

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。”谈起修拉链的经历，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。



为新型消费按下「加速键」

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宠。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的有机融合趋势、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)



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