



4

责编/李强 美编/张圣龙 审读/王林宏

2023年8月28日 星期一

「脸基尼」之母张式范：「青岛大姨」的另类时尚人生

为防海蜇发明网红爆款站上世界时尚前沿 脸基尼不仅是游泳神器更是文化符号

这个夏天，“巧克力大爷”成为青岛的城市“顶流”，然而，青岛海水浴场的初代网红，其实是一群“怕晒”的“脸基尼大妈”，“脸基尼”的发明者也正是青岛大姨张式范。

无论从哪个角度来看，青岛大姨张式范都与时尚毫不沾边。身着红色的印花真丝短袖和棕色亚麻长裤，说起话来和风细雨，亲切得就像邻居家的阿姨。但就是这样一位普通到不能再普通的青岛大姨，却在由欧美知名品牌占据绝对话语权的时尚圈，掀起了一股新风潮。她设计的脸基尼不仅登上了巴黎、纽约等国际时装周，连时尚明星蕾哈娜也戴上拍摄大片。脸基尼不仅是爆火的时尚单品，更成为了代表中国的文化符号。时尚人士们大概不会想到，脸基尼设计的初心是为了让洗海澡的青岛大姨不会被海蜇蜇伤。

突然的爆红，也让张式范命运的齿轮开始转动，巨大的名声让她设计的脸基尼销量暴涨，目前已经占到了公司营业收入的一半以上。但也因为模仿者众多让她备受困扰，网络上针对脸基尼的争议曾经让她无法入眠。

但这些都没有动摇过张式范继续开发脸基尼的决心，从第一代脸基尼推出以后，她就在不断地从面料、功能、外形上对脸基尼进行升级。今年，67岁的张式范推出了第九代脸基尼——陆地脸基尼和瘦脸脸基尼。设计创造脸基尼20年来，她已经申请了20多个相关专利。不出意外的话，她还会推出第十代、第十一代脸基尼……“我就是为游泳的人而生的。”生活在青岛但并不会游泳的张式范这样说。



张式范和她发明的脸基尼。

设计初心 为防海蜇发明爆款“脸基尼”

每年夏天，青岛海滨浴场里的脸基尼大妈们都是一道令人无法忽视的风景。她们都戴着脸基尼，仅露出眼睛、鼻子和嘴巴，享受着阳光、大海和沙滩。

作为一名土生土长的青岛人，脸基尼的发明人张式范与脸基尼的缘分似乎从小就注定了。小时候，奶奶家的一位邻居是医院的护士，她在一次海上实习中意外被海蜇蜇伤，深



张式范展示不同时期的代表作。

可以把身体全部都包住的泳衣就好了。她寻遍全青岛也没有找到合适的泳衣。要么是款式不满意，要么是材质不满意。一个大胆的想法涌现在脑海：“我为什么不能自己设计一款泳衣，既能防晒还能保护皮肤。”

年轻时学习服装设计的底子这时派上了用场，她找来最适合制作泳衣的尼龙面料，既舒适又透气，又打破传统把泳衣设计成长袖长裤，并且加上了拉链、袖扣挂口和脚挂，让泳衣做到既防晒又防海蜇，她把自己设计的泳衣称为“水母衣”，定价180元。

新颖的设计让“水母衣”大受欢迎，第一批300件很快销售一空，张式范多次联系工厂加大订单，最多的时候一天能卖出67件。

令张式范没想到的是，“水母衣”并不能完全解决人们的需求。一位老太太到店里跟她说：“设计‘水母衣’是件好事，但这件好事你只做了一半，你把身体保护住了，但是脸并没有被保护到，游泳的时候依然容易被蜇伤。”也有游泳爱好者专门到店里来寻求保护面部的产品，张式范找了一圈，终于找出了一个滑雪帽，再配上面罩。

客户的需求再次点燃了张式范的创作热情，她思考着，能不能设计一款专门用于面部防护的面罩，护住游泳爱好者的脸。说干就干，她找来家里的秋衣秋裤开始打版，捣鼓了三天三夜终于做出了脸基尼的雏形。

从外观上看，脸基尼不过是一块面罩，但它的设计却让张式范费了一番心思。考虑到这款面罩是要把头部包裹住，如何才能做到舒适性和实用性兼具是个难题。“人的面部神经是很敏感的，稍微不适就会有很大反应。”张式范最终决定用三块布料把面罩拼起来，经过上百次的试戴之后终于投入生产。因为契合了青岛大姨们的需求，她委托工厂先制作了500个脸基尼产品，很快便销售一空。曾经，一浴一位摊主一次就从张式范这里买走一大批。

初代脸基尼的大获成功给了张式范信心，从2005年初开始，济南路8号门店脸基尼的销量直线上升，张式范也在销售中不断对产品升级改造。有客户反映鼻子和嘴巴不舒服，她就反复研究制作工艺，提升脸基尼佩戴的舒适度。有顾客希望提升脸基尼的外观，她就翻遍色卡找最适合的颜色。通过不断地改进，脸基尼的销量也在不断扩大，济南路8号门店最多的时候一天能卖出70多个。

2007年，网络购物还是个新鲜事，但张式范已经成为第一批“吃螃蟹的人”。儿子建议她把产品放到网上销售，于是她在淘宝上注册了一个网店，很快就成为了淘宝上同类产品销售的第一名。

脸基尼的热销让张式范打开了思路。但她做梦也没有想到，这个只是为了防晒和防海蜇的头套，竟然让自己走到了时尚界的最前沿。

面对顾客的诉求，张式范想，要是有一款



张式范最新推出的瘦脸脸基尼。

意外爆红 从游泳面罩到引领时尚潮流

2012年，一张青岛大姨头戴脸基尼的照片在网络上流传，引起了外国记者的注意。美国《新闻周刊》母公司The Daily Beast网站把这身行头放到时尚版大加点评，并首次为之取名为Face-Kini，汉语直译为“脸基尼”。同年，这组照片入选美国《时代》周刊评选的30张“2012年度最令人吃惊的照片”。

同年，她接到了德国电视台第七频道的“Galileo”栏目的采访邀请，这个在欧洲有着400万受众的栏目想以脸基尼为主线，做一期防晒和皮肤保养的节目。栏目组前前后后花了四个月时间联系张式范，但都被她拒绝了。“我就想好好做我的水母衣和面罩，一点也不想出名。”令张式范没想到的是，栏目组想采访张式范，如果愿意接受采访，愿意支付一定的报酬，德国记者提出的方案让张式范有些“骑虎难下”。“人家都说到这个份上了，我们也不能丢中国人的脸。我当时就回复他，同意接受采访。”张式范说。

2013年7月，Galileo制作的节目在欧洲播出。在追求皮肤是“健康的小麦色”的欧洲，人们对远在中国青岛的大姨们，通过戴头套的方式美白十分感兴趣。节目的传播面非常广，也打响了脸基尼在欧洲的热度。

仿佛是在一夜之间，脸基尼忽然爆火。张式范一位在欧洲定居的朋友打来电话告诉她：“你现在成明星了，在欧洲电视上都看到你了。”

脸基尼在国外的走红让张式范无论如何也没想到，自己设计的游泳防晒面罩在时尚圈也刷了屏。法国时尚杂志《CR Fashion Book》，发布了一组时装模特佩戴脸基尼拍摄的夏日泳池大片。2019秋冬巴黎时装周Marine Serre秀场上，国际超模们戴上了来自东方的脸基尼。2019年，美国当红歌手蕾哈娜为在杂志拍摄的一组写真大片中，也戴上了脸基尼。

对于脸基尼在媒体上的每一次露脸，张式范的先生刘克亮都留下了记录，或找来报纸、杂志原件，或拜托朋友进行翻拍。

脸基尼的影响力甚至扩展到了学术领域。法国昂热大学社会学教授专门来到青岛对张式范进行访谈，调研组最终得出结论：脸基尼是审美和实用性的结合，因此广受欢迎。

格局打开 把脸基尼打造成时尚爆款

外界的广泛关注也让张式范的思路彻底打开。从事多年游泳用品行业的她发现，原来脸基尼还可以这样玩。它不仅是单纯的游泳用品，更是一种时尚产品。张式范开始按照时尚产品的思路设计和推广脸基尼。

解开心结后，张式范继续着自己的创新之路。针对网上关于脸基尼外观的评论，张式范在研发过程中也开始考虑，如何让脸基尼变得更加美观。先生刘克亮喜爱中国书画，他的建议让张式范眼前一亮，何不把京剧、熊猫、孙悟空等中国

元素融入到脸基尼中呢？让脸基尼变得更加有趣味。

2016年，一场独特的新品发布会刷屏了青岛人的朋友圈。张式范以海水浴场为舞台，发布了第六代脸基尼，最大的改变就是脸基尼上画着京剧脸谱、熊猫、东北虎等图案，脸基尼不再是单调的游泳面套，更是充满趣味的时尚单品。那年，张式范把自己设计的水母衣也进行了迭代，把老虎、熊猫等元素融入其中。参照时尚品牌发布的形式，张式范也组织了一场发布会，地点就定在青岛海藻文化最具代表性的第一海水浴场，模特们身着新款水母衣和脸基尼，以碧海蓝天为背景，与五颜六色的脸基尼、水母衣形成强烈反差。

在脸基尼的研发创新之路上，张式范从未止步。2017年，她又推出了适合冬季佩戴的毛线版脸基尼，主要用于户外运动、高寒地区作业、北方冬季户外劳动、探险活动等。张式范表示，在寒冷的冬天，人的鼻子、面部和耳朵最容易受伤，毛线版脸基尼可以将人脸包裹起来，避免受到严寒的侵害。这一次，她把发布地点放在浮山一处观景台，以红瓦绿树为背景，让脸基尼再一次吸引世人目光。

最近三年，张式范的脸基尼销量有所下降，她也开始琢磨着让脸基尼的受众更加广阔。“如果只是针对游泳爱好者，市场确实太受限。”张式范说。她注意到，近年来，人们对防晒越来越重视，很多女性消费者会主动购买类似防晒面罩的产品，将面部裹得严严实实。张式范便把目光投向了陆地，设计出了一款陆地脸基尼，相比游泳佩戴的脸基尼，这款陆地脸基尼无论是从佩戴还是材质上都更加舒适。她还设计了一个小机关，只要轻轻一拉，就能把面罩拉下来，露出脸部。此外，她还推出了一款具有瘦脸功能的脸基尼，戴上之后可以让面部的赘肉收紧，不仅让人在游泳时更舒适，同时还能达到瘦脸的功效。

成名烦恼 曾受困网络评论整晚睡不好

脸基尼的巨大影响力给张式范带来了快速增长的销售收入，但也给她带来了从未有过的烦恼。网络上针对脸基尼的一些负面评价曾经困扰着张式范。

有人评价脸基尼会“吓哭孩子”，还有人认为脸基尼外观不好看。最初，张式范并不能接受，甚至会因为网上的言论整晚睡不好觉。她想不明白：“我设计脸基尼本来是为了帮助游泳的人防晒防海蜇，明明是一件好事，为什么还会有人攻击我？”

在丈夫和朋友的开解下，张式范很快走了出来。“我干的是一件好事，一件让我觉得很快乐的事情，还能帮助到很多人。”她很喜欢一家国外媒体对自己的评价：张式范是一位普通的中国大妈，在生活中观察、创新而产生的结晶，它给中国、日本以及很多国家的中老年人带来了安心与快乐，是一件名副其实的“快乐天下事”。

抄袭则是困扰张式范的另外一大难题。几乎每一代脸基尼推出后，市场上就有相同款式的产品同步推出，张式范曾委托一家服装厂生产脸



5

责编/李强 美编/张圣龙 审读/王林宏

2023年8月28日 星期一



脸基尼不仅是时尚潮流，更是一种文化符号。