

# 砂之船奥特莱斯正式退出厦门市场

“冰火两重天”，奥特莱斯面临生存考验



新年伊始,国内奥特莱斯连锁巨鳄、全国门店数量稳居第二的砂之船集团,彻底告别厦门市场。

昨日,导报记者调查发现,随着砂之船(厦门)奥莱官方账号发布主体变更公告,曾经承载砂之船集团东南区域扩张雄心的项目,正式交还给业主方。而网络上关于选址、交通和招商的各种吐槽,似乎不仅暴露了砂之船在厦门败北的真正原因,更对奥特莱斯这种业态的商业逻辑提出疑问。

导报记者  
孙春燕 文/图



## 黯然离场

### 砂之船项目回归业主方

2025年最后一天,一则主体变更公告,标志着砂之船在厦门商业版图的终结——当天,砂之船(厦门)奥莱官方账号发布主体变更公告,明确自今年1月1日起,项目正式移交业主方厦门缘岸置业有限公司,后续运营交由国企厦门翔业集团旗下的厦门翔业商业运营有限公司负责。

奥特莱斯(OUTLETS)是工厂直销折扣店的中文音译,核心是在保证正品的前提下主打低价,在商业领域被看作是区别于传统商场的新零售业态。而砂之船(厦门)奥莱,当年就“被寄予厚望”而登场。

公开资料显示,2020年11月,砂之船(厦门)奥莱以集团东南区域首店的姿态高调开业,总体量7.5万平方米。项目选址厦门湖里区海峡新岸,紧挨着五通码头,毗邻五通灯塔公园和五缘湾湿地公园。

在砂之船的预期中,五通片区远离传统商业中心的同时,还能填补周边社区的商业空缺,作为厦门岛内首家真正意义上的奥特莱斯,门店一定能创造不一样的商业成绩。

但现实却狠狠给了砂之船一记耳光。早在几年前,项目就因人气不足被消费者称为厦门“最冷清商场”。虽有2023年周年庆单日销售额破1500万元的高光时刻,但短暂热潮难掩日常运营的持续疲软。

周末时间,导报记者在砂之船奥莱看到,集中了时尚女装和童装的A馆内,顾客身影难觅,室外区域一楼到四楼的大部分门店都已关闭,连唯一有奢侈品销售的意大利空间也已经退场;集中了运动品牌的B馆有些客人,一个品牌店内“低至一折”的广告颇为醒目,但显然还不足以打动客人,驻足的消费者寥寥无几。

## 同床异梦 与业主“分手”早就有迹可循

事实上,选择新年第一天“分手”,并非突然决定,而是一系列经营困境积累的必然结果。

家住五缘湾的蔡小姐,曾对家门口的奥莱充满期待,细心的她发现,就在刚刚过去不久的圣诞促销月,砂之船奥莱的官方账号毫无动静,没有促销氛围,也没有特别的促销活动。“圣诞消费旺季,居然被‘冷处理’,其中必然是有情况了。”

而在网络上,关于砂之船奥莱的吐槽,更是不胜枚举:“交通不便,最大的问题”“去过一次,款式老旧居然还价格不低”“业态太单一了,餐饮就那么

几家,以前还有孩子玩的项目,后来也撤了”“说是奥莱,价格也没有真的便宜多少,关键是品牌都是大路货,整体体验感差”……

对此,蔡小姐深有体会。在她看来,砂之船奥莱的招商确实不合格,“刚开业的时候品牌还比较多,后面陆续撤了不少,留下来的也没几个真的能拿得出手的品牌。”蔡小姐说,她曾去过日本的奥特莱斯,不论是品牌还是价格都让人流连忘返,但在砂之船奥莱,完全看不到大牌折扣、工厂店的优势。

公开资料显示,砂之

船奥莱最初规划品牌300个,但截至去年11月底,场内品牌已缩减至115家左右,仅剩TOMMY HIL-FIGER等少数品牌,餐饮也只有豪客来等寥寥数家,空铺率居高不下。除了营销活动期间,日常运营时段堪称“门可罗雀”。

不仅如此,商场与业主方的合作似乎也不是特别顺畅。蔡小姐说,商场刚开业那几年,只要有积分,每个门店都能扫码免停车费,但后来,门店不能扫码了,不管买多少东西都要去一楼问询处扫码抵停车费。“工作人员说停车场是业主方的,这样操作也是没办法。”

## 生存考验 奥特莱斯进入综合较量时代

直接导致客流基础薄弱。

同时,砂之船奥莱业态本身面临“价格优势收窄”和“体验感不足”的双重挑战。消费者反映“老旧的款式居然和外面的店一个价”,而餐饮配套严重不足进一步降低吸引力。

据了解,砂之船奥莱曾推出“超级奥莱”模式,试图从传统奥特莱斯业态发展为包含超级儿童馆、超级运动馆等多元业态的复合体。然而,这些创新在厦门项目中未能充分体现。

曾建设认为,相比之下,厦门岛外的尚柏奥特

莱斯相对成功,依靠紧邻交通枢纽、免费停车等策略,创造了会员突破30万、2023年营收达7.5亿元的傲人成绩,就在于其精准匹配了大众消费者的核心需求。

不仅如此,尽管全国奥特莱斯行业数据显示增长,但业内“冰火两重天”分化明显。整个奥特莱斯业态,正在面临奢侈品增长放缓、出境消费分流、同业竞争加剧以及线上渠道冲击等重重阻力,奥特莱斯的竞争早已从简单的折扣战,升级为选址、运营、体验和资本运作的综合较量。

## “十四五”福建新增“外贸新兵”4.5万 民营企业占比逾九成

导报讯(记者 孙春燕 通讯员 朱斯琦 苏晨)昨日,导报记者获悉,据福州、厦门海关统计,“十四五”期间,福建省共有45167家企业在海关完成备案,为福建外贸高质量发展注入了源源不断的“生力军”。

数据显示,“十四五”期间,福建省新增备案民营企业43129家,占备案企业总数的95.5%,彰显出民营企业已成为福建外贸最活跃的增长引擎和最坚实的骨干力量。从经营类型看,生产型企业10131家,非生产型企业35036家,推动福建外贸从传统货物出口向“货物+服务”的完整生态圈演进。

企业获得感的背后,是福建省持续深化“放管服”改革,系统打造一流营商环境的决心与行动。五年来,福厦两关以智慧海关建设为牵引,通过推广“互联网+海关”和“单一窗口”全程网办,企业备案时间压缩至一个工作日,整体时限压缩了66.7%,工作效率得到显著提升。

## 闽宁携手促共赢 中卫市枸杞产业专场推介会在厦举办

导报讯(记者 曾宇珊 通讯员 曹文珊)在闽宁协作三十年开年之际,1月10日,“闽宁携手‘杞’福万家”宁夏中卫市枸杞产业专场推介会在厦门举行。

推介会上,宁夏中宁枸杞产业集团、早康枸杞、玺赞庄园等7家代表性企业依次登台,从种植技术、深加工产品到品牌建设多角度展示产业成果,涵盖传统干果、饮品、医药保健品等多元产品线,凸显了枸杞产业从“原料输出”向“价值链升级”的转型。据介绍,宁夏枸杞凭借产区优势和新技术正加速向标准化、品牌化迈进,这张宁夏的“红色名片”同时承载着闽宁协作从“干沙滩”到“金沙滩”的奋斗历程。

现场还举行了多轮签约仪式,玺赞庄园、杞滋堂、宁夏子乙丙等宁夏企业与福州定有福电商、夏商民兴超市、厦门采购商协会等福建渠道商达成合作,将在供应链、商超入驻及电商平台拓展等领域展开合作。目前,已达成年度采购意向3260万元,为中卫市枸杞产业拓宽东南市场奠定坚实基础。