

新闻697
热线:6970000 手机:0891-6970000

近日,拉萨市民杜女士致电本报新闻热线0891-6970000反映,自0—3岁婴幼儿育儿补贴制度全面实施以来,她经常在线上购买的某款尿不湿价格悄然上涨了3元。为此,她向客服咨询,得到的回复是产品恢复了原价,并非涨价。然而,杜女士还发现,她在实体母婴店购买的婴儿零食也比之前贵了2元。

“育儿补贴本是为减轻家庭负担,怎么反倒有些母婴产品变贵了?”带着杜女士的疑问,记者采访了多位婴幼儿家长、实地探访线下母婴店,并与线上平台商家展开对话,深入探究相关情况。 文/图 记者 谭瑞华

补贴刚落地 价格就上涨

——拉萨母婴产品“涨价链”调查

补贴“暖意”遇涨价 家长期待与现实的落差

来自重庆的杜女士,今年4月产假结束后,便带着即将满6个月的宝宝来到拉萨。“宝宝使用XL号尿不湿,我担心他长大穿不了,所以从不大量囤积,每次线上购买都会留意价格。”杜女士说。不久前,当她再次购买同款尿不湿时,发现价格上涨了3元。“客服解释说是恢复原价,但我购买这个品牌型号已久,涨价与否一目了然。”

对于孩子的辅食,杜女士更倾向于线下购买,“能溯源才安心”。她固定选择在城关区加荣路附近的一家母婴店购买,“宝宝从6个月大时就喜欢吃泡芙,最近价格也上涨了2元。”杜女士表示,她理解线下店因房租、人工以及拉萨长途运输费等成本,价格高于线上,但补贴政策刚落地,商品就涨价,心里确实不踏实。

今年,西藏自治区紧跟国家部署,为全区3周岁以下婴幼儿家庭发放“及时雨”——按每年3600元标准补贴(月均300元),覆盖约17万婴幼儿,预计年减支超6亿元,政策暖意直抵人心。

“得知有补贴时,心里一下子安稳了。”家住拉萨市堆龙德庆区的准妈妈格桑拉姆算了笔账:“孩子出生后,奶粉、尿不湿每月开销上千元,补贴不仅能省下一笔固定开支,还能为孩子购买更好的辅食或绘本,压力减轻不少。”

10个月大孩子的母亲普珍,已在网上提交了补贴申请:“资料提交

非常便捷,现在只等审核通过,算下来能申请到10200元,对我们家来说,这笔钱能大幅减轻育儿负担。”

多子女家庭对补贴的期待更为迫切,但现实却让他们有些无奈。拥有五个孩子的德吉,家里三个年幼孩子喝的国产奶粉每罐涨了10元,尿不湿也提了价,“一个月下来多花近300元,几乎把每月补贴‘抵消’了。尽管明白物价会有波动,但涨价偏偏与补贴政策同步,总觉得不是滋味。”

利润空间调查 母婴店的成本与定价实情

育儿补贴的温暖尚未退去,拉萨母婴市场的价格波动已引起广泛关注——部分母婴产品正悄然涨价。为探寻真实的利润空间,记者走访了拉萨市不同规模的母婴店,从社区小店到连锁门店,收集了多类产品的进价与售价数据。

在北京中路一家经营五年的社区母婴店,老板拉吉向记者展示了近期的进货单:某国产知名品牌二段奶粉,厂家供货价为215元/罐,门店售价268元/罐;某品牌XL号纸尿裤,进货价88元/包,售价128元/包。“这两款是卖得最好的,算下来奶粉的毛利率大约为20%,纸尿裤约为31%。”拉吉解释道,“并非我们想赚这么多,拉萨的物流成本实在太高。就拿这款奶粉来说,从厂家运到成都再转至拉萨,每罐运费就要8元,再加上门店每月6000元的房租和两名员工共8000元的工资,若毛利率低于25%,根本无法盈利。”

而在江苏路一家连锁母婴店,店长卓玛给出的价格则略有差异:同品牌二段奶粉进货价为213元/罐(因连锁批量采购,进货价低3元),售价258元/罐,毛利率约为17%;同品牌XL号纸尿裤进货价85元/包,售价118元/包,毛利率约为28%。“我们连锁门店能拿到更低的进货价,所以售价也稍低,毛利率控制在25%至35%之间,这是公司规定的合理范围。”卓玛补充道,“像进口奶粉利润会稍高一些,例如某荷兰品牌三段奶粉,进货价220元/罐,售价298元/罐,毛利率约为26%,看似

与国产奶粉相近,但进口关税和清关费用占进货价的15%,实际纯利润反而更低。”

线上平台的利润空间则更为透明。某电商平台母婴类目卖家李女士透露,她店铺的某品牌婴儿泡芙(即杜女士购买的同款),厂家供货价12元/盒,售价18元/盒,毛利率为33%,“但线上需扣除平台服务费,还有快递费(发往西藏地区的快递费贵一倍),实际净利润仅约18%。之前未涨价时售价16元/盒,毛利率25%,净利润仅10%,后来厂家进货价涨了1元,我们才提价至18元,否则真的要亏本。”

行业视角 母婴产品定价逻辑与合理区间

“母婴行业的毛利率并非外界所想象的那么高,尤其在拉萨这样的偏远地区,合理的毛利率范围应在25%至40%之间。低于25%难以覆盖成本,而高于40%则可能存在溢价过高的情况。”从事母婴行业已有10年的德吉次仁介绍,“这里所指的是毛利率(即售价减去进价再除以售价),而非纯利润。纯利润通常还需扣除10%至15%的运营成本,因此大部分正规母婴店的纯利润率仅为10%至20%。”

德吉次仁进一步分析道:“不同品类的合理毛利率也有所不同。纸尿裤、奶粉等刚需高频产品,毛利率一般介于25%至35%;婴幼儿辅食、零食的毛利率稍高,约为30%至40%,这是因为这类产品保质期短、SKU多,库存成本较高;而洗护用品、玩具等非刚需产品,毛利率可能达到40%至50%,但由于销量较低,整体利润反而趋于平衡。”

针对家长担心的“补贴后涨价”问题,德吉次仁表示:“不排除部分商家借补贴之机抬高价格,例如将毛利率从30%提升至45%,这属于不合理范畴。然而,也有许多商家是因为进货成本上涨而调价,比如近期国内部分纸尿裤原材料(如无无纺布)价格涨幅达10%,厂家必然提高供货价,商家只能随之调价,这是正常的市场波动。”

德吉次仁还提供了判断价格是否合理的方法:“家长可以多进行对比,例如同品牌同规格的奶粉,在拉萨线下店的售价若比区外线下店高出15%以内,均属合理范围(因西藏

物流、房租成本较高);若高出20%,或补贴后毛利率超过40%,则可能存在溢价,建议向市场监管部门反映。”

家长应对 如何避开高价陷阱?

面对部分母婴产品涨价,家长们也摸索出了不少应对策略。市民次仁卓玛如今每周都会对比三家门店的价格:“比如宝宝喝的奶粉,A店售价198元,B店会员价为185元,C店满200减20,算下来C店最划算,我就一次买两罐凑满减。”

线上购物的家长则更注重促销活动。“我会把常用的尿不湿、辅食加入购物车,紧盯平台大促,比如618、双11期间,价格能比平时低20%—30%,那时多囤点,能省不少钱。”市民普珍表示,她还加入了几个母婴好物分享群,“群里会有人分享哪家店在做活动,哪家进口奶粉清关后有折扣,比自己找方便多了。”

针对商家“利用补贴引导消费”的现象,母婴行业人士建议家长:“不要被‘有补贴多花点没关系’的说法误导,育儿消费还是要按需购买,比如奶粉囤3个月以内的量就足够,尿不湿根据宝宝月龄囤1—2个月,避免因过度消费抵消补贴的优惠。如果遇到商家强制推销或价格明显不合理,可以拨打12315投诉,维护自己的权益。”

对于家长的质疑,记者联系了线上某母婴品牌旗舰店客服,对方回应:“价格调整是根据市场供需、进货成本等综合因素决定的,与地方育儿补贴政策没有关联,近期部分产品价格波动属于正常市场调节。”而当记者追问“为何波动时间恰好与补贴政策重合”时,客服则表示,“无法解释具体时间关联,会将消费者反馈转达给相关部门。”

截至发稿,记者已将拉萨母婴产品价格波动情况反馈给相关部门,工作人员表示:“会对辖区内母婴店进行价格巡查,重点核查是否存在借政策哄抬价格的行为,若发现违法违规情况,将依法予以处罚,保障消费者合法权益和政策落地效果。”

