

# 24小时消费产业如何做大

记者 严瑾 王心怡

宁波的24小时消费场所多吗？翻开大众点评，宁波带有“24小时营业”关键词的门店就有200多家，餐饮、健身、影院，应有尽有。

跟其他新一线城市比，够了吗？同样是大众点评的数据，杭州的相关门店超过250家，南京更是超过了300家，更不用说有“不夜城”之称的“北上广深”了。

有趣的是，在采访过程中，有老宁波人表示：“在宁波根本没必要讨论24小时的话题，更不用做比较，因为这里既没有市场需求，也没有这种文化氛围。”

不过，究竟是真的没必要，还是大家都不敢想了呢？

## 先有消费者还是消费场所

记者不止一次地听到“宁波24小时店的市场需求不够”的说法了。宁波印象城总经理田欣分享了这么个故事。2017年的圣诞前后，正值商场的五周年店庆。田欣和同事们满怀期待地策划起了活动，想把商场当天的开业时间延伸到零点。

出乎田欣预料的是，明明万事具备宣传到位，但一过21点，客人们居然像是有某种默契，纷纷开始离开。22点以后，更是连人影都变得少见。

失望过一次后，到了去年的六周年店庆，田欣就选择了“顺其自然”，等人潮褪去后再宣布打烊。最后，“自然”的关停时间定格在了22:30。

中影国际影城来福士店的经理林振中亦有相同的感受。六年前，影院刚开业那会儿，他曾尝试过把电影场次调到更晚，但面临的现状却是草草收场，无利可图，甚至“工作人员比观众还多”。

究其原因，大家普遍的总结是，“宁波城市的加班文化并不如一线城市盛行，老宁波人的习惯是，19点左右吃完晚饭，再逛一圈消消食后，21点就准备回家休息。”难怪在新一线城市研究所发布的“夜生活动态指数”里，GDP排名全国第15的宁波，竟被甩在全国第39名。

连午夜前后的客流都略为堪忧，更遑论24小时通宵营业的高成本。但是，我们能就此下结论说“宁波不需要24小时消费的土壤”吗？

百老汇影城印象城店的经理林晶晶提到了一个细节：印象城漫咖啡边上有一家隐藏式“网红”酒吧Mill 7，据酒吧的店员观察，“出现在宁波Mill 7的帅哥美女从数量和质量上都要高于杭州Mill 7。”

“这意味着，宁波当前的确是存在这么一批有夜间消费需求的年轻人，但宁波的夜间消费场所除了KTV就是酒吧、棋牌室，仅仅局限在那么几个地方，而杭州这批年轻人则因为有更多场所可以去，而被分流了。”

无独有偶，在东南商报去年关于宁波人消费的调查问卷里，有高达四分之三的朋友表示若是资金充足，有意向扩大“文化、旅游、娱乐”方面的消费，由此可见，对此类消费场的呼声早已不绝如缕。

那么，究竟对于目前的宁波来说，是先有了24小时消费的场所再逐步培育相应的消费人群，还是先有了消费人群后再去拓展消费场？这无疑是一个“鸡生蛋还是蛋生鸡”的问题了。

林晶晶觉得，如今是一个尴尬期，消费场所和消费者，互相都在等待对方走出第一步。

## 年轻人是消费的主体

这迈出第一步的契机，很可能在消费者的主体——年轻人身上。

东南商报记者在走访中发现，“年龄层”是这些消费者们最大的共性：几乎都是清一色的80后、90后。他们大多都是单独行动，只有部分携三两好友相伴，至于“带小孩的家长”则是见所未见。

随机采访询问起他们的职业后，得到的答案分别是——

“从事餐饮，晚上八九点刚刚下班；自主创业，不用早起打卡上班；在眼镜店工作，没有固定下班时间；还在读书，反正有大把时光……”

尽管是“三百六十行”，但不难发现，这一群体中既鲜有“朝九晚五”的事业单位员工，又找不到身陷“996.ICU”的加班人士。看来，只有健康的体魄、灵活的时间、并不沉重的家庭压力，才能安放一个能够24小时“出去浪”的有趣灵魂。

恒太商业管理有限公司董事长胡芳园有着同样的看法，她认为限制宁波24小时消费扩张的原因之一，正是这一部分年轻人的数量，“只有二三十岁的年轻人，尤其是高校学生，才是‘耗得起’24小时消费的群体。目前宁波在这方面的资源，和同类城市相比的确稍显不足。”

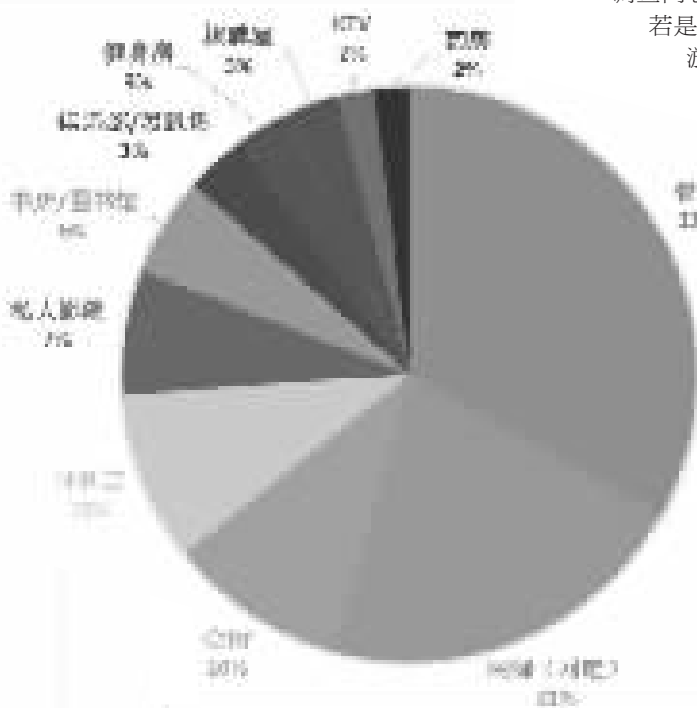
这类年轻人，指的可不只是本地人，还有从外地过来玩耍的小青年。

天一书房经理孙常青认为，要想把24小时书店乃至24小时业态做好，深圳就是全国的标杆。而深圳成功的经验，正是因为“深圳外来人口基数庞大，且年轻人多，一天之内每个时间段都有活跃的人，这就带来了雄厚的土壤。”

同样是新一线城市的夜生活指数榜单，名列全国前15的城市里，除却“北上广深”，紧随其后的“成都、重庆、西安、杭州、苏州、昆明”，几乎无不例外地属于“网红城市”或是“旅游打卡胜地”。

旅游资源和24小时消费，还真有不少联系。根据中国旅游研究院发布的《夜间旅游市场数据报告2019》，国内旅游平均停留时间为3天，愿意体验两三晚夜游的受访者就达到了八成。夜间文化节事、景区夜游、夜市美食，都是游客票选出的心头好，而在夜游中消费最高的，依旧是18岁~34岁的青年。

归根结底，留给宁波的课题，不止是要“抢”更多的人才，还得向更多的人宣传这座城市魅力。通过城市宣传吸引更多消费者，再由消费者反哺消费场的跟进，一个良性循环将近在眼前。



大众点评输入“24小时”后出现的宁波业态