

“国货之光消费券”

带动直接销售
近400万元宁波新国货
火了

刚刚过去的3个星期，聚焦宁波制造的宁波“国货之光”消费券密集发放，持续引发宁波人的消费热情——领券量超过1.3万张，已核销超过80万元，带动直接销售近400万元！

超400家宁波新国货品牌“赶集”，方太、乐歌、永新光学、博洋、菲加尼等一批宁波头部国货品牌，以及数十家宁波老字号企业、部分知名国货品牌门店等“加盟”，全力打响宁波新国货品牌。

1 连续发放8轮，带动直接销售近400万元

根据银联后台统计，在刚刚过去的3个星期（7月16日-8月6日），宁波“国货之光消费券”共发放8轮，领券量超过1.3万张，已核销超过80万元，带动直接销售近400万元。

记者注意到，无论是抢券速度还是带动直接销售总量，大面额的消费券表现最为抢眼。从撬动效果来看，“满1000元减200元”面值消费券带动直接销售235万元，“满500元减150元”面值消费券带动直接销售66万元，“满300元减90元”面值消费券带动直接销售近50万元。相比之下，小额券的核销情况较为一般。

在“国货之光消费券”的带动之下，无论是宁波制造还是宁波老字号，都取得了非常好的销售业绩。如宁波老字号鲍记食品，累计核销“国货之光消费券”575张、四明大药房累计核销354张、蒋家龙门千层饼累计核销404张；方太累计核销103张、雅戈尔累计核销65张、儿童座椅品牌惠尔顿核销49张、迪信通累计核销49张。



新国货IP展期间，鄞州万达广场内人头攒动。记者 崔引 摄

2 宁波新国货IP展、宁波老字号都很火

作为2022宁波首届新消费购物节专场活动，在活动期间，新国货IP展、宁波老字号市集等线下活动也与“国货之光消费券”同步进行，买买买的气氛火热。

在7月22日-24日举行的新国货IP展上，众多宁波头部品牌组团而来，现场大秀“宁波制造”的硬核实力。

宁波本土厨电品牌方太的展位上，一台颇具设计感的专业级净水设备吸引不少市民驻足。据介绍，与市面上常见的净水机相比，这款专业级净水设备的最大亮点是其具有发明专利的“选择性过滤技术”，即在高效滤除重金属等有害物质的同时，又能保留有益人体的钙镁等矿物质。

为了让消费者更为直观地感受这款净水设备的“出水品质”，方太的展位上还有各种新潮口味的调制饮品，都是使用这款净水设备产出的“矿泉水”调制的。记者在现场尝试了一款青柠香茅饮，水质入口较软，口味甜酸不失清新。

作为国家级制造业“单项冠军”，乐歌是不少宁波消费者耳熟能详的智能家居品牌。在新国货IP展现场，不少消费者体验了乐歌的明星产品——智能升降桌，感受“坐站交替”的办公方式；也有不少年轻家长带着小朋友深度体验了可有效预防脊柱侧弯的智能儿童学习桌；现场还有电动升降床、智能健身器材等，也令不少消费者“种草”。

同样是国家级制造业“单项冠军”，宁波永新光学股份有限公司在全球光学领域深具影响力。在新国货IP展现场，永新光学带来微观世界——延伸你的“视界”体验活动，多款专业显微镜和现场教学，让孩子们学习观察动植物标本。

“对我们而言，通过线下展览，让乐歌品牌得到良好的曝光度和宣传合作机会，IP展期间，不断有顾客在现场通过体验、互动，对我们的品牌和产品都有了更清晰的认知，全网累计有数十万的阅读量。与此同时，在‘国货之光消费券’的带动下，宁波两家乐歌线下门店的销售也有明显增长。”宁波乐歌有关负责人表示。

3 商家：过去一个月，销售额同比猛增25%

“国货之光消费券”活动期间，鄞州万达广场、鄞州印象城、宁波万象汇、东部银泰城等主流商业体也同步推出国潮消费新体验，商业体多个宁波国货品牌可使用消费券，形成全城联动。

“刚刚过去的一个月，在‘国货之光’消费券的带动下，我们的客流量和销售量都实现了两位数增长！其中，销售额同比增了25%，客流同比增了15%。”鄞州印象城总经理田欣难掩兴奋之情。

据了解，在“国货之光消费券”连续发放的7月22日-24日，鄞州印象城、宁波万象汇、鄞州万达广场、东部银泰等联动商业体的人气尤为火热。

以鄞州印象城为例，7月22日-24日，鄞州印象城实现销售额同比增长30%、客流同比增长25%、新增会员同比增长100%、会员活跃度同比增长36%、会员消费占比同比增长20%……各项数据可谓全线飘红。

7月22日-24日，宁波万象汇同样迎来今年以来的客流销售双高峰，大力度的店庆活动下，叠加“国货之光消费券”等活动，宁波万象汇3天客流同比增长167%，销售额同比增长近90%，多个品牌创下区域销售业绩第一的佳绩。



4 市商务局：打响『宁波新消费品牌』

当前，以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局正在形成，越来越多的“宁波制造”利用产地优势，创品牌、拓内销。一大批宁波本土新国货品牌迅速崛起！

“国货之光·潮涌全城”首届宁波新消费购物节期间，既有丰富多彩的线下活动，包括首届宁波新消费购物节启动仪式、“潮夏·宁波老字号市集”、新国货IP展；还派发“国货之光消费券”，增强消费者对宁波本土消费品牌的认知与互动，进一步丰富消费体验。

据统计，“国货之光消费券”活动共吸引超过100万人次参与，参与品牌超过400个，活动累计实现销售额近400万元，撬动比高达1:5。该活动推动了宁波品牌商品流、资金流加快运转，提振了相关企业的信心。

“本次活动一方面进一步提升‘宁波制造’、宁波品牌的市场认知度；另一方面也是在助企纾困，帮助宁波企业、宁波商业扩大销售，提升人气。”市商务局消费促进处处长尹秋平表示，“我们将持续探索消费券新的发券模式，通过消费侧复苏，带动供给侧和生产链尽快复苏脱困，实现稳链助链、助企纾困目的，特别是突出对宁波名企、名店、名牌和重点商圈、高品质特色街区扶持，助力宁波名品和‘宁波制造’脱困复苏。”

记者 史妮超