



| 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。行业内人士分析称，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，太古里会给予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，可以更容易全方面地吸引客户。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、规格等进行评定股价。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、搬运费用，旧家电由苏宁售后专业人员免费上门拆取，旧手机、电脑等由顺丰免费上门取件。