

“全面二孩”政策背景下绍兴 婴幼儿产品消费行为研究

叶钢¹

(绍兴文理学院 元培学院, 浙江 绍兴 312000)

【摘要】: “全面二孩政策”实施至今, 绍兴二孩的出生率一直保持平稳增长态势。父母长辈对孩子的呵护程度与日俱增, 各类婴幼儿产品的消耗呈现井喷状态。同时, 绍兴城镇居民特有的消费能力和消费心理对其产生不容忽视的影响。通过对绍兴婴幼儿产品消费行为的研究, 能够为线上线下商户经营, 城市商业发展, 经济提升提供一定的参考。

【关键词】: 婴幼儿产品 消费行为

【中图分类号】: F27 **【文献标识码】:** A

1 新政环境下绍兴婴幼儿产品消费市场现状

自从 2016 年平稳推进“全面二孩”政策, 越来越多的绍兴家庭步入了二胎时代, 全市出生人口孩次结构更趋合理(见表 1)。

表 1 2015-2018 年绍兴市计划生育统计数据

	2015	2016	2017	2018
出生人数	32235	38469	47982	37466
自然增长率	0.43‰	2.59‰	2.88‰	1.06‰
二孩率	—	43.42%	49.10%	49.09%
计划生育率	95.66%	98.00%	98.21%	97.64%
一孩登记(人)	—	20341	17438	15634
二孩登记(人)	—	20811	16111	13477

市内的婴幼儿产品销售主要集中在妇产医院和各大商业中心周边, 特别是绍兴市妇幼保健院附近尤为密集。通过对该院周边

作者简介: 叶钢(1981-), 男, 浙江绍兴人, 绍兴文理学院元培学院讲师。

基金项目: 绍兴文理学院 2017 年校级科研项目“‘全面二孩’政策背景下绍兴婴幼儿产品消费行为研究”(2017SK1012)的研究成果

及市区主要的几个商业中心实地调查,对当前绍兴市婴幼儿相关产品供应状况有了较为全面的了解。

目前,市区主要的综合型母婴用品实体店约 50 多家,大多规模较小,且分布在不同居民区附近;规模较大的连锁商店,主要有婴知岛和孩子王,在世贸、袍江、八佰伴等商业中心都开有门店。以婴知岛为例,基本囊括了各类婴幼儿产品的各大主流品牌,如爱他美、花王、贝亲等。其他连锁类商店基本是独立品牌专营店,以婴幼儿服饰居多,如 H&M、英氏、NikeKids 等。此外,各大连锁超市也有部分同类产品销售。

为了进一步了解绍兴市婴幼儿产品线上线下消费的实际情况,以妇保院为中心,随机对孕产妇及 3 岁以下婴幼儿家庭进行了调查。结果显示,所有的受访者都有网购经历,很多常规商品,如配方奶粉、纸尿裤等都会选择线上购买,基本选择网易考拉、天猫国际、京东等综合型网购平台,或者贝贝网、国际妈咪、母婴之家等专业母婴电商平台。此外,约有 95%的受访家庭还会通过微信、抖音等平台的商家购买产品。

2 新政环境下绍兴婴幼儿产品消费行为变化分析

2.1 育儿方式的转变

相较于祖父母辈,80、90 后父母更注重科学育儿的方式,交流分享经验心得。加上互联网的助力,能够更加方便地获取并比较各类婴幼儿产品的讯息,购买更为适合自己的产品。同时,他们也逐步影响着祖父母辈传统的育儿方式。比如,配方奶粉替代了米饭、荷花糕;纸尿裤接替了自制尿布;儿童坐便器取代了开裆裤……

2.2 消费方式的转变

网络经济时代,绍兴人的消费方式也从实体店转移到了线上。购买力的大量流失,导致不少实体店业绩下滑。像汇金广场的城市生活超市,主打各类国内外婴幼儿产品,但顾客寥寥无几,最终闭门歇业。为了提升竞争力,很多实体店纷纷开拓网络渠道,如孩子王 APP、婴知岛社区微信群等。

2.3 消费观念的转变

老一辈绍兴人以价格主导消费的观念,一直影响着绍兴消费市场。但年轻一辈父母对品质的追求,加上“再苦不能苦孩子”“隔代亲”等观念的影响,绍兴人越来越重视婴幼儿产品,特别是喂养类产品的质量。更有甚者,以“便宜没好货”“一分钱一分货”为标准主导消费决策。

2.4 消费对象的转变

尽管国产品牌质量日益提升,但在消费观念的影响下,加之挥之不去的食品安全问题,令更多绍兴家庭倾向于选择国外品牌产品。所有调查对象都有类似倾向,其中约 90%的受访者都有代购、海淘或托亲朋从国外直采等方式购买国外产品的经历;其他受访者在网购或实体店购买时,也会首选国际知名品牌。

2.5 二胎对消费的影响

相较于初为父母的家庭,二胎父母有了头胎的经验,在消费过程中避免了更多踩坑的风险,在产品选择上更具品牌忠诚度,这在喂养类产品中尤为明显。另一方面,很多二胎家庭在其他类型产品消费上,比如服饰、玩具等,会较多偏向于继续使用之前购买的产品,或亲朋间相互转赠。这一定程度上降低了消费支出。

3 新政环境下绍兴婴幼儿产品消费行为影响因素分析

3.1 年龄结构

婴幼儿产品消费主体的年龄结构,直接影响着消费结构的变化。当前绍兴新生儿父母主要是 80、90 后,他们更能接受新事物、新思潮,在消费观念上更注重商品本身的品质、样式、效用等,也更习惯使用网购方式。而作为外祖父母一辈,虽然很多时候仍然保持一贯“节俭”的传统,但在孙儿辈身上更舍得花钱,很多都是实体店服饰、玩具等产品的常客。

3.2 收入水平

居民收入水平的高低直接影响家庭消费支出,也就直接影响婴幼儿产品的选购。根据对绍兴婴幼儿家庭的调查显示,不同收入家庭在婴幼儿产品消费上会更体现出质量偏好。而近几年绍兴市居民的收入水平稳步提升(图 1),也进一步促使这些家庭将更多的收入分配到相关产品的消费上。

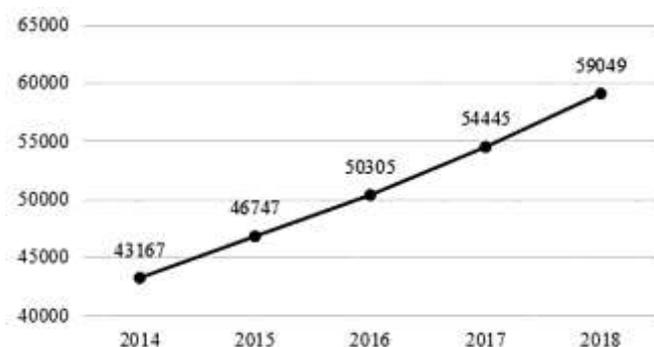


图 1 2014-2018 年绍兴市人均可支配收入(元)

数据来源:2015-2019 年绍兴年鉴

3.3 教育程度

接受过高层次教育的消费者,会更偏向于考虑健康、安全,而文化程度低的消费者往往看重价格。越来越多的外来人口来绍兴工作、生活,其中很大一部分都是受过高层次教育的。受访者自己或配偶中有近 50%是硕士研究生以上学历,个别受访者还具有海外留学背景。他们在选购婴幼儿产品时,会比较关注国际知名品牌,或者选择网络上口碑较好的产品。当然,这些产品往往以国外品牌居多。

3.4 社会环境

网络已成为当代人主要的社交环境,对其消费行为有着极大的影响力。而消费者所处的生活或工作环境也在一定程度上左右着他们的消费决策。从受访者的调查结果了解到,他们的朋友圈、微信群中不乏婴幼儿产品的相关讯息,提供了不少参考意见。此外,他们在最初选购婴幼儿产品时,不少信息主要来自身边亲朋或同事的亲身经历、实际体验。这些信息更为直观、可靠,对他们的消费倾向产生了重大的影响。

3.5 地域差异

绍兴人更愿意去周边的大城市购买商品。这不仅仅受传统观念的影响,更多的是因为绍兴在文化、经济等方面发展存在的差异导致的。外来人口相对较少,商品结构不够合理,商业圈缺乏竞争力等,让很多绍兴居民选择在节假日或特殊销售季前往杭州或上海等地选购商品,能够获得更多的选择,更好的优惠。

4 优化绍兴婴幼儿产品消费市场的建议

4.1 引导正确的消费观

政府应加大宣传力度,让消费者树立正确的消费观,走出盲目崇洋的误区。同时,建立相关育儿培训机构,让家长掌握最新最正确的育儿知识,在保障孩子健康成长的前提下,合理消费,理性消费。同时,商家在商品宣传时也要更加客观,帮助消费者掌握国内外产品的生产、销售资讯,更理性地选择产品。

4.2 完善信息公开渠道

政府要协助品牌商,通过各种渠道和方式,对消费者进行婴幼儿产品的普及,特别是国产品牌,让消费者能够深入了解国产和进口产品的异同点,缩小认识上的差距。同时,政府应完善信息公开制度,及时向社会公布有损消费者权益的商家和产品质量信息,约束企业行为,保障消费者利益。

4.3 加强产品质量监督

绍兴市市场监督管理局一定要把好婴幼儿产品的质量关。可以借鉴国外的一些先进经验,加大监管力度,定期抽查,从进货源头入手,让进入绍兴的婴幼儿产品保质保量。同时也要保障消费者的权益,在出现质量问题时,相关部门要积极协助解决。

4.4 合理布局个性营销

要正确分析消费市场,合理细分,在不同的细分市场针对性地开发建设商业圈。同时,合理规划交通、基础设施建设,方便居民出行购物。通过个性营销手段,吸引消费者到实体商店消费。婴幼儿产品,主要的受众群体是婴幼儿。因此,在商业圈开发和营销过程中,要针对婴幼儿的特性,建设一些早教、游乐、培训等项目,吸引消费者。

4.5 线上线下相互融合

政府要给予进驻商城的实体商店一定的优惠政策,帮助他们有实力可以和网络卖家竞争。这可以促进实体店采用线上和线下同时营销的方式,吸引不同的客源,增加销量,也可以像西选超市那样,消费者在店内电脑上直接下单,保税区直邮到家,减少中间环节的成本。

参考文献:

[1]李晓雨. 理性消费,乐于分享——儿童用品消费洞察[J]. 中国质量, 2020, (08):13-16.

[2]张迪,白玉岑. 婴幼儿产品消费的影响因素分析[J]. 公关世界, 2017, (07):56-58.

[3]陈溶谦. 母婴用品购买者消费心理行为及其营销对策分析[J]. 现代商业, 2017, (28):40-41.

[4]卢海蛟. 婴幼儿用品消费者行为分析[J]. 企业导报, 2015, (1): 36-37.