



“六一”将至,家长愿意为“仪式感消费”买单 “宝贝经济”持续升温

今年“六一”国际儿童节恰逢端午小长假,记者走访江门部分商超和食肆了解到,不少商家把目光瞄准“宝贝经济”大打促销牌,推出各式各样的优惠活动,许多家长提前为孩子准备礼物,安排庆祝活动,带动消费市场持续升温。

业内人士表示,“90后”“95后”等新一代父母育儿观念的改变,促进了儿童消费产业的发展。他们重视亲子陪伴,更愿意在经济条件许可下为节日礼物、亲子活动等“仪式感消费”买单,希望能给孩子留下开心难忘的儿童节回忆。

文/图 江门日报记者 陈倩婷



商家推出儿童节优惠活动,吸引消费者驻足选购。

走访 儿童玩具和亲子服装热销

满减、会员多倍积分、全场打折、满赠减免券……昨日,记者走访市区多个商业综合体看到,许多与儿童经济相关的店铺都推出了优惠活动,吸引了不少消费者驻足选购。“每年儿童节前后都是销售旺季,客流量是往常的两倍以上。”在蓬江万达广场,某玩具店工作人员告诉记者,“从这周开始,玩具的销量就有明显增长,不少家长提前来为孩子挑选礼物,店里的积木搭建、模型手办、毛绒玩具等最为热销。”

为了给儿子挑选一份心仪的儿童节礼物,“90后”林先生在汇悦·大融城逛了许久。“虽然平时也会给孩子买玩具,但是到

了孩子特别期待的儿童节,还是想给他选一件合意的礼物。”林先生说,去年,他给孩子买了一辆遥控车,今年孩子准备上小学,打算买一套高阶的积木玩具,可以锻炼孩子的思维。

随着节日的到来,儿童服装店也开始忙碌了起来。“今年,端午‘六一’双节叠加,一些家长专门来为孩子挑选新中式汉服,既符合节日氛围,又能让孩子感受传统文化之美。此外,亲子装也很畅销。不少家庭计划出游,亲子装既方便拍照又能增强仪式感。”在汇悦·大融城,某儿童服装店工作人员一边理货一边告诉记者。

餐饮市场同样热度飙升,不少餐厅推出儿童套餐和派对定制服务。记者致

电市区数家热门的西餐厅、披萨店了解到,“六一”当晚预订火爆,座位

已全部订满,其中大部分为家庭聚餐。市民李女士精心挑选一家环境优美的餐厅,并提前一周预订了窗边的位置,

她说:“平时工作忙,节日想和孩子好好庆祝一下。”

除了基本的聚餐、玩具和服装等花销外,文化娱乐活动、亲子游、研学、教育等在“六一”消费中所占比例也不小。在健威广场,一家艺术培训机构的的工作人员表示,机构针对儿童节推出的团购优惠活动反响热烈,前来咨询和报名的家长数量较平日明显增多。



商业综合体拓展儿童消费场景。

展望 “宝贝经济”成实体商业破局关键钥匙

值得注意的是,记者在走访过程中,有不少家长表示,虽然线上购物的性价比更高,但对于儿童的产品,更偏向于线下选购。“虽然某些商品在网上更便宜,但常常会遇到踩雷、货不对版等问题,所以个人更倾向于选择线下购买,品质所见即所得,而且在线下商店和孩子一起挑选更能体现参与和陪伴感。”市民高女士告诉记者。

在电商的冲击下,“宝贝经济”正成为实体商业破局的关键钥匙。近年来,我市多个商业综合体聚焦家庭客群需求,纷纷

拓展儿童消费场景,引进儿童教育、儿童娱乐、儿童餐饮、儿童摄影等项目,着力打造“教育体验+娱乐休闲+生活服务”的一站式消费闭环。

市民周女士的消费轨迹颇具代表性,她在江门奥园广场一家轮滑机构,为孩子报读了每周两次的课程。课后一家四口在商场吃饭、逛街、玩游乐项目,每周约在商场消费400元。由此可见,“宝贝经济”的魔力在于“一人带动全家”,除了能为商场引流,还能增强客户的黏性,拉长客户在商场的停留时间,刺激客户的

潜在消费。

据中国儿童产业中心相关数据,我国儿童消费市场规模每年约为3.9万亿元至5.9万亿元,其中八成以上的中国家庭结构中,儿童相关开支占据了家庭总开销三成以上比例,且这一比重仍在稳步上

升。“宝贝经济”如何长期带旺线下消费?对此,华达实业(集团)有限公司常务副总裁莫荣杰分析:“受经济大环境影响,部分商场的出租率有所下降,而用儿童业态去填补商场的空白是现阶段优选的解决方

案。从目前的定位来看,多数商圈打的是服装、教培、游乐项目等。各大商场在布局亲子消费活动时,如何增强活动的创意性,同时协同商业生态发展才是长期引流、带旺消费的关键。”莫荣杰说。

莫荣杰补充道,“宝贝经济”的核心竞争力,在于能否将短期客流转化为长效消费生态,如何让顾客驻足停留才是关键。商圈需从“业态堆砌”转向“协同发展”,让各业态之间相互联动、形成协同,真正为家庭顾客创造持续的价值,让他们愿意经常来消费。

江门金融链式支持以旧换新专项行动实施“满月” 3.46亿元金融活水“贷”动以旧换新

近日,由中国人民银行江门市分行发起的金融链式支持以旧换新专项行动实施已满一个月。记者了解到,目前我市银行机构已完成对名录库内企业和商户的走访工作,共向库内企业和商户投放贷款3.46亿元。其中,支持以旧换新活动商户23家,投放贷款4637万元;支持消费品生产和服务提供企业58家,投放贷款3亿元。库内企业和商户贷款余额较3月末增长5%。

据悉,今年4月,在中国人民银行广东省分行的指导下,中国人民银行江门市分行在全省率先出台金融链式支持以旧换新专项行动方案,依托以旧换新消费品生产和服务提供企业名录库和以旧换新活动商户名录库,组织银行机构开展银企对接。

文/图 江门日报记者 陈倩婷

“金融活水+减息降费”双驱动 助力生产企业出口转内销

“贷款支持和利息减免帮助我们度过一段相对艰难的时间,让我们能够成功维持正常运转,将更多生产销售计划放在国内市场。”某电器(广东)有限公司负责人表示。该企业是消费品生产和服务提供企业,也是对美出口贸易占对外出口业务较大的外贸企业,在前期关税政策背景下,该企业对外出口受限,要拓展国内市场,又面临资金周转紧张的困境。

针对上述企业的情况,广发银行江门分行主动对接企业并迅速发放100万元贷款,利率优惠达120BP,让金融活水支持企业为国内消费者提供焕新服务。对

于存量贷款,银行机构积极给予降息支持。中国银行江门分行对该企业存量贷款进行20BP的减息降费,有效降低了企业财务负担。

“政策工具+商家促销”双赋能 助力以旧换新商户“以贷促销”

中国人民银行广东省分行近期创设“焕新贷”再贷款专项额度,可为消费领域企业等提供低成本的信贷资金支持。

“五一”国际劳动节前,江门市某家装公司计划在假期推出“超级厂购节——国补+厂补家具升级活动”,因采购板材原材料和仓储周转,急需资金支持。作为以旧换新活动商户名录库企业,江门农商银行在银企对接走访过程中向客户积极介绍了目前的政策优惠,为客户提供包括专项

授信、优惠利率、绿色通道等在内的综合性金融服务,在假期前为该商户提供融资2000万元,有效缓解了该商户资金短缺问题。

“‘焕新贷’金融服务帮助我们及时获得了资金支持,不仅解决了我们的燃眉之急,更让我们在‘五一’消费旺季中占据了有利位置。今年‘五一’假期销售情况还是挺理想的。”该商户激动地说。

“焕新补贴+优惠贷款”双支持 助力市民“轻装焕新”

来自鹤山某企业的梁先生打算在“五一”假期对自住的房屋进行重新装修和购置新的家具家电,正好碰上中国银行业务人员上门宣传金融链式支持以旧换新专项行动,梁先生对该行“理想之家·焕新家”信

贷产品十分感兴趣,工作人员现场为梁先生制订了金额50万元、优惠利率3%的消费贷款方案。

4月30日,梁先生通过手机银行成功提款30万元到自己的个人账户,并根据近期采购和工程进度自主支付给家装公司。“家装家电不仅可以享受国家补贴,现在还可以使用优惠贷款,让整体焕新成本大大下降。”梁先生对以旧换新“政策+金融”的消费组合拳特别满意。

下一步,中国人民银行江门市分行将继续做好金融支持提振消费有关工作,指导银行机构用好各项货币政策工具和配套融资措施,加强信贷产品创新和贷款政策倾斜,让政策红利真正直达消费全链条各类主体。

江门市科普讲师团成立 “百名科普专家百场巡讲”活动全面铺开



讲师团成员万川正在进行科普讲座。

江门日报讯(文/图 记者/傅雅蓉)5月27日,在2025年江门市全国科技活动周启动仪式现场,一场意义非凡的授旗仪式在紫茶丰雅小学礼堂举行。随着市科协主席梁君将科普讲师团团旗郑重授予团长颜自能,标志着由160名专家组成的江门市科普讲师团正式成立,这支汇聚高校学者、科研骨干、一线科技工作者的科普新生力量,今年将在全市范围内大力开展“百名科普专家百场巡讲”活动,为侨乡大地播撒科学种子。

作为“邑科行”科技志愿服务品牌的重磅活动之一,江门市科普讲师团的成立是我市落实“加强全民科普教育”民生实事、深化科普供给侧结构性改革的重要举措。这支队伍由市科协发起成立,市科协党组成员、副主席颜自能担任团长,广东江门中医药职业学院副院长赵斌、蓬江区里仁小学校长万川任副团长,成员涵盖学校、科研院所、科技企业等多个领域的专家学者,其中既有深耕前沿领域的江门中微子实验室研究员,也有扎根基层的农业技术推广专家。

依照《江门市科普讲师团管理办法》,讲师团将以“精选题材、精编课件、精挑讲师、精彩宣讲”为原则,聚焦前沿科技、医疗保健、农业技术、科学教育和生活科普等十大重点领域,全年开展百场公益性科普活动。值得关注的是,讲师团通过设立“科普人才蓄水池”机制,多元化渠道广泛吸纳和培养具备专业知识、科普热情与传播能力的复合型人才,为科普事业打造可持续

的人才链。

作为巡讲活动的首站,江门中微子实验室徐吉磊博士的《宇宙中的基本粒子》讲座引发热烈反响。5月13日,徐博士在开平市风采实验学校的讲座通过直播吸引2万余人观看,学生们围绕中微子特性提出的“测中微子的设备坏了怎么办”等问题,展现出强烈的科学探索欲。讲座结束后,学生们纷纷索要签名,将徐博士视为“科学爱豆”,这种现象级科普场景正是讲师团“精准滴灌”的生动写照。

这种“从娃娃抓起”的科普理念已融入讲师团工作体系。5月24日下午,恩平市图书馆四楼报告厅内座无虚席,挤满了关心孩子成长的家长,一场关于儿童注意力培养及淘气和多动症鉴别的讲座在此举办。讲师团成员栗丽群医生用通俗的例子,详细讲解了儿童注意力发展规律,分享了实用的培养策略。互动环节气氛热烈,家长踊跃提问,孩子和家长一起参与游戏,栗丽群在现场进行专业指导。

近日,江门市科普讲师团走进紫茶小学开展了人工智能进校园讲座,在甘化社区科普大学开展了痛风知识小讲堂。在防灾减灾日,台山市中医院护士长陈嘉茵还在台山市技工学校开展了《应急救护》专题授课,传授实用急救技能。

随着“百名科普专家百场巡讲”活动的全面铺开,从进校园进社区,从实验室到田间地头,这支科普铁军将以科学之光点亮侨乡,为“科技强国”建设注入源源不断的江门力量。



提升消费环境 提供情绪价值

不久前,央视播出的《三餐四季》节目展现了江门的一些特色美食。品尝美食的场地,有江门市区启明里的庭院,有开平赤坎华侨古镇,也有台山的民间收藏馆,环境都很优美。美食配美景,更加让人食欲大开,赏心悦目。由此,笔者不由得想到消费环境这个话题。

消费环境是指消费者在消费活动中面临的、对自己有一定影响的、外在的、客观的因素,包括很多方面。大的方面,包括社会环境、自然环境等,小的方面,指商家在营业场所营造的、能被消费者感官所感受到的空间。我们知道,消费活动须具备三个基本要素,即消费主体(消费者)、消费客体(消费品和劳务)和消费环境。任何人(消费主体)的消费,都是在一定的消费环境中对消费客体进行消费的过程。消费质量反映消费主体的质量、消费客体的质量和消费环境的质量。三者结合得较好,消费质量就较高;否则,消费质量就低。这其中,消费环境是一个重要的因素。在一定程度上,消费环境能影响人们是否消费、消费多少,以及消费体验、审美和情绪,进而影响商家的口碑和生意。商家的消费环境差,消费者就不愿意光顾,消费环境好,消费者就会被吸引,并可能因为美好的感受而成为“回头客”、老客户,这样的客户越多,商家的生意自然就好些。

消费环境的演变,本质上是经济发展与社会进步的具象化呈现。以前人们外出消费,不怎么注重商家的空间、装修、卫生、灯光、绿化等消费环境。随着社会的发展,人们生活水平的提高,对商家的消费环境也提出了更高要求。消费环境差的商家,就会受到消费者的冷落,生意就会受影响,就有可能被市场淘汰。也就是说,如今的消费,不再仅仅是获取商品或服务的交易行为,而是逐渐演变为一种包含感官体验、情感满足的综合性活动。调查数据显示,近十年间,消费者在选择餐饮场所时,环境因素的权重从23%提升至45%,这一显著变化直观反映出消费观念的深刻转变。

消费环境的优化,不仅是视觉上的享受,更是情感上的满足。在快节奏的现代社会,人们渴望在消费过程中获得情感慰藉与精神放松。在江门,除了大街小巷的茶馆店外,还出现了大顶人家、一壶好茶、溪云茶馆这样的庭院式茶馆,茶馆内种植花草,营造出一片自然的园林景观,让顾客放松、惬意,让美学空间成为消费者的精神家园,而这也是线下实体店对抗电商的核心竞争力之所在,不能不引起商家的重视。

现在,人们在线下消费,不但有物质追求,还有精神追求。商家可以通过环境这种无声的语言,给客户以美的享受,提供情绪价值。人民对美好生活的向往,不就是体现在这些点点滴滴吗?

(吕胜根)