

阶段性战报来了! “海曙消费季”18天实现销售5.25亿元!

记者 史妮超

核心提示

5月以来,海曙消费季的“买买买”热潮一浪高过一浪!天一·和义、杉井奥特莱斯、南塘老街、鼓楼沿……重点商圈人头攒动、消费氛围浓郁,打造了一场“海曙购物”的狂欢场。



1

“海曙消费季” 18天实现销售5.25亿元!

日前,海曙消费季交出了一份“阶段性战报”——自启动以来,4月30日至5月17日,海曙区19家购物中心、百货、超市、家电卖场实现销售5.25亿元,同比增长11.3%。

重点商圈领跑,消费增长尤为明显。在这短短18天,和义大道、银泰天一店、银泰东门店、宁波二百、新华联商厦、杉井奥特莱斯、国际购物中心、酷购商城等8家购物中心、百货实现销售4.49亿元,同比增长13.7%。

其中,国际购物中心、酷购商城同比增长41.5%,银泰天一店同比增长25.6%,宁波二百同比增长20.8%,杉井奥特莱斯同比增长16%。

与此同时,家电消费也迎来高潮。4月30日至5月17日,海曙区苏宁天一店、国美东门店、五星中山路店共实现销售3270万元,同比增长7%。

实际上在海曙消费季启动阶段,就已经拿出了一份漂亮战报。数据显示,从4月30日至5月5日监测数据显示,小长假期间,海曙区内19家购物中心、百货、家电卖场、超市共实现销售2.96亿元,与去年同期相比增长23.2%。

作为海曙区今年首度大规模消费活动,海曙消费季横跨整个5月,集中梳理各类主题体验和促销活动40余大项超100小项。自启动以来,通过板块轮番启动,做到消费市场热度不退、力度不减、亮点不断。极大促进了消费回补和潜力释放。

2

造新!造势! 海曙商业“太会玩儿”了

贴合宁波全力打造“国际消费城市”的新目标新定位,“商业焕新”无疑是重要一环。

这一逻辑下,海曙商业在“造新、造势”方面也持续发力、全面升级。仅从海曙5月消费季的商业体验清单就不难看出,作为传统商贸强区,即便是在宁波商业爆发式增长的背景下,海曙依旧有序调整、不断升级,继续保持着强大的“消费吸引力”。

5月23日,即将空降宁波天一和义商圈的“CCF2021意大利非凡时空艺术文化节”,很值得打卡,据了解,此次活动除纪念但丁逝世700周年系列艺术展览之外,还将带来一场全新的意大利文化视角和体验之旅,通过跨次元的全景整合方式,让宁波消费者在家门口,即可享用意大利特色美食、感受地道意大利文化。

5月16日,和义大道3楼露台一场声光色影俱佳的“百人瑜伽派对”,吸引了宁波众多资深瑜伽爱好者前来,将2021和义瑜伽生活艺术节拉向高潮。在活动现场,瑜伽习练环节由法国瑜伽导师Nino Mendes带领,360度灯光、原创瑜伽音乐,为瑜伽爱好者们打造了深度沉浸式的互动习练体验。

杉井奥特莱斯在5月14日-5月23日期间,开展首届“锦绣华裳”520婚嫁节,超过200个品牌联动大促。国际一线品牌如GUCCI低至3折、巴宝莉低至4折、PRADA低至4折等;国内一线品牌如卓雅低至2折、EP低至2折、玛丝菲尔低至3折等;黄金珠宝品牌如六福珠宝黄金克减40元、老庙黄金黄金克减52元、曼卡龙黄金克减60元等,力度都相当给力。

与此同时,杉井奥特莱斯还有一场“国风汉式婚礼大秀”。通过场景化的布置和现场真人演绎,重现古韵传承,给予到场顾客沉浸式的多感官体验。

5月以来,天一商圈的2021宁波国际咖啡生活节,也吸引了不少咖啡爱好者前来打卡。现场超过50家咖啡品牌、60余家文创生活品牌集聚,还有手冲表演、乐队演奏、沙龙分享等主题活动。

3

抱团!求变! “商业服务意识”进一步优化

值得一提的是,在今年的海曙消费季中,海曙重点百货、购物中心之间的“抱团合作”意识进一步加强,商业服务也同步提档升级。

大牌包包和人气美妆品牌怎么玩跨界?比如在颇受关注的520期间,和义大道购物中心和银泰百货天一店,展开联动促销,联合发放消费券。在银泰百货天一店购物满1000元即可获得520限定礼券,在和义大道使用(每满3500元抵用);在和义大道购物满10000元可获得520限定礼券,在银泰百货天一店使用(每满3500元抵用)。

家电和服装、珠宝也能玩“跨界消费”。5月21日,苏宁易购宁波天一店升级开业,5月21日-23日购单件商品,满1000元返200元优惠券,以此类推上不封顶;与此同时,苏宁天一店和二百也将开展联动促销。

活动期间,在二百一楼购物实付满2000元送100元苏宁天一开业抵用券一张(满2000元抵用,单件商品限用一张券,最高优惠200元);在苏宁天一店购物实付满2000元送100元二百镶嵌饰品抵用券一张(满2500元抵用,单件商品限用一张券)。

“可以说,天一·和义商圈是海曙商业乃至宁波商业的经典缩影。和国内其他城市级商圈一样,近年来,天一·和义商圈也同样面临多元化商业的冲击。不过,在一轮轮的商业变革浪潮中,天一·和义商圈始终积极抱团、主动谋变。比如这次海曙消费季中,多个百货、购物中心间进行深度调整、合作,就是直面挑战、聚势出击的一次大动作,旨在发挥合力优势,打造购物消费新模式。”海曙商务局有关负责人表示。