

66

文丁之方

对于瑞士制表来说，“制表师（watchmaker）”曾经是一个再自然不过的“头衔”，代表着一家能够独立完成从设计到产出甚至销售的整套流程的完整企业。时移势易，社会与经济环境的变迁，让许多原本自主独立的制表融入了大集团之中，得而使“品牌”获得聚光灯下的关注——但与此同时，失去财务独立的背后，更是对技术创新、产品创意尤其是关于自己未来发展方向的失控。

纵观近30年的瑞士制表业，为数不多的几个品牌能够在保持着其传统格局的同时，寻找一条适应新时代的制表师之路：其中如劳力士以严谨的大规模制造而著称，百达翡丽则是探索着复杂机械与华丽装饰推到极致，此外还有业内新锐RICHARD MILLE以现代科技与审美，融入传统机械之中，后者正成为越来越多业内求新求变者的灵感来源。

99

RICHARD MILLE

诠释独立制表的奥义

【谨守独立制表的现代挑战】

回首往昔百年的制表历史，那些从“元初岁月”艰苦奋斗幸存至今的制表师大多只是在一个狭小单一的市场里起步，更多依靠的“日持久的努力”积累着资金与市场，即便生存至今成为了业内引人注目的翘楚，依然面对着巨大的生存与发展压力，至今有着众多困扰，制约着它们面向未来的全新挑战。

首先，面对着日益全球化的大市场，以及无所不入金融投资，那些来自大公司或投资者们涌入的投资，正在日益破坏着来自古老制表师手工作坊代代相传的“独立性”。从独立自主到或明或暗的依附或者被控制，有些是遭人鲸吞、有些是后继无人被出卖，无论主动或是被动，那些更多融入现代经济体系的“古老”制表品牌结局往往就是丧失独立。

其次，传统的孤立无援单打独斗，面对着现代社会的快节奏变化以及瞬息万变的复杂背景，相对弱小的独立企业怎样承受市场快速变化和巨大的压力？以上世纪七十年代为例，瑞士制表业几乎是在战胜了全球所有强大竞争对手，在技术、生产组织与全球市场方面都处于“历史顶点”的最佳状态下，突然陡降至濒临整体破产，不得不大规模重新组织的尴尬状态。度过这一劫难之后，大批传统制表品牌或者破产消失、或者依附于大集团旗下，传统格局无形中立即消解。

再次，一个品牌起步或许并不困难，但随着其规模越做越大或越知名，在管理企业与品牌方面就越是复杂。在现代的社会条件之下，原本作为以出色的制表工匠为核心的独立制表商的身份如何维持下去，或者是否应该以不变应万变地维持下去，就成为一个巨大的问题。

如何平衡坚持独立自主的传统，与广泛结交合作伙伴最终获取更多利益之间的矛盾，是着眼于短期利润还是面对不确定的未来细水长流地缓步前行，都让人难以立时做出取舍。

其四，对于传统制表品牌这一“尊贵头衔”，应该在自己的产品中保留多少传统工艺才能够依然算是真正的制表者。这一问题不仅困扰着消费者，也让经营者及所有业内人士难以明确回答。具体到硕果仅存的独立制表商，一枚腕表必须含有多少传统手工艺的成份才能被视为坚守了传统，实在难以以清晰的标准厘清。

最后，锐意创新如何与传承有序融为一体，也是同样困难、近乎难以完成的任务。创新意味着紧跟社会发展的脚步迎合未来的变化大势，传承则要求脚踏着先辈的足迹在预先划定的规制中平稳前行。向前行与向后看，两个动作一同进行确实非常困难。

总之，近百年的积累下来的经验需要继承，未来变幻不定的潮流需要预知，这就是摆在各个制表品牌面前的难题，对此RICHARD MILLE的答案或许多少有点出人意料：

一、以个性的风格和设计重新阐释传统制表之精妙

与大多数历史传统深厚的瑞士高级制表品牌不同，少了许多规矩束缚的新锐品牌RICHARD MILLE得以摆脱以往一成不变的保守乏味的设计思路，更多地从当下人们的生存状态入手，放眼未来的潮流所向。简单的绅士淑女其实很难引发现代人的共鸣，而极力向着运动、艺术、女性品味和生活方式领域拓展。

一个惹人瞩目的例子，便是以往很少会在国际顶尖的专业赛场上或者是奥运会赛场上看到运动员戴着腕表参加比赛，但是RICHARD MILLE成功地做到了让诸多运动明星戴着自己的表去挑战新纪录，更有纳达尔戴着表奔跑在红土赛场，法拉利车手夏尔·勒克莱尔驾驶F1赛车，阿诺·杰拉德戴着表冲击自由潜水世界纪录。

这些耀眼的明星代表着完全不同于传统腕表的使用场景，堪称当代潮流的最前沿，它们突破了以往的极限不断开创新的纪录，展示出未来的发展所向。于是，剧烈运动所需要的极高抗震性、人体工程学的表壳、轻盈而耐磨的高科技材质，都成为品牌不可或缺的内涵。

在那些万众瞩目的运动明星那里，人们看到了各个不同运动项目的极致高水平，而RICHARD MILLE也同样制作着极致水平的产品，这吸引着着许多人喜欢上它，尽管它是一个制表业刚刚崭露头角的“新人”。

二、持续的大规模资金投入

适应现代经济全球大市场的需求，在品牌创立伊始就有能力不断地加大资金的投入，以支撑其新产品研发，并且有能力将其转变为公司的量产商品。作为品牌的创始人，Richard先生通过对钟表市场的细致观察，为自己的新公司确立了与众不同的独特定位给——极致的运动型腕表。不同于传统制表工匠的思维，过

往与航空航天界及F1赛车的深度交往，让他引入了诸多来自行外的高科技元素，从基础材料到机械结构，其目的是打造“戴在手腕上的一级方程式”。

RICHARD MILLE对于人心的洞察，让人们无形之中明白对于极致腕表的追求，与对极致赛车的追求是一致的，其根源在于人们对自己身体极限本能的追求。虽然RICHARD MILLE并不是一个历史悠久的钟表品牌，但它却是钟表行业中积累了最多体育类经验的钟表品牌，从各种真实的多元性运动环境中大胆尝试并吸取经验和改进，直面于每一个不同的运动项目各自独立而复杂的技术规范，这让RICHARD MILLE并成功地开拓出一块全新的“疆域”，让其同行们甚至连跟风都有来不及的感觉。

三、依托高科技拓展新空间。

其实，拓展新空间是基于在传统制表领域里，各家实力强劲的对手已经完全占据了有力地位，让新人一时难以出头。而RICHARD MILLE敏锐地发现并适应这个不断变革时代，利用现代科技为新作品创造出错位的竞争优势，成功地开拓出其它同行殚精竭虑也难得入门之道的“第三条捷径”。

适应现代科技的最新发展潮流，RICHARD MILLE大量地使用电脑，从CAD设计、CNC精密制造，结合最新的材料研发，成功地为人人类传承数百年的制表经验注入到现代创意之中。如此打造出的产品，能够更加有机地融入赛车及其它各种极限运动之中——众多的运动明星在其日常生活与专业比赛中，RICHARD MILLE轻松自然地显示着时间，让他们更加神勇，如虎添翼。与此同时，在极限的运动之中，品牌的产品也历经最严酷的考验，能够被不断改进臻于完美。

四、极致的人格魅力

RICHARD MILLE品牌及其表款，无一不是创始人Richard先生个人特立独行个性的体现，暗表可以见人、看人可以懂表。作为一家历史并不悠久，短时间里发展成熟的品牌，他本人的风格，无疑代表着以其名字来命名的这个品牌的性格。他一位热爱钟表、汽车与机械，而且还与高科技有着不解之缘的法国绅士，他个人的感染力超强，传达的品牌信息也极为清晰：为传统制表，导入现代高科技，更直接了当地说就是打造手腕上的一级方程式赛车。

就像他曾说的那样：我最爱的表当然是我目前正在制作的那一款。其实对我的每个作品我都同样喜爱，但一旦它被生产出来之后，我立刻开始接下来的模型制作。我永远不会停止前进，所以我的注意力始终是未来。什么是未来？就像一次赛车，你总是期待周围的弯道会出现什么。如此的概念，不仅可能是眼下制表业各大“掌门”中所独一无二的，而且也十分符合未来的潮流所向。能够把握未来，自然就能够占据更有利的位置，有着更稳健的发展前途。

对于赛车运动热爱并不只是坐在看台上鼓掌，其实，RICHARD MILLE经常下场参与一些相当高水平的汽车赛，同时还不惜重金收藏古董汽车，就连他身边的子女和朋友们也几乎个个都是车



Richard先生将对赛车的热爱也融入到腕表之中



RICHARD MILLE利用科技为新作品创造优势

迷。对于汽车机械以及相关的高科技深入的理解，让品牌开发出的表款“自然”地带有引领未来潮流的前卫味道，这是由内而外的自然发散气质，那些根据商业计划书按部就班开发出的产品相形之下往往缺乏动人的“灵魂”，这也是RICHARD MILLE迷人的核心竞争力——一个散发生动个人魅力的制表品牌。

五、无尽的创新驱动力

与那些受制于股东追求投资回报，必须按期拿出漂亮的财务报告的企业不同，作为一个独立制表的制表品牌，RICHARD MILLE有着极为宽松的气氛，可以自由地创造出为人喜欢创新作品，大胆而用心，不不仅仅依靠市场严重束缚之下的驱动。这其实一直是独立制表传统的内在核心，也是绝大多数大集团旗下的品牌所不具备的“先天”素质。

与传统品牌不同，RICHARD MILLE没有固定使用的基础机芯，少了许多通用零件，几乎是一个型号对应一款机芯以及表壳设计。这无疑加大了产品开发的难度，也明显增加了生产成本，但它却使得品牌能够如早期制表大师那样不断推出自己独有的外观设计以及独特的机械结构与功能。

喜欢汽车的表迷对于品牌腕表上的功能选择器会特别迷恋，创意源于汽车的变速箱，其表冠中心设有一枚按键，只需按压一下，便可选择上链、空档和手动调时功能。盘面设有一个窗口显示所选择的功能：（W）上链、（N）空档、（H）手动调校时间。这个齿轮系统无需将表冠拉动到不同位置，避免由于过度上链及碰撞表冠对机芯内部部件的损伤，操作起来就像驾驶汽车那样顺滑流畅。最新的创意则是RM UP-01 FERRARI，采用全新超薄擒纵结构，厚度仅1.75毫米（机芯厚度仅1.18毫米）的超薄表。刷新机械腕表的轻薄纪录之余，该表保持优秀的抗震性，是可以真正日常佩戴、轻松参与运动的超薄表，这让制表师们的辛勤工作不至于成为做秀的摆设。

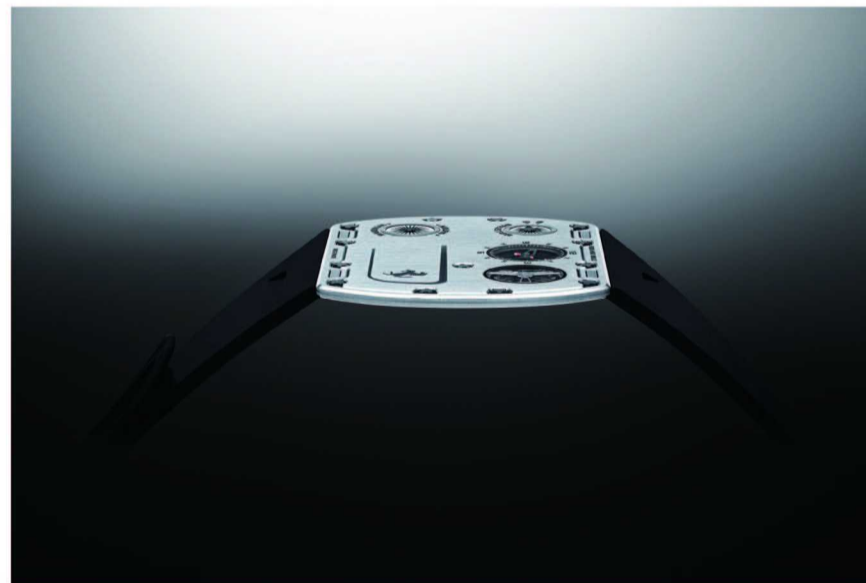
值得注意的是，近年来RICHARD MILLE在设计方面越来越俏皮灵动富有趣味性，从高级珠宝的雪花镶嵌到手工金属雕刻，让其表款更加富有色彩及吸引力。

六、更加直接与贴心的客户服务

作为一家独立品牌，RICHARD MILLE在诸多营销与客户服务事务的处理上会更有弹性，更多地会在制表师、客人和收藏家之间建立情感上的联系。这一优势尤其表现在其直营旗舰店，从销售到服务乃至维修与保养让买家能够放心无忧地将自己的爱表“用到极限”。

特别令新老买家开心的是，RICHARD MILLE一直没有过度的去扩张或者增加产量，依然按照自己稳健的节奏，每年大约增长10%左右的年产量，2021年售出6500枚左右产品，这确保了产品的稀缺性，让新老买家都觉得物有所值。品牌其实依然能够由此获得长远的回报，据统计2021年在瑞士钟表市场，品牌仍旧取得第7位的成绩，让许多老牌都羡慕不已。

回到关于独立制表品牌讨论，究竟什么是“独立”呢？最终答案或许因人而异，但打破常规的愿望与面向未来的远见，一定是一个成功的独立制表必备的素质，就如RICHARD MILLE那般。



厚度仅1.75毫米（机芯厚度仅1.18毫米）的RM UP-01 FERRARI腕表



RICHARD MILLE上海旗舰店



品牌创始人Richard Mille先生



RICHARD MILLE腕表一直在赛场上陪伴纳达尔