

去“药”禁令已过百日，“药妆”是否令行禁止？

刘娟 毛一竹 董小红

近年来，“药妆”在化妆护肤品市场非常流行。2019 年 1 月 10 日，国家药监局发布化妆品监督管理常见问题解答，明确现行法规层面不存在“药妆品”概念，宣传“药妆”“医学护肤品”等“药妆品”概念均属违法行为。

目前，禁令发布已百日有余，记者调查发现，知名“药妆”生产、销售品牌已纷纷去“药”，但仍有部分商家继续打着“药妆”旗号推销产品。

多地清查“药妆” 一些品牌纷纷去“药”

为进一步打击违法行为，国家药监局于 1 月 31 日又下发了《关于开展违法宣称的非特殊用途化妆品清查工作的通知》，广东、江苏、山东、四川、宁夏等多地开展飞行检查、排查、清理违法宣称“药妆”的产品。仅广东省药监局就依法处理了 162 个违法宣称的化妆品。

在北京、成都等多家大型商场超市、护肤品店、药店，记者发现，大部分化妆品的标识已看不到“药妆”字样。例如，优贝施进口药妆店删除了“药妆”字样。“在禁令出台当天，优贝施就通知全国所有门店去除‘药妆’元素。”优贝施总经理王轶豫说。

此外，与优贝施合作的知名化妆品品牌也纷纷作出反应，一些日本化妆品品牌进入中国市场时，也在中文标识中去除了“药妆”的字眼。

仍有药店和微商顶风出售“药妆” 不能提供临床数据

在很多消费者概念里，“药妆”就是由医药专业人士研发，是“药品+化妆品”的产物，比普通化妆品安全且效果明显，因此在市场上很受欢迎。前瞻产业研究院曾发布数据，2017 年中国“药妆”市场规模达到 625 亿元，年增速在 20% 左右。

“事实上，‘药妆’就是国内市场制造出来的词汇，很多消费者的概念也多是通过广告宣传获得的。”中国医师协会皮肤科医师分会副会长项蕾红表示，产品要么是药字号，要么是妆字号，我国法规上根本没有“药妆”概念，只有功效型化妆品或特殊用途化妆品。而且，包括美国在内等多数国家的化妆品监管部门和机构，都没有认可“药妆品”的法规地位。

四川大学华西医院皮肤科教授李利说，近年来，化妆品企业攀“药”成风，一些小厂商打着“药妆”旗号跟风欺骗消费者，这在祛斑、祛痘、美白等宣称有特殊功效的化妆品中更是常见。

一些药房也跟风销售“药妆”。一位业内人士向记者透露，不少药房出租柜台给此类化妆品经销商。项蕾红表示，目前国内摆放在药店售卖的护肤品绝大部分没有经过疗效检验。

国家药监局的禁令，给“药妆”销售“贴了封条”。但记者日前暗访百康药房北京甜水园分店时，导购员仍声称药房卖的都是“药妆”，比普通化妆品效果好。记者进一步追问是否经过临床检验时，导购员含糊地说：“我们这儿的‘药妆’大都是药厂生产的。”

近日，记者在朋友圈里搜索，仍看到很多微商用“药妆”包装化妆品。一家卖“药妆”面膜的商家声称，产品是与医院合作研发的，有中药精华提取物，但当记者要求出具临床相关数据时，商家不再回复。

未来应提高功效型化妆品生产与宣传门槛

多位业内人士认为，国家药监局的“药妆”禁令，进一步厘清了药品与化妆品的界限，保护消费者免受“三无”产品的伤害，且有利于推动行业重新洗牌，促进化妆、护肤品市场的净化与发展。

事实上，这并不是国家首次对“药妆”出台禁令。早在 2010 年，原国家食药监总局就曾发布通知，把标识和宣称“药妆”“医学护肤品”等夸大宣传、使用医学术语的违规行为作为日常监督检查的重点。2011 年又再次指出，重点检查“是否存在小包装或者说明书上标识和宣称‘药妆’‘医学护肤品’等夸大宣传的违法违规行为”。

“但同时也应该看到，市场对于功效型化妆品还是有需求的，市面上也存在不少具备确切功效、高安全性的化妆品。”中山大学附属第三医院皮肤科主任赖维认为，对这类产品可以优化定义和分类，帮助消费者精准选择。

专家建议相关部门出台系列细化配套措施，提高企业生产此类产品的门槛，如果宣传具有特殊功效，必须进行临床试验，并出具相应数据。项蕾红还提出，在销售宣传时给予产品分级标识，等级越高代表安全性越高，让消费者选择化妆品时更有依据，钱花得更明白。

广东省药监局相关负责人提醒，消费者在购买化妆、护肤品时要注意成分配比和产品说明，所有宣称“药妆”的产品都是违法的。此外，要特别警惕非正规渠道兜售的所谓“药妆”，如果看到此类产品，可向当地监管部门投诉举报。

生态旅游“大文章” 文旅融合绽光彩 ——广西边关风情旅游带建设纵览

新华社记者 覃星星

从鹅泉的秀美山水到德天跨国大瀑布的磅礴气势，从左江花山岩画的“无字天书”到千年雄关友谊关见证历史沧桑，四月的广西，如画风景引人醉。近年来，广西在边境地区狠抓重大旅游项目建设和旅游品牌创建，强化旅游基础设施建设。如今，一条位于祖国西南边陲的中越边关风情旅游带“走出深闺”，吸引无数游人前来探秘。

边关“山水画廊”醉游人

走过山脚下的莲花步道，一汪清泉出现在眼前，清澈湛蓝。边境线上的鹅泉，静谧的田园风光让人流连忘返。“2016 年底开始，鹅泉开发的思路就集中在‘静、净、绿’三个关键字上，对基础设施进行改造升级，提高游客游览的舒适度，努力保留原汁原味的自然风光。”靖西市新发展投资集团董事长杨召宇说。

几十公里外，同样位于中越边境的通灵大峡谷汇聚了 2300 多种植物，峡谷内富含负氧离子。当地始终遵循保护性开发的原则，将生态环境保护作为景区开发的前置条件。“去年 60 万人次游客慕名而来。二十年坚守生态保护，绿水青山终见金山银山。”通灵大峡谷景区总经理李洪涛说。

在崇左，当地全力推进“厕所革命”，各县城区、景区之间旅游公路建设加快推进，旅游交通标识体系、旅游信息咨询服务中心等相关配套服务设施进一步改善。

在中越界河归春河上游，德天跨国瀑布气势磅礴，与紧邻的越南板约瀑布相连，形成亚洲最大跨国瀑布。近年来广西在此相建建成了游客集散中心、游客接待中心、观景平台、栈道等服务设施。2018 年，德天景区成功创建国家 5A 级旅游景区，成为国家级山水名片。

随着旅游基础设施和配套服务不断完善，广西边关风情旅游带的知名度和美誉度稳步提升，“山水画廊”吸引八方游客纷至沓来。

数据显示，2018 年广西 8 个边境县（市）共接待游客 5327.18 万人次，同比增长 25.8%，旅游总消费约 500 亿元，同比增长约



30%。

边境“文化 + 旅游”品牌亮眼

八桂大地上，浓郁的边关文化、民族民俗文化、红色文化等特色文化底蕴丰富。对此，广西推动文化和旅游在资源、产业、市场等领域深度融合，并以文化创意为依托，推动更多资源转化为旅游产品，满足人民群众高质量的休闲需求。

靖西市新靖镇的旧州街山水如画，壮族

民俗风情浓郁。当地制作的传统手工艺品——绣球闻名全国、畅销海外，被誉为“中国绣球之乡”。在古朴的街道上，几乎每家每户都有居民坐在门口制作绣球。76 岁的黄肖琴告诉记者，本地出产的绣球是热销的旅游纪念品，使用堆绣工艺做的绣球更是“抢手货”，并已出口到美国、挪威、泰国等地。

作为南疆国门城市，凭祥的边关文化浓厚，以“中国—东盟”“中越边关”等为标识的广告招牌随处可见。“‘边关游’‘跨境游’近年来非常火爆。许多游客去大连城景区感受边关

名佑食品：稳步发展 厚积薄发 ——访名佑(成都)食品有限公司总经理何宾

严 森



●名佑(成都) 食品总经理何宾



●名佑食品公司参加食品博览会特装展位

活理念，将传统私厨烹饪手艺与现代食品工业完美融合，为天下饕客精心烹调方便快捷与文化味道并存的健康美味。我们精心打造的“油妈传奇”涵盖蒸菜、拌菜、卤菜、小面、自热、调味六大系列，50 余种美味产品。我们有秘方、有特色，不怕竞争。有竞争才有进步，有江湖才有笑傲！

笔者：听说你们前些时间安排公司精英去福建总部培训开会，阵容很强大。在新的一年里你们有什么举措？

何总：味行天下，产业报国。我们郑重承诺：食品安全与质量管理永远是企业的第一要务，依托母公司强大的技术研发与生产管理体系，我们从食品源头严格把关，全力打造食品加工全产业链布局，从原料采购到冷链物流，每个环节均严格把关，实现可追溯质量管理体系。公司已通过了 ISO9001 质量管理体系和 HACCP 食品安全管理体系认证，并获

得 SC 食品生产许可证，并严格按照国家食品生产、加工标准，对企业进行科学化、规范化管理，让消费者买得放心、吃得安心。这是我们每个“名佑”人的责任和信仰。怀揣着对中国美食的热爱，肩负着产业报国的使命，让舌尖美味走进千家万户，让中国美食传遍世界各地，目前我们的客户已包括全球快餐外卖连锁供应商、品牌食品营销商、食品零售商以及自有的零售专卖店。我们将线上线下全面布局，全面强化物流配送体系，让您第一时间原汁原味地品尝到油妈的传奇美味。

“中国菜，中国味”的记忆深藏在我们每个中国人的灵魂深处，纵然千万里，一口家乡妈妈的味道便能立即唤醒所有的家国情怀、乡情记忆。“味行天下”永远是“油妈传奇”的精神内涵，我们孜孜不倦挖掘中国特色的地域美食，无论您在世界各地，我们用味道唤起您对家国的眷恋；遍行天下品尝中国味道，足

军事遗迹，到红木文博城品读红木文化韵味。”凭祥市委宣传部部长、副市长覃文吉说。

左江两岸群峰争奇，碧水蜿蜒。位于河流转弯处陡峭崖壁上的左江花山岩画惹人注目。作为壮族历史文化的瑰宝，左江花山岩画文化景观 2016 年 7 月正式列入世界文化遗产名单。“花山岩画至今已有 2000 多年的历史，历经千年风雨冲刷而不褪色。神秘的花山文化吸引着各地游客前来探秘，游客数量已从 2016 年不足 10 万人次猛增至去年的 50 万人次。”宁明县政协主席姚广华说。

在边境线上，分布着龙州起义纪念馆、红八军军部旧址、胡志明展馆、凭祥友谊关等一批红色文化旅游资源。在龙州起义纪念馆，相关部门对馆内陈列展览进行了提升改造，运用珍贵历史图片、雕塑、场景复原等手段让观众受到深刻的爱国主义教育。

“旅游扶贫”红利共享

广西通过在边境地区加大旅游扶贫资金支持，强化乡村旅游人才培训，积极为贫困地区旅游村屯提供旅游产业指导，让边境地区贫困民众依托旅游开发摆脱贫困。如今，广西贫困人口分享旅游经济红利的机会不断增多。

“我之前在广东打工，现在每天给 5 个旅游团提供讲解服务，月收入 3000 元左右。”在大新县明仕田园景区，讲解员农秋芬表示，随着游客越来越多，许多贫困户告别了外出务工的命运，依托家门口的景区吃上了“旅游饭”。

通过实施“农民变员工、农民变老板、土产变特产、民房变客房”的“四变”工程，大新县各涉旅行业直接吸纳贫困户 335 户就业，惠及贫困人口 1352 人，许多贫困户实现稳定增收。

在靖西，鹅泉景区扶持附近的念安屯村民建起 36 家农家乐、12 家民宿，最后 3 户贫困户已顺利脱贫。“通灵大峡谷所在的新灵村 33 户贫困户，户均 1 人在景区工作，农家乐、民宿、土特产店如雨后春笋般涌现，为贫困村民带来增收新希望。”湖润镇副镇长王威说。

不出户吃遍中国美食！让每位游子回味家的味道，让每位食客礼赞中国之美！

笔者：特色美食的工业化生产这样一个朝阳产业，短短十年，捷报频传，“千古之功未有一人树之”，同理，团队也决定着一个企业的功败垂成。你们的力量源泉就是有一群朝气蓬勃的员工在与企业同心同德，荣辱与共，他们是“名佑”的全部，他们是“名佑”无往不胜的基石。

何总：作为“争百年不争一息”的企业，“名佑”立志成于营销，稳于管理，我们在对外不断强化品牌形象的同时，也在不遗余力地塑造着我们的企业文化，当企业的恢弘志向上升为员工的心向力的时候，我们的战斗力也就取得了最优化。我们深信“每个人都有舞台，才会有精彩绝伦的演出”。

全球经济的热战已经如火如荼地上演，四川食品企业也从懵懂中醒来，这预示着我们将与更强大的敌手同台竞技。立志成为全国著名食品企业的“名佑”，一直以质量说服人，不断以诚信打动人，我们秉持着“诚信双赢，以人为本”的理念走向美好的未来，让更多人了解“名佑”，尝到“油妈传奇”的味道并深深地爱上她。

笔者：你对广大消费者还有什么说的？

何总：我们立志成为中国熟食名优品牌。我们坚信公司的产品会更安全，更美味，更丰富；我们坚信我们的服务能更优质，更温馨，更便捷。成功的经营模式是走上创富快车的關鍵。经营模式简单地说是赚钱的方式，在市场竞争的体制下，大多数经营模式都被市场淘汰，成功的经营模式屈指可数，先进的经营理念和创业理念是成功的决定因素。创业者要勇于承担社会责任，为人们的生活和社会的发展创造更大的价值，做更大的贡献，才会得到社会的认同和赞赏，从而实现自己的创富梦想。“关注民生、引领创富”是公司经营理念的升华，将指引投资者开创美好的明天。“油妈传奇”永远伴你左右！