



# 儿童户外用品咋买不到?

业内人士：未来3-5年，空白点将变成增长点  
孩子长得快，户外服饰性价比比较低，是市场空白主要原因

暑假已经过半，喜欢带孩子去户外游玩的家长却发现，市场上几乎买不到专业的儿童户外产品。近日，记者走访各大商场的户外品牌专柜，除了背包、水壶、帽子等配件外，主力产品服装和鞋子基本没有适合孩子用的。

儿童户外品牌在市场上仍是空白，业内人士分析，个别品牌已经开始试探性的走进这个领域，也许在户外服饰激烈的竞争中，儿童户外产品能成为一个新的增长点。

郑州晚报记者 王一品

## 1 市场空白是普遍现象

哥伦比亚、狼爪、探路者、奥索卡……郑州各大百货商场，不乏国内外知名户外品牌，但却没有一家出售儿童户外产品。

再到童装区“搜索”，也仅有骆驼、JEEP这两个品牌出售儿童户外服饰，而且都只做大童的号码。“就算是在北京、上海等一线城市，户外儿童产品也普遍缺失。”据业内人士介绍，从全国市场来看，最多有几个户外品牌在生产亲子装时会“捎带脚”设计几款儿童户外服饰，而且销量并不理想。

## 2 没有时装化的儿童服饰“吃香”

在BHG时尚百货(北京华联)的哥伦比亚专柜，导购人员遗憾地表示：“其实我们品牌有做儿童产品，但因市场需求有限，没有引进。”

而在正道中环百货的骆驼专柜和大商新玛特金博大店的JEEP专柜，销售人员也表示，儿童户外服装远没有其它更时装化的儿童服饰“吃香”，而且受季节影响较大。再加上目前尚没有针对7岁以下儿童的产品，所以也没有传统运动品牌的儿童服饰畅销。

## 3 性价比不高是主要原因

近年来，中国家庭户外也逐渐成为热点。但是，出行时如果留意一下身边的孩子们，您会发现他们很少会有专门的户外装备。

对此，一些家长表示：“不是我们不想给孩子买，而是专业的户外服饰价格都比较高。孩子长得快，一件衣服通常就穿一两季儿，加上户外装又不常用，最多穿三五次就小了，实在太浪费。”

对此，丹尼斯百货相关负责人表示：“性价比不高，就不适合市场推广，这是该品类普遍出现市场空白的主要原因。”

## 4 细分市场带来新增长点

尽管目前儿童户外产品基本处于空白阶段，但一些业内人士对该品类的市场前景却充满信心。

“随着户外运动的教育意蕴与价值开始受到社会广泛认可，将逐渐形成以户外亲子活动和训练营为核心的儿童户外市场。因此，今后儿童户外产品会被细分出来，成为市场新的增长点。”业内人士称。

“这是一个市场机会。”郑州王府井百货探路者专柜相关负责人表示：“探路者已经将儿童户外产品列入计划。相信未来3-5年，国内就会出现专门的儿童户外品牌，或者是现在的户外品牌扎堆设计儿童产品。”

## 童装市场空间巨大

在商言商

在“关心下一代”这一诉求的驱动下，国内童装发展之路尤为迅速，一些品牌已经凭借生产安全舒适、高功能性、高科技、高质量的儿童服装，形成了品牌影响力。数据显示，2012年国内童装零售量呈现加快增长态势，增速相比2011年加快1.7%，童装发展空间巨大。

如今，随着国内户外文化逐渐形成，很多家长乐于带孩子参加户外活动，培养孩子热爱自然、乐于分享、坚韧不拔等品质。因此，户外童装的“概念”必然会被细分出来，成为商家拉动销售的“秘密武器”。

## 食事看点

## 文化营销成为啤酒品牌推广主旋律 “喝出文化”才能赢得市场

目前，文化营销成为饮品市场推广的重点，雪花啤酒在营销啤酒产品的同时，涉足推广古建筑文化，成为啤酒市场一道独特的风景。

近百万张以我国古建筑文化为主题的摄影大赛，这就是雪花啤酒近几年推广我国古建筑文化交出的成绩单，这个系列摄影大赛的影响力越来越大。近日，应俄罗斯的官方邀请，211幅雪花纯生中国古建筑摄影大赛的作品跟随清华大学建筑学院远赴俄罗斯，在“莫斯科中国建筑日”的“中国建筑瑰宝展”中惊艳亮相。备受俄方各界高度关注和肯定的是，雪花纯生的

古建筑摄影大赛作品，与俄罗斯顶级学府所碰撞出的中西方建筑文化火花，也是中国古建筑首次以最直观的方式，走出国门在世界舞台上展现其独特的文化魅力。

点评：每年都会推出这样的百姓喜闻乐见的公益活动，华润雪花啤酒让其品牌进一步的融入到了百姓当中，感受到华润雪花啤酒的热情后，消费者也更容易接受这个品牌。一个企业想要成功，品牌的认知度是相当重要的，华润雪花啤酒在品牌营销的手段和投入都是在业内无二的。像这样的摄影比赛，让更多的人记住了华润



俄罗斯参展图片

雪花啤酒这个品牌，也让更多的人想在喝啤酒的时候想到华润雪花啤酒，选择华润雪花啤酒。这样成果的营销手段，很好助力其在国内的啤酒市场大展宏图。

郑州晚报记者 熊维维

## 格瓦斯富含17种氨基酸，不含酒精 开车，就喝装满健康的格瓦斯

日前，央视新闻频道播报了“非酒类的食品药品的酒驾争议”的报道，三名志愿者选择了网传中容易被测出酒驾的非酒类的食品药品：藿香正气水、娃哈哈格瓦斯和腐乳进行检测。

志愿者1喝入一瓶藿香正气水后测出血液中酒精含量484毫克/100ml，超过80毫克每百毫升的醉酒标准5倍以上；志愿者2喝

入一瓶娃哈哈格瓦斯后测出血液中酒精含量5毫克/100ml，低于20毫克每百毫升的酒驾标准；志愿者2又继续喝入一瓶娃哈哈格瓦斯后测得结果依然是5毫克/100ml，依旧属于正常范畴；志愿者3吃入一块腐乳后测出血液中酒精含量550毫克/100ml，超过80毫克每百毫升的醉酒标准5倍以上。

点评：娃哈哈格瓦斯采用了麦芽汁澄清技

术，使格瓦斯产品金黄澄清透亮；顶空提香技术，创造格瓦斯天然丰富饱满的面包风味；生物发酵技术，来自高加索长寿村特有的克菲尔乳酸菌进行发酵，五种乳酸菌协同发酵，使麦芽汁的营养物质小分子化，富含17种氨基酸，不含酒精。给开车的TA一瓶装满健康的格瓦斯吧，让TA喝出爽爽安全新感觉。

郑州晚报记者 熊维维

## 一周消息

### 金鑫珠宝迪臣店盛大开业

7月20日，有着16年发展历程，堪称中原珠宝航母的金鑫珠宝惊艳亮相古都开封。新开业的金鑫珠宝开封迪臣店位于开封市有着数百年历史的传统商圈“鼓楼商圈”和新兴商圈“新街口商圈”的交会处。正因为此，金鑫珠宝所在的周边区域，被开封人称为“龙眼”。

随着金鑫珠宝全省连锁发展速度的加快，开封作为发展的重要布局。如今，金鑫珠宝迪臣店盛大开业，对于开封市场有着积极的意义。金鑫珠宝迪臣店2200多平方米，作为开封单店体量最大的珠宝城，着实给当地珠宝市场带来不小的震撼。而金鑫的连锁卖场经营模式，必将受到消费者的欢迎。

张艺赢

### 北京匡时2013秋拍首次郑州公开征集

北京匡时2013年秋季艺术品拍卖会征集全面启动，7月27日至28日将于郑州索菲特国际饭店举行大型的公开征集活动，届时将为广大市民提供专业的艺术品鉴定服务和艺术品委托拍卖等。本次征集会是北京匡时首次到郑州举行大型的公开征集活动，征集范围囊括了古代书画、近现代书画、当代书画、等多个种类。

目前，北京匡时已成为国际领先的艺术品拍卖行之一。至2013年春拍结束，北京匡时总成交额达132亿元。2013年春拍北京匡时首次推出的“澄道”——中国书画夜场以96%的成交率、4.1亿元的成交额成为今年春拍一大亮点。

鲁虹

### L Capital Asia 战略投资“丸美”

日前，L Capital Asia 战略投资“丸美”新闻发布会在上海盛大召开。全球最大的奢侈品 LVMH 集团所赞助的 L Capital Asia 基金正式成为丸美第二大股东，并将与丸美开展战略合作。

据悉，双方经过长达3年最终达成战略合作及战略合作协议，即将进行一次极具战略性的全方位合作。丸美与 L Capital Asia 基金除了签署战略合作协议以外，更签署了一份极具含金量的战略合作协议，而战略合作协议涵盖了产品研发、外观设计、广告公关、市场营销、零售管理、团队建设、行销全球、投资并购等8大方面，这次合作必将极大化地推动丸美品牌的国际化进程。

万佳

### 绿态非手术去眼袋登陆郑州

时下整形风正流行，而西医整形存在一定风险，令不少爱美人士望而却步。日前，位于大石桥 SOHO 广场的绿态整形引进了绿态非手术去眼袋技术。据了解，绿态非手术去眼袋技术，是绿态整形机构根据人体细胞、皮肤自身具有增生、再生、修复的原理和中医针灸理论开发的，该技术具有其他整形机构不具备的非手术、无痛苦、无后遗症、随做随走、不影响工作和生活的独一无二的优点，此技术开启了非手术绿色整形新时代，在全国一部分美容机构得到应用，深受大家的喜爱，目前已有10多万人享受该服务。

据绿态整形负责人透露，为庆祝绿态非手术去眼袋机构登陆郑州，店内将为100人以特别优惠价去眼袋，原价9800元，现活动价980元，现开始报名登记。

张爱霞