

# 陈翔：理想小镇 须在思维上深耕 1000 米



作者 冯睿曦

“理想城会给所在城市带来一个全新的生活方式。生活会变得与众不同，会有人间烟火气，这是城市生活最真实的写照。”金秋的一天，陈翔向记者解读“理想”的同时畅谈“理想小镇”的结构规划。

## 理想信念：对更好价值的不懈探索

大学毕业后，陈翔首先在上海创业，

拥有了稳定的生活条件。但他并不满足于于此，而是拖家带口走出舒适圈，前往其他省市开始新的旅程。2010年，陈翔在衡水创办恒丰地产公司。这座四线城市到底有怎样的吸引力，让他愿意扎根于此？陈翔认为，当年的衡水城镇化水平较低，居民对于房屋的刚需又较大，此间的差距让他看到了房地产的开发潜力。

今年是恒丰在衡水开发的第11个年头。回顾这段创业史，陈翔认为，之所以恒丰能在衡水生根多年，很重要的一点是企业团队对事业充满了骄傲的感觉，对所创造的未来家庭充满了理想和期待。他说，“我觉得理想也能够体现在我们对自己的要求，每天能够激励自己去为客户创造更好的价值。”

怀揣着奋进的理想，陈翔和他的团队逐步推进开发项目，也在一定程度上影响着衡水这座城市。十年来，城市发展日新月异，陈翔也在创业的道路上行稳致远。对他来说，创业的一大收获是学会运用专注力，以及对于长远的未来保持乐观的心态。他说，“最理想的阶段就是对未来拥有美好的向往。”

## 理想小镇：三位一体的全新开发模式

陈翔的理想来自于衡水，而他又通

过自身的事业将理想反哺衡水的居民。在创业的过程中，他不断创设新的理想，又将这些理想注入开发的项目，在满足客户需求的同时引领他们追求更好的生活品质。当恒丰刚刚成立时，当地居民还在为“买一套房”而努力，现如今，大家已不再只是为了买一套房，而是为了更舒适的生活。所以对于开发商而言，他们的新挑战也不再只是卖出一套房子，更重要的是提供生活配套资源。

陈翔说，“我们的初心是要做最好的产品，但产品没有最好，只有更好。所以‘理想’这两个字，一定是代表最美好的。”正是出于对“最好”的信念，恒丰才能在衡水不断追求“更好”和“更舒适”。理想小镇就是城市、居民、开发商三者的更好选择。

恒丰理想小镇汇集生活中心、成长中心、美食中心、休闲运动中心于一体，定位于社区家庭消费，满足业主生活必需，并辐射路北乃至衡水全市。身在其中，乐在其中，无论是上班族、父母、孩子、老人，都能找到属于自己的幸福天地，并由此构成温情满满的小镇社群。

对于幸福的生活诉求不仅源自生活条件的改善，更受到突发事件的带动。新冠疫情深刻影响着社会的发展和人们的生活。大家开始更关注家庭的本身，

关注自己和家人是否能在社区中享受更幸福的生活。而在理想小镇中，业主之间有着家人般的联系，企业与业主之间也深化着共生的关系。

相较于传统的开发模式，理想小镇不攀比规模和速度，反而追求更加聚焦的“小而美”，以客户为中心，打造客户、产品服务、生活方式三位一体的全新开发模式。陈翔认为，这种发展定位就是在已经固定的地面距离、平方米数等

基础上，从思想维度方面继续深耕1000米，深度研究每一位消费者的需求，因地制宜地打造他们喜欢的产品。

“我们应该创造一个新的逻辑，就是顾客未来需要什么样的东西。”对于陈翔和恒丰而言，过去的十年里他们实现理想，而在未来的日子里，他们将在小镇中创造理想。“正如我们slogan所述一样：在有故事的小镇，过有温度的生活。”

## 小贴士：

恒丰理想小镇位于衡水市桃城区大庆路与育才街交叉口，环绕大型社区恒丰理想城。理想小镇将打造衡水市首家全家庭型休闲娱乐体验街区。

理想小镇按路段区域划分为生活中心、成长中心、美食中心、休闲运动中心和星光街共五大板块。生活中心社区配套完善，满足附近3km内10万+社区人群的基础生活需求；成长中心超短距离的优质教育环境结合幼儿园、小学等现有优势，将打造区域儿童教育培训的集聚中心；美食中心有火锅、串串、烧烤、中西餐等多种多样的业态，点亮衡水夜生活，势必打造成为衡水首家美食餐饮不夜城；健身房、跑道、幼儿益智生活区在休闲运动中心一应俱全，另外，结合站北路公园及西区南地块创造室内外结合的运动空间；年轻人的聚集地星光街更是让人期待满满。星光街将打造以儿童、青少年及青年人为主要客群的特色场景化主题街区，通过更为灵活的中岛、商铺外摆、定期活动（居民集市、露天电影等）及夜市生活，成功吸引衡水年轻人在此聚集。

# 双汇牵手杨紫 酷辣 CP 实力圈粉 Z 世代

作者 王美玲

10月21日下午四时，“双汇辣吗？辣 & 杨紫”明星代言发布会在北京中国电影导演中心正式拉开帷幕，来自消费者、销售商、投资者、媒体等各界代表汇聚一堂，共同见证了双汇辣吗？辣产品代言人的重磅官宣。此番，双汇牵手90后实力小花杨紫，将引爆“辣有引力”年轻化冲击波，酷辣CP的组合将碰撞出炫辣多姿的火花。

90后实力小花杨紫因出演《家有儿女》爆红圈，作为一名童星她与众粉丝一同成长，《战长沙》《欢乐颂》《香蜜沉沉烬如霜》《亲爱的，热爱的》等热剧频出、演技更佳佳境，《青簪行》《余生，请多指教》等待播作品让粉丝充满期待的同时，更让杨紫的热度持续高涨。

1992年，第一支双汇火腿肠上市，与杨紫同龄，与Z世代一起成长，双汇成为家喻户晓的国民品牌、中国最大的优质动物蛋白供应商。作为细分品类的双汇辣吗？辣香肠，一经上市便圈粉无数，凭借新潮口味深受广大年轻人喜爱。本次双汇牵手杨紫，正是看到了她在年轻圈层的巨大影响，更代表着年轻与新潮的碰撞、时尚与活力的汇聚，传达着辣吗？辣“辣有引力”的年轻化品牌内核。

双汇发展总裁马相杰在致辞中表示，双汇作为国民品牌家喻户晓，双汇辣吗？辣香肠甄选四川藤椒、云南泡椒、印度魔鬼椒等特殊产地香辛料，天然辣味与弹劲肉粒完美结合，造就了极致的口感与独特的味蕾记忆，深受年轻一代青睐。杨紫是90后当红明星，实力与流量兼备，演技与颜值爆棚，在年轻圈层有着巨大的影响力，杨紫代言双汇辣吗？辣香肠，是青春撞上了炫酷、时尚点燃了热辣。本次发布会旨在向外界发出“辣有引力”的号召，让更多年轻人喜欢双汇辣吗？辣，享受到年轻新潮、前卫时尚的健康美味。

活动现场还举行了双汇辣吗？辣代言人授牌仪式，双汇发展总裁马相杰为杨紫正式授牌，并共同抽取6位幸运嘉宾。杨紫现场与幸运嘉宾进行了亲密互动，并合影留念。会上，由杨紫演绎的双汇辣吗？辣广告片全国正式首发。

年在发布会现场的沉浸式展厅内，年轻、火辣、



炫酷的气息扑面而来。不仅有“不做柠檬精，只做吃辣狂”“味觉燥动，辣不能停”等个性化的态度表达，更有“杨紫一路披荆斩棘，成为90后实力小花。这种成长，辣吗？”“平衡工作与爱情，堪称水嫩艺术家。这种能力，辣吗？”等爆梗提问，引人发笑、触动心灵。辣度测试互动区、风味主题长廊，传递了青春、爱情、职场中的那些辣，铁杆忠粉、各界代表徜徉其中，纷纷驻足拍照打卡。

发布会精彩纷呈、沸点不断，生动的情景剧，演绎了“辣的真我态度”，传递了辣吗？辣的品牌基因和文化精神。现场主题歌曲《辣吗？辣》由中国嘻哈圈知名Rapper刘大阳谱曲作词并登台演唱，动感的节奏、前卫的歌词、年轻的调性点燃全场，更证明了双汇不仅能用美食征服消费者的胃，更能用潮酷玩法与年轻人嗨在一起，赢得年轻人的心。

对于“无辣不欢”的年轻人来说，辣是一种味觉刺激，更是绚烂时光的催化剂。此次重磅发布辣吗？辣休闲肠类明星代言，是双汇开辟辣味零食细分赛道的又一重拳。据悉，全球吃辣人群高达25亿人，每三个人中就有一个爱吃辣的，对于这届年轻人来说，“能不能吃辣”已经成为其交友入圈的重要选择标签。调研数据显示，2019年休闲零食市场规模超5000亿元，今后随着市场渗透率的进一步提高，休闲零食产业复合增长率将保持在6%以上，肉类零食、辣味零食作为休闲零食行业的翘楚，未来的成长空间广阔可期。

面对市场蓝海，双汇创新之剑直指辣味细分品类新赛道，与Z世代的口味和情感诉求同频共振，定制化研发梯度辣、新潮辣，甄选四川藤椒、云南泡椒、印度魔鬼椒等特殊产地香辛料，做到了天然辣味与弹劲肉粒的完美融合，麻、辣、鲜、香，造就了极致的劲爽口感与独特的味蕾记忆。

在万隆董事长的带领下，双汇勇于担当肉类行业“调结构、促转型”的重任，持续推动行业创新变革，推进企业转型升级和品牌年轻化。双汇积极拥抱年轻人群，洞察他们的追求与喜好，不断满足年轻人群的消费需求。不是在提供美食，就是在研发美食的路上，相信未来双汇会让更多惊喜与美味与广大消费者相遇。