

编者按:暑假,是学生们念念不忘的假期,更是各大商家们翘首以盼的消费“旺季”。各大教育培训机构、购物中心、商场、影院奇招百出,针对学生群体推出系列主题活动和打折促销,力争在“暑期经济”中分得一杯羹,“暑期经济”这块大蛋糕,再度发酵、出炉。



# 暑假经济: 短暑假迎来“消费热” 学生群体成消费主力



位VR体验区的工作人员边帮小朋友带上VR眼镜边对记者说,到了暑期,每天的人流量都很大。“尤其是双休日晚上人流量基本翻倍,孩子们想玩还需要排队,这种情况一般会持续到暑期结束。”该工作人员说。

在万达电影城门口,记者发现不时有学生三五成群地进进出出。“想趁开学前,把能看的、好看的大片都看完了。”大学生小陈说,炎炎夏季,吃完饭再看一场电影是最好不过的搭配了,而且暑假期间看电影最大的好处就是白天场人不多,能选到自己满意的位置和合适的时间,“运气好的时候全场就五六个人,‘包场’的感觉不错。”影城工作人员告诉记者,白天的消费人群基本集中在学生党。近期《八佰》《哈利波特与魔法石》《1/2的魔法》等新、老影片正在热映,各大影院的观影人数及票房收入都将会会有一个明显提高。

## 培训课程选择多元化

尽管今年暑假时间缩短,但报读补习培训班的热情丝毫没有缩水,学科培训与素质培训双双活跃起来。孩子们的课程,逐渐呈现出多元化趋势,除了学科补习,艺术、体育等兴趣培训也占了相当高比例。

家住金谷华城的陆先生儿子即将升入初一,为了让孩子能够更好的衔接上初中教育,这个暑假也没有因为假期缩短而减少报班计划,“孩子上午上篮球课,下午去培训班写暑假作业、阅读理解、硬笔书法。”陆先生也坦言,孩子的暑期培训费已经花了不少:“算上之前给孩子上的暑期夏令营,这个暑假孩子的花费约在一万七千多。”

在校外培训机构的选择上,家长们还是会尽力给孩子们留出“素质教育”的空间。调查显示,学生的课外补习不限于学科培训,许多家长会选择让孩子在幼年时接受更多元化教育。在各类课外培训中,音乐、美术等兴趣类的培训占比最高,游泳、篮球课等健身课程也非常受家长、学生的青睐。

某艺术培训机构杨老师对记者说,今年虽然停摆了近半年

时间,但是暑期招生情况还是比较乐观。“前来咨询的学生和家长比往年要多。还有部分高中生,因为今年疫情的特殊情况不出去旅游,就把时间安排来学习一些易上手的乐器。”

## “准考证”遇上“开学季” 优惠多

暑期是服装、眼镜等零售行业的打折旺季,也是百姓出行、用餐、休闲娱乐活动颇为密集的时间段。针对这段时间消费的主力军——学生群体,各大商场、电商平台也推出了品类繁多的优惠商品和消费项目,引人关注。

在新天地购物中心,多家服饰品牌店内人山人海,热闹非凡。各书店、文具店也是暑期颇具人气的地点。在实用的基础上,现在不少品牌文具也走起了“文艺范儿”路线,以较高的颜值获得了学生们的青睐。

在消费高峰,各种打折促销自然不能落下。一家眼镜店对学生推出了各种优惠活动,可以凭中、高考准考证或者学生证享受相应优惠。家长张女士也趁开学前带女儿来重新配眼镜:“正好有优惠就带孩子来配眼镜,因为眼镜这种不太好在网上购买,怕配的度数不准。”

许多品牌也针对暑期和即将到来的开学推出各种“开学礼”优惠,一家体育品牌的销售人员告诉记者,这次活动力度比较大,部分新款服装和鞋都参与打折,学生消费者特别多。

暑期是数码产品的销售高峰期,不少即将步入高校的学子纷纷开始采购笔记本电脑和手机等产品。“为了促进暑期销售,我们主打几款适合学生群体的机型,在价格上也做了相应的调整,再加上品牌效应,目前销量还不错。”一家品牌手机店销售人员告诉记者。

## 阅读健身 健康生活成消费新业态

记者也发现,这段时间各大书店白天的营业状况有点“遇冷”。“一般晚上顾客会多一点,一晚上大概有七八十人的客流量”,大众书店的工作人员告诉记者:“目前店内卖的最好的是散文、小说等书籍,预计到开学前后一两天来买教辅书的人会更多一点。”

与书店的白天“冷遇”不同,暑期白天的图书馆内可谓人气爆棚,图书馆的二楼和三楼的每一处读书卡座几乎座无虚席。工作人员告诉记者,最近都是来

看书考研考公务员的读者居多,不过因疫情防控需要,目前还是采用预约入关的方式,如果有需要购书的读者也可以在图书馆内的金沙书房处购买相关书籍。

今年的疫情,也让更多人重视起健康生活。暑期以来,健身房的人流量日渐增加,许多家长在健身的同时,也选择将孩子带去一起健身。

家住城南小区的王女士近期给孩子报个健身亲子班,“我家附近开了一家健身房,听说有儿童项目,准备带孩子去锻炼锻炼。”

## 商场内“游乐园”成主角

目前,越来越多的商家将橄榄枝抛向了低龄儿童。城区的不少购物中心都将商场变成了“游乐园”。各大商场里,孩子都成了主角,商场内的儿童配套设施,比例也是越来越高,多种亲子活动纷纷上演。

在八百伴的儿童活动区域,无论是电动游戏区还是玩具区里都有不少正在娱乐的孩子。

而吾悦广场的儿童体验业态就更丰富了,充气城堡、VR游戏、卡通车、DIY游戏区和自助游戏区都吸引了不少小朋友,许多游戏区甚至排起了长队。一

## 记者短评:

受年初疫情影响,今年暑假时间从往年的两个月被缩至一个月,但是市民们的消费热情却被连日的高温点燃,而对于刚刚经历一段“艰难时期”的商家来说,暑期的到来,无疑是“久旱逢甘露”。各大商家深挖本地消费市场,更加注重商品和服务质量的提升,为消费者提供更优质的消费体验,满足更多不同消费需求和消费层次的消费者,消费呈现多元化发展。不过面对种类繁多的促销活动,笔者也提醒各位消费者在暑期消费也需要量力而行,理智消费。 李蕾

用健康成长  
创作我们的时代主旋律



我去上学校,天天不迟到