

消费日报

2023年12月21日
星期四
总第8598期
第5657期
今日4版

今年前11个月全国税收收入同比增长10.2%

本报讯 财政部近日发布数据显示,今年1—11月,全国税收收入168420亿元,同比增长10.2%。11月份,全国税收收入10579亿元,同比增长3.2%。税种方面,受近期工业生产有所加快、投资规模继续扩大、消费市场稳定复苏、企业利润逐步回暖等带动,国内增值税、国内消费税、企业所得税分别增长8.3%、4%、10.1%。

(宗文)

A版 ■ 国务院国有资产监督管理委员会主办 中国轻工业联合会主管主办 ■ 国内统一连续出版物号CN 11-0057 ■ 代号81-9 ■ 广告经营许可证:京丰工商广字第0054号

消费时评

Consumption commentary

发展县域商业首先要激发县域消费活力

肖睿平

近日,商务部在杭州举办的“数字经济时代县域商业创新发展大会”公布了首批全国县域商业“领跑县”名单,这标志着我国县域商业体系建设进入了一个全新的发展阶段。

近年来,国家多个部门积极推进县域商业体系建设,发展县域新业态新模式,也让人们看到了县域商业的巨大潜力。

县域消费潜力巨大,亟待挖掘。近年来,“小镇青年”这一消费群体的崛起,充分展示了县域消费市场的巨大潜力。根据上巴大数据研究院发布的报告,可以看到,三四五线城市对全屋定制业务的旺盛需求;而拼多多《2023年夜饭报告》则进一步揭示,县域及乡村地区的消费能力正在迎头赶上,甚至超过北上广等一线城市。这些数据不仅颠覆了传统观念中对县域消费能力的认知,也揭示了县域消费市场蕴含的巨大潜力和机会。

要激发县域消费市场的活力,首先需要从改善消费环境入手。当前,与一二线城市相比,县域消费环境和服务水平仍有较大提升空间。商务部等9部门联合印发的《县域商业三年行动计划(2023—2025年)》明确指出,要积极推进县域商业体系建设,着力改善农村消费环境,引导县域商贸流通企业数字化转型。这不仅有助于提升县域消费者的购物体验,也将吸引更多品牌和商家将目光投向县域市场,从而进一步释放小镇青年的消费潜力。

在改善消费环境的过程中,物流渠道的畅通至关重要。在县域乡村地区,消费者线上购物时常面临物流时间过长、无法送货上门等痛点,这在一定程度上抑制了县域消费需求。因此,建设和改造县级物流配送中心,提升物流效率和服务质量,成为激发县域消费市场活力的关键环节。

发展县域商业并不仅仅是经济层面的问题,更关乎社会整体协调发展的大局。通过激发县域消费活力,不仅能够促进商品和服务的流通,更能够带动就业、增加居民收入、推动产业升级等一系列正面效应。因此,在推进县域商业发展的过程中,应注重发挥其在促进区域协调发展中的重要作用。

总之,发展县域商业并激发县域消费活力是当前促进经济高质量发展的重要途径之一。在当前经济形势下,发展县域商业不仅有助于构建更加平衡的区域经济格局,更是激发县域消费活力、释放内需潜能的关键所在。而县域消费的提振,又会推动县域经济的发展,进而实现全国从一线城市到县域、乡村经济齐头并进,平衡发展的新格局。我们有理由相信,通过持续改善消费环境、畅通物流渠道以及推动数字化转型等措施的实施落地,县域消费市场将成为我国经济增长的新引擎和动力源。

牙膏监管日益完善 行业发展路径更加清晰

消费者购买牙膏不再“雾里看花”

□ 本报记者 史晓菲

12月1日牙膏备案工作正式实施。中国口腔清洁护理用品工业协会理事长相建强在日前召开的《牙膏监督管理办法》贯彻落实工作新闻发布会上表示,牙膏新的监管模式的贯彻实施是行业一件具有里程碑意义的大事,对于行业的全面规范和高质量发展具有积极的作用。同时,对于今后牙膏行业的发展以及社会关注度较高的牙膏产品的功效、安全性等问题,专家们也在会议上进行了解读。

牙膏监管模式正式确立

2020年6月16日,国家颁布《化妆品监督管理条例》,规定牙膏产品参照普通化妆品进行管理,由国家市场监督管理总局针对牙膏产品特点制定颁布专门的牙膏监督管理办法。从此,牙膏产品的监管工作正式划入国家药监局化妆品监管司。今年3月16日,国家市场监督管理总局依据《化妆品监督管理条例》发布《牙膏监督管理办法》,明确了牙膏产品的备案、安全、功效宣称等要求。

根据《牙膏监督管理办法》,今年9月25日,国家药监局发布了《关于贯彻落实牙膏监管法规和简化已上市牙膏备案资料要求等有关事项的公告》(2023年第124号)(以下简称《公告》),就贯彻落实牙膏监管法规要求和简化已上市牙膏产品备案资料要求等有关事项作了说明。《公告》明确,简化备案的牙膏产品,标签标注的内容应符合《化妆品监督管理条例》《牙膏监督管理办法》和《化妆品标签管理办

法》等规定要求,仅标签标注的格式等需要进行规范调整的,可以在简化备案时使用已上市的销售包装标签,并在2024年7月1日前按要求完成产品标签更新。这意味着符合要求的简化备案牙膏产品,在2024年7月1日前可以继续使用已上市的销售包装标签,企业可以在过渡期内继续消耗库存的包材,还应于2025年12月1日前,通过备案平台上传并公布产品功效宣称依据的摘要。

11月22日,《牙膏备案资料管理规定》正式发布,其中明确了牙膏产品备案的一系列具体要求。至此,牙膏的监管模式正式确立,牙膏备案工作也于12月1日起正式实施。

“牙膏新监管模式的主要特点包括有重点的全面监管,照顾到行业发展实际,保证行业的平稳过渡。”相建强表示,截至2022年底,全国取得生产许可证的牙膏企业共218家,主要分布在我国的东南地区,其中广东省占据半壁江山。“牙膏新的监管模式的贯彻实施是行业一件具有里程碑意义的大事,特别是在当前业内小微企业迅速增加、线上销售持续扩张的情况下,对于行业的全面规范和高质量发展具有积极的作用。”

《牙膏已使用原料目录》将动态更新

对于社会关注度较高的牙膏功效以及安全性的问题,《公告》也给予了明确的科学指导,要求牙膏的功效宣称应当有充分的科学依据,备案人在确保产品安全的基础上按要求进行功效评价,评价方法一般分为人体评价方法和其它评价方法。备案资料要有

根据功效评价结果编制的功效宣称评价摘要。

清华大学化学系博士高文颖认为,“《牙膏备案资料管理规定》的产品安全评估要求,充分体现了国家药监局对于行业的理解和方法适用性上的深度考量。考虑到牙膏之前没有备案历史,因此鼓励企业积极收集和证实已经上市产品相关原料的安全使用历史,整理出行业的《牙膏已使用原料目录》,这在一定程度上为整个行业牙膏产品的安全评价提供了基础。”

同时,国家药监局也明确,鉴于科学性要求和时间的紧迫性,《牙膏已使用原料目录》会是一个动态目录,相关监管部门先对行业共性的基础原料进行收集公布,逐步扩增有安全使用历史,科学依据充分的原料。所以,企业使用原料并不限于拟公布的第一批原料。

高文颖还强调,口腔用品行业的牙膏原料一直在执行国家标准GB-22115《牙膏用原料规范》。因此,目前牙膏原料的可用范围,以及禁用原料的目录都有法可依,消费者可以放心使用和选购。

牙膏没有消字号、械字号等分类

新的监管模式确立后,消费者购买牙膏是不是不再“雾里看花”了?

对此,中国口腔清洁护理用品工业协会科学技术工作委员会副主任、广州牙博士口腔护理研究院院长徐春生表示,新法规促使牙膏行业的发展更加规范,产品更加安全,功效更加科学,竞争更加有序,大大提高了消费者对牙膏产品的关注度。但从实践看,公众对牙膏的认识还有很多的误区,

影响了消费者对牙膏的正确认识和选择。

徐春生表示,“枚字号牙膏、消字号牙膏、械字号牙膏的说法都不正确,牙膏没有这样的分类。”

徐春生解释称,消字号的口腔产品只能叫口腔抑菌膏或者口腔抗菌膏。械字号的口腔产品,按照目前的医疗器械法规,具体分为口腔防龋膏、口腔脱敏膏、牙齿美白凝胶等。值得注意的是,消字号和械字号的口腔产品,功能作用相对单一,功效成分相对固定,产品上市之前需要注册批准,使用方面也是限制在有口腔问题的时候使用,不能日常使用。而牙膏的主要作用是清洁牙齿和口腔,可以让牙齿更白一点,口腔异味更少一点,也可以通过添加功效成分,在经过功效验证以后,宣称《化妆品监督管理条例》允许宣称的几种功效。

另外,消费者对牙膏原料的安全性应该放心。牙膏成分安全性有严格控制,我国早年即有强制性国家标准即《牙膏用原料规范》来控制牙膏成分使用的安全性。“新法规要求牙膏产品备案中,如果配方里面都是经过安全验证的已使用牙膏原料,就可以正常备案。如果有新原料,就要先进行新原料的注册或备案。其中,防腐剂、着色剂属于高风险原料,需要进行注册批准,其他类型的原料备案后即可使用。无论是备案还是注册的新原料,企业都要对相应的牙膏产品予以三年的安全监测,并每年向当地省局提供安全监测报告。三年使用证明无安全风险的,方可正式纳入牙膏原料已使用目录。”徐春生进一步表示。

消费提示

本报讯(记者 史晓菲)《牙膏备案资料管理规定》明确了牙膏在不同使用人群的宣称分类:一是对普通人群使用的牙膏可宣称清

白,口气清新或者减轻口臭等宣称;

防龋,抑制牙菌斑,抗牙本质敏感,减轻牙龈问题的宣称用语可在不改变功效核心主旨的前提下,应用不

同的语言表达方式。例如,防龋也可表述为防蛀牙,减轻牙龈问题中的减轻牙龈红肿的临床指标可表述为修护牙龈等。功效宣称也可以用其作用机理表述,例如,防龋类可以根据实验机理表述为抑制牙齿脱矿,促进牙齿再矿化,抗牙本质敏感可表述为减轻牙齿冷热酸甜及压力的刺激等。

清华大学化学系博士高文颖指出,宣称用语并不限定为一个固定的词语。例如,牙膏的清洁功效中可包含通过清洁达到的洁白、美

白,口气清新或者减轻口臭等宣称;防龋,抑制牙菌斑,抗牙本质敏感,减轻牙龈问题的宣称用语可在不改变功效核心主旨的前提下,应用不

同的语言表达方式。例如,防龋也可表述为防蛀牙,减轻牙龈问题中的减轻牙龈红肿的临床指标可表述为修护牙龈等。功效宣称也可以用其作用机理表述,例如,防龋类可以根据实验机理表述为抑制牙齿脱矿,促进牙齿再矿化,抗牙本质敏感可表述为减轻牙齿冷热酸甜及压力的刺激等。

同的语言表达方式。例如,防龋也可表述为防蛀牙,减轻牙龈问题中的减轻牙龈红肿的临床指标可表述为修护牙龈等。功效宣称也可以用其作用机理表述,例如,防龋类可以根据实验机理表述为抑制牙齿脱矿,促进牙齿再矿化,抗牙本质敏感可表述为减轻牙齿冷热酸甜及压力的刺激等。

同的语言表达方式。例如,防龋也可表述为防蛀牙,减轻牙龈问题中的减轻牙龈红肿的临床指标可表述为修护牙龈等。功效宣称也可以用其作用机理表述,例如,防龋类可以根据实验机理表述为抑制牙齿脱矿,促进牙齿再矿化,抗牙本质敏感可表述为减轻牙齿冷热酸甜及压力的刺激等。

行业标准

中国口腔清洁护理用品工业协会理事长相建强:

标准体系建设赋能行业高质量发展

本报讯(记者 史晓菲)中国口腔清洁护理用品工业协会理事长相建强介绍,牙膏属于轻工产品。新中国成立后,牙膏产品一直由国家轻工部门管理,监管工作依据相关法规按一般工业品执行。2000年3月,国家轻工业局撤销,牙膏行业管理改为在中国轻工业联合会、国家工信部指导下,由行业协会依照相关法规自律管理。

行业组织对牙膏产品的质量安全工作非常重视,先后颁布实施了多项自律性文件,涵盖了牙膏及其主要上下游产品。与此同时,行业还积极推动标准化管理。1957年,颁布了第一个牙膏产品部颁标准。1987年,颁布

了第一个牙膏国家标准,后经4次修订。2010年,经国家标准委批准,全国口腔护理用品标准化技术委员会及牙膏、中草药牙膏、牙刷分技术委员会成立,牙膏标准快速完善。目前,牙膏行业已有国家标准24个,行业标准67个,团体标准23个,初步形成了行业标准体系,为牙膏产品的质量安全提供了可靠有效保证。相建强说,期间,牙膏产品的监管也作了一些调整,如2005年,原国家质检总局将牙膏纳入了生产许可管理;2008年,将牙膏的标识管理纳入化妆品范围。“牙膏行业标准体系的不断完善对行业高质量发展起到了保驾护航的作用。”

促进高效节能产品推广应用

普通照明用LED平板灯2024年将贴能效新标

本报讯(记者 王薛潇)为加快提升用能产品能效水平,积极倡导绿色消费,日前,国家发展改革委、国家市场监督管理总局发布了《中华人民共和国实行能源效率标识的产品目录(第十六批)》及相关实施规则的通知,对电焊机、普通照明用LED平板灯、商用电磁灶、交流接触器、显示器等5类产品能效标识实施规则进行制修订。其中,结合国家强制性能效标准实施时间,充分考虑企业生产情况和产品销售周期,《普通照明用LED平板灯能效标识实施规则》自2024年6月1日起实施,有效期5年。值得一提的是,为给企业消化库存产品预留充足时间,2024年6月1日

前出厂或进口的产品,可有两年的过渡期,即可延迟至2026年6月1日,按实施规则加贴新版能效标识。

记者了解到,《普通照明用LED平板灯能效标识实施规则》依据《能源效率标识管理办法》制定,相关的技术指标依据《GB 38450—2019普通照明用LED平板灯能效限定值及能效等级》标准。该规则适用于以LED为光源,额定电压220V、频率50Hz、厚度不超过85mm的普通照明用LED平板灯(包括LED光源及其控制装置,外置控制装置的厚度不计入灯具厚度内);不适用于具有耗能的非照明附加功能的LED平板灯、具有调光调色功

能的LED平板灯以及在连续发光面上带有彩色图案或装饰件等的LED平板灯。

实施规则中规定,标识为蓝白背景的彩色标识,长度为45mm,宽度为30mm。标识名称为:中国能效标识(英文名称为CHINA ENERGY LABEL)。其中,功率、光效、相关色温、显色指数、光通维持率等产品能效性相关参数的检测方法应依据GB 38450和GB/T 31897.201的现行有效版本。

事实上,自2005年我国实施能效标识制度以来,普通照明用自镇流荧光灯、高压钠灯、室内照明用LED产品(普通室内照明用LED筒灯、定向集成

式LED灯和非定向自镇流LED灯)以及道路和隧道照明用LED灯具这几类照明产品均陆续列入我国能效标识实施产品目录中。

对此,中国照明电器协会表示,能效标识制度是一种评估和标识产品能源效率的制度,推动节能减排,促进市场上高效节能产品的推广和应用。随着国家对节能减排工作的不断加强,以及相关产品技术和标准的不断成熟,列入目录的用品将进一步完善,这将有助于推动更多的产品制造商和消费者关注能源效率,促进市场上更多高效节能的产品的推广和应用。

据了解,下一步,国家发展改革委、市场监督管理总局会同有关部门和单位,进一步加强能效标识制度组织管理和监督管理,积极推广高效节能产品设备,大力促进绿色消费,推动形成绿色低碳的生产方式和生活方式。

邮发代号81-9

国内统一刊号CN11-0057

XF

消费日报

合作共赢
共言

欢迎订阅2024年《消费日报》

全年定价396元
发行电话:010-67604545
全国各地邮局均可订阅



扫码订报

消费日报社由国务院国有资产监督管理委员会主办
中国轻工业联合会主管主办
新闻传播定位:产业基础上的市场化表述
综合服务平台:为行业企业品牌提供服务