



“暑期去商场,主要不是去购物,而是和孩子一起学习、一起逛吃。”近日,在中原万达广场,陪孩子到游乐场的王玲介绍,郑州很多商场都成了遛娃好去处。

如今,多元的亲子游乐场景已成为商业综合体标配,通过孩子带动整个家庭消费的“一拖n”模式已成为主流,涵盖玩具、文化、娱乐、餐饮等多个领域的儿童集中消费专区范围正在不断扩大,主打沉浸式遛娃的亲子消费形式已成为郑州商业新的增长点。

中国儿童产业中心相关数据显示,我国儿童消费市场规模每年为3.9万亿元至5.9万亿元。八成以上的中国家庭,儿童相关开支占据了家庭总开销三成以上,且占比仍在稳步上涨。为了吸引和留住亲子客户,各大商场不断调整业态布局“抓娃娃”,以撬动家庭消费。



书店儿童阅读区

## 郑州商业布局“抓娃娃” “一拖n”家庭消费模式释放虹吸效应

### 孩童专区占据商场C位

伴随着欢笑声,孩子们在绚丽多彩的海洋球池、大滑梯上玩耍,家长在游乐场旁一边关怀叮嘱,一边享受着难得的悠闲时光。近日,记者在中原万达广场中庭海洋球亲子活动现场看到,这里人气很旺。

“我专门在暑期办了张畅玩套餐卡。”市民陈女士说,商场里很凉快,既能让孩子玩痛快,自己也可以“解放”了,一举多得。

工作人员表示,暑期连工作日客流都很大,到了周末,项目收益甚至能提升1.5倍。

记者走进三福商店,发现孩子们钟爱的各种IP联名卡片、摆件及玩偶占据入口处半壁江山,取代了以往的化妆品、小饰品。来到沃尔

### 餐饮商家特推儿童套餐

商场开展各类亲子活动,使出增强体验感的杀手锏。尤其是餐饮行业,瞅准时机推出种类丰富、造型可爱的儿童套餐,从色香味、新奇感等不同角度满足孩子的喜好,给足家长付费的理由。

宝妈赵元(化名)最喜欢带小宝“糯糯”到锦艺城购物中心一家宝宝膳食餐厅用餐。“宝贝,慢慢滑下来,要注意安全。”赵元一边等餐,一边叮嘱着正在店内游乐设施玩耍的孩子。记者在该餐厅

### 阅读空间成热门打卡地

随着亲子消费主力军的代际转换与消费观念的转变,亲子教育在现代父母的育儿认知中占据着重要的地位。艾媒咨询调查数据显示,98%以上的父母认同亲子教育的重要性。而各类型书店也逐渐成为商圈的标配,青少年捧书阅读是父母最乐见的画面,也让消费更有意义。

走进新华书店,有的孩子在书桌前,安静地阅读还记下笔记;有的孩子翻到自己喜欢的书,索性席地而坐成了“小书

虫”亦是如此,孩童专区很显眼,涵盖7个货架,玩具、文具琳琅满目,价位从几元到几百元不等。“全家一起逛商超,孩子玩得高兴,家长买东西也方便。”正带孩子挑选商品的赵女士说,商业综合体里吃喝玩乐购都有了,全家人可以享受惬意的休闲时光。

看到,盛饭的餐盒被设计成了心形、云朵等形状;主食制作成螃蟹、兔子等小动物造型;荤素搭配的菜品令孩子食欲大开……餐厅环境整洁又温馨,透过半透明玻璃还能看见厨房现场烹制过程。

走访郑州各大商圈不难发现,从快餐店到融合餐厅,商家纷纷推出儿童套餐、亲子套餐,为萌宝和家长不断上新。

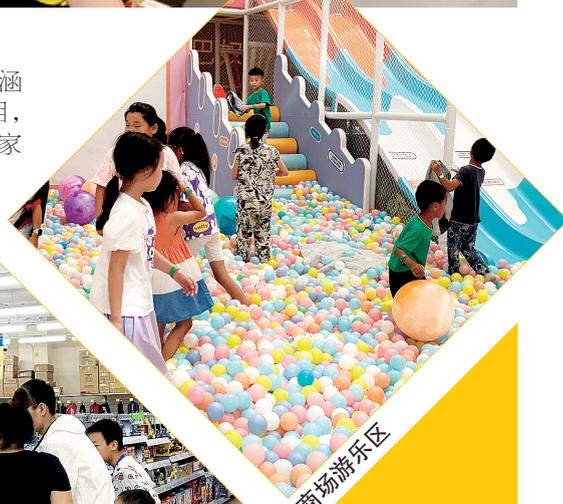
西西弗书店(探十里店)也做了不少尝试,不但扩大了儿童书籍品类的区域,同时把儿童阅读区打造得更舒适,可以让孩子和

大人共同阅读,还开设“书店+咖啡+零售”的复合经营模式。

“亲子业态正带旺超市、餐饮、服饰、休闲娱乐等多种商业消费,孩子已成为商场的引客利器。”河南省商业经济学会副秘书长、郑州工程技术学院副教授胡钰表示,亲子业态具有“一拖n”的虹吸效应,不仅能够延长消费者的消费时间,促进亲子关系成长,提升家庭教育质量,还带动家庭消费,促进其他业态的消费增长。

记者 孙雪苹 文/图

记者 孙雪苹 文/图



商场游乐区



商超玩具区



亲子餐厅

### 圈里圈外

## 7月郑州CPI同比上涨1.1%

本报讯(记者 侯爱敏)国家统计局郑州调查队昨日发布信息,2024年7月份,我市居民消费价格总水平同比上涨1.1%,环比上涨0.7%。

与去年同月相比,7月我市食品价格上涨0.5%,非食品价格上涨1.2%,消费品价格持平,工业品价格下降0.3%,服务价格上涨2.8%。分类别看,食品烟酒类上涨0.4%,衣着类上涨1.2%,居住类上涨0.3%,生活用品及服务类下降1.1%,交通和通信类下降2.0%,教育文化和娱乐类上涨1.2%,医疗保健类上涨10.1%,其他用品和服务类上涨4.4%。

与上月相比,7月我市居民消费价格总水平环比上涨0.7%。其中,食品价格上涨2.7%,非食品价格上涨0.2%,消费品价格上涨0.9%,工业品价格上涨0.2%,服务价格上涨0.4%。分类别看,食品烟酒类上涨1.7%,衣着类上涨0.1%,居住类上涨0.2%,生活用品及服务类上涨0.4%,交通和通信类上涨0.4%,教育文化和娱乐类上涨0.7%,医疗保健类上涨0.1%,其他用品和服务类上涨0.6%。

## 上半年我省社会消费品零售总额逾13244亿元

本报讯(记者 成燕 孙婷婷)记者昨日从省商务厅获悉,今年上半年,河南省社会消费品零售总额达13244.17亿元,同比增长5.6%。

商旅文体融合、线上线下结合,河南培育形成了“醉美·夜郑州”、南阳“宛美消费”、洛阳“古都夜八点”、开封“汴地有礼”等一批消费品牌,吸引大量人流。许昌、安阳、鹤壁、三门峡、焦作等地推出“特色消费地图”“吃喝玩乐购”“一图”索引,为消费者提供图文并茂的便利服务,收获大量游客好评。

在消费品以旧换新方面,我省向各地市预拨汽车以旧换新补贴资金5.1亿元。自今年5月份开展以旧换新行动以来,累计举办相关活动750余场,河南省汽车以旧换新补贴申请量突破3万辆,实现家电以旧换新20万台,带动直接消费超60亿元。

## 上半年全省文化企业营业收入同比增长9.1%

本报讯(记者 侯爱敏)省统计局昨日发布信息,今年上半年,全省2894家规模以上文化及相关产业企业实现营业收入965.68亿元,按可比口径计算,比上年同期增长9.1%。其中,文化新业态特征较为明显的16个行业小类实现营业收入190.89亿元,比上年同期增长39.7%,快于全部规模以上文化企业30.8个百分点。

分产业类型看,文化制造业实现营业收入327.30亿元,比上年同期增长8.1%;文化批发和零售业227.89亿元,下降0.7%;文化服务业410.50亿元,增长16.3%。分领域看,文化核心领域实现营业收入668.27亿元,比上年同期增长8.8%;文化相关领域297.41亿元,增长9.7%。分行业类别看,增速最高的为文化装备生产业,实现营业收入32.45亿元,同比增长26.4%;其次为创意设计服务业,营收262.92亿元,同比增长23.0%;文化娱乐休闲服务业,营收33.63亿元,增长22.2%。

上半年,全省文化企业实现利润总额36.16亿元,比上年同期增长5.5%;营业收入利润率为3.7%,同比减少0.1个百分点。上半年末,文化企业资产总计2848.43亿元,比上年同期增长6.6%;每百元资产实现营业收入为70.81元,同比增加2.67元。