

部分商家未备案 竟敢标“小金盾”

电商平台上“儿童化妆品”乱象不少

近年来，随着化妆品细分市场的不断扩展和消费升级，专门适用于儿童的清洁、保湿、防晒、彩妆等化妆品受到家长、儿童以及一部分追求更安全、更天然和低致敏性消费者的青睐。上海市消保委近日委托专业机构选择了淘宝等 5 个消费者较常用的电商平台，进行网页宣传、商品外包装和标签查看。5 个平台的 50 件样品中，共有 37 件按照规定进行了“儿童化妆品”备案，并在销售包装展示面标注了“小金盾”标识，占比达到 74%。

□ 记者 章炜

详情页宣传“儿童适用”却并未备案

上海市消保委发现，有 5 件样品销售者通过产品信息关键词组合中加入“儿童”，在商品详情页宣传儿童适用或辅以儿童形象进一步展示、说明商品，让消费者以为是儿童化妆品，实际未进行儿童化妆品备案，系普通人群化妆品。有的样品中使用的着色剂或防晒剂数量超过了《儿童化妆品技术指导原则》的建议。

例如，淘宝天猫药都仁和旗舰店经销的产品信息关键词组合为“仁和剪发虫儿童去屑止痒洗发水专用女童男中大孩露青少年去旗舰店”，备案名称“人仁和匠心爱肤宜老醋王洗发露”系普通人群化妆品，没有“小金盾”标识，标签标注使用人群为普通人群，但在网页上多处宣称适用于儿童。此外，该产品备案的功效只有保湿，但在网页上多处有去屑、修护、滋养等功效宣称的字样；网页中提及的“所选测试人员均无过敏现象”字样旁的报告非致敏性测试报告。

京东慕缘美妆店经销的产品信息关键词组合为“xixi 花语微醺双色儿童专用腮红粉质细腻显气色显白不挑皮舞台演出胭脂 3# 幻白山茶”，备案名称“xixi 花语微醺腮红 03# 幻白山茶”系普通人群化妆品，没有“小金盾”标识，但产品信息关键词组合中使用了“儿童专用”字样。《儿童化妆品技术指导原则》提及配方中使用 4 种以上（含 4 种）着色剂时，应当说明所用原料种类、用量的科学性和必要性，开展相关研究确保产品使用安全，必要时，提交人体安全性试验数据作为证据支持。而普通人群化妆品没有这个要求，该产品添加了 7 种着色剂，难以确定该产品用于儿童时的安全性。

上海市消保委还发现，部分商家的网页宣传易让消费者将“消”字号消毒卫生产品误认为儿童化妆品。搜索“儿童洗发”关键词时，发现 2 件“消”字号的产品，此类产品属于卫生消毒用品，和化妆品的使用方式不



资料图片

新品首单直降8元 88VIP红包立减2元

¥8 新品礼金首单限享一次 即可用



人气新品 当月上新

人气指数2万+

天猫 儿童防晒霜 宝宝幼婴儿男女学生小孩子专用
大人通用喷雾防晒乳50倍

消保委供图

同。例如，拼多多商家“剪发虫克星”经销的产品信息关键词组合为“儿童专用剪发虫洗发水女孩卷发虫吃发虫儿童去屑止痒去螨虫洗发露”，备案名称“屑螨灵抑菌洗发液”系消字号产品，但页面内容容易让消费者误认为是功效型的儿童化妆品。此外，其成分中的独角莲提取物列入了化妆品禁用植（动）物原料目录中。

消保委：应保障消费者的知情权

根据国家药监局《儿童化妆品监督管理规定》，要求自 2022 年 5 月 1 日起，申请注册或备案的适用于 12 岁（含 12 岁）以下儿童的儿童化妆品必须进行“小金盾”标签标识。

上海市消保委发现，2 件样品未进行“儿童化妆品”备案，却在网页或商品外包装上标识“小金盾”，涉嫌欺骗消费者。例如，淘宝天猫厄里斯旗舰店经销的产品信息关键词组合为“儿童防晒霜宝宝幼婴儿男女学生小孩

子专用大人通用喷雾防晒乳 50 倍”，备案名称“安歌依防晒喷雾 SPF50 PA+++”系普通人群化妆品，产品没有“小金盾”标识，但在网页上多处宣称适用于儿童，并虚标了“小金盾”标识，客服还在与消费者的对话中强调是支持儿童使用的。消保委还发现，2022 年 5 月 1 日前申请注册或备案的个别老产品、个别已注销的老产品还在流通销售，上述产品可在保质期内销售，不需要按照新的规定执行。

市消保委建议平台商家应当按照《消费者权益保护法》要求，真实、全面地介绍商品的质量、性能、用途、有效期限等信息，不得作虚假或者引人误解的宣传。同时，根据《儿童化妆品监督管理规定》的要求，进行注册、备案和标识，不能通过在产品信息关键词组合中加入“儿童”、“儿童专用”，在宣传页面中展示儿童形象等方式，让消费者将普通人群化妆品误认为是儿童化妆品。此外，建议电商平台设置专门的“儿童化妆品”分类标签，更好地保障消费者的知情权。

二手店卖假“LV” 销售额超400万元 当事人涉嫌犯罪

□ 见习记者 王戴然

近日，某主播在电商平台售卖“95 新 路易威登”包，经路易威登中国区鉴定，所售包包均为“侵权商品”。该公司指出，“对于购料加工销售，即店铺购买二手奢侈品包，改成新包并销售，这种制作销售方式会保留原包品牌 LOGO，销售时也可能直接冒充原包品牌的商标，这种行为属于侵犯他人商标权的行为。”

宝山区市场监管局执法人员在当事人经营场所内查获大量标示为 LV (LOUIS VUITTON) 品牌的各类款式包及配件，以及用于当事人电商平台店铺内直播的设备。店铺内，上架商品均标注为“95 新 Louis Vuitton/ 路易威登”，且标价为 2999 元至 7199 元不等，相关商品共计 400 余件，累计销售额超 400 万元。

经初步鉴定，现场查见的货品均为擅自使用“路易威登”注册商标且做工粗糙的假冒注册商标的商品。当事人销售侵犯商标专用权商品的行为，已涉嫌构成犯罪，宝山区市场监管局根据有关规定，将该案移送公安机关依法查处。

上海一传销组织 被罚没3900万元 骨干成员获刑

□ 见习记者 王戴然

近日，上海市杨浦区市场监督管理局联合公安部门，对上海巨赢客数字科技有限公司开展执法检查，同时，远在广州、福州和浙江台州分属四地的执法人员与公安机关密切配合，对违法人员集中收网。

据了解，上海巨赢客数字科技有限公司设计了“网联嘉会员制度”，缴纳一定费用后获得发展会员资格，同时会员可通过“网联嘉”APP 扫码支付功能进入支付模块对信用卡刷卡套现，在此基础上会员可以拿到自身和下线刷卡金额一定比例的分润奖励。“网联嘉”会员共有七个级别，需要达成相关条件才能成为相应级别的会员，成为黄金及以上会员后，无论是直接推荐人员加入，还是自己的下线推荐人员加入，均可获取不同比例的“直推”和“间推”返利。

执法人员相继对“网联嘉”背后的违法行为实施“全环节、全要素、全链条”打击，对当事人组织策划传销的违法行为作出没收违法所得 3700 余万元、罚款 200 万元的行政处罚，并将其列入严重违法失信名单。对另外三家相关企业和个人作出了罚没合计 70 余万元的行政处罚，拔除了软件背后的网络技术支撑。当事人曹某灯、邹某玲等骨干人员因组织领导传销行为构成犯罪，已获刑。