

“奢侈育子”不可取

□晨报见习记者 张凯培

从“金猪宝宝”、“奥运宝宝”到“福牛宝宝”，在连续几年的生育高峰中，大部分的“80后”独生子女荣升父母。消费观念超前的“80后”为人父母后在育儿上也崇尚“名牌”和“高品质”，为了孩子不惜一掷千金。许多商家从中觅得商机，带动“育婴”经济呈现高端化倾向，奢侈育儿风越刮越烈。对宝宝来说，真的是花钱越多越好吗？



“80后”父母“重金”育子

在我市一家事业单位工作的26岁的王新和女士去年刚当了母亲。王新和告诉记者，她和先生都是“80后”，虽然两个人的工资加到一起不过三千多元，但是对孩子的花费却毫不吝啬，什么东西都要给宝宝选最好的。现在孩子光是奶粉和纸尿裤每月就要五

六百元，再加上给孩子准备钙粉、肉松、蔬菜泥、水果泥等食品以及购买服装、玩具等，一个月下来又要好几百元。“现在孩子就是我们的天，我们就是勒紧腰带也要保证孩子的高品质生活，不能让孩子输在起跑线上。”

据了解，随着许多作为独

生子女的“80后”成为父母之后，像王新和这样奢侈育儿的“奶爸新妈”们不在少数。

“一家就一个孩子，咱哪能委屈了孩子，再穷不能苦孩子啊！”家住鹤翔东区的“奶爸”沈强说。

“我自从怀孕之后，就开始关注一切与怀孕、婴幼儿有

关的事。为了让宝宝得到无微不至的照顾，我已经为孩子准备了奶嘴、奶瓶、碗勺等40多种必需品；可即使是这样我还是会担心将来少什么东西，这不，今天就过来瞅瞅有什么新鲜的产品没有。”16日下午，正在为迎接孩子降生而采购婴幼儿用品的市民王丹凤说。

“育婴”经济呈现高端化倾向

“80后”父母为了孩子“什么都舍得”的心态让商家从中觅得了商机，从奶粉、尿片，到护理用品、服饰、玩具，商家推出各种新产品，抢占消费潜力巨大的孕婴产品市场。

从去年的“金猪宝宝”潮到“奥运宝宝”潮再到今年的“福牛宝宝”潮，很多“80后”新妈妈都爱追求时尚，消费观念超前，希望让孩子享受名牌和高品质的东西，因而“宝宝经济”也出现了高端化的倾向。

在照顾宝宝方面，一些“80后”父母为图省事，不惜高

价购买“便捷”的婴幼儿用品。记者在一家育婴用品专卖店看到，各种各样的新式婴儿产品层出不穷，诸如圆弧造型的指甲剪、婴儿专用的体温计、防小孩溢奶用的拍背器、专门为婴儿设计的掏耳勺、吸鼻涕用的吸鼻器、学饮水用的学饮杯等种类繁多。此外，五花八门的婴儿口腔清洁套装、洗澡椅、音乐摇椅、旋转木马……各种各样的新产品让人目不暇接，而这些新鲜“玩意儿”都价格不菲。

在新世纪广场附近的一

家孕婴用品专营店，记者看到一盒被称为“母子装”的奶瓶标价188元，一个小小的温度计要价高达58元……

“别看咱家卖的这些东西价格贵，但都是国外进口的，产品品质有保障，安全性也高。而且越是年轻的父母，在孩子的装备上越舍得投入，也越来越喜欢这种新鲜‘玩意儿’，这类产品很能迎合他们的胃口。”专营店的销售人员告诉记者。

对于“80后”父母“超前”的消费观念，56岁的市民孟如

菊分析说，很多“80后”年轻人从小饭来张口、衣来伸手，花钱的观念很是超前，平日里缺乏计划性，自己照顾自己都不太在行，一下子添了新成员难免手忙脚乱。“病急乱投医”，很多没用的育婴产品也被他们买回来了。现如今城市里大多是“4+2+1”的家庭模式，也就是说一个家庭的四位老人、一对年轻父母天天都围着一个孩子转，自然是什么好买什么，“一块尿布一个奶瓶”的老式育儿方式自然也就被抛弃了。

养育孩子要有长远规划

市外国语中学的辛晓哲老师表示，家长们希望给孩子最好的物质生活的心情是可以理解的，但是没有必要让孩子过上太“精致”的“奢侈”生活，对孩子的爱不一定要体现在物质上。

花钱要有度。什么钱该用，什么钱不该用，都要有一个规划，一味追求名牌对孩子的成长会产生一些负面影响；如可

能引发孩子的攀比心理、太过于追求物质享受等，对孩子的性格培养也是弊大于利。体验生活、挫折教育对孩子的成长很有必要。

辛老师说其实孩子今后生活、教育、买房等各种花钱的地方还很多，如果真的疼爱孩子就应该为宝宝订制一个长远的生活、生长、成长、教育规划，而不是单纯从生活上关心他。



维修收费没谱 家电“有病难医”

□晨报见习记者 李潇潇

家电维修，人们大都认为最便捷、稳妥的方式是找厂家指定的维修服务站。然而，市民马景平向记者讲述了自己维修电视遭遇的烦心事，从而牵出一个售后行业的“黑洞”。

马先生反映，2008年10月份，他在新区三联家电商场购买了两台国产知名品牌的液晶电视，一台自家用，另一台送给了女儿女婿。2009年3月9日，女儿家的那台液晶电视就开始出问题，先是电视出图像很慢，后来干脆“黑屏”打不开。

马先生联系该品牌液晶电视的售后服务人员，请他们来修。维修人员检查后告诉他，是线路故障，由于没过保修期可免费修理，但因没带齐维修工具，约定第二天再来修。第二天马先生等了一整天，也没见人。

马先生只得再打电话给该品牌的售后服务部，答复说线路故障是小问题，他们马上会派人前去维修。这次维修人员检查了一遍后说，需要更换一个高频电容，而且需要马先生出50元的零件费。让马先生感到不解的是，上次说是线路故障，这次说是电容坏了。就算要更换电容，这电视明明还在保修期内，为什么要自己掏一半的费用？虽然不愿意，但为了不耽误女儿家使

用，马先生还是掏了50元钱。

更让马先生感到窝心的是，前几日，在与小区一个懂家电维修的棋友聊天时，棋友告诉他，一个液晶电视上的高频电容的成本也就是几块钱，就是在维修店里换个电容也只要二十元左右。气愤的马先生随后打电话到该品牌售后服务部质问，工作人员回答说，他们用的是原厂零件，比街边修理铺用的零件档次高，质量好，价位高一些很正常。“真是有事往外推，维修坑人钱”，马先生无可奈何地感叹道。

记者根据马先生提供的电话咨询了该品牌售后服务部，一位工作人员答复说：“不了解具体情况，要等负责人出差回来核实后再给予答复。”记者随后又多次打电话，仍无法联系上该品牌售后服务部的负责人。

针对此类情况，市消协的工作人员告诉记者，目前不少家电企业都采用特约维修的方式为用户提供售后服务，即企业选择维修商签约，一经冠名便开展该品牌的售后维修服务。对售后维修部的维修结论和维修效果，缺乏统一管理。

市消协建议，如果消费者在家电售后维修过程中有疑问，应注意收回更换的零部件，以保留维权证据。

毛衣起球 算不算质量问题

□晨报见习记者 李潇潇

“开始商家承诺‘起球包退换’，现在却翻脸不认。如今发票找不到了，到消协投诉也不受理，难道就真的对这些无信誉的商家没有办法了吗？”3月15日，市民王振玲向记者诉说了自己近来遇到的一件窝心事。

3月初，王女士在新区金泰百货商场看上了一件打折的毛衣，无论是款式、颜色还是价钱，王女士都很满意，就问商家：“这件毛衣起不起球？”商家胸有成竹地说：“保证不起球，如果起球，你就拿回来退。”听了商家如此保证，她放心了，于是拿出钱买下了这件毛衣。

可穿了一个多星期后，王女士就发现毛衣开始起球了。3月13日，王女士拿着毛衣找商家理论，没想到，商家就像变了一个人，先前的好态度完全不见了，先是说，“这是打折的特价商品，不负责退换。”略懂一

些维权知识的王女士告诉商家，依据国家有关规定，打折商品也享受“三包”。除非这个商品上标明了是“处理品”或“残次品”，否则，只要该商品存在质量问题，商家就应该承担包修、包退、包换的“三包”义务。

随后商家又说：“毛衣只是两袖和腋下的一些地方小面积起球，后背和前胸都没有，属正常现象，不能退换。”协商不成，王女士便想到打电话到市消协投诉，但因当时买毛衣的发票已经丢失，消协无法受理。

毛衣起球，能否投诉商家？市消协的工作人员介绍说，毛衣起球与否不能确定毛衣是否存有质量问题，但如果商家说毛衣不起球，就应该按照承诺来兑现；同时提请消费者注意，消费者应要求商家将承诺写在购货凭证上，这样一来，白纸黑字，明明白白，就可以投诉商家了。