

面膜的赛道拓向了儿童市场,儿童面膜进入消费者视野 岛城不少宝妈为“可爱”买单

□记者 姚舜好 文/摄

秋冬季节,皮肤容易干燥,不少人会选择在睡前敷上一张面膜,给肌肤“补补水”。而今年,一些品牌将面膜这一常见护肤产品的赛道拓向了儿童市场,“儿童面膜”这一新兴产品正逐渐走入人们的视野。

舒缓、美白、补水是消费者对面膜常见的几类功效诉求,但当这些功效放在儿童面膜上,也不禁让人心生疑问:儿童需要敷面膜吗?儿童面膜是否有市场?是真的有效还是只是“智商税”?

昨天,记者走访了新城商圈的母婴店、超市以及日化用品集合店,了解相关情况。



儿童面膜新入市场,卡通造型吸引宝妈买单

昨天下午,记者首先来到了新城凯虹广场三楼的爱婴室母婴用品店,入店没走几步,就在靠近收银台的货架上找到了一款儿童面膜。店员小张告诉记者,儿童面膜是今年1月份上架的新产品。

记者看到,该款面膜店内标价与品牌官方旗舰店相同,单盒售价为39.9元,内含5片面膜,折合每片价格为7.98元。“这款面膜适合六七岁及以上的儿童使用,低龄幼儿更适合用面霜。”由于是针对儿童推出的产品,该款面膜的造型也与普通面膜不同,被做成了卡通动物形象。不过该店铺中相关产品数量尚少,记者只发现了一款面膜,走访的其他几家日化用品集合店、超市日化区、美妆用品集合店的儿童护肤品也仍以面霜居多。

但在电商平台,“儿童面膜”相关产品种类很多,青蛙王子、润本、红色小象等知名品牌纷纷推出了此类产品,销量最高的一家已有超过4000人收货。

在舟山,儿童面膜有人买吗?据了解,为自家孩子下单的宝妈还真不少。如爱婴室的一位店员表示,店铺目前的儿童面膜销量还不错,她自己也给女儿买过。

“我从网上给女儿买过一回。它的膜布的造型是小老虎和小兔子这样的卡通动物形象,我觉得很可爱就试着给孩子用了。”唐女士是新城宝龙广场木星予糖美妆集合店的店员,她表示,店内目前和儿童护肤相关的产品只有一些

面霜,由于儿童面膜是新产品,之后是否会上架还要看看市场反馈。至于儿童面膜的效果,唐女士则表示不太能感受到,“女儿说用起来不觉得刺激,我就继续给她用了。至于效果就和咱们大人用面膜一样,只能稍微补点水,至于美白什么的效果完全没有。”

家有一个7岁孩子的市民魏女士说,自己起初看到儿童面膜这一产品时“很诧异”,“小孩子皮肤那么嫩,需要面膜这种东西吗?”但当不断在小红书、微博等平台上刷到相关的产品测评视频、笔记,她也动了尝试的念头,“怕孩子过敏,我还先在她的皮肤上做了测试,后续给她用了也没有什么不良反应,还是比较温和的。但是效果的话仁见智吧,用完的几分钟里孩子皮肤看着是比较水润,但过了一会就恢复如初了。整体而言用处不大,只能作为日常护肤的辅助吧。”

儿童有无必要用面膜?医生:效果有限,或增加皮肤负担

魔镜市场情报发布的《2023年H1消费新潜力白皮书》显示,今年上半年,母婴赛道的儿童面膜GMV(商品交易总额)为0.16亿元,增长率已达到218.2%,超越儿童奶粉和宝宝饼干成为增速最快的细分品类。对于品牌商来说,儿童面膜已经成为了一个新的增量市场。

在博主网络宣传的推动下,不少宝妈宝爸也成为了这类新型产品的消费者,但关于儿童面膜的适用性和功效的争论也一直存在。记者采访多位买过儿童面膜

的家长,他们均表示,尝试的儿童面膜存在一定补水功效但也仅限于此,面膜的可替代性比较高。“就是图个新鲜和款式好看,其实涂个面霜也完全有同样的效果。”宝妈施女士说。

《2023中国跨境婴童功能护肤行业趋势报告》指出,由于皮肤结构发育仍不完善,婴童的皮肤屏障功能不够成熟,婴儿角质层比健康成年人薄30%左右。多位医师表示,儿童的皮肤状态天然较好,并不需要面膜补水,过度使用反而会给儿童的肌肤造成负担。

医疗科普类自媒体“丁香医生”也曾发文称,面膜产品的功效说到底只有补水一种,且严格意义上来说,面膜的补水只是用携带的水分来浸湿角质层,增加一层封闭膜,使得丢失的水分停留在角质层,并没有真正进入深层皮肤。因而儿童面膜的科技含金量也可想而知。

而除了面膜,品牌还在不断开拓新的儿童日化用品细分赛道。

当天,记者还在新城宝龙的世纪联华超市以及银泰屈臣氏门店找了几款儿童用洁面泡沫,即泡沫状洗面奶。此外,常见的儿童护肤品类——面霜,也在功效宣传上花样百出,胚米精华、嫩竹叶水、金盏花提取物、牛奶蛋白精华、阿尔卑斯悦芙草……各种以天然草本、温和不刺激为特色的成分成为产品的宣传点。“我觉得在买这些用品的时候,要对这些商家宣称的效果打一个问号,给孩子用越简单越好。健康的生活方式和饮食结构才是改善皮肤状态的良药。”施女士说。

台州银行舟山分行开展整治拒收人民币宣传活动

为了持续贯彻落实中国人民银行关于整治拒收人民币现金工作的要求,营造良好的人民币现金流通环境,引导社会公众了解人民币是法定货币,拒收人民币现金是违法行为,增强爱护人民币意识和责任意识,台州银行舟山分行辖内10家支行积极开展整治拒收人民币宣传活动。

各支行工作人员走进社区、餐饮及零售等拒收现金现象较为突出的行业,向周边商户派发宣传折页,增强现金收付主体自觉遵守法律意识,不得拒收人民币现金的概念。

同时,支行工作人员进行了反洗钱、反电信网络诈骗、反假货币、打击非法集资等金融知识宣传。特别是在宣传过程中提醒不会使用线上支付的老年群体客户,遇到携带现金被商户拒收的情况,要合理使用法律武器维护自身权益。(洪倩)

平安人寿推出御享金越系列保险产品计划

为持续丰富保险产品供给,满足人民群众多层次、多元化的保障之需,近日,中国平安人寿保险股份有限公司重磅推出“平安御享金越终身寿险保险产品计划”及“平安御享金越终身寿险(分红型)保险产品计划”。

御享金越及御享金越分红,均有3年交、5年交两个交费期可选,多重选择,助力客户抢占未来财富先机。交费期满一定年度后,御享金越现金价值按照约3%逐年增长至终身,御享金越分红现金价值按约2.5%逐年递增持续至终身,时间越长,现金价值越高,长久守护保单财富价值。

两款产品计划均可搭配聚财宝万能账户,在为客户守住财富确定性的同时,兼顾成长。此外,御享金越分红的客户还可分享平安人寿经营成果,每年参与分红业务盈余分配。当年红利可进入聚财宝二次增长,万能账户加持带来第三重财富增长。现金价值、分红、万能账户结算,三重财富联动,助力客户收获更多惊喜。通过指定身故受益人,御享金越及御享金越分红客户还能将所积累的财富传承给家人,守护挚爱之人生活安稳。

两款产品计划均支持保单贷款,最高可贷现价的80%,聚财宝还支持部分领取。当客户事业、家庭遇到资金紧张问题,可使用保单贷款功能,解决燃眉之急。

平安御享金越终身寿险保险产品计划、平安御享金越终身寿险(分红型)保险产品计划,融财富储备、增长和传承于一体,帮助客户在守住确定性的同时,兼顾财富的成长,享受时间的馈赠。平安人寿表示,未来,公司将继续坚守金融为民初心,立足消费者需求,为客户提供“省心、省时、又省钱”的产品和服务,受托万家幸福平安。(庄丽娜)