

“医美面膜”受追捧 消费陷阱须警惕

□ 乔彩 王晶珙

“能祛痘、消痘印、收毛孔、抗衰老、修复敏感肌……”一段时间以来，被一些商家称为“拯救皮肤神器”的“械字号面膜”“医美面膜”等颇受追捧，借助电商平台、社交媒介等营销渠道，成为流行的护肤用品。

然而，国家药品监督管理局2020年1月就指出，所谓的“医美面膜”实为医用敷料，按照医疗器械管理条例，医疗器械产品不能以“面膜”为名称，不得含有“美容”“保健”等宣称词语。

专家指出，医用敷料成分简单，主要作用为修复皮肤屏障，并没有其他功效，管理规范医用敷料市场迫在眉睫。如何促进行业自律，有效约束电商平台，引导消费者理性选择，是相关各方面临的共同课题。

“‘医美面膜’的叫法是被商家创造出来的”

“面膜我现在只用医美的！”“我要把其他面膜的钱省下来全买医美面膜！”……打开一些社交平台，经常能看到关于“医美面膜”的推荐。

“90后”女孩小李表示，自己第一次使用“医美面膜”是在2014年，在北京某三甲医院皮肤科做了激光治疗后，医生给她开了一款胶原蛋白敷料，其用法和外观与普通面膜类似，但价格高出好几倍。“薄薄一层，用完感觉比较温和。”

2018年前后，她发现这款敷料开始在网上爆红，并被冠以“械字号面膜”“医美面膜”的名号。

今年8月中旬，在电商平台上查询一些“械字号面膜”“医美面膜”品牌，发现其销量巨大，其中一款品牌月销量高达40万单，还有两家店铺相关面膜销量均达10万单。

尽管国家药监局今年1月就宣布不存在所谓的“医美面膜”，但在一些网络销售平台上，依然能见到“医美面膜”的身影。

在某平台上搜索“医美面膜”时，出现的综合推荐虽已与面膜无关，但搜索“械字号面膜”时依然有1万多条信息，并有以“全能面膜”等为关键词的产品推荐。另一个电商平台虽然屏蔽了“械字号面膜”关键词搜索，但搜索“医美面膜”时仍有近2000个产品链接。

小李表示，自己经常在朋友圈和美妆博主的推荐中看到“医美面膜”的宣传，称其为“医院同款”，可以“祛痘淡印”，“适用于敏感肌肤”，“介于药与护肤品之间”等。

专门从事面膜代理的妮妮表示，市面上的“械字号面膜”在产品包装上的名称都标注的是“敷料”或“冷敷贴”，“但是为了让没用过的顾客更好地理解”，她在朋友圈发文时一直使用“医美面膜”的称呼。

中国医学科学院整形外科医院医生石蕾认为，市面上的所谓

“械字号面膜”，有些宣传过度了，“医美面膜”的叫法并不是专业名词，而是被商家创造出来的。

北京盈科（天津）律师事务所专职律师高庆认为，“医美面膜”的概念利用了消费者和医疗人员之间的信息差，误导了消费者，让消费者一看到这个关键词就会想到“治疗”效果。

“医用敷料成分简单，普通面膜成分更加复杂”

国家药监局指出，所谓“械字号面膜”，其实是医用敷料，属于医疗器械范畴。医用敷料可以与创面直接或间接接触，具有吸收创面渗出液、支撑器官、防粘连或者为创面愈合提供适宜环境等医疗作用。

石蕾介绍，“敷料”指用于保护伤口、创面的医用材料，专门用于医疗治疗的棉片、纱布、膏药等就是医用敷料，而有些用于治疗目的的敷料用类似面膜的形式制造出来，在激光术、光子嫩肤、水光针等医疗美容项目后给患者使用，进行术后修复。

她还指出，医用敷料的成分比较简单，“为了保证使用者不过敏，会简化成分，基本上只含有玻尿酸，而普通面膜为了提高竞争力，如增加除皱、美白功能等，成分会更加复杂”。

作为医疗器械，医用敷料在生产工艺方面比普通面膜要求更严格。上海市皮肤病医院医生袁超指出，医用敷料的生产药厂空气洁净度至少要在10万级以下，更适合用在有创伤创面的皮肤上。

对于多数“医美面膜”宣称“敏感肌肤适用”，袁超认为，这一说法并不准确。一方面，只能说医用敷料对敏感肌肤有“舒缓、修复”作用；另一方面，敏感肌肤在实验条件下是有严格规定的，很多患者声称自己是敏感肌肤，但实际可能是皮肤病。同时，敏感肌肤也分为很多类，比如生理性敏感、病理性敏感，对是否适用于敏感肌肤的表达应谨慎。

而对于“医美面膜”是否“介于药和护肤品之间”，2019年1月，国家药监局在《化妆品监督管理常见问题解答》中明确指出，在国家法规层面不存在“药妆品”概念，对于以化妆品名义注册或备案的产品，宣称“药妆”“医学护肤品”等“药妆品”概念的，属于违法行为。

此外，国家药监局还提示，医用敷料应在其“适用范围”或“预期用途”允许的范围内，由有资质的医生指导并按照正确的用法用量使用，不能作为日常护肤产品长期使用。

这一点也得到了袁超的证实。她接诊的病人中，就有一些

患者由于过度使用医用敷料导致水合性皮炎。

“面膜只是皮肤的‘零食’而非‘正餐’”

4月3日，国家卫生健康委等八部委联合下发《关于进一步加强医疗美容综合监管执法工作的通知》，强调行业应强化自我管理主体责任、发挥行业组织自律作用。分析人士认为，此举将对规范医疗美容业发展起到重要作用。

从监管角度看，需大力整治行业乱象。今年3月1日起实施的《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法》明确规定，医疗器械广告不得含有虚假或引人误解的内容，广告主应当对广告内容真实性、合法性负责。因此，品牌商应当诚信经营，不能为了增加销量而夸大产品功效。

业内认为，市场监管部门应大力打击产品虚假或过度宣传，保证宣传语在商品应有功效范围内。“既然医疗敷料属于医疗器械范畴，就不该放任自流。”高庆指出，医用敷料应当同其他医疗器械一样严格控制流入市场，相关部门未来需继续严格把关，从法律、制度层面肃清行业发展问题。

高庆表示，当消费者购买使用医用敷料导致皮肤过敏、受损时，可以向工商、市场监管、食品药品监管部门等投诉，相关部门可对商家处以罚单、警告，甚至吊销营业执照，督促其完善生产研发技术、调整产品宣传方式。

对于电商平台，应督促其不越位。根据电子商务法，商家如虚假宣传，导致消费者权益受损，电商平台承担连带责任。高庆分析称，各电商平台理应规范商品搜索关键词及说明，保证消费者获得真实准确的产品信息，保障消费者知情权和选择权。

袁超认为，电商平台应通过细化归类来约束入驻商家。“一款产品是医用敷料还是普通妆字号面膜，其功效是补充水分还是舒缓镇定，归类要更加明确，以便于消费者了解情况、按需购买。”

消费者自身要警惕面膜消费陷阱。专家建议，消费者首先要正确认识医用敷料功效，遵医嘱购买，不过度使用；其次要树立正确消费观，审慎选择适合自己肤质的产品，不盲从不跟风。

“面膜只是皮肤的‘零食’而非‘正餐’。”石蕾认为，消费者出现皮肤问题时切不可擅自购买普通面膜治疗，真正的护肤应该注意不熬夜、多运动、少吃糖等。

红黑榜

2019年浙江省AAA级“守合同重信用”企业公示名单(20)

浙江日月首饰集团有限公司
浙江力博实业股份有限公司
浙江天泰园林建设有限公司
浙江天田田园控股集团有限公司
中隆园林建设集团有限公司
鲁易建设集团有限公司
华绿建设有限公司
浙江中博信息工程有限公司
浙江亚厦幕墙有限公司
浙江阳光照明电器集团股份有限公司
浙江双阳风机有限公司
绍兴上虞金泰冷却塔有限公司
浙江舜杰建筑集团股份有限公司
绍兴民康消毒用品有限公司
绍兴市上虞三一建设有限公司
绍兴上虞通风机有限公司
嵊州市第三建筑工程有限公司
浙江中巨建设有限公司
嵊州市特种链轮有限公司
浙江亿厦建设股份有限公司
中迪环境工程有限公司
大有环境有限公司
浙江医药股份有限公司新昌制药厂
绍兴市园林建设有限公司
博大环境集团有限公司
浙江乐祥铝业有限公司
绍兴市大可纺织有限公司
绍兴市乡情国际旅游发展有限公司
浙江伟业房产集团有限公司
浙江宝厦建设有限公司
中富建设集团有限公司
绍兴市水联供排水服务有限公司
绍兴御茶村茶业有限公司
锦源恒博集团有限公司
浙江双林古建园林工程有限公司
浙江盾安智能科技股份有限公司
浙江昌达环保科技有限公司
浙江宏强建设有限公司
浙江枫叶管业科技股份有限公司
浙江久城建设工程有限公司
浙江恒森实业集团有限公司
浙江金誉建设有限公司
浙江富润进出口有限公司
金华市金阳光工贸有限公司
金华永泰水电工程机械有限公司
东精集团有限公司
浙江华丰电动工具有限公司
浙江天晟建材股份有限公司
金华市科教彩印厂
浙江省金华市灵声电子有限公司
浙江开元机电集团有限公司
兰溪市神雕文具有限公司
浙江金梭纺织有限公司
浙江蓝天电缆有限公司
浙江双环家纺有限公司
浙江甬金金属科技股份有限公司
浙江万盛达实业有限公司
浙江立马云山纺织股份有限公司
浙江红狮水泥股份有限公司
浙江龙厦建设集团有限公司
利越集团有限公司
浙江海纳建设有限公司
浙江中艺建设有限公司
浙江佳和建设有限公司
浙江人和机械有限公司
横店集团东磁有限公司
浙江东驰钢结构有限公司
东阳市天金食品有限公司
浙江小九天建设集团有限公司
浙江英洛华装备制造有限公司
浙江省东阳木雕古建园林工程有限公司
义乌市达标塑料彩印厂
浙江绣水园林建设有限公司
浙江天驰服饰有限公司
义乌市恒风汽车城开发有限公司
浙江博尼时尚控股集团有限公司
浙江梦森服饰有限公司
浙江宝丽姿企业有限公司
义乌卓诚建筑工程有限公司
宏胜建设有限公司
浪莎针织有限公司
浙江伊彤服饰有限公司

(未完待续)

——来源：信用中国网站



福建石狮：电商直播激发市场活力

今年以来，传统纺织服装生产基地福建省石狮市进一步培育发展电子商务，特别是电商直播带货新业态，从无到有落成13个1000平方米以上规模的直播基地。当地通过举办直播培训班和一系列网上直播交易会，将流量资源与产业资源有效对接，激发市场活力。据统计，今年上半年，石狮市网络零售总额超过370亿元，同比增长41.5%，从业人员超过15万人。图为在石狮市千禧文化直播基地，一名主播在后台人员配合下为服装带货直播。

新华社记者 宋为伟 摄

言之有信

面膜岂能“如此包装”

□ 叶子

在一些社交、电商平台，一种叫“医美面膜”的护肤品广告势头强劲。许多消费者却发现，这些面膜鱼龙混杂、难辨真假。探究方知，所谓“医美面膜”，其实是一种医用敷料，针对皮肤治疗和美容手术术后的修复，可直接接触创面，属于医疗器械，注册为“械字号”，主要在医疗机构销售。市面上的普通面膜则属于化妆品，注册为“妆字号”。

严格意义上说，并不存在所谓的“医美面膜”，而是将这些“妆字号”面膜“改头换面”，打着“械字号”幌子夸大宣传，背后是商家偷换概念、有意误导消费者。主要原因在于，“医美面膜”宣称医用、安全，甚至“无论何种肌肤都能使用”，这明显是将医用敷料的作用“安”在自己身上，还胡乱扩展到所有肌肤护理上；另外，“医美面膜”这个名字容易让消费者相信它有变白、除皱、抗老等效果。须知，即使是医用敷料也要遵医嘱使

用，且不能频繁使用，更何况可能含有香精、添加剂等成分的普通化妆品面膜。

当今时代，人们越来越关注外在容貌。遍地开花的医疗美容诊所、健身房、瑜伽班等都是“美丽经济”的一部分，医疗美容行业成为居民消费新热点。人们希望选择一些安全的护肤品进行护理，“医美面膜”正是抓住了消费者这种心理。但是，这种面膜一方面以医用敷料的旗号打“擦边球”，一方面价格却贵得离谱。曾有记者走访代工生产

“医美面膜”的工厂，一片面膜订单价3元~5元不等，销售价却在15元以上。有商家称“卖得很好”“太便宜了消费者不会信”。可见，经过卖力忽悠、层层“包装”，给其打上“医美”标签，是一些不法商家赚钱的“秘笈”；消费者却陷入“越贵越信”“越贵越买”的“坑”。

杜绝这种“坑”，需要消费者提高自身的判断力。对于类似“医美面膜”等新产品，应该避免盲目跟风，注意谨慎选择，识别商家套路；同时，还应尽量

通过医院、药店等正规平台购买医疗产品，如果使用后发现不良反应及时举报、投诉，维护自身合法权益。

监管部门应进一步发力。国家化妆品卫生监督条例明确规定，化妆品广告宣传中不得有“化妆品名称、制法、效用或者性能有虚假夸大”“宣传医疗作用”等内容。相关部门应进一步严格执法、督促企业合规合法宣传自身产品。电商与社交平台也应承担平台责任，对带货主播、微商的资质进行相应审核，对自媒体发布的内容进行有效监管，切实管住那些“如此包装”的“医美面膜”。