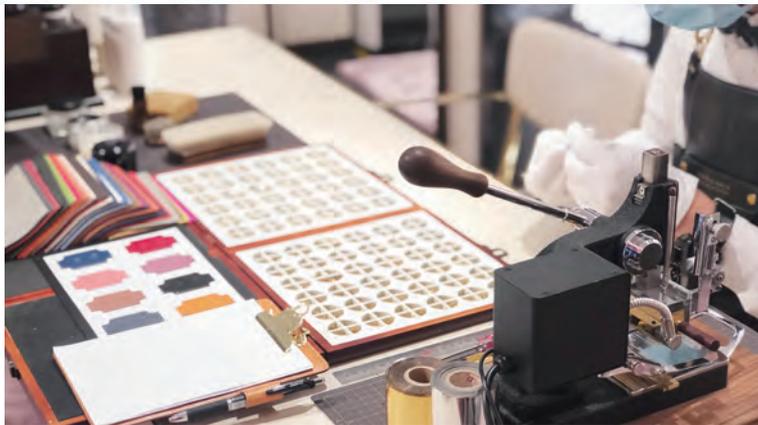


友圈里展示自己充实的业余生活，我们能够提供摄影记录，这是提高愉悦度的另一种方式。”此外，拉里还会给自己的课堂增加社交属性，“如果一堂课有很多人，那么我会让更能产生话题的人待在一起，大家在体验皮具课程的时候也许还能交到朋友，这或许也是体验课应有之意。其实我也跟一些投资人见过面，实话实说这个行业没有技术壁垒，但客人与员工，员工和员工之间的这点人情味儿，就是一种更合适我们的经营方式。体验追求的一种消遣，而彼此舒服的状态里能让这种关系维持得更久”。



店内工作台。摄影 / 周洁

小店，不止小店

刚刚过去的端午假期，拉里相当忙碌，结束采访后他匆匆赶赴火车站，周末和大牌合作的体验课程要开课了。原来，经营多年，城市匠心的外延早已超出了芮欧的这家实体小店，“基本一年有40多个周末我们都在外地做活动，最忙的时候，一个周末我们的店员分散在4个城市完成8场活动”。

原来，城市匠心在业内积累了一定的口碑后，光顾的客人中不少奢侈品牌的工作人员。在消费的过程中，这些工作人员也会暗自考察皮具经营店，为自己的品牌寻找合适的供应商。在服务的过程中，城市匠心为自己打开了另一个市场。

“去年一位奢侈品牌的 marketing（市场部）来做包包的护理，因为是奢牌，我们在护理时格外细心，还按照她的要求在包包上进行了刻字定制，她非常满意，后来他们公司一些VIP体验活动就找我们合作了。这样共赢的案例还有很多，比如某家居品牌推出真皮沙发后，邀请VIP客户参加皮革体验活动，客户在体验过程中直接感受到同款皮革后还有当场下单的。”

目前，除了面向散客之外，拉里的小店还跟多家国际品牌达成合作，为这些品牌的VIP客户提供皮革定制体验活动，甚至还为品牌的员工提供皮革知识培训（因为很多奢侈品牌的工匠都在国外，因此皮具知识的培训需要另找供应商）。“除了知名皮具品牌，我们还和玛莎拉蒂、保时捷、万国表等品牌合作，最近在李佳琦和保时捷的一次合作活动中，我们负责制作粉丝的礼物。”

令拉里感到格外骄傲的是，跟这些大牌的合作都不是他主动求来的，而是因为小店的技术和口碑慕名而来，“其实我们的价格并不低，但在因为我们对于每个环节的把控都很稳，而

对于奢侈品品牌来说，品质和稳定是他们最为看重的”。

“小的时候我就很喜欢长乐路、进贤路上的那些小店，很多小店都经营出了自己的特色，我觉得这些都是上海多元包容的文化所孕育出来的。”拉里是上海人，对于小店有着自己的理解，也有着浓厚的感情，“也许现在电商经济、线上消费冲击了一部分小店的生存，但上海吸引着全国各式各样的人才，他们眼界宽阔、接受度高，这里很容易碰撞出一些稀奇古怪的东西，真正有特色能留住人的小店，是一定能在上海找到自己的生存土壤的。”

比如城市匠心，虽然是小店，但拉里却对未来有着明确的规划：“为客人定制皮具已经成为我们的一大特色，在此基础上，现在我们正在推广一个‘循环时尚’的项目。”

“循环时尚”，顾名思义，时尚的循环，沉浸行业多年，拉里观察到现在第一批接触奢侈品的人出现了旧包改造定制的需求，“十几年过去了，他们手上不少旧包，其中不少属于舍不得扔但已经不会背出街，但又占地方的包，‘循环时尚’就是帮助这部分客人把旧包重新改造，按照需求为客人定制做出一个当下又可以背的款式”。

“循环时尚”项目推出后果然收到了不少订单，但毕竟是新项目，所以很多人拿着一个旧包先过来试水，改造满意后客人往往会把一大批旧包放到拉里这里进行改造。“包包的循环不只是一门生意，之前有个女士把 neverfull 的包拿过来，改造过后，一家三口每个人都拥有了新礼物。还有一些是妈妈带着女儿来改造旧的奢侈品包，这样既可以给女儿做一个喜欢的款式，又能让孩子对奢侈品有个正确认识。同时，这样也改变了旧包落灰的命运，实际上也是一种环保的理念。既然我们有这样的设计能力和生产能力，就是我们义不容辞应该做的。”

小店不“小”，小店，不止小店。✎