

晨报记者 钱鑫
张怡薇

2002年,奥特莱斯业态在中国萌发。
9年后的2011年,是一个非常重要的年份,在这一年,意大利商业地产集团RDM将其在意大利市场的成功零售模式引入了中国市场,一座以意大利风情为特色的名品奥特莱斯——佛罗伦萨小镇落地天津,由此开启了佛罗伦萨小镇在中国的美好十年。
9月,上海和成都佛罗伦萨小镇二期项目同期亮相,在品牌进驻中国10周年之际迎来又一发展里程碑。佛罗伦萨小镇及RDM Asia董事总经理那亚璞先生在接受新闻晨报·周到记者采访时表示:“面对中国市场激增的奢侈品零售需求,佛罗伦萨小镇将继续通过持续的创新为消费者提供轻松的、纯正的意式购物体验。希望消费者在佛罗伦萨小镇这个空间内,尽情探索和享受‘消费+旅游+体验’的新型消费场景,体验到由佛罗伦萨小镇打造的美好奥莱生活方式。”



打造美好奥莱生活方式 佛罗伦萨小镇在蝶变中创新“零售娱乐化”

后疫情时代,中国奥莱业态日长夜大

20世纪70年代,第一家奥特莱斯在美国诞生,经过几十年的尝试、探索和深耕,奥特莱斯凭借其一流品牌、有竞争力的价格和良好的购物环境,赢得了众多消费者的青睐并一跃成为风靡全球的商业业态。
实体商业虽然在2020年遭到了疫情的重创,不过从去年下半年开始,中国的奥特莱斯行业已经在“报复性消费热潮”以及“旅游业回暖”中展现出了强势反弹的态势。据今年初奥莱秀传媒大数据中心发布的《2020中国奥特莱斯数据排行榜单》显示,2020年,39家奥莱项目的年销售额突破10亿元,总销售额超800亿元,预计2021年奥特莱斯行业整体销售额将达到1000亿元。而在2019年,这

两项指标的对应数字分别为34家和700多亿元。
显然,凭借着下半年的强势复苏,中国奥特莱斯行业的年总销售额已经超出了疫情前的同期水平。
有分析认为,促使奥特莱斯行业强劲反弹的原因,除了奥特莱斯开放的街区环境可以拉开与他人之间的社交距离外,还有一个重要原因在于疫情导致很多消费者不能出国,高端消费回流国内,奥特莱斯内众多的国内外一线大牌受到消费者的追捧。加之中产阶级消费者数量的持续增长以及奢侈品零售行业展现出的巨大潜力,也令品牌对中国市场充满信心。

7家小镇销售额突破百亿元

2020年,佛罗伦萨的七家小镇迎来了共计超2000万名消费者,创下了超过100亿元的销售额,销售额同比2019年增长7%。
“随着中国消费者不断增强的消费能力,以及对国际品牌更深的理解和追求,正是我们对中国市场如此乐观的原因之一。同时,二线城市的经济飞速发展加强了我们市场的信心。随着越来越多的中国消费者了解国际品牌,并越来越希望以一个合理的价格购买奢侈品,中国消费者对奢

侈品的需求不断增大。在我看来,奥特莱斯市场只会继续增长。此外,为了满足更多消费者的需求,三四线城市也有越来越多的奥特莱斯开业。”佛罗伦萨小镇及RDM Asia董事总经理那亚璞先生表示。
正是基于这样的洞察,佛罗伦萨小镇持续扩张商业版图,上海佛罗伦萨小镇二期项目及成都佛罗伦萨小镇二期项目于9月同期亮相,至此,佛罗伦萨小镇在大中华区拥有7家奥特莱斯完成再扩容,今年预计将吸引2500万名消费者光顾。

“家庭游乐”成上海小镇二期主打

本月全新亮相的上海佛罗伦萨小镇二期新增营业面积达2.7万平方米,包含110家品牌店铺、1000个停车位。至此,上海佛罗伦萨小镇总面积达到7万平方米,坐拥300余家品牌店铺以及3000个停车位。
同期揭幕的成都佛罗伦萨小镇二期项目则新增了约3万平方米的零售空间以及80家品牌店铺,配备共计3500个停车位。全新亮相的意式风情建筑与零售空间,也将为消费者带来全面升级的娱乐零售购物体验。
此次与上海佛罗伦萨小镇二期同期亮相的“奇幻丛林”家庭游乐中心,坐拥3大主题区域及16个体验项目,更包含了特色VR项目及互动投影项目。作为品牌旗下第五座“奇幻丛林”家庭游乐中心,进一步完善了品牌为消费者,尤其是家庭型消费者,提供全方位“零售娱乐化”体验的承诺。
除了为家庭消费者量身定制的“奇幻丛林”家庭游乐中心之外,佛罗伦萨小镇也积极探索,在小镇引入各类型的适合全家游购的活动和体验——针对年轻消费者,佛罗伦萨小镇与各类年轻人喜爱的IP合作,把各类型艺术展览、美食美酒与音乐带到前来购物的消费者之间。“佛罗伦萨



小镇所带来的体验远远不止是购物,我们创造了一个空间,消费者可以在这个空间里面尽情探索和享受‘消费+旅游+体验’的新型消费模式。”
此外,那亚璞先生还透露,武汉和重庆佛罗伦萨小镇二期项目、成都佛罗伦萨小镇三期项目以及京津佛罗伦萨小镇五期项目也将在未来陆续亮相。“为了顺应中国奢侈品零售需求的持续增长,RDM集团推出了全新投资项目,总计2亿美元的投资额将帮助佛罗伦萨小镇明年在国内新增两座名品奥特莱斯。我们将持续丰富品牌业态,为消费者带来更多受欢迎的国际和本土知名品牌及生活方式品牌。”

凸显“零售娱乐化”趋势 加大家庭消费的黏合度

随着电商平台、海淘代购的兴起发展,奥特莱斯不再是消费者获取高性价比产品的唯一途径。逛奥特莱斯,最重要的不一定要买多少东西回家,而是在于享受线下购物的独有体验。随着奥特莱斯在体验项目、场景营造等方面的加强,逛奥特莱斯已经成为了一种体验文化、放松休憩、玩乐休闲的生活方式。
“我们致力于打造一个以家庭娱乐、休闲和购物而闻名的目的地。我们的大多数顾客年龄在25到49岁之间并且以家庭为单位。迄今为止,我们已经在广佛、武汉、成

都和重庆佛罗伦萨小镇开设了家庭游乐中心,事实证明,它们成功吸引了大批家庭和儿童。如今,消费者比以往任何时候都希望拥有独特的体验,他们希望可以找到满足整个家庭需求的目的地,而这正是家庭游乐中心所提供的体验。”
奥特莱斯业态是一个非常有魅力的业态,占据巨大营业面积的它,可以作为一个集娱乐、餐饮、购物为一体的商业体,成为消费者一站式消费体验的重要组成部分。以佛罗伦萨小镇为代表的中国奥特莱斯们,正在一条充满挑战性的转型之路上稳步前行。



位于上海二期的大型室内家庭游乐中心

◆ 营业时间 ◆
10:00-21:00(周一到周五)
09:00-21:00(周末及法定节假日)
小镇地址:上海市浦东新区卓耀路58弄(近地铁2号线远东大道站)



微信公众号
上海佛罗伦萨小镇