



“美瞳”引领美妆潮流

属医疗器械,切忌乱买

在消费者群体中,“美瞳”泛指带有装饰功能的隐形眼镜,这种隐形眼镜对佩戴者眼球起到视觉上的放大效果,并呈现出不同的颜色,起到装饰作用。作为时尚单品,美瞳问世以来便俘获了大批粉丝,在年轻男女之中引领了一波又一波潮流。



美瞳成“化妆品” 受年轻人追捧

近年来,在被口罩遮住下半张脸的较长期间内,口红逐渐失宠,红橙黄绿的美瞳愈发盛行。其美妆属性得以激发,从眼镜店走进梳妆台,成了不少女生妆容的点睛之笔。大家在佩戴美瞳时,已经不仅仅注重其替代框架眼镜的实用性,而是将美瞳作为一种美妆单品,通过变换瞳孔颜色来为美丽加分。

8月2日,可啦啦、天猫健康和第一财经商业数据中心(CBNData)联合发布《国货彩妆美妆化消费趋势洞察报告》,66%的年轻人比疫情前更加注重眼妆,近八成年轻人已习惯将眼妆作为化妆时不可缺少的步骤。美瞳如同眼影、眼线一般不可缺少,“无美瞳不化妆”成了不少爱美女生的共识。

美瞳种类多 不是都适合

年轻人像选购化妆品一样选购美瞳,其需求越发精细,对花色、佩戴效果、佩戴体验有着更严格的要求。

在达城大小眼镜店内,记者看到了五颜六色的美瞳产品。除了博士伦、强生、海昌等传统隐形眼镜品牌外,也有不少号称日本和韩国进口的产品,价格多集中在几十元到300元之间。“有时一天也卖不出一副眼镜,但是美瞳几乎天天有人买。”达城西外罗浮广场内某眼镜店销售人员告诉记者,不知从何时起,美瞳竟然比眼镜还畅销,有的消费者一买就是几盒、十几盒。

美瞳属于消耗品,并不能像框架眼镜一样使用多年。据了解,美瞳最长的保质期不过只有一年。但买年抛美瞳的人并不多,因为要保障其耐用性,这种美瞳一般质地比较厚,导致佩戴不够舒适。卖得最好的是半年抛(6个月保质期)和季抛类美瞳(3个月保质期),使用寿命越短的美瞳镜片越轻薄,舒适性更好。

根据使用需求不同,月抛和周抛也有部分消费者买单。当然还有另一种选择便是日抛,也就是一

“妆容是否精致,眼妆表现了大部分,而美瞳的作用正是让眼妆更加完美。”00后女孩小婷是美瞳的忠实用户,她觉得,美瞳可以让眼睛放大且有神,给人带来自信,是妆容的关键所在,甚至占据“50%以上”的权重。

在2020年以前,近视眼的小婷习惯佩戴透明隐形眼镜,经朋友推荐戴了美瞳之后,小婷表示“真香”。从那之后,美瞳便成了她的必备物件。“戴了美瞳之后眼睛显得更大,我现在已经不再戴透明的隐形眼镜了。”小婷说,她已经收藏了上百片美瞳,每天根据衣着、妆容来选择颜色搭配,“紫色、粉色、绿色、银色……什么色我都戴过,每个颜色都是不一样的体验。”

次性的美瞳产品,“用完就直接扔了,比较省事,也更卫生。”销售人员表示,这种美瞳在做功能和效果不打折扣的同时,大大提升了舒适性、方便性、安全性。但由于日抛成本较高,销量也比较一般。

销售人员建议,不经常佩戴,更追求方便、卫生的情况下首选日抛,追求性价比则选择长期抛。材质方面,普通水凝胶透氧力有限,价格亲民,适合眼部健康状态较好的人群;硅水凝胶材质镜片保湿型、透氧性更好,适合眼干的人群;还有一种非离子材质,适合眼部敏感的人群。美瞳还有含水量的区别,含水量越高,需要吸收眼睛本身的水分就越多,38%—42%为低含水量,镜片硬度较高,但不易干涩;45%—58%为中高含水量,镜片柔软透氧性好,易干涩。如果长期佩戴建议选择低含水量的,偶尔佩戴选高含水量的。另外,在选择有度数的美瞳时要注意,100—300度之间,选择与框架眼镜相同度数即可;300—500度时,选择减少25度或50度的美瞳;500—800度选择减少50度或75度,800—1000度选择减少100度。

美瞳=医疗器械 消费者要擦亮双眼

随着美瞳市场的不断增大,品牌、产品层出不穷,相应的销售渠道愈发广泛。在上述罗浮广场眼镜店中,销售人员表示,店内只售卖博士伦、库博等传统隐形眼镜品牌的美瞳产品,质量能得到保障。所售产品支持现场试戴,碰到入眼不舒适的镜片,可直接换新。

对于消费者来说,该店内产品质量和售后服务无需过于担心,但产品售价偏高。以库博幻眸美瞳日抛30片装为例,店内折后价180元每盒,而天猫多个店铺售价均在120元左右。

天猫等电商平台也是美瞳的主要销售渠道之一,在淘宝搜索美瞳可看到,排名靠前的某款产品月销量超过了10万单。线上平台所售美瞳价格便宜,种类繁多,根据品牌、材质、色系等不同需求,选择面更广。但线上渠道也有其局限,首先便是色差问题难避免,而对于美瞳来说,这个问题相当关键,“有时深了一点,看着很傻;有时浅了一点,看着就很怪。”小婷在选择美瞳上积累了一定的经验,她表示,如果买到颜色奇怪的美瞳,就相当于浪费了。

“碰到质量差的美瞳眼睛会很酸,基本不能使用,购买时要货比三家,多看下用户评价。”小婷提醒喜欢美瞳的小伙伴,线上商家鱼龙混杂,购买美瞳要选择正规旗舰店,查看店铺的医疗器械许可证、注册编码等信息,可以通过店铺资质和用户评价来区分好坏。

还有一种渠道便是朋友圈的微商、代购。微商所售的款式新颖,更新速度快,但没有三方交易平台监管,也无法看到产品真实反馈,售后难保障。

记者在走访中发现,也并不是所有实体店都靠谱。达城个别商家售卖的“韩国进口”“日本进口”美瞳,其中一款“HOLYNARA”半年抛美瞳售价137元1片,号称韩国进口产品,而百度显示,该品牌隶属上海某公司旗下。“rich standard”美瞳号称日本进口,查询无官网、无百度百科。

据了解,美瞳属于等级和风险级别最高的第三类医疗器械,我国《医疗器械监督管理条例》规定,此类产品上市前需要通过安全性、有效性的评价,获得医疗器械注册证后方可生产、销售和使用。生产此类产品的厂家需要取得《医疗器械生产企业许可证》,经营此类产品的商家需要取得《医疗器械经营企业许可证》。消费者要建立“美瞳=医疗器械”的科学认知,不给误导营销留有余地。

□达州日报社全媒体记者 任墨藻