

儿童家居碰上“三孩”风口 “家消费”释放如何一步到位？

六一儿童节临近，不少家长都开始选购添置儿童家具。越来越多的消费者在追求儿童家具设计美观、安全环保的同时，还要产品功能实用、富有童趣创意。能不能满足一孩或多孩的空间使用需求，从过往单一物质功能的产品到美学功能的陈列，再到当下儿童生活方式功能的满足，这无疑都对企业及行业提出了较高的要求与期待。

■新快报记者 梁茹欣 受访者供图



青睐实用性产品，家长决策兼顾功能需求

不单看设计及颜色， 安全环保健康更重要

“到底要怎么选呢？”新晋宝妈杨曼眼看节日将近，自己还没有在琳琅满目的儿童家具里理出头绪来。对于不少家长而言，可能都遇到过相似的困惑：孩子噌噌长个儿，是不断更换儿童家具，还是直接入手普通家具即可；孩子使用儿童家具是否真的有必要；儿童家具是否为成人家具的“缩小版”？

按照业内普遍认可的说法，国内的儿童家具由成人家具衍生出来，特指专为儿童设计的家具产品，涵盖儿童床、儿童桌椅、儿童衣柜等多品类产品。这类产品大多由松木、环保水性漆等环保材料制成，颜色丰富柔和，强调设计安全、趣味益智、学习功能等。早在2012年8月，国内首部儿童家具强制性国家标准《儿童家具通用技术条件》(GB 28007-2011)出台实施，明确儿童家具的适用年龄为3-14岁，并对产品的外观、环保、安全等方面都提出具体的要求。包括产品不应有危险锐利边缘及危险锐利尖端，棱角及边缘部位应经倒圆或倒角处理；除在离地面高度或儿童站立高度160厘米以上的区域外，产品不应使用玻璃部件，管状部件外露管口端应封闭等。

一位儿童家具设计师告诉新快报记者，相较成人家具，消费者选购儿童家具时要关注产品的结构安全，如触摸观察家具的边缘、尖端、突出物、孔及间隙等情况，是否存在安全隐患。除了大家耳熟能详的甲醛释放量标准，家具表面涂层在人体接触摩擦或适合的溶剂作用下，都有可能将有害物质带入体内，特别是孩子有啃咬习惯的情况下，一般选择全实木清漆的产品相对较为适宜。

“孩子的童年只有一次，不要想着孩子二十岁的居住风格就把房间布置得老气横秋。这个年纪，负责可可爱爱就好。”小希妈妈最近刚刚给家里的儿童房装修完毕，忙不迭地将成果分享至好友和社交平台。

不过，新快报记者随机采访多位消费者，发现部分家长对于这类产品的选购并非十分热衷，只有在某些特定功能需求的驱使下，才会特意入手儿童家具。“如果是书桌和椅子，会考虑选择儿童品牌，这类产品更符合孩子的身高，对他们的姿势矫正方面会更好些。”家住天河区的胡女士说道。

也有奉行理性主义至上的消费者表

示，儿童家具属于阶段性产品，使用时间不长。诸如儿童床、儿童沙发、儿童书架等大型家具一般不纳入考虑范畴。“市面上很多过度设计的产品往往价格偏高，并不实用，未必能增加多少幸福感。不会购买过于昂贵或性价比过低的儿童家具。至少淘汰掉时，不会让自己特别心疼钱包。”

对此，松堡王国营销副总裁姚鹏向新快报记者提供一组数据：据自身用户调研显示，品牌的主流消费者占整体消费市场份额的62.7%，消费者主要来自律师、医生、教师、公务员四个领域的高知群体，他们会更多地关注孩子健康居家环境。他补充道，儿童家具实际上有两

个最基本的属性，功能属性和艺术属性。大部分儿童家具只满足功能需求这一个属性，而艺术属性相较企业而言，是一个巨大的挑战。“我们要满足小空间里的大需求。相较成人，孩子只有一间儿童房，这个空间要满足孩子的学习、睡眠、收纳、娱乐、社交、展示等需求。对于企业来讲，发展需求升级的重要因素是需求定制的实现以及整体空间的协调性的问题，不仅仅是单一的家具，还包括儿童房的地板、墙面、天花、灯光等是否满足孩子成长属性各方面的要求。这也是对企业未来的综合管理能力、设计研发能力、供应链整合能力、终端服务能力提出更大的挑战。”

面对二胎到三胎的生育政策开放，空间设计要与时俱进

据《2021年中国儿童家具市场调研报告》发布的数据显示，2020年我国儿童家具行业市场规模为1419亿元，较2019年同比增长8%。在过去五年，儿童家具年复合增长率达8.5%，未来将以6.8%的年复合增长率稳定增长，预计2024年市场规模超过1800亿。

此前，面对二胎到三胎的生育政策开放，业内一度出现声音称，市场将迎来一波红利，推动儿童家居行业快速增长。随之而来的，摆在消费者及企业面前的问题是，如何在有限的空间里满足多孩的生活需求？另外，除了儿童家居企业，目前几乎所有的一线定制家居企业都已经进军儿童房业务。看似繁荣的市场表面下，依旧每年都有较多产品不合格的情况出现。纵观历年相关部门对儿童家具产品质量监督抽查结果，产品结构存有安全隐患、对原材料把关不严、甲醛含量超标等问题比比皆是。

姚鹏提到，尽管随着国标出台，前述问题在一定程度上得到了改善，但市场依然存在一些痛点待解决。“很多人在做全屋家居的时候，习惯把儿童家居与成人家居一起定制。可是，很多成人家具并不能完全符合儿童家具的标准；其次，相关部门执法难度较大，比如很多全屋定制企业做定制儿童房，但该儿童房并不会放到终

端卖场展示，因此抽检无法检验到。再者，很多终端设计师在做全屋定制时并不太会考虑儿童家具标准，反而拿着‘成人的缩小版’的概念去进行设计。”

尚品宅配集团副总裁欧阳熙则认为，全屋定制因个性化设计模式，赢得了很多家庭的信赖。而传统儿童家具企业，多年来专注儿童家具市场积累了大量的用户使用数据、儿童家具研发与生产经验等，在很多方面仍有自身的独特优势。“如何把儿童家具企业的经验和全

屋定制企业的个性化设计有机地结合起来，对于满足三孩时代的有孩家庭新需求，这个发展前景是值得期待的。”

在业内人士看来，伴随着家居消费的整体升级，更多的消费者开始能感知到儿童家居的重要性。企业要更加关注消费者的个性化需求，进而针对性地研发符合当下儿童成长的生活空间产品。要从过往单一物质功能的产品到美学功能的陈列，再到当下儿童生活方式功能的满足，帮助孩子在儿童家居空间里更好地成长。

行家看儿童家具促销季

6月是传统的儿童家具消费旺季，今年的市场热度预计几何？姚鹏分析指出，中国的家居市场消费跟地产属于强关联，在尚未脱钩之前，家居企业受房地产上游的影响比较大。随着二胎三胎需求开始凸显，儿童家居消费开始觉醒，会出现一定程度的增长。与此同时，儿童家具行业近几年不断整合和优化，品牌越来越集中。就当下消费者数量不变的情况下，头部企业实际上能更大程度触及到更多的客户。“基于上述的情况，我们对下半

年儿童市场的消费热度依然持一个乐观的态度，并已着手布局，譬如通过更多不同的流量平台、不同的流量渠道，抓住消费的热度，进而实现与消费者流量的承接等。”



扫码了解更多“家·生活”资讯