

“因为超时几分钟,被多收了半小时的钱……”这是不少广州车主的无奈经历。现在有了好消息:广州停车场计费新规于9月实施,政府定价类停车场计费单位由半小时缩至15分钟,同时鼓励停车场经营者设置时长更短的计费单位。不过,新快报记者近日走访发现,目前市内核心商圈多个商场停车场,仍以半小时为计费单位。部分商场更在今年上调停车费,抬高积分兑换门槛变相涨价。有业内人士指出,六成以上消费者会因过高停车费“缩短停留时长、降低消费金额”,商场应算“大账”,警惕“内卷式增收”。

■新快报记者 何璐诗 文/图



广州停车新规9月实施,成效打折扣

虽说鼓励“15分钟计费” 核心商圈仍“半小时起跳”

■聚龙湾太古里明确规定停车收费“不足30分钟的按30分钟计算”。

“超时16秒多收10.5元”,核心商圈仍在“向上取整”

“仅超时16秒,就被多收取10.5元停车费。”近日,有车主在网上晒出广州天河维多利亚广场停车账单,直言21元/小时的停车费是“天价”。长期以来,广州不少停车场,一直以半小时作为计费单位,停车只要超出计费单位哪怕短短一分钟,费用直接“向上取整”。这类“一刀切”的计费方式非常普遍,被车主诟病为停车成本中的“冤枉钱”。

不过,这种情况有望改变。在政策层面,广州已经启动停车收费精细化改革。9月1日实施的《广州市机动车停放服务收费管理办法》将政府定价、政府指导价停车场计费单位由半小时缩短至15分钟,同时鼓励停车场经营者设置时长更短的计费单位。广州市南沙区更先行一步,今年7月率先在两个停车场试点“5分钟计费”,8月扩至14个试点单位。

近日,新快报记者走访发现,政策红利目前主要覆盖政府定价、公共类停车场,核心商圈主流商场属于市场调节价范畴,多数仍维持旧的半小时起算模式。记者在位于广州市越秀区的星寰国际商业中心看到,该停车场以30分钟为计费单位,每小时16元,且未设置15分钟免费停车。即便进场1分钟,也要“向上取整”付8元。而在天河区的天河路商圈,天河城、正佳广场、万菱汇、太古汇均以30分钟为计费单位;广州荔湾的聚龙湾太古里、领展广场……同样没有落地“15分钟计费”。

对此,克而瑞物管研究总监马燕娇认为,商场停车场运营方拥有较大自主定价权,新政对市场化商场的直接影响有限,更多的是具有示范和引导意义。

“目前分钟级计费在现实中仍面临一

定阻力。”马燕娇表示,主要包括三方面:一是计费系统升级带来的技术改造成本;二是精细化计费可能影响原有停车收入;三是更细的计费单位可能增加出口排队和缴费复杂度。

艾媒咨询CEO兼首席分析师张毅则认为,新规体现的精细化计费方向值得肯定,道闸与后台系统改造成本并不算高。但短时车辆集中涌入,有可能对入口通行和车位周转带来新的考验。

中国企业资本联盟副理事长柏文喜表示,15分钟乃至5分钟计费,有助于减少“向上取整”带来的不合理收费。分钟级计费能够通过价格信号引导车辆快速周转,把车位从“被占用的资源”转化为更具流动性的资产,长期来看反而有助于提升车位使用效率。

专家

商场为赚停车费而忽略客流 短视思维该摒弃了

本质上,停车场的收费策略反映的是商场运营思路。业内专家普遍认为,商场需重新定位停车服务价值,摒弃短视的逐利思维。

“停车费收入在商场营收中通常只占5%左右,核心商圈稍高但一般不超过10%,郊区为2%左右。如果把停车费作为创收工具,我认为得不偿失。”张毅指出,过去商业中心高度集中,如今广州商业格局已较为分散,过高的停车费很容易成为商圈竞争中的减分项。

马燕娇坦言:“经济账不能只算停车场这一头,不能只盯着停车费进账而忽略客流价值。”

柏文喜同样认为,商场运营核心是算“大账”而非“小账”。“停车场收入占比不高,但影响100%的到店转化。”在他看来,合理标准应该是“停车收入+租金溢价+销售分成”的综合收益最大化,而非单点停车收益最大化。他建议,商场停车定价可与周边竞品保持10%以内价差,通过消费满额免停形成“以商养停”的闭环;同时,提高车位周转效率,比单纯提高单价更健康。

成熟商圈停车费涨价、积分兑换门槛飙升,专家:需警惕“内卷式增收”

除了粗放的计费规则,部分核心商圈商场的停车定价和涨价策略同样“劝退”不少消费者。

在暑假的雨季,因为没法到户外活动,经常去商场遛娃的市民程女士看到了张贴在商场内的停车收费新方案。8月1日,广州环贸中心再度上调停车费,前2小时由16元/小时调整为18元/小时。

新快报记者了解到,今年以来,广州多个成熟商圈项目收紧停车权益,或抬高积分兑换门槛。6月起,天河城TEEM会员每月3张1小时免费停车券不能再叠加使用,改为一天仅能抵扣1小时。天汇广场和天

环广场的积分兑换门槛大幅飙升,其中天环广场兑换1小时停车积分,从工作日300分、周末500分,涨至工作日2500分、周末4000分,涨幅超八倍。

有业内人士指出,商场调整会员停车权益,存在筛选客群、淘汰“只停车不消费”群体的意图。同时,停车费收入虽在商场整体营收中占比不高,却直接影响项目考核指标。

艾媒咨询数据显示,58.42%的消费者因高端商圈停车费过高,会选择转向停车成本更低的大众化商圈。高达63.02%的消费者会因过高停车费“缩短停留时长、降低消费金额”。

新商圈免费停车引流,近六成消费者会转移消费地点

与核心商圈涨价的策略相反,广州新兴商圈及部分存量商场选择以低成本停车引流,将停车作为抢客的突破口。在广州金融城商圈,新开业的君超中心和金融城广场均打出“免费停车3小时”的引流牌。珠江新城商圈部分商场则走“轻门槛”路线,粤海天地在工作日任意消费即可免费停车1小时,周末及节假日免费2小时。K11在暑期推出了任意消费免费停车2小时的活动,并在9月延续此优惠。

“周末家人吃饭或朋友见面会首选这

里,不用在天河核心区塞车,任意消费可以免费停车2小时。”在粤海天地,市民刘先生告诉新快报记者,自己每周都到该商场消费,叠加100积分换1小时免费停车,吃顿饭通常不必缴停车费。

根据艾媒咨询的数据统计,高昂停车费并非减少整体消费需求,而是消费转移。超九成消费者因停车费放弃到目标商圈消费,其中58.37%会转向停车成本更低的同类型商圈,40.41%会直接取消消费计划。

马燕娇向新快报记者表示,停车费对

消费者出行决策有直接影响。“如客流减少、商户生意受影响,可能引发撤铺、空铺,最终影响商场的整体资产价值。”

柏文喜认为,这种分化的背后是广州商业地产的存量博弈加剧。成熟商圈的商场有稳定客流基础,敢于用停车费“收割”存量客户,说明其竞争护城河来自地段稀缺性而非体验;新商圈、新项目以免费停车优惠引流,恰恰暴露出广州新兴商圈客流不足的窘境,停车优惠实为“买流量”的营销费用。



扫码了解
广州楼市最新动态