



天一商圈举办的品牌走秀。通讯员供图



天一商圈举办的会员活动。通讯员供图

开栏语

每当宁波购物节来临,总有更多市民想起宁波的实体商业。在离家3公里之外,那些著名的实体商家,你还准备再去逛一逛吗?

即日起,本报记者将和你一起走近那些商业繁华,一起感受新的购物体验。

史记说商业

《哪吒》票房已破30亿元 周边产品却刚刚“苏醒”

刚刚突破30亿元票房大关的《哪吒之魔童降世》(以下简称《哪吒》),日前又传来一个让影迷激动的消息:第一批正版授权的周边手办已经上线,影迷可以通过众筹方式参与订购。相比国外其他火爆IP来说,《哪吒》的周边出得相对较晚,因此该消息一出,立刻引发了影迷的强烈回应。

影迷:
一边说“迟到扣分”
一边争相下单

8月7日晚8点,中国著名的模型供应商,曾经为《大圣归来》《大鱼海棠》等火爆国漫制作过手办的末那,在官方微博发布了《哪吒》官方授权系列手办上线的消息,并且晒出了《哪吒》手办全员的“定妆照”。随后4万多网友对该条微博进行了转发。20分钟后,电影《哪吒》的官方微博也为其“站台”,更是引发第二波点赞高潮。有不少网友留言:“居然来得这么晚,迟到要扣分的。”

据记者了解,这一轮《哪吒》正版手办是通过众筹的方式,在一定时间里募集到指定数量之后,再开始针对性的开版制作。宁波影迷小轩也在第一时间参与了此次手办的众筹。他告诉记者,末那在业界的口碑一直很好,由他们制作,他对手办质量还是很放心的。

随后记者在手办众筹页面看到,此次一共有9款手办,哪吒有两款,除了其他重要人物,呆萌的结界兽也有一席之地。其中限量一百组、售价为1388的大全套早鸟款已经被“秒杀”。人气最高的哪吒目前有2500多人参与了众筹,颠覆传统人设的三太子也有近2000人喜欢。根据页面显示,这批手办将在明年4月送到参与众筹的影迷手中。

业内:
衍生品速度跟不上影片脚步
所有人都在等它长大

尽管影迷对《哪吒》周边怀有巨大的热情,但业内人士认为,这一步走得已经晚了。

“直到目前,市面上能看到的《哪吒》的正版周边还是少的可怜,相对于30亿元的票房来说,几百万元的周边营收确实有点‘白瞎’了小爷的走红速度。不过这一现象在中国很多优秀影片身上都有发生。”业内人士方先生说,以好莱坞的影片为例,一些大IP最大的商业价值,通过影片票方的盈利可能只占四成左右,另外一半则是通过电影衍生品和版权出售所带来的收入。

据国际授权业协会《2018年全球授权业市场调查报告》统计,全球授权商品零售额共计2716亿美元,但中国仅占3%。有数据显示,目前国内电影市场收入90%以上来自票房和植入式广告,影视衍生品收入不到10%。

曾经拿下过电影《小黄人》正版周边授权的宁波暴风总经理余森辉告诉记者,因为周边产品的制作需要较长的准备时间,因此如果一部影片想要在周边上做文章,就要在不知道票房具体行情的情况下,提前行动布局。在这一方面,中国的运营公司相比国外的团队来说,经验肯定是不足的。

不过他也表示,中国电影市场这几年的快速成长,已经为衍生品消费市场制造了肥沃的土壤。假以时日,肯定会有一个爆点。“我相信这是一个所有人都在等它长大的市场。”

记者 黎莉 实习生 吴诗雨

天一商圈重塑“年轻力” 升级“最宁波时尚生活中心”

“玩得来流量才能生存”的今天,海曙老牌核心商圈天一广场悄然谋划变局,主动适应消费趋势的变化。而宁波人感受到的则是,天一广场正在转身升级“最宁波时尚生活中心”。

吸引年轻人进场 老牌核心商圈 注入新活力

年轻人群体是所有商业体最想吸引的群体之一。而时尚潮牌的引入,成为海曙主流商圈拉低顾客年龄段、注入新活力的不二法门。

记者从天一广场了解到,近年来,天一商圈将宁波首店、最高级别店、唯一店、旗舰店作为品牌招商重点。目前,Apple Store、乔丹、A&F、潘多拉等多家宁波独有品牌、最高级别店,为天一商圈带来持续的年轻客群。此外,NIKE专卖店近期将升级为宁波首店NIKE BC750店,快时尚品牌ZARA将于8月中旬完成扩店改造。

银泰百货一直以来都是引领宁波百货的时尚风向标,在品牌更新升级的上同样不留余地。“我们从相关数据中可以看到,近年来,一线化妆品品牌的消费年龄层在不断下降,目前年轻客群在一线化妆品品牌的销售占比上升明显。基于此,我们不仅将天一银泰一楼全楼层辟为化妆品品类,今年更将扩充包括POLA、黛珂等在内的10个一线化妆品品牌。”银泰宁波区商品中心总经理朱旭平表示。

另外,在少女装、少男装、运动品类的品牌引入和升级方面,天一银泰尤为注重国潮品牌、卡通IP的引入,营销方式上也更多地采用年轻人特别买账的“限量发售”等模式。实际上也确实收效明显。

“比如我们今年5月开业的中国李宁,这是李宁旗下的新晋国潮品牌,具有设计感、时尚感的国风设计是其最大特点,非常受当前年轻一代的追捧。这家品牌所入驻的场地,此前正常的年销量是300万元,目前根据中国李宁开业3个月以来的销售数据,预计年销售量可达到600万元。”朱旭平称。

增强“体价比” 成为实体商业的一剂强心剂

体验经济时代,消费者更加注重感官体验和心里认同。海曙各大商业也纷纷在“体验经济”上发力,“体价比”正在取代“性价比”,成为实体商业的一剂强心剂。

如何不断挖掘亮点吸引人们来逛?“艺术与设计”堪称人气法宝。

对于不少宁波人来说,和义大道与看展似乎已经形成了较强的逻辑联系。这与近年来和义大道有意识地引进各类艺术展不无关系。

“早在去年,和义大道就与中国美院合作,专门开辟了oil艺术空间,每年我们都会定期规划艺术展。譬如今年4月份,李鸿韦的‘映象之外’艺术展,展出了李鸿韦5个系列的作品,与此同时,李鸿韦的作品也正在美国芝加哥艺术博物馆展出。这是宁波首次与国际著名博物馆同步展出同一位艺术家的作品,吸引了不少市民前来。”

海曙也在尝试把商业体打造成为动漫二次元活动的“容器”。据了解,天一广场从去年开始,就定期组织国风二次元活动,动漫二次元与传统文化结合,使得热爱二次元文化的年轻人在商圈消费体验中同样得到心理满足。

“我们一直在尝试深度了解、把握主流消费客群的偏好、消费追求,以此进行合理的战略定位,同时设计出具有吸引力的体验场景,让顾客获得更好的服务期望。”和义大道店总林炳芳表示。

精准营销、增加黏性 会员全面提高含金量

在新客获取日渐饱和的背景下,深耕细作会员体系、精准营销、增加黏性成为海曙各大商业体的共识。

往年被视为鸡肋的会员活动,如今正在全面提高含金量。“此前的一次会员日活动,除了常规的vip促销,我们还专门邀请了知名摄影艺术家干登荣前来,和会员们一起进行了一场摄影分享会,进行摄影技巧的交流。另外,现在的会员积分可以换取的服务也更为实用,譬如可换取奢侈品包袋护理、肩颈背部理疗、美发造型等。”林炳芳表示。

“我们正在全面推进的喵街会员体系,通过会员信息采集,做更为精准的内容推送和触达,最新的优惠折扣、会员体验都会进行定向推送。甚至品牌优惠券、红包也会根据顾客消费习惯的不同,进行定向发放。”银泰宁波区企划部负责人刘燕巧表示。

记者 史妮超