



# 2015宁波购物节带给市民更多欢乐、更多惊喜

## ——专访2015宁波购物节组委会副主任、宁波市商务委员会主任陈秀忠

导语：

2015年的盛夏如期而至，宁波购物节又将在这个热烈的季节里如期绽放。以“畅享购物，夏逸宁波”为主题的宁波购物节，已经成为宁波人夏季都市生活不可或缺的一部分。而历年的宁波购物节带给市民的惊喜，让市民对本届宁波购物节有了更高的期待：今年的购物节的思路是什么？与往年相比，今年的宁波购物节有着什么样的特色？为了带大家更多的美丽体验，宁波购物节组委会做了哪些工作？带着诸多问题，记者昨日采访了本届购物节组委会副主任、宁波市商务委员会主任陈秀忠主任。



陈秀忠主任

**问：**2014年的购物节带给了市民很大的惊喜，取得了非常棒的效果，今年购物节的办节思路是什么样的？今年的购物节与去年相比，在时间上有所提早，是出于什么样的考量？

**答：**2014年的宁波购物节确实取得了很好的效果。2015年的宁波购物节的总体思路是：在前两年整合市六区消费促进活动资源成功举办宁波购物节基础上，进一步强化统筹整合能力，促进商银、商旅、商文、商体互动，围绕引导热点消费、做大网络消费、推进品牌消费、繁荣服务消费、提升便利消费、倡导信用消费、保障安全消费和扩大进口消费等方面，因地制宜地开展丰富多彩的消费促进活动，形成消费合力。同时营造安全消费环境、倡导诚信经营理念、突出保护消费者权益。

为了让本届的宁波购物节最终呈现更完美的效果，激发消费活力，今年以来，我们按照市政府领导的指示和要求，深入开展调查研究，先后召开了各县市区商务部门、大型商贸企业、商贸协会等座谈会，广泛听取各方意见，组织各区商务局领导赴广州等地学习考察，在此基础上，制定了2015宁波购物节的方案。

此次的购物节将坚持市区联动、统分结合、政府引导、市场运作的原则。档期安排在7月24日至8月9日，比去年档期前延一周，主要基于以下考虑：从市场看，消费淡季更需要开展活动来聚集人气、提高热度，做到淡季不淡；从企业看，绝大多数企业倾向在夏季销售淡季举办购物节。而且，消费淡季商家和品牌厂商更容易向总部申请促销政策；从时令看，这个时间晚上外出纳凉、休闲、购物的市民比较多，有利于做旺月光经济。另外，7月24日至8月9日这17天里，有三个双休日，可分别安排江东、鄞州、海曙、江北轮流举办主题活动，各个主题活动时间跨度可为3—7天，互相交错，高潮迭起，从而保持消费热度。我们期待通过政府引导、市场运作，通过商贸、旅游、工业、文化、金融、体育六大行业联手，为甬城的消费市场带来更多的活力。

**问：**历届的宁波购物节给了市民美好的购物体验，带大家诸多的欢乐和惊喜。因而不同的消费群体都对本届宁波购物节有了更高的期待，那么与往年相比，今年的宁波购物节会如何挖掘不同人群的消费潜力？

**答：**举办购物节的主旨就是让市民在欢乐的氛围中，体验到高性价比的购物体验。而高性价比的购物体验的营造，除了丰富多彩的活动，就要有实实在在的折扣和让利。为了给市民带来实惠，今年参与购物节的部门事先进行了大量的工作，在购物节期间，将以丰富的折扣和让利活动，激发市民的消费欲望。本市的金融部门也很给力，将在购物节期间，推出各种形式的刷卡有奖、抽奖活动，让大家“花同样的钱，拥有更多更棒的消费体验”。

考虑到不同消费群体的消费习惯和消费热点，本届宁波购物节将由十大板块构成，以期撬动不同消费群体的消费能力。

### 商圈主题板块——“挚享·多彩生活”

市六区各大商圈、一站式购物中心、商业广场、特色

商业街区将推出特色鲜明、形式多样、创意新颖、辐射力强、汇聚人气的主题营销活动，通过整合商圈品牌组合，以互动性强、体验感强的活动集聚消费人群，激活购物热情。

### 实体经济板块——“悦购·惠动全城”

市六区范围内的商场、卖场、超市、便利连锁企业等商家，会开展各种形式的让利促销活动，促销让利幅度原则上不小于商场日常优惠折扣，形式主要以直接让利、满减减价、特卖会专场、特价商品、满额赠送等。

### 电子商务板块——“淘购·尽享便捷”

继续秉承“线上消费、线下体验”的主旨，组织本地知名电商平台积极参与到购物节中来。同时结合移动消费时代的消费特征以及O2O全新体验模式，组织协调信息产业企业共同参与进来，开展多元化的信息、网络促销活动，集中推出网购专享平台、特色APP本地应用、推出线上线下联动消费、携手专业电商机构将优惠活动贯穿购物节始终，推广移动端消费、电子钱包等模式，促进网络消费、信息消费。

### 月光经济板块——“追逐·夏夜时尚”

将延续去年对“月光经济”的推广普及，联合有条件的特色商业街区及商业广场，继续组织各种形式夜间文化演艺、旅游观光、餐饮购物、休闲娱乐、体育健身、展览展销等为主要内容的夜市活动，进一步展现甬城“月光经济”的快速发展成果，为消费者打造全新的夏夜生活时尚。

### 商贸博览会板块——“荟萃·博览天下”

组织时尚珠宝展、休闲博览会、特色车展、进口商品展等系列商贸展会，集聚人气、推动消费升级。

### 商文互动板块——“传承·文脉之聚”

将深度挖掘宁波城市文化以及新兴的多元商业文化，组织特色文化商业街区、文艺风情街区开展商文互动项目，开展博物馆普及周、民俗生活风情展示、创意集市、非遗技艺展示、摄影、绘画、征文、电影等艺术类互动活动，为消费者的日常生活增添一股文艺气息，提升消费层级。

**商旅互动板块——“乐游·缤纷体验”** 将积极开展短途休闲体验游推广活动，组织市区内名牌企业开展品牌休闲游等活动，鼓励和引导消费者在购物节期间参与到短途度假旅游中来。通过旅游优惠券大派送、景区与商圈互动、旅游宣传促销、开设以本土时令水果采摘为主题的休闲游推广项目，以及与台州、舟山、绍兴、嘉兴等周边城市开通旅游直通车等活动方式，推进商旅互动。

### 商体互动板块——“酷动·健康生活”

会把“健康运动，健康生活”的理念推广给更多的人。在举办一些大众职业运动、趣味运动比赛的同时，通过搭建平台向消费者展示商业体育的新魅力，如健身咨询、运动服饰用品展销、运动器材展示体验等，逐步引导和建立起“运动服务业”的独立模式。

### 商银互动板块——“智慧·刷卡乐享”

众多银行共同参与的银行卡刷卡促销活动将贯穿整个购物节的各类主题活动，以刷卡促消费为主线，采取刷卡赠礼、刷卡抽奖、刷卡立减等方式，促进信用消费。

### 美食休闲板块——“畅享·天下美食”

作为历来购物节的传统活动之一，将继续在市区范围内组织开展各色主题的美食节，涵盖本土传统美味佳肴、民间特色美食小吃、地域风情美食等；同时组织各大酒店、餐厅推出不同形式的享美食优惠促销活动，包括消费满减、特价菜、美食购物联动优惠等。

可以说，本届的宁波购物节，各层次的消费群体，都能寻找到最适合自己的那个点，发现更多的惊喜。

**问：**本届购物节将为市民带来哪些实惠？

**答：**举办购物节的目的是促进消费、惠及民生，在满足广大消费者多样化、个性化消费需求的同时，给老百姓以实实在在的折扣与让利。今年购物节可以说是发动了市六区范围内众多的商业广场、百货商场、各类卖场、超市、便利店等业态推出不同主题优惠、让利和促销活动，形式包括直接让利、满减减价、专场特卖会、特价商品、限时抢购、购物抽奖、满额赠送等。

此外，为落实省政府“名品进名店”工程，推进本地名特优商品开拓国内市场，由M6公司具体承办的宁波市名特优直销中心也将于7月24日开业。这是一个微店，除了传统的本土特色产品出样展示展销外，更侧重通过O2O方式（M6“我土哦”），举办“码上购”主题促销活动，为各县（市）名特优商品提供新的营销渠道。

购物节期间，各大商贸业态都组织了多种形式的主题活动，很受各个年龄层欢迎。尤其是恰逢暑假期间，多款小朋友和学生喜闻乐见的品牌代言形象将出现在活动现场，为大家带去欢乐。而更多的政策将助力企业营销，确保购物节活动内容新颖丰富、参与面广、效果实际实在。

**问：**购物节在宁波城市经济生活中的分量有多重？另外，宁波购物节期望实现什么样的愿景？

**答：**举办宁波购物节，可以说是政府所想、群众所盼、企业所需、市场所向的多赢举措。今年上半年，我市累计实现限上社会消费品零售总额748.7亿元，同比增长10.9%，增速排名全省第1；限上商品销售额6194.9亿元，同比增长10.8%，增速排名全省第3；限上住宿业营业额19.8亿元，同比下降1.4%，增速排名全省第9；限上餐饮业营业额28.4亿元，同比增长10.6%，增速排名全省第3。可以说宁波的城市经济依然保持了一个稳中有升的趋势，比省内其他城市表现稍好。但比起去年同期的这四个指标，增速全面下降。

举办宁波购物节，就是要扩大消费，惠民利企，培育本土品牌，推进招商引资，提升城市品位，促进商贸经济发展。自改革开放以来，宁波一直走在全国经济发展的前列，厚重的底蕴赋予了我们成功举办2013和2014宁波购物节的凝聚力和创造力。从去年的购物节成果来看，效果还是非常不错的。全市参与购物节活动的商家共有近万家，实现销售收入39.1亿元，同比增长30.2%，比上届购物节增长11%；银行卡助力购物节，购物节2500个认证商家终端号实现刷卡消费笔数同比增长约34%，消费金额同比增长约11%；全市刷卡累计383万笔，比上届增长6.5%；消费金额99亿元，比上届增长7.8%。

而2015宁波购物节拥有区域分布广、商家参与多、活动力度大等特点，文化氛围更浓厚、时尚潮流更新颖、宁波特色更鲜明。总结前两届购物节举办经验，2015宁波购物节必将展现出一个更成功的商贸庆典的恢宏气貌。通过多渠道、多形式的宣传造势和促销活动，将大力整合商业资源、挖掘消费潜力、扩大消费需求，着力展示宁波商贸发展风采，扩大宁波商贸经济的影响力，进一步提升宁波商贸业态和服务水平。

宁波将通过三到五年的不懈努力，逐步实现宁波购物节主题活动的品牌化、智慧化、市场化、国际化，打造出具有宁波特色、辐射长三角的具有区域影响力和国际视野的商贸节庆品牌，展示出宁波“品位都市，品质生活”的新形象！

记者 包佳