

商圈何以朝阳

锚定需求 以商圈之力塑城市发展新局

——“繁华长春的朝阳密码”系列报道(四)

本报记者 徐岩 孙红丽 徐雁秋 通讯员 王君懿

南湖商圈的滨滨消费娱乐集聚区”、南湖街道办事处副主任杨攀说,通过挖掘南湖周边人文资源,发挥人气优势,探索发展新业态,特别是申报吉林省第二批夜间消费集聚区,将大大加快滨滨消费娱乐集聚区的打造和完善步伐。

市中心绝佳位置,历史人文底蕴厚重,如今已经成为重庆、桂林、红旗等商圈骨子的底气。

“做生意选好地点是共识,人口密度大,交通四通八达,还要买得起。”在桂林做餐饮生意的刘女士说,“桂林路始终具备这样的条件。”

长春人都知道,桂林路一带楼宇林立,楼宇密度大,据数据统计,桂林商圈常住人口5.8万人,流动人口1万5千人;红旗商圈常住人口8.2万人,流动人口1万余人……人口密集,购买能力强,交通便利,无疑是成熟商圈不可或缺的要害。

地利,成就了如今朝阳区商业服务业独占鳌头的优势所在。

成熟的商圈业态一定是多样的。长春市规划编制研究中心规划专家周扬告诉记者,红旗街周边有欧亚商都、业细亚百货、百脑汇、长春万达广场,“这有山”等大型的商业综合体,还有长影旧址博物馆,业态丰富,科技、教育、休闲、娱乐等应有尽有,形成了聚集效应。

朝阳区深谙此理,在丰富商圈业态方面全力以赴。相对红旗街等成熟商圈来讲,南湖商圈在业态方面有所欠缺,目前,南湖商圈正在以力旺广场周边、繁荣路沿线、南湖新村中街沿线为重点,进一步丰富商业业态。同时,结合南湖公园内部旅游资源开发,推动商业网点和旅游景点联动融合,促进南湖周边商圈氛围营造和业态提升。

周扬认为,城市发展到一定阶段一定会做城市更新,做城市更新首选项区域就是这些有活力的商圈,商圈的品质直接影响到城市的形象和软实力。正在推进的新民大街改造,除环境提升外,就是在空间与功能上实现红旗商圈与桂林商圈的连接互动。空间上



桂林路美食街人潮入海。

服务更有质感

“妈妈,原来咱们看的电影,是在这拍摄的啊!”参观长影旧址博物馆,王玲9岁的小女儿兴高采烈。

趁着周末休息带女儿出来逛街,王玲选择红旗街有自己的想法,“现在逛街不仅仅是买东西,特别是带孩子出来,这里有博物馆,还有吃的、玩的,想干什么都有。”

孤木不成林,单丝难成线。对于商圈也是如此。

事处副主任杨攀告诉记者,南湖街道近一段时间着手提升硬件设施,进行路面维修、增加环境景观等,从而提升南湖商圈的整体形象和吸引力。

品质商圈不仅需要硬环境,更离不开“软实力”,而“软实力”才是留商聚人的根本。朝阳区细化完善现代商贸业、现代服务业和楼宇经济扶持政策25条,近三年发放2000余万元消费券,助力企业快速企稳回升。

推动商圈环境优化升级,朝阳区坚持共建、共管、共享理念,突出精细化管理。“我们建立了商圈‘助企110’、流动服务站等平台载体,让服务更快捷。为企业推出服务菜单,围绕牌照审批、商业活动、人才招引等提供定制化‘菜单’,让服务更优质。对商业外摆、户外文化商业等活动做到宽容厚待,温度执法,让服务更有温度。”朝阳区委常委、副区长张君说。

政府和商家心往一处想,劲儿往一处使,朝阳区在硬环境“软实力”上力求“人”和。

发力“第五商圈”

在南湖商圈,入驻力旺广场的科大讯飞吉林公司是区域人工智能领域当之无愧的龙头企业。这家拥有上百名员工的企业,自建以来,累计孵化服务企业127家,取得知识产权超过500项,带动科技型人才就业超过1000人。

“有助于企业在区域内实现快速发展和市场拓展”,谈及科大讯飞当初为何会选择在南湖商圈落户,科大讯飞吉林公司副总经理毛绍庆坦言:“主要是区域内的产业发展潜力,科技创新环境、商务办公环境、市场拓展空间、营商环境、交通便利性、生态环境以及激励机制等多方面的考虑。这些因素共同构成了朝阳区对科大讯飞的吸引力。”

吸引科大讯飞的产业发展潜力在哪儿?是环南湖商圈的产业带。据杨攀介绍,近年来,针对环南湖这一区域的资源优势,朝阳区全盘规划商业业态,合理进行商业引导,着手打造“一带三区”环南湖商圈。

“利用吉林大学、长春理工大学等院校坐落在辖区的资源优势,发挥讯飞人工智能等创新创业孵化基地作用,打造南湖科技产业发展带。依托南湖宾馆、名人酒店和计划建设的金瑞酒店等,以及周边的如意园等自然人文景观,打造湖畔景观休闲集聚区。依托南湖新村东街市民阅读空间、8点乒乓球室、百米文化长廊,南湖新村中心、西街特色餐饮,打造新村休闲文化集聚区。依托力旺广场、文和里等消费娱乐场所,打造滨滨消费娱乐集聚区。”杨攀说。

惠大告诉记者,在力旺广场商业综合体,包括科大讯飞在内有上百家企业聚集,实现“高端办公+精致购物”相融合,形成了名副其实的楼宇经济。吉林省社会科学院城市发展研究所副所长、研究员肖国东表示,朝阳区在商圈内大力发展楼宇经济,能进一步延展商圈发展空间,带动产业发展。对此,吉林大学经济学院

副教授丁肇勇给出更具体的建议——“以楼宇为单位,围绕一个独特的业态,打造更多微商圈,如百脑汇可像深圳华强北一样,做电子产业微商圈,拉升经济活跃度。”

在消费体验、消费场景上求突破,朝阳区全力支持发展首牌、首店、首展、首秀等新业态,目前,共引进知名品牌首店202家,促一批“老字号”融入商圈焕发活力,推动生产服务业深度融合。

以重庆商圈为例,卓展、长春百货大楼、香格里拉、金安大饭店都坐落在重庆商圈,其中卓展是长春高端奢侈品代表商场,朝阳区又创新性融合东北婚庆民俗在长春国贸打造了“喜事城”,加之长百大楼、宇泰珠宝等老字号以及街路上的老建筑,让这里的商业街区别有韵味。肖国东表示,借助发展首店经济之际,加大商圈品牌集聚效应,吸引诸多高能级旗舰店、品牌首发秀首展,落位重庆商圈,进一步提升商圈高端消费的重要地位,让品牌赋能百年商街新活力。

“我参加过朝阳区举办的促销活动,销售额提升好多,政府真的为我们商家着想。”桂林路商户李先生深有感触,“当时设想过会那么火爆,准备的货都没够卖。”

依托“夜朝阳”经济品牌打造夜消费场景,开展“首发朝阳”“潮购朝阳”“寻味朝阳”等品牌促销活动,加快建设“一站式”直播电商基地,加快商圈与文旅深度融合……在聚拢人气,增强商圈活力方面,政府和商圈一直在多方发力。

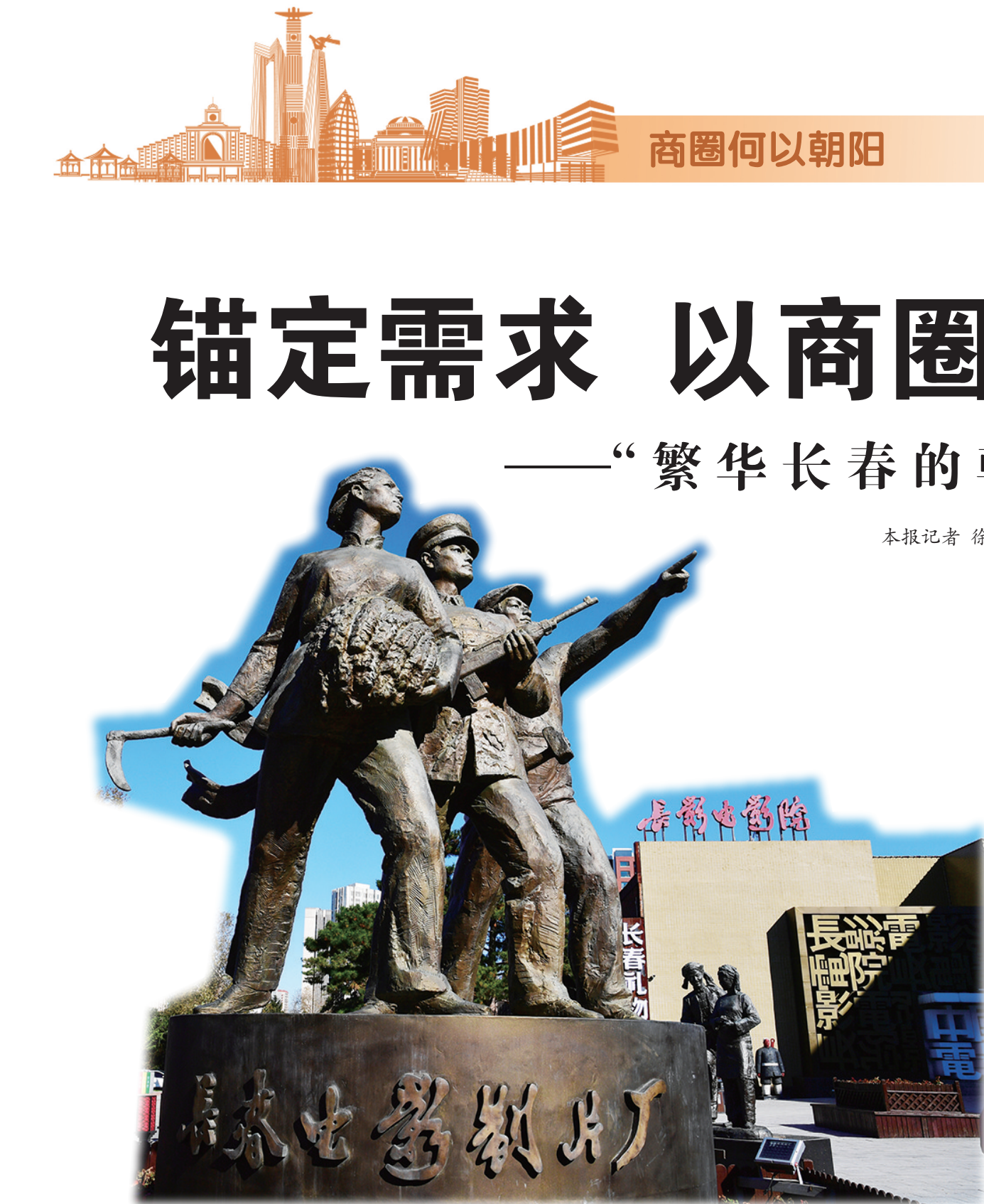
通过商圈规划、智慧分析、精品招商、文旅旅相结合等方式,朝阳区将持续完善基础配套,充分尊重市场,不断推动培育丰富消费载体,打造标志性消费场景,让传统商圈转型升级为“会思考”“更懂你”的新型商圈。

今年上半年,红旗商圈重点监测企业销售23.12亿元,前进商圈重点监测企业销售21.72亿元,而在2023年,朝阳区社会消费品零售总额达到549.2亿元,占全市城区总量的50%，“四大商圈”社消零售总额在全区占比高达72%……这些有关朝阳商业的数字背后,是一个个创业者的收获满满,是一户户春城人家的衣食无忧,也是一座城市的繁荣安定、生机勃勃。

谈到目前的繁荣,朝阳区委常委、副区长张君这样回答——“从朝阳区发展商圈经济的出发点和落脚点看,政府一切经济工作要以人民为中心,要深刻把握时代发展变化,持续丰富服务供给,升级商业品质体验,打造安心消费环境。让群众体验到更丰富、更便利、更有品质、更有温度的消费方式,切实提升群众的满足感和幸福感。”

从朝阳区发展商圈经济的过程和成效来看,要充分尊重经营主体,让好的政府服务成为市场繁荣的基础。既要不断做优做强本地经济品牌,更要以开放的心态,放眼全国和世界,把消费热点和地标性品牌积极引入区内,不断发掘新的消费增长点,探索消费增长新模式、培育壮大消费新场景,为群众提供多元化的体验,不断满足群众对消费场景、消费体验、消费品质的追求。

归根到底,时代变化中的“人”的需求,仍是一切商业发展的根本锚点。这是当下,也是未来。



长影旧址博物馆的雕塑气势如虹。

从四大商圈,到拓展南湖商圈,谋划“4+1”格局;从最早的“跑马圈地”式的零售业,到打造特色主题街区,再到科技和文旅元素的融入——这一路朝阳商圈既在顺势也在造势。而今,作为一座城市的“都市活力中心”,在未来如何作答“商圈何以朝阳”?

底气来自沉淀

东方泛白,阳光初照。68岁的刘林一身运动装,沿着重庆路步行街慢跑。他家在崇智胡同附近,每天早晨都慢跑一圈后再吃早餐。锻炼的时候,刘林发现崇智商圈附近不知道什么时候多了一个夜市。

作为重庆路附近的老住户,刘林说,“购物也是一种习惯,在一个地方购物顺手了,就不愿意去其他地方了,我们一家子,买东西都在这条街上。”时间的积累和习惯的养成,让刘林一家对重庆商圈难以割舍。

时间积淀沉淀了历史文化。就像朝阳区的商圈一样,有演变的岁月年轮,有延续的文化底蕴,形成其独有的商业氛围。

众所周知,重庆路是长春商业发源地之一,始建于1933年,“吉林老字号”长百大楼,改革开放前一家独大,20世纪90年代初,长春国贸、卓展购物中心相继出现,商业业态逐渐丰富。

红旗商圈拥有得天独厚的长影旧址博物馆资源,20世纪80年代,新华书店名噪一时,桂林商圈西临新民大街,新民大街如今是吉林省首家“中国历史文化名街”……

细数朝阳区的几大商圈,其存在并非一朝一夕之功,历经日月累的岁月打磨,出现的老字号、百年老店、文化名街、54路等文化元素又增添了商圈魅力,文化认同进一步推动商圈繁荣,形成各自商圈区历史文化积淀。

积淀,是一种无形力量,商贸云集于此,消费者慕名而来,习以为常而久之,久而久之,形成了无法取代的商业氛围和品牌价值。



长春理工大学口袋公园。



改造后的同志街“关爱友好”街区让人流连忘返。



南湖商圈力旺广场。



重庆商圈人流涌动。

以商业繁荣带动城市经济高质量发展

吉林大学校务委员会副主任、吉林大学东北振兴发展研究院院长 邢正

商业对城市的发展非常重要,对城市的崛起有决定性的、支撑性的意义。人类进入工业社会后,工业要求有生产流通环节,生产要素配套零部件,这时兴起的一批现代工业城市,或是交通特别发达,便于零部件、货物运输,或者附近有矿产资源,能够为工业发展提供持续性的支撑。特别是东北大城市的兴起,几乎都与工业息息相关。

到了信息社会,第三产业逐渐占据主体,在我国,第三产业产值在总产值的占比逐年上升,目前跟工业接近,吸纳了大量的就业人口。第三产业主要是指社会服务业。去年,服务业增加值占我国GDP比重增至54.6%,另外,消费成为拉动经济的动力,消费支出拉动GDP增长4.3个百分点。

商业,是一个传统的说法,为他人服务的产业某种意义上就是商业。商业的地位非常重要,它为了盈利,带来城市生活的多样化、复杂化,促进了整个社会的流通。一般来讲,货币周转越快,它的增值可能性就越大,反之就沉滞。相较于农业以年为单位、工业以月为单位周转,商业是每天都在周转。在城市,商业为人们提供多样化的服务,延长人们室外的活动时间进行消费,而时间的延长又促进消费总额的增长,城市因此繁荣。这就是朝阳区商贸繁华对推动整座城市高质量发展的重要意义。

作为长春市核心区的朝阳,商业底蕴深厚,半为、半自发地形成了传统的三个商圈,包括市中心的重庆商圈,桂林、红旗商圈。改革开放后,随着开发区域的兴起,以及吉林大学等高校的转移,长春市的商业布局发生了变化,几个传统商圈有起有落。欧亚集团的崛起带动了红旗商圈,又新开辟了欧亚卖场商圈,桂林路这一带继续保持优势,总体看长春的商业在进步。欧亚系列对改造长春的商业布局起了重要作用,它的经营理念、管理方式能够与时俱进,对长春市的商业发展,特别是对朝阳区的商业发展作出了突出贡献。

另一方面,随着现代化的发展,以及城市化改造、新建小区的增多,围绕着小区周边,拉动了长春市基层社区的小商圈,它们以居民服务为主,兼有各种新型的业态。由于朝阳区人口众多,又是长春传统文化、中高端的物业密度大,吸引了一批购买力强的居民定居于此,商业集聚而来,改变了长春整体的商业布局。

长春市过去是一个传统的工业城市,郊区是粮食生产基地,能把工业、农业和市民的日常生活衔接起来的就是商业。长春市要发展,就要重视商业的发展,具体到商圈,我认为有几个问题需要特别注意。

第一,保护、支持老商圈焕发青春,轻易不要听任它衰落。因为老商圈承载了人们对城市的回忆,它是一种文化。形成一个商圈不容易,要花10年、20年,甚至更长的时间,而瓦解一个商圈一天就能做到。像这样的教训不能再重演,要采取一些措施,积极地拉动有所下滑的老商圈。

第二,努力地创造新商圈。欧亚卖场就是一个成功的案例。卖场带来的综合商业配套,购物、餐饮、娱乐、会展等,还有房地产,延伸出很长的产业链,形成了完整的商圈。在今天这种高度竞争的情况下,还要有创新业态,“这有山”就是一个典型,它针对年轻人的特点,抓住长春市没山这一短板,在商场隔出一座山,吸引了众多消费者。

第三,适应现代化的发展,让实体商业与线上购物有机地结合。网购不会彻底瓦解实体商业,因为逛店现在不仅是一种消费方式,还成为女性为主的消费者的休闲方式、娱乐方式。实体商业要跟上市时代的发展和变革,找到自己的经营特点,打造更有竞争力的商业形态。

第四,商圈的打造,自然生长和城市规划缺一不可。商业最初都是自然生长的,但是近现代城市却是规划设计出来的。如果设计能够基本实现,就能推动新的商圈产生。从消费角度讲,我们的经营方式过于粗放,服务也粗放,这对商业来说是一个致命伤,“服务为王”“品质为王”说到底,还是经营理念的更新。

最后,要在文化上下功夫。商业与文化紧密相关,商业本身就是一种文化。服务意识提升的同时,还要打造城市的商业气质。商业气氛波及到商场、店铺广告,城市夜晚的亮化,这是一个有创意的设计过程。店铺应该更加密集,要有定期的商业展示,活动等等等,努力让商圈多元化,更丰富多彩,这些都需要城市的规划管理来促成。

一个城市的商圈形成,和整个城市经济直接相关,经济上去了,城市才能车水马龙。所以衷心希望朝阳区在长春市下一步的经济发展中,能够有所突破,这样我们的商圈才能红火,成为与时俱进的商业布局,我们的经济领域就会水涨船高,商业也会因此而不断进步。