



何应育

一个女人至少得拥有多少 bra? 专业人士计算过:20 个

何应育,北京爱慕内衣有限公司杭州办事处经理,从事内衣行业 13 年,算是这个行业的资深人士了。

约见何小姐的时候,电话里她爽朗的北方人个性给人留下了深刻印象。等到见面的时候,她穿深色开衫,着碎花软裙,又觉得像极了江南女子。

她说自己是东北人,三年前应总公司的要求来到杭州,专门打理江浙市场。她笑着说,三年前杭州人的消费能力就诱惑着北京的爱慕要来这块宝地掘金子了。

这个行业呆久了,似乎人人都练就了一双辣眼。我们坐在音乐悠扬的咖啡吧里,看着进进出出的时髦女子从眼前飘过,这个女人,她居然能一眼就看出别人穿的是多大的 size,就连大致的形状,花纹图样,也能估个大概。她自己则自嘲,这个是职业病。

一个女人拥有多少个 bra 才够?

说到这个话题,何小姐立马来了精神,她放下手中的细花骨瓷杯,开始滔滔不绝。“女人几乎天天要穿 bra,春夏秋冬四季需要的 bra 各不相同。春天需要颜色鲜艳的 bra,蕾丝或者棉质为首选,用来愉悦心情;夏天则需要薄型的,透气的,光面素色为佳,有的 bra 带有蕾丝的抹胸,也是绝佳的搭配单品;秋冬两季则可以选择厚实面料的高档内衣,即使有纹面的蕾丝也不必担心会透出来。比如穿一件白衬衫,马甲式的肉色标体内衣可能会比普通的 3/4 罩杯 bra 更能塑造体线,而当你穿一件大开口 T 恤时,有收拢功效的内衣则会让乳沟自然呈现,展现健康的性感。为了更好地搭配衣服,各种颜色的 bra 都必须准备。另外,每个女人都必须拥有至少两套塑形内衣,像束腰和束裤,秋冬的时候穿还可以防寒。为了配合晚宴等场合,低胸或者无肩带的 bra 以及丁字裤也是必备的。再加上睡衣、性感小内衣等等,20 个是一定要的。”

何小姐还补充道,女人要随时注意自己的身材,无论变胖或者变瘦都要及时更换合适的内衣 size,不能将就,否则身材不知不觉就会走形。“特别是怀孕的或者刚生完小孩的女人,更要注意选择合适的内衣。平时多注意,身材就会无形中变得好管理。”

卖内衣也得讲究人体工程学? 没错,失之毫厘、谬以千里!

“如果说成衣是以厘米来计算,那么内衣就是用毫米。”何小姐给记者介绍了不少专业的内衣知识。

“首先是钢圈,各种材质各种重量的钢圈给人的感受不同,而且决定着 bra 的变形程度。”何小姐说,像爱慕的老总当年就是以研究记忆钢丝的专业起家,好的钢丝,不仅能让身体感觉不到被束缚的感觉,而且不容易变形。而记者也学到了专业知识,原来所谓的记忆钢丝,就是让钢丝拗好造型以后,能坚持这个 POSE 好几年而不变形。

“其次,卖内衣也要研究人体工程学,比如我们就邀请杭州、上海以及欧美国家的女性朋友做过研究,看看十年的时间女人的身材会发生怎样的变化。研究结果表明,欧美的女性从少女到妇女,乳房的尺寸和形状都变化非常大,可能从 A 一下子飞跃到了 C,而且可能会外扩,但是杭州的女人们非常稳定,几乎没有太大的变化。”何小姐又补充道,虽然十年间大家的生活水平都提高了,身材一度有发胖的趋势,但是很多人刻意减肥,所以尺寸并没有像人们想的那样,会突飞猛进。

“内衣上的各种尺寸也要特别讲究,比如罩杯要上薄下厚,这样比较容易贴合衣服。而边围的布料则要厚薄有度,薄了没支撑力,厚了会勒住腋下的脂肪。对于那些已经有赘肉的女性来讲,绕脖式的肩带内衣或者休闲款的内衣并不适合,会纵容脂肪堆积。”

为什么一个 bra 要卖 1800? 因为用的是以色列的进口花边

“要做出一个既吸引眼球又舒适的 bra,绝对不是工厂里面手工缝缝就 OK 的事。”何小姐说,爱慕的内衣设计师每年有大约一半的时间会在欧美一些国家的小镇上生活,从而激发创作灵感。

“像我们的高端品牌 la clover,它的面料上所用的花边,全部都是从以色列、西班牙、奥地利等国家进口的高档花边,这些花边以前都是专供王室使用,每一根都是工人用五六百道工序手工制作的,这样的花边在国内几乎看不到。而一些特殊的面料也会运用到内衣上,比如麂皮、施华洛世奇水晶等等。”

Bra 的前世今生

Bra 一词据说源于法语,流行起来则是因为一本港片——《绝世好 bra》,是很小资的叫法,大概等同于“文胸”吧。你也可以直接叫它“乳罩”或是“奶罩”,当然,作一点的话,可以叫它“小内衣”。

其实 bra 早在咱们中国古代就有,那时有另外的叫法——抹胸或者肚兜。不信的话你去翻翻唐代的《簪花仕女图》,里面那些美貌女子,穿的就是“薄纱低胸绣花衫”。《西厢记》里的宋代女子,则“抹胸裹肚,一根幼带围颈,一块菱巾遮胸,掩起千般风情”。

真正意义上的 bra 则是源于欧洲。最早产生于古罗马时期,在 16 世纪,还有铁、木头制的紧身胸衣,估计那时穿 bra 相当于满清十大酷刑。直到十字军东征,随着纺织技术的运用发展,16 世纪末期,人们开始使用鲸须、钢丝、藤条等来制作紧身衣。这种内衣设计得极为复杂,穿一件的时间,可能要花上好几个小时。

这种束胸内衣能够托高乳房,同时便于女性展示挂在脖子上的珠宝,深得宫廷贵妇的喜爱。但是,这样的内衣长期穿戴不利于女人们的身体健康。18 世纪中期,欧洲出现了一股由医生发起的反束胸内衣运动。1876 年,美国女性主义鼻祖阿巴古尔德·沃尔森在一次演讲中说到:“我存在,首要的角色不是妻子,也不是母亲,而是女人,我有作为女人存在的权利。新女人有权穿得坚强、舒服与快乐。”

然而,直到 30 年后,沃尔森的理想才得到实现。1907 年,法国服装设计大师保罗·波烈提出了新的女装着装观念,呼唤将妇女从紧身胸衣的桎梏中解放出来。他以 V 领外衣取代了过去几乎没有任何空隙的紧口领子,同时也发明了最早的胸罩。波烈乐观地预言:“以自由的名义宣布束胸的没落和胸罩的兴起。”同年,美国《时尚》杂志刊登了一则胸罩广告,第一次使用了“胸罩”一词(brassiere,简称 bra)。

胸罩的出现大大简化了束胸内衣的繁琐,而且更有利于妇女的健康。第一个申请胸罩专利的是美国人玛丽雅各布。据她个人所言,她和女仆一起用两块手帕和一些丝带做了一件简单的内衣,受到朋友欢迎。1914 年,玛丽申请了“无背胸罩”的专利,继而生产了几百件产品。但不久她就以 1.5 万美元的售价将这一专利卖给了“华纳兄弟束胸公司”。后来的几年内,这家公司从胸罩的销售中获利高达 1500 多万美元。20 世纪 30 年代,华纳公司引进了罩杯体系,将胸罩分为 A、B、C、D 四种罩杯。直到今天,华纳公司仍是胸罩的主要生产厂家。

胸罩被广泛穿着后,就跟吸烟、开汽车一样,成为那个年代妇女解放的标志。20 世纪 50 年代,以玛丽莲·梦露、索菲亚·罗兰等影星为代表,丰满匀称的体型引领了那个时代的美,胸罩的设计开始重点突出女性丰满的胸部。60 年代,叛逆的大众厌倦了丰满和矫揉造作,中性化的女性形象风靡世界,不少女性主张抛弃胸罩,引领了真空上阵的热潮。

进入 80 年代后,丰满的女性美又受到人们的热捧,这引发了内衣消费的大增长,内衣的设计也更加大胆、暴露。一种 40 多年前就已经发明的,能让乳房高挺的魔术胸罩开始回潮。1994 年 5 月,魔术胸罩在纽约的登场亮相可谓空前。女士们从清晨就开始排队抢购,魔术胸罩一度成为胸罩乃至服装业最让人惊异的奇迹。《时尚》杂志的一句广告词可以很好地说明当时的情况:“显露乳沟,游走于走光边缘的胸罩,最能展示新女性魅力!”

进入 21 世纪,胸罩的销售数量在不断刷新。美国最大内衣品牌“维多利亚的秘密”创下年营业额近 28 亿美元的神话,即每分钟销售量达 600 件,内衣已不再是奢侈品,而成了每位女性的必需品。



二十世纪初的胸罩



二战后梦露式的导弹式文胸成为当时潮流



二十世纪中期无带胸罩发明

21 世纪的内衣不仅讲究美丽,同时还要健康