

新闻调查

母婴用品已『涨声响起』？ 育儿补贴尚未到账，

“每孩每年3600元，补贴直至年满3周岁，预计惠及超2000万育儿家庭……近期，旨在用“真金白银”缓解家庭养育压力的国家育儿补贴政策发布。然而，有新手父母反映，奶粉、纸尿裤等母婴用品近期“悄悄涨价”，部分产品涨幅“甚至不小”。另一边，有商家称仅少数品类价格略有波动，且涨价与育儿补贴政策出台并无关联。消费者、商家围绕涨价与否各执一词，真实情况如何？记者就此展开走访调查，看政策红利是否被无序的市场行为“稀释”。



漫画/杨仕成

3

强化监管 守好“补贴钱袋子”

针对网传母婴产品涨价等情况，记者咨询了湖北某地市场监督管理局相关处室。工作人员表示，目前暂未接到相关投诉或举报。

“奶粉、纸尿裤等母婴产品的价格涨跌往往是市场自发行为，很难说其与国家育儿补贴政策落地之间存在明确的因果关系。”该工作人员说，与此前“两新”政策有明确的补贴资金核销制度不同，国家育儿补贴是直接以现金形式进入申领者个人账户，个人再用这笔钱去消费。而育儿补贴是否引发了商家涨价，实际取证和认定都存在一定难度。

同时，该工作人员强调，根据价格法等相关规定，经营者利用虚假的或者使人误解的手段，如虚构原价、虚假打折等，诱骗消费者或者其他经营者与其进行交易，市监部门有权对这类价格欺诈行为进行监管。建议消费者留意价格异动，保留好购物凭证，便于维权使用。

贵州贵达律师事务所律师李泽超表示，判定母婴产品是否涨价，关键要看消费者购买记录，即购买同款、同数量的产品有没有增加开支，以此进行客观评判，不宜轻信商家“调整促销策略”“市场过剩不会涨价”等单方面说辞。

李泽超建议，主管部门应尽快建立婴幼儿产品价格专项监测机制，重点跟踪奶粉、纸尿裤等必需品价格走势。对借政策之机串通涨价、哄抬价格等行为，应依法从严处罚，提高违法成本，并曝光典型案例，形成震慑效应。此外，对承诺补贴期间不涨价、甚至推出优惠活动的企业，政府可考虑给予税收减免、政策扶持等激励。

面向母婴产品生产经营企业，李泽超呼吁，从业者应树立正确的经营理念、承担社会责任，在享受政策红利的同时，避免随意涨价。相关企业可通过优化生产流程、降低运营成本、提升产品质量和服务水平等方式来增强竞争力，实现可持续经营。

据新华社

1

补贴未至，涨价先行？

近期发布的《育儿补贴制度实施方案》明确，2025年起对符合条件的3周岁以下婴幼儿发放补贴，直至年满3周岁。补贴按年度发放，当前标准为每孩每年3600元，各地将于8月下旬陆续开放申领。然而，就在补贴即将兑现之际，众多新手父母发现，奶粉、纸尿裤等母婴用品价格“涨声响起”，不少知名品牌因此陷入“借机牟利”的舆论漩涡。

“金领冠900克装的菁护和珍护，这两款我家娃和小侄子一直在喝，近两个月都涨了价。珍护从每罐200元涨到260元，菁护从每罐145元涨到190元。”湖北武汉的韩女士告诉记者，她近日在小区附近一家母婴店选购奶粉，上午付款时，商家承诺次日调货到位，结果当天下午突然说要退款，并建议“加钱换新包装产品”，理由是“货源紧张”。

来自贵州贵阳的甘女士也有类似经历。7月，她在真酷母婴观山湖总店购买的爱他美奶粉3段800克价格为每罐157元，现在涨到216元；爱他美卓傲奶粉3段800克则从每罐233元涨到296元。对此，该店工作人员解释称，受活动档期、销售周期等因素影响，同一商品折扣不同，价格自然会有浮动。

此类情况并非个例。记者在一条“辟谣母婴产品涨价”的短视频评论区看到，来自安徽、上海、河北、陕西、福建等多地的用户纷纷贴出购买记录“反辟谣”。用户“甜茶”称，“我们家娃用的尿不湿，之前实体店同规格卖750元，现在是800元”；用户“臭宝”表示，“连安儿乐纸尿裤每包都涨了至少16元，我孩子天天用”；用户“NH”说，“好奇金装小黑洞纸尿裤，之前一直每包120元左右，近期已经涨到180元了”。

对于涨价传闻，部分商家予以否认。记者在武汉实地走访了3家母婴门店，店员均表示店内奶粉价格近两个月并无波动。海南海口一家母婴店店员也称，除特定几款奶粉价格略有微调外，其他产品价格如常。在网购平台，某国产知名品牌客服告诉记者，官方从未主动调价，价格波动是因为平台促销活动结束，“优惠力度变化导致的”。

“直营店价格相对统一，但经销商因拿货渠道各不相同，定价容易出现分化。”一位行业内部人士透露，线上平台价格体系复杂，同一时段涨跌现象并存。巧合的是，此轮母婴用品调价时间与育儿补贴政策发布时段较为接近，难免引发公众联想。

2

育儿福利有被“收割”风险

记者调查发现，除了直接上调标价外，母婴用品市场还存在几种常见的“隐性涨价”方式。

一是“返利缩水，实付增高”，有消费者反映，某畅销奶粉此前扫码可返约20元红包，如今仅返2元左右，结算时付款变多；二是“活动结束，恢复原价”，不少商家以“促销截止”“品牌折扣取消”为由回调价格，导致消费者实际支出增加；三是“产品升级，新装提价”，部分企业借“更换包装”“优化配方”等名义停售旧款，推出定价更高的新品，间接推高消费成本。

以奶粉为例，有家长算了一笔细账：未满周岁的婴幼儿每月要喝7到8罐奶粉，按每罐涨价40元计算，每月就会多出280元至320元的花费，一年3600元的育儿补贴，平均到每月为300元，在不计算其他支出的前提下，仅奶粉一项涨价就几乎用掉了大部分补贴。

“过去几年母婴行业竞争激烈，奶粉、纸尿裤等产品价格处于低位，如今市场正处在价格修复阶段。”对于涨价传言，中部地区一家母婴洗护用品企业负责人说，育儿补贴的发放对母婴行业来说是好事，有利于提振

母婴品牌陷入『借机牟利』舆论漩涡

◆ 纸尿裤从每包120元左右涨到180元
◆ 上午付款下午退款，并建议加钱换购，理由是货源紧张

某国产知名品牌客服回应

◆ 官方从未主动调价
◆ 价格波动因平台促销活动结束

几种常见『隐性涨价』方式

◆ 产品升级，新装提价
◆ 活动结束，恢复原价
◆ 返利缩水，实付增高