

3
↓
沿线商业魅力已现

四通八达的地铁线路，不仅为市民日常出行提供便利，也直接扩大了人们的活动半径。这对于沿线商业项目而言，无疑是利好。

统计显示，地铁对周边区域商业提升比率，根据原有区域条件不同可达到5%至10%。此外，地铁带来巨量人流，也保证了沿线商业的赢利能力。

在宁波，地铁商业魅力已现。记者注意到，宁波目前业绩排名靠前的商业基本都分布在地铁沿线。据不完全统计，在宁波购物中心2020销售业绩前10强（天一广场、和义大道、杉井奥莱、鄞州万达、世纪东方、北仑银泰城、环球银泰城、江北万达、鄞州印象城、来福士）中，绝大部分是地铁可以直达的商业项目。

天一广场以年销售额55亿元高居榜首，紧随其后的是年销售额25.5亿元的和义大道，两者分别同比增长3.6%、9%。而位居第3位至第5位的分别为杉井奥莱年（24.6亿元）、鄞州万达（22.5亿元）、世纪东方（13亿元）。

以天一广场为例，作为地铁1号线上首批地铁商业，仅今年国庆黄金周首日，客流量就突破36万人次。10月1日-5日，天一广场日均客流突破30万人次，实现爆发式增长。

事实上，在地铁人流持续加持下，对天一广场而言，巨大客流已司空见惯。

地下商业代表东鼓道同样受益地铁客流。数据显示，2021年前11个月，东鼓道累计客流量约1400万人次，预计今年全年客流量将达1600万人次。

“随着地铁线路增加，东鼓道的客流将会持续增长。根据以往经验，5号线开通后，我们对客流增长有乐观预期。”东鼓道商业有关负责人张磊表示。

与此同时，不少已经领略过地铁人流红利的宁波商业，更多地看到了消费群体的悄然变化。

“我们是在地铁3号线钱湖北路站，开通运行2年半以来，到店顾客确实发生较大变化。原先，消费客群主要以直径3公里范围的周边居民为主，3号线开通后，带来了更远距离的顾客，同时顾客更偏向年轻化。这对我们不仅是客流方面的促进，在业态品牌调整上也会有更多视角。”鄞州印象城有关负责人田欣告诉记者。



天一广场

4
↓
宁波商业进入春天？

“地铁在为沿线商业带来人流红利的同时，一些‘巨无霸’商业也可能因地铁发挥更强大虹吸效应。沿线商业如何真正抓住地铁红利？这是宁波商业管理者值得思考的。”宁波市商务局消费促进处处长尹秋平表示。

“5号线开通后，覆盖更广的地铁网络在带来更多客流的同时，也拉近了市民与其他商业的距离。当然，竞争也加剧了。”鄞州宝龙广场有关负责人吕银亮认为，这对从业者的专业度和商场挖掘客户的敏锐度是一个考验，地铁沿线商场的业态和品牌需要在明确定位的基础上实时保持精准调整。

“地铁+商业时代，消费者会更加注重商场本身的‘硬实力’和‘软服务’。更能满足顾客消费需求的品牌及业态组合、更具吸引力的营销活动、更优质的服务，将成为顾客选择商场的标准。”和义大道购物中心有关负责人林炳芳表示。

对于地铁沿线商业而言，培育新的消费热点也很重要，这能将地铁带来的庞大人流转化为客流量与业绩。

“无论‘巨无霸’商业，还是‘小而美’社区商业，在面对每天数以万计甚至十万计的客流时，都需要根据车站功能、客流、站点布局，摸准消费者脾气，最大程度发挥地铁对商业的推动效益，实现‘1+1>2’的高价值。”尹秋平表示。



乐·1844

