



# 温岭时代广场的“前世今生” 一家传统商业体的破局之路

记者 赵云 通讯员 王华琦 文/图

5月15日晚上，随着盒马旗下平价社区超市品牌“超盒算NB”的开业，时代广场再次门庭若市。不仅超市里人山人海，户外更是商厦林立，游人如织。

这波流量让一度沉寂的时代广场，重新站在了温岭人消费关注的聚光灯下。“时代广场的流量回来了！”这一幕，让很多老顾客不禁想到了17年前。

2009年1月20日，时代广场购物中心正式开业，是当时市区规模最大的购物广场。开业当天，万人空巷，盛况空前。

而这期间，这个门庭若市的商业地标，曾走过一段漫长的“平淡期”。时代广场的沉浮变迁，正是中国无数传统商业体发展历程的缩影。



## 从城东空白到商业地标

2009年1月20日，温岭时代广场购物中心正式开业。该项目位于城东街道文昌中路1239号，总建筑面积达4万平方米，并配有50余亩的城市广场。

在那个网购尚未全面兴起的年代，时代广场几乎就是温岭人“逛街”的代名词。项目以TESCO乐购超市和时代广场购物中心为两大主力店，陆续引进了肯德基、味千拉面等品牌，迅速成为温岭首个集购物、休闲、娱乐、餐饮、观光于一体的大型综合商业体。为引流，项目还开通了11条免费巴士直通各镇（街道），并斥巨资引进TOMMY、CK、LACOSTE、周大福等众多高端知名品牌，很多是台州首店，可谓声势浩大。

彼时消费者的选择相对有限，周末携家带口来时代广场“逛吃买”，成了许多温岭家庭的固定节目。时代广场不仅是一个购物场所，更承载了一座城市的商业梦想和一代人的生活记忆。

对于市民王先生而言，时代广场更是记忆中无法绕开的一页。“2012年春节，我和几个老朋友约着聚会，大家一致说去时代广场。”他回忆道，那时候孩子才两三岁，广场上有小朋友可

以玩的项目，他们再在附近找家饭店吃顿饭，热热闹闹的。

在他的记忆里，那时的时代广场总是人声鼎沸——乐购超市里推着购物车都要小心避让，肯德基的座位要眼疾手快才能抢到，地下停车场要转上好几圈才能找到一个空位。

事实上，那时城东街道处于城市开发初期，商圈配套空白，大型综合商业稀缺。时代广场的开业，恰好填补了温岭无规模化综合商场的市场空白，迅速成为连接新老城区的核心商业节点。

对于时代广场来说，初创阶段的挑战还是挺大的。“一方面，依托超大体量和城市广场的地标优势，快速打响城东商圈的知名度，成为城东城市界面的核心名片，带动片区商业价值提升。”时代广场负责人孙英称，另一方面，通过稳定品牌入驻、规范百货运营、常态化基础营销，逐步培养周边居民的消费习惯，巩固服装、珠宝、美妆等核心零售业态的市场口碑。

经过5年的精心培育，时代广场成功站稳了温岭东部商业市场，激活了城东商圈的活力，推动城东从“住宅新区”向“城市新商圈”转型。

## 竞争夹击下的客流之困

2014年，TESCO乐购与华润创业签署合资协议，内地135家门店统一更名为“华润万家”，品牌切换与经营模式的变化，让这个主力店的吸引力开始出现微妙松动。

2014年后，温岭城市商业快速迭代。银泰城、宝龙、万达等新兴商业综合体在3公里范围内相继开业，竞争格局日趋白热化。这些新项目主打“吃喝玩乐购”全体验模式，业态更丰富、场景更新颖、装修更现代化。与此同时，电商消费全面崛起，线上购物凭借便捷性和价格优势大幅分流实体零售客流。

时代广场的核心竞争力被逐渐稀释。有网友直言：“现在人流量都被商业综合体分走大部分，时代广场本来人流量就很有限！我都好几年没有过去那边了。”早期的百货式设计针对零售业态，缺乏良好的空间体验感，在体验经济时代愈发显得不

合时宜。

市民王先生的聚会地点，也悄然发生了变化。“后来不知道从什么时候开始，朋友们再约吃饭，就改成去银泰城了。”他有些感慨地说。曾经逢年过节必去的时代广场，渐渐从他的“聚会地图”上淡出，变成了偶尔路过才会瞥一眼的“老地方”。

更深远的问题在于：当消费者的注意力从“购物”转向“体验”，一个以百货零售为核心的传统商业模式，注定难以再吸引人群。历经多年运营，时代广场的硬件设施、空间布局、动线设计逐渐老化滞后。加上处于新旧商圈衔接位置，既要面对新商圈的年轻客群竞争，又要承接老商圈的刚需客群分流，差异化定位不清晰，流量获取难度大幅提升。

这种“客流少、招商难、品牌弱、人气低”的循环困境，成为压在许多传统商业体身上的沉重枷锁。时代广场并不是在等待中沉沦，而是在沉默中寻找重生的可能。

## 不断向“生活方式中心”转型

2016年，面对电商冲击下传统百货业的客流下滑，时代广场迈出了差异化的一步：在二楼设美食区，并引进了外婆家旗下热门品牌“炉鱼”，开设台州首店。凭借工业风装修与烤鱼这一爆款单品，迅速引爆年轻客群的打卡热情。在三楼，团队引入电影院，进一步丰富娱乐体验。

2022年起，时代广场管理团队开始密集调研、反复论证。他们意识到，继续抱着“百货思维”不放，只会被时代彻底抛弃。要活下去，就必须从“卖货的场所”转向“生活方式的中心”。

2025年初，华润万家歇业。“这对我们来说，虽然影响较大，但也给了我们升级改造的契机。”孙英称，这次的商场调整不仅仅停留在原先的品类丰富，最主要是在线上、空间上、竖向交通及设备设施上作了很大的突破和创新。

2025年下半年，一场被称为“16年来最大一次升级改造”的整体工程，对时代广场进行了全方位的重塑：原先负一楼的图书馆搬迁至二楼中心区域，打造全新的城东分馆，门口的空地则转变为活力创意市集，增加了外摆休息区域；新规划了扶梯组，重构一楼到二楼的垂直动线，嵌入休憩模块，提升消费者的漫游体验；二楼打造烟火美食社交中心，引进各类餐饮品牌团队，打造以家庭客群、年轻消费、邻里日常为核心的“高频刚需+在地烟火+场景体验”的美食场所。

最值得关注的，是文化空间的升级。今年初，改造后市图书馆城东分馆（麦田图书馆）以全新面貌与读者见面。步入馆内，温润的原木色铺陈整个空间，金色的麦田艺术装饰错落其间，营造出兼具诗意与烟火气的阅读氛围。藏书量从2万多册增至3万多册，新增书目涵盖少儿绘本、文学经典、科普读物、生活实用指南等品类。更值得一提的是，图书馆已开启夜间开放时段，灵活的开放时间进一步适配上班族与学生的阅读需求。

与此同时，时代广场还联合社区、学校、社群，不定期举办读书分享会、文化品鉴会、小型沙龙、手工艺展览等活动，打破传统图书馆边界，进一步拓展场馆的社交属性。

时代广场的转型还搭上了温岭夜间经济发展的快车。2024年，温岭成功创成省级夜间经济样板城市。时代广场所在的城东商圈被纳入温岭市夜间经济发展规划核心区域。图书馆的夜间运营成为吸引周边居民晚间前来的重要理由。



“超盒算NB”开业当天，超市里挤满了人。记者 陈峰 摄

## 三天销售“全国第一”

改造是骨架，业态是血肉。时代广场的翻身仗，最关键的一步棋，是精准捕捉到了新零售折扣模式的风口。

2025年下半年，时代广场得知盒马旗下平价社区超市品牌“超盒算NB”计划在台州开设门店，立即主动对接。双方从去年八九月开始洽谈，今年春节前便签订合同——时代广场店成为“超盒算NB”在温岭最早签订合同的门店，最终落位为首店。

“超盒算”谐音“超划算”，直白传递“商品价格超级划算”的价值主张；NB代表“Neighbor Business”，意为“邻里商业”，扎根社区，精准服务于周边居民的一日三餐需求。600~800平方米的单店面积、约1500个SKU、自有品牌占比高达60%，“超盒算NB”是一个“升

级版菜市场+零食店+水果店+烘焙店”四位一体的全能小超市。

这一业态的引入并非偶然。时代广场周边聚集了多个成熟的住宅小区，常住人口密集，但长期缺乏定位精准、品质有保障的社区生鲜超市，“超盒算NB”恰好填补了这一空白。

开业当天的盛况验证了这一选择的正确性：近800平方米的空间内约1500款商品琳琅满目，收银台前排起长队——水果区的蓝莓一直在补货，鲜制现烤区的首批烤鸡不到两个小时就卖完，榴莲19.9元一斤的价格更是吸引不少顾客一下子买了好几个。

5月15日，全国共有17家“超盒算NB”门店开业，时代广场店开业3天销售“全国第一”，日平均客流超3.2万人次。

## 迎接每一次挑战

一座商业体的沉浮，折射的是一座城市消费升级的轨迹。

当一辆辆满载而归的购物车从“超盒算NB”推出，当麦田图书馆的灯光在夜晚温暖亮起，当广场的烟火气重新在晚风中升腾——那个曾经被遗忘的“老地方”，正以一种更朴素、更接地气的方式，重新回到温岭人的日常生活里。

开业当天的火爆，不等于长久的活力。时代广场也清楚，真正的商圈升级，远不止引入一家爆款超市那么简单。事实上，时代广场的转型并非孤立的商业自救，而是与城东街道商贸提质增效的战略高度契合。近年来，城东街道围绕“两城两湖”总体发展战略，以“消费提质、商贸扩容、市场集群、数字赋能”为抓手，持续提升总部商圈、万达商圈的集聚辐射能力，力争全年商贸总额突破380亿元。

城东以总部经济基地为磁力场，目前已吸引1300多家生产性服务业和商贸企业在此集聚，资金、资源、人才与技术持续汇聚。在此大棋局下，时代广场作为城东商圈的重要节点，引入“超盒

算NB”不仅是一次业态升级，更是对整个城东商贸生态的活水注入。

“我们给自己定了3个关键词：便民生活、品质休闲、全龄适配。”孙英说，他们要走差异化的路子，不再盲目追网红、蹭流量，而是踏踏实实服务好周边的社区居民、城东的办公人群。

时代广场周边人口密集度高，年轻人多。为了满足周边居民的需求，时代广场目前已设KTV、健身房、棋牌室、台球室、瑜伽馆等休闲娱乐场所，接下来还有海鲜城等餐饮陆续开业。时代广场不断优化商户结构，引入新的品牌业态，给人耳目一新的感觉；社区里，深度绑定邻里关系，联合周边小区和单位，开展便民活动、公益活动等；运营上，抠细节、抓服务，规范商户经营，提升每一处消费体验，让口碑一点一点攒起来。

“‘超盒算NB’的入驻，对我们来说只是起点。”孙英称，世界瞬息万变，他们将以长期主义者的决心，随时迎接每一次挑战。

