



从“啥都买齐”的疯狂购到追求实用安全  
宝妈们对产品的功能性和质量要求越来越高

# 冰城主播眼里的“带娃经济”



新晚报制图/田宇阳

## 购物更理性

### 从“啥都买齐”的疯狂购到追求实用安全

萌娃出生，新晋宝妈们总是想给孩子用好的。绝大多数宝妈在第一个孩子出生后，都经历过类似的“疯狂购”阶段，甚至在孩子未出生时，就已经购买了大量的婴儿用品。“80后”宝妈小微说：“我怀孕的时候买了7种不同品牌的奶瓶、5个婴儿安抚奶嘴、带孩子出门的婴儿背带等用品。结果孩子出生后我发现，孩子只吃母乳不喝奶粉，也不肯用安抚奶嘴，婴儿背带也不肯用。”

“头一胎没经验，看到什么都觉得好像有用，买了一大堆都浪费了。”小微说，她怀二宝的时候就没有准备太多东西，“现用现买就好，现在买东西也方便。”

在“冉冉妈”看来，近几年来，这种“看啥都好像有用”的想法，随着“90后”当上妈，成为母婴消费主力，开始变得更加理性。

“现在的年轻妈妈获得信息的渠道非常多，她们会到多个平台去看相关的帖子，对比其他妈妈对产品的使用感受，选择适合自家的母婴用品。”“冉冉妈”表示，近几年，直播间里的婴儿用品消费有了很明显的变化。以婴儿奶粉为例，以前很多人都认为国外品牌的婴儿奶粉好，即便价格不菲，也要买进口奶粉。最近两年，越来越多的家长开始认可并购买国产品牌奶粉。

数据显示，随着“90后”为人父母，近八成是本科以上学历，这就让科学育儿成为主流，这些宝爸宝妈在购物时更看重颜值、商品品质、安全性及实用性。

□实习生 周文欣  
本报记者 李木双

暑假叠加网络购物平台的暑期促销，以妈妈们为主要消费人群的购物热潮即将到来。对于全网超过200万粉丝、被评为淘宝功夫主播的冰城主播“冉冉妈”来说，这意味着新一轮销售旺季的到来。从2019年进入儿童绘本主播频道到如今的全品类主播，“冉冉妈”切身体会到了有娃家庭的消费变化，从孩子的吃、穿、用，延伸到学习、运动、户外野游、教育培训等生活的方方面面都在发生变化。

## 需求更细化

### 新功能、年龄段适配 知识性吸引力提升

根据公开统计数据，随着中国居民全年人均可支配收入持续上升，中国妈妈给孩子的消费支出占月支出的比例较高，其中，三成以上占比达到30%—50%，另有7.1%的妈妈该项支出占月支出的比例高达50%—70%。

消费支出占比升高，让精致宠娃成为近年来的母婴购物特色。天猫母婴亲子总经理立飒在接受采访时说，年轻潮妈引领了行业增长，孕期人群和中童用品成交量明显提升。与之相对应的是相关产品品类的不断丰富，专供货品、新品首发、分龄分段护理喂养产品，以及满足消费者细分需求的产品，成为货品升级的四大方向。2021年天猫“双11”期间，有超过34个品牌完成了过亿元的成交，接近80个品牌成交过千万元。成立三年之内的新品牌在天猫“双11”破千万的有28个，其中有三个品牌第一次参加“双11”成交就破千万元。

在2021年的天猫“双11”当天，“冉冉妈”的直播间8个小时突破了百万元销售额，在天猫“双11”预售排行榜中排第69名。在她的直播间里，九成的购物群体是女性，她们对孩子的购物需求日益细化。她说：“孩子的洗发水、沐浴露、护肤品要分年龄段选择，玩具选择都要看开发哪一种能力。”

“冉冉妈”表示，宝妈们对产品的功能性和质量要求越来越高，只要符合她们的需求，即便价格比较贵，她们也愿意埋单。超千元的开发动手能力能力和想象力的玩具，近4000元的英语、围棋类、编程类课程在“冉冉妈”直播间销量都非常好。“冉冉妈”曾在直播间里推荐过价值7999元的培训课，一场直播就卖了30多单。

## 产品更丰富

### 亲子旅游、生活家居等 成新的增长点

随着近年来素质教育不断推进，陪伴、带孩子体验生活带火了亲子旅游、亲子运动。天猫数据显示，随着“双减”政策推进，宝妈们对孩子的运动培养消费不断增长，品类划分也愈加更加细致，篮球鞋、足球鞋、跑步鞋、瑜伽裤、儿童游泳等产品都呈现了比较好的增长。

带娃旅游开拓宝妈的视野，成为近年来的热门。今年4月20日—5月4日，天猫的户外咖啡壶、桌椅与烧烤销售额同比增长了3倍以上，户外电源的销售额同比增长了2倍以上。

根据飞猪数据统计，仅在今年端午节期间，飞猪端午露营订单量较“五一”增长超2.5倍，其中，“90后”年轻用户和“80后”亲子人群占比接近九成。“睡进风景中”的房车游增长超2.7倍。受亲子出游刚需的推动，主题乐园、动物园等亲子类景区的门票出票量增长近30%。随着暑假来临，带娃出游将再次成为销售热点。

从2019年进入母婴类直播间以来，“冉冉妈”直播间里的产品从单一品类已经逐渐辐射到生活中的方方面面。曾有过9年家庭教育指导师经验的“冉冉妈”说，在直播间里，越来越多的家长在为孩子买东西的同时，也在陪伴孩子上加大投入，亲子运动装备、亲子玩具的销量不断提高。

公开数据显示，随着人均可支配收入的增加以及家庭消费能力的提升，我国母婴市场持续增长。2021年，我国母婴消费规模达到34591亿元，预计到2025年我国母婴市场规模将达到46797亿元。



「冉冉妈」直播带货。

## 夏日遛娃寓教于乐 快来省科技馆打卡

本报讯(郑文君 实习生 周文欣 记者 张鸣霄 文/摄)暑假开始了，省科技馆为中小学生提供了集盎然乐趣与科学启蒙于一身的科教平台。7月15日至8月28日，省科技馆将开展“探索之旅”系列活动与“大眼睛科学营”系列活动。

“探索之旅”系列活动包括：跨越星河，探秘航天；隐藏在人类基因中的奥秘；“驭”火重生；“科学Party”。“大眼睛科学营”系列活动在二层半青少年科学工作室开展，主要包括种子研学小课堂、镜子小课堂等。



龙江科技  
欢乐行

## 1块钱 让老便秘 一通到底!

肠道就相当于我们人体的“下水道”，一旦发生堵塞，排泄物长期滞留肠道内，代谢废物和毒素还会被反复吸收，对身体造成巨大伤害……排便困难像受刑，老人便秘怕三高。

资生牌养润宁片，以当归为君药，配以芦荟、决明子、酸枣仁。四味中药组成妙方，增加肠道粘液分泌，改善粪便移动环境，同时，恢复肠道蠕动功能，增强自主排便能力，不会形成习惯性便秘。国食健字号G20041062。主要原料：酸枣仁、决明子、芦荟、当归；具有改善胃肠道功能(润

肠通便)的保健功能，适宜便秘人群。

**特大喜讯：健康就是吃得下，睡得香，排得畅！**厂家为了帮助有便秘困扰的中老年人，特别举办了本次活动。1、养润宁本月特举行促销体验，前50名可享受1元一瓶的优惠政策；2、习惯性便秘或者其他疾病引起的便秘、腹胀、口臭口苦的人群优先体验。

抢订  
热线 400-810-0202  
(建议按周期服用效果更佳)

山东牧兰生物医药有限公司 广告 保健品不是药物 不能代替药物治疗疾病