

童装品牌化、安全化,家长新思考

宁肯多花钱,让孩子穿的更安全

文/图 本报记者 晋森

8月9日,美特斯邦威旗下童装品牌“MOOMOO”亮相济宁永旺购物中心,并以亲民的价格来诠释童装品牌化的理念。目前在童装市场上,消费档次正从低档转向以中档为主,中高档增长迅速,中等收入群体成为童装消费的主体。而消费者对童装的需求也逐渐从单纯美观、耐穿等基本属性,向安全、舒适、健康、绿色功能等选择品牌化童装而转变。

童装走向品牌化 分享二孩红利

9日上午10时,美特斯邦威旗下童装品牌“MOOMOO”在济宁永旺购物中心二楼正式开业,作为美特斯邦威针对3至12岁儿童,以童装、童鞋作为主要卖点的品牌专卖店,这是“MOOMOO”品牌在济宁开设的第一家童装店。在店内,童装和童鞋是主打产品,但是除此之外,还有智能玩具、儿童文创产品和儿童文具,成为一家集合店和融合店。

“现在的童装店,已经逐渐从原来的比较低端的市场店走向更加高端的品牌店;产品形式上,也从单品店逐渐走向了集合店。”郭刚作为青之夏(实业)品牌运营管理有限公司董事长和济宁“MOOMOO”童装店的负责人表示,现在的童装市场已经向中高档消费转变,市民所追求的是更合适的产品和更优质的价格,以及一站式的服务体验,所以他根据消费者的要求,提出了“街边店的价格,品牌高端的质量”的口号,以更优质的价格和更合适的产品来服务消费者。

记者看到,在永旺购物中心“MOOMOO”童装店的四周,还环绕着另外4家儿童和婴儿用品店,有几家正在装修



童装产品日益向品牌化、高端化迈进。

还将陆续入驻,加上南侧的儿童游戏区、体验区和培训区,俨然已经构成了一个集儿童游乐、儿童服装、婴幼儿产品为集合的综合儿童区。永旺济宁店总经理马宁告诉记者,永旺二楼业态进行了大幅度的调整,近乎二次开业,而此次调整将持续两个月,重心则是品牌童装的经营面积加大。优质品牌性价比高,质量有保障,将努力打造成永旺的又一爆品,而爆品背后则是产品的精选。而这些童装品牌也恰恰是永旺精选而来的店铺,迎合已经到来的二孩红利。

在贵和广场购物中心五楼,包括balabala、abc等各种品牌儿童用品店集中在一起,五楼几乎半个区域都是和儿童相关的服装、玩具和用品店,而这些店面全部都是品牌店,“现在随着经济水平的提

高,中等收入家庭逐渐成为消费主体,所以品牌服装店也越来越受欢迎,成为消费者光顾的首选,所以儿童用品的品牌化是一种趋势。”一位业内人士分析。

价格不是问题 安全、环保更重要

价格尽管是消费者考虑的一个重要因素,但不是第一因素,考虑最多的是衣服的面料是否安全、环保和健康。“我宁肯多花一些钱,也要选择有质量保证的品牌服装。”一位正给孩子挑选衬衣的王女士告诉记者,她之所以来MOOMOO童装,就是因为相信美特斯邦威多年的信誉和质量保证。

现在,随着人们健康、环保意识不断加强,传统的

“童装只要漂亮就行”的消费观念正在悄悄发生改变。绿色、天然、健康、环保的童装越来越受到消费者的青睐。童装消费已经从对外观、款式的追求过渡到对面料、品位的需求。在一项童装消费倾向调查中,针对“选购童装时最注重的因素”这一问题,几乎100%的消费者都选择了“面料”,与面料有关的“安全性”也为消费者所关注。“面料能够从一个侧面反映出品牌的设计能力和档次。”一位市民告诉记者,通常采用优良面料或环保面料的品牌,产品风格、款式都比较令人满意,而品牌化服装更是在质量上有了保证。目前,舒适、自然、环保的童装明显受追捧。

“例如我们这种服装的面料要经过20项以上的项目检测才能算合格。”郭刚告诉记

者,“MOOMOO”童装店的面料,至少要经过PH酸碱值、纤维透气性、耐拉度等等很多检测,才能达到标准,因为是儿童产品所以更加注重产品的安全和健康。

另外,品牌情节也成为很多父母的选择,例如“不走寻常路”的美特斯邦威曾经是很多80后的一种记忆和情怀,所以80后一代人成为父母后,受到消费习惯和需求心理趋向品牌消费的影响,将品牌的偏爱延伸到孩子身上,尤其是成熟的品牌为首选。这无疑决定童装市场更趋向品牌化、个性化和时尚化。一个品牌是否能发展,关键在于是否能不断满足顾客的需求和企业开展品牌经营活动中的创新能力。把品牌注入一种文化,品牌就有了内涵和外延的空间,产品也就有了个性与风格。

新品书包,5个月前开始备货

文具销售旺季,店员直呼忙不过来

本报济宁8月10日讯(记者 马云雪) 尽管离新学期开学还有半个月,但城区各家文具店的书包、钢笔、铅笔袋等文具促销大战已打响,不少消费者面对促销活动会选择拼单、赠送等新颖方式。

在春天100、千千慧、海文等济宁知名连锁文具店门口,“买一送一,开学季大优惠”的广告牌十分醒目,屋里柜台上的各种文具琳琅满目,既有特价书包3折起,也有书包买一送一,钢笔买一送一,笔袋买一送一,连平日里3元一本的笔记本,也打出10元5本的巨大优惠。

在琵琶山路某文具店内,不少顾客在排队结账,他们或

由家长陪同,或与同学结伴。两名初中生正在挑选中性笔芯,她们告诉记者,因为快开学了,都在打折就过来挑选一些。文具店导购员则感慨现在中午一点与晚上8点,是他们最忙不过来的时间。

看到书包买一送一,王妈妈仔细用手摸摸书包的帆布材质,然后拉开拉链看了看内部构造说,“这个大嘴猴牌子的书包平时不打折,现在太合算了!一次性买俩书包,孩子一定很开心。”而初二学生小李正往购物篮里放置了许多东西,钢笔、笔记本、便签……她告诉记者开学前,把所有文具“辞旧迎新”,是她迎接新学期的方式。

据济宁春天100文具总经理焦如良介绍,从8月初到9月开学后的一周内,是一年中文具销售的旺季。像书包新品从今年3月份就开始订货充量保证开学季不断货,新款的中性笔类则提前三个月开始订货。

不少家长带着孩子在文具店选购学习用具,一些派克、凌美等大品牌钢笔大多在折扣,而从基本不打折的阿迪、耐克品牌书包标记打8折。正在选购文具的马先生告诉记者,每年开学他都要带着孩子买这些牌子货,现在孩子们都有些攀比的心理,书包、钢笔品牌跟面子挂钩,多花点钱也没什么。

“现在消费者观念变化太



很多学生挑选文具准备迎接开学。 本报记者 马云雪 摄

大了,一些家长暂时只想买一个书包。买一送一的活动促使她跟其他顾客主动沟通交流,用拼单解决问题,在以前这种情况基本不存在。”济宁春天100文具店工作人员张新颖感慨。除拼单外,买一送一也吸

引了不少家长与学生用赠送的形式表达心意,“有不少学生跟同学关系较好,双方父母跟孩子一起进店选择买一送一的活动的文具,然后互相赠送,既交流了感情又买到了喜爱的文具。”