

关注儿童·消费篇

# 玩具的诱惑

本报记者王佳丽文/摄

儿童节前后,台州各大商场开启了“狂欢”模式。商场中庭成为儿童嬉戏的乐园,超市里贴出了“玩具满200元减100元”的折扣,母婴用品、童装、玩具等店铺也纷纷推出相应的优惠活动。在节日氛围的推动下,“儿童经济”持续升温。

## “爆款”玩具风靡娃圈

这个“六一”,最流行的儿童玩具是什么?每家玩具店专门开辟的奥特曼主题展区,显示了这个IP蓬勃的生命力。奥特曼角色模型、奥特曼武器模型、卡片、盲盒……各式各样的奥特曼周边产品成为玩具界的“顶流”。

有店员告诉记者,现在孩子间最流行的玩具便是奥特曼卡片。如今,具有盲盒、社交、收藏属性的奥特曼集换式卡片已经成为孩子的“新宠”,甚至成为孩子间的“社交硬通货”。

走进路桥区新小商品市场附近的茜茜玩具店,仿佛步入玩具的梦幻乐园,各式各样的玩具挤满了货架的每一个角落。在这里,你能找到市面上大多数流行的儿童玩具。

这家店的老板告诉记者:“奥特曼卡片有卡包、整盒等不同包装,价格从几元到几百元不等。来买卡片最多的是小学生,他们通常会带一本卡册,专门用来放收集的卡片。”

“不同的孩子和家长需求不同。一般来说,女孩子更喜欢娃娃、厨房玩具,男孩子更喜欢动漫模型、仿真无人机等。”老板介绍。

当然,每个阶段总有一些“爆款”玩具,她也会根据现在流行的趋势进货和宣传——比如,现在当红的仿真厨房做饭玩具,成为她朋友圈分享的重点;最近,借助可达鸭音乐的爆火,她也宣传起了店里的可达鸭玩具。

## 如何选玩具,家长有话说

上周末,记者进入一家潮玩店,潮流手办盲盒、联名毛绒玩偶、桌游卡牌道具……店内玩具琳琅满目,让人看得眼花缭乱。不少家长带着孩子在店内挑选心仪的玩具。其中一位顾客格外醒目,他举着手机在各个展台间忙碌地穿梭,为视频另一端的小孙女挑选“六一”礼物。

家长们更青睐什么样的儿童玩具?记者采访了数位家长。

蒋女士的儿子上幼儿园小班。她和丈夫每年在孩子的玩具上花费2000元左右。“我家孩子喜欢奥特曼,所以我买得最多的就是各种各样的奥特曼。今年儿童节,我准备了一件奥特曼模型,他爸爸给他买了一件变形金刚模型。另外,他还用积分在幼儿园为自己兑换了一把奥特曼枪模型。”蒋女士分享道。



时下流行的仿真厨房做饭玩具,金女士给女儿买了一套。图片由采访对象提供



在节日氛围的推动下,“儿童经济”持续升温。

在玩具挑选上,蒋女士更在意孩子的喜好和玩具的重复可玩性。“我家孩子喜欢运动,所以家里有电动汽车、自行车、平衡车、滑板、溜冰鞋等运动方面的玩具。最近,我又给他买了室内篮筐和篮球。我之前在网上‘种草’了积木拼图,买了一套‘航天飞机发射中心’的模型给他,但这对小班的孩子来说难度太大,最后还是他爸爸帮忙完成的。”蒋女士说。因此她的经验是,买玩具要更适合孩子年龄和性格的一些越简单、越是基础款的玩具,往往可以玩得越久。

有两个女儿的金女士今年照例准备了两份儿童节礼物。“姐姐今年上四年级,对普通玩具的兴趣已经不大,她这个年纪的孩子流行做手账之类的DIY活动。所以,今年我送了她一些精美的信封和信纸,还有一套刺绣手工材料。妹妹今年两周岁,我给她的是一辆儿童平衡车。”

对于金女士来说,挑选玩具最重要的是安全性,其次是玩具的附加价值。“给妹妹买得最多的是益智类玩具和运动类玩具,这些玩具比较耐用,还能帮助孩子活跃思维、锻炼身体。”另外,妹妹的玩具有一部分来自姐姐以前的玩具,重复使用这些玩具,对金女士来说,是一个既省钱又环保的选择。

尹女士的儿子今年3周岁。“我的孩子特别喜欢奥特曼,家里有很多奥特曼模型和书籍。今年‘六一’,我给孩子准备了品牌限量的奥特曼T恤,还有一个玩具车模型。”

尹女士每年在玩具上的消费在2000元左右。相比线下购物,她更喜欢网购。

尹女士分享了她的淘宝订单,近期她的玩具消费有babycare六面盒、可优比儿童滑板车、万高儿童积木桌等,总价在1000元左右。“其实大部分玩具价格没这么贵,但有几件价格高的,总花费就上去了。对我来说,网购可选择余地大,更加方便。除了带着孩子逛街时,孩子在店里看中的玩具会现场购买,一般我都会选择网上购物。”除了尹女士,另外几名接受采访的家长也表示,更习惯网购的消费模式。

家长选择网购玩具,已经成为常态。中国玩具和婴童用品协会日前发布的《2022中国玩具和婴童用品行业发展白皮书》显示,2021年,国内市场玩具零售总额为854.6亿元,比上年增长9.6%,其中,天猫、京东和抖音三个平台玩具销售总额比上年增长9.3%。同时,调查也显示,参与受访的消费者更倾向通过电商平台来了解商品信息,在直播电商平台购物的比重也有所增加。

在另一份京东超市近日发布的《2022玩具消费报告》里,国潮积木、IP潮玩盲盒、可编程机器人STEAM玩具成为三大送礼首选。数据还显示,可编程机器人STEAM玩具在第一季度的成交额同比增长282%,具有益智启蒙作用的科学实验套装和编程机器人玩具也大受欢迎。

“现在的孩子,好像人手一套科学实验套装和编程机器人玩具,实在是太‘卷’了。”金女士吐槽。

她的大女儿也有一套科学实验套装,是她的闺蜜送的。“套装里有很多材料,需要亲手做道具,然后观察实验现象,但她只玩过一次就闲置了,里面的大部分实验她都没有兴趣。我觉得这个玩具更适合年龄大一点、喜欢独立思考且有强烈动手意愿的孩子。”

受家长欢迎的益智启蒙类玩具,孩子却未必买账,林女士也有相似的苦恼。“我家孩子今年上二年级,之前我花300多元买过一套编程机器人玩具,还送他去上编程体验课,但是他对这些并没有兴趣,我们就不强迫他了。”而她的孩子现在最喜欢的玩具,便是如今风靡娃圈的奥特曼卡片。

“益智玩具虽然也是玩具,但是抱着学习的目的玩,孩子未必会喜欢。而奥特曼卡片,大概可以带给他最纯粹的快乐。简单而无用的快乐,也是一种快乐吧。”林女士试着宽慰自己、理解孩子。

说,是一个既省钱又环保的选择。

## 网购玩具成为趋势

尹女士的儿子今年3周岁。“我的孩子特别喜欢奥特曼,家里有很多奥特曼模型和书籍。今年‘六一’,我给孩子准备了品牌限量的奥特曼T恤,还有一个玩具车模型。”

尹女士每年在玩具上的消费在2000元左右。相比线下购物,她更喜欢网购。

尹女士分享了她的淘宝订单,近期她的玩具消费有babycare六面盒、可优比儿童滑板车、万高儿童积木桌等,总价在1000元左右。“其实大部分玩具价格没这么贵,但有几件价格高的,总花费就上去了。对我来说,网购可选择余地大,更加方便。除了带着孩子逛街时,孩子在店里看中的玩具会现场购买,一般我都会选择网上购物。”除了尹女士,另外几名接受采访的家长也表示,更习惯网购的消费模式。

家长选择网购玩具,已经成为常态。中国玩具和婴童用品协会日前发布的《2022中国玩具和婴童用品行业发展白皮书》显示,2021年,国内市场玩具零售总额为854.6亿元,比上年增长9.6%,其中,天猫、京东和抖音三个平台玩具销售总额比上年增长9.3%。同时,调查也显示,参与受访的消费者更倾向通过电商平台来了解商品信息,在直播电商平台购物的比重也有所增加。

在另一份京东超市近日发布的《2022玩具消费报告》里,国潮积木、IP潮玩盲盒、可编程机器人STEAM玩具成为三大送礼首选。数据还显示,可编程机器人STEAM玩具在第一季度的成交额同比增长282%,具有益智启蒙作用的科学实验套装和编程机器人玩具也大受欢迎。

“现在的孩子,好像人手一套科学实验套装和编程机器人玩具,实在是太‘卷’了。”金女士吐槽。

她的大女儿也有一套科学实验套装,是她的闺蜜送的。“套装里有很多材料,需要亲手做道具,然后观察实验现象,但她只玩过一次就闲置了,里面的大部分实验她都没有兴趣。我觉得这个玩具更适合年龄大一点、喜欢独立思考且有强烈动手意愿的孩子。”

受家长欢迎的益智启蒙类玩具,孩子却未必买账,林女士也有相似的苦恼。“我家孩子今年上二年级,之前我花300多元买过一套编程机器人玩具,还送他去上编程体验课,但是他对这些并没有兴趣,我们就不强迫他了。”而她的孩子现在最喜欢的玩具,便是如今风靡娃圈的奥特曼卡片。

“益智玩具虽然也是玩具,但是抱着学习的目的玩,孩子未必会喜欢。而奥特曼卡片,大概可以带给他最纯粹的快乐。简单而无用的快乐,也是一种快乐吧。”林女士试着宽慰自己、理解孩子。

# 过气玩具的归宿

本报记者卢珍珍

放在闲鱼上卖掉。”

## 她把过气玩具卖出高价

扔了可惜,放着占地,过气儿童玩具是很多人眼中的鸡肋。

但在近几年,过气玩具的归宿,不再局限在垃圾桶。一些宝妈,在过气儿童玩具中找到了商机。有人在朋友圈尝试过玩具租赁,也有人把过气玩具放到闲鱼上转卖,卖出比原价更高的价格。

## 她曾租赁过气玩具

在购买玩具这件事上,对于家中的两个儿子,蒋女士的态度截然不同。

2015年,应女士的大儿子出生。初为人母,应女士想把时下最流行的玩具,都让大儿子玩一遍。每个星期,家里的玩具堆里都会出现新成员。

应女士喜欢看到儿子拿到新玩具时的笑脸,“我喜欢看到他笑,不是小孩要买,是我自己愿意主动购买。”

一件进口玩具,要几百元或上千元的价格。应女士回忆,大儿子出生的前两年,每年光玩具消费就要上万元。

没有意外,每星期一次或多次购买的频率,导致整个家的空间被玩具挤满了。“当时我在网上看到一篇玩具租赁的文章,就在百度搜索了相关新闻,还特意看了几篇攻略。”那时,玩具租赁在大城市是一种潮流,应女士也租过玩具给儿子玩。

2016年,为了节省空间,应女士做起了同城玩具租赁生意。

“通过朋友圈转发,我有了100多个客户,主要在椒江主城区。”应女士把儿子不爱玩的玩具进行消毒,再放到朋友圈里租赁。

应女士有一本手账,上面记录了她每次出租玩具的信息,比如客户的地点、租赁时间等。等双方价格谈妥,应女士会将玩具送到对方手中,租赁时间到期,她再上门收回。在应女士的客户群中,短租租玩具一个星期,长租租两个月。

“一件五六百元的玩具,租的费用也就几十元,如果租的时间长,费用更便宜。”应女士回忆,这一波玩具租赁操作,的确帮助她节省了很多空间,也是玩具再利用的好途径。

玩具租赁赚到的钱,应女士会用来持续购买玩具。但这个小生意,只持续了一年左右的时间。“不知道做什么,之后来咨询的宝妈,慢慢变少了。我最后把那些过气玩具,便宜卖给租赁的宝妈了。”

前两年,应女士的小儿子出生了。对于买玩具,应女士早已没有那么热衷。

频繁买玩具,可能是一种教训。应女士发现,大儿子对于新鲜事物的好奇心和兴奋度,往往持续不了多久,专注力变得很差。

“小儿子出生之后,我不再买太多玩具,有些是哥哥用过的玩具,我的专注力明显比哥哥好。”这是应女士的感触。

租赁玩具,在应女士看来,只是大城市风靡一时的潮流,而自己成了那次潮流中的参与者。“当时没怎么用闲鱼二手闲置交易平台,如果是现在,过气的玩具我可能会



周女士会留下玩具外包装,以便二次出售。图片由采访对象提供

本报记者陈伟华

# 凉溪古道采风活动举行

近日,凉溪古道采风活动举行。我市30多位作家、诗人奔赴路桥,以当地的风土人情、人文历史为素材,进行艺术创作。

当天下午,冒雨来到桐屿街道上童村的作家、诗人雅集东盘山下,参观黄馆纪念馆。该纪念馆陈列着明朝礼部尚书黄馆的图像、文字、实物、研究论著等资料,还有当代一些书法家的作品。

黄馆纪念馆于2009年12月开馆,秉持“教学合一,官民一体,雅俗共赏”的发展导向,为讲好儒学故事、传承文化经典作出了贡

献。纪念馆负责人林筠珍为来访客人讲解了黄馆的生平事迹,阐述建馆的初心和使命。在馆后200多米高的东盘山,现还留有黄馆的摩崖石刻。

采风团一行人从黄馆纪念馆出发,游览了凉溪古道。沿着古道拾级而上,只见山涧清潭流水潺潺,绽放的格桑花散发着夏天的气息。他们时而缓步浅谈,时而驻足吟诗,并不断地用镜头捕捉美好的瞬间。

凉溪古道位于台州绿心,紧邻飞龙湖生态区,曾是连通黄岩与路桥的老官道。沿途有十八丘田,地坎平坦,土壤肥沃,是凉溪村世代村民辛勤劳作开垦的梯田。还有凉溪水车、

天打岩水库等“天然氧吧”,周围青山环绕,潭水碧绿如镜,倒影如画。继续沿古道往上,可直达Y髻岩。Y髻岩位于黄岩九峰山北部之巅,海拔500多米。两岩峭壁对峙,各高30多米,远远望去,好似古时侍女的双髻。

青山伴秀水,农村变景区。凉溪古道周边的小棚、凉溪、上山童等村庄,如今已串联成带,启动“五村连片”开发项目,全力打造“体验、休闲、产业、观光”四位一体的旅游精品。

此次采风活动的举办,借古塑今,提高凉溪古道的影响力,抒发我市作家、诗人对故乡的眷恋和美好回忆,为乡村振兴插上文化的翅膀。

本报通讯员江文辉

# 温岭松门:“海之声”唱响文化礼堂

“我的心爱在天边,天边有一片辽阔的大草原;草原茫茫天地间,洁白的蒙古包散落在河边……”5月23日晚,悦耳嘹亮的歌声从温岭市松门镇“松门大院”金色大厅里传出。松门海之声合唱团的学员正在这里排练《呼伦贝尔大草原》。

19点30分许,市音乐家协会主席陈波、市合唱协会理事长刘燕玲、市文化馆副馆长孔祥波和台州市教师合唱团常任伴奏曹飞燕一行人,步入大厅。学员们停止排练,纷纷鼓掌。现场,几位老师即兴教学。刘燕玲引导

合唱团成员,要将歌唱视为一种抒情表意的诉说和表达,注重聆听伴奏构建的节奏旋律和情感基调,深入理解歌曲中旋律的疏密有致,体验音乐作品表现的收放自如。她还请曹飞燕作弹唱示范,指导合唱团成员在歌唱中将情感自然流露、汇聚迸发、写意收尾。

“几位音乐界的老师肯定了我们的合唱理念,这让我们信心百倍,更有动力继续前进。”合唱团团长苏坤正告诉记者。松门镇海之声合唱团成立于2020年4月,以海韵新村文化礼堂为根据地,目前招收学员70人,其中男学员20人、女学员50人。该合唱团曾连续两次荣获温岭市文化礼堂合唱大赛金奖。