

[开栏语]

潮起宁波，商业逐新。

当“三新经济”(新业态、新模式、新场景)的浪潮席卷而来，宁波的商业图景正被持续刷新。一家家首店纷至沓来，这不仅是品牌的拓疆，更是“三新经济”的生动实践，成为观察城市消费活力的绝佳窗口。2025年，宁波新增247家首店，省级首店增长显著，消费市场韧性与潜力并存。

今起，我们推出“潮起宁波·首店探新”系列报道，深入探访落子宁波的商业新势力，解码其背后的创新逻辑与运营巧思，见证它们与本地消费文化碰撞融合共同塑造更具魅力与辐射力的宁波商业新生态。

专业穿线师与冠军球拍落地宁波

甬城首店经济进入“专业服务”时代

**首店
探新**

近日，百年运动品牌Wilson Tennis360宁波首店在万象城亮相。这是宁波首个专业网球全场景消费空间。它意味着宁波的首店经济，正从追逐流量品牌的“首店1.0”时代，悄然迈入以专业服务构建竞争力的“首店2.0”时代。



店内的冠军同款装备。



穿线师在给球拍穿线。

“职业级”工坊落地家门口

在最近亮相的Wilson Tennis360宁波首店里，“Wilson Lab’s穿线工坊”无疑是最吸睛的存在。穿线机低沉嗡鸣，聚酯线穿过拍框孔时发出细微摩擦声，身着专业工服的技术人员正全神贯注地盯着屏幕，指尖操控着线床的每一分张力。

“我们提供的是±0.3磅的精准控磅服务，由品牌S1级认证穿线师驻店完成。”穿线师边操作边介绍。屏幕上跳动的数字，是职业赛事级的精度要求。过去，高水平业余球员或追求极致装备的发烧友，往往需要将球拍带到上海等城市维护，

周期长、成本高。

“现在，宁波网球爱好者在家门口就能享受从穿线、验拍到护线的国际标准服务。”穿线师表示，门店在开业后已接待不少带着“珍藏版”球拍前来体验的顾客，其中不乏此前常年前往上海维护球拍的网球爱好者。

在球拍陈列区，科技感与竞技魅力交织。郑钦文在巴黎奥运会夺冠的“同款战拍”Wilson Pro Staff V14尤为醒目，吸引不少消费者的试挥。据店员介绍，该店是华东地区唯一授权陈列多款冠军装备的专业网点，除了郑钦文同款，还有

世界顶级球员萨巴伦卡使用的同款球拍。

“以前想亲手体验、购买这些顶级型号，选择非常有限。现在不仅能试挥，还能在现场由专业穿线师根据你的打法进行个性化穿线搭配，这种体验非常棒。”一位正在试拍的年轻顾客表示。

在女性运动装备区，一双专为亚洲女性脚型设计的Intrigue Tour网球鞋，也吸引不少女性顾客的注意。“95后”陈女士试穿进行急停、转身等模拟动作。“包裹性特别好，对脚弓的支撑很到位，设计也洋气。”陈女士说。

从“流量打卡”到“专业黏性”

与过往以“网红标签”“稀缺品牌”“设计炫酷”为核心吸引力的首店不同，Wilson Tennis360宁波首店的核心模式可概括为“工坊+顶级装备+专业穿搭”，本质上是将零售卖场转变为以专业服务为核心的“解决方案中心”和“体验社交空间”。

这精准切中了宁波乃至长三角运动消费市场的“升级脉动”。宁波民营经济发达，崇尚健康、专业生活方式的消费群体不断扩大。以网球为例，这项运

动在宁波拥有良好的群众基础，社区球场、俱乐部、青少年培训日益活跃，衍生出对专业装备、精准维护的强烈需求。

过去，宁波市场常面临“有装备，无深度服务；有产品，无顶级资源”的断层。Wilson Tennis360宁波首店以“职业级穿线工坊”这一专业服务作为锚点，解决了本地消费者的核心痛点。这种基于专业服务建立的深度联系，远比打卡营销带来的流量更为稳固和长期。

“首店经济的内核正在深化。”一位本地商业观察人士分析，“早期的首店侧重于填补品牌空白，吸引瞬时客流。而现在，能够提供专业服务、拥有独家资源、重塑本地消费体验的首店，吸引了更多人的注意，从‘引入一家店’升级为‘激活一个生态’。以Wilson Tennis360这家店为例，不仅是销售终端，也成了本地网球爱好者的装备服务中心、资讯交流和社群聚集地。”

宁波首店经济的“专业主义”

Wilson Tennis360宁波首店的落地，是宁波首店经济向“高附加值、强专业性、重体验感”方向发展的一个缩影。它启示着未来引进首店的逻辑：不仅追求品牌的“首”字光环，更要评估其能否为城市消费市场带来独特价值链、专业服务或创新体验。

对于宁波这样的新一线

城市，在商业竞争中，能够吸引那些具备“专业服务内核”的首店，正成为打造商业差异化、提升城市消费能级的关键。通过带动细分消费领域的专业化、标准化水平，形成“专业服务吸引核心客群—核心客群带动口碑与消费—消费升级反哺商业创新”的良性循环。

夜幕降临，万象城的

摩天轮流光溢彩，Wilson Tennis360门店灯火通明。店内，仍有顾客在与穿线师交流磅数选择；店外，城市的运动脉搏持续跳动。从“为了一双鞋、一杯咖啡奔赴上海”，到“顶尖的专业服务就在家门口”，这背后不仅是商业地理格局的微调，更是一座城市消费自信的实质性跃迁。记者 史娓超