

奶瓶销售额同比上涨12.8%

婴童喂养用品不断创新 满足新生代父母需求

中国玩具和婴童用品协会分析认为,融入新科技、提升功能性、喂养智能化成为新趋势

□ 本报实习记者 暴梦川

奶瓶是喂养婴幼儿的必备产品,它让许多父母减轻了喂养压力,帮助婴幼儿安心进食。而如今包括奶瓶在内的喂养类婴童用品的种类和功能多种多样,不仅有面向婴幼儿的仿母乳场景的奶瓶,还有方便母乳喂哺的智能吸奶器。

近日,有电商平台发布2月份数据分析报告,其中显示,婴童用品中,奶瓶的销售额同比增长12.8%,环比增长20.1%。中国玩具和婴童用品协会在梳理近期喂养类婴童用品新品时认为,新工艺不断涌现,奶瓶类喂养用品不断升级功能性和耐用性;设计不断创新,满足新生代父母个性需求;科技不断融入,实现喂养智能化管理。

高品质奶瓶产品热销

报告显示,2月份,因疫情影响,玩具和婴童用品重点品类在其平台的销售额同比下滑78.3%。然而,在婴童用品中奶瓶的销售额却逆势上扬,销售同比增长12.8%,环比增长20.1%;均价同比上涨8.8元/个,环比上涨1.2元/个。

记者在各大电商平台搜索“奶瓶”后发现,价格每个从几十元到几百元不等,奶瓶材质有玻璃、PP、PPSU和硅胶等。销量方面,各大电商平台的销量排名前列的奶瓶均月销超万笔,一些热门产品甚至达到月销两万笔。

在北京工作的杨先生是一名90后

父亲。最近他从网上购买了一款具有感温标识功能的奶瓶。他告诉记者:“我女儿只有七个月大,我跟我爱人白天都上班,没办法照顾孩子,只能让我母亲照顾,但是老人给孩子喂奶的时候,老是怕热了或者凉了,我看网上有这种感温功能的奶瓶就赶紧下单买了一个。”

记者通过消费者在产品评价中的留言发现,能够安全、健康、便捷地喂养孩子,成为许多像杨先生一样的新生代父母的需求。

迎合市场需求 产品功能化创新

记者从中国玩具和婴童用品协会了解到,喂养类婴童用品的核心服务对象主要为0—3岁的宝宝。中国玩具和婴童用品协会在销售逆境的当下一直在关注喂养类婴童用品,也对2020年最新喂养类新品的新趋势进行了分析。

随着市场需求的不断变化,为解决新生代父母遇到的喂养难题,一方面婴童用品厂商开始注重喂养类婴童用品功能性和耐用性。新工艺的不断涌现,使得奶瓶产品不断升级。例如一款主打以安全材质和“抗摔”功能的奶瓶深受消费者青睐。在各大电商平台的销量均超万笔。而杨先生购买的具有感温功能的奶瓶,以及针对婴儿的还原母乳喂养场景的奶瓶等产品,则让许多新手父母减轻了喂养压力。

另一方面,各大厂商不断融入新科技,让喂养类婴童用品具有智能化管理



功能。例如婴儿奶瓶消毒锅能有效消杀残留在奶瓶中的细菌,保护婴幼儿的健康,在疫情期间受到许多消费者关注。还有24小时恒温调奶器等产品满足新生代父母的个性需求。

除此之外,还有针对妈妈们设计的搭载智能科技的吸奶器以及仿真乳嘴等产品,以满足新生代父母的各种个性化需求。

科学喂养观促进行业发展

喂养类婴童用品创新升级的背后,其实是消费者的日趋年轻化以及消费习惯的改变。以奶瓶为例,近两年,消费者开始关注安全、健康、高品质的奶瓶产品,除了传统的玻璃材质,PPSU材质与硅胶材质的奶瓶产品在2019年的占比增速均超过了30%,推动了奶瓶类产品

的整体销量增长。除此之外,新生代父母不仅追求母婴用品性能的升级,也重视颜值和创新。数据显示,近一年获得设计奖的婴童用品销售额实现爆发式增长,较上一年同比增长6.5倍。

数据显示,2018年,中国母婴消费市场销售额为25257亿元,而根据数据预测,2019年整个母婴产品市场销售额将超过3万亿元,而喂养类婴童用品行业占整个母婴消费市场的6%左右。

业内人士表示,当前90后父母成为母婴产品的主要消费者,其喂养观念已明显区别于上一代人,能够接受较为创新的科学喂养观,对于新设计、新产品具有极高的包容性,并且早已摆脱了以往的盲目购物,对于市场上主流品牌的背景、实力非常了解,如何把握新生代父母的需求,是当下行业发展的关键。

儿童的皮肤娇嫩,如何选择适合的化妆品,是家长非常关心的问题。

4月26日,国家药品监督管理局发布了一篇名为《如何科学选择儿童化妆品》的科普文章,主要从婴幼儿的皮肤、眼睛、行为和感情发育出发,介绍了婴幼儿在选择皮肤护理产品时应注意的事项和选择标准,从中可以看出国家药监局对儿童化妆品的产品要求,以及未来儿童化妆品发展的趋势。

弱酸性产品更适合

在我国,儿童化妆品是指供年龄12岁以下(含12岁)儿童使用的化妆品,不同年龄段的儿童需要选择合适的产品。

1岁左右的婴幼儿由于皮肤比较脆弱、敏感、屏障功能不完善等,国家药监局建议使用刺激性小、温和性和保湿性强的洗护产品。同时,考虑到婴幼儿皮肤表面的pH值约为4.0—5.9,现有研究表明,维持皮肤的弱酸性环境对于皮肤屏障的发育很重要,因此婴幼儿适宜选择弱酸性的洗护产品。

首先,儿童化妆品在产品原料和成分上坚持少而严的原则。

国家药监局制定的《儿童(含婴幼儿)化妆品申报与审评指南》新规显示:儿童(含婴幼儿)化妆品应最大限度地减少配方所用原料的品种;选择香精、着色剂、防腐剂及表面活性剂时,应坚持有效基础上的少用、不用原则,同时关注其可能存在的潜在致敏性;儿童产品配方不宜使用诸如美白、祛斑、祛痘、脱毛、止汗、除臭、育发、染发、健美、美乳等功效成分。

对此,艾芭薇国际贸易(上海)有限公司总经理曹景春表示:“安全性是儿童化妆品生产的第一原则,主要体现在原料和使用的安全上。产品刺激性小、温和、保湿是皮肤护理的第一要义。同时,为保证产品安全性,产品出厂前也都会经过独立测试,并出具相关报告。”

防晒需低PF/PA值 以霜剂产品为宜

春夏之交,正值销售防晒产品的好时机。国家药监局强调,对于新生儿来说,户外活动需求较少。6月龄以下婴幼儿皮肤娇嫩,体表面积与体重的比值较高,涂抹防晒产品更容易发生不良反应,因此,不宜使用防晒产品,应当避免日光直射期外出(每日上午10点至下午2点)。需要外出的话,尽量以戴帽子、打伞、穿着浅色纯棉衣物等物理遮盖的方式防晒。对于6月龄以上至2岁的婴幼儿,仍然以衣物遮盖防晒为主,也可以使用SPF10/PA+以内的物理性防晒产品,以霜剂产品为宜。

“随着消费者儿童防晒消费意识的提升,近年来防晒产品是春夏主力产品,销量可观。”曹景春表示,相比于成人户外运动指数高达SPF35/PA—SPF50/PA的防晒产品,儿童防晒产品指数已经低了很多,同样以安全性和温和性为原则,而这也正让消费者感到安心。

市场需求扩大 迎来行业发展机遇

随着越来越多的80后、90后开始为人父母,他们从孩子婴幼儿时期开始注重他们的皮肤护理,从洗护、护肤到防晒,儿童化妆品市场也由此进一步扩大。“这几年来儿童化妆品市场是不断上升的,增长率大概在30%。”曹景春告诉记者。

“新变化往往带来新机遇。”他说,随着市场的扩大,儿童化妆品的需求也在进一步被挖掘,这主要体现在三个方面:其一,产品越来越安全,越来越专业,产品力逐渐提升,从开始的包装设计,到现在的产品创新、产品线的完善;其二,功效越来越细分,比如补水,滋润、防晒等;其三,品类越来越多,比如面霜、唇膏、面膜、口腔护理、儿童彩妆等等。

“国家药监局此次对儿童化妆品选购知识的普及,一定程度上可以说明儿童化妆品的消费习惯已经形成,意味着大力开拓儿童化妆品市场的时间点到了。”曹景春说。

(家电网)

国家药品监督管理局发布《如何科学选择儿童化妆品》科普文章

儿童化妆品市场不断扩大



安全健康、人性化、智能化,满足现代育儿需求

母婴家电有望迎来新一轮发展

尼尔森近日发布的《母婴行业趋势概览》显示,受疫情影响,当前全民健康意识高涨,仅在2月份,B2C市场纸尿裤和婴儿湿抹布的品类销售同比增长高达143%。同时,特殊时期的居家隔离生活进一步培养了消费者的网购习惯。2月份婴儿奶粉、婴儿食品和婴儿尿布在线上B2C市场销售额增幅分别达到86%、98%和47%。

婴儿缺乏自理能力和抵抗力,更需要得到妥善的照顾,越来越多的90后成为父母,他们崇尚新事物、新教育理念,更具现代思维,也更乐于使用育儿工具来进行辅助。因此,主打健康、安全、人性化及智能化的母婴家电,有望迎来继“二胎”后的新一轮爆发。

市场空间巨大

目前我国已经成为全球第二大婴幼儿产品消费大国。奥维云网数据显示,2018年母婴市场规模已经突破3万亿元,过去5年复合增速约为14.8%。预计2020年市场规模将会达到6.193亿元。

一组公开调查数据显示,将近90%的孕产期女性都会关注母婴类家电产品,同时在覆盖了70—90后的调研群

体当中,超过一半的用户认为选购专业的母婴家电是十分有必要的;而中怡康数据显示,2020年中国0—6岁儿童将达到1.25亿,并且父母在选购家电时对于价格的敏感度也在降低,超9成用户愿意为更适合母婴人群的家电支付平均18.9%的溢价,同时他们会更看重产品的质量、安全性、功能性以及操作便利性。

具体到产品种类,在饮食方面,辅助母亲的吸乳器,负责婴幼儿饮食的调奶器、暖奶器、婴儿辅食机,专用的母婴净水器,用于餐具消毒的母婴消毒柜、母婴洗碗机;在日常生活居住方面,避免衣物交叉感染,专为婴幼儿设计的迷你母婴洗衣机、针对空气污染问题的母婴空调、母婴空气净化器。母婴风头正盛,让各类家电纷纷打出“母婴牌”,也再次印证了那句:“女人和孩子的钱最好赚。”

业内人士表示,在疫情过后的某个时段,将会迎来新一波的“婴儿潮”,届时将会有更多的年轻父母选择购买母婴家电。

发展还需加快突破现有瓶颈

作为现阶段众多企业瞄准的目标

市场,母婴家电也将成为未来家电市场细分化布局的必争之地。不过,也有业内人士表示,虽然母婴家电看上去有着广阔的跑道,实际上“能见度”却不高,在争取“起飞”之前,仍有相当的问题亟待解决。

母婴家电既是家电市场的细分领域,同时也是母婴市场的细分领域,兼具“家电”以及“母婴”的双重属性。据京东商城母婴类小家电布局TOP品牌显示,除了海尔、美的、小熊为主流家电品牌以外,其他均以母婴类品牌为主,如小白熊、小壮熊等。另一方面,在孩子王、蜜芽宝贝、大V店、贝贝网、妈咪团等母婴电商平台上,主推品牌亦同样以母婴类品牌为主,虽然家电品牌在母婴家电有着相应的布局,但由于投入资源以及推广策略等方面的因素影响,主流家电品牌在母婴家电领域相对弱势,如何才能发挥自己在制造上的优势,并在竞争当中找准属于自己的位置,是家电品牌发力母婴家电时需要考虑的问题。

同时,虽然年轻一代父母对于价格敏感度更低,但这也更反映了他们对于母婴家电质量的要求。母婴家电专为孕产期女性以及0—6岁婴幼儿使

用,其设计上与一般的传统家电有着一定的区别,而他们对于产品的安全、健康属性、使用便利性等也有着更高的要求,产品的差异化、专业化程度要求更高。

不过,由于母婴家电行业在国内起步较晚,缺乏相应标准,市场相对混乱,这也给了不少商家“巧立名目”的机会,标准缺失、价格差异巨大、功能虚标是母婴家电市场很长一段时间面临的状况,不少商品加上了“母婴”标签便身价百倍,一些标榜专为母婴打造的产品,除了披上了一个儿童喜爱的可爱外观造型,在功能上却并未和普通产品有太大差别;更有甚者,功能甚至在一定程度上缩水,使用起来甚至不如普通的家电,成为了又贵又不好用的“鸡肋”。

此外,业内人士还表示,由于母婴家电产品本身使用周期有限,毕竟是专为母婴设计的产品。随着孩子的成长,母婴家电会陷入一个“丢掉浪费,留着没用”的尴尬局面,另一方面也难以培养其用户对于品牌的忠诚度,而这仍需要企业以及用户的智慧去设法解决。

(家电网)

深圳市消委会发布2020年婴幼儿围兜比较试验报告

优质产品比例仅为31.2%,5款五星产品中4款为国产品

4月21日,深圳市消费者委员会(以下简称“深圳市消委会”)发布2020年婴幼儿围兜比较试验报告。在16款样品中,有5款同时符合国家相关标准及欧盟标准,获得五星评价,产品优质率为31.2%;其中4款为国产品,分别是好孩子硅胶围兜、拉比围兜(马甲款)、Babyprints贝瑞加儿童可拆卸防水围兜、迪士尼便携式饭兜;另一款五星产品是产自印度的MATA玛塔围兜(围兜和围兜均是同一种产品,目前尚无标准区分两种叫法的区别)。

据介绍,婴幼儿围兜是婴幼儿人群日常广泛接触和使用的产品。过去几年,关于婴幼儿围兜产品质量不合格的事件时有发生,挑动了无数消费者关于此类产品质量的神经。如2015年,原上海市质监局对婴幼儿围兜产品开展质量安全风险监测,发现100批次产品中,有27批次产品质量不合格,不合格率高达27%。“时至今日,消费者对于应该选择何种婴幼儿围兜,依然存在诸多

疑惑。”深圳市消委会相关负责人说。

16款产品包含8款硅胶材质围兜和8款塑料材质围兜。2019年12月,深圳市消委会开展了围兜消费情况调查,结果显示,有45%的消费者选择硅胶围兜,29%的消费者选择塑料围兜,分别位居消费者喜欢材质的第一和第二位。

结果显示,硅胶材质婴幼儿围兜产品不合格情况较为严重,8款样品中只有好孩子硅胶围兜1款完全符合此次检测标准,另外7款挥发性有机物含量超过欧盟标准要求;其中售价高达99元一个的Make my day婴儿围兜——绅士礼服款实测值1.33%,是欧盟标准限值的2.66倍。8款塑料材质婴幼儿围兜中,7款则全部符合此次测试标准,但

日本产锦化成人硅胶围兜嘴检出甲苯,另外小土豆贝舒可拆卸Q萌趣围兜和Lemonkid柠檬宝宝动物款围兜嘴检出少量六价铬。

六价铬、甲苯和挥发性有机化合物均对人体健康具有危害性。六价铬是国际癌症研究中心公布的一类致癌物,对人体有明确致癌性属于吞入性毒物和吸入性极毒物,皮肤接触可能导致过敏,更可能造成遗传性基因缺陷,对环境有持久危险性。甲苯可经吸入、食入或被皮肤吸收而进入人体,对皮肤、眼睛和上呼吸道有刺激作用,对中枢神经系统有麻醉作用;长期接触甲苯可发生神经衰弱综合征、肝肿大等异常症状。而当居室中的挥发性有机化合物达到

一定浓度时,短时间内人们会感到头痛、恶心、呕吐、乏力等,严重时会出现抽搐、昏迷,并会伤害到人的肝脏、肾脏、大脑和神经系统,造成记忆力减退等严重后果。

物理参数表现上,硅胶材质围兜重量差异大,最重与最轻的围兜样品重量相差约一倍。8款硅胶材质的婴幼儿围兜重量从72.8g到139.3g不等。其中最轻的是日康儿童硅胶围兜,重72.8g,最重的是OONEW(喔喔牛)全硅胶儿童防水围兜,重139.3g,二者重量相差约一倍。“考虑到婴幼儿脖子发育不完全,较重的围兜可能会对婴幼儿脖子造成一定的压力。”深圳市消委会相关负责人表示。

针对此次检测中发现的问题,深圳市消委会第一时间与责任相关方取得联系并进行了初步沟通和处理。其中,喔喔牛品牌方进行了积极回复并表示新产品已有重大改进;检出甲苯的锦化成样品的平台运营方则表示,该款跨境产品符合日本标准,并非由其采购;另外4家检测出挥发性有机物的品牌责任方则表示,产品符合国家标准。

值得注意的是,目前国内尚无针对婴幼儿围兜的国家标准。此次测试综合了国内相关标准和欧盟标准。塑料材质婴幼儿围兜检测项目包括塑化剂、短链氯化石蜡、多环芳烃、双酚A迁移量、苯系物、甲酯迁移量、重金属。硅胶材质围兜婴幼儿围兜

检测项目包括挥发性有机物、塑化剂、多环芳烃、苯系物、甲酯迁移量。

深圳市消委会同时建议,消费者可以采用“一查、二看、三闻、四掂”的方式来选购婴幼儿围兜。“一查”是查看产品包装上是否有中文标注的使用说明,内容包括生产厂家的厂名厂址、产品名称、执行标准等;“二看”是查看婴幼儿围兜的颜色;颜色过于鲜艳的围兜使用的颜料往往较多,重金属的潜在可能性更大;“三闻”是辨别婴幼儿围兜是否具有刺激性气味,选择气味较小的产品;“四掂”是掂量一下围兜的重量,根据围兜的材质和形状,选择重量较轻的产品。

(中国质量报)