

张华容：这是资产运营的“最好时代” 爱琴海新项目接力亮相 共创2022

— 双月刊 —
总第三十四期

与品牌共创价值 爱琴海 A-Talk 品牌共创工坊成功举办
为业主创造持续价值——浅谈爱琴海物业管理亮点和愿景
趣味冬至，情暖饺香——各地爱琴海冬至“家”节主题活动暖心开展
看唐山爱琴海如何为年轻人制造「微醺」惊喜
努力做一只“仓鼠”
苍山负雪，明烛天南——读《长征》所感



跑赢 2021 共创 2022

——爱琴海集团 2021 年年度大事记回顾

金牛奋蹄去，旺虎送福来。2021 年，爱琴海集团依靠轻资产业务逐渐实现了全国性的扩张，为持续强化爱琴海在国内商业地产领域领先的市场地位注入了更大的动能！

回顾 2021 年，爱琴海用这些数字，给出了自己的答案：

100+ 座城市 多元产品线矩阵，发展版图 再扩张

2021 年，爱琴海集团成功签署上海、西安、大连、临邑、辉南、周口、璧山、古冶、响水、合肥、犍为、大理、重庆、兰州、淮安唐山、新乡、资阳……签署 20+ 项目合作协议，包括爱琴海购物公园、爱琴海城市广场和晶海广场等产品线项目，这也是爱琴海继 2020 年发布全新产品线后进一步完善以资产运营为核心的差异化、定制化的产品矩阵体系的落地体现。

近 10 个新开业项目 步履不停，上新加速度

2021 年 6 月，北京北投爱琴海购物公园正式亮相，约 200 家国内外一线品牌入驻，首店占比超过 50%，开业首日，爱琴海客流突破 20 万人次。

2021 年 7 月，慈溪高新区爱

琴海购物公园正式开业迎客，这是爱琴海集团深耕慈溪，在慈溪开业的第二座爱琴海商业项目。

2021 年 12 月，博兴爱琴海购物公园、义乌爱琴海购物公园、南宁华丰城爱琴海城市广场、济宁高新区爱琴海购物公园、赣州爱琴海购物公园、商河爱琴海购物公园、天津生态城爱琴海购物公园的诸多爱琴海项目集中开业亮相。

136+ 个品牌 260+ 家销冠门店 品牌销冠，业绩新增长

上海爱琴海华为旗舰店全年销售业绩同比增长超 30%；

唐山路北爱琴海的海底捞更是成为全国销冠门店典范，全年销售业绩破亿元；

海宁人民广场爱琴海新开业的 MUJI 门店更是超越了一二线城市，勇夺全国销冠；

北京北投爱琴海优衣库成为全国新开店销售额 NO.1 门店；

助力屈臣氏打造 10 家销冠门店

助力华为爆发 965 万元单日业绩；

三大私域平台 超千万全域粉丝 数智驱动全触点数字平台

大数据精准应用，赋能商业决策、商户服务、会员服务

“私域社群 + 会员到店 + 到家电商”三大私域打法

370 万 + 全域粉丝 数智驱动流量

从“有社交功能的购物空间”到“有购物功能的社交空间”的进化升级；

面向大众的商品组合 + 面向粉丝的服务设计；

2021



编前语

爱琴海举办首届宠粉节，小店长日、嗨购节、巡礼季等贯穿全年的多档营销活动，在圈层营销、会员盘活、IP内容升级、传播打法等方面进行多重创新，打出“组合拳”，重构消费者“愉悦”的购物体验，持续进化“有购物功能的社交空间”，实现从“宠粉”到实力“圈粉”的创新进化。

福州仓山爱琴海购物公园推出“奇喵小镇”，成功将商场内传统认知中的客流“冷区”，变身成为自带流量的主题空间；

昆明广福路爱琴海购物公园将“天空农场”搬进购物中心，对购物中心的整体场景生态进行升级，将生态场景完美融入商业场景；

唐山路北爱琴海购物公园改造的“潮巷”街区将国潮文化与夜经济结合，从不同用户的兴趣特点、审美取向、圈层文化、消费痛点出发，创造原创的场景内容与他们产生共鸣。

慈溪爱琴海 YES 街区围绕夜间美食、购物、文化、娱乐、体育、旅游六大板块，以增强顾客沉浸式体验为目的，不断地注入新鲜血液，在集装箱舞台、地键钢琴、大唐不倒翁、孟婆汤等网红体验项目基础上，引入咯滋烧烤、喜姐炸串、南翔小笼、吉阿婆麻辣烫、网红套圈

等品牌产品，丰富 YES 街区的经营体验氛围；

天津河东爱琴海开业以来保持了高频次的品牌调整频率，在更新品牌的过程中，通过对新兴家庭和 Z 世代潮流青年热爱时尚、潮流，追求新奇的洞察，天津河东爱琴海购物公园采取“首店”和网红店策略，引入了大量天津市场“首店”和网红店。

TOP16 行业地位，50+ 企业荣誉 载誉领航，彰显企业实力

由赢商网主办的第 16 届中国商业地产「金坐标」颁奖盛典中，荣获“2020-2021 年度商业地产卓越企业”（企业奖）的行业荣誉

贵阳爱琴海购物公园斩获“2021 最具价值城市更新项目”大奖

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”，入选“运营最佳实践案例”

由赢商网主办的「时代坐标」颁奖盛典中，福州仓山爱琴海购物公园凭借打造的“奇喵小镇”，斩

获“2020-2021 年度城市商业地产杰出运营项目”

在第十一届（2021）IF·商业地产年会上，爱琴海集团荣膺「卓越跨界融合发展力企业」

在赢商网举办的“2021 中国购物中心+峰会”上，荣获「2021 年度商业地产卓越运营商」大奖，以及入选“Golden Mall 中购联购物中心行业 2021 年度专业竞争力榜单”「技术创新卓越榜」

在“2021 大中华区人力资源管理卓越大奖”颁奖盛典环节，爱琴海集团凭借“星力榜”项目荣膺「2021 大中华区人力资源数字化创新卓越实践」

北京北投爱琴海购物公园荣获第 10 届 GBE 商业综合体高峰论坛”暨“GBE 商业综合体大奖 2021”颁奖典礼“最佳主题特色商业综合体奖”，贵阳爱琴海购物公园荣膺“最佳 TOD 综合体奖”、“最佳体验式商业空间奖”。

大浪淘沙，始见真金。爱琴海集团正踏准城市焕新升级的步伐，再创区域标杆、城市标杆，以客户为中心、以市场为基础、以员工为本，助力城市发展，创造持续价值，向成为城市商业价值升级的领航者阔步迈进。



目录

编前语

扬帆·公司要闻

- 爱琴海张华容：这是资产运营的“最好时代” 004
- 博兴爱琴海购物公园正式亮相「放手 LET GO」引爆嗨购狂欢 007
- 燃动年轻圈层——南宁华丰城爱琴海盛大开业为热爱发声 009
- 济宁高新区爱琴海心动启幕——单日超 37 万人次刷新区域商业新纪录 012
- 商河爱琴海购物公园开业 区域首进品牌超 50% 015
- 一日三城 爱琴海集团新项目接力亮相 018

载誉·硕果明珠

- 上海爱琴海购物公园斩获“2021 年度品质购物中心”等三项大奖 021
- 聚变城市商业格局——慈溪爱琴海购物公园荣获 2021 年度长三角商业项目 TOP20 023
- 福州仓山爱琴海购物公园斩获“年度夜经济地标项目”大奖 024
- 天津爱琴海双店喜报来袭荣获多项行业大奖 025

启航·华章添彩

- 美食与爱的皖美——爱琴海集团安徽运营中心餐饮行业私享晚宴成功举办 026

聚焦·媒体视界

- 与品牌共创价值 爱琴海 A-Talk 品牌共创工坊成功举办 027
- 活力焕新，重庆金开爱琴海五年成长之路 031

观察·商业资讯

论剑·干货分享

- “酒零后”消费新玩法令人“上头”，——看唐山爱琴海如何为年轻人制造「微醺」惊喜 037
- 爱琴海集团：为业主创造持续价值——浅谈爱琴海物业管理亮点和愿景 041

闲话·写意生活

- “特别的牵挂给特别的你”——商丘凯旋爱琴海与外派支援员工暖心互动 044
- 与公司共同成长——大同魏都爱琴海的“盲盒”生日派对 045
- “感恩”相伴、“诞”愿新年——北京北投爱琴海用“爱”温暖整个冬日 046
- 趣味冬至，情暖饺香——各地爱琴海冬至“家”节主题活动暖心开展 048
- “同心齐力、并肩作战”——萍乡爱琴海首届冬季趣味运动会“开打” 050
- 怀旧永不老 运动进行时——徐州爱琴海主题沉浸式冬季运动会实录 051

品味·心路历程

- 深秋来了 054
- 远方的故人 055
- 京西饮中少年行 055
- 黄山归来不看岳——记我的黄山之旅 056
- 努力做一只“仓鼠” 058
- 做好眼前事，静待花开时 060
- 戒骄戒躁 转换思想 061

悦读·书香有感

- 苍山负雪，明烛天南——读《长征》所感 062



顾问：张华容
 策划：刘建安 付 闯
 主编：马睿超
 编委会：吕田田 杜建美 宋宛迎 温伟伟
 何翠翠 刘 丹 王佳慧

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）

爱琴海张华容： 这是资产运营的“最好时代”

B E S T T I M E S



2021 年 12 月初，爱琴海集团董事长

张华容接受了赢商网的独家专访，以下为专访纪实内容：

从事商业地产行业以来，令自己最开心的事情或者瞬间是什么？

“看到每个新商场开业时和每年给公司的校招生上入职第一堂课时”。

出乎意料，却又情理之中的答案。

会因为行业出现的新理念和新变化而欣喜的爱琴海集团董事长张华容，已经拥有超 25 年的零售行业从业经验，也是因为不断“尝新”、不断学习的心态，她想要一直在行业精耕下去。

爱琴海集团（下文简称：爱琴海）亦是如此，始终专注于商业资产运营赛道。

不过，今年爱琴海迎来新的转折，随着母公司的战略调整变化，爱琴海正式成为行业内为数不多的专注轻资产运营的商业运营公司。

“未来商业资产产权与运营分离，是一个必然的趋势”，张华容认为，基于此，对于提前进入专业化细分领域的爱琴海来说，“轻的商业运营体系会更受资本市场的欢迎，但同时也更加考验运营团队的专业能力”。

她提到，如果把生活和工作比作是消费者的两个重要空间，那“购物中心”这样的消费场所未来的畅想更多是成为“家”和“工作”以外的**第三空间**，应更多关注个体的自我表达与感受。**购物中心运营者如何给消费者提供第三空间，去感知自我的释放和存在，是未来要去寻找的方向。**

A 产权与运营分离带来思维转变

轻资产的发展模式，正成为不少商业地产商们发力的新赛道。

作为行业领先的资产运营公司——爱琴海，在今年迎来彻底转变，成为专注轻资产的第三方资产管理公司，“从市场和资本的角度来说，我们真正地走入了全新的发展格局”。

随之而来的改变之一，便是合作伙伴，更“轻”的爱琴海，**将以更开放的心态、更多元的合作机制，服务各类资产方以及不同的合作伙伴。**在张华容看来，与不同合作伙伴结合的过程中，双方进行优势互补，将迸发更强劲的能量，有助于双方打开各自的市场空间。在此背景下，发挥爱琴海的平台优势，连接更多的合作伙伴，为稳步扩大

规模做准备，也成为张华容的工作重点内容之一。

同时，她也指出，**未来商业地产的产权与运营分离是一个必然的趋势。**

商业地产作为一个资产标的，本身所具备的金融属性，注定了未来将走向更为专业化的运作路径，“围绕回报率及资产本身在金融市场的价值，爱琴海作为专业的运营体系，可通过我们的运营让资产价值提升，这意味着，**伴随爱琴海规模的逐渐扩大，对资本市场的贡献也将会成倍增加**”。

对于轻资产赛道的运营商而言，由资产方到运营方身份的转变，随之而来的是思维的转变，“站在资本层面来看问题，如何通过对未来市场的把控，以及团队的运营力，从而提升产品的投资价值，是我们需要思考的问题”。

B 取胜“法宝”：产品力 + 运营力

问及当下商业地产处于怎样的时代时，见证国内商业地产崛起与快速发展的张华容，则是笑着告诉赢商网，“**时代在发展，市场一直在改变，是机遇还是风险，取决于你能否抓住市场资源即将高度集中的那个点，而在市场大调控之下，商业资产盘活、资产产权与运营分离就是一个高点机会**”。

无论是前几年行业谈到互联网对实体零售业的冲击，还是去年的疫情，市场的变化及突发的事件，对行业的影响一直都在，但机会永

远垂青有准备的人。

以爱琴海为例，早在2020年之前就已经开始了数智化的布局与探索，这也是其为何能够在疫情爆发后，很快通过线上运营的形式，**在行业内率先启动社群私域流量的运营举措**，通过线上带货等方式，与商场内租户共同寻找新的销售增长点。

回归到商业运营层面来看，**核心是围绕“消费者”所打造的“场景”和“内容”**，“谁能在当下抓住这三个关键词，相信在任何的市场环境中，都会找到一些发展的新机会”。

与此同时，她也指出，当下的市场环境，对于想要进入轻资产赛道的公司来说，是一个机会，而**产品力 + 运营力，则是可以破局的“武器”**。

概括来讲，产品力是指商业品牌或者商业物业具体呈现的商业形体，它是能够被消费者或者受众所具体感知，当人们提及它时，**有清楚的记忆点或者具体的形象和感召力**。运营力则是商业运营组织或团队在商业经营趋势与消费者未来的需求中，寻找在空间、业态、服务、营销上的交汇点，从商业体的属性出发，让运营为商户、消费者以及资产赋能的经营能力。

著名冰球运动员韦恩·格雷茨基曾说过，“我往冰球将到达的地方滑去，而不是它现在所在的地方”。商业运营亦是如此，如果能**把握消费者需求的未来走向**，朝着这个方向“滑去”，也就意味着把

握住了未来市场。

在张华容看来，运营力更多地体现在运营商的内核组织能力、对商业活动的运筹能力，以及对未来数智化或消费者的需求发展方向的一种把握。

今年，爱琴海通过多元化的品牌运营方式，联动 150+ 品牌共打造了 200+ 销冠门店，其中，天津河东爱琴海购物公园、福州仓山爱琴海购物公园全年连续打造多家销冠门店，上海爱琴海华为旗舰店的销售业绩同比增长超 30%，唐山路北爱琴海的海底捞更是成为全国销冠门店典范，全年销售业绩有望破亿元；海宁人民广场爱琴海新开业的 MUJI 更是超越了一二线城市，勇夺全国销冠……这也是一种运营力的体现。

爱琴海于 2020 年提出要从有社交功能的购物空间，转化为有购物功能的社交空间，并打造了一种全新的产品模型——**AEGEAN PLAYSTATION**，以“PLAY”为强基因，用“PLAY”构建一个更有趣、更愉悦的商业生态，带动年轻圈层成为爱琴海的粉丝。

过去的一年，爱琴海在运营端不断创造更潮、更好玩，可消费可社交的年轻场景。全年通过“宠粉节”、“Youth 巡礼季”、“嗨购节”等多个营销 IP 的打造，为年轻品牌建立了新的营销阵地。同时，“撒野 high 森”、“卡路里大作战”、“巡礼实验室”剧本杀等互动主题也无缝接入年轻人的生活。在合作平台上，爱琴海与迪士尼影业、蚂蚁森林以及

抖音的广泛合作，也吸引了更多年轻消费者的关注，成为引领行业的营销新方向。

2021 年爱琴海的诸多项目中，同样有不少的创新探索与尝试内容落地：

● 今年开业的北京北投爱琴海购物公园，基于原创、垂直、自由共创的未来商业空间内容趋势，吸纳更多的社群主理人参与到场景的打造中，实现和更多年轻组织、社群进行共创；

● 上海爱琴海购物公园则聚焦电竞同好圈层打造专业电竞场所，如携手 IMBA 开展 DOTA2 i 联赛，积极探索“商业地标 + 电竞联赛”的创新空间；

● 昆明瑞鼎城爱琴海购物公园整合“二次元 + 专业电竞场馆”，并引入内容多元、可持续发展的电竞 IP，成为昆明首个形成产业生态的购物中心。

**C 未来畅想：
最大化释放自我属性的
“第三空间”才有
价值**

作为购物中心的运营者，爱琴海通过一系列创新运营动作，正在为消费者提供“**面向大众的商品组合 + 面向粉丝的服务设计**”，创造出不一样的社交空间。

当被问及购物中心未来畅想时，张华容分享了自己近期的体会和想法。一次周末陪伴家人外出逛街时，位于淮海路商圈的 GENTLE

MONSTER 旗舰店给张华容留下特别深刻的印象，“店内的展览吸引了不少人打卡拍照，玻璃橱窗外，则是聚集了好奇的人，两个空间的人彼此不受影响，享受自己的状态”。

这给了她一些启迪，购物中心应是可以提供“生活”与“工作”两大空间以外的第三空间。生活空间，会涉及到家庭、孩子、朋友或一些场景，社交属性更强；工作空间，更偏向一种工作氛围下的精神状态；而第三空间，更偏向消费者以自身个体，选择去固定的一个品牌、固定的一个场所，寻求个人感知释放与空间的契合，强化其自我属性，且不特别在意别人的关注与注视。而购物中心运营者，未来在功能和实用性的塑造方面，在原本大众化、同质化的空间里，为消费者创造出这种**令其感知自我释放和存在的“第三空间”**，这是未来可以探索的重要内容。

谈及国内商业未来的发展与变革，张华容坦言，商业运营的本质是**创造价值**，爱琴海要扮演的角色是**推进者与引领者**，“抓住市场机遇，将它做到最好做到最棒，形成集聚效应”，“未来的机会在于能够将数智科技与商业服务结合的企业”。

采访的最后，张华容提到，爱琴海会继续在创新领域投入更大力量，因为只有**“花精力与花心思去做未来市场”**，才能通过创新的内容尝试，真正做到用一个商业体去影响一座城市的消费走向，继而在全国更广阔的平台展现爱琴海的价值。

博兴爱琴海购物公园正式亮相 「放手 LET GO」引爆嗨购狂欢

12月11日，完成试营业周期的博兴爱琴海购物公园正式亮相，并开启了12月至元旦档「放手 LET GO」的年终狂欢。作为博兴首家购物中心，全新亮相的爱琴海购物公园以现代化的空间场景、丰富的业态以及充满话题性的营销活动引爆全城关注。



扬帆 · 公司要闻

本次活动中，博兴爱琴海购物公园举行了盛大的启航盛典，相关政府领导、合作方代表、爱琴海集团有关领导、品牌商户嘉宾及诸多媒体代表到场，共同见证博兴爱琴海购物公园的荣耀启航。

博兴爱琴海购物公园秉承了爱琴海集团在互动体验与场景设计上的核心优势，增大了体验业态的比例，通过“区域首店”与“多元组合”的创新场景来吸引消费者打卡。全场商户首店占比30%，倾力打造“潮酷国际主秀场、家庭欢乐聚集地、邂逅风情美食汇、活力竞技风暴场”四大核心场景。引入家家悦超市、上影影城、肯德基、麦当劳、屈臣氏、游戏大魔方、贝之梦·9号家庭娱乐中心等区域内首店品牌，为博兴消费者打造全新的消费体验。

作为博兴本地全新的地标性商业项目，博兴爱琴海购物公园充满现代设计风格的场景设计，让爱琴海成为了城市最佳打卡地。

●博兴首个10000m²全景流光幕墙以独特的光源与光学设计，呈现出独特美观、炫彩多变的形态，打造博兴新地标，点亮博兴夜空。

●360°全景超高挑空中庭，采用顶部透光设计，宛若钻石璀璨的星空穹顶，勾勒出建筑空间美学，同时可以获得更加开阔的视野，塑造出了简约大气的艺术美感。

●爱琴海还打造了博兴首座跨层“飞天梯”，可从三层直达五层，给消费者带来宛若在高耸大厅云游的体验感。

整个12月，博兴爱琴海购物公园将开启「放手LET GO」嗨购狂欢，不仅在近期推出了多档“放手GO BUY”促销活动，还将举行“潮醒圣诞”主题派对与市集活动，跨年夜还将举行博兴最大规模的“JUMP2022潮音节”，让博兴消费者领略到更年轻、更有趣、更数字化的活动体验。



燃动年轻圈层

——南宁华丰城爱琴海盛大开业为热爱发声

12月24日，南宁华丰城爱琴海城市广场正式亮相，开业首日人气火爆。启航盛典现场，南宁青秀区政府领导、广西天益房地产及爱琴海集团有关领导，品牌商户嘉宾及诸多媒体代表到场，共同见证南宁华丰城爱琴海的盛大启航。



× 01

品牌矩阵，融入创新 核心亮点输出年轻符号

作为南宁 TOD 商业综合体典范，南宁爱琴海立足核心商圈，通过交通优势与各区之间形成的“超链接”重构城市商业生态，并从业态品牌、营销内容等多个方面去为南宁这座城市解锁全新的“嗨新”生活方式。

南宁华丰城爱琴海城市广场聚焦年轻化的消费者需求，将项目包装成“嗨新”的聚能场，从场景打造到品牌引入，形成多元业态组合，给这座城市带来了多样的生活方式。同时，通过提升餐饮、亲子、娱乐等业态比重，进一步强化消费类体验。

网红品牌聚集形成丰富的美食约会地

17000 m²城市味蕾驿站，充分挖掘美食社交，从品质餐饮、流量餐饮到地方特色一应俱全，如首进南宁的大渝火锅、半天妖、西海岸等，以及受到“吃货们”青睐的太二酸菜鱼、蛙小侠、绿茶、漓江小聚、等正鲜等，更有广西非遗美食“横州鱼生”等等。

亲子时光的最佳场所

超 4000 m² 沉浸式亲子主题乐园，为年轻家庭提供遛娃和享受亲子时光的最佳场所。首进南宁的乐天大世界，到儿童零售类的 Balabala、好孩子星站、Under Armour Kids、B.duck 等，南宁华



丰城爱琴海城市广场以“大空间 + 沉浸式”的场景，让亲子家庭消费者既能“玩”又能“逛”。

泛娱乐文化的超级场景

在娱乐文化方面，点亮夜间经济，激发城市活力，南宁华丰城爱琴海城市广场实力打造了超 8000 m² PARTY 畅嗨空间，引进“城市全新潮流顶峰娱乐综合体”的潮流娱乐品牌 771 Music House，融合酒吧、KTV、音乐餐吧、嗨吧等细分业态，同时也引入万达影城、风云再起等娱乐业态，重新定义南宁夜生活体验场景。

时尚与文化的全新结合

南宁华丰城爱琴海城市广场在兼顾本土特色和本地消费习惯的同时，不断为当地创造时尚消费场景，从零售业态上引进优衣库、美特斯邦威超级旗舰店等，加之苹果、华为、三星、小米之家、京东家电等品牌 3C 旗舰强势进驻，满足消费者对 Fashion 好物的追逐。

不难发现隐藏在南宁华丰城爱琴海城市广场中的招商亮点，充分体现了天马行空的‘年轻思维’与‘创造性’。通过城市与项目基因的碰撞，新思维的品牌品类组合，不仅赋予足够多元的品牌吸引力，也将助力项目给城市未来构建出无限新鲜的可能。

× 02

精彩纷呈的商业活动 打造年轻人敢嗨的生活方式

南宁华丰城爱琴海城市广场通过线上线下联动，发起#寻找嗨生活的100种灵感#等话题，积极联动异业媒体资源联合举办大菠萝音乐现场之‘日不落电音节’、‘High饮·生活节’、‘HOS後起之秀’电音节等一系列前期潮流活动，直击年轻人的视野。

并在开业期间牢牢紧扣“Hey 南宁 High 生活”主题，通过High、老友、宇宙能量等潮流元素集合呈现，以音乐X电竞大赛X创意市集X嗨玩生活节等一系列活动点燃开业，这就展现出爱琴海集团在营销运营方面的优势。在纯商业功能之外，项目作为公共空间可以为年轻人带来文化交流、休闲社交的机会和平台，为南宁消费者带来了更多关于生活方式的想象空间，唤醒年轻人“敢嗨”的精神。

从人潮涌动的演出现场和商场体验区人气来看，已经验证了南宁华丰城爱琴海城市广场“读懂”南宁年轻人对潮流生活方式的向往。一场场精准触达消费者的潮流活动，不仅为项目打造“嗨生活”主题场景提供了强大的驱动力，同时也焕新了南宁商业全新的青年活力。

在深耕城市”的策略下，南宁华丰城爱琴海城市广场完成了一次与城市的深度沟通，从内容、品牌以及营销活动深度契合当地消费者的特性偏好，为南宁消费者带来更多年轻化生活方式的同时，也正在搭建一个专属于南宁嗨生活的宇宙能量场。

让我们一同期待，南宁华丰城爱琴海城市广场未来为南宁商业和消费者带来更多改变和惊喜。



济宁高新区爱琴海心动启幕

——单日超 37 万人次刷新区域商业新纪录

12月25日，济宁高新区爱琴海购物公园正式开业，济宁市委副书记、市长于永生，市人大常委会副主任张玉华，市政府副市长王宏伟，高新区党工委书记刘章箭，红星美凯龙控股集团总裁车国兴，爱琴海集团总裁张华容出席仪式。



众多品牌商户嘉宾及诸多媒体代表到场，共同见证了济宁高新区爱琴海购物公园的荣耀启航。开业现场人气爆棚活动首日吸引逾 37.1 万人次前来打卡，销售总业绩超 1100 万，刷新了区域商业新纪录。

济宁高新区爱琴海购物公园面积约为 8.7 万 m²，是爱琴海集团在山东打造的又一标杆项目。以“济宁首个城市微度假社交中心”为定位，围绕“Woo! 这才是生活”这一口号，拓展商业空间更多可能性。

在本次开业系列活动中，济宁高新区爱琴海购物公园打造了“这才是王者——城市电竞巅峰赛”、“这才是心宠——放手一 RUA 千人宠友会”、“这才是天籁——随机舞蹈+天籁音乐会”、“这才是想象——「不着集」艺术市集”、“这才是狂欢——梦幻城市大巡游”等系列活动，还结合诸多特色商户的场景共创，凸显济宁高新区爱琴海所倡导的「微度假」主题。

家门口的“微度假”新选择

以“微度假”为标签的济宁高新区爱琴海，城市地标属性极强。除了爱琴海标志性的 LED 全景外幕墙外，项目还打造了超 3000m² 的互动音乐喷泉广场、16000m² 的超大城市空间全景观广场、超 3000m² 的屋顶文化体验区以及济宁首座屋顶马场。这些极富创新和体验的场景不仅成为各大 KOL 和消费者打卡的新胜地，更让济宁高新区爱琴海成为“济宁最出片的打卡圣地”。



全平台数字联动 实现数智化运营

早在济宁高新区爱琴海开业前，爱琴海所推出的“遛娃套票”就在会员小程序上全部售罄，未来爱琴海还将推出专属的“微度假套餐”，充分整合项目内的优势品牌资源，用“付费会员”的模式，吸引消费者养成每周来爱琴海“度假打卡”的习惯，从而形成与消费者的高频互动。



而这种全品类，多业态的品牌联动，是架构在爱琴海自主开发的信息平台之上，作为行业数智化运营的领先者，我们同样看到了数字化在济宁高新区爱琴海购物公园场内各平台的广泛连接。上文所提到的“微度假套票”就完全在爱琴海CRM平台上进行发售、核销以及评价，实现会员全生命周期的深度服务。此外，无感积分、智能POS、会员游戏等智能服务也已经在爱琴海全面应用，并且已经打造出“到店+到家+社群”的信息化通路。

基于“城市微度假社交”的定位，济宁高新区爱琴海仅仅用了1年的时间就实现了项目的筹备，虽然并不是位于一线城市，但难得的是项目是以目前国内最领先的理念去打磨空间的运营与创新，实现空间与商户有机串联，完成IP场景、功能社交以及业态主题等丰富多元的跨次元连接。

未来，济宁高新区爱琴海将以开放、多元的态度，与消费者携手共创城市微度假的新选择，并为济宁商业发展赋能，将更好的商业内容引入济宁市场，树立新的商业标杆。



商河爱琴海购物公园开业

区域首进品牌超 50%

12月30日，备受瞩目的商河爱琴海购物公园正式开门迎客，率先抢占城市发展先机，在弥补城市商业空白的同时，为商河注入新的商业活力。作为爱琴海集团在鲁打造的第三座爱琴海购物公园，商河爱琴海商业面积 8.3 万㎡，坐落于商河城芯——商河县银河路与商中路交汇处，是商河规模最大的一站式商业综合体。

目前，商河爱琴海购物公园已有超 200 个国内外品牌入驻，其中首店占比超过 50%，为消费者的生活提供了更多的便利和选择。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。



01 落地核心区域 打造时尚家庭品质生活空间

作为商河首家商业综合体，商河爱琴海围绕“一站式时尚家庭品质生活空间”的定位，将主流客层锁定在城市新中产家庭和中高端白领。通过对商业空间进行主题化规划，切实打造用户愿意来、更愿意反复来的城市第三生活综合空间。

商河是济南市北部卫星城，交通四通八达，距济南遥墙国际机场仅 50 公里，距济南西站 70 公里。商河已成为“打造大济南半小时繁华生活圈”规划中重要区位，同步省会经济规划，商业潜能无限，区域内将辐射更多优质客流，满足更多居民对于高品质精彩生活的消费需求。

02 首店突破五成 点燃城市高质发展新引擎

在对核心客户需求的全面分析以及市场风向的多方位把控之后，商河爱琴海购物公园对于场内品牌与业态组合作出全面性部署。在近 200 家知名品牌的矩阵中，整体业态涵盖超市、餐饮、零售、潮玩、教育、休闲运动以及娱乐体验等不同维度，做到了周边消费者与年轻客群各取所需，各得其乐。

在保证业态丰富的基础上，商河爱琴海重点引入了大量具有年轻属性的头部品牌，例如在运动品牌领域，adidas、Nike、UNDER ARMOUR、乔丹、李宁、361°、新百伦领跑、安踏、特步、回力等年轻消费者热衷的运动品牌全部进驻。

商河爱琴海购物公园整体的品牌看起来，给人最大的印象就是“新”、“潮”。

从“新”的角度来讲，商河爱琴海所引入的商河首店超过 50%，开业当天，上影影城、游戏大魔方、京优客超市、海贝儿童乐园、肯德基、名创优品、屈臣氏、半天妖等首店惊喜亮相，阵容丰富。

在“潮”的组合中，商河爱琴海集合波司登、宝熙、朗香、记忆的起点、太平鸟女装、美特斯邦威、以纯、



浅氧、UU、竹林石屋等一批在年轻人中有稳定粉丝群的特色品牌，以粉丝文化推动商业场景的更新。

多元业态的交织与补充，巧妙顺应儿童经济、夜经济等各大市场潮流，大力驱动商河爱琴海购物公园成为真正能够同时满足消费者吃、喝、玩、娱、购等多重需求的一站式消费场景空间。

03 高质社交场 高颜值城市会客厅

商河爱琴海购物公园是一个能够承载情感满足又兼容潮玩社交需求的综合互动空间，在项目内部的设计上，结合中产家庭和年轻青年消费需求，以人文、生活、艺术、社交为标签，尽显项目整体的新鲜感与时尚感。

无论是首次亮相商河的爱琴海第五代 LED 全景巨幕概念幕墙，还是注重动线设计和空间细节设计的内装，其建筑外观设计与室内空间设计都能让人眼前一亮，给消费者呈现超高颜值的消费场所，切实打造济南商河独具代表性的时尚、休闲、亲子、娱乐的都市假日中心。

04 开业全民狂欢 焕新城市时尚潮流面

对于追求美好生活的年轻人而言，音乐在充实自身精神生活的同时，也成为一种特殊的纽带或契机，为他们日益增加的社交需求提供助力。

开业期间，商河爱琴海购物公园策划了为期三天的“城市电音节”主题活动，抖音红人线下见面会、摇滚乐队 LIVE 音乐 SHOW 接连开躁。热力音乐闪现商河街头，潮流艺术碰地域风情，使商河无数年轻人之间达成同频共振！



针对儿童客群，商河爱琴海推出“亲子艺能大赏”和“动物世界气球展”主题活动。让亲子家庭在商河爱琴海尽情度过美好时光；气球人巡游、玩偶人巡游等活动更让小朋友沉醉跟随，流连忘返！

从活动内容与现场反馈来看，商河爱琴海购物公园通过精细化、圈层化运营思维，为家庭客群打造欢聚盛会，引爆消费者的参与热度，也为项目接下来的长远发展奠定坚实基础。

05 促销活动精彩不断 多方切实惠及消费者

对于消费者而言，购物中心在提供新奇多样的体验之外，也要回归于买单时真金白银的优惠。商河爱琴海购物公园推出各种形式的促销活动，全场餐饮 5 折起、冬装 3 折起、整点抽黄金、壕礼满额抽、满额赠、9.9 元限时秒杀、黄金克减 120 元等多样形式层出不穷，用实实在在的优惠打动消费者的心。

商河正处于繁荣商业的变革期，亟待具有城市特色的综合体作为调活区域经济的一个节点。商河爱琴海购物公园就担起这一重任，为消费者提供了一个优化生活方式、实现消费升级、收获新奇体验的优质第三生活空间，由此开启商河品质生活的新纪元。V

一日三城 爱琴海集团新项目接力亮相



12月31日，天津生态城爱琴海购物公园、赣州爱琴海购物公园和义乌爱琴海购物公园盛大启幕。12月30日济南商河爱琴海购物公园开业，作为爱琴海集团在鲁打造的第三座爱琴海购物公园，以超50%的区域首进品牌，填补当地商业发展空白。

2021年年末之际，爱琴海集团一日三城，用实力和速度，让业内见证爱琴海的商业发展韧性和活力。

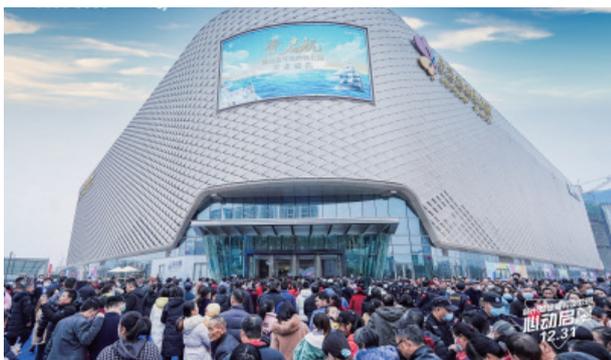
A

为津门再添商业名片 天津生态城爱琴海购物公园亮相

天津生态城爱琴海是爱琴海集团在天津运营的第二座爱琴海购物公园，项目体量14万平方米，作为滨海新区体量位列前三的大型购物中心，天津生态城爱琴海的到来，将带来全新的商业体验与活力。

天津生态城爱琴海践行“生态”战略，在绿色环保、低碳减碳方面构建自身特色。除了在开发过程中使用环保材料、节能设备，天津生态城爱琴海在项目外部还设计超大户外阳光草坪，在为人们提供户外社交、休闲场景的同时，也为城区绿化做出表率。

目前，天津生态城爱琴海已签约 100+ 品牌，引入 8 家天津首店、9 家滨海新区首店，与 32 家生态城首店。天津生态城爱琴海的特色不仅仅体现所引入的品牌上，开业后的天津生态城爱琴海还将在年轻潮流消费方向上发力，优化网红经济、夜经济运营模式，以更丰富、更细腻的商业洞察、及时的品牌更新，充分满足当地年轻消费者的多元需求。



R 解锁城市 XIN 生力 赣州爱琴海购物公园盛大开业

赣州爱琴海购物公园开业首日客流爆棚，燃燥全城，成为了赣州市民社交圈的新晋“顶流”。爱琴海集团在项目定位初期，以“新”为关键词，从“新融入”、“新经济”、“新圈层”三方面为赣州市民提供新生代消费场景。

作为南康区真正意义上的第一座购物中心，赣州爱琴海引入近 200 家零售、配套、餐饮品牌，并一举创下多个江西、赣州、南康第一：江西最大户外音乐喷泉广场、赣州首家屋顶运动公园，赣州首家极限滑板公园、南康首家大型户外儿童乐园……为周边居民生活带来了全方位品质升级。

未来，赣州爱琴海还将持续释放更多的年轻态度，用一系列出圈活动不断传递爱琴海所带来的城市新生内核要素，即赣州的年轻力。作为南康区的商业首发之作，赣州爱琴海承载的不仅是片区消费需求的满足，也是推动赣州商业发展的驱动力。

C

升维消费新活力 义乌爱琴海购物公园盛大启幕

作为爱琴海集团在义乌倾力打造的第一个大型商业项目，义乌爱琴海购物公园围绕“都市新生活体验中心”的全新概念进行空间设计及业态规划，为消费者打造首个“都市微度假”生活中心。

义乌爱琴海项目商业面积 8 万 m²，吸引了百余家国内外品牌入驻，整体的品牌规划充分显示了项目对于“都市新生活”定位的合理把控。它以公园场景定义新型购物空间，重新定义业态组合，让每一种业态都不再是孤立的存在。100 余家店铺被巧妙地结合在一起，以美一天生活超市、红星电影世界、皮卡花生等品牌主力店作为连通家庭客群的首个触点，潮流服装、生活精品业态也全面提升品牌级次，释放青年一代的消费热情。

为实现义乌市民生活方式的全维度跃升，义乌爱琴海还引入巨幕影城、健身工作室、沉浸式 KTV、洋快餐、儿童花园乐园等业态品牌，真正以“一站式”生活 mall 推动义乌消费者购物体验升级。

2021 年 12 月，南宁、济宁、商河、天津、赣州、义乌六城的爱琴海项目相继亮相，爱琴海集团的全国版图再扩张，运营项目超过了 30 座。作为专注轻资产运营领域的头部企业，2022 年，爱琴海集团将继续保持高速扩张的态势，并且用不断亮相的优质项目，为合作伙伴创造持续的价值。



上海爱琴海购物公园斩获 “2021 年度品质购物中心”等三项大奖

11月18日，由沪上领先的 lifestyle 新媒体品牌上海 BANG 主办的“第七届 The Best BANG Awards 2022 年度城市生活大赏”在上海金茂君悦大酒店圆满举办。凭借在商业创新场景打造、商业项目品质化升级等方面出色的综合表现，上海爱琴海购物公园荣获“年度品质购物中心”奖项。



11月26日，由新商网联合新商汇共同主办的“2021 新商网华东商业地产峰会暨‘首店经济’发展论坛”在杭州顺利举行。凭借在构建文商旅城市综合体、打造新兴城市地标方面的出色表现，上海爱琴海购物公园荣获“2021 年华东最具影响力文商旅项目”奖项。



载誉 · 硕果明珠

12月8日，由沪上领先时尚生活方式新媒体GOGOShanghai举办的“2022GOGOShanghai破茧新生年度盛典”在上海半岛酒店正式启幕。凭借在构建商业空间新鲜体验、以新元素、新场景赋能品牌年轻态方面的多维尝试与突破创新，上海爱琴海购物公园荣获“年度最具破圈年轻力购物中心”奖项。

以构建“青年家庭一站式欢聚中心”的核心理念为出发点，上海爱琴海购物公园始终围绕消费者“功能性+情感化+精神化”的全方位需求，致力于将商业空间、人文艺术与旅游项目有机融合，在带动项目区域客流和消费有机增长的同时，也为城市商业发展途径提供更多的可能性与成熟经验。

作为国内首个文化体验商业综合体，在消费主力愈发年轻化、个性化的市场需求下，未来，上海爱琴海购物公园也将持续捕捉消费市场趋势，不断将新元素、新场景、新形象等多维体验深度链接购物中心，赋能商业空间新鲜体验，继而为商业空间破界出圈、持续释放年轻力不断升温，塑造城市商业空间的全新面貌。



PRIZE



聚变城市商业格局

——慈溪爱琴海购物公园荣获 2021 年度长三角商业项目 TOP20

由上海购物中心协会指导，联商网、搜铺网、知了壳主办，以“商业·魂”为主题的 2021 年度商业峰会于 12 月 28 日在上海·环球港凯悦酒店举行。

在年度行业颁奖典礼上，2021 年度全国购物中心新势力 TOP10、2021 年度长三角商业项目 TOP20、2021 年度最具影响力商业项目等 10 项大奖悉数揭晓。其中，慈溪爱琴海购物公园荣获 2021 年度长三角商业项目 TOP20。



TOP 20

慈溪爱琴海购物公园契合都市家庭人群对于情感、文化、生态场景的新需求，将“社交、艺术、娱乐、亲子、体验、购物”六大核心主题完美结合，重构商业空间，并通过打造 POP CAT STREET 首条波普艺术潮流街区实现购物公园场景化体验。通过“聚变人民美好生活”、“聚变城市商业格局”、“聚变区域文艺魅力”全方面提升慈溪的商业品质。

福州仓山爱琴海购物公园 斩获“年度夜经济地标项目”大奖



12月16日，在由赢商网主办的“赢商网大会暨赢商网百强榜研究成果发布”活动上的「金鼎奖」颁奖盛典环节，福州仓山爱琴海购物公园凭借出色的“夜经济”运营能力斩获“年度夜经济地标项目”大奖。

夜经济，作为衡量城市活力的重要指标和市场经济发展的必然延伸，近年来在全国各大城市都得到政策的强有力支持，福州仓山爱琴海紧跟政策，大力发展夜经济运营并取得了阶段性的进展，2020年，福州仓山爱琴海购物公园获受“夜色经济体验示范街区”的称号，而如今，再揽“年度夜经济地标项目”大奖，无疑是又一次认可与肯定。

为了将整个商圈晚上10点后的生意发展起来，福州仓山爱琴海购物公园不仅配备了AGOGO-KTV、红星太平洋影城等夜间休闲娱乐业态，还不断引进了海底捞、杜老板、以泰福记，星巴克、喜茶、小森

便利店等众多网红流量品牌，延迟营业时间，为城市青年提供深夜食堂。海伦斯小酒馆、麦田小酒馆等小酒吧的引入，则给都市青年微醺夜生活提供了好去处。

在营造夜间经营的商业氛围方面，福州仓山爱琴海打造门头、花圃等灯光美陈，让整个商圈的夜色更加动人，同时引进集小吃、文创、精品、娱乐于一体的50家潮创摊主持续出摊，提升玫瑰天街活力街区氛围，给商圈消费者提供了更加有趣的逛街场景。

潮流品牌的不断加入，好玩有趣的营销活动，使得福州仓山爱琴海购物公园商圈昼夜不息，人潮汇聚，成为了年轻时尚潮人必打卡的商圈之一。



天津爱琴海双店喜报来袭 荣获多项行业大奖



2021年11月，天津河东爱琴海、生态城爱琴海双店凭借在城市焕新上的多元探索与优异表现迎来喜报。接连斩获由赢商网举办的2021中国商业体验造物节“年度商业营销案例创意奖”，及由津云举办的2021年天津商业风云评选颁奖盛典“年度城市商业发展贡献奖”、“年度卓越商业服务平台奖”三大行业大奖。

这些荣誉奖项进一步提升了爱琴海在天津的品牌影响力。天津爱琴海将延续营销场景的运营思路通过不断植入“线上线下一体化”、“私域—圈层”的丰富玩法，持续为品牌营销赋能。

G O O D N E W S

未来，随着地铁四号线的开通，天津河东爱琴海将进一步扩大市场范围，跨越津城“场景联动”将成为未来市场拓展方向。同时，我们将紧跟消费者不断扩大的需求变化，聚焦时尚燃点、汇总消费趋势、加强娱乐体验，持续为不断复苏的津门商业市场注入活力与能量，为消费者打造更加极致沉浸的购物体验感。



美食与爱的皖美

——爱琴海集团安徽运营中心餐饮行业私享晚宴成功举办

一场轻快小酌，一种有味之道。12月10日，以“美食与爱的皖美”为名的爱琴海集团安徽运营中心餐饮行业私享晚宴成功举办，这是爱琴海集团安徽区域中心与众餐饮品牌商户代表的一次亲密相聚，也标志着爱琴海集团在安徽区域的商业项目进入到全新发展里程。

活动开始，在热烈的掌声中，爱琴海集团招商中心餐饮部总经理耿庆辉致辞，表达了爱琴海集团打造安徽区域商业的信念与决心，安徽运营中心也会秉持爱琴海集团高品质品牌理念，深度挖掘餐饮消费需求，不断地把空间场景化、人格化；从售前策划、售中服务、售后赋能，带来跟多可能性。在小而精的交流氛围中，透过精准的市场，让彼此间的合作更透更精。

随后，安徽省运营中心副总经理胡丽杰总致辞，介绍了爱琴海商业“做创新商业引导者”的战略愿景以及阐述了爱琴海集团在安徽区域的发展规划和未来运营思路，同时对即将绽放的三大爱琴海项目做了解读。爱琴海瞄准竞争下的市场机会和空白，将布局在临泉、凤阳、涡阳、淮北、固镇、怀宁、肥东……未来爱琴海购物公园将悉数亮相安徽，辐射升级！

以味之名，点亮未来。以消费者为核心，持续输出“潮趣”的感知空间，构建一个更有趣、更愉悦的商业生态，带动区域焕新与城市激活。合肥滨湖爱琴海购物公园、凤阳爱琴海购物公园、临泉爱琴海购物公园用不同的味道，呈现独特定位、场景赋能。



此次晚宴，不仅展现了爱琴海集团业务布局增长迅猛，还向业界展示了爱琴海不断创新运营、重构城市与商业空间，持续开疆拓土的发展韧性和动能。未来，安徽运营中心将秉承向新运营的初心，不断为区域、客户和美好生活创造持续的价值。

与品牌共创价值

爱琴海 A-Talk 品牌共创工坊成功举办

来源 / 华东商业地产汇



契合年轻客群的需求，在商业发展的每一个周期都是不变的目标。尤其是新生代家庭客群崛起后，围绕年轻家庭客群展开的商业创新，从未停止。以重视洞悉消费者需求趋势为先的爱琴海集团，近年来通过各类圈层的社交场景打造、全域流量联合赋能、私域精准营销等方法，携手品牌伙伴一起全面触达年轻家庭客群，定期组织外部交流，共创新玩法。

12月2日，爱琴海集团牵头主办了一场以“如何圈住酷爱玩乐的年轻父母”为话题的沙龙活动—A Talk 品牌共创工坊。这是继今年9月之后举办的第二期 A Talk 品牌共创工坊，业内多家品牌、第三方机构、生活方式平台等市场负责人相聚于上海爱琴海购物公园，共同探讨如何“俘获”更多新生代家庭客群。

通过思想交流碰撞，爱琴海集团与嘉宾们共创，例如双方会员社群的合作、趣味主题市集、多品牌跨界联合等合作可能，同时为线下场景创新、流量整合提供了一些解决思路。



CENOZOIC ERA

A-Talk 01

“圈”住新生代客群 品牌商们各有奇招！

当千禧一代、Z世代成为消费主力军时，商业趋势也随之发生了改变，以**新内容、新场景打动年轻一代的心，成为众多品牌的不二选择。**

巴拉巴拉事业部 CMO 马钢表示，想要俘获新生代家庭与消费者，**必须打造全新的社交模式与时尚玩法**，如跨界联名、时尚走秀等。

HEA 发展总监马亮则认为，年轻一代对于传统文化有着极大的兴趣，品牌可以做两者之间的链接者，**以传统文化精粹，服务好年轻一代的生活需求。**

爱闪品牌管理有限公司 CEO/ 暴走漫画合伙人曾颖菲以其运营的 IP 案例，详细解读了当下年轻群体的消费习惯，并分

享了酷乐潮玩 × PEPE 在上海爱琴海购物中心项目落地快闪活动的案例。在她看来，玩乐不是一个名词，也不是一个动词，而是一种生活态度和文化，**线下需要打造集 IP、场景、内容、社交于一体的创新活动与营销，来满足玩乐需求。**

A-Talk 02

爱琴海集团与品牌共探全新玩法

购物中心作为一个生活与工作两大空间之外，强化自我属性空间的具象载体，是一个自我的空间，其未来在功能和实用性方面，更多应该**呈现给消费者的是一种强自我感知的体现。**

对此，爱琴海集团以完备齐全的业态、自带流量品牌的加持，及创新业态规划融合，全面满足不同消费需求的客群。

爱琴海集团品牌传播部副总经理周侗璎提出，想要“留”住用户，就要拥有能取悦用户的产品或服务。**2022 年，爱琴海集团将从会员社群合作、形象快闪、行业联名等形式中找到创新玩法，与合作伙伴创造价值。**





人申雨、陈香贵开发总监吴玉琴分别结合实际案例阐述了相应的观点。

马钢表示，**要深刻洞察新一代消费者在购物中心的体验与需求**，与购物中心共创新的玩法、新的交互方式，一起与消费者造梦。

陈笑一则认为，购物中心应以**当地社区的特点为主，联合、引导各类品牌打造不同时段、不同人群的需求空间**，既强化购物中心的特色差异，也有利于品牌的社区化落地。

对于“刚需品类”而言，打造空间里的社交感有着不同的玩法。申雨称，未来将带领所有**线下门店与联名新场景、新零售生活方式结合起来**。

T R I C K

围绕新消费、新客群，爱琴海集团旗下项目均做出了不少尝试。今年以来，上海爱琴海购物公园陆续引进了亲子家庭运动探险项目“探洞工场”、网红打卡地“天空小镇”集合微影院、“腾讯视频好时光”等多维度多场景的主题娱乐空间。

上海爱琴海购物公园企划总监汤慧芸称，**品牌想要实现年轻化，需要解决如何与年轻人沟通的问题。**上海爱琴海购物公园今年以来聚焦于二次元、美食文化、电竞文化等，实现了跨界破圈与年轻力释放，同时带动了情感消费。

针对品牌与购物中心如何共创场景，如何打造空间里的社交感等问题，消费界联合创始人姬强作为特邀嘉宾，与现场品牌方做了深入互动。巴拉巴拉 CMO 马钢、酿造引力总经理陈笑一、MA Coffee 创始

N E W P L A Y





EPILOGUE

吴玉琴表示，在继续做好产品和品牌的同时，将和各类品牌合作，为消费者带来更多样的消费体验。

之后的小组分享环节，Orkla、小米、沃德冰雪、慈溪爱琴海等代表，同样分享了小组交流时碰撞出的一些合作可能性、有趣的点子，并且一致**认为品牌应与购物中心合力呈现特定客群的搭配场景，以互动、多元的场景内容与玩法打动消费者**。爱琴海通过营销活动和场景内容打造聚拢圈层，正是**携同品牌创新线下场景空间的重要体现**，使得彼此间的合作关系更为紧密。



A-Talk 03

结语

A Talk 品牌共创工坊，是爱琴海集团与新品牌、新势力沟通的重要桥梁。举办该类活动，是爱琴海集团加强与品牌合作，通过内容实现价值共创的重要体现，也是爱琴海集团精细化运营的内容之一。

“如果说第一期活动帮助爱琴海了解品牌伙伴，特别是新品牌的思考与需求的话”，爱琴海集团副总裁周宇桁最后总结提到这次活动的新意义，“在于探讨了爱琴海和品牌伙伴在未来场景共创合作落地过程中的一些新方式。”

面对购物中心竞争日趋激烈，项目运营方需不断求新求变的背景，爱琴海集团将持续举办 A Talk 品牌共创工坊活动，通过与品牌、第三方企业的深入互动，快速掌握市场变化趋势，提升自身的核心竞争力。

活力焕新， 重庆金开爱琴海五年成长之路



步入精细化运营时代，运营商将如何出奇制胜？10月起，赢商网走进爱琴海集团，并推出“商业向新运营致胜”系列专题，结合爱琴海购物公园各项目运营表现，深入剖析爱琴海集团的“运营力”，以期为行业带来新的启迪。本期以重庆金开爱琴海购物公园的成功运营经验为例，探索实体商业给消费者带来的服务需求满足和愉悦。



作为爱琴海集团在重庆的首个战略级商业项目，重庆金开爱琴海购物公园的运营始终以“保持活力”为关键点，通过创造有价值的产品与服务，以更丰富的内容、场景满足消费者日益增长的多样化需求，提升消费者的生活品质，为商业体验带来全新的样貌。

从刚开始的重庆照母山片区唯一一家购物中心，到现在大量的商业地产涌入，逐渐形成商圈，重庆金开爱琴海一直用自己的方式，保持活力，保持在重庆乃至整个川渝商业中的新鲜度和曝光度。

01 新品牌——品牌焕新打造消费磁场

业态组合、品牌品类是一座商业的核心竞争力之一。只有不断地自我焕新，才能在激烈的商业竞争中生存下来。

重庆金开爱琴海在开业之初就已经搭建起一个丰富的业态矩阵——精品零售、各色餐饮、亲子业态、品质影院、潮流玩娱、空中马场等等，覆盖了消费与体验的方方面面。

但对于重庆金开爱琴海来说，一直保持原有的业态矩阵是远远不够的，懂得消费者所需，抓住消费者的心，是金开爱琴海一直思考并为之努力的方向。

开业5年来，重庆金开爱琴海从未停下调改的脚步，持续焕新场内品牌业态。针对市场趋势，以消费者为核心，从消费者的视角出发，相继引入了喜茶GO、池奈·日式咖喱蛋包饭、THE COLORIST 调色师、乐高授权专卖店等市场热牌，也有adidas SWC、FILA 5G店、妍丽、弄堂小笼包、月光宝盒撸猪社等多家重庆北区首店强势入驻。

新品牌的不断加入、品牌组合的不断优化，使得消费者来到重庆金开爱琴海，可以获得时时有新意的体验，场内商户也正向着品质化、多元化、互动化转变，帮助项目放大客流的聚集效应，提高商场人气。

N E W B R A N D





02 新场景——场景焕新赋能空间

除了品牌业态的持续焕新留住消费者的脚步，独具特色的商业空间也是连接消费者的重要一环，重庆金开爱琴海持续在空间场景体验上给予消费者更多惊喜。

聚焦年轻家庭消费客群，重庆金开爱琴海从“夜经济”入手，为年轻家庭带来一个“夜经济”的潮玩新地标——千坊百集。一个集好吃、好玩、好听、好看、好拍于一体的一站式潮流文化生活集聚地，是重庆金开爱琴海想为消费者打造的社交部落。千坊百集街区也与重庆两江新区政府签约，成为重庆夜间经济重点项目之一。

在硬件与品牌商户都已经满足消费所需的前提下，透过具有人情味的场景营造，激发空间更多潜力，使得重庆金开爱琴海不仅成为消费生活中心，更成为了一个精神文化中心。

就像千坊百集的名字一样，重庆金开爱琴海一直在千方百计地通过更有趣的内容、功能、场景、服务，满足消费者日

益增长的多样化需求，让消费者在这里发现和体验更愉悦的生活，让重庆金开爱琴海成为消费者自发的聚会场所。

未来重庆金开爱琴海还会在这片空间打造更多有趣的、好玩的主题活动，为消费者提供消费场景新体验，为爱玩、爱吃、爱潮、爱生活的年轻家庭打造真正的潮玩胜地！

03 新IP——IP 创新打通情感链接

在消费升级背景下，购物中心、品牌与消费者三者之间的关系不断发酵，购物中心逐渐变成与家庭之外重要的情感交流空间，购物中心不仅要引进优质的品牌吸引顾客消费，更要从感官、心理等多角度挖掘顾客滞留的原因。

重庆金开爱琴海认为，通过打造具有新鲜感、体验感、辨识度的自主IP活动，增强商业空间的体验感，与消费者建立情感的链接，以形成购物中心独特的记忆点，为购物中心带来独家流量，是当下一个很好的突破口。

NEW
SCENE



聚焦 · 媒体视界

结合爱琴海“都市的假日中心”的定位，“小浪花亲子生活节”应运而生，以“海边”为场景，以“浪”为主题，打造一场身处都市也能享受悠闲的度假生活，一场集粉色沙滩、音乐派对、周末市集于一体的亲子盛会，带大家在家门口找回失去的度假时光，为消费者带来一场全新的度假体验。

小浪花亲子生活节针对亲子家庭客群，以沙滩为主要场景，注入多元化、个性化的亲子互动体验，如沙滩足球、音乐派对、沙岛冒险等。同时引进重庆首个沙滩雕塑艺术展，打造真实沙滩体验，开展市集活动，以及每天不间断的异业合作表演，内容丰富有趣，吸引全城消费者前来打卡。整档活动客流同比提升 135%，销售同比提升 118%。

不止于 IP 场景的打造，重庆金开爱琴海还将小浪花形象从平面跳转到立体空间，为小浪花推出 IP 文创周边，并在购物中心内的公共空间，包括 DP 点位陈列、公共服务设施造型等使用小浪花的形象，令消费者拥有沉浸式体验。

并与 FILA & FILA KIDS 开展联名跨界合作，通过社群推送、活动冠名、沙滩走秀、DP 场景打造等多种形式，实现活动多渠道推广，将小浪花 IP 及其价值理念多角度传达给消费者，在加深消费者对重庆金开爱琴海及小浪花 IP 的价值认知的同时也为品牌赋能，大大提升了商户关心的消费者停留时间与消费转化率。

从体验出发，以消费者为中心，重庆金开爱琴海将持续探索生活向新力的实践路径，通过提升品牌调性、打造好的场景与服务，为消费者带来新潮流、新活力的商业体验，以自身的能量焕新城市的商业想象。让我们共同期待下一个五年！

N E W I P



国内

中国大陆第二家 Costco 在苏州开业

2021 年 12 月 8 日，继 2019 年中国大陆首店上海闵行店之后，Costco 开市客第二家仓储式会员店在苏州开业。Costco 开市客苏州店位于苏州高新区城际路 9 号，整个卖场为地上三层建筑物，其中一层为会员制仓储卖场，二、三层为停车场，可容纳 1000 余个停车位，营业面积超过 51000 平方米。（新京报）

2021 年中国电影总票房和银幕数世界第一

截至 2021 年 12 月 8 日，全国银幕数达 81317 块，巨型银幕规模位居世界第一，中国电影票房榜前五全是国产片，榜首的《长津湖》票房超 57.44 亿。过去 5 年，中国电影生产总量超过 4000 部，观影人次超过 80 亿。（人民日报）

阿里、蚂蚁捐赠 2000 万元驰援西安抗疫

2022 年 1 月 1 日，阿里巴巴、蚂蚁集团分别宣布，阿里巴巴公益基金会、支付宝公益基金会各自通过西安市红十字会捐赠 1000 万元，共 2000 万元支援西安抗疫，相关资金由西安市政府统一安排和调配。淘菜菜已紧急调拨 4200 余吨蔬菜、肉禽蛋等生活物资和 30 多万份口罩、消杀用品等防疫物资至西安仓；西安市 15 家盒马鲜生门店和所有盒马邻里门店，除了正常线上配送外，陆续承接超过 300 个小区的居民生活物资输送。（36 氪）

2022 元旦档新片总票房（含预售）破 12 亿

据猫眼专业版数据，截止至 2022 年 1 月 3 日 10 时 22 分，2022 元旦档新片总票房（含预售）破 12 亿。（36 氪）

冬奥会中国体育代表团领奖服“冠军龙服”亮相

2022 年北京冬奥会中国体育代表团领奖服 12 月 31 日在京亮相，这款由中国运动品牌安踏精心设计打造的“冠军龙服”以红白两色为主色，科技含量高，兼顾超轻保暖等特点。（九派新闻）

线下潮流生活空间品牌“KNOWIN 潮流实验室”完成新一轮数亿元融资

专属于 Z 世代的线下潮流生活空间品牌“KNOWIN 潮流实验室”宣布完成新一轮数亿元融资，本轮由阿里巴巴领投，这是目前国内线下潮流业态金额最大的一笔融资。未来，KNOWIN 潮流实验室将尝试往音乐、艺术、运动等多元领域发展。上海首店开设于 2020 年 10 月 1 日，现已在成都、北京、武汉、长沙开出另外 4 家旗舰店，杭州旗舰店和上海旗舰店拟于今年 12 月底开业。（36 氪）

国际

肯德基将在全美餐厅推出人造肉炸鸡

百胜餐饮集团旗下快餐品牌肯德基近期宣布，将在全美近 4000 家餐厅推出“超越炸鸡”（Beyond Fried Chicken），一款与 Beyond Meat 合作的人造鸡肉产品。该公司表示，从 1 月 10 日开始，这一产品将在全美范围的肯德基门店“限时供应”。这将是人造鸡肉产品迄今为止在美国最大规模的一次推广。（新浪财经）

2025 开业！英国版迪士尼乐园今年开建

2022 年 1 月 1 日，被誉为“英国版迪士尼乐园”的 The London Resort 主题乐园（伦敦度假村）在社交媒体上公开了园区效果图。据最新消息，The London Resort 主题乐园计划于 2025 年开业，预计英国政府将于今年批准该项目开建。作为未来英国乃至整个欧洲最大规模的主题乐园，The London Resort（伦敦度假村）位于伦敦以东的肯特郡 Swanscombe 半岛，总投入将超过 35 亿英镑。（新浪）

胡润发布《2021 全球独角兽榜》，字节跳动跃升榜首

胡润研究院发现全球共有 1058 家独角兽企业，比去年增加 472 家。抖音母公司字节跳动估值达到 2.3 万亿元，超过蚂蚁集团，成为全球最大独角兽；蚂蚁集团以 1 万亿元估值排名第二；特斯拉 CEO 埃隆·马斯克的 SpaceX 排名上升两位至第三，成为美国最大独角兽。（新浪财经）

日本拟不再允许留学生免税购物

据报道，针对访日外国人的消费税免税制度，日本政府 2022 年 5 日敲定方针，将把外国留学生等长期逗留者排除在免税对象之外。根据现行制度，长期逗留的留学生除了打工等人员之外，允许在入境半年内免税购物。日本政府将修改税制，把现行外汇法规定的只要是“非居住者”就可免税购物的条件，缩小为在留资格 90 天以内“短期逗留”的游客等。（央视新闻）

苹果公司庆祝洛杉矶 Grove Apple Store 零售店开业

苹果公司日前（2021 年 11 月）在洛杉矶地区开设了一个新的零售点，正式推出 Apple The Grove。其位于露天广场的核心位置，面积为原址的近两倍。新店经过重新设计，为洛杉矶社区提供新的聚会场所，供人们探索 Apple 的产品与服务，获取支持，参与免费的 Today at Apple 课程或备受欢迎的 Photo Walk 光影漫步活动。（IT 之家）

“酒零后”消费新玩法令人“上头”

——看唐山爱琴海如何为年轻人制造「微醺」惊喜



随着酒逐渐成为 90 后新的社交货币，“酒零后”概念出现了。而 90 后、95 后乃至 00 后这一代新消费主力被形象的称呼为“酒零后”。

伴随着“酒零后”消费群体不断壮大，酒馆业态比例也因市场驱动而逐年上涨。随之消费场景顺势发生了新的变化，随着新消费、新场景、新业态的出现“微醺经济”迅速成为市场消费的新潮流，为当今市场注入新的鲜活力量。

“年轻人+微醺”作为黄金组合，融入到商业的场景里，不难想象会碰触许多有趣的新场景。那么“微醺经济”反映到商业中还能怎么玩呢？今天一起解读唐山路北爱琴海购物公园如何打造微醺场景，为新消费群体制造惊喜的。

聚焦“微醺经济”新赛道 打造全新消费场景

01

微醺的概念是年轻新一代对于生活理解的产物，是繁忙生活中年轻人追求的生活理念。据网易调查，80%以上受访者偏好微醺或少量饮酒的模式，主要将饮酒作为娱乐和放松方式。不爱豪饮，爱微醺？微醺到底有什么魅力，能让这届年轻人如此“上头”？

通过调查不难发现新一代消费人群对饮酒调性更加偏向理性、健康、时尚、个性。从文化属性上分析，随着观念转变，微醺酒因为其低度利口，颜值高，口感微甜等特点，在新生代消费者眼中颇为抢手。相较于传统的觥筹交错的不自在，他们更倾向于独酌或是三五好友之间的小酌闲聊，不影响到第二天的生活工作，而且还能恰到好处地体会到微醺的放松感。

微醺成为当下年轻人追求的饮酒状态，“微醺经济”逐渐成为市场消费的新潮流，也成了购物中心解锁年轻客流的密码。

在微醺经济新赛道一片火热之下，购物中心又给新一代消费者制造了哪些惊喜？这也是让我们再次将目光聚焦在唐山路北爱琴海的原因。



短短一年之间，唐山路北爱琴海内8家酒馆陆续亮相，借由更精致，新潮的消费场景，创造更轻松美好的生活感受，打造唐山年轻人的“微醺地标”。

唐山路北爱琴海在运营中不断从场景、空间、体验角度寻找创新点，为年轻文化创造一个更新的生活及消费场景，满足其对体验感与娱乐的多元需求。海伦司、胡桃里、先启半步颠小酒馆、MIXX、白羊座、汉记、律二布车、酷 COOL 音乐餐吧一系列小酒馆业态唐山首店的落位，对于格外注重体验感的新时代消费群体而言，体验是令人难忘的，而具有新鲜感的商业场景是他们想要的消费场景。

小酒馆业态则以多元潮流场景和格调氛围诠释出新消费场景的吸客能力。无疑成为了唐山路北爱琴海年轻客群的新引擎。



唐山路北爱琴海打造城市“微醺地标”深受年轻消费群体喜欢，购物中心里各具特色的小酒馆迅速在社交媒体走红。进一步加深了项目与更高客质、更具活力的新一代消费者的深度绑定。

寻味“餐+酒”文化 探索商业个性化社交空间

各类业态洞察到“微醺”正在成为新的经营增长方式，因此以酒来增强特色从而提升消费粘性。“餐+酒”一直是微醺经济下的最佳CP，餐饮品牌布局含酒精类饮品市场及时丰富产品矩阵的创新策略，也是打破同质化增强特色标签，给消费者带来更多新鲜有有趣的感受和个性化的社交空间。

“餐+酒”将社交需求发挥到极致，美食，酒水与音乐、灯光、服饰等元素，构成了较为整体的个性化社交空间。

唐山路北爱琴海的胡桃里、先启半步颠小酒馆、海伦司、律二布车、酷 COOL 音乐餐吧“餐+酒”的业

02

态组合模式满足了不同人群对餐酒吧的需求，既满足年轻人微醺、疗愈、放松的休闲体验，又为其搭建一个美好的线下社交体验空间。深受新一代消费群体追捧。

即使同样是小酒馆，但唐山路北爱琴海在垂直品类里进行了更加细分的规划。不论是川菜、湘菜、江湖菜、韩餐、小食，只要有酒就会碰撞出不一样的全新社交场景。特别是在项目团队专业的场景营造能力加持下，无论是整体形象营造，还是细节场景设计，都彰显了个性化社交空间带来更强的体验价值。这些品牌诸如自然森系、国潮、文艺花园、异域文化、复古等元素设计手法，带有主题风格的室内场景不仅能与其他同类型品牌打造差异化特点，更有机会形成热门打卡效应，为品牌自身及购物中心带来人流量。

“餐+酒”的模式，走的是社交、轻松休闲的路线，打造新的个性化社交空





间。既能满足“餐”的需求，又有“酒”的微醺，是能够喝酒聊天的放松场所，这种更贴合年轻消费群体的消费场景，也与酒馆行业致力于打造年轻人个性化社交空间的理念相契合。

延迟闭店 加速激活美好夜生活势能

“白天把身体交给工作，夜晚把灵魂交给酒馆”是当下年轻人追求理想生活的态度，从夜生活开始，小酒配美食，一次与好友的闲致小聚，或可越夜越嗨，或可享受安静的独处时光……”。

随着人们消费需求维度的增加，唐山路北爱琴海酒馆业态这一新的夜间社交场景的发展，也将成为城市夜间经济发展的新热点，引领本地夜生活的消费潮流。

目前我国 60% 的消费发生在夜间，夜经济作为促进消费的重要方式，各种消费渠道遍地开花。

今年 11 月 30 日起唐山路北爱琴海做了大胆尝试，对五层、六层 YES·潮巷主题街区门店延迟至凌晨 2 点闭店，打破传统商业 12 小时，将繁华引入深夜与凌晨，释放新消费群体的“夜”需求。通过延迟闭店，提升项目人流量同时更贴近年轻人夜间的生活态度。

相对于日间经营，“小酒馆”更着眼于日益活跃的“夜经济”，关注消费者工作之余的休闲时光，并尽可能延长消费者的逗留时间，在提高应收的同时增强消费者粘性。

市集、夜市作为也经济不可或缺的一部分，唐山路北爱琴海为了丰富夜间消费品类，将 YES·潮巷主题街区营业时间延长至凌晨 2 点，从而形成更具影响力的休闲和夜间消费氛围。

在夜间消费需求攀升和消费结构升级的双重驱动下，为了满足消费者多元化的消费体验追求，具备强社交基因的小酒馆业态，成为了品牌及购物中心的天然引流入口。

04

结语

善于倾听年轻声音的唐山路北爱琴海，率先在本土打造“微醺地标”，让新一代消费者参与其中，甚至在个性化社交空间收获一个特别的圈子；在体验中，满足消费者心理上的社交需求，填补情感空虚，从而不断深化消费者心中的品牌印记。

03

日益崛起的消费新生代们正展现出对新社交场景和“微醺经济”的超强消费力。未来，在业态品类、品牌内容、场景丰富度和融合度上唐山路北爱琴海也将深入年轻圈层运营，全力构筑年轻人喜爱的第三生活空间。



爱琴海集团：为业主创造持续价值

——浅谈爱琴海物业管理亮点和愿景

文 / 集团工程物业部 贾旭东

近年来全国各城市商业综合体项目的建设呈明显增长趋势，虽因这两年疫情影响在开业速度上有一定程度上的放缓，但规模增长的趋势仍在，项目位置也逐渐扩展至一、二线城市的郊区和三、四线城市，这对商业管理公司的招商运营及物业管理能力的挑战也越来越大。这类细分业态的物业管理也成为行业一个重要理论研究和实践探索领域。

爱琴海集团以文化、生态、情感为核心价值关怀，满足新兴都市群体消费升级的内在需求。目前爱琴海购物公园已经进入北京、上海、天津、重庆、成都、苏州、慈溪、昆明、福州、兰州、唐山、大同等 100 余个城市，跻身国内发展力领先的购物中心品牌。



商业综合体物业管理 难点分析及应对方案

针对商业综合体项目的物业管理主要包括设施设备管理、安防管理、消防管理、环境管理、交通组织管理等几大方面内容，现阶段的管理难点主要有以下几点：

第一，“降本增效”是所有商业项目综合成本控制的主题，相应体现在物业管理方面带来的难点就是人员的减少。爱琴海的部分项目也存在同样问题，主要的解决方法包括：对标同类项目及结合所在城市级次确定合理的人员编制，提



炼设备管理、安全管理、环境品质管理重点内容强化管理，细化物业管理标准、体系责任到人，计划管理及检查考核确保执行落实等措施。

第二，部分项目随开业运营年限的增加，逐步产生了设施陈旧、设备老化等情况，对安全管理及品质形象造成不同程度的影响。爱琴海的部分项目也运营了5年以上，对应此类问题的解决方法包括：强化物业设施设备的日常维护保养管理，延长设施设备的使用寿命，保障正常的安全使用状态及品质形象，对影响安全不能使用的安防、消防设备进行专项改造，对影响环境品质的设施进行专项翻新改造等措施。

第三，外包安保、保洁、维保供方的管理。爱琴海各地项目的安保、保洁及电梯、消防等设备的维保基本均为外委外包单位实施，经招投标选择合格单位，因地域不同外包单位的管理及服务水平也各不相同，解决办法主要包括：根据项目体量、城市级次、客流、管理内容等综合确定人员编制要求及指导单价，保障人员配置，拟定管理细则及标准，加强培训及

计划管控，强化考核及服务监督，保障安全、品质目标的达成等措施。

提前介入、深度渗透，“双碳”目标下的绿建节能管理

针对近年来国家倡导的双碳目标下的节能减排管理，在爱琴海商业综合体项目上主要分为两个方面，分别为绿色建筑节能设计及绿色建筑节能运行。

首先，绿色建筑节能设计方面，爱琴海在项目筹备前期由集团建设中心与设计院进行对接，从建筑空间设计、节能建筑材料选用、节能设备设计选型等方面提出专业要求，在图纸设计阶段先进行绿建节能的把控。其次，在项目施工阶段，建设中心与项目人员一起配合业主方进行施工过程的管控，确保绿建设计内容及施工质量落实到位。

其次，在项目开业运行阶段，集团工程物业部会针对各个项目的建筑特点，指导地方项目编制节能运行方案，通过夏、冬两季的实际运行情况进行优化，稳定后通过能耗预算的实施情况进行节能措施的落实情况监控，确保各地项目实现低碳运行。

上海爱琴海购物公园案例的特色与创新

上海爱琴海购物公园位于上海市闵行区吴中路虹井路口，于2017年开业，项目总建筑面积55万平方米，项目定位为国内首个文化体验商业综合体、魔都网红潮流打卡新地标、国际精品聚集高地，项目引进的主力品牌有沃德冰雪、青少年马术、卡丁车、摸摸乐动物园、永辉超市、海底捞、胡桃里、星巴克、喜茶、奈雪的茶、URBAN REVIVO、华为、周大福等知名品牌，另外，携手国际建筑大师安藤忠雄，打造3000平方米艺术空间，将艺术与商业融为一体，整体来说其对物业管理方面的要求也比较高，上海吴中路爱琴海项目的物业管理特色为服务至上，体现在对顾客及商户的精心服务上，如：

在常规的安保人员基础配置上增加人员编制，各主出入口处增加门岗为顾客进行开门服务及指引，门岗处物资配备免费伞套、免洗洗手液等为顾客提供便利，楼层设置多辆导购智能机器人，可与顾客进行智能对话及准确引路至商户、电梯、卫生间等位置。

电梯、消防维保人员均固定为两人以上驻场维保管理，保障项目特种设备及消防安全，同时为提升对商户的服务，建立物业服务平台及统一报修平台，解决商户报修及后续跟踪及回访工作，设置低价有偿服务为商户提供便利，同时针对装修商户设立一站式服务中心，专人专岗协调负责，简化装修手续办理并确保装修实施的安全及进度管控。

在常规的基础上增加配置保洁人员，统一服装定期培训，卫生间设置专人专岗进行清洁服务，并在卫生间配置免费取用的大盘纸、擦手纸、洗手液、木梳、棉签等物资，方便顾客取用，对非餐饮商户实行定时垃圾上门收取服务等。



车场管理与外包单位共同进行，在出入口、车场内安排停车指引人员进行车辆停放指挥及商场指引，出口收费除岗亭收费外设置了微信扫码、会员公众号等多种缴费形式，便于快速出车，设置多处反向寻车系统与指引人员配合便于顾客找到所停车辆。

爱琴海综合体物业管理的愿景

秉承集团为客户创造价值的理念，爱琴海集团商业综合体物业管理的愿景也是要为业主方创造持续价值，通过专业的管理和服 务，降低管理成本，保障项目安全运营，提升项目品质及实现物业增值，具体行动包括：

一是建立爱琴海特色的智能化资产管理系统，通过对项目开发定位、运营分析、资本运作等数据的收集、分析，指导物业管理持续降本增效，物业资产升值。

二是通过专业运营团队的保障，从集团到地方建立起一支专业的物业管理队伍，严格落实管理标准，达到项目物业管理的安全稳定运营及品质提升。

三是建立丰富爱琴海集团的产品线，根据项目体量、形式、城市级别、特色内容等，细分出爱琴海购物公园、城市书香、晶海广场、星银海城市客厅、蓝坊、沃德冰雪等不同的细分产品，相应细化了物业管理服务的实施标准。

“特别的牵挂给特别的你”

——商丘凯旋爱琴海与外派支援员工暖心互动

文 / 商丘凯旋爱琴海人事行政部 王 娟

SPECIAL YOU

为支援即将开业的赣州兄弟广场，商丘项目先后于11月8日，12月8日外派李宁、王志浩、杨晨三位骨干力量前往支援。人虽不在商丘，但心却一直绑在一起，12月商丘项目收到了他们从赣州远距离“投喂”的脐橙。

一直听说赣州的脐橙是出了名的，现在也正是吃脐橙的时节。作为北方人通常只能在超市买，这次收到从原产地直邮的脐橙，并且是支援同事邮寄的，包含了他们对项目同事的挂念和想让大家尝鲜的心情。

赣南脐橙确实是无可挑剔，果肉饱满多汁，黄金比例般的酸甜，香味也是相当浓郁，加上新鲜的质感，大家拿到手上不禁感叹，水果还是原产地直发的好呀！午餐时分，整个办公区都是橙子的香味，让人心情也跟着更好起来。项目部也为他们寄出了干果，希望他们在助力开业冲刺的同时也要注意保重身体。

虽然这个冬至未能吃到家乡的饺子，但人在外地的他们从未感到孤单，两座城，一条心，期待兄弟项目精彩绽放，期待外派的你们满载经验早日凯旋！



“感恩”相伴、“诞”愿新年

——北京北投爱琴海用“爱”温暖整个冬日

文 / 北京北投爱琴海人事行政部 山美琪



2021年我们相互说过无数次加油，坚持住，这一年我们携手同行，感恩相伴。11月25日，正值感恩节。在这个冬日浓浓的早上，北京北投爱琴海利用晨会时间组织了一场感恩节活动，写下对公司亦或是对同事的“三行情书”，用爱温暖整个冬日。

感恩节在中国无疑是一个特别的节日，我们表达爱的方式大多是比较含蓄的，每个人都有想要表达感谢却又羞于言表的同事、领导、家人……但千言万语总是汇成一句“谢谢”。每一件感动的事，每一句感恩的话，都被写在了感恩墙上，在互相“读情书”的同时，感恩的情愫也在爱琴海的集体流动，营造“爱”的氛围，向北京北投爱琴海比心！

有人说，感恩公司，给我们一个成长的机会；感恩领导，对我们的殷殷教导；感恩同事，对我们的支持帮助；感恩家人，体谅我们的工作忙碌；感恩有你，一路相伴！还有人说，感谢每一家商户的信任与支持，在进驻北投爱琴海那一刻起，我们将携手共进，共同成长。



伴随着冬日里温暖的阳光，北京北投爱琴海的办公区里早已经氤氲着浓浓的新年气息，闪烁的装饰彩灯、巧加点缀的气球，会跳舞的圣诞老人。在这五彩缤纷、充满快乐的氛围中，圣诞 & 新年活动悄然上演……

12月24日，装扮好的圣诞老人早早的等在办公区，为每一位员工送上平安果，传递平安祝福。当日下午，伴随着欢快的音乐声，新年活动正式拉开帷幕。考验脑力的看图猜词游戏，以分组竞赛的形式，拉动了大家高涨的猜谜热情，欢声笑语一时间充满了整个房间，最后蓝队以2分的优势为整队赢得了下午茶奖励。

活动中不仅有让大家欢喜雀跃的竞技小游戏，也有让小伙伴们走心的发言分享。在如愿2021·“诞”愿2022环节中，大家回顾并分享了去年写过的“2021年要做的五件事”，有人考试通过，有人减肥成功，也有人没完成要做的事，带着去年的小遗憾和对今新年的期待，一同写进了2022年的愿望。

活动的最后，就是交换礼物了，在浓浓的欢聚氛围下，大家体验了一次抽盲盒一般的奇妙快感。有的抽到了茶具，有的抽到了keep跳绳，有的抽到了手工制品……每个人都在热闹的气氛中传递新年之际对于公司、同事及自己的浓浓友情和美好祝福。

长路慢慢，温暖同行，感谢家人们一路的相伴，在过往的一年中泪水与汗水的融合，欢乐与压力的参半，感谢大家的辛勤付出，2022年我们一起全力以赴，再创佳绩。



趣味冬至，情暖饺香

——各地爱琴海冬至“家”节主题活动暖心开展

01

12月21日冬至时分，商丘凯旋爱琴海组织全体员工一起包饺子、过生日。

总经办领导华磊总代表公司首先向第四季度寿星们送上祝福，紧接着包饺子和手工模型PK赛暖心开展。全员分成了“罗汉”和“小乔”两队，每队队长依照队员长项，合理分配任务。一时间大家和面、擀皮、搭模型，即便身着正装依然忙得不亦乐乎。这些日常工作中独当一面的干将们，穿上围裙后依旧娴熟的动作让大家刮目相看。

冬至，是我们传统文化中重要的一个节日，在这一刻我们更像家人在聚会，在欢声笑语中度过了一个有趣而温暖的冬至。（文/王娟）



02

冬至大如年，12月21日，兰州高新区爱琴海特在员工食堂组织冬至“家”节主题活动。

比起一家人团聚在一起吃饺子，一起包饺子的过程才更能体会到团聚的其乐融融。和面、盘馅、擀皮，大家分工协作，各显神通，每个人都包出不同样式的饺子。绿色寓意生机盎然，红色寓意红红火火，皮薄馅大，真材实料。寓意即将到来的新的一年，生活和工作也会如这些饺子一样丰富多彩。



DUMPLINGS



“家”中烟火气 最抚凡人心。项目的同仁们在10月底一同度过疫情封城的考验。但这个冬至，生机盎然，红红火火，冬已数九，与爱琴海家人一同奋斗的日子将无比温暖！（文/费敏）



03



12月21日，借着传统节日“冬至”的美食文化，辉南爱琴海开展了下半年员工生日会暨冬至包饺子大赛。

活动开始，寿星们以生肖进行分组，并由总经理为过生日的小伙伴们送上一份特别有纪念意义的礼物《生活·体验的智慧》，希望大家保持热爱，奔赴山海。随后的“冬至包饺子大赛”正式开始，大家热情高涨，都在比谁包的饺子快，谁包的饺子好，脸上的笑容与手中翻飞的饺子皮，让屋内充满了欢声笑语……

窗外隆冬至 窗内一家人。在美味的饺子出锅后，旋即我们又开展了“东北饺子王”与“顶级吃货”的PK，让员工高涨的热情与热腾腾的饺子带走冬天的寒冷，只留下满满的热情与欢乐。（文/张兴智）



“同心齐力、并肩作战” ——萍乡爱琴海首届冬季趣味运动会“开打”

文 / 萍乡爱琴海人事行政部 欧阳思

在“碧云天、绿色地”的初冬暖阳里，12月1日下午，萍乡爱琴海购物公园的一群活泼可爱的同事们完美开展了第一届趣味运动会。

运动会初始，以“信任人椅”的热身游戏拉开了帷幕，随后，通过抽签的形式分为了红蓝两个战队进行PK角逐，从开始的热身游戏到最终的拔河大赛，共经历了6个游戏环节。



在“计时接力闯关”赛中，“四人三足”的小伙伴绑腿飞奔跑向“团体跳绳”，小小的绳子牵动着两个队伍的心，齐心协力共同完成这艰难的10跳，领先的红队在阵阵呐喊助威声下最终以最短的时间顺利完成了指压板上“叠罗汉”的动作，赢得了第一个游戏的获胜队。

脑力、反应力与体力相结合的“五子棋赛”中，两个队伍轮流奔跑冲向棋盘，根据对手的棋局，随机应变，步步为营。最后红队以2局的胜利赢得了五子棋比赛的最终胜利，大大鼓舞了红队的士气。

在“大自然的搬运工”游戏中，两个队伍分别派出健硕且身姿轻盈的队友出战，在大家的通力协作下，以搬运数量最多的红队获得了此赛事的最终胜利。

蓝队在连输3局的态势下，全员一鼓作气，顺利夺得了“一穿到底”的比赛，扭转了三连输的局面，充分体现了蓝队队员不放弃不抛弃的作战决心。

最后，以一场激烈的拔河比赛的较量拉上了本次趣味运动会的帷幕。蓝队在全队队员的努力拼搏下，咬紧牙关拿下了拔河比赛的冠军。

生命不息，运动不止。本次运动会上，大家触摸到了跳跃的音符，感受了燃烧的活力，体会了四射的光芒，收获了团队协作的无限力量与惊喜。



怀旧永不老 运动进行时

——徐州爱琴海主题沉浸式冬季运动会实录

文 / 徐州爱琴海人事行政部 徐 腾

欢迎大家跟随我们一起穿越时光，来到徐州爱琴海主题沉浸式冬季运动会的比赛现场！本次运动会共分为5个比赛项目，由一班和二班同学逐场比拼，决出最后的胜者！

让我们把镜头拉到入场式环节，伴随着激昂的运动员进行曲，迎面走来的是一班同学，他们器宇轩昂、英姿勃发，他们的口号是“一班一班，干掉二班”，看来他们对拿下最终的胜利很有把握；紧接着走来的是二班同学，他们精神抖擞、步伐整齐划一，他们的口号是“比赛第一，友谊第二；二班二班，干翻一班”，直接向一班发出了挑战宣言！比赛虽然还没正式开始，但是已经可以预见双方充满火药味的精彩对决了！



NO 1

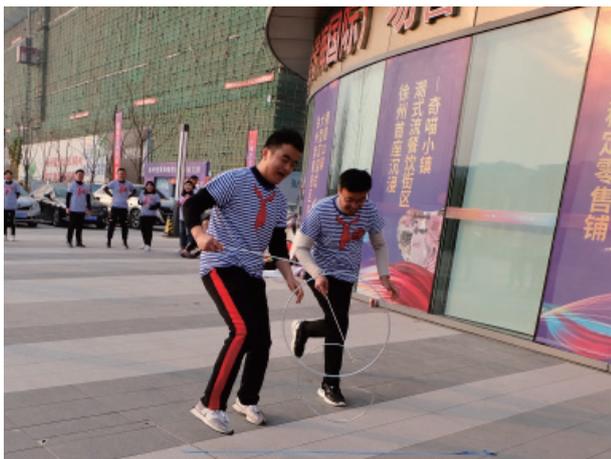
第一场比赛是飞行棋大战，双方需要各派出2组共4名队员，每组有1人负责扔骰子，另1人在棋盘上按点数行进，优先抵达终点的队伍获胜。棋盘上每一格都有相应的要求，其中有几格还是极度危险的区域，希望同学们不要误入“歧途”啊……

这时，一班已经率先投出了起飞的6点，但是居然走到了体力惩罚的格子！二班不甘落后，先后也都成功起飞，陆续杀入棋盘。双方陆续进入表情六连拍、儿歌大全、笑话王等惩罚区域，虽然略有挫折，但大家还是争分夺秒地向终点进发。一班不幸有一组进入死亡区域，直接退出比赛，二班迎来了2对1的大好局面！但戏剧性的场面再度出现了，二班比较靠前的一组跌入死亡区域而遭淘汰，一班则率先进入了终点！一班赢得了首个项目的胜利！



NO 2

第二场比赛是考验体力和反应灵敏度的丢沙包，在这个环节，双方各出奇招，有冲到对方面前利用身高臂长体积大的优势强行截获沙包救队友的名场面，也有一方坚持不懈，瞄准对方薄弱点坚持攻击，使得对方捉襟见肘，最终全员被淘汰。经过激烈的斗智斗勇，一班力压二班，再下一城，总比分来到了 2:0！



NO 3

第三场比赛滚铁环对二班来说是生死存亡之战，一旦这一场再失分，一班就直接提前拿到冠军！巨大压力之下，二班可以绝地反击吗？这个环节需要双方队友依次将铁环滚到指定区域再返回接力，最短时间内完成的队伍即可获胜。一班在刚开场就气势如虹，大有一鼓作气拿下比赛之势！但一马当先并不能保证能笑到最后，需要考验队员们的平衡性和协调性。奇迹出现了！二班顶住压力，在最后一轮完成了反超，将总比分扳成了 2:1！

NO 4

运动会进行到了第四场，双方都进入到了白热化的对峙状态！这一轮比拼的是打陀螺，但是在陀螺旋转的同时，需要队友按照规定的动作把套圈套到陀螺上，最终套圈最多的班级获胜。刚刚扳回一城的二班士气正旺，选定的陀螺手气定神闲地抽起了陀螺。反观一班，还没有一个可以让陀螺稳定旋转的队员……好吧，本轮比赛最终受益于小时候积累的经验值，二班再追一局，总比分打成了 2:2 平！



END

于是比赛来到最终局，也是决定冠军归属的决胜局！本局比赛的项目是指压板跳绳挑战，在指压板上达成无失误动作要求且用时最短的队伍获胜。跳绳貌似对两队的挑战并不大，但是在指压板上跳绳就没有这么容易了。看看在试跳环节上去跳的同学们那一声声“凄厉”的惨叫，试跳结束后扭曲的面部表情和看起来很疼弓起的脚背，这对参赛队员的意志和体力都是不小的挑战啊！



今天的夕阳很美，同学们在空中飞舞的身影会牢牢铭刻在每一个人的记忆之中，两队都完成了规定的动作，但是二班用时稍短，二班在大比分落后的不利状况下，惊天逆转，最终赢下了本次运动会的冠军！恭喜二班！

颁奖和合影环节上，两队的火药味仍在继续，看！“友谊第一、比赛第二”的宣传牌又被举成了“友谊第二、比赛第一”。相信在下一次的运动会，不，在冲刺开业的共同赛场上，一班和二班会拿出更加激烈和精彩的表现！



深秋来了

文 / 滨州爱琴海人事行政部

温伟伟

A U T U M N

深秋来了，看地上的叶子就知道。

一夜秋风，叶子哗啦哗啦地掉下来，

清晨踩上去，咯吱咯吱。

夜里，我听着外面呼呼的风，

把被子裹紧，却再也睡不着。

好吧！难得失眠。

想想刚才的梦，些许的失落。

一不小心，我们都长大了。

那时天大的悲伤，只不过结下小小的疤痕，

不痛，不痒，看到时才能想起，

失眠时才会回忆。

既然难得失眠，

就暂且让我慢慢想下去。

深秋真的来了，

外面的风真大。



远方的故人

OLD FRIEND

文\博兴爱琴海招商营运部
贾晓

随着夏天的到来我的思绪回想起那年的我们

懵懂少年撞见俏皮的我，在那时的我们憧憬着未来

未来感觉离着我们好远

时间飞逝，少年将要去远方

肩上扛起了行囊，踏上了火车；

为了自己的梦想离开了这个带着欢笑的夏天

远方的故人，你是否还会记起那年的夏天

远方的故人，你是否还会想起送你离开的女孩

女孩已不再是那个站在窗前看着远方等待着消息傻笑的女孩

不知远方的故人，现在在何方

是否还会记得我们一起走过的路，一起唱过的歌

再见了，我的故人

再见了，少年

愿你三冬暖愿你春不寒，天黑有灯，下雨有伞。

京西少年行

文\滨州爱琴海企划部
田志文

孟浪之姿语旖旎，怒发冲冠凭栏意。

不知天宫酒尚香？地上人间斩霹雳。

九霄大殿尽花枪，弹丸之地君舞意。

沧桑正道途且长，吾辈扬鞭齐头上。

月圆终有弥散时，枫叶红尽再重聚。

把酒评点乾坤势，聚时日月怎敢易？

君乘快马绝尘去，胜过人间小别离。

品味·心路历程

黄山归来不看岳

——记我的黄山之旅

文 / 慈溪高新区爱琴海财务部 胡沛颖

去黄山是和小伙伴商讨已久的计划，在同伴的支持下，我们在10月顺利完成本次美妙的旅途。

道听黄山有多美，黄山有多奇，不是这次去，并不会让我有多少触动。第一次3万多步的登山之行，真的很满足。

第一天下午两点左右，我们到达黄山区汤口镇，办理入住，置办了一些登山的水和食物。当天的天气阴晴交替，心里还在担心明日登山天气，不过第二日的天气给了我们美美的惊喜。

黄山的奇松、怪石、云海、温泉被称为黄山的“四绝”，此行，我是为了奇松、怪石而来。乘摆渡车前往云谷索道，会在15分钟内把你带到海拔1600多米的高空。沿途山峰一山高过一山，眺远望去，漫山遍野普通的无名松树都神采奕奕，妙不可言。

俯瞰黄山，山外有山壮阔奇特。下了索道，直奔始信峰。沿途我们欣赏到了黄山奇松黑虎松、连理松。就在我和小伙伴踱步之余，我发现一颗介绍雨伞松的名片，小伙伴就惊问雨伞松在哪里，我毫不犹豫指向名片旁的那颗树，小伙伴一看，连忙说道，不像，图片完全对不上，这时我也四下寻起来，在我们对号入座的找寻下，看到不远

的山坡上有棵松树，与名片上的雨伞松外貌一致，这时我们相视一笑，终于找到了。过了此地我们打卡来到了“梦笔生花”，也是奇怪，大家嚷嚷着，我在观景台上始终未寻觅到那支神笔，急得我东眺西望，朝着小伙伴指向的地方看去，我才欣喜于眼前的那支神来之笔，那一刻，我多希望我也能拥有一支神笔，勾勒人生的快乐时光。



接下来我们观览了书本上的猴子观海，茫茫云海坐拥之上，真是惟妙惟肖。跟着路线地图我们来到了光明顶，在光明顶的平台上，我俯瞰黄山，想起了老舍先生的“人间多少佳山水，独许黄山胜太华”。从光明顶我们顺着山路来到鳌鱼洞，穿过鳌鱼肚子领略到了怪石中的“鳌鱼吃螺丝”，“老僧入定”（其中妙事不由细说）。接着我们攀登了黄山的第一高峰莲花峰，莲花峰峻峭高耸，气势雄伟，因主峰突兀，小峰簇拥，俨若新莲初开，仰天怒放，故名“莲花峰”。



翻过莲花峰，我们就步入了下山路，黄山的标志景观迎客松也在下山途中，此时的膝盖小腿在徒步了一上午之后已然不听使唤，但是为了不留遗憾，我们彼此仍互相鼓励前行。黄山迎客松屹立在玉屏楼的青狮石旁，已有800多年的历史，虽然饱经风霜，却仍然郁郁苍苍，充满生机。来此游客兴趣倍增，纷纷摄影留念，引以为幸。我也不虚此行的把他搬到相册里来，留影纪念！在下山过程中，伙伴们相互鼓励支持，在腿脚疼痛难忍的情况下，坚持蹒跚的下山旅途，一路上欢喜谈笑，淡化了艰辛的下山路，分享着人生的趣事，相信黄山旅程中的经历，随着岁月的酝酿，越发美好难忘。

黄山归来许久，那秀丽的景色和美好的登山经历，仍旧浮现在我的脑海。黄山的奇松、怪石，气势非凡，千奇百怪，震撼人心。登黄山虽辛苦惊险，但不虚此行，让人亲身体会到“五岳归来不看山，黄山归来不看岳”的妙语蕴意。也许，人生中就是这么一个又一个惊喜，才会变得如此美好。



品味 · 心路历程

努力做一只 “仓鼠”

H A M S T E R

文 / 博兴爱琴海人事行政部 胡玉润

上班路上，刷刷微博、朋友圈，看看最近又有什么娱乐热点新闻可以追；

工作时间，总忍不住点开好玩的 APP，看看又有什么好玩的故事和段子；

午休时间，不去歇息，而是争分夺秒地玩两盘手游解瘾；

下午时间，因为中午没有休息，所以一个劲地犯困，什么工作都提不起劲；

好不容易熬到下班，回家路上，点开短视频直播平台，看着别人的逗趣直播来打发时间；

回到家中，看几期 b 站的视频，和朋友组局打两盘游戏，再刷刷知乎的更新内容，再瞄一眼时间，已接近十二点；

等到关上电脑和手机，才发现自己一整天都过得如此不思进取，于是下决心从明天起一定要努力改变自己；

第二天早上，被闹钟吵醒后眯着眼睛又将闹铃往后调了半小时，顺便将那些早睡早起、改变自己的决定都忘光了；

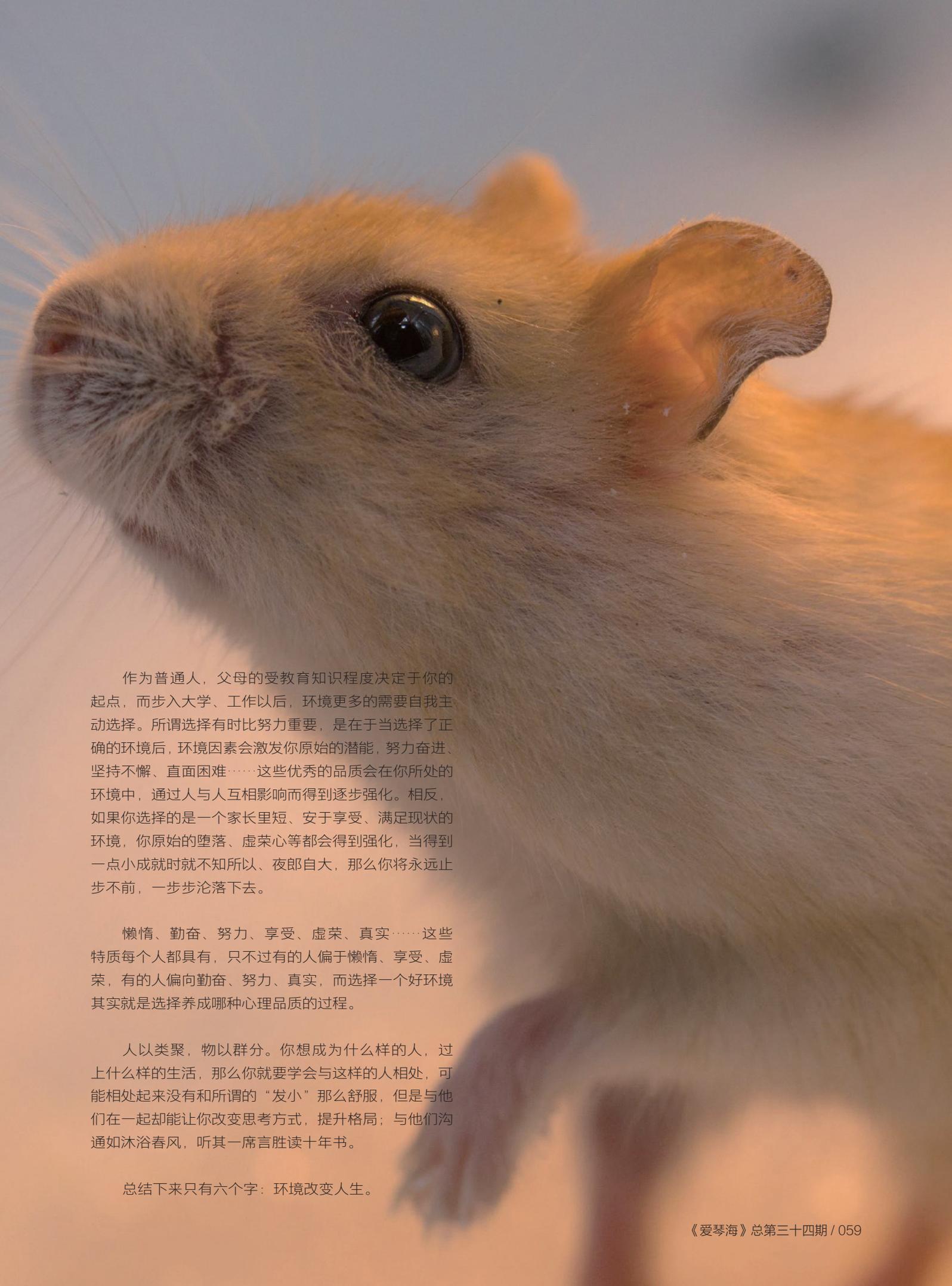


上班路上，继续刷着微博、朋友圈……

这是我之前的生活状态，有时候觉得这么混吃等死也不错，但是某一天看到了李斯的故事突然间有了追求！

“李斯者，楚上蔡人也。年少时，为郡小吏，见吏舍厕中鼠食不絜，近人犬，数惊恐之。斯入仓，观仓中鼠，食积粟，居大庑之下，不见人犬之忧。于是李斯乃叹曰：‘人之贤不肖譬如鼠矣，在所自处耳！’”

其大意是：李斯，楚国上蔡人。年轻时，曾在郡里当小吏，看到厕所里老鼠吃脏东西，每逢有人或狗来时，受惊而逃。后来，走进粮仓，仓中老鼠，吃屯积粟米，住大屋子，不担心人狗惊扰。于是，李斯叹息：“一个人有没有出息，如同老鼠，是由自己所处的环境决定的。”



作为普通人，父母的受教育知识程度决定于你的起点，而步入大学、工作以后，环境更多的需要自我主动选择。所谓选择有时比努力重要，是在于当选择了正确的环境后，环境因素会激发你原始的潜能，努力奋进、坚持不懈、直面困难……这些优秀的品质会在你所处的环境中，通过人与人互相影响而得到逐步强化。相反，如果你选择的是一个家长里短、安于享受、满足现状的环境，你原始的堕落、虚荣心等都会得到强化，当得到一点小成就时就不知所以、夜郎自大，那么你将永远止步不前，一步步沦落下去。

懒惰、勤奋、努力、享受、虚荣、真实……这些特质每个人都具有，只不过有的人偏于懒惰、享受、虚荣，有的人偏向勤奋、努力、真实，而选择一个好环境其实就是选择养成哪种心理品质的过程。

人以类聚，物以群分。你想成为什么样的人，过上什么样的生活，那么你就要学会与这样的人相处，可能相处起来没有和所谓的“发小”那么舒服，但是与他们在一起却能让你改变思考方式，提升格局；与他们沟通如沐浴春风，听其一席言胜读十年书。

总结下来只有六个字：环境改变人生。

做好眼前事，静待花开时

FLOWERS
BLOOM

文 / 滨州爱琴海工程物业部 张莹莹

《圆桌派》里有期节目谈到了年轻人的跳槽问题。

谈到是否要让年轻人选择按部就班的生活，蒋方舟表示，“我原来以为，这个一眼望得到头的生活，是一种平庸的生活，是一种很可怕的生活。但我现在忽然发现，对很多年轻人来说，一眼望得到头的生活，是一种特别有安全感的生活，是一种很奢侈的生活。”

她指出，以前生活可以熬出头，而在这个时代，熬生活也不一定会有想象中的安全感。你必须拥有不断学习的能力，对每一份工作都充满自己的理解力，用心做到极致。

知乎上有个扎心的问题，你是过了365天，还是一天过了365遍。

我们楼下有家职工餐厅，两家公司员工在群里发红包订午饭，根据订饭人数做一定数量的饭菜，这并不是什么难事，可我发现这位餐厅小哥哥的做事方法却用了心，把一件简单的事做到充满智慧。

他会根据订饭人数准备相同数量的餐盘，简单高效的核实数量，防止有多打和漏打；他能将所有人的名字快速记住，刚入职3天的新员工订饭晚了，在打饭的时候他会提醒订饭的截止时间；他能记得每个人的口味，由于工作繁忙，我们有事不能及时去就餐时就在群里告知要打包，他会根据这个人日常的就餐习惯在打包盒里放馒头或米饭，而且数量也是平时就餐时自己拿主食的数量。

要知道，餐厅只有这一个小哥哥在做饭和打饭，主食和稀饭是自己根据需要取的，并不经他的手，午饭流水就餐人数能多达五六十人，且商管团队的人员一直在增加，每月都有新面孔。

用心做事还是在敷衍了事效果是天差地别的，认真真的，把一件事做到极致，胜过平庸地做一万件事，保持专注地做好一件事，默默耕耘，才能厚积薄发。

今年55岁的航天员翟志刚，是第二次执行太空任务，距离第一次执行任务已经13年了。他在采访中说：13年后，我仍能执行飞行任务，就是因为我能静下心来，脚踏实地，十遍、百遍地，做好眼前事，将一件“简单”的事情，用最高的标准和热情做到极致。

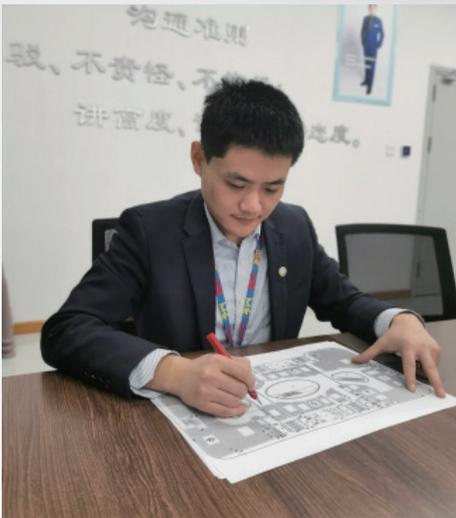
如果，你现在做的事，不是自己喜欢的事，也请你不要轻视和排斥它，总有一天，只要你认真的对待你眼前的这件事，它就会带领你，去往你想去的地方，你走的每一步，都不是白费的，都在生命中算数。

保持专注，做好眼前的每一件事，当一个人是在为自己而活的时候，才是生命最有力量的时候。



戒骄戒躁 转换思想

文 / 博兴爱琴海工程物业部 罗卫彬



我是博兴爱琴海一名刚刚经历筹备期的“新老兵”，“老”是从去年9月份入职以来，一直在爱琴海与小伙伴们共事，“新”新在筹备期转运营期，我又迎接新的挑战。作为后勤支持部门，浅谈一下自己过渡期的状态。

大家都知道筹备期是特别辛苦的，苦在每个模块化时间节点不能出现红灯，苦在没完没了的加班不能休假，苦在下班时间都能和大街上保洁阿姨碰面问候，更苦的是工作不力被领导训斥后心理的委屈无处诉说。自从进入这个项目，我就告诫自己应该像一枚东风速递导弹，时刻处在发射状态，调整好心态，面对工作中遇到众多难题。实际情况也是按要求这么做的，在公司刘总、林总的带领下，我们大家互相配合，一起努力，完成了很多棘手目标。能源方面我们开源节流，降低供暖成本，调研代购电；外联方面我们俯身去了解政府单位，与派出所、综合执法局、消防大

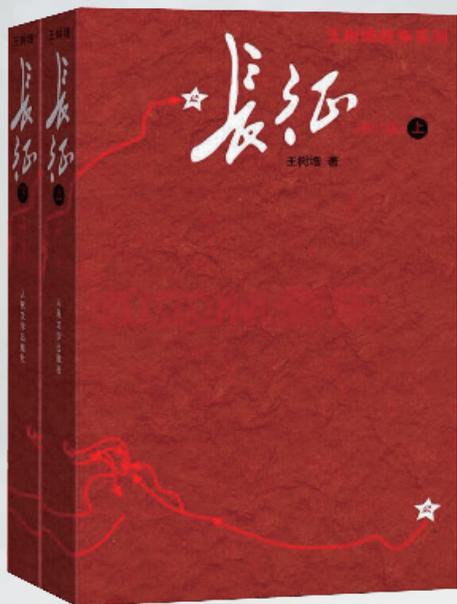
队、住建局达成共识，为顺利开业保驾护航。尤其是住建消防验收，经历了3次大型验收不合格的挫败经历，但是我们都披荆斩棘毫无畏惧的坚持下来，最终完成满足开业的目标。

就在这时作为中层管理者的我们，心态确在悄无声息发生了变化：沮丧、信心不足、懈怠、无精打采开始伴随我们，对领导安排的工作开始产生抗拒，同事间会争吵，会埋怨，不再是筹备期那个一个战壕一起奋战的战友，是的，我们丧失了凝聚力！也许是看到了胜利的果实，也许是觉得自己劳苦功高，也许是对某些事情的不满，是的，我们关闭了敞开心扉的通道！忽然想起美国占领伊拉克后，每个月都有士兵心灵辅导日。我们筹备期没有战争那么残酷，但是我们真的当成了战场，无论是与合作方就商户房产条件急头白脸的争取最大利益，还是晚上值班保障垂直动线的顺利运行，大家都是冲在前面，因为都有一个共同的目标。随着时间推移，我突然明白导致浮躁的心理状态原因：进入运营期，我们就像刚刚下了战场的老兵，毫无畏惧歇斯底里的状态被突然扼杀住了，这时候急刹车式的转变，惯性的俯冲，需要时间来修复。我们有信心，更有决心，在过渡期尽快把心态转变，投入到新的环境，做好份内的事。

苍山负雪，明烛天南

——读《长征》所感

文 / 营口爱琴海招商营运部 张宇



一个中年大叔人生低谷之时，四面碰壁之际偶得此书，得以在激速又浮躁的日子里获得一丝从容之心，安稳之态，倍感长征精神之伟大。感激于此，这下些许感想。

漫漫长夜中的坚守

“嘿，伙计，我知道那个长征，it's amazing, unbelievable, miraculous...”

老外恨不得用尽毕生所学的赞美之词，激动的表达着自己的澎湃心绪。

“你们不觉得么？”期待的眼神看着自己的两个学生，渴望听到他所不知的传奇故事。

两个学生竟一时语塞，仿佛被灼热的目光烫伤，支吾着“嗯，长征很伟大，因为……因为那是长征啊”

听君一席话，如听一席话。

我可以担保这件事的真实性，毕竟，我就是当年的学生……

并不是少年们不知道长征的故事，而是它过于恢宏浩瀚，过于难以置信，过于难以总结。

毕竟，当你的对手都对你的成就赞不绝口时，那说明它是真的伟大。

不同阶段的人对于同一事物总会有不同的感想。对于长征，年少的我不知从何谈起，人入中年的我说到长征，首先感悟到的便是坚持，漫漫长夜中，面对无限的未知扔满怀探索精神的一种坚持。

摧毁意志，吞噬精神力，湮灭创造力的，往往不是困难，而是时间。

年少轻狂，梦想着鲜衣怒马，执剑天涯的少年，成为了躺平文化的中坚力量；

期盼着花前月下，“待我青丝白发，许你共话桑麻的少女”，成为了丧文化的急先锋；

纵使人类歌颂千年的爱情，也是那“红尘三千丈，抵不过年华似水”。



生活是一场漫长的长征，时光会磨平你的棱角；“内卷”的社会则如同一场场长征途中的战斗，褪去你的意气。

物质的匮乏，技术与时间可以解决；精神的坍塌，造物主都爱莫能助。

浑浑噩噩的生活，荒芜的精神世界，最后势必导致民族的败亡。

恰恰是这样的背景下，我们更要牢记长征，感谢长征。它的存在，时刻告诉我们信念和精神的伟大。当我们在生活，工作中，遇到挫折困难，准备躺平之时，有一坛精神圣泉，能让我们在那里获得年少时的精神，勇气；能让我们再“老夫聊发少年狂”一把，撸胳膊捋袖子，大干一把。

电光火石的执行

湘江浩荡，草原苍茫，雪山巍巍。但印象最深的，依然是生死一瞬的泸定桥……

河水湍急，枪林弹雨，对岸的死神们挥舞着镰刀，等待勇士们的“光临”。

勇士们无所畏惧，纵使白色

世界为他们准备好的是凶险地狱。

血肉之躯，百战殆尽；红色灵魂，嗥声未息。

记得小时看纪录片，参加过泸定桥之战的国军士兵回忆到和我党战士交火时总会惊诧“他们在干什么，不怕死么？”

如果要给我党这只人民的军队加一个最接地气的符号，这就是了，“他们总是做出这样的事情——让敌人怀疑人生的壮举，让人类历史上多出一些红色的奇迹”。

而长征，是最好的代表。大厦将倾之际，一个民族，迸发出了前所未有的能量，谱写了人类史上最壮丽的史诗。

围追堵截，天罗地网，依然不可动摇，令行禁止；十面埋伏，困境重重，依然前赴后继，割肉见骨的战斗。如是者，保持一日，是强硬；一月，为疯狂；放到长征里的两年，可称之为奇迹。而这，就是我党战士的风骨。

这种风骨，体现在执行力，孕育于精神力。

如臂使指的整齐划一、悍不

畏死的战斗姿态，打造了人类历史上最硬气的人民军队。

坚定不移的信仰，让他们的斗魂熊熊燃烧，即便血肉之躯在枪林弹雨中消失殆尽，却依然留下灵魂和意志，在金戈铁马的世界里咆哮不息。

而这种精神对于我们在工作中，也是极有帮助的。

执行力，万众一心才能克服困难重重。不然，则尾大不掉，各自为政，必与目标渐行渐远。

精神力，一个好的企业文化，办公氛围无疑会带来强大的向心力和凝聚力，进而孕育一个强大的，不分彼此紧密合作的团队。

执行力和精神力的结合，才能带来真正的成功。作为一个刚入职的新人，在这个陌生的环境里却真实感受到二者的存在，亲密无暇却又充满纪律的工作氛围，规则明确分工合作的团队合作，让我在短短一个月内受益匪浅。也真实感受到爱琴海这个大家庭的魅力。

苍山负雪，明烛天南，爱琴海定会成为行业支柱，为中华民族的复兴贡献一份力量。

萍名爱琴海购物公园

都市的假日中心

