

传统家电利润在 10%左右,而婴幼儿小家电利润可能高达 50%以上 贴上“婴儿专用”标签 小家电身价倍增

5月31日,“三孩生育政策来了”登顶热搜,对于母婴行业来说,此消息无疑是重大利好。90后、00后的潮爸潮妈步入父母的行列,他们越发注重婴幼儿生活的细节,精细养娃。与此同时,各种打着“婴儿专用”标签的商品身价立马倍增,有业内人士告诉记者,目前传统大家电的利润基本在10%左右,而这种婴儿小家电的利润可能高达50%以上。而且,由于缺少统一的认证标准,婴儿家电产品质量参差不齐。

数据显示,近年来婴幼儿家电市场保持了持续增长。但是,也有不少人吐槽,认为这些产品大多只是宣传的噱头。那么,婴幼儿家电是否值得购买呢?

■采写:新快报记者 陈学东
■制图:廖木兴

产品

五花八门应有尽有

暖奶器、婴儿食物调理机、消毒器、电动奶粉搅拌器、音乐坐便器、婴儿驱蚊器……如今,婴幼儿家电种类可谓五花八门应有尽有。婴幼儿家电是指一种专门依据婴幼儿特点设计开发的特殊小家电产品。这类产品除具有传统小家电的体积小、简便易用等优点外,更突出了为婴幼儿量体裁衣的设计理念。这些专为家中的婴幼儿量身定制的小家电,自然噱头十足,除了拥有可爱的外形外,各种独特功能眼下更是备受年轻父母们的青睐。

在某电商平台,记者发现婴儿小家电的种类更多,销量也很好,输上“婴儿温奶器”能搜到上万种产品信息,销量好的店家每月可销5000多件。据业内人士介绍,虽然婴幼儿小家电兴起时间不长,但是目前产品种类已经十分丰富,像奶瓶消毒锅、婴儿理发器、婴幼儿指甲刀、测温报警汤匙、温奶器、婴儿食物调理机、音乐坐便器等应有尽有,真可谓只有想不到,没有做不到。

目前婴幼儿小家电涵盖范围较广,产品具有体积小、辅助性强等特点,部分商品具有较大的便利性,迎合了年轻父母借助科技实现最大程度“省事”的愿望。以暖奶器为例,可以24小时保持恒温,加热速度也很快,如果操作得当,只需一两分钟就可以为宝宝冲泡好40℃左右的奶粉,减少了宝宝的哭闹时间,也最大程度地减少了对父母睡眠的影响;再如消毒锅,可以同时消毒五六个奶瓶,节省了很多煮奶瓶的时间。可见,绝大多数婴幼儿小家电的设计出发点和消费关注点是一致的,即:简便实用。

新快报记者在采访中了解到,80后、90后父母们的收入和消费能力较高,也更重视健康、舍得投入,同时也更喜欢方便、快捷的生活方式,再加上他们大多没有养育孩子的经验,而婴幼儿电器的设计恰好迎合了他们借助科技实现最大程度“省事、省时间”的愿望。因此更受他们的欢迎。

婴儿小家电的特殊性使得这类产品的消费者更倾向于“群众口碑式”和“专家解读式”的购物体验,这样能够更深入地了解产品,以此来确定这些产品是否真正适合孩子。《中国家电行业消费白皮书》也显示,母婴网站是用户了解母婴家电的首要渠道,占比达到65.2%,母婴社区里达人的经验和推荐,更是用户选购的重要参考。与此同时,分别有39.3%和37.3%的用户表示会通过电商平台与亲朋好友一起来了解母婴家电。

现状

精细养娃催热市场

“娃还没出生,家里已经堆满了各种东西。”准妈妈李女士告诉新快报记者,预产期是8月底,现在家里已经把温奶器、自动吸奶器等母婴用品准备好了。618期间,他们家又陆陆续续地添置了耳温计、专门洗孩子衣服的迷你洗衣机、奶瓶消毒机等。“这是我们的第一个孩子,总想尽可能给他更好的。”李女士说。

“原本就一只婴儿碗,用于泡买来的米糊的。接着,我们又给宝宝买了一个婴儿煲用来煮粥,一个小锅用来煮面,到了各种蔬菜泥阶段,发现家里原本的料理机的容量大了,打出来的泥不细腻,而且容易浪费,就又买了一个婴儿料理

价格

贴上标签价格翻倍

年轻父母们为孩子舍得花钱,因而家电的价格也同样不低。在某电商平台的一家网店里,新快报记者看到,同样是小家电,即使是同一品牌的同类产品,一旦贴有“儿童专用”字样,身价会立马倍增。

比方说在一家电商平台的小家电专卖店里,一款普通的理发器标价88元,另外一个外观相似、个头稍小的“婴幼儿专用”款则标价198元;一款能为奶瓶、婴儿饭碗消毒的消毒锅,标价百元左右,另一款功能单一的“婴儿专用”奶瓶消毒仪,价格少则两三百,高的近千元。

随后,记者在另一家电商平台输入婴儿理发器、婴儿暖奶器等关键词后,出现了多达上万种商品。记者看到,网上诸如音乐坐便器、奶瓶消毒器、幼儿洗衣机等家电应

有尽有,其中一款价格为99元的婴儿理发器月销售量有3万多件,远远超过普通家电的销售量。此外,网上出售的各类婴幼儿小家电的价格也千差万别,一款最热销的名为“波咯咯”的奶瓶消毒器售价为259元,而另一款没有品牌标志、具有同样功能的奶瓶消毒器售价仅为49元。

在采访中记者了解到,许多年轻家长对产品的质量有着很高的要求,抛开价格因素,“安全”“环保”成了他们选购产品的主要标准。这也使不少打着上述旗号的中高价婴幼儿电器有了一定市场。比如儿童理发器、暖奶器、消毒器、小炖盅等。“这些小家电价格在中档,即使坏了也不觉得心疼。毕竟给孩子用的东西大人一般用不上,太贵

妈妈们需要更细致的呵护,对儿童家电提出了更高的要求。同时,主打衣物分开洗、具有消毒杀菌功能的儿童洗衣机和具有智能睡眠监测功能的儿童空调异军突起,受到了宝妈和宝爸们的青睐。

不过,奥维云网的数据显示,目前,国内母婴家电市场远未达到饱和状态,多数家电产品的市场渗透率甚至不足0.5%,只有温奶器的市场渗透率较高,为2.62%,其他产品像儿童空调、婴儿洗衣机、婴儿净水器、干衣机、空气净化器等产品的市场渗透率均不足0.5%。但随着母婴家电市场渗透率的提升,我国母婴家电市场规模将呈现出高速增长的状态。

觉得不值,太便宜又对质量不放心。”一位消费者表示。

在京东家电频道发布的相关数据显示,儿童家电消费者占比已达到34%,撑起家电消费三分之一的天下,其中,母婴人群为了家电提供的新型母婴功能,平均至少愿意多支付100元。

据了解,现在市场上销售的许多小家电的零部件不复杂,科技含量也并不高,但在贴上婴幼儿专用标签后便身价倍增。如某网店销售的一种带有紫外线杀菌功能的奶瓶消毒器售价高达上千元,其核心装置就是安装了紫外线灯,而市场上正规品牌的紫外线消毒杀菌灯售价也不过几十元。有业内人士指出,目前传统家电的利润在10%左右,而婴幼儿小家电的利润可能高达50%以上。

妈妈们需要更细致的呵护,对儿童家电提出了更高的要求。同时,主打衣物分开洗、具有消毒杀菌功能的儿童洗衣机和具有智能睡眠监测功能的儿童空调异军突起,受到了宝妈和宝爸们的青睐。

不过,奥维云网的数据显示,目前,国内母婴家电市场远未达到饱和状态,多数家电产品的市场渗透率甚至不足0.5%,只有温奶器的市场渗透率较高,为2.62%,其他产品像儿童空调、婴儿洗衣机、婴儿净水器、干衣机、空气净化器等产品的市场渗透率均不足0.5%。但随着母婴家电市场渗透率的提升,我国母婴家电市场规模将呈现出高速增长的状态。

觉得不值,太便宜又对质量不放心。”一位消费者表示。

在京东家电频道发布的相关数据显示,儿童家电消费者占比已达到34%,撑起家电消费三分之一的天下,其中,母婴人群为了家电提供的新型母婴功能,平均至少愿意多支付100元。

据了解,现在市场上销售的许多小家电的零部件不复杂,科技含量也并不高,但在贴上婴幼儿专用标签后便身价倍增。如某网店销售的一种带有紫外线杀菌功能的奶瓶消毒器售价高达上千元,其核心装置就是安装了紫外线灯,而市场上正规品牌的紫外线消毒杀菌灯售价也不过几十元。有业内人士指出,目前传统家电的利润在10%左右,而婴幼儿小家电的利润可能高达50%以上。

