

慈溪高新区爱琴海盛大开业 开启“微度假”生活新方式 Z青春，正当“夏” 创意，不受限

管窥爱琴海人流涌动背后的数智化建设

赢战2021，备战2022——爱琴海2021年年中工作会议召开

百年征程 恰是风华正茂

爱琴海再获两项CCFA金百合奖——深度运营驱动增长新浪潮

未来，我们不停歇！

用镜头记录我们的工作日常



车建新： 哈哈大笑的6大理由

LAUGHING
OUT LOUD

我说过人生本是庆贺的礼堂，那么当你要离开这个世界时，唯有哈哈大笑着才是对生命的尊重与感恩，是对自己生命最好的答谢辞。具体也可以说就是愿望达成、死而无憾，由此我把其全部的理由提炼出六大“笑点”——

一、成就感让我们哈哈大笑。

人生一世，自然先要对得起自己，而成全自己的标志就是前面所阐述的成就感。培根在他的“人生论”中曾说，越有钱、越有权就越痛苦，其实有他当时所处的时代与环境的局限，视野只偏狭在某一个层面，而忽视、甚至摒弃了钱、权背后的成就感给人生带来的巨大快感，以及后来马斯洛发现的自我实现之高峰体验。成就感是人在世的引擎，也是人离世的荣耀，成就感的高低决定你笑声的大小。

二、高智慧让我们哈哈大笑。

漫画家蔡志忠说，全世界没有比智慧更美的东西了，我很有同感。死亡不是真正的逝去，缺乏智慧才是永恒的消亡。有了智慧才能拥有乐观的人生，有智慧才能笑对生死。

三、孩子成功让我们哈哈大笑。

这便是“继承生命”的概念，孩子是我们生命延续继承的载体，孩子的成才成功是家族荣耀的再生，也是我们可以含笑远去的情愫。

四、家庭幸福让我们哈哈大笑。

一个人一辈子，一家人的和睦应该是人类文明所构建的特有的快乐形态。对父母尽孝，与伴侣互爱，特别记忆里有一段与爱侣相伴一起的美好时光，乃是拥有灵魂之爱的

无憾人生。所以，我们生时更要注重培养亲情、爱情的粘度，平日为爱多付出、多一些微笑与拥抱，那我们临走时才能大笑。

五、丰富的体验让我们哈哈大笑。

过去老人家常说，人来到世上就是来见世面的，也就是说多开阔视野、游历世界才不枉此生。我常说，学习给了我新生命，而这个新生命赋予的智慧，又会让我获得更好的体验。

六、品德升华让我们哈哈大笑。

中国传统文化里历来有“以德为先”“以德养生”之说，所谓先立德再立功，其实功与德也是相伴相生的。一个人的奋斗拼搏往往先从为个体自身开始，继而为家庭，再到为团体、社会，这便是个人品德品行修炼修行的过程。那当你此生为利他先付出、多付出，特别是建立了贡献社会之大功，这种由品德升华带来的荣誉感、幸福感更是无与伦比的。你的品德越升华，回顾自己一生时的笑声就一定越响亮。

生命又是一场创意之旅，人类的双手创造出美好的世界，更是人类精神的升华至永恒。从我国古代发明的印刷术、指南针，建造的都江堰、赵州桥，到瓦特的蒸汽机、爱迪生的许多创造发明……无一不是生命智慧之光的永恒存在。

最后引用一句丘吉尔的临终遗言：“鼓掌吧，朋友，演出结束了。”我相信，那一刻他一定是哈哈大笑的。

目录

编前语

扬帆·公司要闻

慈溪高新区爱琴海购物公园盛大开业 开启“微度假”生活新方式 004

赢战 2021，备战 2022 爱琴海集团 2021 年年中工作会议在沪召开 008

爱琴海再获两项 CCFA 金百合奖——深度运营驱动增长新浪潮 010

启航·华章添彩

潮见城市变革 赣州爱琴海合作伙伴大会闪耀亮相 012

携手颐和地产 辉南爱琴海城市广场招商中心盛大启动 012

生态链接商业 沭阳爱琴海购物公园实力启幕 013

焕新城市活力 义乌爱琴海购物公园招商大会圆满召开 013

聚焦·媒体视界

用创意设计创造价值——爱琴海 × DT 设计师创意赛完美收官 & 2021 秋季视觉发布 014

管窥爱琴海 人流涌动背后的数智化建设 017

观察·商业资讯

成长·爱迪生说

Z 青春，正当“夏”——2021 届爱琴海·爱迪生来啦！ 022

收获向日葵徽章！——21 届爱迪生任务挑战之侧记 024

传承·红色精神

百年征程 恰是风华正茂——庆祝中国共产党成立 100 周年专题 028

论剑·干货分享

重庆金开爱琴海国潮 IP 街区市集 「千坊百集」潮趣开街——国潮街区到底凭何“出圈”？ 031

闲话·写意生活

- “同心协力 鼓之舞之”——天津河东爱琴海的一次别样晨会 034
- 环城水系大营救 035
- 让人安静的咖啡厅 036
- 致敬最好的自己——吉林辉南爱琴海上半年员工生日会小记 037
- 时光不老，我们不散——泳池里的“奥运金牌”争夺战 038
- “我的一天”——用镜头记录我们的工作日常 039

品味·心路历程

- 未来，我们不停歇！——开业筹备琐记 040
- 喜欢，是一种遇见 042
- 如何制作一份员工惊喜 043
- 谈夏 044
- 保持热爱，无畏前行——致“初入”职场的我们 045

悦读·书香有感

- 形成执行标准 不断汰换提升——《向解放军学习》读书心得 046
- 《定位》读后随想——努力做最好的自己 047

欣赏·镜头光影

- 慈溪高新区爱琴海开业绚丽掠影 048



顾问：张华容
策划：刘建安 付 闯
主编：马睿超

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.aegeangroup.com.cn

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)

慈溪高新区爱琴海购物公园盛大开业 开启“微度假”生活新方式



7月3日，备受瞩目的慈溪高新区爱琴海购物公园正式开业迎客。

项目位于慈溪中心城区与杭州湾新区交界处，商业面积9.26万㎡，吸引百余家国内外品牌入驻；作为爱琴海集团在慈溪地区倾力打造的第二个大型商业项目，慈溪高新区爱琴海购物公园围绕“都市微度假”的全新概念进行空间设计及业态规划，为消费者打造余慈首个“都市微度假”生活中心。

凭借优越的区域位置，庞大的商业体量及全新的业态规划，爱琴海的开业汇聚诸多商户品牌和消费者的热切期盼。7月3日开业当天，爱琴海交出开业首日客流超20万，销售981万元的优秀“成绩单”。



“都市微度假”，激发全新休闲生活方式

慈溪高新区爱琴海辐射慈溪、余姚、杭州湾新区三大区域，处于宁波市“一核两翼、两带三湾”多节点网络化市域空间格局中的“北翼”，该区域定位为宁波都市区副中心，以生产制造、现代物流和文化旅游为主要职能。随着城区北向扩张以及前湾新区规划带来的发展机遇，吸引了越来越多的年轻家庭客群涌入，使得区域生活方式、消费场景更新需求激增。

慈溪高新区爱琴海围绕「FUN 爱趣野」的定位打造特色主题空间，精准匹配周边消费者对品质文化生活和沉浸式商业场景的追求，构建“都市微度假”消费目的地。

在慈溪高新区爱琴海内，可以看到大量亲近自然的公共空间、配合特色型的“慢生活”业态组合以及度假感十足的视觉、听觉乃至嗅觉的氛围营造，让爱琴海“都市的假日中心”的理念得到了完美诠释。



多元化场景创新，打造长三角“微度假”胜地

开业的火爆盛况，离不开慈溪高新区爱琴海对项目“都市微度假”定位的精准规划。正如项目所打造的“FUN 爱趣野”特色主题，慈溪高新区爱琴海把更多创新体验品牌汇聚于此，在满足周边市民吃喝玩乐的基础上，为消费者提供深度沉浸式消费体验，打造“都市微度假”目的地。

在目前已进驻开业的近 100 家知名品牌，涵盖超市、餐饮、零售、潮玩、教育、休闲运动以及娱乐体验等不同业态组合，其中娱乐体验业态占比超 50%。商场 2 层规划为儿童家庭娱乐综合区，商场 3 层打造慈溪首个 24 小时夜场经济街区，都将给区域消费者带来全新体验。

慈溪高新区爱琴海着力打造的两个创新体验业态沃德·喜马拉雅冰雪世界和开心农场，也让全城消费者期待不已。

面积超过 1 万 m² 的沃德·喜马拉雅冰雪世界位于慈溪高新区爱琴海购物公园的 5 层，营造了全方位冰雪氛围沉浸式体验，全天 24 小时飘雪设计，完美复制自然冰雪世界盛况。

不仅如此，其滑雪场还采用初级赛道、中级赛道双滑雪道设计，其中初级雪道还有专为儿童设计的 6° 体验坡度，能让初学者更好地感受滑雪的刺激与惊奇。除此之外，沃德·喜马拉雅冰雪世界用充满想象力的星际世界观，营造星际冰雪世界，推出星际之门、冰雪栈道、雪域火车、极速碰撞等 10 余个刺激的冰雪娱乐体验项目，能同时带给人们不同的冰雪体验，满足不同冰雪爱好者的运动需求。

4 万 m² 的开心农场则将农业种植、体育运动、游玩娱乐等业态有机结合，为广大消费者提供家庭领养、田果采摘、烧烤露营、网红花海打卡、野外团建、农家乐等多种休闲方式，未来将成为慈溪、余姚市民乃至整个宁波周边地区市民的休闲娱乐新去处。整齐的菜地、挂满果实的果



树、大片的花田，伴着孩童的呼喊，人们徜徉其间，一派怡然自得的农家田园风光。这便是未来你可以在高新区爱琴海常常见到的乡村风景。

目前慈溪高新区爱琴海已经与慈溪文旅体局签订协议，将以慈溪重点文旅项目的身份申请 3A 级景区。此外，慈溪高新区爱琴海还将申办宁波市、以及国家级的体育项目，以运动与场景的结合，实现更多维度的跨界合作。

线上线下联动，圈层营销引爆开业盛况

开业活动期间，《创造 101》人气选手任真、胡悦儿携手百位网红主播亲临现场，助阵慈溪高新区爱琴海火爆开业，通过直播的方式，全方位展示慈溪高新区爱琴海购物公园这座“微度假”生活中心。

此外，高新区爱琴海还与宁波电台 FM104.7 联合



举办一场以“FUN 声热爱”为主题的主播音乐会，6 大主播齐聚嗨 FUN 现场。

双店联动 慈溪商业活力全面升级

作为慈溪开业的第二座爱琴海商业项目，慈溪高新区爱琴海从业态组合，空间结构上诠释「FUN 爱趣野」的未来方向，对构筑慈溪当地全新消费生活，全面提升慈溪商业活力具有重大意义。

此次开业，慈溪的两座爱琴海购物公园双店联动，在会员、媒介资源、合作平台以及私域社群中进行了深度高频的互动，开业的活动也在两个项目的大屏上实时进行转播，广大会员们也在同一套系统中，轻松地参与专属的优惠活动。

未来两个项目将在定位和业态上互补，更大维度的覆盖消费人群，形成双店联动矩阵的美好生活

服务体系，深耕慈溪市的综合性消费需求，合力为慈溪市民的幸福美好生活创造更多场景和服务，实现更好的 1+1>2 的作用。

慈溪高新区爱琴海开业后还将持续推出冰雪嘉年华、二次元市集、开业百日庆等营销活动，通过城市文旅及商业生态互助，引领区域消费新方式，打造城市文旅新体验。

在人民对美好生活的向往成为时代的主旋律的背景下，“微度假”的生活新范式将成为商业空间重要的发展方向。慈溪高新区爱琴海也将通过一系列的探索，为城市乃至国内商业零售领域呈现全新的运营方向。

（更多开业盛况瞬间请见“镜头光影”版面）

赢战 2021，备战 2022 爱琴海集团 2021 年年中工作会议在沪召开



2021

7月12日，爱琴海集团2021年年中工作会议在上海虹桥召开，会议全面总结上半年各项工作，安排部署下半年工作。集团总裁办成员、各中心/部门负责人，各区域、城市及地方公司负责人现场参会。集团总裁张华容作集团工作总结及要求。红星美凯龙董事长车建新出席会议，并作重要讲话。

车建新在重要讲话中，结合多个实际案例和经验措施，对商场招商和经营等方面作了重要工作指示，要求找准定位策略，加强营销互动，全力打造明星商户和明星商场，以点带面，进一步将爱琴海品牌价值放大、影响力做强。

2022



张华容在题为《赢战 2021，备战 2022》工作报告中，透过观察消费市场的变化趋势和资本市场的宏观环境，阐明了爱琴海的战略发展方向，并对下半年主要工作展开部署。

会上，集团执行总裁刘立立作财务工作通报；执行总裁王强作招商、营运、企划工作通报及要求；执行总裁王东作项目发展状况、筹备进度工作通报及要求。

在“典型项目工作复盘与分享”环节上，自贡、天津、慈溪等 7 个营运期项目依次分享了租费收缴率等指标达成的成功经验，并针对存在问题提出改善方案。

会议还举办了“与青年同行”现场对话环节，Z 世代爱迪生们围绕时下青年话题展开亲密对谈和交流；此外，会议现场就“如何发挥年轻人的价值”、“管培生自定义培养”和“电竞 X 商业”等主题邀请相关员工分享了各自的观察和研究。

本次 2021 年年中工作会议的召开，为完成年度业绩指标打下坚实基础。

爱琴海再获两项 CCFA 金百合奖

——深度运营驱动增长新浪潮



2021年6月23、24日，由中国连锁经营协会主办的“CCFA 新消费论坛—2021 中国购物中心与连锁品牌发展峰会”在上海国际会议中心成功举行。

作为峰会的特邀嘉宾，爱琴海集团董事长张华容面向行业以《大江大海：爱琴海的增长新浪潮》为主题进行了主论坛演讲。

她表示，深度运营的本质是寻求价值增长。新的市场周期内，爱琴海正在从单向性经营增长的“江河”，走向“无界”价值探索的“大海”。在探索过程中，爱琴海的增长通道逐渐多元化，并且在项目端继续强化社交空间的场景打造，完成“有购物功能的社交空间”再进化。



C C F A

本次大会也揭晓了“2021CCFA 金百合最佳实践案例”。其中唐山路北爱琴海购物公园串联起夜经济与国潮两大年轻化热点的“YES 街区”和“潮巷”，在 200 余个候选案例中脱颖而出，最终成功入选金百合“设计最佳实践案例”、“运营最佳实践案例”。

作为峰会上“2021 中国领军购物中心企业联合招商推介会”的发起单位之一，无论是在主题推介会上还是在爱琴海主题展位上，都聚集了大量关注爱琴海项目发展的行业同仁。本次大会的主题为“以深度运营，实现商业新价值”。爱琴海的分享也是从深度运营开始，尤其是回顾了过去一年，爱琴海在打造“有购物功能的社交空间”的诸多探索，让商业空间的社交属性进一步被激活。

在 23 日下午的招商推介会上，爱琴海集团总裁助理兼招商中心副总经理马海欢分享了爱琴海部分特色筹开项目，力求让广大参会嘉宾更好的了解爱琴海在全国快速布局的新项目，从而获得更多的市场合作机会。

而随着越多新项目的亮相和 AEGEAN PLAYSTATION 的落地，更多有趣的社交场景即将呈现，爱琴海深度运营的探索也将进入新的阶段，实现新一轮的价值增长。

潮见城市变革

赣州爱琴海合作伙伴大会闪耀亮相

6月29日，以“潮见·新生”为主题的赣州爱琴海购物公园合作伙伴大会在赣州城市客厅酒店圆满落幕。爱琴海集团领导与数百位品牌代表、行业伙伴等齐聚一堂，共襄盛事。赣州爱琴海以“NEW玩新生”为定位，把主流客群锁定在城市中产家庭、潮玩活力青年，以及商务品质人群，满足周边消费者对高品质文化、生活、休闲购物等需求。未来，联动南昌、赣州的双都市圈双店资源，爱琴海将充分发挥城市间的协同效应、资源联动优势，助推江西商业的发展进入一个新高度。



携手颐和地产

辉南爱琴海城市广场招商中心盛大启动



7月8日，以“为爱而来 引领城市商业”为主题召开的辉南爱琴海城市广场招商中心启动仪式，在辉南县政府及合作方的支持下成功举办。这是爱琴海集团携手颐和地产，在通化辉南地区为消费者打造的集购物、餐饮、休闲、娱乐等主题于一体的大型时尚体验型商业综合体项目，将打造具有现代时尚气息的购物环境和愉悦消费体验，引领辉南城市商业的新升级。

生态链接商业

沭阳爱琴海购物公园实力启幕

7月15日，“锐变新森活”2021年沭阳爱琴海购物公园招商大会耀世启幕。沭阳县政府、红星地产与爱琴海集团相关领导、知名品牌商户嘉宾、业界合作伙伴及媒体朋友等三百余人齐聚花城，共同见证了这一盛事。沭阳爱琴海总体量约10万m²，已引入涵盖超市、餐饮、零售、娱乐体验等多个首进沭阳品牌，将于金秋九月华彩绽放，旨在升级城市美好生活方式，打造城市新商业风向标。



焕新城市活力

义乌爱琴海购物公园招商大会圆满召开



7月29日，“为爱而生，聚力同行”义乌爱琴海购物公园招商大会在义乌香格里拉盛大举行，义乌经济技术开发区政府领导、爱琴海集团领导与百余位品牌代表、行业伙伴等集聚一堂，共襄盛会。义乌爱琴海作为爱琴海集团在义乌的代表作，基于对区域商业发展趋势和客群需求重构商业空间，未来将打造汇集时尚零售、休闲社交、家庭娱乐、潮流运动、童玩亲子、时尚美食等于一体的区域级都市新生活体验中心，激发义乌城市商业活力。

用创意设计创造价值

——爱琴海 × DT 设计师创意赛完美收官 & 2021 秋季视觉发布

文 / 集团品牌传播部 吕田田



8月18日，爱琴海集团 & DRAWTOGETHER（简称DT）设计师创意赛颁奖典礼暨爱琴海2021秋季视觉发布仪式在北京北投爱琴海举行。大赛以年轻消费群体潮流趋势为洞察，意在输出不同风格的视觉设计标准，进一步优化项目品牌视觉及日常非营运活动期常规设计画面年轻化。

同时，爱琴海联合外部数绘艺术商业化服务平台——DT，后者将艺术、时尚和应用紧密结合，拥有当下最年轻、

最潮流、最好用的产品设计图案。根据区域定位及地方特色，参赛设计师结合DT在国内外近60所高校选取的优秀数字艺术潮流设计作品元素进行二次创作。

大赛自5月启动以来，各项目设计师积极参与，以“精致家庭”、“社区生活”、“潮流青年”三个客群定位，共计收到32组不同风格的视觉设计及其他应用物料设计效果图。经青年员工代表、DT专家组、各地总经办及集团总裁办综合评审，最终评选出3组共计6个优秀方案：

最佳创意奖——南宁华丰城爱琴海城市广场 韦 祎

最佳设计奖——福州仓山爱琴海 张 伟

最佳表现奖——义乌爱琴海 杨 洋

优秀设计奖——百色龙旺爱琴海 谢锦程

唐山路北爱琴海 刘 达

北京北投爱琴海 张为轩

集团副总裁、华北区域总经理孙环宇为获奖者颁发荣誉证书和奖品，并鼓励设计师继续用创意创造价值：

“设计没有好坏，只有适合不适合。整体的看事物，体系的思维框架，是‘适合不适合’的衡量基准。在‘适合’的范围里天马行空，会成就设计师的才华。”

8月19日，以北京北投爱琴海下沉广场改造方向为议题，设计师们分三组进行脑暴并提出完整的创意方案。集团副总裁周宇桁要求设计师们从顶层思考上打开创意空间：“设计之初便要有体系化的全盘思维明确场景定位，精准匹配资源，再匹配延展设计。”经过一天的工作坊探讨，设计师们脑洞大开，集思广益，为接下来广场的空间布局提出优化思路。

借助此次颁奖活动，以众多爱琴海优秀设计师作品为资源库的爱琴海2021秋季视觉也同步发布。视觉是集体美学诉求的表达，通过品牌视觉规范和视觉表达，爱琴海也在探索更多属于当代商业的美学表达。



最佳创意奖:



南宁华丰城爱琴海城市广场 韦 祎

最佳设计奖:



福州仓山爱琴海 张 伟

最佳表现奖:



义乌爱琴海 杨 洋

优秀设计奖:



唐山路北爱琴海 刘 达



北京北投爱琴海 张为轩



百色龙旺爱琴海 谢锦程

管窥爱琴海 人流涌动背后的数智化建设

来源 / 财经新地产《地产》杂志

“嗖~”

只见一支箭在
半空中划出一
道美丽的弧线

最终落入到前方的壶中。这种在古装剧中出现过的游戏叫投壶，现在它和射箭、摔碗酒等诸多古代民间游戏一齐出现在重庆金开爱琴海购物公园的夜市中。

结合长安“东市”、“西市”场景，以及各种古玩、配饰、近百家古风摊主，一场以唐风为主题的夜市活动成为盛夏7月重庆青年人夜晚休闲娱乐的好去处。

这不是重庆金开爱琴海第一次举办夜市活动。“去年夏天的多吉寺主题夜市活动，仅用了8个晚上，我们的销售业绩就超过3100万元。”爱琴海集团副总裁付闯向财经新地产表示。

在网购流行的当下，持续、稳定地吸引消费者到店体验、消费是国内商业地产企业探索的课题之一。从去年的多吉寺夜市活动到此次主打唐风格的《巡秘实验室》夜市活动，不同的主题，相同的喧嚣场面，是什么因素带来了客流量？近日，付闯向财经新地产道出了爱琴海人流涌动背后的秘密——数智化建设。



01

始于数字化营销

2016年，爱琴海集团开始数字化运营建设。5年时间，通过在数字营销、数智管控、数据治理三个维度纵深发展，爱琴海已经把智慧运营的触角外延到全面数智化。

三个维度中，数字化营销是与消费者直接发生关联的部分，也是爱琴海在数智化建设过程中最重视的、倾注精力最多的部分。

爱琴海爱闪购线上商城、爱耍秀直播平台、无感积分……这些技术和活动场景是爱琴海数字营销中既定的矩阵工具。不难发现无论是小程序还是直播平台，都是爱琴海自主开发的，并且更多是基于私域（与之相对应的公域，即淘宝、京东、抖音、快手等平台。而私域流量在获得流量方面粘性更强，对企业产生的价值更大）。

例如，用小程序的方式积累粉丝，从消费者进入爱琴海爱闪购小程序后，爱琴海便有了触达消费者的窗口机会，进而可以与消费者进行互动、增加粘性、培育用户的社群参与度，辅之以裂变传播方式提高交互粘性，从而打造出成熟社群运营机制。当然，最初的引流也需要从公域中借力打力。

据悉，在2021年4月“嗨购节”活动中，爱琴海与支付宝旗下蚂蚁特工合作的线下游戏活动，为500多家商户引来流量从而带动业绩增长。

通过从公域流量导入CRM（客户关系管理系统），并通过三大平台（私域社群+到店平台+到家平台）进行私域流量运营，最终把更有效的流量输出给品牌商户，这样一个操作链条被付闯称为“全触点数字化营销”，是当下爱琴海在数字营销端的又一次升级。

“我们做数字化营销的本质还是服务好消费者。”付闯强调。

当下，Z世代是消费市场的主流人群，他们表现出的消费意识更加超前、自我意识更加强劲。为此，爱琴海集团建立了新的产品模型——AEGEAN PLAYSTATION，希冀以此能够更好地承载青年潮流文化，聚合多元社群，构建起一个有趣且愉悦的商业生态，用娱乐场景创造新的体验，服务好Z世代消费者。



02

陷于私域搭建

无论是小程序、直播平台还是H5宣传页，皆可依靠成熟的技术手段搭建，用时慢则1-2个月快则几天即可。但是私域建成后如何掌握精准的消费信息，有效作用于商场和商家并不是一件容易的事情。

“算力、算法和数据是我们数字化营销建设中的重点与难点。”付闯表示。

其中，随着技术的成熟，算力（即计算能力）在市场中已经相当充足，可以直接购买，因此它是三者中，操作难度较低，较易突破的关卡。

算法主要是把企业想法落地变成数字化工具服务顾客，难点在于个性化的应用。

而算法要想做得有个性化，离不开数据的积累。一方面，信息收集的政策规定趋严，加大了数据

收集与积累的难度；另一方面，数据转瞬即逝，且变化多端，在收集的基础上还要注意数据的清洗与更新。在数据更新方面，爱琴海是以活动周期作为节点，每次活动都会进行相应的更新。

只有及时抓住消费数据，注重积累才能分析出消费者的喜好与习惯，并将相关发现与商场对接，最终有针对性的向消费者提供产品。也就是说，数据积累的目的主要是发现消费的方向和趋势。

为了让更多的消费者参与到数据的积累过程中来，爱琴海是通过提高积分价值来实现。例如，积分奖品注重品质、积分抵现力度大，抽奖竞拍等形式提高积分的价值，以吸引消费者参与到数据收集。

爱琴海在进行数据收集时，会通过信息弹窗先征求消费者意见，消费者愿意参与积分活动代表同意收集个人消费信息。同时，爱琴海也只涉及基础信息收集，例如消费者在哪些店铺产生消费，具体购物项目等具象信息并不在收集范围内。

终于数智管控 数据治理

爱琴海的数智化建设不仅仅面向消费者，

其自身也在通过技术手段提高公司内部管理效率。

在数智管控方面，为提升效率，爱琴海是较早地将公司管控工作迁移到移动端的公司之一。此外，爱琴还会严格按照节点施工建设，将开发全流程分割成近300个流程节点，设置模块化应用和标准化管理手册，意在让合作链条中的不同业务团队高效协作，以实现全流程业务的标准化。

在数据治理方面，爱琴海从多角度展开布局。其不仅将公司最新的经营相关数据同步在移动端，也将公司以往的档案数据搬到移动端，方便公司管理者在多种场合中第一时间调集数据进行分析管理，省去繁琐的线下查资料时间。此外，其内部各个系统的数据也在这一轮数字化改革中力求做到相互打通，让部门与部门之间的沟通无障碍。不仅如此，为了让无障碍沟通在公司更广泛范围内展开，其与各个供应商的相关数据，也进行重新整理与汇总呈现在公司系统中。

信息标准化，是数智管控及数据治理的最大难点。一方面，标准化能提高团队工作效率，并最终实现日常管理的数据化；另一方面，由于个人工作习惯、工作内容、区域差异等原因，信息标准化的实现并非轻而易举。

爱琴海的方案是让技术人员承担更多的责任，除了负责产品研发，还肩负对其他部门的指导之职，从而让整个团队接受与使用新的产品，为实现标准化夯实基础。

无论是在数字营销，还是在数智管控、数据治理，数据都是核心。而数据的积累是个漫长的过程。“不求一蹴而就，我们坚持长期运营。”付闯强调。

03



国内

文旅部：上半年国内旅游总人次超 18 亿，同比增长 100.8%

文化和旅游部：根据国内旅游抽样调查结果，2021 年上半年，国内旅游总人次 18.71 亿，比上年同期增长 100.8%（恢复到 2019 年同期的 60.9%）。国内旅游收入（旅游总消费）1.63 万亿元，比上年同期增长 157.9%（恢复到 2019 年同期的 58.6%）。人均每次旅游消费 872.27 元，比上年同期增长 28.5%。（e 公司）

OPPO 家族品牌在 5 月份销量排名全球第二，超过苹果

日前，市场研究机构 Counterpoint Research 发布报告显示，OPPO 家族品牌在 5 月份销量排名全球第二，超过苹果。报告显示，5 月份，OPPO 家族（包括 OPPO、OnePlus 和 realme）以 16% 的市场份额，在全球智能手机市场中排名第二；其次是苹果，市场份额为 15%，小米以 14% 的市场份额位居第四。（中证报）

国潮运动品牌爆发！鸿星尔克单日销售额增长超 52 倍

京东平台数据显示，主题为“全民运动会”的线上运动购物场景开启，与全民运动热情高涨同步，国潮运动品牌也迎来了销售的全面爆发，7 月 22 日、23 日两天整体销售额同比增长超 280%。跑步鞋、篮球鞋、运动裤、T 恤等成为销量最高的品类。国潮品牌鸿星尔克 23 日当日销售额同比增长超 52 倍。（人民日报海外网）

新世界发展 K11 上海淮海中路地块动工，未来 5 年 K11 数量有望增至 40 家

7 月 30 日，新世界发展有限公司位于上海黄浦区淮海中路的地块正式宣布动工，新世界·K11 上海淮海中路地块由新世界发展于 2020 年 8 月 11 日投得，毗邻中共一大会址。K11 预计在未来 5 年将覆盖十个城市，合共 40 个项目，总建筑面积达 280 万平方米。而在回报方面，新世界发展希望香港 K11 租金收入的复合增长率平均每年能提升 15-20%，在中国内地则每年平均升 25-30%。（21 世纪经济报道）

上海电竞市场规模破 200 亿，多家游戏电竞企业落沪

7 月 30 日，在“极竞而生·2021 年 ChinaJoy 全球电竞大会”上，拳头游戏、阿里巴巴、趣加互娱等知名游戏电竞企业分别与上海市静安区、徐汇区、浦东新区人民政府签约，落户上海。其中，拳头游戏在上海成立首个全球研发中心，阿里巴巴则在上海成立阿里灵犀互娱华东区总部；趣加互娱在上海成立中国总部。（一财网）

海外

沃尔玛连续第八年成为全球最大公司，国家电网升至第二位

《财富》世界 500 强排行榜揭晓，沃尔玛连续第八年成为全球最大公司，中国的国家电网公司上升至第二位，亚马逊首次进入前三，苹果公司前进至第 6 位。盈利方面，苹果以 574 亿美元的利润位居榜首；沙特阿美紧随其后，以约 493 亿美元的利润位列第二。利润率榜上，软银集团以 83.7% 的利润率居榜首，台积电位居第二，Facebook 公司位列第三。腾讯则以超过 33% 的利润率位列第四。（财富中文网）

小米实现 6 月全球智能手机市场销量第一位

市场调查公司 Counterpoint Research 8 月 6 日发布的数据显示，小米以 17.1% 的市场占有率排名 6 月全球智能手机销量第一位，其后依次是占有率为 15.7% 的三星和占有率为 14.3% 的苹果。小米的市场占有率在 2015 年 6 月仅为 5%，此后持续增长，二季度超越苹果成为全球手机市场第二名，2011 年上市至今累计销量 8 亿台。（韩国《ZDNet Korea》）

名创优品 MINISO 签约国家和地区破 90 个

近日，名创优品签下包括英国、法国、马尔代夫、留尼汪岛、阿鲁巴、库拉索在内的 6 个国家和地区，目前已签约国际和地区数已突破 90 个，距离“百国千万店”中的“百国”更进一步。据了解，名创优品去年开始，就在试水欧洲市场，先后在西班牙、德国、爱尔兰等国家开设线下门店，针对海外市场差异化的市场环境，名创优品设计国际商品部，符合欧洲人使用习惯和审美。

Facebook 开设弹出式快闪咖啡馆为用户提供隐私检查

Facebook 在英国开设五家弹出式咖啡馆，游客可以获得个性隐私设置的建议，并免费获得一杯咖啡，Facebook 品牌咖啡馆的临时咨询中心将于 8 月 28 日至 9 月 5 日在伦敦、曼彻斯特、爱丁堡、布莱顿和加的夫开放。据 Facebook 称，许多社交媒体用户不知道如何个性化修改隐私设置，而推出的咖啡馆能让他们越来越关注数字隐私。

马斯克距离实现“飞天梦”又进一步 星舰轨道试飞只待监管批准

随着理查德·布兰森和贝索斯先后完成近地轨道飞行，同样有着“飞天梦”的马斯克也有望取得进展。今年五月，在经历此前四次失败后，“星舰”原型试验箭 SN15 完成了一次亚轨道试飞并成功着陆，虽然底部出现短视起火现象但很快就被扑灭，随后马斯克宣布试飞成功。在周末回应有关星舰项目的报道时，马斯克表示，星舰项目的第一个轨道堆栈将在数周内准备好试航，目前仅待监管批准。

Z 青春，正当“夏”

——2021 届爱琴海·爱迪生来啦！

YOUTH



“新”人来啦！7 月 8 日上午，2021 届爱琴海爱迪生在集团会议中心迎新典礼上迎来首次亮相。

别开生面的迎新典礼上，爱迪生“智造营”的“主教练”刘建安发表欢迎辞，表达了对新一届爱迪生茁壮成长的殷切期望。

“欢迎你，队友！”——作为“营长”的张华容富有创意地将新人比作队友，以表达对爱迪生的热切欢迎，希望他们能秉承务实、善战、能战的精神，在爱琴海扎根、生长。此外，她还分享了《西点军校 22 条军规》，希望 21 届和往届爱迪生都能阅读并分享，从而在职场中快速成长。



“副营长”王东、王强也表达了对新人的欢迎，并希望爱迪生加强对企业文化的学习，在工作中找寻自身闪光点，不断提升自我管理能力，在爱琴海大家庭中贡献自己的一份力量。

随后，“教练”朱屹峰对本届爱迪生“智造营”培养方案展开详细介绍，在沿用2020届培养方式的基础上，突出爱迪生“双导师制”和“自定义培养”的独特亮点，在岗位选择、实践选择、课题选择及奖励选择等方面，结合爱迪生们的个人志趣和专业特长，充分给予他们自主规划、施展拳脚的发展平台与空间。

为让爱迪生从第一天就开始历练，感受爱琴海的文化，2020届爱迪生也是仪式主持人丁立强发布并介绍了新人当天的四大挑战任务，即“爱之挑战”、“勇之挑战”、“韧之挑战”及“创之挑战”。

最终，5位爱迪生成功通过一天的挑战，刘建安授予新人象征热情和活力的爱迪生徽章，新一届爱迪生自此开启了新的征程。



【链接】

爱迪生“智造营”，旨在培养一批有才智的年轻人，将之打造成符合爱琴海、认同爱琴海、喜爱爱琴海的新生力量，快速成为公司的骨干，和公司共同成长和发展。通过智慧的“头脑团队”（极富经验的教练和导师带教）及智慧的培养方式（双导师+自定义培养），带领他们快速成为了了不起的“职场人”。



收获向日葵徽章！

——21 届爱迪生任务挑战之侧记



随着 2021 届爱迪生的首次亮相，他们步入职场的升级打怪之路便由“爱、勇、韧、创”四个任务挑战正式拉开序幕。这是他们来到爱琴海的第一次尝试，也将是创造奇迹、亮相世界的开始。

➤ 爱之挑战

在“爱之挑战”环节中，往届优秀导师和学员向新人们分享了一年以来的心路历程和心得经验。紧接着，爱迪生与导师共同完成拜师仪式，体现了 21 届爱迪生对导师的尊重和敬爱，也彰显了导师对新人所寄予的厚望。值得一提的是，本届“导师团”皆由总裁级领导担任，阵容不可不谓之豪华。

拜师意味着新的成长旅程的开始，时间胶囊更是承载着对未来的期冀。在分享、敬茶、赠书的拜师礼之后，怀着对于未来的憧憬和期许，爱迪生和导师共同将自己未来一年的期望“清单”装进了“时间胶囊”。

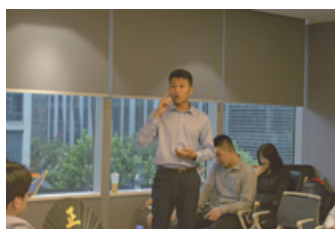


⇨ 勇之挑战

为推动新人展现自我，尽快融入环境，也让公司员工更快地认识新人，爱迪生们还需主动向陌生的集团同事进行自我介绍，最终获得至少三个“微笑”合影，方可通过代表胆量的“勇之挑战”。

⇨ 韧之挑战

辩论赛开启了第一场新老爱迪生之间的内战，辩题《职场上，新人一定比老人弱吗？》更是引发了21届和20届爱迪生的“唇枪舌战”。21届开局攻势凶猛，初生牛犊不怕虎，不过20届逐渐沉住底气，猛烈反击，充分展现了一年以来的成长和蜕变。最终，20届取得了辩论的胜利，新人们也在这智慧的碰撞过程中得到了内心坚韧度的历练。



创之挑战

“创之挑战”环节，新人结合当天收集的素材，以视频的方式极具创意性地表达了对爱琴海的理解和认知，展现了Z世代的活力和创新力。

迎新当天，还是20届爱迪生届满一周年的日子。大家一同切开写着祝福和欢迎词的纪念蛋糕，品尝这一时刻的甜蜜。



市调分享

作为初入职场和行业的新人，对行业的了解还是要从市场调研做起。几天后，在调研了tx淮海、万象城、K11、香港广场以及爱琴海购物公园等多个标志性商业体后，21届的年轻人们以他们独到的视角进行分享汇报——这是他们进入职场的第一次实战经历。

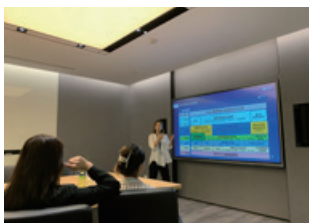


入职培训

入职培训过程中，集团副总裁刘建安从企业文化、职业开端的角度给爱迪生们分享了职业生涯的经验之谈，集团几位大咖分别从招商、营运、企划等多个专业角度探讨了爱琴海的价值创造，让初来乍到的萌新们更进一步加深了行业认知。



CHALLENGE



收获徽章

经历了层层闯关和挑战，2021 届爱迪生们终于获得了寓意“向阳而生”的向日葵徽章。而眼下，他们已经动身前往各个项目，开启为期半年的轮岗实践。未来的路上他们还会不断打怪升级，以青春和干劲为火种，将创意化为行动，下沉一线、深入基层，祝愿他们在爱琴海向阳而生、茁壮成长！



B A D G E



百年征程 恰是风华正茂

——庆祝中国共产党成立 100 周年专题



百年前，一个梦想诞生了，伟大的先驱者们开启了征程。

百年来，他们为使命而生、循初心而行，虽历经风雨沧桑和艰难险阻，仍百折不挠、创新求索，一路凝聚起共创伟业的磅礴力量，谱写出盛世繁华的宏伟篇章。

在磨难中成长，在挫折中崛起，在奋斗中壮大——这是创业者和奋斗者迈向成功、走向光明的必经之路。

百年坚守，初心不忘；坚定信念，不负韶华。这份红色精神和血脉，值得我们每一位爱琴海的奋斗者传承。

传承红色记忆 共绘创业蓝图

——南昌、吉安、赣州爱琴海三军会师井冈山

文 / 赣州爱琴海人事行政部 宋宛迎

井冈山，中国革命的摇篮，在那峥嵘岁月孕育着夺取胜利的红色精神。

7月27、28日，南昌、吉安、赣州爱琴海三军会师井冈山，一同追寻革命先辈的足迹，重走长征路，接受红色精神的洗礼。

第一天中午，大伙儿到达井冈山后，换上准备好的红军服，头戴八角帽，斜跨帆布包。随着教练员的一声令下，一支近70人的队伍排列整齐，浩浩荡荡，徒步上井冈。行走间，大家怀着崇高的敬意，在这块洒满革命先辈汗水的土地上，用心体会、践行他们吃苦耐劳、敢于牺牲、敢于奉献的精神实质，重温那段艰苦卓绝的红色历史。

到达火炬广场后，在教练员的指挥下，队伍分成



南昌起义和秋收起义两个团开展模拟训练。训练以《狭路相逢》项目拉开序幕，两队成员利用提供的道具，通过“石头、剪刀、布”的方式淘汰掉对方成员并前进，最终淘汰对方全体成员的队伍即为获胜。通过此简单的小游戏，员工之间的心靠得更为紧密，凝聚力大大增强。

伴随着《众人划桨开大船》的背景音乐，全体成员手拉手坐下围成一个圆圈，重复摇绳。从开始的不协调到整齐摇完100下，全员不断突破极限，冲击更高目标。训练中途，天空下起了大雨，却更激发了大



家将活动进行到底的决心。以雨声为伴奏，“加油，1，2，3，4……”的齐声呐喊将活动推向高潮。最后，大家以战胜一切困难的勇气和决心圆满完成了各项训练任务。

井冈山是一座没有围墙的博

物馆，井冈山精神，更是无数革命先辈用鲜血和生命铸就的精神瑰宝，全山遍布的100多处革命旧居旧址和博物馆，无不向人们展示先烈们的英勇事迹。在教练的带领下，我们先后参观了毛主席旧居、烈士陵园等地，通过一张张照片、一段段影像重现了“红军不怕远征难”的历史，使大家深刻感受到了共产党人“敢叫日月换新天”的英雄气魄。而后又进行了“重走红军路”、绘制爱琴海LOGO文化蓝图以及“江西项目誓保满铺精彩开业”的宣誓活动，为各项目的精彩开业提供力量支持。

在寻访红色印记的过程中，大家模拟部队进行饭前一首歌、吃红军餐等体验式活动，更深入体会了我党我军吃苦耐劳、纪律严明、团结一致的精神面貌。全体员工在实地践学和情景体验中聆听红色党课，分享体会感悟，加深了对历史革命场景的认知，强化了党史理论学习。

作为爱琴海人，我们要将这种“红色根脉”浸润于心，要将这种“红色精神”运用于行，用心服务，为爱琴海项目在江西区域的发展凝聚信心、贡献力量！

学习“井冈山精神”

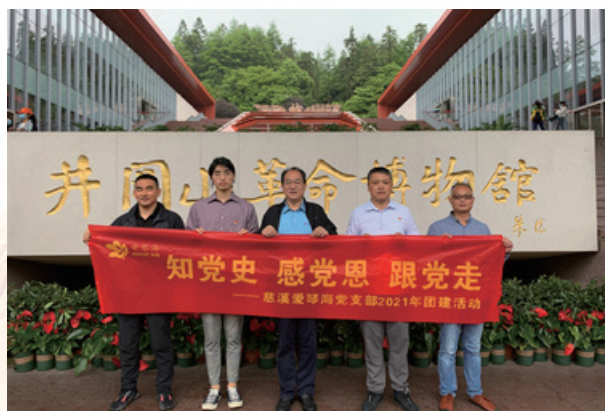
——慈溪爱琴海党支部开展建党100周年党史教育活动

文 / 慈溪爱琴海人事行政部 边利辉

为纪念建党100周年，讴歌党的光辉历程，5月17日和18日，慈溪爱琴海党支部组织全体党员前往革命摇篮——井冈山，开展“知党史，感党恩，跟党走”党史教育活动。

通过一路参观学习，全体党员不仅了解了井冈山斗争的艰苦历程、历史贡献以及井冈山精神的内涵，也更明晰了这段历史在中国革命史上的重要地位和意义。返程前，大家来到井冈山革命烈士陵园，向长眠在这里的革命烈士献上花圈，缅怀致敬。

此次红色之旅，让党员同志们深刻感受到这段充满血泪的斗争历史，以及革命先烈的不朽丰功伟业。大家表示将铭记历史，缅怀先烈、珍视和平、警示未来，继承先烈们不怕困难、敢于付出的精神，为项目发展和建设贡献自己的力量。



真情颂党恩

——大连金州晶海广场大型广场操展演庆党百年

文 / 大连金州晶海广场企划部 高宇辰



“从上海石库门到嘉兴南湖，一艘小小红船承载着人民的重托、民族的希望，越过急流险滩，穿过惊涛骇浪，成为领航中国行稳致远的巍巍巨轮。”为庆祝建党 100 周年，6 月 25

日，由金普新区站前街道主办，大连金州晶海广场承办的“真情颂党恩 永远跟党走——金普新区站前街道庆祝建党 100 周年大型广场健身操展演”活动隆重举行。

本次展演共邀约 20 支代表队，共计 1000 余人，全部身着印有“大连金州晶海广场”字样的红色半袖。本次展演分为四个篇章，包括“不忘初心”“盛世华夏”“龙腾盛世”“红色中国”，以实际行动为建党 100 周年献礼。这次表演，各团队精心准备了 2 个多月，每天早晨五六点就起床排练。参与健身操表演的演员说，能参与这场壮观的表演，一同献礼建党百年，自己非常激动，觉得很有意义。

未来，大连金州晶海广场将积极联动政府街道、社会团体等相关部门，开展各项利民便民活动，积极提升广场品牌影响力与美誉度，当好红色根脉的守护者，努力创造出无愧于时代的业绩，为社会做出更大贡献。

重温红色历史 汲取奋进力量

——韩城爱琴海庆祝建党 100 周年红色主题活动圆满举行

文 / 韩城爱琴海人事行政部 杜敏



为隆重纪念党的 100 周岁华诞，重温革命历史，延续革命精神，缅怀革命先烈，继承和发扬党的光荣传统和优良作风，韩城爱琴海公司举办“庆祝建党 100 周年红色主题活动”，前往全国爱国主义教育示范基地延安参观学习。旨在学

习党的奋斗历史，珍惜当下生活；不忘初心，牢记使命。

6 月 26 日上午，商管团队参观了延安市革命纪念馆，学习了党中央和毛泽东主席在延安和陕甘宁边区领导中国人民英勇斗争的光辉历史，仿佛看到了当年的战火硝烟，听到了当年的擂擂鼓声，感受到了革命先辈浴血奋战的情景。中国革命的历史在我们心头又一次打下深深烙印：坚定的理想信念、不怕流血牺牲的战斗精神，永远是克敌制胜的法宝。

在延安枣园，大家参观了毛泽东、周恩来、刘少奇、朱德、任弼时、张闻天、彭德怀等伟人们的旧居，以及“为人民服务”讲话台、幸福渠等景点，在导游的解说下重温历史，深刻地体会到了延安精神在新时期的伟大意义。

下午，我们还前往了 2021 年 6 月 12 日开业的万达红街文旅项目进行考察学习，在感受红色历史的同时，汲取同行优秀的招商和管理经验，寻找力量的源泉。

重庆金开爱琴海国潮 IP 街区市集 「千坊百集」潮趣开街

——国潮街区到底凭何“出圈”？

来源 / 西南商业地产汇

7月31日，由金石为开与思达餐饮协力打造的重庆首个国潮本土品牌街区——千坊百集首站在重庆金开爱琴海正式开街亮相。

开街当日，重庆金开爱琴海当天取得全平台曝光量的亮眼开业成绩。趣味丛生的场景美陈，叠加人潮造浪，这个以国潮为打造主题的街区到底凭何“出圈”？



01

引领“z时代” 打造全新潮玩新地标

根据 CBNDData 报告显示，我国 Z 世代人群约 2.6 亿人，其消费增速远超其他年龄层。而「千坊百集」项目聚焦 z 世代消费客群，从“夜经济”入手，将为重庆 z 世代带来一个“夜经济”潮玩的新地标。

据悉，「千坊百集」与重庆两江新区签约成为重庆夜间经济重点项目之一。在国家提出重开摊贩经济后，响应国家号召推动城市经济发展，以促进夜间消费、发展夜市经济为目标，以丰富业态种类、完善配套设施、强化日常管理为重点，提升特色商业街区并展开大力推广，推动全国夜间经济高速，高质量发展。

项目围绕夜间经济的新趋势、新动能、新场景、新机遇、新突破，来打造重庆首个国潮本土品牌街区——[千坊百集]。

该项目以“重庆原点，万物来潮”为定位，倡导“多元、开放、创新、潮流”的理念，以“趣味生活区”的理念作为空间基础，用当代潮流文化语言重新演绎，让生活复古乍潮、别有风趣。由此，为都市年轻人群带来一个全新的社交场景和休憩空间。

02

解读“国潮”文化 商业包罗万象

国潮作为眼下备受年轻人追捧的商业新趋势，如何更深入地理解它、运用它、最终实现价值的转化将是商业运营者们的“大考”。

在[千坊百集]项目中，街区创意源自《木兰辞》中「东市买骏马，西市买鞍鞯，南市买辔头，北市买长鞭」的唐代坊市，以及《东京梦华录》《清明上河图》所反应的宋朝市井。项目打造的终极理念是以中国传统坊市文化和



新世代潮流文化碰撞迸发出的趣享生活区，是一种万物来潮、多元开放的全新生活体验。吸纳美食、潮玩、网红、音乐 LIVE、文创……汇集好吃、好玩、好听、好看、好拍，[千坊百集]从国潮开始发力，正千方百计地生产有趣，致力成为一个能融合各类次元的一站式潮流文化生活区。

另外，项目的品牌故事部分以古代貔貅为原型，设计出新国潮的 IP 形象——king blue，该 IP 被赋予了开运、招桃花、防水逆、守财等寓意。作为千坊百集的祈福神兽，king blu 还拥有众多 IP 形象的衍生品，将为大家带来福运，赋予商业与生活更多的趣味！

◎街区现场照片



03

聚焦“街区效应” 刷新都市消费样本

随着经济时代的飞速发展，传统商业已经满足不了人们对生活高品质的追求，而“文创+”主题性街区在精神消费层面的独特价值取向，将更全面覆盖消费人群各层级消费需求，延展消费内核，增加复购率及传播率。

因此，在国潮文化为街区赋能的同时，[千坊百集]还将更多维地对街区进行迭代式打造。该项目通过将中国传统街市和现代摩登街区进行结合，来系统化地对街区管理与运营，并不断输出街区品牌内容，引入众多领域的品牌及场景，比如，打造网红潮流集散地、艺术创意发散地等，再度增强对目标客群的到场吸引力。

此次，项目的首次开街更是与重庆金开爱琴海购物公园进行强势合作，共同打造全新商业生活体验，由此开启街区商业新朝代。

◎街区现场照片



04

定义时代万物来潮 嘞是“made in China”

[千坊百集]的开街仪式完美收官，这是一次快节奏生活和慢生活娱乐双重场景的精彩演绎！

在未来，[千坊百集]潮玩街区还将带来丰富多元场景体验，为爱玩、爱美、爱吃、爱潮、爱生活的弄潮er们打造出一个真正的潮玩圣地，为重庆、西南乃至全国区域带来一个真正的潮玩街区范本！



heart

『同心协力 鼓之舞之』

文\天津河东爱琴海人事行政部

赵莉爽

天津河东爱琴海的一次别样晨会



8月11日，天津河东爱琴海晨会如平日一样组织召开，但有了那么一点点不同，中国战鼓现身晨会现场，一次别开生面的早会拉开了序幕。

照常，各层接管在晨会上通报、安排和布置了一天的工作。随后，品牌号召力较强、销售业绩佳、店务和人员管理严格且与商场配合度高的三十家商户及商管公司管理人员移师玫瑰里露天广场，利用开店前短短二十分钟时间，现场随机分组，“玩”起了击鼓颠球。大伙儿使用同心鼓，十人合力，通过系在同心鼓上的十条绳索，保持鼓面平衡并将足球或者网球颠起，数量最多者获胜。

无论是商户还是商管公司人员，都是互相第一次接触，但都配合默契、积极踊跃。经过激烈的角逐，随机组队的二队以较微弱优势胜出，取得本次活动的头名。活动结束后，留下来整饰的商管团队中，有同事边收边说：我们一定比商户颠得好！一句话，激发了大家的团队斗志。大家立刻撸胳膊挽袖子，亲自上阵。加时赛段，商管公司终于高于商户团队200%的绝对优势收关。即使回到工作岗位，大家仍兴奋不已，精神百倍。

古语云，“鼓之舞之以尽神”，鼓与舞的结合，早已成为鼓舞、激励人们团结奋进的精神力量。别开生面的早会，给拼尽全力的团队和商户一线员工带来极致的释放，也让大家体会爱琴海对生活和工作热爱。别小看这晨间宝贵的二十分钟，商管公司与商户一次业务之外的互动，分别勾起了求胜的欲望和旺盛的斗志，让双方都开启了生机勃勃的一天。

环城水系

大营救



7月13日，唐山遭遇了强降水，机动车道瞬间变成了河道，家附近的地道桥也灌满了水，就像开凿出的环城水系。许多汽车由于撤离不及时或抱有侥幸心理地开进地道，最后都被大水淹没了。

但就在这危急时刻，见证了中国人的团结友善。众多交警和附近居住的市民冒着大雨，合力前去营救被困车内的人员，有的从家里拿了斧子、绳子、游泳圈等救生物品参与救援，还有不少人主动去路口拦车，告知前方路况提醒绕行。真是有爱的民族，有爱的人民！

文／唐山路北爱琴海人事行政部

刘东兴

让人安静的咖啡厅

文\唐山路北爱琴海工程物业部

赵丹



时光总在催着我们长大，好像给忙碌的生活按下暂停键。

偶然在自己关注的博主微博里看到了这样一张照片，就没忍住继续翻阅了下去。忘了当初为什么关注她，现在翻阅起来才发现她是一个拍照技术非常不错，且自己经营着一家咖啡店的热爱生活的姑娘。在她的咖啡厅里，人们累了可以驻足休息，或专门找一个时间去店里喝喝咖啡看着窗外的人来人往，享受那一刻的宁静怡然。

恬静舒适的环境可以让人疲惫的心灵得到抚慰和安放。看到很多外地游客不远千里也跑去打卡，感觉绝大多数人可能内心都向往这样的生活吧。



致敬最好的 ONESELF 自己

——吉林辉南爱琴海上半年员工生日会小记

文 / 吉林辉南爱琴海企划部 张兴智



生日，是属于每个人的特殊日子。对于它的意义，不同的人有不同的诠释，但相同的是，都伴随着浓浓的爱。7月20日，在炎炎夏日中我们迎来上半年员工生日会。

一张张书写着心愿的生日贺卡；

一份份承载着惊喜的生日礼物；

一句句“祝你生日快乐”的生日祝福……

在我们的生日会现场，除了有美味的生日蛋糕，还有被摆成了可爱心形的各种零食饮品，人事行政的小伙伴还精心制作了卡通版祝福PPT，用星座将过生日的小伙伴分开。办公室里充满了欢声笑语，每个人脸上都洋溢着快乐。营运同事赵镐说：“非常期待下半年的主题生日会，不知道会有什么样的惊喜出现。”

在大家沉浸于欢乐之际，总经办领导为过“寿星”们送上一份特别有纪念意义的礼物：《生活——体验的智慧》，希望大家在工作之余也要保持继续学习，工作累了的时候，看看书放松下，充实地度过每一天。

闲话·写意生活

NOT OLD

时光不老，我们不散

——泳池里的“奥运金牌”争夺战

文 / 慈溪爱琴海人事行政部 施余璐

7月19日，天气宜人，爱琴海慈溪双店组织了年中会议暨团建活动。我们双店共计30余人，一同乘坐大巴，前往景色秀丽的太湖，度过了一段严肃而又欢乐的难忘时光。

白天严肃认真的半年度会议过后，我们投入到了趣味游戏模式，慈溪双店以两个小组的形式进行比拼。其中一个游戏是“头顶传水”，两组各排成一列，从头上往后传递装满水的盆子。一声哨响，两组赶紧向后递水，刚开始没多久，就有选手发出了大叫，原来头顶的水盆倒翻了，被淋了个透心凉，不过现场火热的气氛可一点儿也没浇灭。

最后一个游戏是“眼疾手快”，双方根据主持人指令做动作，当主持人喊“泼水”，双方便快速抢装满水的杯子泼向对方。一开始，两组人还是“和平”pk，当比赛进入到白热化阶段，大家开始不满足小杯子了，搬来了个大桶。于是就出现了草地上，一个人在逃跑，一个人拎着桶在后面追的场面，看得所有人捧腹大笑……还有人直接跳进了泳池里，领先奥运会一步，率先开展了游泳项目的金牌争夺战。

时光不老，我们不散。我们头顶星空，身披夜幕，在轰轰烈烈的露天大合唱中，一天的时光悄然落下帷幕。



“我的一天”

——用镜头记录我们的工作日常

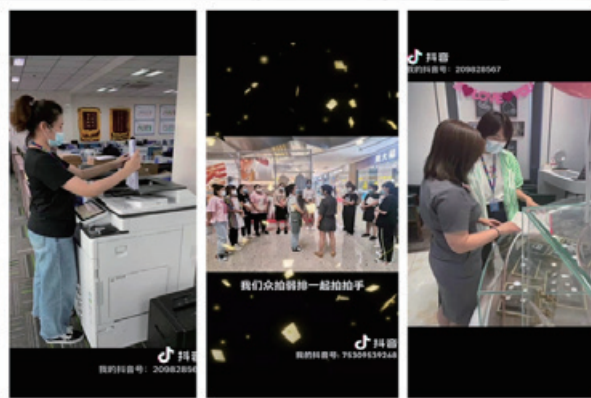
文 / 天津河东爱琴海人事行政部 刘彦



正值业绩冲刺的又一决战期，七月拼杀后，大家拍拍身上的灰尘，振作疲惫的精神，全力以赴冲刺八月。虽然遇到险隘，但豪情不减，我们也用第一视角的视频形式，记录追梦的时时刻刻。

此次我们组织“一线管理者”视频大赛，旨在还原商管团队一线管理者们的日常。视频的主角不是别人，而是每位楼管。我们以纪实的手法实时跟拍，记录他们从出门上班开始，到日落回家，真实记录招商营运团队一整天的生活和工作。

从脚本的设计到拍摄，都是利用业余和午间时间来完成。用运营同事自己的话说，壮志在我胸，前方虽是坎坷路，不经风雨怎么见彩虹？平凡的他们用一分一分的努力去一点一点地增加收入，从而一步一步地达成收缴率。拍摄的过程，也让我们更真切地体会到，过亿的利润是如何炼成的。



8月18日评选当日短短两个半小时内，共有226家商户通过微信小程序参与到线上的评选活动，支持他们心目中最值得依赖最努力工作的楼层管理者，把票投给他们眼中最美最亲的楼管。

本次活动是继“同心协力，鼓之舞之”别样晨会之后，商管公司与商户的又一次联动，来自不同楼层的不同商户在爱琴海找到了家一样的感觉。共同祝愿爱琴海这个大家族蒸蒸日上！



未来，我们不停歇！ ——开业筹备琐记

文 / 慈溪高新区爱琴海工程物业部 胡娜晶

七月，我们迎来了骄阳似火的夏天，慈溪高新区爱琴海也在万众瞩目下终于迎来了开业的喜庆日子。此刻，回忆的匣子不禁打开，筹备期间发生的一幕幕场景如电影一般清晰地浮现在眼前……

FUTURE

◎ DATE 2020年8月7日

距离开业还有 336 天。工人们正进行外墙抹灰作业，商管公司团队已初步构建完成，大家已通过简单的小磨合，凝聚团队士气。正是当时大家便有了统一的目标：闪耀高新，满铺开业。



◎ DATE 2020年11月14日

距离开业还有 231 天。我们举

行了招商大会，邀请了许多意向商家前来作客了解项目，也首次向社会喊出了我们响亮的口号：打造余慈首个都市微度假空间。在会上，项目总向大家介绍慈溪高新区爱琴海的定位规划，让当时以及未来的合作伙伴对我们有了更深一步的认知。

◎ DATE 2020年的12月11日

距离开业还有 204 天，此时商场外墙已经基本抹灰完成，内墙抹灰（商铺隔墙除外）也已完成 80%。各部门都立下了军令状，压力山大，于是经常能在办公室听到不同的嘶吼声：“你们的工程进度怎么这么慢？”“打电话给老板来看场了吗？”“合同流程上了吗？”。整个人每天都仿佛置身于爆炸现场，脑子里回荡的都是“bombombom”的爆炸声。



◎ DATE 2021年1月20日

距离开业还有 164 天。商场的幕墙外架龙骨安装已完成约 95%，一至五层的内场地面铺砖已完成 80%，场内焕然一新。此刻在项目的外广场，我们举

行了隆重的开业冲刺百日誓师大会，全体员工及部分商家代表、施工单位代表、各界媒体共同喊出铿锵有力的冲刺口号，气势恢宏。每个人都暗自下定决心，为誓保开业贡献一份自己的力量。



◎DATE 2021年4月17日

距离开业仅有77天。项目墙体砌筑工程均已有条不紊地推进完成，不过由于商家的需求及疫情影响，商场内的隔墙砌筑仍有部分未完成。大家都必须争分夺秒，与时间赛跑。虽然大家此刻已是周末午休，但依旧感觉还有很多事情未完成，还有很多问题仍待解决。经常看到办公室的灯，凌晨还亮着。



◎DATE 2021年7月2日

离开业只剩24小时。经过我们开业前夕的最后一番冲刺，商场

就要正式与大家见面了。除去临近开业的暗暗紧张和激动，大家更多的是处于为顺利开业而准备的忙碌状态——财务部的同事依旧在与大堆的报表和套票奋斗；招商的同事在和众多商户仔细核对细节；工程物业部的同事在商场内各个角落排除安全隐患……



2021年7月3日 00:00

开业进入最后倒计时。本以为在零点前能回家好好睡个觉，但事项实在太过繁多，时间又紧迫，大家直到深夜11点半才开始熟悉商场的SP活动。但没有人抱怨，没有人缺席，因为大家都觉得这是值得的。虽然很多人的嗓子喊哑了，脸上的妆也早已油光满面，却丝毫不影响大家的士气。在没有椅子的现场，大家也顾不得脏乱了，有的人用柱子支撑着疲惫的身体，缓一缓脚酸；有的女孩子还比较细心，屁股下垫了张纸坐在地上；男

孩子则大大咧咧点，干脆一屁股坐在舞台旁边认真听着SP活动的讲解。虽然大伙儿的身体和站位七斜八歪，脑袋则朝着统一方向看向大屏幕。大家心里只想着：只有记住了活动内容，才能在当天更好地为顾客服务。



◎DATE 2021年7月3日——未来

不负众望，不辜期待，付出的一切终将收获。7月3日，慈溪高新区的第二座爱琴海正式璀璨亮相。开业两天，喜报频传，我们的客流突破35万，销售额刷新纪录，为所有人的努力赋予了一份激动人心的意义。希望今后我们的团队以及慈溪高新区爱琴海，也能继续蒸蒸日上，前程似锦。未来，我们不停歇！



品味·心路历程

喜欢，M E E T I K E 是一种遇见

文 / 博兴爱琴海企划部 张梦璇

谈 谈的相视，便是浅笑嫣嫣。

那天，网上，它初露真容，

闪耀的聚光灯下，耀眼夺目；

一瞬间，这种遇见，便吸引彼此！

从此，等待，拥有；

在城市间穿梭的旅途里，

欢喜叠加。

喜 欢这样拥有，

宁静安然，恬淡素雅；

在动静之间，更加喜欢。

我将这几年相伴的暖，

深深收藏，

仿佛一颗心能温暖另一颗心，

一片云能读懂风的轻盈，

一片叶子能欣赏一朵花的妩媚。

最美的风景，总会在前方。

我喜欢那些平凡的生灵，

如开在路边的小花，在车里看去，

虽开得不妖娆，不惹人在意，

却拥有属于自己生命的明亮和色彩。

当 夏天的风带着温度，

吹进车窗，

我喜欢和它漫行阡陌，

只为，藏一份如水的欢喜。

如何制作一份员工

文 / 天津生态城爱琴海企划部 刘晓莹



“晓莹啊，来，过来一下。”

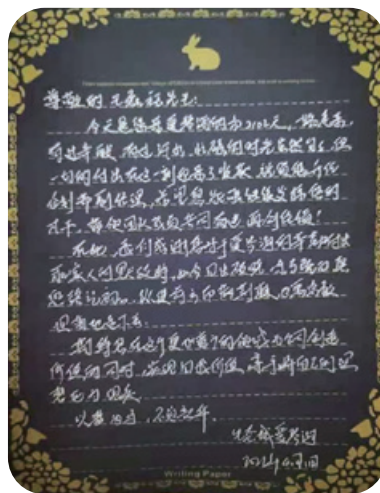
平静的工作日下午，我正如同往常一样埋头在工位对着屏幕一顿噼里啪啦，人事行政的同事神秘兮兮的朝我招手，见状我好奇心乍起，也悄悄咪咪凑过去，仿佛是在搞什么地下党接头。

“你领导晋升了你晓得伐？”

我点头如捣蒜，我不仅晓得，我还知道他有多努力，耗费了多少心力终于朝着自己的目标向前一步。

“所以我们打算给他一个小惊喜。”同事脸上的笑容流露出亿丝丝的狡黠味道。

这是要搞事啊！我眨眨眼，论搞事我怎么能缺席呢！于是我朝她凑得更近了一些，压低了声音。



“所以我们要怎么做？”

“咳咳，你看，他是咱们爱琴海的五年老员工，又是咱们生态城项目第一个经由内部培训从主管晋升到经理的人，所以咱们给他做一本员工晋升贺喜册寄到他家里怎么样？”

“我觉得很 nice，然后需要我干什么？”

同事的笑容扩大了：“你来帮我给贺喜册上的文字润润色吧？”

我一口答应，拍胸口朝她打包票。

“没问题女士！您的润色侠竭诚为您服务！”

这就是为什么我会枯坐在屏幕前，面对空白的文档以及日渐后退的发际线欲哭无泪的原因。

我该写些什么呢？

以我对我领导的了解，大半来自于他手把手带我熟悉工作流程的耐心指导，来自于工作间隙琐碎且日常的闲聊。我感受到他为人细致，温和耐心；我了解他工作严谨，认真负责；我还知道他在爱琴海已经服务了五年，参与了五个项目的开业……

屏幕上的光标持续闪烁，我蓦然发现原来值得记录下来的东西竟然有这么多，于是沉寂已久的键盘声再次响起，在一片空白的文档里，文字汩汩流淌——

“这是您为爱琴海服务的第2127天……”

品味·心路历程

谈 T A N X I A 夏

文 / 博兴爱琴海人事行政部 刘梦娇

“芳菲歇去何须恨，夏木阴阴正可人”。不知不觉，夏季，已悄然来到我们身边。春和夏的距离，似乎总是让我们琢磨不透，似乎刚刚脱下长袖衣服，短袖已经穿在了身上。

不知从何时起，夏天成了自己最不喜欢的季节。记忆中，18年在烟台实习的夏季，每天上班挤在公交车上，车内仿佛一个蒸笼，快要把自己烤熟一般，即使在清晨，汗珠也已经开始布满在脸庞；中午刚准备小憩一会儿时，外面又传来一声声刺耳的蝉鸣，耳膜仿佛都要被刺穿；晚上的美梦也被打碎，时常半夜被热醒，只能跟好友一块跑到客厅里，在空调的陪伴下，才渐渐进入了梦乡。

可能从那时起，夏天成了自己最不喜欢的季节。

又不知从何时起，我却渐渐发现，自己慢慢喜欢上了夏天。21年在博兴爱琴海工作的夏季，每天清晨走在上班路上，我看见工人师



傅们早已头戴安全帽，一刻不停歇地辛勤忙碌着，建设着爱琴海的美好模样；中午午饭过后，走在回公司的路上，蓝天、绿叶、红墙，构成了一幅色彩绚丽的画卷。这时，同事总忍不住拿起手机，记录下这赏心悦目的风景；而到了晚上，结束一天的工作，关上电脑，在路灯的照耀下，迎着晚风，朝着家的方向走去。此刻，施工现场依旧传来工人师傅加班加点作业的声音，他

们与朝阳为伍，与星星做伴，朝朝暮暮，只为十月一日的精彩呈现。

可能从这时起，夏天，成了自己喜欢上的季节。

因为我们的用心，才会发现，春花、秋月、夏日、冬雪，各有自己别样的风景画面；因为我们的努力，才会实现，它的一点点改变，终会变成我们梦寐以求的绽放图景。

保持热爱，无畏前行

——致“初入”职场的我们

文 / 滨州爱琴海工程物业部 张莹莹



今年5月，我有幸加入到滨州爱琴海团队，而在此之前的五年里，我是一位两娃的宝妈、是一位创业者，也是一位小学老师。如今，两娃稍大不再需要高质量的陪伴时间，思虑再三，我还是决定重新回归职场中去。毕竟，在职场中才能让人快速成长，忘记时间忘记年龄，吸收新鲜养分，注入新鲜活力，与这个时代同频共振。

爱琴海是我离开职场五年后，应聘的第一份工作。初试时，工程物业总经理就这个岗位的每个环节所需要的专业知识，都进行了十分详尽的询问，面试问题的专业度和知识量，让我意识到离开职场几年后存在的差距，也让我对这份工作

充满了要去征服和攻克的激情。非常幸运的是，我最终如愿加入到工程物业这个团队之中，作为我再度“初入”职场的起点。

滨州爱琴海这个团队大部分是90后的新鲜血液，充满了朝气和活力，完全没有拖泥带水和老气横秋的职场毛病，团队的节奏感和专业性让每天的工作都充满了愉悦。

作为在职场中摸爬滚打了一圈，又复归职场回炉的80后，我的感慨自是良多，心态也不可同日而语，愿借公司此平台将我的接触和经验写下来，与大家共勉：

对于刚参加工作的职场新人来说，工作舒服是个很危险的信号，在一生最好的年华、最没有牵挂的年纪，舒服的工作会过早降低了你成长的速度和对未来的期望值，而且更可怕的是，一旦速度和期望值降下来后，你会以为这就是职场本来的模样，然后逐渐养成习惯，以后便再难突破这层上限，最后你会越来越没有竞争力，越来越没有自信，永远不敢有突破和尝试，如此恶性循环……

对于可能经历过生育养育，或自己创业又重返职场的我们来



说，年龄不应该是羁绊，经历不应该是炫耀，应该与能力强者多借鉴做事方法，与新生代多学习新潮思维，三人行，必有我师焉。此外，职场上少点情绪，多点行动，做的越多学到的也就越多，你的专业知识和思路方法才是得到尊重的前提，也是安身立命最重要的能力。

所有的职场“新人”都应该明白，年轻时候偷过的懒，都会在未来的岁月里加倍奉还，如果想与这个时代共进退，就要永远保持一颗学习上进的心。

保持热爱，无畏前行。这样才能在职业和人生的道路上披荆斩棘，行稳致远。

形成执行标准 不断汰换提升

——《向解放军学习》读书心得

文 / 天津城市人事行政 邢 耶



中国有句老话，叫作“十年树木，百年树人”。十分遗憾，可以过百的，无论从人到物，都不容易。物过百年可以成为文物，而人过百年，则成为人们瞻仰传承的精神丰碑和美好象征。但其实，无论人或物，百年后的实际使用价值均不及其精神价值。

所以，活在当下，让未来的那份美好提前实施就变得异常珍贵。在《向解放军学习》第三章中讲到“每日只干一件事，每年只干一件事，一生只干一件事。

始终如一，保事不成？”非常认同，我们做管理，大可不必朝秦暮楚，因为万变不离其宗。有效率的管理，可以让执行者高效落实科学管理，就是把复杂的事情简单化，把简单的事情可操作化，把可操作的事情度量化、数字化，把度量化、数字化的事情考评化——执行需要简单。

复杂的事情简单做，做成标准；

简单的事情重复做，执行标准；

重复的事情认真做，固化标准。

只有做到以上三点，我们才有了根基，才有了突破和创新的可能。而持续不断地创新和突破，再形成新的标准，如此循环往复，便可以实现螺旋式上升。

至于企业文化的应用，应立足行业，博采众长，创造标准，推陈出新。作为每天都在做管理的我们，如果能按照《向解放军学习》第三章中讲到的，认真把简单的事情做好，那“自觉”、“自我管理”就成为一种集体无意识行为。试想，等这一切实现的那一刻，爱琴海将成为最高效、最有创新性和最有生命力的团队。

苹果 CEO 蒂姆库克说过，“建立多元化的团队，能相互滋养，汲取能量”。希望在爱琴海这个大家庭，每一位员工都能立足本职本岗，不仅限于完成工作，而是可以通过创造和合作、交流和分享，获得推进我们整体水平提升的新机会。同时，保留每一个个体的差异化，求同存异，在共同创造形成的标准中螺旋式发展，不断地形成全新的打上爱琴海印记的标准和模式，推广于全行业 and 全社会。

《定位》读后随想

——努力做最好的自己

文 / 萍乡爱琴海财务部 李 敏

初次接触《定位》这本书是5月读书会总经办领导及人事行政同事推荐的，初衷只是为了读书会交流读后感，粗略了解才发现，原来对我收获最大的是思维的转换。

《定位》这本书核心观点是：“品牌时代，抢占用户心智。”以理论和实例相结合，阐述了定位的本质——将认知当成现实，也就是你看到的是你想看到的。这里的心智模式指的是大脑依据以往的见闻和思想构建的模型，用于影响人们对于外部现实世界的认知及行动。这也就是为什么我们日常生活对于同一件东西不同人有不同的看法，就像遇到困难，悲观者会选择逃避一蹶不振，乐观者会积极解决遇强则强，因为他们的心智模式不同。

这是一本讲营销的书，原先我在这方面的想法一直是，先发掘用户需求，然后开发产品满足客户需求，反观这本书讲的是将焦点集中在潜在顾客而不是产品，从潜在客户的角度及市场竞争情况出发，围绕用户心智进行营销。

现如今，我们正处于一个大数传播时代，庞大的信息流量带给我们便利和快捷的同时，也导致了传播过载和同质竞争。我们经常

会发现这样一个现象：一种新兴品类市场很好，那么接踵而来的就是一大批类似产品涌入市场。例如随着网红经济的出现，各种商家平台推出网红直播带货平台：抖音、快手、西瓜、小火山等短视频迅速涌现，就连微博、秒拍、今日头条也纷纷入局，使短视频行业竞争瞬间进入白热化阶段，甚至人也同商品一样，陷入了同质化竞争的泥淖。而在这样的背景下，“定位”其实也是同质化时代中，如何脱颖而出、抢占先机的竞争之道。

就拿我熟悉的会计行业来讲，由于很多企业招收普通的基础核算财务人员门槛并不是很高，而大部分人对于财务的认知又只停留在“每个公司都需要算账的”，加之每年财会热门专业涌出的大批高校毕业生，于是造成目前基础会计人员的相对饱和。而另一方面，高级财务人员则严重短缺，尤其很多四五线城市甚至需要从一线城市引进人才，其实这便是缺乏准确定位的体现。

同质化的竞争中想脱颖而出实属不易，“没有功劳也有苦劳”的自我安慰已经不适用于如今的社会生态和职场法则。这时候需要做的就是重新定位自己，改变一下思



维，找出属于自己的空位发展。这大概也是越来越多的财务人员选择不断考证升级，朝金字塔尖不断攀登的原因。

书中还在“个人及事业定位”章节中，谈到要去找寻属于自己职业的“六匹马”：你所在的公司、你的上司、你的朋友、好的想法、信心以及你自己。作为一名一毕业就走入财务这个行业的发烧友来说，我早已明确自己的职业发展目标，也所幸选择了爱琴海这个大家庭，遇见了虞总带领的open团队，遇见了一群乐于分享、一起成长的亦师亦友的工作伙伴。他们就像一座座明灯，前行之路都已照亮，而我只管砥砺前行，努力做最好的自己便好。

慈溪高新区爱琴海开业绚丽掠影



GLANCE



博兴爱琴海购物公园

都市的假日中心

爱琴海购物公园
AEGEAN PLACE

