

宣称“7 天白 4 度”

部分牙膏网售宣传与备案不符

随着健康意识增强和颜值经济崛起,口腔护理日益受到消费者重视,功效型牙膏逐渐成为市场新宠。然而,记者发现,部分牙膏品牌在宣传时使用“一次起效,7 天白 4 度”“牙龈创可贴”等用语,声称牙膏可以解决牙齿松动、牙龈出血、牙周、牙黄等口腔问题,引发社会关注。这些宣传是否站得住脚?其功效宣称是否按相关规定进行了备案?

牙膏功效宣传引人关注

12 月 8 日,记者浏览电商平台时,看到部分牙膏品牌在产品宣传中除了使用常见的“抗龋”“抑制牙菌斑”等外,还使用“预防缓解牙齿松动”“牙周袋精装深度护理”“恢复咀嚼功能”“美白去黄提亮”等功效作为卖点,尤其是一些价格相对较贵的牙膏产品。

在俊小白旗舰店,记者看到“俊小白亮皓密集修护牙膏”的销售视频中,主播称“不要再傻傻地去超市买那些普通的清洁型牙膏了”“如果家里的长辈牙口不太满意的,(牙)东一个西一个、漏风的,你就听我的”,产品页面上宣称该款牙膏采用革新材料介孔羟基磷灰石,可以 7 天强塑屏障、28 天根源修护、91% 有效封堵牙小管、3.6 倍提升牙齿硬度值、7 天提升洁白 4 个色阶等。另一款“俊小白釉龈双护专健牙膏”则被宣传成“牙龈创可贴”,销售视频中称“有口腔问题的家人们一定要试试”,可以实现“牙龈+牙釉质双效护理”,高效、专健,12 周显著改善牙龈受损指数,28 天缓解刺激敏感。

俊小白旗舰店客服人员在向记者介绍产

品效果时,表示“釉龈双护牙膏含羟基磷灰石,可修护牙釉质,预防缓解牙齿松动”“添加了甘草酸二钾和蛋膜肽专利功效成分,可以有效护龈,对牙周软组织及口腔黏膜都非常好”。

在舒客官方旗舰店中,客服人员推荐了一款“舒客卓效抗敏牙膏”,表示“可以达到 12 小时强效抗敏的效果,同时牙釉质修护力提升达到 99.9%”,称“可以恢复牙齿的咀嚼功能,对于牙齿的咬合功能不良,能够达到改善的效果”,其页面宣传称适用于 12 岁以上青少年。另一款“肖战同款舒客色修美白牙膏”则在宣传视频中称“坚持 7 天白 4 度”,并展示了爱喝咖啡、奶茶以及抽烟的消费者使用前后的效果对比图,称“我天天奶茶咖啡不离手,牙齿还能这么白,全靠它”。该店客服人员表示,产品可“有效修正牙黄,科技焕白,去黄提亮去除牙渍”,并称都是可以对比出来的,13 岁以上人群、孕妇、哺乳期女性均可使用。

备案信息未见宣称功效

市场监管总局 2023 年颁布的《牙膏监督管理办法》要求,牙膏实行备案管理,牙膏备案人应当在备案信息服务平台公布功效宣称所依据的文献资料、研究数据或者产品功效评价资料的摘要,接受社会监督。12 月 9 日,记者查询国家药品监督管理局官网,了解上述部分产品的备案信息情况。

“俊小白亮皓密集修护牙膏”有两个备案编号,分别是粤国牙膏网备字 2023402619(备案人赛维泰【广州】健康药业有限公司)和沪国牙膏网备字 2024000200(备案人上海鸿诚制生物科技有限公司)。点击这两个备案的“功效宣称”均显示为“无相关信息”,未查询到修护牙釉质、美白等功效。

“俊小白釉龈双护专健牙膏”也有两个备案编号,分别是粤国牙膏网备字 2024705261(备案人广东省九科生物科技有限公司)和沪国牙膏网备字 2025000274(备案人上海鸿诚制生物科技有限公司)。点击前者的“功效宣称”后显示,备注说明为“清洁、防龋,减轻牙

龈问题”,功效评价结论、功效宣称均为空白,未见评价报告摘要。点击后者的“功效宣称”显示为“无相关信息”。在这两个备案中,记者均未看到可预防缓解牙齿松动,有利于牙周、口腔黏膜等功效。

“舒客卓效抗敏牙膏”的备案编号为粤国牙膏网备字 2024701216(备案人薇美姿实业【广州】股份有限公司),点击“功效宣称”后显示,备注说明为“清洁、防龋,抗牙本质敏感”,功效评价结论、功效宣称均为空白,未见评价报告摘要。在备案中,记者没有看到改善牙齿咬合功能不良、恢复牙齿咀嚼功能等功效。另外,备案显示其使用人群为“成人”。

“舒客色修美白牙膏”备案编号为粤国牙膏网备字 2025706952(备案人为薇美姿实业【广州】股份有限公司),点击“功效宣称”后显示,备注说明为“清洁、防龋,其他”,功效评价结论、功效宣称均为空白,没有看到有关“美白”的字样,未见评价报告摘要。备案显示其使用人群为“成人”。

功效宣传须防违规

记者了解到,市场监管部门正持续加大对牙膏产品的全链条监管力度。天眼查数据显示,目前我国有 2400 多家牙膏相关企业,其中有近 5% 曾被行政处罚过,处罚事由包括违反《牙膏监督管理办法》《广告法》相关条款及广告中对商品的性能用途等表述不清楚、不明白等。

北京理道律师事务所主任律师王久成指出,牙膏经营者若在销售中宣称的功效与备案内容不符,涉嫌夸大或虚假宣传,违反《牙膏监督管理办法》《广告法》《反不正当竞争法》《消费者权益保护法》相关规定。他表示,此类行为不仅损害消费者知情权与选择权,使得消费者无法获取真实、全面的信息,难以做出符合自身需求的决策,产生经济损失,也可能因误导而延误治疗或引发新的口腔问题。

艾媒咨询首席分析师张毅对记者表示,

牙膏市场竞争激烈,功效卖点能够快速打造差异化,契合当前消费者对口腔健康、牙齿美白的高需求。但产品是否真的有功效,才是痛点中的痛点。如果涉嫌夸大宣传、虚假宣传,或者是打擦边球,那么对品牌有百害而无一利。

记者就相关功效检测报告向俊小白旗舰店和舒客官方旗舰店客服提出查看要求。舒客官方旗舰店客服回应称“各项报告属于比较机密文件,不对外透露”;俊小白旗舰店提供的检测报告项目为“菌落总数,耐热大肠菌群、金黄色葡萄球菌等”,未看到所宣称的功效。关于宣传中所提及的功效是否具备科学依据,截至记者发稿,两家企业均未回应。

记者采取多种方式联系上述两家企业提出采访要求,截至发稿时,两家企业均未回应。

据《中国消费者报》

“双 12”购物如何避坑
中消协来支招

眼下,正值“双 12”购物旺季,各类促销活动密集。为保护消费者合法权益,引导科学、理性消费,中国消费者协会、中国市场监督管理学会日前发布消费提示,提醒消费者明辨促销陷阱,购物不踩坑。

警惕“价格魔术”,防范“先涨后降”。部分经营者可能在促销前先提高商品原价,再以打折、优惠为名,造成降价幅度大的假象,实际价格甚至高于平日。中消协建议,消费者应提前关注心仪商品的价格波动,通过比价工具或在不同平台进行对比,核实价格真实性。不要轻信所谓的“最低价”宣传,对于价格波动异常、短期内大幅提价后再打折的商品要保持警惕。

避开“卡券迷阵”,避免复杂计算。一些促销活动规则设计复杂,需要消费者进行繁琐的凑单、满减、领取多项优惠券等操作,耗费精力且容易出错,最终可能并未获得实质性优惠。消费者应仔细阅读平台和商家的促销规则,了解使用条件、期限、范围等。对于规则过于复杂的活动,中消协建议消费者谨慎参与,尽量选择规则简单、价格透明的商品进行购买。

谨防“优惠陷阱”,确保兑现优惠。部分优惠活动附带较多限制条件,如限品类、限数量、限地区、限时段等,消费者可能因不符合条件而无法享受。中消协表示,消费者购买前务必确认优惠券或活动的适用范围、使用门槛、有效期等关键信息。对于需要预付定金的商品,要明确确定金与尾款的支付责任,避免因个人原因放弃购买导致定金损失。

远离“价格刺客”与“大数据杀熟”。注意识别部分商品未显著标注价格或混搭销售,导致结算时价格远超预期的“价格刺客”行为。中消协提示,消费者结账前务必核实价格标签与结算价是否一致。同时,警惕基于用户画像的“大数据杀熟”等差异化定价行为。可尝试使用不同账号、设备或平台进行价格比较,若发现明显不公,应及时保存证据并通过合法渠道反映。

辨别宣传真伪,抵制虚假营销。不可轻信过于夸张的广告宣传,如“全网第一”“100% 有效”等绝对化用语。中消协表示,消费者要注意核查商品详情、用户评价、销量数据等信息,辨别是否存在刷单炒信、好评返现等干扰判断的行为。对于食品、保健食品、化妆品等关乎健康的产品,要核实其资质、成分、生产许可等信息,勿受虚假或夸大宣传误导。

认清“低价”本质,拒绝盲目跟风。面对商家或平台宣称的“全网低价”“限时秒杀”等营销活动,消费者需保持冷静。一些不正当竞争行为可能通过虚标低价、营造稀缺氛围等方式诱导冲动消费。中消协建议,消费者应理性评估商品的实际价值与自身需求,避免单纯因为价格低廉而购买并不需要或质量堪忧的商品,导致闲置和浪费。

量入为出理性消费,警惕负债风险。“双 12”期间,易受促销氛围影响而产生非必要购买行为。倡导消费者根据实际需求和经济能力制定购物计划,避免因过度消费、透支消费带来还款压力。中消协指出,消费者应谨慎使用各类消费信贷产品,充分了解分期利率、还款期限、违约责任等,防止陷入债务陷阱。

保留购物凭证,依法主动维权。购物过程中,注意保存商品广告页面、促销承诺、聊天记录、订单信息、支付凭证、快递单号等电子或纸质证据。收到商品后及时查验,一旦发现质量问题、货不对板、错发漏发等情况,应第一时间与商家或平台联系协商解决。若协商未果,可通过全国消协智慧 315 平台向消协组织投诉,也可向有关行政部门投诉举报,依法维护自身权益。

据《国际商报》