

年产值百亿元的中药日化用品不愿换包装——

“中草药”成化妆品禁用语引争议

“禁语”意在防止吹嘘

根据《规范》草案,有三大类字眼今后需要从包装上清除,一类是虚假夸大用语,如特效、高效等;一类是明示或暗示对疾病治疗作用和效果,如除菌、除螨等;第三类医疗术语则禁用范围广大,包括细胞再生、免疫力、中草药等近70种用语。推出如此严苛的明文细则,主要是想遏制化妆品业内盛行的“疗效吹嘘风”,并提醒消费者日化用品不是药品,不可替代药品在日常生活中使用。借鉴国外的一些规定,“药”字明显在被排斥之列,“涉药”的中草药三字也就被禁。今后可能建议“中草药配方”宣传用语改为“天然植物配方”,但如此一来对消费者“眼球”

沐浴液、花露水、洗面奶甚至牙膏,产品包装和说明书上为什么不能出现“中草药”字样?

即将准备出台的《化妆品标签标识管理规范》,列出了禁止标注的用

语近百个,“中草药”作为医疗术语之一也在被禁之列,由此引发了业内争议:这一意图与国际接轨的化妆品标签标识管理规范,是否有抹杀本土品牌优势的嫌疑?

如果我国自行规定对“中草药”上产品包装设限,还会导致海外对我国优势产品设置贸易壁垒。

目前,年销售超过10亿元的“六神”沐浴露,配方就是以六种中草药为主,在国内市场占据绝对第一后正准备进军海外市场,一旦“中草药”字样设禁,如何在新兴市场做广告都成难题。

为此,不少国内日化企业认为,中草药和医疗用语不能完全等同,因此不应从包装上剔除。规范市场不必“一刀切”下禁令,可采取增加中草药添加剂和化妆品标准来提高准入门槛,如此既有利于国内产业正本清源,也有利于中草药国货走向世界。 本报记者 秦武平

07092811001

吸引力将大打折扣。

本土品牌受限最多

如果这一规定近日内出台,最“受伤”的当属国有品牌。近年来,在跨国品牌重重包围下,一些以天然中草药产品为强项的本土品牌,已渐渐崭露头角。以多种中草药集成的佰草集,在国内市场可与国外高

端品牌分庭抗礼,年销售额超过4亿元。由于中国消费者最容易接受中草药比化学品更利健康的概念,因此在沐浴露、洗发水、牙膏等日化领域中,主打中草药的本土品牌占据优势,目前产品包装标明有“中草药”字样的国产日化用品年销售产值超过100亿元。实际上,国外市场对中草药日化产品需求正日益

扩大,日本天然中草药化妆品已占整个市场50%以上,一些化妆品世界品牌都准备在中国收购或开发中草药产品项目,投入巨资研究东方中草药的精髓。

下禁令不如增标准

今后,天然植物及中草药化妆品主导全球市场,这是一个大趋势。

专业美容美发品设准入机制

本报讯(记者 姜燕)到美容美发店“洗染烫”,是不是总担心店家用的产品是假货?本报8月15日A3版《“专业线”护发素,成本10元卖150元》一文,曾披露专业美容美发品地下交易黑幕。日前,上海市美发美容协会推出专业美容美发品市场准入公开销售机制,使销售公开化。

此番启动准入机制,一方面建立专业美容美发和化妆品市场平台,给公开销售提供便利的场所,

另一方面执法部门加强市场检查,严厉打击地下交易。

据上海市美发美容协会工作人员透露,通过市场准入评审的品牌,方可进入公开销售市场“美博汇”销售。营业场所采购后,由“美博汇”提供《准销产品采购证》,并向消费者公开,以供识别。

上海市场准入品牌评审工作将于年内完成,威娜、郑明明等50个品牌已首批通过评审。准入品牌可上网报审,网址www.meibosh.com。

沪上最大的家电卖场亮相浦东

本报讯(记者 胡晓晶)沪上最大的家电卖场“销品茂”将在国庆期间亮相浦东八佰伴商圈。记者昨天在现场看到,除了有营业面积近2万平方米的规模之最,这个新店最不同以往的是:不光卖家电,还卖高档餐饮具、康体器材、五金工具、卫浴配件、厨卫用品、洁身器、照明、综合家居、洗化、投影、乐器、钟

表、电玩、车品等十余项的家电衍生产品,以及手机美容、PC学校等衍生服务。家电卖场出现新型业态,必然加剧沪上家电连锁业的竞争。

据悉,这个苏宁历史上投资最大的旗舰店,初定的年销售指标为10亿元,本次国庆“黄金周”计划开业当日销售1亿元、国庆期间销售3亿元。



搬迁新址的中央商场今起营业

9月25日起,已迁址天津路251号的中央商场开始试营业,全新装修、占两层楼面的维修场所整齐有序,每个柜台都醒目地标明了维修的类别。据介绍,搬迁后的中

央商场今天起正式营业,维修价格不变,国庆黄金周期间也照样满足市民的维修需求。

图为不少市民闻讯到新址来修理损坏的日常用品 杨建正 摄

店堂虚假广告须自费登报更正

工商普陀分局出新招防止骗人广告回潮

本报讯(记者 郭剑烽 通讯员 范小锋 谈蓓莹)“我店2007年6月15日,在宜川路336号美容美发店橱窗上发布了一幅内容为‘量身定做想减哪就减哪’的宣传广告,内容纯属虚构,已被工商部门立案查处,特此向消费者致歉,并公开更正。”昨天,两则刊登在区报上的黑边围框“检查”,引起大家的

关注,工商普陀分局商标科有关负责人今天上午向记者透露,一年多来,责令骗人广告发布者,自费在媒体上自我曝光纠错近30件次,到目前为止,无一例回潮,“效果比起单纯取缔处罚要明显得多”。

比起街头建筑物上胡乱涂鸦的各类医疗广告,一批利用自身门店散布夸大效果或纯属无中生

有的广告招贴,更容易使人上当。据普陀区消保委统计,今年美容、理疗、减肥引发的消费纠纷达到了20多起,其中受害人多为年轻女性和老年人。按照处理惯例,经三番五次上门,苦口婆心协调,以退货退款为“最大胜利”的消费者,日后发现骗人把戏还在上演。不知哪一个人又会成为受害者?

此类担忧也成了包括工商部门在内的许多执法机构的“心病”。如何巩固整治成果?对付游击的力不从心,对那些有固定经营场所的则应做到绝不再旧病复发,继续使诈骗钱。

工商执法人员根据违法者普遍存在的“罚钱不怕,就怕登报曝光,影响生意”的心态,依据相关条例,在罚款取缔的同时,针对情节轻重,责令违法者自费在媒体上作更正道歉广告,且必须写清地址、店名,虚假广告内容和店主姓名,便于公众监督。 评论 07092811002

须披露前九月基本每股收益 上市公司三季度报告下月登场

本报讯(记者 许超声)2007年上市公司三季度报告将于下月登场,沪深证券交易所今天发布通知要求,在2007年9月30日前上市的公司,应当于10月31日前完成三季报的披露工作。与以往不同,本次三季报要求上市公司披露2007年1至9月扣除非经常性损益后的基本每股收益。以往这一指标只在半年报和年报的财务报告附注中披露,容易被忽略。在今年一季报披露时,某公司因债务重组导致基本每股收益排名靠前,但扣除非经常性损益后的每股收益实则不多。此次要求在主要财务数据部分对该指标进行披露,有利于投资者充分了解每股收益中存在的非经常性损益因素的影响。

另外,根据均衡披露的要求,本次上市公司披露三季报时,沪市原则上每日安排不超过100家,深市主板每日原则上最多安排50家。

每盒药片(盒) 2000元(2000元/盒)

中药提速 骨病专家

强磁电磁治疗仪

市场前景广阔 产品优良 成功在于选择

隆重诚招上海地区优秀代理

山东顺发医药科技有限公司 WWW.WFHSZY.COM

招商电话: 0536-8671133 8671198 8671168

· 新民网报网互动平台:请访问 HD.XMNEXT.COM,在页面搜索框输入文章后编号即可参与互动。 · 博客:访问记者的博客 · 详细:获取更多信息 · 评论:发表评论 · 调查:参与投票 · 爆料:提供新闻线索或与本文相关的信息 · 征集:征集新闻线索、征文等

健康敬老 送昂立一号[®]口服液

● 调节肠胃 ● 调节血脂 ● 抗氧化

批准文号:卫食健字[196]第035号 不适宜人群:无 本品不能替代药物 沪食健广审(文)第2007070893号

好消息

即日起至2007年10月15日买昂立1号口服液1盒,送昂立一号300毫升一瓶或昂立金猪纳福大礼包一袋(价值42元)

关心糖尿病人 送昂立[®]舒渴安糖片

● 调节血糖 增强免疫 ● 荣获中国驰名商标

好消息

即日起至2007年10月15日买昂立舒渴口服液礼盒1盒或昂立舒渴安糖片礼盒1盒,均送舒渴安糖片赠品单盒1盒(价值22.50元)