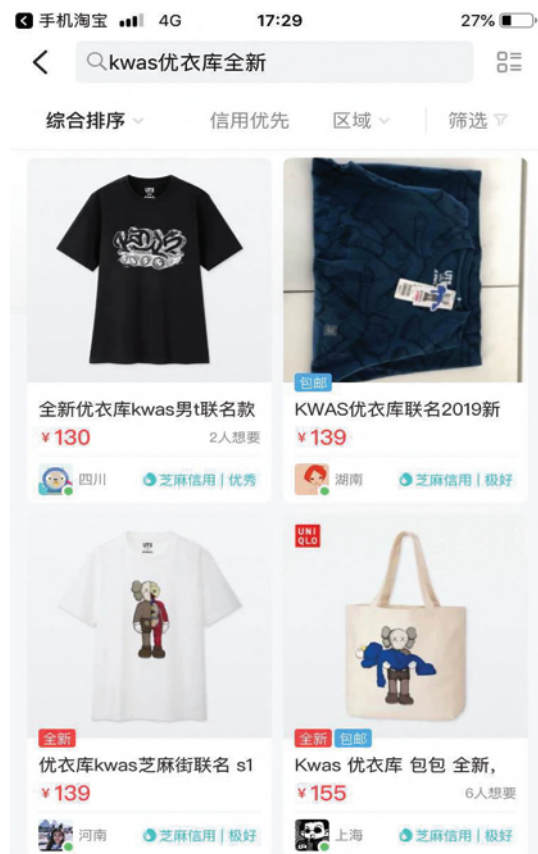


继宜家之后优衣库又排队了

店家潮牌联名商业模式能走多远



优衣库与某潮牌联名T恤正式开售。



青年报记者 郦亮 实习生 陈嘉音 摄

昨天上午,优衣库与某潮牌联名T恤正式开售,市民纷纷进店抢购,现场火爆,十分钟内,几款热门图案与同款斜挎包售罄。店员说,这场面堪比双十二打折。

青年报实习生 陈嘉音 记者 郦亮

开店以前,在徐汇光启城优衣库店早已排起长龙。早上10点,优衣库的铁卷门刚刚拉起,便有众多顾客挤着冲进店内抢购T恤。场面火爆,一位在光启城优衣库工作的店员告诉记者:“现场非常壮观,好多人都是挤着卷门爬过来的。我也经历过优衣库双十二的场面,觉得它可以跟双十二有一拼。”

开店十分钟后,几款某潮牌热门图案与斜挎包售罄。也有一部分人预见到了门店的盛况,准备在网上预约。在优衣库官网,同款服装的网上发售时间为6月3日0:00。记者了解到,6月2日12:30左右,优衣库官网贩售购物车便提醒“库存紧张”。凌晨正式发售时,这些KAWS联名依然表现优秀,仅仅在十分钟内全部卖完。

到了下午,记者依然能看到时不时有顾客进来询问联名款的T恤。而优衣库官网、小红书、各类公众号等平

台是顾客了解到这些产品发售信息的具体通道。现在,在小红书依然有各位网友讨论发售时如何抢购的交流帖。

该潮牌的公仔是这个品牌的代表,但有着不是一般人能消费得起的价格。从2010年起,该潮牌公仔正式在JUICE上销售。全套六只的公仔价格高达几万元人民币,而且还是限量销售。在与优衣库联名后,一件T恤只要99元,可以说非常亲民了。网上也有评论说买优衣库T恤是以非常低的价格与潮牌的一次“亲密接触”。

但是大家真的都是因为对该潮牌的热爱而来的吗?其实也不尽然,现场有人会询问店员:“芝麻街联名的T恤在哪里?”要知道,该潮牌跟芝麻街还是有区别的,芝麻街只是该潮拍下的一个子品牌。到6月3日下午4点为止,光启城只剩下几件条纹的男装T恤。现场依然不断有顾客过来咨询,然后失望而归。

观察

“我错过了什么”的消费观引发思考

优衣库与某潮牌推出一款价格低廉的T恤,会引起如此轰动甚至于混乱的局面,人们一点都不感到意外。因为这样的事情近年经常发生。就在一两个月前,宜家 and 一群艺术家合作推出的几款地毯也曾引发哄抢。即便是优衣库自己也不止一次遇到这样的局面。

商家和潮牌合作推出限量版的商品,提高一下人气,这自然是无可厚非的。消费者,尤其是青年消费者(争购优衣库T恤的大多为青年人),对于奢侈品望尘莫及,看到有低价的限量版潮牌发售,想入手几样,这也合情合理。但问题是,这股争购风潮折射出青年人成熟的消费观,这就值得警惕。

记者注意到,竟然不是所有

的争购者都知道他们拼尽了力气,丢光了斯文所买到的商品究竟是什么。而且可以说,是大部分争购者都不了解。有的人去商店柜台询问,竟然都说不全所要买的潮牌的名字。但这一点也不影响他们投身争购热潮的热情。

不了解要买的商品,却还要拼尽了力气去买,这实在堪称当今消费市场的一大景观。很多消费者,尤其是一些青年人,在他们眼里,消费已经不是为了满足生活的需要,而是“不要错过”。“错过”会让他们痛苦欲绝,尽管他们连到底会错过什么都不了解。

跟风消费,显示了一部分人消费观的偏差,不理性的风气在蔓延,随之而来的哄抢场面也就不足为奇了。

对于这种情况,上海市商务委商贸处副处长孔福安对青年报记者谈了自己的看法。孔福安认为,在很多争购热潮中,确实有从众心理,跟风消费的情况。这是需要加以引导的。毕竟消费是要买自己需要的东西,买了不需要的东西,就会造成资源的浪费。但是孔福安同时认为,这种争购热潮本身也是“消费升级”的一种表现。

“从个人角度来看,如今大家都喜欢个性化、潮流化、定制化的商品,这在某种程度上也是一种消费升级的体现。平价品牌与潮流大牌的联名,给消费者带来新的体验:商品质量好,价格低,性价比很高。这恰恰回归了商业的本质:人人都爱品质好而不贵的东西。”孔福安说。

评论

这份“心动”是否真的需要?

懂的人兴奋不已,他们冲到门店里直接抢购。不懂行的人一脸懵逼,一件衣服而已至于吗?

作为目前最亲民的KAWS,99元拥有联名款毋庸置疑是一种“小确幸”——不用花太多的钱就能穿上喜欢的潮牌,相应地还能拥有无数的朋友点赞,造就社交高光时刻。

艺术家合作系列、潮牌的平价款都很容易成爆款,本来,阻碍大家拥有的最大因素——价格被完美溶解,唯一要担心的就是手速。优衣库的实用亲民和顶级潮牌KAWS的合作,就像是

“金风玉露一相逢,便胜却人间无数”。所以,排队没关系,等待很值得。

越来越多的网红也照着套路快速诞生,以饥饿营销的手段,在预热期就迅猛席卷社交网络,成为吸引年轻人的绝对利器,也营造了集中话题。

于是,“买到就是赢家,宁愿错过不愿错过”这样的心态开始蔓延。拥有一件商品,就意味着拥有一枚金光闪闪的社交货币。

每一次面对这样的热点,请等一等,这份“心动”里,是否有真的需要?

那杯没有大白兔味的奶茶,如今要排4个小时的队;

那个真的装不了多少水的猫爪杯,现在它是否又是你的心头好;

Lady M蛋糕、Shake Shack汉堡、南大门米糕,花几个小时排队的美食,又是不是真的让人吃出无比的幸福感?

时间与需求仿佛成为了现在年轻人消费前最不考的两个因素,拍照秀晒却越来越多主导消费心态。有些东西,跟风的购买真的可以省省。

青年报记者 陈晨琪

