



进店、结账、停车都要排队

春节临近，沪上奥特莱斯人气爆棚

商铺人满为患，试衣服、结账、吃饭都要排队，停车花了一个半小时……春节临近，沪上奥特莱斯商圈人气旺盛，商铺门前贴出“两件6折”“三件五折”“买一送一”等告示，不少市民全家出动，大包小包塞满了为了过年购置的新衣服，动辄千元的消费决定做得很快。有市民表示，虽然家附近有步行可达的商场，但真要买衣服会选择开车40分钟到奥特莱斯买。

“试衣服、吃饭都要排队”

临近春节，沪上奥特莱斯的部分商铺前排起了长队。

“快过年了，孩子的衣服还没买，趁下午没课，我们一家就一起去奥特莱斯采购，去了才发现人山人海！”市民钱女士向记者分享了她前不久去青浦奥特莱斯的经历，人挤人的情景着实让她感到意外。“几乎每个商铺都人满为患。尤其是现在很火的始祖鸟，我们排队大约15分钟才走进，奥特莱斯里面所有的饭店也都是人，我们从下午2点逛到晚上8点左右，其中很长时间是在排队，实在没力气再排队吃饭了，干脆开车回家。”

近日，记者也实地走访沪上多个奥特莱斯购物商圈，春节购物的氛围十分热烈，商铺门前贴出了各种打折信息，“两件6折”“三件五折”“买一送一”……

在阿迪达斯、耐克等一些运动品牌商店外，为了分流设置了出口和入口专用通道，三五成群走进和提着大小购物袋出来的人络绎不绝。

工作日的下午，记者在佛罗伦萨小镇某品牌店内看到，女装和男装各占一层楼，一楼男装男鞋，二楼女装女鞋，两层楼的人气都很旺。一旁的工作人员说：“这还算人少的，多的时候，上下楼都走不动道。”

在比斯特购物村，一些冬装品牌和运动品牌店内人气很旺，不少市民甚至在门外排长队买羽绒服。

“有个很神奇的现象，每次来逛的时候都会看到 lululemon（服装品牌露露乐蒙）人气很高，但我至今还没有一件 lululemon，这次想买春节出国旅游的衣服，所以决定进来看看！”作为比斯特购物村的“常客”，市民程女士带着“为什么这家店人一直这么多”的好奇走进了商店，发现不少衣服打5折，折扣吸引下，一番试穿后也最终种草，下单了一件以往从未尝试过的全新风格的衬衫。

在青浦奥特莱斯，近期客流量也颇高，停车场一度爆满。

“我们前几天去了，人超级多，停车花了一个多小时，进去开始逛，挤都挤不动，所以干脆加了店铺销售的微信，回来再买了。”市民珍妮说，因为奥特莱斯人太多，干脆找人少的地方试好衣服，到时候直接联系销售人员在下单。“不过，我朋友在我后面一天去，大概是去得早人流量还可以，停车就很顺利。”经过这一次，珍妮也有了经验——下午时段是人流高峰，买菜购物也得赶早去。

“奥特莱斯商品更有性价比”

为什么在奥特莱斯买鞋子包包？

当记者在佛罗伦萨小镇偶遇刚刚完成采购的市民王先生，他给出了自己的答案，“现在奥特莱斯的款式比商场最新款也就晚半年左右，有些甚至是一两个月，像我们这些并不会追求最新款的人，奥特莱斯的商品更有性价比。”

对于王先生而言，虽然家附近有步行可达的万达广场，但

每次买衣服都会驱车40分钟到奥特莱斯采购。当天下午，王先生一家三口吃过午饭后特地去采购新年新衣，一共买了3双鞋和3件冬衣，花费了将近7000元。

“奥特莱斯的大牌正常情况下打七折，像现在春节促销，我们也买到了打六折的鞋子，Clarks的鞋一直是买一送一，所以我们买的是一直以来熟悉的牌子。”连续多年都是在佛罗伦萨小镇采购衣服，王先生对各家店的折扣也非常熟悉，“今年不少品牌的折扣相比往年力度还是小了一些，今年我们买到的阿迪达斯是两件六折，往年都还有三件五折的。”

记者在多家奥特莱斯看到，不少品牌折扣力度不小，斐乐店内三件吊牌价五折，lululemon部分商品五折之外还能满减、纪梵希女装打四折包打六折……人气较旺的店铺还属折扣力度较大的运动品牌。

“有时候我老公会特地开车去比斯特购物村，坐在街边的咖啡桌旁，面朝喷泉办公，他办公我就去逛逛买买。”家住浦东的程女士说，她到奥特莱斯购物，有一半的时机是源自老公的办公需求。

沪上3家大型奥特莱斯购物商圈都是地处市郊，停车几乎免费，商圈环境更有特点，不少市民将其作为全家人购物、微度假和遛娃的好去处。

春节前夕，多家奥特莱斯为了创造出年味，在折扣之外也举行了舞龙巡游、免费拍团照等活动。

夜幕降临时，比斯特购物村的街上出现了锣鼓声，一支30米长的舞龙队伍吸引了不少正在购物的人探头观望，“一群人跟着舞龙的队伍一起招摇过市，好热闹啊”，当记者偶遇舞龙巡游队伍，一旁的爷叔小声嘀咕，原来爷叔陪着爱人逛了一下午，买完正准备回家，发现妻子早已经凑热闹跟着舞龙队伍一起向前走远了。

不少人购物前已做足功课

“很久之前逛比斯特看中了一款1万元左右的某品牌包包，当时没买，后来一直心心念念，很后悔，也查了各种平台找到同款，没找到，这次看到了款式差不多的包，打折、满减之后只要4000元，很便宜啊，所以我果断下手了！”记者看到，王女士在逛过两家店之后就下单了满意的包包，前后花了20分钟左右，堪称速战速决了。

而这种速度在奥特莱斯并不少见，因为已经做足了功课，很多人的购物决定很快。

在社交平台上，不少人对沪上几家奥特莱斯有着很深入的研究，甚至形成了专业的购物去向、薅羊毛攻略，不同奥特莱斯入驻的品牌、店铺之间的距离、逛起来的感受、价格的变化……

“比斯特购物村英伦范满满，环境优美，还能坐船直达迪士尼度假区；佛罗伦萨小镇也颇有度假氛围，店铺之间间距较小，品牌较为聚集，适合有目的的采购；青浦奥特莱斯则是浦西最大的奥特莱斯，品牌数量也是三大奥特莱斯中最多的，达到230多家，运动品牌更多，更受年轻人欢迎。”

“最近随便发了一个奥特莱斯购物经历，很多人在下面跟评，问我折扣情况、羽绒服款式，甚至还有浙江的人说也要来逛逛买买。”市民丁先生习惯在社交平台分享生活点滴，这次分享的内容得到了热烈的反响，也让他感到惊讶，“原来真的有这么多人爱逛奥特莱斯！”



【记者手记】

奥特莱斯为啥火了？

奥特莱斯在商圈发展、客流和销售额上均能表现喜人，成为上海消费市场近年来的一大亮点。上海佛罗伦萨小镇二期于2021年开业成全城热点；今年元旦假期，比斯特上海购物村假期三日客流及销售均大幅度超越去年同期，客流量同比增长近70%，销售额同比增长近50%，青浦百联奥特莱斯客流量同比增长68.57%。

在零售整体低迷的环境下，奥特莱斯为什么能异军突起？当记者在环境优美的比斯特购物村闲逛时，身边走过一对提着大大小小购物袋的年轻情侣聊着他们的消费观，“冬天衣服贵一点很正常，我宁愿花4000多元买一件好一点的羽绒服穿三四年，也不要年年买1000元的冬装”。

当下，越来越多的人消费逐渐变得理性，大家开始追求长期意义的消费行为，理性和高性价比占据主流。这也能解释为什么很多市中心商场虽然打出一折的促销，但光顾的人远不如以前，因为人们在扫货的同时，也会看这是不是好货。

在追求“品质+折扣”的折扣时代，奥莱之风才会越来越热。毕竟谁能拒绝守住钱包的同时，又能入手更好的生活品质呢？

当然，奥特莱斯的逆袭翻盘不仅仅是坐等人们的消费习惯改变，当下的奥特莱斯已经和以往发生了巨大变化。

奥莱已经从最初的品牌大而全到了有了更多的细分定位。比斯特购物村能找到小众的英国品牌，佛罗伦萨小镇大牌店铺更多，青浦奥特莱斯儿童服饰有着更多的选择……不同的奥莱主打的品牌和业态配比上也有着很大的差异。

除了折扣和大牌，奥特莱斯之间的比拼也“卷”到了购物的体验感，更加生活化、社交化令它呈现更大的吸引力，有人特地开车去比斯特购物村的河边办公，也毫不奇怪了。

晨报首席记者 吴琼 摄影报道
制图 / 潘文健