

# 10米内4家水果店,600米小道汇聚5家自由棋牌室, 社区商业要走出“克隆门”

社区商业并不是个新兴概念,只不过近年来得到了更多的重视。在合肥,可容纳2万人以上的住宅小区非常多,而且大多成片,这也给社区商业带来了繁荣的根基。合肥建成和在建小区的一楼通常都配备商业沿街门面,这些门面也就是社区商业的载体。

市场星报记者近日走访合肥多个成熟住宅区发现,入住率高、小区聚集度高的社区商业相对繁华,至少商业门面的营业率非常高。但是,门店的“克隆性”也很强,10米内4家水果店,600米小道汇聚5家自由棋牌室,随处可见淮南牛肉汤,美发店一家挨一家……同业无序竞争比较严重,很多商家表示,竞争太大,利润低,难以生存。

杨燕 星级记者 张华玮  
记者 任金如/文 程兆/图



宁国路的美食一条街

## 走访

### 特色街区:辐射全市,消费兴旺

淮河路步行街、宁国路龙虾一条街、琥珀南村美食街、元一名城中西街……这些有名的合肥特色商业街区,本质上也是依托附近住宅小区而建,不过因为特色鲜明,其对消费者的吸引,早已不是附近的居民而已。

步行街依靠合肥老商业中心,百货大楼、鼓楼、乐普生、百盛等,大型商场与各品牌服饰专卖店的组合,再加上小吃巷的搭配,可谓最早的商业集聚区。近年来,虽然万达、银泰等商业综合体分散了消费群体,但每逢节假日,步行街上依旧人头攒动。

小琳是安农大的大二学生,黄山人,本月22日与几个同学一起逛步行街。小琳告诉记者,“我们学校对面就有之心城,我们也经常去逛,不过步行街这边的选择

更多,之心城相对来说,消费要贵一些。”

宁国路龙虾一条街、琥珀南村美食街、元一名城中西街,打的都是美食牌,但又有所不同。宁国路上的龙虾烧烤店名号更响,在包间和环境方面更有讲究,而琥珀南村和元一名城的龙虾和烧烤,则以排档式大众消费为主。这三个地方对吃货的吸引力很大,据记者了解,坐落在这三个街区上的不少门店,一年的收入均在10万以上,且忙碌时间在7个月左右。

值得一提的是,在女人街的便民服务巷里,缝补店、配钥匙店的生意也很不错,而很多社区居民却反映,自己想配钥匙、给皮带打眼、缝补衣物、修鞋子,在小区附近根本找不到地方。

### 一般社区:商业重复,商家艰难

淮河路也好,宁国路也罢,商业门店的共性很强,且形成了规模竞争效应。但在一般的社区,简单的商业重复和克隆,只会让商家愈发艰难。

从去年年底开始,自由棋牌室红火起来,打一盘2元,一个20平米的门面,摆上五六个自动麻将机,就开始营业了。在元一名城C区与鸿兴苑之间的一条600米长的道路上,最早开业的一家自由棋牌室老板张女士告诉记者,“我去年10月开的业,6张桌子,每日收入1000多元,真心不错。每天台面基本都是满的,晚上经常营业到两点左右。”但张女士的好日子只过了两个月,“哪知道,两三个月的时间,这条路上就开了五六家棋牌室,现在生意明显下滑,1个月收入

还没有之前的一半。”

同样在这条路上,20米内居然有5家水果店,作为最早开业的百乐家水果店的老板小李表示,“真搞不懂他们怎么想的,本来我家生意做得好好的,一下子开这么多家,大家卖的东西都差不多,价格也差不多,我们生意现在不行,他们的生意也不会好到哪去。”

记者走访合肥东南西北多个小区周边商业的时候发现,目前,水果店、理发店、淮南牛肉汤、棋牌室,是重复度最高的几种业态。这些店面门头差不多、给出的商品和服务差不多、价格也差不多,完全属于同质化竞争。在店面较少的情况下,店家还有不少赚头,如今不断克隆,让很多商家生存艰难。

### 新状况:“住改商”普遍存在

此前,社区商业的实体店载体,一般都是小区的商业门面,但记者在走访中发现,越来越多的小区内部,住宅被改成商用。

在瑶海区某小区内,记者看到一家带庭院的一楼住房,已经被改造成了烟酒便利店,卖些基本生活用品和玩具之类,老板是位老太太,今年已经57岁,据其介绍,生意勉强能维持生计。

在庐阳区一高层住宅小区内,三楼的玻璃窗上非常鲜明地贴着“棋牌、空调、茶水”等字样。据小区内部居民介绍,该棋牌室是按小时收费的,10元一桌一小时,24

小时不歇业。住在该棋牌室楼上一层的居民向记者表示,“白天倒也无所谓,晚上夜深人静的时候,还是会觉得吵,而且,楼道里总是看到陌生面孔的人,会觉得很

不安全。”在蜀山区一高层住宅的沿街楼栋11层上,“纳米汗蒸”几个字很醒目,记者以消费者的身份来到该楼层,服务人员告诉记者,“单人费用25元,男女一起蒸。”

事实上,现在小区内“住改商”的现象普遍存在,棋牌、影楼、便利店、住宿、游戏室……它们也在成为另类的社区商业组成部分,并且很多是以不合法形式存在的。

## 趋势

### 社区消费比例持续上升

“中国城市居民生活消费的1/3是要在社区商业里实现的,未来这个比例还将持续上升,甚至达到2/3。从这里就可以看出社区商业大有可为。居民能够在社区里便捷地享受到购物、教育、医疗等服务已经成为未来的大势所趋。”中国社区商业工作委员会研究中心教授黄贵芝介绍道。

政府规划也反映出社区商业未来发展的大趋势。2011年的时候,国务院办公厅就发文规定新建社区的商业和综合服务设施面积占社区总建筑面积的比例不得低于10%,比过去提高了3%。

我省2013年时提出,要完善社区便民网点配置,新建社区商业和综合服务设施面积占社区总建筑面积的比例不得低于10%。地方政府应出资购买一部分商业用房,用于支持社区菜店、菜市场、农副产品平价商店、便利店、早餐店、家政服务点等居民生活必备的商业网点建设,并且不得随意改变用途和性质。

记者日前也从合肥市商务局获悉,今年,该市将严格落实国家关于新建社区商业和综合服务设施面积占社区总建筑面积不低于10%的政策,再推进4个以上社区综合服务中心建设,构建市民“15分钟生活圈”。

### 社区商业是新利润增长点

戴德梁行北亚区行政总裁张国正表示:“近几年,房地产开发企业整体净利润率已经出现趋势性下降,变革正悄然发生。调整发展战略、挖掘新的利润增长点,是当前房地产行业关注和探究的重点问题。愈来愈多的房企开始着眼于延伸产业链并拓展业务布局,以防范系统性风险,可以预见,相对于当前仅以投资开发实现收益的模式,未来房地产市场的价值还将更多体现在对社区价值的挖掘上。”

社区金融和社区商业正是开发商可以大力深耕的新利润增长点。以社区金融来说,其涵盖了房地产抵押、移动支付、金融理财产品等一系列针对客户的个性化金融服务,因能有效覆盖和满足客户物业服务及需求,前景被看好。除了社区金融,社区商业也是开发商不容忽视的重点领域。社区商业,就是主要提供社区居民需求的日常生活服务的物业,其具有经常性、便利性的特点,以及持续性消费的先天优势,因而市场基础稳定,容易形成消费黏性。愈来愈多的大型房地产项目规模堪比小型市镇,此类项目的开发及运营,充分考虑到生活及产业配套的方方面面,物业形态也更趋多元化,这意味着社区价值的体现也将更为丰富。