

[《联邦纪事》：2010年10月14日（第75卷，第198期）]

[规则与规章]

[页号：63067-63080]

摘自网络版《联邦纪事》，通过GPO获取[wais.access.gpo.gov]

[DOCID:fr14oc10-14]

=====

消费品安全委员会

《联邦法规》第16卷1200部分

[文件编号 No. CPSC-2010-0029:]

“儿童产品”定义说明

机构：消费品安全委员会

行动：最终解释性规则

摘要：消费品安全委员会（下称“CPSC”、“委员会”或“我们”）正在发布对“儿童产品”一词的最终解释性规则，该术语用于 2008 年《消费品安全改进法》（CPSIA），即《公法》110-314。最终解释性规则对判定儿童产品时需要考虑的各项要素提供了进一步指南。 \1\

\1\委员会以 3 比 2 的投票结果决定在《联邦纪事》中发布最终解释性规则及改动。伊内兹·特南鲍姆（Inez M. Tenenbaum）主席、托马斯·摩尔（Thomas Moore）和罗伯特·阿德勒（Robert Adler）委员投票赞成发布最终解释性规则及改动。南希·诺德（Nancy Nord）和安·诺瑟普（Anne Northup）委员投票反对发布最终解释性规则。各位委员都陈述了自己的意见。欲查阅各位委员的意见，请访问：<http://frwebgate.access.gpo.gov/cgi-bin/leaving.cgi?from=leavingFR.html&log=linklog&to=http://www.cpsc.gov/pr/statements.html>。

日期：生效日期：本规则于 2010 年 10 月 14 日生效。

欲获得更多信息，请洽：Jonathan D. Midgett, Office of Hazard

Identification and Reduction, Consumer Product Safety Commission, 4330

East West Highway, Bethesda, Maryland 20814；电话：（301）504-7692，电子邮件：jmidgett@cpsc.gov

补充信息：

A、背景

《消费品安全改进法》第 235 条（a）款修改了《消费品安全法》（CPSA）第 3 条（a）（2）款，确定了“儿童产品”的新定义。（《美国法典》第 15 卷 2052 条（a）（2）款）。“儿童产品”被定义为“主要为不超过 12 岁的儿童设计或供其使用的消费产品。”若干《消费品安全改进法》条款使用了“儿童产品”这一术语。《消费品安全改进法》第 101 条（a）款规定，从 2009 年 8 月 14 日起，儿童产品的含铅量百万分率不得超过 300 ppm。《消费品安全改进法》第 102 条要求对某些儿童产品进行第三方测试，《消费品安全改进法》第 103 条要求儿童产品必须加追踪标签。

“儿童产品”的法律定义还规定，在确定“一件消费品是否主要供不超过 12 岁的儿童使用”时必须考虑某些要素。这些要素是：

制造商关于产品指定用途的声明（如果此类声明合理），包括加在产品上的标签。

产品的包装、展示、促销或广告是否表明产品适于不超过 12 岁的儿童使用。

消费者是否普遍认为该产品供不超过 12 岁的儿童使用。

委员会工作人员于 2002 年 9 月发布的《年龄判定指南》以及后来用于取代该指南的其他文件。

B、对拟议解释性规则评议所作的讨论和最终解释性规则的改动

在 2010 年 4 月 20 日出版的《联邦纪事》中（75 FR，20533），委员会发布了一份拟议的解释性规则，以帮助有关各方理解委员会如何确定某一具体消费品是否属于“儿童产品”。根据该规则，委员会希望澄清它对法律规定的解释，并就《消费品安全改进法》第 101 条、102 条和 103 条提供关于儿童产品的指南。本规则序言中的语言以及拟议规则的序言（75 FR，20533）（前提是拟议规则在最终规则中没有改动）可作为参考，以便确定监管部门的解读和含义。委员会认识到，判定某一产品是否符合儿童产品的定义取决于每一件产品可能具有的独特实际信息，因此需要基于个案处理。鉴于判定需要基于事实，本规则旨在帮助有关各方更好地理解我们在评估儿童产品时采用的方法。除《消费品安全改进法》中的要求之外，本文件并没有增加要求，只是向公众说明委员会对“儿童产品”这一术语的解释。

[页号：63068]

拟议的解释性规则将在《联邦法规》中增加一个新条款，用于解释儿童产品的定义和阐述相关法律要素。

委员会指出，虽然考虑了所有四项要素，但这些要素的某些成分对许多儿童产品相同并跨越无数个产品类别。这些成分是：包含儿童主题以吸引不超过 12 岁的儿童使用的装饰品或点缀物、适合儿童的尺寸、或主要目的是吸引儿童的产品营销方式。

委员会收到个人和团体提出的许多评议，其中包括消费者、消费者团体、制造商、行业协会和测试实验室。好几位评议者支持拟议规则，另一些评议者希望能够澄清规则或扩大或限制规则的范围。

我们最初建议把这一条款放在《联邦危险物品法》（FHSA）第 16 篇第 2 章 1500 部分。但是，由于儿童产品的定义修改了《消费品安全法》第 3 条（a）（2）款，我们主动给最终规则重新编号，使之成为新的 1200 部分，命名为“定义”，放在《消费品安全法》规章的 B 项。

由于我们决定把最终规则放在新增的 1200 部分，我们主动制定了新的 1200.1 条款，用于描述新的 1200 部分的宗旨。根据 1200.1 条款，1200 部分用于就儿童产品定义以及判定产品是否属于《美国法典》第 15 卷第 2052 条 (a) (2) 款规定的儿童产品时考虑的各项要素提供指南。另外，拟议的 1500.92 条款——“儿童产品的定义”——在最终解释性规则中重新编为 1200.2 条款。

我们在本文件 B 部分对评议作了阐述和回答，还对最终规则作了阐述。为了便于查找评议和我们的回答，我们在对各项评议的描述之前加上“评议”两个字，并放在括号中；另外在我们的回答前加上“回答”两个字，也放在括号中。我们还把每一条评议编号，以使之与其他评议区分开来。为每一条评议指定的编号完全是出于编排目的，并不表示具体评议的价值、重要性或收到评议的先后顺序。

1、“儿童产品”的定义——第 1200.2 条 (a) (2) 款 (原 1500.92 条 (a) (1) 款)。拟议的 1500.92 条 (a) 款将规定，根据《消费品安全改进法》第 3 条 (a) (2) 款，儿童产品是指主要为不超过 12 岁的儿童设计和供其使用的消费产品。我们认为“主要为……设计或供其使用”这个术语适用于主要供不超过 12 岁的儿童使用的消费产品。一件产品是否属于“儿童产品”将基于四项具体的法律要素。另外，由于法律要素包含了儿童以某种方式“使用”的概念，拟议的 1500.92 条 (a) (1) 款认为不超过 12 岁的儿童“使用”通常是指儿童会用身体接触此类产品，此项判定系基于可以合理预见的对产品正确和不正确的使用方式。

(第 1 条评议)——有几位评议者说，定义应当明确，即儿童产品仅限于制造商主要为不超过 12 岁的儿童设计或供其使用的产品，如果制造商主要是为超过该年龄段的儿童或成年人设计或使用产品，则产品不符合该定义范围。另外，一些评议者要求委员会强调制造商的用意是评估某一消费品是否属于儿童产品的关键要素，从而限制定义的范围。这些评议者认为，解释性规则应当清楚表明，其他法律标准应该从属于制造商关于指定使用者年龄的声明。

(对第 1 条评议的回答)——我们不同意判定儿童产品时应当主要基于制造商的意向。法律规定，“儿童产品”的定义是主要为不超过 12 岁的儿童设计或供其使用的消费产品。在确定某一消费产品是否主要供不超过 12 岁的儿童使用时，《消费品安全改进法》第 3 条 (a) (2) (A) 款至 (D) 款明确规定对“需要考虑的”四项要素进行分析：

(1) 制造商关于产品用途的陈述 (如果该陈述合理)，包括产品上的标签；(2) 产品的包装、展示、促销或广告是否表明适合不超过 12 岁的儿童；(3) 普通消费者是否把产品视作供不超过 12 岁的儿童使用；以及 (4) 委员会工作人员 2002 年 9 月发布的《年龄判定指南》以及后来用于取代该指南的其他文件。在每一个案例中，只要适用，所有这些要素都会予以考虑。

制造商关于指定用途的陈述 (包括标签) 只是我们必须考虑的四项要素之一。虽然我们同意制造商关于产品用途的陈述在最初确定产品是否属于儿童产品时起着重要作用，但它不一定是起着决定性作用，也不一定比任何其他要素更重要。法院已经裁定，作为一般

规则，当一项法律要求主管机构考虑一项要素时，该主管机构必须对该要素作出“明确和经过考虑的结论”，但无须规定“该要素具体重要性”。*Small Refiner Lead Phase-Down Task Force v. EPA*, 705 F.2d 506, 516 (DC Cir. 1983)（引自 *Weyerhaeuser Co. v. Costle*, 590 F.2d 1011, 1045 (DC Cir. 1978)）。在确定某一消费产品是否主要供不超过 12 岁的儿童使用时，至少需要考虑法律规定的所有要素，我们不会在一开始就决定某一要素比其他要素更重要或更不重要。

（第 2 条评议）——另一些评议者说，拟议的儿童产品定义中“供使用”的定义不应当基于儿童与产品的“身体接触”以及“可以预见的正确和不正确使用方式”。根据这些评议者的意见，关于身体接触的规定会涵盖许多主要不是为不超过 12 岁的儿童设计或使用的家庭用品。

（对第 2 条评议的回答）——我们不认为对“供使用”的解释会涵盖主要不是供儿童使用的产品。我们对“供使用”的通常解释是儿童对产品的实际使用，用于区别由家长或照看者使用的与儿童有关的产品，例如装尿布的袋子。通常供儿童使用的产品是儿童与之互动或有直接身体接触的产品，例如尿布本身。儿童产品也包括一些没有身体直接接触的产品，例如悬挂在婴儿床上方的一个活动物品，儿童与该物品的交互是

[[页号 63069]]

娱乐、安慰或催眠（这些只是此类产品广告中所说的几种用途）。

与评议者的说法相反，许多家庭用品主要不是供儿童所用，而是可能被儿童触摸。被视作一般用途的产品——例如电视机、音响设备和家用电器——并不因为儿童可能接触而被定为儿童产品，因为此类产品并非主要为不超过 12 岁的儿童设计或供其使用。

在评估产品时，委员会不仅考虑制造商陈述的指定用途，还考虑可以合理预见到的用途（例如，在合理预期情况下孩子可能用产品做什么）。在合理情况下可以预见的儿童对产品的使用方式最初应当由制造商判定。我们同意在这种情况下制造商可能难以判定可以预见的错误使用方式。关于可预见的错误使用方式的分析应当足以作出最初的判定，即产品是否属于儿童产品。我们已经修订了最终规则，以反映这些改动，并建议读者略过拟议规则序言中关于错误使用的内容（75 FR at 20535）。

（第 3 条评议）——有几位评议者说，拟议的解释性规则影响到以往颁布的玩具和儿童产品的其他要求。这些评议者以棋牌类/桌上游戏为例，指出这些产品根据《年龄判定指南》被视作适合 6 岁儿童使用的产品。评议者认为这些游戏必须遵守美国测试和材料协会（ASTM）F963 标准（根据《消费品安全改进法》第 106 条款，这种玩具标准现在已经成为强制性消费品安全标准）、《联邦法规》第 16 卷 1500.50 条款至 1500.53 条款中有关《联邦危险物品法》的规定、《联邦法规》第 16 卷 1303 部分中有关表面涂层含铅量的规定、以及《消费品安全改进法》中有关邻苯二甲酸盐的规定。这些评议者声称，如果游戏属于一般用途产品，则无须符合基质含铅量规定、追踪标签规定或《消费品安全改进法》中有关强制性第三方测试的规定。

（对第 3 条评议的回答）——我们认识到，根据《消费品安全改进法》、上述《联邦危险物品法》规章和美国测试和材料协会 F963 标准的不同条款，有些桌上游戏可能有不同定性。但是，在大数情况下法律和规章的解读都是一致的。例如，如果由于主要供 3 岁以下的儿童使用，玩具或其他产品需要符合小部件测试规定，则有适当理由断定他们是儿童产品。同样，至于供 8 岁以下儿童使用并且根据《联邦法规》第 16 卷 1500.50 条款至 1500.53 条款必须进行正确和非正确使用测试的玩具和其他产品，以及根据《联邦法规》第 16 卷 1500.48 条款至 1500.49 条款必须进行尖利末端和边缘测试的玩具和其他产品，则根据逻辑推断此类产品也会被视作儿童产品。为了澄清这一点，我们在规则中添加了以下文字。现在最终解释性规则有关部分的文字如下：

根据《联邦法规》第 16 卷 1501 部分和美国测试和材料协会 F963 标准，必须符合小部件规定的玩具和产品可以合理判定符合儿童产品的定义，因为它们是供不超过 12 岁的儿童使用。至于供不超过 96 个月（8 岁）儿童使用、并且需要符合《联邦法规》第 16 卷 1500.48 条款至 1500.49 条款和《联邦法规》第 16 卷 1500.50 条款至 1500.53 条款规定的玩具和其他产品，也同样符合儿童产品的定义，因为这些其他规定作出了年龄段划分。因此，制造商可基于这些其他规章的年龄划分合理地断定其产品也需要符合所有适用于儿童产品的规定，包括但不限于《联邦危险物品法》、美国测试和材料协会 F963 标准、《适用于玩具安全的标准消费者安全规范》、《2008 年消费品安全改进法》等法规。

关于 9 岁到 12 岁儿童的评议和回答请参见建议的 1500.92 条（c）（1）款（在最终规则中重新编号为第 1200.2 条（c）（1）款）。

（第 4 条评议）——有一位评议者说儿童产品的定义应当包括宠物食品。另一位评议者说成人尿片应当和儿童尿片区分开来。

（对第 4 条评议的回答）——宠物食品和成人尿片不属于本解释性规则的探讨范围，因为这些产品受《联邦食品、药品和化妆品法》（FFDCA）监管（《美国法典》第 21 卷 201 及后续条款。宠物食品属于《联邦食品、药品和化妆品法》第 201 条（f）款所定义的“食品”，该法律把“食品”定义为“供人或其他动物消费的食品和饮料”。

至于尿片，虽然儿童尿片被视作儿童产品，但成人尿片属于《联邦食品、药品和化妆品法》第 201 条（h）款定义的物品，食品和药品管理局把“大小便失禁保护服装”定义为一类物品（详见《联邦法规》第 21 卷 876.5920 条款）。

2、“一般用途产品”的定义——第 1200.2 条（b）（1）款（原为第 1500.92 条（b）（1）款）。拟议的第 1500.92 条（b）（1）款把一般用途产品定义为并非主要为不超过 12 岁儿童设计或供其使用的消费产品。拟议条款还把一般用途产品解释为“主要供超过 12 岁的消费者使用”的消费产品，并将说明某些产品可能是为各年龄段消费者（包括不超过 12 岁的儿童）设计或使用，但主要是供超过 12 岁的消费者使用。拟议条款将规定，“例如，一般用途产品可包括儿童不太可能与之互动的产品，或超过 12 岁的消费者

很有可能或更有可能与之互动的产品。供不超过 12 岁的儿童使用但随着儿童进入青少年时期兴趣减少的产品可能被视作儿童产品。”

（第 5 条评议）——有几位评议者要求我们申明，如果和不超过 12 岁的儿童相比，一件产品很可能或更可能被 12 岁以上的儿童使用，该产品可不视作儿童产品。另一些评议者说，“同样可能”和“同样有吸引力”等术语（出现于拟议规则序言而不是法律文本本身（见 75 FR, 20534））把年龄较小的儿童和年龄较大的儿童比较，在判定程序中增加了主观成分和不确定性。这些评议者认为，如果判定标准不明确，委员会应当宁可偏向于保护儿童的安全与健康。另外，这些评议者认为，对幼儿来说具有内在玩耍价值的产品应当视作儿童产品。

（对第 5 条评议的回答）——儿童产品是指主要为不超过 12 岁的儿童设计或供其使用的产品。一般用途产品是指主要为超过 12 岁的消费者设计或使用的产品。正如我们在建议规则序言中所说，“如果年龄较大的儿童或成年人同样可能或更有可能与产品交互，则该产品就不属于主要为不超过 12 岁儿童设计或供其使用的产品，因此就不会被视作‘儿童产品’”。见 75 FR, 20534。在判定某一产品是否主要供不超过 12 岁的儿童使用时，

[[页号 63070]]

我们将考虑所有四项法律要素，并随时牢记委员会最重要的使命是保护儿童的健康与安全。

我们不同意把所有可供幼儿玩耍的产品自动视作儿童产品的评议。幼儿经常把一些一般用途产品做为玩具玩耍，例如盆盆罐罐或钥匙，但这些产品并不因为儿童可能用来玩耍就成为儿童产品。委员会拥有其他法律授权，可就对儿童造成风险的非儿童产品作出规定。

3、具体指明并非供不超过 12 岁的儿童使用的其他产品——第 1200.2 条 (b) (2) 款（原为第 1500.92 条 (b) (2) 款）。拟议的第 1500.92 条 (b) (2) 款将规定，委员会过去警告成年人勿使孩子接触的产品，例如打火机、蜡烛和烟花，无须符合《消费品安全改进法》关于含铅量限制、追踪标签规定、以及第三方测试和认证条款。同样，本条款将规定，具备防止儿童接触功能的产品不属于儿童产品，因为产品的设计特别保证儿童无法接触其内中的物品。此类产品可能包括便携式汽油箱以及《防毒包装法》规定的特别包装材料。

我们没有收到关于本条款的评议。因此，我们把本节不加改动纳入最终规则，只是把编号改为 1200.2 条 (b) (2) 款。

4、考虑的要素——第 1200.2 条 (c) 款（原为第 1500.92 条 (c) 款）。拟议的第 1500.92 条 (c) 款将列出在判定某一消费品是否主要供不超过 12 岁的儿童使用时考虑的法律要素。

我们没有收到关于本条款的具体评议。因此，我们把原文不加实质性改动纳入最终规则，只是把编号改为 1200.2 条 (c) 款。

5、制造商声明——第 1200.2 条 (c) (1) 款 (原为第 1500.92 条 (c) (1) 款)。拟议的第 1500.92 条 (c) (1) 款将说明制造商关于产品指定用途的声明——包括产品标签——应当在合理基础上符合产品的预期使用状况。该节还将规定，“如果产品主要是对不超过 12 岁的儿童有吸引力，则制造商关于产品不供儿童使用的声明并不意味着产品免于作为儿童产品受到监管。同样，如果是一件一般用途产品，即使标签说产品适用于 10 岁或 10 岁以上的儿童，也不一定就被视作儿童产品。”制造商的标签本身并不被视作决定因素。

(第 6 条评议)——一位评议者建议对解释性规则进行修改，澄清在设计或使用上既适合 9 至 12 岁儿童又适合年龄更大的儿童及青少年的“灰色”区域。该评议者认为，制造商的声明应当说 9 岁和 9 岁以上，而不是 10 岁和 10 岁以上。

(对第 6 条评议的回答)——我们同意，关于判定产品是否主要供不超过 12 岁的儿童使用涉及一些最困难的问题。例如，就适用年龄段而言，本文件 B.1 部分和第 1200.2 条 (a) 款探讨的关于正常使用和滥用的测试方法以及有关尖锐末端和锋利边缘的测试方法的规定并不超过 96 个月 (8 岁)。《年龄判定指南》把 9-12 岁归为一类是因为这些年龄较大的儿童的认知能力和动作协调能力以及护理自己的物品的能力均超过年龄较小的儿童。因此，该类别中的产品所具有的某些特征也可能适用于供年龄较大的儿童和成年人使用的产品。供这个年龄段 (9 岁和 9 岁以上、10 岁和 10 岁以上、11 岁和 11 岁以上、12 岁和 12 岁以上) 使用的若干产品将需要做进一步评估。但是，我们对最终规则作了修改，包括了 9 岁和 9 岁以上的年龄组，而没有采用 10 岁和 10 岁以上的划分方法，以反映《年龄判定指南》中的年龄组。修改后的文字如下：“同样，如果是一件一般用途产品，则加上声明产品是供 9 岁和 9 岁以上儿童使用的标签并不一定使之成为儿童产品。这种标签可能建议 9 岁是使用产品的最低年龄，但并不一定标示该产品主要使用者的指定年龄段。”

6、包装、展示、促销或广告——第 1200.2 条 (c) (2) 款 (原为第 1500.92 条 (c) (2) 款)。拟议的第 1500.92 条 (c) (2) 款将重申产品的包装、展示、促销或广告方式是否适合不超过 12 岁的儿童使用的法律要素。

我们没有收到关于本条款的具体评议。因此，我们把本节不加改动纳入最终规则，只是把编号改为第 1200.2 条 (c) (2) 款。

7、明确或隐含的表达——第 1200.2 条 (c) (2) (i) 款 (原为第 1500.92 条 (c) (2) (i) 款)。拟议的第 1500.92 条 (c) (2) (i) 款将举例说明，明确宣称产品适用于不超过 12 岁的儿童的广告将作为判定儿童产品的依据；显示不超过 12 岁的儿童使用产品的广告也将作为判定产品为儿童产品的依据。拟议规定将申明，此类表达包括包装、文

字、显示消费者使用产品的插图及/或照片、说明书、安装手册、或用于营销产品的广告媒体。

我们没有收到关于本条款的具体评议。因此，我们把本节不加改动纳入最终规则，只是把编号改为 1200.2 条 (c) (2) (i) 款。

8、产品的实际位置——第 1200.2 条 (c) (2) (ii) 款 (原为第 1500.92 条 (c) (2) (ii) 款)。拟议的 1500.92 条 (c) (2) (ii) 款将申明，产品的实际展示位置靠近儿童产品或在视觉上与儿童产品相关可能作为判定年龄的要素，但不是决定性要素。

(第 7 条评议)——一位评议者说，如果一家商店决定把一个少年篮球放在玩具柜台，而不是放在青少年和成年人的运动用品柜台，它依然是一个篮球，篮球所在的位置不应当决定分析的结果。

(对第 7 条评议的回答)——我们同意，虽然产品所处的位置很重要，但不具有决定性。制造商在判定年龄时可能不了解产品在商店中的位置，制造商也可能无法控制产品在商店中的位置。但是，如果这种营销信息已知，则应该在判定分析中加以考虑，因为产品在商店中的实际位置是产品营销的一部分。另外，委员会可能考虑销售产品的商店，以确定它是否主要为不超过 12 岁的儿童设计或供其使用。

(第 8 条评议)——一位评议者说，零售店中的包装、营销和展示位置应当是判定产品对象是否为不超过 12 岁的儿童的主要依据。该评议者声称，

[[页号 63071]]

应当澄清此项要素和其他要素的交互作用。

(对第 8 条评议的回答)——虽然产品的包装、营销和在商店中的位置应予考虑，但这些要素的重要性不一定大于作年龄判断时需要考虑的其他要素。我们会考虑所有相关要素。因此，我们把本节不加实质性改动纳入最终规则，只是把编号改为 1200.2 (c) (2) (ii)。

9、与其他产品一道营销——第 1200.2 条 (c) (2) (iii) 款 (原为第 1500.92 条 (c) (2) (iii) 款)。拟议的 1500.92 条 (c) (2) (iii) 款将申明，与非儿童产品相关或与非儿童产品一道营销不是判定儿童产品的决定性要素。例如，把一个毛绒动物玩具和一支蜡烛一起包装销售并不意味着该毛绒动物玩具不属于儿童产品，因为毛绒动物玩具通常被视作主要供儿童使用的产品。

(第 9 条评议)——一位评议者说，与成年人产品一道出售的毛绒动物玩具应当被视作一般用途产品，因为制造商的意图是把该产品销售给成年人。

(对第 9 条评议的回答)——我们不同意这种看法。偶尔会有把玩具或其他适合儿童使用的物品与成年人产品包装在一起的情况。因此，如果同一包装内包含玩具或其他对儿

童有吸引力并且更有可能被儿童使用的物品，我们并不假设同一包装中的所有产品都是一般用途产品。

因此，我们把本条款不加改动纳入最终规则，只是把编号改为 1200.2 条 (c) (2) (iii) 款。

10、消费者的普遍认知——第 1200.2 条 (c) (3) 款 (原为第 1500.92 条 (c) (3) 款)。拟议的第 1500.92 条 (c) (3) 款将申明，消费者对于产品是否供儿童使用的看法将得到评估，其中包括合理预见的正确使用方式和不正确使用方式。另外，拟议的解释性规则将申明，销售数据、市场分析、抽样小组试验以及其他市场研究可能有助于支持有关本要素的分析。

我们没有收到关于本条款的具体评议。因此，出于对第二条评议的回答中所列举的原因，我们删除了有关“不正确使用”的内容，并且把编号改为 1200.2 条 (c) (3) 款，此外不加改动把本节纳入最终规则。

11、儿童产品的其他功能和特征——第 1200.2 条 (c) (3) (i) 款 (原为第 1500.92 条 (c) (3) (i) 款)。拟议的第 1500.92 条 (c) (3) (i) 款将列举可能有助于区分儿童产品和非儿童产品的其他考虑因素。例如，拟议的规则将包括下列因素：对于普通成年人来说太小的尺寸、使产品更加便于使用的夸大特征 (大扣子、颜色鲜明的标志)、供成年人使用的类似产品所不具有的安全特征、通常与儿童相关的颜色 (粉红色、蓝色、鲜亮的原色)、通常与儿童相关的装饰性主题 (例如动物、昆虫、小型车辆、字母表、布娃娃、小丑和木偶)、以及并不增加产品用途而只是吸引不超过 12 岁儿童的特征 (例如卡通画)。

我们没有收到要求修改本条款的任何具体评议。因此，我们把本条款不加改动纳入最终规则，只是把编号改为 1200.2 条 (c) (3) (i) 款。

12、产品的主要用途——第 1200.2 条 (c) (3) (ii) 款 (原为第 1500.92 条 (c) (3) (ii)) 款。拟议的第 1500.92 条 (c) (3) (ii) 款将申明，一件产品的主要用途可帮助消费者区别儿童产品和非儿童产品。建议的解释性规则将说明，一件物品被作为儿童产品使用——例如儿童把扫帚当马骑——并不意味着该物品是儿童产品，因为扫帚的主要用途是扫地。

我们没有收到关于本条的任何具体评议。因此，我们把本条款不加改动纳入最终规则，只是把编号改为 1200.2 条 (c) (3) (ii) 款。

13、价格——第 1200.2 条 (c) (3) (iii) 款 (原为第 1500.92 条 (c) (3) (iii) 款)。拟议的第 1500.92 条 (c) (3) (iii) 款将申明，某一产品的价格可能影响消费者关于目标使用者年龄的看法。

(第 10 条评议)——几位评议者说，价格不应当作为一项要素，因为手工艺品和万圣节产品等许多产品价格很低，而该要素与产品是否更有可能给儿童使用并不相关。另一

位评议者说，在判定什么是儿童产品时，我们应当澄清“价格”的含义，并对于某些类别提供具有代表性的价格参考值。

（对第 10 条评议的回答）——虽然一件产品的价格本身并不具有决定性作用，但价格可以作为一项考虑因素。正如拟议规则序言中所说：

在评估一件消费品主要供儿童或成年人使用时，产品的价格也可以作为考虑因素。某一产品的价格可能影响关于目标使用者年龄的判定。就一般产品而言，非常昂贵的物品不太可能给不超过 12 岁的儿童使用。我们没有确定一个价格区分点，借以判别哪些产品属于成年人产品。但一般而言，在某一产品类别内（例如不同车辆模型或遥控车辆），成年人产品的价格高于供儿童使用的产品，因为儿童不象成年人那样爱惜自己的物品，因此交给儿童使用的物品可能是价格较低的型号。请参见 75 FR 20536（2010 年 4 月 20 日）。

鉴于市场中的产品多种多样，我们无法就产品类别提供价格参考值，因此必须基于个案评估产品。因此，我们把本条款不加改动纳入最终规则，只是把编号改为 1200.2 条 (c) (3) (iii) 款。

14、儿童与产品的互动——第 1200.2 条 (c) (3) (iv) 款（原为第 1500.92 条 (c) (3) (iv) 款）。拟议的第 1500.92 条 (c) (3) (iv) 款将说明，由照看者用于儿童环境的产品——而不是由儿童自身操作的产品——不被视为主要供不超过 12 岁的儿童使用的产品。

（第 11 条评议）——一位评议者不同意委员会关于儿童与某些家具和固定陈设的互动方式的分析以及该互动方式对判定儿童产品的影响。该评议者指出，委员会在拟议的规则中说“一台加湿器可能用于儿童的房间，但这并不意味着它是供儿童使用的产品；相反，成年照看者把加湿器用于改善儿童房间中的空气。”该评议者同意普通的家用加湿器是一般用途产品，但认为用彩色塑料制成、形状像小动物、且面带笑容的加湿器同样可供成年人和儿童购买和使用；在这种情况下，加湿器的设计主要是为了吸引儿童，并且旨在用于儿童房间。该评议者指出，儿童对该产品的使用方式是间接方式，因为儿童是通过产品喷出的水蒸气受益。这位评议者还质疑

[[页号：63072]]

委员会在带有儿童主题的灯具（例如样式为一台固定消防车带有一只小花狗）的例子中对“互动”的解释，该灯具并不具有“玩耍价值”、增加玩耍价值的功能、或促使儿童接触灯具的其他特征（不包括开灯和关灯）。该评议者认为此类儿童装饰明确表示产品主要是为儿童设计并且用于儿童房间，而不是用于成年人房间。

（对第 11 条评议的回答）——我们同意主要为不超过 12 岁的儿童设计或供其使用的产品将被视作儿童产品，儿童与产品的互动方式不一定是直接身体接触，尽管通常如此。我们早些时候提到过儿童床上方悬挂玩具的例子，在这个例子中互动方式并不是直接的身体接触，而是娱乐、安慰或催眠，而这些只是此类产品的广告中所列的其中几项用途。正

如任何其他产品一样，是否属于儿童产品取决于对法律列举的所有要素的评估。放在住宅中任何房间里的成年人台灯或普通家用加湿器应当视作一般用途产品。儿童是否有能力开灯或关灯（或操作其他产品）不是判定儿童产品的决定因素。如果在尝试区分产品是否用于不超过 12 岁的儿童时基于 13 岁以下的某个年龄将造成人为的年龄划分，并且不符合法律语言的含义，因为儿童在 13 岁时和产品的互动方式可能变为身体与产品直接接触。这与拟议的规则不同，序言中任何与之相反的语言都应不予考虑，最终规则的修订反映了这项改动。

在点缀和装饰上对不超过 12 岁的儿童具有吸引力，并且在营销时旨在放置于该年龄段的儿童房间中的家庭装饰品可能被视作儿童产品。但是，对此类装饰不应孤立地考虑。旨在吸引孩子使用产品或使孩子与之有身体接触的特征会作为考虑因素，同时也会考虑产品的营销和广告方式以及制造商关于产品指定用途的声明。

15、《年龄判定指南》——第 1200.2 条 (c) (4) 款（原为第 1500.92 条 (c) (4) 款）。拟议的 1500.92 条 (c) (4) 款将引用《消费品安全法》3 条 (a) (2) (D) 款关于《年龄判定指南》（“指南”）中的法律要素。该指南由消费品安全委员会工作人员于 2002 年 9 月发布，同时也会考虑此类指南的后来替代文件。拟议规定还将说明，在判定产品的适当使用者群体时，可能考虑某一产品对不同年龄段的吸引力以及处于这些年龄段的儿童的操作能力。

（第 12 条评议）——有几位评议者说，《指南》的目的仅限于评估玩具的玩耍价值，如果《指南》没有提及某一产品或某一类别的产品，则不应当进一步评估某些年龄段的儿童是否有能力完成某些具体操作。

（对 12 条评议的回答）——我们不同意评议者的看法。国会指令《年龄判定指南》是判定产品是否主要供儿童使用时需要考虑的四项法律要素之一。《指南》通常描述对儿童具有吸引力的要素以及儿童在整个童年时期能够完成的活动，因此可用于判定产品的适用年龄，无论是玩具还是供儿童使用的其他物品。《指南》提供有关儿童时期社会、心理、认知和身体发育的信息，该信息适用于《指南》没有具体提名的许多产品。

16、举例——第 1200.2 条 (d) 款（原为第 1500.92 条 (d) 款）。拟议的第 1500.92 条 (d) 款将举出一些例子，帮助制造商理解哪些类别的产品构成《消费品安全法》定义的儿童产品。

我们没有收到关于本条款的具体评议。因此，我们把本条款不加改动纳入最终规则，只是把编号改为 1200.2 条 (d) 款。

17、装饰和陈设——第 1200.2 条 (d) (1) 款（原为第 1500.92 条 (d) (1) 款）。拟议的第 1500.92 条 (d) (1) 款将列举一些一般家庭装饰和陈设的例子，如吊扇、加湿器和空气纯净器。这些产品经常被放置在儿童的房间中或学校里，但一般不会被视作儿童产品，除非其装饰带有儿童主题，具有玩耍价值，及/或尺寸适于儿童。拟议规定还将列举主要供儿童使用并且被视作儿童产品的一些家庭或学校装饰品，例如婴儿床、

澡盆座椅和儿童尺寸的椅子。我们还申明，儿童不太可能接触的装饰性物品，如节日装饰品和家庭季节性展示物品，通常不会被视作儿童产品，因为这些产品指定由成年人操作使用。

（第 13 条评议）——一位评议者说挂钩应当被视作一般用途产品，无论其装饰是否采用儿童主题。

（对第 13 条评议的回答）——凡采用儿童主题加以点缀或装饰并且吸引儿童使用产品、尺寸适合儿童、或在营销上主要是吸引儿童的家庭装饰品或陈设品都可能被视作主要为不超过 12 岁的儿童设计或供其使用的产品，例如带有儿童主题装饰，看起来像海盗挂钩一样的服装挂钩。正如我们在拟议规则序言中所指出，未加装饰的服装挂钩将被视作一般用途产品，除非制造商把挂钩附加于一件儿童产品，例如儿童尺寸的书桌（这样就表明该挂钩主要是供儿童使用），在这种情况下挂钩将被视作儿童产品。

（第 14 条评议）——一位评议者要求澄清适合从出生直至上大学的孩子使用的家具或成套家具的评估要素。这位评议者说，制造商使用多种令人混淆的术语，包括“少年”和“青少年”家具。此外，这位评议者要求委员会工作人员可以非正式地、尽快地提供指导意见，在网上公布这些意见，并建立解决争议的机制。

（对 14 条评议的回答）——制造商最有条件初步判定“一组”家具是否主要为不超过 12 岁的儿童设计或供其使用。但是，鉴于不超过 12 岁的儿童将从出生或幼儿阶段到青少年时期一直使用此类家具，我们把此类家具视作儿童产品，因为孩子在整个童年时期都会与此类家具互动。这些产品的尺寸可能适合年龄较小的儿童，并且可能具有其他特征，例如光亮的色彩或对儿童有吸引力的装饰。虽然此类产品可能带有附件或其他改动装置，使之更

[[页号： 63073]]

适合于年龄较大的儿童，但家具主要是供年龄较小的儿童使用，虽然后来随着年龄的增长他们可能继续使用此类家具。为提供委员会工作人员的判定标准指南，我们会在网站上发布适当的信息，列出一些儿童产品和一般用途产品：<http://frwebgate.access.gpo.gov/cgi-bin/leaving.cgi?from=leavingFR.html&log=linklog&to=http://www.cpsc.gov>。此类信息的发布取决于我们根据《美国法典》第 15 卷 2055 部分和消费品安全委员会规章（《联邦法规》第 16 卷 1101 部分）公开披露信息以及委员会的可用资源。

（第 15 条评议）——一位评议者要求一般家庭装饰品举例应该包括普通地毯和小块地毯。

（对第 15 条评议的回答）——为了进一步澄清本条款的要求，最终规则在一般家庭装饰品和陈设品举例中包括了普通地毯和小块地毯。一般而言，家庭装饰品和陈设品不被视作儿童产品，除非产品带有儿童主题的装饰并且吸引不超过 12 岁的儿童使用、尺寸适

合儿童或主要针对儿童促销。就普通地毯和小块地毯而言，一块地毯的颜色或尺寸如果作为单独依据，则不足以判定它是否属于儿童产品。

（第 16 条评议）——另一位评议者要求一般家庭装饰品包括节日装饰品，无论是何主题，因为此类产品仅用于展示，并不是供儿童使用。还有一位评议者说，并非所有万圣节产品都应当视作儿童产品。

（对第 16 条评议的回答）——对于以上评议者的意见，我们部分同意，部分不同意。我们同意大部分节日装饰品——包括季节性装饰品——不属于儿童产品，即使它们可能对儿童有吸引力。但是，某些产品——例如万圣节服装——被视作玩具并且在玩具店中出售和营销，这些产品将继续被视作儿童产品，只要它们主要是供不超过 12 岁的儿童使用。

18、收藏品——第 1200.2 条（d）（2）款（原为第 1500.92 条（d）（2）款）。拟议的第 1500.92 条（d）（2）款将从多方面区分成年人收藏品和儿童收藏品：有些主题不适合不超过 12 岁的儿童；有些特征排除了儿童在玩耍中使用的可能性，例如高价格、有限的产量以及展示方式（例如挂钩或基座）；此类物品和儿童产品是否放在一处营销。

（第 17 条评议）——有几位评议者要求把模型火车包括在一般用途产品的定义内。这些评议者说，模型火车的平均寿命是 53 年，操作此类火车具有一定的难度。另外，评议者指出，模型火车可能价格很高，从 50 美元至 1575 美元不等。

（对第 17 条评议的回答）——我们同意某些模型铁路和火车不属于儿童产品，因为有很多成年人以收藏此类产品为爱好，而且它们价格很高，操作复杂。模型火车及其附件（例如风景、微型建筑和器材）是由模型铁路制造商制造，他们在模型火车商店和模型火车爱好者商店中出售产品。儿童火车可能具有儿童主题，并且可能更便于儿童组装和使用。相比之下，模型铁路爱好者收集火车，为火车建造微型风景，甚至在户外运行自己的微型铁路。因此，最终规则在“收藏品”举例清单中增加了“供爱好者使用的模型铁路和火车”，把此类产品视作一般用途产品。

（第 18 条评议）——一位评议者要求我们把材料易碎性作为判定收藏品的一项考虑因素。该评议者还要求通过一个收藏品登记表或网上清单提供明确指南。

（对第 18 条评议的回答）——我们在拟议的第 1500.92 条（d）（2）款中举例说明，可供收藏的绒毛熊价格昂贵，做工精细，带有易碎的附件、展示框和平台。我们认为在评估收藏品时材料的易碎性也可以成为一项考虑因素，因为儿童不太可能得到易碎物品。因此，我们对本条款作了修订，增加了“易碎特征”，以帮助区分收藏品和儿童产品。本条款第一句话现在改为：“成年人收藏品可能在下列方面与儿童收藏品不同：不适合不超过 12 岁儿童的主题、防止儿童在玩耍中使用的特征，例如高价格、有限的产量、易碎性、展示方式（例如挂钩或基座）、不是以无法与儿童产品区分的方式和其他儿童产品一道营销（例如不在儿童产品部）。”

至于评议者有关提供收藏品登记表或网上清单的要求，我们将在我们的网站上发布有关信息：<http://frwebgate.access.gpo.gov/cgi-bin/leaving.cgi?from=leavingFR.html&log=linklog&to=http://www.cpsc.gov>，这些产品被委员会工作人员判定为儿童产品或一般用途产品。此类信息的发布取决于我们根据《美国法典》第 15 卷 2055 部分和消费品安全委员会规章（《联邦法规》第 16 卷 1101 部分）公开披露信息的要求以及委员会的可用资源。

（第 19 条评议）——一位评议者不同意收藏品必须价格昂贵或有独特标记的定义。该评议者声称，产品加上“非玩具”或“不供不超过 12 岁的儿童使用”等标签对于表明产品是供成人使用非常重要。

（对第 19 条评议的回答）——我们同意并非所有收藏品都是高价产品。高价格只是我们在作出判定时考虑的多种要素之一。一般而言，许多收藏品价格高及/或带有标记，从而把此等产品与类似儿童产品区别开来。一件物品的价格虽然不是决定性要素，但在分析收藏品时可能是一项重要的考虑因素，因为非常昂贵的收藏品不大可能给儿童使用，因为儿童可能不小心造成损坏。另外，正如本文件 B.5 部分所述，制造商关于产品指定用途的声明——包括产品标签——也是作出年龄判定时需要考虑的因素。

19、珠宝——第 1200.2 条（d）（3）款（原为第 1500.92 条（d）（3）款）。拟议的第 1500.92 条（d）（3）款将列举儿童珠宝和成年人珠宝的区分特征。例如，拟议的解释性规则将说明，供儿童使用的珠宝在尺寸、主题和营销方式上通常针对儿童，并且在尺寸、低价格、玩耍价值、儿童主题、可能与儿童产品一道销售等方面的特征都表明此类珠宝属于儿童产品。拟议的解释性规则还将说明，在判定产品指定销售对象的年龄时会考虑产品设计和营销的许多方面，并列出了下列要素：广告、促销材料、包装图形和文字、尺寸、佩戴难易程度、外观（颜色、质地

[[页号： 63074]]

材料、设计主题、标牌、真实程度）、以及价格。

（第 20 条评议）——一位评议者认为，佩戴难度和玩耍价值等区分成年人珠宝和儿童珠宝的因素不合理。另外，该评议者还说，拟议的解释性规则在判定制造商开发产品的用意方面未能包括设计图纸、品牌计划以及是否符合成年人珠宝标准。该评议者声称，拟议的解释性规则不适当地扩大了《年龄判定指南》的应用范围，把该范围扩大至玩具之外的其他产品。

（对第 20 条评议的回答）——我们不同意我们在判定年龄时过分强调了佩戴难易程度或玩耍价值。难度要求在区分儿童珠宝和成年人珠宝时可能有用处。虽然某些弹性手镯可能对某些关节炎患者有用，但设计精细的发夹很难供幼儿使用，这可能意味着此类珠宝是供年龄较大的消费者使用。虽然珠宝不被视作玩具，但有些珠宝可能具有玩耍价值。与儿童珠宝相关的最常见的玩耍价值是扮演角色。但是，虽然某些一般用途产品可能具有内

在玩耍价值，但不能仅基于该特征将其判定为儿童产品。玩耍价值和佩戴难易程度只是判定珠宝适用年龄的其中两个特征。

至于该消费者批评说建议的规则没有包括设计图纸、品牌计划以及是否符合成年人珠宝标准，拟议的解释性规则具体指明，在判定珠宝的指定销售对象年龄时，须对产品设计和营销的许多方面加以考虑。该评议者说，在判别适用年龄时设计图纸和品牌计划应当是相关因素。我们同意此类信息具有相关性，应当在审议时加以考虑。另外，制造商在设计、品牌或研发产品方面的意图适用于制造商关于产品指定用途声明的要素。这可能包括制造商是否遵守成年人珠宝标准。如第 1200.2 条 (a) (1) 款所述，制造商的声明只是作出判定时考虑的四项法律要素之一。

另外，委员会认识到关于某一产品是否属于儿童产品的判定是基于它是否主要为不超过 12 岁的儿童设计或供其使用，而不是基于这种产品对成年人是否经常具有吸引力。我们对规则作了改动，以反映这一认识。

我们不认为我们不适当地把《年龄判定指南》(2002) 的适用范围扩大至玩具之外的其他产品。《指南》属于作出判定时必须考虑的要素之一。对儿童具有吸引力和各年龄段的儿童活动等要素在《指南》中作了一般性描述，用于判定任何产品的适用年龄，无论是玩具还是供儿童使用的其他物品。《指南》提供了儿童时期社会、心理、认知和身体发育等方面的信息，此类信息适用于《指南》中没有具体提名的许多产品。

20、DVD、视频游戏和计算机产品——第 1200.2 条 (d) (4) 款 (原为第 1500.92 条 (d) (4) 款)。拟议的第 1500.92 条 (d) (4) 款将把大多数计算机产品和电子媒体装置——例如 CD、DVD 和 DVD 播放器——视作一般用途产品。但是，拟议条款还将说明，一些 CD 和 DVD 的编码内容可能是供儿童使用并向儿童营销，例如儿童电影、游戏或教育软件。拟议的解释性规则将说明，消费品安全委员会工作人员可能在作出年龄判定时考虑娱乐行业制定的分级以及软件分级系统。拟议的解释性规则将指出，在其内容是供儿童使用的 CD 和 DVD 中，某些内容供幼儿使用的 CD 和 DVD 不会被儿童操作或接触，因为他们没有操作媒体播放器的能力，另外此类产品本身对儿童并不具有吸引力。因此，拟议的解释性规则将指明此类 CD 或 DVD 不被视作儿童产品，因为它们不是“被”儿童使用，儿童与此类产品不会有身体上的接触。拟议的解释性规则将申明，年龄较大的儿童可以操作的 CD、DVD 或其他数码媒体可能被视作儿童产品，前提是此类电影、视频游戏或音乐的具体指定用户和行销对象是不超过 12 岁的儿童，并且对年龄较大的消费者不具有吸引力。

(第 21 条评议)——有几位评议者声称，把供给不具有操作能力的幼儿的 CD 和 DVD 区别于供年龄较大、具有操作能力的儿童使用的 CD 和 DVD 是一种错误的做法。这些评议者说，成年人不允许幼儿操作 CD 和 DVD，除非幼儿能够学会把 CD 或 DVD 正确地插入播放器。这些评议者还说，儿童与 CD 或 DVD 播放器的接触多于他们与 CD 或 DVD 本身的接触。一位评议者认为，委员会关于 CD 的建议指南没有为制造商和分销商提供解读或实施该定义的明确机制。儿童音乐的营销与玩具不同，后者有“3 岁以上”或“适合 3 岁以下”的划分，而对儿童音乐做任何此类区分都完全是主观的，毫无意义。另一位评议者

说，关于 DVD 的阐述令人困惑，难以实施。该评议者建议删除供托儿所儿童使用的产品和下一个年龄段的儿童使用的产品之间的区别，把所有这些 DVD 都视作儿童产品。该评议者还说，在判别年龄时基于现有分级制度会更便利。

（对第 21 条评议的回答）——经过进一步审议，我们同意试图根据婴儿还是年龄稍大的儿童使用判定 CD 或 DVD 是否属于儿童产品只会把年龄判定更加复杂化。就 CD 和 DVD 而言，为了与其他产品的分析保持一致，我们必须在评估这些产品时考虑四项法律要素。如果电影、视频游戏或音乐专门为不超过 12 岁的儿童制作并向他们营销，并且对年龄较大的消费者很少或没有吸引力，则 CD 和 DVD 可能被视作儿童产品。在判别年龄时，对于就某一产品指定的评级和目标年龄会加以考虑。与拟议规则相比，这是一项改动，因此序言中任何与此相反的语言都应当视作无效，对最终规则的修订反映了这项改动。

应当指出，最终规则还申明某些媒体播放器或

[[页号：63075]]

播放电子内容的装置，如果其点缀和装饰采用儿童主题、尺寸适合儿童、或在营销时主要是为了吸引儿童，则可能被视作儿童产品，因为不超过 12 岁的儿童可能是此等产品的的主要使用者，而年龄较大的儿童和成年人不太可能使用此等产品。

（第 22 条评议）——一位评议者要求澄清本条款对涉及年龄的视频游戏研发和分级的现行程序有何影响。另一位评议者说，应当把现有分级体系用于判别产品是否供不超过 12 岁的儿童使用。

（对第 22 条评议的回答）——我们认为，我们关于儿童产品的定义不会影响目前对儿童电子媒体产品的研发。该定义不会影响现有分级机制，该机制属于联邦通讯委员会管辖。在进行年龄划分时，工作人员将把视频游戏分级体系视作年龄范围的一个标志。

（第 23 条评议）——其他评议者要求我们把更多产品纳入一般用途类别，以避免混淆，其中包括：游戏机、书刊阅读器、数码媒体播放器、手机和尺寸适合成年人的数码助理通讯装置，无论是否有任何适合儿童的装饰。一些评议者还要求澄清电子儿童产品的附件（如变压器、电缆和接头）本身不是儿童产品，因为这些附件不是供儿童使用，而更有可能由家长或监护人使用。一位评议者说，DVD 不属于美国测试和材料协会 F963-08 标准小部件规定的监管范围。因此，该评议者要求澄清如何对待儿童 DVD。

（对第 23 条评议的回答）——我们认为，包括游戏机、书刊阅读器、数码媒体播放器、手机、数码助理通讯装置、变压器、数据电缆以及此类装置的其他附件等大多数产品类别，只要是供年龄较大的儿童或成年人使用，即属于一般用途类别。因此，最终规则把这些产品作为举例与 CD 和 DVD 播放器一道列入一般用途产品清单。如前所述，最终规则还申明，用于播放电子内容的媒体播放器或装置，如果有儿童主题的装饰，尺寸适合儿童，或其营销主要是为了吸引儿童，就可能被视作儿童产品，因为不超过 12 岁的儿童可能是此等产品的的主要使用者，并且年龄较大的儿童和成年人不太可能使用此类产品。

关于 DVD 的小部件豁免规定并不影响供不超过 12 岁的儿童使用的 DVD 的年龄判定。小部件限制仅适用于不满 3 岁的儿童的玩具。

21、美术材料——第 1200.2 条 (d) (5) 款 (原为第 1500.92 条 (d) (5) 款)。拟议的第 1500.92 条 (d) (5) 款将认定, 为不超过 12 岁的儿童的设计尺寸、装饰和营销的蜡笔、手指颜料和塑泥等美术材料属于儿童产品。拟议的解释性规则将说明, 手工艺品用具和器材, 只要不是专门向不超过 12 岁的儿童营销, 很可能被视作一般用途产品。但是原材料, 例如塑泥、颜料和画笔的营销方式和标签可能经常受到高度重视, 因为这些材料的吸引力和使用范围很广。

(第 24 条评议)——一位评议者说, 判定过程中强调营销将导致混淆, 因为许多美术工具体积小, 也可能被成年人使用。该评议者说, 一个更加严格和符合逻辑的框架是考虑儿童使用产品的环境。该评议者声称, 如果产品具有教学用途, 是在成年人监督下使用, 则此类产品应当被视作一般用途产品, 包括儿童尺寸的手工艺品工具、儿童尺寸的乐器、儿童尺寸的马鞍和马具、以及课堂科学用具。

(对第 24 条评议的回答)——尺寸、营销和其他要素将在年龄判定时予以考量。如果分销商或零售商在学校、夏令营、或幼儿园等教学环境通过向不超过 12 岁的儿童的分销渠道批量出售或出租一般用途产品 (例如未经组装的美术材料或美术工具), 这种分销策略不一定把一般用途产品转变为儿童产品。但是, 如果产品的包装以明确或暗示方式通过图形、主题、标签或使用说明显示产品主要是为不超过 12 岁的儿童设计或供其使用, 则该产品可被视作儿童产品, 前提是所有需要考虑的四项法律要素都支持这种判定。

在判别儿童产品时, 产品预期所需成年人监督程度通常不予考虑。如果产品在其他方面符合“儿童产品”的定义, 在使用儿童产品时成年人的监督程度不会把儿童产品转变为一般用途产品。因此, 小尺寸的手工艺品工具、小尺寸的乐器和小尺寸的马鞍及马具之类的产品将基于个案评估, 以确定此类产品是否实际上是儿童产品。但是, 我们明确指出, 如果产品的尺寸表明不超过 12 岁的儿童比年龄较大的儿童或成年人更有可能使用此类产品, 则产品可能被归于儿童产品, 而不是一般用途产品。

委员会主动在最终规则中增加了“美术工具”这一类别, 以更好地描述此类材料, 例如画笔, 其吸引力和用途可能适合更广泛的消费者群体。委员会还添加了一项更详细的解释, 用于说明可能针对学校及类似环境的分销策略。

至于课堂科学用具, 我们在本文件 B.23 部分和有关第 1200.2 条 (d) (7) 款的讨论中对此等产品作了说明。

(第 25 条评议)——一位评议者说, 对于《有害美术材料标签法》(LHAMA) 监管下的产品, 应当不需要根据《消费品安全改进法》进行重复的第三方测试。因此, 该评议者建议, 除申明大部分美术材料属于一般用途产品之外, 应该把《有害美术材料标签法》作为《联邦有害物质法》的一项标签法纳入规则。

（对第 25 条评议的回答）——我们不同意这条评议，因为我们不认为《有害美术材料标签法》重复了《消费品安全改进法》的测试要求。《有害美术材料标签法》要求美术材料制造商、进口商或重新包装商的产品配方经过毒理学家审查，确保不会造成有损健康的长期影响。产品上的合规声明用于证实产品已经接受这种检查。但是，除《有害美术材料标签法》的要求之外，《消费品安全改进法》还提出了进一步测试要求。

至于评议者提出的把《有害美术材料标签法》作为《联邦有害物质法》之下标签规定的要求，我们认为《有害美术材料标签法》并不包含与消费品安全规则类似的性能标准，

[[页号：63076]]

而是要求以合规声明形式加标签，证实产品配方经过毒理学家审查。《有害美术材料标签法》的要求与《联邦有害物质法》的标签要求类似，前者是后者的一部分。因此，我们对与《有害美术材料标签法》相关的第三方测试不作要求。主要为不超过 12 岁的儿童设计或供其使用的美术材料需要经过第三方实验室测试，以显示其符合《消费品安全改进法》，但它不会要求按照《有害美术材料标签法》规定进行第三方测试和认证。出于同样原因，对一般用途的美术材料也不要求普通合格证书。

22、书籍——第 1200.2 条（d）（6）款（原为第 1500.92 条（d）（6）款）。拟议的第 1500.92 条（d）（6）款将申明，书籍的内容可决定其读者对象。拟议的解释性规则将说明，儿童书籍的主题、词汇、插图和封面适合不超过 12 岁的儿童的兴趣与理解能力。拟议规则还将说明，图书管理员、教育工作者和出版商提供的年龄指南可能用于确定读者对象。另外，一些儿童书籍对普通公众也有广泛的吸引力，在这种情况下，可能有必要进行进一步分析，评估谁是主要读者对象。评估应基于相关其他要素，例如产品设计、包装、营销和销售数据。

（第 26 条评议）——一位评议者要求我们澄清《消费品安全改进法》是否涵盖儿童杂志。另一位评议者说，在判别书籍时销售数据不应当予以考虑，因为成年人会为儿童买书。

（对第 26 条评议的回答）——评估儿童杂志采用的原则与解释性规则中儿童书籍的评估原则相同。如果读者对象是不超过 12 岁的儿童，杂志必须符合 CPSIA 关于儿童产品的要求。只是在销售数据显示例如儿童书店或玩具店等产品出售地点的情况下，我们才认为销售数据具有相关性。

23、科学设备——第 1200.2 条（d）（7）款（原为第 1500.92 条（d）（7）款）。拟议的第 1500.92 条（d）（7）款将把显微镜、望远镜以及其他可供成人和儿童共同使用的科学设备视作一般用途产品。拟议的解释性规则将说明，对于一般用途产品，尽管营销策略是针对学校——例如向其出租科学仪器——也不会把这些产品转变为儿童产品，无论设备租赁、出租或出售采取何种方式。但是，意见书将进一步说明，尺寸专供儿童使用及/或带有儿童主题或吸引儿童的装饰的科学设备通常被视作儿童产品。此类设备的玩具版本也被视作儿童产品。

（第 27 条评议）——几位评议者说，在教学环境中使用的科学设备、书写用具和乐器等学校用品应当被视作一般用途产品。他们声称，在这些教学活动中指定的许多物品均常见于百货商店、五金店、食品店和专卖店。还有一些评议者说，许多科学和数学项目和用品主要是设计为教学材料，供教师在课堂中使用。因此，他们要求我们修订规则，在这些物品的营销和出售是针对老师亲自监督下的教学活动中把它们视作一般用途产品。另外，有几位评议者要求，书写笔、铅笔和其他文具应当明确指定为一般用途产品，因为这些产品主要是供普通公众使用。

（对第 27 条评议的回答）——我们同意评议者的意见，许多供学校教学使用的数学和科学用品包含的材料——例如橡皮筋、订书针、回形针和其他用品——在五金店或食品店中有售。如果判定这些组合用品现在由于新的用途、包装和针对学校营销而是否应当被视作儿童产品，我们需要把四项特定的法律要素综合考虑。如果一位分销商或零售商通过面向不超过 12 岁的儿童的分销渠道批量出售或出租一般用途产品，并且是针对教育环境，例如学校或夏令营，则此类分销策略不一定把一般用途产品转变为儿童产品。但是，如果产品的包装以明确或隐含方式通过图形、主题、标签或使用说明显示产品主要是为不超过 12 岁的儿童设计或供其使用，则该产品可被视作儿童产品，前提是所有四项法律要素都支持这种判定。主要供教员使用的产品将不被视作儿童产品。

一些书写笔和铅笔主要是为不超过 12 岁的儿童设计或供其使用。但是，如果一支书写笔、铅笔或其他文具不是主要为不超过 12 岁的儿童设计或供其使用，则不会视作儿童产品。

委员会指出，就科学设备而言，尺寸在判定年龄时可能与防护用品更相关，例如手套和围裙，这种相关度的重要性超过科学仪器自身尺寸的重要性，因此，委员会主动修改了最终规则，以反映这项改动。

24、体育用品和娱乐设备——第 1200.2 条（d）（8）款（原为第 1500.92 条（d）（8）款）。拟议的第 1500.92 条（d）（8）款将把主要供超过 12 岁的消费者使用的体育用品视作一般用途产品。拟议的解释性规则将说明，规定尺寸的体育用品，例如篮球、棒球、球棒、球拍和冰球，属于一般用途产品，即使某些不超过 12 岁的儿童也会使用。但是，本条款将规定，如果体育用品的尺寸适合儿童或采用儿童主题的装饰以便吸引不超过 12 岁的儿童，则被视作儿童产品。同样，本条款还将规定，娱乐设备——例如旱冰鞋、滑板、自行车、野营用品和健身设备——被视作一般用途产品，除非其尺寸适合不超过 12 岁的儿童并且/或者制造商采用了儿童主题的装饰。

（第 28 条评议）——几位评议者说，适合“十来岁的儿童”（*tweens*）、十几岁的少年、以及青少年使用的体育用品不应当视作“儿童产品”。一位评议者说，“合理的”体育用品应当是一般用途产品，无论其使用者是 9 岁还是 13 岁，在作出判定时“尺寸”不应当是相关因素。该评议者声称，这些用品的使用方式和基本用途与少年使用的体育用品没有差别。另一位评议者说，测试这些产品的成本过高，导致生产延误。

（对第 28 条的回答）——我们同意，尺寸适合普通公众的产品并不因为被不超过 12 岁的儿童，例如“十来岁的儿童”，使用就因此成为儿童产品。

[[页号： 63077]]

（基于消费品安全委员会工作人员于 2002 年 9 月发布的《年龄判定指南》，为回答评议，我们认为“十来岁的儿童”是 13 岁以下的儿童，但不低于 9 岁。）除非此类物品专门针对儿童营销或具有更适合儿童而不适合成年人的其他特征，否则它们将被视作一般用途产品。但是，我们不同意体育用品的尺寸与判定年龄无关。如果不超过 12 岁的儿童是产品的主要使用者，因为对于年龄较大的儿童而言其尺寸过小或不合适，那么体育用品就有可能被视作儿童产品。

至于涉及测试成本和制造延误的评议，此类问题不在本规则涵盖范围内。与测试和认证有关的评议在关于产品认证的其他规则中讨论。规则于 2010 年 5 月 20 日在《联邦纪事》中发布（75 FR 28336）。另外，委员会认识到“规定尺寸的体育用品”这个术语的使用可能造成混淆，因为没有说明委员会指的是青少年规定尺寸还是成年人规定尺寸。因此，我们对最终规则作了修订，以反映此项考虑，并且把本节重新编号为 1200.2 条（d）（8）款。

（第 29 条评议）——一位评议者说，解释性规则应当申明，适合成年人尺寸的产品——例如棒球手套——被视作一般用途产品，即使产品上有一个卡通人物。另外，该评议者声称，一个浅水池可以仅仅基于尺寸确定为儿童产品，无论它是否包含其他玩耍特征，该评议者要求在涉及浅水池深度时给“浅”下一个定义。

（对第 29 条评议的回答）——我们同意成年人尺寸的产品上有一个卡通人物并不足以把产品认定为儿童产品。年龄的判定考虑到一件产品的主要使用方式；因此，如果一只棒球手套很大，不适合儿童使用，就不是为不超过 12 岁儿童使用的产品，因此也不被视作儿童产品，无论其装饰如何。

至于涉及浅水池的评议，我们同意此类水池通常供儿童使用，即使产品上没有儿童主题的装饰或玩耍特征。水池的尺寸、装饰和深度可能足以确定产品主要供儿童使用。但是，委员会规章中并没有规定浅水池的尺寸规格。

25、乐器——第 1200.2 条（D）（9）款（原为第 1500.92 条（d）（9）款）。拟议的第 1500.92 条（d）（9）款将把既适合成年音乐家又适合儿童的乐器视作一般用途产品。主要供儿童使用的乐器可以基于其尺寸和营销主题区别于成年人乐器。拟议的解释性规则还将说明，如果产品是供普通公众使用，即使营销策略是针对学校——例如乐器出租——也不会把此类产品转变成儿童产品，无论乐器以何种方式租赁、出租或出售。此类乐器被制造商确定为主要供成年人使用，虽然偶尔可能有儿童通过上述安排使用乐器。但是，本条款还将规定，如果在产生音乐或音响的过程中采用简化的方法以致儿童可以假装演奏乐器，则此类乐器被视作主要供不超过 12 岁的儿童使用的玩具。

（第 30 条评议）——一位评议者说，拟议规则应当明确把有电子辅助功能的乐器和事先由使用者或制造商编制程序的乐器排除在儿童产品的定义之外。

（对第 30 条评议的回答）——我们同意预先编制声音和演示曲目的电子辅助乐器应当被视作一般用途产品。但是，拥有预先编制的声音的玩具将继续被视作儿童产品。因此，我们对规则作了修订，在“乐器”后面加上了“包括电子辅助乐器”。

委员会指出，如果分销商或零售商在学校或夏令营等教学环境下通过面向不超过 12 岁的儿童的分销渠道批量出售或出租乐器，这种分销策略不一定把一般用途产品转变为儿童产品。但是，如果产品的包装以明确或隐含方式通过图形、主题、标签或使用说明显示产品主要是为不超过 12 岁的儿童设计或供其使用，则该产品可被视作儿童产品，前提是所有四项法律要素都支持这种判定。

26、其它问题

（第 31 条评议）——一位评议者说，生效日期应当推迟，以便使制造商有机会根据本规则评估其产品是否属于儿童产品。

（对第 31 条评议的回答）——由于这是解释性规则，《行政程序法》（《美国法典》第五卷 553 条（d）款）并不要求推迟生效日期。

（第 32 条评议）——有几位评议者提到鞋类的问题。他们说关于一双鞋是否属于儿童产品没有明确规定，在儿童鞋方面特别令人混淆。这些评议者认为，许多 12 岁的孩子穿成年人尺寸的鞋，因此尺寸不一定与年龄有关。评议者要求设定 24 公分（cm）或更大尺码为成年人鞋类的客观标准。

（对 32 条评议的回答）——我们认为制造商最有条件作出初步判定，确定产品消费者是否主要是不超过 12 岁的儿童。但是，我们将依赖多项法律要素而不是单一要素，因为其他特征可能令人信服地显示这些鞋主要是供不超过 12 岁的儿童使用，即使鞋的尺码超过 24 公分。

《联邦法规》第 16 卷 1200 部分的主题清单

企业与行业、婴儿与儿童、消费者保护、进口产品、玩具。

基于上述原因，委员会增加了《联邦法规》第 16 卷 1200 部分，增加后的文字如下：

1200 部分——《消费品安全法》中儿童产品的定义

1200.1 宗旨

1200.2 儿童产品的定义

授权：《美国法典》第 15 卷 2052 条（2）款。

1200.1 宗旨

本部分就儿童产品的定义提供指南，并且列举了委员会在根据《美国法典》第 15 卷 2052 条（2）款判定儿童产品时考虑的各项要素。

1200.2 儿童产品的定义

（a）“儿童产品”的定义——（1）根据《消费品安全法》第 3 条（a）（2）款，

[[页号：63078]]

儿童产品是指主要为不超过 12 岁的儿童设计或供其使用的消费品。“主要为……设计或供其使用”这一词组适用于主要用户为不超过 12 岁儿童的消费品。对一件产品是否主要供不超过 12 岁的儿童使用的判定是基于对四项特定法律要素的考虑。这些要素是：

（i）制造商关于产品用途的陈述（如果该陈述合理），包括产品上的标签。

（ii）产品的包装、展示、促销或广告是否表明适合不超过 12 岁的儿童。

（iii）普通消费者是否把产品视作供不超过 12 岁的儿童使用。

（iv）委员会工作人员 2002 年 9 月发布的《年龄判定指南》以及后来用于取代该指南的其他文件。

（2）本文讨论的例子也可能有助于作出判定。但是，判定一件产品是否符合儿童产品的定义取决于每一件产品所涉及的实际情况，因此需要基于个案处理。供不超过 12 岁的儿童“使用”是指儿童基于可以合理预见的使用方式与产品有身体接触。受《联邦法规》第 16 卷 1501 部分和美国测试和材料协会 F963 标准关于小部件规定监管的玩具和物品属于儿童产品，因为这些产品供不超过 12 岁的儿童使用。供不超过 96 个月（8 岁）儿童使用、受《联邦法规》1500.48 部分至 1500.49 部分和《联邦法规》1500.50 部分至 1500.53 部分监管的玩具及其他物品同样属于儿童产品，因为这些条款为其他规定作出相应的年龄划分。因此，制造商可以有适当理由基于其他规定的年龄划分判定其产品也必须符合适用于儿童产品的所有要求。这些规定包括，但不限于，《联邦有害物质法》、美国测试和材料协会 F963 标准、《适用于玩具安全的标准消费者安全规格》以及《2008 年消费品安全改进法》。

（b）“一般用途产品”的定义——（1）一般用途产品指主要不是为不超过 12 岁的儿童设计或供其使用的消费品。一般用途产品是主要为超过 12 岁的消费者设计或使用的消费品。有些产品可能是为所有年龄段的消费者——包括不超过 12 岁的消费者——设计

或供其使用，但主要是供超过 12 岁的消费者使用。一般用途产品的例子可能包括儿童不太可能与之互动或超过 12 岁的消费者同样可能或更可能与之互动的产品。被不超过 12 岁的儿童使用、但对少年消费者吸引力减弱的产品可能被视作儿童产品。

(2) 有些其他产品具体指明不是供不超过 12 岁的儿童使用。这些产品——例如委员会一直警告成年人勿使儿童接触的打火机、蜡烛和烟花——无须符合《消费品安全改进法》关于含铅量的限制、追踪标签规定、第三方测试和认证条款。同样，具备防止儿童接触性能的产品也不是儿童产品，因为其特别设计确保儿童无法接触内装物品。此类产品将包括便携式汽油罐以及《防毒包装法》规定的特殊包装。

(c) 考虑的要素——要判定一件消费品是否主要供不超过 12 岁的儿童使用，必须综合考虑四项指定的法律要素。这四项要素是：

(1) 制造商关于产品指定用途的陈述（如果该陈述合理），包括产品上的标签。制造商关于产品用途的陈述——包括产品标签——应当与预期产品使用方式在合理基础上保持一致。如果产品吸引的消费者主要是不超过 12 岁的儿童，例如产品带有对儿童有吸引力的装饰、尺寸适合儿童或主要针对儿童营销，制造商关于产品不供儿童使用的声明就不能工作排除产品被作为儿童产品监管的可能。反之，如果是一件一般用途产品，即使标签表示该产品供 9 岁和 9 岁以上儿童使用，也未必就被视作儿童产品。这种标签可能建议 9 岁为使用产品的最低年龄，但不一定指明产品主要使用者的年龄。制造商的标签本身不被视作具有决定性。

(2) 产品的包装、展示、促销或广告是否表明适合不超过 12 岁的儿童。

(i) 这些表述可能是明确的，也可能是隐含的。例如，如果制造商在广告中明确宣布产品是供不超过 12 岁的儿童使用，这将支持产品属于儿童产品的判定。如果制造商在广告中显示不超过 12 岁的儿童使用产品，则可能支持产品属于儿童产品的判定。此类表述可能见于包装、文字、描绘消费者使用产品的插图及/或照片、使用说明、安装手册或用于营销产品的广告媒体。

(ii) 产品的实际展示位置靠近儿童产品或在视觉上与儿童产品有关联可能是判别年龄的一项要素，但不是决定性因素。例如，产品在商店中的展示位置是儿童玩具柜台可能支持该产品属于儿童产品的判定。但是，如果该产品也在百货商店中出售，并且作为一般用途产品营销，则有必要做进一步评估。委员会认识到制造商不一定能够控制产品在零售店中的展示位置，因此会考虑到这种情况。委员会对产品的评估范围很广，不仅限于一个货架或一家商店。

(iii) 一件产品与非儿童产品相关或共同营销也不能决定产品是否属于儿童产品。例如，把一个毛绒动物与一支蜡烛一起包装和出售不一定排除该毛绒玩具属于儿童产品的判定，因为毛绒玩具通常被视作主要供儿童使用。

(3) 普通消费者是否把产品视作供不超过 12 岁的儿童使用。评估时还将考虑消费者对产品是否供儿童使用的看法，包括

[[页号：63079]]

可合理预见的使用方式。销售数据、市场分析、抽样小组测试以及其他营销研究可能有助于支持对此项要素的分析。

(i) 功能与特征——可能有助于区分儿童产品和非儿童产品的其他因素包括：

(A) 小尺寸，对于普通成年人可能不舒适；

(B) 简化产品使用方式的夸大特征（大纽扣、光亮的标记）；

(C) 供成年人使用的类似产品上没有的安全特征；

(D) 通常与儿童有关的颜色（粉红色、蓝色、明亮的原色）；

(E) 通常与儿童有关的装饰性主题（例如动物、昆虫、小型车辆、字母表、洋娃娃、小丑和木偶）；

(F) 不是用于提高产品实用性、而是为了吸引不超过 12 岁的儿童的特征（例如卡通）；以及

(G) 玩耍价值，即主要吸引不超过 12 岁的儿童、促进互动式探索和丰富想象的特征（缺乏日常实用功能的假想活动；娱乐活动）。

(ii) 产品的主要用途——对产品主要用途的考虑优先于对可能性较小的其他使用方式的考虑。例如，当一名儿童把一把扫帚当马骑时，这并不意味着该物品是儿童产品，因为扫帚的主要用途是扫地。

(iii) 价格——特定产品的价格可能影响目标使用者的年龄判定；以及

(iv) 如果一件产品由照看者在儿童环境中使用，并不由儿童操作，则即使儿童能够与产品互动，亦不被视作主要供不超过 12 岁的儿童使用。

(4) 消费品安全委员会工作人员 2002 年 9 月发布的《年龄判定指南》以及后来用于取代该指南的其他文件。产品对不同年龄段的吸引力以及这些年龄段的能力在判定产品的适用年龄时可能是考虑因素。

(d) 举例——为了帮助制造商理解什么是《消费品安全法》规定的儿童产品，我们提供了下列关于具体产品类别的进一步举例：

(1) 家具和陈设品——常见于儿童房间或学校的一般家具和陈设品（包括但不限于：摇椅、搁架、电视、数码音乐播放器、吊扇、加湿器、空气洁净器、窗帘、纸巾盒、

小块地毯、普通地毯、灯具、服装挂钩和架子)不会被视作儿童产品,除非其采用儿童主题装饰或点缀并吸引不超过 12 岁的儿童使用、尺寸适合儿童或以儿童为主要营销对象。家庭或学校中主要为儿童设计或供其使用的家具并且被视作儿童产品的物品包括:婴儿床、浴缸座、带儿童装饰的软质小坐包、带儿童主题的床、儿童尺寸的书桌和椅子。儿童不大可能接触的节日本装饰品和家庭季节性展示品等装饰物品通常不被视作儿童产品,因为其目标使用者是成年人。

(2) 收藏品——成年人收藏品可以与儿童收藏品区分开来。区分的依据包括:不适合不超过 12 岁的儿童的主题;不适合儿童使用的特征,例如高价格、有限的产量、易碎、某些展示方式(例如挂钩或基座);不是与儿童产品同在一处营销(例如不在儿童柜台销售),因此不会与儿童产品混淆。例如,供收藏的毛绒熊价格高,做工精细,配备易碎的附件、展示箱和放置熊的平台。供儿童收藏的熊价格较低,附件较简单,不用担心产品损坏。另一个例子是供爱好者收藏的模型铁路和火车。

(3) 珠宝——供儿童使用的珠宝通常在尺寸、主题和营销方式上针对儿童。下列特征可能致使珠宝被视作儿童产品:尺寸、很低的价格、玩耍价值、儿童主题、与儿童产品(例如儿童服装)一道出售、与儿童书籍、玩具或派对用品共同出售、与儿童麦片或零食共同出售、在主要参与者为儿童的娱乐活动或教育活动中出售、在主要商品是儿童产品的商店中出售、以及通过售货机出售。另外,在判定产品消费者和购买者年龄时应该考虑产品设计和营销的许多方面。其中包括:广告促销材料、包装图形和文字、佩戴难度、外观(颜色、质地、材料、设计主题、标牌、真实程度)以及价格。这些特征有助于珠宝制造商和消费者确定一件珠宝是否主要为不超过 12 岁的儿童设计或供其使用。

(4) DVD、视频游戏和计算机产品——大部分计算机产品和电子媒体(例如 CD、DVD 和视频游戏)被视作一般用途产品。但是,其编码内容及营销方式针对儿童的 CD 和 DVD(例如儿童电影、游戏或教育软件)可能被视作儿童产品。消费品安全委员会工作人员在作出年龄判定时可能考虑娱乐行业建立的分级制度和软件分级制度。另外,以儿童主题装饰、旨在吸引不超过 12 岁的儿童、尺寸适合儿童或营销方式主要是为了吸引儿童的电子媒体播放器和装置,不太可能归于一般用途类别,因为不超过 12 岁的儿童可能是此类装置的主要使用者。但是,主要供超过 12 岁的儿童或成年人使用的电子装置属于一般用途产品。其中包括 CD 播放器、DCD 播放器、游戏机、书籍阅读器、数码媒体播放器、手机、数码助理通讯装置、以及这些装置的附件。

(5) 美术材料——尺寸、装饰和营销方式适合不超过 12 岁的儿童的材料(例如蜡笔、手指颜料和塑泥)将被视作儿童产品。不是专门针对不超过 12 岁的儿童营销的手工艺品用具和器材可能被视作一般用途产品。原料和美术工具(例如塑泥、颜料和画笔)的营销方式和标签在判定年龄时常常受到重视,因为这些原料的吸引力和适用范围很广。如果一位分销商或零售商在学校、夏令营或幼儿园等教学环境通过面向不超过 12 岁的儿童的分销渠道批量出售或出租一种一般用途产品(例如美术原料或美术工具),

这种分销策略不一定把一般用途产品转变为儿童产品。但是，如果产品的包装以明确或隐含方式通过图形、主题、标签或使用说明显示产品主要是为不超过 12 岁的儿童设计或供其使用，则该产品可被视作儿童产品，前提是所有四项法律要素都支持这种判定。《有害美术材料标签法》的要求和《联邦有害物质法》的标签要求类似，前者是后者的一部分。因此不要求按照《有害美术材料标签法》进行第三方测试。主要为不超过 12 岁的儿童设计或供其使用的美术材料将需要经过第三方实验室测试，以证实符合《消费品安全改进法》规定，但不会要求基于《有害美术材料标签法》规定进行第三方测试和认证。出于同样原因，一般用途的美术材料不需要进行普通合格证书。

(6) 书籍——书籍的内容可以决定其读者对象。儿童书籍的主题、词汇、插图和封面适合不超过 12 岁的儿童的兴趣和理解能力。图书管理员、教育工作者和出版商提供的年龄指南有助于确定读者对象。一些儿童书籍对普通公众也有广泛吸引力，在这种情况下，可能有必要做进一步分析，评估谁是主要的读者对象，评估时应该考虑进一步相关要素，例如产品设计、包装、营销和销售数据。

(7) 科学设备——可供成年人以及儿童使用的显微镜、望远镜和其他科学设备被视作一般用途产品。制造商计划主要供成年人使用的设备，虽然也可以通过上述安排被儿童使用，但依然属于一般用途产品，但此类物品的玩具版被视作儿童产品。如果分销商或零售商在学校或夏令营等教学环境通过面向不超过 12 岁的儿童的分销渠道批量出售或出租一般用途产品，这种分销策略不一定把一般用途产品转变为儿童产品。但是，如果产品的包装以明确或隐含方式通过图形、主题、标签或使用说明显示产品主要是为不超过 12 岁的儿童设计或供其使用，则该产品可被视作儿童产品，前提是所有四项法律要素都支持这种判定。主要供教师使用的产品不被视作儿童产品。一般而言，其尺寸专门适合儿童的科学设备（例如护具、防护镜、手套或围裙）及/或有儿童主题或装饰、鼓励不超过 12 岁的儿童使用或营销时主要针对儿童的产品被视作儿童产品。

(8) 体育用品和娱乐设备——主要供超过 12 岁的消费者使用的体育用品被视作一般用途产品。凡尺寸适合成年人的体育设备，即使有时被不超过 12 岁的儿童使用，依然被视作一般用途产品。除非此类产品专门针对不超过 12 岁的儿童营销，或具有更适合不超过 12 岁的儿童而非成年人的其他特征，否则仍将被视作一般用途产品。如果不超过 12 岁的儿童是产品的主要使用者，因为产品太小或不适合较大的儿童使用，那么也很可能被视作儿童产品。同样，旱冰鞋、滑板、自行车、野营用品和健身器材等娱乐设备可被视作一般用途产品，除非其尺寸适合不超过 12 岁的儿童，并且/或者制造商以儿童特征为装饰。

(9) 乐器——乐器（包括适合成年人的电子辅助乐器）属于一般用途产品。主要供儿童使用的乐器可与成年人乐器基于其尺寸和营销主题区分开来。委员会指出，如果分销商或零售商在学校或夏令营等教学环境通过面向不超过 12 岁的儿童的分销渠道批量出售或出租一般用途乐器，这种分销策略不一定把一般用途产品转变为儿童产品。但是，如果产品的包装以明确或隐含方式通过图形、主题、标签或使用说明显示产品主要是为不超过 12 岁的儿童设计或供其使用，则该产品可被视作儿童产品，前提是所有四项法律要素都支持这种判定。

日期：2010 年 10 月 6 日

托德·A·斯蒂芬森 (Todd A. Stevenson)

消费品安全委员会秘书长

[FR Doc. 2010-25645 Filed 10-13-10; 8:45 am]

BILLING CODE 6355-01-P