

中建一局旗下
统一地产品牌
中建智地正式发布

■ 王会萍

8月22日，中建一局旗下统一地产品牌——中建智地在北京国贸大酒店正式发布。

作为新中国第一支建筑“国家队”，中建一局六十七年来始终践行央企使命、服务国家战略，不断优化产业布局，助力国家经济发展和人民美好生活。而中建智地作为中建一局旗下统一地产品牌，集团对其寄予厚望。

中建集团党组成员、副总经理单广袖在发布会上表示，“希望中建智地在保持高品质商品房、保障性住房‘双轮驱动’良好势头的基础上，以智慧和科技，努力探索品质人居的解决之道，实现‘智造美好生活’的蓝图愿景。”

为实现这一愿景，成为一流“品质社区综合服务商”，中建智地成立以来就付出巨大努力，紧紧围绕人民群众对美好生活的需求，建造好房子、打造好环境、提供好配套、奉献好服务。截至目前，中建智地已经在北京、上海、天津、江苏、浙江、海南6省15市开发房地产项目23个，土地储备超300万平方米。

对此，中建一局党委书记、董事长罗世威表示：中建智地是中建一局秉持“客户至上”原则，以智慧、品质、服务为人民“智造”美好生活的又一次自我革新，是在服务基础设施、环保水务等国计民生领域基础上，以生活空间的改善提升，助力人民群众实现美好生活的又一次产业升级。

据悉，中建智地未来仍将深耕一二线及高增长城市，伴随中国经济的增长，与中国最优秀的城市群共生长。


8月20日下午，优衣库长沙国金中心店内，消费者正在排队试穿。

赵瞳颖 / 摄

疫情推动平价消费 快时尚服饰逆市回暖

■ 朱蓉 赵瞳颖

“快时尚的衣服价格比较便宜，款式简单百搭，穿着比较舒服，比较适合我们学生族。”8月20日，20出头的刘小姐是一名在长沙读书的大学生，优衣库、GAP等品牌都在她的常购清单上。

据三湘都市报报道，记者走访市场发现，与大多数服装店内顾客门可罗雀相比，走简单、舒适路线的快时尚品牌吸引了不少目光。

近两年来，艾格、espirit等品牌相继遭遇发展瓶颈，退出中国市场。而在突然出现的新冠肺炎疫情面前，快时尚品牌却表现出强大生命力。是否与消费者消费观念发生改变有关？

现场：
消费者排队试穿、买单场景再现

新冠肺炎疫情下，如何促进购物中心回暖一度成为难题。8月20日，记者走访发现，多数快时尚品牌店都在显眼处贴上了促销标签和大幅海报，不少顾客在挑选、试穿。

15时左右，在长沙国金中心优衣库专卖店的试衣间外，有十余位顾客在排队等待试穿。与此同时，也有不少顾客在排队等待买单。“季末，有很多夏款在打折，也推出了‘聪明裤’、‘风琴裤’等8大系列秋冬新款，吸引了很多顾客。”店员介绍。

媒体从业者吴先生表示，近段时间常去快时尚品牌逛街，“现在正属于夏款折扣时期，很多衣服都要卖39元、59元，款式简洁百搭的衣服，能够激发自己的购买欲望。”

而在i city美好生活中心无印良品逛街的林女士则告诉记者，喜欢在无印良品买衣服，“这里衣服面料材质都很好，穿起来特别舒服，而且款式不会很浮夸，非常耐看。”

采访中，记者发现，比起单价较高、设计复杂的成衣品牌，被贴上价格实惠、款式简单标签的快时尚品牌受到较多消费者的青睐。

变化：
疫情推动市场呈现“M型消费”

“5月优衣库中国门店生意已经恢复到去年的同期水准，预计7-8月后会超越去年”，优衣库大中华区CMO吴品慧在接受媒体采访时表示。而就在8月初，该品牌在一天之内开出19家门店，今年6至8月，累计开店数近30家。同时，在长沙，还有GAP、Bershka、C&A等快时尚品牌吸引了大量顾客。

另一头，如艾格、espirit，甚至是四五年前曾动辄在购物中心同时开出旗下两三个品牌店铺的拉夏贝尔，也都面临着退出中国市场，或者高额债务难偿的问题。

两极分化的销售市场表现，或许说明了消费者选购服装的消费观念和态度。

《商业周刊/中文版》事业群执行主编范荣靖表示，疫情过后，国内市场呈现出了“M型消费”的趋势，即高端、高价格的奢侈品以及低端平价、质量取胜的商品都获得市场青睐，“商品的性价比变得重要。”

范荣靖认为，长期居家隔离的生活，让消费者感到压抑，接下来，能够让消费者在新品领域感受到轻松、愉悦，同时若还能兼具性价比的产品将能够更多地赢得市场。

匠心打造多面“嘿店”——中国首创生活创意杂货品牌背后的商业逻辑



■ 周琳

“虽然属于生活杂货类业态，但我们品牌和同业态其他品牌有着本质上的区别。”采访开始，酷乐潮玩创始人郭胜峰就直接阐明了品牌的市场差异化。

从初期的音响制品公司到“酷乐潮玩”品牌的创立，是一次从专业店到复合店的华丽转身。转型之路上，郭胜峰始终坚持一个品牌内核不变：创新不断，内容为王。久而久之，这便成为了流淌于品牌血液的DNA，也成为酷乐潮玩以常变常新做立市场的有力基石。

8月25日，酷乐潮玩6.0版新形象门店在上海南翔印象城MEGA首次亮相。延续“嘿店”基调，融入潮酷元素和数字化运营以打造沉浸式体验，这次门店升级，是酷乐潮玩又一次的自我突破，也是其价值主张的深刻体现：玩出快乐生活，实现从满足需求到创造需求、从满足快乐到创造快乐。

购物中心里的“赛博朋克”

据赢商网消息，在暗黑的流光溢彩中演绎矛盾与和谐，经过公司设计创意团队的亲力打造，酷乐潮玩6.0版新形态原型店炫酷而来，与消费者一同探索快乐的本质。

走进门店，即被酷乐潮玩特有的黑色基调包围。暗黑系墙体结合金属、反光板等现代材料碰撞出未来与经典的视觉效果。

基于“激活快乐”的价值与理念，设计团队在此次新形象门店中异想天开地运用赛博朋克中霓虹闪烁、巨幅影像等手法，将舞动的霓虹灯牌等来自夜市街巷中的常见场景融入店铺的空间场景设计中，通过主题营造呈现出差异化体验与乐趣共存的可能性。行走其间，仿佛置身旺角街头，充满街头夜市的潮流气息。

不同于以往的常态化商品陈列，酷乐潮

玩6.0门店以“街区主题化、场景内容化”的新玩法，将“潮玩社”、“文创局”、“妆酷”等品类按照不同玩品、不同主题陈列。商品区加入的数字化设备，让消费者可以通过点击短视频播放了解相应的产品。由于产品数量丰富，无法实现每件产品的现场视频介绍，酷乐潮玩在部分产品旁边贴上二维码，扫码即可了解产品故事。“这是新形态门店数字化运营的体现，也是酷乐潮玩对线上线下融合的新零售模式的探索实践。”郭胜峰介绍说。

动与静的结合，暗黑与炫彩的碰撞，这个购物中心里的“赛博朋克”无疑给了杂货一个新的定义——代表自我风格的多元表达，杂货也能很潮酷。

消费者的“快乐市集”

都说“得Z世代者得天下”，坚持“一切从消费者出发”的郭胜峰也深谙此道。

今年6月份发布的《时尚2020，潮Z看！Z世代时尚消费洞察报告》中有统计数据显示：虽然线上社交的受青睐度更高，但这个群体的消费者仍保持每月10次左右的线下社交频率，其中53%的人看重品牌在线下的消费者体验。

作为以95、00后为主要目标客群的品牌，郭胜峰深知，酷乐潮玩只有及时抓取并精准拿捏消费者日益变化的需求和趋势，才能抓住这一群有极高商业价值的人群，做有效的“常变常新”。

从本身的产品线设定来看，以众多IP独家定制衍生系列为“酷”、以主题场景生活好物为“乐”，以网红打卡穿搭配饰为“潮”，以潮流趣味玩具玩品为“玩”，“酷乐潮玩”四字已经囊括了大部分年轻消费者的生活态度和主张。也正因为此，品牌创立至今，累计核心会员数量已经超过1000万，活跃粉丝流量池超

500万。

为了更好地对话Z世代，酷乐潮玩开始启用数字化运营，利用庞大的会员基数，通过线上一系列的互动活动，直接、及时获得消费者反馈。此外，郭胜峰告诉赢商网，酷乐潮玩的团队里，就有很多品牌的目标客户群，亦是品牌的忠实粉丝，因此可以站在消费者的视角去思考品牌的运营。

“我们最初的角色定义，就是帮助消费者找到他们喜欢的东西。所以实质上一直是消费需求在指导我们做事。”在适应消费需求的变化之后，郭胜峰表示，酷乐潮玩将进入一个全新的阶段。“基于我们的IP数量和私域流量，我们希望通过市场的预判，用我们的产品和门店体验，实现从满足需求到创造需求，从满足快乐到创造快乐，让快乐在主题市集流动。”

原创设计师的“IP经纪人”

作为中国首家创意生活杂货业态品牌，酷乐潮玩至今已经布局全国240余家门店。之所以能有此规模，并得以迅速融入年轻人的生活，除了坚持“激活快乐”的品牌使命和“玩出快乐生活”的价值主张，还得益于IP资源的丰富，和产品的多元、有趣。

回顾品牌发展历程，从芝麻街，吾皇万睡系列卡通形象，B.DUCK小黄鸭，tokidoki，兔斯基等知名IP，到微信热门表情包二、冷先森、小龙格林、秋裤猫、皮啾piyo、国内原创IP陈幸福系列之海魂兔、熊猫，明星联名周边等跨业态出圈合作，酷乐潮玩经典跨界案例不胜枚举。

在刚过去的7月，会玩的酷乐潮玩携手来自泰国的国际网红IP——Warbie(中文名“窝比”)在酷乐潮玩全球最大的2000平“猛犸”旗舰店展开中国大陆首秀。之所以选择这个

IP，是因为原创设计师希望通过Warbie这个角色为粉丝带来幸福和欢笑，这一初衷恰好与酷乐潮玩“快乐很简单、生活很好玩、购物很有趣、分享更快乐”的品牌理念高度契合。

在IP的选择上，郭胜峰表示，除了获得当红、知名IP的授权，开发周边系列产品外，酷乐潮玩也欢迎更多原创设计师的加入。“尤其是中国，有很多优秀的本土设计师，但是他们缺乏展示的平台。只要双方的理念契合，我们的平台永远向他们开放。他们可以选择挂酷乐潮玩的平台售卖，也可以直接用自己的品牌进驻。”在郭胜峰看来，以酷乐潮玩作为对外展示的窗口，不仅能让酷乐潮玩以“IP经纪人”的身份孵化、赋能、带动更多本土优秀设计师品牌的崛起，也能为消费者带来更多元、更丰富、更具创造性的产品。

除了IP资源的整合，郭胜峰透露，酷乐潮玩将进行更多跨业态联合，与餐饮、零售、旅游、展会等业态共同探索更多创造快乐的可能。

以“场”为导向，用丰富多元且有创造性的“货”为到店的“人”营造可以流动的、潮酷的快乐体验，并以自带流量与话题的特性为购物中心空间体验赋能。这便是酷乐潮玩的底层商业逻辑。

如开篇所言，任何非标准化样本的复制，都是极大的挑战。郭胜峰坦言，这也是酷乐潮玩扩张过程中面临的巨大挑战。但秉持要常变常新的态度，和生活杂货“乱中有序、杂中有趣”的特质，酷乐潮玩依旧会以稳健的步伐边扩张版图，边优化复制模式。

目前，酷乐潮玩依旧会延续布局一、二线核心商圈中标杆商业的策略，今年计划新增40-50家门店。作为中国首创的生活创意杂货品牌，怀揣匠心与初心笃定前行的酷乐潮玩，将会以不断的创新和突破，打造更多潮文化胜地，引领生活创意杂货新风潮。

从“中国速度”到“中国高度”——深圳特区启示录

人民至上，共同逐梦

40载改革开放壮阔历程，深圳烙刻下鲜明的“中国之治”印记，在这座“奇迹之城”，无数普通人的“深圳梦”正汇聚成为更加宏伟壮丽的“中国梦”。

在深圳，一座“六角大楼”里，比亚迪集团董事长王传福正酝酿着新的梦想。

从生产电池，到制造电动车，再到推出“云轨”，以及今年年初转产口罩，针对行业痛点、人民所盼、市场需求，改革创新已成为比亚迪的企业“基因”。

从1995年下海创业，王传福在深圳逐梦已25个春秋。

“没有改革开放就没有深圳，”王传福说，“没有深圳就没有比亚迪。”

这是一块“逐梦未来”的改革开放高地，制度与科技创新迸发的强劲能量极大提升人民群众的生活水平——40年来，千万怀揣梦想、渴望美好生活的人从四面八方来到深圳特区，让深圳成为极富创造力的多元城市。

1982年，深圳最早的港商独资企业凯达玩具厂招工，郑艳萍等几百名年轻姑娘成为中国第一代打工妹。

“我要向你们鞠躬！”2007年，郑艳萍等凯达姐妹登门探望曾经蛇口工业区负责人的袁庚，90岁的袁庚取下帽子，向第一代打工妹深深鞠躬，向特区建设者致敬。

这是深圳尊崇建设者的缩影。1984年，深圳市委大院门前为深圳的拓荒者立起“拓荒牛”铜雕；2008年，深圳建起“劳工博物馆”。

18岁来到深圳从普通测量员成长为城市天际线“楼王”的“60后”陆建新，怀揣实业报国梦想奋斗十余年带领企业科创板上市的“70后”李屹，在深圳前海开启人生创业“加速度”的“80后”香港青年陈升……

来了，就是深圳人。一代代奋斗者在这里挥洒汗水，用平凡的双手创造不平凡的梦想，他们的命运因深圳而改变，深圳也因他们而

精彩。他们的“深圳梦”，汇聚成为更加宏伟壮丽的“中国梦”。

这是一幅鼓足干劲“补短板”“带后富”的奋斗画面，努力推动发展成果由人民共享——

2019年8月，《中共中央 国务院关于支持深圳建设中国特色社会主义先行示范区的意见》发布。因改革开放而生、因改革开放而兴的深圳，担负起更高的国家使命。

每个社区要有一家社区健康服务中心、计划到2022年增加学位21万个、60岁以上老人免费乘坐公交车地铁……从经济特区的“单打冠军”，到先行示范区的“全能冠军”，检验先行示范区建设的重要标尺——民生幸福，正不断增强。

南海之滨，粤东热土，一块过去贫穷落后的“经济洼地”，成为备受期待的深圳“飞地”——深汕特别合作区党工委书记严耀东说，这里从一开始就走民生优先之路，预计2025年的人口规模将达到60万至70万人。

“作为先行示范区，在推动解决人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾方面，深圳要走在时代前列。”中国（深圳）综合开发研究院常务副院长郭万达说。

新冠肺炎疫情发生以来，作为中国最年轻的都市和创新之城，深圳成为中国向全球输送抗疫物资的重镇。背靠“世界工厂”珠三角，洋溢着超过180万志愿者的青春关怀，“中国温度”正从这里传递向世界，在抗击疫情中共同构筑人类命运共同体。

“肝胆相照，冰壶映寒月。釜山加油！深圳与你同在。”数万只发往韩国的一次性医用口罩，物资箱上印有韩国古代诗人许筠的诗句。

“我们从年初二就开始加班，源源不断为抗疫提供呼吸机、监护仪等产品。”迈瑞医疗国际股份有限公司董事长李西延说。

完善的社区防控体系、优良的硬件保障、科技防控手段创新……从启动800张负压床位，到建立日检测量7000例到8000例的核酸

检测流水线，深圳将社会治理优势迅速激活并转化为社会治理效能，展现出过硬的“中国体质”。

此前，中国一世卫新冠肺炎疫情联合专家考察组走访中国抗疫一线，在随后发布的考察成果中，一座超大型城市的抗疫经验成为专家向全球推介的典型案例。

这座城市，就是深圳。

深化改革，奋力前行

改革不停顿，开放不止步。党的十八大以来，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，深圳在新的起点上构建新格局，争创社会主义现代化强国的城市范例，朝着建设中国特色社会主义先行示范区的目标奋力前行。

“就是要到在中国改革开放中得风气之先的地方，现场回顾中国改革开放的历史进程，将改革开放继续推向前进。”2012年12月7日，党的十八后首次离京考察，习近平总书记选择广东，首站来到深圳前海。

2018年10月，庆祝改革开放40周年大会前，习近平总书记又一次来到深圳。在这片改革前沿地，总书记向世人宣示改革不停顿、开放不止步的坚定信念。

当今世界正经历百年未有之大变局。不稳定性不确定性明显增多之际，如何紧紧把握重要战略机遇期，在危机中育新机、于变局中开新局？

改革开放！唯有改革开放！

当前，中国正推动形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。作为中国特色社会主义先行示范区，深圳在构建新发展格局中被寄予的期望更高、赋予的课题更重、面临的机遇更大。

就在深圳40岁生日当天，随着一辆卡车徐徐通过关卡，深圳莲塘/香园围口岸货检通道正式启用。

这是深圳市域内第29个隶属海关单位。一座城市，29个隶属海关，放眼全国，独此一

例。

在深圳特区成立后的第一个货物通关口岸文锦渡海关，现年82岁的原长梨柱文向记者感慨：“改革开放是深圳特区与生俱来的特质，也是深圳未来持续提升竞争力的法宝。”

深圳市政府发展研究中心主任吴思康说，深圳将深化改革、扩大开放，加快打造市场化、法治化、国际化营商环境。仅今年制定的《深圳市2020年优化营商环境改革重点任务清单》，就涉及14个重点领域，提出了210项具体改革举措，让企业发展更安心。

作为广东“数字政府”综合改革试点城市，深圳发挥“最互联网城市”优势，以“一图全面感知、一号走遍深圳、一键可知全局、一体运行联动、一站创新创业、一屏智享生活”为目标，在智慧城市和“数字政府”建设方面走在前列。以数据资源共建共享为突破口，为提升城市治理体系和治理能力现代化赋能。

如果说，过往40年，深圳依靠改革开放的“关键一招”平地起高原，那么，放眼未来，深圳仍将凭借改革开放高原攀高峰。

今年是建设粤港澳大湾区和中国特色社会主义先行示范区全面铺开、纵深推进的关键之年。到本世纪中叶，深圳以更加昂扬的姿态屹立于世界先进城市之林，成为竞争力、创新力、影响力卓著的全球标杆城市。在这一进程中，深圳将再次雄辩地证明中国特色社会主义道路走得通、走得对、走得好，向世界展示中国特色社会主义的勃勃生机和光明前景。

“进入新时代，党中央赋予深圳建设中国特色社会主义先行示范区的崇高使命，就是寄望深圳勇当驶向中华民族伟大复兴光辉彼岸的‘第一艘冲锋舟’。”深圳市委书记王伟中说，深圳一定不忘初心、牢记使命。

“改革关头勇者胜！”新起点、新征程、新使命，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，更好的深圳，还在前头……

(据新华社)