

走红海外，不少外国游客来沪先去南外滩量身定制中心——

老外为啥爱来这里做衣服？

丁美栋 单婧怡

我在中外交流第一线

在全球知名旅游测评网站Tripadvisor（猫途鹰）发布的上海“必玩榜”（Top Attractions）上，一个名为“南外滩经纺面料市场”（南外滩量身定制中心）的地方高居第二位，仅次于外滩。超93%的网友为这里打出满分评分，纷纷留下“超乎想象的体验”“在上海必逛的地方”“我还会再来”等评价。

这个位于黄浦区小东门街道陆家浜路399号的服装定制中心，以布料和服装定制为主。这里面料品类齐全、定制工艺精湛、服务灵活贴心，近年来乘着过境免签政策的东风，成为外国游客定制服饰的热门地标。不少店铺的外国客人比例达到七成，他们“扎堆”在此“量体裁衣”，体验“中国式时尚”。

沪上热门打卡点

“这里是我中国之旅的第一站，准备给自己定做一套西装。”来自法国的青年雨果拖着行李箱，走进南外滩量身定制中心。

暑期以来，入境游持续升温。在上海，除了外滩、豫园、东方明珠等标志性景点，一些蕴含海派市井烟火气息的场所，也受到不少外国游客青睐。作为扎根上海老城厢多年的传统服装定制市场，南外滩量身定制中心正是其中之一。

走进这座总面积超1万平方米的3层建筑，285家店铺依次排开，西装、皮衣、旗袍、礼服等服装品类琳琅满目。“Hello”“Bonjour”“Ciao”“Hola”……各种肤色的游客穿梭其中，店员用英语、法语、意大利语、西班牙语等多种语言说着“你好”，吸引顾客进店参观。市场内双语指引标识醒目，不少店铺门口还张贴着海外社交平台账号信息。

“这是来过上海的朋友向我推荐的‘宝藏去处’。”雨果告诉笔者，他此趟来上海，不仅希望打卡城市地标，还希望能够“沉浸式体验当地人的生活日常”。为此，他做足了攻略，刚下飞机便打车直奔南外滩，“这里能够感受上海老裁缝的海派工艺，很上海，很中国！”

数据显示，今年以来，南外滩量身定制中心客流同比增长约30%，其中外国顾客占比达六成。

这片市场的“国际范儿”其实由来已久。南外滩量身定制中心总经理张盛祥介绍，中心前身是在上海家喻户晓的“董家渡布料市场”，当时就有一些外国人来此采购面料。2006年，南外滩经纺面料市场正式开业，市场也从单一的面料集散地逐步转变为成衣定制市场。由于这里定制服装的价格仅为海外同类产品的1/3甚至更低，吸引了众多在沪外籍人士来此定制成衣。伴随2010年上海世博会召开，大批外国游客来沪，这里的海外口碑持续发酵。

近年来，在入境免签等利好政策的加持下，市场在外国游客中的名气越来越响，成为海外社交平台的上海热门打卡点。张盛祥介绍，“市场内商户成衣定制水平不断提升，游客能用实惠的价格买到上乘的品质服装。前段时间，市场对外名称升级为‘南外滩量身定制中心’，希望不断擦亮这张‘定制名片’。”

一场“沉浸式购物”

外国游客为什么如此青睐南外滩量身定制中心？

“不只是有竞争力的定制价格。”在五岳洋服店主岳文荣看来，答案还藏在一把软尺里。

岳文荣有超过20年的服装定制经验，是南外滩市场内的“老商家”。既做销售，又做量体师，让他对不同形体顾客的细微差别格外敏锐。

对于成衣定制而言，量体并不是简单地测量肩宽、胸围、袖长，更重要的是要能够“辨体”。岳文荣告诉笔者，“以肩膀为例，有人斜肩、有人平肩。同样的肩膀宽度，落到不同的肩形上，剪裁方式便有不同。需要量体师‘锐眼’判断，给出最精准的量身数据，才能让定制出的服装合身、穿着舒服。”

对于远道而来的外国游客，这种细致入微的定制服务尤其重要。不少海外游客的身形特征、穿着习惯和国内消费者存在差异，需要店家耐心沟通，在版型取舍、面料选择、细节处理上琢磨。

“领型、扣子、扣眼、口袋、里布，甚至刺绣纹路，都要和外国顾客一一确定，让他们感受到‘南外滩定制’的温度。”KATE&KEVIN西服定制负责人许成芳说，“通过细致量体与沟通，一次普通的购物有了‘沉浸式体验’。”

在南外滩工匠们的扎实工艺下，一件件经由精细辨体、精工剪裁的定制成衣呈现在外国顾客面前。“尺寸合适，挺括有型。”在岳文荣店中，一位德国顾客取到西装成衣后连连称赞。

速度快是南外滩量身定制中心的另一大优势。“我入境后先来南外滩店铺下好定制订单，几天后便可离沪时取走成衣，整个过程专业而高效。”雨果说，这样的定制效率让身为短途游客的他感到十分便利。

在这里，依托长三角强大的供应链体系和不少店铺的标准化工厂生产模式，从选料到成衣，顾客最快次日可取。“我们在宝山区有约3000平方米的自营工厂和一百多名专业裁缝师傅，生产效率很高。”许成芳介绍。

南外滩量身定制中心还提供贴心的跨境配套服务。“我们引入中国邮政等物流企业直接入驻市场，成衣可以直邮全球170多个国家和地区。”张盛祥补充说，“市场还落地了外币兑换机，满足外籍游客现金兑换需求，让他们的南外滩之旅更顺畅、更便捷。”

一种特别的文化体验

如果精湛的制衣工艺、贴心的定制服务，是南外滩量身定制中心收获外国游客青睐的底气，那么，藏在一针一线里的中式美学，则让这里成为外国游客触摸上海本土生活、读懂东方服饰文化的一扇窗口。

“我本来没有买衣服的计划，但这里的旗袍太美了，一眼就心动了！”美国游客凯瑟琳娜原本只是陪朋友来市场，却被一些旗袍深深吸引。“细腻刺绣、婉约版型，与西式服装风格截然不同，独特的东方韵味让我眼前一亮。”凯瑟琳娜坦言，中式服饰的优雅与精致，让她爱不释手，并当即下单，在这里定制衣服，是一种特别的文化体验。

雨果也被中式服装美学“折服”。在南外滩市场里逛完一圈后，除了一套计划好的基础款西装，我还定制了一套有中式莲花纹样的‘特别款’西装。”雨果说，“太酷了，这就是独属于中国的潮流！”

除了中式美学，还有烟火温情。“我喜欢看中国电视剧《繁花》，里面有男主角阿宝定制西装的情节，很有‘腔调’，所以特地来南外滩逛逛，感受老上海的海派文化。”来自马来西亚的瑞达说。

“这里是‘上海定制’的一扇展示窗口，走亲访友特色路线，是展现上海匠心与老城烟火气的特色名片。”小东门街道办事处副主任张璇告诉笔者，市场自然沉淀形成的产业生态，保留了独一份的老城厢市井烟火氛围，不同于商场定制店精致的标准化环境，这里能直观看到裁缝现场量体、剪裁、缝纫的过程，充满真实鲜活的生活气息。

市场商户也在民间跨文化互动中感受到人与人之间的温度。“欧洲顾客通常偏爱修身、利落、简约的版型，美国顾客则更喜欢宽松、舒适的风格。”许成芳说，多年来与外国人打交道，让她了解了不同国家的审美文化和生活习俗，还和一些顾客结成了跨国好友。

“这片市场里，多国游客、多国语言在此常态化交融，直观展现上海海纳百川的城市特质，持续促进跨文化友好交流。”张璇说。

“我迫不及待地希望把‘中式美学’穿在身上。”凯瑟琳娜说，她计划拿到成衣后去参观豫园，“豫园古色古香，我想穿着旗袍游览那里，留下属于我的‘中国记忆’。”



图片从上至下依次为：
7月22日，在上海市黄浦区南外滩量身定制中心，服装店工作人员为法国游客马夏尔测量尺码。 新华社记者 王 翔摄
8月4日，外籍游客和店主确定领带刺绣细节。 王 初摄（人民图片）
南外滩量身定制中心。 受访者供图

引文中的括号

杜老师：

一篇谈字音的文章说：“该词典指出：‘（岭）统读líng，不读lǐng。’”其中括号表示什么意思？请您说说括号的这种用法。谢谢。

江苏读者 郑先生

郑先生：

括号常用来标示说明性文字。

例如：

我校拥有特级教师（含已退休的）17人。（《标点符号用法》）

有时，括号的这种用法用于引号内的引文中。例如：

（1）信纸上用稚嫩的字体写着：“阿夷（姨），你好！”（《标点符号用法》）

（2）在那一章里，“（曾皙）曰：‘莫春者，春服既成，冠者五六人，童子六七人，……’”（《标点符号规范使用手册》）

（3）清郑燮《与江宾谷、江禹九书》：“……虽李（白）杜（甫）齐名，温（庭筠）李（商隐）合噪，……”（《标点符号用法手册》）

例（1）中括号中的“姨”是对引文中“夷”字的订正。例（2）至（4）中括号中的文字是作者引用时添加的，括号中的这些文字使得引文语意更为清晰明白。

“‘（岭）统读líng，不读lǐng。’”中括号的用法与此相同，

也是为了使表意更为显豁明了而括注一个“岭”字。

顺便指出，有时候也在引文之后的括号中对引文加以说明。例如：

（1）我忍不住喊道：“你，快点回来！”（我怎么用的是命令口气？大概是怕显出自己的胆怯吧。）（《标点符号用法90题》）

（2）记得第三课就有一句：“Is he of us?”（彼乃我辈中人否？）（《新国标标点符号用法问答例析》）

这种在引文之后标示说明性词语的括号是句外括号，上面说的“（岭）统读líng，不读lǐng”等中的括号是句内括号。两者都不算正文，往往不能跟正文连读。

《语言文字报》原主编杜永道



罗兰贝格全球管委会联席总裁戴璞——

3万公里读懂“中国担当”

《环球人物》记者 王硕涵

戴璞出生于法国。1993年，从巴黎政治学院毕业不久的他收到法国电力集团的派遣书，来到中国参与大亚湾核电项目。这趟远行，让他此后30多年的人生与中国紧密相连。来到中国两年后，戴璞背起行囊，开启了一次西藏之行。离开拉萨时，他坐上一辆开往青海格尔木的长途大巴。途中，他第一次听说，中国计划将青藏铁路从格尔木延伸至拉萨。

在戴璞看来，基础设施正是中国转型的基石。“道路、机场和铁路建成后，缩短的不只是地理距离。人员往来更加便利，货物运输成本随之下降，资本和产业也有了更大的流动空间。”他说。

2006年，青藏铁路建成通车。戴璞再次想起那趟大巴之行。真正让他感慨的，不只是工程本身，更是一个看似遥远的设想，经过多年规划、投入和建设，最终变成了现实。

这些年，频繁往返于北京和上海的戴璞，是京沪高铁的常客。列车驶出站台后，他会打开电脑继续处理工作。有时，一场电话会或视频会几乎贯穿整段旅程，车上的WiFi和5G网络足以支撑会议流畅进行，极少因为高速移动而中断信号。

这样的体验在他看来并非理所当然。在世界许多地方，列车上网络仍会卡顿，电话也可能频繁掉线。但在中国，交通网络与通信基建的叠加，为他编织出了一种“无处不在的连接感”。

戴璞观察中国，并不只在高速移动的列车上。

30多年来，他在中国骑行超过3万公里。工作日子里，常驻上海的他会在清晨5点出门，沿着黄浦江骑行。此时天色从灰暗一点点变亮，路边小店升起早餐的热气，公园里已经有人开始跳舞、打羽毛球或散步。这是戴璞一天中最享受的时刻之一。

中国的制造业升级，也让戴璞印象深刻。自2001年加入全球管理咨询公司罗兰贝格，并于2020年出任公司全球管理委员会联席总裁以来，戴璞的职业生涯深入中国经济的腹地。

20多年前，外界谈到“中国制造”，首先想到的是大规模、低成本和完整的供应链。如今，新能源汽车、大飞机以及化工、金属等行业的快速发展，正在改写这种印象。越来越多中国企业开始进入技术更复杂、附加值更高的终端产品领域。

戴璞把这种变化归结为“生产率的提升”。在他看来，生产率不是依靠更便宜的劳动力，也不是让人工作得更辛苦，而是用更少的资源，生产更多、更复杂、更有价值的产品。

跨国公司与中国的关系也随之改变：过去，它们更多把技术和管理经验带入中国；如今，学习开始双向流动。制造仍是根基，但“中国制造”正在从规模优势走向技术和价值优势。

除了制造业升级，还有能源转型。“中国



在光伏、风电、新能源汽车、电池等领域形成了完整产业链，不仅赋能自身发展，也深刻参与全球绿色转型。”戴璞说。他以钢铁行业为例：如果用绿氢生产低碳钢铁，就需要大规模低碳电力，这又会牵动可再生能源、电网、储能、装备制造和基础设施的整体升级。

中国新能源汽车产业也同样印证了这一点。电池技术、整车制造、充电网络、数字座舱，加上超大规模本土市场的协同发力，让这个全新的产业迅速发展，并以不可阻挡之势重塑着全球汽车产业的版图。

“中国的高质量发展早已跨越了单纯追求规模与速度的阶段。”戴璞说，“它不仅是自身向‘新’与‘绿’的深刻变革，更是以大国担当，与世界共享发展机遇的庄重宣告。”

配图：戴璞在中国山间公路骑行。

受访者供图