

“1粒=1万根发”“强过米诺地尔”…… 热销防脱产品真能生发？

脱发,已成为现代社会普遍关注的健康议题,人们期待能有一款产品帮助解决自己的“头顶焦虑”,“防脱经济”也应运而生。近日,记者调查发现,在电商平台,非药用防脱产品种类丰富,销售火热。这些产品往往在宣传中给出明确的用后效果,从稀疏到浓密,直观的文字诱惑或效果画面,让人心痒难耐,忍不住下一单。



产品主打生发 适应人群却不含脱发者

记者在某电商平台随机输入关键词“防脱”,随后被柏佳康大药房旗舰店售卖的一款生物素膳食产品吸引,其广告图上醒目地写着“1粒=1万根发”,且该产品入选了50至100元营养保健品热销榜,已售1万余单。产品品牌显示为BIRTHSEA,标有德国原装进口、焕活生发、修复毛囊、获得诺奖原理等字样,还附有使用前后的效果图。

客服工作人员介绍,“其核心成分包含人参、黑松露、维生素B6和生物素,坚持使用可改善掉发问题”。

记者在实物包装上看到,产品名称为人参黑松露生物素膳食,产品类型属于特殊膳食食品(运动营养食品一耐力类),执行标准为GB 24154,为《食品安全国家标准 运动营养食品通则》的国家标准代号,既不是药品,也不是保健食品。生产企业为安徽易鑫塘健康产业发展有限公司。更让人惊讶的是,在【适宜人群】一项中标注着适宜中长跑、慢跑等人群,并无

与脱发、生发相关的任何描述。

从配料表看,排在前列的依次是山梨糖醇、食用葡萄糖、麦芽糊精、丁香、党参等。人参和黑松露确实也在其中,但都标有(0.5%)。这意味着,一瓶净含量80克(1克×80)的产品中,人参和黑松露各含0.4克,每片中各含0.005克。在产品包装上的注意事项中,“温馨提醒”了人参食用量要小于3克/天,记者计算后得出,要达到这个水平,一天要吃掉7.5瓶该产品,合计600片。

这样的配料情况,营养价值有多高?对此,中国农业大学食品科学与营养工程学院副教授朱毅表示,此配方中品名很多,量却很少,“什么东西你加进去都有个有效浓度,如果只有0.5%,那就叫概念性添加”。另外,生物素又叫维生素B7,是水溶性B族维生素的一员,广泛存在于日常食物中(如鸡蛋、坚果、动物肝脏等),正常饮食者几乎不会缺乏,只有确诊缺乏者补充才有意义,否则只会加重肾脏负担。

北京市海淀医院皮肤科主任郑旭认为,生物素对维持毛发、皮肤指甲健康具有重要作用,但如果不是确诊缺乏者,盲目补充不仅无效,还会干扰甲状腺功能、心肌标志物等检测,导致误诊。

关于“德国原装进口”,当记者以普通消费者身份向客服询问是否有德国品牌方的授权证明时,对方未能提供更多消息。

北京市盈科(石家庄)律师事务所律师股权高级合伙人毕强表示,根据《中华人民共和国食品安全法》,食品广告内容应当真实合法,不得含有虚假内容,不得涉及疾病预防、治疗功能。《中华人民共和国广告法》进一步规定,除医疗、药品、医疗器械广告外,禁止其他任何广告涉及疾病治疗功能,并不得使用医疗用语或易与药品/医疗器械相混淆的用语。

毕强补充道,运动营养食品的合法宣传边界,应当围绕运动人群的营养补充、能量代谢、耐力运动营养需求等进行。“焕活生发”“修复毛囊”等表述,容易使消费者理解为该产品能够治疗脱发、促进毛发生长、改善毛囊功能,已经明显超出食品或者特殊膳食食品的合法宣传范围。

放下焦虑 规范化治疗必须基于科学

面对防脱产品的“狂轰滥炸”,究竟应该如何擦亮眼睛?郑旭强调:“放下焦虑,先查原因,不要在网上自己诊断。”建议脱发患者到正规医院皮肤科做一次毛囊镜检查,看看毛囊情况,明确脱发类型,“如果是休止期脱发不必过度担心,调整作息3到6个月自己就能长出来。”

郑旭指出,常见的脱发类型主要有三种:雄激素性脱发最常见,通常与遗传和雄激素有关,表现为发际线后移、头顶稀疏;斑秃俗称鬼剃头,与免疫相关;休止期脱发通常与熬夜、压力、产后或大病后有关,特点是弥漫性脱发。

“规范化治疗必须基于科学。”郑旭透露,外用药物,米诺地尔是一线药物,它能扩张血管,刺激毛囊生发;口服药物,非那雄胺是男性雄激素性脱发治疗的一线药物,通过抑制Ⅱ型5α-还原酶,减少睾酮转化为二氢睾酮(DHT),从而保护毛囊免受DHT的攻击,延缓并逆转毛囊微型化进程。女性雄激素性脱发若伴有痤疮、月经不调可口服螺内酯等抗雄激素药物;另外,还有物理与微创治疗,比如微针、低能量激光、CGF(浓缩生长因子)、植发技术等。

清华大学玉泉医院皮肤科副主任医师张会娜表示,中医针对脱发多采用中药内调,搭配针灸、刮痧等外治手段对症治疗。比如湿热型脱发宜清热利湿,血虚、肾虚型脱发则需补血益肾。

毕强提醒广大消费者,在日常生活中应警惕高风险宣传语,理性看待“国际品牌”“海外旗舰店”“原装进口”等标签,一旦发现涉嫌虚假宣传问题,注意保留维权证据,保存好商品详情页截图、直播宣传录屏、客服聊天记录、订单信息、付款凭证、物流信息、产品外包装、标签、说明书、防伪查询页面等,向平台投诉,也可以通过12315向市场监管部门投诉举报;涉及化妆品注册、备案、功效宣称问题的,也可以向药品监管部门反映。

(央广网)

“1洗防脱,3天长新发” 洗发水“强过米诺地尔”?

除了销量过万的“生发”食品,打着“防脱”概念的洗发护发产品也销售火热。近期,侧柏叶火了,不少洗发产品主打侧柏叶概念,明示或暗示有防脱和生发功效。生姜、何首乌也曾是该类产品的“宠儿”。

“1洗防脱,3天长新发。”在三个魔发匠旗舰店,一款侧柏叶生姜洗发水的产品显示已售2万余单。广告视频中介绍该产品“甄选何首乌、人参根、侧柏叶,强韧发丝,促进生长”,“经过临床试验证明,防脱生发显著有效”。图片宣传中写有:强过米诺地尔。

“洗发水永远无法替代药品。”郑旭告诉记者,现代药理学研究发现,何首乌、侧柏叶、当归等确实含有某些抗炎、扩血管的活性成分,

不过需要注意的是,洗发水在头皮上停留仅3到5分钟,随即被水冲走,“指望这么短的时间内,有效成分能渗透头皮、作用于毛囊根部,显然违反了皮肤药理学的基本常识。”

北京大学首钢医院毛发诊疗科副主任医师方帆称,洗发水属于化妆品,不具备药物成分,不能起到治疗脱发的作用,而且它接触的是毛干、头皮,最多在毛囊开口部位,残留一会儿就冲掉了,在这个过程中,真正能影响我们毛囊的时间非常短,机会也非常小,更不可能生发。

根据《化妆品监督管理条例》,化妆品的功效宣称应当有充分的科学依据,化妆品标签、广告不得明示或者暗示产品具有医疗作用。

“防脱发化妆品可以在依法注册、功效评价支持和宣传边界合规的前提下,宣称防脱发相关功效,但不能把防脱发扩大解释为生发、长新发、毛囊再生、堪比植发、强过药品等。”毕强介绍,米诺地尔属于用于治疗脱发相关疾病的药品名称,以“强过米诺地尔”宣传化妆品,明显存在把化妆品与药品混同、暗示医疗作用的风险。

记者在电商平台看到,除了国产化妆品,还有一些进口化妆品存在同样问题。例如,ZHENMI海外旗舰店的一款育发液产品在广告中宣传“发量增加76.9%”“强过米诺地尔”“增生新发”等。

“即便是依法注册的进口防脱发特殊化妆品,也只能在注册资料、标签内容和功效评价依据支持的范围内宣传防脱发等合规功效,不能宣传生发等医疗化功效。否则,仍可能构成虚假广告、违法功效宣称或者明示、暗示医疗作用。”毕强称。