

成长之路

小微企业成长
GROWING PATH

竭诚助推小企业成长
专业服务 操作便捷 全程支持

中国建设银行
China Construction Bank
客户服务热线: 95533
网址: www.ccb.com

社区购物中心群聚

过去,北京的主副商业中心发展较不均衡。集中在王府井、西单一带的主商业中心一直是北京人必逛的购物场所。而分散在各处的副商业中心虽有所发展,但成熟程度和覆盖范围与主商业中心相比还是有不小的差距。北三环以北地区一直缺乏给力的商业项目。太阳宫商圈的形成改善了这一情况。

尽管上述几个商业项目在开业之初都不曾突出“社区购物中心”的定位,但基于周边居民为主要客群的现实和养商的需要,这些购物中心也开始逐渐引入儿童业态,以及加大餐饮比例。

以远洋未来广场为例,最初定位是女性主题,引进的品牌以餐饮、女装、家居和化妆品店为主。由于身处北四环,周围缺少同类商业项目,又环绕着

远洋万和城、芍药居北里、育慧里等中高档小区,未来广场很快成为居民购物和休闲地点。如今,未来广场也引进了游乐场、儿童英语培训及儿童用品专卖店以吸引家庭。

凯德Mall三层也是以儿童业态为主,包括玩具反斗城、陶艺馆、儿童泳池,还会定期举办亲子活动。

除此之外,据芍药居甲2号院的居民介绍,社区还有三辆去周围超市、购物中心的班车。比如,物美超市每半个小时就有一趟班车在小区门口等候。不过,由于通往社区的超市及购物中心班车在晚上六七点钟就已是末班车,对老年人来说十分便利,但对年轻人来说就有局限性。

社区论坛承载的O2O

电商业如火如荼发展之际,各大互联网公司纷纷抢占商业区的O2O,但社区的O2O却是一块空白。在互联网评论人王利阳看来,主流互联网公司更重视整个网络的市场大盘,希望建立千万级用户规模的O2O服务,对以社区为单元的小盘市场并不感兴趣,且操作上有难度。

不过,社区毕竟与居民的衣食住行息息相关,是人们停留时间最长的场所。社区的就近性及商业交易的频繁性,让O2O也更容易成为居民接受的一种方式。

芍药居的几位年轻人告诉北京商报记者,去年底,一个叫“芍药居社区网”的生活服务平台网站正式上线,家政、团购、招聘和交友活动一应俱全。“跟58同城、赶集网相比还有差距,但芍药居社区网是依托社区的,相当于我们居民的组织,里面的商家也都是大家熟悉的。”

北京商报记者发现,该网站集纳了各类线下生活服务信息。附近商家的团购、未来广场的相亲

大会、街边美容店的打折、社区的租房售房信息、各种招聘和家政服务都可以在上面找到。一位该网站的用户认为,上班族平时很难留意到附近商家的活动,而社区网站对他们来说最大的作用就是减少了信息获取的成本。咖啡馆的电影节、社区组织的亲子活动和二手交易市场等都是在该网站获悉的,而且还让愈发淡薄的邻里关系通过线下活动重新聚合在一起。

据了解,芍药居网站为方便居民消费在今年推出了e家打折卡,芍药居周边所有的商家都会入驻。只要手持一张实名制万能卡,吃、喝、玩、乐、衣、食、住、行从此就能享受比普通消费者更便捷的消费信息和优惠的服务。

不过,与电商自提相结合的O2O在芍药居就没有那么便利了。一般来说,便利店的区域认知度、信任度和覆盖范围都是符合大部分电商客户自提服务点要求的。芍药居地区有物美、快客和好邻居几家连锁便利店,但没有一家与电商合作开展自提服务。

主干线割裂的社区商业

芍药居社区以京承高速和北四环为边界,虽然交通方便,但两条均是主干线,对于社区居民来说,步行穿越时间较长。这就导致主干线单侧的商业辐射范围极其有限。一方面芍药居无法方便地与其他社区共享社区商业,另一方面也限制了主干线附近便民商业的发展。

虽然附近太阳宫的商业项目陆续开业,但对芍药居的居民来说,步行前往非常不便。今年北京市朝阳区人大代表马福君建议,加快文学馆路与京承高速交会处断头路建设。此前,为实现京承高速两侧文学馆路与太阳宫北街的连通,文学馆路东端与京承高速交接处曾计划修建下穿式地下通道。但由于前期太阳宫北街未建设,地下通道建设搁置,太阳宫地区芍药居北里、南里约10万居民到太阳宫公园、太阳宫体育休闲园活动健身以及前

往望京地区、京顺路、机场高速等方向需要绕行,非常不便。

如今太阳宫北街已建成,区人大代表也曾于2010年就提出尽快建设该通道的建议,但至今仍未落实。芍药居北里的一户居民表示,虽然太阳宫地区大型商场较多,但相互间的路程太绕,步行前往并不方便。即使开车去,也需要不停地寻找停车位,是件费时费神的事情。

在业界看来,如果解决不了主干道拦截的交通问题,太阳宫商圈的养商期无疑会延长。以百盛为例,太阳宫店延续了一贯的品牌设置,品质不差,但开业三年的时间人气相对不足。除了配套餐饮、娱乐、生活服务设施的缺乏,更重要的是无论是开车还是坐地铁前往周边的购物中心都得绕一段不算近的路,自然也引不来天性怕麻烦的消费者。

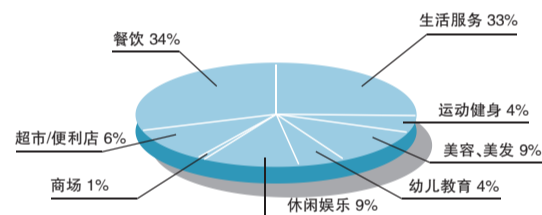
数读芍药居

芍药居地区近三年房价走势图(单位:元/平方米)



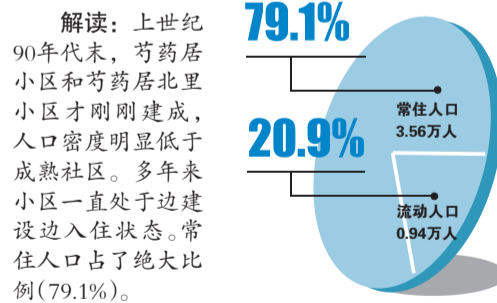
解读:芍药居附近的在售二手房中,建筑时间在1994-1998年之间的户型最为合理,多数都是两居室,面积在七八十平方米左右。周边符合这种户型的小区仅芍药居2号院及芍药居小区16号楼以南的几个楼盘,房源十分紧俏。2011年,人大附中朝阳学校在此建校,芍药居由此也成为了学区房,周边房价开始一路飙升。

芍药居商业项目一览



解读:芍药居是新兴社区,虽然各类商户的比例与其他社区差别不大,但商户数量整体上较少,这就让居民选择较少,也不容易形成良性竞争的环境。先发展起来的是那些满足居民最基本需求的商业业态,如餐饮、生活服务等。其中,餐饮类商户的占比最高(34%),家政、干洗等生活服务的占比排在第二位(33%)。虽然周边有几家大型商场,但仅有远洋未来广场的距离较近。

芍药居地区人口比例



解读:上世纪90年代末,芍药居小区和芍药居北里小区才刚刚建成,人口密度明显低于成熟社区。多年来小区一直处于边建设边入住状态。常住人口占了绝大部分(79.1%)。

专·家·建·议

芍药居可借鉴日本社区模式

芍药居并不缺少大型的商业项目,附近既有知名大卖场,又有新开业的购物中心,惟一的不足在于深入社区“毛细血管”的便民商业不足。这恰恰正是芍药居居民所需要的:老年人行动不便、上班族平时没有时间,距离近且值得依赖的便捷商业亟待引进。

都神乐坂商业街是东京一条极为

普通但又典型的社区商业街。100多米长的步行街两侧,散落着品牌商铺、中型超市、24小时便利店以及传统杂货店等248家店铺,甚至还有花店、迷你高尔夫馆、蔬果铺、美容店和证券所等业态。

这种社区商业还同时肩负保护中小商业企业、保护城市传统文化特色的

重任。在日本,社区商业街并非完全由市场运作,街内还设有民间“商业街协同组合”的管理和协调机构。

日本便利店除了出售快速消费品之外,还有代收水煤电费、代理票务、提供快递业务等。有些24小时经营的便利店设有取款业务,人们从家里到便利店几分钟的时间就可以取到款,

非常方便。

随着老龄化和妇女职业化,日本大型零售集团的触角也伸入到了社区。7-11等小体量门店,具有近便性和灵活性,市场需求很大。永旺还设立了专门针对老年人的社区店,面积在200-300平方米之间,走路几分钟就可以到达。