

# 兒童彩妝“盯上”中小學生： 產品三無幾元起售，化妝品還是玩具？

“特別漂亮，像洋娃娃一樣。”看到班裏不足12歲的小女孩化了精致的妝，小學老師君君(化名)都自嘆不如，但也愁上心頭，“因為小孩跟我說平時並不卸妝。”

彩妝產品消費日益低齡化成大勢所趨，而這些廉價的彩妝質量如何，很多時候我們不得而知。經濟能力有限又缺乏分辨能力的兒童群體，用在臉上的可能不是正規化妝品，而是過家家的“玩具”。

7月中下旬，記者通過線上、線下調查發現，火熱的兒童化妝品市場上，不少商家以“玩具”之名兜售兒童化妝品，因為玩具的名義可以讓他們巧妙地通過備案監管。所謂安全、不刺激的兒童產品，實際可能是無生產日期、無質量合格證、無生產廠家的“三無”產品，披着一層“皇帝的新衣”，躲在監管視線外“裸奔”。

## 銷量10萬+ 產品是三無？

“我們班同學一般在網上買，貨比三家，都買幾塊錢的。”一名初一學生對記者表示，班裏同學主選“便宜”。

記者在一電商平臺檢索兒童化妝品，銷量第一的是一款宣稱安全無毒的化妝品套裝，由一家玩具店銷售，價格7.8元起，已銷售10萬+件。商品詳情頁顯示，產品具有3C認證證書，即“中國強制性產品認證”，是一種比較基礎的安全認證。根據商品頁提供的3C編號，記者在北京中輕聯認證中心查詢到，獲證組織名稱是汕頭市澄海區駿隆塑膠制品有限公司，產品類別為靜態塑膠玩具。

記者購買了鏈接裏的“單層草莓”款，物流顯示發貨地為廣東省汕頭市澄海區。到貨商品包括一個草莓形狀的塑料眼影盒，一支眉筆和一片鏡子。仔細檢查後發現，商品沒有說明書或標籤，生產廠家、廠址、電話、許可證號、生產日期等信息均無。

記者聯系上述電商平臺賣家，質疑是否為“三無”產品，客服表示，“因為這款沒有彩盒，有彩盒的才有(相關信息)”。客服隨後發來的帶有彩盒包裝的產品圖片中，顯示有腮紅、唇彩等成分信息，其中眼影成分包括“滑石粉、着色劑”等，但沒有包括廠址等其他信息，客服稱稍後拍照發過來。但直到記者隔天二次追問，方收到回復。

客服回復的圖片與該商品評論區買家曬圖中一致，彩妝盒封面顯示執行標準為GB6675 1-2014等，記者查詢到，此為玩具安全國家標準。包裝顯示的制造商為汕頭市遠佳玩具有限公司，與根據3C編號查詢到的企業名稱不一致。不過在國家藥品監督管理局“化妝品生產許可信息管理系統”，記者分別輸入兩家公司名字，均未查詢到相關數據。

根據國家相關規定，化妝品生產企業實行化妝品生產許可證制度。未取得化妝品生產許可證的單位，不得從事化妝品生產。

“兒童皮脂腺發育不成熟，皮膚的屏障也更脆弱。如果使用成人的化妝品，甚至不合規產品，對於皮膚的刺激性很大，容易發生不良反應。”廣東省皮膚病醫院皮膚科醫生謝恒對記者表示，兒童的好奇心比較重，願意去嘗試各種各樣的產品，而且經濟能力又有限，容易買到比較廉價或劣質的產品，發生不良反應的概率會增多。

在網絡投訴平臺上，曾有家長反映，在電商平臺購買了一款宣稱水溶性配方的兒童化妝品，結果卸妝花了半小時，用化妝棉和化妝水也洗不掉；據人民日報報道，近日有讀者反映孩子在使用從電商平臺購買的兒童化妝品後，出現了皮膚過敏、瘙癢等不良反應，醫生表示這可能與化妝品中的致敏物和激素類成分有關。

某跨境電商2021年前5個月的數據顯示，兒童化妝品的商品數量達到去年同期的9倍。兒童皮膚的敏感性、彩妝使用的低齡化等因素，使得兒童化妝品走俏。

## 宣稱是兒童化妝品 價格百元左右由玩具公司生產

記者近日調查發現，市場上銷售的兒童化妝品問題重重。不少賣家宣稱“兒童專用”“天然無刺激”，實際上，所銷售產品不僅不符合兒童化妝品規範，也不具備基本的化妝品資質。

“這個是手提包(形狀)，那款是蛋糕的形狀，質量是一樣的。裏面的東西都是兒童專用。”在位於北京市東城區的批發市場百榮世貿商城內，一名玩具店工作人員向記者介紹兒童化妝品套裝，“啥都有，化妝刷、腮紅、唇彩、眼影、粉餅、口紅，東西特別齊全，質量這塊你放心，絕對沒有任何問題。”

商品外包裝上，顯示執行標準為GB6675，即玩具安全國家標準，記者檢查後未發現化妝品批准文號。當問及是否可以給小孩使用，賣家表示“這個就是兒童專用的，我們上貨這款產品就是為了給小孩子使用，現在的小孩子愛塗塗抹抹的。”“水洗，一洗就掉了，不像大人還得用卸妝水。”

賣家向記者介紹，店內兒童化妝品在一百元左右，出廠廠家相同，祇是包裝有區別。商品包裝顯示廠商為廣東省汕頭市玄樂星科技有限公司，地址位於汕頭市澄海區。“玩具基本都是廣東那邊出的。”賣家表示，“你放心，兒童用絕對沒問題，不能用就不會給你推薦，我們也不會賣。我們進出貨都很多，很多人買。”

記者走訪發現，多家玩具店內在售兒童彩妝套盒，價格在百元左右，多由玩具公司生產。這些商品

包裝上基本都含有3C認證標誌，但大多數沒有化妝品生產許可證、批准文號等信息。

“如果是主打化妝品功效，但同時走的是玩具的審查路徑，肯定是存在問題的，至少說明監管在這方面職能有缺失。”謝恒認為。

近日已有監管部門注意到相關情況，7月19日，太原市市場監督管理局召開全市兒童化妝品監管專項執法培訓會。要求嚴格按照《化妝品監督管理條例》要求，以母嬰用品專賣店、兒童理髮店、嬰幼兒洗浴中心、兒童影樓和兒童玩具店(兒童彩妝)為兒童化妝品專項整治重點對象，以兒童化妝品產品質量、標籤標識及使用情況為重點檢查內容。

## 兩電商平臺排名前20產品中多數未提供資質

7月中下旬，記者在兩個電商平臺查詢了解兒童化妝品銷售情況，發現有萬件以上商品在售，其中某電商平臺一些商品已售出10萬+件。

其中一電商平臺上，相關產品售價在幾元至千元間，以銷量前20名的兒童化妝品為例，多數為包含眼影、口紅等彩妝的套裝，商品標題囊括玩具、過家家、無毒、公主、生日禮物等關鍵詞。

記者瀏覽發現，銷量前20的兒童化妝品中，售賣主體一半是玩具店，其餘大部分為母嬰店，個別為化妝品店。在售商品中，絕大部分聲稱有3C認證，部分稱有玩具和化妝品雙重資質，但在詳情頁面，提供化妝品批准文號或化妝品生產許可證號的產品數量為零。

記者逐個向20款商品的客服詢問是否有化妝品批號，祇有兩家客服明確答復有。

紅色小象兒童彩妝盒的產品客服表示“是妝字號的”，但未提供具體批號，記者了解到，該店售賣的彩妝為上海上美化妝品股份有限公司旗下的母嬰品牌紅色小象同款，可以在網絡查詢到化妝品批號。

一家玩具店在售冰雪奇緣兒童化妝品套盒，客服表示“是粵妝網備案”，可在詳情頁“迪士尼正版授權”處查看。點擊該頁面後記者看到化妝盒質檢報告，生產單位為汕頭市澄海區金泳樂化妝品有限公司，檢驗依據為《化妝品安全技術規範》等，檢驗結論為合格。

此外，有幾家客服表示需要查詢一下再回復，隨後則沒有正面回復，而是發來推銷信息，還有客服明確表示“沒有”。

在另一電商平臺，銷量前20的兒童化妝品中，售賣主體大部分為玩具店，其餘為美妝店、母嬰店。其中12款產品詳情標明有3C認證，5款註明有化妝品批號，3款無任何相關說明。部分商品詳情頁宣稱“擁有化妝品與玩具雙重資質，專為兒童研製”，記者諮詢客服後得到的答復是“沒有(化妝品批號)”。

如一家售賣南瓜車等款式彩妝盒的產品頁面顯示，“兒童配方安全無毒”，頁面提供的檢驗報告顯示生產單位為汕頭市緣如週科科技有限公司，檢驗依據為《化妝品安全技術規範》等，檢驗結論為合格。但在記者詢問化妝品批號時，客服答復稱“這是玩具”。

## 分類是玩具 零售價是批發價的三倍

兒童化妝品身上的“玩具基因”不僅表現在零售端，從生產源頭來看也是如此。

在百榮世貿商城，一家“迪士尼授權商品經銷商”玩具店裏，兒童化妝品產品有十種以上，標有化妝品生產許可證，由廣東省凱利達科技術有限公司和汕頭市澄海區金泳樂化妝品有限公司聯合生產。

記者在網絡檢索兒童化妝品批發情況，在“中外玩具網”看到數百款兒童化妝品，產品歸類于“過家家玩具”。該平臺上的商家多數位於廣東，以玩具類企業和化妝品企業為主，其中占據批發市場“半壁江山”的，為捷雅妮化妝品股份有限公司。在中外玩具網上，該公司主頁顯示其成立於2015年，是專業生產兒童化妝品的生產型工廠，“捷雅妮兒童彩妝系汕頭市群隆塑膠制品有限公司(簡稱：群隆玩具)旗下兒童彩妝品牌”。

在一電商平臺，不少玩具廠家表示可發現貨或代發，還有廠家支持加工定制。以默認排序靠前的第一款兒童化妝品套盒為例，頁面顯示由汕頭一家玩具公司生產，“支持亞馬遜、速賣通等各大網絡銷售平臺前來代理本廠產品”。商品詳情顯示售價4.50元-18.30元，有數十種規格可選，30天內已成交5000+盒。

該平臺上一家化妝品公司工作人員告訴記者，產品有3C認證，銷量可觀，全國各地的客戶都有，“沈陽開寶體玩具店的，也從我們這拿了冰雪奇緣彩妝套裝。”

在問及產品最低價格時，他表示，“二十來元就可以買到某電商平臺六七十元才能入手的熱銷兒童美妝產品”，“一樣的東西我們這價格要便宜三倍”。

“兒童彩妝工廠都是在廣東，國內買家主要由實體玩具店、母嬰店、微商及個人店為主。”上述工作人員告訴記者，兒童彩妝出口居多，以亞馬遜平臺為主要售賣渠道，國內一般是小孩子登臺表演時會購買。“零售單來講，客戶主要在河北、河南、江蘇、山東、廣東、湖北比較多，還有北上深。”他介紹。

在一電商平臺，兒童化妝品產品類別多標注為靜態塑膠玩具。一名賣電子和母嬰產品的賣家告訴記者，“兒童彩妝一般跟母嬰產品、玩具一起賣，國內在這方面的話是沒有標準的。”

## 兒童化妝品實際門檻、成本更高 連續5年企業注冊量遞增 2012年，原國家食品藥品監督

管理總局發布《兒童化妝品申報與審評指南》明確，兒童化妝品系指供年齡在12歲以下(含12歲)兒童使用的化妝品。明示適用於兒童的化妝品，應按照《化妝品行政許可申報受理規定》規定的兒童化妝品要求申報。未明示適用於兒童的化妝品，其產品包裝不得以圖案或其他形式顯示或暗示為兒童用化妝品。

國家藥品監督管理局官網曾指出，兒童化妝品大致有護膚、清潔、衛生用品及防曬產品幾類，其中清潔類及衛生用品最為多用。

“如何保證在安全、溫和和不刺激的情況下，要具有功效，且有較好的使用體驗，這對品牌的研發、供應鏈體系提出更高的標準。”上海美集團副總裁劉明在接受貝殼財經記者採訪時表示，與生產成人化妝品相比，兒童化妝品門檻更高。

劉明介紹，兒童化妝品的生產難在三個方面：對配方開發要求更高，應使用更精簡的配方體系，盡量少用防腐劑、着色劑和香精；對原料安全性要求更高，需選用有一定安全使用歷史的化妝品原料，不鼓勵使用基因技術、納米技術等新技術制備的原料；對檢測流程要求更全面，要加測人體斑貼實驗、雞胚實驗等，同時，兒童化妝品還增加了檢測測試、無毒測試、入口測試等檢測項目。

近年來，國家層面對於兒童化妝品的監管力度逐漸加強。2020年4月，國家藥監局在發布的《化妝品安全評估技術導則》中特別提出，在進行兒童化妝品評估時，在危害識別、暴露量計算等方面應結合兒童生理特點。

2021年3月，國家藥監局在《化妝品注冊備案資料規範》中明確，宣稱為嬰幼兒、兒童使用的產品，應同時提交毒理學試驗報告和產品安全評估報告。

對於以玩具標準售賣兒童化妝品的情況，劉明也有觀察到，“有些廠家沒有生產化妝品的資質，却將產品和玩具捆綁銷售，這類化妝品的品控往往存在一些問題，比如可能會有激素添加過量、原料品質低劣等問題。”

企查查向貝殼財經記者提供的數據顯示，截至2021年7月16日，全國範圍內共有1618家兒童彩妝/美妝相關企業。近5年相關企業注冊量逐年遞增，2019年注冊量為324家，同比增長41.4%；2020年注冊量為496家。與此同時，近5年來兒童彩妝/美妝相關企業吊注銷量總體呈波動下降趨勢，2018、2019、2020年吊注銷量分別為34家、26家和24家。從地域分布來看，廣東省以386家位居第一，河北省以280家位居第二，山東省92家位居第三。

此前，國家化妝品安全標準委員會主任委員孫有富曾在接受媒體採訪時指出，原國家食品藥品監督管理總局從未批准過任何一款彩妝類的兒童化妝品。

這意味着，市面上以兒童化妝品名義出售的彩妝產品，即使擁有化妝品批准文號、生產許可證號等信息，也祇能說明符合國家對其作為成人化妝品合格性的認可，實際上這些產品可能並不適用兒童。

6月，國家藥監局公開徵求《兒童化妝品監督管理規定(徵求意見稿)》意見，明確了兒童化妝品注冊人備案主體責任，提出了較一般化妝品更為嚴格的監管要求。7月，針對近幾年化妝品監管工作發現的化妝品安全風險，國家藥監局確定2021年下半年國家化妝品安全風險監測重點品種，主要包括兒童化妝品等18類產品。

