



深圳万象城 社区繁荣报告

SHENZHEN MIXC
COMMUNITY PROSPERITY REPORT



04 可持续发展方针

05 什么是可持续社区

06 关于华润万象生活

08 报告研究对象

11 研究框架

12
经济活力



商业零售额增幅

租赁表现

税收贡献率

品牌更新率

18
友好社区



公共交通设施密度

行人网络密度

开发强度

连接度

无障碍设施

访客画像

市场热度

客流数据

社交媒体表现

30
公共服务



公区占比

健康与安全

文化艺术活动

基层党建

社会公益

促进就业

客户满意度

44
创新发展



商业模式

创新建筑

首店经济

智能服务

社群运营

绿色低碳

伙伴共创

践行可持续理念 助力社区繁荣 60

展望未来 62

附录 64

目录
CONTENTS

可持续发展方针

在过去 20 年的业务实践中，华润万象生活一直倡导负责任的发展理念，为将可持续发展理念更好融入公司战略，向利益相关方阐明我们的理念与方向，华润万象生活制定了“153” ESG 战略，以“成为可持续发展表现引领行业的世界一流企业”为愿景，确立万象生态、以人为本、伙伴共赢、绿色发展、诚信经营五大领域，同时结合公司业务实际制定了 22 项优先议题。



城市是华润万象生活业务活动的立足点，在与城市同频生长中，华润万象生活日益发展成为行业的领导者，与客户、合作伙伴、社区等相关方建立了广泛联结，这对实现可持续发展目标至关重要。“社区繁荣”是华润万象生活可持续发展的支柱，在这一框架下，我们希望通过搭建评估模型，衡量公司项目在参与社区建设、促进城市发展方面的综合价值，为将可持续理念制度化融入业务提供指引。

1个愿景

成为可持续发展表现引领行业的
世界一流企业

5大领域

万象生态 以人为本 伙伴共赢
绿色发展 诚信经营

3大价值

引领商业进步
助力城市发展
共创美好生活

什么是可持续社区

根据联合国 2030 年可持续发展目标（SDGs）的定义，可持续城市和社区是“包容、安全、有抵御灾害能力和可持续的城市和人类社区”。城市和社区集合了公共资源，是基层社会治理创新的前沿，在“共建共治共享”的社会治理新格局指引下，现代社区更加注重其公共性。



关于华润万象生活

华润万象生活有限公司 (简称 : 华润万象生活, 股份代号 : 01209.HK) 是中国领先的物业管理及商业运营服务商, 2020 年 12 月 9 日于香港联交所上市, 2022 年 11 月 18 日获纳入香港恒生指数成份股, 2023 年入选国资委“双百企业” 名单。公司以“创建世界一流企业, 成为中国最具行业影响力的轻资产管理公司”为战略目标, 以“城市品质生活服务平台”为战略定位, 致力打造全业态、全客户、全产品、全服务一体化生态体系。

华润万象生活以“非凡万象”为品牌理念, 秉持“用智慧服务引领城市品质生活, 提升空间资产价值” 的价值主张, 通过非凡人文、非凡科技、非凡空间以及非凡生态赋予城市和生活非凡的气质, 以品质成就非凡万象。

CR MIXC LIFESTYLE
01209.HK



报告研究对象

本报告研究对象以首个购物中心项目深圳万象城为中心，覆盖周边的深圳华润大厦及幸福里小区，总建筑面积超 40 万平方米。

项目位于罗湖区桂园街道，距离传统的商贸中心东门老街十分接近，处于现代与传统的汇合点。基于项目所处地理位置，以及在区域发展中的作用，为完整呈现项目与相关方的互动，研究范围覆盖桂园街道、东门街道主要区域，该区域西起红岭中路，向东辐射至东门路，北起红桂路，南至滨河大道。

深圳万象城

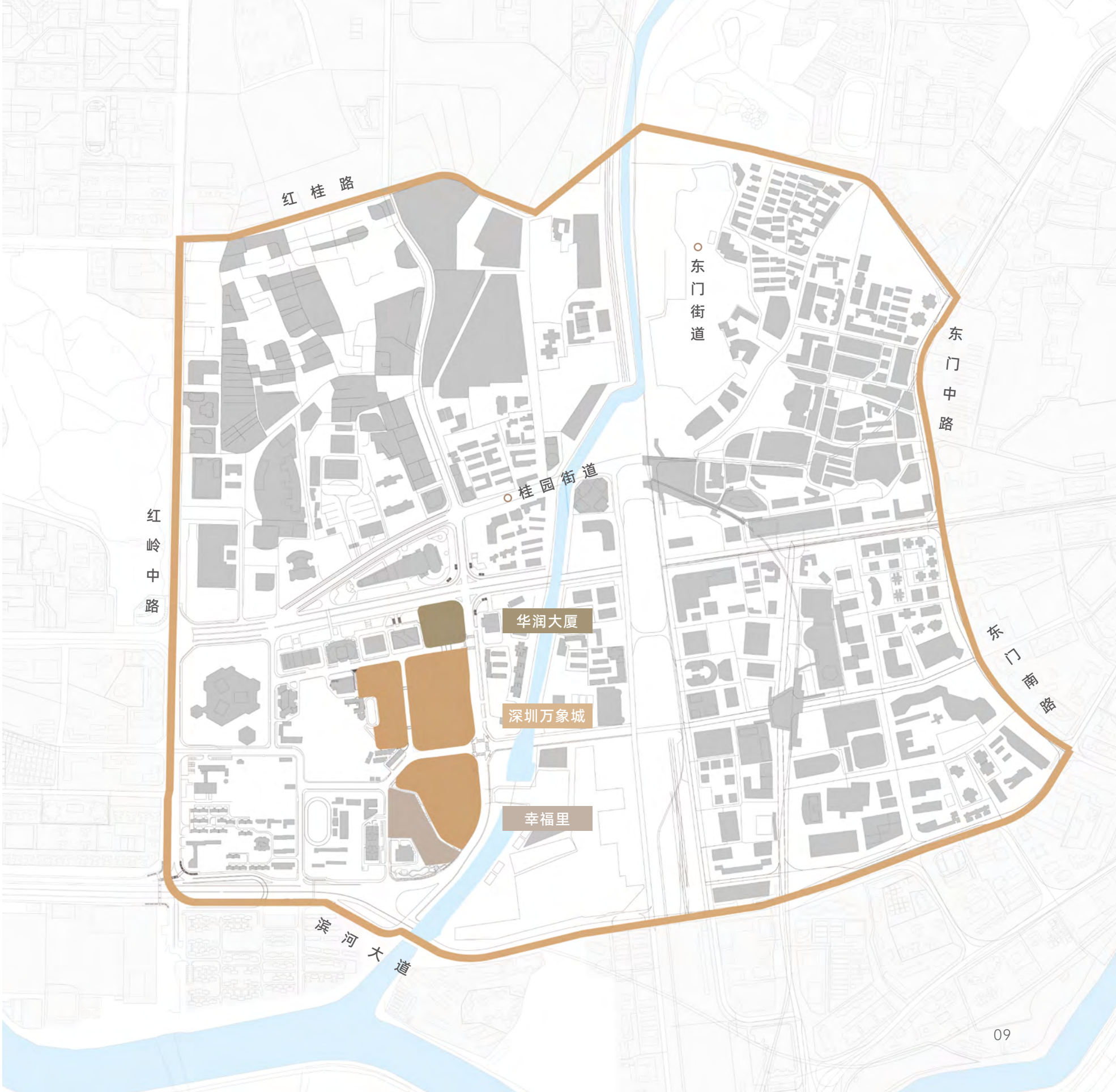
包含国际品牌旗舰店、时尚精品店、美食广场、奥运标准室内滑冰场、高端超市、多厅电影院等元素，提供一站式购物、休闲、餐饮、娱乐服务。

深圳华润大厦

共 29 层，为国际标准 5A 甲级写字楼，主要以金融机构及国内外大型企业为主要目标客户，华润万象生活负责写字楼运营及物业服务。

幸福里小区

定位为“以居住为主导功能，具备商务特征的城市资源型高尚住宅”，自 2009 年开盘以来，一直由华润万象生活提供物业服务，客户满意度常年维持行业前列。



关键历程



研究框架

社区是一个综合性的系统，华润万象生活致力于在实现经济效益的同时，合理兼顾利益相关方诉求，实现与社区、城市的共同发展。研究框架分为经济活力、友好社区、公共服务及创新发展 4 个维度。



经济活力

经济活力反映社区的建设与运营成效，各项经济活动指标代表了运营方是否有效提升空间资产价值，用以衡量为租户、股东等相关方带来稳定收益的水平，以及对城市经济的促进作用。



商业零售
额增幅

租赁
表现

税收
贡献率

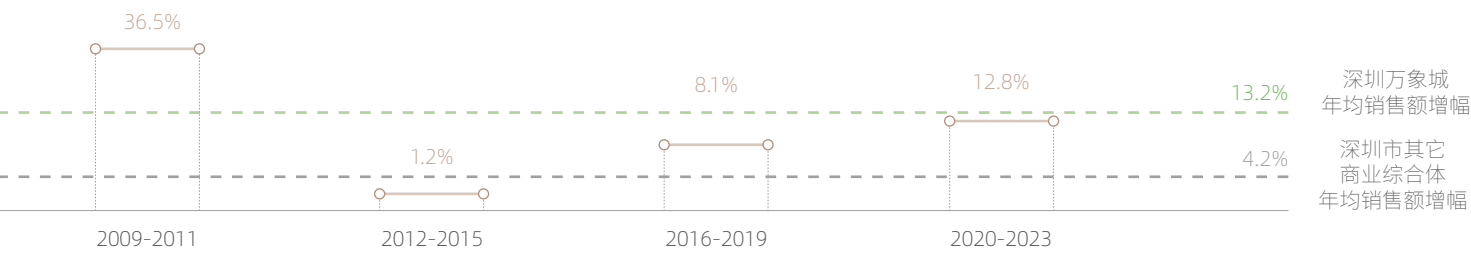
品牌
更新率

商业销售额增幅

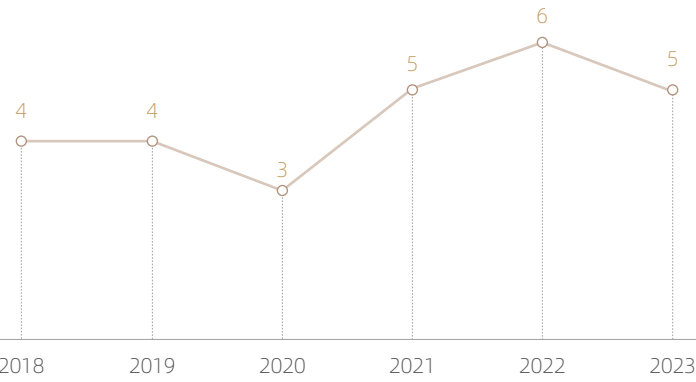
零售额是消费市场活跃度的重要指标，体现了消费者的购买力和购物中心吸引力。

自 2004 年开业以来，深圳万象城销售额呈现稳步上升趋势。销售额累计增长 50.69 倍，年均增幅达 13.2%，高于深圳市其他商业综合体 4.2% 的年均增幅，常年占据深圳市商业综合体销售冠军位置，并基本维持在全国前 5 名的水平。

深圳万象城零售额增幅情况



近五年深圳万象城零售额在全国市场的排名



数据来源：《上海购物中心 2019 年发展报告》- 中国连锁经营协会、联商网以及商业地产志（CRR）、赢商网

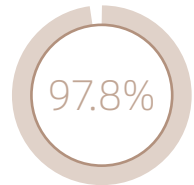
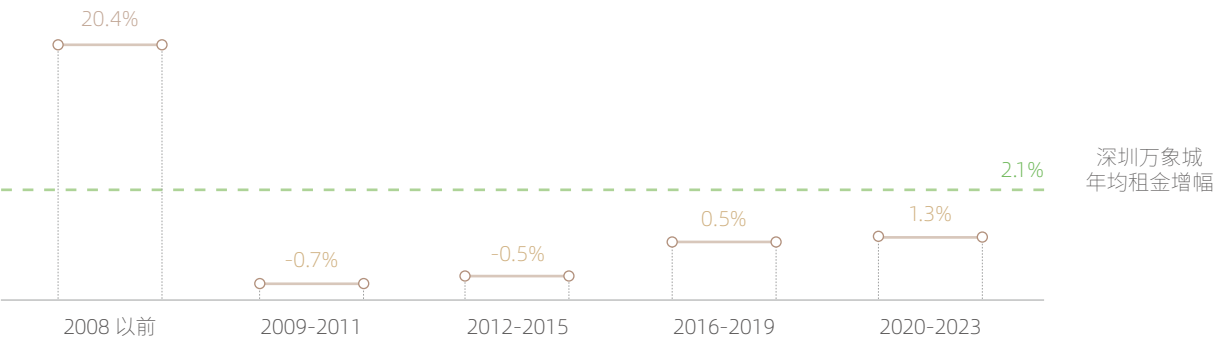


租赁表现

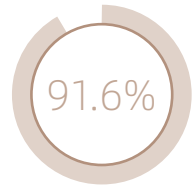
租赁表现反映了市场的经济运行情况及购物中心运营绩效，在 20 年的发展历程中，深圳万象城出租率及租金均有不俗的表现。

深圳万象城店铺历年平均租金增幅为 2.12%，出租率维持在较高水平，平均出租率达 97.8%，高于深圳其他综合体 91.6% 的出租率。

深圳万象城租金增幅情况



深圳万象城年均出租率



深圳市其它商业综合体年均出租率

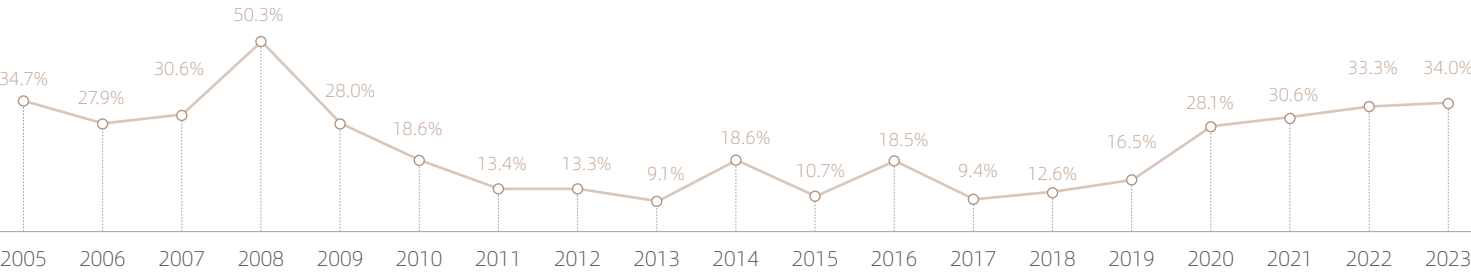


品牌更新率

深圳万象城通过对场内品牌适度的调整，增强购物中心吸引力，更好满足市场变化和消费者需求。

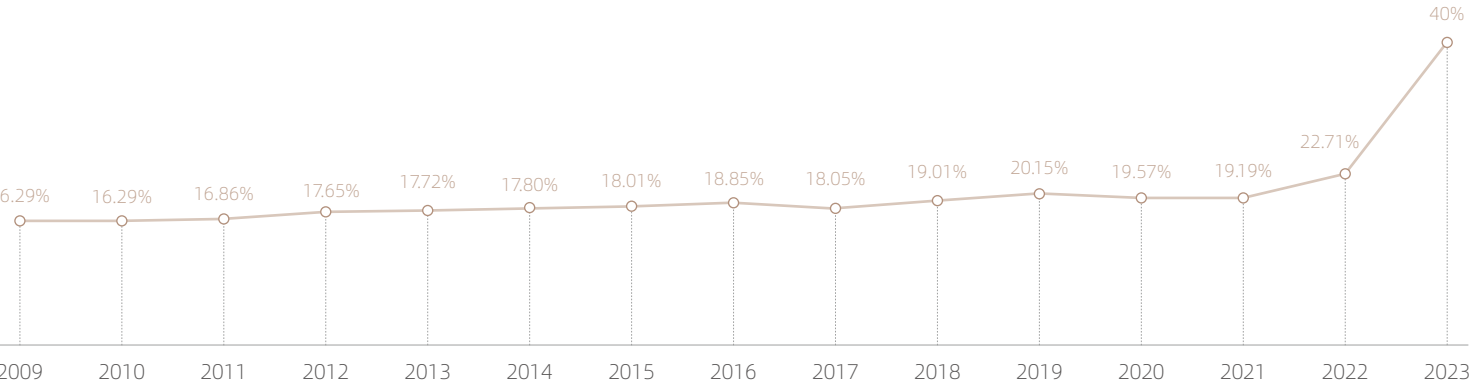
品牌更新受多重因素影响，包括市场变化、消费者需求变化以及购物中心自身需求。深圳万象城年均品牌更新率为 23.08%，其中 2008 年 -2009 年、2021 年 -2023 年，由于项目二、三期开业或调改原因，品牌更新率浮动较大。

深圳万象城历年品牌更新率



深圳万象城开启了国内高端商业的购物中心时代，汇聚众多国际品牌，国际品牌年均占比 19.88%。随着一、二期完成改造升级，三期建成开业，深圳万象城国际品牌占比达到了 40%，为深圳打造多层次、多元化的国际级商圈带来积极推动作用。

深圳万象城国际品牌占比

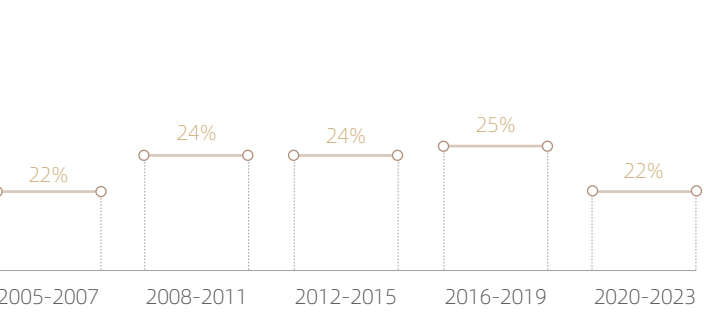


税收贡献率

凭借稳健的经营，深圳万象城的纳税额保持了稳定增长，为城市经济发展作出贡献。

2005 年到 2023 年，深圳万象城平均税收贡献率为 24%，上缴税收额增长 86.43 倍。

深圳万象城历年税收贡献率



友好社区

友好社区包含社区公共设施建设与发展情况，关注相关群体对于社区的归属感和参与热度，体现深圳万象城融入周边社区、为城市配套升级带来的积极作用。



市场
热度

客流
数据

社交媒
体表现

访客
画像

公共交
通设施
密度

无障碍
设施

连接度

开发
强度

行人
网络密度

集约化

深圳万象城将集约化作为设计、建造及运营核心理念，力求打造一站式的体验空间。

公共交通设施密度

以步行 10 分钟或 500 米直线距离为范围，深圳万象城具有良好的公共交通便捷性，周边分布有 3 座地铁站点、9 座公交站点、13 个地铁出入口，公共交通工具备天然优势，以地铁为例，搭乘地铁到访的客流占比近 20%。



深圳万象城公共交通设施分布

公共交通设施	数量	名称	步行范围
 公交站点	9	宝安南路站、金威大厦站、地王大厦站、人民桥站、深圳书城站、市公安局站、中医院一门诊站、罗湖和平大厦站、鹿丹村站	步行 10 分钟 /500m
 地铁站点	3	大剧院站 (1 号线、2 号线) 鹿丹村站 (9 号线) 红岭南站 (9 号线)	步行 10 分钟 /500m
 地铁出入口	13	大剧院站 (B、C、D、E、F 出口) 鹿丹村站 (A1、A2、C、D 出口) 红岭南站 (A1、A2、C、D 出口)	步行 10 分钟 /500m

行人网络密度

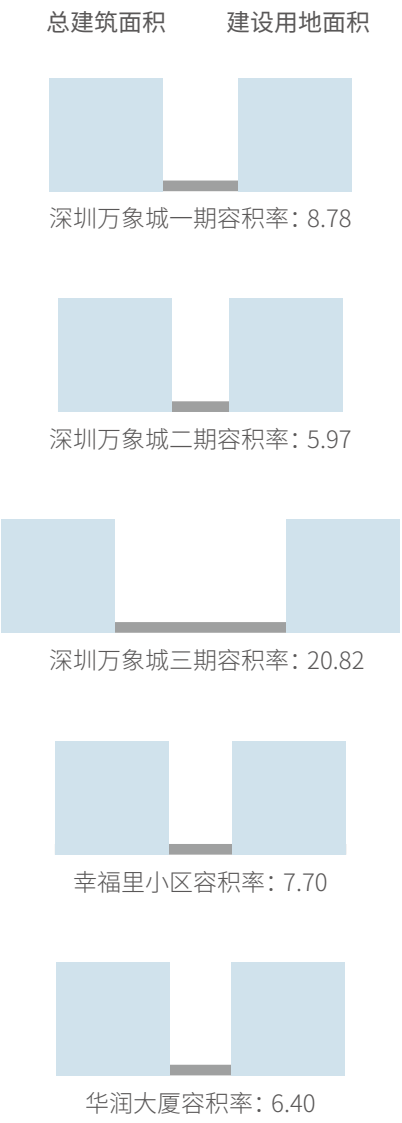
深圳万象城一期采用了传统的环境式步行路径，二期和三期包含步行街道设计的开放式布局，步行道长度总计 1.425 公里，行人网络密度约为 22.01 km/km²，高于《城市步行和自行车交通系统规划标准》(GB/T51439-2021) 中商业密集区步行网络建议最大密度 20km/km² 标准。通过提高步行网络密度，形成了小体量、多场景的步行环境，增强区域的吸引力。



深圳万象城小体量、多场景的步行环境

开发强度

开发强度指区域建设空间占该区域总面积的比例，深圳万象城一期、二期，以及深圳华润大厦、幸福里小区维持较低的开发强度，三期由都市名园商业裙楼升级改造而成，开发强度较高。



* 容积率 = 总建筑面积 / 建设用地面积

连通性

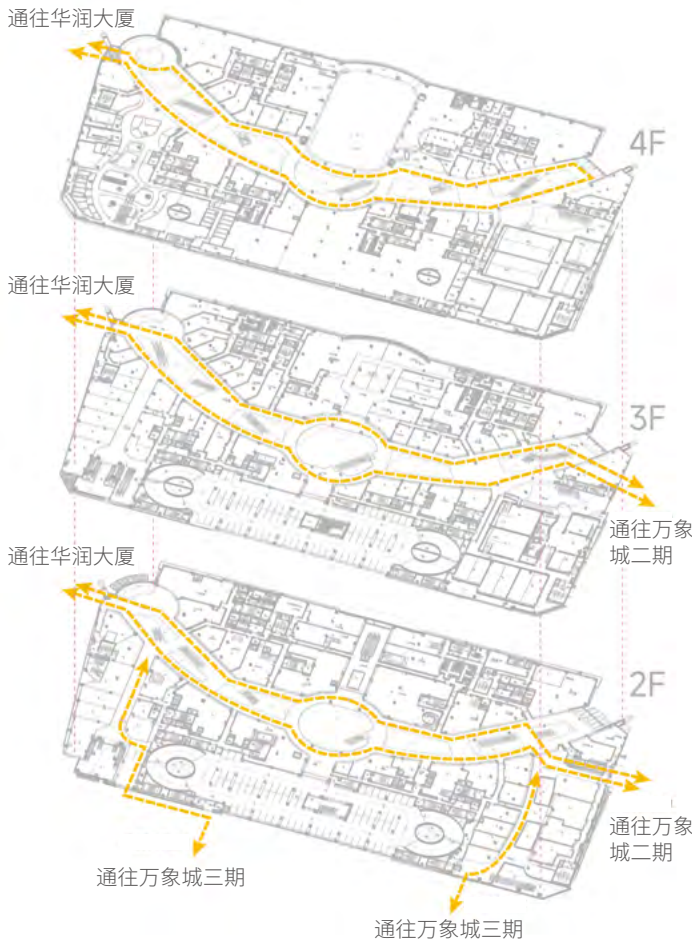
连通性是深圳万象城规划布局中兼具智能和人文特征的体现，为空间流动与畅通注入了鲜活的气息。

连接度

通过历年改造，深圳万象城整合了船步街、蔡屋围京基二层慢行系统、地铁红岭南站及地铁大剧院站，构建形成片区内的慢行网络，增强了街道间的可达性，方便周边社区居民。

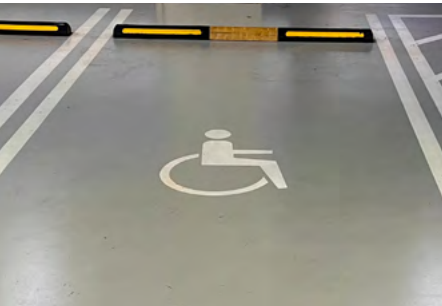
此外，深圳万象城与华润大厦有连廊连接，一期、二期与华润大厦地下2层连接，深圳万象城、华润大厦地下1层与地铁1、2、8号线相连，形成内外交错、星罗棋布的通道网络。

为方便社区居民出行，深圳万象城一期西门24小时向社会开放，深圳万象城及华润大厦地铁通道6:00-0:00 开放。同时，结合店铺、写字楼雇员的上班时间，一期 / 三期连廊、华润大厦4楼连廊每天6点、8点开放，以方便企业员工通行。

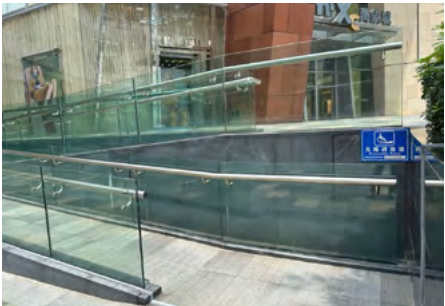


无障碍设施

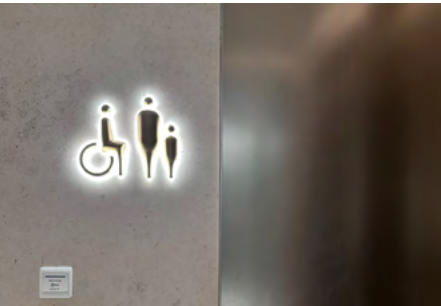
无障碍设施反映对特殊群体的关怀，包括设施数量是否足够，以及是否能够满足多样化的使用需求。这些设施包括盲道、无障碍电梯、无障碍洗手间、以及残障人士专用停车位等。



残障人士专用停车位



无障碍坡道



无障碍洗手间

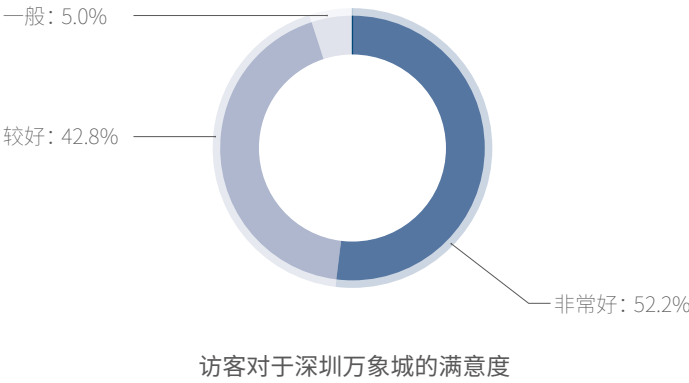
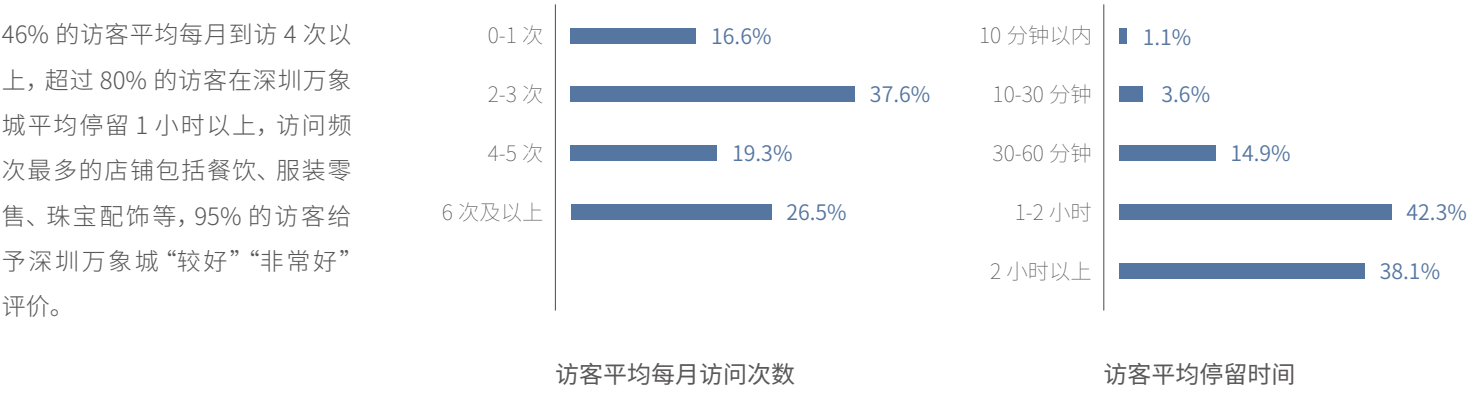
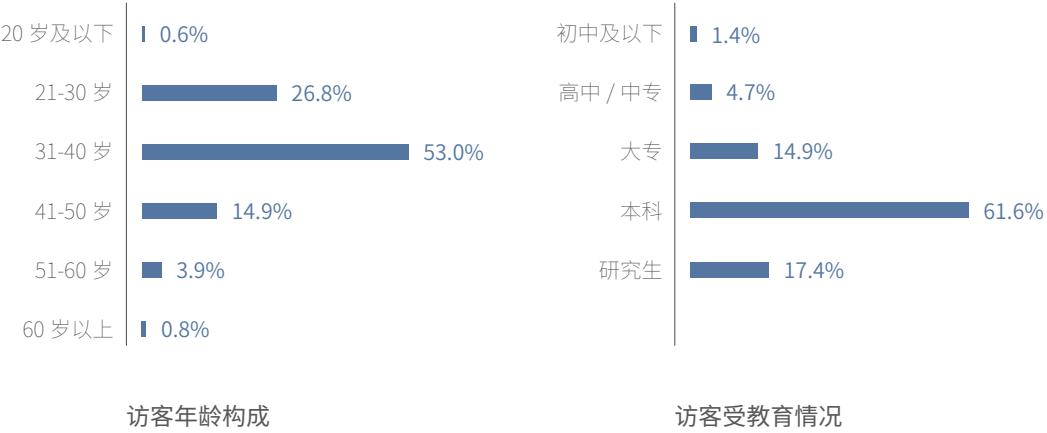
无障碍设施	所在地	长度 / 数量
 盲道	深圳万象城一期	793 米
	深圳万象城二期	368 米
	华润大厦	311 米
 无障碍电梯	深圳万象城	2 部
 无障碍洗手间 (第三洗手间)	深圳万象城	12 个
 残障人士专用停车位	停车场	17 个

活跃度

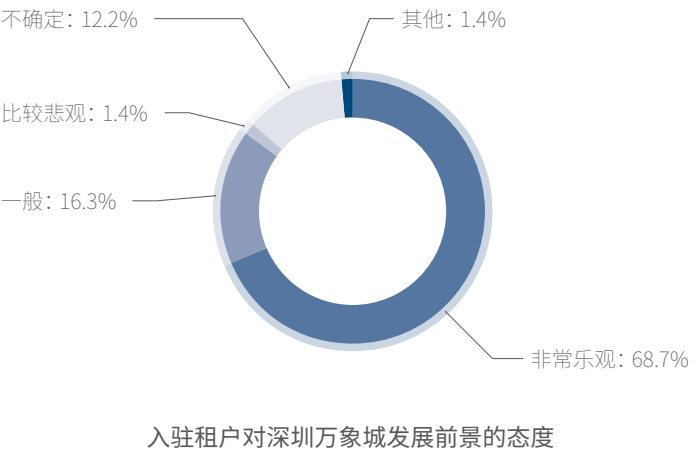
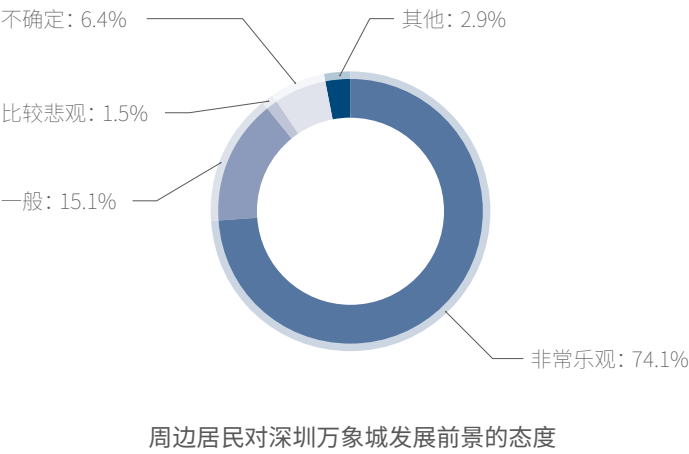
通过打造多业态、精细化的消费文化场景，深圳万象城形成了显著的线上线下影响力，成为区域内重要活力来源，对周边居民生活、区域经济的发展产生积极影响。

访客画像

调研显示，深圳万象城的访客呈现年轻、教育水平较高等特点，超过 80% 访客年龄为 40 岁以下，79% 的访客为本科及以上学历。



此外，针对深圳万象城发展前景调研显示，74.1% 的周边居民以及 68.7% 的租户对深圳万象城发展前景表示乐观。



市场热度

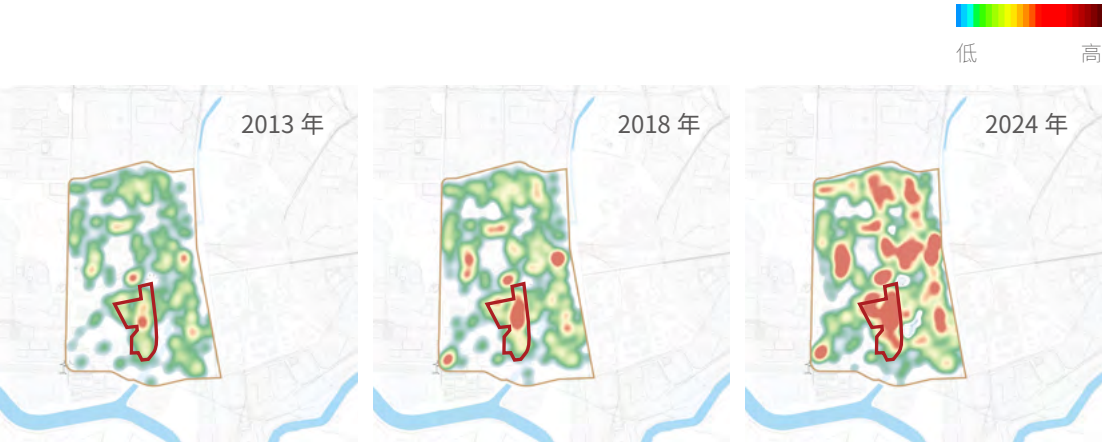
借助大数据分析工具，进一步印证深圳万象城较高的市场热度，这主要体现在以下两方面：区域内兴趣点（POI）的历史动态变化，以及每日人口活跃度变化。

城市热点分析

城市热点通常是指商业发达、人流量大、设施齐全，即各种兴趣点（POI）较为聚集的区域。通过对 POI 密度的动态分析，显示在过去十年，深圳万象城周边商业在快速发展，形成若干显著的热点地区，其中，深圳万象城构成了核心活动区域。

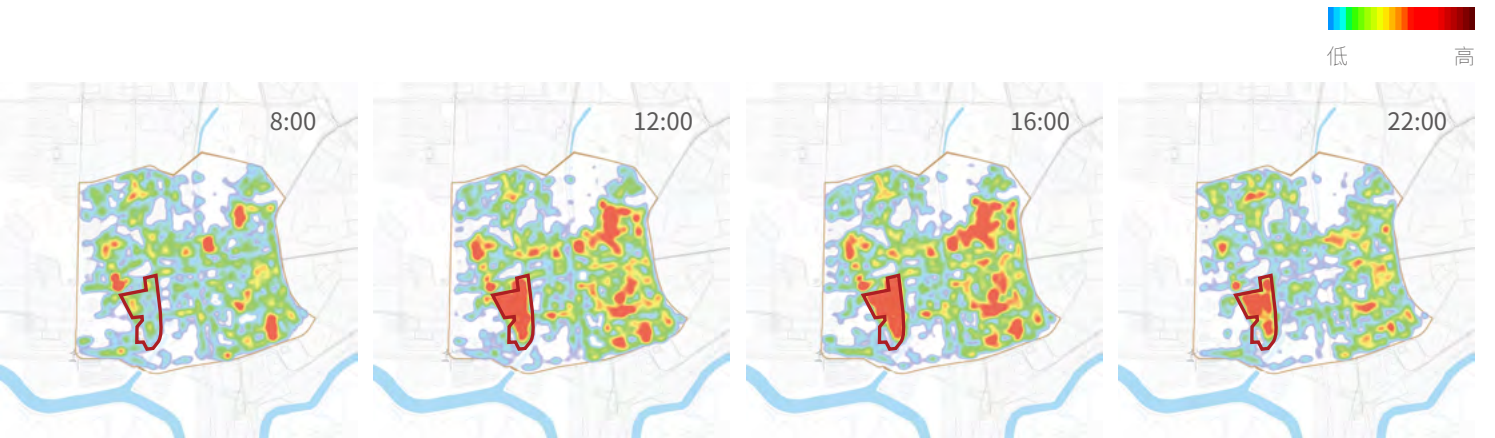


* 深圳万象城以东一公里为深圳传统商贸中心东门老街，1979 年，由“深圳墟”改称“东门老街”，历经多年发展，聚集了个体商户、批发零售及百货等业态，属于城市热点密集区域。为客观呈现深圳万象城对区域城市热点的促进作用，POI 分析区域未涵盖东门老街区域。



人口热力分析

街面层人口热力图（PHM）用于体现区域内的人口活跃度，选取工作日和周末不同时间点的热力图进行分析，热力值越高，表明人群越密集，研究显示深圳万象城是周边区域主要的人口活力集聚点。



工作日时段 (2024 年 5 月 10 日) 人口热力图 (PHM)



周末时段 (2024 年 4 月 20 日) 人口热力图 (PHM)



客流数据

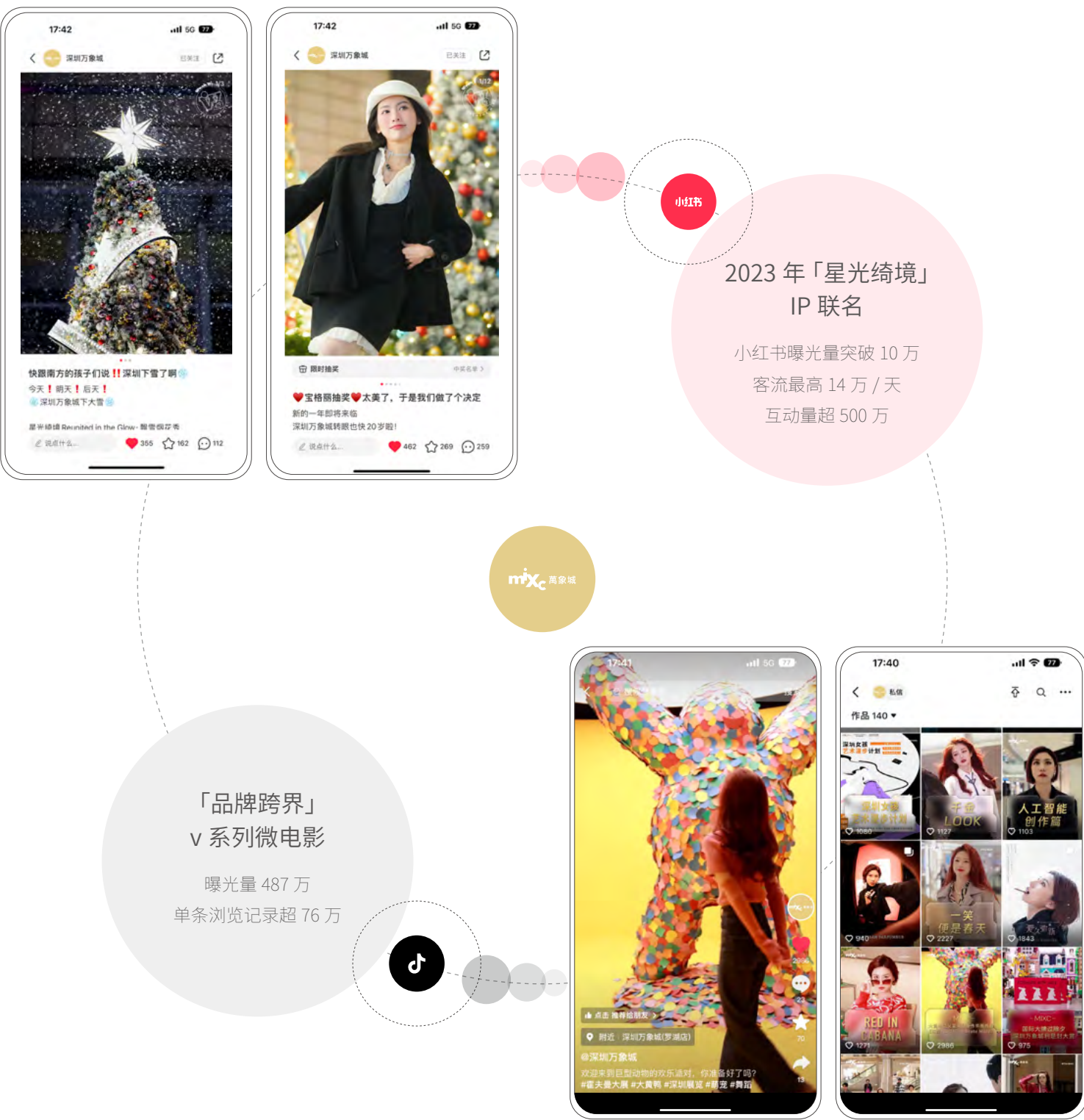
根据线下客流数据统计，2008 年至 2023 年，深圳万象城累计接待约 3.6 亿人次，日均客流 6.16 万人次，最高日接待 16 万人次，节假日日均客流约为 8 万人次。2023 年，深圳万象城客流同比增长 215%，呈现较好趋势。



社交媒体表现

通过多样化的内容策略、联合权威媒体互动等方式，深圳万象城持续打造有影响力与内容力的购物中心媒体矩阵。截至 2023 年，社交媒体账号粉丝量为 68 万，互动总数超过 1200 万（含转发、评论、点赞及发帖），总阅读量 / 曝光 9500 万，在丰富与消费者沟通互动渠道的同时，也促进了店铺经营转化。

平台	粉丝人数 (万)	信息活跃度
 微信	 64	总阅读量 350 万次
 微博	 2.2	总曝光量 450 万次
 小红书	 1.4	浏览量 205 万次，获赞与收藏总量超过 20 万次
 大众点评	 0.25	深圳罗湖区商场好评榜第一名，累计收藏 1.76 万，评价 4.8 星，主页月均浏览量 6 万人次，话题发酵超过 8000 万
 抖音	 0.28	总曝光量 510 万，总互动量 1.99 万



公共服务

深圳万象城通过优化资源配置，利用商业空间为相关方提供综合高效的公共服务，积极参与社区治理，在社会公共效益及多元主体服务方面取得诸多成效。

客户
满意度

促进
就业

社会
公益

基层
党建

文化艺
术活动

健康
与安全

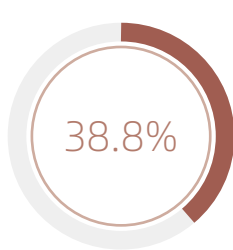
公区
占比

公共空间营造

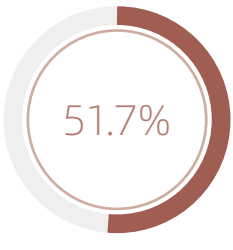
深圳万象城不断提升项目的公共空间属性，一方面从打造友好社区出发，增强项目集约化水平及与周边区域的连接度，另一方面，在项目运营端融入更多公共视角，这包括对健康安全议题的管理，以及开展一系列文化艺术活动等。

公区占比

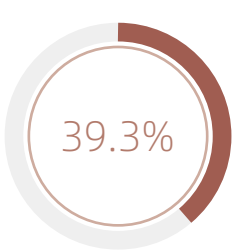
深圳万象城保持较高公区占比，整体公区占比达到 43.28%，较高的公区占比带来更多的公共空间和设施，有助于增强社区氛围。同时大尺度的中庭广场，层层退台，铺铺临街，营造通透舒适的空间感受，为访客创造高品质的公共场所。



一期公区占比



二期公区占比



三期公区占比



一期中庭广场



户外下沉广场

健康与安全

深圳万象城参照 ISO45001:2018 制定了健康和安全政策，政策范围覆盖员工、租户及消费者等相关方。2024 年，深圳万象城、深圳华润大厦通过 WELL HSR 健康安全评价认证，代表了项目对空间使用者健康与安全的保证。

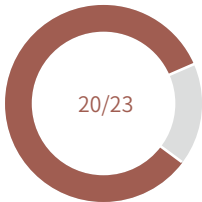


深圳万象城、深圳华润大厦通过 WELL HSR 评价

深圳万象城 WELL HSR 实施情况



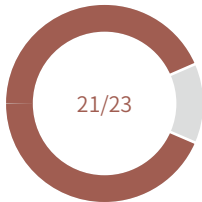
满足条款数（条）



深圳华润大厦 WELL HSR 实施情况



满足条款数（条）



在公共安全保障方面，深圳万象城建立了完备的公共安全体系，为访客、商户创造良好的环境，多次获得深圳市、罗湖区相关表彰。

深圳万象城公共安全设施		
类型	数量	职能
 专职消防队	1	由退伍消防官兵组成的专职消防队
 应急设备物资	6200 余件	各关键区域配置
 监控镜头	1074 个	24 小时监控，重点区域每半小时巡视一次

案例：“万象守护 爱逾风雨” 社会化应急项目

华润万象生活与腾讯 SSV 建立合作，推动落地社会化应急项目，计划到 2025 年覆盖全国 655 个项目，在这一计划支持下，深圳万象城、深圳华润大厦完成 AED（自动体外除颤器）安装、部署应急响应系统，并通过开展急救知识科普及救援培训等措施，提升突发应急事件应对能力，助力建立健康安全社区。

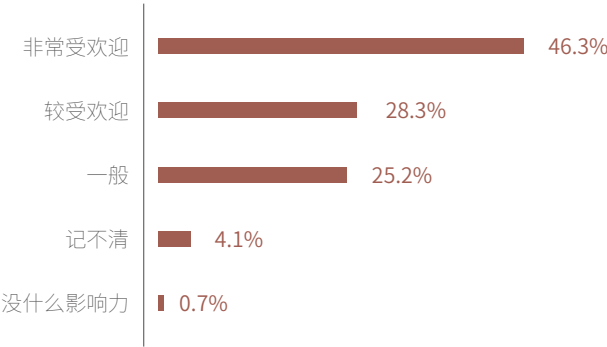


深圳万象城、深圳华润大厦 22 名员工通过培训并取得急救证

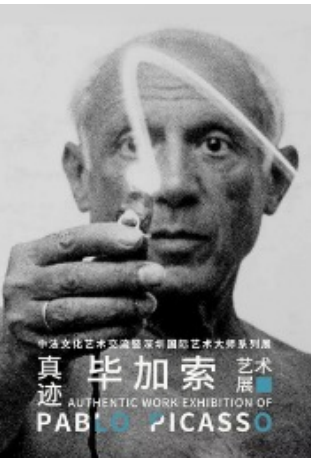
文化艺术活动

通过举办各类文化艺术活动，深圳万象城积极参与社区公共文化建设，在为市民提供丰富文化体验的同时，也有助于吸引客流。深圳万象城举办各类文化艺术活动频率较高，超过七成受访租户认为活动较受欢迎。

租户对活动影响力的评价



深圳万象城 × 南瓜子《生命之树》巨幅灯幕亚洲首展



中法文化艺术交流暨深圳国际艺术大师系列展



携手艺术家邬建安举办公共艺术作品展



《相遇艺术》九月艺术展



深圳万象城 × 纽约植物园亚洲首展

将纽约植物园精华设计于深圳复刻，唤醒公众对自然和植物的保护意识。



《欢聚！加倍！》霍夫曼个展华南首展

2022 年圣诞节至 2023 年 4 月登陆深圳万象城，集结 25 件新作，传达对生命脆弱性和宝贵性的深刻理解。



迪士尼 100 周年 · 星愿主题展深圳首展

在迪士尼成立百年之际，深圳万象城携手迪士尼举办百年庆典之《星愿》主题展及动画海报展。



星光绮境艺术大展中国首展

英国插画艺术家 Allan Deas 为深圳万象城 19 周年庆典定制星光绮境 Reunited in the Glow 艺术大展 · 中国首展。

社区民生

社区是社会的基本单元，也是基层治理的“最后一公里”，深圳万象城与相关方积极开展合作，增进相关方福祉。

基层党建

深圳万象城探索形成了以“三个一”为核心的“党建 + 社会治理”模式，通过一支志愿服务队、一个红色同心圆、一系列民生行动，更好参与社区治理，服务社区民生。



一支志愿服务队

2015 年 12 月 31 日，润志会在深圳市义工联合会注册成立，主要负责志愿服务的工作组织，开展赈灾扶贫、特殊人群关爱、环境保护及动物保护等公益活动。截至目前，深圳万象城、深圳华润大厦、幸福里物业服务中心 41 名员工加入志愿服务队，占员工总数 14.3%。



一个红色同心圆

2021 年，深圳万象城联动社区企事业单位成立“红色同心圆”，旨在通过资源共享，建立社区属地企业共建平台；2024 年，红色同心圆进入新阶段，通过联动周边商业综合体和消费类上下游企业，加入商圈虚拟园区党委，助力蔡屋围国际高端消费街区提质升级。



一系列民生活动

针对社区特定人群、特定主题，深圳万象城推出多项民生活动，覆盖社区关怀、志愿服务、疫情防控等领域，多次获得深圳市、罗湖区荣誉表彰。

促进就业

通过稳健的运营，深圳万象城在助力区域经济发展的同时，也提供了大量工作岗位和就业机会。截至 2023 年底，创造就业岗位 4912 个，主要包括参与深圳万象城、深圳华润大厦、幸福里小区运营与服务的自有员工，以及深圳万象城各店铺雇佣的员工。在新增就业岗位方面，2023 年，深圳万象城、深圳华润大厦、幸福里小区新招聘自有员工 266 人。

为提升员工专业素养和就业竞争力，深圳万象城建立了持续性学习计划，覆盖所有层级员工，提供管理类、专业技能类主题课程，并打造职工技能大赛、万象星服等学习提升项目。



“星级客服”认证及赋能培训

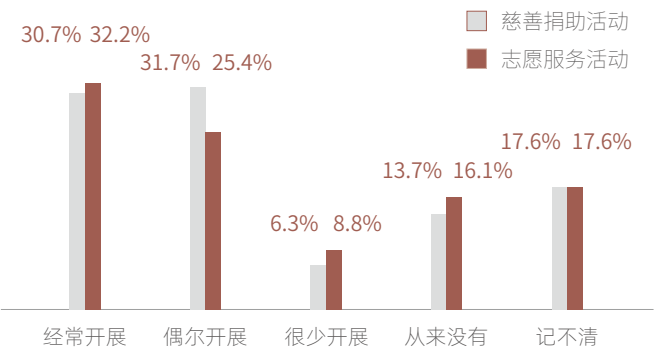


“匠心杯”职工技能大赛

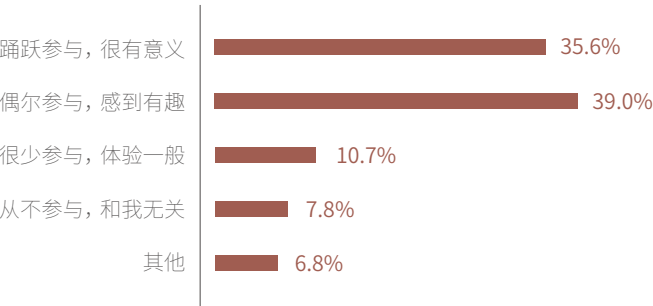
社会公益

华润万象生活将履行社会责任作为可持续发展的重要组成部分，形成了以低碳环保、乡村振兴、社区关爱、公共责任为核心，员工、店铺、社区多方参与的履责模式。深圳万象城开展的公益活动得到社区居民广泛认可，75% 的受访者表示有兴趣参与深圳万象城举办的公益活动。

公益活动认知调查



公益活动参与情况调查





大爱无疆爱心助学活动

2006 年，深圳万象城联合媒体发起“大爱无疆 青藏希望行”爱心助学活动，探访青藏边远地区学校，组织捐赠仪式，帮助青海、西藏修建两所希望小学。



公益图书募捐活动

深圳万象城、深圳华润大厦携手公益机构举办公益图书募捐活动，以帮助山区孩子获得更多阅读机会。



万象守护公益助学活动

自 2023 年以来，深圳万象城联合在深单位常态化开展“万象守护”公益助学活动，为百色华润希望小镇的义务教育儿童进行公益授课、捐赠助学物资，助力农村地区素质教育发展。



为城市建设者提供关怀

为提升一线城市建设者福祉，深圳万象城联合街道、爱心企业打造城市志愿者服务站，为外卖员、快递员、环卫工人等户外工作者免费提供消暑冷饮。

客户满意度

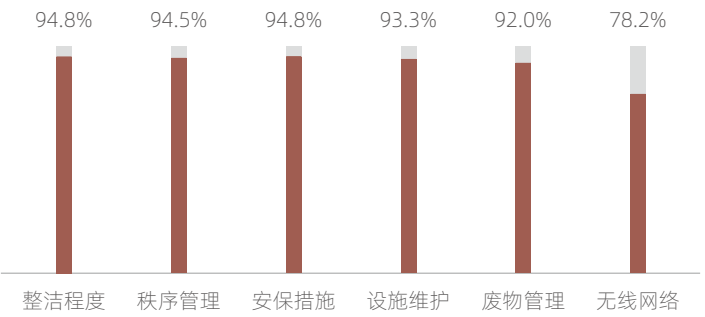
满意度反映深圳万象城在社会公共效益及多元主体服务方面的成效，可通过现场品质、建筑视觉、空间体验及对客服务四方面进行衡量。



现场品质

入驻租户、购物中心访客及商圈附近社区居民对深圳万象城场地管理满意度较高，在整洁程度、秩序管理、安保措施、设施维护、废物管理五项指标满意度达到 90% 以上，无线网络的满意度为 78.2%。

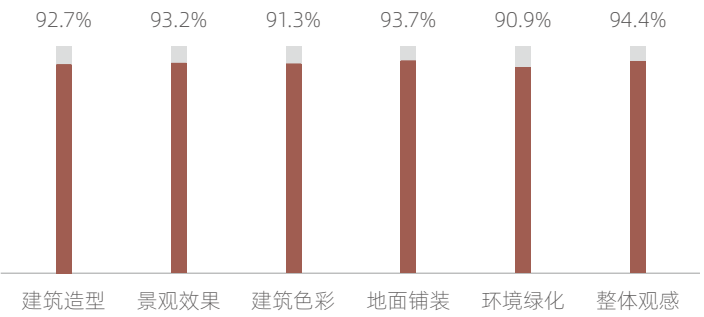
现场品质满意度



建筑视觉

大部分受访者对深圳万象城综合体的建筑较为满意，在建筑造型、景观效果、建筑色彩等 6 个测量题项上，“满意”“非常满意”的比例均超过 90%。

建筑视觉满意度

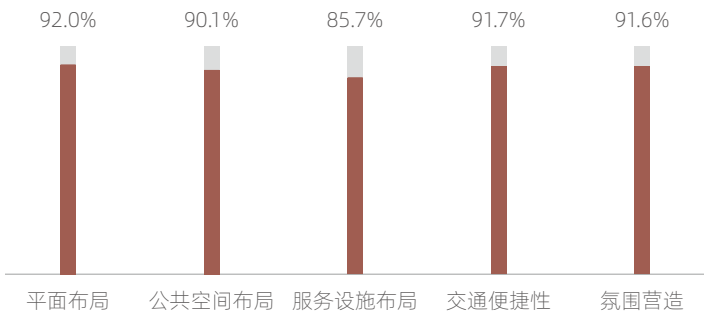




空间体验

在整体平面布局、公共空间布局、交通便捷性、整体氛围营造 4 个题项上，表示“满意”“非常满意”的调查对象占比超过 90%。

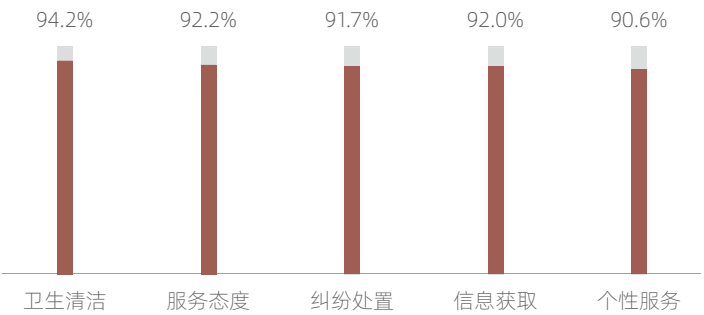
空间体验满意度



对客服务

深圳万象城对客服务满意度较高，在卫生清洁、服务态度、纠纷处置等 5 个测量题项上，“满意”“非常满意”的比例均超过 90%。

对客服务满意度



案例：离境退税“即买即退”便利服务

自 2023 年 12 月起，境外旅客在购买商品并按规定取得销售发票和《境外旅客购物离境退税申请表》后，就可以当场领取以人民币现金支付的实退增值税款。相较传统在离境口岸办理退税的方式，“即买即退”可让境外旅客在试点商店现场领取退税款，便于二次消费。

深圳首批离境退税“即买即退”23 家试点商店均位于深圳万象城，包括众多主流国际知名消费品品牌，让境外旅客可以在商店购物完之后直接在商场办理退税，大大提升了境外旅客在深消费的便利度。中央广播电视总台央视、香港 TVB 等权威媒体对此进行专题报道。



创新发展

回顾深圳万象城 20 年发展历程，凭借在商业模式、空间设计、运营领域的探索，深圳万象城发展成为中国购物中心行业的领跑者，深刻影响城市商业发展进程。

伙伴
共创

绿色
低碳

社群
运营

智能
服务

首店
经济

创新
建筑

商业
模式

商业模式

商业模式创新以改变企业价值创造基本逻辑为特点，带来新的生意逻辑、营销策略或服务方式。

早在项目立项论证阶段的 2000 年，华润突破当时买地盖楼出售、带动资金快速流动的经营模式，在内地率先提出建设与国际一流城市对标的新型综合建筑体——都市综合体，为深圳万象城的诞生奠定基础。对比快速开发出售物业获得现金流的模式，都市综合体需要平衡城市、商业和人的关系，其带来的多元化经营模式和服务内容，促进零售消费市场规模扩大，提升城市竞争力。2023 年，深圳提出打造罗湖核心商圈等 5 个世界级地标商圈，深圳万象城入选成为重要组成部分。



2002 年 10 月，深圳万象城动工建设，是深圳当时规模最大的综合体



如今，深圳万象城已成为华南地区最具影响力的综合体项目之一

““

这个东西马上做，两年之内赚 6 亿，当时我说能不能搞一个每年赚 1 亿的企业行不行？形成一个长远性的产业。””

——宁高宁
原华润集团副董事长 总经理

...

““

国外有这个词 Metropolitan Complex，当时国内中文还没有这个词，把它翻译过来应该叫城市综合体，我们要做这件事情也是这样的一个概念，一种城市各种功能的组合。””

——吴向东
原华润集团助理总经理
时任华润（深圳）有限公司董事长

纪录片《百年召唤》
之《万象更新》

创新建筑

深圳万象城在启动建设前，对标国际一流品质，聘请专业团队进行开创式的建筑规划，设计中遵循四大原则：关注时代变化和需 求、注重建筑与周围环境的协调、使建筑与城市有机融合、实现城市空间与功能重构。这些创新的设计，为顾客带来更好的功能和使用体验，也为深圳万象城融入社区，建立与相关方更紧密联结奠定基础。



商业动线

避免“阴阳街”，平面动线呈一字型弧形动线，顾客可在最短行走路径下高效抵达每一家店铺；垂直动线视野开阔，层层退台，铺铺临街，在各楼层都可以最大限度“看见”店铺。



“站城一体化”设计

打通 200 米长的地下通道，实现与地铁站连通，同时与地王大厦地下商业连接，充分发挥地下空间的商业价值，为顾客提供便利、舒适的交通空间。



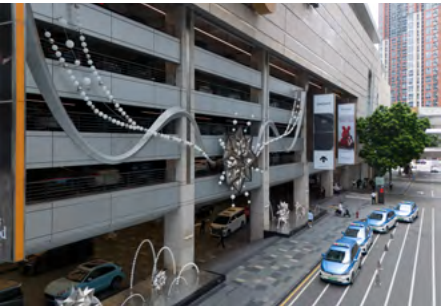
通达便捷度

深圳万象城与华润大厦、项目一期与二期之间均以天桥连接，跨越市政道路，方便顾客在各单体建筑之间自由流动。



公共空间

将城市公园改为下沉广场，在放大交通节点功能的同时，助力打造充满活力的公共休闲广场。同时二期采用 OUTDOOR 形态，形成独特的室外休闲空间。



“多首层”概念

创新引入停车楼设计，创造多首层概念；同时深圳万象城一二期地下车库连通，提供超过 2000 个车位。

2006 年 国际设计与开发奖
International Design and Development Awards

2007 年 美国金块奖 Gold Nugget Merit Award
(建筑界的奥斯卡，由 PCBC 太平洋建筑协会组织发起，是目前在全世界建筑艺术大奖中规模最大的奖项)

2008 年 香港优质建筑大奖
Quality building award

2011 年 Asia Pacific Property Awards
(世界上最负盛名的物业设计奖项，奖项包括住宅和商业项目)

2011 年 广厦奖、鲁班奖

2012 年 中国土木工程詹天佑奖 优秀住宅小区金奖

“

深圳万象城项目的建筑规划设计，在 20 年前开创了中国商业综合体设计的先河，在空间构建、人行动线和公共交通连结等方面均体现了国际一流水准。直到今天，该项目的各个空间不断融合和发展，其形成了一个功能完善且运行有序的庞大综合体，是中国商业综合体项目设计的标杆。

”

——李宝丰（清华大学建筑设计研究院有限公司建筑产业化设计研究分院院长）

首店经济

区域内的首店能将品牌价值与区域资源实现最优耦合，从而激发消费动能，推动产业转型升级，对区域经济产生积极影响。早在 2004 年开业之初，深圳万象城引入了超过 1/3 首入内地或深圳的品牌，带来全新的生活方式和消费潮流。

近几年，深圳万象城品牌调改率平均达到 30%。在 2023 年，引入 9 家全国首店、32 家华南首店以及 16 家深圳首店。



2023 年引入首店情况



案例：部分代表性首店



全国首家奥林匹克标准购物中心真冰滑冰场

位于深圳万象城4楼的“冰纷万象”滑冰场，是全国首家以奥林匹克标准打造的购物中心真冰滑冰场，于2005年1月1日营业，冰场总面积3600平方米，其中冰面面积约1800平方米，高度超过15米，全年客流达25万人次，至今仍是全国营业额最高、最受欢迎的滑冰场之一。



首批入驻商场的现代化多厅影城

橙天嘉禾影城由嘉禾集团投资，按照世界顶级影城标准修建，是全国首批入驻商场的现代化多厅影城，也是深圳最早一批实现数字化改造和升级的高端影城、内地首家杜比全景声+SLS音响的影厅，橙天嘉禾影城以最快速度突破了年票房3000万，在2006-2008年连续三年蝉联中国影院票房排行榜冠军。



全国首家 Olé ‘精品超市

2004年，全国首家Olé精品超市与深圳万象城相伴而生，见证了国内超市业态革命。Olé精品超市颠覆单一化、同质化的超市形态，将全球商品与多元文化相融合，为千禧年初的深圳市民打造出舒适新奇的购物场景和高品质的生活画卷，目前已成为国内最具规模与实力的高端连锁超市品牌之一。



全国首家芮欧 (Réel) 百货

2003年12月，深圳万象城宣布引入Réel时尚生活百货，这家经营面积接近1.8万平方米、华南地区最大的时尚百货主力店，被誉为“国内第一家外资女性专门百货”。作为深圳万象城长期的主力店铺之一，芮欧百货与深圳万象城相互成就，吸引了众多消费群体，促进了区域商业的发展。

智能服务

通过将数字技术引入商场运营，深圳万象城在提升服务效率的同时，增强了与顾客的互动，也为店铺信息触达及销售增长带来新途径。

深圳万象城是较早将数字技术融入运营的商场之一，目前已基本实现电子会员全覆盖，电子会员数达169万，电子会员卡率为100%。作为主要的智能服务平台，“一点万象”定位为线上、线下一体化的智能服务工具，已由单一的APP客户端发展为APP、H5、小程序、微信公众号多个终端，可为用户提供门店导航、自主积分等多项功能。



通过VR地图导航功能，可提供超过300家门店的路线可视化指引，顾客进入一点万象APP或小程序后，可进行店铺查询，开始体验VR导航，并可在界面中掌握门店最新活动资讯。



2020年，深圳万象城一点万象APP推出“线上邮寄购物功能”，提供可跨域线上邮寄购物服务，为消费者和租户提供了更多选择。借助线上服务功能，深圳万象城在疫情期间联合场内多家租户，为顾客优选防疫物资（如防护口罩、护目镜、消毒酒精、免洗洗手液等）、生活保健用品、个人护理等刚需产品，赢得一致好评。

社群运营

深圳万象城于 2008 年推出会员俱乐部“万象会”，以加强与客户的沟通，提升客户体验，增强品牌影响力和顾客忠诚度。

为满足会员个性化需求，2013 年，深圳万象城推出更多样的权益分级方案。2022 年，深圳万象城携手近 70 家国际品牌与 20 家头部异业机构，推出“万象雅集”，建立行业中合作品牌最多、权益覆盖面最广的会员权益体系。

深圳万象城还以月度“面谈”的方式了解会员满意度情况，平均每月举办超 10 场会员沙龙活动，消费者通过沙龙活动，可及时了解万象城最新动态，获得新的消费需求建议。



“

我 2008 年加入了万象会，2013 年会员分级以来，一直保持黑金会员等级。10 多年来有幸见证深圳万象城的成长，万象城不断更新自己品牌和形象，也让我和家人不断提升自己的生活品质，感谢万象城。

”

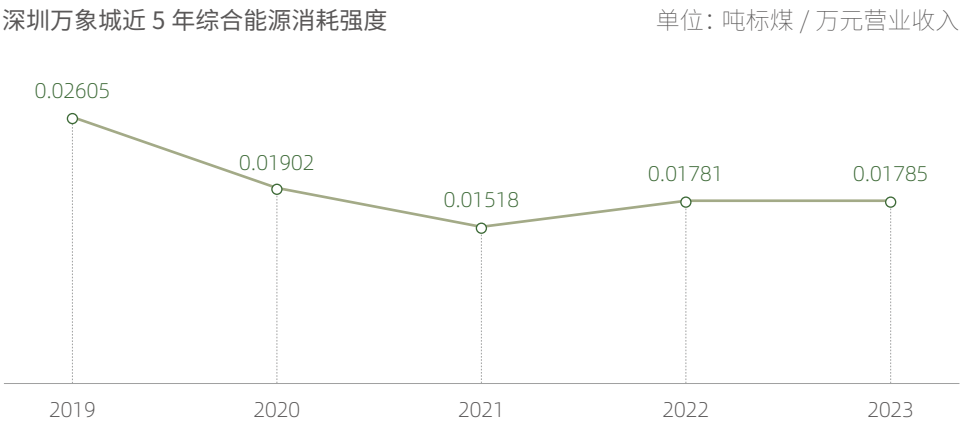
——会员高女士

绿色低碳

华润万象生活以 2021 年为基准年，确立了碳达峰与碳中和目标，范畴 1&2 碳排放将于 2030 年达到峰值，于 2050 年实现碳中和。深圳万象城围绕这一目标推出一系列举措，加速绿色低碳发展。

能源效益

针对部分设施使用多年、能源效益不高的情况，深圳万象城借助建筑能耗模拟软件，在节能改造设计阶段、施工阶段和运行阶段进行能耗全过程优化设计，能源效益不断提升，2024 年，深圳万象城一期节能改造获评“2023 岭南特色超低能耗建筑优秀项目”。



案例：获评“2023 岭南特色超低能耗建筑优秀项目”

深圳万象城于 2022 年 5 月启动一期节能改造工程，通过深入检测与诊断，系统制定包含围护结构性能提升、低效设备焕新、控制系统更新等十多项内容的节能改造方案。于 2024 年 5 月完成了全部软、硬件改造及系统调适工作。改造后制冷系统能效从 3.7 提升至 5.0 以上，建筑综合节能率达 10% 以上，年节约用电 500 万 kWh 以上。





推广电气化

电气化是降碳的重要途径，具有更加环保、降低燃气泄露风险等优势，深圳万象城加大电气化推广力度，鼓励餐饮租户将燃气改为电力，2023 年，有 10 家新进驻餐饮店铺采用电力。



中庭改造

大尺度的中庭天窗营造了通透、舒适的空间感受，也带来了更多的热交换和空调能耗。深圳万象城对超过 2500 平方米的中庭天窗进行遮阳镀膜改造，使得天窗玻璃太阳得热系数 SHGC 从 0.75 下降到 0.193，中庭区域的空调能耗下降 12.8%。



精益管理

2022 年，深圳万象城对四楼冰场实施精益管理计划，这项计划包含制冰主机换新，以提升主机运行效率，同时通过精准设定机组温度、严控冰面厚度等精细化管理措施，实时调高冰面温度，降低滑冰场制冰系统能耗，预计每年可以降低能耗 28 万度电。

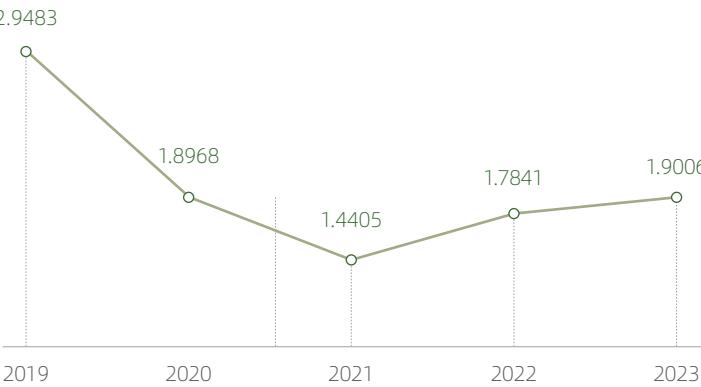


水资源管理

深圳万象城运营用水均来自市政用水，不存在求取水源问题。2018 年，深圳万象城订立了节水计划，明确更换的水龙头均达国家 2 级水效标识认证或香港水务署认证 1 级水效，采用节水器具预计每年公区可节水 3.6 万立方米。

深圳万象城近 5 年耗水密度

单位：立方米 / 万元营业收入



废弃物管理

为减少废弃物产生，深圳万象城鼓励店铺采用可回收材料和环保产品，提高店铺活动物料和陈列道具等资源的回收利用率，例如针对面积较小的店铺、快闪类店铺，在铺位做品牌更换时保留原有的天花（空调、消防、机电），仅做局部翻新，有助于减少装修垃圾产生。



伙伴共创

深圳万象城秉持共生共赢理念，致力于与租户建立良性互动关系，在保障业务运营的基础上，积极推进行业的可持续发展进程。

业务运营赋能

通过搭建全流程赋能体系，深圳万象城为新店铺开业、日常经营、营销推广等提供多项支持，建立良贾、一点万象、门店社群三大租户服务平台，帮助门店提高经营效能。



案例：快闪模式为店铺助力

2022 年 3 月，深圳万象城因疫情影响闭店。在此期间，深圳万象城探索“闭店不停业”的线上快闪模式，成立多个品类社群，顾客通过线上渠道可获得会员服务。活动期间，聚集超过 50 个微信群，连接超过 10,000 名用户，超过 100 家场内租户参与快闪活动，获得店铺好评。



案例：提供全流程的赋能支持

为赋能新开业店铺，深圳万象城为店铺提供开业协调会、新员工培训会等特色举措，帮助新开业店铺更快融入市场。日常经营阶段，通过月度店长会、热点趋势培训等方式，向门店传递行业及商场最新变化，给予经营指导建议，帮助门店提升与优化。



可持续共创

深圳万象城与相关方建立广泛的合作，通过可持续共创活动等方式，以品牌行为引导消费行为，积极倡导可持续生活方式，实现消费者、店铺多方参与可持续的局面。



案例：倡导可持续生活方式

2022 年，华润万象生活旗下 11 座重奢万象城发起可持续消费周，邀约公众共同践行可持续生活方式。深圳万象城联合中国生物多样性保护与绿色发展基金会（良食基金）及 20 余家品牌方，策划可持续理念提案展、有机餐桌等活动，倡导建立可持续时尚、有机餐食、绿色出行、旧物再造等可持续生活方式社群，在消费者中产生广泛影响力。



“有机餐桌”会员活动



可持续理念提案展，鼓励践行环境友好生活方式

可持续发展倡议

深圳万象城在租户手册中载明了《可持续发展倡议》，所有店铺均完成签阅。该倡议鼓励店铺在建筑设计、装修施工、日常经营等环节践行可持续发展理念，包含 17 条可持续条款，覆盖店铺日常运营的 6 大领域。



《可持续发展倡议》6 大领域

宣传资源支持

积极鼓励门店宣传环保理念，倡导绿色生活方式，引导消费者关注可持续议题。对参与可持续宣传的租户，深圳万象城给予其场内广告位、自有平台宣传版位资源支持，同时每月会员沙龙版块提供宣传版位。



Olé 深圳万象城店成为最早使用全生物降解购物袋的超市之一。



“小巴兔环保之旅”暨衣物环保回收活动深圳首站。



咖啡店铺落地自带咖啡杯优惠活动。



Allbirds 组织社群活动，用回收塑料瓶制作环保鞋带和杯套。

践行可持续理念 助力社区繁荣

可持续城市和社区已成为现代城市规划与发展的重要方向，强调包容、安全、有抵御灾害能力和可持续性，以回应当今全球面临的诸多挑战。对于企业而言，如何在可持续城市和社区建设中扮演好自己的角色？华润万象生活希望发挥行业领导者的积极作用，为参与城市和社区建设提供参考。

我们以首个商业项目深圳万象城及周边相关业态为研究样本，该项目开业运营已有 20 年，与当地社区建立了广泛联系，在提升社区经济活力、增进社区交流和增强社区凝聚力方面起到积极作用。研究发现，深圳万象城在经济活力、友好社区、公共服务、创新发展维度表现突出，进一步印证了深圳万象城在促进社区繁荣方面的积极作用：

经济活力反映业务运营成效，为租户经营、纳税贡献、业主方收益等带来积极促进作用，推动社区商圈的形成和发展。2023 年，深圳提出打造罗湖核心商圈等 5 个世界级地标商圈，深圳万象城入选成为重要组成部分，被赋予新的期待。

除业务运营外，深圳万象城也将对社区的影响力辐射到更广的领域，通过对不同社群需求的回应，为社区居民、上班族、访客、特殊群体创造一个极佳的公共场所，实现与城市和社区的充分融合。

通过优化资源配置，深圳万象城与时俱进，积极践行企业公民责任，深度参与公共健康安全、社区文化建设、公益活动、促进就业等社区议题，在公共效益方面取得诸多成效，在多个维度获得高满意度得分。

作为较早将都市综合体概念引入内地的项目之一，深圳万象城通过实施首店经济策略引入众多国际品牌，建立与品牌方合作共赢的可持续生态……深圳万象城推出的诸多创新举措，为行业和城市带来深刻变化，其影响延续至今。

通过回顾深圳万象城 20 年的发展历程，为回答企业如何参与城市和社区建设提供了参考，华润万象生活也将以此为契机，建立社区繁荣框架并制度化促进框架在项目端的落地，助力实现“引领商业进步，助力城市发展，共创美好生活”的可持续愿景。



展望未来

万象是一种自信，彰显了商品和服务的包罗万象，万象也是一种态度，铭记着时代的万象更新。20 年来，深圳万象城见证了中国商业进入购物中心时代。自诞生之初，它的使命便是与未来同行，凭借 20 年的可持续经营和管理，为深圳市民带来与世界同步的现代都市文明新境界。

从一座城、一片天地到连接和走向世界，深圳万象城综合体的创新与可持续理念不仅重塑了人们的生活方式，也激发了未来美好生活的无限想象。深圳万象城开创了华润商业时代的先河，在时光的嘉许中创造了诸多第一。

位于深圳的商业核心和国际高端消费街区，深圳万象城提升了城市形象和消费水平，为深圳居民和游客提供了高品质的购物、娱乐和休闲空间，为深圳打造世界级地标商圈作出突出贡献。同时，深圳万象城早已超越了单纯的商业地标，在深圳市的综合发展和公共文化、艺术交流方面提供了一流舞台，成为深圳市国际化、现代化和时尚化的都市会客厅。这座以高品质和功能融合为核心的综合体，通过不断迭代升级，为城市注入源源不断的活力。

未来，深圳万象城将继续坚定可持续、负责任的发展方向，持续关注环境、社会和治理，确保业务运营的可持续性和社会价值，为消费者提供更优质的产品和服务。

在环境及可持续发展方面，采取积极措施减少其运营对环境的影响，落实国家节能减排要求，推广使用可再生能源、实施节能措施、提高废物回收率和采用环保建筑材料，力争打造中国商业综合体的低碳标杆。

在社会责任方面，继续致力于社区服务和公益活动，为相关方提供优质的公共服务供给，践行企业公民责任。携手租户、顾客、社区共同发展，持续打造高品质街区、高品质建筑、高品质空间载体，为合作伙伴创造更大价值，以品质成就非凡万象。



附录

研究团队及研究方法

本报告由华润万象生活联合责任云研究院、清华大学 21 世纪发展研究院共同完成，理特咨询为相关研究提供技术顾问支持。

报告参考了多项可持续发展框架及行业标准，包括联合国 2030 年可持续发展目标（SDGs）、国际 WELL 健康建筑标准等。同时通过开展访客、入驻租户及周边居民的调研与访谈，课题小组获取了众多一手资料、行业数据及项目历史资料。

资料来源

1. 问卷调查和深度访谈

2023 年 9 月至 12 月，研究团队对深圳万象城的访客、租户及周边居民展开问卷调查，对参与深圳万象城开发建设的设计师、前期及现任管理团队、桂园街道人民桥社区相关负责人及专家学者等进行了深度访谈。

2. 兴趣点数据（Point Of Interest）

兴趣点数据（POI）来源于互联网公开数据，参考了包括各大互联网地图服务平台及 O2O 平台的城市设施及门店数据。本研究利用餐馆、银行、医院、图书馆、住宅、写字楼等 POI 数据分析了目标区域的空间设施分布密度。

3. 人口热力图（Population Heat Map）

人口热力图是一种利用手机定位技术，通过获取用户在该区域的数量，将这些数量映射到地图上，以不同的颜色来展示该地区人口密度的一种图表，颜色越深表示人口越多。

4. 互联网平台

利用互联网公开数据平台对抖音、小红书、大众点评等主流 APP 资料进行监测与汇集，利用该平台收集的抖音、小红书原始资料进行流量及内容分析。

5. 项目历史资料

包括深圳万象城的规划设计图纸、原始档案，有关商场运营的历史数据、图片资料、影像等。

6. 行业公开数据

来自赢商网、中国连锁经营协会、联商网以及商业地产志（CRR）等互联网公开资料。



深圳市南山区深南大道9668号华润置地大厦B座30楼
30F, CR Land Building Tower B, No.9668 Shennan Road, Nanshan District
Shenzhen, China P.C. 518057
0755-28681268-8700 www.crmixclifestyle.com.cn

