

封面报道

十亿英镑 投资英国

并购圣汐游艇 投资伦敦酒店
P14-P23



特别策划

南昌万达城
做全球最大海洋馆 P24-P27

图片故事

飞翔·万达 P12-P13

我的 中国 梦

书画摄影大赛

今天，我们暂放繁忙工作，写一笔飘逸灵动，绘一幅爱与梦想

在这里，用篆书的委婉流畅表达你丰富情感

在这里，用草书的气势磅礴彰显你个性魅力

在这里，用楷书的铁画银钩展现你优雅气质

在这里，用素描的线条流畅记录你独特眼光

在这里，用油彩的鲜明艳丽凸显你思维创新

在这里，用水墨的淡雅脱俗传达你宽广胸怀

此刻，让我们挥洒笔墨，在这个诗意厚墨的平台上，绽放绚丽光芒！

万达集团第二届员工才艺大赛，我们期待你的作品！



投稿作品：万达集团党委工作部总经理 张万红



组别设置：

- 1、书法类：字体、内容不限，紧扣大赛主题，作品内容积极向上；
- 2、绘画类：紧扣大赛主题，作品内容积极向上；
- 3、风光摄影类：紧扣大赛主题，作品内容积极向上；
- 4、人物摄影类：紧扣大赛主题，作品内容积极向上；
- 5、纪实摄影类：紧扣大赛主题，作品内容积极向上。

奖项设置：

- 特等奖：1名 奖励数码单反相机一台+奖杯+证书
一等奖：各组别1名 奖励数码相机一台+证书
二等奖：各组别2名 奖励微单相机一台+证书
三等奖：各组别3名 奖励数码相机一台+证书
优秀奖：各组别5名 品牌相机包+证书 最佳组织奖（单位）：2名 证书

我的 中国 梦

书画摄影大赛

你是摄影爱好者吗？你拥有自己心仪的摄影作品吗？

“我的中国梦”摄影比赛，震撼开赛

用你的灵感抓住美妙的瞬间

用你独特视角记录山河的壮观

用你唯美画面定格身边的温暖

用你摄影作品带我们品味这世界

用你的才华，给我们带来一场梦想风暴

万达爱，中国梦

万达集团第二届员工才艺大赛，期待你的加入！



成都金牛万达影城 简丽娜 投稿



活动时间：

2013年4月—2013年9月
作品征集阶段：2013年4月19日—7月31日
专家评审阶段：2013年8月1日—8月31日
决赛展示阶段：2013年9月中旬

联系方式：

集团企业文化部：安 静	010-85853979	商管系统：马 恺	010-85587113	酒店建设系统：吕 敏	010-85588133
文化产业集团：刘 浩	010-85587006	院线系统：朱 磊	010-85587639	酒店管理系统：李美凝	010-85588315
北方项目系统：王小泉	010-85853285	百货系统：郭 磊	010-85587386		
南方项目系统：修 斯	010-85853219	大歌星系统：王雪松	010-85587823		

参赛详情，请见OA通知

WANDA MONTHLY

万达月刊



编辑部

主 编：陈志平

责任编辑：肖 宾
滕 浩
刘 洋
视觉总监：俞振华

联系方式

地址：北京朝阳区建国路 93 号
万达广场 B 座

邮编：100022

电话：（010）85853888

传真：（010）85853329

网址：www.wanda.cn

E-mail: wdyk@wanda.com.cn

内部资料 免费交流

超越买卖

并购圣汐游艇、签约伦敦酒店，万达国际化迈出精彩的第二步，版图从北美扩展到欧洲。很多人疑惑万达为什么购买一家游艇公司，觉得好像与万达现有业务相距甚远。但万达文旅产业发展迅猛，触角所及，已完全可将游艇业务整合。这和万达当年做影院配合广场发展有异曲同工之妙，万达院线仅几年就做到亚洲第一，在万达这艘巨轮上，圣汐的发展同样不可限量。而万达伦

敦酒店的签约，是万达自有品牌酒店发展的题中之义。既然要做世界著名的奢华酒店品牌，自然要占领高地，摘取的皇冠上的明珠，如此取势发展，才能酣畅淋漓。

商业有商业的逻辑，买卖就是买卖，但买卖又不仅仅是买卖。中国人把从事商业称为“做生意”，而“生意”的本义是生机盎然，生生不息，换成现在的说法就是基业长青。万达的海外并购就是超越了买卖的“生意”，蕴含着

蓬勃生机。万达今年并购的圣汐游艇和去年并购的美国 AMC 影院公司有一个共同点，股权都被基金控制。基金买卖企业，纯为赚钱，把企业当商品。万达并购，是回归生意本质，把企业当企业。相比基金，我们更懂得企业发展规律，更尊重创造价值的管理者和员工，而且最重要的，可为被并购企业提供发展机会。对于圣汐游艇而言，他将参与万达文旅产业的大发展，这是历史性的事业、大机遇，将帮助圣

汐把事业带到更高层面和境界，这是他作为独立企业、还是基金拥有的企业都无法想象的。加入万达，可以说是圣汐可能的最好归宿之一。

当然，最大的赢家是万达，通过并购和投资，世界不仅听说万达，而且看到万达、体验到万达，对万达有了更深刻的认识。正如前来参加并购仪式的英国大使在致辞中说，从投资规模和未来计划来看，万达已站在全球投资者的前列。当我们

刚开始出海，是孤身寻找目标。但随着并购的成功，特别是被并购公司运营良好，管理层和员工得到善待，展示出我们优秀的企业文化和管理能力，全世界都会觉得万达是一个令人向往的好伙伴，会主动邀请我们去做生意。因为我们秉承的生意之道，生意之网将无限延展，机会纷涌呈现，国际化之路也将越走越顺。

陈志平



目录CONTENTS



50^{STORY} 万达故事 追影狂人

有人一年要看 1000 多部电影，有人看完片就必须写影评，有人淘碟累计花费几万元，有人为看一场 IMAX 来一次当天飞机往返豪华游……

EDITORIAL 卷首

03 | 超越买卖

NEWS 要闻

05 | 媒体看万达
06 | 王健林董事长
出席《财富》全球论坛
08 | 集团上半年安全工作视频会议召开
09 | 万达广场营销工作会议召开
10 | 集团总部举行读书演讲比赛

PHOTO STORY 图片故事

12 | 飞翔·万达

COVER STORY 封面报道

14 | 十亿英镑 投资英国
并购圣汐游艇 投资伦敦酒店
17 | 领导致辞 王健林：海外投资
不冒进不停滞
18 | 嘉宾致辞 全力支持万达在英投资
圣汐致辞 万达尊重我们的品牌
19 | 记者问答 新闻发布会问答
21 | 深度解读 强硬而真诚的谈判

SPECIAL REPORT 特别策划

24 | 南昌万达文化旅游城开工
25 | 南昌万达城做全球最大海洋馆
28 | 打造浓郁闽南文化风情
32 | 开启大无锡商业新时代

OPERATE 经营

34 | 高速发展睥睨天下
38 | 一天卖出一年的量
41 | 决战 4 · 30
44 | 为降火魔 自主升级

CASE 学院案例

46 | 一次成功的酒店外卖
47 | 管好消防水炮

ACQUIEREMENT 才艺

48 | 万达集团第二届员工才艺大赛
摄影书画作品展示

STORY 万达故事

51 | 追影四十年
52 | 淘碟强迫症
53 | 影评达人

CHARITY 公益

54 | 爱心放映室里的“小小中国梦”
56 | “万达是带动大学生就业的模范”
57 | “希望之星”归国记

ESSAY 随笔

58 | 今夜我值班
59 | 万达国际化程度让我惊讶

READING 读书

60 | 用“切片”法和坐标系认知自己
61 | 守护万达之窗

SELECTED ARTICLES 征文

62 | 就业就是幸福
63 | 爱上万达的“年轻”

SAFE 安全

64 | 用最直接的方式应对事故



MEDIA 媒体看万达

© 华尔街日报 2013-06-19



万达将在海外建造酒店

万达集团今天宣布将斥资七亿英镑在伦敦修建五星级酒店，这是中国内地企业首次在海外开发高级酒店，此举正是为了满足中国民众日益增长的出境游需求。

董事长王健林表示，万达还计划明年在纽约建造一个高级酒店。在未来十年内，万达将在世界上 8-10 个主要城市建造万达品牌的酒店。

© BBC 2013-06-20



圣汐员工都将保留职位

大连万达集团宣布，将耗资 10 亿英镑购买圣汐游艇公司并开发一家位于伦敦的五星级酒店。这是万达首次涉足奢侈品市场。

在接受 BBC 的专访时，万达集团董事长王健林披露了为何要收购圣汐公司以及在伦敦开发酒店。王健林表示，所有圣汐的员工都将保留职位，不需要担心任何事情。

© 南华早报 2013-06-19



收购圣汐 万达起航

万达集团今日宣布收购英国圣汐游艇公司。这家公司的游艇曾出现在四部 007 电影里。在下一步 007 电影里，邦德有可能驾驶的就是由中国人赞助的游艇了。

同时，万达还宣布将在伦敦开发高级酒店。这两个项目体现出万达集团日益提升国际形象和中国内地企业对海外市场的浓厚兴趣。

© 新京报 2013-06-27



王健林回应三大热点问题

针对“卡马乔当初是否是由万达选定”、“万达投资伦敦是否是亏本生意”、“万达是否存在资金链紧缺”等近期三大热点问题，万达集团董事长王健林接受新京报记者独家专访，予以公开回应和解释。

王健林表示，卡马乔当初是由足协选定，万达未参与具体谈判。此外，万达不存在所谓资金链紧缺问题，投资伦敦是捡了个大便宜。

© 京华时报 2013-06-21



门槛之高 杜绝模仿

万达集团的文化产业轮廓越来越清晰，一手布局国内全新的文化旅游城项目，一手继续收购国际高端奢侈和时尚品牌。作为万达旗下的全新产品，文化旅游城被视为多年经验的集大成者，具有项目创意世界唯一、设计团队大师组合、万达拥有知识产权三大特点。文旅城开发门槛之高预计很难被后来者模仿和复制，是具有“革命性”的新兴产品。

© 华西都市报 2013-06-07



第二个春天要来了

在《财富》全球论坛上，王健林认为，尽管中国经济近两年出现调整，但依然以全球最高的 8% 左右在增长，他对未来中国经济保持乐观态度。“目前我们已经开始下决心展开新一轮改革，如果让中国民营企业有更多的投资机会和发展空间，中国未来经济还有更大的提升，我预感中国民营企业的第二个春天要来了。”



王健林董事长 出席《财富》全球论坛

2013《财富》全球论坛6月6日在成都启幕，王健林董事长出席论坛并就“中国企业的国际化发展之路”、“万达的文化旅游产业转型”、“中国经济的未来走势”等三大核心议题发表了见解。

文 / 集团企业文化部

万达要拍全球发行的中国电影

“文化输出要产业化，不能有文化没产业或者是有产业没文化，在全球范围内要掌控文化和媒体资源，掌握媒体传播渠道，万达不排除有在境外收购电视台等媒体资源的可能。”在《财富》论坛上，王健林提出将中国文化输出到全球，需要有自己的渠道，全球知名电影公司、媒体机构均是文化的载体和平台，万达要与世界级的电影公司合作，拍摄全球发行的中国电影。

以日前上映的美国电影《钢铁侠3》为例，王健林指出，要在新兴市场获得成功就要尊重当地市场的消费者，不能像《钢铁侠3》那样让本地的演员“打酱油”，而其它区域的版本却没有

中国演员的戏。他表示，要把中国文化输出到全球，就是要掌控全球的文化、媒体话语权，就需要有超大手笔的规划和投入，万达在计划投资全球发行的中国电影。

在中国，万达打造的“文化航母”已经起航，去年开始万达集团开始涉足电影市场，参与投资的六七部电影今年将登上银幕，其中包括基努·李维斯导演的《太极侠》、成龙的《警察故事2013》等。

“把万达城叫做迪斯尼不准确”

在《财富》论坛的话题讨论上，也有人提出万达城是否会对迪斯尼造成冲击。对此，王健林

表示：“把万达城叫做迪斯尼不准确，主题公园只是万达城的一部分，两者形态不同，万达城的功能更加丰富。”他表示，万达城规划有文化、旅游、商业、酒店四大内容，主题游乐园是以室内项目为主，“主题公园的建筑和规模就类似于首都机场”。

企业国际化 VS 人才本土化

“去任何一个市场都有一个适应的问题。”王健林认为，进入新兴市场需要把握三个方面。

第一是信任。比方说我们并购AMC以后，当时有很多争论，争论我们是该在美国找一批人，还是自己派一批人过去，毕竟AMC有1.8万人的团队。我看了它的各个总裁、副总裁的履历，有的是世界500强的前任执行官，有很多是哈佛、耶鲁大学毕业。分析公司有没有价值，主要是看人有没有价值，如果人有价值，公司值得购买，就把团队留下来。我们信任AMC的团队，只派了一个联络员。并购任何公司，不能把别人像防贼一样防着，抱着这种心态是搞不好的，所以第一是信任。

第二是人才一定要本土化。王健林说，万达合作了很多跨国企业，这些企业有成功的也有失败的，但全部是海外高管的企业，在中国几乎没有成功的。公司里核心的两三个人是老外，其他大量高管是中国人，这种才成功。万达到海外发展，也一定是大量使用当地人才。

第三，要想适应当地市场，需要信息化管理。“怎么管理，不可能人管人，也不可能天天飞过去检查，那就利用现在高科技的技术，做信息化，每笔收入、每笔支出和所有的审批在网上都能看得到，这样就可以实现有效管理。”

重要会见

6月4日，王健林董事长在集团总部会见美国乔治·华盛顿大学校长史蒂芬·奈圃一行。

6月7日，福建省副省长李红一行访问集团总部，与文化集团执行总裁张霖等进行会谈。

6月7日，文化集团执行总裁张霖在集团总部会见了伦敦市副市长Edward Lister一行。

6月19日，王健林董事长在集团总部会见依文集团董事长夏华一行。

6月21日，文化集团执行总裁张霖在集团总部会见了到访的中国工商银行领导一行。

6月25日，王健林董事长在集

团总部会见了到访的江苏省常熟市委书记惠建林、副市长朱亚辉一行。

6月26日，王健林董事长在集团总部会见了到访的美国梦工厂CEO杰弗瑞·卡森伯格一行。

6月26日，王健林董事长在集团总部会见了到访的中国工商银行总行副行长张红力一行。

6月26日，王健林董事长在集团总部会见了到访的韩国衣恋集团董事长朴圣敬一行。

6月28日，万达集团董事长王健林在成都会见成都市市长葛红林。

6月28日，万达集团董事长王健林在成都会见四川乐山市委书记唐坚。

集团庆祝建党92周年大会召开



7月1日，万达集团党委在南京召开“庆祝建党92周年暨‘一先两优’表彰大会”。全国各地先进基层党组织与优秀个人代表、2013年度新发展党员、各系统党务联系人等150余人参加了大会。会议公布了集团党委文件，同意200名预备党员按期转正，批准接收91名同志为中共预备党员，进行了入党宣誓仪式。大会还对先进党组织、优秀

共产党员、优秀党务工作者进行表彰，现场播放《党建先锋，红动万达》视频，集中展示先进典型的风采。会议总结了过去一年万达党建取得的成绩，对未来的党建工作提出要求，并号召全体党员，紧紧围绕集团发展目标，立足岗位实际，努力工作，创新创效，以实际行动和业绩，不断促进万达集团的科学发展。（党委工作部）



集团上半年安全工作视频会议召开

文 / 集团安全监督部

6月24日，集团召开了2013年上半年安全工作视频会议，会议由集团副总裁尹海主持，集团总裁丁本锡对集团安全工作做重要讲话。商业地产执行总裁齐界、文化集团执行总裁张霖，商业地产高级副总裁胡章鸿、曲德君和副总裁陈平、宁奇峰、孙继泉、肖广瑞、莫跃明、杨越、成尔骏、唐军、曲晓东、于修阳、叶宁等集团领导，以及规划院、各系统一把手在主会场出席会议，各系统总部质监部、安监部以及各地公司通过远程视频会议系统在当地分会场参加会议。

会上，集团副总裁尹海通报了2013年上半年安全工作情况，集团安监部总经理梁严进行了《集团安全管理制度》培训。

集团总裁丁本锡指出，集团自持物业迅速增长，而且具有面向市场开放的特性，

从安全角度来说属于高危性的企业集团。另外，项目系统，包括项目公司、质量监督部、主管副总裁存在履职不到位的情况，特别是在建筑外墙内外墙保温材料的使用和防火封堵的施工上存在管理漏洞，未严格执行集团的安全管理规定。商管系统在安全防范措施和管理上基本控制得比较好，但一些地方公司仍存在检查不到位、监督不到位的情况。

集团总裁丁本锡提出以下两项要求：第一，主管安全副总裁督办集团安监部，将上半年对各系统检查发现的各类安全隐患分类汇总后，书面转发各系统分管副总裁。各系统主管副总裁作为第一责任人，要详细布置隐患整改工作，限定8月25日前全部整改完成。

整改到期后，集团安监部进行复查，并于9月中旬将检查总结及处罚方案上

报主管安全副总裁及集团总裁。处罚对象是各系统、各公司负有责任的一把手。处罚原则是，未进行整改或整改走形式的，对责任人进行扣罚奖金、降级、调岗、撤职等处罚；整改不彻底的，对责任人进行扣发奖金、取消年底晋级资格等处罚。

第二，各系统、各公司，要提高思想认识，将安全工作与经济效益指标和其他业务工作同步开展，严格执行集团安全制度，把好设计、建设、营运等工作中的每一个环节。

丁本锡总裁最后强调，作为公司的高层、高管，各系统主管副总裁及各系统、各公司一把手，背负着集团的期望和信任，要认真、主动做好安全工作这门必修课，天天防范，警钟长鸣，保护集团资产，并对社会负责。



总裁丁本锡在营销工作会上作重要讲话

万达广场营销工作会议召开

6月15日，万达广场营销工作会议在北京万达铂尔曼大饭店举行，集团总裁丁本锡出席会议，对商管系统与百货系统的营销、经营和团队建设等工作作重要指示。他说，集团高度重视万达广场营销工作，要求商管系统与百货

系统抓好集团持有物业的保值增值，使旺场更旺、差场转好；同时，要传承万达文化，夯实团队建设，进一步打造积极向上、求真务实的工作氛围。这是商管与百货两个系统首次联合召开专项会议。（张静）

集团5月营销月度会举行

6月1日，万达集团5月份营销月度考核会在北京万达铂尔曼大饭店召开，商业地产、文化集团相关领导和有关部门人员，各项目公司相关人员参加会议。在全体会议上，商业地产、文化集团的项目系统分别通报了5月份销售指标完成情况和回款情况；商业地产公司财务部通报了5月份项目系统回款情况，以及清欠情况。项目系统5月份营销工作表现优秀的南宁青秀项目代表介绍经验，销售指标完成比例较低的银川西夏项目代表进行述职。全体会议之后，召开了分系统会议，就落实领导要求和销售目标等进行了详细讨论和交流。

（肖宾 廖奇）

奠基

四川广元万达广场奠基

6月6日，四川广元万达广场开工典礼举行。

广元是万达集团继成都、绵阳之后布局四川的第三座城市，广元万达广场也将成为万达集团在四川投资建设的第五个万达广场，同时也是万达集团在川北开发的首个万达广场。项目总建筑面积63万平方米，其中购物中心面积20万平方米。（李宏亮）



领导视察

河北省副省长参观合肥万达

6月4日，河北省副省长杨汭一行参观合肥包河万达广场。（陈杰）

孙春兰视察天津万达文华酒店

6月5日，中共中央政治局委员、天津市委书记孙春兰一行，在集团总裁丁本锡等陪同下，视察天津万达文华酒店，认真查看了工程建设情况。孙春兰对天津万达文华酒店的工程质量、进度以及安全措施都给予了高度评价，并预祝酒店开业顺利，为天津市的发展再创新的辉煌。（李宏亮）

尹蔚民视察宜昌万达广场

6月6日，国家人力资源和社会保障部部长尹蔚民来到宜昌万达广场和万达社区调研就业情况，并对万达创造就业给予肯定。（吴霜）

黑龙江省委书记视察鸡西万达

6月10日，黑龙江省委书记王宪



云南省副省长视察昆明西山项目

魁来到鸡西万达广场项目施工现场考察。（黄续红）

云南省副省长视察昆明西山项目

6月18日，云南省副省长丁绍祥视察昆明西山万达广场项目。（王林）

祝善忠考察合肥万达威斯汀酒店

6月24日，国家旅游局副局长祝

善忠考察合肥万达威斯汀酒店。（王惠）

宁夏副主席视察银川万达影城

6月27日，宁夏回族自治区政府副主席姚爱兴等领导来到银川万达影城金凤店检查指导工作，并听取了工作汇报。姚爱兴充分肯定了银川万达影城金凤店的工作。（胡向云）

集团总部举行读书演讲比赛

6月27日，集团总部和商业地产公司总部举行董事长推荐书目《史上最简单的问题解决手册》读书演讲比赛，来自万达商业规划院的王睿麟获得一等奖。来自商业地产人力资源部的郑晓光和集团审计部的邵波获得二等奖。来自万达学院的焉成成、集团审计部的唐天宗和集团企业文化部的谢菁炜获得三等奖。（刘志峰）



集团举办党员发展对象培训班

5月29日—31日，集团党委在万达学院举办了2013年党员发展对象培训班，对来自集团各系统的92名党员发展对象和12名党务联系人进行了为期3天的培训。（党委工作部）

万达院线举办征文比赛

万达院线于3月下旬至今举办《我为万达添光彩》征文活动，收到近200篇文章，12篇作品当选优秀作品。（严郁郁）

集团“党建在线”改版

集团党委对“党建在线”网站进行改版升级，于6月4日正式上线试运行。新版“党建在线”网站增加了党员风采、心灵鸡汤、国学讲堂、新闻动态、党风廉政等栏目，内容丰富、信息量大、实用性强。（党委工作部）

万达参加 IAAPA 亚洲展

6月5日—8日，国际游乐园及景点协会（简称IAAPA）亚洲展在新加坡举行。万达集团参加本届展会并成为唯一受邀进行专题演讲的中国文化企业。本次展会成员共有来自世界的40多个国家、250家游乐企业参会。（卢波）

万达捐助厦门公交案遇难者

6月7日晚，厦门发生公交车起火伤亡事件，造成人员重大伤亡。万达集团连夜决定，取消原定于6月8日举行的厦门集美万达广场开业庆典，并将取消庆典节约的费用共计100万元全部捐赠给厦门市慈善总会，用于在此次事件中遇难、受伤人员的救助。（企业文化部）

瓦伦西亚希望之星队邀请赛夺冠

6月7日—9日，瓦伦西亚的十名

万达小队员代表俱乐部Infantil B队前往附近的蒙卡达镇参加了一年一度的米盖尔·滕迪略（Miguel Tendillo）杯邀请赛。这是一项有着18年历史的传统赛事，卡西利亚斯、托雷斯等巨星少年时都参加过这一赛事。在Infantil组（13—14岁年龄组）决赛中，以万达小球员为班底的瓦伦西亚队以1:0击败了莱万特队，获得了这个级别的冠军。同时，队长白旭耀获得了“最有价值球员”称号。（足球工作部）

万达“瑞华”员工制服亮相

6月13日，万达酒店管理公司旗下顶级酒店品牌万达“瑞华”员工制服在北京亮相。现场共发布了包括前厅部、客房部、餐饮部等多个部门四季标准制服共计41套。（易萍）

集团参加中国国际商标·品牌节

6月13日，国内规格最高、规模最大、影响最广的商标品牌盛会——“2013中国国际商标·品牌节”在大连举行。国家工商总局副局长刘俊臣、大连市副市长刘岩、世界知识产权组织副总干事王彬颖等领导出席开幕式。万达集团作为国内知名企业品牌代表应邀参加本届商标节并发表演讲。（企业文化部）

武汉电影乐园特种电影报审完成

6月18日，万达文旅规划院完成了武汉电影乐园特种影片的报审工作，5个特种影片已经全部取得由广电总局颁发的拍摄许可证。特种电影的报审在国内尚属首次，万达开了广电总局对游乐项目类特种影片审批的先河。（陈海燕）

集团安全自查和培训演练启动

针对近期国内频发重特大安全事故

的严峻形势，为确保所有在建项目、营运场所的安全，万达集团日前启动了全集团范围内的安全自查和培训演练工作。集团层面总体部署，万达各系统总部统一策划、具体指导，要求各地方公司总经理带队对在建项目、营运场所进行全面、彻底的安全大检查，并在此基础上进行全员安全培训和消防疏散实战演练。（沈金波）

万达文华酒店品牌标准发布

6月18日，万达酒店及度假村管理有限公司发布旗下万达文华品牌的品牌标准。标准全册5.9万字，共涉及8大部分711条标准，包括餐饮、客房、公共区域、工程技术、设施设备、服务品牌项目和产品、服务文化等，以中英文双语发布。（付小潇）

万达义工入选“全国优秀案例”

6月22日，在中国企业联合会举办的“2013年度全国企业文化年会”上，万达义工被评为“全国企业文化优秀案例”。该奖项两年评选一次，为企业文化领域最权威的评选活动。（肖宾）

万达院线全面营销《小时代》

6月27日，电影《小时代》全国上映，万达院线与电影公司提前举办“小时代嘉年华超前点映抢票活动”，于全国60个城市举行，正式上映前就获得百万的票房佳绩。除了提前点映外，万达院线更专场举办《小时代》明星见面会，影片导演郭敬明，率领主演明星杨幂、郭采洁、郭碧婷、谢依霖、商侃、姜潮、陈学冬等青春偶像，于上映两周内至万达院线旗下的25家影城进行造势宣传。此次明星见面会将走访全国二三线城市，除了带动影片票房外，也将树立万达影城在当地的品牌形象，提高影片的上座率。（严郁郁）



上海江桥



合肥天鹅湖大歌星



洛阳万达百货



沈阳太原街商管



昆明项目



沈阳铁西影城

图片故事

FLYING

飞翔 · 万达

文 / 集团企业文化部 田野

为活跃集团员工业余生活，今年三月起，通过各系统各公司企业文化专员，企业文化部以“飞翔”为主题，向全集团员工征集了创意照片。本次主题创意照要求画面中至少有一项可以明显体现万达元素；照片中有人物存在，主要人物符合“飞翔”的要求，双脚离地，姿势不限，越有创意越好。此次征集活动，得到了全集团各系统各公司同事的积极响应，本期月刊特从诸多征集作品中择优展示。



长白山项目



济南项目



南昌项目



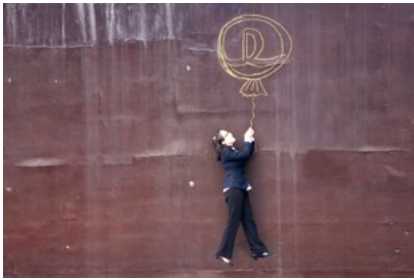
济南项目



济南项目



集团总部餐厅



洛阳万达百货

万达邮轮行英伦



并购圣汐游艇
投资伦敦酒店

**十亿英镑
投资英国**

□领导致辞 □记者问答 □深度解读

6月19日，万达集团宣布投资3.2亿英镑并购英国圣汐游艇公司，投资近7亿英镑在伦敦核心区建设超五星级万达酒店，国际化又下一城。

斥资 10 亿英镑 万达购英国游艇公司建超五星酒店

6月19日，万达集团在北京举行投资英国发布会，正式向外界公布在英国的两项投资，总金额约10亿英镑。发布会上，万达集团宣布投资3.2亿英镑并购英国圣汐游艇公司，投资近7亿英镑在伦敦核心区建设超五星级万达酒店。这是继去年9月并购美国AMC影院公司后，万达集团国际化又一重大进展。

圣汐游艇公司创立于1968年，是世界顶级奢华游艇品牌，年销售额约5亿美元，拥有员工超过2500人。圣汐公司能独立完成豪华游艇的全部设计与建造，被誉为海上劳斯莱斯，是英国皇室专用游艇品牌。万达并购圣汐公司已获国家发改委批准，将于近期正式交割。万达此次并购英国圣汐游艇公司91.8%的股份，剩余股份圣汐现有管理

层按万达并购相同价格购买，说明现有管理层看好万达并购后公司前景。并购完成后，万达集团将保留圣汐公司现有的管理层、在英国的生产基地及全部员工。

伦敦万达酒店项目位于伦敦西部旺兹沃思区的黄金地段，紧邻泰晤士河，可俯瞰海德公园、白金汉宫，与新建的美国大使馆、荷兰大使馆及拟建的中国大使馆相伴为邻。项目投资近7亿英镑，建筑面积10.5万平方米，其中超五星级万达酒店面积约2万平方米，拥有160间客房，并配有伦敦最高的空中泳池；顶级公寓约6.3万平方米，由两栋高200米的塔楼组成，是伦敦最高的住宅建筑。项目建成后将成为伦敦最好的酒店和城市新地标。伦敦万达酒店是中国企业首次在海外投资建设的高端酒

店，标志着万达品牌酒店迈出全球布局的第一步。万达集团董事长王健林表示，世界奢华酒店市场一直被外国品牌占领，海外从来见不到中国五星级酒店。万达决定做先行者，改变这种局面。到2015年，万达开业的五星级自有品牌酒店将超过60家。万达集团决定从今年起，在海外发展万达五星级酒店，计划10年内，在世界8至10个主要城市建设万达酒店。

万达集团跨国发展将采取并购和直接投资两条腿走路，主要围绕万达相关业务，在文化、旅游、零售三个产业进行。2012年，万达集团以26亿美元并购全球行业排名第二的美国AMC影院公司100%股权，迈出了国际化的第一步。今年以来，万达加快了国际化步伐。

■领导致辞

王健林：海外投资不冒进不停滞

尊敬的吴大使、各位嘉宾、各位朋友：

大家上午好！今天是6月19日，在中国文化中是个吉祥的日子，象征着我们长久的发展。首先我代表万达集团全体员工对各位嘉宾的到来表示热烈的欢迎和衷心的感谢！

万达在英国的投资，是继去年并购美国AMC影院公司后，万达国际化战略迈出的第二步，头两次并购都选择在世界上经济最发达的两个国家进行，表明万达国际化战略的基本方向，就是首先选择在经济发达、市场成熟的国家进

行投资、并购。万达国际化战略的基本理念，是“并购为主，投资为辅”，这次在英国把并购和投资都做了。万达国际化坚持一个原则，就是围绕万达集团相关业务，在文化、旅游等方面进行并购。

在这里，我要感谢国家发改委、商务部有关部门对万达集团国际化发展的一贯支持，感谢多年合作的银行给我们的支持。同时，要特别感谢吴大使和英国大使馆给予项目的支持，在很多方面提供了便利，我们今后还会加大在英国的投资。

万达投资伦敦酒店是万达自有品牌

酒店全球布局的第一步，未来十年，万达会在世界上近十个主要城市，投资建设具有万达标志的高端酒店，希望通过我们长时间的努力，完成中国高端酒店品牌在世界的布局，为中国增添光彩。

总而言之，万达集团的海外投资是按照稳步推进的原则，不急于冒进，也不会停滞，根据企业实力和发展步伐，分步骤推进。到2020年，万达集团海外收入将占到全部收入的相当比例，公司完成国际化。

最后，再一次向各位表示感谢，谢谢！

■ 嘉宾致辞

全力支持万达在英投资



英国驻华大使 Sebastian Wood

作为英国大使，我特别高兴参与这个重要的仪式，代表英国政府来庆祝王

健林董事长和大连万达集团取得收购的巨大成功。收购圣汐的决定使得万达和英国的关系进入到一个振奋人心的新时代，英国政府在过去、现在，更在将来都全力支持万达在英国的投资计划。已经有超过 500 家来自中国大陆的公司英国运营，万达并不是唯一从这个世界最开放投资环境中受益的公司，但从投资规模和未来的计划看，万达绝对站在了全球投资者的前列。更广泛地讲，我对将来英国和中国的贸易投资关系保

持非常乐观的态度，中国的下一个阶段要改变经济发展模式，要多一点依靠消费，少一点依靠投资，要发展服务行业，要把中国的品牌、中国的企业国际化，在所有的这些领域，英国会给中国提供帮助，两个国家的经济互补性越来越高。所以，我非常高兴看到像万达这两个特别好的投资项目，我觉得这不是意外，而是很自然的事情。

最后再次祝贺万达集团，祝贺王健林董事长。欢迎到伦敦来。谢谢！🇬🇧

■ 圣汐方致辞

万达尊重我们的品牌



圣汐游艇董事总经理 Stewart McIntyre

圣汐游艇成立于 1968 年，我们 50 年来专注于设计和销售豪华游艇，已成为全球知名游艇制造品牌，并赢得诸多荣誉。圣汐的成功很大一部分原因在于不断设定新的游艇设计及品质标准，并且具有创新和追求卓越的决心，我们一直努力保持全世界第一的位置。圣汐的

经销商网络遍布全球各个国家。圣汐的游艇有不同的尺寸，没有其他的游艇公司能够生产这么多不同型号的游艇。我们的产品很强调质量、速度和风格，它具有非常明显的可辨识度。圣汐营业额接近 3 亿英镑，产品出口到全球 60 多个国家，我们非常自豪地看到在全球推销英国制造的产品，我们希望在未来维护这种体系，给所有的人提供一种满足。更加重要的是我们融入了万达集团大家庭。对于圣汐来说，万达是一个极具吸引力的合作伙伴，尤其是他能帮助我们挖掘出中国市场的巨大潜力。万达是全球休闲文化领导品牌，他承诺继续保持我们生产基地的地位，并且维持我们的品牌，他尊重我们的业务，并且尊重员工和庞大的经销商团队，就像我们之前做的一样。从最高端的人士到相对

中端的人群，圣汐有一个非常庞大的顾客群，万达在游艇产业方面的发展计划对我们来说是一个巨大的机会。万达作为中国超大型投资商，具有各个领域投资的成功历史，我们有一种感觉：万达通过这个并购给我们提供非常好的机会，能够加强我们的团队建设，增强我们的融合，我想这对于我们来说非常重要。万达也承诺未来将会维护我们现有的运行方式，并且给我们提供很多新的资金，把我们也建成一个非常伟大的公司。圣汐有一句口号是——“追求没有边界，不论什么阻挡我们”，万达和圣汐一样，都有成功的雄心壮志，这样一种结合将会结出硕果，既保证我们的品牌提升，也能使我们在中国奢侈品行业得到发展，这是我们未来的脚步。非常感谢你们的聆听。🇬🇧



发布会在温和有序的氛围下进行

■ 记者问答

新闻发布会问答

时间：2013 年 6 月 19 日 地点：北京万达索菲特大饭店
主题：英国圣汐游艇公司并购发布 伦敦万达酒店投资签约仪式

提问：万达的业务主要是四个产业，现在为什么要收购游艇业务，这是不是万达在进行多元化？

王健林：游艇跟我们的主要业务是有关系的。万达在青岛、大连、三亚都规划了游艇俱乐部。一个俱乐部至少自有 10 艘游艇，三个俱乐部就是 30 艘，我们分析，买 30 艘游艇还不如直接把游艇公司买了。

圣汐公司财务状况良好，销售额 3 亿多英镑，利润 3000 多万英镑。我们反复分析以后决定买下来，买下后起码在建设三个游艇俱乐部时会省下一些钱。我们也在思考选择中国沿海某个城市建设新的圣汐游艇工厂，这样国内

消费者的成本会大幅下降，刺激一部分人消费游艇。

提问：中国奢侈品消费市场正在快速增长，同时中国正处于经济转型期，是不是这些因素影响了万达集团的并购？

王健林：首先是中国消费市场发展，特别是高端市场的发展非常迅猛。比如说私人飞机和豪华游艇，每年的消费都是倍增。我们在美国湾流公司看到，一条生产线上生产的六架飞机，五架都是中国的，中国三亚等城市每年都举行游艇展。第二是万达业务需要，我们已经规划了三个游艇俱乐部，都会根据需求配备游艇。第三，政策扶持，豪华游艇是国家发改委



发布会签约现场



图说
各路记者踊跃提问

明确规定的鼓励性产业。

提问：刚才万达介绍在中国已经规划有三个游艇俱乐部，还提到一个数字，大概每一个游艇俱乐部需要300艘游艇，而现在圣汐的年产量只有180艘。产量增加是否会对品质产生影响？

Stewart McIntyre：在任何条件下，我们都绝不会做对品牌价值有任何负面影响的事，我们绝对不会让这样的事情发生。目前我们的产量还有上升空间，只要市场有需求，我们可以达到年产300艘游艇。而且我们还拿到可以拓展生产基地的新的土地，进行产业链、生产线的拓展以后，我们还能增加产能。我们也在紧密和万达集团进行沟通和协调，不断调整产能，在产能加大的同时保证我们的游艇品质不受丝毫的影响。所以再次强调和重申，绝不会因为产能需求增加而降低我们的品质，更不会使我们的品牌受到负面影响。

提问：从去年的AMC并购到今年的圣汐并购，万达的国际化步伐越来越宽，万达自身如何调整管理模式，以适应跨国公司的管理？

王健林：万达不强调被并购的公司一定要输入现在的万达文化。流行的观点说并购一个公司最困难的是文化整合，我不赞同这样的观点。并购一个小的企业也许可以进行文化整合，像AMC、圣汐这样的公司，都有很多年的历史，已经形成自己的文化、管理模式，很难改变。作为一个跨国企业，应该允许多元文化的存在，允许被并购公司保留原有文化。万达并购后不派出管理团队，AMC只派了一个联络员，圣汐也将保留原有的团队。圣汐管理团队和创始人愿意与我们同样的并购价格，购买这家公司百分之八点几的股份，这充分说明他们看好并购前景。我们主要是靠制度激励，投行、基金持有企业，并不是想长期经营企业，而是等待合适时机加价卖出去。万达进去等于有了一个好主人，再给适当激励，我相信原有管理层会干得更好。☺

深度解读



强硬而真诚的谈判

6月19日，万达集团宣布投资3.2亿英镑并购英国圣汐游艇公司，万达集团国际化又下一城。投资管理中心并购业务部的同仁们亲身经历了此次并购。6月中旬，并购业务部总经理贾梁、副总经理杨海鼎对本刊记者详解了此次并购背后的故事。

文 / 集团企业文化部 肖宾

交易历时近一年

杨海鼎介绍说：“大概在去年7月份，第三方机构推荐了圣汐游艇项目。当时董事长认为游艇产业是未来发展的一个趋势，就安排我们部门做相关的行业、企业调查。通过调研，我们从产业角度看到了几个机会，一是中国的游艇进口要征收45%的奢侈品税，如果在国内组装的话，成本可大幅下降；二是游艇产业发展的一个很大瓶颈是泊位，目前香港的泊位已经百分之百都满了，而大陆市场还有很大潜力，万达计划做三个游艇俱乐部，建有大量的泊位，有了泊位后，集中保养、管理，商圈功能才能出现，如果万达开始系统地去做相关工作，那未来潜力是巨大的，与我们文旅产业的发展方向非常契合。三是美国等成熟经济体的人均游艇数量，要比中国高得多，中国潜力很大。从公司角度看，圣汐公司之前遇到一些困难，基金进去后做了一些整合，已经见到了成效。可以预计到万达入主后，能给公司很多的帮助，而且这个品牌在欧洲、亚洲特别好，在美国也很有影响力，每年生产

180艘到200艘，卖到六七十个国家，每年在中国能卖十几艘，未来卖到上百艘都有可能。”

杨海鼎回忆道：“我们执行团队在集团领导的指挥下，进行了多轮谈判、实地考察。2012年11月签署了投资备忘录，获得了排他期，商谈初步的价格意向。去年12月份聘请了尽职调查的顾问。今年一月份，刘朝晖带队去伦敦，进行深入谈判，达成双方认可的框架协议。随后双方的律师团队又对诸多协议条款进行谈判。3月份，贾梁带队去香港，和对方做了新一轮的谈判，对一些主要核心条款做了确认。4月8日，双方签署股权购买协议。在最终签署协议之前，我们对所有的核心条款、附属条款都进行了清定，理清了所有的潜在风险点，包括资金的安排、未来公司架构、交易结构的搭建，并购后的整合安排、管理层激励问题等等。”

谈判如同走钢丝

在此次并购中，贾梁最深的感触是：谈判中，你会觉得你没有永远的朋友，也没有永远的敌

上图
圣汐游艇公司创立于1968年，是世界顶级奢华游艇品牌



上图
圣汐游艇遨游在大海中

人，所有人做的事情既可能有利于你，也可能会伤害你的利益，最关键的是去维持一种微妙的平衡。

去年底进入尽职调查后，了解到这家企业内部情况也比较复杂。比如该公司的创始人现在七十岁了，创立这家公司已经五十多年了，但现在还在公司工作，还非常有工作激情，但他现在已经没有公司股份了，因为他在经营管理过程中犯了一些错误，把股份卖给一家基金了。基金追求的是利益最大化，而创始人的动力则是维持公司的品牌，公司已经像他的一个孩子那样。

贾梁介绍说：“尽职调查过程中，我们发现的这些信息，对我们以后制定计划有很大帮助。这次并购并不是简单的价格、财务方面的行为，而是蕴含了许多错综复杂的关系。比如基金既要依赖创始人去推动业务的发展，但又没有给他实际的权力，在这种情况下，创始人对基金有一些怨气。当看到我们作为新的投资人进来以后，他觉得这是一个机会。我们就利用这样一个机会，

进一步深入了解到公司的一些信息。但因为这位创始人当年经营中所犯的错误给公司带来了一些麻烦，所以在最后的合同安排中，对这位创始人的权力进行了一些限制，要求他对后续的、潜在的一些风险提供一些保障。”

“我们跟管理层打了很多交道，管理层也是关系非常微妙的一个群体。谈判中跟卖方的博弈很困难，因为我赚一块钱，就是你输一块钱，但大家都想把这个交易做成，会不断地沟通，去寻求达成交易。更难的是跟管理层的博弈，因为你不能谈太狠，跟基金那边你可以用各种方式去谈、去压价，但对待管理层就不能这样，如果谈得太狠，那管理层很受伤，在以后的管理中就会出问题，这就特别考验我们把握平衡的能力以及耐心。我们希望管理层能够保持股份，因为他们对我们的能力还是认可的。维持一个合理的平衡，让他们有足够的积极性，能够留下来继续为我们工作，这是一个很重要的工作，最后我们约定，管理层必须在公司工作够一定年限，如果达不到的话，

将受到相应惩罚；同时，我们也约定好奖励措施，确保他们有足够的动力。这样，既保证了管理层的稳定性，也保证了管理层工作的积极性。这也是此次并购的一个关键点。”

杨海鼎介绍说：“虽然并购团队很年轻，但因为收购 AMC 的经验，整体进展还比较顺利。比如律师、会计师帮我们查出一些风险点后，我们都要求对方对这些潜在的风险进行陈述和保证。不能保证尽职调查是完美的，但我们用条款去覆盖掉，一旦出问题，那并购价款中会有专门部分来覆盖这些风险，假如潜在风险变成现实风险，不会让公司受到损失，确保了万达利益。我们对关键点的把握非常准，掌握住了谈判中对方情绪的变化。比如今年一月在伦敦的一次谈判中，对方提出不谈了，觉得我们提出的条件太苛刻。因为爱尔兰公司去买英国公司的时候，可以当天付款、当天实现股权交割，但这一点在中国是不可能的，其间还需要发改委、商务部的审批，这流程按规定走下来大概要半年左右，这期间自然会存在很多的不确定性，外国投资者对此不是很理解。在这个问题上，我们很好地把握住对方的情绪，和对方做了很好的沟通，但在条款上没做任何让步，在谈判中既强硬又真诚。”

估值看重协同效应

此次并购圣汐价格为 3.2 亿英镑，是其息税前收益的八倍左右，该估值的计算依据是什么呢？

贾梁表示，估值要考虑的几个因素：第一，要看你是控股型的，还是少数股权，如果是少数股权投资，那完全可以随行就市，如果是控股型的投资，那估值就不一样了，需要付出一定的溢价；第二，影响估值的还包括标的公司的品牌稀缺性，以及它经营的稳定性；第三，万达投这样的企业，并不只是把眼光局限在这一个企业上，还要看它的战略协同价值有多大。中国的文化旅游市场已经迈入蓬勃发展阶段，这时候放眼全球，可供出售的高端游艇企业也就一两家。“我们在海外并购中未遇到太大的障碍，主要是因为我们的策略很清晰，因为集团战略方向定得很清晰，执行起来就会

容易。我们看海外并购机会，都是和我们的商业地产、文化旅游有紧密关联度，都是能给我们带来巨大协同价值的公司，同时我们又能给这些公司带来很多的价值。”

贾梁举例道：就像院线，院线本身并不是一个暴利的行业，但因为我们在中国是行业老大，买了 AMC 以后，现在全球最大的院线，如果进一步收购的话，我们将成为全球市场份额最大的院线，到那个时候，我们的话语权就不一样了，就可能会对整个行业，从制片到发行、放映的利润分配进行调整。这种并购逻辑就会让出售方、管理层很容易理解。这次收购圣汐，通过与游艇公司的管理层沟通后，大家很容易形成共识，游艇在中国市场有点像二十年前的汽车市场。我们在做很多文化旅游的投资，圣汐本来是一个与海洋文化主题相关的高端品牌，可以带来很多的附加值，可以做酒店，后期的保养、服务，建泊位等等，还可以赚除了圣汐之外其他品牌游艇的钱，这都是要通过圣汐公司才可以实现的。如果我们从零开始，完全自己打造这样一个项目，发展一个以海洋文化为主的业态，那是比较困难的，需要花大量的时间、精力，但通过这次并购，这一切现在就可以操作了。我们的这个逻辑很清晰、很好理解，卖方、管理层也都能接受我们，能感受到我们的真诚，知道我们不是来忽悠的。在并购这个行业中，对卖方来说，他们最关心的其实不是价钱，而是你来跟我谈，你到底有多大的诚意，这笔交易的确定性有多大？当谈下来发现你是最好的买家，而他们是最好的标的时，这个交易的确定性就很大，大家就很容易谈得很深入。换个角度来讲，比如我们是去并购 LV，那这个并购逻辑就很难让对方理解，对方会觉得你一个搞商业地产、文化旅游的企业，并购我们干吗？你讲出一百个理由，他们都不会信，确定性不强，谈判的深度自然要打折扣。

贾梁表示：“在这些思路、原则都非常确定的情况下，我们的并购只会越来越容易，通过 AMC、圣汐这两次并购，以后各种程序也会更清晰，市场也会认为万达已经形成了成熟的战略，有一个成熟的团队。”

有了 AMC 这个成功收购案例在前，可以吸取此前的案例的经验，比如交易的架构、比如管理层的激励问题、怎么去把握一些谈判中的关键节点，AMC 的案例都给了我们很多经验。



南昌万达文化旅游城开工

6月18日，万达集团投资的中国最大文化旅游项目之一——南昌万达文化旅游城正式动工，这是继哈尔滨万达城之后，万达集团在全国开工的第二个万达城，也是江西省三十年来投资规模最大的单个项目。江西省委常委、南昌市委书记王文涛，南昌市长陈俊卿和王健林董事长等出席开工仪式。



南昌万达城做全球最大海洋馆

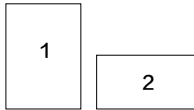
南昌万达城规划有文化项目、旅游项目、商业项目、酒店区、滨湖酒吧街五大内容，汇集了丰富的现代文化旅游要素，文化、娱乐、购物、休憩等多样功能业态为各类人群提供了多彩的选择。

文 / 文化旅游规划院 高昊 王聪

6月18日，南昌万达文化旅游城正式动工，这是继哈尔滨万达城之后，万达集团在全国开工的第二个万达城，也是江西省改革开放以来投资规模最大的单个项目。南昌市地处赣江、鄱阳湖和长江“两江一湖”的交汇地带，“襟三江而带五湖”，从古至今均是华中最重要的城市之一。南昌是沉淀着厚重历史的革命历史名城，又是朝气蓬勃的未来都会。南昌万达文化旅游城位于红谷滩九龙湖新区，毗邻新的省级行政中心，交通十分便利。游客沿规划的南

北向城市干道——九龙大道和城运大道，40分钟车程内可到达滕王阁、火车站、西客站、昌北国际机场等城市重点地段。规划地铁2号线在万达城设有站点，保证游客出行的多样性。

南昌万达城总投资近400亿元人民币，其中文化旅游项目投资210亿元，占地160公顷，总建筑面积80万平方米；可同时容纳5万名游客，预计年接待游客2000万人次；直接创造3万个就业岗位，预计年收入50亿元，年纳税超过5亿元。



图说

图1 南昌万达文化旅游城鸟瞰

图2 南昌万达文化旅游城奠基仪式



1

2

上图

图 1 南昌万达文化旅游城内文化旅游综合体

图 2 南昌万达文化旅游城中央景观带

绿色空间

万达城是万达集团凭借多年在商业、文化、旅游产业积累的丰富经验，创新的世界特大型文化旅游商业综合项目。相比较商业综合体，文化旅游城项目的集群化规模、综合化功能对城市公共空间的营造、城市空间形象的展示作用更为突出。

南昌万达城占地面积 160 公顷，包含万达城、室外主题公园、酒店区三大板块。项目根据各功能分区自身特点，延续了城市空间规划中“绿脉”的规划理念，利用室外主题公园融入城市中央景观带，度假酒店与环九龙湖景观带统一规划，强化沿赣江景观带等规划手法打造出万达城绝佳的“山水洪城”城市景观。中央景观带和夹河景观

带利用现状地形营造出供市民日常休闲的室外活动场所；环九龙湖景观带结合度假酒店和酒吧街建设，使九龙湖南岸向城市打开，为南昌市打造顶级滨水度假休闲区。整个万达城项目的绿化景观设计结合九龙湖当地水资源丰富、地形变化起伏的特点，独具匠心的公共空间设计使游客在万达城中体验回归自然的感觉。

在竖向设计中，利用南昌万达城区域现状丘陵地形，各功能分区在设计时结合地形，充分利用现有自然资源，顺应现状地形地貌，在减少土方量的同时，注重对自然生态的保护，强化绿化景观的优势及连续性，强调万达城绿色生态环保理念。

创意组合

南昌万达城规划有文化项目、旅游项目、商业项目、酒店区、滨湖酒吧街五大内容，汇集了丰富的现代文化旅游要素，文化、娱乐、购物、休憩等多样功能业态为各类人群提供了多彩的选择。

文化项目包括：大型舞台秀、电影乐园、电影城、量贩 KTV、电玩城、儿童天地。其中大型舞台秀由世界顶级艺术大师策划导演，给游客带来耳目一新的视觉盛宴。电影乐园引进世界最新电影科技娱乐项目，互动影院让游客在虚拟的西游记 3D 立体世界中与各种鬼怪互相打斗，决一胜负。飞行影院动感座椅带给观众身临其境的飞翔体验，在空中立体感受江西大地的壮丽美景。电影城设有 14 个厅、3000 个座位，是中国设施最先进的电影城之一；大歌星量贩 KTV 是汇聚时尚的健康娱乐场所；电玩城涵盖电子竞技等娱乐节目，为市民提供欢快的体验场所。

旅游项目包括：室内海洋乐园和其他游乐设施。室内海洋乐园由世界著名的美国 TVSA 公司担纲设计，建成后将成为全球规模最大、创新最多的海洋馆，设置有“海底环游”、“鲨鱼码头”、“国宝中华鲟鱼馆”、“海洋剧院”等七个主题展示区。精彩的海洋动物表演及互动项目，让大人和孩子共度欢乐时光。

万达城商业中心建筑面积 10 万平方米，将各个室内文化项目有机连接在一起。商业中心荟萃国内外时尚品牌和 40 家全球美食餐厅，让游客体验舌尖上的世界。



酒店区占地 35 公顷，规划 9 个度假酒店，包括 1 个六星级酒店，1 个五星级酒店，2 个四星级酒店和 5 个三星级酒店，共有 4000 间客房，6000 个床位。大型会议中心建有 2000 平方米的超大宴会厅，将南昌市的旅游会议设施提高到世界一流。滨湖酒吧街建筑面积 2 万平方米，引进 20 家国内外著名品牌，为游客提供现代休闲生活。

特色文化

在创新突破、集中体现现代文化旅游要素的同时，南昌万达城深入发掘江西特有的历史及民俗文化，如瓷文化、红色文化、雉文化、客家文化、道家文化等，对一系列文化元素进行挖掘、提炼和创新，将其运用到万达城的建筑造型、节目创意、主题包装、文艺表演中，使南昌万达城成为一个可参与、可持续、可操作的文化载体，而不是简单的文化资源展示。

万达城立面利用传统建筑元素符号，将传统文化与万达城结合，打造出具有文化内涵的地标性建筑。互动影院主题来自于神话故事“西游记”，游客在互动游玩的同时体验着传统文化的魅力。飞行影院让游客直接从感官上领略江西自然风土文化风情。

万达城展示中心的建筑立面采用浮釉印刷

玻璃模拟青花瓷的效果，远看展示中心犹如一个即将开启的宝盒，景观上突出中国江南园林的精髓，小桥流水、曲径通幽的意境，突出中国园林文化。

主题公园充分发掘江西历史文化中物质和非物质文化遗产资源。其中包括重要地物地貌、传统表演艺术、地标建筑、著名历史人物、神话传说等，利用现代技术、包装形式和表现手法，在主题营造中传承历史，弘扬当地文化。

酒店区设计充分利用当地的休闲文化特色，建筑布局考虑到与九龙湖相协调的建筑形态，将中国园林中悠悠水景的精华充分体现出来。

南昌万达城不仅提供了需坐下来静静欣赏、仔细品味的传统文化元素，也将地域文化元素与现代科技结合，用故事、节目将传统文化内容进行重新表达演绎。融合、创新的设计手法让游客在熟悉的传统文化氛围中体验全新的文化魅力，提升文化品位乃至文化素质。

南昌万达城的开工建设标志着南昌这座具有独特文化旅游资源的城市，迎来了文化旅游产业的再次腾飞发展，开启了文化旅游全新市场，提升了南昌城市形象与地位。南昌城市地位将由此改变，使南昌成为中国文化旅游名城。

1

2

上图

图 1 南昌万达文化旅游城室内海洋乐园

图 2 南昌万达文化旅游城酒店区

厦门集美万达广场 打造浓郁闽南文化风情

在快节奏的大商业时代寻觅一份悠悠的地域文化情怀

文 / 集团企业文化部 官晓锋



“集美万达广场是一件精美上档次的艺术品，如果不挂‘万达广场’的牌子，很可能会被认为是一座博物馆，这在全国 70 多座万达广场里独此一家。”厦门项目公司总经理王立军说。“嘉庚精神与万达的企业文化是相符的，万达在陈嘉庚的故乡精心打造一座万达广场也是向陈嘉庚致敬，造福陈嘉庚故乡的人民。”

集美、陈嘉庚与万达广场

集美是一个特别的地方。这里有中国最著名的“学村”——集美学村，有中国最著名的华侨——陈嘉庚。集美与厦门岛隔海相望，是从大陆进入厦门岛的桥头堡。这里蓝天碧海，风光旖旎，典雅别致的楼台楼阁掩映在郁郁葱葱的热带植物中。

集美古称“浞尾”，浞江之尾的意思。明末这里出了一个叫陈文瑞的进士，他认为家乡的名字不雅，于是大笔一挥，浞尾变成了“集美”，集天下之美也。1874 年，被毛泽东誉为“华侨旗帜、民族光辉”的爱国华侨领袖陈嘉庚诞生在这里。陈嘉庚 17 岁时随父闯南洋，成为新加坡著名的“橡胶大王”。他坚信“教育为立国

之本，兴学乃国民天职”，曾说过“财自我辛苦得来，亦当由我慷慨捐出”的豪言，将赚得的钱拿出来为祖国培养有用人才，建设一个能与“欧美列强并驾齐驱”的民主富强的新中国。

1913 年，陈嘉庚怀着“教育救国”的满腔热忱回到故乡，先后创办了蜚声中外的集美学村和厦门大学等系列学校。这些校园里矗立着一批中西合璧风格独特的建筑，呈现出闽南式屋顶，西洋式屋身，南洋建筑的拼花、细作、线脚等，被称为“嘉庚风格建筑”。

如今的集美已成为厦门市下辖的一个区，位于闽南金三角的中心地带，是厦门市重要的工业区、文教区和新城区，拥有集美大学、华侨大学、厦门理工学院等 14 所高等院校及科研

院所，在校大学生人数 10 余万人。然而长期以来，集美一直没有一个现代化的大型商业中心。

2013 年 6 月 8 日，集美万达广场开业。这块散发着浓郁文化气息的土地终于迎来首个城市综合体，同时也是厦门北部规模最大、规划最佳、业态最全、品牌最优的商业中心。从此，人们在游览这里的名胜古迹之时，又多了一个集购物、餐饮、文化、娱乐、商务、休闲等多功能于一体的站式消费空间。

远远望去，集美万达广场犹如一幅展开的精美建筑画卷，气势不凡，既秉承万达广场一贯简洁大气的立面风格，又沿袭了嘉庚建筑文化的坡屋顶、燕尾脊、红砖墙，古典中蕴含现代时尚，被称为“最有文化的”万达广场。

“集美万达广场是一件精美上档次的艺术品，如果不挂‘万达广场’的牌子，很可能会被认为是一座博物馆，这在全国 70 多座万达广场里独此一家。”厦门项目公司总经理王立军说。“嘉庚精神与万达的企业文化是相符的，万达在陈嘉庚的故乡精心打造一座万达广场也是向陈嘉庚致敬，造福陈嘉庚故乡的人民。”

厦门市规划局局长赵燕菁多次在公开场合称赞集美万达广场是一件经典作品，在全市范围内推广介绍。他表示，感谢万达为厦门投入这么大的资金，打造了具有“新嘉庚风格”的现代商业广场，这充分说明万达是有追求的企业。

王健林董事长表扬说，集美万达广场室外步行街“风格精致，商业氛围很好”，为后面的招商运营创造了条件。

规划与建筑：闽南文化气质

集美万达广场与地域文化气质是如此地契合，厦门项目公司规划副总梁智强用了一个形象的说法来形容：“就像是当地的泥土里长出来的。”

“我们用文化的主线，从外到内贯穿集美万达广场，把文化主题做足做透，用现代的手法展现传统的神韵。只有重视文化，我们才能打造个性鲜明的购物环境，为顾客提供独特的消费体验。”梁智强说。

集美万达广场大商业外立面、室外步行街、景观和内装大量采用闽南文化符号和元素。在幕墙设计时，参考闽南传统花格窗的做法，设计了陶土花格组成的“壁柱”造型。为了使立面更为精致，在立面上花岗岩覆盖部分的顶部和底部分别加上了以“厝”字纹为母题的线框花纹，而“厝”字纹也是闽南传统建筑中随处可见的文化符号。

厦门地处东南沿海，炎热多雨。该地区屋顶舒展深长，屋脊一般两端起翘，末端分叉为二，形似燕尾，又被称为“燕尾脊”。项目设计者将传统的燕尾脊尖锐造型抽象成两根截面为圆形的钢管，大方简练。

受闽南传统民居错落有致的屋顶的启发，设计师用15块大小不一的砖红色造型体将广场原本略显单调的平屋顶覆盖，形成了丰富的屋顶造型，使得建筑群具有了传统闽南民居聚落的韵味。如瀑布般向下延伸的屋面将建筑主体的墙身与屋顶连成一体，使建筑物具有很强的整体性。层层叠落的轮廓优美的砖红色铝板屋面，配以高高翘起的白色屋脊，简洁统一，地域色彩的热烈搭配，具有极强的视觉冲击力。

在厦门本土海洋文化的影响下，集美万达广场临水的南立面设计中将船帆的形象加以抽象化处理，并与传统闽南建筑的屋顶相结合，形成了充满层次感的风帆造型，象征着“扬帆起航”、“一帆风顺”等积极向上的含义，也传达出企业的美好愿景。

室外步行街“集美金街”以当地流行的“嘉庚红”、“闽南灰”的色调组成，大量使用了本地的泉州白花岗岩和胭脂砖。胭脂砖是闽南

传统建筑的一大特色，金街的部分店铺运用传统胭脂砖纹组成精美的门套，配以花岗岩线脚，带来了虚与实、红与白的对比，极富地域特色。

整个金街由四组惠安女雕塑及一个主题雕塑连贯整条金街，每个惠安女形态各异，仿佛都在诉说着她们各自的故事，却又不失整体协调。沿金街还依次设置了牌坊、骑楼、胭脂砖门套、异形玻璃等不同形状、不同材质的单元体，创造了时尚、趣味的商业体验空间。

王健林董事长表扬说，集美万达广场室外步行街“风格精致，商业氛围很好”，为后面的招商运营创造了条件。

在景观设计和室内装修上，项目也着力融合现代商业建筑与地域文化，通过对当地文化的提炼形成设计主题图案，使用不同质感的装饰材料并配合灯光等手法，应用在各个空间和配套设施上：如导向标识的造型、中庭观光电梯的玻璃以及接待台、入口墙面等，处处展现出浓郁的闽南文化气息。

万达商业规划院集美万达广场项目的管控负责人曲娜说：“建筑是文化的载体，万达广场是商业行为与建筑文化的综合体现。在快节奏的大商业时代寻觅一份悠悠的地域文化情怀，从而对购物者的行为进行吸引和引导，是厦门集美万达广场进行的一个大胆探索。”

她指出，厦门集美万达广场用现代的材料工艺及表现手法结合地域文化元素，完美地塑造出特色鲜明、张力十足的整体效果，营造出人性化、细腻亲切的商业空间与视觉感受。

抢工期 保品质

厦门集美项目由于工程地质属于填海淤泥，场内地基与基础施工难度大，光是原工程旧桩就有约1100多根，地下工程比计划模块化延期3个月，直到2012年7月31日主体才封顶，造成工期极其紧张，项目公司面临着抢进度和保品质的双重挑战。经过2个月的艰苦奋战，到9月底已经完成大面工作，铺设完机电主管线，为内外装和百货进场创造了条件。

“品质不是抢出来的，是磨出来的，因此要为最后的精雕细琢赢得充分的时间。”总经理王立军说。



项目公司展开“第三只眼看世界”活动，在建设过程中把设计、成本、营销等部门，以及商管、百货等各方面资源组织起来，全面参与工程建设全过程监控与督导，并结合工程例会、监理例会等管理平台每周用销项法排查一遍，使工程质量管理水平得到实质性提升。由设计牵头，工程、成本、总包、监理和各施工单位，以及商管和百货、影院、大歌星一起组合，成立外装、内装、景观、泛光、地下室等专项品质提升组，确保工程质量。总经理每天巡视现场，内装出问题立刻要求砸掉重做，还要处罚，“我想要让大家知道这个项目的总经理是非常重视品质的。”王立军说。

集美万达广场南邻饮用水源集美水池，项目公司主动与当地政府协调，在保护饮用水源的前提下整治水池周边环境，既保护了白鹭栖息地，又使滨水地带成为市民休闲好去处，。

招商运营：“小而精”

集美万达广场位于集美老城区，项目面积占地4.16万平方米，总建筑面积近16万平方米，由室内大型购物中心及室外餐饮酒吧街构成。

室内大型购物中心有6层，引进万达百货、万达影城、大歌星KTV、大玩家超乐场、永辉超市、乐购仕电器、食汇堂酒楼共7大主力店，集合服

装服饰、餐饮美食、娱乐休闲、生活精品等多种业态。室外餐饮酒吧街总面积达2.1万平方米，倚湖而居，风情款款，独具特色。百余家风情酒吧将聚集于此，成就集美独特的时尚休憩空间。

集美万达广场是厦门继湖里万达广场之后开业的第2座万达广场。开业后，一系列有力的PR活动，如梦幻人鱼秀、cool萌巡游乐、集美万达风尚大典、时尚名车展、至上励合歌友会、八闽大戏台以及美食半价、千万红包来店即送、万名女生享好礼、满额赠礼等促销活动，吸引了大量周边客群。首日客流量便突破20万人次，前5天客流总量达到60万人，销售总额突破2000万元。

“小而精”是集美万达招商工作的原则，广场努力为商家搭建良好的销售平台。集美万达既引进了TOMMY HILFIGER、J.LINDBERG、LEE、LEVI'S、VERO MODA等较高端国际潮流品牌以体现品质，也引进了许多适合周边消费水平的商户。三楼美食广场汇聚40余间餐饮名店，既有味食尚、悦芙蓉、岳麓湘味等特色地域美食，也包括汉拿山、帕提亚、鱼旨寿司等异域风情主题餐饮，大丰收、永蛙田鸡、陶乡涮涮锅等特色餐饮，DQ、满记甜品、找茶等休闲餐厅，一些本地餐饮品牌首次被引入，可谓应有尽有。☞

上图
厦门集美万达广场外景

无锡惠山万达广场 开启大无锡商业新时代

开业当天，惠山万达开业客流突破 18 万人次，销售 700 余万。当天来到万达广场的顾客“v 爱比甘蔗甜 v”说：“这辈子都没见过这么多车、这么多人。南京奥体演唱会或者温布利球场的足球赛都没有这么多人。”很多网友也在微博上晒出当天广场内人山人海的照片，感叹万达广场的非凡吸引力。万达所到之处，繁华必至。

文 / 集团企业文化部 伍文静

开启大无锡商业新时代

东南沿海长江三角洲，太湖之滨——无锡，中国十大经济城市之一，素有“小上海”之称。2010 年，万达商业地产首次进入无锡，带来无锡滨湖万达广场。随后，万达又在这个富饶的鱼米之乡区域，开业江阴、宜兴两座万达广场，将大型城市综合体和一站式消费生活理念带到当地。如今，锡北惠山区，这个无锡特大城市规划蓝图中的副中心之一，也迎来了大型城市综合体——惠山万达广场。万达精心打造的这张锡北新名片势将开启大无锡的商业新时代。

区域核心 商业龙头

2002 年 2 月，经江苏省政府批准，设立江苏省无锡惠山经济开发区。市、区两级政府决定将惠山经济开发区纳入惠山新城进行整体规划、开发和建设，并逐步将惠山新城建设成一个集惠山区政治、经济、文化、科教、商贸、休闲为一体的新城区，成为无锡市重要的城市组团。经历十余年发展，惠山新城基础设施建设逐步到位，众多企业前来考察、洽谈、投资。万达的加入，无疑为惠山新城带来了新的腾飞引擎。

无锡惠山万达广场位于惠山新城核心地段，政和大道与吴韵路交界处，毗邻惠山区图书馆、区人民政府。作为锡北首个城市综合体项目，万达广场的规模、品牌、业态、功能，都树立了全新的生活标杆。她的开业，一改惠山新城周边多为社区商业、缺乏有影响力综合商业的局面，将新的生活方式和高品质消费场所带到

消费者身边，将国际知名的品牌、行业领先的商业模式与运营带到惠山新城，不仅促进了当地商业繁荣，创造大量就业和持续税收，还对惠山新城的规划建设、推动区域商业和产业转型升级、提升惠山区服务业发展水平具有十分重大的意义。

时尚精致 用心品质

无锡惠山万达广场总建筑面积约 36 万平方米，虽没有恢宏的大体量，但整个项目十分精致。项目外观设计利用富有体量感的三角体块形成立体雕塑群，倾斜动态的表面极具视觉张力。夜幕降临，流光溢彩的玻璃幕墙闪烁着霓虹的绚烂，又为城市增添一景。惠山立面动画以雅尼的名曲 Santorini 为背景音乐，整个动画分为六个章节：飞跃山川、跨越时空、江山如画、太湖风光、蠡湖夕照、光影幻夜。幕墙灯光根据音乐节奏的变化来展现内容，动静有序。

广场内装设计上结合地域特色，以“渔”为主题，点滴用心尽显万达品质。入口处“金网捕千条”的撒网状天花，营造出渔网捕鱼、鱼跃水面的效果；圆中庭的“鱼鳞送秋波”如同眼见鱼跃水面、波光粼粼；直街的“船破层层浪”演绎了千条渔船行进太湖水面的生动画面；椭圆中庭的“宝船载万金”则展现了夕阳余辉下渔船满载而归的喜悦。

万商云集 体验丰富

无锡区域因其全国领先的经济水平，城市消费需求旺盛，当地各式商业遍地开花，



消费能力强劲。这是商业发展得天独厚的优势，也带来了残酷的竞争。而惠山万达广场凭借其强大的品牌影响力，依然实现了按时满铺开业。

惠山万达广场引入的万达百货、大歌星 KTV、IMAX 国际影城、同庆楼、永辉连锁超市、大玩家、优衣库、H&M、爱婴岛等九大主力店，极大满足了周边居民的休闲、购物需求。以往问起惠山居民最缺什么，答案一定是菜市场。永辉超市旗舰店的入驻，让惠山新城居民在家门口就能买到生鲜产品。而惠山万达国际影城拥有的 IMAX，也颠覆了当地影院不如上海的陈旧观念。

广场室内步行街与多个国际知名品牌合作，首次进入惠山新城。广场内更有 9600 平方米的超大美食广场，以“一店一色”的特色，集合了同庆楼、大班豆捞、泓历小厨、小肥羊、蜜桃、黄记煌、韩悦、西缘牛排等 24 家餐饮名店，真正做到了按业态、品类、口味、级次丰富细分，成为客流的发动机和体验观点。惠山万达广场的招商品牌组合契合并引领了市场，充分彰显了万达广场品类齐全、功能完善、体验丰富等特色。

鱼米之乡 繁华之上

惠山万达广场开业当天，多数商家推出巨幅优惠。年轻人较为喜欢的品牌欧时力，一般买满正品 2800 元才能办理一张 VIP 卡，但是惠山万达广场开业这几天只需购买 1800 元就能升级为 VIP 会员。一家同类风格的女装店，很多新品拿出高达 5-6 折的折扣。店员称：“这些新品在市区其他门店都是不打折的，而且开业期间还有很多一口价的服饰，配合此次开业活动，只要购物满 88 元即有机会 100% 中奖。”另外，广场还推出了“开业大请客，美食免费吃”活动，不少提前参与微博报名的市民可享价值 200 元的免费大餐一桌。

开业当天，惠山万达开业客流突破 18 万人次，销售 700 余万。当天来到万达广场的顾客“v 爱比甘蔗甜 v”说，自己“这辈子都没见过这么多车、这么多人。南京奥体演唱会或者温布利球场的足球赛都没有这么多人。”很多网友也在微博上晒出当天广场内人山人海的照片，感叹万达广场的非凡吸引力。万达所到之处，繁华必至。📷

上图

无锡惠山万达广场日景

高速发展睥睨天下

2013 年上半年，万达商业地产继续高歌猛进，保持良好发展势头，在国内新发展 18 个项目，其中万达广场项目 16 个，酒店及其他项目 2 个，覆盖中国南北东西，并大范围向三四线城市挺进，形成以点带面的核心大区域效应。

文 / 万达商业规划院

江门万达广场

江门万达广场位于江门市北新城区核心地段。用地南至规划路，东至广场东路，西至广场西路，北至篁庄大道。项目建设用地面积约 10.56 公顷，总建筑面积 61.52 万平方米。江门万达广场主要业态涵盖购物休闲、商务办公、文化娱乐等多种城市配套功能，包含大型购物中心、五星级奢华城市酒店、两座超高层甲级写字楼、室外商业街、五栋写字楼等。

项目地理环境非常优越，南临市民广场，东西两侧为高档酒店、江门电视台和城市公园，城市发展轴从地块中间纵向穿过。项目总体布局 and 空间设计力争和城市大的空间序列相融合。购物中心、奢华城市酒店和高端甲级写字楼均临南侧城市广场布置，夹在两座 180 米超高层双子座中由南向北延伸的室外步行街突出了城市轴线；整个用地建筑体量高低错落，空间关系张弛舒展，形成了非常优美的城市轮廓。

项目整体立面设计暗喻江水主题；甲级写字楼优雅动感的飘带自下而上延伸开来，弱化了超高层建筑对场地的压迫感；购物中心水平方向舞动的曲面呈现给城市现代炫酷的感觉；五星级酒店轻盈律动的纵向线条适合南方建筑轻巧灵动的格调；城市商业街丰富的立面形式力求体现城市多样的内涵；空间廊架相互穿插，材质对比光影变幻，行进其中，会带给人们丰富多彩的空间体验。

安阳万达广场

项目地块位于安阳市核心地块，地块北至规划路，东至永明路，西至中华路。项目地块出让建设用地面积约 11.16 公顷，总建筑面积

64.58 万平方米，主要由购物中心、公寓、室外步行街、写字楼、五星级嘉华酒店、住宅组成。

项目位于成熟商圈的主轴上，城市功能得到很好体现，周边又是居住圈，道路交通良好。设计结合城市的景观视觉走廊，合理布置购物中心、酒店、室外步行街、住宅等。立面构成整体大气，入口处理新颖流畅，细节细腻精致，具有较强的视觉吸引力；扭曲的矩形网格让空间从静态稳定中脱离出来，动了起来。设计结合当地历史文化，大商业暗含太极阴阳二仪，酒店与写字楼的立面元素提炼于“镇国之宝”司母戊大方鼎。

温州平阳万达广场

温州平阳万达广场项目位于温州市平阳县鳌江镇滨江区，纬四路以北，经五路以西，纬三路以南，府前路以东。本项目总规划用地面积约 11.92 万平方米，总建筑面积约 55 万平方米。由城市商业综合体与住宅区两大部分组成，商业综合体在用地西南角，其余地块是住宅、室外步行街及住宅底商，功能分区明确。

整个广场建筑采用简洁鲜明的现代建筑处理手法，尤其对城市商业综合体建筑的立面处理，以“陶瓷开片裂纹”为基本理念，通过凸凹、虚实、明暗及应用多种材质的设计手法，既表现出建筑的时代气息，又让这组建筑充满了商业氛围。

杭州拱墅万达广场

杭州拱墅万达广场位于杭州市拱墅区，地块东至东吴路、南至红旗路、西至杭行路、北至郭家路，规划总用地面积 8.34 万平方米，总建筑面积 35.02 万平方米，集大型购物中心、室外商业步行街、商铺及高档写字楼于一体。



杭州拱墅万达广场的设计遵循城市历史与文化传承的理念。建筑坐落在丝绸之府，商业建筑外表面借鉴了丝绸织物特性的精髓——光滑、闪亮、流动，在阳光的照耀及温风的拂动下尽显流光溢彩。跃动的表面诠释着“阴阳”平衡。饱满的金色部分代表着“阳”，厚重坚实；柔软的白色代表“阴”，尽显轻盈温婉。清扬飘逸的蚕丝环绕着阴阳两面，时而缠绕时而分离，若即若离间保持着恰到好处的对话与交流。

佳木斯万达广场

佳木斯万达广场位于黑龙江省佳木斯市的新行政区东南，与原有城市中心和传统商圈相呼应，地理位置优越，商业价值显著。项目总用地面积 27.76 公顷，总建筑规模 105 万平方米。除住宅及底商外，项目主要包括购物中心、五星级酒店、写字楼、公寓及室外商业街等主要业态，作为典型的全业态万达广场代表，佳木斯万达广场将为区域城市形象带来翻天覆地、焕然一新的变化。

设计方案深挖佳木斯地区特有的地域特点、人文风情，以“赫哲渔乡”为中心主题，采用现代的建筑语言，将三江口地理特点、鱼皮服饰传统民族文化与国际当代商业潮流相融合，形成该市独具地方文化特色的新地标。总体设计遵循整体统一的原则，追求时尚简洁的设计风格。购物中心部分为整个方案的核心，整体造型呈平缓的流线型，象征着养育了佳木斯人的三江之水，不同质感和颜色细微变化的铝合金幕墙模拟了鱼皮纹饰，随着光影的变幻更有波光粼粼般的效果。五星级酒店设计突出“东方之光”主题，造型简洁时尚、品质豪华，成



为极富特点的标志性高层建筑。高层公寓、办公楼和购物中心裙房紧密结合，形成具有连续性、统一性的建筑群。室外步行街的设计则采取独特的风格，细部精致、一店一色，与商业裙房和办公楼的简洁大气形成对比，突出了商业氛围及休闲情趣。

鸡西万达广场

鸡西万达广场项目位于黑龙江省鸡西市，项目位于河滨公园祥光路以南、鸿雁街以东、中心大街以西位置，南邻河滨公园。项目总规划用地面积 5.54 万平方米，总建筑面积 41.67 万平方米。整个项目由大型购物中心、商业步行街、高档住宅等组成，集购物、休闲、餐饮、娱乐、文化、居住多功能为一体，高容积率、高建筑密度，成为鸡西商业地产领域最高效的产业集群体。

鸡西市政府提出了“高举绿色发展大旗，建设绿色矿区、生态城市、宜居家园和黑龙江东部地区中心城市”的目标，鸡西万达广场的进驻必将成为腾飞中的鸡西第一座真正意义上国际化、现代化的大型城市综合体，成为城市形象的新地标。

广元万达广场

项目位于广元市万源新区，南面为万源片区 6 号道路，西侧为万源大道，北侧为南河、滨河路。规划用地 12.05 公顷，项目总建筑面积 62.7 万平方米。广元万达广场由大型购物中心、星级酒店、甲级写字楼、钻石 SOHO 公寓和城市华宅等业态组成，业态涵盖休闲、娱乐、购物、餐饮、商务办公、居住等，是广元迄今

1	2
---	---

图说
图 1 安阳万达广场效果图
图 2 江门万达广场效果图



3 4

图说
图 3 温州平阳万达广场效果图
图 4 杭州拱墅万达广场效果图

为止投资额最大、商业配套最齐全、开发规模最大的城市综合体项目。作为广元市的地标性建筑，广元万达广场是辐射整个川北的商业整合旗舰，将完善和提升广元的城市功能和商业档次，奠定川北的未来商业发展。

嘉兴万达广场

嘉兴万达广场位于浙江省嘉兴市经济技术开发区、嘉兴国际商务区内，项目用地位于东市街云东路东侧、广益路南侧、南江路西侧、塘桥路北侧。规划地块位于嘉兴市主城区东南部，广益路与主城区相连，周边规划住宅区，北侧为嘉兴世贸中心，区位条件良好。嘉兴万达广场共分为室外步行街、商业综合体、高端住宅三个区块，总用地面积 17.9 万平方米，总建筑面积 70.25 万平方米。室外步行街区块设置四栋高层 SOHO 写字楼及两层商铺。

嘉兴项目单体开了“哑铃形”架构的先河，在 450 米长 90 米宽局限性很强的红线范围内，完成了万达综合体的合理布局，流线顺畅，节点突出。商业种类丰富，滨河酒吧街、写字楼底商、住宅底商，高品质的步行街区商业与购物中心共同打造新的城市中心。整个建筑外形整体感强，挺拔大气，色彩夺目，具有时代气息，展现嘉兴国际商务区新兴商业、商贸和高新产业区的独特风采，成为嘉兴市富有吸引力的地标建筑。

东营万达广场

东营万达广场项目位于山东省东营市北一路南侧、太行山路东侧、千佛山路西侧。总规划用地面积 17.5 万平方米，规划总建筑面积约 82.26 万平方米。由大型商业、五星级酒店、甲

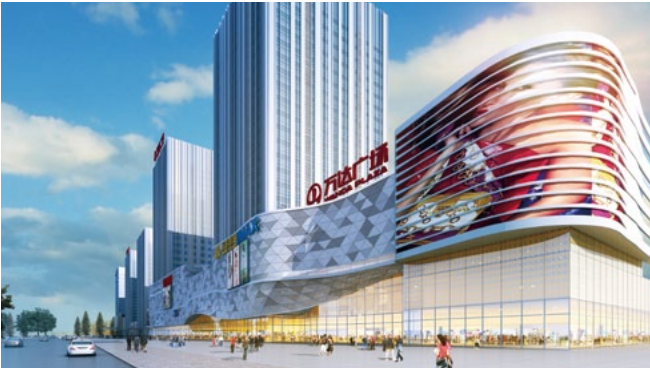
级写字楼、住宅、商铺及配套公建组成。丰富的业态集购物、餐饮、文化、娱乐、商务、休闲健身、居住为一体。

东营正在将穿过市区的广利河回归成为具有生态景观功能的城市河流，建立与城市联系密切的和谐关系，共建生态城。东营万达广场引入大片的沿河景观带，组成相对封闭的内部景观，提供静谧的休憩空间。大商业及沿街商铺为整个地块提供了良好的商业氛围，方便周边生活，带动城市的脉络。东营万达广场将助力东营由“石油城”、“生态城”向“多样化城市”转型，引领城市时尚，成为都市新中心。

西宁海湖万达广场位于西宁市广场路以南、昆仑大道以北。项目总建筑面积 87.40 万平方米，由购物中心、五星级酒店、超高层甲级写字楼、室外步行街、公寓、超高层住宅组成。

西宁海湖万达广场的写字楼与酒店上下组合设置在一起，酒店位于写字楼的高层，视野开阔，品质极高。其两栋写字楼均为 180 米的超高层甲级建筑，将成为西宁的城市地标。西宁海湖万达广场紧邻两条城市干道，且与城市主广场相对，地理位置优越。一条室外商业步行街将超高层写字楼、酒店、商业综合体、公寓、住宅串联在一起，构成西宁最具特色的核心商务区。

通辽万达广场位于内蒙古通辽市科尔沁区核心地段，地块北临滨河大街，南临西拉木伦大街，东临东顺路，西临平安华路。项目地块出让建设用地面积约 23.46 公顷，总建筑面积约 101 万平



5 6

图说
图 5 佳木斯万达广场效果图
图 6 西宁海湖万达广场效果图

方米。项目由购物中心、室外步行街、五星级万达嘉华酒店、甲级写字楼、公寓、住宅组成。

项目地块南侧西拉木伦大街是通辽市一条主要的商业街，地块东南临大象广场（城市广场），科尔沁区委党校位于地块东侧。总体规划上考虑城市规划特点及商业人流流线，将购物中心的主要入口布置在临西拉木伦大街大象广场一侧，并与室外步行街的入口相结合，引导人流，打通商业脉络。五星级万达嘉华酒店紧邻东顺路布置，建成后将弥补通辽市缺乏知名品牌高星级酒店的现状，极大提升通辽市的酒店业水准。通辽万达广场是一座高品质的包含多业态的一站式购物中心，它的建成必将极大提升通辽市的城市商业设施水准。

乌海万达广场位于乌海市海勃湾区人民路东侧（原玻璃厂地块），甘德尔街以南、新桥街以北、人民路以东和公园路以西。总规划用地面积 14.4 万平方米，总建筑面积约 71.71 万平方米。

泰安万达广场项目位于山东省泰安市泰山区城市新区“中心时代发展轴”核心区域，交通便捷。项目用地东到望岳东路（规划路），西到望岳西路，南至灵山大街，北至泰山大街。总用地面积 16.45 公顷，总建筑面积 66.7 万平方米，项目包括 8 栋塔楼（1 座 5 星级酒店、2 栋 150 米甲级写字楼、5 栋 100 米写字楼）、购物中心、室外商业街。

项目总体规划以古代青铜器的花纹为肌理，布局室外商业步行街，体现出泰安这个五岳之首所在地的历史文化底蕴。100 米高层和 150 米超高层的布局既有严谨的轴线关系，又主次分

明，展现了气势恢宏的建筑群体形象。泰安万达广场的建成，将成为泰安这个旅游城市的新地标、新商圈、城市中心。

内江万达广场项目位于四川省内江市，南至汉安大道，东至规划路，西至十号路。东侧地块侧临谢家河。规划总建筑面积约 74.98 万平方米。包括购物中心、写字楼、五星级酒店、甲级写字楼、室外商业街等。

在设计上，商业的两个大型入口广场及主要沿街面为城市的主要干道，展示了良好的商业氛围。五星嘉华酒店将沱江支流谢家河和仅仅几百米远的沱江主流作为景观带，充分结合利用了当地景观优势。多栋高层写字楼集群使万达成为该地区的绝对核心。

项目所在的西林经济开发区是市政府大力发展的新区。万达的进入将带动整个新区的发展，提升周边未开发地块的土地价值，不仅体现了万达的核心竞争力，同时也成为新区的核心区，为新区的发展提供良好的动力。

黄石万达广场项目位于湖北省黄石市，南至规划路，北至花湖大道，西至纺织五路，东侧中英文学校。规划总建筑面积约 90.2 万平方米。包括购物中心、甲级写字楼 2 栋、五星级酒店、普通写字楼、室外商业街等。

在设计上，商业的大型入口广场及主要沿街面正对城市的主要干道，拥有良好的商业氛围，带动新区周边地块的发展。用地两侧为城市景观绿化带，写字楼可以面观东侧长江，充分结合并利用了当地景观优势。

南宁青秀万达广场 一天卖出一年的量

南宁青秀万达广场项目地处广西南宁，写字楼自用需求少，且无写字楼投资习惯。但就在这样的外部条件下，5月19日写字楼开盘大获成功，当日成交面积7万平米，超过南宁市写字楼一年的成交面积！

文／**南宁青秀项目公司** 冯全华



售楼处人头攒动，场面火爆

南宁青秀万达广场项目地处广西南宁，经济落后，属欠发达地区，省会南宁大中型企业较少，写字楼自用需求少，且无写字楼投资习惯，写字楼2012年成交量仅7万平米。近年来万科、保利、华润等开发商进驻南宁，商铺、写字楼供应快速增加，写字楼市场呈现出需求总量小，

供给竞争激烈的红海市场特性。

但就在这样的外部条件下，南宁项目团队成功实现了从红海到蓝海的跨越，5月19日写字楼开盘大获成功，当日成交面积7万平米，超过南宁市写字楼一年的成交面积！

南宁青秀万达广场项目用地面积11.5万平米，建筑面积88.9万平米，甲级写字楼23.7万平米，城市豪宅34.8万平米，商铺5.1万平米。在本项目之前，南宁已经有了万达广场二代店，经过十年积淀，已成为城市中心核心商圈。二代店口碑好、客户已经获得极大收益，万达商铺已成为市场的优质投资品。虽然万达在当地有较高美誉度，但市场认知仅局限于二代店，只认可万达商铺产品，对万达第三代城市综合体的写字楼和豪宅认知度较低，尤其对写字楼的产品及投资更是毫无概念。

南宁项目团队在南方项目管理中心指导下，系统分析市场环境，调整推盘顺序，并以三大认识、八大动作成功实现了写字楼的从红海到蓝海的战役！2013年5月份签约金额完成比例241%！

果断调整推盘顺序

南宁项目2012年12月首次商铺开盘，2013年1月、3月两次加推，均取得骄人业绩。三次开盘共销售商铺147套，金额9.7亿，备受市场追捧，客户投资热情高涨，愿意购买万达的投资类产品。

春节前后，集团领导认真听取了南宁公司汇报，预测宏观调控将在未来三个月内，对住宅产品尤其是豪宅有较大影响，果断决定调整推盘顺序，充分顺应市场高昂的投资热情，将原定5月推售豪宅的计划，调整为推售写字楼。并要求第三次商铺线下开盘，线上持续强化项目形象直到3月10日，再转入写字楼销售，用两个月的时间，从容、舒展地进行写字楼营销推广。

南宁市场虽然购买力充足，投资热情高涨，但对写字楼业态缺乏投资经历和习惯，摆在团队面前的有三大问题：

1、形象之感，南宁楼市国内大牌云集，万达企业形象如何脱颖而出？万达十年后重返邕城，如何提升市场对第三代城市综合体的期盼？

写字楼市场发展初期，如何将万达中心塑造为绝对标杆？2、节奏之感，南宁万达中心自身体量大、业态多、推盘密集，如何抢占先机、从容推售？3、执行之感，在没有写字楼标准动作的情况下，如何实现系统化操盘，确保营销动作不变形？并且南宁项目要在中心指导下，作为写字楼营销标准动作试点项目之一，为集团写字楼标准动作做出微薄贡献。

针对疑惑，结合背景，经过思考我们确定了“项目的形象树立高于一切；营销推盘节奏精准成败攸关；正确的营销动作至关重要”这“三大认识”，结合具体认识推出了“八项动作”，以完成写字楼推盘。

领袖地位 标杆形象

基于“项目的形象树立高于一切”的认识，我们主推了以下三大动作：

一：树立万达集团领袖企业地位。我们严格执行营销标准动作，线上解读万达品牌；线下执行奠基典礼、售楼部开放活动、区域论坛等活动；同时适度创新，围绕“时隔十年，全新万达再度入邕，第三代城市综合体现身南宁”密集炒作。在该阶段，我们让“万达广场就是城市中心”的认识深入人心，让南宁市场的认知，从十年前的万达提升到商业地产领袖企业的高度。本阶段投放系列硬广和软文、户外，举办大小型活动十余场，实现登记客户数量800组。

二：树立万达广场标杆项目地位。我们在南方项目管理中心指导下以主广告语：“南宁商业旗舰，领航国际东盟”持续推广，实现从单一业态的二代店向三代城市综合体的市场认知转变，一举奠定南宁绝对第一的形象高度。在活动推广上邀请了陈鲁豫、黄圣依、赵晓等名人明星，各银行行长、商会会长和省市政府领导参加各类活动，有效打通高端客源渠道。

本阶段投放系列硬广、软文和户外，举办各类型活动20余场。登记客户数量从800组增加到2200组。

三：树立万达中心写字楼No.1产品地位。在无写字楼规定动作的背景下，南宁团队在中心指导下谋定而后动，确立以“两段论”持续树立万达中心形象。

首先，以“城市地标商务集群”树立万达中心形象，强化“70城，300余座写字楼”的开发实力。明确告知市场，万达集团不仅是商业地产领军企业，同时也是写字楼开发专家，万达中心是写字楼的NO.1。

其次，针对华润以“300米建筑高度”为核心卖点，提炼“品牌成就高度、商务集群成就高度、配套成就高度”的独有价值体系，以“改变高度看南宁”的品牌推广方案让市场全面沸腾，彻底区别于竞案对单纯物理价值的诉求，在短期内建立了不可撼动的领袖地位。本阶段推广后实现日均来电45组，日均来访40组。

通过写字楼产品前期推广在策略上“避实就虚”，彻底拉开与竞品的形象距离；持续树立项目形象，实现大量蓄客，为后期在产品推广、卖点解析等方面预留话题和素材，让产品推售从容不迫。

通过以上三大动作完成形象解惑后，万达企业形象脱颖而出，市场对第三代城市综合体翘首以盼，万达中心成为绝对标杆！5月19日开盘前，认筹大客户25组，散客326组，意向单位860间。当地银行、开发商、电力、贸易、律师行等都纷纷成为我们的客户。

节奏精准 连续加推

基于“营销推盘节奏精准成败攸关”的认识，我们推出了两大动作：

一：审时度势抢占先机。在南方项目管理中心的指导下，南宁项目团队通过对市场的分析与判断，结合万达二代店在南宁积累的声誉，首期以最容易撬动市场、实现热销的商铺产品推向市场，抢占市场份额。首期商铺成功开盘后，立即确定了“乘势追击、趁热打铁”的核心思路，连续两次加推均实现清盘，制造了万达产品持续热销的概念，紧凑的节奏为写字楼的推广赢得了2个月的推广周期。

二：谋定而后动，从容取证。项目地块摘牌后，总经理统筹班子成员第一时间制定紧凑的设计、工程、现金流及销售计划，密切跟踪，确保每一节点紧锣密鼓向前推进。

南宁项目团队成功实现了从红海到蓝海的跨越，5月19日写字楼开盘大获成功，当日成交面积7万平米，超过南宁市写字楼一年的成交面积！



1
2

上图

图 1 销控表成绩全线飘红

图 2 营销活动引起客户高度关注

运用舆论 创新执行

基于“正确的营销动作至关重要”的认识，我们推出了三大动作：

一、运用舆论，教育市场。南宁写字楼市场处于发展初期，客户不敢轻易投资，自用客户习惯租赁，没有购买习惯。对此，南宁公司组织媒体按照四个阶段制造议题，宣传写字楼的价值。3月4日—10日议题“国五条细则出台，楼市投资将走向何处”；3月14日—16日议题“写字楼，商业地产投资新方向”；3月21日—23日议题“广西写字楼全面调查——写字楼投资被严重低估”；3月28日—29日议题“万达或掀起广西写字楼投资热”；4月1日—4月7日“万达中心万人追捧现象引人思考”；4月8日—4月14日“万达中心价格成最关注话题”；4月15—4月21日“万达中心价格悬念即将揭晓”；5月13日—5月18日“万达中心即将开盘，或再开启广西地产销售传奇”……从新国五条切入造势，炒热写字楼市场，再顺势引导至万达中心必将开启写字楼投资热。整个炒作周期历时60多天，开创了南宁地产界宣传新模式，中海、保利、荣和、盛天等同行纷纷效仿！

二、高端活动，占领渠道。通过持续的强势形象树立，万达品牌已引发了南宁市场的高度关注。为更精准地锁定高端客户，与集团沟通后，将原定高频次、中等规模的活动调整为高规格活动。分批邀请芮成钢、欧阳夏丹、水均益、张召忠、宋鸿兵、陈准等嘉宾举办多次千人规模活动，造成全市轰动。出现市委书记、市长慕名而来，主动到访售楼处，并马上在现场召开南宁市重点项目工作会议，号召全市重点项目都要向万达学习。

万达中心通过影响一个人，撬动一个圈层。高规格的活动推广，使富商名流均以获邀参与万达活动为荣，成功奠定了财富名流追捧万达中心的市场口碑，引发了高端圈层之间的互相传播。例如我们通过邀约当地工商联企业家参加活动，最终带动了其朋友、学生、同行、亲戚等关注，直接促成了5层写字楼的成交量。

三、创新执行，动作无误。项目队伍在销售执行中，尤其重视报价策略、装户动作以及最后的开盘组织。

在报价策略上，我们采取了“分阶段报价，循循善诱”的策略。4月20日前不报价，仅树立形象、教育市场、引导市场价格预期；4月28日报均价及整层优惠，让客户感知投资价值，主动拼层；5月11日报分段价格，引导客户落位，实现均匀去化；开盘前精确报价，让客户精准落位，5月19日开盘当天方释放开盘优惠——这样逐步释放均价、楼层区间价、朝向差、层差，循循善诱。每次放价均利用活动挤压、提高价格预期，最终开盘均价高于决策文件。

在装户动作上，营销副总、营销经理、销售经理与置业顾问分别进行四轮装户，准确落位，平衡去化，避免客源流失，提高解筹率。4月20日前首轮根据客户自然需求，进行意向装户；4月21日—5月10日利用整层优惠引导客户选择楼层段，进行第二轮装户；5月11日利用大客户、小客户的心理差异，进行第三轮装户；5月18日前第四轮装户，精装落位。5月19日写字楼开盘大获成功，成交率85%，其中大客户成交22个整层。当日成交面积7万平米，超过南宁市写字楼一年的成交面积！

及时调整节奏关乎全局

通过南宁万达中心项目的营销执行，南宁项目心得体会如下：

1、透过现象看本质，市场购买力的判断不能只看表象，通过缜密的分析发现市场的空白点并抓住市场时机，在首期产品热销、市场投资热情高涨的前提下顺势而为，及时调整推盘节奏关乎全局。

2、团队配合与高执行力是成功操作项目的基础条件，摒弃本位思想，确立统一目标，各部门紧密配合、提前筹划、合理安排方能从容推进。

3、万达形象树立、项目形象树立、产品形象树立至关重要。

4、项目形象建立需要深思熟虑，一定要梳理出核心价值点并坚定不移地持续推广，整合资源立体传播，方能有效建立市场形象。

5、在没有规定动作的情况下，要与集团各部门及时沟通汇报。南宁项目在集团项目管理中心指导下，针对品牌推广进行大胆创新，成为成功制定写字楼营销模式的项目公司之一。📍

大庆萨尔图万达广场 决战 4 · 30

大庆萨尔图万达广场自2011年11月开业，因其入驻品牌在当地的认知度不高，导致出现经营情况不佳，商户信心不足，产生空铺等情况。为扭转局面，商管总部、大庆公司历时半年，召开数十次专题会议，确定了决战4·30计划，活动期间销售额超出目标；步行街销售连续两天超开业当天。

文 / 大庆商管公司 黄鹤巍

大庆萨尔图万达广场，自2011年11月开业，因其入驻品牌在当地的认知度不高，导致出现经营情况不佳，商户信心不足，产生空铺等情况，与集团及政府的期望值差距较大。鉴于此，丁本锡总裁于2012年9月18日在大庆召开集团各经营系统现场办公会议，会上提出对广场进行品牌调整，并在2013年4月30日期间策划一次轰动全城的营销企划活动，客流指标最高峰值达到20万，按照客流要求及广场经营实际，大庆万达广场制定了销售指标——广场三天必保销售1500万，力争销售1800万。

根据丁总裁工作要求，由商管总部历时半年，召开数十次专题会议，多次到大庆召开各系统联席会，确定了4·30具体工作思路及要求，经大庆公司筹备及实施，实现了既定目标，4月29日客流达20.32万；活动期间销售额超出力争目标；步行街销售连续两天超开业当天。

模块化管控 理出六百项工作

综合体的主要特征之一就是多种商业空间有机联合，它强调的是顾客的参与，因此赋予了综合体活动营销更深更广阔的营销空间。活动营销是一个典型的整合营销，一个具有轰动性的活动要求非常高，因此精心筹备和彻底执行是一个活动营销成败的关键。凡事预则立，不预则废。一个活动的成功与否，关键在于策划者的策划思路与方法是否正确，各方面细节考虑得是否周详，活动流程安排是否合理。为此，大庆万达广场4·30活动筹备先建立了严密的



模特走秀吸引人潮涌动

计划管控措施。

在计划管控方面，一是建立了模块化管控办法；再是进行节点验证。建立模块化组织架构，按组织模块、时间模块、工作模块逐级落实跟进，各岗各级，全力配合，二级管控：分管副总评审，未完成亮黄灯，给予责任人罚款；一级管控：总经理评审，未完成亮红灯，负责人降级处罚。应用模块化节点机制，梳理出600余项工作，对各个执行环节进行掌控，确保活动筹备期间工作按要求如期完成。行政部根据节点时间提前一天进行工作提示，节点当天跟进，对执行结果实地验证，并直接向一级管控人——总经理做详细汇报，总经理按时间节点召开专题活动执行会议，落实工作进度，并进行评审考核。



上图
活动亮点不断，客流高峰一直延续到晚间

五大营销 全天候吸引客流

能不能吸引到顾客的关注是活动营销策划成功与否的基础。在一个活动营销策划中，要充分吸引顾客的注意和参与，就要抓住所在顾客群体非常关注的热点，对顾客晓之以情，晓之以利，激发顾客的热情，促使他们积极地参与。大庆万达广场在活动策划方面做了人气活动、促销活动、分时段策划、分场地策划、全场联动五方面的准备。

人气活动策划方面，考虑大庆市场实际情况，根据事先调研结果，活动期间举办解民意、接地气的活动，利用话题性强势营销吸引关注和增加客流，4·30活动期间共举办人气活动12个，极大地提高了人气。

促销活动策划方面，与当地传统百货差异化经营，利用综合体优势，丰富促销活动内容，培养消费习惯，拉动消费，4·30活动期间，共举办各类促销活动28个。

分时段策划方面，则是根据不同客层、不同爱好及消费习惯的客群，在不同的时间段设定不同的活动，确保每个时间段的顾客到店率。在活动中，巧妙把握节奏，延长顾客在店时间，上午和下午平均每2个小时一次亮点活动；加大夜场活动力度，越夜越疯狂，每逢整点都有亮点活动，确保了客流高峰在晚间的延续，自然闭店。

分场地策划方面，则是通过通盘考虑，步行街与主力店兼顾，主活动相亲会场分散到各主力店，设计“K歌也相亲”、“观影也相亲”、“电玩也相亲”、“美食也相亲”、“购物也相亲”五大主题，使相亲客流充分延伸到各主力店，并充分体现出我们的业态优势。

在全场联动策划中，把万人大相亲活动有

效融入所有主力店的促销活动内容，使顾客在万达广场享受到了全方位、统一的优惠待遇，带动关联消费，联动广场各业态、各主力店、内外步行街的全广场主促销活动多达3个，从而增加各业态销售额。

整合媒体 创造最大收益

活动营销的效果主要来源于前期精心的筹备工作，而营销策划的方案能不能最大化地体现营销目的，营销活动的执行力在整个营销活动中就显得非常重要。执行力主要体现在详细的工作描述、工作流程步骤、执行人员、执行时间、突发事件的处理方案等。因此活动营销的谨慎有序的执行力，是整个活动营销中非常重要的因素。

在媒体宣传方面，寻求有一定品牌知名度的合作伙伴，通过合作伙伴借势起家。利用当地媒体均为新闻传媒集团下属的特征，与当地最强势媒体《大庆晚报》强强联手，举办“万人大相亲”，并实现平面、立体、新媒体的全面整合。循序渐进、全面立体宣传。由商管员工与导购员合作进行一对一式DM海报发放，确保外围宣传的覆盖率；店内宣传，内外呼应，增加卖场内视觉营销，刺激购物欲望；充分开发新兴媒体，如：利用流动广告车进行宣传，其机动性、渗透性、强制性、灵活性保证低廉宣传成本的同时，创造传播范围广的较大收益，弥补传统媒体的传播盲区。制定活动软文投放策略，软文的出版节奏逐步递进，把促销活动、人气活动、新入品牌、业态优势、各主力店等相关活动内容通过软性报道对消费者逐步渗透，易于接受，形成深刻记忆。同时活动主题中间两字为万达，不断强化万达在市民中的地位和对此活动的关注。

内部勤沟通 外部寻支持

在内部沟通方面，各方面也做了大量的工作。充分利用会议统一思想，解决问题。营运中心及北区管理部领导多次亲临大庆，召开4·30专案落地会议，督办4·30活动进展；大庆商管公司从元旦起组织召开30余次专题会议，制定了600余项工作内容，逐项落实4·30活动内容。

4·30活动期间，与萨尔图区政府召开《美美萨尔图》沟通协调会8次；与大庆传媒集团组成共同的合作团队，保持密切沟通，活动前每天召开《万人大相亲》的落地碰头会；与大庆电视台召开《今晚60分——和你在一起》方案探讨会及方案落地会议5次。政府、媒体沟通协调会的召开，确定了活动的方向，保障了活动的顺利进行。

为凝聚人心、鼓舞士气，活动前召开销售动员大会，宣讲活动意义及广场未来经营策略，增加信心，提高重视程度。颁布实行营业员销售奖励方案，销售奖励双向挂钩，销售越高奖励越丰富。

为保证完全任务，还进行层级递进式培训和考核，360度全面涵盖，保证人人熟知4·30专案，层层递进，级级培训商品知识、陈列技巧、仪容仪表、服务用语、服务礼仪等，保证活动中以最好状态迎接顾客。

根据销售计划，把销售任务层层分解至每天、每个商户。在活动当天每小时跟进销售，实施销售应急预案，当时段销售未达标时，按之前计划步行街推出秒杀特价品，超市推出时段民生商品大力度促销，百货推出限时特惠，确保时段销售计划的达成。

任何一个企业要想获得更好的发展必须获得政府的支持，因此有效利用政府资源，就成了我们的必修课之一。对此我们的做法是：学习政府工作报告，紧跟政府关注的热点问题；主动拜访，邀请政府部门到广场指导，了解政府对我们的期望值及下一步工作的重点；阶段性的向政府汇报工作进展及需要的支持；搜集政府的全年大型活动计划与其合作，政府搭台、企业唱戏。

4·30活动期间政府主动派出5辆消防车，3辆120救护车，3辆巡逻车与近百名公安干警

协助维护广场秩序，使整个活动安全有序地进行。

紧控客流节奏 货品只进不出

为了达到客流管控，紧跟节奏的目的，制定客流时段计划，参照开业客流走势，根据全天活动安排，制定客流时段计划，进行每小时客流指标分解及跟进，确保达成整体指标。此外还根据客流量制定临时方案，紧跟营销活动节奏，根据客流量制定临时营销方案，如29日晚场客流不足时，经与沙宝亮沟通，在内场加设一场沙宝亮歌迷见面会；29日下午加演动物明星秀。为了延长顾客滞留时间和回店率，在每次活动结束后，利用主持人和店内外广播，全力介绍下一场活动的时间和地点。与大庆晚报首次推出星夜相亲会，使晚场客流实现小高峰。根据客流情况，及时调整广告车的宣传位置及停留时间，同时利用短信及店内广播增加宣传频率，确保在下个时间段补齐落差。

货品就像是商战中的子弹，只有弹药充足，才会确保胜利。4·30活动中，大庆商管公司运用SKU货品管理工具，保证库存比例充足。总经理及营运副总亲自对货品严格把控，活动期间货品只进不出；DM海报上特价商品的选择，也由总经理到商户逐一单品选款选样，并确认数量。为做好工作，建立4·30专案货品统计台账，设立各类货品的库存比例，对每家商铺货品进行查验，并随时更新活动台账，统计春季货品、夏季货品、过季品等数量。

活动期间推出多项特色服务，满足消费者需要。如制作服务导视及活动导视，让消费者清晰服务项目及活动地点，提升品质，便于购物；在步行街各个出口设立服务站，为消费者随时提供贴心服务；推出特色快递服务，让消费者零负担购物；在店铺内摆放糖果点心或口香糖，营造节日氛围为消费者提供温馨服务；在广场固定地点设立免费饮水处。

通过4·30活动，我们收获的不仅仅是销售和客流的增涨、市场认知度的提升，更重要的是我们凝心聚力历练了团队，增加了各部门之间的互助与协作精神，使所有员工充满信心与力量，以饱满的精神状态迎接着各种市场挑战和下一步的工作任务。⑨

上午和下午平均每2个小时一次亮点活动；加大夜场活动力度，越夜越疯狂，每逢整点都有亮点活动，确保了客流高峰在晚间的延续，自然闭店。

非万达物业影城 为降火魔 自主升级

为了满足发展的需要，越来越多的万达影城租用非万达物业投建，由于非万达物业的消防安全管理水平较差，导致非万达物业影城的消防安全存在不可控因素，安全事件也偶有发生。经过安监部的努力，新的消防管控方案正开始为非万物业影城保驾护航。

文 / 集团安监部 王睿

万达电影院线作为亚洲排名第一的院线，占全国约15%的市场份额，每天都有众多观众。由于影城人员集中、建筑内部结构复杂且火灾蔓延快、扑救困难，一旦发生火灾，易造成重大人员伤亡。所以影城一直是安全管理的重点。为了保证消防安全，影城投入了大量资金，设置了多种消防系统，比如：火灾自动报警系统、自动喷淋灭火系统、智能水炮灭火系统、防排烟系统、应急广播系统等。

然而，为了满足发展的需要，越来越多的万达影城租用非万达物业投建。这些非万达物业影城的消防设施是所在广场消防系统的一部分，且主控设备均由非万达物业管理。由于非万达物业的消防安全管理水平参差不齐，导致非万达物业影城的消防安全存在诸多不可控因素，安全事件也偶有发生。

非万特殊 新的挑战

2013年1月21日，某非万达物业影城因所在广场其他商户装修，导致影城部分消火栓管网无水，在吉林市政府、消防支队突击检查时两个影厅被临时查封。

2012年2月18日，某非万达物业影城所在广场一层发生火灾，物业却未告知影城。影城工作人员发现烟雾后，才被迫进行紧急人员疏散。在疏散时，影城要求所在物业启动排烟和消防广播系统以辅助疏散，可是物业居然认为火情较小，不同意启动。好在我们影城的日常疏散演练做得到位，才及时、有序、安全地疏散了所有人员。

专题攻关 进行三大升级

为解决非万达物业影城消防安全不可控的

问题，集团安监部成立攻关小组，经多次调研、论证，制订了“非万达物业影城消防系统升级方案”。在方案制定过程中，集团安监部先是走访了两个典型的非万达物业影城，在了解影城的实际情况后，向全部影城下发调查问卷，获得了大量的一手数据。之后又与规划院、法务部、院线总部多次召开专题研讨会，经过反复的技术分析、法律责任研讨，最后，攻关小组创造性地提出了适用于非万达物业影城的消防管控方案。

该方案通过科学的设计，创新的使用方式，在火灾预警、消防供水实时监测、辅助疏散三个方面对影城原有消防系统设施进行升级。经过升级后的影城，在对物业方原有消防系统没有影响的情况下，能够实时掌握影城及相邻区域的火灾报警信息；实时监测影城区域内消防水系统的工作状态；自主控制影城区域的消防广播、消防防排烟风机等设备。该方案实现了影城对预警、疏散、灭火全过程的有效管控。方案中选用的各类设备均为成熟产品，保证了系统运行的可靠性。而且，由于该改造对物业方原有消防系统没有影响，可有效地规避因改造而引起的法律风险。

巧妙升级 水火尽在掌控

在影城TMS机房增设2台火灾报警区域显示器，并接入影城所在物业火灾报警系统。这两台区域显示器分别用于显示影城内和影城相邻区域的火警信息。升级前，广场内如果有探测器报警，报警信息会发送给物业中控室，如物业不通知影城，影城就无法知情。升级后，

当影城内或相邻区域有火警时，报警信息在发送给物业中控室的同时，也自动发送给影城的火灾报警区域显示器。对应的区域显示器第一时间便会显示出详细的火灾报警信息，同时发出声音警报以提示TMS机房的值班人员。该设备的增设，为影城发现火情、确认火情、灭火救援、人员疏散等工作提供了时间保障。

在影城消防水系统（消火栓系统、自动喷水灭火系统、智能水炮系统）的管网上增设水压监测装置，在影城TMS机房设置水压集中显示器。升级前，影城只能靠检查人员定期逐个对消火栓进行放水来检测消火栓是否有水，一个影城几十个消火栓，工作量繁重且周期较长；升级后，检查人员只需要看一眼显示器，就能实时了解整个消防系统供水情况，在工作量降低的同时，监测效果反而大大提高了。

自主排烟广播 确保安全疏散

增设辅助疏散设备包括两部分内容：在影城TMS机房增设影城区域防排烟风机远程控制箱、将影城自有背景音乐广播系统改造成背景音乐与消防广播合用系统。

1) 在影城TMS机房增设影城区域防排烟风机远程控制箱。升级前，当需要排烟时，只有物业能启动排烟风机，若物业不作为，不启动排烟风机，会影响影城人员疏散；升级后，影城能够自己直接启动影城内风机，不再受物业的制约。同时远程控制箱具备显示每台风机运行状态的功能，在火灾时，影城工作人员通

过观看指示灯判断所在物业是否启动防排烟风机，若风机没有启动，影城工作人员可以自行启动，辅助人员疏散。

2) 非万达物业影城的消防广播系统是所在物业消防广播系统的一部分，该系统受物业控制且音质参差不齐，广播效果不佳。为了不受物业制约，争取人员疏散最佳时机，本升级方案将影城自有的背景音乐广播系统巧妙地改造成背景音乐与消防广播合用系统，即在原有背景音乐未覆盖的区域（如影厅、放映走廊等不适宜播放背景音乐的区域）增设广播音箱，并连接成独立回路接入原背景音乐系统的功放机内，在该回路上设置总开关（平时关闭，火灾时开启）。升级后，使原有背景音乐广播系统在火灾时也能够兼任消防广播功能，不仅不受物业影响，而且声音清晰，易于观众疏散。

效果显著 意义深远

此改造升级方案经过院线各级领导认可后，院线选取了四川绵阳长虹国际影城作为试点进行升级施工，历时1个月，于5月15日完成验收。该升级方案不仅投入的费用低，而且在不增加管理人员的情况下，实现对影城消防安全的可知可控，试点效果良好。

随着试点取得成功，升级方案的内容也补充到非万达物业影城安全管控标准中，下一步全国推广工作也将有条不紊地推进。并且，非万达物业影城的火灾报警信息、水压监测信息也将逐步纳入集团远程安全监控系统。

图说

新消防设备的增设，为影城安全增加了一份保障



一次成功的酒店外卖

文／泉州万达文华酒店 尤青



学院点评

只有想不到，没有做不到。本案例中，销售人员的积极、及时跟进以及做好预案给人留下深刻印象，他们充分展现了酒店的高层次服务理念。当然，全酒店的同心协力、全力以赴也是必不可少的。

项目背景

2013 年 3 月 28 日，福建省泉州百泰汽车公司泉州保时捷中心在泉州南安开业，开业庆典选择在保时捷中心举办。因为接待标准较高，要求比较多，所以他们一开始只考虑选择厦门的国际品牌酒店做外卖。在得知这一情况后，泉州万达文华酒店市场销售部在第一时间拜访了保时捷中心，并取得了其市场部经理的联系方式。我们多次拜访并进行产品展示：展示厨师长菜品的创意，很多菜品都有保时捷的 logo，建议第一道菜 showcase；为保证外卖成功，我们建议将整个厨房搬到保时捷活动现场等。对方表示很满意，最终选择了泉州万达文华酒店合作。

案例内容

在确定了合作关系后，我们立即开始做方案，分别安排了宴会负责人和客房负责人。其间，为了展示及确保摆台效果，对方总共到酒店摆台 5 次，我们都全力配合，按其要求布置，配备鲜花并协助拍摄效果图。本次外卖选择的是西式套餐，为了确保菜品质量，我们酒店总经理亲自陪同对方试餐 3 次，根据对方要求最终确定了菜单。

保时捷中心提出的要求很多。一开始要求我们提前一天把所有房卡给到他们并预留好房间，考虑到客房收益，我们没有答应客人要求。经过五六次沟通，最终对方放弃了此项要求。对方要求所有宴会服务员必须着黑、白色衬衫、西服，为此，除了内部调用外，我们特别采购了一批黑色衬衫。对方对桌布的平整度要求很高，我们就不厌其烦地多次熨烫。

3 月 28 日，保时捷中国区域总裁 Broeker 到保时捷中心查看整体效果，表示满意。活动期间，酒店 100 多名服务员，在规定位置以最标准的服务姿势，整整微笑站立了两个多小时。

活动结束后，对方对我们的现场服务给予了很高评价，尤其对我们的甜点盛赞不已。保时捷中心的 VIP 客人在入住万达酒店期间，也对我们的服务留下了美好而深刻的印象。

整场活动总共给酒店带来了 40 多万元收入，打响了泉州万达文华酒店在泉州外卖市场的第一炮，赢得了客人的一致好评。

创新亮点

这一次外卖，我们总共需要约 300 名服务员，因人手不够，除请来 100 多个小时工外，从各部门也抽调了部分人手。提前两天，我们餐饮部给小时工及内部员工进行相关服务培训，提前一天全体到保时捷中心现场彩排。但是，3 月 27 日泉州下大雨，大约有 50 多个小时工临时说不来。我们紧急磋商，启动了预案，联系到另一批小时工并连夜对他们进行了培训。

经验分享

酒店管理层的大力支持，酒店餐饮部及各部门的积极配合是我们成功的基础。姐妹酒店漳州万达嘉华酒店的支持，内部调拨了 6 位宴会及餐饮人员，也让我们很感动。总结经验，迅速决策和前期细致的培训、彩排及准备工作是值得借鉴的。👍



管好消防水炮

文／集团安全监督部 吴瑜斌

项目背景

2012 年 4 月 23 日，集团安全监督部对某万达广场售楼处进行例行安全检查，在对售楼处自动跟踪定位射流灭火系统（消防水炮，仅设 1 门）进行模拟测试时，发现系统未能正常工作。经与项目公司、商管公司工程技术人员现场排查，发现售楼处消防水炮现场控制盘电源线路损坏，导致控制盘无法正常供电。

消防水炮作为该售楼处接待大厅及沙盘展示区仅有的自动灭火设施，故障状态下，

一旦发生火情，接待大厅及沙盘展示区无灭火系统保护，将对售楼处的人员及财产安全构成威胁。

案例内容

经调查发现，建设单位某项目公司和管理单位某商管公司均存在未履行职责情况，集团安全监督部依照集团安全管理制度判定为重大安全隐患，因此集团对售楼处的建设单位项目公司总经理、营销副总分别给予扣减 2012 年度奖金相应比例的处罚，对售楼处日常物业管理单位商管公司总经理、物业副总分别给予扣减 2012 年度奖金相应比例的处罚。

经验分享

管理职责不清，对集团制度学习认识不够。该商管公司作为售楼处的物业管理部门，在售楼处的日常管理中消防设备设施检测不到位，或是对某些设备根本就没有进行检测，比如消防水炮系统因日常模拟测试牵扯到关闭炮头检修阀等问题，吊顶层高不易爬高关阀而放弃；项目公司营销部作为售楼处的使用部门，对售楼处消防设备设施完好情况及是否按照规定进行定期检测缺乏监管。

日常安全管理不到位，甚至是存在安全管理缺失现象。对于一些高科技消防产品（如消防水炮系统、气体灭火系统等），由于科技含量较高，地方管理公司工程技术人员因为自身技术水平较低，产生不敢操作、测试、害怕出现误动作的畏难心理。在平时的消防设备设施检测中，出现绕过这些不会操作的设备的现象，使得这些高科技消防产品的后期维护、保养不到位，出了问题也没有人知道，产品成了摆设；也使得我们完整消防系统出现防护盲区，给我们的现场安全带来隐患。而我们的现场安全管理人员对于这种现象没有足够的重视，抱着多一事不如少一事的心理，没有采取相应措施来解决问题，如请相关的设备厂家或者请相关懂得操作的兄弟公司人员来现场指导、培训，未能很好履行所在岗位的安全管理职责。👎

学院点评

安全工作无法用价值来估量，安全工作关系到人的一生。董事长一再强调人的安全，集团安全管理制度也对售楼处有明确安全管控标准，各地项目公司和商管公司应该以此为戒，对于售楼处安全工作严管严控，严格按照集团安全管理制度的规定要求执行，消除售楼处的安全隐患。



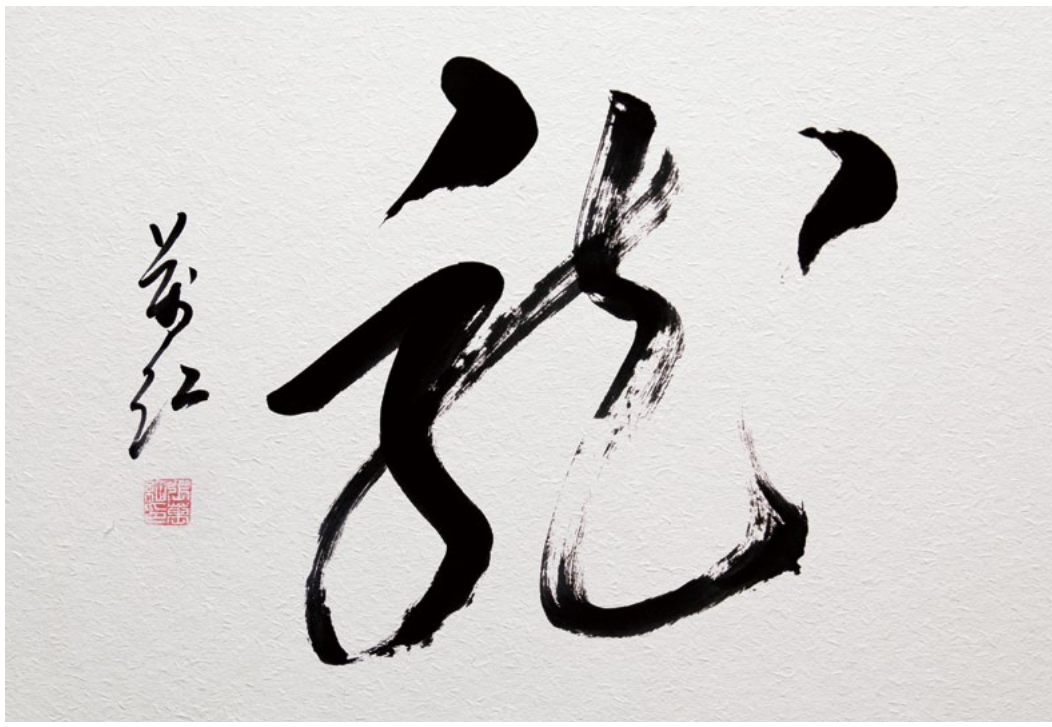
作者

肖李丹，2011年4月加入万达，任天津万达百货行政主管，从事摄影创作5年时间，擅长纪实摄影、风光摄影

作品解读

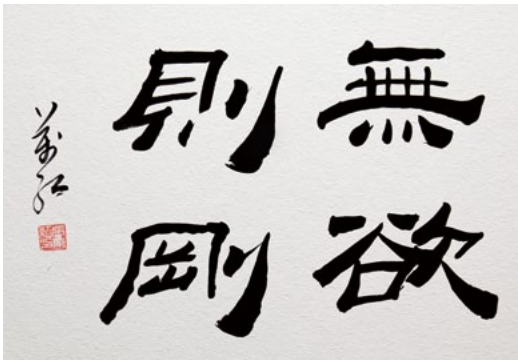
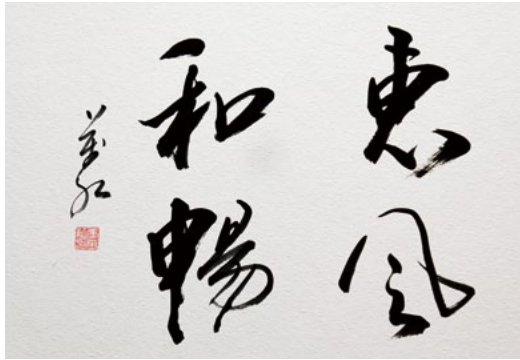
6月7日，是高考开考的第一天。高考对于国人、对于社会、对于国家的重要性不言而喻。千千万万的考生，数以万计的家长，构成了每年6月7日全中国大街小巷的一景。这是我国个体圆梦、社会圆梦、国家圆梦最为现实、公平的形式。那种拥挤感、紧张感是我想表达的重点，虽然每次都呼吁放松心态，微笑迎考，

可是对于这影响今后一生的考试，谁又能真的做到放松和微笑。因此，在拍摄这些照片时，我将那些考生和家长在外候场的大场面用长焦距镜头拍摄以削弱透视感，压缩空间，增加憋闷的感觉。这种“一考定终身”的残酷性，并不是对现行教育制度的批判，我仅仅是想通过我的照片来告诉大家高考是重要的。



作者

张万红，2012年6月加入万达，任集团党委工作部总经理，学习书法20多年，对真、草、隶、篆各体都有所涉猎



作品解读

1、草书：龙

龙是中国的图腾，我国古代传说中的一种神物。它能显能隐，能细能巨，能短能长。春分登天，秋分潜渊，呼风唤雨，本领强大。以草书写龙字，一气呵成，墨色浓淡结合，结体潇洒利索，寓意中国这条东方巨龙即将腾飞，美好的中国梦就在我们眼前。

2、行草：惠风和畅

字体流畅，笔法雄浑，力透纸背，布局相

互回应，整体和谐统一，意在表达万达人在董事长带领下，追求卓越，和谐发展，如同一缕清风，为美好中国梦的实现精彩绽放。

3、隶书：无欲则刚

有一副对联如此说：海纳百川有容乃大，壁立千仞无欲则刚。万达集团二十五年的发展，是对这副对联最好的历史实践。通过隶书的形式，重在表现万达集团雄浑有力、刚正大气、共创财富、公益社会的社会形象。



FILM ENTHUSIAST

追影狂人

在万达院线，有这么一群人，电影既是爱好也是事业。他们对电影有着常人难以想象的热情，有人一年要看 1000 多部电影，有人看完片就必须写影评，有人淘碟累计花费几万元，有人为看一场 IMAX 来一次当天飞机往返豪华游……同时，他们在电影中得到的快乐也是别人难以体会的。他们觉得，能在万达院线工作，将事业和爱好完美地结合在一起，就是最大的幸福。



追影四十年

别人追星，我追电影，我喜欢沉浸在影像的光辉里。

文 / 大连万达影城 梁亮

小时候是在一个小镇上长大，镇上有两家电影院，基本是家长放行可以去看影片都看了，但这点数量远远满足不了我，所以经常跟发小找各种机会去县城、去外地找片来看。上大学时候没什么钱，为省路费经常走路去看通宵场，以前这样渴求影片、为片奔波追影的经历造就了我经常去外地看电影和看电影院的习惯。

参加工作后，有了一定经济基础，自己的薪水基本一半都是给了电影相关方面，走进影院的次数就更多了，但身边的影院影片数量远远满足不了我的欲望。工作原因四处出差，每去一个新地点都会去光顾下当地影院，甚至是犯了去外地看电影的毛病，从出差地悄悄去所在省份的省城。最难忘的一次是从广西南部小镇倒四次大巴去南宁看《功夫》、《指环王》，对一个语言不通、道路不熟的外乡人来说，回想起来挺难的。

也就是在这时，我认识了万达影城。在当年的南宁万达影城，我看了太多的影片，从刚开业的旧片试映，到体验影片版本的与众不同（中英日粤），再到几十部的张国荣影片纪念展。结识了万达，让我对新型影院有了新的认识，对影院放映影片质量有了新的追求。

2006 年我回到了东北，走进了大连万达影城，成为市场部的一员，因工作原因和更狂热的追影态度，不但影城每一部影片都看过，而且是基本都看过所有版本，用于记录各种版本差异的笔记本也用了好几本。

刚回来时，有朋友问我：“你现在进影院工作了，不会再为电影跑去外地了吧？”我笑笑说：“还是会的，有机会看到不同，就会去外地看。”2007 年国庆，《变形金刚》IMAX 版本上映，我做出人生第一次外地追影豪华游的决定，当天往返双飞去外地看 IMAX。等到 2009 年《变形金刚二》和 2011 年《变形金刚三》上映，我选择了东莞万达影城，大陆商业 IMAX 影院里唯一 IMAXGT 系统，绝对高端、绝对值得一去，但难度和影响却是最大的。其中第一次去还因瘟疫问题，回来后在家自行闭关七天，吃了七天挂面。我两次东莞万达 IMAX 行都受到大连本地和南方媒体关注，两次笔记都被大陆高端发烧影音杂志《数码家居》刊登，文章开头是这么描述我的：“这是一次筹备了两年的朝圣之旅——从大连到深圳，飞行距离 2300 公里，从起床到走进电影院，整整花了 10 个小时的长途奔袭——不为别的，就是为了在东莞看一场全亚洲屏幕最大的 IMAX 电影。”说朝圣对我这样疯狂发烧影迷来说不为过，回来闭关吃七天挂面也是值得的。

别人追星，我追电影，我喜欢沉浸在影像的光辉里，不仅是商业片，文艺片、科教片、纪录片什么都看，来者不拒，奉行“好与不好，看了再说”的原则。我现在平均每天只有 4 个小时左右的睡眠，每天时间除了上班交际，基本都是在看片中度过，平均每天至少有 8 小时看片时间，全年在家看片超过 1400 部。一算我自己也有点吃惊，不过对痴迷电影这件事情，我无怨无悔，还会全身心投入进去，别人是为爱痴狂，我是为影痴狂。☺

图说

收藏多年的电影海报等多种纪念品



淘碟强迫症

为了花钱买碟，在捉襟见肘的时候，饭都可以省去一顿；为了拥有自己心目中最理想的版本，不惜一部影片买上个四五次。

文 / 广州万达影城 陆尚永

图说

家中满屋子都是收藏的碟片

我的爱好是收藏电影碟片，对收碟的爱好可以追溯到上世纪 90 年代购买录音磁带，再后来有了 CD 盘，再后来 VCD，再到现在 DVD，甚至蓝光。粗略估算一下在这些影音介质上的花费，近三万的总量是有的；而如果计算在这上面花了多少精力，这已经是不可能完成的任务。

远的 VCD 时代不再回想，那个曾经一部 90 分钟电影都得双碟刻制的时代已经过去，那些清晰度不高的 VCD 格式已经被通通洗牌洗掉了。淘碟这件事陪伴了我整个青春岁月。曾记得，为了一张影碟，跑遍大街上所有音像店，就为了买到那一种版；曾记得，为了一条 DTS 音轨，总是把买到手的 DVD，换了又换；曾记得，当年自己还一门心思想着，自己也开一家音像店；曾记得，为了一个碟子的封面图，竟也干过“买椟还珠”的事情。

这些疯狂的记忆就仿佛呈现着我整个青春的激情，为了花钱买碟，在捉襟见肘的时候，饭都可以省去一顿；为了拥有自己心目中最理想的版本，不惜一部影片买上个四五次；为了与人分享方便，用大型碟包把电影全部做了分类；为了时不时地拿出来把玩，这些碟都有封套，被小心翼翼地保管着，即便是搬家离家都不曾离开过视线；为了能够与人共享，经常拉着朋友邻居到家组团观影，因为电影结识了很多朋友。最后，也因为藏碟，将身边很多不

大了解电影的人，变成了忠实的电影粉丝……

从收藏的角度来说，一张碟子的成本是不高的，它的收藏价值高不高？答案也是否定的，随着时间的流逝，更好的存储介质只会不断诞生，先前拥有的东西会随着时间慢慢变得稀有，就仿佛站在今天再去看看磁带或者录像带。但我相信，纵然这些东西若干年后就是一堆塑料，或者说有些可能已经不能被读取，但这些都不重要，因为我清楚地记得当初为买一张碟所去作的努力，甚至能想起当时不断跑动的双腿，以及终于成功买到后的满足感。而这些感觉，就仿佛一首首老歌，每当旋律响起，它们总能让你穿越回到那个青春而单纯的年代。庆幸的是，这种疯狂还在继续着。

在淘碟这个行当中，我认识很多与我同样有强迫症的人，他们各有自己的某种偏好，说起来也非常有意思。有些是包装党，对盘的内容不大要求，但对影片外包装的选材以及印刷以及海报选取十分在意；有些是国配党，认为只要是经典的国语配音，就不可缺失；有些是字幕党，对影片的字幕翻译甚至是显示字体字号极其在意；有些是画面控，对不同厂家不同区域出的碟子，从画质和声音上做技术对比，直到找到满意的为止。而我是哪种“党”呢？首先，经典的外片一定要收一区版，字幕不大有要求，封面一定是一区发行版面图，DTS 音轨尽量满足，购买之后一定会放置碟包，而且妥妥地放着。📺

影评达人

最早写评论，是因为自己口才不好，就想用笔杆子直抒胸臆，而且看完一部电影实在是不吐不快。

文 / 济南万达影城 亢冠奇

记忆中最早接触电影是跟随父亲一起看录像带的日子，那时还在读小学，我家所在厂区的闭路电视里经常会播放一些港片和美国片，父亲常把一些电影录下来重温。四五年级时，已经进入 VCD 时代，我也逐渐从父亲那里掌控了买碟、租碟的选择权。看碟是跟随父亲，那么走进影院就是跟随母亲了。一到节假日，厂里就会发放给职工一些电影票，我常跟着妈妈走进影院，看一部主旋律电影或是译制片。相比新片，我更迷恋欧美老电影。

爱钻研电影是从 1999 年开始的，那一年几乎看尽了当年所有好莱坞大片，同时还因为希区柯克电影而一发不可收地迷上老片，由此引领我进入一个全新的观影高度，学会从摄影、调度和美学上去分析。步入高中，也迎来了 DVD 时代，我经常抽出一个午休时间去淘碟，从希区柯克到库布里克、从伍迪艾伦到斯科塞斯，乃至 VCD 时代根本见不到的费里尼、伯格曼、戈达尔等欧洲大师逐渐占据我的视线。

那时，互联网和专业电影杂志也是刚刚普及，我开始把网络当成查资料和觅知音的场所，时常在《电影世界》论坛写一些观影感悟，很快就混到了论坛电影社区版主的位置，至今这都是我引以为豪的一件事，后来因为要参加高考才辞掉职务。最早写评论，是因为自己口才不好，就想用笔杆子直抒胸臆，而且看完一部电影实在是不吐

不快，身边又缺乏能够交流的朋友，有些电影还非常冷门。随着网络平台的日新月异，我的根据地也由电影论坛转战至豆瓣和博客。写得多了，关注的人也逐渐多了，各种媒体也找上门来。我慢慢开始为迷影网、《QG 智族》、《新京报》、凤凰网、腾讯网等媒体供稿。

现在，我还是安于以“影迷”自居，而不太愿被人叫做是“影评人”。说是影迷，是因为我很狂热。我的信条是：一天一电影，疾病远离我。长久以来，我始终保持着每天至少看一部电影的习惯，不论是新片或老片、商业或文艺、大众或冷门，统统都要看。看得多了，眼界就宽了，写的东西自然而然也就深入了，随着看片量的与日俱增，欣赏电影的角度也会随之改观。我不安于窝在家里或电影院观看电影，而是每年都去参加些影展或电影节，这完全是出于一种影迷的狂热。去年年底，我出版了讲述肖恩·康纳利生平的传记书《暗香浮动》。写书的初衷是我长久以来对这位演员的喜爱，在此之前我已经陆续看了他的六十余部影视作品，也曾做过他的网站。书中很多内容都来自于我所收集的英文书、文献、简报和照片，这些都是靠兴趣一点一滴积累的。

2010 年底，我有幸来到万达影城工作，与电影有了更为亲近的接触，电影由爱好变成了我的事业。两年多来，我深深体会着爱好和事业结合在一起的种种幸福。📺

图说

写得多了，关注的人也逐渐多了，各种媒体也找上门来。我慢慢开始为迷影网、《QG 智族》、《新京报》、凤凰网、腾讯网等媒体供稿。



爱心放映室里的“小小中国梦”

5月29日，万达酒店及度假村管理有限公司与中华慈善总会组团前往赤峰宁城县天北小学，探访“万达爱心放映室”。这是二者于去年共同发起创立的专门针对儿童的专项公益慈善项目。

文 / 集团企业文化部 张瑾 李琛

- 1
- 2

图说

图1 孩子们在爱心放映室里认真观影

图2 万达义工与孩子们进行游戏互动

小学生们的“小梦想”

带着卡通眼镜的小学生郭容辰，眼睛里亮晶晶地泛起了泪光。她的梦想是当一名山村医生，帮助那些因为贫穷落后而无法就医者。“我曾经看到过这样的新闻报道”，她说，许多偏远地区的人们，很穷很苦，看不起看不上病，“很多人都死了，很可怜……”

这是“万达儿童基金”探访爱心放映室的一幕现场。当日的活动，以“我的小小中国梦”为主题展开，来访者和天北小学师生一同观看了万达爱心放映室放映的《星球的诞生》、《大头儿子小头爸爸》等寓教于乐的影片。万达酒店及度假村管理有限公司与中华慈善总会的项目负责人对放映室的建设和运行表示满意，他们此行的目的就是要考察去年捐建的万达爱心放映室的实际效果。

但活动中最打动万达酒店及度假村管理有限公司副总裁包铂的则是小学生们的绘画。他们各

自在纸上用彩笔画下了自己的小小梦想。长大后想做乡村医生的郭容辰，画的是一个大大的红十字。小学生苏洋指着他的画说，我希望我以后的家可以飞。问他为什么想让家飞起来，他歪着头想了半天，“可以到处玩，还能像是在家里，多好。”扎了两个小马尾辫的乔硕画的是一个拿着话筒的主持人，她的偶像是中央电视台主持人董卿。胖胖的小男孩刘笑彤的画纸上，有阳光、海浪和沙滩，旁边是一把躺椅，他的梦想是在沙滩上看海。一对美丽的双胞胎小姐妹一起别出心裁地画了万达集团的logo，比对着细细描摹。

“我看到了他们心里在动。”包铂说，“孩子们绘画时，每个人有不同想法和五颜六色的梦想，梦想有大有小，他们的许多画真的都打动了我。”

在《星球的诞生》放映结束后，孩子们即席做了模拟表演。四个人分别代表银河系、太阳、地球、月亮，演绎星空轮转。个头最小的扮演月

亮，她围着地球“公转”一圈，稚声稚气地说“我是月亮，和地球是一对好朋友”。然后，这对好朋友又一起绕着太阳欢快地蹦蹦跳跳。这是爱心放映室要达到的效果，有实质教学内容，又不失童真快乐。

对国家级贫困县的定向捐建

万达爱心放映室是万达酒店及度假村管理有限公司与中华慈善总会用双方共同发起设立的“万达儿童基金”捐建的。万达方面承诺每年对该基金筹款数额不低于100万元，预计到2014年累计捐款额将超过500万元。根据万达和中华慈善总会确定的标准，捐建对象须为“国内贫困县所属小学，无专业放映设备，师生有对多媒体教学的渴求”。据此标准，去年8月，全国25所小学被选作首批捐建试点。万达爱心放映室配备投影幕、自动播放机、投影机、影院音响等专业放映设备。赤峰宁城县天北小学，是其中一个试点。宁城县地处辽、冀、蒙交界处，属国家级贫困县。

中华慈善总会项目负责人王玲女士对于此次活动感触不少。她说：“自从去年8月我们共同创立万达儿童基金以来，万达积极地承担企业社会责任，向社会、特别是孩子们奉献着爱心，这让我特别感动。这次活动以‘我的小小中国梦’为主题，正符合了我们最初创建万达爱心放映室的初衷……好的影片帮助孩子们在心里种下希望、梦想之树，帮助他们快乐、幸福地成长。”

正值“六一”儿童节前夕，小朋友给包铂戴上了红领巾。整个活动期间，他始终都戴着，感觉很新奇。“我认为这个世界上只有自然而然的事物才会恒久永新，我们所倡导的让每个人用心底那份淳朴的美好为社会尽绵薄之力，这便是无形的、巨大的力量，以此去改变那些需要帮助的群体，特别是孩子们的生存、福利、教育状况，因为孩子们是希望和未来，他们强大了，这个社会才会更为强大。”包铂感慨。

“真的很难用一句简单的感激来表达我们的心情，我们也一直在想，如何用更有效的行动和努力，回馈你们的爱心播撒，回馈社会各

界的支持帮助，我们更想把你们所给予学校师生的正能量，发酵、壮大、传递。”天北小学校长任健明发言说。

25后面再加个零

但显然，这样的爱心之举，也只能算作一个良好的开始。虽然和那些乡村或村镇小学相比，天北小学的办学环境和教学水平有着明显的优势，但仍与国内一线或二线城市的小学差距巨大。“几个月前扩建教室，学校现在还有100多万的外债。”任健明忍不住也表达了学校的困境。他说，在科技如此发达的今天，一所县城小学的老师們仍然仅凭着一支粉笔、一块黑板和简易的教学设备在给孩子们上课，多媒体教学仍然离我们遥遥甚远，学校还没有规范、达标的科学实验室、音乐教室和校园图书室……

让一切都源自内心的美好，是当天包铂反复强调的一句话。他说，看到孩子们从电影中有所收获，令我们更有信心把这个项目开展下去，争取在未来取得更好的成绩，“万达儿童基金会像一个孩子般随着公司的发展得以快速孕育成长，我们有责任与使命在不远的将来为社会交出一份优异的答卷。”他透露，万达儿童基金下个月将启动第二批25所学校爱心放映室的捐建。“我希望到了明年，我们可以在25后面再加个零。”随即他又赶紧笑着补充一句，还是把零换成1吧，不然不好听。

尽管捐建的目标是明确的，但此行也让包铂意识到项目本身仍有改善空间。比如，放映室的放映内容。“放映的内容是为孩子们定制的，所以应该区别于他们在家电视上能看到的，这一点非常重要，因为这可以有助于他们实现属于他们自己的梦想。”包铂决定，以后所有万达爱心放映室的放映影片，都将由万达儿童基金介入挑选和确定，甚至可以考虑借助万达院线的专业资源，引进国外优秀的儿童教育影片和最新的动漫卡通片，从而保证爱心放映室的独特性和内容优势。

当日活动快结束时，想做乡村医生的小女孩郭容辰举着画纸，让包铂给签字。包铂想了想，写下：Dream comes true（梦想成真）。📷

背景：

“万达儿童基金”以“全方位关爱儿童健康成长，唤起我我源自内心的美好”为愿景，全心致力于儿童公益慈善事业的发展，通过不懈努力让儿童享受平等的生存权利、完善的社会福利以及优质的教育资源。“万达儿童基金”作为万达酒店及度假村管理有限公司携手中华慈善总会共同创立的唯一的全球专项儿童公益慈善基金项目，在公司旗下拥有万达嘉华、万达文华、万达瑞华品牌的酒店针对宾客、员工进行全方位的传播与实施，以汇聚来自各方的美好爱心。每一位下榻酒店的宾客可自愿向“万达儿童基金”捐款人民币五元，万达酒店及度假村管理有限公司承诺每年筹款数额不低于人民币一百万元，并与中华慈善总会按年度进行“万达儿童基金”项目规划与实施，以逐步解决关于儿童在生存、福利、教育方面的重大难题。



“万达是带动大学生就业的模范”

听完介绍，尹蔚民露出了满意的笑容，称赞万达广场不愧为民营企业的龙头，在带动大学生就业方面也是模范。

文 / 宜昌商管公司 吴霜

1	2
---	---

图说

图1 尹蔚民听取宜昌万达广场就业情况介绍

图2 尹蔚民查阅相关统计资料

6月6日，中组部副部长、人力资源和社会保障部部长尹蔚民一行冒雨深入宜昌万达广场和万达社区调研就业情况，湖北省委组织部副部长、湖北省人力资源和社会保障厅厅长瞿天山，湖北省委常委、宜昌市委书记黄楚平，宜昌市委副书记、市长马旭明等陪同调研。

宜昌市是全国社会管理创新综合试点城市，宜昌万达广场为宜昌市创造出了大量的就业机会，并联合万达社区推行“一站式服务平台”和就业“网格化”管理，提供便捷就业创业服务，因此，在尹蔚民本次到宜昌的考察中，首站便来到了万达广场。

调研过程中，宜昌商管公司副总经理胡蓉向尹蔚民介绍，宜昌万达广场开业以来累计完成营业额30亿元，实现税收达8000余万元，安置就业1.5万人，被誉为宜昌市伍家岗区的“就业基地”。同时，万达广场联合所在街道社区完善就业服务体制，不断加强就业服务能力。万达广场因为严谨的招聘程序、和谐的用工关系，被宜昌市伍家岗区人力资源和社会保障局评为“劳动关系和谐企业”。参与调研的领导对宜昌万达广场在促进就业中的做法和成效深表赞同。

众所周知，今年大学应届毕业生的就业压力格外大。对此，宜昌万达广场按照王健林董事长指示，在今年将加大招聘力度，特别针对

应届毕业生，将在去年基础上增加招聘10%。听完这番介绍，尹蔚民露出了满意的笑容，称赞万达广场不愧为民营企业的龙头，在带动大学生就业方面也是模范。尹蔚民还强调，党中央、国务院主要领导高度重视高校毕业生就业工作，湖北省高等院校数量多，应届高校毕业生总量大，希望万达集团在前期卓有成效工作的基础上，进一步完善政策、创新方法、拓宽渠道，切实保障应届高校毕业生就业水平不降低、有提高，为实现今年全国高校毕业生就业目标做出更大贡献。

尹蔚民一行还走进万达社区“一站式服务大厅”，详细询问工作、生活情况：“是本社区的人吗？工资待遇如何？满意吗？”当得知社区劳动保障专干可为辖区居民和万达广场就业者提供就业帮扶、创业培训、再就业指导以及小额创业贷款审核等服务，现场办理《就业失业登记证》等业务时，尹蔚民对社区管理员董莉说：“感谢你们，希望你们为广大市民提供更好的服务！”尹蔚民对宜昌推行就业“网格化”管理十分关注，特意走进社区“格格”办公室。工作人员柳桂平介绍了网格管理员职能，并拿出网络E通，演示协助人社部门统计就业信息、调查居民养老保险和医疗保险等情况。尹蔚民肯定这种创新有利于人社部门掌握第一手真实信息，并称赞万达社区人力资源社会保障工作措施成效好。📍

“希望之星”归国记

当走出机场，见到早已等候在那里的父母时，孩子们再也按捺不住内心的激动，和家人紧紧拥抱在一起。此时此刻，他们是最幸福的人！

文 / 足球工作部

2013年6月26日，西班牙马德里的巴拉哈斯国际机场内格外热闹，万达“中国足球希望之星”队首批留学的30名足球少年刚刚结束了在西班牙第一年的学习生活，即将从这里登上回国的班机，与家人团聚。尽管才10个月，但小伙子们普遍都长高了一大截，举手投足也更有大人模样啦！

临行前的一周，三家俱乐部分别组织队员们去市中心购物，孩子们为国内的家人和朋友购买了礼物。很多队员买了橄榄油、火腿等西班牙特产，还有人买了香水、衣服等送给家人。

为了检验三支万达“希望之星”队一年的训练成果，也为了给队员们在回国前创造一个交流联谊的机会，足球工作部建议三家俱乐部在赛季结束时举办一场由三支球队参加的对抗赛，地点就在马德里。足球工作部总经理石雪清于6月初访问西班牙期间就此事与三家俱乐部进行了具体沟通，最终确定在小球员回国前一天，即6月25日，在马德里竞技俱乐部训练基地举行首届万达“中国足球希望之星”对抗赛。

三家俱乐部对于万达小球员回国的行程安排都给予了高度重视，不仅派出了俱乐部一队的专用大巴负责接送，还有当地电视台的记者全程拍摄。6月25日一早，瓦伦西亚和比利亚雷亚尔的二十名万达小球员及其西班牙队友、教练和随行记者等分别乘坐各自的大巴出发前往马德里。中午，马竞俱乐部在训练营里邀请三支球队共进了午餐，这也是自去年九月抵达西班牙之后这三十名足球少年第一次齐聚一堂。见到久违的小伙伴大家都激动地相互击掌、拥抱，你一言我一语地分享着自己这一年里的各种趣事。

下午五点，比赛准时开始。三十名万达小球员都上场参加了比赛，队员们铆足了劲，在比赛中尽情发挥。最终结果，马德里竞技



图说

在马德里竞技俱乐部训练基地，首届万达“中国足球希望之星”对抗赛赛前合影

凭借主场之利，分别以4:1、3:1击败了舟车劳顿的比利亚雷亚尔和瓦伦西亚，获得冠军，而比利亚雷亚尔则以3:2战胜瓦伦西亚位列第二。尽管失利的队员会稍有沮丧，但失望的情绪很快就被回家的喜悦所冲淡。

26日一早，三十名队员分乘各自球队的大巴前往机场。大家都统一换上了各自俱乐部的队服，个个精神抖擞，整齐划一，成为了当天马德里机场里一道亮丽的风景。三家俱乐部的负责人和孩子们的队友、教练也都来到机场送别，大家逐一拥抱、告别，场面十分感人。

经过11个小时的漫长飞行，当飞机降落在北京首都国际机场的跑道上时，机舱内立刻爆发出了一阵热烈的欢呼：“到家了！”孩子们不约而同地喊出了声。当走出机场，见到早已等候在那里的父母时，孩子们再也按捺不住内心的激动，和家人紧紧拥抱在一起。此时此刻，他们是最幸福的人！很多家长对足球工作部的人说：“感谢万达为孩子安排了每年一个月的探亲假，这样人性化的安排让家长和孩子都非常有幸福感，感谢万达！”

孩子们，好好享受这难得的假期吧！一个多月后，你们又将踏上西班牙的土地，继续漫长的求学之路。期待你们早日学成归来，中国足球的希望！📍



今夜我值班

或许晚班人员没有营业期间上班的人员那么忙碌，杂事多，但夜间的安全更加需要重视，上班人员必须打起十二分精神，按时对广场进行巡查，并定时去巡更打点，而这项工作完整下来每次就要一个小时。

文 / 南昌八一商管公司 熊蒙

图说

万达广场繁华与安宁的背后，来自于众多商管员的坚守

由于公司管理人员男士过少，女同胞们一致决定加入到夜值班的行列中。对于此我是很乐意的，作为年轻一辈，新时代的女性，要敢于担当，对公司的事情要有一份分担。当然，我倒也是想尝试试试夜值班的滋味，也想深入了解基层员工上夜班是怎样一种状态。

第一次夜值，有些小激动，也难免有些担心。在这所有一切到来之前，做了很多准备工作，想着要怎样熬过这样的夜晚。夜幕很快来敲门，吃过晚饭回到公司，此刻的办公室俨然只剩下我一人，才觉得之前的所谓准备根本就是多余，这样的夜晚其实也是一种享受。细长的走道里回荡的是自己轻盈的踱步声，伴着手机音乐里播放的《沉默是金》，带来的是另一种宁静的体验。同一个地点，不同的时刻，别样的万达，有些着迷。

夜里，一个人的万达广场，没有恐惧，倒有一丝窃喜，偌大的办公区域，只能看到自己的身影，何等自在。很快，街灯也开始暗淡，大楼里也停止了喧嚣。没有店员，没有顾客，从未如此刻这般和万达这样亲密无间。带着厚重的黑框近视眼镜，走出办公室，要开始整栋大楼的巡视了，和万达的每一处亲密接触，静静地交流。久居办公室，说实话，对广场的整体布局不是很清楚，幸得夜值这一机会。营业

期间，可以对广场内外商户经营秩序进行检查，也能用管理者的眼光和角度去发现一些日常业务部门不能发现的问题，并提出相关建议，此为其一，令我更为看中的倒是可以借着夜值走进商管员的生活。曾经以为，上夜班的商管队员很清闲，因为晚上基本没人，停车场的车辆也寥寥无几，商户闭店，首层不用看管，如有夜间装修的商户，只需定时去查看一下便可，员工完全可以待在值班室安心睡觉。没有亲眼看到、亲身经历，每一个岗位人员工作的苦与累就无法感同身受。自从驻店夜值后，我为这样的想法感到抱歉。或许晚班人员没有营业期间上班的人员那么忙碌，杂事多，但夜间的安全更加需要重视，上班人员必须打起十二分精神，按时对广场进行巡查，并定时去巡更打点，而这项工作完整下来每次就要一个小时，贯穿外场、首层、四楼、到天台。广场内有的主力店闭店时间很晚，商管员总得在第一时间赶去现场，检查三关一锁，而身为总值班的我，在接到电话告知后也会一同前往。

或许在日常工作当中，我们都未曾认真体会过商管员的生活，在我们眼里，他们就是简单地在停车场、发卡亭、收费亭、外场，做着简单的事情。而自从夜值班后，我才深刻体会到，万达的存在与繁荣，不是某些人的坚持，而是所有万达人的坚守。📍

万达国际化程度让我惊讶

合作的过程中，我们无时不刻感受到万达人的理想与雄心。我们感觉到万达精神就是要做就做第一、并且不断创新，一切向国际一流看齐、一切以世界最新标准为目标，这同样激励着合作企业不断挑战极限，将设计推向崭新水平。

文 / Gensler 公司伦敦设计总监 乔治·拉莫斯

自 2013 年春节开始 ,Gensler 公司上海团队、伦敦团队有幸与万达文化旅游规划研究院合作，进行哈尔滨万达城项目概念方案设计。此次是 Gensler 和万达的第二次合作，每次接触我们都是在惊讶与兴奋中了解与感受万达。万达在与我们的合作中充分展现了企业的创造力、执行力、持久性和社会责任感，让我们深刻体会到万达代表了一种精神。

项目合作中，和我们沟通最多的是万达文化旅游规划院建筑专业项目团队。在合作过程中，项目团队几乎每天都与我们进行及时沟通，介绍万达的企业文化与奋斗精神，说明万达所独有的商业运作模式，并和我们深入讨论每个技术细节，令我们深深感受到万达深厚的企业文化和国际化的工作效率。

初始接触万达团队，我们就对万达团队的国际化程度感到非常惊讶。他们不仅能够与 Gensler 的美国籍建筑师无障碍地进行语言交流，而且其职业化、国际化的作风令我们如沐春风，无论是在开会的着装、会议的准备还是交谈的礼仪，他们都充分地展现了国际化的水平。

在和万达团队合作的过程中，万达团队不仅在技术上展现了成熟的经验，而且在问题理解、设计概念以及技术要求上，都能做到清晰、标准、严格和规范，展现了一个成熟的技术和设计团队所应有的气质与经验。依托这些交流经验，我公司方可在设计过程中不断校正方案的设计方向和最终成果的匹配度。在与万达团队合作交流的过程中，万达团队展现出了成熟的沟通技巧，在双方都能接受的范围内有力地推动

了沟通的顺畅进行，不仅使问题有效得以解决，而且使双方建立起良好的工作合作关系。依托这些交流经验，我们才可以在设计过程中不断的调整修正，并且不断完善创新，努力与万达高水准、高标准、高技术的要求和适应性相匹配，力求最终获得令人满意和有认知度的成果。

每次与万达开会沟通，会议日程安排得紧凑合理。而且在项目合作方众多、条目繁杂的情况下，会议都组织得井井有条。项目团队针对每个技术细节反复讨论，争取最大化拓展设计空间，打造独一无二的文化旅游产品。正是因为万达在商业方面的多年经验，才使我方的设计进入到一个更加广阔的领域，并提升到一个崭新的高度，既保存了万达既有的成功模式，又对万达模式进行了深入的挖掘与拓展。

在与万达团队的合作过程中，我们也深刻地感受到万达深厚的企业文化。决定企业成败的最终因素是是否有成熟的企业文化，万达人不仅将目标瞄准国内一流，而且将眼光及事业放置得更加深远、更加全球化。严格的工作作风来自高标准的要求，在合作的过程中，我们无时不刻感受到万达人的理想与雄心。我们感觉到万达精神就是要做就做第一、并且不断创新，一切向国际一流看齐、一切以世界最新标准为目标，这同样激励着合作企业不断挑战极限，将设计推向崭新水平。

通过这次与万达的合作，我们更加坚定了目标——在中国市场，就是要寻找像万达这样的国际化合作伙伴。我们将着眼于未来，紧跟万达步伐，与国际一流公司同行。（编译：文化旅游规划院 赵青扬）📍

万达团队不仅在技术上展现了成熟的经验，而且在问题理解、设计概念以及技术要求上，都能做到清晰、标准、严格和规范，展现了一个成熟的技术和设计团队所应有的气质与经验。

用“切片”法和坐标系认知自己

本书这种思考模型列举的形式和思考模型中经常出现的坐标系图解，对于自我认知的方法提供了启发，进而对处理类似的复杂问题都提供了一个通用可行的方法。

文 / 文化旅游规划院 乔大治

由于个人在专业上的局限性，在阅读《史上最简单的问题解决手册》一书后，其中的一些思考模型给我很大启发，但另一些确有不知所云之感。或许正是这样一种一知半解的认知，让我脱离了对具体模型的深入研究，而对书中将“如何改善自己”、“如何更加了解自己”、“如何更加了解他人”和“如何改善他人”的四大问题各自“切片”成若干思考模型的剖析问题方式很感兴趣，特别是对于“如何更加了解自己”这一部分。因为平日里时常会遇到这样的困境：好多行为都受控于自己的感性，但又无法准确描述这份感性的特点，进而对应的行为也无从找到一个自我理性衡量对错的标准。而本书这种思考模型列举的形式和思考模型中经常出现的坐标系图解，对于自我认知的方法提供了启发，进而对处理类似的复杂问题都提供了一个通用可行的方法。

我们每个人都清楚自己对于这个世界是独一无二的，但作为一个个体自己到底具有怎样的独特性，到底怎样比较全面客观地去描述我这个个体，并不是

每个人都清楚的，至少我所见的自己还是处在迷茫中的影子。很显然，将能想到的对自己的形容词都罗列在一起是一种描述的方式，但这样做很难把所有的零散的特征捏合起来形成一个整体的特征，在做事的时候也很难形成指导。书中在这一章节对于“如何更加了解自己”列举了多个方面的思考模型，它所做的正是将一个复杂而宏大的问题“切”成多个层面的更为具体的问题。个体就好比是一个点，社会就好像是一个空间，了解自我就像是在给自己这个点在社会这个空间里定位一样。定位点时首先应该建立一个坐标系，这个系统需要有类似笛卡尔坐标系一样的坐标轴，借由几个坐标轴上的坐标尽可能准确地定位空间中的点。而书中所列举的多个思考模型的作用正如同这一条条坐标轴，每个具体问题的答案正是我们个体特征的坐标。经过这番努力，我们就可以将这个错综复杂的比较抽象的问题转化为多个单一层面的比较具体的问题。或许这种化一个庞杂的“繁”为多个清晰的“简”的结果就产生了

这本书的名字。

读罢全书，另一印象深刻之处在于，上述坐标系统的图示表达。在《建筑师视觉笔记》一书中，作者有一个很明确的观点：图示是思考的反映，同时也反作用于思考，或着说刺激着思考。这一观点在医学上也存在着依据：物体的影像经过瞳孔和晶状体，落在视网膜上，视网膜上的视神经细胞在受到光刺激后，将光信号转变成生物电信号，通过神经系统传至大脑，再根据人的经验、记忆、分析、判断、识别等极为复杂的过程而构成视觉，在大脑中形成物体的形状、颜色等概念。我们知道经验、记忆都是思考的基础条件，所以可以说视觉形成的过程也是和思考相互作用的过程，故在面对比较庞杂的问题时，特别是较为抽象的问题时图示化的语言是有助于思考的，同时也易于和其他人交流，而交流同样也会促进思考。

相信在本书中所体会到的“切片”分层的思考方式和图示语言的表达会在今后应对工作和生活中的复杂问题时起到很大的帮助。📖

守护万达之窗

如今的万达，每一次布局，都引领着行业发展；每一次投资，都震撼着业界专家；每一次创新，都吸引着全世界的目光。万达已成为国际舞台的焦点，而集团官网就是万达的“世界之窗”，我愿意与同事们一道竭尽全力守护好这扇窗，为国际万达保驾护航。

文 / 集团企业文化部 谢菁炜

“万达收购 AMC 很有可能是在帮助中国政府进行政治宣传，美国人应该提高警惕，防止文化入侵。”这是去年万达以 26 亿美元收购美国电影院线 AMC 之后，美国福克斯新闻发表的所谓高论。对于这种不负责任的论断，我感到非常愤慨：万达怎么就成了入侵别国文化的洪水猛兽了呢！而除了愤慨，我同时也感到困惑和无奈。我作为万达集团英文网站的负责人，职责就是要向外界宣传一个国际化的、负责任的万达，而面对西方媒体的片面和强势，我怎样才能将企业本身想传达的信息有效传递出去，向世界呈现一个真实的万达呢？

直到阅读了董事长推荐的《史上最简单的问题解决手册》，我才茅塞顿开。书中提到的“乔哈里资讯窗”把人的内心世界比作一扇窗子，它有四格：公开区、封闭区、盲区和隐藏区。真正有效的沟通只能在公开区内进行，因为此区域的信息是彼此双方都能共享的。

这让我恍然大悟。一直以来，我一厢情愿地认为企业网站就是一个公开区，但实际上，如果读者对网站内容不感兴

趣，甚至根本没有渠道接触到网站的内容，那么这个网站还能算作一个公开区吗？通过反思和调研，我改进了工作方式。除了发布集团重大新闻，还重点宣传万达的社会责任感和可持续发展这些海外群体更愿意关注的内容，而这些内容也有利于提升企业的海外形象；除了在网站上发布新闻，还通过社交媒体、搜索引擎对这些信息进行传播，使原本单一的传播渠道多样化；除了传播万达的核心价值，还通过监控海外舆情，对外界的关注及时做好回应和解读。

让我倍感振奋的是，效果是明显的，短短一个月，英文网稿件在搜索引擎的排名有显著提升，甚至有西方媒体开始转引我们网站的内容。最新一期的美国《财富》杂志将董事长选作封面人物。在接受《财富》杂志采访时，董事长说，像美国英国这样世界大国的影响力来自这些国家拥有的伟大公司，它们促进了国家的发展，成就了超级大国。他认为，现在是中国企业发挥同样作用的时刻了。他的中国梦就是，像万达这

样的中国企业去创造财富、传播影响力，为中国在世界舞台上取得主导地位铺平道路。

这是董事长的中国梦，我相信也是每个万达人的梦想。如今的万达，每一次布局，都引领着行业发展；每一次投资，都震撼着业界专家；每一次创新，都吸引着全世界的目光。万达已成为国际舞台的焦点，而集团官网就是万达的“世界之窗”，我愿与同事们一道竭尽全力守护好这扇窗，为国际万达保驾护航。📖



作为万达集团英文网站的负责人，我的职责是要向外界宣传一个国际化的、负责任的万达



就业就是幸福

在万达这个大家庭中我成长非常迅速,各种工作技能在我心中扎根,同时那个开朗的、充满活力的、自信的我又回来了。我知道只要我在这里认真踏实去工作,多去学习,就不会失业。

文 / 北京 CBD 商管公司 门滢



万达大度地接纳了我,也接纳了这些想靠自己的劳动吃饭的失业者,让像我这样的应届大学生有了一个实现自己梦想的平台,支撑起一个个因失业而经济窘困的家庭,成为了他们的港湾。

小时候生活在一个幸福家庭,父母都是国企工人,那时候觉得国企可是“铁饭碗”,生活无忧无虑。然而,1996 年国家出台的国企下岗减员政策,彻底打碎了我这个幼稚的想法,身边很多同学的父母开始陆陆续续地失去了工作,而我的父母同样也没有逃离这条政策带给家庭的打击,家里的生活变得困难。当时,我上学正值用钱时,父母不得不出去起早贪黑地做点小生意赚钱,时间长了,因为没有时间照顾我,便把我送到了寄宿学校。那时候我刚刚十岁,年幼的我离开了父母,离开了家,在学校里艰难地学着如何做一个“大人”。因为家远,父母生意比较忙,不能经常去看我,每到周末我就自己一个人坐在宿舍里,眼巴巴地看着其他同学被父母接回家,宿舍里没有人了,眼泪就吧嗒吧嗒流了下来,从此在幼小的心灵中,便也不再相信什么“铁饭碗”。

大学毕业后,我孤身一人来到北京闯荡,偌大的、陌生的北京城让我突然失去了所有安全感,我靠着所学专业在外面教教课,也算能够维持基本温饱,但是心中更有所盼,盼望着找到一座“港湾”,可以让我在那里安心学习、踏实工作。2010 年我入职万达,同事的关心、领导的爱护让我觉得我不再是自己一个人了,慢慢地我开始经济独立了,不再依靠家里。

万达不只接纳了很多像我这样的

大学生,还得以让社会上很多有劳动力的失业者在这个竞争激烈的社会中得到安家立业。有天下班后,我跟一个保洁阿姨聊天,得知多年前她是靠顶替父亲的工作,得以在一家纺织类国企上班,而下岗后因为薪水或是保险的问题一直没有找到工作,家中只靠爱人的工资谋生活、养孩子。她说,在万达工作以后,家中的生活明显好转,品质提高了,不再过着像以前那样紧巴巴的日子了,她的脸上洋溢着欣慰和满足。触景生情,我想到了十多年前家中的境遇,如果当年我的父母能够到万达这样的企业工作,那我也就不会从小饱受离家之苦了。

万达大度地接纳了我,也接纳了这些想靠自己的劳动吃饭的失业者,让像我这样的应届大学生有了一个实现自己梦想的平台,支撑起一个个因失业而经济窘困的家庭,成为了他们的港湾。现在我知道,万达广场遍布全国各地,每年还会以近 20 个的速度递增,这会给每个城市新增大量的就业岗位,让那些和我境遇一样的人们都能够有一个幸福美满的家庭,不会因生活所迫而背井离乡。每每想到这里,我都希望万达广场能建得更多一些、建得更快一些,好让更多的人尽早就业,好让更多家庭的日子好过一些。我为他们感到高兴,也为能在万达这样具有社会责任感的企业工作而骄傲。📍

爱上万达的“年轻”

就是这样一个平均年龄 27 岁的年轻团队,以它独有的热情、张扬、勤勉,让我深深地爱上了万达,爱上了宜昌万达影城。

文 / 宜昌万达影城 徐芸

最初接近万达,源于万达的口碑和影响力,万达进驻宜昌,无疑是城市的骄傲,我以能在这样一个知名企业工作而骄傲。在万达影城工作已是第三个年头,对万达的感情已由最初的仰慕变成了深深的挚爱,因为这里有一份“年轻”的力量吸引着我。

年轻,便多了一份冲劲。每年的任务和指标,不仅带给每个员工压力,更多的是拼搏的动力。票房的姑娘们用甜美的笑容让观众们开心购票、办卡,稳定客源;卖品的小伙子们用磁性的声音向顾客推荐套餐,提升 SPP;销售人员不惧日晒雨淋,奔波于各大银行、学校和企业间,联系团体票业务;放映的技术人员为研究某个技术问题,茶饭不思,到处翻阅资料,向前辈咨询,直至找出解决办法;管理组时常向顾客征询意见,改进我们的工作。年轻的冲劲让大家坚信办法总比困难多,指标一定能完成。

年轻,便少了一份拘束。不同于以往的单位同事互相之间毕恭毕敬地称呼职位,我们的领导是 X Sir,而在非工作时间,非工作区域,更多的孩子们称这位才三十多岁的店长为叔叔,因为他像叔叔般照顾刚刚步入社会的孩子们,像叔叔般耐心地对孩子们谆谆教诲,像叔叔般带领大家想办法完成影城指标。而同事之间的称呼就更丰富多彩了,淘宝体的“亲”、影视剧中最煽情的“亲爱的”、还有甄嬛体的“小主们”……我们以自

己的方式表达着同事间亲密的感情,年轻人擅用的称谓成了影城融洽气氛的添加剂。

年轻,我们思想活跃,推陈出新。每年我们有自己的年会,歌舞、小品、武术、反串……每次都有不同的惊喜,让人津津乐道;还有演讲比赛、K 歌大赛、趣味运动会,我们以各种方式展示青春的活力。在工作中,我们也以年轻人的敏锐和挑战性不断吸取经验教训,研究改进方法,提升工作效率,在 2012 年度的“万达好办法”征集中,我们荣获了院线大奖以及多个单项奖励。

年轻的我们爱心涌动。影城开业以来,我们每年都会组织多次义工活动,所有的伙伴都积极参加。在义务献血车上,不管男生女生都积极报名,为血库解决燃眉之急;在特殊儿童学校里,我们毫无顾忌地牵着自闭儿童的小手,和他们一起做游戏、演节目,开心地笑着、闹着;在荒山上,我们亲自挖坑、扛树苗,种下一片绿荫,磨破皮、打水泡,都无所顾忌;在影厅里,我们不仅和贫困的孩子们一起过“六一”节,送礼物,还向残疾人士捐赠物品,并且让他们中的许多人体验了平生的第一场电影,在万达留下难忘的回忆。

就是这样一个平均年龄 27 岁的年轻团队,以它独有的热情、张扬、勤勉,让我深深地爱上了万达,爱上了宜昌万达影城。📍



年轻,便多了一份冲劲。每年的任务和指标,不仅带给每个员工压力,更多的是拼搏的动力。年轻的冲劲让大家坚信办法总比困难多,指标一定能完成。

用最直接的方式应对事故

文 / 北京万达铂尔曼大酒店 任虹宇

安全工作必须要做到简单高效，发生安全事件或事故时，要能够第一时间做出反应，制止、中断、减小安全事件所造成的影响。安全事件中，水电气热事故比例相当大，在这些事故中，我们看到很多案例都是在控制事态扩大的同时逐级上报，并等待工程人员到达现场进行最终处理。这样，往往是在等待中造成了事态的蔓延、设备的损坏和财产的损失。其实，为什么我们必须等待专业的工程人员到达现场后才制止事态的发展呢？

比如，餐厅内消防喷淋头爆裂，造成跑水，程序步骤是：第一、通知主管、通知总机，找水桶接水扫水、疏散该区域的客人；第二、总机的同事通知工程部、保安部、客房部和值班经理；第三、保安部、工程部和客房部人员会放下手中的工作，取相应的救援器材到现场进行处理等一系列的工作。在这么长的时间里，消防水会从喷淋里喷出，造成较大面积受损，有可能蔓延到其他区域，造成设备损坏。所以，我们应该简化应急程序，哪种方式最直接、最有效，就

使用哪种方式。

酒店每名员工不仅是服务员，同时也应该是安全员，应该明确自己的工作岗位上有哪些跟安全有关的设备和设施，发生安全事故时能够在第一时间做出反应。在下一步的工作计划中，酒店保安部将按部门、按区域进行详细的培训和现场演练。此项工作完成后，如再发生安全事故，现场的服务员就可以按照平时在演练中的内容实际操作一遍，在第一时间控制事态的发展，避免事态的蔓延。📍



安全小贴士

高温物体：

高温物体是指在一定环境中，能够向可燃物传递热量，并导致可燃物着火的具有较高温度的物体。在日常安全检查工作中，可燃、易燃材料一定要远离高温物体才能确保安全。

几种典型的高温物体：

- 1、气焊气割作业时产生的熔渣，温度可达 1500℃，电焊作业时产生的熔渣，温度超过 2000℃。
- 2、无焰燃烧的烟头是一种常见的引火源，烟头中心温度在 700℃，表面温度约 200℃～300℃。
- 3、60W 白炽灯泡表面温度可达 137℃～180℃，200W 白炽灯泡表面温度可达 154℃～296℃，1000W 碘钨灯的石英玻璃管表面温度可高达 500℃～800℃，400W 高压汞灯玻璃壳表面温度可达 180℃～250℃。因此，可燃、易燃物品与照明灯接触便有被点燃的危险。
- 4、汽车发动机排气管在排气口处，温度一般能达到 150℃～200℃。📍

齐齐哈尔万达广场 外立面设计赏析

齐齐哈尔万达广场总建筑面积约 55 万平方米，项目地处城市的重要地段，是融购物、餐饮、文化、娱乐及休闲等多种功能的大型城市综合体，将成为齐齐哈尔高端的大型休闲消费场所。

齐齐哈尔万达广场的立面设计灵感源自北国冬天的冰雪，建筑立面采用了折线形的几何形体，动态性的设计灵感则源自大量冰凌堆积形成如同河川般的地理景观。立面设计给人强烈的动态感，但纯净的立面设计又让人回归冰凌的纯粹自然美学。在设计风格上，采用大胆的非对称建筑语言，突破了千篇一律的横平竖直，使人们重新解读建筑立面的水平感，在空间关系上强调丰富的变化和千差万别。

建筑外轮廓全部为斜面和折线，大楼表面形成一个个变幻的不规则折面，各个铝板的转折组成许多相互交织的几何图形。当夜幕降临，别具一格的几何线条的灯光带，使建筑群幻化成为光彩照人的珠玉，酷似白色水晶体，给齐齐哈尔添加一道别致的风景线。



购物的中心 • 美食的中心 • 娱乐的中心 • 交流的中心

万达广场 就是城市中心



南昌红谷滩万达广场