



南部新城商圈正在被遗忘？

业内：抱团进化是唯一出路

记者 史妮超

海港城



核心提示

近年来，宁波城市发展节奏加快，老商圈不断推陈出新，新商圈也如雨后春笋般冒出，宁波商业整体呈迅速发展态势。

这其中，以环球银泰城为代表的南部新城商圈，曾一度与鄞州万达商圈、钱湖北路商圈并列为“三足鼎立”的鄞州新商业版图。然而，由于区位限制等因素，辐射范围有限，该商圈存在感一直比较微弱。日前，本报记者踩盘南部新城商圈，逐一探访。

环球城：主力老牌选手吸引力犹在

2015年，这个被视为鄞州商业版图“重量级新丁”的大型商业MALL正式开业。其总建筑面积33万平方米，商业面积17万平方米。以快时尚品牌、运动量贩、家居零售、儿童体验等业态，集中聚焦家庭消费。

作为银泰商业集团当时在宁波落地的首个银泰城项目，环球银泰城具备着“百货老司机”的沉稳。从项目定位来看，距离开业已过去6年，根据目前购物中心的人驻品牌，其依旧紧贴“家庭消费”的最初定位。

8月4日，记者踩盘看到，位于环球银泰城2层、3层的迪卡侬运动超市、日本家居卖场NITORI、玩具反斗城等，逛逛买买的消费者不少。实际上，这几家面积不小的品牌主力店，也是进驻环球银泰城的首批主力店，对年轻消费者和家庭消费具有持续的吸引力。

值得一提的是，餐饮业态一直都是环球银泰城的“优势项目”，目前来看这一特征依旧鲜明。4层、5层基本囊括了目前宁波餐饮市场上的主流及人气品牌。据了解，环球银泰城开业之初，入驻品牌近230家，其中餐饮品牌就占据了50余家。

较为稳定的家庭消费主力店、占有较大比例的主流餐饮品牌，一定程度上保证了环球银泰城对其目标客群的黏性和吸引力。从直观客流来看，记者踩盘当日尽管正值工作日下午时分，整个环球银泰城来往的人气尚可。

但在快速扩容、向前猛冲的宁波商业市场，环球银泰城的继续成长则面临着不小的挑战。如部分主力店与目标客群兼容性差、娱乐体验业态缺乏、一家独大难以实现与周边项目的共融等，在地理位置不具备优势、辐射范围小的情况下，更加减弱了环球银泰城的核心竞争力。

这从环球银泰城2020年的业绩可见端倪。据有关数据统计，2020年，环球银泰城实现销售额9.8亿元（含银泰百货），这与2019年高达17.2亿元的销售额可谓相距甚远。综合2020年宁波各大商场的销售额排名来看，直接下跌3个名次。

主力选手如此表现，使得南部新城商圈处境较为尴尬。同为选手，鄞州万达商圈的万达广场2020年销售额22.5亿元；钱湖北路商圈的鄞州印象城，体量远远小于环球银泰城，其2020年销售额也达到了7.5亿元。