在上海开了16年时装定制店的意大利人想走向全球

“‘中国制造’是我的骄傲！”

半年前，高档时装定制店Atelier Fusari的旗舰店在南京西路上海商城波特曼酒店一楼开张了。老板本·弗萨利(Ben Fusari)热泪盈眶，他从一条小马路上一间仅20平方米的小作坊起步，经过十多年的打拼，终于在这样的地段、这样的酒店里有了一席之地，想想实属不易。

16年前，正在读MBA的弗萨利来到上海实习，这是他最后一段实习期。此前，他曾先后在英国、法国、西班牙以及东欧多地学习、旅居。没想到，来了上海就没有再离开。他靠着自学设计、打板和缝制，开出了第一家Atelier Fusari。

Atelier在法语里是“作坊”的意思，Fusari则是传统的意大利姓氏，来自他父亲的家族。正如品牌名所寓意的：他身体里流淌着一半法国、一半意大利的血液。

弗萨利让我们留心看Logo，由两个背靠背的“F”组成，看起来很像汉字里的“开”。“我想表达的就是：当你穿着得体时，就能为自己打开机会的大门，比如找到生命中的另一半，或者一份新工作。”

从16年前接待第一个客人至今，弗萨利习惯把每个客人的编号绣进他们的衣服内衬，如今这个号码已经超过了5000。客户一半外国人、一半中国人。

“我们所有的衣服面料都从国外引进，但在中国制造。在时尚界，几乎所有奢侈品牌都以‘法国制造’或者‘意大利制造’为荣，但我不一样，‘中国制造’就是我的骄傲。”









性价比高，这对大家来说非常重要

一开始，这只是一家普通的裁缝店，主要定做西装和衬衫，为结婚的新人服务。

很多年里，弗萨利承接的业务量都比较稳定，但随着近年来结婚的小青年人数变少，他的店经历了一次转型危机。“曾经，我们的业务量有80%来自婚礼，但当市场行情发生改变的时候，你只能迅速反应，并进行快速应对。”他开始增加业务，推出了更多商务休闲和女装款式。“就算不像过去那样经常要穿一本正经的西装，但人们仍然需要穿着优雅。如果你要参加工作面试、商务会议或约会，你仍然希望穿得好一点，这也就是所谓的‘商务休闲’。”

但“商务休闲”究竟应该怎么定义，始终是个难点。“就是说，既要穿得讲究，又同时保持休闲。”弗萨利解释，“确实有点难搭配，而我的作用就是给人们指导和建议，但我不代替他们做决定。”

转型的第一步，就是开发出牛仔裤这一品类，这是他的定制店之前所没有的。“我花了两年时间，把量体裁衣的技术应用到牛仔裤的制作上。”在他的店里，一条量身定做的牛仔裤售价不到2000元，和市场上批量化生产的高端牛仔裤品牌的售价差不多。但他强调，两者包含的服务完全不一样。

“做衣服有两个要素：面料品质和制作工艺。如果你用了最好的面料，却用便宜或者赶工的方法制作，成品不会那么好；如果你用最好的工艺，却使用廉价面料，成品同样不会那么好。所以还是像做饭一样，要把最好的食材和好的菜谱搭配起来，最终做出适合你的东西。我们一套西装起价大约是5000元，这并不是贵得离谱，但又和1000元、2000元的西装很不一样。”

弗萨利还冒出一句中文：“性价比高，这对大家来说非常重要。”

近年来，Atelier Fusari又陆续开发出了皮包、鞋类、夹克等品类，形成了完整的衣橱供应。他说，自己不相信这个年代一家店可以只靠一类单品活下来。“如果你只卖鞋或只卖西装，要生存下来非常困难。我想做一个更完整、提供全套造型的品牌，服务所有人，因为每个人的需求都不同。”

每款产品平均要耗时约两年打磨开发，“制作版型、找到合适面料、寻找合适的生产合作伙伴，到检查所有生产环节，以及合作伙伴能否保持稳定一致的品质，最终才能拥有一件完美的产品。”

如今，他们与中国各地12家以上的工作坊合作。“我们所有衣服都在中国制作，这一点对我们非常重要，因为我最初的想法就是打造一个能够自豪地标注‘中国制造’的品牌。”弗萨利说，因为在中国生产，自己就可以离生产者很近，从而把控、关注每一个细节。“细节对我来说特别重要，它决定了普通和顶级之间的差别。”

在这里成功，就能走向世界

弗萨利从MBA转行开定制店，可以算是一次“血脉的觉醒”。

他的外祖母年轻的时候曾经做过裁缝，她也曾梦想过成为可可·香奈儿那样的人，但无奈因为生存的现实压力，不得不放弃了梦想。

8年前，外祖母来到上海，看到弗萨利的工作室和门上写的Fusari这个名字时，不禁泪流满面。“虽然现在做衣服和她那个年代的方式完全不同，但她给了我灵感。是她启发我要为人们设计穿着，把他们打扮漂亮，就像赋予他们某种超能力。”他相信，“每个人都有不同的故事，而当你给一个人搭配衣服时，你就成了他故事的一部分，也成了他成功的一部分。”

“我们每个人每天都需要去吸引别人，服装就是吸引他人过程的一部分。人们看到你第一眼就会作出判断，所以，为了展示我们内在真正的样子，穿着得体非常重要。这并不意味着一定要穿西装，只是说要穿得恰当，传达一种信息。穿衣就像是在传达信息。”

他不觉得自己5年的所学被浪费：“时尚也是商业，我平时也在上海的一些时装学校授课。我给很多学生的一个建议就是：做出最好的设计很重要，但经营企业同样非常重要。如果你不懂经营指标，不懂经济，你就没办法把一个品牌做大。事实上，正是因为我学过商业，才使得我的事业具有可持续性，并且在上海生存了16年。”

在他看来，近年来上海年轻男士对穿搭时尚度愈发看重。

“上海很有意思，这里的人都希望自己是独一无二的。上海男装的定制市场竞争极其激烈，既有非常便宜的，也有非常奢华的，竞争真的很激烈。”弗萨利认为，“如果你能在上海做成功，那你在世界上任何地方都能成功。”

而Atelier Fusari可以长久生存，自然有自身的优势。

“我认为是法国和意大利的审美眼光，如果你来自法国和意大利，可能对优雅和美有那么一点感觉。你解释不出究竟是怎么做到的，但就是会觉得：‘好，这个更好看一点。’意大利的剪裁传统和法国的优雅，再加上我们引以为傲的中国制造，这种组合没有人能复制。”

扎根上海，打造走向世界的本土品牌

店内几乎所有单品均可定制：包包的包身、侧边、拉链，颜色随心选择；牛仔裤的口袋、纽扣、个人首字母标识都能调整。品牌拥有600多个品类，配套AI线上衣橱、3D预览功能。

弗萨利站在这间位于酒店一楼的店里环顾四周，“我不想开一家普通的商店，我想做的是一个‘造型体验空间’。在我看来，这是一个你可以过来试穿、感受不同面料的地方。”他说，有人称自己为“时尚医生”，“确实很像，我会给人关于时尚的诊断。”

他的客人里所犯最多的错误之一，是因为贪便宜而购买不适合自己尺寸的衣服。“他们会带来一件大得不得了的外套，让我改尺寸。‘可你为什么买这件衣服呢？’‘很简单，因为打了两折。’‘好吧，但你穿上不好看啊！’”他觉得最重要的是，一件衣服穿上之后看起来怎么样。“不管是什么品牌，不管是什么品质，只要能让你穿得好看，和花多少钱没有关系，这一点很重要。所以，我会建议大家重点看剪裁。”

门店既然开在五星级酒店，又是在寸土寸金的南京西路上，就意味着租金一定不菲。弗萨利解释，这正是品牌发展规划的一部分。

“我们的目标是把酒店住客转化为品牌顾客，因为他们住在这里，有的是时间购物，而这跟逛购物中心的情况有点不一样。”虽然旗舰店开张不过半年，但事实已证明，这个办法非常有效。“而且，我们还有原来的老顾客，他们来这里也非常方便。这既是新顾客和老顾客之间的完美平衡，也符合我们企业从只做西装定制向真正的当代奢侈品牌转型的方向。”

弗萨利打算未来再进一步扩张，“我还想再开几家店，现在正寻找在浦东开店的机会，同时也在考虑杭州和北京。之后，我们也许会走向国际。首尔、东京、曼谷、巴黎、伦敦，都有开店的空间。”

弗萨利希望，Atelier Fusari在不远的将来，能成为一个以“中国制造”为荣、并被世界接受和认可的中国奢侈品牌。“到时候全世界的人都会记住，这是一个诞生在上海的品牌。”

晨报记者 沈坤彧 见习记者 丁梦婕