

让世界 爱上亚丁

摄影 游建中

50元一斤的宝宝挂面、三四百元一套的餐具……不少商品打上“婴幼儿、儿童专用”标签便身价倍增，一些产品价格远超合理范围，却并未体现出“专用”的特殊性，还加剧了育儿焦虑。

是什么让“婴幼儿专用”摇身一变身价翻倍？高价产品背后有哪些“消费陷阱”？“新华视点”记者展开调查。

高价婴幼儿产品背后 有哪些“消费陷阱”

◎新华社“新华视点”记者胡林果、赵丹丹

贴上“专用”标签就卖高价

“孩子马上要吃辅食了，我特意选购了显示温度的餐具，显温勺50多元，保温碗299元。”家住广州市番禺区的吴女士为7个月的宝宝购买了各类辅食用品，在她看来，买给孩子就要选“专用”的，“分辨不了优劣，买贵的总没错。”

然而没过多久她发现，所谓的“显温勺”并不如宣传那样好用，勺子电池容量小，孩子吃饭慢，经常一顿饭没吃完勺子就沒电了，充电还要把手柄卸下来。吴女士表示，“现在市面上婴幼儿用品花样多、价格贵，广告宣传得很好，实际花了钱才发现并不值。”

记者注意到，一些婴幼儿产品瞄准新手父母想为孩子提供最好产品的心态，价格远超普通产品，但实际功效却并无太大差异。

“普通的洗脸盆也就十来块钱，印上‘婴儿’两个字，价格就贵了不少。”在深圳某高校工作的周先生说。

记者在某购物网站看到，一款婴幼儿吹风机显示有“吹头发、吹屁股”的功能，宣传页面显示“该款吹风机可以帮助宝宝改善湿疹、痱子等症状”，但有用户实测后发现，不同档位模式仅有温度区别。

除各类婴幼儿用品外，食品也是家长舍得花费重金投入的领域之一。

随着婴幼儿食品市场日益细分化，出现一些打着“婴幼儿”标签的高价食品。记者在某网购平台上看到一款“宝宝挂面”，产品名称标注为“蔬菜小面”，制作工艺为小麦粉添加3%的蔬菜粉，21元200克，约50元1斤。

婴幼儿用品价格的水涨船高加剧了育儿焦虑。“看着别人家晒的宝宝被养得像小公主、小王子，再看自己的宝

宝，就会产生攀比心理，觉得不能对娃有愧。大人省吃俭用，也要尽最大努力给宝宝最好的。”长春宝妈刘楠说。

广州的白领李女士说，“身边很多朋友生孩子都比较晚，也舍得给孩子花钱，他们给小孩吃400多元一罐的奶粉，仿佛这才是标准，买低于这个价格的就是对不起孩子。”

有数据显示，“95后”家长母婴产品月支出占家庭月收入比例高达30%，倾向于为精细育儿观念买单。吉林大学新闻传播学院教授严俊认为，一些商家为父母营造出产品“无可替代”的概念，年轻父母一不小心就会被各种广告宣传“收割”。

吉林大学人口研究所教授王晓峰表示，当前社会“精致育儿”理念在年轻人中盛行，高标准、高价位的母婴装备成为“刚需”，进一步增加育儿成本，抬高“育儿贵”的舆论氛围，加剧部分年轻人不敢生育、不想生育的心理。

价格“水涨船高”的背后

婴幼儿产品价格虚高现象背后，暴露出哪些问题？

广东省食品安全质量协会执行会长蔡高斯介绍，目前我国在婴幼儿配方食品、婴儿纸尿裤、婴儿奶嘴等领域出台多项相应的国家标准和办法，有助于提升婴幼儿产品质量，规避安全风险。然而，一些产品并非婴幼儿专用，却以“适宜婴幼儿”为卖点，制造出不少“伪需求”，实则宣传大于内容。

近日，号称“活性炭吸附异味、七层锁味盖、大容量一星期不用扔尿布”的尿布桶在网络社交平台上备受追捧，电商平台价格约300元。购买了该产品的宝妈林丽认为，“婴儿尿布桶”并不如宣传的那么好用，隔味效果一般，且购买专门的垃圾袋又是一笔不小的开支。

她说，市面上很多婴幼儿用品宣传得“高大上”，听上去是“科技改变生活”，实际却多此一举，“家里每天都要倒垃圾，没必要把用过的尿不湿塞在垃圾桶里放一个星期。”

还有一些电商平台通过算法推荐和关键词植入的方式，营造产品为“婴幼儿专用”的假象。

记者在一家“母婴食品网店”看到，某品牌宝宝挂面号称“不加盐”“含多种微量元素”“容易吞咽”，但网络销售页面底端不显眼位置却标注了“本店产品是全年龄段皆可食用的普通食品，不是婴幼儿配方辅食”，客服也表示“该款挂面不是婴标”。

华南农业大学食品学院教授柳春红表示，一些标注“儿童”甚至是“宝宝”的食物，包装看上去很可爱，价格比较高，但未必就是宝宝专用。建议家长看清配料表和营养成分表，不要被包装所迷惑。

此外记者调查发现，婴幼儿用品领域的某个产品突然成为“网红”，被众多母婴博主集体夸赞，背后可能与资本操作和媒介运营有关。

拥有10万粉丝的母婴博主“秦秦”告诉记者，经常有尿不湿、婴儿玩具商家主动联系自己，邀请推广产品。“他们会主动把产品寄来，要求拍摄一条广告短视频，要有宝宝出境使用，还要用口语化的表达说产品好用，发出来后会给500至1000元的报酬。”“秦秦”表示，有的产品自己从来没用过，但要根据品牌商要求夸赞其产品好用才能获取报酬。

事实上，今年5月1日起施行的互联网广告管理办法明确，以知识介绍、体验分享、消费测评等形式推销商品或者服务，并附加购物链接等购买方式的，广告发布者应当显著标明“广告”。

规范婴童消费 理性科学育儿

随着育儿理念的提升，消费者对个性化、多样化婴幼儿用品的需求越来越多。受访专家呼吁，推动婴幼儿产品市场规范化发展，加大监管力度、规范商家行为。

江苏省社会科学院研究员丁惠平表示，一些商家利用消费者的心理需求，通过提高婴幼儿用品和服务价格来获取更高利润，消费者应理性辨别，做好预算和规划，对比价格和质量，量力而行、无需攀比。

深圳市消费纠纷评审专家、北京市东元(深圳)律师事务所律师邓永提醒，市面上一些婴幼儿用品并非造型可爱、颜色鲜艳就是适合的，消费者在选购婴幼儿用品时，要关注产品或其包装上是否明示其执行相应产品标准，是否有规范的警示标识、标志和说明书等。

广州大学法学院教授欧卫安表示，当前网络“种草”呈现多样化、隐匿化的特点，建议平台加大对婴幼儿产品“虚假种草”“虚假测评”短视频笔记的管理。

“要严打商家虚假宣传，加强源头监管。”中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江表示，要加大日常巡查监管力度，重点查处线上和线下的无证照经营、虚假夸大宣传等问题；组织开展对无厂名厂址、无执行标准、无合格证的“三无”产品的专项检查行动。

多位受访家长表示，购买婴幼儿专用食品用品体现了科学育儿的需求，建议通过培育行业龙头企业、加大抽查抽检力度、定期更新企业“红黑榜”等方式，进一步强化市场培育和质量提升，加强市场消费供给，让消费者有更多价格合理的优质产品可选。

西藏绿电首次送入重庆

记者22日从重庆电力交易中心有限公司获悉，近日，西藏绿电首次送入重庆，共输送了276.8万千瓦时的绿色电能。此举有助于提升西藏新能源的消纳水平，赋能“藏电外送”绿色价值，也为今后重庆大规模消纳西藏绿电打通路径。

据悉，此次西藏绿电入渝，由国网重庆市电力公司组织交易，为西藏新能源发展提供了新的市场机会。这笔交易中，新能源光伏企业自愿放弃国家财政补贴参与交易，为后期新能源企业全面市场化交易提供示范参考。此次西藏绿电

入渝，也为重庆用电企业新增一处省间绿电采购地，将助力重庆优化能源结构。

国网重庆市电力公司相关负责人介绍，今年以来，重庆已超额完成绿电交易年度目标。截至11月底，重庆绿电交易结算电量累计达8.47亿千瓦时，惠及市内电力用户422家、售电公司17家。下一步，国网重庆市电力公司将继续推动更多绿电入渝，还将加大对新能源技术的研发和应用力度，提高清洁能源利用效率。

据新华社

农行九龙县支行 助力乡村振兴出实招 金融服务模式获省奖

甘肅日報訊 农行九龙县支行以省分行定点帮扶政策为指引，在省州分行的指导下，狠抓落实，创新落地“集体经济联合体+农户”金融服务模式，并组建团队成功参加了近日由中国人民银行四川省分行、四川省地方金融监管局、四川省农业农村厅共同举办的“金融服务乡村振兴先进案例现场展示”活动。

农行九龙县支行展示人员结合案例背景、具体做法、取得成效等方面，对“集体经济联合体+农户”的创新服务方案进行了详细介绍。通过现场展示，该方案得到了省人民银行、金融监管局、农业农村厅等各位领导的高度认可，并获得了“产品服务类先进案例”荣誉称号。在该模式运行下，九龙县支行累计

投放各类贷款13.27亿元，贷存比173.14%，位居全省县域支行第一。农行四川省分行连续两年定点帮扶工作评价为“好”，九龙县支行先后荣获农行“饶才富”先进集体、中国金融工会“五一劳动奖状”等荣誉，乃渠镇七田村被省委省政府评为“2022年度四川省乡村振兴示范村”。

该项荣誉的获得充分肯定了农行在推动九龙县乡村振兴金融创新示范区建设方面所做出的努力，同时也是长期以来扎根农村服务“三农”的有力例证。下一步，农行九龙县支行将继续探索，创新服务模式，拓宽金融服务农业产业链的广度和深度，为推动乡村振兴贡献农行力量。

陈建军

通知

各位作者：

本报已经正式启动银行汇兑稿费系统，为了及时便捷准确地将稿费发放到作者手中，请作者（包括州内外所有作者）在投稿时在稿件尾页注明自己的姓名、卡

号、开户行信息，并确保所提供信息准确，以便本报及时处理。

特此通知

甘肅日報社總編室
2023年12月21日