



某社交平台上的儿童化妆品推荐



儿童化妆视频截图



儿童化妆品套装

儿童美妆视频火了！律师有话说—— 找儿童代言化妆品涉嫌违法 最高可罚100万

近来，网络上出现了一批儿童美妆博主，引发社会关注。视频中，从开箱到讲解，从试色到上妆，这些孩子表现得颇为专业，有的孩子甚至可以在没有家长帮忙的情况下，独立完成一套全妆。5月26日，现代快报记者了解到，如果用儿童代言化妆品，涉嫌违反广告法及《网络直播营销管理办法(试行)》，情节严重的可处100万元罚款。

现代快报+/ZAKER南京记者 季雨 江楠 谢喜卓

现象

开箱、讲解、试色、上妆 儿童“美妆博主”很专业

彩妆世界似乎是成人的专属，但却做不到谢绝儿童参观。在某网络短视频App里，以“儿童美妆”为关键词进行搜索，出现了不少视频。内容多样，有儿童品牌彩妆测评视频内容，有儿童化妆教程，还有儿童全套护肤教程……在一些短视频中，小朋友还会针对某款儿童化妆品，进行开箱详细解说并试妆。

现代快报记者注意到，在一个视频里，五岁小女孩在给大大家做一个儿童化妆品开箱，粉底、眼影、腮红、唇膏……小女孩的一整套讲解非常专业，甚至在讲解粉底液时，会蘸取少量粉底液在手背上进行试色。视频中，在没有大人帮助的情况下，小女孩还用这套彩妆化了全妆。这个视频的发布者

是小女孩的母亲，目前在该平台上的粉丝数超过10万。

记者通过搜索发现，在该平台上分享孩子化妆日常的宝妈们还有不少。这些儿童美妆视频的发布者大多是孩子父母，他们会分享养娃的点点滴滴，并分享各种养娃“好物”，包括学习、服饰、生活产品。临近“六一”儿童节，不少爸爸妈妈还购买了儿童彩妆送给孩子。

而相关调查数据也从另一个方面验证了儿童美妆的“蓬勃发展”。据某平台数据显示，2020年国内儿童彩妆消费同比2019年增长了300%，85后的妈妈最爱给孩子买儿童彩妆。河北、山东、四川三个地区的销量已经超越北上广地区，成为儿童彩妆的前沿消费地区。

解析

部分化妆品有刺激性成分 可导致儿童皮肤过敏

对于此类现象，家长们有何看法呢？记者注意到，在这些短视频的评论区，少部分家长觉得小朋友演示化妆很好玩，而大多数人认为“小朋友该做他们这个年龄段该做的事”。

“现在市面上很多儿童化妆品，其实并不具备专业资质，而且压根儿就不属于化妆品，甚至就是一个玩具。”南京一名从事美容行业多年的工作人员告诉记者，很多家长无法分辨市面上的儿童化妆品是否属于合格产品。“如果使用了不合格产品，不仅可能影响到孩子的皮肤，严重的甚至会引发过敏性皮炎。”

中国医学科学院皮肤病医院药师介绍，儿童的体表面积

与体重之比相对大，对药物、化妆品吸收的比成人多，频繁化妆对儿童的皮肤是不好的。而且，不同于儿童药品，儿童化妆品的说明书中对用法用量的介绍并不十分严谨，消费者在使用时也无法精确用量。

从很多儿童化妆的视频来看，不少儿童所使用的是成人化妆品。而成人化妆品里会含有酒精、丙二醇、防腐剂、香精等化学成分，不少成人都会对这些刺激性成分过敏。相较于成人，儿童的皮肤更加娇嫩脆弱，对一些化学成分和一些有害物质更敏感。如果长期使用，可能会产生皮肤过敏之类的问题。

律师

找小朋友代言，涉嫌违法！ 情节严重可处100万罚款

江苏同大律师事务所律师李小亮告诉记者，由国家互联网信息办公室等七部门联合发布的《网络直播营销管理办法(试行)》，已经从今年5月25日起施行，该办法对直播间运营者和直播营销人员提出了明确要求。在年龄方面，直播营销人员或者直播间运营者为自然人的，应当年满十六周岁；十六周岁以上的未成年人申请成为直播营销人员或者直播间运营者的，应当经监护人同意。

李小亮表示，针对网上直播儿童化妆或发布儿童化妆视频的现象应该一分为二地看。“如果家长通过直播平台发布小朋友化妆的视频，甚至让小朋友直接出镜直播，在此过程中，无意之中为某些化妆品打了广告，但实际上与化妆品公司无关。”

市场监管部门相关负责人表示在接受记者采访时也表示，如果儿童化妆视频中并未刻意展示具体的产品，更多的是“表演式”地展示化妆技巧。从本质上来说，这类视频属于消费者个人行为。

不过，针对这种情况，李小亮指出，网络短视频发布平台负有监管责任，应当要把好关，毕竟大众化的视频在网络上传播，容易给其他小朋友造成误导。

另一种情况——如果是广告商直接委托小朋友视频代言化妆品，并在网络上发布，就涉嫌违法。儿童是无民事行为能力人，他对社会的认知能力、对事物的认知能力有限。根据广告真实性的原则，一个对社会认知能力有限的人做广告，就违背了广告真实性的原则。广告法第三十八条规定，不得利用不满十周岁的未成年人作为广告代言人。同时，广告法第四十条规定，在针对未成年人的大众传播媒介上不得发布医疗、药品、保健食品、医疗器械、化妆品、酒类、美容广告，以及不利于未成年人身心健康的网络游戏广告。

“广告法规定，利用不满十周岁的未成年人作为广告代言人的，由市场监督管理部门责令停止发布广告，责令广告主在相应范围内消除影响，处广告费用一倍以上三倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处十万元以上二十万元以下的罚款。”李小亮告诉记者，情节严重的，处广告费用三倍以上五倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处二十万元以上一百万元以下的罚款，可以吊销营业执照，并由广告审查机关撤销广告审查批准文件、一年内不受理其广告审查申请。

关注 儿童安全

儿童安全座椅 正式写入法律 专家建议明确惩罚措施

今年6月1日，新修订的《中华人民共和国未成年人保护法》(以下简称“未保法”)将正式实施。修订后第十八条规定：“采取配备儿童安全座椅、教育未成年人遵守交通规则等措施，防止未成年人受到交通事故的伤害”，这是“儿童安全座椅”首次被写进全国性立法，使得儿童安全座椅成为儿童乘车出行的必选项。

事实上，2016年5月1日起实施的《南京市未成年人保护条例》(以下简称“条例”)中，就明确规定“携带未满四周岁的未成年人乘坐家庭用车的，应当配备并正确使用儿童安全座椅。”不过，无论是未保法还是条例，都对不使用儿童安全座椅制定具体的惩罚措施。对此，相关专家建议，为儿童乘车安全，应提供更加明确的规定和细则，从法律责任上进一步进行约束。

现代快报+/ZAKER南京记者 王瑞

正确使用儿童安全座椅等约束装置，是目前保护儿童乘车安全的最有效手段，是减少儿童道路交通伤害的重要途径。

根据《中国儿童道路交通蓝皮书2018》数据显示，发生交通事故时，汽车内未安装儿童安全座椅情况下儿童交通事故的死亡率是安装了儿童安全座椅的8倍，受伤率是后者的3倍。而世界卫生组织《2018年道路安全全球现状报告》显示，在报告调研的175个国家中，有84个国家制定了儿童约束系统的国家立法。今年，儿童安全座椅也纳入了我国全国性立法。

采访中记者了解到，《中国儿童道路交通安全蓝皮书2015》显示，我国仅10%的儿童乘车时使用安全座椅，而在欧美等发达国家，这一数字超过90%。这一比例近几年来虽然有所提升，但是距离发达国家仍有很大差距。

不少家长仍然认为，乘车时抱着孩子就是安全的。交警部门表示，如果父母抱着孩子乘车，哪怕是在市区里以50km/h的速度前行，紧急刹车时，受惯性影响，孩子也将以50km/h的速度冲撞人的手臂。若在此时发生碰撞事故，孩子体重将在瞬间增加到30多倍。以8kg的孩子为例，这冲击力将达到255kg，相当于人要在瞬间抱住5袋水泥。在这种情况下，家长根本不可能抱得住孩子。

国内的儿童安全座椅普及率之所以低，除了家长安全意识滞后，对儿童安全座椅的认知和使用存在误区外，也与我国在儿童安全座椅的使用上没有统一的强制性法律规范有关。使用儿童安全座椅的强制性法律及其有效落实，能够极大提高儿童安全座椅的使用率。

不过，未保法中并未对不使用儿童安全座椅给出具体惩罚措施。而已经出台法规的地区中，南京、山东和上海也没有制定相应的惩处办法。只有深圳不仅将儿童安全座椅入法，并且规定违法的驾驶员将被罚款300元。

这就意味着，未保法正式实施后，如果家长仍未为未成年人配备并正确使用儿童安全座椅，对其也没有相应的处罚标准和与之相对应的行政执法部门。记者从南京交警部门获悉，就目前而言交警在日常工作中，如果发现家长没有给孩子使用儿童安全座椅，也只能对家长进行倡导，并不能对其进行查处或是强制要求。

对此，相关专家也建议，新修订未保法实施的同时，应尽快出台不使用儿童安全座椅的惩罚措施，尽可能保障儿童安全座椅的普及和使用，“惩罚不是目的，而是为了更好保障未成年人的权益，建议进一步明确规定监护人、其他家庭成员、驾驶人员携带儿童时，未能正确使用儿童安全座椅将要面临的法律责任。”