

万元大鹅被抢断货,波司登1天卖3亿…… 寒冬过去,羽绒服如何过春天?

事件概述

一波波寒潮汹涌而至,羽绒服行业迎来了前所未有的热浪。中国羽绒服巨头波司登股价在寒冬中创历史新高;国际羽绒服奢侈品牌、一件售价上万的加拿大鹅,在中国门店出现了排长队抢货的奇观。寒潮中,大众购买羽绒服的热情究竟有多高?今日迎来立春,凛冬红利也会随着春暖花开而消失,羽绒服企业该如何打破“靠天吃饭”的季节束缚,持续增长? (来源:每经)

网友评论

@明明:鹅样式真不咋地。
@佛向心中求:虽然波司登的羽绒服越来越年轻化,但是个人认为应该设计出可以搭配裙子的时尚款式。
@最爱成宝拉:不得不说,波司登羽绒服设计路线越来越年轻化了,但是价格也年轻化了……
@柳灿:后悔了,羽绒服买了穿了一个礼拜,现在天气越来越暖和了。
@李博承:羽绒服在广东就是衣柜里的装饰,一年也没几天拿出来。极力推荐短袖,性价比

极高。
@桐菽:我以为只有我一个人买三件羽绒服,原来这么多啊。
@乔宏:波司登是否能同加拿大鹅比美呢?支持民族品牌!
@清蒸咸鱼:今年斥巨资花了750买了一件长款羽绒服过冬的我,还在思考是不是买贵了,看到这条新闻……告辞,是不配!
@duwei 1213:羽绒服越卖越贵,动辄上万,的确是新钱包“焚化炉”。
@呢喃:羽绒服关键是保暖,不见得高价名牌就比低价好。



小编说两句

不知道什么时候起,羽绒服从一个略带保守的保暖选项,变成了大街上年轻人都在穿的潮流单品。设计新潮了,价格也上去了,甚至成为了年轻人需要实现自由的一个项目。今年极寒天气红利吃了不少,但旺季即将结束,对企业来讲,挑战也接踵而至。高端化真的就是破局的唯一秘诀吗?或许可以尝试定制化服务等玩法,从创意设计、货品布局、创新体验、营销策略等方面共同发力。



高中生模仿奥特曼被劝退? 校方致歉:只是让回家反省

事件概述

近日,山西运城。据新华每日电讯,最近,山西运城几名高中生在宿舍喊“你还相信光吗”等《奥特曼》台词,被学校劝退处理。学校还发布悬赏公告,激励大家举报。日前学校发布致歉信,称已告知家长不是真的劝退,只是让学生回家反省,并就管理问题致歉。1月30日,新华社就山西某高中劝退学生事件发表评论,因小事劝退学生、悬赏举报学生,折射了一种让人不安的教育理念。 (来源:澎湃新闻)

网友评论

@天线同学:奥特曼能有什么坏心眼?
@皮卡丘,冲呀:如果模仿的台词,只是不涉及道德方面的中二台词,中二少年只是喜欢动漫而已,而且是休息时间不存在打扰课堂,为什么要劝退?越来越搞不明白学校的重心,在把控这些孩子成长的时候,应该将重心放在哪里?
@你是狮子座的大可爱:奥特曼好惨,重点不是学生模仿他,而是学生在晚上十一点和中午午休时大喊大叫。
@Broken_Arrows:学校的处理固然不妥,但是这三名高中生自己也应该反思一下,都是不小的人了,且在午休时间,既然来到了这所学校,就应该遵循学校的规章制度,且应该考虑其他同学的感受,最起码的道德规范还是要有的。
@赋予:惩戒是最懦弱偷懒的教育方式,老师更需要的是引导。
@王左飞phil:那么,你,还相信光吗?

小编说两句

校方为维护学校午休秩序,以惩罚的方式制止学生不文明行为,出发点本无可厚非,但是采用“退学/回家反省”这一方式解决,甚至让同学之间相互举报,是不是有点过度了。教育惩罚的目的是纠错,不是惩罚更不是批斗。学生之所以为学生,是需要老师细心引导成长的。德育工作需要更多的“人情味”,以“吓唬警示”来过度惩罚,只会适得其反。



生鲜烂在驿站无人告知 配送提速牺牲谁的时间?

事件概述

“网购生鲜不送货上门,被扔在快递驿站无人告知,数天后找到已经全部烂掉。”“没有任何电话通知,朋友给寄的快递扔在驿站十天被自动签收。”家住北京某社区的孙女士被快递配送问题困扰近半年,而这种情况在其所住区域并非个例。“从放快递柜,到后来放驿站、放超市,不管怎么备注快递员就是不上门。”快递配送的最后100米,如今成了消费者无法做主的环节。据某项调查显示,40.98%的消费者从未接到派件意见征求的电话,超半数消费者曾遭遇要求“送货上门”被拒。 (来源:财经网)

网友评论

@近塘小越:说到底是没有服务意识。
@2的N次方3:都是一步步惯出来的毛病,快递行业前几年都是送上门。
@晴空万里多多:来不及送!怎么办?
@王姜君:便宜和服务好真的很矛盾。
@自由量程:个人建议可以增加送货上门选项,相应的快递费也增加。
@Hu 蓓:可以有放到驿站代收的选项,但一定要有通知,但不能为了方便直接放到驿站不管。
@忧桑的心晴:放菜鸟驿站我就体谅了,到菜鸟驿站了还要自己找,这就很烦了……
@囤宝宝55:你备注送货上门也没用,照样直接给你扔柜子里!
@niucheshui:市场广阔一竞争激烈一打价格战一降低服务品质。各行各业都是如此。

小编说两句

快递不再上门,这已经逐渐成为整个行业的新现象。尤其生鲜快件的投递逐步增多,没有第一时间收到货,易腐易烂,更加剧了消费者和快递员之间的矛盾。从送货上门到一个短信发来的取件码,再到放快递柜、驿站、超市……服务降维得明明白白。任何时候,降低服务都不是解决问题的方式,只会制造新的问题。不妨尝试细分服务档次,把选择权和应有的保障留给消费者,让交易公平对等。



买“福”给个“祸”? 人文社就错字致歉

事件概述

2月1日,有网友发帖称,人民文学出版社销售的新年礼盒中把“福”和“祸”弄混了,并质疑“这还能作为春节礼品吗?”当晚,“人民文学出版社”微信公众号发布致歉信称,出版社文创部此前推出新年礼盒《五福迎春·人文年礼2021》中有一个错字。“我们为这次严重的工作失误向各位顾客致以诚挚歉意,并深刻反省。”文章称,出版社将全线下架错版《五福迎春·人文年礼2021》,并对买到错版产品的顾客进行退款等方式补偿。(来源:中国新闻周刊)

网友评论

@书画时光读书会:福祸相倚?
@自由自在的花路:呃……这真不应该。
@就想安静听歌世界和平怎么这么难:这不是说用一句“福祸相依”的梗笑笑就过去了,这种是水平和用不用心的问题。
@橙色橙_:这活干得这么粗糙,太有悖于出版社的声誉了!
@翟呈群律师:错将祸字认作福。岂因福祸避趋之。
@_小阿啦:谁认出来那是个祸字了,不说了我还真不认识。
@山谷问道:因祸得福,和错版邮票一样,这个错版印刷品有收藏价值了……
@每日甜份:深刻诠释“祸兮福之所倚,福兮祸之所伏”。
@改个名字变身锦鲤:这个错字是特从《启功书法字汇》(秦永龙、倪文东主编)中选取的,人文社也是真的不容易辨别的!从这个事件里,我被人文社收割了,很有担当,粉之!

小编说两句

这个草书的字,长得很像福,可惜它是祸。不懂书法、不识草书,就很容易认错。人文社第一时间认错,致歉很及时,认错很真诚。书法笑话也是屡屡曝出过,这碗饭不好“吃”。一个出版社是不是有底蕴,都在细微之处能看出来。虽说,人不可能不犯错,但作为文化单位还是需要专业的人干专业的事,更需要治学细致谨慎、编审严格把关的工作态度。