

“儿童香水”未备案为儿童化妆品 穿戴甲双眼皮贴缺乏相关标准

警惕儿童专用美妆产品专坑儿童



“妈妈,我们要演出了,我想涂口红、抹指甲油”“妈妈,我能把头发染成黄色吗”……从口红、指甲油、双眼皮贴,到彩妆套盒、香水甚至染烫发产品,“六一”儿童节快到了,儿童美妆产品进入热销期。

记者调查发现,不少儿童化妆品均带有国家规定的小金盾标志,这也是辅助消费者识别儿童化妆品的一个重要标志。但香水、烫发剂、穿戴甲、双眼皮贴等儿童“小众产品”领域则暗藏违规宣传、安全无保障、监管空白等多重问题。

现象1 普通化妆品宣传为“儿童专用”

根据《儿童化妆品监督管理规定》,儿童化妆品应当在销售包装展示面标注国家药监局规定的“小金盾”标志,以便消费者识别。记者采访发现,随着商家合规意识提升,不少儿童化妆品品牌都带有“小金盾”标识,但商家将普通化妆品宣传为“儿童可用”的情况也较为多见。

在多个电商平台,记者看到不少香水产品以“儿童专用”“学生专用”为卖点进行销售。一款标题为“小绿盾韩国出品婴幼儿童香水”的商品页面中,展示着母亲怀抱婴幼儿

儿的图片,该产品名称为“哼爱叮叮植物防护喷雾”,但记者查询国家药监局化妆品监管APP发现,这款产品并未备案为儿童化妆品。

另一款名为“JEAN MISS 小城伊香小熊宝宝香水”的产品,也被标注为“学生专用香水”,卖家在商品页面宣称该产品“健康环保、自然清新、安全持久”。有买家在评论区表示“味道好闻,家里孩子很满意”。同样,这款香水在化妆品监管APP中,也未见有儿童化妆品备案记录。记者仔细查看发现,这款香水的外包装

上甚至还提示:放于儿童不易接触的地方。但面对记者询问产品是否适合儿童使用时,店铺客服却表示“孩子可以用”“成分安全”。

一款名为“AEBE 喵喵物语沙龙香水”的产品也存在同样问题。卖家宣称这款产品“婴幼儿小孩子女宝宝专用”“植物无麝香无化学物质”,但记者查询发现,该产品并没有取得儿童化妆品备案资质,产品外包装上也同样提示“放在儿童不易接触的地方”。商家在顾客询问时也一再称“成分很安全,小朋友也可以用”。

解读

虚标“儿童适用”涉嫌欺诈

针对部分商家将普通化妆品包装成“儿童专用”产品销售的现象,北京天达共和律师事务所律师郭越认为,这种行为本质上属于虚假宣传甚至消费欺诈。

“商家明知产品并非儿童专用,却虚构‘儿童适用、安全无刺激’等属性诱导购买,已经涉嫌欺骗消费者。”郭越表示,根据《消费者权益保护法》,消费者不仅可以要求退款,还可主张“退一赔三”。若儿童因此出现皮肤过敏、损伤等情况,商家还应承担相应的人身损害赔偿赔偿责任。

郭越介绍,我国对儿童化妆品实行专门监管制度,合规产品应完成儿童化妆品备案,并在包装显著位置标注“小金盾”标识。“儿童化妆品不得宣称染发、烫发等功效,商家以‘儿童染发剂’‘儿童烫发产品’等名义进行宣传销售,本身就涉嫌违反相关监管规定。”

她表示,对于违规经营和虚假宣传行为,市场监管、药监等部门有权依法查处,相关商家可能面临商品下架、没收违法所得、罚款等处罚;情节严重的,还可能被吊销营业执照。“如果长期、大规模销售此类伪劣产品,造成严重后果的,甚至可能需要承担刑事责任。”

现象2 “儿童烫发产品”突破监管红线

《儿童化妆品监督管理规定》明确,不允许使用以祛斑美白、祛痘、脱毛、除臭、去屑、防脱发、染发、烫发等为目的的原料。但目前市场上,仍有产品违规标注“儿童染发”“儿童烫发”等字样,突破监管红线。

记者以“儿童烫发”为关键词搜索发现,多个商家仍在销售所

谓“儿童烫发产品”“青少年锡纸烫专用套装”等商品。产品宣传页面中使用青少年形象的模特展示烫发效果,并宣称采用“植物专研配方”,具有“0酒精、0防腐剂、0激素、0重金属、0色素、0有害物质”等特点。

在商品评价区,不少消费者晒出给孩子烫发后的照片,并留

言称“第一次给孩子烫发,比去理发店划算”。但也有消费者表示,氨味很重,头皮很痒。

“小朋友可以用吗?”记者询问一家网店客服时,客服表示,建议给8岁以上的孩子使用;另一家商店的客服则告诉记者:“产品有质检报告,药监局有备案,两岁以上都可以使用,放心哦。”

现象3 儿童穿戴甲标准缺失材质不明

一些非化妆品类“颜值产品”目前仍处于监管模糊地带,如双眼皮贴、穿戴甲等,它们并不属于化妆品监管范畴,行业内也缺少针对儿童的专门安全标准。

在西红门荟聚商场一家专营穿戴甲的门店,记者看到店内在出售儿童美甲贴片,款式丰富,但产品外包装上并未明示甲片的材质、生产厂家等关键信息。一位年轻的妈妈正带着女儿在店员的帮助下贴甲

片,“来我们这儿的小顾客不少”,店员告诉记者。

在线上平台,3至12岁、各种尺寸的儿童穿戴甲均有出售,记者看到,有的店铺单品销量达数千件。不少家长分享了孩子贴穿戴甲的照片,有家长说,希望通过贴上穿戴甲让孩子戒掉咬指甲的坏习惯;但也有家长质疑粘贴穿戴甲的胶水会影响孩子的健康。记者注意到,部分穿戴甲只宣传是“手工制作”,并未

详细介绍甲片、胶水的材质。

上海市消费者权益保护委员会此前曾对穿戴甲套装中的甲片、果冻胶和液体胶水进行检测,在个别甲片中检出塑化剂成分;部分液体胶水在使用时有刺鼻气味,并检出一定浓度游离甲醛。上海市消保委指出,目前针对儿童穿戴甲等新型产品尚缺乏专门标准和规范,建议有关部门尽快完善相关标准体系,加强监管。

建议

电商平台应完善审核机制

对于当前儿童美妆市场存在的规范现象,郭越认为,需要监管部门、平台、商家和家长共同努力。“对于双眼皮贴、穿戴甲等游离于现有监管体系之外的产品,监管部门应加强抽检和专项治理,重点打击成人用品‘童趣化包装’和虚假标注‘儿童专用’等行为。”

她同时建议,电商平台应进一步完善商品审核机制,及时下架无资质、违规营销产品,并增加风险提示;商家应如实标注产品属性和适用人群,杜绝误导宣传;家长则应优先选择带有“小金盾”标识的正规儿童化妆品,对缺乏儿童安全标准的产品保持谨慎态度。

(北晚 徐慧瑶)

现象4 普通双眼皮贴宣称“儿童专用”

双眼皮贴同样存在类似问题。“妈妈每天晚上坚持给女儿贴双眼皮贴,一周时间成功出现两只大眼睛……”在短视频平台上的一条视频里,拍摄者给熟睡的婴儿贴上双眼皮贴,这条视频获得了1.4万个赞。

视频底下挂着一则“儿童专用隐形双眼皮贴”的购物链接,显示已售1万多件。但评论区也有网友表示,给女儿贴完双眼皮贴后,第二天眼睛就肿了。

记者搜索发现,打着“儿童双眼皮贴”旗号的产品不少,很多还宣传

“安全无毒无刺激”。但记者下单购买了一款标注为“儿童专用”的双眼皮贴后发现,产品实际包装上并无任何“儿童专用”标识,也未见针对儿童群体的专门说明,产品外包装上显示的执行标准是厂家自己定的企业标准。