

打通社区生活的最后一公里

商业地产遇阻，社区商业兴起

年初，万达集团董事长王健林在公司年会上开嗓唱摇滚，成为热点。在摇滚之前，去年万达为“去地产化”席卷全国的万达百货闭店潮，着实比摇滚还令人沸腾。在转型的大背景下传统的商场百货已鲜见往日的风光，而距离消费者最近的社区商业也正成为商业地产的转型新动力。

1月24日，江河置业打造的社区商业体——湾中心one mall正式启动。而在长沙，蓝光COCO蜜城、光明E城、正荣财富中心等项目也都配套有各具特色的社区商业中心，社区商业正如雨后春笋般兴起。

【现象】
商业地产“冷热不均”

在长沙，大大小小的数十个商业MALL上演着藩镇割据的争霸格局。老牌的悦方ID MALL、乐和城等商场依旧人流如织；新兴的购物中心也闪着同样的熠熠光芒，如海信广场开业后刷爆朋友圈的“Nice Meeting You”……当然，在行业转型的车轮下，不少商场也不得不面对逐渐沦为“试衣间”的尴尬：万达百货席卷全国的“闭店潮”、多次易主仍夭折的福达万代购物广场等都是商业地产受挫的缩影。商业地产的“冷热不均”，除了地段、经营业态、项目定位、运营管理等因素的影响，还有来势汹汹的电商冲击。

的确，城市综合体的出现能覆盖更大范围的消费需求，明亮的玻璃幕墙与时尚的购物街区也代表着城市形象。但伴随着城市外拓的步伐加快，远离城市中心的社区越来越多，而随之兴起的社区商业才能真正满足市民“家门口”的日常消费需求，社区购物中心、社区邻里商业等社区商业模式纷纷兴起。

【趋势】
社区商业迎商机

“我希望我居住的小区能10分钟内解决所有的消费需求。”问及理想的居住氛围，几乎所有的居者都有着同一个梦，那就是“能在家门口解决吃喝玩乐购的所有问题”。

实际上，从国际成熟市场的

经验看，社区商业消费已占其整体商业构成的60%-70%。新加坡结合本国国情开创的“邻里中心”社区商业更是成为全球社区商业的典范。“在中国，社区商业体量在整个商业消费额中占比不足30%，市场挖掘潜力巨大。”中国指数研究院长沙分院研究员王俊说。

“邻里型社区商业不仅可满足消费者足不出户的消费需求，弥补大型购物中心存在的地理空间上的障碍，还可以打通电商普遍存在的‘最后一公里’软肋，‘零距离’接触消费群体。如蓝光COCO蜜城的商业经营业态均是以便民服务为宗旨。”蓝光COCO蜜城营销总监席贤中表示。

对于社区商业的投资前景，湖南建安房屋联动营销公司董事长、上海鉴略地产综合顾问机构董事长郭冠军表示，社区商业具有固定的消费人群，如果项目业态满足“少竞争高吸引力”的定位，就能最大化的保障投资者的投资安全性和投资回报率。

【特点】
“小而精”的便民商业

“小型商业体的出现成为了一个趋势。”省府板块某项目负责人表示，“长沙已有多多个小型商业项目出现。这些项目的商业体量普遍不大，但都是走精品路线。项目多以精品商业为主，配套餐饮、休闲、娱乐，满足周边社区的需求。”

观察长沙目前纷纷崛起的社区型商业中心不难发现，“精巧”、“便民”成为社区商业的突出特点。如6.6万㎡的奥克斯缤纷广场定位为“精致型社区购物中心”。该购物中心的娱乐休闲等体验业态将占40%以上，还将引进家政服务网点、便民服务站、医疗体检机构等方便社区市民的业态；如八方金街将在商业街核心区域建7万㎡的“悦8”购物中心通过I-MAX影院、时尚餐饮等打造高端购物体验。“‘小而精’的社区商业已经成为发展趋势，不可否认的是，当家门口的社区商业街区纷纷崛起，原来进入购物中心的高端品牌又会多一个选择。因为这里更接近消费群体，相较于高端购物中心门槛更低。”席贤中说。

■记者 桂思雨



社区商业日新月异，江河置业启动“湾中心one mall”。

香港铜锣湾集团入湘首秀
铜锣湾1号开盘3小时售罄

在离省会长沙2小时车程的益阳南县，一座大型城市综合体项目正如火如荼地建设。1月23日，这座由香港铜锣湾集团斥资20亿元投资的铜锣湾1号项目开盘。“3小时，首推371套房源售罄。”这是铜锣湾1号首次亮相湘湖给出的答案。

提及香港铜锣湾集团，人们首先想到的是“CMALL铜锣湾广场”、“铜锣湾百货”。此次投资南县开发规模最大的住宅项目，同样引人注目。铜锣湾1号总建筑面积50万㎡，集高尚住宅、花园洋房、别墅、情景商业为一体，与南县城内南茅运河等两条运河交汇，与德昌公园遥相呼应，地理位置得天独厚。据了解，项目将设有港式园林、情景商业街、国际双语幼儿园、浅水湾沙滩泳池等配套，以“港派·生活·家”的理念，重新标定南县的人居



益阳南县铜锣湾1号开盘售罄温暖楼市。

生活水平。

优越的地理位置、完备的设施配套，这或是铜锣湾1号开盘热销的重要原因。开盘当日，万人抢房的热销场面搅热了这个寒冬。“抢到啦，终于抢到啦，太激动了！种子会员享受‘四重优惠三重奖励’还有折上折，太

优惠了！”抢到房源的市民激动不已。“从业这么多年了，还是第一次遇到这种热销场面。无论市场环境如何低迷，有品质的房子总会受到大家热捧。”置业顾问小罗说道，“我们接下来将加推86-145㎡臻稀户型满足市场需求。”

■桂思雨

链接

江河置业“湾中心one mall”启动

继双水湾、东澜湾、中央洋房之后，江河置业又一力作——长沙首席社区时尚商业中心“湾中心one mall”商业启动盛典及招商签约大会于1月24日举办。世纪华联超市、孩子王、追风冰场等品牌商家现场签约，湾中心打造的全线体验式消费业态囊括儿童教育、美食餐饮、娱乐休闲等优势业态。

“社区+学区+市场三大中心孕育了超10万常住人口、项目周

边拥有超30万流动人口的庞大消费人群。”该项目相关负责人表示，稳定的消费人流，以及开发商自持60%业态，专业的商管公司统一运营等保证了项目的长期稳定发展。而据了解，项目还打造了“江河智慧商铺”。系统将借助互联网和移动客户端，实现线上线下互动体验，商家不仅有自己的实体门店，还可在线上释放销售信息，消费者也能提前在线上完成一系列操作和预订服务。

猴年新春庙会，年货礼品等你来战

红灯笼高挂，彩旗飘扬，锣鼓喧天，舞狮队舞出了精气神，祈福丝带寄托了新年心愿……上周六，一场热闹的猴年新春庙会在长沙万科金域蓝湾前广场拉开了序幕。“福利持续送，欢乐不打烊”新春庙会还将于1月28日-29日、1月30日-31日分别“转战”万科白鹭郡前广场、万科魅力之城前广场，为市民带去浓浓的年味。

上午10点不到，庙会开始。

金域蓝湾及邻近小区众多居民闻讯而来，成串的灯笼下，有人挑选年货，有人品味饕餮美食，有人问候交谈，孩子们则被造雪机制造的漫天雪花所吸引打成了一片……到处都是浓得化不开的年味。当然，人气爆棚的“摊位”要数银票福利兑换点，凭组委会所发的“万部官印银票”，市民们不仅领到了农家土鸡蛋，更享受到特约商家专属折扣、还能累积积分兑

换礼品。

庙会上，小吃、水果、干货等年货一应俱全，吹糖人、编棕编等民间技艺让人大开眼界。“来到这里才真真正正地感受到了年味儿。”张奶奶感慨道。

想体验正宗年味儿，赢年货礼品的市民可在今明两日前往万科白鹭郡、30-31日前往万科魅力之城玩转万科猴年新春庙会。

■桂思雨