



湖滨商圈

以数字之力

朱言

商圈中央广场 朱钰铭 摄

不久前，商务部正式发布首批全国12个示范智慧商圈、16家智慧商店名单，杭州“2商圈+3商店”入选，包括上城区湖滨商圈、拱墅区武林商圈2个商圈，湖滨银泰、解百商业、杭州大厦3家大型商业体。

一条延安路，贯穿武林、湖滨两大商圈。体验杭州潮流消费生活，这必然是大多数杭州市民和游客会选择的经典游览路线。如今，湖滨和武林商圈更被称为杭州主城区培育城市消费新地标一对重要的“双子星”。两者在“Z世代”消费者心中皆占据一席之地，是杭州潮流消费的“弄潮儿”，同时又各具特色。

全面利用5G、大数据、人工智能和“城市大脑”等先进技术，这里正在构筑起一个“互联网+”时代下的智慧化商业街区。“智慧”的商圈是什么样的？“大数据”赋能之下，新消费、服务、治理、文化等将如何融合创新，掀起新一轮商业与城市治理变革？在湖滨和武林两大商圈，我们看见了智慧商圈的崭新未来以及这座城市发展的无限可能。

“数字化”的场景 营造未来消费新体验

湖滨，在西湖之滨、城市中央，是看得见世界遗产的窗口，更是杭州美丽精致的门厅。

近年来，湖滨商圈举办一系列“数字+时尚”主题活动，通过主题市集、时尚街拍、音乐会、直播等形式，打造潮人、潮玩、潮流集聚的商业空间，开展线上线下融合营销，使进入商圈的“网络流量”转化为“消费体量”。如大型腾讯音游类游戏原神主题展，通过趣味游园、互动游戏、周边售卖等项目，吸引粉丝346万余人，客流同比提升20%，周边衍生品销售80万元。

依托线上线下深度融合的智慧消费生态体系，日新“聪明”的智慧商圈带动了这里新购物场景、新服务模式、新消费业态的产生，为促进消费提质扩容、持续旺盛城市烟火气不断“添柴加薪”。

湖滨商圈将夜经济与特色文化深度融合，做好夜生活地图服务，打造“湖上”系列IP、东坡大剧院等特色场景，通过网络直播、音乐艺术等夜间活动，串联商圈夜餐、酒吧、潮玩、观剧等夜间消费，提供24小时消费服务，形成了地标性的夜间经济生活集聚区。

湖滨落地无接触配送场景，与丰巢合作，商圈内建立8个智能柜；顺丰等快递公司也在商圈内设置多个自提点，开展定点收寄、订单投送等无接触配送；喜茶等新零售餐饮推出无接触自提柜。

一些看似微小的细节创新，实则是对传统零售经营理念的突破。当数字人民币邂逅湖滨商圈，更为商圈的发展注入了新的动力。

湖滨打造数字人民币支付示范街，启动1尚城、数智生活节，与五大银行进行战略签约，商圈内230家商户已开通数字人民币收单功能，打造数字体验点45个。湖滨银泰in77联合工行推出数字人民币支付满减优惠，与民生银行联合推出数字人民币红包体验活动，活动期间使用数字人民币消费2.6万笔，关联订单金额390万元。商圈内商业综合体推出系列促消费优惠活动，拉动消费14.7亿元，其中销售汽车3800台，餐饮满减单数超10万单。

“会思考”的商圈 带来智慧运营新升级

如果将“智慧商圈”比作人体，那么实时收集数据、处理信息并发布指令的大脑无疑是核心。这样的“智能”在“智慧商圈”中的应用已越来越广，它们“指点”着商圈，在繁荣和有序中寻找平衡。

迭代升级湖滨智慧商圈应用，湖滨商圈改变以往“租金为王”“热点跟风”的招商模式，建立数据监测运行系统，设置商圈竞争力、商圈综合指数、客流吸引力、客流预测、业态分析、业态匹配度等6类指数，实现大数据支撑的精准招商。

如计算获得商圈总坪效最高的为新能源汽车行业，目前已针对性价比招商等7个品牌，成为全省新能源汽车体验店最为集中的商圈。2022年，蔚来、小鹏、极氪三个品牌销售额达123.26亿元。通过数字赋能业态调整，商圈整体高端奢店首店、“顶流”国潮新体验店引领消费新热点，成为迅速恢复人气财气的“助推器”。

聚焦“到哪里买、买什么好、怎么维权”等消费者重点关注的问题，湖滨商圈上线“云上湖滨”小程序，集成“我要入会”“我要消费”“我要维权”“我要培训”等7个功能，满足消费者多元需求，让更多的人愿意来、留得住、逛得好。

其中“我要维权”模块贯通区、街、店三级数字化监管服务平台“e反馈”数据，并链接“一键投诉”，有效解决“办卡容易退卡难”的问题。目前已有301家商户正式入驻，818家商户预登记入驻。

“下一步，我们要力争将‘云上湖滨’打造成全省服务功能最全、服务体验最好的商圈移动端应用，为湖滨商业引流、商家运营、商圈治理提供有效的在线服务支持。”湖滨商圈相关负责人表示。

以浙江省数字化改革为契机，以数智赋能为引领，湖滨商圈实现政府公共服务和商圈场所公共服务有机融合，推动智慧化程度大提升。

通过“通停通享”智能导览，湖滨整合了商圈全域及周边29个停车场5776个泊位资源，实现消费者从“低头找车位”到“抬头见车位”的转变，车辆通过时间从原来高峰时段90分钟下降到平均3分钟，周边泊位指数提升63%，平均每个车位日均使用率提高4倍。

智慧商圈综合平台协同公安、城管、移动、银联、支付宝等20个部门和协会数据，涉及消费数据、商业潮流、金融潮流等7个模块，实现商圈治理一屏统览。

下一步，湖滨智慧商圈将以入选首批全国示范智慧商圈为契机，为市民“解锁”更多智慧化品质消费新场景、新体验，努力将湖滨智慧商圈建设成为独具韵味的国际化现代化共同富裕典范，为全省乃至全国智慧商圈建设打造典型“样板”。

重构未来商业 湖滨银泰in77 打造“Z世代”的“理想国”



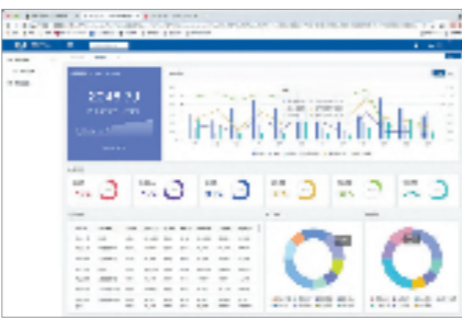
湖滨银泰in77A区

市场更迭、需求升级，商业变革创新。“推动智慧商店建设加快发展，一方面是为了满足广大消费者对于线上线下一体化消费体验的需要，另一方面是基于零售业加快转型、创新发展的需要。”银泰in77相关负责人表示。

目前in77已实现三大运营商5G信号、Wi-Fi信号全覆盖，在各主要出入口和核心区域都布置了红外感知设备以及客流计数设备；场内遍布了智能导购屏，顾客可以随心搜索需要寻找的店铺，结合蓝牙beacon可以做到场内的实时导航；共享充电宝、自助储物柜、无人售货机、轮椅、婴儿车等便民服务设施也已经全部就位；智能停车系统也于近年全部改造升级完成，包含智能车位识别、扫码无感支付、车位引导牌以及杭州的首家AGV机器人停车场。在店铺层面，湖滨银泰目前智能pos机的覆盖率达到了79%，并且这个数

字还在持续增长之中。

银泰in77，以更好满足消费者需求为动力，围绕打造带有购物功能社交空间的目标，力推智慧化创新，深化管理服务变革，重点在协同办公、精准营销、节能减排、虚拟现实等领域进一步加快数字化升级，打造国内领先的大数据驱动型智慧商业运营体系，致力于实现数



银泰商业运营管理中台



湖滨智慧商圈应用平台



百年老店知味观

2022年，拱墅区委区政府成立了武林智慧商圈建设工作领导小组，统一谋划、各部门协力推进智慧商圈工作，立足数据融合共享、数据综合运营、整体硬件提升三个方向，抓好消费一件事、商业一件事、金融一件事、畅行一件事、平安一件事等，提升武林商圈智慧能级。

应用新技术 创造新消费

现实世界，眼前是古色古香的梅坞堂，举起手机，打开华为AR地图APP，一个群落的“平行世界”便跃动在屏幕上……以武林路为基础，通过AR技术改造，这个虚拟信息叠加现实场景的“元宇宙”体验空间让消费者掏出手机扫描街景，就能穿梭于虚实之间，探索“数字孪生”的奇妙世界。

当数字化技术打破产业的边界，线上线下新旧势力交互融合的时候，用户在哪里，运营的边界就在哪里。

武林商圈联合线上平台与线下综合体、街区深度融合，掀动消费新浪潮。比如，组织“云购武林”消费嘉年华、“爱购武林线上消费节”、“云逛夜市”等活动。武林路依托“数字孪生”技术打造“云上武林”互动平台，通过举办各类特色主题、常



武林智慧商圈驾驶舱

杭州大厦：高端商场探索智慧化转型之路

朱言

从去年初杭州大厦“欣”计划上线到现在，陈小姐已经可以很熟练地使用“线上杭大”这个小程序了。有事没事刷一下商家的活动资讯，看看直播或是心仪的商品；要是想出门，就在线上预订VIP车位，提前预约代客泊车；用餐的时候领好优惠券，顺便省一下积分能抵扣多少现金，然后直接买买买；在高端超市里看到健康食材，扫码就能追溯产地和生产日期……

把智慧服务应用到商业实体中，不仅能让陈小姐这样的客人获得更多新鲜、便捷的体验，也能帮助杭州大厦打破时空阻隔，满足消费者个性化的需求，从而促进消费的恢复和扩大。日前，商务部公布了首批全国12个示范智慧商圈、16家智慧商店，杭州有2个商圈、3家商店入选，已在智慧服务方面做了多种尝试的杭州大厦就在此列。

武林商圈：繁华再现 智慧新生

朱言



延安路

营造新环境 提升新体验

“嗨，我是小朋，杭州大厦在您的西北方向，距离200米。”“嗨，我是小朋，国大城市广场在您的南面，距离50米。”来自宁波的游客李大伯来到杭州武林广场游玩，矗立在武林广场西南角的指路机器人很快帮他找到了想要的地方，并规划出最优路线。

行走武林商圈，到处可以看到各类智慧化设施，智能导览牌、智慧购物屏、智慧触摸屏、智能空瓶、智能旧衣回收机、全国首个5G厕所等。更多“小而美”的设施，武林商圈内多点位布设无障碍信息服务亭，无障碍语音播报器和无障碍盲文可发声鸟瞰地图，无论是视障、听障或是腿脚不便的残障人士都能通过这些智慧引导程序，实现无障碍出行。

武林商圈在智慧化过程中用好数字技术，不断推出更新、更潮的业务和模式，同时提供更优、更好的消费环境。

2022年下半年启动武林MALL小程序的开发，和公众号官宣传不同，小程序以大数据驾驶舱为数据支撑，集成商圈营

销信息、统一会员体系、便民服务设施、旅游攻略等一类功能，对政府、企业、消费者进行一站式智慧化管理和服务。

比如，武林MALL小程序“数字武林”个性化行程定制“两大模块为消费者直观了解商圈各综合体当前概况提供数据支持，同时可根据游客输入的预算、爱好、目的与出行距离等信息自动生成最佳匹配方案，规划整体行程。”

聚焦公共服务需求，武林MALL小程序导栏功能整合停车场、公共厕所、地铁出行、景区景点等10大方面内容，纳入150余处公共服务点位及路线信息，实现公共服务“一键直达”。

武林商圈，被誉为“城市窗口”“杭州中心”，伴随着多重光环的还有车流量多、停车难等问题。现在，武林商圈竖起了17块电子屏幕，商圈里大小停车场的信息都动态显示在上面。

为了进一步破解停车难题，基于城市大脑“先离场后付费”场景使用，武林商圈内打造“通停通付”模式。“武林商圈通停通付”深度通融模式率全国之先，归集2685个泊位信息，打造商圈内停车优惠策略共享通惠，初步实现无感离场与会员优惠自动核销，车辆平均出库时间缩短至3秒。”杭州科洪网络科技有限公司相关负

责人说。该公司也是武林智慧商圈驾驶舱的建设单位。

同时，作为浙江省数字人民币试点方案确定的重点场景之一，当前，武林商圈正在多方位、多渠道推进大武林智慧商圈数字人民币场景建设，努力打造全国城市商圈数字人民币试点应用标杆。

目前，商圈共有数字人民币商户超2000户。“我们通过建构数币支付生态，创造商圈内‘一码畅用’消费环境，形成一个较为完整的数字人民币消费生态圈，让数字人民币延伸到商圈的每个角落。”武林商圈相关负责人说。

拓展新思维 实现新治理

商圈治理，是基层治理的难题之一。

武林商圈是拱墅区商贸产业的主要集聚地，也是浙江省乃至全国商贸最繁荣的区域之一，多元融合，跨5个街道。武林商圈既是拱墅一核一带一极产业主平台的一核，也是杭州建设中心消费城市的主力军，更是展现重要窗口形象、亚运城市魅力的靓丽风景。

“武林商圈充分发挥各方能动性和资

源配置的有效性，有效推动智能化建设与创新社会治理深度融合。

党建联建共治共管。拱墅区联合浙江省商务厅共同发起建立武林商圈“136”党建联建机制。依托辖区单位资源，强化系统联动、多跨协同，合力开展惠民购、平安巡防、疫情防控等活动。“积分兑换圈”模块打造志愿者服务、获得积分、商户福利，提升商圈管理效能和消费动能。

探索数字化信用商圈建设。在商圈内部分区域试点“开门大吉”信用体系，制定奖惩机制，将信用商誉积分化，推出“信用印章”“信用礼包”，形成商家自我管理、政府数智治理、公众参与监督的闭环管理模式，推动形成“顾客放心，商家互惠，全域共享”信用商圈。

加强舆情监测，打造平安放心商圈。通过微博等社交平台，及时关注当前武林商圈面临的舆情热点和口碑评价。智能分析、高效派遣，做到“件件有落实、事事有回音”，充分发挥大数据、人工智能在社会治理中的“显微镜”“望远镜”作用。

商圈的数字化不仅与民生消费息息相关，还是城市的烟火气和生机所在，也是经济发展的重要引擎。“我们将持续提升传统商圈，传统商场智慧化改造升级，着力打造优势互补、特色凸显的消费地标，进一步提升城市商圈活力，提升‘武林消费’的区域吸引力。”拱墅区商务局相关负责人表示。

智慧化建设也为商场精细管理提供助力。数字化、智能化的嵌入和融合，在看得见和看不见的地方发生变化。展望未来，杭州大厦数字化建设服务触达便捷、营销精准、决策支撑、管理数字化四大支撑目标已经明确。“下一步，我们将围绕这四大目标，分阶段推进。”杭州大厦相关负责人说。

保持领先，是零售人的热爱与执着，更是一家国企的使命与担当。数字化改革，折射出杭州大厦被刷新、的历史进程，更蕴藏着通向未来的发展密码。

杭州大厦想实现业绩领跑者、业态的领跑者和经营模式领跑者这三大目标，需要持续且更大力度推进智慧商店建设。下一步，杭州大厦将加大对新技术的引入和应用，深挖信息数据分析，促进价值转化，同时加强线上线下融合，实施全场景、全链条、全用户、全品类的数字化，在数字技术与商业的深度融合中，使消费体验的提升与智慧服务的优化互为促进，从而提升精细化运营水平，实现人、货、场更精准高效地匹配，构建智慧消费生态体系，为业绩增长开启新空间，加快推动实体经济高质量发展，支撑城市商业能级持续提升。



杭州大厦C座LSE城市生活超市

(图片由杭州大厦提供)



杭州大厦外景

精准营销 给购物插上“翅膀”

当下消费者的行为模式、消费场景无一不被数字化。尤其是新消费主力军的“Z世代”年轻人，他们以“数字世界原住民”视角，在数字世界表达、传播和接受各种资讯信息，引领消费新风向。

线下的商业实体是否需要一个线上平台？要不要做电商？答案是，当然。但不是简单地做一个线上商城，而是做数字会员平台。杭州大厦相关负责人表示，将传统商场数字化、互联网化，使营销无处不在，让交易随处可见，帮商家无所不能，对会员无微不至。

2022年1月正式推出的会员“欣”计划，宣告了会员体系的一场全面升级。在推出“欣”计划，是为了实现会员运营在广度和深度上的双增长，激活公司循环系统，为企业的新一轮增长带来强劲动力。杭州大厦完成全新会员体系转轨，以“线上杭大”小程序为入口，实现会员智慧停车、礼宾服务、积分兑换等功能，也可实现消费

者画像和消费、客流等趋势分析及预测，未来的升级能为客人带去更多的惊喜和无限可能。

科技入局，技术加码，已然成为购物中心这场数字化变革的有力武器。

从物业经营模式转变为流量经营模式，杭州大厦利用流量聚合、场景打造、服务体验优势，构建数字化营销平台，将平台化的能力赋能给商家，实现共赢，黏住强势品牌、消费客流，形成良性闭环。

杭州大厦的线上媒体矩阵平台主要涵盖公众号、视频号、小红书、抖音、微博、大众点评6大官方运营平台，聚焦输出天花板品牌矩阵、“年轻跨界”打卡地、营销主题活动、新品新店等标签内容，为线下的实体做了全方位的内容补位，多渠道触达消费者并与之互动。

线上线下营销券类的有机融合，增添了更多的营销玩法。线下AR体验与线上平台的互动，会员福利的领取，以及各类花式繁多的品牌引流券，不仅为客人增加了更多的体验，也为品牌进行了赋能导流，为线上线下的营销活动提供了更高效、高效的保障。



“线上杭大”小程序



湖滨银泰in77实景图

(图片由上城区湖滨街道提供)