

消费·关注

儿童业态渐成购物中心和商场“标配”，孩子们能玩的地方越来越多，如主题游乐园、韩国范儿幼儿生活馆等——

购物中心“小鬼当家” 六一带娃撒欢儿去

□记者 曾宇凌 文/图

当电商将进攻大旗越扯越紧，当舍得给孩子花钱的80后成为消费主力，主张体验式消费的购物中心和百货商场正在悄然发生一场“政变”——“吃货”的新贵地位正在被儿童业态所取代。

六一前夕，洛阳晚报记者分别走访了泉舜购物中心、洛阳建业凯旋广场、大商新玛特洛阳总店、王府井百货，发现商家们不约而同地将体验式消费的重点由餐饮向“亲子消费”倾斜，儿童乐园、早教中心等儿童业态成为商家吸金的新引擎。



糖果主题儿童乐园

编个美发型 做个潮宝贝

□记者 陈晓佳 文/图

把宝贝打扮得漂漂亮亮是许多妈妈的心愿。西工区的史女士苦于不知如何给宝宝梳漂亮的发型。

近日，小记陪史女士和其10岁的女儿来到王府井百货二楼流行美专柜，编发师颢(zhu ā n)孟楠现场向我们传授了一些编发秘诀。

颢孟楠说，编发多为手工技法，所需工具不多，一把发型梳，一个拉发针足矣。小孩儿的发饰一般有皇冠、插针、边卡、公主链、毛毛抓等，每一种都可梳成不同造型，可根据个人喜好进行选择。

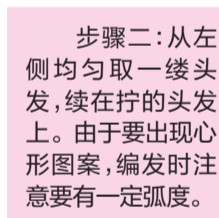
成人的编发侧重于编后面，小孩儿的编发俏皮可爱，侧重于编前面，常见的编发技法有两股拧、三股辫、包发、千织辫等。

编发与儿童的年龄也有关系。4岁左右的小孩儿头发一般比较短，可以选择扎一个歪辫或两个牛角辫，非常可爱；头发长点儿的大孩子，能编的发型更多一些。

您想为孩子编个适合六一表演的发型吗？快对照步骤来学学吧。



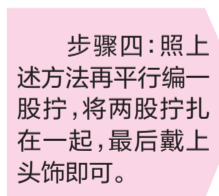
步骤一：将前面头发从中间劈一条缝，从头顶正中取一缕头发。



步骤二：从左侧重均匀取一缕头发，续在拧的头发上。由于要出现心形图案，编发时注意要有一定弧度。



步骤三：右侧同理，之后将拧好的头发扎在一起。



步骤四：照上述方法再平行编一股拧，将两股拧扎在一起，最后戴上头饰即可。



★小贴士：

- 1.在编发前先往头上喷一些水，这样头发不易打结。
- 2.使用拉发针掏拉头发时，头发要扎得松一点儿，防止拉到头皮。
- 3.对于额头饱满的孩子，编发时可直接将额前头发梳上去；对于额头较窄的孩子，编发时可将额前的头发劈缝，增加蓬松感。

1 为了孩子，80后舍得花大钱

80后李琴有个4岁的儿子，从孩子2岁起，她就成为商场的常客。不过，对于商场里的女装品牌，她到现在也说不出多少，倒是对各商场的亲子消费去处了如指掌。原来，她在商场的活动范围，基本仅限于儿童乐园、餐饮店和电影院。

李琴说，为了招揽顾客，儿童乐园现在都实行办卡制，她在王府井百货和洛阳建业凯旋广场的儿童乐园都办了年卡。今年年初，李琴一家搬到新区，她又在泉舜购物的儿童乐园和亲子体验馆办了年卡，“只要孩子玩得开心，钱就花得值当”。

洛阳晚报记者在采访中了解到，就算是办年卡，儿童乐园的单次消费价格也并不便宜，要五六十元，但为了陪伴孩子度过一个快乐童年，像李琴这样舍得为孩子花钱的年轻妈妈并不在少数。



韩国范儿的幼儿生活馆

2 商家主打体验消费，儿童业态成“标配”

俗话说，女人和孩子的钱最好挣，这话一点儿都不假。与上一辈相比，80后在孩子的投资上更大方。正是因为嗅到了这一商机，众多知名儿童乐园品牌与购物中心、百货商场“联姻”，联手挖掘玩乐经济。

随着电子商务的崛起，实体零售业受到很大冲击，购物中心和百货商场不得不转战体验式消费市场，发展餐饮、电影等新业态，用“吃货经济”带动客流量。这两年，随着80后渐成消费主力，再加上亲子话题不断升温，商家又纷纷瞄上“亲子消费”，体验式儿童玩具店、儿童乐园、早教中心等儿童业态渐渐成为各购物中心和百货商场的“标配”。

以王府井百货为例，2010年重新

装修后，悠游堂儿童游乐园亮相。短短几年时间，悠游堂就发展了万余名会员。咱们再看看开业不久的洛阳建业凯旋广场和泉舜购物中心，儿童乐园、早教中心、幼儿生活馆等儿童业态随处可见。

商家为何如此看重儿童业态？有业内人士坦言，无论是儿童乐园还是亲子体验馆，聚客能力都很强，还能带动餐饮、影院、美容美发、健身等业态同步发展。于是，儿童业态就顺理成章地成为购物中心和百货商场抗衡电子商务的新筹码。

据网上公开数据显示，自2013年年初开始，全国就已有近百家购物中心先后扩大儿童品牌招商，并对儿童区进行改装升级，以增强对家庭型消费的争夺能力。

3 建议：细分市场，避免同质化竞争

当购物中心和百货商场扎堆上马儿童业态后，问题也随之暴露。有家长反映，商场里的儿童业态大同小异，有创意的项目少。还有大孩子家长抱怨，购物中心和百货商场里的儿童娱乐项目大多针对幼儿，适合大孩子玩的其实并不多。

业内人士提醒，购物中心与其扎堆上马儿童业态，不如在定位和特色上多下功夫，细分市场，差异化经营，方能长久生存。

一家购物中心相关负责人说，在北京、上海、深圳等一线城市，有不少知名儿童体验式场所，包括快乐王国、反斗城等。以反斗城为例，它集合了几百个玩具品牌，提供几千种新潮的玩具产品，就像一个品类齐全的玩具采购中心，孩子们可以零距离地触摸玩具、玩玩具，然后再把喜欢的玩具买回家。在反斗城，商家售卖的不仅是玩具，还有孩子们的体验感受。

相关链接

特色儿童游乐场所

王府井百货：4楼的悠游堂，专为0岁至5岁儿童设计的儿童游乐园，面积约400平方米。

大商新玛特洛阳总店：7楼设有体验式儿童玩具销售区。

建业凯旋广场：3楼的顽皮豆，专为0岁至5岁儿童设计的儿童游乐园，

面积约200平方米。

泉舜购物中心：3楼的乐宝王国，是一个以糖果为主题的特色儿童乐园，面积足有2000平方米；3楼的BabyPopo幼儿生活馆，是专为0岁至3岁幼儿设计的时尚游泳馆，面积约300平方米，从服务理念到装修风格，都主打韩国范儿。