

泉舜集团有限公司主办
2016年1月18日 总第167期
编辑：周兴毅 陈福寿
www.quanshugroup.cn

泉舜之声

白少川

泉舜愿景：泉源舜势，筑业百年
泉舜使命：泉心立业，润物天下
泉舜价值观：专业、创新、责任、协作
泉舜精神：会拼敢赢

第 1 版

“聚缘·聚心·聚爱”

泉舜助力慈善拍卖新年音乐会圆满落幕



本刊讯 1月3日下午，一场名为“聚缘·聚心·聚爱”的慈善拍卖新年音乐会在金都·海尚国际举行。本次活动由厦门总商会、厦门

光彩事业促进会、民建厦门市委和泉舜集团等知名单位共同发起举办。

当天下午，该活动通过文艺演出、拍卖、爱心捐助，31件“善

品”经过激烈的竞拍，共筹得善款141.15万元。本次拍卖公开、透明，所有善款将全部通过光彩事业促进会捐赠给意向单位或个人。而本次慈善拍卖所得善款将于1月中旬举行捐赠善款仪式，善款将投入到同安青少年帆船培训会，资助相对贫困的品学兼优的孩子投身帆船运动，以及低保贫困家庭等对象。

泉舜集团在自身发展的同时，一直感恩社会，致力支持公益慈善事业，集团董事长吴泉水更是身体力行，发起筹建厦门市光彩事业促进会，并荣任常务副会长，依托此平台和泉舜慈善基金，为慈善公益事业的发展提供了源源不断的动力和支持。

泉舜购物掀起跨年狂欢



本刊讯（洛阳商业 周君君）再见2015！你好2016！

2015年12月31日晚，2016年1月1日晚，泉舜购物东厅，泉粉们齐聚一堂，尽情欢笑，尽情尖叫，现场气氛热到爆！

跨年狂欢派对，带你狂欢带你飞

2015年最后一天，泉舜购物和FM936开启“跨年狂欢派对”。当晚，尹攀、芊芊、一凡、魏蒙、卡卡等大家喜欢的DJ悉数到场，并秀出自己的拿手才艺。南街乐队、简单乐队、21克乐队逐一亮相，呈现了一场精彩绝伦的视听盛宴。派对还有肚皮舞、中国鼓、魔术等精彩节目，加上贯穿全场的抽奖互动，让每一位泉粉收获多多！最后，大家相互击掌拥抱表达对2016年的祝福！

新年名嘴大咖秀，约会洛阳大明星

2016年第一天，FM1021将电台直播间直接搬到了泉舜购物的舞台，上演了一场不同寻常的“直播秀”。平日神秘的明星主播常帅、冰昕、星豆、张东等现场直播起自己的当家节目。主播们个个“人来疯”，妙语连珠外加插科打诨，逗翻了围观朋友。而小小主播们也是毫不示弱，有模有样地耍起嘴皮子。活动现场还有演出和互动，大家过了一个幸福力十足的新年！

2016年，泉舜购物将继续为大家提供一个有吃、有玩、有购、有惊喜、有温暖的全民生活游乐场，把幸福和快乐带给每一位泉粉！

附：泉舜购物中心建筑品鉴：

近期，泉舜购物中心作为LLA（世界顶级建筑师事务所）代表作在其网站予以推介，充分说明了泉舜购物中心的国际化水准。如其所言：泉舜购物中心的设计精细且透出一种宁静，在喷泉中反射出的其纯净、自然的建筑形态与城市完美的交织在一起。购物中心虽体量规整，但却高度通透且有很强的渗透性，建筑周边多处设有入口，从而加强了与这座宏大购物中心从视觉和物理上的联系。巨大的架空屋面结构成为了整个基地的中心，阳光经过屋顶天窗的过滤倾泻而下散落在下方的零售空间。一系列体量较大并拥有遮阳措施的天窗嵌入局部的屋顶，更好的定义了购物中心这个大体量中的公共聚集空间。

两天送书十万册 泉舜再次霸占头条



本刊讯（洛阳置业 巢豫）2015年12月18日、19日，泉舜财富中心举办“知识改变命运，泉舜改变生活”十万册图书赠送全城公益活动。在短短两天的活动中，十万册图书全部送出，获得洛阳市民的一致好评！

为了延续上月初千万重金悬赏新闻事件中，泉舜品牌在市场中的热度，也为了在距年底短短几天时间内再次引发一轮销售高潮，泉舜策划部仔细研读各方政策，并搜集各城市营销案例，最终确定以文化营销为方向，一来作为十三朝古都，洛阳书香氛围浓厚；二来2015年政府工作报告中提出：倡导全民阅读，建设书香社会，并号召“万众创新”，发展需要创新，创新需要知识，知识就是财富！因此在此时，泉舜以“为了响应国家全民阅读号召，呼吁年轻人通过多读书获得更多财富”为原由，发起大型

公益赠书行动向全城免费赠送万册图书，也必能迅速引发全城关注！

活动思路一经确定泉舜策划部昼夜并用，着手联系各大媒体，制定新闻发布计划，并在最短时间内确定新闻发布内容。并几经周折请来草根明星录制视频、广播为本次活动造势，更是精心购置政治类、经济类、哲学类、科研类、教育类、文学类、艺术类、期刊类等各类图书。还在活动前夕通宵不眠，于泉舜购物东厅摆放出巨型“泉舜”字样！

本次活动信息一经公布，就迅速在朋友圈引起轰动，此次赠书活动开展后，一张带有“泉舜”字样的巨型书海报，不仅连续几天成为朋友圈热点话题头条，更是迅速登鼎洛阳日报、洛阳晚报、洛阳商报、东方今报、大河报、洛阳网、爱洛阳网、同城会、新浪、搜狐、网易、腾讯门户网等洛阳本地强势媒体，一时间抢尽风头，全民皆知！

图书刚一展出，便不断有人到现场咨询，向工作人员确定活动开始的时间及领取方式，以便能用最快的方式领到自己心爱的图书，赠书活动还未开始，现场前来领书的朋友就自发排起了长队，活动开始

后，大家井然有序的扫码领书，数小时长队未散，现场景象异常壮观！

现场活动展架上的文字也别具一格，比如“怀才就像怀孕，时间久了就会被发现”，“与有钱人聊文化，与有文化者谈钱”，还有“如果有文化是一种错，我愿意一错再错”之类有趣的语句引发围观者拍照！不少领取到图书的朋友说之前总是觉得泉舜高不可攀，今天才发现泉舜也很容易接近。并称赞泉舜是有责任的开发商，还向工作人员建议以后可多做这样的活动！是的，在这之前，他们并未真正的了解泉舜，可现在，他们不仅了解认可了泉舜，更表示以后会持续关注泉舜，会继续支持、参与泉舜的各类活动！

继千万现金悬赏销售牛人的物质财富吸引之后，这一次十万册图书的精神财富吸引让泉舜更是声名大噪！当大部分开发商还停留在用“文化概念”当噱头的时候，泉舜已经身体力行地玩起了“文化营销”。没有一种营销和销售无关，但正是这种独辟蹊径的营销手法，打破了无广告不营销的常规，让泉舜再次引发了全城的关注，可谓是把营销玩出了境界、玩出了典范！

2015集团大事记

CHRONICLE OF EVENTS

2月

- 2月，吴董率团赴日韩进行商业考察
- 2月，吴董在福建省政协十一届三次会上提议：借助“自贸”，发展养老产业
- 2月，泉舜慈善基金展开2015年新春慰问同安区特困户活动



3月

- 3月，集团再获中国地产百强殊荣
- 3月，洛阳泉舜商业荣获洛平安商场及洛龙区先进企业称号
- 3月，2015“泉舜之春”春节联欢晚会温馨上演
- 3月，集团召开2015年工作会议



4月

- 4月，泉舜中央休闲购物公园荣膺国家AAA级旅游景区
- 4月，泉舜厦门地产荣获福建省“2014年度纳税百强”称号
- 4月，集团工会再获工会工作先进集体
- 4月，泉舜·锦江上城获评“2015漳州值得期待新盘”
- 4月，泉舜漳州地产荣获“龙海市2014年度经济建设贡献奖”称号
- 4月，泉舜纸塑容器荣获三星级“职工之家”荣誉称号



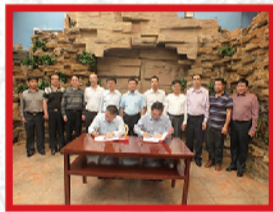
5月

- 5月，2014年度郑州市施工总承包先进企业泉舜工程榜上有名
- 5月，泉舜工程获得河南省守合同重信用企业
- 5月，泉舜·锦江上城劲销1.2亿
- 5月，2015厦门“泉舜杯”乒乓球赛圆满举办



6月

- 6月，集团50万捐资厦门理工学院
- 6月，泉舜工程荣获AAA信用等级证书
- 6月，“泉舜”再获福建省企业知名字号
- 6月，厦门市光彩会考察团赴北京等地考察，吴董随行



7月

- 7月，集团荣获湖里区纳税大户称号
- 7月，泉舜厦门地产连获“纳税特大户”荣誉牌匾和纳税信用A级荣誉证书

8月

- 8月，泉舜工程承建项目荣获2015年度河南省建设工程“中州杯”奖
- 8月，集团与平安信托签订百亿战略合作

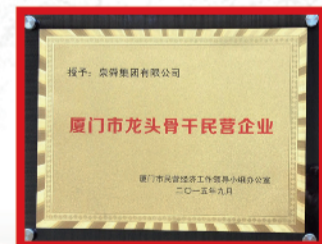


9月

- 9月，泉舜购物中心荣获“洛龙区文明经营市场”称号
- 9月，吴董出席厦门市政协常委会，为厦门民办高职教育代言

10月

- 10月，吴董出席2015中国（厦门）商人节并义捐
- 10月，泉舜·锦江上城再创传奇！开盘热销176套
- 10月，集团获厦门龙头骨干民企殊荣



11月

- 11月，泉舜流控参与主办的双向硬密封产品研讨会成功落幕
- 11月，泉舜纸塑容器一技术创新产品入围市总工会扶持项目并获扶持资金

12月

- 12月，泉舜豪生国际五星级酒店荣耀封顶



集美侨英街道海凤社区试点“垃圾干湿分离智慧生态循环系统”

本刊讯（转自1月5日《海峡导报》）城市在发展，城中的垃圾也在增多。如何在垃圾处理费上掐好钱袋子，城市管理者一直在寻求最佳答案。

不过，当这厨余垃圾与“互联网+”擦出火花时，厨余垃圾也就成了“宝贝”。昨日，导报记者获悉，集美侨英街道海凤社区泉水湾小区探索通过“互联网+共同缔造”的模式，让厨余垃圾变废为宝。

在泉水湾小区，仅用“三招”就能从厨余垃圾中“掘金”。在该小区，厨余垃圾有了“身份证”，而且臭味也消失，还能被分解成有机肥。

日前，这个变废为宝的金点子，还被央视以《管理者：转变思路破解老问题》为题进行了报道。



处理厨余垃圾 用上“互联网+”

集美侨英街道海凤社区试点“垃圾干湿分离智慧生态循环系统”

法宝1：贴二维码 垃圾有了“身份证”

叶阿婆，家住泉水湾小区。当了大半辈子的家庭主妇，叶阿婆第一次知道，垃圾也能有“身份证”。

叶阿婆眼中的“身份证”，其实是一个二维码。昨日，她清理了一袋厨余垃圾，撕下一张二维码贴在垃圾袋上。随后，她把贴有二维码的垃圾袋放在小区“湿垃圾桶”处。

当天，小区的清洁工将一袋袋垃圾收集到凤林清洁楼。在清洁楼，清洁工拿出手机，只要对着二维码扫一扫，就知道哪袋垃圾是哪家的。

扫完二维码，垃圾就会进行称重。所称重量，一公斤对应一个积分，积分会自动添加到住户的账号上。

叶阿婆说，截至2015年12月底，她已经积了45分。“积够50分，我就可以去居委会兑换一桶花生油。”叶阿婆乐呵呵地说。

贴二维码，积分兑换奖品，这是泉水湾小区厨余垃圾“掘金”的第一步。其实很简单，用户只要以户为单位，下载一个配套的手机APP，凭有效证件到社区居委会激活自己的账户，就可以领到一些二维码标签、垃圾投放卡和厨余堆肥桶、垃圾袋。

用户使用的APP与居委会“垃圾分类管理系统”终端连接。用户用厨余垃圾兑换多少积分，都会在终端进行统计。

用户累积的积分，可以兑换花生油、大米、纸巾、洗衣液等实用的生活用品。目前，该小区已经有1200多户住户加入到这个终端。

法宝2：干湿分离 发酵后的垃圾不会臭

用积分兑换奖品，泉水湾业主的积极性被调动，主动收集厨余垃圾去兑换奖品的越来越多。不过，每户业主每周一、三、五、日可将厨余垃圾定点投放到小区的“湿垃圾桶”，由清洁工统一集中处理。

那么，垃圾隔天才去投放，这垃圾会不会在家里发臭？在使用了一个月的垃圾干湿分离后，叶阿婆有了发言权：“垃圾一点都不会臭，就算放上一个礼拜也不臭。”

不会发臭的玄机，就在于这厨余垃圾堆肥桶。这个垃圾堆肥桶，由居委会免费分发给住户。垃圾桶里面有个过滤网。侨英街道工作人员张森户说，通过这个过滤网，厨余垃圾的泔水等就会被过滤掉，剩下一些干的厨余垃圾。

为了防止干垃圾变臭，户主会在干垃圾中撒点EM菌活性发酵菌糠。通过发酵，就可防止垃圾变质发臭。据介绍，EM菌活性发酵菌糠，可以自制，低廉实用。

叶阿婆说，以前，厨余垃圾没有干湿分离，业主随意堆放垃圾，造成泔水横流，恶臭扑鼻。自从使用干湿分离并除臭之后，小区非常干净整洁。

法宝3：生成有机肥 可以再循环利用

在前两步基础上，实现了业主对厨余垃圾主动归集，并且垃圾也除臭。那么，第三步就要实现对厨余垃圾的回收再利用。

海凤社区负责人林少玲说，得知泉水湾小区的垃圾实现了干湿分离，立即就有环保公司找上门来，主动要求来回收“干垃圾”。

目前，在泉水湾小区外的凤林清洁楼内，这些“干垃圾”经过分解代谢，变成了有机肥。“经过妥善处理和加工，厨余垃圾转化为新的资源，这样一来，真正的‘垃圾’所剩无几。”林少玲说。

厨余垃圾生成有机肥之后，也有部分被返拨回社区，用于小区绿化。此外，在泉水湾小区，还有一片中草药园，也是利用这些有机肥进行施肥。

“我们种植了薄荷、枸杞、九层塔、鱼腥草、芦荟、柠檬等20多种平常生活中常见的中草药植物，用有机肥施肥，无污染，业主有需求，可以免费摘取中草药。”

据统计，目前生活垃圾中约70%为厨余垃圾，约20%为可回收垃圾，不可利用的垃圾只占10%左右。泉水湾小区“三招”就解决了大多数的生活垃圾。

记者观察：环保理念深入人心 “集美模式”值得推广

在垃圾处理上，以往是以治理和约束为主的模式。集美变约束模式为奖励模式，还引入“互联网+”的管理模式，真正激发了居民参与的主动性和积极性，这是集美区用共同缔造的理念创新社会管理的成功模式。

集美区副区长林声群说，目前，集美区已着手制定相关政策，不断健全垃圾分类回收制度与监督机制，即将把“互联网+垃圾分类处理”智能信息管理系统在全区铺开，为美丽厦门建设增光添彩。

除此之外，侨英街道还与集美建设局、教育局共同编写了《环保与生活——垃圾分类教育读本》，从孩子入手，小手牵大手，推进社区家庭垃圾分类工作。

据统计，集美区常住和流动人口约有80万人，每天产生的生活垃圾超过500吨，而厦门每天的生活垃圾有3000吨左右，每吨生活垃圾目前的处理成本要400元。

试想，如果集美区“互联网+共同缔造”的模式能得到全面推广并实施，业主主动收集厨余垃圾、厨余垃圾可循环利用，而且每吨的处理成本也下降到300元以下，那么，城市垃圾处理费将大大缩减。

眼下，随着城市发展，每个城市都面临大量的厨余垃圾。泉水湾小区的厨余垃圾处理模式简单，处理成本又低，这种模式值得进一步复制推广。

揭秘：“互联网+共同缔造”整合资源填补厦门空白

据悉，泉水湾小区由于地处城乡结合部，业主刚入住时，脏乱差现象还比较严重。导报记者获悉，从2015年11月29日正式在泉水湾小区试点“垃圾干湿分离智慧生态循环系统”以来，小区变得干净整洁。

那么，这个金点子是如何想出来的？集美区副区长林声群说，集美区把推动生活垃圾分类处理与循环利用工作作为实施人文集美发展战略，加快建设美丽厦门示范区，提升城市生态文明建设水平的重要举措。

为了创新垃圾回收，侨英街道甚至在街道搞了一块“试验田”。导报记者看到，在侨英街道楼顶，种植了不少蔬菜。“在泉水湾小区试点垃圾干湿分离之前，我们就用街道食堂做实验，把食堂的厨余垃圾干湿分离，并制作成有机肥，用于浇灌这些蔬菜。”

“目前，侨英街道的食堂都不用花钱买蔬菜，可以自给自足。”林声群说。

在街道“试验田”成功之后，侨英街道建立了实践QQ群、微信群，工作之余，大家经常交流分享厨余堆肥处理制作成有机肥料的经验 and 成果，还攻克了EM菌量产技术，实现了EM菌液态的自主制作，解决垃圾除臭问题。

此后，为了在海凤社区试点“垃圾干湿分离”，街道还组织业主去参观餐厨垃圾生化处理站等，得到业主认同。

为了让垃圾处理插上互联网的翅膀，集美区与华侨大学共同研发了“互联网+垃圾分类处理”智能信息管理系统，实现社区用户垃圾投放内循环和社区垃圾处理外循环的全程监管。

通过互联网的力量，泉水湾小区的居民、垃圾管理员（清洁工）、清洁楼里的垃圾处理机、小区业委会、社区居委会等垃圾分类处理各个环节的对象都被整合到一个平台上，基本形成分类投放、分类收集、分类运输、分类处置与循环利用的设施体系。

这个项目还被列入今年第十三届中国·海峡项目成果交易会签约项目，处于国内先进水平，填补了厦门市空白。



泉舜购物中心2.0时代：一站式休闲体验中心

打造更震撼的消费体验

本刊讯（转自12月17日《洛阳日报》）在这里，他们把顾客的时间珍视为奢侈品；

在这里，他们把一座商场变成了全民生活游乐场；

在这里，他们于一座永不落幕的时尚舞台上长袖善舞；

从无到有，一个新的“泉舜购物中心”即将呈现在人们面前。

2015，泉舜购物中心高端的路线、丰富的创意给人留下了深刻的印象。

2016，泉舜购物中心将继续走来，高贵而不昂贵。

“因为我觉得，顾客的时间，是件奢侈品。我希望他们在这里停留的每一分钟，都能有非常好的体验。”泉舜集团投资运营部常务副总经理、泉舜商业有限公司总经理王威说。



一. 2015“变形记”：一个专为洛阳定制的购物中心诞生



泉舜购物中心自开业以来，留在市民心中的一直是“高端、奢侈”的品牌形象。而在2015年，市民们悄然发现，泉舜购物中心慢慢变得更加大众化、亲民化、体验化。而这些正是泉舜购物中心不断“转型”的结果，泉舜购物中心正在努力实现真正意义的“一站式社区型购物体验”，更好满足洛阳消费者的购物需求。

品牌形象的改变来源于发展思路的调整。2015年初，在“创新+升级”发展思路的指导下，通过创意活动、品牌升级、完善体验，泉舜购物中心的品牌定位和品牌形象日渐清晰，一路吐故纳新，稳步前进。

2015年，传统商业模式受电商冲击较大，出现客流减少、销售额降低的态势。受此影响，购物中心行业整体增速放缓。加之行业内部业态定位不清、竞争加剧、品牌同质化严重等问题凸显，各购物中心纷纷进入内部调整期。泉舜购物中心在综合分析国内经济形势和行业发展前景的情况下，在纵深观察洛阳商业市场环境和众多竞友的前提下，提出了“创新+升级”的发展思路。

“创新+升级”的最终目的是挖掘消费者痛点，满足消费者的终端需求，让人们获得在家里、网上及智能手机中所无法得到、体验到的东西，吸引人们走出家门，走进商场。基于此，泉舜购物中心从以下三方面着手调整发展方向：

品牌方面，泉舜购物中心不断引进时尚品牌，聚合形成快时尚集群效应，深受年轻消费者的青睐；

营销方面，创意致胜，泉舜购物中心遵循“大节大过，小节小过，无节造节”、“月月有主题，周周有活动”、“永远比别人快一步”的企划原则，组织举办了一系列极具人气和良好社会影响力的活动。市民在每次活动中获得不同的体验感和新鲜感，与购物中心建立起牢固的粘性关系；

消费体验方面，不断完善，泉舜

购物中心不仅可以满足消费者一站式购物体验，还可以满足消费者的社交、休闲娱乐等需求。

二. 泉舜购物中心2.0时代：准备好尖叫

2016年，面对政府政策的调整，市场环境、消费群体和消费意识、消费需求的变化，泉舜购物中心顺应市场趋势，调整定位，将进一步升级格局，丰富业态，完善消费体验，走向更加大众、时尚、年轻化的亲民路线。

通过打造“快时尚”、“大健康”、“儿童”三大核心概念，泉舜购物中心的品牌形象将更加鲜明突出。未来的泉舜购物中心，将兼备“洛阳时尚潮流聚集地”和“一站式休闲中心”既尖端又完整的服务功能，将被打造为品质化的社区体验式购物中心。

让消费者感受到空间环境的体验，商品功能的体验，休闲娱乐的体验，平台社交的体验，身份价值的体验，运动健康的体验等等，实现体验消费的无限多、无限好，并无限贴近消费者的需求。

2.1 洛阳最大快时尚集群：花最少的钱，买最时尚的产品

近年来，快时尚风靡全球。在洛阳，泉舜购物中心引进的以哈根达斯、星巴克、H&M、UR、MJSTYLE为代表的快时尚品牌也深受消费者青睐。

那么，什么是快时尚？快时尚起源于上世纪中叶的欧洲，最初只是对时装秀里的设计进行快速模仿，但演化至今，“快时尚”已成为时尚潮流的大众化代言。快时尚品牌通常把奢华多变的时尚、品质与大众平价结合在一起，像麦当劳贩卖汉堡那样贩卖“时装、美食”，让消费者“花最少的钱，买最时尚的产品”。

正是基于此种形态和自身特点的综合考量，泉舜购物中心誓要将快时尚在洛阳进行最极致的绽放。经过多轮洽谈和遴选，2016年，将有8家以上国际快时尚品牌集聚泉舜购物中心，形成国际快时尚集群效应。届时，泉舜购物中心的快时尚品牌，无论在面积上还是体量上，都将成为洛阳市乃至河南省无可争议的No.1，消费者一步踏进泉舜购物中心，即可享

受到一场快时尚饕餮盛宴。

2.2 运动+医疗：做你的私人健康管家

近年来，追求健康、养生正在成为一股潮流，健康消费也在持续增长。

2015年，泉舜购物中心借势足球热潮，联合洛阳市体育局和洛阳日报报业集团举办了“2015洛阳首届五人制足球大赛”，并斥重金在顶楼花园打造了洛阳唯一一座空中足球场，掀起一场全民足球风暴，也迈出了“大健康”概念的第一步。

在未来，不仅空中足球场在面积和数量上大幅扩增，还将打造空中羽毛球场、空中篮球场等更加多样化的运动健身项目。泉舜集团·开元湖音乐喷泉旁，绿树荫下、万花丛中，消费者们将会在泉舜购物中心顶楼花园运动中心体验到前所未有的运动乐趣。此外，五人制足球大赛将作为常规赛事长期举办，热爱足球的市民们也有了可以过把瘾的好去处。

2016年，泉舜购物中心将持续发力，运动和医疗业态将进一步丰富完善和扩大化。由顶楼花园运动中心、大型健身房、医疗体检中心、牙科诊所等构成的“大健康”格局即将跃然眼前，泉舜购物中心将为消费者带来更加健康养生的消费体验。

2.3 儿童：养育ta，有一个泉舜购物就够了

从她呀呀学语到亭亭玉立，从他呱呱坠地到翩翩少年；

他们的衣、食、用、玩、育，都被泉舜购物中心承包了！

目前，泉舜购物中心已有乐宝王国、喜羊羊乐园、DoDo梦想城、凯米早教等规模相当可观的儿童业态。

在现代家庭中，儿童一直处于“核心”地位，尤其在国家二孩政策出台之后，将掀起新一轮的婴儿潮，儿童消费需求的进一步增长不难预见。

2016年，泉舜购物中心的儿童业态将更加丰富，将朝着儿童教育、儿童娱乐、儿童餐饮等更加多元化的方向发展，尤其是早教中心、儿童玩具、儿童摄影、儿童教育等业态的进一步完善，将形成“产品+服务+体验”的全新组合，满足孩子们的所有消费需求。

三. “2.0时代”打造者说：携

用户之手，才能走得更远

在无数商圈默默关门撤店时，泉舜购物中心却在不断地大规模扩张，逆势而行，激流勇进的背后，必然有着操盘者极具前瞻性的把控和思考，也有着工作人员无数日夜的努力和心血。

泉舜集团投资运营部常务副总经理、泉舜商业有限公司总经理王威说：“我们不是啦啦队，我们不是呐喊者，购物中心这种实体经济行业，来不得半点虚张声势，每一分钟、每一小时都要去沟通、去思考、去解决消费者和商户的问题。”

作为总经理，王威每周都会接待三至五家商户，与商户面对面沟通，及时了解商户的问题和想法，并快速有效地解决问题。目前，泉舜购物中心入驻的100多家商户已全部被王威接待过。王威认为，在市场形势严峻的情况下，通过这种及时有效的“总经理接待制”，可以与商户彼此了解、相互理解，从而达成共识；这样既能服务好商户，解除商户的后顾之忧，让商户专注于生意，又能节省沟通成本，直接获得第一手消息，实现管理的扁平化，把更多的物力、人力和精力放在经营和服务上。

泉舜购物中心发展思路和品牌定位的调整，是顺应中产阶级崛起的大趋势，顺应消费观念转变的大趋势，与政府政策调整的大趋势；作为为消费者服务的购物中心，应该回归购物中心的“初心”，“简单地讲，就是做好两件事，一是把产品做好，产品不仅要全面，更要极致，要消费者尖叫；二是要把服务做好，既要服务好终端消费群体，又要服务好入驻商户”，王威说，“泉舜购物中心要去做大概率事件，去满足大多数消费者的消费需求，去把消费者需要的资源有机整合在一起，与老百姓的日常生活紧密地结合在一起，在市场不理想的情况下，我们不在乎我们的起点在哪里，但我们一定要坚持正确的方向。”

在2016年，当每一个消费者走进泉舜购物中心，其所有的消费需求都能得到满足，消费者可以完成交际、娱乐、互动、休闲等一系列消费动作，未来的泉舜购物中心，不仅是一个消费购物的场所，更是一个生活场景，一个消费时间的平台。