

年租率约98%!

电商时代

一家40年老牌市场 如何保持新活力?

今年,宁波望湖市场迎来40岁生日。

9月15日,宁波长春路上,“时光里的望湖·四十载烟火情”的横幅挂在望湖市场入口处,来来往往的进货商拖着推车穿梭其间;二楼的服装批发区依旧嘈杂,摊主们一边招呼老客户,一边回复着手机上的线上订单。

1986年10月,宁波市第一家以个体经营为主的专业市场在长春路北侧填土兴建而成,因为能看到月湖,取名“望湖”。望湖市场的出现,为个体经营者提供了一个打拼的舞台,也为这座城市打开了一扇通往市井繁荣的大门。

1 40年,一代人的扎根史

在望湖市场的一楼百货区,经营户卢云花低着头,动作敏捷地在自家的小百货摊位里钻进钻出,理货打包,动作麻利。

“我老家在浙江东阳,1986年就落户望湖市场了,是最早一批经营户之一。”1963年出生的卢云花声音洪亮,看上去只有50岁出头,她笑着回忆道,当时,市场还是大棚市场,附近的房子都很低矮,她既做零售也做批发,起早摸黑地打拼。20世纪90年代开始,宁波的城市建设日新月异,低矮的房子慢慢变成高楼大厦,望湖市场的生意也越来越好。“有时要忙到晚上10点多才休息,也赚到了钱,在宁波买了房,一家人扎根宁波,分享到了改革开放的红利。”

如今虽已退休,卢云花仍然坚守着自己的摊位。“忙惯了,市场人头也熟,做做小生意,自己也不会老得快!”她一脸轻松地说。

卢云花的这40年,也是望湖市场发展的40年。从大棚到楼层,从零售到批发再到线上线下并行,从外来的年轻姑娘到扎根宁波的“老人”,她的人生轨迹与这座市场的成长发展紧密交织。

而在市场里,像卢云花这样的老经营户还有很多。

记者在一家电器店里看到,摊位上摆着不少样式的广场舞音箱,有的比较时尚,灯光闪烁,有的样式比较古早。

“来买音箱的老年人特别多,播放机、音箱都有。”店主称自己在望湖市场经营了20多年,一脸笑呵呵的,语气里没有焦虑,只有一种做了大半辈子生意的笃定。

曙光钟表店的经营户则更直接。面对消费者的问询,他的回答底气十足:“质量放心,我每天都在店里。”这句话虽朴素,却道出了实体市场最核心的竞争力——人在,信任就在。

2 电商冲击下的突围

网购兴起后,专业市场普遍遭遇客流下滑。“这几年生意越来越难做,市场里的人越来越少,很多生意都被网商抢了去。”一位在望湖市场经营了近30年的老摊主说出了许多人的心声。对于做惯了线下批发生意的老商户而言,转型线上并非易事。

经营户群体也在分化:老年经营者坚守线下交易的传统模式,青年经营者则兼顾线上与线下。市场的转型策略,恰恰为这两类人同时提供了支撑——让老商户守住线下的“根”,让年轻商户长出线上的“翼”。

运营望湖市场的宁波宏业发展有限公司总经理赵琦还道出实体市场难以被替代的另一层价值:“很多消费者喜欢线下购物的感受,可以现场试穿,面料摸得着,还有一种大包小包沉甸甸的感觉。”

这种“沉甸甸的感觉”,是快递纸箱无法给予的消费体验,也是望湖市场40年积累下来的场景优势。

40年间,该市场历经多次改造——1993年完成一期改造,形成室内市场;

1995年兴建二期市场,最终从简易棚顶发展为建筑面积约1.2万平方米、拥有1100余个摊位的钢筋混凝土结构市场;

1997年一期市场菜场搬迁,2001年、2022年分别进行了两次消防改造。市场硬件的持续投入,让“逛市场”这件事始终保有线下体验的温度。

它的“创新”,则在于敢于用新工具武装老业态。除了电商转型,2026年,该市场完成安防体系智能化升级,AI视频感知设备覆盖交易区、仓储区,安全隐患可实现3分钟内推送预警。

2026年初,“个体工商户服务驿站”挂牌,将政策咨询、法律维权、金融支持等服务下沉到商户身边。

这些看似“不直接产生租金”的投入,恰恰是留住商户的隐性竞争力。



▲卢云花在打理摊位。



◀宁波望湖市场的二楼服装区。

3 宁波专业市场的不同路径

将望湖市场放在宁波传统专业市场的坐标系中观察,它的独特性更加清晰。

宁波轻纺城选择了另一条路径——近年来,在保持市场租金收入的同时,着力向产业链下游延伸,整合设计与直播资源,依靠资本和规模优势开辟新赛道。

灵桥日用百货市场则经历了另一种命运,曾经每天进出客流近4万人次,生意红火。然而,随着设施老旧、空置率高等问题逐渐显现,近年来,虽完成外立面改造,但昔日的辉煌似乎已难复现。

宁波供销二号桥市场则以“物理迁移”的方式延续生命,2016年整体搬迁至江北风华路,742户经营户集体迁入新址,继续发挥强大的集散功能。

相比之下,望湖市场的路径略显“笨拙”却扎实:不搬迁,不扩张,不追逐宏大叙事,而是在原地一寸一寸地改造硬件、一户一户地培训

商户、一年一年地稳住出租率。

年租率约98%的数据背后,是商户信任的结果。卢云花们没有走,钟表店的老板没有走,卖了20多年广场舞音箱的店主也没有走……他们留在这里,本身就是对市场价值最有力的证明。

40周年庆典期间,望湖市场策划了“市井旧影·沉浸式体验”记忆展,复刻1986年初创时期的原貌,复原20世纪80年代老集市的物件与陈设。怀旧之外,更有现实的考量:联动商户推出覆盖服装、鞋类、日用百货等全品类特惠,用真金白银的让利拉动客流。

“回望”是为了更好地“向前”。望湖市场40年给出的启示或许在于:传统市场的生命力,不在于它的年龄,而在于它是否愿意与时代一同前行。

记者 周晖 通讯员 吴静