

今年以来,宁波“去商业化”新型商业成为新热门。其中,二次元商业更是以强劲势头席卷而来,引发不可小觑的消费热潮。

记者盘点发现,目前宁波引入二次元业态的均为存量行业,除了传统盒子型商业,也不乏老牌传统百货。对于传统商业而言,二次元这一“千亿赛道”能否成为“转型新思路”?

1 二次元商业引发新热潮

近来,宁波多个存量商业瞄准二次元这一“赛道”——大到将项目整体定位为“二次元综合体”,更多的则是通过新增“二次元主题街区”的打造,在强化项目差异化和辨识度的同时,吸引大批年轻人,成为宁波消费市场一大热点现象。

“人太多了!二次元浓度爆表!”刚过去不久的“五一”期间,由于引入“灵幻动漫展”吸引众多二次元爱好者聚集,宁波环宇城在各大社交平台上的热度持续飙升。

这场二次元漫展带来的客流和销售均远超预期。据宁波环宇城后台数据统计,5月1日,客流量接近5.4万人次,呈现同比提升177%的“高燃状态”,远超历史同期客流。与此同时,全场整体销售额同比提升63%,场内近50家商户销售额同比提升超过100%。

“自2023年以来,我们项目便瞄准二次元这一‘赛道’,将以ACG文化为主要印记的Z世代年轻客群作为核心客群进行目标引流。从2023年年底至今已合作开展主题动漫节5场、随机宅舞2场,整体客流提升明显。”中海环宇城有关负责人赵力表示。

这并非个例。去年年底,在天一广场举行的宁波城市动漫节,连续两天的二次元狂欢吸引了近两万名动漫爱好者,现场不仅有50余个国内知名动漫IP入驻,还有超过40位头部动漫明星演出。动漫节期间,天一广场人山人海,线上线下互动人次超千万。

宁波复悦城也正在二次元的路上狂奔。过去一年,宁波复悦城针对二次元群体,开展了综合漫展、主题Only、电竞赛事等二次元相关活动共13场,其中中国乙主题Only整体人气最高,当日整体客流达到4.8万,同比增长47%。

宁波人非常熟悉的老牌百货东门银泰也正计划打造宁波潮玩二次元主题街区。记者从项目方了解到,东门银泰百货已于今年4月20日启动内部改造,预计将在今年7月改造完成,实现整体亮相启幕。记者了解到,东门银泰1层、夹层、2层近5000平方米租赁面积将进行整体改造,聚焦调改方向为潮玩二次元业态,设置400平方米超大漫展宅舞活动区,全面提升顾客体验。

“二次元”如何打开宁波商业的“新世界大门”?



商场里举行的二次元主题活动。

2 宁波商业打出二次元“组合拳”

当下二次元商业的爆火,让行业看到了细分“赛道”的更多可能性。同时,宁波商业也面临着新问题——二次元业态如何布局?

记者多方了解到,目前,在宁波二次元商业竞争中,首店、首展及多业态组合是各大商业竞相发力的主要方向。

一方面,通过高频举办二次元IP活动,将二次元爱好者聚集起来,进而吸引年轻客群,是大多数商业落地二次元主题的有效途径。在宁波市场,如上述天一广场、宁波环宇城、宁波复悦城等项目是典型案例,也是抖音、小红书等流行社交平台上公认的宁波二次元打卡地。

今年4月底,宁波酷购商城策划开展了首个“谷哩谷气”二次元谷玩市集,集合了众多二次元爱好者喜爱的“谷子”,包括各类手办、徽章、挂件、立牌、痛包、热门IP同人谷等动漫周边,吸引络绎不绝的漫迷们前往。据宁波酷购后台统计数据,市集举办期间,为宁波酷购A馆带来明显的新增日均客流。

同时,着重引入垂直的头部二次元品牌,与IP活动共创消费氛围,才是真正能促成消费发生的“终极武器”。

譬如今年7月即将全新亮相的东门银泰百货,将引入浙江首店7家,包括模玩熊、猫受屋、XHR Hobby、乌丸屋、武士道、漫库、嗷呜等二次元品牌,宁波首店6家,包括三丽鸥、多摩万事屋、暴蒙、GBO、三月兽咖啡、COSMEPRO等二次元品牌。

今年以来,宁波酷购商城开始逐步引入二次元品牌,推动新

业态升级。2024年2月1日,酷购第一家二次元谷子集合店“GOODSLOVE”的开业,随之“木星兽”“MAGIC WOW”“集谷屋”等二次元品牌相继入驻,同时与天一广场“TOP TOY”“POPMART”等品牌交相呼应,瞄准“Z世代”人群,向二次元商业和品牌年轻化的方向发力。

宁波复悦城将打造二次元主题街区,集中动漫周边店、手办店等。同时,计划引入知名二次元品牌,联合首店品牌举办特别活动和限定商品发售;增设二次元主题游乐设施或互动体验区,增强沉浸式体验;划分不同类型二次元专属区域,如日系动漫区、国漫区等。

从2023年起,宁波环宇城主力店书店从传统书咖拓宽业务范围,增设“动漫贩售区”,从卖书到卖“谷子”。今年“五一”假期,受到动漫展辐射效应,5月1日单日销售同比提升超500%,创开业以来历史新高。据了解,宁波环宇城项目后续将持续推进二次元主题街区落成,提升年轻客群活力。

对于二次元品牌的引入,银泰商业商品中心潮玩二次元业务总经理宋政认为,在打造二次元商业时,引入的二次元品牌是否具有足够的影响力非常重要。

“从宁波东门银泰百货的角度,我们从前期的规划就是经过深思熟虑的,减少同质化问题,目前仅规划了16个品牌,并且涉及日谷、国谷、二创、服饰、文创、饮品配套等,引入的品牌均是中国头部二次元品牌。”

3 能否成为传统商业的“转型新思路”?

记者盘点发现,目前宁波引入二次元业态的均为存量行业,除了传统盒子型商业,也不乏老牌传统百货。对于传统商业而言,二次元商业能否成为“转型新思路”?

“他山之石”已有成功案例。由原华联商厦转型改造的百联ZX创趣场,2023年1月在上海南京路步行街启动试营业。作为中国首座聚焦二次元文化的商业体,百联ZX创趣场以内容经营为核心,聚集海外头部ACGN(动画、漫画、游戏、小说)二次元零售、社交文化体验业态。

据悉,试营业首店比例即超过60%,日均客流从开业初期的1.5万-3万人次逐步攀升到目前4万人次,单日客流最高达到7.5万人次,已成为全国二次元年轻人奔赴上海打卡的首选地,也是业内转型升级的标杆案例。

对此,宋政坦言,目前二次元业态在传统商业中确实更多承担着“救场”作用。不管是上海百联ZX创趣场,还是武汉X118,成都天府红等,都是老牌商业落寞后的转型改造。

“大家瞄准的就是这股二次元风的兴起。但未来可能会出现的问题就是太多商业引入二次元,引发同质化问题。今年下半年到明年上半年,将会是二次元商业的一个爆发期。接下来就要看谁的运营能力更强,能让二次元业态的商业走得更稳、更远。”

业内人士认为,基于国内目前二次元市场的发展规模和品牌储备来看,二次元商业的打造还是更适合于一、二线城市的中型商业的主题区域,或者打造小体量的主题商业。

“对传统商业而言,二次元商业的借鉴意义在于凸显差异化,通过有限的空间,聚焦特定圈层,将商业逻辑从租金和坪效变为体验和文化,令目标客群在身份认同的同时产生持续消费的可能。”宁波市商务局消费促进处处长尹秋平认为。

记者 史妮超