

万达 WANDA MONTHLY

要闻

董事长赴美考察

专题

十年战地情

公益

一条新闻引发的爱心接力

图说：拔河比赛上的国际面孔

2013年04月
总第168期
www.wanda.cn

万众瞩目 达人闪耀

今天你和我一样在岗位上做着最平凡的工作
明天你将是舞台上最璀璨的明星
用你的才华，带给我们不一样的震撼，用你的热情，带动我们火一般的激情
闪耀的聚光灯下
让我们唱响未来，舞动青春，让我们书写壮志，镌刻辉煌

万众瞩目 达人闪耀
万达集团第二届员工才艺大赛
五月，等待您的绽放……



编辑室	
主 编：	陈志平
责任编辑：	肖 宾 滕 浩 刘 洋
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

善待伙伴

有人说，一个企业能走多远，看与谁同行。事业要成功，离不开伙伴帮助。万达速度之所以无人能及，除了企业自身因素，非常重要的是有一大批愿意追随的合作伙伴。

在万达发展史中，合作伙伴一直扮演着重要角色。如万达商业地产发轫之初，与沃尔玛联合发展，不仅借了势，也学到先进管理经验。当然，沃尔玛也得以跟随万达广场进入中国许多重要城市的核心商业地段，改变了其在中国的发展轨迹。现在万达实力已经强大，但要发展创新业务，如仅凭企业一己之力，仍需较长时间积累，可能丧失最为关键的市场机遇。所以，万达从商业地产向文化旅游、从全国化向国际化的发展中，更加重视借助国际一流专业公司和专业人才的智慧，更加注重培养新型的合作模式，通过与 Forrec 公司、弗兰克·德贡、马克·菲舍尔等世界顶尖公司及人才的合作，万达一开始就站在制高点上，成为世界行业的领跑者。

伙伴的重要不言而喻，但他们是否愿意同行，主要取决于企业自身的经营之道。万达发展速度快、业务新，对合作伙伴也是很大的考验。这种情况下，他们仍然心甘情愿、不离不弃，为什么？主要因为万达把合作共赢视为企业承担社会责任的重要方面，认为合作伙伴与万达的关系，如同生物链上互相依存的关系，而不是简单的上下游的关系，所以一定要尊重合作伙伴，帮助合

作伙伴。

在保护合作伙伴利益方面，万达最用心，也最能落到实处。一是制度保障合作伙伴利益，绝不店大欺客。我们出台了保障工程款付款进度的内部规定，严格招投标、建立品牌库，拒绝腐败、保证公平正义。二是着眼长期利益，与合作伙伴建立战略关系。对于施工单位，我们主要与中建系统合作，并建立工程质量现场会制度，给予质量优秀企业表彰奖励和优惠条件；对于租户，我们与一批企业建立联合发展关系，让他们跟随万达全国兴业。三是聆听合作伙伴呼声，设身处地为他们着想。万达商业管理公司的经营宗旨是“让商户赚钱”，集团不设置利润考核指标，就是要求他们把“安全、服务、品质”做好，为商户营造良好的经营环境。在商户面临困难时，万达还主动给予扶持，2008 年汶川地震，成都锦华路万达广场给予所有租户免租一个月，帮他们渡过难关。在万达的扶植下，一批跟随万达的企业得以发展壮大，比如大连阿尔滨、大玩家，都由区域的小企业，发展成为全国知名的企业。

“长期合作，共同发展”，不是万达夫子自道，而是不易之理，体现了万达的胸怀和价值观。正因为万达是这么想的，也是这么做的，大家一起开心赚钱，才赢得伙伴的信任，路才越走越宽，越走越好。☺

陈志平





04 NEWS 要闻 董事长赴美考察

美国当地时间3月9日至16日，王健林董事长率文化集团副总裁唐军，商业地产公司总裁助理、投资证券部总经理刘朝晖等赴美考察。王健林董事长先后访问美国纽约、华盛顿及洛杉矶等地，与当地政企代表洽谈会晤。

21 SPECIAL REPORT 专题 携手共赢

万达的高速发展并不是独行，万达成就的取得离不开各界合作方的鼎力相助；同时，万达也时刻铭记合作方，希望他们与万达并肩进步。万达发展扩张的同时也为各界合作方提供了广阔空间，随着和万达逐步建立紧密的合作关系，他们在成长、在壮大。



44 STORY 故事 以影城为家

南昌万达影城的维修工熊春根是一个默默地书写故事的人，大家都亲切地称呼他为熊师傅。遇到工程难题，大家总会想到熊师傅，称他是南昌万达影城的“万金油”。



24 SPECIAL REPORT 专题 让更多人享受观影体验



42 STORY 故事 拔出正能量

EDITORIAL 卷首

01 | 善待伙伴

NEWS 资讯

08 | 万达建成国内首个大型企业远程安全监控系统
14 | 大师拍万达 长白展风情
18 | 媒体看万达

SPECIAL REPORT 专题

22 | 十年战地情
26 | 整合资源立现双赢
28 | 被万达带入快车道
29 | 关于伙伴

INDUSTRY 产业

30 | 广州增城“三傍”经
33 | 打破垄断自己干
34 | 三要素扮靓广场夜景
36 | 点线面的哲学

CASE 案例

38 | 商与艺的博弈
40 | 红蜻蜓巧变太平鸟
41 | 精耕细作赢市场

STORY 故事

45 | 我的 AMC 老友
46 | “铁榔头”郎丽苹
47 | 万达收银员也要学英语

CHARITY 公益

48 | 一条新闻引发的爱心接力
50 | 你们献爱心 大歌星买单

HOME 家园

52 | 遇见你是最美的意外
53 | 音符与思绪
53 | 三十而立有感
54 | 博多水城感悟

SELECTED ARTICLES 征文

56 | 汉街让我更懂生活
57 | 万达助我买房安家
58 | 爱上万达只因初见
59 | 万达给我安全感

READING 读书

60 | 艾森豪威尔矩阵：
助我提升工作效率
61 | 赫赛—布兰查德模型：
我的金钥匙

SAFE 安全

62 | 安全无形 档案有效
62 | 安全小贴士



王健林董事长赴美考察

美国当地时间 3 月 9 日至 16 日，王健林董事长率文化集团副总裁唐军，商业地产公司总裁助理、投资证券部总经理刘朝晖等赴美考察。王健林董事长先后访问美国纽约、华盛顿及洛杉矶等地，与当地政企代表洽谈会晤。



要闻
NEWS

文化之旅

3月9日-16日，王健林董事长率团赴美，分别访问了纽约市、华盛顿特区和洛杉矶市；拜会了美国多名政要，与美国多家顶尖机构和企业就文化、地产等领域合作进行了深入交流和探讨，参观考察了几个重点项目，还接受了美国主流媒体的采访。此行可谓是“文化之旅、友谊之旅、务实之旅”。

文 / 酒店管理公司总部 刘春

探秘索尼影视动漫工作室

美国的动漫产业拥有成熟的商业模式和丰富的人才资源，一直引领着世界潮流和发展方向，是当之无愧的影视动漫王国。像《唐老鸭和米老鼠》、《辛普森一家》、《海底总动员》、《精灵鼠小弟》等耳熟能详的经典动漫作品对世界各国都产生了潜移默化的思想和文化影响。

此次我们有幸参观了索尼影视公司的动漫制作部。相较于迪斯尼、21 世纪福克斯等老牌动漫制作公司，2002 年才正式成立的索尼动漫算是后起之秀。索尼动漫以索尼影像工作室 (Imageworks) 为核心，近年来发展迅猛，目前已拥有 1300 人的团队。他们曾为《蜘蛛侠》、《哈利波特与魔法石》等大片提供了叹为观止的视觉效果。近年来推出的《蓝精灵》、《神奇海盗团》等动漫电影获得了不俗的票房收入。在与索尼影业主席兼首席执行官麦克·林顿的会谈中，他不无自豪地表示，索尼影业是索尼公司唯一盈利

的业务板块。

美国的动漫产业化程度之高确实给我们留下了深刻印象，仅索尼动漫工作室便可见一斑。索尼的动漫制作中心位于一栋 6 层高的办公楼内，有上千名创意人员、技术人员和后勤保障人员在这里工作。通过讲解员的介绍，我们了解到，动漫制作绝对是创意前沿性和劳动密集型产业。好的动漫作品需要完全颠覆观众的思维视觉想象，不断带来观影惊喜。所以动漫创意团队需要不断通过技术创新、视觉效果突破和故事情节创意来创造新的动漫作品。与此同时，每一帧动漫效果，从人物塑造、背景、渲染等各方面都需要投入大量的人力和时间。我们在索尼动漫工作室看到许多工作人员在黑暗的工作环境中完全沉浸在虚拟的动漫世界里，每个人也许只负责一个眼神、一个笑容的设计。一部动漫作品绝对是一个精细分工和高度集成的系统化

工程。

参观完索尼动漫工作室，不禁让人感叹，中国的动漫产业还有很长的路要走。

市长的家宴

美国洛杉矶市长安东尼奥·维拉莱戈萨可谓是美国最具争议的市长之一，他因免费看球赛被处以罚款，因背弃结发妻子而饱受指责。但作为洛杉矶市首位拉美裔市长，他执政 10 年来的政绩算是可圈可点。

市长先生非常重视中美各领域的交流与合作，特别欢迎中国对美投资。这次王健林董事长访问洛杉矶，市长先生特意在他的官邸设宴款待。他非常兴奋：“我刚从华盛顿返回，一下飞机就径直赶回来。我通过新闻了解到万达集团成功收购美国第二大院线 AMC 公司，而且收购后的经营也非常顺利。我很期待见到这个伟大企业的掌舵人。”

这位流淌着墨西哥血液的市长骨子里透着拉美人的热情奔放。他说：“在这个官邸，我接待过各国政要和社会名流，也款待过平民百姓。但董事长先生是我在这里宴请过的第一位中国民营企业家。”当听到万达集团与美国好莱坞正积极探讨合作并计划投资洛杉矶地标性建筑时，市长先生表示将全力支持并做好服务保障工作。

市长和董事长在席间畅所欲言，从两国关系到篮球，甚至聊到美国的“妻管严”，席间充满了幽默和欢笑，更充满了智慧。临行前，市长握着董事长的手说：“您是我见过的最有智慧和远见的中国企业家，希望您能喜欢洛杉矶，也预祝万达在洛杉矶的投资取得成功。”

我可以拥抱下您吗？

美国电影艺术和科学学会（美国奥斯卡金像奖主办单位）是电影行业的最

高圣殿，它几乎决定了美国甚至全世界电影产业的未来走向和发展趋势。这里一直是中国电影人梦寐以求但却望而却步的地方。

此次我们应学会主席霍克·科奇的邀请，拜会了学会总部，并就广泛话题进行了交流。聊得兴致正高之时，科奇主席拿过来一个奥斯卡小金人，按照颁奖仪式的程序向董事长颁发了奥斯卡金像奖。现场所有人都情不自禁鼓起掌来，掌声中承载了人们的许多期望和祝福，希望中国文化产业能够更加发展壮大并真正走向世界，希望有更多的中国艺术家和优秀的中国影视作品能够登上奥斯卡殿堂，赢得世界最高殊荣。

其间，董事长介绍了万达集团在文化产业领域的发展和取得的成绩，特别提到大力支持中国电影内容的发展和电影人才的培养，表示愿与学会加强交流合作，共同推动电影艺术和科学的发展。董事长的讲话深深打动了与会的学会首席执行官丹·哈德森女士，她激动地说：“没想到中国的企业家如此懂电影艺术，如此支持电影艺术的发展。”临别前，哈德森女士低声问道：“董事长先生，我可以拥抱一下您吗？”董事长面带微笑，非常有礼貌地与对方拥抱道别。这一互动充分印证了文化和思想的共鸣，中国文化“走出去”从点滴做起，董事长为我们做了最好的示范。

特殊的普洱茶

近年来，随着中国经济的崛起，中国文化和传统习俗也逐渐被世界各国追捧。在崇尚可乐、咖啡等高热量饮品的美国，也悄然兴起了一股“饮茶”风。不过美国人喝茶总体还停留在较浅层次，一般也就提供英式红茶和普通绿茶，远不如中国茶道那么讲究。

这次董事长在访问洛杉矶时，应邀出席了一位当地发展商的家宴。主人夫妇俩都是土生土长的美国人，但对世界文化艺术特别是中国文化有着浓厚的兴趣。席间，夫人问了许多关于中国文化的问题，包括中国书法、绘画、收藏等。

董事长作为中国书画收藏第一人，对中国文化艺术有着非常深厚的造诣。他向对方娓娓道来中国近现代文化艺术的发展和特点，还给对方收藏鉴赏中国艺术作品提供



上图

王健林董事长到访奥斯卡电影学院，会晤奥斯卡电影学院主席霍克·科奇

下图

王健林董事长会晤洛杉矶市长安东尼奥·维拉莱戈萨

王健林董事长被授予“中华慈善总会荣誉会长”称号

3月29日，中华慈善总会第四届理事会第一次会议在北京召开。会上，王健林董事长被授予“中华慈善总会荣誉会长”，这是2008年后董事长再次获得这一荣誉称号。在本届理事会授予的三名荣誉会长中，王健林董事长是大陆唯一的企业家。

王健林董事长会见中外来宾

3月2日，王健林董事长在集团总部会见了到访的南通市长张国华一行。

3月3日，王健林董事长在集团总部会见了到访的四川广元市委书记马华，市委副书记、市长王菲一行。

3月5日，王健林董事长在集团总部会见了到访的江苏省政协副主席范燕青、常州市武进区委书记周斌一行。

3月5日，王健林董事长在集团总部会见了到访的河南安阳市委书记张笑东、市长马林青一行。

3月8日，王健林董事长在集团总部会见了到访的美国GAP集团全球置业部资深副总裁David Zoba一行。

3月8日，王健林董事长在集团总部会见了到访的长沙市长张剑飞一行。

3月18日，王健林董事长在集团总部会见了IAAPA（国际游乐园及景点协会）副主席马文望、总裁及首席执行官薄洛伦一行。

3月25日，王健林董事长在集团总部会见了传媒大亨默多克夫人邓文迪、20世纪福克斯影业主席吉姆·吉诺亚普洛斯等一行。

3月25日，王健林董事长在集团总部会见了到访的美国华盛顿市副市长维克多·霍斯金斯一行。

4月1日，王健林董事长在集团总部会见了到访的中国邮政储蓄银行董事、行长吕家进等一行。

万达投资 150 亿东莞再建 3 个广场

3月27日，王健林董事长在东莞出席了万达集团与东莞市政府战略合作协议签约仪式，万达计划继续在东莞投资超过150亿元，至少再建3个万达广场。



上图

王健林董事长在前排就座

下图

副总裁杨越代表集团进行项目签约

万达集团将在广州再投 450 亿

3月28日，“新广州新商机2013年重大项目投资推介会”在广州举行。来自全球知名外企、国企、民营企业等代表近千人出席了大会开幕式，广州市委副书记、市长陈建华等领导出席大会并作项目推介。在会上，王健林董事长代表民营企业发言，他宣布，万达集团将斥资逾450亿元在广州再建4个大型项目，其中包括3个万达广场和1个总投资额超过200亿元的万达旅游文化城项目。随后，万达集团与4个项目所在区政府进行了签约仪式。

王健林董事长在发言中说：万达一直非常重视在广州的发展，目前已在广州白云、番禺、增城三地建设三个万达广场，总投资近200亿元。开业仅两年的白云万达广场，现在日均客流量超过7万人次，其中的万达影院票房收入在全国万达影城中排名前五，万达希尔顿酒店的效益在万达已开业的全国38家五星级酒店中排名第一。

在广州发展让万达尝到甜头，也极大增强我们在广州加大投资的信心。我们决定在广州投资建设万达城项目。万达城是万达在世界首创的大型文化旅游项目，内容包括主题公园、电影科技乐园、秀场和酒店群等，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。项目建成后将成为具有世界影响力的中国文化旅游品牌，极大带动相关产业发展，为推动广州产业转型升级做出重要贡献。此外，我们还计划在萝岗、荔湾、从化再建设三个万达广场。以上4个项目总投资450亿元，项目建成后将为广州增加5万个服务业就业岗位，每年增加10亿元以上服务业税收。

27日下午，广州市市长陈建华会见了前来参加推介会的王健林董事长等知名企业代表。陈建华表示，万达集团的新项目落户花都，对广州空港经济发展意义重大。在广州期间，王健林董事长接受了多家媒体的采访，他谈到，未来5-8年，万达集团将在广东布局超过30个项目。（董亮）



万达建成国内首个大型企业远程安全监控系统

覆盖近百城市 338 家公司

图说
运用远程安全监控系统监控全国各地公司安全状况

4月1日，万达集团建成国内首个大型企业远程安全监控系统。该系统具有实时监视各地公司火警信息、实时监控各地公司消防设备设施的运行状况、实时监督各地公司的消防设备设施联动测试情况、实时显示各地安全人员的巡查情况和值班情况、实时传送各类信息以供分析等五大功能。该系统覆盖万达全国近百个城市的338家公司，使万达成为中国大型企业首家建立远程安全监控系统的企业，使万达的安全管理水平得到全面提升，使万达全国各地万达广场、酒店、院线、百货、大歌星等成为顾客放心消费、住宿、娱乐的场所。

“安全、服务、品质”六字方针，一直是万达集团秉承的安全服务营运理念，也是万达企业文化中的重要组成部分。此前，万达在全国各地的万达广场、酒店等场所都建立了消防报警系统和电子巡更系统。但随着万达业务在不断拓展，业态不断增多，给安全管理工作特别是消防安全管理工作带来新的挑战。为了集中管理，使安全系统不受当地经济水平、值班人员素质等因素的影响，杜绝由于设备和人员原因导致误报、贻误灭火时机等情况发生，万达集团决心对各地公司消防报警系统和电子巡更系统进行集中监视、多级管理，实现消防安全管理信息化。

万达集团自2012年12月28日开始全面建设，于2013年4月1日前将全国64家商管、57家百货、38家酒店、1家演艺中心共160家公司的758台消防主机系统，64家商管、57家百货、38家酒店、

115家影城、63家大歌星、1家演艺中心共338家公司电子巡更系统集成成为架设在集团广域专网上的全天候远程安全监控系统。

该远程安全监控系统可实现五大功能：1、实时监视各地公司火警信息，数秒内收到现场任意地点火警信号，如某处发生火情，数秒内火警信号就会传送到位于总部的远程安全监控系统大屏幕上，监控中心的值班人员会依据报警信息，迅速锁定报警设备所在的省份、城市、街道、建筑物、楼层、房间以及现场安全负责人的联系方式，值班人员将会在第一时间将信息上报给领导，并督导现场安全负责人处理火情，避免出现贻误火情和瞒报。2、实时监控各地公司消防设备设施的运行状况，例如某处的消防报警主机故障率过高，超过集团规定，值班人员就会督促加强对消防主机的维保，并全过程跟踪，这可以提高消防报警主机等设备的报警准确性和使用寿命。3、实时监督各地公司的消防设备设施联动测试情况，集团安全管理制度中规定，各广场、酒店等要定期进行消防设备设施联动测试，远程安全监控系统即可自动监视其联动测试情况。4、远程检查各地公司消防控制中心的值班情况、重点部位巡检情况，实时显示各地安全巡查人员的巡查情况，例如可以检查巡查人员是否在规定的时间、按规定的路线进行巡查，如果其未履职，系统将自动报警并记录，起到规范和监督现场安全巡查工作的目的。5、通过深入分析系统中各类信息，可提炼出各地公司在消防设备运行和安全管理中的系统性问题，为万达集团进一步系统性提升消防安全管理水平提供依据。（叶海水 谭家磊）



▲ 新版“万达广场”广告登陆央视

3月1日，新版万达广场电视广告片在CCTV-1《晚间新闻》广告时段播出，同时播出的还有CCTV-3《星光大道》、CCTV-4《海峡两岸》、《国宝档案》、CCTV-6《佳片有约》等重要栏目广告时段。王健林董事长为新版电视广告亲自拟写了广告词：“这里是美食的中心、购物的中心、娱乐的中心、交流的中心，万达广场就是城市中心。”广告词凸显了万达广场对中国城市发展的巨大作用和重要地位。（肖宾）

AMC 娱乐公司去年扭亏为盈

中国万达集团去年收购的美国第二大院线集团AMC娱乐控股公司13日宣布，在观众人数大幅增加等利好因素的推动下，该公司去年收入出现较大幅度增长，实现扭亏为盈，为2007年以来最好水平。

这家总部设在密苏里州堪萨斯城的娱乐巨头表示，2012年共创收26.5亿美元（约合164.7亿元人民币），告别了2011年亏损2.42亿美元（约合15亿元人民币）的不利局面，实现盈利约5800万美元（约合3.6亿元人民币）。该公司表示，这一成绩的取得与观众人数增长、电影票价格上涨和影院销售的小吃和饮料等食品出现增长密不可分。

据了解，2012年AMC在北美的电影观众人数增长6.8%，达1.99亿人次。电影票价也平均增长了1.9%，达9.04美元（约合56元人民币）。票房收入上涨8.8%，达到17.9亿美元（约合111亿元人民币）。此外，各家影院附设的小卖部出售小吃和饮料的营业额增加了12.3%，达7.43亿美元（约合46.2亿元人民币）。这些都推动AMC止住亏损势头。（据新华网洛杉矶3月13日电）

图说
新版广告片内容丰富、画面精美

奠基

荆州万达广场奠基

3月22日，荆州万达广场奠基。荆州市委书记李新华、市长李建明、市人大常委会主任易法新、市政协主席雷中喜等领导，与万达商业地产副总裁王信琦出席奠基仪式。

荆州万达广场项目总占地面积12.18万平方米，总建筑面积60万平方米，项目总投资50亿元，是荆州迄今为止投资额最大、商业配套最齐全、开发规模最大的城市综合体项目。项目建成后，将形成以荆州万达广场为核心的新型城市级商业圈，也是城市综合服务中心，商贸、金融、办公和居住中心。荆州万达广场的开业运营，对促进荆州市商业地产的发展将起到强力推动作用，对提升荆州城市品质、丰富荆州人民消费需求和塑造荆州城市形象具有重要意义。

营口万达广场奠基

3月27日，营口万达广场奠基典礼举行。营口市委书记魏小鹏、市人大常委会主任王恩来、市长葛乐夫、市政协主席王杰等领导和万达商业地产副总裁王信琦出席典礼。

营口万达广场地处城市中央核心区，项目总投资60亿元，是近72万平方米的建筑集群，涵盖了金街旺铺、精装SOHO、都市精装豪宅、国际甲级写字楼等多种业态，同时引入了国际购物中心、五星级酒店、IMAX影院、万达百货、大歌星、大玩家等国际潮流一线品牌，网罗衣食住行、吃喝玩乐、商务休闲等多种复合功能。项目建成后，将成为营口市业态齐全、环境优美、影响力巨大的地标性建筑群，为营口打造世界一流的生活体验。

绵阳 CBD 万达广场奠基

3月22日，绵阳 CBD 万达广场奠

基。绵阳市副市长经大忠及万达商业地产副总裁曲晓东出席仪式。绵阳 CBD 万达广场项目总投资约100亿元，总建筑面积127万平方米，是集合了大型购物中心、超五星级酒店、甲级写字楼、室内外步行街、特色风情街、精品住宅和SOHO公寓等众多现代商业和居住建筑形态于一体的超大型、旗舰级城市综合体。项目建成后，将带动周围区域商业氛围的提升，成为绵阳市业态齐全、环境优美、影响力巨大的地标性建筑群和新的商业中心，全面带动绵阳城市发展和商业升级，进一步提升绵阳区域性中心城市的辐射带动作用，促进城市经济再次腾飞。

安阳万达广场奠基

3月29日，安阳万达广场奠基仪式举行。安阳市委副书记、市长马林青，市委副书记、统战部长李文斌，市人大常委会主任李发军等领导及万达商业地产副总裁王信琦出席仪式。

安阳万达广场项目位于安阳市安东新区国际会展中心南侧，占地167亩，总投资约40亿元，总建筑面积约65万平方米，集国际购物中心、五星级酒店、高端写字楼、室内外步行街、特色风情街、精品住宅和SOHO公寓等众多现代商业和居住建筑形态于一体。作为万达集团布局中原的第四座城市综合体，安阳万达广场以一站式体验满足购物、休闲、娱乐、餐饮、健身等各种需求，缔造自成一体 的绝对中心商圈，首创安阳史无前例的一站式国际都市生活圈。作为安阳市重点招商引资项目，安阳万达广场建成后，将带动周围区域商业氛围的提升，有力推进安阳城市经济快速发展振兴之路，成为安阳市业态最齐全、影响力巨大的地标性建筑群和新的商业中心，全面带动安阳城市发展和商业升级。📍



图说（从上至下）

1 荆州万达广场奠基

2 营口万达广场奠基

3 绵阳 CBD 万达广场奠基

4 安阳万达广场奠基

集团

万达集团签约默林集团

杜莎夫人蜡像馆落户武汉

3月18日，万达集团与英国默林集团（Merlin Entertainments Group）在北京万达索菲特大饭店举行签约仪式。这标志着全球第二大不动产商与世界排名第二的著名娱乐集团正式牵手。作为两大集团首次合作项目，杜莎夫人蜡像馆将于今年年底在武汉中央文化区楚河汉街正式开业。该蜡像馆投资8000万人民币，是继上海、香港、曼谷、东京之后，亚洲的第五家店、中国的第三家店。

默林集团总经理 Glenn Earlam 说，“杜莎夫人蜡像馆的第一选择就是武汉，这不仅因为武汉是中国最具活力的城市之一，更重要是看中‘楚河汉街’以及中央文化区的品牌价值和未来潜力。而这无疑是万达集团最具雄心的作品，对于我们也是最好的支持。”

默林集团是全球领先的娱乐品牌，位列欧洲第一，世界第二，仅次于迪士尼。目前已在全球22个国家开设了超过95个景点。旗下拥有杜莎夫人蜡像馆、LEGOLAND、伦敦眼、地牢等品牌。杜莎夫人蜡像馆拥有200年历史。作为全世界水平最高的蜡像馆之一，拥有众多世界名人的蜡像。武汉项目将云集中国乃至亚洲最为著名的政治家、体育明星、艺人、音乐家和历史伟人，通过运用大量高科技元素，进一步丰富交互式体验功能，包括一些数字、动画特效。（刘璐）

2013 年集团

总部员工拔河比赛落幕

2013年集团总部员工拔河比赛在北京 CBD 万达广场举行。此次拔河比赛共计28支队伍报名，近300名员工参与比赛，是参赛人数最多、规模最大的一次拔河比赛。激情四射的啦啦队，别样风情的助威舞，铿锵有力的口号，展示了万达人的团队风采。经过三轮紧张激烈的角逐，最终酒店管理公司队获得男子组冠军，万达学院队、商业地产3队分获亚军和季军。女子组冠、亚军由酒店建设公司队、院线总部队摘得。此外，文化集团总部队获得组委会颁发的优秀组织奖。（李琛）📍

商业地产

项目系统 2 月营销考核会召开

3月9日，项目系统2月营销考核会在北京万达索菲特大饭店召开，商业地产执行总裁齐界、文化集团执行总裁张霖出席会议。齐界强调，3月份营销是全年营销工作的重中之重，各公司必须以志在必得的决心拿下这一阶段性战役。

为完成3月份指标，项目系统采取了强有力的措施。一是月度指标分解到天，考核到天，绝不允许出现到月末才发现完成指标与计划指标差异较大的情况。二是改变常规汇报方式，要求所有项目公司总经理每周到集团汇报指标完成情况，未完成指标的公司必须说清原因并提出切实的回补措施。三是要求各项目公司总经理、营销副总、财务副总每天开营销例会。四是商业地产公司执行总裁、副总裁、总裁助理全部下到一线，选择重点楼盘、难点楼盘，到现场掌握实际情况，上下一起努力实现指标。（肖宾）

乌鲁木齐市领导考察西安碑林万达广场

3月15日，乌鲁木齐市副市长高峰一行赴西安考察西安碑林万达广场。考察组一行参观了碑林万达广场，并与广场负责人交流商业管理运营经验，对万达广场表示肯定及赞扬。（谈文苑）

抚顺市市长视察抚顺万达广场

3月11日，辽宁省抚顺市市长栾庆伟来到抚顺万达广场视察工作，对抚顺万达广场在推动抚顺市中心商贸集聚区建设中起到的积极作用，予以高度肯定。（尚书宝）

济宁市委书记视察济宁项目

3月4日，济宁市委书记马平昌，市委常委、中 区区委书记张辉，副市长石爱作等一行，视察了济宁万达广场项目施工现场，希望济宁项目能打造成为山东省的示范性项目。（李文慧）

商业地产

武汉项目公司获评市重大项目建设先进单位

3月，在武汉市关于表彰2012年度市重大项目建设
和前期推进（策划）工作先进单位和个人的通报中，武
汉万达东湖置业有限公司获“市重大项目建设立功单位”
称号,公司总经理王战峰荣获“市重大项目建设先进个人”
荣誉称号。（胡夏璐）

项目财务经理培训会召开

3月13日-15日，商业地产财务部召开项目财务
经理培训会，项目财务经理90余人参加培训。本次培训
主题是“汇集一线财务经验，为一线财务工作服务”，
重点围绕“项目各阶段财务经理工作研讨”、“岗位宝典”、
“团队建设与个人发展”等进行，会后成立《项目财务
经理工作手册》及《项目财务经理案例库》编制小组，
对会议成果进行整理并加以完善，为项目财务管理工作
提供全面、直观、实用的指导。（张帅克）

70多家境外设计与万达合作

近日，商业规划院与多家境内外设计公司进行业务
交流。来访公司有国内著名设计公司包括清华城市规划
研究院、中轻国际工程有限公司、北京维拓时代建筑设
计有限公司和中旭建筑设计有限责任公司等；国外著名
设计公司包括欧创设计联盟、美国SKYLINE设计公司、
美国BAKH设计公司等。商业规划院与这些境内外设计
公司在建筑、照明等专业上进行了交流探讨，让设计公
司更深入了解万达。至此，与万达合作的境外设计公司
已达到70多家，万达国际化迈出更坚实的步伐。（商业
规划院）

高级酒店

酒店设计院发展战略培训举行

3月7日、8日，商业地产副总裁宁奇峰在万达学
院对酒店设计院全员做了关于“酒店设计院发展战略”
的培训。培训内容涉及万达文化、商业地产与万达、人
力资源等方面。此次培训有助于提高酒店设计水平，提
升酒店品质。（宋文瑞）

酒店管理公司组织市场营销研讨培训

3月12日-15日，酒店管理公司在万达学院举行
了为期四天的市场营销研讨培训活动。市场部与销售部
负责人与来自各自主品牌管理酒店的市场营销管理人
员，进行了市场营销管理方面的交流。（易萍）

酒店管理公司旗下酒店正式停售鱼翅产品

万达酒店及度假村管理有限公司近日宣布，即日起
在旗下所有酒店的餐厅和宴会场合停止供应任何形式的
鱼翅产品，在所有的菜单上取消鱼翅菜肴。酒店管理公
司自成立起便启动企业社会责任项目，不仅使绿色环保
体现在节能建筑的实施方面，更应用于对自然环境、对
人的保护和关爱方面。（易萍）

酒店建设公司举行项目总经理述职会

3月8日至9日，酒店建设公司在万达学院举行了
2013年第一期项目总经理述职会暨经营目标管理责任
书签订仪式，公司各职能部门、项目部总经办共计57
人现场参加会议，商业地产副总裁宁奇峰出席会议。
（李慧）

合肥万达威斯汀获“十佳旅游饭店”称号

近日，安徽省旅游局在合肥召开了2013年全省旅
游行业表彰大会，合肥万达威斯汀酒店荣获“2012年
度全省十佳旅游饭店”称号。（王惠）

文化旅游

长白山国际度假区滑雪季完美收官

万达长白山国际度假区滑雪场2012年
11月30日正式营业，于2013年3月31
日封场，期间历经122个昼夜，总体接待
游客近85000人次，日均接待人数超过
700人，超额完成指标，完美收官。最火
爆的是春节期间，日均接待游客近2000人，
因长白山管理公司早期进行了兼职度假助
理的储备及培训，春节期间有40余名兼职
度假助理加入了滑雪场服务的行列，及时
确保了滑雪场春节期间的运营需求及服务
质量。（耿冲）

文化集团组织制度与流程专题培训

3月8日、12日，文化集团举办“万
达制度与流程专题培训”，进一步规范制度
执行及各项审批工作流程。文化集团副总裁
唐军及各部门总经理担任讲师进行课程讲
授。本次培训旨在让学员熟悉文化集团各业
务条线审批流程及规范，从而提高办公及工
作开展效率。（郑悦）

PRADA 亚太区总裁参观武汉中央文化区

3月19日，PRADA亚太区总裁Mr.
Armando Tolomeli一行来到武汉中央文
化区参观考察。Armando Tolomeli在惊
叹武汉中央文化区的整体规划和建筑体量的
同时，也对楚河汉街的五座名人广场及
随处可见的楚韵石刻表现出浓厚的兴趣，
对9月万达广场的盛大开业满怀信心。（胡
夏璐）

汉秀剧场及瑞华酒店项目获评绿色建筑试点示范创建工程

近日，武汉文化项目汉秀剧场及瑞华酒
店项目被评定为“武汉市2012年度绿色建筑
试点示范创建工程”，其中汉秀剧场被评为
设计二星,瑞华酒店项目被评为设计一星。（左
喜玉 程佳）

万达汉秀项目通过消防性能化评审

2月28日，武汉文化项目部组织召开汉
秀项目消防性能化专家评审会，来自公安部
消防局、湖北省消防总队、天津消防科研所、
四川消防科研所等单位的专家出席会议。专
家们认真听取了武汉文化项目部及设计单位
的详细介绍，认为目前汉秀项目的整体消防
设计可行,与会人员一致通过了项目评审。（周
力大 程佳）

长白山国际度假区荣获“2013中国首席山地度假楼盘”

3月22日，由《长春日报》举办的“长
春首届（2013）楼市品牌封皇奖”在长春紫荆
花大酒店举行。长白山国际度假区获得“2012
中国首席山地度假楼盘”，长白山国际旅游
度假区开发有限公司总经理邢文明获得“中
国山地度假生活方式推动力人物奖”。（范明）

晋城市市长考察晋城万达影城

2月26日，晋城市市长刘润明一行来到
晋城万达影城凤展广场店指导工作，对影城
文化建设开展情况进行了解 并对万达院线
的工作给予充分肯定。（秦怡）



大师拍万达 长白展风情

Amazing Changbai Mountain scenery photos

文 / 集团企业文化部 李海峰

为更好地展现长白山国际度假区“原始山林、纯净呼吸”的理念，让更多游客爱上长白山、体验长白山。从2012年10月开始，万达集团与中国摄影报社联合举办了“摄影名家长白山采风”、“醉爱长白微摄影大赛”两项活动。

2012年10月，2013年3月，“摄影名家长白山采风”活动先后邀请十多位顶尖的摄影大师两次深入长白山国际度假区，历时10多天拍摄，以独特的视角、精湛的艺术水平，完成了1200多张

精美高清图片的拍摄，用镜头记录了长白山国际度假区秋、冬两季特点鲜明、美轮美奂的景区风光。

2012年10月，长白山管理公司组织的“层林尽染、醉爱长白”微摄影大赛在新浪微博上线的1个月内，收集网友作品达到30000多幅，简单、有趣的互动方式在新浪微博引起了近53万次的话题讨论，极大地提升了长白山国际度假区的知名度。







媒体看万达

◎《楚天金报》

王健林：
别人不敢冒的险，
我敢

外人不解，万达做商业地产做得风生水起的时候，为什么不在此领域精耕细作，而是突然转型大手笔投资文化产业和旅游。在王健林看来，万达现在要做的，不是大家都认可的事情，而是那些少数人想做却不敢做的事儿。

万达集团去年收入 1417 亿元，同比增长 34.8%。“未来 5 ~ 8 年，万达的核心竞争力是文化和旅游，到 2020 年，万达地产类收入要下降到 45% 以下。”王健林这样描述万达的转型。

实际上，除了旅游和文化，王健林的新目标还有电商。面对电商这个诱人的大市场，万达也开始了筹划。有业内人士透露，万达为电子商务公司 CEO 开出 200 万元年薪。王健林坚信传统零售模式不会死，要做的就是线上、线下互动的 O2O 模式，他称为“智能广场”。

根据万达的规划，要把旗下商业地产、酒店、电影院线、连锁百货、旅游度假五大主营业务整合打包，打造“线上商业综合体”。

他掰着指头算了一下，今年万达广场 80 多个，明年 110 个，届时人流达 20 亿次，创造线上线下相结合，促进万达广场的便利性消费。“我们的模式是完全跟其他不一样，如果一样我们就不用再做了。”王健林对万达进驻电商信心满满。面对万达没有电商基因的质疑，王健林毫不在意：“企业没有什么基因不基因，就像我原来没有做过商业地产一样，虽然我没有做过文化、也没有做过旅游，我现在还不是在做嘛。”（据《楚天金报》3 月 4 日报道）



《楚天金报》电子版



凤凰网网站截图

◎凤凰网

王健林：
富贵险中求

在武汉一年中最燥热的日子里，长时间坐在空调房里的马克·菲舍尔没有机会感受外面的气温。他在 4 天时间里参加了 35 场会议来讨论武汉万达楚河汉街项目中汉秀和电影乐园的各项提议。他在结束一个会议后就要火速赶往下一个会场，这种热血的工作状态在万达非常普遍——这完全传承自他们的老板。

作为北京奥运会、广州亚运会、伦敦奥运会开闭幕式的艺术总监，在未来的 15 年里，马克·菲舍尔只有一个老板——王健林。同样和王健林签订了“长期卖身契”的还有导演了拉斯维加斯“O 秀”、梦秀和澳门《水舞间》的弗兰克·德贡及其团队。

王健林为了保证文化秀的独有性，他要求这些创作者未来很长一段时间内只能为万达工作，正因为如此，2011 年，万达在全球的猎头费用为 1 亿元。但这个数字和王健林在楚河汉街 10 个文化项目上的预计投资 80 亿元相比，并不算高。以房地产项目为主的公司，将接近全年营收的十分之一投资到文化项目上，此前同行业企业还没有谁胆子大到这种程度。

在万达自 2009 年开始投资的 4 个旅游地产项目中，根据情况增加了主题秀或电影乐园的内容。“从 2009 年开始做文化布局到现在，期间的辛苦和投入是惊人的，如果我做成功了，别人再来模仿，那就已经晚了。”王健林这样描述万达的转型。

（据凤凰网 2 月 26 日报道）

◎《南方都市报》

万达电商
不做
淘宝京东

记者：万达在文化产业链布局上有什么新动向？

王健林：我们给自己定的目标是，2016 年文化产业收入达到 400 亿元，2020 年达到 800 亿元。如果要实现这个增长，传统文化产业路线肯定无法达成，所以我们现在走的是科技和创新的道路，为此我们搭建起了 9 个公司，制定了三个发展方向。

第一个方向正在全力打造“大型舞台秀”。明年第一个项目将在武汉开业试水。毫不夸张地说，这绝对是世界第一，而不是第一流的。目前签约开工了两个项目，今年还有 3 个开工，其中包括广州花都项目。第二个方向是电影科技，打造俗称 5D 的电影节目，将 3D 平台与真人秀节目结合在一起。第三，就是主题公园。

这些内容的载体是万达城项目，它是万达在世界首创的大型文化旅游项目，内容包括主题公园、电影科技乐园、秀场和酒店群等。万达的文化产业，坚持高科技创新、大投入大产出的路线。武汉的两个项目预计开业后，每个都可以创造 5 亿到 10 亿元的营收。

记者：万达之前筹备电商在业内四处挖人，业内诸多争议，您怎么看待万达电商？

王健林：万达的电子商务今年下半年会正式上线。我们不是做淘宝、京东商城，也不是做腾讯、搜索，而是要把万达广场做成“智能广场”。万达拥有全中国任何一个企业都没有的丰富的线下资源，全国开业了 67 个广场，到今年有 87 个，明年 110 多个。去年，万达广场接待了 10.7 亿人次的客流，预计 2015 年，110 个广场可以接待 20 亿人次。

但这 20 亿是什么人、哪一个年龄层、消费行为是什么、需要什么，我们不清楚。基于此，万达决心做电商，其目的是建立客户分析的电子商务平台，便于掌控消费者海量数据，把握市场需求，从而更好地招商，满足市场需求。

（据南方都市报 3 月 28 日报道）



南方都市报电子版



PROGRESS 携手共赢

万达的高速发展并不是独行，万达成就的取得离不开各界合作方的鼎力相助；同时，万达也时刻铭记合作方，希望他们与万达并肩进步。万达发展扩张的同时也为各界合作方提供了广阔空间，随着和万达逐步建立紧密的合作关系，他们在成长、在壮大。有些企业随着万达的全国扩展脚步，也成长为全国性企业；有些企业受万达超强执行力的影响，管理更上一层楼；有些国际化的企业跟随万达广场的扩张步伐快速打开了中国市场；有些企业的收入也随着万达的突飞猛进而一路高歌。在和万达携手合作的历程中，对方提及的往往都是持续共赢与情深谊长。

图说

万达发展离不开各界合作方的鼎力相助，八个月建成武汉楚河汉街项目是经典案例之一。图为楚河汉街炫丽夜景。

伙伴 · 中建二局

十年战地情

自 2003 年南宁的第一代万达广场开始，中建二局与万达集团携手并进，已逾十年。十年里，万达集团从一个区域型地产开发企业，发展转型成为全国商业地产与文化旅游产业的明星龙头企业。十年里，中建二局从一个刚刚改制分离的老旧国有建筑企业，发展成为全国排名第三、富有竞争力和活力的全新建筑企业。

文 / 中国建筑第二工程局有限公司

自 2003 年南宁的第一代万达广场开始，中建二局与万达集团携手并进，已逾十年。十年里，万达集团从一个区域型地产开发企业，发展转型成为全国商业地产与文化旅游产业的明星龙头企业。十年里，中建二局从一个刚刚改制分离的老旧国有建筑企业，发展成为全国排名第三、富有竞争力和活力的全新建筑企业。十年里，中建二局与万达集团精诚合作，打造了几十座万达广场，为社会提供了一个又一个商业建筑精品，为城市创造了一个又一个标志性项目。上海五角场、南京建邺、广州白云、武汉楚河汉街、长白山国际度假区 5 个抢工期的万达重点项目全部是中建二局完成。蓦然回首，中建二局发挥“中国建设的先锋、南征北战的铁军”精神，全力奋战万达项目，过程中的酸甜苦辣，点点滴滴，历历在目。

挥汗南京，成就万达速度

2005 年 1 月，中建二局中标上海五角场万达广场。为干好上海第一个万达工程，中建二局领导果断决策，要求集中全局人、财、物等优势资源投入到项目施工生产中。最终，五角场万达广场如期开业，现在已成为人气最旺的万达广场之一，也成为万达商业地产建设运营的经典案例。

2008 年，中建二局又中标南京建邺万达广场。按照合同约定，南京万达建筑面积 28.7 万平方米，工期 10 个月，是当时唯一一个要求当年开工、当年竣工、当年开业的万达项目。在很多同行眼里，这几乎是不可能完成的任务。但在中建二局眼里，履约永远是摆在第一位的，立即组

织精兵强将决战南京。南京的夏天是残酷的，由于工作量太大，很多工人都扛不住了，纷纷准备离开项目。对于项目来说，劳动力流失是很严峻的问题，没有了劳动力，什么也干不成。当年下起瓢泼大雨时，为保证施工进度和施工质量，项目管理人员就全部冒着大雨冲到一线，给特殊作业面的工人们打伞遮雨。他们率先垂范的做法、体恤工人的作风在工人队伍中传为佳话，从而稳住了军心。日后，大家就是靠着这股不怕辛苦的韧劲，与时间赛跑、与困难斗争，共同挺过了那段难忘的岁月。10 个月时间，一座万达广场不可思议地拔地而起。南京市建邺区领导惊叹之余，称赞南京万达在南京乃至全国，都是个奇迹，创造了一个全新的“万达速度”。

鏖战武汉，铁军抢攻汉街

2011 年，中建二局中标武汉楚河汉街项目。作为纪念辛亥革命 100 周年的献礼工程，汉街工程要在 9 月 30 日正式开街，工期迫在眉睫。当时武汉全市 5500 多个工地处于集中开发阶段，市场上原材料需求远大于供应，材料供给奇缺；因现场没有场地，材料的进场、储存、周转和土方挖运等面临着巨大的挑战；当时一场几十年一遇的暴雨袭击江城，造成施工现场严重内涝，到处流淌着泥浆；当时水刷石技工严重不足……

6 月 18 日，楚河决堤，以中建二局项目管理层为主的抢险队员们喝了两口白酒后跳入齐腰深的水中进行抢险，整个过程令所有中建二局施工人员和万达人感动。8 月，地下室湿度太大，加上骄阳的炙烤，室内温度高达 40℃，变成了活生生的蒸笼，

工人频频中暑，工人们每天 3 班倒，奋战 16 个小时，项目部给每个工人发了 3 件 T 恤，一天下来全部湿透。当万达集团王健林董事长在 9 月 30 日宣布汉街如期开业时，很多员工都抑制不住内心的兴奋与激动，流下了热泪。谁也无法忘记打着吊瓶坚持作业的焊工师傅，谁也无法忘记深夜时热火朝天的工地上累得睡在泥地上的工人。武汉汉街，中建二局用铁军精神又一次完美诠释了万达速度。项目建成后，万达集团特别下发文件对中建二局武汉中央文化区项目部嘉奖 200 万元：“楚河汉街项目任务之重、工期之紧前所未有，这种情况下，贵局迎难而上、勇挑重担；组织精兵强将，积极调配资源，夜以继日、全力以赴进行施工，确保了项目按期完工。”

浓情长白，风雪中创神话

近两年，中建二局陆续中标万达长白山国际度假区项目。作为万达的第一个旅游地产项目，项目一开始就面临着八大困难：一是点多面广，施工战线特别长。二是雨雪多，有效施工时间短。每年 10 月至次年 4 月，冬期气温达到零下 20 ~ 40℃，积雪达 1 米多深。冬期一过，又是绵绵雨季。三是工期紧，产值密度大，一天需完成的产值量达到了 700 万至 1 亿元。四是地处偏远，劳动力和生产资源组织都异常困难。五是项目前期无水无电无路，场地不平整。六是工程结构形式复杂，坡屋面大，林区基础不平。七是甲指分包单位达到 100 多家，总承包协调管理难度大。八是地处林区，消防、安全压力特别大。

面对如此情势，中建二局的领导和员工们没有被困难吓倒。“不讲借口一次做好，不讲条件坚决执行”，这是镌刻在项目部中建墙背面的 16 个大字，也是中建二局员工的工作信条。“不能躺在困难上面摆困难”，项目经理杨义良这样要求自己、也这样要求项目团队。中建二局的员工们饱尝了工程施工的酸甜苦辣，

在极寒天气和高强度的工期、质量、安全压力下，本着诚信服务、优质施工的原则，翻越了一个个高难度节点，实现了中建二局对万达的一项项承诺。

劳动力短缺，就从系统内其它项目直接抽调，高峰时现场作业人员达一万余人；交通不便，工期紧，包机将工人直接运至工地；资源匮乏，积极从周边县市采购，到长春、沈阳，甚至北京、郑州等地采购；基础设施落后，自行修路、解决供水供电问题；附近没有商砼供应，自行建设大型砼供应站；没有周转料具，公司投入巨额资金予以采购；为保证冬季供暖，采购数台锅炉予以供热；为保证工人在冬季极寒天气下作业，大幅提高工人工资并全部配发劳保用品；为解决管理人员及工人在现场的通行问题，现场投入上百台各种车辆用以通行；雨雪天不易作业，在作业面上搭起帆布篷，通上暖气继续施工；中建二局的将士们趴冰卧雪、战天斗地、不畏艰险，英勇战斗……所有这些，都只为一个信念——排除千难万险，圆满践诺履约。项目完工后，万达集团王健林董事长用“建设者创造了一个神话”来充分肯定度假区的建设成绩，感谢中建二局的努力和付出，并嘉奖 200 万元。

中建二局与万达集团多年的合作，形成了“强强联合”的战略合作伙伴关系，构建了双方互相信任、互相支持、共同发展壮大的新局面，万达集团王健林董事长曾这样表态：中建二局关键时刻能咬牙冲上去，而且不讲代价，我们要把更多的工程交给二局做。中建二局在干好每一个万达工程的过程中，也打造了自己的核心竞争力——坚持打造让业主持续满意的服务能力。服务业主、严格履约，围绕业主的需求开展工作，始终与业主的目标保持一致，是中建二局在市场竞争中激流勇进的不二法门。始终坚持这一点，相信中建二局与万达集团的合作之路必将更加长远。☞



1
2
3

图说

- 1 施工现场，有雨、有汗、有泪、有甜
- 2 楚河汉街人潮涌动
- 3 长白山项目施工难度巨大的大桥



伙伴 • IMAX

让更多人享受顶级观影体验

文 /IMAX 公司 沈莹莹 景雪

IMAX 公司是世界一流的娱乐科技公司，专门发展让人身临其境的电影技术，世界各地的 IMAX 影院网络是好莱坞大片在全球发行中影响力最大、运营最成功的影院发行平台之一。

20 多年来，IMAX 一直致力于彻底改变观众们的立体电影观赏体验。现在，IMAX 立体体验已经是全世界公认的影音质量最高、最具身临其境感的电影观赏体验。在水晶般清晰的巨大立体图像的围绕中，在顶级环绕音响系统创造的兴奋氛围里，观众能真切地感到自己就在电影中观看一切正在发生的事情。

2011 年 3 月 24 日，万达院线与 IMAX 公司在北京召开盛大新闻媒体发布会，万达集团王健林董事长和 IMAX 公司首席执行官葛尔方先生联合发布了关于达成“紧密战略合作伙伴关系”的重大新闻：万达院线将在旗下 75 家万达影城全面配置 IMAX 影厅，到 2015 年，万达院线将拥有 IMAX 银幕 91 块，而这一数字也将使万达院线成为亚洲第一、全球第二的 IMAX 运营商。万达院线与 IMAX 公司，一个是国内发展最迅速、最有潜力的院线，一个是世界知名的娱乐品牌和行业领袖，当双方碰撞到一起，结成“强强联合”的战略联盟时，这已经不仅仅是观影体验的升级，而是推动着中国电影的发展和飞越。王健林董事长在发布会上表示，IMAX 代表了最顶级的观影体验，是万达院线现在和未来发展的重要组成部分。而与万达院线达成的这项合作，也将使大中华区的 IMAX 影院数量在 2014 年底达到 187 家，这不仅仅促成 IMAX 全方位进入中国电影市场和万达院线实现整体硬件设施全面升级的双赢局面，更是在中国电影市场创造了一个全新的市场格局。

短短两年，IMAX 已经在万达影城建成了 68 块银幕，IMAX 公司在不断深入中国市场，带给更多人顶级的观影体验。如今，万达影城的 IMAX 银幕数已经占到国内总量的 65%。万达 IMAX 影城开到哪里，都必定在当地掀起一股“IMAX 热”，开业当天已变成万达电影带给观众的节日。事实证明，双方当初的决定和一直的坚持是完全正确的，IMAX 影厅使得全国万

达影城的票房收入、高端观影形象打造皆有质的飞越。同时，IMAX 依托其专利技术和万达影城，继占据一线城市之后，已快速进入二、三线城市，中国已经成为全球最大的 IMAX 电影消费市场之一。

中国第 100 块 IMAX 银幕落户成都金牛万达影城的消息更是坚定了双方紧密合作的信心。2012 年 12 月 23 日，万达院线“百城千幕”揭幕庆典暨 100 块 IMAX 影厅揭幕仪式于成都万达影城金牛店隆重举行。葛尔方先生特意从美国发来祝贺，称这是“具有里程碑意义的事件”，“在如此短的时间内落成第 100 个 IMAX 影厅，证明中国消费者有强烈的愿望去体味 IMAX 的巨大魅力。”万达 IMAX 影厅没有停下爆发式增长的脚步，2013 年又将有 23 块 IMAX 银幕落户万达，且这个数字还将不断刷新。这就是中国最大的电影院线和全球最顶级的电影试听体验碰撞时迸发出的无穷潜力。

除了身临其境的顶级观影体验，IMAX 还拥有独家的 DMR 数字原底翻版技术，可以将普通格式的电影转为 IMAX 制式。第一部被转为 IMAX 的中国商业电影是冯小刚执导的

催泪大片《唐山大地震》，该片最终票房超过 1.02 亿美元。基于《唐山大地震》的成功，2012 年下半年又有四部电影《太极 1：从零开始》、《太极 2：英雄崛起》、《一九四二》、《十二生肖》以 IMAX 版本登陆全国影院，今年春节热映的《西游》同样有 IMAX3D 版。万达和 IMAX 的紧密合作，让更多的中国观众认识并喜爱上了 IMAX 电影。其实两者的中心并不仅仅是终端放映和技术研发那样简单，万达已经将触角伸向上游的制片产业，IMAX 也希望有更多的 DMR 电影。葛尔方也对中国本土的 IMAX 转制电影充满信心：“中国电影市场潜力无穷，而我们也会发挥自己的技术优势，将 IMAX 转制电影带到全球其他大型市场。”也许，在不久之后，我们不仅要去万达影城的 IMAX 影厅看电影，更要去看双方联合制作的 IMAX 电影。

电影是一场梦，人们在这场梦里欢笑、流泪，暂时忘却周遭的一切烦恼。万达是造梦者，始终坚持向观众传递“生活，因电影而美好”的理念；IMAX 也是造梦者，用近乎完美的技术充实观众的试听，“让梦想更真实”。双剑合璧、强强联合，未来的中国电影，一定会因为这两家为“梦想”而战的企业变得更加绚丽多姿。☺

1	2	5
	3	
	4	

图说

1 2011 年 3 月 24 日，万达院线与 IMAX 公司成为战略合作伙伴

2、3、4 万达 IMAX 影城开到哪里，都必定在当地掀起一股“IMAX 热”

5 中国第 100 块 IMAX 银幕落户成都金牛万达影城



万达百货与周大福联合举办的主题营销活动

伙伴·周大福

整合资源立现双赢

周大福珠宝集团是中国内地及港澳地区领先的珠宝商，公司于 2011 年 12 月在香港联合交易所主板上市，以市值计算，已成为全球最大的珠宝商。周大福珠宝拥有超过 80 年的发展历史，广阔的零售网络一直是我们的核心优势之一，目前，周大福珠宝集团在大中华区、新加坡与马来西亚的零售点逾 1800 个。

文 / 周大福珠宝金行有限公司

虽然国内外各大珠宝品牌都在积极抢滩中国市场，但基于我们一直秉持与渠道伙伴“战略合作，持续双赢”的观念，使得周大福珠宝可以策略性地优先进驻热门零售点位，并始终保持着行业的领军地位。在过去的五年里，万达百货一直与我们不断加强合作，持续互利共赢，堪称周大福珠宝众多策略伙伴中的典范。

合作门店快速增长

2008 年，周大福珠宝在万达百货开设第一家分店，双方正式建立合作关系。至 2009 年底，合作分店达到 6 家，双方合作由此进入快车道。此后的三年里，合作门店的数量以每年 15 家左右的增速持续增长，截至 2012 年底，双方合作分店已达 52 家，成为真正意义上亲密的策略合作伙伴。

伴随着合作的不断深入，双方合作门店的销售额呈爆炸式增长，其在周大福系统中的排位也持续以梯级速度提升，从 2010 年的第 46 位快速上升到 2012 年末的前十位，仅仅用了三年时间便完成了一个让同行为之惊叹的跨越，使双方成为彼此最重要的战略合作伙伴之一。从 2013 年最新的销售数据来看，万达百货门店的销售额持续提升，在周大福系统中的排名更进一步，上升势头强劲。

与此同时，更让人欣喜的是，周大福珠宝在万达百货系统分店的整体销售已占到万达百货系统珠宝区销售总额的 20%，周大福珠宝为双方互利共赢创造着持续并稳定增长的价值。

优势资源整合利用

2012 年，周大福品牌第九次荣登《中国 500 最具价值品牌》排行榜，并为前 150 位中唯一珠宝品牌。榜单中，周大福以品牌价值 255.68 亿元位居第 46 位，品牌价值较去年增幅 29%，九度蝉联入选珠宝品牌之首。此项成就的取得离不开像万达百货这样的核心战略合作伙伴在渠道建设上和日常运营中的通力支持。过去的五年里，万达百货与周大福珠宝持续进行着深入的资源整合，使双方合作的门店数量和销售金额不断达到新高。紧密合作带来的效益提升，为双方未来的合作指明了方向。

作为中国最大的百货集团之一，万达百货始终对周大福合作门店呵护备至，不但在开业进场时给予优先和优惠的政

策，更在门店日常经营和销售过程中倾力提供各种资源支持。仅在 2012 年，双方方便联合进行了“悦赏·宠爱”、“万达会员日”、“极光行动”、“寻龙之源文化巡展”、“特别的爱给特别的你”、“第二届珠宝钟表文化周”、“钻石文化巡展”等数十个主题、上百场营销项目活动。活动期间，万达百货除了动员全国各地门店积极配合，更共享商场会员资源及商场内外多元化广告资源，协助项目的宣传推广，有力提升了活动期间的客流和销售。正是源于万达百货的全力支持，使双方合作门店仅在“营销项目活动”这一项合作类别上，就实现了近亿元的销售额，占 2012 年双方合作门店总销售额的 15%。

2012 年 8 月 17 日至 26 日，周大福珠宝与万达百货联合进行“第二届珠宝钟表文化周”项目活动。万达百货调动了全国 42 家门店通力配合，提供户外、广场 LED 播放、报纸、吊旗、电影券等各种广告资源支持，还通过双方官方微博密切互动等宣传方式，倾力支持

此次活动。与此同时，万达百货特意提供了 40 个豪华邮轮舱位作为营销赠礼，有效调动了顾客的购买热情，最终促使 10 天的项目活动产生了逾 3700 余万元的销售，比 2011 年同期增长了 48%。

根据对中国未来市场形势的判断，周大福珠宝制定了“2014 年前实现 2000 家分店，并始终保持同类产品市场综合占有率第一”的战略目标，而万达百货同样有着“成为中国第一流连锁百货集团”的愿景。成为本行业龙头企业的共同愿景，正是双方持续合作的契合点，也是未来双方永续合作的空间所在。

鉴于双方彼此的战略合作意义不断加强，双方预计合作门店将继续以每年新增 15 家的速度拓展，使合作门店在 2013 年达到 76 家，并预计在 2016 年达到 112 家。可以肯定，随着合作门店数量的不断增加，双方的合作关系将会更加紧密，互利共赢的局面也将更加稳固。我们深信，万达百货始终是我们前进路上最好的战略合作伙伴。📍



被万达带入快车道

伙伴·九毛九

随着万达广场店的大获成功，九毛九公司针对购物中心的模式及其相对丰富的客源结构，适时对公司的店面装修风格、品牌营销策略等进行了适当调整。从此，九毛九公司告别了以往开店只开街铺的旧时代，踏上了进驻购物中心，持续快速扩张的道路。

文 / 广州市麦点九毛九餐饮连锁有限公司 刘显发

图说

九毛九面馆白云万达店永远都是广场内的一道风景线，他们以高达7.8的翻台率，月销售平均140万元的业绩傲视群侪，不管是在万达广场内还是九毛九餐饮公司内部，都是首屈一指的明星店。

1995年10月25日，海口市南航东路，一家只有57平方米、6张小桌、6名员工的小店开业了。它就是“山西面王”，九毛九公司开始起步时的模样，主要经营山西风味面食和山西菜。2002年，九毛九公司正式走出海南岛，开始了向外拓展的步伐，在黄埔大道西赛马场美食街开了广州的第一家分店，凭借地道的山西风味、优惠的价格迅速博得食客的青睐。之后的8年里，九毛九公司虽一步一个脚印，努力耕耘，但只在广州开了6家门店，也一直沿袭着传统的运营模式。这时，对九毛九来说，原来那种街边店模式已越来越难于寻址，越来越难于满足快速发展的需求。如何发展？走向何处？九毛九站在了转型的时间节点上。

恰在此时，广州白云万达广场开始建设、招商，九毛九开始了与万达的接触。由于之前并没有与购物中心合作的经验，所以当时对选择进驻万达，公司上下都非常担心，管理层也出现了分歧。况且刚开始，白云万达广场附近不仅人少，连车都没几辆，周边住宅又不多，感觉人气实在难有保障。但既然决定了转型，必然要努力探索，选择一个好的平台。为避免错失一个可能很优秀的平台，公司派出人员前往全国其它已开业的万达广场进行实地考察，对

万达广场品牌影响力、服务质量、业态组合、工作团队等进行了综合评估。同时，万达也对九毛九已经开业的6家门店进行了深入的考察。最终，在面点类的排行榜中，凭借人气与销售业绩，九毛九顺利获得了进驻万达广场的机会。九毛九在经历了最初的犹豫后，也下定决心选择与万达结缘。

开业当天的火爆就让九毛九公司尝到了进驻购物中心的甜头。虽然做了充分准备，预计开业客流将会达到几十万的高峰，已是按照常规的三倍来备货，但九毛九公司还是没有估计到澎湃的客流会那么汹涌，以至于下午两点之后，全部青肉类菜品都已全部告罄，有几桌顾客还因为上菜顺序先后而发生争执，店员现场安抚并临时增加桌位才平息顾客的不满情绪。下午，该店被迫紧急闭店两个小时，紧急从邻近的店铺补货，并调来人员加以支援，以满足晚市的需要。面对如此火爆的销售场面，九毛九店铺负责人连连用了三个“想不到”来感叹这种盛况，这在九毛九公司的经营史上是从未有过的难忘经历。

让他们更没有想到的是，九毛九面馆的火爆在开业后一直在延续。九毛九面馆白云万达店永远都是广场内的一道风景线，他们以高达7.8的翻台

率，月销售平均140万元的业绩傲视群侪，不管是在万达广场内还是九毛九餐饮公司内部，都是首屈一指的明星店。无论午市晚市，最早开始排队到最晚结束等位，都只有他们能做到这等“盛况”，店铺销售额连续占领广场餐饮类销售榜排名第一名达两年之久。在2011年的万达商业年会上，九毛九公司摘取压轴金杯——“最旺人气奖”。细究成功背后的原因，从巨额投资、全年无休的营销活动，到便利的地下停车场，以及相辅相成的各种休闲业态，万达广场都为九毛九公司的发展提供了诸多便利，而九毛九公司也充分根据购物中心特点，从菜单菜式编排到店内存列摆设无不匠心独运，经营班子抓销售抓培训，对员工服务水平严格管控，严格按照广场的各项管理规定运营，实现了真正的双赢。日日人流如织、大摆长龙的场面和亮眼的业绩使得九毛九公司上上下下对万达的认可非常之高，当初力排众议，争取到与万达合作的拓展人员将此作为经典商业案例在九毛九公司内外部多次分享。

随着万达广场店的大获成功，九毛九公司针对购物中心的模式及其相对丰富的客源结构，适时对公司的店面装修风格、品牌营销策略等进行了适当调整。从此，九毛九公司告别了以往开店只开街铺的旧时代，踏上了进驻购物中心，持续快速扩张的道路。目前，九毛九餐饮公司旗下已有50多家分店，员工数量突破2500人，成为华南地区知名餐饮连锁品牌，分号遍布广州、佛山、秦皇岛、海口、兰州等地。2012年，除九毛九深圳、海口、北京地区门店外，仅广州市麦点九毛九餐饮连锁有限公司一年即新增14家门店，实现门店总数同比翻番。2013年，九毛九计划继续与购物中心携手，持续在广州、深圳、北京等地拓展，以全国新开20多家门店的速度，继续保持快速发展的良好态势。

关于伙伴

整理 / 集团企业文化部

声音

1、长白山项目的成功，要特别感谢中建二局的大力支持。在合作中，二局锻炼出了一批能适应万达文化、能打硬仗的队伍。中建二局关键时刻能咬牙冲上去，而且不计代价，我们要把更多的工程交给二局做，形成战略合作伙伴关系。而且干好了还有奖励，去年武汉项目我们奖励二局200万元，今年又奖励200万元。万达和各个商家合作也是一样，要形成利益共同体，这样万达才能发展得更好。

——王健林董事长2012年9月15日在长白山国际度假区（一期）开业表彰大会上的讲话

2、国内有些酒楼做得很好，但连锁经营的不多，因为一个酒楼光装修就要几千万，连锁发展资金压力太大。万达就扶持这样的酒楼，由万达提供全部装修，允许酒楼分几年还款，帮助他们形成连锁经营。万达广场内有名的“大玩家”品牌，也是在万达扶持下做起来的。“大玩家”跟随万达全国连锁发展，开始时人才跟不上，万达还派人帮助收款，等到他们形成气候，管理人才跟上了，再把人撤回来。万达还对优质商家提供免租期，反对把租金拉得过高。希望更多的商家和万达集团互相支持，形成战略合作伙伴关系，“长期合作，共同成长”。

——王健林董事长2012年9月27日在“2012万达商业年会”高峰论坛上的讲话

3、万达与各供方单位的合作是平等的、相互尊重的，万达建立的合格供方品牌库是诚信、公道、互相尊重的平台，有利于万达与合作方的共同健康发展。各合作单位有权拒绝万达任何公司、员工提出的违反万达管理制度的要求，并监督万达各公司、员工严格执行万达管

理制度，保障合作双方的共同利益。

——集团总裁丁本锡2012年8月14日在万达集团供方管理会议上的讲话

措施

1、招投标制度。万达招投标制度有堪比政府公开招标之严谨、阳光的形式，多方位、多层次评选的品牌库建设过程，公正透明的供方中标次数统计平台，以及供方访谈和沟通平台，供方投诉和建议通道等等。另外，万达对于项目管理的各个环节制度中都有详细、严谨、可操作的规定。

2、品牌库制度。万达把合作的下游和上游所有产品，包括商家、建筑材料等等，全部进行品牌分类，进入品牌库。前几年的做法是进品牌库的才可以招标，跟万达合作。最近几年又逐渐升级，把品牌分A、B、C、D四个级别。万达广场A级店只能选A、B两级商家，B级店可以是A、B、C级，只有C级店才能使用A、B、C、D级品牌。而且品牌库商家每一年调整一批，有重大事故随时上黑名单。

3、保证工程款支付制度。万达制度中明确规定：开业项目在开业半年内必须完成结算，入伙项目在入伙当年必须完成结算，万达是为数很少的几家及时结算的房企之一。

4、工程质量会制度。万达建立了工程质量现场会制度，多次给予中建二局、大连阿尔滨集团等质量优秀企业表彰奖励和优惠条件。

5、“让商户赚钱”。万达商业管理公司的经营宗旨是“让商户赚钱”，集团不设置利润考核指标，而是要把“安全、服务、品质”做好，为商户营造良好的经营环境。



广州增城项目效果图

广州增城“三傍”经

广州增城项目先天条件并不优越，离广州主城区较远，经济也较落后，但广州项目公司通过“三傍”、“三高”、“三大”策略，成功地激活了市场，2013年2月月度任务指标完成比例达202%，创造了傲人的业绩。

文 / 广州项目公司 谭君荃

“三傍”策略提振信心

广州增城项目位于增城市荔城区的增城大道与荔景大道交会处，增城广场南侧。项目总建筑面积38万平方米，其中商铺650套，SOHO1728套，总面积15.1万平方米。

经过认真分析，广州项目公司认为增城项目距广州60公里，是经济较落后的偏远县级市，GDP总量位列各区倒数第三，项目所在荔城街道常住人口仅18万，区域商业氛围差。为解决这些难题，增城项目营销部在项目营销工作一开始就特意制定了“傍大款、傍规划、傍万达”的“三傍”策略。

“傍大款”指的是“小增城傍大广州”。

在行政公关工作中，首先借势增城城市形象提升契机，邀请广州市委、市政府等四套班子领导多次亲临现场，其中广州市委书记万庆良、市长陈建华三个月内三次亲临现场，以官方身份代言城市发展；其次，通过项目公司的努力，促成增城万达广场直接被广州市列为市重点工程。

在营销上，项目推广放弃增城概念，密切联系广州，以“穗东黄金走廊，唯此中心标杆”的推广语突出广州市东部区域中心价值；同时，每月举办区域论坛，邀请广州市府领导和规划局长、增城市常务副市长等轮番出席，解读增城城市定

位及未来发展。

“傍规划”指的是“单项目傍大规划”。

经集团和项目共同努力，说服政府将增城连接广州的地铁枢纽站调至项目地块，并邀请副市长在售楼部主持地铁论证会，并将地铁已立项及即将勘探等利好信息通过各类推广渠道公之于众；同时，推动政府通过周边民房改造新城、山体改建公园、国道下沉设立城市广场等举措全面提升地块区域形象及价值。

针对政府及媒体公布的城市和板块利好，第一时间以软文炒作、现场展示等方式描绘万达广场是增城未来行政及商业中心的前景。

“傍万达”指的是“小客户傍大品牌”。

傍万达主要是通过营销推广，让客户深入了解万达品牌的价值、认可万达

广场的价值，让小客户傍着万达赚钱。

首先，前期通过奠基仪式、万达中国行、“八大篇”等标准动作成功造势，使万达成为当地绝对标杆；同时通过户外、软文、媒体轮番炒作，形成“投资跟着万达走”的全民口碑；最后，通过白云万达大商业旺场经营及金街高增值的成功投资实例，坚定客户投资信心。

总的来说，增城项目就是要通过傍大款、傍规划、傍万达的“三傍”策略，最终使客户对增城未来有信心、对区域发展有信心、对万达实力有信心。

“三高”策略提升成交

广州增城项目2012年年度销售任务由原来的10亿调整17亿，任务增加70%，从而对营销工作的要求更高，推货时间要更快。2012年在仅仅的4个月内推盘5次，2013年2月再次推出192

套南底商商铺，在短期内各类产品密集推盘，如何持续热销？根据市场、客户及项目各产品的具体情况，营销部严总在每次推盘时都运用了“高价值、高蓄客、高成交”的“三高”策略。

高价值指的是首推高价值产品造声势。

首次开盘造势投入大，项目首开产品为价值最高的位于地铁口的西区商铺，引发意见领袖热捧，点燃投资热情，为正向口碑传播及顺势续销奠定基础。通过首推产品的热销，增加客户的信心，从而带动了二期风情酒吧街的热销。增城项目正是因为“好卖而好卖”，每期开盘清盘，热销不断延续，让客户形成紧迫感、追逐感，从而在加快推盘速度、推广时间短、客户量不足的情况下，依然是每次顺利开盘，每次开盘清盘。

高蓄客指的是狠抓高蓄客数量保安全。

增城项目存在本地市场客户量不足、推盘节奏快的不良因素影响，因此短时间内充足蓄客量是开盘的保证。在这种情况下，增长项目坚持以“双地铁”核心卖点作为产品价值推广主线，强化项目利好，获得客户认同；同时结合当期推盘产品特点和节点，从双地铁钻铺、双地铁风情酒吧街、双地铁金街、中央商务区、中央商务金街等角度进行分阶段卖点包装，树立每期产品独有价值，并配以各色平面表现，避免视觉疲劳；除此之外，我们坚信市场信息传播存在盲区，且容易遗忘。在推售二期后再推一环前重做万达标动作，促进观望及新客户迅速来访，两周内认筹量从 14 组激增至 250 组。在一系列的营销动作中，保证了我们每期产品推广阶段能短时间内就达到高蓄客量及认筹量。

高成交指的是紧盯高成交比例抢业绩。

增城项目每次开盘都存在一个共同点，认筹比例都在 1:1 左右，按正常的营销惯例来讲，认筹量不足开盘存在危险。在这种情况下，我们必须紧盯高成交比例，利用各种方法去保证解筹率及成交率。

首先，我们把握好报价时点及报价价位，在市场热情最高时释放报价，保证了价格不影响客户认筹诚意，后续根据蓄客情况进行阶段性报价，确保开盘价格不高于市场预期，保证了较高的解筹率。同时，我们利用折扣刺激拼团购买，分段装户、集中挤压；通过装户技巧和现场 SP 提高客户成交率。通过以上办法，提高了增城项目每期开盘的成交率。

“三大”策略做大市场

2013 年项目剩余商铺大部分是总价在 500 万以上的一拖二产品，总价相对比较高。同时，本地具有一定购买力的客户已经购买东西区商铺一拖二产品及一环金街多套商铺，因此能承受高总价商铺的本地客户非常稀缺。针对这种情况，增城项目采用“扩大客户群、大小通吃、做大本地市场”的“三大”策略。

扩大客户群是指通过降低总价门槛的手段，让客户基数扩大。

针对增城项目原设计规划，在前期根据市场调研及客户分析，在不调减决策文件中规定的可售物业面积、单价以及销售总金额的情况下，将一拖二产品改为分三层销售，商铺数量由 200 多套调整为 600 多套，因投资门槛降低，

客户基数大幅扩大，为销售创造了有利条件，更加适合了当地的市场客户情况。

大小通吃是指通过“大客户带小客户”的手段，把人脉宣传用到极致。

在营销手法中，有一种利用口碑传播、人脉宣传的客户拓展圈层营销，这种方法无论在大城市、小城市，大项目还是小项目都适合运用，而增城项目更是把这是营销手法用到了极致。首先，利用意见领袖的磁场效应，培育种子客户，强化老带新；接着，在客户维系过程中，坚持建立大客户私人档案，借助客户生日、结婚纪念日等机会在销售中心举办 15 场私属专场，让大客户成为金牌销售；坚持定期举办了 13 场成交客户答谢宴；利用新春等重大节假日进行了 62 次上门拜访活动。“让大客户”为我们卖楼已经成为增城项目销售中心一大奇景，他们不是炒楼，而是在衷心地为他们的朋友介绍稳赚的投资渠道以及投资品。

做大本地市场是指有效利用本地、外地两个市场，使整体市场做大。

由于本地市场客户量不足，而外地市场客户对本地市场不熟悉，但价格承受力高，只有有效利用两个市场的客户，才能达到互相促进的效果。增城项目利用本地市场良好口碑及旺销有效吸引外地客户；同时将外地客户与本地客户相互挤压，使整体市场做大。

核心在于化劣为优

通过广州增城项目的运作，我们的营销心得体会是：

（1）全员营销的再认知：营销不仅仅指产品营销，而是一切关乎客户利益的大营销，更是跟客户博弈的心理营销，应通过公司全员的一切努力弱化制约项目不利因素，甚至化劣势为优势。

（2）常规市场下，传播的认知和认可应以小博大、由内而外：以意见领袖的小众行为引导大众从众行为；以本地市场的绝对影响力激发外地购买需求，才能达到传播达到高效率和高费效比。

（3）多产品密集推盘未必是劣势，只要技术手段得当，也能利用紧凑推盘强化热销，顺势加推。

（4）保持与总部各职能部门的良好沟通尤为重要，要善于向总部要支持，向兄弟公司寻经验。📷

广州万达希尔顿酒店打破垄断自己干

2011 年广州万达希尔顿酒店项目打破垄断，改变了由通讯运营商投资“酒店程控交换机”和网络设备的惯常打法。通过一年多的实际运营检验，酒店建设自己投资“程控交换机”和网络设备后，不但售后服务有保证，运营资费一年还节省了 20 多万元。目前“广州模式”已为全国大部分项目所沿用。

文 / **广州酒店项目部** 彭琪

电信垄断 拖延工期

广州万达希尔顿酒店综合信息化项目（包括：程控交换机设备、网络交换机设备、综合布线系统、WLAN、城域光纤引入及通讯运营资费），原拟由当地电讯运营商投资建设，经过与电信、移动、联通三家运营商的沟通，综合考虑三家方案、报价及运营商于广州本地的实力，2011 年 1 月确定中国电信广州分公司作为广州万达希尔顿酒店综合信息化项目的承包商，并达成基本协议。但中国电信后续工作极不配合，如最终方案及报价迟迟未上报，完全不顾项目现场工期的紧迫性。

项目分拆 确保工期

基于“打铃交卷”的万达风格，考虑到酒店建设公司不能因某个工程节点影响整体工期，我项目部与总部成本部、设计部、酒店管理方等经过充分论证、沟通，在考虑到与电信的洽谈于短期内不可能有新的进展，于是当机立断，在 2011 年 3 月初，在不影响酒店施工进度的情况下，对广州万达希尔顿酒店综合信息化项目分拆为三部分，分步实施，以确保工期。即：

第一部分：程控交换机和网络设备由万达酒店投资建设；

第二部分：综合布线施工直接委托弱电承包单位施工，即由弱电承包单位

按我司现有技术要求、经希尔顿审核通过的图纸独立报价；

第三部分：城域网光纤接入、小总机数字中继接入及相关运营资费由三家运营商按酒店标准出方案和报价，择优选用。

利于管理 成本下降

广州万达希尔顿酒店项目打破由通讯运营商投资酒店程控交换机和网络设备的惯常打法，成为万达酒店第一家由酒店建设自身投资程控交换机和网络设备，运营商只负责外线引入并对语音、网络数据收费的酒店项目。

这种打法的具体好处为：

1、综合布线系统方面，因现场工期的紧急，需配合现场土建、精装封板进度等按工期完成各机电系统管线槽施工，弱电总包单位有足够的人员和材料配合，可完全满足所有节点工期，有利于业主综合施工管理，确保机电综合管线施工质量，顺应万达打法；并可令弱电总包充分发挥其弱电总协调作用，便于对今后网络设备、PABX 程控交换机供应商以及通讯运营商的管理及配合。

2、程控交换机和网络设备方面，由于运营商是设备与综合布线施工打包合同，且为垄断行业，无论是设备价格、施工费用还是服务费用都比分开单独招标高很多。将设备从运营商合同中分离

出来，一方面，可以减少酒店建设的建设成本，另外在运营资费方面，使得酒管在与运营商的商务谈判中处于主动地位，直接节省酒店管理公司每月的运营费用，降低酒店管理公司以后的运营压力。就广州酒店项目来看，光设备投资方面，就为酒店建设节省 72 万元；为酒店管理公司每月节省语音和网络数据的运营资费 19160 元，一年节省了 22.9 万元。

售后服务 充分保证

广州万达希尔顿酒店信息化系统经过一年多的运营，一方面，由于数据及语音设备不是由运营商供应，而是采用单独招标，因此在售后服务方面得到了充分的保证甚至得到了设备提供商的部分增值服务；另一方面，由于综合布线是由弱电总包施工，线缆及配套设备品牌均在万达品牌库选用，保证了线路质量的同时确保了施工质量，为广州万达希尔顿的电话、网络的稳定运行提供了坚实的基础，得到了酒店管理方 IT 部门的肯定。

有了广州万达希尔顿酒店的成功经验，通过与酒店设计公司设计部、成本部的过程沟通，为节省以后万达新建酒店的建设和运营方面的投资，2012 年新建的部分酒店已逐步运用以上的“广州模式”，事实证明，此模式可行且节省投资。目前“广州模式”已为全国大部分项目所沿用。📷



三要素扮靓广场夜景

商业建筑夜景照明的重要作用已成为现代化城市文化中不可缺少的一部分，并日益推动着城市经济的持续发展。万达广场的夜景照明作为一种艺术与商业的结合体，存在其内在的规律和特点，通过对表现手法、照度水平、色彩三要素的使用，既不同于一般的艺术照明，又营造出独特的商业氛围。

文 / 商业地产规划院 邓金珂

表现手法依托建筑物

表现手法关注的第一要点就是“建筑物的轮廓”。照明设计与绘画在某些方面有异曲同工之妙，传统西方绘画注重写真，而中国画注重写意，时而工笔重彩，时而轻描淡写，善于抓住事物最显著的特征来描绘，寥寥几笔就能栩栩如生。故在商业建筑的夜景照明中，对建筑各个细部的照明表现应有所取舍，对建筑物的哪一部分应做强化表现，哪一部分应做弱化表现或根本不表现，灯光应从哪一角度投射，都取决如何才能更好地营造商业氛围。

如果建筑物的外形轮廓比较丰富，那么可以用荧光灯、光纤、LED等沿建筑物的外形轮廓连续布置，但单纯的轮廓照明对表现建筑物的立体感不利。所以，有时采用泛光照明的

方法表现建筑的主要特征也许更能收到良好的效果，还可以将轮廓照明和泛光照明结合使用。

建筑物外装修的表面材料、材质、颜色不同，夜景照明的表现方法也会受到影响。漫反射光射入我们的瞳孔越多，我们对夜景照明的感受越亮，反之则越暗。对于拥有大面积玻璃幕墙或玻璃窗的建筑，采用内透光的方法更为合适。

有利的环境条件可以提升商业建筑夜景照明的表现效果。例如：在树木、草丛绿化带后布置灯具，这样既可隐藏灯具，使环境整齐、美观；又可以突显出树木和草丛背后的光背景轮廓，从而增强人们对光的深度的感受。

在设计夜景照明方案时，如果建筑物附近有水面，如湖泊、河流等，可予以充分利用。此时，

被照建筑在水中的倒影显得情趣盎然。但是，此时布置灯具应注意以下几点：

（1）投射光不能与水面相接触，水面应保持绝对的暗，以避免水面的镜面反射效果；

（2）水面应较为平静，水流过急的水面不利于呈现清晰的建筑轮廓；

（3）水面必须清洁，否则会使反射光减弱，并改变反射出的建筑物的形状。

照度突出主次区别

夜景照明的照度水平主要取决于建筑物表面的材料、颜色、清洁度、周围环境的亮度和建筑材料的反射能力。通常，对表面光洁、颜色浅、清洁度好的材料，照度可以低一些；对表面材料粗糙、颜色深、清洁度不好的材料，照度可以高一些。但是，某些情况下也有例外。例如：铝板是一种光洁度很高的外装修材料，浅色铝板在建筑外装修中被普遍使用，其反射特性接近于镜面反射，所以，当人们观察用投光灯照射的以铝板作外墙装饰材料的建筑物时，总会产生亮度不高的感觉。在这种情况下，应适当增加投光灯的数量，提高其照度，或采用其它适当的方法表现建筑的轮廓及特征。

在夜景照明设计中，建筑主立面或需

要特别表现的部位的照度应该设计得高一些，而次要部位的设计照度应该低一些，以达到分清主次、突出主题的目的。如果建筑物的环境和背景是暗的，那么只需要比较少量的光就能使建筑物比背景亮；如果建筑物的环境和背景较亮，此时，就需要较多的光投射在建筑上，这样才能突出效果。

色彩应用要因地制宜

设计师进行夜景照明设计的过程，很大程度上也是以灯为笔，以光为墨，以建筑为素材进行艺术创作的过程。不同类型的建筑物应具有其独特的视觉气氛，让人很快知道其功能并获得感知上的愉悦。

通常情况下，丰富的色彩可以使人赏心悦目。但是，色彩在人的心理上所唤起的感受往往因时、因地、因特定的民族文化习俗而不同，导致人们对同一色彩的感受和认识也不同，因而对同一色彩往往会产生不同的评价。商业建筑的功能决定了其色彩宜丰富，艳丽。所以在建筑物的夜景照明设计中应适当使用彩色光。并在某些特定的时间和场合可着重使用彩色光，对烘托气氛、装饰环境有着意想不到的作用。②

1	2
	3

图说

1 成都金牛万达广场裙楼轮廓照明

2 成都金牛万达广场金街绚丽的色彩营造商业氛围

3 成都金牛万达广场结合环境的雕塑照明

酒店精装管控 点线面的哲学

“点、线、面”是人尽皆知的词汇，在哲学、几何学中有着重要的地位，如果把“点、线、面”思维引入酒店精装管控又会产生怎样的效果呢？淮安万达嘉华酒店项目部在此方面提出了一条有益的思路。

文 / 淮安万达嘉华酒店公司 沈东

图纸管控

“点”的管控。图纸系统交底同时对现场实际情况核实，结合装修、二次机电、四大软装综合交底，避免施工图纸实施时的大修改，同时要严控出图时间，确保施工计划节点的按时完成。

“线”的管控。图纸深化时要依据签确施工图进行二次深化，指导施工的二次深化图应注意原结构的偏差，同时又要满足设计最终的效果，首先抓住一次、二次机电管路走向规律，控制住标高，预埋钢件的定位。在系统地进行管控深化图进度的同时，还要满足现场隐蔽工程施工进度，把依据图纸工作的思想纲要形成施工指导文件，良性展开各专业系统正常及交叉施工。

“面”的管控。要保证施工质量及效果，应充分把施工图纸百分百地同现场有机结合。在确保不轻易改变图纸意图的同时，不能生搬硬套，各专业经理应随时协助施工单位来处理现场发生的问题，保证施工计划生产的顺利进行。

材料管控

“点”的管控。材料使用的好坏直接决定精装工程的品质、效果、安全，所以在材料管控时应重点控制好材料样板的确认工作，达不到设计样板要求的，坚决不允许进场使用。材料批量进场时要严格验收，认真检查材料的进场资料，检查时应把样板对照、防火等级、环保证书、出厂合格证书、国家权威的检测报告作严格检查，特殊材料必须进行复试。材料进场时间直接影响施工计划的顺利实施，对材料计划时间的把控应纳入日工作计划。

“线”的管控。材料在进场前，要落实施工单位的订货合同，及时按施工计划进行编制材料，各专业经理应对材料的生产、包装、运输、卸货全程了解，确保各种进场材料的及时性、品质保证性、材料分部位垂直运输及储存的安全性，直至监管到施工人员手中。

“面”的管控。材料使用时首先要管控住样板先行的原则，及时进行各种材料使用的技术交底，确保工序不出现倒置现象，同时对工艺要求进行书面交底，对同部位、同规格、同加工尺寸的材料，应要求在垂直运输前统一加工好再分到各使用部位，这样减轻了材料因超高或超长影响垂直运输，同时也减轻了因场地影响而造成的交叉作业。在所有各种材料使用前，要全面检查现场的工作条件是否满足材料安装。

劳动力管控

“点”的管控。各工种劳动力的技术水平直接影响精装工程的质量、品质，对饰面安装工要遵循先培训后上岗的原则，要对防水工、理石工、焊工、木饰面安装工、

打胶工特别管控。劳动力的进场时间及顺序一定要按施工计划各工序时间节点来统筹，不要盲目加人，也不要盲目减人。劳动力进场后的重点要先进行专业培训、质量要求的交底、安全文明施工规章制度的熟知，专业性较强的工种必须持证上岗。

“线”的管控。首先要了解劳动力同施工单位的合作关系，避免出现分包中的分包情况。了解劳动力的住宿、吃饭、出差补助保障，及时协调好施工单位对劳动力的安置问题，发现问题要第一时间帮助协调，劳动力保障问题直接影响工程整体计划的顺利完成。

“面”的管控。各工种进场后，要督促施工单位项目部进行全面的计划安排，根据施工整体计划，结合现场实施情况，及时分解细化楼层、区域工程实施计划，应明确工作目标、质量要求、各工序完成的时间节点、技术对接责任人、材料发放责任人、分部分专业责任人，对工作面的工具、材料仓库位置明确，施工图纸交底，工序、工艺标准要求的样板交底，施工临时水电位置及使用规定交底，现场安全文明施工规章制度交底，签订安全责任书等一系列工作，全面展开施工计划的良性实施。

过程验收管控

“点”管控。验收工作对于监控过程质量、安全、品质、效果起到决定性作用，过程验收可及时发现并得到及时纠正，不要把过程中的某个不良环节形成恶性循环。过程验收时应注意成立验收小组的架构、验收的规范要求、验收的及时性、验收项目类型、验收的工具、验收书面报告、验收问题纠偏方案、验收时限的要求等要点工作。

“线”的管控。验收工作不要停留在表面或书面，更不能停留在工程的某个项目或阶段上，要把验收工作当作工程计划、质量保证的一种管控手段，检查出问题应进行通报公示，杜绝类似问题的重复出现。

“面”的管控。工程验收时要进行全面、系统实施，具体验收项目包括图纸验收、材料验收、计划验收、劳动力上岗证验收、

工序工艺验收、施工机械设备验收、安全文明施工验收、半成品成品验收、成品保护验收、劳动力保障验收、资料验收、资金分配情况验收等。验收要做到所有资料齐全，各参与方都有资料存档保管的制度，要引起各单位、各部门领导的重视。

资料管理的管控

“点”管控。资料管理工作在所有工程中起着重要的作用。鉴定工程是否全部顺利完成；各职能部门的考核；工程竣工移交；工程评定标准；工程造价的核算；财务报表的统计等，这些第一手资料都来自于工程中的资料，所以我们对待资料管理工作要从小抓起，从大抓起。资料管理的重点工作包括成立管理组织架构、资料培训制度、资料要求标准、资料收集审查流程、资料收集期限、资料流转存档流程、资料备件备用措施、资料借阅规定等，确保工程资料工作的顺利完成。

“线”管控。工程资料管理工作要进行系统培训，要做到各施工单位定专人实施，按模板格式每周统计上报，收发文件要做台账，每月汇总装订成册，酒店建设项目部总经办要按月审核。对没有及时提交资料的单位进行严肃处理，并指定我们专业经理、施工单位项目经理为资料收集上报第一责任人，对施工单位不合格的工程资料进行及时审查纠正，特别是工程签证类资料更要按规定要求时间上报，对优劣单位进行排名通报公示，合理采用奖罚制度，确保工程各种资料的及时存档。

“面”管控。对专业性较强的资料应全面进行有效交底，不仅工程项目部所有人员要培训，各施工单位相应的职能部门负责人也要参加培训，把资料管理工作做到全员重视，真正地把此项工作渗入到该项目所有部门。

万达酒店建设项目具有规模大、周期短、品质要求高、影响因素多的特点，在工程管控过程中难度较大。因此，要求我们在工程实施过程中要分清工程管控要点，有序管理和防范，以便最大限度降低工程管理不善带来的各种损失，提高酒店建设精装工程管控水平。📌



高级酒店设计 商与艺的博弈

文 / 酒店设计院 姜洋

背景介绍：

2013年3月，我接到新的设计工作任务，协助酒店设计院技术管理部刘颂梅进行三亚康莱德酒店整改方案的调整。我不禁疑惑，三亚康莱德酒店是我原单位香港郑忠设计事务所设计的酒店项目，才开业没几年，酒店完成的效果很好，得到业界的一致好评，怎么就要整改了呢？我带着满脑的问号找到刘颂梅。她解释说：“改造的起因是因为董事长在三亚视察的时候，不仅入住我们康莱德酒店，也入住其他酒店。发现我们酒店户型布局设计不太合理，房型大都是单间，独立别墅，环境很好，但是不能满足家庭和团体入住的需求。也就是说，房型分布的设计，不符合旅游市场顾客的需求，所以董事长希望能

尽快调整户型结构，符合市场需求原则。

点评：商业酒店开发前期，对市场定位的考虑不足或者分析定位不准确，没有前瞻性的考虑市场变化因素。造成酒店经营产品的单一，不够灵活，不能适应顾客的需求。

发生争议：

在拿到整个设计指导方向后，我就开始了新的平面布置调整工作。大胆进行了房与房之间的合并、拼接，从空间效果、顾客居住最大舒适度和顾客起居方便的生活动线等方面入手进行调整。结果虽然我的方案得到认可，但设计调整成本偏高，被保留为第一方案，领导的意见是，还要做更简化的。



在做最小的改造成本的设计调整方案的原则指导下，我完成了简化方案，确实改造很小，就是在两个独立别墅之间做了院墙的联通，改造成本和设计变动比我的第一方案小很多。随后请成本控制部对这个方案进行了测算验证，成本确实相对较低。

点评：单一从商业成本去决定酒店产品的设计形态，是不合理的，是呆滞而缺少美感的，忽略了人作为酒店产品使用者的精神需求 and 美化需求；同时，单一从艺术设计去决定酒店产品的设计形态，也是不合理的，不符合商业投资利益的回报原则。

解决对策：

将两个方案都上报董事长后，出乎意外的是，董事长的意见是将两个方案综合成一个方案来做。董事长说：“既然改了，就要

改得舒适合理，不能一味只追求成本控制。”最终方案仍在继续调整中……

点评：解决的最佳对策是，商业成本和艺术设计是博弈的关系，商业和艺术恰到好处自然结合，才能最终建造成理性、合理、美化、高商业价值的酒店。

经验教训：

以单体改造费用200万元算，整个项目总共有十多套联通项目。总的改造价格将高达2000万以上，还不包括无形的经营损失等。如果我们的酒店或者其他商业地产项目在设计方案的初期，能多些商业市场调研，能反复辩证拿出准确的市场定位，再依次做艺术化的方案设计和工程造价的测算，这样结合商业和艺术多方面考虑的成熟的方案，才是一个成熟的、经得起市场检验的商业地产项目。☞

		3
1	2	4
		5

图说

- 1 研究方案
- 2 酒店大堂
- 3 酒店外景
- 4 酒店客房
- 5 精致的梳妆台



焕然一新的太平鸟品牌门店

万达广场品牌调整

红蜻蜓巧变太平鸟

文 / 上海区域商管公司 孙亚洲 刘梅

背景介绍：

2012 年是上海周浦万达广场的品牌调整年，秉着“以品牌调整为核心，全面提升广场经营品质”的方针，对品牌级次及装修风格等不符合广场整体定位的商户进行调整。根据租赁决策文件，周浦万达 2F 品牌“红蜻蜓女装”和“红蜻蜓女鞋”将调整为“太平鸟女装”，原合约正常到期终止日为 2013 年 9 月 18 日，在本次调整中被动调整，需提前一年终止合约。尤其是“红蜻蜓女装”在 2011 年 9 月刚进行过整体装修，仅一年的营业时间根本无法分摊高额的装修费用，也给调整洽谈带来了一定的难度。但为了按照公司既定的方向和“零费用”原则完成调整洽谈，上海区域商管公司进行了多种努力和尝试。

面对难题：

该商户从一开始就被列入调整洽谈“困难户”，区域公司从一开始就直接介入了洽谈，但在跟“红蜻蜓”上海区域总经理的洽谈过程中，其表现出了不以为然、情绪激动、拒绝配合的坚决态度；甚至提出了我们必须按照合约承担违约金以及装修等几十万元的赔偿，并以要跟我们总部直接沟通为由，拒绝进一步跟我们上海区域公司接洽，导致谈判几度陷入僵局。

为了按照节点在 2012 年 10 月 31 日前完成调整目标，在跟其总经理多次洽谈无果的前提下，我们果断采取第二方案，在 7 月上旬通过自有渠道直接联

系其总部总裁。通过几轮电话沟通，成功约见其总裁于 8 月初在上海见面，但遗憾的是其总裁的态度依然坚决不予配合，谈判再度陷入僵局。

解决办法：

临近调整的时间越来越紧，压力越来越大，如何在此次调整上找到突破口，区域公司进行了几次研讨，通过对其进行详细的数据分析，我们得出一致结论：1、红蜻蜓的销售不错；2、“红蜻蜓”在周浦已经培养了较为稳定的消费群体；3、销售稳定增长前景良好。在跟万达百货的例会中我们也了解到百货也在进行大面积调整。大胆的设想来了，是否可以将“红蜻蜓”女鞋和女装同时移位与百货合作？

随即我们主动联系了百货区域总经理、百货周浦店总经理，向百货团队详细介绍了“红蜻蜓”品牌在步行街的经营状况，并向百货争取协调铺位，在跟百货基本对接完成后，我们再次约见“红蜻蜓”总裁。为了表示诚意，8 月下旬，我们顶着炎炎烈日，带着百货的铺位和商务条件主动到“红蜻蜓”温州总部，拜访“红蜻蜓”总裁，并且初步表达了我们的调改想法，诚意邀请他们再次来上海考察周浦万达百货，并就我们提议的百货意向铺位进行实地考察。“红蜻蜓”被我们的诚意所感染，同意再次来上海洽谈和考察百货，洽谈有了转机。

为此，商管区域负责人亲自陪同“红

蜻蜓”总裁在百货实地考察，并就意向铺位跟百货负责人进行了交谈，谈判取得了较大的进展。之后我们先后帮“红蜻蜓”女装和女鞋跟百货争取协调 3 个铺位的选择，诚意尽显。“精诚所至，金石为开”，虽然“红蜻蜓”最终没有选择落户百货，但终究还是被我们的诚意和多方协调打动，同意配合调整，于 2012 年 10 月 15 日顺利撤场，比合约自然终止时间提前近 1 年。我们也顺利完成了“零费用”洽谈。

结果良好：

通过调整，实现了双赢，商铺的整体形象及商品品质有了大幅度的提升，品牌级次由库外升级至 B 级；租金增加 14%；营业额增长 21%。

经验分析：

通过此次案例，我们认为，在调整过程中可以借鉴的是：1、洽谈初期要进行认真梳理和“钉子户”预判。2、针对“钉子户”，区域公司应尽快介入以缩短洽谈周期，为“零费用”洽谈赢得时间。3、凡事要用“心”工作。4、多换位思考。5、准备强有力的数据分析，为洽谈奠定数据支撑。6、跟广场内百货或其他主力店保持良好的互动，既可联动又可互补。7、功夫不负有心人，只要我们积极面对，主动分析，善于发现问题和在问题中不断总结经验教训，“钉子户”也可以成为我们的朋友。📍



热情服务



现场排队购票



多样的营销活动



人气越来越旺

江阴影城促票房

精耕细作赢市场

文 / 万达院线总部 严郁郁
江阴万达影城 徐芳

问题出现：

2012 年 9 月 22 日，江阴万达影城开业，筹备伊始，影城在对当地电影市场进行了详尽的调研后，制定出了详细的开业营销计划。然而，影城开业之初，由于工程的耽误，人员不熟悉默契，试营运开业并不顺畅，导致票房任务完成率不太理想，仅有 65%。

措施多样：

结合当地文化

影城有效运用江阴旧有的文化基础吸引人气，大量寻找当地电影资源（如当地演员上官云珠、影片《渡江侦察记》等），制作了专题橱窗，运用文化的怀旧建设，将影城升级，创立竞争对手难以复制的高门槛。

抓住核心观众

透过开业前的精心调查，影城寻找江阴当地的核心观众群——有一定经济基础的用户，他们私家车的拥有量很高。因此，在了解当地私家车高达 30 万辆的情况后，营销团队限量推出了 1000 张万达影城车友专属优享卡，以 IMAX 成功吸引当地 4S 车友，精心推出车友日、主题厅等独特优惠活动，通过商业广场热场、路演等活动，在 20 天内全部销售完毕，开业前实现卡费收入 20 万元。

发挥联动效应

影城平时非常注重与万达当地的项目公司、商管公司的关系维护，要求项目公司购买影城储值卡赠送客户以消化预算；与商管公司结合影片资源，在广场中做免费大幅度宣传，藉由强势电影带来客流量，如 2 月与万达广场结合宣传《霍比特人：意外之旅》，让进入商场的客群被影片吸引前往消费。

主动联络商户

影城针对当地银行、高端 4S 店洽谈冠名、团体券及其他各类合作。由于

当地从未有过类似先例，影城经过多家单位、多轮洽谈，最终在开业前完成了浦发银行 IMAX 厅、奥迪汽车 9 号厅的冠名，实现冠名收入 35 万元和近 10 万元的包场合同。同时获得农业银行近 40 万元 POS 一体机的赞助，大大提高影城营收。

尊贵服务大客户

影城有地理位置偏僻的先天不利条件，为此，主动出击，把许多大公司的内部活动邀请至影城举办，以尊贵的服务获得客户一致认同，许多公司采购影票，攻克了大客户难关。

成效显著：

江阴影城店长与一线员工站在一起，不以客观条件做借口，埋头工作；还通过组织内部活动，让新员工彼此更快熟悉，凝聚员工士气，提升默契程度。在店长的率领下，通过一系列的营销活动，影城现在票房任务完成率一跃达到 150% 以上，票房利润完成率百分百，当地市场占有率高达 70%，打败竞争对手，成为当地市场的龙头。

总部点评：

一个影城的好与坏，取决于一个懂得正确方法的团队。对于一个新开业的影城而言，开业前清晰规范的制度是开展工作的前提，开业进程中寻找到适合的工作方法是关键，而团队的协作能力则是未来成败与否的重要保障。

江阴影城精准判定影城定位，制定合理的票价政策，符合当地顾客消费层次；通过异业联盟增加会员卡附加价值，增加会员黏度，并与高品质的合作伙伴紧密配合，开展冠名、广告位及各类促销活动，利用对方资源达到双赢局面，值得学习。📍



拔出正能量

在 3 月 19 日至 22 日万达集团总部员工拔河比赛中，酒店建设代表队女子队捧得万达集团首个女子拔河比赛冠军，男子队在 8 强争夺战中，不敌最终的冠军队，未能晋级。赛场上，酒店建设公司总部组织了全场唯一的美女啦啦队和帅哥啦啦队，成为最靓丽的风景线，得到集团领导的表扬。

文 / 酒店建设公司总部 马国强

在 3 月 11 日接到拔河比赛的通知后，酒店建设公司人力资源行政部第一时间发布了报名通知，同时对重点种子选手进行了动员、选拔。从 3 月 13 日开始，每天中午利用半个小时的非工作时间在 12 号楼前进行赛前练习，从最基础的站姿、步法开始练起，逐步过渡到统一发力、啦啦队口号与队员发力的配合，以及赛前慢跑、高抬腿、手脚腕活动等热身运动，大家把每一次练习都视作赛场对决，全身心投入练习，保证每一个队员的实力都能全力发挥，比赛尚未开始，似乎已经听到了赛场上的加油声和战鼓助威声。

“我是力量型选手，把我排到前面！”“我感觉这个姿势是最好的，明天中午我们再练练！”从训练到预赛，每次结束后，比赛队员们争先恐后跑到领队面

前，主动提出好的建议。这与报名刚开始时的“咱们拉两下就算了吧，我还有一堆图没画”、“到时候直接上场，不用练了”等言语大相径庭，我们组建的这支比赛队伍正在释放正能量。

在比赛中，每次男队比赛，女队员都坚决不离场，一起为男队加油；男队也是如此，用声势浩大的助威声为女队加油，大家都为这支团队所感动。女队决赛日，虽然男队已经没有比赛，但所有队员仍然到场为女队员加油。院线队从身体条件上明显略胜一筹。在第一局比赛中，决定胜负的铃铛在中间线上来回徘徊若干次，是所有比赛中僵持时间最长的一次。最终，我们的队员在帅哥啦啦队的助威声中咬牙坚持，凭借顽强的意志，取得了最终的胜利。无论是比赛队员还是在场的观众，无不赞叹酒店建设公司的团队力量。

作为组织者，我们就是要通过精心的组织、完美的策划，调动所有人员的神经和积极性，只

有将正能量传递下去，形成正向激励，这样，大家参加集体活动的活跃度就会越高。于是，赛场上出现了最吸引眼球的啦啦队宝贝。这支啦啦队仅仅利用比赛前一天下午半个多小时的业余时间，完成了排练，为此次拔河比赛助阵。呼呼的西北风丝毫没有影响啦啦队的出场表演，她们顶着寒风为大家献上靓丽的舞蹈，赢得队员和在场的观众的阵阵掌声和欢呼声。在 3 月 22 日的决赛中，当大家还在叹息美女啦啦队表演仅有 30 秒没有过瘾的时候，帅哥啦啦队惊艳登场，为所有在场的选手和观众献上自编自导的舞蹈，为拔河比赛带来了欢乐，展现了酒店建设公司的风采。

虽然是普通的拔河比赛，但通过我们精心组织、策划和到位的执行，增强了公司凝聚力，形成了积极、乐观、向上的氛围，传递出强大的正能量。📷



1	2
	3
	4

- 图说
- 1 奋力一搏
 - 2 女队夺得冠军
 - 3 女子啦啦队靓丽登场
 - 4 男子啦啦队引爆全场



以影城为家

文 / 南昌万达影城 涂小红

图说

在南昌万达影城，遇到工程难题，大家总会想到维修工熊春根师傅。

影城的修理工作事无巨细，大家总能看见他忙碌的身影：爬在高高的云梯上更换影厅的顶灯；用手去掏堵塞了的卫生间；躺在地上修理低矮的洗手池……他不怕脏、不怕累，影城仿佛就是他的第二个家。对熊师傅来说是没有工作日与休息日之分的，即使在他休息的时候，只要影城有需要，他总是随叫随到，从来不会以“今天我休息”为理由拒绝别人。当初影城在进行数字机更换改造的时候，为了不影响正常的营业需要通宵达旦工作，本来熊师傅配合工程师给设备通上电就可以回家了，但他却执意要留下配合我们安装完设备，他说：“多一个人多一份力，大家可以早点完成。影城的事就是我的事，没有什么不是分内的。”

更让我心生敬佩的是，从2006年入职到现在，熊师傅总是设身处地地为影城着想，通过自己的辛苦换来一点一滴的节省。很多拆下来的废旧零件，本来可以一扔了之，但熊师傅却从不这么做，而是把有用的部分拆下来，留着以后作备件。很多人问他：“反

正不是自己家的，何必这么费心费力呢？”他说：“万达就是我的第二个家，虽然不用自己掏钱，但是能为公司省上一些就是一些，多做一点又有什么关系呢？”2011年5月，影城2、5、6号厅改为RealD 3D的时候，窗口的尺寸不合适需要进行改造，我和熊师傅问遍了附近的装修工，他们都是狮子大开口，最后熊师傅脆生生地丢出一句话：“不求他们，我们自己做。”等晚上全部电影结束后，他和我们一起动手，包装好数字设备，拿起大榔头就奋力地干起来。放映部的同事们见状也是干劲冲天，有的搬砖头，有的运土，到了第二天早上相互一看都是满身的尘土，而熊师傅就像刚出土的兵马俑一样，大家你看看我，我看看你，不由都哈哈大笑起来。就这样熬了几个通宵，大家硬是把活做得比专业的还好。看着自己精心打造出的产品，大家的脸上都露出了欣慰的笑容。“能自己动手的就自己动手”，熊师傅总是这么说，在他的人生字典里没有“偷懒”二字，尽职尽责是他许下的不变承诺。📍

我的 AMC 老友

文 / 文化集团总部 皮小蕊

2012年12月1日，北京万达文化产业集团成立了。我有幸成为其中一员，有如小学生加入少先队一般兴奋和荣耀。新架构、新领导、新同事，在全新的环境中，迎接每一天崭新的工作。

加入文化集团后，领导布置的第一项工作就是与AMC对接，保持集团与AMC之间的信息沟通和资源共享。刚接到这个任务，我有点迷茫——“对接”具体指哪些工作呢？我开始忐忑起来，并思考该如何开展这项工作。经过多次分析之后，我觉得最可行的办法就是开展“民间交往”了。所谓“民间交往”也就是跨国公司常用的Newsletters（时事通讯），既包括重要新闻事件的发布、业务工作的分享，又包括公司的集体活动、员工的业余生活。这可真是可大可小、可难可易、可深可浅的工作。

在领导的指导和其他部门同事的配合下，终于联系到了AMC主管营销和传媒的副总裁Sun Dee Larson女士。在自我介绍和说明意图之后，她非常配合地满足了请求，开始发给我AMC内部网站上的新闻，除了法定节假日休息，一般都风雨无阻。我会在每月初把上个月收集到的AMC每周新闻整理翻译成重点新闻汇编；与此同时，把集团网站上当月的重点新闻、专题新闻编译成英文，发给Sun Dee，也让美国同事多多了解我们。这项工作的开展，得到了企业文化部同事和AMC方面的大力配合。

当我第一次把集团当月新闻汇编发给Sun Dee时，她欣喜万分地说，“我要把它放在我们网站上！”正所谓“眼见为实，耳听为虚”，我又提出了更“过分”的要求，“能发给我们一个我们的新闻在AMC网站刊登的截图吗？”经历了漫长的等待之后，终于盼到了她的邮件，

我传给她们的每一条新闻，每一张照片，都配着AMC红白相间的醒目LOGO，我整理汇编的万达每月新闻竟然漂洋过海来到了美国！一种难以言表的喜悦和作为一名万达人的自豪感油然而生。

几周后，集团年会到了，终于见到了可爱的AMC同事们，也终于见到了我未曾谋面的“笔友”——Sun Dee，一位美丽高挑、知性随和的女士。寒暄之后，她热情地为我介绍了AMC演出团队的同事们，连续几天的彩排加上倒时差，他们都非常疲惫，但每当站在舞台上，音乐响起来、灯光亮起来时，他们又能马上展示出惊人的活力。在万众瞩目的“万达春晚”上，AMC的同事们的节目让大家眼前一亮，如沐春风，他们的表演是那么新鲜有趣、生动自然，和中国节目那种恢宏大气、整齐划一的演出相比，不相上下、各领风骚，最后还获得了一等奖。他们得到的不仅是评委会的证书、奖杯，更有同事们的口碑相传。

演出结束后，Sun Dee的演员团队第二天就要回美国了，短短几天的接触还是让我非常不舍。我当晚去买了一把印有仕女图的苏绣扇子，麻烦第二天送行的同事带给她。后来她发邮件告诉我，“谢谢你送我这个极富中国特色的小扇子，我非常喜欢，已经把它装上相框挂在办公室墙上了。”

年会结束后，我找企业文化部的同事要来了所有有关AMC的照片，既有演员们表演节目的精彩瞬间，又有领导们欣赏节目的兴致盎然，还有节目获奖后的集体大合影，我收集整理好后发给了Sun Dee，供她与同事们分享这次中国之旅、万达之旅。春节期间我们还互祝新年好，分享过年期间的所见所闻、出游经历，我们已经成为了“不常相见、但在心里”的朋友。📍



图说

热情，是郎丽苹销售时不变的秘诀。

“铁榔头”郎丽苹

大歌星成都锦华店的“90 后”郎丽苹，除了与原中国女子排球队著名运动员、教练员，凭借强劲而精确的扣杀而赢得“铁榔头”绰号的郎平在名字上相似，更是在对事业的拼搏上有相同的“铁榔头”精神。就是凭着这股子拼劲，从入职大歌星至今两个年头，郎丽苹蝉联两年大歌星全国促销冠军，礼金卡个人售卖最高突破过 30000 元 / 天，会员卡最高售卖达 37 张 / 天。骄人业绩的背后究竟有什么奥秘呢？

文 / 成都锦华大歌星 郝丽丝

“四勤”

谈到销售秘诀，郎丽苹说努力和成绩是成正比的，要想业绩好，最关键的还是离不开四勤——眼勤、腿勤、耳勤、嘴勤。

眼勤腿勤是分不开的。平日工作中，郎丽苹不会一直傻傻地站在前台等客人，而是时刻秉承“顾客至上”的宗旨，每次一看到客人进门都会主动上前迎接。

沟通中她也不轻易对客人说“不”。虽然会遇到客人提出的一些无理要求，但郎丽苹都会不卑不亢地向客人解释，通过礼貌而专业的举动和谈吐，让客人们打消不合理要求的念头，但同时也给客人台阶下。一天晚上 11 点，来了一群客人要求包夜唱到第二天早上 8 点，郎丽苹解释说

大歌星只营业到早上 5 点半，不料，其中一位满身酒气的客人立马变了脸色，从包里掏出一叠百元大钞重重地扔到了郎丽苹脸上，嘴里还叫骂道“有钱还不让唱了是吧”，钱当场就散落了一地。或许换了其他女生，遇到如此羞辱人格的事早就哭红了眼睛，但郎丽苹在大家都还没从这突发的一幕中缓过神来之际，已经蹲下捡好了地上的钞票，并用双手递还给客人，礼貌地说：“对不起，公司规定的确是早上 5 点半打烊。”这时闹事的客人似乎也被郎丽苹的高素质震惊了，没有多做反应，一起来的客人一边帮忙收好了钱，一边跟郎丽苹解释说喝多了，实在对不住。

耳勤和嘴勤密切相关。郎丽苹说：“老顾客和新客人有很大的区别，老顾客一般来了都照旧，

而新客人不了解我们的消费情况，所以在介绍的同时还要仔细聆听并揣摩客人到底属于哪一种类型。例如遇到家庭聚会的消费群，大多数都是属于经济实惠型的，像这类的客人在推销的时候就不能推太贵的。”

善总结

《销售心理学》是郎丽苹的枕边书，首因效应是她把握客户心理的第一步。她深知前台接待代表着公司的形象，因此，即便是在没有客人的时候郎丽苹也一定做到抬头挺胸、面带微笑。“这样才能保证客人在任何时候进店，第一眼就认可我们的专业度，第一印象产生的首因效应也促成了客人在稍后的接触中更愿意接受我们向其推荐的套餐。”郎丽苹说。例如，在前台接待中遇到办卡意愿不强的客人，郎丽苹就会利用从众的心理效应，通过强调大歌星已有的庞大会员人数，对比会员价与非会员价的折扣差额，介绍会员所享受的多项优惠活动和特权，以此来激发客人的从众办卡心理。怀着“买涨不买跌”的心态，面对眼前口齿伶俐、业务熟练的郎丽苹，客人当然有了更多成为大歌星尊贵会员的意愿。

善于总结的郎丽苹还发现在销售过程中，一上来就向客人推销一个金额较高的套餐，很容易遭到客人的拒绝。于是她改变了一种销售方式，比如看到客人有大人有小孩，就先推荐一个老少皆宜的啤酒饮料套餐，当客人接受了这个建议后，再逐步增加套餐的内容，推荐女性和小孩子偏爱的果盘和小吃套餐，从而一步一步地提高客人的消费金额。如此一来，客人消费得越多，前台售卖礼金卡的几率就越大，以

此又拉动了礼金卡的售卖，就这样环环相扣，整体的销售就成功了。郎丽苹先从低端、经济的消费开始，一步一个台阶来为客人做销售引导，最终提高了销售转化率。

除了以上运用心理学来提高销售金额外，郎丽苹还很细心地列举了如何向两类比较常见的消费群体进行销售。“比如遇到生日聚会的客人，则可以适当推销价格档次高一些的，很多人都觉得过生日一年才一次肯定要玩高兴，开心最重要。”她总结说，“个人觉得平时最好推销就是商务宴请的客人，通常情况不管包间还是水果或酒水都可以先向他们推荐店里相对来说档次较高的。其实销售的过程中不仅需要胆大心细，还要结合相应的技巧。最后，一直保持着良好的心态就自然水到渠成了。”

自励

郎丽苹常常用许三多的名言“不抛弃，不放弃”来勉励自己，她说：“可能在有些人看来，前台接待只是一个一线的小员工，但是行业不分大小，职业不分贵贱，虽然学历比不上如今很多本科生、硕士生，但我从来没有小看了前台接待的工作，因为在客人面前，我代表的就是万达大歌星，我的言行很大程度上影响到客人对大歌星乃至对万达的评价。努力做好分内的事，不抛弃不放弃，就是对自己负责，对大歌星负责。”谈到“铁榔头”这个称号，郎丽苹也直言不讳：“我很喜欢排球，郎平更是我的偶像，我也一直用‘铁榔头’精神激励自己，干一行爱一行，争取自己有一天也能做大歌星的‘铁榔头’”。👍

万达收银员也要学英语

文 / 上海周浦万达百货 倪翠萍

自上海周浦万达百货开业至今，我在收银员岗位上已经工作了三年。周浦万达百货开业那一年，记得一位外籍顾客来购物。当客人选好商品到收银台付款时，收银员面对外籍顾客，紧张得直冒汗，少了平时的从容镇定。由于平时就不怎么说外语，只能用中文含糊地询问：“您好，欢迎光临，请问有会员卡吗？”外籍顾客一脸茫然：“What?”收银员又重复了一遍，不懂中文的顾客还是一头雾水。收银员虽然尝试了各种方法，例如用中文加手势与他进行交流，但是顾客还是不明所以。最后，收银员紧急求援，请来客服人员与外籍顾客交流，终于让顾客满意而归。

公司总结了自己工作中的失误。对于所有的万达人来说，没有为顾客提供优质的服务就是工作失责。这件事过去后，在一次基层员工座谈会上，我们向领导提出收银队伍学习并掌握基本英语口语的建议。领导非常重视这一建议，立即着手安排了相关方面的培训。经过一段时间的突击学习，收银员们都基本掌握了涉及日常付款的外语口语。不仅如此，每天例行的晨会，我们都会预留一部分时间进行日常英语口语的专门练习。

现在，遇到外籍顾客前来收银台付款，我们处理起来就游刃有余了。不等顾客走到收银台前，收银员就会主动热情地问好：“Welcome to Wanda Department Store。”外籍顾客在诧异之余，会很高兴地说：“Thank you！”他们可能也经常遇到购物时语言不通的烦恼，没想到在万达百货，根本不存在这一问题。收银员接过顾客手中的付款单及银行卡后会主动询问：“Excuse me, do you have our membership card?”当听到顾客否定的回答后，收银员会快速将顾客基本信息录入电脑：“The total is × × yuan, please enter your password。”等顾客输完密码后，收银员将回单交给顾客签名：“Please sign here。”付款完成，顾客享受了一次称心的购物之旅。每一次，外籍客人都会微笑着用中文说：“很好！很棒！”一句简单的赞美，是对万达服务的肯定。👍

一条新闻引发的爱心接力

3月4日，当戴海东接过22万的爱心捐款时，激动不已：“小嘉乐又能继续入院治疗了。”自2月20日万达手机报刊登《万达爱心传递救“癌”童》的故事后，引起了万达员工强烈关注。

文 / 集团企业文化部 李琛



	2	4	
1	3	5	6

图说

- 1 病床上的戴嘉乐
- 2-5 集团向小嘉乐伸出援手
- 6 戴海东家中已一贫如洗

集团总部各部室、各系统总部第一时间组织了捐款，大家纷纷伸出援助之手，许多出差在外的同事还特意通过转账汇款的方式将善款捐给小嘉乐。不到一周的时间，累计捐款228646元。嘉乐妈妈说：“真的很幸运海东能够加入万达这个大家庭，太温暖了！”

病魔突袭幸福家庭

39岁的戴海东，任职于上海宝山万达广场商业管理有限公司物业管理部，是一名普通的停车场收费员。2012年12月13日，其年仅5岁的独子戴嘉乐出现鼻子流血不止、进食呛咳、剧烈头疼等症状。先后经上海新华医院、上海儿童医学中心诊断，小嘉乐最终确诊为桥脑星形胶质细胞瘤（WHOIII级），也就是我们俗称的恶性脑瘤晚期。

几个月来，身体强健的戴海东瘦

了许多。自从去年儿子被确诊，戴海东在没人的地方不知流了多少眼泪。“儿子很可爱，马上就该上小学了，不管我平时工作有多累，回到家中看到儿子扑进怀里，一身的疲惫都消失了。”如今，面对突如其来的病魔，本应活蹦乱跳的孩子却不得不躺在病床上，头发脱落、面容苍白，一次次挣扎在生死的边缘。尽管医生诊断小嘉乐最多还有半年的生命，全家还是决定倾尽所有挽救孩子。春节前，小嘉乐进行了过桥脑肿瘤切除手术，前期治疗已花费10万余元，家里积攒的钱全都花光了，还向亲友借了一些。但小嘉乐后期仍需进行放射性治疗，预计每周治疗费用高达4000元，沉痛的精神打击加之巨额的医疗费用，使原本幸福的家庭顷刻间濒临支离破碎。面对无力筹措的治疗费用，戴海东和妻子商量着要把仅有的38平方米的拆迁安置房卖了，不惜一切代价挽救孩子。

当地公司捐助慰问

在得知戴海东一家的不幸遭遇后，上海宝山商管公司的同事们自发组织了爱心募捐，将12000余元善款第一时间送到戴海东手中。上海宝山商管公司总经理陈翎每月捐助500元用于孩子治疗期间的营养费用。物业管理部还特意将海东原来的正常班次调为夜班，在不影响正常工资收入的情况下，方便他白天照顾患儿。与此同时，上海区域商管公司也在积极组织募捐，带着8000元的善款和营养品，多次前往戴海东家中慰问，传递着上海商管人的爱心。

不仅如此，宝山万达工会还立即申请了万达商管公司“互助基金”3000元。万达商管“互助基金”主要用于帮助商管系统内部员工在生活中出现的家庭难以负担的突发性急、难问题以及其他需要商管大家庭伸出援助之手的生活困

难。自2008年3月31日成立以来，累计支出192000元，帮助全国各地40余名基层员工共渡难关。

总部员工爱心接力

2月20日，万达手机报刊登了《万达爱心传递救“癌”童》的故事，引起了全国各地万达同事们的高度关注。报道当天就接到十几个电话咨询患儿情况及捐款方式，集团审计部率先组织部门同事捐款，随后集团总裁助理兼人力资源管理中心总经理张春远第一个将1000元捐款送到企业文化部。随后党委工作部、安全监督部、庆典策划部、行政部、财务部、电子商务公司、成本管理中心、信息管理中心等部门纷纷组织捐款。“看到手机报报道的时候，我们很多同事都在出差，但是都想尽办法把捐款送到，有的找同事垫付，有的转账汇款，都希望能尽快

帮助小嘉乐治疗。”发展部于澜如是说。

酒店建设公司特意做了募捐箱，募捐倡议书的语言平实无华却又发自肺腑：“命运无情人有情，您的仁爱之心，您的点滴之恩，会让一个面临绝境的家庭重新站立起来。”RTX、短信、会议等多种形式发出号召，半天时间募款高达37413元。

不到一周的时间，总部各部室、各系统总部员工自发捐款共计228646元，善款由集团企业文化部、党委工作部代表第一时间送到上海，用于小嘉乐接下来的治疗。

嘉乐又能住院治疗了

3月4日上午，上海宝山商管公司会议室，当戴海东接过二十多万的爱心捐款时，感动得不能自己。这个淳朴的七尺硬汉没有华丽的辞藻，只是含着眼泪不停地道谢，

“很幸运能加入万达这个大家庭，谢谢领导和同事，嘉乐又能继续入院治疗了。”

3月4日下午，戴海东家中，狭小的空间里除了床和桌子几乎没有其他家具。躺在床上的小嘉乐目前只能感受到微弱的光感，眩晕呕吐的症状虽有缓解，但仍需要人24小时照顾。此外，每天还都要去医院化疗，路途上的颠簸实在不利于孩子的病情。如今没有了后顾之忧，小嘉乐就能在医生的专业治疗陪护下安心养病了。戴海东的妻子说：“他在万达工作，我一直很骄傲，亲戚朋友也都很羡慕。孩子生病后，单位对他照顾有加，更不敢想会收到这么多的捐款，真的不知道怎么报答，我就跟他说以后要多加班多干活，踏踏实实在万达干一辈子！”





你们献爱心 大歌星买单

3月11日晚，襄阳新闻广播在网上发布了一则消息，一个一岁多的宝宝不幸被烫成重伤，在襄阳市解放军四七七医院住院治疗，病情危重。小宝宝的父母在外地打工，收入微薄，无力支付高额治疗费用，如果孩子得不到及时救治，可能情况更严重，希望社会好心人伸出援手，救救孩子。

文 / 襄阳大歌星 雷红霞

这则消息还附上了小宝宝被烫伤的照片，小宝宝躺在奶奶的怀里，脚上还打着点滴，脸上的伤痕清晰可见，双臂和双腿裹满了纱布，整个身体烫伤的情况惨不忍睹。当晚10点多，襄阳大歌星的店长叶燚像往常一样在巡查完大厅营业情况后回到办公室，打开电脑网页就看到了新闻广播网上发布的关于烫伤宝宝的消息，宝宝的坚强、孩子爷爷奶奶焦急自责的泪水牵动了他的心。他立即给襄阳大歌星策划部负责官方微博的客服打电话，“马上打开电脑，看一下烫伤宝宝的事情，发布微博并迅速对此事进行一下扩散转发，我们要尽一切力量来帮助这个可怜的孩子。”之后，他又拨通了人事部人事主管的电话：“明天立即召开员工大会，对烫伤宝宝的情况做下介绍，组织员工自愿捐款。”很快，几条微博在大歌星的官方微博上出现了：“关注留守儿童！万达大歌星明天立即召开员工大会组织员工自愿捐款，明天下午去看望小宝宝！大家都行动起来吧！”“世界需要爱，我们的举手之劳，就可以给这个小宝

宝不一样的人生，加油！”“为了能有更多的朋友转发扩散，我们经过商量决定，凡是转发此微博的朋友都可以到万达大歌星免费K歌1小时，参与捐款免费K歌2小时，希望更多的朋友参与！”帖子在官方微博上一经发出，短短几分钟内就首先被我们的员工们争相转发出去。此外，经过我们的扩散，源源不断地有热心微友加入了进来，大家以接力的形式将这则消息转发了出去。

第二天上午一到公司，公司召开紧急会议，号召员工自愿捐款。不到十分钟，人员已全部到齐，甚至刚下大夜班的员工也赶了过来，大家没有多说什么，坚定的眼神已说明一切。店长首先发言：“受伤的孩子还在病床上躺着，他才一岁多，我们可以想象他的疼痛，可以想象他以后会遭遇到怎样的生活。社会需要爱，大千世界太多的不幸我们无法左右，但我们可以让身边的人和事变得更美好，从小事开始，从身边开始！”说着便率先向捐款箱中投入了两百元爱心捐款，底下响起了雷鸣般的掌声，更有一些员工看到宝宝

的照片眼角已情不自禁地泛起了泪花，这时有员工说：“大家抓紧时间赶紧捐款吧，爱心不在乎多少，好让宝宝早日得到救助。”整个大厅人潮涌动，但捐款的次序一点也没有乱，你十块、我二十地将自己的爱心投入捐款箱内。

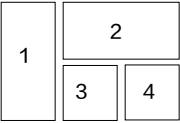
当天下午，襄阳大歌星组织员工代表将共同筹集的1200多元爱心款项送到烫伤宝宝小启铭的病房。看到小宝宝的现实状况，员工代表们都为之难过。拿着员工们的爱心款，孩子奶奶一直在哭：“要不是我没照顾好孩子就不会发生这样的事，谢谢你们，谢谢你们救孩子，你们都是好人！”此时的小宝宝很坚强，打针换药也是只哭了几声。爷爷说，从微博发布到当日下午，医院已经来了五六拨热心人，给他们送来了近5000元的善款，主治医生徐大夫也告诉大家，“小启铭全身面积的18%被烧伤，这种重度烧伤极易感染，还要四五天才算度过危险期，同时后期十几万元的植皮整形手术和术后恢复也是个漫长的过程。”大家此时心揪得更紧了，这笔巨额的费用对这个靠种地为生的农民家庭无疑是个巨大的问题。

回到公司后，店长叶燚立即交代客服要时刻关注小宝宝的进展情况，并号召店内所有员工再接再厉，将小宝宝的情况转发到所有的朋友圈内不断进行扩散，大家利用身边一切可能的朋友、客户、企业等关系网呼吁各界伸出援手、让爱飞翔。为了让更多的人行动起来，“大家的爱心，我们买单！”在襄阳大歌星官方微博上和店内所有员工的微博上进行发布，当面对那些不明情况的网友的猜疑时，他如是说：“每个人都可以有自己的方式和思维，在决定之前，有想过会有这样的猜疑，但没关系，我们用自己的实际行动和方式来表达自己的爱心，总胜过无动于衷和漠不关心！”截至3月18日，宝宝爸爸说已经收到社会各界将近两万多元的捐款，同时在微博上仍有不少的爱心人士和爱心企业在行动着，宝宝第一次创面愈合手术也成功完成。

襄阳大歌星的善举，引来很多网友们的交口称赞。网友“高天高兴”发表评论：“明天我去医院现场看下，也来发动我们的员工自愿捐款。”原来对此事有质疑的网友“阿杰鼓”在了解实际情况后也说道：“也许有人会觉得你们是借助这种方式炒作宣传自己，我却觉得你们是借助这种方式鼓励更多的人加入募捐，帮助这个小孩。感



谢谢你们这些有社会责任感的企业！”3月14日，襄阳电视台今日播报栏目组专门前来采访了襄阳大歌星店长及员工代表，当日晚间便在电视上进行了报道，高度赞扬了这种正能量的传递，颂扬这是一群有责任心有爱心的人。《襄阳晚报》等也在第一时间对大歌星的善举进行了报道，《微博接力襄阳留守儿童严重烫伤得到救助》、《企业慷慨解囊，为大家的爱心买单》、《用爱心守卫生命之光》等多篇文章都对大歌星强烈的社会责任感予以高度表扬。对于大家的赞扬，襄阳大歌星微博上给出了这样的回应：“社会需要爱，需要正能量，我们只是做了我们应该做的，万达一直在坚持这样做！同时也有更多有爱心的个人和企业加入了进来，你们都是好样的！”^⑩



图说

- 1 襄阳大歌星第一时间组织捐款
- 2-4 襄阳大歌星组织员工代表将共同筹集的1200多元爱心款项送到烫伤宝宝小启铭的病房



遇见你 是最美的意外

文 / 合肥包河商管公司 陈杰

图说

陈杰的摄影作品《万达面孔》荣获集团第一届员工才艺大赛人像摄影类一等奖。

集团开展2012年度书画、摄影大赛伊始，我就在积极策划摄影的主题、主体，在风光景色类、人物类之间徘徊不定，合肥包河万达广场的灯光夜景美轮美奂、光彩夺目，这是合肥市的一大亮点，但这么大的场景，取景难度不小。包河商管公司上下的优质服务也是得到广大业主、顾客、各级主管部门的一致好评，但如何去表达这样优质的服务呢？

带着犹豫不决的心情，我走出了办公楼，抬头望去，绚丽的灯光色彩让人应接不暇，人头攒动，广场的繁华景象可见一斑。经过外街一家店铺时，我听到了喧闹的声音，走上前去，原来是店家与顾客在争吵不休，最后顾客扬长而去，留下句话：我要投诉你！由外街进入内街，正好经过总服务台，我给服务台的客服助理打了个招呼，她对我微微一笑，我刚要走上前去聊几句，这时，一个中年女子径直冲向服务

台，“我要投诉XX店，他们太无礼了，没有一点服务意识！”，我仔细一看，原来是刚才我看到的与店家争吵的那个女子，一看就是满肚子的火呀，劈头盖脸地就骂，“你们是怎么管理的”等等，客服助理在认真聆听，面带微笑；客服助理在认真记录，面带微笑。

从头到尾，她始终面带微笑；最后，中年女子也是面带微笑离去。

我明白了，我终于明白了！

微笑正是优质服务的体现，微笑是一种态度，是有效沟通的一个工具，再璀璨的灯光也比不了一个小小的微笑，让广场活起来正是各个岗位微笑的面孔。岗位虽然不同，但微笑是他们共同的表情；无论业主、顾客如何抱怨，微笑是他们最好的语言；无论来自工作，还是生活的压力，只要走上岗位，微笑始终如一。

微笑一个岗位，微笑一座万达广场，微暖一个城市！☺

音符与思绪

和以往一样，走到车前，先热车，静静听着发动机的翁鸣。

都立春了，怎么这么冷，都说今年是冷冬。天气的原因，这些浮尘让人无法呼吸，加之工作的繁重，心情无法控制地波动着，因为些人、因为些事，会开心大笑又会失落、烦躁，今天换种方式吧，闭上眼睛在CD包里，随意翻找了一张放进音响里。

耳边传来若隐若现的溪流声，感觉有双灵巧手指轻快地拨弦，仿佛打开了一扇门，门里那片群山环绕、渺无人烟、茂密的原始森林随着钢琴的节奏呈现在眼前；音符随着小提琴的弦上舞动到潺潺的流水中，溪水轻盈地在山涧里流淌；吉他的星星点缀像是在诉说，阳光透过密林在布满苔藓的石头上星星点点；绚丽的苏格兰长笛、手鼓的加入，小提琴适时的迎合，仿佛你的眼睛在跋山涉水、逆流而上之后豁然开朗。手鼓与长笛的呼应，好像欢腾的小鹿一双一堆的跳過身边，奔向山谷。

明快的节奏，闪跃的音符。真是“山涧依晓壑，竹树荫清源”，心情一下子开朗了起来，不知名的小花随着古老的藤条枝蔓缠绕着，幸福着。

小溪、花朵、古树、阳光、风声，各种动物自由地呼吸着，蓬勃着；长笛、德西马琴、铙钹、小提琴与法国号等让音乐有着活灵活现的神韵。所有的所有合奏交织就像整个森林的和谐、平静。

吉他淡淡的转折，法国号和大提琴恰到好处散发着醉人的气息，沁人心脾的花香弥漫在周围，阳光已经洒在身上。

小提琴悠扬的像是杜鹃欢快地在枝头，战鼓的鼓点敲击着像只活泼的松鼠上下欢乐地跳跃，从一棵树飞一般腾向另一棵，溪涧的奔流声不绝于耳。深深地沉醉，略带伤感的沉醉。时空、历史的交融。

瞬间被音乐撞击，整个置身于其中，久久不能自拔，也不愿自拔。那种心灵的享受是自然的，是淳朴的，是浑然天成，是经久不息。感觉得到自己体内的

血液在随着音乐的起伏而流淌，灵魂在感动着。

这种饱含激情的娓娓道来是多么惬意的事情呢。

思绪在这段旅程中时而走进了原始森林，时而踏上了茫茫的戈壁，时而置身于苍苍的草野，时而穿越过急湍的山涧。不用去分辨乐器，音乐带给人的遐想已经把心底最温存、最原始的梦想激发了出来。

这是马修连恩的1994年的《狼》中的《飞鼠溪》。我最喜欢的一支。听着音乐想想这个男人深邃的眼睛和他优美的旋律一如水的清灵穿越过脑海心际。

原来，闭着眼睛的选择真好！

其实这张专辑是有特殊背景的，因为人的错误怪罪在狼的身上，马修连恩的创作就是为了用最沉痛的呼喊来清醒人们，我们又何尝不是，出现问题常常怪罪别人。

又是一天，努力并努力着吧。☺

三十而立有感

文 / 南昌大歌星 曹亮

三十年来，曾经的奋斗、抗争和努力，成败不再重要，人生早已因一路风雨更显坚实厚重。

人活着是为了什么？人为什么要活着？我活着到底是为了什么？我这一生活着的目的是什么？我很小就开始思索这些问题！

孔老夫子有句话大家都非常熟悉：“吾十有五志于学，三十而立。”对于这句话不同的人有不同的解释。

在高中时期，我逐渐地意识到成长为成人的重要性，那时我把学习上生活上的烦恼都顶住，为了不让父母担心，唯有拼命学习，但效果不明显，心情难免沮丧，想到了哭，但我顿时就感到自己的懦弱，然后把眼泪给吞回去，下定决心一定要把学习搞好。之后我做到了，同时我也和爸妈谈了这些事，一下子我

心里的大石头瞬间消失了，可能这也算是成长中的一块垫脚石吧！

三十而立，这个时候开始有自己的独立思想，不再以得到别人的认可为标准，对任何事情都希望有自己的不同看法。

世事充满玄机，万物有着奥秘，变幻无常。“富贵不能淫，贫贱不能移，威武不能屈”。人生总有起起落落，永远要有着良好的心态，任何时候能够从容不迫，不卑不亢，良好的心理素质，你可以做到像神一样，世上没有任何打击可以击败你，只要还活着你就可以昂然而立，英姿勃勃。

人只要还活着，就应还有希望，还有机会，不要做失去梦想和自信的人。

但只有志恒之心的人才可能有大成就，人生的起起落落、失与得，只不过

是训练你的智慧和心理素质，无论什么时候别忘了，只要还活着，永不放弃！世人都有两颗盲从和带色的眼睛，古有才华绝代的李白、杜甫等，被人歧视一生，不得不隐居在湖边哼几首诗、搞几个曲，了此一生，但死后留下的支言片语却可以流芳百世！

善良而又至纯、至情至性的人本身就是个悲剧。这也是我的人生亲身体会，在这个金钱化的世界里，一切以钱来思考问题，更是生存维艰、死路一条。只有学习，改变自己，才能寻求活路，成为王道。

假如你很失意，一定要坚持着你高尚的人格，超人的智慧，和绝顶丰富的涵养，以及不朽的追求，不断学习，改变修正完善自我，直到生命的终止。这就是你无悔无愧的人生。☺



博多水城感悟

文 / 文旅规划院 孙奕昕

应时顺势而蓬勃发展的商业地产，在吸引大批精英投入行业的同时，也对开发常识、专业基础、施工经验、营销常识，乃至项目后期的运营管理知识都提出了较高要求，甚至还需要一定的市场趋势预判能力。仅从项目的规划设计来说，从项目选址、规划定位，建筑设计，到商业流线、空间尺度、材料肌理等，无不考验商业地产人的复合知识结构和综合管理能力。

日本福岡县的博多水城是由美国捷得事务所设计建造的日本最大的私人房产发展项目，开业于1996年，是日本第一个定义为“时间性消费”的综合商业设施。这个占地面积约3.5万平方米的巨物形似峡谷，环绕着日本最大规模的“AMC运河城13”，福岡凯悦大饭店、四季剧团的第一个专用剧场“福岡城市剧场”、13个电影院、高科技游艺主题公园“福岡JOYPOLIS”、无印良品店等精彩纷呈。整个商城包罗万象，此外还集聚了购物街、餐饮、娱乐设施、秀场、展览、写字楼等多种业态，是当地举办大型节日庆典、商品市场推广以及社区公益表演的绝佳场所。

沿着约180米长的运河，水城空间分为五大主题区域：水晶峡谷、月光大

道、地球漫步、海洋世界和太阳广场。设计展示了从自然流水为主题的古朴到现代风格的渐次变化。游客通过拱廊往返于运河两岸。博多运河城的设计没有过多追求建筑本身的形态完美，而是转而关注游客的体验行为。这里是交互的舞台，游客时而演员，时而观众，聚会或休闲，演绎多彩的人生故事。

从时尚到杂货约140家专卖店的运河城OPA，到ZAZA等个性商店数不胜数的“MEGA专卖店大楼”，到食品、服装、生活用品、家具、家电等一应俱全的“无印良品”等，一天之内转不完的购物点多得让人眼花缭乱。视线开阔的内部，汇聚了从高雅酒店到随意挑选的快餐店等众多饮食店，提供日式、西餐、中餐等各类美食。地下一层的“运河地面广



场”，排列着可以静静享受正宗美食的餐厅和咖啡馆。单是零售和餐饮两种业态已达6万余平方米，建筑面积占比达25%。近20年前的业态配比如果拿到今天，或许还应加大。

位于地下一层最著名的“太阳广场”，水边的舞台上，艺术家们每天都有Live Show及各种活动，商业街内时刻充溢着快乐与祥和，任何人群都能愉快聚会休闲，游客在这里沉浸在艺术海洋中，徜徉购物，暂时告别世间的纷扰，常常忘却了时间的流逝。盆栽密布如林荫大道般的“月光大道”如梦如幻，悠然踱去，可以看到地面不定时喷出水柱，那是水城的另一处主题广场“月光中庭”，是个信步、购物的好去处。“水晶峡谷”令人印象深刻的是由180个显像画面组合的巨型视觉艺术墙，让偶然经过的游客眼前一亮，颇有柳暗花明又一村之感。“地球漫步”花团锦簇的盆栽及挂满墙壁的常春藤，使质感华美的商业街生气蓬勃，让人恍惚间忘却是在购物，而是在森林中寻宝一般。“海洋世界”是孩童们的戏水天堂，水珠自布满自然石的水滩飞溅而出，不定时喷出水柱……种种娱乐设施足以让人驻足一整天。

整个水城走下来，商业区、餐饮区、娱乐区、公共区、连接区浑然一体，游客不知不觉中完成了漫步、观览、购物、

娱乐等多重功能，在这里，购物真真正正成为了一种“经历”。

总体看来，博多水城首先创造出了一个可体验性场所，营造让游客感受到流连忘返、去而复返的场所，可体验性最终成为效益增长的催化剂。博多运河城完美表达了可体验性，提供多元化的体验需求，成为极具表演性的舞台，最终将自身成就为极具特色的区域核心。其次，博多水城融入了区域本土文化，本土文化的融入，根本目的在于创造地域特色，使之令人难忘，这就要求设计者必须在初期就去仔细研究和理解当地文化特色，从这些文化元素中获取灵感，并在项目设计中结合水景、灯光、标识、雕塑、绿植等充分融合、表达。

另外，功能流畅衔接融合也是成功的一个关键因素。室内多种业态之间的平面流线、垂直交通，以及室内与室外场地之间，场地与城市之间的动线设计，要流畅衔接。在这方面，博多运河城充分阐释了以人为本、以消费者为核心的设计理念。主角不是建筑物，而是人的所视、所听、所嗅、所味、所触、所感。

万达商业地产和文化旅游的规划设计如果能紧紧抓住消费者的行为习惯，凡事从消费者行为习惯出发，就必然是成功的商业规划。📍

	2	4	6
1	3	5	7

图说

- 1 博多水城“福岡城市剧场”
- 2-5 博多水城“地球漫步”
- 6 博多水城运河
- 7 博多水城“太阳广场”



汉街让我更懂生活

文 / **武汉中央文化区商管公司** 张利工

我曾经是一名军人，一直到现在职业生涯中，职业装几乎是我衣服的全部。加入万达后，仅仅在汉街工作了一年多时间，我衣橱里的衣服格局便发生了变化。

2011年7月，我成为万达大家庭的一员。当时，武汉中央文化区工地上各种作业交叉施工，从土建的基础建设、消防设施的施工、配套施工到商户装修；从沙石砖瓦到橱窗模特的运进交集着装修垃圾的运出；从雨天时的泥流遍地到艳阳高照时的挥汗如雨……1500米的汉街人头攒动，正是汉街“千军万马如火如荼攻坚战”的时候，人员密集度堪比庙会。武昌区政府一位官员曾说：“当时汉街外想找个临时工或家政工都困难，街上没人，都跑汉街做事去了。”汉街开业前，商户怀疑、江城人民质疑、业内人士不看好，甚至集团内部也有疑问：汉街“9·30”能开业吗？汉街做到了！初来乍到的我被震撼了。

开业前，一次我到武汉比较偏远的汤逊湖边办理装修材料消防检测，中午在街边餐馆吃饭时，听到邻桌四五个人边吃边聊着他们对即将开业的汉街的了解和认识，我忍不住转过身对他们介绍了一通汉街的业态、看点和乘车路线。整个下午，心中不时一阵阵的窃喜，在这么偏远的一个小餐馆里，竟然都有人知道汉街。接下来的一段时间里，在很多地方不时能听到更多对汉街的赞许或去汉街的意愿。能在一个提起来人人都知道的公司里面工作，感到特别自豪和荣幸。

我曾经是一名军人，一直到现在

职业生涯中，职业装几乎是我衣服的全部。加入万达后，仅仅在汉街工作了一年多时间，我衣橱里的衣服格局便发生了变化。不仅有了GAP的休闲服，更是有了平生第一条牛仔裤，也会在一个周末的傍晚穿上耐克的衣服、鞋子推出自行车去绕骑一下东湖锻炼身体。以至于碰见以前的同事或昔日的战友，会被他们打趣地说道：老张也会换换衣服，懂得生活了啊！是啊，万达的文化氛围浸淫了我，汉街丰富的业态催化了我！

闲暇时我会带家人逛汉街，乘坐楚河的画舫游船游览楚河、水果湖和东湖，品食汉街的美味。家人中最高兴的是我7岁的女儿，逢人便自豪地讲汉街的各种“离奇经历”，甚至同学和老师都知道了：“我的爸爸在汉街上班！”有一次朋友带孩子约着一起去吃麦当劳，我女儿竟然一本正经地说：“我只吃汉街的麦当劳，其他地方的麦当劳不好吃。”我无语！生日时带着女儿去万达院线看电影，经过汉街时，女儿问我为什么不去汉街看电影。我告诉她，汉街的电影院2013年9月份开业，那时候才能来汉街看电影。我还告诉她，到2014年，汉街还将建成全世界最先进、最高端、最科幻的电影主题公园，她在车厢里“欢呼雀跃”起来。我和她都期待着武汉中央文化区的美好明天！📍

碰见以前的同事或昔日的战友，会被他们打趣地说道：老张也会换换衣服，懂得生活了啊！是啊，万达的文化氛围浸淫了我，汉街丰富的业态催化了我！



万达助我买房安家

文 / **集团企业文化部** 安静

爱，有时候也许不需要理由，只是某一个瞬间，然后就在心里沉淀为永久。而对于我来讲，爱上万达，也是那么自然而然。

2007年12月，还未毕业的我像只没头的苍蝇般正在到处撒简历、找工作。对于当时懵懂的我来讲，未来并不清晰，目标也并不明确。就在我彷徨无助的时候，我遇到了万达。当时人力资源部面试的专业度给我留下了深刻印象，通过几个问题的询问，似乎一下子也把我的迷惘撕开，突然好像有一扇门在我眼前打开。经过层层面试，我终于进入面试的最终环节。而这个最终环节也着实让我震惊，因为当时的万达总部在大连，而我在北京，对于一个应届毕业生来讲，异地面试的费用难以想象。正当我犹豫的时候，万达却早已给我订好了面试的往返航班。收到航班短信的那一刻，我震惊了，竟然有公司能够如此大气，为一个小小的应届毕业生承担面试费用！这样的公司尊重人才，未来一定有发展！于是万达给了我人生中第一次坐飞机的欣喜和激动，对万达的向往让我足足为这次面试准备了几个晚上。当飞机落地大连的那一刻，人力资源部的电话立刻到达手机，并告知我如何乘车到达公司，后续如何安排等等。一切井井有条，让我亲切，不感陌

生。从那一刻开始，我想我无论有没有机会进入万达，我的心已经被她征服了。

我进入了梦想的万达，成为了万达集团的一员。我努力学习、工作，并在忙碌的工作中完成了硕士毕业答辩。2008年9月，万达总部集体迁至北京。当我的同学还在为工作而发愁、为生计而奔波的时候，我拿着自己攒下的沉甸甸的钱款，在北京偌大的城市里买房安家。父母激动的泪花和我凭着自己的努力在北京扎根的幸福融汇成了我对万达的爱。她不仅仅给我一份工作，也给我对生活的激情与向往，给我一个温暖的家。妈妈经常幸福地说，北京的那盏灯是万达为你点亮的，你能在这里发展，是因为你站在一个高起点的平台上，你更要懂得付出和感恩！

如今，我已经伴随着万达走过5年有余，万达见证着我毕业、成家，而今又一扇人生的大门即将打开，我即将成为一位母亲，在万达，我的人生如此从容不迫，如此丰富充实。爱，就从遇见你的那一刻开始；爱，也将如生命一般继续延续。📍

父母激动的泪花和我凭着自己的努力在北京扎根的幸福融汇成了我对万达的爱。她不仅仅给我一份工作，也给我对生活的激情与向往，给我一个温暖的家。妈妈经常幸福地说，北京的那盏灯是万达为你点亮的。



爱上万达只因初见

文 / 长白山管理公司 林旻

严冬中的一月，我带着全部家当步履维艰地走出了长白山机场大门，面对着满目的银装素裹，忽然感到有些茫然。一阵寒风吹过，不禁打了个冷战，赶紧向机场巴士走过去。

“您好，我是来入职的新员工……”还没来得及询问如何到办公区，司机大哥就已经熟练地接过我的行李箱，一边将行李箱往大巴的行李柜中放，一边说“上车再说，外面冷”——朴实的言语和真诚的笑容，让人不知道如何拒绝这样的盛情。

被度假助理接上车后说明了来意，她便开始热情地打招呼：“这边天气冷，你穿这么少会冻着的，办公区在最后一站，不用担心坐过了。”听到这话，心中稍安。谢过度假助理后，她就忙着接待游客，而我则开始欣赏难得的雪景。不久，大巴离开机场，度假助理为游客们作介绍，发宣传资料。走到我身边时，她同样也给我发了一份，我错愕地接过资料，以为她忘记了我不是游客。“虽然你不是客人，但也要多了解下家里的情况吧”，手拿着精美宣传资料的我思绪万千。

“到了，我带你去办公楼。”不知何时，大巴已经停在了办公区外，我赶紧收拾心情拿好行李走进了办公楼。站在前台，看着度假助理风风火火地帮着找安管员存放行李的身影，让我一度产生了身在凯宾斯基大堂的错觉。人力资源部的同事见到我后热情地寒暄了几句，了解到我还没有生活用品后，他立刻编辑了一条详细列明了超市名称、往返交通详情的短信发给我；安排好住宿后，他还特地交代了食堂开饭的时间才离去。走出宿舍大门看看表，从机场到宿舍只用了一个小时的时间，回想这过去的一个小时，感觉自己仿佛是漂泊在外的游子被亲人接回了家。记得那天，天气预报说气温零下 27℃；记得那天，站在冰天雪地中的我觉得寒风其实并没有那么刺骨。

也许岁月流逝，我们在老去之后还会对曾经得不到的或者已经失去了的东西耿耿于怀，但那都如过眼云烟；真正值得珍惜的是我们身边拥有的，如那天清泉般的真诚和暖阳般的关爱。📷

走出宿舍大门看看表，从机场到宿舍只用了一个小时的时间，回想这过去的一个小时，感觉自己仿佛是漂泊在外的游子被亲人接回了家。记得那天，天气预报说气温零下 27 度；记得那天，站在冰天雪地中的我觉得寒风其实并没有那么刺骨。



万达给我安全感

文 / 福州金融街商管公司 黄丽华

爱上万达，是因为他让我有着很强的安全感。虽然《女职工劳动保护特别规定》已在 2012 年 4 月颁布，但多数企业仍在打“擦边球”，仍时常发生“因女职工怀孕、生育、哺乳而降低其工资、予以辞退、与其解除劳动或者聘用合同”的事件。

相较其他公司对待怀孕期、哺乳期女员工咄咄逼人、轻视的态度，万达的做法让大家感到强烈的安全感。2012 年，公司共有 5 位女员工怀孕，在她们怀孕期间，公司完全按照《女职工劳动保护特别规定》相关要求，予以减轻劳动量或者安排其它能够适应的劳动，并定期安排产检。2013 年 1 月 26 日年会那天，公司人事行政部反复多次联系 5 位处于产假期的女员工，非常诚恳、非常真挚地邀请她们来参加公司的年会活动。作为一名已婚未怀孕女性而言，我被这些举动深深感动着：公司并没有忘记这些处于哺乳期的女员工们，仍一直关心、爱护、在意着她们，并不会因为她们暂时无法为公司发展作出贡献而受到轻视，我们都是万达人，是平等而受到尊重的。

爱上万达，是因为他富于人情味。他关心员工，关心我的健康与生活。我身边有很多其他公司并没有设立公司食堂，员工需花费大量时间外出就餐，且吃得不卫生、不营养，而万达以高标准设立了员工食堂，并聘请专业食堂管理员对食堂进行精心管理，食堂洁净、美丽的环境让人看得舒心。人事行政部同事与食堂管理员每周均会花费大量时间与精力对食堂的食谱与水果进行精心搭配，确保每一位员工吃到放心、营养又健康的一日三餐，真正做到“吃着放心、看着舒心”。员工食堂的设立不仅避免了我们外出就餐的时间浪费，而且为我们员工节省了许多开支。

爱上万达，也是因为他为我的生活带来诸多便利：作为其中的一名员工，在广场内看电影能打折、吃饭能打折、买东西能打折……真是幸福极了。📷

作为一名已婚未怀孕女性而言，我被这些举动深深感动着：公司并没有忘记这些处于哺乳期的女员工们，仍一直关心、爱护、在意着她们，并不会因为她们暂时无法为公司发展作出贡献而受到轻视，我们都是万达人，是平等而受到尊重的。



艾森豪威尔矩阵：助我提升工作效率

文 / 酒店建设公司总部 尚风雷

工作和生活中，总会碰到某几项事情同时到来、不知道该如何下手才能把每件事情都处理好的情况。有些人能够很好解决，而有些人则被繁琐事情纠结，慢待重要而紧迫的事，最终导致工作非常忙碌但又效率很低。

2013 年，王健林董事长向我们推荐了一本书——《史上最简单问题解决手册——高效能人士做决定的 51 个思考模型》。我迫不及待地拿到这本书，翻开第一页就得到了我最想看到一个处理多项事情、加强工作效率的好办法，那就是艾森豪威尔矩阵。通过对艾森豪威尔矩阵的研读后发现，如果我们能够很好地把工作中同时发生且需要处理的事情进行排列、分解，然后决定进行的方式，就能知道哪些最需要处理，哪些需要延后解决，工作效率将会大大提高。

在艾森豪威尔矩阵中提到的紧迫性是指必须立即处理的事情，不能拖延。重要性与目标是息息相关的，有利于实现目标的事物都称为重要，越有利于实现核心目标，就越重要。有些事情紧迫又重要，如有限期压力的工作计划；可能有些事情是紧迫但不重要，如临时性工作，或者某些电话等；有些事重要，但是不紧迫，如学习新技能、建立人际关系、保持身体健康等。当然有很多事

情既不重要又不紧迫，如琐碎的杂事、无聊的谈话等。因此，不同类的事情要如何去安排，时间如何加以调整，就需要对艾森豪威尔矩阵加以很好运用。正因为我们工作中通常太过于聚焦于“紧迫和重要”的领域，只看到需要立刻处理的事情，没有想到处理工作的方式、方法，虽然每日工作忙碌而劳累，但没有解决紧急而重要的事情。因此，需要处理的工作多的时候，我们就要运用艾森豪威尔矩阵，反问自己：我什么时候要处理那些虽然重要，但并不紧迫的事情，什么时候能抽出时间处理那些重要的工作，以免它们变得紧迫，这是策略性、长期决策的领域。

磨刀不误砍柴工。当我们把时间安排妥当，事情分出缓急、主次来处理时，那我们的工作效率就会大大提高。艾森豪威尔曾说过：最紧迫的决策通常都不是最重要的。按照艾森豪威尔的方法，你会学到怎样区别“重要”和“紧迫”之间的差别，并分类处理之。总统如此，更何况我们普通人，要想把同时出现的多项工作做好，更需要学习、运用这种高效率的工作方法。

如今的万达，发展速度非常快，如果不提高工作效率，将会跟不上万达的发展速度。万达酒店的每一个同事一定

会遇到多项工作同时出现且紧急的情况，如果工作效率跟不上节奏，那酒店建设将会受影响。因此，不论落在办公桌上的工作是什么，一开始就可以根据艾森豪威尔的方法对工作进行分解，然后决定进行的方式，只要有正确的处理工作方法，工作就能得心应手，就能提高工作效率。只有这样，我们才能够跟上万达的脚步，打造出精品酒店。📖



赫赛—布兰查德模型：我的金钥匙

文 / 银川酒店项目部 田兴旺

项目要达到优质高效，实现最大限度的利益目标，关键是要有一个尽职尽责的优秀项目团队。酒店建设项目部人员的流动性决定了团队管理的难度，如何产生高效率、高凝聚力、高责任感的项目团队？读了王健林董事长 2013 年推荐的《史上最简单的问题解决手册》一书后茅塞顿开。利用赫赛—布兰查德模型，根据现实中的情况调整本身的领导风格，把指导、辅导、支持、授权用在员工发展的各个阶段、每个员工身上，引导员工迈向成功，有朝一日员工自己就能够独当一面。同时，用德雷克斯勒—西贝特团队绩效模型灵活运用到团队建设上，能让每一位员工感受到自己在公司的价值和重要性。看到这些团队管理理念，现在我恍然大悟：原来打造完美团队并不难。

首先，创造团队平等和谐气氛非常重要。知识团队主要由知识员工组成，对知识员工具有较高的专业技术水平，对知识员工而言，活力与热情对出色地完成工作极为重要。活力与热情不仅与心态有关，也与工作环境和氛围有关。

而工作氛围在很大程度上受人际关系的影响，对知识团队而言，人际关系最大的挑战在于信任、热心和尊重。要确保团队成员得到这种信任、热心和尊重，知识团队的管理者必须做到容忍个性、以善于提出问题来领导、确保足够的信息沟通。知识团队的员工只有在自己适应的环境和氛围中才能发挥最大的积极性。

其次，建立学习型团队。企业之间的竞争，实质上是学习能力的竞争。竞争的唯一优势来自比竞争对手更优异的学习能力和应变能力。一个高效的团队必须构建学习型团队。在团队中创造学习、竞争的氛围，提供团队成员相互学习、相互交流、共享知识、共享进步的机会。一个人的知识技能是有限的，复杂的团队工作依靠个人技能是无法完成的，只有敞开心扉，与人分享，才能在与团队成员相互学习的过程中，提高自身的学习能力和人际交往能力，为自己在团队中的发展打下坚实的基础。万达在管理知识团队实践中，非常重视员工之间的知识分享和交流：例如，项目部每隔一

段时间开一次务虚会，大家气氛融洽地坐在一起共同讨论近期工作遇到的问题、共同的工作目标，这样的座谈会既共同分享了工作经验，又能和领导及时沟通，做到工作无拖欠，问题及时解决，为下一步工作打下基础。

再次，提高团队的凝聚力。团队的凝聚力不仅是维持团队存在的必要条件，而且对团队潜能的发挥有重要的作用。一个团队如果失去了凝聚力，就不可能完成企业赋予的任务，本身也就失去了存在的条件。那如何提高团队凝聚力呢？我在工作中总结了以下几个方面：第一，为企业员工规划一个共同的远景展望。所谓道不同不相为谋，愿景不同展望不同，就谈不上凝聚，把价值观统一起来，确保把员工的积极性激活，才能真正实现员工全力以赴。第二，为员工创造可持续发展的环境，公司在追求自身可持续发展的同时，也要兼顾员工的可持续发展。第三，为员工提供一套完善的激励培训机制，营造良好的学习与提高的氛围，帮助员工自我成长，实现价值追求。📖



安全无形 档案有效

安全档案是万达开展各项安全检查、培训、整改等安全工作的真实记录，体现万达严格贯彻国家安全方针政策的真实情况，反映安全工作的过去、现在和将要开展的内容，是评价安全工作开展好坏的重要依据。

文 / 洛阳万达百货 韩伟华

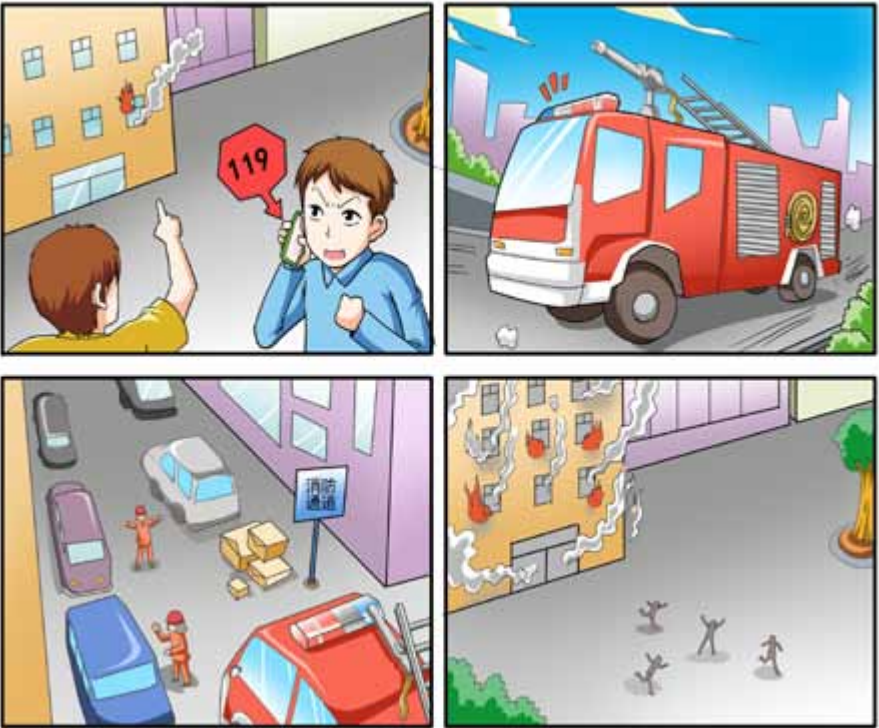
2012年11月9日，洛阳市委、市政府为洛阳万达百货颁发了首届“119消防奖”，这是对我们长期重视安全档案建设工作的表彰。

洛阳万达百货安全档案工作严格按照洛阳市安监局、消防支队和集团、百货总部安监部要求，并根据自身实际情况进行细化、分类。安全档案工作按形式、内容、类别，划分为基础管理、现场管理、安全监督检查、安全培训、消防设施检查五大卷宗、530个小项，通过电子档案和纸质档案两种方式进行存放，调取查询快速准确。安全档案真实、完善、全面，

能确保各项安全工作按计划执行。

我们的设施设备台账细化到每一个喷淋、烟感、温感在哪个防火分区、防烟分区，建立了消防七大系统测试最佳阵容，责任到人，通过档案可以做到定人、定岗、定责，保证在日常检查保养过程中所有设备不留死角。我们按档案年度安全预案细分各个销售活动方案，确保万达大客流销售现场人身及财产安全。安全工作是无形的，安全根本在落实，而通过对巡检、保养以及检查记录的统一收集整理，不仅可以将无形安全工作体现出来，亦可以促进安全经验的积累。

我们通过日、周、月、重大节假日检查，形成检查记录，明确责任人，下发《安全检查整改通知单》，建立《安全隐患整改跟进表》，按时销项，可明确判断屡次出现安全问题的部位或者人员，有针对性地进行管控。我们把治安押银线路档案用不同的颜色标注归档，区分当前使用的押银主线路与备用线路。我们将开闭店检查表、总经理夜查报告连号并排存放，并同总经理夜查电子视频档案共同存档，不仅能掌控夜间值班防范工作情况，也能有效督促从总经理到基层员工的安全履职。



安全小贴士

消防通道

1、消防车道概念：

消防车道是供消防车灭火时通行的道路。设置消防车道的目的是在发生火灾后，使消防车顺利到达火场，消防员迅速开展灭火战斗，及时扑灭火灾，最大限度地减少人员伤亡和财产损失。

2、消防车道的防火巡查要点：

- (1) 消防车道是否堆放物品、被锁闭、停放车辆等，影响畅通。
- (2) 消防车道是否有挖坑、刨沟等行为，影响消防车辆通行。
- (3) 消防车道上是否有搭建临时建筑等行为。
- (4) 发现存在的问题，能够当场解决的当场解决，不能当场解决的，上报相关领导协调限期解决。

福清万达广场

位于福清市中心青昌大道以北、西环路以东，项目总建筑面积 41.04 万平方米，由购物中心、高层甲级写字楼、室外步行街、高层豪宅等组成。

福清万达广场外立面整体采用白色曲线形金属幕墙，寓意为鱼的鳞片，同时设置少量的玻璃幕墙，完美实现了海洋概念的立意，凸显福清的地域特色，总体形象清新典雅、细节考究，体现了高品质商业建筑应有的建筑形象。



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



泉州浦西万达广场