



2016
社区商业新生态
系列调查(八)

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。

通州北苑:借势副中心的便利区块

当商业新常态席卷京东传统商圈,通州北苑的社区商业演变格外精彩。传统商场与商业新地标并存,老旧社区与新兴住宅交错。通州北苑社区的消费场景正经历“由内而外”的更新换代,尤其是在“互联网+”风潮下,满足居民需求的生活新方式也层出不穷。

新老交错的住宅聚集区

八通线上的“通州北苑”,习惯上被称为北苑,据说由“北园”谐音而得,区籍名称为北苑街道,是通州有名的老城区。从20世纪50年代的通州镇公社,到此后改名通州镇,再至1997年撤销通州镇,新设新华、北苑、中仓、玉桥等街道。数据显示,北苑街道所属面积8.2万平方米,区内设18个居委会。在众多社区中,既有在20世纪90年代建成的帅府园、科印小区、复兴里小区等传统老社区,也有如通典铭居、天时名苑、华兴园等的次新房为主的小区;此外,随着前几年万达项目落户通州,随之而来的配套住宅楼同样兴建而起,由此形成了当前通州北苑新老社区交错的样子。

社区众多,通州北苑的不同社区体现出不同特点。科印小区住户以老年人居多,不仅有夫妻店式的小卖部,社区便利店以及便民理发店、社区卫生所、休闲舞厅、幼儿园也是一应俱全。一位80多岁的老人介绍,他在这里已经住了58年,麻雀虽小五脏俱全,规划时便以一个社区型小社会为目标。但北京商报记者在走访时也注意到,小区周边商业仅有首食生鲜超市、林安堂大药房等零星几家,整体而言,连锁化、品牌化消费场所匮乏。

相较于老社区,天时名苑、通典铭居、万方家园等小区则更加现代。小区南门可直通华联超市,西门也有天时名苑健身会所、伊丽雅医疗美容等连锁化消费及休闲娱乐场所。此外,小区还引进了手机贷款App飞贷一体机、格格快递柜、上成米业鲜米机等智能化设备。

传统居住区变身商业新地标

密集的社区人口让通州北苑地区的商业项目发展红火,交通便利也是这里商业繁华的原因之一。通州北苑西接朝阳,北临通惠河,东至新华南北街,南达通朝大街,是通州商业的重点集中区。自2003年地铁八通线全线开通并在通州北苑设有一站,这一板块的商业发展便被不断注入新鲜血液。在八通线地铁商业带,以2009年开业的国泰百货为中心,是通州最早的传统商业中心,以购物、休闲为消费主体。2011年,北京华联天时名苑购物中心开业,以中端社区型百货为定位,白领、



宜的北机市场。

通过大众点评团购登记的合作商家数据显示,天时名苑、万方家园、通典铭居3个次新房社区周边的相关团购数量分别为112个、68个、48个;复兴里、帅府园两个传统社区周边的相关团购数量分别为17个、27个,新老社区周边商业差异明显。家住复兴里小区的王女士表示,此前小区内有很多卖早点、蔬菜水果的流动摊位,小区规范化整改后,已经很难看到。

北京商报记者发现,复兴里小区周边的华园社区超市体量不大,美容美发、修鞋、装修、洗衣等都以街边店为主,并非连锁化的知名品牌。对比而言,毗邻华联超市、国泰商场的天时名苑、通典铭居社区,以及被审美、木北、翰皇等连锁化生活性服务企业包围的新华联社区,都与传统社区形成了鲜明对比。

面对传统社区周边的商业空白,政府相关部门正在通过打造“一刻钟生活服务圈”进行补位。据了解,去年北苑街道分别在京贸国际社区、天时名苑社区、五里店社区、帅府社区创建了“一刻钟社区服务圈”示范点。其中帅府园作为传统老社区以“养老助残服务圈”为主,挑选合作企业提供理发、修脚、送药、送菜、送餐等上门服务。此外,“互联网+”的推动,为社区消费提供了更多选择,复兴里小区的一家58优品O2O便利店内销售水果、酒水以及一些日常生活用品。

新城规划彰显发展潜力

随着新城规划的进一步落地以及入住人口的逐步增加,通州新城商圈的发展潜力巨大。

根据“十三五”时期规划,通州区将按照“北优南拓、区域联动、组团发展、一河串联、多点支撑”的思路,构建“一城一河两组团”的发展格局。

政策倾斜下,不仅意味着北苑街道区辖内社区周边的生活服务设施将更加完善,同时也意味着社区及周边道路环境将进一步做出提升。据了解,从2014年起通州区已筹备启动老旧小区环境提升工程。此外,在道路规划方面,随着通州万达开业带来的交通拥堵问题也正在逐步得到疏解。公开资料显示,通州区政府及市政市容委已于去年启动西关一巷、西关二巷、西关大街及西关南街4条道路的建设计划,道路修建完成将直接连接万达广场,并辐射北苑商务区周边交通道路,市民可直接从北苑区域直达万达广场,直行走往通惠南路,缓解此前该区域存在的行车堵、掉头难等问题。

北京商报记者 吴文治 陈克远/文
代小杰/制表

中青年家庭为主要客群,通过不断的业态调整,弥补了该区域当时周边餐饮及儿童业态匮乏的情况,与国泰百货形成了通州北苑地铁站“一南一北”的商业格局。

尽管受益于地铁商业带的聚集效应,但近年来随着社区居民消费水平的逐步提高,消费者对商场购物体验的越发注重,传统百货持续走向下坡路,通州北苑地区的商业项目急需注入新活力。2014年通州万达广场开业,加码体验式商业,同时引进永辉超市,将目标锁定各年龄层。随着更多大型购物商场的逐步兴起,通州北苑地区

成为新城商业新地标。但商业项目过于密集,同类项目间的同质化竞争激烈。

老旧社区商业待完善

品类丰富、体验业态充足的大型商场及购物中心更接近于新建小区,传统社区居民购物需求仍然有待填补。北京商报记者通过在科印小区、复兴里小区以及帅府园小区采访多位居民了解到,年龄较大的社区居民很少会到万达广场等大型商场购物。传统社区居民要满足日常购物需求,更多会选择距离较近且物价便