近日，众多国际一线品牌“组团”入驻燕莎金源店，并请来国际名模进行展示。 资料图片

燕莎推行“三店一体”计划，其金源店内的品牌将向本店看齐

# 男装高端定制服务进入京西北

海淀中关村一带高端消费人士众多，这里流传着一个说法，所谓挣海淀，买朝阳。就是说，在海淀中关村挣钱，然后去朝阳，去东边消费。

据海淀区商务委所做的市场调查来看，社会商品零售额流向东边的趋势还是很明显的。而流向东边的主要原因是海淀的品牌结构不合理，很多高端品牌没有，很多高端的服务设施没有，这恰恰是高端人士所需要的。比如男装的高端定制，中关村一带的需求量很大，因为每个人的服装大小和肥瘦很难用一个号去适应，所以讲究的人，无论是从面料，还是款式，都有自己的要求和想法。

燕莎本店有不少高端定制服务，燕莎友谊商城总经理张跃进介绍，高端定制是现在男装比较前卫和普遍的促销方式，燕莎的很多品牌都有自己的定制服务，有些品牌的服务是常态的，如CORNELIANI，还有AutaSon，店内有布料，可以让顾客选择。其他一些品牌，定期或不定期的，也会来一些量体师，量完了到国外去做。

今后，京西北地区的高端消费人群可以不用劳师远征，随着众多国际一线品牌“组团”入驻燕莎金源店，店内的品牌将向其本店看齐。

本版采写/新京报记者 林文龙

金源新燕莎MALL。 新京报记者 王远征 摄

## 燕莎金源店商品结构“巨变”

据统计，燕莎卡友中，确实有一批人是来自京西北地区。今后，京西北地区的高端消费人群可以直接去燕莎金源店，因为燕莎正在推行“三店一体”计划。目前，燕莎友谊商城有三家门店，两家在北京，分别是本店和金源店，一家在太原。根据设想，未来，其他两家门店内的品牌都将向本店看齐。

4月26日，燕莎商城金源店“国际品牌男装区”重装开业，意大利 CANALI、CORNELIANI，英国GIEVES&HAWKES、Aquascutum，法国GIVENCHY等国际品牌，组团入驻。部分高端定制服务，也随之进入京西地区。

燕莎友谊商城总经理张跃进说，目前，金源店的品牌结构与本店相比还有不小的差距。因此，男装的调整和升级换代是金源店的序幕，接下来，女装品类也将有一个比较有规模的重装亮相，之后化妆品、儿童用品品类的品牌，也要有一些重量级的国际品牌相继亮相。

预计到今年年底，或者到明年上半年，金源店的商品结构会发生“巨变”，随着品牌的到位，购物环境也将加强装修改造，如灯光、VIP室、顾客休息区等，按面积说，将近1/3到1/2的面积都会进行重装。

张跃进表示，调整到位后，金源店80%以上的品牌和燕莎本店是重合的，原来需要去本店买东西的顾客，都可以在金源店购买，因为品牌一样，而且人员也会经常交流，服务也一样。

这样做是否会对本店的销售业绩产生负面影响呢？张跃进表示不会，因为北京的市场很大。从理论上讲，顾客会有分流，原来去本店的，现在到金源店了，但每年通过品牌的调整，通过宣传，会增加很多新客源。

## 统一门店品牌有助增强品牌话语权

近几年，北京各大商场纷纷开设分店，如新世界、当代、西单、天虹、甘家口等。但由于地理位置不同、周边的客群不同等原因，分店的品牌结构与本店都有一定的差别。如当代，本店是高端，而其石景山鼎城店则略低。

业内人士认为，燕莎试图统一各个门店的品牌，目的是为了增强与品牌之间的话语权。因为近几年来，单体百货店在面对国际大牌时，弱势很明显；而连锁经营的百货店，情况则比较好。

据悉，从开始沟通，到洽谈，到谈判，引进一个国际品牌是相当复杂的过程。

金源店新引进的这些男装品牌，在三年前，甚至更长，就已经联系了。张跃进坦言，这是个艰难的过程，因为国际品牌的到位，需要比较严格的条件，它不仅仅看你给它什么条件，还要看你的顾客层，要看你的管理，你有没有其他与它相当的品牌在这里销售等。金源店开7年了，国际品牌的引入是一直追求的目标，但由于各方面的原因，有些是品牌原因，有些是氛围原因，还有销售原因、客层原因等，至今才有组团式入驻。

阿尔弗雷德登喜路（上海）贸易有限公司全国批发总经理张书发表示认同，他说，品牌在选择百货时很慎重，要看它的背景是怎么样的，有没有好的地理位置和好的管理团队。另外，最重要的是，做品牌，大家是互动的，比方有登喜路也希望有LV、有爱马仕、有古驰等。

## 看好京西的高端消费前景

据悉，去年，金源店整个销售水平在12亿元左右，通过品牌的升级换代，张跃进称，在未来的一年，销售提升的幅度应达到20%-30%的水平，而且这个水平会保持几年。

张跃进的信心来自于充分的市场调研及CRM顾客关系管理系统的数据分析结果，特别是对金源店的客层进行了非常细致的分析和了解后，他看好京西的高端消费前景。

上海克瑞特服饰有限公司总经理庄晨也表示，燕莎将金源店的客层分析结果，每个月都向他们进行说明和沟通，这也让品牌树立起了信心。

“近几年，国际品牌确实很看好海淀区的消费市场。”海淀区商务委员会有关负责人介绍，比如2010年，包括Burberry在内的乐途仕、肯迪文、都本、布其兄弟等16个国际品牌入驻翠微广场。去年，当代儿童品牌进行调整，也新引进了Boss、Jacadi、Kenzo、i-baby、LEVIS、英吉利那等11个国外的高端品牌。

虽然在海淀的“十二五”规划中，是在南部形成高端商务区，但中关村的商业是很发达的。原因是海淀区南北狭长，南部的高端商务区，不能较好地为中部和北部的高端人士提供服务，而海淀区有很多高端消费人士居住在中北部，工作也在中北部。

这位负责人认为，燕莎金源店的品牌升级换代后，有望与当代一起在环中关村地区形成特色高端商务带。

责编 刘映 图编 高玮 美编 顾乐晓 责校 王心