

## “国潮+未来” 增进消费体验

跳出宁波放眼全国看，今年关于消费是否降级的讨论不绝于耳。

据统计，今年最终消费累计同比增速稳中有降，从一季度末7.8%的增速降至9月末7.5%的水平，反映消费总量上出现增速放缓。在社会消费品零售总额增速回落的同时，“拼多多”等社交电商的走红又给“消费究竟升级还是降级”打上了一个问号。

“我们认为，今年的消费者表现出了更强的判断力，尤其是宁波的消费者，表现出了务实和理性。”田欣说，“过去，大家很少见到一线的潮牌和名牌，会好奇地凑上去；现在，大家对品牌见识多了、选择的余地也大了。一旦有了更多的选择，大家就会表现出多元化、订制化、个性化的消费需求。”

“个性化消费”的鲜活案例，田欣今年已经见证了不少。

4月，优衣库的少年JUMP联名T恤一经上线，就有许多年轻人在商场排队抢购；当Popmart上线新款手办时，还有“代购”前来备货；以穿着舒适、性价比高著称、200元一双的运动鞋，反而比轻奢品牌更为走俏，甚至有人为了一家老小直接拎了7双回家；年底无印良品参与满减活动，排队的客流堪比大型展会……

这究竟是升级还是降级？田欣的判断是：“线下消费终将回归本质——满足人们对生活品质、对用户体验的追求。”她的另一个判断是，往年印象城经常与IP联合做跨界活动，而今年年底的压轴大戏——六周年店庆，要做一个新尝试——国潮。

顾名思义，“国潮”指的是中国的潮牌，还能引申到一切与中国传统文化元素与消费跨界融合的案例：2月，《国家宝藏》第一季全网播放量将近7亿；7月，“中国李宁”在巴黎时装周“C位出道”；故宫文创跨界彩妆、百雀羚跨界故宫珠宝，就连一些轻奢品牌也开始走中国风路线……

田欣认为，这一切都预示着新一轮文化与商业潮流的风向，是时候让“斜杠青年”印象城出手弄潮了。

“以前，我们可能会认为国潮离现实很远，会认为国外的大IP才是时尚的代名词。现在，那些根植在人们骨子里的传统文化元素，越来越能激发民族身份的认同感。当然，传统元素与时尚结合，也远不止在衣服上印一条中国龙那么简单，而是可以融合到现代生活中的方方面面。”田欣说。

最近去印象城，你可以看到一场中西合璧的“匠心市集”：现场制作的宁波老字号“梁弄大糕”让顾客爱不释手；一个现场制作咖啡的活动也融入了国潮系列活动；还能看到一场红绿色系张狂释放的室内装饰，本土的非遗传承人将蓝染、编织等传统工艺在商场进行展览和解说，现场的客流涌满了过道。

“我也参加了这几场活动，反响比预期好很多。年轻的消费者对传统工艺背后的故事听得很认真，也很愿意参与传统文化的传播。当听到织布手艺人说起‘人的一生都离不开布’后，心里非常感慨。这种唤起内心文化感知的体验非常值得，也非常有意义。”田欣说。

而“体验”二字，正是田欣眼中，线下消费最能区别于线上消费的地方。今年的线上流量已日趋饱和，价格优势也不再明显，日后，像这次“国潮+未来”的尝试一样，“引领未来新物种的消费体验”，对田欣而言将是一以贯之的方向。

在深化线下场景的同时，田欣也不忘“数字驱动”的助攻。今年印象城官方微信已经吸纳了7万余名会员，未来还将通过大数据给客户画像，为他们推送专属的服务信息。



印象城一角

## “还要给宁波更多的东西”

2018年，对田欣和她的同事来说，还是展望“诗和远方”的一年。

西班牙、法国、泰国，上海、杭州，田欣不仅用双脚丈量着世界，还带着一双发现商业亮点的眼睛，把发掘的商业创意带回团队：在马德里，菜市场可以是一片社交的乐土；在曼谷，商场的天花板下可以有充满自然气息的喷泉……

“每个季度，我都会让小伙伴们出个远门看看世界，哪怕不是为了推广、招商，也要多玩、多看、多体验不同城市的商业氛围。说实话，宁波商圈的创意离上海、杭州等城市还有一定距离，我们希望团队成员不是闭门造车，而是把所有能感受到的商业创意带回来。”田欣说。

每一周，团队成员都会来一次“头脑风暴”，交换挖掘的各种脑洞，并探讨此类脑洞是否具备落地宁波的可能。虽然身为70后，田欣和90后们的交流完全没有障碍。这一次的“泡泡树”，便是印力团队成员在抖音上看到其他城市的商场印象。也许正是因为工作的“有趣”，才让印象城在扎根宁波的6年里，保持了团队的相对稳定。

“我觉得，商场的运营推广，还是需要有一种以人为本的情怀，如果没有这种情怀和承担社会责任的使命感，恐怕就不能做出一些打动人心。”田欣说。

2018年，印象城打出的口号正是“Slashed——斜杠青年”，它倡导的理念是，除了人的职业身份，还要“亮出自己的另一面”，走上多元的生活方式。今年年底，这些来自印象城的“斜杠青年”团队们，还包下了宁波地铁一号线的一辆列车，在六节车厢里回顾了印力在宁波的六年。而展望2019的口号则是，“and more”——还能带给宁波更多的东西。

“明年，地铁三号线贯通，会让宁波印象城直接连上地铁，辐射更多的客群。同时，印象城斜对面的宝龙广场也要开张，我们希望双方错位发展，共同把这一块商圈做大做强。”

地铁延展了商圈的生命线，明年钱湖北路商圈会不会成为市区除“鄞州万达”“天一广场”“东部新城”以外的第四极呢？与此同时，印力集团在镇海、海曙等地的项目也在生根发芽，宁波除核心区以外的商圈，想必会铺开更多的点。

责任编辑 诸新民 美编 严勇杰 照排 汪金莲 校对 雷军虎

## 年终欢购惠 惠享跨年季

满600元送66元券

满1000元送66元券

满1000元送30元券

满500元送25元券

“口碑”惠享“机”动人心 | VIP年终大回馈 积分抽奖惊喜连连 | 平安银行信用卡惠