



# 周小然:打造中国内地首家获GSTC认证的奢华酒店

本报记者 施珊妹 张晋福 洪伟鹏

穿过繁华商圈,从隐秘的绿竹林道驶入,厦门七尚酒店管理有限公司(以下简称“七尚”)是在福建厦门闹市中的一处时尚之所。七尚董事长周小然表示,希望为客人打造一座“城市绿洲”。

近日,国际权威认证机构必维集团向七尚颁发GSTC全球可持续旅游认证。作为首家获此殊荣的中国内地奢华酒店品牌,七尚在生态保护、文化传承等维度树立行业标杆,标志着中国奢华酒店业在全球可持续发展进程中迈出关键一步。

## 从“摘苹果”到“种苹果树”

“金融领域里,我是‘摘苹果的人’,每天都是全新的世界;服务行业则需要一个‘种苹果树的人’,勤勤恳恳,一步一个脚印地创造价值。”

就读于英国久负盛名的世界顶尖公立研究型大学,2015年,周小然从伦敦政治经济学院LSE会计与金融专业毕业。

“会计金融是一项非常硬核的技能,不管从事什么行业都能用得上。”

回国就业,周小然投身国际知名的会计师事务所。在北京历练后,回到七匹狼创投的周小然,成功投资了商汤科技、京东物流等大项目。

对于周小然而言,这是一段身处漩涡中心“摘苹果”的经历,带给自己更开阔的眼界。“每天就是新的世界,我可以接触最前沿的科技和最有激情的创业者,迅速了解不同的行业、不同的创业群体。”

转换身份,源于2019年的一个决定。

“当时酒店处在换牌的阶段。”在上海拜访了多家酒店管理公司后,周小然心里打起了退堂鼓。虽然对酒店有着特殊的感情,但她深知管理酒店的不易,希望继续找国际知名酒店管理公司进行委托管理。

父亲的一番话,打动了她。“从1990年至今,七匹狼用了30多年的时间沉淀品牌。因此,周氏家族深



知,做自己的品牌需要时间。而这个时间,等得起,也给得起。”

“既然父亲支持、家族支持,我才20岁出头,为什么要拒绝?为什么不敢试试?”周小然认同父亲的观点,“没有人比我们更热爱这个酒店。父亲像那些出海而归的人一样,赚了钱渴望回到故土、回到热爱的地方,盖幢楼,盖个家。酒店,是父亲为大家打造的一个‘大家’,是父亲梦想,也是父亲的心血。”

从金融圈到服务业,跨界不小,挑战极大。谈及这一勇敢的尝试,

周小然不假思索地脱口而出:“晋江人嘛。”

“爱拼敢赢,输赢笑笑”的晋江精神是刻在周小然骨子里的,也是其觉得十分契合心境的一句话。“七匹狼集团在时尚、金融领域长袖善舞,在服务行业的资源不多。虽然前路漫漫,但我要拼尽全力去试一试,打开这个全新的板块。”

周小然说,自己如今要做一个勤勤恳恳“种苹果树的人”,用一步一个脚印地培育一棵小树苗的心态,与七尚共同成长、创造价值。

以地阐述着海洋文化、侨批文化、战地文化,声音里的情绪流露着激动。

周小然说,一家酒店吸引客人的,不应该只是一张睡得好的床、一顿吃得香的餐,而是也以一杯充满当地特色的迎宾茶,一处时间沉淀着的历史痕迹,以充满艺术感的设计、别出心裁的布局、不断丰富文化内涵激发越来越多人的好奇心,吸引他们前来入住。七尚布局就是如此。

走入七尚,没有闪耀的水晶吊灯、没有意大利的大理石、没有华丽的装饰,一进门看到的是始终繁茂昌盛、象征着“顺利圆满”的荔枝树,是手绘的荔枝瓷具,是花费5年在酒店34.3公里外的南安市石井镇选采的

锈石,是闽南式的小天井,是随处可见的泉州木雕,还有那道通过中餐厅时必经的“龟粿”琉璃墙……这些都是周小然愿意坚持的在地文化。

“对在地文化最好的回应,是对原材料的尊重和保留。”周小然希望旅客可以在七尚这个闽南文化的灵魂容器里,感受闽南、爱上闽南。

度假村、茶博园、钟楼百货项目……而今,将更多时间放在集团文旅板块的周小然,亲自考察、调整并掌握着每一个项目的方向。她希望用自己的方式,在这片养育着她的土地上种下一颗颗可以生根发芽的种子,为传递在地文化贡献自己的力量。

## 安踏与国际顶级时装设计师合作

本报讯(记者 柯国笠)日前,安踏品牌宣布与国际知名时装设计师 Kris Van Assche 合作,发布 ANTAZERO x Kris Van Assche 首发可持续运动时尚系列。该系列融合时装美学与安踏运动基因,标志其开启相关新叙事。

据悉,ANTAZERO 是安踏品牌旗下致力于以环保创新科技实现可持续发展的平台,覆盖跑步、户外、休闲等系列,加速推动环保材料与低碳生产技术的应用。而现居巴黎的 Kris Van Assche 生于比利时,20世纪90年代开启其时装之路,先后执掌多个国际知名奢侈品牌的设计工作。过去20余年间,Kris Van Assche 始终活跃于全球时尚、艺术与创意领域。

安踏品牌可持续项目总顾问、canU 可持续时尚平台创始人崔丹表示,“此次 ANTAZERO 与 Kris Van Assche 共创的核心,是运动与时尚、上海与巴黎、创新与美学之间的对话,同时有助于安踏以可持续之姿走向全球市场。”

## 链接全球资源 晋江泳装企业赴欧洲考察交流



本报讯(记者 施珊妹)日前,晋江市国际商会携手晋江市泳装产业协会,组织十多家泳装及面辅料企业赴法国开展9天的商务考察活动。在晋江市泳装产业协会会长洪清纯的带领下,企业大胆“走出去”,进一步开拓国际市场,把握全球时尚趋势,促进国际交流合作,提升“晋江泳装”产业带在国际市场的知名度与影响力。

在巴黎期间,考察团走访当地连锁商店,实地调研法国泳装终端市场的消费偏好与产品需求;前往法国专业批发市场,与法国福建工商联合会举行座谈,围绕借助侨商资源拓展在法销售渠道、推进品牌本土化等议题展开深入交流,共同探讨“晋品出海”的有效路径。考察团还重点参观了2025法国巴黎纺织面料展(Texworld Paris)及法国巴黎国际服装及纺织品展(PV展),系统把握全球纺织面料的创新动向与前沿趋势。其间,晋江市国际商会与法国PV展主办方签署战略合作协议,为产业全球化布局奠定了重要基础。

此外,考察团前往巴黎设计学院 ISAL,与机构负责人展开深度交流,汲取前沿设计理念与创新灵感,为产业转型升级注入新动能。其间,双方签署战略合作协议,以共建“中法泳装国际品牌创新产业基地”与“晋江泳装全球营销中心”为核心抓手,共同推动具有国际影响力泳装品牌的孵化与提升。

## 从商业地产到文旅项目

15岁出国读书时,周小然在行李箱里装进一整套的茶具。走得越远,越知道自己的家在哪里。看到的世界越多,越渴望向世界传递在地文化。

周小然说自己很喜欢中国的文化。“本土与时尚并不冲突,咱们泉州玩南音的那些年年轻人,就把非物质文化遗产与现代音乐方式结合得很时尚、很国际。”

燕尾脊、出砖入石、面线糊、炸醋肉……说起闽南文化的方方面面,周小然的语速明显快了很多,她忘乎所