

儿童用品走向“智能化”

“85后”、“90后”已经成为生育主力军，他们带动了育儿消费市场往智能化趋势发展。业内人士指出，随着人工智能时代到来，在科技育儿理念盛行的当下，儿童产品智能化成为大势所趋。科技力量的注入，帮助家长更轻松、更高效、更放心地养育孩子。

智能产品受青睐

“双11很快就要到了，今年‘购物车’里快满了，全是孩子的东西。”身怀六甲的刘女士忙着准备母婴用品，智能婴儿床、智能婴儿餐椅、智能温奶器……有“智能”二字的产品都成了她关注的对象。

记者采访发现，像刘女士这样的90后偏爱“智能”产品。在电商平台上，一些标识智能化的母婴产品，一般销量高于同类产品。智能婴儿床是众多智能育儿产品中的当红“选手”。一些机器人玩具、早教机器人、早教玩具书等智能概念的育儿产品也颇受好评。智能纸尿裤目前可选品牌不少，这类产品可提供“大小便报警”“发烧报警”等，而售价比普通的纸尿裤高出许多。

京东大数据研究院发布《幼儿教育线上消费趋势报告》显示，“宝爸宝妈”们的购物价格500元以上的“育儿硬件”逐渐增多，增速最快的商品价格段出现在800~1000元、500~800

元及1000元以上，这三个价格段的两年复合增长率分别达到130%、110%和81%。

技术含量还需提升

智能化育儿产品的兴起，源于接受新事物新生代父母的需求。但这部分消费群体在消费选择上也比较“挑剔”，对智能化产品技术含量要求比较高。年轻父母对孩子的教育观念普遍提升到了全新层面，更加关注孩子自我意识、创造能力、社交能力以及与世界的联结能力等方面的发展，育儿媒介也从单纯的书籍、绘本和玩具，延展到了具有科技基因和智能元素的儿童产品。

记者了解到，目前育儿智能化产品尚处于市场早期，与其快速发展相伴而生的是行业标准的缺失，造成了目前遍地开花、鱼龙混杂的市场乱象。一方面，硬件和人工智能技术不成熟，导致“伪”智能层出不穷，创新性产品并不多。另一方面，作为新兴产业，售后服务体系的不健全。

业内人士指出，要进一步细分市场，针对更细分的目标人群、功能性需求，以及场景需求进行产品创新，用更专业的产品满足更精细的消费者需求。线上和线下的不同平台需要进一步融合，联合品牌进行整体布局，为消费者提供更好的服务。

据《工人日报》

相关链接

相关儿童智能产品

儿童故事机 只需要按下语音键就能进行点播各种故事。不仅可以远程管理内容、聊微信、智能对讲，还可以根据宝宝性格特点和语言习惯，不断进行内容和功能升级，是陪宝宝一起成长的好玩伴。

智能早教机 开发针对不同年龄儿童的熏陶课程，把知识内容循序渐进地、科学地重复，让孩子在无意识地学习中真正把知识记住。家长将孩子要听的内容设到课表里，到时间可以自动播放，不用担心忘记。有些早教机还内置了针对孩子情况的评测问卷，可通过测评系统自动生成并推荐专属于孩子的定制早教内容，还会定期更新。而且早教机的专业音质以及亲子微信语聊、AI智能语音交互等功能，还能对孩子的语言表达起到很好的引导效果。

儿童智能台灯 其光源孩子肉眼也可直视，光线澄澈均匀。同时还可通过语音提醒孩子坐姿不正、专注力不集中、过度用眼等行为，引导孩子科学用眼。

晚综

智能马桶,生活中的科技

生活中,哪些事物的改变正提升着我们的幸福感?从衣食住行到“厕所革命”,人们对于幸福的关注点越细微,越体现出对生活品质的更高追求。就拿近年来火热的智能马桶来说,在改变人们生活方式的同时,也带动科技不断创新。如今,国产智能马桶不仅是欧美市场的消费主流,也成为更多国人不可缺少的卫浴用品。

日前,记者以国内十大卫浴品牌之一的恒洁卫浴为例,探访智能马桶近年来的发展。在位于市区柳江路与太行山路交叉口的恒洁卫浴专卖店,智能马桶作为最吸引顾客眼球的马桶品类,被摆在显著的位置。其中,一款型号为Q9的最新产品是主角中的主角。店长张静告诉记者:“消费者挑选智能马桶最关心便捷、舒适、安全、耐久这几方面性能。”

Q9继承了恒洁系列产品设计的一大亮点——回弹式一键旋钮。这个旋钮将清洗、冲水、烘干等操作化繁为简,一键完成,方便老人、小孩及夜间使用。紧贴着旋钮,Q9还设置了智慧翼。只需在面板上轻触,即可为家庭成员设置专属的水温、水压、座温、风温和清洗位置,实现定制+记忆功能。

与市面上许多价格高昂的国外品牌相比,国产品牌在功能的便捷性上毫不逊色。比如在断电状态下的冲水方式上,一些国外品牌仍需要繁琐的操作才能冲水,而恒洁智能马桶

改变传统冲水方式,无须电机辅助,日常使用更安静,断电时只需一键即可冲水。

科技的加持还为恒洁智能马桶带来自动、触摸、轻抬三种翻盖模式,适合不同使用情境;离开10秒自动冲水,更省心;离开30秒自动息屏,更节能。荷叶疏水材料打造的盖板不留水渍,独创的微晶抗油污釉面使陶瓷体光滑不挂污,易于清洁。

舒适性和安全性也是智能马桶展示实力的角力场。仍以恒洁为例:拥有更加恒定的水温和水压控制,让消费者享受SPA级的水洗体验;独创的28.5度座圈设计更符合国人使用要求,久坐不麻。同时,座圈采用银离子抗菌技术,喷枪采用LED紫外线杀菌和电解水除菌技术,为健康提供保障。整体的水电分离技术则让马桶在连电的情况下,用花洒给它“洗澡”都没有问题。

目前,卫浴行业的质保期限普遍在2~3年。而恒洁智能马桶不但将质保期限提升至6年,而且质保范围是整机。这意味着国产智能马桶的品质已经走在世界前列。

小小的智能马桶,正以日新月异的技术改变我们的如厕感受,难怪能成为卫浴市场的宠儿。最后,还是要提醒消费者在选购智能马桶时,除了比较产品的综合性能,还应考虑品牌,毕竟大品牌无论是科技研发、制造工艺还是售后服务都更可靠。

本报记者 杨旭

消费调查

儿童手表并不仅仅是儿童的事



现在的儿童电话手表功能越来越多,除通话、定位、支付、社交、发“朋友圈”、游戏、听音乐、查询词典等功能不断加入,越来越向智能手机靠拢。诚然,孩子们也应有自己的娱乐和社交,但对于孩子使用儿童电话手表的情况,家长也应关注并正确引导。

儿童电话手表销量大增

如今上下学时分走上街头,不难发现孩子们佩戴儿童电话手表的身影,有的特意穿戴在衣袖外面,有的挂在胸前,家长和孩子双双接受它成

为“标配”。

万千家庭撑起儿童电话手表惊人的出货量。据统计,2019年第一、二季度中国可穿戴设备市场出货量为4257万台,同比增长34%。

销售量大增也带动了许多知名大厂加入“战局”,推出针对儿童市场的多款智能手表,这也使儿童电话手表有了更多功能、APP资源,同时其安全技术有了一定提升。

孩子更喜爱社交和娱乐功能

“不论你在哪里,一个电话马上就找到你”这是儿童电话手表广为流传的宣传语,也是戳中家长的话。一位已给孩子换过3块儿童手表的妈妈说,定位、电话、视频功能是其核心消费原因,由于通话和定位功能越来越好,附加功能越来越多,儿童电话手表也越

卖越贵。

但孩子大多数并不在意性价比,最新最快、酷炫时髦、同学都有这些因素都会导致孩子要求家长购买最新款。而且孩子更喜爱的是电话手表的社交和娱乐功能,比如加好友聊天、直接问作业,不用再借妈妈手机,路上还能听歌、听故事。

家长应引导正确使用

一些老师表示现在学生几乎人手一支儿童电话手表,而且其功能发生了变化,也是娱乐和学习的产品,吸引更多孩子的注意力。因此,建议课堂上禁止学生使用儿童电话手表;但在上下学路上、家中做作业时,儿童电话手表近在咫尺的“诱惑”一方面容易分散孩子学习的注意力,而且由于屏幕较小,对视力的损伤可能比手机还大。而且由于儿童电话手表的电池较小,附加功能消耗电量可能干扰其核心的亲子联系功能使用。所以对于智能手机化的儿童电话手表,家长也应适度管理使用,更多发挥其核心功能。

据《新快报》

消费宝典

金银饰品购买需谨慎

不少市民尤其一些即将组建家庭的年轻人,格外钟情购买设计新颖的金首饰及纯银装饰品。然而,个别网店和商户却动起了歪脑筋。

“孩子结婚,正选择首饰呢。现在,出来了一种‘紫金’首饰,样子倒是挺好看的,价格不菲,可拿去鉴定却是合金的……”陈女士很是困惑的表示。

“我们马上就要结婚了,我特意给爱人选了纯银的钥匙扣,还有银制的餐具。可是,我把从网上买的银制品带去检测,结果却说是‘白铜’,这令我心里很难受。”正在置办新家用品的胡小姐无奈地说。

对此,“紫金”饰品中,

金含量都比较低,往往只能达到百分之十几,低于金及金合金饰品中金含量应大于等于375%,即9K的国家标准规定。也就是说这种所谓的“紫金”饰品,按照国家标准就不应该叫做金饰品。

据珠宝行业业内人士透露,商家对“紫金”的炒作,主要是出于营销目的,而这样一个称谓,竟令其身价翻了数倍,商家自然赚得盆满钵满。为此,专家提醒消费者,购买珠宝玉石及贵金属饰品,一定要慎重。购买该类商品一定索要发票,并详细注明该商品的名称。若对商品有疑问可到权威机构进行复检。

晚综

消费曝光台

本栏目接受消费者投诉,对典型案例和不良品牌商家进行曝光,针砭行业发展中的弊端,维护消费者合法权益。

电话: 3117156

15839581290



请扫码关注沙澧商圈
微信公众号。