



东方IC 供图

**事件:**8月下旬,拥有肯德基、必胜客等西式快餐品牌的百胜中国在一份通报中宣布,已签订最终协议,拟收购中式休闲连锁餐饮黄记煌集团的控股权。

据悉,这一交易尚需满足有关成交条件及获得监管部门批准,预计将在2020年初完成。

黄记煌成立于2004年,总部位于北京,旗下包括火锅品牌“黄记煌”,以及近年在中国内地新推出的中式快餐品牌“三分饱”。

**点评:**作为国内最大的餐饮公司,这不是百胜中国第一次收购本土餐饮品牌。2012年和2013年,该公司两次出手,将火锅品牌小肥羊全部股权转让收入囊中。

7月30日晚间,百胜中国发布了二季报,虽然旗下品牌肯德基、必胜客仍然保持增长态势,但对百胜中国来说,如何开拓更多业务增长点,一直是需要解决的问题。这或许也是该公司决意收购黄记煌的一大原因,希望能在中式餐饮方面寻求突破。毕竟在中国,中式餐饮依然占据重要位置。

不过,对新生代消费者来说,“焖锅”这一品类的消费似乎已经不再“时髦”,如何借力黄记煌获得进一步发展这是摆在公司面前的大问题。

## 华润万家出售华北4家子公司

**事件:**近日,上海联合产权交易所的产权转让预披露信息显示,北京华润万家生活超市有限公司100%股权、乐购特易购商业(北京)有限公司100%股权、北京鲜物润美商业管理有限公司100%股权3家华润系零售公司通过该平台寻求买家。

**点评:**在大卖场集体衰退的背景下,巨头华润万家似乎也要“断臂止损”了。截止到今年6月的最新一期营业收入数据显示,北京华润万家生活超市有限公司、乐购特易购、北京鲜物润美三家公司的净利润均为数百万元的亏损额。不同于天津、浙江、广州等门店密集分布的区域,华润万家在北京和山东的门店数并不多,在缺乏规模支撑的前提下,客流又遭电商冲击,很容易出现亏损。

另一方面,最近几年,北京的大卖场竞争又尤为激烈。无论是永辉、物美还是新零售代表盒马生鲜,都在积极进行线下线上零售改造,以求留住大部分客流。在这样的情况下,主动退出止损,对华润万家来说也许是一个好办法。

## Adobe首推中国大陆个人用户解决方案

**事件:**8月21日,Adobe在杭州宣布,将于近期在中国大陆地区推出面向专业摄影师及摄影爱好者的Creative Cloud中国摄影计划。同时,Adobe宣布天猫为Creative Cloud中国摄影计划的电商战略合作伙伴,并将其合作上线Adobe天猫官方旗舰店。

这是Adobe在中国大陆推出的首个面向个人用户的解决方案,包含两款摄影师们常用的软件:Photoshop和Lightroom Classic。据悉,Adobe Creative Cloud中国摄影计划将对于近日上线,订阅价格为人民币888元/年。此前,中国大陆的用户购买Adobe正版软件的渠道较少且价格昂贵,无论是购买单个还是全套,至少要花费3000元以上。

**点评:**说起Adobe,不少中国用户都曾用过这家企业的产品。把当下作为开拓个人用户市场好时机的企业,不止Adobe一家。就在不久前,英伟达针对Adobe应用进行优化,创作者在使用Adobe时可缩短渲染时间;英特尔也正计划推出适合创作者使用的PC。

或许正如Adobe大中华区相关负责人所言,之所以在这个时候向中国大陆推出个人用户解决方案,是因为目前中国市场已经培养了用户为产品付费的习惯,付费音乐就是一个成功的案例。

过去,Adobe等企业主要依靠传统软件销售模式,即用户一次性购买终身使用。这种模式往往售价不菲,购买选择和定价都缺乏灵活性,并不适宜所有用户。Adobe推出面向个人用户的解决方案后,消费者将有更多购买选择。

(本报记者 方大丰)

## “麻辣航班”成都起航

据新华社电(记者余里)25日下午,一架满载“麻辣味道”的EU6667航班,从成都飞往上海。

180名乘客乘坐成都航空的空客A320飞机,开启了别样的“麻辣航班”之旅。这个即刻将持续一个月的沪蓉对飞航班,是国内第一条以麻辣文化为主题的特色航班。

来往沪蓉的商旅客人,能感受到极为生动的“麻辣客舱”——麻辣大礼包、特色辣椒面,首航旅客还能获得“红辣椒”抱枕。

“麻辣航班”将通过机上广播、视频、读物、伴手礼等形式,向全球旅客介绍成都的火锅文化,让乘客在飞行途中就能领略成都火锅的热辣和成都航空的热情。

2018年,成都双流国际机场实现旅客吞吐量突破5000万人次,成都这座城市正吸引着越来越多的旅行爱好者。“麻辣航班”的启航,也架起了美食与旅游的空中桥梁,给全球“吃货”们提供了实实在在感知美食成都的“第一窗口”。

国字号服装企业放下“身段”,走进社区提供服装定制和修衣改衣服务

# 裁缝铺开到家门口

本报记者 李丹青

国字号招牌下,一边亮着旗下品牌西装定制的广告,一边标注着专业修衣改衣的字样——这两种看似定位截然不同的服装服务,最近出现在北京多个社区。

走进京工1961亚运村社区门店,除了整洁有序的服装陈列区,一个独立小巧的木屋裁缝铺吸引了进店顾客的围观。这个10多平方米的修衣改衣区配有专业的缝纫设备,提供修衣改衣、旧衣改造、羽绒服翻新、窗帘加工等服务。

店主告诉记者,这个开在社区家门口的裁缝铺不仅可以设计定制高端服装,还可以提供专业便民的缝补服务,这也是老品牌“躬身”满足消费者多元需求的体现。

如今,随着人们收入和生活品质的提高,越来越多消费者在经历“LOGO崇拜”后,更青睐于个性化、时尚化服装消费,而这种需求的满足并不意味着“高端”“高价”,而是更注重体验感和参与感。

### 裁缝铺具有可推广性

记者注意到,在裁缝铺的墙上张贴着修衣改衣的服务价格表,针对上衣、裤子半裙、外套大衣、针

织和专业熨烫等5方面,27项具体服务明码标价,包括普通裤子改短15元、上衣移贴兜40元、针织上衣改短50元、西裤改腰80元等。

“想改改西裤的腰,再改大点西装的尺寸。”记者采期间,一位家住京工1961亚运村社区门店附近的王先生正在店内咨询。由于过去买的西服现在穿不合身了,他本想置办一套新的,但动辄三五千元的价格又超出预算。“虽然西装平时穿不多,一些正式的场合还是需要的,买便宜的质感不行。”

一番咨询后得知旧西装有望加肥加大,王先生觉得自己“省了一大笔钱”。“没想到能有一家老牌裁缝铺开在家门口,一套西装挺贵的,找他们修衣改衣比买一套新的或者找个人经营的小裁缝铺更实惠、放心。”

工作人员告诉记者,像王先生这样带着高档西装上门改衣的不在少数,裁缝铺的技师多有10年以上制衣经验,他们每天12点到19点在店里服务,“价格昂贵的高档服装,一般客户不敢拿去小裁缝铺改,客户也比较信赖我们”。

一位消费者在网上如此点评裁缝铺的服务:小木屋造型很别致,改了两条牛仔裤,原来肥大本来要扔的衣服,经师傅一改还真不错,又能穿了。

北京服装学院服装艺术与工程学院副院长杨洁认为,京工1961社区店带着“雷蒙”“伊里兰”等老

字号品牌入驻多个社区,可以较好满足社区居民的修衣改衣需求,这种模式具有较强的便民性和服务性,如同便利店超市一样具有可推广性。

### “高定”不只是价格高

从过去的量体裁衣到如今的高级定制,服装生产和消费态势已然发生了翻天覆地的变化。

在服装行业深耕10年的王冉告诉记者,过去,裁缝铺是服装消费的主要场所。一般是客户前往裁缝铺提出款式的想法,与裁缝师傅沟通后量体裁剪,并经历手工制作、试衣修剪等流程,客户拿到成衣约需要半个月甚至一个月的时间。当时的裁缝多从学徒做起,服装业地域性也比较明显。

近年来,伴随着工业机器人应用范围的扩大和制衣技术的改进,服装制作方式较之过去已经大有不同。

第44届世界技能大赛时装技术项目金牌获得者胡萍告诉记者,如今,服装生产包括设计、制版和制作三个流程,服装行业内的工种、工作内容和工作方式也有了新的变化。服装设计师会根据审美标准和人体工程学的要求,来设计和制作服装。

事实上,当今很多国际知名的服装品牌在发展初期也是从裁缝铺起家,逐渐从量体裁衣的家庭手工作制往品牌化方向发展。

“从国际服装的分级来看,最顶级的是高级定制,其次是高级成衣,再就是一般成衣和快消服装。”王冉曾在意大利多莫斯设计学院学习时尚管理,她告诉记者,现在国内有很多高级定制,尤其是很多裁缝铺宣称自己可以高级定制服装,但从国际标准来看,高级定制并不是随便叫的,至少需要得到法国高级时装协会的认可。

“目前国内高级定制更多的是个性化定制,高级定制并不以价格为衡量标准。”王冉说,高级定制要从设计、制作、享受的服务、制作工序和时长等标准进行衡量,国内的一些“高定”虽然卖得很贵,但是设计和制作手段并不“高级”,仅仅是价格“虚高”。

### 未来会出现更多小众化定制

近些年,随着一些国际快消品牌进驻各大城市,国内服装品牌受到较大冲击,中国服装产业也



付业兴/视觉中国

迎来了新变革。

谈及现在的服装消费趋势,杨洁认为,如今消费者对服装的需求变得越来越细化,服装的款式、工艺、材质越来越讲究,可选的余地越来越多。

他认为,目前所谓的塔尖消费也就是高端消费已经没有那么旺盛,消费者在购买快消服装品牌时也更理性,更追求环保,未来那些更具性价比、更具设计含量的服装产品将是服装市场的主流,而这有赖于整个服装行业产品的持续提升和生产设计理念的不断升级。

王冉认为,随着未来信息渠道的进一步拓展,服装消费将会越来越透明,过度包装但性价比不高的产品将会很难生存。

与此同时,不同年龄段的消费者对服装要求差异明显,这从腾讯数据实验室推出的《2018服装消费人群洞察白皮书》可见一斑。该调查发现,70后买得“精”,90后换得“勤”,90后已成为服装消费者主力。

“未来会出现更多小众化的定制服装。”王冉说,不同于过去纯手工定制,当下的定制对从业人员也提出了更高的要求,要掌握最新的生产方式,进而迎合客户的多元需求。

对于上述服装产业发展趋势的判断,胡萍表示认同。在她看来,从裁缝铺到品牌化发展,再到高级定制,消费者也从挑选者变成了参与者。“未来服装消费更趋向于原创和个性化定制,让消费者融入到设计中和穿着上。”

个性化的发展趋势也折射到服装设计的教育理念中。已经留校任教的胡萍认为,应该将更多的课堂时间留给学生自主设计,老师结合设计作品进行指导,这就可以避免学生在学习基础课程、毕业后做设计时缺乏专业指导的尴尬。

收,当地成立了由52名有想法、有闯劲的青年人组建的大学生创业就业扶贫服务协会,专职开拓刺绣市场。安常福是协会副主席、营销部经理。2017年以来,他和同事们已经相继打开了北京、陕西、深圳、长沙、长春等地的市场。

让王府刺绣成为与湘绣、苏绣看齐的工艺品,是安常福和同事们的奋斗目标。“我们在湖南长沙杨开慧纪念馆设置了王府刺绣展台,同湘绣一同展示,让王府刺绣更好走出深闺。”

与此同时,通过“协会下订单、免费供原料、绣工接订单、计件算收入”的模式,探索出一条精准扶贫的产业化发展路子。记者了解到,下一步,他们将出台更多鼓励政策,加强产品研发,使刺绣产业成为农牧民致富新引擎。

为了打造图书业王府刺绣产业,科右中旗形成了“企业—协会—基地”三位一体的合作模式。龙头企业投资,提供房屋和布料针线等原料,刺绣基地提供培训和组织生产,大学生创业就业扶贫服务协会提供图案设计、订单派发、市场开发、网络营销等服务。与此同时,科右中旗还积极推动蒙绣“走出去”,与中国四大名绣湘绣、苏绣等绣种交流合作,共同开拓国际市场,将中国绣品销往海外。

## 非遗蒙绣走出深闺

本报记者 李玉波

喜鹊图案的手提包,牡丹花样式的抱枕,昂首奔蹄的蒙古马壁挂,几何花纹的蒙古袍……近日,中国手工刺绣传承创新大会在内蒙古兴安盟乌兰浩特市举办,中国“四大名绣”湘绣、蜀绣、粤绣、苏绣及京绣、鲁绣等17个绣种在会场“争奇斗艳”。其中,作为“东道主”的蒙绣(蒙古族刺绣)颇受关注。

近年来,随着中国手工刺绣艺术融入国际时尚潮流,蒙绣也从草原走来,绽放在国际舞台上。相关资料显示,2018年,内蒙古兴安盟科右中旗蒙古族刺绣产品

陆续亮相巴黎服装服饰采购展、意大利米兰时装周、中国国际时装周等。

三股线落一根针,在绸布上恣意翻飞,一会儿,一只栩栩如生的蝴蝶“落”于绸布之上。在内蒙图什业图王府刺绣车间里,53岁的吴香云正飞针走线刺绣一只蝴蝶。蝴蝶穿花的图案是科尔沁蒙绣的传统式样,常被用在服饰花纹中。吴香云说,她和老伴因心脏病无法从事重体力劳动,家里一度贫困,在推广蒙绣扶贫以后,她可以足不出户刺绣挣钱。

为了传承好这门手艺,同时让贫困户通过产业技能摆脱贫困,2016年以来,当地通过“集中培训、上门辅导、手把手教授”,在全旗推广刺绣。

在贫困户刘丽霞家,记者看到绣花架子整齐地摆放在客厅里。刺绣给他们家带来了很大变化,过去靠低保生活的她,2018年通过刺绣赚了9000多元。她高兴地说:“我现在是一级工,接下来还得苦练,争取当上刺绣老师。”

白晶莹是蒙绣扶贫计划的发起人。她意识到蒙绣可以激发贫困户的内生动力,就开始组织针对贫困户的蒙绣培训。“第一次培训有8000多人参与,其中贫困户有1000多人,我们派了200个老师到各个嘎查蹲点教学,现在已经发展到1.9万多人参与刺绣,形成了12个产业链条。白晶莹说。

为扩大销售市场,巩固扶贫成果,确保持久稳定增

立足区位优势,推动“通道经济”向综合型“口岸经济”转变

## 新疆口岸经济活力大增

本报记者 吴峰思

“目前班列的知名度越来越高,回程货物也越来越多,中欧班列平台公司在国外对于货物的集结能力也在不断加强。”新疆阿拉山口海关负责人日前在接受记者采访时表示,现在从该口岸进口的商品中,除了过去的汽车配件、工业原材料等货物,现在大型工业设备、奶粉、汽车整车等商品也在不断增多。

阿拉山口口岸自2015年通过海关总署验收以来,当地19家整车进口企业累计进口整车1173辆,实现贸易额约2.36亿元,占新疆所有口岸进口整车数量的75%以上。此外,还有大量新疆以外企业通过中欧班列的返程班列从阿拉山口口岸进口整车。与此同时,经阿拉山口口岸开行的中欧、中亚班列线路有60条,累计开行突破9500列,占全国开行中欧、中亚班列总量的近七成,口岸已发展成为全国过货量最大、发展速度最快的陆路口岸,是中欧班列最密集的枢纽口岸。

地处我国“西北角”的新疆东挽内地、西接八国,在“一带一路”倡议指引下,新疆在打造“丝绸之路经济带”核心区交通枢纽中心过程中,一方面研究如何更好地承接产业转移;另一方面加快“走出去”步伐,实现了从地理边沿到开放前沿的跨越。

根据相关数据统计,2019年上半年新疆口岸对上海合作组织成员国进出口1079.3亿元,与去年同期相比增长7.6%。其中,出口654.1亿元,增长4.3%;进口425.2亿元,增长13%。



### 汽车氢愿景馆启幕

8月26日,上海南京东路世纪广场,搭建起国内首个氢愿景馆——现代氢世界,向公众全方位展示现代汽车在氢能应用、未来氢社会推进与建设上所做的努力和成果。当天下午,不少游客和观众在展馆内了解氢动力技术。据了解,这是国内首个以氢燃料电池技术展示为核心内容的展馆。

王冈 摄/视觉中国

## 世界最大极热干旱综合性试车场完工

本报讯(记者孙喜保 通讯员黄新亮)近日,由中铁四局承建的上汽大众新疆(吐鲁番)试验中心项目完工,标志着目前世界最大的极热干旱综合性汽车整车试验场正式完工。

上汽大众新疆(吐鲁番)试验中心建造区域面积23.3平方公里,相当于3270个国际标准足球场。该项目位于素有“火州”和“风库”之称的新疆吐鲁番盆地的百里风区“中轴线上”,地表景观主要为荒漠堆积的盐碱荒漠。如何在复杂地质环境下建设试验场,是当今试验场建设领域的一项世界性难题。为攻克这一难题,中铁四局集团第一工程有限公司技术团队对当地常见的高速沥青路面病害种类进行了调研,首创采用通过对路基进行加深换填处理,并在路槽底增设复合土工膜,有效解决了强盐碱地区地基处理问题。

与此同时,试验中心高速环道路基引入国际领先的“3D”高精度成型技术,在确保施工质量与精度同时,极大提高了施工效率。此外,通过改造碾压设备液压系统及摊铺机找平控制系统等方式,一举打破了德国、日本在高速环道摊铺领域的技术垄断优势。