

亲子消费领跑暑期市场

■本报记者 刘畅



随着二孩政策全面放开,即将到来的“婴儿潮”让超两万亿的亲子消费市场愈加火热。在可预期的高速增长之下,越来越多的创业者和资本涌入亲子消费市场。而随着暑期的到来,本市再一次掀起了亲子消费的热潮。从商场到旅游再到教育培训,丰富多彩的亲子活动让本市今年的暑期市场分外红火。

购物中心变身游乐场

随着暑假的到来,天津各大购物中心纷纷开启暑期专题活动,商场各出奇招将商场打造为益智有趣的“游乐场”,为学生和家长提供好去处,于是新一轮客流争夺战硝烟再起。眼下虽已进入传统消费淡季,但以目前形式来看,今年暑期档天津商业市场有望持续活跃。

暑假怎么过?这不仅是很多家长在意的问题,同时也是商场重点对待的课题。对于双方而言,“好玩”是基本共识。“暑假孩子放假了,家长不放假,孩子让爷爷奶奶照顾总憋在家里也不好,家附近的商场现在就成了孩子最喜欢的地方。爷爷奶奶隔三五就带着孩子去商场里面玩,很多商场都开展了儿童游乐活动,挺好的。”家住西青区张家窝的市民方晨钰说,“去年暑假就已经给孩子在商场里花了两千多元,今年估计花费不会少于去年。”

从暑期开始以来,本市各大购物中心的暑期档活动陆续登场。不少商场都在动漫文化上做起了文章,如悦汇购物中心从7月8日起开展了“狂野假期-亚马逊丛林派对”活动,通过展览、游乐设施、动漫展示等多种形式为孩子们提供娱乐互动。而位于南京路的世纪都会广场也在同一天开启了“暑期蹦床乐园”的活动。“去年我们在暑期进行了欢乐海洋球等专门针对少年儿童的暑期活动,收效很好,此后也陆续开展了愤怒的小鸟、VR碰碰车等活动,都是针对亲子市场的。”世纪都会广场相关负责人说。除此之外,恒隆广场、大悦城等综合性购物中心也将在暑期陆续开展各种各样的暑期亲子活动。

除了在孩子喜欢的动漫上做文章,很多商场以创意市集、回忆童年等主题活动带动80后、90后带着自己的孩子一起来商场。记者上周在于家堡环球购的九河集市上看到很多80后、90后带着他们的孩子来到这里,感受海边码头的生活气息。在九河集市的义卖区域,很多80后、90后记忆中的小玩意儿、小物件被精致的摆在展台上,家长带着孩子一起回忆童年,告诉自己的孩子,这就是爸爸妈妈童年的一部分。

暑期历来都是商场必争的时间段,如今天津的购物中心越建越多,消费者更加理性与成熟,导致商场在营销活动上需花费更多心思,是否足够创新和有趣,市场立马能检验出来。

事实上,收获稳定高涨的人气,意味着商场和购物中心已在一定程度上赢得市场,特别是在网络购物成为消费趋势之后,实体商场在零售方面受到的影响巨大,除了努力在零售方面做出改变和创新之外,开展各种主题活动以丰富业态是眼下商场的重中之重。在这其中,亲子市场又是每个商场最为重视

的一个方面。纵观天津各大购物中心策划的暑期营销活动和过去两年的活动,无论是细分内容还是包装出新颖形式,最终的目的是为了提升商场客流量。记者在采访中了解到,提到暑期亲子活动带来的人气收益,多数商场信心十足,都欲打赢这场客流争夺战。

本市商业业内人士表示,目前80后、90后已成为新生代父母的主力军,也是实体商业消费的主力人群,更看重娱乐体验、家庭体验。因此,游乐园式消费、亲子式消费正好迎合了这部分人群的胃口。不过,在长达两个月的暑期当中,商场揽客并不轻松,这是一场持久战,同时,尽管亲子消费规模逐步扩大,如何提高客流转化的有效率是摆在商场面前的难题。

值得提醒的是,针对学生及儿童客群,商场需提高重视,尽管不少人有家长陪同,但安全问题不容忽视,商场在策划一档精彩的暑期活动时,理应将安全隐患排除,没有后顾之忧的营销活动才算真正成功。商场有义务和责任第一时间保障消费者的安全,这样既有助于维护品牌形象,又能增加顾客的信心。此外,家长也应该在暑期进一步提高安全意识,暑期商场亲子活动较多,人群也较为密集,更应注意孩子的人身安全,在游玩一些游乐设施的时候听从工作人员指挥,确保安全装置到位,最大限度保证孩子的安全,同时切莫让孩子独自乘坐电梯或在扶梯处玩耍,防止因一时疏忽而造成的孩子丢失、受伤等情况。

暑期亲子游 家长爱花钱

除了购物中心和商场的活动,暑期亲子游也颇受市民关注。作为暑期的两大旅游主题,亲子游和研学游近年来持续升温,产业规模不断扩大。

如今年暑期春秋国旅天津分公司就推出了“2017暑期日本亲子旅游季”,并且推出两条全新线路。其中一条线路是专为孩子设计的亲子纯玩团,孩子们可游览东京迪士尼乐园、乐高积木主题乐园、海贼王主题乐园、三鹰之森吉卜力美术馆、藤子不二雄美术馆五大日本动漫主题公园。此外,记者在多数旅游网站上看到,很多网站推出的暑期亲子团和线路,虽然价格比平日类似线路要高不少,但销售依然十分火爆。

据携程旅游近日发布的大数据显示,亲子游订单占总体旅游订单的比例已达到33%,在暑期出行旺季,亲子订单比例甚至超过40%,值得一提的是,天津入围全国十大亲子游出发城市。数据显示,今年亲子出游平均单个订单花费1万元以上,且自由行逐渐成为亲子出游主流。同时,定制旅游成为亲子出行“新宠”。数据显示,今年通过携程报名亲子跟团、自由行、定制游等行程,平均每个订单费用为10056元,这一数据比普通成人出行订单均价高15%以

上。而在亲子游订单中,一家三口出行是最常见的出游方式,占比过半。

此外,旅游业内人士也表示,亲子游是整个暑期旅游需求中价格敏感度最低的类型,也是消费者最愿意花钱的需求类型。同程旅游亲子游用户调研数据显示,家长们今年在暑期亲子游上的预算期望值处于较高水平,其中有家长没有明确的预算范围。“孩子放假,正好趁这个机会请年假带着她出去玩一玩,虽然价格比平日贵,但只要孩子玩得开心就好。”市民荆梦佳说,“8月初我们就带孩子去西班牙玩一圈,也让孩子开开眼界,长长见识。”

记者在采访中发现,在暑期亲子出境游及研学旅行线路中,日本、新加坡等亚洲国家线路的价格一般在4000元至8000元。相比之下,以欧美国家为目的地的价格要更高一些,大部分都在1万元以上,部分超高品质深度游线路的价格则在3万元以上。

此外,在目的地选择上,家长们一般会首先考虑当地是否有适合孩子游玩的项目,例如东京迪士尼乐园是很多家长选择东京线路的重要原因,上海迪士尼同样也为上海吸引到了大量亲子游客流。

教育培训也是主力军

而随着人们对于孩子的教育越来越重视,暑期教育培训市场也愈发火爆。而在暑期教育培训市场,“玩”和“学”是主要的两方面。

“学龄前和小学阶段是人一生中发展速度最快的时期,也是人身心各方面素质发展最重要的奠基阶段。家长应当创造充足的机会和条件,鼓励和支持孩子在游戏中学习,在快乐中成长。”彩色森林艺术中心负责人张俊秀强调。今年暑期,该艺术中心特别开办了儿童画、手工艺等暑期班,受到了很多家长的欢迎。家长刘女士对记者表示:“平时孩子上学已经很累,从一年级的的时候就上各种补习班、培训班,暑假就让孩子放松放松,学学画画、手工挺好。看到孩子在这里感觉很快乐,也学到很多知识,我很开心。我觉得孩子还是要全方位发展,培养孩子的各种兴趣爱好,锻炼动手能力。”

但是,在很多家长看来,放任孩子“瞎玩”纯属浪费时间,除了带来一点当下的快乐,对未来发展没有意义。所以,暑期以“学”为主的补习班、课外班仍旧受到很多家长欢迎。

据了解,本市多家大型教育培训机构都在暑期开展了免费试听活动,以此来招揽学生参加补习班。在某家商场内的英语培训机构,市民李女士给刚上小学一年级的孩子报了名,“与其让孩子放假瞎玩,不如学学英语。”李女士说,虽然学费不便宜,但只要孩子能学到东西,比什么都好。

“天津是一个很重视教育的城市,天津人对于下一辈的教育也是相当重视的,所以暑期补习班、培训班历来都十分火爆。”恒奕优学教育负责人王盛说,“暑期班排得很满,大部分家长对于孩子的教育是不吝啬的,很多家长觉得让孩子在暑期继续学习,是一件特别重要的事情。”