



阪急 将给宁波带来什么

记者 史妮超

核心提示

近日，宁波阪急4月16日开业的一则官宣，再度让整个宁波消费市场沸腾了。这个让所有人都为之振奋的神奇百货，到底有何特别之处？又将为宁波高端消费市场带来什么？

A

头部品牌和宁波首店 阵容强大

兜兜转转2年，作为知名日本零售商H2O Retailing在中国内地的首个阪急百货项目，宁波阪急开业一事终是靴子落地。据介绍，该项目总建筑面积23万平方米，总投资30亿元。其中，宁波阪急本次开业的卖场面积约11.6万平方米，超过H2O在日本大阪的旗舰店“阪急梅田总店”（约8万平方米）。

这个高奢百货“资深玩家”将带来什么？最受关注的，首当其冲是“头部品牌超级阵容”。

根据宁波阪急公布的品牌入驻信息来看，一层重奢板块引进LOUIS VUITTON、HERMES、DIOR、PIAGET、BOTTEGA VENETA、Van Cleef & Arpels、TASAKI、CELINE等40余家国际一线奢侈品牌，形成无可争议的“浙江头部奢侈品牌阵容”；二层潮奢板块引进MAX&Co.、Theory、MARC JACOBS、Y-3、MCM等轻奢品牌。

值得一提的是，宁波阪急布局在1-2层总计60余个奢侈品牌中，有超过一半是宁波首店品牌。如Alexander McQueen亚历山大麦昆、BALENCIAGA巴黎世家、CELINE思琳、BERLUTI、JIMMY CHOO、LOEWE、RIMOWA等。品牌矩阵可谓强大，大幅提升了宁波高端零售市场的“品牌力”。

其中有不少还是浙江首店。譬如德国国宝级品牌Steiff，是泰迪熊的创始品牌，具有140多年历史；法国时装品牌Maison Margiela、法国男装品牌BERLUTI、日本高端内衣品牌L'ANG é LIQUE、日本珠宝品牌AHKAH等。

同时，宁波阪急一口气带来了3家米其林餐厅，包括新加坡“莆田餐厅”、日本新锐拉面品牌“麵や庄の”、意大利CAFE TRUSSARDI。以及近80家风格迥异的餐饮品牌，涵盖正宗日料、地方菜系、多国特色美食等，其中半数以上为宁波首店。

另据公开资料报道，首个项目阪急梅田店于1929年开业。截至2020年9月，其在日本共开设16家百货门店，关西地区12家（阪急8家、阪神4家）占比高达75%，关东地区3家、九州地区1家，宁波阪急项目为首个正式落地的海外项目。

B

宁波人购买力 杠杠的

从各方面的资源看来，宁波阪急的前景非常值得期待。不过另一方面，宁波现有的另一高端购物中心和义大道，同样表现不俗。

2020年，和义大道购物中心累计实现销售25.53亿元（不含特斯拉门店销售），同比完成153.95%。其中2020年8月份，和义大道历史首次单月突破3亿销售，其中七夕2天活动完成6164万元销售额，实现同比170.6%的增长，创单日历史新高。

2021年开篇，元旦3天小长假期间，和义大道购物中心完成销售4308.13万元，同比实现182.80%，实现“开门红”；春节黄金周7天，和义大道实现销售额1.14亿元，同比增长928.5%，仅传统硬奢品牌LOUIS VUITTON销售就达2035.8万元。

与飘红数据相对应的，还有各个重奢品牌门店前排起的长队。据了解，自去年年末以来，在宁波“排队买大牌”成为比较常见的现象，春节期间更是达到高潮。一方

