

儿童化妆品标识被滥用

有“小金盾”不一定是合格产品

2021年,儿童化妆品市场经历了严管、重罚的一年。

无论是中国首部儿童化妆品法规《儿童化妆品监督管理规定》的颁布,还是儿童化妆品专属标志“小金盾”的发布,都意味着儿童化妆品步入严监管的新时代。

但近日,有不少品牌存在混淆“小金盾”概念,将“小金盾”与获得国家审批相挂钩的现象。

“小金盾”被滥用

根据《儿童化妆品监督管理规定》,自2022年5月1日起,申请注册或者进行备案的儿童化妆品,须标识儿童化妆品标志;此前申请注册或者进行备案的儿童化妆品,未按照规定进行标签标识的,化妆品注册人、备案人应当在2023年5月1日前完成产品标签更新。

而为进一步加强对儿童化妆品监督管理,提升儿童化妆品辨识度,保障消费者权益知情权,2021年12月,国家药监局发布了“小金盾”标志,儿童化妆品从此也有了“身份证”。彼时,国家药监局表示,“小金盾”意在表达包括药品监督管理部门在内的社会各界共同努力,不断提升儿童化妆品的质量安全,为婴幼儿和儿童提供健康的成长环境,守护与关爱儿童健康成长。

距离“小金盾”发布已经过去近三个月时间,已有不少婴童品牌完成升级,将“小金盾”标志印在了产品包装

上。但近期,有行业人士向记者反映,市场上出现了一批品牌混淆概念,滥用“小金盾”的现象。

例如,某品牌在宣传儿童化妆品时,其宣传手册上印有“只选‘小金盾’品质身份证”,“第一批‘小金盾’婴童洗护品牌”等字样。

从该品牌的宣传语中,“小金盾”成为了产品的“品质身份证”。

记者搜索发现,在小红书平台,也有不少混淆“小金盾”性质的情况出现。比如,某用户发布的一款婴儿洗发沐浴露也是将“小金盾”标识宣称称为“国家审批”,是“含着金汤匙出生,中国第一批小金盾资质儿童化妆品,品质第一”。

经查询,该款产品为普通化妆品。根据相关规定,我国对国产普通化妆品实施的是统一备案管理。也就是说,在产品上市前,由企业依据相关规定提交资料后即完成备案。而“小金盾”标志更是有即申请的审批一说。

而在另一品牌的网页宣传稿中,也赫然写着,“‘小金盾’的公布,也就意味着‘小金盾’意在表达包括药品监督管理部门在内的社会各界共同努力,不断提升儿童化妆品的质量安全,为婴幼儿和儿童提供健康的成长环境,守护与关爱儿童健康成长”。

夸大宣传现象严重

记者发现,包括上述案例在内,诸如“通过严格审核,给产品加上了‘小金盾’”“获得国家审批”“品质认证”等宣传词汇在社交媒体、网络平台上屡屡出

现。

业内专家指出,“小金盾”是帮助消费者辨别儿童化妆品的一个标识,属于区别性标识。

诚如上文所述,国家药监局发布“小金盾”的出发点是规范儿童化妆品市场。企业将“小金盾”当成一种官方背书,夸大、曲解这个标志的意义显然与国家初心背道而驰。

实际上,在“小金盾”发布之时,就有行业人士表达对“小金盾”使用的忧虑,“过去都要蹭‘儿童级’等类似概念,将来直接在包装上印上‘小金盾’,更能吸引消费者,这需要监管部门加强监管执法了。”

针对上述现象,一位母婴企业研发工程师表示,“小金盾,只要宣称儿童婴幼儿的,都要加上。只是很多公司还有库存包装,还没开始印而已。他们却宣称好像要审批一样。”

也就是说,“小金盾”作为儿童化妆品的身份证,功能是帮助消费者辨别儿童化妆品,而非某些品牌所宣称的“品质认可”,更遑论“儿童化妆品进入‘注册制’阶段”等不合规言论。

此外,在行业人士提供的一张宣传图中,某品牌在宣传产品时,不仅将“小金盾”作为重点宣传,还在图册上印着“防伪”等词汇。

但此前已有规定明确,具备防效功效的产品不是化妆品,属农药范畴。对此,上述工程师表示:“越是违规的产

品,越会把小金盾当卖点,混淆视听。

还用了驱蚊、清热等违禁术语。”

因此,不少从业者反映,品牌在宣传时混淆“小金盾”的定义,存在夸大宣传的风险。

科学普及迫在眉睫

相关数据表明,2021年我国0—3岁婴童护理用品市场规模由2016年的70亿元增长至176亿元。

市场的火热自然吸引了无数人局者。但2021年以前,本土儿童护肤品乱象不止,激素、违禁添加、铅汞超标……

随着“大头娃娃”等事件的发生,国家和地方有关部门对儿童化妆品的严管、重罚,市场得以脱离混乱。如今,新规的落地实施,“小金盾”的发布,更是进一步规范了市场,给品牌上了紧箍咒。

但不可否认的是,无论是新规还是专属标志,消费者对于信息的获取、认知和了解度是落后于生产企业和品牌方的。而一旦错误的认知有企业的企业利用和放大,对市场的良性发展有害无益。

专家指出,从企业自身出发,只有发挥品牌的引领作用,做到合法、合规宣传的同时,做好对新规定、新事物正确的消费者教育,如此,才能进一步提高品牌在消费者心中的认可度,实现品牌力的提升。

(界面新闻)

近五成消费者希望完全通过语音控制电视

专家认为:智能家电应把用户体验放在首位

下键。现在页面都是折叠菜单,要一层层点进去选择再退回原位,几次下来就搞不清楚了。”

传统旋钮微波炉畅销

不只是电视,记者在北京南三环附近的一家电器综合卖场看到,不少电器都朝着身兼数职的“八面手”方向进化,内置功能又多又细,相应操作面板也显得颇为复杂。

例如,电饭煲可以根据米的种类选择火力大小,然后再选想要煮稀饭等模式。而店员主推的一款新型“微蒸烤一体机”,相当于将微波炉、蒸锅、烤箱集纳在一处,每个功能都对应一排按钮,记者粗略数了一下,有近20个触控按钮。

“单一功能的家电确实不好找。”曾在该卖场选购了一款高压锅的消费者刘女士回忆,因为有时要在儿子家做饭,就和老伴琢磨着添置一口高压锅,炖肉比较方便。本想买一款传统高压锅,不需要显示屏和按钮,但卖场里摆的都是“按键满满”的新式多功能锅。她坦言对需要点来点去的高压锅,心里有些抵触。

在某微波炉柜台,记者刚一询问“简单款”,店员马上称,“我知道你说的那种旋钮的,上面是火力下面是时间,但我们店里没摆,现在没有货了。”与此同时,她

打开手机给记者展示一款微波炉图片,“年前来了一批货,卖得特别快,50多台2天就卖完了,你要是着急就网上看看。”

线下难觅的款式,消费者转而寻求网购平台。记者看到美的、格兰仕等品牌,机械旋钮类经典微波炉经过优惠,价格为300元上下,较之动辄千元的“微蒸烤一体机”便宜了一大截,多打出“操作简单”等醒目标语,销量过万。

功能简单不意味着落后

“我家里也装了互联网电视,有时候我也不太会用。隔了一段时间没用,就容易找不到地方,要来回切换尝试。”中国电子商会副秘书长、家电产业市场研究专家陆刃波坦言,自己在一些智能家电使用的门槛与障碍方面,同样有着深刻体会。

据他观察,在家电行业更新换代、竞相发展的过程中,“智能”是大家不断追逐的方向,但一定程度上存在着误区。“厂家觉得装上触控板,选项多操作多,看上去有科技感就代表着智能了。一台洗衣机能分出16个选项来,水温、时间都要消费者自己调,感觉就高级了,但这都不是真正的智能。”

陆刃波认为,好的智能家电是把消费者的感受放在首位,无论老人小孩,无

论知识程度高低,所有用户都可以轻松、便捷地上手使用。

以洗衣机为例,陆刃波指出,目前行业内做得相对较好的智能洗衣机,衣服放进去,可以自行感知放了多少件衣服、是什么材质,启动什么模式,洗涤多长时间。洗衣液预先一次性添加多量后,也能根据每次洗衣状况判断用量进行释放,不必人为控制。他认为,智能家电应朝着“一键通”和“人机交互”的实现去努力。《2022中国适老化电视调研报告》结果也显示,对于“面对智能电视的使用痛点,什么样的功能是老年人所期望的”这一问题,选择“摆脱遥控器,完全通过语音来控制电视操作”的占到47.9%,位居第一。

“遥控器上的按键、机体上的旋钮、功能选项等数量应尽可能减少,说明要清晰醒目易懂。”在陆刃波看来,智能的首要条件,就是简单。同时他强调,简单绝不意味着落后。“一说到老人,就联想到过时产品甚至处理品,这个理念是错误的。也不必非要将适老电器从普通家电中独立出去,专为老年人制作低端的老式产品。一款产品能够让老人易用,年轻人肯定更能用。从这种意义上来说,产品真正做到了智能,也就无所谓适老了,它就是一款所有人都能使用的产品。”(北京日报)

北京商务局公布促消费奖励措施

企业最高可获2000万元支持

对于限额以上餐饮企业,北京市商务局将对当季度餐饮收入同比增幅不低于当季度本市餐饮收入平均增幅,且当季度餐饮收入同比增幅超过150万元的餐饮企业,给予资金支持。根据企业当季度营业额增量情况及申报情况,综合评定四档,最高支持金额25万元。

为打造一批具有国际影响力的消

开展“面向未成年人无底线营销食品”专项治理

福建海沧区市监局下架香烟造型糖果

同,比如包装貌似“555”牌香烟实际标为“888”,包装貌似“KENT”牌香烟实际标为“KNET”,包装貌似“中华”牌香烟实际标为“中国”。不仅如此,包装内实物也与香烟外形相似,为黄白双色硬条状糖果,白色部分约为2/3,黄色部分约为1/3。

根据此次“面向未成年人无底线营

销食品”专项治理工作,在海沧区新阳市场监管所辖区的一家文具店内,执法人员发现了一盒包装较为特别的产品,该产品标识名称为“双色果酸糖压片糖果”,产品的外盒包装表明印有香烟形状的图案。其内所装的小盒产品的外包装与部分知名品牌香烟相似,只是具体文字内容和包装大小存在不

同,比如包装貌似“555”牌香烟实际标为“888”,包装貌似“KENT”牌香烟实际标为“KNET”,包装貌似“中华”牌香烟实际标为“中国”。不仅如此,包装内

同,比如包装貌似“555”牌香烟实际标为“888”,包装貌似“KENT”牌香烟实际标为“KNET”,包装貌似“中华”牌香烟实际标为“中国”。不仅如此,包装内

法院公告栏

重庆市武隆区凤来乡东坪村马石马石2号陈兵:本院受理张小华诉你民间借贷纠纷一案,案号为(2021)黔2328民初2731号,因你下落不明,本院依法向你公告送达判决书,自公告之日起30日内来本院领取民事判决书,逾期视为送达,如不服本判决,可在公告期满后15日内,向本院递交上诉状及副本,上诉于贵州省黔南布依族苗族自治州中级人民法院,逾期未上诉的,本判决即发生法律效力。

重庆市开州区人民法院:本院受理原告中国平安财产保险股份有限公司苏州分公司诉你为保险人代求被侵权人一案,案号为(2021)黔2328民初2731号,因你下落不明,本院依法向你公告送达判决书,自公告之日起30日内来本院领取民事判决书,逾期视为送达,如不服本判决,可在公告期满后15日内,向本院递交上诉状及副本,上诉于贵州省黔南布依族苗族自治州中级人民法院,逾期未上诉的,本判决即发生法律效力。

贵州省安顺县人民法院:本院受理原告中国平安财产保险股份有限公司苏州分公司诉你为保险人代求被侵权人一案,案号为(2021)黔2328民初2731号,因你下落不明,本院依法向你公告送达判决书,自公告之日起30日内来本院领取民事判决书,逾期视为送达,如不服本判决,可在公告期满后15日内,向本院递交上诉状及副本,上诉于贵州省黔南布依族苗族自治州中级人民法院,逾期未上诉的,本判决即发生法律效力。



各地文具店迎来“开学忙”

图为2月26日,在河北省秦皇岛市海港一家文具店内,学生在挑选文具。

近日,部分地区陆续开学,学生及家长开始积极准备文具用品,以迎接新学期的到来。一些动漫联名、造型可爱的文具,风格各异的手账本、书签等创意产品被摆放在显眼区域,成为学生喜爱的“爆款”。

曹建雄/摄

地方动态

知敬畏、明纪法、守底线

江南农村商业银行组织观看《零容忍》

为深入推进常态化警示教育,增强员工内控合规意识,日前,江南农村商业银行计划财务部(以下简称“计划财务部”)组织员工观看电视专题片《零容忍》,进一步强化以案说纪、以案说责,促进员工进一步知敬畏、明纪法、守底线。

通过观看警示教育片,计划财务部员工受到了强烈的震撼和深刻教育,深切感受到了正风肃纪、内控合规的必要性,大家一致表示,要以案为鉴,以案明纪,从中吸取深刻教训,坚决筑牢思想防线,增强纪律、内控意识。一是要突出一个核心,管理体系覆盖“全”。以整章建制为核心,全面梳理工作内容,固化和规范费用管理流程,每月发布动态监测,提升费用列支的真实性和规范性。建立反馈评价机制,进行全过程闭环管理,体现了内控的全覆盖和硬约束。二是要抓住两个方法,工作要求突出“严”。加强财务工作资源整合和业务统筹,形成任务到岗、责任到人的内控工作模式。优化财务风控模型,实现智能化动态监控,实现提前预警、动态监测。推进财务工作标准

化。三是要做好三个结合,制度执行做到“细”。做好财务内控与制度培训相结合,做好财务内控与基层调研相结合,做好财务内控与财务评价相结合。严肃财经纪律,将财务内控做精做细。四是要推进四项重点,长效机制注重“实”。坚持系统观念,协调推进内控治理各项工作,既着眼服务业务发展,又聚焦制度流程完善等重点,统筹兼顾各项目标的实现。坚持底线思维。深化“人人都是最后一道防线、人人都是最后一道防线”理念,守住合规底线,不碰内控红线。坚持问题导向。聚焦内控合规短板,不足,实现由事后监督向前管理转变,由具体问题整改向构建长效机制转变。

此次“以案为鉴”教育活动是计划财务部深入开展财务内控管理活动之一,计划财务部始终秉持内控工作与财务管理统筹推进,采取“1234”工作法,构建财务内控新格局。

(丁汀 马英俊)