

买手店好看不好卖

调整线下布局

线下买手集合店开启新一轮调整。北京商报记者走访时看到，位于侨福芳草地的西有全球好店已经拉起围挡；蓝色港湾及另一家位于金融街购物中心的西有全球好店已经处于闭店状态。

据悉，西有全球好店高峰期在北京大概有5家门店，截至2023年5月，北京只留存1家位于银泰in01的线下门店。从全国范围来看，北京商报记者获悉，西有全球好店目前大约有十多家线下门店，未来布局大多在厦门、青岛等城市。

根据西有全球好店负责人介绍，该团队会控制直营店铺数量，把精力放在引入好品牌上。“买手店很难开成连锁模式，西有全球好店未来的运营模式大多为在布局城市寻找当地的主理人一起经营。”上述负责人表示，通过强化引入新品牌的能力，不断选取有潜力的设计师品牌进入国内渠道进行售卖。

针对上述现象，该负责人表示，近年来，消费者的消费方式有所改变，更倾向线上渠道进行购买。线上探索时尚单品的趋势增强，从小红书渠道进行种草，在电商平台完成购买。西有全球好店主要以海外设计师品牌为主，随着疫情管理的调整，2023年品牌也将逐渐回归到正轨，西有全球好店将在2025年前完成线下门店的升级与调整，让线下门店以新的零售形式进行展现。

重心布局线上

虽然北京华联、DT51、王府井集团、汉光百货等商业项目不断将自营买手店搬进商

场，并扩大自营买手业态占比，但银泰商业旗下的西有全球好店却有着截然不同的发展路径，将重心转移至线上。



“目前，西有全球好店的战略以线上渠道为主，通过新媒体的渠道传播代理的品牌，在线上渠道进行交易与转化。门店和快闪店为辅，主要为新老客户提供体验式服务以及定期会员沙龙活动。”该负责人向北京商报记者透露。

从线下拓店到布局线上，不难看出，以西有全球好店、SKP select为代表的买手店矩阵

在大环境的转变下发生了翻天覆地的变化，一部分玩家背靠成熟IP深耕线下，一部分玩家正寻求线上发展的新出路。

在要客研究院院长周婷看来，随着Z世代客群的兴起，对消费体验的追求正成为热点，仅仅追求购买已不能满足消费者需求，特别是对于并不为大众熟知的买手品牌来说，单纯地进行产品陈列并不会让消费者买单。

周婷认为，现阶段，小众买手品牌想要在内地市场崭露头角，打出品牌知名度成为发

展重点。借助小红书、抖音等社交平台，通过达人、博主穿搭进行展示从而吸引消费者寻求线下门店的购物体验。

“当品牌进一步迭代升级，不正规的销售渠道和不兼容的品牌被市场淘汰，对留下来继续经营的企业和买手品牌的盈利和长期发展又提出了新的要求。”周婷坦言。

完善供应链端

相较于大宗零售品牌，有调性的装修、独

特不会撞衫的产品正成为当代年轻人的首选，由此买手店逐渐走进了大众的视野。当蓝海行业被互联网、直播电商所介入，线下买手店的调整升级势在必行。

在新业态加入后，不止西有全球好店在调整线下门店布局，今年1月，香港精品买手店JOYCE关闭了位于上海恒隆广场的最后一家店铺，全面退出内地市场。10 Corso Como也于近年关闭内地所有门店。

不过仍有不少百货公司将买手制业态当作转型的“救命稻草”。“买手制作为大热所趋的消费业态，在持续向好的经济形势下，仍会助推市场再度焕发生机”，周婷表示，通过买手店集成品牌的销售模式让消费者感到了便利，未来最大的市场空间，是大众化和大众品牌的高端化，买手店恰好符合这两部分的重合部分。

对于买手行业未来的发展，奢侈品时尚领域专家张培英认为，买手店想要在线下占据一席之地，还要引进更多有潜力的小众品牌，从源头上增加货品丰富度，同时要紧跟时下热点，加快现有品牌上新率，弥补线上购买无法试衣的短板。

买手店作为小众格调业态，想要扩大辐射客群，增加购买力，更要发挥新媒体平台的优势，通过小红书、微博等平台进行种草，同时可通过私域社群的营销等方式扩大品牌影响力，张培英指出。

针对西有全球好店的未来发展规划，上述负责人透露，西有全球好店在2024年或2025年将会以更有趣的沉浸式零售形式进行开店，例如时尚买手店融合酒馆、咖啡厅等新模式进行展现。

北京商报记者 刘卓澜 王思琦/文并摄

Market focus

“好太太”上黑榜，到底冤不冤

又有5个“好太太”的产品登上了不合格榜单。2023年5月16日，北京商报记者从多个监管局发布的产品抽检报告中获悉，“好太太”的一款“燃气用具”、“初心好太太”的两款“燃气用具”，以及“依家好太太”“尽美好太太”“信联好太太”的各一款“吸油烟机”被曝不合格。对于这么多品牌名中带“好太太”的产品曝出不合格，A股上市公司广东好太太科技集团股份有限公司（以下简称“好太太”）又喊冤枉：它们“均不属于我司品牌，也不属于我司产品”。

业内人士分析称，众多傍着好太太大名的“好太太”不合格，间接损害了好太太的名声，好太太大喊冤枉，情有可原。不过，好太太的“HOTATA好太太”智能晾衣架曝出不合格，喊冤举措可能会遭质疑，同时也会降低消费者对品牌的信任度。

产品不合格

短短9天内，就有5个带“好太太”字样的品牌出现在各级质监部门的产品抽检不合格榜单上。

2023年4月21日，西藏自治区市场监督管理局发布的产品抽检报告显示，商标为“好太太”的一款“燃气用具”不合格，不合格项目为“一般结构”，其标称生产单位为“佛山市顺德区容桂吉红电器厂”、规格型号为“JZY-58A”。

7天后的4月28日，上述同一质监部门发布的产品抽检报告显示，商标为“初心好太太”的两款“燃气用具”不合格，不合格项目分别为“一般结构、铭牌、安装使用说明书”和“结构的一般要求”，其规格型号分别为“JZY-58A”和“JZY-F01”，生产日期分别为“2022/5/1”和“2022/4/1”。

西藏自治区市场监督管理局发布的产品抽检报告中，“好太太”的燃气用具、“初心好太太”的两款燃气灶均位列不合格榜单。

8天后的4月29日，浙江省市场监督管理局发布的产品抽检报告显示，商标为“依

家好太太”的一款“吸油烟机”不合格，其标称生产者“中山市美迪达电器有限公司”、销售者名称/单位名称为“佛山市顺德区热享电器有限公司”、销售者店铺名称为“依家好太太旗舰店”、规格型号为“CXW-268-D1”、生产日期/批号为“2022/7/29”；商标为“信联好太太”的一款“吸油烟机”也曝出不合格，其标称生产者“中山市巴洛克电器有限公司”、销售者名称/单位名称为“佛山市优显商贸有限公司”、销售者店铺名称为“信联好太太官方企业店”、规格型号为“CXW-268-HT1”、生产日期/批号为“2022/8/12”。它们被检出不合格的项目均为“结构（不包括第22.46条试验）No空气性能（风量）No空气性能（风压）”。

浙江省市场监督管理局发布的产品抽检报告中，“依家好太太”“信联好太太”“尽美好太太”的各一款“吸油烟机”一同位列不合格榜单。

上述同一质监部门发布的产品抽检报告中，还有商标为“尽美好太太”的一款“吸油烟机”不合格，不合格项目为“电源连接和外部软线No空气性能（风量）No空气性能（风压）No能效等”，其标称生产者“欧之

派电器石家庄有限公司”、销售者名称/单位名称为“石家庄更美好电器有限公司”、销售者店铺名称为“好太太电器直销商城”、规格型号为“CXW-230-A”。

真假“好太太”

最近连续曝出产品抽检不合格的多个带有“好太太”字样的品牌，与上市公司好太太是什么关系？2023年5月8日，好太太在回应北京商报记者问询时明确表示：“‘初心好太太’‘依家好太太’‘尽美好太太’‘信联好太太’均不属于我司品牌，也不属于我司产品。”好太太官网客服也向记者表示：“好太太的产品以智能晾衣架为主，目前不生产吸油烟机和燃气灶。”

北京商报记者发现，曝出产品不合格“依家好太太”“尽美好太太”分别开设有天猫旗舰店和淘宝店铺。其中，好太太电器直销商城负责人穆远（化名）向记者回应称：“尽美好太太与A股上市公司好太太无关。”

好太太没有做出回应的商标为“好太太”的“燃气用具”抽检不合格，与好太太相关吗？北京商报记者通过天眼查获悉，不

格的“好太太”燃气用具的标称生产单位佛山市顺德区容桂吉红电器厂成立于2014年，主要经营电气机械和器材制造业，股东和投资结构显示，其与好太太并无关联，并且该公司已于2016年10月注销。

公开资料显示，好太太全称为广东好太太科技集团股份有限公司，始创于1999年，是一家集研发、生产、销售、服务于一体的智能家居企业，于2017年在上海A股主板上市（股票代码：603848）。2022年度报告显示，好太太的产品与服务涵盖全屋织物智能护理、智能看护、智能光感等领域，主要产品包括以智能晾衣架与智能锁为代表的智能家居单品，围绕智能家居领域展开布局，产品逐步延伸至智能窗帘、电热毛巾架、智能面板、开关等智能家居产品，并无吸油烟机、燃气灶等产品品类。

到底冤不冤

“广大消费者要认准‘HOTATA好太太’商标，通过官方正规渠道购买好太太的产品，例如品牌直营店、品牌授权店和线上品牌官方旗舰店等具有品质保障的官方渠道。同时，消费者可以通过查询产品包装上的防伪码辨别产品真伪，也可以拨打官方电话4007162229查询真伪。”在5月8日发给北京商报记者的回应函中，好太太对于自己的品牌和产品表示肯定。

然而，正是好太太提醒消费者要认准的“HOTATA好太太”商标，其主打产品智能晾衣架，也名列不合格产品榜单。上海市市场监督管理局2023年3月17日发布的产品抽检结果显示，标称商标为“HOTATA好太太”的一款“智能晾衣架”，被检出“标

志和说明”项目不合格，其标称生产企业为“广东好太太科技集团股份有限公司”，这正是上市公司好太太。

“对于市场上这群使用与知名品牌相近似的文字构图，意图形成品牌混淆，误导消费者认为其产品与知名品牌存在关联的假品牌，我司绝不容忍任何对知识产权的蔑视和侵权行为，也绝不接受任何有意混淆企业性质，‘傍名牌’‘搭便车’等误导公众的不诚实守信的行为。一旦发现侵权行为，我司将坚决利用法律武器，继续推进打假维权行动，加大打击力度，扩大打击范围，不断完善知识产权战略布局，为企业的自主创新和持续发展保驾护航。”好太太对于自身品牌的自信以及对于知识产权保护的决心，从这段向北京商报记者回应的文字中可见一斑。“作为一家A股上市公司，好太太的品牌代表的是品质，自己的产品也抽检不合格，也就难以有维权的底气。”中国家居/设计产业互联网战略专家王建国评价称，“商标维权是好太太的义务，保障产品质量达标，更是一个企业的本质所在。对于好太太而言，若想持续在消费者心目中形成‘大品牌、好品牌’的认知，需要保持长期的品牌价值和维权底气之外，还须获得消费者的肯定和资本市场的加持。”

“一堆傍名牌的‘好太太’不合格，自己的品牌‘HOTATA好太太’主打产品智能晾衣架也曝出不合格，好太太喊冤，未必真冤。”上海沪师律师事务所高级合伙人王建坤表示，“对于好太太来说，依法维护权益尤为重要，打击傍名牌的任务也相当艰巨，保证自己的产品不再登上不合格榜单，不让自己因傍名牌的产品不合格而蒙受冤枉，任务则更加艰巨。”

北京商报记者 赵述评 刘小云