

(上接 C01 版)

## 创业闯三关:原创必经的辛酸史

# 创意产品尚未壮大 就遇“老翻”阻击

大约从 2004 年前后开始,创意设计产品开始出现在我们生活的城市,据每年在国内各大城市举办的“创意市集”统计,广州每年约有超过 30 个品牌参加推广,其中大部分仍处于雏形阶段,只有个别品牌走向市场并闯出一定名气,这些品牌不仅面临生产、成本等种种问题,还要应付越来越严重的大批量“翻版”侵袭。



每季推出新款 T 恤都被仿, Demon 的设计师 Key 也很无奈。

### 创新创业第三道坎

#### 一出新设计就被抄 只好在包装上防冒

要建立一个独立品牌绝非一朝一夕的事情。在翻版、假冒成风的市场上,生产、资金、成本等的障碍,并非原创品牌要面对的全部问题,随着牌子人气的增长,被“翻”的几率也在不断加大。

位于文明路潮楼夹层的 Demon 铺,装潢设计独特,店内卖的 T 恤、服饰新潮又有个性,从 2005 年开创品牌至今,谈起创业路上的坎坷,惨遭抄袭令店主兼设计师 Key 印象最为深刻。

第一季设计刚推出不久,一位 Demon 的拥趸碰见自己的同事,发现对方所穿 T 恤的图案、颜色都与 Demon 的出品一模一样,只是 T 恤边上多滚了条白边,并打了不同的 Logo。Key 听说这一消息后,相当诧异,他无法相信自己的 T 恤一推出就被仿。他马上让 fans 打听这件翻版衣服是哪儿买来的,但后来因无法追到货源地,只好不了了之。

谁知,其后历史多次重演。第二季设计后推出不久又被“翻”,这次是 Key 自己在地王广场的一家店铺里发现的。“翻版图案的颜色比原版略浅,手工粗糙很多,如果不是 Demon 的 fans,很难分清真假。”他说,在地王广场内,一件翻版的售价不过是 60~70 元,而正版的则至少要 120 元。Key 表示,担心质量不上档次的“老翻”会影响大家对正版的印象。

一次偶然的机会,Key 在广州最大的服装批发商场——站西一带的服装批发商场内见到了自己设计的一个 T 恤图案被盗印在不同款式的衣服上,大量地廉价批发。这种事情让他多少感到有点无奈。在淘宝上开店的小周,经常到站西进货,她告诉记者,在站西仿冒 Demon 等自创品牌的衣服并不少见。现在的年轻人很了解 Burberry、Prada 这些大牌,不愿意穿这些大牌的翻版;相比之下,本土小品牌知道的人不多,设计也新颖独到,反而卖得更好。

为防止翻版,Key 花了不少心思。首先在每件 Demon 的衣服里加入小标签,其次就是在包装上下功夫,即使 T 恤的款式可以“学”到一模一样,但好质地、独特的包装却很难抄。Demon 出品的每件 T 恤都配有一个设计精美的环保纸盒,吸引了一批为攒纸盒而买 T 恤的拥趸。此外,他说作品被翻版时要保持良好心态。“设计不好就不会有人抄,连 Nike 都有人抄,我们这些小品牌更难应对这种事,只有继续推出好作品,保证不令 fans 失望!”

(下转 C03 版)

### 创新创业第一道坎

#### 找合作厂家难 找好的合作厂家更难

“+D TEAM”是于 2004 年创立的本土创意品牌,目前主创设计师有 Kin、Simon 和 Jeffery 三人,其中 Kin 和 Simon 都毕业于美院,是广州较早从事创意设计的人。如今,“+D TEAM”不但拥有自己的工作室和网店,也越来越受本地的年轻人喜爱。回首创业最初期的酸甜苦辣,两人仍印象深刻。



几经与生产厂家的磨合,“+D TEAM”的第一个产品已经去除较难生产的金属部件。(受访者提供)

像大多数搞设计的人一样,Kin 和 Simon 总是有很多想法,但如何将想法变为现实产品,两人在最初碰了不少壁。最初,他们的第一件产品——“Look”——是一个带有金属支架的纸制多功能纸巾盒/储物盒,这个看似简单的纸制品的批量生产,困难却超乎了二人的想象。

“找工厂是一件很麻烦的事情”,对此 Kin 深有感触。越好的厂家订货量要求就越大,他们跑遍了当时广州市大大小小的工厂,都没有人愿意承接小批量的金属附件生产,一批货就要做至少上万个,成本要求远超两人的承受能力。

终于,在几经周折下,佛山的一个厂家接下他们的订单。但其后的生产过程同样不能让 Kin 和 Simon“省心”。一开始,厂家做出来的成品,不是规格不对就是和设计不符,这样那样的纰漏,令他们不得不亲自到厂里监工。同样的状况也出了在他们后来设计的一个迷宫心意卡片上。这张卡片的背后颇有心思地印上了一个迷宫游戏,迷宫的出入口处各标着一颗小红心,成功穿过迷宫将两个红心连起来,所走的路线描绘出的恰好是一个更大的心型。看似简单的设计,制作时却需特别讲究。1000 张成品出来后,他们才发现两个红心的位置全印歪了,不得不全部作废。

吃过这些亏后,Kin 和 Simon 就学精了,在保留产品优点的前提下,尽量去掉繁琐的设计。现在市面上见到的“Look”都去掉了原来的金属支架,只保留了纸盒部分。“在最初尝试阶段,最好尽可能地简化产品”这是两人的经验之谈。而且如今在寻找合作方时,Kin 也多留了个心眼,他总结说找合适的厂不容易,一定要货比三家,对比价钱、服务和质量。而且,每次和新厂家合作,一定要多沟通,不仅要把设计详细告诉对方,个别需要注意的细节、容易出错的地方等都要提前给对方提个醒,“往往一个细节就会影响产品的整体效果。”Kin 说。

### 创新创业第二道坎

#### 不愿自降身价 原创几成贵价代名词

王飞是标准的 80 后女孩,读建筑设计出身的她,毕业后画过插画,当过时尚杂志的图编,却在一次偶然的机缘中走上了原创设计的道路,由她创立的本土牌子“Fly Queen”最近开始崭露头角,出品了系列丰富而又精美的公仔、家品。

王飞还在杂志社工作时,有次王妈妈到女儿家里收拾,女儿那“衣满为患”的衣橱令她非常头痛,因此决定“处理”掉一些过时的衣裤。但王飞却舍不得其中一套桃红色带白色心形图案的旧睡衣。为了把睡衣留下来,她决定把这些衣服改做成公仔。

谁知道,当时一个突如其来的想法就这样“一发不可收拾”起来。先画出图样,再把睡衣裁好,一针一线地缝,再塞入棉花,就这样,一件旧睡衣变成一只可爱的小兔公仔,见到的同事都夸可爱。尝到甜头的她,一口气把家里的旧衣服都变成了公仔、抱枕、胸针,之后索性辞掉杂志社的工作,做起了自己的品牌。

一开始,王飞常到晓港路的碎布市场“淘”布。后来,碎布市场已经不能满足她产量需求,她就开始转战中大布匹市场。每次选布时,她总是挑最好的绒布,成本高居不下。为了降低成本,她也曾试过把产品拿到工厂加工,生产出来的公仔不是棉花塞得不够,就是线条缝得歪歪扭扭,始终无法达到她的要求。

最好的原料加上纯手工制作,一个手机挂饰要近 80 元,一个大抱枕要两百多元,大的公仔甚至要三四百元,“Fly Queen”的公仔确实比较贵。而且,品牌的主要消费群是学生,“如果价钱可以降个 10%至 20%,肯定会卖得很疯狂”王飞也很清楚自己的定价,超出了很多消费者的接受能力。

“可不可以不用那么贵的布料?”品牌的公关小官笑称,自己常在成本问题上和王飞“拔河”,但每次都败下阵来。“那样我过不了自己那关”,王飞认为,虽然现在还在起步阶段,质量却不能马虎。既然不能打价格战,王飞说打算继续以设计和手工取胜,同时推出 T 恤,“希望东西更多元化,给消费者更多选择”,她说。



因找不到合适的厂家,王飞现在只能请几个女工来进行纯手工制作。