

汾酒再出征 加速复兴路

大国之酿，汾酒出征，势将改革进行到底。12月4日，在2020中国企业家博鳌论坛上，汾酒党委书记、董事长李秋喜再次强调坚持改革的重要性。面对新发展格局，青花汾30复兴版率先出征，从北京到成都、深圳，从北方到西南再到华南，山西汾酒携手渠道新伙伴，进一步将改革纵深推进。在李秋喜看来，“汾酒速度”的爆发力正在向持久的动能转变，三年改革成果，共同构成山西汾酒实现复兴的坚实基础。作为汾酒布局高端重要一环的青花汾30复兴版，无疑肩负着特有的“复兴使命”。

征战五城

“强起来，是每一个中国企业的责任和使命。”2020中国企业家博鳌论坛上，李秋喜解读国内新发展格局时提出“咬定青山，凤凰涅槃”，短短八个字道出汾酒态度的同时，引出山西汾酒改革发展新格局。

自10月25日起，山西汾酒接连与华致酒行、永辉超市、华润Ole'、泰山名饮以及重庆鲁威酒类销售公司等经销商进行签约。从北京、成都、深圳、山东到重庆，从名酒连锁到精品超市，山西汾酒用一个月左右的时间，纵跨全国占领重点区域市场，以青花汾30复兴版为引领，提速全国化市场建设。

随着白酒行业“三香鼎立”格局进一步深化，山西汾酒深入推进改革，进一步放大市场、品牌、品类、营销优势，实现全国化扩张的同时，明确“全面复兴”的使命。

推进改革

细究山西汾酒变强“法宝”，除了高品质产品，还有坚持到底的改革之路。据悉，为了提升管理水平，山西汾酒连续三年进行改革。2017-2019年，山西汾酒以“军令状承诺、契约化管理、综合化指标、系统化授权、制度化约束、市场化激励”六项措施，迈出改革第一步；随后，山西汾酒在处理好改革、发展与稳定关系的基础上，跑出“汾酒速度”，实现市场层面不断扩张，并在文化建设和产业布局等层面也取得新突破。



在完成三年改革的基础上，山西汾酒以青花汾30复兴版打响全面复兴第一枪，再次跑出新速度，踏上改革新征程。根据李秋喜的规划，第一步要直道冲刺，聚焦汾酒和竹叶青大健康产业，深化体制机制改革，缩小与行业领军企业的差距；第二步弯道超车，通过质量、规模、效益、科技复合发展，全面提升汾酒的发展质量；第三步换道奔跑，以智慧汾酒实现从追赶并跑，持续领跑行业发展。

复兴汾酒

对于三年改革的成绩，李秋喜并不满足。他强调：“三年改革仅仅是打基础，只能说明汾酒找到了路，走对了路”。面对国内国际构建的新格局，山西汾酒要跟着国家一起强起来，必须以国内大循环为主体，以国内国际双循环相互促进，以世界标准理念，不断提升汾酒竞争优势。

随着白酒行业不断分化，进击的汾酒也经受了疫情的考验。2020年前三季度，山西汾酒实现逆势增长，营业收入增幅、股价跻身白酒上市公司前三，净利润增幅位居行业第一。回归“汾老大”价值的同时，山西汾酒全面踏上复兴征程。李秋喜表示，实施中国酒魂复兴时代“活态文化”战略，明确“中国酒魂、活态为魂”的战略定位，活化、活用汾酒历史文化，不断丰富汾酒、竹叶青酒历史文化内涵，提高汾酒、竹叶青酒品牌在国内外市场的活跃度。同时，实现汾酒作为“第一历史文化名酒”的奋斗目标，实现汾酒经济效益显著、管理水平先进、人才队伍优秀、社会形象良好、拥有核心竞争力的现代企业目标，引领中国白酒高质量发展。

打造潮流新地标 清河万象汇升级突围商圈

2020年，突如其来的疫情让线下实体店备受冲击。在疫情大环境下，北京清河五彩城项目加速升级改造，借助项目更名、品牌调整、融合科技等方式，在短时间内快速恢复人气。历经400多天的调整升级，项目西区于12月18日重装开业，同时，北京清河五彩城也正式更名为北京清河万象汇，以全新姿态回到消费者身边。

据悉，清河万象汇对项目内、外部进行整体调整升级，重点打造新产品、新业态及新模式，做强首店经济及首发经济。调整后的西区聚合多种业态的重点优势品牌，一层聚集潮流牌潮玩及网红品牌，包括时下火热的Evisu、The Colorist等潮牌，LEGO、POP MART等潮玩品牌，星巴克甄选店、奈雪的茶、多乐之日、茶聚场等网红轻食品牌；二层以年轻运动时尚品牌为主，其中亮点品牌包括北京首店Acupuncture以及贯穿两层的大型门店Adidas Mega和Nike Beacon等，同时，该区域还打造了一条具有老北京特色的美食街区“万象食集”，包括深受消费者喜爱的吉姆大师傅、京天红、玩儿串串等；三层是与原西区品牌沃尔玛联手定制的4000平米精品超市，给人以全新的消费体验。

除了新品牌亮相外，西区开业当天，还将有多款限量产品及清河万象汇与品牌方合作的定制款产品首次发售，如LEGO将发布每个城市仅发一次、数量仅有1000个的乐高开业限定纪念砖，并揭幕由乐高专业认证拼砌大师蒋晟晖专门为项目打造的“镇店之宝”。POP MART也将在北京地区限量发售LABUBU孙悟空系列手办100件，预计开业当天将引发粉丝彻夜排队



北京清河万象汇全新西区主中庭设计效果图

抢购。品牌作为商场品质保障的基础，清河万象汇一直致力于与品牌共同合作，在探索消费者喜好和优化消费体验氛围上不断推陈出新，为其提供良好的购物体验感和场内新鲜感。

此外，项目运营团队还对北京区域进行深度调研，并据此进行因地制宜的调整。西区改造的同时，东区的品牌也进行了升级。团队在优化配饰业态的基础上，积极引入高化轻奢品牌。据悉，2020年底一些高化品牌已经开始陆续签约，部分品牌已经启动设计工作，预计将于2021年陆续亮相。其中，今年9月，清河万象汇引入美妆集合店丝芙兰，开业当天突破了其全国单店开业日最高销售纪录。

想要在众多商业项目中出彩，仅靠品牌调整还不够，升级空间体验也是重要发力点。据了解，清河万象汇与享誉国际的著名设计公司Lead8携手，对西区空间及动线进行规划设计，对东区硬件、软装等配套设施进行全面升级。

团队对项目整体进行升级改造，在一定程度上响应了北京“一店一策”的号召，展现出清河万象汇想要打造“人的第三生活空间”体验式社交场所的决心。其中，夜经济发展成为清河万象汇的另一大抓手，团队在项目东区打造了24小时主题区，现已成为海淀“夜京城”生活圈之一。

清河万象汇作为上地中关村，乃至海淀区内重要的大型商业综合体，不仅为周边消费者带来多元化的服务和体验，也带动了整个区域的商业发展，目前已吸引了不少商企进驻该区域。清河万象汇也将通过不断进行品牌升级、业态升级与硬件软装升级，加大活动的多元化及会员的精准营销，焕发项目新一轮又一轮的崭新生命力。据了解，北京清河万象汇当前的辐射客群拓展至周边10公里，重点辐射范围人口已超过300万。未来，清河万象汇将在巩固原目标客群家庭客群的基础上，不断吸引年轻客群，从而持续巩固增强其在北京商业中的影响力。

“北京第二国门商圈”概念大热 大兴西红门发展可期

伴随着三轮“城南行动计划”的深入，北京南部地区发展按下“快进键”。近年来热度渐起的西红门商圈，因为拥有机场的资源聚集优势和宜家家居的商圈辐射，以及“北京第二国门商圈”的概念加持，已然成为大兴区域内最有潜力的“应许之地”。而对标有“郊区逆袭代表”之称的望京，有着相似发展轨迹的西红门，当前更是被外界视为“下一个望京”。作为日渐崛起的西红门商圈内的代表项目，新城控股在京首个独立操盘项目——新城·熙红印，当下正以“城市战略级人居作品”的姿态进入越来越多置业者的视野。



政策利好接连落地 城南发展提速

北京城南地区被界定为首都“一核两翼”的腹地，是京津冀协同发展的重要战略门户。从区域位置来看，城南地区地处北京通州城市副中心和雄安新区之间，包括丰台区、房山区、大兴区和北京经济技术开发区。依据《行动计划》，城南地区将被打造为“首都功能梯度转移的承接区、高质量发展的试验区、和谐宜居的示范区”，是首都发展的新高地。

来自市发改委方面的数据显示，第三轮城南行动计划推动实施项目193项，三年完成投资超3000亿元。过去三年，南部地区实现地区生产总值年均增长8%，高出全市1.5个百分点。一般公共预算收入增速7.8%，高出全市4.4个百分点，城南地区造血功能进一步增强。另外，全市加大了对南

部地区的资源要素投入。据透露，南部地区土地供应占全市比重从“十二五”时期的34%提高到“十三五”时期的42%。

大兴的崛起，可以说正是得益于宏观的区域发展方向，大兴在近郊区所占的区位优势以及政策利好的导向带动。在业内看来，被城南发展囊括在内的大兴区，伴随着“城南行动计划”的不断深入，区域发展水平还将更上一个台阶。

更有市场观点认为，假若首都机场临空经济区的规划和影响，成就了今天的望京，那么在新一轮的向南发展、新机场建设以及京津冀一体化下，大兴显然已经站在了更高的发展起点。

机场优势叠加商圈辐射 西红门板块崛起

政策的导向让大兴成为热点区域，西红门的地理位置也使得该板块在城南发展

中占据优势。地处大兴北部的西红门，北与丰台区接壤，南临大兴黄村卫星城，是北京的南大门，也是大兴的北大门。

从发展角度来看，西红门板块属于北京近年南部发展的重点区域——大兴新城，目前正在重点推进区域轨道交通与大兴国际机场的统筹协调发展，未来将与在建的南苑森林湿地公园（占地1.6万亩，被誉为北京的“南奥森”）结合建成北京最密集的绿色生态带，规划建设中的新媒体产业基地、西红门商务区。

当前，西红门已经形成足以比肩城市中心商圈的商圈。回溯过往发展，西红门板块的走热，源于商圈的发展，而这得益于该板块拥有北京“唯一”的宜家店。

据悉，位于西红门的宜家荟聚中心是宜家家居的“升级版”，其包含了宜家家居和荟聚购物中心两部分。自2014年宜家荟聚中心落地西红门之后，截至目前，西红门商圈已经汇聚了荟聚购物中心（宜家家

居）、鸿坤广场、乐家购物为代表的三大购物中心，伴随着未来北京最大沃尔玛山姆会员店的加入，西红门商圈的价值更将显著提升。

此外更值得一提的是，在大兴区政府的规划中，作为位于南四环、地铁上盖、总体量远超百万方的新兴商圈，大兴西红门成为最有希望承接“新国门商圈”的板块。与之对应的是，外界也对该板块寄予厚望。

一方面，北京大兴国际机场到北京主城区的路线上，西红门商圈更靠近新机场与主城区的联结位置；另一方面，北京大兴国际机场从辐射力和影响力更甚首都机场。据悉，T3交付后，北京首都国际机场航站楼年旅客吞吐量9000多万人次，而北京大兴国际机场规划到2040年，旅客吞吐量将达到1亿人次。

在业内看来，北京首都国际机场的资源聚集优势和宜家家居的商圈辐射，对于望京板块的发展均起到了关键性的作用；与之同理，拥享北京大兴国际机场以及“升级版”宜家，西红门板块的未来潜力将更加不可限量。

各方利好持续兑现 区域高端居住氛围形成

在政策利好以及商圈带动之外，区位和交通也是决定城市板块崛起的重要因素。以西红门板块为例，自2009年“城南行动计划”颁布以来，尤其在2010年12月底地铁4号线开通后，西红门可谓步入了“发展的快车道”。

在交通方面，西红门板块内有双地铁联动，即4号线地铁与19号线地铁线南段西红门东站（规划中），这直接助推西红门商圈的辐射能级；此外，四环路、五环路、京开高速、京良路、南西路、新机场高速，构成了四通八达的交通网，优越的路网，使西红门

成为北京城南的重要交通枢纽。

可以说，经过三轮城南计划，鼎立南城核心发展腹地，现阶段的西红门板块凭借得天独厚的区域位置以及不断落地的利好规划，区域价值日渐凸显。现实情况也显示，随着西红门商圈的醇熟，从购物、到出行、到教育等各方利好持续兑现，西红门商圈的居住价值已经越来越得到市场认可。过去十年间，多个别墅类、豪宅类项目落户西红门，区域内已经形成了良好的高端居住氛围。

有市场分析指出，拿地价格代表开发商对于地块价值的预估和认可，而销售限价代表政府对一个区域房产价值的预估和认可。这在当下的西红门板块可以得到充分验证。据悉，作为日渐崛起的西红门商圈内的代表项目，新城·熙红印是大兴首个限价均价突破6万的地块；与此同时，新城·熙红印较比同在内五环内的旧宫项目，不管是在楼面价还是限价上，均上了一个“新台阶”。

现阶段，西红门商圈可谓是京城范围内人气最旺的商圈之一。商圈配套日臻成熟之下，西红门商圈内的新城·熙红印项目也逐渐成为购房者五环内置业的首选。作为新城控股在京首个独立操盘项目，新城·熙红印于今年4月拿地，10月示范区便实景开放，经过短短20天的蓄客，首次开盘即收获15亿元的佳绩。

而更值得外界期待的是，西红门板块的更多发展红利以及利好，还将在接下来逐步兑现。《北京市商业服务业设施空间布局规划（2018-2035年）》中指出，北京市重点打造西红门区域，西红门与CBD、石景山、回龙观、城市副中心5个区域并列成为北京区域级商业中心。除商业外，西红门还将引入众多文化产业——新媒体产业基地、兴创国际中心、星光影视城，成为城南文化新地标，并推动区域走向国际化。