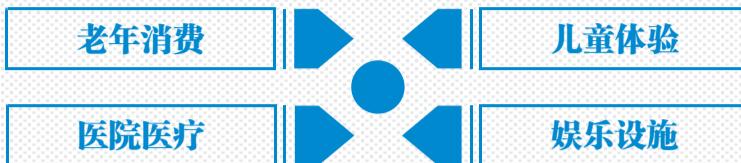
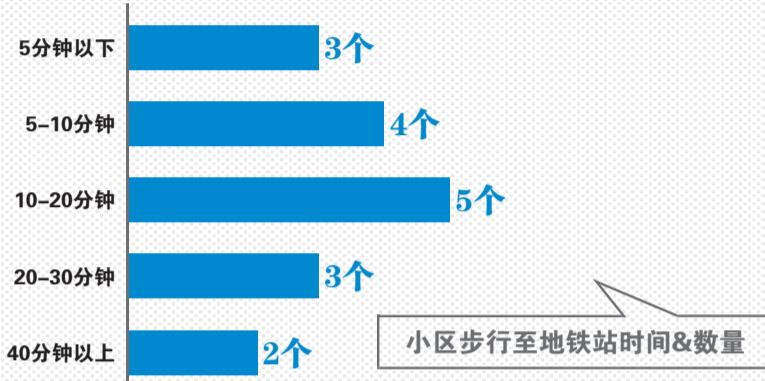




## 最缺乏的服务



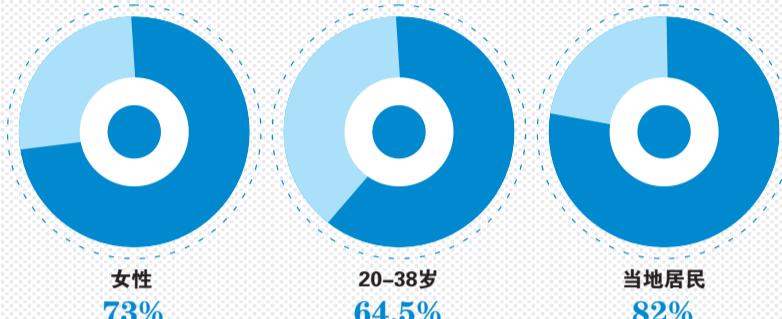
## 交通出行



## 房价走势



## 商圈人群



## 老年商业有待激发

据统计,截至2015年底,北京市60岁及以上户籍老年人口约315万,占总人口的23.4%,人口老龄化程度居全国第二位。而石景山区60周岁以上户籍老年人口有10.14万人,占户籍人口总数的26.6%,高于全市平均水平。作为石景山区的典型老旧社区集中区域,鲁谷社区的老年人比例不低于26.6%,而且还在继续增加。以鲁谷社区永乐西南小区为例,该社区2005年被评为石景山区扶老敬老先进社区,常住户约1570户,常住人口约4180人,其中60岁以上老年人约1460人,占据常住人口的比例高达34.9%。据介绍,到2030年,本市老龄化将达到重度,户籍老年人口占比超过30%;到了2050年,户籍老年人将超过630万,每3人中就有1名老年人,进一步迈入超老龄化社会,并且这种人口结构和社会形态将持续50年。

在北京商报记者调查中,有不少家庭反馈,想要把老年人送去养老,和送孩子进幼儿园一样难。想给老人找个“日托班”,照顾午餐、晚餐,可小区中不但没有这样的设施,连附近5站地范围之内都没有,最终大部分人只能请个

住家保姆照顾老人。而家政行业目前一方面是供不应求,另一方面标准化程度低,服务质量难以得到保障或者难以满足消费需求,标准化和职业化程度低,口口相传,熟人介绍或者街头的小门脸是社区居民解决家政需求的主要途径。今年,石景山区把养老服务体制改革列为区域重大改革任务之一,基本形成1+3+X的改革雏形,由政府主导,家庭、专业化组织、社会组织广泛参与社会养老事业。

不过,从社区商业配套上看,鲁谷匹配老年人的商业还存在大片空白。据介绍,石景山将着力构建“社(区)居(家)融合式养老模式”,打造老街坊品牌,建立15家养老驿站,老人平时住家,就餐或娱乐到驿站来,同时驿站也会送服务到家,代理老人购物、搞卫生、上门做饭、协助洗澡,甚至出行陪伴等。力争年内建成8家街道级养老照料中心、15家社区养老驿站,为辖区所有老年人提供零距离、零遗漏、全覆盖的菜单式贴心服务。其中街道级养老照料中心针对瘫痪、半自理、轻度失能失智的老人,提供全托照料、专业陪护等服务。

## ·专家建议

## 关注老人和儿童需求

社区商业的核心是以吃为主的生鲜及食品,包括畜产、水产和果蔬类,居民是否能够便捷获取生鲜,是衡量社区商业的核心。

鲁谷社区商业需考虑“一老一小”的问题,即老年人及儿童的购买需求。北京老龄化趋势越来越明显,鲁谷社区属于老社区,老人尤其是空巢老人的数量比较高。现在流行O2O送外卖到家,但是外卖饭菜高油高盐不适合老人食用,手机端的操作也不如年轻人容易便捷,互联网并没有解决这个问题。

随着“全面二孩”的放开,婴幼儿也随之增加,社区周边是否有方便适合带孩子的妈妈以及孩子消费的场所也是需要考虑的。

首都经济贸易大学教授陈立平认为,老人和小孩属于购买弱者,他们的需求不能纯粹靠市场解决,政府应该介入,因为如果在食物方面存在短缺或者不方便购买,将会导致政府在医疗、养老等公共服务支出方面的另一种问题,连锁超市等门店是解决的最好途径,但是碍于高租金,很多超市无法尽可能多地开设门店并靠近社区。

陈立平介绍,目前有些城市政府出手收购一些有刚需却是高租金的店铺,以低价招标有能力的企业去运营,这是一个可以借鉴的方法。

## 生活服务O2O表现活跃

国内各种生活服务O2O服务方兴未艾,北京尤其明显,超市送货到家、上门洗车、上门按摩、上门美甲等各种服务陆续被消费者接受。小e到家CEO荣光向北京商报记者介绍,2015年5月,联合华普超市在鲁谷社区开始推广送货到家服务,在此之前,通过对人口密度、人口年龄层、当地需求等进行摸底调查发现,鲁谷社区对移动互联网接受度比较高。据其介绍,在小e到家提供服务期间,鲁谷社区每天有300多个订单,和北京市其他社区相比处于平稳水平,一些未被合作超市覆盖的范围也因为O2O的兴起得到了更好的消费满足。

事实上,只要你站在鲁谷社区任意一个十字路口,鲁谷路和鲁谷大街交叉口或者鲁谷路和鲁谷东街的交叉口,停留三分钟就会发现,百度外卖、美团外卖、饿了么等主流外卖配送人员在频繁地穿梭,偶尔会有一辆载有叮当快药的电动车快速通过;水果店、鲜花店门口总是停着几辆京东到家的车子,四通一达快递三轮车不时开过,路边停着呱呱洗车,它主要服务于有上门洗车需求的消费者;而从社区走出来拉着河狸家美甲箱子的女孩子刚刚为某一个在App上下单的女生服务;一辆名为再生活的三轮车在各个社区逗留,它可以通过App预约上门收购废品。总之,在O2O大爆发时代,鲁谷社区虽然年龄不小,但

是很快融入了这一轮消费风潮。

惟一值得担心的是,如果这一轮资本大潮退去,O2O商家开始勒紧裤腰带过日子,不再有大力补贴和宣传,当地居民的消费习惯是否会持续下去?还是要继续回到传统消费场景中去?《北京市石景山区“互联网+”三年行动计划(2016—2018年)》(以下简称“行动计划”)中明确提到,围绕市民衣、食、住、行等领域的便捷化与品质化需求,大力发展以互联网为载体、线上线下互动的新兴消费,加快发展基于互联网的移动办事、智慧医疗健康、在线教育、社区服务等新型服务,进一步增强公共服务能力,让市民充分享受到信息技术带来的智慧便捷生活。关于社区商业服务业,行动计划明确提出,建立统一的社区O2O服务平台。以政府为主导,引导社会机构积极参与社区服务体系建设,整合家政、中介、配送、维修、养老、助残以及志愿服务等资源,以微博、微信、手机、电视等为渠道,建立全区统一的社区O2O服务平台,提供办事、缴费、家政、餐饮、娱乐休闲等社区服务。依托社区体验店、社区卫生服务中心、照料中心、老年餐桌、新居民互动服务站等服务平台,加快推进社区服务体系全覆盖,大力加强“一刻钟社区服务圈”建设,推动社区线上线下服务一体化、便捷化、精细化。

北京商报记者 邵蓝洁