



# 向上冲刺“云端”，向下“牵手”社区 宁波谱写实体零售创新转型新篇章

文字 徐展新 郑家成

2017年12月，海曙区、鄞州区会同奉化区被省商务厅、省财政厅列入批发零售业改造提升试点城市，开始为期三年的试点，吹响了宁波市实体商业转型升级的新一轮“号角”。过去几年，宁波在实体商业领域转型升级取得了亮眼的成绩。近日，市商务委借着《宁波市批发零售业转型升级三年行动计划(2018—2020年)》加快编制的“东风”，召开全市零售业创新转型工作现场经验交流会，全市实体零售业的优秀代表齐聚一堂、集智建言，为2018年的转型升级工作谋篇布局。

会议提出，我们既要充分肯定零售业创新转型的成效，也要清醒认识零售业面临的形势任务，主动回归零售本质，准确把握零售业创新转型方向，着力发展品质零售、智慧零售、跨界零售、绿色零售，发挥实体零售引导生产、扩大消费、繁荣市场、保障就业的功能，为振兴实体经济、建设“名城名都”添薪加柴。

过去一年，海曙打响“海曙购物”品牌，实体商业蓬勃发展、百花齐放。省内首个地铁商业街区东鼓道开业，天一广场蜕变为“生活体验中心”，银泰东门店率先接轨“新零售”，杉井奥莱试验全新的“商旅模式”，鼓楼沿则实现了文商旅的融合协调发展。

鄞州也加快步伐，狠抓商圈建设，巩固全市商业综合体高地的“江湖地位”。东部银泰城、宏泰广场、海港城、明州里等大型商业综合体陆续开业，让“吃在鄞州”“购在鄞州”成为区域发展金名片。

改革的浪潮下，实体零售业迫切地需要转变，此次经验交流会上，一批率先转型、初见成效的商家分享了成功经验和试错后的教训，携手谱写宁波实体零售创新转型的新篇章。



## 银泰百货 勇当“新零售”理念先行者

从2017年5月到9月，银泰百货东门店进行了持续一百多天的“新零售”改造，斥资1.2亿元，将传统的百货商场“颠覆”为类购物中心，为同类型商场的自我升级提供范本。

百货如何贯穿“新零售”理念？银泰的做法是“装修升级”和“服务升级”。

如今的银泰东门店内，各个楼层均采用主题化装修，囊括传统帆船式的设计空间、工业气息的极简空间、复古广场式的休闲空间和动物园主题的互动空间，通过

空间的打造营造差异化消费场景，与各楼层的商业品牌相映成趣。改造之后，商场的店铺数量缩减了三分之一，公共空间、过道、休憩区、休闲区的面积则大幅提升，部分区域还置入了AR、VR技术，让消费者在互动中获得舒适购物体验。

银泰的商场服务更是搭上了“互联网+”的快车，喵街、迷你银、西逸、跨境海淘馆、喵货等五大O2O业务线齐头并进，实现“人、货、场”的重构。顾客可以实时搜索店铺、评价交易，数千万件商

品完成数字化并整合到后台系统，各柜台也同步实现了APP开票和现场开具电子发票。

如今，银泰百货正以“新零售”先行者的姿态阔步前行，2017年天一店实现销售额12.73亿元，同比增长21.1%。重新开业的东门店更是10天揽下5910万元的销售额，同比增长达38%。目前，银泰的后台已汇聚了超过100万名字会员，将为品牌深入践行“新零售”理念、引领百货业转型升级提供助力。



## 新江厦超市 亮出“金融武器”惠民生

互联网技术的普及，造就了一批配送迅速、价格低廉的电商平台。传统大型超市的功能则日渐弱化。新江厦超市敏锐地察觉了旧业态的生存困境，主动改造门店、丰富服务内容，同时亮出“金融武器”，让自己和普通消费者贴得更近。

自2016年至今，新江厦遵循每年完成10家以上门店改造工作的原则，每平方米投入费用2500元，预计2020年完成全部门店改造工作。超市的面积不断“缩水”，但

功能日益丰富。如今，总投资1500万元的全新生鲜配送加工中心建设工程已进入收尾阶段，预计今年3月建成运营，有望实现生鲜商品的全冷链配送，提升口感、拓宽利润空间；斥资250万元引进的信息系统则打通了线下业务和线上商城，部分门店还引入了电子标签技术，让新江厦成为拥有大数据分析能力的“一站式”互联网便民超市。

去年2月，新江厦再出新招，与鄞州银行达成战略合作，携手搭建了“蜜蜂

之家”新江厦便利店，探索新型金融便利店的经营模式。坐落于银行内部的便利店可以与银行形成互补，既解决便利店选址问题，又能帮助银行引流。如今，“便利店+银行”的模式初见成效，已有10家“蜜蜂之家”新江厦便利店营业，预计3年内建设90家。镇海农商银行也于去年9月主动接洽新江厦，计划3年内建设20家“丰收驿站”新江厦便利店，在收获财富的同时更高效地便民利民。



## 和义大道 攀登城市高端消费“制高点”

互联网时代，高端消费场所也需要走下“象牙塔”，主动迎接浪潮，顺应受众需求转型升级。作为宁波高端消费的“标杆”，和义大道购物中心及时转身，不断调整业态，增加休闲、餐饮、娱乐等体验式业态比重，引进儿童生活馆和小而精致的轻餐项目，打造轻松愉悦的购物环境，实现对客群的重新集聚。

2017年，和义大道全年营业收入同比提升17%，陆续引进了10多家体验型品

牌，涵盖了艺术生活、智能家居和高端汽车销售等领域，丰富市民的购物体验。与此同时，地下停车愈加便利，去年4月推出的“智慧反向寻车”服务可以帮助顾客高效解决停车、寻车难题。

除了提供高端商品和完善服务，和义大道还从“商业+文化”入手，尝试实现城市的“文化传承”与“价值再造”。过去一年，和义大道将人文理念、生活艺术、创新科技、绿色消费的“当代生活元素”融

入商业空间，深耕文化营销，引进最新形式的艺术展，频频举办文化交流活动，让文化艺术与高端购物交相辉映。

风尚2017春夏品牌时尚秀、清凉音乐会、顺子顾忠山和义见面会、印象莫奈——时光邂逅艺术展……和义大道恪守着“让艺术走进寻常生活，将商业与艺术完美结合”的理念，继续攀登城市高端消费的“制高点”，引领着现代消费者的消费习惯和生活方式。



## 天一广场 商圈跨界“追逐潮流”

它是宁波历史最悠久的核心商圈之一，承载着市民对商业庆典、消费节日的美好回忆。十余年光阴飞逝，老牌商圈经历过风雨，却依旧枝繁叶茂。如今，它依旧站在实体零售转型升级的最前沿，通过品牌业态调整和广场服务提升增加消费者的驻留时间，给予他们更丰富、更多元化的感受。

天一广场转型升级的关键词是“跨界”。除了传统的高超，天一广场还引进符

合年轻人需求的西西弗书店、猫屎咖啡、苹果零售店及多家桌游竞技品牌，再次成为潮流文化的聚集地。精心打造的“第七街区”内，城市街头极限运动爱好者来往穿梭，“小清新”或“非主流”风格的活动频繁上演，吸引着周围的高校学生和都市白领。

2017年，天一广场联合和义大道购物中心、月湖盛园、国购、酷购组成辐射全市的天一商圈，合计推出各类互动营销活动300余次，包括整体性推广活动38

次，业态主题促销活动180余次，自行策划的大型活动88场。让这块甬城三江口的黄金地段成为全市商贸活动的制高点。

跨界是天一广场运营的经营理念，也是天一广场长远发展必须恪守的原则。未来，天一广场将继续调整业态配比，积极寻找态度鲜明、个性强烈、受年轻人喜爱的合作伙伴，为消费者带来更优质的生活体验，立志成为未来生活方式的引领者和倡导者。



## 杉井奥莱 开创“商旅并行”新模式

以“低价奢侈品”为卖点的奥特莱斯，正经受着传统商业体和网络商城的“两面夹击”，品牌吸引力和价格优势有所流失。一方面，银泰、万达、酷购等传统商业体的品牌正价店不断加大优惠力度，另一方面，天猫商城、京东、唯品会等电商平台拉低了采购海外奢侈品牌的成本。重重困难之下，杉井奥莱却“逆流而上”，于2017年实现销售额22.8亿元，高居全国奥特莱斯项目的第七位。

杉井奥莱的成功，与“商旅并行”的新模式密切相关。杉井奥莱地处城郊集士港镇，距离市中心天一广场约10公里，周边高速公路网络密布，交通较为便利，环境舒适宜人。此外，广场占地面积较大，购物空间较为开阔，适合家庭出行、大批量采购商品，具备了建设短途旅游中转站的各项条件。

因此，杉井奥莱很快迈出了探索“商旅并行”经营模式的步伐，开创出全市体

零售业的先河。近期，随着以家庭、亲子为主题的三期展馆正式开业，广场已具备电影院、大型综合超市、餐饮等多种业态，为前来游玩的市民提供全方位的度假式消费体验。在吸引市民自行前来购物、休闲、娱乐的同时，杉井奥莱还主动加入商贸旅游线路，尝试打造辐射宁波和周边城市的旅游中转站。目前，杉井奥莱已与宁波的40余家旅行社达成合作，未来还将在市内外其他区域和周边城市开辟新的旅游线路。



天一广场成为潮流文化聚集地。(天一广场供图)



## 黄古林 让宁波百草踏入“云端”

宁波是全球的“百草销售冠军”，而坐落于百草生产企业集聚区古林镇的古古林，正是宁波百草的“金字招牌”。有别于传统的百草生产企业，黄古林早早开启了百草销售电商化的进程，让成本低廉、利润相对微薄的百草制品踏入“云端”，畅销全球。

百草制品如何对接电子商务？据了解，近年来，黄古林投资350万元建立了全新的电子商务运营体系，让产品流通的效率大幅提

升。此外，专用于电子商务交易的ERP软件投入运行，全面提升客服工作的效率，为网络销售额的腾飞注入动力。2017年，黄古林实现销售额近3亿元，其中电商销售额约1.5亿元，无愧于“百草电商销售领军者”的荣誉称号。

百草触网，不仅为企业创收，也惠及了大批种植百草的农户。2017年，百草收购量大幅提升，800农户和黄古林达成合作，农

户增收960万元。与此同时，黄古林斥资120万元开设了农民手工工艺坊，为地道的宁波乡村工艺品获得良好销路，带动50多名农民就业，增收150余万元。

满怀着创新的理念和回报社会的责任感，黄古林集聚了一支30多人的产品开发队伍，累计向国家知识产权局申请六项专利，目前已开发三个系列100多个品种的百草制品，继续扮演着宁波老字号转型升级尖兵的角色。



## 鼓楼沿 多产业融合打通“文脉”

巍峨的海曙楼，承载着宁波上千年的历史记忆。如何保护、传承、挖掘鼓楼楼的文化资源，是各级政府部门和经营者亟须解决的重要课题。自2012年6月正式启动鼓楼沿街步行街有机更新工程以来，这座宁波韵味十足的街区出现了许多产业融合的影子，它以传统文化为根基，大力引入文创、旅游及特色商业业态，依托多产业融合促进街区的品质升级。

街区内，各类融合式业态枝繁叶茂。“湖上书画艺术苑”聚集了宁波14位书画名家，

按照“一月一讲座、一展览、一个开放日”的原则传播书画艺术，帮助市民养成欣赏传统艺术的习惯，打造宁波群众艺术交流和提升的新阵地。目前，“湖上书画艺术苑”已累计举办20多场精品作品展和14场艺术讲座，展出名家作品近700幅，接待市民超过20万人次。鼓楼沿已成为宁波文化消费的“高地”，沿街文化类商户达353户，占总量的53%。

与此同时，文化类活动此起彼伏。2017年，鼓楼沿累计策划组织120多场主题鲜明的活动，不断强化宣传“国学讲堂”功能，在古戏台推出530余场文化表演和交流

体验活动，还在夜间推出文化夜市和创意文化演出等280场特色活动，同时实现鼓楼沿3D灯光秀的常态化播放，点亮了街区的夜晚。

立足文化底蕴，提升活动内涵，如今的鼓楼沿成为了宁波文化消费的“高地”，沿街文化类商户达353户，占总量的53%。2017年，街区客流量突破1200万人次，商户销售额突破12亿元，正一步一个脚印地挖掘着璀璨的历史文脉，提升宁波的城市形象。



## 四明大药房 医药老字号恪守“匠心精神”

事关身体健康、生命安全的医药行业，的确需要转型升级，但更要恪守原则，将质量管理与标准化建设视为企业生存和发展的底线。拥有“中华老字号”称号、荣获全国医药零售行业百强榜的四明大药房正是坚守着传承近百年的“匠心精神”，成为宁波医药零售领域转型升级的典范。

作为医药连锁企业，标准化建设是四明大药房经营的助推器。近年来，四明大药房建立了占地6000平方米的医药零售仓库，按处方药、非处方药、非药品大类储备8000余种药品，并配套设立了药品冷链配送系统，

完善组织结构、职责制度，流程管理和设施设备等环节组成的质量体系。每一位员工都要接受培训和考核，对商品采购、验收、分类、储存、陈列、台帐记录等专业知识了若指掌，让质量管理规范的重要性深入每一位员工的日常工作，确保药品质量无虞。

四明大药房是全国首批通过GSP全面质量管理规范的医药零售企业，也是全国首家合理用药示范点，已经把质量管理规范列入日常工作，严格管理药品的购进、储运和销

组合成目前省内规模最大、装置配备最先进的医药零售连锁配送中心之一。

分类配送有规范，质量安全有保障。因此，老百姓可以放心采购、用药，享受快捷、便利、安全的门店商品配送服务。乘着互联网的“快车”，四明大药房还积极拓展电商业务，相继发展淘宝的“健康生活馆”“京东店”和工行APP的“融e购”平台，2017年实现全年网络销售2150万元的佳绩，驱动这艘老字号“医药业巨轮”迎着新时代的春风扬帆启航。



## 优品邻里 攻坚社区商业“最后一公里”

在发达国家，社区商业零售额占社会消费零售总额的比例高达60%，而国内一线城市的数据仅为33%。如今，传统的大型商超“风光不再”，社区商业将成为城镇化发展的重心，优品邻里中心及时抓住机遇，率先在宁波实践邻里中心的商业模式，迈出了攻坚社区商业“最后一公里”的坚实脚步。

针对不同社区的差异化需求，优品邻里创立了“属地型商业”的模式，对新建社区

和社区周边的临街商业进行统一规划、统一招商、统一运营，确保周边商业业态能满足“柴米油盐酱醋茶”和“衣食住行闲”，为社区居民提供一站式服务。

2017年，优品邻里升级为“2.0版本”，更加注重人性化体验和体验感，为街区赋予更丰富的功能，譬如全面优化车辆管理、合理配置机动车与非机动车车位，积极探索机动车位太阳能充电方案，还统一布置回收垃圾站，以此提高居民的环保意识。未来，邻里

中心不只扮演“消费场所”的角色，还是倡导全新生活方式的社区管家。

如今，优品邻里已运营8个商业项目，总面积超过10万平方米。在这批邻里中心和邻里商业体内，居民的日常生活需求得到全面满足，其中，老年群体的休闲娱乐需求尤其受到重视。“老年学堂”老年大学、“年轻社区书房”、“绿萃菜场”纷纷筹划落地，为数千名老人带来轻松、快乐、满足的晚年生活。



杉井奥莱打造短途旅游中转站。(杉井奥莱供图)



鼓楼沿文创市集展现“老底子文化”风采。(鼓楼沿供图)



优品邻里探索邻里中心商业模式。(徐展新 摄)



实体零售走进社区，为居民带来便利。(徐展新 摄)



黄古林草编博物馆惟妙惟肖地还原了传统的百草加工流程。(徐展新 摄)