



位于奥体中心附近的IF MALL

2.

『首店经济』成为发力点

除了新增商业，新消费需求也在不断刺激宁波商业格局的进一步提升。其中，“首店经济”就是刺激消费的一大利器。

根据宁波市“十四五”规划，在深度融入新发展格局，建设国内国际双循环枢纽的背景下，促进消费扩容提质，建设国际消费中心城市，到2025年社会消费品零售总额超过6000亿元。将积极引进国际知名购物中心、高端特色主题商场、国际一线品牌体验店等高端业态；加快引进旗舰店、潮货店、免税店等，打造网红消费打卡地。

这一提法引发热议。实际上目前在宁波，无论是已有商业的升级，还是新开商业的差异化定位，“首店经济”都已成为共同的发力点，以期进一步满足新消费需求、加强“商业吸附力”。

从首店品牌的分布来说，“商圈头部效应”明显。作为宁波“首店收割机”的商圈之一，近年来天一商圈不断引入兼具热度和影响力的首进品牌，以此保持“消费新鲜感”，维持头部品牌集聚优势；众多首店同样凭借着天一商圈优异的业绩坪效及强大的吸客效应，迅速得到宁波消费者的认可。

以和义大道为例，首店涌入势头“凶猛”。2020年，PIAGET伯爵正式入驻，和义奢侈品牌阵营再添新员；日本高端儿童品牌Mikihouse/Double.b的中国区首店落地和义大道；此外，还有法国轻奢女装品牌Sandro、Maje、美国设计师品牌Theory，也都在和义大道开出宁波首店。

天一广场也同样战绩斐然。2020年新开的宁波最高级别店、首店名单长长一串。目前新开和将开的有，乔丹最高级别L1店、李宁华东区旗舰店、华为授权体验店、New Balance1906宁波独有店、Polestar浙江首店、OTZ浙江首店、WOW COLOUR浙江首店、Magimix浙江首店、贤合庄浙江首店、ON HAIR宁波首店、Aape宁波首店、NEWYORKER宁波旗舰店、乐刻健身宁波首店等。

梳理对比天一商圈调整前后的品牌，可以看到，经过多轮调整，在提升品牌档次和能量级别外，天一商圈也对早前缺乏的业态及品牌进行了很好的补充。

自带“头部光环”的宁波阪急百货，同样带来了阵容强大的首店品牌，大幅提升了宁波高端零售市场的“品牌力”。

“接下来，我们还将重点加强‘首店经济’的打造，力争‘首店不出宁波’。为此，我们安排了专项资金，积极引入中国首店、浙江首店、长三角首店、宁波首店，将首店品牌作为拉动消费经济的重要抓手。”宁波市商务局局长张延表示。

3.

『多核心』商圈形成千亿级消费市场

与此同时，从区域分布看，2021年新开商业普遍呈现外扩趋势。宁波市“十四五”规划特别指出，将高品质打造泛三江口商圈、东部新城商圈、南部商务区商圈、城西集士港商圈、镇海新城商圈、北仑新碶商圈等。

泛三江口商圈是新老宁波人最常光顾的消费目的地之一，其以老牌商业地标天一广场、和义大道为代表。早在2019年，我市就提出，将以“一小时步行圈”慢行系统网络为纽带，把“泛三江口”打造成国内一流、国际有影响力的地标性核心商圈。

在2021年，泛三江口商圈也将有“全新血液”注入。其中以中海环宇城、宁波万象城、路劲新天地、恒一城市广场、欢乐海岸等较具代表性。

位于在泛三江口商圈的路劲新天地，商业体量5万平方米，主打“精致型商业”，年轻家庭成为其目标客群，预计将在今年下半年开业；还有今年1月启动试运营、即将在年中开业的宁波欢乐海岸，商业体量10万平方米，定位大型文旅商业综合体，同样是很有看点的一个商业，其由购物中心、曲水街、儿童成长中心、水秀广场组成。

除了泛三江口商圈外，被公认为宁波“宇宙中心”的东部新城商业板块，其商业发展也一直非常受关注。近期亮相的宁波阪急最有可能成为该板块的标志性商业，并由此强劲带动东部商业板块。此外，东部印象城、高新宝龙广场也将在今年亮相，与已有商业共同形成东部商业矩阵。

在宁波一直有抢眼表现的印力集团，其东部落子“东部印象城”，其商业体量12万平方米，以“精致消费”为核心定位。从空间硬件看，其由世界排名前六大设计公司之一的伍兹贝格建筑师事务所规划设计，采取创新街区式设计，强调时尚业态的混搭。

高新宝龙广场是宝龙集团在宁波第二个正式开业的项目，其商业体量约7.9万平方米，预计将于2021年9月开业，其定位时尚生活综合体，规划业态有时尚零售、餐饮、亲子、娱乐等。目前已签约的主力商户有海底捞、世纪联华、金吉鸟等。

除了头部的泛三江口商圈和东部商圈，宁波南部商务区商圈、镇海新城商圈今年将亮相的商业新军以聚焦生活最后3公里、小而美的“社区商业”为主。

即将在年中开业的荣安星光大道，位于环球银泰城东侧。该项目商业体量约3.8万平方米，定位为24小时开放式街区邻里中心。从目前已有信息看，荣安星光大道颇得社区商业“小而美”要领，虽然体量不大，业态布局还是相当丰富。据了解，盒马鲜生、德信影院、麦当劳DT等均将入驻。

位于宁波奥体中心附近的中旅城IF MALL，同样定位社区商业，商业体量4.5万平方米，将于今年下半年开业。业态规划上，设有精品生鲜超市、大牌院线、休闲娱乐、主题美食、文创体验、亲子育乐等。

历年来，如此集中的新增优质商业“组团上线”是比较少见的。在带来更多消费体验的同时，这些新增的开业项目无疑将有效促进宁波商业的“多核心”商圈形成，带来整体商业格局的进化升级。

对此，张延认为，在新的发展格局下，消费成了稳增长的“压舱石”，而商业消费作为消费的第一生产力，对经济发展的基础性作用还将进一步增强，显然，这对于处在机遇之下的宁波商业而言，可谓恰逢其时、大有可为。



东部印象城