以丰富场景打造一站式购物目的地
成都佛罗伦萨小镇
体验+消费成主流

随着消费观念的转变和市场环境的调整，消费者更加理性，对于高品质、高性价比商品的需求日益增强，零售进入“消费分层”和“行业分化”的加速变革期。奥特莱斯通过提供品牌更具“性价比”的商品和高端舒适的购物环境，成功吸引了大量消费者。在成都，奥莱商场已经不再单纯是购物场所，其“吃喝玩乐购”一站式的模式解决了许多家庭周末出行的需求。

打造“购物+微度假”的情景体验场所

在奥特莱斯，消费者可以用更优惠的价格，实现对高品质商品和服务的追求。

作为华西地区首座意大利风格的大型高端名品奥莱小镇，佛罗伦萨小镇落户成都7年以来，凭借独特的意式情怀、多品牌优质选品及持续创新的零售体验，已然成为当地重要的旅游地标，并于2019年被评为国家AAA级旅游景区。作为行业的佼佼者，成都佛罗伦萨小镇在与城市共同成长的历程中，持续创新，积极探索，为成都营造出可持续发展的都市空间典范，有力地推动了成都商业的多元化进程。

在打造旅游+购物的融合体验方面，成都佛罗伦萨小镇可谓独具匠心。小镇以意式建筑风格为蓝本，将佛罗伦萨的经典元素完美复刻，为消费者创造了与众不同的消费情境。“奇幻丛林”家庭游乐中心为华西地区独有的特色创新主题游乐中心——1800平方米的空间中，以体能训练、亲子互动、攀爬探险和VR体验为核心的四大区域，呈现11大趣味满满的互动项目，为家庭式的逛游消费业态带来全新可能。而占地约1900平方米的滨河憩园，则以高达超过80%的绿化覆盖率，于小镇中构筑一片可供闲暇放松的生态绿地。

热闹的成都佛罗伦萨小镇 品牌方供图

“福蛇”新年送祝福

今年6月，全新落成的成都佛罗伦萨小镇三期项目正式开启试营业。在超过12万平方米的建筑面积中，满载浓厚意大利风情的建筑辅以完善配套设施，再次落实构建集购物、旅游、休闲文化体验于一身的一站式旅程。在三期项目中，成都佛罗伦萨小镇更是吸引了近百个国际及国内品牌的强势进驻，为本地消费者及到访旅客提供更多元的个性化时尚选择，夯实将纯正意式时尚生活方式带给中国消费者的品牌承诺。

回归奥莱本质 名品折扣优势凸显

近年，奥莱行业也不断“内卷”。成都佛罗伦萨小镇自开业以来，始终紧扣城市发展的脉搏，不断创新求变。在商业运营方面，小镇积极引入新品牌、调整业态布局，以保持商业活力。在品牌的丰富度方面，小镇有明显优势，集合了超过260家知名品牌，包括Gucci、Prada、Valentino、圣罗兰、巴黎世家等华西地区独家奥莱门店，还有lululemon、昂跑、Nike、Adidas、IT等运动潮牌店，全年最低可享2折优惠，给消费者带来实打实的购物优惠。

从比拼折扣，升级到比拼品牌齐全度以及各种购物服务，佛罗伦萨小镇以整合的零售娱乐化生态模式脱颖而出，将奥特莱斯转变为沉浸式生活方式目的地，实现了消费体验的全面升级。2025乙巳蛇年将至，秉持着促进中意文化深度交融及对全球华人新年的衷心祝福，佛罗伦萨小镇与敦煌画院旗下不可思议的敦煌IP携手合作，共同追溯千年丝绸之路的辉煌足迹，将意大利与敦煌的深厚友谊延续至今。此次，小镇以中国传统文化结合敦煌壁画中的蛇形象——敦煌福蛇IP系列为主题，用蛇的环绕姿态“盘”出2025的圆满，希望将吉瑞、圆满、财富、健康的美好祝愿带给大家。为让消费者深切体验文化交融的独特韵味，成都佛罗伦萨小镇在新年期间，巧妙地将敦煌福蛇IP——这一蕴含深厚文化底蕴的象征，融入小镇的每个角落。通过一系列精心策划的新年主题打卡装置与趣味盎然的线下活动，福蛇的灵动之美、神秘气质及其带来的吉祥寓意将跃然于消费者眼前，为新的一年增添满满的福祉与美好祝福。

未来，小镇亦将持续不断深化娱乐化零售策略，于成都打造一方独特的微度假目的地，汇聚时尚商业、自然景观与城市文化建筑，为本地及到访的消费者提供多个对话窗口，助其感受近在咫尺的意式生活方式潮流。同时，小镇将继续秉持与城市共成长的理念，不断探索创新，为消费者带来更加多元、丰富的购物体验，为成都商业的繁荣发展注入源源不断的动力，也为奥莱行业的发展树立更高的标杆。（广告）