



宁波来福士广场 记者 张培坚 摄

宁波来福士广场： 拥抱“地铁商业时代”

“来福士”品牌1986年发源于新加坡，是融住宅、商场、办公楼、酒店等业态于一体的“城中城”，至今在全球拥有9个项目，其中6个落户中国，分别位于上海、北京、成都、杭州、宁波和深圳。宁波来福士广场2012年9月29日开业，不仅改变了江北区无大型商业中心的历史，同时也为宁波商业引入了更多的“国际范”。

来福士进入宁波，还有一段鲜为人知的故事。

2005年4月13日，位于老实巷的市行政服务中心里，江北宁动地块竞拍现场，在一番剑拔弩张的拉锯战后，“神秘买家”豪掷10亿元拍下宁动地块，地块总价和单价创下当时宁波土拍市场新纪录。地块楼面地价接近每平方米5000元，这意味着未来住宅销售均价每平方米要上万元才能盈利，而当时宁波最贵的江景房每平方米也就六七千元的水平。

“神秘买家”就是来自新加坡的凯德集团，当时宁波还是二线城市，在中国一个二线城市一下子投入这么多的资金，当时在凯德内部也曾引起过不小的争议。

宁动地块上有江北曾经的地标建筑——奔野大厦，还有一大片厂房。出于长远考虑，为提升整个板块“商业+住宅”的氛围，凯德决定打造一个含购物中心、办公楼和酒店式公寓在内的城市综合体。由于宁动地块比较分散，总体建设方案一改再改，一波三折。考虑到大庆南路拓宽和未来地铁2号线的规划，江北区政府最终决定拆除奔野大厦。

2009年6月6日，新加坡总理李显龙亲临宁波，为凯德“打CALL”，“宁波来福士”的命名仪式在中新双方领导的见证下举行。

2012年9月29日，建筑面积5.5万平方米的宁波来福士广场正式启用，入驻的200个品牌涵盖时尚饰品、特色餐饮、快餐小食、娱乐、影城等业态，其中不少品牌为首次入驻宁波。

2015年9月26日，宁波地铁2号线开通，在外滩大桥站实现了与来福士广场的无缝对接。

事实上，与地铁无缝对接，是来福士广场区别于其他城市综合体的鲜明特色。地铁正在深刻改变城市的格局，沿着地下钢铁“大动脉”，人流、商流、信息流源源不断涌入。凯德一直突出“商业+房产+地铁”的叠加效应，时下宁波来福士广场已成为宁波市民尤其是青年一族青睐的消费打卡地之一。

记者 周晖



宁波杉井奥特莱斯 记者 张培坚 摄

宁波杉井奥特莱斯： 开启城西商业版图

奥特莱斯(Outlets)最早诞生于一百年前的美国，说白了就是“工厂直销店”，后来逐渐发展成类似Shopping Mall的大型购物中心，主要销售过季、下架、断码名牌商品。2011年9月，杉杉集团联手日本三井，在宁波打造杉井奥特莱斯。

模仿国外的做法，杉杉将商场选址于城西比较偏僻的集士港。当时，业界有不少质疑之声，认为在远离市中心甚至高速公路以外的“乡下头”开商场，难以存活。然而，事实却让人吃了一惊。

记者查询早期宁波杉井奥特莱斯的相关新闻，其中2012年有这样的描述：“开业至今，杉井奥特莱斯相继创下了单个品牌1小时销售2.5万元、单日刷卡9800单、年销售额2.7亿元等骄人成绩……种种迹象显示，一个集购物、餐饮、休闲于一体的杉井奥特莱斯商圈正在鄞西乃至宁波强势崛起。”

当年的质疑者或许是低估了宁波人对于国际名牌的追捧与痴迷，在欧美，宁波游客逛奥特莱斯已是旅游行程中的必选项，而且常常一掷千金，满载而归。如果家门口也有类似的奥特莱斯，品牌过硬、价格实惠，加上私家车的普及，说走就走，去郊外来一次“海淘”游，也是不错的周末之旅。精明的消费者还会这样算账：市区百货商场一件两三千元的衣服，在宁波杉井奥特莱斯可能五六百元就能买到类似的同款，当然，可能是过季的或是库存的。

在一个远离市中心的地方开店做买卖，本来是要耐得住寂寞的。可宁波杉井奥特莱斯却用实力碾压了传统思维：短短8年，不但将营业额、客流量等硬核指标大幅提升，而且还带动了周边房地产市场的发展。在全国的“杉杉系”奥特莱斯里，宁波杉井奥特莱斯的各项指标一直名列前茅，这也证明了宁波人的强劲购买力。

国外的奥特莱斯项目以纯粹的名品购物为主流模式，而宁波杉井奥特莱斯除了“名品+购物”，还有大型超市、儿童游乐园、影院等业态，打造了一个类似近郊型的城市综合体。继2011年一期室外馆、2013年二期华润万家超市以及2015年以家庭、亲子为主题的三期室内馆相继投用后，四期室内馆已于2018年开建，将于今年11月投入运营。

记者 周晖

宁波时代地标寻访推选活动

顾问机构：宁波市斯正项目管理咨询有限公司
主办单位：宁波晚报、现代金报、宁波晚报旗下『甬恋』新闻客户端
指导单位：宁波市自然资源和规划局、宁波市城市管理局、宁波市政府新闻办、宁波市网信办、宁波市住房和城乡建设局、