

一刻钟“圈”出美好生活

变“最后”一公里为“黄金”一公里

“一刻钟”社区场景迎来发展新蓝海

■ 本报记者 王旭光

日前，以“创造高品质生活、推动高质量发展”为主题，西安市举办了2024年一刻钟便民生活圈建设推进会暨典型案例观摩活动。据了解，目前，西安已创建了67个高品质一刻钟便民生活圈，基本形成了市、区、街道、社区“四级”联创机制，涌现出一批典型案例和创新做法，通过先行试点和典型引领有效提升了全市一刻钟便民生活圈便利化、标准化、智慧化、品质化水平，试点工作取得了明显成效。

“生活性服务业是城市经济的重要组成部分，是国民经济发展的‘稳定器’和‘助推器’，也是吸纳就业和带动大众创业最多的产业。中国经济的‘韧性’相当一部分正是由这些规模庞大、从事生活性服务业的小微、个体经济来支撑的。”长期以来从事城市商业发展研究和政策咨询的陕西中商联商业研究院院长侯治国在接受国际商报记者采访时表示，随着我国城市化进程的加速推进，发展“群众身边”的生活性服务业无旁贷落到了社区场景。

数据显示，城市居民40%的消费支出集中在社区周边一公里范围之内，这一比例仍在上升。

训、中介服务等诸多领域。在欧美国家，社区消费已占社会消费总支出的60%以上，而在中国，目前整体水平仅为40%，还有很大的发展空间。“近年来，国内也涌现出了一大批由商业地产开发并统一招商运营的购物中心、商业中心、邻里中心、社区商业街等社区商业项目，不少房企、电商和零售餐饮企业都来抢占社区商业先机。”侯治国说。

事实正如侯治国所说，电商及新零售平台如美团、京东、阿里、盒马、58同城等本地生活平台大力发展即时零售、即时配送和到家业务。大型零售商业企业也纷纷开启社区业态，华润、华联、永辉、唐久、罗森、7-11、锅圈食品、百果园、钱大妈等大力布局社区商业网点。与此同时，具有区域性质的生鲜、餐饮、母婴、老字号、医药、教育、体育健康、休闲文化等品牌企业加紧下沉社区市场。新零售、社区团购、社区O2O、前置仓、智能柜、智慧社区等新兴服务模式和数字智能技术逐渐在社区得到普及应用，为社区服务和消费带来了新的增长点和机遇。

当前，商业业态正发生着激烈变革，连锁化、数字化、品质化、多样化驱动着传统社区商业服务加速转型，新业态、新模式正加速社区商业的快速迭代。随着居民消费需求的不断升级扩大，整个社区商业服务有着广阔的发展前景，在可以预见的将来，社区经济将重塑中国的商业模式和格局，成为拉动内需的新引擎。侯治国认为：“只有锚定社区这个城市居民生活和城市治理的‘基本单元’，激活社区这个‘神经末梢’，不断完善社区服务体系，才能搭建好社区这个资源共享、交融互通的生态圈，才能把服务群众的‘最后一公里’变成‘幸福一公里’‘黄金一公里’。”

具体到西安如何进一步打造便民生活圈，西安市商务局副局长麻晓勤表示，2024年，西安市将重点从深化任务目标、强化系统设计，改善消费条件、丰富消费业态，

社区消费迈入万亿级市场

创新消费场景、满足多元消费体验，坚持政策引导、激发创建活力四方面发力，加快推进创建工作进度，努力实现已建成居住社区便民生活圈全覆盖目标，全面提升居民生活的舒适感、获得感和幸福感。

在侯治国看来，推动社区商业服务高质量发展和便民生活圈建设，关键还是要推动品牌下沉社区，鼓励社会力量积极投身“社区经济”蓝海。要坚持市场领跑，加大经验交流推广，推动形成一批大型企业、领跑品牌创建案例和样板工程。在政策方面要考虑到社区服务微利及就业承载的功能属性，实现生活性服务业在物业、水、电、气、暖收费和居民使用同价，切实降低经营成本。同时，各地在发展社区经济时，要多措并举创新发展模式，将社区商业、社区服务和夜间经济、银发经济、特色消费、社区微旅游统筹考虑，尽可能释放“黄金一公里”的内在潜力。

品牌下沉掘金社区经济

对于创建西安一刻钟便民生活圈试点城市，西安市商贸企业积极响应，目前已有3511文创园区、老菜场市井文化创意街区、长百新市生活广场、枫林绿洲社区被列入商务部一刻钟便民生活圈典型案例，今年西安市又征集产生了青岛广场、大唐西市、航拓路社区、新城区社区食堂等4个案例。“西安作为全国首批便民生活圈建设试点城市，十分注重企业的参与，把创建工作充分和城市更新、实体商业转型、商旅文融合发展、城市商业体系建设结合起来，让市场主体发挥主力军作用。”侯治国说。记者注意到，今年召开的西安市便民生活圈建设推进会上，陕西中贸广场、四海唐人街、盒马鲜生（西安）、西安唐久便利、京东到家（西安）、菜鸟集团（西安）等10家代表企业、机构负责人集体发布了创建便民生活圈集体宣言，共同启动了西安美好生活创建仪式。

侯治国表示，在各种商业服务场景里，社区是与衣食住行最接近，也是人停留时间最长的生活单元。作为城市商业体系的重要组成部分，社区商业凭借着与消费者的近距离优势，承担着“最近一公里”的市场供给任务。同时，社区商业服务业态涵盖面广，包括家政便民、零售购物、餐饮住宿、健康养老、休闲文化、体育健身、教育培

2024消费促进年

智能家居“浙”里看 时尚消费“潮”武林

浙江欢乐购号角吹响

■ 本报记者 王旭光

日前，“智能家居‘浙’里看 时尚消费‘潮’武林”2024浙江消费促进年启动仪式暨杭州家电焕新季·拱墅春季家电消费展启动。活动由浙江省商务厅主办，拱墅区人民政府、杭州市商务局、京东五星电器集团浙江电器有限公司、中国银联浙江分公司共同承办。

本次活动通过开展一场启动仪式、一场线下展会、一系列未来生活实验室打卡等亮点内容，推广智能家电、集成家电、功能化家具等产品，提升家居智能化、绿色化水平，打造家电消费新场景，为市民带来一次融合家居、趣玩、惠购为一体的消费新体验。

省市联动 激发消费新体验

浙江省商务厅党组成员、副厅长韦布力喀斯木·买吐送现场发布了2024浙江消费促进年行动计划。计划将聚焦“全年乐享全民普惠”主题，坚持“高位谋划、全省联动、资源加持、服务产业、助力消费”的总体思路，以“消费品牌培育”为抓手，着力构建“浙里来消费”培育体系，形成一批“新消费、新国潮、新场景”品牌；创新开展促消费系列活动，精心举办“432”重点活动，即国潮嘉年华、暑期来消费、金秋购物节、跨年消费四季促消费主题、汽车、家电、家居三类大宗商品巡回展，味美浙江、老字号新国潮两大行业精品展会活动，全年省市县、政企银联动举办促消费活动2000场以上；加快打造高品质消费集聚区，力争培育1条全国示范步行街、省级高品质消费集聚区20个左右；创建若干个国家、省级夜间文商旅消费集聚区。通过消费模式创新、消费业态融合、消费品质提升、消费环境优化、消费规模扩大，全力助推浙江省经济社会高质量发展。采取一系列切实可行的措施，落实加强消费品牌建设，提升促消费活动能级，稳定扩大传统消费、培育壮大新型消费、深化消费场景创新等五项主要任务。

杭州市商务局副局长王振霄在现场发布了2024杭州消费促进重点举措及“杭州家电焕新季”的亮点内容。2024年，杭州将以“不夜天堂 乐购杭州”为主题，以实现“4个一”为目标，即打造一个“不夜天堂 乐购杭州”专属消费电子指引、打造一场“可移动”的品牌消费市集、打造一系列热门消费话题让杭州消费“出圈”、培育打造一系列新消费品牌，市区联动，组织开展贯穿全年的主题促消费系

列活动，重点围绕西博会，以“双季双节+500”为框架开展，双季即“家电焕新季”和“西博消费季”，双节即“金秋购物节”和“迎新年货节”，500即全年联动13个区、县（市）开展500场以上主题促消费活动，营造全城参与、全媒宣传、全民普惠的消费氛围，激发杭州“潜能”消费。

其中，3月至4月期间的杭州家电焕新季，以“以旧换新·智享生活”为主题，以“1+13+N”为框架开展，即1场启动和家电消费展，13区、县（市）共同参与，N场家电用品直播促销。同时，充分联动京东、快手、天猫、抖音等平台，以及家电品牌企业和直播电商企业，通过为期一个月的家电以旧换新惠民让利活动，全维度打造家电消费新场景、新体验，营造全城联动、全民参与的消费氛围，拉动杭州春季家电消费热潮，持续打响“不夜天堂·乐购杭州”消费品牌。

2023年，武林商圈成为杭州市首个联审批复的商业外摆区域，同时，武林广场、西湖文化广场的景观亮化提升，营造了璀璨的夜间氛围，助力“夜经济”发展，使得“龙马精神”展演、武林生活节、首届杭帮菜美食嘉年华等各类主题活动、创意市集、商业品牌活动在武林广场、西湖文化广场轮番上演，引爆商圈消费活力。

在此基础上，根据浙江省消费促进年安排，拱墅聚焦杭州打造国际新型消费中心城市，推动大武林、大运河、新天地、大和平四大商圈融合提升，构建世界级地标商圈矩阵，坚持“每月一主题”开展全商圈全时段、多领域多层次武林消费季活动，进一步聚集人气商气、释放消费活力。加快武林路、新天地等10大夜场建设，引进高品质夜间品牌。放大后亚运综合效应，依托亚运场馆积极引进国际国内顶级赛事，打造体育消费、电竞消费“朝圣地”。发挥大武林商圈国家级智慧商圈辐射作用，打造武林广场成为杭城最璀璨、最具价值的24小时商业空间，做强实体店引流、展示、体验等服务，激发消费新体验新活力。

家电品牌汇聚 惊喜福利放送

为营造家电焕新季氛围，京东五星电器携手美的、海尔、西门子、海信、卡萨帝、博世、松下、华为、方太、老板、创维、TCL等数十个品牌商家，在展会现场带来了上千款家电、家居产品。结合金融平台“刷62银行卡享优惠”及“三八妇女节”等活动，推出了一系列满减、满赠、抽奖、以旧换新享补

贴、买家电送玫瑰花等现场促销。此外，还有许多品牌带来了首次亮相的明星新品，比如能够识地域、识季节、识人、识空气，并作出相应智能调节的卡萨帝致境系列空调；可以24小时监测冰箱内部环境，自动启动活氧净化，有效降解果蔬表面99.99%农残的博世全尺寸降农残冰箱；海信集团带来了获得过220项专利技术，涵盖全品类、全场景、“以屏为介”的高端全套智能家电——璀璨套系。

活动现场还设置了能够“探究”未来家居智能生活场景的“未来生活研究所”，包含了“人睡不沉闷”“人浴不烦心”“拖地不受累”“保鲜不串味”“做饭不洗碗”等关于未来生活的六大实验舱，市民游客可以通过打卡拍照、创意互动的方式集章集赞，抽取电风扇、折叠洗衣机、节日鲜花、微缩家电盲盒等相应的奖品。此外，京东五星电器还在现场设置了“家电返航”专区，联合海尔、美的等25个主流家电品牌推出购买新机型接受旧机抵扣服务，最高可省400元。需要换新的家电都可以在这里参加以旧换新的活动。

与此同时，本次活动借助银联云闪付、美团、京东五星电器、苏宁电器、杭州大厦、武林银泰等金融平台和商超企业，发放了总额2000万元的“三月美丽购 大武林商圈消费券”，以家电类为主，覆盖全品类，面值从5元至1000元不等，掀起了一轮线上线下的乐购狂潮。

广东县域汽车消费节启动

本报讯 3月8日，由广东省商务厅主办的2024广东县域汽车消费节在梅州市梅江区启动，启动仪式由广东省商务厅和梅州市人民政府共同举办。广东省商务厅副厅长孙斌、梅州市人民政府副市长蒋鲲等出席启动活动并致辞，各地级以上市商务局分管负责同志、梅江区负责同志、有关行业协会代表以及新闻媒体记者等约130人参加了此次活动。

孙斌表示，作为汽车产业强省，省委、省政府高度重视汽车消费，2023年全省汽车消费延续积极向上的势头。全省汽车保有量3069.1万辆，同比增长6.0%；二手车交易量达276.2万辆，同比增长5.2%，汽车梯度消费潜力较大。孙斌表示，顺应当前汽车消费新特点，抓住汽车消费新趋势，提升消费者的消费信心和热情，对促进县域汽车消费、推动行业发展具有积极意义。

“今年是新中国成立75周年，是推动‘百千万工程’全面深化的关键之年，举办县域汽车消费节正是深入推进‘百千万工程’，促进城乡融合、区域协调发展，加快促进消费复苏，更好满足人民美好生活需求的重要举措。”孙斌说。

作为本次县域汽车消费节的启动城市，梅州市积极响应号召，组织汽车经销企业、二手车企业、县域卖场等集中参与“县域汽车销售服务平台”线上活动，同时，组织21家车企共40多个品牌参加线下促消费活动，为不同需求的消费者提供丰富多样、丰俭由人的选择，充分满足广大市民对美好生活的需求。蒋鲲表示，梅州将发挥汽车在消费市场“顶梁柱”作用，持续开展汽车促消费活动，展特色、聚人气、树形象，为广大消费者提供质优、价廉、实惠的产品，进一步推动县域商业高质量发展，促进县域消费提质扩容，助力“百千万工程”。

本次县域汽车消费节以“发展县域消费 共享美好生活”为主题，省市协同，国家、省级县域商业行动示范县发力，百余县（区）参与，行业商协会牵头、头部企业响应，聚合各地县域二手车经销企业、4S店、汽车卖场等汽车经营实体，协力促进汽车消费，惠及广大人民群众。

为进一步促进县域汽车消费，完善县域汽车流通体系建设，整合县域线下消费场景和资源，推动线上线下融合发展，建设多县域联动的汽车消费服务网络，由省商务厅指导、广东唯普汽车打造的“县域汽车销售服务平台”也在本次活动中正式发布。该平台面向县域消费者，打通从汽车市场到经销商再到消费者的服务链条，为汽车完整交易各方参与者提供对应服务。

县域汽车消费节全省各市统一行动，将集中在3月至4月线上线下同步举办活动。借助汽车消费节等一系列促消费活动，广东省将进一步优化消费环境、营造消费氛围，激发县域居民消费潜力，创新线上消费模式，助推全省经济社会高质量发展。（何晓曦）