

新规延期两年实施 射频美容仪迎来“复活窗口期”

7月8日,国家药监局发布公告,原本定于2024年4月1日起实施的射频美容仪新规,调整至2026年4月1日落地。这意味着,原本没在限期内取得“械字号”的美容仪企业有了喘气之机。一个多月过去,市场如何,8月18日,记者进行了采访。

药监局“松绑”给足企业“过渡期”

7月8日,国家药监局发布关于进一步明确射频治疗仪类产品有关要求的公告。本次新规将原本禁止生产、进口和销售射频类相关产品的期限从原本的2024年4月1日推迟至2026年4月1日。公告中特别强调,为平

稳有序推进射频治疗仪、射频皮肤治疗仪类医疗器械相关工作,结合产品研发实际,统筹考虑公众用械安全和产业有序发展需要。

根据最新公告,目前相关产品已取得第二类医疗器械注册

证的,原注册证在有效期内继续有效。原注册证在2026年4月1日前到期的,注册人可向原审批部门提出原注册证延期申请,延长期限最长不得超过2026年3月31日。

也就是说,国家药监局给了

指定时期内已获得第二类医疗器械注册证,还未拿到医疗器械证的射频美容仪两年缓冲时间,给予相关企业足够的时间去适应新政策、完善注册手续,同时也确保了市场上已有的合法产品能够继续流通,避免了资源浪费。

产品重新上架 价格跳水市场遇冷

射频美容仪新规颁布一个多月,8月18日,记者搜索了解到,不少射频美容仪品牌已完成了产品的重新上架。通过电商平台搜索“射频美容仪”,发现价格区间在数百元到数千元,且都有不同程度的优惠。有消费者反馈,在线下及非官方渠道,可以扫货到“跳水价”射

频美容仪。

即便射频美容仪价格近乎腰斩,但在直播间、电商平台,记者发现,消费者的热情并不高。进入某品牌美容仪旗舰店直播间,主播卖力吆喝,但仅有不到10位顾客观看,两位与之互动。采访中,有消费者表示有“捡漏”购买的想法,更

多消费者表示,先观望市场,之后再做选择。

与此同时,不少之前购买过射频美容仪的消费者反映,难以接受品牌价格跳水。市民孙玥去年花费近万元购买了某品牌的射频美容仪,今年3月,看到其价格降至4000余元,新规颁布后重新上架后,仍维

持低价。“我买东西后,会持续留意其价格,这样的降价,让我觉得产品不那么有价值。”孙玥说。

去年初,市民赵蕾花费近5000元购买了一款射频美容仪,今年4月,价格降至不到1000元。“想找商家退差价,根本没人处理。”赵蕾说。

“复活”是为了更规范地发展

对于射频美容仪新规的出台,业内人士表示,射频美容仪的“复活”并不意味着市场的无序发展,相反,是为了进一步规范市场,保障消费者的安全和权益。射频美容仪作为一种医美产品,其安全性和有效性需要通过严格的医疗器械认证。新的政策给相关企业更多的研发、生产及获证时间,他们

会做得更加规范,这对行业长远发展是有利的。

陕西许小平律师事务所律师刘傲表示,经营者负有提供全面、真实信息以及安全保障的义务,其需要就射频治疗仪、射频皮肤治疗仪类产品的功效、质量、安全风险等信息如实、明确告知消费者,并不得作虚假或者引人误解

的宣传。

“经营者还应当遵守《广告法》,依法宣传产品的预期用途或者功效,并提醒消费者严格按照产品说明书规范使用。对于不按按照医疗器械管理的射频类产品,产品名称不得明示或暗示医疗用途,产品预期用途宣称不得使用医疗用语或者易使产品与医疗器

械相混淆的用语。”刘傲说。

有消费者在使用家用射频美容仪后,出现了皮肤损伤。西安一医院整形外科孙医生提醒,消费者往往不清楚美容仪的实际原理,对其潜在的伤害也没有足够的认识,虽然其是家用的小型设备,但仍应严格按照说明书使用,避免风险。

本报记者 陶颖

第五届 西安啤酒节开幕

本报讯(记者 白圩珑)8月16日,由西安市商务局主办的“美美长安”第五届西安啤酒节在雁南公园开幕。作为“2024 消费促进年”以及省市扩大内需系列活动的重要组成部分,西安啤酒节通过一系列精彩纷呈的活动,为市民与游客呈现一场视觉、味觉与心灵的全方位盛宴。

据了解,本届啤酒节采用“一个主会场、两个分会场、全城联动”的模式,汇聚了青啤、乌苏、燕京、喜力、雪花、百威等众多国内外知名酒水品牌,以及精酿鲜啤、老字号美食、丝路文创等丰富元素,配合精彩纷呈的演出、趣味横生的文化打卡、前沿潮流的车展以及浪漫温馨的户外露营电影,为市民与游客呈现一场全方位盛宴。

通过“政策+活动”双轮驱动,打造西安商、文、旅融合新场景,不断提升消费体验,让每一位参与者都能感受到西安独有的消费魅力。本届啤酒节的成功举办,将进一步提升西安的国际知名度和影响力,吸引更多省内外消费者来西安享美食、看美景、购好物,享受政策红利。

本次西安啤酒节为期10天,持续到8月25日。浐灞国际港、高陵区线下分会场同期进行,后续将按照区域特色,陆续推出一批特色鲜明、亮点突出的啤酒节配套活动。除主、副会场外,各大商家推出的“美美套餐”也将覆盖全城,包括肯德基、每一天便利、盒马、永辉超市、西安饮食老字号餐饮等诸多连锁品牌。

创新融合共发展 增强科创强供给 陕钢集团以高水平科技加速转型升级

近年来,陕钢集团认真研判国家科技创新相关政策和行业市场走势,紧抓市场机遇,秉承“择其善者而从之,其不善者而改之”的理念,深推两个一体化全方位迭代升级模式(即制造+科创+服务一体化、研产销一体化),在管理变革上不受形式和模式的约束,不论是科技管理“双机构”运行模式还是统筹规划布局,只要是有助于生产经营与转型升级的,便将二者优势兼收并蓄,全部予以探索实践推广运用,激活了企业发展内生动力。



应运而生的研究院

2019年底,为充分整合内外部优势资源,发挥科技创新体制机制优势和专业化平台发展优势,聚焦产品技术开发应用与产业技术创新,先期探索总部单设科技管理部门和集团层面独立法人资格的创新研究院“双机构”设立模式,与汉中市国资及勉县国资企业共同发起成立了陕钢集团产业创新研究院有限公司(以下简称“创新研究院”)。



创新研究院2020年初正式运营,以创新落实“推进产品结构转型升级,建设钢材制品产业集群”为战略使命,秉承“五创新 五聚集”发展理念,集钢铁材料技术与产品研究开发销售、金属材料冶炼应用、理化检测实验服务等为一体,研发新材料、开发新领域、培育新赛道,充分发挥体制机制优势和平台化发展优势,加速产业集群建设、科技创新、技术产品研发,志在为陕西钢铁工业转型升级和发展壮大贡献应有的力量。

茁壮成长的研究院

历经五年的发展,创新研究院聚焦项目引进、科技创新、新品研发、市场开拓、人才聚合五大核心任务,搭建了省级企业技术中心、汉中市创新综合服务体、市级专家

工作站等六大科技创新平台,获得新产品首批次推广应用、省级重点项目等奖补资金1200余万元,是陕煤集团的“科研管理试点单位”,是陕西省“赋予科研人员职务科技成果所有权或长期使用权试点单位”。

创新研究院大学及以上学历占比97.6%,拥有专业化的品种钢研发、营销队伍,研发新产品项目51项,授权专利17项,其中发明专利7项,获得省级以上科技成果荣誉30余项,10项新产品项目被列入陕西省重点新产品开发项目目录,形成了15个品类、27个牌号、92个品规的品种钢产品格局,健全了“高强建材、优质线材、特钢棒材、精品板材”产品谱系。

创新研究院扩展建立产业链客



户渠道100余家,共引进了9家产业链上下游企业,参与制定《钢筋混凝土用650MPa级抗震热轧带肋钢筋》等行业标准5项,建立企业标准8项,形成客户专有标准14项。荣获国家高新技术企业、陕西省企业技术中心、陕西省先进集体等荣誉。

创新发展的研究院

当下,钢铁行业发展形势严峻,陕钢集团正经历着艰难蝶变,在“深化国企改革、强化亏损企业治理、加速推动产品结构优化调整”的大背景下,唯有强化研究机构与主业公司创新融合,不断增强主业科技创新供给,才能整体推进研发体系改革,真正达到“产学研用”一体化,推动汉钢公司实现产品结构普转优、优转特的战略突围,实现集团公司整体竞争力提升。

“全面激活陕钢,借助禹龙科技

服务公司平台成立产业创新研究总院,在主业公司分别建立分院,是以高水平科技自立自强加速陕钢转型升级的战略选择,也是陕钢集团的历史使命。”陕钢集团党委副书记、董事、总经理许晓增坚定地说,“我们将用苦干+创新,扛起这份责任,蹚出一条新赛道。”

未来,产业创新研究院将生产服务、产业链延伸、存量资产盘活等转型业务放到一个平台统筹运营,聚焦用心做好主业研发服务、积极推广高强钢筋、创新培育钛板业务、深耕技术研究等核心业务,加快产品服务与业务模式创新,统筹推进保生存与求发展。同时紧盯先进材料方向,协同外部企业开展联合研发进行技术储备,培育以“项目+”为特色的、规模效益突出的高水平产业集群,推动陕钢集团转型上台阶,并实现永续发展。

陕钢党委通讯组