

稳居宁波商圈“第一梯队” 鄞州万达商圈 如何应对多元化冲击？

记者 史妮超



核心提示

一直以来，鄞州万达商圈都可堪称是宁波商业“第一梯队”。近年来，宁波商业发展迅猛，随着更多商圈的兴起，以及新消费群体的涌现，这个老牌商圈也面临着客流分流的困扰。面对新的市场环境，这个商圈中的商业体们，有哪些应对举措呢？近日，记者特地前往进行了采访。

1. 稳居宁波商圈“第一梯队”

2006年年底，鄞州万达广场亮相鄞州中心区，在宁波首度开创了室内Mall的舒适购物体验，这也是宁波首座万达广场。近20万平方米的商业用地、20多亿元的投入，多种业态的集中进入，使得鄞州万达在购物中心尚未全面开花的20世纪初，迅速成为宁波商业的一匹生猛“黑马”。

在此后的10余年间，鄞州万达凭借一路高企的日均客流和销售额，逐渐成为鄞州的商业头牌，并稳居宁波商业第一梯队。在2015年，鄞州万达全年销售总额首次突破27亿元，广场客流量日均已超10万人次，跻身万达集团在国内85座“万达广场”中的三甲。

此后，鄞州万达每年继续保持着稳定增长。与此同时，仅一路之隔，联盛广场、明州里分别于2010年、2017年陆续加入阵营，鄞州万达商圈进一步形成。

今年春节小长假期间（2月10日-15日），鄞州万达广场累计实现销售额7327万元，同比增长141.8%；客流39.35万人次，是2020年同期的3.2倍；五一小长假期间（5月1日-3日），鄞州万达广场3天实现销售额6280万元，超过2019年同期水平。

进入2021年年中，这个以鄞州万达广场为首的商圈，也即将迎来第15个年头。商业变迁虽谈不上瞬息之间，却也在悄无声息进行着。

2. 也难熬十五年之痒

尽管依旧占据鄞州商业的重要地位，但近几年来，鄞州万达商圈确实有着宁波其他一些老牌实体商业都正面临的困惑和难题：市场多元化冲击巨大，客流分流现象明显。

对于宁波第一代购物中心来说，要更迅速地满足新消费群体的需求，正在变得更难。

本报记者近日踩盘了鄞州万达商圈。记者发现，相比起宁波其他商业，该商圈的核心商业——鄞州万达商业体的人气还是比较可以的。即便是普通工作日，该商业体内人来人往的繁华景象，依然是宁波多数其他商业难以匹敌的。

从1号门进入，记者从鄞州万达的最西端，沿中线主通道，一路逛至最东端。从品牌维度来看，一楼的品牌相对比较主流。从西到东，依次是时尚百货品类，如完美日记体验店、三只松鼠、小米体验店等；黄金珠宝品类，如莱绅通灵、钻石小鸟、周大福、周生生、明牌珠宝等；男女服饰品类；快时尚品类；银泰百货等。而到二楼，品牌调性有所降低，品类的布局相对不够清晰，人气略显不如一楼。

采访中，记者注意到，即便强势如鄞州万达，当前也正面临着诸多的客流分流。而这其中，宁波近年来商业新增较多是主要原因。

据不完全统计，2021全年，宁波全市有近20个商业综合体陆续开业，新增商业面积近130万平方米。

一方面，今年4月宁波阪急百货正式亮相，其商业体量约11.6万平方米，品牌阵容强大，超过150家是宁波首店，超过60家为国际一线品牌。

另一方面，与鄞州万达商圈相聚不远的“黄金十字路口”钱湖北路商圈，也在迅速进化升级中——5个购物中心集中分布的高聚集度，形成近45万平方、定位丰富、可逛性强的消费场所；钱湖北路与嵩江中路交叉口地下通道，将地铁3号线钱湖北路站、万象汇、宝龙广场、印象城、新永泰公园串联整合，形成环网状的地下商业空间，提高了逛街舒适度。

实际上，有相关统计显示，连续多年位居宁波商业前三甲的鄞州万达，2020年销售额排名有所下降，首次跌出“前三甲”。

3. 商圈共融依旧有难度

与其他商圈相比，鄞州万达商圈有一个较为明显的特征，即鄞州万达的火爆人气与周边其他商业备受冷落形成较大落差。

在这个商圈，除鄞州万达外，另一个值得注意的是位于鄞州万达西侧的明州里购物中心。

从记者现场踩盘情况来看，一路之隔的明州里购物中心，在挣扎多年之后，客流量仍然无法与鄞州万达相比。不过，从其品牌入驻和调整情况来看，近一年以来似乎渐入佳境。

在差异化竞争上，明州里的逻辑比较清晰，引入的品牌较少与周边商业有同质化倾向。从北大门进入，往南大门方向，一路有华漫模型、高合汽车、岚图汽车、大疆、champion、万宝龙、tommy hilfiger、极米体验店等潮流零售品牌。

在餐饮品牌的引入上，也偏向中高端定位。明州里室外步行街西街上，以及室内广场3楼、4楼以餐饮业态为主。最新引进和开业的有美宴、三佰杯、V+YOGA、麦田工坊、枣子树、肆号制造局、辣八爷等。

而同为一路之隔的联盛广场，依旧与整个商圈“格格不入”，无法融入提升。

从联盛广场B区大门进入，高企的玻璃门因缺少维护而显得光泽暗淡，已丝毫无法找到当年巴黎春天百货的遗留气息。

总体而言，联盛广场缺乏整体的商业运营，而只是最初级阶段的铺位出租，又因缺乏人气、管理而显得非常混乱。在这片寸土寸金的位置，令人叹息。对整个鄞州万达商圈的提升，也毫无促进作用，使得这一区域的商圈共融更为艰难。

4. 商业升级“一直在路上”

对鄞州万达商圈而言，如何持续保持新鲜感、吸附客流呢？

从2019年以来，鄞州万达就大动作频频。当年8月，位于鄞州万达二楼，与其同时在2006年开业、经营时长13年之久的知名家居卖场特力屋闭店撤离。在这块超过4000平方米的大面积区域，鄞州万达集中布局了此前一直较为薄弱的餐饮业态，打造了“阿拉宁波”餐饮主题街区。

与此同时，鄞州万达还对另一家主力店德克德家进行了大面积改造，并于2020年推出了“阿拉IN巷”，其定位潮流、有趣、好玩、先锋娱乐文化的综合社交空间，主要满足年轻潮流客群的需求，共4层，建筑面积3.5万平方米，涵盖70余个时尚品牌。

明州里也不断呈现新鲜面貌。与2020年同期（5月份）相比，明州里进行了较大幅度的调整。截至2021年5月，明州里商户入驻率达到了99%。近一年来，调整的商铺数量达到了45家（购物中心38家，西街7家），调整的面积占比达到了19.1%。目前，客群占比上年轻客群进一步增加，80%客群为20岁至40岁之间。

“目前，包括鄞州万达商圈，宁波不少主流商圈都处在存量商业的改造升级中。与新开商业不同，主流存量商业改造升级的远见和专业性，决定着整个商圈的成长走向。在一个商圈内，项目间的竞争、商业形态间的竞争不会停止，同时也需要更多的经营思路、更清晰的定位，多样化发展。”宁波市商务局流通处处长张宇平表示。



全市人气
商圈观察 ⑦