

美药监局称抗菌香皂与普通产品无异

专家称恐对多个知名日化品牌造成冲击

近日美国食品和药物管理局(以下简称“FDA”)发布“没有证据表明抗菌洗手皂与抗菌沐浴液比普通产品更能有效预防细菌感染与传播”的言论引起业内强烈反响。有分析指出,如果上述观点被证实,将对多个日化品牌产生重创。

抗菌香皂更抑菌被质疑

“消费者一般都认为抗菌洗手皂与抗菌沐浴液能更有效地阻止细菌传播、预防疾病,但事实上没有证据支持这些说法”,FDA近日指出,“不仅如此,相关研究表明,长期频繁接触抗菌产品中的某些

活性成分,比如抗菌皂中的‘三氯生’与‘三氯卡班’,反而会影响人体的抗菌性或激素水平。”

为此,FDA发布声明,拟要求生产商在今后一年内提交证据,证明其生产的抗菌洗手皂与抗菌沐浴液的安全有效性,包括证明这些产品比普通产品更能预防疾病感染的临床研究数据。如果这些要求最终被批准,而届时生产商又不能提交相关证据,那么他们要么去除产品中的抗菌活性成分,要么去除产品标签说明中的抗菌说法。

在FDA的言论之后,美国清洁协会及美国个人护理用品协会发表了针对

FDA有关抗菌皂和溶液提案的声明,该协会表示,对FDA声明中提到没有足够证据表明抗菌皂是有效的“感到十分困惑”,并表示早在2008年,行业的外用抗菌联盟已向联邦食品药品监督管理局提交了详尽数据,显示与非抗菌皂相比,抗菌皂能更有效地杀死细菌。

抑菌产品名目繁多

北京商报记者走访物美、家乐福等多个大型超市发现,市场上出售的抑菌类洗涤产品种类繁多,有洗衣液、洗手液、香皂等,所涉及的品牌有蓝月亮、舒肤佳、滴露、威露士、

六神等耳熟能详的品牌。

其中,利洁时旗下的滴露健康香皂,宣称30秒快速杀灭99.9%引起皮肤感染的细菌。上海家化旗下的六神艾叶除菌香皂,以中草药除菌配方为卖点。宝洁旗下的舒肤佳香皂,自品牌推出以来一直主打有效除菌。

对于前述FDA的表态,利洁时家化(中国)有限公司东亚区业务发展市场总监谭奕表示,“刚看到相关方面的新闻,并不了解具体情况,但肯定利洁时旗下的产品都是严格按照相关规定生产。将在咨询相关部门和美国方面之后再向记者回应”。截至记者发稿,其未有任何回应。

宝洁公司公关人员告诉记者,美国清洁协会等作为行业组织已经首先发声,代表整个行业今后一年的发展,宝洁还没有具体的回应,但保证舒肤佳产品不含三氯生成分。

作为本土最大日化企业,上海家化公关部回应北京商报记者称,按国家规定,杀菌率大于90%的香皂产品才可宣称具有除菌功能,而其旗下产品符合要求。

专家:标注应更清晰

中投顾问化工行业研究员李加楠认为,国内日化产品种类繁多,抗菌洗手皂产品是一类细分市场的产

品,定位精准,如果有效地开拓渠道、采用卓有成效的营销方式,今后产品肯定会有市场。中投顾问化工行业研究员常轶智则称,多个日化品牌的产品瞄准抗菌概念,如果FDA的观点被证实,则将对多个日化品牌产生重创。

但律师卫爱民表示,“抗菌产品市场混乱,中国应该尽快制定和执行标准较高的标注说明,或可以借鉴食品的成分说明,包含成分比例、有无副作用等”,同时产品应实行分级管理,比如同样的抗菌产品,婴儿和成人的使用范围应该不同。

北京商报记者 赵秀静

· 微博声音 ·



■ 楼仲平

不是资源性垄断企业,不是政府大力扶植企业,而是靠卖创意赚钱的苹果公司成为富可敌国的巨贾,这至少说明三个问题:一、技术和创新是最有价值的产品;二、不是价格越低越好,高端产品同样有广阔市场;三、如果你的高端产品销量不佳,那是因为没有高端到众人追随的程度。

——义乌市双童日用品有限公司董事长

网友评论

知远:自由市场环境下成长的企业,不是我们这种经济体制可以比拟的。



■ 程伟雄

当季畅销新品缺货断码,一般国内门店习惯性的思维就是调低价格打折卖掉。而在伦敦牛津街某店却反其道而行之,当季畅销新品缺货断码在门店非但不降价,反而通过集中陈列聚焦在中岛醒目处,标明畅销货品已缺货断码,购买从速,过时没货,维持原价。两种不同的经营思路导致不同的毛利贡献。

——雅鹿控股董事执行总经理

网友评论

门中木2:毛利高周转率就低。世上没有十全十美的东西。

栏目主持:马骏昊

· 资讯 ·

绿地联手成家班 打造天津盘龙谷国际特技公园

北京商报讯(记者 李芊)今年以来,以万达、绿地为代表的房地产开发商开始大手笔投入文化产业综合地产项目。12月21日,绿地集团与功夫巨星成龙的影视特技团队“成家班”在京签约,双方将在天津市蓟县打造一个影视文化产业项目,名为“绿地集团·天津盘龙谷成家班国际特技公园”。据介绍,作为“成家班”成立近40年来的首个实体训练中心,盘龙谷特技公园总投资10亿元人民币,总占地规模33万平方米,共分4期开发。

(上接B1版)

2013年八大行业转型关键词

收缩战线 服装业关店潮持续蔓延

2014年的服装业再一次现关店潮。各家服装企业在忙着打折销库存的同时,也在通过关店进行着所谓的“自我升级与调整”。

年中时,各家企业半年报显示,李宁关店410家,安踏关店273家,匹克关店289家,361°关店601家,中国动力关店611家,另有公开数据显示,美邦上半年门店数量减少100多家,据预计,下半年该公司直营门店还将再关闭100家。三季报中,匹克体育前三季度关店数增加至395家,361°更是在三季度关店257家,创造了年内新高。

专家点评:中投顾问轻工业研究员朱庆骅说,目前电商已经对实体店造成了严重冲击,服装实体店逐渐沦为“试衣间”角色,今后更多商家将布局线上渠道,同时为线下渠道做减法。预计服装业关店潮将会再持续一年左右。

“减法”生产 钢铁业遭强制压缩产能

经过了数十年的快速发展、粗放生产后,钢铁业遭遇了产能过剩难题,再加上环保重压,迫使钢企开始对产能做起减法。中钢协秘书长张长富指出,今年前11月,全国粗钢产量为7.15亿吨,预计全年产量约为7.82亿吨,较国家统计局公布的去年年产量上升8%左右。而此前,冶金工

业规划研究院发布的“2014中国钢铁需求预测报告”中预测,2014年国内粗钢产能将达8.1亿吨,同比增长3.8%。

为了尽快压缩产能,不少地区加快淘汰落后产能步伐,甚至对部分钢企实施限电限产政策,但业内人士普遍认为,钢铁业供大于求的现状恐难以明显改善。

专家点评:“未来解决钢铁行业产能过剩的主要手段还是要依靠兼并重组、市场倒逼等手段来完成。”兰格钢铁信息研究中心研究员王国清说。

重新回归 光伏业市场成功转回国内

2013年,光伏行业经过最大市场欧盟的“双反”后,选择回归国内市场并实现短期回暖。在业务重心转移后,以中国为首的亚太地区成为光伏企业新的销售重地。

国内几大光伏企业最新发布的季报数据显示,在今年三季度内,英利对欧洲(除德国)出货量占总出货量比例仅为7%,而在中国的出货量占比则高达38%。同期内,阿特斯的欧洲市场营收贡献已从去年的47.9%下降至今年同期的9.5%,亚洲区营收占比提升至43.6%。

据北京商报记者观察,今年7月,就在中欧光伏“双反”大战胜利前夕,《国务院关于促进光伏产业健康发展的若干意见》出台,其提出,2013-2015年光伏装机平均每

年10GW。随后,示范区项目、电价补贴等相关政策陆续问世,极大增强了企业开拓国内市场的信心。

专家点评:Solarbuzz高级分析师廉锐预测,2014年光伏市场将继续保持快速增长,而中国光伏需求量将遥遥领先。

布局一线 房企重新加码一线城市

2013年,“得一线城市得天下”成为楼市信条。2010-2011年,一二线城市在严厉的宏观调控尤其是限购政策之下,房地产市场急速萎缩,开发商进入严冬,提出了深耕三四线城市的口号。但2012年楼市初步回暖,一二线市场强烈反弹,政策开始被逐渐消化,而三四线城市则泡沫浮现,危机深藏。

最为典型的房企当属恒大,这家原本以三四线城市业务为主的大型开发商,项目遍及全国,连西藏都有项目公司,却从未进入北京市场。而在2013年,恒大明确提出增加一线城市土储战略,不但进入北京,加码广州、上海,而且以拿地体量、金额巨大为人瞩目。前11月,十大标杆房企在一线城市土地购入金额达到了905亿元,同比上涨119%,而在三四线城市仅达到147亿元。

专家点评:北京中原地产市场部研究总监张大伟表示,2013年全国楼市分化,房企重心全面转移到一二线城市,这一变化趋势已经明确,预计明年一二线城市拿地竞争将更加激烈。

新年选放心茶 就到张一元

张一元茉莉花茶领导品牌

购茶有礼 服务热线: 400-650-6651

活动时间: 2013年12月21日—2014年1月1日

地址: 北京市西城区菜市口西砖胡同2号院7号楼 网 址: <http://www.zyy365.com> 天猫旗舰店: <http://zhangyiyuan.tmall.com>