



上海电气租赁有限公司
Shanghai Electric Leasing Co., Ltd.

诠释厂商特色融资租赁 追求卓越金融解决方案

现代服务业领军企业

本栏目由上海电气租赁有限公司特别支持

为上海商业立标杆 为城市旅游添景点 为外滩建筑继文脉 为都市生活增光彩

打造国际贸易中心的购物天堂

——专访全国工商联常委、月星集团董事长丁佐宏

编者按:2013年7月5日,酷暑下的上海。由月星集团打造的全球中心城区最大购物中心——上海·环球港揭开了神秘的面纱,惊艳亮相。

这座造型酷似一艘豪华巨轮的城市场综合体,拥有极具震撼力的恢弘体量、瑰丽的色彩和崭新的风格,让被炎日灼烤已久的人们顿然焕发出澎湃活力,一时间,“到环球港去”,成为上海市民的新时尚。

3天500000客流,每天激增2000粉丝……“我们与环球港一起沸腾”,面对如潮涌般的人流,即使一些“见多识广”的国际商家也难以掩饰内心的喜悦。“有人说环球港,半个上海的人都在这里,这话虽然夸张,但人潮如涌,却是我们始料不及的。人潮就是商机,就是传播力,环球港,我们为你鼓掌!”Mothercare中国区总经理兼董事梁玉云如是表示。

同样被点燃热情的还有上海滩的媒体,电视、报刊、网络新媒体齐上阵,“全球中心城区超大的购物中

心”、“购乐游何必去欧美,来环球港HIGH翻天”,一时间,环球港成为媒体关注的热点话题。

“白天,高贵厚重的英伦情调风情万种;入夜,光华璀璨的海派浪漫激情四射。”这是一位上海滩“老记”以《环球港:中国MALL时代》为题发表在新民晚报上的文章中一段描述,赞叹之意,跃然纸上。

解放日报也不吝笔墨,一篇洋洋5000字的文章《环球港:一种“疯狂”守护着梦想》,激情中透着理性,试图穿越时空,寻找这座建筑的历史定位。

而在本报记者脑海中,更多地是想要寻求建造这座恢弘建筑体的动机、目的以及其未来所承载的功能。一个周末的下午,记者在位于澳门路168号的月星家居广场,如约见到了上海·环球港这艘巨轮的“船长”、一个创造了众多业界传奇的人物——月星集团董事长、总裁丁佐宏。

化内涵的追求,满足消费者休闲购物一站式消费的需求,为项目后续经营和持续增值提供有力支持。

环球港在布局上更是别具匠心:一层盛邀全球经典,引进国际知名品牌,凸显高雅;二层以设计师品牌为主,为消费者展现最新的潮流走势,彰显活力;与轻轨接驳的三层展现世界吃的艺术,涵盖潮流名品美食餐饮品牌,着重品尝;四层包括欧洲风情街以及博物馆、美术馆、公共演艺中心等文化区域,不间断引入精品文化项目及活动;五层作为上海目前最大的屋顶花园广场,设有供车直达的停车场。该区域将举办电影节、时装周、啤酒节和电子竞技等丰富多样的文化活动,体现浪漫;负一层则以快时尚品牌为主打,以主题式快餐、生活配套与大型超市为辅助,实现畅享;负二层中庭更是开辟了极具观赏性的大型真冰场,体现欢聚。

最值得一提的是环球港把室外广场、3个中庭广场、4楼文化区域和屋顶花园广场共5万平方米的商业空间全部释放给公共艺术。如在四楼的欧洲风情街,人们能体验到国外的餐饮、文化与时尚;在“公共演艺中心”,将引入话剧、情景剧、相声、T台灯光秀等多种形式的演出活动……

上海·环球港将通过各业态之间相互联动,实现人流整合,吸引多层次、多元化消费人群,构成完整的购物体验消费链和商旅文结合、联动发展的大平台,成为上海业态最为丰富、品牌最为丰满、组合最为多元、消费体验最具个性化的商业体。

丁佐宏告诉记者,2011年上海市政府制订出台《关于加快推进上海国际贸易中心建设的意见》中提出,到2020年基本建成国际贸易中心,成为“购物天堂”。上海·环球港将按照上海打造国际购物天堂的要求,不断提升业态和管理。并顺应上海产业发展趋势,成为上海高端现代服务业的集聚地和智慧城市建设的新高地。

业内一些专家认为,上海·环球港是上海商业进化的顶级业态,代言了上海商业的新高度,彰显了中国购物中心发展的未来趋势;其以建筑文化为载体,以商业文化为血脉,以公共艺术为桥梁,则开了文商结合风气之先,将成为上海一处新文化的地标;而新古典的环球港与怀旧的外滩建筑,虽然时隔百年,却以共同的传承和联系,诠释了海派建筑骨子里的开放和国际,充分展现了上海活力四射的城市体验。从这些意义上说,去环球港旅游将来会成为理解上海建筑文脉和现代生活的最佳场所。

更有专家断言,环球港的出现为上海增添了海纳百川的新的天际轮廓线,而这座全球中心城区最大的商业综合体,更具备都市时尚文化中心的功能,结合艺术与多元文化,重新定义现代都市生活,由此成为引领都市最新时尚文化生活概念的风向标和上海新地标,其独特而迷人的魅力将辐射上海乃至长三角、全中国、全世界。

面对鲜花和掌声,丁佐宏却始终保持着冷静。他对记者说,“环球港的版权、版权虽然是我的,但营业后的使用权是老百姓的,是全社会的,成功与否老百姓才是最权威的评判!”



环球港全景

诉记者,“2002年上海零售市场规模突破250亿美元,首次达到世界公认的国际贸易中心城市基本水准,因此,上海商业业态的发展将进入成熟期,消费群体日趋国际化、多元化和成熟化”。他由此判断:上海未来将加快步伐打造国际贸易中心城市,扩大国际经济合作交流、引进新型业态和国际商品、集聚国内外名品精品,促进商业营销网络从全市向全国、从实体向虚拟发展延伸。

无论作为国际贸易中心,还是中外经济交流的桥头堡,上海都理应成为国际购物中心和国人心目中的购物天堂。而现实情况是,一方面,人们到上海旅游,到东方明珠,到金茂大厦,几乎是匆匆而过,很少购物;另一方面,他们带了巨额人民币到香港去,到欧洲去,直奔名牌专卖店……大把大把的钱丢在那里,然后把把这些可能是中国生产的外国名牌拉到中国……

所谓的“国际贸易中心”怎么能没有买卖呢?怎么能不是“购物天堂”呢?我们能不能让全国乃至全世界的人都到上海来购物?丁佐宏说,人类的贸易是从购物开始的,购物怎样和国际接轨、与老百姓接轨,让国人在国土上采购,让外国人在中国国土上采购,让国内外消费者采购中国的名牌。

“春江水暖鸭先知”,丁佐宏说,上海既然要成为世界贸易中心,我们能否来为它建造一个标杆!

2003年起,一个建造大体量商业综合体的构想开始在他心中慢慢定格与构建。

中西合璧:设计建设世界顶级的城市综合体

普陀区130地块,位于普陀、静安、长宁3区交汇处,东接凯旋路,西邻中山北路和内环高架,南靠宁夏路。轨道交通3、4、13号线直达,附近还有11、14号线地铁站和内环高架双向匝道。外通内联的“三维立体”交通条件,使得这里成为集聚人流的综合交通枢纽中心。同时,其周边围绕拥有诸多外籍人士的高档社区与大学校园,消费人群的层次多元、购买力强大。同时,更有背靠长三角城市群广阔消费腹地的优势。如此风水宝地,实在有着无法复制的区位和体量优势。

然而,成功竞标此地块后,丁佐宏告诫自己,每一次战略决策都要反复论证,每一次大的投资不能有大的失误,否则它将成为自己的大遗憾、社会的大负担、地方的

大包袱!因此,一直到2006年底他都没有开工。这期间,丁佐宏带领他的核心团队走遍了整个欧洲,走访了所有成功的Shopping Mall。

经过反复论证,丁佐宏邀请欧洲顶尖的建筑事务所设计这个城市综合体。但同时也提出了自己要求:这个项目走的既非城市综合体的中国路径,也非国际流行的“新都市主义”的简单翻版,而是走一条独辟蹊径“月星之路”。

2007年,上海·环球港项目正式启动。项目的主设计师除了聘请的建筑设计师外,还有丁佐宏,于是有了我们今天看到的环球港,其外形酷似一条破浪而行的巨轮,楼房的一层一层就像轮船的舱室,而它的“后甲板”上有两幢248米的双子塔高楼,就像是船的桅杆和帆,整个项目充满动感……进入室内,从太阳大厅、中央广场到花园中庭,仿佛穿越了意大利的古典雍容,威尼斯的文艺浪漫,回归家庭的自然温馨。从栩栩如生的雕塑、美轮美奂的壁画到遍布店楣角落的欧式图案、纹样,无数的看点,无数的美,使人们赏心悦目地时空穿越、国际漫游……

“每个地方都用了不同的装饰,每一层面也都有许多变化。有无数的美,也能感觉到无数的变化,一次没有看够,玩够、欣赏够,下次一定再来。我们确实有这样的自信。”丁佐宏和环球港的建筑设计团队毫不掩饰要与电商比拼的决心,“人不可能始终宅在家里,像环球港这样的购物中心能够带给人一种全新体验,因为它是我们生活的一部分。”

三位一体:创造商、旅、文融合发展新模式

作为国内唯一欧式风格的城市综合体,上海·环球港建筑总面积48万平方米、总高度248米。其集五星级的酒店、5A甲级写字楼、奢华酒店公寓和32万平方米超级购物中心以及3万平方米屋顶花园广场,并拥有停车位2200个。整体规模居上海之最。

除本身具有的硬件优势外,上海·环球港还打破了大型商业综合体的传统定义,全面颠覆国内对“购物中心”的传统概念,首次全面提出“商业、旅游、文化”三大中心功能,在注重业态丰富度的同时,更强调对高质量商业与文



环球港太阳大厅

环球港花园中庭

环球港中央广场

环球港一景

记者手记:

这个世界谁都有梦,大到国家、社会,小到每一个渴望成功的个体。现代人在各自的寻梦路上,有的好高骛远,功亏一篑,有的不堪苦熬,半途而废,还有的人执著进取却囿于天时地利而好梦难圆。

丁佐宏以非凡的大手笔诠释了实现梦想的那份坚守。其朴实谦和的外表下有着一种军人的风范、敢为人先的大胸怀、执著坚韧的信念,也许正是这样一种精神与坚守成就了月星。

而在采访中,他将更多的目光投向未来的发展。“环球港”已启航,愿这艘商业“巨舰”在未来的航行中乘风破浪,驶向更遥远、辉煌与美好的彼岸。正如他作词的歌一样:创新是特长,文化是灵魂,上海·环球港,去创造海上“船”奇,让我们生活如同天堂……

本版图片由月星集团提供



月星集团董事长丁佐宏

■ 本报记者 何秀芳 刘宇

创新驱动:成为中国家居装饰业中的航母

关于丁佐宏的传奇,记者不妨先在此介绍一下:1988年10月,在常州打工当了7年木匠的他筹集了3000元注册资金创办了一个木器厂:20平方米工棚、8个人和1个充满梦想色彩的商号——月星。之后:1994年获得中国家具行业八项大奖;1996年组建成立江苏月星集团有限公司;1997年与享誉欧洲百年的西班牙安第高(ANTICO)家具公司合作在常州成立公司,创牌“帝国工匠”,生产欧式古典家具,主攻民用市场;1998年,8万平方米的南京月星国际家居广场开业,首次将Shopping Mall业态和家居关联商品引入家具商场,引导了家居用品一站式消费的需求,并以创新的商业模式,使家居行业走向规模化;1999年,进驻世界家具之都——美国北卡罗来那州高点家具展览中心,成为国内唯一的家具商。

2000年4月,他挺进上海滩,抢占上海中高档家居商场的制高点,提出了“城市家居中心论”新理念,在普陀区澳门路168号申新九厂原址上打造了总面积10万平方米的上海家具业航母——上海月星家居广场。经过3年的成功运作,其规模效应优势尽显,创下了日客流量数万人的业界优异成绩,直接催生了上海家居流通业规模体量的升级换代。

2003年1月,中华全国工商业联合会家具装饰业商会在北京成立,丁佐宏被推选为副会长。4月,投巨资打造的常州月星国际家居广场首期盛大开业。9月,成功收购亿美易初家具工厂。同月,承办了首届中国家居业发展论坛。10月,成功竞标上海市普陀区130地块。12月,月星集团首次入选年度“中国民营500强企业”。次年,上海月星家具制造有限公司在上海嘉定区正式落成投产。

至此,这个小小的木器厂魔幻般地蝶变为集家具制造、家居连锁、资本投资和海外业务于一体的大型现代化企业集团,成为中国家居装饰业中的航母和旗舰。

然而,处于行业鼎盛期的丁佐宏,此时却提出了“重塑转型”和“大商业”战略,实现主要业态从传统的家居连锁和工业制造向Shopping Mall、城市综合体等更广阔的领域拓展。

重塑转型:打造国际贸易中心的购物天堂

“月星能够创造这样的传奇,首先是我们赶上了中国改革开放的好时代。同时,我们始终能够把握经济发展脉络,顺应时代发展的潮流”,丁佐宏告诉记者,月星有三讲,即讲政治、讲法律、讲发展。他解释说,讲政治就是要服务国家、服务社会、服务人民,满足社会需要。社会是公平的,只有得到社会认同,企业才能发展和进步。讲法律就是要遵守法律,坚守道德底线。讲发展就是要科学发展。

丁佐宏说,进入新世纪的上海,中央已明确提出其要建设国际航运、金融、贸易和经济“四个中心”。因此,如何布局月星的未来发展,在服务上海经济社会建设过程中不断壮大自己,成为其当时反复思考的问题。

丁佐宏研究发现,国际贸易中心城市,通常是国际化的“购物天堂”、口岸贸易中心、批发交易中心、物流配送中心等多项功能的综合体。商务游客数量庞大、市场环境规范、拥有一批世界级的商贸服务企业。他告