■六一消费特稿⑤

儿童聚会派对活动引发诸多商机

目前参与者众多 市场还需进一步引导

六一儿童节，父母们都会给孩子买各种礼物，或举办各种聚会，让孩子度过难忘的时光。

如今，越来越多的机构和个人盯上庞大的儿童消费市场，欲分一杯羹。

在专门的场地举办的儿童派对。（图片由NAER小院提供）

市场规模成倍扩大

不久前，家住鄞州区的王女士给儿子举办了一场生日聚会，在专业机构的操作下，聚会办得很成功，孩子和前来的同学都很高兴。虽然为此花费了近万元，但是王女士觉得这钱花得值。

“从场地的布置，到甜品的准备，以及现场游戏互动，还有各种小礼品的分发，专业机构都弄得不错，让我们家长省了不少事。”王女士表示，“专业的事情还是要交给专业的人来做。”

随着儿童节临近，不少策划机构的生意也好了起来。

宁波“亲子时光”负责人瞿霞介绍，目前宁波儿童消费市场已经进入高速增长阶段，近年来基本上以超过100%的速度在增长。

门槛低参与者众多

据了解，目前有很多机构、个人工作室在从事儿童聚会和派对的策划和执行，他们有的是从广告公司转型的，有的来自公关公司，还有的是从事儿童教育和亲子培训的，也有一部分以前是从事婚庆业务的。

宁波市某公关公司负责人陆东栋向记者表示，这行的进入门槛很低。只要有相关的经验，再有几个年轻人就可以承接活动了。

目前要搞一个以儿童和青少年为核心的派对，主要有3种方式：一种是在客户家里举办。但是这对于场地要求比较高，前期的沟通和准备时间和成本也比较高。不是市场的主流，只有部分有特殊要求的高端客户在做。最普遍就是租用酒店或者其他娱乐场所来举办，活动策划方根据客户的参与人数和要求，去寻找相应的场地，费用也好控制。还有一种就是专门为了举办儿童派对而改造场地，专门承办相关的活动。一般这样的场地都是和第三方的活动策划公司有长期合作。

如果要举办这样一场儿童派对，需要花费多少钱呢？曾经举办过不少类似活动的李经理告诉记者，这个和婚礼一样，丰俭由人。一般来说，人数在20人左右的小型儿童聚会，全包费用在5000元左右。除了场地布置以外，重点就在于甜品台以及各种小礼品，还有就是保险费用。当然，高端的儿童派对，几万元也是有的，但是这个目前不是市场主流。

市场更需要突出儿童特点

不少从事儿童派对组织的从业者对记者表示，目前这个市场虽然增长很快，但是也存在不少问题。陆东栋认为，单就儿童派对的业务还不能成为一个独立的行业，总体的气候还没有形成，属于比较小众的服务内容和形式。由于市场兴起时间不长，活动的策划和组织大都挂靠在不同的文化传播公司或者广告公司旗下。即使目前宁波市场上比较知名的策划和组织机构如“派对先生”，其主营业务也不是儿童派对，但是从发展前景来看，相关业务量正在逐步提升。

NAER小院的创始人张小花表示，他目前正在改造一个适合儿童聚会和开派对的小院子。里面有各种符合儿童和青少年的活动体验以及相关设施，引入了比如陶艺、烘焙、书画等相关产业。当初他并不是专门做儿童派对的，只是为了圆自己儿时的一个梦想。在城市中有一个闹中取静的小院子，和朋友分享快乐。后来，开始慢慢承接了不少活动，现在通过异业合作，已经逐步向专业的儿童派对场所发展。

不少业内人士认为，现在举办儿童派对的硬件条件不难。场地可以租，甜品有众多第三方商家可以提供，小礼物也很容易买到。难的就是团队对于整个活动的策划和协调能力。“小朋友不同于成年人，现场会有很多不可预料的情况发生。这就要求我们有很强的应变能力，能抓住小朋友的特点，让小朋友玩得开心，同时让家长放心和安心。”宁波“亲子时光”负责人瞿霞这样说。 记者 毛雷君

看海逐浪、山涧漂流、湖上泛舟

亲水项目联袂登场 “刷屏”宁波旅游圈

或在象山寻一处海岛看海逐浪，或驱车四明山像勇士一样漂流，或驻足东钱湖戏水泛舟……端午小长假，位于我市近郊的许多亲水型旅游项目联袂登场，尽显初夏的精彩和生机，“刷屏”宁波人的朋友圈。

“海水透蓝透蓝的，张张都是大片！”“父亲站在礁石上握着鱼竿专注海钓，母亲守在一旁迷恋上了看海听涛，而我忙着拍照发朋友圈。”昨天上午，市民胡小吉被朋友圈渔山岛上的种种美好信息看得心痒痒，下午便与家人一拍即合，共同开启了年内首次海岛之旅。

随后记者通过走访发现，由于天公作美，这个端午假期，诸如，象山松兰山旅游度假区、中国渔村、渔山岛、东钱湖水上乐园等市内多数亲水型旅游景区的水上项目纷纷开启，“今天的人比昨天还多，而且参与项目的热情很高，高峰期使用摩托艇、水上摩托车、水上三轮车、水上滚球、帆船等海上娱乐设施需要排队。”象山松兰山旅游度假区负责人告诉记者。

与此同时，海曙区的浙东第一漂、奉化的斑竹漂流等大批漂流项目也陆续宣布开漂。“今年开漂时间较往年早了一个月左右。”据漂流业内人士介绍，开漂时间的提前主要得益于气候因素，“近期最高气温在30℃左右，基本符合开漂条件。”而且在改变游客以往消费时段的前提下看来，目前的市场反响不错，“包括前两天的试漂阶段，自驾车结伴而来的本地散客挺多，此外，已有十几个外地旅行团主动与我们联系要求参与。”

那么，为何人们突然在端午期间对亲水型旅游景区如此追捧？除了烈日炎炎，人们本能地与水亲近之外，“能够借端午‘洗龙水’这个习俗投身清凉水世界，既完成了一种祈求平安健康的仪式，也不失为亲子之间一种健康的互动与交流的方式。”

另外据上述景区反馈信息显示，由于端午假期与儿童节相临，因此结伴出游的不少都是三口之家以及两代甚至三代同堂的家庭型游客。而且，其中不乏考生游客的身影，“马上要参加高考，趁最后一个小长假出来放松放松。”在家长们看来，亲水型旅游景区尤其是海岛类旅游目的地，多数位于郊外，定调朴实，参与一些健康娱乐项目的过程中，能够起到释放压力、放松身心的作用。

记者 谢舒奕

松兰山旅游度假区现场。 通讯员 陈姿爽 摄

端午“正日子”粽子拉开价格大战

小规格简装粽卖得好

今天是端午“正日子”，作为节令食品，粽子也迎来了一年一度的黄金销售期。记者走访了解到，今年小规格的简装粽很受市民追捧。

50元~80元的礼盒装粽子成主流

昨日，记者走访发现，堆叠高耸的礼盒装粽子被摆在多家超市显眼的中央区域，不少超市的冰柜也已经被速冻简装粽子占领，大幅的促销标签挂在货架边上，为端午“价格大战”造势。

“这几天是粽子销售的黄金时间。从昨天开始，端午粽子的价格开始下调到最大幅度了，不少品牌‘买一送一’。以三全一款520克规格、5个简装的速冻鲜肉粽为例，原价19.5元，之前的促销价就已经下调到12.9元，再叠加‘买一送一’，算下来一个粽子的单价只要1.29元。”华润万家超市印象城店店长朱迪旦介绍称。

除了促销力度大，记者了解到，今年粽子的整体价格比较平稳，包括礼盒装粽子在内，定价都是“平价路线”。记者走访多家超市了解到，今年礼盒装粽子价位分布在50元~200元之间，其中50元~80元之间的礼盒最多，成为主打产品。

宁波人最爱“咸肉粽”

记者采访了解到，散装粽、简装粽今年风头不小。

“自己家里吃，我就买点散装的。”正在三江超市四明中路店的冰柜边挑选粽子的市民孙女士说。

“今年粽子类产品的价格与去年基本持平，小规格的简装粽卖得非常不错。从口味上来说，宁波消费者还是更偏爱咸味的鲜肉粽，销售占比在8成以上。”该店店长朱迪旦表示。

根据华润万家销售数据显示，近几日粽子品类日均销售额在4万元左右。其中小规格简装粽的销售占比达到4成左右。按照每只简装粽1.5元的均价来计算，一天就要卖掉10000只简装粽。

记者 史娓超