

美丽北京 好去处

3.2 万平方米日馨公园落成 居民有了“后花园” 2 园 4 路 N 点生态布局 打造绿色太阳宫

花卉门面房“升级”城市公园

伴随太阳宫莱太花卉城市公园、日馨公园相继建成,太阳宫地区新增的近4万平方米绿地公园正式亮相。记者获悉,截至目前,太阳宫地区绿化面积达153.8公顷。在推进区域整体绿化基础上,该地区相关负责人表示,更注重见缝插绿、绿中布景,提升地区环境品质。

第三季赏花四季享绿 莱太花卉城市公园亮相

近日,位于朝阳区霄云路与亮马桥路间的天泽路一段长约280米的狭长地带,6500平米莱太花卉城市公园亮相。记者在现场看到,公园地形狭长,有叠水景观、花架廊、园桥、石桥等精品绿化景观,并含休息区、赏花园、健身步道等,铺装及主要原色采用花朵图案,行走其间,增加了更多的“漫步”体验,路径浪漫转折隐趣。

据了解,这里原来是莱太花卉街的一排商铺平房,主要经营花卉和家饰零售。周边写字楼、酒店、使馆区聚集,在视觉上形成强烈反差。为精细化提升地区环境面貌,太阳宫地区对莱太花卉周边环境进行了集中整治,将商铺平房腾退后增添了此处精品休闲公园。

公园小巧而精致。以“玉棠春富贵”为主题,玉园、棠湾、春园、富贵水园交相辉映。绿植以玉兰、海棠、迎春花、牡丹、石榴、柿子等为主体,兼顾乔木灌木的搭配,融合四季更替的季节



原来的莱太花卉街商铺平房如今成了休闲公园

摄/记者 杨小嘉

体验,百姓在这里可以第三季赏花四季享绿。

除具备景观休闲要素外,这里还融入了高新技术和环保理念。建立了雨水收集和滴灌节能系统,实现了水资源节约利用;通过太阳能发电等设施满足公园自身用电需求,实现绿化管护低碳绿色、生态环保。

花间漫步推窗见绿 回迁居民有了“后花园”

今天上午,记者来到太阳宫乡回

迁楼小区圣馨家园北侧,一处新建成的开放性休闲绿地内,三三两两的居民正在家门口的“后花园”里休闲散步。公园内地势高低起伏,特色景墙与树阵、草坪、秋季花景分布其中,营造出多层次的景观。公园面积3.2万平米,设有休憩空间和花间漫步区等休闲场所。

太阳宫地区相关负责人告诉记者,为给百姓打造一处休闲场所,从今年7月起,地区拆除了5000余平米的汽车修理厂、洗车房等建筑,腾出空间建设日馨公园,真正实现百姓推窗见绿。

记者了解到,近年来,太阳宫地区围绕打造“绿色太阳宫”目标,逐步构建2园(太阳宫郊野公园、体育休闲园)为面、4路(太阳宫中路、太阳宫南街、太阳宫北街、西坝河路)为线、N点(带状、点状、条状小微绿地、生态景观、迷你公园等)为底的绿色生态布局。

今年新建成的牛王庙村休闲广场、牛王庙村湿地公园、莱太花卉城市公园以及日馨公园,面积近8万平米。通过整治“开墙打洞”、创建花园式小区和花园式社区等行动,对清理出来的“边角地”精耕细作,规范设计成微景观、微绿地,实现留白插绿、见缝布景,近2万平米的“闲散资源”被有效盘活。截至目前,太阳宫地区绿化面积达153.8公顷。

“我们想要打造的不是单纯的绿地,而是精致的绿、有品位的绿,我们在美化提升的细节上下足功夫,从区域总体环境布局到所有点位项目,都力求理念相宜、风物相长、情景相融,做到面上布局和谐、线上相互衔接、点上打造精品,实现环境品质的精细化提升。”太阳宫地区相关负责人说道。

记者还了解到,目前,圣馨家园小区的“人脸识别系统”正在加紧施工调试,“人脸识别系统”可详细掌握小区居住人群,保障居民的人身财产安全,推动社区管理智能化和精细化,加快全要素小区建设步伐。

文/记者 蒲长廷

用行动支持“燃烧你的卡路里”

发力运动场景 瑞幸咖啡健身主题店落户工体

不同于大多数将店面固化在写字楼或商场等某单一场景的咖啡店品牌,定位为中国新零售专业咖啡运营商的luckin coffee,也就是年轻人昵称的“小蓝杯”,不拘于这种传统模式,而是选择了从用户角度出发,去主动迎合目标人群,将店开在他们需要一杯咖啡充电的所有场景内。这不仅是对以往消费关系的一种颠覆,更是其实现“无限场景”战略的直观表达。

无论是参与2018年北京马拉松以及中国网球公开赛,还是10月7日刚刚落户工体的健身主题店,都证明了“小蓝杯”正在努力向消费者靠近的诚意。

“小蓝杯”健身主题店落户工体

10月7日,luckin coffee 瑞幸咖啡汗水兑换工厂店正式营业。这家位于北京工人体育场北门内西侧100米的门店虽然在服务上与瑞幸咖啡的多数门店相同,支持堂食、自提与外送三种模式,但有别于其他店面的是,其开设在新型健身房——汗水兑换工厂内,这是瑞幸咖啡开设健身主题店的开始。

据悉,汗水兑换工厂不仅是很多时尚达人热衷的健身聚集地,同时也是北京国安队的训练场地。而瑞幸咖啡的到来,不仅为到此健身的人提供了便利,同时也辐射到了工体以及三里屯的消费人群。

众所周知,咖啡作为一杯健康

饮品,运动前喝一杯有利于增强耐力与体力,运动后饮用有利于体力快速恢复。而汗水兑换工厂所处的位置,不仅是热门球赛的举办地,同时也是歌迷的音乐圣殿,每年约有数百场演出和比赛在北京工人体育场举行。

在瑞幸咖啡看来,咖啡作为一杯具有社交属性的饮品,与娱乐和体育有天然的亲近感,这也是其选择在工体开店的原因所在。

事实上,除了汗水兑换工厂店外,瑞幸咖啡还积极参与了刚刚落幕的北京马拉松以及2018中国网球公开赛,为观众与工作人员、运动员提供了专属的咖啡饮品及轻食服务。



瑞幸咖啡入驻工体,倡导健康生活方式

以“无限场景”战略 提升用户体验

“在汗水兑换工厂开店只是瑞幸咖啡尝试健身主题店的一个开始,未来我们将涉猎更多年轻消费人群热衷的娱乐项目主题店。”瑞幸咖啡相关负责人表示,作为中国新零售专业咖啡运营商,瑞幸咖啡的优势在于敢于打破传统模式,利用线上线下的融会贯通,无限可能地拉近与消费者的距离。为此,他们提出了“无限场景”战略,按照年轻目标客群工作生活所需,主动靠近,将以往消费者只能按照咖啡店选择进驻的特定场景买一杯咖啡的被动局面反转过来。

数据显示,成立仅一年的瑞幸

咖啡目前已经进驻全国14座城市,线下门店超过1100家。与此同时,基于“无限场景”战略,瑞幸咖啡还联手顺丰为用户提供咖啡外送服务。据瑞幸咖啡联合创始人、高级副总裁郭谨一介绍,目前,瑞幸咖啡外送订单平均完成时间已经降低至18分钟,“30分钟慢必赔”超时率降低至0.4%,用户满意度达到99.3%。

或许正是基于这样的经营理念,使得瑞幸咖啡在短短一年内的销量已经超过3000万杯。对于都市年轻人来说,“小蓝杯”已经在潜移默化间成为其亲密的伙伴。