



梦特娇们是被谁“毁”的？ 一个很搞笑很一致的答案是： 甲鱼老板

文 / 本报记者 钟兰

曾经红透全中国的“梦特娇们”，是从啥时候开始逐渐淡出我们的视线？而曾经被人们引以为傲的“娇衫”，啥时候被男人们压了箱底？

有趣的是，采访中遇到不少老板，有的就是当年靠梦特娇这样的名牌发家致富的，不过现在好像都不大愿意提起过去穿“梦特娇”的事情。比如问做服装生意的崔老板，当年有没有穿过梦特娇，他笑着摇摇头，“我只卖这个，自己不穿的，我穿衣服很随便的，不高兴穿名牌。”

不过，就在十年前，穿“梦特娇”对于男士们来说是很荣耀的事情。只要一提到穿名牌，很多人第一反应就是梦特娇。

一个“大牌”，是怎么“毁”掉的？

不幸的是，卖甲鱼的老板荣登最毁名牌榜的榜首，这一点得到了不少人的认同。在某奢侈品品牌公司工作的吴先生说，当卖甲鱼的老板穿啥啥的时候，啥啥们就被毁了。很多牌子都是这样，以前大家把它当成身份的象征，后来穿的人实在太多了，假货也实在太多了，于是大家都讨厌这个牌子了。

大妈们也被认为是最毁时尚的群体。当大妈们都穿上踏脚裤了，踏脚裤就已经足够 out 了。有人甚至很不客气地做了这样的推论，如若按照被假冒程度，当买菜的大妈们都背着 LV、GUCCI 去超市转悠的时候，这些大牌是不是也离“毁灭”不远了？

不过，不得不承认，在欧洲市场上，无论从设计还是经营角度看，皮尔卡丹品牌都是成功的范例。1996 年在亚特兰大奥运会上举行服装展示至今让人记忆犹新；2000 年还建立名为 Cardin, Saint-Ouen France, 2000 的新文化中心。但是在中国，皮尔卡丹只走过了短短的十多年的辉煌期，便最终黯淡。

刻薄地说，这实际上也归结为卡丹先生惊人的授权天份：在全世界 140 个国家授权出 900 多个许可证，超过 20 万人为皮尔卡丹品牌工作。然而这种最容易赚钱的运作模式，却也因为无法保证品质，从而最容易让品牌迅速“掉价”。短短十年时间内，皮尔卡丹授权产品无数，从男装、女装、童装到保暖内衣、袜子，甚至还有皮尔卡丹电话机，毫不夸张地说，你甚至还可以在超市里寻觅到皮尔卡丹洗发水的踪迹。

梦特娇的做法亦是如此。1979 年梦特娇“亮丝”系列服装首次进入中国市场，1999 年在中国北京、上海、成都和广州设立代表处，并设立了数个梦特娇亮丝代理商，来代理和分销所有在国内销售的亮丝 T 恤系列。2000 年 9 月，梦特娇开始特许经营，范围从男装延伸到箱包、打火机，光销售点就将近 4000 个。

于是，当皮尔卡丹、梦特娇、金利来、花花公子等品牌在国内迅速蹿红的时候，便遭遇到前所未有的被大规模复制的命运，傍名牌、假货猖獗，你甚至能在地摊上挑到 35 元一件的“娇衫”，甚至是 10 元一条的金利来皮带……各种千奇百怪的假货层出不穷，结果，最终让这些个曾经辉煌的“顶级品牌”，在一线城市难觅踪影无处安身。

【范本】

盲目选衫的时代已经过去了 让我们跟着时尚老总来学习 低调而奢华的型格范本

一谈起那个梦特娇风靡的年代，很多人不禁哑然失笑。当时人们最引以为傲的装扮就是：梦特娇的套装西服，搭配金利来的领带以及皮带，脚上穿皮尔卡丹的皮鞋，上衣的口袋里还要插上一支派克钢笔。

“那个时候只能说实在是 LOGO 的堆砌，因为有了这些 LOGO，才有了身份。而且大家都是这么穿，没觉得有什么不好。遇到有宴请或者聚会，大家很容易就撞衫了，有时候连西装到里面的衬衣都是一个品牌一个款。”如今已经是一家外企上市集团的老总的老余，讲起当年的着装趣事，觉得这股子盲目劲还是挺不可思议的。

而很多人认为的正确的穿衣之道，应该是低调而且适合自己。对于男人们来说，如今可以选择的好品牌很多，撞衫的几率本身就不大。不过，如果真的在你精心打扮之后仍然与某某人不幸撞了，也不用懊恼，最多也就是“英雄惜英雄”罢了。好吧，就让我们跟着杭州大厦购物中心总经理童民强的时尚步伐，来学一学什么叫做低调的奢华。

西装：杰尼亚自从成为大众追随的品牌之后，已经 out 了。来自意大利的克莱利亚尼的高级定制西装才能满足真正的精英需求，量身定做才有自己的范儿。

皮鞋：首选意大利的 Tod's。集舒适与奢华于一体。手工制作的技术相当可靠。有着与生俱来的贵族气，即使鞋面上没有一个 LOGO 的痕迹，大家仍然一眼就认出它就是经典的豆豆鞋。

衬衣：选择康那利或者克莱利亚尼。同理，手工打造，选料讲究，真正体现品牌本身积聚的百年功力。

领带：爱玛仕。天生就有一种尊贵的气质。深受尊贵人士以及明星追捧，款式不多，但是只要一问世，便会成为经典。畅销包都需要预定，时间长达数月甚至数年之久，拥有它不仅需要实力，还需要耐心，因此，永远不需要担心它会成为“街包”而被遗弃。

皮包：爱玛仕或者 Tod's。

哪些品牌有着 10 年以上的商场生命力？

如今品牌更新迅速，少则一两个月，多则四五年，就有可能被商场扫地出门。在你印象里，哪些品牌生命力比较持久？

在银泰百货男装部经理蒋晓敏看来，像 ESPRIT、雅戈尔、LEE、LEVIS、LOCOAST 这样的品牌几乎都在 10 年以上，相比之下，休闲类的品牌生命更加长久。