

Cosmetic samples business

化妆品小样经济，馅饼还是陷阱？

文 | 何欣洋

带给消费者“小确幸”的化妆品小样，不能靠“狠活儿”出圈。



杂志近日采访了上海应用技术大学经济与管理学院消费者行为研究中心主任宋思根教授。

Part 1

小样缘何变“网红”

十几块钱享大牌、试用体验负担少、出差旅行更方便……在近年的新消费形势下，化妆品小样逐渐成为美妆行业的“网红”，备受年轻消费者喜爱。而作为开掘市场、引流拉客的方法之一，美妆品牌及各大电商平台也看好并瞄准了“小样经济”。小小的瓶瓶罐罐，甚至引爆美妆线下集合店动辄千万的大生意。

直到去年，在上海市有关部门颁布的一份试行指引文件中，化妆品小样才拥有了一个较为确切的定义：化妆品小样，是指相对于市场上销售的化妆品正装，用规格较小的容器包装的化妆品。与成品相比，化妆品小样外包装或元素与其相似，只是剂量更小，但小到什么程度才算“小样”，行业内依然没有统一标准。

3月18日，《中国化妆品》杂志报道了一起江苏江阴3人因生产汞严重超标化妆品小样获刑的案件。涉案人范某、吴某在化妆品小样中添加限用原料汞，将小样与达标的正品捆绑销售，制造“快速美白祛斑”的噱头吸引顾客。经检测，其生产的化妆品小样汞含量超标4.3万多倍。

此新闻迅速在人民网、学习强国App等主流媒体平台传播，化妆品小样问题被推上风口浪尖，更引发消费者关注。《人民日报》官方公众号发表评论《“免费”的化妆品小样，满是“狠活儿”？》指出：小样虽小，但不能成为监管盲区；透过一个小样，解决一类问题，方能筑牢安全的堤坝，营造良好消费环境，更好造福广大消费者。

化妆品小样为何受追捧？其背后藏有哪些风险？如何根除小样顽疾？《中国化妆品》

站在消费者角度看,小样常被视为试用装,往往是指商家赠送的、某件在售化妆品(水乳、精华、香水、唇彩)的1ml~20ml左右的小份装。这样“小而俏”的规格,吸引消费者的原因有以下4点:

① 较低单价享受大牌品质。只需几十块就能成为海蓝之谜、兰蔻、雅诗兰黛等大牌美妆的拥有者,甚至会让别人认为自己“拥有大牌小样=买得起大牌”,低价格敏感度与虚荣心是部分消费者爱用大牌小样的原因。

② 降低喜新厌旧的成本。对于一些皮肤状态不稳定,或经常尝试不同妆容的消费者来说,购买正装新品成本较高,一旦与肤质、妆容不匹配,就容易造成闲置浪费,小样的试错成本较低。

③ 商旅携带方便,解决需求痛点。很多年轻人的出差、旅行频率较高,带化妆品正装笨重繁琐,还可能受托运要求限制。化妆品小样因方便携带,能较好地解决这类人的需求痛点。

④ 营销试用成本低。对商家来说,想打开品牌市场,将产品小样进行免费分发,既能让消费者有效获知产品,又能降低推广成本。

“除了追求品牌、价格、功效等,消费者还在化妆品小样中有着多样性的购买心理。化妆品小样产品迭代速度快,包装设计精致‘呆萌’,品牌选择范围广,单件消费周期短,性价比优势较为突出,能够更好地满足青年群体的个性化追求以及快节奏工作生活的需求。”宋思根教授说。

因此,越来越多的品牌、零售店开始提供可直购化妆品小样的渠道,如欧莱雅等品牌,甚至会根据产品功效或顾客需求将小样组合在一起,组成套盒售卖。一批美妆集合店,如Harmay话梅、Haydon黑洞、THE COLORIST调色师、JIEMO芥么等,也纷纷入局售卖大牌小样。



位于北京的美妆小样集合店 JIEMO 芥么 /《中国化妆品》杂志摄

Part 2

热闹的小样, 风险暗藏

在“小样经济”蓬勃发展的背后,疑问与陷阱也随之产生。

编剧小玉(化名)酷爱囤小样,最近却萌生了要“退圈”的冲动。原因是她在使用了两袋香奈儿面霜小样后,脸上开始发红、发痒、刺痛。不信邪的她拿着包装与香奈儿专柜销售人员提供的小样比对后发现,自己购买到的小样包装颜色淡、没有钢印,标签也不一样。小玉因此产生了巨大的怀疑,因为她清楚地记得这些小样都是线下买的:“那囤的货里有几个是真的?”

宋思根教授认为,化妆品小样可能的来源有四个。其一,柜台销售人员、代购者私扣小样送人或打折出售,但不太可能形成大规模货源;其二,工厂库存中的小样通常有特定的配赠计划,当大品牌为了保护成品销售而不愿出售独立小样时,经销商可能会将其出售;其三,某些不良的商人回收和销售即将过期或变质的小样,或者将成品甚至不

合格的自制原料分装勾兑；其四，具有资质的化妆品生产企业专门开发的小包装化妆品以满足消费者多样化需要。

据了解，目前市场中流通的小样产品除了部分是品牌授权提供之外，还有一部分是由“倒货”甚至造假产生，因此更需要消费者擦亮眼睛，谨慎下单。

Part 3

根除违法小样“顽疾” 更需合力

化妆品小样市场的迅猛兴起吸引了众多资本和参与者，而短时间内市场监管力量难以做到全面覆盖，在利益的驱使下，不法商家铤而走险，制造出良莠不齐甚至假冒伪劣的产品。

2023年4月7日，上海市徐汇区市场监管部门发布上海首份《“化妆品小样”规范经营指引（试行）》，距今施行已过一年。据悉，该指引统一并明确了化妆品小样的经营要求，引导相关从业者树立主体责任意识，以期建立事前预防与风险化解机制，进而推动化妆品小样经济健康发展。

事实上，《化妆品监督管理条例》《化妆品生产经营监督管理办法》《化妆品标签管理办法》等法规条例都早已对小样产品生产、标签等作出过明确规定。尤其是自2022年5月1日正式实施的《化妆品标签管理办法》将化妆品小样纳入监管：

化妆品净含量不大于15g或者15mL的小规格包装产品，仅需在销售包装可视面标注产品中文名称、特殊化妆品注册证书编号、注册人或者备案人的名称、净含量、使用期限等信息，其他应当标注的信息可以标注在随附于产品的说明书中。

具有包装盒的小规格包装产品，还应当同时在直接接触内容物的包装容器上标注产品中文名称和使用期限。

宋思根教授对《中国化妆品》杂志表示，目前监管存在难点：“市场监管力量有限，难以采取更大力度的抽检。政府部门既要保持对不法行为的高压态势，又要积极培育市场的新消费，满足人民对美好生活的追求。平衡发展和规制是不小的挑战。”

对此，宋思根教授提出了5点建设性意见：一是监管部门可规范生产者特别是经营者的销售行为，以保销售过程中化妆品小样来源可追溯，不得改变或污损品牌商或进口商的原包装和所贴标签，不得对原包装中的内容物进行更小包装的拆分灌装或添加其他内容物；二是不鼓励经营者销售标有“赠品”“非卖品”等小样，对于已经流入销售环节的该类小样，经营者在售卖时应告知，确保消费者的知情权；三是要加强消费者教育，广泛宣传化妆品小样的产品特征、风险来源以及不良反应的处置措施等；四是切实落实化妆品注册人备案人、生产企业、经营者的主体责任，提升合规意识；五是加大重点场所的监管力度，如美容美发店、酒店宾馆、spa洗浴店进货渠道更复杂、人员流动大，往往是化妆品小样标签不规范的高发场所。

可见，小样合规问题已成为近年来化妆品监管的重点之一。小样虽小，但不该成为认知盲区，让经营者“触红线”，消费者“踩了雷”。相信在监管部门对行业不规范行为予以处罚、警示的同时，化妆品小样经济必将得到更规范、更健康的发展。



专家介绍

宋思根：管理学博士，上海应用技术大学经济与管理学院教授，上海应用技术大学消费行为研究中心主任。