



本报记者 刘淑婷

1月1日至3日，徐州杉杉奥莱以爆棚人气拉开2026年序幕，元旦当日更是销售、客流双双创下开业以来历史新高。

从徐州首家沉浸式微度假商业综合体惊艳亮相，到如今成长为城市商业标杆，徐州杉杉奥莱的发展轨迹清晰可见。新店落地、店铺升级、会员增长、业绩提升……3年间，其不仅用亮眼成绩单印证了“杉杉速度”与“徐州速度”的同频共振，更以文商旅体融合创新实践，为区域商业高质量发展写下温暖注脚。

2026开门红成绩单亮眼

近日，徐州杉杉奥莱发布2026开门红喜报：1月1日，销售额同比提升72.5%，创开业以来单日历史新高；当日客流同比提升51.6%，多个品牌刷新开业以来单日销售纪录。其中，蔻驰、阿迪达斯、安踏等十余个品牌表现尤为突出。

回望2025年，徐州杉杉奥莱成绩斐然：全年销售额同比增长43%，客流同比增长27%，会员总量突破100万。品牌荣誉方面，骆驼（CAMEL）等3个品牌获2025年全国销售第一；Calvin Klein Jeans、MLB等8个品牌拿下华东销售第一；耐克、阿迪达斯等14个品牌位居江苏销售榜首；PLANET 33（GUCCI）等13个品牌全年销售额同比提升率全国第一。

品牌升级方面，2025年多个品牌完成门店升级改造与全新布局：FILA、北面（THE NORTH FACE）等10家奥莱旗舰店升级焕新；JOTT、LACOSTE等30家新店入驻，为项目注入蓬勃生机。

项目发展的背后，是对城市商业及区域经济发展的持续赋能——不仅创造了大量就业岗位，更带动周边交通、餐饮、住宿等相关产业发展，成为西区商圈崛起的核心支撑。

首店、旗舰店扎堆入驻

品牌是商业项目的“聚客器”，更是核心竞争力的重要引擎。2025年，徐州杉杉奥莱紧扣徐州商业“首店经济”爆发趋势，以“首店+旗舰店+形象店”为核心抓手，不断优化品牌组合，构建起兼具高端质感与潮流活力的品牌矩阵。

这一年，项目深耕户外品类，强化配套服务，持续引进区域首店：重磅引入全国首家特步跑步紫标店、江苏首家李宁超级奥莱旗舰店、江苏首家安踏Park奥莱旗舰店，其中李宁与安踏旗舰店均为面积逾千平方米的双层大店，产品阵容媲美正价门店，涵盖跑步、篮球等核心品类，精准契合户外运动消费迅猛增长的市场需求。

同时，项目深化国际名品与轻奢品类布局：Max Mara、SHIATZY CHEN等国际品牌首店持续发力；蔻驰奥莱旗舰店凭借丰富品类稳居区域销售前列；区域规模最大的耐克旗舰店年销售额突破2亿元，阿迪达斯旗舰店销售额多次位列江苏第一、全国第一；彪马、李宁等多个品牌增长率蝉联全国榜首。

既有品牌的焕新升级与优质新品牌的持续引入，不仅填补了以徐州为中心的区域高端奥莱消费空白，更形成强大品牌聚合效应，让“购在杉杉”成为苏皖鲁豫四省消费者的共识。

这波「流量密码」藏不住了

杉杉奥莱新年首日销售、客流双双创新高

“宠粉”服务暖到心坎里

如果说商业链接起与消费者的关联，品质化服务则是深化这种关联的纽带。2025年，徐州杉杉奥莱坚持“以消费者为中心”，在细节处打磨服务，让商业空间充满温度。

为异地消费者提供旅游咨询与行李寄存、主动提供导购帮扶、开通快递寄送服务、为年轻消费者打造圈层社交活动……真诚与用心藏在场内的每一处细节。

项目还升级了亲子卫生间与母婴室，温奶器、消毒器、私密哺乳间等设施一应俱全；完善

会员服务体系，从专属停车、积分兑换到定制化活动邀约，让会员感受“被珍视”的体验。

售后保障方面，建立快速响应机制，保障消费者退换货权益，让消费无后顾之忧。这些细节服务共同构筑起项目的“服务护城河”，让“宠粉”融入消费全流程。

凭借“主题活动+品牌折扣+优质服务”，徐州杉杉奥莱已成为西区商圈乃至徐州商业的核心商业体之一，辐射苏皖鲁豫四省周边城市，外来消费占比稳定在约50%。

文商旅体玩出新花样

在消费需求从“商品消费”向“体验消费”升级的当下，徐州杉杉奥莱深耕“奥莱+”模式，推动购物场景从单纯消费空间升级为兼具休闲、社交、文化体验的微度假目的地，带动全年客流增长28%，销售增长47%，会员突破100万人次。

以商为媒，以文铸魂，以旅聚力。2025年，徐州杉杉奥莱季季有主题、月月有活动：春节期间，火壶、火刀等非遗绝技上演，火光划破夜空辞旧迎新；3月联动文旅开启“跟着苏轼游泉山”推介活动；4月，我市首个蔷薇花海迷宫亮相，自然景观与国际潮流交融呈现浪漫时尚走秀；6年中庆，新疆文化风情季（古尔邦节美食盛宴）尽显异域韵味；8

月，20+徐州老牌烧烤店集结打造烧烤大会，现役NBA球星阿隆·戈登空降点燃全城热血；9月，徐州首届糯叽叽面包节温情启幕；10月，周年庆典伴随音乐嘉年华（王赫野见面会）热力开启；11月，感恩节会员私享答谢酒会营造专属仪式感；12月，巨型加菲猫装置打造亲子互动场景，跨年夜超强音浪狂欢为全年画上圆满句号。

文化的底蕴、体育的热血、文旅的温情，让项目成为城市商业文旅鲜活地标，收获万千市民与游客青睐。之外，项目升级后的屋顶开放式空中花园，以超5000平方米宽阔场地成为市民近郊微度假的“心灵放松地”。

持续发力赋能徐州商业升级

近年来，徐州杉杉奥莱通过深度链接本土文旅资源，以商旅融合新模式吸引八方游客，为文旅经济注入商业动能；通过引入全国性标杆品牌与区域首店，拉升区域商业整体能级，为徐州建设“区域消费中心城市”添砖加瓦。

顺应“线上线下深度融合”趋势，项目加快数字化转型步伐，商场手机小程序集成购物、积分、会员服务等多功能，直播带货、限时秒杀等服务持续完善，实现“线下体验、线上消费”无缝衔接；智慧化管理系统依托大数据精准分析客流分布、销售动态与消费偏好，助力精准把控市场趋势，优化品牌布局与营销活动，提升运营效率。

2025年，徐州杉杉奥莱在品牌升级、场景创新、客群拓展、服务优化等方面全面突破，从“商业新秀”成长为区域现象级文旅商业标杆，用实绩书写了自身成长与赋能城市发展的商业故事。徐州杉杉奥莱相关负责人表示，未来将持续引入新兴业态，推动在地文化落地生根，以创新打破传统奥莱业态

边界，让“来杉杉、逛杉杉”成为生活方式，持续放大“好玩、好买、好拍”的场景魅力，为徐州商业高质量发展贡献更多力量。

