

文化赋能，驭势而上：

复地获颁“文化赋能先锋品牌”

日前，在“中国品牌日”到来之际，新华社上海分社主办的“世界 500 强品牌发展论坛”在湖州莫干山畔举办。此次活动，以“文化赋能新消费”为主题，相关专家、学者、企业代表齐聚一堂，围绕“中国品牌与文化双向奔赴”、“中外品牌交流互鉴”、“新兴技术助力中国故事出海”等话题展开交流。在此次论坛上，复地产发集团，获得“文化赋能先锋品牌”。

长期以来，复地始终坚持“深耕城市运营，智绘幸福场景”。复地深知，借力文化东风，方能

赋予品牌价值。因此，复地坚持聚焦锻造中国文商旅场景的核心运营能力，以轻驭重。市场端的新潮流，正在折射出供给侧的新变化。复地敏锐地意识到，以文赋能、以文兴业，正在成为大势所趋，已经成为我国经济社会迈向高质量发展的“金钥匙”。

复地表示，未来将持续用饱含中国元素的产品开辟市场、用富有文化内涵的精品赢得口碑。复地期待通过多方共同努力，共同推动中国品牌走向世界，续写更加精彩的时代华章。



服务即体验

复悦生活打造商业场景服务新范式

五一假期，大豫园片区迎来客流高峰，复悦生活文商事业部以“服务即体验”为核心理念，将传统东方美学与前沿科技体验引入豫园商城与 BFC 外滩金融中心，推动物业管理从“后台保障者”向“商业价值共创者”转变，打造商业场景物业服务新范式。

文化赋能：将服务触点营造为景观体验

在承载百年海派文化的豫园商圈，为了给中外游客提供更优质的服务，复悦生活文商事业部将传统文化体验延伸到服务细节，特别设置了多个汉服服务岗，身着宋制褙子、明制马面裙的汉服导览员，成为景区里流动的文化符号。



汉服服务岗配备“如豫宝”智能导览系统，无论是洗手间、城隍庙，还是休息区、出入口，均可快速获取清晰指引。同时，“如豫宝”集成了多元商户资讯，覆盖美食、购物、手作体验等丰富内容，并嵌入文化演出日程表，游客可提前知晓精彩活动的时间与地点，轻松规划“逛吃购”一站式行程。

水域保洁场景的创新重构更显巧思，装饰牡丹、鸾尾等花卉的乌篷船化身“水上服务站”，不仅持续清理落叶、杂物，还多次帮助游客寻回手机、首饰、证件等遗失物品。繁花船身与园林景致相映成趣，共同勾勒出可触可感的江南意象。

“这些身着汉服的工作人员，既让我们感受到传统文化的特色，又切切实实地解决了我们的实际需求。”来自山西的游客赵先生这样评价道。在复悦生活文商事业部的精心营造下，大豫园片区的物业服务正在实现服务载体景观化、文化体验功能化，让越来越多的游客感受到传统文化的独特魅力。

科技互动：将服务场景变身客流“磁石”

5月1日至5月2日，在BFC外滩金融中心，复悦生活文商事业部引入的人形机器人“天团”成为科技互动体验的焦点。外形炫酷的机器人化身智能导览员，不仅主动引导游客参与各类活动，与游客友好“握手”互动，还携十几个小型机器人组成“机械舞团”，吸引众多市民游客驻足围观、争相合影。

在外滩金融中心的户外区域，“科技+萌宠”的跨界组合也成为人气担当。机器狗与物业搜救犬组成“汪星人联盟”，两者时而互动玩耍，时而协同展示智能巡检与搜救技能。这种“科技功能娱乐化”的场景化演绎创新，不仅提升了客流引导效率，更牢牢抓住了亲子家庭的目光，让游客在轻松愉快的氛围中直观了解科技设备与工作犬的工作特性，让技术应用更显温度。

当导览员变为文化使者、当清洁员变为文化景观、当搜救犬找到机器人“伙伴”，物业服务本身也成为了商业空间的“体验增值项”。“在文旅消费向品质化、体验化升级的当下，复悦生活正从传统‘保障型’服务向‘体验型’服务迭代进化。”豫园合伙人、复悦生活总裁陈煜宇指出，复悦生活的实践理念是“服务即体验”，将基础服务转化为可感知、可记忆的体验，创造温暖、惊喜与记忆，让消费者获得情感上的满足与愉悦。

自2025年接棒大豫园物业管理以来，复悦生活文商事业部，聚焦品质住宅、商旅目的地、产办生态三个核心服务场景，持续提升服务品质。未来，复悦生活将持续深耕文商旅项目，进一步推动物业管理效率提升与服务价值延伸，致力于成为城市文商空间服务的创新引领者，为消费者打造更多元、更优质的服务体验。

复悦商管五一热搜榜出炉：

“文化+科技”带动商业空间人从众聚！

文 | 汪露

在欢乐度过的五一小长假期间(5.1-5.5)，全国200万+人次光顾了复悦商管的商业及文旅项目，销售同比提升了28%。“文化+科技”创新融合，复悦商管以商业空间演绎“东方生活美学”，通过一场场活动，为节假日增添浓浓的氛围和热度。8个热搜词见证复悦商管的“五一”温度，让用户在享受商业繁华的同时，也能深刻感受商业内容带来的美学生活体验。



市集超有调性

南通复悦里打造「望山知春·元气养生」市集主题，40+知名老中医免费坐诊，同时邀请周边城市50+知名文创主理人设摊，市集品质及可逛性绝佳。如东上河印巷打造当地首个“还有咖啡市集”，汇集当地网红咖啡，现场有手冲咖啡、冷泡茶、套圈鲜花、萌宠市集、现场调酒等吸引众多年轻人驻足。



梦回红楼国风演绎

沈阳盛京龙城打造红楼梦沉浸式长廊情景剧，还原红楼梦经典场景，包括黛玉入府，宝玉大婚，元妃省亲等，结合通天街、盛京宴、湖心亭美轮美奂场景，打造沉浸式演绎，顾客置身其中，一步一景，还可以通过任意消费盖金陵十二钗全章，互动性及体验感极强，实现累计客流同比增长52%。



超级宠粉不服来战

上海复悦活力城打造“超级VIP DAY”会员盛典，会员专属礼、新能源汽车节、王者荣耀五五开黑节、AI机器人巡游、美食节、黄金气球雨等跨界创新活动激活消费新动能，为消费者打造了一场融合购物狂欢、购车盛宴、电竞热潮与娱乐体验的全场景消费嘉年华。



二次元男神女神都来了

苏州复悦城首次涉猎二次元文化，打造“国乙 ONLY 国漫嘉年华”，活动通过UGC裂变传播实现圈层渗透，线上引发大量话题互动，素人博主自发宣传，曝光超10万。宁波复悦城“理想乡漫展嘉年华”打造沉浸式二次元打卡空间，场内设置coser巡游、动漫市集，吸引大量二次元爱好者。



撒欢儿趣玩

天津复悦里以“撒欢儿趣玩”城市微度假为主题，以“自然x音乐x童趣”为核心，打造空港首次沉浸式家庭轻度度假场景。露营草坪音乐节室内外双场景、萌趣亲子游园会、亲子迷你马拉松等活动吸引上百组家庭深度参与。五一活动期间客流、销售数据同比增长超过30%。



童心向太空 共筑航天梦

上海复悦荟邀约中国优秀绘本作家邓昕，通过其2024年儿童类畅销书top3《我的中国航天课》绘本作品，落地真如区域首届“童心向太空，共筑航天梦”航天展主题。并与周边校区联动，共同创办普陀首档“航天展”科普教学，吸引数百组亲子家庭参观学习。



这里有超火的IP

重庆S95超次元中心引进国际头部IP“蜡笔小新”，利用IP包装内外场氛围、打造后街痛楼，吸引大量游客及本地次元粉丝进店，多次刷新历史客流记录。宁波复悦城引进近年火热的IP“卡皮巴拉·小黄豚”，围绕IP定位，策划小黄豚游园会、小黄豚人偶互动等丰富的体验类活动。



痛车展展破圈

东阳中国木雕城落地东阳痛车主题首展，吸引了来自浙痛圈、辽痛圈、江痛圈等全国各地的300+痛车车主携个性化改装作品参展，规模与影响力创圈内新高。活动叠加动漫、国风、促销多维度体验，形成“文化引流+商业变现”闭环，推动项目“破圈”成为浙中文旅新地标之一。