



走访调查 “楼中店”制胜之处在于个性化

近日,记者走访调查发现,在郑东新区商务内环、经三路等写字楼比较密集的路段,在国贸360广场、中原万达广场、曼哈顿广场等新兴商圈附近,“楼中店”现象比较明显。

一位已经开店两三年的店主说:“别说是在商场了,就算是在超市扶梯旁租个摊位开店,每个月租金就动辄上万元,何况要找个好位置还可能有高额的转让金。在写字楼里开店就不同了,租金最多是商场的零头,而且物业管理费、水电费之类的相关费用也都比较低,大大降低了开店成本。”

也有店主表示:“除了能降低成本以外,在写字楼里开店还有个好处,就是可以精准定位。开‘楼中店’的一般都是刚刚开始创业的年轻人,大家虽然欠缺资本,欠缺经验,不过却抱有最充沛的精力和最个性的品位。而我们所卖的东西,通常也是针对在周边写字楼上班的白领。”

成本少了,价格自然会低;客源有了,定位自然准。更关键的是,这些小铺的店主们简直充当了一个个

时尚买手,他们的货品尽量在避免“同质化”。“我们所买的衣服和饰品几乎没有任何品牌优势,这一点永远无法与大商场相提并论,因为根本不在一条起跑线上。”店主们不约而同地指出,“‘楼中店’的制胜之处在于个性化,我们必须第一时间把最时尚、潮流的小东小西摆在消费者面前,让忙于工作的白领们用最少的时间、花最少的金钱、买到最别具一格的货品。”

在一些“楼中店”里,甚至能看到专为某位顾客备货,说白了,他们就像是在为白领们“量身定制”服饰,走小众化路线。另外,记者还发现,这些店家无一例外都用自己的QQ群、博客、微信等沟通平台与顾客保持紧密联系,一旦有新顾客来,往往会热情动员对方留下联系方式,便于到新货及时通知。而消费者也大都会欣然接受,并表示会带同事或亲友来看看。有的小店同时还会在网上开设网店,而“楼中店”正是他们的实体店,以方便顾客试穿、退换货。

开启白领定制生活 时尚小铺傍上写字楼

不知道您有没有注意到,最近越来越多面向白领的个性小铺开进了高档写字楼,从进口零食、化妆品,到服装、饰品,一应俱全。调查发现,由于可以省去大笔租金,而且喜欢这些时尚东东的主要是白领们,如今越来越多的小店“傍”了写字楼,“楼中店”成为一种新的商业模式,同时也开启了白领的“定制生活”。

郑州晚报记者 王一品/文 慎重/图

HUHU的杂货铺

真实案例

HUHU的杂货铺

“买不买东西不要紧,来了就是朋友”。

在郑东新区商务内环与九如东路交叉口的未来国际大厦内,有个“HUHU的杂货铺”就是典型的“楼中店”。相比周边高楼大厦、百货商场的繁华与喧闹,这个杂货铺给人的第一印象是慵懒、安逸的“慢生活”方式。

走进“HUHU的杂货铺”,你会被那个宽敞、舒适的沙发所吸引,在这里歇歇脚,透过通透的落地窗感受阳光洒在身上那种懒洋洋的温暖,再品上一杯店主亲手泡制的美味咖啡,尽

情享受这午后的休闲时光。

“每天中午或下午,都会有附近写字楼里的白领来我这儿坐坐。”杂货铺的店主Family,是个还不到30岁的时尚辣妈,她说,“其实买不买我的东西不要紧,来了就是朋友,大家聊潮流趋势、谈人生理想,有时候只是年轻的妈妈们在交流一下育儿经验。说实话,正是有了这些陌生而又熟悉的‘朋友’,我的小店才能在开业不足两个月就找准了发展的方向,打造出自己独特、自信的风格。”

“卖的不是衣服,而是搭配”

HUHU的杂货铺只有两排简单的时尚女装货架,不过搭配得却非常精心。从雪纺到棉麻,从T恤到长裙,大概每个爱美的女人都能在这里找到属于自己的那件潮衣。“说实话,我这里的衣服不算多,但我敢自信地说,都是独一无二的。我觉得自己不是在卖衣服,而是卖搭配。”在Family看来,每一件货品都像是“宠物宝贝”,她希望能为它们找到最投缘、最默契的主人。

在Family的小铺里,每件服装似乎都会跳舞,都是鲜活的。比如一件看似普通的白色T恤,袖口是斜裁式的,腰间采用简洁的收口,胸前再配上一条波西米亚风格的挂饰,然后搭配以宽松休闲的小哈伦裤,让舒适与时尚完美融合。Family说:“个性并不等于夸张的服饰、昂贵的价格,而是一种从骨子里透出来的与众不同的气质。所以,我的店要为大家带来最真实的个性宣泄。”

“饰品和宝宝衣都是自己设计的”

之所以叫“HUHU的杂货铺”,重点就是一个“杂”字。这里除了有精心搭配的女装,还有各种不同风格的饰品和鞋包,而且大部分饰品都是店主自己手工制作的。如果你也感兴趣,可以到小铺切磋一番,更能拥有真正属于自己的饰物。在杂货铺的里间,还有个宝宝专区,全部是0-3岁小宝宝的潮服和用品。“我女儿一岁多了,她是我开这家店的原动力。”Family笑着说,“女儿从小就很独立,她的个性让我想到必须为这些有独创意识的孩子保留一片属于他们的自由天空。”

领子和裤缝处都特别设计了花色并进行包边处理,袖口、脚踝处都采用最舒适的松紧设计,关键是胸口处特别加厚一点点,可以充分呵护宝宝的小肚肚。另外,在穿着的便利程度上,都是根据中国家长及宝宝的一些习惯而定制的。“有这样的设计,还要归功于女儿。”Family说,“我女儿胖胖的,给她买连体衣的时候总是找不到合适的,于是就自己动手在家做。没想到,现在这竟然成了我的‘招牌’。”

看到自己设计的衣服如此畅销,让Family萌生了一个念头——做自己的品牌,让中国的宝宝穿得更舒服,让中国的妈妈变得更时尚。不管将来她的梦想能否实现,至少她正在为此而不懈努力,已经为我们呈现出一个与众不同的“HUHU的杂货铺”。



市场前景 当定制不再是奢侈的象征

有人说,冯小刚的电影《私人订制》并未在剧情上超越他早期作品《甲方乙方》,但是之所以仍能让观众有耳目一新的感觉,是因为冯导把“私人订制”这一理念渗透到了我们的生活中。

如今,拒绝雷同,已经成为年轻人的一种习惯,这也是白领们喜欢逛写字楼内特色小店的重要原因。“穿出自我个性,给别人眼前一亮的感觉”,基于这种消费理念,这些能够给人带来更多选择和个性定制服务的“楼中店”,自然越来越受青睐。

许多年轻人在服装、发型、家居等方面,都有个性化的需求,但是苦于没有时间和精力去根据自己的爱好来选择、搭配,而“楼中店”的店主们又乐此不疲的愿意为这些忙碌者创造属于他们的生活方式,双方顺理成章地一拍即合。

正如一个世纪前,英国女作家弗吉尼亚·伍尔芙所说:“如果我能预订我的生活、时间,就像随时预订我的晚餐那样,该有多好。”这个遗憾在现今这个时代似乎得到了弥补,定制不再是奢侈的象征,而是自由选择一种

强调个性的生活方式。

其实,在北京、上海、广州、杭州、天津等城市,大量写字楼里都有“楼中店”,而这种新的商业模式正在迅速发展,有些甚至已经形成一定规模的小商圈。以天津“小白楼”附近的写字楼为例,一栋写字楼内最多能聚集上百家时尚小铺,主要以服装、美容、美发、婚纱、化妆品等店铺为主。别看店面都不大,有的已经开了很多年了。在郑州,“楼中店”尚处于起步阶段,不管未来发展前景如何,至少其已经在我们身边点亮了生活。