

暴利背后 谁来监管宠物殡葬业

因市场广阔、客单价高,宠物殡葬服务在不少人眼中是暴利的代名词。北京商报记者调查发现,市场上存在商家水平参差不齐、殡葬行业难以进行广告宣传等现状,让宠物殡葬并不如外界所想的那样容易获利。尽管如此,宠物殡葬依旧存在众多难以明说的隐忧:行业内鱼龙混杂,消费者信任度不高等。“对行业最大的期待是能够有监管,只有不良商家慢慢消失,行业才能更加完善,逐步摘掉‘暴利’的帽子”,业内人士表示。

火化过程不透明

宠物殡葬行业暴利仿佛已不是秘密,“每天给2只宠物办后事,一年净赚50多万元”的致富信息引起了北京商报记者的关注。其实,宠物殡葬作为一个相对新兴的行业,在不少创业类博主的视频中被反复提及。

艾瑞咨询的相关数据则从另外一个维度说明这个行业的潜力巨大。据艾瑞咨询发布的《2021年中国宠物消费趋势白皮书》显示,2020年宠物行业市场规模接近3000亿元,未来三年中国宠物市场规模复合增速将保持在14.2%,到2023年该市场或将达到4456亿元。

北京商报记者在大众点评搜索关键词“宠物火化殡葬”,北京地区出现的相关商家有71家,其中有5家店标注“新店”字样。在宠物经济快速发展的当下,宠物殡葬行业也迎来了更多的人局者。

然而,众多涌入者让行业出现鱼龙混杂的局面。“我咨询过很多宠物殡葬的商家,但火化过程基本都不让去现场看。还有的地方会直接说是集体火化,这样其实就很难确保我最终拿到的是自己宠物的骨灰,不过大部分商家可以提供直播或者视频观看服务。”宠物主人小李表示。

针对宠物主人不能观看火化的情况,北京商报记者走访多家宠物殡葬门店均得到了类似的答案。一位宠物殡葬商家负责人张先生向北京商报记者透露,曾有其他同行打电话找他们询问是否可以售卖宠物骨灰。这个行业现在良莠不齐,没有一个严格的行业标准,甚至有的不良商家会将一只大狗的骨灰分成几小份给其他小型犬主人,还有的商家是因为手续不正规,担心被投诉等所以不允许主人现场观看,而视频观看也存在着造假的风险。”

张先生进一步指出:“如果手续不正规甚至是从别处购买骨灰实际并不真正火化的话,那暴利是自然的”。



宠物殡葬行业最重要的是服务和环境,祷告室和接待室都需要特别装修。

宠物市场规模情况

全国城镇犬猫数量超1亿只,较2019年增长1.7%
宠物行业市场规模接近3000亿元,较2019年增长2%

2021年

北京地区宠物殡葬行业相关商家71家左右

中国宠物市场规模复合增速将保持在14.2%
到2023年该市场或将达到4456亿元

未来三年

实际上,自2017年1月1日开始,北京市就已经建成了一套覆盖城乡动物、动物产品的无害化收集处理体系,并可进行免费的统一处理。

但因该服务不能提供宠物骨灰,针对于想要将骨灰带回家纪念的宠主,北京市保护小动物协会表示正在推动北京伴侣型动物殡葬规范标准的制定与实施。

高投入撑起高利润

纵观宠物殡葬行业不难发现,能够支撑行业暴利的,无非是宠物经济快速发展的同时,殡葬服务相对较新。除此之外,高昂的客单价也让这个行业利润丰厚。

一位开宠物用品店的老板小玉(化名)向北京商报记者透露,与他合作的宠物医院给到宠物店的火化合作价为300元,但对外的售价基本在上千元或大几百,这样算来,宠物火

化的市场价高于成本价两倍不止。小王认为:“单说火化的成本其实很低,至于其他的项目更多是宠物主人的心理安慰需求,成本就更低了。”

然而,对于此起彼伏的宠物行业暴利的声音,一家名为彩虹星球的宠物殡葬商户相关负责人小霞(化名)却不认同。单从火化来看,利润高或许可以达成共识,但分摊到全流程上却并非是一个暴利行业。“火化本身的成本的确不高,火化设备价格也就是在几万元左右,而且是一次性投入。但做宠物殡葬行业最重要的是服务和环境,毕竟宠物主人都是在情绪低落的状态下找到我们的。”

他给北京商报记者算了一笔账:我们在宠物殡葬行业中相对来说是客单量比较高的,一个月能达到大几十单,客单价平均在千元左右。因为在北京这样的一线城市,前期投入是比较高的,房租大概在50万元左右一年,

装修成本也得二三十万,再配上家具等,就有近百万的投入了。而且这只是第一年,之后为了店内的环境还要进行一定的维护,一般三四年就得重新装修。”

小俊进一步指出:“我们的客单价相对较高,但高客单价也意味着要进行更大的前期投入。”

北京商报记者走访了多家客单价较高的商家发现,除了有位于郊区的火化点外,在市内商业区还有负责接待的店面,进行前期宠物遗体美容、祷告等事项。

同时,一些新店也面临着知名度不高,客单量较低的窘境:“我们的客单量到不了大几十单,甚至一个月十几单也正常。因为刚开业不久,殡葬行业对于广告宣传也有一定限制,所以想达到暴利是很难的。”一位宠物殡葬行业店长称:“殡葬行业的广告容易给消费者带来不适,所以开业前几年要能扛住客流量低的压力。”

北京商报记者在大众点评中看到,一家营业已有两年的商家代金券半年消费仅2单,多数商家在大众点评中提供的各类殡葬服务半年消费均在个位数。

培训缺口监管空白

据公开数据显示,2020年,全国城镇犬猫数量超1亿只。宠物越来越多的同时,宠物身后事的处理也成为了不少宠物主人的刚需。”

北京商报记者从多个从事宠物殡葬行业的商家处了解到,一般来说,宠物殡葬可以提供“一条龙”式服务,即从遗体接送、清洁美容、祷告到火化,大部分商家还销售宠物骨灰、毛发等制成的纪念品,比如放有宠物骨灰的吊坠、摆件及宠物纪念相册等,售价在几十到几百元不等。

现阶段宠物殡葬行业虽然已形成了基本的流程和模式,但据业内人士指出:宠物殡葬行业基本处于监管空白地带,没有相关部门负责,也没有相应的法律法规。行业更是缺乏对从业人员的培训和规范,可以说仍处于灰色地带。”

北京商报记者从多个宠物殡葬行业商家处了解到,宠物殡葬师是这个行业中的核心职业。但现在从事此行业的人并无专业的技能培训:“我们现在是人传人的模式,就是之前有过相关经验的宠物殡葬师来教授新入行的人,也想有一个系统化的培训,但国内现在并无这样的培训机构。”宠物殡葬行业从业人士王先生表示。

宠物主人小林(化名)告诉北京商报记者:作为宠物主人,宠物殡葬服务的确是有需求的。但现在市场上的商家形形色色,从业人员水平也难以保证,宠物群里不少主人为了不被坑,有的会选择统一的无害化处理,有的就自行处理了。”

“我现在对行业最大的期待就是能够有特定部门监管,这样一些影响行业口碑的不良商家会慢慢消失,想正规经营的商家也能得到更好的发展。从而才能让这个行业更加完善,逐步摘掉‘暴利’的帽子”,一位宠物殡葬行业人士表示。

北京市保护小动物协会相关负责人也指出:目前北京市面上的宠物殡葬商家绝大部分都是没有无害化处理执照的,且宠物殡葬相关操作更是参差不齐,这些仍有待相关部门进行整顿。”

北京商报不等式调查组

飞天茅台只卖700元? 终端售假乱象何时休

8月16日,仁怀酒协整治不规范定制(贴牌)产品工作正式落地实施。而在茅台抢购群中蹲守多日的北京商报记者注意到,一位群成员发出各种终端在售飞天茅台均可定制的消息,并称2021年53度500ml飞天茅台700元/瓶、4000元/箱,与正品口感基本一致且外观无异。不仅如此,还有成员放出之前已被识破的诈骗抢购链接,称链接中可以抢到原价茅台。

对此,北京酒类流通行业协会秘书长程万松指出,如今的市场环境已经在改变。为了平抑茅台酒价,茅台股份公司加大对终端渠道的投放力度,茅台公司也在不断试用新的技术来防止囤积居奇。要加强监管,以最大限度减少制假售假者的牟利机会。

抢购群里暗藏玄机

近期,茅台抢购交流群中火热异常。名为抢购交流群,但却没人讨论如何抢到飞天茅台。“王子和迎宾馆的盒子瓶子要吗?”“贵州一手货源”“接京东,代抢飞天茅台”这样的言论却是接二连三地出现。

北京商报记者在名为“茅台抢购”的QQ群蹲守多日后发现,市面上3000元/瓶的飞天茅台,在这里只要700元/瓶,并郑重承诺,购买4000元/箱,无论是外包装还是酒水口感都与飞天茅台零差别。除此之外,这里也不存在

一瓶难求,群里一位活跃网友私信记者表示,湖北发货,仅需3天就可以到手。该网友不避讳称:“我这里就是茅台超A产品,所以品质方面绝对有保证”。

除直接用假货招揽生意外,群内还有抢购飞天茅台的链接。有群友试着抢购,表示一下就抢到了,但在即将付款时系统提示并非官方渠道,群友并未付款。而这与上周贵州省仁怀市公安局官方微信“仁怀反诈”发布的一则紧急预警颇有几分相似。据预警显示,近期,仁怀市辖区出现一种新型电信网络诈骗,犯罪嫌疑人利用部分市民想要购买茅台酒的心理,专门针对抢购茅台酒创建一个虚假链

接,骗取受害人钱财。

北京商报记者针对仁怀打击假茅台等内容致电茅台,但截至发稿,对方并未作出回应。

巨大利润铤而走险

针对飞天茅台假货横行,茅台公司也为此作出很多防伪措施,单向阀的防倒灌瓶盖使得飞天茅台酒只能出不能进,特制飘带成为其正品标志之一,瓶底代码也可以检验茅台酒的真伪,甚至,茅台公司还专门建立茅台防伪溯源系统网站供消费者查验真伪。但“打眼”酒、拔头”酒的出现仍使市面上假货流窜。

茅台越整治越泛滥,在程万松看来,有利可图是乱象产生的根本原因。当商品供不应求到极端稀缺的时候,消费者对于品质的信赖就会转而衍生出社交货币、投资收藏等新的消费需求,这就是茅台热形成的底层逻辑和基本轨迹。而茅台热之下,制假售假有利可图,在利益驱使下,乱象丛生是很自然的事情,也很难根除,关键在于如何找到针对性强、最有效的防控手段。

每箱假茅台可以获得2000-10000元的净利润让许多人虎视眈眈。在上海破获的3000多万元假茅台案中,包装、瓶子、白酒,一瓶假冒酒的成本仅为300-400元。而犯罪嫌疑人会以每箱1500-3800元不等的价格出售给

经销商,经销商再以加价三成的价格销往上海及全国多个省市。

香颂资本执行董事沈萌指出,因为茅台被各种因素推高到脱离了白酒的范畴,而成为具有投资特征的收藏品、奢侈品和交易品,形成人为非理性的现象。

“一个巴掌拍不响”,有人卖假货没人买,市场也不会形成。此时,贪小便宜的买家是促使乱象生成的另一诱因。高价茅台使其望而却步,700元一瓶、口感保真的假飞天茅台便使得“好面子”的买家趋之若鹜,一位不愿意透露名字的网友这样说道。

由于货源稀少,造成了虽然有市场价格,消费者却购买不到产品的现象。消费者找不到产品货源,就只能找其他途径来进行购买,而此举就使造假方有机可乘。

程万松则指出,茅台酒的造假成本随着茅台热而不断攀升,是因为其有可观的利润驱使,导致利益熏心者趋之若鹜,不惜以身试法。但随着市场法治体系的不断完善,制假售假的风险会越来越来,生存空间也会越来越小。

乱象亟待重拳出击

面对乱象,2020年仁怀市就曾尝试实施举报假茅台有奖工作,公告中称,举报假茅台

一瓶奖10元,政策执行时间将近4个月。

早在2007年,北京市商务局会同市工商局曾举办贵州茅台酒北京地区经销商“诚信经营,杜绝假酒”承诺活动,称消费者如果发现并举报销售假茅台酒的商家,将获得10000元的奖励。但买到假酒后仍维权不成功的案例屡见不鲜。

程万松表示,茅台的乱象不止如此,需要制定全面又具体的防控措施。针对制售假酒,政府相关机构要零容忍严厉打击,使制售假酒者付出远高于非法所得的成本,才能让其心存畏惧而不敢侥幸。而对于哄抬酒价和代购等问题,就不宜采用行政手段强势干预,需要在市场化的层面通过前沿的手段和技术加以防控,通过加大市场投放产品来调控供需、稳定物价,通过大面积采用图像识别技术来防止黄牛或个别消费者肆意囤积等。

沈萌则从另一方面指出,造假成本主要是茅台瓶子,所以茅台空瓶也被炒到高价。高收益伴随高风险,如果没有足够大的利润吸引,就不会产生造假的动机。如今,需要让茅台回归到一种知名白酒的身份。茅台公司既要适度扩大产能,不搞饥饿营销,也不要强制经销分区,搞打击串货这种非市场化的行为。

北京商报记者 赵述评 实习记者 王微