



本栏目由上海市衡山(集团)公司特别支持!

可持续发展是时尚设计与商圈的共同未来

圆桌议题讨论嘉宾:巴黎香榭丽舍大街管委会主席让·诺埃尔·莱因哈特(Jean-noel Reinhardt),上海时装周组委会副主任、秘书长,上海纺织控股集团总裁朱勇,唯泰集团全球零售运营总监西蒙·威廉姆森(Simon Williamson),玛莎拉蒂中国区董事总经理薄亚铭(Mirko Bordiga)。

圆桌主持人 克里斯蒂安·福迪斯(Christian Foddis)。



让·诺埃尔·莱因哈特



薄亚铭



朱勇



克里斯蒂安·福迪斯

●克里斯蒂安·福迪斯:首先我们想请教巴黎香榭丽舍大街的管委会主席让·诺埃尔·莱因哈特先生,您觉得可持续发展的重要性体现在哪里呢?

让·诺埃尔·莱因哈特:不知道大家有没有来过香榭丽舍大街,每年这里都会迎接很多游客,为了满足消费者以及他们的消费需求,我们也会举行类似的会议,讨论如何管理我们的香榭丽舍大街,更好地应对各方挑战。

香榭丽舍大街有建筑师、设计师、承租方等,我们把各方的利益相关者聚集到一起,一同探讨。根据数据统计,到访香榭丽舍大街的人很多,有25%的人来此购物。剩下75%则出于其他目的。

我们一直以为在香榭丽舍大街,不同行业深度融合会刺激所有的业态发展,但其实不然。我们这里有20多家店,其中一些规模很大、商品很全、品牌也很响,但有一些人他们在香榭丽舍大街只是来散步,只是想在这里走一走,或者在咖啡厅跟朋友见见面、喝咖啡,或者去博物馆参观和去剧院看戏,只有不到四分之一的人主要是为了购物。这就意味着,我们需要清晰地了解这些人来到香榭丽舍大街的目的究竟是什么?

为了将人流转化为销量,我们采取了一些有针对性的措施,在香榭丽舍大街设置免费的无线网络,不仅在商店内,人们在大街上也可以随时随地实现互联互通,而且无线网络信号非常稳定。我们还与各家企业合作,确保他们的无线网络足够畅通。近些年,我们非常注重帮助他们为顾客营造良好的购物体验,不仅仅是高端的奢侈品牌,普通的品牌也要受到同等的重视。此外,香榭丽舍大街有35家餐厅及酒店,我们鼓励他们有机整合,来吸引更多游客。

同时,我们还希望巴黎也是步行者的天堂,也就是说它是一个步行街,没有车辆进入。当我们讨论可持续发展的议题时,我们要考虑到这里有很多游人。如果说每年这里要接待大概1亿游客的话,要保证总体的服务质量,食物质量,不因人流大而变差。

我们决定要组织一个周末步行街的活动,同时每隔3个月,都会组织大型的活动,这样能提高线下游客的参与度。前段时间在巴黎有一个时尚秀,就是在香榭丽舍大街举行的。同时,我们还有艺术馆,展示从15世纪到现在的艺术作品、大师杰作。

总体来说,这些活动都是为了丰富游客的娱乐和人文的体验,让更多的人来到香榭丽舍大街。所以我相信,作为管理方,我们应该用更多可持续发展的策略来支持商圈的发展。

另外还有一个问题,香榭丽舍大街的活动,都有不同的参与方加入进来,那么应该如何协调他们统一发展呢?作为管理方,我们所做的就是让他们表现出各自品牌的特色。在新品牌进入香榭丽舍大街之前,我们都要做调查,评估这个品牌能否与香榭丽舍大街的个性相吻合,只有那些气质相符的品牌,才可以入驻。准确来说,我们要做的就是把香榭丽舍大街这个名称打造成品牌,为消费者展现我们的价值,同时这样的价值也会被消费者认同。

除此之外,我们也鼓励进驻的品牌去创新、创造,去实现可持续性的发展。比如最近我们做了第36期香榭丽舍大街灯光装饰,增加了大街上所使用灯具的数量,但同时还要节能,当我们给商户解释这个想法的时候,不管是LV还是迪奥,他们都同意这样的节约电能策略。

我们还支持市政府关于减少巴黎车辆的决定。在过去,香榭丽舍大街上每天约有40多万辆汽车经过,为了减少车辆使用,我们在周日举行了更多的行人步行活动。另外在明年合适的时候,我们还要增加自行车活动。通过这些活动,可以有效地减少香榭丽舍大街上的汽车数量。

●克里斯蒂安·福迪斯:有时技术也会帮助我们创造一个更可持续发展的世界,在这方面我想请教玛莎拉蒂中国区董事总经理,汽车行业每年增长率是非常高的,您又是如何看待汽车领域的可持续发展呢?

薄亚铭:玛莎拉蒂想要寻找一个折中点,既立足未来,又能保障效益。我们知道,现在人们的行为改变是非常迅速的。年轻人的需求,跟我们这代人是不一样的,年轻人需要汽车电气化。这个电气化的概念到底是什么?我们认为的电气化,并不仅仅是指电动汽车,电动汽车仅仅是电气化的一方面,未来可能会有混合动力汽车,也会有新能源汽车。汽车行业现在正积极与政府进行合作,把我们的城市变成一个更宜居的城市,让大家在城市当中能有更好的居住体验,有更好的交通体验,并且有更和谐的环境。

●克里斯蒂安·福迪斯:现在家具展关注的可持续发展方面有哪些项目呢?

薄亚铭:目前还有很多不确定的因素,但是我们有计划,第一个是短期目标,希望能够跟政府相关部门确立更加严格的可持续发展标准,我们非常重视可持续发展的趋势。玛莎拉蒂希望在未来能有非常长远的发展,我们也是希望能适应可持续发展的市场趋势。

●克里斯蒂安·福迪斯:请问朱勇先生,时尚行业的可持续发展在上海的现状如何?

朱勇:可持续发展已经成为时尚界的发展趋势。上海时装周是全球时尚发布趋势的一个重要平台,特别是在中国有绝对的引领作用。上一届,整个时装周的现场观众达到了7万多人。通过自媒体关注转发,达到7000万次。关注时装周人群的80%都是年轻人。像上海时装周这个平台,有这么大的消费群体在关注。所以我们会不断地跟我们的品牌方,包括设计师,在可持续发展的主题上进行广泛的合作。同时,利用上海时装周的平台,跟上海的一些商圈进行合作。把可持续发展的理念,植入到产品、品牌,促进中国的消费者消费升级,从而带动上海地区发展。本次论坛,静安区政府能够把这个概念在商圈、时尚界提出,是非常有眼光与前瞻性的,能够使品牌方跟商家以及时尚界串联起来。通过交流,再把它联系起来,使绿色消费能在这个区域生根落地。

●克里斯蒂安·福迪斯:请问唯泰集团全球零售运营总监,你们虽然是在广州,但是在上海开设了购物村,那么在零售这个领域,你们所采取的与可持续发展相关的举措有哪些?

西蒙·威廉姆森:唯泰集团认为,可持续发展并不仅仅是一种意识,更是一种意愿,如果要取得成功,就要有人引领。那么可持续发展是一个需要融入到日常生活当中的概念,这样才能够真真切切地产生变革。我觉得目前最重要的是总结经验。在25年前,有一个公司专门去投资绿色工厂,这些绿色工厂对环境没有任何污染,原材料用的是天然染料,连纽扣也是天然材料手工制作。经过25年的发展,我们的技术提高了,产能也飞速发展,但是在环保方面并没有很大的进步,所以说在零售行业坚持可持续发展,我们还有很长的路要走。

我们曾与设计师一起合作来实现可持续发展。在意大利,我们举办了绿色挑战赛,取得了很好反响。我觉得可持续发展是一种心态和一种思维的方式,甚至说,在学校接受教育的时候,就可以将这样的意识灌输进去。古驰跟菲拉格慕是我们非常重要的奢侈品牌,在2018年的时候,这两个品牌决定不再使用毛皮材料,所以说变革总是逐渐推进的。例如现在欧洲,超市已经不再使用塑料袋,这就是我们对环境所作的贡献,也是应该在全球范围内推广的一些举措。

●克里斯蒂安·福迪斯:非常同意您刚才所说的,我们一定要关注这些年轻人的想法。比如意大利高端品牌菲拉格慕,最近在很多的门店去推广可持续标准认证。也建立了我们的平台,所以你们觉得这样行业内的举措会得到消费者以及其他大众的认可吗?

西蒙·威廉姆森:我认为,这些行业的领先者起到了模范带头作用,为环保作出了积极贡献。对于消费者来说,如果他们到一个商场,这个商场是否获得了环境绿色认证,对消费者来说并不重要。甚至对一些商户来说,绿色认证并不是他们所关注的。所以像我之前说的,可持续发展需要一种思想的转变,思想的转变才是最重要的。

●克里斯蒂安·福迪斯:作为零售方,或者是消费者,可持续发展对于最终的客户和消费者将有什么影响呢?他们是否认同?

让·诺埃尔·莱因哈特:当然是的,这是一个长期性的教育问题,我觉得相比几十年前,已经有越来越多的人知道什么样的产品对环保最有益,所以说一旦消费者意识到可持续发展的重要性就一定会有所行动。当然,目前在某些领域的环保上,我们可能有一些滞后,但是我们仍在不断推广环保理念,我相信会有越来越多的消费者意识到环保的重要性。

朱勇:除了对消费者的吸引,对于整个商圈来讲也是的,积极参与到可持续的发展活动当中,对于商家的知名度提升也是有利的,实际上大家都是一致的,所以可持续发展能够更好平衡三方的利益。

西蒙·威廉姆森:我觉得品牌方可以有选择地去发展一些可持续发展的项目,不论是在产品包装还是生产环节。我们知道,现在的环境在不断的变化,消费者的需求也在不断变化。现在的年轻人对于可持续发展,对于他们的社会责任有着更加清醒的认识,我觉得实现可持续发展只是一个时间问题。应该让各个品牌将可持续发展纳入自己的长期战略来考虑。

薄亚铭:我觉得市场、环境都在其中发挥了作用,市场有着自我调节的机制,政府和政策层面的支持也促成了可持续发展的进一步提高。虽说目前这还只是个趋势,但是在未来可持续发展将会成为主流。

“福布斯·静安南京路”论坛从街区切入,结合时代发展和市场走向,利用整合出的信息数据帮助商圈发展共赢互荣。嘉宾代表纵观全球动态,在商业高速运营基础上增添艺术文化气息,创新出上海商圈独有的文化张力。

历届论坛主题回顾

- 2007年“第一届·福布斯静安南京路论坛”品牌、街区与市场
- 2008年“第二届·福布斯静安南京路论坛”国际化商业街区的发展新趋势
- 2009年“第三届·福布斯静安南京路论坛”现代戏剧谷
- 2010年“第四届·福布斯静安南京路论坛”静安区国民经济十二·五规划
- 2011年“第五届·福布斯静安南京路论坛”智汇设计,时尚之都
- 2012年“第六届·福布斯静安南京路论坛”城市发展——商业生态之平衡与融合
- 2013年“第七届·福布斯静安南京路论坛”大数据时代的服务业创新
- 2014年“第八届·福布斯静安南京路论坛”商业本源与商圈发展
- 2015年“第九届·福布斯静安南京路论坛”“互联网+”时代的商圈新发展
- 2016年“第十届·福布斯静安南京路论坛”全球城市愿景下的国际商圈新定位

【关于福布斯中国】

福布斯于1917年在纽约创立,以“创业精神,创富工具”为口号,凭借其企业家精神和创新意识成为行业翘楚。福布斯制作的榜单被称为“经济的晴雨表”和“财富的风向标”。自2003年起福布斯来到中国,秉承为中国企业决策精英倡导创业精神的理念,制作了包含“福布斯中国富豪榜”在内的一系列榜单、调研、活动及其他平台。福布斯中国致力于为高端客户打造具有进取心的互动社区,提供前瞻、共享的环境,构建创业、创新的信息生态链。

本期论坛专题由本刊编辑部根据速记采编整理

