

# 暑期经济热起来

## 商家奇招百出促销揽客 学生群体成消费主力

进入暑假,全国不少地方也进入“汗蒸”模式,伴随天气热起来的,还有“暑期经济”。

机票1折、门票免费、夜市开启……在疫情尚未结束的特殊背景下,各地商家已经打出各种“暑期牌”,只为赢回“宅在家”的消费者。

另外,“暑期经济”一个最重要的消费群体是正在放暑假的学生,针对这一群体,教育培训机构、购物中心、商场、影院等也是奇招百出,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。

### 学生牌

### 考生特惠、亲子体验

暑假开启,学生和家长无疑是一个巨大的潜在消费群体。伴随高考结束,聚会、旅游成为了不少学生党假期的主要活动。

7月10日,携程发布数据显示,在高考结束后的24小时内,全国多地有关机票、火车票、酒店的搜索量迅速上涨,其中酒店搜索量同比上个月同一天,最高增幅59%,在搜索用户占比中,“00后”的比例占据绝大多数。

因此,不少商家都瞄准了学生这一年轻群体,推出各类考生特惠措施。

近期,河北省邯郸市面向2020年高考考生推出“纪念毕业季,盛夏免费游”活动。从2020年7月18日至8月31日,全国应届高考生持准考证和个人身份证,可免费游览冀南山底抗日地道遗址、太行药王谷等18家景区。

### 降价牌

### 机票一折、门票免费

对于刚刚遭受疫情冲击的旅游业来说,今年暑假的到来可谓期盼已久。

7月14日,文化和旅游部办公厅发布通知,允许旅行社有条件恢复跨省团队游业务。跨省团队游解禁让不少人重燃了“诗和远方”的热情,也让旅游业嗅到了“春天”的气息。

如何在暑期吸引到更多游客?简单粗暴的“降价牌”成为首选。

以航空公司为例,近期,不少公司打出的低价相当诱人。

在某购票平台上,记者查询8月8日当天北京飞往上海的单程机票,经济舱优惠力度甚至低至1.9折,仅不到400元;北京飞往昆明的航班,经济舱最低价格也仅为500元,相当于不到2折。

另外,还有一些航空公司的公务舱也给出了不小的优惠。例如,8月8日北京飞往西安的部分航班公务舱折扣低至3.2折。

除了航空公司,各大景区为了吸引暑期游客也不惜将门票价格一降再降,有的甚至直接免费。

例如,为拉动旅游消费,今年8月1日起至年底,山东省的泰山、三孔、天下第一泉等81家国有景区将大幅降低门票价格,部分低至两折。

山东以外,山西、河南等地都先后发布了景区免票政策。据此前不完全统计,实施优惠措施的国内景区已至少有500家。

### 夜市牌

### 深夜食堂、夜间秀

炎炎夏日,哪里最热闹?当然是消暑夜市。随着全国大部分地区疫情得到有效控制,大街小巷的夜市逐渐红火起来。

对于此前受疫情影响的商家,特别是餐饮业来说,延长营业时间无疑是增加营业额的一个重要渠道。

目前,在全国不少地方都已经出台了促进城市夜间经济发展的政策和具体举措。

就在近日,昆明市启动了南强街“深夜食堂”夏日欢乐生活集市。“深夜食堂”运营时间为晚上9时至凌晨3时,市民除了可以品尝各色小吃外,还能欣赏文艺表演、民俗展示等。

北京也在今年6月印

### 安心牌

### 限流、一米线

疫情之下,能否赢回“宅在家里”的人,让他们重新消费,周全的防疫措施是让他们安心出门的前提。

一边要吸引顾客,另一边疫情防控不能有疏忽,二者如何兼顾?

不少商家开始在营业环境上做文章。限流、一米线、工作人员核酸检测……为的就是能让顾客放心入店。

例如,据媒体不完全统计,在北京,此前已经有包括花乡奥莱村、丰台万达广场、凯德MALL大峡谷店、国瑞购物中心、北京SKP、朝阳大悦城等近20家商场完成了全员核酸检测。

此外,为了避免商场

面对暑期学生、家庭、团队等出行需求,海航旗下航空公司推出多种航空套票。

例如,海南航空为高校师生群体量身定制“师生出行折上折”专项优惠产品,并制定家庭套票产品,满足老人、儿童等群体的出行要求。天津航空也推出学生购票享受经济舱下浮10%左右的票价优惠。

除了航空、旅游业,健身、餐饮等行业也开始打起了“学生牌”。

例如,在某团购平台上,不少健身房都推出了中高考生暑期特训优惠活动、少儿体验套餐、亲子套餐等。

另外,还有些摄影工作室为了满足毕业生拍毕业照需求,专门针对各类应届生推出了特色折扣体验项目。

发实施《北京市促进新消费引领品质新生活行动方案》。根据这个方案,北京将设计开发10条左右“夜赏北京”线路,策划举办10场精品荧光夜跑、夜间秀场等户外主题活动。

另外,北京将实施“点亮北京”夜间文化旅游消费计划,推动有条件的博物馆、美术馆、景区、公园、特色商业街区等延长营业时间。

天津也出台了有关夜市的详细规划。天津市商务局印发了《天津市发展夜间经济十大工程(2020-2022年)》,明确提出逐渐摆脱“夜经济”就是餐饮小吃、大排档的传统思路,逐渐形成食、游、购、娱、体、展、演等多元化夜间消费市场。

一些区域发生人员聚集,这些商场在入口、称重台、收银台等区域都设置一米线,以及温馨提示海报,此外有的商场内还间断播放广播语音提示。

在刚刚重启的各大电影院线内,也须严格执行《中国电影发行放映协会电影放映场所恢复开放疫情防控指南》。

根据要求,影院要采取网络实名预约、无接触方式售票,交叉隔座售票,每场上座率不得超过30%,保证陌生观众间距1米以上。另外,在电影院,一米线、体温测量成为了“标配”,还有不少影院为观众提供了免洗消毒洗手液等物品。

### “暑期经济”消费主力:学生群体

#### 培训补习 学生“充电”忙 机构人气旺

学生的假期很难与“学”脱开干系。每到假期,钢琴、街舞、轮滑、数学、英语等兴趣班、补习班纷纷登场。上到大学,下到幼儿园小班的孩子,涵盖广泛。“别人家孩子都报了各种班,我们也不能落后”——这是不少家长的真实心态。

学校放暑假的同时,各课外培训机构迎来了旺季,“抢生”大战爆发。在某教育机构,各个教室里坐着认真听课的学生,而走廊则挤满了接孩子的家长。据介绍,英语以及理科学科是中学生报名最多的科目,而书法、乐器、绘画等兴趣班主要是为幼儿和小学生准备的。

除了中小学辅导课程外,一些教育机构还开设了英语四六级、托福、雅思等适合大学生的课程。

### 2 零售餐饮 优惠促销刺激学生消费欲

暑期是服装、鞋帽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,引人注目。

在长春市红旗街一家购物中心,多家儿童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。

此外,在全国多地陆续开启“高温模式”的背景下,各线上、线下商家纷纷打出“清凉牌”,大到空调、风扇,小到清凉喷雾、冰垫等消暑产品应有尽有。而便于携带的小风扇、神奇碎冰杯等纳凉小物件的销量也在不断攀升,尤其受到年轻人的喜爱。

### 3 观影健身 瞄准亲子互动促销费

除了各种“买买买”之外,现在“80后”“90后”新生代父母在孩子的消费上更注重体验和互动,随之而来的亲子消费和休闲娱乐异军突起。

如今,在休闲时间和同学、朋友、家人一起看电影,成为学生们的必备娱乐项目之一。在万达影城、吉视影城等各大影院,一些大、中学生成群结伴地排队,等待电影开场。而不少幼儿和小学生也在父母的陪伴下加入了观影大军。

越来越多的商家将橄榄枝抛向了低龄儿童。暑假来临,一些购物中心将商场内的重要区域设置成了游乐园或亲子乐园,专门搭建了大型儿童娱乐设施,电玩、娃娃机、沙堡、淘气堡等备受青睐。

### 游泳安全

消费者应当选择水质清洁、水深适宜、配备有专门救生员的游泳场所游泳。谨慎选择购买预付卡进行消费。

### 饮食安全

夏季气温高、湿气重,是肠道疾病等各种传染病的高发季节。消费者要养成良好的卫生习惯,勤洗手,保持食物洁净。其次,不要暴饮暴食,少吃辛辣等刺激性食物,不宜过多饮用冷饮。

### 旅行安全

谨慎选择旅游目的地,密切关注各地疫情防控部门发布的疫情风险等级情况。旅游前应选择具备合法资质、信誉度高的旅行社。同时要签订规范的旅游合同,在合同中详细约定交通工具、住宿标准、餐饮规格、游览景点、是否有自费项目、是否有购物店消费等行程安排以及争议解决方式等内容。

### 培训安全

首先,报名前一定要充分了解培训机构是否具备办学资质,信誉是否良好,教学方式、师资力量等是否符合要求。其次,要与培训机构签定规范的合同。第三,注意收集和保存培训机构发放的招生简章、广告宣传单等有关资料,以备不时之需。

### 保留消费凭证

消费者要养成索要消费凭证的习惯,注意保存发票、服务单据等有效消费凭证以及合同文本,以此作为后续维权的证据。