

CBD 等拟禁用于化妆品 工业大麻化妆品要“凉凉”？

近年来,工业大麻化妆品风靡,不仅在社交平台上话题度高,销量也飞速增长。很多人对工业大麻化妆品的认知源于铺天盖地的网络推荐。工业大麻叶提取物中最主要成分为大麻二酚(CBD),在国际上,CBD应用于护肤方面,展现出解决皮肤干燥、抗老化、修复、抗氧化等效果。不过,中国食品药品检定研究院已出手,拟将大麻二酚等原料列为化妆品禁用组分,对工业大麻化妆品原料进行监管。

■新快报记者 陈思陶



■廖木兴/图

品牌布局销量增长,工业大麻化妆品火了

这两年,工业大麻化妆品火了。据 Future Market Insights 报告预测,2019—2027 年,全球大麻二酚(CBD)护肤品市场销售额预计将以 33.4% 的年复合增长率不断扩大。另据 Canopy Growth 测算,潜在的全球工业大麻市场规模将达 5000 亿美元。

在国内,工业大麻化妆品同样热度极高。据阿里公开数据,天猫淘宝 CBD 化妆品销售额从 2020 年 1 月的 5 万元,8 月飙升至 380 万元,8 月销售额环比增长速度为 52%,1~8 月月均增长速度超过 1000%。

据国家药监局有关备案平台显示,工业大麻化妆品的产品备案从 2019 年开始上升,2020 年新增 1783 个,2021 年 1~3 月期间新增 300 多个;产品范围涵

盖主流品类,包括洁面、水乳、精华、洗护等。入局工业大麻化妆品的品牌不仅有雅诗兰黛、欧莱雅、丝芙兰等国际美妆集团,云南白药、广州浪奇、春纪、植美村等传统国货品牌,还有溪木源、KPC 等新锐国货品牌。随着工业大麻水涨船高,2019 年成立的溪木源在今年 1 月完成数千万美元 B 轮融资,不到两年时间已拿到六轮融资,受资本市场看好。

对此热度,广东药科大学专家指出,工业大麻化妆品的走红一方面受国际市场影响。在 2017 年,工业大麻中非成瘾活性成分大麻二酚(CBD)获得了世界卫生组织的认可,并作为非受控物质列入国际清单,国际上对于工业大麻的严格政策慢慢放开。记者了解到,目

前,部分欧美国家、地区已推进医用、护肤、保健等领域的大麻合法化。受此影响,国内工业大麻市场也不断发展,云南、黑龙江两省以审批发放牌照的方式允许工业大麻上游的种植、加工;化妆品作为国内工业大麻唯一应用,下游产品溪木源、麻妆、魔力肌源、KPC 等大麻叶护肤品已经上市销售。

另一方面,“成分派”的出现和疫情下“口罩脸”问题,也加速了工业大麻化妆品的流行。该专家表示,工业大麻叶化妆品可能成为安全、有效、快速解决敏感肌、痘痘肌等肌肤问题的首选;同时,针对“口罩脸”的困扰,工业大麻化妆品抓住消费者痛点,强调其有效成分舒缓修复、抗氧化和祛痘的功效,在“口罩脸”问题下异军突起。

市场鱼龙混杂,消费者难以辨识

工业大麻化妆品火爆的同时,却在品牌宣传和消费者教育等方面乱象频出。

在原国家食品药品监督管理总局 2015 年发布的《已使用化妆品原料名称目录(2015 年版)》中,将 01777 大麻(CANNABIS SATIVA)仁果、01778 大麻(CANNABIS SATIVA)籽油、03122 大麻(CANNABIS SATIVA)叶提取物,共计三个工业大麻来源的原料纳为已使用化妆品原料目录成分。但是,大麻二酚(CBD)这一近期最火爆,也是工业大麻产业界在大力推动使用的成分,并不在已使用化妆品原料目录中。因此,宣称产品中含有 CBD 即存在违反化妆品法规等问题。

在 CBD 没有被列入可以使用名单的前提下,工业大麻化妆品却在宣称上将其放在 C 位,在电商平台上搜索关键

词 CBD、精油、精华、面膜、洗面奶等产品仍在售,部分品牌甚至宣称纯度高达 99%;部分品牌将 CBD 宣称放在显眼位置,但成分表对 CBD 的浓度和含量含糊其辞,以大麻籽油或大麻叶提取物做替代,而大麻籽油不含 CBD,CBD 也只是大麻叶提取物中的一种,这样的宣称同样不符合国家规定。

同时,由于国外 CBD 产品的存在,代购成为消费 CBD 产品的途径之一。有卖家告诉记者,目前国内正品 CBD 产品主要靠代购,但这两年冒出很多假冒山寨产品,此类产品在某货源电商平台上,30ml 单支售价不到 50 元;也有山寨品会注册官网和商标,但存在中式英语、注册时间短等问题,该卖家表示,通常此类网站注册时间在 2019 年和 2020 年,多属于蹭一波热度。

迎来从严监管,CBD 等拟被列为禁用成分

一边是鱼龙混杂的市场,一边是关乎消费者身心健康的大事,工业大麻化妆品迎来强监管。3 月 26 日,中国食品药品检定研究院发布了《关于就修订化妆品禁用组分公开征求意见的通知》,根据国家禁毒管理相关政策要求,拟将大麻仁果、大麻籽油、大麻叶提取物和大麻二酚(CBD)等原料列为化妆品禁用组分。

在电商平台上,3 月 29 日生效的《天猫国际化妆品平台标准》在商品属性发布规范中,多了“是否含有 CBD”的选项,当选择为“是”时,需上传对应商品的四氢大麻酚(THC)检测报告,且 THC 含量应不超过 0.3%。

这样的规定将影响广州浪奇、美瑞健康、云南白药、昆药集团等进入工业大

麻化妆品领域的企业,但工业大麻化妆品行业需要更有力的政策来规范乱象。同时,中国食品药品检定研究院在《通知》显示,在 4 月 19 日前向社会公开征求意见,化妆品行业作为国内工业大麻唯一合法的应用领域,未来原料来源如何合法合规,怎样科学监管,目前仍是未知数。

中乳协发文 制止高价抢奶

新快报讯 3 月 29 日,中国乳制品工业协会发布《关于坚决制止高价抢奶行为的通知》,要求会员单位执行各地制定的原料奶收购指导价,不抢奶、不降质、不压价、不抬价。

《通知》称,“近来,协会不断接到会员单位的反映,在一些地区又出现了高价抢奶现象。这是一个非常危险的信号,是破坏行业自律公约的不道德行为”,并表示“要认真汲取‘三聚氰胺’事件的沉痛教训,维护好来之不易的好形势,坚决制止高价抢奶的行为。”

乳协方面表示,各地调节余缺要通过友好协商方式解决,协会将根据举报情况,约谈抢奶者,并视情况予以通报批评。(陈思陶)

麦当劳在中国内地 首推植物肉系产品

新快报讯 近日,麦当劳中国在上海、广州、深圳同步推出限时早餐新品——“植造厚制早餐肉系列”,这是麦当劳在中国内地植物肉领域的首度尝试。该系列共五款产品,在原有早餐产品的基础上,融入源自大豆的“植造厚制早餐肉”食材。麦当劳称,该系列的“厚制早餐肉”系大豆蛋白制品,由天然植物成分提取打造,提供蛋白质和膳食纤维。(陈思陶)

广告又被质疑低俗 椰树这次还很“刚”

新快报讯 3 月 25 日,椰树集团在其官方微博上发布招聘广告,“入学就有车、有房、有高薪、肯定有美女帅哥追”等内容引发争议。随后,海南省市场监管局依法对椰树集团发布涉嫌违法广告的行为进行立案调查。4 月 2 日,海南椰树集团发布文章否认涉事广告违法违规,还称担心企业会被“全国炒作查处”一事“搞垮”。

引发广告“低俗”质疑,椰树实为“老手”。2019 年,椰树牌椰汁以“大胸美女”上包装,“从小喝到大”的疑似双关广告语引起争议,椰树称该广告没有违反广告法,并得到中国广告协会批准。最终,海口市龙华区工商局认定椰树集团广告妨碍社会公共秩序或者违背社会良好风尚,作出罚款 20 万元的行政处罚。

在椰树数十年如一日“美工离职式”广告“熏陶”下,网友习惯成自然,称“椰树如果换风格会被怀疑是假货”“广告就摆在那里,有没有问题应该交给法律”。(陈思陶)



更多快消资讯
扫一扫获取