

儿童市场掀起消费热潮

家长挑选礼物更重视体验

本报记者 杨柳

六一儿童节,怎么为孩子挑选礼物、陪孩子过节成了不少家长考虑的问题。昨日,记者探访城区部分商超发现,童装、玩具、学习机、亲子体验项目等无一不推出了六一促销活动,铆足了劲准备从儿童消费市场中分一杯羹。与此同时,部分商家表示,“儿童经济”的明显升温将引领新的消费趋势,也将带动新一轮消费升级。

线下,儿童商品全面折扣 线上,电商平台促销不大

“童装全场六一折,活动时间将持续到6月5日!”昨日,记者探访城区部分商超发现,随着六一的到来,不只是童装,小朋友日常生活中能用到的东西几乎都在打折,而且折扣力度还不小。“这款玩具之前要139元,现在只要109元了,确实便宜了。”正在城区太白路一家商场内为孩子挑选玩具的市民乔女士告诉记者,前几天本打算为孩子购买,但工作人员说六一前后多数玩具都将做活动,建议晚两天购买。“今天一看,果然有不少都便宜了!”

“我们还专门为儿童节推出了‘多买可享折上折’的活动,最大限度为家长们提供优惠。”该商超内某童装品牌的工作人员说,从童装到图书,从零食到婴幼儿用品,与儿童相关的产品大多都标上了儿童节特惠的醒目标签,部分儿童产品的折扣低至4折,在平时的价格上直接砍了一半多。

相对于线下实体店愈加火热的促销活动,线上的儿童节促销火花并不大。记者登录了几家电商平台注意到,线上平台大多将注意力放在了即将到来的“6·18年中大促”上,专门针对儿童节推出的促销活动并不是很多。“孩子作为儿童节的主角,他们的快乐非常简单,要求往往也比较直白,线上消费显然不适合满足孩子的要求。”城区一家儿童玩具店的负责人赵先生说。

不止要玩得开心,还应该学到东西

“今年儿童节那天是工作日,只能等到周末的时候带孩子挑选礼物。”市民刘先生说他计划趁周末带孩子到商场挑选学习机。“买什么礼物是我和孩子妈妈决定的,但孩子可以自己选择学习机的款式和型号,这个挑选的过程也算是给孩子礼物的一部分。”刘先生告诉记者,虽然现在学习机在网上也能买,但对孩子来说少了点“仪式感”。记者在城区某商场的学习机销售区域注意到,多数都是家长陪着孩子来体验学习机的功能。某品牌学习机的销售人员告诉记者,针对儿童节,他们品牌也推出了一系列的优惠活动。同时,相对于线上,当场体验也是实体店的优势所在。

在城区一些大型商超内,可供孩子与家长共同体验的亲子体验项目往往是孩子们的乐园。“虽然这些游乐项目对家长来说没啥吸引力,但孩子一般都特别喜欢,而且商家一般推出的亲子票、家庭票都非常优惠。”正陪伴孩子做手工体验项目的郭女士告诉记者,孩子的成长是不可复制的,作为家长更愿意给孩子有品质的陪伴,更注重孩子的全面发展。郭女士说,这就对市面上的各种培训机构,游乐体验项目提出了更高的要求,孩子在参与的过程中不止要玩得开心,还应该学到东西。

“随着80后90后结婚生子,部分70后加入二孩队伍,他们目前成为儿童消费市场的主要消费人群。”相关业内人士分析说,这一代父母的经济条件、教育程度和育儿消费观念与上一代有着很大不同,他们更注重有质量的陪伴孩子成长,有着超强的消费意愿。



城区某超市内,家长陪孩子买玩具。

“儿童经济”效益显现,有望成为市场新热点

不管是五一、十一,还是元旦、情人节,节日效应对市场消费的带动都有着明显的优势,那作为代表着“儿童经济”的六一,它所产生的市场带动情况如何呢?“对于尚未结婚的年轻人来说,主要消费群体是女人,但对于有孩子的家庭来说,孩子就成了消费主体。”家有两个孩子的市民张女士告诉记者,现在外出带孩子逛街,肯定会先考虑哪家商场的孩子多,有更多适合孩子玩乐的项目。

“每个孩子背后都是一个家庭,很多时候,孩子一人能达到‘一人带动全家’消费的效果。”相关业内人士分析认为,很多家长带孩子

外出消费的时候,都会优先考虑孩子的情况,在适合孩子去的环境中就近满足其他的消费需求。记者探访城区部分大型商超也注意到,儿童区域几乎成了各大商超的标配,儿童消费在商超中的布局占比也出现增长趋势。

“儿童消费带动经济增长已成了如今商业布局中非常关键的一种策略,从长远来看,儿童消费也有着很大的发展潜力。”该业内人士说,随着二孩政策的全面放开,孩子的消费比重逐渐增长,儿童服装、母婴用品、亲子娱乐项目、玩具等市场热度空前增长,“儿童经济”有望成为新的市场消费热点。



童装促销折扣大