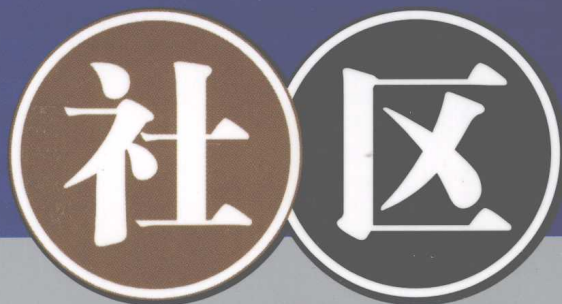


SHEQUZHONGJIANGLI
GUHUAJIAOCAI
社区管理专业
规划教材



商业管理

SHEQU SHANGYE GUANLI

引导和发展社区商业已经成为一项重要的社会工程

随着我国城市人口的增多、居民生活的日益改善以及大量新建社区的兴起，社区商业对国民经济和社会的影响力不断增强，引导和发展社区商业已经成为一项重要的社会工程，越来越受到政府的支持和社会的广泛关注。

张荣齐 © 主编

中国物资出版社

社区管理专业规划教材

社区商业管理

张荣齐 主编

责任编辑：王明
封面设计：王明
文字编辑：王明

中国物资出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

社区商业管理/张荣齐主编. —北京: 中国物资出版社, 2008. 11

社区管理专业规划教材

ISBN 978 - 7 - 5047 - 2910 - 1

I. 社… II. 张… III. 社区—商业管理—高等学校—教材 IV. F712

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 107459 号

责任编辑 秦理曼

责任印制 何崇杭

责任校对 孙会香

中国物资出版社出版发行

网址: <http://www.clph.cn>

社址: 北京市西城区月坛北街 25 号

电话: (010) 68589540 邮编: 100834

全国新华书店经销

中国农业出版社印刷厂印刷

开本: 710mm × 1000mm 1/16 印张: 20.75 字数: 395 千字

2008 年 11 月第 1 版 2008 年 11 月第 1 次印刷

书号: ISBN 978 - 7 - 5047 - 2910 - 1/F · 1126

印数: 0001—3000 册

定价: 38.00 元

(图书出现印装质量问题, 本社负责调换)



前言

随着我国城市人口的增多、居民生活的日益改善以及大量新建社区的兴起,社区商业对国民经济和社会的影响力不断增强,引导和发展社区商业已经成为一项重要的社会工程,越来越受到政府的支持和社会的广泛关注。它无论是作为社区服务的重要组成部分,还是作为城市商业的基础,都将在构建社会主义和谐社会中发挥重要作用。温家宝总理在十届人大三次会议上所做的政府工作报告中明确指出“积极发展现代流通、旅游、社区服务等第三产业”。吴仪副总理在全国流通工作会上代表国务院做了《努力开创流通工作新局面》的重要讲话,明确指出“要因地制宜地发展社区商业,重点是发展社区超市、便利店、专业店、专卖店等业态和早点快餐店、大众餐饮店、社区购物中心、洗染店等行业。要鼓励大型流通企业进社区,引进品牌和服务,扩大和延伸服务,让老百姓在家门口就能解决购物、餐饮、休闲、娱乐、修理、家政服务等多方面的生活需要,放心消费”。

事实上,社区商业早在20世纪50年代的美国就已出现了。当时由于家庭汽车的普及,以及城郊新建的发达的高速公路,使得城市居民大量向郊区扩散,由此产生了专门为郊区新建居住区居民服务的社区商业。60年代,英国、日本、法国等西方国家也由于居民的郊区化而出现社区商业。到70年代,新加坡的社区商业也开始大规模发展起来。纵观国内外社区商业,几乎都是采取连锁加盟的方式实现的,同时,各国社区商业有不同特点、模式和先进经验。

外国社区商业的典型模式有以下几种:一是英美的以购物中心为核心的社区商业模式。利用郊区廉价的土地,发展规模巨大,生态环境良好,装潢舒适豪华,具有购物、休闲、娱乐、服务等功能的购物



中心，成为社区商业的主体。二是新加坡的邻里中心社区商业模式。新加坡的邻里中心是指分布于政府组屋区内为居民提供生活配套服务的设施，主要功能为商用产业，其实质是购物中心。邻里商店以经营生活必需品为主，包括普通日用商店和餐厅。一个典型的邻里中心设置3~5个商店、2个餐厅、1个超级市场、1个菜市场、1~2台自动提款机。必备功能有：诊疗所及牙医、面包店、文具店、中西药行、托儿所、服装店、眼镜店、理发店、家庭用品店、书局、家庭娱乐中心。三是日本的以商业街为主干的条块结合社区商业模式。日本是东西方文化交汇的市场经济国家，社会经济发展既吸取了发达的西方文明，又较好地保留了本国的优良传统，社区商业中有类似英美宽敞明亮、装饰精美的购物中心，但历史形成的商业街扩建而成的社区商业始终是一大特色。日本东京都神东阪社区商业街体现了沿着商业街两侧连户商铺条状分布的社区商业形态。四是中国台湾文化社区营造模式。台湾重视生活商业街的营造，特别是小区形象与识别系统的创造及地方特有产业的开发与文化包装。从台湾的社区总体营造可以发现，社区总体营造的历程即为地方文化再生与应用的过程，其所采用的设计步骤也是为了促进以居民为主的社区设计。台湾不同的社区各自开展属于自己的生活文化运动，居民的主动参与是改造社区的最重要力量，人们关心的是社区里包括文化、产业、环境、教育、公共行政等的整体，自己的社区要由自己来创造，且采用由下（社区）而上（政府）的方法。

虽然我国社区商业建设起步较晚，但有专家预测，未来10年内，社区消费将占据中国全社会商业零售额的三分之一以上。中国人民大学竞争力研究中心的有关专家在对国外的社区商业中心进行研究的基础上，结合社区商业的课题调查，提出3种可供中国社区商业建设参考的模式：根据常住人口的消费需求和小区结构，可建立“沿街式”、“团组式”、“多点式”3种类型的社区商业。比较传统的“沿街式”以工薪阶层为主要消费群，一般设1家中型超市、1家便利店、1家修配店以及若干中小餐馆等；“团组式”和“多点式”则以中高档消费

水平为主,前者以大型商场为主体,重点发展便民利民的商业网点,后者以一定档次的服务和餐饮为主要内容。当前国内的社区商业建设虽仍处于探索中,但其中不乏创新的火花。北京和上海两地作为全国大城市发展的龙头,也在各自的社区商业发展实践中提出了不少新的思路。北京的社区商业中心主要从商业业态的角度规划,以零售业为主。规划中的400个社区商业服务中心,主要配套设施至少包括1个以经营粮油副食品、小百货等生活日用品为主的综合超市,1个社区菜市场,2~3家餐饮企业和1~2个综合便民商业服务点。上海的社区商业中心虽然也从商业业态出发进行规划,但结合社区服务的做法颇值得一提。位于上海浦东的华联社区商业中心是沪上首家集购物、餐饮、娱乐和社区服务于一体的社区商业集合体,在这种新型的零售模式中,既有提供物质消费的百货店、大卖场、专卖店、便利店,又有提供服务消费的餐饮、休闲、娱乐、维修、房产中介、旅行社、银行、药店等,甚至连社区委员会的部分功能也迁移至此:在250平方米的“邻里乐”中心里,提供有家政、求职、代发养老金、代办社保等20多项服务内容。

目前,我国社区商业处于一个刚刚起步阶段,存在的问题很多,主要表现在:

一是从空间布局上看,社区商业还存在总量不足,布局不合理,建设相对滞后等问题,由于历史原因,在老城区部分社区缺少商业设施。在新建小区,开发商忽视社区商业配套设施建设,造成商业网点配置不足。

二是从规划建设的档次看,老城区社区网点以农贸市场、食杂店、小型专业店、小餐饮店、小美容美发店居多,档次偏低,设施陈旧,功能不完善。

三是从管理上看,经营方式落后,许多小型店属于家庭型“夫妻店”,经营管理很不规范,随意性较大。部分社区的中小商业仍然带有集镇传统商业的痕迹,商品质量、服务以及从业人员的职业道德还存在许多问题。



基于上述认识,我们编写了这本书,力图推动社区商业建设与发展,寻求提高居民生活质量、扩大就业、化解社会矛盾、促进和谐社会建设的一个切入点和突破口。本书的章节与内容力求结构合理、层次清晰、体系完善、观点明确、文字简练,尽可能满足大专院校相关专业的教学和政府相关部门及商业企业的培训工作使用。本书的编写凝聚了赵晶媛老师、张波老师以及商务部“双进工程”课题组全体同志的心血,编者的研究生崔强、李成龙同学查阅了大量文献资料,感谢他们的辛勤劳动。因编者水平有限,不足之处希望广大读者给予批评与指导!

编者

2008年10月



目 录

第一章 社区商业概述	(1)
第一节 社区与社区商业概念	(1)
第二节 社区发展的历史演变	(3)
第三节 社区商业的功能和实际意义	(8)
第二章 社区商业建设的背景和条件	(17)
第一节 社区商业建设的背景	(17)
第二节 社区商业建设的条件	(26)
第三节 社区商业发展的优势分析和制约因素	(30)
第三章 社区商业发展的一般理论	(39)
第一节 商圈理论	(39)
第二节 零售业态演变理论	(45)
第三节 城市商业空间布局理论	(53)
第四节 中小企业集群理论	(59)
第四章 连锁经营概述	(68)
第一节 连锁经营的基本概念	(68)
第二节 社区商业连锁的类型	(70)
第三节 连锁经营模式的比较	(82)
第五章 基于连锁经营体系的社区商业拓展理论	(88)
第一节 连锁企业架构下的社区商业模型	(88)
第二节 社区商业中的连锁经营企业	(93)



第六章 社区连锁加盟店	(103)
第一节 社区超级市场	(103)
第二节 社区便利店	(115)
第三节 社区折扣店	(131)
第四节 社区购物中心	(144)
第七章 国外社区商业建设典型经验	(162)
(1) 第一节 美国社区商业建设的经验	(162)
(1) 第二节 日本社区商业建设经验	(172)
(8) 第三节 新加坡社区商业建设的经验	(179)
(8) 第四节 国际经验总结	(184)
第八章 国内社区商业建设典型经验	(195)
(1) 第一节 上海社区商业建设	(195)
(8) 第二节 北京社区商业建设	(198)
(08) 第三节 沈阳社区商业建设	(203)
第四节 经验总结	(205)
第九章 社区商业认识误区和问题预警	(216)
(21) 第一节 社区商业建设的认识误区	(216)
(12) 第二节 社区商业建设的问题预警	(220)
第十章 社区商业品牌建设	(232)
(88) 第一节 必须高度重视社区建设中的商业发展	(232)
(88) 第二节 创建商业品牌是社区商业发展的高级形式	(238)
(10) 第三节 如何创建社区商业品牌	(239)
第十一章 社区商业建设规划创新	(253)
(88) 第一节 规划内容创新	(253)
(88) 第二节 规划主体创新	(261)
(89) 第三节 社区商业规划管理体制创新	(265)



第十二章 社区商业发展规划概述	(270)
第一节 社区商业发展的总体思路	(270)
第二节 社区商业发展的模式选择	(273)
第三节 社区商业发展的政策建议	(278)
第四节 社区商业发展的经营策略	(281)
附录一	(292)
附录二	(304)
附录三	(308)
附录四	(311)
附录五	(315)
参考文献	(318)



第一章 社区商业概述

第一节 社区与社区商业概念

一、社区的概念

“社区”一词源于拉丁语 fellowship，原意是亲密的关系和共同的东西。但不同的社会学者赋予它的含义不尽相同。

社区的含义之一是指一种亲密的社会关系结构。这种解释出自德国社会学家斐迪南·腾尼斯(1855—1936)，他在1887年出版的《Gemeinschaft and Gesellschaft》(《社区与社会》)一书中，首次将 Gemeinschaft(一般译为共同体、团体、集体、公社、社区等)概念与 Gesellschaft(社会)概念相区别，用来说明社会变迁的趋势和两种不同的社会团体。腾尼斯认为 Gemeinschaft(社区)是由同质人口组成的关系亲密、守望相助、疾病相扶、富有人情味的社会团体，而 Gesellschaft(社会)则是由异质人口组成的、由分工和契约联系起来的、缺乏感情的社会团体。腾尼斯认为，由 Gemeinschaft(社区)向 Gesellschaft(社会)转化，是历史变迁的必然趋势。后来，英国人把 Gemeinschaft 翻译为 Community。这个词首先用于“社区”，意思是公社、团体、共同体。第二次世界大战后，美国经验主义社区学家又影响德国、法国社会学界，从而使原来不带“地域”含义的德文词“Gemeinschaft”和法文词“Communaute”的词义，向地域共同体靠拢，带上了“地域”的含义。

社区的含义之二是指一定地域的社会关系结构。大多数现代西方社会学家把村庄、集镇、城市以及更广阔的地域都称做社区。这样，他们的着眼点就不再是社会关系的亲疏，而是社会关系的地域界限。

关于社区的含义还有许多种，根据希勒拉利(G. A. Hillery)在1955年对社区含义的收集结果，发现有94种不同的含义。国内外的社会学家们对社区含义



的解释因有不同的角度和重点,分歧一直存在,但对这个范畴的一些基本要素还是有共识的。无论从哪个角度去研究,社区这个概念总离不开一定的社会共同体以及它的地域性。

由此,我国社会学者赋予社区的含义是:社区是进行一定的社会活动、具有某种互动关系的共同文化维系力的人类群体及其活动区域。也有人强调“共同体”这一人群要素,认为社区通常指“以一定地理区域为基础的社会人群”。

二、社区商业的内涵与特征

(一) 社区商业的内涵

社区商业指以居住区的居民为主要服务对象,以便民、利民和满足居民生活消费为目标,提供日常生活需要的商品和服务的属地型商业,是以满足和促进居民综合消费为目的的商业类型。社区商业最早出现于20世纪50年代的美国,随后在英国、法国、日本、新加坡等国也取得了一定的发展,并日益成熟。在发达国家,社区商业占整个商业零售额的比例高达40%。随着我国居民生活水平的提高,据预测,在10年内我国社区消费也将占到社会商品零售额的1/3以上。2005年5月末,商务部下发了《关于加快我国社区商业发展的指导意见》,以促进社区商业这个潜力巨大的市场快速发展。

社区商业是城市商业的重要组成部分,规划社区商业应当遵循适度超前、便于升级、以人为本、体现宜居的原则。当前社区商业发展中存在诸多问题,应当以“现代生活广场+便利商业终端”的全新社区商业体系解决开发商和经营者利益不同的矛盾,发展商业投资基金是可考虑的一种模式。

因此,社区商业是一种以住宅小区为载体,以一定地域居民为服务对象,以便民利民为宗旨,以满足和促进居民综合消费需求为目标的属地型商业。社区商业是城市商业空间中一个重要层次,它是相对于城市中心区商业、区域型商业而言的。

(二) 社区商业的特征

社区商业因其服务对象、服务地域的特定性,具有自身鲜明的特点:

(1) 顾客属地性:以居住区为载体,主要为本地区居民服务,与发达国家的社区相比较,不具广域性和辐射性。

(2) 经营目的性:以提高居民生活质量、满足居民综合消费为目标,提供日常生活需要的商品和服务。

(3) 业态配套性:社区商业主要是为了满足社区居民的日常生活消费的需



要,其业态具有明显的生活配套特征,如大中型超市、便利店、美容美发店、再生资源回收、餐饮店等,一些大的社区还配备邮局、银行等设施,而一些中高档社区则更多地融入了如宠物医院、咖啡茶艺、家居生活馆、会所(馆)等业态,使配套更为完善,更趋于品质化。

(4) 消费便利性:社区商业的服务半径在1公里以内,居民日常消费便捷。

(5) 邻里亲和性:由于社区商业相对固定而稳定的客群来源,往往会使经营者与居民之间建立起一种邻里式的和谐关系,而这种关系也使社区商业的服务更具有亲和力。

(6) 赢利稳定性:决定赢利稳定性的因素在于客源的稳定性和日常生活配套需求消费的稳定性。而市民社区将会使社区商业的赢利稳定性得到进一步提高。

(7) 供需依赖性:社区商业的供需依赖性表现在两方面,一方面表现在商业对于社区居民的依赖性;另一方面表现为社区居民对于商业的消费依赖性,这两方面是相辅相成的。

第二节 社区发展的历史演变

一、国外社区的发展

在国外,社区存在较早、较普遍,规模较大。国外城市旧区的道路结构,一般由街、弄、里三级组成。街道是城市的行车干道,街两面的分支就是弄,一般情况下不通机动车;弄两面的分支就是里,一般是死胡同式的。沿街布置商店、旅馆、作坊等公共性的生产性建筑。它的后面成片布置一二层的住宅,行列式密排,住宅的长边垂直于弄,两排住宅之间即是里,这样的社区就是里弄。在里弄内,住宅的兵营式排列和清一色式样,使空间呆板;住宅排列过密,一般不通机动车,几乎没有绿化,日照、采光、通风条件较差;缺乏必要的生活服务设施,居住在里弄里的人们比较不便,生活单调枯燥。

进入20世纪以后,在一些发达资本主义国家,由于现代工业和交通的发展,原有社区组织形式已经不能适应现代生活和交通发展的需要,面积很小的社区内很难为居民设置较齐全的公共服务设施,儿童上学和居民采购日常必需品往往不得不通过交通繁忙的城市道路,容易造成交通事故,给居民生活带来很大的不便,同时,由于道路交叉口较多,也大大影响了车辆的通行能力和速度。另外,



汽车交通带来的噪声、废气,使居住环境质量明显下降。因此,在20世纪30年代,美国人C. A. 佩里提出了“邻里单位”(neighborhood unit)作为组织社区的基本形式和构成城市的“细胞”,以改善社区组织形式。“邻里单位”规划的基本原则是城市道路不得穿越邻里单位,以保障幼儿上学的安全;邻里单位内设有小学,并以此来控制邻里单位的规模;邻里单位内还设有商店、公共活动中心等。但是,邻里单位规划理论真正获得广泛应用还是在第二次世界大战以后。20世纪40年代末,英国兴建的第一批卫星城就是按邻里单位的规划思想建设起来的,如位于伦敦郊区的哈罗新城就是其中之一。

在邻里单位被广泛采用的同时,苏联等国提出了扩大街坊的组织形式。所谓扩大街坊就是将几个街坊合在一起兴建,也就是将一个街坊扩大几倍。由于规模扩大了,相应地可以多布置些服务设施,除托幼机构以外,还有小商店、小食堂之类。同时省下了道路面积,可以腾出较多的土地设置公共绿地,方便了生活,也改善了住宅群的空间效果。

战后经济的恢复和科学技术的迅速发展,为大规模采用工业化施工、成片兴建新型的住宅小区提供了物质基础和技术条件。人们生活水平的提高,不仅要求有质量高、面积大、适用舒适的住宅,而且要求有完善的生活服务设施和文化福利设施,有一个接近自然的生活环境。在这种形势下,英国提出了新村,苏联提出了小区的规划设想,它们的特点都是加大城市干道的内距,扩大邻里单位的范围,增加生活服务设施和文化福利设施,开辟绿化良好的户外活动场所。在住宅区规划习惯提法上,把这两种住宅区统一为居住小区。居住小区的扩大发展即成为居民住区,也即本书所提的社区。

综上所述,国外社区组织形式的演变过程经历了从小到大、从简到繁、从低级到高级的变化过程,今后还将随着社会经济、生产和生活方式的变化而变化。

二、中国社区的发展历程

新中国成立以来,我国社区建设事业取得了骄人的成就,尤其是改革开放20多年中,随着国民经济的健康、持续、快速发展,住宅小区的建设突飞猛进,1979—1995年,全国新建城镇住宅面积达25.5亿平方米,是前30年的4.5倍以上。1996—2000年,共建成城镇住宅18.35亿平方米,平均每年竣工住宅4.59亿平方米,大大高于“九五”计划提出的年竣工住宅2.4亿平方米的目标,近5000万个城镇家庭改善了住房条件。从2001年到2005年,全国城镇新建住宅面积五年分别为5.75亿、5.98亿、5.5亿、5.69亿和6.61亿平方米。预测



2006—2020 年我国城镇新建住宅竣工面积将约达 120 亿平方米, 年均 8 亿平方米。

回顾半个多世纪以来我国社区建设事业所走过的历程, 可以看出是一个由摸索、发展、停滞到恢复与振兴发展的不平常的历程。

1. 20 世纪 50 年代社区建设改造与稳步发展时期

20 世纪 50 年代, 我国正处于国民经济恢复并进行“一五”、“二五”两个五年计划的新中国成立初期, 国家在有限的条件下, 用于住宅建设的投资占基建总投资的 1/10, 在改造条件恶劣的旧区的同时, 兴建了一批住宅小区, 其建设的特点是:

(1) 在建筑规划设计理念上, 重视学习和借鉴国外理论及经验, 引进了邻里单位、居住街坊和居住小区理论, 并在实践中形成一套适合中国国情的规划建设理论与方法, 使规划建筑设计水平得到迅速提高。

(2) 在社区建设的组织形式上, 20 世纪 50 年代初期采用了邻里单位形式, 20 世纪 50 年代中期采用较多的是苏联的周边式街坊形式, 20 世纪 50 年代后期推广居住小区理论, 建造了大批住宅区。

(3) 在建设指导原则上, 坚持“有利生产、方便生活、节约用地、少占农用地”的原则, 居住区与生产工作区就近配套建设, 尤其是在一些重点工业城市, 兴建了一批“工人村”, 一般布局比较紧凑, 住宅层数由 20 世纪 50 年代初期的 1~2 层为主, 中期 3~4 层为主, 发展到 50 年代末期的 4~5 层为主, 建筑密度随之提高。

(4) 在建设体制上, 实行“统一投资、统一征地、统一规划、统一建设、统一管理”的统建制, 推进了成街成片、成组成团并配有完备设施的新型社区的形成。

2. 20 世纪 60~70 年代社区建设停滞及恢复时期

20 世纪 60 年代前半期, 因受“大跃进”、自然灾害以及国内外不利政治因素的影响, 住宅建设的投资比重大幅下降, 处于历史低潮。1963—1965 年, 随着国民经济的调整, 住宅建设投资比重回升, 但竣工面积仍处于低水平。

随着“文化大革命”十年动乱 (1966—1976), 住宅建设更是长期停滞不前, 相反, 在此期间中国人口却是猛增, 住宅建设的投资和竣工面积远不能适应城市人口增长速度, 导致了巨大的住宅欠账。

20 世纪 70 年代后期, 由于调整整顿、拨乱反正, 住宅及社区建设有所复苏, 在一些受到特殊保护的重点工业企业、三线地区的生活区建设中, 可以看到



不同程度的改进,如多层高密度、点条穿插的住宅群体组合等。1978年党的十一届三中全会带来了住宅建设的转机,1979、1980年住宅建设迅速恢复,为此后20多年的振兴打下了良好的基础。

3. 20世纪80年代至21世纪初社区建设振兴发展时期

进入20世纪80年代以后,随着城市改革开放不断扩大和深入,社区建设也迅速发展,缺房情况得到缓和。全国城镇居民的人均住房建筑面积1981年只有3.7平方米,到2006年年底已经达到27平方米。居住问题已不仅是解决有无住房,而是提高居住水平问题,社区建设步入了一个新的发展时期。这一时期社区发展的特点是:

(1) 由于我国经济体制的改革,促使社区的形成机制发生了根本性转变,由过去国家包干的福利型转向商品型,住宅作为一种特殊的商品走向社会;住宅及社区的建设开始从注重数量的粗放型转变为注重质量的小康型,向居住者提供多层次、多样化的选择;住宅及社区的建设由20世纪六七十年代的分散建设,转变为成片统一开发和建设。

(2) 社区结构组织向多元化发展,出现了院落式组团布局,高、多、低层综合布局,自由式布局,周边连廊式布局,传统四合院布局等多种布局手法,打破了以往条形住宅行列式布局一统天下的沉闷。

(3) 社区功能布局观念更新。商业服务设施由服务型走向经营型,小区级商业网点由设于几何中心的内向型,转化为设于社区主要人流汇集的出入口或沿边缘主要道路的外向型,既方便居民又利于经营。

(4) 社区规划建设思想理念增强了“以人为本”的环境意识,对社会、文化、心理、生态等深层次环境领域都很重视。

三、中国社区的发展趋势

21世纪初期至中期的社区将不仅是休息和生活的场所,也是生产场所,被称为第五产业的家庭工业和家内工业以及家庭办公和创造性智力作业都将推进居住概念及功能的发展。对于社区的功能组合,有的学者曾建议,采取的适合比例是:轻工业用地占15%~20%;商业用地占10%~12%;文化教育管理占15%~20%;其余为住宅用地。当然,这方面的复合化,可以因地制宜,考虑功能与环境的兼容性,结合地域开发规则和房地产市场需求,进行具体的研究,同时也要就环境保障及规划管理等方面制定出相配套的法规及方法。

从当今世界科技发展和我国社会经济建设增长态势来看,中国住宅小区的建



设将呈现集约化、居民区化、生态化、颐养化以及智能化等方面的趋势。

1. 集约化趋向

为解决土地、能源紧张的问题,从住宅建设个体的节地、节能、节材着手扩展到整个社区,集约化社区则应运而生。它将社区的公共设施与住宅建筑、地上空间与地下空间、建筑综合体与住区空间环境等联合协同规划建设,以获得土地与空间资源的合理、高效利用,在有限的土地与空间内最大限度地满足居民的各种需求。

2. 社区化趋向

随着经济体制改革,单位、企业内部的生活服务和社会福利功能将不断被削弱,并逐步转向城市和社区。人们在生活观念上将从计划经济体制下主要依靠工作单位转向主要依靠社区,社区变成社会结构中最稳定的基本单元。因而社区将不仅需进一步完善其物质生活支撑系统,更需建立具有凝聚力的精神生活空间场所,并体现社区精神和认同感。

3. 生态化趋向

生态涵盖的范围很广,对城市社区来说,目前最为关键的是人与环境的关系。社区生态系统是在自然生态系统的基础上建立起来的人工生态系统,要正确处理好这个系统的基本问题就是正确对待人、自然、技术之间的关系。社区除加强绿化,充分发挥绿化的环境功能外,更需要重视利用科技进步,如太阳能、风能利用,废水和垃圾的处理及再利用等技术,创造一个自我“排放—转换—吸纳”的可持续发展的良性生态循环系统。

4. 颐养化趋向

人口老化是社会发展的必然趋势,中国60岁以上的老年人口已超过1亿,占世界老年人口的1/5,老年绝对人口数居世界第一。涉及老人的所谓“银发工程”越来越受到人们的重视。由于受伦理传统和社会背景的影响,对养老所划分的“住宅养老”和“设施养老”两种形式中,中国的养老方式主要趋向于前者,社区将成为老人安度晚年、颐养天寿的乐园,无障碍设计将成为社区的一项基本要求,社区还将增设老人公寓、老人俱乐部、老人看护照料中心、老人医疗保健中心以及老人室外休憩场所等老人颐养型设施,并形成多次、多样化的老人颐养系统。

5. 智能化趋向

智能化住宅及社区的基本体系应包括安全防范系统、信息管理系统和信息网络系统。其中安全防范系统又应包括防盗报警子系统(住户门窗)、周界报警子