

嵌入式消费： 在日常中重构城市生活边界

■本报记者 徐子涵 通讯员 胡彦博 茅斌

一早走出家门，早餐摊就在楼下。顺便把快递取了，新的一天在细碎的小事中开始。午休时，咖啡馆成了短暂的休憩点，一杯意式浓咖，驱散午后的疲惫。下班后，生鲜超市就在不远处，挑选几样食材，回家做个简单的晚餐，生活被这样的小小便利悄悄滋养。

城市的“最后一公里”，不是距离的概念，而是与生活之间的无缝连接。丽水人家门口的社区商圈，正从最初的购物场所，演变为全方位的生活空间。

家门口的便捷生活圈

临近傍晚，位于丽水经开区秀山小区的美食一条街热闹起来。

这条街巷的两侧是居民区，空间布局紧凑，是发展服务业的最佳场所。不到300米的街道，自西向东分布着几十家餐馆，由北往南密布数十个小吃摊。浓郁的市井腔调、地道的传统风味在这里汇聚，也让这片区域有了独属于自己的生活节奏。

每天下班回家时，小区居民蓝梓涵总会在这条街上游逛一番。“吃完晚餐，再去公园走走，松弛自在。”对她来说，这条街不仅是吃饭的地方，更是生活方式的体现。这里的餐馆、摊位就像是她日常生活的一部分，走几步就能找到想要的美味，且不用为餐后清理或者路途疲惫担心。

这种便捷的生活，并不只出现在秀山小区。在市区岩泉街道大家·未来社区，居民吴晓丹的生活也有着相似的便利与舒适。早晨，她出门第一件事就是到楼下的包子铺打包一份早餐。热腾腾的包子和豆浆，是她工作日清晨的标配。饭后，她会再步行2分钟，到社区门口搭乘公交去公司上班。

午休时，吴晓丹通常会回家小憩。走进小区后，她会习惯性地单元楼下的智能快递柜前停下，熟练地输入取件码，取走寄存的快递包裹。“取快递、休息两不误，省去了专门跑驿站的时间。”她说，有时为了提神，她还会拐进社区商业街上那间名为“橘子海”的咖啡馆，点上一杯现磨咖啡，为下午的工作“充电”。

晚上下班后，她也不用绕远路买菜，社区门口的“莲都山超”已经为她准备好了当天的各种新鲜食材。鲜活的鱼虾、本地农户种植的蔬菜、经济又实惠的瓜果——这些都是她晚餐的选择。“现代城市生活中的这种便捷感，实实在在提升了我的生活质量。”

这正是当下“社区商圈”模式的体现。与传统商业区不同，社区商圈的出现让居民能够在日常生活的每个环节中，都能享受便利的服务。从满足基础生活需求的餐饮、购物，到幼儿托育机构、社区食堂、健身场所、图书馆等公共场所，再到丰富的娱乐和文化空间，社区不再只是承载简单的起居功能，而是逐渐变成了一个功能全面、生活便捷的“微型城中城”，让生活更加高效、灵活，且充满温度。

正在转变的消费习惯

过去，大型商场是“购物达人”胡巧燕的首选消费场所。她经常出现在市区的万地、银泰、百货大楼等商圈，逛街、挑选衣物、化妆品，都是她的日常。如今，事情发生了变化。

一年前，她的生活轨迹悄然回到了小区周边。“现在，大部分衣服、化妆品都是网购解决的，线下消费主要集中在健身、按摩等需要人工服务的项目。”她说，曾经需要大老远跑到商圈的购物需求，现在几乎都能在小区

周围满足——健身房、美发店、按摩店，什么都有。

胡巧燕特别喜欢小区内的社区店，因为这些店一般人少，店员也不多，大多数服务都是预约制。“以前在大商场的健身房健身，每次都有人向我推销课程，买了私教课，马上又被推荐拉伸课，不堪其扰。”胡巧燕说，社区健身房的教练不多，时间又有限，对于买课便没有执念，“相比那些强烈推销的环境，这样的舒缓节奏让我更轻松自在。”

董红也是社区店的常客。她不仅喜欢小区周边的店铺，还经常通过团购软件，找到别的小区社区店去“打卡”。“这些小店的老板大多年轻，对店里的环境、产品都有自己的独特见解。”董红说，与千篇一律的连锁加盟店相比，社区店的服务更个性化，给她带来的体验也更有新意。

对于一些年长的居民来说，社区商圈的便利感尤为显著。叶奶奶每天清晨散步，路过新开的生鲜超市，总会进去买些新鲜蔬菜，而在过去，她得转乘两趟公交车去远处的农贸市场，拎着一大堆菜回家，“家门口的菜新鲜，价格也不贵，买完上楼，锅里的粥还是热乎的。”

对于消费者来说，社区商圈的吸引力就在于它不再远离生活。便利的可达性，适度的边界感，都是人们愿意前往的理由。而这一切，可能只是现代城市生活日益精细化、个性化的开始。

释放多元的消费潜力

城市社区里，居民集中，消费需求自然也聚集。这个市场，不仅庞大，还变得越来越细分，而消费者的需求，也在此进程中被细致触达。

住在未来社区的年轻人叶宏涛，过去很爱打台球，但往返交通的时间成本提高了打球的门槛，让他渐渐放弃了这项爱好。直到今年3月，他在小区附近发现了一家新开的台球馆，甚至能提供个性化的教学和休闲娱乐相结合的服务。于是，他毫不犹豫地办理了会员卡，“往年得开车半小时去打球，现在步行5分钟就到了，随时能来‘练练手’，太方便了！”

便利性只是起点，专业服务则引发了更深层的消费热情。台球馆提供了定制化的进阶课程，叶宏涛希望提高自己的技术，就试着报了名。专业教练的细致指导让他快速突破了技术瓶颈，“比自己摸索效率高多了”。几节课下来，他的进步显而易见，也因此对场馆的服务产生了更多兴趣，不仅续订了更高级别的私教课程，还开始关注会员积分赛和趣味挑战赛，社交圈和娱乐生活也随之丰富起来。

叶宏涛的故事并不是个例。在社区商圈中，很多新兴的商业形式都在尝试跨越传统的娱乐功能，向更广泛的需求靠拢。这些场所不仅提供娱乐，还有技能提升、社交互动等多重功能。这样的复合业态，精准捕捉并满足了居民在便捷性、服务深度等多个维度的需求。

这种变化，并非偶然。社区商业的成功，恰恰在于它的精准：了解并满足居民日常的便捷需求，同时通过优化服务，让消费者将兴趣转化为长期投资。一项简单的爱好，通过高质量的课程和细致的个性化指导，就能成为人们生活的一部分。这其实也反映了社区商业的趋势——从“生存型”服务向“体验式”“沉浸式”服务转型。

显而易见，当越来越多“小而美”“专而精”的店铺提供着与人们日常生活紧密相关的产品和服务时，消费者就会逐渐转变成深度用户，被激发出更深层次的消费欲望。

记者手记

社区内外 商圈新生活

本报记者 徐子涵

推开家门，早餐铺的香气、智能快递柜的提示音、转角咖啡机的嗡鸣、生鲜超市的扫码声……无需远行，生活所需在几步之遥便触手可及。社区商圈，这烟火升腾的“生活圈”正在重塑城市消费的日常图景。

不知不觉间，人们习以为常的消费轨迹已经转向。胡巧燕告别大型商场，在社区预约制健身房中寻得松弛空间；叶奶奶也不必辗转公交车去囤菜，清晨散步的间隙，社区生鲜店的新鲜蔬果便足以装满菜篮。居民消费正从目的性“外出采购”，向家门口无痕嵌入的“场景化生活”过渡——便捷触达仅是起点，那份适度边界感与契合心意的服务温度，才是真正诱人驻足的魅力。

更深层的变化在于，社区商业正以其“小而美、专而精”的独特形态，激发并承接了曾被核心商圈遮蔽的多样化消费潜能。叶宏涛的转变便是缩影：当社区台球馆不仅提供“打几杆”的便利，更以“娱乐+教学+社交”的复合业态点燃他的学习热情与投入意愿，“偶尔消遣”便升华为“系统参与”。社区商业的魅力，正在于它精准洞察并满足了这些多维、细分的潜在消费需求，将“最后一公里”转化为释放消费活力的热土。

社区商圈兴起的背后，是生活理想与商业逻辑的一次合流。它让便利可感可及，让服务带有人情刻度。当“最后一公里”被精心打造为可触摸的生活场景，居民收获的不仅是一份从容，更是一种可把握的幸福日常。这烟火咫尺的便利生活圈，最终拓展的是人们对美好生活的想象半径——让生活本身，成为最值得流连的风景。

■本期策划主题

新消费时代的演进与前瞻

深读
丽水