



商业中心三足鼎立

消费升级和区域内消费力自然发展,以及区域内整体生活氛围的发展,让这片区域的成熟度与此前相比已“不可同日而语”。

位于地铁7号线与14号线交汇处的朝阳合生汇,目前已经进入试营业状态,预计2018年元旦正式营业。交通环境的改善使得合生汇相对于早期在附近区域打造商业地标的尝试者更多一份生逢其时。

合生汇的前期招商已经全部完成,11月时,整体入驻商户开业率能够达到70%-80%。在品牌上,合生汇已经引入多家时尚品牌,以及华联精品超市ole、星聚会KTV等品牌。业态上来看,餐饮仍是主力业态之一,涵盖餐饮茶点、鞋帽服饰、休闲娱乐以及儿童教育培训等业态。

当合生汇成为新的商业中心时,将与原有的商业中心形成三足鼎立的局面。合生汇坐拥周边中高档住宅小区对应的中高档购买力消费人群,也拥有相对便利的优势,但同时也在与已经存在的旧商业项目和即将进入市场的新商业项目共同分享这些优

势。与合生汇一街之隔的家乐福,将与合生汇分享相似的客群,依托于周围的社区居民但又吸引着流动客群。

此外位于东三环中路的富力广场,又与合生汇遥相呼应。与合生汇相比,富力广场依托于周围的写字楼,目前来看两者精准的客群和定位不尽相同,形成了差异化的互补局面。与此同时,2018年位于大郊亭的芳园里idmall也将开业。待芳园里idmall正式运营,合生汇、富力广场与芳园里idmall将形成三足鼎立的局面,以各自为中心覆盖周围的商区和社区,并形成三个商业中心。三者将形成竞争与互补的态势,相互映衬,不断激发着周边居民的购买能力,提升该片区域的消费品质。

富力广场、合生汇、芳园里idmall分别位于双井、九龙山和大郊亭地铁站附近,同时存在于一条2公里多的地面交通直线上,三者直线距离均为1公里左右,这也意味着三者将在一定程度上分享彼此的客群,能否形成差异化的特色是三者竞争的核心。



整治后回归宜居

沿着广渠门内大街,是一排排绿色细网围起来的脚手架,曾经密密麻麻的菜馆、快餐、小吃、商店等小门脸儿已经不见。这些脚手架支起来已经快一年了,以前这里都是一些夫妻店、私人的小饭馆儿、理发店、维修店铺、水果店等。”一位刘姓的环卫工人指着脚手架对北京商报记者这样解释。当这些门店被清退后,“街面的整洁度迅速提升”,该环卫工人称。

不仅如此,家乐福南侧的农贸市场已经被拆除,原本习惯于在农贸市场买菜的居民开始转向家乐福,生活方式逐渐被改变。家乐福附近的餐厅同样在陆续调整。一家尚在经营手机配件的店主对北京商报记者称,那些已经被拆除的餐厅多数是经营了近十年的“老餐馆”,拆除的时间从近三年内开始,不少餐厅完善升级,搬到家乐福一层及小区的底商商铺。

众多居民楼同样因为疏解整治回归“常态”。今年6月,双井街道城建科、城管、食药、工商、公安等部门开展了集中清理工作,例如,垂杨柳南街、鱼市街、垂杨柳中街等沿街30余家“开墙打洞”小门脸商户已被清理,

垂杨柳地区背街小巷近1400平方米的私乱搭建商铺也从居民的视野中消失。红墙白檐、黑色栅栏、绿柳红砖成为了居民楼的装扮,广渠路俨然成为观景大道。

同样,在今年8月,广渠门内大街进行了大规模的违建拆除工作。广渠门内大街沿线安化北里17处违建被集中拆除,拆除面积达到500余平方米,这些违建内存在多处私拉电线,门外还有占道经营现象,使原本就不宽敞的街巷变得更加拥堵,影响了周边环境。违建被拆除后,街道对破损的道路进行了修缮,规范了停车管理,留白增绿建设“口袋公园”。

当违建的店铺被清退之时,现有门店的外侧墙体和沿街招牌也在陆续被整改,漂亮的景观已形成。沿街招牌的规格将有严格的限制,各个店铺的招牌都要同一大小,墙体外侧24小时滚动消息的电子屏幕也将从公众的视野中消失。一些临街的面积较小的店铺例如链家、佳美口腔、稻香村用红底白字的条幅代替暂时“缺位”的招牌,以提高识别度。而家乐福、百安居的外侧墙体被脚手架包裹,也在加速整改。

· 对话企业 ·

苏宁西大望路店经理王久志: 儿童业态存市场空白

位于九龙山地铁口、广渠门内大街与西大望路交汇处是苏宁西大望路店,该门店为周围十几个社区和写字楼提供着家电产品和配套服务。苏宁西大望路坐落在此处已经有十年,十年的经营时间也培育了附近居民对该门店的认可。

苏宁西大望路店经理王久志称,该门店通过大数据精准对标当地居民消费偏好,在线下,价格的高低并不是这类消费群体在购买产品时关注的焦点,他们对产品的品质、功能以及售后服务的要求更为苛刻,中高端产品销量占比也随之不断攀升。在该门店,平均客单价在2800元左右,同一类商品消费者更注重高品质的产品,目前,电视类的客单价在8000-1万元,冰箱、洗衣机的客单价在6000元左右。

王久志称,更希望附近也可以增设儿童业态。位于双井的富力广场、位于九龙山的合生汇以及或将于2018年开业的位于大郊亭的芳园里idmall,三者形成合力,商场百货并不稀缺,惟独增加家庭黏性的儿童业态稍显薄弱,并无大型的儿童游乐场,游乐设施相对稀缺。

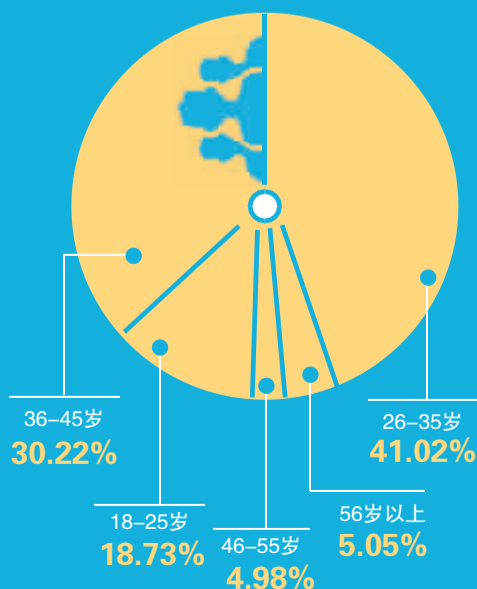
· 专家建议 ·

年轻消费群集中 新业态待增

受地理位置和历史背景影响,这片社区以年轻群体为主,作为CBD辐射区域,人口流动性大且密度高。在双井附近的社区,高端消费者集聚,这片社区也是一个商区与社区高度融合区。当地的消费具有多层次的特征,表现为高端消费、时尚消费、智能消费等特征。年轻的消费者是这片社区的主导消费者,他们对门店的要求具有多样性,需要增加智能商店、体验店、无人店等新型业态,以及无现金交易等新型经营方式等。

(北京工商大学商业经济研究所所长 洪涛)

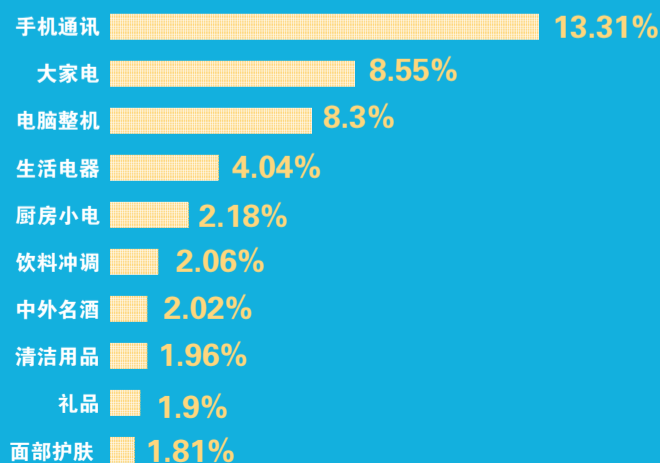
>> 网购年龄结构



>> 社区一年内网购增速明显的十类商品



>> 社区网购消费金额前十品类及销售金额占比



(网购数据来源于京东大数据研究院)