

奥莱疯狂扩张,长沙究竟能养活几家

奥特莱斯业态持续走热:长沙已有5家营业,另有1家在筹建

就在上周末,隶属于九龙仓上市集团的时代奥特莱斯正式落户长沙,这个选址在长张高速关山收费站口的奥特莱斯已具有明显的城郊形态。它的到来,也为星城带来了如Coach、Kate Spade、Juicy Couture等轻奢品牌奥莱店的首次亮相。

截至目前,长沙已有5家奥特莱斯进行营业,另有1家正在筹建,预计将于2017年与消费者见面。而据奥莱商学院统计数据,在2016年的最后2个月,全国将有17家奥特莱斯相继开业,这是奥莱业态进入我国的单季度开店频率最高的一次。如此疯狂扩张下,不知长沙究竟能养活几家?

经济新常态下,奥特莱斯业态持续走热,背后是消费者日趋理性,品牌去库存等多方需求。

■记者 朱蓉



友阿奥特莱斯夜景。作为业界翘楚,友阿奥特莱斯2015年的销售额达12亿元。

长沙再开奥特莱斯 名品折扣模式被持续看好

11月10日,记者在时代奥特莱斯看到,虽然必胜客仍在装修,没能赶上第一批开业的趟,但如Coach、Kate Spade、Juicy Couture等受到消费者喜爱的轻奢品牌,还有莎莎等化妆品零售店以及诸多运动系品牌折扣店均已开业迎客。

家住三一街区的杨先生和他的妻子特意驱车前来,记者看到他俩时,已经拎了好几个购物袋。“她喜欢买包,这价格算上折扣已经和海外代购差不多,兴奋得不得了。”杨先生笑言。

近年来,“名品+折扣”的奥特莱斯模式在长沙商业市场已由原本的星星之火形成燎原之势。据三湘都市报记者统计,包括时代奥特莱斯在内,长沙已开有友阿奥特莱斯、通程奥特莱斯华晨店、环球奥特莱斯购物中心、奥特莱斯百姓广场等5家奥特莱斯商场。

此外,就在2015年11月,来自北京的首创钜大有限公司也与湘江新区管委会、湘江新区投资集团签订合作协议,该公司将在大王山旅游度假区内开设长沙首创奥特莱斯。据了解,长沙首创奥特莱斯将作为湘江欢乐城的重要商业配套项目,

拟于2017年与湘江欢乐城其他项目同步建成。

首创钜大有限公司行政总裁钟北辰在接受媒体采访时介绍,该项目是首创钜大在全国布局的第8座奥特莱斯项目,将打造成以国际轻奢品牌为主的休闲时尚奥特莱斯商业综合体,将引入国际精品品牌40余家,国际一二线品牌200余家。

公开数据显示,2011开业年,友阿奥特莱斯便实现销售2亿多元,2012年销售额成倍增长至5亿元,2013年销售达7亿元,2014年9亿元,到2015年已达到12亿元。“每年阶梯式的增长速度,充分体现了顾客对奥特莱斯购物方式的认可。”友阿奥特莱斯总经理薛宏远在商场成立5周年庆典上如此表示。

而另据记者了解,2016年,该商场的业绩也是“看涨不看跌”。10月31日,薛宏远就在其朋友圈感慨,“十月收官,业绩不错,月销售额超过百万以上的品牌达31家,更有月销售800万的品牌王。”他表示,在过去的40天内,商场销售额突破1.8亿元。

这对步履艰难的传统零售业而言,不能不说是一张十分亮眼的成绩单。

国内连线

奥莱业绩 两极分化加剧

奥莱疯狂增长,业绩两极化趋势越发明显。全国200多家奥莱项目2015年最新业绩统计显示,去年排名前17、业绩超8亿元的奥莱项目总营业额超350亿元。虽然门店总数占比不足10%,但市场占有率超过50%。强势奥莱将继续瓜分市场,拥有集团化背景的奥莱品牌更有市场话语权。

搜铺网多渠道统计数据显示,2015年全国年业绩超过4亿元的奥莱达到40家(含港台地区3家),较2014年增加16家。前三名分别为上海百联青浦奥莱、香港东荟城名店仓、北京燕莎奥莱,三甲销售额水平约为41亿-43亿元。从开业时长来看,前三名开业时间超过十年,这也说明,疯狂增长的奥莱成功率相对较低、培育期较长。国内涌入奥莱领域的开发商背景多元,不过真正可以分类的还是拥有零售资源、有专业团队的大型集团。从排名前十的奥莱项目来看,百联、RDM集团、王府井百货、友阿集团、首创钜大、金鹰等有集团背景的开发商占据主导。

由于发展步伐过快,进入奥特莱斯领域的企业并没有无限风光。目前,国内已开业、在建与规划的奥特莱斯项目超过300家。其中,规划或在建的项目数量创历史新高,超过100家,不过能够顺利入市的仅有1/25左右。延缓开业或濒临停业的单店不在少数,步入成长期的奥特莱斯品牌寥寥可数。

2个月再开15家 全国开启“疯狂奥莱”模式

2013年以来,长沙奥特莱斯的开业速度开始加快。2010年,友阿奥特莱斯开业,在当时,这一距离城市主商业区较远,且为“名品+折扣”的常态销售模式尚数新鲜。不过,近两年来,其余四家奥特莱斯相继开业,其中不乏由传统百货转型奥特莱斯经营模式的尝试者。

事实上,不仅仅是长沙为奥特莱斯而疯狂,全国商业都已开启了“疯狂的奥莱”模式。来自奥莱商学院的数据显示,截至今年12月31日,未来国内还有13家奥特莱斯将相继亮相,这其中还不包括近期已开放体验的武汉绿地欧镇奥莱和正式营业的时代奥特莱斯长沙项目。

该数据显示,接下来不足2个月的时间,国内将开业的13个奥特莱斯项目覆盖了12个省份。业内人士表示,这是自奥特莱斯业态进入国内以来单季度商场开业数量最多的一次。

开店数量急速增长之外,传统百货大佬也开始纷纷“调转船头”。11月1日,国内百货业龙头王府井发布公告,拟以支付现金并承接债务的方式向控股股东王府井国际购买其持有的贝尔蒙特香港有限公司100%股权。

公告显示,贝尔蒙特目前旗下拥有赛特奥特莱斯、春天百货等多个知名品牌,赛特奥特莱斯在国内奥特莱斯业态领域居于前列,王府井表示通过本次交易将实现奥特莱斯业态方面的跨越式发展。

早在2014年,王府井便宣布不再以传统百货的经营模式开店,重点发展购物中心与奥特莱斯业态。2016年,王府井更是动作频频,在收购贝尔蒙特之外,分别在4月收购了西安西恩温泉奥特莱斯完成其在西北首个奥莱项目布局,在9月收购长春远洋奥特莱斯商业,布局我国东北地区。

城郊型PK市区型 哪类奥莱才是你的菜

纵观长沙目前已开设的5家奥特莱斯不难发现,目前该业态在长沙呈现出城、郊两地分化的发展趋势来。其中,以友阿奥特莱斯、时代奥特莱斯和环球奥特莱斯为代表,城郊型奥特莱斯地处城市边缘但交通区位不错,以“购物公园”形式经营;而通程奥特莱斯华晨店和奥特莱斯百姓广场则地处城中,称之为市区型门店。

据记者调查发现,从经营形式而言,似乎城郊型奥莱更原汁原味地保留了“名品+折扣”的特点,3家奥特莱斯均以国际知名品牌为主打,如,友阿奥特莱斯引入了Armani Outlets、BOSS等品牌,时代奥特莱斯引入了Salvatore Ferragamo等品牌。

此外,城郊型奥特莱斯保持了“折扣”的销售常态,常年折扣在“1至5折”之间,对这些大牌的拥趸而言,十分有吸引力。商品之外,还配备了餐饮、娱乐等休闲业态,以购物

公园的形式进行经营。

“每次都是去一趟逛一天的打算,业态已经很丰富了。”友阿奥特莱斯的忠实顾客张女士如是说。

而位于市区的奥特莱斯,相较之下则更多地保留了百货商场的布局模式。记者在通程奥特莱斯华晨店内看到,该店一楼以销售黄金珠宝、鞋类、化妆品集合店为主,二至四楼则分别销售男装、女装和童装,并与华润万家、通程电器等其他主力店相配合,共同做大华晨世纪广场的商业蛋糕。

“更像一家常年折扣的百货卖场,优点则胜在位置不算偏远,商品价格便宜。”一位长沙媒体人如是评价。

一位零售业观察人士认为,城郊型与市区型奥特莱斯在经营上各有优劣势,比如,城郊型奥特莱斯能够满足消费者“逛”的需求,但如果没车,交通就成了问题,而市区型奥特莱斯则交通相对便利,但也因为如此,很难打造出“购物公园”的氛围,其核心竞争力可能在于折扣商品。



长沙时代奥特莱斯于11月5日正式营业。