

购物中心 做到屋顶上 把生意

还有音乐节、艺术市集……
可以露营、喝咖啡，

3 成为引流“利器”

“购物中心热衷开拓屋顶空间的背后，是因为可以给购物中心引流。”宁波市社科院经济所研究员谢瑜宇说，“随着消费升级，市民对户外场景的期待更高，带有开放性户外空间的购物中心越来越受市民青睐。”

事实的确如此，露营、音乐节、艺术市集……屋顶商业正在成为宁波各大购物中心吸引客流的“杀手锏”。

宁波万象城提供的数据显示，2023年3月的“空中好市-啡凡咖啡节”吸引年轻人纷纷打卡，年轻客群同比提升20%；2022年夏季“天台新想季”打造夜经济氛围活动，屋顶客流环比提升25%，夜间(20:00-22:00)客人延长停留人数环比提升30%。

和义大道购物中心的统计数据 displays，“和义天台”已经成为该购物中心的一个品牌，每逢主题活动期间，客流带动作用明显，其中年轻客群占比尤其高，整体客流带动效应达20%左右。

海曙印象城的统计数据 displays，该商业的屋顶空间在今年更新升级后，空间利用率再度提升，团建、小规模聚会预约频繁，3月份客流同比增长21%、销售同比增长19%。

“屋顶空间的多样化玩法，使得这个相对独立的商业空间更精准地衔接起购物中心和消费者，成为一个集社交、娱乐等功能于一体的多功能商业空间，为宁波购物中心的发展注入了新鲜血液。”宁波市商务局消费促进处处长尹秋平表示。

延伸阅读

从总体上看，国内的购物中心屋顶空间商业开发尚处于起步阶段，睿意德中国商业地产研究中心发布的《中国购物中心屋顶商业研究报告》显示，在全国已开业的购物中心中，仅有1%的购物中心在利用屋顶空间进行商业经营，19%的购物中心屋顶被用作停车场、太阳能发电以及绿化，80%的购物中心屋顶处于闲置状态，总闲置空间超过3000万平方米，相当于4000个国际标准足球场的面积。
记者 史妮超

1 商业开发火热

“食之无味，弃之可惜”。在过去很长一段时间里，这句话常被用来形容城市购物中心的屋顶空间。事实上，开发潜力巨大的屋顶空间，可以说是商业场景中最具想象力的一部分。

近年来，挖掘屋顶空间的商业价值已成为很多购物中心运营的重中之重。曾经不起眼的屋顶区域，通过艺术感、空间感、体验感的加持，正释放不容小觑的客流吸引力和商业转化力。

早在2021年开业之初，宁波万象城就凭借“屋顶上的摩天轮”迅速成为爆款商业项目，开业当天客流量达25万人次，实现零售额3600万元。

作为当时宁波首座摩天轮商业项目，乘上总高度68.46米的屋顶摩天轮，能一览宁波财富中心、宁波大剧院、湾头大桥等城市地标建筑……这一概念的推出，不仅赚足了关注度，也给宁波人带来了新的消费体验和感受。

海曙印象城的屋顶空间面积达370平方米，运营方也是在项目开业之初就做了明确规划。

“屋顶的空中花园于2021年初开园，我们打造了全粉色系场景，主打爱情主题，与相距不到1公里的梁祝文化公园形成联动。2022年夏季升级为‘童玩乐趣场’，增加了灯光亮化，营造夜生活场景。”海曙印象城有关负责人陈薇表示。

随着“城市露营风”普及化，今年3月，海曙印象城的屋顶空间再次更新，打造城市露营主题的屋顶空间。“我们增加了围炉煮茶、发呆帐篷、露营桌椅、沙漠绿植等多种硬件和软装，形成‘野生自然风格’的露营消费场景。”陈薇说。

2 活动精彩纷呈

“自开业以来，我们以高频次、高质量的标准，通过宁波首展、首进等具备影响力的活动打造屋顶经济空间场景。”宁波万象城有关负责人冯博远称。

据介绍，2021年、2022年，宁波万象城连续两年引进西湖音乐节，在当时不仅是首个宁波屋顶音乐节，也是宁波首次引进西湖音乐节IP，专业音乐节阵容吸引了众多消费者前往，甚至出现一票难求的盛况。

“在屋顶空间的场景打造上，我们围绕城市微度假的消费诉求，打造季节性主题场景。比如，目前正在推出的‘2023春季北非秘境摩洛哥花园’就吸引了很多消费者来打卡，2022年春季推出的‘B265星球花园’反响也很不错。”冯博远称。

宁波和义大道购物中心则充分利用得天独厚的三江口景观，在三楼江景天台举办不少新潮好玩的活动，如天台奇妙夜音乐节、宁波香港电影周、限时月光酒吧、城市精致露营节等，颇受宁波年轻人青睐。

宁波万象汇同样结合城市微度假的概念，在天空乐园引进“只此青绿”舞蹈演绎、萌宠比赛、星空瑜伽等活动，今年还新增了城市露营。



海曙印象城的露营主题屋顶空间。



宁波万象汇屋顶主题活动。

近年来，随着消费场景越来越多元化，宁波各大购物中心的屋顶、公共空间、外广场正在悄然进行一场空间创新。这些曾经“食之无味”的空间正不断产生新的商业价值，宁波商业在“向外生长”的过程中也变得更潮、更好玩，释放出不容小觑的吸引力与商业转化力。

事实上，宁波不少购物中心的屋顶空间已然开启了新一轮创新，在这里不仅可以露营、喝咖啡，还有音乐节、艺术市集……把生意“做到屋顶上”，正成为宁波购物中心吸引客流的新利器。



宁波万象城的屋顶空间。