



| 北京首店 | 伴随营商环境不断被优化,消费热情不断被激发,北京吸引着越来越多品牌首店进驻。从新零售超市、网红餐饮到国际大牌,《消费周刊》持续报道“北京首店”系列,挖掘首店特色,探寻首店服务,从门店环境、商品结构、服务体验等多方面展示首店风采。

乐高的“京味儿”旗舰店

北京首家乐高品牌旗舰店近日落地王府井商圈。这是与上海旗舰店相隔半年,乐高在北京推出的中国第三家旗舰店,无论产品、门店设计风格都迎合了中国消费者的需求。在业内人士看来,乐高半年内在中国新开两家旗舰店,一方面,乐高看重的是中国市场的潜力,另一方面,是中国市场给乐高带来的业绩支撑。



乐高加速中国市场布局,离不开中国市场给乐高业绩带来的支撑。乐高集团2018年度财报显示,截至2018年12月,全球零售额同比增长3%,全年收入同比增长4%,从2017年350亿丹麦克朗增至364亿丹麦克朗。在美国和西欧等成熟市场,乐高的收入以缓和的个位数增长,而中国市场取得了收入两位数的增长。

另外,中国儿童消费的巨大潜力是乐高布局的重要因素。据欧睿数据显示,2017年全球玩具行业市场销售额为851.46亿美元,增长率3.5%,欧美市场已呈现负增长,在这些市场增长乏力的情况下,中国玩具市场的销售额却高达110.12亿美元,增长率为7.4%。

同业竞争存挑战

乐高在享受中国市场带来的优良业绩的同时,也面临着和其他玩具企业一样的挑战。英国百年品牌哈姆雷斯玩具店同样坐落于王府井百货大楼,和乐高相隔仅数步之遥,号称是目前全世界面积最大的一家哈姆雷斯。此外,部分优质的国内玩具品牌在创意方面也具备优势,而且价格上也更具性价比。

北京工商大学商业经济研究所所长洪涛表示,目前儿童消费在中国市场是非常具有潜力的,乐高通过自身IP作为切入点进入商业领域,未来发展前景可观。但是,作为非中国本土品牌,企业还需要在产品、品质、环境等方面有准确的定位,符合消费需求和市场环境,以免给消费者带来不佳的消费体验以及产生营商环境的问题,最终造成口碑危机或更大损失。

北京商报记者 王晓然 郭缤璐

销售人员告诉记者,最受欢迎的是中国主题产品的舞龙套装和年夜饭套装,该产品目前只在亚洲出售,目前,中国主题部分产品已出现断货。

乐高和其他玩具店最大的不同在于,不同年龄段的消费者都是它的粉丝。记者在店内看到,除了小朋友,很多“70后”“80后”同样玩得也不亦乐乎。门店内设立了很多实体体验区,顾客可以自由组合零散的乐高积木进行拼装,因而更受小朋友欢迎。

看好中国玩具消费潜力

随着消费升级的大趋势,乐高在旗舰店的打造上也迎合体验式消费的特点。店内除了实体体验区外,还将实体和数字化设备玩乐体验相结合,消费者可以用乐高积木拼搭出天灯作品,一抬头便能看到天灯被投放到电子屏幕上。另外,店内还设立了一台定制马赛克肖像机,消费者可以现场拍照制作出乐高马赛克肖像。

旗舰店“京味儿”浓

随着消费者对娱乐休闲需求逐渐增高,消费追求潮流化、个性化,娱乐休闲品牌开始加速中国市场布局。近日,玩具品牌乐高北京首家品牌旗舰店在王府井正式开业,这是乐高在中国的第三家品牌旗舰店。北京商报记者在现场看到,该店设计风格京味儿十足,店内陈列了多个大型乐高3D模型,其中包括以故宫为灵感创作的巨型屋檐、长城景观、传统中式轿子、石狮子模型和龙柱。

此前,乐高在中国市场就有从成人到孩子大量的受众,开业首日便有很多产品告罄,火爆程度可见一斑。北京商报记者在现场看到,店内专门将产品分为中国主题产品和乐高品牌店产品两大类。店内

· 资讯 ·

沙县小吃门店将实现订单自提

北京商报讯(记者 王晓然 赵超越)近日,记者了解到,京东物流联合沙县小吃推出冷链自提柜品牌鲸鲨已在部分城市开始内测,并在100家沙县小吃门店完成布点,预计2019年布点500家。此次京东与沙县小吃一共推出两款鲸鲨冷链提货柜产品,其中鲸鲨旗舰产品以全国服务区域为主,主要针对品牌发展电商旗舰店的全国订单。而鲸鲨社区产品以服务区域为主,主要针对品牌商社区拼团的城市订单。目前,参与此次项目的品牌方包括千味央厨、维牧香、东元、大成、和路雪、八喜、百吉福、华英等品牌,社区拼团线上产生订单后将通过京东冷链卡班运送到消费者附近的沙县小吃门店,消费者可通过沙县小吃门店的鲸鲨自提柜自提或使用达达跑腿配送到家。

卜蜂莲花将推新业态门店

北京商报讯(记者 王晓然 徐天悦)2月27日晚间,卜蜂莲花公布其2018年度的业绩报告。2018年度,卜蜂莲花取得收入为101.22亿元,同比增长4.8%。卜蜂莲花表示,收入增长主要由于2018年开设8家大型超市、2家精品超市及1家邻里便利店的额外收入,以及生鲜食品及干杂货的销售增长令同比店铺销售较上年增长0.6%。报告期内,卜蜂莲花集团的经营策略从主要经营大型超市业态,转变为全面的大中小微多业态发展,目前旗下有包括精品超市Lotus Plus、邻里便利店及Lotus Mini店。卜蜂莲花在公告中指出,2019年在各业态都将开设门店,并会推出以食品为主打产品的全新门店品牌,以及探索店内开设专业领域的新模式。

江南布衣再增设男装品牌

北京商报讯(记者 王晓然 孔瑶瑶)江南布衣再增新品牌以争夺细分市场。2月26日晚间,江南布衣有限公司(以下简称“江南布衣”)发布公告称,集团在中国推出一个新的男装设计师服饰品牌“APERSONALNOTE73”,以配合集团多品牌扩展的策略,并透过品牌及品类组合多元化横向扩张业务。新品牌推出后,江南布衣旗下品牌将达到9个,其中男装品牌扩充到3个。APERSONALNOTE73目标客户定为年轻群体,设计更突出“我行我素、别致、时髦”特点。同时,江南布衣高层将新品牌视为扩展细分男装市场的重要举措,希望增加市场份额和提升影响力。

菜鸟284城实现2小时取件

北京商报讯(记者 王晓然 陈韵哲)快递寄件正在建立新的标准。近日,菜鸟裹裹宣布,2小时极速上门取件已覆盖全国284个城市。菜鸟发布的数据显示,使用裹裹寄件前十的城市分别是上海、北京、广州、深圳、杭州、南京、苏州、东莞、成都和天津,服务人群过亿。目前,裹裹极速寄件服务已接入淘宝、天猫、支付宝和闲鱼等。

据了解,使用这一服务,用户寄件可同时体验寄件跟退换货服务。一般情况下,退货流程复杂繁琐,沟通退货地址、出门寄快递、填写快递单、垫付运费等等,如今,只要用户购买了运费险,在这些城市退换货,只要在淘宝、支付宝等上选择“我要寄件”的“快递员上门取件”,可直接按照系统中的卖家地址寄出,享受一键退货、免费寄件,把货交给极速上门的快递员即可,体验无感退货。



扫码“探店”