

一个城市中品牌经营竞争早已司空见惯,而如今的泰城,正悄悄建立起一座名为“银座·奥特莱斯泰山店”的工厂直销店。据了解,“奥特莱斯”在零售商业中专指由销售名牌过季、下架、断码商品的商店组成的购物中心,被称为“品牌直销购物中心”。银座·奥特莱斯泰山店即将在泰安开业,作为一种新兴的业态,奥特莱斯入驻无疑会搅动泰安品牌销售市场。

奥特莱斯,掀起折扣风

7日上午10点左右,记者来到泰山大街东段路南看到,银座泰山商城已经封顶。楼体的防护墙上张贴了关于“银座·奥特莱斯泰山店”的规模和规划以及品牌介绍的巨幅广告。“名品”淘宝就来银座·奥特莱斯成为宣传标语。

“以前在北京见过奥特莱斯商场,光听说里面卖的是品牌商品,而且价格很便宜,如果泰安也有奥特莱斯商场,这无疑是个好消息。”站在巨幅广告牌前的年轻人王晓静说。而作为一名白领,王亚丽则表示,奥特莱斯这种大型折扣店的产生,给女性消费者一个合理的节约消费方式。“和同事经常一起购物,每个月花费在购置衣服的费用很高,名品折扣店的产生,能让我买到平时舍不得买的衣服。”王亚丽对记者说。

不过,在采访中,还是有不少市民对“奥特莱斯”到底是何经营模式不知情。

记者在采访中了解到,“奥特莱斯”主营名牌断码、过季商品,因此被称为“品牌直销购物中心”和“品牌直销广场”,并凭借“名品+折扣=实惠”的经营地位及经营理念深受消费者追捧。“目前已经有包括百丽、卡尔丹顿、阿迪达斯、耐克等150多个知名品牌加入到我们这里。”银座·奥特莱斯筹备办公室工作人员告诉记者。

不过,采访中,银座·奥特莱斯泰山店营销部宋部长也毫不避讳地说,虽然国内已经不少奥特莱斯店,但大部分并不是真正意义上的奥特莱斯,因为真正意义上的奥特莱斯是“工厂直销店”。



正在装修的银座·奥特莱斯泰山店。本报记者王颜摄

以静制动 坦然面对

奥特莱斯走“品牌直销购物中心”的经营理念,而主打“折扣”的经营模式,是否会对泰城各大商场以及品牌专卖店造成一定冲击力,商家又是如何针对奥特莱斯的进驻而采取措施?

“很早之前就知道奥特莱斯进驻泰安,不过现在没有得到总部下达的通知,也就是说奥特莱斯并不是每个品牌都会销售,一旦真的销售了,我们肯定会作出相应的销售模式调整,比如折扣和促销。”泰安银座商城百丽专柜工作人员王女士说。在银座商城阿迪达斯店,工作人员称,阿迪达斯本身就有折扣店在泰安,所以即便是奥特莱斯进驻泰安后,对专卖店的影响并不会很大。

记者走访中发现,多数商家表示,奥特莱斯的出现在其新颖的经营模式上,会对传统模式带来些许冲击力,但其主打名牌过季、下架、断码商品,也是其销售的一个弊端。“我们这里的货物会很全,而且都是当季新品,货物更新速度快,消费者选择多,也比较符合年轻人追随潮流的消费方式,所以奥特莱斯的进驻,不会造成影响。”奥卡索专柜工作人员说。而kappa的工作人员则表示,比起奥特莱斯经营下架、断码等商品,kappa专卖店在更新速度以及平日里的促销活动,都可以和奥特莱斯做一个抗衡。

奥特莱斯属大型折扣商城,究竟会有怎样的发展前景,以及如何适应已运作成熟的泰城消费市场?记者就此问题咨询了大润发客服部经理贾玉,她告诉记者:“一种新型经营模式迅速发展一定有它的价值,顾客的品牌意识逐渐增强,但是由于经济能力有限,品牌折扣店的出现,既满足了这些消费者的需求,又能让消费者买到质量可靠、价格便宜两全其美的商品。”而对于奥特莱斯在泰城的发展前景,贾经理说:“对于品牌折扣店而言,最大的竞争对手是那些大商场的特惠活动和开设的打折活动,因此这也是他们不可忽略的至关重要的问题。”

编辑:李虎 组版:曲宜宏

以低折扣和品牌纯正吸引顾客

工厂直销店 泰安试水

本报记者 王颜 实习生 孙静波

强强联手欲分羹市场

在泰城大部分消费者眼里,银座商城、中百大厦、大润发以及易初莲花四大商城抢占泰城消费市场,而如今,主打折扣价的奥特莱斯和银座商城联手,准备在泰城消费市场分一杯羹。

宋部长介绍,奥特莱斯根据中国各省市、地区经济发展水平和总量的不同,基本上将目标锁定在国内经济圈的核心城市、省会城市以及一些重要

地级市。之所以会选择泰安,是因为泰安虽为三线城市,但其特殊城市环境,吸引了投资者的目光。

“我们之前也做个市场调查,发现真正的名品折扣店在泰安几乎没有。”宋部长说,虽然泰安也有的店打出以“名品折扣”作为噱头,但并不是真正意义上的名品折扣店,有的店多数是从其他地方或者其他店

中进货,并不规范。泰安名品折扣市场的空白,也为奥特莱斯进驻泰安提供了有利条件。”

真品、低价符合泰安市民的消费需求和水平,而目前,银座商城在泰安共开有五家分店,一旦再投资开办相同业态的店面已经不占优势。为此,依靠银座品牌,引进奥特莱斯这种新型的经营模式,为打开泰城消费市场做了充分准备。