

儿童化妆品新规将上线 儿童化妆品禁止标注“食品级”

儿童眼影、儿童口红、儿童防晒霜……近年来，儿童化妆品的种类越来越丰富，这些产品的安全性问题愈发受到家长的重视，也给监管部门带来了新挑战。近日，国家药监局对外发布《儿童化妆品监督管理规定》(以下简称:《规定》)，进一步规范儿童化妆品生产经营活动，保障儿童使用化妆品的安全。《规定》自2022年1月1日起施行。

“全家使用”化妆品纳入儿童化妆品管理

在定义上,《规定》中明确,儿童化妆品是指适用于年龄在12岁以下(含12岁)儿童,具有清洁、保湿、爽身、防晒等功效的化妆品。儿童牙膏也参照本规定进行管理。

据了解,由于儿童化妆品的注册备案管理严于普通化妆品,因此,在实际生产销售过程中,一些企业为了逃避监管,会在产品标签上进行暗示,例如“全家使用”等。对此,《规定》中首次提出,标识“适用于全人群”“全家使用”等词语,暗示产品使用人群包含儿童的产品按照儿童化妆品管理,防止企业浑水摸鱼。

儿童化妆品将有统一标志

产品标签标识是消费者识别商品、选购商品主要的信息来源,为了让消费者正确识别儿童化妆品,《规定》对儿童化妆品的标签做出明确要求,应当在销售包装展示面标注国家药品监督管理局规定的儿童化妆品标志;非儿童化妆品不得标注儿童化妆品标志;应当以“注意”或者“警告”作为引导语,在销售包装可视面标注“应当在成人监护下使用”等警示用语;应当采取措施避免儿童化妆品性状、气味、外观形态等与食品、药品等产品相混淆,防止误食、误用;不得标注“食品级”“可食用”等词语或者食品有关图案。

监管部门还规定,2022年5月1日起,申请注册或者进行备案的儿童化妆品,必须按照《规定》进行标签标识;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日前完成产品标签的更新,使其符合《规定》。

《规定》中还鼓励化妆品经营者分区陈列儿童化妆品,在销售区域公示儿童化妆品标志;鼓励化妆品经营者在销售儿童化妆品时主动提示消费者查询产品注册或者备案信息。

不允许使用基因、纳米等新技术制备的原料

在儿童化妆品的安全性方面,《规定》提出,儿童化妆品配方设计应当遵循安全优先原则、功效必需原则、配方极简原则。应当选用有长期安全使用历史的化妆品原料,不得使用尚处于监测期的新原料,不允许使用基因技术、纳米技术等新技术制备的原料;不允许使用以祛斑美白、祛痘、脱毛、除臭、去屑、防脱发、染发、烫发等为目的的原料。

此外,儿童化妆品还应当通过安全评估和必要的毒理学试验进行产品安全性评价。化妆品注册人、备案人对儿童化妆品进行安全评估时,在危害识别、暴露量计算等方面,应当考虑儿童的生理特点。《规定》明确,如若商家使用禁止用于化妆品生产的原料、应当注册但未经注册的新原料生产儿童化妆品;在儿童化妆品中非法添加可能危害人体健康的物质,将被认定为《化妆品监督管理条例》规定的情节严重情形,进行处理。 ■本报记者 陈铃清

东风日产启辰大V漳州上市

本报讯(记者 闫 箬)10月16日下午,东风日产启辰大V漳州上市发布会在漳州聚力4S店隆重举行。东风日产启辰大V采用启辰V-Power联盟动力,搭载260T自动挡动力系统,实现燃油经济性与动力的高效平衡。在智能驾驶辅助方面,东风日产启辰大V拥有包含启辰V-Pilot 智能驾驶辅助系统、540°立体环视影像在内的13项智能驾驶功能,让驾驶更便捷更轻松。在内部空间表现方面,东风日产启辰大V的1476毫米超宽肩部空间、最大1520升行李箱。新车共推出四个版本,售价9.98万—12.88万元。



采价日期:10月18日9:00—11:00 计量单位:元/500克

品 名	新华都	大润发	沃尔玛	延通市场	北桥市场	东岳市场
绿豆	5.28	7.80	5.98	6.00	8.00	7.00
猪精瘦肉	10.80	12.80	13.90	18.00	17.00	18.00
带皮后腿肉	11.80	8.50	7.90	13.00	13.00	12.00
排骨	28.98	24.80	29.80	33.00	33.00	30.00
牛腱子肉	46.98	65.80	/	55.00	53.00	53.00
牛腩	46.80	48.80	/	50.00	48.00	50.00
白条鸡	14.98	11.60	/	13.00	12.00	13.00
鸡场蛋	6.98	5.20	7.50	6.50	6.00	6.00
鸭蛋	6.98	5.50	8.90	7.00	7.00	7.00
冻带鱼	21.98	23.80	/	22.00	22.00	20.00
草鱼	12.98	12.80	9.90	12.00	12.00	10.00
白鲫鱼	19.98	19.80	/	16.00	20.00	12.00
芹菜	6.98	9.88	9.78	7.00	8.00	8.00
黄瓜	1.98	5.98	5.88	3.50	5.00	4.00
萝卜	2.98	3.98	2.88	2.00	2.50	2.00
茄子	1.58	3.98	4.98	4.00	4.00	4.00
大白菜	1.58	3.08	2.88	3.00	3.00	2.50
上海青	4.98	4.98	2.69	4.50	5.00	4.00
空心菜	4.58	6.38	5.98	4.00	4.00	3.50
西红柿	2.68	5.68	3.26	5.00	5.00	5.00
胡萝卜	1.98	3.18	1.60	3.00	3.00	3.00
花菜	4.88	8.08	5.98	5.00	5.00	5.00
油菜	4.98	6.78	5.98	4.50	4.50	4.50
富士苹果	4.98	5.58	6.98	7.00	6.50	6.50
鸭梨	3.98	4.99	2.98	5.50	5.00	4.50

(漳州市发改委提供)

备注:以上信息仅供参考。更多市场行情请登录“漳州菜篮子” <http://www.zzclz.com>

“逛吃”模式开启 消费明显回暖



逛的人多了,商场热闹了起来。

陈铃清 摄

团上均有超值团购套餐,例如6人餐仅需148元,6店通用。

生息防疫两不误

疫情虽取得阶段性胜利,但防疫仍不可大意,这也是各大商超的共识。

记者采访中看到,相较于疫情期间,各大卖场解禁了多个出入口,但每个出入口依然有专人值守,为顾客测量体温、查看健康码。进出卖场的消费者大多十分自觉地佩戴口罩、主动出示健康码,有序进场。

“到现在为止,我们商城还是要求

全体员工及商户均需佩戴口罩上岗;保洁员在营业前和结束后分别对商场扶梯、客梯间、母婴室、卫生间等各个区域进行全面消毒;商场内的公共区域配备有酒精、免洗型洗手液等防疫用品供顾客使用。”漳州天虹商场管理人员告诉记者。

漳州碧湖万达广场也定时对公共区域、卫生间等进行全方位的消毒消杀;沃尔玛及大润发对卖场购物车的消毒依旧保持在每日3次,为顾客提供安心的购物环境。

■本报记者 陈铃清

第三季度全市12315为消费者挽回经济损失87.68万元

漳州市市场监督管理局近日公布的数据显示,第三季度,漳州12315共受理消费者咨询、投诉、举报21215件,同比增长了33.33%,共为消费者挽回经济损失;87.68万元。其中,共受理消费者咨询14048件,占总量的66.22%,同比增长30.18%。收到消费者投诉4686件,占总量的22.09%,同比增长141.67%。具体为:商品类投诉共受理4013件,排名前三的商品类型为一般食品、服装鞋帽、家具用品;服务类投诉共受理673件,排名前三的服务类型为餐饮和住宿服务、文化娱乐体育服务、教育培训服务。

食品及餐饮服务类投诉居高不下

从群众的投诉热点来看,食品类及餐饮服务类一直都是民生关注的焦点问题,其投诉量也长期居高不下。第三季度,受理一般食品投诉2556件,同比增加221.51%,大幅度增加;餐饮和住宿服务的投诉172件,同比增加100%。

一般食品类投诉主要以四个方面的问题类型为主:食品安全问题、质量问题、广告问题、反不正当竞争问题。

消费者投诉的问题主要有:食品保质期内发霉、有异物、变味等现象;食品实际能量值、营养参考值等指标与标签标识标注的不符;餐饮店环境卫生脏乱差、食物中有异物等现象;因疫情原因,购买的优惠券、套餐券等无法使用。

家居用品投诉量同比暴增

第三季度,收到文化、娱乐、体育服务投诉94件,同比增长70.91%,涨幅明显。从消费者投诉的情况来看,主要集中在:充值了次卡(如:健身卡、游泳卡、私教课等)后,因各种原因欲退款未果;商家即将关门,卡内余额需限期使用完毕;办卡时未告知使用期限,卡上也未注明时间,但到现场却被告知卡已过期无法使用;因教练辞职,私教课一直未开课,商家也拒绝退款;商家经营不善倒闭,未跟消费者商量,直接将卡内余额转至另一个商家名字,告知不能退款等。

受理家居用品类投诉274件,同比增加334.92%,涨幅明显。消费者投诉的问题主要有:购买的家具(如衣柜、床等)味道浓、质量差等;购买的塑料管、卫浴等家居用品为三无产品、做工粗糙;网购的布料、床上用品等有瑕疵、实物与商家宣传的不符等。

群众举报量同比下降

第三季度,全市12315受理群众举报2481件(确认违法并立案28件),占总量的17.66%,同比减少了22.03%。从举报问题的类别来看,排名前五的为广告类线索1259件(确认违法并立案10件),占比50.75%;食品类线索(确认违法并立案9件)368件,占比14.83%;侵害消费者权益类221件(确认违法并立案1件),占比8.91%;产品

质量类线索(确认违法并立案2件)207件,占比8.34%;其他市场监管领域类线索134件(确认违法并立案2件),占比5.40%。

消费者举报的问题主要有:餐饮店卫生条件差,食物中存在异物等问题;商家虚假宣传,实际产品与描述

消费提示>>>

就餐“先看账单后结账” 购买冷链食品认准追溯码

针对投诉举报热点,漳州市市场监督管理局提醒广大消费者,应选择到证照齐全、管理规范、商超和农贸市场等采购食品,并注意索取发票、购货小票等凭证;食品最好是按需购买,即买即食,避免存放不当导致的污染和浪费;选购感官指标正常的食品,不选购未经检验检疫的鲜、冻禽畜产品;冷链食品要到正规商家购买有追溯码的商品。

消费者外出就餐应尽量选择证照齐全、内外环境整洁的餐饮单位。点菜时,应查看菜谱价格是否明码标价,养成“先看账单后结账”的习惯;结账时,注意核对价目表和就餐清单,做到明明白白消费。不要食用新奇食物或从未食用过的食物以及易过敏食物;聚餐时使用“公筷公勺”,不参与大规模聚餐活动。外卖点餐尽量选择公众知名度高、距离较近、短时间内可送达的商家提供

者。不论是外出就餐还是家庭聚餐,要适量饮食,崇尚节约,养成健康节约消费习惯,自觉抵制“舌尖上的浪费”,拒食野生动物,不要购买、食用有关部门明令禁止或来历不明的食物。

购买预付卡时要理性,多了解商家信息,选择证照齐全、规模较大、口碑良好、经营状况佳、信誉度高的商家;注意防范各种线上充值等网络预付式消费;不要轻信商家口头承诺,主动与商家签订书面合同,在合同中明确预付卡适用范围、使用方式、使用期限、退卡方式、纠纷处理原则和违约责任等内容,并要谨慎查看合同条款;谨慎选择预付额度高、服务周期长的预付卡,避免承担过多的不确定性风险,同时注意保留好相关消费凭证,留意凭证上所盖印章与营业执照上的名称是否一致,保障自己的合法权益不受侵害。

■本报记者 陈铃清

《2021年福建省城市养老、适老消费调查报告》发布

老年人也是消费力 “银发”市场亟待开发

为更好地推动福建适老服务消费,推动养老、适老服务高质量发展,近期,福建省消委会聚焦老年人消费领域,在全省九地市,对60岁及以上老年人的消费需求和养老服务、适老环境的现状、制约因素等方面展开调查研究并据此发布《2021年福建省城市养老、适老消费调查报告》,全方位展示福建老年人群体消费现状。

“医养结合”无法打通医保的现象仍存在

《报告》直面“养老院不方便看病,医院养不了老”的堵点、难点问题,指出我省“医养结合”的养老机构虽然渐多,但是“医养结合”无法打通医保的现象依然存在。截至2020年底,全省现有养老机构1141家;全省两证齐全的医养结合机构128家,总床位4.1万张;纳入医保定点的医养结合机构105家,虽然占全省两证齐全的医养结合机构的82%,但是与全省养老机构总数对比,占比则不到10%。医保没打通,住在养老机构的老人患病了,要想医疗费报销,他们就得在医院和养老机构之间来回跑,对于那些失智、失能、半失能老人,就更是困难了。

对此,《报告》建议,医养真正结合更需健全医保机制。养老、医疗及医保分属民政、卫生和人社三大体系管理。而医养结合对于医保部门来说又是个大课题,比如哪些是医、哪些是养,界限的确不好区分。所以医、养、保要“无缝对接”,政策要创新,措施要得力。希望政府相关部门加大力度,通力合作,真正让老年人有“医”靠,实现“老有所医”。

18%的受访老人对养老机构餐食不满

调查数据显示,虽然我省大多数城市老年人对其所在的养老机构的住宿、文娱活动、护理等表示满意,但仍有18%的老年人对其餐饮方面表示不满意,主要问题是日常膳食难以满足他们多样化个性化需求。许多老年人患有高血压、糖尿病等一些慢性疾病,很难享受到针对这些疾病且有营养的餐食,因此有些老年人反映胃口不佳、营养不足。

《报告》建议,相关政府部门能够牵头,组织起草制定福建省养老机构膳食服务规范、标准,指导养老机构的精准膳食服务,满足老年人个性化膳食需求。

仅少数客服热线设有老年人服务专线

随着社会老龄化不断加深,适老服务需求越发高涨。调查显示,许多行业的智能客服热线成为老年人的障碍。客服热线一接通后,即刻进入“……请按1……请按2……”十分繁琐。为此福建省消委会对68个客服热线的人工客服进行测评,结果显示,约有六成客服热线无人工服务,少数客服热线设有老年人服务专线,但有一些流于形式。

《报告》呼吁,各个行业的客服热线应设置尊长专席,人工客服可以为老人家设置一键进入的人工服务,同时在日常各类服务场景中,应保留老年人熟悉的传统服务方式。

不少老年人遇到过领红包、中奖等诈骗

调查样本显示,有不少老年人在使用智能手机中遭遇过中奖、免费领红包、赠送手机流量、优惠折扣团购等诈骗。

建议相关部门严格市场监管,不断强化互联网广告监管同时联合公安机关等部门加大力度打击不良软件App运营侵害消费者个人信息违法行为,强

制下架违法违规App,从源头上维护良好的网络市场环境;此外,加大宣传力度。家庭成员和子女要重视加强与老人的沟通,给予他们更多的关爱,时常关注老年人的思想动态和情感需求,普及防诈知识,多做风险提醒,提高老年人维权意识。

老年人专用产品款式少挑选余地小

此次调查样本还显示,许多老年人都认为“老年用品购买场所不集中,专卖店少、无专门一站式购物”“老年用品少,比如超市里,儿童、年轻人的商品多于老年人”“老年用品种类款式少,可供挑选的余地小,只能勉强购买”“商品功能多,操作复杂,使用麻烦或不会操作”等。可见,目前我省老年消费产品和服务比较单一,难以满足老年群体的实际需要。

福建省消委会呼吁全社会聚焦老年消费群体,守护老年消费安全。希望能够引起各行业各企业对老年人消费的重视,在更宽领域、更多层面推进各项“适老化”服务落地和提升,不断提高全省各地市“适老化”程度。

■本报记者 陈铃清