

小区经济:如何在居民家门口勃兴

——追问我市商业经济现象系列报道之五

小区是城市基本的构成单元,小区经济,就如城市的毛细血管,关乎城市的生机活力。

一项研究成果表明,一个居住人口达到1000人的小区,就可养活一家中小型商店。而千万家这样的商店,就可让城市的商业经济活起来。

记者 舒姿



金色港湾小区商店生意红火

打通 最后一公里 消费需求

近日,记者就我市城区小区经济的现状作了深入探访。

金山西路是城区通往经济开发区的主干道之一,壹号府邸、金色港湾小区位于此路两侧。周边小超市、宠物店、洗衣店、洗车店、餐饮店、水果店、美容院、美发店、婴幼儿托育机构、诊所、房产中介门店等,为小区居民和附近企业员工的日常生活提供了便利。

小飞凤路背靠大司新村、老供电局宿舍,小超市、餐饮店、水果店、五金店、美发店、生鲜店等汇集于此,生意红火。

香格里拉城市花园是我市较早开发的一个品牌房产项目,沿街商铺有餐饮店、药店、培训机构、健身房等,并在此经营多年,有长期稳定的消费人群。

金胜路沿线居民小区密集,安居苑、紫荆苑、田园小区、锦绣江南小区等环绕。夜幕降临,上班族们陆续回家。这时,他们发现家里没菜了。金胜路上的生鲜实体店里有蔬菜、水产、蛋类和肉类供应,附近居民步行几分钟,就可购得夜饭菜。

小区商店大多是做附近居民的生意。大超市商品价格相对便宜、种类齐全,但毕竟路途较远,购买不便。比如,家里缺了一包纸巾、一瓶酱油,楼下小超市就可为居民救急。当居民生病急需药物时,毋庸置疑,到小区诊所或药店购买是首选。上述例子说明小区商店的优势所在,小区商店打通购物最后一公里,小区经济得以日益红火。

记者注意到,我市小区经济的商业业态基本已涵盖餐饮、生鲜超市等,对人流的聚集作用比较显著。另外,家政服务机构、家电维修店、洗衣店、美发店、诊所、宠物店、药店、教育培训机构等,则应根据所在小区规模大小和需求情况来经营。紧紧抓住顾客需求、贴近消费人群,小区经济完善着小区服务的商业体系。

可与私人订制模式相结合

发挥小区的会客厅或者生活的第三空间的功能,设置咖啡厅、书吧等,为顾客提供一个可以代替家庭餐厅书房功能,又能长时间停留的空间。

我市溪心板块房产项目众多,已有七八万人入住,这些人消费需求旺盛。此板块小区经济规划应在商业零售、餐饮服务、小区文化、养老、健康、医疗等方面,订制出该板块的专属模式。这里的顾客追求消费升级,小区商店就要实现千店千面,做到每家店的顾客群不一样,商品、环境也不一样。比如,小区商店要组合多种商业业态,除了超市拥有的刚需商品外,还应有儿童娱乐、床品订制等服务功能。

2013年,由葛优主演的电影《私人订制》风靡全国。此后,各类订制经济传遍大街小巷。订制衣服、订制首饰、订制家居、订制婚礼等,似乎不管什么都可拿来订制。没两年时间,经营者却发现订制过程过于繁琐,很多时候订制完成一单生意,普通版或许能完成五六单了。时间一长,他们也就失去经营下去的信心,订制热潮也就慢慢地冷却下去了。

不过,订制经济并非没有市场,至少在小区经济中,它的市场潜力还是非常大的。记者发现,小区经济中像咖啡厅、书吧等顾客长时间停留的体验式业态相对较少。小区经济除了满足周边居民购物、用餐之外,也应

记者发现,北苑小区远离市中心,小区经济发展不尽如人意,商家来了又走,有的店面甚至长期空置。北上广深等大城市,很多商家就住在本小区内,他们既是业主又是商家。因此,他们能长久扎根经营。北苑小区业主不妨效法上述做法,在家门口创业也是一个不错的选择。

专家曾指出,小区经济已成为城市商业经济发展的重要组成部分,具有巨大的商业价值和广阔的市场前景,是提升市民生活品质感、便捷度和性价比的助推器。小区经济形成规模后,其商业优势将得到释放,将为城市商业的发展繁荣,发挥重要的提升作用。

小区经济换代提升出现新机遇

调查显示,在欧美国家,小区消费占据社会商业总支出的60%至70%,而在我国目前还不足30%。如何进一步挖掘小区经济的潜能,是一个值得探讨实践的课题。

今年以来,受新冠肺炎疫情影响,小区经济有异军突起之势。比如,疫情之下,一批60后学会网上买菜,很多90后学会自己做饭。这些变化,体现在商业上,就是各小区蔬菜门店快速布局开张,小区经济换代提升出现新机遇。

商家在小区开店,购物环境要弄得格外好。因为顾客的家就在附近,他们肯定不希望周边的环境被破坏。小区商店装修不必同商业街的店面那样,打造得很漂亮、很前卫,整洁就可以了。

商家在小区开店,应该多做些暖



居民在华联商厦溪心店购物

心服务:比如,老人东西提不动,要主动帮忙,搞一些聚划算团购,实实在在给顾客实惠,建立小区微信购物群,做好提前订货准备。

经营小区经济的商户要稳下心、沉住气,努力把小区住户的需求了解得一清二楚,方能在小区稳稳扎根。

记者手记

小区经济业态应该精细化

从瑞幸咖啡、京东到家、24小时便利店,到鲜丰水果、天猫小店,越来越多的品牌门店出现在居民小区中,小区商店已成为满足居民综合消费需求的主要载体,激活社会经济生活的重要力量。

小区经济业态应逐步精细化,以适应不同类型和层次居民的需求。很多小区都有自己的特色,小区经济建设参与者要据此打造一些个性化的元素,适应有个性的市场需求。