

伴你温暖迎新年

发现地:2020 赢商网大会

描绘美好的商业未来

2020年，突如其来的新冠病毒疫情席卷全球，不仅影响到宏观经济的增长，也干扰了各经济领域的生产经营活动，尤其对国内商业地产及零售行业产生巨大的阻力。但成就商业本身就是一种冒险，“危”中求“机”方能彰显行业的魅力。

近日，由赢商网主办的“Together（一起）——2020 赢商网大会”举行。一场老友记闭门会、四场主题演讲、两场高端对话、一场平行论坛、一场颁奖晚宴，汇聚一众行业大咖及业内人士，共商新机制，同赴新赛道，谋划新消费。见证商业人一起，共生共荣。

共赴新赛道

广东赢商网数据服务股份有

发现地:上海环球港凯悦

2020年度星榜榜单发布

2020年是各行各业充满困难和挑战的一年，众多行业顽强求生，在不断谋变中，涌现出来前所未有的新技术、新模式、新手段。政府的文旅部门更是大力扶持，成为变革的坚实后盾。近日举办的2020年度星榜颁奖典礼吸引了数百名来自国内外旅游局、航空公司、邮轮等行业代表的参与，他们共同见证了第4届星榜榜单的发布，共计有23类,171个奖项授予个企事业单位或个人。

据了解，今年星榜总计171个奖项中涵盖了包括旅游局、文创等在内的旅游全产业链。今年恰逢《旅游天地》创刊40周年。星榜作为国内最老牌的旅游杂志的专业评奖榜单，凭借40年来行业口碑和数年来不断提升的评选标准，其影响力和公信力已经被行业普遍认可，为中国旅业的发展增添了绚烂的一笔。

发现地:绝对® 伏特加

发布 sacai 联名套装

一直以来，绝对® 伏特加采取富有创意的沟通方式，鼓励年轻人不受框界束缚，与品牌一起拥抱更多的可能性。随着今年全球品牌代言人蔡依林的加入，绝对® 伏特加也继续倡导鼓励创意、热爱艺术、支持平等的精神。

近日，绝对® 伏特加旗下集创造和创意一体的空间 ABSOLUT.® LAB 携手日本著名设计师品牌 sacai 展开跨界合作，以倡导重复利用和环保的生活方式为主题，共同发布了包含可重复利用的喷嘴硅胶套、绝对® 伏特加原味产品和联名款T恤的限量套装。

此款联名限量套装已正式登



限公司董事长吴传鲲的致辞拉开了“Together（一起）——2020 赢商网大会”下午主论坛的序幕。在以“于变局中开新局”为主题的演讲中，万科集团合伙人、印力集团董事长兼总裁丁力业表示，未来，应该从平台化、智能化、生态化推进商业模式的持续进化，构筑行业和企业真正的护城河。爱琴海集团董事长张华容介绍了爱琴海集团正在以Play方式推动商业进化，将商业空间打造成社交空间。随着消费升级，线下实体商业对场景搭建和设计的需求和要求更高了，街景梦工厂创始人李文君认为，凭借移动商业方式低成本、变化灵活等优势，用移动商业方式搭建新的商业场景，可释放超维商业价值。



“化危为机”成年度关键词

今年，颁奖典礼上聚焦点自然落在了旅游行业抵御疫情，谋求后疫情时代新发展和新出路的话题上。参加典礼的嘉宾不约而同地坦言“化危为机”成为了典礼上的关键词，云技术的大量应用，创新营销的普遍实施，国内旅游资源再度深入挖掘，线上、线下更紧密地结合，文旅进一步地深度融合等创新实践使行业在巨大危机之下仍保有强韧的生命力和前所未有的发展潜力。

陆“绝对夜计划”微信小程序和ABSOLUT.® LAB,在线上线下两大渠道以抽奖和抢购的方式与消费者见面。

倡导环保的生活方式

绝对® 伏特加和sacai的联名设计充分诠释了品牌的想象和创造力，携手消费者共同拥抱趣味、潮流的多元态度，并通过此次合作积极履行社会责任和可持续发展承诺。

联名套装中的喷嘴可以在酒水饮用完后与酒瓶进行重组，打破原有一次性使用概念，鼓励消费者对酒瓶进行重复利用。双方也为此次联名特别设计了包装纸袋，贯彻了保乐力加集团拒绝使用一次性塑料制品的理念，倡导优先使用可降解、循环使用的环保包装。其中的联名款T恤在设计中结合了绝对® 伏特加和sacai经典的LOGO元素，象征着双方创意与灵感的碰撞和融会，引发了潮流圈的热烈关注。

发现地:百联临港生活中心

临港地区的休闲新去处

作为百联集团在浦东临港的首个商业项目,近日全新开业的百联临港生活中心前期进行了缜密的调研规划,以“轻质生活,品质体验”的经营定位,精心为临港地区的居民及大学生打造全新购物体验的新一代社区型购物中心,为不同需求的群体提供多元化的生活空间,开启了临港新片区“一核、四轴、多组团”的商业布局,成为临港商业发展的主力军。

满足吃喝玩乐 新型购物互动体验

据悉,百联临港生活中心共分为上中下三层,集购物、亲子教育、社区配套、餐饮于一体的综合商业生活中心,商业业态规划:超市、餐饮、亲子教育、时尚服饰品牌等运营管理。

12月25日正式入驻开业45家商户,开业率接近96%,同时百联临港生活中心品牌首店达12家、临港首店品牌达24家、全国

发现地:niko and…THE LAB 概念店

关注生活美学下的时尚消费

ADASTRIA旗下生活方式編集品牌niko and…自2019年在上海淮海中路的全球最大旗舰店开业以来,销量与人气持续攀升,缔造了罕见的排队现象,迅速成为日本生活方式的代表性品牌。通过品牌的衣、食、住、游等九大关键词向顾客提供多样的商品及体验,完整再现了品牌的世界观。近日,niko and…在中国大陆的首家概念店niko and…THE LAB正式入驻上海南京西路吴江路四季坊,定位生活美学集合店。

值得一提的是,niko and…THE LAB概念店新增了丰富的生活美妆产品线.niko and…将会帮你一站式网罗日常生活、职业通勤、周末约会、朋友晚宴、聚会等多种场合所需用品,不管你是美妆达

发现地:华硕

ROGM12E 主板勇夺 CES 2021 创新奖

近日，国际知名的CES 2021产品创新大奖公布了获奖名单，华硕多款产品以卓越技术和出众实力，斩获16项创新大奖，包括将在CES展会期间揭晓的8款新品。其中，ROG玩家国度旗舰——ROG MAXIMUS XII EXTREME主板，以超群实力从众多参赛作品中脱颖而出，一举夺得CES 2021产品创新大奖，彰显华硕主板深厚的研发能力和无与伦比的创新能力。

专为资深玩家打造

ROGM12E主板作为ROG玩家国度信仰之作，专为极限性能发烧友和骨灰级游戏玩家打造，表现全面，无懈可击。其配备16个英飞凌TDA21490供电模组，为处理器带来充沛能量，助力玩家撕



品牌首店1家，汇聚了百联集团旗下百联股份、联华股份、三联股份、第一医药等企业，入驻了华为、Tim Hortons、周大福、阿迪达斯、Nike、斯凯奇、VERO MODA、ONLY、顺风大酒店、左庭右院、避风塘等知名品牌，并推出更贴近生活的品牌组合，让消费者全方位享受吃喝玩乐新型购物互动体验。

百联临港还建立了多个线上互动社群,打造个性化的兴趣圈层交流平台,与消费者进行更直接和深入地交流与互动,让购物中心成为百联临港一家人的情感羁绊和邻里共享的乐活之地。

人还是新手小白,都能在这里找到一番天地。

重磅联名惊喜上线

除了日用产品系列,niko and…THE LAB生活文化概念店的首次重磅跨界联名更是必不可少,这次niko and…携手一向在音乐、运动等领域活跃的吴建豪和兼具艺术特质和潮流气息品牌xVessel进行了一次实验性的新鲜合作，推出了emotion peace（情绪平和）系列，把niko and…不同趣味的生活方式和xVESSELpeace by piece的品牌宣言，以emotion（情绪）为切合点，有机融合，进入当代时装的语境，启动摩登服饰风格模式。



裂超频极限。还搭载全方位散热方案,散热效果出色。提高内存兼容性和超频空间，频率可达DDR4 4800MHz+（超频）。ROGM12E搭载了华硕独家三大AI智能优化技术,为玩家提供了高效的解决方案。支持AURA SYNC神光同步，板载第二代可编程ARGB灯带接针,可与其他设备一起进行灯效联动,玩家可打造浑然一体的整机灯效。

发现地:比斯特上海

奕欧来更名比斯特

“在过去超过25年的时间里,比斯特购物村系列不断致力于为宾客提供惊喜愉悦的购物体验。为了让中国的两家购物村更好地呼应全球品牌,我们做出了变更中文名称的策略决定。”唯泰集团中国首席执行官Mark Israel表示。

近日,唯泰集团宣布,旗下比斯特购物村系列的两名中国成员:上海奕欧来奥特莱斯和苏州奕欧来奥特莱斯正式更改其中文名称为比斯特上海和比斯特苏州。唯泰集团将继续运营并管理比斯特上海与比斯特苏州。

对中国市场的持续拓展

比斯特上海及比斯特苏州是比斯特购物村系列全球版图的重要组成。此次启用的全新中文名称更充分体现了集团在打造奢华购物体验方面的历史传承及专业经验。自从25年前,比斯特购物村系列旗下第一家购物村在英国牛津郡建立以来,比斯特购物村系列始终致力于为品味卓越的奢侈品消费者提供无与伦比的购物体验。全新启用的中文名称也进一步强调了两大中国购物村与比斯特购物村系列及其旗下位于欧洲的9家购物村之间的联系。

发现地:半岛酒店

高端少儿产品 全新升级亮相

“现在是终身学习的年代，让孩子从小养成主动学习、爱上学习的习惯变得非常重要，这需要家长、学校、机构的共同努力。而真正优质的教育机构是非常稀缺的，我们做父母的，要在条件允许的情况下，尽可能帮助孩子找到并选择好的培训机构。”精锐少儿品牌首席家长代表蔡国庆在精锐教育高端少儿新品发布会上说道。

作为活动重磅的环节,精锐教育高端少儿品牌发布旗下“至慧高端少儿思维PMP课程”和“小小地球高端少儿MBA英语”新品。张熙介绍,至慧高端少儿思维专注少儿思维12年,通过培养7大学习习惯，让孩子从小爱思考、爱数学;小小地球高端少儿MBA英语由哈佛学者联合研发，沉浸式英语母语外教，同步提升孩子自信、思辨、创新、合作、沟通的5C能力，助力成就未来小小CEO。

满足中高端家庭育儿需求

据了解,精锐高端少儿新品升级不仅深刻切中高端家庭的育儿需求,填补高端家庭少儿教育市场的空白,而且展现了精锐高端少儿教育理念和教学体系接轨国际的实力。“强国精英,乳虎啸谷”，期待至慧高端少儿思维与小小地球高端少儿MBA英语为中国少儿教育与人才事业做出更大的贡献。