

捷报！新年第一天创造 572 万销售额 杉井奥特莱斯广场火爆元旦狂欢记



莱斯直供商品，更借奥特莱斯新年优惠迅速销售。同时为了应付这异常激烈的一天，很多品牌抽来了各地的销售精英和企划团队从旁协助。

【爆料】

本周精彩活动继续 |

马年，去杉井奥莱当一次奢品狂

笔者从广场方面了解到，广场在去年年底之前完成了将近 20 个的品牌调整、优化和升级，目前进驻品牌已达到 150 多家。通过两年的努力，除了 TOD'S、Alfred dunhill、VERSACE、HUGO BOSS、COACH、FERRE、TRUTRUSSARDI、PORTS 等高端名品入驻，乐购集士港店开业，去年 12 月份更有国际一线品牌 ARMANI OUTLET 进驻开业，更让广场再一次有了实质性的提升。

同时，元旦假期汹涌的购物人潮也给杉井奥特莱斯广场的餐饮业态带去了好生意。这既是机遇也是挑战。广场方面预估了消费者对于饮食方面的需求，提早及时引进其他餐饮商家。现在，小城故事、意卡菲、德克士、DQ、恒记甜品、COSTA 咖啡、乐购超市里的快餐店等进一步地补充和完善了老百姓的需求。据了解，广场引进的必胜客欢乐餐厅也将于 2014 年 4 月开业。

虽然 2014 年元旦只有一天的假期，但似乎给了奥特莱斯广场更多发挥的空间。笔者了解到，因为元旦是周三，广场方面还将借这个周末进行促销，将元旦热销延续到周末。

与此同时，笔者了解到经过元旦热销后，很多品牌的畅销产品出现供货紧张的现象，为了满足周末的消费者购物需求，杉井奥特莱斯广场协调广场商户对一些畅销产品及时补货，同时联合众多品牌商家，再次追加促销资源让利，保证在周末期间让来购买商品的顾客能享受到更多的优惠。

在这里提醒消费者的是，这个周末去杉井奥特莱斯广场购物，还别忘带上中国银行信用卡或中信银行香卡、白金卡、人卡和广场的 VIP 卡。据了解，2014 年 11 月 28 日前，顾客可凭中国银行信用卡 6750 积分至二楼服务中心兑换 15 元现金券；刷中信银行香卡、白金卡、人卡还可享受满 500 元减 50 元的优惠。同时，在 2014 年 1 月 4 日前，使用广场 VIP 卡、积分卡购物可享受双倍积分。 **王巧艳/文**



2014 年马年首日，喜气洋洋的杉井奥特莱斯广场更显得自信满满了，在这份漂亮的成绩单前，哪些品牌卖得最好也是个有趣的话题。

据统计，杉井奥特莱斯广场 1 月 1 日销售排名前 3 的品牌日销售均突破了 20 万元，当日销售冠军店铺日销售突破 40 万元，创该品牌在宁波地区单日销售额的历史新高，将近 20 个品牌店铺当天销售突破 10 万元。当天国际大牌的销售势头不弱，ARMANI OUTLET、TOD'S、Alfred dunhill、VERSACE、HUGO BOSS、COACH、PORTS 等品牌由于折扣力度较大，销售业绩都有很好的表现。

【声音】

各方道出同样心声 |

买大牌折扣商品，这里吸引我

这强大的吸金能力和优秀的销售成绩，和广大消费者这一路的支持、信赖和相伴是分不开的。

当天的元旦活动很多，80 后、90 后们却还有一项额外的乐趣，在广场门口用手机二维码扫描，关注宁波杉井奥特莱斯广场官方微信后，在奥莱获得新年第一份礼物——可爱的宠物小毛巾。“扫码扫的不仅是幸运，还有购物的新感觉。”90 后小李神情愉悦，摇着手机告诉笔者，“这里也有免费 wifi 啦，奥特莱斯越来越潮了。”据了解，目前杉井奥特莱斯广场正在公共区域建设上加大投入力度，覆盖全广场的 wifi 工程正在紧张调试中，预计到 2014 年春节，消费者在杉井奥特莱斯广场就可以使用到稳定、高速的免费 wifi。

“宁波人习惯一到新年，就给家里添点新物件，迎接新年到来。这不，一到节假日，来杉井奥特莱斯广场囤货的外地消费者的客流量就会增加好几倍。”一位广场负责人告诉笔者。“今天来为全家采购新年装备，知道人气很旺，所以十点就到了。”市民林小姐表示。“童装、男装、女装、鞋包都是我们今天全家扫货的目标，感觉一天的时间都不够用啊。”

是的，趁元旦当日前去购物的市民朋友

们都显得特别兴奋，原本属于奢侈消费的高端品牌也在那些天“放下了架子”。据介绍，ARMANI OUTLET 全场 3—6 折，COACH 全场 5 折，部分享折上 8 折，HUGO BOSS 全场 4 折，几乎所有的名品店中，都簇拥着一大波人群。导购员马不停蹄地穿梭招待，似乎宁波老百姓对这些高档货相当“扛得住”。

在 New balance 的店里，90 后小杨则向笔者展示了他刚买到的两双运动鞋，“一双是 574 经典款，找了好多地方都没有买到，现在好了，终于在 2014 年的第一天圆了这个心愿，感觉好棒。而且奥特莱斯就在家门口，价格还这么便宜，多买几双都觉得实惠。”

除了在杉井奥特莱斯广场看到满载而归的“家庭消费大军”，笔者还见到了来杉井奥特莱斯广场“扫货”的淘宝店主们。广场内一家知名品牌的售货员向笔者爆料，因为很多品牌平日的折扣已经降至很低，一到活动日简直便宜得几乎没有了利润空间，因此吸引了一批淘宝店主来囤积抢货。“很多柜台的衣服都被抢光了，幸好是品牌直营，铺货量大。特别是元旦期间，一有断货缺货的情况发生，我们当天就会向总部申请，及时调货。”

为了让更多消费者关注杉井奥特莱斯广场，在此次“Happy new year”元旦购物盛宴中，杉井奥特莱斯广场活动可谓丰盛。二维码扫描赢大奖、亲子彩陶 DIY、跟小丑一起折花样气球……一位现场参加“亲子彩陶 DIY”的孩子爸爸告诉笔者：“平时觉得这边氛围好，经常来，没想到，不仅能吃喝玩乐购，居然还能享受有趣的 DIY 活动，太有意思了。”

当然了，最开心要数在这轮二维码扫描过程中幸运中奖的顾客，在宁波杉井奥特莱斯广场官方微信粉丝达到 9555 位的时候，幸运者被抽中获得一套双立人蒸炒锅。而 TOD'S 经典款包包的大奖将在广场官方微信粉丝达到 9999 位的时候产生。

杉井奥特莱斯广场的成功营销策略，不仅吸引了消费者的关注，拉动了销量，也激发了供货商的积极性。看到杉井奥特莱斯广场元旦销售形势喜人，各品牌供货商纷纷调集货源，特别是一些年份较新的应季商品和奥特

元旦消费市场历来是各大商家的必争之地，趁着新年收获的大红包，宁波市民在这一天显示出惊人的购买力。2014 年第一天，杉井奥特莱斯广场人山人海，12 个小时创造了 572 万销售额和突破 2 万的消费人次，威力四射。这场漂亮的胜仗为杉井奥特莱斯广场 2014 年的广场运营赢得了一个好的开始。

【纪录】

元旦销售捷报频传 |

杉井，再创佳绩吸金 572 万

从 2012 年，杉井奥特莱斯广场像是打通了销售的“任督”二脉一般，捷报频传。2014 年这个元旦日也不例外。

早上 9 时 40 分，室外的气温还在 10℃ 左右，但杉井奥特莱斯广场外已经聚集了众多心急的顾客等着广场开门。很多奥莱的客人都在惦记着这一天，事先关注了奥莱的折扣信息，想好了一长串购物清单，就等着开门后买个痛快。十时到了，广场的大门刚一拉开，大批消费者一下子就拥了进来。据广场消费统计显示，广场客流在 10 点到 12 点、14 点到 16 点、19 点到 21 点之间出现了高峰时段，而当日进店消费人次突破了 2 万人次。

习惯在元旦添物件庆团聚的市民朋友真不在少数，继圣诞节印象深刻的血拼狂潮后，元旦的销售捷报再次传来。以低折扣品牌联盟促销打底，新年好礼活动一旁助力，杉井奥特莱斯广场成功延续 2013 年的销售势头，在 2014 年的第一天创造销售小高峰。广场以超 570 万元的销售额和突破 2 万的消费人次继续保持了势如破竹的气势，如同这个新年广场的人气一样，一路高歌猛进。

