

2009年6月16日

# 为老商场老商店注入活力

继前年底的“为商店重新注入活力”措施推出，获得良好反应与效果后，国家发展部现时正推行第二套计划。与上回的耗资500万元相比，目前的拨款总共为1200万元，受惠的有三个购物中心，即百胜楼、珍珠百货商场和梧槽购物中心，还有30个分布在多个组屋区的镇中心及邻里中心——这里包括的组屋商店有3000个单位。

此举的目的，是在提升老龄购物中心以及组屋区邻里商店的竞争力。政府赞助的计划分为翻新工程和促销活动两种，店主所须负担的是经费的一半。在翻新工程方面，每间商店的津贴最高为1万元。如果是向建屋局租用的店面，租户则完全不须付费，费用全由建屋局和市镇会支付。此外，如果店主决定装修自家店面，他

们也将豁免一个月的租金。政府给小店主的这些种种翻新优待和鼓励，显示在目前的经济困境下，事实上也是进行翻新的最佳时机。

另外，配合“为商店重新注入活力”措施，标新局也通过邻里零售计划为商联会提供专业意见，帮助他们制定销售策略。标新局将承担最高70%的人力、设备和专业服务费用。

自上回的计划推出到如今，新加坡经历了从去年下半年开始发生的世界经济危机。面对着消费市场相对低迷的情况，受最大打击的相信就是这

些小本经营的邻里商店。不过，商家也应借此时刻提出检讨、整顿、构思与重新出发。

据本报采访所得，受惠的购物中心或商店群体都根据本身的情况，来决定参加翻新工程抑或促销活动。近年来感慨“生意难做”的邻里小商店，大多选择翻新。

比如，有108间组屋商店的武吉巴督第三邻里中心，已有25年的历史。管理该区组屋商店的是武吉甘柏商联会，主席卓永吉说，由于这个邻里中心已经陈旧，面对了新建购物中心、大型商店和超级市场的竞

争与冲击。在目前经济不景气当中，多数商家的生意下降两三成。把邻里中心翻新，提升购物环境与服务素质，是吸引顾客回流的重要条件。这位业者道出了邻里商店面对了新型购物商场“入侵”组屋区中心所带来的挑战，其实从另一个角度来看，新型商场的就近竞争也带来了购物人群，对邻里商店并非没有好处。事实上，邻里商店的类型已经有了很大的改变，例如理发美容店等在店面和服务方面都已经跟传统的经营方式有很大的不同，这便是时代变迁带来的改变。

再如建于1980年的小坡百胜楼，开始时的概念，是没有装置冷气的中文书籍总汇，即“书城”。随着岁月的推移，这里除了中英文双语书店外，还迁入了食阁、餐馆、钟表店、乐器店、弹唱室、布条制作、影印服务、美术设计用品等商家。毗邻的国家图书馆新厦开幕后，来往人潮可以达到每日两万人。然而，却也由于建筑物的苍老，这里的商店吸引不到更多年轻消费者。由于百胜楼地处商业地带，周围有现代商场和五星酒店，地铁站毗邻，事实上是年轻人活动

的地点，因此，百胜楼在改进设施的同时，既要照顾它作为一个文化消费的中心，也要打造能跟得上时代的形象。

和以上两个例子不同的是，牛车水珍珠百货商场的选择是促销活动。它在2005年已进行过一次翻新工程。翻新后，建筑物历史面貌得以保留，并继续作为一般大众的消费场所，因此，商场不断注入新的内容和进行有创意的促销活动，显得更为重要。

国家发展部的“为商店重新注入活力”计划，正如计划名称所说的要为一些称得上地标的老商场和组屋邻里商店“注入活力”，它将带动的不只是市面的景气，而是让新加坡人熟悉、感到亲切的一道风景线得以在新的时代延续下去。所以，我们也期待有关的店主和业者给予积极的响应和配合。