东华大学11名学生暑期社会实践调研买手店

编写店铺名录 绘流行趋势图册

晒晒我们的暑期社会实践成果

买手店，店铺风格独特，商品时尚有设计感，让不少人既有兴趣又略感陌生。当上海已经成为全国买手店最多的地区时，这个暑假，东华大学服装学院“聚焦‘大众创业，万众创新’，买手店引领服装产业之路”暑期实践团的成员们就在上海、青岛两地对买手店展开调研，11位学生一共走访了两地46家买手店。除了完成调研报告、小论文外，他们还将发挥专业优势，从买手店角度绘制流行趋势图册，并整理买手店名录，努力为行业增加一个资料库。

青年报记者 周胜洁

实践团队成员在买手店里与买手聊天，做访谈。 受访者供图

上海买手店最多 南京西路有11家

在开始暑假社会实践前，就读于东华大学服装设计与工程专业的研二学生张梦雨也并不十分熟悉买手店，那些散落于各条马路边的性格买手店，若没有周遭朋友推荐，她也不会贸然进去。对于一般人而言，买手店似乎更加遥远且陌生。

但作为相关专业的学生，张梦雨和同学们都发现，注重多元价值观的如今，越来越多的消费者开始关注“奢侈的内涵”，他们从国际知名品牌的追求转移到个性鲜明的设计师品牌上来，以求独特的着装品位。而设计师品牌买手店契合新时代消费者需求。

同时在上海街边不断“冒”出的中小规模个性买手店也不能忽视。专业侧重于市场分析的张梦雨觉得，相比传统的单一品牌专卖店，买手店可能会成为消费者青睐的一种创新零售模式。

张梦雨想对这个新行业做个“探秘”，了解买手店市场现实情况，并利用自身服装专业的知识，解决买手店发展中遇到的问题，让这一创新产业更平稳地发展。

于是，11人的社会实践团队成立，成员包括了设计学、服装设计与工程、环境设计等5个专业的研究生。

队员们发现，买手店的客户很有特色，他们小众且有购买力，对店铺也有一定忠诚度，“不少买手店客户都是25岁至40岁有一定购买力的女性。”

队员们根据查阅二手资料和实地走访得出一组数据，自2010年起，国内买手店数量剧增。而上海是全国买手店数最多的地区，目前有近150家服装品牌买手店，店铺主要集中在静安、黄浦、徐汇等五大区域，“这五大区买手店总数为131家，占上海市总买手店的84.52%。其中南京西路、淮海中路、巨鹿路、马当路等马路上云集的买手店最多，南京西路上就有11家。”参与走访的队员姚娇娇说道。

实地走访“采风” 给出个人建议

走访买手店，并不是走马观花，队员们要研究买手店的现存问题，并用自己的专业知识提出一些改进方案。

早在6月份，实践团队就花了半个月梳理上海买手店店铺地址，分析区域特点，查找资料，最终确定在上海走访40家买手店。此外他们也走访了青岛6家买手店。

暑假刚开始，整整10天，成员们分成4组，穿梭在上海的大街小巷，每走进一家店铺，他们都会向店主了解买手店经营情况、主营品牌和消费人群，了解店主创业历程。从专业角度，他们还会仔细观察店铺视觉传达和陈列、店内产品的流行元素、色彩等信息。

位于宝山区的一家买手店创立于去年，当队长张梦雨和队员们走进店内，就被每一处精心的设计吸引，推崇低调舒适穿衣风格的店铺，装潢以自然的原木材料为主，配以干净的白色墙面，店内有白色或金属龙门架。货品是按照色系、风格排列，虽然各种品牌混杂，但视觉上很和谐。

通过对店主访谈得知，刚起步的他们，每天客流量不算多，“服装价位也不高，一位顾客平均买3件服装，平均消费1000多元。”

然而说到宣传推广，却是让店主颇为头疼，一度他们还在店铺附近不定时发放传单，但效果欠佳。如何提高知名度，拓展新客户是买手店普遍遇到的问题。对此，实践团队给出了他们的建议，除了通过线上平台进行宣传，还可以挑选店内的明星款进行包装。

把握流行不易 帮绘流行趋势图册

解决库存也是不少买手头疼的问题。团队成员就发现，有些买手店会在下一季上新时将库存货品与新品穿插着卖，“其实这样会影响整体效果，还会让顾客对店铺有看法。”

他们建议，换季处理的话还是以打折为主，打折之前先提前通知老顾客，以此巩固客户群。

其实解决库存这一问题，最根本的是要有挑货的眼光。队员们对买手做访谈发现，不少买手店定位不清晰，买手挑货时只是觉得单纯的“漂亮”，很盲目。

而他们走访过的一家经营九年的买手店就不存在库存的问题，因为买手很了解自己顾客群的喜好，挑的衣服每一件都有一个独特的设计点，“比如袖口裁剪独特，T恤上配饰绳子的垂坠度，每款衣服都能吸引顾客，就不会有存货。”店主MOMO如此说道。

为了帮助买手能一眼挑中受顾客欢迎的衣服，目前团队成员正埋头尝试绘制一本流行趋势图册，比A4纸大，以方形为主，计划绘制30页。

团队成员姚娇娇的专业是服装设计，图册由他主要负责，据他介绍，他们将结合整个暑期调研的结果、自己的切身体会以及网上收集的二手资料进行绘制图册的工作。

图册会将重心放在趋势提炼上，每个主题分为材质、款式、色彩三大模块，姚娇娇将结合买手店中拍摄的一些实物图片展开进行几个小主题的设计，“比如我们在超过5家买手店内都看到一个欧洲品牌，带有蕾丝的套装、连衣裙销售十分火爆，结合当下趋势，我们会把蕾丝作为一种面料元素放进图册中。”在他看来，此次实践能结合实际、拓展思维，将所见所闻凝结在这一本图册中，就是这个暑假最大的收获。

队长张梦雨表示，图册完成后，如果他们走访过的买手店买手需要，他们会以一种合理的方式给予，对流行趋势做一个参考，“另外也会留给专业内的同学，大家一起学习。”张梦雨说道。

[展望]

编制买手店铺名录 留下“资料库”

除了完成调研报告、小论文，设计流行趋势图册外，团队还打算编制一份买手店名录。

在走访过程中，他们一共获得访谈大纲46份，拍摄买手店一手照片500多张，整理撰写了相关店铺名录200多页。名录会涉及每家买手店的基本信息、市场定位、渠道定位、宣传策略、视觉系统等方面，这些采集到的一手信息将按品牌进行分类梳理，“比如买手店地址、创立时间、目标市场、店内装潢特色等，我们都会写进名录，配上一手拍的照片，这样系统编制名录，也是想为这个行业整理一个小资料库，方便研究。”不过张梦雨也透露，在实际将名录编写成册之前，他们还会与涉及的各家买手店沟通，征求他们对信息的意见。

张梦雨所在的实践团队是东华大学今年成立的279支实践队伍中的一支。

在东华大学团委书记张晓冬看来，大学生除了在校园里读书外，还必须“接地气”，了解社情和国情，“社会实践就是一个很好的平台，所以对于暑期社会实践，学生总是充满热情。”

张晓冬也发现，越来越多的学生会将实践与专业相结合，不仅是一次接触社会的机会，也是一个将专业知识用于实际的实践过程，“这次服装学院的实践团队关注买手店，聚焦服装产业的创新，获得了宝贵的一手资料，从青年角度提出了流行趋势的思考和想法，就是很好的例子。”

值得关注的是，很多团队的实践不仅仅局限在暑期的一两周，而是具有明显的持续性，据张晓冬介绍，有些团队带着项目进了课题组，还申报了大学生的创新项目。

[扫盲]

什么是买手店

他们在报告中提到，买手店也被称为买手式经营，买手店将一部分目标客户独特的时尚理念作为店铺风格、商品风格的基准，并将不同品牌的时装、饰品、鞋包等商品集合在一家店铺中的商业模式。其核心为时尚买手，是店铺商品的“决策人”。