

田子坊里出了个“金粉世家”

距离“百年老店”的“小目标”还有83年

特色小店

晨报记者 谢 贇

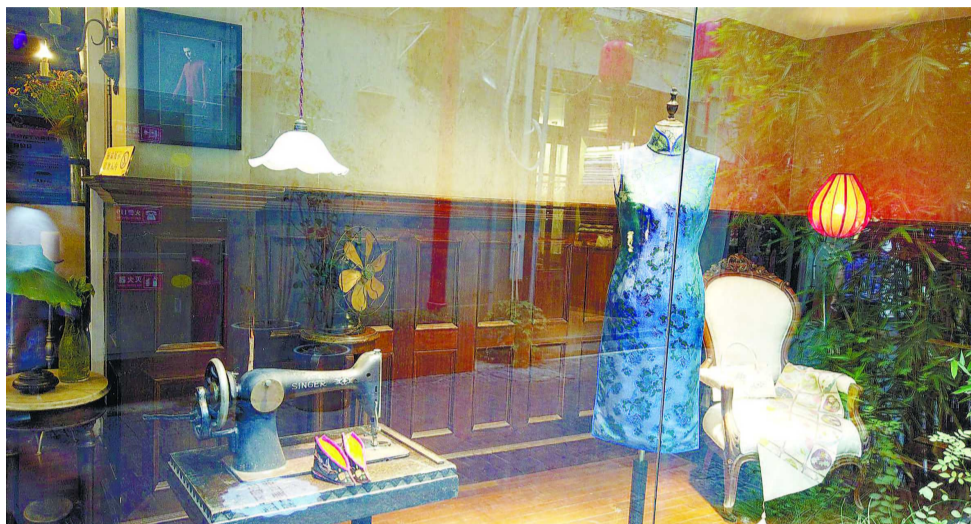
这些年的上海，“上年纪”的小店越来越“有味道”，新加入的“成员”也不断带来惊喜。在上海市商务委支持下，新闻晨报·周到记者将带大家走近小店、体验小店，深入感受在魔都“逛马路”的别样魅力。

李嘉陵的“金粉世家”开在田子坊内，门外几步远便是一个大大的箭头：此处通往石库门风貌区。由于文创产业集中，也因为游客众多，这里是不少中式、海派服饰店铺的聚集区。和很多品牌“争奇斗艳”的风格不同，名字听上去很是富丽的“金粉世家”显得略有些朴素和低调。

因为喜欢海派文化，也因为看好海派服饰的发展，建筑设计出身、并非土生土长上海人的李嘉陵选择创立了自己的服装品牌，开起了自己的服装小店。2002年开店时，张恨水的小说《金粉世家》就已声名在外，李嘉陵又刚好“命里缺金”，便果断取了这个名字。刚开不久，同名电视剧热播，便顺便注册了这个商标。

到了今天，小说、电视剧依然是经典，而自己的“金粉世家”走过了近17个年头后，也有了真正成为“世家”的“苗头”——李嘉陵雄心满满地要把自家店开成“百年老店”。

他说，要完成这个目标，就是要用几代人来做一件事情，“经历了百年的风风雨雨，才能让人们更好地认知、理解和欣赏”。



门口的橱窗陈列丰富，除了旗袍，还依次放了手摇缝纫机、老电风扇、复古沙发等。



店内凸显海派风格的男装

本版图片/晨报记者 吴正彬

科技馆自然博物馆 明起开启全网售票

晨报记者徐妍斐报道 有意前往上海科技馆、上海自然博物馆的市民朋友们请注意，到馆再买票的传统购票模式即将改变。为降低观众的等候时长，营造舒适、安全的参观体验环境，上海科技馆、上海自然博物馆（上海科技馆分馆）明日起实施全网售票。观众可通过上海科技馆、上海自然博物馆的官方微信公众号，上海科技馆、上海自然博物馆的官方网站，以及第三方合作平台购票。

上海科技馆、上海自然博物馆实行实名制全网售票，观众须使用身份证信息进行网络购票。网购成功的观众无需取票，上海科技馆网售票观众可直接凭第二代身份证检票入馆，上海自然博物馆网售票观众可点击购票成功时接收到的短信链接生成二维码检票入馆。同时两馆内的电影票也实行全网络售票，观众购票成功后须在馆内的自助取票机上取票，凭纸质电影票至影院检票入场。

对于部分因特殊原因不能网络购票的观众，如持有科普参观护照的观众、需要办理会员证（自博物馆暂未开通会员证）以及团体票的观众等，上海科技馆、上海自然博物馆特别设置了票务服务专窗，为观众办理票务综合业务服务。

启英幼儿园打造 “聋健融合”教育

晨报记者徐斌忠报道 昨晚，在上海戏剧学院莲花路校区的白宫剧场，启英幼儿园举办了一场名为“聆听爱的声音”的夏季音乐会。新书《爱让生命绽放——学前梯度进阶式聋健融合教育》也正式发布。钢琴伴奏、钢琴联奏、钢琴独奏……昨晚音乐会的十多个节目中，启英幼儿园大班同学伍思诺，一人就参与了三个节目。而当主持人现场提问伍思诺，长大以后想干什么的时候，伍思诺奶声奶气地回答“消防员和护士”时，把台下的观众都逗乐了。不了解内情的人绝想不到，这个与主持人对答自如，弹起钢琴来如行云流水、曾在国家歌剧院与朗朗同台演出过的小女孩，是启英幼儿园的一位听障儿童。

对于听障儿童来说，听音乐、学唱歌对他们来说简直是不可思议的事。幸运的是，伍思诺来到了启英幼儿园，在启英老师的专业指导下，在妈妈的不懈支持下，她不仅讲话口齿流利，还学会了唱歌，学会了弹琴，走上了一条属于她的奇迹之路。

启英幼儿园园长韩秀华介绍，启英幼儿园作为一所聋健合一幼儿园，探索融合教育近20载，构建出了“学前梯度进阶式聋健融合教育模式”，该成果获得“2017年上海市教学成果（基础教育）特等奖、2018年国家教学成果（基础教育）二等奖”。

把最素的旗袍摆进橱窗

虽说是家“小店”，但“金粉世家”的店面其实还挺大，仔细看看，橱窗里面也是大有文章，沙发上放着的手提包就是一只缙丝包，这种源于苏州、在织布时将花纹织进去的工艺如今已经很少见了。一旁的一件深紫色旗袍乍一看平平无奇，但李嘉陵说，这件重磅真丝旗袍没有任何绣花、镶嵌却售价破万，原因就在于开衩部位花样所采用的工艺——普通旗袍都会用铜丝滚边塑造立体感，但这件旗袍包括盘扣都没有用到其他辅助材料，而是仅仅只用面料的“缝头”卷进去，“摸上去会有一点硬硬的感觉，但很明显不是铜丝，对手工的细致程度有极高的要求，这种工艺全上海应该只有我们在用了。当然了，基本上只有内行人才看得出门道”。

一旁墙上挂着的一件锦缎绣花旗袍上衣，则是上世纪30年代永安百货销售的服装的“复刻品”。据说是老外设计的，在那个年代，舞厅的当红歌女才穿得，是件不折不扣的“奢侈品”。

虽然放到现在来看略有些老派、甚至“土气”，但意外的是销量竟也不错，“很多时尚圈的人会喜欢这类服装，穿着这件上衣，不用专门配中式的裤、裙，随便穿一条长裤，搭一双高跟鞋或是球鞋，走到纽约、巴黎街头，都是一道风景

线”。

当然了，“镇店之宝”价格虽高，但也有工艺稍简单一些的款式，“金粉世家”女士旗袍的售价大约在3000元至10000元左右。

记者采访时，恰好碰到了一位男士正在试衬衫款式。一家主营旗袍的小店，怎么还有男装？李嘉陵说，大约从2007年左右，他开始把小店的重心一点点向男装倾斜，走到如今，“老克勒”海派男装在李嘉陵手中的占比已大大超过旗袍，达到了85%，而这种转变也是基于老板的个人喜好和判断，“我觉得海派服饰也好，中国服饰也好，男装其实一直处于较为弱势的境地，市场前景广阔，所以我花大力气拿到了‘老克勒’这个商标。虽然我不是土生土长的上海人，但我喜欢海派文化这么多年，深刻地体会到这个词代表着一种生活态度，是‘有腔调’、有品位的代名词”。

发展至今，海派男装的受众群也逐步扩大，越来越多的企业里担任中高层职务的男士希望在千篇一律的西服中寻求个人风格突破，于是立领衬衫、中式正装等越来越受青睐，甚至一些画家、作家，乃至演艺圈的人士都是李嘉陵的常客，“上新款、新面料或有需求的时候，我们带上专门的‘出门箱’，里面装上工具、样布、款式图片等等，就能提供一对一的上门定制服务”。

小店二楼就是“后工厂”

在距离“金粉世家”几步路的弄堂里，有一家名为“老克勒”的小店，一楼是海派男装的陈列展示，二楼便是两个牌子的“工厂车间”。若是客户在“金粉世家”和“老克勒”的试穿后选中了款式，量好了尺寸，便会被送到二楼“下单”，由经验丰富的裁缝师傅们一一裁制。

记者在现场看到，小车间里“五脏俱全”，有的师傅在图纸上画样，有的埋头在缝纫机前，有的正将工序过半的衬衣仔细熨烫——除了标准尺码的男装外，其他的定制服装都在这里完成。

陈师傅面前摆着的是一件大红绣金的喜服，上衣已经基本完工，但放在一旁的袄裙却是橘粉色的，李嘉陵说，这是在做胚样，先用普通一些的布料做件样衣、样裙，试穿后合适再正式开工，而此前也算“精雕细琢”的胚样则会被丢弃，“传统服饰的关键部位工艺还得经验丰富的老师傅把关，顾客们看中的就是我们的服务”。

在一定程度上，李嘉陵已经走上了很多老字号、老品牌“前店后工厂”的经典之路。

打造“百年老店”要靠传承

说起老字号、老品牌，李嘉陵也的

确存了做出一个“百年老店”的念头。

在他看来，专心一份自己喜欢的事，便不能浮躁、只顾眼前，不能两家、三家连着开店，也不能今天卖馒头，明天看月饼卖得好就“跟风”。李嘉陵不仅坚持海派服饰定制只开在上海，只开在田子坊，也正向着“用几代人来做一件事”努力着。

出于兴趣，也有巧合，李嘉陵的女儿曾经在金融管理专业念到大一，最后还是退学去西安纺织大学专攻服装设计专业，如今已经成功“接班”，担当起了两家店的设计总监一职。而他的儿子将于今年七月从米兰新美术学院毕业，目前已经考上了本校的研究生，毕业后大概率也是要“子承父业”的。

在李嘉陵看来，上海文化中，海派服饰是必不可少的重要环节，而中国的服饰文化中，最拿得出手的也是海派文化，因此小店今后的发展过程中，设计师、运营者对文化和历史底蕴的掌握至关重要，“一家店、一个品牌传承的不仅有设计、手艺，还有理念和信念。我一定要做出一间‘百年老店’来，不能随随便便糟蹋了我的招牌”。

今年7月起，“金粉世家”就要迎来一次较大规模的装修改造，硬件、软件双双提升之余，“老克勒”的“招牌”也将正式“迁”过来。李嘉陵说，该做的还是要做，要做就要做到最好，距离自己“百年老店”的“小目标”，还有83年。