

# 中意商区合作共赢新机遇——时尚产业的多元融合

主持人:宝格丽欧洲、中东和非洲地区董事总经理莱礼奥嘎瓦查 (Lelio Gavazza)

圆桌嘉宾:上海纺织控股集团总裁、上海时装周组委会副主任、秘书长朱勇,意大利米兰蒙特拿破仑大街协会主席古理艾勒莫·秘亚尼(Guglielmo Miani)、意大利米兰国际家具展主席罗伯特·斯纳伊戴罗(Roberto Snaidero)、意大利对外贸易委员会主席米凯莱斯卡纳维尼(Michele Scannavini)、国际精品品牌管理专家卢晓。

米凯莱斯卡纳维尼(Michele Scannavini):过去几年,蒙特拿破仑大街和静安南京路大街形成了紧密合作,未来在继续巩固与加强合作关系的同时,将带动更多商业模式的发展。这两个商业圈的合作基于时尚行业,包括珠宝、家具等众多零售业的发展,带动了蒙特拿破仑大街与静安南京路大街的合作成功。其合作背景在于城镇化的发展。我们可以看到城镇化不可逆转的趋势,人口数量越来越多,越来越多的人选择居住在城市。

过去十年城镇人口比例增长到60%或70%,他们是消费的中坚力量。城市的角色越来越重要,作为投资载体,在吸引外资方面提供了很好的环境,不仅是对中国,对法国、英国一些大城市像米兰、纽约、东京等,都是很看中的。

这些城市间的交流加强了国与国之间的紧密合作。例如,蒙特拿破仑大街和南京路,作为两个重

要商业街的合作,在未来将创建合作关系的典范。所以,这是一个学习的过程,我们要互相交流,交换信息,互相了解,同时,培养对这些品牌与产品的兴趣与热情。

我们应引导这些投资,去创建更好的品牌及商业模式。要着重加强服务行业,提供更令人满意的服务。另外,要加强管理,加快线上线下业务整合。同时,不能盲目恶性竞争,而应在创新基础上转变与提升,以消费者的体验为基础,让它们变为更具有吸引力的商圈。

罗伯特·斯纳伊戴罗(Roberto Snaidero):米兰家具展包含了很多的设计元素,每年能够吸引成千上万的参展者,尤其是来自中国的参展者每年都在不断增长。它是一个时尚前沿活动,体现了家具业最新的设计趋势,而中国对米兰家具而言也是新兴的市场。

这次上海米兰家具展有16家来自意大利的公司参展,我们的竞争对手常说,意大利的家具是世界上最好的,其他家具制造商只能模仿我们的设计。毋庸置疑,我们希望能够将这些设计的先进理念带到更多市场。其实家具设计和意大利建筑的设计理念有很多相似之处,我们希望将其展现给中国市场,同时展示出过去几年家具设计的变化历程,每一年设计主题、设计元素都在改变。过去50年,这种变化和追求从未停止过。

中国消费者其实非常欣赏意大利家具,这是我们选择在上海参展的原因。上海是国际化大都市,

这个城市发展很快,变化很多,所以有更多的意大利公司选择进入这个市场。

古理艾勒莫·秘亚尼(Guglielmo Miani):从影片中,可以看到蒙特拿破仑大街的元素。米兰蒙特拿破仑大街在中国有深远的影响,特别是一些奢侈品牌与时尚元素。此地聚集了150多个国际品牌,有10个博物馆,形成了多元化的商业业态。它是非常独特一条大街,有几个商业圈,(当然其他城市有很多商业圈),但是米兰是一个小城市,只有100多万人口,这里有25家顶级餐馆,我们所有活动集中在蒙特拿破仑大街。蒙特拿破仑大街贡献了整个米兰12%的GDP,现在已成为一个非常重要的商圈,这里80%的购物者都是外国人,其中很大一个群体是中国人。

静安区是一个充满活力的区域,与我们很相似,我们与静安区合作潜力很大,这样能够推动静安区更好的发展。

过去一年,我们在蒙特拿破仑大街举办超过40场活动,最近举办的一个活动集聚了100多个国际品牌,不仅有意大利品牌,还有其他国家的奢侈品牌。这个活动主题是关于红酒的。举办这样一个类似品酒会的活动,是要通过这种方式,打造一种生活时尚,引起游客的情感共鸣,吸引更多游客来到意大利与米兰。更重要的是要引导消费者,把正确目标客户引到商圈,打造和举办一系列活动。目前这个红酒品尝活动我们已经举办了7年,对商圈起到了非常重要



宝格丽欧洲、中东和非洲地区董事总经理莱礼奥嘎瓦查 (Lelio Gavazza)

的带动作用。

另外,我们推出了一个网站以及相应的移动应用程序,消费者能够在手机上下载程序,从中了解到关于蒙特拿破仑大街一些奢侈品牌的信息。在活动中,我们也会把这些信息链接到历史文物古迹上,一些品牌也进入到历史建筑,丰富消费者的生活。

此外,在拿破仑社区,我们还建立了一套大数据的收集体系,在下载应用程序以后,可以通过收集消费者信息、了解消费者的体验,利用数据分析帮助我们业务提升,这个系统对我们来说是非常有帮助的。

这方面我们是与其他公司一起合作的,对方是一个非常大的数据服务公司。除此之外,我们在米兰蒙特拿破仑大街有一个实体店,提供专有的五星级服务,给客户带来一些VIP的体验。对于奢侈品牌来说,服务是非常重要的。我们还会组织一些团体活动,比如参加米兰时装周等。不管针对个人VIP客户,还是团体VIP客户,蒙特拿破仑大街过去7年里打造过很多活动,我们在活动中积累了很多成功经验。我们可以将这些经验带给客户,带到静安区,与之分享。同时,我们打造出的这些商业活动,也会帮助推动业务与销售额,相信这对静安区来说是非常有价值的。

朱勇:静安区是上海时装周主办方之一,静安区南京路有很多的活动带动提升南京西路整体的活力,这个商业街与意大利著名的商业街战略合作,我想肯定会提升静安区南京西路整体运行水平,对整个上海商业起到引领作用。上海时装周已经在静安区落户13年,从落户至今得到区政府全力支持。上海时装周和区政府形成良好的互动,带动静安区特别是南京路地区商业的发展,其中很多的国际品牌,包括意大利品牌几乎都参加了上海时装周。他们在中国年轻消费者中有很大的影响力,品牌价值迅速提升,对年轻消费者也有很强的带动力。这几年,上海时装周逐渐成熟,成为一个很好的平台。

2015年,宝芝品牌南京西路旗舰店开业,同时在上海时装周国际品牌发布会上进行了走秀。现在,上海时装周走秀与商业互动越来越紧密,包括来自意大利的一些品牌在上海首次开店,在上海时装周平台上进行发布。

上海时装周与伦敦、米兰、巴黎都签订了战略合作协议。今年上半年,在上海时装周期间,意大利时尚协会主席及法国时装工会主席与我们建立了一个合作机制。11月4号,我们三方在米兰举行了第二次会议,将合作推向更紧

密的关系。今后三方设计院校的设计师能够进行互动,相信将对静安区南京西路商业街的繁荣和发展都会有促进作用。

现在时装周不但有秀与发布会,还有一个商贸活动,前两年开始上海时装周举办期间会有模特展,现在面积已经达到了2万平方米,今年有500多个品牌,32个秀展示,很多国际买手飞到上海下单与订货,带动整个订货与产业链的发展。这种模式在上海时装周已经很成熟。但我希望今后能有一个常年的展示聚集地,现在初步考虑定在静安区,以固定形式延续下来,形成一个常年的秀路。此外也应该有一个面料、纺织与高端面料聚集地,一起搭建平台,同时也能促进整个商圈的繁荣。

今年时装周也进行了快闪店的模式,与蓝卡福合作,以绿色环保为主题,我想南京西路商业街要与上海时装周有进一步互动,用快闪店的模式,也可以走进意大利蒙特拿破仑大街;在纽约时装周期间带中国设计师走进时装周,也要有快闪店的模式,同时吸引北欧买手进入到上海时装周,每季度都带买手过来,这种互动会促进双方的合作。

静安区南京路地理位置具有历史意义,上海的商圈同时富含很多文化底蕴,也有很好的展览区域,如展览、论坛、酒店,我们多次在时装周期间进行了数据跟踪和分析,发现客流消费有10%以上的增长,其中五星级酒店增长比例超过10%,带动了整个商圈的发展,包括餐饮。这说明这种商业模式带动力很强。

最近我们与静安区政府及商务委进行新一轮战略合作协议起草,双方会进一步加强合作,将南京西路这条街,代表上海时尚的商业地标共同打造好,成为上海时尚之都一个标志性的商业街。

卢晓:本届论坛的主题是讲商业和零售及商圈的问题。实际上商圈和零售的商业业态的主题就是品牌。不管是国际品牌,还是中国品牌。只有品牌发展了,商圈才有发展,商圈文化以及一系列的问题才能解决。相信静安区和上海欢迎各位商圈所承载的世界各国优秀品牌、时尚品牌都到静安区来开店,共同塑造静安区的商圈。

当然这个过程并不是单向的,应是多向的,因为世界零售市场已经全球化了。在此分享一些数据,中国去年出境游人次是1亿人次,增长速度是9%。随着经济的发展与人民生活水平的提高,大家都愿意到世界各地观光,可能是出于商务目的或旅行度假目的。世界各

国重要精品商圈,也是中国高端消费人群的目的地,如果各商圈有些品牌在静安区有店面、体验店与商业,就会在中国高端消费人群中树立非常好的形象。中国消费者了解世界各国优秀品牌,他们出境时,到世界各地商圈又可以找到品牌发源地。通过各种形式带给中国消费者的体验,或为他们带来价值创造,这个过程中,希望全球各个精品商圈的代表能够回去分享中国的信息,也就是当中国有一些企业、一些品牌商想到国际去开店,希望各个商圈以开放的心态,让中国优秀品牌在更公平的市场竞争环境下,将自己的体验店或零售店开到国际,或者人群较多的地方。

同时中国有很多的优秀品牌,静安区有大量老字号的品牌,上海有优秀的轻工业品牌,这些年他们都在不断加强自己的实力。未来,它们的国际化是一个必然发展阶段。借助各商圈的支持,这些中国企业会为各商圈、商业、税收以及就业等方面创造多种机遇,这就是双方在商圈和品牌领域进行的合作。这也将形成一个共赢的生态。

另外是关于投资方面,中国很多优秀品牌和优秀品牌集团在全球过程参与优秀品牌一起成长,不管是法国品牌、美国品牌、新加坡品牌等等,如果有些品牌企业在发展过程中有传承问题,或其管理团队或者继承人遇到其他难题,无法继续发展,同时恰好又有中国相关的企业和投资人愿意参与国际品牌的运营和投资中,我相信这也是一个机会,将各国优秀品牌与这些中国企业进行国际化联姻合作,一方面盘活这些品牌在欧洲与世界各地的品牌,同时又打开了这些品牌进入中国的大门,借助中国市场,借助全球市场和中国投资共同发展,在资本和投资领域进行合作。

最后就是关于品牌之间的交流。品牌之间交流需要平台,相信静安区这么多年致力于精品品牌生态与商圈的工作,已经建立了多种平台,这次论坛就是一个平台,允许世界各国优秀品牌参与论坛,同时中国知名品牌公司也可参与其中。其间品牌和品牌之间有更多的交流与合作机会。当然以上三点,最重要还是把品牌做好,精品品牌除了物质层面价值创造,还有精神层面价值创造,这一点各国都有各国的优势,希望中国有着悠久历史的品牌、创新品牌,以及创意设计品牌都能够把自己的品牌做扎实,借助论坛平台的国际化或国际交流的捷径将自己的企业做大做强。



朱勇与莱礼奥嘎瓦查(Lelio Gavazza)共同为“中意时尚创意咨询委员会”成立揭牌



上海纺织控股集团总裁、上海时装周组委会副主任、秘书长朱勇做交流发言



论坛专题内容由本刊编辑岗根据速录采编整理,均未经本人审定