

## “商家抢占儿童市场”系列报道(下)

未来几年,儿童业态将持续升温,不少购物中心还将不断加大儿童业态占比,商家瞄准“儿童经济”看中的是衍生消费,但购物中心与儿童业态实现双赢并不简单。业内人士分析,深度挖掘儿童业态的潜力还需打好组合拳,业态配比要趋于多元化,逐渐形成全产业链的产品和服务,同时细分市场提高定位的准确性,满足顾客需求,朝着更专业的方向发展。

## 深耕儿童业态 需打组合拳

本报记者 武姣

## 优化业态组合

目前,在大部分购物中心的儿童业态中,最吸引人的莫过于儿童游乐设施,不过,只将单一的儿童游乐作为人流发动机是远远不够的,要强化增加人气的因素,儿童业态配比还需提高专业性,趋向多元化发展。

“这是市场的需求,有一定必然性。成熟的儿童业态不再是单一的零售或玩乐,而是全套产业链,包括早教、培训、餐饮、剧场等内容,整体来看,基本形成一个小型儿童综合体的概念。”河南省商业经济学会副秘书长任佳说。

“儿童业态组合方面完全可以大胆尝试,比如增加儿童体验超市,增加儿童影院,增加辣妈服饰等,儿童市场潜力无限,关键要把好业态组合配比,让儿童在购物中心从早玩到晚,并同时实现教育、科普、游玩、就餐等体验功能。”锦艺城购物中心总经理张红强告诉记者。

事实上,丰富的儿童体验品类也是家长十分关注的,他们一方面要求趣味性,另一方面强调寓教于乐。

分析人士认为,购物中心选择儿童品牌入驻时需强调集群效应,不仅内容上要主题突出,满足新奇、特要,并重视装修、设计、陈列等环节,营造一个更好的体验氛围;而且业态项目要照顾到各个年龄段,包括家长,以此提高参与性和互动性。

## 着重市场细分

中国购物中心产业资讯中心主任郭增利表示,随着市场的发展,整个儿童用品市场会进一步细分。这一点在儿童业态的经营过程中尤为重要。

“细分市场是儿童业态发展的趋势。”任佳表示,要实现多业态组合,就要对多年龄段消费群体进行有机整合,有针对性地引入符合细分客群的品牌和品类,来实现婴幼儿、小童、中童、大童等顾客需求,这样才能产生持久吸引力。

“未来的儿童业态也不能再片面地强调儿童,而会是家庭、亲子、互动的过程,既平衡孩子的教育和娱乐,又保证家长消费,最终创造一个各得其所的家庭体验模式。”任佳说。

通常情况下,孩子在接受教育、尽情娱乐的过程中更喜欢有家长的陪同,所以亲子类体验项目或将会在购物中心大幅增加。

“一家三口来到购物中心,让爸爸妈妈亲自给孩子上一堂‘感知课’,比如一起做顿饭,父母实际操作,让孩子去拿食材,完成游戏规定的任务还可以领取现实餐券去消费。”郑州万象城购物中心总经理朱洪涛说,这个过程中,儿童类景观或相关配套最好一比一仿照实物。

朱洪涛认为,细分市场后,儿童业态定位的准确性进一步提高,从横向与纵向方面,有针对性地满足了目标客群的多样化需求,并逐步为不同年龄层次、不同性别、不同心智开发和动手能力

力等儿童提供相对应的体验和服务。

## 完善配套服务

儿童业态助力提升购物中心的客流和销售,除了要优化业态组合,着重细分市场之外,完善配套服务也有着至关重要的影响,而这方面相对容易突出购物中心的差异化优势。

如果儿童业态能在配套服务上突破原有模式,实现创新,则会为购物中心带来很大改变。特别对于80、90后年轻家长来说,如何保证孩子的游乐,又能解放自己,是留住儿童、留住家长的关键性问题。

业内人士做出这样的设想,购物中心儿童业态可推出托管孩子的服务。不过,如何提高家长的安全感,购物中心就要下足工夫。具体来讲,购物中心可利用科技、互联网技术,让儿童佩戴相关物件,并与家长手机APP绑定,能随时观察到孩子动向,安心逛街。

由此可见,儿童业态的配套服务不仅要满足儿童口味,而且得迎合家长心理。其中,还可发现更多卖点。零售专家认为,单单一个儿童餐厅就有很多文章可做,从环境方面突出文化内涵,开发色彩丰富又健康的儿童食品,菜名、餐具、服务生的形象语言等要彰显出童趣。

此外,购物中心还要利用大数据来了解核心客群体的消费习惯,结合儿童业态推出操作性强、安全性高的营销活动,为孩子和家长创造一个良好的交流互动平台。

## 商业观察

## 动漫主题展热度不减

海贼王、哆啦A梦、Hello Kitty……提及这些词汇很多人并不陌生,特别是80、90后年轻消费群体。然而,近几年,商家也开始“卖萌”,纷纷开展各类动漫主题展,无论是二线城市,还是三线城市,动漫主题展依然保持着非常高的关注度,在郑州市场也在延续这种趋势,目前国贸360广场正在举行“龙猫”主题展,万象城购物中心史努比主题展也即将亮相。

毋庸置疑,“二次元”文化影响范围在进一步扩大,每年催生的网络流行语多是从动漫延伸而来,商家利用动漫元素来打营销战不足为奇。分析人士认为,一些购物中心甚至已经到达“无动漫,不美陈”的境地,在体验式消费时代,商家需要不断为顾客提供更高的购物附加值,让购物空间变得更加有趣,进而提升自身的品牌形象和知名度。于是,动漫元素成了较好的发力点。

同时,“二次元”文化与年轻人的消费认知吻合,有十分稳固的市场承受力,顾客的参与热情高,一方面将文化与商业实现立体式融合,另一方面通过多元化的体验成分为商场迅速聚集人气,带来大量客流,而且帮助商场强化定位,加强目标客群的

消费粘性。业内人士认为,动漫主题展给消费者提供了一个理由,在商场停留更长的时间,重点是展览带来的人流量也让商户有了更多商机,最终实现销售增加的目的。

不过,动漫主题展是一把双刃剑,并非看上去那么美。不难发现,当下购物中心在动漫主题展环节已出现同质化现象,多个商家盲目跟风,展出内容、形式、推广手法等均出现雷同。

“本来想通过动漫主题展来彰显个性,结果大家都去做这件事,差异化就越来越不明显了。”零售专家认为,动漫主题展说到底只是购物中心的一种营销手段,如果想达到事半功倍的效果,不仅动漫主题与商户的联动转换要到位,而且还得应得得当,在常规性展览基础上,增加一些互动性更强的活动内容,比如动漫情景还原、动漫爱好者沙龙、动漫音乐比赛等,有创新,有亮点,动漫主题展就会有更好的感官体验。

此外,商家还需巧妙地抓住动漫主题展的契机,充分挖掘自身特点,与动漫形象特征相结合,加快资源整合,打造更成熟更突出的“萌点”,让消费者流连忘返。

武姣

## 郑州国贸360广场“卖萌”过六一



## 美盛喜来登举办真人婚礼秀

本报讯(记者 丁冬洁)5月31日,郑州美盛喜来登酒店联合小井订制,并携手20余家高端婚礼品牌,打破传统婚礼秀设计,首次实现真人秀婚礼,颠覆了郑州酒店行业婚礼秀概念。

真人婚礼秀以“我爱你”为主题,通过海选征集了一对真实新人情侣作为主角,并免费为此对新人提供1388平方米的中原大宴会厅打造一场引领时尚的别样婚礼。婚礼秀汇聚了高端定制婚纱、豪华婚车系列、创意婚礼翻糖蛋糕以及专业摄影记录团队等不可或缺的婚礼元素,共同为新人提供最新婚礼流行趋势,呈现完美的婚礼配套设施与服务。

当天下午,户外花园又迎来一场婚礼秀,并以简约美式风格呈现。持续近一天并且包含上下午两场的主题婚礼秀在郑州是第一次,据酒店负责人介绍,此次活动的目的是为了让更多新人通过直观的视觉体验,了解更多样的婚礼场地选择与相应的婚礼装饰与服务。



本报讯(记者 赵佳)6月1日,郑州日报联合郑州国贸360广场邀请多名小朋友参观“龙猫”主题展,共同欢度六一国际儿童节。

活动现场,郑州国贸360广场相关负责人带领小朋友们从外广场开始,相继参观了龙猫主题展的各个展区,同时向小朋友们进行讲解。在二楼狂派之花龙猫微景观处和三楼童趣馆小龙猫养殖处,受邀的小朋友们玩得十分尽兴,并集体合影留念。当可爱的龙猫人偶出来向小朋友们打招呼时瞬间被“围攻”。

“来到这里就仿佛置身在宫崎骏的动漫世界一样。”当天上午,除了受邀观展的小朋友,很多市民也带着孩子走进了郑州国贸360广场,让孩子度过一个有趣难忘的节日。不过,龙猫主题展并非儿童专属,很多年轻人也十分喜爱。郑州国贸360广场负责人表示,商场极力“卖萌”也是在宣扬一种文化,如同此次5周年店庆主题“aways young”一样,希望大家永葆童心,并在这里找到青春的记忆,此次龙猫展还将陪伴大家一起度过端午节、父亲节等重要节日。

生活惠

郑聚惠

## 郑报生活惠

最郑州的吃、住、行、游、购、娱“聚惠”平台



郑报生活惠为本报周刊官方微信公众账号,利用本报房产、汽车、金融、珠宝、餐饮、旅游、商业等合作商家资源优势,特别推送与市民吃、住、行、游、购、娱等方面的免费、优惠、折扣、公益活动。

## 入“惠”方法

★打开微信发现栏,使用“扫一扫”功能,扫描上方二维码,加入“郑报生活惠”;  
★打开微信“通讯录”栏,点击右上角添加朋友,并在搜索栏输入“zzrb\_life”,搜索“郑报生活惠”,点击加入。

## “惠”员福利

免费参与郑报生活惠组织的美食试吃;领取郑州日报合作商家的各种礼品福利;享受住房、汽车、珠宝、家居、服饰、餐饮、旅游等郑州日报合作商家的最大折扣;参与郑报生活惠周末组织的各种趣味活动……

## 近期福利

★潮宏基珠宝折上折:即日起,只要是“郑报生活惠”的惠员,到潮宏基郑州任意门店购物,即可享受店内正价货品折上折(9.5折)的优惠(黄金、一口价产品除外)。

优惠方法:进店出示关注公众号“郑报生活惠”,并转发此条信息,即可享受优惠。

★长风美墅五折办卡:即日起,凡是“郑报生活惠”的惠员,到店办卡可享受五折优惠。

★市中心医院300元体检卡:关注本公众账号,满足相关条件,即可免费获得。

★味觉法式甜品九折优惠券:即日起至6月30日,只要是“郑报生活惠”的惠员,到店买蛋糕享受九折优惠(罗马盾牌饼干除外)。

★老城外婆家免费试吃:只要是“郑报生活惠”的惠员,报名且被选中即可参加下周推出的老城外婆家免费试吃活动。同时,本公众账号惠员进店消费可享受九折优惠。

更多优惠详情请关注“郑报生活惠”微信公众号《今日好货》、《今日好店》栏目。

## 资讯速递

## 巩义三家景区推出“毕业季”感恩优惠活动

本报讯 6月8日至8月31日,巩义康百万庄园、杜甫故里、杜甫陵园三大景区将联合推出“毕业季感恩三重礼”活动。

据介绍,活动期间,这三家景区将推出教师资格证书参观游览以及父母带中、高招生参观游览均可享受门票七折优惠活动。同时,应届毕业生持准考证或录取通知书参观这三家景区均可免费入园,其他学子可享受康百万庄园、杜甫故里、杜甫陵园“感恩季特惠旅游套票”53元/人。(王晓磊)

## 郑州家电商会成立

本报讯 5月29日,郑州市家电商会成立大会暨第一次会员代表大会在御玺大酒店召开。河南洲洋科技有限公司总经理酒清泉当选为郑州家电商会会长,再担任秘书长。

酒清泉说,今后,商会将依靠理事会的力量,发挥全体会员的共同智慧,让商会健康发展,不断开创商会工作的新局面。同时帮助困难的兄弟企业走向盈利;让盈利一般化的企业盈利更大;辅助盈利好的企业走向上市。

再功表示,商会成立以后将建立家电行业首支爱心帮扶基金,为河南地区的贫困儿童提供一对一爱心帮扶活动。这不仅彰显了商会的爱心,也体现了商会会员回报社会的责任感。第一期的爱心帮扶活动在商会成立当天举行,为管城区聋哑学校的孩子们送上节日礼物,让他们感受到浓浓爱意。(王子涵)