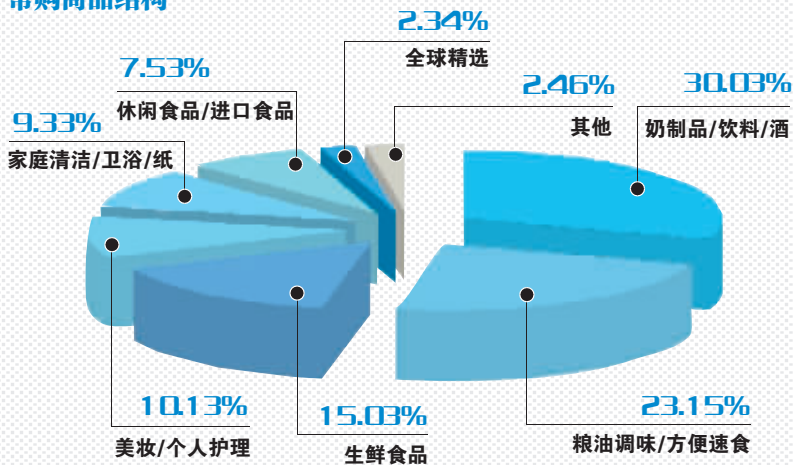
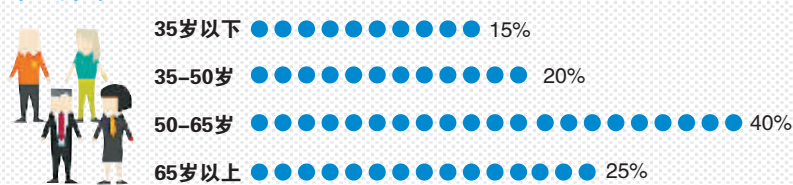




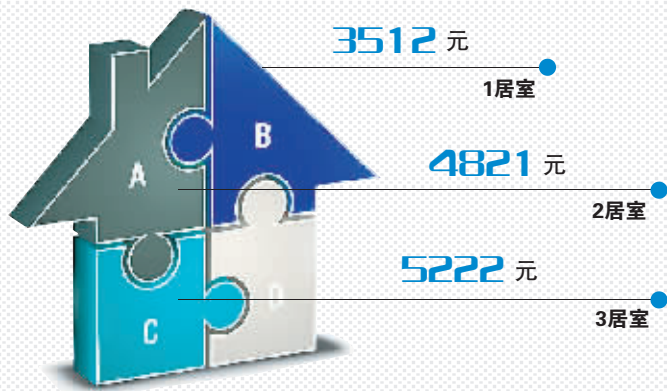
常购商品结构



年龄分布



周边房租平均水平(2016年10月)



周边近6个月房价走势



连锁品牌缺失

在右安门街道东庄社区居住了20余年的王阿姨谈起所住小区附近的超市、菜场等如数家珍。王阿姨告诉北京商报记者,从刚搬来时的“城乡接合部”,到如今的“麻雀虽小五脏俱全”,随着老北京南站的升级,右安门发生了翻天覆地的变化。不过,王阿姨还是觉得,右安门地区仍旧缺乏正规化管理的品牌连锁店和生活服务业态。

“21年前刚搬来时,右安门附近可以说是什么都没有,所谓的早市、菜市场就是小商贩在凉水河边三五一堆的卖菜摊,更别提超市、百货了。”那时,一家人食用的蔬菜、水果都靠在崇文门上班的王阿姨于崇文门菜市场或街边购得,不但麻烦,部分街边小摊贩卖的蔬菜、水果还缺斤短两,质量也难有保障。每天和小商贩斗智斗勇,王阿姨笑称“心很累”。

1997年11月,万客隆洋桥店作为首批外资连锁超市在中国开设的第一家门店开业,2005年,沃尔玛也依靠“社区战略”挺进南城,正式于宣武门开设北京第二家门店。自此,万客隆和沃尔玛宣武门店成为王阿姨一家购物的首选超市。“万客隆的‘仓储式会员店’风光了好长一阵子,顾客需要办卡进入,商品虽然售价便宜,但是以批发、团购为主,使用频率高、消耗较快的东西我们都从天客隆买,其他的

日用品就在沃尔玛买。”

随后陆续开业的天客隆超市迎南店、美廉美超市工人俱乐部店、物美大卖场陶然亭店、物美生活超市开阳桥店,为右安门地区的居民提供了更多选择。近几年,在右安门街道一刻钟社区服务圈的助推下,右安门地区便利店、超市、各类专业店等基础商业得到发展,不过多数属个体经营者,区域内连锁品牌相对较少。

以王阿姨所在的东庄小区为例,该小区周边配套商业基本完善,但品牌知名度与便利空间亟待提升。目前,该小区周边餐饮店有小豆面馆、呷哺呷哺等连锁餐饮品牌,多数仍为扬州美食、巴渝乡村西北面馆、天津风味烧饼、卤煮火烧、川香本色等杂牌军。在超市便利店方面,虽然有物美生活超市和位于北京南站内的全家便利店等多家小型便利店,但步行15分钟内仅有1家中小型的物美生活超市,位于开阳桥南附近,其余距离居民区较近的均为“夫妻店”小卖铺,不仅产品种类极少、售价偏高,质量也难有保障,记者购买一瓶饮料后发现,该饮料已临近保质期。

此外,小区附近还有汽修店、宠物医院、洗衣店、美容美发等不少专业店,但多数为“夫妻店”,且距离小区有一定距离,价格不高,但便利度、体验感、服务水平不足。



O2O网购难施拳脚

在右安门地区,时下正旺的O2O服务业正抓紧跑马圈地。在右安门玉林小区门口坐落着“嗨啦社区”一站式社区服务综合体,“互联网+”、O2O已成为这里居民生活的一部分。无论是果蔬店、餐饮店、便利店、洗衣店、美容美发店还是中医理疗店都支持线上支付,线下体验、交付,不仅方便了居民,也方便了商户。

此外,在实体商业面临困境、闭店潮涌现的同时,网购的发展让居民的消费更加便利化。

不过,在居民构成以老年人为主的右安门地区,O2O和网购较难“大施拳脚”。在通向右安门街道各小区的道路、胡同中,虽然顺丰、中通、圆通、申通、韵达等快递公司的车辆不鲜见,但居民购物密度、快递公司的派件规模与其他新小区相比降低不少。家住翠林小区的杨秀奶奶告诉北京商报记者,翠林小区3个分社区内老年人居多,手机使用频率不高,更别提网购、在线下单和支付了。“小区里的年轻人用得更多,每栋楼、每个单元基本都是那几家在

收快递、叫外卖。”说到网购和在线下单,接受采访的老人们纷纷表示“不太能接受”,账户安全和人身安全成为老年居民最为关心的两点。

近几年,在女儿和丈夫的指导下,王阿姨学会了在各大电商平台网购和在线支付。大件物品不用自己“扛”上楼,还能享受满减优惠,王阿姨觉得网购便利性十足。然而,对于生鲜电商和超市送货服务,王阿姨等不少中年居民表示不太常用。“多数起送价在79元,起送价较高,用得频率很低。开阳桥物美店还不支持送货,仅能自提,比较不便。”同时,王阿姨表示,蔬菜、水果等生鲜类产品网购质量难以保证,为了确保所购商品的品质,生鲜类产品在实体店购买较多。不过,由于右安门地区缺乏大型菜市场,居民仍在街边“夫妻店”和凉水河边的早市购买蔬菜、水果。希望有个大型正规菜市场也成为了地区居民的夙愿。

北京商报记者 吴文治 王玮

·专家建议·

发展多功能商业破局

北京财贸职业学院院长王成荣表示,相比于北城,南城商业氛围不甚浓郁。右安门社区由于距离小商品、服装市场较近,商品售价较低,高层次商业设施无法形成规模,这一因素也严重影响了右安门乃至南城地区的商业发展。

此外,受区位因素影响,右安门社区难以吸引高层次商业设施。右安门社区距离商业较为发达的商圈不远,消费者购买高档商品时可以前往此类商圈进行购买,较为便利;而在购买低价产品时,周边的小商品市场成为首选。“商业设施建立比较困难,商圈提升速度较慢。”目前,右安门社区大型商业设施仍比较欠缺,缺乏引领性的大型商业设施。在历史等各种因素的叠加影响下,右安门的商业设施规模较小,层次较低,暂时无法形成大型商业引导的商圈。虽然悦秀城和王府井购物中心均在右安门社区附近扎营,但“高不成低不就”。降低档次,商场难以维持经营,提升档次后,消费水平难以跟上。

在王成荣看来,右安门社区可以向多功能方向发展。“多功能即现代生活广场。扩展社区功能,不能在老商业业态上做文章。”此外,王成荣认为,老旧社区可以用新的业态进行引领。“不少O2O在建立实体店,寻求线上线下的结合,社区也可以抓住这一机会,向更全、更新的方向突破。”