

核心提示

日前，新一线城市研究所联合中国连锁经营协会(CCFI)发布“时尚消费力指数”榜单(以下简称榜单)，从5大维度定义中国城市“时尚消费力”。在这项排名中，宁波居全国第十五位。

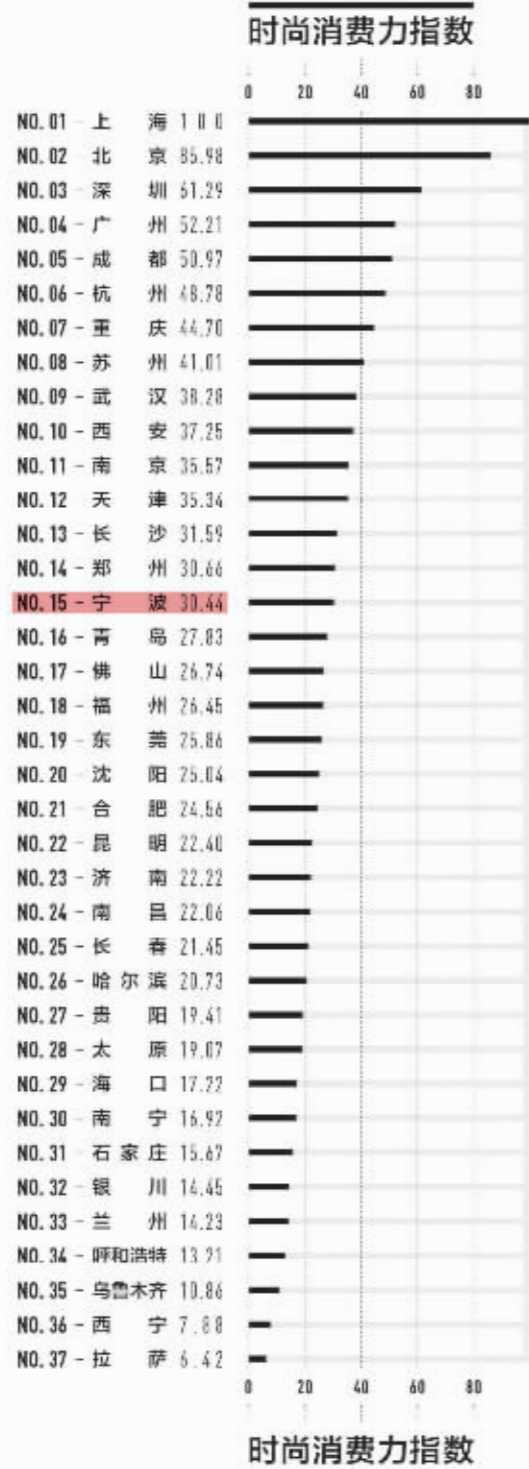
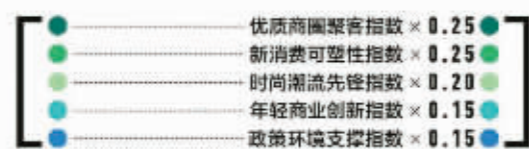
在整个商业消费领域，“时尚消费”是最重要的风向标，它刺激着市场的消费欲望，也是商业消费创新最为密集的阵地。

榜单将“时尚消费力指数”拆分成了5大一级维度和15个二级维度数据指标，针对4座一线城市、15座新一线城市和其余18座省会城市展开评估。5个一级维度分别是优质商圈聚客指数、新消费可塑性指数、时尚潮流先锋指数、年轻商业创新指数和政策环境支撑指数。

从数据的整体表现来看，4座一线城市延续城市商业魅力指数中“北上深广”的顺序，继续领跑全国的城市时尚消费；此外，成都、杭州、重庆、苏州、武汉和西安也处在全国前十位的序列之中。

在本次排名中，宁波以30.44的总分居全国第15位，并在“新消费可塑性指数”“政策环境支撑指数”两个一级维度上榜。

2021时尚消费力指数榜单



1 宁波人新消费潜力巨大

新消费可塑性指数反映了各个城市实际的消费能力，以及对新消费模式的接纳程度。在这项维度上，宁波排名全国第12位。

据介绍，新消费可塑性指数主要从消费活跃度指数、消费潜力指数、消费人口增长指数、社会消费品零售总额和人均消费支出这5个二级维度进行衡量。

社会消费品零售总额和人均消费支出这两项统计口径数据反映的是一座城市宏观层面上的消费水平。

2020年，宁波实现社零总额4238.3亿元，增速分别高于全国、全省3.2个百分点和1.9个百分点，全国排名第18位，人均社零全国排名第14位；今年上半年，宁波社会消费品零售总额2161.3亿元，增长19.5%，高于全省3.1个百分点。其中，新兴消费模式持续强劲，上半年宁波网络零售额1112.9亿元，增长14.5%。

消费活跃度和消费潜力指数分别引入了阿里巴巴集团、京东、饿了么等互联网平台的大数据来测量城市人的线上消费活力。相比于传统的线下购物，线上消费记录了更详细的消费行为，也能从中更多维度地描绘出人们对新消费模式的接受度与发展潜力。

宁波在此项表现也不错。与电商之城杭州毗邻，宁波也同样占据新消费场景创新的高地。2020年的电商双11期间，天猫全天交易额达4982亿元，同比上年增速达到26%。其中宁波人在天猫平台花了65.2亿元，比上年增长了82%，在浙江省内排名第二。

要在现有基础上实现城市时尚消费力的突破，很多城市都需要更有力的政策与环境支撑。营商环境友好度以及城市的公共预算在商业服务业、文化传媒和体育领域的投入，都可以在一定程度上反映当前行业可以获得的帮助。

长三角城市在这一项上有明显的优势。政策环境支撑指数单项中，排名前5的城市中包括了上海、杭州、苏州和宁波4个长三角城市。

2

宁波还有哪些潜力可挖？

城市商圈的聚客能力是时尚消费力得以激活的基础。这一维度包含商业实力、客流热力、发展潜力和周边配套指标的综合评估。可惜的是，在这一维度，宁波并未上榜。

优质商圈聚客指数加总了城市中所有商圈在这些维度的指标表现，并展开城市间的横向比较。它反映的是一座城市里有多少体量规模大、品牌集中度高、客流量可观、具备客群挖掘潜力，周边又有不错的配套条件的商圈。这些商圈的品质与数量，决定了一座城市能有多大的空间承载时尚消费资源。

数据统计显示，截至2020年，宁波市六区大型零售商业网点共计95处，总营业面积为472万平方米。从网点数量增长来看，2004年大型零售商业网点数量为28处，至2020年年均增长率为7.9%。从人均指标来看，人均大型零售商业网点面积为0.9平方米/人。

国际上通常认为人均商业面积1-1.5平方米/人是比较合理的参照值。而业界认为，按照国内商业开发的实际经验，一线城市人均商业面积1-2平方米/人；二线城市人均商业面积1-1.5平方米/人；三线城市人均商业面积0.5-1平方米/人，是比较合理的范围。

对比行业指标，宁波总体上属于中等水平。但是各区发展不平衡情况凸显。江北、鄞州人均指标已偏高，随着在建项目的不断增多，未来应该警惕商业过量情况；奉化人均指标偏低，作为宁波最年轻的区，未来有较大的发展潜力。

一方面，随着新兴商业中心的不断落地，宁波形成了多核心商圈的城市商业格局；另一方面，各区发展不平衡情况凸显。这可能在很大程度上掣肘了城市商圈的整体聚客能力。

3

宁波如何吸引年轻消费者？

值得一提的是，在时尚潮流先锋指数、年轻商业创新指数这两个一级维度，宁波同样没有上榜，拉低了整体得分。

时尚潮流先锋指数从品牌视角分析了它们对每个城市市场的信心。在新一线城市研究所重点关注的主流大品牌之外，还重点分析了时尚潮流品牌的进驻情况——包括了MOSCHINO、offwhite、EVISU、Champion、INXX、泡泡玛特等30个国际时尚潮流、国潮、潮玩品牌在各个城市的门店数量。

与主流消费品牌不同，时尚潮流品牌的扩张期主要集中在近十年内。上海、北京、成都和杭州是这些品牌最为关注的城市，上述30个品牌门店的进驻总量都超过了100家。在这方面，宁波的表现不够理想。

年轻商业创新指数这一维度，则是以密室逃脱、剧本杀、VR沉浸体验等线下的多元体验型年轻业态空间，从另一角度衡量城市的商业创新力。

在追逐与创造年轻城市人的消费偏好上，除了上海和北京，成都、武汉、广州、杭州、重庆、西安、深圳、天津和长沙等城市也已经拥有超过3000家各个类别的文体体验业态。这些体验型业态多数都还没有进驻正式的商业空间，却已在与消费者的互动中完成了数轮升级和迭代。

