

能祛痘、消痘印收毛孔、抗衰老 修复敏感肌……?

## 国家药监局：“械字号面膜”属违法宣称

消费者对“医美面膜”并不陌生,在社交平台和电商平台的宣传中,它们加入了胶原蛋白、神经酰胺、虾青素等成分,具有祛痘、消痘印、修复敏感肌、收缩毛孔、美白嫩肤、抗衰等功效,因此被消费者视为拯救皮肤问题的神器。

而国家药监局在官网发布科普性文章,明确表示“不存在械字号面膜”,并提醒消费者警惕面膜消费陷阱。随着国家药监局更加重视对化妆品“械字号面膜”等护肤产品的监管力度,消费者逐渐认清有关概念,火热的“械字号面膜”消费市场也将进一步规范。

■新快报记者 陈思陶



■廖木兴/图

### “医美面膜”大火,厂家拟申请科创板上市

2019年9月,广州创尔生物技术股份有限公司发布公告,称公司已在广东证监局办理了上市辅导备案登记,随后向媒体确认,公司拟申请在科创板上市。

据悉,创尔生物旗下有创福康、创尔美等品牌,被业内认为是“国内械字号胶原贴敷料的首创者”。其中,创福康有胶原贴敷料、胶原蛋白海绵、医用冷敷贴等医疗器械产品,宣传产品适用于皮肤过敏、医美手术后创面修复辅助治疗等情况。在天猫创福康旗舰店,创福康胶原蛋白医美面膜月销量达10万+。

该公司曾在2014年登陆新三板,据其2019年上半年财报数据,公司营业收入

1.13亿元,较上年同期增长18.24%,其中,创福康医疗器械产品收入6766.85万元,较上年同期增长40.87%，“医美面膜”的火爆可见一斑,助力其生产厂家踏上IPO征程。

除了创福康,记者查询电商平台上其他“械字号面膜”“医美面膜”品牌,月销量也十分庞大,如敷尔佳达10万+,康比奇达4万+,可复美达3万+,其单片价格分别约20元、10元、40元。相对月销量近30万+的珀莱雅、佰草世家等妆字号面膜,“医美面膜”单片售价至少高出10元以上。

在巨大的利润空间下,“医美面膜”成为美妆企业的新宠。根据2014年10

月1日后开始实施新的《医疗器械注册管理办法》,生产“医美面膜”需在市局做一类器械的备案。记者通过广州市食品药品监督管理局官网查询,截至发稿前,获得一类器械产品备案的医用冷敷产品共有342家,其中,在2019年1月1日后获得备案的有176家,即五成企业在近一年中申请一类器械产品备案。

此外,有医药生产优势的药企也涉足此类产品生产,如敷尔佳面膜由黑龙江华信药业生产,以西瓜霜产品闻名的桂林三金药业推出三金医用面膜,上海一非医药推出艺霏面膜。随着“医美面膜”火热,越来越多相关企业入局,成为“医美面膜”热销的推手。

### “医美面膜”更有效? 成分简单不能随意添加

但国家药监局发文称,不存在“械字号面膜”概念。此后,记者在淘宝电商平台上搜索“械字号面膜”已显示无结果,搜索“医美面膜”“械字号敷料”才有产品展示,部分产品已声明“本店关于产品宣传,按照新广告法规定不得采取夸大虚假宣传,已对在售产品广告宣传文字进行排查,若有不足之处敬请提示。”而小红书等平台上仍未屏蔽“械字号面膜”,部分产品仍使用“械字号面膜”做宣传。

前何贤医院助产士、PEACH美业负责人告诉记者,即使有“械字号”备案,面膜的功能、功效也不能随意宣传。因为“械字号”只是批文批号、生产许可,不能代表化妆品的功效。因此,国家药监局表示,“械字号面膜”的概念不存在,医疗器

械产品也不能以“面膜”作为其名称。

对于“医美面膜”,该负责人进一步解释,市面上流行的此类产品主要指使用医疗器械类注册证号的面膜,即商家所谓“械字号面膜”;也有少部分妆字号面膜具有医学背景,比如厂家和医学院或医学机构联合开发等情况,也会被商家称为“医美面膜”,因此有的“医美面膜”并没有械字号备案,只是打概念擦边球。

在功效上,该负责人坦言,“械字号面膜”本质上是医用械字号冷敷贴,属于国家医疗器械管理范畴,对产品成分要求更加简单,不可添加激素、化学防腐剂、人工香精、人工色素等;且对生产过程卫生要求更高,生产车间的空气洁净度不能低于30万级。从原料选择及生产

过程决定了此类产品特征是术后使用更安全、能辅助治疗皮肤问题,并非如人们普遍认为的“械字号面膜”中加入了更多修复成分,“在一些功效性要求上,妆字号面膜比医用冷敷贴可以添加更多有针对性的成分,从而更有效。”

对于“医美面膜”的泛滥,该负责人认为,一定程度上和此类产品与医美项目配套使用有关。“一般在医美项目后,商家会推荐消费者使用‘械字号面膜’‘医美面膜’,这是由于微针、射频等医美项目会留下针孔或导致皮肤损伤,使用医用冷敷贴能止血、防止感染、保湿。”但商家在推荐过程中夸大宣传,使消费者形成“医美面膜”和医疗有关,标准更高、功效更强,甚至“救脸神器”“万能面膜”等认知。

### 面膜效果太明显? 警惕糖皮质激素毁脸

相比普通妆字号面膜,医用敷料制作的面膜对象消费者而言最重要的是无激素添加,更安全。而对解决皮肤问题效果奇佳的面膜,广东省妇幼保健院美容中心主任医师胡葵葵表示,要警惕其中可能含有过量的糖皮质激素。

胡葵葵解释,糖皮质激素具有免疫抑制和抗炎作用,缓解红、热、痒、肿等症状立竿见影,对多种炎症性皮肤病的作用

迅速而强大。添加了糖皮质激素的面膜,可以在短时间内抗炎和抑制免疫反应,并且可以使皮肤的毛细血管强烈收缩,因此呈现出“有痘祛痘、有红祛红、快速美白”的效果。但长期大量应用糖皮质激素,可能导致面部皮肤产生黑斑、萎缩变薄等问题;还可能导致物质代谢和水盐代谢紊乱,出现肌无力、恢复慢且不完全等问题,还可能使体内潜伏的感染灶扩散或静止

感染灶复燃,从而诱发感染或加重感染。

随着各大电商平台、微信群、朋友圈、QQ群等渠道销售的不可靠来源面膜增加,胡葵葵表示,近几年常遇到激素依赖性皮炎的患者有增加,一般短时间内皮肤问题好转,但对外界各种理化刺激的敏感性增高,遇到日晒、风吹后,皮肤问题就会加重,这时,应警惕激素依赖性皮炎,及时就医。

行业

### 布局植物基饮料市场 可口可乐 推燕麦谷物饮料

新快报讯 燕麦奶 Oatly 的热销让植物基饮料市场成为新的增长点,据可口可乐方面数据显示,植物基饮料品类在中国市场的年复合增长率为8%-12%,预计在2020年体量可达到830亿元人民币。

面对庞大的市场,可口可乐也将旗下 AdeZ 品牌的咖啡大师专研燕麦谷物饮料引入中国,于2019年12月在天猫 AdeZ 旗舰店正式上线,产品介绍显示,产品零胆固醇,适合素食者和乳糖不耐受人群;可供专业咖啡、茶饮大师以及普通消费者调配饮品使用,也可直接饮用。据悉,另一款售价18元的 AdeZ 咖啡大师专研版豆奶植物蛋白饮品将在本月上市;2020年,AdeZ 还将推出多款即饮植物基饮品,如坚果奶、植物酸奶等。(陈思陶)

### 郎酒计划今年上市 未来以酱香为核心

新快报讯 2020年1月2日,在四川省泸州市召开的白酒产业高质量发展推进大会上,郎酒集团董事长汪俊林表示,公司力争2020年上市,并力争销售收入过150亿元。

据悉,2019年8月郎酒正式启动IPO,据2019年12月31日证监会四川监管局官网发布的广发证券关于郎酒股份上市辅导工作中期报告显示,辅导期内,广发证券对郎酒股份进行了包括控股股东及董监高行为准则、关联方与关联交易等内容的辅导,辅导计划得到较好执行,取得了良好效果。

此外,汪俊林表示,以前郎酒主要发展酱香和浓香,现在是以酱香为核心,同时布局浓香和兼香的并推发展。

(陈思陶)