

# 水银温度计停产在即,替代产品早已布局

记者走访市场并实测,替代品精度相当,成本与渠道成破局关键

果然财经

文/片 记者 魏银科 孙佳琪 济南报道

## 水银体温计 线上价格普遍上涨

记者走访了济南市历下区的四五家社区便民药店,店员们普遍表示,近期水银体温计比较紧俏,每天都有市民来询问购买。“有的一下买走了四五支,目前我们店已经没货了。”文化西路一家药店的工作人员告诉记者,她同时强调,“没有必要囤货,我们还会补货的。”隔壁药店的情况差不多,水银体温计也卖完了,店员表示,无汞玻璃体温计的销量也有上升。

记者恰好遇到一位来买体温计的市民。“总觉得电子体温计不准,水银体温计又怕摔碎有毒,来药店一问才知道有无汞玻璃体温计。”市民孙女士说。这家药店的无汞玻璃体温计19.8元一支,记者查看包装发现,这款体温计是杭州一家液态金属科技有限公司生产,感温液为镓基液态合金,允差+0.1℃到-0.15℃。据悉,用法和水银体温计差不多,为腋下式,使用前需将感温液甩到35.5℃以下。孙女士最终买了一支无汞玻璃体温计,虽然价格比水银的贵一些,但是叠加药店的会员积分,最终花了8块多,“这个刻度大,容易读数,最关键的是‘安全’。”

记者又走访了几家药店,发现情况和以上两家差不多,店里一般都有水银体温计、电子体温计、无汞玻璃体温计等体温计售卖,价格也都差不多,而且没有发现水银体温计涨价的情况。

线上的情况如何?记者查询发现,水银体温计价格普遍上涨。目前已鲜见单支10元以下的商品,价格普遍涨到12元以上,如果一次性买一盒(10支),倒是有不少均价在10元以下的。有一家店铺销量显示:一周内有2万人下单,周销量增长10倍,商品下的多个链接显示已经无货。而无汞玻璃体温计的销量也有所上涨,部分商家产品售罄。

## 哪种体温计测得准 记者进行实测

“电子体温计受环境影响比较大,不如水银体温计测得准。”一家社区药店的工作人员告诉记者,“同样是冬天,在有暖气的房间和没有暖气的房间,电子体温计测出来的温度也不一样。”

“建议电子体温计测温时间在5分钟以上。”另一家社区医院的工作人员表示,“我孩子之前住院时用的也是电子的,护士要求放5分钟以上,不要听见提示音就拿出来。”

“我囤了两三支水银体温计,因为之前对比过电子体温计,有时候误差达到0.5℃,我更信任水银的。”85后市民董先生表示。

2026年起,我国将禁止生产含汞体温计、血压计。近日,“水银体温计明年起禁产”等相关话题频频登上热搜。禁产令不仅使水银体温计销量大增,部分店铺出现断货现象,甚至引发了恐慌性囤货,有网友称已经“囤了100支水银体温计”。

其实大家不用着急,政策明确“禁生产”而非“禁使用”,现有库存产品可正常购买使用。近日,记者走访了济南市的部分线下药店,调查体温计的销售情况,并对市面常见的几款体温计进行测评。



线上售卖的水银体温计目前单支价格普遍涨到12元以上。

记者采访中发现,无论是市民还是药店工作人员,普遍反映电子体温计有误差,这也是消费者听到禁产令后“囤”一支水银体温计的原因所在。

“腋下式体温计,无论是水银的、无汞的,还是电子的,我们一般要求测温时间要达到5分钟以上。”某三甲医院急诊科医生告诉记者,电子体温计是大势所趋,只要按照标准操作,误差基本可以忽略。

据专家介绍,政策是“禁生产”而非“禁使用”,现有库存产品仍可买、家庭已有仍可用,直至自然淘汰。同时,市场上已有成熟的替代品可供选择,例如电子体温计(口腔/腋下/肛门)、红外额温枪/耳温枪,以及适合持续监测的智能体温贴等,公众日常使用不会因此受到影响,无须盲目囤积水银温度计。

无汞玻璃体温计、电子体温计测量的体温和水银体温计测量的,误差到底大不大?记者购买了三款市面上常见的温度计进行实测。记者将体温计放置在同一房间内两个小时以上,选了不同的时间,分三次进行测量,测量结果如下:第一次:水银体温计36℃,无汞玻璃体温计35.7℃;电子体温计35.8℃。

第二次:水银体温计36.4℃,无汞玻璃体温计36.3℃,电子体温计36.3℃。

第三次:水银体温计36.7℃,无汞玻璃体温计36.2℃,电子体温计36.2℃。

三次测试结果显示,无汞玻璃温度计和电子温度计测量结果几乎一致,水银温度计测量结果一般高0.1℃—0.2℃。

查看三款体温计的说明书可以发现,产品误差范围均在±0.1℃到0.2℃之间,体温计的测量精度是相当的,且腋下测量法均建议将测量结果加0.5℃。因此,就算以后没有了水银体温计,无汞玻璃体温计和电子体温计也是不错的选择。

不过,包括记者在内的很多消费者反映,无汞玻璃体温计感温液很难甩,甚至有网友调侃其为“居家健身器材”。记者查询发现,合金的黏度比汞大,凝固点也比较高,因此测温后回流缓慢,需要用力甩动多次才能回到35.5℃以下。还有网友反映,用的时间长了,无汞玻璃体温计数值标盘因多次用力甩动会移位,造成更大的误差,“建议厂家学习水银体温计,将刻度直接刻在玻璃上”。

某三甲医院的医护人员告诉记者,不论选择哪种体温计,都要挑选正规品牌,有医疗器械认证的产品,“电子体温计还需要定期进行误差校准,以确保测量精准度。”

## 替代市场早已布局 无汞体温计发展近20年

值得关注的是,在水银体温计即将禁产的背后,无汞体温计(包括电子体温计)市场已发展近20年。数据显示,我国无汞体温计市场规模2019年已达25亿元,占全球市场50%以上,形成了“接触式电子体温计、红外额温枪/耳温枪、智能体温贴”等多元测温产品矩阵。

但市场供给端同样存在优化空间。数据显示,2025年我国无汞体温计产量同比增长217%,但市场占比仍不足30%,线下渠道布局不均衡,中小城市和农村地区供给薄弱。某医疗器械企业负责人透露,镓钢锡材料价格是汞的12倍,特殊封装工艺使生产成本增加40%,导致企业扩产意愿受限,难以快速承接突发需求。

产业层面,政策倒逼下的转型正在加速。据研报预测,未来几年我国无汞体温计市场将保持8%以上年复合增长率,且智能电子体温计份额正以每年30%的速度快速增长。行业专家建议,企业应加大高精度传感器研发投入,优化生产工艺降低成本;相关部门可将镓钢锡体温计纳入医保耗材目录,通过补贴引导消费。

记者 尹睿 济南报道

“本以为解放双手的‘带娃神器’,没想到是个连对话都不顺畅的‘电子废物’。”近日,90后宝妈张女士花几百元给3岁女儿买了一款市面热销的AI早教玩具,结果却很让人称“AI玩具元年”。这场由AI技术驱动的消费热潮,究竟是带来了真正的情感陪伴与成长助力,还是又一场精心包装的“智商税”?

## 为陪伴买单 却难逃“吃灰”

“花了近400元买了某联名的AI玩具,结果比养娃还累。”来自山东的李妍原本希望这款AI玩具能陪伴刚上小学的女儿,自己能有更多时间处理工作。但实际使用中,这款玩具的表现却让她大失所望:“所谓的‘长期记忆’功能根本没用,第二天就忘了孩子的喜好;想让它教孩子背古诗,它却频繁卡顿;最麻烦的是,每次互动都要喊好几次唤醒词,孩子没耐心,最后还是得我来哄。”

类似吐槽在社交媒体上随处可见。记者梳理发现,AI玩具交互生硬、智能不足是消费者抱怨的核心。不少用户反映,AI玩具的对话逻辑与20年前的QQ宠物并无本质区别,只是多了语音功能,“问‘我不开心’,永远是‘可以和我分享呀’这类标准话术,完全没有真实交流的乐趣”。更令人诟病的是使用门槛与后续付费套路:许多产品需单独下载APP、匹配2.4G WiFi,更换网络后需重新连接。

不过,也有部分产品获得特定群体认可,比如定价不到百元的某AI玩具,因支持多种特色口音自定义,且操作简单,被不少用户评为“唯一真正把当你成年人对话的AI玩具”。

## 市场火爆,巨头相继入场

尽管消费者体验褒贬不一,AI玩具市场的增长势头却堪称迅猛。京东平台数据显示,2025年上半年AI玩具销量环比激增6倍,同比增速超200%。头部单品的表现尤为亮眼:跃然创新推出的“BubblePal”,从去年8月开售到现在销量近30万台,总销售额超1亿元;AI陪伴硬件公司珞博智能的

Fuzozo芙崽在今年6月上市后,很快冲到京东AI玩具热卖榜Top2,目前月销量稳定在2万台以上;上月底,华为与珞博智能合作推出的“智能憨憨”,发售当天迅速被抢光售罄,在京东上线12小时预售超6000台。

资本市场对该赛道热情同样高涨。进入2025年后,包括实丰文化、广和通等在内的多家上市公司,均因AI玩具的业务动态而拉动股价大幅上涨。京东与深圳市玩具行业协会联合发布的《AI玩具消费趋势白皮书》显示,预计到2030年,AI玩具全球市场规模将突破千亿美元级,年复合增长率超过50%以上。

市场爆发背后,是高毛利的强力驱动。前瞻研究产业院数据显示,传统玩具毛利率仅20%-30%,而AI玩具毛利率普遍达70%-80%,个别产品甚至超90%。商业模式创新更让资本看到长期价值。当前,AI玩具普遍采用“硬件销售+内容订阅”的双重模式,BubblePal、芙崽等产品均推出年费99元至299元的会员服务,用户付费解锁更多对话功能与内容更新。

## 困境与风险待解

但热闹的市场背后,AI玩具行业正面临多重困境。同质化严重是行业最突出的问题。记者梳理市面十余款热门产品发现,其核心架构高度相似:玩具均以语音交互、简单情感反馈、预设内容库为主,差异化仅体现在外观设计或细分场景。

用户留存与合规风险更是行业痛点。有业内从业者表示,目前还没有企业敢公开AI玩具的日活、月活数据。合规问题同样棘手。美国公共利益研究小组(PIRG)11月发布的一份报告显示,AI玩具创业公司FoloToy旗下的AI玩具泰迪熊“Kumma”,曾向儿童提供点燃火柴、寻找刀具的详细步骤,还对敏感话题“侃侃而谈”,最终被OpenAI封禁模型访问权限。

对于消费者而言,愿意为AI玩具买单的背后,是对真实需求的迫切渴求,家长需要真正能兼顾教育性与安全性的智能助手,年轻人则期待能提供个性化共鸣的情绪搭子。面对技术热潮与资本推力下的“狂欢式增长”,行业更需冷静回归本质。只有真正解决用户痛点,才能让AI玩具真正成为家庭信任的陪伴者、孩子成长的助力者。

# 爆火的AI玩具,是真陪伴还是智商税

交互生硬、同质化严重,家长直呼『吃灰』



网购平台在售的AI玩具