

雅致的生活方式，密密缝入每一件衣服。

在网红云集的武康路，记者见到了“盛唐牡丹”的创始人和艺术总监 Sara。Sara 出生在苏州，祖上是江南纺织品世家，三代从事面料生意。从小耳濡目染，对中国手工艺和高档面料的珍惜被印刻在了她的基因里。2008 年创业“盛唐牡丹”品牌时，她最先想到的，就是以东方古老宫廷刺绣为主轴，用当代设计去激活一种东方雅致的生活美学。

那是 14 年前，新中式尚未流行，国潮也还没有今时今日的热度，人们对潮流的追逐仍聚焦在洋品牌的大 Logo 上。盛唐牡丹开业后，到店的客人曾好奇地向 Sara 询问：你们的衣服是穿来唱戏的吗？但 Sara 从不怀疑东方美学会缺少知音：“你知道吗，光是真丝就有 200 多种，古时候说‘绫罗绸缎’，其实就代表了四种不同的真丝。同样是以蚕丝为基，不同的纺织技术就能造就大相径庭的面料效果，带出精湛的东方美学。我想创造的品牌是‘与时间等值’，是可以传代的，我要把东方的美挖掘出来，融入当代中国的雅致生活。”

14 年前，Sara 的第一家店开在田子坊、画家陈逸飞的艺术空间里。当年的客人主要是华侨和老外，他们认可中国文化，有的将中式衣服当作时髦的展现穿着在身，有的甚至觉得华服太美，像一件艺术品般，裱起来陈列在客厅。第一批忠实客人让 Sara 更加坚定了“在快时代追求慢手工”的信心，她相信，年轻人会延续对中国传统文化的热爱，路会越走越宽，越来越多的知己，会从四面八方汇聚而来。

一次偶然的机会，Sara 在朱家角邂逅了自己未来的丈夫，后来，朱家角的一栋老厂房就成了他们的家——三楼是 Sara 的居所，琴棋书画诗酒茶，浸染着浓厚的艺术气氛；二楼是盛唐牡丹的工作室，旗下裁缝师傅正埋头剪裁；一楼的艺术空间每个季度都会举行沙龙活动，除了向客人介绍当季新品，还会展示一件华服的制作过程。

生意最隆的时候，盛唐牡丹在全球开了 10 家分店，上海田子坊、北京 798、成都宽窄巷子、武汉新天地……在加拿大和美国旧金山也有分店，不少星级酒店都与盛唐牡丹合作了艺术空间。受到疫情影响，线下店铺缩水严重，上海的店铺也搬离了田子坊景区，改迁到武康路。为了生存，Sara 开始向线上求索——她在多个平台开设小视频和直播，介绍“红帮裁缝”和“香云纱”等面料——原来香云纱的染整技艺早在 2008 年就被列入世界非物质文化遗产，制造这种面料，需要经过浸苕水、过乌、水洗等 14 种工艺、36 道工序，三蒸九煮十八晒，还得



“盛唐牡丹”创始人和艺术总监 Sara。

有 1 至 3 年的窖藏，才能用于制衣，难怪有“软黄金”之称。

专业的内容让盛唐牡丹很快积累了数十万粉丝，最多的一个视频有 100 多万的浏览量。3 年直播下来，如今盛唐牡丹线上商城的销售量已经超越线下，客众也变得更加年轻化了。不过，即使在最困难的年月，Sara 也始终拒绝流水线，坚持养着一批红帮裁缝的后人——他们在朱家角老厂房的二楼，600 平方米的工作室里，手工缝制每一件衣服。“红帮裁缝是清末民初专为外国人裁衣的，当年宁波作为通商口岸，经常有红黄头发的荷兰人去定做衣服，因此得名。最早的红帮裁缝大都是苏北人，那时候两种手艺最容易吃上饭，一种是做木工，还有一种就是学裁缝。红帮裁缝大都是十五六岁就拜师学艺，前三年都碰不到剪刀，尽做些扫地打杂的活，也没有工钱。每年最高兴的时候就是到了年节，师傅给做一身新衣裳，穿回家风风光光过年。我这里的红帮裁缝后人也都 45 岁以上，不是不想找年轻人，但培养新人很难，做一个手工盘扣就得两三天，从调糨糊开始，给布定型、阴干、盘花扣……为什么我这里成品这么慢，就是这个道理。”

盛唐牡丹曾经为明星定做手工刺绣服饰，足足花了 13 个月去制作。像这样的明星客人其实不少，但 Sara 并没有像其他网红店一样将明星照片贴满店铺，这么多年来，她说自己从未花过一分钱在品牌的包装和宣传上，因为她觉得，作品要比品牌 Logo 更为直接。慢慢来，不期待家喻户晓，只希望有缘人终会相逢。

绍兴路·瓦尔登湖：客人都成了朋友

有的人开店，挣钱；有的人开店，挣人情。在绍兴路开了