

这一年 宁波商圈 有多会 “耍”



被年轻人追捧的宁波城市动漫节,成为今年“现象级”的商圈活动。



云裳谷成为年轻人“打卡圣地”。

超过200家首店开业、多个大型品牌商业体开门迎客、各色小而美的商业街区渐成气候……

回首这一年的宁波商业,虽遭遇起伏波澜,但依旧有诸多可圈可点的精彩和变化。

这其中,提升“体验感”似乎是诸多关键词中最亮眼的。



今年,集章活动成了年轻人最热衷的活动,也成为商业体的引流神器。

1 从盖章到演唱会,互动感满满

12月24日,在东部新城的宏泰广场,一场集章活动吸引大批市民参与,小小的盖章台前被人群围了个满满当当。

“这是今年最后一场巡回活动了,我们带了100多个章,再加上一个活字印刷体验,大家的反馈还可以。”孙建东是这场活动的组织方“知否宁波”的负责人。在此之前,这个“宁波印记集章活动”已经在市区其他商业体里“巡回”做了11次,每一次都是人山人海,并均以“严重拖堂”结束。在来福士、南塘老街举办的活动,参与人数甚至超过千人。

“盖章是今年流行在年轻群体里最火的互动活动之一。参与的低门槛和体验的满足感,不仅让它有大批拥趸,还有很强的散客吸引力。对于潮流嗅觉敏感的商业体来说,是不可多得的引流神器,各大商场都愿意组织这样的活动。”孙建东说。

留心今年宁波各大商业体的“活动清单”不难发现,所有商业体几乎都在绞尽脑汁通过各种互动体验类活动吸引消费者目光,如宠物派对、汉服巡演、非遗活动、小型演唱会、音乐节、冬天造雪夏天造泡泡……主打一个“无死角宠粉”。而一些前几年已经开始流行的活动,如市集、IP展等,则被玩出更大规模、更高规格。

热衷参与商业体活动的市民柳女士告诉记者,不管是文化内涵、创意程度还是颜值,相比往年,今年宁波各大商业体的重头活动品质明显提高。“比如,今年很多商业体都开起了演唱会、音乐节。虽然不一定有知名歌手到场,但氛围打造得很到位,也能让人眼前一亮,欣然参与。”

业内人士表示,当90后00后客群逐步成长为主流消费客群后,其喜好和格调也成为商业体撬动消费的重要抓手。

2 从门店到空间,体验感满满

宁波市商务局的数据显示,今年以来,全市累计引进各类品牌首店超过200个。记者注意到,不少首店对于消费场景和体验感的设计,远胜于前几年的普通门店。一些本土品牌也将原来店面升级为“空间”式,在扩大门店面积的同时,更加注重功能多元化,甚至将“体验”的地位拔高至“销售”以上。

在优衣库浙江首家旗舰店里,人们不仅可以在2000平方米的空间内选择自己心仪的产品,还能不定期观看巡展,体验DIY专属T恤的乐趣;

11月开业的京东MALL,与其说是一个家电卖场,倒不如说是一个“产品体验城”。4层的空间里,主机游戏体验区、电竞体验区、烘焙体验区、咖啡体验区、个护按摩体验区等让人眼花缭乱,即便是没有购买需求,也不妨碍市民走走逛逛一整天;

在苹果、华为这样的数码旗舰店里,除了购买产品的消费者,还有不少学习玩机技巧课程的市民。

除了提供体验性增值服务,一些聚焦体验业态的门店也成为近年来商圈新宠。从和动物亲密接触的撸猫馆、室内动物园,到体验运动快感的室内滑雪场、攀岩馆、电竞赛车体验店等,都成为年轻群体、亲子群体眼中炙手可热的网红店。

众多商圈营造“体验氛围”也不遗余力。

东钱湖的韩岭老街已成为宁波人心中“样板式”的文旅商业综合体;经过多年打磨的集章亦凭借各类文艺范十足的活动立下了“厂牌”;还有被誉为“出片圣地”的云裳谷、“非标店集散中心”的大步街、最潮的创意街区带梦胡同……都已经将“体验感”这一关键词融入氛围打造中。