



衣服兜里摸得到高楼……

今天的创意市集上,去掏掏这样的口袋

文 / 本报记者 金梁 图 / 姚志伟

如果用内涵来形容 T 恤,估计一堆人会用鄙视的眼神注视我,然后认为这人已经疯了。

第一次听到他们的团队名字 C-STICKS 时,还以为是玩 CS 的,没料到据说是设计个性 T 恤的。

“他们的衣服,第一眼的感觉觉得还行。一定要细看,才能读懂衣服上的内涵。”很多人都有如此评价,当然也包括采访之后的我。

“小孩子来买,我还不乐意”

黄睿是衢州人,苏醒一直在杭州,这两个男孩子今年刚毕业,一直未找工作。那在干啥呢?设计个性 T 恤。

一个当年学的园林设计,一个学的是建筑,如果非要与服装之类搭点边的话,只能说都是设计类出生。跟很多之前采访过的创意团队类似,他们俩因为这个爱好,走上了原创之路。

第一次与他们见面,是在西湖边的星巴克,他俩穿着一身自己设计的衣服,包括帽子在内。这与他们的身份、爱好都非常吻合。黄睿比较能侃,采访中几乎所有的问题都是他来回答的,苏醒比较沉默,据说很多设计出自他的笔下。

两人目前没有工作,但有一份自己的事业:设计个性 T 恤。

这种被家里人误认为不务正业的行当,他们俩一直坚持着。怎么打造 C-STICKS 的品牌,怎么把衣服卖出去,怎么让更多的人知道他们俩……在天涯论坛、19 楼、淘宝网等各种网站,他们用自己的方式做着各种推广活动。

于是,C-STICKS 团队和他们的 T 恤生存着,在杭州这块拿创意还不怎么当回事的土壤上。

“我们分居两地,每天通过网络来交流灵感,如果谁有好的想法都会第一时间告知对方。T 恤

设计、生产、跑创意市集、找格子铺来销售……都是两个人一起去努力的。”黄睿说。

当时,他们拿来了一堆 T 恤,包装在塑料袋内的衣服,给人第一眼的感觉只是一般。但随着每件衣服的铺开,有点焕然一新的视觉冲击,每一件都融入了很多想法,不需要他们详细介绍,有心之人都能自己看得出来。

去年,两人设计了第一件 T 恤,他们自己称是最经典款——多年前人们耳熟能详的一句话,加上了一个字,产生了 80 后独有的幽默效果。

黄睿说,衣服一直没做出来,原因很简单,一时找不到地方来生产这些 T 恤,所有的设计稿只能存在电脑里。

去年搞过一个创意市集,黄睿和苏醒都去参加了,因为没有个性 T 恤可以拿出来卖,于是捣鼓了一堆广州那边流行的纸公仔来卖。一张白纸,沿着虚线裁减、折叠,可以做成一个公仔。3 天的创意市集,才 2 天时间就把 240 个纸公仔卖光了。这事给了他们一个启示:创意产品原来还是有市场的,更加强了他们对个性 T 恤的渴望。

“当时来玩纸公仔的都是一些孩子,虽然很畅销,但我们一点都不开心。我们希望这些东西能被大人们所接受,而不是什么都不懂的孩子。如果有机会,我想在所有的创意产品上面写:针对 16 岁年龄以上购买。”黄睿说。