

“国货之光”百雀羚涉嫌添加禁用原料？

上海市药监局：不存在违规行为

“一朵喇叭花”让百雀羚冲于风口之上。

11月20日，一张举报答复书在网络流传，内容为上海市药品监督管理局针对百雀羚涉嫌添加禁用原料的举报予以答复，认定举报内容基本属实，并决定立案调查。“百雀羚化妆品涉嫌添加禁用原料基本属实”相关话题登顶微博热搜，但随后百雀羚就发布公告称不存在违法添加禁用原料的行为，此次涉及的产品及成分，在2021年就已调整了配方，相关产品也已通过化妆品备案。

对此，百雀羚官方工作人员回复称可能被恶意举报，而记者走访成都百雀羚体验中心，线下销售产品未见禁用原料。而行业人士表示，涉案禁用原料圆叶牵牛提取物曾被用作皮肤调理剂，具有潜在毒性，但从产品的配方表来看排序很靠后，基本上是属于概念添加成分。

11月20日晚，上海市药监局对此回应称，百雀羚不存在违规行为。



百雀羚体验中心外硕大的招牌

实地探访：

线下销售产品未见禁用原料

11月20日上午，记者来到了位于成都市青羊区的百雀羚体验中心，进进出出有不少经销商来选货，只见现场货架上摆放着各种百雀羚品牌护肤品。该销售人员介绍，公司作为百雀羚在四川地区的商超总代理已经有20多年，主要为省内的大型百货、连锁商超供货。百雀羚品牌在川内销量一直不错，公司年销售额超亿元。

据百雀羚此前发布的情况说明，公司曾在2021

年生产的“水净透精华洁面乳”产品成分中添加“圆叶牵牛提取物”，2021年5月26日之后，百雀羚没有再生产过任何添加有该原料的产品。记者询问是否还有添加涉及争议提取物的老版洁面乳在售，该体验中心销售人员表示，老版已经更新不会再生产，市面上应该不会再有官方商柜等售卖。

“这款算是在洗面奶品类中卖得最好的。”上述销售人员介绍，由于洗面奶品类畅销，而老版的洗

面奶早就卖完了，现在也拿不到货了。百雀羚所有产品开封前保质期为三年半，目前在售的这款洁面乳是今年生产的新一代产品。“这些产品几乎每隔一两年就会更换新产品包装，成分可能也有所变化。”

记者在店中查看了其他百雀羚产品也未见有“圆叶牵牛提取物”。而让百雀羚此次位于风暴中的“圆叶牵牛提取物”到底是何物呢？



涉事产品

2021年5月26日国家药品监督管理局发布《化妆品禁用原料目录》，将圆叶牵牛提取物列入其中。

禁用原料“圆叶牵牛”：

曾被用作皮肤调理剂，有潜在毒性

“在此前，圆叶牵牛提取物在化妆品行业属于小众偏门成分，在护肤品中的作用主要是皮肤调理剂（保湿和抗氧化），但从产品的配方表来看排序很靠后，基本上是属于概念添加成分，都是微量添加。”化妆品配方中高级工程师、知乎百大护肤博主宅小宅向记者表示。

宅小宅介绍，该提取物2021年被列为禁用原料，因为在急性毒性方面，圆叶牵牛的不同提取

物对小鼠表现出不同程度的急性毒性，其中正丁醇提取物的毒性最强。此外它还能用作杀虫，对人体皮肤有刺激和过敏的风险。

记者梳理，国家药品监督管理局组织专家对圆叶牵牛（学名：Ipomoea purpurea）提取物的安全性进行了评估。评估结果表明，该原料具有潜在毒性，包括胃肠毒性、肝肾毒性，不适合作为化妆品原料使用。因此，

疑点重重：

为何多位博主提前收到爆料？

值得注意的是，在行业人士看来，本次百雀羚事件仍有不少疑点。

据化妆品成分查询平台美丽修行App显示，涉案的这款产品2021年之后备案的版本中均不含圆叶牵牛提取物，只在2017年备案（已经注销）的版本中有添加。“已到2024年年底，这个原料不应该出现在任何市售产品中。抽检的样品来源是如何论证的？同时圆叶牵牛提取物这种没有确定分子式，也没有标准检测方法，添加量极低的成分，是如何被

检测出的？”宅小宅提出了自己的疑问。

同时，她还向记者说明这个事情并非在20日早上才知晓，“百雀羚被曝使用禁用原料的事情，昨晚就在圈子里传开了，但是我们一致认为事情没有这么简单。”

随后记者咨询了多个化妆品行业博主，有博主称19日晚上行业内的相关媒体和人士就收到了举报人的信息，但不确定是否与微博名是“惹惹惹”的第一“爆料人”为同一人。“我们后台也收到网友爆

料，称百雀羚涉嫌添加禁用原料，并附上一张举报答复书。”账号为化妆品观察的博主回复记者称，收到爆料信息是19日17点13分，而在微博首发的“惹惹惹”发布时间为17点10分。

据了解，20日一早百雀羚首席技术官蒋丽刚就已经在行业内各大群里发布声明澄清。但记者联系蒋丽刚本人时，在得知采访内容后，蒋丽刚表示后续再联系，等待进一步的调查和公告，并挂断了电话。

老牌再火：

成立93年的国货老字号成功翻红

此次在风波之上的百雀羚创立于1931年，是中国历史悠久的护肤品牌。1940年，公司创始人顾植民研制了一款防冻防裂、滋润皮肤的护肤香脂，遂命名为“百雀羚冷霜”。因其取自天然的护肤理念，该产品在化妆品市场一炮打响。

“百雀羚”一直因其价格低廉的优势备受大众喜爱，但在20世纪90年代，由于外资化妆品品牌大举进入中国，其作为本土品牌渐渐沉寂。2000年，改制为民营的上海百雀羚日用化学用品公司成立后，引入产业资本及专业团队，不断扩充产品线，努力重塑品牌影响力。

2013年，百雀羚作为“国礼”被带到非

洲后，这个老字号品牌一夜之间再次火了。据百雀羚官网显示，2015—2017年，公司连续三年位居淘宝“双11”美妆店铺销售的榜首。其中，2017年“双11”销售额达2.94亿元。但从2020年开始，百雀羚开始从电商销售大促榜单中消失，官网也不再披露电商销售相关数据排名。

随着新一代国货美妆不断崛起，作为本土老品牌代表的百雀羚生存空间不断被挤压。为此，公司也在积极探索年轻化的道路，赞助《歌手2024》等热门综艺、邀请王一博等明星代言。2023年，王家卫导演的《繁花》成为现象级爆剧，百雀羚在剧中进行了品牌植入，并将李李扮演者辛芷蕾签为品牌代言人，借着这一波热度成功翻红。

（封面新闻 读特新闻）



网友闲话

@快乐：化妆品安全无小事。

@永懿：要按新标准的话，岂不是一百年前的都能追溯了么？法律尚不溯及过往，一个规定岂能追及施行前的事情？此次支持百雀羚。

@柠檬不萌：造谣一张嘴，辟谣跑断腿。

@茉莉：一个品牌做起来不容易，毁掉却只要转瞬间，现在互联网时代造谣成本太低了。

@A玻璃制造：结果还是好的，但是还是希望知名品牌继续严控原材料关，一如既往提供优质产品，支持国货，国

货也要自身硬气。

@H wp：百雀羚公司应该要状告举报者，查查到底是谁。

@猪猪：事出反常，多么精准的举报，谁能拿三年前的商品举报？

@木子小花生：不排除恶意竞争，搞这出。

@葵国泉：严肃处理“百雀羚”造谣者！一如既往支持国货爱百雀羚！

@二马：证明是真正本，这下买得更放心了……

@熊熊：很多年前自己用百雀羚，后来换了几个牌子，现在又用回百雀羚了。