

“以前夜市是‘快闪’，现在是‘慢逛’”

从卖货到策展，宁波商场靠主题市集抢回夜间客流



这个夏天，晚8点的宁波商圈正在形成一种新的夜生活形态：从宁波万象汇的情感展到鄞州印象城的器物市，从和义大道的德式啤酒节到万象城的屋顶音乐现场，宁波商场不约而同地把“市集”做成了“策展现场”，在今夏的夜经济赛道里抢回了源源不断的夜间客流。



鄞州印象城“湖边集·器物闲市”吸引大量市民前来闲逛。



北仑富邦城857市集-搜猫市集聚集70余家特色烟火美食，火热开市。



和义大道的江景露台打造多场活动，吸引市民打卡。

1 宁波商场开始策展“夜间情绪”

8月6日，宁波万象汇把七夕过成了一场“大型公共情感展”。《爱的主张》展览在小中庭亮起一面“主张墙”，邀请路人写下属于自己的“爱”：有人写给伴侣，有人写给刚毕业的自己，也有人写给常去的这家商场。

围绕“爱正在发生”的主题，同步开启的特色市集更是集结了来自全国各地的特色主理人：引入武汉“心动商店”、杭州“偶得一物”、花香品牌“牧荒记”等外地主理人，把香氛、手作陶瓷、手工娃娃、手绘头像等打包成“礼物的N种解法”。

“我们这次市集的逻辑很明确，商品不是主角，爱的千万种模样才是。香氛、陶瓷、毛绒玩具、手绘都是表达工具。消费者走进来，先被情绪留住，再为表达爱付费，不仅延长了停留时间，也拉升了客单消费。”宁波万象汇有关负责人表示。

同样的策展逻辑，也出现在鄞州印象城。7月底的“湖边集·器物闲市”，刻意避开了喧闹的叫卖，转而用70位生活美学主理人、旧物展陈、编织工坊和有声演绎，搭出一个可以慢慢逛、坐着发呆的夏夜。

这种“去狂欢化”，并没有劝退人流。商场后台数据显示，活动3天，整体客流提升12.1%，其中晚间6点至闭店时段的增长尤为明显。当市集能提供一种“像在度假”的心境，夜间的停留时长自然被拉长。

“以前夜市是‘快闪’，现在是‘慢逛’。”印象城市场部负责人总结。延续这套逻辑，8月，这里还要做一场“中医夜市”——和中西医结合医院、街道一起，将把脉、推拿、养生茶饮装进市集。夜经济的内容清单，从“吃喝玩乐”悄悄延伸到“自我照顾”。

2 江景露台与高空屋顶，把夜景变成场景

宁波的夜，不止在低处流动。在和义大道，夜经济的场景被抬升到三楼、四楼的露天露台。8月21日到23日，万豪酒店第四届德国音乐啤酒节将在这里开市。这不是一场简单的餐饮活动，德国厨师阿尔弗雷德·皮希勒会亲自坐镇，等到天完全黑透，霓虹亮起，火车舞、祝酒曲轮番上演，配上自助餐与啤酒畅饮，把三江口的晚风调成欧式节庆模式。

高空江景+异国文化，让这里成为年轻情侣、外籍客群、追求仪式感的家庭消费的夜间目的地。

在宁波万象城，夜的场景被进一步重组。8月19日17:00—21:00，这里的七夕音乐现场将

打破传统演出的空间限制，联动节奏猩猩、脱兔俱乐部、Burrd Bar等本土特色品牌，在3号门广场、L1西中庭、L4屋顶花园摩天轮下设置多点位演出，把听觉狂欢、特色轻食体验与摩天轮夜景深度绑定。

相比封闭的商场中庭，开放式的空中场地天然带有“下班之后、正式睡觉之前”的松弛感。

“我们目前已完成了空中花园的整体升级，把文创零售、宠物服务、轻运动社交等业态融入屋顶空间，让曾经仅作为配套的屋顶区域，变成了宁波年轻人夜间打卡的核心目的地，常态化运营的主题市集更是持续为商圈导入稳定客流。”宁波万象城有关负责人表示。

甬江流域翠屏山北麓治理——邵岙水库扩容工程生态环境影响评价公众参与公示

按照《环境影响评价公众参与办法》等有关规定，向公众公开下列信息：

一、项目基本情况

名称：甬江流域翠屏山北麓治理——邵岙水库扩容工程

建设性质：新建；

地点：慈溪市匡堰镇、横河镇

二、环评报告征求意见稿查阅方式

1、网络链接：<http://www.zjxuteng.com/infogk.asp>

2、纸质报告书征求意见稿已放至建设单位

三、征求意见的公众范围

项目环境影响评价范围内的有关公民、法人、组织等

四、公众意见表的网络链接

<http://www.zjxuteng.com/infogkView.asp?id=154>

asp?id=154

五、公众提出意见的方式和途径

公众可以通过信函、电子邮件其他方式，在规定时间内将填写的公众意见表等提交建设单位。请提供真实姓名、联系方式、地址等，以便反馈。

联系人：王艳

联系电话：0574-63822263

邮箱：438341459@qq.com

地址：慈溪市北二环东路455号505室

邮编：317500

六、公众提出意见的起止时间

2026年8月1日—2026年8月18日（信函以邮戳为准）

公示单位：慈溪市原水有限责任公司

公示时间：2026年8月8日

记者观察

当商场从交易平台转向策展空间，夜经济就不再是时间的延长线，而是城市内容的第二块屏幕。从过去“摆几个摊位就叫市集”的粗放模式，到如今精准锚定垂直人群、深挖单一主题、联动场内业态的精细化策展，宁波的商场正在完成从“卖货”到“造场景、塑情绪、留记忆”的身份转变。

这些差异化的主题化市集，不仅拉长了市民的夜间停留时间，更让商圈跳出了同质化竞争的怪圈，为宁波夜经济的持续升温注入了源源不断的新活力。

记者 史妮超 文/摄