陪读当道，购物中心变身“家长寄存处”

高端儿童培训入驻购物中心　砸钱培训外，“陪读消费”每月上千

对消费者而言，购物中心早已不仅仅是买东西的地方。随着体验消费概念的不断普及，继餐饮、游乐场之后，五花八门的儿童培训似乎成了又一“大热门”。

从icity美好生活中心、乐和城、万达广场到梅溪新天地等大型购物中心内，从英语培训、婴幼儿潜水、绘画到机器人，不同品牌的培训机构将购物中心的婴幼儿楼层挤了个满满当当。

“陪读一小时”的工夫，在购物中心内，逛店、喝咖啡、看电影便成为了大多数85后、90后年轻父母的选择。如此一来，更推动了购物中心从商场向“家长寄存处”变身。

儿童培训入驻购物中心

“每周送孩子上两次课，晚饭已经将这里的餐馆吃了个遍。”85后白领妈妈石女士告诉记者，自从给4岁的儿子报了英语培训班，每周有两天晚饭需要带着孩子在购物中心吃，“吃完饭，他去上课，我就边逛街边等他下课。”

和石女士一样，送孩子上培训班后需要“打发时间”的家长，成为了不少购物中心的重要目标客群之一。6月8日，记者对长沙市各大购物中心进行走访后发现，儿童培训机构已逐渐从写字楼走入购物中心。

在梅溪新天地2层，记者看到，除少儿理发、婴幼儿服装及游乐场外，包括瑞思学科英语、GliBaby等培训机构也占据了该层楼的主要位置。而在乐和城、icity美好生活中心、万达广场、世纪金源购物中心等多家购物中心内，也聚集了不少儿童培训机构。

值得关注的是，除一直热门的英语培训外，入驻购物中心的培训内容也十分丰富，从绘画、游泳潜水到机器人，甚至还有针对3至16岁儿童开办的乐高活动中心，专注于如何利用积木来启发孩子智力。

教学内容丰富多彩之外，购物中心内的培训班们价格也并不秀气。以瑞思为例，一年88个课时收费约为1.4万元，而EF英孚1.4万元则仅有70次课。此外，如龙格亲子游泳俱乐部内，针对0至3岁幼儿开设的水中唤醒课程收费更高达每个课时约500元。

尽管学费不菲，但舍得花钱的家长并不在少数。儿子不到两岁的赵女士就表示，除了定期带孩子去婴幼儿游泳馆套着救生圈玩水外，也在考虑报一个针对婴幼儿开办的游泳培训班，“想让他尽早尝试掌握游泳这门技能。”

“陪读消费”每月上千

来自商业地产经营管理机构盈石集团研究中心整理的数据显示，截至2016年底，我国儿童消费市场规模已接近4.5万亿元，其中儿童娱乐消费市场的规模突破4600亿元，未来5年的年增速将突破30%。而在儿童娱乐消费市场中，培训类消费占比最高，达26.8%且增速最快，同比上涨8.8%。

与全国范围内儿童培训类消费保持高速增长一致的是，长沙市购物中心内的儿童培训机构招商占比也在不断增加。2016年，随着此前万达百货的全面撤出，长沙开福万达广场对其内部业态进行了大范围调整。记者注意到，此次调整中，诸如瑞思学科英语、未来学堂balancebrain等儿童培训成为较吸引人眼球的部分。而在万达金街，还有从事少儿钢琴培训机构。

“娃学英语，我看电影，惬意。”6月3日，家有12岁小学生的张女士发表了这样一条朋友圈，并配图一杯咖啡和甜品。

3至12周岁的儿童是这些培训机构的主要学生客群，而他们也恰巧是需要家长接送的年纪。据调查，多数购物中心内的培训机构一次课时间为45分钟至1个小时，而这段时间里，整个购物中心便成为了“临时家长寄存处”，带动着家长的二次消费。

石女士也表示，除晚餐消费外，难免有其他消费，尤其是孩子的服装和玩具，“即使只在咖啡馆坐坐，一杯咖啡也要超过30元，每月开支近千元。”

在记者的随机采访中，多位为孩子安排了购物中心内培训课程的家长表示，虽然过去较少前往购物中心消费，但因为要接送孩子培训，“边等边逛边买”的情况也是时有发生。

“孩子进入游乐场时，家长大多需要陪同在旁，而如果是送入培训中心，那么就多出了空闲时间来，给其他商家实现二次销售的机会。”一资深商业人士认为，在儿童业态中，培训是相对稳定且不愁客源的一类消费，“多数培训机构倡导边学边玩，受到孩子们的欢迎。”

■记者 朱蓉

杨梅上市　6月8日，江华瑶族自治县沱江镇东魁杨梅园，员工在搬运杨梅。今年，该县共种有杨梅2000余亩。目前，杨梅迎来丰产期，预计可产杨梅100万公斤以上，可创产值1000万元。

黎实 黄志东 摄影报道

观点

未来儿童娱乐消费举足轻重

据记者不完全统计，2016年以来，长沙新开设的购物中心、社区商业项目多达十余家，而在接下来的一年时间内，还将有多家购物中心陆续亮相。这也意味着，购物中心的项目招商将不得不面对同质化危机。如何在有限的招商资源中最大限度聚合客源，成为激烈竞争的购物中心们不得不思考的问题。

研究机构睿意德相关负责人就认为，国内家庭对儿童教育的日趋重视，再加上国外教育模式不断进入中国，促使家长选择日趋丰富都是造成培训教育成为儿童业态其比重上升的原因。

上述资深人士告诉记者，儿童业态一直都是商场的招商重点，而“二孩”政策开放以来，这一侧重则更加被强调，“目前，多数培训机构以一年甚至更长时间为一个教学周期，除稳定的生源外，也意味着在培训期间，将有一位甚至两位家长固定陪同，成为稳定的附加客流。”

盈石集团研究中心曾公开表示，80后家长不再仅仅关注儿童教育，而是将更多的注意力放在儿童娱乐上，寓教于乐的教育理念正在影响儿童消费市场，未来儿童娱乐消费将占据更加重要的地位。

记者手记

“陪读经济”不容小觑

孩子一直是家庭的中心，而孩子的教育，则更成为家长们乐于“一掷千金”的消费领域。这其中，更以低龄儿童的启蒙教育为甚。“尽管想买个香奈儿包，但还是你的快乐更重要。”一位经济条件尚可的85后年轻妈妈的感慨一语道破个中真谛。

对购物中心而言，一来是实现引入业态的良性经营，选择有竞争力的经营业态；二来更需要考虑其可持续发展的动力以及吸客能力。

事实上，从高考、中考带火了租房、餐饮等市场中不难看出，承载了家长殷切希望的“陪读经济”持续向好发展并不是一件太难的事儿。而目前，购物中心抓住年轻父母更舍得花钱的心理，将“陪读经济”横向延伸，似乎也是一招聪明的路子。

不过，能量强大的“陪读经济”，不仅仅是吸客能力不容小觑，其对经营者的高要求也同样不容小觑，归根到底还是与培训机构的教学质量等内容紧密联系。如何做得长久，如何做出口碑，对商场招商把关、培训机构教学能力提升也是一大考验。

周末坐地铁 去橘子洲听音乐会

本报6月8日讯　本周末两天，长沙草莓音乐节将在橘洲沙滩游乐园举行，届时长沙交警将对附近部分道路实行临时交通管制。

6月10日、11日每天8:00起，对可进入橘子洲子景区的橘子洲大桥南北支桥口实行交通管制，禁止除公交车、执行任务的特种车辆、持音乐节通行证车辆以外的一切车辆驶入，允许车辆驶出。

每天演出结束时，对进入橘子洲大桥的各个路口全部实行临时性交通卡车、分流，确保现场车流人流迅速疏散。当橘子洲大桥交通压力过大或演出现场发生紧急情况时，除公交车、特种车辆、持证车辆外禁止其他车辆驶入橘子洲大桥，民警将引导车辆经营盘路湘江隧道和其他过江通道通行。

■记者 虢灿 实习生 沈潘

首届芒果音乐节 将于9月举办

本报6月8日讯　今天，“芒果音乐节”启动仪式在长沙举行。据了解，此次音乐节将于9月2日、3日在昭山城市海景水上乐园5000平方米的舞台上举行。

据“芒果音乐节”制片人李艺宁介绍，将邀请一线明星及摇滚、民谣、电子、说唱等多曲风音乐的原创乐队参与，并首次将pop music纳入到音乐节中，“除主场活动外，还将举办创意集市、音乐互动体验区、涂鸦合影区、美食小吃街、官方纪念品售卖等周边活动。”

■记者 朱蓉