



### 【现象】

## 一娃“带队”，全家陪同

在步步高天元店三楼，走出电梯，就能听到一阵阵小孩的欢笑声。在这里，琳琅满目的玩具、特色鲜明的职业体验、形状可爱的小汽车……都是吸引小孩子的“利器”。

“一到周末，孩子就吵着要去步步高，玩到差不多中午，我们一家三口在商场吃个饭、随便逛逛买点东西，经常很轻松就度过了。”按照孩子的意愿去商场玩，是李珍家的“周末首选方案”。

随着80后、90后开始成为养育下一代的主力军，与上一代人相比，让孩子吃饱的同时，更加注重综合素质培养，舍得为孩子花钱，家长“遛娃”也更注重寓教于乐。

“现在养一个孩子，需要花费更多的精力和财力，不仅要培养，还要注重亲子陪伴。”8月21日下午，在天元店神农城“遛娃”的市民张先生说，年轻父母对儿童消费的重心从以前的饮食和服装，转向如今的综合教育和能力培养。

“幸福的人一生都被童年治愈，而不幸福的人一生都在治愈童年。可见童年对一个孩子的重要性。”李珍很重

视对孩子的培养，也愿意给他有质量的陪伴。她说，现在生活水平提高了，家庭也有能力负担孩子的各种开销，总想给孩子更好的游玩体验和成长环境。

每个孩子背后都是一个家庭，儿童消费背后往往是整个家庭的参与。随着三孩政策逐步放开，儿童市场的这一消费群体正在逐步壮大。

“上早教的婴幼儿年龄偏小，经常是一个孩子两个家长陪同，有时候做活动，一家能来六个家长，甚至爷爷奶奶都会跟着来参加。”神农城一家早教中心的老师称。

近年，儿童业态也常被零售企业视为最有效“敲门砖”。儿童业态的魔力在于“一人带动全家”，消费持续性强，而且特别容易聚集人气、拉动客流，堪称“人气磁石”。

根据智研咨询发布的《2020-2026年中国儿童用品行业市场全景调查及投资战略咨询报告》显示，近些年来，关于孩子的消费支出在家庭总支出中比例渐增。目前我国14岁以下的儿童数量较大，儿童消费已占到家庭总支出的30%左右。

“有了孩子之后，我仍然是商场的常客，但不是去逛街，而是去遛娃。”80后“宝妈”李珍说起家附近的那些商圈，能如数家珍地列出一大串亲子消费的好去处。

“得宝贝者得天下”。数据显示，中国0岁至14岁人口达到2.6亿，而儿童消费市场规模达到4.5万亿元。尤其随着80后、90后进入生育高峰，与前辈们迥异的消费观念和生活态度，更是让儿童经济蓬勃发展。

在株洲，“儿童经济”时代也已到来。记者调查发现，随着消费升级带来的品质追求，“三孩”生育政策带来的红利等多种因素叠加，为经济发展带来了又一波“孩动力”，一些大型综合体开始大念“儿童经”，零售、游乐、教培等儿童业态正逐渐成为商超重要的“吸金利器”。

商场的游玩项目，成为不少家长“遛娃”首选地。刘芳摄



### 【市场】

## “宝贝当家”引发儿童业态多元化

像这样“宝贝当家”的消费模式，引发的是儿童业态的迅速扩张。

2015年，全国知名儿童品牌“孩子王”对株洲市场进行了调研，欲共同瓜分株洲婴幼儿用品市场这块香喷喷的“大蛋糕”，成为入驻神农城的第一家儿童业态品牌店。

巨大的市场潜力，为株洲儿童经济带来了良好的发展机遇。

短短6年时间，如今的神农城购物广场，俨然成为了孩子的“欢乐天堂”，儿童业态越来越丰富：除了琳琅满目的儿童零售店，还有适合各年龄段的儿童游乐项目。以及早教、运动、综合素质等教培机构。

放眼全市，掘金“遛娃经济”，儿童业态成为株洲主要商业体布局的重点。

2019年开业的步步高天元店，定位于“家庭购物”，其中儿童业态为主要板块。“商场三层整层设计为儿童娱乐、购物、教培等项目。”步步高株洲地区行政总经理李育云介绍，目前，儿童业态占全部业态的25%，但业绩占总业绩的30%。

去年，株洲苏宁广场开业，定位为“一站式最新时尚家庭亲子体验MALL”，将母婴生活、儿童娱乐、儿童家居囊括其中，解锁株洲全新的一站式带娃购物玩乐体验。

在芦淞区的平和堂，一楼新设置的“室内恐龙世界”项目，吸引一波又一波家长、小孩前去“打卡”。

“现在，父母在经济条件、

教育程度和消费观念上与上一代有着明显的不同，对孩子养育注重培养质量，有着超强的消费意愿，这也促进儿童业态向多元化、细分化、人性化发展。”一位商场负责人表示。

记者走访发现，目前株洲商场的儿童业态中，虽然儿童娱乐是人气引擎，但儿童教育的需求最为旺盛。

在神农城北栋，一家篮球训练营，青少年们在篮球场上肆意奔跑；在“这就是街舞”的课堂上，男孩、女孩们酷炫的舞姿成为这个夏日最美的风景；在“酷跑跑国际儿童训练中心”，越来越小的儿童在这里学习运动……据不完全统计，仅神农城北栋就有十多家教培机构，包含体育、舞蹈、早教、艺术等。

一份公开的数据显示，儿童商业在全国各大购物中心中所占的比重，已由2011年的5%上升到了2017年的18%。配比也由过去单一的儿童零售为主向儿童教育、儿童拓展、儿童游乐、儿童摄影等领域扩展，室内儿童综合娱乐项目日益成型。

而在家庭消费中都更注重儿童教育支出，父母希望自己的孩子得到全面发展，不仅学习成绩好，还得多才多艺，从小就开始培养。而购物中心儿童细分业态的规模占比中，教育业态更是排位第一。



### 【竞争】

## 差异化竞争，“体验感”是王道

对手增多、电商冲击等原因，曾经独霸一方的“孩子王”，明显感觉到短短几年间面临的考验在变大。

“唯有创新经营模式，在寻找差异化中竞争，方能站稳市场。”孩子王株洲中心店总廖迎分介绍，去年疫情之后，孩子王对硬件、软件进行全面升级，推行新家庭服务，打造了一个完整的平台，除了卖商品，还延伸服务，对新家庭提供育儿顾问，增强用户体验感。

目前，孩子王在株洲有2万多名会员。廖迎分坦言：“每周都会针对会员开展线下活动，每场都有300多名会员参加，这不仅能带动门店客流量，还能为整个商圈带来强大的人气。”

事实上，在电商发达的当下，儿童零售已不是商场的主流。

“以往商场里多布局儿童零售，但现在很多零售的服饰、母婴用品都可以通过线上买买买，所以在儿童业态聚集区穿插一些儿童游玩项目，业态布局时关注品牌错位、多元化。”一位商场招商的负责人表示。

今年3月，株洲美的时代广场则在服务赛道上加温，走出更加精细化和个性化路径，围绕“童悦荟”儿童区升级，实现区域互通，专门针对0岁至12岁儿童建立了一个4000多平方米的儿童城，内容包括儿童用品、早教中心及游乐园等，几乎每个商铺都有固定的客户群。

“聚焦年轻家庭客群‘以孩子为中心’的特性，找准顾客的服务痛点，以儿童作为服务对象，解决家庭服务需求。”美的时代广场相关负责人介绍，提升儿童业态客流联动，丰富活动“组合拳”，实现从儿童到家庭的客流“收割”，也收获客户的一致好评。

抓住儿童经济爆发点，开展各类儿童亲子活动，也是各大购物中心增强体验感的杀手锏。

“我们商场定位是给家庭购物带来欢乐时光，所以针对家庭购物的新需求，我们有所创新。”天虹商场营销部副经理熊丹介绍，商场设置了“亲子购物卡”，让小朋友也有参与感，享受会员购物的乐趣；联动其他单位开展儿童类的大型活动，增加了客户的粘性。

“从大的趋势和销售数据来看，儿童零售类经营标准高、竞争激烈，有些品牌业绩增长缓慢甚至下滑。但儿童培训、游乐项目近几年却呈上升趋势。”一位业内人士称，“体验感”是儿童培训、游乐等业态吸引客群的核心元素。

商场最注重的是客流，最重要的是如何将客流变为消费。一位商场经理直言，在周末或节假日，还会开设早教、儿童玩具展等儿童活动，可以联动到大人一起消费，不仅增加人气，还可以带动餐饮、电影院、服饰等一系列品类的零售额增长。

责任编辑：赵云浩  
美术编辑：王玺  
校对：杨卓

# 经济

JINGJI

## 观察



### 【趋势】

## 打造“全产业链”

既然孩子是家长的心头肉，那么儿童业态就绝不仅仅是一件衣服、一节早教课那么简单。

“以‘孩子的成长’为脉络的儿童业态品牌线已经越发丰富。全产业链已经成为儿童业态的趋势之一。”在业内人士看来，伴随儿童的成长，某一阶段的需求相对固定，如果品牌企业可以提供全产业链化的产品或服务，多数家长会进行持续性的购买。

“儿童业态带动客流这一点是肯定的，这些客流产生的消费从销售数据上也体现得非常明显。”李育云介绍，以儿童零售店铺为主，再加上孩子及家长用餐消费、服装等消费，一个孩子会带来全家的集体消费行为。

中国儿童产业中心数据指出，80%家庭中儿童支出占家庭支出的30%-50%，家庭儿童消费年平均为1.7万元—2.55万元，儿童消费市场每年约为3.9万亿元—5.9万亿元。据相关预测，到2025年0—14岁儿童将达到峰值约2.72亿人。显然，中国儿童消费市场的潜力不可忽视。

对于儿童业态这个“消费发动机”，不少商场表示“大力发展”。

“不管是成人消费还是儿童消费，都应该形成特色的商业氛围。”步步高天元店百货店负责人坦言，要想抢占市场，就得从招商开始改变。未来，步步高会进一步丰富儿童业态，加大儿童业态品牌的引进，招商时会给予一定的政策支持，并优先安排儿童业态的布局。

“围绕儿童衣食住行能产生多个业态，形成一站式儿童业态，能最大程度地满足家长和儿童的消费需求。”上述负责人表示，而且儿童消费还有着“1+2”“1+4”的虹吸效应，能带动全家消费，打造家庭产业链，创造出更高的经济价值。

商业，需要有趣的灵魂来指引。体验为王的理念正成为行业主流，其“魅力”不仅仅是源源不断的人流，更是引领产品消费向趣味消费、品质消费方向迈进。

“在当前消费升级的大背景下，儿童业态的产品不再是单纯提供孩子玩乐的场地，个性化消费、品质消费的需求更加旺盛。”熊丹说，在激烈的市场竞争中，商场要把品牌和引进业态组合做精做好，让传统的购物中心环境增添更多的趣味体验。从娱乐方面讲，要将家长引入共同参与儿童娱乐中，提升家长的参与度，实现亲子互动；从服务方面看，商场要注重服务细节及品质，让家长与孩子同乐，才会真正提高整体收益，实现可持续发展。

# 「儿童经济」迎来新升级

株洲日报·掌上株洲记者刘芳



在神农城内，小朋友们参加街舞、篮球等培训。刘芳摄

(本版图片拍摄于7月26日)

