

两三元

的牙膏为何销声匿迹了

生活中,牙膏是必需品,但最近不少人发现,超市里卖的牙膏越来越贵。“记得过去,牙膏最贵才十几二十块,现在的牙膏,普遍二三十块。”有消费者吐槽。

为什么两三元的牙膏销声匿迹了?

动辄二三十元,十元以下牙膏难觅

关于牙膏价格上涨,最近去超市购物的消费者小倪深有体会。

“放眼望去,多是二三十元的牙膏,好点的都要三四十元了,最便宜的佳洁士盐白牙膏也需要6.9元,价格太过离谱。”

如小倪所说,近日,记者探访多个超市,牙膏的价格普遍在10元以上,其中,15元至40元区间较为集中,舒适达等少数几个牌子的牙膏价格能达到40元以上,10元以下的仅有两款。

这也与艾媒咨询线下调研的数据相吻合。其此前调研显示,在大型商超售卖的四五十种牙膏中,一支牙膏价格在10元—20元之间的占六成,20元以上的占比为35%,而10元以下的只有两种。

除了低价牙膏消失在超市货架上,不少消费者也发现,一些牙膏价格在翻倍上涨。

“这款冷酸灵抗敏感牙膏,现在卖7.58元,记得原来只需要两三块钱;曾经几块钱的中华牙膏,现在‘升级’后也卖到20元了。”小倪提到。

据华西证券研报,国家发改委发布的普通120克左右牙膏平均价格数据显示,其价格从2015年6月30日的8.38元/盒增至2021年2月28日的10.61元/盒,行业价格整体呈现上涨趋势。这也证明了牙膏涨价并非“体感”。

牙膏为何越卖越贵?

曾经几十元的牙膏,被人称为牙膏界的“爱马仕”,如今牙膏界人均“爱马仕”,是什么原因导致牙膏越卖越贵?

很多人可能会考虑到成本因素。从国家标准看,牙膏主要由摩擦剂、保湿剂、增稠剂、发泡剂、芳香剂、水和其他添加剂组成。虽然基于不同功效会加入相应的有效成分,但从公布数据来看,原材料生产成本相对较低。

登康口腔旗下拥有冷酸灵等品牌,其招股书显示,2019年至2021年,公司成人牙膏的单位成本分别为1.53元、1.47元以及1.50元。

虽然单位成本保持稳定,但其销售单价连年增加,带动毛利率逐年增长。

对此,登康口腔表示,公司紧抓消费升级趋势,顺应牙膏需求多样化、产品高端化的发展方向,在现有产品基础上不断进行研发升级,不断扩大自身在中高端成人牙膏中的市场份额,产品销售单价逐年上升。

登康口腔的这番话也揭开了牙膏品牌集体“造势”的冰山一角。

近些年,牙膏企业“沉迷”于产品升级,通过添加酵素、益生菌、玻尿酸、氨基酸等成分,宣扬美白、抗过敏、抗糖、清新口气等功效,甚至细化使用场景,一方面是迎合消费者对于牙膏功能性的需求,另一方面也因为种种“噱头”背后,有巨大的利润空间。

一直以来,牙膏市场都处于激烈的竞争态势。曾经国内牙膏市场被两面针、冷酸灵等占据,后来外资企业涌入,“攻城略地”下,行业一度打起价格战,再加上原材料价格上涨,毛利率不断下滑。云南白药等功效性牙膏的异军突起,让行业找到了“财富密码”。

于是,牙膏企业纷纷停产不赚钱的传统牙膏,开始主打功能牙膏,而功能牙膏的定价远超之前的传统牙膏,以至于不少牙膏生产企业每隔一段时间就推出一个新功效,再顺便提个价。这种情况下,牙膏变贵也就成为一个自然而然的趋势。”盘古智库高级研究员江瀚认为。

产品不断“升级”下,还需花大力气进行营销,请各路明星代言。从牙膏类上市公司研报看,牙膏的销售费用一路攀升。这些营销成本最终也需消费者“买单”。

便宜牙膏还能买到吗?

记者在超市探访期间,一位男性顾客正在选购牙膏,他看了一圈价格后,在两款售价最低的牙膏之间,选择了心仪的那支。与此同时,记者注意到,北京某超市售价10元的



特价舒客小苏打牙膏被卖到仅剩一支。

人们对于低价牙膏的需求仍然旺盛。如今动辄几十元的牙膏价格,也让不少网友怀

念起,以前两三元买一支牙膏的日子。曾经的便宜牙膏去哪了?

记者在线上搜索发现,白玉、田七等国产

老牌牙膏仍在售卖,单支价格多在10元以下;一款销量较高的佳洁士强根固齿牙膏,价格仅为4.5元。此外,一些非知名品牌的牙膏也较为便宜。

常住酒店的人会发现,我们熟悉的两面针等牙膏,频频出现在酒店一次性用品中,但这些低价产品很难出现在超市货架上。

江瀚表示,对于多数商超来说,每个货架的成本基本固定,销售各个牙膏产品的成本支出差不多。因此,利润水平更高的牙膏,往往更能吸引商超销售,进而越来越多的商超倾向销售高价牙膏。

小倪曾提到,低价牙膏多陈列在货架的低层。这也与记者在部分超市观察到的情况一致。

随着牙膏“功效”越来越多,宣传上日益“美妆化”,行业监管也在完善。

国家市场监督管理总局今年发布的《牙膏监督管理办法》明确规定,牙膏实行备案管理,牙膏备案人对牙膏的质量安全和功效宣称负责。在业内看来,《办法》施行后,或能给五花八门的牙膏功效宣传“降一下火”。

本报综合消息

16省份消费三季报出炉:沪京浙最能买,中西部增势猛

眼下,一年一度的“双11”电商大促正在进行,买买买成了人们最近的关键词。

时间再往前推,中秋国庆假期,人们出游热情高涨,景区中涌动的人潮、餐厅里不断刷新的叫号提示,都成为火热消费的缩影。

今年以来,我国消费市场持续向好。

国家统计局日前公布的数据显示,今年前三季度,全国居民人均消费支出19530元。比上年同期名义增长9.2%,扣除价格因素影响,实际增长8.8%。

从消费支出类别来看,增速最快的几乎都与旅游出行和文娱活动相关,例如服务消费支出(17.4%),文化娱乐支出(16.4%),医疗保健支出(15.3%),交通通信支出(11.3%)。

与此同时,各省也陆续发布了前三季度的“成绩单”。记者梳理发现,截至10月29日,已有16个省份公布了前三季度居民人均消费支出数据,7个省份前三季度人均消费支出超过全国平均水平。

其中,上海居民最能“买买买”,人均花费39969元,北京、浙江紧随其后。从增速上看,宁夏、青海等中西部省份增速最高。

对此,中国数实融合50人论坛智库专家洪勇告诉记者,我国中西部省份市场潜力巨大,各种消费品和服务的需求量都在不断增加,未来有望成为中国经济增长的重要引擎。

医疗、教育文娱支出增速最高

消费是目前经济增长的亮点,也是拉动经济复苏的重要引擎。

据国家统计局数据,随着经济持续好转,消费场景不断拓展,消费需求稳步回暖,居民消费支出继续恢复。

前三季度,全国居民人均消费支出19530元,比上年同期名义增长9.2%,扣除价格因素影响,实际增长8.8%。

分城乡看,城镇居民人均消费支出24315元,增长8.6%,扣除价格因素,实际增长8.1%;农村居民人均消费支出12998元,增长9.3%,扣除价格因素,实际增长9.0%。

人均消费支出,指居民用于满足家庭日常生活消费的全部支出,包括购买实物支出和服务性消费支出。

这些消费支出按商品和服务的用途,分为食品、衣着、家庭设备用品及服务、医疗保健、交通和通讯、娱乐教育文化服务、居住、杂项商品和服务八大类。

前三季度,这八大消费品保持全面增长。其中,四大类增长两位数以上,具体为人均交通通信消费支出,增长11.3%;人均教育文化娱乐消费支出,增长16.4%;人均医疗保健消费支出,增长15.0%;人均其他

用品及服务消费支出,增长17.4%。

对此,洪勇告诉记者,交通、教育文化娱乐体现了人们对于生活质量和个人发展的关注。随着经济的发展和人民生活水平的提高,人们对于交通出行、教育文化娱乐和医疗保健等方面的需求也越来越高。同时,这些领域的发展也能够促进经济增长,推动消费升级,带动就业和创新。

在他看来,前三季度居民人均消费支出保持回稳向好态势,“这主要说明了经济运行总体平稳,消费市场需求有所恢复。”洪勇说。

洪勇认为,接下来应该继续加快转型升级,推动消费升级和优化消费结构,提高消费品质量和服务水平,满足人民对于美好生活的需求。同时,还应该加强社会保障体系建设,提高居民收入水平和消费能力,促进消费市场的健康发展。

7省份超全国平均水平

分省份看,各地居民的消费支出情况如何?

记者梳理发现,截至10月29日,共有16个省份发布了居民人均消费数据。其中,接近一半的省份超过了全国平均水平,青海、宁夏等中西部省份增速最高,跑赢全国。

分省份来看,16个省份中,上海、北京、浙江、天津、广东、江苏和湖北7个省份的前三季度人均消费支出,超过全国平均水平。这其中,上海以39969元位居第一,北京以34783元位居第二。

同时,上海和北京两个城市的人均可支配收入也在全国领先,分别是63618元和61718元。

浙江以31390元位居第三,比全国平均水平高11860元,在16个省份中排在第3位。分城乡来看,城镇居民人均消费水平也是居第三位,仅次于上海和北京,农村居民消费水平居全国第一。

分类别来看,浙江八大消费全面保持增长,其中四大类增长两位数以上,分别是:教育文化娱乐支出增长24.7%,医疗保健支出增长16.7%,生活用品及服务支出增长10.4%,其他用品及服务支出增长19.7%。衣食住行等四大消费同样保持增长。

随着经济的不断发展和人们收入水平的提升,居民消费观念发生较大变化,花钱买快乐、买体验、为健康买单都成为新趋势,健康消费、旅游消费等推动服务消费稳步增长。

此外,从统计数据来看,增速位于10%以上的省份有7个,分别是上海、天津、陕西、青海、湖北、海南、宁夏、吉林。

值得注意的是,在7个增速最高的省份中,除了上海、天津、海南外,基本都是东北或中西部省份。其中,吉林和青海增速较高,分别为24.1%和21.8%。

洪勇对记者分析称,一方面,中西部省份的经济发展相对滞后,但是在近年来得到了政策支持和投资,经济增长速度较快,居民收入水平有所提高。另一方面,中西部省份的消费市场还未完全饱和,消费潜力巨大,各种消费品和服务的需求量都在不断增加。

此外,他还表示,中西部省份的消费结构相对欠缺多样性,随着经济发展和城市化进程的推进,人们对于消费品质量和品牌的要求也在不断提高,这也促进了居民消费支出的增长。

本报综合消息

