内蒙古自治区消费者权益保护服务中心指导

落实总局培育部署 擦亮放心消费品牌

——内蒙古自治区市场监管系统放心消费单元和集聚区培育工作业务培训会召开

本报讯（记者 李娜）为落实国家市场监管总局放心消费单元和集聚区培育工作部署，推动内蒙古自治区放心消费建设提档升级，10月13日下午全区市场监管系统放心消费单元和集聚区培育工作业务培训会在内蒙古自治区市场监管局以视频会议形式召开。内蒙古自治区市场监管局二级巡视员王宏伟出席会议并讲话。

会议通报了“双承诺”、放心消费场景建设进展，对全国放心消费单元和集聚区培育指引进行解读。

会议指出，放心消费单元和集聚区培育是落实扩大内需战略、优化消费环境、保障民生福祉的重要抓手。本次培育将构建起“经营者自主承诺为核心、信用激励约束为引导、数字化平台为支撑”的全新工作机制，围绕安全、质量、价格、服务、维权“五个放心”，引导经营主体主动践诺守信，推动消费领域社会共治。

会议强调，各地要提高思想认识，准确把握全国培育指引核心逻辑，吃透标准要求，做好政策传导落地。要稳妥开展存量主体复核转化，有序推进原有“双承诺”商家、放心消费场景向全国培育体系过渡；优先围绕商圈、市场、景区等重点区域试点突破，以点带面扩大培育覆盖面。

会议要求，全区各盟市、旗县（市、区）要传达落实本次会议精神，分层开展培训宣讲，做好培育工作，持续优化全区消费环境，不断提升群众消费获得感与满意度。

内蒙古自治区消费者协会与内蒙古财经大学法学院座谈交流 共建消费维权实践教学基地



本报讯（记者 李娜 刘哲）10月13日上午，内蒙古自治区消费者协会与内蒙古财经大学法学院共同召开共建消费维权实践教学基地座谈交流会。双方围绕共建高校学生实习实践平台、深化校地协同育人机制等议题深入交流，并签署合作框架协议、举行授牌仪式。

内蒙古自治区消费者协会介绍了全区消协组织推动消费者权益保护工程落地见效的具体情况及对双方合作的初步规划。消费者权益保护工作是民生工作的重要组成部分，是化解社会矛盾、维护市场秩序、保障群众利益的关键抓手。当前，内蒙古自治区消费市场持续蓬勃发展，消费纠纷类型日趋多元复杂，全区消协系统亟须充实专业化、年轻化人才力量。谋划建设消费维权实践教学基地，常态化吸纳我区各高校优秀学生参与消费维权一线工作，有助于实现赋能民生工作、储备后备人才、助力高校育人的多重共赢目标。

内蒙古财经大学法学院介绍了学院学科建设、人才培养及学生社会实践等情况。双方通过协同建设高质量实习实践基地，搭建信息互通机制，共享案例普法资源，共同培育面向基层治理、服务法治社会建设的专业复合型人才。

双方围绕实习学生选派规模、实习周期、岗位分配、管理细则等具体事项进行座谈对接，并就依托各自优势资源深化合作达成广泛共识。随后，双方签署合作协议并举行授牌仪式。

下一步，双方将进一步深化沟通对接、细化合作方案、健全长效机制，打造“协同育人、实践赋能”的特色合作品牌，持续吸纳更多高校学生参与消协基层服务工作，实现资源共享、优势互补、双向赋能、共同发展，以青年之力赋能民生治理，以实务平台助力人才培育，为推动全区消费维权事业高质量发展贡献更大力量。

国家药监局出台新规 牙膏违规宣称功效将被淘汰

逛超市选购牙膏，不少人都有过类似的经历：货架上产品琳琅满目，包装上的宣传让人眼花缭乱，修复蛀牙、根治牙龈问题、儿童牙膏叠加各式功效……到底哪些是真实的，哪些是营销噱头？国家药监局10月15日发布《牙膏分类目录》（以下简称《目录》），为牙膏功效分类与宣称划定规范边界。

按照我国现行法规规定，牙膏参照普通化妆品进行管理。此前《化妆品监督管理条例》《牙膏监督管理办法》已搭建起监管制度框架，但缺少细化的功效分类与宣称标准。随着国内口腔护理市场快速发展，牙膏产品功效宣称日趋多元，也暴露出一些问题：部分产品存在宣称不规范、效果夸大等问题，有的甚至打擦边球暗示产品有医疗作用。针对这一现状，为规范牙膏功效分类与宣称行为，国家药监局组织制定了这一《目录》。

国家药监局化妆品监管司司长李云峰介绍，《目录》最重要的内容，是将牙膏功效划分为8大类别，分别为基础清洁类、防龋类、抑牙菌斑类、抗牙本质敏感类、减轻牙龈问题类、去渍美白类、抗牙石类和减轻口臭类。每类功效均对应明确的作用机理，产品须符合相应作用机理方可标注该类功效，不可随意标注。

在此基础上，《目录》根据不同功效的风险程度，设置了三级差异化管理规则。

第一级为基础清洁类，是所有牙膏均应具备的基础功能，清洁牙齿、清新口气、减少牙垢、减少食物残渣残留等均属此类。对这类功效的管理最为严格，产品可使用的宣称用语仅限于《目录》明确列明的范围，企业不得自行增减或随意改动表述，从源头避免以花哨概念误导消费者。

第二级为与口腔健康关联最紧密的4类功效，即防龋、抑制牙菌斑、抗牙本质敏感、减轻牙龈问题。由于这类功效直接关系到消费者的口腔健康状态，管理要求也相应严格，产品的功效宣称用语必须与《目录》所列表述在语义和功效本质上相同或者相近。举例而言，防蛀牙膏可以宣传预防龋齿、强健牙釉质，但不能声称可填补蛀牙、根治蛀牙，一旦越过功效本质的边界，便可能对消费者造成误导，属于违规宣传。

第三级为侧重日常护理改善的3类功效，包括去渍美白、抗牙石、减轻口臭。这类功效属于日常清洁护理的延伸，《目录》仅列出功效宣称用语的参考示例，企业可根据产品实际调整或增加宣称用语，在守住合规底线的同时兼顾市场多元化、个性化需求。

除了按功效分类管理，《目录》还针对不同使用人群作出细分规定，其中家长普遍关注的儿童牙膏更是设置了明确限制。年龄在12岁以下（含12岁）人群适用的牙膏，仅允许宣称基础清洁类和防龋类两类功效。这意味着，此后市面上若出现号称具备美白、抗敏感、改善牙龈问题等功效的儿童牙膏，均不符合规范要求。

值得注意的是，牙膏包装上标注的薄荷味、水果味、清爽口感等内容，属于感官体验描述，不属于功效宣称范畴，不受《目录》约束。但《目录》划定了一条红线：所有牙膏的标签与宣传均不得明示或暗示具有医疗作用，若有产品声称可治疗牙周炎、治愈牙龈萎缩、抗幽门螺杆菌等，均属于违规宣传，消费者切勿轻信。

“考虑到行业调整需要合理周期，《目录》设置了平稳的过渡期安排。”李云峰说，《目录》自2027年5月1日起正式施行，施行后新备案的牙膏应当符合分类编码和功效宣称要求；施行前已完成备案的牙膏，备案人应当于2028年1月1日前完成备案信息变更；变更前已生产、进口的产品，如无质量问题，可依法销售至产品保质期结束。

一支牙膏，连着千家万户的日常生活，也映照着市场治理的精细化水平。李云峰表示，国家药监局将对《目录》建立动态调整机制，后续将结合科学研究进展、行业发展与监管工作实际，适时修订更新，确保分类管理始终贴合产业发展与公众需求。随着新规逐步落地，牙膏市场存在的功效宣称模糊、效果夸大等问题将得到整治。

（据新华社 记者/戴小河）