



宁波地铁3号线开通，地铁经济如何提速？

记者 严瑾

“盼星星，盼月亮，可把地铁3号线盼来了！”

6月30日，全城翘首以待的宁波轨道交通3号线试运营。这一天，宁波人的朋友圈也被3号线华丽的车厢环境和沿线风景刷屏了。

据宁波轨道交通官方统计，当天全线网总客流高达61.5万人次，较5月均值增长了64.6%。地铁3号线不仅延伸了近百万市民的通勤半径，也让宁波市区商圈中呈三足鼎立之势的“天一鼓楼”“东部新城”和“南部商务区”，真正地连成了一张交通网。

那么，3号线的开通，如何为宁波商业赛道提效增速呢？



1 人流云集，商圈借机发力

上周日，正午的天空电闪雷鸣。倾盆大雨浇不灭市民体验地铁3号线的热情，车厢内站满了男女老少。

待到雨过天晴，记者看到钱湖北路D出口陆续有人来往，出站后一回头，对面印象城门口立着一个“呆萌”的巨大粉色小人，赫然“跳”进眼帘。

“地铁通车那天，我们的客流量比平时增加了30%。我觉得一是和最近的屁桃IP策划有关，二是地铁带来的溢出效应。这一天的停车数量和往日持平，但从离地铁最近的1号门进来的客流，就增加了10%左右。”宁波印象城总经理田欣分析道。

在田欣看来，“人流效益”正是地铁能带给商圈的最大利好。只有把“人”聚起来，才有转化为消费的动力。过去，印象城的辐射半径为3公里左右，3号线的贯通让“通勤20分钟”的圈子，半径扩大到了5公里以上，这无疑使商圈覆盖面极大延伸。

宁波轨道交通的数据证实了田欣的判断。6月30日当天，3号线一带进站量的前三位，分别是“四明中路、钱湖北路、南部商务区”。除了印象城，市民喜闻乐见的鄞州万达、利时百货、明州里，乃至靠近姜山的环球银泰城，都悄然进入了轨道交通网的“引流”版图。

“3号线的开通，带来了地理上的互通互联，能让沿线的鄞州区大型商业综合体有更大的获客空间。尤其对于一些有特色的商场而言，具有一定的意义。”鄞州区商务局相关负责人说。

同样感受到地铁人流提升利好的，还有以东鼓道为代表的地下

商业业态。据东鼓道相关负责人介绍，自开业以来，他们的客流量每年都在稳定增长。去年一整年，东鼓道客流共计1890万人次，节假日日均达6.7万人次，工作日平均4.5万人次。

“3号线刚开通，还需要花些时间来观察对东鼓道客流增长的作用。我们相信，它的开通会对东鼓道整体的客流和业态有积极的影响。”

不过，商业管理者们十分清楚，3号线的贯通把市区地铁沿线的各大综合体都摆上“同台竞争”的局面，这就更需要“品牌+业态”的组合拳，给客群一个“记住这里”的理由。而商家之间的争相错位竞争，或能将核心商业进一步“盘活”。

“我们曾经在北部高教园区4所高校做过调研。先前他们都表示，首选的商场是来福士，因为那里既有地铁二号线直达，又有喜茶等年轻人喜爱的热点品牌。”田欣说，“我们之所以选择在年中做IP，也是出于吸引年轻时尚客群的需要。”

东鼓道相关负责人表示，他们也在努力助推轨道交通、商圈的人流向客流的转变，着力提升东鼓道项目的品牌知名度和商业价值。现在，东鼓道的客群仍以学生族、白领阶层等年轻人以及外来游客为主，同时也吸引了不同年龄层的客群前来体验。

“我们会定期通过市场调查，分析消费者年龄层次、业态喜好、收入分布等各个维度，综合考虑后进行店铺业态调整以便与适合人群相匹配。同时，我们也围绕‘城市最美地下走廊’的主轴定位做好空间布局优化、美化，满足市民多元化的服务需求。”