

# 数字经济下的 完美生活圈研究

——以杭州市为例

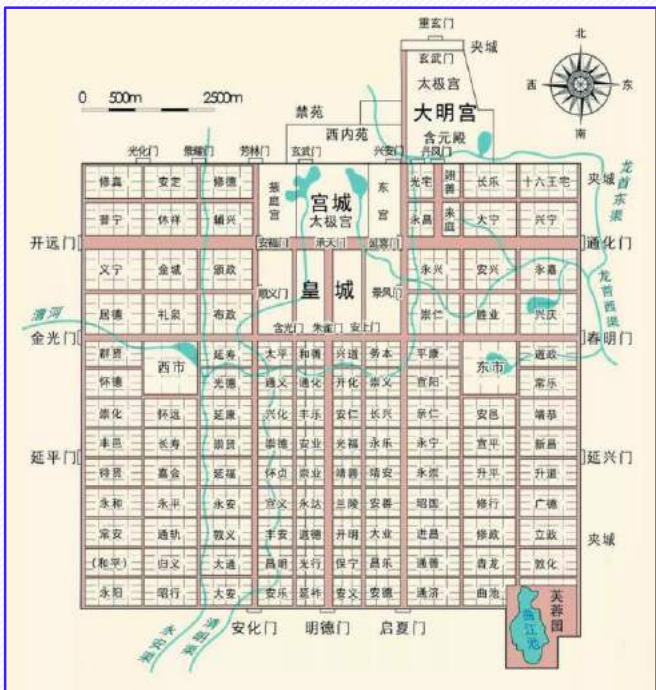
阿里新服务研究中心  
南京大学空间规划研究中心  
2021.9



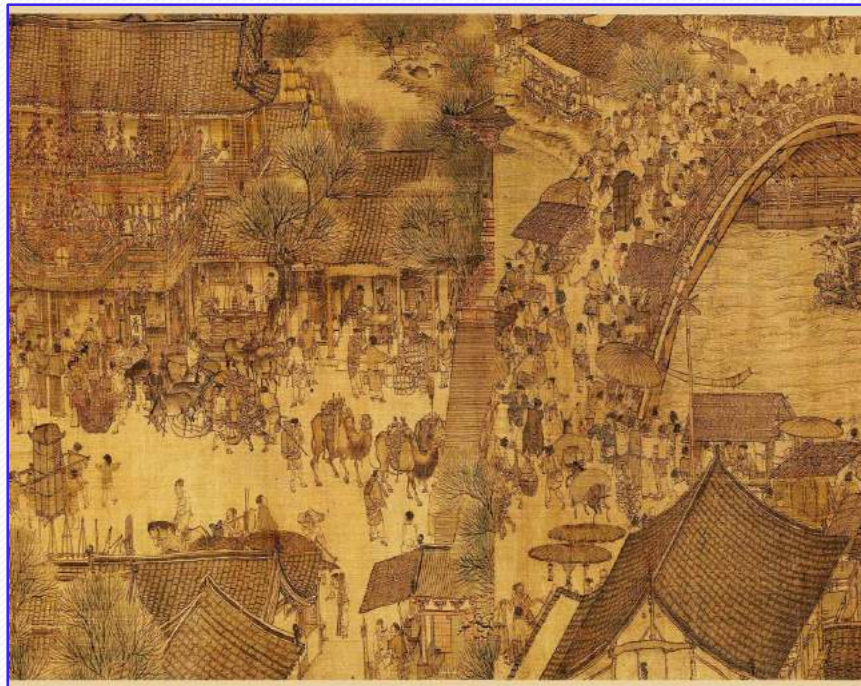


# 01 生活圈是什么

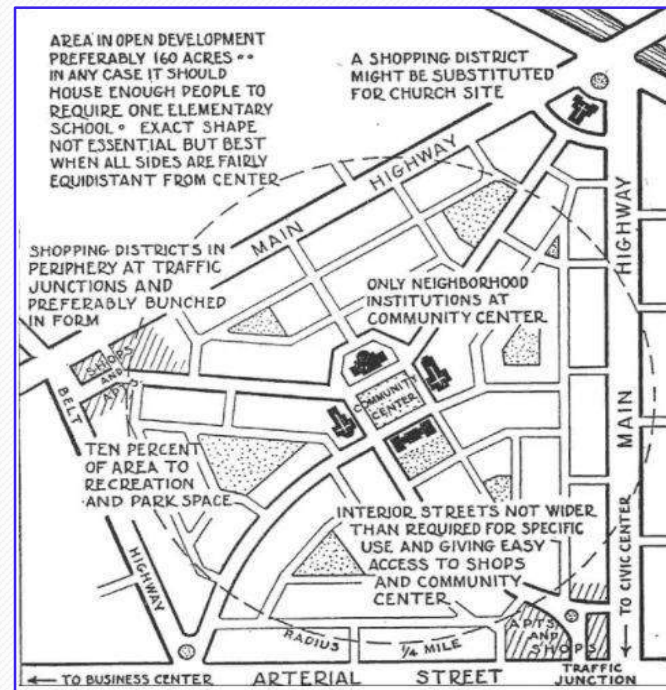




“东市买骏马，西市买鞍鞢。”  
——自春秋到唐的里坊制度  
图为唐长安城平面图 ©星球研究所



“市列珠玑，户盈罗绮，竞豪奢。”  
——取消坊墙，居住区和商业区互相开放的  
街巷制度  
图为《清明上河图》（局部）



20世纪20年代的邻里单元——一种适应现代化机动交通的，涵盖居住、教育、商业、娱乐等多元功能的社区环境

古今中外，形态在变，但生活圈“让生活更便捷”的初衷和目标从未改变



TOKYO

## “定住圈”：

居民以**家**为中心，开展一日生活所需的**通勤**、**购物**、**休闲**、**医疗**等活动所形成的空间范围，是组织**生活圈**的基本空间单位。

**1965** 日本《第二次全国综合开发计划》



SHANGHAI

## “15 分钟社区生活圈”：

打造 **15 分钟社区生活圈**，社区**公共服务设施** 15 分钟步行可达覆盖率达到 **99%左右**”。

**2018** 《上海市城市总体规划（2017-2035）》



BEIJING

## “一刻钟便民生活圈”：

以**社区居民**为服务对象，服务半径步行 15 分钟左右的范围内，以满足**居民日常生活基本消费**和**品质消费**为目标，以**多业态集聚**形成的社区商圈。

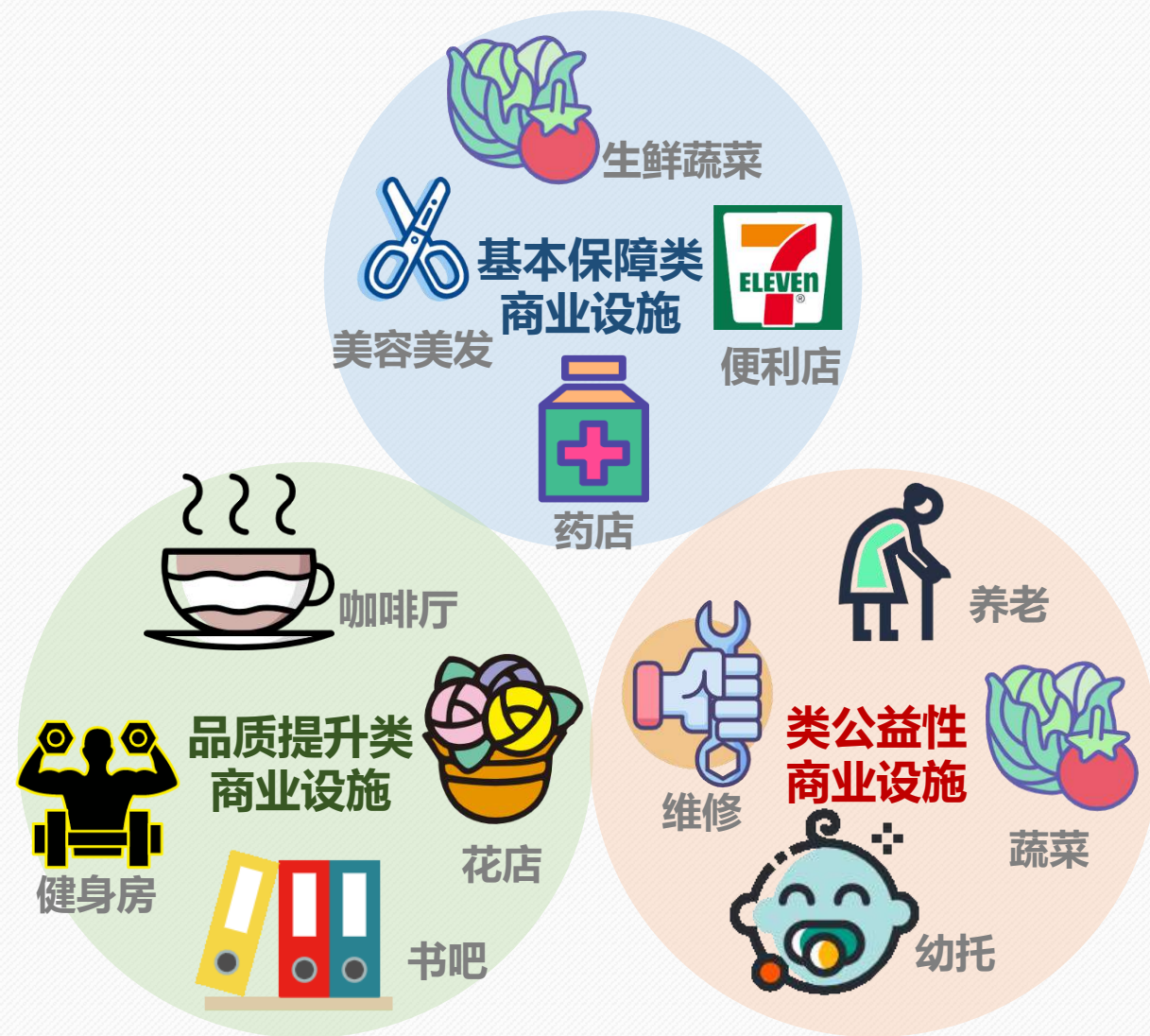
**2021** 《关于推进城市一刻钟便民生活圈建设的意见》





### 社区公共服务设施差异化供给策略图

图片来源：邹思聪等 基于居民时空行为的社区日常活动空间测度及活力影响因素研究：以南京市沙洲、南苑街道为例 [J]. 地理科学进展, 2021, 40(4): 580-596



### 便民生活圈商业设施分类

图片来源：基于2021中国商务部《关于推进城市一刻钟便民生活圈建设的意见》作者自绘

## 02 数字经济对生活圈的影响是什么

# 数字经济对生活圈的影响是什么

- **线上外卖用户规模巨大**：截至 2021 年 6 月我国网上外卖用户规模达 **4.69 亿**，占网民整体的 **46.4%**。
- **外卖行业蓬勃发展**：在**外卖业务收入**、**数字化水平**、**行业覆盖内容**等方面呈现显著特点。
- **生活圈内涵和范围扩大**：服务的**可达**让位于服务的**可获取**，对周边线下店铺的被动筛选到在线对店铺的自由选择。





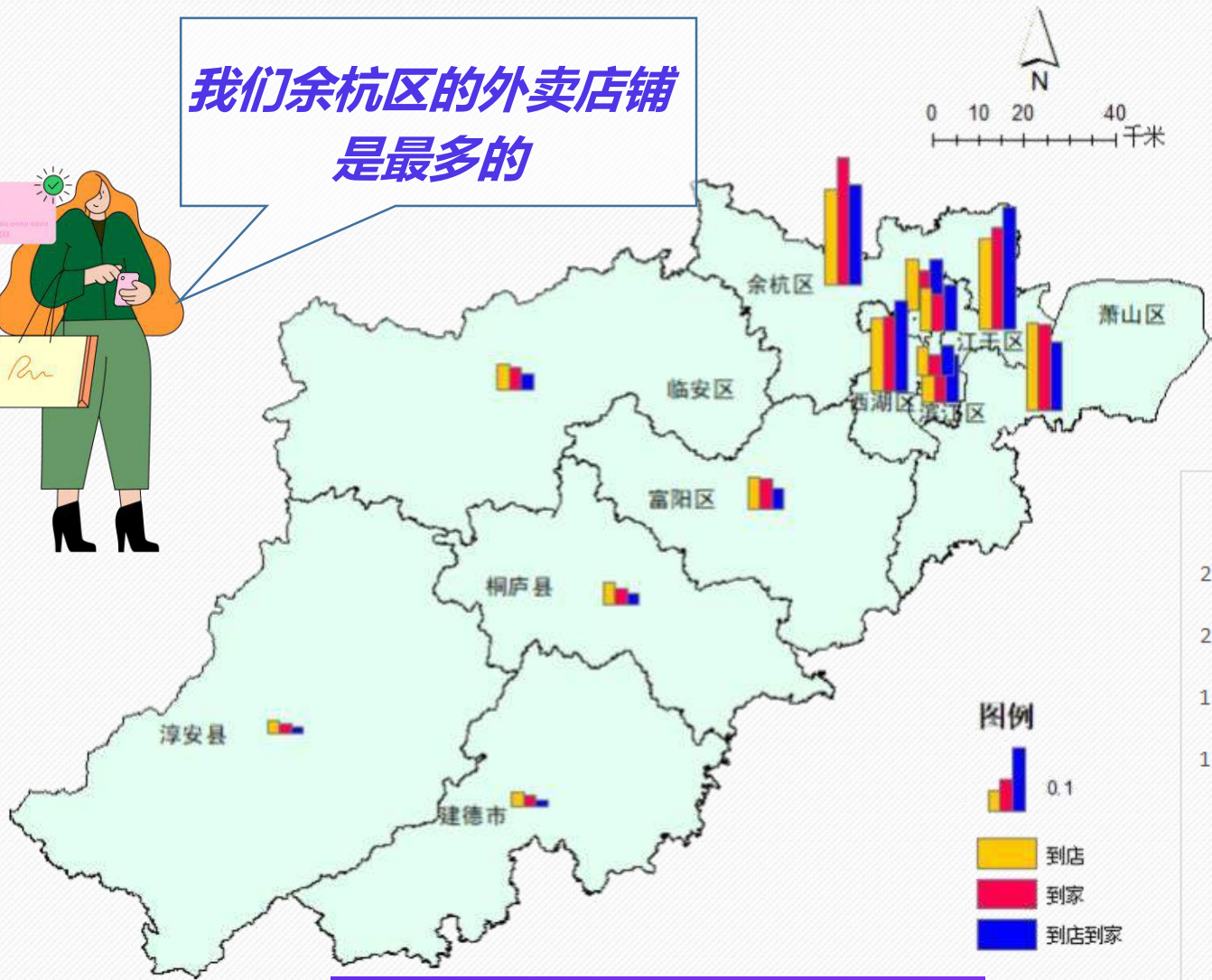


# 03 数字经济下杭州生活服务的特征是什么



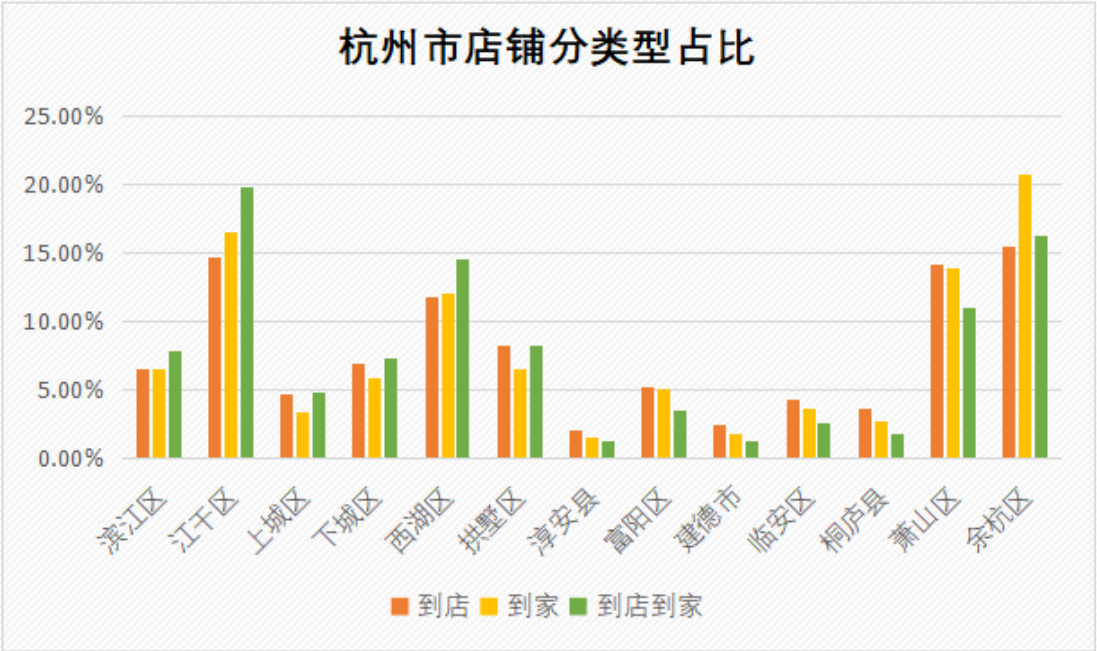
# 数字经济下杭州生活服务的特征是什么？

我们余杭区的外卖店铺是最多的



杭州市店铺分类型占比空间示意图

- 杭州市**中心城区**线下店铺积极发展线上配送服务。**余杭区**店铺在线化程度明显，**外部区县**店铺主要以提供线下服务为主。



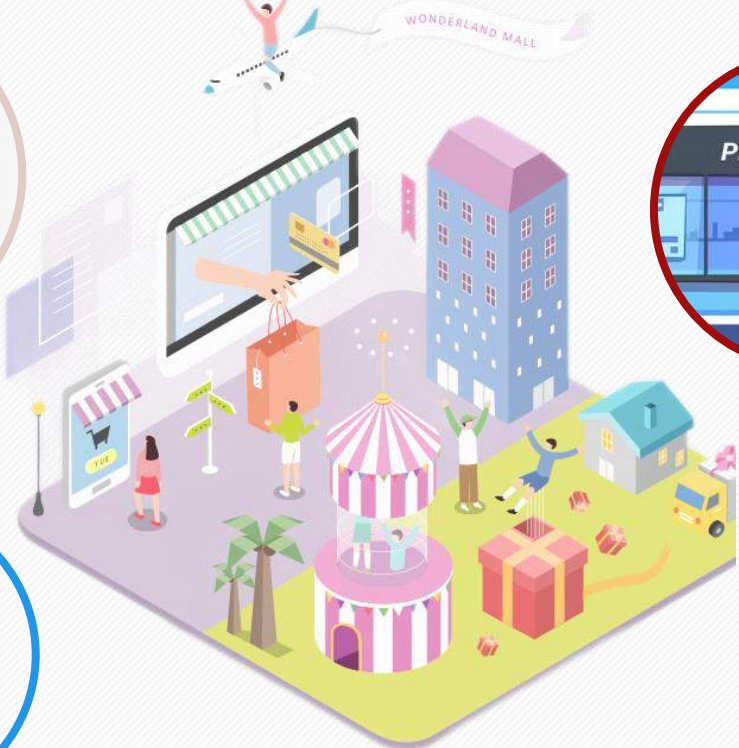
# 数字经济下杭州生活服务的特征是什么？



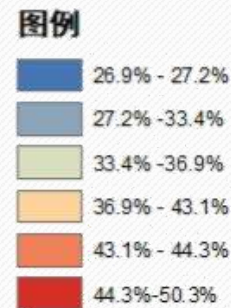
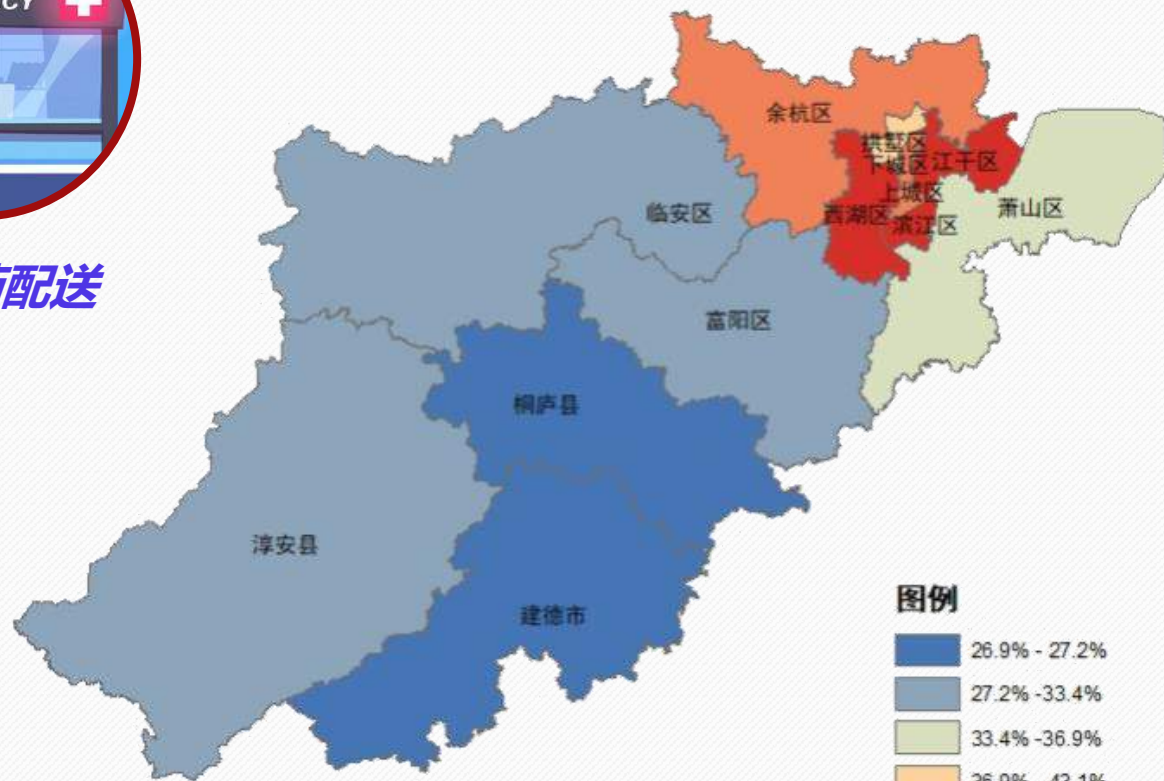
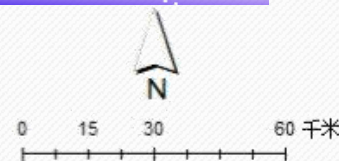
商品配送



餐饮外卖



医药配送



## 杭州东北各区线上获取生活服务的可能性更高

- 杭州市中心城区与余杭区的商服线上化程度超过全市平均水平39.02%

杭州各区商业服务线上化程度示意图



# 数字经济下杭州生活服务的特征是什么？

## 各类商服线上化类型有差异

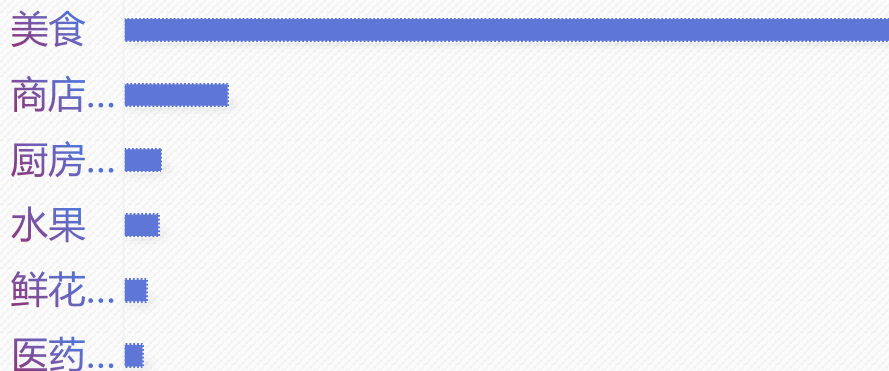
- 线上商服**美食类**异军突起，占比接近80%，而线下**休闲娱乐类**占比最高，其他类别逐级递减。
- 只提供线上的商服以**便捷式、可送达到家**的类别为主，只提供线下的商服以**体验式、需身临其境**的类别为主。
- 上述特征在余杭区表现的更为明显。



### 线上服务类型



#### NO1.美食



果然，打工人线上点单最多的还是快餐盒饭。。。



# 数字经济下杭州生活服务的特征是什么？

## 各类商服线上化类型有差异

- 线上商服**美食类**异军突起，占比接近80%，而线下**休闲娱乐类**占比最高，其他类别逐级递减。
- 只提供线上的商服以**便捷式、可送达到家**的类别为主，只提供线下的商服以**体验式、需身临其境**的类别为主。
- 上述特征在余杭区表现的更为明显。



### 线下服务类型



休闲娱乐

超市便利

美食

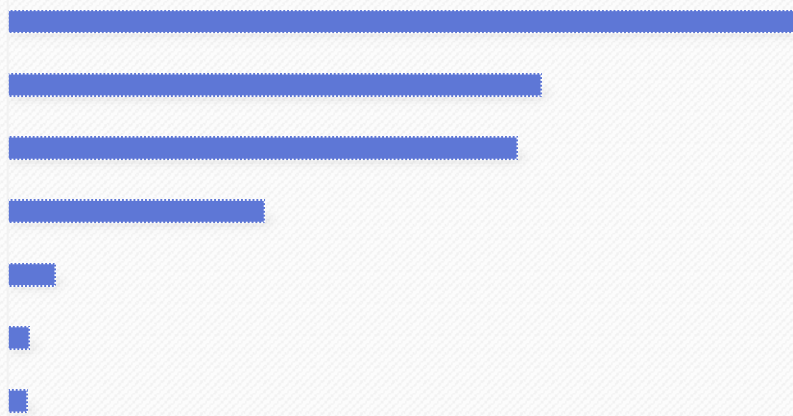
生活服务

结婚

医药健康

宠物

#### NO1.休闲娱乐



亲子活动



摄影美拍



运动休闲



美容美甲

爱美、顾家、健康  
是杭州人线下活动的  
关键词





# 数字经济下杭州生活服务的特征是什么？



## 线下店铺空间布局

### 中心性集聚

线下店铺空间格局,集中点分布在上城区、滨江区和江干区,与中心城区的城市功能布局重叠度较高。



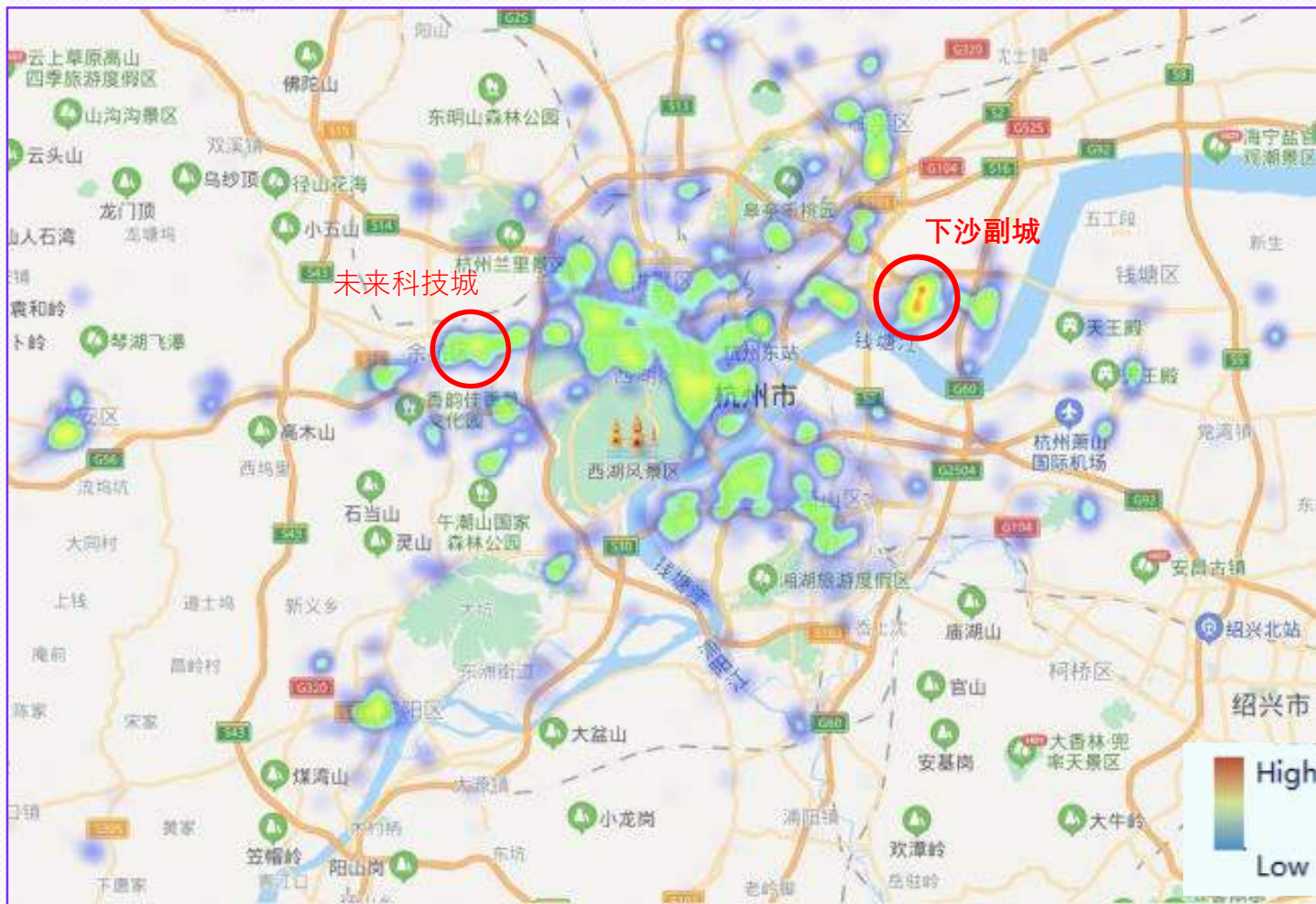
# 数字经济下杭州生活服务的特征是什么？



## 线上店铺空间布局

### 社区式分散

线上店铺空间格局，除了以未来科技城、大学城为中心的区域性集聚，主要呈现出围绕社区的**分散发展**。



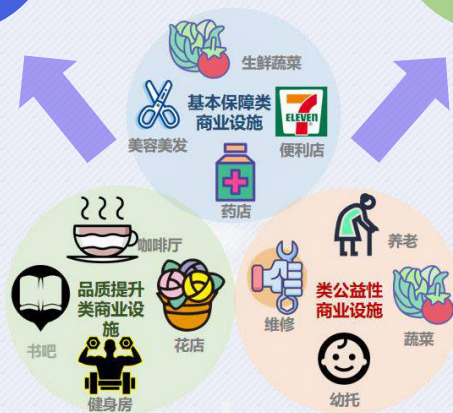


# 数字经济下杭州生活服务的特征是什么？

传统线下生活圈  
以**社区**为中心

◆均衡性服务

◆定点性服务



新线上生活圈  
以**居民**为中心

◆个性化服务

◆移动化服务



# 04 数字经济下的杭州商服用户需求特征是什么



# 数字经济下杭州商服用户的需求特征是什么？

## 线上服务用户需求时段

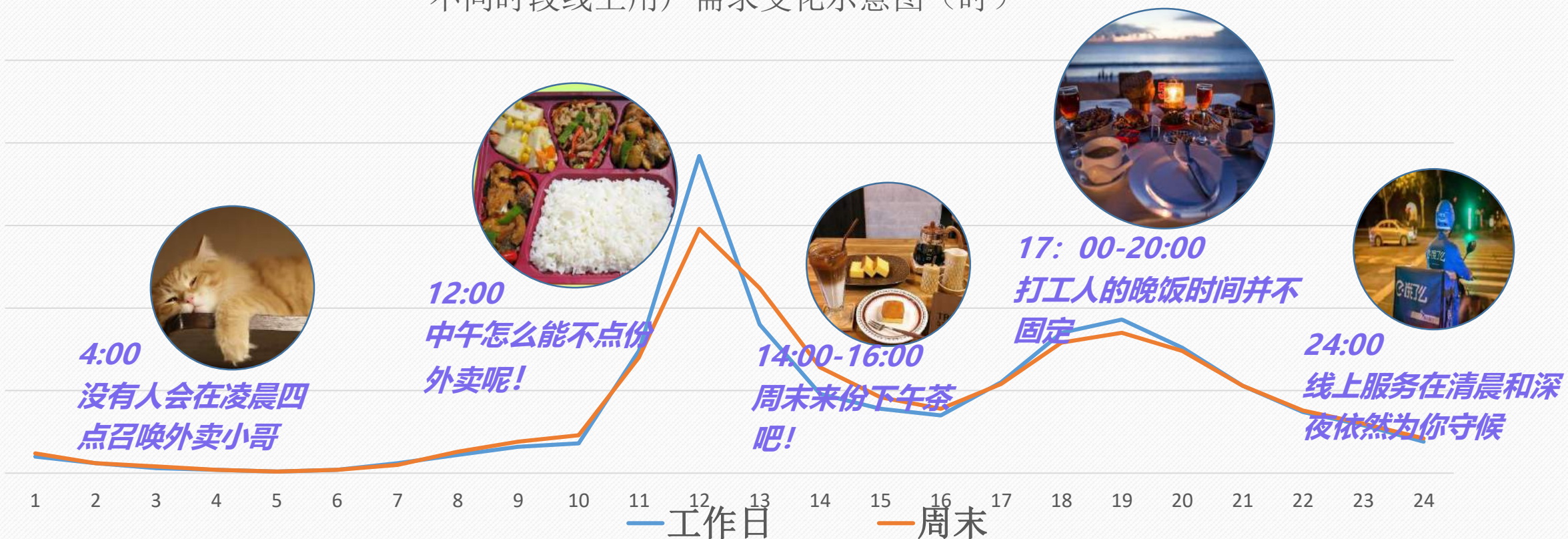
清晨：7am-10am

晚上：5pm-8pm

中午：11am-2pm

凌晨：10pm-1am

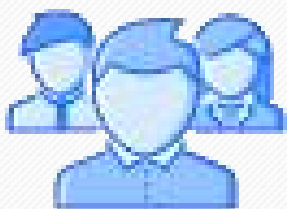
不同时段线上用户需求变化示意图（时）



# 数字经济下杭州商服用户的需求特征是什么？

## 与年轻人集聚度强相关

- 收货地的热点分布主要聚集在大学城、科技型企业，以及商业商务中心区；
- 大学城范围内，学生用户占主导，该类用户群体需求最为显著，如浙江大学周边、江干区下沙大学城。科技中心主要在余杭的未来科技城和滨江的阿里巴巴园区附近。



外卖用户



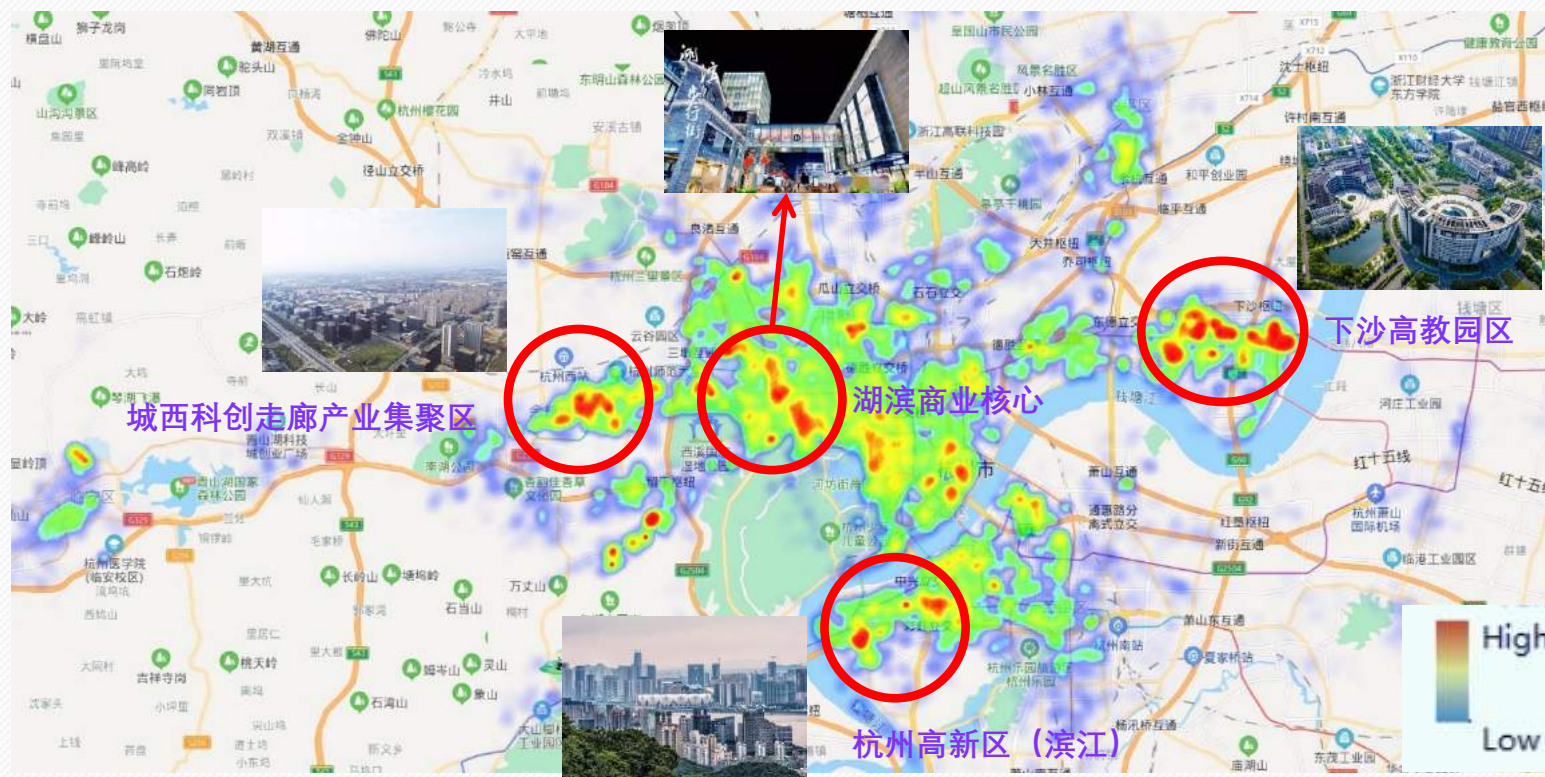
学生



上班族



家庭



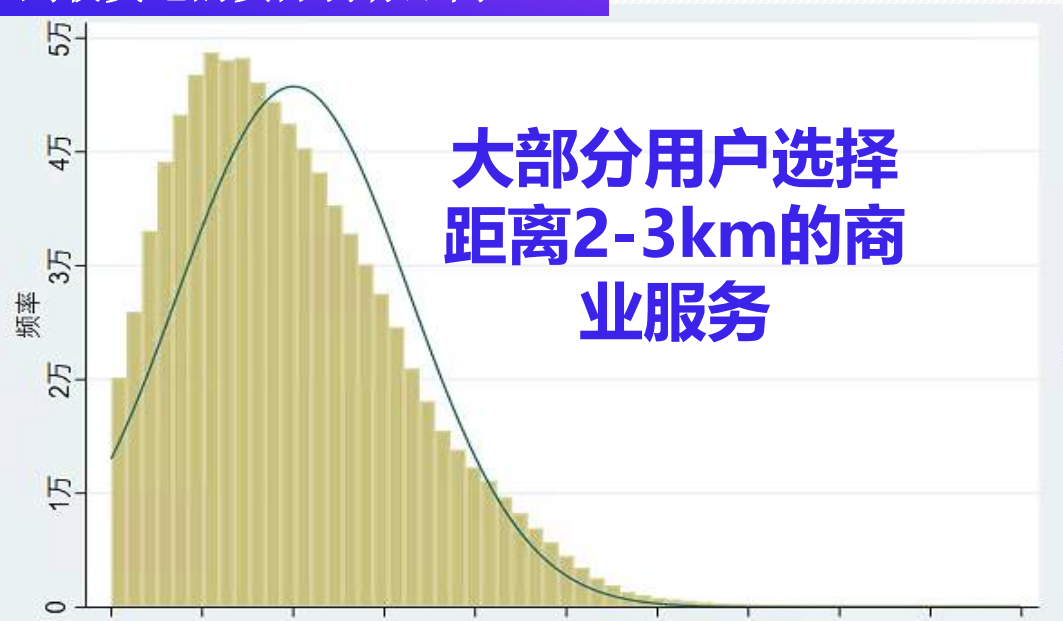


# 数字经济下杭州商服用户的需求特征是什么？

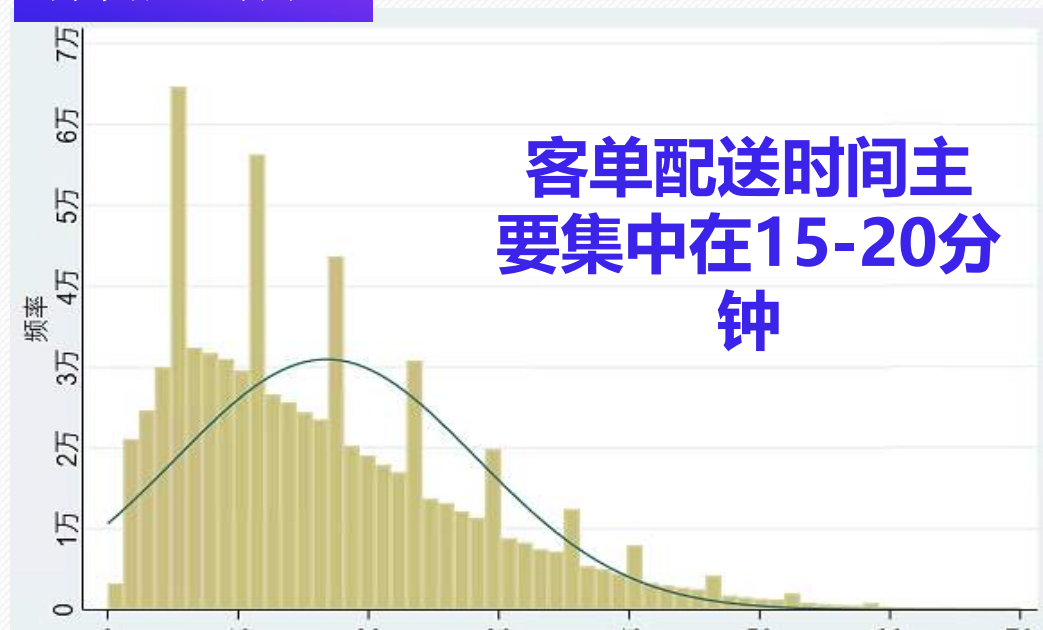
## 从服务可达到服务可获取

- 随着互联网技术和基础设施的进一步完善，考察服务品质的重要指标将**从可达性转变为可获取性**；
- 生活圈通常强调居民步行15分钟可达范围的公共服务设施，通常服务半径1000米；
- 移动互联网时代的生活圈可以扩展为十五分钟内骑手的链接范围，从而**让更多服务从不可达变为可获取**。

到收货地的实际骑行距离



骑手配送时间



距离较近

距离较远

时间较短

时间较长

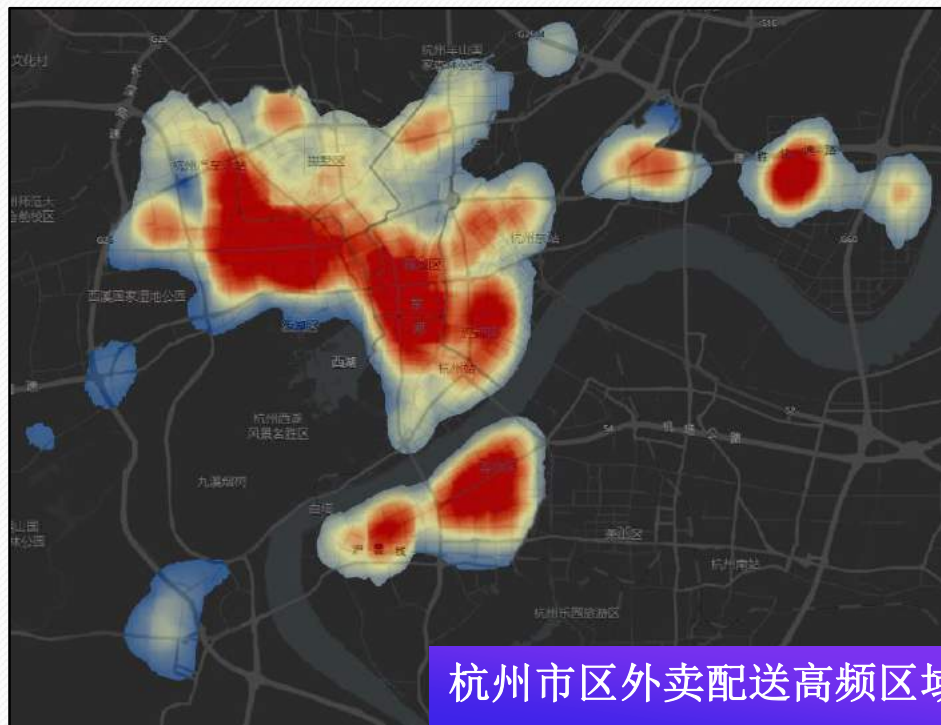


# 05 数字经济下完美生活圈可以做什么



## 区域层面

- 识别外卖配送的高频区域，优化路网设计，加强交通管理，提升道路承载能力。
- 电动车作为骑手的首选，可以考虑提升相应路权。针对未来可能出现的无人配送考虑设置分时专用通道。



杭州市区外卖配送高频区域

与机动车抗争的外卖骑手



正在试运行的无人配送车

## 数字经济密集地区

- 区分数字经济密集地区与普通社区，进行差异化的建设和管理。
- 在提供线上服务较为密集的区域，集中配备**电单车充电桩**及多样、人性化休憩设施，以满足骑手出行和等餐的需求。
- 针对用户需求设置固定位置的**智能取餐柜“提盒”**，通过人脸识别或者取餐码进行订单的收取。





## 社区层面

社区服务的可达性与可获取性相结合

**15min**

从家门口到服务点  
步行可达



**30min**

可获取的上门服务



更大范围  
更多服务



## 社区层面

### 实体生活圈与数字化生活圈相结合



### 商业服务与半公益服务相结合

#### Ex: 养老医疗服务

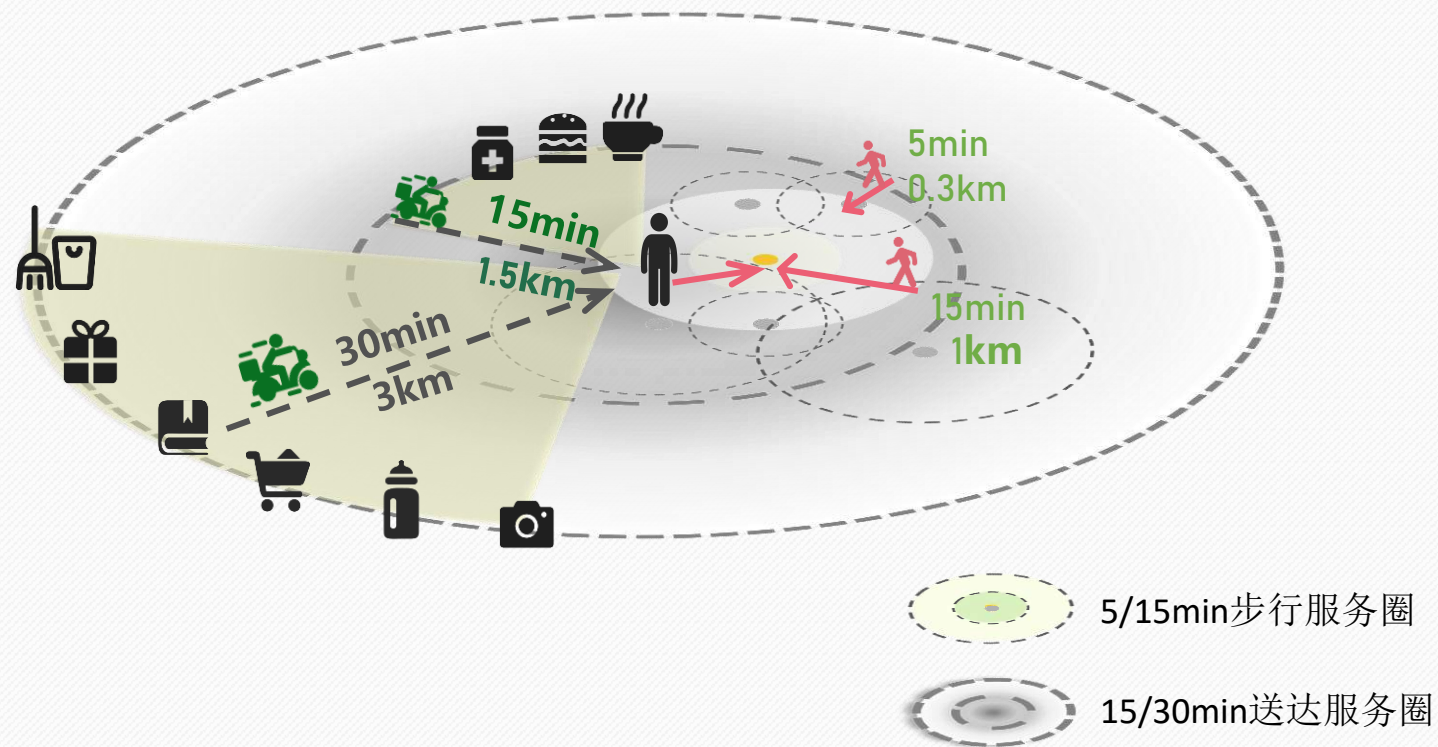
定期健康检查  
紧急救护  
上门送药 ...



# 美好生活圈新模式



以设施为中心的生活圈



以居民为中心的生活圈



感谢观看！