

30年用不坏的“国民床单”引来集体怀旧

“民光”老牌子 花样翻不完

新
气
象

老字号

首席记者
邵宁

厚实的全棉质地,浅红、橘红或浅蓝的底色,中间一丛大花,四个角四簇小花,仿佛“四菜一汤”……昨天下午,来自四川的刘小姐和母亲来到川沙百联购物中心三楼的民光家居生活馆,一看到陈列在入口处的床单,惊喜地说:“这种床单我们家以前就有了,用了很多年。现在还有卖啊!”

这就是民光牌床单,这种上世纪七八十年代的经典花型,近几年在网上意外走红,勾起了两代人的回忆,还有了“国民床单”的美誉。事实上,民光这一家用纺织品行业的中华老字号,产品绝不仅仅是这种经典花样的床单,九孔被、葆莱绒被、竹纤维床品、天丝棉麻床品、冰氧吧凉席……每年都有新产品研发出来,营销方式也悄然转型,近年来更是插上了电商的翅膀,开始了新一轮飞跃。



■ 摆在大商场内的“国民被单”,吸引顾客流连

种楠 摄

“国民床单”的走红源于5年前。那是2012年9月的一天,一位上海网友发了条微博,抱怨自己的耳机被猫咬了,并配了张图。不料,几乎没人关注他那倒霉的耳机,相反,耳机下的床单——一条印有浅红牡丹花图案的老式棉布床单,吸引了众人眼球。短短几天之内,该微博被转发超过3万多次。

“这床单我家也有!”“我家用了30年也没坏呢!”“我妈结婚时托了不知多少人才买到的”……这一床单的款式、花色、材质是几乎每户中国家庭再熟悉不过,让网友们纷纷产生共鸣,将其称为“国民床单”。在网友发起的“晒床单”活

“国民床单”前世今生

动中,有一位网友还特地吧床单的标签露了出来:上海民光被单厂,上海著名的老字号企业。

民光的历史可以追溯到82年前。1935年6月,在上海东北部的岳州路兴祥里,28岁的民族企业家项立民开设了一家仅有8名雇工的小厂,其全部家当仅1台人力毛巾木织机和1台人力被单木织机,生产简单的毛巾、被单,那时的店招是“民光织物社”——上海民光被单厂的前身。

据说,“民光”中的“民”字,代

直是我国床单界的老大。80年代初研发出的特丽伦花边长青床单,被时任纺织部部长的郝建秀赞为“既是日用品,又是工艺品”。

之后,民光又研发出了4641号印绣花高级工艺床单、6688号长绒棉皇后床单,到4624高级丝光印花床单……1999年,民光高级设计大师陈凯、工艺大师杨保恒等在床单上再现了“清明上河图”,这款床单融绘画、书法、篆刻艺术于一体,曾在当年全国针纺会上引起轰动。

2008年,民光被单厂并入上海民光国际企业有限公司,2010年,上海民光国际企业有限公司又更名为上海龙头家纺有限公司。

记者手记

老字号,创新是魂

民光床单所在的上海龙头家纺股份有限公司,共有4个家纺品牌,均为中华老字号,另外三个分别是凤凰毛毯、414毛巾、皇后毛巾,均为承载着上海人满满回忆的家用纺织品。在过去的几十年中,这些老字号都曾经经历过辉煌。但不可否认,在近年来激烈的市场竞争中,这些品牌的市场占有率已经不如从前。

如何奋起直追、再创辉煌?唯有不断创新。就拿钟牌414毛巾来说,公司新研发的“棉花糖”毛巾,轻软得就像一团棉花糖,用乳白色透明塑料方盒包装,特别清新可爱。

老字号,不仅仅是历史悠久的老牌子,更是质量一流、特色鲜明、性价比高、信誉度好的优秀品牌。老字号,绝不是固步自封的代名词,时代在进步,社会在发展,人们的需求在不断变化,如果产品还是几十年甚至上百年前的模样,即便有人因为怀旧而购买,但不会有长久的生命力。前人艰苦创业留下的金字招牌,需要后人去珍惜,去维护,去传承。而最好的传承就是创新。

相比国外一些有两三百年,甚至五六百年历史的品牌,上海的许多百年老店还是“小弟弟”。只要坚持开拓进取,质量第一,我们有理由相信,这些民族品牌一定能够向下一个百年迈进。

“国民床单”爆红网上后,勾起了人们的温馨回忆。不少网友说,上世纪80年代出生的人就是在这张床单上长大的。妈妈们说,民光床单结实光洁,不易沾灰,不用熨烫;色泽鲜艳、久洗不褪色;用了多年的旧床单变得柔软,还能给宝宝做尿布,物尽其用……在物资匮乏、买床单需要用布票的年代,民光床单装点了千家万户,体现了那个年代的美学特征。

不要小看一条床单,专家指出,床单图案的布局、搭配、精细度,都体现了上世纪七八十年代工艺美术师们的艺术水准和工匠精神。当时的印染技术要求设计师在

网上爆红恢复生产

一张薄薄的油纸上,用红笔勾画出等比例大小的图案,对称的纹样就更考验设计师的功底。除了花卉,当时还有不少鸟类图案。比如丹凤朝阳图案,飘逸着长尾的凤凰,身周花团锦簇,四面还有小鸟儿雀跃,充满了吉祥喜庆之感;同样,鸳鸯戏水寓意着百年好合。这些都是当年新娘子陪嫁的标配。

“国民床单热”带来了一大波购买需求。在民光工作了40多年的龙头家纺公司研发部经理佘智渊说,这款床单的货号是2669,是

着边上的,现在转向中间,有展翅欲飞的感觉。这是因为以前的床是靠墙放的,而现在的床都是放在卧室中间,视觉效果不同。

2013年初,2669“国民床单”重新和消费者见面了。随后,公司又对这款床单申请了外观专利。同时,龙头家纺还恢复生产了多款其他花型的“国民床单”,同时又设计了青花瓷等既有传统文化内涵又有文艺范儿的图案。“国民床单”在网上的售价为130-200元,比其他床单略贵,但依然卖得很好。2013年,国民床单从一个月几十条的销量迅速增加到几千条,“双11”当天实现了上百万元的销售额。

在人们印象中颇为传统的民光,近年来其实一直在走“科技+时尚”的高端纺织之路。民光的九孔被获国家级和上海市产学研项目一等奖,葆莱绒被获国家科技进步三等奖、国家发明专利。近年来推出的色泽淡雅、柔软细腻的的水洗棉床笠四件套,受到年轻人的喜爱。今年4月刚刚开发出的天丝棉麻系列,采用桉树木浆提取物和棉、麻混纺,拥有这三种天然原料的优点,透气、垂顺又有棉麻的质地。

高端之路迈出了步子

龙头家纺总经理倪国华介绍说,近年来,老品牌借助电商渠道得到了快速发展。天猫、京东、唯品会、东方CJ等平台都有民光家纺旗舰店和龙头家纺专营店。去年1-6月,龙头家纺的民光床品、凤凰毛毯、414毛巾三大品牌在电商销售额为2250万元,今年同期是3300万元,同比增长了50%,其中

民光产品销售额占90%。今年推出的一款竹纤维软席,在东方CJ上一天就售出5000条。

这是一间时尚家居馆,布置错落有致,不仅有被子、四件套等床上用品,还有毛巾、浴巾、家居服、拖鞋、日式烧锅,精巧的碗、杯等餐具,甚至还有设计大方的雨伞、晾衣架……这就是MG HOME店(民光家居生活馆)。业务主管江智伟告诉记者,MG HOME店对标国际先进家居品牌,希望成为一站式生活用品提供者,目前已经开了5家,希望未来在江浙沪不断拓展规模。

“家用纺织品是高频使用的产品,我们将在这一领域精耕细作。”倪国华说,“今天,我们家纺产品的定位是‘新国民系列’,因为我们是民族品牌,是有上市公司,服务广大人民群众,要继承老字号的传统,继续为消费者提供物美质优的产品。”



手机扫一扫
看精彩视频