

# Fashion

风尚志 为悦己容，这才是21世纪！  
1714 / P16



## Fashion 有一件单品像闺蜜

【文/杨力佳 图/受访者提供】

采访过不少才华横溢的年轻设计师，他们天马行空，激情澎湃，然而，想要在设计这条路上走得更久远，光有才华是不够的，因为往往，会做设计的商人会比不懂商业的设计师更加容易站住脚跟。近日，奕欧来上海携手华丽集品牌举行的创新大赛，正是助力年轻设计师的创业品牌实现商业化落地的一种探索。在最终进入决赛的佼佼者中，不管是作品本身还是商业模式都可圈可点。

### 用科学严谨的态度，打造摩登有趣的鞋履

在比赛现场的SHOW ROOM里，十来个设计师品牌一字排开，邓佳慰的LABER THREE虽然被安排在了最里端，但丝毫没有遮盖住它的光芒，而谈话是从一颗大白兔奶糖开始的——在2018春夏新款里，有一个系列的鞋履特别引人注目，那就是与大白兔奶糖IP的跨界合作。系列一共有18款鞋子，以浅粉、奶白、淡蓝等温暖、可爱的色调为主，简直就是少女心爆棚！而谈起为何会有这样的合作，邓佳慰甜甜地一笑：“因为我从小就爱吃这个牌子的奶糖呗，而且我觉得，这也是许多人的共同甜蜜回忆。”除了鞋子本身，在包装上，邓佳慰也是花费了不少心思，她将鞋盒做成巨型糖果的样子，盒子里除了鞋子以外，还配了一包奶糖。这个系列的第一批产品刚出，就立刻被一抢而空。

邓佳慰曾留学日本，但是她学的专业与时尚一点关系都没有，而是相当枯燥的化工。归国后，她先是做了一段时间的教师，身上的家族创业DNA很快就让她不安于现状，原本想学以致用，创新生产一些新能源电池，但是在走访了多家国内电池厂商以后，她郁闷地发现，这些厂商对于这块的兴趣并不大，更别谈投入了。购物向来是女人们排解郁闷与压力的不二法宝。邓佳慰前脚从电池厂出来，后脚就走进商场准备给自己买几双漂亮的鞋子。但是逛了好几圈，爱鞋如命的她却发现这些鞋子既昂贵又不美貌，于是又一个新的想法冒了出来：“既然找不到称心的鞋子，何不自己做？”鞋履行业门槛不低，好在，她自己做鞋的想法立刻得到了姑姑的支持。姑姑开设的鞋厂在东莞，专门为欧美知名鞋履品牌做代工。但当邓佳慰调研了制鞋厂、皮料厂、配件厂等相关供应厂商之后发现，它们的一些工作模式居然还是那么传统、零散以至于大大影响了效率。这个女学霸立刻发挥了理工科的思维优势，她并没有急着开模做鞋，而是花费了好几个月的时间，为工厂建立了庞大的数据库，所谓“工欲善其事，必先利其器”，在梳理、管理好所有的模块以后，邓佳慰开始大展拳脚。第一批产品是经典基础系列，基础高跟鞋最考验的就是鞋楦的舒适度，也是最难做的，通过微信公众号，邓佳慰开启了一次“看脚”服务，调研了6000名国内女性的脚型，把她们的脚型数据收集回来重新做了专属鞋楦数据。

近水楼台先得月，邓佳慰可以接触到很多市面上没有的新材料，她非常乐于也非常善于大胆地运用它们，制作成各种有型有趣的鞋子。比如拍照会发光的鞋；半绒半漆皮料的鞋；整个鞋面都是魔术贴的鞋，主人可以自由贴上各种自己喜欢的字母或图案……在个性与叛逆中糅合了经典与实穿性，用阳刚与可爱、复古与前卫，混搭出对立感。邓佳慰说穿上自己设计的鞋子的幸福感比以前抢到大牌限量版还要高呢！

QA 生活周刊×邓佳慰



Q：你觉得你们区别于其他鞋履品牌最大特点在哪里？

A：“趣味和创造”是我们最大的主题，我们认为非常规材料才是真正鞋履材料，大胆采用非常规材料、不同质地地拼接等来展现女性的多面性。我们一直都主张用科学的态度做一个有趣的时尚品牌，为热爱时尚鞋履的姑娘们提供一个大牌设计价格亲民的品牌，而且光时尚还不够，我们需要更多有趣的东西来充实我们的生活，所以我们跟大白兔奶糖，之后还会和杜蕾斯等品牌做各种好玩的鞋履给大家。

Q：经常可以在明星街拍里看见你的鞋子，这是你们品牌的一种营销手段吗？

A：这些明星同款并不是刻意制造出来的，我们并没有和明星之间达成任何的合作，只是明星们的造型师看中了鞋子，在艺人出席活动或拍摄时用它来搭配整体造型，也经常出现艺人自己非常喜欢，让经纪人来购买的情况。好的产品本身就是好的营销。



大浪淘沙，有过硬的设计又有商业头脑的独立设计师才能够生存下来，不是吗？