



开篇的话:社区商业作为满足居民基本消费需求的重要渠道和载体,正因城镇化的加速推进而成为城市商业发展的重要一环。在互联网、O2O商业模式普及之下,居民消费升级、需求多样,聚集了百货、商超、餐饮、家政、教育、养老、物流等众多业态,城市社区逐渐形成了全新的商业生态圈。《北京商报》商业周刊联合北商研究院,将陆续刊载大型调查性报道“2016北京社区商业新生态调查”,探索社区消费需求构成,挖掘社区商业潜力商机,呈现北京社区商业发展的缩影。

和平里:老龄化社区艰难步入网络化

“老”,是和平里社区突出的特点,这里遍布着老小区、老建筑、老品牌,还有高密度的老龄化消费人群。“新”,伴随着一个个社区电商化试验的推进,也在慢慢成为和平里社区的标签之一。在北京老龄化进程加速的大背景下,O2O品牌如何掘金老龄化社区,和平里社区的经验与教训值得关注。

毛细血管密布

得名于“亚太和平会议”,成型于上世纪90年代的和平里社区,可谓名副其实的老社区,有着多数老社区的“通病”,商业服务缺乏统一规划。自发形成的商业服务如毛细血管般细密遍布,生活基础服务便利,甚至在2014年获得“全国便民示范商圈称号”,但品牌化仍需提升。

生鲜蔬菜和日常用品供应方面,和平里社区有着极高的便利性,既有东单菜市场、果多美、首航超市、美廉美、BHG等大型连锁购物超市,又有大量夫妻模式经营的便民超市和简易房搭建的菜摊,以及多家可以刷北京通—养老助残卡的“幸福彩虹社区特供店”。2009年,和平里街道推出“1510生活服务圈”,让居民步行15分钟以内即可享受买菜、就餐、理发、修车等10项服务,经过七年的发展,这个10项服务在和平里各个社区都找到了市场土壤。据《北京市东城区提升生活性服务业品质三年行动计划(2016.01-2018.12)》显示,和平里社区“一刻钟智慧生活服务圈”将作为东城区在接下来三年着力推广的重点。

虽然生活便利,但提供这种便利性的多是一些非品牌化、非连锁化的小门店。目前周边已入驻味多美、金凤成祥、稻香村、宏状元、和合谷等连锁餐饮品牌,超市包括东单菜市场、果多美,但在高餐饮密度的和平里社区,这些规范、连锁化的品牌仅占极小的比例。在小黄庄小区南门所在的青年沟路上,北京商报记者统计了东至和平里西街西至安定门外大街长达近800米街区的业态,其中品牌连锁店仅有稻香村、果多美、一手店、京八珍、链家、我爱我家、平安银行及华夏银行等少数连锁知名品牌,其余六七十家店铺均为杂牌军。据粗略统计,品牌连锁门店约占14%。

大型购物中心缺失

作为老社区,和平里缺乏一定规模的大型购物中心。曾经,位于安定门桥往北300米左右的三利百货是和平里社区唯一的一个大型百货商场,也是商圈内主要综合购物支柱。2015年,三利百货被西单大悦城收购,但由于仅有1.2万平方米的营业面积,发挥空间有限,无法承载如ZARA、H&M等对展示面积要求较高的快消品主力入驻,因而并不延续大悦城产品线,而

>>社区商业设施需求度



是变身商务综合体。三利百货的离去,使大型购物中心缺失问题再度凸显。最近的大型休闲娱乐购物中心当属两公里之外的爱琴海购物中心,但社区与商场之间隔着三环路。和平里街道经济发展科科长指出,政策是阻碍大型购物中心入驻和平里社区的重要原因。《2003年北京市流通业发展分类指导目录》显示,城区三环路以内、市级商业中心和大型多功能购物中心以外地区禁止新增营业面积1万平方米以上的大型商场;地区级以上商业中心和规划的特色商业街(区)以外地区,禁止新增营业面积5000平方米以上的大中型零售商业设施。

北三环安贞桥畔环球贸易中心的兴起,弥补了和平里社区大型购物中心欠缺的部分遗憾。这里虽然不是大商场,但体量达50万平方米的环贸中心里,分布着知名连锁品牌,星巴克、UME国际影院以及BHG精品购物中心满足年轻群体及高端人群部分休闲购物需求。不过,由于环贸国际中心主要定位于高级写字楼和高端酒店,多是作为商业配套,欠缺生活气息。

零散分布的年轻时尚消费地将来可能难以满足和平里社区的需求。自2015年起,伴随着学区制度的调整,具有171中

学、和平里第一小学等优质教育资源的和平里成为热门学区,链家已密集布下十多家店。二手房频繁交易下,年轻家庭将进入该地,大型购物中心呼声将加大。

电商落地遭遇老龄化难题

社区电商化正是潮流,老牌社区和平里早在2013年便成为东城区商务委“钦点”的社区电商化试点社区。三年来,“181便民服务站”社区买菜终端机的密集布点和2015年东单菜市场选址和平里并试水O2O是两次最有代表性的尝试。不过,在老龄化的大背景下,这两个实验显示,和平里社区的电商化似乎有些水土不服。

在和平里社区多个社区服务中心,均可看到181便民服务站布下的社区买菜终端机的身影。它在2012年东城区支持的一次社区商业电商化试验中安装,截至2013年11月,该终端机已经覆盖了东城区17个街道。根据最初规划,这一平台可实现农产品从农田到餐桌的全流程可追溯的数字化管理,和平里街道的居民可以通过该平台订货,享受新鲜蔬果免费上门的服务。

听起来很美好,但北京商报记者实地走访化工大院和小黄庄社区服务中心,却

发现两个社区的181社区终端机均未通电,自安装后鲜有人使用。原因在于和平里社区严重的老龄化。

阔别北京18年的东单菜市场选择于2015年9月选址地坛公园北门旁,并转型O2O经营,是和平里社区电商化的又一次尝试。东单菜市场二层悠惠生活馆全场覆盖WiFi,统一收银并接入支付宝,且试水“手机下单、社区提货”的O2O服务模式。不过,据北京东单菜市场有限公司董事、书记张志群透露,东单菜市场开业以来经营状况未达预期,到9月底开业一年,共有2.2万余顾客下单,销售额仅110万元。虽频遭老龄化阻碍,但仍有商业体在努力推进和平里社区的电商化。8月1日,中信国安社区在和平里社区布下一子。

政府主导下的品牌升级

在疏解非首都核心功能的政策大背景下,政府主导下的品牌升级成为和平里社区新趋势,针对擅自“开墙打洞”的专项整治和天丰利市场的升级,成为这次品牌升级的两个突出代表。

每到下班时间,横贯和平里社区东西的青年沟路便成为露天停车场。交通不便于早期道路两侧擅自进行的“开墙打洞”,将居民楼改成商业铺面,大批小店面在这里找到了容身之地。2016年7月,和平里街道办事处综合执法组开展集中整治,拆除违法违规建设的店铺,将破坏的墙体进行封闭式恢复原状。北京商报记者看到,被拆除的店铺多是小的装修门店、五金器材店和美发店,另有一批如老头车、出租车计时器等与社区居民需求无关的门店。可以预知的是,这样一批小店面拆除后,和平里地区的品牌化、规范化进程将得到推动。据和平里街道办事处介绍,行动于2016年11月结束,拆除商户207家。

在和平里社区,天丰利市场可谓地标性建筑之一。这个2006年开业的小商品服装市场,地上六层以摊位制形式销售服装、饰品、箱包、鞋具、家纺和文具等商品,并入驻大量夫妻店的美食城;地下一层开设数个生鲜、干货摊位,生活气息浓厚但难以与安全、品质挂钩。在疏解非首都核心功能大潮中,这里确定原地升级。

天丰利市场管理方相关负责人透露,考虑到市场接近老城区的地理位置,天丰利此次商品品类筛选将保留部分生活必需品类别,如蔬菜、服饰等,同时淘汰一批低端店铺。北京市商业经济学会秘书长赖阳认为,网购的兴起让线下精品店模式受到冲击,因此天丰利市场在升级改造的同时,必须增加社区及生活服务功能的业态,如餐饮、儿童教育、休闲娱乐等。

北京商报记者 吴文治 曲英杰/文
李燕/制表