

· 资讯 ·

衣二三落地旧衣回收计划

北京商报讯(记者 王晓然 赵述评)12月3日,女装租赁平台衣二三开展了“衣二三1m²的爱”公益活动,开始回收闲置衣物搭建猫窝,已经覆盖全国5个城市,50多个社区。据了解,每100件闲置衣服经过消毒、精细开纤、开松、热压、切割、拼接等多重工艺就可以做成耗材1m²的猫窝,首批30个猫窝已经落地优客工场在北京的5个共享办公社区。衣二三为众多女性解决不同生活场景的穿搭问题之时,也将废旧的衣物循环再利用。以为冬日的流浪猫搭建猫窝提供布料支持的方式,打通了衣二三站内衣物的循环模式。事实上,让旧衣服循环起来已经成为全球共识,一些快时尚品牌在店铺中早就开始了旧衣回收计划。

云集采购2亿元台湾商品

北京商报讯(记者 王晓然 赵述评)12月4日,云集微店与台湾波特■国际生物科技公司代表签订了2亿元的采购协议,众多的台湾商品将通过云集微店进入内地市场。波特■国际生物科技股份有限公司董事长王金生表示,自旗下品牌TT面膜入驻云集微店,缩短了品牌培育市场的时间。据了解,2018年TT在云集微店的销售额将超过1.5亿元,台湾美妆面膜品牌薇风预计超过5000万元。云集高级副总裁张铁成称,云集微店将帮助更多的台湾优质商品进入内地市场,建立两岸的新商贸连接,推动消费升级。

GUCCI将首推高端珠宝

北京商报讯(记者 王晓然 魏茹)GUCCI母公司法国奢侈品集团开云CEO Francois-Henri Pinal近日在接受法国媒体采访时表示,集团核心品牌GUCCI预计在2019年6月或7月,推出首款高级珠宝系列。该系列包括200款高级珠宝,由GUCCI创意总监Alessandro Michele操刀,全部在意大利本土生产。目前,GUCCI珠宝业务主要以配饰和银制品为主,品类涉及戒指、项链以及耳饰等男女饰品,价格在950-11350元。要客研究院院长周婷表示,消费者喜好变化较快,品牌持续的产品创新能力至关重要,推出高端珠宝,也是在丰富产品线,并在用户群中进行拓展。

维密联名小众设计师品牌

北京商报讯(记者 王晓然 郭缤璐)借全球直播之际,维密联手“印花女王”Mary Katrantzou推出的联名款商品受到关注。此次联名设计师Mary Katrantzou的系列款式共有15套,采用大面积的印花图案且色彩艳丽,Mary Katrantzou标志性的绚丽印花依旧是主打,产品包含了印花式内衣、睡衣等产品。据了解,此次联名系列会在2019年1月线上和线下两个渠道发售。不少中国网友称新联名系列像“东北大炕四件套”、“奶奶盖的大花被”等。与2017年合作Balmain相比,今年的设计明显小众了许多。

欧莱雅试水糖尿病专用护肤品

北京商报讯(记者 王晓然 王莹莹)近日,欧莱雅集团再细分药妆市场,旗下品牌适乐肤(CeraVe)宣布年底前上市“糖尿病患者干皮舒缓系列”产品。该产品分为玻尿酸保湿精华和糖尿病患者干皮舒缓系列。“糖尿病患者干皮舒缓系列”包括保湿霜、手足霜以及洁面乳等产品,有助于减轻糖尿病患者容易出现的各种皮肤并发症。中国作为欧莱雅集团在全球的第二大市场,此前曾引入薇姿、理肤泉和修丽可三大药妆品牌。2016年,欧莱雅还在上海推出了药妆集合店Derma Center,近日又在中国引入“勃朗圣泉”。

城南商业调查系列



近年北京城南商业发展提速,区域消费需求不断升级扩容,年轻品牌、网红潮店、国际大牌越来越青睐城南商圈,它们在抢占市场红利的同时,也引领着城南的消费时尚潮流趋势。从香港潮牌i.t到限量发售的Nike Kicks Lounge,从排队也要喝的喜茶到走红抖音的“小奶狗”,城南以流量级的网红品牌吸引着年轻消费群体前来打卡。

潮牌占比飙升

在消费升级的大背景下,城南商圈也开始引入新鲜“血液”,进行年轻化布局。北京商报记者走访发现,近期进驻崇文门商圈的香港潮牌集合店i.t的最新形象店、吴克群主理的品牌DEBRAND、Nike Kicks Lounge最高量级店以及发售跨界和明星合作限量款的Adidas Originals等,均为首次入驻城南商圈。其中,i.t合景·摩方店装修设计十分亮眼,超大落地窗的潮服展示,作为时尚前沿的香港潮牌,i.t店铺设计总是前卫大胆,在这家门店的一角,以时尚眼镜点缀,彩色镜片搭配个性设计,潮范儿十足,吸引了不少年轻顾客在逛店的同时拍照打卡。

即将进驻城南的凯德MALL的时尚潮牌占比也在50%以上,包含UR和UNIQLO等快时尚品牌,以及Basic House、ZOO YORK、Adidas Originals、Timberland、PALLADIUM等潮流品牌。

轻奢品牌瞄准新中产

在年轻品牌带动潮流消费的同时,中高端品牌的补位也为城南商圈锦上添花。针对崇文门商圈25-45岁的新中产和成熟中产消费者,从高端服饰到大牌美妆,从生活服务到娱乐体验,各类中高端品牌以高频日常生活需求为品类导向,覆盖商圈内核心消费客群。

北京商报记者走访发现,在各大社交平台被打卡、有明星带货的瑞典腕表品牌DANIEL WELLINGTON今年9月入驻崇文门新世界百货,在专柜内不仅有经典款式还有年度主题款供消费者选购。

在美妆护肤方面,资生堂旗下品牌ELIXIR、Elizabeth Arden、北欧美浴护肤品牌STENDERS 11月也加入城南商圈。北京商报记者看到,Elizabeth Arden门店内除了商品展柜外,大部分空间设立了带有桌椅的消费者体验区,方便消费者在门店内体验产品。STENDERS的加入也丰富了品类布局。店员告诉记者,STENDERS目前在崇文门商圈

潮牌网红云集
城南打卡正当时

内只有一家门店。

此外,一些新兴品牌也开始布局城南商圈。今年7月,意大利运动品牌FILA的全新运动品牌FILA FUSION城南首店也开进了崇文门新世界百货;11月,Journelle合作的第一个中国内衣品牌NEIWAI也在新世界百货开售,北京商报记者了解到,目前NEIWAI在北京共有6家店,新世界百货店是城南商圈首店。

网红餐饮带流量

餐饮是各大商圈的引流利器,爆款美食、网红店出现在哪里,哪里就有流量。城南商圈过去的餐饮多为大众化、亲民类的品牌。随着城南商圈购物中心、商场转型升级,大量新晋的人气餐饮也开始现身,让城南的年轻消费者在家门口也能一饱口福。

北京商报记者走访合景·摩方时看到,这里的餐饮品牌都很“年轻”,包括轻奢火锅凑凑、获评最佳的日本餐厅炭匠炉端烧、新疆餐厅楼兰、三里屯网红店蓝蛙等,饭点时分,吸引了周边不少上班族,排队的人络绎不绝。

崇文门商圈除了遍布星巴克、costa、太平洋咖啡等咖啡店,网红茶饮店也逐渐多起来。

今年10月,网红品牌喜茶入驻国瑞购物中心。北京商报记者发现,该喜茶门店引入了小程序点餐,以节约排队时间。消费者关注“喜茶”微信公众号后,可直接进入“喜茶GO”小程序点餐,下单之后等待微信提醒取餐即可。尽管如此,喜茶店内依然挤满了闻风前来打卡的年轻人。据了解,新晋茶饮品牌鹿角巷、奈雪的茶也都将进驻崇文门商圈,和喜茶瓜分流量。

国瑞城购物中心近期经过调整后,餐饮业态发生了较大的变化。不知名的小店被清走,取而代之的是在抖音走红的“小奶狗”、“偏偏喜欢你”这类集文艺和潮流于一体的餐厅,小清新的装修风格、文艺范儿十足的背景墙使这里成为“80后”、“90后”文艺青年的聚会首选。北京商报记者 王晓然 魏茹 郭缤璐