



【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。

# 携限定款潮牌“五道杠”进京开首店

美国著名潮品店 UNDEFEATED 近期不断拓展自己在中国的潮流版图,继上海港汇恒隆广场店后,近日在三里屯开设北京首家门店。北京商报记者走访后发现,北京门店与上海整体设计风格类似,依然呈现简约的工业风。在产品方面,除了延续热门商品之外,还推出了北京城市限定商品。不过店内人员表示,目前不少热门商品均已断货,商品补货后也很快售罄。业内人士分析称,UNDEFEATED 近期异常火热,被热衷粉丝称为“五道杠”或“四竖一横”,在此火热基础上,品牌借着影响力加速扩张是个不错的选择。



## 不定期补货保证货源

UNDEFEATED 北京首家门店落地三里屯,终于给代购一族继续“剁手”的理由。近期,北京商报记者来到位于三里屯太古里北区的 UNDEFEATED,在店内记者注意到,目前店内货品相对较为齐全,首先映入眼帘的依然是整面墙的运动鞋区域。据了解,UNDEFEATED 北京门店在开业之初就发售了 have a good time × adidas Originals 联名系列,随后又发售 Pharrell Williams × adidas Originals CNY 系列,上月又在 UNDEFEATED 微信公众号抽签发售 OFF-WHITE × Nike Air Max 90 系列。不过与其他联名系列一样,在上市之初大量热门商品就被抢购一空。

根据 UNDEFEATED 店员介绍,目前大部分热门商品均已售罄,虽然上月中旬有过一次补货,但由于消费者比较热情,补过的货品依然处于缺货状态。店员还表示,店内将采取不定期补货政策,下次补货时间约为3月上旬,如果有想要的货品也可以提前预约。

对于 UNDEFEATED 北京首店进驻三里屯,三里屯太古里总经理余国安回复称:“首店”是我来到太古里这三年来的一个目标,首店开得好,品牌才可能更好地扩充、更好地发展”。他表示,进驻首店做很多市场调研,如果双方达成意愿,太古里会给到更多市场宣传跟推广。

不过,“首店”也意味着要面对

市场考验。所以,三里屯太古里在首店入驻的全程都会提供指导,为首店分析市场、分享经验、协助其调整等。如今“首店”招商对三里屯而言更像一个双向选择的过程。近年来消费客群越发年轻,或者心态更年轻,另一方面,他们又对国际潮流的理解越来越成熟,越来越高”。正因如此,这对三里屯来说是压力,更多是动力,促使三里屯不断创新、升级。

## 推出北京限定商品

与其他城市一样,UNDEFEATED 也为北京推出了限定款外套。根据店员介绍,UNDEFEATED 北京限定款是与日本街头潮牌 BAPE 联名推出的双帽衫系列,服装上印有 UNDEFEATED 北京门店的经纬度,店员强调,此款服装仅在 UNDEFEATED 门店有货。

UNDEFEATED 的中文翻译是“不败”,但更多人熟知的应该是它独特的 LOGO,中国消费者更喜欢称它为“五道杠”或“四竖一横”。实际上,UNDEFEATED 是由 James Bond 和 Eddi Cruz 于 2002 年在洛杉矶创办的街头品牌。起名为 UNDEFEATED 是为了纪念美国 9·11 事件,也意在为人们传递“永不言败”的精神。

最初,UNDEFEATED 只是一家售卖限量版球鞋和街头服饰的店铺,更像潮牌集合店,许多球鞋都在这里发售,Nike、adidas、New Balance、Vans 等品牌也在售卖行列之中。随后,由于与 Nike 限量款球鞋的推出,大大增加了 UNDEFEATED 的知名度,便开始

一发不可收拾的联名之路,从 Puma 到 New Balance,UNDEFEATED 的知名度也就进一步扩散,品牌也就更进一步被爱好者甚至明星推崇。

## “趁热打铁”继续扩张

虽说联名是近几年来服装品牌的惯用伎俩,几乎屡试不爽,每当有联名款推出,消费者就会大排长龙抢购一空,不少品牌的联名款甚至被炒至高价。但 UNDEFEATED 似乎与普通品牌不同,将联名一直作为主要卖点。

奢侈品中国联盟荣誉顾问张培英认为,联名款无论是在运动领域,还是潮牌领域,都很常见,除了个性化的设计和限量款的吸引,还有一点好处就是品牌间锁定的客户群体不同,可以更容易全方位地吸引客户。品牌间联名通常是有共同的品牌理念,虽然现阶段不少服装品牌都推出联名商品,但以联名作为主要卖点的品牌依然可以吸引大量消费。不过,品牌方为了增加市场亮点,更需要阶段性推出自家产品。

他表示,UNDEFEATED 虽然在“潮流圈”内影响较大,但相比大众品牌知名度依旧不高,UNDEFEATED 完全可以利用现有热度继续发力中国市场,加速扩张,但同时也要注意产品的选择和文化的融入,对于主打个性化的潮流品牌来说,传统产品已经无法满足如今年轻消费者的需求,更具特色新鲜元素的门店才可以吸引消费者。

北京商报记者 王晓然 陈韵哲 刘卓澜

## · 资讯 ·

## 北京首创奥莱大幅调整品牌 引入院线吸客

北京商报讯(记者 王晓然 刘卓澜)北京首创奥特莱斯一期项目进行大幅度品牌调整,同时受关注的二期工程也进入收尾阶段。3月4日,北京商报记者获悉,位于房山区的首创奥特莱斯二期将于5月1日开业,届时将引进几十家首次入驻北京、首次入驻房山的店铺及多家旗舰店。涵盖时尚零售、大型餐饮、京东超市及万达院线,与现有一期业态形成互补发展。一期项目多为折扣品牌,二期项目则更偏向休闲体验。据了解,首创奥特莱斯二期项目建筑面积8.8万平方米,根据首创奥特莱斯的官方介绍,二期项目共有94间店铺,吸纳了几十家首次入驻北京、首次入驻房山的店铺及多家旗舰店,其中包括 Superdry 全国旗舰店、Old Navy 北京旗舰店、LEVI'S 华北旗舰店等门店,此外,二期项目还将引入京西南地区最大的万达影城,也是北京市首家激光 IMAX 影院,以及多家餐厅,如外婆家、零度空间等。

## 体育收藏品专营店 MIRAGE 进驻北京坊

北京商报讯(记者 王晓然 刘卓澜)近日,亚洲独家体育收藏品专营店 MIRAGE 进驻北京坊。该门店展示了不同体育明星的限量版签名海报、球衣及球鞋等,均是可出售产品。北京商报记者在 MIRAGE 门店内看到,该店铺近300平方米,店内挂满了不同体育明星的签名海报及球衣,橱窗内还摆有许多限量款球鞋及些许明星唱片签名照,例如科比·布莱恩特历代亲笔签名战靴、球员版球衣及亲笔签名、NBA 官方海报签名等,其中海报的价格在几百至上千元不等。该门店负责人介绍,消费者在店内所购买的签名收藏品均附带认证证书,保证产品的真实性和保值性。门店负责人表示,目前专门销售体育收藏品、限量品的门店在亚洲市场几乎是空白的,但体育收藏品的消费客群在中国却是巨大的。此外, MIRAGE 瞄准的文体消费潜力与北京坊的文化底蕴相契合,从而选择进驻该商场。

## 苏宁易购家电 以旧换新最高补贴1万元/台

北京商报讯(记者 王晓然 徐天悦)3月4日,苏宁易购公布了“家电以旧换新”项目的具体实行办法。据悉,以旧换新项目的回收范围覆盖空调、电视、洗衣机、冰箱、数码、电脑、手机等诸多品类,最高补贴力度可达1万元/台。

据北京商报记者了解,消费者只需打开苏宁易购App,搜索“以旧换新”,在跳转的页面上按要求填写相关信息即可。家中有不需要的旧家电,无论好坏均可参与。用户申请通过后,苏宁会派专人上门取走旧家电,用户将收到回收补贴现金、购新优惠券和分期免息券等。

根据补贴标准显示,苏宁会请第三方专业机构根据回收旧家电的类型、规格等进行评定估价。其中最高补贴金额为电视1600元/台、手机8000元/台、电脑1万元/台等。另外,在家电回收全过程中,消费者无需支付额外的拆机、移机、搬运费,旧家电由苏宁售后专业人员免费上门拆卸,旧手机、电脑等由顺丰免费上门取件。