打破传统，塑造居住艺术空间

——解开“魔屋民宿”背后的故事

2013年刘博璐只身从内蒙古来到上海，一路摸爬滚打，最后进入了国际豪华型品牌酒店入职。在基层岗位的奋斗磨砺了刘博璐的心智，让他打破自身困境走上了创业的道路。

因为民宿品牌在“魔都”上海起步，刘博璐将它起名叫做“魔屋”。而“魔”又有“魔幻”的意思，与“魔屋”的品牌定位不谋而合。“魔屋”在房间设计上超出大众的想象，与众不同、天马行空是刘博璐对设计图纸的基本要求，并且每一个设计都当然必须满足住宿的基本需求，比如睡眠的舒适性和卫浴的便利性。

于得水

提到“魔屋”，或许部分人会联想到一部电影或者密室的感觉，然而今天我们要探讨的是另外一种——“魔都”上海的“魔屋民宿”。

自多年前外滩的惊鸿一瞥，刘博璐便梦想到“大上海”闯出一片天地。2013年他只身从内蒙古来到上海，一路摸爬滚打，最后进入了国际豪华型品牌酒店入职。在基层岗位的奋斗磨砺了刘博璐的心智，让他打破自身困境走上了创业的道路。

因为民宿品牌在“魔都”上海起步，上海琰璐科技集团有限公司董事长刘博璐将它起名叫做“魔屋”。而魔又有魔幻的意思，与“魔屋”的品牌定位不谋而合。“魔屋”在房间设计上超出大众的想象，与众不同、天马行空是刘博璐对设计图纸的基本要求，并且每一个设计都当然必须满足住宿的基本需求，比如睡眠的舒适性和卫浴的便利性。

上海琰璐科技集团有限公司董事长刘博璐

塑造魔幻艺术空间

未来的世界是属于本世纪90年代以后新生代的，如果能够满足这群人的居住需求，那么品牌在未来一定能高速发展。这个群体热情大方、充满想象、别具一格，“魔屋”也正是为了满足这群人而量身打造。刘博璐摒弃了传统商务酒店的平淡无奇，也区隔了传统民宿的中庸朴实，以创意为宗旨，希望为每一位客户带去一个前所未有的魔幻艺术空间，同时也充满了燕侣莺俦的美好与浓烈。魔屋品牌民宿创造的空间，有象征永恒的紫罗兰，有活力满满的雏菊，有等待绽放的蝴蝶兰，也有象征火热爱恋的红玫瑰，徜徉其中，尽情享受魔幻的住宿体验。

让体验更具有体验感

或许在很多人看来，魔屋仅仅是提供了一个旅居休闲的场所，体验无非就是更具特色的装修环境，类似于传统的主题酒店。但是在刘博璐看来，一般主题酒店仅仅是重其形而失其形，远远无法达到“魔性艺术空间”的精髓。“让体验更具体验感”是刘博璐一直强调的，不仅仅让顾客感受到不同的空间特点，更要让客户真正全身心地融入到“魔屋”的各种环境中。

比如说在上海，“魔屋”有独一无二的冰窖与熔岩屋，但不仅仅是把外观做的像冰或者熔岩，从空间形状设计、设备陈列，到材质选择，每一点都要把“真实体验”深入骨髓。在冰窖里，随处可见的都是真实的积雪，在熔岩洞穴内，如火的岩浆，厚重的岩石将吸引客人的目光。

不局限于上海更要走向全世界

酒店品牌很多，但在刘博璐看来，他们都只有“好看的外表”，真正吸引客户的还是“有趣的灵魂”。而“魔屋”就是这万里挑一有趣的灵魂。未来的“魔屋”将打造出更多“可以住的艺术空间”，让旅行更美好，让居住更具体验感，它将不仅仅落地于上海，公司更要在全中国，乃至全球推广魔屋品牌和文化！

凝心筑梦新时代，不忘初心再出发

——龚东林，一位把“中国品牌故事”从国内讲到国外的企业家

於强

9月8日至9日，由文博会中国国际企业品牌文化博览会组委会、《中国企业报》集团、人民日报社旗下《市场报网络版》品牌强国·自主品牌优选示范工程、对外经济贸易大学中国国际品牌战略研究中心、《发现品牌》栏目组等单位联合主办的2020（第七届）中国品牌影响力评价成果发布活动暨“共克时艰、共赢发展”政企交流会在美丽的鹭岛厦门市举行。本届活动的主题是“发挥品牌引领，促进经济高质量发展”。第十届全国政协副主席、中国企业联合会、中国企业家协会会长王忠禹，第十二届全国政协副主席王钦敏分别对活动发表了视频致辞。有关领导以及国内成功企业家共计300余人出席了本届活动。

在大会活动期间，荣膺本次“2020中国年度影响力品牌”称号的义乌王麻子家居用品有限公司董事长龚东林接受了媒体采访。同时，龚东林还荣获了本年度“中国品牌影响力（行业）十大榜样人物”称号。在采访中，龚东林讲述了其十多年来企业品牌从挖掘传承到创新发展的心路历程。

龚东林董事长参加品牌影响力活动

忆往昔，峥嵘岁月。为了挖掘和保护好国家级非物质文化遗产，自2006年年初开始，龚东林一手组建创办了“义乌王麻子”团队，十余年来，他带领的“义乌王麻子”团队坚持以产品质量为导向，一手抓王麻子刀具、厨具产品的创新开发，一手抓老字号品牌的宣传推广，做到了“两手都抓，两手都硬。”

据了解，从2006年一接手后，龚东林就迅速着手组建企业研发团队，增加科技含量，力图让自己的产品具备强大的竞争力。2007年开始，团队就相继研发出了具有自主知识产权的电磁铁锅、国内首款陶瓷菜刀、国内首款养生电陶瓷锅等新产品。到目前为止，义乌王麻子公司旗下拥有包括商标、专利、版权等在内的知识产权数十项。

龚东林表示，2007年，由其本人亲自设计商品外包装LOGO龙形图案并进行了版权登记，使用到产品的包装、装潢上，沿用至今，深受消费者的广泛喜爱，作为知识产权的一种，业已构成产品核心竞争力的一部分。

14年来，义乌王麻子公司一路逆袭，励精图治，不断进取，终于实现了跨越式发展，领跑全国市场。截至2020年上半年，已初步具备规模优势，打下了国内刀具、厨具行业的半壁江山，使具有近四百年历史的“王麻子”品牌重获新生，品牌价值取得了突飞猛进的发展，远超国内同行业的其他老字号品牌。

据龚东林介绍，2018年初，公司就着手研发网上销售爆款，经过一年的努力，义乌王麻子公司先后在刀、剪系列产品中有多项打破单个产品在网上销量第一并遥遥领先的记录。匠人匠心出精品。到2019年底，其中有一款具有完全自主知识产权的王麻子家用刀专利产品，每月销售量都在20多万把以上，专就这一款专利刀每月使用的优质钢板就高达100多吨以上，需要50多人进行数十道工序的锻制加工，精益求精，从而实现一款单品刀具总产值达近600万元的骄人业绩。

“哪里有家，哪里就有‘王麻子’”，这就是一个最好的见证。据了解，这十多年来，通过龚东林的不懈努力，公司先后荣获“国家级非物质文化遗产”“中国十大最具历史文化价值品牌（刀剪）”“质量先锋公示产品”等荣誉称号；近期“王麻子”产品又被评为“‘中国梦’品牌产品”和“‘一带一路’优质品牌产品”，义乌王麻子公司还荣幸地被中国义乌国际商贸城评为“公众满意诚信示范单位”等。

作为中国研造的先行者，义乌王麻子公司每天都在积蓄自己的力量。为了更好地实现出海远航，已将现有品牌和产品质量进行了一次全面的升级换代。特别在品牌建设方面，将挖掘具有四百年历史的品牌——“麻子世家”，让其在新时代再次发扬光大。

采访中记者了解到，“麻子世家”品牌始创于明末清初，至今已有近四百年历史，是闻名海内外的“中华老字号”品牌。义乌王麻子公司旗下包括“王麻子”“王二麻子”“刀顺号”“1651 WMZ”等自主品牌。特别是，义乌王麻子公司自2019年年初就开始进行国外品牌布局，已分别在多个“一带一路”沿线国家提交马德里国际商标申请，申请注册了英文商标“1651 WMZ”等。在产品质量方面，自2020年上半年开始已对原有产品进行了一次全面升级，隆重主推“1651 WMZ”刀剪和厨具类系列产品，包括全系五大系列600多个单品。

龚东林表示，作为中国企业要努力做好中国产品，创好中国品牌，讲好中国故事，要把“中国品牌故事”讲到世界去，变“中国制造”为“中国创造”。