

生活美学



# DIVERSIFIED OPERATION SERVICES ACTIVATE COLORFUL LIFE

多元运营服务激活缤纷生活

王沁 / 文



图1 现有城市配套跟不上新的价值取向和审美

都市的灯红酒绿与华灯璀璨，吸引了无数年轻人为之向往。每年，来自各地的优秀年轻人来到充满魅力的城市，渴望通过奋斗在都市的琼楼玉宇中拥有自己的一扇窗。他们告别小城温暖的家，带着梦想来到了他们向往的都市，却不曾想，以自己刚毕业的起薪能够且必须接受的，很可能是一个比自己年纪都大的小区一间装修老旧、空间局促的卧室，楼下是充满市井气息的包子馒头店，小菜市场和五金店。曾经幻想的在大城市吃着精致美食喝咖啡，结果楼下只有世纪联华、沙县小吃和黄焖鸡米饭，周末一日三餐只能靠外卖解决；曾经周末要去市图书馆吸收最前沿信息的充电计划，结果发现坐地铁过去就要一个小时，于是过去办了一次卡，然后就再也不用过；曾经想象的要成为练出一身人鱼线马甲线的精致 girl/boy，却在一次次的加班后，碍于健身房的遥远而一再搁置。

一线城市较早的开发时间使城市得到了更好的发展机遇的同时，也带来了日益增长的人口，使城市配套的不足与落后与年轻人的不断涌入形成了矛盾，同时相比一些新城或者二线城市新开发的区域，过早开发的都市配套和界面渐渐跟不上新新人类的价值取向和审美。

政府主导、国企开发的租赁社区通过对青年客群喜好的深入调研，以共享空间和开放街区的规划形式，通过制定符合年轻人喜好的、因地制宜的业态运营手段，点亮青年人才初到城市的缤纷生活。

一、租赁社区面对的是城市最有活力的青年人才  
租赁住房产品面对客群来自于全国乃至全球的青年人才，他们拥有高学历、高智商、高收入，愿意且有能力在上海实现自我，贡献价值。相比 70,80 后，他们更崇尚彰显个

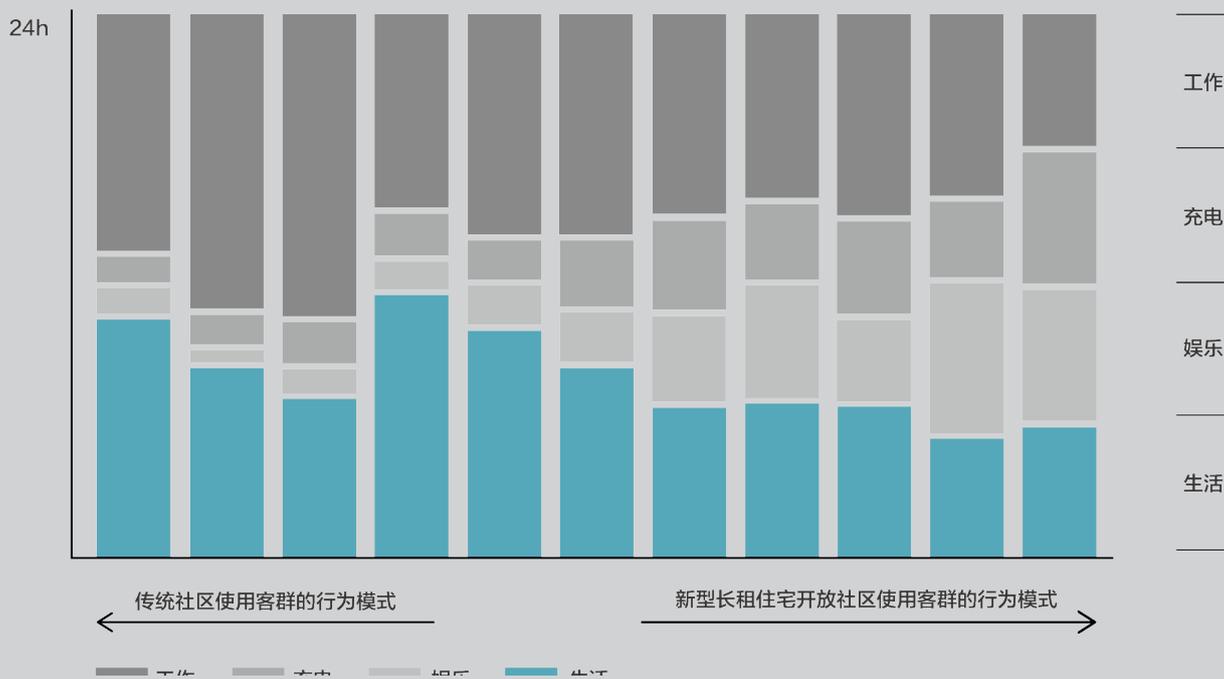


图2 青年客群需求调研结果

性的生活。他们一面是都市白领、程序员、金融分析师、自媒体创始人，另一面是时尚博主、美食达人、猫奴、知乎大咖。他们有着国际化的生活方式、丰富的精神生活和不平庸的审美品位，他们是城市最有活力的新生力量。

我们在和城方在租赁住房配套的研发过程中，对一线城市年轻人才生活状态的进行了详细的调研，归纳出他们的居住诉求：①超市、娱乐、社交空间是理想居所的标配；②除居住空间外，对职业成长也有巨大需求；③居住空间向社交空间、工作室等形式演变；④需均衡满足工作、充电、娱乐、生活四大核心需求。

相比传统社区，我们认为租赁社区客群除了居住的基本诉求外，更需要丰富多元的精神文化活动、社交活动以及

职业、个人发展的空间。整体项目应充分考虑客群的空间需求，为他们提供5-10年长期的生活发展平台，成为上海“职住平衡”的居住社区。

## 二、共享空间与开放街区的规划形式凝聚社区活力

现有商品住宅租赁户型大而全，套内非必要空间的存在间接提升了租金，同时社区内部配套较少，需借助区域和城市级公共配套，对人才的居住来说存在一定不便利。

为了更好地满足新一代青年人才居住需求，在纵向空间上，租赁住房产品将采用灵活的模块化产品体系，将套内空间保留给基本居住需求，同时将发展需求外置，形成共享空间，使住户能以较低租金在保证居住空间的基础上享有更大



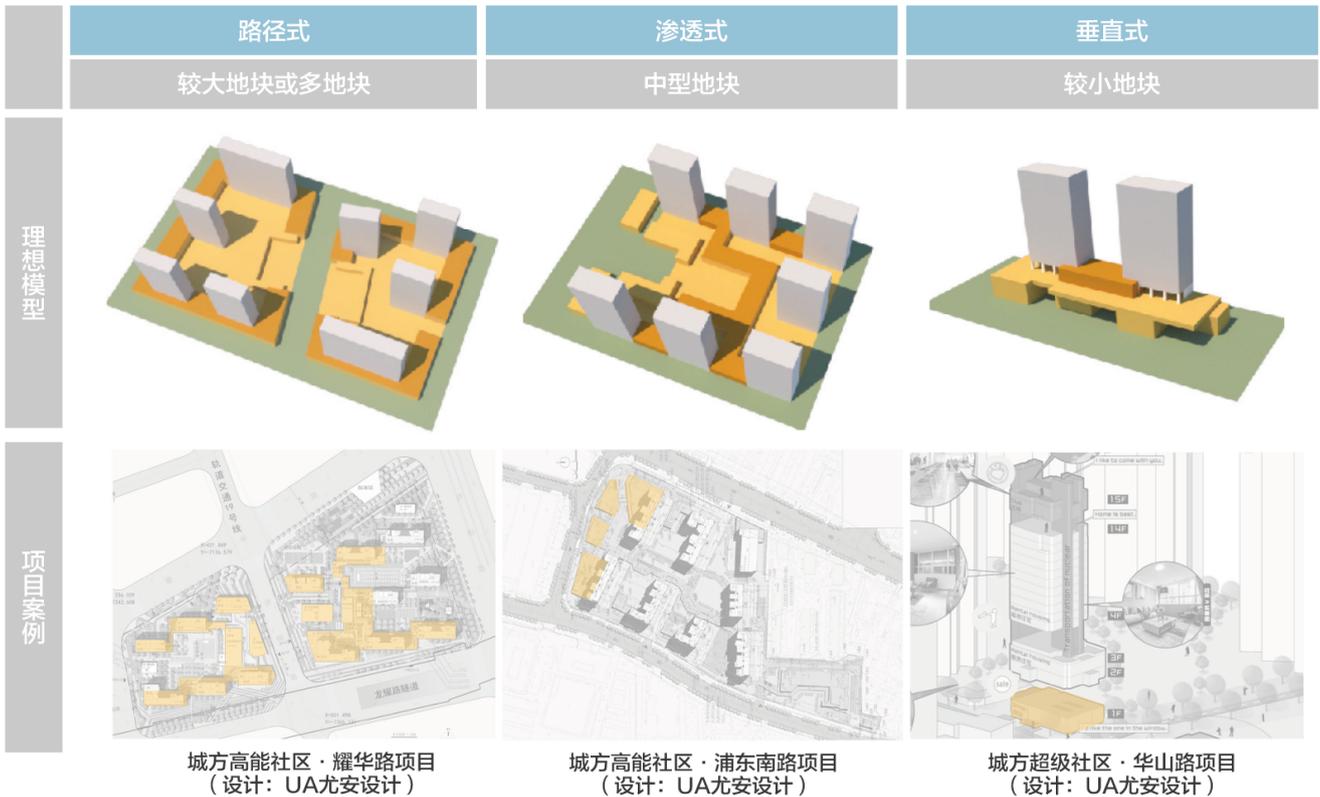


图5 开放街区理想模型

公共空间，同时享有更为完善的公共配套设施。

在横向空间上，租赁住房社区学习国外纽约炮台公园开放街区案例，每个地块向城市贡献不少于 50% 的开放空间，其中开放空间约为 30%，半开放空间约为 20%，在街角设置小公园，小公园内布置运动场地，退让形成小广场社区。主要步行口不直对城市街道，以商业街区或小广场过渡。鼓励开放空间和配套设施相对集中布置，保证地块内形成一定的私密空间。

开放到私密空间的布置以“街道——社区入口——单元入口——户门”串联起的回家路线作为主要线索。对较大地块或者多地块，以“街道——社区入口”为线索，以回

家城市道路为主沿途布置商业。对于中等规模地块，则主要布置于“社区入口——单元入口”，形成空间层次的渗透。对于小规模地块，则充分利用“单元入口——户门”的垂直空间，采用上住下商的形式，布置配套内容。

### 三、因地制宜、符合消费新趋势的配套业态

打拼和更好发展是青年人才到城市最重要的主题。租赁住房以社区为载体，以“生活、工作、文娱”需求为引擎，解决人才于城市未来发展的核心问题。城市人才在发展阶段经历起步期、发展期、上升期，无论生活还是工作均经历了多层次的需求迭代；



图 6 租赁租房社区效果图

租赁住房的运营管理不仅局限于生活居所的提供，更多在于围绕青年人才挖掘横向需求（生活、产业、文娱等），以及纵向需求（居住-生活-享受，创业-指导-扶持等），真正解决居住痛点，为城市创造更多可能。

在业态选择上，通过 6 大生活配套 +4 大发展配套，满足留住人才和人才培养的需求。

6 大生活系统涵盖文化娱乐、生鲜便利、轻食客厅、健身康养、形象美学、品牌食集六大业态，满足城市人才高品质生活以及精神文化的需要。租赁住房面对的 90 后客户，消费新趋势从为商品消费，到为情感买单，从 70 后的货比

三家，到 80 后的比着买、买着玩，变成如今 90 后的买心情、买圈子。消费习惯经历了很大的改变：没有 WIFI、没有颜值店、审美疲劳店、外卖可替的店不能留住现在的客户，小而美、复合、互联网思维的店，如 BLT 精品超市、言几又、古田稻香等颜值与品质兼具的业态更符合当代年轻人的消费诉求。

4 大发展系统涵盖创新孵化、数字平台、科技物联、能源管理四个板块，通过引进联合办公、创业服务中心、培训机构等发展类业态，优化人才创新创业综合环境，创业满足人才和产业发展孵化需求，使租赁住房社区成为创新人才汇



图 6 租赁租房社区效果图



图6 租赁租房社区效果图

6大生活配套	品牌食集	快餐简餐	休闲聚餐	家庭宴请
	轻食客厅	早点	面包烘焙	饮料
	生鲜便利	水果店	菜场	生鲜超市
	文化娱乐	私人影院	桌游棋牌	KTV
	形象美学	美发	宠物清洁	SPA美体
	健身康养	健身馆	慢跑道	室外运动场
4大发展配套	创业孵化	创业服务中心	联合办公	培训机构
	数字平台	监控调配室	LED数据显示屏	
	科技物联	生鲜直送	机器人配送	
	能源管理	共享单车	新能源汽车	智能电表

图6 租赁租房社区效果图

聚之地、培养之地、事业发展之地、价值实现之地。

租赁住房社区时代来临，租赁住房社区区别于传统社区的封闭模式，以开放共享的规划形式，精准锁定年轻租客群体心理和行为特点的业态和运营手段，为城市的青年人才提供既便捷、有活力又具备高品质的“楼下”生活，就如行业扛旗者城方品牌所言，使我们的租赁住房社区助力人才发展，真正起到社会稳定器、人才孵化器、资产孵化器、生活加速器、文化培育器五重功能，助力上海 2035 卓越全球城市建设。

#### 作者简介



王沁  
UA 尤安设计研发中心研发主创。