

专家：定制化妆品既不安全又涉嫌违法

私人定制产品泛滥 质量检验结果存疑

“一人一方，‘定制’专属你的美白霜。按你的要求，解决问题。”某购物平台上，一位主播这样介绍其销售的“私人定制”化妆品——美白霜。该主播卖力推广的美白霜属于“特殊用途化妆品”，即“特”字号化妆品。此类化妆品主要包括美白、祛斑、染发、烫发、防晒5大类，需要通过相关部门的行政许可检验，获得“特”字号之后才能出售。

然而，记者近日调查发现，宣称“私人定制”的“特”字号化妆品在网购平台和一些直播间异常火爆，卖家通过定制化的方案、有针对性的配比以及所谓的惊人效果，让买家“激情”下单，而至于其是否获得相关的行政许可检验，很多卖家不置可否。

受访专家指出，未经检验的定制类“特”字号化妆品不一定安全，产品成分是否含有激素、重金属含量是否超标等均未可知。一些商家销售自制化妆品原材料，相当于将生产场所转移到外面，涉嫌违反产品质量法。建议提高监管效率，利用大数据、区块链等手段，将不安全产品阻挡在市场之外，同时加大违法惩处力度，形成震慑力。

在某购物平台上，记者注意到，不少店铺售卖私人定制的美白霜、祛斑精华液、抗老桃花霜等带有功能性的特殊用途化妆品，这些产品的价格大多在百元左右。其中号称“高级修复方案”的产品，一套下来总价在300元以上。

这些商家自制的特殊用途化妆品，宣传功效主要集中在“美白、淡斑、祛皱、抗老”等方面，在售卖服务上也有自己的一套流程。以“某祛斑修复馆”为例，客服介绍其售卖的祛斑霜虽然外包装相同，但每一瓶里面的成分不一样。商家可根据客户的长斑位置、时间进行“特殊的成分搭配”。紧接着，对方发来一张“搭配室”的照片，彼时已是晚上11点，客服称“如果现在下单可立即进行现场配置，‘对症下药’，用完就见效果”。

至于具体效果，客服进一步解释称，如“肌底层改善”“避免黑色素游离沉积”等。当记者问及是否具备相关质检证书和国妆“特”字审批时，对方发来了“特”字号备案证明，不过被问及“私人定制”的美白霜和送检的产品成分、制作工艺是否相同时，对方含糊回答道：“出一瓶，检一瓶，肯定忙不过来了。”

值得注意的是，今年11月，国家药品监督管理局

发布《关于开展化妆品个性化服务试点工作的通知》，在部分地区开展化妆品个性化服务试点工作，明确指出“特殊化妆品”和“儿童化妆品”不参加试点。

受访专家指出，从通知内容来看，美白霜、祛斑精华液等属于特殊用途的化妆品，不允许开展个性化定制服务。

“试点的个性化服务仅限于被选取企业的普通化妆品。不能以试点为名，扩大使用范围。”中国卫生法学会常务理事、北京华卫律师事务所副主任邓利强说，如果商家卖此类定制化的特殊用途化妆品，会因化妆品销售没有备案受到处罚。

根据《化妆品监督管理条例》，如果商家擅自销售未经备案的化妆品，将由负责药品监督管理的部门没收违法所得、违法生产经营的化妆品和专门用于违法生产经营的原料、包装材料、工具、设备等物品；货值金额1万元以上的，并处货值金额15倍以上30倍以下罚款；情节严重的，责令停产停业、由备案部门取消备案或者由原发证部门吊销化妆品许可证件，10年内不予办理其提出的化妆品备案或者受理其提出的化妆品行政许可申请。

自制原料肆意售卖 手工操作存在隐患

还有一些商家售卖“材料包”，由顾客自制化妆品实现“私人定制”效果，具体操作模式是商家出售化妆品原材料、制作工具和制作方案，顾客自行制作完成。此外，这些商家会根据备注要求搭配不同的原材料，宣称“能根据顾客的肤质来配比，收货后自己制作就可以了，让顾客更放心”。

记者调查发现，这些可由顾客自制的化妆品中有不少属于“特殊用途化妆品”范畴，如光甘草定美白霜材料包、美白淡斑修复霜材料包、美白蜗牛水乳原料包等，均价在60元左右，比商家定制做好的美白霜类化妆品均价低一半。

低廉的价格、新奇的制作方式吸引了不少顾客购买化妆品原料包。据一家售卖此类原料包的商家介绍，这些原材料均为“草本精华”，甚至达到可食用级别。还有商家直接提供生产许可证，称“绝对安全”。

可这些宣称“有保障”“效果惊人”“绝对安全”的特殊用途化妆品能肆意流向市场吗？

“有些商家称其化妆品是‘天然食品级材料’，甚至搞出‘吃’化妆品的噱头，但这些都不能作为合格化妆品的上市售卖证明。”邓利强说，商家即使提供了生产许可证，也不意味着其可售卖自制化妆品原材料，因为化妆品生产许可证只能证明其可出售自己生产的化妆品成品，并不包括“半成品”或原料包，将“半成品”拿出去卖，相当于将生产场所转移到外面，涉嫌违

反产品质量法。

在邓利强看来，顾客自制化妆品，尤其是特殊用途化妆品，仍存在许多问题：化妆品没有无菌的加工环境，易变质，存在感染、过敏等健康隐患；顾客手工而非机械化生产，原材料的调配比例很难做到精准控制，操作过程的偏差也会导致产品质量参差不齐；就算成分原料安全，但生产中各异的化学反应难以把控，导致成品的稳定性、微生物指标、毒理的安全性等都可能存在问题。

调查中，记者还发现，不少“特”字号化妆品存在夸大产品效果、虚假宣传等现象。如一家精油批发店，其主要销售“淡斑消斑精华液”，并称具有奇效，但商品评论区有许多买家反映该产品并没有祛斑效果。

对于此类行为，邓利强认为，商家为了提高销量，利用“祛斑淡斑”等具有特殊功效性的宣传词语，过分夸大甚至作假产品的真实使用效果。

根据《化妆品监督管理条例》规定，化妆品广告的内容应当真实、合法。化妆品广告不得含有虚假或者引人误解的内容，不得欺骗、误导消费者。

“显然，商家存在对商品作虚假或引人误解的商业宣传。”邓利强说，根据《化妆品监督管理条例》，违反者可依照广告法规定给予处罚；采用其他方式对化妆品作虚假或者引人误解的宣传的，依照有关法律的规定给予处罚；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

提升智慧监管水平 加大违法惩处力度

为什么“特”字号化妆品乱象频发？

北京大学医学人文学院卫生法学教授王岳分析，首先，在产品的抽检制度中，由于监督检查部门在人力和技术上均具有局限性，导致漏网之鱼占绝大部分，一些不法企业存在侥幸心理，既想要通过“定制”博取眼球和销量，又想躲过报备和质检抽查；其次，由于产品的监管牵涉卫生健康、市场监督管理、综合行政执法等多个部门，多头监管往往会出现谁都不管，导致监管力度不足。

“当前行政处罚手段局限于没收、罚款和吊销执照等，刑事责任目前又过于‘谦抑’，导致违法收益与惩罚之间失衡。此外，广大群众对‘特’字号产品和药品、化妆品之间的区分缺乏相关知识，由于信息不对

称，容易出现错误判断。”王岳说。

对于如何规范“特”字号化妆品市场，王岳建议，提升智慧监管水平和监管效率，监管部门应利用大数据、区块链等手段，在第一时间掌握产品的质量安全信息，最大限度把不安全产品阻挡在市场之外；还要加大对“特”字号化妆品生产、销售和违法宣传的刑事责任追究力度，形成一定的震慑力。

“消费者也应提高对广告信息的辨别能力，要有维权意识，注意留存证据，必要时向药品监督管理部门进行举报。”王岳说，与此同时，要完善健全由消协负责的公益诉讼机制，努力解决消费者不愿意和无能力维权的问题。

（据《法治日报》）



网络图片