

AI如何算准“办公空间账”？

《2026 全球办公空间使用基准指南》给出答案

业务扩张时,现有空间能否承接增长?成本要收紧,哪些面积可以优化,又不会牺牲员工的办公体验?随着人工智能(AI)进入办公空间使用规划领域,这笔“办公空间账”可以算得更快、更细;但AI能否给出可靠答案,首先取决于企业是否真正清楚空间是怎么被使用的。

围绕这个关键问题,仲量联行近日发布《2026 全球办公空间使用基准指南》。本次调研覆盖全球84家企业,共收到175份按地区提交的调研回复,涉及约6652万平方米的企业房地产组合。

喂给AI的空间数据可靠吗?

在企业希望通过办公空间使用规划实现的各项房地产管理目标中,优化企业房地产组合已连续两年位居首位。2026年,71%的受访企业将其列为优先事项;紧随其后的,是“提升空间数据准确性”与“提升空间数据报告质量”。现阶段,企业在办公空间使用规划与房地产组合战略中的AI应用总体仍处于起步阶段:仅8%的受访企业已完成AI应用试点,进入优化或

规模化部署阶段;超过七成(74%)企业仍停留在调研供应商与解决方案,或尚未开始探索。调研显示,73%的受访企业已经建立空间数据治理机制,但仅6%将自身空间数据采集和管理能力评为“优秀”——也就是说,多数企业是“有机制、缺能力”;框架搭起来了,数据却未必跟得上现场变化,不同系统之间也未必对得上口径。

空间利用率之外,还要关注什么?

2026年,全球办公空间实际利用率与目标值的差距首次收窄;实际利用率由54%升至56%,目标利用率则由79%下调至74%,两者的差距首次收窄。实际值上升、目标值回调,也反映出企业对“空间到底该怎么用”的判断正变得更务实。更值得关注的是数据“用起来”的速度:全球范围内,将空间利用率数据用于办公空间使用规划的企业由2025年的70%升至2026年的90%。但要清楚的是,空间利用率只是一笔“总账”,回答不了“哪些空间真正发挥了效用、哪些常年闲置”;尤其是

当办公空间的分配方式持续走向共享化,单看空间利用率已难以完整反映各类空间的真实使用状态,也难以支撑更精细化的配置判断。

还有哪些空间尚未“入账”?

走出传统办公空间,实验室、制造与配送设施、仓储设施、数据中心等“技术类空间”,同样是企业房地产组合的重要组成部分,但过去在空间使用规划层面受到的关注相对较少。在仲量联行办公空间规划与管理服务团队所服务的全球企业客户中,这类空间占其房地产组合总面积近四分之一,在整体资产中的份量不容忽视。

随着技术类空间的管理需求上升,企业开始重视并追踪其实际使用情况:2026年,追踪技术类空间利用率的企业比例由5%升至26%;但其实际利用率仅为45%,与72%的目标值相差27个百分点。这意味着,对拥有这类空间的企业而言,仍有相当可观的效率提升和成本优化空间。未来,空间账要算得“全”,企业还需建立以设备和资产为核心的空间利用指标体系。

市场 资讯

绿城·潮鸣外滩 ONE BUND PARK 310 楼王启幕



9月7日,“全球家族的上海珍藏 ONE BUND PARK310 媒体品鉴会”瞩目开启,共鉴外滩新百年作品新意。绿城·潮鸣外滩以眼见为实的作品美学致敬全球鉴赏力,以超越市场周期的恒心,创造百年恒宅珍藏。

三开三捷,半年揽金约50亿,位居上海3000万以上豪宅套数第二,斩获“中国好房子样本”荣誉,潮鸣外滩以亮眼市场表现,造就“潮鸣中国”的声望现象,成为全球家族安放核心资产的首选,实至名归。绿城中国华东区域公司营销客研中心总经理吴韬正式宣布:绿城潮鸣外滩携手 CCD 郑中设计推出的全新力作——外滩盛景 ONE BUND PARK 新样板间正式发布。9月下旬起,项目将压轴加推双楼王组团。

绿城中国华东区域营销总经理沈昊深入解读盛景定制大宅的两种性格底色及设计构想,何为全球家族在上海的珍藏。ONE BUND GARDEN 外滩隐世285,不争窗前转而向内。直面达西庄园中央园景,在 CBD 中心保留静谧庄园盛景,如隐世酒店,繁华可及,宁静独享。ONE BUND PARK 外滩盛景310,更直面中央公园首排,是上海唯一南向看江、直面陆家嘴的孤品。窗前,外滩灯火、黄浦江、陆家嘴天际线、北外滩中央视野,百年文明图景次第展开。

据了解,ONE BUND PARK 外滩盛景310由全球室内设计风向标 CCD 郑中设计执笔,以世纪皇室奢韵为灵感,高贵勃艮第红贯穿空间始终。潮鸣外滩将欧洲贵族审美转译至 ONE BUND PARK 外滩盛景310室内,把“与时间共处”的态度带入,立足法式经典,融合海派精神,打造中世纪贵族与上海老钱跨越时空的盛宴,以开放流动的格局,重新定义大平层的生活尺度。

活动现场,绿城·潮鸣外滩项目营销总监欧阳逸生就北外滩建设进度进行梳理回顾:丽思卡尔顿隐世酒店签约480米浦西新地标,约2平方公里无车区启动,上海首个慢行街区成型,全球金融与资本汇聚。480米浦西第一高楼北外滩中心正拔地而起,与白玉兰广场、来福士双塔共同勾勒黄金三角的完整天际线。

从一场运动会 看招商蛇口如何让社区美好生活发生

这个夏天,招商蛇口2026 ONE CIRCLE“没外人运动会”在全国多城展开。60多天赛程、20项赛事,2000余位业主与社群主理人参与其中,篮球、网球、乒乓球、羽毛球、游泳、足球等项目轮番开赛。从社区赛事到跨城联动,从共同兴趣到邻里相聚,“没外人运动会”所呈现的,不只是一场全民运动季,更是招商蛇口持续探索社区运营、美好生活营造的一次实践。

赛事升级

从社区运动走向全国联动

从盛夏到初秋,“没外人运动会”先后在深圳、北京、郑州、合肥、西安、长沙、成都等多个城市展开。不同项目、不同城市的运动爱好者因赛事相聚,让原本发生在单一社区里的兴趣活动,逐步走向跨项目、跨城市的交流。

以全国业主网球赛事为例,深圳·妈湾 HIGHCITY 作为赛事发起主理城市,联动北京、广州、佛山、深圳四城五地业主参赛。赛事依托招商蛇口“在地生长”的社群生态,与妈湾“有趣人类聚集地”网球社群形成联动;期间,参与业主还走进前海妈湾城市展厅、自贸·紫荆屿等城市与社区场景,让一场跨城赛事进一步延伸至片区生活与人文体验。

从社区内部的兴趣相聚,到不同城市之间的共同参与,运动正在突破空间边界,成为连接社区、城市与人的一种日常方式。

政策响应

从“全民健身”走向社区日常

运动持续走进社区,有着更深层的时代背景。随着全民健身、健康中国以及完整社区建设持续推进,运动场景正从专业体育场馆进一步进入社区、公园和居民身边的公共空间。社区不仅承担居住功能,也正在成为健康生活和公共服务向基层落地的重要载体。从更多依赖规划与未来预期,到更加关注真实产品与真实交付,居住价值也变得更加可感知。当房屋“所见即所得”,社区价值



同样需要经得起真实体验:会所、球场、公园等配套是否真正被使用,公共空间里是否持续发生生活,都成为居住体验的一部分。

这也意味着,今天的社区价值不只在“建了什么”,还在于“持续发生什么”。空间交付之后,如何通过长期运营提升居民参与度,让硬件真正转化为生活,正在成为“好房子”之外更长久的社区命题。

社群运营

从提供空间到运营生活

对招商蛇口而言,“没外人运动会”正是对这一命题的一次实践回应。赛事并未局限于单一住宅社区,而是进一步拉通各城市在售案场、花园城商业空间、招商积余服务的老社区,并联动片区公共资源,让不同类型的城市与社区空间共同成为运动发生的载体。

随着场景打开,参与者也从社区业主延伸至商户、物业人员、社群主理人与周边居民。以共同兴趣为入口,赛事负责聚集人群,在地社群承接持续参与,公共空间也由静态的功能配置,转化为真实发生交流与共同生活的场所。从单一项目到多元场景,从一次赛事到长期社群,招商蛇口正在形成一条“空间承载活动、活动聚集人群、社群延续关系”的运营链路。运动因此不再只是社区配套中的一项功能,也逐渐成为激

活公共空间、培育居民参与的一种长期社区内容。

社造落地

从“陌生人”走向“没外人”

社区首先意味着共享一处空间,而真正形成生活共同体,还需要共同参与。运动提供了一个足够日常的入口,让原本相邻却陌生的人因为共同兴趣认识、熟悉,并在持续参与中建立更稳定的邻里关系。

“没外人”所指向往的,也正是这样的社区状态。它不是封闭在业主内部的热闹,而是通过更加开放的参与机制,让不同年龄、不同身份的人都有机会进入社区公共生活,在共同兴趣中找到属于自己的连接。从“蛇口社造”到全国社造季,从运动到美育、公益、文化,招商蛇口持续以不同内容培育居民参与,推动社区建设从物理空间进一步延伸至公共生活。

面向未来,招商蛇口将继续深耕社区社群运营,以更多元的兴趣内容连接居民、激活空间,并依托全国社区网络与在地实践,持续探索更具生命力的社区营造方式。当陌生人因为共同兴趣相遇,又因为持续参与成为邻里,“没外人”也就不再只是一场运动会名字,而成为真实发生的社区生活,让美好生活不仅被建造,也在日常中持续发生。