

以高雅浪漫著稱的淮海路，被公認是上海最美麗、最摩登、最有「腔調」和情調的一條世界級的商業街。在時尚名品薈萃，緊隨世界潮流的淮海中路商業街東段，匯聚香港新世界集團旗下的K11，瑞安房地產打造的地標性建築新天地，以及在香港頗有知名度的餐飲連鎖品牌「翠華」等一大批香港知名品牌。記者近日採訪了部分港企老總，聽他們講述了在上海創業、經營的幕後故事。



■香港文匯報記者
顏菁、沈夢珊
上海報道

「商藝」結合模式 港商經營滬地標

新世界打造K11 展創新經營理念

即將驚艷亮相上海淮海路香港新世界廣場的K11商場(擬於今年5月正式開業)，並以全新的經營理念成為升級換代後上海大黃浦的新地標。坐在香港新世界集團的上海辦公室裡，眺望繁華的淮海路，記者與新世界集團旗下K11營運總經理陳建豪聊起對淮海路商業街的感受。

淮海路名店匯聚前景廣

作為黃浦區的一張名片，淮海路已集聚了十多條國際一線品牌旗艦店，如內地最大的路易威登環球專賣店(LV)、內地首家傑尼亞全球概念店(Zegna)、大陸首家蔻馳旗艦店(Coach)、上海第一家蘋果旗艦店(Apple)以及卡地亞(Cartier)、蒂芙尼旗艦店(Tiffany)等，那麼，上海K11將會以何種面貌出現呢？

「K11就是一個把商業跟文化、藝術這兩者結合起來的新興業態的商業模式。」陳建豪笑意盈盈，語氣中充滿了自信。「和香港的K11相比，上海的K11更能夠把K11的理念表達出來，因為香港K11受到了包括地段、歷史等原因的影響。」

陳建豪表示，內地的整個零售市場和香港不同，香港在這方面的市場已經很飽和，再往上的空間已經不多。但內地和香港的起步時間不同，可以發展的空間還有很多，因此對上海市場非常看好。「之所以把內地第一家K11購物藝術中心設在上海黃浦區，和黃浦區政府打造淮海路的願

景和方向是十分吻合的」。

陳建豪坦言，和很多香港企業一樣，到了內地他們就看準上海；在上海，優先選擇了規劃完整的黃浦區淮海路。因為淮海路是上海人的記憶，寄托了上海人太多的情懷，它見證了上海飛速發展的進程。

感謝當地政府協調支持

陳建豪告訴記者，香港新世界廣場今年初停業改建後，遇到了巨大的困難。「我們十分感謝當地政府，他們很理解香港企業來到上海發展的困難和處境，他們給我們提供了很多意見，幫助我們做了很多協調工作，我們由衷地感謝他們的支持。」陳建豪表示。

黃浦區商委主任張傑(左圖)介紹說，K11所在的黃浦區，商業貿易規劃不是打造樓宇經濟，而是新業態的商業規劃。「為甚麼大上海時代廣場、香港廣場、香港新世界願意一年損失8億至10億元營業額，停業一兩年，並花幾個億重新打造？」張傑表示：「這是因為他們看到整個淮海路在走向世界。我們的政策服務就體現在怎麼發揮我們的優勢，讓這些港資企業看到未來發展的方向，然後共同成長。」



經營



■上海K11商場內名店雲集。

兩地飲食文化似 翠華上海展宏圖

■翠華餐廳成功打入內地，在上海已擁有4間分店。圖為翠華餐廳香港銅鑼灣分店。



在香港頗有知名度的餐飲連鎖品牌「翠華」，在上海黃浦的鑽石地段開了店。翠華餐廳相關負責人表示，上海頗具香港的身影，同樣是中西文化交匯的城市，集古老與摩登、傳統與現代等多元文化相融的城市，這一點與香港極為

相似。這位負責人說：「我們一直致力進軍內地市場，經過兩年的觀察，發覺上海華洋薈萃，飲食文化類似香港，當時又幸運地找到一個合適的地方，於是便開了第一間餐廳。」

2008年9月，在上海開設的首家翠華餐廳，在兩個月內便收回了成本，這樣的業績為翠華集團在內地市場的發展打了一劑強心針。

受歡迎程度不亞於在港

在上海，翠華茶餐廳受歡迎的程度並不亞於香港。這位負責人表示，近年上海的消費力越來越高，中產崛起，逐漸嘗試不同口味的飲食，當中尤其鍾情香港的飲食文化。加上翠華

擁有超過45年歷史，堅持創新及融合其他地方風味的理念，與上海這個海納百川的城市不謀而合。

他又表示，同樣是大都市的上海亦是中西薈萃、集合了獨特的文化城市與舊文化相融合的環境，「我們集團入駐的黃浦區擁有獨特的文化城市與舊文化相融合的環境，這與香港非常接近，同時也與翠華堅持創新及融合其他地方風味及國際元素的理念不謀而合」。

目前，翠華茶餐廳在上海有4間分店，在武漢有1間；另外，在上海普陀區的分店也即將開幕。



■上海時尚地標「新天地」。

開發新天地

在滬上要想看到具有獨特海派風情的時尚地標，上海「新天地」便是個最佳選擇。因其毗鄰中共一大會址紀念館並重新融合現代化的一塊商業中心，將「一」與「大」相加為「天」，最終定名為「新天地」也寓意其開闢了一塊嶄新的商業亮點。

從石庫門到時尚地標，「新天地」已然成功將上海傳統風情的石庫門里弄與極具現代感的建築融為一體，塑造了獨一無二的休閒購物場所。

主席羅康瑞看到上海潛力

「主席羅康瑞首先看到了上海具有國際大都市潛力，考慮建立一個適合國際商業人群的聚集場所，同時又保留上海本來風貌的場所。」瑞安房地產發展有限公司商業部總經理劉夢潔(下圖)告訴記者：「當時的改造過程需要付出比新建一個從無到有的建築高過一倍的成本。加上當時受亞洲金融風暴的衝擊，很多銀行都採取保守政策，即便是在這種不利的條件下，瑞安仍然堅持開發全新概念的『新天地』。因為史無前例，從政府的角度來說

能給與支持是很有眼光的。區政府幫助我們把它的理念很巧妙的轉化和利用到項目上，挖掘了有上海文化底蘊的資源，添加了具有商業價值的創新。」

上海新天地10年來不斷注入新的活力與元素，劉夢潔對此表示：「我們一直在思考，怎樣的改造與地域品牌打造的理念更加匹配，更能繁榮整個市場。企業的良好發展能建成新的商業亮點，這對我們來說是雙贏的。」

當地官員讚港商眼光獨到

對於新天地的成功，黃浦區金融辦公室主任江錫洲(右圖)說，港商獨到的眼光給他留下了深刻印象。「瑞安集團的第一個項目就是新天地。因為非常成功，所以在杭州、重慶等地複製了這樣的模式。」

新天地成功將「傳統」和「現代」融合，無疑源於其獨到的理念，劉夢潔表示，品牌的客流文化背景就是其土壤和營養，若是單一地將老字號招牌換作一棟建築掛出卻不精心培育扶植，沒有一群固定的擁護，就不足以成為品牌。劉夢潔把商場與品牌形象成熟戀中的愛人，當雙方情投意合後，互相努力形成良好的互動，才能最終達到雙贏的目的。

10年過去了，由於互聯網的崛起給當下的商圈商場帶來了不小的挑戰，「新天地」為此在用戶體驗上做足了工夫，通過線上線下的良好結合提升優勢。「10年是一個終點，而下一個10年將是新天地新的起點。」



瑞安融入大上海



■怡和科技(上海)有限公司華東區董事總經理雷國慶。



內地給怡和科技發展機遇

的客戶服務，到滬、京、廣等分公司的相繼成立，短短幾年間，我們的團隊在內地發展到今天的近700人，內地市場給了怡和科技相當快速的發展機遇。」

雷國慶說，在內地，面對十幾億人口，IT行業對內地市場來說只是其中很小的一部分，但對於投資者來說，這裡的發展空間卻是很大的。不僅僅是因為歷史的紐帶把怡和集團與上海這座城市牽在了一起，以IT的服務企業為主的怡和科技，也在一直考慮

離淮海路數公里之遙，便是聞名遐邇的外灘。外灘27號，這座充滿濃重英式復古派建築物，如今是美國羅斯福家族的高級公館。這座老建築物的前身，曾是英國最早進入中國的洋行之王——怡和洋行舊址。

昔日的怡和洋行，如今已變身為怡和集團，怡和集團堪稱百年老店。如今，位於怡和洋行舊址不遠處，怡和集團在這裡設立了旗下的中國業務地區總部——怡和科技(上海)有限公司華東區董事總經理雷國慶介紹道，雖然怡和集團總部設在香港，但上海可說是怡和集團最有感情的地方。

看重十幾億人口市場

怡和科技作為亞洲區域內的IT服務供應商，早於上世紀90年代初，便已踏足內地市場，為香港及跨國機構在內地的發展提供服務。當時在馬來西亞、新加坡分部佔據當地市場大部分份額的情況下，怡和認識到，他們所服務的香港客戶正將業務逐漸轉向內地。「從最初的為香港轉入內地



■舉世聞名的上海外灘。