

商业需要有趣的灵魂——福州仓山爱琴海做到了！ **盐城爱琴海盛大开业 夜市+国潮+社交**

全力以赴，为年轻的自己冲刺！

签约不断——爱琴海川渝区一周内连签三座新项目落地

慈溪高新区爱琴海合作伙伴大会盛大召开 携手吴晓波对话城市

冬至已至 相爱相随

由褚橙活动勾起的回忆——招商中心大厅的日与夜、夏与冬
浅谈《善战者说》中的战略与执行

车建新：爱的回报就在

“爱那时”

拥有幸福的能量是什么？
这个密码就是爱！
而爱的回报就是爱本身，
就在爱那时。

有位教授说：“幸福 = 平和 + 快乐，再加一点爱，这个爱，让我对世界有信心。”日本人在一本叫《十二味生活设计》的书中说：“因为爱，所以会对生活保持长久的热情，才不会因一时困顿而泯灭希望，才有余裕去感知和发掘自己内心的力量，才有将幸福推己及人的能力。”这也直接道明了幸福与爱的关系。

爱首先是大爱，爱大自然、爱国家、爱民族、爱事业、爱事物，当然也包括爱情之爱、亲情之爱、友情之爱。一个懂得爱的人，肯定不是自私的人，而必定是善于付出的人。我曾经写下过：自己只有一条路可走——爱，大爱，爱社会，爱每一个人。

在我看来，爱往往比被爱更有幸福感。当你为一件值得的事去付出，其实你付出爱的那一刻是最幸福的。反之，一个不懂也不会付出爱的人，本身就没有具备幸福的基因，当然很难感受到幸福。感受不到别人的爱其实是一种精神的“鼻塞”。

无私的爱，是真正的大爱，才能从而排除人的财色等一切欲望，让人内心宁静、清澈。而这种大爱，才会给自己带来无限的幸福，是“心灵生命”的内核。



那除了对国家、民族、人类、大自然这些大家共通的大爱之情，我还想探讨一下小爱，即爱情。追求爱情是人生的重要过程，“哲学”一词来源于古希腊，原意就是“爱智”。

爱是生活质量的本源。爱情为什么复杂？因为它是动态的，是发展变幻的，那么你对它最大的认识其实是你对方对方的设定。

我曾说过，单恋也是一种爱，就是你内心里对他有了一种设定，这个设定上升到把欣赏看作是一种拥有时，其实就完成了另一种方式的爱。还要懂得爱，才能爱别人。

爱情爱的是什么？爱的是自己的感觉，其实不是对方的人，而是自身的感觉。是自己的心灵感知，或者说是你在这一种情景中的设定，也就是在“爱那时”。

编前语

假设你和一个不喜欢的异性在一起，你看着身边的水和树，能看出感觉来吗？但你是同非常喜欢的他或她在一起，就会有非常想得到对方的欲望，你会看水是清的，树是绿的，连对方身上的气息、衣饰都喜欢……相信恋爱过的人都会有此体验。

其实爱一开始也就是爱对方的某个局部，而当你对这个局部的爱上升到异常强烈的程度时，那爱就开始蔓延到整体了，就会变成全面的欣赏。这几个点就是相爱程序的开始。因为它，你的内心就会发出一种呼唤，这种呼唤就会转化为欣赏；你就会愿意为对方付出，付出的同时你还会尽量展示你的才华或优点，譬如男人的豁达勇敢（男人味），女人的温柔体贴（女人味）等，促进了彼此的亲近。亲近就是相爱的外在体现。

必须珍视这几个情感中提炼出来的点，它是情感的结晶体，它会燃烧，会沸腾，会千回百转纠结在一起，怎么也化不了，怎么也解不开，真成了一个情结。但爱是释放，不是占有。释放，再积聚；再释放，再积聚。就像储蓄与刷卡，只有不断地储蓄与消费，爱的过程才能长久。

所以人们说，失恋会让一个人变得成熟，爱也是一种病等，皆因为他内心有了这个爱的情结。

亲情之爱也是如此，一个家庭也有一个情结的。2010年春节前，我请香港凤凰卫视的主持人曾子墨专门给公司的员工和家属做了一次演讲，她有一段话给我的印象非常深。她说：“一个家里没有爱，孩子就失去了依靠。”

孩子的依靠是什么？不是物质财富，恰恰是爱！这种情形很普遍：大人一吵架，小孩子就会感觉天要塌下来了一样。如果家庭不睦是一种常态，那这个孩子将来的自信就会差很多。失去了信心意味着什么？就是失去了未来。为什么有的孩子从小与母亲特别好，或者同祖母、外婆特别亲？其实他就是在寻求爱的依靠的庇护。这就是他的情结。

那全心于事业的人，他的情结就一定在他所从事的工作中，有情结才会有激情。因为有了情结，你就千方百计要去解开它。

事业是生活的载体，又是提升智慧的实践平台。爱工作，在工作中找到乐趣，才会快乐工作，做成绩；有成就感，受到表扬，练成技能。梦想、目标、事业心，都是工作之恋的连接点。连接上了才会产生“心流”，有“心流”才能让你产生成就感，也才能快乐生活。

我对工作确实是有情结的。从我立志以来，30多年始终如此。因为我还没有全部实现自己设定的目标，我有这个情结啊！我当然就同别人不一样，碰到事情，我都会十分关注每一个细节，会潜心研究里面的细节结构，用各种方法去找到根源。而且越是困难的事情，我就越有去解决的激情。这正是爱的情结的能量。

人实现幸福的唯一一条路就是爱。爱，恰是人一辈子生活幸福与事业成功的功课。而当爱完全成了一种习惯，还有什么事做不成呢？

目录

编前语

扬帆·公司要闻

盐城爱琴海购物公园盛大开业五大时刻记录火爆现场 P004

唐山路北爱琴海“潮巷”国潮街区正式亮相——看购物中心如何聚焦 Z 世代 P008

夜市 + 国潮 + 社交：唐山新打卡圣地 —— “潮巷” P010

商业需要有趣的灵魂调改后的福州仓山爱琴海购物公园做到了！ —— “奇喵小镇” 喵趣开业 P012

冲刺·决战目标

全力以赴，为年轻的自己冲刺！ —— 爱琴海集团各项目 2020 年底业绩大冲刺 P015

启航·华章添彩

签约不断 —— 爱琴海川渝区一周内连签三座新项目落地 P019

千亿红星 辉耀湛江 —— 湛江爱琴海购物公园奠基仪式圆满举行 P021

观察·商业资讯

分享·善战者赢

什么是成就不凡团队的制胜法宝？ —— 观影感悟随谈 P026

团队协作 执行为王 P027

分享园地 P029

这部剧到底讲了啥主题？ —— 《绝密 543》金句摘录 P030

聚焦·媒体视界

慈溪高新区爱琴海合作伙伴大会盛大召开 携手吴晓波对话城市 P032

拥抱 Z 世代 爱琴海云贵区域数字化营运打造全新消费场景 P034

成长·爱迪生说

我在爱琴海“开挂”的两年 P037

结缘大唐山 玩转直播秀 —— 告诉你所不知道的轮岗初体验 P040

论剑·干货擂台

论商业项目筹备期现场工程管理 P043

闲话·写意生活

不一定要远行，才是旅行 P046

初秋 P046

用行动保卫家 守护“爱” P047

冬至已至 相爱相随——记济宁高新区爱琴海“以饺交心 团结共进”活动 P047

暖阳初上“煮饺”登场——记萍乡爱琴海“情暖冬至，你我同胞”活动 P048

戮力同心 鏖战 2021——沭阳爱琴海开展真人 CS 竞技赛 P048

这就是团队力量！——北京北投爱琴海户外拓展团建小记 P049

品味·心路历程

路上 P050

以爱之名，点亮希望 P051

由褚橙活动勾起的回忆——招商中心大厅的日与夜、夏与冬 P052

悦读·书香有感

浅谈《善战者说》中的战略与执行 P054

用平时经之道 走宽广豁达之路——《平时经》读后感悟 P056

欣赏·镜头光影

盐城爱琴海购物公园开业华丽瞬间 P058



顾问：张华容

策划：刘建安 付 闯

主编：马睿超

编辑：马 静 孙 瑜 杜建美

徐丽洁 梁赞美

主办单位：爱琴海集团

地址：上海市闵行区申长路 1466 弄

红星美凯龙总部 B 座北楼 3 层

邮编：201106

电话：021-53208299

官网：www.hongxingshangye.com

内部资料 免费交流

投稿可发送至邮箱：

maruichao@chinaredstar.cn

（接受文字、绘画及摄影等作品创作）

盐城爱琴海购物公园盛大开业 五大时刻记录火爆现场

OPENING



2020年12月19日，万众期待的盐城爱琴海购物公园盛大开业。开业即迎来爆发高峰，开业两天就创下销售额突破2216万元，客流39万人次的亮眼成绩。

盐城爱琴海的开业不仅是盐城地区2020年最受瞩目的商业大事件，也是江苏地区商业零售领域的全新进化。

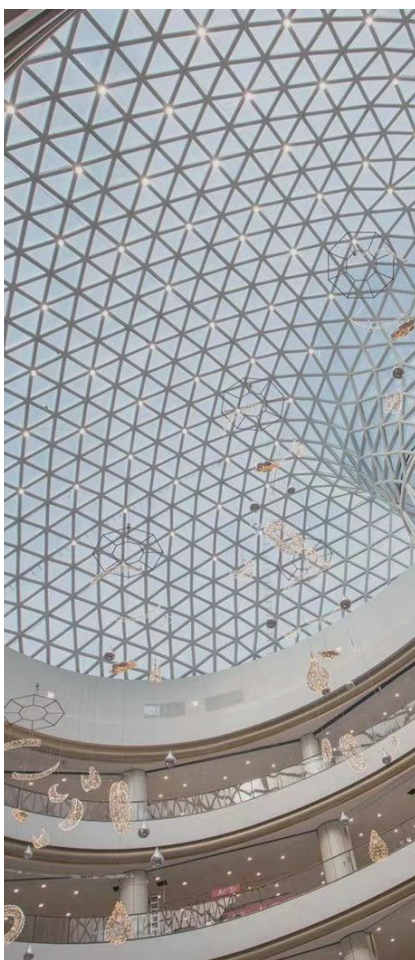
开业现场，盐城市政协副主席管亚光、盐城市亭湖区区委书记夏思军、盐城市亭湖区政府副区长蔡建玮，新洋经济区党工委书记杨志刚、新洋经济区党工委书记、主任蒋艳，红星置业集团董事长徐国峰、爱琴海集团总裁张华容、爱琴海集团执行总裁王强以及众多品牌方代表出席了此次开业仪式。

早在 2020 年 8 月，还未开业的盐城爱琴海购物公园就以“365 生活体验公园”的独特定位和众多项目亮点实力斩获赢商网评选的“2020 年度城市商业新地标”奖，也是 2020 年度整个江苏地区唯一一座获此殊荣的购物中心。12 月 19 日盐城爱琴海就此揭开它神秘的面纱，不仅让盐城数百万消费者一睹项目的超高颜值，更能体验这座购物公园带来的全天候暖心服务。

启航时刻 满载信心 待爱开启

一天之计在于晨，清晨正当人们忙碌的准备着一天行程的时候，盐城亭湖区开放大道亮丽的盐城爱琴海购物公园也已做好开业准备。它熠熠生辉、蓄势待发，由上万块玻璃拼接而成的全景流光幕墙，带着创意的视觉冲击、炫彩的韵动光澜，相信不久的将来将成为这座城市的独特符号。

走进内部的空间设计，盐城爱琴海购物公园斥巨资，通过钻石璀璨星空顶部透光设计，打造令人拍手叫绝的“盐渎之眼”。流连、忘返、徜徉……沉浸式的购物体验



就此而来。迫不及待的希望为消费者带来焕然一新的体验，让顾客从客流真正变为“客留”。

此外，盐城爱琴海拥有盐城首座立体停车楼，容纳超 1000 个停车位，同层抵达，便捷购物，此时也同步开放，等待盐城消费者的检阅。

热力时刻 元气满满 活力出发

12 月 19 日上午 9:30，盐城爱琴海开业仪式正式拉开帷幕，盐城市亭湖区政府领导及红星置业、爱琴海集团领导纷纷表达了对项目未来发展的信心与支持，并共同为盐城爱琴海购物公园打开了迎客之门。盐城消费者跟随报喜雄狮进入爱琴海购物公园，开启首次体验之旅。



在各个楼层，盐城爱琴海以“浪漫环游记”为主题，别出心裁地打造了“向爱出发”、“天空之境”、“奇妙算珠器”、“环游飞行棋”、“老公寄存处”等多处独特IP场景，并链接每一个消费者的情感记忆，激发新的社交分享。

更让人惊喜的是，盐城爱琴海围绕新家庭消费和Z世代年轻客群打造了盐城首座户外千平真冰场，让年轻消费者们切身感受花样滑雪的魅力。还打造了“光的空间”，通过万花筒装置、体感互动、光影随行带来了全新的人际光影体验，和潮绘艺术、自由无束的屋顶花园一起，都是接下来“盐城后浪”们打卡的不二之选。

除此之外，第一次进入购物中心的“怪兽超跑俱乐部”是一家高端私密的超跑俱乐部，主要面向超跑车主，爱琴海将通过和这一平台的合作，聚合更多高净值客户。



美食时刻 乐品食趣 满足味蕾

盐城爱琴海打造了越界共享空间，将盐渎风韵主题美食街区的复古与现代相结合，消费者穿梭其中，可尽享美食时光。

同时，盐城爱琴海在美食方面还特别注重品牌效应，引入海底捞火锅、味府餐厅、龙爷火锅、匠边鱼、柳飘飘亚洲烤肉、卤盟主、石田家自助餐厅、西元里、腩朝鲜等美食特色品牌，让餐饮布局在盐城商业中更独胜一筹。

嗨购时刻 潮玩尽购 趣享生活

午后的休闲时光自然是“放肆”嗨购。为顺应年轻化的潮流趋势，盐城爱琴海引入众多潮玩娱乐业态和时尚潮流品牌，品牌签约率达 97%。场内品牌包括家家悦精品超市、横店电影城、苏



宁易购、游戏大魔方、海底捞火锅、体博健身、KFC、屈臣氏、星巴克、字里行间、斯凯奇、adidas、Me&City、champion、INXXSTREETLab、童话岛儿童乐园、童话岛卡丁车等，其中超 30% 品牌都是首进盐城，这些品牌既是流量的担当，也是产品优质的代言，正好与年轻消费群体热衷于 Fashion 的消费理念相契合。

盐城爱琴海从项目定位之初，就区别于传统的商业综合体，它以公园场景定义新型购物空间，重新定义业态组合，让每一种业态不再是孤立的存在，150 余家店铺被有机的结合在一起，满足消费者多元化的消费需求，从家庭配套到儿童

娱乐，从传统美食到网红潮流，从精品零售到休闲娱乐，爱琴海给盐城这座城市带来了一波全方位的消费升级。

狂欢时刻 越夜越嗨 音乐潮派

夜幕降临，盐城爱琴海开业盛典精心为消费者设计了一场“狂欢派对”。通过多元化活动触达消费者精神层面，引发顾客共鸣。参加《乐队的夏天》受到大众喜爱的木马乐队和好声音人气歌手刘明湘也亲临了开业当晚的超燃音乐节，嗨翻现场。

盐城爱琴海的盛大启幕不仅进一步扩大了爱琴海集团在华东区域的商业版图，也将填补盐城北部的商业空白，成为盐城及周边地区的新商业地标。

更多开业华丽瞬间请见
“镜头光影”版面



唐山路北爱琴海“潮巷” 国潮街区正式亮相

—— 看购物中心如何聚焦 Z 世代

当下“国潮”大行其道，众多购物中心纷纷借势营销，爱琴海也紧跟步伐加入“国潮营销大阵营”，12月12日，唐山路北爱琴海在场内六层推出以“潮巷·新食力”为主题的国潮街区，通过沉浸式、交互性、多元化的国潮场景，给年轻消费者带来全新的玩乐体验，引领唐山时髦儿、年轻化的生活趋势。



聚焦四大主题，解锁营销新玩法

此次唐山路北爱琴海六层“潮巷”街区以 Z 世代消费者洞察为核心，围绕“潮·视觉、潮·听觉、潮·味觉、潮·触觉”四大活动主题展开，通过营销新玩法与消费者形成深度互动，给消费者带来一场集视觉、听觉、味觉、触觉多维度的感官体验。

在潮·视觉体验上，“潮巷”街区主要以国潮美陈设置营造活动的整体氛围，并配合拍照打卡、爱琴海宠粉电影日、美妆装扮等为年轻消费者提供一站式的服务体验。在潮·听觉体验上，国风嘻哈说唱、琵琶格格舞、潮服COS乐队给消费者带来了沉浸式的听觉享受。在潮·触觉体验上，逛潮巷寻隐藏福利、潮巷礼品机免费抓等全天全时段的互动体验尤为吸睛，大幅增加了消费者参与活动的滞留时长。在潮·味觉体验上，唐城火锅宴、“新食力”美食节等多样美食活动给消费者带来了味蕾上的极致享受。

总之，唐山路北爱琴海将六层“潮巷”街区的打造定为购物中心的“锦囊妙计”，搭配四大维度的感官体验，从游逛互动到商品售卖，为Z世代消费者提供了互动、沉浸式的场景体验。

国潮≠快闪，深挖国潮新内涵

国潮≠快闪，购物中心只有在国潮营销模式中持续挖掘新内涵才能在商业地产拥挤的竞赛赛道中打开一个新的突破口。

唐山路北爱琴海线下场内电子屏活动投放和线上公众号、朋友圈、抖音连续数十天的预热宣传，为六层“潮巷”的开街提前进行了蓄客造势。对于活动的持续方面，唐山路北爱琴海本着“周周有活动，场场有亮点”的理念不定时轮番上演玩偶巡游、盲盒抽奖、国潮走秀、近景魔术、小丑杂耍等多样化的互动体验活动。可见，国潮营销模式覆盖范围不仅仅是一次广告宣传、一次快闪活动，而是将国潮融入品牌与产品中，以此得到年轻消费者的认同，唤醒消费者对国潮的认知。

此外，唐山路北爱琴海还将进行国潮文化节交流，传递国风和潮流的核心文化精髓，从而给Z世代的国潮爱好者提供有内涵、有场景的国潮文化街区。

未来，唐山路北爱琴海将在“潮巷”街区的升级打造方面融合冀东情怀，将唐山本土文化和国潮文化相结合，打造具有当地特色的“潮巷”街区，以引发唐山市民的情感共鸣，从而增加消费者对爱琴海的认同感。



夜市 + 国潮 + 社交： 唐山新打卡圣地 —— “潮巷”

唐山首个国潮街区，爱琴海六层“潮巷”国潮街区正式亮相，国潮 + 夜市 + 社交空间的综合功能，重新定义了夜市概念。“潮巷”社交街区多元融合潮流文化、亲子活动、社交活动内容，一经开街便受到热爱国潮文化、追逐潮流和个性化年轻人的青睐和热捧，成为唐山各大潮 FUN 儿必逛的打卡圣地。



场中有巷：打造休闲的社交新聚点

诸如所知，根据马斯洛需求层次理论，消费者在满足最基本的物质需求后会升级到社交需求。唐山爱琴海看到这一趋势的迭代，挖掘出社交经济的价值，在商场内六层为消费者打造了专属的社交空间“潮巷”，为唐山市民带来全新的社交场所和休闲生活方式。



在“潮巷”中游逛，消费者可以想象这样的生活：拿着奶茶和串串，和三五好友聊着天，漫步在街区中，看到有趣的玩乐游戏，就畅快淋漓的玩一场，享受着休闲的慢生活。这样休闲美好场景的塑造就是唐山爱琴海“潮巷”开街的初衷。

同时，唐山路北爱琴海“潮巷”主题街区特设小舞台，免费提供给顾客使用，可用于求婚、舞蹈、演唱等才艺展示。“潮巷”开街当日，国风嘻哈说唱、琵琶格格舞、潮服 COS 乐队、唐城火锅宴、“新食力”美食节等……让有共同消费偏好的消费者集聚于此，在带动消费的同时，增加消费者与爱琴海之间的粘性度。由此，唐山爱琴海打造的“潮巷”将是一个极富活力的“社交新聚点”，吸引着消费者反复来此游逛。

国潮加持：融入潮流和年轻化属性

站在爱琴海六层，放眼望去，一个个摊位串起一道生机勃勃、有烟火气的风景线。带有国潮图案的电梯背景图、主题 KT 板，发光发箍、灯串等，在穿针引线的作用下凸显着国潮文化和年轻化，潮趣十足，让逛者感受到了专属的国潮氛围，亦添了深刻的记忆度。

除了浓厚的国潮氛围，“潮巷”街区还带有年轻化和个性化属性。本次街区的一大特色是国潮风 COS 区。八大 COS 拍照打卡点位潮趣来袭，与潮 FUN 儿们惊喜相遇。为 Z 世代消费群体开启自由打卡空间。可见，唐山路北爱琴海“潮巷”打造的是一个 Z 世代年轻群体与国潮文化连接的社交聚合空间。

同时，唐山路北爱琴海着力整合唐山各大异业资源，联合场内多家品牌商户，并利用场内开放有国潮化的摊位集市，以潮流个性化的创意和多样商品引爆线下实体销售。

多元叠加：全方位促进夜经济增长

从“日落而息”到“营业至凌晨 2 点”，“夜经济”成为了城市经济发展以及打造城市特色文化的新增长极。此次唐山路北爱琴海开街的夜市“潮巷”经营时间延长至凌晨 2 点，多元融合各种业态、奇趣互动摊位、特色板块、网红打卡点，持续深化了爱琴海夜经济标签。

■ 多样化摊位：盲盒抽奖、创意玩偶、生活杂品、盆栽花艺……多家摊位前人气爆棚，货品琳琅满目。

■ 复合化场景：“潮巷”街区融合美食、零售、艺术、文创、亲子等多种场景，满足了消费者多样化的需求。

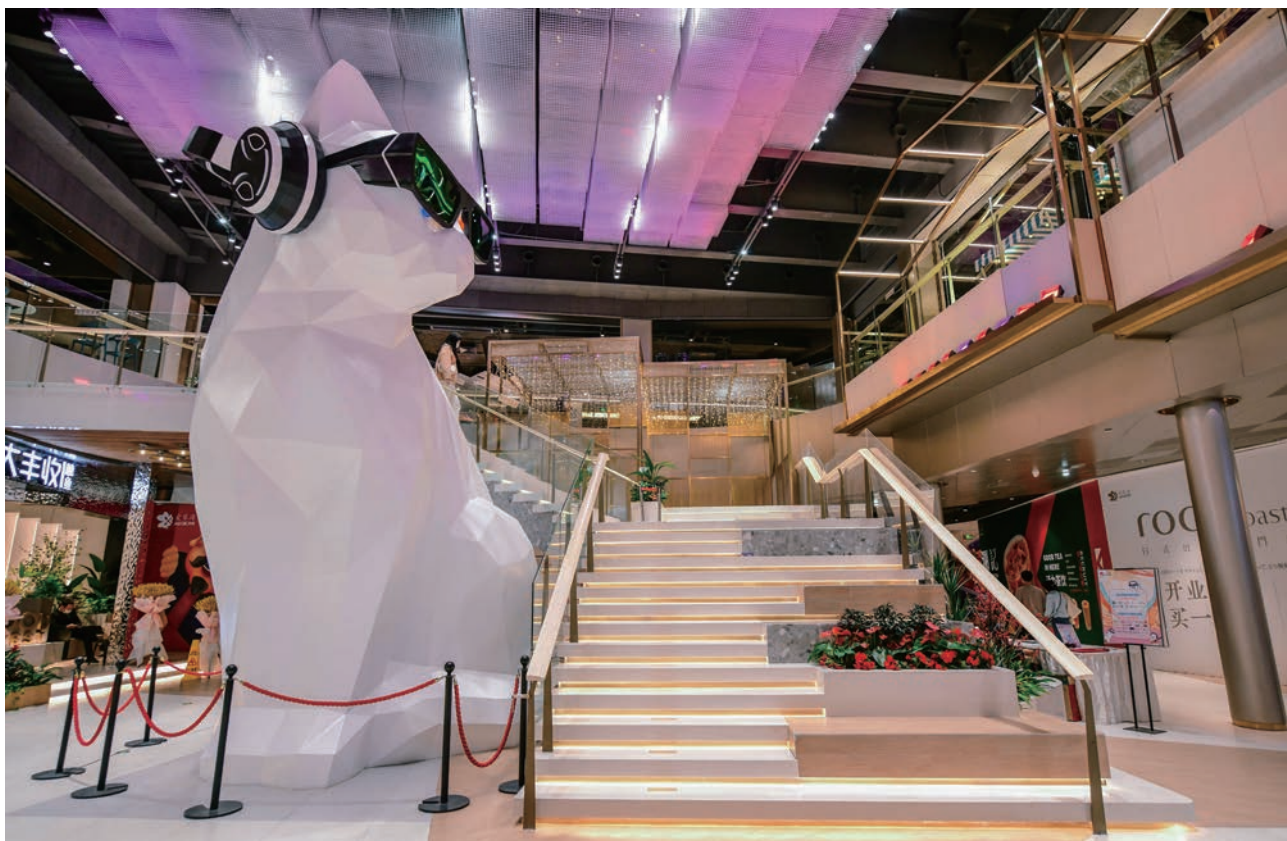
■ 多元特色板块：创新街区模式，划分游乐互动区、网红美食区、手办文创区、潮牌零售区、时尚花艺区五大特色板块，形式丰富多样，给顾客带来全新的玩乐体验。

■ 一站式网红小吃打卡点：潮男潮女支起货架，售卖的网红奶茶、烧烤、爆牛肉、串串、酸梅汤、啤酒等一站式网红人气美食让逛者挪不开步，并配有促销、秒杀、满减、折扣等强 SP 优惠活动，大大拉动了夜经济消费新增长。



商业需要有趣的灵魂 调改后的福州仓山爱琴海购物公园做到了！

——“奇喵小镇”喵趣开业



作为多维空间场景，商业打通了人与城市之间的动脉，驱动城市焕发升级，彰显城市的个性与魅力。在城市更新过程中，商业中心发挥着极其重要的作用。

站在城市级高度，如何创新商业空间，赋能城市价值生长，爱琴海一直在探索。12月5日，福州仓山爱琴海沉浸式全美食主题街区——“奇喵小镇”开业，实现20%品牌福建首进，50%品牌福州首进。开业期间，福州仓山爱琴海购物公园整体销售、客流、会员增长、会员销售均创2020年新高。其中，整体销售同比增长21%，客流同比增长12%，新增会员同比增长150%。福州仓山爱琴海用数据证明了产品实力，从中也窥见其助力城市焕新的力量。



喵趣横生： “奇喵小镇”喵趣开业 人潮涌动客流不息

12月5日上午，“奇喵小镇”风味饭局暨开业典礼隆重举行，全城45位KOL携手500名风味美食品鉴官共同开启爱琴海美食的“奇喵之旅”。开业歌舞秀在欢乐的节拍中点燃全场氛围，mini音乐会完美接力，福州知名美食博主丁susu到店直播，嗨翻现场，精彩纷呈的互动更吸引了众多消费者驻足参与。

此外，福州仓山爱琴海还为消费者准备了丰富的现场活动以及超值折扣优惠，萌宠嘉年华、奇喵游园会赢华为P40、全场餐饮吃100送100、免费瓜分1000支大牌口红、现金红包整点抢等众多开业活动引发了消费狂欢，持续不间断的吸引客流。

如今热闹非凡的“奇喵小镇”，在改造之前是真冰场。在历时5个月的施工改造之后，终于在12月



5日正式启幕。“奇喵小镇”也是福州仓山爱琴海针对其高楼层“冷区”冰场和整体空间进行的一次“焕颜手术”，整体设计从美陈、软装、灯光智能系统等方面为此次的调改焕新注入了创意和活力。以“用餐+社交+场景”的新型模式，带给消费者在盒子MALL中不一样的沉浸式体验，打造更加年轻化、想象力的空间，以及具有城市温度的“社交客厅”，享受另一种漫游时光。

品牌表达： 探究“新青年”饮食习惯 有趣的灵魂焕新抢眼

新时代下新青年热衷于追捧品质餐饮与网红餐饮，对此，福州仓山爱琴海以前瞻性的洞察力，在赋予“奇喵小镇”好看的皮囊时，重磅引进来自6大地区的风味美食，让其拥有了有趣的灵魂。

“奇喵小镇”本次开业引进花味烤肉（福建首进），苏格里岛（福州首进），锅幸和牛放题（福州首进），森空和食（福州首进），月枫堂（福州首进），友德赏味—浅奢店（福州首进），湘下佬（福建首进），客家麦大叔（必吃榜），贝勒爷，泰友民，大丰收，四道菜，炉鱼，若可吐司，卤嚙嚙，莓超病，澜记，录刻茶等品质餐饮及网红美食品牌。

此外，为进一步提升消费者就餐体验，强化商场的餐饮优势，福州仓山爱琴海还引入太二（仓山首进），杨记隆府（福建首进），肉祭烧肉一番、八合里牛肉火锅、星洲小聚、椰子营、鱼小聚等多个市场大热的餐饮品牌，叫好又叫座的餐饮矩阵打造出福州仓山爱琴海独有的竞争优势。

空间营造： 高颜值打卡场景 打造多元社交空间

“奇喵小镇”区域的整体空间感很好，在设计风格方面，整体围绕原木、白为主色调，辅以金属色配搭，全开放式立体空间，气质感

飙升，风格简约、时尚。配合顶部天花的“像素云”光影组合，融入了科技元素，为整个空间赋予一种由光线、镭射与投影带来的优雅与动感，完美打造“沉浸式”氛围体验。

主题街区中庭傲娇伫立的白猫就是这个小镇的主人翁。打造时运用 3D 打印切割技术，精细还原多面棱角的复杂设计。

从功能角度来看，“奇喵小镇”是共享社交空间，可以承载像时尚走秀、小型音乐会、艺术沙龙等各种形式的表演和互动；“奇喵小镇”也是私享社交空间，从 4 楼拾梯而上，整个空间里没有挖空心思打造极致的网红装置，而是在营造休闲、舒适氛围的同时，内退式的空间处理预留了休憩空间给顾客，可以享受闺蜜的下午茶时光，也可以分享邻里间的相聚时刻。

聚焦 · 聚变： “一线 + 网红”双美妆矩阵 美妆消费打卡新地标

一个商业项目想要持续拥有旺盛的生命力，便需深耕消费者本质化需求。以 80、90 后新生代为主的“新中产阶级”已成长为消费主力军，他们更注重产品品牌与品质，崇尚“无负担、有品质”的消费主义，以及自我表达的潮流文化。

福州仓山爱琴海以此为核心，时刻关注消费客群需求和市场消费趋势变化，并积极将之转化为创新成果。

如今迈入五年的关键年，福



州仓山爱琴海更招准新中产阶级和“Z 世代”的消费需求，联合主力店东百，探索百货和购物中心的无界融合，引进了 LANCOME、CPB、Estee Lauder、Dior、YSL、Fresh、Sulwhasoo、SHISEIDO、GIVENCHY、IPSA、Mac、FANCL、ORIGINS、Shu Uemura 等 14 家国际一线化妆品牌，全面焕新品牌组合，进一步向更高端、更潮流跃进，意欲将福州仓山爱琴海打造成美妆消费打卡新地标和潮流生活目的地。

另一方面，根据 Z 世代对于种草消费、国潮消费的追逐，还引入社交圈爆火的调色师彩妆集合店，对 Z 世代消费者群体形成更高的黏性，为项目导入更大客流。

从增量市场到存量市场，改

造更新是购物中心保持活力的不变关键。福州仓山爱琴海 2020 年的整体调整改造是把握时代发展机遇的大胆创新之作。做到开业爆表，惊艳市场的基础是懂得挖掘区域商业和消费者在生活各方面体验及服务上需求，在提升整体项目品质的同时，也为后续运营打好坚实基础。

基于首店经济、潮奢主义、种草经济、社交空间等前沿消费趋势，紧抓 80 后、90 后、Z 世代主力客群的消费习性，福州仓山爱琴海通过品牌迭代升级，全面释放品牌组合效应，满足并引领消费需求，增加商场聚客能力，带动业绩快速提升。这座都市的假日中心不止于此，未来，在爱琴海集团的精心打磨下，持续赋能空间，定义全新生活方式，为城市商业创新促活，为消费者创造更加美好的生活体验。



“奇喵小镇”改造前



“奇喵小镇”改造后

全力以赴，为年轻的自己冲刺！

—— 爱琴海集团各项目 2020 年底业绩大冲刺

临近岁末，爱琴海各营运期项目为了年底冲关，纷纷聚焦年度目标任务，咬紧关键指标，聚焦核心举措，全面吹响“为年轻的自己冲刺”的战争号角，全力以赴做好年末冲刺各项工作，展现爱琴海的铁军精神与年轻活力！

昆明广福路爱琴海

——拼到极致，飞越巅峰

最后一个月，坚守目标，共创佳绩，昆明广福路项目不断通过跨界资源的洽谈和整合，努力开拓创收，并号召员工进行全员营销，借助多位一体的营销方式，结合更加新颖、创新的活动形式，全力促进各项指标的高速增长，确保全年指标百分百完成。



重庆金开爱琴海

——携手奋进，不负韶华

为完成年度指标做最后冲刺，并且进一步帮助商户树立信心，重庆金开爱琴海于2020年12月10日打造“品牌联盟日”，帮助场内重点品牌提升销售业绩。在员工的共同探讨以及各部门的通力合作下，品牌联盟日通过打造独家的SP活动、甄选优质市集商家，在后区铺排多吉寺 mini 室内版，搭配人气异业资源活动，达到了吸引客流与提升人气的效果，从而带动品牌销售。



冲刺 · 决战目标



福州仓山爱琴海 ——潮流街区，全新升级

福州仓山爱琴海在 2020 年末之际，推出“将饕餮美食、现场娱乐、艺术、社交等业态集为一体，年轻一族的聚集地”的全新主题街区“奇喵小镇”，为保障街区完美呈现，但也不失年末冲刺时机，在交叉施工的同时，企划同步开展了商户洽谈，在各大公众号及外媒上做相应的开业活动推广及前期蓄水工作，为街区正式开业做同步的业绩与客流爆发。



唐山路北爱琴海 ——乘风破浪 共铸荣耀

唐山项目为圆满完成招商任务，成立招商冲锋队，招商成员月均出差四次，疫情期间也多次往返北京、石家庄等地进行重点品牌拜访。唐山项目目前已完成全年招调任务指标，出租率为 97.6%。在最终冲刺的 30 天内，唐山项目将主动出击，力争完成 100% 出租率，实现满铺经营。



大同魏都爱琴海 ——同心协力，奋战到底

为促进商户业绩达成，增加客流，大同魏都爱琴海项目将任务指标拆分到每个条线，从各条线的品质经营紧抓年底的业绩提升，各部门同心协力，分秒必争，发挥自身优势辅助目标达成。同时，公司上下尤其注重安全工作，为排除安全隐患加强项目内自查，合理控制能耗，按节点配合、协调相关部门，加速推动消防验收各项事宜。



天津河东爱琴海

——奋勇拼搏，锐不可当

抢时间，冲目标，天津河东爱琴海项目团队争分夺秒，铆足干劲，围绕年度指标，积极开展工作沟通，挖掘提升工作质量的方法及措施。营运团队与商户紧密沟通，重点攻克，收缴率冲刺 98%。与此同时，将年货大集主题活动集中在负一层，洽谈短期特卖，盘活冷区，为负一层招商争取时间，同步进行负一层的整体规划，出租率年底冲刺 97%，向任务指标发起全力冲刺，不达目标誓不罢休！



慈溪爱琴海

——一鼓作气，挑战佳绩

为进一步焕发爱琴海铁军精神和年轻活力，慈溪爱琴海项目每位员工怀着必胜的心与信念冲刺 2020。百日冲刺大会时各部门领导带领部门成员签署军令状，全员分解收入指标，非业务部门也通过各种方式开拓创收渠道，全员营销中不分彼此、目标一致地创造一个又一个超级品牌。目前项目全员正充满活力地冲刺年终各项指标与榜单各项冠军，各部门将全力调动资源、策划可行方案，争分夺秒、努力拼搏，以实际行动来践行目标！



成都后花园爱琴海

——上下同心 势在必得

12 月也是成都后花园爱琴海项目迎来一周年庆典之际，全员上下团结一心，共同迎接年末最后一战。项目召开“年末指标冲刺大会暨周年庆典动员会”为全员鼓舞士气，明确各部门目标，坚定信念。在总经办的带领下，全员统一思想，真抓实干。每日召开进度通报会，针对当前存在的突出问题采取有效措施，积极引入新一批品牌为项目注入新鲜血液，为项目周边家庭客群带来耳目一新的全家娱乐型休闲体验。





昆明瑞鼎城爱琴海 ——披坚执锐，热血征战



优质的后勤保障工作对于经营目标的完成也起到不容忽视的作用，为牢固基础服务，强化战斗能力，夯实工程物业基层人员业务技能，昆明瑞鼎城爱琴海于12月3日举办了“工程物业技能展示”大赛。此次技能比拼不仅是员工展示自我的舞台，更是检验技能水平、工作能力、突破自我的良好契机，同时先赛现用，助力冲刺年底目标达成。



除了上述冲刺亮点，还有更多鼓舞士气的动作：兰州爱琴海主动服务、优化环境，全力保障招商工作进行；海宁爱琴海各部门依据全年指标设定倒排计划冲刺表，落实责任，确保年内各项指标任务的完成；百色龙旺爱琴海围绕各项经营活动，开展“经营指标达成冲刺会”、“筑安行动”等；吴江爱琴海聚焦弱项短板，攻坚克难，加油冲刺；自贡爱琴海加强各项工作管控力度，切实抓好现场管理，提升经营品质。



激情燃烧豪情壮，凝心聚力冲刺忙。年末将至，爱琴海吹响了岁末冲刺的号角，爱琴海铁军全员出动，斗志昂扬，分秒必争，必将全力以赴，为2020年画上一个圆满的句号！

签约不断

—— 爱琴海川渝区一周内连签三座新项目落地

近期，爱琴海集团新项目签约捷报频传，泸州市高新区、重庆市璧山区、重庆忠县都将迎来爱琴海购物公园的到来，为城市增添全新的商业地标，为三地市民创造“都市的假日中心”，爱琴海集团川渝区域版图也将进一步扩大。



11月25日，重庆市璧山区人民政府与红星美凯龙控股集团签订合作协议，区委书记蓝庆华、区政府、区人大、区政协领导以及红星美凯龙董事长车建新共同出席本次签约仪式，见证双方共建璧山区TOD大型城市综合体项目。该项目主要包括城市综合体及智慧社区，总计容建筑面积约108万 m^2 ，总投资约80亿元。其中，城市综合体计容建筑面积约24.8万平方米，主要包括TOD上盖物业，爱琴海购物公园及云绅智慧中心。



璧山区 TOD 大型城市综合体项目将打造成为推动渝西板块发展、服务成渝地区双城经济圈建设的重大项目。建成后，将进一步提升居民生活幸福指数，为璧山经济高质量发展注入新鲜活力，被视为补齐主城都市区“迎客厅”新格局的又一块重要拼图。

同样在本周，爱琴海还在四川泸州、重庆忠县完成了新项目签约。

泸州国家高新区爱琴海购物公园项目签约仪式于 11 月 27 日下午举行。泸州市委副书记、市长杨林兴，市委常委、统战部部长、市总工会主席、泸州国家高新区党工委书记付小平，四川省煤田地质局党委常委、副局长任晓冬，红星美凯龙集团总裁徐国新，爱琴海集团执行总裁王东，爱琴海集团副总裁王舜以及政府有关部门有关领导及双方企业代表共同出席。

签约的爱琴海购物公园项目，占地 51 亩，建筑面积 6 万 m^2 ，总投资 5.1 亿元，建成后将作为所在区域内首个集购物、休闲、娱乐为一体的商业中心。

项目所属区域为泸州高新区，于 2015 年 2 月经国务院批准升级为国家高新技术产业开发区，是长江经济带上游三个国家级高新技术产业开发区之一，发展潜力巨大，目前已有华为大数据中心、高新区众创中心、北斗数据四川分中心、四川省信用联社异地灾备中心等诸多重点项目进驻。爱琴海购物公园的加入，将进一步完



善高新区的生产生活配套服务，为后期的商业的运营打下了良好基础。

作为川渝区域本周第三个签约项目，重庆忠县爱琴海购物公园项目紧跟重庆璧山及四川泸州项目推动脚步，于 11 月 28 日正式完成签约。该项目建筑面积约 5.7 万 m^2 ，是爱琴海集团携手泸州兴城集团旗下重庆领秀忠兴房地产开发有限公司联合打造，建成之后将为重庆忠县带来全面消费升级。

短短一周之内，连签三座项目，代表着市场对于爱琴海集团的高度认可。2020 年面对疫情对实体零售的冲击，爱琴海集团利用快速的数字化布局以及持续的 IP 化营销，通过私域流量与自主开发的爱闪购等平台，与品牌联手打造了超过 160 个销冠门店，帮助大量合作伙伴逆势爆发。

千亿红星 辉耀湛江

—— 湛江爱琴海购物公园奠基仪式圆满举行



11月7日，爱琴海购物公园奠基盛典在万众期待下，隆重启幕。一众领导嘉宾及合作商家、业主客户共同见证本次盛典。

现场出席的领导及嘉宾包括：红星置业区域总经理范立平、湛江红星爱琴海国际广场项目总陈秋华、新村党支部副书记林木珠、新村党支部副书记林振全、新村党支部书记林建发、爱琴海集团助理总裁宋祖庆、副总经理唐国度、发展总监陈超、肯德基（湛江地区经理）毛伟桥、金拱门（麦当劳深圳、东莞、惠州及粤西地区高级地产代表）田幼林、永辉超市（拓展总监）王山汉以及特邀嘉宾2004年雅典奥运会女子10米跳台双人冠军劳丽诗等。由湛江电视台主持人小媛主持本次奠基仪式。



启航 · 华章添彩

活动伊始，由一段精彩的龙鼓舞表演拉开了这场盛大仪式的帷幕。声声鼓鸣击出心中挚爱，一段舞跳出热血豪迈，龙鼓舞奏出的是这一路荣耀感动，舞出的是繁华生活的开始。

红星置业区域总经理范立平上台发表讲话，他表示：向所有亲临爱琴海购物公园奠基仪式现场的领导、新村书记及村委会领导们、到场嘉宾朋友们，致以最诚挚的问候与衷心的感谢！

正值爱琴海购物公园奠基的好日子，我们满怀期待向未来，见证一座城市级的地标综合体建成落地，相信此标杆作品必将为湛江人民带来全新的国际化的商业模式新体验。我们将会全力把爱琴海购物公园建设好、运营好，管理好，为美好的湛江作出新贡献。

新村党支部分书记林木珠在奠基仪式说道：近年，新村积极谋划转型升级发展，相信在爱琴海购物公园项目建成后，不光能大大提

高村集体经济收益，提升村民生活水平，还将加速片区扩容提质，逐步形成霞山区内高端商业和高尚住宅相结合的大型城市综合体。我相信未来湛江爱琴海国际广场会我们这片区域带来不一般的商业景象，在此，他代表全体村民表示衷心的感谢。

爱琴海集团助理总裁宋祖庆上台致辞，他说道：爱琴海所到之处皆繁华，项目计划于2022年开业，爱琴海购物公园的到来，不仅将蝶变湛江的商业格局，为区域提档升级，其不断更新丰富的内容肌理更为湛江消费者带来了全新的购物模式和消费体验，成为最聚人气的城市级新商圈、新名片。

爱琴海合作品牌领导永辉超市（拓展总监）王山汉作为品牌代表也发表了对爱琴海购物公园的展望：爱琴海购物公园的落成，必将给湛江市民带来更多的生活便利，为更多的国际品牌商创造进驻湛江的机会。强强联手，明天会更好！



奥运冠军劳丽诗来到现场为爱琴海购物公园奠基仪式献上最真挚的祝福，她表示：红星品牌的力量将为片区的发展加速，带来日新月异的变化。爱琴海购物公园的项目落成后，将改变湛江的商业模式，开拓湛江商业新格局。

伴随着激昂的音乐、震天的礼炮、缤纷飘落的礼花和现场热烈的掌声，范立平、陈秋华、林木珠、林振全、林建发、宋祖庆、劳丽诗等领导嘉宾共同挥舞金铲，铲起彩土，向奠定碑奠土，象征爱琴海购物公园在霞山磐石落地。一石莫就千秋业，万众铸成百代功。

至此，奠基仪式圆满成功。各嘉宾和领导上台合影留念。

相信在不久的将来，爱琴海购物公园必将成为一个商业核心发展枢纽，拉动西部片区的快速发展。此外，湛江爱琴海购物公园还将加速片区扩容提质，逐步形成霞山区内高端商业和高尚住宅相结合的大型城市综合体，不仅为霞山注入崭新的活力，成为霞山面向国际的商业封面，更全面带动片区经济，引领城市核心区的全新生活方式和消费风潮。



国内

社会蓝皮书：中国成世界第一大实物消费市场

近日，由中国社会科学院主办的 2021 年《社会蓝皮书》发布暨中国社会形势报告会在北京举行。蓝皮书显示，2019 年，中国社会消费品零售总额达 41.2 万亿元，已成为世界第一大实物消费市场，最终消费支出对经济增长的贡献率保持在 60% 左右。（中新网）

永辉超市三省三店齐开，持续深耕下沉市场

11 月 27 日，永辉超市湖南、湖北、贵州三省三店齐开，全国布局再深化，持续深耕下沉市场。此次开业的三家门店分别是湖南长沙弘坤花样汇店、湖北襄阳吾悦广场店、贵州清镇吾悦广场店。截至当日，永辉超市业务已覆盖 29 个省份、572 个市（区、县）。（永辉同道官微）

朝悦变身小众文艺厂，近 70 家艺文厂牌开启首届“活页青年艺术节”

11 月 26 日，朝阳大悦城首届“活页青年艺术节”启幕。此次活动由朝阳大悦城、晓岛、UCCA 尤伦斯当代艺术中心联合主办，将持续至 11 月 29 日。本次活动举办了艺术家分享会、“嘉宾对谈”以及电影沙龙等。商城 2 层和 10 层的书展展区是“活页青年艺术家”的核心单元，集结了独立出版、手工制书、实验刊物、音乐厂牌和独立艺术家等近 70 家艺文厂牌。此外，活动期间还有 5 场艺术工作坊。（界面新闻）

周大福上半财年净利 22 亿港元，内地市场成业绩主力

香港著名黄金珠宝品牌周大福近日公告披露，由于中国内地旅客赴港人数下降，2021 财年上半年（截至今年 9 月 30 日止 6 个月），公司在香港、澳门及其他地区实现收入 40.49 亿港元，同比下降 62.56%，经营溢利 2830 万港元，同比下降 95.87%。香港市场陷落，中国内地市场成为公司主要收入来源。同期，中国内地实现营业收入 212.16 亿港元，经营溢利 40.50 亿港元，同比分别增长 4.91% 和 42.47%。（斑马消费）

麦当劳与华夏幸福签约，投资 15 亿建设孝感供应链智慧产业园

近日，麦当劳宣布联合四大供应商泰森、宾堡、新夏晖、紫丹与华夏幸福基业股份有限公司签约，计划投资 15 亿元，在孝感建设麦当劳湖北供应链智慧产业园。产业园计划到 2023 年初建成投产，将覆盖食品生产、环保包装、冷链配送全产业链，年度规划产能包括 3.4 万吨肉类产品、2.7 亿个面包、3000 万个糕点和 20 亿个包装产品。同时，将建设 2.5 万平米行业高标准冷冻冷藏和干货仓库，每年可提供 600 万至 1000 万箱物流服务。（观点地产网）

海外

消息称苹果汽车或于明年三季度推出，比预计提前两年问世

据媒体报道，关键供应链厂商已证实，苹果计划在明年第三季度推出首款 Apple Car，比原先规划至少提前了两年时间，甚至 Apple Car 原型车已经在美国加州上路测试。因应 Apple Car 备货需求，和大、贸联等大厂已全面爆单。（腾讯科技）

韩媒：三星 Galaxy 明年上半年将推多款中低端 5G 手机

据韩联社，三星电子将继下月推出 Galaxy S21 后于明年上半年出 Galaxy 系列的 A32、A52 和 A72 等中低价位机，攻占 5G 大众市场。相应机型将以较低价位支持 5G，分别配置 3 至 5 个摄像头，保留 3.5mm 耳机接口。具体来看，日前通过美国联邦通讯会（FCC）认证的 A32 将成为售价最低的 5G 新机，价格约在 40 万韩元（约合人民币元 2372 元）左右。（财联社）

名创优品上市首份财报：Q3 净利润环比增 140%

名创优品发布了 2020 年第三季度财报。财报发布当日，名创优品发布上市后首个独立运营新品牌“TOP TOY”。财报显示，第三季度名创优品营收 20.721 亿元（3.052 亿美元），环比增长 33.4%；毛利润 5.224 亿元（7690 万美元），环比增长 37.7%；按非国际会计准则（Non-IFRS），调整后的净利润为人民币 1.021 亿元（1500 万美元），较截至 2020 年 6 月 30 日的上一季度，增长 140.8%。（TechWeb）

星巴克公布未来 10 年门店战略：明年将在中国新增 600 家店，10% 为“啡快”门店

美国咖啡连锁巨头星巴克（Starbucks）在 12 月 12 日的投资者日上公布了未来十年的门店战略。中国和美国是星巴克最大的两个市场。它计划到 2021 年在中国开设 600 家新店，其中 10% 是 Starbucks NOW（啡快）门店，提供在线点单、到店自提服务。到 2022 年末，星巴克将在中国 230 个城市共开设 6000 家门店。（华丽志）

亚马逊全球开店中国发布 2021 年战略重点

2020 亚马逊全球开店线上跨境峰会日前在上海隆重召开。会上亚马逊全球开店中国全新发布 2021 年四大战略重点：在 2021 年将继续支持企业向线上业务模式转型，抓住跨境电商发展机会；支持卖家拓展全球机遇，发展多站点业务、降低风险；支持卖家打造受全球消费者及企业与机构买家信赖的国际品牌，构建“品牌力”；支持卖家持续优化选品策略，提升“产品力”。（品玩）



电 视剧《绝密 543》以中国人民解放军击落台湾先进侦察机为历史背景，讲述了空军地空导弹部队“英雄二营”克服重重困难，保卫新中国领空的故事。

剧中“全营一杆枪”口号的提出，简洁有力，掷地有声，道出了一支团队上下齐心、剑指一处的重要性，也凸显出企业团队打造和文化建设的核心血脉。

11月初，集团各部门及各地方公司利用周例会及午休等时间，积极组织员工观看了该剧的精华剪辑片，深受斗志昂扬的角色性格及振奋人心的精彩剧情所感染。观影后，大家通过讨论会、文字及小视频等多种形式，有感而发，由点及面，对标自身及所在团队，阐述分享了各自的感悟心得，并在具体的工作中实践尝试。

何为将帅格局？为何要强调团队使命？如何打造企业文化？……大家在讨论中不断碰撞思想的火花，深化学习管理的精髓。在此，我们特摘取点点“火花”，来看看它是如何点亮一支团队的——



什么是成就不凡团队的制胜法宝？

—— 观影感悟随谈

文 / 天津河东爱琴海团队

《绝密 543》的故事讲述了一个特殊的集体，一个为了实现共同目标而自觉合作、突破创新，具有极强凝聚力的精英团队。

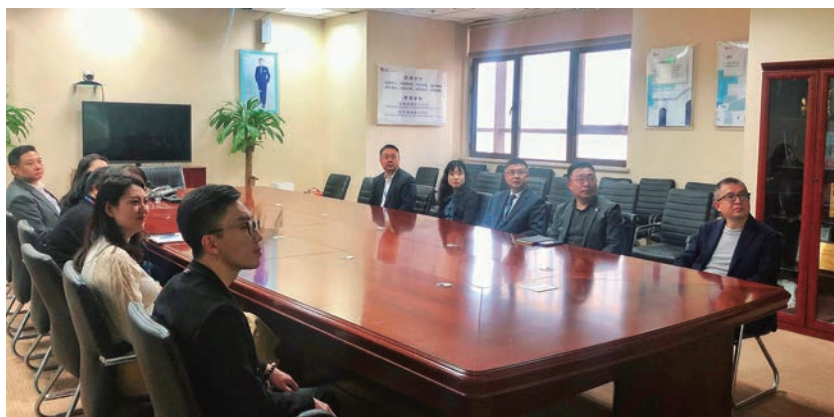
“全营一杆枪”是贯穿全剧的主线思想，是二营迈向成功的必胜法宝，更是营长肖占武和每一位战士的精神支柱。二营胜在团结、赢在同心，具体而言，我有以下三点心得体会。

合作一条心，攻克艰险难！

“二营是一个整体，因为你，把他们每一个人的潜力调动起来，所以他们赢了就是你赢了。”

一直萦绕在肖占武脑海里的，有 N 个问题：二营怎么办？U2 怎么打？领空靠谁捍卫？一个团队，装备不精，人员水平参差不齐，又缺乏战斗经验，靠什么取胜？拿什么证明自己的价值？

随着剧情推进，肖占武带领的二营用生动的实例告诉我们：合作一条心，攻克艰险难。良好的团队精神能够引领和推动团队整体的运行和发展，促使身处其中的每



一位成员孕育出主人翁责任感，并自觉地维护团队的集体荣誉。红军长征的胜利前例可鉴，缔造了中国革命史乃至世界军事史上的奇迹。而当下的我们，每一个个体无异于一名战士，更要坚定自己的精神信仰和价值追求，坚持协同合作，共谋发展，以公司愿景和核心理念凝聚员工的梦想价值观共识。

将平凡的人有效组织起来，去成就不平凡！

“你应该为你手下取得的成绩感到骄傲，是你调教了他们，是你成就了他们！”

“万事以心为本，为有心至，

而力不能至者”。每一位员工在岗位平台上的价值奉献都是一个团队实现突破共赢的制胜法宝。二营的团队，有善算谋划的政委李继先，有大胆干事的营长肖占武，也有技术过硬的罗大……每个人看似普通，但各有所长，各司其职，不掉队，不退缩。他们面对每一次发射都当做一次真正的战斗，都是个体价值的最大实现。

一个优秀的企业组织正是能把平凡的人有效组织起来，去成就不平凡的事业。作为爱琴海的一名管理者，也应当时刻围绕公司战略目标出谋划策，想尽一切办法去努力实现价值，通过优秀的管理和组织能力，将人才一代代培养出来，这便是作为管理者最核心的职责。



有竞争方有进步，有激励方有成长！

“四个营都在阵地上，剑拔弩张，迎击敌人，谁有多大本事使多大本事，用不着看别人脸色……”

剧中装备精良的一营与后起之秀二营一直明争暗斗，互相比较劲，争夺荣誉和成绩，因为“激励”和“竞争”是最能给团队带来源源动力和成长的因素。

当我们与对手面临同样的任务，对手走的每一步棋、采取的每一项措施及取得的每一个成绩都是激励我们不甘落后、奋发向上、攻坚克难的重要动力。良性竞争的过程同样是一个自我提升的过程，尺有所短寸有所长，竞争促使我们更加清晰地审视自我、激发潜能。



感谢集团为我们呈现了这部大有启发意义的影片，我将努力把影片中的团队精神、组织精神、竞争精神融入到今后的工作当中，为爱琴海在商业地产的战场上打造一支精兵强将的团队！

团队协作 执行为王

——成都后花园爱琴海财务部 吴艳辉

十月，在公司人事行政部的组织下，我们全员观看了电视剧《绝密 543》剪辑片。看完后，我的思绪始终难以平静。故事虽然讲的是部队和作战，但同时，剧中的一幕幕细节和传达的精神，也不正是体现了我们的工作生活？在此，我结合自身的岗位要求，谈谈自己的感悟。





一、勤学苦练，以人为鉴

二营从非标到旁听，从预备到主打，活生生给整个部队演绎了一部奋斗进阶史。这其中有这样一段剧情：在敌机安装了雷达预警系统后，部队需要调整战略打法，导弹打出的时间需要从8分钟压缩到8秒——这是一个苏联教令上明确不可能完成的任务，但二营通过种种方案优化外加努力苦练，硬是在8秒以内把飞机打下来了。恰恰是挑战所谓的不可能，成就了二营的一次次飞跃。

如今，我们财务也一直在探索业财融合，一边前进一边思考，这需要不断的学习和总结。我也会结合实际工作多看、多问、多想，主动向领导及其他同事请教问题，尽可能多到商场内巡查，锻炼分析问题、处理问题的能力，并努力学习业务方面的知识及财务核算模式，做到统筹起部门的基础账务核算等事务。

二、团队协作，金石为开

初期一营的条件可谓得天独厚：资源全面向其倾斜、苏联老大哥手把手交，食堂都是专门开小灶，处处搞特殊，连武器都委屈二营而首先满足一营的需要。而二营在如此不利的环境下，仍能有勇气提出“如果有一个成员淘汰都算是团队的失败”的决心，他们彼此监督、相互激励、共同进步，最后终于取得了平均分90分以上的好

成绩，完败一营，充分体现了团队目标一致所迸发的力量。

在我们实际工作中，我们的SP活动、租费收缴工作、费用管控、品质管理等等每一项工作，都需要我们团队中每一位成员之间的通力合作，都需要不同部门和不同岗位的人团结一致，互相配合。在2020年最后的时间里，我会继续配合好本部门及其他部门工作，克服浮躁的情绪，把工作标准、精神状态调整到最佳，尽自己最大的能力完成每一项工作、每一项任务，做到不让工作在自己手里延误，不让差错在自己身上发生，为2020年指标达成贡献自己的一份力量！

三、坚定目标，执行为王

“我们都是战士，什么战斗任务都是光荣的，既然任务下达了，不讨论，坚决执行！”二营营长的这句话反映了二营执行力之强，使我更认识到团队执行力的重要性，并增强了做好本职工作的紧迫感和责任感。在今后的工作中，我将更加坚定既定目标，提高工作效率，没有讨价还价和拖延推诿，保质保量地完成领导安排的各项任务。

这部剧不仅仅是一部正剧，它更像是一位身边谆谆教导的老师，让我更明确了自己2020年的定位和目标，与我的团队一起，勇于担当，携手并进。



分享园地

“有时候就是要碰撞观点， 才能点燃激情创新的火花” ——我所羡慕的职场氛围

我发现在每一个角色身上都有着与众不同的闪光点，他们形成一个坚不可破、互补互助的团体。他们之间虽然有摩擦、有争执，但关键时刻总能拧成一股绳、力向一处使。说实话，我特别羡慕这样的氛围。



可能是性格使然，我其实是一个胆小怕事、畏首畏尾的人，尤其在工作中，身怕与他人发生争执、产生矛盾。有时候，宁愿不表达自己的真实想法，也不愿引起和他人之间的纷争。殊不知，有时候就是要碰撞观点，才能点燃激情创新的火花。

其实在职场中，特别是在爱琴海，我们企业的核心价值观讲求：正权责利主学通帮赛逼勇赢。各部门的人都是经过大浪淘沙后，接受企业

文化的洗礼和引领，才会继续留在公司工作、奋斗，也根本不会因为工作上的些许小矛盾而记恨在心——因为我们都有着实事求是的工作态度及目标一致的团队使命！

——昆明广福路爱琴海人事行政部 杨为

“发挥所长，不避其短；拥抱市场，拥抱变化” ——带领企划团队的重要法宝

学会发现团队中每个人的闪光点，并在工作中合理地分工协作，让每个人实现自我价值——这是我在肖占武身上学到的第一件事情。联想到我们企划是一个群策群力的团队，每一次的活动都需要负责不同分工的同事合作完成。

我接触和带领企划团队的时间还不长，新员工也较多。我会多留心、



多发现团队每个人的优点和特性，在发挥个人所长的同时，不避其短，努力补上团队短板，提高综合能力。

“拥抱市场，拥抱变化”，是企划人一直维持前进、保持新鲜的重要法宝。团队每个个体的提升无疑是团队能力质变的必要条件。我将从我做起，不断提升专业能力，认知新鲜事物，了解行业的新发展和新风潮，与团队一起进步！

——福州仓山爱琴海企划部 吴舒荣



“取长补短，共同促进” ——我所理解的三点团队精神

我从三个方面领会了“全营一杆枪”的团队精神：第一、与领导沟通，要有令行禁止的纪律。剧中肖营长与金主任的沟通，有时不该上升到正面冲突的程度，作为下属要站在领导的角度，学会思考其深切用意；第二、团队协作，要齐心协力，所有力量拧成一股绳。一营旁听整理笔记时，所有人分工明确，发挥所长，相互配合；第三、与战友相处要彼此包容，共同成长，每个人都是一个独立有特性的个体。罗鸣虽然傲气但有才，在公司日常工作中，同事之间也要相互取长补短，共同促进。

——苏州尹山湖爱琴海财务部 印晨

这部剧到底讲了啥主题？

——《绝密 543》金句摘录

01

光荣与梦想

1. 一切和谐及美好事物的崇拜者们，但愿所有阴郁的忧伤，将不再是你困窘，希望就在眼前，光明终将冲破黑暗。

2. 今天我们就和时间赛跑，成了，光荣，败了，也光荣！

3. 二营是一个整体，因为你，把他们的每一个人的潜力调动起来了，所以他们赢了就是你赢了。



02

执行力

4. 理解的要执行，不理解的也要执行！

5. 千学不如一看，千看不如一练。

6. 民主结束，现在开始集中。

7. 我必须要把自己逼到一条绝路上，不然我一定会失败……



03

开拓进取

8. 我们既然坐等不成，就给他来个敲山震虎！

9. 你别给我戴高帽，我不是戴高乐。

10. 有枣没枣先打他三杆子，就算打不到，也能起到威慑作用。



THE ME



● 全营一杆枪

04

11. 我们全营上下一杆枪，我们只有一个目标，为祖国而战！

12. 在咱们营只要有一个人过不了，就代表整个二营的失败！

13. 你把整个二营调教的个个精兵强将，即使你不在位也能打胜仗，这才是真正的全营一杆枪。

● 艰苦奋斗

05

14. 我们不怕苦，我们就怕没人给我们苦吃。

15. 你知不知道这么多年你为什么进步这么快，因为你有不怕困难的狠劲。

16. 兵器交出去了，没什么可怕的，我们腿瘸了，一样往前爬，爬不动了，一样往前滚。

● 自我批判

06

17. 只有检讨才能让我们清醒，只有检讨才能让我奋进，只有检讨才能让我再立新功！

慈溪高新区爱琴海 合作伙伴大会盛大召开 携手吴晓波对话城市



11月14日，慈溪高新区爱琴海携手红星置业，与著名财经作家吴晓波共话慈溪，圆满举办项目合作伙伴大会。活动现场，慈溪高新区爱琴海购物公园携200余家知名商户共同见证爱琴海这一重要时刻。

红星美凯龙家居、红星地产、爱琴海集团是红星美凯龙集团旗下的三大城市服务商，共同助力城市发展，提升生活品质。活动现场，红星地产慈溪公司总经理周宁女士首先进行发言，她表示一个城市的繁荣程度直接与城市的商业发展相关，慈溪高新区爱琴海作为红星置业和爱琴海联手打造城市综合体，在提升居家生活品质的同时，激发慈溪西区消费潜力，形成城市商圈效应。



集团副总裁周宇桁提到，爱琴海集团从城市升级、满足消费者的个性生活体验和需求的角度出发，将城市的先天条件和优势以及爱琴海独有的创新理念结合，与品牌、消费者共创新的商业空间。

而后，由著名财经作家吴晓波先生上台讲演，他提到中国已经进入大城市时代，市县、乡镇级经济应加快对接融入大城市群。慈溪地处沪杭甬黄金节点，区域优势显著，应把握住湾区发展大机遇，实现更大发展。

最后，在全场的掌声中，沃德喜马拉雅雪场、幸福蓝海影院、众乐汇 KTV、肯德基、耐克、阿迪达斯、中国黄金、老庙黄金、巴拉巴拉、名创优品、爱婴酷、天幕沉浸式超级密室、宝岛眼镜、美咖美业沙龙、巡茶、张亮麻辣烫、李八哥、法爵音乐面包等品牌与慈溪高新区爱琴海购物公园正式签约，将整场活动推向高潮。目前，项目整体签约率已达 63.8%，并通过多种特色业态品牌组合，打造多种娱乐体验空间。

7 月 25 日，慈溪高新区爱琴海与慈溪文旅体局正式签约重点文旅项目。作为高新区极具特色的商业中心，慈溪高新区爱琴海将项目定位为余慈首个微度假生活空间，重磅打造室内冰雪世界和室外开心农场两大主题 IP。同时，根据受众需求和宁波特色，还创新设计了 6000 m²亲子娱乐、24 小时夜色经济、甬商风情美食三大特色空间。主题层次丰富，满足消费者购物、娱乐、社交、休闲的需求。

在 Z 时代的今天，购物功能和社交功能又发生了新的变化，爱琴海集团积极打造 AEGEAN PLAYSTATION 产品，建立全新的内容场、社交场和交易场空间，并通过研究现代主流消费者的喜好，构建多种圈层，让社交文化与消费、娱乐、体验逐渐融合，加强产品场景化。慈溪高新区爱琴海更多的从城市需求的角度出发，提供更具新鲜感、创新型、数字化、个性化的漫生活服务。合作伙伴大会的成功举办，也意味着项目即将开启一段全新的征程。慈溪高新区爱琴海将凝聚优势资源，进一步助力爱琴海在长三角地区的商业影响力。



convene

拥抱 Z 世代

爱琴海云贵区域数字化营运打造全新消费场景



2020年12月1日-12月4日，“锚定”2020第八届凤凰网全球华人不动产财经盛典在云南西双版纳成功举行，300余位国内外重量级嘉宾跨洋对话，解读全球经济与不动产变局。作为2020年大势年终复盘，此次峰会全面解析穿越周期知道，精准指引行业新方向。爱琴海集团副总裁、云贵区域总经理鲍硕以《后疫情时代，实体商业生存与发展思考》为主题进行了大会主旨论坛演讲。



2020年，突如其来的疫情，让商业环境发生着激烈变化，危险与机遇并存。疫情之下，实体商业如何从悬崖转变为险峰，逆境重生？鲍硕从疫情让数字化运营成为共识、为Z世代消费者打造全新场景等观点出发，并以爱琴海昆明城市数字化运营为实例进行分享，最后推导出未来实体商业线下体验的新走向。

疫情让数字化运营成为共识

疫情之后，拐点骤至。2020年一季度全国整体经济下滑，也给社会零售额增长带来较大压力，但是截止到第三季度经济增长已经由负转正。随着疫情得到控制，不少人发现疫情不仅仅只为行业带来了“危机”，同时还有机遇。

鲍硕分享到，疫情之初爱琴海就迅速做出反应，开始积极拥抱数字基建，迅速推出了爱闪购线上商城、爱耍秀直播等线上营销平台，并通过整合社群营销迅速形成了爱琴海私域流量池，爱琴海社群人数及活性大幅攀升，截至11月社群覆盖超过16万活跃粉丝。此外，爱琴海利用数字化技术对线上营销、流量、用户喜好进行相关的分析，让线上销售平台的运营能力从场的运营精准延伸到货与人，提升消费者对于品牌的黏性，实现与品牌的深度合作，2020年1-11月爱琴海联合商户打造超过160个销冠门店，为疫情期间“逆势爆发”贡献了最佳范本。

为Z世代消费者打造全新场景

面对复杂多变的市场环境，除了要保持敏锐的眼光，以很快的反应速度、很强的执行力，勇于尝试和思考，最终达到消费者的需求，爱琴海更关注未来商业对新空间、新场景、新物种组合。

鲍硕分享道：1995年-2009年出生的Z世代群体，消费规模已达到4万亿，成为国内消费规模增速最高群体。因此，从消费者出发，研究Z世代每一个“群落”的行为具有重要意义。因此，在消费方面，后疫情时代，实体商业要着力为Z世代消费者打造全新场景。

和其他世代的人不同的是，Z世代因为出生在互联网环境下，体现出一些不同于其他时代的不一样的消费特点。Z时代对多元文化的接收，潜移默化的影响了他们，创造了多元的人群，而这种多元人群，因为有表达自我，认同自我身份的需求，因此，面对Z时代，玩转内容营销，建立与Z时代之间的生态联系；攻占各个消费场景，激发Z世代的好奇心从而产生社交互动，也就能越快打通和Z世代之间的次元壁，激发Z世代自助传播，增加品牌粘度。

对于Z时代这类消费人群的突起，当前消费业态正从以往供小于求时代的“消费娱乐”向供大于求时代的“娱乐消费”转型。鲍硕的分析也凸显出：爱琴海对有购物功能的社交空间将取代有社交功能的购物空间这一重要趋势的精准把握。北京爱琴海购物公园所打造的极限运动公园，就是为潮流青年所打造的主题场景，近2000m²的超大体量精心满足了各类极限玩家的需求，将潮流运动作为入口整合年轻亚文化社群的目标，也是爱琴海集团对此趋势的绝佳案例阐释。



爱琴海昆明城市试点全触点数字营销

在 2019 年，爱琴海集团就深度布局数智化运营，探索出了一条基于社交网络和数字化营销工具的交易闭环。爱琴海云贵区域依托集团数智化运营战略，积极摸索适合本区域的运营方法。

在疫情伊始，爱琴海云贵区域在短短 15 天时间内成立线上营销小组，全方位为应对此次疫情进行部署。通过社群秒杀、爱要秀直播、线上分享集字等聚客利器帮助品牌商户进行推广，发挥自身会员基数及 CRM 技术优势，积极建立精准顾客社群，与品牌联合搭建运维场景，稳固顾客消费习惯。同时，构建品牌的私域流量池，在爱琴海各社群、员工朋友圈、银行会员等渠道进行活动信息的宣传传播，最大限度的释放活动信息。

3 月 7 日，爱琴海云贵区域“爱闪购商城”全面上线，短短两天的时间，125 万销售、45 万浏览量、多个品牌销售排名第一。4 月爱闪购华为专场，两天业绩 238 万创全国销冠。5 月爱闪购联合嘉华鲜花饼，全国联动 3 天，达成销售 32.9 万。11 月，爱闪购 & 褚橙专场，举全国之力全民营销，销售突破 109.9 万。

注重与消费者建立互动链接的目的，就是要让消费者在线上也能够实时与项目产生关联，为后续线下引流奠定基础。因此，在“爱琴海爱要秀”

直播平台上线后，不断推出线上品牌的专场带货直播，不断创新业绩的同时，更是为线下进行引流。

6 月 18 日，爱琴海爱要秀首次直播上线，直播 3 小时，带货 50 万。7 月 18 日，斐乐双日直播带货 30 万，创造昆明城市销冠。8 月 26 日，阿迪 SWC 直播带货 18 万。9 月 26 日，瑞鼎城爱琴海购物公园周年庆，大咖带货直播，创造业绩 50 万。10 月 24 日，爱琴海嗨购节专场直播，销售突破 100 万。

无论是爱闪购品牌专场，还是爱要秀品牌直播，亮眼的数据背后，是爱琴海昆明城市在爱琴海集团统一指导下，结合项目实际不断传承和创新的结果。爱琴海的线上营销，注重创造适合线下交互方式的“新联接”，是通过数据与技术不断贴近消费者、连接消费者的过程，抓住消费者的决策旅程，与用户实现有温度的连接，才能真正实现触点的价值，从流量思维转变为触点思维，让零售业更加了解用户和贴近消费者，快速响应用户痛点及需求。

从商场内增加的精致卖场氛围，到投入数百万上千万推出的线上线下营销活动，各类潮流大牌的引入，“运营”二字的背后是一套环环相扣的组合拳。对于爱琴海昆明城市而言，精细化运营是项目一直以来的坚持，越是面对低迷的市场，越要迎难而上，线下消费群体与线上流量的加速融合，需要创造持续的价值，才能助力品牌实现逆势的业绩爆发。

新一年的爱琴海，往届爱迪生正当中坚，新一批爱迪生也已粉墨登场。

他们在起起伏伏中积蓄经验，在跌跌撞撞中奋力生长；有激动人心的高光时刻，亦有晦涩难言的困难阶段。作为老炮，他们需要保持竞争力；而作为新兵，他们更需要提升战斗力。

风华正茂、干劲十足、初生牛犊不怕虎……这些虽然准确但略显空洞的词语，已无法全面形容这群爱迪生带给我们的冲击力，就让我们听听他们自己的讲述。

不管是前浪，还是后浪，能绽放，能逐浪，才能不断前行，乘风破浪！

我在爱琴海“开挂”的两年

文 / 集团商业建设中心 李彬权（2019 届管培生）

时间如白驹过隙。我从 2019 年 3 月份有幸以实习生的身份，加入爱琴海商业建设中心这个大家庭，至今已有近两年。

01

描述下我入职第一天所看到的景象：魏总和李总（给大家留个猜测的空间）为了一个项目的事情在午饭桌上吵得不可开交，整个小面馆的人都在看着两个争得面红耳赤的可人儿，我一人坐在旁边大气都不敢喘一声。这是我初来公司的第一印象——这场景是敬业？还是不好融入？整个下午，我坐在岗位上边琢磨自己的自我介绍，边办



成长 · 爱迪生说

理一堆手续，也边想象着接下来的工作会是怎样的“火爆”样子。

踏入公司的第二天，我就被小姐姐拉着校对建设中心制度汇编相关附件的错别字，三大板块近二十个附件，有些附件还有十余个附表，得，第二天就开始加班，不过，我喜欢。到晚上将近九点的时候，工位上突现一个陌生男人，虽然没有什么狗血情节，但还是在想这么晚了，为什么还会有人来？他到底想干啥？之后才知道，他是刚出差回的上海，来公司跟进我们的审核进度，并且他还要再亲自过一遍所有的文件，瞬间我对这个人心生敬畏，同时也对部门的工作充满好奇。



02

很幸运，十天之后我加入了筹备第四小组，组长是我的导师，也是那天晚上来公司加班收作业的男人。也正是因为那个晚上的印象，让我在接下来一段时间的工作中不得不谨小慎微。但即使这样也难免会有差错，一个PPT，文字大小问题、行间距的问题、截图的问题等等，硬生生一个周例会的汇报文件，我顶着导师指着鼻子臭骂的情况下，持续修改了三天，这也许就是立规矩吧。也很感谢这一次次的立规矩，让初入社会的我认识到，工作的确需要具备一些最基本的素养。

除了零碎的文案工作，我正式接手的第一件事就是天津生态城项目的主力店红线移交。拿到一个标准图框、一套施工图纸以及一份面积计算原则，就算正式开启了面积测算之路。虽然我煌煌本科建筑学专业，但也没跟施工图打过交道，其他专业图纸更是一窍不通，只能选择相对来说比较熟悉的施工平面图，按照标准文件及测算原则勾画着每一条墙线。结果可想而知，不符合要求。

于是我通过向导师请教后才知道，面积测算并不仅仅是勾线画墙这么简单，需要结合各个专业的施工图纸，分辨每一步楼梯、每一个机房、每一个管井究竟归哪一个商铺使用。俗话说师傅领进门，修行得靠个人，我独自硬着头皮打开每个专业的图纸，从设计说明一一读过，但还是不知道从何入手，最后还是向现实低了头，捧着笔记本颤颤巍巍走到导师面前，力争“坦白从宽”。导师逐一讲解了每一个专业的审图流程以及重点关注事项，并拿了其他项目的施工图纸让我练手。这让我在一周之内得以迅速提升，可以粗略地看懂各专业图纸，也能针对图纸提出疑问点。磨刀不误砍柴工，通过一周的专业图纸学习，使得这项面积移交的工作完成得异常顺利。

03

自此之后，我信心大增，先后独立完成了博兴、商河、蓟县等等近十个项目的单体方案面积指标表以及一版面积测算移交。

有幸在 19 年的 9 月份，我加入了综合计划板块，着手接触筹备计划管理的相关事宜，虽然刚接手的都是一些零碎的文件整理和更新的工作，也正是趁着接触这些工作的机会，我开始耳濡目染地了解了一些项目情况，才慢慢地以筹备角度对各部门的各项工作有了更深的认识。

从看计划到学计划到编计划再到后续的用计划，我一步一步地感受着计划管理的独特魅力。通过一次次反复整理之后，也发现了一些计划之间的逻辑，也可以得心应手的编制某个项目的筹备计划，至此我也独立编写了济宁、东丽、芜湖等十余个项目的筹备计划，并数次代表小组向业主方梳理和讲解每一个重大节点的逻辑，分析延期将导致的后续事项，最终也得到业主方的同意并“签字画押”。

04 通过以上项目经验的积累，我明白项目管理不仅仅是项目计划管理，也不仅仅是工程管理，还需要我们从筹备的角度对各项工作进行全面管理。今年 5 月，我在导师的指导下开始负责统筹蓟县项目的相关工作。刚接手的时候，蓟县项目还暂定于 2022 年开业，心想着既然时间充裕、节奏缓慢又是自家地产项目，可以一步一步地按节点完成各项工作……

但到底是一场黄粱美梦，6 月份的时候突然接到地产通知，项目开业时间提前到 2021 年，顿时心里多了些许不安。当时项目的情况是单体立面都还没签确，内装方案提资、机电调整方案也等着确认，各专项施工图都在等待审核确认，招商急需面积移交，地产急需提资确定等等……铺天盖地的种种事项，我满脑子都在想自

己一个人该如何能把活做完。我在忐忑之余，好好静下心，在跟导师沟通想法之后，逐一梳理每件事的最新进度、紧急程度及滞后原因，并将接下来需要如何推进、找谁推进等工作思路大致做了基本的判断和分析，再分别跟地产的设计、成本、施工多次交流，了解其延期完成的具体原因。一来二去有了眉目，也在导师的指正下让项目的前期工作都逐步走上了正轨。

05 在建设中心的这近两年的时间里，我就像“开挂”般迅速成长，一路打怪升级，经验值收获满满。在这段过程中，也让我清楚地认识到自身在专业领域里的涉猎就像冰山一角，仍需要学习的东西有太多太多，还远未“通关”。我明白，商业筹备也远远不止工程这些事情，还有招商、营运等等我尚未触碰的条线工作，也只有理解其他条线的工作，才能在前期的时候更合理、更能迎合市场需求。很荣幸自己作为一个商业人，更荣幸我能站在爱琴海这个平台上，施展抱负，不断精进！



你的座右铭？

松软的沙滩上最容易留下脚印，但也最容易被潮水抹去。

对爱迪生后辈的寄语——

如果在工作中不知道该怎么走下去，请沉下心，按着既定的目标往前走终究不会错。初入社会，虽然有很多需要学习的地方，也还是懵懂的状态，但是要有初生牛犊不怕虎的劲，把自己的激情投入进去，便会有不一样的收获。

LIVE BROADCAST

结缘大唐山 玩转直播秀

—— 告诉你所不知道的轮岗初体验



文 / 集团人力资源部 李文儒（2020 届管培生）

20 20 年 7 月 7 日，我带着憧憬和期待加入到爱琴海集团，从此我的生活也掀开了新的篇章。

短短的一个月，我参加了多场培训活动，聆听了多位领导、前辈们的精彩分享，也和全国各地的管培生们一起登顶天姥山、徒步盐帮古道，收获满满。没想到刚刚熟悉新环境的我，马上又面临了一个全新的考验……

8 月份，我来到了唐山，这座涅槃重生、欣欣向荣的城市，如今有着目前河北省唯一一座在营的爱琴海购物公园。对于集团职能部门的员工来说，这样上一线、下基层的机会实在不多，我非常珍惜这个难能可贵的机会，能够亲身接触商业地产的一线业务。

在这里，我迎来了很多人生的第一次：第一次面试、第一次谈 offer、第一次直播、第一次市调、第一次巡场以及第一次装修竣工验收、第一次进后厨检查消防安全……每一次接触、体验全新的事物，都让我感觉无比充实，能量满满。



招聘

——打造公司递给外界的一张名片



作为人力资源部新晋菜鸟，我也早就明白“人力资源部门乃企业名片”这种说法，尤其对招聘这一业务板块来说，人力资源部可谓是企业与外界建立沟通的最初通道。

在唐山路北爱琴海实践的期间，我充分利用项目上的招聘机会，参与每一场真实的面试环节，通过观察领导们的面试过程，让我学到了面试提问的技巧和逻辑。看到前辈们作为面试官散发的自信光彩，不禁心生羡慕，迫不及待地希望自己也能尽快成长，成功挖掘到爱琴海所需要的优秀人才。

与此同时，我也与总部保持着工作沟通。期间，我对接了多位工程物业副总的线上面试。说实话，以前也有过很多在公众场合展现自己的机会，但很奇怪这种时候却感到了一丝丝紧张。为了减缓这种感觉，在面试开始前我会提前几分钟一个人在会议室独白，反复练习该用怎样的说辞、怎样的语气甚至怎样的发音，才能在面试中展现更好的气场和形象。在这个过程中，我还增加了对工程物业副总这一岗位职责的了解，可谓一举两得的收获。

人力资源部门的一言一行、一举一动，可能不经意间都会成为外界对雇主品牌评价的依据之一。虽然我正轮岗于不同的岗位，但我始终提醒自己，要多从人力资源的专业角度去看待问题。除了熟悉部门本身的职责和业务以外，我还将平日的观察所得与岗位说明书进行对比总结，打捞和分析各种岗位人员所需的关键素质要点，助力我日后专业工作的提升。我会不断精进，将自己打造成公司一张无形而精美的名片。



唐山路北爱琴海4周年庆和的小伙伴们放肆嗨

直播

——玩转产品与用户连接的初体验



借助集团在疫情期间作出的快速反应，唐山路北爱琴海将线下、线上活动相结合，充分利用爱要秀直播平台，并联合口碑、淘宝、抖音、一直播等其他平台同步进行直播。而我也有幸参与了一场品牌叫 wow colour 的美妆专场直播。

以往我都是作为观众观看直播，真没想到竟然能有机会做一回主播。接到这样的任务，我的内心可谓喜忧参半。喜的是有了尝试新事物的机会，能“跨界”涉猎电商直播；忧的是自己从未接触过这个行当，担心能不能做好这件事。

一不做二不休，再多的担心都不如立刻行动起来。首先，我和同事一起到 wow colour 店铺进行选品。由于熟知国内外各大美妆品牌和它们的产品，这项选品工作对我来说驾轻就熟。但凡事具有两面性，没有什么事情是绝对的，没想到平日里对美妆知识的了如指掌，却成了我直播时遇到的瓶颈。

虽然多年间对美妆的兴趣让我掌握了很多相关学问，比如产品的品牌历史、成分、效果及当下的热门产品和流行趋势，但这也导致我在试播的时候，总是情不自禁地去给消费者灌输这些“专业知识”——即使让消费者了解这些是必要的，因此我只注重了专业性，却丧失了“煽动力”，缺少一些关键性的话术技巧，难以直抵消费者的痛点，刺激他们迅速买下产品。在认识到这个问题之后，我便开始重新试播，总算找到了其中的平衡。



星动力集训，在快乐中收获成长



直播前的化妆进行时



迎新典礼上与导师合影

感恩

——起点唐山迈向职业新征程



经过这次试炼我体会到，直播并不单纯是一件在镜头前推销产品的事情，背后也需要花费很多心思，琢磨心理，研习技巧。我结合自己的这次直播经验，总结出了一些“套路”：第一步，精细定义产品受众，建立需求场景，增加其代入感；第二步，对产品的特性优点进行详细描述，最好有数据的支撑和背书；第三步，抛出独家优惠——为什么在我的直播间买而不到别的地方去买；第四步是制造稀缺性，如果货品数量较多可以二次加货，营造稀缺感。

一转眼，我来到唐山也已近四个月了，令我印象深刻的是初来唐山的那天，人事行政部派小伙伴去机场迎接，还为我准备了可爱的小礼物，缓解了我们初来乍到时的胆怯。作为刚走出校园的职场新人，同事们在工作中给了我很多支持和鼓励；而作为在唐山生活的外地人，他们也在生活中给予我不少关照和帮助，经常推荐我当地生活的小贴士等等……这一切都让我感受到唐山项目不仅是一个团结奋斗的团队，更是一个有温度的大家庭。

轮岗实践的日子仿佛被时间按了加速键。其实最初得知要去轮岗六个月的时候，觉得半年的时间好漫长，可不知不觉已度过炎炎夏日，迎来了第一场皑皑白雪。这段在唐山的宝贵实践经历，是我初入职场后的一份厚重馈赠。感谢，感恩！

选择加入爱琴海的决定因素是？

选择加入爱琴海其实有很多原因，但决定性因素还是基于个人优势与公司的匹配度，从面试环节我体会到了爱琴海的氛围相对开放和包容，也感受到公司培养新人的态度。

你的座右铭？

关关难过关关过。

工作以后才发现的真相是？

工作和生活是不能完全分离的，让工作融入生活，成为生活的一部分，才是工作与生活最好的和解。



论商业项目筹备期 现场工程管理

(中篇)

ENGINEERING
MANAGEMENT

文 / 集团商业建设中心 付燕芳

项

目管理是整个工程建设品质的重要保障，也是整个工程合理有序开展相关工作的关键所在。进度管控是项目工程管理的至关重要内容，而计划管控贯穿于整个工程建设的始终。我们要合理运用计划管理工具，充分发挥计划的指导和监督作用，加强过程管控，确保施工质量及安全的情况下，合理的加快施工进度，节约成本。

此外，大型商业建筑是当前时代进步、经济转型后的必然产物，因其建筑所需要的功能更加多样化、经济化、安全化，更注重消费人群的使用体验等，决定了其建筑主体结构及配套工程相比于住宅建筑会有很大的差异。

如装饰施工的面积更大、对应的装饰施工难度、工程量等都会增大；为了更合理的控制好施工进度，立体交叉施工是必不可少；施工现场的施工质量管理以及施工安全把控等都是重中之重，施工现场的安全隐患也不容忽视。

以下是笔者对于商业项目筹备期现场工程管理的一些思考和分析，分为上、中、下三篇分别刊载呈现。

2.2 施工进度管理

进度管理主要是指以现场施工流程为管理目标，严格按照进度管理模式内容，针对现场施工流程涉及到的内容进行重点管理。并在管理理念上主张立足于“安全施工、隐患治理”的目标要求，将各项管理措施及时贯彻与落实到现场施工体系当中，为工程质量安全、效益安全提供内在驱动力。进度管理是项目工程管理至关重要的组成部分，不仅能显著提升施工质量和水平和保证施工的安全，而且还有助于工程成本的控制，实现经济效益最大化。

2.2.1 土建工程施工进度管理

商业委管合同签约后，作为商业项



目前期筹建的项目负责人须定期了解项目现场土建工程的施工进度，重点关注项目出正负零的时间和土建结构封顶时间，保证商业筹备计划和施工进度计划相匹配，以此为指导和依据推进项目的筹备工作。对于项目的建设方和施工方，在土建施工期间需要落实全过程进度控制，确保施工进度计划的顺利实施。

2.2.2 机电工程施工进度管理

商业项目的机电工程具有专业全、周期短、调整多及协调难的特点，其管理的主要内容包括初期阶段的机电管理和安装阶段的机电管理。初期阶段机电工程管理涉及设计类、前期类、招采类和工程类的工作。设计类工作事项主要包括商业项目前期市政配套征询、确定机电方案、建筑施工图消防审核意见征询及机电深化设计地下车库部分。前期类工作事项主要是：熟悉供电流程，明确主要工作任务（开闭所、变配电间高低压柜安装调试、变配电系统设备安装调试、正式供电、正式电到末端等）的完成标志、计划开始和结束时间。招采类事项工作主要做好招采合约规划。工程类工作包括梳理计划、确定施工组织方案及审核图纸。安装阶段机电工程管理涉及设计类、招采类、工程类及消防类的工作。设计类工作事项主要包括：室外市政综合管网合图、第二版施工图完成、机电图纸多方内部交底、机电深化设计及设备选型定版。招采类工作主要是设备供货和智能化招标。工程类工作包括：样板引路、计划分解和资源整合。地上公区机电施工既要保功能又要保效果，机电综合图与天花合图是必须的，尤其是中庭区域。检修口、造型、回风口等都要提前



与技术、装饰等沟通。消防类工作主要是调试和验收，调试包括：正式电、正式水、设备单机调试、设备单点调试、编程逻辑关系、分区联动调试及水系统调试。

2.2.3 装修工程施工进度管理

在当前的大型商业建筑装饰施工中，室内装饰开始时，腻子粉刷、楼层垃圾、墙体地面平整度标高、水电的管道井、强弱电竖管安装等，这些问题都会影响到现场装饰施工的进度、施工质量、成本等。

为确保筹备期商业项目装修进度按筹备计划正常推进，装修质量符合爱琴海建造标准及爱琴海装修管控标准，最终能完美开业，须做好现场公区精装修和商铺装修的管控。

公区精装修进度及质量控制点包括：门、天花、地面、墙面、中庭、卫生间、电梯厅和垂直梯、

停车场扶梯厅和电梯厅、扶梯、服务台、VIP室、老公寄存处和发呆区、商管办公室等，现场管控装修进度的同时，复核装修设计图纸的落实情况。一、入口挑空具有特色，天花造型不凌乱；天花和墙的过渡考虑线条和颜色搭配，亦需关注天花和柱头的过渡；关注挡烟垂壁的材质、节点及安装高度。二、地面铺装可采用天然石材、人造石、玻化砖，地拼的拼花造型与顶面、墙面的结合；走客通道的天、地、墙特色鲜明，非走客通道天、地、墙简装。三、复核中庭美辰吊点的数量、位置、承重及美化；关注采光顶及检修马道的造型、功能及马道的做法；关注拦河的高度、做法、材质，拦河侧板、水台的风格、材质和收口。四、卫生间满足标准的功能配置，建议每个隔间设置一个排风口。

提前做好商户工程条件对接对于商铺进场加快施工进度具有决定性作用，各业态对于工程技术条件的要求各不相同。一、主/次力店工程技术条件。超市、锅炉、水箱、厨房区域、生鲜、冷库、卫生间满足荷载要求并降板。明确消防分区与功能区分界、红线与消防分区边界。电缆、配电箱安装到指定位置，确定上下水点位数量、位置及管径大小。做好燃气预留，燃气量符合要求，合理选择灶具。明确空调及末端与锅炉、外机位置及管道路由，具备排油烟、补风、事故排风、消防排烟、新风，最终达到交房标准。下面将以影院为例，简述其机电条件。

1、供电电：影院的功率负荷密度：不含空调 $\geq 100\text{W}/\text{m}^2$ （含

空调 $\geq 150\text{KW}$), 提供电容量不低于 500KVA , 标准不低于 75KVA 荧幕; 采用双路供电方式, 三相五线 380V 、 50Hz , 安装店方独立计量电表, 电缆桥架及电线管道不穿越观众厅隔墙。2、给排水: 提供管径为 50mm 的独立进水管2根及独立计量水表, 每天20吨用水量指标; 提供给店方 $\geq 50\text{mm}$ 排水管1根; 提供给店方 150mm 排污管一根, 就近接入足够容量的排污化粪池。3、暖通空调: 1)、冷热源系统: 提供屋面条件, 基础及管线路由。2)、风系统: 影厅及大堂采用全空气系统, 有组织回风; 办公用房及夹层放映机房采用风机盘管+新风。3)、电影院内的季采暖温度设计为大堂 $16\pm 2^{\circ}$, 观众厅、休息厅、放映机房为 $18\pm 2^{\circ}$, 空调平均风速为 $0.2\sim 0.3\text{M}$ 。夏季空调制冷温度为 $26\pm 2^{\circ}$, 空调平均风速为 $0.3\sim 0.5\text{M}$ 。4)、观众厅的通

风, 新风量不应少于 $20\text{m}^3/\text{人}\cdot\text{h}$ 。5)、内部各出风口噪声应严格控制在 35dBA 以下, 应使通过风口传入观众厅的噪声比厅内容许噪声低 5dB 。二、餐饮商铺工程技术条件。餐饮商铺控制梁下净高、设备下净高、公区吊顶净高, 满足相应的标高要求。租赁区、厨房、养鱼池、锅炉达到足够的荷载要求。餐饮配电量一般要求 $200\text{w}/\text{m}^2$ (不使用燃气 $350\text{w}/\text{m}^2$), 明确电缆规格型号、配电箱、位置。300平方以下, 预留给水 $\text{DN}32$, 排水 $\text{DN}150$; 300-500平方, 预留给水 $\text{DN}40$, 排水 $\text{DN}150$; 500平方以上, 预留给水 $\text{DN}50$, 两根排水 $\text{DN}150$, 同时明确位置。符合建筑要求: 排油烟孔洞预留、补风、事故排风井、燃气井、冷媒井、外机基础, 具备排油烟、厨房补风、新风、消防排烟、事故排风。空调须进行冷量核算, 关注末端盘管或吊柜(制冷量按照 $350\text{w}/\text{m}^2$ 预留, 火锅及烧烤按

照 $450\text{w}/\text{m}^2$ 预留; 制热量一层商铺按照 $100\text{w}/\text{m}^2$ 预留, 其余小商铺按照 $75\text{w}/\text{m}^2$ 预留)。燃气量、灶具类型、各灶具燃气量符合要求。明确消防分区边界, 具有消防栓、侧喷, 独立空间要有烟感、喷淋、排风风口。光纤、有线电视楼层弱电井预留。餐饮商铺的厨房须实墙砌筑, 安装温感、 93° 度喷淋, 现场管控重点关注防水/闭水试验, 做好隐蔽工程验收, 确保隐蔽工程质量合格。三、服装/配套商铺的工程技术条件。配电量一般 $100\text{w}/\text{m}^2$, 考虑眼镜、美容美发、儿童等预留给、排水点位。空调制冷量按照 $200\text{W}/\text{m}^2$ 预留, 制热量一层商铺按照 $100\text{w}/\text{m}^2$ 预留, 其余小商铺按照 $75\text{w}/\text{m}^2$ 预留。结构荷载按 $4\text{KN}/\text{m}^2$ 预留。通风要求具备新风和消防排烟。仓库须安装防爆灯、喷淋、烟感。

(后文请见下一期)



不一定要远行, TRAVEL 才是旅行

文 / 唐山路北爱琴海招商营运部 李 安



今年因为特殊原因,旅行计划全部泡汤,只能选择周末骑着单车来个休闲生态游。偶然间,发现唐山多了一处拍照圣地——培仁历史文化街。

此处原为唐山女子中学的旧址,虽经过翻新改造,但仍保留着民国时期的建筑风格。伴随着傍晚的阳光,在白墙红瓦、青砖斑驳的复古建筑间,行走于拱形门罗马柱走廊,踏一踏大理石台阶,感受下巴洛克式的教会式学校礼堂……

其实不一定要远行,才是旅行。旅行的意义就在于走走停停,静下心来欣赏,会发现我们的身边并不缺少美景。

初

EARLY AUTUMN

秋

文 / 唐山路北爱琴海企划部 赵鹤鹤

经过几场大雨的洗礼,天渐微凉,循着夏天的余热,开始踏入初秋的门槛。站在夏秋的交界处,回望,走过炎炎酷暑,走过绿树成荫,走过鸟语蝉鸣。迎来,秋高气爽,天高云淡,金桂飘香。

蔚蓝的天空,在夏末初秋时节,一尘不染,偶尔有大朵大朵的白云飘过,更衬出天空的蔚蓝。傍晚时分,天边渐渐出现朵朵金黄色的晚霞,像漫山遍野盛开的金黄金黄的山茶花在欢笑。走在上下班的路上,感受着清爽而不冷酷的初秋之风,感受着时下时停的初秋之雨,感受着柔暖的初秋阳光,还有云淡风轻的初秋之云……处处美景让人心醉,醉在这迷人的季节里。



守护「爱」 用行动保卫家

文\成都后花园爱琴海人事行政部

申雅

从来就没有岁月静好，只是有一群人在前方负重前行。

12月10日，已过深夜23点，完成商场三关一闭后，原本应该走在回家路上的小伙伴们，得知成都后花园爱琴海所在社区组织义务核酸检测后，主动自觉地加入到防疫检测志愿者的队伍中。因为现场检测人数太多，人手不够，第二天凌晨1点，部分休息的同事再次自发到达现场，穿上特制防护服，一同维护队伍秩序，协助登记检测，和“最美逆行者”一起并肩作战。所有员工一直服务到凌晨4点才结束，但是大家都没有喊累，也不觉得冷，只是相互淡淡说了一句“到家发信息”，此刻，泪目……

冬天的夜是寒冷的，但人心是温暖的，我们用实际行动在守护爱，守护我们的爱琴海，守护我们的家。



冬至亦称冬节、交冬，我国北方历来有包饺子的习俗。济宁高新区爱琴海为让小伙伴们在工作日里也能过上冬至节，感受节日的浓浓氛围，特举办了“以饺交心，团结共进”包饺子活动。

大家齐聚会议室，分组进行热火朝天的包饺子速度赛，PK创意拼图。经过一个多小时的忙碌和欢笑，大家最后都品尝到了自己的劳动果实。爱与温暖围绕在每个人身边。大家的心越靠越近，北方的冬天也就显得没那么寒冷了。

这个冬至，愿爱与每人相随。也愿它吹响新年的号角，开启济宁高新区爱琴海2021年的新征程。



文\济宁高新区爱琴海人事行政部
张惠惠

冬至已至
——记济宁高新区爱琴海「以饺交心 团结共进」活动
相爱相随

暖阳初上“煮饺”登场

——记萍乡爱琴海“情暖冬至，你我同胞”活动

文 / 萍乡爱琴海人事行政部 范 莉

冬至是我国农历中一个非常重要的节气，俗话说：“冬至到 吃水饺”。

在冬至天，白昼最短，黑夜最长；

在爱琴海，寒冷最小，温暖最大；

爱琴海人，心似热火，驱散寒风，心生暖意，冬日也不再寒冷。

愿我们爱琴海人的热情，能温暖所有异地同胞！



勠力同心 鏖战 2021

——沭阳爱琴海开展真人 CS 竞技赛

文 / 沭阳爱琴海人事行政部 葛 瑞

为增强新员工之间的沟通了解，形成工作默契，同时深入感受爱琴海的企业文化，沭阳爱琴海于10月24日下午组织了真人CS竞技团建活动。

秋日的午后，依然骄阳似火，所有同事认真地进行活动前的热身，在教练的带领下，穿戴好防护装备，检查各自的枪械，熟悉作战场地。

竞技赛开始，总经办施雷和马杰各带一支队伍，开始攻防对战。通过两局的对阵和实战历练，双方逐步形成了各自的战法。守城一方，火力高低配置，队员呈扇形分布，全力阻击；攻击一方，所有队员按照三人一组编制，呈“品”字形进攻队形，三人之间相互掩护、梯次推进。攻守双方冲锋陷阵、顽强对抗，整场“战斗”异常激烈，精彩纷呈。

经过一个多小时的鏖战，整场CS活动在大汗淋漓中结束。“一个人可以走的很快，一群人可以走的很远”。通过这次活动，让我们深深地感悟到，一支团队，无论做什么事情，往往成员的个人能力并不是决定因素，更重要的是你有没有锲而不舍的意志，有没有勇往直前的勇气，以及有没有与你共同拼搏的战友！



这就是团队力量！

——北京北投爱琴海户外拓展团建小记

文 / 北京北投爱琴海人事行政部 山美琪

11月6日下午，北投爱琴海的员工们来到怀柔区红螺岛鸟岛度假村拓展基地，开启团建拓展的第一项活动——非洲鼓舞项目。大家换上非洲的主题服饰，通过破冰、鼓舞练习以及合练，最终通过全员合力，完成了一首非洲音乐曲目。热情的非洲音乐舞蹈，搭配异域服饰，鼓舞合一，足之蹈之。大家脸上都洋溢着愉悦，感情也在音乐声中升温。

7日上午的活动更加丰富多彩。在教练的组织下，大家迅速完成了队长、队名、队徽、队歌、口号等团队搭建。两支队伍进行的第一个项目是“挑战 No.1”，增进了团队中的默契度和协作能力。大家尝试各种方法来突破项目的关卡，你追我赶，奋勇向前。

第二个项目为“空中合力过桥”，非常考验团队的合作能力和沟通能力，对于每个人的心理承受能力也有一定挑战。桥上的队员紧张激动，每一步都小心翼翼，桥下的队员更是稳稳地握住绳索，固定桥板。一句句加油鼓劲声，成了大家感情的催化剂。

最后，我们挑战了本次拓展难度最大的项目“毕业墙”。大家不借助器械外物，最终全部翻跃了4.2米高墙。这就是团队的力量，我们目标一致，拧成一股绳，将不可能变成现实！

一次次欢声笑语，一个个激动瞬间，一句句默契话语，大家在交流和协作中闯关夺魁，互帮互助，也逐渐体会到了什么是团队精神、什么是爱琴海的企业文化。

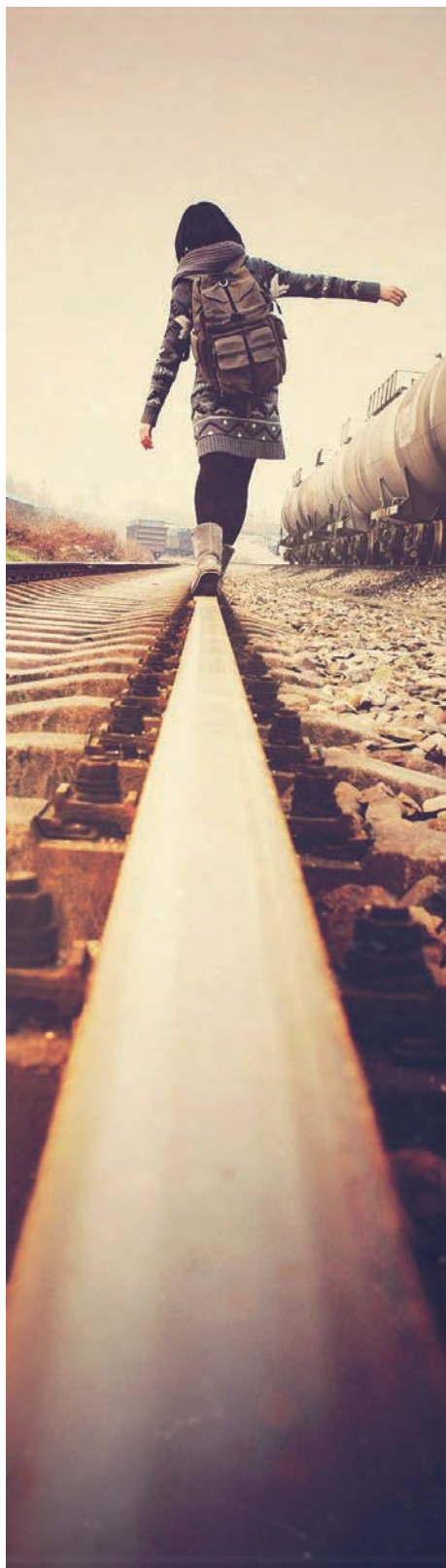


E A M

路上

ON THE WAY

文 / 北京爱琴海人事行政部 许样样



黄 昏将至
华灯初上
阴雨下的路灯，发出昏暗的光
折射在积水的路面
让我的视线
变得有些模糊

眯起眼睛抬头望向天空
细密的雨
像一根根的线
似乎在拉扯着不同人的心
去往不同的方向

我喜欢这样在路上
让思维跳跃
可以幻想
可以反思
尽情享受自己的私密世界

都说
上班经过最破败的路
是最美的回家路
却不曾有人想
只有踏上这条路
才能让希望使然

我很庆幸
能够走在通往爱琴海的路上
虽然我们现在的路途并不平坦
但是
当那么多人在一起努力前行的时候
我看到了繁华之相
未来之光

人生如行路
一路艰辛
一路风景
而我们已然在路上
怀着永远年轻的心
不应细雨润色
也会热泪盈眶！

LOVE

以爱之名，点亮希望

文\常州武进爱琴海人事行政部 周娟

今

年7月15日，我非常清楚地记得这个日子，我来到了爱琴海，亲眼目睹了项目从无到有的过程，同时也深深感受到了公司团队氛围的融洽，为能够加入这样一个有爱的大家庭而感到开心、自豪。我暗自立下决心，要好好地发挥自己的价值，圆满完成人员筹建等工作。

但谁料天有不测风云，近期我的孩子被确诊为严重感统失调，需要通过一系列康复训练及医学干预才能趋近正常。得知这个消息对我来说无异于一道晴天霹雳，但即使在这种情况下，我也坚信困难终将过去，光明终将到来。我很快振作起来，在与家人协调后，我将孩子送入了一家专业康复机构，每日上午由我婆婆负责辅助上课及照料，晚上下班后由我和爱人继续进行课程训练。虽然有一点点辛苦，但日子总算安定、平稳下来。

但祸不单行，我的婆婆又因为身体原因，无法再继续辅助我的孩子进行康复训练了，我肩头的担子一下子重了不少。但一边是工作，一边是孩子，我一下子陷入了两难的境地。如果选择工作，那我的孩子将错过黄金治疗期，也许无法和正常孩子那样进入幼儿园、小学，无法和小伙伴嬉戏、玩耍，更不用提他今后的人生之路；但选择孩子，那我只能放弃我热爱的事业，离开温暖的爱琴海团队，将全部重心放在家庭上，也意味着我的职业生涯将出现遥遥无期的空档，

将来我有可能要花更多的时间才能恢复到现在的业务能力和事业高度……

我纠结、迷茫，工作和家人注定无法兼顾，放弃哪一项都让我心痛。但经过反复思虑再三，我还是觉得这两年孩子的黄金治疗期，错过将永远无法弥补，于是带着不舍和遗憾，我向公司提出了离职申请，准备全身心的投入孩子的康复训练中去。

然而，公司在知晓我的情况后，考虑到我的家庭经济负担比较大，于是向华东区域总经理曹瀚文总和集团人事的夏萍总特别申请我本人近两个月上午请假的权限，以便让我陪同孩子进行康复训练，尽量做到家庭和工作两头兼顾。曹总及夏总得知此事后，很快特批同意了这个申请，并特地嘱咐项目对我做好员工关怀、帮助工作。我的直线领导杨谨瑄经理也在周末到访我家，代表全公司和同事们对我表达了慰问和关切。

通过这件事情，我非常感谢曹总和夏总的体恤，感谢项目领导的理解，感谢周围同事的关心，正因为有你们的支持，在我的人生遇到困境时，才能看到一丝光亮。

如今，有了我的照料和看护，孩子也在积极复健中，相信他的身体状况能一天比一天好起来！而我，在未来的工作时间内，也将全力以赴、提高效率，圆满完成各项工作任务，回报公司和领导同事的关怀与帮助！

由褚橙活动勾起的回忆

——招商中心大厅的日与夜、夏与冬

文 / 天津生态城爱琴海人事行政部 张洁媛

01

12月初第一个明媚的周一，坐标天津生态城爱琴海招商中心大厅处，在每周的例行早课之后，团队举办了褚橙分销“业绩达橙”颁奖活动。



03

除雪篇

12月的第二个周一，前一晚天津下了场大雪，招商大厅外皑皑白雪，累积如山。大家二话不说抄起扫帚，“享受”起了专属于冬季北方的户外乐趣。看着小伙伴忙碌却欢乐的背影之后静默盎然的招商大厅，一时间，关于它的记忆便涌入脑海……



02

冲榜篇

这次颁奖，针对的是项目团队在11月爱闪购线上褚橙专场活动中，表现突出的“最佳带货达人”以及“最强带货团队”。在这场激烈的带货角逐中，公司全员均超额完成公司制定的任务目标，每个部门都以120%的比率超额完成任务，在爱琴海筹备期项目带货排行中冲进top3！



04

制热篇

11月，疫情再次突袭滨海新区，久坐办公室的小伙伴们因地制宜，想出了在招商中心跳健身操的点子，增强自身抵抗力的同时，也能缓解久坐办公室造成的身体不适，于是午休时间便成了大伙的“有氧时间”。要知道天津生态城项目地处沿海，冬季的海边风大且温度较低，但在招商大厅里的我们却是热情洋溢，大汗淋漓。



05

筹建篇

10月份，公司响应集团《绝密543》的观影活动倡导，组织员工进行集体观影，招商大厅再次成为了我们观影地点的不二之选。架电视、接电线、摆桌椅，经过大家一番改造后，把招商大厅改造成了1.0版本的“爱琴海影城”。正如影片里的二营一样，我们也同样通过团队的力量，一次次地把“想到”变成了“做到”。



06

自嗨篇

9月中秋，为避免外出聚集节并节约成本，大家围坐在招商大厅的大桌前（我们用9张办公桌拼成的大长桌），大快朵颐，共享“生态城饕餮盛宴”。其实，菜品很简单，都是大伙一人一菜攒成的；简易的K歌设备是大厅电视改造的；节目游戏的策划是网上借鉴改编的；物料道具则是同事们各自从家里带来“废物利用”的……虽然名为公司团建，但大家感觉更似一场家宴，度中秋享团圆。



07

制冷篇

再回想起更早些时候的炎炎夏日，招商中心当时处在项目周边的临时办公区域，因为施工原因会偶遇停电等状况。每当此时，默契的生态城团队的伙伴们，便开启“断电工作模式”——企划、招商人员趁此时间外出市调，剩余人员便集中在招商大厅（因为冷气最持久），冰饮扇子齐上阵，我们管这叫“自制冷办公”。

这些点点滴滴汇成了我们关于招商大厅的专属回忆，招商大厅也成了滋养我们生态城团队的土壤。在2020公司年终总结汇报里，我们写到了自己的团队——“用有限的资源，创造无限的可能”，这也是我们在放飞纸飞机时最美好的期许：愿天津生态城团队聚力成光，迎风远航！

浅谈《善战者说》中的 战略与执行

文 / 集团商业建设中心 付燕芳

20 20 年以来，经济形势复杂多变，疫情突如其来，不确定性增加，竞争也随之加剧。在这种情况下，企业如何因时因地制定发展战略？如何在激烈而残酷的竞争中脱颖而出？正值集团组织国庆期间学习《善战者说——孙子兵法中的战略与执行》，笔者学习研读后，有几点心得和感触。

《善战者说》从战略的高度，揭示了战争取胜的基本要素和根本原理。用从战争这种残酷的“强竞争”的环境中所总结出来的竞争方法，来审视企业所面临的竞争，往往可以帮助我们更好地理解竞争的本质及竞争中的取胜之道。

战略即指导或决定全局的策略，平时积累及掌握的情况越多越系统，才有可能在紧张复杂的情况下沉着应对，出奇制胜才有基础。正确的策略是高效执行、取得胜利的前提，战略固然重要，但我更注重执行，十分认同博西迪·查兰的观点：“构思一个伟大的想法或一幅宏伟的图景只能算是最基本的一种智力挑战，将这幅宏伟的图景转变为一套可执行的行动方案要更为复杂。”



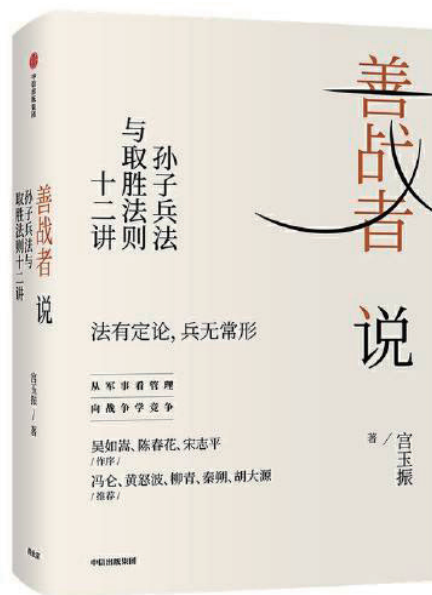
执行是一整套通过提出问题、分析问题、采取行动的方式实现目标的系统性流程，执行的过程中需要将战略与实际、人员与流程相结合。战前知己知彼，摸清形势，具备七成把握即可放手去战。在战时复杂多变的情况下，要能沉着应对，充分调动平时的积累和沉淀，出其不意，克敌制胜，可见日常练习与积累的重要性。

我们购物中心的筹备工作也是类似的道理，不积跬步，无以至千里，不积小流，无以成江海。作为项目负责人推进项目的筹备工作如同带兵打仗，从方案设计、现场施工直至最后精彩开业（取胜），需要不断摸索，不断积累经验和方法，经过一个个项目的磨炼和复盘，最终做到得心应手、胸有成竹，成为一名优秀的项目经理。而我作为从事工作两年的入门者，也已经历了三个项目的筹备开业，这段过程中我一点一滴虚心学习，潜心积累，在项目现场积极实践，运用管理的工具进行进度管控，不断思考总结，逐步具备了项目经理应有的能力。我相信这些经历将成为一笔宝贵的财富，届时我独当一面担当项目经理的时候，能够成为我正确决策的基础和依据。

此外，不打无把握之仗，但问题是任何一次战斗都不可能完全具备有利条件，不可能有百分之百的把握。旅游也是一样，很多时候我们往往觉得心里没底，常常因为担心时间不够或天气不好而不敢出发。其实，无论多详尽的计划最终也还是会有不合实际之处，提前做好攻略，具备 70% 的把握便可出发，只有实际落实才有意义，并在执行计划的过程中不断去调整和完善。

今年的国庆期间，我便计划去张家界看看大峡谷和天门山森林公园，结果实际这趟旅行按计划顺利进行，整体超出了我的预期，原来规划路线、选定住宿、安排行程并没有想象得那么麻烦。勇敢出发，说走就走，遇见美好，路一直都在脚下。谈到这儿让我想到了：商业的本质是创造完美体验，而真正的完美体验，不是简单地保证体验质量，而是要让体验超出顾客原本的预期。

商场如战场，仔细研读、剖析本书中有关战争中的组织管理、竞争战略及战争中的执行等干货内容，无论于个人素质还是企业管理必将受益无穷。



STRATEGY AND
IMPLEMENTATION

用平时经之道 走宽广豁达之路

——《平时经》读后感悟

W A Y

文 / 城市书香筹备部 徐兴朋

刚拿到《平时经》时，我还是怀着完成一项读后感任务而已的心态，并没多少期待，然而翻开书的第一页，就已不自觉地被吸引。本书用言简意赅的语言，结合作者车建新董事长的亲身体会，将创新、生活、养生、学习、成长几个方面书写得淋漓尽致，一读起来，根本停不下；看到精彩之处，我便忍不住用水笔标注，慢慢品味，细细领悟。合上书本的那一刻，思绪翻涌，不能平静。

学习 & 创新—— 将小事当大事做，将大事当事业做

我们处于 21 世纪，一个科技迅速迭代的时代，利用创新发明，可以让一个默默无闻的小公司迅速壮大！沟通方式的创新，打造了腾讯帝国；购物模式的创新，造就了阿里的辉煌；物流方式的创新，打造了京东的口碑。而本书中，车总更是将创新发明纳入学术殿堂，推出创新发明四型论，将创新之法进行逐层解剖，让更多人学习创新之法，学以致用，授人以渔。

创新之法，不仅用于科技发明和公司发展，也适用于各行各业的普通上班族。我结合自身的工作历程，一直将创新体现在工作的方方面面。举个例子说，我是做商业工程筹建的，如何优化动线，如何提



高出铺率，如何减少拆改——这些都是工作中的可创新面，任何一项做好了，都有助于提升项目体验，提高租金，减少浪费，从而助力自身事业的发展。

而以上只是大致的方向，该如何实现创新呢？这需要根据创新发明四型论学以致用，将工作逐一分解，每一个小项都找 3 种方法，然后对比选出最优的。要将小事当大事做，将大事当事业做，拿出匠人精神，发挥极致，那么创新还会远么？在自己的工作岗位上，将职责内工作做到尽善尽美，成功便也不会远！



工作 & 生活—— 不热爱工作，也就不会热爱生活

工作和生活一直是被绑定在一起的话题，《平时经》中也将这两个话题做了深刻的解说，我很赞同车总的一句话——不热爱工作，也就不会热爱生活！

人的一生中，除了睡觉的时间，按照每周五天的工作作息，将有 50% 以上的时间（含上班路上及归家途中）都属于工作，甚至占更多比例，而这 50% 的时间将决定自身很大一部分的心情，为什么这么说？可以想一下，每天醒来用怎样的心情吃早饭，去上班？到了工作时间，是以怎样的态度来面对繁琐的工作事项？深夜又以怎样的心情踏进家门？回到家里又有多长时间来跟家人谈论工作中遇到的人、发生的事？

显而易见，生活中的很多时间都与工作有关，而我们的工作态度直接会影响生活的幸福指数。假想一下，工作中态度消极，自然会觉得工作圈的人对自己不友善，职业上升也不会顺，自然而然地，便对自己的工作失去信心。这样的话，每天是以怎样的心情起床，带着怎样的心情走进公

司？怎样才能熬过班的时间，又能回家带给家人怎样的气氛？以上，不难想象！

而如果热爱工作又是怎样的一番景象呢？早晨充满朝气和动力开始美好的一天，工作中与人为善，积极主动，乐交友人，自身能量满满，身边自然汇聚一群同道中人，彼此鼓劲，共同努力；回到家里也能分享工作带来的喜悦感和成就感，让家人感受到你奋斗的那股劲，感觉到你在工作是幸福的，而这种幸福便自然而然地感染到你身边的每个人。热爱工作，才能更好地生活！不热爱工作，生活也将不会充满阳光！我选择热爱工作！

爱琴海 & 我—— 用平时经之道，走宽广豁达之路

进入爱琴海，是我职业生涯的第五份工作，而进入爱琴海后的第一项工作内容，就是学习——这跟以往的其它企业完全不同，让我感受到了爱琴海浓浓的学习氛围，也看到了规章整齐的各项制度，这也让我理解了，为何《平时经》内将学习这一块内容写了那么多篇幅的原因。

对于我而言，33 岁的年纪，到了职业生涯爬坡最关键的时期，如何才能继续往上走？唯有学习！学习名人传记，让自己视野远大，胸襟宽阔；学习管理知识，让自己遇事果断，谋断决绝；学习专业书籍，让自身不断充电，提升业务。所有的学习，都会铸就自己的成长！

《平时经》看似薄薄一书，却将生活、工作、养生、学习紧紧地串联在了一起，让在迷茫中的自己一下子看到了方向，知道往哪儿走，用什么样的态度去走。人生短暂，没得时间浪费，也没得机会重头再来，抓住现在，用平时经之道，走宽广豁达之路！

盐城爱琴海购物公园开业 华丽瞬间









盐城爱琴海购物公园

都市的假日中心

