

“抗幽牙膏”为何一边遭质疑一边热卖

观点提要

质疑声虽然不断出现,但“抗幽牙膏”仍在销售,两者似乎各行其道、互不相干,质疑不能产生效果,原因是什么?“抗幽牙膏”成为“打不死的小强”,说明监管力度与方式需要改进。

□ 秋实

最近,市场上一种声称可以抑制甚至杀灭胃癌头号“元凶”幽门螺旋杆菌的牙膏火了。记者调查发现,目前多家网购平台上均有多款抗幽门螺旋杆菌牙膏在售,每支牙膏价格从十几元至上百元不等,还有商家称其抗幽门螺旋杆菌牙膏专治幽门螺旋杆菌,对口腔和胃内的幽门螺旋杆菌均有作用,一支就可见效。

对此,专家称,胃才是适合幽门螺旋杆菌“定植”的地方,治疗幽门螺旋杆菌要到医院,通过刷牙治疗胃里的幽门螺旋杆菌可能性不大。此外,律师表示,商家如果在牙膏宣传中使用医疗用语或让消费者将牙膏与药品、医疗器械产生混淆,属于虚假宣传。

“抗幽牙膏”又在热卖,之所以说“又”,是因为只要关注这事,就会发现,“抗幽牙膏”就像幽灵一样存在于我们身边,有时它会消失一段时间,但隔三差五又会进入公众视野。并且,每一次重新出现,批评之声也如出一辙,均认为用牙膏

来抑制或杀灭幽门螺旋杆菌,在技术上不可行,在法律上属虚假宣传并涉嫌违法。

既然如此,就理应先让“抗幽牙膏”在市场上消失才对,至少,不应允许牙膏宣传具备“抗幽”功能。问题是,质疑声虽然不断出现,但阻挡不了“抗幽牙膏”热卖,两者似乎各行其道、互不相干,质疑不能产生效果,原因是什么?

从消费层面来看,这可能涉及一个心理学问题。牙膏不管是否“抗幽”,但它至少是家家都离不开的生活必需品,只要价格不因“抗幽”而明显上涨,即使不具备其所宣传的“抗幽”疗效,也丝毫不影响它作为牙膏的基本功能,买来使用能够上多大的当?再说了,专家无论怎么在技术层面进行批驳,也难以消除消费者“万一有用”的心理,就不乏有人不听劝阻继续选用。

从监管层面来看,“抗幽牙膏”成为“打不死的小强”,也说明监管力度与方式需要改进。牙膏不属于化妆品和药品,却宣扬具有化妆品或药品的功

能,如此揩油,既容易导致监管出现“九龙治水”现象,又容易导致不知拿什么标准来监管。为此,去年6月,国务院颁布《化妆品监督管理条例》,明确将牙膏视为普通化妆品管理。监管标准虽然得到明确,但部门之间也需做好协调,如此才能确保牙膏不成“漏网之鱼”。

此外,监管既要细致具体,也要粗放宏观。当前针对商家的现场执法比较常见,末端监管不可或缺,但也面临监管面太大、监管效率不高等问题。这就好比大水漫堤,只注重巡堤堵管涌,却不从上游减轻洪峰压力。因此,除了做好末端监管,还需做好前端治理,只有企业不生产、不宣传“抗幽牙膏”了,末端执法的压力才会大幅减轻。

“抗幽牙膏”的危害值得关注,它屡屡在质疑声中热卖,这种现象更值得关注。企业、商家狡猾和大胆只是“抗幽牙膏”屡禁不止的原因之一,消费者和监管部门也应反躬自省,找出并消除自身原因,如此方能让“抗幽牙膏”销声匿迹,不再有沉渣泛起的机会。



大众报业集团十大名牌专栏
诗评画议

绕不开同行评议,躲不过人情利益。权威意志一言堂,完善制度解难题。

绘画 王铎 配诗 郝玲

岁末年初,不少单位拉开了职称评审的大幕,各高校也开始了一年一度的科研成果盘点。而不管是评职称、发论文,还是选拔人才、评估学科,众多评价都绕不开四个字——同行评议。当破除“五唯”顽瘴痼疾达成共识,这项评价机制更是被寄予了“学术守门人”的厚望。但记者调研发现,不少学生、学者却对同行评议制度的进一步推行持不同意见,有人忧虑在现有学术生态下,同行评议会演变为学术权威的“一言堂”,还有人担心“清理了‘唯论文’,迎来了‘唯关系’”。

据《光明日报》

邮箱:czmg668@126.com 来稿请注明联系方式,稿件一经采用,稿酬从优。



中宣部宣教局 中国文明网

你的玩伴被电脑取代了吗? 少点指尖精彩,生活可以更加多彩。