

高价婴幼儿产品背后有哪些“消费陷阱”?

50元一斤的宝宝挂面、三四百元一套的餐具……不少商品打上“婴幼儿、儿童专用”标签便身价倍增,一些产品价格远超合理范围,却并未体现出“专用”的特殊性,还加剧了育儿焦虑。

是什么让“婴幼儿专用”摇身一变身价翻倍?高价产品背后有哪些“消费陷阱”?“新华视点”记者展开调查。



标签标识新规范

1 贴上“专用”标签就卖高价

“孩子马上要吃辅食了,我特意选购了显示温度的餐具,显温勺50多元,保温碗299元。”家住广州市番禺区的吴女士为7个月的宝宝购买了各类辅食用品,在她看来,买给孩子就要选“专用”的,“分辨不了优劣,买贵的总没错。”

然而没过多久她发现,所谓的“显温勺”并不如宣传那样好用,勺子电池容量小,孩子吃饭慢,经常一顿饭没吃完勺子就没电了,充电还要把手柄卸下来。吴女士表示,“现在市面上婴幼儿用品花样多、价格贵,广告宣传得很好,实际花了钱才发现并不值。”

记者注意到,一些婴幼儿产品瞄准

新手父母想为孩子提供最好产品的心理,价格远超普通产品,但实际功效却并无太大差异。

“普通的洗脸盆也就十来块钱,印上‘婴儿’两个字,价格就贵了不少。”在深圳某高校工作的周先生说。

记者在某购物网站看到,一款婴幼儿吹风机显示有“吹头发、吹屁屁”的功能,宣传页面显示“该款吹风机可以帮助宝宝改善湿疹、痱子等症状”,但有用户实测后发现,不同档位模式仅有温度区别。

除各类婴幼儿用品外,食品也是家长舍得花费重金投入的领域之一。

随着婴幼儿食品市场日益细分化,

出现一些打着“婴幼儿”标签的高价食品。记者在某网购平台上看到一款“宝宝挂面”,产品名称标注为“蔬菜小面”,制作工艺为小麦粉添加3%的蔬菜粉,21元200克,约50元1斤。

婴幼儿用品价格的水涨船高加剧了育儿焦虑。“看着别人家晒的宝宝被养得像小公主、小王子,再看自己的宝宝,就会产生攀比心理,觉得不能对娃有愧。大人省吃俭用,也要尽最大努力给宝宝最好的。”长春宝妈刘楠说。

广州的白领李女士说,“身边很多朋友生孩子都比较晚,也舍得给孩子花钱,他们给小孩吃400多元一罐的奶粉,仿佛这才是标准,买低于这个价格

的就是对不起孩子。”

有数据显示,“95后”家长母婴产品月支出占家庭月收入比例高达30%,倾向于为精细育儿观念买单。吉林大学新闻传播学院教授严俊认为,一些商家为父母营造出产品“无可替代”的概念,年轻父母一不小心就会被各种广告宣传“收割”。

吉林大学人口研究所教授王晓峰表示,当前社会“精致育儿”理念在年轻人中盛行,高标准、高价位的母婴装备成为“刚需”,进一步增加育儿成本,推高“育儿贵”的舆论氛围,加剧部分年轻人不敢生育、不想生育的心理。

2 价格“水涨船高”的背后

婴幼儿产品价格虚高现象背后,暴露出哪些问题?

广东省食品安全质量协会执行会长蔡高斯介绍,目前我国在婴幼儿配方食品、婴儿纸尿裤、婴儿奶嘴等领域出台多项相应的国家标准和办法,有助于提升婴幼儿产品质量、规避安全风险。然而,一些产品并非婴幼儿专用,却以“适宜婴幼儿”为卖点,制造出不少“伪需求”,实则宣传大于内容。

近日,号称“活性炭吸附异味、七层锁味盖、大容量一星期不用扔尿布”的尿布桶在网络社交平台上备受追捧,电商平台价格约300元。购买了该产品的宝妈林丽认为,“婴儿尿布桶”并不如宣

传的那么好用,隔味效果一般,且购买专门的垃圾袋又是一笔不小的开支。

她说,市面上很多婴幼儿用品宣传得“高大上”,听上去是“科技改变生活”,实际却多此一举,“家里每天都要倒垃圾,没必要把用过的尿不湿塞在垃圾桶里放一个星期。”

还有一些电商平台通过算法推荐和关键词植入的方式,营造产品为“婴幼儿专用”的假象。

记者在一家“母婴食品网店”看到,某品牌宝宝挂面号称“不加盐”“含多种微量元素”“容易吞咽”,但网络销售页面底端不显眼位置却标注了“本店产品是全年龄段皆可食用的普通食品,不是

婴幼儿配方辅食”,客服也表示“该款挂面不是婴标”。

华南农业大学食品学院教授柳春红表示,一些标注“儿童”甚至是“宝宝”的食物,包装看上去很可爱,价格比较高,但未必就是宝宝专用。建议家长看清配料表和营养成分表,不要被包装所迷惑。

此外记者调查发现,婴幼儿用品领域的某个产品突然成为“网红”,被众多母婴博主集体夸赞,背后可能与资本操作和媒介运营有关。

拥有10万粉丝的母婴博主“秦秦”告诉记者,经常有尿不湿、婴儿玩具商家主动联系自己,邀请推广产品。“他们

会主动把产品寄来,要求拍摄一条软广告短视频,要有宝宝出境使用,还要用口语化的表达说产品好用,发出来后会给500至1000元的报酬。”“秦秦”表示,有的产品自己从来没用过,但要根据品牌商要求夸赞其产品好用才能获取报酬。

事实上,今年5月1日起施行的互联网广告管理办法明确,以知识介绍、体验分享、消费测评等形式推销商品或者服务,并附加购物链接等购买方式的,广告发布者应当显著标明“广告”。

3 规范婴童消费 理性科学育儿

随着育儿理念的提升,消费者对个性化、多样化婴幼儿用品的需求越来越多。受访专家呼吁,推动婴幼儿产品市场规范化发展,加大监管力度、规范商家行为。

江苏省社会科学院研究员丁惠平表示,一些商家利用消费者的心理需求,通过提高婴幼儿用品和服务价格来获取更高利润,消费者应理性辨别,做好预算和规划、对比价格和质量,量力

而行、无需攀比。

深圳市消费纠纷评审专家、北京市东元(深圳)律师事务所律师邓永提醒,市面上一些婴幼儿用品并非造型可爱、颜色鲜艳就是适合的,消费者在选购婴幼儿用品时,要关注产品或其包装上是否明示其执行相应产品标准,是否有规范的警示标识、标志和说明书等。

广州大学法学院教授欧卫安表示,当前网络“种草”呈现多样化、隐匿化的

特点,建议平台加大对婴幼儿产品“虚假种草”“虚假测评”短视频笔记的管理。

“要严打商家虚假宣传,加强源头监管。”中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江表示,要加大日常巡查监管力度,重点查处线上和线下的无证照经营、虚假夸大宣传等问题;组织开展对无厂名厂址、无执行标准、无合格证的“三无”产品的专项检查行

动。

多位受访家长表示,购买婴幼儿专用食品用品体现了科学育儿的需求,建议通过培育行业龙头企业、加大抽查抽检力度、定期更新企业“红黑榜”等方式,进一步强化市场培育和质量提升,加强市场消费供给,让消费者有更多价格合理的优质产品可选。