

# 商業中心區零售店停車策略

## 零售店停車的主要特點

L.Dennis Burns. CAPP / Matthew Q.Inman

陳雪梅·張寶君譯

使商業中心區的零售業重現活力是商業中心區實現真正復甦的難點之一，而方便、充足和易通達的停車位則是商業區零售商業成功的最關鍵因素。

在零售業振興計劃中，全面的“零售業停車策略”經常被忽視或低估。很多情況下，該策略應納入新建停車場或至少是改建或重新配置現有停車資源的重大投資中。停車位的供應問題解決後，接下來應考慮更大範圍的停車場管理策略。

對商業區零售店停車場來說，採取綜合分析法很重要，因為商業區零售店的周邊環境與郊區購物中心或“大盒子店”相比有著明顯的不同。遠離城市商業區的郊區購物中心或“大盒子店”有很多明顯的停車優勢：



方便，充足和易通達的停車位置是商業零售商業成功的最關鍵因素，在零售業振興計劃中，全面的“零售業停車策略”經常被忽視或低估。



採用停車執法新技術提高執法工作的效率和效力，例如電腦化的停車執法硬件和軟件程序，以及帶有GPS定位功能的手持式車牌識別系統。

- 豐富的土地資源可以提供廉價的地面停車場（通常是免費的）；
- 視線從停車場可以直接看到商店，通行路線簡單明了；
- 較短的步行距離、寬大的車位寬度等體現出較高的服務水平；
- 具備可以個人擁有和控制的專用停車位；
- 通過直接管理，可以提高控制員工停車行為的能力。

近幾年，很多城市商業區通過實施振興計劃取得了前所未有的成功。值得一提的是，這些成功並沒有被購物中心業者所忽略，他們還因此調整了策略以保持競爭力。美國今年只有一個封閉式（現在被認為是“舊式的”）購物中心項目在建。購物中心設計的新趨勢是“生活方式中心”的概念，這些新型的購物目的地在特徵和功能上向“真實的市中心”或“商業街”看齊，他們往往都有市中心的所有便利設施，當然也有為數不多的瑕疵。他們認為最糟糕的是缺乏真正的商業中心區所擁有的時間、歷史和多樣性帶來的那種不言而喻的品質，顯得不真實，“像曲奇模具似的”。當然，好處是他們有充足的、好布局的而且免費（很常見）的停車場。

儘管當商業區的停車問題來臨時，我們很少可以從一個嶄新的環境中著手，但一些和零售店停車策略有關的基本原則可以採用，這些原則能為商業中心區的零售店提供一個經過努力可以成功的機會。商業區零售店停車策略的主要內容包括：

## 路邊停車

作為最方便設置的停車資源（因此也最貴），路邊停車位的有效管理是關鍵，通常包括以下內容：

- 路邊停車應優先供短期訪客停車。
- 路邊停車定價要高於路外停車。
- 要有一個有效且持續的的停車執法管理——這樣做的主要目的是為了達到提高路邊車位周轉率的設計目標。
- 結合時間限制來支持商業區零售商的不同用途，例如咖啡店、乾洗店與餐館、服裝店相比有著不同的停車需求。
- 在停車咪表處使用易讀取、彩色編碼、有時間限制的標誌是簡單而重要的方法，可以讓司機在停車之前就知道這個路邊泊位的時間限制要求。
- 制定有效的商業中心區裝卸貨區規劃，以支持零售店的裝卸貨。
- 建立路邊停車處罰機制，對偶爾的違章停車者可以適當寬恕，對真正的問題，即占用了本應短期停車位置的長期停車屢犯者，採取強制措施。
- 制定完備的法律框架以支持執法行為（例如可以制定一項地方性條例，要求車輛從一個限時停車位移動到另一個停車位時，



移動距離應不少一個街區）。

- 採用停車執法新技術提高執法工作的效率和效力，例如電腦化的停車執法硬件和軟件程序，以及帶有GPS定位功能的手持式車牌識別系統。
- 持續不斷但不被預知的停車執法路線。
- 路邊停車收費方式、處罰機制和執法措施的綜合使用，最終可以使路邊停車位始終保持15%的空位率。15%的空位率是非常重要的，因為這樣可以使商業中心區的通達性看起來更好，從而鼓勵那些被精心設計的店面所吸引的潛在顧客能停下來購物。
- 在採用上述策略的基礎上再設置一些標誌牌，指向可用的路外零售店停車場，這樣做也很重要，能讓顧客感覺到有更多的停車選擇。
- 採用新型的路邊停車咪表技術（能接受信用卡或悠遊卡支付的多車位或單車位咪表），提供更加用戶友好的付費方式，目前已逐漸成為商業中心區的主要策略。得益於無線通信和太陽能等技術的進步，設備的安裝成本和運營成本也有所減少。

## 路外停車

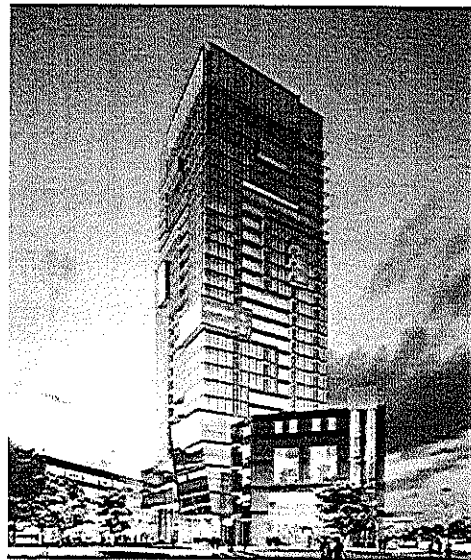
在商業中心區環境下，零售店停車的主要問題是如何在靠近零售店主體建築或走廊的地方提供大型的、易尋找的停車庫。小型路外停車場對那些經常到商業區的司機來說很有用，但這些停車位資源不足以有效支持一個人氣較旺的大型零售店。零售店停車的具體問題包括：

- 像很多實際案例一樣，零售店停車場應盡量設置在零售店建築的視線範圍內，並且能非常方便地通往零售店的走廊。
- 零售店停車建築的地面層設計應保留臨街的商業活動，把零售店放到地面層。為了支持這種設計標準，應規劃較高的地面層高度。
- 為了達到最大程度的實用性，建議設計一座服務水平或用戶舒適度較高的停車設施。Carl Walker已制定了一套停車庫設計標準，可以為目標用戶群提供適當的舒適度，這些設計標準包括停車位的寬度、轉彎半徑、層高等等，對於專門用於零售店的停車設施來說，建議採用最高服務標準。
- 從停車場直達零售店主體建築（例如經由一座過街天橋）將是一種理想的狀態。
- 對一座零售店停車場來說，安全感是非常重要的。提高停車場安全的建議設計策略包括：全透明的玻璃牆樓梯和電梯間，採用強度高的照明（高於北美照明工程學會的最低標準），內牆塗成白色提高照明反射率和增強開放感，封鎖樓梯下方區域等。

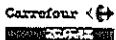

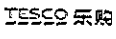
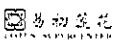





- 有效的尋路和停車設施標誌必不可少，停車標誌應作為整個尋路規劃方案中的重要環節。由於我們把停車設施的建築風格融入到周邊多用途建築的工作做得太好了，有時會使停車場完全隱藏掉，因此，專門的停車場入口標誌也非常重要。



零售店停車建築的地面層設計應保留臨街的商業活動，把零售店放到地面層，為了支持這種設計標準，應規劃較高的地面層高度。



其它室內設施的增強措施，如樓層主題概念，室內尋路指引和樓層識別標誌，能使停車庫變得更加多彩生動，使顧客更容易記住車子的停放位置。

| 知名零售超市選址策略中的停車場要求  |  |
|--|--|
| <br>Carrefour 家乐福     | <p><b>家乐福</b><br/>交通便捷：迅速的開車購物條件，位於交通主幹道，合理的車流動線，龐大的免費停車場。具備相當面積的停車場，比如在北京至少要求 600個以上的停車位。停車場具體要求：至少600個機動車停車位，非機動車停車場地2000平方米以上，免費提供家乐福公司及顧客使用。</p> |
| <br>Walmart 沃尔玛       | <p><b>沃爾瑪</b><br/>1、至少提供300個以上地上或地下的顧客免費停車位。<br/>2、必須為供應商提供20個以上的免費貨車停車位。<br/>3、如商場在社區邊緣需做到社區居民和商場客流分開，同時為商場供貨車輛提供物流專用場地，40尺貨櫃車轉彎半徑18米。</p>          |
| <br>TESCO 乐购          | <p><b>Tesco樂購</b><br/>專用停車位：400-500個。</p>  |
| <br>易初蓮花              | <p><b>易初蓮花</b><br/>停車面積（數量）：400~600單位（上海、北京、廣州），150~300單位（上海、北京、廣州以外），每個單位需22平方米。</p>  |
| <br>世紀聯華 Century Mart | <p><b>世紀聯華</b><br/>免費停車場不少於租賃面積的一半。</p>  |
| <br>北京華聯              | <p><b>北京華聯超市</b><br/>地面停車場面積2000平方米，地下停車場面積8000平方米。</p>  |
| <br>Auchan 歐尚         | <p><b>歐尚超市</b><br/>開發商根據歐尚方案圖提供約600個機動車停車位和約2500個自行車停車位，專供歐尚的顧客使用。</p>   |
| <br>BHG 時尚百貨          | <p><b>北京華聯BHG時尚百貨</b><br/>地面停車場面積3000平方米，地下停車場面積10000平方米。</p>  |
| <br>大潤發               | <p><b>大潤發超市</b><br/>停車面積至少機動車10000平方米(室內、外均可)約300個停車位。</p>   |

有停車顧客禮貌、樂於助人。這些都要有關的政策、程序程培訓項目中加以強調。

## 整體停車場管理

從管理和運營的角度講，有很多有效的停車策略是商業區停車方案可以採納的，能更好地支持大型區域的戰略目標。很多停車方案，在證明其合理性方面，往往過於把關注點放在停車設施的收入或執法定額上，實際上，最好的停車方案是，能從更高的角度看問題，制定的政策能幫助停車場所服務的區域實現成功

- 其它室內設施的增強措施，如樓層主題概念、室內尋路指引和樓層識別標誌，能使停車庫變得更加多彩生動，使顧客更容易記住車子的停放位置。採取這種方式時可以與其他社會團體接洽，例如一些當地的藝術團體，他們會把車庫樓層主題項目作為藝術比賽。類似的項目還包括把自行車架和公文站牌作為社團藝術比賽項目。
- 路外停車設施應當進行妥善的維護，包括日常維護（例如清理垃圾，清潔電梯樓梯，清理所有公共空間）和大修維護。一座妥善維護的設施將被認為是更歡迎顧客和保障顧客——而且妥善維護也能保護你的停車設施投資。

停車管理員也是路外停車體驗的重要部分。停車管理員要有一個整潔的外表，對所

通過這樣做，停車場可以實現更大程度上的成功——不僅刺激了額外需求（也因此提高停車收入），還成了商業中心區順利運轉過程中一個有價值的、不可或缺的合作伙伴。以下是可能用到的策略方案的簡單介紹：

- 對於公共停車場來說，像“首小時免費停車”這樣的方案，可以使商業中心區顯得更加訪客友好，同時，它既是一個更公平的方案，又能簡化傳統的停車驗證方案的管理過程。但是，儘管我們贊成“首小時免費停車”這樣的方案是大型商業中心區振興的因素之一，但我們認為，在商業區環境下，付費停車是一個基本的經濟現實。我們贊成這樣一個觀點：“停車應該更加友好——但不應免費”。
- 停車行業的另一個積極趨勢是，路邊停車

收入和執法收入的一部分通常會返回到產生收入來源的商業區用於再投資。這部分再投資可以採用財政撥款的方式撥到商業區管理機構，用於促進該區域的市場開發和一些特別項目的投資，例如尋路標誌、Wi-Fi 應用區、花籃、噴泉、旗幟等。這些再投資可以使商業區更有吸引力和顧客友好——並因此獲得更大的成功，還可以使當地商家對必需的付費停車和執法方案有了更多寬容，因為他們看到了增加路邊停車位周轉率和商業區環境改善帶來的好處，而這些都是他們的顧客所重視的。這就是停車方案的職責所在，通過把投資放在商業區延伸服務和培訓的增強上，使區域投資發揮更大的作用。

- 零售店停車樓的較低層（或更準確地說，最方便的停車區域）應預留給零售顧客使用，員工或其他停車群體的車輛應安排到

其他層。採用這樣的車位分配方案時，往往需要加強專用停車區的監督檢查，採用“停車場中場”的形式，並用入口控制和讀卡機加以控制管理。

- 加強培訓、提高一線工作人員的顧客服務水平會有很大的效果，因為所有的個人感受都來自於每天停車場工作人員與公眾的接觸。培訓員工（收銀員、維護人員和監督員）時，強調自己作為一個“商業中心區大使”的形象，而不單純只是個停車場管理員，這樣的態度轉變非常重要，應該積極推廣。
- 將停車設施的內牆塗成白色並加上色彩（通過樓層主題圖案或廣告的形式），可提高停車設施的內部環境，使停車設施在感覺上更明亮更安全。一般來說，停車設



施經常被看作是一個非常功利性的建築——最好的情況也多是沉悶的、灰色的、強調功能性的，最糟糕的情況則是黑暗的、可怕的、混亂的。對停車設施內部改善方面的投資可以作為一項重要的策略，使商業區變成更有趣、更有吸引力、更熱情的目的地。

- 採用新技術和更用戶友好的停車入口控制和收費系統，為客戶提供更多便利的付費方式，可以減少離場等候時間，提高客戶服務水平。
- 當今這個時代，“真實世界”和“網上虛擬世界”是並存的，採用有效工具如互動停車地圖、在線支付選項、停車費率和可用性信息、特殊活動指南、以及其他有用的數據等增強停車場網站功能正變得越來越普遍。對商業中心區來說，最好的做法就是建立網站，讓人們全面了解商業區的情況，包括零售店和餐館的商品服務信息，文化和特殊活動的舉辦地點，當然還要有停車和交通信息。最好的網站應有一張商業區的整體地圖，並且點擊上面每個目標都能進入下一層頁面。
- 把所有這些改善方案納入到一個可識別的“停車改善方案”品牌中，可以讓人們了解公共停車設施的所有改善方案，同時明白他們會因此而更舒適地在商業區停車。一些商業區甚至利用電台廣告推廣他們的停車設施，而在有些商業區，公共停車場的改善方案進展快速，迫使所有的私人停

車場經營者也不得不提高他們的經營標準。我們把這種現象稱之為“水漲船高”。

## 展望未來

展望商業中心區零售店停車業創新發展的未來，可能會有以下幾點：

- 集中管理、多個服務站點的代客泊車方案。
- 基於網絡的停車位預定系統。
- 匯集了商業區零售店、餐館、停車和交通信息的網站。
- 全面的商業區停車場實時空位信息標誌牌。
- 提高停車設施的知名度和推廣力度。



停車行業的另一個積極造勢是，路邊停車收入和執法收入的一部分通常會返回到產生收入來源的商業區用予再投資。

L. Dennis Burns, CAPP, Carl Walker集團公司的前任副總裁和高級研究員，擁有25年的停車場經營，管理和諮詢經驗，現在Kimley-Horn and Associates公司任職。

Matthew Q. Inman, Carl Walker集團公司的現任副總裁，主要負責停車研究和營運諮詢，擁有17年的停車場經營，管理和諮詢經驗。

—轉載自城市停車月刊