



商圈,不仅是一座城市商业繁华的象征,也与百姓的衣食娱乐息息相关。

如果说中心商圈是城市商圈的“心脏”,那么区域商圈则是“躯体四肢”,它让城市商业丰富饱满,让经济运行活跃生动。

经过数十年发展,株洲区域商圈渐成气候:红旗广场商圈、长江广场商圈、神农城商圈、响石商圈……在城市的各个方向,一个个区域级商圈将人气聚集,让商业繁荣。

然而,随着百姓生活水平不断提升,人们对于美好生活、高品质消费的需求,也推动区域商圈来到新一轮提档的关口。

良好的区域商圈,不仅可以提升城市品质,也能激发城市活力。如何让区域商圈提档升级,释放更强经济动能?

图景 区域商圈基本成形

从中心广场向四周延伸,株洲如同一幅画卷徐徐展开,铺陈出城市的商业图景。

在城东的红旗广场商圈,步步高、株洲财富广场、株百荷塘店鼎足而立,即便是工作日的夜晚,这里依然人来人往,熙熙攘攘。不远处,大润发、华润万家代表着国内一线品牌,为该商圈注入数股新鲜血液。

沿着新华路一路向西,经株洲大桥到长江广场商圈。株百天元超市如同桥头堡,数十年如一日驻守于此。很多年前,它是河西最早的商业地标,而今风采依旧,拥有众多忠实顾客。在它的对面,未来云MALL去年开业,主打“年轻力”,定位于网红打卡街区。距此约一公里的天虹和汇金广场相对而立,成为人们休闲逛街遛娃的新去处。

在不远处的神农城商圈,神农太阳城里孩童戏耍、笑语晏晏,隔壁的华晨华人街上,连片的品牌餐饮门店将这里变为食客们的聚集地。

在城北的响石广场,铜锣湾、株百石峰店成为老城区居民的日常出行去处。去年,云龙商圈迎来重量级商业大腕

——万达广场,80%的体验业态和20%的零售业态,给消费者带来全新的沉浸式体验,成为株洲家庭休闲娱乐汇集地。2021年12月23日开业当日客流24万,10天客流破百万,将云龙商圈热度推向高点。

观察 与百姓消费的“兴奋点”还不够匹配

区域商圈众多,大型购物中心、商业综合体琳琅满目,却尚未完全与本地消费者需求相匹配。

“逛起来总觉得缺点意思。”90后女孩陈思思的想法代表了不少本地消费者的心声。

一边是株洲人充足的消费实力和旺盛的消费欲望,另一边却是部分商场、购物中心在生存边缘徘徊。一位在本市从事商业运营的负责人表示,搭建一个满足消费者出行的购物场景,找到契合株洲老百姓消费需求的“兴奋点”,是每家商场、城市综合体迫切需要攻克的命题。

记者观察发现,在区域商圈中,尽管商场新势力众多,但分布相对分散,各商场之

间“单打独斗”,没有形成整体的商业气候。

以河西为例,苏宁广场、步步高、天虹、神农城、奥园广场等商场众多,但分别盘踞在不同地块之中,各自为政。“许多人逛街讲究的是一鼓作气,从一个商场出来,走几步路,就能去另一个商场继续消费,这是购物的乐趣,也是商业氛围之所在。”一名分析人士指出。

但在河西,如果从苏宁广场逛完出来,要走15分钟才能到距离最近的神农太阳城,若再去天虹又要走20分钟。如此一来,购物冲动被空间所打断,消费者往往被局限在单个消费场景之中,区域商圈的整体效应难以体现。

不仅如此,多数区域商圈还停留在满

足大众生活需求阶段,后续发展潜力尚待挖掘。

以红旗广场商圈为例,当地虽然已经形成一定的商业氛围,但商场定位主要还是大众化消费,业态相对较为单一,同质化现象较为明显。

“随着生活水平提高,很多人已经不再满足于简单的购物,更加注重个性化、多元化的体验式消费。”分析人士温红羽指出。

此外,各区域商圈之间发展不平衡,消费环境有待提升。像响石岭商圈,地处老工业基地生活区,周边住户集中,但这里的大型商超只有株百石峰店一家,显然无法满足当地百姓购物、休闲需求。

思考 理想的区域商圈是哪般

优秀的区域商圈是城市商圈结构中的重要一环,是中心商圈的重要补充。推动区域商圈提质升级,对激发城市消费活力、构建良好的商业氛围、拉动经济发展具有重要意义。

那么,一个理想的区域商圈是什么样的?

“它应该能满足消费者一站式的购物、休闲、娱乐需求,并且能满足不同消费群体不同层次的需求。它通过提供更多的消费机会、更多样化的消费方式,让消费者在这里有更长的驻留时间。当然,地理位置、交通条件也十分重要。”温红羽说。

长沙梅溪湖在区域商圈打造方面的经验值得借鉴。

多年前,梅溪湖还只是长沙人眼中的“乡村”,如今已然崛起为长沙大河西最受瞩目的区域商圈。这得益于当地政府对板块的顶层设计和科学规划。如,该区域在城市规划、商业开发控制具有超前性,对纯商业进行控制。在区域特色规划时,梅溪湖注

重商业元素设计成景观,这样的商业开发特色,又被命名为“梅溪湖第三景”。梅溪湖在商业开发时还注重业态的差异化发展,如星光大道偏向于做轻奢零售体验性商业,金茂广场是百货、超市的业态,而中建餐饮比例较高,消费布局一应俱全。相较于长沙五一商圈的中心商圈地位,梅溪湖作为区域商圈,可补充、配合五一商圈,满足不同层面、层次消费需求。

广州天河路商圈的差异化发展亦可提供思路。

素有“华南第一商圈”之名的天河路商圈业态丰富,体验层次多元,于不同年龄、层级的客群都有吸引力。其万花筒般的商业色彩,与商圈内各购物中心的完美“契合”关系密不可分。粗看这些购物中心有互相对抗之嫌,细看实则是共享客流,各自打出差异化的业态品牌组合拳。走高奢路线的广州太古汇,零售占比最高达78.53%,且以奢侈品为主打标签。而其余6

个购物中心,则分别在服饰、美妆、餐饮这三大类别上具备不同特色。如天环Parc Central聚焦高消费力与国际化审美的年轻潮人,打造广州首屈一指的高端美妆聚集地;天河城将核心客群定位为“敢花钱、敢尝鲜、敢创新”的新中产阶级,引进Giorgio Armani beauty、高跟73小时、I Do等品牌;正佳广场的大众化品牌占比更高,更“接地气”,且乐于引进“新物种”。总之,找准定位,各具特色,各自美丽。

当然,商圈的提质升级并非一两天可以完成,品牌的引进也并非轻轻松松便可实现。“需要商场之间共同努力,众人拾柴火焰高,将商业氛围造起来,人流引进来,品牌自然愿意进驻,商业环境方能进入良性循环。”步步高株洲地区行政总经理李育云说。

路径 新消费新业态推动商圈提档升级

4月13日,市委副书记、市长陈恢清在产融区调研中心商圈建设工作时指出,要科学谋划,狠抓落实,突出中心商圈引爆、品牌企业引领、新型消费引导、网红街区引流,推动商圈提档升级,提升城市功能品位,创造高品质生活,推动经济高质量发展。

这一思路,同样可为区域商圈发展提供路径指引。

各商圈可立足基础优势,做大做强、做强功能,不断丰富商业业态,更好满足市民消费需求。突出品牌企业引领,做强自有品牌的同时,吸引国内外知名商业品牌和资源集聚,实现互为补充、错位发展,营造良好商业消费生态。突出新型消费引导,树立国际视野,紧跟市场变化趋势,深入研究各层次消费需求,培育壮大消费新业态、新模式,努力成为消费潮流引领地。突出网红街区引流,高标准规划建设一批、改造提升一批特色街区,突出地域特色,增强文化氛围,让城市更靓、人气更旺、消费更火。

企业也有自己的思考。在李育云看来,可以以项目为带动,鼓励老百姓走出去消

费,“新冠疫情对实体经济造成影响,待疫情形势好转后,如果能由政府牵头,组织诸如农博会、产品展销会等活动,吸引消费者走出家门,走进商场、购物中心,复苏的人气将给商圈发展带来信心,这将是区域商圈升级的第一步。”

温红羽则认为,对于推动商圈发展,政府不妨给企业更多发展空间,在政策红线范围内,给予更多政策、金融支持,灵活运用行政手段,给予企业相应扶持。

针对商圈内企业分布较散、商业氛围不浓的问题,相关政府部门也可以主动策划一些主题活动,如打造特色公交专线,将各商场、购物中心串联起来,形成主题线路。针对区域商圈开展促消费活动,鼓励各区居民走进商场,拉动消费。

商场自身也要加强抱团

取暖,加强人气引导,组织各类活动,将人留在商场,将消费带进商圈。

区域商圈提档升级之路怎么走?

——株洲商圈系列报道之二

经观杂谈

推动商圈升级 政府要有所为有所不为

株洲日报·掌上株洲记者/任远

商圈,是一座城市的主力消费区域、主要经济增长点,那些有名的商圈更是一座城市的商业名片,成为城市的代名词。

在株洲,几个区域商圈随着城市发展逐渐形成,但发展不成熟、发展不平衡等现象较为突出,无法满足市民对美好生活需求的向往,推动商圈提档升级势在必行。

而这其中,政府部门要有所为有所不为。

有所为,是在企业遇到困难时,主动上前,在政策红线范围内,灵活运用行政方法,为企业提供帮助,解决企业实际困难。尤其在当前新冠肺炎疫情下,实体门店维持困难的情况下,更应主动作为,通过组织一批活动、推动一批项目,拿出一批举措,帮助企业渡过难关,帮助企业恢复信心。

有所不为,则是在一定程度内学会放手,给企业以适当空间和时间,让企业有成长空间。在采访过程中,有商场、购物中心向笔者反映,有些部门对一些确实无伤大雅、不违背法律法规的问题管得太死,让企业在本就艰难的环境中生存更加艰难。失去了生存的信心,又何谈升级发展。

可以预计,疫情过后,以商圈为基础大力发展商圈经济成为全国各地恢复线下实体店消费的主推措施之一。

株洲商圈更是要利用好这个机会,努力在危机中育新机、于变局中开新局,主动把握产业发展新趋势、新需求,积极培育和壮大新型消费,持续推动商圈提档升级,进一步激发消费活力、释放消费潜力。

新闻链接

商务部:持续推动 各类商圈提档升级

株洲日报·掌上株洲讯(记者/任远)在前不久召开的第一届中国城市商圈发展大会上,商务部副部长王炳南通过视频致辞表示,商务部将以提升居民生活品质、扩大城市消费规模为目标,深入实施城市商业提升行动,持续推动各类商圈提档升级,优化业态结构,促进品牌集聚,完善配套设施,改善消费环境,更好地满足个性化和多样化消费需求。

王炳南说,城市是消费资源的集聚地,我国城市消费占居民消费的比重达85%以上,具有很强的消费引领和带动作用。在当前复杂多变的国内外经济形势下,推动城市经济高质量发展,持续释放内需潜力,成为构建新发展格局的现实选择。

去年以来,商务部积极研究谋划全国范围内城市商业体系建设工作,联合有关部门出台了《关于推进城市一刻钟便民生活圈建设的意见》,确定30个地区为全国首批试点,编制了城市商圈建设指南,引导各地城市商圈升级改造,繁荣了市场,促进了消费。

商圈如何更好地满足个性化和多样化消费需求?王炳南表示,商务部接下来将重点推动三方面工作:打造城市一刻钟便民生活圈。加快建设特色商圈、特色街区。健全城市物流配送体系。

具体来看,我国将建设一批业态齐全、功能完善、智慧便捷的便民生活服务圈,不断提高社区居民生活便利化、智慧化、品质化水平,促进居民便利消费。

各地将结合本地城市商圈发展特点,精准定位,突出特色,培育一批高品质、有特色、有活力的特色商圈;同时,借助信息技术,推动城市商业数字化、智能化改造,开展智慧商圈建设试点,打造一批设施智能、营销精准、消费便利、安全规范智慧商圈。

此外,围绕城市商业转型升级创新发展,城市将大力发展共同配送、集中配送、分时配送等集约化配送方式,创新城市末端配送模式,不断提高城市配送的网络化、集约化、便利化水平,提高城市商业的运行效率。



红旗广场商圈一角。株洲日报·掌上株洲记者/任远 摄

夜色下的红旗广场商圈。株洲日报·掌上株洲记者/任远 摄

