬斌一边巡视柜台,一边向我们介绍:“自带容器前来‘零拷’的顾客约占一半。不管容器大小,哪怕一勺酱我们也照卖。像花生酱、芝麻酱等热门酱料,每天可以卖出两三百斤,日均销售额三四万元。”她认为,上海人对“零拷”的喜爱延续至今,已成了一种情怀:“现在‘零拷’店屈指可数,我们店仍有一群拥趸,是因为大家都惦念着记忆中的那份味道。”

想吃多少买多少,“零拷”的背后,是老百姓的实惠生活,也是勤俭持家的传统延续。

《十分上海》摄制组



扫描二维码
带你回味
“小辰光”的味道