

李二梅:不辞年年压金线 四十春秋裁罗裳



李二梅给顾客改衣服

□记者 田亚楠 实习生 李雪净 文/图

“嗒嗒嗒、嗒嗒嗒”

屋子里缝纫机响个不停,桌角放着的剪刀和零碎布头,随着缝纫机工作的节奏不停地晃动。李二梅头戴老花镜,脖子上挂着皮尺,正忙碌地给顾客改衣服。

缝补衣服、修改样式、剪裤腿,李二梅游刃有余。在过去的几十年里,这些都是李二梅的日常。

李二梅今年54岁,家住西华县李大庄乡,身材微胖的她脸上总是带着笑容,性格乐观,对人热情,是十里八村有名的裁缝。

“干裁缝这一行40年了,对这一行的感情越来越深。”全心全意服务顾客、精益求精用心裁剪,李二梅把裁剪制衣当作自己一生的事业。

卖一头猪换学费

每一块布料都需要经过量、画、裁、剪、缝等一系列工序才能成衣,这些步骤重复了40年,已经都深深烙印在李二梅的脑海里。

“那时候家里一贫如洗,最值钱的就是父亲养的那头母猪。”回忆起学艺之初,李二梅记忆犹新。14岁那年,父母为了支持李二梅学手艺,把家里养了多年的母猪卖了,拿出全部积蓄170元让李二梅去技校学习裁剪。“因生活费难以为继,我在技校学了两个月就离开了。”

从技校学习回来,李二梅开始自己裁剪衣服练手,把家人的衣服拆了再缝好。在不断摸索练习中,李二梅的手艺越来越好,看着一块块布料经过自己的双手变成精美的成衣,自信心和自豪感油然而生。

15岁那年,李二梅开始摆摊,17岁那年,李二梅通过努力,有了属于自己的一家裁缝店。

“刚学艺时大家做衣服用的基本都是灰土布,现在生活好了,各种颜色的丝绸针织都有。”随着社会发展,服装面料也不断更新。面对众多款式以及越来越多新开发的面料,李二梅反复钻研,不断改进裁剪方法,以应对服装市场的变化。

“小修小补”服务四邻

时光流转,在市场经济大潮的冲击下,昔日风光的裁缝店生意如今变得冷清起来。

“买衣服容易,修衣服就难了。”谈起修拉锁的经历,徐奶奶感叹道。在日新月异的发展过程中,提供修补服务的摊位越来越难找到。李二梅坚守裁缝店40年,凭借精湛手艺,不仅留住了顾客,生意还逆势上扬。

“这件衣服是两年前买的,现在我瘦了不少,穿上有点胖,衣服扔掉太可惜了,就拿过来让二梅帮我改一下尺寸。”张阿姨是店里的常客,跟李二梅认识了20多年,一年四季的衣服都是在李二梅店里做的。

李二梅的裁缝店,能够满足大家修补裁剪的需要,由于手脚麻利,裁剪手艺好,她有一批老客户。“二梅,这个外套拉链坏掉了,能帮我换一条吗?”在记者采访中,一名顾客正好走进店里,请李二梅为她修理拉链。李二梅接过衣服细细端详,从工具箱里挑出合适的替换链条,拆除旧链条、穿针引线、启动缝纫机,李二梅的手指熟练地“游走”在针线之间,很快就换好了拉链。

“现在的年轻人大多不会做针线活,遇上衣服纽扣掉了、拉链坏了、改裤脚等问题,基本需要到店里处理。”李二梅告诉记者,虽然现在生活水平提高了,但是市民对“小修小补”的需求依然旺盛。

一张一合的裁剪,一针一线的缝补,凭着过人的裁剪手艺和坚守,李二梅买了房和车,日子越过越旺。

从春夏到秋冬,经她手缝制的衣服温暖了一代又一代人。李二梅守着自己的裁缝店,细缝着时光的针脚,织补着岁月的痕迹,在时代的变迁中诉说内心深处的情怀。



浪漫气球 温馨“绽放”

3月17日,周口文昌万达广场布置的“浪漫气球”,吸引许多市民拍照打卡,同时,带动了消费。

记者 邱一帆 摄

随着消费市场逐渐回暖,一些变化正在我们身边发生,一些风口渐次出现。休闲零食、新式茶饮、美妆个护、家电、潮玩等赛道风起云涌,蹦床、漂流、冲浪、跳伞、滑翔伞、露营等项目热情高涨……见惯的消费场景持续涌现不一样的元素,传统的消费领域不断打开崭新的天地,千姿百态的新消费正在引领新潮流、释放新活力。

创新的消费形态,也是美好的生活方式。心情低落?不妨和好友来一次“围炉煮茶”,在“诗与远方”的慢生活中一扫阴霾;追求新奇?那就来一趟座无虚席的企鹅餐厅,在“人与自然”的亲密接触里心满意足;享受健康?赶紧预约一场精彩的体育赛事,在“速度与激情”的强身健体时挥汗如雨……正是从温饱型向舒适型、发展型、享受型的转变中,消费者的需求得到满足,美好生活得以实现。

新型消费不是无中生有,而是消费新业态新模式的一种发展趋势。从消费场景来看,情感消费、绿色消费、知识付费快速成长,主题乐园等亲子类体验式消费持续走俏,直播电商等新业态成为消费者的新生。从智能智慧来看,“互联网+医疗健康”消费模式推广普及,移动购物的频次不断提高,生活服务类消费成功联通线上线下。从品质品牌来看,兴趣类产品逐渐兴起,“颜值类”商品受到追捧,个性化、多样化、定制化消费正在成为新风尚。可以说,市场的迭代、技术的集成、品质的升级,共同助推了新型消费的崛起和走俏。

更为重要的是,新型消费的发展将线上线下有机融合趋势、潜在的消费需求传导至产业链上游,推动大中小企业协同联动、上下游全链条一体发展,成为高质量发展的基础和先导。中央经济工作会议指出,要把恢复和扩大消费摆在优先位置。这就意味着,要释放消费潜力、增强市场信心,就必须满足居民对高品质产品和服务的旺盛需求,不断培育消费新热点,绝不能在加快培育新型消费上“慢一步”“欠火候”。

当然也要看到,任何一种消费业态的成长壮大,都要经受市场的洗礼,都需经过消费者的选择。愿不愿消费、想不想消费,靠的不是噱头响不响、规模大不大,而是产品行不行、服务好不好。从这个意义上来说,消费业态、消费结构再演变,也要遵循市场规律;消费模式、消费理念再创新,也要遵守法律法规。优化每一个细节、强调每一个环节、重视每一个行为,才能让新型消费热度不减、人气不衰。

(据央视新闻)

为新型消费按下“加速键”