



## “双11”育儿采购战

## 精打细算中的温情与理性

济宁晚报全媒体记者 刘伟栋

深夜零点的钟声过后，城市逐渐寂静，但无数个家庭的灯光后，一场没有硝烟的“购物战役”正进入白热化。城区魏女士，一位两岁孩子的母亲，此刻正紧盯着手机屏幕，手指飞快地在购物车列表与优惠券页面间切换。这场为她家宝宝筹备长达半月之久的“双11”采购，终于迎来了最关键的下单时刻。



## 下单实战：分秒必争的“购物车清算”

计划在10月31日晚8点进入执行阶段。首波预售开启，魏女士目标明确——锁定安全座椅和儿童餐椅两件大单品，支付定金便能省下500余元。过程紧张而迅速，她坦言“生怕慢一秒就错失优惠”。

然而，当储藏室里堆起“小山”，满足感之余，理性的审视也随之而来。一套尺码偏小的童装和一个有异味的玩具被申请退货。同时，魏女士也开始反思：“有些商品是否因‘凑单’才购买？那些‘额外优惠’是否都是必需品？在热烈的促销氛围中，人确实容易产生冲动消费。”

“这场‘双11’让我更清晰地认识到，育儿消费不仅需要精打细算的智慧，更需要一份‘恰到好处’的理性。”魏女士总结道。她表示，明年的采购策略可能会更倾向于精细化，而非单纯追求数量和总额的优惠。

采访中记者了解到，如魏女士这般理性、计划性强的消费者正逐渐成为主流。他们的消费行为折射出，在复杂的促销规则与育儿需求之间，新一代父母正在努力寻找一种平衡，试图将母爱温情与家庭经济学完美地结合在每一次消费决策之中。

## 攻略制定：从“育儿专家”到“采购军师”的转变

对魏女士而言，“双11”早已不是一场冲动的狂欢，而是一项需要精密策划的家庭采购项目。从十月中旬开始，她的夜晚时光便被“研究”所占据。

“婴幼儿用品采购，决策成本很高。它不仅仅是价格问题，更关乎孩子的健康、舒适与安全。”魏女士向记者展示了她为此次“双11”特地制作的Excel表格，里面分门别类地列明了目标商品。从纸尿裤、湿巾等日耗品，到奶粉、辅食等入口之物，再到秋冬衣物、玩具绘本乃至儿童安全座椅等大件商品，每个条目后面，都详细标注着品牌、日常价、

预售价、可用优惠券及平台活动。

“不能轻信页面上的‘历史最低价’。”魏女士分享着她的经验。她学会了使用比价工具，查询商品半年内的价格走势。她发现，某款宣称“双11”特价的知名品牌婴儿车，实际价格比三个月前还高出百元，这让她果断将其从清单中移除。

她的信息源还包括一个活跃的宝妈群。那里充斥着各类“线报”：“某品牌奶粉这次买三赠一，力度空前！”“那家童装店前半小时付款送浴巾！”……这些来自“前线”的一手信息，成为她制定采购策略的重要依据。

拒绝

理性消费

