



服务平台

天津强化商业特许经营管理

本报讯 记者从天津市商务委了解到,今年以来,天津市商务委相继出台了《关于加强天津市商业特许经营备案管理的意见》和《关于加强天津市商业特许经营管理工作的通知》,制定了《天津市商业特许经营备案办事指南》(以下简称《指南》)以及《天津市商业特许经营备案登记流程》,进一步规范商业特许经营环境。

新出台的《指南》明确了天津市商业特许经营备案办理流程:特许人向所在区县商务主管部门申请备案并提交一式两份纸质备案材料,区县商务主管部门以此在天津市商务委获取商务部商业特许经营管理系统登录号和密码,并反馈特许人;特许人获取登录号和密码后,登录商务部商业特许经营信息管理系统填报备案材料;各区县商务主管部门先对特许人材料进行初审,市商务委按照备案管理办法要求对材料进行核实及二审,对符合条件的企业予以备案;备案结束后,在商业特许经营信息管理系统上予以公布,并告知企业。(兴 倾)

贵州推广旅游融资担保机制

本报讯 贵州省有关部门下发的《贵州省生态文化旅游产业发展规划》(以下简称《规划》)明确指出,要“创新旅游业金融服务,对重点旅游业开发项目拓展融资渠道,在银行贷款、债券等基础上,实行私募股权融资、金融租赁等融资方式。对符合贵州省生态文化旅游市场准入条件和信贷原则的企业和项目,加大多种形式的融资授信支持和灵活的贷款期限、利率组合。设立贵州旅游产业发展基金”。

目前,贵州省政府联合中国农业银行贵州省分行先后投放8亿多元贷款,支持黄果树景区扶梯建设、栈道修建、景区绿化及旅游宣传等,投放贷款1.76亿元支持梵净山景区架空客运索道、佛教文化苑、游览步道和游客服务中心等的建设。在该行信贷支持下,贵阳市南江大峡谷景区完善了缆车等旅游基础设施,景区升格为国家4A级景区。(钟 时)

深圳争创国家自主创新示范区

本报讯 近日,国家科技部、发改委、国土资源部等12个国家部委组成联合调研组,就深圳建设国家自主创新示范区进行专题调研。据悉,如获国务院批复,深圳将有望成为第四个国家自主创新示范区。

据悉,2006年,深圳市委市政府出台了一号文件,把自主创新从科技发展战略、产业发展战略提升为城市发展的主导战略,确立了建设国家创新型城市的目标。深圳建设国家自主创新示范区拟定位于五个方面:深化科技体制改革试验区、开放创新合作先行区、和谐高效创新生态区、高端创新创业人才聚集地、战略性新兴产业增长极,力争到2020年成为具有国际影响力的科技创新中心。

调研组表示,将积极支持深圳申请建设国家自主创新示范区,希望深圳继续先行先试,为国家自主创新战略的实施作出有益探索。(崔 震)

青海出台新一期集采目录

本报讯 近日,青海省对实行了4年的政府集中采购目录进行了调整。根据日前印发的《青海省政府集中采购目录及限额标准》(以下简称《集采目录》)规定,集采目录以内的单项预算金额在1万元以下的各类货物和服务采购项目、预算金额不足20万元的各类工程采购项目将实行分散采购,其余集采目录中的采购项目都将通过集中采购、部门集中采购进行。

与上一期集采目录相比,此次目录中首次增设了部门集中采购项目,并规定此类项目采购可委托集中采购机构也可委托社会代理机构操作。部门集中采购项目包括:5项物资、8项专用材料、28项专用设备、特种交通工具、5项建筑物、3项环保、绿化工程、5项水利、防洪工程、2项交通运输工程、修缮装饰工程、其他各类工程、2项服务类等。(商 武)

专利拍卖招商公告

受权利人委托,北京金槌宝成国际拍卖有限公司将对“OPC营养增强葡萄酒(ZL200510120861.4)”的专利权进行拍卖。

本专利公开了一类多种由生物抗氧化剂OPC增强的养生葡萄酒,OPC是多种植物性多酚的混合物,可消除自由基和亚健康,使人类饮酒发展史,由早期沉迷于乙醇带来的迷幻、愉悦、助兴导致理智和自控能力下降的阶段走出,发展向丰富美好生活、朋友喜庆欢聚、兼营养补充保健的高尚饮酒文化新时尚。

详情可查阅我公司网站www.jbcpcm.com,或致电010-57110083索取详细资料。

牛奶脱毒器和厨房食品脱毒机
经销权拍卖招商公告

新疆康友食品科技有限公司研发的牛奶脱毒器对牛奶等多类饮品中所含的有害物质具有独特的脱毒效能;厨房脱毒机对食品中所含有害物质有独特脱毒效能。

这两项脱毒产品可保障万千家庭的饮食安全,是关系国计民生的产品。经新疆康友食品科技有限公司许可,现全权委托北京金槌宝成国际拍卖有限公司通过公开拍卖的方式进行招商,以获取这两项产品的地区级法定经销权,望请各界有志之士予以格外关注和积极参与。详情请登陆www.jbcpcm.com,或拨打电话010-56109718了解。

雅芳产品在美涉嫌夸大宣传
倒逼国内完善相关法律

■ 本报记者 邢梦宇

近日,美国老牌化妆品生产企业雅芳在其本土收到来自美国食品药品监督管理局发来的警告信。10月5日,该管理局在网上全文公布的警告信,称雅芳旗下护肤品牌“Anew”抗皱修复霜、晚霜、拉皮霜等产品的宣传,可能会误导消费者过多使用该产品。

据悉,雅芳“Anew”系列产品的拉皮霜包装上,赫然标示着“该产品由能修复受损皮肤组织的新胶原蛋白构成”而且注明“紧致皮肤”等字样。在对抗皱注射液的宣传中,雅芳更称该产品“在48小时内可以重建肌肤的胶原蛋白”。

因抗皱产品在美国联邦的法律当中归属于药品的管理范围,过多使用可能会导致人体功能的紊乱。美国食品药品监督管理局责令雅芳在收到警告信的15个工作日之内,修正其产品说明中故意夸大并强调的部分,否则将采取强制性措施。

这起事件在中国同样受到强烈关注,原因在于雅芳中国官网首页已经挂出“新活再生霜”(Anew)升级版新品上市的预热广告。正是在该款产品宣传广告中,消费者可以看到有“针对中层加速活化,再生肌肤细胞”和“令肌肤光泽肤质细致平滑,实现肌肤紧实,减退细纹”等字样。同时,雅芳中国已经宣布该款产品将于12月正式登陆中国市场,目前消费者可以通过几家网站申请试用。

虚假宣传 国内外法律界定存差别

实际上,雅芳广告涉嫌误导消费者已有先例。

2007年,英国广告标准管理局就发布报告称雅芳Ther-mafirm面霜的广告存在误导消费者和夸大效用的问题。

雅芳称消费者使用该公司Ther-mafirm面霜“只需3天便可拥有更紧致的皮肤”。英国广告标准管理局认为,这样的广告语极大地夸大了该产品的功效,随即广告被停播。

而在中国,还没有雅芳打出的广告被勒令停止发布或修改的情况发生。

“我已经从一家海外代购处购买了这款抗皱产品,但是我根本不知道它在美国涉嫌虚假宣传。”一位就职于北京某影视公司的周小姐告诉记者。

对于雅芳的夸大宣传,美国食品药品监督管理局建议雅芳修改相关产品宣传,直到合乎法律,否则将采取强制措施收缴这些产品。若不能限期整改,需说明原因及列出整改时间表。

10月20日,大限已过,雅芳中国北方区负责人在接受媒体采访时表示,尚未得到从美国总部发来的任何反馈。

与此同时,雅芳中国负责人表示:“在中国市场针对产品功效进行的介绍及宣传,完全符合相关广告法律法规的要求。产品在生产时,均遵循最严格的国际安全标准。每一件雅芳产品都经过了严格的检测,以确保我们所承诺的效功能得到实现。”

北京市盈科律师事务所律师赵红燕接受采访时表示,因为各国关于化妆品标准规定不同,往往会出现同一种产品宣传在一国符合规定,在另一国存在问题的情况。“如果雅芳的这款产品的宣传符合我们国家的规定,在中国市场售卖是没有任何问题的。”她说。

赵红燕提醒中国消费者,目前,包括化妆品在内的许多产品由于国内外生产以及检测标准不同,在国外出售的产品质量要明显高于在中国国内出售的产品质量。而国内对于产品虚假宣传的调查一般都是由消费者以个人名义向管理部门,如法院和中国消费者

协会投诉而发起的,生产者涉及虚假宣传、违反《广告法》的行为由工商管理部门负责监督管理。

北京市紫光达律师事务所许东旭律师向记者介绍,我国对于化妆品产品管理适用的法律法规及规范性文件有:《广告法》、《化妆品广告管理办法》(1993年国家工商总局颁布)、《化妆品名称标签标识禁用术语》(2009年发布)、《化妆品生产许可证换(发)证实施细则》、《化妆品卫生标准》(GB7916-87)、《化妆品卫生监督条例》及其实施细则、《化妆品生产企业卫生规范》、《化妆品卫生规范》(最早发布于1999年,2002年和2007年曾先后修订)、《化妆品标识管理规定》(2008年9月1日,国家质检总局颁布)、《限制商品过度包装要求——食品和化妆品》国家标准、《关于加快推进保健食品化妆品检验检测体系建设的指导意见》(2010年10月18日国家食品药品监督管理局发布)等。

提高标准 法律待完善

不仅仅是雅芳,其他一些国外化妆品品牌也曾在中国深陷虚假宣传泥沼。

此前,OLAY玉兰油特效纹眼霜和亮肤紧致霜两款产品也因虚假宣传被工商管理部门调查。打假人林枫将代言该品牌的影视演员张曼玉和周迅起诉至天津市和平区人民法院一事也闹得沸沸扬扬。

一位不愿具名的业内人士对记者表示:“在广告宣传方面,外资品牌经常出现打‘擦边球’的行为。”

他爆料,目前国家有关部门在对化妆品广告进行监管时,经常是对本土品牌的广告盯得紧,而对一些外资品牌就睁一只眼闭一只眼,主要原因在于每年的大广告主都是外资品牌,而且外资品牌公关能力强,即使要管

可能也管不过来。

据赵红燕介绍,从2008年开始,化妆品行业生产经营划归国家食品药品监督管理局统一管理。

由于我国广告监管方面尚无细化的行业标准,具体哪些行为属于误导消费者,哪些属于夸大效果尚没有明确界定。

针对如果购买的产品涉嫌虚假宣传,消费者将如何维权的问题,许东旭向记者介绍,我国《广告法》第四条“广告不得含有虚假的内容,不得欺骗和误导消费者”等有关条文的规定是化妆品广告跟其他广告须共同遵守的规定;《广告法》第十九条“食品、酒类、化妆品广告的内容必须符合卫生许可的事项,并不得使用医疗用语或者易与药品混淆的用语”是对化妆品广告的特殊规定。

“如果某种化妆品产品被认定存在虚假宣传,根据《广告法》第三十七条‘违反本法规定,利用广告对商品或者服务作虚假宣传的,由广告监督管理机关责令广告主停止发布、并以等额广告费用在相应范围内公开更正消除影响,并处广告费用一倍以上五倍以下的罚款;对负有责任的广告经营者、广告发布者,没收广告费用,并处广告费用一倍以上五倍以下的罚款;情节严重的,依法停止其广告业务。构成犯罪的,依法追究刑事责任。’的规定处罚。消费者受到侵权时,可根据《中华人民共和国侵权责任法》、《广告法》、《消费者权益保护法》、《产品质量法》、《刑法》等有关法律,主张‘赔偿损失’,要求‘追究侵权行为人’承担刑事。”许东旭说。

“1993年,国家工商行政管理总局会议通过《化妆品广告管理办法》,这是截至目前,专门针对化妆品广告的一个部门规章,已颁布实施近20年,内容也比较简单,相对滞后。随着行业的发展以及消费者消费结构、习惯的改变,国家应该出台更严密、更严格的管理办法。”赵红燕说。

针对产品生产、检测标准不一的问题,她表示,尽管差距犹在,我们国家对于化妆品以及其他各种产品制定的标准正逐渐向欧美国家看齐,相关法律也在不断完善当中。

许东旭律师说:“法律总是需要不断完善的,但它无法做到对层出不穷、变化莫测的每一个具体违法行为事先列出界定清单。法律主要是从本质特征上给出一个概括性的判断标准。涉及具体案件,就需要我们根据违法行为的特征、结合其他相关法律、相关规范、生活常识去分析判断。”

许东旭强调,法律在不断完善的同同时,更要做到有法必依,严格执法。

法眼透视

我国食品标准清理工作明年年底前完成

本报讯 记者日前从卫生部获悉,我国食品标准清理工作将在2013年底前完成,清理过程将鼓励社会各界参与。

卫生部近日公布的《食品标准清理工作方案》提出,到2013年底,完成对食用农产品质量安全标准、食品卫生标准、食品质量标准以及行业标准中强制执行内容的分析整理和评估工作,提出现行相关食品标准或技术指标继续有效、整合或废止的清理意见。各相关部门根据食品标准清理工作结果修订或废止相应标准,调整相应标准管理方式等。

据悉,此次清理工作重点是对现行食用农产品质量安全标准、食品卫生标准、食品质量标准和行业标准强制执行



内容进行对比分析,找出存在的矛盾、交叉、重复等问题,明确现行食品标准中属于食品安全的指标,分析提出处理意见,为整合食品标准奠定基础。清理工作要坚持科学性原则,借鉴国际组织

和国外管理经验,并要考虑我国国情和食品产业发展实际,兼顾行业现实和监管需要,科学合理设置食品安全标准框架体系,确定标准目录和具体指标。据悉,目前,食品标准清理工作分为三个

阶段推进,一是准备阶段(2012年10月至2012年12月);二是清理阶段(2013年1月至2013年8月);三是完成阶段(2013年9月至2013年12月)。到2013年12月,有关部门将根据食品标准清理工作结果,确定食品安全国家标准立项,启动食品安全国家标准制定和修订工作。

有消息称,我国食品安全标准每项制定经费只有5万元,远远低于国际水平。卫生部表示,将要全面清理整合的5000项食品安全标准,大多是在原有标准或成果的基础上进行整合,转化为技术法规,而不是从零开始研究,所以制定经费也没有想象中的那么高。(马 浩)

标准出台