

史记说商业



很酷、很潮、很年轻！ 互联网汽车体验展厅开进宁波的购物中心

购物中心里体验互联网汽车

最近正在研究对比几个新能源汽车品牌，准备入手一辆的95后林先生在陪女友逛街的时候，意外发现自己心仪的几个品牌的汽车体验展厅都开进了购物中心。

在鄞州印象城一楼，正对着优衣库门店的就是一家知名的国产互联网汽车——小鹏汽车的体验展厅。

与传统的汽车4S店相比，互联网智能汽车的线下体验中心还是有较大不同的。在体验中心正门，抬头望去就是小鹏汽车的标志性LOGO“X”。走入店内首先看到的是包括小鹏G3在内的3辆展示车。在设计上，这些新品牌的体验中心通常趋向和强调科技感、极简风。

从功能上看，传统汽车4S店主要提供汽车销售和售后服务，消费者一般对于购买车型有清晰的目标。而体验中心则更多聚焦产

品和品牌体验。

“在体验中心，小鹏的粉丝和用户可以更加直观、高效、舒适地进行产品体验。交付、售后等功能则放到其他线下网点进行。”小鹏汽车宁波地区有关负责人刘家静告诉记者。

新一代互联网汽车体验中心与传统4S店尤为明显的一个不同就是选址。传统汽车4S店多位于郊区，而新一代的新能源车体验中心则多位于城市核心商圈。

2017年，特斯拉首次进入宁波和义大道购物中心开设体验中心，这也是特斯拉在浙东地区的旗舰店，具备产品体验、试乘试驾以及线下订购等功能。2019年，宁波地区首家蔚来汽车体验中心在鄞州区明州里购物中心正式开业，店内设置了汽车展示区、会客厅、餐饮区等区域。

一场双赢的合作

优质购物中心在招商上有严格的要求，而互联网汽车品牌在选址上也有自己的一套标准，两者是如何走到一起的？对于消费者而言，两者的结合会带来新的消费体验吗？

对于购物中心而言，由此带来的业态丰富度、更多元地满足消费需求或许是一个重要原因。

“一方面现在消费需求的变化是非常迅速的，这就要求我们的业态也要迅速地进行反应。在一个购物中心内，如果不仅仅能够满足日常的聚餐、购物需求，还能一站式地体验汽车等大消费品，无疑是可以增加消费黏性的。另一方面，互联网汽车品牌的定位、更为年轻化的体验展厅设计等，也可以引流更多年轻消费群体。”鄞州印象城总经理田欣表示。

和义大道购物中心是最早引进特斯拉旗舰店的，该中心负责人林炳芳向本报记者表示：“特斯拉在互联网汽车品牌中处于头部位置，而和义大道不管是从其所处的

核心位置、整体定位、聚集的大量高净值客群以及长期经营下形成的商业文化等多维度考量，双方都能达到品牌形象的高度契合和客群共享。”

而对于互联网汽车品牌而言，进驻购物中心也有其考量。“一方面进驻购物中心，更有利于为用户提供便捷的产品体验服务、快速建立认知度、展示品牌形象；另一方面从获客角度和成本来看，购物中心本身会吸引大量的目标人群，直接为体验中心带来线下客流。”刘家静表示。

与此同时，互联网汽车品牌的承租能力也被购物中心看好。“这类品牌通常承租能力强，起租时间长，且租赁面积大，对于零售地产业主而言是相当优质的租户类别。”林炳芳坦言。

对于消费者而言，则是出去逛街“更好逛”了。据了解，不少互联网汽车体验展厅甚至设有儿童乐园、咖啡吧、聚会或小型会议等功能，尽可能与购物中心中的家庭式消费者互动。 记者 史妮超

在购物中心逛街的时候，顺便还能在设计炫酷的互联网汽车展厅看看车，看好了还能试驾一下。据不完全统计，目前包括特斯拉、小鹏、蔚来在内的国内外新能源汽车品牌都齐齐开进了宁波的各大商圈。

由于设计新潮、时尚，展厅还成了不少年轻消费者拍照打卡的新对象。而业内人士认为，中高端购物中心拥有庞大且稳定的中高收入客群，已成为互联网汽车建立品牌和展示产品的主流选择。

第126届秋季广交会开幕 宁波近万名外贸人参展

本报讯(记者 严瑾 通讯员 姚波) 10月15日，第126届秋季广交会开幕，来自宁波的1312家企业、近万名参展人员奔赴外贸前线。作为中国外贸的晴雨表，秋季广交会的形势，往往能标出下半年乃至明年年初的外贸风向。

“这届广交会的人气很旺，即使到了下午4点半接近闭馆的时间，上下电梯仍然挤满了人。我们走访了多家宁波企业，他们普遍反映都收到了不少外商名片，有的参展人员甚至忙到连午饭都来不及吃。”参加过多届广交会的宁波商务局工作人员小姚说。

盛威控股(中国)有限公司运营中心总监李雪梅告诉记者，这届广交会，他们特意提前邀约了不少客户，并准备了足够的新品。开馆的第一天，就迎来了开门红。

“整个广交会人头攒动。我们的新产品专区，开发了2个系列4款酒店箱新产品，在外观和安全性能上都做了改进。来自世界各地的客户，都被我们特装的展位整体形象所吸引，不断发出询盘需求。”李雪梅说。

据宁波市商务局相关负责人介绍，此次广交会，宁波交易团重点在提升专业化和提高参展质量上下功夫。比如从展位性质上看，本次共推出品牌展位941个，占比29%；按照类型来看，特装展位2068个，特装率达64%；品牌展位率、特装率均高于大会平均值。

宁波邮局海关正式开关 开启“海陆空邮”全面开花新模式

本报讯(记者 严瑾 通讯员 陈滢) 10月16日上午，宁波海关隶属宁波邮局海关举行开关仪式，标志着我市进入了海、陆、空、邮立体化开放的良好局面。今后，邮路口岸将作为我市开放的重要一环，在实现“225”外贸双万亿的目标中承担更重要的任务。

宁波邮局海关的前身，是宁波海关隶属邮局办事处筹备处，主要是对进出境的邮件进行监管。无论是海外亲朋邮寄往宁波的物件，还是宁波企业跨境电商出口的邮政小包，都是它的监管内容。国际邮件互换业务开通3年多来，进出境邮件已超过4200万件，日均超过3.5万件，成为宁波外贸增长的一个新亮点。

海关机构改革以后，宁波邮局海关合理调整工作流程和环节设置，将原有的17个监管环节优化为6个环节，实现了通关速度的再提升。同时，宁波邮局海关按照国家法律规定，加强对违禁品，特别是对涉枪涉爆、毒品、象牙等濒危动植物及其制品等违禁品的监管，积极利用CT机等高科技设备，不断提高违禁物品的查获率与进出境邮件的通关效率。



近日，国家税务总局宁海县税务局第一税务所开设减税降费微课堂，宣传便民办税新举措。图为国家税务总局宁海县税务局干部赴当地蔬菜集散中心讲解税收政策。

通讯员 戴建平
张洁