

# 岛城消费者吐槽：便宜的牙膏正在消失中，这是怎么回事？

## 动辄几十元，牙膏也成了“刺客”

### 越贵的牙膏越好用吗？医生表示：不用追求高价，10来元的足够

□记者 高阳 文/摄

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元，现在的牙膏，普遍二三十元，十元以下基本看不见了。”有岛城消费者吐槽。

为什么便宜的牙膏销声匿迹了？11月14日，记者走访我市几家大型商超发现，15元以上的牙膏数量和品类最多，10元以下的牙膏每个商超基本只有三五款。

牙膏越贵，效果也就越好吗？记者随机采访了几位岛城市民，看看他们怎么说。



### 10元以下牙膏难觅

新城世纪联华超市的口腔护理专区，牙膏类商品摆了满满一排货架，一眼望去，15元以上的牙膏占了大多数。记者找了一圈，只看到三款牙膏售价低于10元，分别是容量为90克的佳洁士盐白牙膏、容量为140克的佳洁士防蛀修护牙膏和正在促销的容量为180克的黄芩美白牙膏。常见的黑人、纳爱斯、高露洁等品牌牙膏，单支价格普遍在12元以上，同品牌功能更多的系列，单支价格则大多在20元以上。

东港大润发超市的口腔护理专区，牙膏价格也动辄二三十元。记者找到了几款因促销活动价格低于10元的牙膏，分别是皎洁牙膏、黄芩牙膏和京都同仁牙膏。还有5款本身定价就低于10元的牙膏，分别是两款不同口味的容量为200克的中华健齿白牙膏和三款黑妹牙膏。其中容量为210克的黑妹野菊花倍清牙膏最是“便宜大碗”，售价7.4元。但这些低价牙膏多陈列在货架的低层。

价格最高的是舒适达的一款牙膏，容量仅有100克，售价49.9元，而此品牌中最普通的牙膏售价也要29.9元。人气颇高的云南白药系列牙膏的售价区间与舒适达相近，单支28元至49.5元。

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。

“这款黑人牙膏，现在卖14.5元，记得原来只需要10块钱不到；有几款曾经几元钱的中华牙膏，现在‘升级’后也卖到20多元了。”市民小徐说，曾经三五元就能买到一大管牙膏的日子仿佛一去不复返。

据华西证券研报，发改委发布的普通120克左右牙膏平均价格数据显示，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”。

### 15元至25元的牙膏最受欢迎

随着牙膏价格日益上涨，市民选购牙膏的标准如何？

14日上午，记者在新城世纪联华超市采访了正在购买牙膏的市民小杜，他表示基本不考虑10元以下的牙膏，价格在15元~25元的牙膏是他选购的范围。小杜拿起

各种清新口味的牙膏进行比对，挑选量最大、最划算的牙膏。最后他选择了一款标有“本月销售领先”字样的舒克牙膏，两支装35.9元，有清火、亮白的功效。

与小杜一样，市民小高平时也都是买25元左右且口味清新的牙膏，她向记者推荐了一款清新桃花味的佳洁士锁白技术牙膏，售价25.9元。市民小董则因为牙敏感选择抗敏感牙膏，均价在30元以上。但说起牙膏的效果，小董表示：“很难对比牙膏与牙膏的区别，但是看到写着抗敏感，我心里就觉得有用。”

采访中，记者发现不少市民都和小董有一样的心态，对牙膏包装上的功效十分信赖，也因此对10元以下的牙膏“避之不及”。市民小陈说：“一般选择15元到20元的牙膏，最多25元吧。太便宜的我不相信好用，再贵的也舍不得钱。”

### 牙膏为何越卖越贵？越贵越好用吗？

岛城商超走一圈下来，记者看到牙膏功能越来越多。除了早先宣传的美白、防龋齿等功效，还有诸如抗过敏、除口气、修复牙釉质、祛烟渍、防酸抗糖、修护早期龋齿、清洁牙齿菌斑、减少牙结石产生等功效。

外观上，牙膏的包装也是常换常新，做联名、推代言，万物皆可跨界的推广方式在牙膏界也同样行得通，Usmile、Relemy等网红品牌更是将香氛概念融入牙膏，宣称由专业调香师团队为牙膏调香，将牙膏玩成了类香水的时尚单品。

市民小陈认为：“牙膏越来越贵与功效越来越多脱不开关系，当然也与人工成本、宣传费用上涨有关。”在她看来，牙膏已经走上了化妆品的道路，甚至还有往“轻奢品”发展的趋势。

那么，功能多了、身价涨了，牙膏是否也越来越好用了呢？牙科专家表示，十几元和几十元的牙膏实际功效差别不大。

“其实我们通过刷牙来保护、维持口腔健康，对牙膏的要求并不高。日常使用十来元的牙膏就完全够用了，没有必要追求高价牙膏。”新城某口腔门诊部赵医生表示，日常保护口腔卫生，比起纠结买什么牙膏，不如掌握正确的刷牙方法。

## 建行舟山分行推出“寄送个贷合同”服务

今年以来，建行舟山分行秉持“二线为一线服务，一线为客户服务”的理念，想方设法为建行客户提供便捷服务，真正做到让客户“最多跑一次”。

按照惯例，原客户和建行签订个人贷款合同后，将贷款合同交于智能运营中心工作人员办理抵

押和放款手续，待放款结束后客户再到中心来取合同。为了让客户少跑腿，分行智能运营中心和各支行进行商量，要求经办人在签订合同时填写客户可以准确收件地址，并告知客户建行已推出寄件服务，无须跑腿就能收到“建行服务”。（徐其惠）

## 中国平安首次深度披露综合金融模式

2023年11月，中国平安保险(集团)股份有限公司在深圳举办了2023年投资者开放日活动。此次开放日主题聚焦综合金融战略，深入解析了综合金融的商业模式、竞争优势及未来发展空间。

平安的综合金融模式是在广义综合金融的定义上，在遵循合规分业经营的前提下，围绕客户多样化金融需求，提供专业、便捷的一站式综合金融解决方案，以实现客户与公司价值最大化的特色综合金融模式。平安的综合金融模式核心在于，始终以客户需求为驱动，全面覆盖客户日常生活中的金融场景。

30年来，平安在综合金融模式下，实现净利润增速远超市场，复合增速达27%，同期的市场行业指标中，最高也仅为21%。近三年，平安的ROE始终保持17%以上，领先同期上市保险企业和上市银行的ROE表现。自2015年以来，综合金融推动客户经营指标“三数”的大幅提升，即平安客户数、客均合同数、客均利润数均有不同程度的增长。截至2022年末，客户数达2.27亿人，是2015年的2.1倍；客均合同2.97个，是2015年的1.5倍；客均利润585元，是2015年的2倍。经营“三数”提升直接带动总体个人业务营运利润高质量增长，2022年末已达1326亿，是2015年的4.2倍。

随着经济发展和财富的积累，中国个人客户市场发展空间持续扩大。财

富管理增速强劲，过去20年中国人均财富增速为12.2%，远高于全球平均水平4.9%；未来10年，国内个人金融资产仍以年复合增长率9%的增速增长，预计2032年增长至571万亿元。保险市场潜力巨大，中国人均保险密度约是全球平均水平的一半(人均保费额550美元，全球平均水平为1107美元)，保险深度(保费收入占GDP比重)也还有很大的增长空间。

在强化运营模式方面，平安将持续强化和全面实现需求驱动的一体化智慧经营。通过统一的服务入口，客户可以一站式访问和管理多种账户，包括金融子账户、健康子账户、生活子账户等；提供专业的金融顾问，平安匠心打造的AI金融顾问可通过线上、线下、95511等多种渠道洞悉客户需求、智能匹配服务和精准推荐产品；秉承“省心、省时，又省钱”的三省价值主张，持续改善客户服务，为客户提供便捷的产品配置。

在强化盈利模式方面，综合金融模式最终要通过实实在在的数据，来向市场展示该模式的非凡价值，因此平安重构了估值逻辑，提出以“三数”作为综合金融模式的核心估值框架，即客户数、客均合同、客均利润，这三个关键指标直接决定了个人业务营运利润，也就是综合金融模式的盈利能力体现。（庄丽娜）