

凡客：请让我走在长征路上

城网眼聚焦

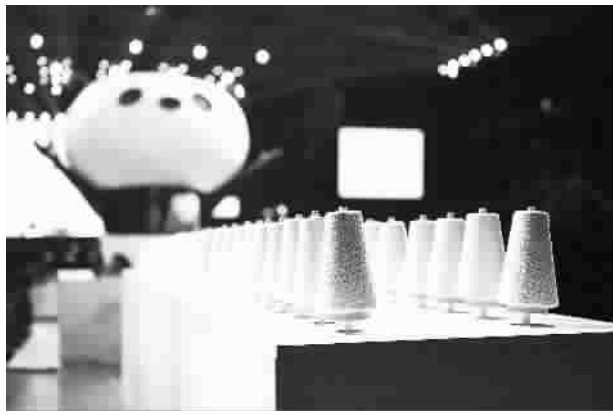
本报记者 胡晓晶

“做好一件衬衫，一件T恤，是凡客的本分；也是我，在重新做人。”陈年说。周三愚人节，凡客创始人陈年用“一封情书”带着他的新T恤和凡客再度高调归来，是自娱自嘲还是愚公移山？尽管已经少谈“优衣库”，但昔日靠“屌丝”标签爆红过的这个中国本土互联网快时尚品牌，在经历了先扬后抑甚至一度到被传言倒闭后，如今正试图“重走一回长征路”。而蛰伏几年后的陈年，开始下定决心让凡客走上中高端路线，特别是作为支柱性产品的那件T恤。



新高突破了1300万件，夺取了中国T恤零售市场首位，而当时凡客想追咬的主要竞争对手优衣库在全球的T恤销售也就2000万件。然而，如此会给中国网民把脉的这个本土互联网快时尚品牌，为什么后来会差点变成第二个“Yes! PPG”呢？

凡客坦言，后来在T恤的图案设计上走了弯路，曾经聘请过近200名设计师，设计了近2000款的样式，设计图案从复仇者联盟到米老鼠的联名合作，从雷锋系列到社会流行语等等不一而足，那时以为能抓住从十岁的孩童直到五六十岁的大人，但结果却是谁也没有抓到。所以，这一次凡客化繁为简，韩寒、李宇春、王珞丹等明星不见了，在发布会现场变成明星的却是长场雄、Tendo ten、顾湘等来自日本、欧美和国内的几十位具个性的年轻艺术家和设计师。陈年说，这是想把市场费省下来，让消费者能更低门槛地直面最潮流时尚。



互联网“中国造”应面料和做工先行

“T恤本身就是一封情书，面料是画布，图案则是表白。”如今在台上的陈年，除了依旧保持情怀，更是开口闭口大谈纤维长度、马克隆值、强度、色泽、杂质……“为啥白色T恤洗后容易发黄？主要因为洗涤会让荧光剂脱落，纤维糖分氧化等。”老师出身的他自嘲是个裁缝匠，

“2011年，凡客最热闹时，公司有1.3万多人，光总裁级的领导就有三四十位，然而凡客却步步陷入危机。现在，凡客只剩下不到300人，做衬衫的核心团队只有7个人，但业务运转得很顺畅。我不免想，以前那么多人平时都在干嘛？”陈年

“我人生最倒霉的事情是投了凡客，以后只能穿凡客的产品。中国的社会从产能稀缺到了产能过剩，生活中有很多东西很劣质，以前不知道一件T恤有多难做，希望大家支持这种认认真真把普通产品做好的过程。”雷军

空调价一夜回到六年前 带动“五一”家电市提前

一边是携11家空调品牌启动“空袭72小时”，一边是跟格力董明珠联手价格领降20%——许久未见的针锋相对的家电单品类价格战，上周末又在苏宁和国美及永乐之间打响。专家指出，这场价格战背后的实质在于行业库存过大。而伴随这场近年来难得的空调真打价格战，家电领域带动“五一”价格战提前打。

空调打头阵或库存大

“暴利时代结束了，空调价该回6年前！”伴随日前格力董事长董明珠公开发出降价清场信号，国美及永乐欲通过最高降幅高达20%的连续3天降价，卖出50万套格力特价空调。而苏宁则比对手提前了一天，联手美的、海尔、奥克斯、海信、志高、长虹、惠而浦、三菱重工、松下、TCL、新科等11家中外空调品牌，抢发起了一场“空袭72小时”的联合促销，意欲3天总计卖出100万台。

6年前，1匹空调挂机跌破1000元、1.5匹最低跌破1600元，然而后来随着成本及人工的上涨，今年初一台1.5匹的空调市价平均到了3000元左右。好几年都在“明降暗涨”的空调，这次为何会再现“999元机”？对此，奥维云网(AVC)研究院院长张彦斌认为，关键在于空调行业本身正在遭遇十年来最艰难的旺季。据奥维云网(AVC)监测发现，行业库存已经达到4000万套，是往年的3倍之多，甚至超过了一个冷年能消化的销量。

价格战线下刺激线上

对于年后的首场价格战，市场反应如何？单以永乐全市百店的销售数据显示：3月27日空调大战首日，格力在永乐的占比已近70%，同比增长超过300%，再加上其他品牌也跟进打

价格战，上周末3天永乐的空调销售已占全品销售的32%，甚至超过了往年“五一”小长假。

“电商下半年看双11，上半年就看国美在线418！”延续上月底空调价格战的势头，国美在线董事长牟贵先4月1日起又把“418购物大趴—放肆一把”的4周年庆典，即从年头连续18天里送40亿现金红包大礼、100万件商品5折起、4180万老会员全国包邮等一系列特惠。像到今天为止的第一波“开门红”，家电就是促销“大户”：大家电满减百，最高减2000；1匹空调、三门冰箱、6公斤滚筒洗衣机纷纷跌破千元；合资48英寸高清LED电视跌到了1999元；手机最高直降1600元，甚至iPhone 6也打到了4799元。业内人士指出，国美的如此连续出招，预计会引发竞争对手进一步跟进，让“五一”家电市提前到来。

本报记者 胡晓晶

免费职教你愿意上吗？

100教育向全领域教育平台转型。

去年2月，那个以娱乐见长的YY说要进军在线教育，推出“100教育”的子品牌。靠免费模式和垄断小米盒子平台，100教育的雅思、托福强化班产品，一年中共培训学生43397人(覆盖留学领域10%学生)，成为了推动中国教育改革的一支新生力量。在直播平台的开发上，教育100已支持Windows、MacOS、安卓、iOS、智能电视等各种平台。据悉接下来还将在开发智能化个性化的学习，比如通过直播、录播、作业等环节设置的各种问题测试

结果，为不同情况的学员推荐不同的学习内容和学习方式。

从出国雅思托福，到K12教育，再到职业教育，100教育似乎有意针对新东方。去年底，100教育以1.2亿元全资收购环球网校旗下线职业培训业务。本周一，作为环球网校被100教育并购后的首次亮相，“100职教”一出场就宣布将免费风暴烧到职教领域，首推“会计师免费强化班”。100职教负责人伊贵业说，该免费模式会对国内400万人、50亿市场规模的会计培训市场形成强大的冲击。

胡晓晶

老凤祥称霸“金凤凰”



既有内涵又接地气

这些获奖作品，充分结合了老字号的历史内涵与接地气的时尚眼光。比如，《凤鸣壶》灵感源自元代青花瓷凤首扁壶，通过压胎、印花、焊接、镶嵌等手法，以名列国家级非物质文化遗产名录的老凤祥金银细工技艺打造，采用浮雕的表现手法，将中国传统文化中“凤穿花”的构图表现得得意趣盎然。再如《吉祥如意》紫砂壶，选用特有黄龙山张卫东、余士渭等一批中青年设计制作大师人选。

实际上，老凤祥的大师们各有绝活。像《凤之翎》18K金眼镜架，用繁复的锻打工艺，在镜腿上打出极细的羽毛造型，构成凹凸的立体感，整体就像凤凰之翎在起伏舞动。其设计者季惠菊，就是老凤祥眼镜公司常务副总经理，也是位眼镜行业的专家。正因为既懂设计又懂工艺结构，才能做出如此精彩的K金镜架。

辛矣

周一，一场全球规模最大的工艺品交易会——“第50届中国工艺美术品交易会”在青岛落下帷幕，与此同时作为中国工艺美术作品的顶级奖项之一的“金凤凰”创新产品设计大赛2015也在青岛开赛。

在琳琅满目的参赛作品里，老凤祥获得“3金2银1优秀”的好成绩。而最让行业内没想到的，除了传统金银玉器摆件外，老凤祥的眼镜、珐琅等最新产品也拿到了金银奖。

三金两银一优秀

在现场，老凤祥展位从装饰、陈列都让人眼睛一亮，显示了老凤祥近年来“以创意引领时尚、文化创造价值、技术艺术引导潮流、品牌营销赢得市场”的思路。最终，由张京羊、杨建明、沈广裕设计制作的《吉祥如意》紫砂壶，由余士渭、汪微风、林晓青设计制作的金银珐琅《银掐丝珐琅三阳开泰茶叶罐》，以及由吴倍青设计制作的纯金摆件《凤鸣壶》，获得了大赛金奖。而金银珐琅《大汶口纹饰银掐丝珐琅梅瓶》、18K眼镜架《凤之翎》则获得银奖，黄玉《提梁壶》也拿到了优秀作品奖。

培养海派大师接班人

超强的设计制作实力，与老凤祥近年来整合工美力量、培养海派大师接班人密不可分。在最新的上海工艺美术大师名册上，老凤祥的黄雯、吴倍青、张卫东、余士渭等一批中青年设计制作大师入选。

老凤祥证券代码
600612.SH 900905.SH

本栏目由“老凤祥”倾情呈现本期顾问：
上海老凤祥有限公司首席发言人
王恩生

城互联网观察

本周一爆发网上教育圈“抢头条”大战，猿题库、跟谁学、新东方及100教育，都不约而同在同一天发布重磅消息。而相比猿题库6000万美元融资等账面数字，100教育“撞日”的微信发布会也许更有看点。据100教育负责人刘豫军透露，未来100教育业务线将分三块，除了最早的主推托福、雅思的“100留学”，还会有免费会计强化班可上的“100职教”，以及随时可能上线的专门给中小学生学习服务的“K12”(从小学到高中)课外辅导班。业内认为，此举标志着