

个性定制服装 离我们还有多远？

新华社记者 张辛欣

点击按钮，“私人裁缝”第一时间上门量体；上传图片，专属西装几个工作日后就能送到你身边。技术进步和消费升级正在推动服装大规模个性化定制时代加快到来。

近日于浙江绍兴柯桥召开的中国服装定制高峰论坛上，企业家、设计师和市场分析人士等汇聚一堂，围绕服装业怎样实现“智能定制”展开了头脑风暴。

个性化定制正在颠覆千篇一律的同质产品，推动整个产业链生产方式、交换方式的革命性变革。有数据显示，2016年我国私人定制服装市场规模1022亿元，预计2020年将达到2000亿元。

市场需要技术为支撑。定制服装走进寻常百姓家，智能制造技术尤为关键。大数据、智能制造、3D试衣等软硬件技术的发展，突破了量体、打版等以往难以规模化的关键环节。柔性供应链的建造，降低制造成本，缩短定制周期，让批量定制成为可能。当前，不少服装企业处于转型中，在量体、制衣、试衣等多个环节引入智能技术，涉足定制蓝海。

浙江报喜鸟集团副总裁邱成奎在论坛上介绍，依托云数据和云制造，报喜鸟在流水线上实现包括电脑读取个性数据、智能机床精准剪裁、自动匹配面料辅料等多个环节在内的智能生产，较传统手工艺定制服装效率提升6倍，定制生产的产量、合格率也大幅提升。

中国纺织工业联合会会长孙瑞哲说，我国也将从政府层面推动相关技术发展，制定服装测量标准、人体数据库建设标准等，使技术与时尚无缝对接。

除了技术，产业链的协同配套也不少。

在个性化定制的大潮下，不少企业专注于智能定制的一个环节做配套服务，提供智能量体、智能制造或面料辅料搭配等，不仅为自己拓宽了空间，也加速了行业定制化进程。

淘宝男装定制项目负责人袁立叶在论坛上说，在互联网推动下，消费者与生产企业信息交互平台、产业链协同供应平台、智能物流平台、智能管理系统等纷纷出现，服装产业链逐步变成开放、共享的生态链，人人可以购买定制服装，人人可以为定制提供服务。

中国服装协会也发起成立了“中国服装智能制造技术创新战略联盟”，打造信息资源平台、研究开发平台和成果推广平台，加速智能制造意识与技能的双重落地。

茶产业须回归饮品本位

本报讯 “喝茶要选择自己喝着舒适、协调的茶叶，并且是品质稳定、价格合理、硬件条件信得过、管理体系信得过、企业理念值得信赖的品牌，不要光听品牌故事，而忽略了本质。”这是6月18日云南勐库戎氏“健康好茶中国行”北京活动现场，勐库戎氏总经理戎玉廷对茶友的建议。

经过10年的快速发展，由当初一家小企业跃上云南普洱茶强企之列的勐库戎氏公司，其成功秘诀是什么呢？戎玉廷认为，是健康理念。

近20年来，云南普洱茶进入了一个高速发展期，也经历过了价格的暴涨和暴跌。同时，茶行业里的产品安全问题和消费观念也带来了巨大挑战。戎玉廷说，市场调研显示，90%以上的普洱茶茶友不具备分辨古树茶、山头茶的能力；对不喝普洱茶的群体进行调研发现，超过70%的人认为“普洱茶价格太贵，普洱茶是用来炒作的”。这些认识实际上对普洱茶产业的健康可持续发展有不良的影响。戎玉廷认为，远离炒作，让茶回归饮品本位，产业才能更好发展。

戎玉廷说，茶叶的“健康”包含了多层次含义，首先是要求产品的安全健康，其次是消费理念的理性健康，再者是企业经营思想的健康可持续。三者相辅相成才能实现普洱茶产业的健康发展。

“一饼好普洱茶，好原料是基础，好工艺是关键因素。”戎玉廷说。据了解，勐库戎氏视茶园为“第一生产车间”。公司从源头开始，常年辅导茶农，保证茶叶健康品质，独创的生产管理体系，让每一片茶叶全程可追溯。

2003年始勐库戎氏产品被国家农业部认可为“无公害放心普洱茶”，是全国第一个达到“无公害放心茶”标准的普洱茶产品。2005年公司勐库亥公有机茶园获得国家有机茶认证。2007年5月，公司勐库有机茶基地被联合国粮农组织、国际有机农业运动联盟、中国农业科学院茶叶研究所与国际商品共同基金共同确定为“有机茶生产、发展与贸易”项目示范基地，是其在中国不同生态环境和茶类生产区建立的四个示范基地之一，为云南省唯一。2011年6月，勐库戎氏有机茶示范基地经过四年的示范建设，顺利通过验收。

“勐库戎氏所做的这一切，就是为了成就‘健康好喝的’茶叶。”戎玉廷说。
(东升)

APP注册用户数达541万

大学生用上海尔“共享洗衣机”

本报讯 海尔校园洗衣房日前正式入驻上海大学城，18台海尔物联网共享洗衣机开始投入使用，为大学生提供自助洗衣服务。

与传统的自助投币式洗衣机不同，大学生只要扫描下载海尔洗衣APP，就可以随时随地实现在线预约排队、在线支付及在线状态查看等智慧功能。

凭借着全方位的体验创新，海尔共享洗衣机甫一入驻上海大学城，就受到了大学生们的喜爱。课间查看空余机位，一键下单、手机支付，海尔洗衣逐渐成为大学生校园生活的一部分。“自从学校有了海尔共享洗衣机，之前排队洗衣的时间可以用在逛书店和学习上了。现在我们宿舍的六个室友，每人都装了海尔洗衣APP，给我们带来了很多便利。”一名收到海尔洗衣APP取衣提醒后前来取衣的学生说。

其实，这样的场景每天都在全国216个城市606所高校上演。有数据统计，海尔洗衣APP注册用户数达541万，且日新增用户数7000多，每天打开APP的次数超过108万次，二次打开率为90%，下单用户超过10万。

据悉，从上世纪90年代起，海尔洗衣机就在学校中设立投币式共享洗衣机，让学校成为其共享洗衣服务的重要阵地。如今，在行业还停留在探索如何刷卡投币解决大学生洗衣排队难题时，海尔洗衣机又开始以物联网的理念运作共享洗衣。让在校学生足不出户便可享受到智能预约洗衣机、手机下单在线支付、完成提醒功能等一站式贴心服务，彻底解决了大学生的“洗衣难”问题。

此外，通过与全国606所高校合作，借助第三方资源入驻，海尔洗衣还为大学生提供O2O模式下的校园社交、学生生活、投资机构和商家对接等全方位服务，在资源扩大的同时实现自我升级。
(高原)

餐饮不仅是购物中心招商时青睐的香饽饽，也正在成为众多知名品牌跨界经营时的重要选项

大品牌跨界餐饮 探寻“舌尖”生意

本报记者 杨冉冉

马云曾说，这是一个跨界打劫的时代。在转型跨界盛行的当下，一股“跨界餐饮风”愈演愈烈。

6月初，日本知名生活杂货商无印良品在上海推出了旗下全新的餐饮项目——无印良品餐堂MUJI Diner，引发业界关注。据悉，未来在无印良品的新开店铺中都将建设自己的餐厅。

跨界餐饮，无印良品并非第一家。如今，餐饮不仅是购物中心招商时青睐的香饽饽，也正在成为众多知名品牌跨界经营的重要选项。大型商超、便利店、奢侈品、快时尚，甚至家居卖场等行业的品牌商掀起了一阵“舌尖上的”跨界风。

品牌频频入局餐饮

事实上，跨界餐饮已不是什么新鲜事。比如跨界餐饮的先驱——宜家家居，在上世纪50年代就开了旗下的第一家餐厅。如今，开设在卖场内的宜家家居餐厅已逐渐成为旗下的重要产品。

近两年，越来越多的知名品牌商家纷纷将触角伸向餐饮行业。2015年7月，著名奢侈品牌Gucci在染指咖啡界后，又在上海开设全球首家餐厅1921Gucci。2016年5月，奔驰在北京三里屯开了一家创意餐厅——Mercedes me，集餐饮娱乐、精品购物、产品展示和试乘试驾于一身，可以说是奔驰在品牌体验方面的跨界力作。

2017年又有更多的大牌加入到这一跨界阵营中来。今年4月，一线彩妆品牌香奈儿CHANEL在上海开出为期12天的“COCO CAFE”——“快闪咖啡馆”。进店的粉丝除了有高颜值的棒棒糖等礼品赠送，还可以喝到CHANEL的限定咖啡。

同样在4月，摩拜单车与全球知名健康餐饮品牌Wagas共同打造的“摩拜单车主题餐厅”在北京、上海等城市亮相。Wagas定制版轻食套餐“摩登家族”由饮品“摩力骑士”和主食“超级拜客”组成，主打健康跟活力。

在COCO CAFE刷爆朋友圈之后，雅诗兰黛旗下高端彩妆品牌芭比波朗Bobbi Brown也不甘示弱，开了家快闪咖啡店，来自纽约的3D打印咖啡机首次亮相在上海来福士广场的咖啡店中。据悉，著名护肤品牌科颜氏全球首家COFFEE HOUSE最近也将在台北开幕。

其实，涉足经营餐饮的著名品牌还包括LV、Prada、爱马仕、香奈儿等，他们在甜点店、咖啡店、巧克力店、餐厅等领域都有所布局。据了解，无印良品在MUJI Diner之前，已推出过Cafe&Meal MUJI这一以提供咖啡和简餐为主的店铺类型。

居然之家是家居卖场跨界餐饮中的一个新锐。在其2017规划中，明确提出向“家庭大消费生态圈”迈进。EATOWN怡食家超市是居然之家大家居战略品牌的重要一步。为延长顾客的逗留时间，也为给卖场创造更多的销售，EATOWN怡食家超市将利用现有的闲置面积做美食超市。

售卖的是生活方式

可以说，入围门槛较低的餐饮业似乎成为各大品牌跨界经营的高发区。但对于愈演愈烈的“跨界餐饮风”，业内却普遍认为，因为与品牌之前的业务相比跨界程度太大，通过开设餐厅、咖啡厅等来探索营收新增长点的可能性不大。

以对“+餐饮”游戏早已轻车熟路的宜家为例，宜家餐饮在2016年的总营收达到18亿美元，但该数据也仅为宜家家居全球营收374亿美元贡献5%左右。在近两年，宜家餐厅的营收增长率更是不及宜家家居整体的营收增长率。

既然餐饮业要在品牌大格局中不太可能成为主角，那么各品牌为何对“舌尖文化”与生意如此有兴趣？答案就是通过跨界餐饮达到贩卖生活方式概念和推广自己品牌文化的目的。其价值是可以让品牌更多地接触消费者、聚拢人气，牢牢地锁定消费群体，还可以成为品牌的另类线下体验门店，带来商业模式的改变。

据了解，1921Gucci餐厅延续Gucci奢华简单的风格，木质调、金色、米色调相结合，从家具到餐具，全都是Gucci Ginza Only的独创产品。与一只价格并不便宜的Gucci包相比，餐厅价格上却显得很亲民，午餐人均150元，晚餐人均300元。有消费者感慨“即便不买Gucci的包包，也能去Gucci餐厅吃顿饭”，吃饭的同时，店经理还会向你解释每一道菜的食材以及与Gucci品牌的联系。

这种跨界，让平日里高冷傲娇的Gucci品牌似乎多了一丝平易近人的气息，也借此向市场传递他们在尝试更多更有趣的用户交互体验，从而引领营销和品牌文化的创新。

宜家的经营策略则是通过跨界餐饮带动用户流量，顺带提高了其他商品的销售额。众所周知，肉丸、火锅等商品的销量，往往与餐饮密切相关。



无印良品跨界餐饮项目MUJI Diner 6月3日在上海市淮海路755号旗舰店开业。 王冈 摄/东方IC

冰淇淋等食品是宜家餐厅的代言产品，让宜家商场在居家生活卖场之外，多了一份美食圈内的知名度。

通过廉价的快餐强化物美价廉的形象，再将这个形象注入宜家所出售的家具之中。

此外，消费者在进行跨界餐厅选择的同时，也是对品牌文化的认同。就如无印良品在其餐厅内推广环保素食主义，通过优选食材，以更自然的烹饪方式，少油、少糖、少盐，还原食材最本真的味道。此次新开业的无印良品餐堂位于上海淮海路旗舰店内，整体风格与无印良品所谓“不奢侈也不简陋”的格调相符合。

业内人士指出，品牌跨界餐饮增强了品牌与消费者的接触度，并在接触过程中持续向消费者传递品牌概念以及品牌文化。

传统餐饮的反攻

品牌纷纷跨界涉足餐饮，特别是一些零售巨头进入餐饮，给传统餐饮人带来了冲击。事实上，当外行开始“+餐饮”时，早有餐饮人也开始对自己的餐厅做加法。

最近肯德基跟百事推出一款粉红色的可乐，又和国内某彩妆品牌推出口红礼盒，在天猫28分钟就卖出1万多套，让人大呼“餐饮也能玩得时尚”。

西北“中式快餐鼻祖”魏家凉皮，一年前就在西安开出了自己的“魏家便利店”。除了售卖便利店必备日用品外，魏家秘制凉皮、肉夹馍以及魏家便利店特有的车仔面，成为该便利店的特色。同时，魏家便利店还为顾客提供手机充电、收发快递的服务。

在广州知道分子餐厅500平方米的空间中，有书、有花卉还有美食。店内还会定期举行线下文化艺术沙龙。

与此同时，很多餐厅现在都不再局限于三餐，下午茶和夜宵酒水也正成为他们的战场，就是所谓的“全时段经营”。

因此，未来的餐饮业也不只是吃这么一个纯粹的概念。多位行业内人士表示，未来餐饮更可能是综合性的行业，即由基本的餐饮功能与主题文化、体验消费等进行融合。因此，跨界合作或者发展将成为通行的做法。

出于安全目的装备的智能摄像系统，尴尬地成了不安全的“陷阱”

智能摄像头如何保安全

欧阳

6月18日国家质量监督检验检疫总局发布的《家用智能摄像头》国家标准，对很多家中安装了智能摄像头的人来说，显然是条坏消息；根据官方资料，对40批次的市场采集样品进行检测的结果表明，32批次样品存在质量安全隐患——抽查的智能摄像头有80%存在安全隐患。

而媒体的报道更不乐观。据称出于安全防护在家中安装摄像头很可能不是你自己独自享有的，你以为的“一对一监控”或许已经变成了共享的“直播”，甚至智能摄像头用户信息交易也俨然壮大成了一门产业。报道指，用少量的费用就可以轻易买到大量的IP地址，配上被破解的登录名、密码以及相应软件后，许多家庭（企业）智能摄像头都能轻松侵入。

智能摄像头（系统）通常是指通过无线网络，再配合移动终端（比如手机），就可以远程查看镜头监控视频，并能进行语音通话的智能可视系统，可以远程遥控镜头转动并通过网络分享内容。这就意味着，只要安装了智能摄像设备，无论是家里还是生产、办公场所，如果不速之客有心，就能够随性观赏或者是探查镜头所视场景的实况影音。

显然，出于安全目的装备的智能摄像系统，尴

尬地成了不安全的“陷阱”。何以如此呢？

我们当然可以苛责生产方，很明显的，厂家对安全问题的考量并不细致周详。也可以检查审视自己缺失安防意识，“懒惰”地不去改动出厂设置的弱口令和密码，致使“敌人”轻而易举地入侵……

诚然，这些说法都有道理，理由我们还可以排列很多。遗憾的是，厂商似乎也没理由增加成本去琢磨“密钥”的安全问题，原因很简单：没有强制性的规则要求，寄望利益追逐者有自觉的道义行为是不现实的。而说到“密钥”问题，且不去估算算不清楚“密钥”、不知道改密码的民众是否依旧庞大，实际上如若贼真惦记上，破解密码并不是不可逾越的障碍。

可见，关于安全，根儿上的问题不是这些表面的细枝末叶，本质上而言，摄像头安全隐患问题，实际上是一个老生常谈的新问题，我们缺乏一般化的通用原则，或者说法律强制的安全保护规则并不完善。

简单说，我们不可能对每种商品采取检查核准的措施，但如果有关强制的安全规则要求，厂家必然会在安防方面严谨用心，至少在告知方面会有强化。现实中，安全气囊之于汽车的强制要求就是很好的例证。而强制的规则戒慎必定会抑制“贼人”的欲望。

另一方面，监管机构主动作为的滞后同样是

因为缺失刚性的原则要求，仅凭自我修道，“公而忘私”不大可能成为大多数人的形象。否则，智能摄像设备初入市场、家庭之时，就应该有及时的“样品采集和检测”，就不能出现智能摄像头盛行多时后还有80%隐患产品的情形。当下的非法侵入他人摄像头事件，实质上也是此类根由使然。众所周知，网络和终端的智能化形成了广袤的灰色空间，由于缺少一般性的强制安全规则，灰色区域并不只有“摄像头事件”，私人信息交易等也是因此才野蛮生长成了巨大的利益链条。

反过来，假如我们有规则及时跟进的意识，相应的制度就会在发展变动中完善，那些贪婪的利益攫取行为就会受到震慑，个案就不会发展成轰动事件。

如今网络以及关联网络的产品日益介入生产、生活的方方面面。劝诫消费者提高安全意识固然有益，然而即便是专家也很容易成为通才，尤其是在设备智能化、网络化的进程中，方方面面的问题、教训几乎都是消费者无法判断的。从这个角度上看，发展进程中更需要规则，需要强制开发者、生产商这些专门人士和机构自律的强制约束，需要他们负责任地宣传和告诫。

只有法规，才能抑制欲望驱使的非法行为，才能培养共同遵守、维护的安全意识，才能在新事物层出不穷的智能时代建构起良好的秩序。

深研细判节成本

本报讯 在太原铁路局太原北车辆段，入职不到四年的张帅，从三年前定职为铁路货车检修钳工起，先后在车轮的轴承选配压装、转向架正位检查等检修关键岗位锻炼实习。他深钻细研岗位技术，会同车间排查出20个岗位的40项可能导致车辆热轴的作业风险点，相应地提出43项防范措施。在“强基达标、提质增效”主题教育活动中，张帅针对车间的轴承因送外大修，降低了外修率，仅此一项每年节约修车费用260余万元。

(李立国 梁俊生)

技术改造提升安全系数

本报讯 截止到6月5日，中国铁建十五局集团轨道运营公司神朔铁路运输处圆满实现了安全生产6000天。公司践行“违章就是事故，遵章才能安全”、“严格管理是责任，放松管理是渎职”等安全理念，并将标准化作业程序贯穿于安全运营全过程。面对神朔铁路年货运量超千万吨递增，车流密度越来越大等新情况，轨道运营公司对机车进行了一系列技术改造，装备使用了新型的列车运行监控记录装置、机车信号装置、列车无线调度电话录音和尾部装置等先进安全设备，不断提高机车的科技含量和行车安全系数。

(作建伟 林忠扬)

长白铁路扩能改造工程进展顺利

本报讯 长白铁路扩能改造工程进展顺利。5月31日，中铁电气化局沈阳分公司承建的长春站至七家子站115公里信号双线自动闭塞工程建成开通。至此，长白铁路扩能改造信号双线自动闭塞工程全部建成开通。6月2日，随着安仁、松原西、大安、镇西牵引变电所陆续合闸向长白铁路上下行接触网供电臂供电，中铁电气化局集团承建的全线接触网送电成功。而就在前不久，经过7个小时20分钟的鏖战，由中铁十局承建的7标段最大要点施工圆满完成，查干湖站顺利开通。据悉，改造完成后，长白铁路由过去单线铁路变为双线铁路，列车牵引方式由内燃机牵引变为电力机车牵引。(俊生 王睿 潘浩)

将热情服务融入细节

本报讯 在呼包集高铁的动车组上，列车员李小燕入路快10年了，她将热情服务融入每个细节。多年客运经验让她练就一双火眼金睛，只要旅客有困难，就会及时帮扶。她总结出“五多、四个一样”工作方法：“五多”——多观察、多宣传、多沟通、多理解、多照顾；“四个一样”——“人多人少一个样”、“天气好坏一个样”、“有无检查一个样”、“自己心情好坏一个样”。动车组6点多从呼和浩特发车，列车员早上4点就要起床、着装整齐、统一列队上车。一天要跑好几个来回，一个人要负责4节车厢，一忙就是十几个小时。可李小燕却说：“只要穿上动姐服，劲头就有有了。”