4月3日,恰逢

清明假期,"金街

王府井大街人流如

织,街头的《拉洋 车》老北京风情铜

雕吸引了不少游客

本报记者

留影。



WEEKLY

梦想家园,你我同行



如今"招鸟"不如昔日不招惹鸟

从去年4月至今,江苏宿迁市在市区8所公园启 动"招鸟引鸟工程",搭建了约1000个鸟巢,还栽植 了鸟儿最爱吃的许多浆果类植物。今年春天,当地 公园里鸟语花香。

小鸟等野生动物来去自如,是环境质量的"检验 员"。如果我们不顾生态环境保护,只是盲目上项 目、铺摊子、片面追求GDP,不要说白鹭、喜鹊,就连 麻雀、斑鸠等常见禽类也只得逃离。"招鸟引鸟工程" 虽然实属无奈,却说明城市管理者对环境有了进行 生态修复的压力与动力。但如果能够避免破坏环 境,避免把小鸟赶跑,岂不更省事?如果能像保护眼 睛一样重视环保,像招商引资一样"招鸟引鸟""引风 护水",城市就会更宜居。 (江苏宿迁 吴 旭)

治"牛皮癣"可用好信息窗

街头巷尾的乱张贴现象,影响城市整洁与文 明,令许多基层管理者头疼。不过,笔者近日漫步 武汉市汉口将军路发现,很少看到此类"牛皮 癣"。原来,街道设有多处醒目的"便民广告栏", 还要求各小区物业设立"公共信息"牌,让有正当 需求者有张贴途径。

城市"牛皮癣"大致分两类。一类是"办证" "代开发票"之类的垃圾信息。另一类是"疏通管 道""诚招家政工"等群众生活中的需求信息,有 的甚至是"寻人启事"等急难信息。

对于"垃圾信息",当然要严厉制止。而对于 群众正当的需求信息,不应只是简单地加以禁止。 居民小区大都有物业"信息窗",只要稍加改进, 让出一小块来,变"独家"专用为允许张贴需求信 (湖北武汉 鲁志枢)



安徽安庆:

完善公共文化服务设施网络

安徽安庆是沿江北岸著名的历史文化名城, 古 皖文化、禅宗文化、戏剧文化和桐城派文化在这里 交相辉映。

2014年开始,安庆市全面实施国家公共文化 服务体系示范区建设,完善公共文化设施网络,加 快建设新的安庆市博物馆、文化馆、图书馆和美术 馆,以满足人民群众日益增长的文化需求。

本报记者 温宝臣摄影报道



图为黄梅戏艺术中心,主楼剧场主体建筑 6500平方米,辅楼为小剧场和中国黄梅戏博物馆。



安庆市投资搭建了20多个新型舞台,图为群 众利用公共舞台自发组织黄梅戏演出。

执行主编 王薇薇 责任编辑 杨开新 联系邮箱 jjrbcs@163.com

电商不断推陈出新,传统城市商圈如何突围

商圈创新变革加速跑

无商不成市,商圈和城市的 繁荣息息相关。现今,面临着来 自电商的猛烈冲击,传统商圈是 否正在走向没落?

事实也许并非如此,有特 色、新生态的商圈正在孕育发 展。但如何在传承中创新,使商 圈拥有持久生命力,仍是城市商 业需要深入思考的问题——

无商不成市。随着城市化进程的加 快,商圈改变着城市的格局,也代表着一 个城市的商业繁荣程度。现如今,城市商 圈却在经历着来自电商的猛烈冲击。

4月1日,"淘宝将推出全新购物方 式 Buy+"的消息刷屏。Buy+使用虚 拟现实技术,生成可交互的三维购物环 境,将突破时间和空间的限制,真正实现 各地商场随便逛,各类商品随便试。

利用最新科技,电商推出了更新的玩 法。在如此强劲的攻势下,已显示出发展 颓势的传统商圈会衰落吗? 城市的商业 繁荣会不会也随之受到影响?

变革转型🥕

全做大体验类消费

4月3日上午9点多,"金街"北京王府 井大街人头攒动。漫步在"金街",既能看 到外国游客,也能听到各地方言。不到10 点,王府井百货大楼门前已有消费者在等 待开门。消费者李佳佳告诉记者:"我们 今天是来看电影的,平常喜欢与闺蜜来这 里逛街,我的衣服、鞋子全部在商场买。 我喜欢北京apm,比较时尚,适合年轻人, 还有很多特色餐馆。"

王府井百货大楼里,女装柜台前"满 200减60"的提示牌上有个二维码,扫码 后就进入了北京市百货大楼公众号,除了 对商场活动推介,还有"搜周边"功能,包 括美食、酒店、公交站等生活服务。家居 用品柜台前,店员刘同想耐心地给顾客介 绍家居用品。她说,"我以前也爱在网上 下单,现在不了,很多东西还是要体验,有 些东西到货后发现与自己想象中差异太 大,还是在实体店买东西放心"。

值得注意的是,今年初,王府井发布 了拟变更法定名称的公告,由原"北京王 府井百货(集团)股份有限公司"变更为 "王府井集团股份有限公司"。这家公司 计划由单一百货主业转变为涵盖百货、购 物中心、奥特莱斯、超市、线上零售平台等 多业态并举、覆盖消费者全生活系统的零 售公司。在王府井这个传统商圈,人气、 财气兼备,变革正在发生。

增强黏性

全开拓年轻人市场

东安市场过去给人老商场的感觉,如 今,它变身为"北京apm",深受年轻人喜爱。

"apm"就是am+pm,日日夜夜玩不 停。北京apm购物中心定位为都市年轻、时 尚消费群体必逛的购物中心,以18岁至35 岁的都市中等收入阶层为主要消费群体。

走进这家购物中心,你会发现全场有 免费 WiFi、移动 4G 覆盖。想知道各层的 店铺信息,服务台旁有电子互动触摸屏, 可以查询尊尚购物、佳肴美食、最新影讯、 交通讯息等。记者注意到一个细节,商场 有专门的母婴室、亲子卫生间,母婴室里



展是因为这个商圈交通便利、客流量大, 有潮流感觉"。

找到"痛点"

🚄 商圈寻觅生存之道

如果问问消费者,你到商圈干什么? 与多年前以购物为主不同,如今,不少人 是为了吃饭、逛街、看电影。传统商圈往 往在市中心区,交通拥堵、停车不便、人潮 汹涌、交费排长队等是消费者的"痛点"。

徐家汇商城集团在迎来20岁生日时 宣布,将在徐家汇全区域覆盖WiFi,消费 者购物消费前,可以通过商圈 App,完成 预订停车位、电影票、餐位、查询各商场活 动等。同时,该商圈正在革新传统支付模 式,将推出App支付试点。这意味着消费 者未来在徐家汇商圈购物,不用带钱包, 也不用到收银台排队,只需在商圈App客 户端提出消费需求,专柜和餐厅等商户会 收到支付成功的记录并提供服务,从而改 善消费者购物的效率和感受。

微信支付、未来超市、丰富业态、休闲 场所,传统商圈必须积极应变,解决消费 王 晋摄

的"痛点",才能找到生存之道。

中购联购物中心发展委员会主任郭 增利认为,改革开放以来,实体商业日子 过得比较舒服,在创新方面动力不足,尤 其是推行买手制、自营品牌方面比较欠 缺,不愿承担风险,对此,实体商业应反 思。在这种情况下,任何变化都会挤压实 体商业的生存空间。电商和实体商业之 所以出现严重分化现象,并非消费出了问 题,而是在消费者主权时代,消费者随时 随地可以改变自己的选择。他强调,"在 创新方面,电商在跑,而一些实体商业企

业徘徊不前,这将拉大二者间的差距"。

中国步行商业街工作委员会主任、中 国商旅文产业联盟主任韩健徽则认为: "商圈是城市化进程的产物,也是弘扬商 业文明、构建和谐社会的重要载体,是展 示经济发展、展现社会文明的标志区域, 是浓缩历史文化、体现地域特征的集中亮 点,也是反映城市风貌、凸显城市精神的 综合象征。商圈的成功打造,要实现'五 有'目标:历史有根、文化有脉、商业有魂、 经营有道、品牌有名。只有如此,商圈才 有持久生命力。"

中国人民大学商学院副教授、中国商业经济学会副秘书长王强认为-

激烈竞争逼商圈"进化"

本报记者 王 晋

中国人民大学商学院副教授、中国商 业经济学会副秘书长、中国流通30人论 坛副秘书长王强认为,对传统商圈转型的 问题,要从多个角度去观察。

宽敞干净,消除了年轻妈妈带孩子出门的

方区域最大H&M旗舰店、ZARA中国首

家复式旗舰店、百老汇影院等吸引了年轻

消费者。5到6层,集中了不少火爆的餐 饮品牌。目前,北京apm的微博粉丝已过

百万、微信粉丝15万,实体卡会员超过10

万。经常举办的各种粉丝会成为北京

apm购物中心与粉丝间最有效、最直接的

消费者的新选择。把细节服务做到极致, 有足够新鲜时尚的商品,有参与感强的活

动创意,有舒适的购物体验,吸引了新的

古里商圈,麦当劳中国首个大型玩具展览

"奇趣玩具厂"火热举行。继上海首秀后,

共有2530件麦当劳全球经典的珍藏玩具

在京城展出。北京麦当劳食品有限公司

公关部高级经理王建晖说,"这个活动得

到了消费者热捧,近11万人次观众参

展。观众覆盖不同年龄段,选择在这里办

伴随城市发展进程,一些新商圈成为

3月24日到4月5日,北京三里屯太

亚洲唯一的3层苹果专卖店、中国北

尴尬。

互动平台。

"其一,商圈的发展有其客观规律,整 体与城市化进程、居民收入增长、优质商 品供给与品质消费的共同繁荣息息相 关。"他认为,早期,特大城市和大城市的 商圈引领风尚潮流,2000年之后,二三线 城市的商圈建设成为热点,近年来,随着 四五线城市的城市化进程加快,其商圈建 设与升级开始提速。

其二,商圈面临的问题也分不同的类 型和层次。在特大城市和大城市,随着城 市新区兴起,居民向外迁移,购买力分流 是必然趋势。尤其是这10年,地铁建设、 公交路网密度都跟上了,大城市中心的传

统核心商圈衰落也有必然性。目前国内 .线城市传统核小商圈田十父浦约束、 人口外迁等,本地有效购买力流失严重, 很大程度上异化为旅游商圈,但其城市外 环的新兴商圈发展方兴未艾。同时,在三 四线城市,城市中心的商圈仍会保持繁

其三,近年来,电商对传统商圈冲击较 大,实体店由于运营成本高,很难与电商竞 争。当然,商圈本身是一个生态系统,既有 高端的百货业、专卖店,也有面向生活和便 利的超市、社区店等业态,在生鲜、生活用 品价格方面,电商并不具有明确的优势。

其四,商圈面对竞争,自身也在不断进 化。例如根据消费者需求变化,很多购物 中心加大了餐饮、娱乐服务的占比,以吸引 客源、均衡成本,同时,按照自身定位错位 竞争,增强了自身的竞争力。根据中国百 货业协会的最新数据显示,2012年到 2014年,百货业态出现了关店潮,但2015 年,这一情况已大有好转。通过转型,实体 商业企业也在主动应对和不断进化。

其五,从宏观角度,各商圈在规划和 区域总体发展战略上要注意到差异性、特 色和创新性。例如,在特大城市,需要未 雨绸缪打造有特色、新生态的商圈,比如 增加商务、服务双创等功能,又如商圈可 以为消费者提供更具有技术创新色彩,包 括基于地理位置的信息服务等,以充分提 升消费体验、增强吸引力。

王强强调:"随着跨境电子商务零售 进口税收政策和行邮税政策的调整,以及 未来国内可能会对电商税收政策进一步 调整,远期电商与实体店的生态环境对比 可能迎来巨大变化。而且,从全球来看, 伴随着实体店向全渠道转型,传统电商也 开始探索虚实结合,特别是亚马逊去年底 在美国西雅图开出实体门店,今年将会继 续在美国扩大开设实体门店等现象,表明 这种融合还会进一步探索和扩展。"

保障安全是城市生活底线



"城市让生活更美好"建立在"城市让市民更安全"的基础

上,城市工作中保障安全是条不可逾越的底线

睡等生理需求后,人们对自身状态安全 的需求便更显迫切, 也只有确保了安全

才能够提升城市的生活质量。

从这个意义上讲,"城市让生活更美 好"建立在"城市让市民更安全"的基 础上,城市工作中保障安全是条不可逾 越的底线。而由于各种原因, 不少管理 者在谈到城市工作时,往往更关注高楼 大厦建了多少、经济数据是否快速增长 等。这些确实很重要,因为没有发展就 没有民生的持续改善, 但如果忽略了底

次理论"中可以看出,解决了吃喝拉撒 线思维和问题意识,成绩也会失去应有 的色彩。试问,如果市民整日生活在让 人担惊受怕的环境中,其生活质量又能 高到哪儿去呢?

既应该提倡每个人增强安全意识, 尽量学习和掌握必要的自我防护常识, 也需考虑如何从社会层面保障公众安 全。大家关注"和颐酒店女生遇袭",不 应只是对一位年轻的柔弱女子受到伤害 展现同情心, 还应该看到每一位公民的 安全都应受到保障。只有树立起命运共 同体意识, 下次当别的人在别的场合碰

到安全问题时,才会有人大喝一声、挺

保障城市安全的关键, 是完善综合 安全体系。多年来, 国家投入大量人 力、财力、物力, 在打击恶性违法犯罪 活动、完善治安联防联控机制等方面做 了许多工作, 增强了抵御灾害、处置突 发事件和危机管理等能力。但安全问题 没有最好只有更好, 只要出了问题即便 只是百密一疏, 也会造成严重后果。前 不久印发的《中共中央国务院关于进一 步加强城市规划建设管理工作的若干意 见》明确提出,要提升社会治安综合治 理水平, 形成全天候、系统性、现代化 的城市安全保障体系。这就应该进一步 保障相关投入,提升城市管理水平,及 时响应并解决问题, 让大家都能生活得

安全顺心。

连日来,"和颐酒店女生遇袭"一事 持续发酵。一条普通微博信息能刷爆社 交工具和大众媒体,直接原因当然是对 受害者的同情和慰问, 但信息之所以广 泛扩散, 主要还在于日常生活中人们或 多或少对自身安全感到担忧。

网友会把自己"投射"到类似情境 下:品牌连锁酒店都不安全,其他宾 馆旅社还敢去吗? 在北京都碰到这种 无妄之灾, 在其他城市会不会几率更 大? 有别人在旁边都差点发生不测, 如果周围没有人提供帮助岂不是凶多 吉少……

从著名心理学家马斯洛的"需求层