



谁是下一个

合肥芭比的日子也不好过

7岁的良良家里有6个芭比娃娃,几乎都是在她四五岁的时候买的。“上幼儿园的时候,同班小朋友会说‘我刚买了个会染头发的芭比’什么的,她听了想要,我们到生日、儿童节或者需要特别奖励一下的时候就会买给她。”不过,良良妈妈告诉记者,最近两年家里却基本没有添新的芭比了。“可能是玩厌了,也有可能是现在新款出得不多,没有什么让她觉得新奇的了。”

和良良妈妈的感觉相类似,省城某大型商场的儿童柜组王经理也把“更新慢”作为芭比销售下滑的原因之一。“之前芭比有出过召回事件,现在国家对儿童玩具的安全问题管得比较严。每一款芭比进来都要重新做3C认证,成本比较高,这就导致了国内芭比产品更新比较慢,销得也不太好。”该经理表示,虽然重新调整后儿童商场里玩具区的面积有所扩大,但芭比专柜的面积和之前相比却减小了。

记者在杭州大厦儿童商场逛了一圈也发现,芭比专柜是这一楼层几个独立的玩具品牌柜中面积最小的,几乎只有乐高的一半。专柜除了销售芭比娃娃之外,不少美泰旗下的其他玩具产品也被摆在这儿一并出售。

在省城其他几家大型商场的儿童玩具专柜,芭比的遭遇也颇为相似。“以前买来送女童和年轻女性是芭比最主要的两大消费动力,但现在后者的市场正在明显缩减。”采访中,听到最多的就是这样的回答“上海芭比关门后,我们也在第一时间联系供货商,询问是否存在玩具安全的问题,不过马上就排除了这个可能性。“应该还是房租之类的成本太高造成的吧。”大家猜测。

其实,在省城一连锁超市,芭比专柜早在几年前的品牌调整中就从前削弱到最终“拿掉”,取而代之的是卖得更好的玩具品牌。“在国外,她确实是很资深也很经典的形象,在国

内她也很有名,但你没有认同感。同样的价钱,我为什么不去买其他更新鲜、更好玩的玩具,或者说,同样是可以梳妆打扮的娃娃,为什么我不买更便宜的那个?”对于芭比的“不好卖”,一位玩具代理商这样分析。

在城隍庙的一家玩具店,记者也确实发现了这样一个有趣的现象:在一片粉色的“女孩至爱”区,乍一看去货架上摆满了各式各样的芭比娃娃。但仔细看,中间区域的货架上,摆着的却是一种名为“金妮芭比”的玩具。这种从外观到玩法几乎和美泰芭比一模一样的金妮芭比,价格却大多只要69元,只有美泰芭比的三分之一左右。“芭比本来就玩它的百变,东西嘛其实也都是在深圳那边代工生产的,现在同样的钱可以买到3个不一样的,有什么不好?”现场一位正在挑选玩具的顾客向记者表示。

一个月前,位于上海淮海路3500平方米的芭比首家全球旗舰店悄然关张。而在很多城市,包括芭比在内的不少玩具品牌专柜也正经历着或撤柜,或缩减面积,或销售下滑的命运。

曾经的“芭比梦”正在醒来。奇迹过后,谁会代替这个女孩成为孩子们心中,甚至80、90后心中新的经典?销售下滑的背后,是儿童玩具市场的萎缩,还是有“外来者”正在“偷食”这块诱人的“蛋糕”?

芭比

一个月前,这家位于淮海中路上,共六层、总面积3500平方米的芭比首家全球旗舰店突然关门,结束了仅仅两年的营业。

曾经,这里是“独一无二的女孩购物体验中心”,拥有芭比娃娃、芭比服饰、芭比珠宝、芭比电子产品、芭比餐厅、芭比美容中心等1600余种芭比产品和互动体验。甚至于,不少外地游客索性把这里当成了上海之行的一个新景点。

如此好的地段,如此知名的品牌,为什么会在开了两年后便关门大吉呢?在此前接受媒体采访时,芭比所属的美泰公司新闻发言人杜凌曾这样解释:“为这家旗舰店制订的推广品牌的目标已达到,此次关门只是芭比品牌战略上的改变,而非业绩不佳的原因。”

而事实上,几乎所有数据都在表明,曾创下过“每秒售出2个”销售奇迹的芭比正在褪去光芒。有资料显示,早在2009年第一季度,美泰的亏损幅度就同比增长了9%,主打产品芭比娃娃销量减半。芭比上海旗舰店的销售目标也在开业的第二年下调了至少30%。

定价过高,水土不服,跟不上时代……对于芭比的没落,我们不难找出各种原因,但面对她的销量萎缩,我们更好奇的是:芭比不好卖了之后,究竟谁在填补芭比所留下的市场空白?有什么玩具正在逐渐替代芭比,成为新一代的经典呢?芭比销量的锐减是玩具市场整体萎缩的一个缩影,还是意味着一场全新市场变革的开始,有本不属于玩具的“外来者”正在张嘴“偷吃”这块诱人的市场蛋糕?

我们试图寻找,寻找下一个能让孩子甚至成年人都心生梦想、必须拥有的“芭比”……



2011 宝贝必“败”玩具

★怡高望远镜
适合年龄:8周岁以上
作为入门级的天文观测仪器,这款玩具可以满足孩子与星星、月亮近距离接触的愿望,也可以作为启发孩子科普兴趣的绝佳载体。

★乐高基本颗粒(450片)
适合年龄:4周岁以上
基本款的乐高积木,孩子可以在家里的指导下随意搭出各种图案和造型,没有图纸,有无限的想象空间。

★乐高英雄工厂系列(华光)
适合年龄:6-16周岁
乐高公司推出的星球大战系列颗粒

玩具,目前推出的有华光、强袭、清风、巨霸、玄匠、突波、翼豪和耐弦等英雄形象。

★奥迪双钻方程式赛车
适合年龄:3周岁以上
奥迪公司配合热播动画片《闪电冲线2》推出的遥控玩具赛车。因为没有危险性,所以适合的年龄层相当广。它的升级版还带有炫光车身以及加速设计。

★星辉兰博基尼车模
适合年龄:3周岁以上
同样是遥控车,这款车模与奥迪的赛车相比仿真性更高,外观也更加抢眼时尚。

跟风影视动漫的玩具产品很热卖,但往往也很“短命”

按照一般规律之下的“此消彼长”,将是什么玩具来填补芭比所留下的市场空白呢?“益智类玩具”是被业内人士提及最多的。

记者在采访中了解到,以进口积木为主打的乐高产品是目前商场里卖得最好的,奥迪等一些主打动漫玩具的品牌销售也不错,但时效性非常明显。

合肥市徽州大道上的一家儿童玩具店的老板告诉记者,随着奥迪玩具有限公司拍摄的《火力少年王》的热播,今年春节前后,很多孩子都指名要买悠悠球,最高时一天能卖掉50多个。只不过最近一两个月来这股风气一下子就退了,销量也

直线下滑。

“现在打算主推的是与《变形金刚3》有关的玩具。”这位店主告诉记者,随着影片即将于6、7月份上映,部分相关产品已经陆续在店铺里铺货。

在城隍庙的玩具区域,记者也发现,绝大多数售卖玩具的小店打的也都是“动漫”牌,海绵宝宝等国内外热播动画片的相关玩偶及衍生产品在这里都能找到踪迹。

“从吸引眼球、最快获利角度来看,卖这类热播动画片的衍生玩具确实是最方便的。但它们的寿命往往很短。”长期从事玩具代理销售的徐先生分析说,“玩具

消费市场大多是家长在主导,所以像乐高这类动手、益智玩具的生命力还是比较强的,应该是未来市场的主力。”

相比于徐先生的乐观预期,一位不愿具名的儿童商场负责人则对合肥乃至国内传统玩具市场的前景并不看好。“其实欧美市场上好的玩具品类很多,但受到种种限制都没办法进口到国内,这就导致国内玩具种类不多,新花样更少。我个人觉得,以后的玩具市场会更加难做。不断推陈出新的电子产品会是传统儿童玩具最大的敌人。”这位负责人说。

iPad会成为下一个“芭比”吗?

而事实上,这位负责人的“预言”似乎正在变成现实。

在各大商场的玩具区,记者看到,几乎每家商场都把最黄金的铺位留给了点读笔等电子类产品。就在清明小长假这几天,好几家商场内的点读笔品牌都在自动扶梯口摆起了展示台,不少家长和小朋友正围坐在展台周围饶有兴致地体验着,人气比乐高玩具互动区更旺。

上述省城某大型商场的儿童柜组的王经理告诉记者,大概是从前年开始,这类点读笔、启蒙机就火了起 来。这些电子产品的寓教于乐性是很多家长最为看重的。“它们可以做到与课本同步,而且小孩可以自己玩,不需要像乐高等益智玩具一样要家长陪。”在她看来,说到底还是以益智为卖

点,只不过是经过了电子产品开发后的升级版罢了。

一面是孩子、家长对于娱乐等休闲需求的日益增长,导致玩具市场蛋糕不断变大,另一面却是电子产品越走越远,越变越强大,而真正让儿童商场负责人担心的则是:“蛋糕”变大了,会不会最终都被别人“偷吃”了? 以售卖传统玩具为主的儿童商场会不会最终被数码商场“吞”掉更多的销售额?

数周前,李莉给自家3岁的儿子买玩具,最终下单的却是一台iPad。“刚好碰上二代上市、一代降价,我就买了台iPad,主要是买来给儿子玩的。从某种意义上来说,它应该是最好玩的玩具之一了吧。装上不同的软件也能满足孩子

以后不同的年龄需要。”通过网络订购时,李莉还不忘让店家刻上儿子的名字,当做专属玩具送给儿子。“当然,我跟老公没事也可以拿来玩,一举两得嘛。”李莉笑着补充道。

采访中,当记者问什么最有可能代替“芭比”,满足玩具所能带来的梦幻体验时,很多商场负责人和业内人士也都约而同地提到iPad。如果说曾经的芭比是因为可以让无数女孩得以圆梦而风靡全球的话,那么如今iPad所拥有的无限想象力似乎正远远超越当年的芭比。它会成为下一个“芭比”,成为人人都想拥有、老少通吃的经典之作吗? 芭比用了50年书写传奇,iPad的升级之路才刚刚开始,等待着时间的检验吧。

记者 殷江霞

戴尔玩乐潮我看——百脑汇第三届明星制造全国高校才艺大赛首站火爆

百脑汇“造星运动”再现音乐狂潮

“岁月摧残发白,就叫我白了头铁了心去等去爱……”一首王力宏的“在梅边”,打动了无数人的心。而4月11日夜晚的安徽新华学院,也因为这首歌掀起了音乐高潮。“戴尔玩乐潮——百脑汇第三届明星制造全国高校才艺大赛”新华学院初赛隆重上演,张恒的《在梅边》以其充满传统底蕴的古典风和富有感染力的嘻哈元素获得了全场的一致好评,并最终凭借98.15的高分摘得桂冠。“三色花组合”的歌曲《一眼万年》和陈康的歌曲《一千年以后》分别以96.85和96.11获得二三名。



百脑汇“造星运动”再现狂潮

“敢于表现自我、敢于show出年轻风采”是举办这场全国性质的才艺大赛的初衷,百脑汇合肥店总经理陈志文,健康合理向上的流行文化,正是青少年所需要的。作为国内大型IT连锁复合型商场的佼佼者,百脑汇多年来一直致力于学生朋友们所热衷的活动,支持年轻人彰显自我,为他们提供实现梦想的舞台。

据了解,今年在全盘保留前几届优秀环节前提下,增加了线上互动节目,大家可以在百脑汇官网www.buynow.com.cn上全程参与到赛事之中,幸运者还有奖品可以拿。另外值得一提的是今年此次活动覆盖城市比以往更多,将在全国22家商场同时展开火热报名,参与学校将超过全国160所高校,覆盖人群将超过4000万人。同时本次比赛也将作为每年百脑汇全国活动的保留活动,每年都会热烈开展。

首度“牵手”王力宏打造青春舞台

“今年高校才艺大赛的最大亮点就是加入了‘王力宏超级模仿秀’的环节,借助王力宏演唱会的契机和声势,吸引更多的青春一代走上展现自我的舞台。”陈志文介绍,百脑汇合肥店已成功主办过多届“大学生才艺选拔赛”,正是通过耳目一新的比赛形式和扣人心弦地比赛过程为所有的学生朋友提供了这样一样优良的平台。

今年,百脑汇作为“5月15日王力宏MUSIC-MAN 2011世界巡回演唱会合肥站”,地面推广活动的承办单位,并且联合IT业界著名的DELL公司、以及旺旺饮料共同打造此次高校音乐盛宴,为希望全面展现自我,展现才艺,实现梦想的年轻人提供一个华丽舞台。还独具创意推出“王力宏模仿秀”环节,别开生面上演的“王力宏”音乐盛宴。

“线上线下”无限惊喜等你拿

本届大赛合肥赛区将在合肥10所高校进行报名海选,初赛将分7所高校及百脑汇赛区进行,每场初赛的前五名优秀选手将获得王力宏MUSIC-MAN 2011世界巡回演唱会合肥站门票,并进入五一期间的复赛决赛。决赛冠军将得到由百脑汇合肥店提供的丰厚奖金奖品。除此之外,决赛优秀选手将代表安徽赛区前往南京参加百脑汇全国高校才艺大赛华中区总决赛,争夺高额奖金。

除此之外,值得注意的是,百脑汇官方网站www.buynow.com.cn明星制造专区为本次比赛的官方活动网站将为学生们提供一个参与比赛及互动交流的线上活动平台。只需免费注册成为会员便可参与到报名及投票等一系列活动之中。另外我们还设计了许多免费游戏活动环节与学生们一同庆祝这一一年一度的才艺盛事,幸运者更有机会得到iPad等IT数码礼品。

管乐 苑月琴/文

