

纽约潮流趋势报告
New York Report
February, 2025

CONTENTS

项目 1: 快闪食品零售店(Pop Up Grocer)

1. 快闪食品零售店(Pop Up Grocer)

项目概况

在企业家和食品爱好者的推动下，天然食品品牌如雨后春笋般涌现而出。然而，现实情况是，各大型超市的货架已被全国性品牌占据，留给新品牌的机会已所剩无几。而这也为消费者提供了一个真正的机会，让他们发现并成为缺乏营销能力的新品牌产品的顾客。食品分销资深人士和营销专家 **Emily Schilt** 表示，因为她同情那些试图做大做强新兴品牌所面临的困境，提出了这种商业模式来帮助他们。她的新零售业态“Pop Up Grocer”在美国主要城市设立临时店铺(利用空置房源以降低成本)，并储备一系列符合她挑剔眼光的有前途的新品牌，包括天然、营养且力求可持续生产的产品。该产品也包括系列精选品牌。通常，新品牌需要两年或更长时间才能上架。但该公司开辟了一条高效的市场途径，并提供了消费者可直接体验其产品的实体店。该公司已在美国主要城市举办了 9 场快闪店(pop-up)活动，共有 100 至 150 个品牌参与，销售约 400 种不同的产品。在快闪店(pop-up)活动期间，他们通过邀请有影响力的媒体、买家和投资者到店，取得了巨大的成果。在纽约举办的最初为期 10 天的活动延长到了 30 天，这足以说明了人们对该活动的反响。2023 年，该品牌的第一家永久性商店在 **West Village** 开业。店内布局为，咖啡柜台设在店面中央，周围陈列商品，这样可以方便顾客在店内走动。公司还于 2020 年推出“Pop Up Grocer 基金”，项目承诺每年为一个新兴品牌提供资金，并在门店销售其产品，从而引起了食品商业界的关注。

项目细节

1. 客户: 快闪食品零售店(Pop Up Grocer)
2. 业务种类: 零售店
3. 开业: 2023 年 3 月
4. 地址: 205 Bleecker St, New York, NY 10012
5. 目标客户: 所有人群
6. 网站: <https://popupgrocer.com/>

地址图





占据长期空置的商业空间内的永久性店铺



与其他食品店不同的引人注目的标志和室内设计成为热门话题



午餐时间「Pop Up Café」前排起了长队



食品和美容产品一应俱全



丰富多彩的产品



纽约非酒精饮料的饮用者数量正在增加



这里有各种可爱的物品让人心情愉悦



咖啡杯也很引人注目



这家商店吸引了各种各样的顾客，包括购买纪念品的当地人和游客。