

场景革命成新商业体突破口？

记者 史妮超



新一年的开年之际，宁波的东部商圈的又一个“血拼新地标”正式入市。2月1日，宏泰广场开门迎客，为宁波一路向东的商业版图再添浓墨重彩的一笔。

消费升级的背景下，线下商场不再只是购物的地方，以文化或新视觉的场景切入成为新开商业体的一种创新选择。由文化创意、科技互动引领的差异化体验，正成为各大商业体快速提升自身集客能力，凝聚人气，提升经营业绩的利器。

1 提炼零售优秀基因 场景革命推动线下商业升级

宁波宏泰商业广场位于宁波东部新城CBD门户位置，总建筑面积70万平方米，其中商业规划面积40万平方米。全区规划有购物中心、个性生活村、五星级酒店、艺术中心等业态单元。目前首期正式开业的H99购物中心由多个主力店入驻，商业面积4.5万平方米。

从优化业态组合、品牌招纳方面来看，宏泰广场除了整合优质零售品牌，餐饮设置、儿童亲子、培训提升、游玩体验、高科技展示等多元业态组合也同步呈现。

记者探店看到，目前入驻宏泰广场的主力店品牌丰富，为宁波消费者提供了接触新品牌和新体验的窗口。B1层有宁波首家LOCK&LOCK工厂店，面积达1700平方米，涵盖全线家居用品，也是目前其在亚洲最大的一家工厂店；1层有宁波首家KENZO专卖店，以及polo Ralph Laurence、Leysen通灵珠宝、Plein Sport等品牌；2、3层由餐饮和儿童业态组成，有600平方米的宁波首家巧虎体验中心、宏泰电玩城、橙爱王国等主力店。

除了丰富的品牌引入，在体验场景打造上，宏泰也不遗余力。比如开业期间，宏泰将在下沉式中央广场造景面积达6000平方米的“冰雪海洋世界”，不仅有来自哈尔滨的20多座冰雕，还将实施大面积的室外人工降雪，夜间则配合灯光秀。

此外，这个由台湾团队打造的泛文化商业综合体，在场景打造上，还充满着浓郁的宝岛风情。在H99购物中心4层，是面积达1200平方米的台湾风情馆，深度还原了台湾著名景点，如101大楼、海角7号、阿里山小火车等，可充分满足线下逛街时的“拍照发朋友圈”需求。

2 主打亲子业态+餐饮 促进综合体“内循环链”

在刚刚过去的2017年，实体零售行业主打的体验式商业继续“高歌猛进”。从宁波目前运营较好的商业体来看，儿童亲子、餐饮娱乐、文化艺术等已成标配，体验业态超80%的不在少数。

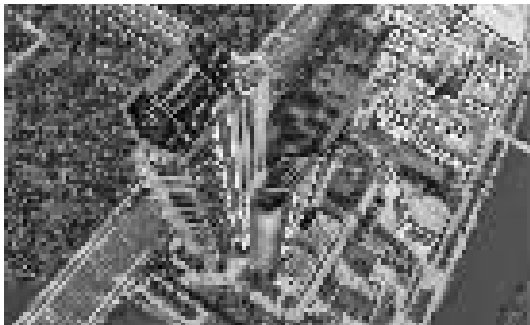
这一点在宏泰的业态分布上也并不例外。

瞄准儿童经济的蓬勃发展，宏泰广场以家庭型客群为目标群体之一，突出对儿童教育、娱乐、服务和体验上的比重。引进了一大批儿童业态品牌，如美吉姆早教、巧虎KIDS体验中心、橙玩王国、玩具反斗城等。

值得一提的是，新城第一实验学校的老教师们也把课堂搬到了宏泰广场。面积达500平方米的“新艺+”，不仅向社会展示学校艺术社团的日常授课，顾客还可以带孩子共同参与。学生作品也在这里展示和售卖。

餐饮在首期招商比例中，更是高达60%。与宁波大部分商业综合体有所不同的是，除了在3层重点布局，餐饮业态在其他每个楼层也都有所分布，餐饮菜系齐全。还有两幢独立的餐饮商业楼宇，其中一栋是24小时营业的捞王；另一栋是宁波唯一一家麦当劳车道餐厅，从下订单到取餐只要3分钟。

“包括儿童亲子、餐饮在内的体验业态，都有利于较快地促进形成商业综合体丰富的内循环产业链。后期还将根据实际运营情况和消费者的需求变化，陆续进行品牌调整，以保持竞争优势。”宁波宏泰商业广场管理有限公司运营副总经理吴家昌表示。



3 东部商圈的群聚效应 开始逐步形成

新商业体的不断进驻也使得东部商圈的商业功能得到填补，商业的群聚效应开始逐步形成。

去年7月，距离仅2公里的银泰城东部店正式开业。其中商业面积约22万方，自持部分约15.73万方，以“品牌+折扣+体验”为主题。3公里直径内，还有预计2018年开业的宁波中心阪急商业。据称，阪急商业面积约16万平方米，号称将打造宁波区域乃至整个浙江最顶尖的高端商业综合体。以及2016年12月开业的恒大城市之光滨水湾广场，商业面积5.5万平方米。

可以预见的是，这将又是一个商业综合体密集分布的商圈。以目前来看，东部商圈“四小龙”已经开业的三家商业体在在业态分布、项目定位上各有侧重。“如果近距离的商业体在客群定位上能做出区分度和差异化，那么抱团构建起一块新兴的大商业中心的可能性较大。”宁波市商务委有关负责人表示。