

波司登

伦敦开旗舰店展国际化之美

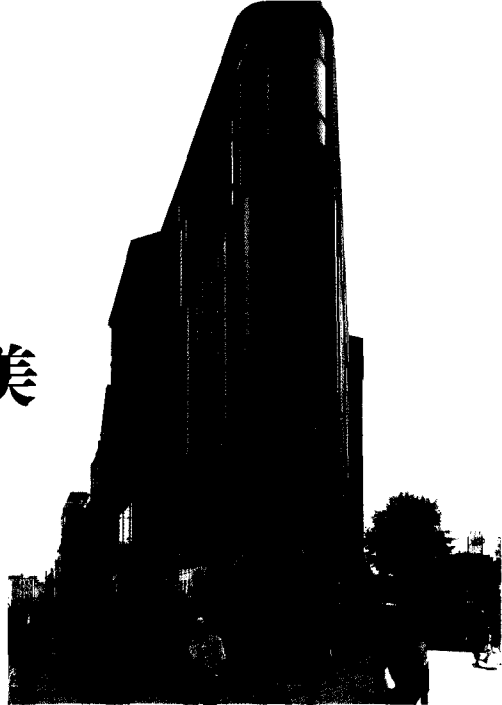
中国时尚品牌抢先奥运盛会“前站”

应晓月 / 文

全球瞩目的 2012 伦敦奥运会，有没有中国品牌能借势崛起，引发世界的关注？这一次，中国高端时尚品牌“波司登”做到了。

7 月 26 日，奥运会开幕前一天，人潮如涌的伦敦西区南莫尔顿街（SOUTH MOLTON STREET），波司登伦敦旗舰店盛大开业运营，展现了这一中国最大品牌羽绒服运营商的“China Fashion debut”（中国时尚处女秀）。精致典雅的服装和中西合璧的装潢吸引了路过的世界各地游客的目光。英伦三岛各大媒体也竞相报道，称这是首次有中国服装品牌在伦敦开设旗舰店，中国高端品牌开始在当地获得认同。有评论说：这一天，聪明的中国人成功“抢滩”英国最繁华的商圈，把伦敦办成了自己的主场。BUILDING ON LONDON 2012（以伦敦 2012 奥运为契机）——中国品牌逆势崛起，国际化的波司登把信心传递给了全球消费者，也为给世界品牌运营商们上了经典的一课。

显然，这是一个精心挑选的开业日期。而为了这一次的“领先一步”，波司登付出了巨额财力和超过一年紧锣密鼓的筹备。据介绍，始创于 1976 年的波司登是中国最大的羽绒服品牌商，已 17 年蝉联国内市场冠军，拥有服装业唯一的“中国世界名牌产品”。公司在全球 68 个国家和地区注册了“波司登”商标，产品成功进入日本、美国、加拿大、俄罗斯、瑞士、英国等国家，在欧美主流市场树立了中高端精品服装的形象。去年 6 月，波司登斥资 2005 万英镑购入了这幢位于南莫尔顿街 28 号的物业，筹备开设包括男装和羽绒服在内的四季化产品旗舰店，并设立公司欧洲总部。经过一年的改造装修，该物业被建成一座七层大楼，独特新颖的乘风破浪“巨轮”式造型在周围众多的品牌店中十分抢眼，已成为地标性建筑。这表明，波司登的眼光不仅在伦敦、在英国，更看好广阔的欧洲版图。



中国服装品牌在英国开设旗舰店和欧洲总部，波司登是第一家，这也是中国品牌在全球金融危机阴云笼罩下强势“走出去”的一个典型。波司登国际控股有限公司董事局主席、总裁高德康表示：“在波司登的战略规划中，四季化、多品牌化、国际化三足鼎立。作为行业领军品牌，波司登敢于走上国际竞争舞台，用高端的品牌形象、高质量的产品、大面积的零售终端，探索符合中国品牌的海外扩张之路，为中国品牌走向世界积累更多的经验。”他说，波司登将面向全球市场构建全新商业概念的营销体系，有计划、有策略地打造强大的零售体系。他强调，波司登所做的这一切只是开端。相信随着中国经济实力稳步增长，会有更多中国品牌进入欧美市场。

据波司登英国公司负责人朱伟介绍，波司登伦敦旗舰店与欧洲总部所处的南莫尔顿街，是伦敦西区的黄金地段。它正对著名的牛津商业街，处于三条街的交叉口，并临近年客流 2400 万人地铁地站，位置独特，区位优势明显，公司会充分利用其优势进行市场拓展及品牌形象推广。而且，该街所位于的梅费尔文化保护区，历来以设计师品牌闻名。波司登的英国设计师们正是从男装入手，针对那些有生活品味、愿意尝试有流行元素而又不失庄重的服饰的 25~40 岁中产阶级男士，设计出了中国元素和英国传统有机结合的精品男装。

一个显而易见的事实是：波司登伦敦旗舰店的建成，开始了波司登与国际时尚潮流、英国设计师的深度融合。一个更具“国际范”的波司登，正从 2012 奥运会出发，开始了新的征程。■