

民盈商业亮相中国购物中心国际论坛并斩获两项大奖

9月4日，“中购联中国购物中心国际论坛第十六届年会暨亚太购物中心服务提升价值峰会”在珠海国际会议中心召开。民盈商业经营管理有限公司（下称“民盈商业”）总经理林维蒂、运营管理中心总监叶德志代表民盈商业出席本次盛会。本次活动期间举行了中国购物中心行业2018年度颁奖典礼，经过激烈角逐，民盈商业现场包揽两项大奖：民盈商业首个城市地标商业综合体项目——民盈·国贸城荣获“中国购物中心城市发展推动奖”；民盈商业总经理林维蒂荣获“中国购物中心2018年度青年专业领袖奖”。此外，民盈商业还在颁奖现场被授予“中国购物中心发展委员会常务理事单位”牌匾。

中购联中国购物中心行业年度奖项评选始于2002年，至今已连续开展16届。其奖项评选覆盖全国30多个省市，并始终坚持公正、公开、公平、公益的原则，中购联每年的年度奖项赢得了业界的广泛认可，不仅树立了权威的形象和广泛的影响，更代表获奖企业在商业地产行业的实力和竞争力。因此，一举拿下三项殊荣是对民盈商业和民盈·国贸城为东莞城市经济和商业发展做出重大贡献的肯定。

本次大会作为2018年度中国购物中心领域的权威盛会，由中购联主办，以“以服务改善提升价值”为主题，聚焦“流量、内容、空间”，围绕全球购物中心、零售业变化与发展、粤港澳大湾区发展、消费者服务与体验、智慧科技、业态创新等诸多行业热点问题，进行多场主题演讲和访谈讨论，同期还举办展览展示等活动。中购联购物中心发展委员会专家、太古地产、北京乔福芳草、德国RaRe咨询公司、SM

supermalls及澳门科技大学等来自海内外商业地产和零售行业嘉宾、参会企业共约600人参与此次活动。

本次盛会将从9月4日持续到9月6日共三天时间，有超过25场购物中心领域的专业交流会和主题演讲，国际化视野全方位解读全球购物中心和零售业现状和发展趋势，为未来中国的购物中心走向提供了优质的思路指导和策略支持。

在本次活动期间的CEO早餐会上，民盈商业总经理林维蒂与坚基集团、壹方商业、皇庭商业、泰禾集团、北京数衍科技等企业负责人探讨了未来国内购物中心的发展走向和职业展望，其中民盈商业总经理林维蒂在发言中强调：当下国内的购物中心行业即将结束粗放型的发展态势进入存量时代，而存量时代就意味着所有购物中心要适应优胜劣汰的淘汰机制，未来能脱颖而出的商业项目一定都会对商业团队的服务能力和再学习能力有更高的要求。此外林总还特别强调中国购物中心行业目前比较缺乏精细化管理和标准化系统，接下来民盈商业将重点关注购物中心管理标准化，降低管理成本，提高管理效益。

民盈·国贸城——东莞商业新地标

极致生活新领地 公园式文化生活中心——民盈·国贸城，30万㎡纯商业成就东莞城市商业新地标，坐拥4300个停车位，民盈·国贸城定位为全客层、多功能、轻时尚的休闲文化购物中心，携手国内外396家品牌，15大主力店，21大集合店，创新多元业态，打造粤港澳大湾区全新的生活、时尚、美食、娱乐、文化、服务新领地，满足生活及购物多重需求。

民盈·国贸城11大亮点

- 1.“莞邑故事”主题文化街区：面积达40000㎡，以“科技引领时尚，让传承成为潮流”为主题，分为“莞邑老故事”和“东莞新篇章”两个部分。其中“莞邑老故事”展示骑楼街区、岭南名园和莞邑古村等莞邑风情；“东莞新篇章”以红街、蓝巷、紫里为主题全景展示东莞“智造”成果；
- 2.山谷：长度达160米，面积达5000㎡，结合山水形态设计，使室内与大自然浑然一体；
- 3.白兰花广场：面积达2000㎡，白兰花广场通过多维度融入市花白兰花元素，打造成东莞第九景；
- 4.13个活动场地：分布于各个楼层，声光色彩打造多元精彩，营造沉浸式购物体验氛围；
- 5.民盈美术馆：面积近900㎡，艺术展览之高地、艺术收藏之圣地，品艺术之经典，享高雅之人生；
- 6.露天剧场：面积达1000㎡，可用于户外演出活动；
- 7.情侣桥：离地50米，连接东西，全玻璃设计，东莞购物中心首例；
- 8.西式礼堂：500㎡全玻璃结构，东莞购物中心首例；
- 9.主题宴会厅和多功能展厅：面积达1万多平米，可容纳200桌席位，将成为东莞最大的宴会厅；
- 10.爱情长廊：“心”形设计缓缓而上，寓意爱情美满；
- 11.星空走廊：打造华南首席城市观星圣地，城市中心欣赏繁星璀璨。

(民盈商业供稿)



(接B1版)

程，被林总浓缩为四字心得：“用心沟通。”作为民盈商业首个商业作品，民盈·国贸城招商初期面临着许多难题：建设周期长；商业规划迟，旧的建筑空间不适合新一代消费需求；也因此导致许多品牌仍带着过去对东莞的刻板印象，认为东莞消费力差、人口结构以工人为主等来看待这个商业首秀。

对此，林总通过“用心沟通”，打动了这些品牌。“首先我们将项目的愿景传递予他们，树立他们的信心；其次是消除他们对东莞的刻板印象，让他们知道东莞正不断快速发展；而后是彼此如何联手将“不一样”呈现出来。”

在林总看来，与品牌对话，其实是让彼此从陌生到熟悉，从磨合到共识的过程。当然筛选品牌也要有目的性，“我更多是考虑如何树立城市中心商圈的标杆地位，并且有意识地做到‘错位’。”

当问及操盘如此大体量的项目有何心得体会时，林总表示，一定要以消费者思维考虑问题。说到这里，他

以两次亲身经历来举例。

“有一次我带女儿在一个商场逛街，她才四岁，稍微走一会儿就不愿意走了，总是耍大人抱。当时我就在想，我遇到的这个问题其他消费者是不是会遇到？我们应该怎么帮带孩子的消费者解决这个问题？经过我们团队的努力，接下来在民盈·国贸城大家就会看到专为小孩子准备的可爱小推车。小朋友愿意玩，大人自然也就愿意在这里停留”，大概这就是林总所强调的极致服务。

“宠物也是一样。”林总告诉赢商网，开业后，民盈·国贸城也将为宠物准备小推车，消费者可以推着宠物逛商场，同时又不会影响其他消费者。这个不限时间、不限消费的做法，将使民盈·国贸城成为华南地区首个真正意义上的宠物友好型商场。

不过，无论是超前创新的业态规划、难以匹敌的品牌组合，亦或是超出预期值的服务，在林总看来，民盈·国贸城不只是为了成为东莞城市发展进程中的一个

标杆之作，更要给市民感受到这个项目是东莞城市的骄傲。

“如果满分是100分，您会给民盈·国贸城打几分？”

“我不打分，我想等项目开业后，由消费者来打分。因为商业是永无止境的，同时消费者也是挑剔的，没有完美。我们现在要做的就是专心做好迎接开业的各项筹备工作，开业后才是真正挑战的开始。因为消费者的需求不断变化，作为运营方，我们必须持续关注和满足消费者多变的需求，不断为他们提供更好的产品与服务。所以只有消费者给的分数和评价才是最真实的。”林总这样回答。

无论如何，在和林总谈话的两个小时里，不难看出，造梦者、创新者、引领者已然构成民盈商业专属的三大独特基因，成为396个品牌抢驻民盈·国贸城的核心密码。

(原文刊载于赢商网)



品牌·质量·安全 ——《民盈大讲堂》第四课开讲啦！



(编辑部整理)8月17日下午，以“品牌·质量·安全”为主题的第四期民盈大讲堂准时开课，民盈集团董事长兼总裁钱超就品牌、质量、安全进行讲解，同时强调这三项内容关系到民盈的未来，全员须高度重视并严格按照制度和要求贯彻执行。来自集团、地产、商业、物业公司逾500名员工到场参加了本次大讲堂培训。

品牌是民盈的核心竞争力

为了让员工更好地理解品牌对于一个企业的重要性，钱董举了茅台、可口可乐、华为等企业的例子。他说，一个企业如果没有品牌就没有附加价值，品牌受客户认可越大，附加值就越大。凡是追求未来的企业，都有品牌发展战略。

民盈集团的发展战略是：“凝聚力量，铸造品牌，工匠精神，追求卓越”。集团要铸造品牌，钱董认为关键是要选择好的行业和优质项目，在集团五大业务版块



范围内，不管做什么行业，都要做到行业领先，选好的行业、优质项目作为基础，让品牌的价值附加其中。在民盈集团选定的发展行业范围之内，找项目要从地段、消费人口、投入产出等方面充分论证分析，选出的优质项目。集团要通过做好民盈·国贸中心、民盈·国贸城等优质产品和项目，提供优质的物业服务，打造“民盈”这一品牌。

钱董强调，要打造品牌，就要确立以客户为中心，要为客户提供优质的服务。营销、商业、物业等相关服务部门，要做好服务手册，服务内容对人和场景要全面覆盖。

“品牌是民盈集团的‘红旗’，每个人都应该往‘红旗’上添红色，不能抹黑。”钱董说。

质量是民盈的生命

钱董提出，产品质量关系到企业能不能生存，质量是民盈的生命，做到最好是每个民盈人的责任。



如何做好民盈的质量？钱董认为首先要专注于做好产品的质量，成功的企业在考虑未来的时候，“宏观无限大，微观无限小。”不管是集团的哪个业务板块，都要做到本地区行业前列，力争第一，在产能过剩中寻找市场。

其次，要以被查出三聚氰胺的三鹿奶粉、生产假疫苗的长生生物、一夜之间破产的三株口服液为鉴，严防质量事故和质量危机。

最后，要以质量管理先进单位为学习榜样，学习日本精细化管理和服务质量管理，提升员工的责任感和服务水平。

安全贯穿生命的始终

安全生产方面，钱董指出，安全生产关系到人的生命和财产安全，这是人人都明白的道理，也是每个人都要面临的严峻挑战，确保安全生产，做好安全生产，首先是从人抓起，抓好员工的安全生产培训；其次是要落实好消防制度、管理制度、设备设施等；第三是抓好消防管理队伍，检查到位，抓好安全责任网络建设。

钱董要求集团和各成员企业的管理者要时刻想到安全工作，这关系到身家性命，决不允许侥幸心理，也不能放过任何一个细节。安全责任网络管理要从严，要做到合理安排岗位，明晰岗位职责，狠抓细节，细节决定成败。

此外，还要有严格的检查和考察制度。各消防直接责任人要组织定期检查，主要检查人员是否到位、责任是否到位、设施设备是否完善和应用技能等。安全生产要纳入考核，做得好要表彰，做得不好也要有相应的处罚机制。

“我把安全工作作为公司和每个员工必须贯穿始终的一项工作，以保企业和每个同事的平安。”钱董说。

民盈大讲堂回顾

民盈大讲堂旨在把民盈集团打造成为一个学习型的企业，倡导民盈人多学习、多交流，借助民盈大讲堂这个平台实现集中性、系统性、针对性的交流和学习。将以集团中高层管理人员为讲师主体，不定期组织开展培训分享。

2016.11.16: 第一课“理想目标 责任纪律”
2017.04.24: 第二课“关于质量管理的分享与思考”

2017.09.12: 第三课“企业使命与社会责任、人才理念与公司未来”
2018.08.17: 第四课“品牌·质量·安全”

市委副书记、市长肖亚非率队 调研民盈·国贸中心，对项目给予高度肯定



(编辑部整理)8月25日上午，市委副书记、市长肖亚非，市委常委、常务副市长白涛，市政府秘书长吴志刚，市规划局局长黄宇东等领导到民盈·国贸中心调研项目，民盈集团董事长兼总裁钱超，执行董事、常务副总裁黎福庆，民盈商业公司总经理林维蒂接待了调研组。

肖亚非一行抵达民盈·国贸中心之后，通过听取汇报和实地走访，详细了解民盈·国贸中心项目、规划设计、目前进展以及招商等情况。

在听取了民盈集团的汇报之后，肖亚非频频点头，对民盈·国贸中心这一地标性项目的打造给予了充分的肯定：“不错，不错。”同时，也对项目寄

予厚望，希望项目在接下来的打造中能精益求精，做成商业的标杆、龙头。

民盈·国贸中心获市长好评

民盈集团执行董事、常务副总裁黎福庆向调研组详细介绍了民盈·国贸中心项目的区位优势、项目规划等。

民盈·国贸中心位居东莞CBD核心位置，东莞大道城市主轴，R1、R2线双地铁十字换乘交会中心。项目总占地面积约10万㎡，总建筑面积逾103万㎡。项目把以往分散在城市各个不同功能的建筑有机结合起来，形成相互之间的功能互补，它的功能几乎覆盖了人们日常生活的各个方面，大型SHOPPING MALL、423米超高5A甲级写字楼、高端公寓、洲际酒店、情景式体验街区等业态；旨在打造一个国际化的、同时亦能体现东莞精神的一站式工作、生活、购物、休闲、娱乐、体验平台，作为东莞新地标，城市新名片，引领东莞未来的新发展。

肖亚非在听取汇报之后，对项目的功能规划表示满意，他说：“这个项目的功能考虑得很周全。”

“公园式文化生活中心”得到肯定

打造为华南地区奢华、时尚、极具生活品味和文化艺术气息的城市商业新地标。目前，民盈·国贸城已经满租。

调研组对项目的停车位数量、项目的开放程度、交通的便利、电梯的数量以及招商的情况等都逐一做了详细的了解，民盈商业公司也都给出了让调研组满意的答案。

对民盈·国贸城“公园式文化生活中心”这一定位的提出，市长也非常认同，他希望民盈·国贸城开业之后能成为“市民没事也想来走一走的地方”。

市长对民盈·国贸中心项目提出四点希望

在详细了解了民盈·国贸中心项目之后，肖亚非对项目提出了四点希望：第一项目打造之后，在对市民开放的同时，也要做好方便市民进出的便利工作；第二要在项目上选择一些景观比较好的点打造“城市大露台”，以供市民观赏东莞的美景；第三民盈·国贸城要做成商业的龙头，目前东莞的商业还缺少标杆，民盈·国贸城要凭借自身的优势担负起这个责任；第四项目要与城市交通互动，加强交通的通达性。有需要相关部门配合的，民盈集团可提需求，相关部门要答复。

2018年9月 民盈·国贸中心项目进度简报



一、1号商业、办公楼：机电设备安装已基本完成，目前正在系统进行调试工作。幕墙、泛光等工作有序推进中。确保在12月底完成小业主的移交工作。

二、2号商业、办公楼：T2核心筒施工至59层，顶模内缩转换完成，正在进行核心筒第二个伸臂桁架铸钢件的吊装。外框钢结构施工至46层，外框钢结构与核心筒流水步距正常。T2砌体、幕墙按计划有序推进。目前T2各项技术指标符合设计及规范要求，计划执行情况良好。

三、3号商业、办公、公寓楼：T3施工至6层。

四、4号酒店楼：第三层梁板浇筑完成，幕墙、机电等预留预埋工作同步跟进中。酒店精装修样板房施工已完成，效果已初步确定。

五、5号商业楼及6号地下室：商铺装修全面展开。公共区精装、园林、车库建设等工作按计划有序推进。本期现场主要工作为土建收尾和机电调试验收等工作。

(本版进度与质量简报由工程管理部供稿，数据截至2018年9月8日。)

2018年9月 民盈·国贸中心项目质量简报

一、本月现场施工无质量事故发生，现场质量管理可控。
二、本月混凝土浇筑过程中，对严格按《混凝土质量控制专项管理办法》进行抽查，现场质量监督工作正常。
三、质量内控检测数据及照片

1.实测实量:

实测数据	实测数量(个)	合格数(个)	合格率
模板平整度	70	66	94.3%
模板截面尺寸	70	67	96%
模板拼缝宽度	100	100	100%
模板垂直度	60	58	96.7%
混凝土标高	70	66	94.3%
混凝土垂直度	80	75	93.4%
轻质隔墙垂直度	60	58	96.7%
轻质隔墙平整度	60	58	96.7%
电梯井道尺寸	30	28	93.3%
钢结构焊缝检测	370	364	98.4%

2.沉降观测:

以下沉降量和沉降速率都较小，最大累计沉降差在允许范围内，属于正常沉降。(累计值两点之间的沉降差允许值为0.002L)

观测数据	观测次数	本次最大沉降量	累计最大沉降量	最大累计沉降差	两点距离L
1号塔楼	第42次	-0.10mm	-8.65mm	0.64mm	21250mm
2号塔楼	第30次	-0.14mm	-4.84mm	0.82mm	10564mm
3号塔楼	第7次	-0.15mm	-1.02mm	-0.30mm	22730mm
5号塔楼	第25次	-0.47mm	-61.75mm	-11.09mm	34392mm
地下室	第41次	-0.89mm	-62.88mm	21.26mm	39336mm
裙楼	第16次	-0.62mm	-9.52mm	-2.57mm	46472mm

3.主要材料设备管理:

(1) 土建部分：本月钢筋不同型号累计进场约512.99吨，经监理验收合格后全部进场。

(2) 机电部分：本月累计进场T1、T5泛光照明灯具、光纤等共9个批次，弱电光纤等4批次，强电电缆、电箱、桥架等10个批次，以及其他配件进场时全部通过监理验收合格后进场。

(3) 钢结构部分：T2塔楼钢构件累计进场238支、YC-1厚型防火涂料累计进场90吨，经监理验收合格后全部进场。



(T4酒店楼4层空芯板验收)



(弱电电缆进场前验收)

民盈商业公司成立防暴队和VIP护卫队 全力为民盈·国贸城开业保驾护航



随着民盈·国贸城开业临近，民盈商业经营管理有限公司(下称“民盈商业”)团队近300人每周7天工作日，紧锣密鼓做好开业前的各项筹备工作。其中，按照民盈商业领导指示，为全力做好安全和护卫保障工作，民盈商业成立专门的防暴队和VIP护卫队共20人(防暴队8人、VIP护卫队12人)。据民盈商业工程物业中心相

关负责人介绍，防暴队和VIP护卫队的队员全部为男性，且每个队员身高不低于1.7米，防暴队的主要职责是预防和处置民盈·国贸城开业期间各种突发应急事件，VIP护卫队的主要职责是做好民盈·国贸城开业期间重要嘉宾的安保护卫工作。

为提升防暴队和VIP护卫队队员的基本素养和专业技能，民盈商业近日特意邀请南部战区海军某训练基地的专业教官对20名防暴队和VIP护卫队队员进行为期一周的封闭式强化军事集训。

据教官介绍，本次一周的集训内容主要针对队员的仪容仪表、日常礼节礼貌、时间观念、作风纪律、军姿形象等，对每名队员的指甲、头发和胡须的长度等细节要求都相当严格。“头发长度不能超过帽沿外3毫米”，一名队员复述教官的要求。

“每天7个小时的训练时间，刮风下雨也一样”“中午没有休息，每次训练中间休息时间不超过5分钟，包括去洗手间”“平时比较懒散，有事没事就玩手机出来看微信，在这里根本没空玩手机...”“以前有过当兵的梦想，这次算是体验到了，比想象的要苦，但

是精气神儿确实提起来了”.....中午11:40训练结束，队员们一个个吐露心扉，每个人都有各自的感触。民盈商业工程物业中心负责本次集训后勤工作的同事说遇到下雨天集训的话，公司食堂会特别煲一锅姜汤送到训练基地给队员们喝。“训练确实辛苦，起码要确保大家不会因为淋雨感冒”，该后勤人员说。

教官表示，本次训练就是要强化队员的吃苦意识和应变能力，力求让所有队员都达到“手脚有节奏，心中有默契”，“每个人都知道自己代表着民盈商业的形象，为接下来民盈·国贸城的顺利开业做好充分的准备，大家训练起来都非常配合，一周下来每个人都有很大变化”，教官这样说。

极致生活新领地，公园式文化生活中心，民盈·国贸城致力于打造东莞最具特色和人气休闲文化购物公园，为城市带来全新的消费体验和与众不同的生活方式。让我们共同期待东莞地标商业综合体的优雅绽放，期待民盈商业这20名队员的飒爽英姿在民盈·国贸城开业期间为东莞市民交出完美答卷。

(民盈商业供稿)

简讯 | 民盈集团荣获广东省“三旧”改造协会会员单位称号



9月18日，在省国土资源厅举行《广东省三旧改造协会揭牌颁证仪式》，标志着全国首个省级“三旧”改造协会成立，该协会是由“三旧”改造及其相关领域的企事业单位自愿发起的非营利性社会团体法人组织，其作为党和政府联系相关从业者的桥梁和纽带，是推动省“三旧”改造事业健康发

展的重要力量。截止目前，协会已发展会员328家，遍布全省21个地级市以上，主要吸收在房地产开发、金融投资、建筑设计、法律服务、规划估价咨询、审计税务等行业领域具有“三旧”改造经验和行业影响力的企事业单位。东莞市民盈集团股份有限公司荣获广东省“三旧”改造协会会员单位称号。

(开发部供稿)

【民盈·国贸中心】LEED-ND金级预认证解读



LEED认证的定义

LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) 全名为绿色能源与环境设计先锋奖，是一个评价绿色建筑的工具，用于对节能、节水、减少二氧化碳排放、提高室内生活品质建筑的评价指标体系，为在理性增长、城市化和绿色建筑方面表现出色的开发项目提供认证。宗旨是：在设计中有效地减少环境和住户的负面影响。目的是规范一个完整、准确的绿色建筑概念，防止建筑的滥绿色化。

城市是高能耗、高碳排的集中地。据统计，全球75%的资源都是被大城市所消耗，产生的温室气体排放量占全世界80%。从城市内部终端的能源使用上看，主要集中在建筑、交通及工业生产三方面，而由此产生的碳排放是由产业、居民生活和交通三个主要组成部分。中国占世界总人口数量的五分之一，据第六次人口普查统计，2010年我国城镇人口约6.7亿人，占全国人口的49.68%，预计到2025年中国将有大约10亿人口居住在城市，由于城市化进程的不断加快，庞大的人口规模和持续增长势头对中国的资源环境产生巨大的、持久的压力。



LEED评估的意义

选择购买绿色建筑，从而在企业的员工、客户和投资者面前表现出企业的关怀和社会责任。而且，绿色建筑也将为企业带来运营成本的节约、员工工作效率的提高、因病缺勤率的降低，并有助于留住优秀的员工，因为人们总是倾向于在绿色建筑中工作。总体而言，对于环保和可持续发展的投资总是一个明智而且获利的投资

方向。

对政府而言，城市推行绿色建筑，并且推出各种可以促进绿色建筑市场发展的政策工具，将可以树立其关注环境和生态的良好形象，为城市升级、形象建设、吸引人才等多方面加分。

投入方面，绿色建筑的投入相对于一般建筑而言肯定会多些，但从长远来讲绿色建筑可以节约能源，而这也可以说是节约了使用成本，同时对周围环境有益。因此，绿色建筑带来的效益和意义远远不是只用投入与产出就能衡量出来的。

LEED与绿标的区别

LEED在1998年开始制定，2003年在美国推行，世界公认目前最完善、最具影响力的绿色建筑评估体系，分布在世界上超过90个国家，2001年进入中国；除LEED-EB外，其他体系一次认证终生有效。

绿标在2010年参考LEED制定，影响范围小，仍不完善，关键指标项目的重要性未能突出；需定期复评。

LEED认证体系构成

LEED-NC: LEED for New Construction——面向新建筑的评估体系（在设计阶段及施工阶段的指导与认证）

LEED-CS: LEED for Core & Shell——核壳结构与内装分离

LEED-CI: LEED for Commercial Interior——针对商业内部装修

LEED-EB: LEED for Existing Building——强调建筑运营管理评估（将建筑运营效率最大化，并减小对环境的影响和破坏）

LEED-H: LEED for Home——住宅评估

LEED-ND: LEED for Neighborhood Development——社区规划与发展评估

LEED-ND

LEED-ND, 体系全称: Leadership in Energy and Environmental Design for Neighborhood Development (社区综合发展的能源与环境设计先导认证体系)，是由美国绿色建筑委员会、美国新城市主义协会及美国自然资源保护委员会三大团体共同开发并联合推出的面向社区层面规划设计的可持续发展评估

体系，是具有国际权威性的第三方认证。作为LEED家族所有品牌中层次最高的认证系统，其目的是规范一个完整的、准确的生态社区的概念，具备精明 (smart)、健康 (healthy)、绿色 (green) 的特点，推动社区生态集成技术的发展，为建造生态社区提供一条可实施的技术路线，提出了实现综合性社区发展模式的具体措施。



LEED-ND体系分为4个级别：认证级、银级、金级、铂金级，以反映建筑的绿色水平。

- 评估指标：
1、精明选址与社区连通性；
2、社区规划与设计；
3、绿色基础设施；
4、创新设计；
5、区域优先。

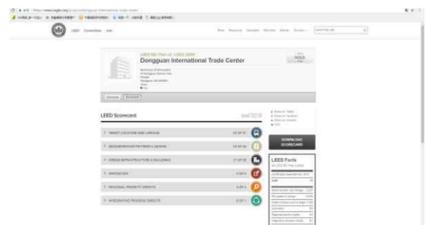
评分：
总得分是110分，分四个认证等级：百分比得分40-50为认证级；50-60银级；60-80金级；80以上铂金级。

全国LEED-ND金级认证项目：

在北上广深四大超级一线城市中，除广州暂无LEED-ND金级认证项目，其他三个城市及东莞预认证项目如下：

Table with 3 columns: 位置, 项目名称, LEED-ND评分. Lists projects in Dongguan, Shanghai, Shenzhen, and Beijing.

据LEED官网数据统计，在四大超级一线城市及东莞的对比中，【民盈·国贸中心】LEED-ND金级认证评分最高，项目优质系数最优！



作为评分领先北上广深四大超一线城市LEED-ND金级认证建筑群的生态社区超级综合体，民盈·国贸中心承载着东莞厚重深远的历史文化及社会责任。正值东莞转型升级阶段，民盈·国贸中心作为城市新名片、新地标，从设计阶段就开始从绿色、健康、发展、可持续性等多方面综合考虑，并长怀匠心雕琢这艘建筑航母，旨在领航东莞城市升级，代言新时代背景下新形象、新责任、新成就的东莞！

数据来源：https://new.usgbc.org/leed. 参考文献：《开彦、王涌彬》《绿色住区模式--中美绿色建筑评估标准比较研究》；《吕京庆、叶青、赵强》《美国LEED-ND社区规划与发展评价体系研究》；《叶祖达、低碳经济》《城市规划如何应对气候变化》；《中国城市科学研究院.中国低碳城市研究发展》。

(市场营销部供稿)

为何引来396个品牌抢驻？听操盘手详述民盈·国贸城的三大基因特质



内地首家周大福礼店，目前仅在香港开设一家华南首家屈臣氏Gnext店，屈臣氏第八代升级门店

8000㎡超大规模的永辉超市+超级物种 连跨两层级的星巴克高端臻选店 带着新零售基因的汽车体验店蔚来NIO EMPOPIO ARMANI SEVEN, Tommy Hifiger.....

短短半年时间，一支商业新兵完成了396个品牌的招商，其中包括了15家主力店、21家集合店、70个首进东莞的品牌，同时也包括上述提到的这些——原本仅青睐一线城市核心商业中心的品牌。

这个成绩并不是发生在北上广深的购物中心里，而是在刚于2017年提名“新一线城市”的东莞。

虽说坐拥城市中地段，但民盈·国贸城凭什么吸引这些“大牌”？它又如何靠细节打动消费者？甚至尚未开业便已成全城热议的话题。

接下来，我们将走进民盈·国贸城操盘手东莞市民盈商业经营管理有限公司总经理林维蒂的内心世界，探寻这座地标商业体背后的基因特质。

01/基因：造梦者“我们是‘造梦者’，瞄准东莞商业前景”

记者刚走进民盈商业办公区就已感受到开业前的忙碌和压力，门口的开业倒计时提醒赫然可见，办公室人流络绎不绝，俨然迎接另一种形式的“高考”。刚参加完集团指挥部会议的林总看到记者进来就即刻进入采访状态，“大概只能给到两个小时采访时间，4:00他还有另一个协调会”，助理在旁边提醒记者。

“民盈商业的伙伴们是一群造梦者，因为我们认定了东莞的商业前景”，透过林总办公桌前的落地窗可以清晰看到民盈·国贸城的整个龟背形穹顶。在林总眼中，民盈·国贸城正在用一般人不敢想象的大体量、大业态、大格局搅动东莞一成不变的商业格局。

从接手民盈·国贸城项目开始，林总就已在心里立下flag，“民盈·国贸城要成为东莞商业标杆，一座能够代表东莞经济实力并提升城市形象的商业巨作，一个让东莞市民都想来逛的休闲娱乐首选地。”

相较东莞其他项目，民盈·国贸城无论定位、建筑形态、业态品牌组合都是前所未有的。但这样的“高度”和“冒险”是否匹配东莞实际的消费需求？面对消费者外溢，喜欢到香港、深圳和广州消费，又如何解决？

“绝对不用担心东莞人的消费实力。”仿佛这个问题已在林总脑海中已思考过无数次，记者话音刚落，他便给出一个斩钉截铁的回答。

据林总分析，从消费数据看，东莞市民似乎喜欢到外地消费，实际并不尽然。按照当下的消费趋势，大家购物并不喜欢舍近求远，而造成消费力外溢的根本原因，主要还是城市商业发展与当下消费需求和消费水平不匹配。“目前东莞很多商场还停留在传统阶段，缺少

适合新一代消费者的购物环境。”

的确，摊开东莞的城市发展版图，可以看到一条从“世界工厂”到“智造之都”的转型路径，在近几年城市升级转型浪潮的裹挟下，东莞迎来翻天覆地的变化，无论经济或人口结构。比如过去东莞人口结构以产业工人为主，如今逐步被中产阶层人群取代，且仍不断加速更迭。

用林总的话说就是：东莞人口结构从过去贫富两极分化的“哑铃状”，发展为中产阶层增长显著的“花瓶状”。中产阶层崛起成为消费主力军，其呈现的消费特征是，他们比以往更加追求个性化和高性价比；他们重视商场的整体体验性和参与感；同时也在意产品与服务额外的“附加值”。

但纵观东莞当下的商业环境，其发展步伐远远落后于消费力的提升速度；购物中心大多在5万㎡以下，这一比例高达48%，甚至在已开业的项目中，商圈都相对分散，10万㎡以上的商场非常稀缺。

总的来说，一成不变的东莞商业，难以满足消费者从物质到精神的多元需求。青黄不接的市场环境，林总一直想做出“不一样”的商业作品，为东莞商业升级带来新样本。在这个思路牵引下，再加上集团领导的全力支持，民盈·国贸城的规划版图也日渐清晰。

“一直以来，民盈·国贸城对标的对象并不是东莞项目，而是北上广深的标杆。其他都不说，只看从我们民盈·国贸城负二楼直通地铁，这已是东莞目前绝无仅有的独家。因此国贸城的整体定位，摆脱了‘盒子’式购物中心的传统套路，希望打造一个休闲购物公园，归结起来是民盈·国贸城要成为“极致生活新领地，公园式文化生活中心。”

02/基因：创新者“业态是用来‘烘托’空间，而非填满空间”

从想法萌芽到即将开业，上述的描绘也在一个个创意空间中在具象中日益清晰可见。

赢商网注意到，在民盈·国贸城30万㎡的纯商业空间里，有大量面积综合规划了主题街区、山谷、露天剧场、美术馆、西式礼堂、爱情长廊和星空走廊等创意业态和景观场景，深入多角度融合了山、水、自然、文化和艺术等元素。

如今来看，民盈·国贸城确实已不再是单一的商场或购物中心，它更像是公园、文化中心、艺术空间与商业的叠加。基于这一定位，民盈·国贸城将业态与公园式的景观环境进行结合，用业态“烘托”空间，而不是传统“用业态填满空间”的做法。

这不仅仅是商业模式创新，其本质是思维模式的转变。也就是说民盈·国贸城跳出了东莞过去为招商而招商的传统模式，更多是立足于消费者的需求而策划。因为林总深知，只有植入本土文化，才能引起当地消费者

的情感共鸣。

至于如何结合业态营造沉浸式商业文化空间？如何在商业中巧妙融入本土文化？林总分享了民盈·国贸城里的两个核心案例。

·“莞邑故事”主题文化街区

作为民盈商业在东莞的首个作品，民盈·国贸城特意打造一处浓缩了东莞千年文化精髓的主题文化街区——莞邑故事。在4万㎡的室内街区中，规划出“莞邑老故事”和“东莞新篇章”两大主题空间。

其中，莞邑老故事将展示骑楼街区、岭南名园和莞邑古村等莞邑风情，在一砖一瓦间重现东莞历史旧时光；而东莞新篇章，则以红街、蓝巷、紫里为主题，全景展示东莞“智造”成果。林总说希望通过塑造这两大空间，实现“让传承成为潮流，以科技引领时尚”的初心目标。

·婚庆主题：主题宴会厅+情侣桥+西式礼堂+爱情长廊...

林总告诉赢商网，目前民盈·国贸城建有1万多㎡东莞最大的婚庆中心宴会厅，同时围绕这一业态主题，打造出购物中心首座全玻璃设计的情侣桥、500㎡全玻璃结构的西式礼堂、“心”形设计的爱情长廊.....民盈·国贸城力求通过空间与业态的巧妙搭配，营造符合年轻客群需求的景观氛围。

当然，民盈·国贸城的创新并不止步于此，它甚至做到了一步一景。比如：

- 结合山水形态设计的山谷，让人浑然不觉室内与大自然的界线；
·1000㎡露天剧场将用于户外演出，或音乐或街舞，为市民带来休闲新体验；
·还有星空走廊，打造华南首席城市观星首选地；
·近900㎡的民盈美术馆，品艺术之经典，享高雅之人生；

·散落于各个楼层的13个活动场地，通过声光色彩等元素，营造沉浸式购物体验氛围；
·面积达2000㎡的白兰花广场，通过多维度融入东莞“市花”白兰花的元素，打造成东莞第九景.....

言及这一系列规划的背后逻辑，林总表示，如今人们的消费需求已从物质层面过渡到精神层面，单一的商业形态已不能满足人们的生活需求，“现在的人追求更深层次的体验感和参与感，尤其是年轻人更加个性、喜欢展示自我”。因此，商业与文化体验类结合已是经济发展的必然趋势，唯有以文化体验类为灵魂打造商业项目，才难以被复制。

03/基因：引领者“我不打分，要等消费者打分”

空间与业态的巧妙布局，民盈·国贸城在品牌组合上同样给足了诚意。

赢商网了解到，仅仅短短半年时间内，民盈·国贸城已全部完成招商，共引进396个国内外品牌，其中包括15家主力店、21家集合店和多个首次进入东莞、内地的品牌，林总表示民盈商业想以此打造东莞乃至华南地区的生活、时尚、娱乐、商务、运动、美食新领地。

- 内地首家：周大福礼店
·华南首家：屈臣氏Gnext店、星巴克高端臻选店等；

·华南旗舰店：永辉超市、觅书店、CGV星聚汇影院

·东莞首家：蔚来NIO、EMPOPIO ARMANI SEVEN、Nike beacon店、必胜客Bistro店、adidas mega店

·本土特色：11大东莞非遗品牌

其中，像蔚来NIO等原本仅青睐一线城市核心商业中心的品牌，为何选择经济相对“落后”的东莞？民盈·国贸城如何吸引这些“大牌”？期间复杂的谈判过

战台风, 保安全

——“山竹”面前, “民盈人”群策群力奋战一线守卫项目安全

(编辑部整理) 9月14日, 东莞市气象局发布暴雨黄色预警信号, 受“山竹”影响, 台风带来的强风、强降雨和风暴潮严重影响我市, 我市最大风力达到13级, 最大降雨量达300毫米, 最强风雨影响时段在16日白天, 累计雨量有大暴雨(100-200毫米)、局部特大暴雨(250毫米以上)。为有效预防并保障项目安全, 民盈商业、民盈物业共同组织成立专项指挥巡查组, 全面落实防汛防台应急预案和分工责任, 共同率队奔赴一线督导台风防御工作, 群策力、排隐患、重保障、保安全。

9月16日至17日中午, 民盈商业应急抢险小组联合民盈物业全体值守人员采取“一小时一报告”的应急反馈机制, 有效抵御了东莞史上最强大台风, 确保了项目和人员安全。民盈人在“山竹”面前众志成城, 用凝聚力和战斗力守护了项目安全, 充分展现了民盈人的应急反应和团结协作能力。



民盈物业精心打造“四高”礼宾团队提供优质服务

民盈物业公司致力于向客户提供“最高档次、最有特色、最具创新力”的物业服务。为了迎接今年年底民盈·国贸中心的写字楼交付以及新营销中心启用, 在近一个月时间里, 公司招募了一批高颜值、高素质、高学历、高个子的客服礼宾员。其中女性平均身高170cm, 男性平均身高185cm, 全员均为大学学历。这么一票“高人”正是民盈物业公司打造高端物业服务的信心来源。

12周集中训练

物业礼宾团队将来专职服务于民盈·国贸中心写字楼大堂以及营销案场, 为客户提供高标准接待、指引、咨询以及形象展示服务。为此, 我们为礼宾团队量身定制了为期12周的岗前集中培训。培训内容包括礼仪训练、物业基础知识、服务接待流程、水吧茶点饮品制作等专业知识, 此外还要进行军训、职业规划、心理学、法律法规、急救、消防、外语等方面的学习和实训。要求每一位员工都要通过高强度的培训以及严苛的考核后才会被安排正式上岗。

高端项目参观交流

在常规的培训之外, 物业公司多次组织礼宾团队到市内外先进案场参观交流学习案场服务及管理经验, 到市外高端项目考察学习了解后期物业管理服务内容。

7月, 礼宾团队一行参观了东莞嘉宏振兴中心、UCC寰宇汇金中心营销中心。嘉宏振兴中心、UCC寰宇汇金中心均为东莞新兴的高端超高层项目, 案场物业服务均为国际物业服务TOP五大行之一世邦魏理仕(CBRE)提供。世邦魏理仕也是国贸中心项目的物业顾问单位。

8月3日, 礼宾团队赴深圳高端城市综合体——京基100、京基滨河时代进行参观交流。礼宾团队一路认真看、认真听、认真思考。在实地参观后, 纷纷与两个项目的礼宾、客服等相关负责人进行交流, 对项目的整体物业服务、运营、礼宾、客服等问题进行了详细和深入的学习。

参观学习总结分享

8月6日上午, 就8月3日深圳高端城市综合体物业服务项目参观考察之行, 礼宾团队召开了分享交流会, 共同分享交流和参观体会。

分享交流会上, 礼宾团队成员逐一分享考察之行的考察心得进行了分享。他们用心观察、体会、思考, 对考察项目的服务时间、服务方式、服务内容、服务方法、服务形象、服务品质、服务质量等方面都提出了自己或相同或不同的感受。

(民盈物业供稿)



“大手牵小手·共盈幸福家” 集团人资行政中心组织开展2018年中秋亲子活动

为切实做好员工关怀, 搭建员工的幸福平台, 营造民盈家文化, 真正落地企业文化理念, 且适逢中秋佳节即将来临, 9月15日, 民盈集团在南峰中心2楼组织举办了一场以“大手牵小手共盈幸福家”为主题的中秋亲子活动, 近百名员工及家属热情参与, 现场欢声笑语, 一片欢乐融洽。

为了让活动能够顺利举办, 工作人员加班加点地进行场地布置, 务求以最完美的效果迎接每一位参与的民盈家人们。

活动当天, 色彩缤纷的气球、精美可口的点心食品、各式各样的卡通人偶早已等候民盈家人们的到来。整个活动相应地设计了各种丰富多彩的游戏和游戏, 小丑教导小朋友们吹气球, 大伙儿玩了“萝卜蹲”游戏, 最惊喜的还是要数孩子们庆生的环节, 现场一同唱起了生日歌曲, 切蛋糕。

在点心老师的指导下, 员工陪伴着小孩动起手来DIY冰皮月饼, 有趣极了。而在自由畅玩环节里, 有的玩着益智有趣的玩具, 有的闯关集印章、兑奖品, 每个小孩子脸上都充满幸福与快乐。这些

游戏中既展现了孩子的活力, 也体现了亲子合作, 为大人和小朋友都打造了一个快乐的氛围。

活动尾声, 大家都享用了精心准备的午餐, 小孩子更是玩得尽兴、吃得开心, 也得到了精美的礼品, 满载而归。整个活动中, 每一位民盈家人的笑脸都诠释了“幸福”的定义, 与此同时, 这次的中秋亲子活动也得到了公司员工的一致好评, 大家都在意犹未尽中结束了这次亲子活动。相信, 在“幸福家”的文化氛围下民盈人会更加齐心协力, 共创辉煌。

(集团人资行政中心供稿)



你工作的样子, 真美

——奋战在开业前线的民盈商业人(二)

“极致生活新领地, 公园式文化生活中心”, 民盈·国贸城以鲜明的主题特色和体验式商业为项目定位, 旨在引领东莞新的生活方式与消费潮流, 打造东莞全新的商业文化模式, 促进城市商业升级, 成为东莞最具特色和人气休闲文化购物公园。作为东莞地标商业体, 30万㎡超大大

体量和超全业态的民盈·国贸城随着临近开业而愈加备受东莞社会各界的瞩目。在这段经历筹备开业的光辉岁月里, 我们将为大家讲述民盈商业人的故事, 力求倾听每一个人的声音。接下来就让小编带你一起走近这群可爱又可敬的小伙伴们。很多人他们日复一日的坚持着自己的岗位即使平

凡他们依旧愿意默默付出。在这里有一群人每天为民盈·国贸城的顺利开业而努力, 今天我们将再次为大家讲述民盈商业人的故事, 力求倾听每一个人的声音。接下来就让小编带你一起走近他们的身边, 去感受他们对工作、对生活的态度, 去分享他们的那份精彩。

● 人资行政部李连珠: 作为一名HR工作者, 是我光荣的使命



李连珠是人资行政部的一名员工。来到民盈商业后, 她的工作主要是负责对公司的空缺岗位进行有效的人才招聘, 和对新员工的入职培训。

民盈·国贸城作为东莞地标商业体, 拥有30万㎡超大大体量和超全业态, 同时民盈商业也在不断的发展壮大, 这与一个高素质、专业化、紧密团结、高效运作的HR团队是密不可分的。“在这个团队中我们每个人承担了不同的责任, 由于我们的相互配合才得以实现我们的共同目标——在保证工作质量的前提下完成人力资源规划、招聘与配置、培训与开发、绩效管理、薪酬福利管理、劳动关系管理六大模块”李

连珠说道。

连珠有一个特别的喜好, 她喜欢在家养小龙虾、养树, 比如番石榴树、红豆杉等。她说: 在家里造一个植物园是很多人梦寐以求的事情。想象一下能被植物包围, 呼吸着“第一手的新鲜空气”, 简直幸福感爆棚!

“铃铃铃……铃铃铃……”电话铃声响起, 采访中的李连珠又投入到工作中。工作和生活就是这样, 平淡而充实。作为民盈商业人, 李连珠在工作中一步一个脚印, 踏踏实实履行工作职责, 用心做好自己的工作。

● 财务部杨婉薇: 开开心心工作最重要



艾默生说过: “专注、热爱、全心贯注于你所期望的事物上, 必有收获。”严谨、细致、真诚, 在她的工作中表现得淋漓尽致, 她就是财务部的员工——杨婉薇, 她主要负责公司的费用流程报销、报表分析、税务以及预算等工作内容, 用她自己的话说: “日常工作很繁杂, 工作流程要求的特别严谨, 这就使得我时刻保持头脑清醒, 不能出现任何差错。”

“每到月初月末压力就特别大, 每天都忙得焦头烂额。”杨婉薇回忆道。她时常自励, 实实在在的做好每件事, 努力做到更好, “把平凡的事情做好就是

不平凡, 把简单的事情做好就是不简单”。

杨婉薇还是一个特别喜爱小动物的女生, 每每说到自己家的狗狗, 她的脸上就洋溢着笑容, 还说以后一定要开一家宠物店。和杨婉薇有过接触的人, 都能深深的感受她的阳光开朗, 她的微笑好像可以温暖所有人。

只有热爱, 才会进步。在工作和生活中不断充实和完善自我。也因为有很多像她这样的民盈商业人, 一直在自己的岗位上默默坚守, 默默的付出, 民盈商业才会更加美好!

● 信息部林龙: 不断学习, 努力提高自己的专业技能



黑色短发, 小眼睛, 瘦削的面庞, 一副黑框眼镜尽显精干的样子。初见林龙, 他给小编的印象是典型工科男的形象。提起当初大学专业的选择, 林龙爽朗一笑: “就是个人喜好。我喜欢计算机, 从此就入坑啦!”

2017年11月, 他来到民盈集团, 同年12月加入民盈商业, 他的主要工作是负责商业公司OA系统、商场广播系统、考勤门禁系统、电话系统、商业微信公众号的建设和日常故障的处理等, 当小编问及他的工作范围时, 他认真的说着他所涉及的各种程序, 娓娓道来。他说他自己是一个特别内向的人, 不敢和太多人说话, 但

小编不以为然, 反倒能看得出来他对自己工作的那份执着

与热爱。

信息部只有三个人, 他笑着说: “工作任务往往非常多, 而且质量要求也高, 加班更是家常便饭, 时常都会忘记今天是星期几。”在同事眼里, 林龙是一个踏实肯干、靠谱放心、认真负责的人。公司上上下下二百多名员工只要电脑出了问题, 他们就会第一时间想到林龙, 同事们解释道: 因为关于计算机的任何问题, 他都搞定。

对于林龙来说, 民盈商业给了他成长的机会, 也是他实现自我价值的地方。为了下一个目标, 他还将不断前行。

● 市场推广部梁骏威: 做有价值的工作, 做有价值的人



市场推广部的梁骏威, 是个地地道道的东莞本地人, 虽然加入民盈商业才短短3个月的时间, 可梁骏威已经习惯了每天加班审图, 时不时的还会穿上工地鞋、安全帽、对讲机、口罩下到各个楼层去过商户的装修情况。梁骏威的工作职责主要负责商场“一店一色”设计效果管控, 商店铺装修图纸、店面形象设计、整体商业形象的审核, 给商户提供修改意见。

梁骏威是一个很容易满足的人, 也是个尽职尽责的铲屎官, 他的手机相册里面也全是自己这些年养的猫。当小编问他觉得最幸福的事情是什么? 他说: 现在自己负责的“一店一色”是公司的重要项目之一, 为了能在开业当天给大家呈现出完美的商铺形象, 所以每天都会严格约束自己, 提醒自己不要松懈, 在业余时间能够宅在家中撸猫、看一些自己喜欢看一些科

技类的、足球类的、美食类等新闻资讯便是我最快乐的事。

在民盈商业里, 还有许多像梁骏威一样的员工。面对繁杂的事务, 面对各种工作要求, 他们怀着对工作的热情和激情, 没有任何怨言, 只有尽职与尽责。他们始终用行动证明着一切, 用自己的责任感打动他人。

“极致生活新领地, 公园式文化生活中心”, 民盈·国贸城以鲜明的主题特色和体验式商业为项目定位, 旨在引领东莞新的生活方式与消费潮流, 打造东莞全新的商业文化模式, 促进城市商业升级, 成为东莞最具特色和人气休闲文化购物公园。让我们共同期待民盈·国贸城的精彩绽放!

(民盈商业供稿)