



午后未明

NEW YEAR ISSUE



世弘出品

国际

鼎世季刊

NO.01
2015
02/08



世弘出品



2015.02 总第2期

主办：鼎世集团

出品：世弘文化

总策划 吴旭辉

主 编 刁 睿

执行主编 周 娜

责任编辑 品牌战略部

艺术总监 黄君屹

平面设计 周露飞



敬请关注

联系人：品牌战略部

TEL：13611897956

E-mail：pr@groupds.com.cn

《舍际》长期征稿，稿件（文字、绘画、摄影作品等）或关于内刊的疑问请致信或来电《舍际》编辑部。

鼎世成长 由回顾与展望

A REVIEW AND OUTLOOK FOR MRD'S GROWTH

创新—危机

我们现在几乎生活在这样一个时代，每天早上第一眼起来，你看到资讯，你会立刻觉得你又要落伍了，或者你正在落伍的路上。

作为商业地产服务商，我们几乎每天都更加感受到危机。而如果你跳出来看，你会发现每个行业都一样危机四伏，甚至更甚。这个时代唯一的长存之路就是创新，不断地创新。今天可能再也没有比创新更热门的词了吧。

可是客观地说，作为商业地产服务商，有时候我们也会感到很厌烦。同时我会想这种厌烦才是我们继续前进的动力吧，我们知道这个行业，或者说这个产业之内还有多少令人感觉到没有生机没有创造力的空间，那才是我们应该去行动，应该去发挥能力的地方吧。

当所有人都在说商业地产过量时，这里面才真正包含着最大的生机与希望。

创新—量变

如果从我们自己商业实践的视角来看中国商业地产十几年快速的发展，至少看得到三个还算清晰的量变阶段，每个阶段都有它的需求和特点，我们很幸运，在每个阶段都找到了自己的定位和适合我们的创新点。

很多朋友问，鼎世在短时间内发展得这么快的原因何在，仔细审视，那个内在的动力其实在于创新。在任何行业内创新不一定要翻天覆地，可是即使很细小，如果你抓对了关键点，就会产生实实在在的收获。

首先，中国商业地产从起步到趋于成熟的十年，挑战并不复杂，市场也很宽松，重点是处理好物业的销售需求。针对商业服务人才欠缺的现状，当时我们做任何设计服务都特别强调策划的角色，就是这样一个小步骤，使得我们打开了一扇真正精彩纷呈的地产创造之门。只有不限定自己的角色，才会站在更多的视角全面地、宽容地审视问题。

其次，商业地产的开发量很快就攀升近顶峰，五年间，商业地产遍地开花。这时候商业的开发才有了压力，已建成的物业不能空置，运营的概念紧迫地被提上日程，新的开发开始需要思考怎样才能比其它做得更好一些。这时候最大的市场需求在于，妥善巧妙地平衡物业销售和运营之间的矛盾（这一需求会一直延续下去）。与实现商业概念完美匹配的商业空间设计需求同样紧随而至。很幸运，此时我们已经通过自身成长与人才储备完成了成为综合商业地产服务商的角色转换。

行业的危机感始终推动我们开始进一步

深入思索商业地产未来的趋向以及公司发展中新可能的立足点。在这个阶段我们做了大量商业流通领域内的多种尝试，多样化的合作模式，餐饮业，儿童产业，娱乐院线等等。这些拓展如今成为我们进一步创新的基础。

今天，商业地产的过量化加速到来，行业内人人自危。这个时候商业服务的重点究竟在哪里？简而言之，如何把商业做活。但状况也远没到悲观的地步，中国商业以夸张的过量开发令人咋舌，现实是，商业服务领域内的不成熟度也同样令人咋舌，这种巨大的反差必定创造出未来巨大的市场服务空间。

那么创新点可能存在于哪些方面呢？我们都知道要跨界，要创新，要整合，要改变，但是对我们来说具体的切入点会在哪里呢？目前我们很关注以下几个方面的议题：1.品牌与客群的关系；2.零售业在科技环境下的转变；3.关于商业地产产品与商业使命的思考，而最后这一点尤为重要。

创新—偶然

今天回来反思，我们为什么可以创新？可以偶然地或自觉地创新？创新早已经成为公司最重要的价值观，但是一开始却的确是一个偶然。

我们从来没有将自已界定为任何一种身份，这一点非常重要。如果你期望在行动前每一个因素都能成熟，事实是你就很难再去找那个突破点了。反而因为你是门外汉，你是没有既定经验的，所以你常常会有很多整合性创造性的思路，创新是在成长过程中发生的。

我们关注细节，当你从对一个产业的关注转化到对产业内某一点的关注时，距离创新就很近了。

创新—使命

我们是一个朴实发展的公司，在我们的眼中和心中没有任何枷锁式的固化约束。

我们愿意脚踏实地、一步一步地观察着自己，也同时观察这个世界，我们要把自己和世界创造一个真正有意义的连接。我们会很认真地审视我们在这个行业，或者说社会发展中的，中国经济特性下所处的位置，用它去衡量我们现在的工作以及我们将来该去做的事情。

实际上我们现在最关心的也的确是我们最终要去的那个方向，如何去完成那个内在的使命感。我们愿意将公司看成是一个活生生的成长的个体，那么这样一个有自己的性格

和成长经验的单体，他要怎么样才能既有落地性的稳健成长，又不断地可以直面自己的问题，自身的危机，最终去解决自己的问题并获得不断的进化？

创新—游戏

我们要花更多的时间去思考创新的目标，方法和实践，但是有一个游戏的心情不可或缺。道理很简单，如果你每天说着一样的话，干着一样的事，用同样的情绪模式对所遭遇的一切去做同样的反应，那么你的人生就是浪费的。对一个公司也一样，创新就是每天的改变，创新可能比我们想象得还要简单。通过一些小事的改变就可以不断地去实现创新。

当你看不清道路的时候，你又知道你想要那个目标，它就在远方，你认定它是对的，你唯一能做的就是一步一步往前走，不断地去趋近。

我们宁可把创新看成是一个愉悦的每一天一个享受的过程，而不是一个遥远的艰难的，甚至是一个难以负担的重任。

创新—祝愿

每年辞旧迎新，总是总结与计划的开始。

本来想写一篇短文，却发现要讲的话还是很多，我们的愿景是，“成就商业文化地产创新品牌”，我们会一直为此而努力。

谨以此愿来作为鼎世成长的回顾与展望！

刁霄

鼎世集团董事
鼎世设计总裁

CONTENTS

目·录

01

鼎世动态

鼎世人说 05
2014数字中的鼎世 03

02

鼎世技艺

瓷韵悠然·南昌万达茂 11
关于商业的无限可能 09

03

商业前沿

美国老牌降价零售连锁店浅析 21
从快时尚布局电商看电商对购物中心的影响 19
奥特莱斯本土化的问题思考 17

04

文化视野

马羊运势 49
文艺推荐 47
八零、九零 艺光年 43
台湾人文考察：人、生活、空间 37
党支部活动历程 35
鼎世培训体系九大特色和创新 33
鼎世企业文化的形成 31
鼎世 2014 秋季拓展心得感受 29

MRD RECENT EVENTS

鼎世动态

03

2014 年 11 月 11 日
MRD's Significant Events

05

鼎世人说
Staff Messages

2014

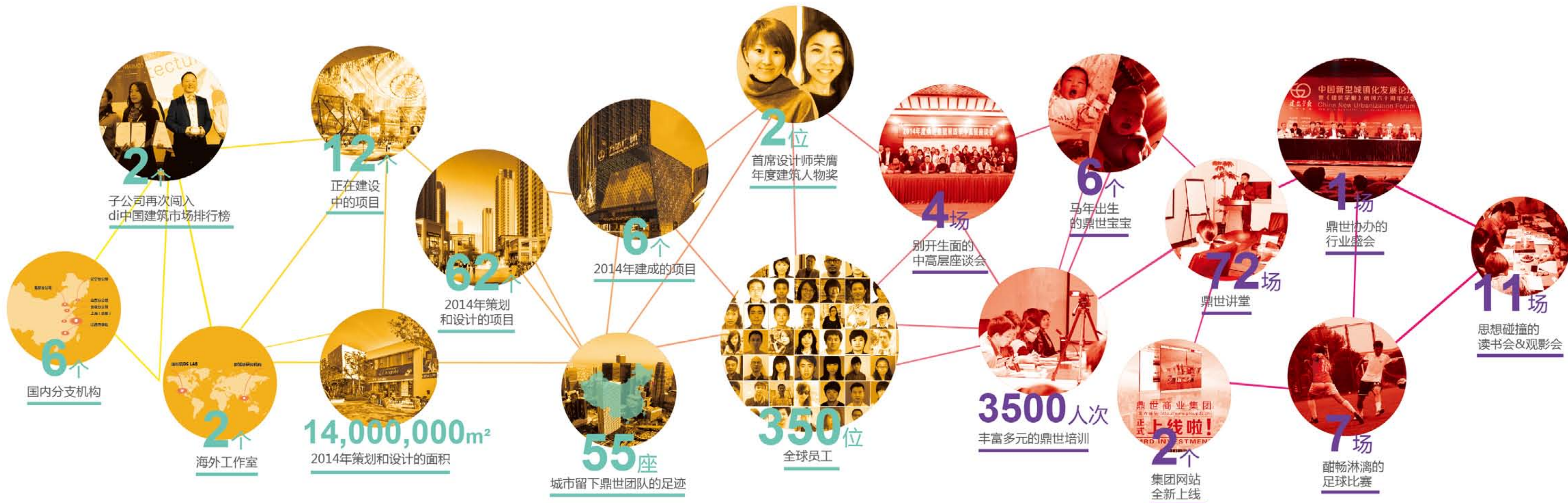
数字中的鼎世

MRD's Significant Events

MRD'S
SIGNIFICANT EVENTS

回望 2014

在这成长与奋进的路上，鼎世集团
用拼搏换取了喜悦，用付出得到了回报。
这一年，
有太多的地方值得回味，有太多的果实值得珍藏。



鼎世人说 Staff Messages



2014 最满意的三件事：

1. 工作中慢慢学会了自我提升，如客户沟通技巧、团队人员管理、专业知识学习的积累等等。
2. 完成了自己坚持了三年的学业。
3. 工作之余，更加关注父母的生活起居，给父母买营养品、生活用品等等。

2015年寄语：

“凡心所向，素履以往；生如逆旅，一苇以航”。做一个简单、善良、优雅、努力幸福的人！



2014最满意的三件事：

1. 今年了解了素食的重要性，并且坚持定期吃素食，身体和精神都有明显的改善。
2. 由于长期出差，缺少时间陪父母，今年国庆节回家陪父母到周边景区转转，父母满意，我也满意。
3. 同公司一起发展的人及信任公司的人越来越多，大家信心满满。

2015年寄语：

修炼自己，用心做人做事，把小事做好，相信能和大家一起更好的成长！



2014 最满意的三件事：

1. 正式毕业了，这是一个全新的开始。
2. 交了很多新的朋友，他们给了我非常多的帮助。
3. 经济独立了，为通人格独立铺平了道路。

2015年寄语：

希望自己工作和生活能够平衡一些，这是一条可持续的人格独立之路，希望在这条路上越走越远。



2014 最满意的三件事：

1. 完成今年个人计划的80%。旅行、相机。
2. 以设计之名，为云南爱心图书馆奉献小小力量。
3. 完成了第一次放生，很有意义。

2015年寄语：

爱尚健康持正念——（没有比这个更贴切的了）。



2014最满意的三件事：

1. 可爱的宝宝出生了，辛苦并快乐着。
2. 重新开始工作了，繁琐又热爱着。
3. 认识了很多新的同事和朋友，生活又丰富着。

2015年寄语：

事业家庭兼顾，日子越过越好！



2014最满意的三件事：

1. 致家人：徜徉山水间，圆梦天际行；
2. 致爱人：百转千回待，终得动卿心；
3. 朋友：三五好友聚，惜惜尽欢颜。

2015年寄语：

奔三的最后一年了，成家立业正当时！



2014 最满意的三件事：

1. 我最亲爱的西瓜妹妹健康地成长。
2. 找到了一份我喜爱的工作。
3. 成功举办了我国新型城镇化发展论坛暨《建筑学报》创刊60周年纪念活动。

2015年寄语：

希望自己能够努力学习并成长，当一个好妈妈，好妻子，好员工。



2014最满意的三件事：

1. 终于学会打麻将了。
2. 工作之余还是有时间锻炼身体的。
3. 家庭比较和谐。

2015年寄语：

在家能加天，在外能立地！



2014 最满意的三件事：

1. 能始终对自己所做的工作保持认真和自信，对设计的热爱不变。（坚持信仰，感受情怀）
2. 忍住没买首发的 iPhone6。（抵抗诱惑，拒绝任性）
3. 抽时间学习工作之外的知识和技能。（比如掌握魔方的基本方法等）

2015年寄语：

少说话，多思考，多行动！



2014 最满意的三件事：

1. Graduating with a Masters of Architecture, level distinction.
2. Getting on a plane to China because I reallyyyyy hate flying.
3. Making lots of friends despite being terrible at Mandarin.

2015年寄语：

Keep having fun.



2014 最满意的三件事：

1. 终于学会了桌上足球，并认识了很多朋友。
2. 和团队的成员一起，为取得新项目作出了努力。
3. 拓展的时候和队长和队友一起想办法，快速通过了电网。

2015年寄语：

工作娱乐两不误，打造招商部桌上足球队，接受其他部门的挑战。



2014 最满意的三件事：

1. 婚礼当天，接亲时，激出的一段舞蹈，嗨翻双方亲朋。
2. 结合集团“为上下道工序负责”的价值观，为推出“项目负责人为第一负责人，多专业合作”的工作流程尽一份力。
3. 承接多个（五次以上）的“组长”工作，并幸运的找到了独挡一面的“将军”，帮助大家开心快乐的完成任务。

2015年寄语：

自知，不自我；勇敢，不鲁莽。持续的自我修养，是攀升的基础。



2014 最满意的三件事：

1. 终于有机会和折磨我大半年的普齿分手了。
2. 卡了我一年多的电脑终于不用再见到它了。
3. 发现今年做事更有耐性了。

2015年寄语：

首先希望和父母在一起的时间能更多点，其次遇见那个与自己合适的人！



2014最满意的三件事：

1. 完成了人生的一次大转变：我结婚了。
2. 完整的读了一本书——蒋勋说宋词。
3. 很幸运，加入了鼎世大家庭，并认识了一群可爱拼搏的同事。

2015年寄语：

强基提能，努力发展提升自我。



2014最满意的三件事：

1. 按计划顺利的通过了本科自考。
2. 完成了第一次一个人的首尔行走。
3. 工作中的学习+实践，对人力资源有了更深入的了解，也更加热爱。

2015年寄语：

努力工作，努力生活。



2014 最满意的三件事：

1. 可以自己赚钱给弟弟还有爸爸妈妈买礼物啦。
2. 和男朋友相识的第十一年，在一起的第八年，他工作了，可以赚钱了，即使不多。（算不算早恋？）
3. 经历一些事情之后，慢慢学会了控制自己的情绪，慢慢坚强。

2015年寄语：

少吃点，不要再长肉了，哈哈。



2014 最满意的三件事：

1. 今年初到上海，很庆幸、很意外，新的工作依然让我找到亦如刚毕业时的工作激情，感谢生命中的每个人，感谢鼎世。
2. 又找到了自己的一个兴趣爱好，并且在坚持。
3. 最好的朋友——我的发小，人生有了大的突破。

2015年寄语：

不忧不惧，勇往直前。



2014 最满意的三件事：

1. 少了蜷臂挡车的匹夫勇气，多了协调多方资源解决问题的心气。
2. 少了盲目的冲动，多了寻找突破口的冷静。
3. 少了闲散随性，多了计划与逻辑。

2015年寄语：

享受生活所给予的，对生活心怀感恩；怀揣梦想，对未来热泪盈眶。



2014 最满意的三件事：

1. 南宁万达中标及回家做南宁万达项目。
2. 过年的时候与女朋友回家见家长。
3. 世界杯赢球。

2015年寄语：

继续艰苦奋斗，让自己的能力更强大，更有力。



2014 最满意的三件事：

1. 生了一女儿，为人父啦。
2. 本命年没穿红内裤也感觉良好。
3. 终于去做了纹身。

2015年寄语：

生活就是要闹瑟和自娱自乐啊。



2014 最满意的三件事：

1. 再不打游戏到天亮了。
2. 终于挤出工资给麻麻交了生活费。
3. 有一群可爱，相处很愉快的工作小伙伴。

2015年寄语：

一切都是最好的安排。



2014最满意的三件事：

1. Found a job.
2. Travel in different places in the world.
3. My life in general.

2015年寄语：

Keep my family close by travelling to see them and continue to travel the world.



2014 最满意的三件事：

1. 找工作没有让家人操心。
2. 顺利转行（笑），终于做我喜欢做的事了。
3. 亲了一场说走就走的毕业旅行，这是我迄今为止最近的旅程：从南昌到西安然后到了敦煌。

2015年寄语：

多读书，多看报，少吃零食，多睡觉。



2014最满意的三件事：

1. 学习了书法，发现爱上了它。
2. 收养了一只流浪猫，给了它一个温暖的家。
3. 旅行、看书、美食一个都没少，生活很充实。

2015年寄语：

让自己更轻盈些，好女不过百！



2014最满意的三件事：

1. 生了女儿，为人父啦。
2. 买了房子，成了房奴了。
3. 进了鼎世，工作稳定啦。

2015年寄语：

努力不一定成功，但成功必须努力，2015继续奋斗！

展望 2015

在这执着与追求的路上，让我们——
列一张新的阅读书单，和思想说，更好！
参加一次体能训练，和身体说，更好！
来一次行走天涯的旅行，和眼界说，更好！
多一些陪父母的时间，和亲情说，更好！
定一个具有挑战的工作目标，和未来说，更好！

MRD'S EXPERTISE

鼎世技艺

09

关于商业的无限可能
Infinite Possibilities in Infinite
Commercial Development

11

瓷韵瓷家 - 南昌万达
The Charm Of Porcelain -
Nanchang Wanda Mall



关于商业的无限可能 Infinite Possibilities in Infinite Commercial Development

文 / 谢璇



鼎世设计董事、副总裁-谢璇

66

如今国内商业地产是否在数量上趋于饱和了？商业综合体开发的关键核心要素是什么？未来的商业地产该如何转型？

99

当下国内商业地产界，越来越多的人在谈论跨界与转型，没有创新就意味着落后，而跨界转型正是鼎世集团不断努力践行的一个研究与经营发展的方向。在国内商业地产领域，商业综合体的绝对数量正处于一个不断向上，趋近于假象饱和的运动状态。但实际上，在它的“质量”上却远未达标，有着非常大、且需要创新力来发掘的潜能。

当前市场环境下，商业地产运营的重要性随着整体市场形势的变化显得愈加明显。目前，鼎世集团已经形成“商管+设计+文创+资本”的全方位地产综合服务的经营模式，为每个项目量身定制，实现商业差异化和体验化的真正价值。

鼎世商业 商业地产全程服务

鼎世在商业服务领域一直秉持着从前期的可行性研究到定位策划，再到建筑咨询、招商代理、营销代理、运营顾问等等的一个全产业链的综合服务模式的理念。鼎世将通过其创新的工作体系为每一个商业项目建构一个独有的、不可复制的“DNA”。

各个商业地产相关领域的资源整合，能够对商业项目的方向、流程和实践实现真正的全方位管控，为以运营为目的的商业项目创造更多的附加值。

想要在竞争激烈的市场中得以长期

生存和发展，需要两个象限的全程和深度：除了全程的商业地产服务体系，全程的商业空间设计体系也不容小觑。

鼎世设计 商业空间全程设计

在国内过去的10-15年中，一般的商业地产围绕着三种典型的开发形态在运作：商业街、购物中心及商业综合体，而设计无非也是围绕着这三种硬件模式在做文章。但就目前的商业地产设计服务来讲，即便仅就设计而言，也已经不能只停留在建筑设计本身的层面上了。不能仅仅站在单个专业的角度来考虑问题，如何让项目在操作过程中符合设计概念并将其延伸到后端，需要各设计领域各专业的配合。

对于传统的设计流程而言，在设计各阶段，各专业通常是分开进行的。但鼎世希望能在商业空间这个领域有所创新，将建筑设计、室内设计、景观设计、灯光设计以及其它众多专业，都融入到商业空间的整体设计中来。商业空间中“空”的部分才是真正能与人进行互动的部分，才是最重要且最需要去发掘创新体验的。



鼎世文创 文化创造核心体验

随着商业竞争的日趋激烈，体验这个关键词在商业地产等各个领域正占据越来越重要的地位，而文化和技术的作为人类精神文明的基础，也正在深刻地影响着“体验”的多样性和深度。

传统文化空间体验方面，例如鼎世倾力打造的江西南昌万达茂项目。鼎世设计团队以当地传统文化中最重要的“青花瓷”为设计的切入点，并深度地植入到了其商业空间中，旨在让顾客置身其中时能时刻感受到江西传统文化的气息。

而除了建筑本身的“硬件”之外，鼎世目前更倾向于创造“软性的”文化空间体验，通过与文化体验类品牌终端（如电子科技类，儿童体验类等）的互动，能够更加深刻地接触到消费者的层面，创造和满足人本身的各种更深层次的文化体验需求。

鼎世希望通过与国外高科技文化创意企业的深度合作，将全息4D技术植入到商业空间中，可以让消费者与本来一成不变的商业空间产生互动，可以在同一空间中承载无数种不同的空间特质，带给消费者更多的惊喜体验，打破虚拟与现实的鸿沟。

鼎世资本

资本运作—商业地产运营基础

商业地产本身包含地产、资本、商业三个核心层面的内容。地产开发是商业项目的源头。但是从运营阶段开始，就剥离了地产的属性，迈向资本和运营的双核阶段。

国内商业地产之前退出机制单一，开发模式较为传统，缺乏先进的资本运作模式。但随着商业地产领域的激烈竞争和优胜劣汰，更多更好的资本操作方式将更深刻地影响商业地产的发展，促使以运营为目的和回报手段的商业开发项目在市场上

占据绝对优势地位。鼎世通过引入资本力量的方式，更深度地进入到商业项目的运营阶段，促进项目的成功经营和盈利。

比如现在正在操作的“微购物中心”。“微购物中心”是由鼎世集团结合自身多年商业地产行业全产业链服务经验而创新性地提出的全运营商业模式，体量在4-5万平方米的规模，针对不同的商圈，不同的客群有不同的精准定位，可能在居住区会偏向社区型购物中心，而在核心商务区的则会偏向时尚精品购物中心。同时在这个里面还会整合鼎世的自有或合作商业品牌，并部分实现传统店商和电商的融合，为规模不大的实体店面积创造出数倍的平效。



在当前市场的大环境下，鼎世始终保持危机意识，以践行觉知与成长使命，不断地创新与转型。同时，深刻理解国内特有的商业地产开发模式，整合各领域各专业资源，使商业物业资产价值最大化。一方面，扩展鼎世服务外延，将触角延伸到行业的前端与终端；另一方面，深入挖掘商业设计系统，创造独一无二的、具有前瞻性的城市空间。

瓷韵悠然 - 南昌万达茂 The Charm Of Porcelain - Nanchang Wanda Mall

文 / 品牌部、宋立超



青花浓淡出好端，
画上磁坯画面宽，
识得卫风歌尚阙，
乃知翠袖里同看。
白釉青花一火成，
花从釉里吐分明，
可参造物先天妙，
无极由来太极生。



瓷韵悠然

南昌万达文化旅游城作为全国第一个即将开业的万达城，坐落于南昌九龙湖中心，总投资约400亿元人民币，占地300公顷，总建筑面积约480万平方米。以“九龙青花”为创作理念，开业后将缔造江西省四大中心：文化中心、旅游中心、商业中心、生活中心，成为江西省配套齐全，增值空间巨大的核心区域。

如果说南昌万达文旅城是中国文化的

世界表达，那么，南昌万达茂则是这份世界表达的一处玲珑呈现。南昌万达茂作为南昌万达文旅城的文化娱乐中心，总建筑面积18.91万平方米，其中地上建筑面积约15.94万平方米，地下建筑面积约2.97万平方米。涵盖室内步行街、商业街、娱乐楼、超市、海洋馆、电影乐园等丰富业态，是集商业、文化、旅游产业为一体的特大型旅游商业综合体项目。2014年4月正式开工，目前全线工程建设正在如火如荼地进行着。

茶地进行着。

鼎世设计团队作为南昌万达茂的外立面设计团队，深入发掘江西文化内涵，在立面风格上以“青花瓷”为切入点，从外立面方案设计到立面材料选择，从深化设计到BIM技术的支持，再到与各专业的协调与项目把控，设计团队将“青花瓷”的温润白瓷和中国传统文化的厚重与魅力在南昌万达茂上表现得淋漓尽致。

选材：陶瓷幕墙

南昌万达茂整个建筑大面积应用陶瓷幕墙，可谓是国内之先河。众所周知，陶瓷幕墙在现行的众多项目中应用较少。在万达茂的材料选型过程中，鼎世设计团队将市场上现有的多种材料进行选择对比，如：铝板、彩釉玻璃等。最终选择陶瓷板是因为，首先，无论是材料的质感、色彩还是艺术表现力，只有陶瓷板才能真正表达“瓷”的温润与韵味，也只有陶瓷板才能承载青花图案那别具一格的古典质感与独具特色的中国蓝色调；其次，充分考虑其地域性，陶瓷的核心原产地在江西省，因地制宜，就地取材；再者，就陶瓷的自身特性来讲，其重量大约只有天然石材的1/2，节省了钢龙骨的钢材用量，减少了建筑负荷，从而降低了工程造价。

在陶瓷板的运用过程中，鼎世设计团队与万达项目公司、材料供应商、幕墙公司共同研究，克服了诸多技术难点。比如，加工工艺难度大，生产周期之长与设计周期如何

匹配，陶瓷板的强度小与印在其上的青花图案耐久性等问题。如此大面积地应用陶瓷幕墙，对技术与设计的碰撞也是一次不小的挑战。

跨界：建筑与绘画

为了更好的实现“青花瓷”的古韵古风，鼎世设计团队更携手江西当地知名艺术家何炳钦教授共同打造这万众瞩目的陶瓷幕墙。这次合作，既是传统与现代的跨界，也是建筑与绘画的交融。为将写实的绘画作品与建筑整体气质相协调，进而达到建筑美，在过程中鼎世设计团队将手绘青花纹理进行比对、排列与重组。根据不同罐体形体自身特点，来选定与之相匹配的图案，从而真正实现2D绘画在3D维度上的展现。

考虑到南昌万达茂既是集旅游、休闲、购物于一体的项目，又需要吸引华东地区的顾客，鼎世设计团队与何炳钦教授一同讨论，从“传承中国文化”出发，反复斟酌，最终

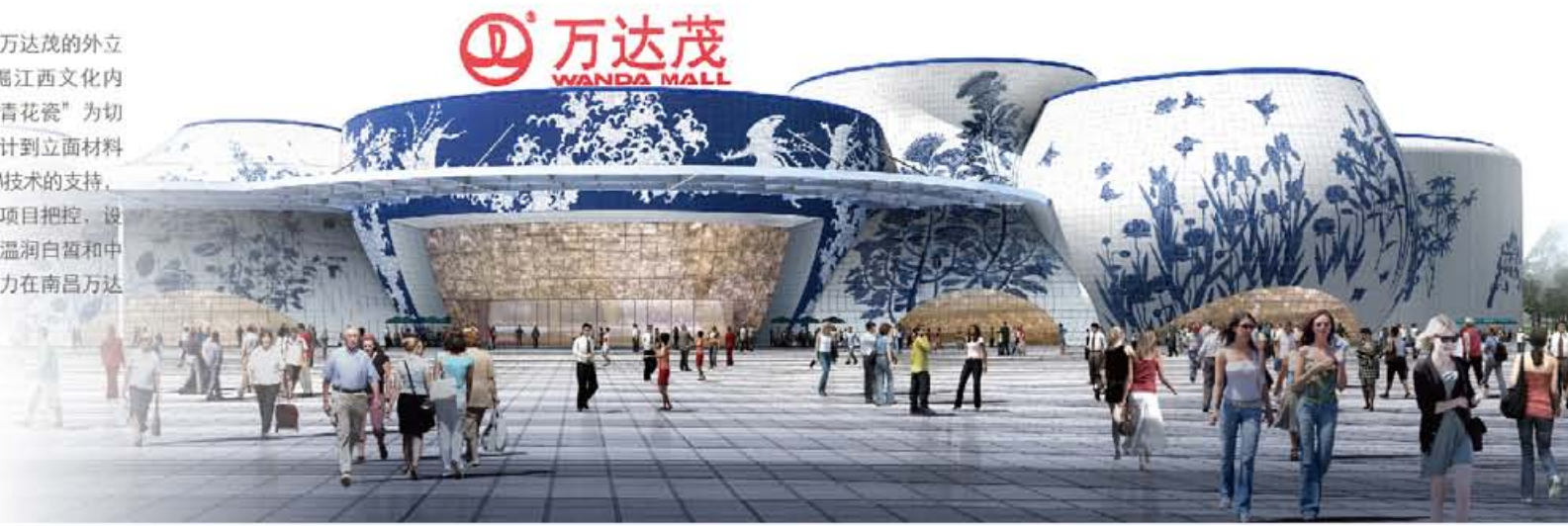
确定以“吉祥如意”为主题，使南昌万达茂既寄托了美好寓意，又体现了中国浓厚的传统文化。

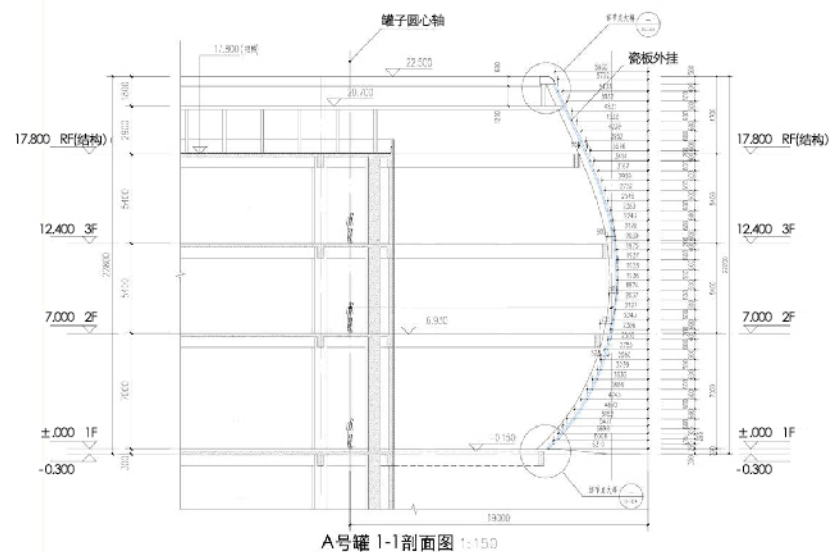
技术：BIM助力三维设计

有了极具想象力和文化底蕴的设计，如何在弧形的曲面上完美体现传统青花图案成为最大的挑战。鼎世BIM团队在此项目中发挥了重要作用，大大地减少设计过程中的重复操作和误差，大幅提升了设计效率。

鼎世BIM团队贯穿项目全程。在方案阶段的形体定位、定型中，将二维平面轴网定位与三维空间定位结合，确保复杂形体在空间中定位准确。同时，BIM技术也使得在立面方案阶段进行复杂形体多方案快速比较成为可能。

在立面板块选型过程中，BIM团队从三角形、四边形到多边形，非曲面、单曲面到三维曲面进行多组合、多形式的研究。为了将二维的青花瓷纹理附着于真实的建筑形体上，需要将图案在确定的细分形体上进行立面图案板块拆分，才能最终使呈现在墙体上的巨幅





有门窗洞口高宽尺度、外立面单元板块划分、净空分析等方面进行了多次优化调整。为将立面手绘稿的2D青花图案参数化处理，设计团队尝试了三种方式：瓷板马赛克拼接；16色、32色高精度图案细分；高清电子扫描。经过几番比对与综合考虑后，最终决定采用高清电子扫描的手段。将手稿高清扫描后再由BIM团队参数化处理——事实证明，此种技术才能保证原画的色彩与真实度。同时在深化阶段，经过与万达项目公司商定后，决定在立面输出上采用瓷板打印技术。BIM团队进行了立面板块定形、板块数量确定、立面图案附着、立面图案板块拆分等系列关键步骤，确保了与瓷板生产商的无缝对接。瓷板打印技术在国内起步较晚，如此规模并且复杂的应用当属首次。

把控：项目控制

随着项目的推进，鼎世设计团队需要在其每一阶段不断解决各种各样

的矛盾与困难。

在方案设计阶段，由于项目形体及立面的复杂性，使得板块规格数量繁多，且每块面板均以不同图案构成“青花瓷韵”的整体效果，罐体本身创下了世界之最；在深化设计阶段，通过参数化算法对“青花瓷”造型进行逻辑分析形成幕墙优化方案。

鼎世设计团队作为外立面设计方，在整个环节中处在关键位置，积极地同结构、幕墙、灯光等其他各专业的全面配合，同步推进，同时把控好各方的时间节点，从而提高了工作效率、节约了成本、降低了风险。

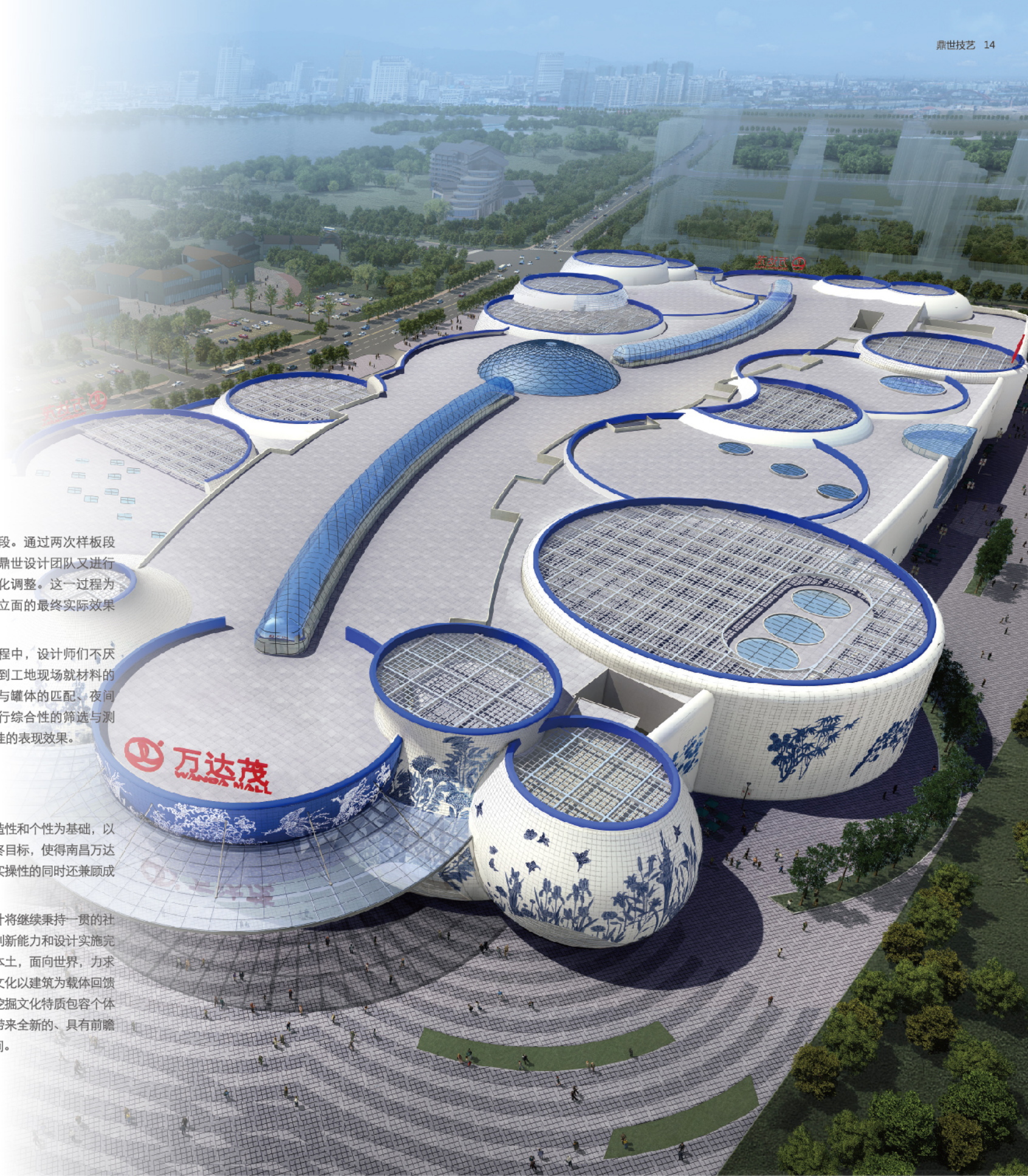
随着项目紧锣密鼓地推进，一方面，鼎世设计团队与万达项目公司积极沟通；在与施工图团队对接时，反复地确定屋顶管线敷设及检测设备对罐体的影响；另一方面，鼎世设计团队还与材料供应商、幕墙公司、灯光设计团队等紧密联系，进行了两次1:1样板段的建造：第一次为非实体样板段，第二

次为实体样板段。通过两次样板段的审核意见，鼎世设计团队又进行了全方位的优化调整。这一过程为南昌万达茂外立面的最终实际效果上了双保险。

在深化设计过程中，设计师们不厌其烦地屡次来到工地现场就材料的选样、尺寸、与罐体的匹配、夜间灯光效果等进行综合性的筛选与测试，以保证最佳的表现效果。

鼎世设计以创造性和个性为基础，以实现设计为最终目标，使得南昌万达茂项目在具有实操性的同时还兼顾成本控制。

未来，鼎世设计将继续秉持一贯的社会责任感，将创新能力和设计实施完美结合；立足本土，面向世界，力求将中国智慧和中华文化以建筑为载体回馈于外界，深度挖掘文化特质包容个体价值，为城市带来全新的、具有前瞻性的建筑与空间。



COMMERCIAL FRONTIERS

商业前沿

17

奥特莱斯本土化的
回归趋势
The Localization
Of Outlets

21

美国老牌降价零售
连锁店浅析
Brief Analysis On
Established U.S.
Off-price Retail
Chains

19

从快时尚布局电商看电商对
购物中心的影响
E-commerce's Influence
On Shopping Centers

奥特莱斯本土化的问题思考 The Localization Of Outlets

文 / 李海

本土化

自2002年万文英把奥特莱斯这一舶来品引入中国之后，国内各地的奥特莱斯犹如雨后春笋般出现在全国各地。从南边的海南岛到北边的黑龙江，从东部的上海到西部的成都，均有大大小小的奥特莱斯分布。据媒体统计，截至2014年，全国至少有大大小小500多家打着奥特莱斯旗号的项目在各地落地生根（包含在营、在建、规划的项目）。

与中国奥特莱斯大跃进式的飞速发展相比，奥特莱斯的发源地美国，从20世纪60年代的首家奥特莱斯发展到现在，也就300多家。或许美国奥特莱斯从业者听到中国奥特莱斯这一火箭式发展也会目瞪口呆吧。奥特莱斯的发展速度也反映出中国人做事的作风，一哄而上，再哄而下。一个新事物、新行业出现，很快有无数山寨版出现模仿，最终使得新事物、新行业步履维艰，艰难发展。当下，中国奥特莱斯大跃进式带来的苦果已经显现。经过十二年的发展，国内众多奥特莱斯中能够被消费者认可，被业内专家承认，为国外同行赞同的又有几家？提起国内的奥特莱斯，除北京燕莎奥特莱斯，上海青浦奥特莱斯以及百联集团旗下的几个奥特莱斯，天津佛罗伦萨小镇奥特莱斯之外，又有几家奥特莱斯能做到真正的盈利？据有关媒体统计，2013年国内奥特莱斯前三十强的营业额大约220亿元，占据行业的半壁江山，单个奥特莱斯店营业额最高的是北京燕莎奥特莱斯，达到37亿元；而其余上百个奥特莱斯的平均年营业额在1亿元左右，两项比较之下，差距明显。最大与最小的差距之大，原因何在？奥特莱斯本土化的问题有哪些？笔者认为，奥特莱斯国内本土化频频遭遇困境的原因包含但不限于以下几点，仅作参考引玉：

第一，国际知名品牌渠道不畅是制约国内奥莱发展的关键问题。奥特莱斯是国际知名品牌、奢侈品牌的折扣销售场所，成为奢侈品牌商们处理库存、过季、瑕疵产品的流通渠道，甚至有品牌商专门为奥特莱斯生产与正价店、专卖店不同的产品专门在奥特莱斯销售，从而使得欧美等国外运营良好的奥特莱斯呈现出国际大牌云集、名品荟萃的场景，吸引各地消费者前往血拼抢购。

而在国内，由于国内奥特莱斯开发商、运营商多是国内企业，与国外奥特莱斯开发商、运营商相比，在奢侈品牌、一线品牌资源获取方面存在天然的渠道劣势。由于国内多数奥特莱斯运营商很难拿到国际知名品牌的折扣货源，从而导致一些奥特莱斯挂羊头卖狗肉，以次充好的局面出现，甚至是运营商本身从国外买货然后在商场内出售的现象。上述现象极大地损害了奥特莱斯的形象，对全行业产生较大的危害。纵观国内经营良好的奥特莱斯，燕莎奥莱有燕莎商场在做品牌支撑，百联旗下的奥莱，佛罗伦萨小镇有国外品牌商良好的合作关系，除此之外，几乎很

少有奥特莱斯能获得稳定的知名品牌货源支持。因此，知名品牌的渠道不畅是制约国内奥特莱斯发展的关键问题。

第二，奥特莱斯商场运营与商铺销售的矛盾。随着燕莎奥莱和青浦奥莱运营成功，受其影响，国内各地政府和一些房地产商纷纷进军奥特莱斯行业，首创置地更是首当其冲。从政府到开发商，纷纷卷入奥特莱斯的建设大潮之中。然而，在各地奥特莱斯如火如荼的建设大潮中，很难摆脱国内绝大多数开发商做商业地产的主要目的之一：出售商铺，回笼资金。部分开发商拿地规划、建设奥特莱斯仅仅是噱头，更多是为了卖商铺、卖住宅等产品，以获取更大的资金回报。

反观2013年国内业绩良好的前10家奥特莱斯，均有以下几个特点：完整的产权、优秀统一管理运营、较强的一二线品牌的招商能力。因此，国内奥特莱斯本土化要想成功，出路之一在于商场要有完整的产权、优秀的管理运营，以保证奥特莱斯能够获得成功。如果仅仅为圈地卖房，只会留下一座座烂尾楼在萧瑟的风中控诉不负责任的开发商。

第三，远离市区与进入市区的选择问题。国外的奥特莱斯多选择距离市区一个小时车程、交通便利的地区建设，以适应折扣店较低的租金承受能力。国内多数奥特莱斯也遵从这样的原则选址郊区，然而，考虑到国内多数城市拥堵的交通状况、较低的私家车拥有率、国内消费者喜欢在市中心购物的消费习惯等因素，选址城市远郊也存在较大的风险。在这种情况下，出现了一种叫做城市奥特莱斯变相选择。城市奥特莱斯多数在城市副中心位置，以避免与品牌的正价店产生竞争，在交通可达性等方面具有一定的优势。然而，选址市区也有一定的不利因素。首先，国内城市副中心多为建筑较密集的地区，很难规划出较大的空地做奥特莱斯，小体量的奥特莱斯难以形成品牌聚集和规模效应，没有规模又难以吸引消费者前来。其次，城市中较高的租金水平，也使得奥特莱斯运营商承受较高的运营压力，这也是国内城市奥特莱斯折扣力度较小的主要原因之一。因此，在选址的问题上，国内奥特莱斯开发商和运营商还有一段漫长的路要探索。

简而言之，国内奥特莱斯的发展还处于起步阶段，奥特莱斯本土化的路径还在不断摸索中。随着国内消费者对奥特莱斯的认可度不断提高，对奥特

莱斯商品的接受度不断提高，国外品牌商对中国市场的不断重视，未来国内应该会出现一些富有特色、运营良好的奥特莱斯项目，也会死掉一批盲目规

划、无序经营的奥莱项目，整个行业也会面临洗牌。

从快时尚布局电商看电商对购物中心的影响

E-commerce's Influence On Shopping Centers

文 / 温学勇

购电 物商 中心



66

进入中国7年的H&M首度将所有产品类别搬上了自己的电商平台:

未在中国设有实体店的英国快时尚品牌TOP SHOP在尚品网的官方旗舰店上线迂回进入中国市场:已经开设自己网上商店的ZARA又在天猫开设了官方旗舰店。

快时尚巨头对电商的热度空前升温。

99

Q1: 快时尚布局电商的目的是什么呢?

1. 填补三四线市场空白

鉴于前期很多服装品牌通过电商进行去库存,这让服装行业的电商还摆脱不了“低价”的消费印象。虽然在几大快时尚巨头的电商平台上均设有特价区,特价产品折扣从5折到8折不等,但是其不约而同在坚持一个底线:线上与实体店同价。

线上销售有着更为明显的成本优势,但是快时尚巨头实行的却是线上线下同价的策略,这意味着其并不希望线上的销售过多冲击到实体店。

一方面在价格上没有优势、另一方面服务能力比不上实体店,快时尚巨头现阶段在电商领域的发展空间估计不会很大。

2. 线上为线下引流

事实上,实体店还是快时尚巨头的核心,即便是线上平台也在为线下引流。在优衣库的APP上,记者见到其提供了后边店面的位置指引,其线上APP提供的优惠券二维码都是专门设计的,只能在实体店才能扫描使用,从而实现线上的到店引流。

在其全球电商平台上,则设有一个服装搜索功能,只要输入编号和消费者所在地区就能搜到其所在城市门店是否有库存。MANGO也试图将流量导向实体店。消费者网上下单后,可到指定实体店取货免运费。



Q2: 电商对购物中心的影响

1. 网上购买的行为逐渐占主流。80后90后是网上购物的主力军,我们把店内浏览商品、试衣,然后到网上购买的行为,称为

showrooming; 顾名思义,“反向showrooming”也就是,网上研究商品,然后去实体店购买。这两种行为的比例,按照今年

Business Insider的研究报告显示,在美国年轻人(18~35岁)中为69%;46%。

Q3: 如何应对电商对购物中心零售部分的侵袭?

1. 打主题体验牌。购物广场除了具有产生商品购买行为外,还为消费者提供休憩及聚会空间,比如中庭的小品、主题化的设计元素、商业活动、免费的互动体验等等都是吸引消费者前来的原因,这些体验感及因此产生的群体交流体验是电商不能给予的。

2. 打线上竞争牌。电商的青睐者们有相当一部分是为便利性所吸引,同时

他们也会担心电商商品的鱼龙混杂现象,而依托于实体店的线上平台或是轻媒体平台一样可以做到便利性,且保证商品品质,力度较强的开发商还可以与品牌联合做线上折扣,直接对电商进行对抗。

案例: 朝阳大悦城线下试衣间的活动,顺丰嘿店的布局

3. 全新组合的时尚品牌集合店。原

潮、热风、NOVA、MAP等一大批品牌集合店迅速成长,继电影院和超市之后成为购物中心吸引客源的重要砝码。相对于之前大型百货店入驻,这些品牌集合店更容易管理、让管理方得到更多的租金,具有明确而个性化的定位,从而能够将多个品牌的多种商品召集并统率起来,融合成为别具一格的门店式品牌,更能突出主题化的商业定位。



美国老牌降价零售连锁店浅析
Brief Analysis On Established U.S.
Off-price Retail Chains

文 / 技术管理中心



Marshalls

Marshalls是TJX公司旗下的降价零售连锁店，是美国第二大降价零售商店，仅次于其姐妹店T.J. Maxx。

1956年，Alfred Marshall在美国东岸聚集了一批拥有创新精神的企业家来共同启动大品牌低价格（Brand Names For Less）的理念。10年之后，大品牌低价格（Brand Names For Less）的理念获得了成功，Marshalls在美国国内成为了降价零售连锁店铺中的龙头老大。1995年，Marshalls以6.0\$6亿的价格被TJX公司收购。2013年底全球共计942家常规店铺和超大型 Marshalls Mega Store。



	Marshalls	TJ-maxx TK-maxx	FILENE'S BASEMENT
成立时间	1956年	1976年	1909年（2009年出售给Syms公司，2011年Syms公司破产）
零售类别	服饰、鞋类箱包、床上用品、家具、珠宝、美妆产品、家用器皿、电子产品周边等。	服饰、鞋类箱包、床上用品、家用织物、美妆产品、洗护用品、家具、礼品等。	服饰、鞋类、珠宝、饰品、居家商品等。
隶属于	TJX 公司 Marshalls于1995年被其收购，和T.J. Maxx组成了最大的服饰和家具时尚的降价零售商组织The Marmaxx Group。		Syms公司
客群定位	一般都在市里，主要卖各种品牌过季的、断码的、或做样品的名牌货品。	东西摆放得相当的混乱，购物的过程就是一个考验眼光和耐心的过程。	一般设在大都市市区里，销售上季的库存,专注于高档名牌，采买根据最新潮流，在全世界搜购不错的色彩，设计，剪裁及质地的货品。
异同	时常更新各种时尚风格的物品。	时常更新大量的时尚物品。	时常更新大量的时尚物品。
	两者区别主要在：不同的产品分类和店内活动，吸引顾客两家连锁店都会光顾。		
	比T.J. Maxx多了完整的适合全家人的鞋类选择，规模很大的男装零售部门。	比Marshalls多了规模很大的各种高档珠宝配饰部门。	档次比前两家高，可以买到男女老幼都需要的服饰以及家居用品。



T.J. maxx

T.J. Maxx, 又称TJ's, 是美国百货公司连锁店, 美国第一大降价零售商店。

1976年, T.J. Maxx在美国马萨诸塞州弗雷明汉创立。第一家欧洲店铺于1994年开设在英国的布里斯托尔, 同时为了便于区分, 公司将名字更名为T.K. Maxx。在2007年, T.K. Maxx放慢了在美国开设新店的速度, 将重点放在了翻新或者迁移较旧的市内商店。这一决定引发了一种新的百货商店模式Maxx Maxx的概念, 不同于T.K. Maxx以往以折扣优惠闻名的模式, 将重点放在了扩大店面和引入更多产品上, 这一概念的第一家店于2007年开设在德国吕贝克。2009年, 在线购物网站正式上线, 最初只出售手提包。2013年底全球共计超过1000家店铺, 其中有近350家在欧洲。



	Marshall's	T.J. maxx T.K. maxx	Filene's BASEMENT
特色	专门针对青少年的零售部门The CUBE。	在一些店还有高端设计师零售部门The Runway。	自动降价系统: 每一件货品的标签上都有上柜日期。货品滞留的时间越长, 价格就越便宜。比如说最开始是25%折扣, 过一定期限就变成50%, 最后75%。没卖掉的会捐给慈善机构。 婚纱大抢购: 从1974年起成为纽约准新人翘首以盼的最大惊喜。每年两三月间在联合广场举办声势浩大的“奔跑新娘”特卖会, 2500多件诞生于名家之手的名贵婚纱(原价在一万美上下)此时均以\$699、\$499甚至\$249的特价倾销, 号召力惊人。
店铺数量和规模	美国第二大降价零售商店。 2013年底全球共计942家常规店铺和超大型 Marshall's Mega Store。 店铺平均面积约为31,000平方英尺(2880平方米)。	美国第一大降价零售商店。 2013年底全球共计超过1000家店铺。 店铺平均面积约为29,000平方英尺(2700平方米)。	最古老的美国降价零售商店, 鼎盛时期全美共36家店铺。 店铺平均面积约为50,000平方英尺(4600平方米)。
商品来源、渠道	在零售业方面, 该公司拥有世界上最广泛的消费者统计数据, 吸引了家庭年收入从\$5万上至百万的消费者。近80年来, 该公司建立了价值导向的全球采购机制, 给不同的顾客带来激动人心的品牌和时尚潮流。 该公司和世界超过60个国家和地区的16,000的供应商进货, 以及超过900个的世界级采购组织的商家合作, 并且建立了长期的、互利互惠的合作关系。	该公司的V.A.L.U.E.企业价值体系之一的供应商社会责任(VENDOR SOCIAL COMPLIANCE)反映了他们对供应商高标准商业道德要求。他们与供应商的合作关系建立在对供应商社会责任核心理念(TJX公司的供应商行为准则)达成共识的基础上。该准则要求促进了全球TJX公司的供应商的与各个分公司领导共同一起评估项目的进展情况。	原先Filene's Basement是从其楼上自家的Filene's百货公司拿余货的。不久之后, 其他零售商和制造商纷纷将未出售的库存给他代售。此外, 还有众多买手。



FILENE'S BASEMENT

Filene's Basement, 又称The Basement (地下室), 是发源于美国马萨诸塞州的百货公司, 是美国最古老的降价零售店, 专注于高档名牌, 以其自动降价体系闻名。

1908年, Filene's百货公司创始人William Filene的儿子Edward A. Filene突发奇想, 在他父亲的店面下的地下室出售过剩商品、积压商品和尾单, 店铺名字也源于其旗舰店的位置。2006年, 该公司分别在美国的8个州开设店铺, 并在马萨诸塞州奥本拥有一个44,000 m²的配送中心。同年, Macy's百货与Filene's百货合并以Macy's命名。2009年, 经济危机影响了Filene's Basement, 促使其关闭了36家店中的11家, 并被Syms公司收购。2011年, Syms公司宣布破产, 最后一家Filene's Basement在2011年12月永久性地关闭了。

现状

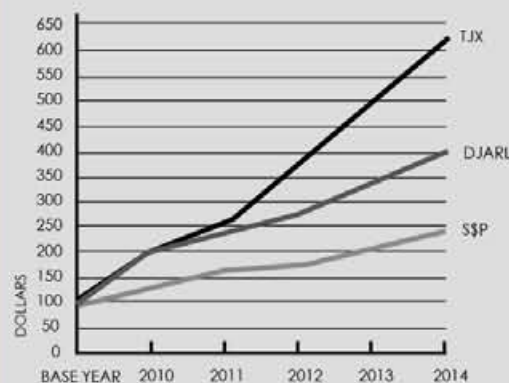
TJX公司1976年创立T.J. Maxx, 于1995年收购Marshalls。T.J. Maxx和Marshalls强强联手组成的Marmaxx保持着一贯的优秀业绩。除了Marshalls在线网购平台, 近年来, 他们成功建立了线上网购平台tjmaxx.com和在英国的tkmaxx.com给更多的消费者带来便利。

灵活的商业模式带来使得他们能够游刃在供应商间, 能够对顾客的需求和定价趋势及时做出反应, 在各种经济环境下取得成功。在过去的37年中, 每年的店销售只有一次出现过下滑, 公司保持着稳定的盈利增长。

该公司自我定位为行业中在创新、不断尝试新的想法、寻求正确的商品潮流和品牌中的领导者。旗下的3200多家店铺都拥有灵活多变的布局, 以便尝试新的方案和迅速体验方案。

2013年, TJX公司52周财政年度的净销售额达到\$274亿, 比2012年53周财政年度的净销售额增长了6%, 按52周来算, 比去年的7%的增长率有增长了3%, 净收入达到了\$21亿。此外, 2013年

发展趋势



TJ-maxx

TK-maxx

是股价连续增长的第18年, 比上一年升值了15%。就店铺规模而言, 2013年, 在所有店铺的建筑总面积上增加了5%, 增加了169家店, 截止至2013财政年度年底, 店铺总数达到3219家。

该公司的主要优势是区别于其他主要零售商, 这个也给公司带来了长期的成功, 并给全世界带来价值。TJX公司的价值是时尚, 品牌, 质量和价格的联合。TJX公司的价值主张在过去的37年里与消费者形成很好的共鸣, 并且在不同的地域, 零售氛围以及或好或坏的经济背景下起到了很好的作用, 并且会继续吸引更多的顾客。

该公司在5大方面取得了进步, 同时这个也组成了他们的公司责任感价值体系V.A.L.U.E.:

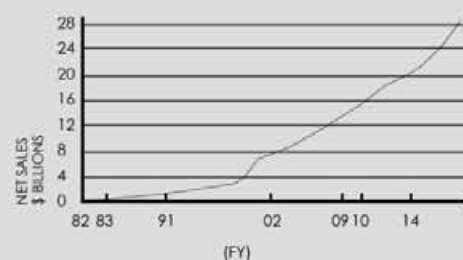
Vendor social compliance 供应商社会责任

Attention to governance 关注治理

Leveraging differences 利用差异

United with our communities 与社区联合

Environmental initiatives 环保措施



以上线形图反应了近年来TJX普通股的累积表现和标准普尔综合500指数、道琼斯服装零售商指数的比较。

FILENE'S
BASEMENT

在2011年, Syms公司宣布破产, 并进行清算拍卖, 最后一家Filene's Basement在2011年12月永久性地关闭了。虽然Filene's Basement和Syms公司都破产了, 但是在他们各自的网站上分别表达了对顾客持续支持的感谢, 并且表达了虽然现在店铺关闭了, 他们仍希望他们的店铺品牌能够持续下去, 鼓励顾客留下联系方式以便未来重振旗鼓后可以通知顾客。

CULTURAL VISION

文化視野

31

「慈惠田園」——
慈惠田園文化發展
MRD Charity Spreading the
Love - the Formation Of
Corporate Culture

33

聯誼會訓練體系九大特色與創新
The Nine Innovative
Features of MRD Training
System

35

學校體育發展
Activities Arranged By the
Local Branch of the Chinese
Communist Party

29

「聯心共舞」與聯誼會
—— 聯誼會2014秋季聯誼會
Sharing of Experiences From
MRD's Autumn Team Building

37

台灣人文考察 人、生活、空間
—— 已離世考察團成員之回憶
-- MRD Delegation's Trip To
Taiwan

47

文壇推薦
Recommendations on
Literature and Art

43

八零、九零年代
80's / 90's Arts
Light-year

49

甲子迎禧
2015 Lunar New
Year good luck

“融心拓维，锐意进取” ——鼎世2014秋季拓展心得感受 "Sharing of Experiences from MRD's Autumn Team Building"

吧！听哪的小后挑那么自己不记像飞这写被在的惯所有意不可
听些伙战么己。忆翻鸟一天。打破短思维借的我们，能不
他们思展的一，当个那大墙像，破维的，我们，想，愿
怎么考伴天这平师高特，被一短定口，习时，要，不
说来了世结束满时的就是像重天内，都，惯，习，



邵翔 设计二部

每个游戏都记忆犹新，游戏背后都是经验积累。第一个项目“急速60S”——接到新任务后，第一次可能会走些弯路，可能会不知所措，但是没关系，因为第一次给以后的每一次尝试提供了经验。我最大的感触就是要认真去对待每件事，不管是游戏还是生活。



赖菲 鼎世环境

因为恐高，所以对高空项目第一反应是“可以不参加么”，后来得知一定要参加，我一直在想要怎么去完成这个项目。真正参加时，爬到一半我觉得特别累，很害怕，感觉自己要抓不住了。

但是我的同伴在下面为我加油，我觉得不上去不好意思了，所以我就努力向上爬了，完成项目后，我觉得其实并没有想象中的难。我最大的感受是，当你必须面对的时候，不要给自己两个选择。



张昭 IT

我也有点恐高，一开始爬上去是很快，爬到上面就越来越慢了。在上面时很害怕，但是我前面的几个女生都很勇敢，我心想我一大老爷们怎么可以输给女生啊！于是我就寻找站立技巧，开始还不敢放手，最后想大不了就是一死了，然后纵身一跳就成功了！



高空项目中，在下面等待的时候，我觉得很容易。但是，爬上去时，身体本能的影响，爬的越高越紧张。另外，在毕业墙的时候，情不自禁的双手一直做托举姿势，虽然知道可能帮不上什么忙，但是还是想为团队尽自己的一份力。



黄元真 设计二部

在第一个项目“急速60S”中，我们开始用手机拍下所有的图片。接着，小组开始研究图片代表的数字，一部分人还去打听其他队的消息，是一种挺大的挑战，对这个项目也很感兴趣，在项目过程中我觉得沟通协作非常重要，单单靠个人是不行的。



郭佳 世弘业务部

我一开始是对所有项目都很有信心的，但是有两三个项目出乎了我的意料。先说高空跳板，我很有信心完成。但在空中跨出那一步之前，我还是犹豫了。其次是“电网项目”，开始我觉得我身材不太好，可能过不去。后来轮到我过的时候，我放心的把身体交给团队，身体放松居然就顺利过去了！我突然觉得其实我是很苗条的（笑）。

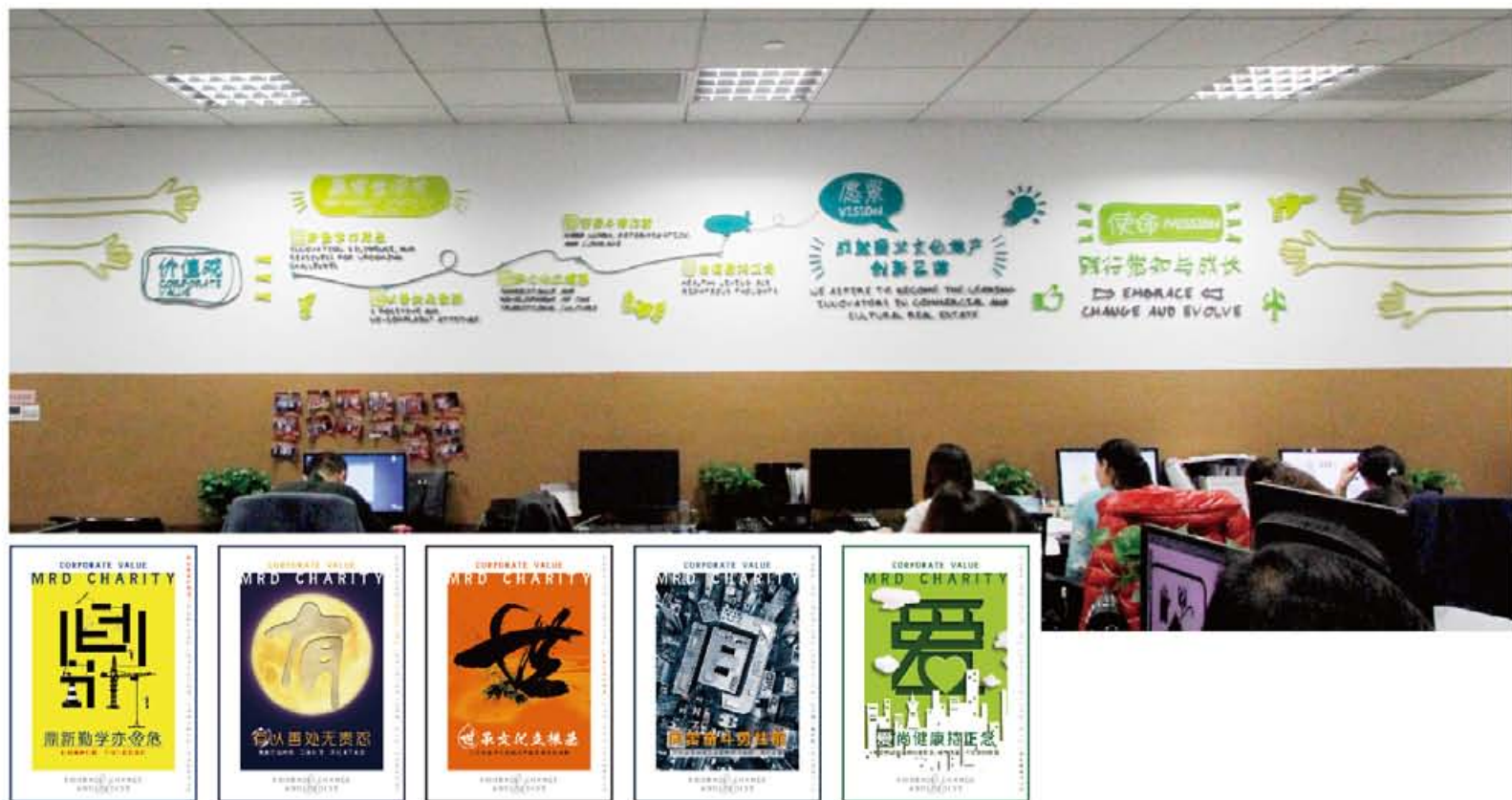
毕业墙项目，我也想过放弃。但我看到有个别比我还胖的都能过去，一股勇气涌上心头。当时我大吼一声“让我来”！上去的时候大脑一片空白，“嗖”一下子就上去了。因此，我觉得不管什么事情，只要有“方法”“团队合作”“自信力”“勇气”这几个因素，都会成功。



周兴 (总工办)

“鼎有世间爱”——鼎世企业文化的形成

MRD Charity Spreading the Love - The Formation of Corporate Culture



形成·发展·展望

企业文化如人饮水，冷暖自知。芬·米勒在《美国企业精神》中这样分析企业文化的重要性：“每一家公司现在都必须分析其文化，这不仅是为了加强本身的竞争地位。虽然这已经是充分的理由，而且还因为我们国家未来的财富要由公司的文化来决定。公司唯有发展出一种文化，这种文化能激励在竞争中

获得成功的一切行为，这样公司才能在竞争中成功。每个公司都必须为它的员工和股东订出一套文化的发展计划。凡能正确掌握在未来环境中影响企业文化的内外力量，并能采取对应措施的人，才能在竞争中获胜。”

创新、学习、艰苦奋斗、危机意识、不批评不抱怨、健康的情绪等一直是鼎世坚持和发扬的企业文化元素。在

创建企业文化的过程中，鼎世始终坚持企业文化与企业发展目标相结合的方针，保持企业文化与企业发展不同阶段的实际情况相呼应，与内部人才培养的策略相结合，并与良好环境的营造相结合，经多番研究、讨论、推翻、修订，最终形成一套根植鼎世精神的企业文化。

企业文化内容确立之后，我们一直在思考如何将文化落实下去，让公司的每一名员工都能深入了解企业文化，深刻体会到企业文化对公司、对个人发展的重要性，并且能够持之以恒地身体力行。

企业文化墙和“鼎有世间爱”系列海报无疑是企业文化最重要的宣传方式之一，经过鼎世各部门的通力配合，如今累累硕果。除此之外，“鼎世讲堂”荧光宣讲板，也成为企业文化即时而又便捷的宣传渠道。

在企业文化具体的落实和执行过程

中，各类丰富多彩的企业文化主题活动更是我们的首选。为了使大家能够在潜移默化中深入了解企业文化，每个月集团都会择选“鼎有世间爱”的核心价值观中的一条作为当月文化主题，围绕该主题开展系列活动。

2014年10月制定的文化主题是“爱尚健康持正念”，围绕本主题开展了“晒假期”、“工间操”等活动，同时对积极参与者奖励贴心的小礼物，取得了极高的活动参与度，获得极佳的反响，切切实实传递了企业的正能量。

2014年11月的主题是“鼎新勤学亦思危”，强调鼎世人要时刻保持创新学习精神与危机意识，我们举办了“读书会”、“全员拓展训练”、“中高座谈会”等多种多样的活动。

文化是一种内在的品质，需要不断积累与传承。从既往文化月的执行效果来看，主题活动取得了较好的效果。今后鼎世将继续推行这种模式，围绕主题，配合活动，不断推广扩大受众面，扎实推进企业文化的建设工作，弘扬正能量，打造健康企业。

愿景

成就商业文化地产创新品牌

我们这里所说的商业，不仅仅是指商业建筑设计，同时也是包含了景观、平面、室内、人居住宅等的商业地产服务。我们力争将企业文化的核心元素与服务相融合，形成具有鼎世特色的创新品牌，重在创新。这将是企业未来5年的基本目标。

使命

践行觉知与成长

企业就像是一个集体的人格，我们希望企业中的每一份子，都能完成自我价值的实现。

价值观

鼎有世间爱

鼎新勤学亦思危
(强调我们应该时刻保持创新、学习与危机意识。)

有以善处无责怨
(强调遇事要正确对待，妥善处理，不批评不抱怨。)

世承文化立根基
(传承根基于文化的地产服务理念和品牌。)

间苦奋斗勇往前
(强调工作中要持续发扬艰苦奋斗精神，勇往直前。)

爱尚健康持正念
(强调我们每一份子要热爱崇尚健康的生活理念，给自己留一个正念的空间。)

对联

诚为心，艺为骨，行为表，创新无边界
技在手，能在身，思在脑，跨界新格局

鼎世培训体系九大特色和创新

The Nine Innovative Features of MRD Training System

文 / 技术管理中心

庭融助系员利在色效及宣业样传训并紧的一鼎一
入新平工搭。、时、作、化、式、式、力、结、术、与、讲、以
鼎鼎台培建了年顺，有特有上的企多宣培。发世也，
世世，训了新顺，有特有上的企多宣培。发世也，
家人帮体新顺，有特有上的企多宣培。发世也，

九大特色 & 创新

鼎世培训体系经过沉淀和调整，形成了鼎世特色和创新的：

首先，配合打造学习型企业的这个目标，在搭建培训体系的进程中，强调加强各部门之间的交流，互相配合，强化学习分享。

其次，在培训内容方面，坚持分类分级和全员培训，把员工培训的普遍性需求与不同类别、不同层次、不同岗位的特殊需求结合在一起，增强针对性，实现全覆盖，所以在培训中体现不同部门的研发成果也是我们的特色之一。

分类分级和突出研发是培训体系的2大创新：

在全力推进培训体系的建设进程中，培训的相关辅助支持体系也在一步步完善。

如培训与绩效挂钩，针对培训师、受训学员推行有效的鼓励政策等。新员工培训体系在公司的整个培训体系中，也起着举足轻重的作用。

它是新员工对集团全方位认识和了解的第一个平台。在迎接2015年新春之际，鼎世讲堂也顺利完成了新员工培训体系的搭建，实现了鼎世集团培训体系的又一次创新。

同时，为充分调动全员参与的积极性，并使每个人都能够从培训中有所收获，我们加强培训的内外宣力度和形式，力求使培训的形式丰富多样，导师授课、专题座谈、会话沙龙、经验分享、全员拓展等等，都是鼎世讲堂采取过的培训形式，我们通过细节的把控和整体的策划，保证鼎世培训效果的最大化。

2015年培训计划表（整体计划和重点内容）

2015年企业文化月上半年计划表

月份	文化主题	活动计划
1		Nobody主题空间开幕系列活动
2	世承文化立根基	公司年会
3	爱尚健康持正念	“我的年夜饭”新年文化主题活动
4		2015年度第一季度中高层座谈会
5	鼎新勤学亦思危	读书会
6	同苦奋斗勇往前	全员拓展
7	有以善处无责怨	“迎五一”特辑活动
8	鼎新勤学亦思危	2015年度第二季度中高层座谈会
9	世承文化立根基	“鼎点阅览室·迎六一”小朋友春令营活动

2015年上半年培训计划

级别	板块	板块内容	具体内容	月份	课时
A级	A-1	商业、设计（建筑、人居、景观、平面）专业知识（普及类）	商业、设计专业知识普及系列培训	3/4/5/6	四
	A-2	客户导向：谈判沟通技巧、沟通汇报技巧	谈判沟通技巧、汇报技巧	4/6	二
	A-3	项目的协调管理和项目把控能力	“实际案例分享”系列培训	1/2	三
			项目总结—模拟汇报及注意要点总结	5	一
	A-5	管理方面的专业系统化知识	“时间管理”系列培训	1/2	三
B级	A-6	商务接待能力/品牌营销	执行力培训	5	一
			员工汇报着装培训	3	一
	A-7	新员工培训	办公室接待礼仪	4	一
			新员工入职培训	1/2/3/4/5/6	六
	A-8	企业文化	中国传统文化系列培训	1/3/6	三
C级	B-9	针对各部门需求的提高式公开培训	拍摄技巧系列培训	3/5	二
	B-10	各部门研发成果的定期沟通、汇报	部门研发成果汇报系列培训	2/4/6	三
	B-11	部门的团队建设、协调、管理、沟通、合作	沟通技巧	3	一
D级	C-12	项目总结交流会	跨部门合作总结分享	4	一
			上饶万达项目总结会	1	一
	C-13	考察分享会	项目总结交流会-项目计划、时间节点总结	3	一
D级	D-16	读书会	项目总结-项目各阶段风险分析及人员安排	5	一
			《购物中心开发设计手册》系列读书会	4/6	二
	D-18	其他	非专业类系列读书会	1/4	二
			观影会		二

党支部活动历程 Activities Arranged by the Local Branch of the Chinese Communist Party

鼎世集团党支部，目前正式党员人数40多人，党组织关系已转到支部和正在办理的同志也已达到15人。党支部在街道党委的指导、帮助下，在全体党员、群众的配合下，开展了丰

富多彩的文化教育活动。在2014年下半年间，集团党支部先后组织一系列贴合员工切身需求的活动，其中最具有代表性活动如：手把手教你理财、“公益理发”进鼎世、基础摄影普及

讲解、“公益修伞”进鼎世等等，既实现了包括党员在内所有同事劳逸结合的目的，更丰富了党支部的组织生活，起到了对广大员工良好教育的效果。



2014年

5.28

手把手教你如何理财

时间：2014年5月28日

地点：鼎世V1V2会议室

事件：中信证券上海溧阳路营业部，财富管理部的首席理财顾问、国家理财规划师（CFP）查浩先生，他为鼎世人带来关于如何理财、理财常见风险以及如何规避风险的精彩讲座。

7.29

“公益理发”进鼎世

时间：2014年7月29日

地点：鼎世V1V2会议室

事件：来自托尼盖理发的两名理发师，为鼎世人提供1小时免费理发服务。

8.21

基础摄影普及讲解

时间：2014年8月21日

地点：鼎世V1V2会议室

事件：由原霍山路小学校长张其光老师为鼎世人做基础摄影的普及讲解。

11.28

“公益修伞”进鼎世

时间：2014年11月28日

地点：公司28楼会议室

事件：社区党员为鼎世集团维修雨伞。

台湾人文考察 人、生活、空间 ——记鼎世考察团台湾之旅 People, Living and Space - MRD Delegation's Trip to Taiwan

文 / 品牌部

这个夏天，鼎世考察团在蔡宗法老师的邀请下来到台湾，开始了一场清新的之旅。整个考察之旅由蔡宗法老师精心策划，短短三天，考察团的成员们在实地践行的过程中，由内心开始，感受着自然、样貌、美食与人之间那种不言而喻的契合，在古朴、禅意的光影里身心再一次得到成长。

8月5日，是台湾之旅的第一天。考察团游历了台北北投图书馆、法鼓山农禅寺水月道场和食养山房。在随后的第二天，一行人去了富冈三义美术馆、台中普萨寺、巴伐咖啡，而最后一天，考察团重点考察了半亩塘若山项目以及若水会馆。

旅程虽然短暂，却让人难以忘怀……

GREEN



台北北投图书馆是本次考察团的第一站。它虽掩在一片绿意中却引人注目。走近一看，才发现竟是一座图书馆。这就是它的独特之处，大型木造建筑就像一个山中小屋，又似一艘帆船，荡漾在满目绿意的森林里。在这犹如世外桃源的环境中阅读，定是别有一番趣味的。

被评为“绿色建筑”的北投图书馆是全球最美的25家公立图书馆之一。被称为是：“这是一间会呼吸的图书馆。”

为了节能，在屋顶设置了16千瓦的太阳能光电板，利用太阳能发电供

应室内的照明；在屋顶还覆上了绿化增加隔热性，就连建筑的外壳都做了节能计算。阳台的栅栏也具有特殊的环保功能，垂直的木格设计，可以降低进入室内的辐射线，达到节能效果；屋顶沿着太阳光照角度自东向西倾斜，尽量在夏日减少西晒时长。这倾斜可不是为了减少日照时长这么简单，到了雨季，雨水顺着屋顶倾斜而下，被重新收集，用于洗手间的冲洗和周边植被的灌溉。

人的生活根植于自然，并在其运行的节奏中，和谐共存。北投图书馆

正是以这样的一种姿态使人们回归自然。如果说台北北投图书馆是“林中之屋”，那么半亩塘的「若山」就是“城中之山”，皆是有希望人与自然和谐共存的美好意愿。

半亩塘是97年由江文渊先生创办于台湾的一个建筑设计事务所。半亩塘一直尝试不走市场既有道路，建立一个新的建筑模式：建筑与环境整合。从环境的角度和人的需求出发，重新找到建筑存在的价值。这也是鼎世考察团选择参观此事务所的原由。希望在交流与感知的过程中寻找到快节奏都市中解决建筑与



环境交融的方式。

「若山」是半亩塘的第二个住宅项目，位于竹北高铁旁新兴的开发区中。设计师们面对重新规划的土地，重新思考“住宅”与“土地”间的关系，希望创造一个既能满足都市人们的生活需求，又能使环境得以持续发展的居住环境。「若山」就是在这样一个美好的希冀中诞生的。

整个项目以群山的意象展开去，首先用成群错落的方式，碎化整个住宅楼原本的完整量体。再将量体降低成前侧公共空间，与后方主栋的高层住宅区块，构成从山谷到山峰的意象。更

以穿梭在量体间曲折蜿蜒的山径串连公设的空间，林间不时有休憩角落平台，游走其间仿佛爬一座山。不同的回家路径上，满山的绿意让人不自觉打开身心五感。

住宅平面图呈品字形，每层共三户，以山居生活作为蓝图，想象一下：家人团聚在火炉旁，餐厅、厨房及阳台是连成在一起的，一张散发着温和香气的松木长桌……这种生活场景是不是惬意而又温暖？

“来若山居住的人，我们会和他签署一个协议。我们需要一群愿意守护自然的人来守护若山。我们让每户阳台上都种一棵乔木，私藏一

株自家大树。能在此跟树梢上的鸟儿一起晒太阳，探望水里的小鱼，与蝴蝶、蜻蜓和蜜蜂为伍，这些生活景象，会慢慢构筑成一幅家的画面。我们从淡淡的绿开始，到浅浅的绿，再到深深的绿。”半亩塘的创始人江文渊如是说道。

在若山的每个角落，自然从来都不缺席，它在建筑物中穿行停留。植物的姿态与气味，阳光的温度，风和雨的声音，自在栖息的虫与鸟，都深深地植根于人们的生活记忆里。「若山」——这就是人类在都市里实现山居生活的向往。

ZEN BUDDHISM



寺庙是来台湾不能不去的地方。台湾文化本身就植根于庙宇文化之中，台湾人无论年纪、信仰，都能在这些文化中找到属于自己的快乐与幸福。

法鼓山农禅寺水月道场作为现代佛教文化艺术新地标，是本次台湾之行重点参观的项目。

农禅寺水月道场由著名建筑大师姚仁喜及其团队打造，融合“空花水月”的禅境氛围，圆满体现圣严法师心中期待的“空中花，水中月”道场外貌，让此建筑成为台北市的地标禅寺之一。除有庄严佛堂与禅堂，还有典雅水池造景，更可远眺大屯山，美不胜收。

建筑外观设计上以庄重大气为主，纯粹无繁复的清水模贯穿了整座水

月道场，从入口的廊道到建筑的外观，简简单单的返璞归真感由心而生。即使经过了10多年建筑依然保有它的优雅、朴实，历久弥新。

《金刚经》、《心经》在佛堂外墙上镂空雕刻随光影变化的字体与内容予人以无限联想的空间。从大堂内部看，阳光从缝隙中透出来，将点点文字的光影折射到身边，心灵共鸣。水月道场颠覆了传统佛教圣地的仪式与视觉感受。它的外观建筑、空间气场呈现出一种革命性的进步，它的建筑设计与佛家的精髓高度融合在一起。

法鼓山农禅寺以心灵环保为核心，慈悲与智慧为原则。传统寺庙，烟雾缭绕、金碧辉煌，无一不在刺激人的感官，调动刺激感与兴奋度，

人的心情无法平静。而水月道场全为清水建筑，整个佛堂没有烧香的地方，仅点灯替代，环保、自然、净化心灵，让神圣的信仰落了地。

除却宏大的农禅寺，考察团的成员们还去拜访了另外一座较为小巧的寺庙。它在台中大里区的一条街道上，车水马龙，嘈杂喧闹，显得很不起眼。许多来客都不敢相信，这个满身攀满爬山虎的粗犷、简洁的现代建筑，竟是一座寺庙！

这个别致的寺庙就是台中菩萨寺。

推开菩萨寺轻掩的木门，以此为“求道之路”的开始。从走进寺门的开始，循着一座桥，穿过开满莲花的水池，瀑布哗啦啦，两旁的梅树与枫树随风摆动枝条，过滤掉都

市的嘈杂，考察团来到了菩萨寺。在建筑师的设计理念里，考察团也算来到了佛陀所说的“彼岸”。

循着水声，进入一楼接待大厅，开放式的设计让考察团的一行人感觉仿佛进入一个山腰的洞口，凉风与光线在空间中四处流动。转角的平台处有一口钟，来客可敲钟，表达求道决心。转上二楼走进大殿听享佛法，接着上到三楼平台，回望红尘与自己的来时路，每个转折作一个决定，象征着“求道的心随着高度的提升越是坚决”。

不同于一般佛堂大殿的雕梁画栋与众神齐聚，二楼大殿的菩萨背后是一整面的玻璃窗，是放空的。在听法师讲法时，可以看到外面的榉木树，看到小鸟筑巢。夕阳透过树枝在讲坛上产

生光影，光影随时间流动，让殿内的光线产生变化。“无常为道，一切皆空。”这是考察团的成员们在这里的切身体会。这也正是菩萨寺所有设计的起点：借由建筑有形的具体呈现，与所处的环境兼容，与自然共同运作，让任何人都能在此让心感觉到宁静，找到居所。

来自鹿港的木作工艺师，将温润的木材作为人与混凝土结构的介质，室内空间因此更为温暖柔和。细细平铺，旋入以铆钉，层层叠叠对其展开，就连平滑的缝隙都渗入了满满的匠心，如此的专注执着正是一种佛法的生命体现。为传达佛法精神于人间到场，在时空背景俱足的条件下，建筑与佛的因缘，在此成就。



DIETARY



不管旅程去到哪里，美食总是旅程中必不可少的。台湾美食享誉盛名。在闹市中，抑或深山老林里都不乏美食的身影。考察团的一行人不虚此行，食养山房想必给他们留下了深刻而又珍贵的吃食体验。

阳光照过庭中嫣红的樱花树，打在本木厚桌上。桌上，一支月桃枯枝在素朴的竹帘上伸展姿态，时光在此也忍不住放慢了脚步。

这里，是位于新北市汐止区的食养山房。

考察团踏进食养山房，便看到几道深咖啡色、来自大陆徽州的细致竹帘垂落，将偌大的舞台分成四个穿透性的隔间。侍者一身素染宽服，轻柔声音，徐缓的脚步带着他们就坐。

置身食养山房，会让人产生错觉：



外面在下雨，或者刚刚雨过天晴，空气中还留有一份润湿。真正的原因是它依山涧溪流而建，绿树围绕，花映其间，每个空间都通透澄明得几近于无。正是这近乎于无的空间感，让人会变得心绪悄然，然后发现那一处处的美，原来就在这似有若无中，比如那袅袅燃起的炉香，风吹动的垂帘，暗夜摇曳的烛火……

不消说，这些都是食养主人的匠心。从选址到布局。当然，最绝的还是菜品。

这里是没有菜单的。因为那些菜，都是主人自己想出来的，主人说他懒得照着菜谱做菜，于是便随意混搭出无数的菜。虽然一道道地上，但不会对胃造成压迫感。考察团的一行人依稀记得，其中有一道是红

心杞乐与百香果组成，还有一道是手工豆腐配竹笋、墨鱼。一道与一道之间，还会有特制的清口饮品，让他们不至于将两道美味混在味蕾中。桑葚露与薰衣草醋，色泽本身就诱人，当然，神奇的是，一个汤锅子，竟然还能绽出莲花来。

食养山房的料理，全都选用当季的新鲜食材，搭配食器造型的艺术性，让许多人流连忘返。它走的是融合东方禅学风格，没有过度的细致拘谨，但充满禅机。食养山房细腻中有着不拘一格，低调且不张扬。

无论在茶室还是书房，人们皆可随意而坐，或聊天品茗，或悠闲地享受这里的景致。

在如此一个充满禅意的茶室内，随着清幽的古乐，喝着武夷山的岩茶，听着主人娓娓道来他的心路历程，真是人生的一大享受。

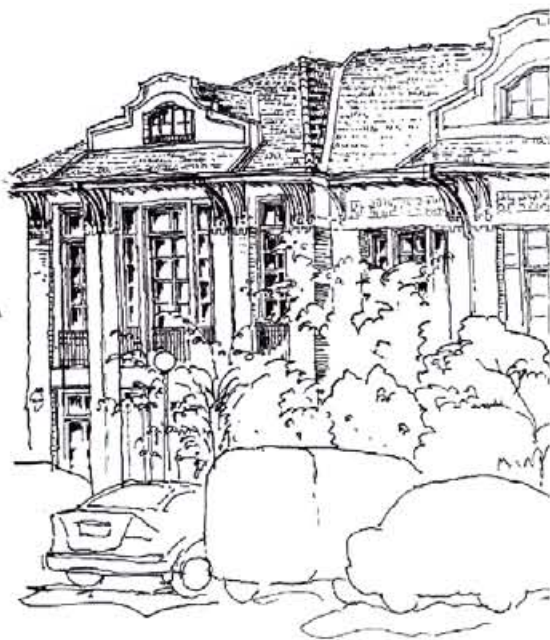


这是一次幸福的邂逅。感谢秉宗法师如此精心的安排。台湾人文考察之旅虽已过去数月，但考察团的成员们仍然感觉到灵魂好像还留有一部分在那。

一人一物，一草一木，一汤一食，它们可能平凡，可能微小，却有厚重的底蕴，随着呼吸，深深植入灵魂。如此考察团一行人得以在它悠久的人文历史中，秀丽的自然风光中，满载情感的小吃中，浓浓的温情中得到身与心的再一次成长，得以在如今机械化的都市快节奏生活中，重生出对设计、对生活的又一次渴望及灵感。

愛間世有鼎

书法 / 张越男



插画 / 周楠

细微深处 The Depth Of Subtlety

文 / 吕马幸子

枝叶在蔓藤上缠绕，指纹在指肚上盘旋，光影在白云间穿梭，记忆在脑海中沉浮。细微深处，是叶脉的清晰走向；细微深处，是指纹的复杂纹理；细微深处，是明暗的互相交替；细微深处，是心灵的留恋情怀。这里，是一个来自内心深层的陈情。

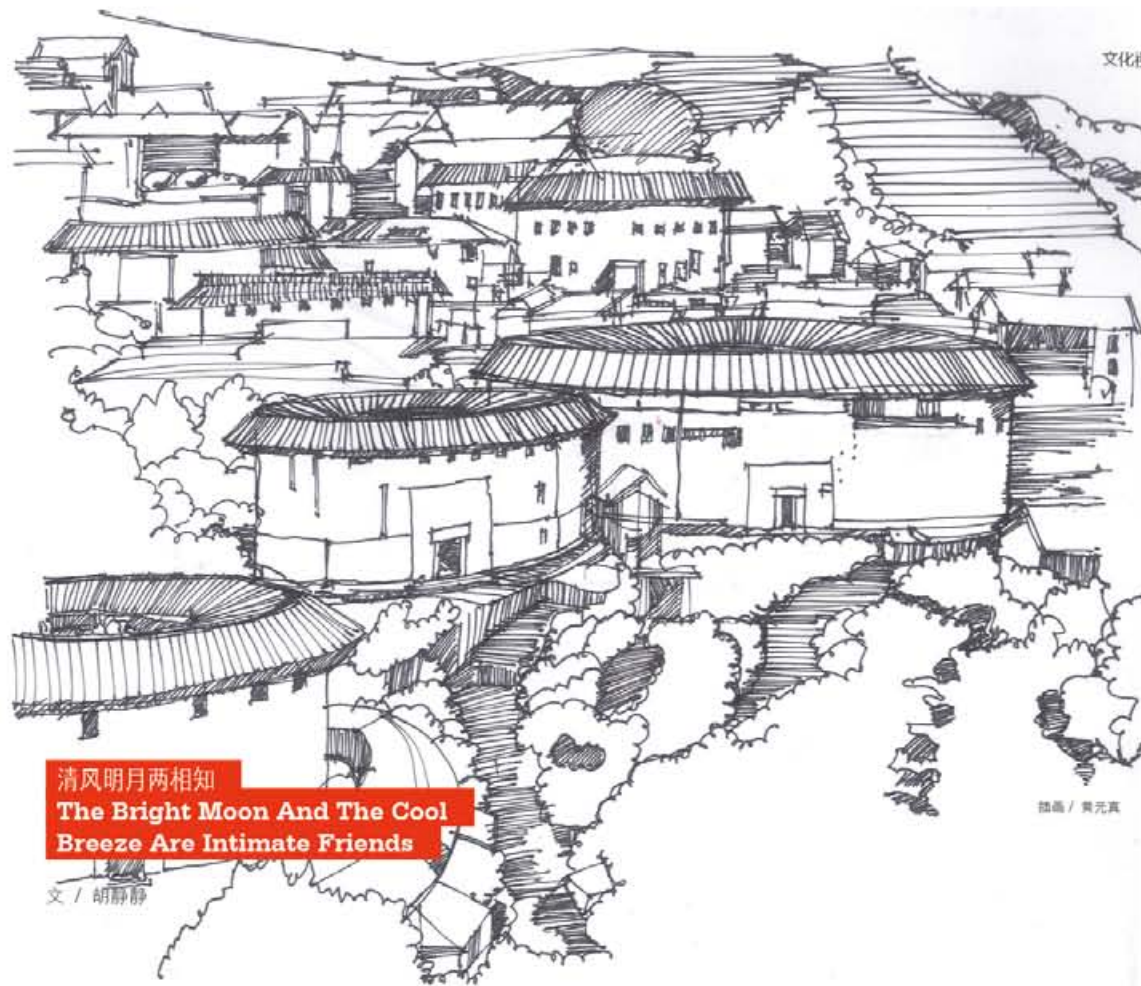
感知

不知道从什么时候开始，就变得很细腻，慢慢地感觉到自己，成为一个时常会心存留恋的人。再普通不过的事物，在我眼里，会衍生出一个巨大的世界。无止尽的绵延。因为细微深处隐匿了许许多多被我们忽略了的细节——已知或是未知。细微深处，有柳暗花明的广阔，你若是执著于它，便可感知到本质的魅力。细微深处，有挑拨人思维的触须，它像柔软舒展的手臂，撩人心弦。任何事物都不仅仅在于它宏观的表象。一颗学会感知的心，始终都保持着敬畏之意，对时光，对美，对痛苦。

作品

一朵云可以包含数以亿计滴眼泪，蝉时雨中可以温存去年夏天的依恋。香樟树冠可以传递遥远世界的风声，迷藏可以藏匿起昔时载满记忆的纸飞机。它们都来自细微深处。细微深处有静止的时光，有不经意的感动，有粉碎美好的勇气，有刻骨铭心的爱情悲歌。那些作品，用它无声的方式记载着细微深处的那些波澜壮阔。

通透得去看这个世界，也许花一辈子也看不完整。细微深处是一个灵动的世界，就像薄薄的绿叶中有生命的流动，表面却恍若静止。与生命的邂逅，往往会涉及到太多太过艰深的东西。安妮宝贝说：“我们的活，不管是竭力盛放，还是静默颓败，都请甘愿和珍重。”因为在细微深处，还留有灵魂的一席之地，为的是感知灯火阑珊的静谧世界。



插画 / 黄元真

清风明月两相知 The Bright Moon And The Cool Breeze Are Intimate Friends

文 / 胡静静

夜微凉，掬一缕月色，平铺成一纸纯白的信笺，放一曲《清风明月》，试图透过清音回到远古时期，感受秦时的风骨。人生知音难寻，高山因为流水的泉音而不孤寂，清风因为明月的柔和相伴而温润。七月，那一朵粉莲只能在湖中寂寞的开着，今夕，趁着夜色偷摘一枝粉莲，碾成墨汁，在纯白的纸上画一朵摇曳生姿的荷莲。纸墨生香，装帧那清丽脱俗的姿颜，当时光远去，它还是千古不褪色。笔墨染夜色，清风拂明月，我不知道清风和明月是否相知，但是我明了只有清风和明月的双双出现，夜空才会多一份清新、湿润。正如唯有钟子期才会明了俞伯牙的琴音之意。而我的知音又在那里？在情绪波动的日子里，用夏的炎热煮一壶清茶，闲数落花，看一朵烟云舒展，静写心语，淡看离愁。许多美好的东西，都会在不经意间沾上尘埃，竟做不了从容，淡然，那么就看得淡一些，再淡一些。一轮清清凉凉的明月，一缕轻轻柔柔的清风，从恒古至今，看遍了几千年来的江山兴衰，看淡了人间的悲欢离合，从容不惊的掠过人间，一直以纯粹清绝的风姿遥挂在寂寥的苍穹。它们相知，相伴却无言，以寂静的姿态看这浮沉人世。清风拂过，遥念明月，细数着温馨，波动的流年，远去的记忆，如同池中的莲花清香，在清风里轻轻吟唱：清风明月两相知。

时差 Jet Lag

文 / 程婷婷

八小时的旅程，是分针四百八十分种的思念。秒针两万八千八百秒的敲击，是思念的呐喊和轨迹。大洋彼岸的太阳，还在深海的温床里做梦休息，抑或有鱼儿游进他的梦里。也曾想，思念会不会长出一对翅膀，或者，思念会长出一双鳍。

文艺推荐

Recommendations on Literature and Arts

01



电影

《建筑学概论》

点评：建筑学概论，是一封专业人士写给初恋爱人的情书。它带给我们的，也绝不是单纯的初恋而已，可贵的亲情、爱情、友情，细细品味，足以让人潸然泪下。

介绍：影片讲述了在大学建筑学概论课堂上相识的一对男女在多年后以建筑师和客户的身份重逢而发生的一段爱情故事。胜民在一家建筑公司担任建筑设计师，某日接到一份新的房屋设计工程，委托人竟是自己学生时代的梦中情人瑞英。两人相识于多年前大学的建筑学概论课堂上。只是当时年轻的胜民害羞生涩，始终无法合适的表达出自己的爱意，最终使这段美好的初恋无疾而终。多年后，胜民和瑞英的这次重逢，使得旧时未褪去的爱情又重新散发光彩。只是现在的二人已不再是当年无所牵挂的学生，胜民早已有了自己的未婚妻。胜民和瑞英是否还能延续年少时的爱情？

APP

《番茄土豆》

点评：番茄土豆可以通过统计你每天完成的番茄数和完成时间，以数据图表地形式分析出你的高效工作日和高效时间段！与其痛苦地和拖延困斗，不如了解自己最有效率的时间，将待办任务进行更合理的时间安排。

介绍：番茄工作法的原理是以 25 分钟为一个时间单位，将你的工作时间按照单位时间进行分割，每完成一个番茄时间，休息 5 分钟；完成 4 个番茄之后休息 15-30 分钟。番茄工作法的核心目的在于保证你在短时间内的努力工作，番茄土豆是一个整合番茄时钟和 todo 功能的时间管理应用；在 todo 列表中添加完待办任务后，应用默认首个待办事项为番茄计时任务。通过番茄钟监督自己完成待办事项，让土豆应用变得高效！



02

03



书籍

《参与感——小米口碑营销内部手册》

点评：构建参与感，就是把做产品做服务做品牌做销售的过程开放，让用户参与进来，建立一个可触碰、可拥有，和用户共同成长的品牌！

介绍：作为小米联合创始人，本书作者黎万强，真诚地向你讲述小米公司创业几年来的内部故事，从公司创立到产品开发，从产品设计到品牌建设，从日常运营到营销推广，从服务理念到公司理念等等。通过一个个真实的小细节、小故事，将外界觉得不可思议的事情，清晰透彻地地道出其逻辑必然，并慷慨地将其独创的“参与感三三法则”和盘托出。

04



会展

第二届“设计上海”

点评：圈内展现设计前沿作品，促进行业交流的舞台，与众不同的设计杰作，无论是经典永恒的设计，还是新锐设计师的创意作品，都凝聚了当下设计的精华，让人印象深刻。此次会展必将是一场设计的盛宴，来自全球前沿和本土的设计力量，同台争艳。

介绍：2015年第二届“设计上海”将于3月27日-30日在上海展览中心逾两万平方米的展厅内举办，分当代设计馆、古典设计馆、限量设计馆三个分馆进行展示。当代设计馆将呈现当代家居设计的最高水准和前沿设计；古典设计馆将追溯根源，把代表西方百年历史和传统工艺的品牌带到中国；在限量设计馆内，观众则可以看到经受历史考验的传世之作和精湛的限量版新设计。

电视剧

《锋刃》

点评：《锋刃》是谍战剧中，敌我阵势扑朔迷离最为复杂的。凭借跌宕起伏的故事，和复杂多变的斗争被观众称为“烧脑”，此外，几乎每个人物都附有的神秘身份和丰富的个性刻画，也让情节悬念丛生。

介绍：1940年，潜伏在天津担任伪政权天津特务委员会主任的共产党地下工作者沈西林，与组织失去联系而孤立。但他从未放弃自身信仰，寻找契机获取情报。同时，原天津的中统特务、训练科科长老谭化身天津法租界巡捕房的班头，伺机取得情报。中共地下组织的老周培养韩子生——已故共产党员韩培均的养子。老周利用子生在电话局工作的条件，为父报仇的急切心理，对其训练，伺机传递情报。狠毒狡猾的日军侵华情报机关的头目武田弘一，则不惜一切地摧毁中共地下组织。天津上演了一幕幕惊心动魄的情报战。沈西林利用特殊身份，取得日军印制假钞、零式战斗机图纸，扫荡计划等情报，通过子生传递给共产党。胜利前夕，中统与日本宪兵勾结，计划摧毁我地下情报网。沈西林得到情报，子生传给老周，老周精心布置，粉碎了敌人的阴谋。



05



店铺

野兽派的咖啡店

点评：在这里你可以看到优雅的黑豹出没于荒漠植物中，也可以在绿意盎然的午后品尝野兽派咖啡店的“花草盛宴”。

介绍：随着“野兽派花店”线下实体店的成功，以“荒漠之花”为主题的野兽派咖啡店，呈现出一个有野兽、咖啡、花草的秘境。野兽派咖啡馆透着一股狂野式的优雅。兼具两个截然相反的美感气质。咖啡馆以黑、白、绿、金的色彩搭配，在设计风格上呈现出现代简约空间设计搭配大自然荒野植被的元素，在柔和的光线里，有热咖啡、有微笑的咖啡师和店员、有花、有感情，开在荒漠里的一家柔情咖啡店。

地点：上海新天地南里（兴业路123弄1号01b、04单元）

马羊运势

2015 Horoscope for People Born in the Year of Horse and Sheep

文 / 品牌部

四马奔腾辞旧岁，三羊开泰新年来。2015新年已到，对于羊马生肖的人来说，运势会如何呢？下面，就让我们一一为你解答。

一马·羊一

属马的人2015总体运势：
水满池塘花满枝，蜂飞蝶舞蛙鸣时

财
运

今年因遇到吉神如命护佑，因此财运上获利主要是在正财方面。事业以及工作上得到身边朋友、同事以及客户的帮助，加上吉神保佑，顺达亨通。因此在财路财富上收益是稳步提升，正财运旺盛，而偏财难得。因此今年多花心思在工作事业上，投机性的项目应当慎重。

事
业

在今年，属马的人恰遇【贵神】如命，这颗吉神星首先是引动了命中的贵人，并且把贵气带到事业星位上，因此暗示了属马的人在今年会遇到很多贵人相助，贵人多而且旺。贵神帮身，今年事业上可以乘胜追击。特别注意把握升职和升迁之象，并且能够大有所获。不过仍旧是会有小人在背后，所谓小人难防，因此今年属马的人一定要做好自己本分之事，不给小人留机会。特别是1978年属马的人事业运是特别旺盛，应该多做大胆的尝试会有意外的回报。

健
康

属马的人在今年健康运不算太弱，但因为本身命中火旺，因此今年特别注意身体内部调理，容易内火虚旺的征兆。在饮食上少吃热性食品，油炸、火锅一类的食物尽量少吃，应该多以清淡为主。



谢正红、王 帅、郭 佳、徐兵健、
陈冀舟、陈 鑫、贾 磊、曹宇鑫、
赖 菲、汪 欢、李雨薇、吴露云、
杨 莹、杨 梅、王彦红、蒋业梅、
刘 敬、侯 志、董梦云、陈明贤、
尚 超、薛 蛟、苏明浩、殷宝成

Horse and Sheep



属羊的人2015总体运势：
虽有浮云掩月光，清风一阵天地畅

财
运

在2015今年属羊的人恰遇【天德】降临财宫，因此属羊的人在今年财路比较广，不过正财比较多，而且一整年都有稳定的财象。财路亨通，且遇到贵人在身边相助，可谓是天德福星喜洋洋，坐地生财财放光，一片大好收获之象。不过财旺之年更应理财为上，凡事有规划的花销，切忌不宜过度。

事
业

属羊的人进入今年是湿土与燥土相汇，必定遭遇挫折和不利，这一点应该特别引起从事公职的朋友们注意。今年在工作上主要因为犯小人而导致自己业绩下降，并且不大能够得到领导的重用和赏识，但因为命中自带贵人星，贵人星护身有利，如能化煞，可化解不利，对事业的影响不大。属羊的人今年在商界则容易遇到资金周转以及经营方式转变的问题，应当尽早做好准备，以防万一。

健
康

进入今年属羊的人在身体方面都不会遇到过多的问题和病灾，不过恰遇【病符】出现在健康宫。并且今年是湿土燥土一片土气，因此属羊的人在今年特别忌讳油腻厚重的食物，辛辣之味也在当中，所以今年一定要养护好脾胃方面的健康，容易有便秘以及排泄方面或者是消化不良方面的健康问题出现。