

舟山楼宇经济呈现新业态 写字楼里开起“街边店”

理发、服装、手作、咖啡馆……上班族下楼即可就近消费体验



□记者 高阳 文/摄

理发店、服装店、中医诊所、手工作坊、咖啡馆……这些传统上扎根街边商圈的消费业态，如今正打破楼宇功能边界，批量入驻城市写字楼，悄然改写着商业地产与城市消费的格局。

近日，记者实地走访舟山新城、东港多家写字楼发现，原本纯粹的办公楼宇里，各类生活服务、休闲体验类店铺遍地开花，从高层到低层分散布局。

3月30日，记者来到新城宝龙写字楼，一楼大厅的楼层指引牌上，绝大多数标识为各类企业有限公司。细看之下，各类消费店铺藏于其中：4楼布局服装店与中医诊所，8楼开出休闲咖啡馆，13楼设有健身场馆，17楼入驻美发沙龙，20楼更是聚集两家手作店。步入电梯，内部墙面贴满美发、服饰类店铺宣传海报，引流信息清晰醒目。

不只宝龙写字楼，东港汇隆大厦7楼，服装店与瑜伽馆相邻经营；中昌国际大厦、新城商会大厦、港航国际大厦等核心楼宇内，美甲店、理发店等业态也接连落地，写字楼正从单一办公载体向复合型消费空间加速转型。

环境和租金 让商家弃街入楼成新风

为何一众商家放弃临街商圈的天然客流，转而选择“藏”进写字楼经营？记者走访多家店铺负责人发现，租金成本优势与业态场景契合度是驱动这一选择的核心因素，相较于传统临街商铺，写字楼为中小商家提供了更具性价比的经营方案。

臻理美发沙龙合伙人大鹿直言，租金可控性是首要考量。“同等预算下，临街商铺只能拿下小面积铺面，而写字楼能打造更有质感的店面，顾客体验感大幅提升。”他表示，写字楼环境安静私密，告别了街边店的嘈杂拥挤，客群以周边上班族和预约熟客为主，无须依赖过路散客，反而能精准筛选有需求的消费群体，经营更具针对性。

“同等面积，写字楼月租金比商业街便宜近2000元，大幅降低运营成本，让我们能把资金投入空间打造和服务升级上。”浮光艺境手作店主理人朱晴表示，舟山宝龙地处核心商圈，楼宇与商圈相连，既享繁华便利，又能寻得静谧，完美契合店铺“隐于市”的定位。

新城医疗诊所医生丁娇娇则从客群需求角度解读，诊所搬迁核心是解决患者就医痛点。原店铺位于华润万家对面，停车难问题突出，尤其针对行动不便的疼痛类患者，就医十分不便。写字楼停车便利，电梯直达，环境也更舒适，同时楼宇内上班族多受腰肩颈疼痛困扰，午休、下班时段即可前来理疗，便利性直接转化为稳定客流，实现商家与消



消费者的双向便利。

口碑和线上引流 破解流量难题

没有临街自然客流，藏于写字楼的店铺如何突破流量瓶颈、实现稳定经营？受访商家均表示，摒弃“靠天吃饭”的传统流量思维，转向“线上精准引流+线下口碑复购”的精细化运营模式，成为这类店铺的生存核心，也走出了小众业态的差异化发展之路。

浮光艺境手作店的运营模式颇具代表性。朱晴介绍，店铺依托美团、大众点评、抖音、小红书等线上平台，持续更新店铺环境、手作成品及教学内容，通过精准内容推送锁定年轻消费群体，多数新客均来自线上引流，主动导航到店体验。线下则主打体验感与服务品质，温馨的空间布置、耐心的一对一教学，让顾客完成作品后主动通过社交平台分享，老客带新客比例超六成，形成自发传播的口碑闭环。同时，店铺针对上班族、亲子、情侣等群体，推出午间解压手作、企业团建、情侣定制等特色项目，进一步精准锁定目标客群，筑牢客源基础。

臻理美发沙龙同样依靠口碑经营站稳脚跟。大鹿表示，店铺不追求短期流量，而是聚焦技术与服务品质，凭借优质体验留住熟客，老客介绍新客成为主要客源渠道。“我们做的是长期生意，写字楼里的客群更稳定，只要服务到位，复购和推荐自然不会少，比临街店的客流更有黏性。”

记者手记 办公消费融合 楼宇经济迭代升级

写字楼新业态的兴起，不仅是中小商家的经营策略创新，更折射出城市楼宇经济的功能迭代，传统单一办公型楼宇，正朝着“办公+消费+服务”的复合型生态转型，成为城市消费新经济的重要增长点。

当下临街商铺租金高、运营成本攀升，中小商家生存压力加大，而存量写字楼资源充足、租金更具优势，且自带固定办公客群，为服务类、体验类小众业态提供了全新经营场景。这类业态的入驻，有效盘活了楼宇闲置空间。

同时，写字楼新业态精准契合了职场人群的碎片化、品质化消费需求。快节奏工作模式下，上班族无暇往返商圈消费，下楼即可享受美发、理疗、手作等服务，大幅节省时间成本，同时沉浸式的消费体验，也满足了当下消费升级的核心诉求。这种“就近消费、精准消费”的模式，避开了传统商圈的同质化竞争，开辟了全新的细分消费赛道，为城市消费市场注入了新活力。

建行浙江自贸区支行践行“金融为民” 童心筑防线 宣传反诈进校园

“100元蹲，100元蹲，100元蹲完50元蹲……”一阵阵清脆稚嫩的童声从南海实验学校的会堂里传出。日前，建行浙江自贸区支行的“张富清金融服务队”将一堂特殊的“课程”带进校园，为一年级的小朋友送上了一份干货满满的“金融安全大礼包”。

“大家看，真币的这里摸起来是不是有粗糙的感觉？”为了让反假币知识“入脑入心”，志愿者们拿出人民币实物，手把手教孩子们运用“一看、二摸、三听”的简易口诀进行鉴别。看水印、摸凹凸、听纸张，像小侦探一样仔细观察，在互动中不仅学到了辨别真伪的小窍门，更树立了“爱护人民币，杜绝假币”的意识。随后，一场别开生面的“趣味抢答”点燃了现场气氛：“100元纸币背后的图案是什么？”“发现假币应该怎么办？”小朋友们争先恐后地举手回答，在

欢声笑语中巩固了刚学到的知识。

紧接着，志愿者们邀请几位小朋友上台，分享自己听说过的或生活中遇到的各类骗局。孩子们你一言我一语，从“陌生人让你带路”到“冒充爸爸妈妈的朋友”，一个个内容五花八门，引得台下阵阵惊叹。针对低龄段学生社会经验不足、易受诱惑的特点，志愿者又结合这些真实案例，补充讲解了“假装快递员敲门”“冒充警察”等骗局套路。通过“情景模拟”互动，让孩子们亲身体验如何应对，牢牢记住了“不听、不信、不转账、不跟陌生人走”的安全法则。

活动尾声，志愿者们带领孩子们一起回顾了今天学到的“干货”：如何辨别真假人民币、遇到假币该怎么办以及如何识破各种骗局。一堂课的时间虽然短暂，但金融安全的种子已在孩子们心中悄然种下。

(王梁欢)

中国平安2026春招启动 超4500个岗位，聚焦科技、医疗、养老类人才

日前，中国平安宣布正式启动2026年春季校园全球招聘。平安集团将携手旗下寿险、产险、银行、健康险、证券、科技、好医生、北大医疗等10余家成员公司，面向全球高校开展超3000个校招岗位、1500个实习生岗位招聘，除金融外，聚焦大量科技、医疗、养老类人才。

据悉，本次春招，中国平安面向全球开放涵盖业务类、投融资类、科技类、产品类、运营类、职能类等8大类岗位，遍及全国超300个城市，助力高校学子可实现“家门口就业”。此外，公司还持续加大科技研发与医疗养老等领域的人才引进力度，开放人工智能、大数据、算法工程、基础医学、临床医学、卫生管理等科技、医疗、养老职位，岗位占比近30%。

为提升本次校招的简历投递、面试反馈效率，中国平安将AI技术融入校招全流程，通过AI人岗匹配、AI辅助面试、求职AI Agent等应用，打造更精准、高效、

有温度的招聘体验。

中国平安还为校招生构建了完善的从招聘到入职到培养发展的完善机制。入职前，通过平安人平台推出“橙就预备营”学习计划，帮助提前了解公司文化、业务战略和职场技能；入职后，实行“双导师制”，业务导师带教专业技能，职场导师护航职业发展，帮助新人平稳度过适应期。

除了健全的培养计划，平安秉持公平、公正、透明的薪酬绩效原则，为校招生提供具有行业竞争力的薪酬，同时为员工提供综合福利保障计划、节日福利、企业年金、年度体检、考证补贴、内购产品、员工关怀计划(EAP)等福利，助力员工安居乐业。

据悉，本年度春季招聘将推出系列直播，并在中国平安官方视频号、B站、小红书、51job等六大平台同步上线。相关直播与招聘安排，将通过“中国平安招聘”微信公众号发布。

(中国平安浙江分公司)