



色彩斑斓的“捏捏乐”、晶莹剔透的滴胶玩具、流光溢彩的流沙水晶盒……这些网红玩具以新奇有趣的特点吸引了大批孩子。然而，它们看似软萌可爱，实则暗藏危机，悄然成为潜伏在孩子们身边的“健康刺客”。

济宁晚报全媒体记者 赵煦

捏捏乐、水晶泥、手工流麻……

# 这些网红玩具有毒!



晚报调查

## 2 “玩胶”玩出健康风险

呛咳，呼吸道变得非常敏感。

“我以为那段时间太累了，身体出现了亚健康症状，但后来莫名其妙开始发烧，不得不去医院进行检查，一查把我吓了一跳。”刘女士说，一直身体挺好的她被查出中度贫血和过敏性鼻炎。经过一系列的检查，排除了自身器质性病变后，医生询问刘女士所处的环境是不是有污染问题。这时刘女士才恍然大悟，自己长期接触的那些胶水是罪魁祸首。最后医生推测，刘女士因为接触了较高浓度的甲醛、苯系物等，引起了贫血和过敏性鼻炎。

“制作流麻需要用到UV胶，这种胶水的味道非常难闻。”刘女士马上停止了这门生意，将家中剩余的材料和成品全部处理了，“幸好我是在单独的房间做这些东西，平时也不让孩子进入，差点酿了大祸。”

这种可爱外表的“解压玩具”并不是孩子的专属，不少年轻人也很喜欢，不仅喜欢捏，更喜欢自己动手制作。

去年，家住任城区的宝妈刘女士在网上刷到了这种网红玩具。她全职在家带娃，时间比较自由，想着自制手工流麻、捏捏进行销售，赚点零花钱。因为销量可观，她连着几个月都在做这些东西。然而让她没想到的是，三个月之后，她开始出现莫名其妙的头晕、

## 1 造型可爱，气味“诱人”

12月7日上午，在任城区太白楼中路一大型综合商场的某文体玩具店里，顾客络绎不绝，各式各样的“捏捏乐”、滴胶玩具、流沙玩具和水晶胶被摆在醒目位置。其中，“捏捏乐”被做成各种可爱的形状，有蛋糕、面包、饼干、小动物等造型。虽然外面有着厚厚的塑料包装，但仍散发着一股浓浓的香气，有奶油味、巧克力味、水果味等，许多孩子经过时都忍不住拿起来摆弄两下。其柔软的手感和诱人的味道，让孩子们爱不释手。

“妈妈，我想买一个，它看起来好可爱！”6岁的琦琦拉住妈妈的手央求道。虽然家长十分不愿，但最终没有拗过孩子。一款小熊饼干样式的“捏捏乐”被琦琦收入囊中。

店内的销售人员向记者介绍，“捏捏乐”和水晶起泡胶是目前最畅销的产品，特别是色彩鲜艳、造型可爱的款式，很受孩子们喜爱。“这些玩具的价格根据大小和造型，从几元到几十元不等，孩子们都喜欢，尤其是小女生。”该店员告诉记者。

记者观察到，短短半小时内，就有五位家长为孩子购买了这些玩具。“其实我不愿意给孩子买这些东西，闻着就很刺鼻，但是孩子喜欢。”家长马先生无奈地说，“我答应孩子周末可以自选一个玩具，咱就得尊重她的选择。”

DIY水晶胶泥也深受孩子们的喜爱，这些玩具以“半成品”或者纯原料的方式成套售卖，让孩子买回后自己搅拌制作。“因为它能让孩子自由创作，所以价格更高。”销售人员说。话刚说完，旁边一位孩子正闹着向家长要一款标价300多元的DIY水晶泥，但家长没有答应购买。

TVOC是总挥发性有机化合物，化学成分可分为苯类、烷类、芳烃类、烯类、卤烃类、酯类、醛类、酮类和其他。

## 玩具中Tvoc超标严重可影响智力发育

记者在网上查询发现，这种玩具早就被曝出存在“甲醛”超标的安全隐患，虽然在包装袋上印着“切勿拆开包装玩耍”的字样，但有实验室检测，即便带着包装，依然能测出该类邻苯增塑剂。除了甲醛外，含胶类玩具中的Tvoc超标也会严重影响健康，尤其是对儿童的神经发育、免疫力以及智力发育有影响。

日前，工业和信息化部牵头对GB6675《玩具安全》4项强制性国家标准进行修订完善，对社会关注度较高的捏捏乐、水晶泥等网红玩具有害物质的限量要求进行了优化完善。其中，标准修订将邻苯二甲酸酯类增塑剂限量种类由原来的6种增加到了10种，规定水晶泥及类似玩具硼元素限量值应小于等于300mg/kg。

这些手作玩具材料包内包含了UV胶、AB胶、成型水等DIY原料。业内人士表示，UV胶作为一种工业原料，长期应用于电子和汽车等行业。由于其强烈的刺激性，工业领域使用时有严格的防护要求，而在DIY手作场景中，很多爱好者忽视了这些安全规范，直接涂抹操作，导致健康问题的发生。

## 3 选择玩具有学问 家长消费要理性

在选择玩具时，家长的消费心理往往以“孩子喜欢”为主，但部分家长在购买玩具时缺乏必要的安全意识。水晶泥、起泡胶、水弹枪、巴克球等玩具，已成为不少孩子玩耍的新宠，虽然名气大、买家多，但这些玩具不少是粗制滥造的“三无”产品。家长购买玩具，还应把安全性放在首位，而不是仅仅关注玩具的趣味性或外观吸引力。

面对市场上层出不穷的网红玩具，家长需要保持理性消费观念。一些家长本着“为孩子未来负责，不买就是亏待孩子”的心理，虽然觉得价格高得离谱，仍咬牙购买。这类高价产品层出不穷，总能在市场上占据一席之地。商家正是利用家长的焦虑心理，将产品功能与孩子心理需求绑定，把高价产品包装成孩子“成长刚需”，精准戳中家长的心理软肋。家长首先要纠正认知偏差，以理性与科学为盾牌，守护选择权。另外，要调整心态，认识到育儿并不是一场消费竞赛，给孩子最好的童年，应该是放下手机，认真陪伴，而不是花钱购买的短暂满足。