

随着人民生活水平的极大提高,消费市场已经从单纯提高物质生活需求,发展到以生态、健康、文化艺术、精神等各个维度去满足人们向往美好生活的新时代需要。
作为国际性大型连锁奥特莱斯运营商、重庆的大型民营企业

企业,砂之船集团在党和政府的领导下,推崇艺术商业理念,打造超级奥莱商业模式,以重庆两江奥莱为起点,在全国布局砂之船奥莱店并屡创业界销售奇迹,走出了一条企业飞速发展、业绩令人瞩目的高质量发展之路。

秉持艺术商业理念 铸就奥莱业界丰碑

砂之船超级奥莱在高质量发展道路上行稳致远



砂之船奥莱已成为全国奥莱业态中独树一帜的商业品牌

砂之船集团 荣誉榜

●2008年,砂之船重庆两江奥莱开业,首年跃居中国奥特莱斯前三名,被重庆市政府评为重庆创意产业基地,并以首位当选重庆十大时尚地标。

●2012年,砂之船重庆两江奥莱被财富品质研究院评选为“最受中国消费者欢迎的高端Outlets”之一。

●2015年,砂之船集团被财富品质研究院评选为“年度奢侈品行业最佳运营商”。

2015年,砂之船集团创始人、董事局主席徐荣灿获得意大利政府颁发的“意大利团结之星”骑士勋章。

2015年,砂之船集团创始人、董事局主席徐荣灿荣获“2014-2015年度中国零售业年度人物”称号。

●2017年,砂之船集团创始人、董事局主席徐荣灿入选“中意商业领域最具影响力的百位人物”榜单。

●2018年,砂之船房地产投资信托——亚洲首个奥特莱斯房地产投资信托,在新加坡交易所成功上市,股票代码为CRPU。

●2019年,砂之船集团创始人、董事局主席徐荣灿荣获“中国商业改革开放40周年功勋人物”荣誉称号。同时,砂之船集团入选“年度创新企业”。2019年,砂之船集团获评“年度中国零售服务标杆企业”。2019年,砂之船集团获评“全国商业信用AAA级企业”。

●2020年,砂之船集团获评“2019年度最具行业领导力奥特莱斯集团”。

●2021年,砂之船集团获评“年度商业地产运营商”。

●2022年,砂之船集团入选“2021年度中国零售百强”榜单。

●2018年-2022年,砂之船集团连续入选“中国服务业企业500强”榜单。

目光敏锐 强劲带动国内大循环消费

基于对中国商业市场不断发展变化的敏锐判断,1997年,砂之船开始涉足国际名品市场,重庆大都会购物广场开业时,砂之船开设的专门店占了名品部类的半壁江山;2001年,砂之船创立了自己的高端女装品牌“SASSEUR”,并再次获得成功;2008年,砂之船开始转战奥特莱斯赛道。开业首年,砂之船(重庆两江)奥特莱斯(原西部奥特莱斯)年业绩4.5亿元,跃居中国奥莱前三名。开业第四年,5.5万平方米的营业面积实现销售额12亿元,年坪效达2.2万元,位居全国行业之首,并迅速成为了重庆城市的时尚商业地标……

砂之船积极融入国内大循环,尽力推动消费,展现出势

不可挡的强劲动能。在疫情影响下,砂之船(重庆两江)奥莱14周年庆的销售额仍在当下的市场环境中破局出击,实现了业绩逆势增长。据统计,本次周年庆活动首日销售业绩突破1.47亿元,整个周年庆时段销售额突破3.5亿元,再创砂之船(重庆两江)奥莱周年庆销售业绩历史新高。

砂之船(重庆两江)奥莱周年庆的再度出圈,在一定程度上反映出我市商业领域以及消费市场的良好发展氛围。通过不断地优化供给、提升购物体验,重庆两江与重庆璧山两大砂之船奥莱商业项目持续推动着我市消费的平稳增长,不断给消费市场带来信心,为我市商业领域注入新的发展动能。

自2008年起,砂之船便致力于将其周年庆活动打造为

全年最具影响力的营销IP品牌,通过14年的不懈努力,不仅成为了我市商业领域现象级的营销IP活动以及深入重庆人心中的全民购物狂欢节,“砂之船超级周年庆”更以超量货品、超低折扣在全国范围内形成了强大的品牌号召力。

同时,在我市大力发展城市夜经济的背景下,砂之船奥莱也敏锐地洞察到这一商机,结合与生俱来的艺术商业优势以及自身首创的“周年庆VIP DAY 通宵不打烊”的创新举措,积极搭建“夜玩、夜购、夜味”夜间消费平台,推出并引入音乐、餐饮等元素,打造周年庆晚间狂欢派对,积极向“夜消费”要市场,为“夜”态中打开消费新方式,为重庆“夜经济”提供了又一发展范本。

苦练内功 助力国际消费中心城市

砂之船集团对奥莱品牌重新定义,聚焦融合发展,将艺术与商业有机结合,围绕健康、娱乐、文化等符合中产消费趋势、社交需求等内容建设“1+N”超级奥莱商业模式,企业因此突破了传统壁垒,实现了高质量发展。

事实上,在我市的众多商业形态中,秉持艺术商业思想的砂之船奥莱不仅使我市商业生态链得到了极大丰富,更将奥特莱斯这一商业业态带到了一个全新的发展高度。

近年来,砂之船集团千方百计优化消费供给,提升传

统消费品质,引导商家增强品牌意识,加快培育名品、名店,提升商品与服务的附加值和企业软实力,增加品牌消费供给。重庆两江与重庆璧山两大奥莱项目也不断优化品牌业态、消费场景,着力打造高品质的消费载体,不断加快提升品牌影响力和号召力,成为重庆乃至全国范围内的商业零售领军企业,尤其是在重庆培育建设国际消费中心城市中扮演着关键角色。

作为高品质消费载体,砂之船奥莱坚持对标国际着

力优化国内外优质品牌商品供给,引导城市商业中心提升集聚辐射能力,加快助力重庆培育建设国际消费中心城市。据了解,作为寸滩国际新城时尚消费区与璧山区的商业地标,砂之船重庆两大项目多年来始终致力于为重庆消费者传递全新的生活方式。同时,凭借其独到的商业理念、强大的品牌组合、舒适的消费场景以及对重庆消费趋势的深度研判,更逐步成为我市乃至西部最具竞争力和影响力的综合性商业体。

关怀消费 创新性打造“1+N”商业模式

作为经营折扣名品的砂之船,为什么要加入这些看似不相关的业态另辟蹊径?

砂之船断定在社交化消费的时代,奥莱商业还应该为顾客提供从人际交流、休闲健康、地域文化体验、美食娱乐等全维度的“超级奥莱”消费服务,构建体验式消费场景以及线下社交生态圈,提供一种全新的、颠覆性的艺术奥莱商业体验,由此推动世界奥莱行业的创新与发展。这被归结为奥莱行业在中国的“消费升级”趋势。

基于“中国消费升级”的敏锐洞察,砂之船原创性地提出“超级奥莱‘1+N’商业模式”。其中,“1”指传统奥特莱斯链接的购物,“N”指新型线下社交生态圈布局,包括超级儿童馆、超级运动馆、超级农庄等围绕健康、娱乐、文化等符合中产消费趋势、社交需求的内容建设。

在砂之船团队看来,砂之船绝不仅仅是一个只为顾客提供“名品折扣购物”的奥莱商场,她必须用艺术的灵魂为顾客提供“美”的体验。体验优先,这便是砂之船所

坚持倡导的“艺术商业·乐享生活”品牌理念。

随着近年来电商的迅速崛起,对线下商业冲击加剧,主营线下的砂之船积极寻找发展之路。砂之船团队将目光锁定大数据,分析900万名VIP客户数据发现,除了性价比,他们非常注重场景体验和社交需求。

正是因为砂之船所具有长期沉淀的艺术基因以及电商的追击,最终使得砂之船更加坚定信心地把奥特莱斯改造为独一无二的“砂之船超级奥莱”商业模式。

融合艺术 砂之船奥莱散发美学魅力

当第一座砂之船(重庆两江)奥莱开业时,那充满意大利艺术情怀的红砖建筑群散发出的神秘美学魅力,给重庆商业带来了耳目一新的感觉。在充满艺术感的商业空间里,汇聚了来自全球的时尚品牌,从消费到体验,无不刷新这座城市的商业固有认知,极大地刺激了消费者的感官和消费欲望,并迅速带来了全城的轰动效应。

事实上,作为砂之船集团的首个项目,砂之船重庆两

江奥莱因为规模所限,目前并没有足够的空间完全呈现出“超级奥莱”的魅力。但据透露,随着项目升级、二期扩展后,将比较完整地呈现出类似于西安、长春等地“超级奥莱”的精髓,从而激发出巨大的潜在消费需求。

砂之船不仅仅创造购物的狂欢,更带来美的盛宴。对于美的追求和创造是砂之船品牌力量的源泉。建筑之美、文化之美、奉献之美、温情之美,周年庆的每一刻,都

体现着砂之船艺术商业之美。

正如砂之船集团董事局主席徐荣灿所说,“建筑本身不具备生命和灵魂,但当我们用激情、商业智慧创造了强大车流、人流、商品流、信息流、资金流的时候,就让建筑充满了活力与生命,变得如此美丽动人,乃至触及到我们的内心灵魂。这就是砂之船人长期充满‘激情、创造力、美’的基因所在。”

布局全国 天南地北竞邀砂之船入列

砂之船奥莱凭借独特的美学魅力、品位优雅的艺术气质、独有的商业模式以及不俗的销售业绩,这个诞生于中国西部的年轻品牌从此开始走出重庆。新门店的开业动辄刷新奥莱行业的开业纪录,一座座富有艺术美感的砂之船奥莱也成为了当地的地标建筑,成为砂之船艺术基因和地域文化融合的典范之作。

2010年,受杭州市政府的诚挚邀请,砂之船集团首度出渝,在杭州钱江新城打造砂之船(杭州)奥莱商业旗舰项目并于2011年开业。

2017年9月开业的砂之船(西安)奥特莱斯,除了传统的商品零售业态外,还有“超级农庄”和“超级儿童”板块。令人赏心悦目的购物体验,让西安砂之船在开业首年营业额即破10亿元,跻身零售10亿元大店之列。

砂之船超级奥莱践行高质量发展之路,在时尚零售业不断创新,并在2018年迎来了一个历史性的发展高光时刻——砂之船在新加坡交易所成功上市。伴随着RE-ITs(不动产投资信托)上市,砂之船获得了强有力的资金支持,由以前的重资产运作转为轻资产运作,成为中国奥莱行业名副其实的龙头品牌,也成为亚洲的奥莱行业引领者,开启了全新的历史篇章。重庆从此也有了令其骄傲的国际时尚零售业代表品牌。

近年来,砂之船积极加快全国性商业布局,各项目以平均增长率30%的加速度逆势生长。耀眼的成绩使其品牌价值不断飙升,辐射力日益扩展,已然成为全国各地争相扩招的商业项目。

2018年,砂之船长沙奥莱开业;2019年,砂之船兰州

奥莱开业,2020年,砂之船扬州奥莱、砂之船厦门奥莱相继开业;2021年,砂之船苏州湾超级奥莱开业;砂之船南京江北新区超级奥莱、砂之船石家庄超级奥莱、砂之船乌鲁木齐超级奥莱等都在陆续筹备中。

目前,砂之船超级奥莱在重庆、杭州、南京、合肥、昆明、长春、西安、贵阳、长沙、兰州、扬州、厦门、苏州、福州、石家庄、上海、深圳、乌鲁木齐18个直辖市、省会城市或高速发展城市签约落地20家大型超级奥莱,在营的14家超级奥莱总投资超过200亿元,总面积超过260万平方米,年总销售额186亿元,拥有超900万名VIP会员,提供超过9.5万个就业岗位,纳税近14.2亿元,为每一座砂之船超级奥莱入驻的城市贡献着巨大的经济及社会价值。

走向世界 构建全球超级奥莱商业生态链

砂之船之所以持续高增长,除了独具特色的艺术商业的发展眼光,还得益于集团创新战略的长期坚定执行。

在徐荣灿看来,只有创新,不停地创新,才能激发更丰富的潜在需求,才能和“中国市场的消费升级”相匹配。从“艺术商业·乐享生活”到“艺术商业·超级奥莱”,创新的思维与创新战略让砂之船的商业始终保持着可以被模仿、很难被复制的傲娇,砂之船的创新战略是坚定的、长期性的。这个创新战略的远期规划,就是构建一个

全球超级奥莱商业生态链。持续改变着时尚消费格局,为更多的消费者提供优质低价的时尚品牌商品,引领全球消费者品位生活的砂之船,如今已不仅仅满足于充当中国的奥莱龙头、亚洲的奥莱领袖,砂之船超级奥莱的战略愿景是“成长为全球奥莱第一品牌”,以持续创新的姿态去引领世界奥莱行业的发展方向。

一艘“商业巨轮”正扬帆远航。作为一家从重庆走向世界本土品牌,砂之船代表着重庆民营企业在商业零售

领域的创新精神。这种创新精神是企业和市场进行的深度对话,进而理解消费者心理行为,判断消费潮流趋势,从而激发出更加缤纷绚烂的市场需求的强大引擎。徐荣灿表示,砂之船将继续在党和政府的领导下,迸发出更大的能量,助力构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的发展新格局。

