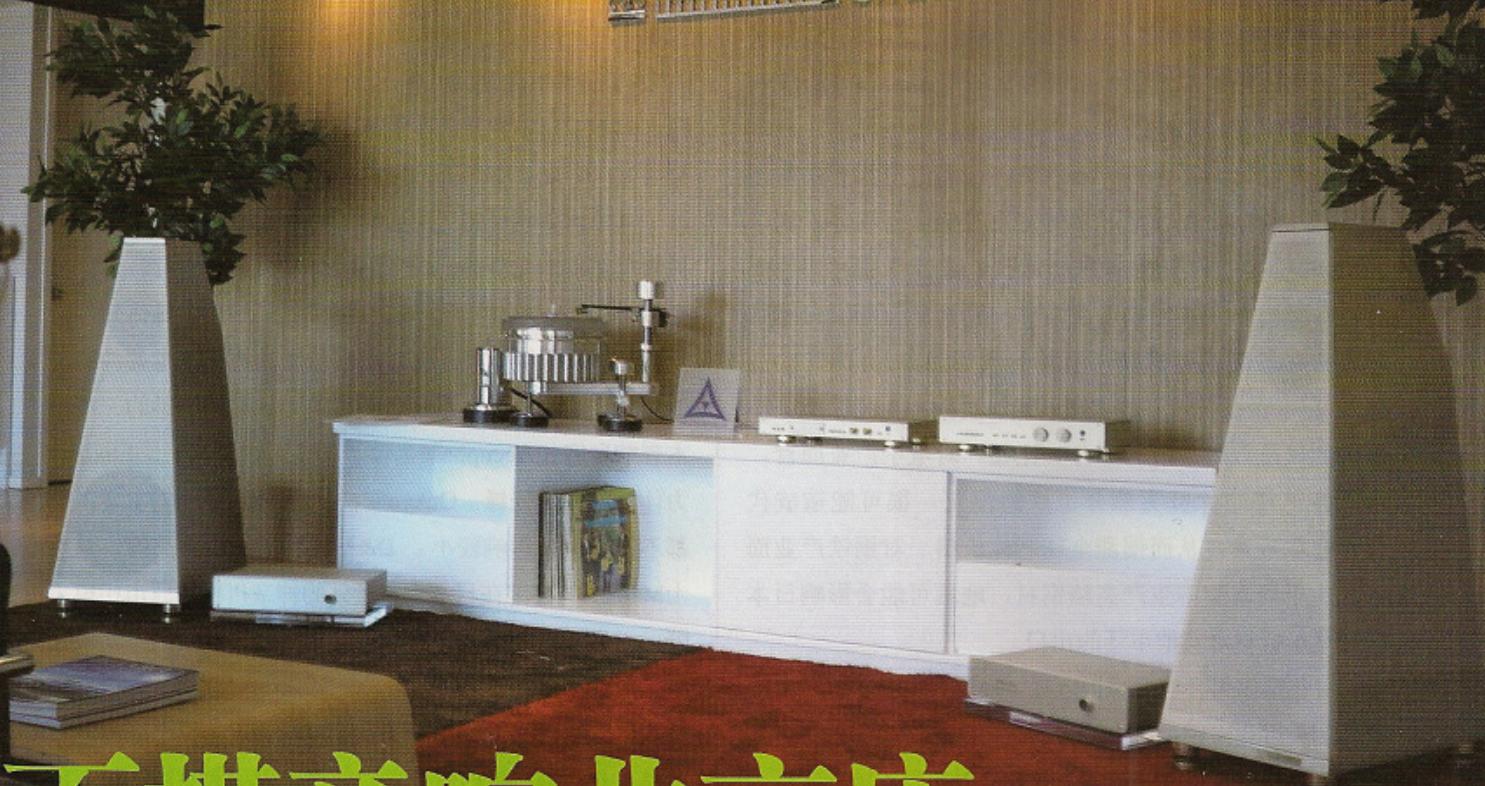




the
sound
chamber



百搭音响北京店

中国唯一展示全套瑞士FM
Acoustics器材的音响店

文/赖英智

刚刚过去的这个兔年春节，京城人过年5天，日均消费达到5亿元。根据北京商务部门公布的数据显示，人们追求个性化需求的消费方式，让奢侈品及传统服饰等在节日里备受青睐，北京的路易威登、香奈儿、爱马仕等等高端品牌手表、珠宝、箱包、化妆品等“被抢购”。不只是北京，2009年中国已超过美国成为世界上第二大奢侈品消费国，2010年的奢侈品消费可能超过400亿欧元。由于保持着惊人的增速，中国成为全球奢侈品消费老大指日可待，乐观预计最快3年之内，中国将成为全球最大的奢侈品消费市场。

在国外，中国人的强劲消费能力同样惊人，英国媒体基于“英镑”的概念创造了一个新名词——“北京镑”，即为中国人所花的英镑。“北京镑”所消费的Burberry、LV、Gucci等大牌奢侈品预计将会占整个奢侈品行业销售额的三分之一。为了迎接中国顾客，伦敦的不少商店已经雇佣了会说普通话的店员，帮助顾客挑选商品、付款。伦敦最著名的百货公司之一塞尔福里奇百货公司开通使用中国银联卡，更是促进了中国游客的消费。由于中国顾客太多，有目击者称，现场就像是个“中国大市场”，中国人已经取代了俄罗斯人和阿拉伯

人，成为英国奢侈品消费市场的最大买家。

根据中国商务部驻外使馆经商处的统计显示，过去一年中国奢侈品消费中5%属个人用品型消费，主要是时装、珠宝、钟表等，4%属于出行消费，如住高档酒店、在高级餐馆用餐等。去年中国整个消费在欧洲奢侈品市场占到1/4以上，这个数字是非常惊人的。而调查显示，中国富翁的年龄层普遍比其他国家年轻15岁左右，因此快速推动了奢侈品市场的发展；其次，中国传统生活中包含了太多对奢侈品的热爱；最重要的是，中国消费者特别注重品牌消费和品牌收集。中国为什么会有这么多人对奢侈品痴迷？一方面，中国的爱面子和送礼文化让大家在选择商品的时候会优先考虑最好和最贵的那种。奢侈品位于商品金字塔的顶端，这是一个社会精英人群才有能力选择的生活方式和消费方式。在西方发达国家，奢侈品消费者平均只用自己4%的财富去购买，中国人现在产生一种未富先奢的现象，也就是说，部分年轻人可能用自己40%的收入去苦求这样的一件奢侈品，似乎存在着未富先奢的现象。

但也有人认为，中国市场的基数很大，市场潜力巨



三里屯VILLAGE位于北京使馆区，这里汇聚了从时装到运动服饰，从美食到珠宝，从科技酷玩到儿童用品等众多潮流风尚品牌



百搭音响北京店地址:北京市朝阳区三里屯Village 北区东座(N2) 33 店
电话:(86) 010-64167223

百搭音响北京店完全移植香港展示中心的装修风格，干净清爽，寓奢华于极简之中

大，奢侈品消费市场以后只会持续扩大，并且更加细分。奢侈品牌在中国不是太多，而是太少，人们可选择的范围还太小。在世界奢侈品协会注册的有700多个奢侈品品牌，但目前进入中国市场的可能只有270多个，很多真正小众的奢侈品还没有进入中国市场或者不为中国人所知。音响器材价格方面可以跟奢侈品看齐，制作工艺、设计理念、提供的感官满足感也都符合奢侈品的标准，但消费者并没有把音响器材当成奢侈品来追求。换句话说，高端音响器材在中国市场还有很大的增长空间，不过经营者要用奢侈品的方式、态度、环境来迎合消费者。香港百搭音响快人一步，率先在北京CBD以奢侈品牌的经营方式，开设了百搭音响北京店。

香港百搭音响公司The Sound Chamber于1985年在香港成立，多年来引入多个欧美一级品牌，为香港音响器材代理业务的先驱之一。为提升购物体验，方便易达及舒适的试听环境，百搭音响于港岛中环的金融中心地带设立面积达四百平方米的陈列室，另有广阔的花园平台，定期举行各式音响发烧聚会。经百搭音响进口的品牌为

数众多，讯源类有Airtangent、Berkeley Audio Design、Simaudio、Spectral Audio、Spj、Lyra等。功放类有FM Acoustics、Gemme Audio、Inex Innovation、LAMM、BA labo、Berkeley Audio Design、Simaudio、Spectral Audio、Daniel Hertz SA等。音箱有Daniel Hertz SA、Magico、FM Acoustics、Von Schweikert、Gemme Audio。其他配件包括MIT Cables、Sensory Power等。相信资深发烧友看到这些品牌都会投以羡慕的眼光，尤其是瑞士FM Acoustics的功放与音箱，更是许多人的梦幻铭器。

百搭音响北京店几乎完全移植香港陈列室的装修风格与展示方式，由于The Sound Chamber老板长年居住国外，同时是个资深发烧友，他深知其他发烧友的需求，因此陈列室中开放、极简的风格非常舒适。为了更好服务北京的顾客，陈列室中的管理人员都由香港聘请资深工程人员过来，无论在产品知识或声音调教方面都有最高水平。据介绍，百搭音响北京店采全外资方式经营，所以产品都以合法方式进口，确保消费者能有完善的售后保障。而为了凸显Hi-End器材的奢侈品特性，在选址时也煞费周折，历经



瑞士FM Acoustics的音箱体积不大，音质却美极，由于这家公司没有数码器材搭配，所以用黑胶唱片开声



这个陈列室以Mark Levinson新创的Daniel Hertz SA，巨大的M1音箱内置15吋1000瓦特主动式超低音及5路数码电子分音器，总重量超过四百公斤

数月时间最终落户在北京使馆区内的三里屯Village。三里屯Village是太古地产在中国大陆地区首个落成启用的综合商业项目。太古地产在香港零售、商业和住宅等领域积累了逾35年的设计、开发及管理经验，其品牌本身就代表着建设卓越、精益求精的理念。太古地产从不复制商业项目，而是给每个项目都赋予自己的个性和特点，拥有自己的基因。对于一个希望能够延续三里屯地区独有文化氛围的商业项目来说，三里屯Village无疑是传承了这个地区的文化精髓，呈现出了一片无与伦比的时尚风貌。

三里屯，这个曾经是酒吧文化代名词的特色街区（现在讲到酒吧街多数人应该会想到后海），现在已经成了潮流文化精品的聚集中心。三里屯Village是一个开放式购物区，由19栋低密度的建筑群组成，包括四栋钻石型建筑，在建筑风格、外观、建筑材料都相当的特殊。也吸引了不少一线品牌在这边设立旗舰展示中心，来北京旅游想要购物的朋友，这边是很不错的选择。三里屯village分为南区与北区两大部分，较早开幕的南区包括有日本平价潮衣连



锁品牌Uniqlo（中文翻译为优衣库）、世界杯开始后超级抢眼的爱迪达北京旗舰店（由纽约ShoP Architects设计，外观是一座方形建筑，搭配上不规则的镜子与玻璃条，可映照出过往的行人与汽车营造出一种运动与活力的感觉）、Nike旗舰中心Nike Store、Puma旗舰店（Puma在亚洲最大的店面）、日本运动品牌美津浓旗舰店，老字号的哥伦比亚Columbia当然也开了旗舰店。不过年轻人对三里屯Village更感兴趣的是苹果公司在中国的第一家Apple Store，08年7月开幕时，吸引了众多Apple Fans彻夜排队，真的是很忠诚的粉丝啊。

对富豪朋友来说，三里屯Village这边的BMW Lifestyle品牌概念店很有意思，你可以买到BMW的时装、时尚配件、汽车模型甚至自行车，各项精品让人心动。瑞士手表的专卖店也不能错过，从比较便宜的SWATCH到劳力士、江诗丹顿、百达翡丽等应有尽有。百搭音响位于新开幕的北区，那里的商铺档次更高，从窗口望出去就是Armani的旗舰店，视野开阔，更适合Hi-End音响的欣赏。来上一杯香醇的咖啡，耳边传来瑞士FM Acoustics天籁般美妙的旋律，这该是何等优雅的享受。欢迎你的光临。■



这里以陈列美国Magico音箱、Spectral功放、LAMM功放、加拿大Sim Audio功放为主