

激荡二十年 “上海故事”的文化血脉与开拓新生

“上海故事”是由杨求良先生于2003年创立的丝绸品牌，他以创新的设计理念、领先的运营模式和深厚的文化情怀，致力于将“上海故事”发展为著名时尚品牌。在创意和设计理念方面，他将“上海”二字融入品牌名称，意在把上海三十年代独特的摩登、时尚、经典融入品牌调性，以特有的设计款式体现出独特的上海风情，并由此给传统的丝巾市场注入一股新鲜力量，也为消费者带来一种融合传统与现代的美的体验。“上海故事”的产品在设计上注重融合最新的时尚风潮，采用国际上最流行的色彩，从飘逸的薄款丝巾到雍容华贵的厚款围巾，无一不弥漫着优雅知性的人文风采。同时，上海故事也十分注重产品的品质与消费者的体验。杨求良先生在“上海故事”丝巾质量上一贯严格要求，多选用天然高档纤维、真丝等原材料，精工制作，匠心独运，带来璀璨夺目的佩戴体验与享受，从而保障了消费者对品牌的期望和产品质量的信赖。自2003年问世以来，“上海故事”凭借其独特的品牌风格和文化内涵俘获了无数消费者的喜爱，成为了中国丝巾品牌中公认的领头羊。

随着品牌的稳步发展，“上海故事”不断开拓其商业版图，在上海著名的核心商圈——南京路、淮海路、徐家汇、豫园、虹桥高铁、机场等开设了十几家专卖店。2009年，杨求良先生成立上海故事丝绸发展有限公司，并在全国广泛铺设线下专营店，进行品牌宣传与推广，使上海乃至全国的消费者对“上海故事”品牌的认可进一步提升，人们常常将其作为象征上海城市形象的伴手礼赠送给亲朋好友。因此，各门店的销售业绩也连年攀升，多次获得所在商场的



资料图片

“优秀业绩奖”“最佳合作奖”等众多荣誉。多年以来，杨求良先生始终都以推广和传承“上海故事”品牌文化为自己的使命。“上海故事”品牌不仅与东方卫视、央视等主流电视媒体进行合作，还将专卖店继续延伸到南京、杭州、宁波、成都、哈尔滨、沈阳、吉林、大庆等其他城市，影响力辐射至全中国。可以说，“上海故事”为中国丝绸品牌的发展提供了绝佳的范本，更带动了全国各地的丝绸产品市场，为中国丝绸行业发展开辟了全新的道路。

随着电子商务的蓬勃发展，“上海故事”在专注线下实体店的同时也及时

调整品牌经营策略，开始在线上布局经销网络及授权经营，并于2013年正式开通“上海故事”官方旗舰店，一经上线就迅速发展成为丝巾品类线上最畅销品牌，并以其不断推陈出新、紧跟时尚潮流的产品设计深受线上消费者的追捧。依托“上海故事”与生俱来的文化意蕴，线下+线上融合经营的模式也推动着“上海故事”走向新的发展阶段，在激烈的市场竞争中占据一席之地。

近年来，“上海故事”在原有品牌风格的基础上，尝试与其他热门IP进行联名，其中就包括同具有极高热度的北京故宫宫廷文化有限公司联合推出联名

丝巾。一边是由流传600年的故宫宫廷匠人手艺与织造技能的巅峰，另一边是极具文化情怀和城市魅力的“上海故事”，两者的强强联手，既保留了传统手艺的精妙绝伦，又加深了品牌本身的文化底蕴，形成了复古与潮流的完美融合，传统与海派的激情碰撞。最近几年线上直播经济的爆发式发展，也让“上海故事”不断开拓新的商业模式，通过与各大头部直播间的深度合作，创造了不俗的销量业绩。

历经近二十年的经营和发展，“上海故事”品牌几乎已经成为了流淌在文化血脉中难以磨灭的名字，但凡提起丝巾，就很难不想到“上海故事”。“上海故事”不仅被认定为中国丝巾围巾等知名商品上的特有名称，还成功入选第七批上海市重点商标保护名录，更被上海市商品品牌协会评为“上海好商标”。毫无疑问，“上海故事”已成为上海乃至全国最具代表性的丝绸品牌之一，她受到了无数消费者的认可与喜爱，成功实现了企业创立伊始创上海著名时尚丝巾品牌的目标，成为中国丝巾的特有代名词。

(张楠)



资料图片

9.18 勿忘国耻

1931.9.18—2023.9.18



市场信息报
MARKET INFORMATION

勿忘国耻 吾辈自强