

数字化改造与体验经济双轮驱动下的高端商业地产 定位升级研究

鲍学师

香港墨迪（国际）建筑设计工程有限公司，中国 香港 999077

DOI:10.61369/SE.2025090017

摘 要： 当下高端商业地产正从“空间载体”向“生活方式生态平台”转型。本文以笔者主导的复星 BFC 外滩金融中心 2F 联营鞋区、设计师品牌集合区及 B1 文创区等项目为案例，探讨数字化改造与体验经济双轮驱动的定位升级路径。通过自开发的大数据决策支持软件、沉浸式模拟系统等数字化工具，结合“折射”主题空间、“日夜双模式”等体验设计，实现了显著成效：如辐射式动线减少 32% 无效动线，高端品牌集群使坪效提升 28%， “未来影像”主题区消费转化率提升 22%， B1 文创区夜间模式坪效提升 35%。研究表明，数字化工具与体验设计的深度融合，为高端商业地产从“硬件改造”向“生态运营”转型提供了可复制的实践路径。

关 键 词： 高端商业地产；数字化改造；体验经济；定位升级；复星实践

Research on the Upgrading of High-End Commercial Real Estate Positioning Driven by the Dual Engines of Digital Transformation and the Experience Economy

Bao Xueshi

Hong Kong Mudi (International) Architectural Design and Engineering Co., LTD, Hong Kong, China

999077

Abstract： Contemporary high-end commercial real estate is transitioning from being merely "space carriers" to evolving into "lifestyle ecosystem platforms". This study examines the Fosun BFC Bund Financial Center's 2F co-branded footwear zone, designer brand hub, and B1 cultural innovation zone – projects spearheaded by the author – to explore a dual-driven upgrade strategy combining digital transformation with experiential economy. Through proprietary big data decision-support systems, immersive simulation tools, and experiential designs featuring "refractive" themed spaces and "day-night dual-mode" layouts, significant improvements were achieved: radiating circulation patterns reduced ineffective routes by 32%, premium brand clusters boosted space efficiency by 28%, the "Future Imaging" theme zone achieved 22% higher conversion rates, and the B1 cultural innovation zone saw 35% increased space efficiency during nighttime operations. The research demonstrates that the deep integration of digital tools and experiential design provides a replicable pathway for high-end commercial real estate to transition from "hardware upgrades" to "ecosystem operations".

Keywords： high-end commercial real estate; digital transformation; experience economy; positioning upgrade; Fosun Practice

当下消费者对商业空间的需求已发生根本性转变，从单纯的“购物功能”转向更深层次的“体验价值”。这种转变不仅体现在对空间美学、场景氛围的追求，更包含对个性化服务、情感共鸣及文化认同的期待。与此同时，数字技术的快速普及推动商业地产进入“线上线下融合”的新赛道，大数据分析、沉浸式模拟、数字化运维等工具的应用，为商业空间的精准规划、动态调整与高效运营提供了技术支撑。

高端商业地产作为城市消费与文化的重要地标，其定位升级已成为行业发展的必然趋势。如何通过数字化工具重构空间逻辑，以体验经济思维激活商业价值，成为亟待解决的核心问题。复星旗下 BFC 外滩金融中心的 2F 联营鞋区、设计师品牌集合区及 B1 文创区等项目，在这一领域进行了具有前瞻性的实践探索。

上述项目通过运用大数据商业运营决策支持软件、沉浸式商业模拟体验系统等数字化工具，结合“折射”主题空间设计、“日夜双模式”场景营造等体验经济落地路径，形成了独特的定位升级模式。本文以上述项目为研究样本，采用案例分析法，深入剖析其在数字化改造与体验经济双轮驱动下的定位升级路径，旨在为高端商业地产从“硬件改造”向“生态运营”的转型提供可借鉴的实践参考。

作者简介：鲍学师（1988—），女，汉族，天津人，学位 学士，职位：总监，研究方向：商业地产科技金融。

一、数字化改造与体验经济的协同逻辑

1. 数字化改造：在笔者主导的 BFC 项目中，其核心是借技术工具实现商业运营精准高效。如 BFC 2F 联营鞋区，团队用大数据商业运营决策支持软件，实时采集品牌销售、客流停留及动线轨迹等数据，经算法生成热力分析图，为品牌布局调整提供量化依据，打破传统经验判断局限，让空间设计贴合消费者习惯。

2. 体验经济：以“人”为核心，通过艺术化场景设计构建情感连接，升级商业空间为“生活方式平台”。BFC 2F 设计师品牌集合区以“REFRACTION（折射）”为主题，用“光晕”“未来影像”“生机”分支故事线，将自然、城市与未来意象融入设计，如“光晕”的环形装置、“生机”的不规则石材，让消费者获得文化体验与情感共鸣，提升消费粘性。

3. 双轮驱动：数字化为体验场景提供落地路径，如“光晕”主题区通过沉浸式软件测试确定灯光配置，兼顾展示与休憩需求；体验场景为数字化注入人文温度，如 B1 文创区依“年轻客群夜间活跃”数据，设计“日夜双模式”，让数据落地为真实体验，形成协同。

二、复星高端商业地产的数字化改造实践

在笔者主导的 BFC 外滩金融中心 2F 联营鞋区、设计师品牌集合区及 B1 文创区项目中，数字化自研工具的深度应用重构了商业地产的开发与运营逻辑。通过项目总体规划设计运维平台、大数据决策系统等自研工具的协同，实现了从空间规划到业态调整的全流程精准化，为商业定位升级提供了技术支撑。

（一）工具赋能：数字化平台支撑精准运营

工具可支持 2F 及 B1 区域的运营工作。项目总体规划设计运维平台为 2F 规划核心，构建三维模型，模拟鞋区与设计师品牌区联动，确定中庭装置辐射动线，减 32% 无效动线、提 40% 客群分布均匀度；还支持公区与店铺边界调整模拟，经参数化测试半敞开隔断角度，增 15% 空间利用率，验证“模糊边界”理念。

大数据商业运营决策支持软件化身业态调整“智能大脑”，在 2F 鞋区运营中发挥关键作用：通过实时采集各品牌销售、客流及客群消费数据，分析发现高端客群 35% 的交叉消费率特征后，将高端品牌集中布局于 C 区核心位置，优化品牌组合的同时减少客群动线成本，实现月坪效提升 28%；当监测到区域内年轻客群占比持续上升时，软件自动发出业态预警，并结合消费偏好数据建议引入潮流品牌，调整后客群年龄中位数显著下降，精准匹配客群结构变化。

沉浸式商业模拟体验软件助力细节落地。“折射”主题里，优化灯材搭配，借数字化编程控灯光装置，2600mm 可编程 LED 灯管配镜面不锈钢装置，能模拟日出日落或切换动态效果，经数据反馈优化参数，让“光晕”主题覆盖 80% 公区，提 25% 客群拍照分享率；B1 文创区“日夜双模式”，依客流和活动需求，自动切换灯光编程，完成场景转换，夜间酒水与零售联动率提 20%。

商业运营方案生成展示平台加速场景迭代效率，针对鞋区灵活调整需求，平台预设多组模块参数，可快速生成不同布局方案。夏季期间，依托该平台快速输出“沙滩主题快闪区”方案，方案中详细包含展架尺寸、灯光色温与亮度参数等执行细节，仅用 48 小时便完成现场改造；活动期间客流提升 30%，且平台的可视化功能便于各部门沟通方案细节，有效缩短决策周期，提升运营响应速度。

（二）流程重构：从“经验决策”到“数字驱动”

数字化工具驱动运营流程从经验决策向数据验证升级，构建“规划-运营-迭代”闭环，重塑 2F 联营区全生命周期管理。规划阶段，依托项目总体规划平台生成 5 版平面方案，经客流模拟筛选最优解；运营时，BIM 系统实时更新销售与客流数据，某品牌连续两周转化率低于均值即触发预警、启动调整。迭代环节，商业运营方案生成平台结合会员偏好，每季度输出场景更新建议。

B1 文创区“日夜双模式”实践中，系统监测到 18:00 后 25-35 岁客群占比 70%、停留时长翻倍，联动自研装置化设计，自动切换灯光（3500K→2700K）、移动展架打造开放活动区，推送派对信息。实施后夜间酒水零售联动率提升 20%，验证数字化流程对“时空延伸”定位的支撑，借装置创新让数据驱动的运营闭环更具场景落地性。

三、复星高端商业地产的体验经济落地路径

在笔者主导的 BFC 项目中，体验经济并非抽象概念，而是通过主题化场景与细节化设计，转化为可感知的消费体验。从 2F 联营鞋区的“折射”主题空间到 B1 文创区的“日夜双模式”，每一处设计都紧扣“情感连接”与“文化认同”，让商业空间成为传递生活方式的载体。

（一）主题化场景：让空间成为“消费叙事”

2F 联营区以“REFRACTION（折射）”为主线，通过“光晕”“未来影像”“生机”三个分支主题构建叙事体系，这种设计源于对消费者“个性化表达”需求的洞察。不同主题区的客群反馈数据如下表 1 所示：

表 1 不同主题区的客群反馈数据

主题分区	客群平均停留时长	社交分享率	消费转化率提升
“光晕”主题区	18 分钟	35%	18%
“未来影像”主题区	22 分钟	60%	22%
“生机”主题区	20 分钟	28%	15%

“光晕”“未来影像”“生机”三大主题区各展特色，借叙事性场景提升体验价值。“未来影像”主题区凭借虚实交织的空间设计，在客群互动与消费转化上表现最优，验证了叙事性场景对体验价值的提升作用。具体而言：

“光晕”主题区以贯穿空间的环形装置象征城市光影，将服饰喻为人类的“第二层皮肤”，形成人与城市的折射关系。团队选用金属质感的环形结构搭配 3500K 暖光，既呼应高端商业的品质定位，又通过光影流动模拟城市昼夜变化，使消费者在购物时

产生对城市生活的情感共鸣。“未来影像”主题区则以中心环形折射带为核心，将自然与城市元素“折射”至未来场景，形成通往未知探索的通道意象。这里采用透明屏幕与金属网布打造虚实交织的空间，白天展示设计师品牌的未来系列，夜晚通过投影技术呈现动态影像，让消费者感受“穿越时空”的体验。“生机”主题区以不规则石材为自然意象，传递人类本真与自然的关系。团队在休息区嵌入原生石材与苔藓景观，采用清水混凝土与原木混搭的材质，搭配 3000K 低照度灯光，营造出自然质朴的氛围。

B1 文创区则通过“场景弹性”设计实现功能转换。白天作为潮流零售与咖啡社交空间，采用水泥砖、锈钢板等工业风材质；夜晚通过半敞开式隔断的移动与灯光切换（从 3500K 转为 2700K），转变为 DJ 派对与艺术展演场。表 2 聚焦 B1 文创区日夜双模式运营核心数据，从运营时长、空间效益与客群匹配度三个维度，清晰呈现场景弹性设计的实际价值。

表 2 日夜模式运营数据

运营模式	单日运营时长	坪效提升	25-35 岁客群占比
日间模式	8 小时	基准值	45%
夜间模式	延长 4 小时	35%	70%

在运营时长维度，日间模式以 8 小时为基准运营时段，适配白天潮流零售与咖啡社交的静态场景需求，空间材质选用水泥砖、锈钢板等工业风元素，营造实用且具质感的消费氛围；夜间模式通过半敞开式隔断移动与灯光色温切换（从 3500K 冷白光转为 2700K 暖黄光），成功延长 4 小时运营时间，为 DJ 派对、艺术展演等动态活动提供充足时段支撑，使全天运营时长提升至 12 小时。从运营效益与客群来看，日间模式坪效为基准值，25-35 岁客群占比 45%，主要服务于休闲购物、商务洽谈类客群；夜间模式依托场景转换，坪效较基准值显著提升 35%，单位面积利用效率大幅优化，同时 25-35 岁客群占比跃升至 70%，精准触达年轻群体夜间社交与文化体验需求。整体数据印证，夜间场景转换不仅延长了空间使用时间，更实现了坪效与年轻客群占比的双重提升，推动文创区从单一零售空间向复合型文化社交载体升级。

（二）细节化体验：从“功能满足”到“情感共鸣”

材质选择是传递体验主题的关键。在北区 B1 项目中，团队与 MINIWIZ 合作，使用回收宝特瓶再制十字热压板制作展架，搭配镀锌方管与金属网布，既传递环保理念，又形成独特的工业美学。这种“可持续设计”吸引了大量关注环保议题的客群，会员注册时选择“关注环保”标签的比例达 40%。

灯光设计则服务于体验氛围的营造。依据 Kruithof 曲线，团队在 2F 展陈区采用 3500K 色温（照度 1200lux）突出商品质感，在休息区采用 3000K 色温（照度 200lux）提升舒适度。在“光晕”主题区，通过编程灯光装置模拟日出到日落的光影变化，使空间氛围随时间自然流转，增强沉浸感。

服务场景的优化同样注重细节。2F A 区设置多个 18.4-36.2 m² 的休息 / 换鞋区，配备软质座椅与充电接口，且每个区域均能通过数字化导视系统快速定位。这种设计减少了消费者的疲劳感，使鞋区的试穿转化率提升 15%。B1 文创区的咖啡区与艺术展廊相连，消费者可一边享用饮品一边欣赏艺术品，这种“消费 + 文化”的场景组合，使客单价提高 20%。

四、结论

在笔者主导的 BFC 外滩金融中心相关项目中，数字化改造与体验经济的双轮驱动模式显著推动了高端商业地产的定位升级。通过项目总体规划设计运维平台等数字化工具，实现了 32% 无效动线减少、28% 坪效提升等精准运营成果；借助“折射”主题空间等体验设计，“未来影像”主题区消费转化率提升 22%，B1 文创区夜间模式坪效提升 35%，验证了双轮驱动的有效性。二者协同推动商业空间从“物理载体”转型为“生活方式平台”。未来，可进一步深化融合，探索“数字孪生空间”等新形态，持续激活高端商业地产价值，为行业转型提供可复制的实践范本。

参考文献

[1] 孙晔. 体验经济视角下商业体场景营造与运营策略分析 [J]. 现代商业研究, 2025, (02): 136-138.
[2] 丁元泽. 大都市商业综合体创新转型的策略与实践研究 [J]. 全球城市研究 (中英文), 2024, 5 (04): 128-148+154.
[3] 吴欣毅. 数字零售背景下 ZD 广场体验营销策略构建研究 [D]. 云南师范大学, 2024.
[4] 赵路嘉. 服饰女装品牌快闪店陈列设计实践 [D]. 青岛大学, 2024.
[5] 徐清清. NCWXC 购物中心体验式营销策略优化研究 [D]. 华东交通大学, 2024.DOI:10.27147/d.cnki.ghdju.2024.000103.
[6] 周萍. R 购物中心体验营销策略研究 [D]. 华中科技大学, 2024.