

上海大悦城

智慧商业思考与实践

王雨晴

中粮置地 上海静安大悦城 研策经理

上海大悦城城市综合体

上海大悦城城市综合体位于苏河湾黄金水岸的核心CBD，毗邻人民广场、外滩、南京路步行街。总投资逾160亿，是目前中粮集团最大投资规模的城市综合体。其中包括一期购物中心，二期北地块办公楼及商业风情街，二期南地块住宅。

上海大悦城购物中心

开业时间: 南座2010.12.18开业，北座2015.12.19开业
Opened: The South opened on Dec.18th,2010, the North opened on Dec.19th,2015.

商业体量: 约16.3万平方米
Business Volume: About 163000sq.m²(gross)

主体结构: 地下三层，地上十一层，南北楼连廊空间，屋顶摩天轮
Main structure: 3 floors underground, 11 floors above, a giant corridor, roof-top SKY RING

交通信息: 8号线、12号线(曲阜路站)双地铁上盖
Traffic: Direct access to line8 and 12 (Qufu Road)

停车位: 约2400个
Parking: About 2400

SH JOY CITY 交通路线图

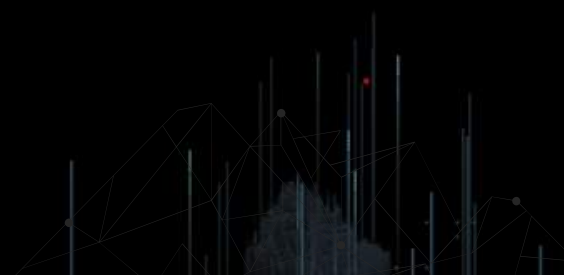




回归 商业本质

构筑 商业场景

联接 智慧体系





回归 商业本质

建筑空间、纵横动线、环境视觉... ..

经营

服务、互动
管理、提升

丰富性、特色化、
引领性... ..



高粘度、社群化、
高频消费



构筑 商业场景

旧百货时代 —

丰富产品

移动互联网
时代

休闲场景

社交场景

体验场景

消费
场景



联接 智慧体系



智慧建筑

智能停车
全楼WIFI
设备BA

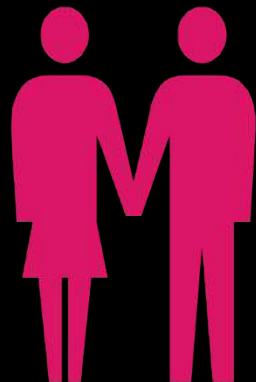
.....



智慧运营

POS销售
客流统计
巡场系统

.....



智慧购物

CRM体系
导购体系
互动体验

.....



SKY RING

魔都爱情地标



自主强IP打造

国际最先进拉索式设计

全天候冷暖空调

上海市区内唯一摩天轮

摩天轮咖啡

交互式灯光设计

摩天轮定制礼品

中国唯一屋顶悬臂式摩天轮

最具情感互动体验引导区

SKY RING



商业创新思考

沉浸式爱情场景

情感互动体验

★ 独创定位

首座明确去游乐化摩天轮，定位爱情，定位年轻情侣

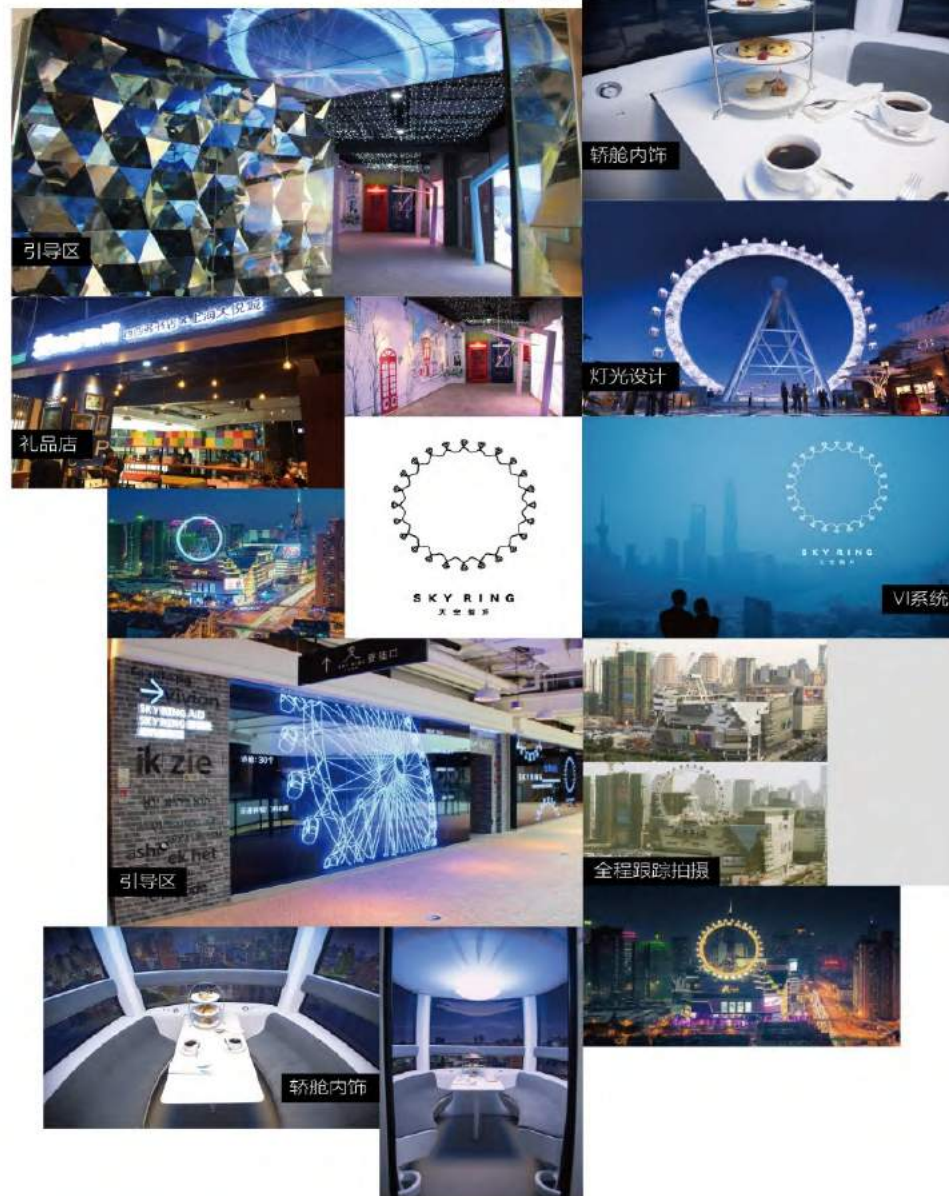
★ 全城热点

魔都爱情地标成功定位，引发上海全城热议

★ 世界级VI

高水准VI设计打造视觉盛宴

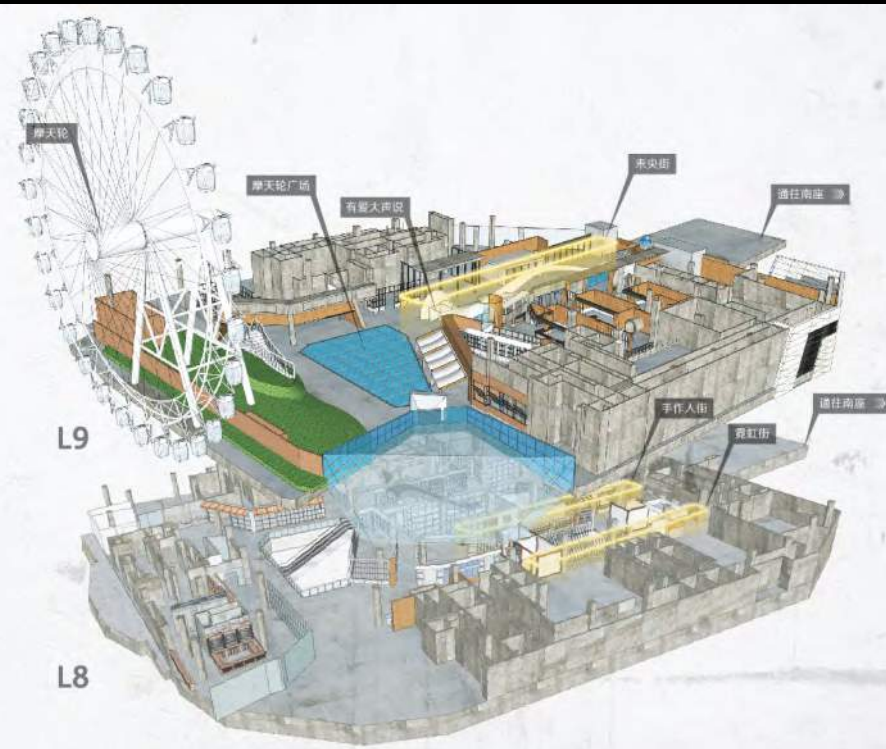
SKY RING 视觉协助



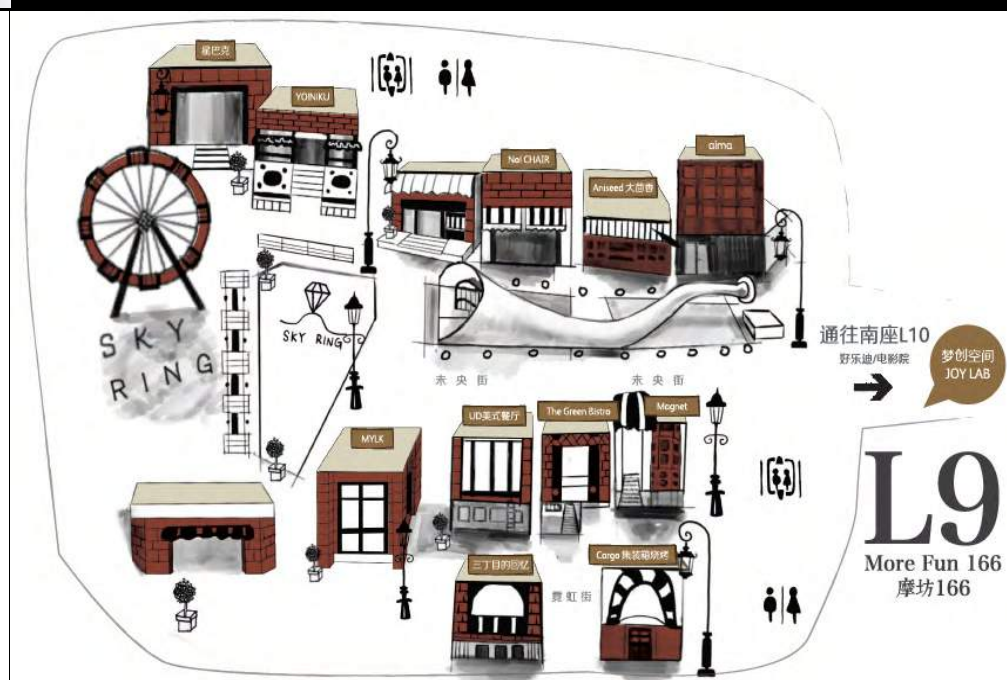
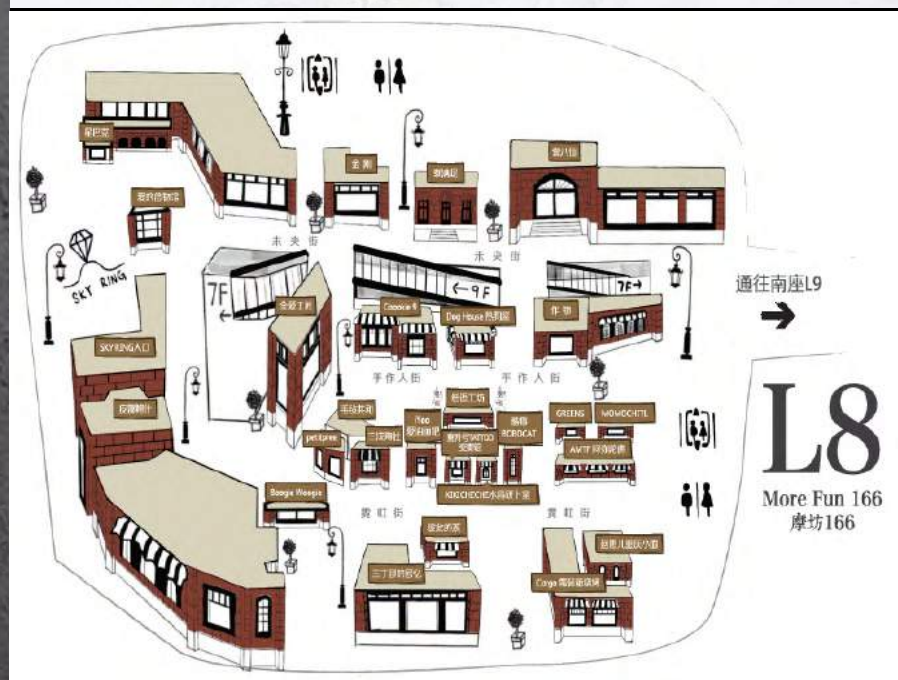
MORE 摩 FUN166 坊

摩天轮下，一条有人情味的街区

MORE 摩 FUN166 坊



- 亲密社交空间
- 后工业时代风格
- 创意错层空间联通方式
- 将弱势空间转化为特色空间



空间规划



体验业态

组合品牌集聚效应

新颖混搭

增强体验乐趣性

匠人工坊

用心极致手创体验

屋顶花园

用休闲氛围驻留

夜市霓虹

营造街区活力购物空间





手作人街 文艺 匠人



霓虹街 浪漫 温情



未央街 风情 食色



目标客群全方位满足

4小时以上社交生活圈



10:00 早午餐会



11:00 休闲购物



12:30 午茶



15:00 客户见面



19:00 晚餐



21:00 电影&唱K



24:00 夜生活

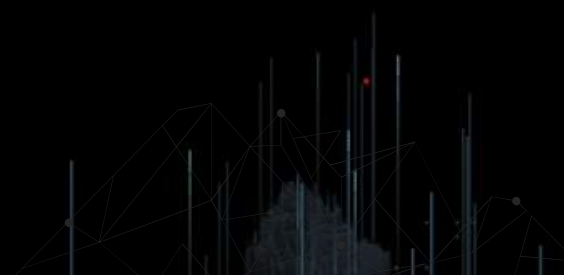
- ◇ 试用化妆品 30'
- ◇ 挑选内衣 30'
- ◇ 书店阅读放空 30' - 60'
- ◇ 乘坐屋顶摩天轮 40'
- ◇ 手作DIY创作 40' - 90'
- ◇ MUJI旗舰店全体验 30' - 60'
- ◇ O2O超市便捷购物 30'
- ◇ 下午茶 60'
- ◇ KTV飙歌 100' - 150'
- ◇ 电影院追大片 120'
- ◇ 晚餐 90' - 120'
- ◇ 文创活动 30' - 60'
- ◇ 酒吧嗨翻 n'



应用 商业信息化

构筑 商业价值链

挖掘 商业数据价值



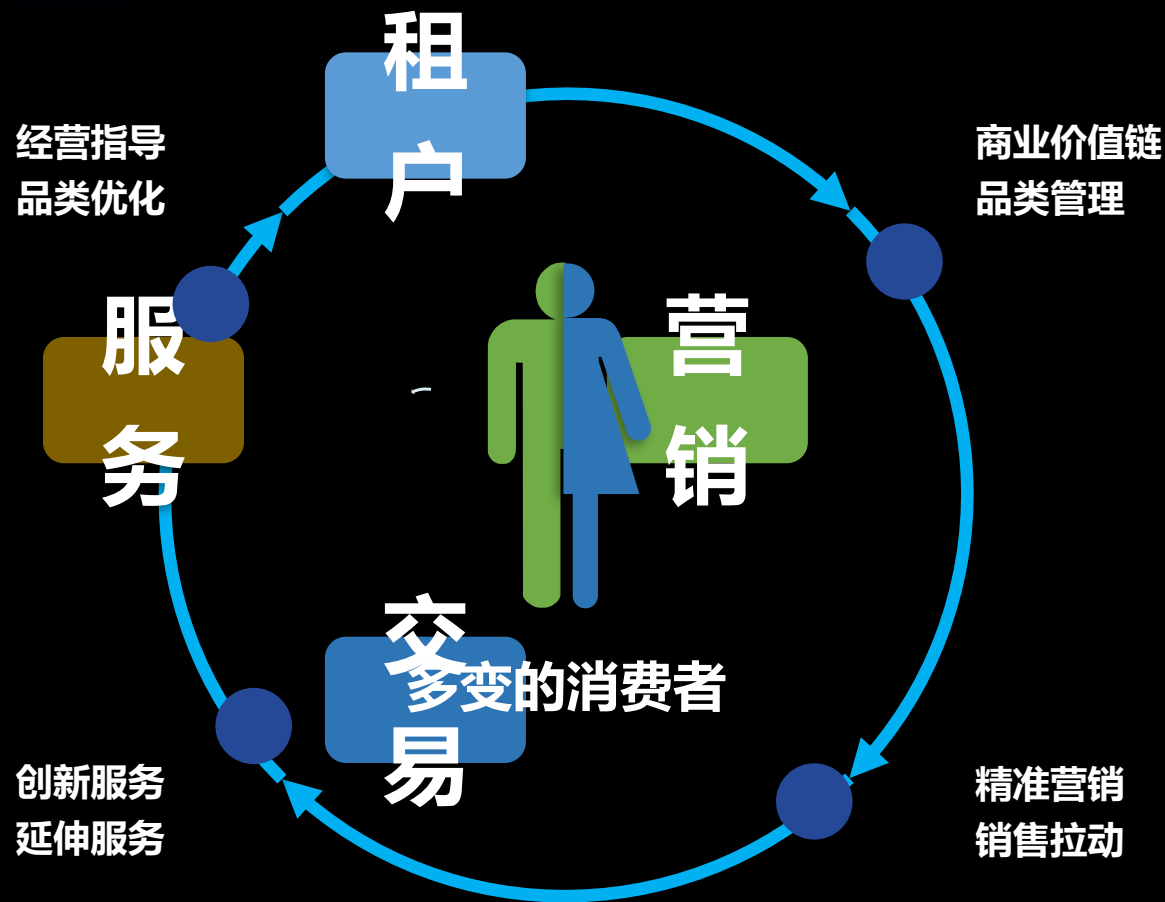
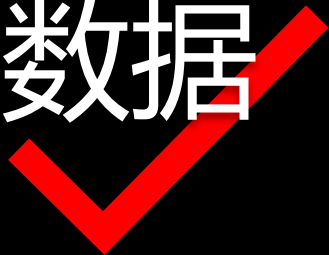


应用 商业信息化

智能



数据



一切以顾客为核心，掌握变化的一切



运营分析关键指标

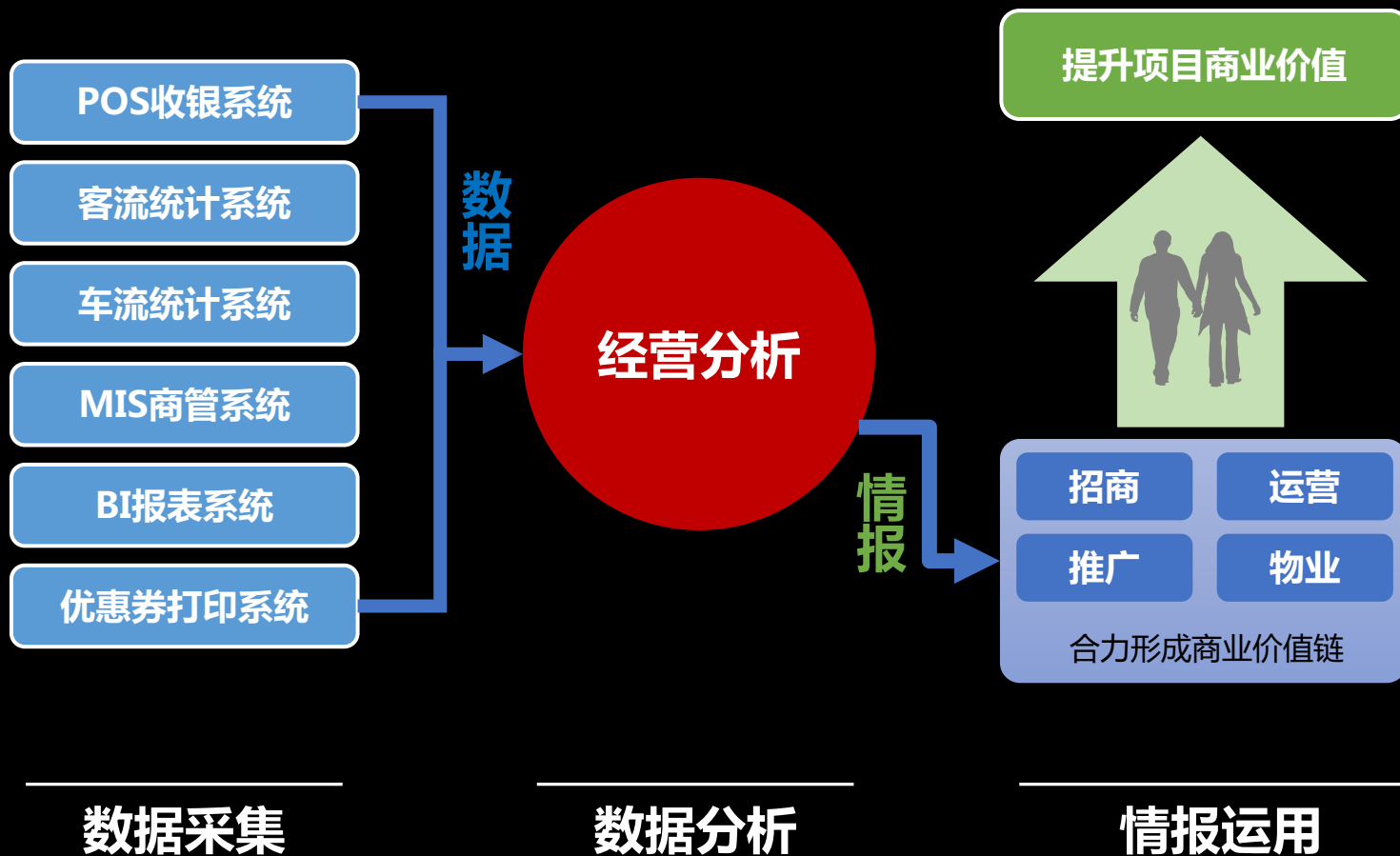
影响指标因素





挖掘 商业数据价值

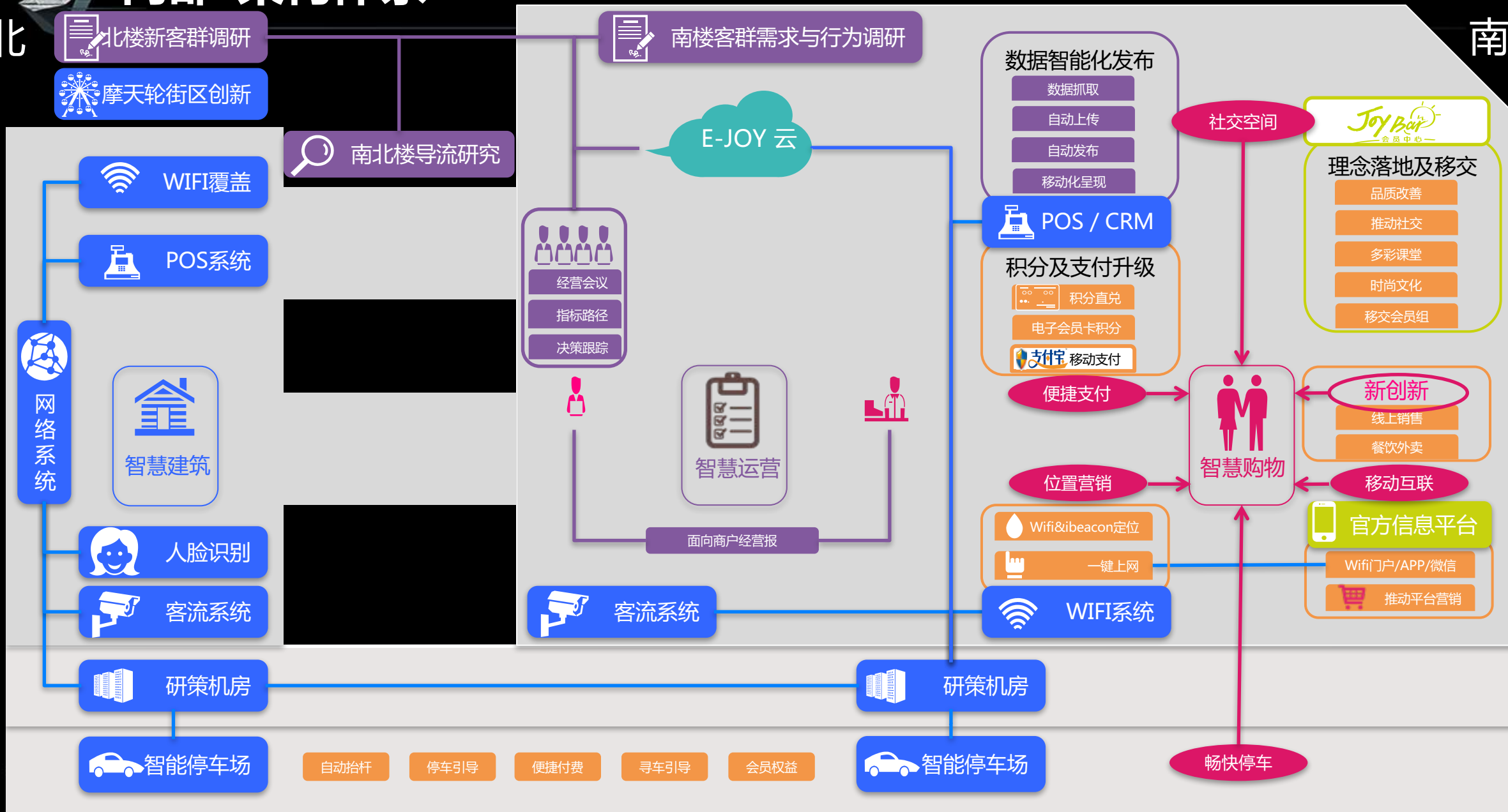
直接作用在商业业绩提升上



北

内部-架构体系

南



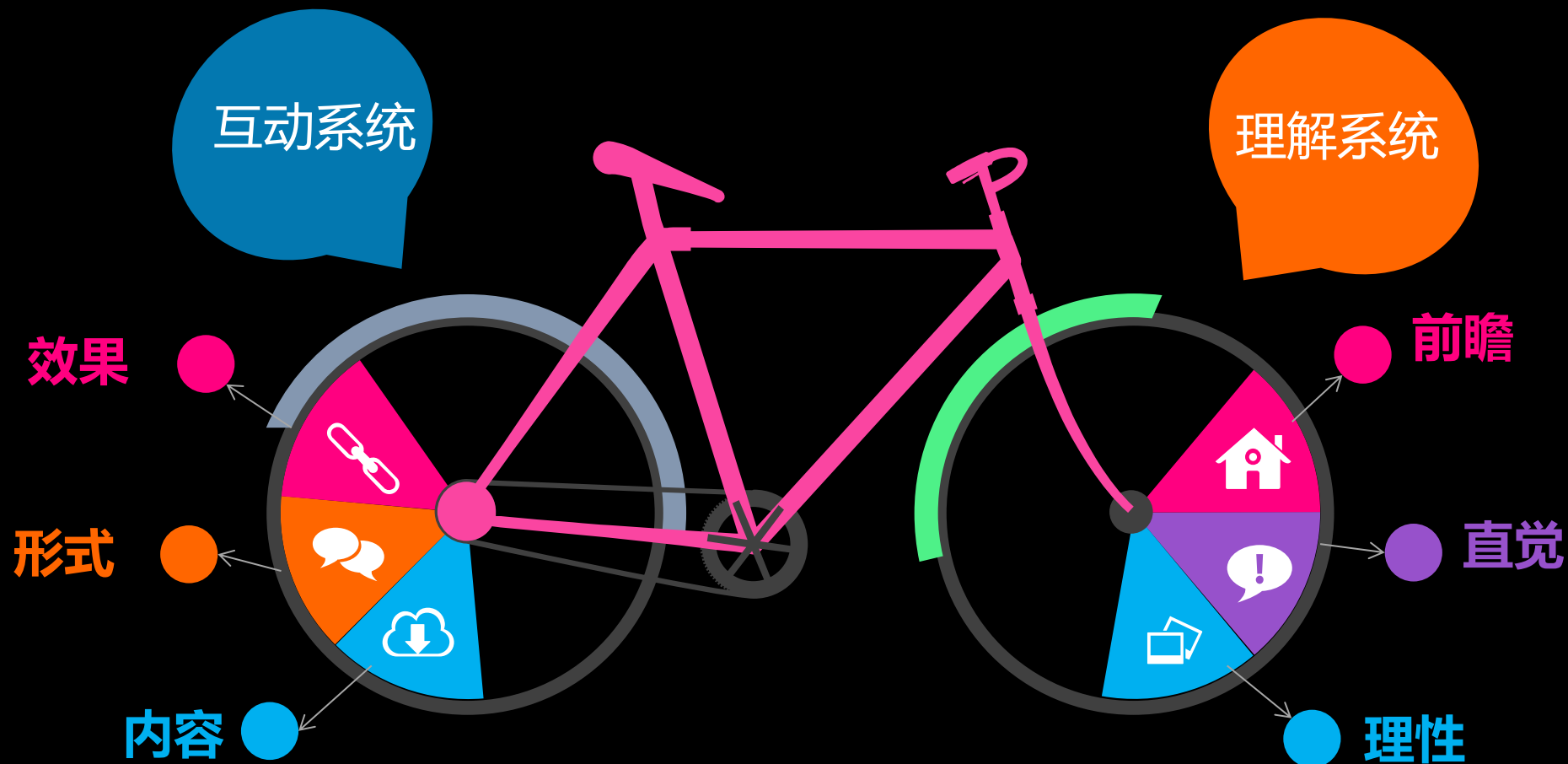
外部-顾客体验





智慧购物中心的两套系统

购物中心的智慧化在落地层面即为建设好两套系统



理解系统的实现

数据挖掘

在一定规则下的海量数据运行，
挖掘未曾预想的业务规律



预警模型

基于整体经营目标构建关键
业务指标的预警模型



数据可视化

数据所反映的经营情况尽可能以
直观的可视化图形表现



调研访谈

项目调研，以及以抽样方式开展的
顾客专项访谈，积累直观记录



业务经验

通过经营分析会等沟通环节
沉淀专业人员业务经验



巡场记录

巡场过程中积累的现场信息



联机分析

不同业务信息的关联分析



顾客标签

系统整合后的顾客描述和行为记录
构成完整画像下的顾客标签



数据仓库

将各类交互信息进行跨系统整合



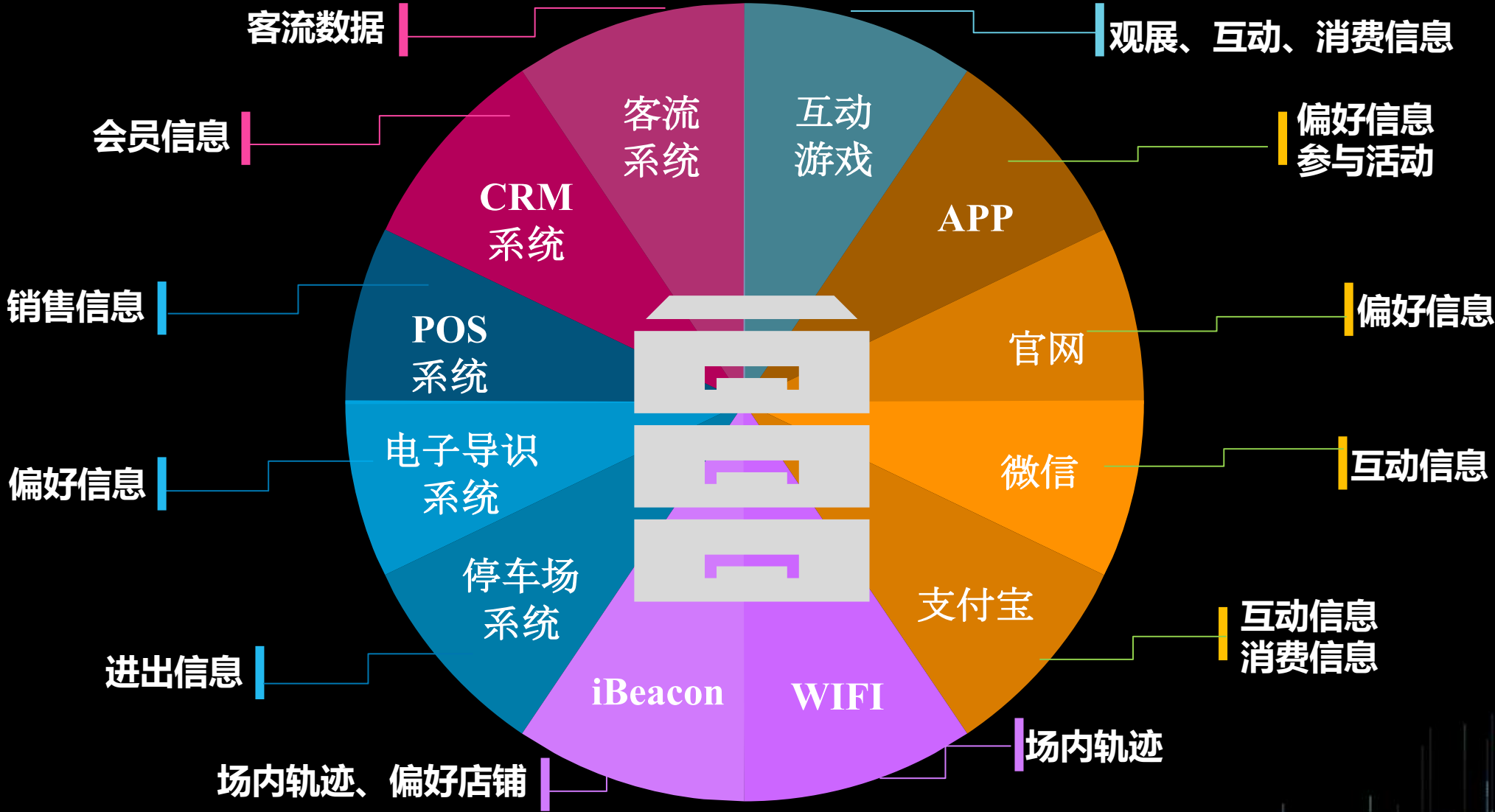
交互信息

通过各种场内交互系统积累顾客交互信息



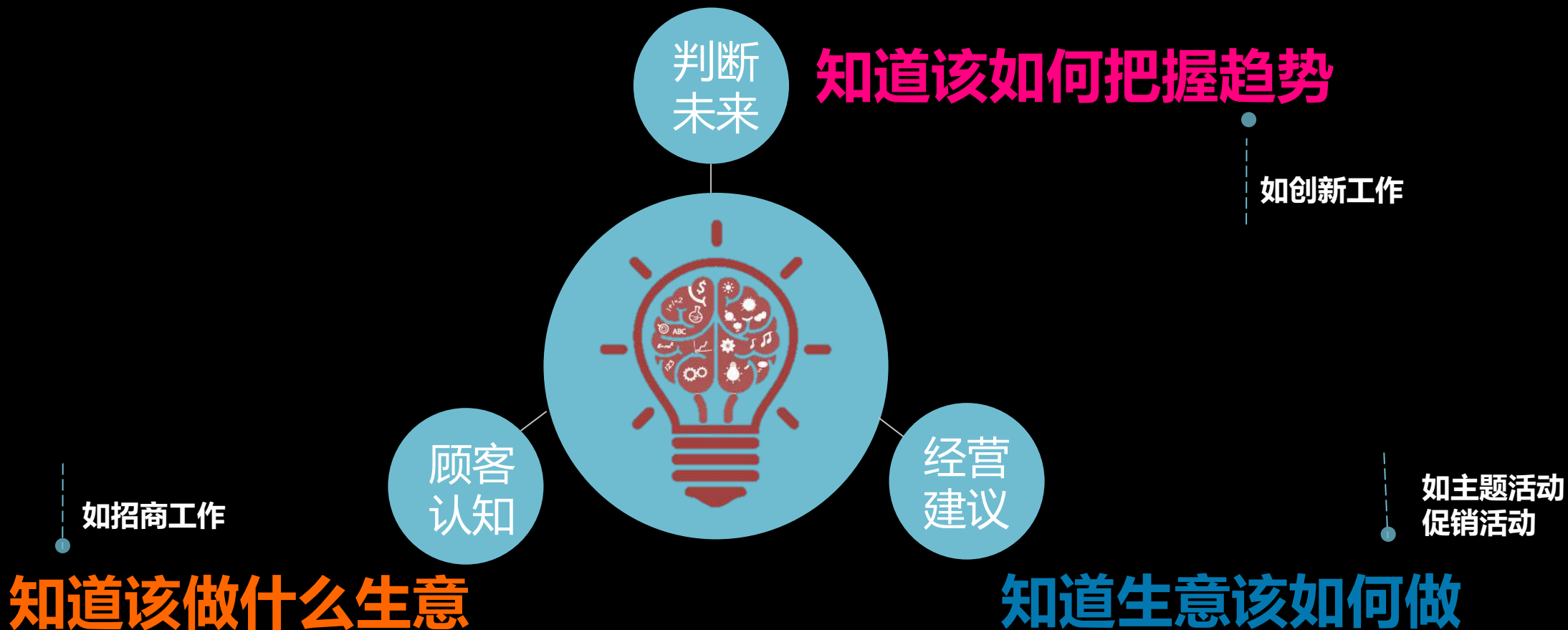


数据仓库





理解系统的产出



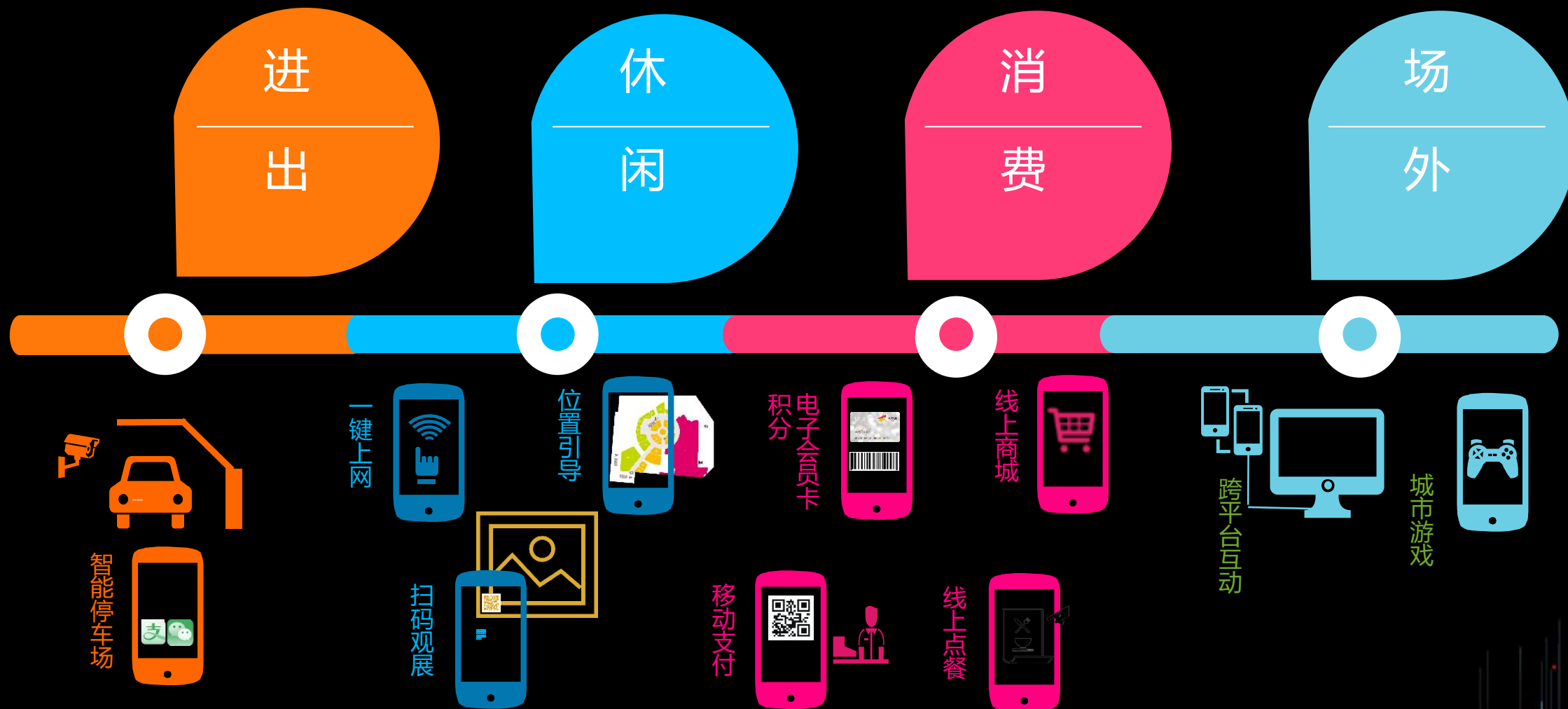


互动系统的实现





购物中心全体验中心的互动场景



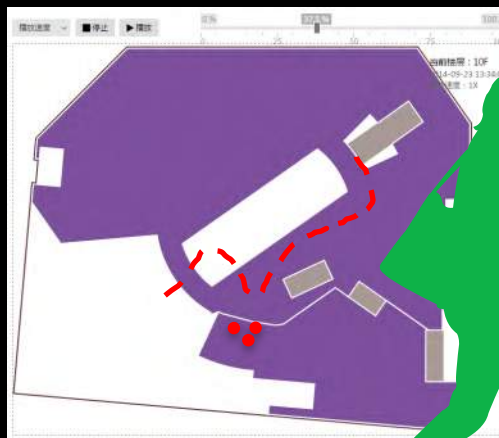


解决未曾预期解决的问题

A客人线上浏览了AJ
促销信息



来商场时，也经常在AJ做停留，
但每次停留时间都不长



但没有任何的AJ消
费记录

品牌名	消费额	频次
外婆家	1771	10
好乐迪	820	7
adidas	3762	6
金逸影院	495	5
优衣库	1723	4
无印良品	245	4
广州蕉叶	2731	3
乐高	1546	3
LEVIS	1498	2
CLARKS	2106	2



结论分析：该顾客应该是大悦城和AJ的
忠实消费者，但由于AJ大悦城店货品问
题，导致其在AJ无消费行为。



解决方案：
在AJ上新时第一时间
对该用户推送



消费云

自助积分\停车缴费





高ROI的顾客媒介接触入口，实现低成本高回报

休闲云

养成游戏



收集拼图游戏



快手连连看游戏



解密游戏



趣味小游戏



观展购票

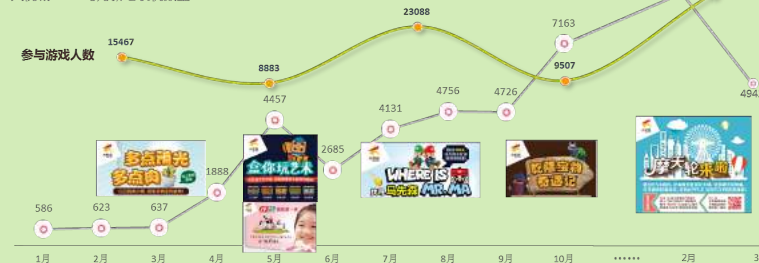


轻游戏，激发微信朋友圈转播

进入卡券包



大悦城APP 每月新增装机数量

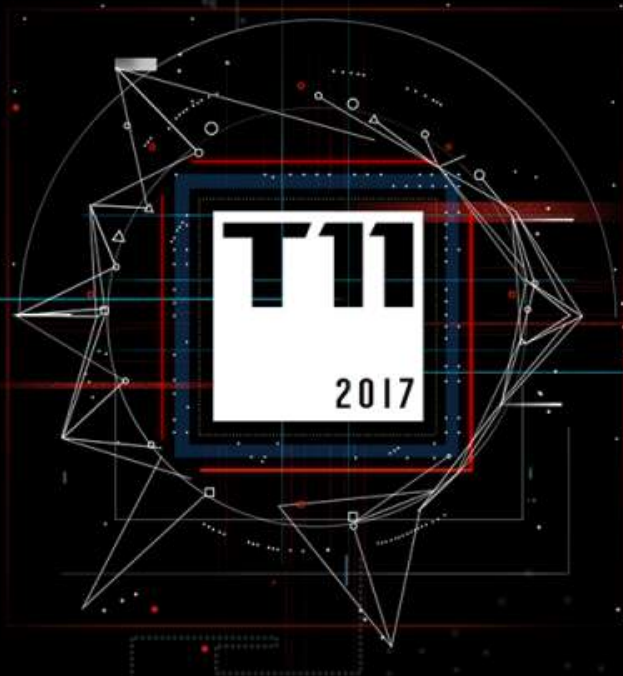




基于商场有限建筑空间，提供无限情感空间

情感云





THANKS