

专访砂之船董事局主席徐荣灿

扬帆探路 12年 用艺术驱动商业

本报记者 陈晴文/图

“12”在中国算是一个大数,一年有12个月,中国人有12个生肖,走到“12”也预示着崭新的开始。对于砂之船来说,从2008年第一座奥特莱斯对外营业到今年,刚

先艺术后商业

“我热爱音乐,经常和朋友们听着《砂之船》谈理想聊情怀,所以开的第一家咖啡馆取名砂之船。这是砂之船集团名字的由来。”徐荣灿说。

不仅集团名字带有故事色彩,在商海驰骋多年的徐荣灿和每一位创业者一样,背后也有一段传奇的经历。

出生在重庆璧山区的一个偏远山村,11岁离家外出求学;在中学时期,徐荣灿买布料,为自己剪裁缝制了人生第一条喇叭裤;读书时是一位热血青年,喜欢和同学们一起听黑豹乐队的歌,还会和朋友们一起听着《砂之船》畅谈梦想;大学毕业后,作为青年教师在西南师范大学任职,爱好黑白摄影。“那时候我是家里的荣耀。”徐

“艺”“商”平衡

总是创造“出其不意”的徐荣灿,在做奥特莱斯初期也表现出不同常人的理念,他将品位从咖啡馆带到了奥特莱斯。在2016年砂之船超级奥莱全球发布仪式上,徐荣灿就提到“砂之船也许不是最大的企业,但一定是全球最有品位的企业之一”。特别是在实体商业同质化问题异常严峻的当下,品位这种不可复制的竞争力,才是解决同质化这个全球实体商业最大问题的关键。

在徐荣灿看来,品位是在满足消费者基本需求以上的一种美学向往。“砂之船对品位的不懈追求,是与其他奥特莱斯商业最大的差别”。这也被徐荣灿认为是商业引流最好的方式。

在变中寻机

红砖城堡建筑成为砂之船的文化符号,砂之船也将品位带到了每一座城市,但徐荣灿深知独有的商业特色并不能让企业一劳永逸地发展下去。他说:“世界上没有什么永续经营,所谓的永续经营,就是在每一个重大的转型期都能够转型成功。”

砂之船这艘艺术巨轮在驶入更多城市的同时,徐荣灿也在寻找集团发展的更多可能性。

在徐荣灿看来,2018年3月

好12年;9月19日开业的砂之船(扬州)奥特莱斯是其运营的第12座奥特莱斯。

“12”对于砂之船来说也注定不平凡。砂之船(扬州)奥莱是砂之船走出省会城市的第一次,开业当日36个小时通宵营业,销售额突

破5199万元,奢侈品集合店39意大利空间销售额突破600万元,总客流量超过30万人……

近日,中国商报记者对砂之船董事局主席徐荣灿进行了专访,以探寻他“商业帝国”的成长轨迹及未来发展方向。

破5199万元,奢侈品集合店39意大利空间销售额突破600万元,总客流量超过30万人……

近日,中国商报记者对砂之船董事局主席徐荣灿进行了专访,以探寻他“商业帝国”的成长轨迹及未来发展方向。

破5199万元,奢侈品集合店39意大利空间销售额突破600万元,总客流量超过30万人……

近日,中国商报记者对砂之船董事局主席徐荣灿进行了专访,以探寻他“商业帝国”的成长轨迹及未来发展方向。

破5199万元,奢侈品集合店39意大利空间销售额突破600万元,总客流量超过30万人……

近日,中国商报记者对砂之船董事局主席徐荣灿进行了专访,以探寻他“商业帝国”的成长轨迹及未来发展方向。

破5199万元,奢侈品集合店39意大利空间销售额突破600万元,总客流量超过30万人……

近日,中国商报记者对砂之船董事局主席徐荣灿进行了专访,以探寻他“商业帝国”的成长轨迹及未来发展方向。

破5199万元,奢侈品集合店39意大利空间销售额突破600万元,总客流量超过30万人……

近日,中国商报记者对砂之船董事局主席徐荣灿进行了专访,以探寻他“商业帝国”的成长轨迹及未来发展方向。

破5199万元,奢侈品集合店39意大利空间销售额突破600万元,总客流量超过30万人……

近日,中国商报记者对砂之船董事局主席徐荣灿进行了专访,以探寻他“商业帝国”的成长轨迹及未来发展方向。

破5199万元,奢侈品集合店39意大利空间销售额突破600万元,总客流量超过30万人……

近日,中国商报记者对砂之船董事局主席徐荣灿进行了专访,以探寻他“商业帝国”的成长轨迹及未来发展方向。

破5199万元,奢侈品集合店39意大利空间销售额突破600万元,总客流量超过30万人……

近日,中国商报记者对砂之船董事局主席徐荣灿进行了专访,以探寻他“商业帝国”的成长轨迹及未来发展方向。

破5199万元,奢侈品集合店39意大利空间销售额突破600万元,总客流量超过30万人……

近日,中国商报记者对砂之船董事局主席徐荣灿进行了专访,以探寻他“商业帝国”的成长轨迹及未来发展方向。

破5199万元,奢侈品集合店39意大利空间销售额突破600万元,总客流量超过30万人……

近日,中国商报记者对砂之船董事局主席徐荣灿进行了专访,以探寻他“商业帝国”的成长轨迹及未来发展方向。

破5199万元,奢侈品集合店39意大利空间销售额突破600万元,总客流量超过30万人……

近日,中国商报记者对砂之船董事局主席徐荣灿进行了专访,以探寻他“商业帝国”的成长轨迹及未来发展方向。

破5199万元,奢侈品集合店39意大利空间销售额突破600万元,总客流量超过30万人……

近日,中国商报记者对砂之船董事局主席徐荣灿进行了专访,以探寻他“商业帝国”的成长轨迹及未来发展方向。

破5199万元,奢侈品集合店39意大利空间销售额突破600万元,总客流量超过30万人……

近日,中国商报记者对砂之船董事局主席徐荣灿进行了专访,以探寻他“商业帝国”的成长轨迹及未来发展方向。

破5199万元,奢侈品集合店39意大利空间销售额突破600万元,总客流量超过30万人……

近日,中国商报记者对砂之船董事局主席徐荣灿进行了专访,以探寻他“商业帝国”的成长轨迹及未来发展方向。

破5199万元,奢侈品集合店39意大利空间销售额突破600万元,总客流量超过30万人……

近日,中国商报记者对砂之船董事局主席徐荣灿进行了专访,以探寻他“商业帝国”的成长轨迹及未来发展方向。

破5199万元,奢侈品集合店39意大利空间销售额突破600万元,总客流量超过30万人……

近日,中国商报记者对砂之船董事局主席徐荣灿进行了专访,以探寻他“商业帝国”的成长轨迹及未来发展方向。

破5199万元,奢侈品集合店39意大利空间销售额突破600万元,总客流量超过30万人……

近日,中国商报记者对砂之船董事局主席徐荣灿进行了专访,以探寻他“商业帝国”的成长轨迹及未来发展方向。

破5199万元,奢侈品集合店39意大利空间销售额突破600万元,总客流量超过30万人……

近日,中国商报记者对砂之船董事局主席徐荣灿进行了专访,以探寻他“商业帝国”的成长轨迹及未来发展方向。

破5199万元,奢侈品集合店39意大利空间销售额突破600万元,总客流量超过30万人……

近日,中国商报记者对砂之船董事局主席徐荣灿进行了专访,以探寻他“商业帝国”的成长轨迹及未来发展方向。

破5199万元,奢侈品集合店39意大利空间销售额突破600万元,总客流量超过30万人……

近日,中国商报记者对砂之船董事局主席徐荣灿进行了专访,以探寻他“商业帝国”的成长轨迹及未来发展方向。

破5199万元,奢侈品集合店39意大利空间销售额突破600万元,总客流量超过30万人……

近日,中国商报记者对砂之船董事局主席徐荣灿进行了专访,以探寻他“商业帝国”的成长轨迹及未来发展方向。

破5199万元,奢侈品集合店39意大利空间销售额突破600万元,总客流量超过30万人……

近日,中国商报记者对砂之船董事局主席徐荣灿进行了专访,以探寻他“商业帝国”的成长轨迹及未来发展方向。

破5199万元,奢侈品集合店39意大利空间销售额突破600万元,总客流量超过30万人……

近日,中国商报记者对砂之船董事局主席徐荣灿进行了专访,以探寻他“商业帝国”的成长轨迹及未来发展方向。



砂之船董事局主席徐荣灿。

那段游学意大利的经历,让徐荣灿也更早地接触到西方奥特莱斯的经营理念,随后他多次前往美国(奥特莱斯的起源地)进行考察和学习,让他对奥莱有了更深刻的认识。2006年,徐荣灿决定转型做奥特莱斯,选址在自己家乡重庆北部新区的一块“毛荒之地”。

“和开咖啡馆一样,我要把自己接触到的最新理念传达给我的

何激活商业运营?在徐荣灿看来,本质上要做两件事:社群链接和场景体验。

有别于其他奥莱项目,早在2009年,砂之船就引进电影院等体验业态。2016年,徐荣灿首推“1+N”超级奥莱模式,所谓“1+N”,“1”即是奥特莱斯,“N”是围绕健康、娱乐、文化等符合现代消费者消费趋势、社交需求、内容建设的新型线下社交生态圈布局,包括超级儿童馆、超级运动馆、超级乐园、超级农庄、超级家居等。

据悉,砂之船会根据不同城市的消费习惯引进不同的体验业态配比。增加体验业态、构建多维度场景,这是砂之船打破传统奥莱模式的又一次商业升级。

热情依然不减。这是属于我们的线下‘双11’。”

“为什么砂之船能够做到通宵营业客流不减,这里有我们的秘密武器,团队会研究什么时间段适合播放何种音乐吸引顾客消费……”这是他们的秘密武器,徐荣灿停了下来,他没有透露更多。

然而,任何一艘航船都有靠岸的一天,砂之船这艘巨轮哪里才是它终将停靠的港湾?徐荣灿还没来得及回答这些问题,采访就要结束

家乡人民,并且我当时预测到对于这个未知的新事物他们一定会感兴趣。任何一个时代,人们都不会减少对美好事物的向往与追求。”徐荣灿说。

事实证明,徐荣灿的决策是对的。2008年重庆西部奥特莱斯项目正式开业,随即获得高客流、高销售的成绩。由此,砂之船也成功实现由服装生产商、零售商向商业管理平台企业的转型升级。

徐荣灿表示,中国的奥特莱斯消费以家庭为主,只一味通过低价吸引消费者显然已经行不通,还要通过不同业态的打造,来满足从老人到儿童不同年龄层的消费需求。让消费者在这里感受到同一兴趣的圈层,才能与消费者建立真正的“朋友”关系。进而创建更深的互动体验和更强的品牌认知,带来消费行为的黏性。

从首倡艺术奥莱,到构建“1+N”超级奥莱模式,在徐荣灿看来,这只是他和他的团队将品位融入商业中,带给消费者更好的购物体验。“其实,我只是一个商人,艺术就是我的生意。对我而言,商业和艺术是融在一起的,不是分割的。”徐荣灿说。

他要赶去和江苏扬州市民一起参加砂之船的开业庆典。这是砂之船的第12座奥特莱斯,也是砂之船奥莱开业的第12年。

据悉,在砂之船(扬州)奥莱开业的1天半、营业36个小时内,创造了多个销售纪录:36小时营业销售额突破5199万元,奢侈品集合店39意大利空间销售额突破600万元,总客流超过30万人……砂之船这艘巨轮在“12”的轮回中以更高的起点扬帆起航。

业态,在疫情期间,到家业务出现爆发式增长,同时新零售(到家)企业也通过无接触配送、增加配送运力、优化供应链等方式,既维持了民生需求,又更加符合消费者习惯,融合线上与线下,具有性价比高等特点,满意度再次有所提升,平均满意度上升0.05分。

而今年零供满意度调查新增零售业态——社区团购,综合满意度指数为3.04分,近年来资本和品牌方关注度较高,社区团购或将成为供应商重要的销售渠道。不过,报告也认为,社区团购的本质依然是零售,考验的是商品和供应链的综合实力,社区团购本身的区域性竞争较强,这对社区团购的新入场企业考验非常大。

安国推进中医药产业转型升级

日前,河北省中医药传承创新发展大会在“中国中药材之乡”——保定安国市举办。作为“千年药都”,安国市咬定“全力打造国家级现代中医药产业创新聚集之都”的目标不放松,加快推进传统中医药产业转型升级。安国从源头把关中药材质量,大力实施中药材标准化种植,大力推行道地中药材生态种植,同时启动占地3000亩的国家药用植物园华北园建设。实施中药市场数字化、标准化、国际化工程,建成扫码知真、来源可追、去向可查、责任可究、全程可控的“数字交易新平台”。研究挖掘中医药在抗击新冠肺炎疫情的积极作用,总结提炼中药汤剂、艾熏、针灸、太极拳、八段锦等经典疗法,归纳形成“安国经验”。(李海青 本报记者 张现社)

首届国际区块链产业博览会将举行

记者日前在成都市人民政府新闻办公室召开的新闻发布会上获悉,“2020成都全球创新创业交易会——首届国际区块链产业博览会”将于2020年10月29日-30日在中国西部国际博览城举行。本次博览会以“链接生态,赋能未来”为主题,聚焦区块链技术发展现状和趋势,链接区块链各方资源,营造区块链产业发展生态,助推区块链技术在建设网络强国、发展数字经济、助力经济社会发展等方面发挥更大作用。本次博览会包括1场开幕式、6场专业论坛峰会、1场区块链应用场景展、1场路演交易和1场创新创业大赛,各区(市)县还将同期组织若干场配套活动。(谭仕科 本报记者 徐民)

遂宁成功举办中国休闲度假大会

9月22日-24日,2020中国休闲度假大会在四川省遂宁市举行。本届大会以“休闲:美好生活新选择”为主题,通过论坛、展览、研讨会等,挖掘疫情防控常态化背景下休闲度假产业发展的新机遇。遂宁市委书记邵革军表示,遂宁将以中国休闲度假大会为契机,做好山水文章,丰富文化内涵,努力把遂宁打造成为休闲度假一线城市的样板和典范。会上,全国休闲标准化技术委员会还与遂宁市政府共同启动了《城市滨水休闲管理与服务质量》国家标准研制工作,今后双方将就滨水休闲领域国家标准的研制、测试开展一系列深入的交流与合作。(本报记者 王一宁)

人民出行助力北京高井村垃圾分类

“您好,请您将好分类的厨余垃圾倒入厨余垃圾桶内,装厨余垃圾用的垃圾袋请投放到其他垃圾桶里,谢谢您!”在北京市朝阳区高井村辖区内企业“人民出行”工作的小沈正在指导村民进行垃圾分类。小沈自8月起就同青年志愿者一起,在高井村红庄国际文化保税创新园区北侧停车场内为村民进行垃圾分类引导工作,并通过组织村民参与小游戏等方式宣传垃圾分类政策、普及垃圾分类知识,帮助村民培养垃圾分类的好习惯。据悉,人民出行一直致力于绿色发展,创新公共出行交通工具,为民众提供绿色、低碳、环保出行方式,提升出行满足感。(本报记者 蒋永霞)

公告

上海鼎鼎股权投资基金管理中心(有限合伙)各合伙人:

本人作为上海鼎鼎股权投资基金管理中心(有限合伙)的合伙人张育林。2016年12月30日,本人与合伙人吴锦明签订合伙企业财产份额转让协议,将本人所持有的合伙企业全部财产份额转让给吴锦明,本人不再是合伙企业合伙人。特此公告。

张育林
2020年9月30日

债权转让通知书

潍坊振盛置业有限公司及姚顺:

依据北京市东城区人民法院(2019)京0101民初20567号调解书,汪红俊对贵司及姚顺享有到期债权。汪红俊已于2020年7月17日对贵司及姚顺享有的到期债权220万元转让给杨彦国(身份证号:130429196707190831),现本人依法通知贵司及姚顺,请贵司及姚顺收到本通知之日起立即向债权人受让方杨彦国履行付款义务。联系人:杨彦国 联系电话:13699193259

债权转让通知书

潍坊振盛置业有限公司及姚顺:

依据北京市东城区人民法院(2019)京0101民初20567号调解书,汪红俊对贵司及姚顺享有到期债权。汪红俊已于2020年7月17日对贵司及姚顺享有的到期债权3436000元转让给杨粉娟(身份证号:132133197308141420),现本人依法通知贵司及姚顺,请贵司及姚顺收到本通知之日起立即向债权人受让方杨粉娟履行付款义务。联系人:杨粉娟 联系电话:13699193259

《2020快消品零供满意度调查报告》发布

张仲超

日前,上海市东方世纪消费品发展促进中心发布了《2020快消品零供满意度调查报告》。今年是该中心第18年开展“快消品零供满意度专题调查”,本次调查历时3个月,涉及十大零售业态,主要集中在长三角地区,实地访谈了超过100位具有代表性的供应商企业高管,微信与网络投票参与人数近10万人。

在快消品十大零售业态中,以连锁卖场作为传统实体零售代表综合满意度指数今年稳步上升,3.45分相较于去年增长了0.15分,当前连锁卖场渠道基本转型结束,大润发、欧尚等头部零售商的门店

改造已逐步完毕,通过线上线下融合的方式增加销量,随着疫情的爆发在民生保障方面获得了消费者的一致好评,最终获得供应商的认可。同样与传统零售的连锁超市今年则止住了满意度下滑的趋势,与去年持平获得了3.16分。

而连锁便利渠道与连锁母婴渠道零供满意度有所下降,其中连锁便利渠道由于首尾分化严重导致整体满意度均值产生下降,但其发展前景仍不容小觑,以罗森、全家、易捷为代表的头部便利店都能够获得供应商的满意。

在电商渠道中,零售电商、社交电商、直播电商今年的满意度指数较高,电商渠道集中化较为明显,零售电商在今年疫情期间,销

量凭借宅家消费产生增长,同时与供应商关系较为融洽。直播电商同样作为疫情期间爆发的新渠道,有较大的增长空间,本次得分3.68分。直播电商品牌曝光度高,销量喜人等让供应商们趋之若鹜,而相对应带来的费用较高、投入与回报不成正比、“非常看脸”等特点也让供应商们又爱又恨。

在本年度的直播电商零供满意度调查中,淘宝直播以4.16分一马当先,作为淘宝旗下的直播平台,无缝链接到产品购买页面,无App间的跳转让淘宝直播能够获得供应商的一致好评,薇娅、李佳琦等头部主播的单场直播交易金额也一直创新高。

而抖音和快手直播,分列二、

三名,作为以内容起家的短视频平台,抖音的引擎引擎将内容营销与产品销售有机结合起来,真正做到了品效合一,获得了供应商的好评。

而以拼多多为代表的社交电商总体略有下滑,但拼多多费用几乎为零,销量大,触达三四线城市等特点都获得了供应商的一致好评。内容社交电商小红书排名第二,小红书进入了3.0模式,提高了内容运营能力,也带动了商品在小红书上的交易,更是带动了其在全渠道的交易规模。同时去年底小红书上线了品牌合作人平台,连接品牌和小红书博主,带动销售。

值得一提的是新零售(到家)