

昨天上午10点,宁波轨道交通3号线一期开通试运营,市民呼朋唤友、扶老携幼前来“尝鲜”。由此,宁波轨道交通迈入多线运营时代。



市民乘坐3号线出行。记者 张培坚 摄

3号线一期的成长脚步

- 2013年11月5日
工程获国家批准立项
- 2014年12月23日
工程开工建设
- 2018年5月4日
全线“洞通”
- 2018年8月6日
主体结构全部封顶
- 2018年11月25日
全线“轨通”
- 2018年12月31日
全线“电通”
- 2019年1月30日
接触网热滑
- 2019年2月25日
开始试运行
- 2019年6月5日
工程通过试运营评审

市民纷纷来“尝鲜”

昨天上午9点,3号线一期儿童公园站的站厅层几乎人山人海,大家都是前来“尝鲜”的。

儿童公园站的始发列车在9点50分到站,等候上车的乘客们顿时喜笑颜开。据介绍,3号线一期共有15个站点,全线单趟运行37分钟,共有20名电客车司机整装待命,有11列列车在各个站点奔跑。记者登上始发列车,发现每节车厢里都是满满当当的乘客,大家都在谈论着3号线开通后带来的便利。

一位女士告诉记者,她家住在罗蒙环球乐园一带,工作地点在儿童公园附近,平时开车上班需要1个小时左右,3号线开通后,她从句章路上车,到儿童公园站下车,只需半小时,大大节约了时间,还节省了家庭的出行开支。她身边的丈夫说,这下也许私家车都可以卖掉了。

3号线一期开通试运营后,宁波地铁进入多线运营状态。上午10点左右,记者也到1号线和2号线转了转,发现因为3号线一期开通的带动,1号线、2号线也是人头攒动,特别是在樱花公园站、鼓楼站等换乘站点。记者身边一名地铁工作人员高兴地说:“今天是周日,又是3号线开通的日子,大家好像都出来坐地铁了。”

贯穿城市南北的交通大动脉

作为贯穿城市南北的交通大动脉,3号线一期串联起南部商务区、鄞州万达广场、印象城、麦德龙、天伦广场及家乐福等繁华商圈,打通甬江科创大走廊、体育馆、儿童公园、宁波博物馆等城市地标,是名副其实的“黄金经济线”。

3号线一期的通车,使得宁波轨道交通运营里程达到91公里,运营车站增至66座,覆盖宁波主要城区,连接天一商圈、南部商务区、市行政服务中心及南、北高教园区等重点区块,以及铁路宁波站、栎社机场、客运中心、鄞州客运总站等交通枢纽。

宁波地铁实现全场景移动支付

宁波地铁目前已全场支持移动支付,市民只带一个手机就可出行。昨天上午,宁波轨道交通联合蚂蚁金服在宁波首发“绿色出行,建设美丽中国——从宁波出发”活动,支付宝小程序同步在宁波轨道交通上线。

当天上午,支付宝向宁波市市民送出500份礼物,乘客只要扫码和刷脸,就能领到乘车抵用券。这标志着宁波成为全国首批实现全场景移动支付乘坐地铁的城市之一。

据宁波轨道交通集团工作人员介绍,由于提前开通试运营,3号线一期目前开放出入口38个,工程部分软硬件尚存在需要改进的地方。如果有意见和建议,市民可通过各车站客服中心、24小时运营服务热线83070000等途径反映。

记者 王元卓 通讯员 潘慧敏 水微娜

3号线 一期开通!

工作人员笑称

一条地铁线 串联鄞州4大商圈 沿线商业或迎新一轮“价值爆发”

随着3号线一期的开通,鄞州区4大商圈被一线串联,市民逛街,一趟地铁就能搞定了!对于沿线商圈而言,则更是有着比滚滚客流更为重要的意义。

一条地铁 串联鄞州4大重要商圈

一直以来,鄞州中心城区商圈、钱湖北路商圈、鄞州南部商圈、现代商城这4大商圈的消费群体相对固定。但3号线的开通,将这4大商圈串联成了一个直通速达的“全新商业带”,原有的条状、块状商业分布变为点状、线性分布。

地铁3号线沿线途经南部商务区站、四明中路站、钱湖北路站、樱花公园站、明楼站等重要站点。而在这些站点上,遍布着以环球银泰城为中心的鄞州南部商圈,以鄞州万达广场、利时城市奥特莱斯、明州里为中心的鄞州中心城区商圈,以印象城、钱湖天地、宝龙广场(即将开业)、巴丽新地(正在调整中)等为中心的钱湖北路商圈,现代商城商圈等。也就是说,“一趟地铁逛遍鄞州”完全可以轻松实现。

而实际上,乘坐3号线的市民,还可以在樱花公园站换乘1号线、在大通桥站换乘2号线一期,前往天一商圈、东部新城商圈、城西奥特莱斯等多个主流商圈。

扩大商业辐射 消费群体随着地铁“延伸”

随着3号线一期开通,沿线商家在原先所在商圈的固定消费群之外,又迎来了地铁输送而来的新客流。

从3号线四明中路站出来,步行200米左右,不到2分钟,就是利时城市奥特莱斯。对于3号线的开通,利时奥莱的第一预期就是丰富客群、扩大辐射。

“从我们目前会员的备案情况看,原来的消费客群主要来自鄞州中心城区,辐射范围在3公里内,年龄分布在20-40岁之间。3号线开通以后,无疑会带动原江东区域和鄞州南部区域的客群前来消费、体验。我们的预期是,希望年龄分布可以集中到20-30岁,实现客群的年轻化。”利时奥莱企划部负责人陈薇表示。

“原先印象城的主流客群是半径两三公里以内的社区家庭,还有部分南高教园区的学生客群。地铁3号线直达印象城,预计将新增以下几类客群:地铁1、2、3号线的起点终端以及沿线的人流;北高教园区的学生群体;东部新城、南部商务区、海曙中心城区等密集的CBD人流;逛街目的性明确的客流。”鄞州印象城总经理田欣认为。

刺激转型 如何将人流转化为消费者和购买力

地铁带来巨大人流后,对于沿线商业而言,命题就变成了如何将“乘客流”转化为“顾客流”,把人留住成为关键。

为了把地铁的人流优势转化为消费优势,不少商家早早就做起了功课。“一方面我们会持续打造会员计划,进行精细化管理,做好会员体验,增加会员黏度。另一方面是科技赋能,运用大数据分析,进行商业各方面的创新。”印象城总经理田欣表示。

“早在3号线站点确定后,我们就开始根据预计会新增的年轻客群进行业态调整了。我们减少了一定比例的零售份额,增加了娱乐体验、时尚餐饮、教育培训、新零售超市等业态。另外,我们在品牌上也进行了年轻化、潮流化的调整。”利时奥莱的陈薇表示。

“地铁3号线的开通,对于沿线商圈来说,带来的不仅是滚滚客流,还在于它将改变沿线市民的生活方式与消费方式,进而引导消费意识有所变化,促进城市商业新格局的形成。”宁波市商务局市场运行和消费促进处处长尹秋平表示。

记者 史妮超