

●孩子在樂園中親親萌萌。
香港文匯報深圳傳真



深圳「寶貝經濟」火爆 港客捧沉浸式樂園

人均百餘元玩足全日 親子消費成大商場吸客利器

內地黃金周 一線直擊

在高空滑索享受滑行的樂趣、與寶貝一起在彈床上跳躍解壓、鼓勵孩子在玩樂中探索和學習……在深圳、廣州、中山等地，如MELAND、星際傳奇、Gjump運動樂園這樣的室內樂園，國慶黃金周人頭攢動。隨著「90後」「95後」父母成親子遊樂主力消費群，新生代家長對兒童遊樂園的審美、體驗、寓教於樂等要求也進一步提高，親子空間開始向沉浸式主題場景、一站式綜合體驗轉變，並成為大型商場的吸客利器。

據中國兒童產業中心相關數據顯示，中國兒童消費市場規模每年約為3.9萬億元（人民幣，下同）至5.9萬億元，其中八成以上的中國家庭結構中，兒童相關開支佔據了家庭總開銷三成以上比例，且這一比重仍在穩步上揚。

●香港文匯報記者 毛麗娟、李薇 深圳報道

在深圳南山區的熱門商圈如萬象天地、歡樂海岸、歡樂港灣等，大型商場已固定標配室內兒童遊樂園，而不少與兒童消費相關的商家為了引流，也紛紛推出形式多樣、內容豐富的親子活動。如母嬰品牌Babycare在店內專門設置了兒童遊樂區，家長不消費也可以帶著寶寶入內不限時使用品牌玩具；元氣壽司為滿足兒童排隊需求，在門口設置了兒童積木區，食客埋單後還能憑消費額度換遊戲幣讓兒童扭盲盒；兒童服裝品牌千趣會不僅在店內闢出大片空間設兒童玩樂區，還設計卡通裝置區供家長給寶寶拍照……

年輕父母愛陪玩 逗留逾4小時

顯然，隨着服飾疲軟、餐飲見頂，與兒童消費相關的業態正重新開始走俏，成為當下為數不多具有確定性的消費品類。而調查顯示，兒童業態不僅可有效引流，還可延長消費時間。如MELAND等兒童室內樂園，人均停留時間長達4.3小時，又遠超其他業態。

「作為『80後』、『90後』的新一代父母，我們小時候經歷了父母疏於陪伴的缺憾，成家生子後，我認識到了與孩子共同成長的重要性，所以會更願意花時間、精力和金錢，與孩子互動。」在歡樂海岸「尼克Playtime」享受親子時光的徐爸爸一家向香港文匯報記者分享道，「我們傾向於通過參與各類活動來加深與孩子的情感紐帶，並相信這樣的互動將對孩子的全面發展產生積極而深遠的影響。」

親子客流中不乏有一手牽着兒女、一手拖着箱子的港人家庭。這些港人家庭表示，與香港不少商場兒童樂園按小時收費不同，深圳的兒童樂園均是按天收費，每次平均僅百元出頭，即可享受一整天的歡樂時光。閒暇之餘，還能盡享深圳豐

富的娛樂設施和美食。「內地的室內樂園空間大、設施新，不少還融合有寓教內容，這對我們來說是全新體驗。」港人周先生認為，良好的親子遊玩體驗、實惠的服務、多樣化的選擇，給港澳家庭種草了更多「心」選擇。

在深圳深業上城的Gjump運動樂園，近3千平米的空間內配備有多個遊玩項目，「小朋友最愛玩我們的充氣城堡、彈床、魔鬼滑梯等項目，大人則最喜歡高空落下等項目，我們樂園非常適合家庭親子遊，因為大人小孩可以一起參與。」Gjump市場經理孔碩透露，一到周末和節假日，商場就會迎來很多港人家庭打卡，而為了方便港客，Gjump會在大廳專門預留一片空間，免費保管大件行李。

分店主題各不同 假期三成港客

在深業上城的MELAND CLUB（MELAND品牌高端旗艦店），周末也是香港家庭過來遊玩的熱門時段。「因為深業上城開通了前往香港的巴士，所以今年港客明顯多了起來。港客通常傾向於辦理1,580元玩12次的預付式次卡，可以在深圳市通用。」該分店市場經理鄧冬秀介紹說。

MELAND和星際傳奇同屬於室內遊樂運營商「樂的文化」旗下品牌，目前在深圳開設有30多家門店，每家都有自己的特色項目，如深業上城店主打「精靈峽谷」、寶安壹方城店主打「愛麗絲夢遊仙境」、南山萬象天地店主打「小王子星球秘境」、龍華壹方天地店主打「城市摩天花園」……「我們希望通過感官和項目的差異性，帶給顧客『一店一體驗』的全新感受。」MELAND品牌總監高雅和指，不少港客會選擇到不同的門店體驗，「通常2至3個家庭結伴同行，在節假日，門店的港客數量約佔30%。」



掃碼睇片



●國慶假期期間，位於深圳萬象天地的兒童遊樂場門口排起長龍。香港文匯報記者李薇攝

品牌樂園灣區增4店 主打玩學一體

在經濟形勢面臨挑戰的當下，親子遊樂品牌MELAND展現出了頭部品牌強勁的發展動能。中秋國慶前後，MELAND在中山富逸城、珠海海韻城日月貝、深圳龍崗大運天地、深圳阪田萬科廣場連開4家全新升級的門店，給大灣區的親子消費體驗市場注入新熱潮。

在不同的門店，除了豐富前沿的遊樂項目，MELAND還特別設置了兒童劇場、繪本館、科學實驗室、萌宠動物園等多個教育探索互動區域。孩子們可

以在這裏參與繪本延伸、科學實驗、音樂律動、烘焙體驗、職業模擬等多樣化的活動，邊遊玩邊學習。

同時，為滿足時下家長所推崇的「自然養育理念」，MELAND也探索出了「玩學結合」的內容體驗。如在門店中設置「幼兒啟蒙」、「育樂課程」、「主題遊園會」等遊學活動板塊，並推出「陪玩服務」、「集體遊學營」等創新導玩業務。「我們希望從家長和孩子的陪伴、成長需求出發，將『玩』和『學』融於一體，滿足家庭消費者對於高品質親子娛樂的需求。」MELAND品牌總監高雅和舉例，像寶安壹方城店，全天排滿了好玩的課程，家長可以通過小程序預定，而這些課程70%以上為免費。

讓家長休息 讓孩子高質量暢玩

此外，不同區域的專業導師會組織小朋友帶著問題去玩和探索，用「玩商」取代傳統的「放風」和「瞎玩」。「當下不少家長的痛點是陪玩太累，而MELAND希望做到的是，讓家長休息、讓孩子高質量暢玩。」高雅和說。



●孩子在體驗模擬消防車救火。香港文匯報記者李薇攝

連鎖餐廳推兒童餐 大人細路「過嘴癮」

港人家庭北上遊玩，家長們自己「過嘴癮」的同時，也需兼顧小朋友的用餐需求，因此兒童餐消費在深圳也有異軍突起之勢。

送玩具盲盒 設玩樂專區

面對節假日家庭客流的激增，不少餐廳推陳出新，優化菜單，力求為每一位到訪的家庭成員，尤其是小朋友們，帶來更加滿意與貼心的服務。香港文匯報記者發現，各餐飲品牌在兒童服務上百花齊放，如海底撈加速升級為兒童提供熱製食物套餐，並進行兒童手工坊等創意周邊的研發；黃記煌上新了mini版「兒童燜鍋」並贈送玩具盲盒，還在店內設立了積木、畫板、圖書等兒童專區；探魚也推出了含蝦仁、蒸水蛋、西蘭花、米

飯的兒童套餐。在深圳COCO Park探魚享受用餐時光的楊女士向香港文匯報記者表示：「我選擇這裏，很大程度上是因為他們出色的兒童餐服務。餐廳還提供了兒童專屬的餐牌，孩子們可以通過圖片自己挑選喜歡的菜品，而且食材都是精心挑選，專為兒童準備，讓人非常放心。」

還有MELAND CLUB，之所以能成為不少港人家庭的新選擇，也是因為室內樂園裏配備有親子餐廳。不僅環境超夢幻，寶寶營養餐單選擇也十分豐富，甚至人均不足100元就能定制專屬生日派對。「基本可以一站式解決寶寶的吃喝玩樂需求。」港人周先生說。



●位於寶安前海壹方城的MELAND樂園主打愛麗絲主題。香港文匯報記者李薇攝

15.5萬車次 深中通道單日車流創新高

香港文匯報訊（記者 方俊明 中山報道）今年國慶黃金周期間是深中通道開通後的首個長假，期間實施7座及以下小型客車免費通行，車流增大，深中通道迎來首次「大考」。香港文匯報記者3日從廣東省交通運輸廳獲悉，深中通道在國慶黃金周首日車流量創下了通車以來的新高，單日通行量達15.5萬車次，較前一日環比增長近56.3%。深中通道開通以來，港澳車輛上橋數量也逐步增多，粵港澳大灣區互聯互通加速。

「深中通道西行中山的車流量自9月30日下午3時起便逐步增大，在深圳側與廣深沿江高速相接

的水下互通立交、海底隧道段出現緩行。」深中通道網路調度中心副部長徐先蔚表示，國慶黃金周期間民眾出行熱情高漲，跨珠江口的主要通道深中通道、虎門大橋、南沙大橋等均出現大車流現象。據最新統計，截至10月2日下午，深中通道車流量仍處於高位，主要集中在西行往中山方向隧道段，東行往深圳方向車流也較平日有較大增長。

5日和6日將現返程高峰

國慶黃金周期間，深中通道每日12時至23時都

有可能出現不同程度緩行。節前車流西行中山為主，黃金周期間雙向車流相對平穩；節後車流東行深圳為主。預測10月5日和6日將出現返程高峰，車流集中在東行往深圳方向萬頃沙立交至海底隧道中段位置。

高峰時段出動無人機巡查

深中通道路政大隊副大隊長葉向才表示：「我們與探救單位實行『駐點+巡查』雙循環模式，在全線設置了8個應急駐點，採取逆時針方式聯

動，實現高效的事故處置和快捷支援。在優化中秋假期保障措施的基礎上，我們對易堵點實施『一堵點一方案』。」在車流高峰時段，還利用無人機進行自動巡查，巡查畫面信息同步反映到監控網路調度中心，能夠迅速發現異常並快速定位，還能通過無人機搭載喊話器對現場進行指引。



●國慶假期，深中通道單日車流量達到通車以來的新高。香港文匯報記者方俊明攝