

INDUSTRY RESEARCH REPORT

校园商业崛起：高校存量场景的改造模型与四川机会

拆解食堂、校门口街区与产业园三类存量空间的改造财务模型，标出四川四个梯度市场

制作单位：四川省城市更新专业委员会（SUR）

报告编号：SUR-RPT-202609-2451 · 2026 年 09 月

内容说明：原文完整收录，SUR 智库精美重排

SUR 成员企业内参 · 仅供内部参考

SUR 导读

这份报告回答一个具体问题：高校存量空间能不能做成一门可复制的生意。需求侧的门店数字已经由连锁品牌给出，报告的价值在供给侧，它把食堂、校门口街区、产业园区三类空间拆成可比的改造模型，并给出改造单价、租金提升幅度、回收期三个可核对的坐标。对 SUR 成员中的商管公司与资产持有方，第三、四节可以直接当项目筛选手册用：手里有 2000-6000 m² 的食堂资产，看原型一；改造预算落在三四千元以内的临街物业，看原型二。四川部分给出的四个梯度是风险排序而非市场排序，市州高校竞争空白但消费力待验证，新校区周边则是等待期确定的填空市场。阅读时带两个视角：价格带上限怎么写进合同，物业权属是否单一。这两条决定项目能不能落地。报告没有回避假期断崖与散售业权两个硬约束，也没有给校园商业的 REITs 开出时间表。

核心要点

- 01 蜜雪冰城高校门店突破 2100 家，瑞幸咖啡校园店超过 1200 家，需求侧已由连锁品牌验证。
- 02 食堂升维型改造投入 1500-2500 元/m²，租金提升 40%-80%，回收期 2-3 年。
- 03 校园改造强度低于城市级商业体，1500-3500 元/m² 的轻中度投入即可达成商场感。
- 04 寒暑假客流断崖年均约 90 天，靠校门口 500 米社区居民与全龄业态对冲。
- 05 四川四个梯度市场：成都主城、温江郫都与沙坪坝、市州高校、新建校区周边。
- 06 价格带上限条款与单一业权，决定项目能否守住公益底线并落地。

本报告由 SUR 智库整理制作，正文为原始报告完整内容；导读与要点由 SUR 智库提炼。供 SUR 成员企业内部参考，转载请注明出处。

校园商业崛起：高校存量场景的改造模型与四川机会

引言：2000 家高校店背后的场景争夺

2026 年开学季，两组数字把"校园商业"推上了商业地产的议程中心：蜜雪冰城高校门店突破 2100 家，瑞幸咖啡校园店超过 1200 家。头部连锁品牌对高校场景的渗透速度，已经超过了过去五年任何一个细分渠道。

更值得存量运营者注意的是同期发生的另一件事：赢商网报道，某高校的大学食堂整体"变身"为商场 B1 层——不是简单引入几个档口，而是按商业综合体的逻辑重做空间、动线与业态组合。这两件事指向同一个判断：高校场景正在从"后勤配套"变成"商业资产"，而它的供给端几乎全部是存量空间。

四川是全国高校资源最密集的省份之一，成都、重庆双城在校大学生合计超过 200 万人。本报告拆解校园商业的需求结构、改造模型与财务特征，并给出四川市场的机会地图，供会员单位中的商业运营方与资产持有方参考。

一、需求侧：高校消费的三个结构性特征

1.1 高密度、高频次、高同质

高校是城市中最罕见的"三高"消费场景：数万人生活在步行 15 分钟范围内，一日三餐加下午茶夜宵形成一天 4-5 次消费波峰，且客群年龄、偏好高度同质（18-25 岁）。对连锁品牌而言，这意味着单店模型的极致简化——SKU 可以砍到最少、翻台可以做到最高、营销费用几乎可以忽略。蜜雪 2100 家高校店的本质是找到了一个可以无限复制的"最小商业单元"。

1.2 价格敏感但不为低价妥协体验

校园客群客单价低（主流餐饮 10-25 元），但对空间体验的要求并不低。这一代大学生是购物中心原住民，对"食堂感"与"商场感"的差异极其敏感。大学食堂改造为商场 B1 后能留住客流，恰恰说明学生要的不是更便宜的饭，而是"在更好的环境里吃同样价格的饭"。这是校园商业区别于普通社区商业的关键：性价比要，场景感也要。

1.3 假期断崖与全龄补偿

高校场景的天然缺陷是寒暑假客流断崖（年均约 90 天低谷）。成功的校园商业项目普遍用两类方式对冲：一是选址兼顾周边社区（校门口 500 米半径内的社区居民成为假期基本盘）；二是业态引入全龄段品类（亲子、健身、生活服务），把"校园店"做成"社区店+校园店"的复合体。

二、供给侧：为什么是存量改造而非新建

高校商业供给几乎注定走存量路线，原因有三：

土地约束。高校校园及周边可开发建设用地基本枯竭，新增商业只能靠既有建筑的功能置换——食堂、锅炉房、老教学楼、校办工厂、临街裙楼。

资产权属清晰。高校后勤资产多为学校或国资平台持有，权属单一，改造决策链条短于分散业权的社区商业，一次谈判即可锁定数千平方米。

改造强度适配。校园消费对空间的要求是"商场感"而非"旗舰感"，改造投入以 1500-3500 元/m²的轻中度改造即可达成（对比城市级商业体 5000 元/m²以上的重改造），投资回收模型成立。

大学食堂变身商场 B1 的案例验证了标准打法：保留餐饮基本盘（租金低、人气稳），用环境升级换取租金坪效提升，再用释放出的面积引入零售、咖啡、轻社交业态——食堂的"流量属性"不变，"变现能力"倍增。

三、改造模型：三种空间原型与业态配方

3.1 原型一：食堂升维型（2000-6000m²）

- **对象：**高校一二食堂、学生活动中心裙楼
- **动作：**环境商场化（动线、灯光、店招统一）、档口品牌化（引入连锁档口替代自营）、面积切分释放（20%-30% 面积转为零售与轻餐）
- **财务特征：**改造投入低（1500-2500 元/m²），租金提升 40%-80%，回收期 2-3 年
- **风险点：**价格带必须守住学生承受力，过度提档会被外卖反噬

3.2 原型二：校门口街区型（5000-20000m²）

- **对象：**校门外临街商业、老教职工生活区裙楼、校办产业园区
- **动作：**按"学生动线"重组业态（早餐-咖啡-自习-夜宵全时段），嵌入自习室、快递站、打印店等校园刚需服务，假期切换社区客群

- **财务特征：**中度改造（2500-3500 元/m²），依赖租金坪效与招商率，回收期 3-5 年
- **风险点：**散售业权整合难，优先选择学校或平台公司统一持有的物业

3.3 原型三：园区共生型（20000m²以上）

- **对象：**高校科技产业园、校办工厂腾退地块、大学城配套商业体
- **动作：**产学研复合——底层商业 + 中层创新工坊/共享办公 + 顶层文体空间，服务高校师生同时承接城市客群
- **财务特征：**重运营项目，IRR 依赖非租金收入（活动、短租、服务），适合有运营能力的专业商管
- **风险点：**避免做成“四不像”——没有主导业态的复合等于没有复合

四、四川机会地图：四个梯度市场

第一梯度：成都主城区高校圈（锦江、武侯、成华）。 四川大学、电子科技大学、成都理工等高校周边，消费力与商业成熟度双高，适合原型二、三。成华区建设路板块已有成熟样本，竞争加剧，后来者需差异化定位。

第二梯度：重庆沙坪坝大学城、成都温江/郫都大学城。 十余万学生的超级校园集群，是连锁品牌高校店的主战场。存量食堂升维（原型一）需求最旺盛——这批大学城的食堂多建于 2005-2015 年，设施老化与客流增长的矛盾已到临界点。

第三梯度：绵阳、南充、泸州、宜宾等市州高校。 单校规模 1-3 万人，商业供给普遍不足（校内仅传统食堂），是“第一个吃螃蟹”的市场——改造成本低、竞争空白，但需验证消费力，建议从食堂升维的轻量级切入。

第四梯度：新建校区与搬迁校区周边。 部分高校新校区周边商业配套滞后 3-5 年，属于“等待填空的确定性市场”，适合提前卡位校门口街区型物业。

五、参与主体的进入策略

对学校及后勤平台：食堂升维是最易启动的资产盘活动作——以场地使用权作价引入专业运营商，学校获得租金提升与环境改善的双重收益，且无需投入改造资本。关键是合同中明确价格带上限条款，守住公益性底线。

对商业运营方：校园场景是连锁品牌时代少有的“运营杠杆高地”——同样的运营能力在校园场景的坪效弹性大于普通社区商业。建议以 1-2 个食堂升维项目建立样板，再向街区型复制。蜜雪、瑞幸的门店数据已经帮运营方完成了客群验证。

对资产投资方：校园商业的 REITs 想象力尚远，但"现金流稳定、租约长期化"的特征使其具备大宗交易的机构接受度。关注高校平台公司的资产包（常含多处物业打包），单宗议价空间大于零售散铺。

结语

校园商业的本质，是存量时代"最小确定性"的生意：客群确定（每年自动更新的数百万学生）、需求确定（一日三餐）、供给确定（只能存量改造）。连锁品牌用 2000+ 门店完成了需求侧验证，接下来轮到存量运营者回答供给侧的问题。四川与重庆的高校密度决定了这不是一个细分市场，而是区域商业的下一轮主赛道之一。

资料来源：赢商网、公开品牌门店数据、SUR 研究中心整理分析。