



打破“千店一面” “后街经济”让城市商圈升级

做强城市商圈“毛细血管”

“后街”概念与“主街”相对，主要是指商业中心内部或周边的支马路。在城市商圈建设中，后街也可大做文章。

在北京，原本低调“隐居”在北京市百货大楼和Apm购物中心背后的两条后街——王府井西街、王府井东街“别有洞天”，这里的商业外摆区、儿童业态聚集区如今是王府井的热门打卡地。王府井大街277号院则变为王府井后街经济“一院、两街、多节点”的中心——“金街会客厅”，不久前还成功举办了首场招商推介活动。

后街不大，功能不少。在王府井西街，一对年轻夫妇说，孩子们可以在此野餐、露营、踢球、戏水，附近还有儿童消费体验区、儿童艺术剧院、供全家人休憩的餐饮咖啡业态等，是全家人消暑避暑的好去处。“这里改造成儿童友好街区以后，周末再也不用操心去哪儿‘遛娃’了。”

“如果说主街是商圈的大动脉，那么后街就像毛细血管。”北京市委党校经济学教研部讲师高辰颖表示，“后街经济”通常指利用支马路打造一批以特色品牌为引领、多元业态融合发展的特色商业街，协同主街构成兼具商业硬实力与人文软实力的商圈发展模式。

为什么要发展后街经济？从空间形态看，商圈主街通常是标准化商业区，空间形态呈条状；后街则大多为非标准商业空间，空间形态呈块状。“发展后街经济可以为城市标志性商圈提供新动能，通过‘条块结合’‘鱼骨布局’，配合主街提升商圈能级、规模和辐射范围。”高辰颖说。

上海是国内最早提出发展后街经济的城市之一。在商业氛围浓厚的南京西路商圈，吴江路、愚园路、威海路、陕西北路等后街早已声名鹊起，从咖啡馆、茶艺吧、深夜食堂到百年老铺……一条条支马路和小弄堂构成了城市商圈“精细且精彩”的毛细血管。

从承载功能看，主街通常为大型商业综合体，入驻主体包括顶级奢侈品牌、快消品牌、连锁品牌等，主要满足普遍性消费需求。“发展后街经济，可以对接最新消费导向，优化商圈业态配置，使后街成为特色品牌和独立小店的创新创业地，以个性化、多元化的商业形态，满足圈层化消费需求。”高辰颖说。

在广东省广州市，北京路商圈以北京路为主街、惠福东路等为辅街，结合越秀书院、李白巷等，打造背巷

城市商圈是居民消费的重要平台，一些特大型商圈甚至成为城市地标。相比之下，商圈主街外不那么显眼的支马路，以往只能扮演配角，在吸引消费方面没太多存在感。

如今，不少城市正探索发展“后街经济”，提升热门商圈商业价值的外溢效应，带动商业资源有序向支马路延伸。

何为后街经济？良好运行的后街经济怎样反哺主街、让商圈整体升级？

文化、后街商业。主街的“商业轴”、后街的“慢行休闲轴”和陈家祠、西堤等文旅资源，共同构成了商文旅特色型商圈。

高辰颖分析，大城市核心商圈往往兼具“城市会客厅”和“城市形象名片”的功能，发展后街经济可以满足城市核心商圈的经济、文化、社会等多重发展目标，促进商圈功能升级，打造体现自身特色、具备广泛影响力的标志性商圈。

后街改造要破解“小、散、乱”

打造“后街经济”不容易。不少城市商圈的后街改造，面临着空间小、产权散、分工乱等问题。后街经济如何突破“小、散、乱”瓶颈？

——空间小，可以通过资金补贴、政策支持，给后街发展铺好路。

受限于空间条件和居住属性，后街商业承载力往往不如主街。基础设施薄弱带来停车难；经营活动产生垃圾、噪音污染等，可能影响居民生活；改造涉及的街区更新、物业维护等工程量大，投资回收周期长……这些都需要政府强化政策支持，做好门槛设定、资金补贴等工作。

高辰颖认为，“有形的手”应在后街经济发展初期扮演更重要的角色，如强化专项资金支持力度、通过整体营销促进品牌推广等。“例如，上海市静安区明确了后街经济建设相关项目的支持标准，对后街品牌调整与引进、进行街景改造维护进行资金补贴，同时推动后街历史文化资源逐步分类向社会开放，提升了街区影响力。”高辰颖说。

——产权散，需要政府主导和市场运作协同发力，给后街发展把脉。

国内许多城市传统商圈支马路也是老街区、老社区，存在街区产权碎片化、改造推进速度慢、统一管理难

度大、业态内容更迭慢等问题，需要以政府主导、市场化运作的模式进行改造。

高辰颖介绍，目前各大城市后街市场化改造有两种典型模式：一是组建平台企业统一运营管理，如上海市长宁区属国企和城市更新运营商共同设立文化公司，推动愚园路整体更新工作，通过资源置换、市场化租赁等形式破解街区店铺产权分散问题；二是服务外包，引入商业运营企业，如重庆市渝北区赋予企业在商业形态调整方面的自主权，推动紫薇路由“汽修一条街”升级为“重庆小曼谷”。

——分工乱，应以科学规划、精准定位，给后街发展定好基调。

据了解，部分城市上马后街经济项目时，对市场需求、居民消费水平、发展潜力论证不足，造成定位不够清晰、业态严重同质化，反而消减了胡同、弄堂原本的“烟火气”，甚至催生了商户经营不善、入驻率低等新问题。

“后街改造应对业态功能预先进行整体规划、精准定位。”高辰颖认为，后街改造的关键是构筑起与主街空间相连、功能互补的后街群落。例如，上海市静安区在细分目标客群需求的基础上规划后街业态功能，形成了南京西路商圈“休闲生活带+文化体验轴+专业街”格局。重庆市渝中区则围绕解放碑-朝天门商圈核心主轴，打造七大历史风貌区、快旅慢游的特色步行系统，更新督邮街等10条支巷，形成了“一核两滨七街十巷”的后街经济集群。

打破“千店一面”“千街一面”

后街不是简单复刻主街商业模式，据了解，发展红火的后街都较好地避免了“千店一面”“千街一面”的同质化情况。

有些商圈后街依靠专业化的商业功能，提升消费体验的不可替代性。

在北京市建外SOHO商圈，临街商铺环抱中，10余条小街穿插于楼群之间，构成独特的后街生态。“这里集中了许多知名婚庆品牌，婚礼策划、礼服租赁、婚纱摄影等一应俱全。”市民王先生说，自己刚在一家商铺预购了婚礼上的甜品，接下来准备定制伴手礼，“来回几步路，就能‘一条龙’搞定备婚。”

有些商圈推动后街经济与“首店经济”“夜间经济”等融合发展。

浙江省宁波市鼓励国内外知名零售、餐饮品牌在核心商圈设立全球性、全国性和区域性首店，如海曙区出台奖励政策，对注册落地的宁波首店、浙江首店、全国首店，向引进品牌的商业运营主体发放奖金，为后街经济增添更多差异化内容。江北区则对老外滩商圈现有的滨江建筑、景观步道、街巷商铺等实施夜游灯光改造工程，打造餐饮、购物、娱乐等为一体的夜间经济样板。

有些商圈立足自身特色，强化品牌效应，满足居民与游客的全客层需求。

重庆市渝中区围绕“后街、天台、江岸、步道、洞穴”等五大资源要素，围绕解放碑商圈，打造特色消费场景，形成了山城巷、戴家巷、小黄楼等特色街区组成的“后街群”，轻轨穿楼、洪崖洞夜景等成为当地旅游业的名片。今年4月，渝中区又选取10条潜力街巷进行新一轮改造与开发。“只要后街的内容够好，支持政策就一定可以覆盖，助力打造小而精、小而美的城市‘微表情’。”渝中区商务委主任江南说。

高辰颖认为，发展后街经济的关键在于因地制宜。改造前，应建立包含空间数据、产业数据在内的后街经济数据库，评估本地后街经济发展潜力，结合城市总体规划等划定重点片区，明确后街经济街区范围，引导发展商业休闲型、历史文化型、创新创业型、生活服务型等类型的后街。

北京、上海等“留白”不多的超大城市，如何发展后街经济？“盘活存量资源是重点，可通过设景、造节、做强夜间经济等方式，提升空间利用率。在内容选取上，将主街外溢的消费功能与商务、运动、文化、金融、科技、设计等功能业态深度融合，让后街成为数字消费场景的策源地、新型消费品牌的孵化地、高品质文化消费的集聚地。”高辰颖说。

（据人民日报海外版）